

웹 제작 기획서

이름: 김지영

01

01. 자료수집 및 분석

- 1) 웹디자인 트렌드 조사 및 분석
- 2) 자사 조사 및 분석
- 3) 경쟁사 조사 및 분석

02

02. 제작방향

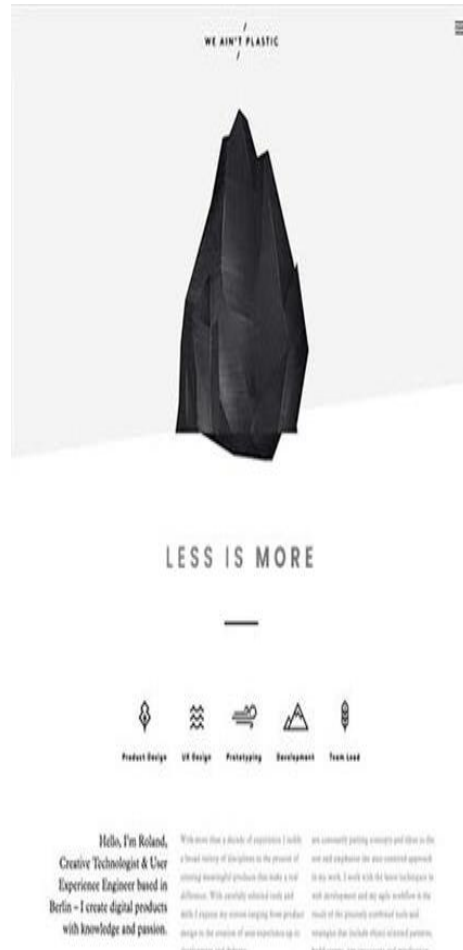
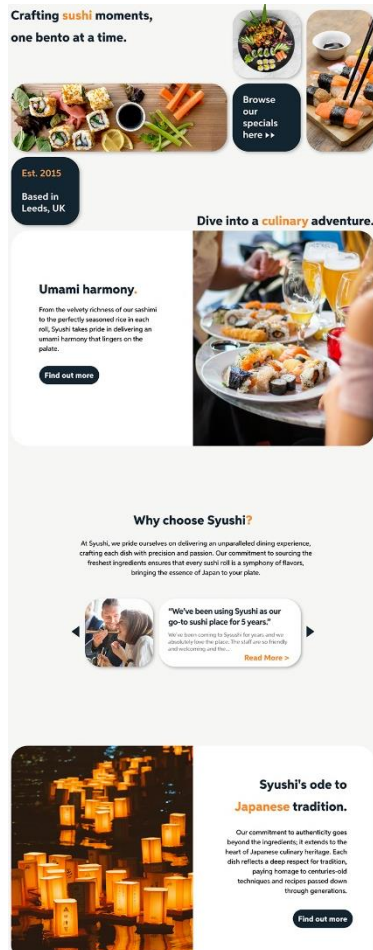
- 1) 디자인 방향성 및 전략
: 잠재적 문제점(Problem) 및 개선방향 (Solution)
: 디자인 구성요소 계획 및 색채 계획
: IA / 와이어프레임 계획
- 2) 제작물 포인트

01

자료수집 및 분석

- 1) 웹디자인 트렌드 조사 및 분석
- 2) 자사 조사 및 분석
- 3) 경쟁사 조사 및 분석

웹디자인 트렌드 조사 및 분석



- 벤토 그리드 레이아웃
칸막이로 나뉜 도시락과 같이 웹/앱의 인터페이스를 여러 개의 박스 또는 셀로 분할한, 구획화 된 디자인 레이아웃이다. 최근 애플이 온라인과 IOS에 활용하며 큰 주목을 받게 되었다. 사용자들이 정보를 쉽고 효율적으로 탐색할 수 있게 도와주며, 다양한 구성으로 배열하는데 효과적이다.
- 미니멀리즘
여백과 깔끔한 레이아웃을 활용해 시각적으로 매력적이고 탐색하기 쉬운 웹사이트를 만들 수 있다. 불필요한 정보가 없어 사용자가 방해받지 않고 필요한 정보를 빠르게 찾을 수 있게 하기 때문에 사용자 친화적으로 웹사이트 제작이 가능하다.

웹디자인 트렌드 조사 및 분석



- 빅타이포 그래픽
일반 텍스트보다 훨씬 더 큰 사이즈와 무게감 있는 서체를 사용하여 서비스나 제품을 강조할 수 있고 메시지를 간결하고 명확하게 전달할 수 있다.
특히, 로고나 슬로건을 크게 표현하여 브랜드를 쉽게 인식할 수 있도록 만들어 준다.



- 자연 참조
친환경 및 유기농 제품에 대한 관심이 높아지면서 자연스러운 컬러, 천연 소재 등 자연스러운 요소들이 디자인을 매력적으로 만들어 준다.
단순히 친환경 소재를 선택하는 것을 넘어 자연과 연관된 요소를 디자인에 불러 넣어야 한다.
유기적인 아름다움에서 영감을 얻어 대자연의 고요함과 편안함을 반영하는 것이 트렌드이다.

자사 웹디자인 조사 및 분석

* Identity분석

TOUN28
톤28

이마와 코 ‘T’존, 눈가 ‘O’존, 턱 선 ‘U’존, 입가 ‘N’존.

TOUN 철자 하나하나에 각 부위 별로 관리가 필요하다는 의미를 담고, 28일 마다 변하는 기 후, 피부 세포주기, 여성의 생리 주기를 반영한 바를 거리를 제공하기 때문에 28을 넣어 “TOUN28”이라는 이름이 탄생하게 되었다.

