



직무수행능력평가2

- 오늘의 집 웹사이트 리뉴얼

INDEX

01 주제 선정

02 사용자 분석

- 사용자 정의
- 온라인 설문조사
- 심층 인터뷰
- 니즈&원츠 도출

03 벤치마킹

- 자사
- 경쟁사
- 우수사

04 서비스 흐름도

- 일반 회원가입
- SNS 회원가입

05 정보구조설계

- As-is
- To-be

06 와이어프레임

- PC (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)
- Mobile (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)

07 스토리보드

- PC (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)
- Mobile (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)

01 주제선정

1인 가구 증가에 집에서 즐기는 '홈루덴스족' 급증

최근 20,30대를 중심으로 '홈루덴스족'들이 늘고 있으며 야외 활동을 하는 것보다는 자신의 주거공간 안에서 모든 것을 즐기고자 하는 사람들이 늘어났다. 그에 따라 홈카페나 내 집 꾸미기, 셀프인테리어 활동들이 증가했으며 홈루덴스족은 점차 증가할 전망이다라고 한다.



문화저널21

저널21 | 피플+ | 정치 | 경제 | 문화 | 포토 | 사회 | 오피니언

전체기사

1인 가구 증가에 집에서 즐기는 '홈루덴스족' 급증

밀레니얼 세대(20-30대) 72.3% '나는 홈루덴스족'

홍세연 기자 | 기사입력 2019/07/15 [15:16]

최근 20,30대를 중심으로 '홈루덴스족'들이 늘고 있다. '홈루덴스족'이란, 집을 뜻하는 '홈(Home)'과 '유희', '놀이'를 뜻하는 루덴스(Ludens)를 합친 말로, 자신의 주거공간 안에서 모든 것을 즐기는 이들을 가리키는 신조어다.

잡코리아와 알바몬이 20,30대 밀레니얼 세대 3839명을 대상으로 '홈루덴스족 현황'에 대해 조사한 결과, 설문에 참여한 응답자 중 72.3%가 스스로를 집에서 노는 것을 더 좋아하는 '홈루덴스족'이라고 생각하고 있었다. 성별로는 여성(76.5%)들이 남성(61.4%)에 비해 15.1%p 더 높았다.

이들이 홈루덴스족이 된 이유(복수응답)로는 △'집이 제일 편하기 때문'이 응답률 79.4%로 1위를 차지했으며, 다음으로 △지출을 줄이고 싶기 때문(38.1%) △사람들과 어울리는 것이 오히려 스트레스이기 때문(20.1%) △집에서는 내 취향을 오롯이 실현할 수 있기 때문과 △오히려 집에서 더 많은 것을 할 수 있기 때문이 각각 13.1%로 상위 5위 안에 올랐다.

스스로를 홈루덴스족이라고 밝힌 2,777명을 대상으로 평소 집에서 즐기는 활동에 대해 질문한 결과(*복수응답) △'대형TV나 빔프로젝트 등을 설치하고 홈영화를 즐긴다'는 응답이 49.4%로 가장 많았으며, 다음

으로 △배달앱이나 가정 간편식 등을 이용해 유명 식당 음식도 집에서 즐기는 편이라는 응답도 43.2%로 2위를 차지했다.

이외에 △콘솔 게임 등 집에서 게임하기(29.3%) △커피부터 차, 디저트까지 집에서 직접 만들어 즐기는 홈카페(27.0%) △집에서 운동하는 홈트레이닝(25.4%) △피부 관리도 집에서 직접 하는 홈케어(24.5%) △내 집 꾸미기, 셀프 인테리어(13.4%) △집 베란다 거실에서 편하게 즐기는 홈캠핑, 홈파티(12.7%) △자연도 집에서 만끽하는 홈가드닝(6.4%) 등 다양한 활동들을 집에서 하고 있는 것으로 나타났다.

특히 여성들은 남성들에 비해 상대적으로 '홈피부케어(17.0%p↑)'나 홈카페(7.7%p↑)를 하는 경우가 많았으며, 남성들은 여성들에 비해 홈게임을 한다는 응답이 28.1%p나 높아 차이가 있었다.

홈루덴스족에 대한 이미지 조사에서는(복수응답) △혼자 잘 노는 독립적인 사람이라는 이미지가 응답률 69.1%로 압도적으로 높았으며, 다음으로 △여유를 좋아하는 사람(35.8%) △귀찮은 것을 싫어하는 사람(23.7%) △자유로운 사람(23.2%) △조용한 성격의 사람(10.6%) △게으른 사람(7.4%) △대인관계가 부족한 사람(6.3%) 등의 의견들도 있었다.

또한 91.2%는 향후 홈루덴스족이 점차 증가할 것이라고 전망했으며, 홈루덴스족이 등장하게 된 이유에 대해서는 △1인 가구 증가 등 개인 라이프스타일이 중요해 졌고(39.4%) △소확행을 추구하는 라이프스타일이 확산되었기 때문(30.8%)이란 의견이 많았다. 이외에 △디지털 문화의 발달(17.7%) △배달 앱, 새벽 배송 등의 보편화(6.2%) 등도 홈루덴스족을 증가시키는 이유로 꼽혔다.

문화저널21 홍세연 기자

[트렌드 프리뷰] 집에서 모든 것을 즐긴다, HOME족 / 홈족

홈족은 집에서 뭐든지 해결하는 사람을 말한다. 즉, 집에서 자신의 생활을 즐기는 사람들이 많아져서 생긴 신용어인 것이다. 사람들이 집에 대한 태도가 바뀌면서 각박한 현실에서 탈출해 자기만의 안식처라고 인식하게 되었다. 또한 홈카페처럼 SNS에서 활발하게 이루어지는 **셀프 인테리어 콘텐츠가 한 몫 하여 많은 사람들이 인테리어에 관심**을 갖게 되었다.

집에서 모든 것을 즐긴다, Home族

홈족(Home族)은 집에서 휴가를 보내는 홈캉스(Home+Vacance)나 집을 아지트이자 안식처로 꾸미는 홈스케이프(Home+Escape), 집에서 운동하는 홈트레이닝, 집을 정원 삼아 꾸미는 홈가드닝, 집을 카페처럼 만드는 홈카페 등 집에서 뭐든지 해결하는 사람을 말한다. 나갈 데가 없어서 집에 있는 게 아니라 적극적으로 집에서 즐기는 엔터테인먼트이자 라이프스타일을 누린다는 것이다. 1인 가구가 대세인 시대, 집 안 꾸미기인 홈퍼니싱이 대세인 시대, 우리에게 집이라는 공간은 예전과 의미가 달라졌고, 집을 적극 활용하는 홈족 시대가 열렸다.



홈캉스와 홈스케이프, 집에 대한 태도 변화의 증거

휴가와 집이 연결되는 데 부정적 반응을 보이는 이도 있다. 그건 방콕, 집콕 등 방이나 집에 콕 박혀 있을 정도로 갈 데가 없고, 돈도 없다는 것을 일컫는 말이기 때문이다. 그런데 이젠 방콕 대신 홈캉스라고 한다.

이건 단지 단어만 바꾼 말장난이 아니라 집에서 보내는 휴가에 대한 시선과 태도가 바뀐 것이다. 돈 없고 갈 데 없어서 안 가는 게 아니다. 돈과 갈 데가 있어도 집을 휴가지로 선택한 건 집을 가장 안락하고 편안한 공간으로 꾸며서다. 홈퍼니싱 열풍이 불며 누구나 자기 집을 좀 더 매력적으로 꾸미는 데 적극 투자한다. 호텔처럼 꾸며놓기도 하고, 개인 극장처럼 만들기도 한다. 돈이 많아서가 아니다. 선택의 문제다. 명품 백이나 외제차가 과시적 경향을 포함한다면 집을 꾸미는 건 과시보다 자기만족이 더 크다. 거주 공간에 대한 투자는 일상의 만족도를 높이는 방법이며, 자기를 위한 투자이기도 하다. 그런 점에서 홈퍼니싱 열풍이 우리에게 집에서 쉬는 것을 좀 더 매력적인 상황으로 만들어준다. 과거엔 집에서 휴가를 보내는 게 궁색하고 안쓰러운 느낌이었다면, 이젠 휴가와 휴식을 일상화하기 위해 집을 자기 취향에 맞게 바꿨다는 의미다. 집에서 다양한 콘텐츠를 소비하고 쇼핑도 한다. 홈캉스나 홈스케이프가 늘어나는 건 집에 대한 태도 변화이자 휴식에 대한 인식 변화다.

각박한 현실에서 탈출해 자기만의 안식처인 집에 머무르는 것을 홈스케이프라고 하는데, 사람들과 현실에서 직접적 관계를 활발히 맺으며 살아가던 시대와 달리 이젠 사람과의 관계에 따른 스트레스도 더 크고, 혼자 있는 시간을 더 선호하게 되었다. 이런 사람들에게 혼자만의 공간이 최고의 휴식처다. 요가나 명상, 사색도 휴가의 방법으로 선호될 정도다. 여러모로 집을 잘 꾸며야 할 이유가 많아진 시대다.



오늘의 집

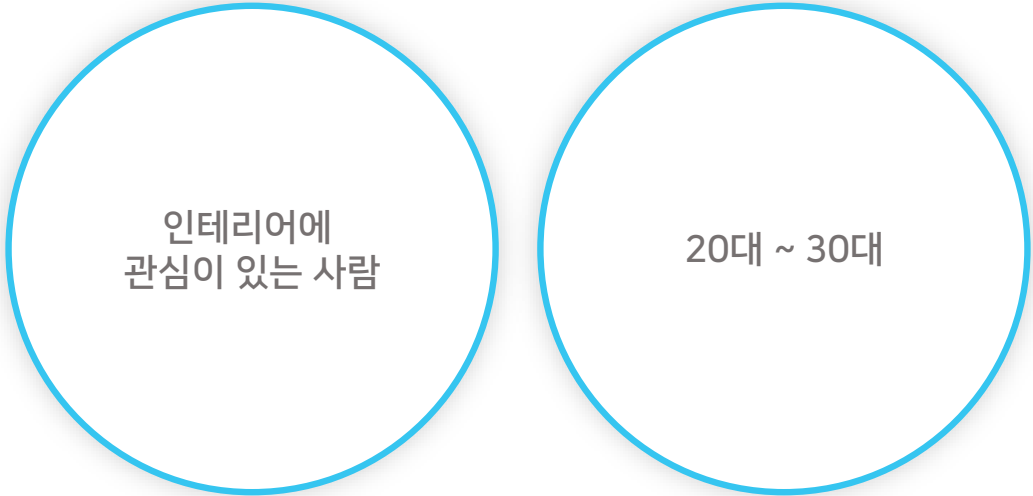
하나의 플랫폼에서 인테리어에 관한 모든 것을
해결 할 수 있는 서비스

02 사용자 분석

- 사용자 정의
- 온라인 설문조사
- 심층 인터뷰
- 니즈&원츠 도출

02 사용자 분석

- 사용자 정의



인테리어에
관심이 있는 사람

20대 ~ 30대

02 사용자 분석

- 온라인 설문조사

주제

오늘의 집 서비스 개선을 위한 설문조사

목적

- 보다 나은 UI개선을 위한 방안 모색 및 정보 수집
- 서비스에 대한 사용자의 니즈와 원츠 파악

일시

2019년 11월 15일 ~ 2019년 11월 23일 (8일간 진행)

질문 목록

1. 당신의 연령은 어떻게 되십니까?

2. 오늘의 집을 사용해 본 경험이 있습니까?

- 비 경험자

3. 사용해 본 경험이 없다면 무슨 까닭입니까?

4. 사용하게 된다면 유용한 기능이 무엇이라고 생각합니까?

- 경험자

3. 주로 어떤 매체를 통해 사용하십니까?

4. 사용하는 기능 중 유용한 기능이 무엇이라고 생각합니까?

5. '오늘의 집'을 이용할 때 불편한 점이 있으셨나요?

2_2 어떤 점이 불편하셨나요?

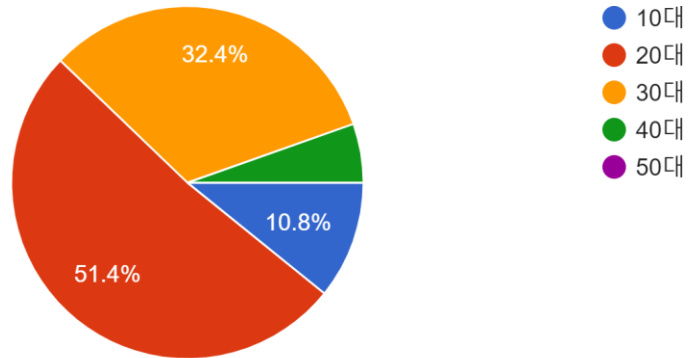
6. 개선 사항이나 추가되었으면 하는 기능에 대해 자유롭게 의견을 적어주세요.

02 사용자 분석

- 온라인 설문조사

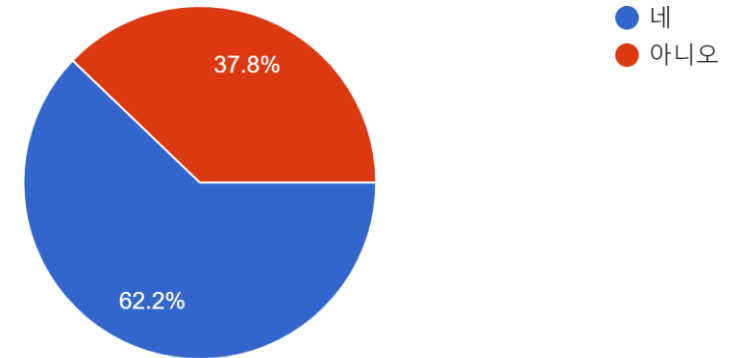
1. 당신의 연령은 어떻게 되십니까?

응답 37개



2. '오늘의 집'을 사용해 본 경험이 있습니까?

