# 제안서평가위원회 회의록

## □ 심의내용 및 의결사항

| | |
|---|---|
| 회 의 명 칭 | 지하도상가 온라인쇼핑몰 및 라이브커머스 도입·운영 용역 제안서평가위원회 |
| 개최일시 및 장소 | 2021. 6. 9.(수) 14:00 ~ 18:30 / 서울시설공단 본사 2층 키움방 |
| 참 석 자 | 위 원: 7명<br>위원장) 서울산업진흥원 정익수<br>위 원) 중소기업유통센터 김만환, 산업정책연구원 채정우,<br>경기도농수산진흥원 강동훈, 에스투엠 김선기,<br>경기도농수산진흥원 박영주, 중소기업유통센터 윤성순 |
| 심 의 안 건 | 지하도상가 온라인쇼핑몰 및 라이브커머스 도입·운영 용역 제안서 평가 |
| 발 언 요 지 | ■ A업체 ※ 업체별 제안서 발표(15분 이내) → 질의응답(15분 이내)<br>위 원) 상품선정은 구체적으로 어떻게 하실 건가?<br>발표자) 온라인이기 때문에 상품경쟁력, 참신함을 고려해서 상품을 선정<br>위 원) 쿠팡이나 네이버에 기획전은 어떻게 진행할 예정인가?<br>발표자) 11번가에서 진행하는 기획전은 상품 경쟁력 때문에 쉽지 않음<br>지하도 상품을 묶어서 권역별로 라이브를 진행할 예정<br><br>■ B업체<br>위 원) 최고매출은 얼마정도 되나요?<br>발표자) 중소기업 청소기제품 방송이 1시간 매출 7,000만원정도 나옴<br>위 원) 지하도상가 쇼핑몰이나 라이브커머스 몇 개 업체 지원할 예정인가?<br>발표자) 라이브커머스는 월별 기준으로 7개정도, 쇼핑몰은 월 3개 정도.<br>6개월 기준으로 20개 업체<br><br>■ C업체<br>위 원) 지하도상가처럼 기존 충성 고객이 없을 땐 어떻게 해야 하나?<br>발표자) 상품구성을 잘 해놓은 후 인플루언서와 함께 하는 방송하는 것.<br>네이버에서 행사 광고 배너를 상위에 올리고 푸쉬알림 및<br>노하우를 바탕으로 진행함<br>위 원) 소상공인 매출은 어느 정도 나올 것 같나?<br>발표자) 투입된 금액 대비해서 단가가 낮은 제품은 전체 매출이 회당<br>2,000만 원 정도는 가능하지 않을까 싶음 |

| | |
|---|---|
| | ■ D업체<br>위　원) 지하도상가라는 특별한 특징이 있는데, 기존에 있는 플랫폼에 집어넣으면 개별로 컨택해서 진행하는 것과 어떤 차이가 있나?<br>발표자) 개별적으로 참여하면 하루기준 광고비가 500~1,000만원인 광고 구좌 거의 활용 못함. 또한 좀 더 MD큐레이션 툴을 잘 이용할 수 있도록 지원함<br>위　원) 지하도상가에서는 기존과 똑같이 판매하면 가격의 경쟁력이 있나?<br>발표자) 백년가게라고 일반 시장에서 판매하는 식품을 직접 기획하여 성공한 사례가 있음.<br><br>■ E업체<br>위　원) 지하도상가 라이브커머스 매출은 얼마정도 예상하나?<br>발표자) 의류가 긍정적인 경우에는 회당 50~100정도, 최대 200~300만원 예상<br>위　원) 어떤 패션이 마케팅적으로 좋은 건가?<br>발표자) 라이브커머스에서는 시즌성이 있는 제품들의 매출이 잘 나옴<br><br>■ F업체<br>위　원) 시즌별 기획전, 라이브커머스 매출은 어느 정도 나오나?<br>발표자) 라이브커머스로 최소 600만원, 최대 2,000만원 이상 목표 기획전은 같은 테마의 여러 상품을 묶어서 회당 일 3,000만원을 목표로 진행 예정<br>위　원) 과업이 끝난 후 상인들을 자생시킬 수 있는 방법은 무엇인가?<br>발표자) 각각의 플랫폼에서 많은 후기를 쌓아서 좀 더 많은 고객들을 만날 수 있도록 돕는 것. 추가로 제작해드린 상세페이지가 남게 됨 |
| 의 결 내 용 | 심사의 공정성과 신뢰성을 확보하기 위하여 최고점수와 최저점수 제외 산술평균으로 평가 완료<br>→ A업체 : 43.9점, B업체 : 48.0점, C업체 : 52.7점,<br>D업체 : 46.9점, E업체 : 45.8점, F업체 : 51.7점 |