



Hello, I am  
*Comfy Designer*

# 마음이 편한 과정과 눈이 편한 디자인을 목표합니다.

기다리는 사람을 애태우지 않는  
원활한 소통으로 마음을 편안하게 하고,  
작은 것도 쉽게 놓치지 않는 디테일함과  
탄탄한 기초를 바탕으로 만들어지는 완성도 높은  
디자인으로 눈을 편안하게 해드리겠습니다.



**박주희** PARK JU HUI

1992.9.16  
P 010-5559-2025  
E 1992vibe@naver.com

## CAREER

- 2019.8 - 2024.2 (4년 7개월)  
자동차용품 쇼핑몰 '제트비'  
웹, 컨텐츠 디자이너 근무
- 2018.11 - 2019.8 (10개월)  
광고디자인 업체 '디자인마음'  
간판, 현수막 등 광고물 디자이너 근무

## EDUCATION

- 2024.4 - 2024.8  
그린컴퓨터아카데미  
반응형 UI/UX  
웹디자인 & 웹퍼블리셔  
웹개발자 양성과정
- 2011.3 - 2013.2  
영남이공대학교  
패션코디디자인과 졸업 GPA 4.07

## CERTIFICATE & LICENSE

- 2012.6  
컬러리스트산업기사
- 2010.7  
컴퓨터그래픽스운용기능사
- 2010.6  
컴퓨터활용능력 3급
- 2003.9  
워드프로세서 2급
- 2012.1  
자동차운전면허 2종 보통

## SKILLS



# Design Project.

## Web & App

01  
뷰티브랜드 네이밍  
반응형 리디자인

02  
다이어트앱 Okcal  
기획 및 앱디자인

03  
리빙브랜드 자라홈  
반응형 리디자인

04  
가전브랜드 모온  
리디자인

05  
커피브랜드 폴바셋  
리디자인

## Brand

01  
만두 전문점 장성향  
BI/BX 디자인

02  
커피전문점 영도 아라카페  
BI 디자인

## Graphic

01  
제트비 자동차 용품  
상세페이지 多

02  
일회용 마스크  
상세페이지

03  
(주)SC 절곡기  
상세페이지

04  
소다LED 실내등  
상세페이지

05  
장성향 냉동만두  
상세페이지

06  
ETC

# Web & App design

# 01 네이밍

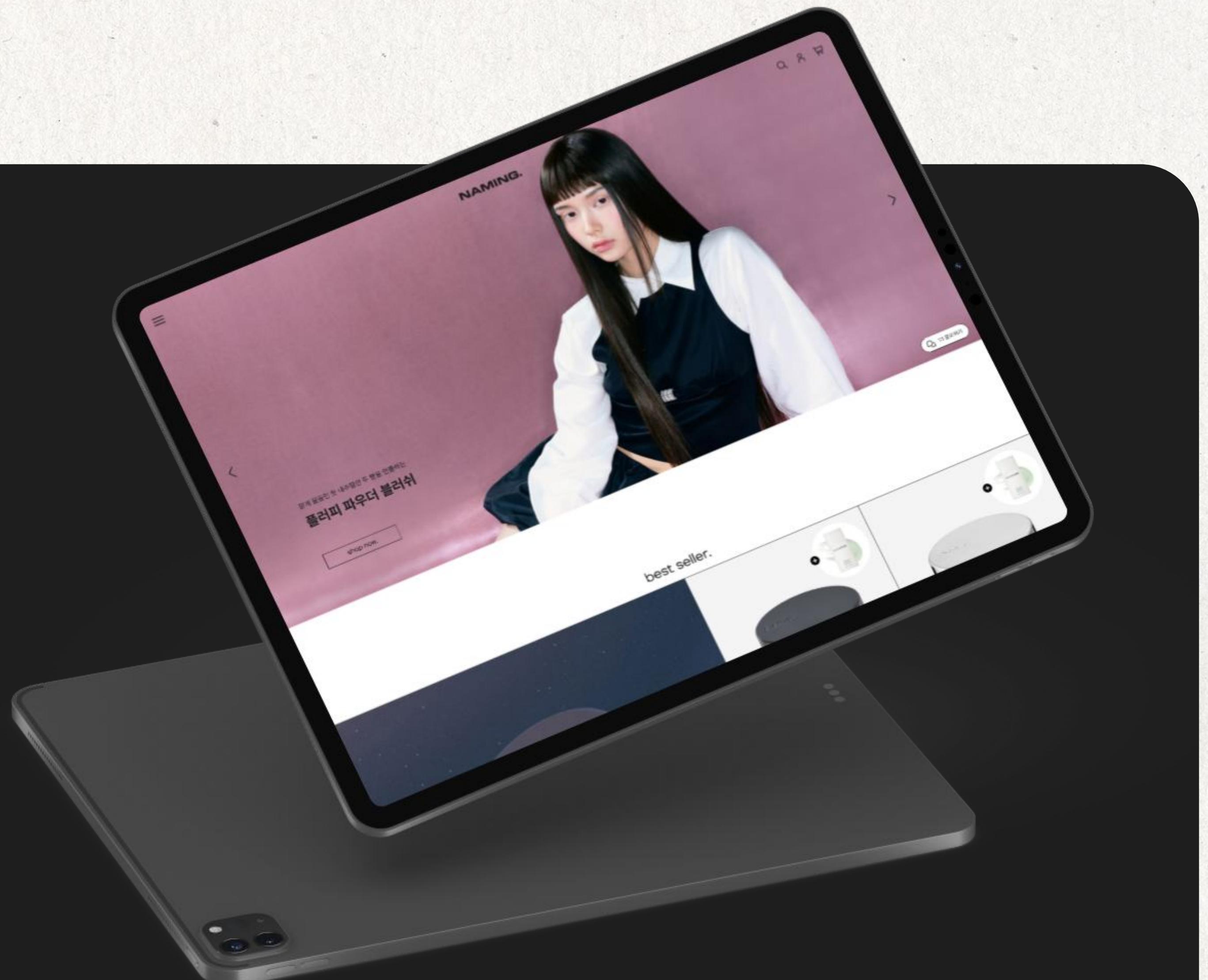
프로젝트 반응형 웹사이트

## 참여도 기획, 디자인, 퍼블리싱 100%

## 페이지 메인페이지, 서브페이지 (best, face 카테고리)

프로그램 Ps, Figma, VSCode

#HTML #CSS #JS #JQuery



## DESIGN CONCEPT

네이밍은 정형화된 내추럴한 이미지를 지양하고 개인의 개성과 취향을 드러낸 내추럴함을 지향하는 국내 코스메틱 브랜드입니다.

정형화 되어 있지 않고 개성 있는 네이밍만의 내추럴함을 간결하고 심플하게 보여줌으로써 브랜드의 아이덴티티가 웹사이트에서도 느껴질 수 있게 합니다.

레이아웃은 도시적이고 차가운 느낌의 제품 디자인과 흐름을 공유하면서 색상을 소프트하게 구성하여 네이밍만의 내추럴함을 표현합니다.

natural  
soft

naming's  
natural

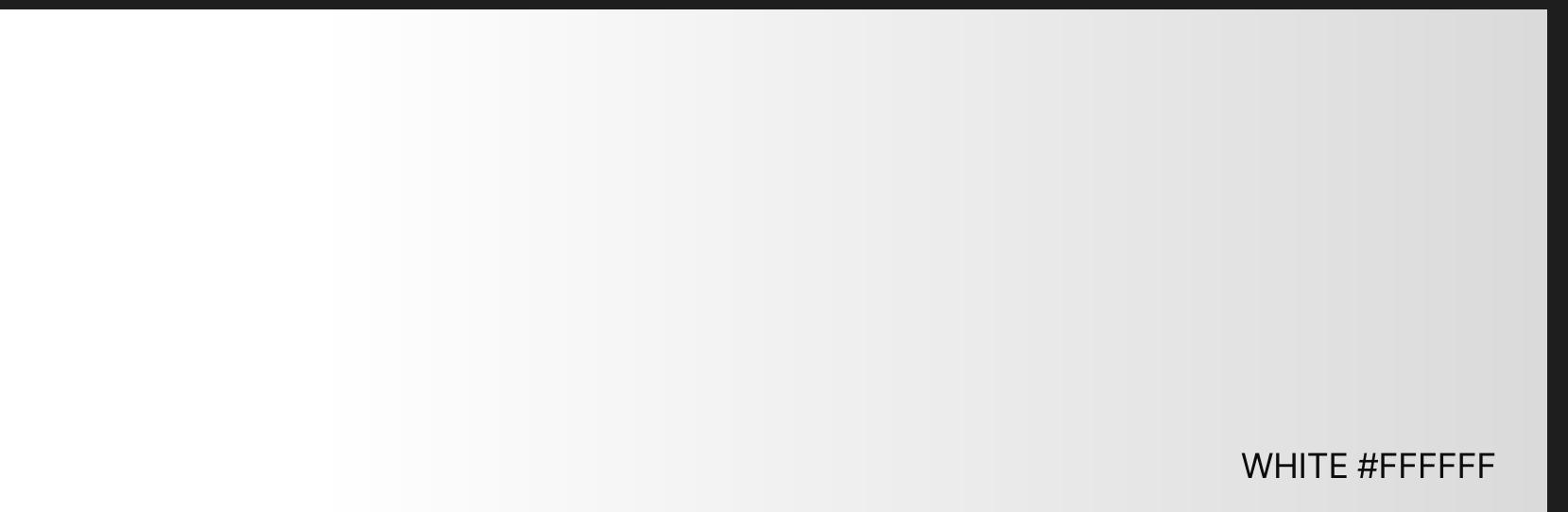
simple  
urban

## STYLE GUIDE

primary font

**Pretendard Bold 36px**

color



Pretendard Regular 36px

Pretendard Regular 22px

**Pretendard Bold 18px**

Pretendard Regular 18px

Pretendard Regular 14px

secondary font

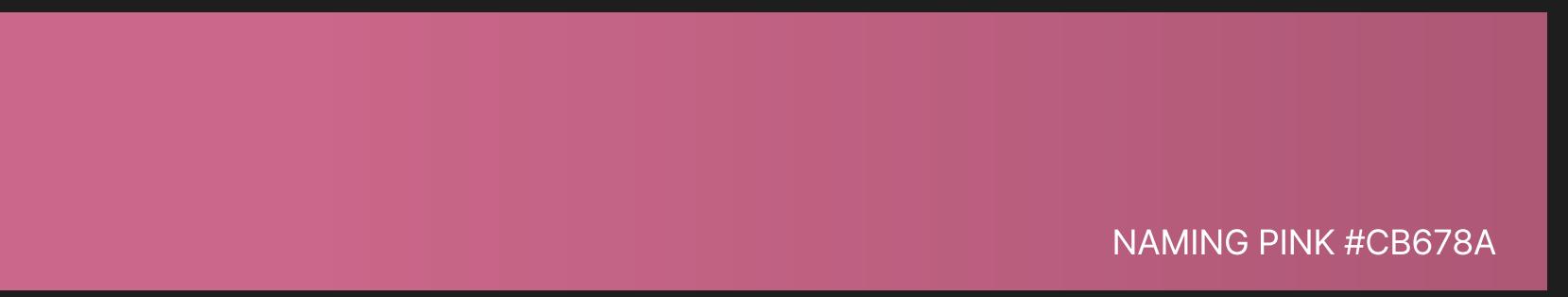
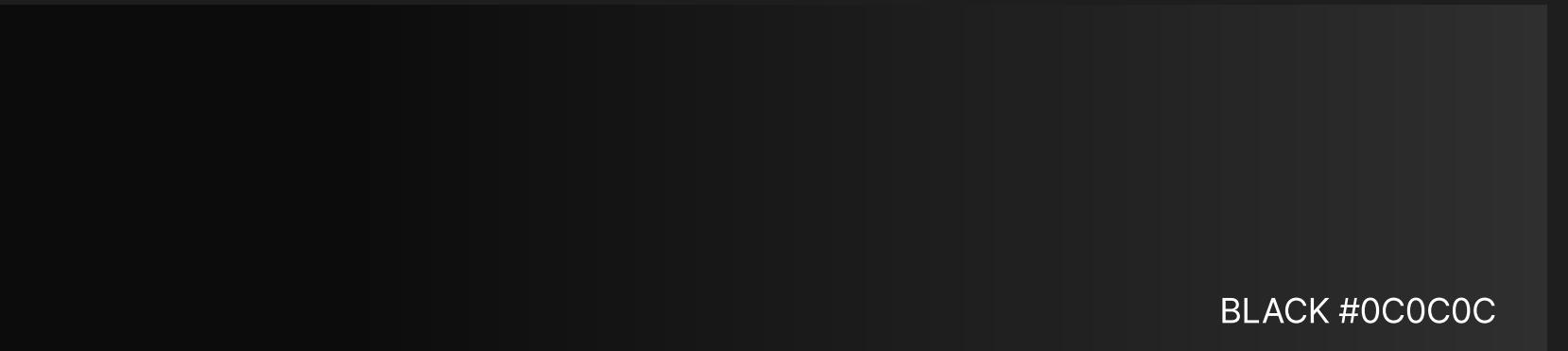
**Genova Regular 48px**

Genova Regular 36px

**Genova Medium 24px**

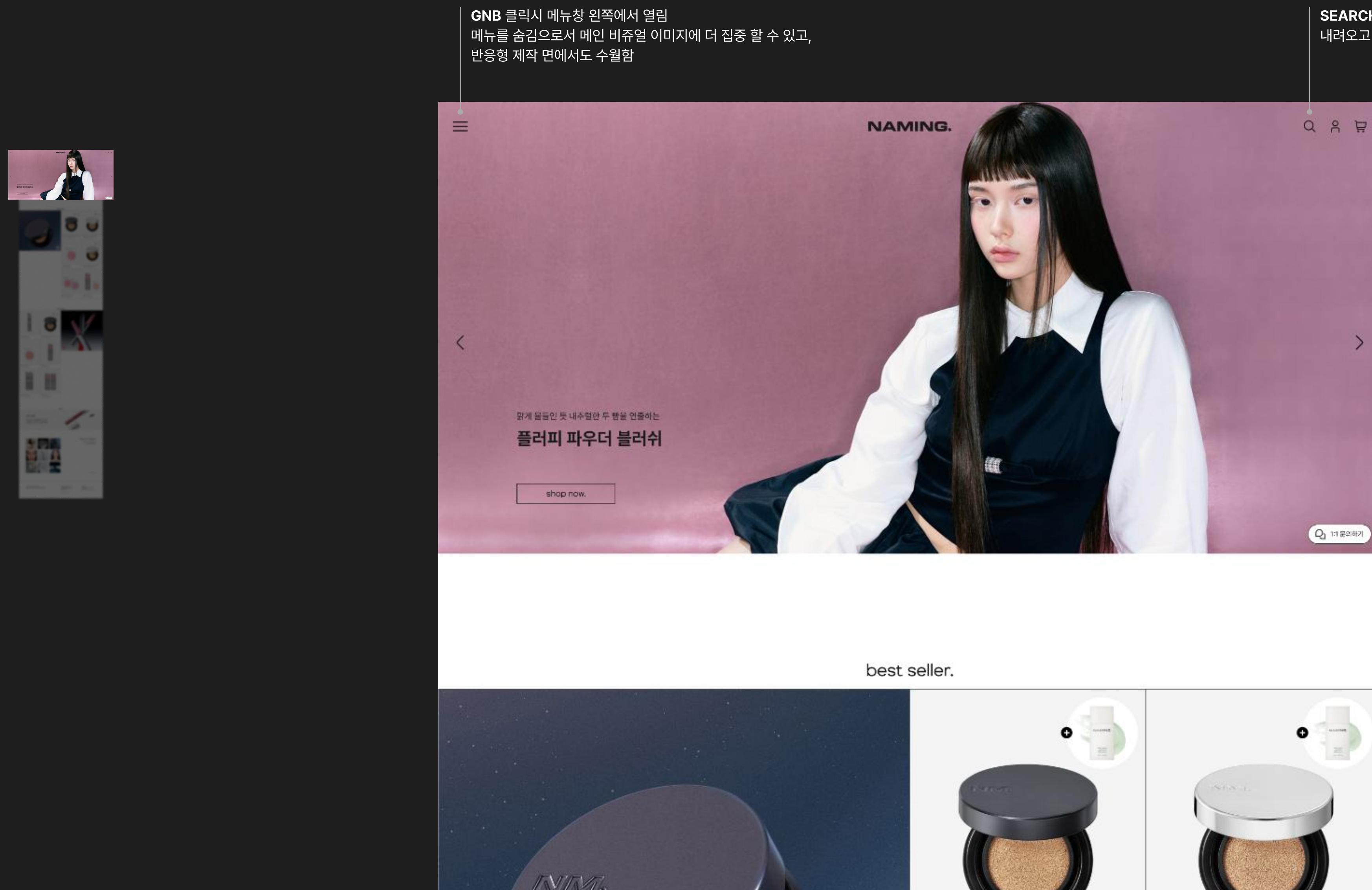
Genova Regular 22px

Genova Regular 18px



## DESIGN

### header. main slide



**GNB** 클릭시 메뉴창 왼쪽에서 열림  
메뉴를 숨김으로서 메인 비쥬얼 이미지에 더 집중 할 수 있고,  
반응형 제작 면에서도 수월함

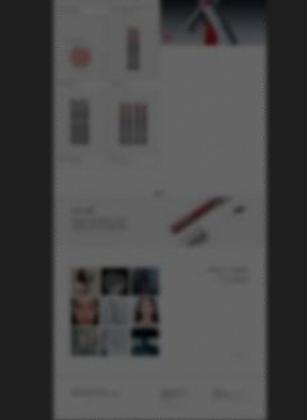
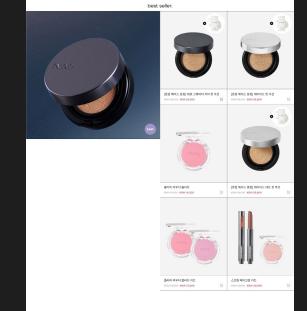
**SEARCH BAR** 클릭시 헤더영역 하단으로 검색바가  
내려오고 아이콘은 NAMING PINK 컬러로 바뀜