친환경

맞춤형 서비스

정직

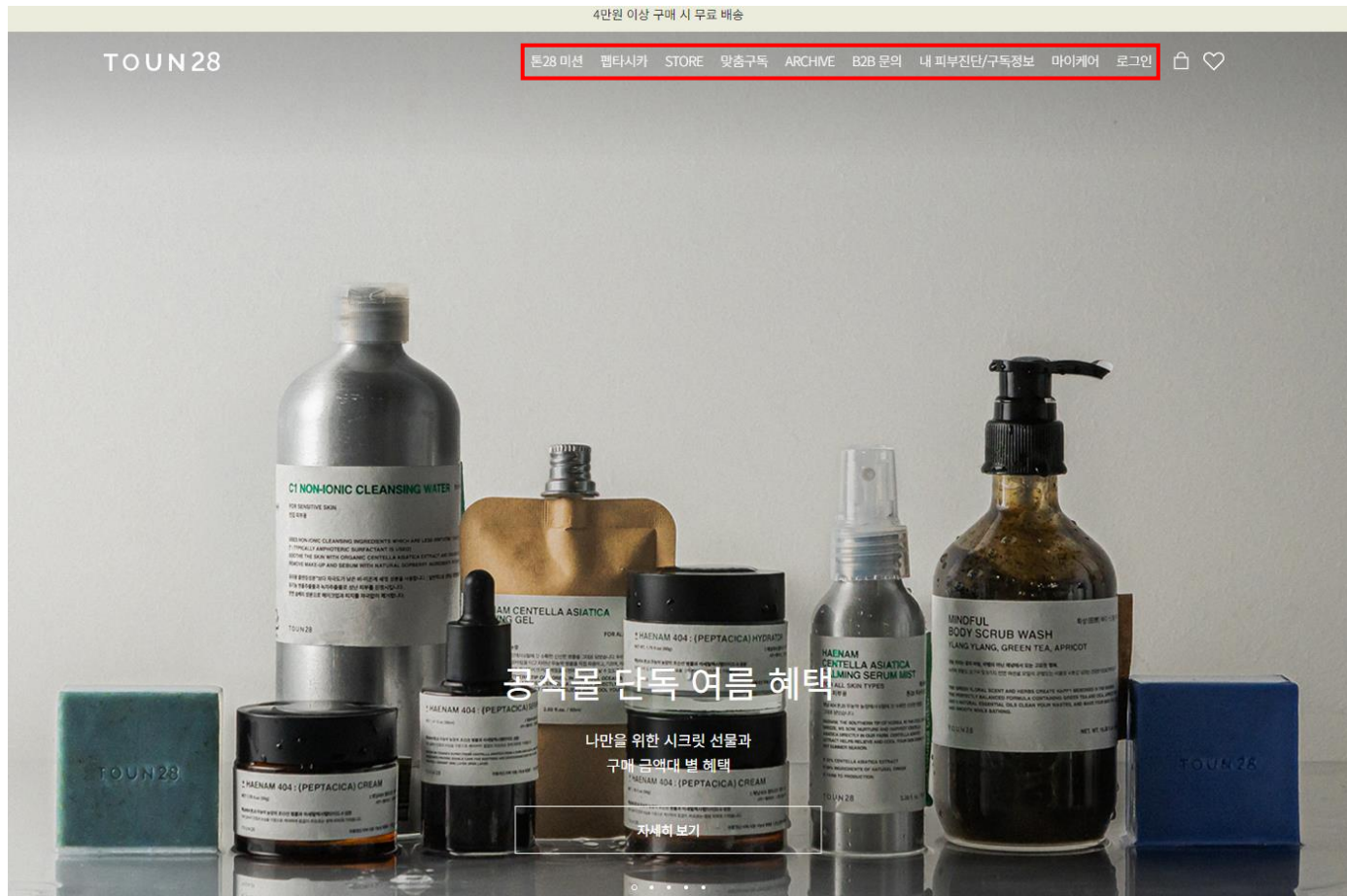
아름다움

“톤28”은 친환경 뷰티 브랜드로, 맞춤형 화장품 구독 서비스를 주력으로 밀고 있다.

친환경을 사명으로 받아들여 화장품의 성분부터 패키징 등 제품의 시작과 끝의 모든 과정에 자연을 우선시하는 이념을 담아 제품을 생산한다. 단순히 미적인 아름다움보다는 정직한 아름다움을 고객들에게 선사하며, 윤리 소비와 가치소비를 추구할 수 있는 뷰티 브랜드가 되는 것을 모토로 삼고 있다.

자사 웹디자인 조사 및 분석

* IA (정보구조)



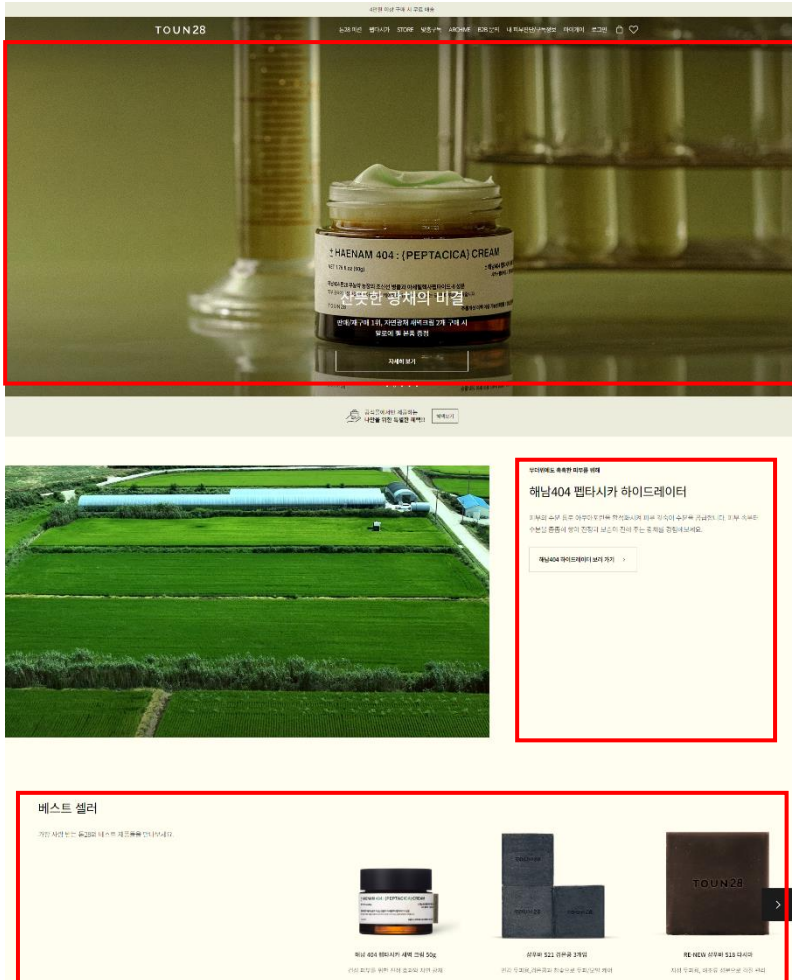
톤28의 웹페이지는 메인 메뉴가 줄줄이 나열되어 있다.

각 메뉴의 간격이 가까워서 가독성이 떨어질 것 같기에, 메인 메뉴와 세부 메뉴를 나눠 간격을 넓히는 것이 좋을 것 같다.

마이케어, 내 피부진단/구독정보 등 비슷한 메뉴는 한 카테고리에 넣어 세부 메뉴로 넣는 게 좋을 것 같다.

특히나 톤28 미션은 종이패키지 개발, 직접재배 등 너무 많은 정보가 담겨 있기 때문에 소비자가 한 눈에 볼 수 있게 세부 메뉴에 타이틀 별로 정리해 두어야 할 것 같다.

