

직무수행능력평가

21961047_박윤진

INDEX

01

주제선정
프로젝트 브리핑

02

데스크리서치
필드리서치
벤치마킹

03

스토리보드
페이지 재구성

APMALL

플랫폼 선정

선정 플랫폼



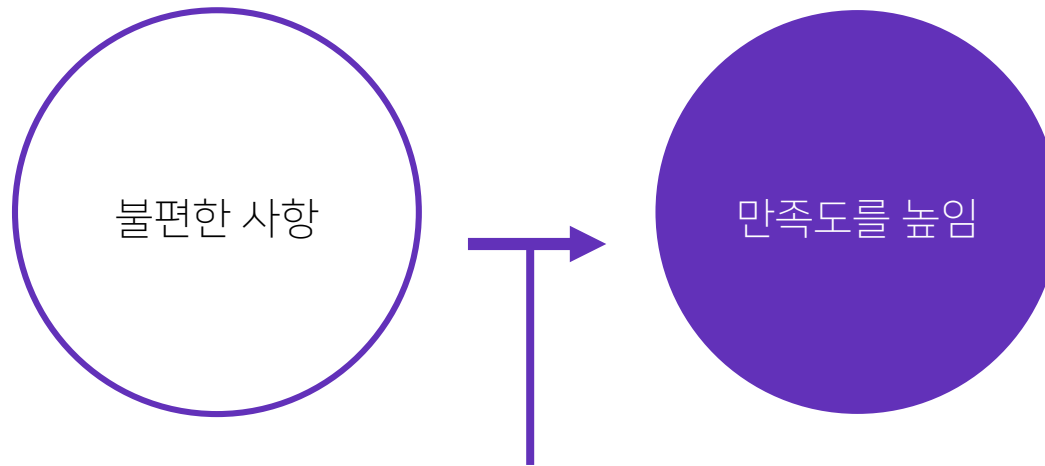
화장품 제조기업 [아모레퍼시픽몰\(Apmall\)](#)

프로젝트 브리프			
작성일 : 2019.10.31	소속 : DMD	작성자 : 박윤진	플랫폼 : Apmall
프로젝트명 : 아시아의 미 살리기			
프로젝트 목적	회사의 아이덴티티를 강조시켜 사용자들에게 회사의 이미지를 쉽게 전달시키는 것 및 사이트의 불편사항을 개선하여 사용자들에게 만족도 높은 서비스를 제공 이런 목표를 바탕으로 좀 더 효과적이고 매력적인 사이트를 구성하기 위해서 리뉴얼을 진행		
프로젝트 일정	요구사항 분석 -> 사용자 분석 및 정의(니즈와 원츠 도출) -> 정보수집(해당 시장에 대한 동향 파악) -> 환경분석(미시, 내부)3c,swot,포지셔닝맵 등) -> 디자인 콘셉트 및 차별화 전략 수립		
기대효과	불편한 점을 개선하여 기존 사용자들의 만족도를 높이고 재접속률을 향상시킨다. 광고 및 수익이 높아진다. 방문자에게 목적성을 제공하여 만족도를 올린다.		
핵심타겟	10대 후반 ~ 30대 여성 / 질 높은 화장품을 선호하는 사람들		
매체	pc 웹		
저작물의 형식	웹 사이트		
내용(문제점 도출 및 제시 후 해결방안 제시)	1. 레이아웃 개선 필요성이 있다. 2. 내비게이션을 수정할 필요가 있다. 3. 보여주고자 하는 내용을 좀 더 강조하여 보여줄 필요가 있다. 4. 이미지와 내용이 겹치지 않도록 좀 더 정리할 필요가 있다.		

프로젝트 목적

다양한 브랜드를 통합하여 서비스를 제공하는 사이트인 만큼 아이덴티티를 좀 더 강조하고 사용자를 증가시키도록 재구성 이런 목표를 바탕으로 좀 더 효과적이고 매력적인 사이트를 구성하기 위해서 리뉴얼을 진행

기대효과



요구사항분석 및 사용자 분석을 통한 정확한 니즈를 파악하여 사이트를 개선

Desk Research

사용자



질 좋은 화장품을 원하는 사람
다양한 브랜드의 화장품들을 한 번에 보고싶어 하는 사람
10대 후반~30대 여성 중 화장품을 많이 사용하는 사람

경쟁사

FFLOW

TIME
COSMETICS

CLUB CLIO
P R O F E S S I O N A L

TONYMOLY

잠재적 성장 가능성을 보유하고 있는 회사 및 i-award에서 우수 사이트로 뽑힌 곳들과
인지도 및 매출액, 영업이익 등에서 아모레퍼시픽 자회사에서 나오는 브랜드들과
비슷한 수치를 보이고 있는 회사들을 선정했다.



2016년 중국 내 인기 한국 화장품 브랜드

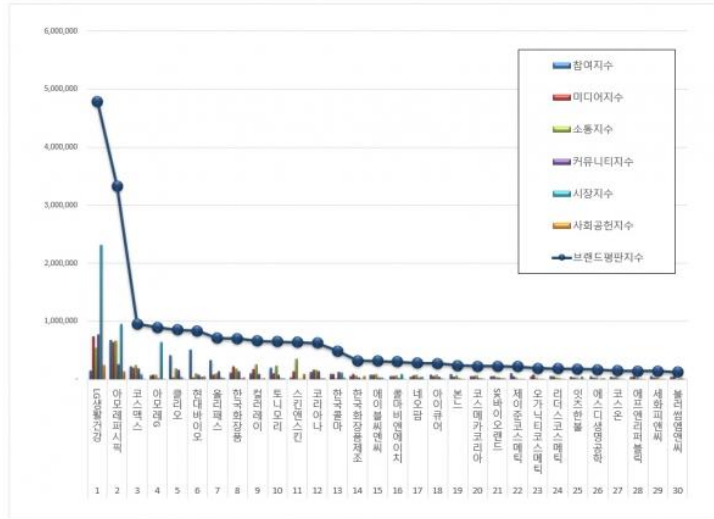
세부분류	브랜드명	기업명	비고
기초화장품	SUM:37*	LG생활건강	신규
남성화장품	설화수	아모레퍼시픽	신규
한방화장품	설화수	아모레퍼시픽	3년 연속
영양크림	후	LG생활건강	2년 연속
마스크팩	리더스	리더스화장품	2년 연속
BB크림	클리오(CLIO)	클리오	
립스틱	라네즈	아모레퍼시픽	신규
아이섀도우	3CE	Stylenanda	신규
클렌징	클린잇제로(Clean it zero)	바닐라코	신규
삼투	려	아모레퍼시픽	신규
바디워시	ON THE BODY	LG생활건강	신규
치약	메디안	아모레퍼시픽	
화장품 가게	이니스프리	이니스프리	3년 연속

출처: 연민량

<http://www.cosinkorea.com/news/article.html?no=18818>

해외 시장의 동향을 파악하기 위해 중국 관광객들을 대상으로 설문을 했을 때 가장 인기있는 브랜드로 선정이 되었다.

하지만 구매 만족도는 점점 떨어지는 중으로 국내 화장품에 대한 중국 구매자들의 기대치가 높아지고 있다는 것으로 보여진다.



<http://www.reputation.kr/news/articleView.html?idxno=2748>

2019년 07월 24일			2019년 08월 23일			2019년 09월 24일		
순위	브랜드	브랜드 평판지수	순위	브랜드	브랜드 평판지수	순위	브랜드	브랜드 평판지수
1	LG생활건강	4,360,093	1	LG생활건강	3,516,072	1	LG생활건강	4,778,044
2	아오레파시픽	3,246,484	2	아오레파시픽	3,024,981	2	아오레파시픽	3,327,567
3	현대백화점	2,868,737	3	코스맥스	1,204,741	3	코스맥스	955,775
4	글리오	2,369,427	4	도니오리	1,082,620	4	아오레G	894,788
5	한국콜마	1,330,856	5	글리오	958,341	5	글리오	851,161
6	도니오리	1,314,755	6	현대백화점	930,985	6	현대백화점	833,979
7	한국화장품	1,268,022	7	아오레G	892,776	7	올리팩스	708,500
8	아오레G	876,371	8	한국화장품	748,481	8	한국화장품	704,867
9	코스맥스	838,950	9	코리아나	708,659	9	컬러데이	661,131
10	컬러데이	576,792	10	컬러데이	650,369	10	도니오리	650,292
11	코리아나	575,909	11	스킨앤스킨	643,760	11	스킨앤스킨	639,345
12	한국화장품제조	531,577	12	한국화장품제조	637,976	12	코리아나	627,928
13	제닉	402,344	13	제닉	542,380	13	한국콜마	488,751
14	본느	378,398	14	아이큐어	446,262	14	한국화장품제조	324,873
15	콜마비엔에이치	344,275	15	콜마비엔에이치	420,742	15	아이큐어	317,853
16	아이큐어	320,983	16	제이준코스메틱	412,867	16	콜마비엔에이치	306,872
17	아이비비엔에이치	306,542	17	아이비비엔에이치	349,178	17	네오람	280,627
18	제이준코스메틱	270,921	18	리타스코스메틱	333,226	18	아이큐어	272,530
19	스킨앤스킨	251,377	19	네오람	277,577	19	본느	236,485
20	네오람	247,957	20	코디	271,187	20	코스메카코리아	225,504
21	잇조함	224,171	21	본느	262,686	21	SK바이오랜드	224,411
22	씨큐브	222,439	22	한국콜마	260,685	22	제이준코스메틱	221,799
23	리타스코스메틱	215,175	23	SK바이오랜드	240,279	23	오가닉티코스메틱	188,720
24	SK바이오랜드	214,694	24	코스메카코리아	234,282	24	리타스코스메틱	185,815
25	오가닉티코스메틱	209,267	25	잇조함	228,461	25	잇조함	181,327
26	에프엔리퍼블릭	199,961	26	오가닉티코스메틱	189,138	26	에스디생명공학	166,742
27	코스메카코리아	189,532	27	에스디생명공학	186,504	27	코스온	149,697
28	코디	187,791	28	코스온	185,609	28	에프엔리퍼블릭	144,912
29	에스디생명공학	179,515	29	세화비엔비	161,849	29	세화비엔비	142,774
30	아우디오텍스	170,818	30	에프엔리퍼블릭	155,261	30	블러썬엔비	126,889

2019년 브랜드 평판지수를 봤을 때 국내에서 2위로 나타난 것으로 보아
고객들의 신뢰도가 높으며 그에 따라 기업 이미지가 좋게 보여지고 있다는 것을 알 수 있다.

S

인지도가 높은 다양한 브랜드를 보유하고 있다.

좋은 기술력을 토대로 품질이 좋은 화장품을 생산한다.

다양한 연령대가 찾는 제품을 제공할 수 있는 브랜드를 소유하고 있다.

W

전달하고 싶어하는 메시지가 과도하다.

아모레퍼시픽 내에 존재하는 브랜드마다 인지도 격차가 높다.

