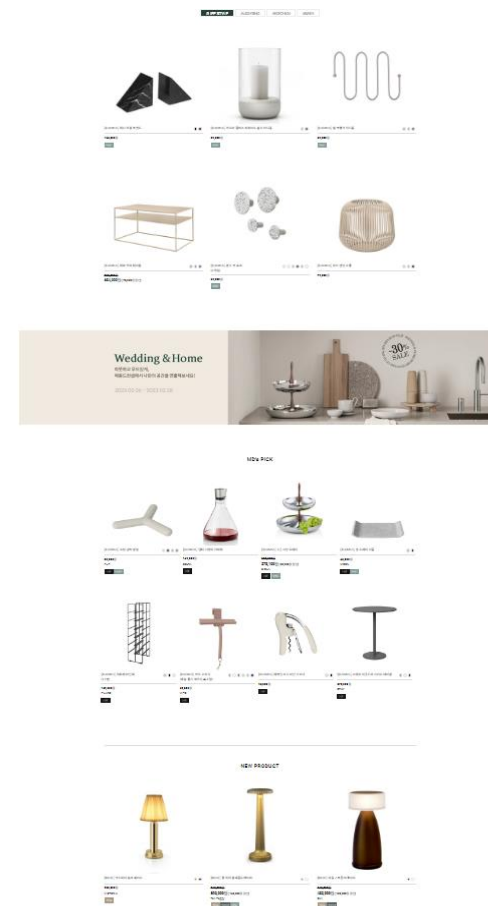


26

주제 선정

maison de concept

인테리어 관련 사이트  
클론 코딩 + 리뉴얼



## 선정 이유 |

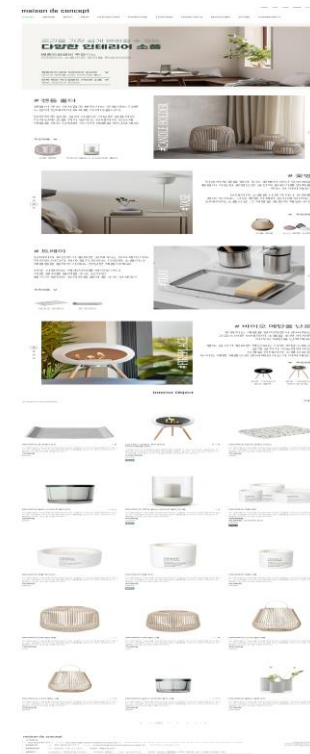
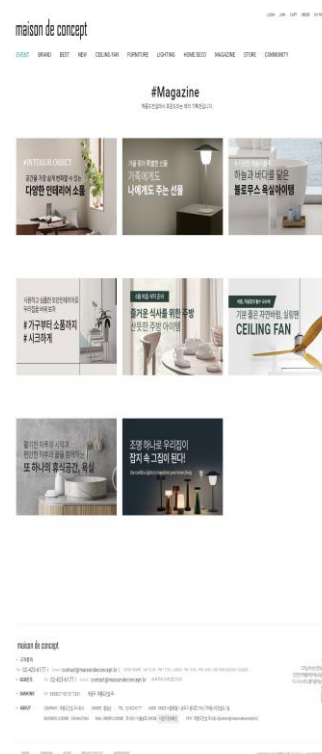
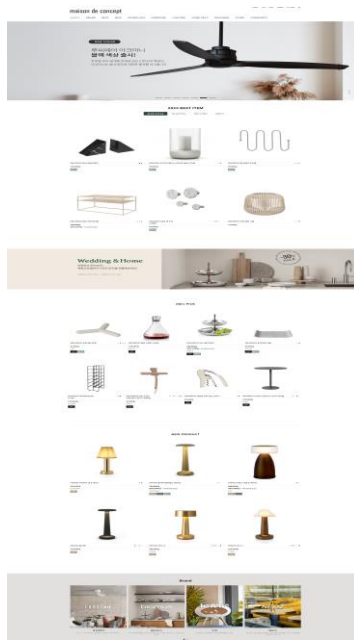
1. 과한 스크롤 사용과 그에 따른 메뉴 선택의 어려움
2. 레이아웃 문제점