자사 웹디자인 조사 및 분석



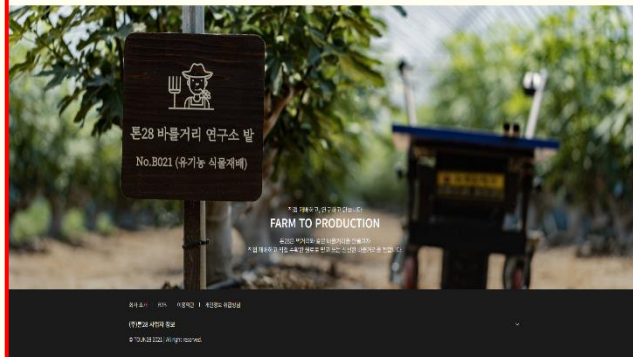
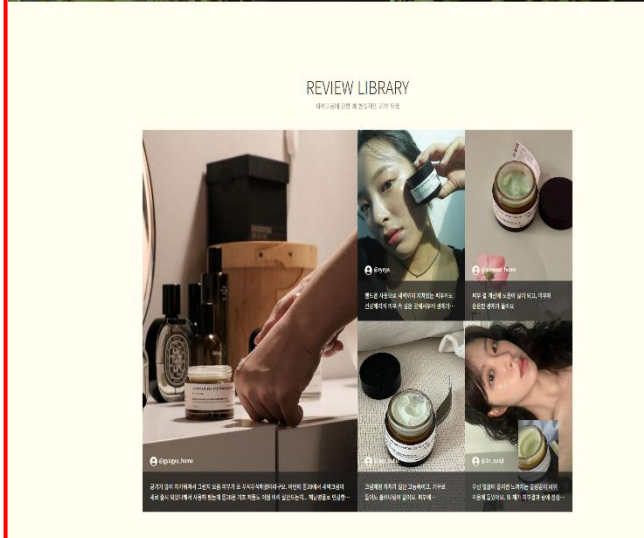
친환경 기업답게 자연 친화적 트렌드를 반영하여 전체적 색감을 자연과 비슷한 색감으로 잘 설정한 것 같다. 과한 색감 없이 자연스럽게 페이지를 읽어 내려갈 수 있다.

첫 화면에 할인정보를 보여주는데 소비자가 더 관심을 가질만한, 예를 들면 브랜드가 추구하는 가치를 이미지나 영상으로 드러내면 좋을 것 같다.

여백으로 깔끔한 느낌을 줄 수 있는 것에 반해 아래쪽으로만 여백이 너무 많다. 그래서 성의 없이 만든 듯한 느낌이 들어 텍스트 위치나 사진 위치 조정이 필요할 것 같다.

스크롤을 내렸을 때 맨 위로 올라갈 수 있는 탭버튼이 있으면 좋을 것 같다.

자사 웹디자인 조사 및 분석



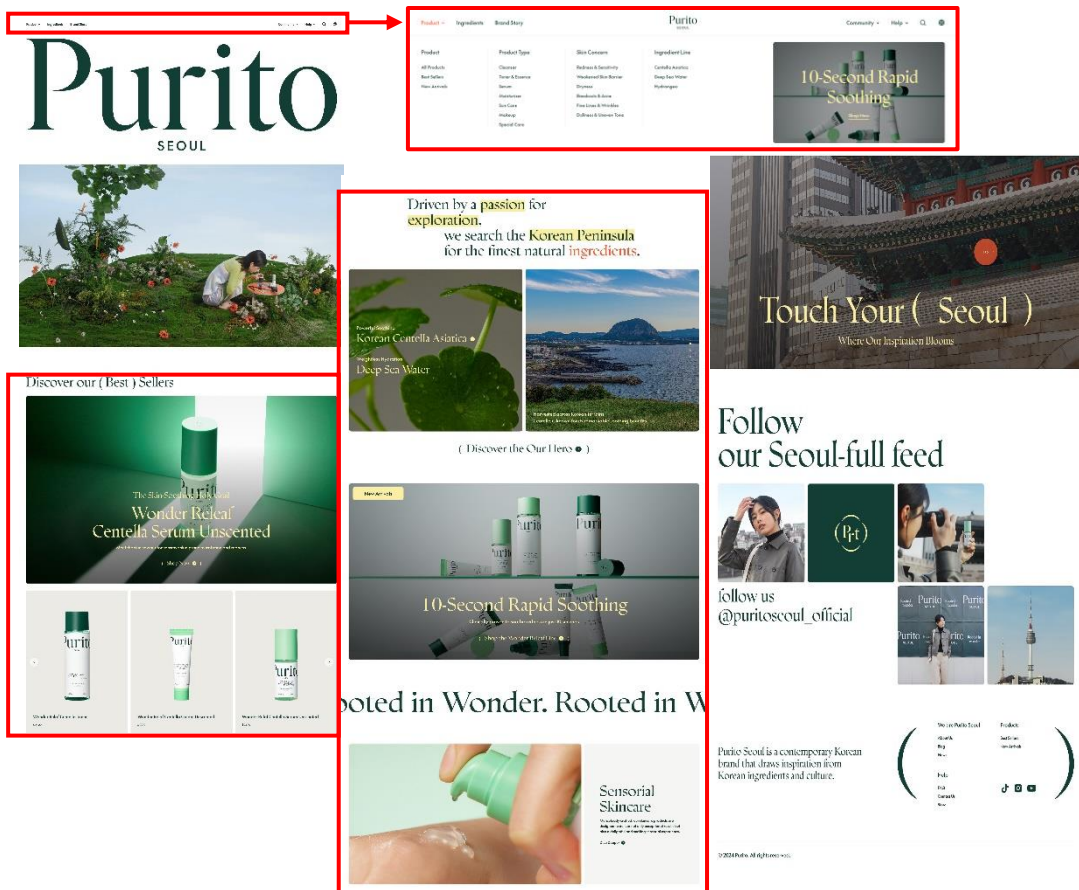
전체적인 구성이 아쉽다.

향수 클래스나 리뷰가 많은 자리를 차지하고 있는데 비해 톤28의 주력 상품인 구독 서비스에 대한 내용은 하나도 없다.

이 두 부분을 줄이고 구독 서비스에 대한 내용을 추가하는 게 좋을 것 같다.

베스트 상품이 있기 때문에 그 부분에서 상품을 추가하거나 하고, 베스트 카테고리는 빼는 것이 나을 것 같다. 오히려 이 부분에 벤토 그리드 레이아웃 트렌드를 적극적으로 반영하여 브랜드 스토리나, 현재 진행중인 캠페인 등을 보여주어 사용자들이 쉽게 브랜드에 관해 알아갈 수 있도록 정보를 넣는 게 좋을 것이라 생각된다.

A경쟁사 웹디자인 조사 및 분석



A경쟁사인 ‘퓨리토 서울’은 피부 진정을 주력으로 비건 화장품을 생산하는 브랜드이다.