**MAIN SLIDE** 화보, 프로모션, 아트워 등  
비쥬얼요소를 모아 슬라이드 구현

**FLOATING ICON** 화면 우측하단에 고정됨  
NAMING C/S 챗봇 연결

## DESIGN

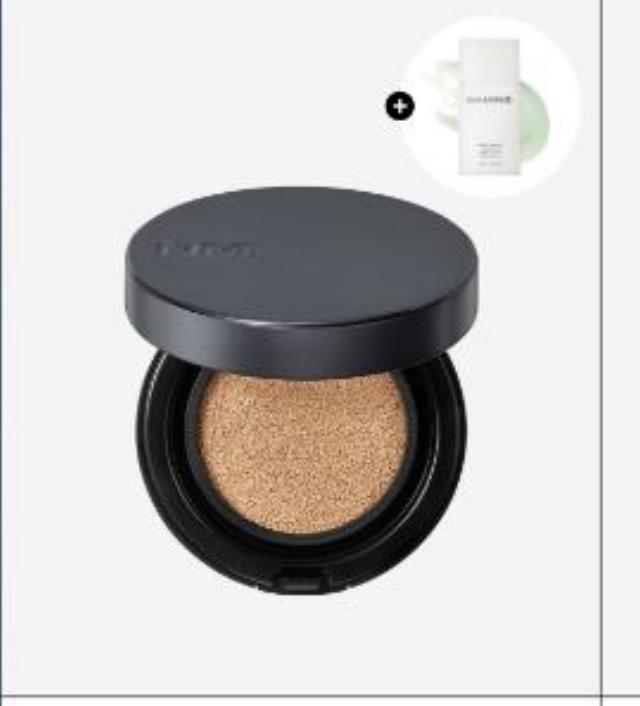
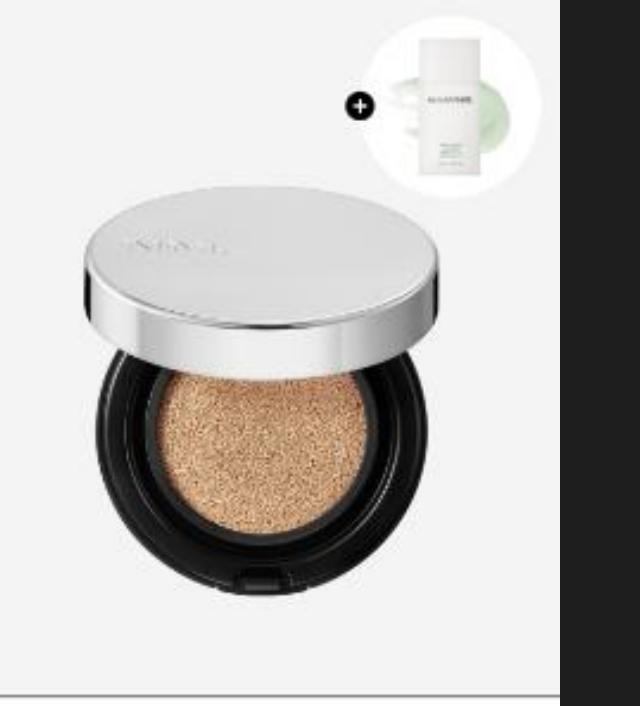
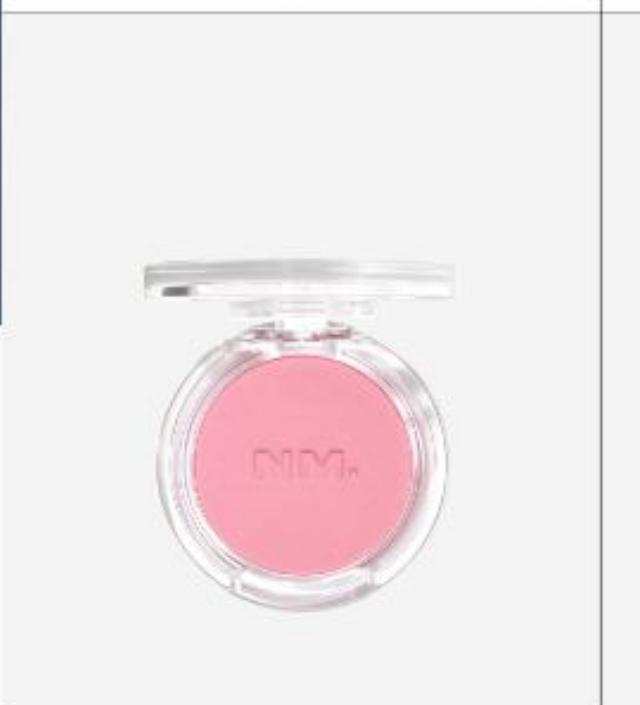
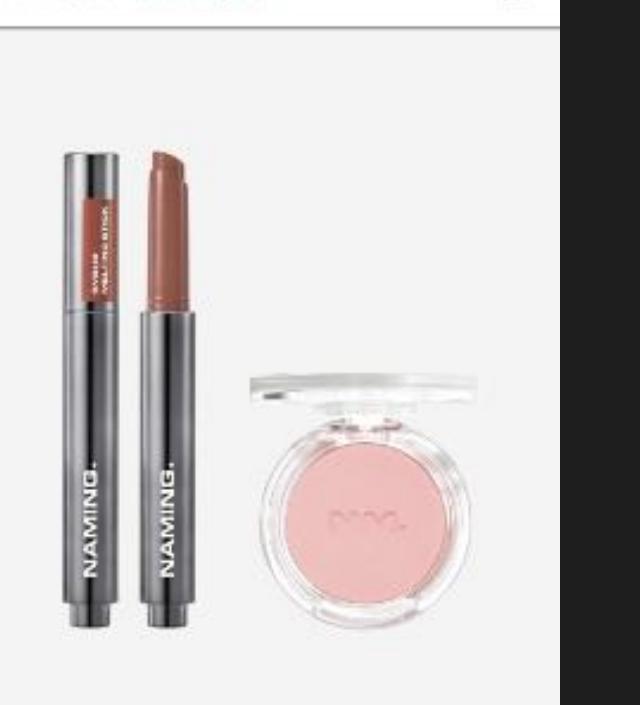
best seller,  
new arrival



**BEST ITEM**  
1위 아이템의  
이미지를 좌측에  
배치하고  
sticky 적용하여  
영역내 스크롤중에  
고정되도록 함

best seller.



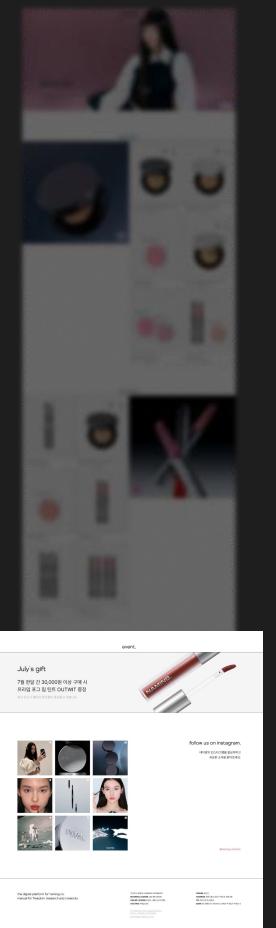
 [톤업 베이스 증정] 제로 그레이비티 커버 핏 쿠션 KRW 28,000 <b>KRW 26,600</b> 	 [톤업 베이스 증정] 레이어드 핏 쿠션 KRW 28,000 <b>KRW 26,600</b> 
 플러피 파우더 블러쉬 KRW 16,000 <b>KRW 14,250</b> 	 [톤업 베이스 증정] 레이어드 매트 핏 쿠션 KRW 28,000 <b>KRW 26,600</b> 
 플러피 파우더 블러쉬 키트 KRW 30,000 <b>KRW 27,000</b> 	 스프링 메이크업 키트 KRW 34,000 <b>KRW 30,600</b> 

**QUICK CART** 제품 링크로 이동하지 않아도  
빠르게 장바구니에 담을 수 있는 아이콘  
장바구니에 담긴 아이템의 아이콘은  
NAMING PINK로 변경

**PRICE** 강조되는 색상은 브랜드 컬러와 통일시켜  
시인성이 높으면서 디자인의 흐름을 벗어나지  
않도록 함

## DESIGN

event,  
social,  
footer



event.

### July's gift

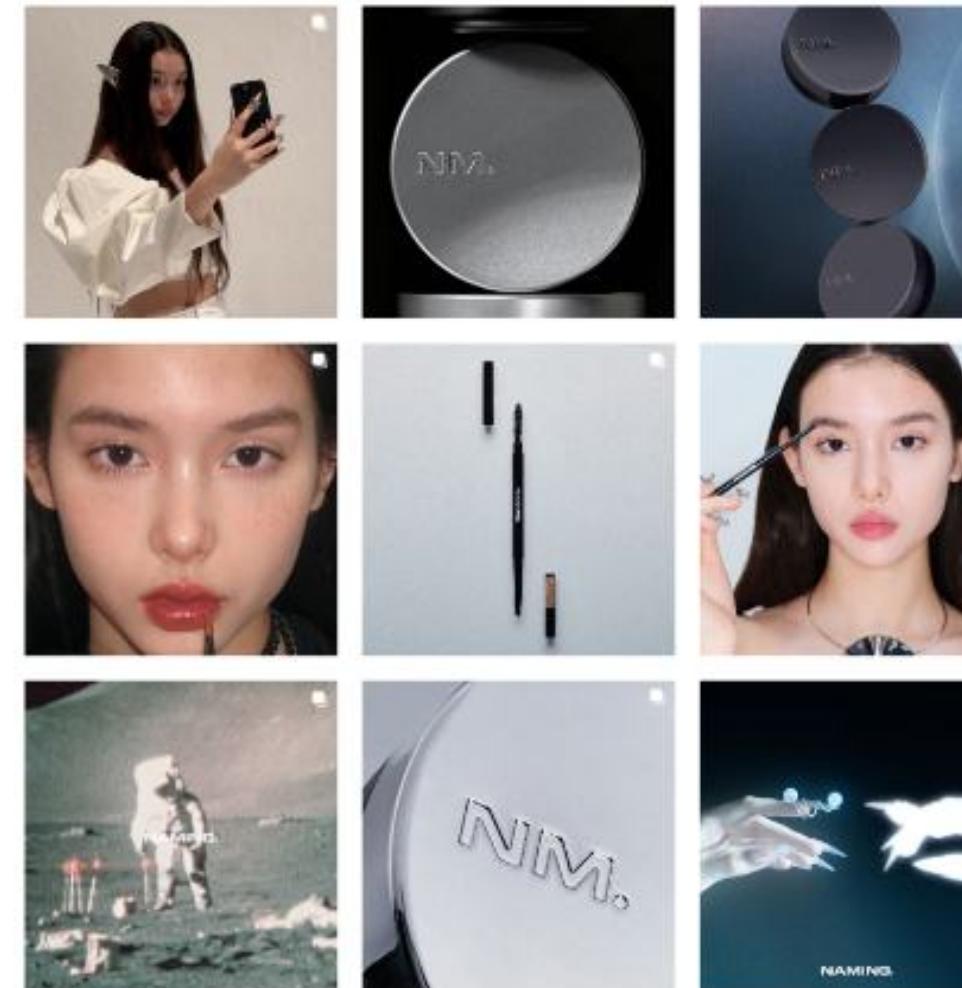
7월 한달 간 30,000원 이상 구매 시  
프라임 포그 립 틴트 OUTWIT 증정  
재고 소진 시 별도의 안내 없이 종료될 수 있습니다.



**EVENT** 진행중인 이벤트를 배너로 표현함  
제품의 이미지가 가장 강조되도록 다른 요소들은  
최소화하여 깔끔하게 배치

### INSTAGRAM

실제 feed를  
연상시키는  
3\*3 배열



### follow us on instagram.

네이밍의 인스타그램을 팔로우하고  
새로운 소식을 받아보세요.

@naming.cosmetic

**SOCIAL** 인스타그램 피드 또한 감각적인 디자인 요소로  
적용할 수 있기 때문에 큰 구역으로 배치  
좌측의 피드를 클릭하면 인스타그램으로 이동

the digital platform for naming co.  
manual for freedom, research and creativity

주식회사 포럼피니 NAMING COSMETIC  
BUSINESS LICENSE 232-88-00610  
ONLINE LICENSE 2024-서울강남-03789  
HOSTING 카페24(주)

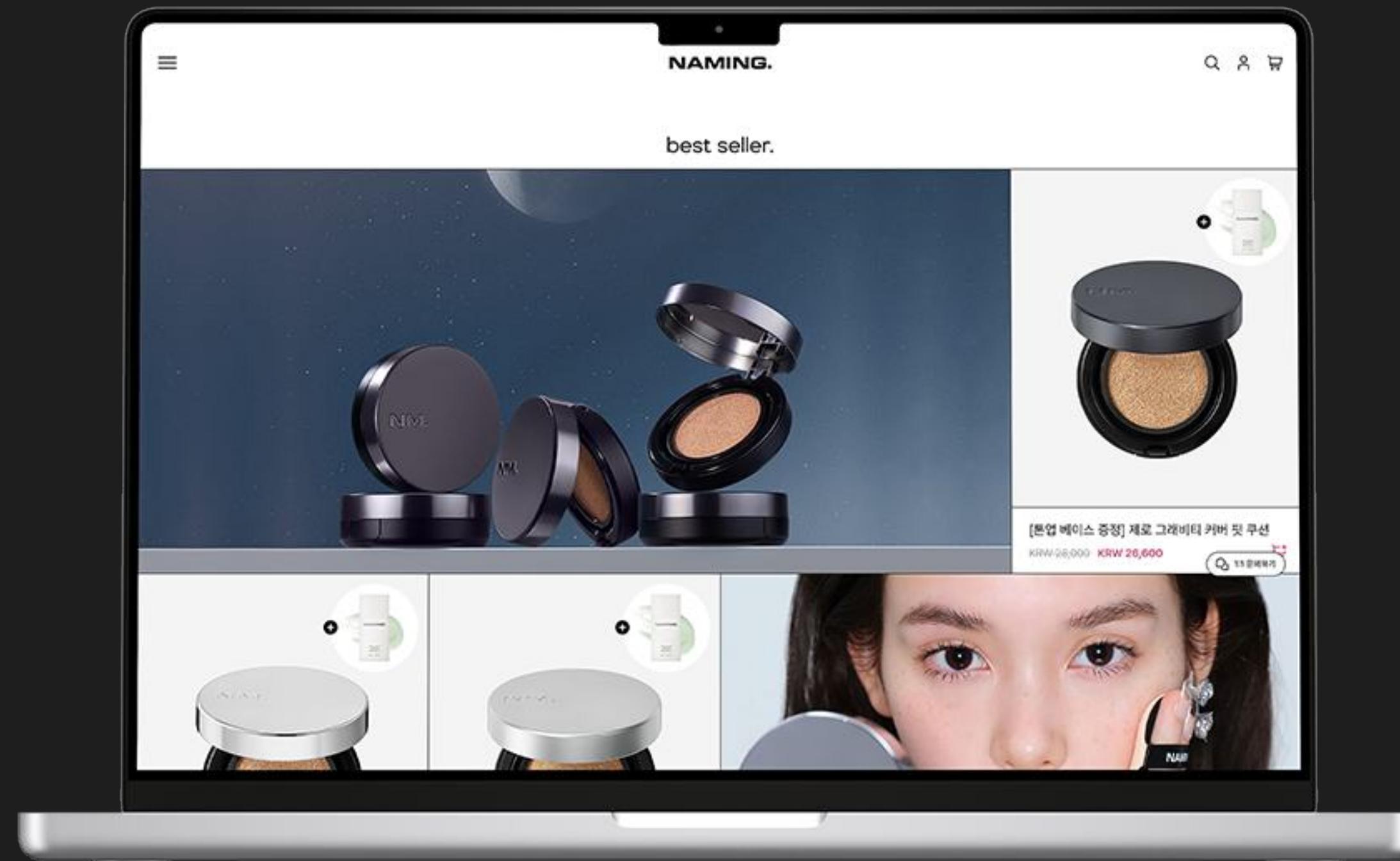
5F 538 EONJU-Ro, GANGNAM-GU,  
SEOUL, REPUBLIC OF KOREA  
NAMING@FOURCO.CO.KR

OWNER 김인우  
ADDRESS 서울특별시 강남구 흑석로 538 5층  
TEL 070-5101-6263  
BANK 하나은행 174-910014-27904 주식회사 포럼피니