따라서 수업 시간에 배운 내용을 기반으로  
소비자 입장에서 접근성 있는 페이지를 제공하고자 함

# 목표 설정

1. 심플하고 모던한 기존의 분위기 살리기
2. 기술적인 문제를 수정하기
3. 가독성 측면에서 효율적인 페이지 구현하기



# 사이트 분석

## 디자인

고퀄리티의 제품을 판매하는 **프리미엄 리빙 편집샵**

외관은 유니크하지만 심플한 색감의 상품을 판매하는 '메종드컨셉'

판매 상품들과의 일관성을 위하여 심플함을 강조한 사이트의 테마와 분위기

메인 컬러는 화이트, 그레이

## 가독성

중요한 정보가 포함된 부분(상품명, 가격 등)에 **볼드체** 적용

## 애니메이션

적절한 애니메이션 효과를 적용하여 로딩 속도에 관한 이슈 없음

## 사이트 분석 |

### 메인

고정형 홈페이지로 적용되어 있어  
브라우저 크기 조절시 사이트 이용에 제약

### 서브

단순 이미지가 나열되어 있으며  
hover시 어떠한 효과도 적용되지 않음

### 콘텐츠

상단 : 추천 제품 관련 이미지로 구성  
하단 : 해당 주제 관련 상품으로 구성

**아쉬운 점  
& 개선점**

아쉬운 점  
& 보완할 점

공통



- navigation bar가 상단에만 위치해 있어 다른 영역에서 메뉴 선택이 어려움
- 로그인GNB의 크기가 현저히 작아 클릭하는 데 어려우며 직관적이지 않음



- + Navigation bar를 고정하여 하단에서도 볼 수 있게 수정
- + 로그인GNB와 LOGO를 같은 라인에 두고 폰트 사이즈를 키우거나, 이미지로 대체



## 아쉬운 점 & 보완할 점

### 공통

- 통일성이 부족한 Footer
- PC와 모바일의 문의게시판 위치가 상이함  
모바일: **직관적인** 문의게시판 메뉴  
PC : Community 메뉴를 한번 더 거쳐야 하는 번거로움



- + 색상과 크기를 **통일성** 있게 수정
- + 모바일에서처럼 PC에서의 문의게시판 및 고객센터 관련 정보를 **접근성있게** 수정



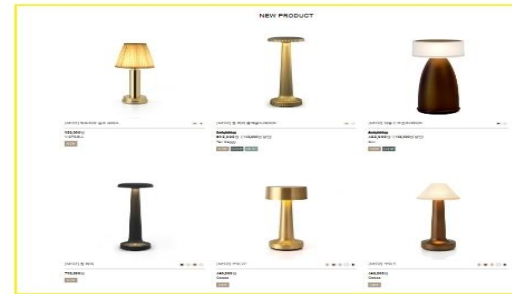
아쉬운 점  
& 보완할 점

## 메인

- 영역별로 분리 되어 있지 않아 가독성 떨어짐
- 세로로 쭉 나열된 콘텐츠의 양으로 인해 과한 스크롤 요구



- + background를 파트별로 다르게 적용
- + 스크롤 플러그인을 이용해 스크롤을 내릴 때,  
파트별로 이동할 수 있게 수정



영역이 분리되어있지 않다.



과한 스크롤 사용요구

아쉬운 점  
& 보완할 점

## 서브



- 서브(매거진) 쪽에 아무런 효과가 없으며, 단순 이미지로만 나열



+ hover 시, 이미지에 변화를 적용하여 해당 콘텐츠를 선택하고 있음을 명시적으로 표현

아쉬운 점  
& 보완할 점

## 콘텐츠

- 매거진 부분이 단순 이미지로 설정되어있다.



+ 각 파트 별로 나누어서 하나의 **슬라이드**로 묶고,  
해당 부분의 **상품 클릭** 시, 해당 상품 상세 페이지로 이동



아쉬운 점  
& 보완할 점

## 콘텐츠

Blomus 테이블 세트

미니멀리즘과 기능성을 강조한 Blomus는 심플한 디자인과 실용성을 추구 합니다. 매 시즌별로 디자이너의 특성을 살린 제품들을 선보이고 있는 인테리어 소품들로 아늑한 공간을 만들어보세요.