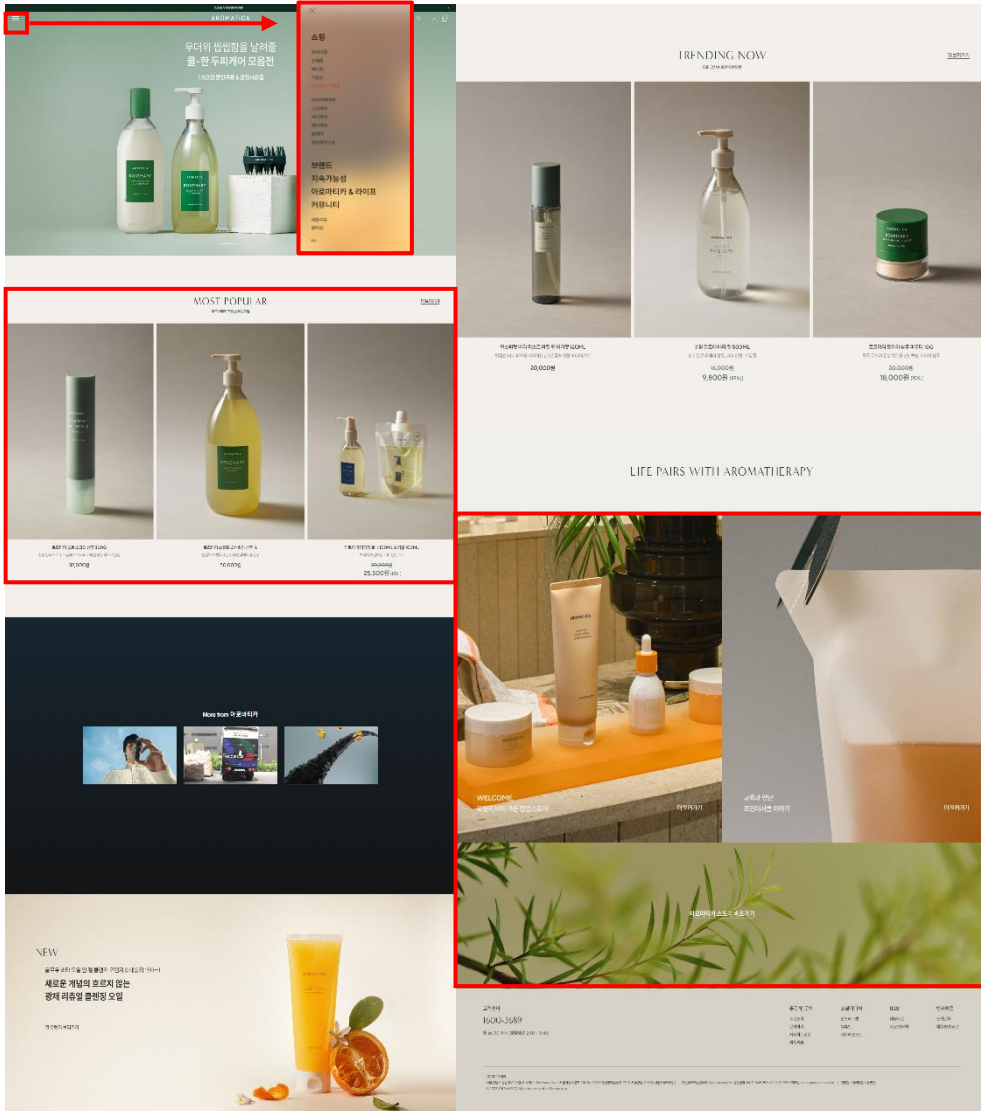
전체적으로 영하고 활기찬 느낌의 웹페이지이고 벤토 그리드 트렌드를 많이 반영한 것으로 보인다.

메인메뉴를 hover하면 서브메뉴가 나온다. 메인과 서브 메뉴의 구성이 잘 정리 되어 있다.

자신들의 장점인 원료에 대한 정보를 여러 번에 걸쳐 강조하고 있다.

글이 많고, 밑줄로 글을 강조하는 등의 효과를 사용해 너무 정보가 많고 깔끔하지 않다는 느낌이 든다.

B경쟁사 웹디자인 조사 및 분석



B경쟁사인 ‘아로마티카’는 천연, 유기농 원료로 비건 화장품을 생산하는 브랜드이다.

전체적으로 은은한 색감을 사용하고, 심플하고 깔끔한 느낌의 웹페이지이다.

메뉴를 숨겨두고 더보기 버튼을 눌렀을 때 나타나게 구성되어 있다. 메인메뉴와 서브메뉴가 폰트 사이즈로 구별되어 정리가 잘 되어 있는 편이다.

불 필요한 정보 없이 여백과 깔끔한 레이아웃을 사용하여 필요한 정보를 빠르게 찾을 수 있다. 이는 미니멀리즘 트렌드가 반영된 것으로 보인다.

브랜드 스토리, 팝업스토어, 환경과 관련된 활동에 관한 정보를 벤토 그리드 트렌드를 반영하여 사용자들이 쉽게 브랜드 정보에 대해 알아갈 수 있게 디자인해 놓았다.

02

제작방향

- 1) 디자인 방향성 및 전략
 - : 잠재적 문제점(Problem) 및 개선방향 (Solution)
 - : 디자인 구성요소 계획 및 색채 계획
 - : IA / 와이어프레임 계획
- 2) 디자인 설계
- 3) 디자인시안
- 4) 제작물 포인트

디자인 방향성 및 전략

- 목표타겟 (주 사용자층)

친환경 뷰티 브랜드, 맞춤형 화장품 구독 서비스에 관심을 가지고 있는 소비자


- 개선방향

첫 화면에 브랜드가 추구하는 가치를 영상으로 보여주며 친환경 뷰티 브랜드임을 강조하기

메인메뉴와 서브메뉴를 나눠 소비자가 얻고 싶은 정보를 쉽게 볼 수 있게 정리하기

톤28의 주력상품인 구독서비스 바로 신청할 수 있게 추가하기

벤토 그리드 레이아웃 트렌드를 반영해 브랜드에 대한 정보를 알 수 있게 보여주기



친환경

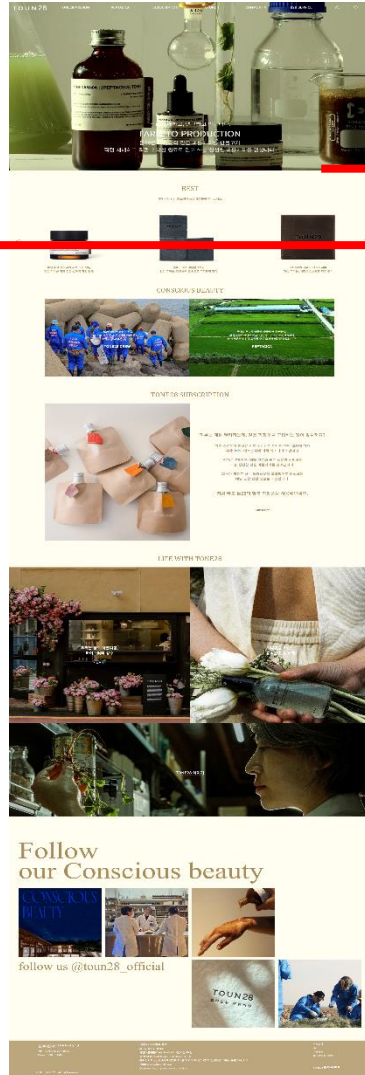
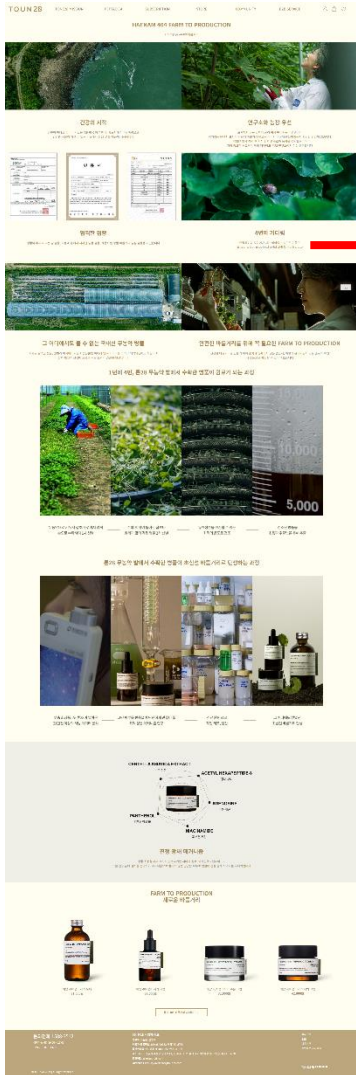
미니멀리즘

