web design

웹디자인 기획서

.

산업디자인학과 1932744 김효진



목 차



- 1. 프로젝트 설명
- 2. 벤치마킹
- 3. 벤치마킹 결과
- 4. 차별화 된 컨텐츠
- 5. 피드백 후 수정사항
- 6. 사용자 리서치 및 정의
- 7. 퍼소나 설정
- 8. 유저 시나리오





프로젝트

제 목



Overseas Delivery(해외배송)의 약자로, ODY에서 Direct의 단어를 합쳤다. =Overseas Direct DeliverY. 주 제

편하게 해외 직구 쇼핑을 할 수 있는 사이트



프로젝트

기획의도 및 목적

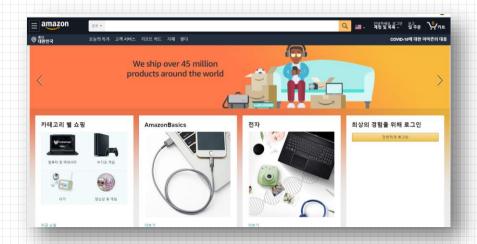
- ① 해외직구사이트의 특징인 번역의 문제를 해결하고 싶었음.
- ② 저렴한 값에 다양한 물건을 구할 수 있는 직구 사이트가 한정적이라 만들어보고 싶었음.
- ③ 국제적인 사이트가 아닌, 한국으로만 직구 되는 사이트를 만들고 싶었음.

타 겟

국제 쇼핑, 해외 직구를 자주하는 20대 여성

예상 사용 시간: 1시간내외







1. 아마존 (★☆☆☆☆) 1점

번역 번역오류 및 번역 아예 x [1점]

화폐 원화 표기 없음 (달러표기) [1점]

디자인 쇼핑몰 같지않은 디자인 [1점]

후기 후기 번역 되어있지않아 읽기 어려 움 [1점]





2. 타오바오 (★★★☆☆) 3점

번역 번역되어있으나 번역오류 존재 [3점]

화폐 원화 표기 없음 (엔화표기) [1점]

ND 메인컬러를 잘 활용했으나 지저분한 느낌. [3점]

광고 다양한 상품 보유, 광고 조금. [3점]

후기 상품이 사진과 다르다는 후기가 잦음. [1점]







3. 아이허브 (★★★☆☆) 3점

번역 번역이 꽤 자연스럽게 되어있음. [4점]

화폐 원화 표기 되어있음. [5점]

디자인 광고표시가 자주 뜸. [1점]

광고 웹사이트 자체 디자인은 한 눈에 알아보기 힘든 편임. [2점]

후기 별점으로 알아보기 쉽지만 악의성 후기 다수 존재 하고 이를 관리하고 있지 않음. [1점]





4. 알리익스프레스 (★★★★☆) 4점

번역 **80%** 자연스러움. [4점]

화폐 원화 표기 되어있지 않음. [1점]

디자인 쇼핑사이트 중 가장 보기 편한 플랫폼임. [5점]

광고 팝업광고가 거의 없음. [4점]

후기 후기에 상품과 맞지 않는 사진이 다수 존재함. [2점]



벤치마킹 결과

| 기준 | 아마존 | 타오바오 | 아이허브 | 알리익스프레스 |
|-----|-----|------|------|---------|
| 번역 | 1 | 3 | 4 | 4 |
| 화폐 | 1 | 1 | 5 | 1 |
| 디자인 | 1 | 3 | 1 | 5 |
| 광고 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 후기 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 총점 | 8 | 12 | 13 | 16 |



벤치마킹 결과

총평 (★★☆☆☆) 2점

기본적으로 검색기능은 다들 메인 페이지에 보유하고 있었다.

전체적으로 <mark>번역</mark>이 제대로 이루어지지 않거나 **오류**가 난 상황이 많았다.

원화 표기가 제대로 이루어진 곳이 드물었다.

광고도 자주 볼 수 있었다.

전반적인 웹 페이지 <mark>디자인은 깔끔하지 않고 난잡한 느낌</mark>이 들어 별로였다.