응답 37개



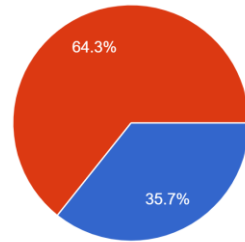
02 사용자 분석

- 온라인 설문조사

- 비 경험자

3. 사용해 본 경험이 없다면 무슨 까닭입니까?

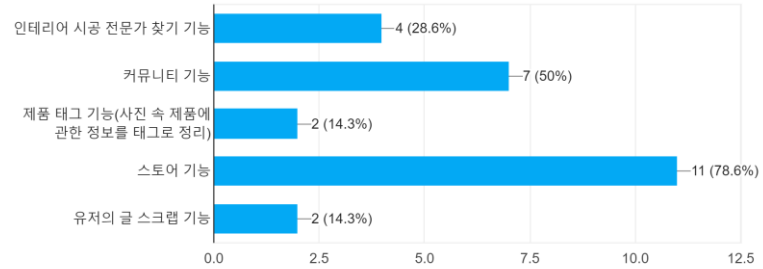
응답 14개



● 타사의 서비스를 이용하고 있다.
● '오늘의 집'에 대해 모른다.

4. 사용하게 된다면 유용한 기능이 무엇이라고 생각하십니까?

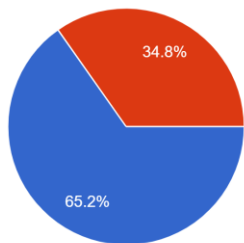
응답 14개



- 경험자

3. 주로 어떤 매체를 통해 사용하십니까?

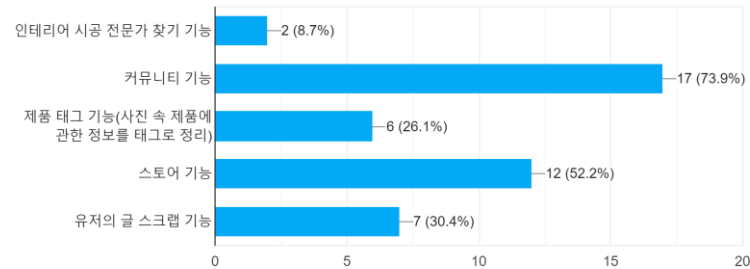
응답 23개



● 모바일 앱
● PC-웹 사이트

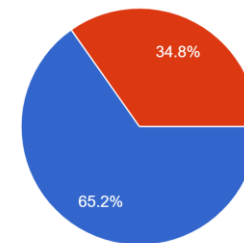
4. 사용하는 기능 중 유용한 기능이 무엇이라고 생각하십니까?

응답 23개



5. '오늘의 집'을 이용할 때 불편한 점이 있으셨나요?

응답 23개



● 네
● 아니오

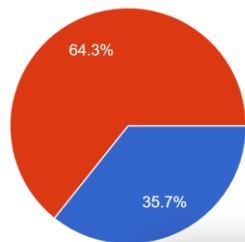
02 사용자 분석

- 온라인 설문조사

- 비사용자

3. 사용해 본 경험이 없다면 무슨 까닭입니까?

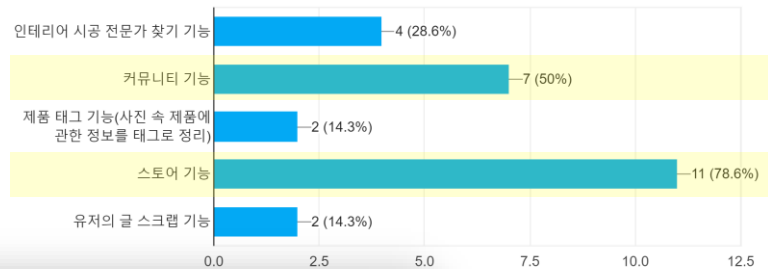
응답 14개



● 타사의 서비스를 이용하고 있다.
● '오늘의 집'에 대해 모른다.

4. 사용하게 된다면 유용한 기능이 무엇이라고 생각하십니까?

응답 14개

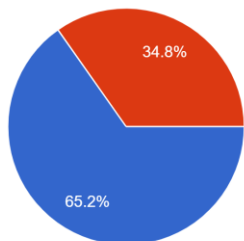


비 경험자 : 스토어 > 커뮤니티
경험자: 커뮤니티 > 스토어

- 사용자

3. 주로 어떤 매체를 통해 사용하십니까?

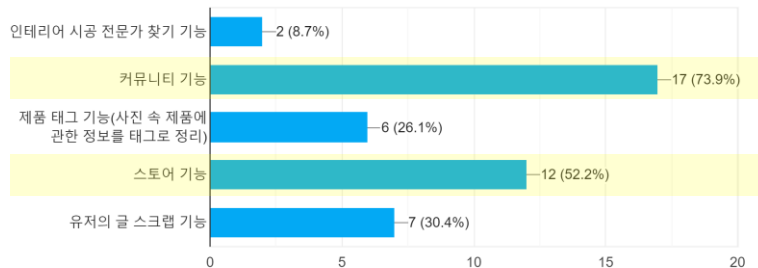
응답 23개



● 모바일 앱
● PC-웹 사이트

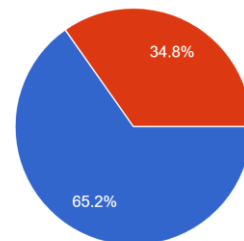
4. 사용하는 기능 중 유용한 기능이 무엇이라고 생각하십니까?

응답 23개



5. '오늘의 집'을 이용할 때 불편한 점이 있으셨나요?

응답 23개



● 네
● 아니오

02 사용자 분석

- 온라인 설문조사

5_1. 어떤 점이 불편하셨나요?

카테고리가 너무 복잡하다.

정보가 많아서 정리가 필요해 보인다.

중복되는 항목이 많다.

편하면서도 불편한 웹사이트

불필요한 기능이 많다.

•
•
•

6. 개선사항이나 추가되었으면 하는 기능에 대해 자유롭게 의견을 적어주세요.

리뷰 기능 개선

Ui 최적화

간단한 구조였으면 좋겠다.

최근 본 제품들을 볼 수 있었으면 좋겠다.

팔로우한 사람의 스토리가 바로 보였으면 좋겠다.

정보의 정리가 필요해 보인다.

•
•
•

02 사용자 분석

- 온라인 설문조사

경험자와 비경험자가 추구하는 바가 다름

깔끔하지만 불편한 웹디자인

사용자의 선호와 상관없는 콘텐츠 노출

용도를 알 수 없는 내비게이션

02 사용자 분석

- 심층 인터뷰

주제

오늘의 집 웹사이트 리뉴얼

목적

오늘의 집 서비스에서 강조해야 할 기능과 불편함을 알아내기 위해

대상

오늘의 집 서비스를 오랫동안 이용해 본 경험이 있는 사용자

- 서비스를 오랫동안 이용해 본 사용자일수록 서비스의 이해도나 경험의 정도가 더 높기 때문에 단점이나 장점에 대해 더 잘 알고 있을 것이다.

일시

2019년 10월 29일/ 2019년 11월 9일 - 인터뷰 진행

장소

파스쿠찌 안산상록수점, 이디야 본오중앙점

02 사용자 분석

- 심층 인터뷰

Q1. 오늘의 집을 얼마나 자주 사용하시나요?

Q1_2. 오늘의 집을 이용할 때 주로 어떤 매체를 사용하시나요?

Q2. 오늘의 집을 사용하는 목적은 무엇인가요?

Q3. 가장 자주 사용하는 기능은 무엇인가요?

Q4. 해당 서비스를 이용하며 편리한 점과 불편했던 점은 무엇이 있나요?

Q5. 모바일버전 앱을 PC버전 웹페이지와 비교했을 때 어떤 차이가 있나요?

Q6. 기존 웹의 UI의 편리한 점과 불편한 점은 무엇인가요?

Q7. 오늘의 집에 대해 개선사항이나 추가되었으면 하는 기능이 있나요?

02 사용자 분석

- 심층 인터뷰

인터뷰 대상자



조수빈 / 20세 / 여

해당 서비스를 1년 이상 이용 중

하루 평균 3회 이상 서비스 접속

02 사용자 분석

- 심층 인터뷰

Q1. 오늘의 집을 얼마나 자주 사용하시나요?

- 하루에 3~4번 정도 들어가는 거 같아요. 사용한지는 한 1년 좀 넘었어요.

Q1_2. 오늘의 집을 이용할 때 주로 어떤 매체를 사용하시나요?

- PC버전도 이용하는데 주로 폰으로 더 많이 보죠. PC는 접근성이 떨어지는 느낌이라서

Q2. 오늘의 집을 사용하는 목적은 무엇인가요?

- 처음에는 자취방 인테리어를 꾸밀 가구 구매 목적으로 많이 이용했는데 지금은 커뮤니티 구경을 더 많이 하는 거 같아요. 다른 사람들의 인테리어를 보는게 재밌어서 계속 들어가요.

Q3. 가장 자주 사용하는 기능은 무엇인가요?

- 아무래도 커뮤니티 기능을 가장 많이 써요!! 유저가 많아서 그런가 정보를 많이 얻을 수 있거든요
그 다음으로 많이 쓰는 기능은 스크랩이나 스토어 순으로 많이 이용해요

Q4. 해당 서비스를 이용하며 편리한 점과 불편했던 점은 무엇이 있나요?

- 음.. 편리했던 점은 아무래도 하나의 플랫폼에서 모든 걸 한번에 해결할 수 있다는 점이 편한 거 같아요. 여기저기 안 돌아다녀도 되고 정보량이 상당해서 금방 원하는 정보를 얻을 수 있어요. 불편했던 점은 너무 많은 서비스가 있어서 처음 이용할 때 어렵다고 느꼈어요. 게다가 팔로우를 한 사람의 게시물이 바로 화면에 뜨면 좋겠는데 다른 게 떠서 불편해요.

02 사용자 분석

- 심층 인터뷰

Q5. 모바일버전 앱을 PC버전 웹페이지와 비교했을 때 어떤 차이가 있나요?

- 앞서 말했듯이 PC버전은 잘 정돈되고 최적화 된 느낌인데 앱은 너무 복잡하고 더 어려운 느낌이라고 해야 하나?
디자인 만 본다면 웹사이트가 더 깔끔하고 보기 좋아요!!

Q6. 기존 웹의 UI의 편리한 점과 불편한 점은 무엇인가요?

- 웹 같은 경우에는 정리가 잘 되어 있는 편이긴 한데 불편한 점은 이게 이미 있는데 굳이 또 반복적으로 넣었어야 했을까 라는 것들이 몇가지 있어요. 이미 위에 있는데 왜 또 놓았을 까 하는 것들?? 또 원래 서비스 목적이 커뮤니티를 기반으로 둔 유저간 정보 공유인데 커뮤니티기능이 부족한 느낌이 들어요. 더 보기 쉬웠으면 좋겠어요. 그리고 서비스의 목적이 뭔지 잘 모르겠어서 메인페이지에서 잘 나타내줬으면 좋겠어요.

Q7. 오늘의 집에 대해 개선사항이나 추가되었으면 하는 기능이 있나요?

- 개인적으로는 즐겨찾기 기능이 없는게 아쉬워요. 즐겨보는 목록을 즐겨찾기해서 한 페이지로 볼 수 있었으면 좋겠어요.
그리고 최근 본 상품도 나왔으면 좋겠고, 커뮤니티 기능, 특히 팔로우한 유저의 글을 바로 볼 수 있게 되면 더 좋을 거 같고 본질에 충실한게 가장 중요하다고 생각해요.

02 사용자 분석

- 니즈&원츠 도출

니즈

- 복잡하고 불편한 UI개선
- 구조의 단순화
- 쉬운 접근성
- 서비스의 목적 강조

원츠

- 최근 본 상품 기능 추가
- 커뮤니티 기능을 개선 및 강조
- 불필요한 메뉴 제거
- 팔로우 유저의 게시글이 잘 보이도록
> 회원 및 비회원에게 보여지는 페이지 구성을 다르게.
- 취향에 맞는 콘텐츠 노출

03 벤치마킹

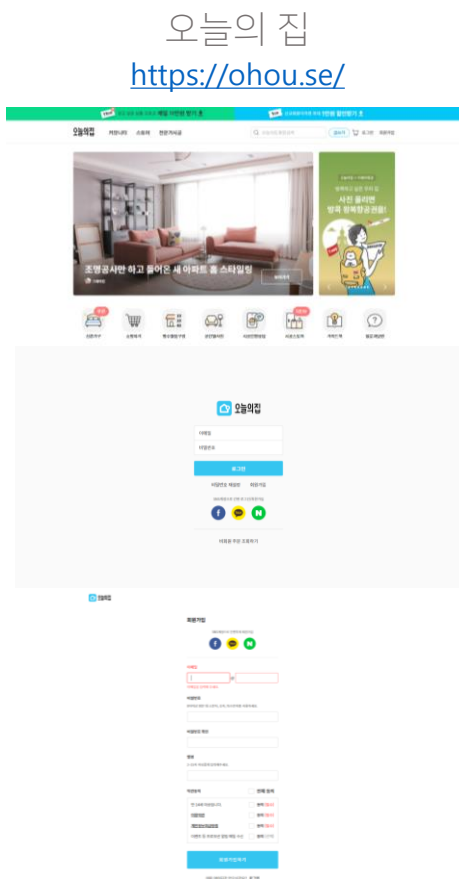
- 자사
- 경쟁사
- 우수사

03 벤치마킹

- 자사



분석 대상



사용자들을 위한 콘텐츠를 충분히 제공하고 있으나 너무 많은 콘텐츠와 정보량으로 혼란을 주기도 하며 고객 지원 요소가 눈에 띄지 않는 점과 내비게이션의 구조가 깔끔하고 간결하나 다른 보조적 역할을 해주는 항목을 찾기 어렵다는 점이 아쉽다. 회원가입 및 로그인 창은 깔끔하고 보기 좋으며 간결했다. 하지만 별다른 인증 절차가 없어 신뢰도가 떨어진다.