깔끔

IA(정보구조)

TONE28					
톤28 미션	펍타시카	맞춤구독	제품	커뮤니티	B2B
생분해 어구 지원금		내 피부 진단 / 구독 정보	ALL	공식몰 전용 혜택	
종이패키지		마이 케어	BEST	라이브러리	
SOLID OVER LIQUID			HAIR	REVIEW	
FARM TO PRODUCTION			FACE		
톤28 크루			SOAP		
ARCHIVE			BODY		
			PERFUME		
			GIFT		
			LIFE		

디자인 설계

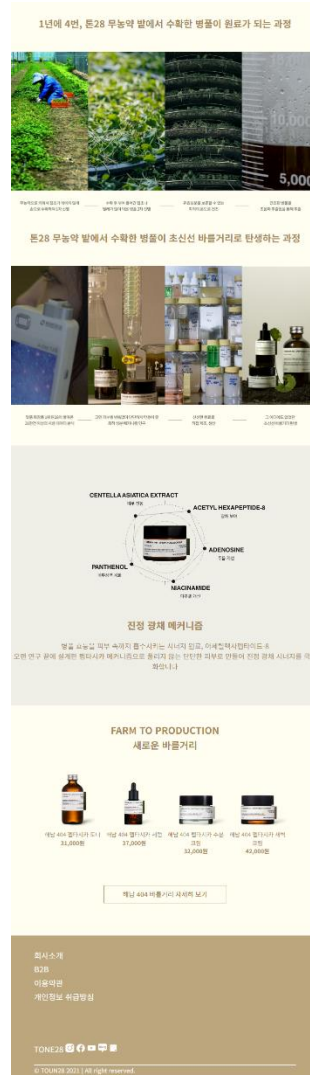
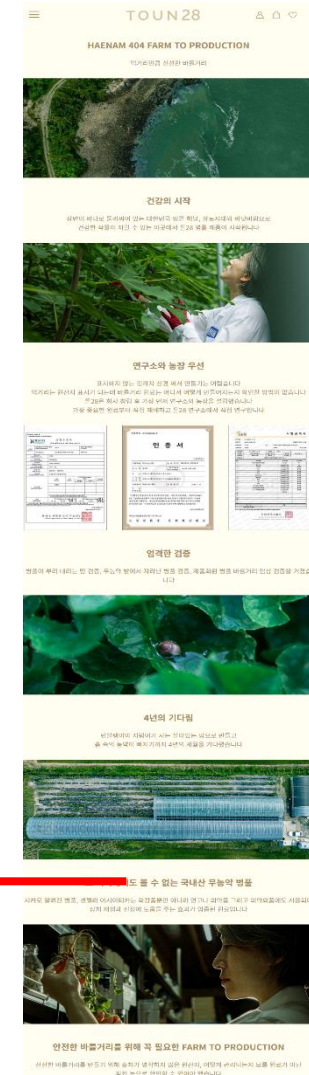


Web (1600px)

메인페이지
서브페이지

Mobile (768px)