O

화장품을 소비하는 연령층이 다양해지고 있으며 성별 구분 없이 사용하는 사람들이 늘어나고 있다.

현재 국내 화장품 브랜드가 국내 뿐만이 아니라 해외로도 수출이 이루어지고 있다.

T

현재 주가가 떨어지고 있는 상황으로 경제적인 위협을 겪고있다.

SO 인지도가 높은만큼 접근성도 높기 때문에 다양한 연령층을 상대로 홍보하기가 적합하다.

좋은 기술력을 토대로 하여 외국인들이 쓰기에도 적합한 화장품을 생산하여 해외시장에 진출할 수 있다.

WO 연령층이 늘어나는 만큼 나이대가 높은 분들을 공략하여 상대적으로 인지도가 낮았던 스킨케어 브랜드를 홍보한다.

ST 과한 소비가 들어가는 분야나 많은 발전이 진행된 연구보다는 기존에 존재하는 상품이나 콘텐츠들을 활용하여 경제적인 위협을 먼저 탈피해야 할 필요가 있다.

WT 자신들의 아이덴티티를 정확하게 하여 사람들에게 색다른 이미지를 보여주는 등 좀 더 경쟁력있는 콘텐츠를 구성하여 수익을 높인다.

SO 인지도가 높은만큼 접근성도 높기 때문에 다양한 연령층을 상대로 홍보하기가 적합하다.

좋은 기술력을 토대로 하여 외국인들이 쓰기에도 적합한 화장품을 생산하여 해외시장에 진출할 수 있다.

WO 연령층이 늘어나는 만큼 나이대가 높은 분들을 공략하여 상대적으로 인지도가 낮았던 스킨케어 브랜드를 홍보한다.

경쟁력있는 콘텐츠 필요

ST 과한 소비가 들어가는 분야나 많은 발전이 진행된 연구보다는 기존에 존재하는 상품이나 콘텐츠들을 활용하여 경제적인 위협을 먼저 탈피해야 할 필요가 있다.

WT 자신들의 아이덴티티를 정확하게 하여 사람들에게 색다른 이미지를 보여주는 등 좀 더 경쟁력있는 콘텐츠를 구성하여 수익을 높인다.

아모레퍼시픽몰 웹사이트 개선 관련 설문조사

안녕하세요 1학년 c반 박윤진이라고 합니다.

해당 설문조사는 콘텐츠기획 과제인 웹페이지 리뉴얼을 위해 사용자 니즈,원츠를 도출하기 위한 설문조사입니다.

아모레퍼시픽몰(apmall)은 아모레퍼시픽에서 운영하는 온라인 쇼핑몰로 기업의 상품을 구매할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다. 화장품을 사용하는 사람들이 많아지는 만큼 해당 사이트를 사용하는 이용자도 늘어날 것이라 생각하여 아모레퍼시픽몰을 리뉴얼하기 위해 설문조사를 진행하게 되었습니다.

해당 설문조사는 익명으로 진행되며 상업적인 목적 없이 개인적인 과제를 위해 사용됩니다.
솔직한 답변 부탁드립니다.

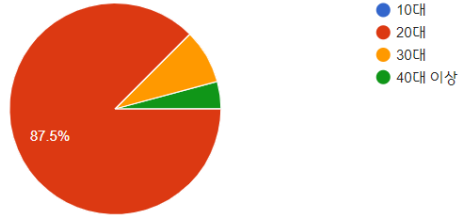
웹사이트 개선 관련 설문조사

-

사용자 분석과 사이트 사용 빈도, 선호하는 브랜드, 자주 사용하는 페이지, 웹 사이트 개선점을 알기 위해서 설문조사를 진행했습니다.

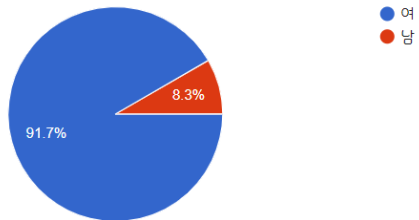
연령대가 어떻게 되시나요?

응답 24개



성별이 어떻게 되시나요?

응답 24개



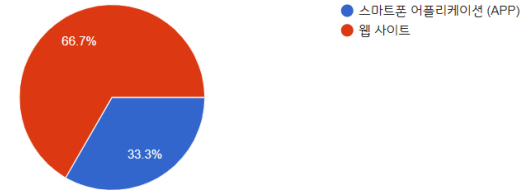
접근 경로

-

아모레퍼시픽몰에 접속하는 방법으로는 앱 보다는 웹 사이트를 선호하는 것으로 나타났다.

어떤 경로로 접근하시나요?

응답 24개



사용자 분석

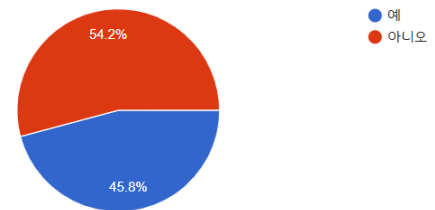
-

응답에 참여한 사람들은 대부분 20대였으며 10대는 없는 것으로 나타났다.

또한 대부분의 사람들이 여성인 것으로 나타났다.

아모레퍼시픽몰(Apmall)을 사용한 적이 있으신가요?

응답 24개



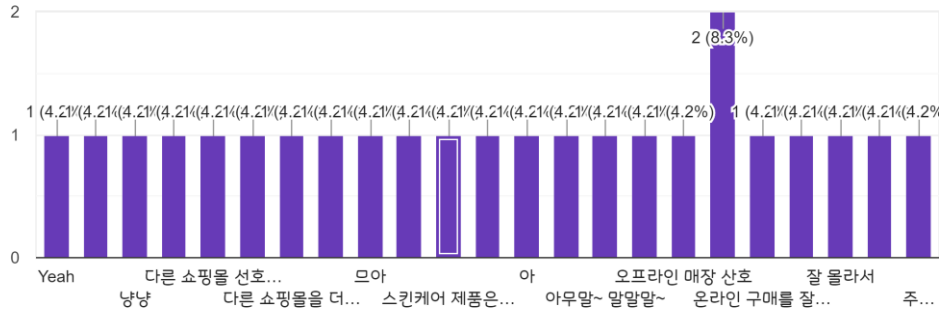
사용 빈도

-

절반 정도가 아모레퍼시픽몰 사이트를 사용한 적이 없다고 결과가 도출되었다.

사용하지 않는다면 이유가 있으신가요? (ex 다른 쇼핑몰을 더 선호) 앞에서 예를 고르신 분들은 아무말이나 해주세요^_^)

응답 24개



타 사이트를 더 많이 사용
 다른 사이트 선호 및 홈페이지 등에 방문을 안한다
 다른 쇼핑몰을 더 선호
 다른 쇼핑몰을 더 선호해서
 다른 쇼핑몰 선호
 스킨케어만 사용한다
 스킨케어 제품만 사용해서 잘 안들어간다
 아모레퍼시픽 이용을 잘 안한다
 오프라인매장 선호
 오프라인 매장을 선호한다
 오프라인 매장을 선호!
 온라인 구매를 잘 안하는 편이다
 잘 몰라서
 잘 몰라서
 주로 오프라인에서 직접보고 구매하는 편이며 올리브영만 써봤다.

사용하지 않은 이유

-

공통적으로 많이 나온 이유는
 타 사이트를 더 선호하며, 잘 몰라서, 오프라인에서 구매를 더 자주한다는 의견이 있었다.

아모레퍼시픽몰(Apmall)에서 가장 많이 사용 및 구매하는 브랜드는 어디인가요?

응답 24개

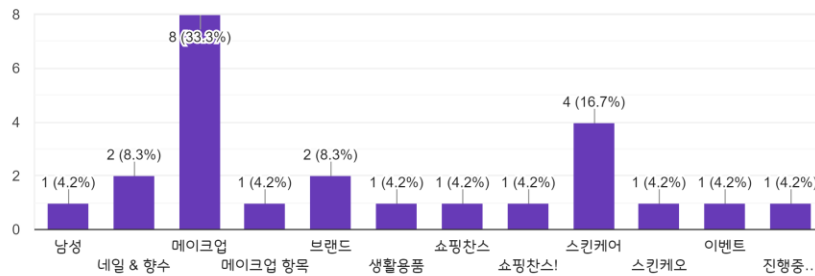


선호하는 브랜드

가장 인기있는 브랜드를 파악하여 그것을 위주로 더 많은 콘텐츠를 생성할 수 있도록 설문조사를 진행하였다.
온라인몰에서 구매하는 빈도가 아니라 대체적으로 어떤 브랜드를 선호하는 지 파악할 수 있었다.
가장 많이 사용하는 브랜드는 이니스프리이며 그 다음으로 에뛰드 하우스, 아이오페로 결과가 나왔다.

해당 사이트의 카테고리 중 어느 것을 가장 많이 사용하시나요?

응답 24개

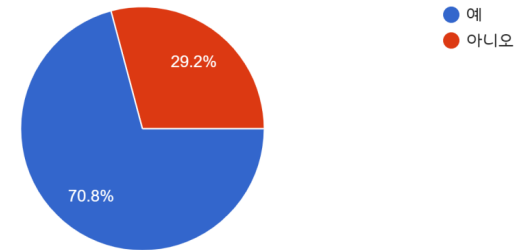


사용하는 목적 (만약 사용한다면)

해당 사이트에서 카테고리를 사용할 때 33.3%의 방문자가 메이크업을 사용하는 것으로 가장 많은 수로 나타났다.
그 다음으로는 스킨케어 브랜드를 가장 많이 사용했으며 네일&향수 제품, 쇼핑찬스, 이벤트가 비슷한 수로 사용됐다.

해당 사이트에 접속했을 때 바로 목적성을 제공하나요?

응답 24개

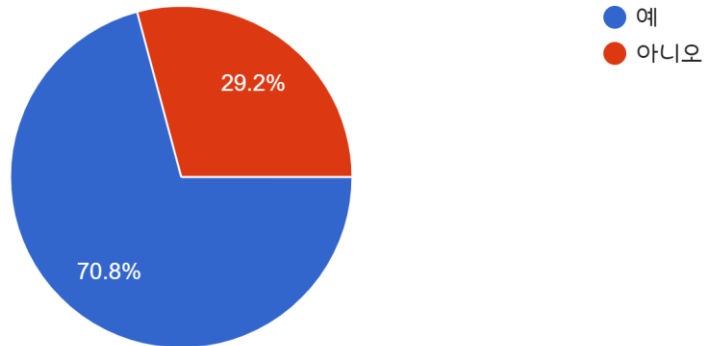


목적성 제공

70%이상의 사용자들이 사이트를 봤을 때 바로 목적성을 제공한다고 느꼈다.

해당 사이트에 접속했을 때 바로 목적성을 제공하나요?

응답 24개



목적성 제공

-

70%이상의 사용자들이 사이트를 봤을 때 바로 목적성을 제공한다고 느꼈다.

