

Samsonite Korea

웹사이트 리뉴얼 기획서

01

Brand Overview

UI/UX 요구분석 1

Brand Overview

Brand

브랜드명	샘소나이트 (Samsonite)
웹사이트	https://www.samsonite.co.kr/
주요품목	캐리어, 백, 백팩, 액세서리 (여행소품 등)
주요품목 특징	높은 퀄리티의 바퀴, 원 클릭 잠금장치, 내장형 거울, 마그네틱 지퍼, 도난방지 이중 지퍼, USB포트, RFID 개인정보 보호 칩 등

Target

타겟층	여행객, 소셜 미디어에 익숙한 젊은 세대
타겟층 특징	사회 현상 및 SNS로 인해 여행 수요가 상승하면서 가방선택이 여행의 질을 좌우하는 중요한 기준이 됨 → 내구성을 갖추면서 가볍고 특별한 디자인을 선호
구매상황	여행 계획 발생 또는 브랜드가 있는 제품을 찾을 때
구매시기	상시 또는 여행 성수기 시즌

02

User Persona

UI/UX 요구분석 2

User Persona



Sona Kim

27세 직장인

특징

여행/SNS 좋아함

결정장애

시나리오

근 몇 년간 세계적인 바이러스 사태로 인해 어쩔 수 없이 여행을 중단해야했던 그녀는 최근에 버킷리스트 중 하나였던 '유럽 한달 살기'를 실천하고자 한다. 여행을 좋아하는 만큼 캐리어 역시 많이 쓰이는 바람에 낡아진 상태라 새롭게 구매하려는 계획을 세우게 되는데...

불만사항

- 시중에 너무 많은 캐리어들이 있지만, 비슷비슷해 보여서 뭘 사야 좋을지 모르겠다.
- 내 상황에 딱 맞는 캐리어를 찾고 싶지만 머릿속이 복잡하고 검색도 시원치 않다.

라이프 스타일

올로(YOLO) 라이프, 글로벌 트로터, 디지털 노마드 등

목표

- 여행에만 온전히 집중하고 싶기 때문에 특별한 이슈가 생기지 않길 원한다. ex) 캐리어 고장 등
- 가격은 크게 상관없으니 디자인과 기능성을 동시에 잡은 제품을 사서 오랫동안 사용할 것이다.

03

Design Strategy

UI/UX 콘셉트 기획

Design Strategy

Concept

깔끔한, 세련된, 직관적인,
사용친화적인, 혁신적인

Tone & Manner



“하이테크한 기술과 개성적인 디자인
그리고 여정에 대한 새로움과 기대”

Keyword

심미적인, 전문적인, 견고한,
신뢰감 있는, 활동적인

Strategy

- 브랜드의 *해리티지를 적극 어필하여 브랜드의 아이덴티티를 명확히 하고, 나아가 소비자가 브랜드에 대한 신뢰를 높일 수 있도록 한다.
*정통성, 스토리, 가치(철학), 기술과 능력 등을 포함
- 제품의 주요 특·장점을 잘 드러내어 소비자가 제품을 쉽게 선택함과 동시에 사후 서비스 내용도 함께 고려하여 설계한다.

Check List

- 난잡하고 어수선한 레이아웃 및 플로팅 버튼 개선
- 글꼴 판독 및 가독성, 아이콘 밸런스 개선
- 사이트 전용 이미지 (메인, 배너 등) 퀄리티 개선
- 제품 단독 컷, 모델 컷 등 다양한 상황 연출 이미지(영상) 적극 활용

04

Site Map

UI 아키텍처설계

Site Map #1

main

- 주력 판매 상품을 주축으로 구성
- 쇼핑하는데 있어 찾는 빈도수가 높은 메뉴 포함

캐리어

소형 수하물

중형 수하물

대형 수하물

특대형 수하물

백팩

비즈니스

캐주얼

여성

키즈

가방

서류가방

크로스백

토틀백

보스턴백

기타

악세서리

지갑 / 벨트

파우치

목베개

기타

소식

컬렉션

이벤트

팁

Site Map #2

footer

- 고객서비스 및 회사정보 위주의 구성
- 메인 사이트 맵과 달리 기본적으로 펼침 상태

고객지원

배송

반품 및 환불

단체 구매·대리점 개설

Contact Us

회사소개

브랜드 스토리

매장 안내

투자정보

지속가능성

내 계정

주문 상태 조회

로그인하기

기타

여행가방 가이드

여행가방 잠금장치 설정

목베개

기타