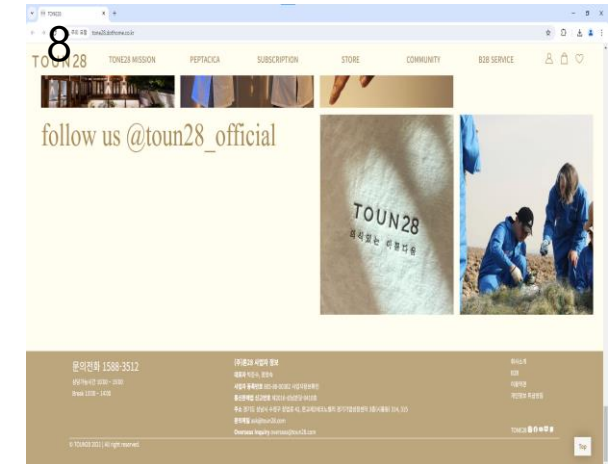
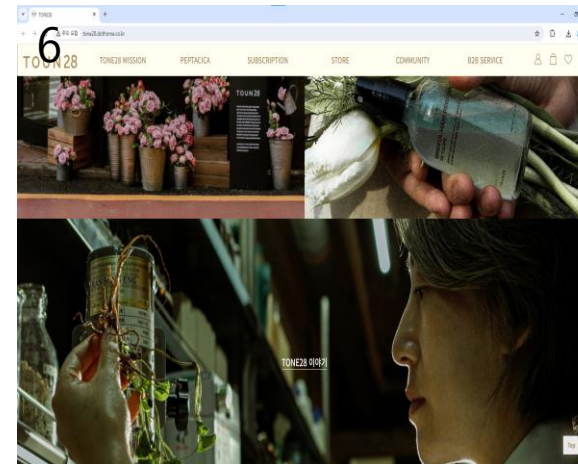
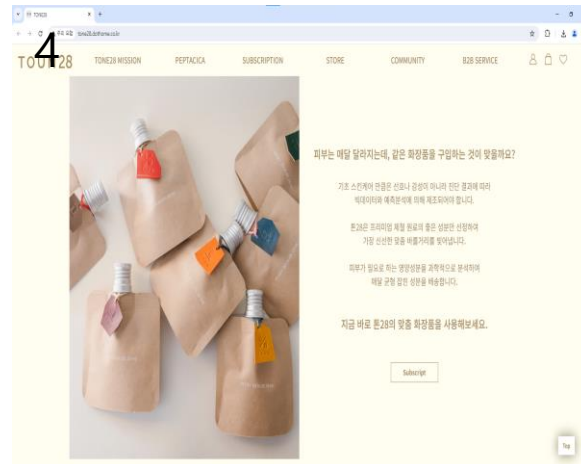
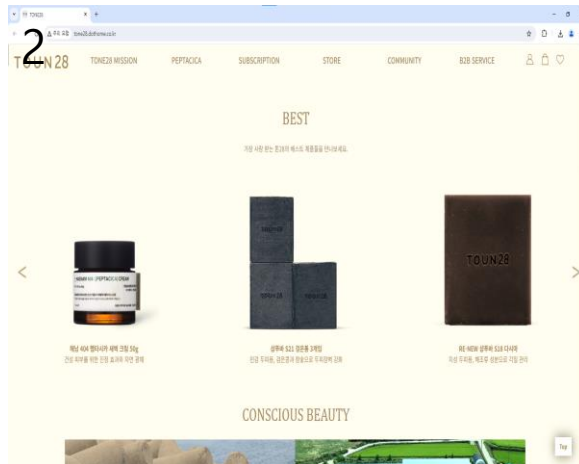
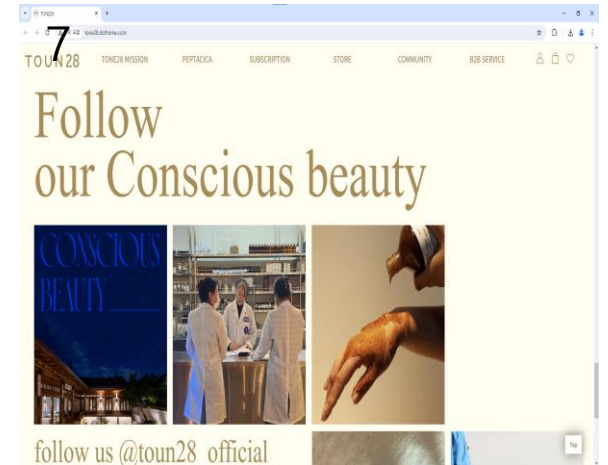
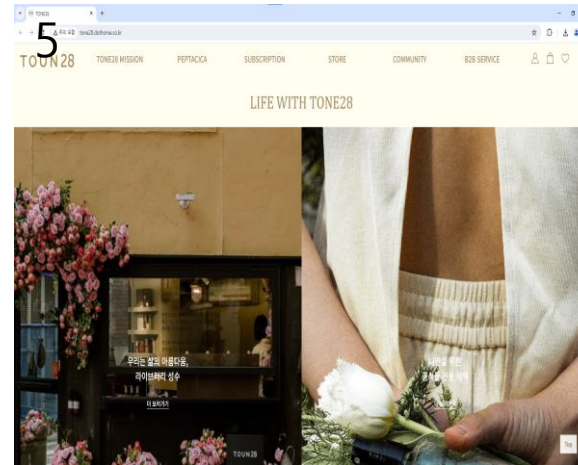
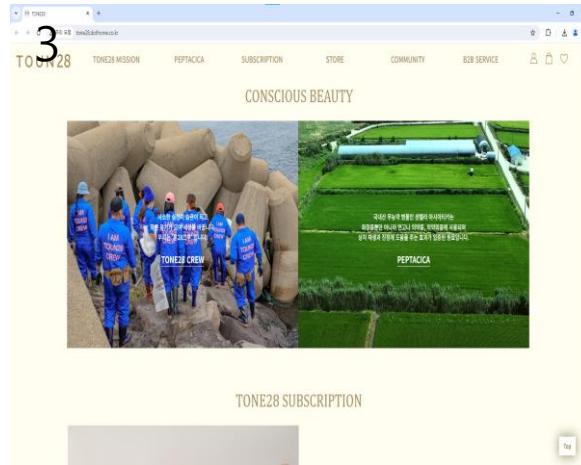
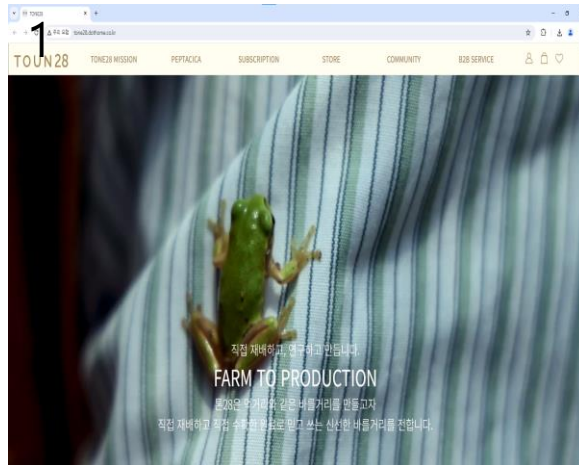
메인페이지
서브페이지



디자인 시안

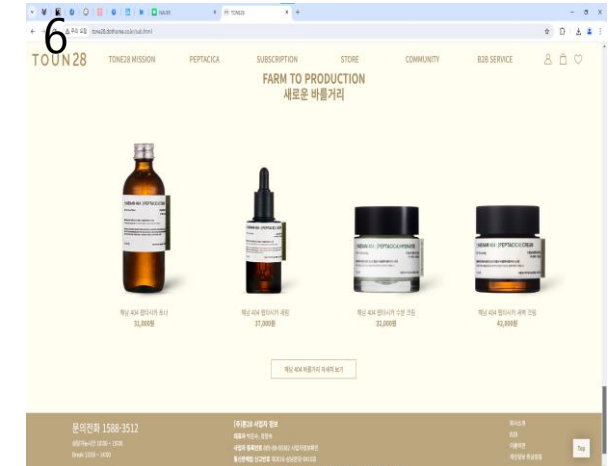
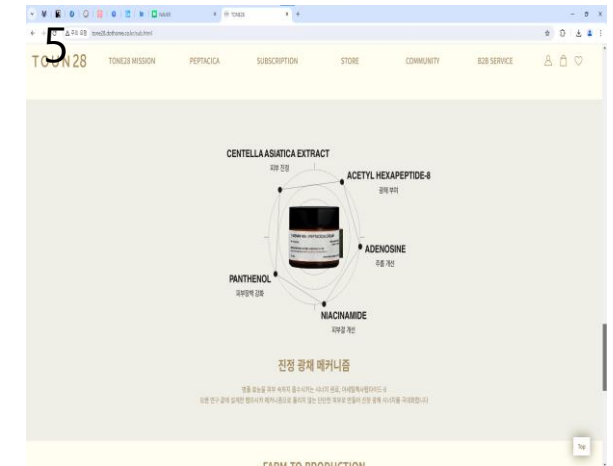
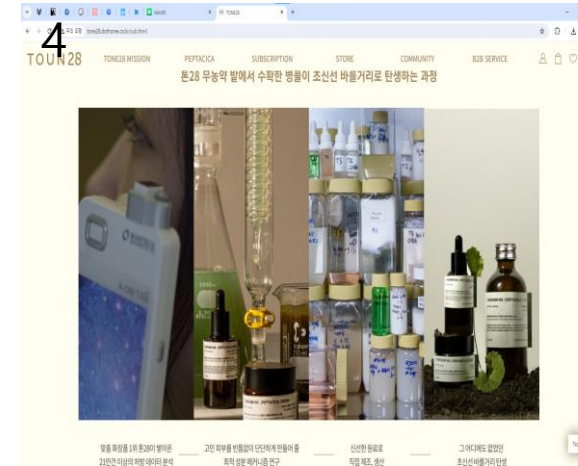
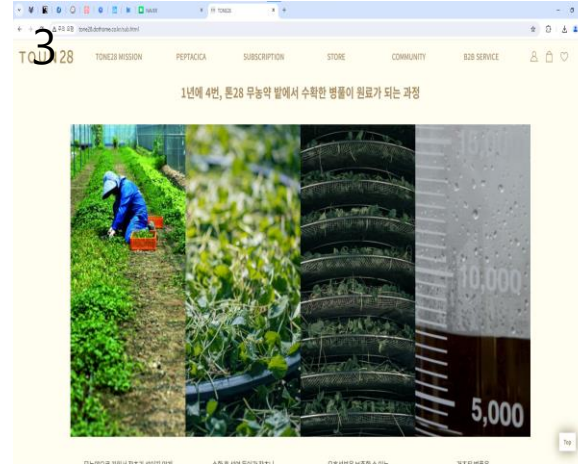
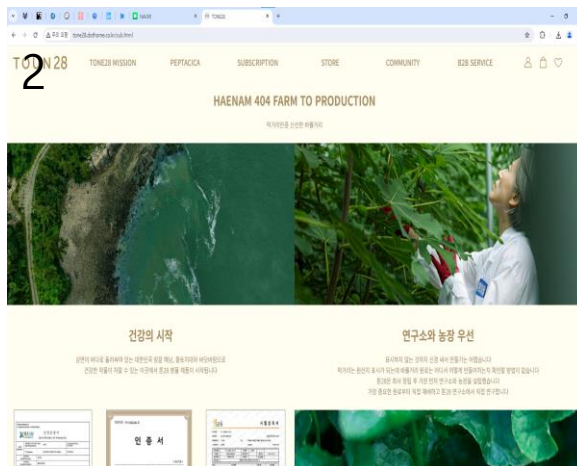
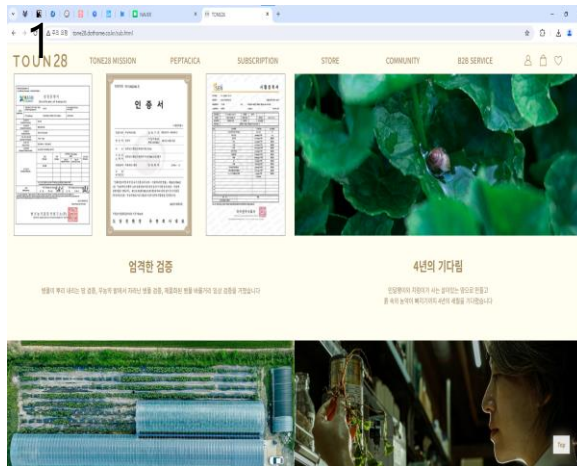
홈페이지 주소 : tone28.dothome.co.kr