분석 기준

Contents

연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가?
서비스에 적당한 콘텐츠인가?
차별화된 콘텐츠는 만족스러운가?

UI

사용성이 높은 UI 구조인가?
내비게이션은 효율적인 구조인가?

Visual

디자인은 세련되었는가?
동적 요소가 있는가?
주요 요소가 눈에 띄는가?
이벤트 및 홍보 영역이 있는가?

Marketing

마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가?
고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가?
이벤트 및 프로모션 정도는?

Theme & Message

주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가?
말하고자 하는 요소 파악이 분명한가?
메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?

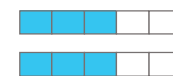
Support

고객 지원 요소는 충분한가?
고객 지원 정보의 접근성은?
정보의 비교 및 습득이 용이한가?

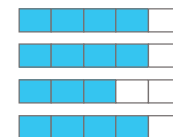
주요 내용 및 평가 방법



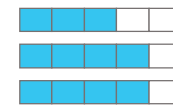
주요 콘텐츠의 배열이 효과적이다.
서비스만의 차별화된 콘텐츠를 보유하고 있다.



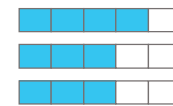
UI의 구조는 깔끔하고 내비게이션 안에 항목으로
주요 서비스항목만 들어있어 세부항목을 찾기 어
렵다.



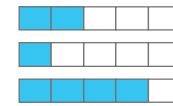
전체적으로 깔끔하고 보기가 좋다.
이벤트 및 홍보 영역은 바디의 상단에 배치되어 있고
중간에도 배치되어 있다. 회원가입과 로그인 창은 깔끔
하고 보기 좋으나 너무 간결해 신뢰도가 떨어진다.



커뮤니티를 통한 정보 공유 콘텐츠가 있어 사용
자들이 글을 게시해 다양한 정보를 얻을 수 있다.
이벤트나 프로모션은 단조로운 편



인테리어 정보 공유 플랫폼으로서의 콘셉트가
명확하고 커뮤니티에 특화된 콘텐츠로 사용자를
유지하며 신규 사용자의 유입을 유도한다.



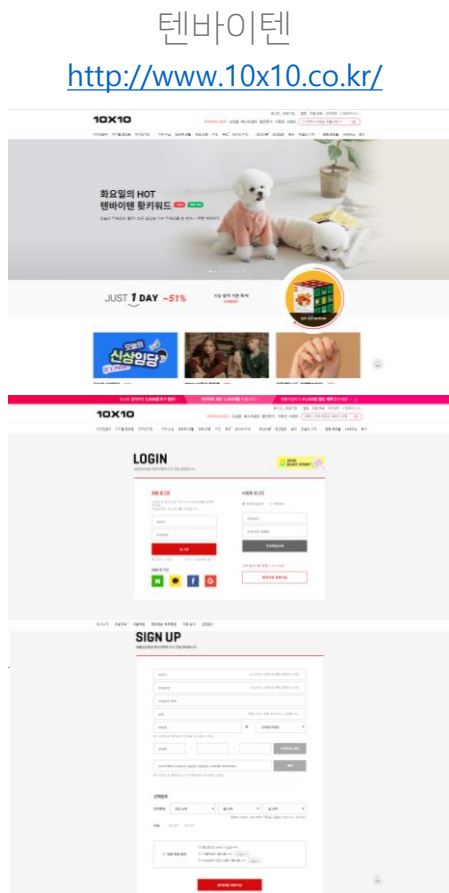
고객 지원 요소가 있긴 하나 찾기 어려우며 접근
성이 떨어진다.

03 벤치마킹

- 경쟁사



분석 대상



분석 기준

Contents	연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화된 콘텐츠는 만족스러운가?
UI	사용성이 높은 UI 구조인가? 내비게이션은 효율적인 구조인가?
Visual	디자인은 세련되었는가? 동적 요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띄는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?
Marketing	마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?
Theme & Message	주제 및 사이트 컨셉트가 명확한가? 말하고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?
Support	고객 지원 요소는 충분한가? 고객 지원 정보의 접근성은? 정보의 비교 및 습득이 용이한가?

주요 내용 및 평가 방법

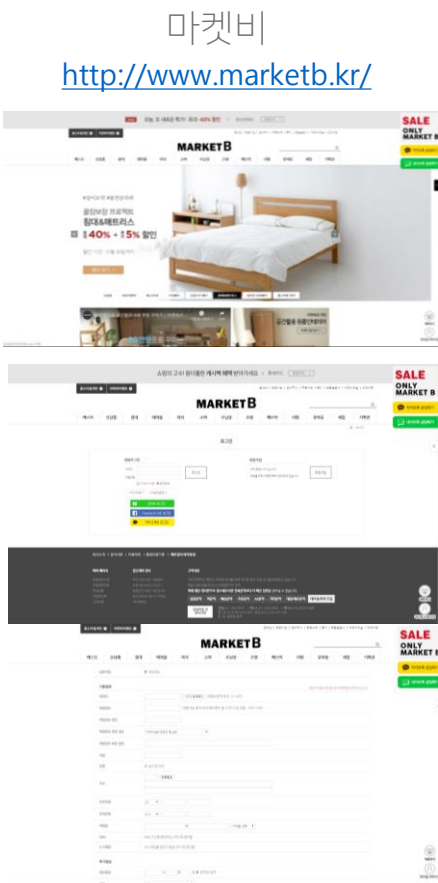
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	주요 콘텐츠의 배열이 효과적이다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	전체적인 UI 구조는 좋으나 내비게이션에 항목이 많아 복잡한 느낌을 준다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	웹페이지의 전체적인 디자인은 세련되고 좋다. 이벤트 및 홍보영역이 눈에 띈다. 회원가입과 로그인 창은 목적에 맞게 잘 구성되었고 회원가입 창의 내용 구성이 좋았다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	다이어리스토리와 같은 이벤트나 프로모션의 노출이 많고 다양한 이벤트를 진행하고 있다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	텐바이텐만의 느낌이 들어 좋았다. 여느 다른 이커머스 웹과 비슷하면서도 독창적이다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	상단 부분에 고객 센터가 구성되어 있고 여느 다른 차별점은 보이지 않는다.

03 벤치마킹

- 우수사



분석 대상

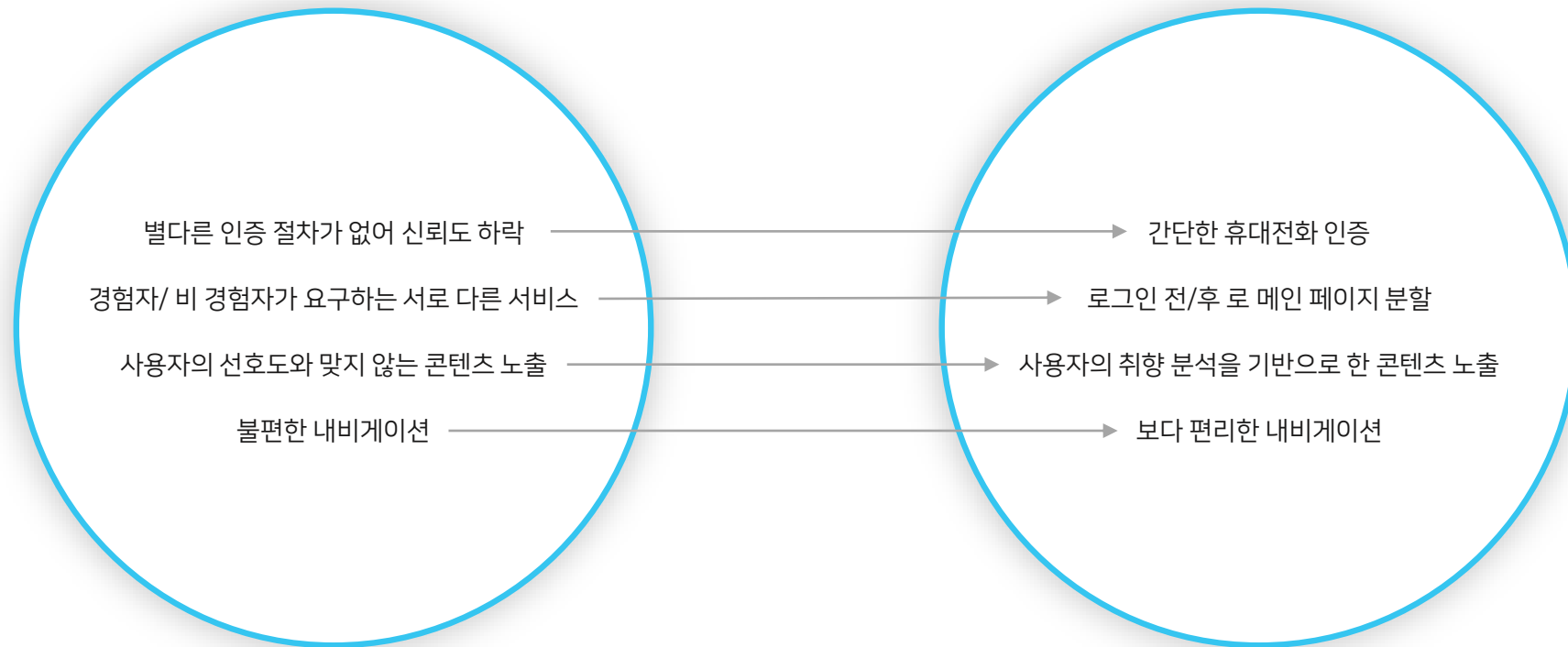


분석 기준

Contents	연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화된 콘텐츠는 만족스러운가?
UI	사용성이 높은 UI 구조인가? 내비게이션은 효율적인 구조인가?
Visual	디자인은 세련되었는가? 동적 요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띄는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?
Marketing	마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?
Theme & Message	주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가? 말하고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?
Support	고객 지원 요소는 충분한가? 고객 지원 정보의 접근성은? 정보의 비교 및 습득이 용이한가?

주요 내용 및 평가 방법

<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	마켓비만의 차별화된 서비스를 찾기는 어려우나 서비스 목적에 맞게 콘텐츠를 잘 구성했다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	가구 판매 목적에 알맞은 UI 구조를 갖고 있으며, 복잡해 보이나 접근성이 뛰어나다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	여느 다른 가구 판매 사이트와 비교했을 때 전체적으로 보기 쉽고 콘텐츠의 정리가 잘 되어있다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	로그인과 회원 가입 페이지는 흔히 보이는 디자인이다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	이벤트 및 프로모션 배너가 크게 상단에 배치 되어 있고 다양한 콘텐츠를 제공한다.
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	사이트의 목적이 분명하게 전달되고 말하고자 하는 요소가 잘 파악된다. 회원가입 창の内容은 특히 자세하고 세분화 되어있다
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	고객 지원 요소가 접근성 좋게 잘 배치되어 있으며, 고객 지원 요소 또한 충분하다.



04 서비스 흐름도

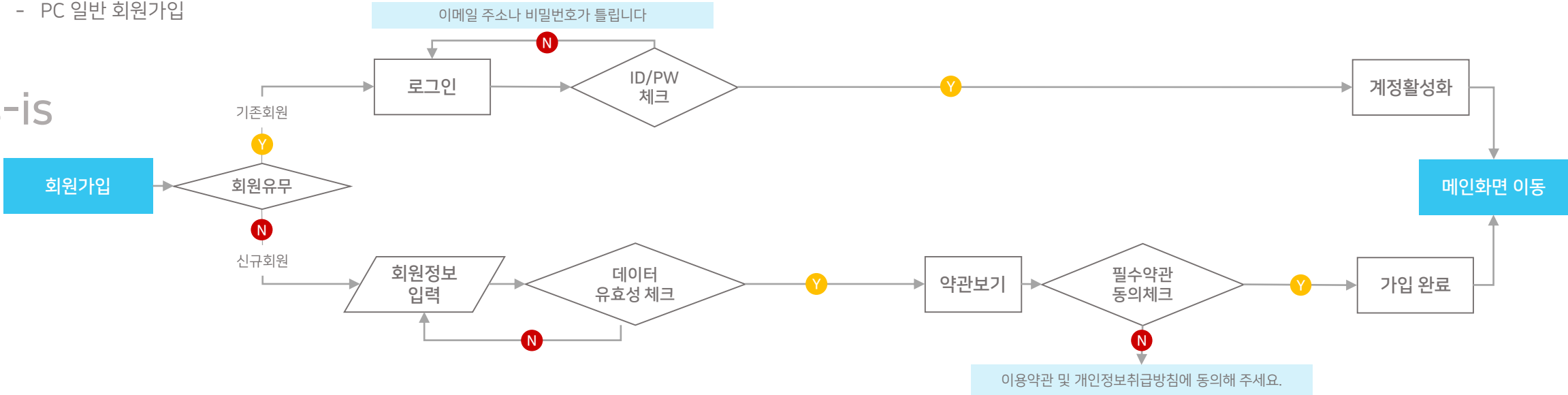
- 일반 회원가입
- SNS 회원가입

04 서비스 흐름도

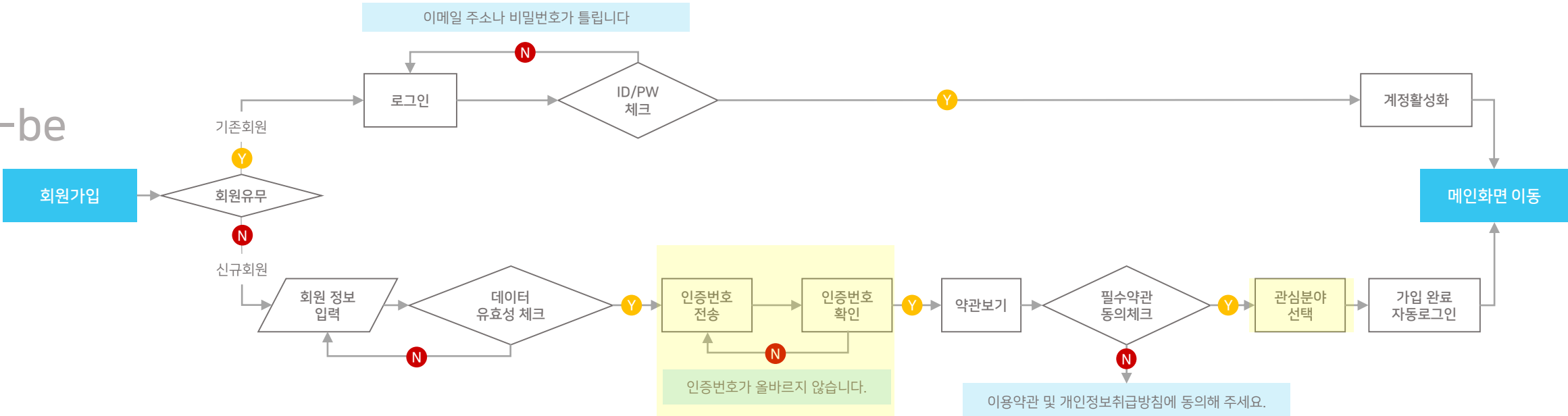
- PC 일반 회원가입

휴대폰 문자 인증 단계와 사용자의 선호도를 파악한 후 사용자의 취향에 맞는 콘텐츠를 화면에 보여주기 위한 방안으로 관심분야 선택 단계 추가 및 자동 로그인기능 추가