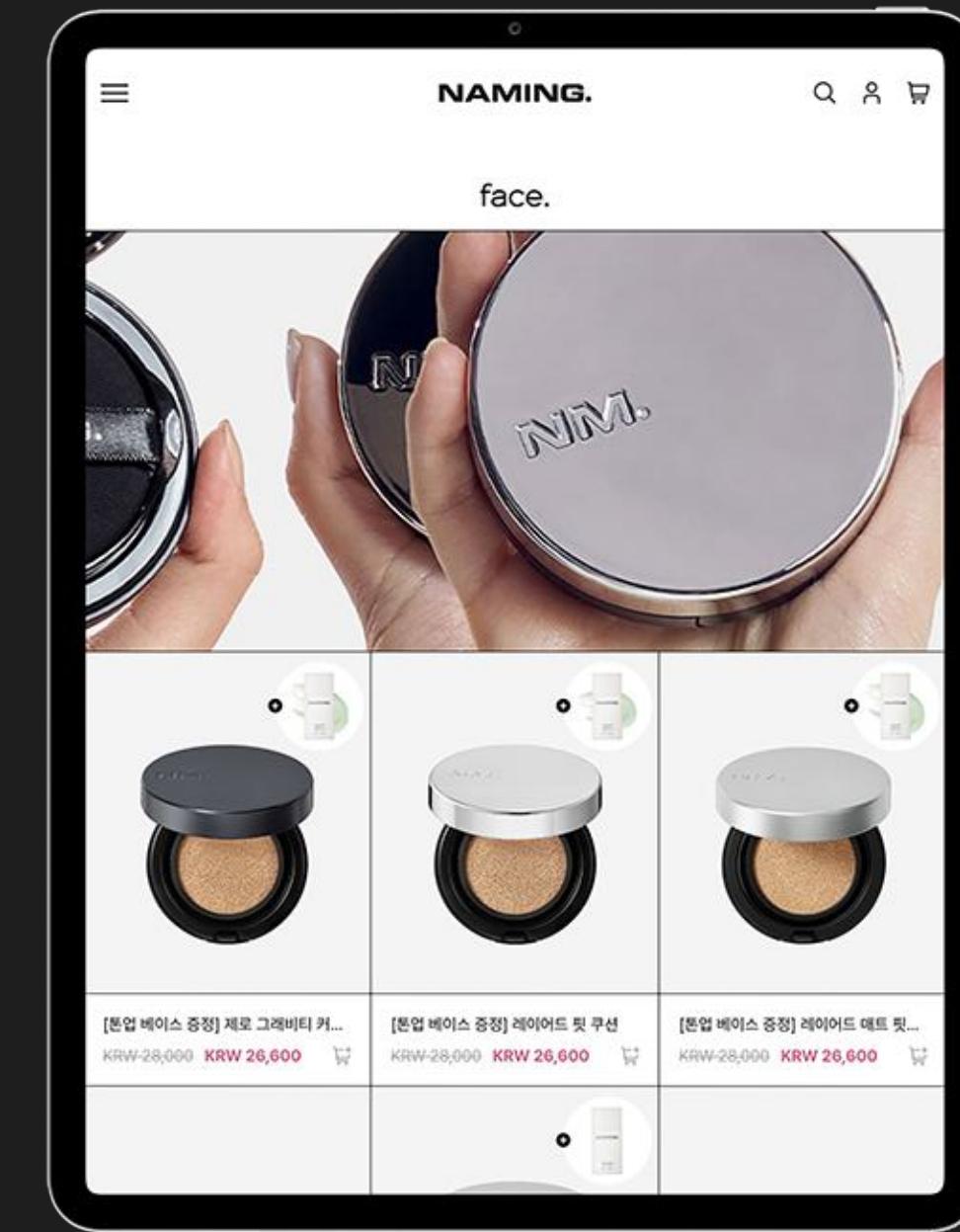
**FOOTER** 최소한으로 나타낼 정보만 기재하여 깔끔하게 표현

## SUB PAGE DESIGN PREVIEW

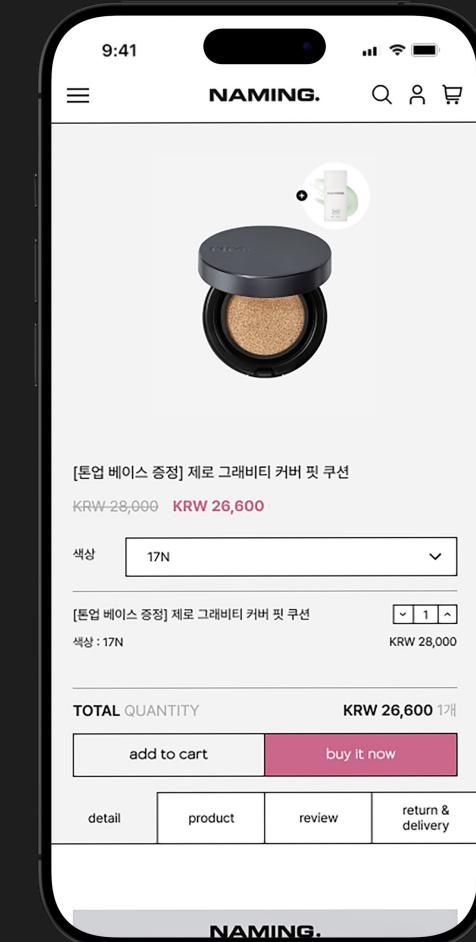
PC category - best



TABLET category - face



MOBILE detail

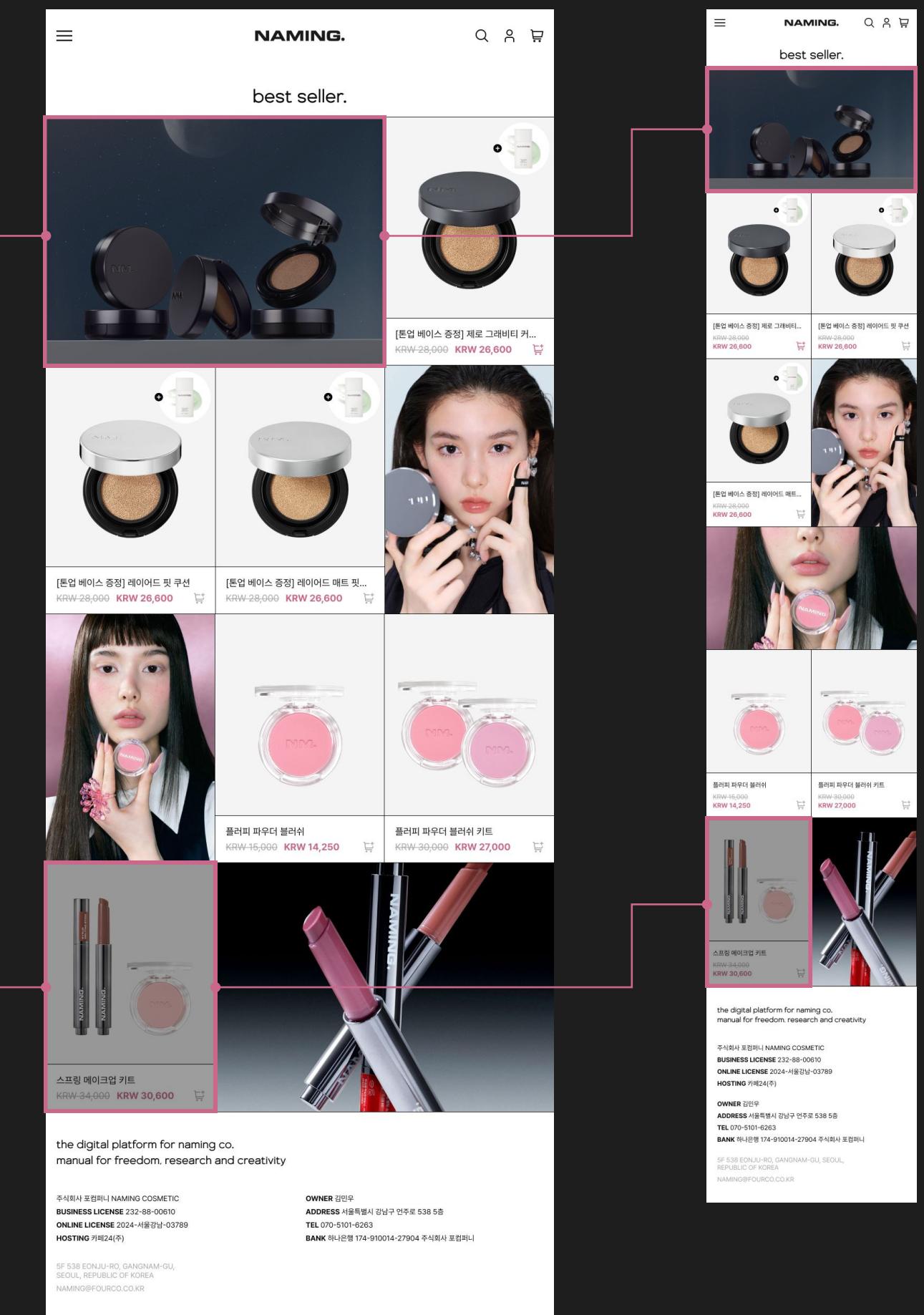


## SUB PAGE CATEGORY - BEST

**VISUAL** 동일 열에 위치하는 베스트 상품의  
화보, 프로모션, 아트워크 등을 배치하여  
베스트상품을 강조



**ITEM** PC버전에서는 메인과 동일한 비율과  
디자인으로 배치하고 태블릿 환경에서는  
1열당 3칸씩 배열하여 비쥬얼 요소와  
어울릴 수 있게 한다.  
모바일에서는 시인성을 위해 1열당 2칸씩 배치



best seller.

the digital platform for naming co.  
manual for freedom, research and creativity

주식회사 포함파니 NAMING COSMETIC  
BUSINESS LICENSE 232-88-00610  
ONLINE LICENSE 2024-서울강남-03789  
HOSTING 카페24(주)

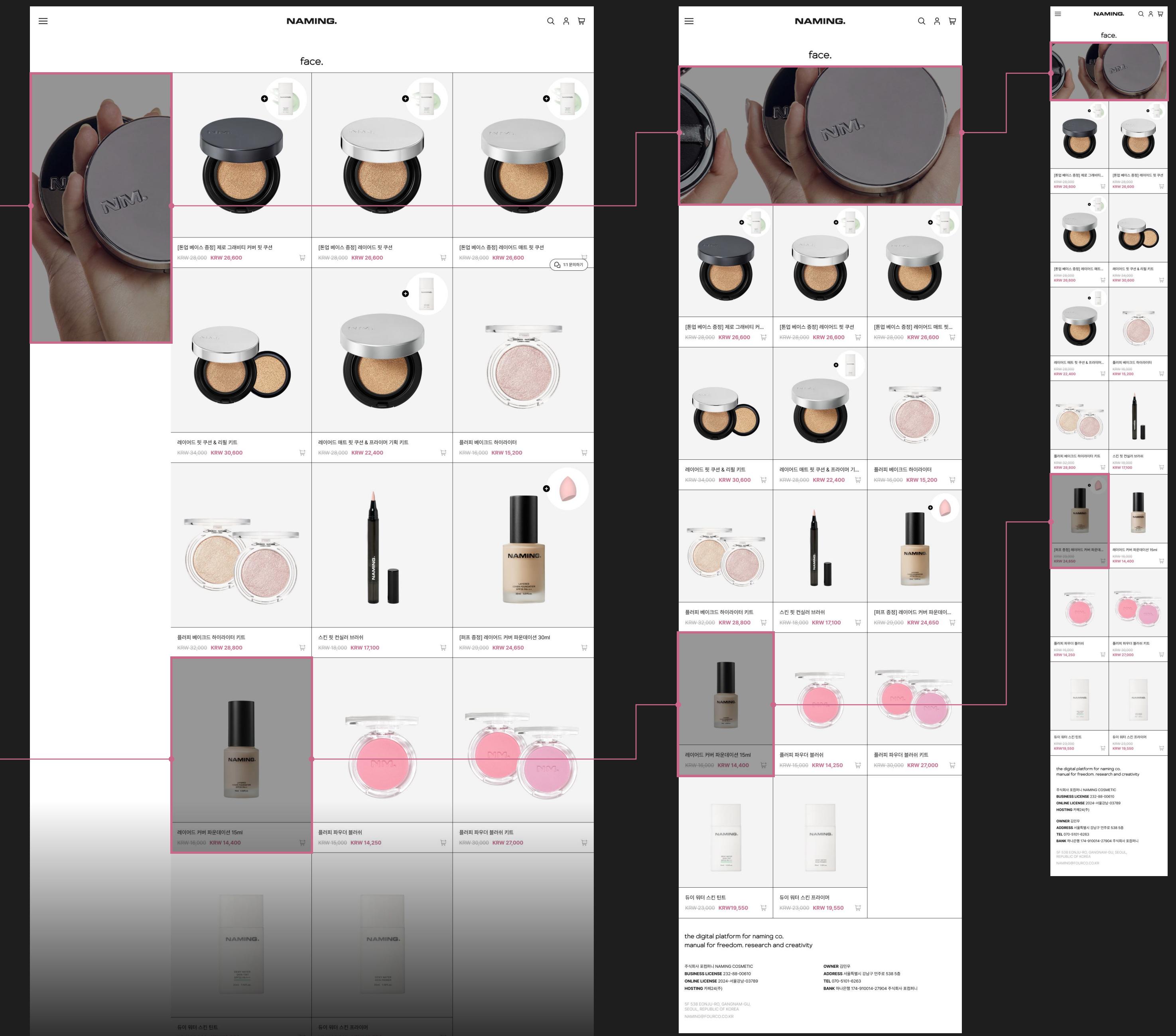
OWNER 강민우  
ADDRESS 서울특별시 강남구 테헤란로 538 5층  
TEL 070-5101-6263  
BANK 하나은행 174-910014-27904 주식회사 포함파니  
NAMING@FOURCO.CO.KR

538 EULJI RO, GANGNAM-GU,  
SEOUL, REPUBLIC OF KOREA  
NAMING@FOURCO.CO.KR

# SUB PAGE

## CATEGORY - FACE

**VISUAL** 해당 카테고리의 제품군이  
잘 드러나는 이미지 또는 베스트 상품  
이미지를 삽입하고 sticky 적용하여  
스크롤 시 고정되도록 함



SUB PAGE  
ITEM DETAIL VIEW

OPTION 제품의 옵션을 선택할 수 있음

SELECT 선택한 제품을 확인할 수 있음

TOTAL 선택한 제품의 총 금액과  
총 수량을 확인할 수 있음

BUTTON 장바구니에 주문건을 넣거나  
바로 구매할 수 있음

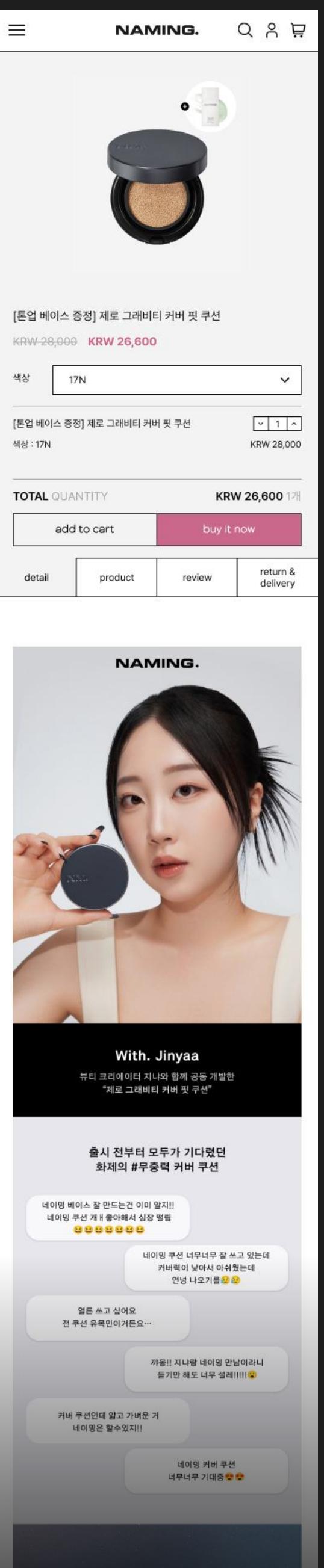
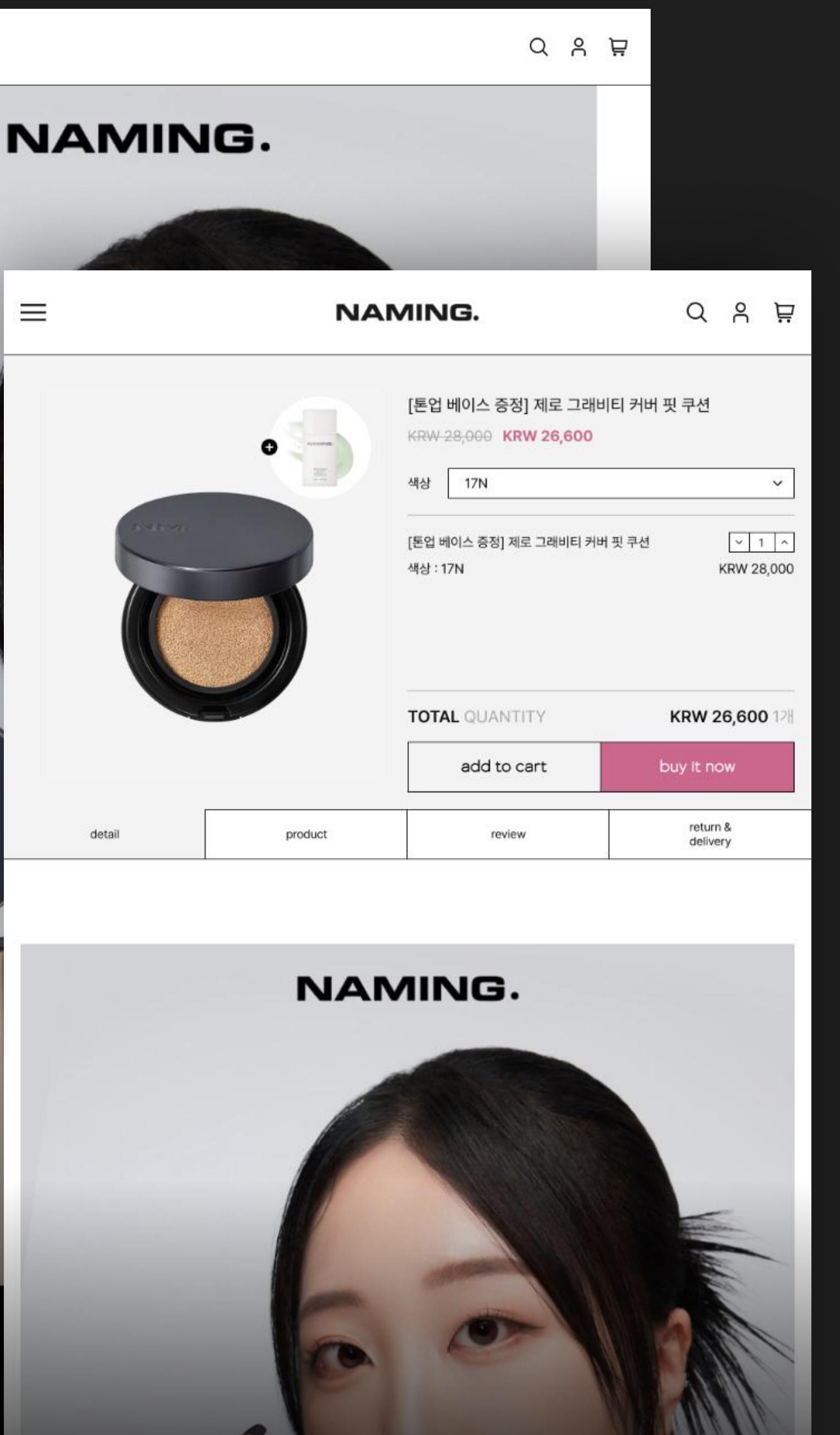
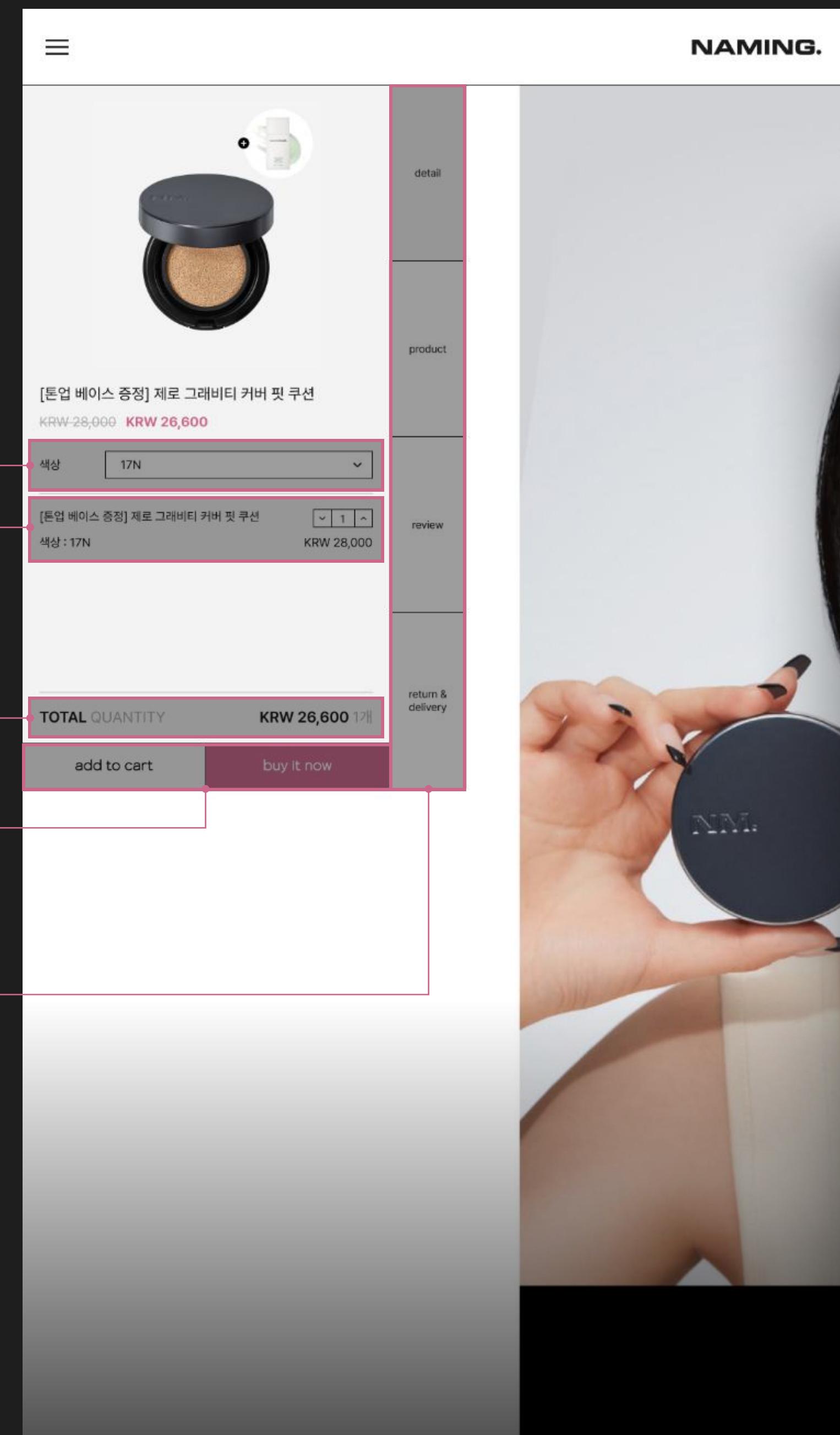
TAP 우측(tablet, mobile은 하단) 영역의  
내용을 조절하는 탭.