26,000원

Blomus 테이블 세트

미니멀리즘과 기능성을 강조한 Blomus는 심플한 디자인과 실용성을 추구 합니다. 매 시즌별로 디자이너의 특성을 살린 제품들을 선보이고 있는 인테리어 소품들로 아늑한 공간을 만들어보세요.

39,000원

Blomus 테이블

미니멀리즘과 기능성을 강조한 Blomus는 심플한 디자인과 실용성을 추구 합니다. 매 시즌별로 디자이너의 특성을 살린 제품들을 선보이고 있는 인테리어 소품들로 아늑한 공간을 만들어보세요.

199,000원

- 하단 상품 리스트 부분에서 이미지에 대한 설명 중복



+ 설명 부분을 제거하여 무의미한 중복을 줄여줌

# 시장 조사 & 트렌드 분석

## 시장 조사 & 트렌드 분석

# 코로나

# 홈스타그램

# 인테리어소품

# 홈 데코

# 홈스테이

# 리빙소품샵

maison de concept

# 홈카페

# 거실인테리어

# 조립가구

# 온라인집들이

# 집꾸미기

# 셀프인테리어

# 예쁜 조명

## #코로나



가구, 인테리어 관련 업종은 코로나19를 기점으로 폭발적인 성장을 거듭하였다.

외부 활동보다 집에서의 활동이 증가하였기 때문인 것으로 분석된다.

직방 애플리케이션 이용자 750명을 대상으로 한 설문조사에 따르면  
코로나19 시기인 2020년 이후 주거공간 내부 구조와 인테리어 변경을 한 적 있다고 대답한 응답자는 30.5%(229명)로 집계되었다.

연령별로는 20대 이하가 53.3%로 가장 높았다.

이어 30대(35.5%), 40대(33.3%), 60대 이상(20.4%), 50대(21.5%)순이었다.

어떤 부분에 중점을 뒀는지 묻는 질문에는

▲취미·휴식 공간(21%)

▲업무·학습 공간(17.9%)

▲가구·소품·조명·타일·벽지 등 부분 변경(16.6%)

▲발코니·테라스 등 서비스 공간(13.1%)

▲주방·요리 공간(11.4%) 등

순으로 집계됐다.

직방 관계자는 “코로나19로 인한 사회적 거리두기로 외출 제한이 많았고 대인관계 형성에도 제약이 생기면서 그런 욕구를 외부가 아닌 주거공간 내부에서 누리기 위한 인식과 구조 변경 변화가 많았다”며  
“이에 취미·휴식 공간에 대한 니즈가 내부 구조나 인테리어 변경으로 이어졌다”고 말했다.

출처: <http://www.seoulwire.com/news/articleView.html?idxno=469177>



## 시장 조사 & 트렌드 분석

# 코로나

# 인테리어소품

# 홈스타그램

# 홈 데코

# 홈퍼니싱

# 홈스테이

# 리빙소품샵

maison de concept

# 홈카페

# 거실인테리어

# 조립가구

# 온라인집들이

# 집꾸미기

# 셀프인테리어

# 예쁜 조명

## #홈 퍼니싱



코로나19 이후 온라인 홈퍼니싱 시장이 확대된 것은 물론 가구업체가 주력 소비자로 자리잡은 'MZ세대'(1980년 이후 출생)와의 접점을 위하여 온라인 시장 대응력을 강화하고 있다. 이에 따라 한샘, 현대리바트, 오늘의집 등 홈퍼니싱 기업과 쿠팡, 쓱닷컴 등 이커머스 기업 간 가구 풀필먼트 경쟁이 가속화되었으며 기업들은 익일 배송, 지정일 배송, 설치비 무료 등을 내세워 고객 유인과 이탈 방지에 총력을 기울이고 있다.