불편한 점이 있다면 어떤 점에서 불편하셨나요?

응답 24개

없다.	전체메뉴를 정리하면 좋겠다.
구..리다..	사용 안해봄
브랜드별로 상품을 분류해서 메인페이지나 카테고리에 나타냈으면 좋겠습니다!	없고요 박운진 최고다
카테고리 복잡	카테고리
없음	로그인하는 인터페이스가 눈에 잘 안들어온다.
없어움	로그인하는 영역이 잘 보이면 좋겠다!
딱기 없음	로그인..?
없습니다	바로 광고가 뜨는게 불편했따..
메인에서 바로 브랜드 페이지로 넘어갈 수 없는 점 카테고리도 들어가야하니까 불편하다	창 열면 바로 광고뜨는거

할인 이벤트 같은거는 바로바로 보고싶는데 그럴 수 없는게 좀 불편했다
크게 불편하진 않네요.
브랜드별로 제품이나열되어있르면 좋겠다
브랜드별로 카테고리가 메인 페이지에 나오면 좋겠다

불편한 점

공통적으로 카테고리 , 광고 , 로그인 영역에 대한 불편사항이 있었다.

레이아웃	광고
카테고리 복잡	없다.
없음	메인페이지랑 카테고리 인터페이스
없어움	메인페이지
모르겠음	로그인하는 부분이랑 구성..
없습니다	구성이 구리다
메인이미지를 더 강조시키면 좋겠다.	레이아웃이 별로다 그리고 콘텐츠 추가했으면 좋겠다
맨 마지막 콘텐츠에서 이미지 위에 글씨를 쓴건 좋은데 잘 안보인다.	레이아웃..?
레이아웃 구성이 별로다.	브랜드관 명시를 해주면 좋을 것 같아요. 있으려나..?
재품진열을 브랜드별로 한눈에알아보게끔정리되었으면 좋겠다	
위와 동일	

개선해야 할 점

대부분 메인페이지와 카테고리 레이아웃의 개선을 요구

사용자

-

20 ~ 30대 여성

사용자를 **20~30대 여성**으로 좁혀 타겟을 선정할 필요가 있다.

사용하지 않는 이유

-

오프라인 및
타 사이트를 더 선호

다른 기업과 차별화 된 콘텐츠를 만들 필요성이 있어보인다.

또한 오프라인에서 구매하는 이유가 제품을 실제로 테스트해볼 수 있다는 장점이 있는 만큼 사이트 내에서 제품에 대한 상세 이미지 및 설명, 테스트 한 것을 보여주는 것이 필요할 것 같다. 사이트에 대해 잘 모르는 사람들을 위해 홍보하는 것 또한 필수적이다.

많이 사용하는 브랜드

-

37.5%가
이니스프리를 사용

한 브랜드에 수익이 쏠리는 것보다는 골고로 분배하여 회사의 아이덴티티를 알리고 제품을 구매하도록 유도할 필요가 있다.

많이 구매하는 제품

-

메이크업 제품 및
스킨케어 제품

뷰티제품을 판매하는 기업인 만큼 메이크업 제품을 구매하기 위해 방문하는 빈도가 가장 높았다.

또한 스킨케어를 위주로 판매하는 브랜드가 존재하기 때문에 메이크업 다음으로 찾는 사람들이 많았던 것으로 결과가 나타났다. 그 외의 제품들은 비슷한 사용빈도를 보였다.

카테고리 사용 빈도

-

이벤트 및 쇼핑찬스
페이지를 많이 사용
필요성이 떨어지는
페이지 존재

사용빈도가 아주 낮은 목록은 차트에서 제거를 하는 등의 카테고리 변경으로 좀 더 정리될 필요가 있다.

목적성은 카테고리나 내비게이션 바에서 바로 제공하는 편으로 많은 불편함은 없다.

개선할 점

-

레이아웃 및 영역
그리고 카테고리
정리가 필요

의견으로 이를 토대로 사이트를 개선한다면 레이아웃과 내비게이션 바에서 좀 더 영역을 정리하고

카테고리를 사용자들이 더 쓰기 편하도록 정렬할 필요가 있다.



심층인터뷰 참여자1 (익명요청)

오** 20세 (여)



심층인터뷰 참여자2

이다영 20세 (여)

아모레퍼시픽몰이라는 사이트를 알고계신가요?

아니요.

간단하게 설명해 드리자면 해당 사이트는 아모레퍼시픽 회사에서 운영하는 온라인 화장품 판매 사이트입니다. 해당 사이트를 봤을 때 첫 인상이 어떻게 다가오셨나요?

음 뭔가 온라인쇼핑몰..??같은 느낌은 별로 안드는 것 같아요. 물론 이미지를 활용하니까 알 수 밖에 없지만 뭔가 구리다..?

그러면 아모레퍼시픽에서 운영하는 브랜드 제품을 구매하신 적은 있으신가요?

네. 온라인으로 구매한 적은 없지만 직접가서 보고 구매한 적은 있어요.

그렇다면 어떤 제품을 구매하셨나요?

이니스프리랑 마몽드랑 헤라 제품을 구매한 적이 있어요.

그 브랜드 제품을 구매하신 이유가 있으신가요?

뭔가 각 브랜드마다 좋은 제품이 하나씩 있다 보니까 사게 되는거 같아요. 이니스프리는 좀 친환경적으로 보이기도 하니까 이미지가 좋다고 느껴져요. 그리고 나머지는 좀 품질??이 좋다고 생각해서 사는거 같아요.

만약 웹사이트가 리뉴얼 된다면 사용하실 의향이 있으신가요?

개선되면 사용할 거 같아요.

아모레퍼시픽몰이라는 사이트를 알고계신가요?

네, 알고있어요.

혹시, 해당 사이트를 사용해 본 적은 있으신가요?

네, 한 2번정도? 사용해봤어요

그렇다면 이 사이트를 사용한 목적은 무엇이였나요?

메이크업 제품을 구매하려고 했는데 원하는 브랜드 제품을 구매하려 했을때 해당 사이트를 사용할 수 밖에 없어서 사용하게 됐어요.

그럼 본인이 찾는 브랜드의 제품을 해당 페이지에서 한 번에 찾을 수 있었나요?

어 처음에 서치를 했을 때 바로바로 나오는 편이 아니라 브랜드 페이지로 넘어가서 제품을 구매했었던 터라 한 번에 찾지 못했던 기억이 있어요.

레이아웃이나 콘텐츠 및 인터페이스 영역에서 불편했던 점이 있나요?

로그인?.. 하는 영역이 뭔가 어정쩡한 느낌이고 뭔가 메인에서는 상품이 잘 안 읽히는거 같아요. 사실 처음 접속했을 때 콘텐츠가 너무 적고 레이아웃이 별로여서 당황하기도 했었어요. 약간 이거 진짜 활성화 되어있는건가?.. 하고

그렇다면 추가되길 바라는 콘텐츠가 있나요?

브랜드마다 이벤트하는 거나 추천상품같은 걸 더 자세하게 보여주면 좋을 것 같아요

개선되길 바라는 점이 있으시다면?

그냥 콘텐츠 내용... 뭔가 구려서 바뀌면 좋겠습니다.

니즈

-

레이아웃 개선
적극적인 이벤트 등의
콘텐츠의 홍보

+

원츠

-

불필요한 요소들 제거
아이덴티티 강조

구체적인 콘텐츠 기획을 위한 다양한 리서치가 필요

최신순

연도순

제목순

저자순

논문 제목 ▼

검색어를 입력해주세요.

Q

2019

사회과학 > 사회복지학 > 사회복지학일반 / 임해영

지적 장애인 여성의 성적 욕구와 인식에 관한 연구

2019

인문학 > 중국어와문학 / 김의정

여성, 늙음을 말하다 — 16세기 ~ 17세기 중국 강남 여성 시인...

2019

인문학 > 기타 인문학 / 김도경

식민지와 제국의 여성운동, 그 점점과 간극 - 경제적 해방...

2019

의약학 > 간호학 / 소애영, 박선아

60세 이상 농촌 여성노인의 요실금 관련 삶의 질 영향요인

2018

사회과학 > 사회학 / 양증현

의료기관 비정규직 여성 차별과 삶의 질 관계: 통합연구방법...

2019

사회과학 > 정책학 / 정희옥

17대-20대 국회 여성의원의 법안 발의 분석

<https://ascf.amorepacific.co.kr/report.do>

아모레퍼시픽재단 연구논문

-

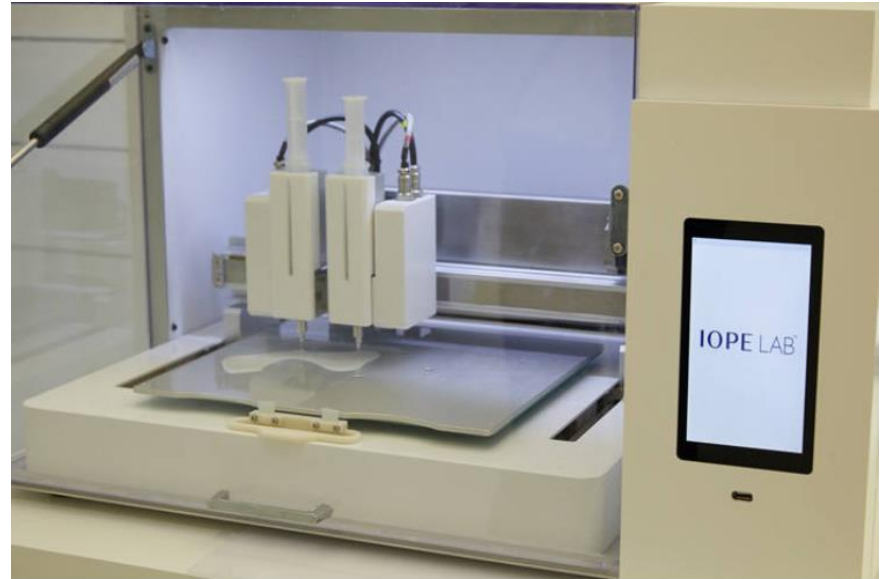
아모레퍼시픽재단에서 지원한 학술연구의 결과물들을 볼 수 있다.



<http://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=2113168>

난용성 미백소재의 피부 이용률 증진 제형 기술 인증 획득

아모레퍼시픽은 기반혁신연구, 바이오 컨버전 기술, 슬리핑 마스크의 폴리머 수분막 기술등과 같이 피부 미용에 대한 독자적인 연구를 지속하였고 그에 대한 지속적인 발전과 그 가능성을 보여주고있다. 또한 이를 브랜드에 적용하여 보다 더 독자적인 아시아의 미용 브랜드로 자리잡을 수 있는 기회를 만들어내고 있다.