detail : 제품 상세페이지

product : 전성분, 제품 정보

review : 제품 리뷰

return & delivery : 교환 및 반품, 배송 정보



# Web & App design

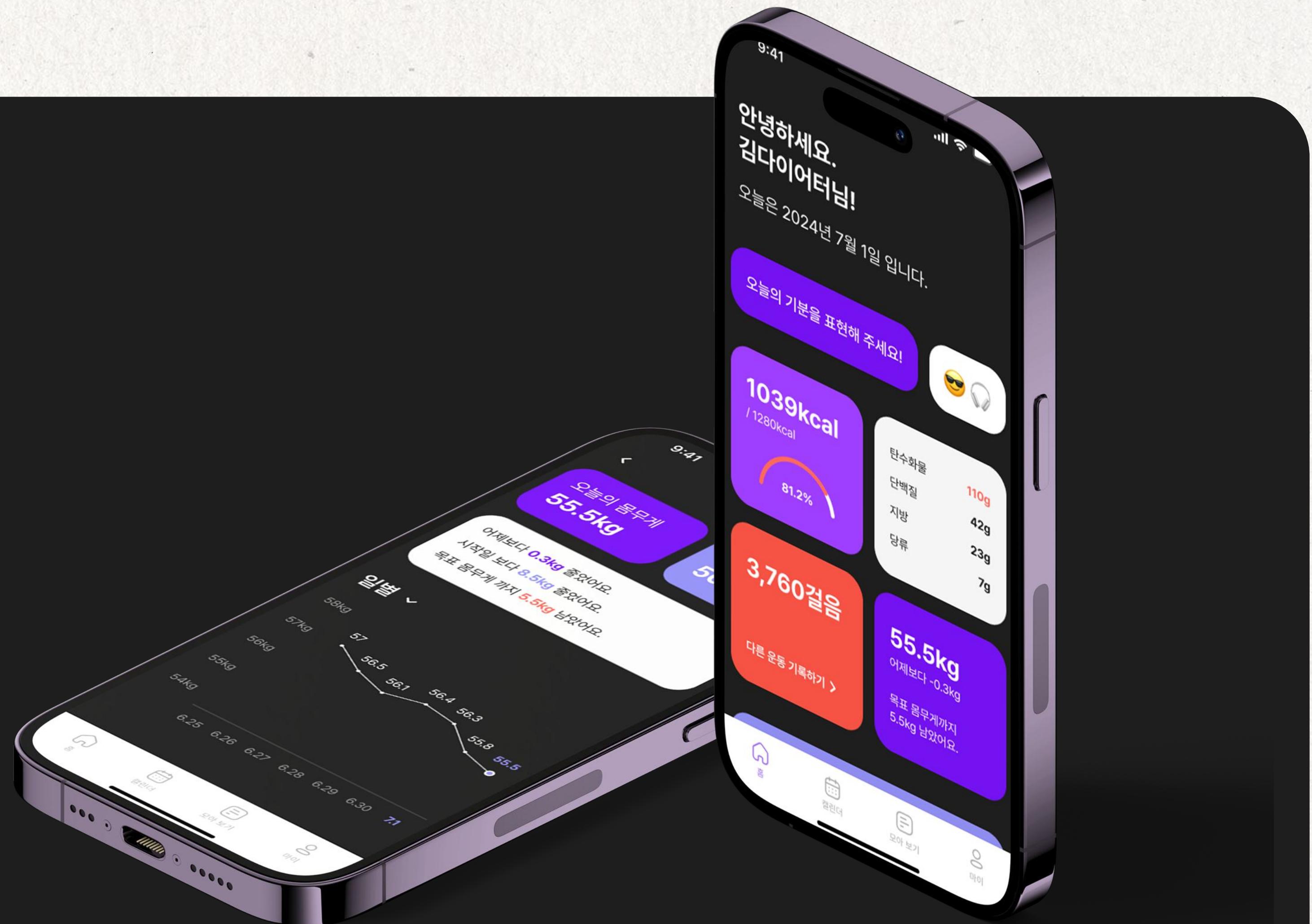
## O2 0kcal

프로젝트 앱 기획 + 디자인

참여도 기획, 디자인 100%

프로그램 Figma

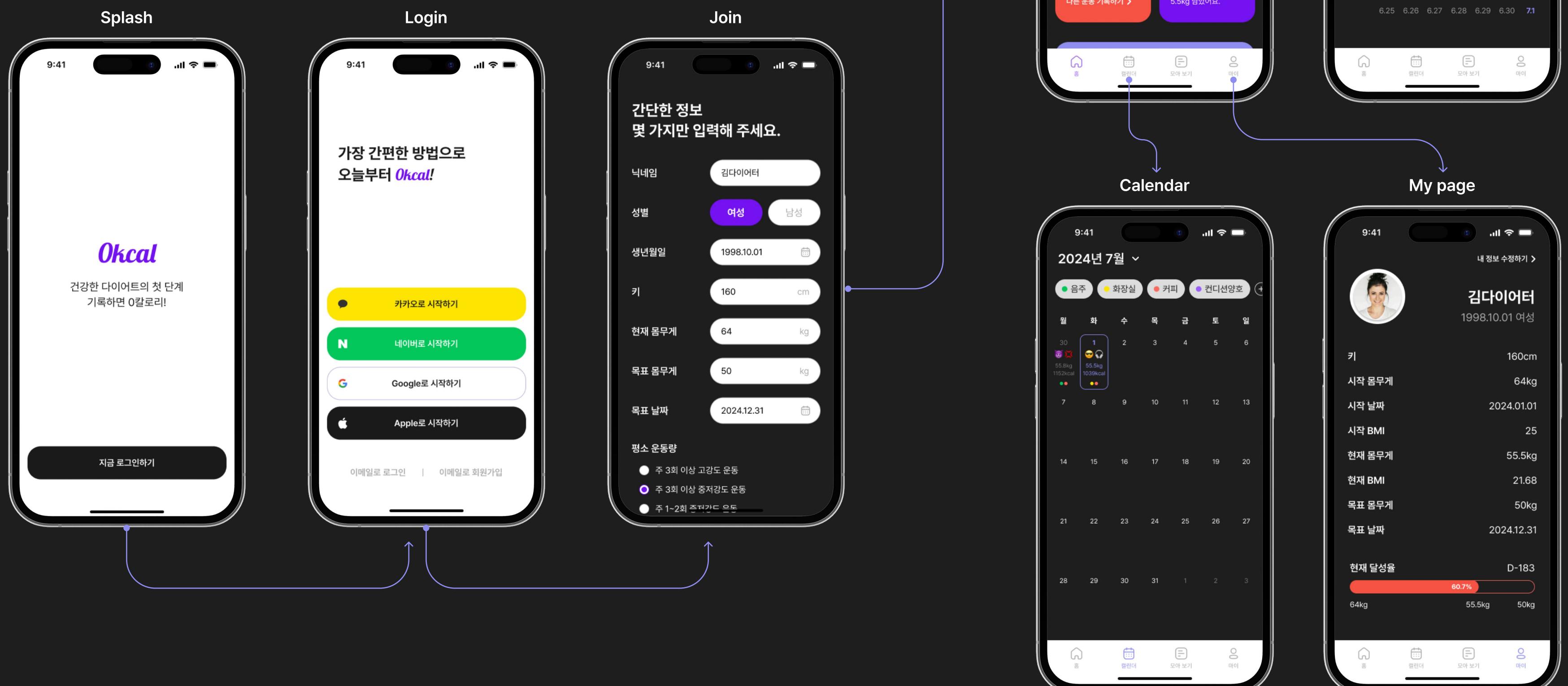
#APP #PROTOTYPE #FIGMA

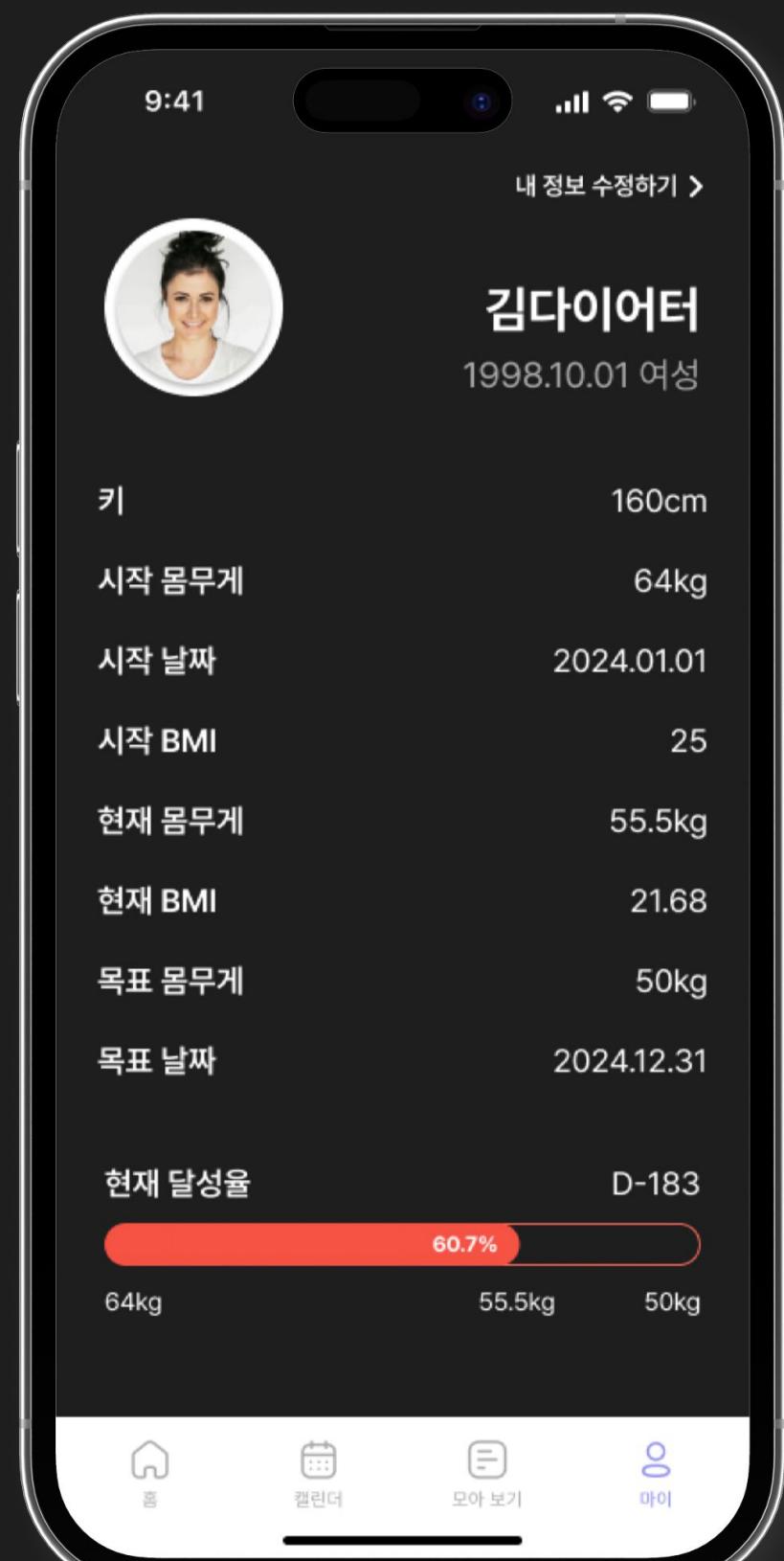
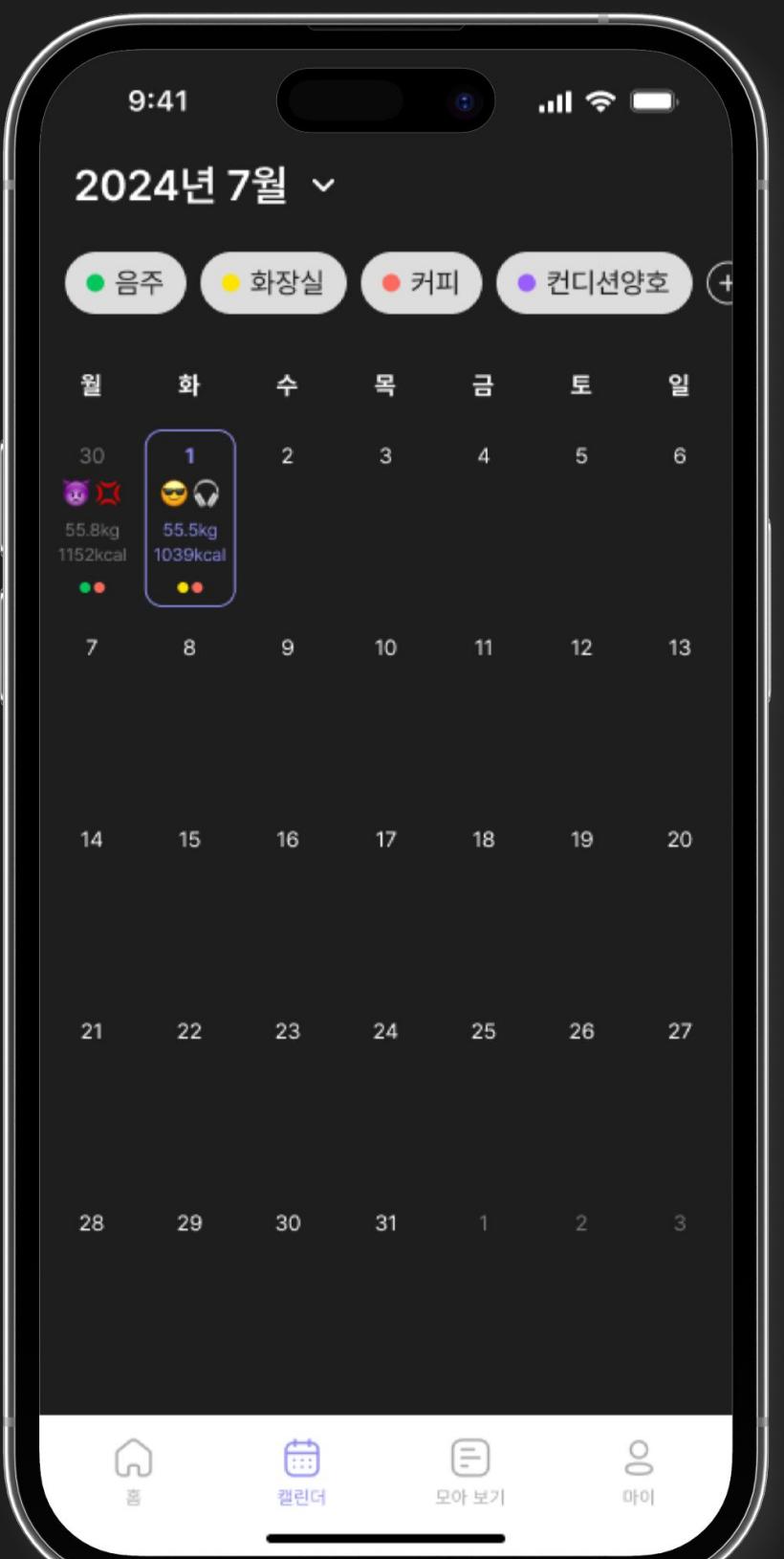
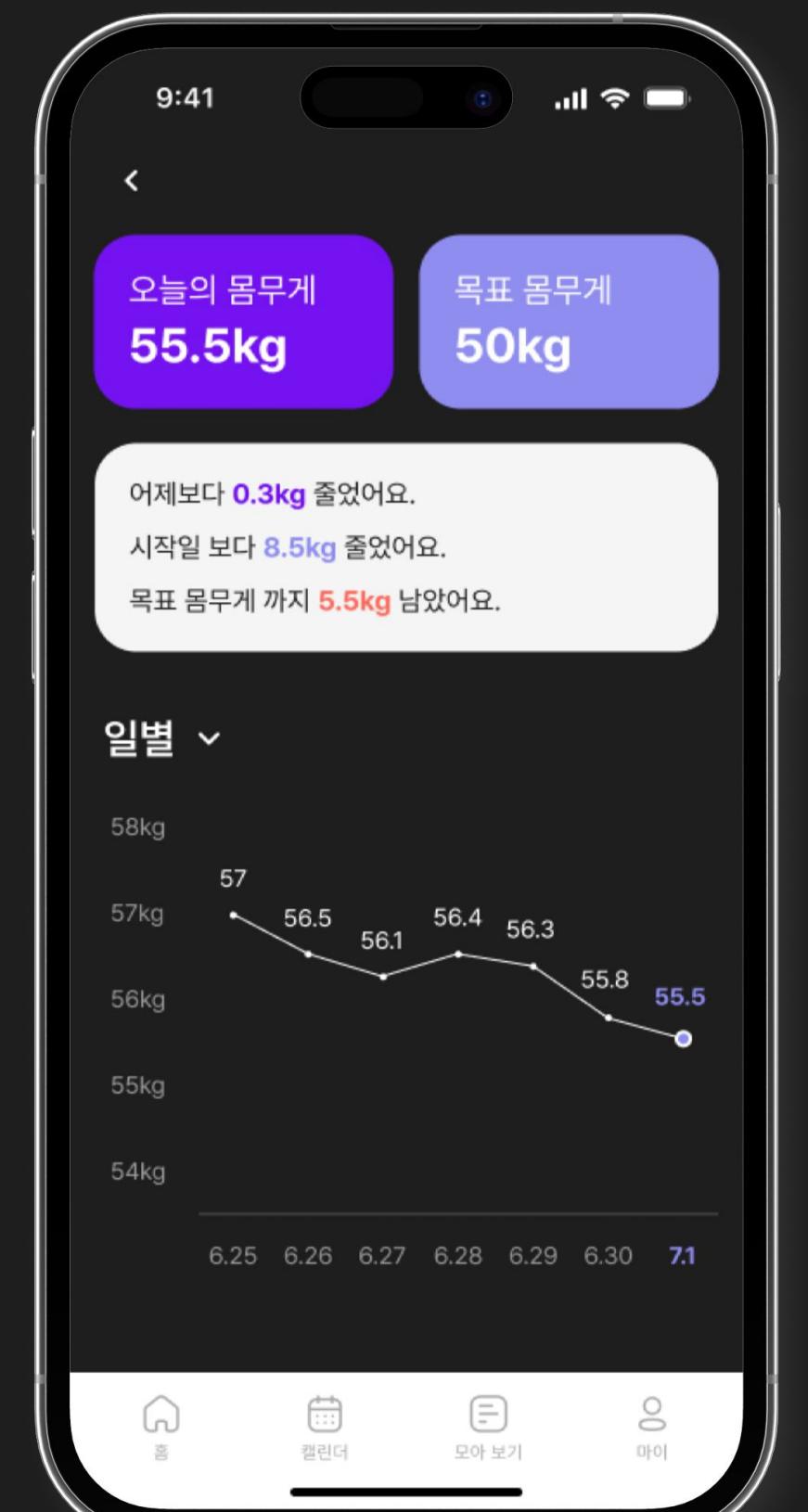
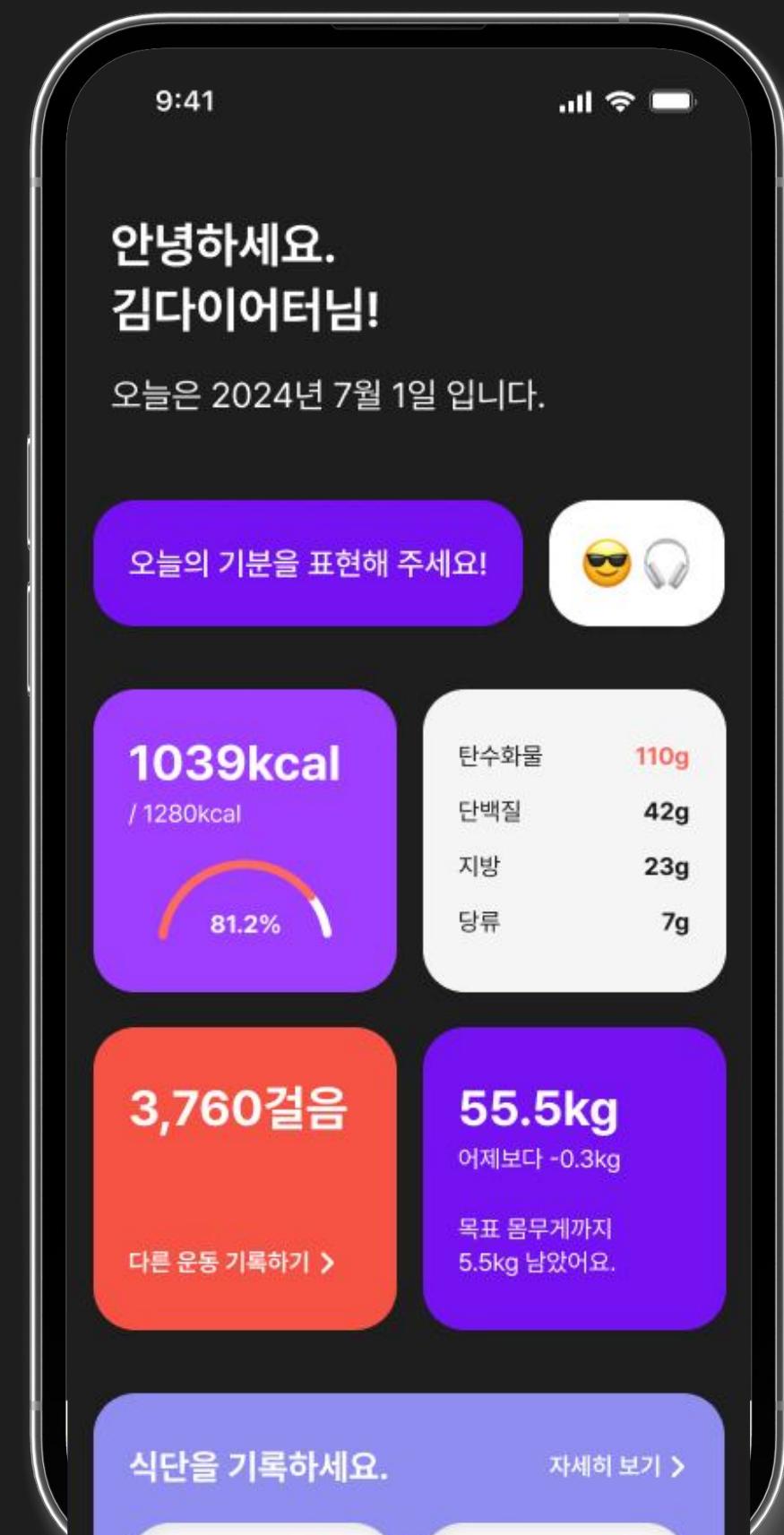