As-is



To-be

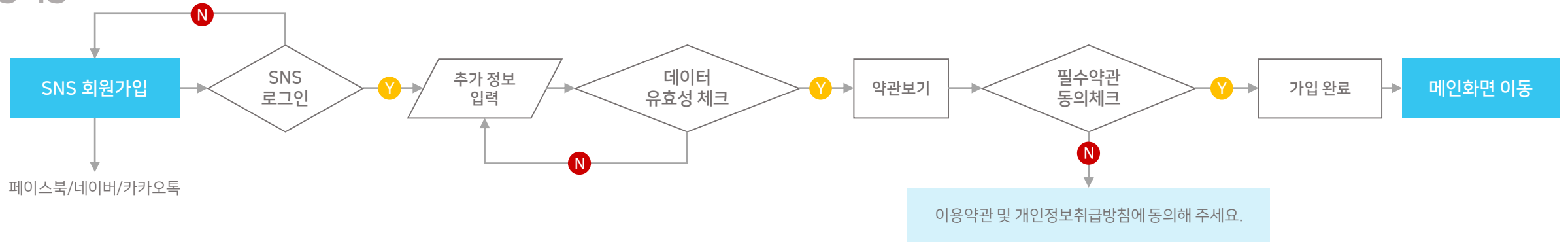


04 서비스 흐름도

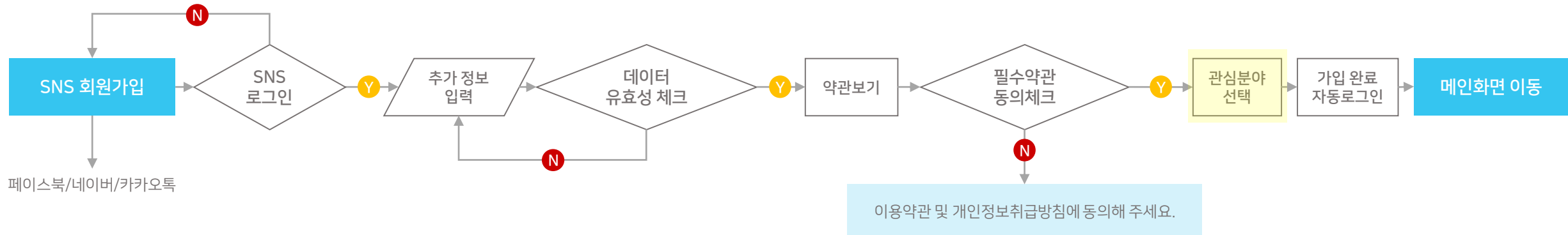
자동 로그인기능 추가, 관심분야 선택 항목을 넣은 사용자의 선호도를 파악한 후 사용자의 취향에 맞는 콘텐츠를 화면에 보여주기 위함

- PC SNS 간편 회원가입

As-is



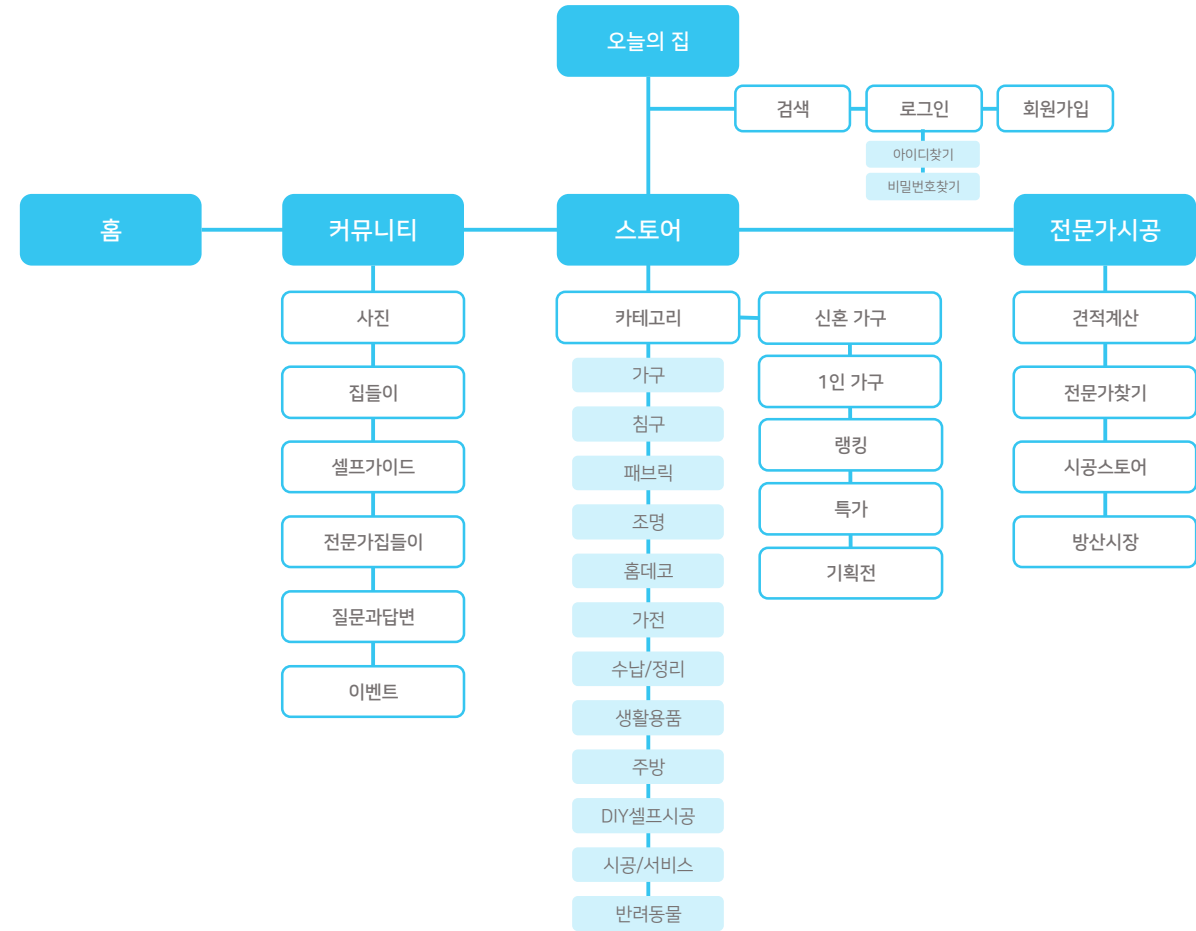
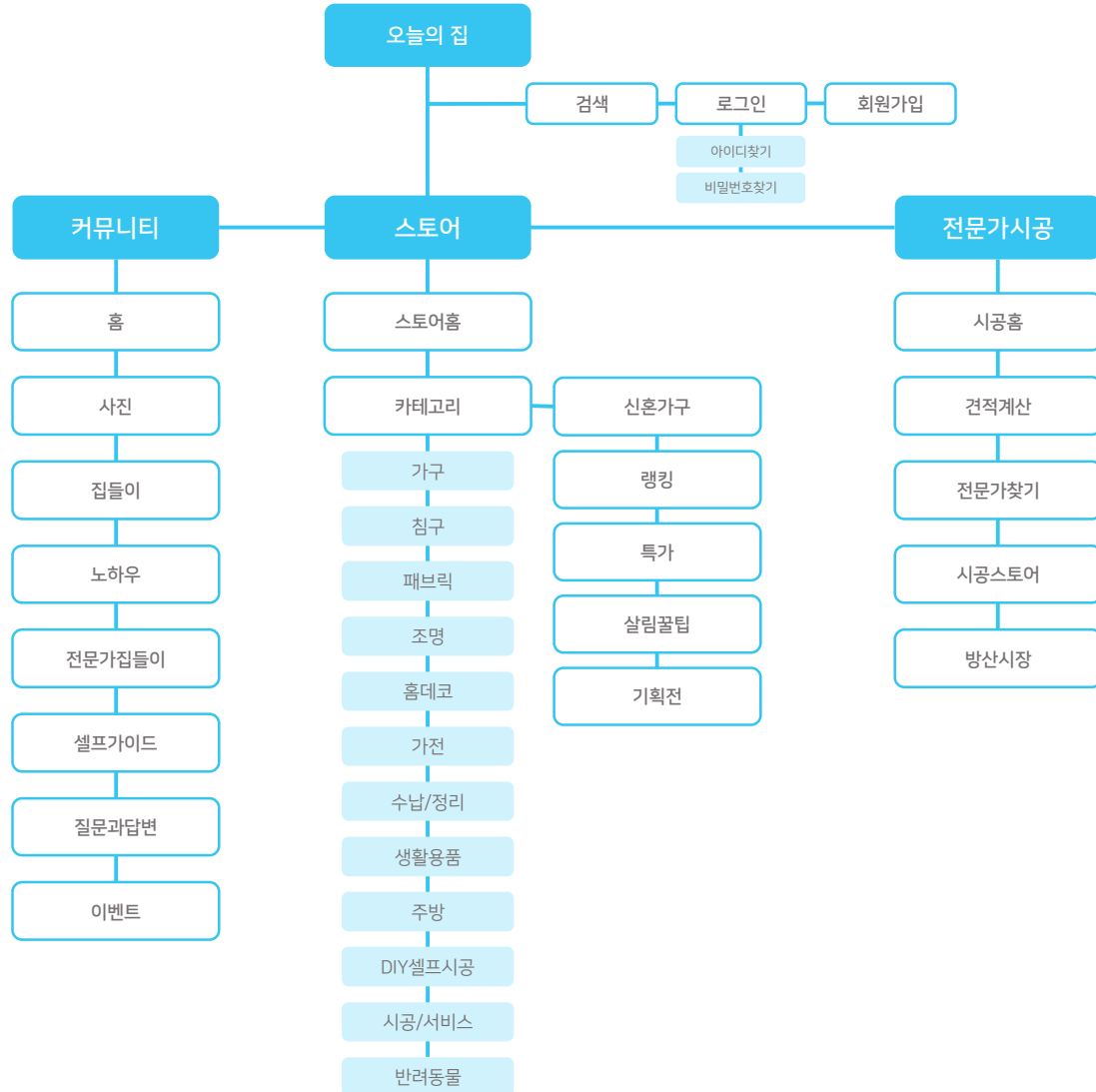
To-be