<CES 2020 혁신상 수상한 아모레퍼시픽 3D 프린팅 마스크팩 제조 기술>

<http://www.etnews.com/20191111000197>

국내 화장품 업체 최초 국제전자제품박람회(CES) 참가 기사

3D 프린팅 마스크팩 기술을 앞세워 국내의 뷰티 기술력 및 서비스 개발에 추진력을 가한 아모레퍼시픽에 대한 내용이 기재 되어있다. 회사에서 추진하던 혁신기술과 들어맞는 기사로 해당 기업이 자신들에 목표에 따른 결과물과 그에 대한 성취도를 볼 수 있다.

<https://blog.naver.com/ggggggenie/221556115305>



<https://blog.naver.com/ionia17/221602169129>

블로그 (기업분석 / 리뷰 등)

-

아모레퍼시픽의 부진하는 실적에 대한 분석 결과를 도출하여 개인 블로그에 정리하는 등의 경제적인 동향을 파악하는 블로그가 존재한다. 그리고 기업에서 새로 출시한 뷰티 제품을 리뷰하는 블로그가 대부분인 것으로 보인다.

기업이 **미적으로 사회에 공헌** 하는 것을 중요하게 여기는 만큼 아이덴티티를 살려낸 콘텐츠 기획이 필요하다. 또한 블로그 등의 소비자들과 소통할 수 있는 요소들을 잘 활용하여 의견을 적극적으로 반영할 필요가 있다.

Benchmarking

TIME COSMETICS

FFLOW

경쟁사 선정

-

i-award를 참고하여

우수사로 뽑혔던 타임코스메틱과 플로우를 선정

Service

사용자들을 만족시키는 콘텐츠/ 경쟁사들과 차별화된 콘텐츠/ 각 영역마다 적절하게 들어갔는가

Nav

사용자들이 바로 목적에 달성하는가 / 깔끔하게 구성되어 눈에 잘 들어오는가 / 불필요한 요소들이 없는가

Main page

적절한 콘텐츠 내용을 적용했는지 / 비주얼이 눈에 띄는가 또는 전체적으로 잘 어우러지는가 / 다른 페이지들과 접근성이 높은가

Identity

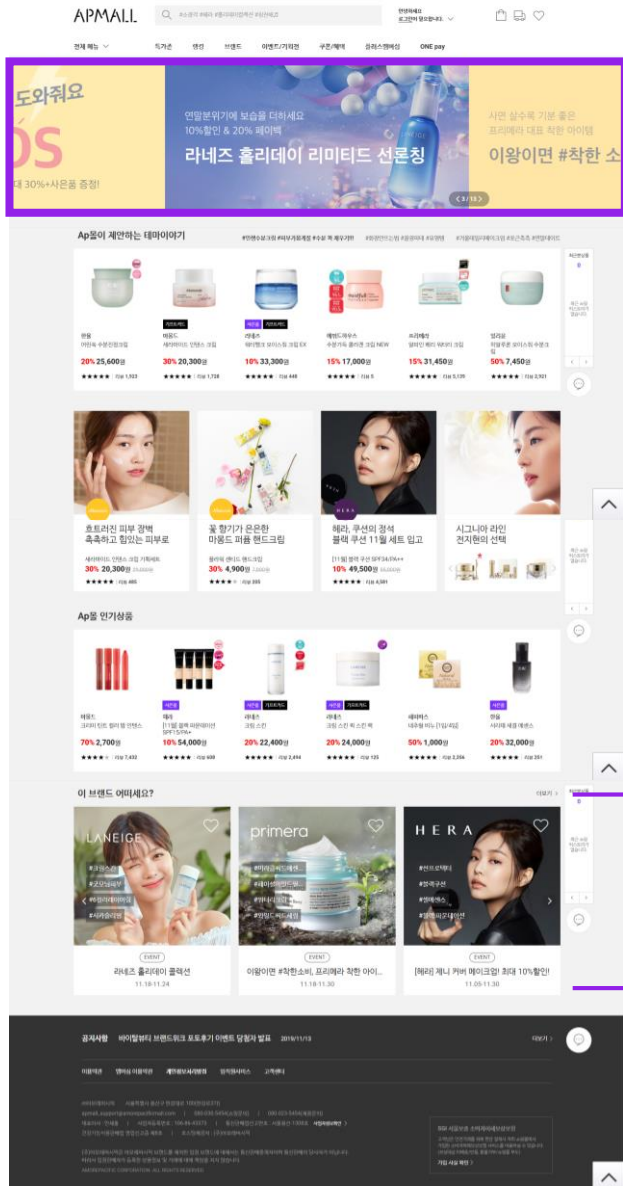
전체적인 분위기가 해당 기업의 아이덴티티와 잘 맞는가 / 모든 페이지에서 연계성이 느껴지는가 / 메인컬러,폰트,커뮤니케이션가이드 등이 기업에서 설정한 것과 동일하게 사용되었는가

Visual

레이아웃의 사용이 적절한가(눈에 잘 들어오는가)/ 기업과 어울리는 톤&매너를 사용했는가/ 적절한 이미지를 사용했는가

UI

상품을 구매하는 것에 있어 어려움은 없는가 / 전체적인 인터페이스의 사용성이 높은가 / 효율적인 인터페이스가 많은가



Layout/Visual

간격이 너무 좁아서 보는데 불편함이 있다.
기업의 톤&매너가 많이 반영되어 있지 않다.

UI

메인페이지를 제외하고 인터페이스의 활용성이 낮다.
로그인과 같은 영역에서는 불필요한 문구가 들어있다.

Key service

인기 상품이나 브랜드 추천, 테마 이야기같은 서비스는 적절하게 넣었지만 큰 차별성이 없다.

Identity

조금 더 아이덴티티를 들어낼 수 있는 것을 동일하게 사용함
필요성이있다.

APMAIL



#소장각 #헤라 #올리데이컬렉션 #칭찬해

안녕하세요
로그인이 필요합니다. ✓

전체 메뉴 ^

특가존

랭킹

브랜드

이벤트/기획전

쿠폰/혜택

플러스멤버십

ONE pay

카테고리

스킨케어

메이크업

네일 & 향수

생활용품

소품 & 도구

뷰티푸드

남성

베이비

브랜드

쇼핑찬스

On Sale

M+N 행사

스페셜기프트

이벤트/기획전

진행중인 이벤트

쿠폰존

출석체크

쿠폰/혜택

쿠폰존

플러스멤버십

VIP라운지

신규혜택

카드혜택

쇼핑팁

Nav/AI

단순하고 깔끔하지만 정렬이 더 필요하다.

카테고리 메뉴를 누르면 각 각 다른 카테고리들이 또 나오는 것이 복잡하다고 느껴진다.



APMALL



#소장각 #헤라 #올리데이컬렉션 #칭찬해

안녕하세요

로그인이 필요합니다. ▾



전체 메뉴 ▾

특가존

랭킹

브랜드

이벤트/기획전

쿠폰/혜택

플러스멤버십

ONE pay



별전

돌아온 보습의 계절
일리윤&해피바스 보습템 기획전

보습3종 키트&사은품 증정

최대 20% 세일
& 추가 사은품 증정

에스트라와 함께 올

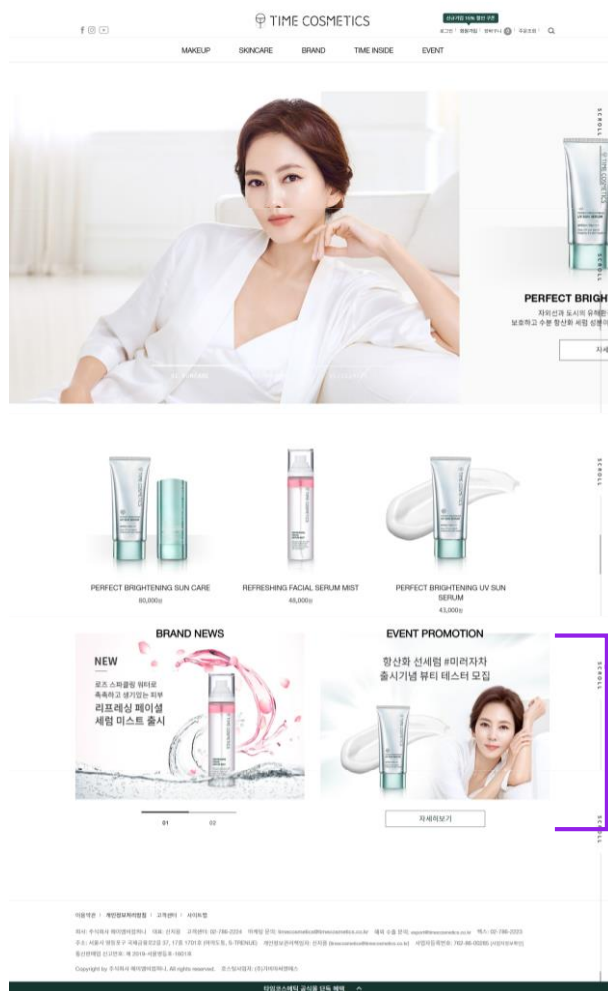


<10 / 14>

Main page

할인이나 이벤트 등을 홍보하는 내용으로 적절하다.

다양한 카테고리가 있어 접근성이 높다. 전체메뉴 뿐만이 아니라 특가존이나 브랜드와 같은 카테고리를 생성해 목적에 빨리 도달할 수 있도록 도와준다.



Layout/Visual

이미지를 크게 보여줄 수 있도록 영역을 잡아 눈에 잘 들어온다.
중복되는 이미지가 있어 수정할 필요가 있다.

UI

직접적으로 구매하도록 유도하는 인터페이스가 더 필요하다.
전체적으로 인터페이스가 심플하게 들어갔으며 사용성이 낮다.

Key service

다른 구성으로 차별화 되어 보이지만 타사와 비슷한 부분이 많다.
영역마다 서비스가 적절하게 사용되었지만 추가될 필요가 있다.

Identity

모델과 제품의 이미지를 잘 사용하여 아이덴티티와 기업
이미지에 잘 맞고 어우러져 보인다.

이미지에 들어가는 문구가 아이덴티티를 잘 보여준다.