제목이 단어로 배열되어있어 검색에 불편함을 느낌. (서치에 많이 걸림)



차별화 된 컨텐츠

한국만을 위한 직구사이트를 구축. (사용자-한국인, 판매자-외국인)

- 1. 해외직구 사이트는 보통 배송대행지가 있어야 한국주소까지 배달이 되는데, 그럴 필요 없이 다이렉트로 직구 되도록 할 것.
- 2. 모든 금액은 원화를 기준으로 표기함.
- 3. 자연스러운 <mark>번역을 추구하고, 상품명도 단어배열식이 아니게 만들어 서치에 걸리지 않도록 한다. (ex, 뜨거운 판매 키링 작은 액세서리 for 유저 아이폰 애플 -> [빅세일] 아이폰용 키링 액세서리)</mark>
- 4. 상품 실제 사진 탭을 만들어 판매자가 반드시 실사를 포함하도록 함. (직구했더니 실제와 다른 퀄리티의 상품을 받아본 후기가 다수인 것을 고려)
- 5. 커뮤니티 탭을 활성화해 한달 사용 후기, 판매자 배송방법 등등을 공유할 수 있도록 함.



피드백 후 수점 및 추가사함

1. 브랜딩 전략이 부족하다?

- -외국인 판매자들을 끌어들이기 위해 판매수수료를 타 사이트보다 저렴하게 할 것. (신규회원 N달간, 이후 복귀됨)
- -누구나 접근할 수 있도록 SNS를 이용한 마켓팅 전략을 이용함.
- -벡스코, 코엑스 등을 통해 국제박람회에 참가해 웹사이트를 홍보하고 널리 알릴 수 있도록 함.

2. 한달 사용후기 참여율이 저조할 듯?

-한달 사용후기 참여율을 높이기 위한 적립금 이벤트 등 다양한 이벤트를 마련할 것.

3. 직구초보를 위한 용어설명 탭?

- -해당 사이트는 한국인을 위한 직구사이트로, 일반 쇼핑몰처럼 편하게 쇼핑할 수 있는 것이 특징이기 때문에 용어설명이 필요한 부분이 없음.
- 그러한 직구의 어려움을 피하기 위해 탄생한 사이트라 **해당 내용은 없어도 무관하다 생각함**.



사용자 정의

"자취하는 20대 중후반 여성을 위한, 사용하기 편리한 해외직구 사이트를 만들 것이다."

사용자는 대학생활을 하는 학생부터, 회사생활을 하는 직장인까지.

주로 자취생활을 하는 것이 대부분이다.

그들은 주로 대중교통을 이용하거나 모닝, 레이와 같은 자차를 이용한다.

이러한 사용자들은 가성비 좋은 물품들을 선호하고 있다.

이로 인한 사용자의 만족이 사이트의 성공에 구매횟수, 후기개수, 상품 조회수, 사이트 후기 등으로 나타나게 된다.



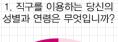
사용자 리서치

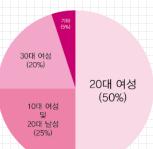
설문기간: 10/08~10/15 (일주일간)

참여인원 : 총 89명

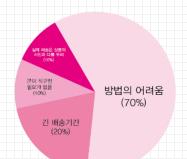
진행방법: 네이버폼 설문

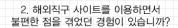
유형: 객관식





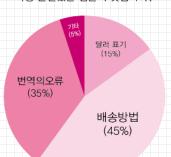
1-1. 해외직구를 이용하지 않는다면, 그 이유는 무엇입니까?







2-1. 해외직구 사이트를 이용하면서 가장 불편했던 점은 무엇입니까?



3. 이러한 불편함들을 감수해서라도 해외직구를 이용하는 이유는 무엇입니까?





퍼소나A



쇼핑러버"예쁜 물건이 보이면 일단 장바구니에 담아야죠."

Profile

이름 : 김혜윤 성별 : 여성 나이 : 24

직업: 취업준비생 거주지: 서울시 마포구

거주형태 : 원룸

형제관계: 1남 1년 중 첫째

Characteristic

- -단체생활보다는 혼자 보내는 시간을 더 선호한다.
- -소심하며 내성적이다.
- -결정하는 것, 거절하는 것을 힘들어 해 손해를 본다.
- -한 번 책임진 일은 끝까지 해내려고 노력한다.
- -대부분의 전자기기는 apple사를 고집한다.