05 정보구조설계

- As-is / To-be

- As-is / To-be

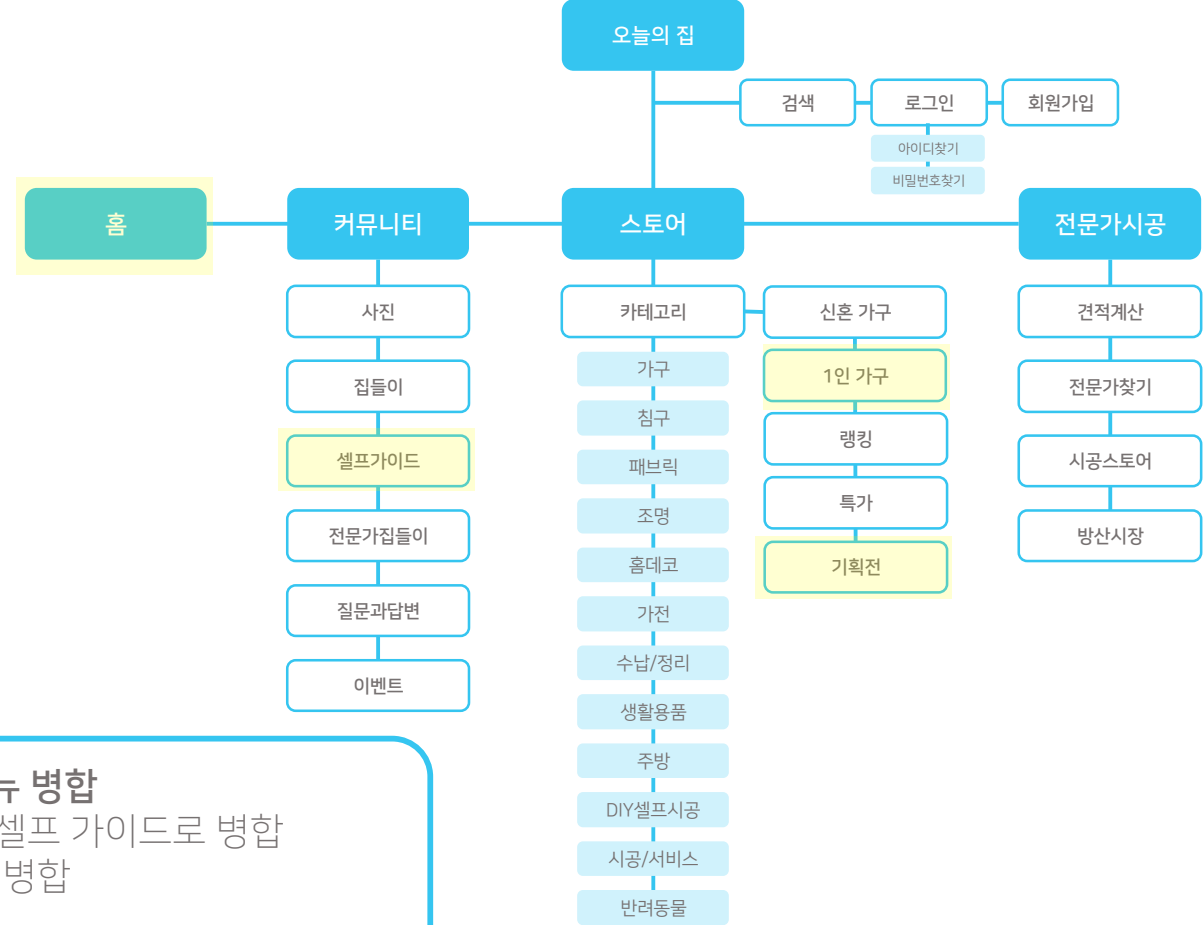
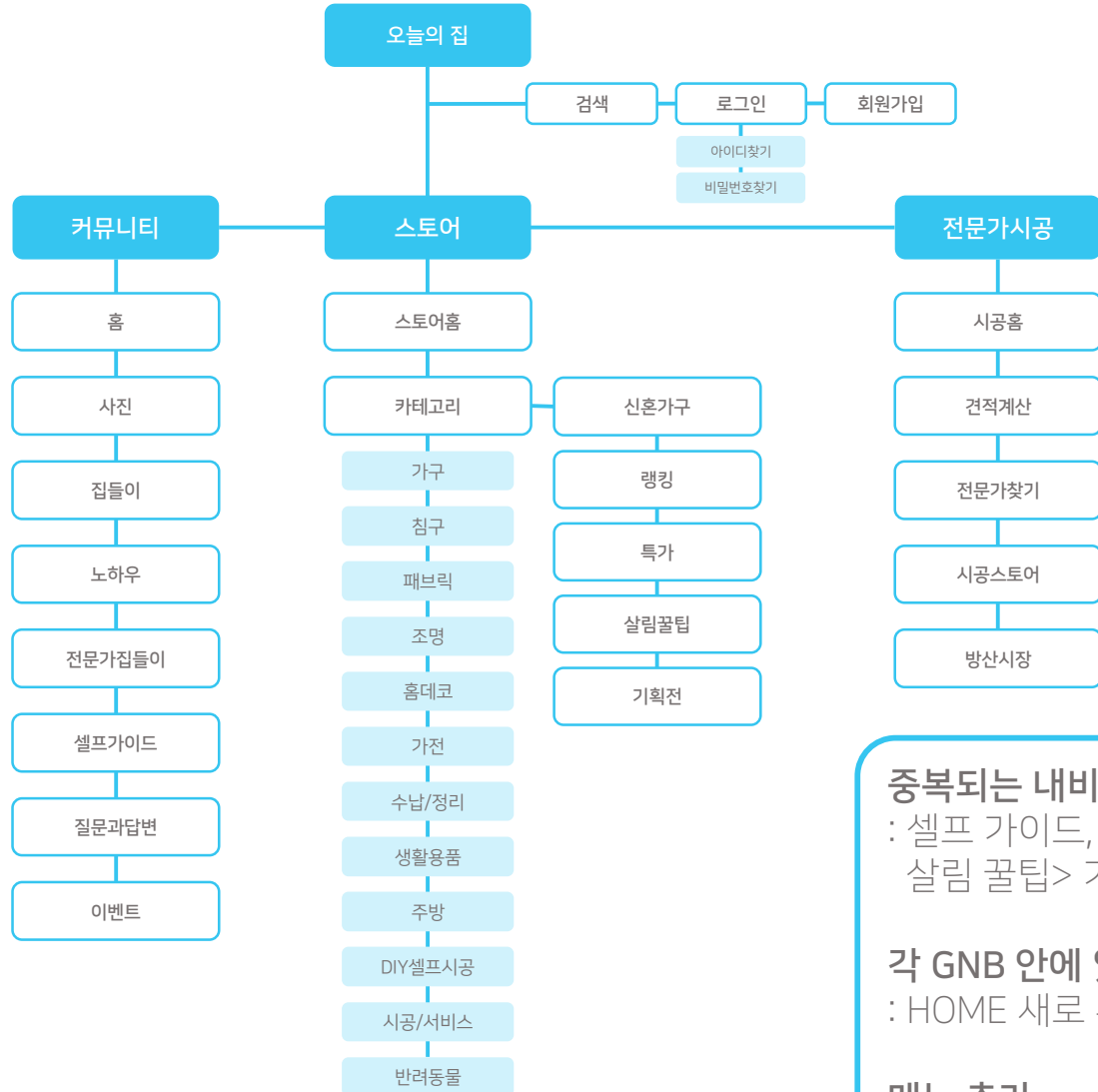


05 정보구조설계

- As-is / To-be

As-is

To-be



중복되는 내비게이션 메뉴 병합

: 셀프 가이드, 노하우, > 셀프 가이드로 병합
살림 꿀팁> 기획전으로 병합

각 GNB 안에 있던 중복 홈 메뉴 삭제

: HOME 새로 추가

메뉴 추가

: 1인 가구 메뉴 추가

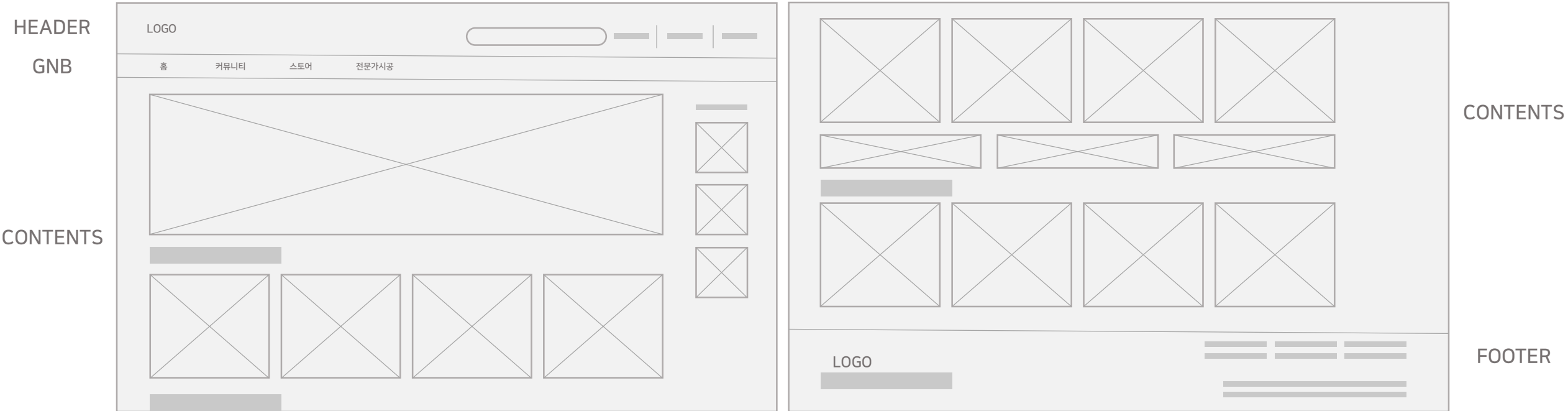
06 와이어프레임

- PC (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)
- Mobile (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)

06 와이어프레임

- 메인 페이지 PC (로그인 전)