신규가입 15% 할인 쿠폰

로그인 | 회원가입 | 장바구니 0 | 주문조회 |

MAKEUP

SKINCARE

BRAND

TIME INSIDE

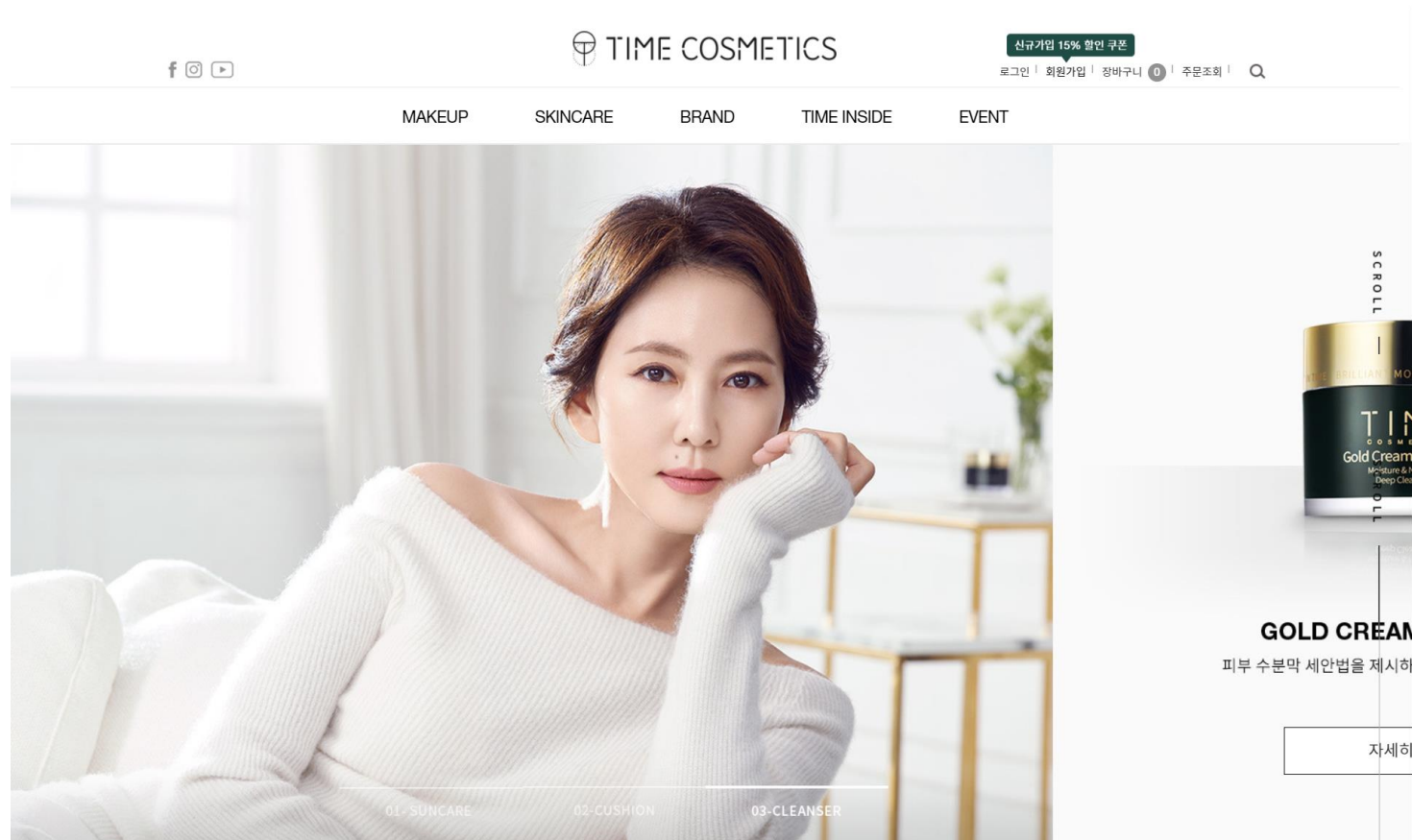
EVENT

페이스 립

Nav/AI

사용자들이 원하는 페이지로 바로 이동할 수 있다.

단순하고 깔끔하여 눈에 잘 들어온다. 자사처럼 다른 영역을 크게 잡아먹지 않아서 보기 좋다.



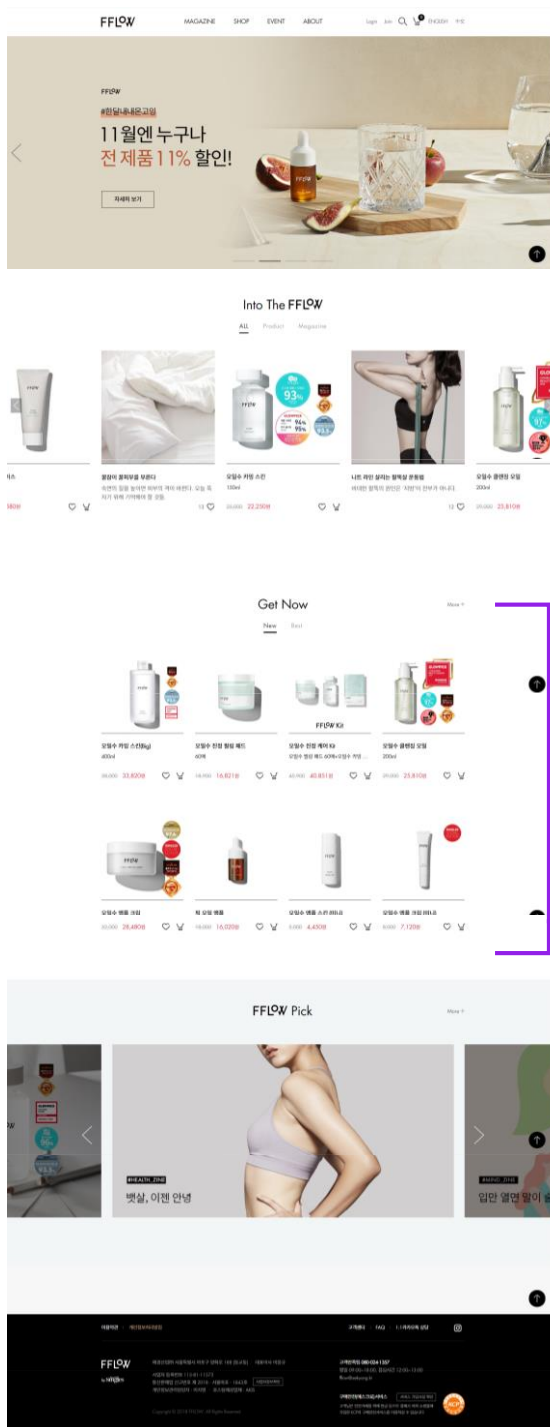
Main page

콘텐츠 내용은 적절하지만 내용이 적다.

모델의 이미지를 기업의 아이덴티티와 잘 어우러지도록 사용하여 눈에 잘 띈다.

APMA.I.

벤치마킹 - 우수사



Layout/Visual

영역을 다양하게 잡아 레이아웃 구조에 변화를 잘 주었다.
콘텐츠에 적절한 이미지를 사용하였다.

UI

직접적으로 구매하도록 유도하는 인터페이스가 있어 편리하다.
적절한 곳에 인터페이스를 활용했다.

Identity

분위기는 통일되어 있지만 아이덴티티를 더 반영할 필요가 있다.
모든 페이지의 분위기 등에서 연계성이 높다고 느껴진다.

Key service

각 콘텐츠마다 적절하게 잘 들어갔다.
복잡하지 않고 단순하게 제시하여 눈에 잘 들어온다.

FFLOW

FFLOW

MAGAZINE

SHOP

EVENT

ABOUT

Login

Join



ENGLISH

中文

Product

Concern

Make My Only Kit

Nav/AI

불필요한 요소 없이 원하는 서비스를 바로 찾을 수 있도록 잘 구성해냈다.
타임코스메틱과 같이 다른 영역을 많이 차지하지 않아서 눈에 잘 들어온다.

FFLOW

FFLOW

#기분좋은첫만남

11월 신규 가입하고 적립금 3000원 받아보세요!

*즉시 사용 가능한 적립금 자동 지급

자세히 보기

Main page

보여주고자 하는 이벤트나 행사를 적절하게 보여준다.

메인 이미지와 다른 페이지와의 이미지가 동일한 느낌이 들어 연계성이 느껴진다.

자사

-

UI부분에서 부족한 것으로 보이며
효율적인 인터페이스를 추가할 필요가
있다.

레이아웃 및 비주얼과 아이덴티티를
생각하여 페이지에 해당 기업의
톤&매너를 더 살려 재구성할 필요가 있다.

아이덴티티를 좀 더 살릴 수 있는
콘텐츠 등을 추가하는 것 또한 필요해
보인다.

경쟁사

-

레이아웃이 단순하고 심플하지만 눈에 잘
들어오도록 설계되어 있다.

네비게이션이 복잡하지 않게
필요한 것들만으로 구성하여 사용자들이
목적에 바로 달성하는 것에 도움을 준다.

UI부분은 자사와 비슷하게
부족한 것으로 보인다.

우수사

-

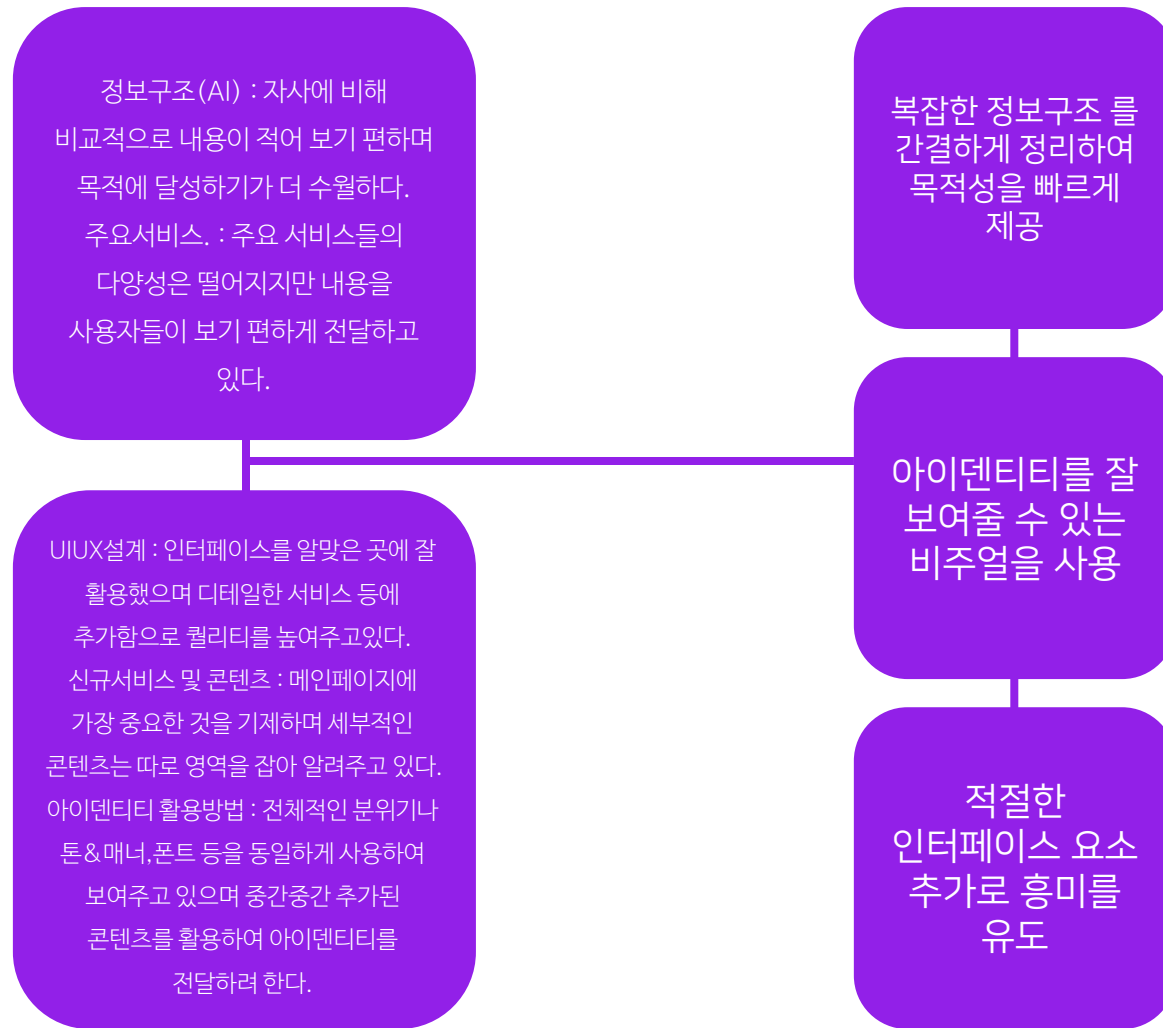
레이아웃과 비주얼의 분위기가
전체적으로 잘 어울리며 그로 인해 기업의
메시지와 같은 아이덴티티 등이 원활하게
전달된다.