메인페이지



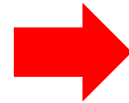
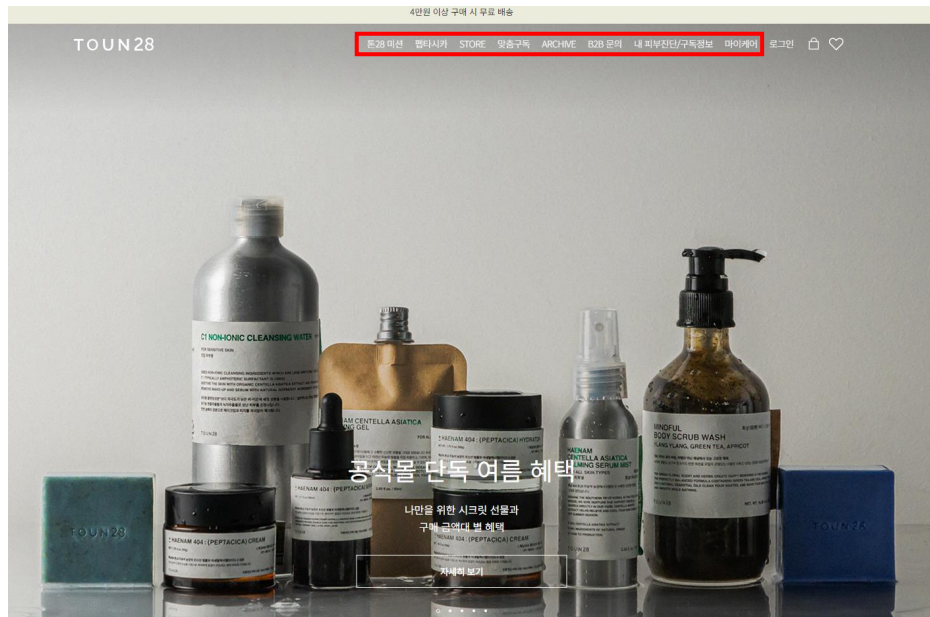
디자인 시안

