

# ZARA HOME

## Webpage redesign

웹개발과정 24-3 박주희





## About 'ZARA HOME'

2003년 스페인에서 설립된 자라홈은 글로벌 패션그룹 인디텍스가 운영하는 홈패션 브랜드로 2014년 11월에 서울 코엑스몰에 한국 첫 매장을 오픈하여 국내에서도 큰 인기를 끌고 있다.

소재 본연의 모습을 살린 심플한 아이템부터 아방가르드하고 화려한 아이템까지 다양한 컨셉의 제품들을 판매하며 매 시즌 트렌드를 반영한 컬렉션을 일 년에 두 번씩 선보이고, 신제품은 주 2회씩 업데이트 되어 트렌드에 민감한 소비자층의 니즈를 만족시키고 있다.

오가닉 코튼, 재생 폴리에스터 등 환경에 미치는 영향을 감소하는데 도움이 되는 공정과 원자재를 사용하여 생산된 아이템들을 분류한 JOIN LIFE 컬렉션을 제작하며 2023년까지는 전체 아이템에서 50%를 차지하였으며 2040년까지 '순 배출 제로'라는 목표 달성을 약속해 친환경 브랜드로 자리잡고 있다.

**누가 이용할까?** 자라홈의 제품에 관심이 많고 구매로 이어지는 주 사용자층을 조사하였습니다.

USER 01

## 3040 여성

나를 꾸미는 것이 끝이 아니라 내가 사는 공간도 패션처럼 내가 원하는 스타일로 꾸미고 싶다.  
트렌디하고 스타일리시한 디자인은 기본이고 오래도록 쓸 수 있는 내구성, 마감 처리 등 품질이 높은 제품을 선호한다.

USER 02

## 신혼부부

정리 용품, 침구부터 디퓨저, 홈웨어 같은 작은 소품까지 새로 갖추어야 하는데 통일된 무드와 좋은 소재의 제품들로 구성하면서 감성적인 분위기를 연출하고 싶다.

USER 03

## 1인 가구

작은 원룸 이어도 내가 원하는 스타일로 집을 꾸며 만족스러운 생활을 하고 싶다.  
소소한 소품들로 기분 전환하는 것을 좋아한다.

## Pain Point

제품을 구매하기 위해 방문하는 사용자의 입장에서 불편함이 느껴지는 부분을 조사하였습니다.

01 메인에서는 비주얼 요소를 제외하고는 크게 확인 할 수 있는 것이 없다.

02 주 2회 신상품 업데이트라는 장점을 알 수 없다.

03 화면 전체를 차지하는 비주얼 위에 텍스트가 올려져 있는데 배경이미지의 색에 따라 식별이 어려운 구간이 있다.

04 슬라이딩 형태로 자동으로 다음 슬라이드로 넘어가는데 이 슬라이드가 반복되는 것이 아니고 마지막에는 푸터로 내려가서 끝나버린다.

05 시원시원한 비주얼 요소로 시즌 아이템의 색깔과 분위기를 나타내는 것은 좋으나 사용자가 한 눈에 알 수 있는 설명이 없어서 불친절하다고 느껴진다.







## 김민영

38세 | 서울 | 전업주부

#깔끔

#아무짐

#성격급함

#트렌트에민감

### Story

예전부터 자라의 옷을 좋아해서 자연스럽게 자라홈에도 관심이 생겨서 매장을 종종 방문하다가 제품군을 상세히 보고 싶어서 홈페이지를 접속했다. 메인에서는 스크롤을 내려도 상품에 관한 내용이 나오지 않아 당황스러웠고 카테고리에서는 하나의 사진에 여러 개의 제품들이 함께 있어서 내가 지금 보고 있는게 무슨 제품인지 사진과 상품명을 다시 번갈아 봐야 해서 번거롭게 느껴진다. 페이지 간에 로딩도 있는 편이어서 잘못 클릭했다가 돌아가는 과정이 오래 걸려서 짜증이났다.