출처 : <http://www.ewestoday.co.kr>

출처 : <https://www.mk.co.kr/news/stock/10646214>

## 시장 조사 & 트렌드 분석

# 홈스타그램

# 인테리어소품

# 코로나

# 홈 데코

# 홈퍼니싱

# 홈스테이

# 리빙소품샵

maison de concept

# 홈카페

# 거실인테리어

# 가치소비

# 조립가구

# 럭셔리테리어

# 셀프인테리어

# 예쁜 조명

## #가치소비

## #럭셔리테리어



### 요즘 mz세대들의 트렌드

가치소비란, 자신이 지향하는 가치를 포기하지 않고 소비하는 성향을 의미한다.

롯데멤버스에 따르면 전국 20~60대 남녀 1천500명을 대상으로 설문조사를 한 결과

응답자의 83.5%가 가치소비를 실천해본 적이 있다고 응답하였다.

즉 ,소비자 10명 중 8명 이상이 소비로 가치관과 신념을 표현하는 '가치소비'를 해본 것으로 조사되었다.

코로나19의 영향으로 인테리어 관련 분야에 관심을 가지게 된 주요 연령층과 가치소비를 지향하는 주요 연령층 역시 20대와 30대이다.

‘메종드컨셉’ 사이트는 ‘오늘의집’처럼 저렴한 비용의 상품을 판매하기보다는 퀄리티가 높은 고가의 제품들을 추구한다. 비교적 비싼 제품들을 판매하고 있으나 20대와 30대의 경우 본인의 가치에 따라 소비하는 경향이 있어 프리미엄 인테리어 관련 수요가 지속적으로 늘어날 것으로 전망된다.

또한, 삼정KPMG에서 발간한 홈퍼니싱에 관한 보고서에서는 ‘럭셔리테리어(Luxury+Interior)’ 트렌드에 따라 패션에 국한됐던 명품 소비가 리빙으로 확장되며 하이엔드•프리미엄 리빙 시장이 확대되고 있다고 진단하기도 하였다.

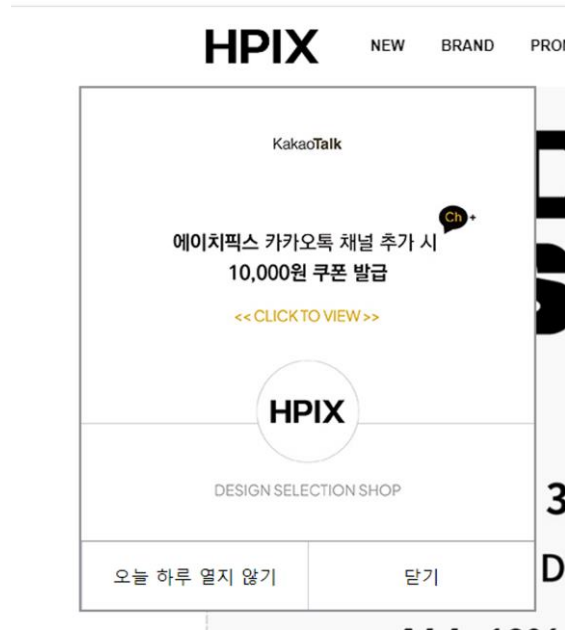
출처 : <https://www.yna.co.kr/view/AKR20220705024400003>

