

NCS능력단위평가 결과물제출

능력단위명	UI/UX 콘셉트기획
성명	이름작성
제출일자	2021-09-13

1. 프로젝트 과제 분석

01-1 웹사이트 세부 분석

- 경영전략 수립 분석 : SWOT (강점, 약점, 기회, 위협)

	긍정요인(최저가비교, 대부분상품존재, 선택폭 증가)	부정 요인 (상품에대한 기준이 너무 정확성이 떨어짐)
내부요인 (상품비교가 가능)	강점 여러제품들을 한눈에 비교하여 최저가를 확인하고, 다양한 제품의 선택을 할수 있게한다.	약점 다양한 제품을 한눈에 볼 수 있지만 해당내용이 회사기준의 정확한 변별력이 떨어짐
외부요인 (댓글, 리뷰,...)	기회 다양한 상품을 홍보, 제품 비교를 통해 더 나은 양질의 상품을 찾아낼 수 있다. 다양한 채널의 확장 가능성	위협 댓글을 작성하는 사람들의 평가가 매우 주관적이고, 사용하는 환경이 달라 그 기준을 명확하게 파악하기 어렵다.

주요 핵심사항 : 다양한 상품을 홍보할 수 있는 리뷰어를 찾아내고 이외 상품을 제휴할 수 있는 업체를 선정하여 채널의 확장

2. 프로젝트 과제 분석

02-1 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 소비자

	평가요소	평가 기준
소비자	시장규모, 시장 성장률	세분시장의 규모는 적절한가? 적절하지 않다. 관련 제품 및 상품의 시장의 규모는 매우 방대하지만, 현재는 국내시장에만 국한되어 있기에 너 많은 성장을 이뤄내야한다.
		성장 가능성이 높은 시장인가? 매우 높다. 현재 상품군의 범위는 국내로 제한되어 있기때문에, 더 많은 다양한 세계의 시장을 점유한다면 더 높은 성장을 이룰 수 있다.
		세분 시장별 잠재 수요는 어느정도인가? 코로나 시대로인하여, 메타버스 및 재택근무의 환경이 권장되고 있는 시대이므로, 그 발전 잠재수요는 헤아릴 수 없다.

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? 매우 위협적이고 강력하다. 다나와의 경우는 현재 경쟁사인 스마트스토어 및 다양한 종합포털사이트들과 다양한 제휴 및 비교를 하면서 홍보에 주 목적을 두고있기에, 해당 경쟁사에서 비교, 판매 기타 서비스를 시행하고 있어 매우 위협이 되고 있는 상태이다.</p>
		<p>새로운 경쟁사의 진입 가능성이 높은가? 기존의 유사한 업체들이 존재하며, 해당업체들이 새로운 사업의 진출을 모색하고 있으므로, 다소 위협의 가능성이 높다.</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? 소비자가 원하는 방향의 상품을 최대한 선정하여 알권리를 제공. 기준 이상의 과대광고를 통해 홍보하고 있어 과소비를 유도하는 경향이 많다.
		인적, 물적, 기술적 자원을 갖추고 있는가? 규모에 맞게 적절한 인프라와 기술을 갖추고 있다.
		기존 서비스와 시너지 효과를 낼 수 있는가? 명확하고, 필요한 자료만 제공하여 목적과, 용도에 맞는 페이지를 제작한다면, 더 나은 사이트로의 재구축으로 인하여 많은 시너지를 얻을 수 있다.

3. 프로젝트 제작 방향 정리

03-1 조사 분석 내용 최종 정리

- 기업분석 (SWOT, 3C)
- 페르소나 분석
- 매트리스분석

정리

제작 핵심

- 찾기 편하고 정돈된 페이지
- 필요한 제품/자료를 검색하기 용이하게 처리
- 인플루언서들의 추천상품 홍보자료 카테고리 별도

제작 방향

- 새로운제품홍보를 위한 참여형페이지로 구성
- 주요컨셉 : 경쾌한 느낌, 새로움을 강조, 여유

제작 컬러

- 주요컬러: 그린/ 자주/민트
- 배색: it기기의 특징을 실린 화이트/블루