Behavior

구매특징: 너무 마음에 드는 물건이 있다 하더라도 예산에서 벗어나면 구매를 망설임.

교육수준 : 대학교 졸업

소득수준: 부모님이 주시는 용돈 외에 아르바이트로 생계 유지 (=월 150만원)

SNS: 인스타그램, 페이스북

전자기기 이용시간 : 하루 5시간 이상

중고물품 구매여부 : 필요한 것이 있으면 거리낌없이 구매함.

Background

-혜윤은 평소 쇼핑을 할 때 충동구매를 자주 일으킨다. 충동구매를 일으키는 날엔 택배가 3개 이상으로 배달되는 것은 기본. '매일도 아니고, 몇 주에 한 번씩 많이 사는 거니까 괜찮다'는 자기합리화를 잘 함.

퍼소나B



I AM YOLO

"한 번뿐인 인생인데
즐기다 가는 것이 도리지!"

Profile

이름 : 한수아 성별 : 여성 나이 : 29 직업 : 직장인

거주지: 서울시 종로구 거주형태: 아파트

형제관계: 외동

Characteristic

- -경제 관념이 희박해 저축을 잘 하지 못한다.
- -YOLO 기질이 강한 편이다.
- -외향적인 성격이라 사람들과 만나는 것을 좋아한다.
- -혼자 있는 것을 외로워 해 반려동물을 키우고 있다.
- -동물, 아이를 좋아한다.

Behavior

구매특징: 사놓으면 언젠가 쓸 데가 있지 않을까? 하며 마음에 들면 다 사버린다.

교육수준 : 대학교 졸업

소득수준 : 직장에서 받는 월급 외에 부모님이 따로 생계비를 지원해주심. (월 200+@) // 자차를 보유하고 있음.

SNS: 인스타그램

전자기기 이용시간 : 하루 4시간 이상

중고물품 구매여부 : 남이 쓰던걸 왜 사?! 웬만해서 구매하지 않는다.

Background

-수아는 외동딸로, 집안이 넉넉하여 부족함 없이 자랐다. 현재까지도 부모님이 생계비를 일정량 지원해주고 있다. 그래서인지 수아는 경제관념이 아직 제대로 성립되지 않았다. 영어울렁증이 있음.

퍼소나C



의외로 컴맹 "쇼핑지식은 부족하지만 그래도 나름 인싸예요."

Profile

이름 : 낸시 (혼혈)

성별 : 여성 나이 : 23 직업 : 프리랜서

거주지: 인천시 미추홀구

거주형태 : 주택

형제관계: 1남1녀 중 둘째

Characteristic

-강인하고 냉철한 사고를 지니고 있다.

-상황을 냉정하게 판단하고 논리적으로 이끌어간다.-공과 사를 철저히 구별해 업무처리능력이 뛰어나다.

-책임감이 강하며 성실하다는 말을 자주 듣는다.

-이기적이라는 말을 듣지만, 알고 보면 여린 내면의 소유자라고

할 수 있다.

Behavior

구매특징: 퀄리티 높은 브랜드 상품을 선호한다. 국내에선 잘 팔지 않는 경우가 많아 해외배송을 자주 이용함.

교육수준 : 대학교 중퇴

소득수준 : 부모님이 주시는 용돈 + 프리랜서로 버는 소득 (월 100+@)

SNS: 인스타그램, 트위터, 페이스북 전자기기 이용시간: 하루 7시간 이상

중고물건 구매여부 : 사기당할 위험이 높아 구매하지 않는다.

Background

-낸시는 혼혈으로, 외국에서 유학을 하다 한국으로 돌아왔다. 그러다 보니 한국에는 없는, 외국 물품을 주로 이용 해야할 때에 해외직구를 자주 사용하게 된다. 의외로 컴맹 기질이 있어 배대지, 백오더, 트래킹 등 용어를 잘 몰라 직구에 들어려움을 겪는다.

시나리오







같은 대학 동아리 선후배였던 혜윤과 낸시는 SNS를 통해 서로의 인테리어나, 쇼핑 사진 등을 공유한다.