# Okcal

건강한 다이어트의 첫 단계,  
기록하면 0칼로리!

'맛있으면 0칼로리'라는 밑에서 착안한 Okcal는  
불필요한 기능들을 과감하게 제거하고  
꼭 필요한 기능만 담은 가장 직관적이고 간편한  
다이어트 기록 앱입니다.





## Home & Dashboard

기록된 현황을 한눈에 볼 수 있는 홈 화면입니다.  
앱을 실행하자마자 간단하게 요약된 정보들을 직관적으로 확인할 수 있어 나에게 필요한 게 무엇인지 빠른 파악이 가능하도록 설계하였습니다.

## Statistics

나의 몸무게 변화를 쉽게 파악할 수 있고 과거와 비교하여 내가 어떻게 변화되고 있는지 확인할 수 있습니다.  
앞으로 남은 목표까지의 다이어트도 꾸준하게 진행할 수 있는 동기부여를 주도록 의도하였습니다.  
홈 화면의 몸무게 블럭을 터치하면 이동할 수 있습니다.

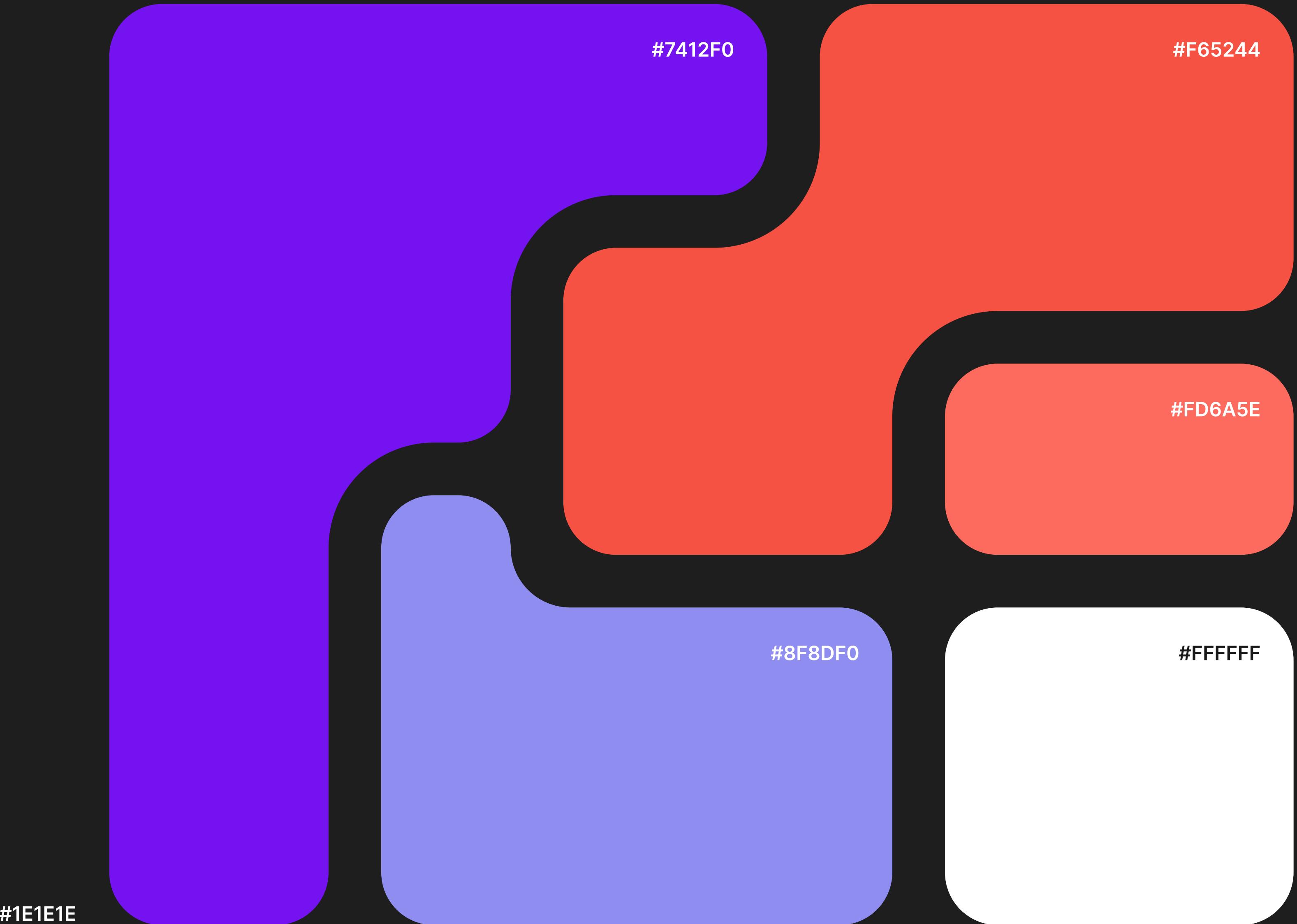
## Calendar

하루하루 나의 상태를 체크할 수 있는 캘린더 화면입니다. 하루의 컨디션을 알 수 있는 이모지와 직관적인 컬러 체크로 지나온 나의 상태를 한눈에 알 수 있습니다.  
홈 화면의 '오늘을 점검하세요.' 와 연동 되어있으며 컬러 체크를 커스텀 하여 나의 습관과 간단한 건강관리도 가능합니다.  
(음주, 영양제 먹기, 운동 등)

## My page

회원 등록 시에 기입한 나의 정보와 등록된 키와 몸무게로 계산된 BMI를 확인할 수 있습니다.  
목표까지의 달성을과 D-day를 보여주어 나의 목표를 다시금 복기할 수 있습니다.

# COLOR Design System



# TYPOGRAPHY

Design System

## Primary Font

가 Aa

**Bold 28px**

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

**SemiBold 24px**

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

**Bold 20px**

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

Regular 20px

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

**SemiBold 18px**

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

**Semibold 16px**

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

Regular 16px

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

Regular 14px

건강한 다이어트의 첫 단계, 기록하면 0칼로리!

## Pretendard

## Logo Font

Aa

*48px 0kcal*

*36px 0kcal*

## Lobster

# ICON & BUTTON Design System

## Icon

Dockbar Icon



Emoji

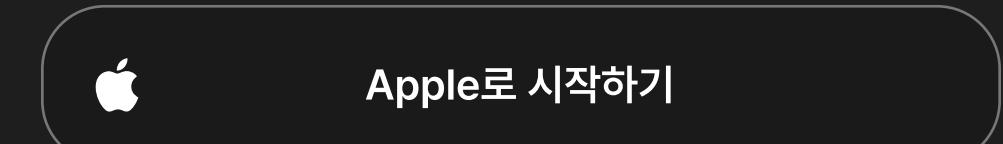
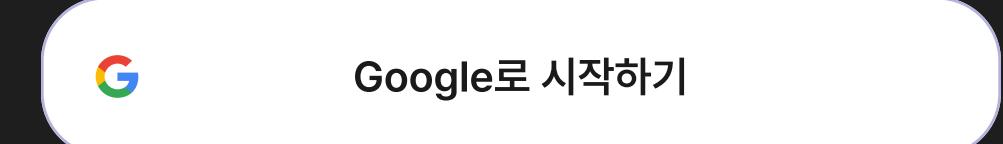


arrow



## Button

Social Login



Input / Save



Edit / Move

수정하기 >

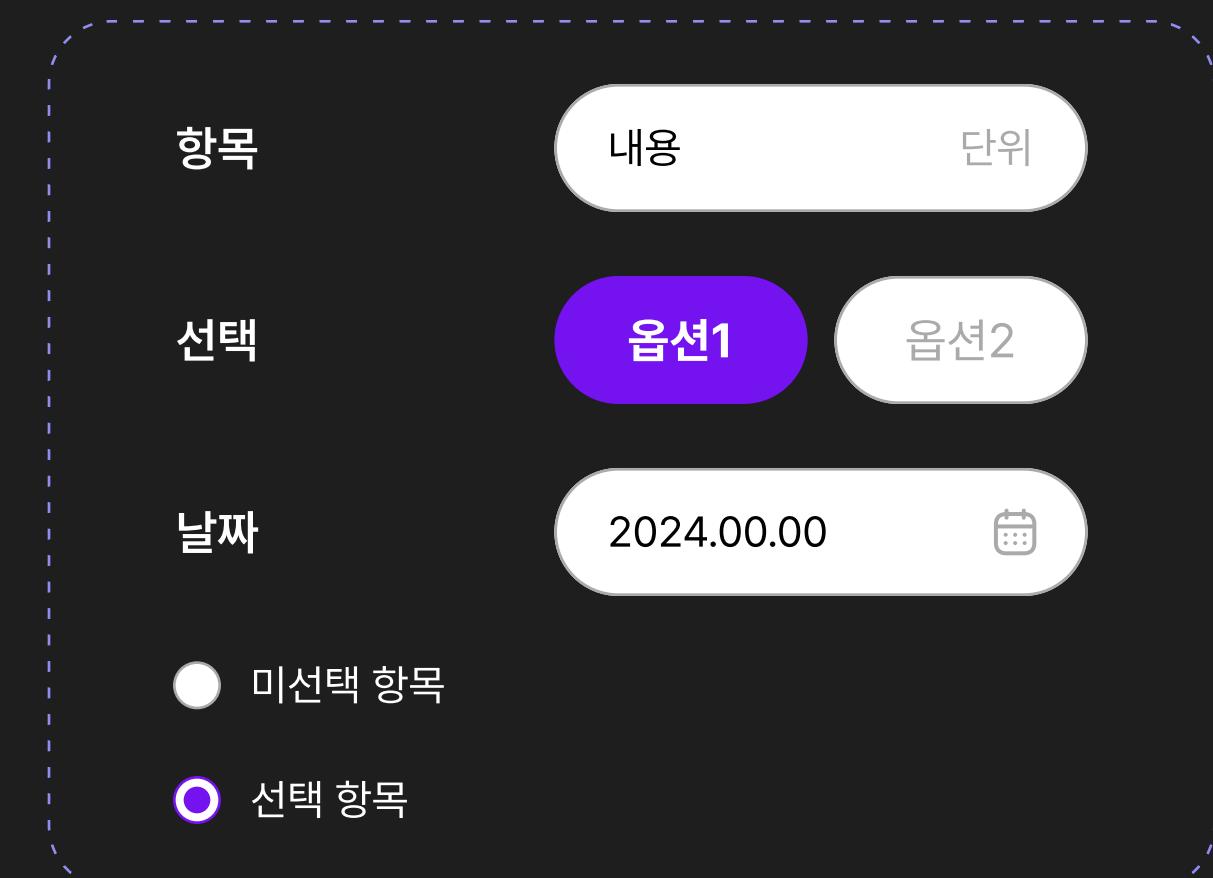
다른 운동 기록하기 >

자세히 보기 >

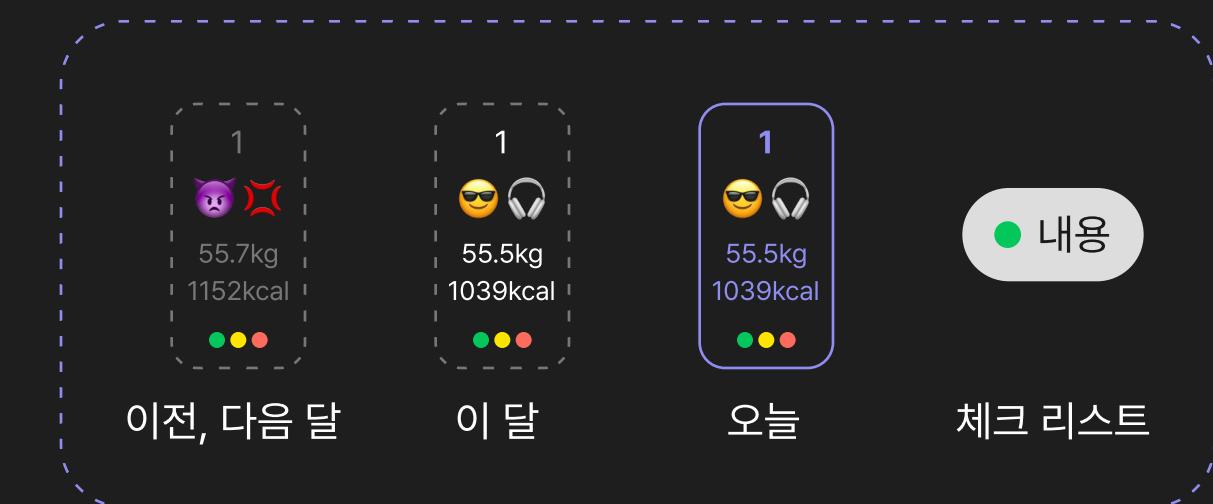
# ELEMENT Design System

## Component

### Join Membership

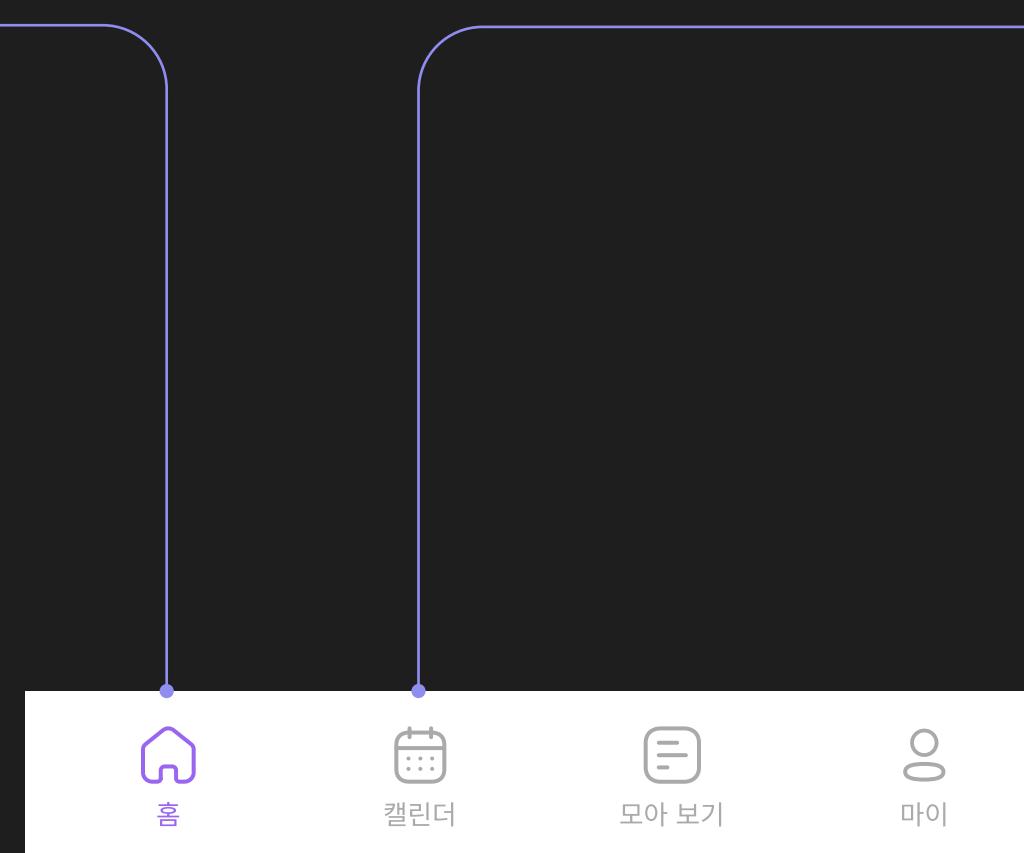


### Calendar



## Dock Bar

홈 ←  
대쉬보드를 확인할 수 있는  
홈 화면으로 이동



모아 보기 ←  
자세한 기록들을 모아서 볼 수 있는  
모아 보기 화면으로 이동

→ 캘린더  
월 별 체크를 할 수 있는  
캘린더 화면으로 이동

내 정보를 확인 및 수정할 수 있는  
마이 페이지 화면으로 이동

# Web & App design

## 03 ZARA HOME

프로젝트 반응형 웹사이트

참여도 기획, 디자인, 퍼블리싱 100%

페이지 메인페이지

프로그램 Ps, Figma, VSCode

#HTML #CSS #JS #Swiper



## 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, 흠퀘어 같은 작은 소품 까지 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.