서비스 또한 다른 회사와 다른 디테일한
콘텐츠를 구성하여 퀄리티를 높여주고
있다.

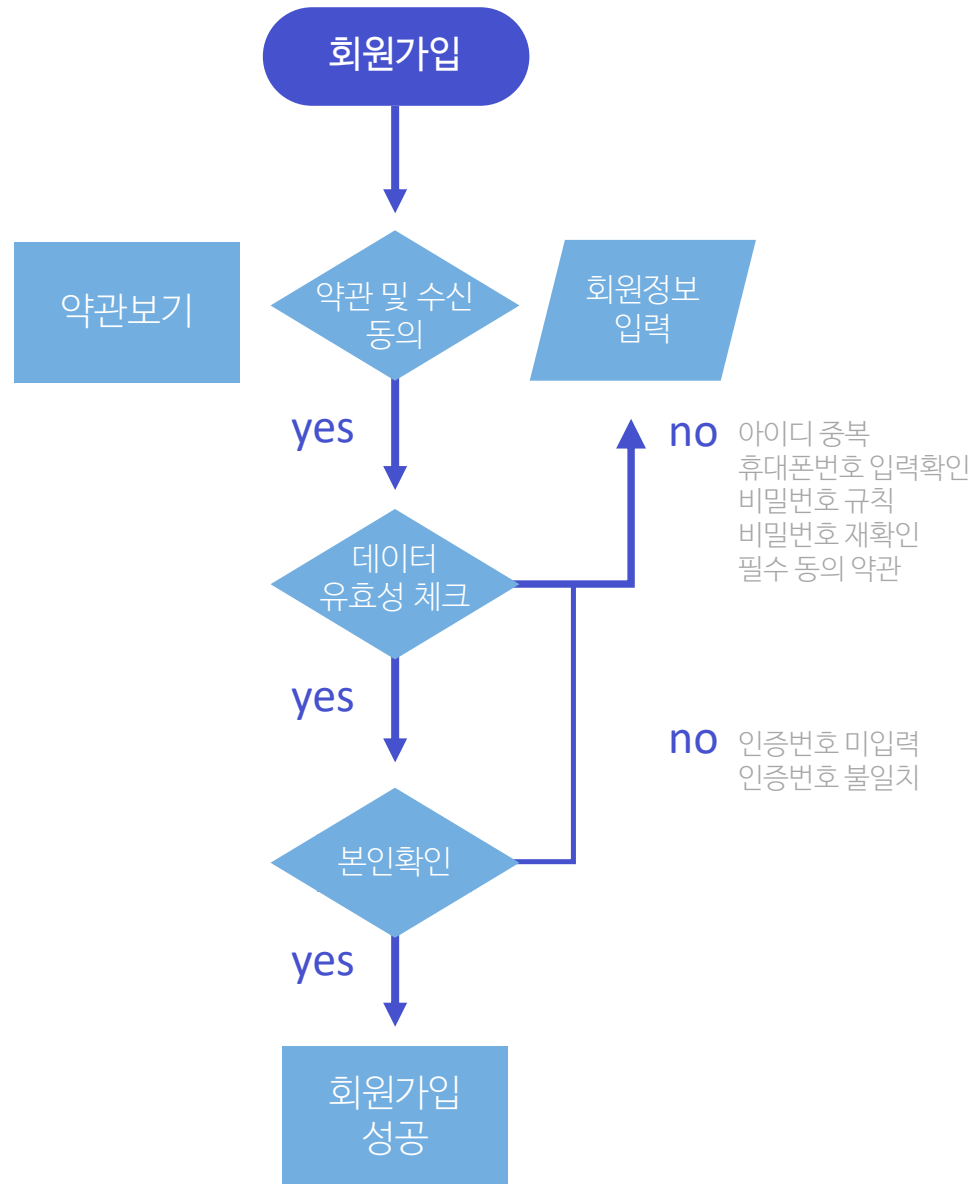
정보구조(AI) : 자사에 비해 비교적으로
내용이 적어 보기 편하며 목적에
달성하기가 더 수월하다.

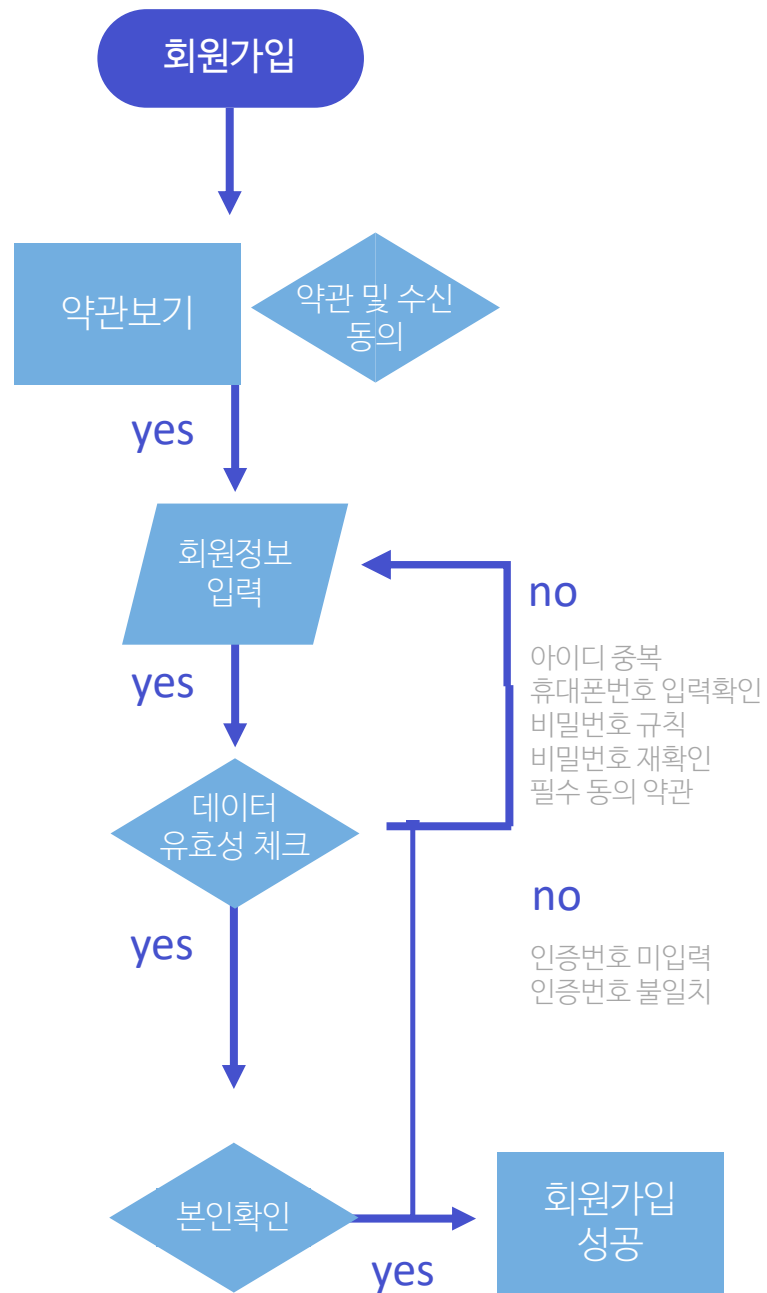
주요서비스 : 주요 서비스들의 다양성은
떨어지지만 내용을 사용자들이 보기
편하게 전달하고 있다.

UI/UX설계 : 인터페이스를 알맞은 곳에 잘
활용했으며 디테일한 서비스 등에
추가함으로써 퀄리티를 높여주고있다.
신규서비스 및 콘텐츠 : 메인페이지에 가장
중요한 것을 기재하며 세부적으로 만든
콘텐츠는 따로 영역을 잡아 알려주고 있다.
아이덴티티 활용방법 : 전체적인 분위기나
톤&매너, 폰트 등을 동일하게 사용하여
보여주고 있으며 중간중간 추가된 콘텐츠를
활용하여 아이덴티티를 전달하려 한다.