: 커뮤니티기능 보다 스토어 기능을 위주로 한 메인 페이지



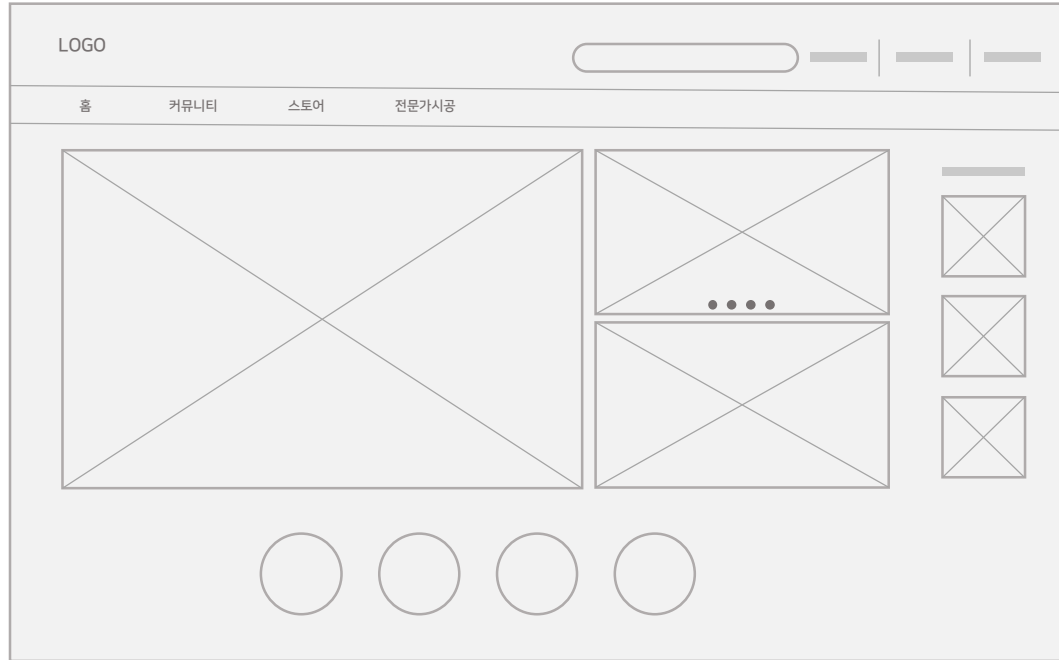
06 와이어프레임

- 메인 페이지 PC (로그인 후)
: 커뮤니티 기능을 위주로 한 메인 페이지

HEADER

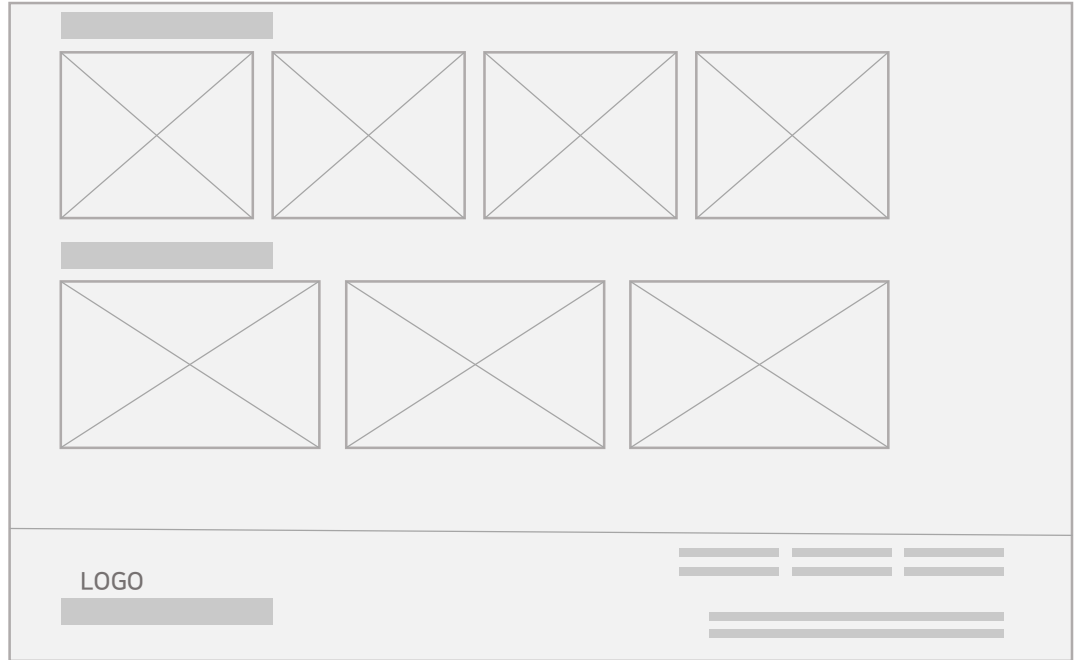
GNB

CONTENTS



CONTENTS

FOOTER



06 와이어프레임

- 일반 회원가입 PC

LOGO

회원가입

약관 동의

약관동의

비밀번호

비밀번호 확인

별명

휴대폰 번호

인증번호

약관동의

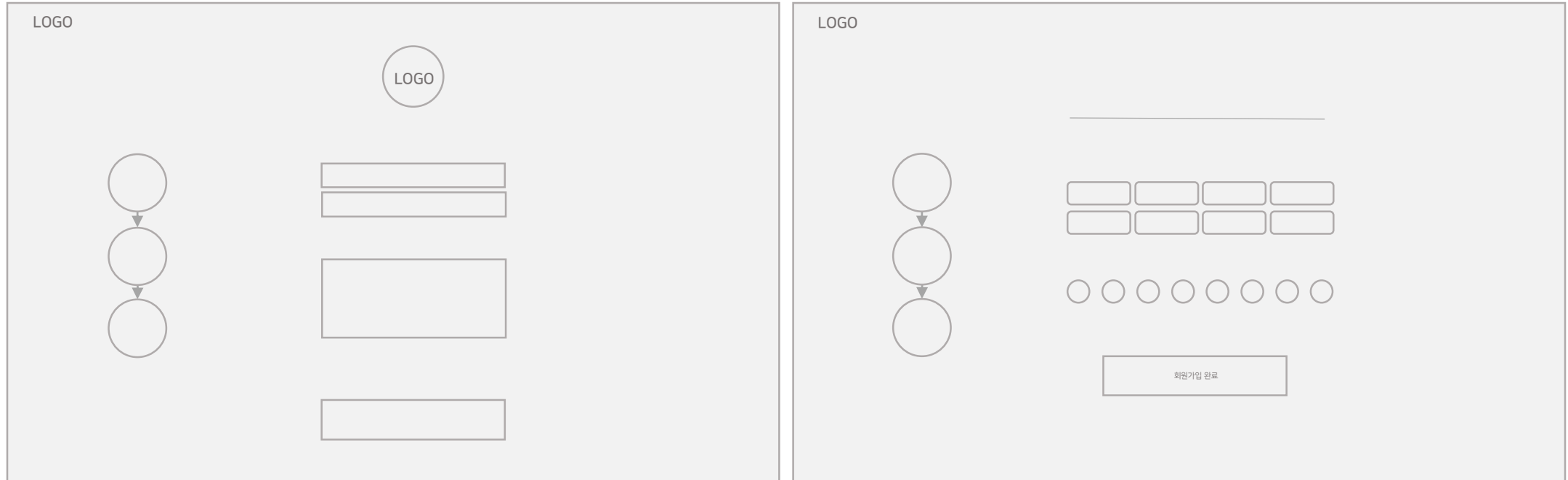
회원가입하기

LOGO

회원가입 완료

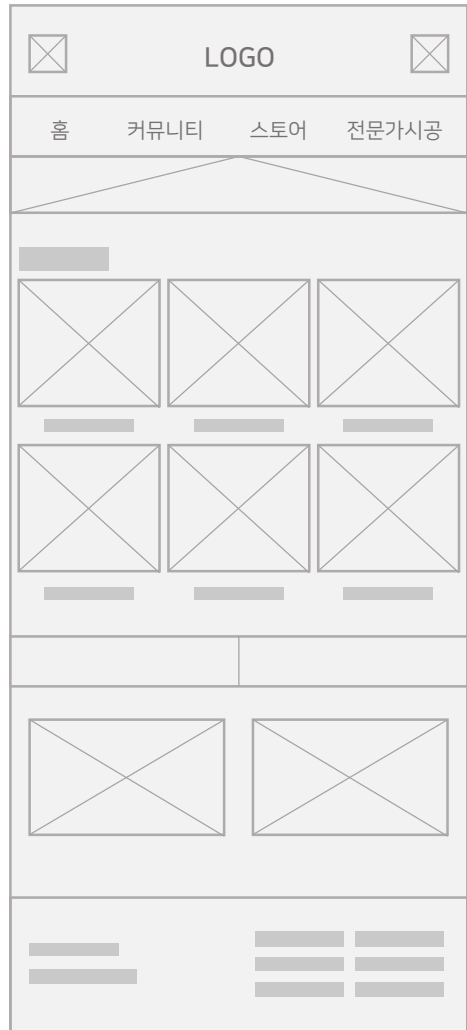
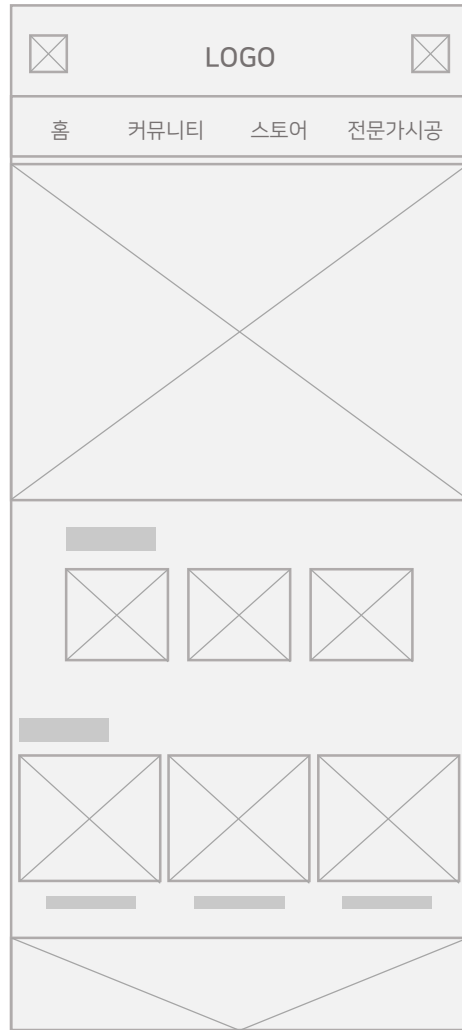
06 와이어프레임

- SNS 회원가입 PC



06 와이어프레임

- 메인 페이지 Mobile (로그인 전 / 후)

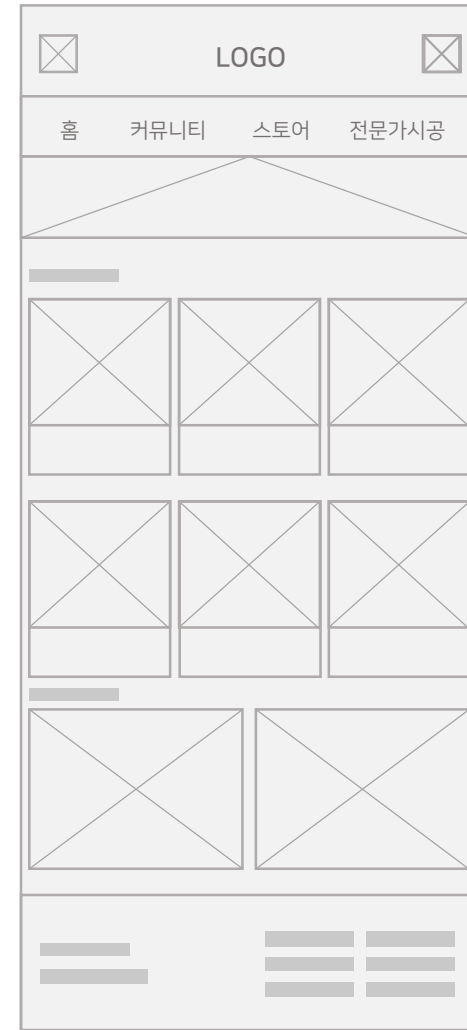
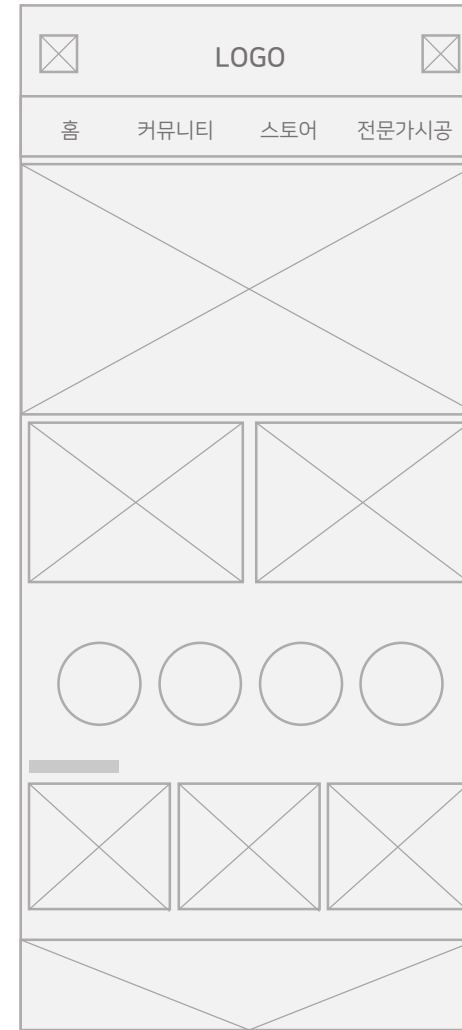


HEADER

GNB

CONTENTS

FOOTER



HEADER

GNB

CONTENTS

FOOTER

06 와이어프레임

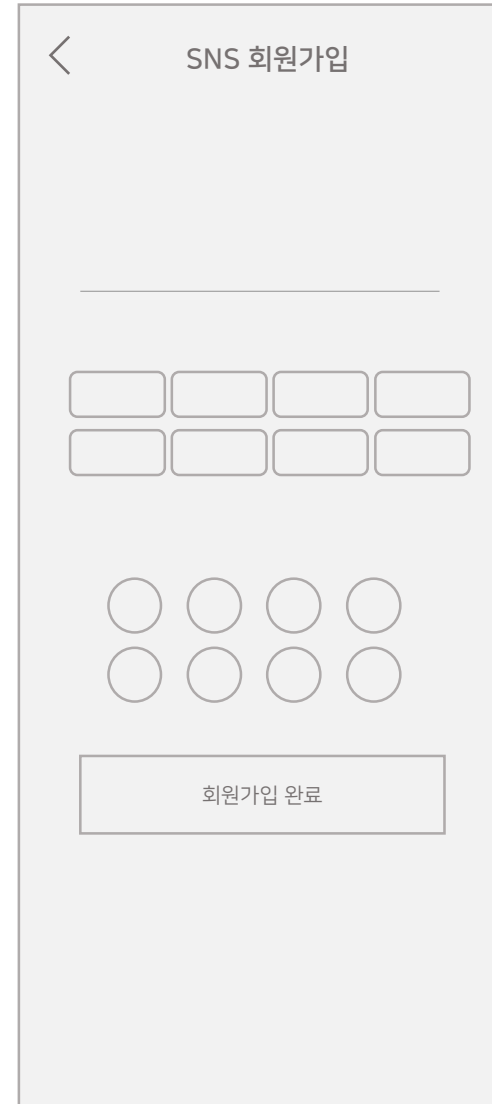
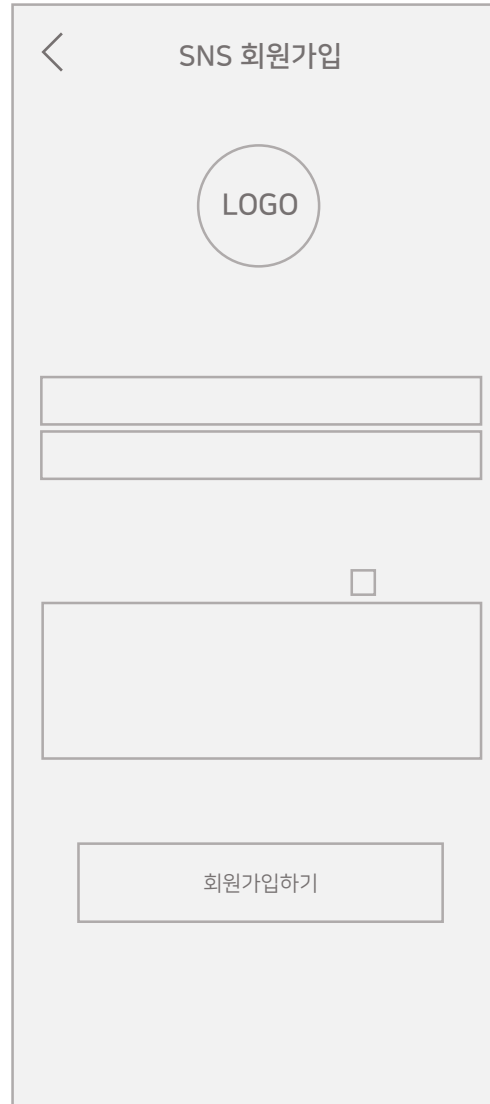
- 일반 회원가입 Mobile

This wireframe shows the left portion of a mobile app screen for membership registration. At the top, there is a back arrow and the title '회원가입'. Below the title are three empty circles for profile pictures. A horizontal line separates this from the input fields. The input fields include an email address field with an '@' symbol, followed by four single-line text input fields. Below these is a dropdown menu with a downward arrow. A small square checkbox is positioned above a large rectangular area, likely for a password confirmation or terms agreement. At the bottom is a button labeled '회원가입하기'.

This wireframe shows the right portion of the mobile app screen. It continues from the left side with a horizontal line. Below the line is a numeric keypad consisting of two rows of four rounded rectangular buttons each. Underneath the keypad is a 2x4 grid of eight empty circles, likely for a security code or PIN. At the bottom is a button labeled '회원가입 완료'.