## 김민영

38세 | 서울 | 전업주부

#깔끔

#아무짐

#성격급함

#트렌트에민감



## 이유민

27세 | 부산 | 웨딩플래너

#집순이

#오늘의집유저

#자취2년차

#휴식이필요해

### 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 짜증이 났다.

### Story

주말에도 근무를 해야하는 직업 특성상 집에서의 휴식이 귀하기 때문에 온전히 쉴 수 있는 나만의 공간으로 집을 꾸미는 것이 목표이다. 새로 이사온 집에서 신중하게 집을 꾸며 보기 위해 평소 관심있던 자라홈 제품을 이용하여 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. 또한 페이지에서 보여지는 제품이 2-3개 밖에 되지 않아 스크롤이 많이 필요해서 귀찮았다.

### Needs

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

### Needs

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

## Pain Point

제품을 구매하기 위해 방문하는 사용자의 입장에서 불편함이 느껴지는 부분을 조사하였습니다.



- 01 메인에서는 비쥬얼 요소를 제외하고는 크게 확인 할 수 있는 것이 없다.
- 02 주 2회 신상품 업데이트라는 장점을 알 수 없다.
- 03 화면 전체를 차지하는 비쥬얼 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 시원시원한비쥬얼 요소로 시즌 아이템의 색깔과 분위기를 나타내는 것은 좋으나 사용자가 한 눈에 알 수 있는 설명이 없어서 불친절하다고 느껴진다.

## 더 나은 방향을 제안합니다.

### 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 진행중  
인 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 텍스트  
를 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 제  
품은 삭제한다. 중복 상품의 공간 차지가 없으므로  
한 페이지에서 많은 제품을 확인할 수 있게 된다.

## Primary Font

Pretendard

가 A a

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

A a

메인 타이틀

**Theano Didot 80px**

메인 서브 타이틀

Theano Didot 36px

## Color

Dark

어두운 배경색 또는  
배경색이 밝을 때  
폰트 색상으로 사용함

#1A1A1A



Light

밝은 배경색 또는  
배경색이 어두울 때  
폰트 색상으로 사용함

#FFFFFF



Gray

할인전 가격 또는  
최소선이 적용된 폰트에  
사용함

#9E9E9E



Red

할인율 또는 강조가  
필요한 요소에 사용함

#CF0A2C



## Icon

Navigation



SNS



Menu  
(tablet, mobile)



## Button

Navigation Menu

SHOP +

Shop now

SHOP NOW

View more

VIEW MORE

Chatbot



normal      hover

# Web & App design

## 04 모온

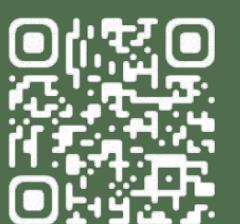
프로젝트 PC 웹사이트

참여도 기획, 디자인, 퍼블리싱 100%

페이지 메인페이지

프로그램 Ps, VSCode

#HTML #CSS #JS #JQuery



## 01. 모온 웹페이지 장단점

### 단점

미니멀하고 고급스러운 제품 디자인에 비해  
웹페이지는 불필요한 디테일이 너무 많고 정렬이  
일관성이 없어 **복잡하고 지저분해 보인다.**

고객이 찾지 않을 것 같은 정보들이  
메인에 많이 나와 있어서 정리가 필요하다.

### 장점

웹페이지의 전체적인 **색상은**  
**브랜드의 분위기에 잘 어울린다.**

메인에서 여러가지 상품을  
한 번에 볼 수 있어서 좋다.

## 02. 경쟁사 웹페이지 분석

빌드웰러▶

스테나▼

### 심플한 레이아웃

규칙적인 구성과 정렬이 사용자의 입장에서 편  
안하게 느껴지고 완성도 높게 보인다.



### 사진 위주의 디테일

별다른 기교없이 잘 찍은 사진과 필요한 텍  
스트만으로 구성하여 제품에 집중할 수 있다.



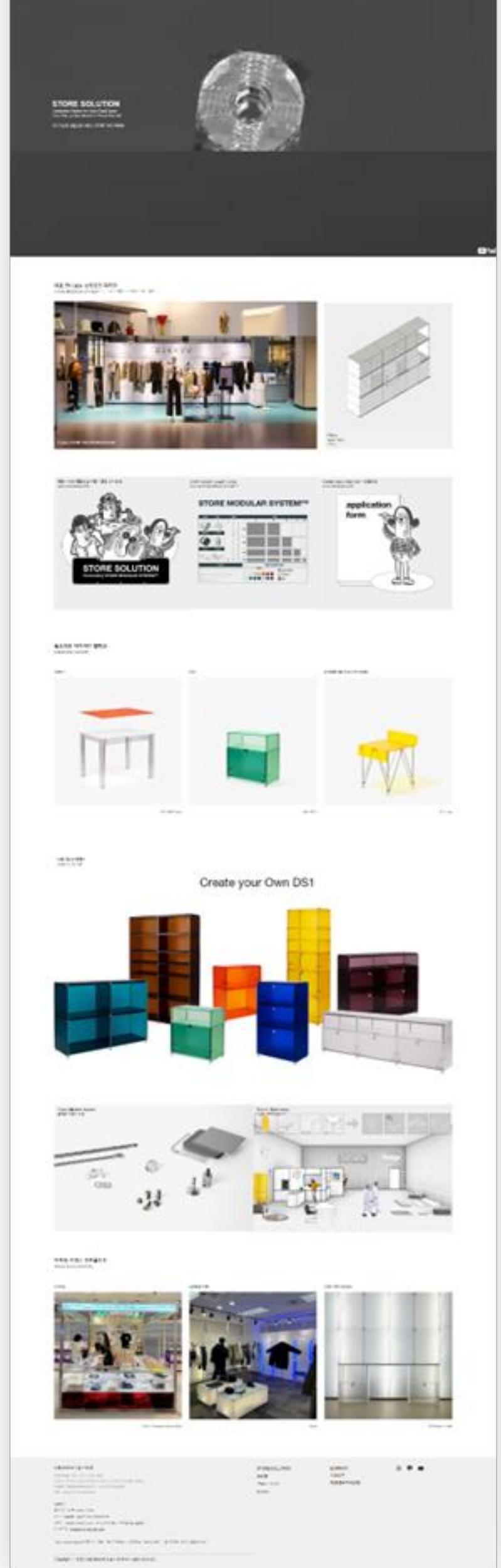
### 영상

화면 전체를 채우는 영상으로 시선을 압도하  
고 브랜드의 색깔을 한 번에 소개한다.



### 정보 요약

헤더와 푸터에는 꼭 필요한 내용만 넣어두었고  
그마저도 깔끔하게 정리 되어있다.



## 03. 모온 웹페이지 문제점 해결방안

---

### 일관적인 정렬

정해진 기준에서 벗어나지 않게 모든 섹션의 컨테이너 사이즈를 일치시키고, 텍스트나 이미지 등 모든 요소의 여백들을 정하여 지키도록 한다.

---

### 깔끔한 디자인

브랜드의 정체성과 제품의 이미지처럼 미니멀하고 깔끔한 무드를 유지한다. 지저분하고 정신없는 디테일과 인터랙티브 요소는 최소화 시키고 BI가 나타나는 부분과 타이틀 위주로 적용한다.

---

### 글<이미지

리뷰와 공지사항의 리스트는 이미지(배너 등)로 대체하여 깔끔하면서도 흥미있는 요소로 변경한다.

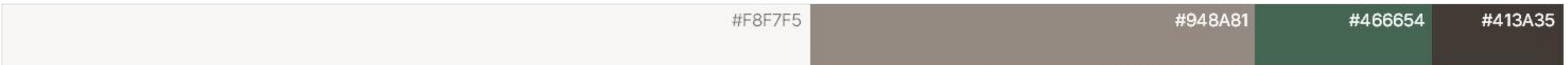
---

### 중복X, 내용정리

메인비쥬얼의 슬라이드 요소처럼 중복되는 부분은 하나로 줄이고, 정상가와 할인가가 같은 경우 할인가를 없애서 혼동을 주지 않도록 한다.

## 04. 스타일 가이드

### COLOR



### CONTAINER

W : 1440px

### MARGIN

메인비주얼 상하 여백 150px

섹션 상하 여백 100px

서브 섹션, 푸터 상하 여백 70px

### ICON



### FONT

## 메인타이틀 <h2>

프리텐다드 bold 50px

### 섹션타이틀 <h3>

프리텐다드 bold 32px

#### 서브 섹션타이틀 <h4>

프리텐다드 bold 24px (행간 32px)

