

NCS능력단위평가 결과물제출

능력단위명	UI/UX 콘셉트기획
성 명	김영선
제출일자	2021-09-13

1. 프로젝트 과제 분석

01-1 웹사이트 세부 분석

- 경영전략 수립 분석 : SWOT (강점, 약점, 기회, 위협)

	긍정요인	부정 요인
내부 요인	<p>강점</p> <p>오프라인보다 온라인 웹사이트를 통해서 카테고리 별로 상품을 볼 수 있다는 점.</p>	<p>약점</p> <p>다양한 상품들이 올라와 있으나 정리되지 않은 듯한 느낌으로 집중도가 떨어짐.</p>
외부 요인	<p>기회</p> <p>코로나로 인한 명품 구매 상승되었고 비대면으로 구매 선호도 상승.</p>	<p>위협</p> <p>고가의 상품을 판매하는 곳임에도 불구하고 그렇지 못한 웹사이트 구성으로 구매로 연결되지 않음.</p>

주요 핵심사항 : 웹사이트 변경을 통해 코로나 비대면 시대에 온라인 구매율 상승 기대.

2. 프로젝트 과제 분석

02-1 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 소비자

	평가요소	평가 기준
소비자	시장규모, 시장 성장률	세분시장의 규모는 적절한가? 적절하다. 경쟁사가 존재하지만 브랜드마다의 특색이 있기 때문에 큰 영향을 끼치진 않는다.
		성장 가능성이 높은 시장인가? 높다. 이미 브랜드의 매니아층이 존재하고 유명한 브랜드이기 때문에 다양한 제품을 출시한다면 더 높은 성장이 가능하다.
		세분 시장별 잠재 수요는 어느정도인가? 코로나로 인하여 많은 행동적 제약 속에 스트레스를 풀기 위해 명품을 소비하는 사람들이 늘어남에 따라 잠재 수요는 점점 더 상승할 것으로 예상된다.

2. 프로젝트 과제 분석

02-2 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 경쟁사

	평가요소	평가 기준
경쟁사	현재의 경쟁사, 잠재적 경쟁사	<p>현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가?</p> <p>명품의 경우 브랜드마다의 특색이 뚜렷하게 존재하기 때문에 크게 강력한 경쟁사는 없다. 다만 타브랜드의 큰 행사 및 할인이 진행되게 된다면 타격이 있을 수 있다.</p>
		<p>새로운 경쟁사의 진입 가능성이 높은가?</p> <p>이미 유명한 브랜드들이 자리잡고 있기 때문에 새로운 경쟁사의 진입 가능성은 높지 않다.</p>

2. 프로젝트 과제 분석

02-3 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 자사

	평가요소	평가 기준
자사	기업 목표, 자원 시너지 효과	기업의 목표와 일치 하는가? 지속 가능한 발전을 목표로 함. 다만 웹사이트의 경우 다소 부족한 상태임.
		인적, 물적, 기술적 자원을 갖추고 있는가? 적절하게 갖추고 있음.
		기존 서비스와 시너지 효과를 낼 수 있는가? 이미 유명한 브랜드이기 때문에 웹사이트 재구성으로 온라인 판매율이 상승된다면 시너지 효과가 날 수 있음.

3. 프로젝트 제작 방향 정리

03-1 조사 분석 내용 최종 정리

- 기업분석 (SWOT, 3C)
- 페르소나 분석
- 매트리스분석

정리

제작 핵심

- 따뜻하고 고급스러움이 느껴지는 페이지
- 핵심 제품들이 한눈에 보이게 정리

제작 방향

- 주요컨셉 : 딱딱하지 않고 부드러운 느낌 강조

제작 컬러

- 주요 컬러 : 주황색, 회색
- 배색 컬러 : 화이트, 밝은 회색