출처 : <https://www.mk.co.kr/news/stock/10646214>

## 경쟁사 조사 & 벤치마킹

## 경쟁사 조사 & 벤치마킹

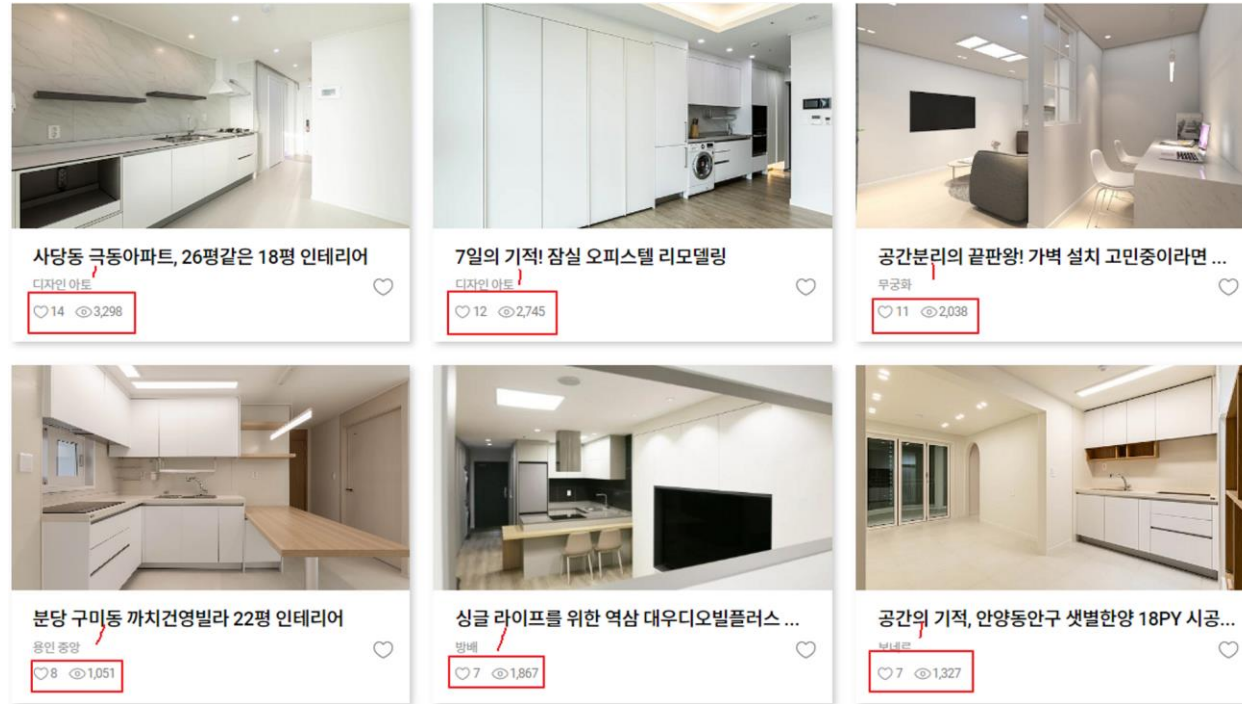
에이치픽스



- 1) SNS 및 메인페이지의 팝업창을 통해 혜택 고지
- 2) 에이치픽스를 포함한 다수의 경쟁사들이 이러한 방법으로 어필하고 있으나 '메종드컨셉'은 소비자가 직업 공지사항에 들어가지 않는 이상 혜택을 확인하기 어려움