### Needs

클릭의 과정이 없어도 볼 수 있도록 메인에서 신제품이나 주력 상품이 보였으면 하고, 리스트에서 해당하는 제품 식별이 한 눈에 되었으면 한다.



## 이유민

27세 | 부산 | 웨딩플래너

#집순이

#오늘의집유저

#자취2년차

#휴식이필요해

### Story

주말에도 근무를 해야 하는 직업 특성상 집에서의 휴식이 귀하기 때문에 온전히 쉴 수 있는 나만의 공간으로 집을 꾸미는 것이 목표이다. 새로 이사 온 집에서 신중하게 집을 꾸며 보기 위해 평소 관심있던 자라홈 제품을 이용하려 홈페이지에 접속했는데 썸네일 크기가 다르고 중복되게 나열된 제품이 있어 헷갈리는 느낌이 들었다. 다른 상품인 줄 알고 착각해 잘못 클릭하여 뒤로가기 하는 것이 반복되니 시간낭비로 느껴진다. 또 한 페이지에서 보여지는 제품이 2-3개 밖에 되지 않아 스크롤이 많이 필요해서 귀찮았다.

### Needs

중복되는 상품이 없었으면 좋겠다. 썸네일 크기를 좀 줄여서 한 화면에서 보여지는 상품이 많았으면 한다.

**더 나은 방향을 제안합니다.** 사용 환경의 불편함과 그 것을 개선하여 완성도 높은 홈페이지로 개선할 수 있는 솔루션입니다.

#### Problem 01

### 메인에서 제품 정보의 부재

카테고리를 찾아 들어가야지만 볼 수 있는 제품들.  
원하는 제품을 보기 까지 최소 2depth가 필요하다.

#### Solution 01

접속하자마자 보이는 메인페이지에 신상품과 진행중인 캠페인 등의 정보를 배치하여 클릭이 없어도 시즌 제품과 트렌드를 확인할 수 있도록 한다.

#### Problem 02

### 안보이는 텍스트

배경이미지에 따라 텍스트가 안보이는 구간이 자주 발생하며 식별이 어려워 혼동을 일으킨다.

#### Solution 02

텍스트에 배경 등의 효과를 주거나 이미지와 텍스트를 분리하여 시인성이 높아지도록 한다.

#### Problem 03

### 불규칙적인 제품 리스트

썸네일의 사이즈가 일정하지 않고 상품을 중복하여 나열해서 헷갈릴 수 있다.

#### Solution 03

썸네일 사이즈를 통일하여 일관성을 주고 중복된 제품은 삭제한다. 중복 상품의 공간 차지가 없으므로 한 페이지에서 많은 제품을 확인할 수 있게 된다.