홈페이지 주소 : <http://tone28.dothome.co.kr/sub.html> 서브페이지



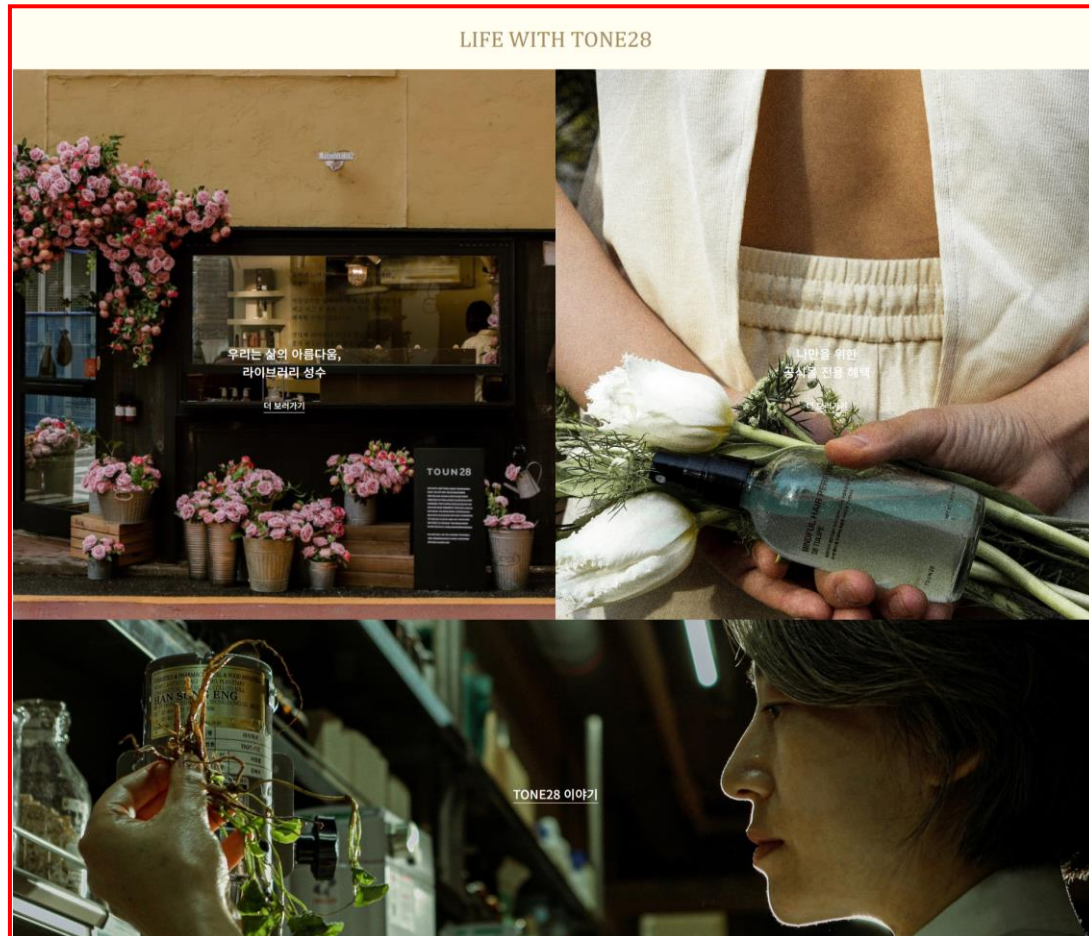
제작에 신경 쓴 포인트 소개

원래 메인메뉴로만 되어 있던 메뉴 부분을
메인메뉴와 서브메뉴를 나눠 소비자가 얻고 싶은 정보를 빠르게 찾을 수 있게 정리하였습니다.
그리고 상단에 메뉴를 고정하여 페이지 이용이 더욱 편리하게 만들었습니다.



제작에 신경 쓴 포인트 소개

브랜드 관련 정보



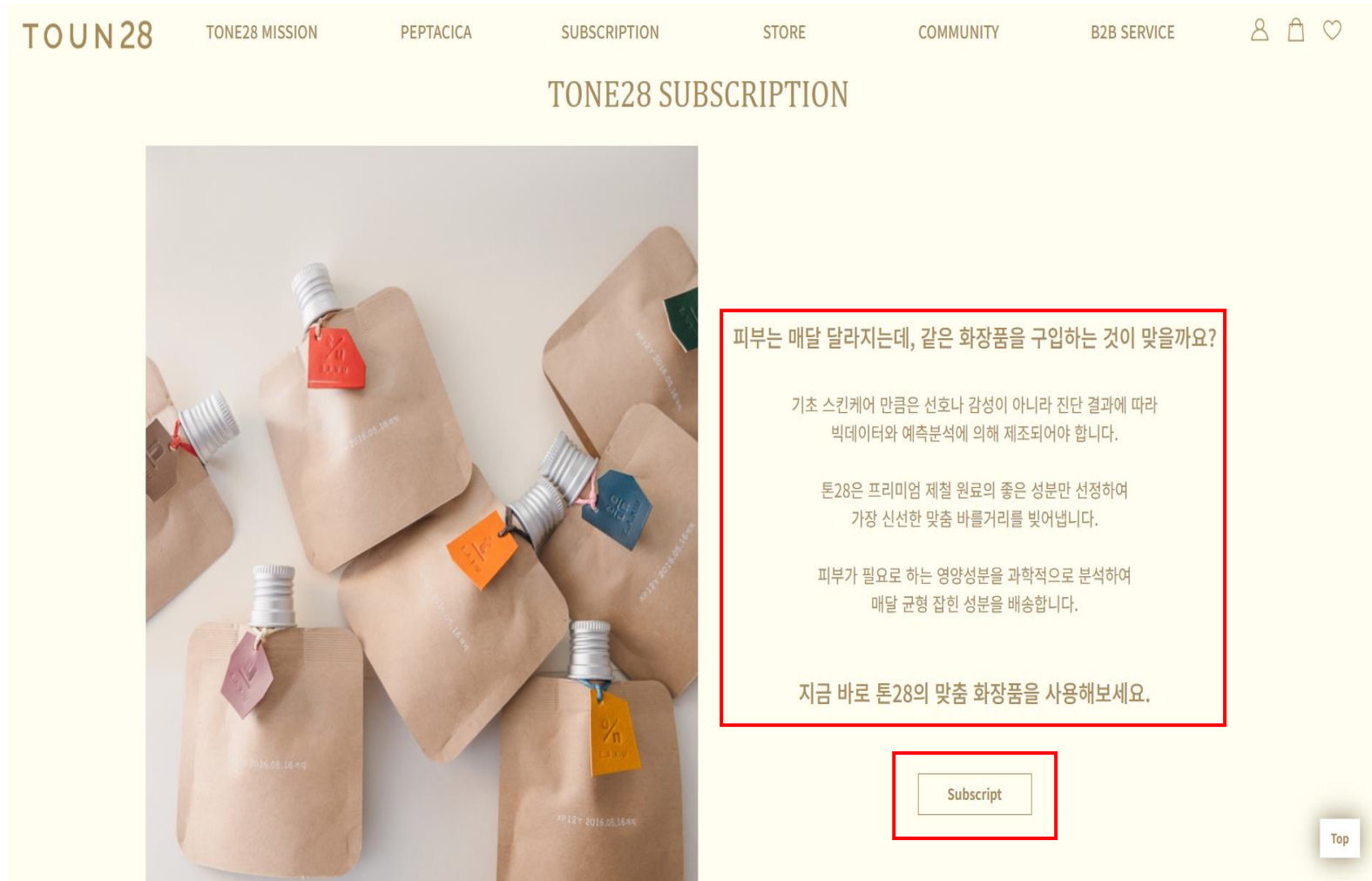
원래 페이지에 브랜드 정보가 없어 한 눈에 브랜드와 관련된 정보들을 볼 수 있게 정리하였습니다.
그리고 원래 페이지에는 없던 환경과 관련된 정보를 넣어 친환경 뷰티 브랜드임을 강조하였습니다.

TOUN28 TOUN28 MISSION PEPTACICA SUBSCRIPTION STORE COMMUNITY B2B SERVICE

친환경 뷰티 브랜드 강조



제작에 신경 쓴 포인트 소개



톤28의 주력 상품이 구독서비스임에도 불구하고 원래 페이지에는 쉽게 찾아볼 수 없었습니다.

그래서 페이지 제작을 할 때 구독 서비스에 대한 설명을 바로 볼 수 있게 만들었고 구독 버튼을 통해 바로 구독할 수 있게 제작하였습니다.

제작에 신경 쓴 포인트 소개

Follow our Conscious beauty



follow us @toun28_official

‘벤토 그리드 레이아웃’ 트렌드를 반영하고, 톤28이 추구하는 브랜드 가치가 담긴 사진을 선정하여 SNS를 홍보하는 칸을 만들어보았습니다.

출처

* URL 또는 서적 정보

트렌드

<https://post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo=37397298&memberNo=25826366>

<https://sunlightmedia.org/ko/%EC%9B%B9-%EB%94%94%EC%9E%90%EC%9D%B8-%EB%8F%99%ED%96%A5/>

<https://www.youtube.com/watch?v=vhqC18NosiQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=PoxSFerjoBc>

참고 사이트

<https://www.toun28.com> 톤28

<https://www.aromatica.co.kr/> 아로마티카

<https://purito.com/ko/> 퓨리토서울