# 경쟁사 조사 & 벤치마킹

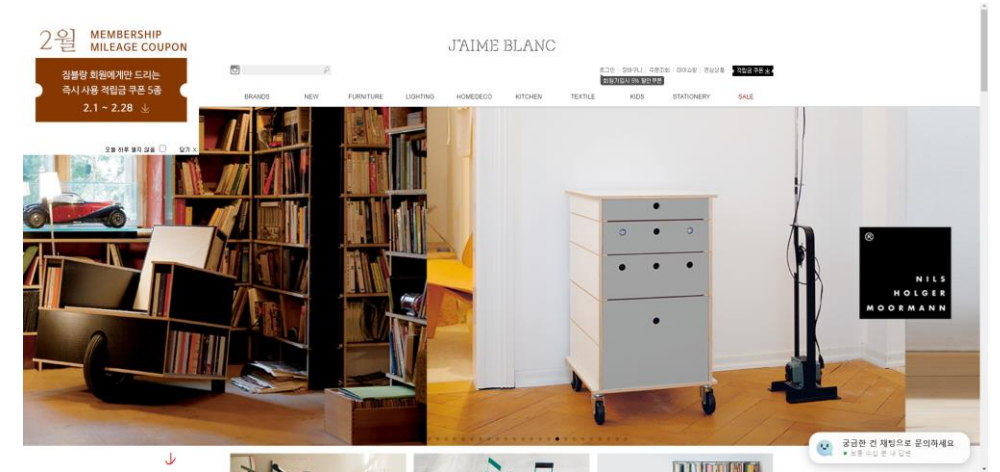
한샘



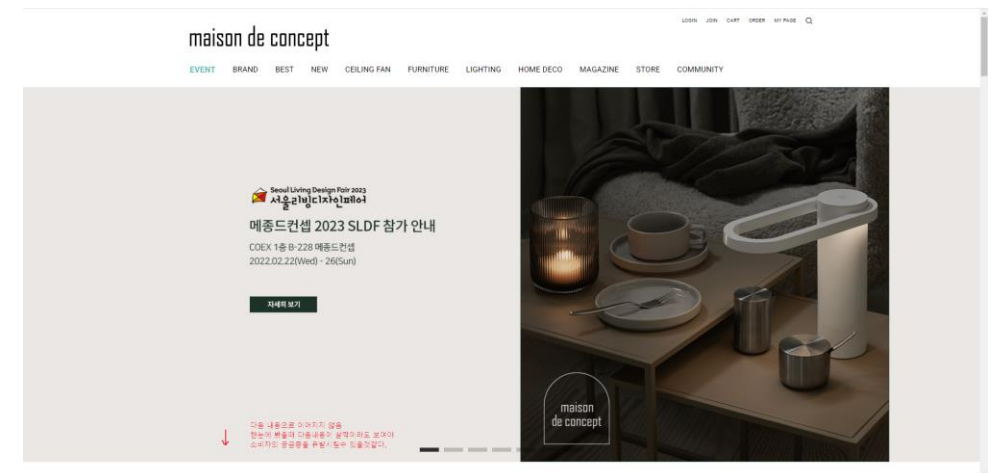
- 1) 제품에 대한 소비자의 반응 정보 공개
- 2) 조회수 및 찜 설정한 소비자의 수를 공개하여 클릭을 유도하는 전략 사용
- 3) 확장기 탭메뉴 사용을 통해 공지사항 및 이벤트 상황을 보다 빠르게 확인 가능

# 경쟁사 조사 & 벤치마킹

## 짐블랑



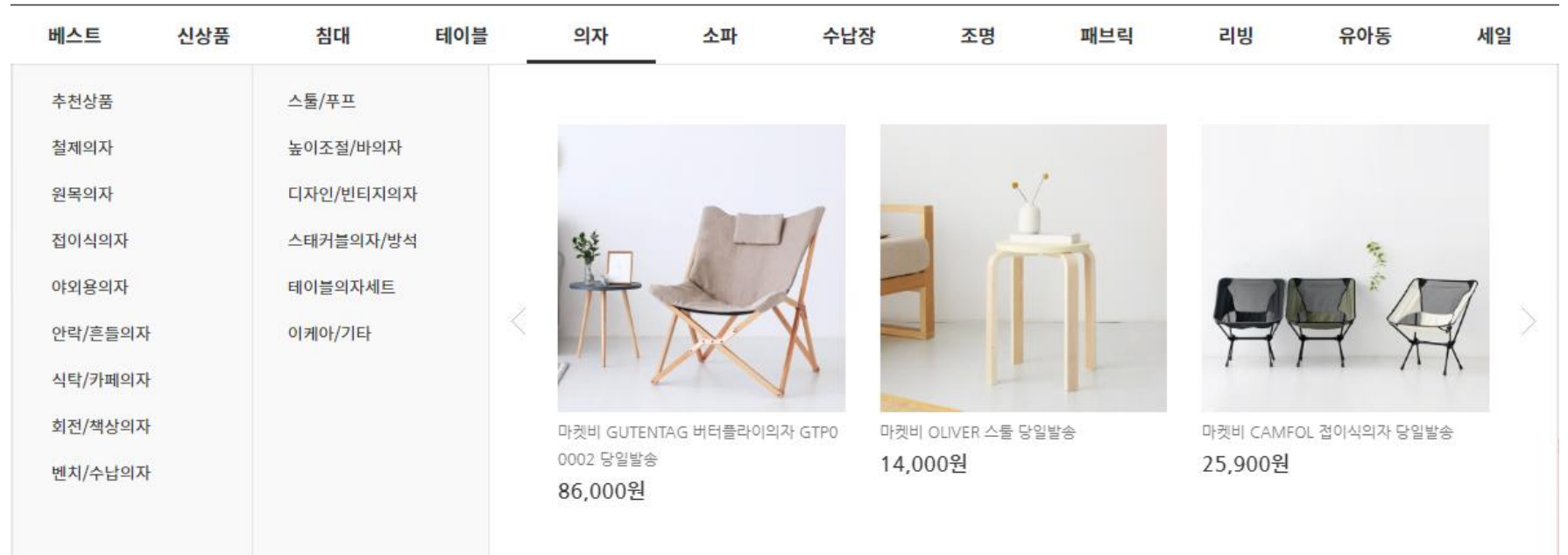
- 1) 메인 이미지를 통해 해당 사이트에서 판매량이 높은 상품을 게시
- 2) 메인 이미지 하단을 통해 다른 콘텐츠를 노출하여 궁금증을 유발