Primary Font

Pretendard

가Aa

섹션 타이틀

프리텐다드 Semi bold 48px

섹션 서브 타이틀

프리텐다드 Regular 24px

상품명 · 헤더

프리텐다드 Regular 16px

상품 판매 가격

프리텐다드 Bold 16px

상품 할인 전 가격

~~프리텐다드 Bold 16px~~

할인율

프리텐다드 Bold 16px

푸터

프리텐다드 Bold 16px

Secondary Font

Theano Didot

Aa

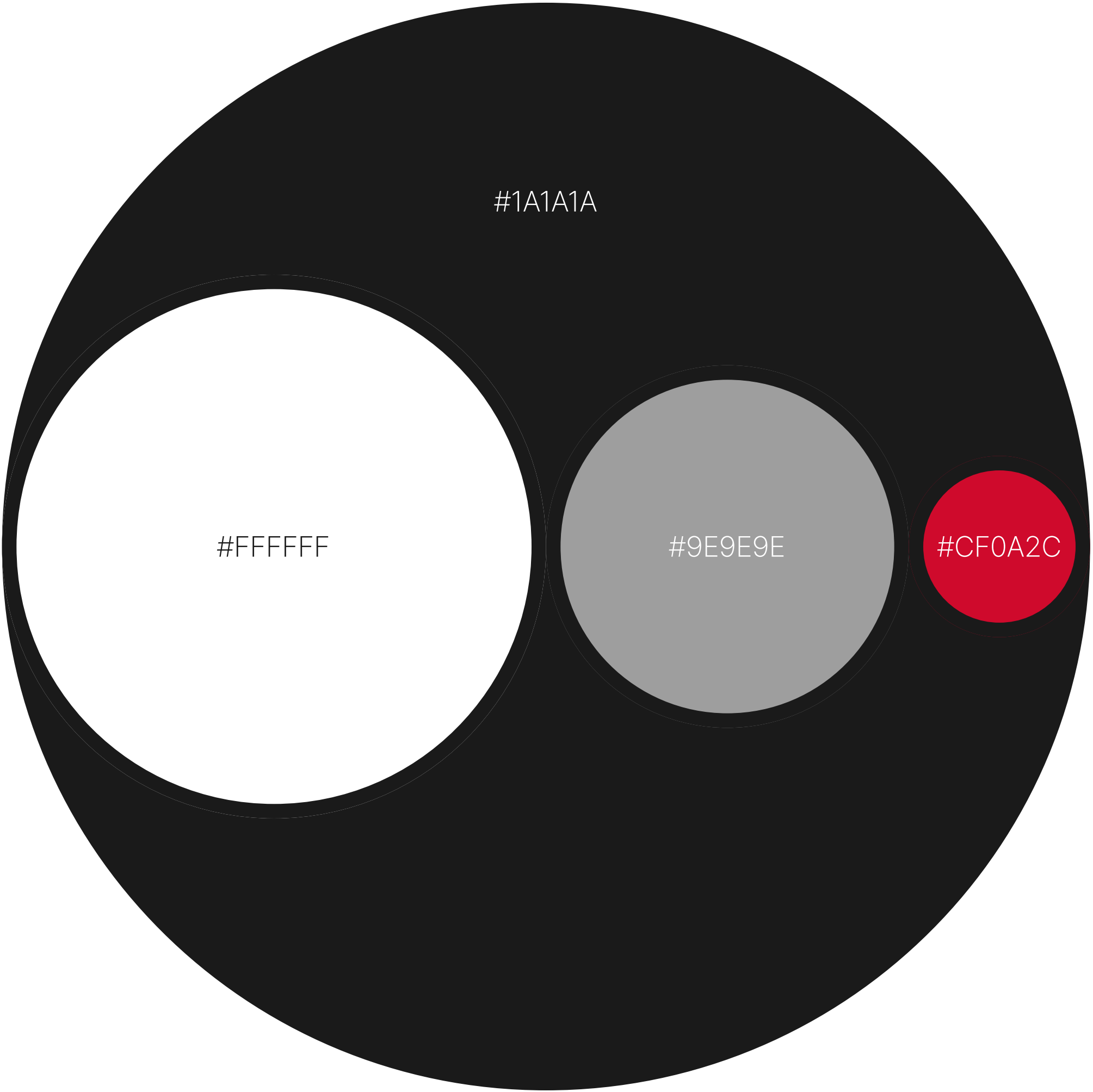
메인 타이틀

Theano Didot 80px

메인 서브 타이틀

Theano Didot 36px

Dark	어두운 배경색 또는 배경색이 밝을 때 폰트 색상으로 사용함	#1A1A1A	<div></div>
Light	밝은 배경색 또는 배경색이 어두울 때 폰트 색상으로 사용함	#FFFFFF	<div></div>
Gray	할인전 가격 또는 취소선이 적용된 폰트에 사용함	#9E9E9E	<div></div>
Red	할인율 또는 강조가 필요한 요소에 사용함	#CF0A2C	<div></div>





Icon

Navigation



SNS



Menu  
(tablet, mobile)