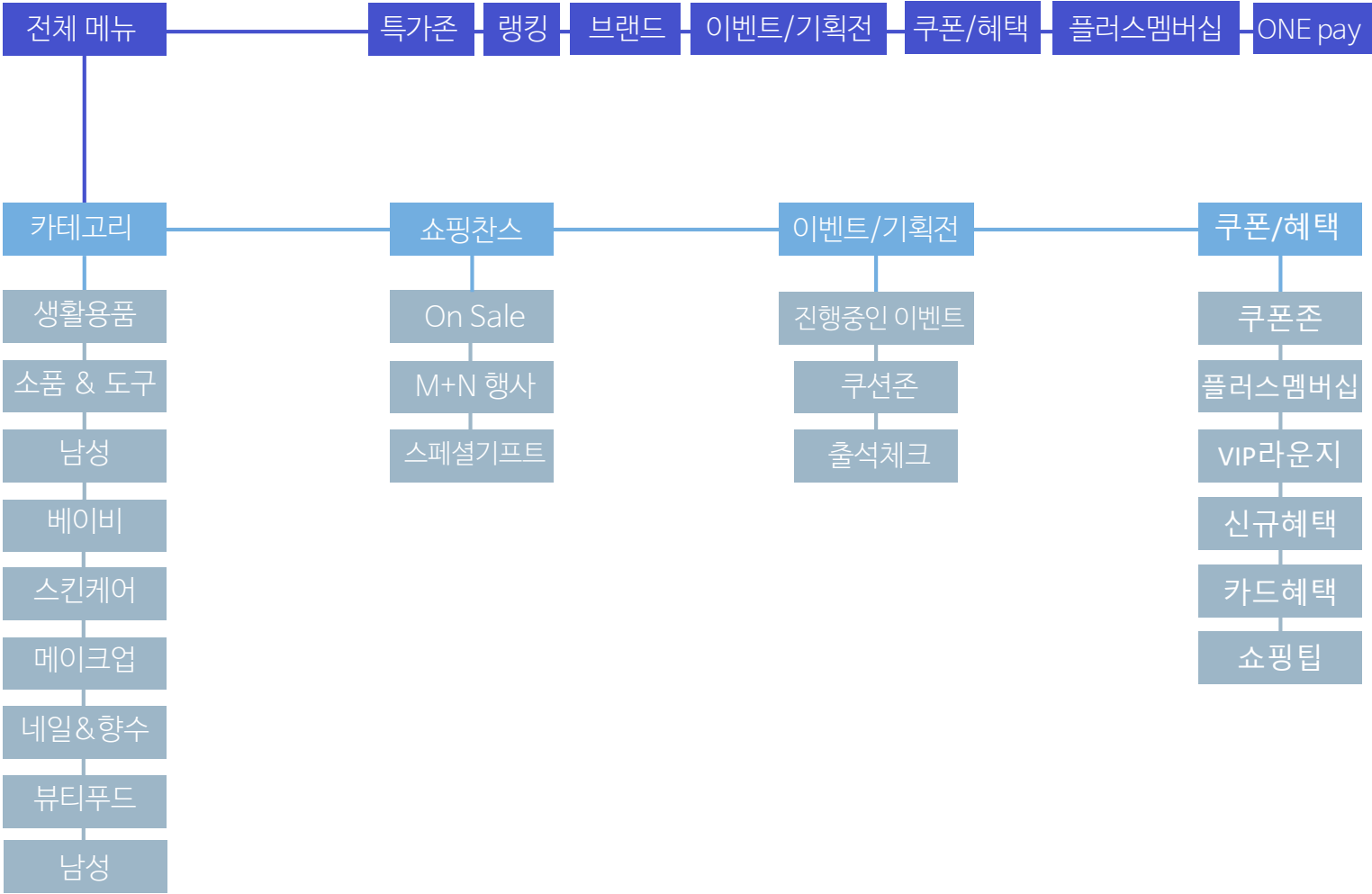


TO-BE

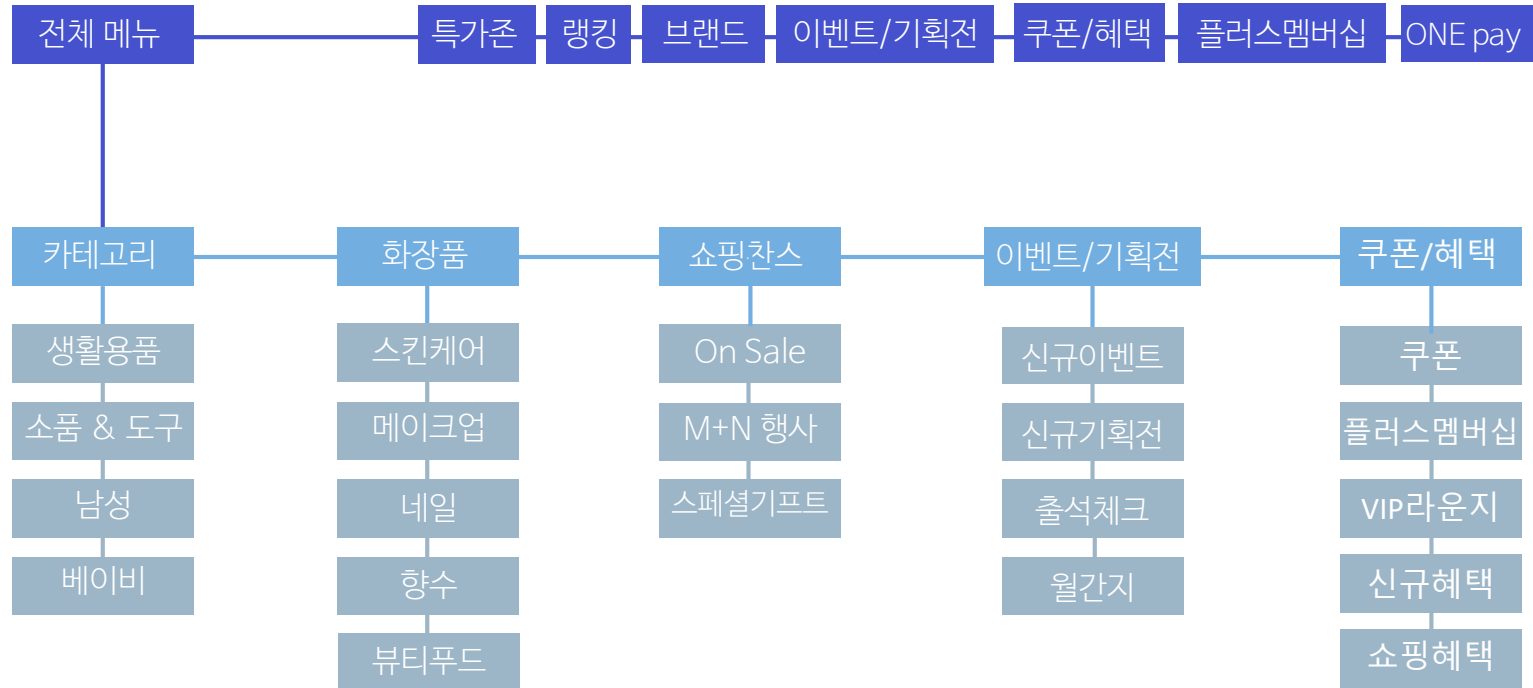




APMALL



APMALL



AS IS

회원가입 Flowchart

-
이용약관과 개인정보
입력창이 한 페이지에
구성되어 보기 불편함

TO BE

약관과 정보입력이 함께 이루어져
불편했던 점을 우선으로 개선

정보구조설계도

화장품을 따로 분류 각 메뉴마다 불필요했던 부분이나
어울리지 않은 부분은 삭제 후 필요한 페이지 추가

Storyboard

APMAIL

결 재	수행사	PM	고객확인
	/	/	/

아모레퍼시픽 리뉴얼

-MAIN-

파 일 명	아모레퍼시픽몰(Apmall)_메인_v.0.1_20191205
작성일자	2019-12-05
작성자	박윤진

문서 이력 정보

버전	내용 요약	작성자			검토자/확인자		
		직위	성명	일자	직위	성명	일자
0.1	최초 작성	학생	박윤진	2019-11-30			
1.0	메인 화면 구축	학생	박윤진	2019-12-01			
1.1	회원가입 화면 구축	학생	박윤진	2019-12-01			
1.2	회원가입 화면 구축	학생	박윤진	2019-12-02			
2.0	앱 메인 화면 구축	학생	박윤진	2019-12-03			
2.1	앱 회원가입 화면 구축	학생	박윤진	2019-12-03			
2.2	앱 회원가입 화면 구축	학생	박윤진	2019-12-03			
					교수	선은혜	2019-12-05

프로젝트명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	메인페이지	Apmall pc web	2019.11.30	DMD	박윤진	0.1

1

APMALL

안녕하세요
로그인이 필요합니다 ▼

2

3

4

전체메뉴 ▼

특가존

랭킹

브랜드

이벤트/기획전

쿠폰/혜택

플러스멤버십

ONE pay

5

최대 30%+사은품 증정!

연말분위기에 보습을 더하세요
10%할인 & 20% 페이백

라네즈 홀리데이 리미티드 선론칭

6

이왕이면 #착한 소비

사면 살수록 기분 좋은
프리메라 대표 착한 아이템

7

Ap몰이 제안하는 테마이야기

#연생수분크림 #수분 콕 채우기!! #화장안드는법 #광광파대 #인생템 #겨울데일리메이크업 #포근촉촉

img

한울
아민썬수분진정크림
20%25,600원

img

마몽드
세라마이드인텐스크림
30%25,600원

img

라네즈
위타벡크모아스츄크림
10%25,600원

img

에뛰드하우스
알파인베라우터리크림
15%25,600원

img

프리메라
알파인베라우터리크림
15%25,600원

img

알리온
하얏루론모아스츄수분
크림
50%25,600원

8

9

img

호트러진 피부 장벽
촉촉하고 힘있는 피부로

세라마이드 인텐스 세트
30% 20,600원

img

꽃 향기가 은은한
마몽드 퍼퓸 핸드크림

플라워 센티드 핸드크림
30% 4,900원

img

헤라, 쿠션의 정석
블랙쿠션 11월 세트 입고

[11월] 블랙 쿠션 SPF34/PA++
30% 4,900원

img

시그니아 라인
전지현의 선택

img

문서번호	
화면목록	
페이지 번호	1
화면 설명	
1	페이지 새로고침
2	다운스크롤
3	아이콘 클릭시 해당 페이지로 이동
4	카테고리 클릭 시 해당 페이지로 이동
5	클릭 시 옆 이미지로 이동
6	클릭 시 옆 이미지로 이동
7	클릭 시 해당 제품 상세페이지로 이동
8	최근본상품
9	클릭 시 해당 제품 상세페이지로 이동

프로젝트명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	메인페이지	Apmall pc web	2019.12.01	DMD	박윤진	1.0

Ap몰 인기상품

1

img

마몽드 크리미티트칼라밤

20%25,600원

img

헤라 [11월] 블랙파운데이션 SPF15/PA++

30%25,600원

img

라네즈 크림 스킨

10%25,600원

img

라네즈 크림스킨퀵스킨팩

15%25,600원

img

헤피바스 내추럴비누

15%25,600원

img

한울 서라대새결에센스

50%25,600원

이 브랜드 어떠세요?

2

img

라네즈 홀리데이 콜렉션

11.18 - 11.24

img

이왕이면 #착한소비,프리메라 착한,,

11.18 - 11.24

img

[헤라]제니 커버 메이크업 최대 할인!