# 경쟁사 조사 & 벤치마킹

## 마켓비



- 1) GNB에 마우스를 올리면 왼쪽에는 카테고리 리스트, 오른쪽에는 상품 이미지가 슬라이드로 노출되어 가독성이 좋음

**페르소나  
구성하기**

## 퍼소나 정지환 |



**나이** 만 31세  
**직업** 백엔드 개발자  
**주소** 서울시 강남구  
**MBTI** INFJ

### 목표

- 본인의 고차원적인 감각을 자랑할 수 있는 상징적인 소품을 구매하는 것.
- 독보적으로 뛰어난 라이프 공간을 만들어서 자랑 하고 싶어 함.

### 성격

- 어떻게든 해내는 열정적인 성격의 완벽주의자.
- 초고속 승진으로 개발팀장이 되었다.  
뭐든지 다른 이들보다 뛰어나야 안심이 된다.
- 퇴근 후 깔끔하게 정리된 집을 보면서 업무 스트레스를 푼다.
- SNS 활동을 통해 본인만의 인테리어를 팔로워들에게 공개하는데 즐거움을 느껴,  
예술적인 감각을 가진 소품들을 다량 구매.  
약간의 허영심이 있는 능력 있는 직장인이다.

### 특징

- 깔끔하고 차분한 분위기의 인테리어를 선호
- 남들에게 자랑 할 수 있다면 가격은 중요하지 않다.
- 본인이 구입한 물건을 자랑하고 싶은 욕구가 크다.

### 라이프 스타일

- 평일 : 대부분의 시간을 회사에 할애한다.  
회사 업무에 치여 야근하는 경우가 더러 있다.  
퇴근 후에는 SNS활동과 쇼핑을 하며 여가생활을 보냄.
- 주말 : 전시회에 방문하여 인스타 활동 및 디자인적 감각을 키우는 중.

퍼스나

이수임 |



나이 만 28세

직업 카페 사장님

주소 서울시 성동구

MBTI ESFP

## 목표

- 커뮤니티 활동, 모임과 홈 파티를 여는 것을 좋아하여 관련 제품을 찾는다.
- 가성비보다는 희소성 있는 제품을 구매하기를 원함.

## 성격

- 세미 관종, 승부욕이 강함
- 사교적이고 활동적이며 수용력이 강함
- 예술에 관심이 많으며 외모나 주변 환경 등을 꾸미고 장식 하는 것을 좋아함
- 자유로운 분위기를 선호하며 사람이나 환경에 대해 개방적
- 하루하루 즐겁게 살아가려고 노력하는 옴로족이다

## 특징

- 인스타 감성 카페를 꿈꾸며 인테리어 컨셉을 바꾸고 싶어함
- 모던한 느낌의 인테리어를 선호
- 최근 유튜브 채널 개설해서 랜선 집들이&카페 홍보를 하려고 구상중

## 라이프 스타일

- 오늘의집, 유튜브 등에서 랜선 집들이 콘텐츠를 주로 소비함
- 하루 일과 중 남는 시간에 틈틈이 홈스타일링 관련 서치를 함
- 주말에는 유명 인스타 감성 카페를 찾아 다니며 분석하는 것을 좋아함

감사합니다