Button

Navigation Menu



Shop now



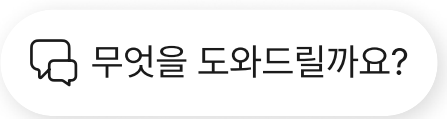
View more



Chatbot



normal

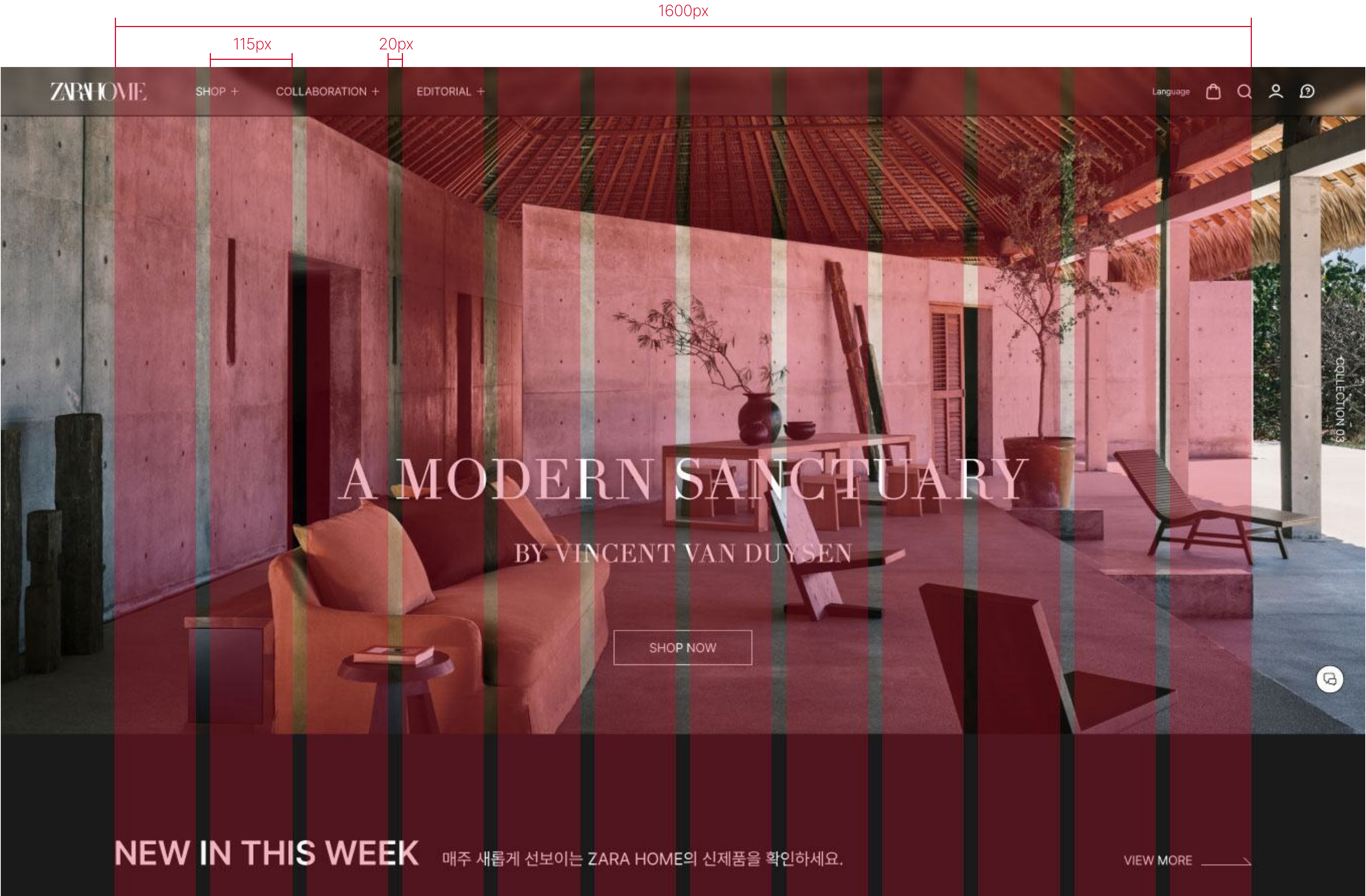


hover



PC

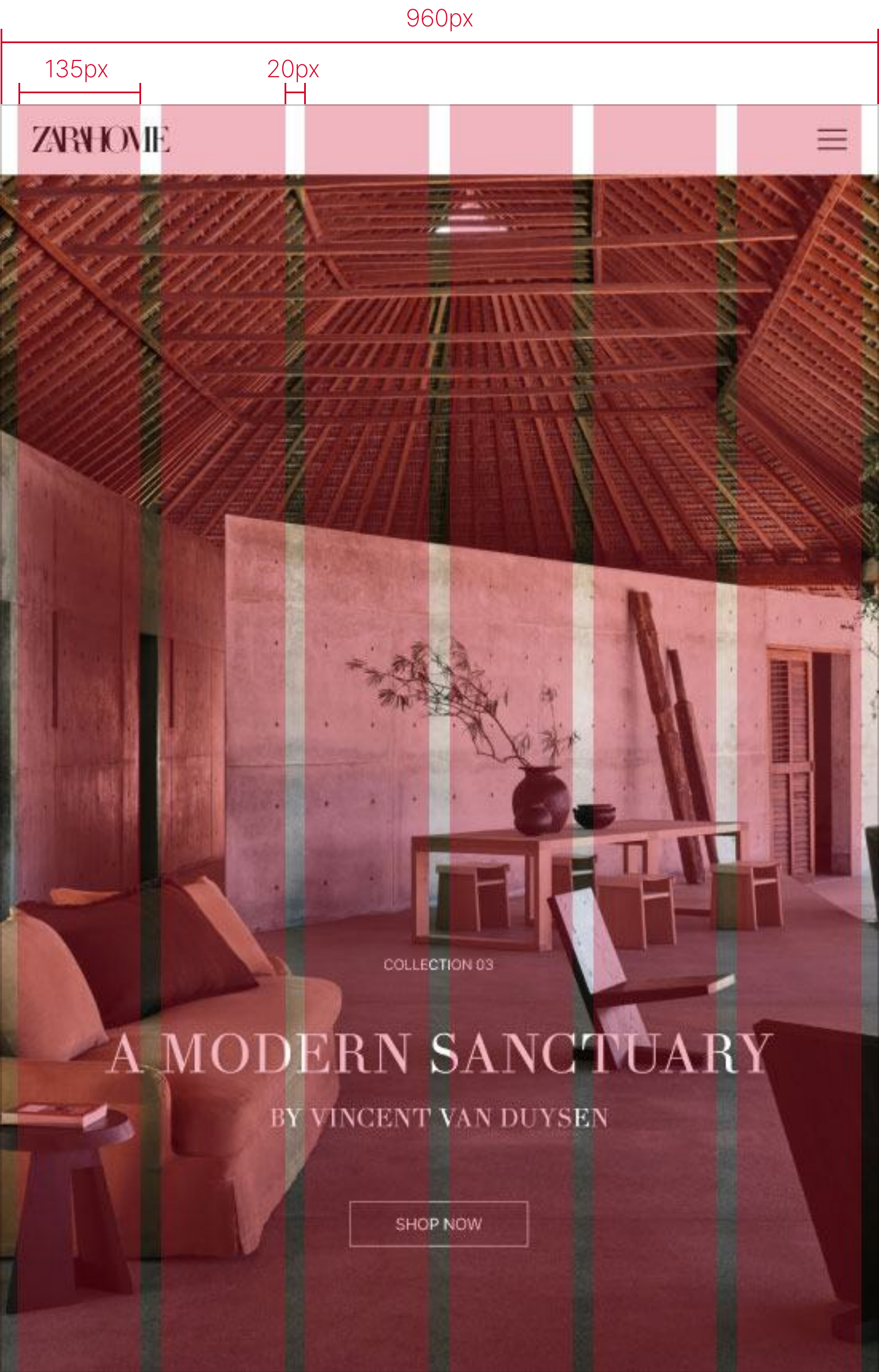
Max-width	1920px
Container	1600px
Column	12
Gutter	20px
Margin	0





Tablet

Max-width	960px
Container	920px
Column	6
Gutter	20px
Margin	20px



Tablet

Max-width	390px
Container	350px
Column	4
Gutter	20px
Margin	20px