메인 서브타이틀

프리텐다드 regular 22px

섹션 서브메뉴

프리텐다드 regular 18px

메인비쥬얼 슬라이드 텍스트, 보조섹션 내용, 푸터 메뉴

프리텐다드 regular 16px

헤더 내비게이션, 상품명, 버튼, 푸터내용

프리텐다드 light 14px

헤더상단이벤트 텍스트

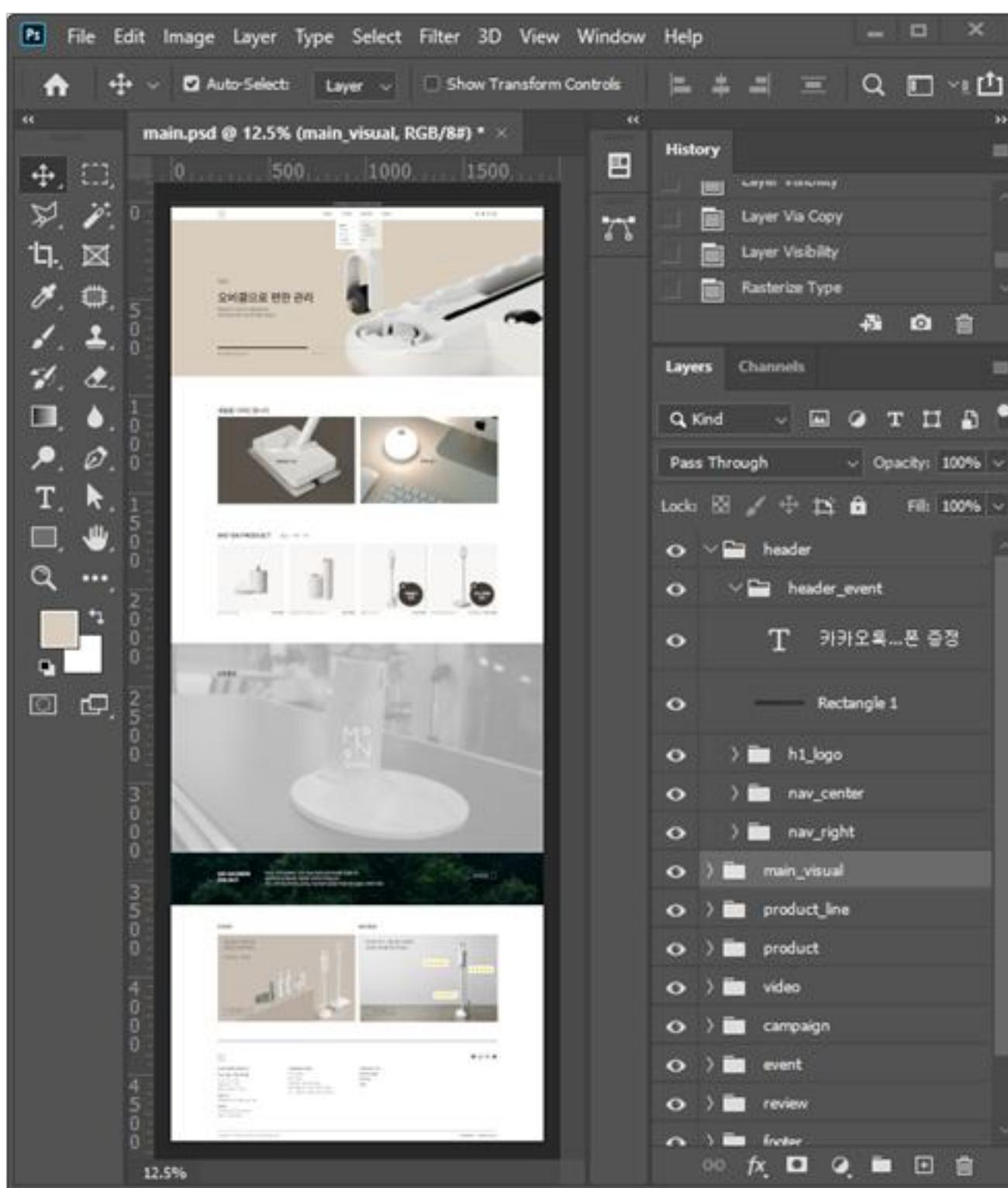
프리텐다드 light 12px

## section title eng

모온오비쿰체 30px

mo-on

# 웹페이지 디자인 시안



# 웹페이지 스타일 가이드

Icon  
header



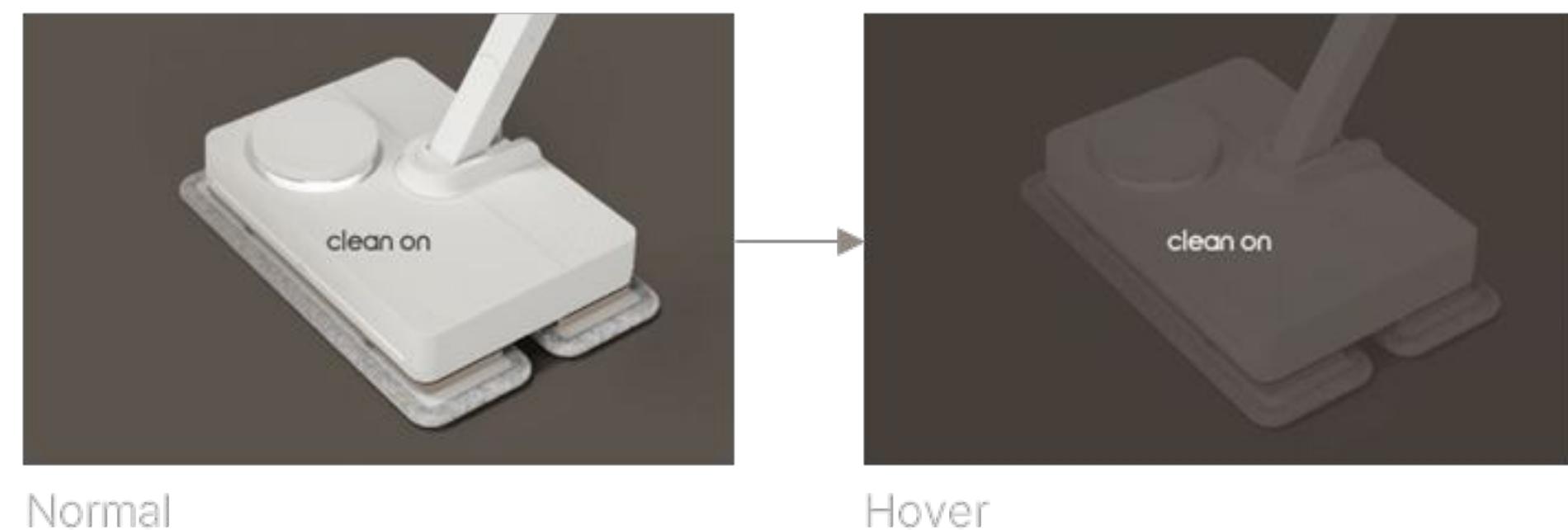
Footer



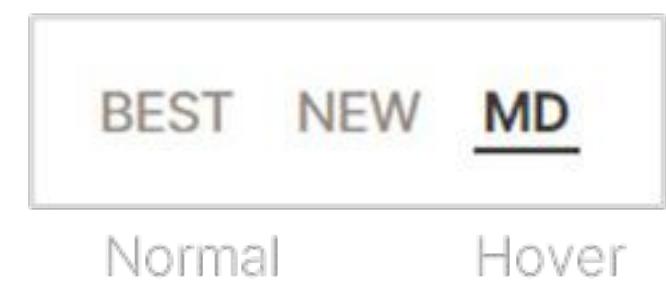
Sub menu



Product line section



Product section



Button

VIEW MORE →

Normal

VIEW MORE →

Hover

# Web & App design

## 05 PAUL BASSET

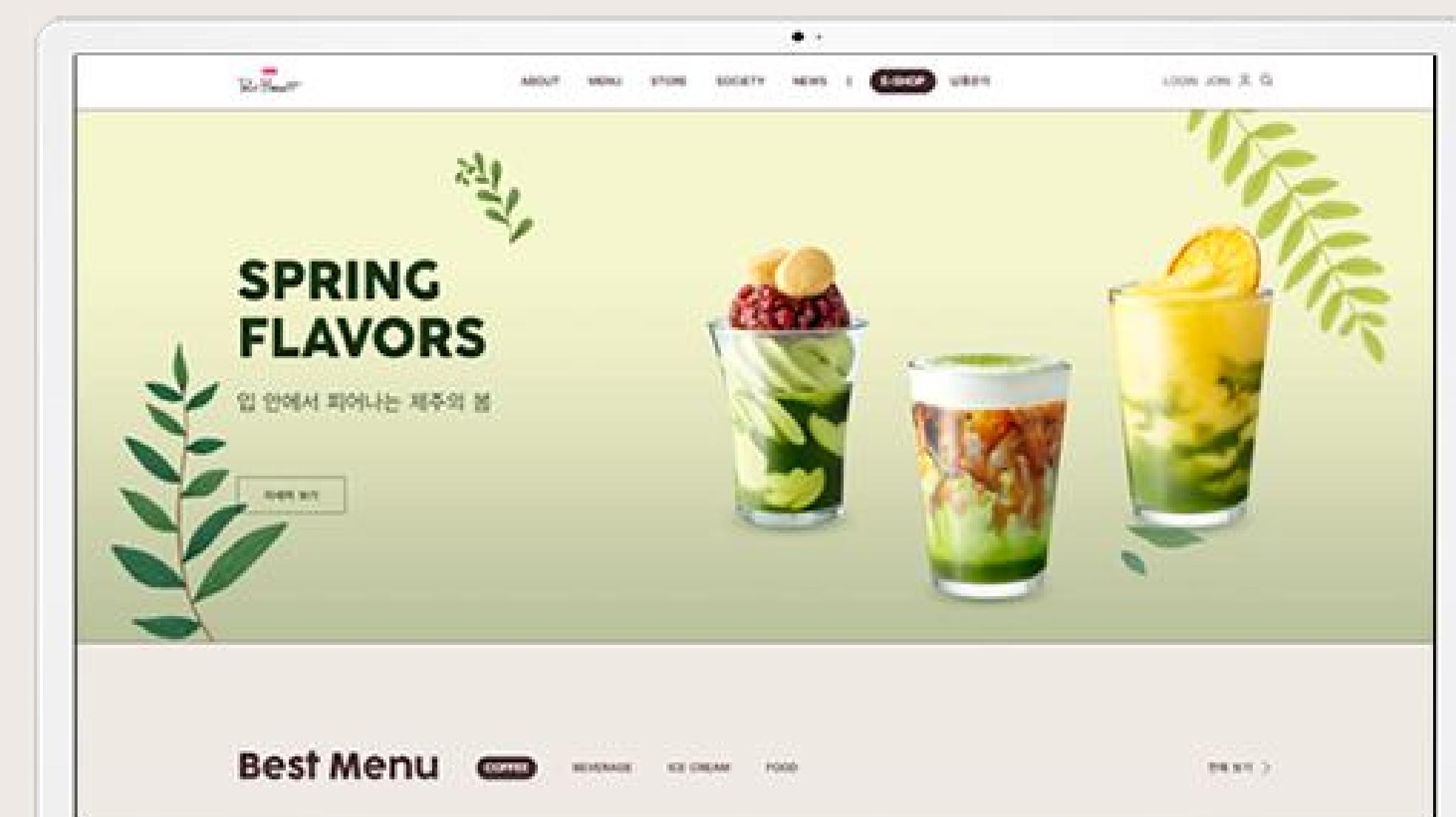
프로젝트 PC 웹사이트

참여도 기획, 디자인, 퍼블리싱 100%

페이지 메인페이지

프로그램 Ps, VSCode

#HTML #CSS #JS #JQuery



# 01 폴 바셋 커피



## Brand identity

월드 바리스타 챔피언십 우승자 폴 바셋이 창립한 커피 브랜드로 전매장 직원들 모두 폴바셋의 기술과 노하우를 그대로 전수받은 전문 바리스타로만 구성됩니다.

로고는 바리스타 챔피언을 상징하는 왕관(Crown)과 바리스타 폴 바셋의 친필사인과 함께 브랜드의 정체성과 고유성을 담고 있습니다.

## Brand differentiation

- 국내 프랜차이즈 커피 브랜드 중 가장 높은 수준의 고급 원두를 사용
- 생두 선별부터 수입 후 원두 로스팅까지 커피 품질과 맛에 있어서 철저한 관리
- 커피 가격 또한 상위권으로 고가의 가격대를 형성
- 주로 대도시의 백화점 내에 입점되어 있음
- 고급화를 전략으로 하는 커피 브랜드

02

## 사용자 조사

30~50대  
백화점 고객

가족단위

오피스상권  
직장인

양보다 질을 택하는 백화점 상권의  
고객 성향에 걸맞는 마케팅으로 백  
화점에 방문하는 30~50대 고객들  
이 주로 이용

상하목장의 아이스크림과  
베이커리류가 다양하고 맛있어서  
아이들과 함께 즐기는 가족단위의  
고객들도 많음

서울, 수도권의 주요 오피스 상권에  
입점이 많이 되어 있어 직장인들의  
수요가 많음.  
특히 미팅이나 접객에 저가 커피보  
다 선호하는 편



## 페르소나

03

### 자타공인 커리어우먼!

황디터 36세 | 여

12년차 패션잡지 에디터



#### 황디터의 라이프 스타일

- 트렌드에 민감해서 늘 다가오는 시즌의 유행할 아이템, 색상 등을 조사하는 것은 기본이고 브랜드마다 룩북과 컬렉션을 파악하는게 취미
- 취미와 직업이 일치되어 직업만족도가 높은편
- 패션 뿐 아니라 어떤 분야에서도 선택 기준 중 '디자인'의 비중이 가장 높음
- 보여지는 것이 중요한 스타일이라 늘 드레스업에 신경쓰는 편
- 차갑고 깐깐하게 보이지만 내면은 부드러운 외강내유 스타일

04

## 페르소나 시나리오

### 황디터의 페르소나 시나리오

패션 잡지 에디터라는 직업 특성상 패션 브랜드 시장조사, 트렌드 파악을 하기 위해 백화점을 자주 방문하며 백화점으로 외근을 나가는 경우도 많은 황디터는 한 손에 커피를 들고 다녀야 하는 버릇이 있다. 그래서 백화점 내에 입점되어 있는 카페를 자주 찾는데 스타벅스는 늘 사람이 너무 많아 오래 기다린 적이 한 두 번이 아니어서 어느 날 폴 바셋을 방문했는데, 커피 맛이 너무 좋아서 한번 맛본 이후로는 폴 바셋만 가게 되었다.

집에서도 직접 커피를 내려 먹기 때문에 폴 바셋 원두에 대해 알고, 주문하고 싶어서 홈페이지를 방문했으나 실제로 느끼던 폴 바셋의 분위기와 홈페이지가 너무 달라서 당황스러웠다. **매장에서 느끼던 고급스러움이나 전문성을 보기 어려웠다.**

원두가 강점인 브랜드라고 알고 있었는데 메인에서는 그런 강점을 찾아보기 힘들었고, 원두 구매 링크로 이동하는 과정도 **불필요한 스크롤과 클릭이 여러 번 필요**해서 번거롭게 느껴졌다. 안 마셔본 음료도 궁금해서 메뉴 페이지를 찾아봤는데 **사진들이 통일되어 있지 않아 집중이 되지 않았다.**

**사이트 내에 오류도 너무 심해서** 원두 사러 들어갔다가 스트레스만 얻고 갈 지경이다.



## 05

# 사용자 니즈 도출



## 문제

- 고급화된 커피 브랜드라는 것이 납득되지 않는 전체적인 홈페이지 디자인
- 메인에서 원두의 특별함을 알 수 없음
- 사이트의 안정성이 떨어짐

## 니즈

- 고급 커피 브랜드인 만큼 홈페이지도 고급스럽게
- 첫 화면부터 원두의 특별함과 원두를 구매 할 수 있는 링크가 눈에 띄었으면 좋겠음
- 메뉴 소개 부분에서 상품마다 이미지와 글들이 눈에 잘 들어왔으면 함

## 해결

### 메인 페이지

브랜드 고유의 색상과 패턴으로 깔끔하고 고급스럽게 리디자인하고 신 메뉴 섹션의 디자인도 깔끔하게 수정 필요 없는 요소 삭제

### 원두 구매 배너

메인에 원두의 특별함을 간략하게 소개하고 배너 삽입  
E-SHOP은 클릭하자마자 접속할 수 있도록 불필요한 링크 구조 변경

### 브랜드 정보/메뉴

이미지와 폰트를 한 톤으로 일관성 있게 정리하여 사용자가 원하는 정보를 쉽게 캐치할 수 있는 직관적인 페이지 완성

### 사이트 안정성

홈페이지를 리디자인하면서 안정성을 검토하고 오류가 없게 개발

06

## 사용자 니즈 개선비교



### 개선 전

브랜드 아이덴티티가 안느껴지고  
방치된 듯한 홈페이지 디자인

전체적으로 정돈되지 않아  
집중력이 흐려짐

원하는 정보를 확인하기 위해서는  
불필요한 스크롤과 클릭이 많음

### 개선 후

폴 바셋의 이미지에 맞는  
세련된 분위기로 리디자인

정돈된 톤앤매너와 필요한  
정보만 넣어 사용자 편의성  
증대

직관적인 디자인과 간결한  
링크 구조로 배치하여  
쉽게 알아보고 이동하게 함

# Brand

01

## 올드보이에 나온 그 만두집 '장성향'

장성향 오시리아점 BI / BX 디자인 및  
스마트스토어 디자인

### CONCEPT

만두 전문점처럼 보이지 않았으면 한다는 클라이언트의 요청에  
맞추어 도시적이고 정적인 분위기를 바탕으로 디자인 하였습니다.  
전체적으로 깔끔하지만 강한 느낌의 폰트나 색상을 사용하여  
세련되고 고급스러운 무드와 전통적인 만두 전문점의 정체성을  
골고루 융합하였습니다.



SIGNATURE

장성향  
長盛香

長盛香

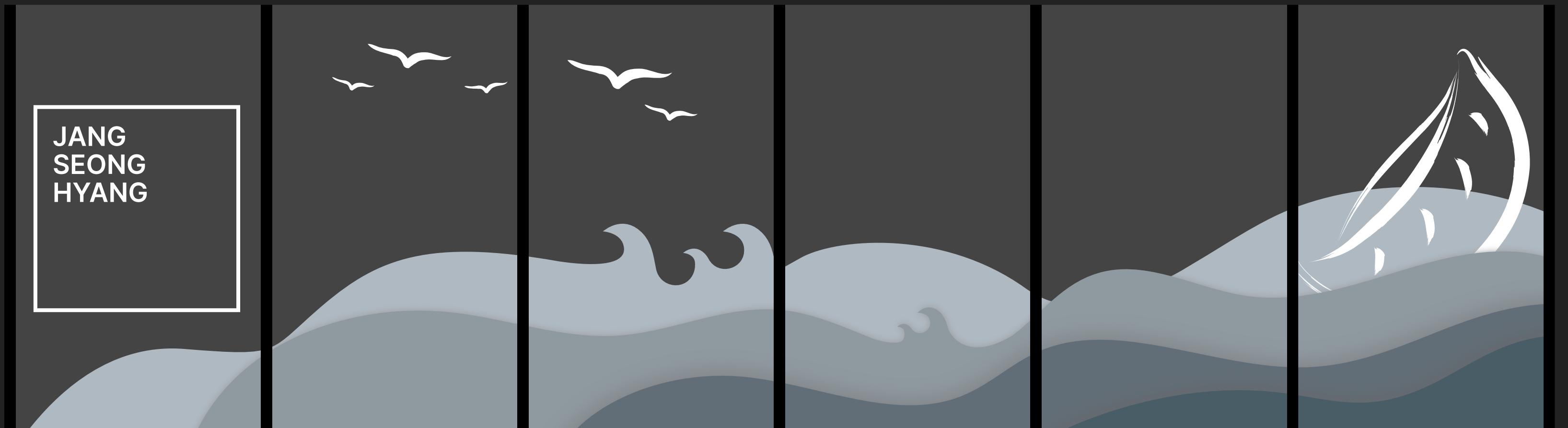
메인 간판 2700\*500 / 스테인리스 채널 박스 / 로고 다크그레이 아크릴 5T 스카시 / 월조명



서브 간판 1400\*700 / 갈바 타공 / 로고 백색 아크릴 / 월조명



윈도우 스티커 6면 통창



종이 가방 270\*270\*200 / 3도 인쇄



종이 박스 135\*215\*50 / 2도 인쇄



냉동 만두 패키지 150\*320\*85 / 커피 원두팩



젓가락 포장지



메뉴판



명함







패키지에 사용된 일러스트는  
본인의 작업물이 아닙니다.



# Brand

02

바다를 보며 피크닉을 즐기는  
'영도 아라카페'

커피 & 디저트 전문점 아라카페 로고 디자인

SIGNATURE



아라카페 아라카페





# Graphic

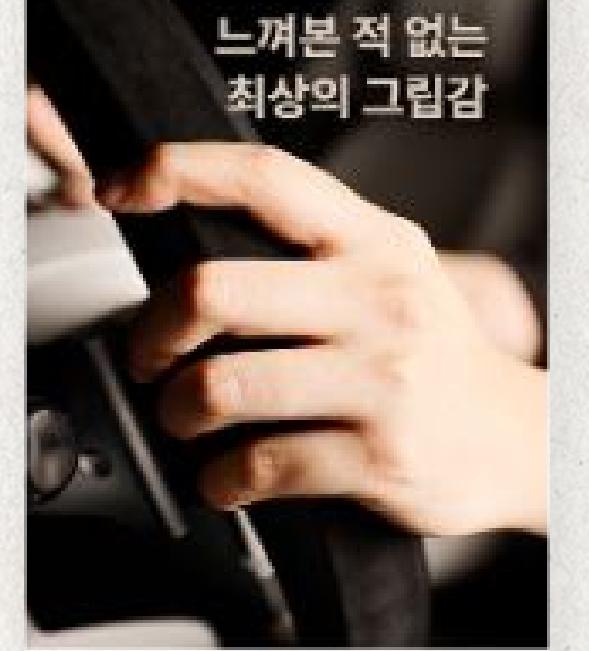
## 제트비 레더 알칸타라 핸들커버

#브라운 #고급스러움 #스토리텔링



## 그런데... 핸들커버를 꼭 써야해?

안 써본 사람은 있어도  
한 번만 쓴 사람은 없다!

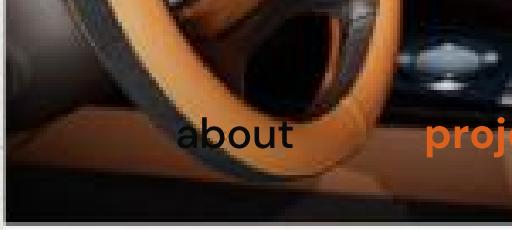


## 느껴본 적 없는 최상의 그립감



Q. 열선 사용과 편의적 터치는 어떤  
사용이 좋을까요?

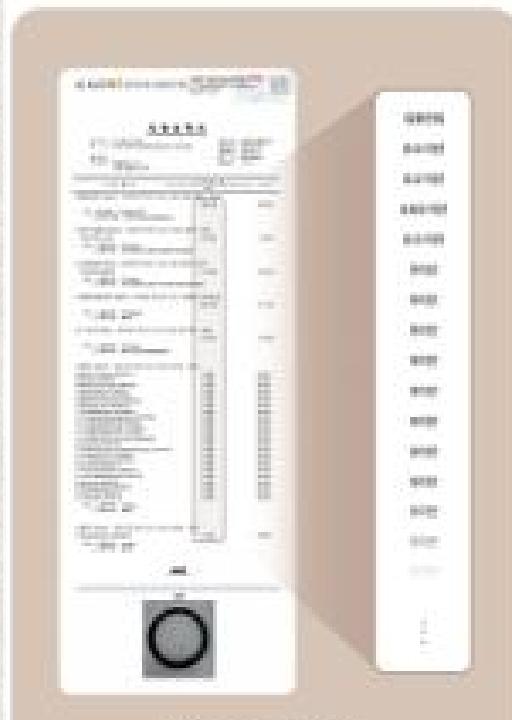
A. 핸들커버를 감자에도 접선 적용하니  
작동하지 않으셔도 됩니다!