11.18 - 11.24

더보기

공지사항 바이탈뷰티 브랜드워크 포토후기 이벤트 당첨자 발표 2019/11/13

이용약관 멤버십 이용약관 개인정보처리방침 임직원서비스 고객센터

㈜아모레퍼시픽 서울특별시 용산구 한강대로 100(한강로2가)
 Apmall_support@amorepacificmail.com | 080-030-5454(쇼핑문의) | 080-0223-5454(제품문의)
 대표이사: 안세홍 | 사업자등록번호 : 106-86-43373 | 통신판매업신고번호 : 서울용산-1308호 | 사업자정보확인
 건강기능식품판매업 영업신고증 제8호 | 호스팅제공자 : ㈜아모레퍼시픽

㈜아모레퍼시픽은 아모레퍼시픽 브랜드를 제외한 입점 브랜드에 대해서는 통신판매중개자이며 통신판매의 당사자가 아닙니다.
 따라서 입점판매자가 등록한 상품정보 및 거래에 대해 책임을 지지 않습니다.
 AMOREPACIFIC CORPORATION, ALL RIGHTS RESERVED

S&G 서울보증 소비자피해보상보험
 고객님의 안전거래를 위해 현금 결제시 저희 쇼핑몰에서
 가입한 소비자피해보상보험 서비스를 이용하실 수 있습니다.
 (보상대상 : 미배송/반품, 환불거부/소평물 부도)
 가입 사실 확인

문서번호

화면목록

페이지 번호

2

화면 설명

- | | |
|---|------------------------------|
| 1 | 클릭 시 해당 제품 상세페이지로 이동 |
| 2 | 클릭 시 해당 이벤트 상세페이지로 이동 |
| 3 | 공지사항 클릭 시 해당 공지사항 상세 페이지로 이동 |
| 4 | 카테고리 클릭 시 각 상세페이지로 이동 |
| 5 | 더보기 클릭 시 공지사항 페이지로 이동 |
| 6 | 클릭 시 가입사실확인 가능 |
| 7 | 클릭 시 상단으로 이동 |

더보기

7

프로젝트 명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	메인페이지 리뉴얼	Apmall pc web	2019.12.01	DMD	박윤진	1.0

[illegible]

프로젝트 명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	Web 회원가입 페이지	Apmall pc web	2019.12.02	DMD	박윤진	0.1

문서번호		
화면목록		
페이지 번호	3	
화면 설명		
1	이름 작성	
2	생년월일 작성	
3	성별 선택	
4	통신사 선택 (다운스크롤)	
5	전화번호 입력	
6	아이디 입력 (미입력 가능)	
7	비밀번호 직접입력 / 자동발급 선택	
8	비밀번호 작성 및 확인	

뷰티포인트 통합멤버십 회원 가입을 환영합니다!

아모레퍼시픽 통합멤버십(뷰티포인트)에 가입하시면 AP몰 외 모든 브랜드 온/오프 매장에서 상품을 구매 할 때마다 현금처럼 사용할 수 있는 포인트 적립과 사용 등 다양한 혜택을 받으실 수 있습니다.

1

이름(실명으로 입력해주세요)

2

2

3

생년월일8자리 (ex.19980905)

남자

여자

4

5

통신사 선택 ▼

전화번호 입력

6

*아이디 미입력시 휴대번호로 가입되면 가입완료후 변경 불가합니다.

아이디 (4~12자 영문 대.소문자)

7

비밀번호 직접입력

비밀번호 자동발급

8

비밀번호는 6~16자 영문 대소문자,숫자,특수문자 중

비밀번호 확인

프로젝트 명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	Web 회원가입 페이지	Apmall pc web	2019.12.03	DMD	박윤진	0.1

문서번호	
화면목록	
페이지 번호	4
화면 설명	
1	모든 약관 동의 버튼
2	필수 및 선택사항 버튼 선택
3	해당 약관에 대한 상세설명
4	본인인증 및 회원가입 완료 버튼

1

☐ 모든 약관 동의

아래 모든 약관 (필수/선택 포함) 및 광고성 정보수신 동의 내용을 확인하고 전체 동의합니다. * 선택 항목에 대한 동의를 거부하더라도 회원가입에 영향을 미치지 않습니다.

2

아모레퍼시픽 통합 멤버십 뷰티포인트 회원약관

☐ [필수] 뷰티포인트 서비스 이용약관

☐ [필수] 개인정보 이용 및 수집에 대한 동의

☐ [선택] 개인정보 제3자 제공 동의
* 외부 콘텐츠 마케팅 활용

☐ [선택] 국외이전동의

광고성 정보 수신 동의

☐ [선택] 뷰티포인트 문자 수신 동의

☐ [선택] 온라인 사이트 문자 수신 동의

3

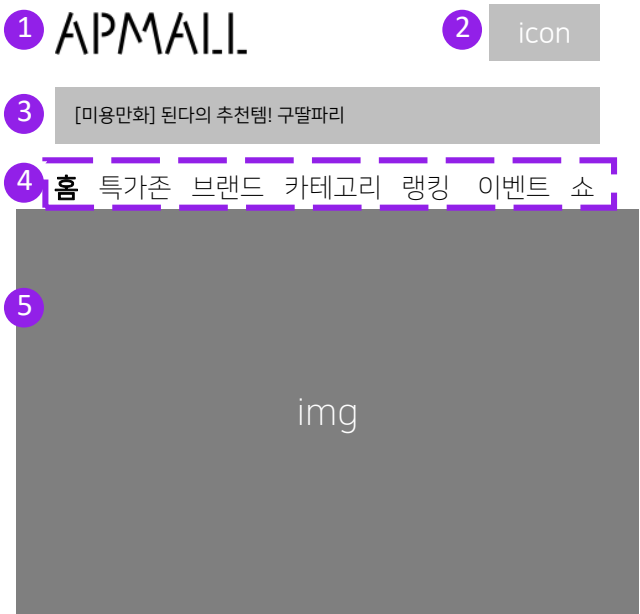
개인정보 처리 위탁에 대한 안내

* 아모레퍼시픽은 서비스 향상 및 원활한 전산 처리 등을 위하여 이용자의 개인정보 관리를 외부 전문업체에 위탁하고 있습니다. 아모레퍼시픽의 업무를 위탁받는 자 업무의 내용은 아모레퍼시픽 홈페이지 [https:// www.beautypoint.co.kr/footer/peivacy/ personal.html](https://www.beautypoint.co.kr/footer/peivacy/personal.html) 에서 확인 하실 수 있습니다.

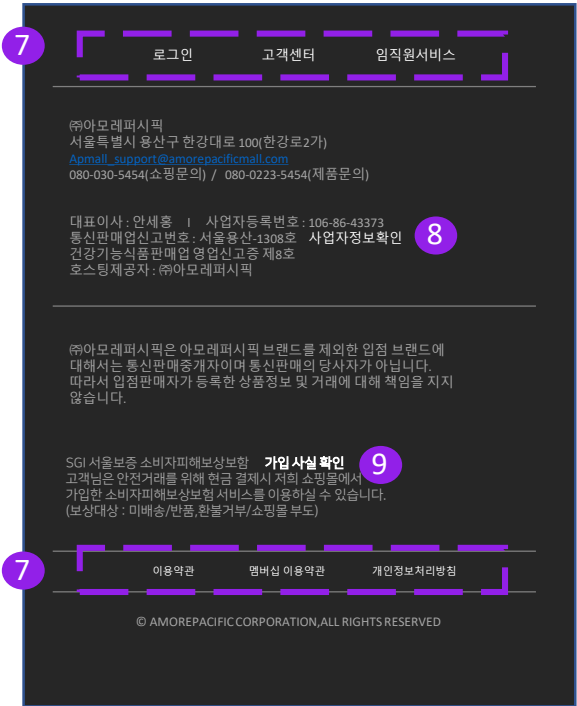
4

본인인증 및 회원가입

프로젝트 명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	Apmall pc web	작성일자	2019.12.03	소속	DMD	작성자	박윤진	Ver.	2.0
페이지 설명	App 메인페이지										



세라마이드 튜브 대용량!
찬바람불면 세라마이드
최대 30% + 60ml 추가 증정



화면 설명	
1	상단으로 이동
2	아이콘 클릭 시 각 상세페이지로 이동
3	클릭 시 검색창으로 이동
4	카테고리 클릭 시 각 페이지로 이동
5	이미지 클릭 시 상세페이지로 이동
6	이미지 클릭 시 제품 상세페이지로 이동
7	이미지 클릭 시 제품 상세페이지로 이동
8	사업자정보확인 버튼을 누르면 해당페이지로 이동
9	기업 사실 확인 버튼을 누르면 해당페이지로 이동

프로젝트 명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	App 회원가입 페이지	Apmall pc web	2019.12.03	DMD	박윤진	0.1

문서번호		
화면목록		
페이지 번호		6
화면 설명		
1	이름 작성	
2	생년월일 작성	
3	성별 선택	
4	통신사 선택 (다운스크롤)	
5	전화번호 입력	
6	아이디 입력 (미입력 가능)	
7	비밀번호 직접입력 / 자동발급 선택	
8	비밀번호 작성 및 확인	

뷰티포인트 통합멤버십 회원 가입을 환영합니다!

아모레퍼시픽 통합멤버십(뷰티포인트)에 가입하시면 AP몰 외 모든 브랜드 온/오프 매장에서 상품을 구매 할 때마다 현금처럼 사용할 수 있는 포인트 적립과 사용 등 다양한 혜택을 받으실 수 있습니다.

1

이름(실명으로 입력해주세요)

2

2

3

생년월일8자리 (ex.19980905)

남자

여자

4

4

5

통신사 선택 ▼

전화번호 입력

6

*아이디 미입력시 휴대번호로 가입되면 가입완료후 변경 불가합니다.

아이디 (4~12자 영문 대.소문자)

7

비밀번호 직접입력

비밀번호 자동발급

8

비밀번호는 6~16자 영문 대소문자,숫자,특수문자 중

비밀번호 확인

프로젝트 명	Apmall 홈페이지 리뉴얼	시스템명	작성일자	소속	작성자	Ver.
페이지 설명	App 회원가입 페이지	Apmall pc web	2019.12.03	DMD	박윤진	0.1

문서번호	
화면목록	
페이지 번호	7
화면 설명	
1	모든 약관 동의 버튼
2	필수 및 선택사항 버튼 선택
3	해당 약관에 대한 상세설명
4	본인인증 및 회원가입 완료 버튼

1

☐ 모든 약관 동의

아래 모든 약관 (필수/선택 포함) 및 광고성 정보수신 동의 내용을 확인하고 전체 동의합니다. * 선택 항목에 대한 동의를 거부하더라도 회원가입에 영향을 미치지 않습니다.

2

아모레퍼시픽 통합 멤버십 뷰티포인트 회원약관

☐ [필수] 뷰티포인트 서비스 이용약관

3

☐ [필수] 개인정보 이용 및 수집에 대한 동의

☐ [선택] 개인정보 제3자 제공 동의
* 외부 콘텐츠 마케팅 활용

☐ [선택] 국외이전동의

광고성 정보 수신 동의

☐ [선택] 뷰티포인트 문자 수신 동의

☐ [선택] 온라인 사이트 문자 수신 동의

개인정보 처리 위탁에 대한 안내

* 아모레퍼시픽은 서비스 향상 및 원활한 전산 처리 등을 위하여 이용자의 개인정보 관리를 외부 전문업체에 위탁하고 있습니다. 아모레퍼시픽의 업무를 위탁받는 자 업무의 내용은 아모레퍼시픽 홈페이지 [https:// www.beautypoint.co.kr/footer/peivacy/personal.html](https://www.beautypoint.co.kr/footer/peivacy/personal.html) 에서 확인 하실 수 있습니다.

4

본인인증 및 회원가입

느낀점



감사합니다

21961047_박윤진