하루는 혜윤과 낸시가 우연히 길을 가다 마주치게 되는 사건이 있었다. 낸시가 자퇴 후 SNS를 통해서만 연락을 이어왔는데, 이렇게 실제로 다시 보게 된 것이 반가운 나머지 둘은 카페에 들어가 오랫동안 나누지 못했던 이야기를 나누게 된다. 이런저런 이야기를 나누던 도중, 낸시가 혜윤의 가방을 발견하게 되고, 어디서 구입하게 된 건지 물어본다.

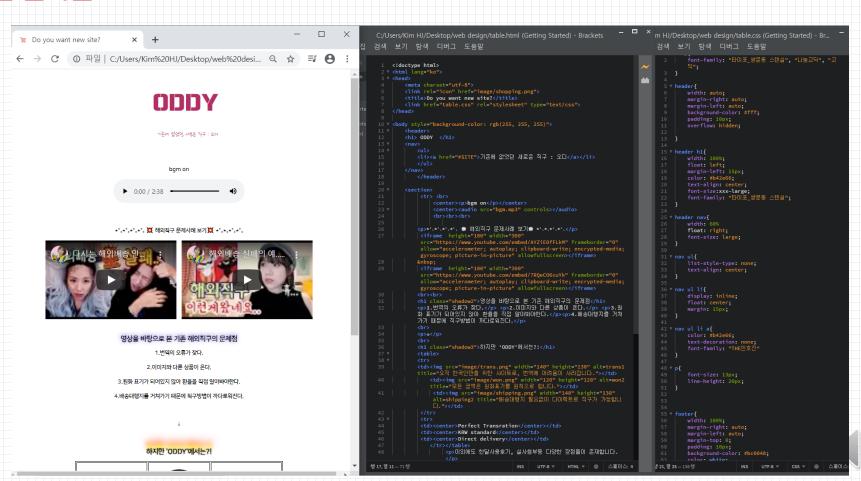
혜윤은 이 가방은 해외직구를 통해 구입하였다고 말해준다. **평소 해외직구를 하고 싶어도 까다로운 과정에 막혀 주문에 늘 실패하던 낸시는 자신이 컴맹이라 아직 직구하는 법을 모른다며 자책한다.** 그 모습을 본 혜윤은 지금 가방도 예쁘다며 직구에 어려움이 있을 때 언제든지 도와준다고 한다. 이를 들은 낸시는 왜인지 자신이 부끄러워져 자존심에 스크래치가 나게 된다.

"언니, 제 가방은 미국 본토에서 직접 사온거라 해외직구? 생각해보니 그런거 할 필요없겠네요~절대 내가 못하는게 아니라~…" 혜윤은 자존심 강한 낸시의 성격을 알고있는터라, 그 모습이 안쓰럽게만 느껴졌다. 다이렉트로 배송되는 사이트는 없는걸까, 하며 이따금 고민하다가도, 둘은 다시 즐겁게 수다를 떨다 헤어지게 된다.

다음 날, 혜윤은 예전에 같이 아르바이트를 하던 언니 수아와 함께 저녁약속을 잡게 된다. 통 큰 수아 언니답게, 저녁을 사주시기로 했다. 수아 언니는 발이 넓어 많은 지식을 두루두루 섭렵하고 있다. 혜윤은 낸시와 어제 있었던 일을 털어놓으며 대화를 시작하게 된다. 이를 들은 혜윤이 최근에 새로 생긴 웹사이트인데, 번역도 잘 되어있고, 무엇보다도 어려운 용어 없이 초보도 쉽게 직구할 수 있는 사이트 가 런칭되었다고 알려주게된다. 혜윤은 즉시 사이트에 들어가보고, 깔끔하게 정돈되어있고, 편리함에 감탄하게 된다. 이를 줄곧 낸시에게 알려주니 자존심이 강했던 낸시도 한층 수구리고는 고맙다며 온갖 감사의 인사를 전하게 된다. 낸시도 앞으로는 더욱 쉽고 즐겁게 원하는 물건들을 직구할 수 있을 것으로 보인다.



실습 결과물



실습 결과물