06 와이어프레임

- SNS 회원가입 Mobile



07 스토리보드

- PC (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)
- Mobile (메인 페이지 / 일반 회원가입 / SNS 회원가입)

07 스토리보드

- 메인 페이지 PC

화면 ID	PC MAIN #1	화면명	PC 메인 화면(로그인 전)
화면경로	Home		

The diagram illustrates a web page layout with the following components and callouts:

- 1**: Search bar
- 2**: Login button
- 3**: Sign up button
- 4**: Cart icon
- 5**: Home link
- 6**: Recent products section
- 7**: Main product image
- 8**: More view button
- 9**: Today's deal section
- 10**: More view button

[illegible]

07 스토리보드

- 메인 페이지 PC

화면 ID

PC MAIN #1

화면명

PC 메인 화면(로그인 전)

화면경로

Home

1

Image

Image

Image

Image

2

Image

Image

Image

기획전

3

더보기

4

Image

Image

Image

Image

5

LOGO

고객센터 > 1670-0876

회사소개

고객의 소리

이용약관

전문가 등록

개인정보취급방침

제휴/광고문의

상호명 : (주)버킷플레이스 이메일 : contact@bucketplace.net

대표이사 : 이승재 사업자등록번호 : 119-86-91245

Copyright © 2014 - 2019 by Bucketplace, Inc. All rights reserved

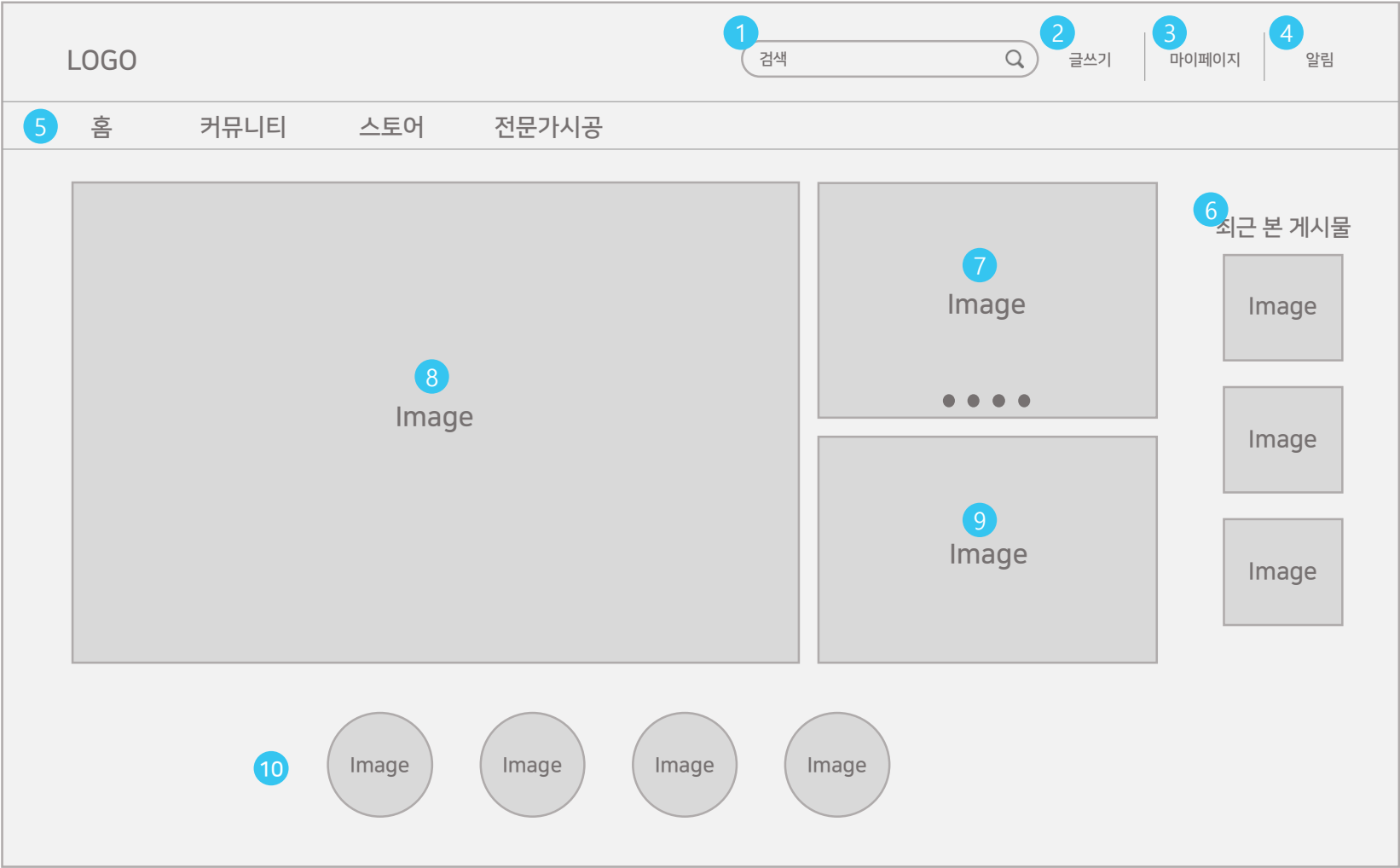
[illegible]

Note

07 스토리보드

- 메인 페이지 PC

화면 ID	PC MAIN #1	화면명	PC 메인 화면(로그인 후)
화면경로	Home		



Description
1. 검색창으로 검색 기능
2. 클릭 시 글쓰기 페이지로 이동
3. 클릭 시 마이페이지로 이동
4. 클릭 시 하단에 알림 페이지가 뜨며 알림을 보여준다.
5. 내비게이션 안의 카테고리 클릭 시 원하는 카테고리 페이지로 이동
6. 최근 본 게시물들의 이미지가 나오고 클릭 시 해당 게시물 페이지로 이동
7. 이벤트 배너 사진 4장이 시간에 맞춰 보여진다.
8. 인기 커뮤니티가 메인 배너로 뜬다.
9. 자신이 구독한 계정의 게시물을 보여준다.
10. 자신이 즐겨찾기한 카테고리의 이미지 클릭 시 해당 카테고리로 이동
Note

07 스토리보드

- 메인 페이지 PC

The image shows a wireframe of a PC homepage layout. At the top, there is a navigation bar with four items: '화면 ID' (Screen ID), 'PC MAIN #2', '화면명' (Screen Name), and 'PC 메인 화면(로그인 후)' (PC Main Screen (after login)). Below this is a sub-navigation bar with '화면경로' (Screen Path) and 'Home'. The main content area is divided into two sections. The first section, '오늘의 인기 사진' (Today's Popular Photos), contains four image cards, each labeled 'Image'. A blue circle with the number '2' is next to the first card, and a blue circle with the number '1' and the text '더보기' (More) is next to the fourth card. The second section, '팔로잉' (Following), contains three image cards, each labeled 'Image'. A blue circle with the number '4' is next to the first card, and a blue circle with the number '3' and the text '더보기' (More) is next to the third card. Below the '팔로잉' section, there are three text boxes with placeholder text: '별써 이 집에서 1년 꼬택이', '노는게 제일 좋아! 예쁜 우리집~ 애플이', and '낮과 밤이 다른 하얀 집 천사와 악마'. The footer contains a 'LOGO' placeholder, a '고객센터 > 1670-0876' contact number, a '회사소개' (Company Introduction) link, a '이용약관' (Terms of Use) link, a '개인정보취급방침' (Privacy Policy) link, a '전문가 등록' (Expert Registration) link, and a '제휴/광고문의' (Partnership/Advertising Inquiry) link. On the right side of the footer, there is contact information for '상호명 : (주)버킷플레이스 이메일 : contact@bucketplace.net', '대표이사 : 이승재 사업자등록번호 : 119-86-91245', and a copyright notice 'Copyright © 2014 - 2019 by Bucketplace, Inc. All rights reserved'.

화면 ID PC MAIN #2 화면명 PC 메인 화면(로그인 후)

화면경로 Home

오늘의 인기 사진

2 Image Image Image Image 1 더보기

팔로잉

4 Image Image Image 3 더보기

별써 이 집에서 1년
꼬택이

노는게 제일 좋아! 예쁜 우리집~
애플이

낮과 밤이 다른 하얀 집
천사와 악마

LOGO

5 고객센터 > 1670-0876

회사소개
고객의 소리

이용약관
전문가 등록

개인정보취급방침
제휴/광고문의

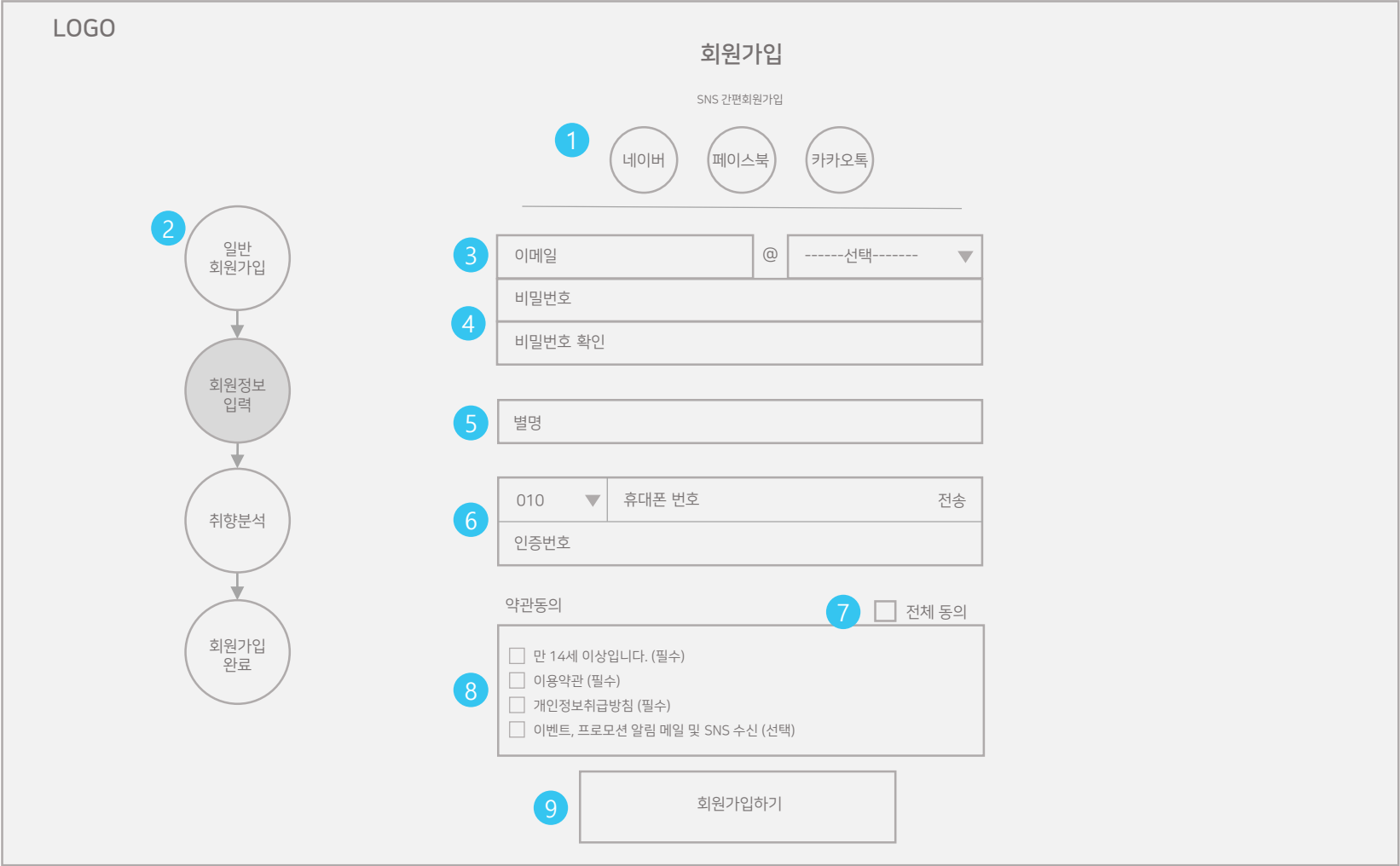
상호명 : (주)버킷플레이스 이메일 : contact@bucketplace.net
대표이사 : 이승재 사업자등록번호 : 119-86-91245
Copyright © 2014 - 2019 by Bucketplace, Inc. All rights reserved

Description
1. 오늘의 인기 사진에 대한 더보기로 클릭 시 오늘의 인기 사진 페이지로 이동
2. 오늘의 인기 사진 이미지를 보여주고 클릭 시 해당 게시물로 이동
3. 팔로잉에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 팔로잉 페이지로 이동
4. 팔로잉한 사람들의 게시물 사진을 보여줌
5. 클릭 시 고객센터 페이지로 이동
6. 클릭 시 전문가 등록 페이지로 이동
Note

07 스토리보드

- 일반 회원가입 PC

화면 ID	PC 일반 회원가입 #1	화면명	PC 일반 회원가입 화면
화면경로	일반 회원가입		



07 스토리보드

- SNS 회원가입 PC

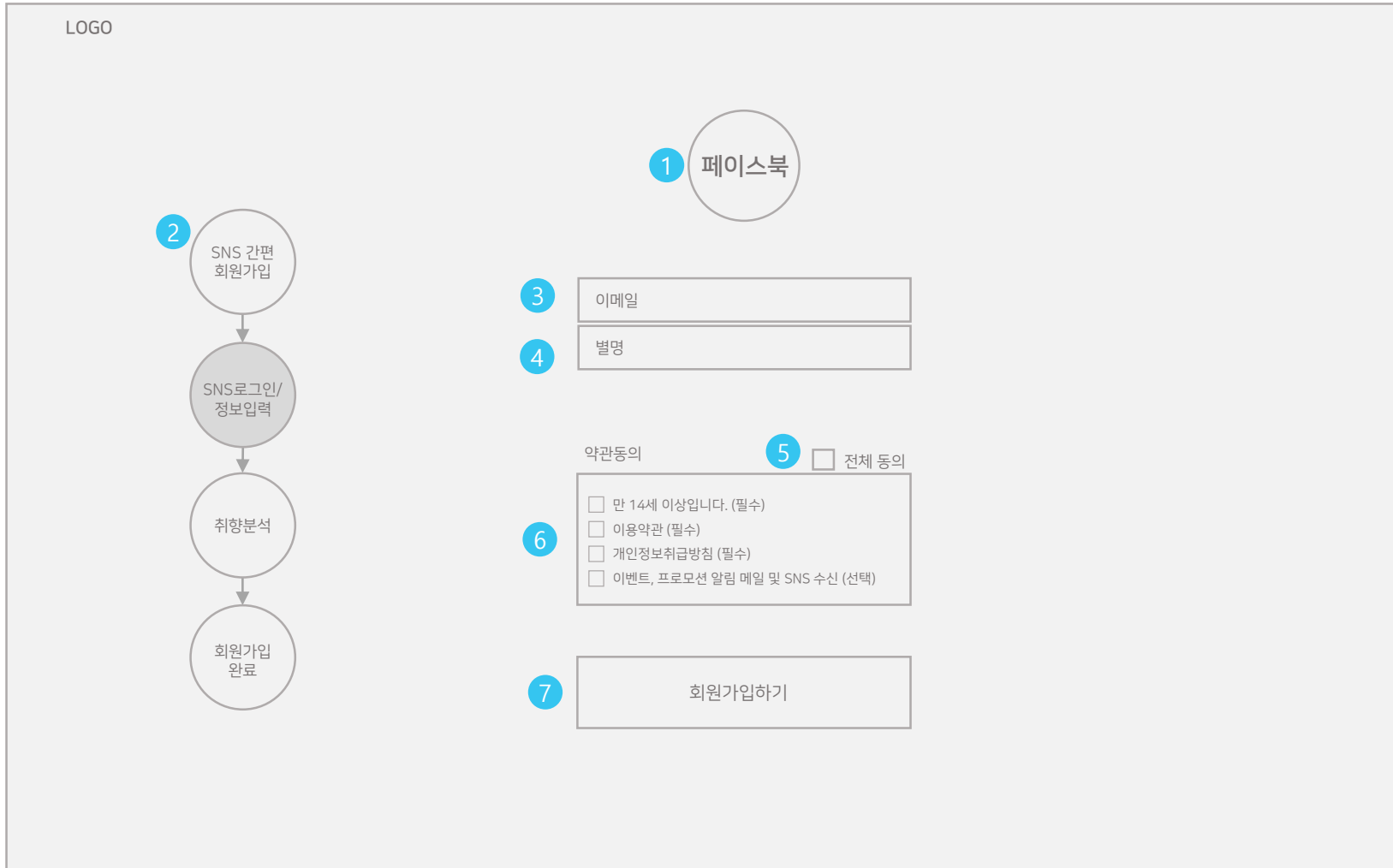
화면 ID	PC SNS 회원가입 #1	화면명	PC SNS 회원가입 화면
화면경로	SNS 회원가입		