about project contact

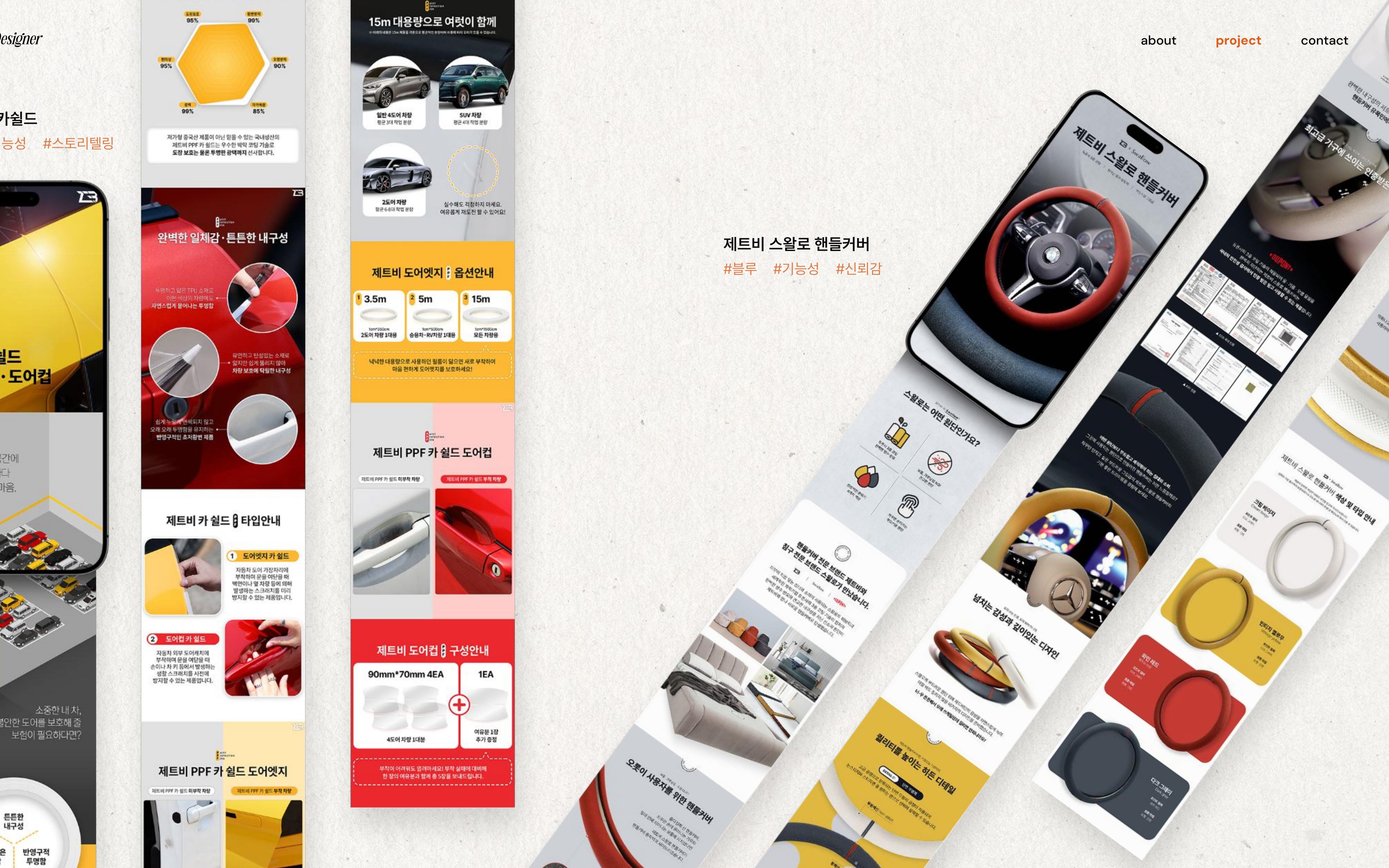
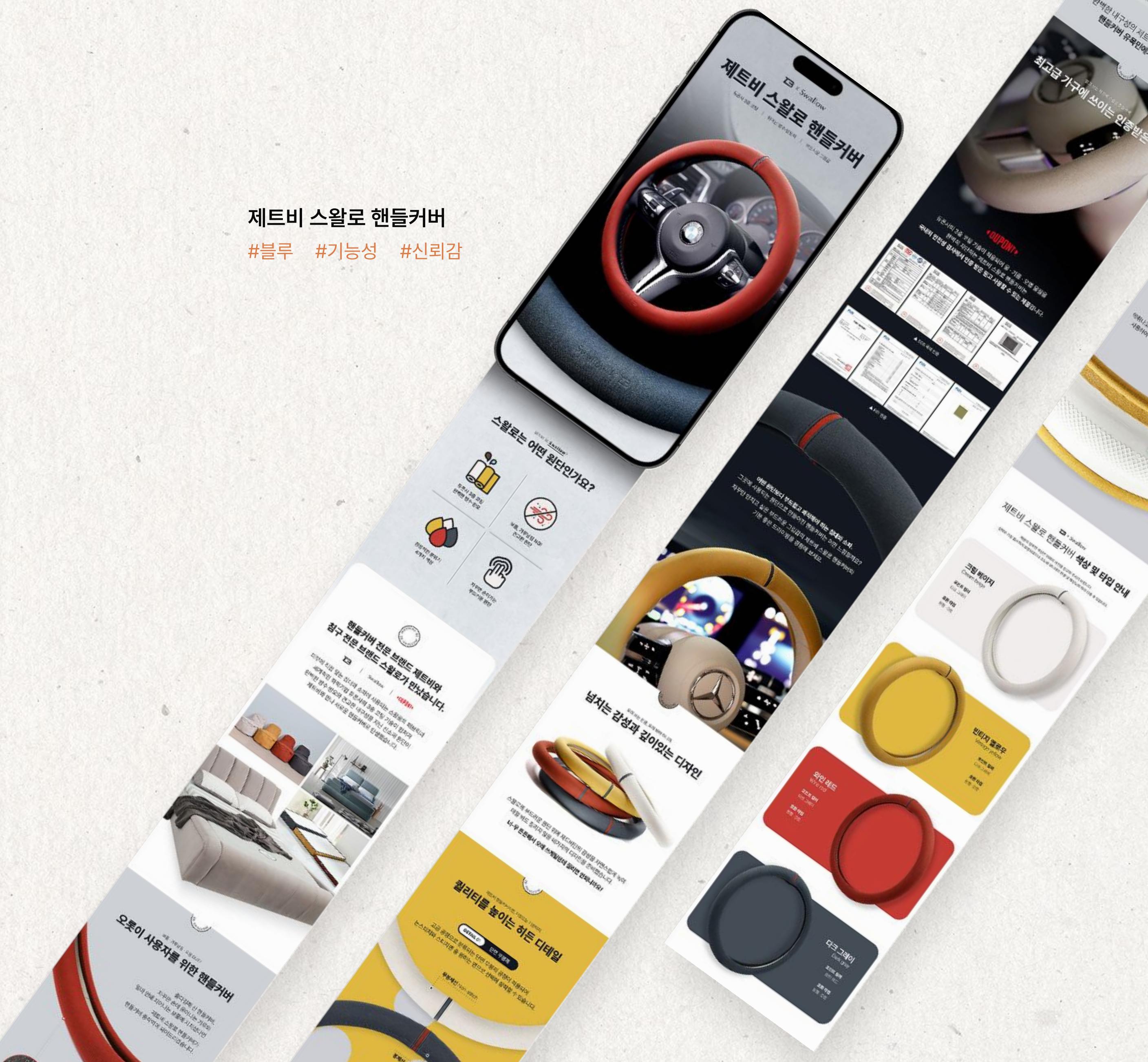
행동카비에도 편안함이 나온다는 사실  
이시나요?

제트비 레더 알칸타라 핸들커버는 제품 안전성 테스트를  
완료하여 [제품 수준 품질인증](#)을 받았습니다.  
행동과 안락을 자랑하는 모두 고급 핸들커버를 사용하여  
고객님께서는 안심하고 사용할 수 있도록  
노력하겠습니다.



## 제트비 PPF 카쉴드

#옐로우 #기능성 #스토리텔링



Hello, I'm a *Comfy Designer*



**제트비 차량용 코일매트**

#그린 #쾌적함 #안전성

**제트비 가죽 대쉬보드커버**

#블랙 #고급스러움 #기능성



내리쬐는 자외선과 복사열에  
늘 고동발고 있는 대쉬보드.

그리고,  
시야를 방해해 위험을 야기하는  
태양빛 난반사까지.



**제트비  
대쉬보드커버는  
달라요.**



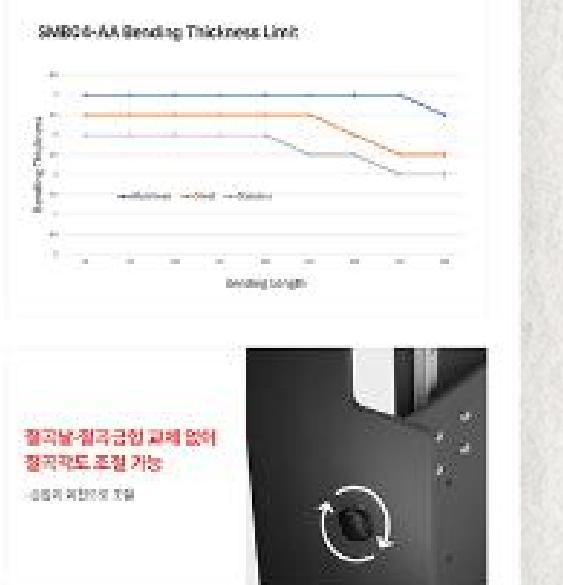
**마지막 디테일까지  
내 차에 딱 맞도록.**

같은 차에도 옵션에 따라 대쉬보드 모양이 다르듯  
대쉬보드커버 또한 디자인이 모두 다릅니다.  
제트비 대쉬보드커버는 외벽한 제품을 위하여  
단 하나의 디테일까지 정밀하게 제작되었습니다.



about project contact

Hello, I'm a *Comfy Designer*



## (주)SC 소형 절곡기

#레드 #전문성 #정보성



## 쓰다 LED 차량용 LED 실내등

·블랙 #기능성 #안전성



를 밝히는 가장 쉬운 방법

와 동일한 배광구조를 가진 SODA LED는  
있는 장착 과정을 1:1 교체 방식으로 수월하게  
인도를 제작되었습니다.



## 장성향 수제 만두

#전통맛집 #신뢰감 #자부심



뿐만 아니라 영화 <울드보이>, <내 사랑 내 걸> 등,  
제2회 그랑프리 <햇있는 대식물>에 <암>의 속 멋집 - <울드보이> 한두  
장생경보통> 모두 맞집인 예 소리집 수제판입니다.



03  
장성향이 특별한 이유



## 70년을 이어온 전통 중식 만두

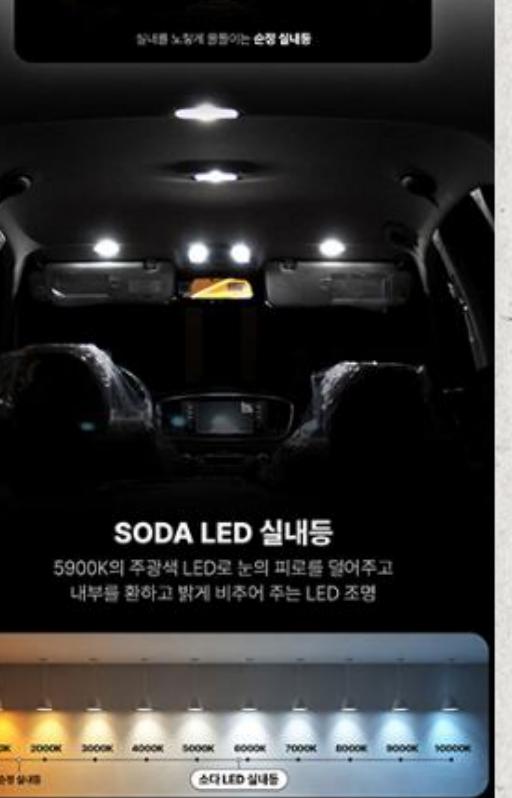
정성향 만두는 전통 중심 만두로서, 당면과 두부가 들어가는  
단적인 만두와는 다르게 만두소에 고기 함량을 80%로 꾹 채웠습니다.

Hello, I'm a Con

제품 특장  
Convenience



제품 타입  
Product Type



## 장성향 기장 오시리아 직영점

액세서리 보기: [\[링크\]](#)

전통적인 만두 제조 기법을 자랑하는 종희오리 전문점으로서의 장성향과  
현대적인 기술을 외면한 민족 전통점으로서의 장성향이 드립니다.



블루 리본 서베이  
14년간 수록된 중식 레스토랑  
장성향은 우리나라 최초의 블루 리본 수상 기관



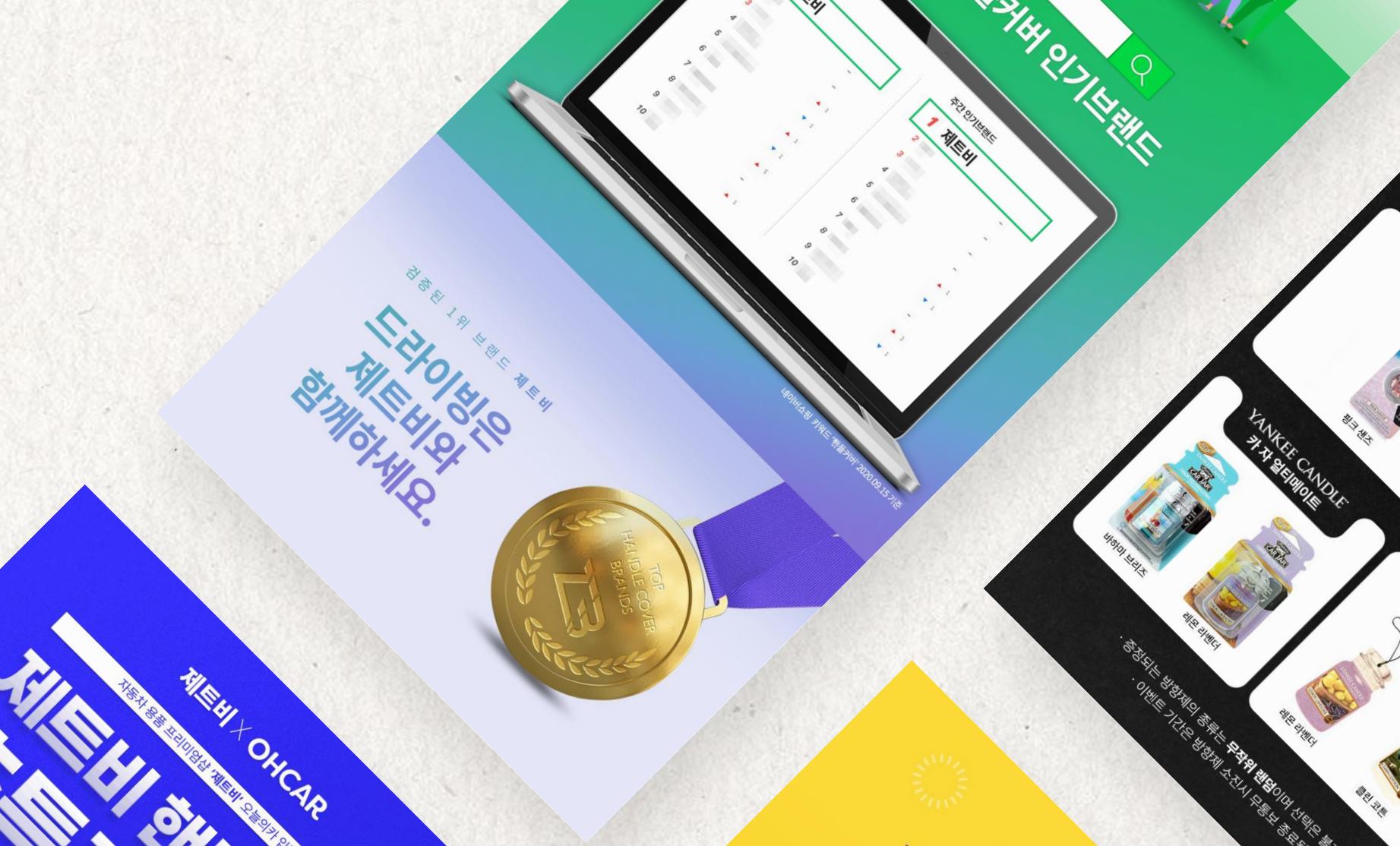
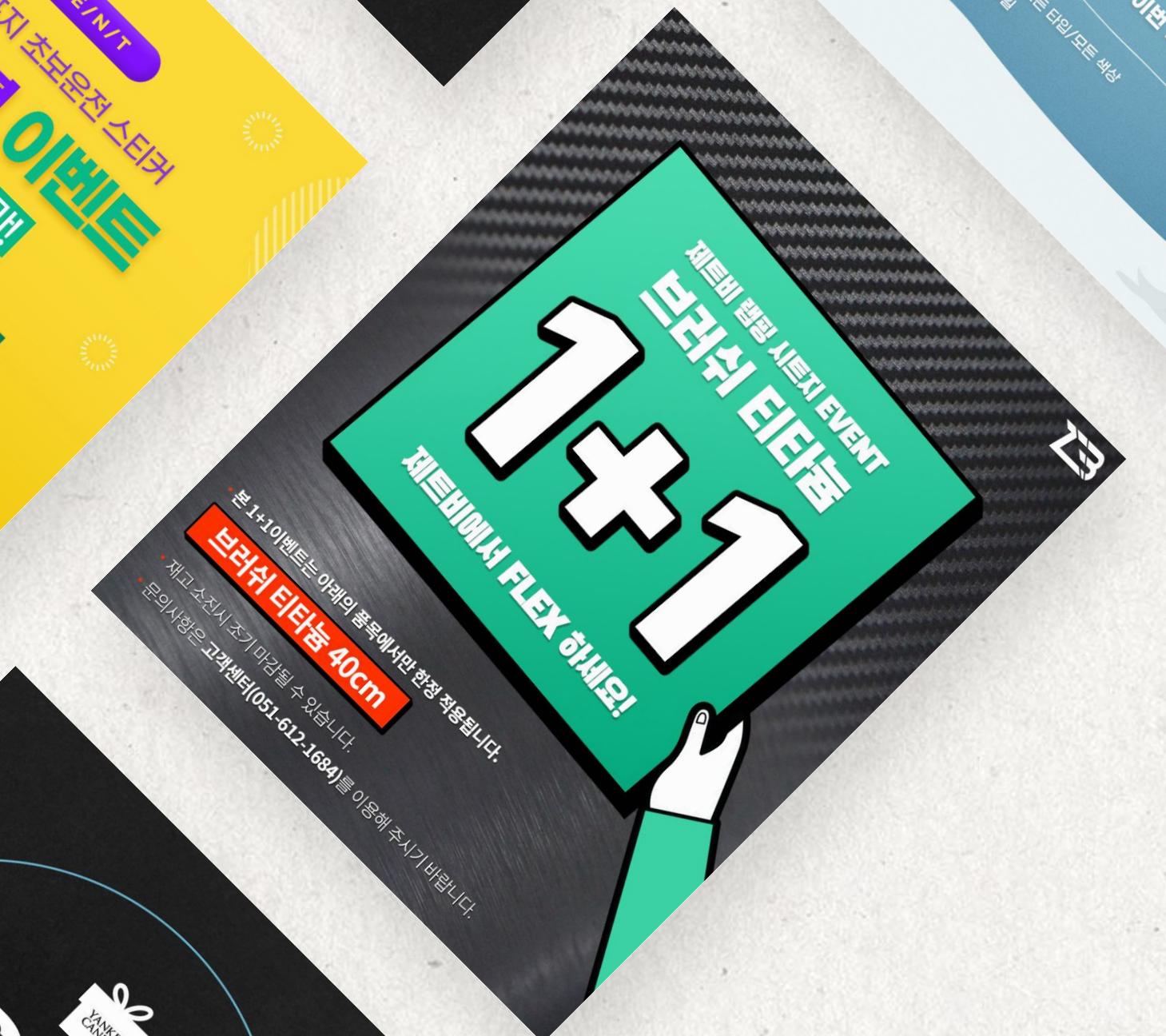
장성향 오시리아점은 오직 친구를 위한 차별화된 만두 및  
한식을 최강으로 확보해놓았습니다.



영화 40°C 급속냉동으로 만두의 맛을 그대로 보존하다.  
장성향 만두·본관의 맛과 맛을 즐기기 위해 [\[링크\]](#)에서는 접속내화제를 사용합니다.  
장성향에는 만두 제작 원가 90% (2019년 기준)를 40°C 급속냉동 방식으로 만드는 만두입니다.  
장성향에는 만두 제작 원가 90% (2019년 기준)를 40°C 급속냉동 방식으로 만드는 만두입니다.  
장성향에는 만두 제작 원가 90% (2019년 기준)를 40°C 급속냉동 방식으로 만드는 만두입니다.  
장성향에는 만두 제작 원가 90% (2019년 기준)를 40°C 급속냉동 방식으로 만드는 만두입니다.  
장성향에는 만두 제작 원가 90% (2019년 기준)를 40°C 급속냉동 방식으로 만드는 만두입니다.

contact

Hello, I'm a *Comfy Designer*



Thank you for  
*Watching*

( (+82)01055592025  
1992vibe@naver.com )