

# 웹사이트 기획 보고서

작성자 : 정해경  
작성일 : 2025.09.04

프로젝트명	허스텔러 (hersteller)
프로젝트 개요	<p>허스텔러는 2020년 3월 더블유컨셉코리아(W컨셉)에서 시작된 PB(자체 브랜드)로, 김빛나 대표가 본사(W컨셉)의 자금과 지원을 바탕으로 미국 클린랩(Clean Lab)과 협업하여 모든 제품을 개발함. 2023년 5월, 김빛나 대표가 W컨셉으로부터 브랜드를 양도받아 독립 법인으로 전환하여 이전보다 품질과 차별화에 더 집중하여 K-비건 뷰티 시장의 브랜드 입지를 강화하고 있음. 일본, 미국, 베트남 등 해외 수출 확대를 적극 추진하여 글로벌 뷰티 시장으로의 진출을 본격화함.</p> <p>1. 홈페이지가 영문사이트에 맞춰져 있어 한국어로 직역하면 정보전달의 명확성이 떨어지고, 텍스트 대비가 부족하여 가독성이 떨어져 불편을 초래함. ('Nearby', 'About' 같이 기본 메뉴명이 아닌 브랜드 고유 키워드로 구성되어 있어 처음 방문한 사용자에게 혼란을 줄 수 있음.)</p> <p>2. 국내 프로모션이나 이벤트 정보가 메인에 잘 드러나지 않아 정보를 놓치기 쉽고, 문의 방법이 이메일 중심이라 실시간 채팅이나 빠른 응답을 기대하기 어려움.</p>
프로젝트 목표	<p>*디자인 측면</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 텍스트 대비 강화, 폰트 두께 조절, 배경과 텍스트 색상 재조정을 통해 가독성을 높임.</li><li>- 네비게이션 직관성을 개선하기 위해 'Nearby', 'About' 등을 변경하여 명확한 카테고리 메뉴 구성.</li></ul> <p>*콘텐츠 측면</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 브랜드 스토리와 철학, 유형별·라인별 제품 정보 등을 메인 한 페이지에 담는 방식으로, 스크롤이 길어져 정보 탐색이 번거로워 탭 또는 슬라이드 방식으로 분리해 정보 접근성 향상함.</li><li>- 메인 배너에 슬라이드형 이벤트 영역 추가하거나 팝업을 활용하여 이벤트 및 할인 정보전달을 높임.</li></ul>
핵심 타겟	<p>1. 20대 중반 ~ 30대 후반 여성</p> <p>2. 피부에 직접 닿는 제품 성분을 꼼꼼히 따지는 민감성 피부 소비자</p>
매체	반응형 웹 (PC, 태블릿, 모바일)
저작물의 형식	.fig, .html, .css, .js
개발 환경 및 수행 조건	Figma- 디자인, Visual Studio Code- html, css, .js 작성
내용	<p>1. 헤더 - 로고, GNB (BRAND, PRODUCT, EVENT, COMMUNITY), 기타 메뉴(아이콘: 제품검색, 네이버스토어, GLOBAL)</p> <p>2. 메인배너 (제품 이미지 2개+이벤트 이미지 2개 슬라이드+텍스트)</p> <p>3. 섹션01- 브랜드 스토리 배너</p> <p>4. 섹션02- 제품 유형별 바로가기 배너 (전제품, 토너/에센스, 세럼/앰플, 크림, 마스크, 클렌징, 선크어, 바디케어)</p> <p>5. 섹션03- Best 제품 4개 노출 슬라이드</p> <p>6. 섹션04- Instagram 게시물 10개 노출</p>

	<p>7 섹션05- 퀵메뉴(아이콘: 카카오톡, top)</p> <p>8. 푸터: 하단 로고, FNB (공지 사항, 1:1 문의, 개인정보처리방침), 회사 정보 (주소, 전화번호, 이메일), Social 채널 아이콘 (Instagram, Youtube, Facebook, TikTok), 카피라이트</p>
<b>일정</b>	<p>09.04 기획</p> <p>09.08~9 와이어프레임 (PC, 태블릿, 모바일)</p> <p>09.10~16 디자인 시안(메인)</p> <p>09.17~30 디자인 시안 (서브)</p> <p>10.01~15 코딩 완료</p>
<b>피그마 주소</b> (와이어프레임, 스토리보드, 디자인 등 포함)	