[illegible]

07 스토리보드

- SNS 회원가입 PC

화면 ID	PC SNS 회원가입 #2	화면명	PC SNS 회원가입 화면
화면경로	SNS 회원가입		

[illegible]

07 스토리보드

- SNS 회원가입 PC

화면 ID	PC SNS 회원가입 #3	화면명	PC SNS 회원가입 화면
화면경로	SNS 회원가입		



Description
1. 회원가입의 진행 정도를 나타내 줌
2. 스타일에 대한 선택지로 자신이 원하는 스타일을 클릭할 수 있다. 중복 체크 가능
3. 컬러에 대한 선택지로 자신이 원하는 컬러를 클릭할 수 있다. 중복체크 가능
5. 회원가입을 완료할 수 있는 버튼으로 버튼 클릭 시 자동 로그인되며 로그인 후의 메인 페이지로 이동한다.
Note

07 스토리보드

- 메인 페이지 Mobile

화면 ID	Mobile MAIN #1	화면명	Mobile 메인 화면(로그인 전)
화면경로	HOME		



Description

1. 로그인/ 회원가입 메뉴와 다른 콘텐츠 메뉴를 볼 수 있는 버튼

2. 검색할 수 있는 버튼

3. 내비게이션 안의 카테고리 클릭 시 원하는 카테고리 페이지로 이동

4. 스토어 이벤트 배너1로 클릭 시 해당 이벤트 상세 페이지로 이동

5. 최근 본 상품의 이미지가 나타나며 클릭 시 해당 상품 페이지로 이동

6. BEST 상품에 대한 이미지와 기본 정보를 보여주고 클릭 시 해당 상품 페이지로 이동

7. BEST 상품에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 BEST 상품 페이지로 이동

8. 스토어 이벤트 배너2로 클릭 시 해당 이벤트 상세 페이지로 이동

Note



Description

1. 특가 상품에 대한 이미지와 기본 정보를 보여주고 이미지를 클릭 시 해당 상품 페이지로 이동

2. 특가 상품에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 특가 상품 페이지로 이동

3. 이벤트 페이지로 이동할 수 있는 버튼

4. 공지사항 페이지로 이동할 수 있는 버튼

5. 기획전에 대한 이미지를 보여주고 이미지 클릭 시 해당 기획전 상세 페이지로 이동

6. 기획전에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 기획전 페이지로 이동

7. 클릭 시 전문가 등록 페이지로 이동

8. 클릭 시 고객센터 페이지로 이동

Note

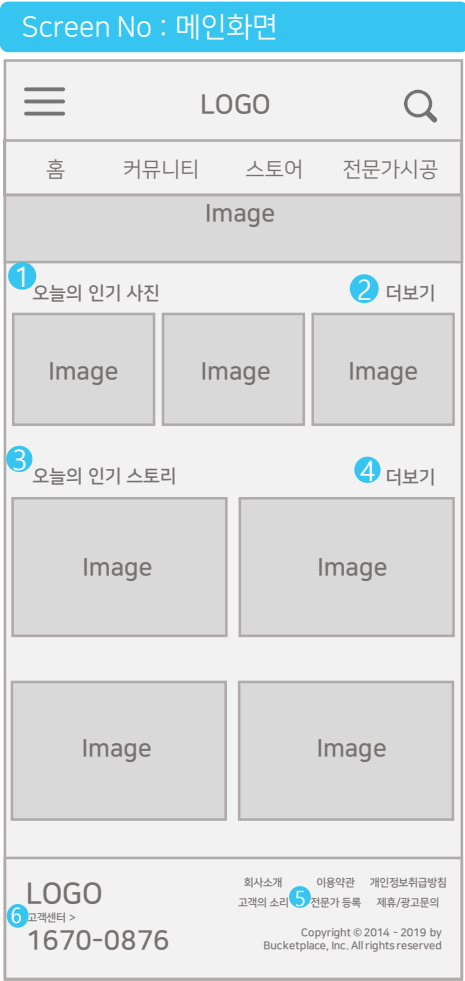
07 스토리보드

- 메인 페이지 Mobile

화면 ID	Mobile MAIN #1	화면명	Mobile 메인 화면(로그인 후)
화면경로	HOME		



Description
1. 로그인/ 회원가입 메뉴와 다른 콘텐츠 메뉴를 볼 수 있는 버튼
2. 검색할 수 있는 버튼
3. 내비게이션 안의 카테고리 클릭 시 원하는 카테고리 페이지로 이동
4. 인기 커뮤니티 배너1로 인기 커뮤니티를 보여줌
5. 이벤트 배너1로 이벤트 홍보 이미지를 보여줌
6. 사용자의 취향에 맞는 게시물을 찾아 보여줌
7. 사용자가 즐겨 찾기 한 메뉴의 이미지로 클릭 시 각각의 메뉴로 이동
8. 팔로잉한 유저의 게시물 이미지를 보여주고 클릭 시 해당 게시물 페이지로 이동
9. 팔로잉 페이지에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 팔로잉 페이지로 이동
10. 인기 사진 이미지를 보여줌
Note



Description
1. 오늘의 인기 사진에 대한 이미지와 기본 정보를 보여주고 이미지를 클릭 시 해당 게시물 페이지로 이동
2. 사진에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 사진 페이지로 이동
3. 오늘의 인기 스토리에 대한 이미지를 보여주고 이미지 클릭 시 해당 게시물 페이지로 이동
4. 스토리에 대한 더보기 버튼으로 클릭 시 노하우 페이지로 이동
5. 클릭 시 전문가 등록 페이지로 이동
6. 클릭 시 고객센터 페이지로 이동
Note

- 일반 회원가입 Mobile

화면 ID	Mobile 일반 회원가입	화면명	Mobile 일반 회원가입 화면
화면경로	일반 회원가입		

Screen No : 회원가입_01_01

<

회원가입

SNS 간편회원가입

1네이버페이스북카카오톡

2이메일

@

3비밀번호

4비밀번호 확인

5별명

6010휴대폰 번호전송

인증번호

약관동의7

☐ 전체 동의

8

☐ 만 14세 이상입니다. (필수)
☐ 이용약관 (필수)
☐ 개인정보취급방침 (필수)
☐ 이벤트, 프로모션 알림 메일 및 SNS 수신 (선택)

9회원가입하기

Description

1. SNS 간편 회원가입으로 이동

2. 사용자가 로그인할 때 필요한 이메일 설정으로 이메일 주소를 사용한다.

3. 비밀번호를 입력하는 부분

4. 3에서 입력한 비밀번호를 확인하는 부분

5. 서비스에서 사용할 자신의 별명을 입력하는 부분 중복되는 별명을 입력 시 안된다는 메시지가 뜬다.

6. 본인 인증 확인 부분으로 휴대전화 번호를 입력해 전송된 인증번호를 입력하면 맞을 시 다음 항목으로 넘어갈 수 있다.

7. 약관동의에 대한 전체 동의 버튼

8. 약관동의에 대한 항목들로 필수 항목을 체크해야 다음으로 넘어갈 수 있다.

9. 회원가입버튼으로 클릭 시 취향분석 페이지로 이동한다.(01_02로 이동)

Note

Screen No : 회원가입_01_02

<1

회원가입

00님의 취향분석

2스타일

모던미니멀&심플내추럴복유럽빈티지&레트로클래식&앤티크러블리&로맨틱인더스트리얼

3컬러

4

회원가입 완료

Description

1. 뒤로 가기 버튼으로 회원가입 첫 페이지로 이동한다.

2. 스타일에 대한 선택지로 자신이 원하는 스타일을 클릭할 수 있다. 중복 체크 가능

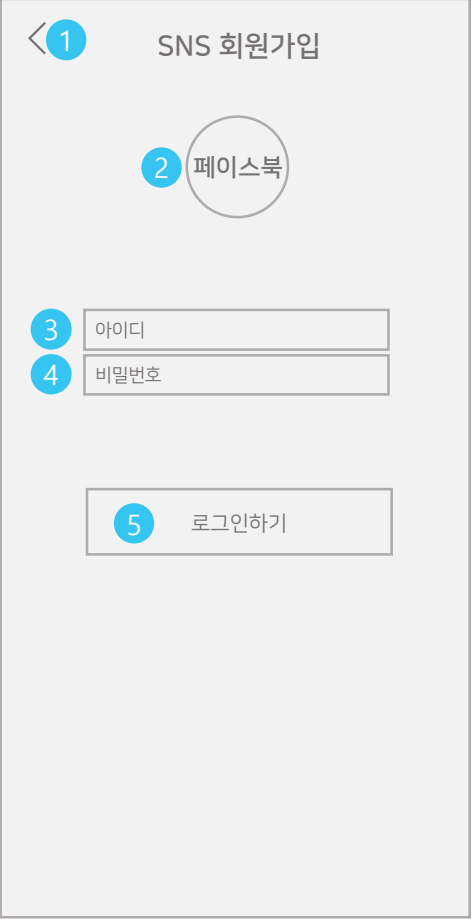
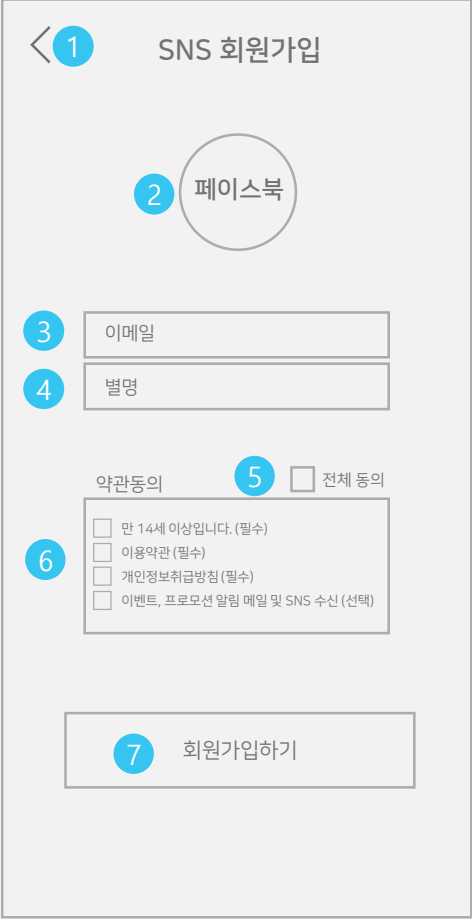
3. 컬러에 대한 선택지로 자신이 원하는 컬러를 클릭할 수 있다. 중복체크 가능

4. 회원가입을 완료할 수 있는 버튼으로 버튼 클릭 시 자동 로그인되며 로그인 후의 메인 페이지로 이동한다.

Note

- SNS 회원가입 Mobile

화면 ID	Mobile SNS 회원가입 #1	화면명	Mobile SNS 회원가입 화면
화면경로	SNS 회원가입		

Screen No : SNS 회원가입_01_01	Description	Screen No : SNS 회원가입_01_02	Description
	<p>1. 일반 회원가입 페이지로 이동</p> <p>2. 네이버, 페이스북, 카카오톡 중 선택한 SNS 계정에 로그인 가능</p> <p>3. SNS 계정의 아이디 입력 부분</p> <p>4. SNS 계정의 비밀번호 입력 부분</p> <p>5. 로그인 하기 버튼 클릭 시 로그인 정보가 맞을 시 정보 입력 페이지로 이동(01_02로 이동)</p>		<p>1. SNS 로그인 페이지로 이동(01_01로 이동)</p> <p>2. 스타일에 대한 선택지로 자신이 원하는 스타일을 클릭할 수 있다. 중복 체크 가능</p> <p>3. 이메일을 입력하는 부분</p> <p>4. 서비스에서 사용할 자신의 별명을 입력하는 부분 중복되는 별명을 입력 시 안된다는 메시지가 뜬다.</p> <p>5. 약관동의에 대한 전체 동의 버튼</p> <p>6. 약관동의에 대한 항목들로 필수 항목을 체크해야 다음으로 넘어갈 수 있다.</p> <p>7. 회원가입버튼으로 클릭 시 취향분석 페이지로 이동한다.</p>
	Note		Note

07 스토리보드

- SNS 회원가입 Mobile

화면 ID	Mobile SNS 회원가입 #1	화면명	Mobile SNS 회원가입 화면
화면경로	SNS 회원가입		

Screen No : SNS 회원가입_01_03

1

회원가입

00님의 취향분석

2스타일

모던

미니멀&심플

내추럴

복유림

빈티지&레트로

클래식&앤티크

러블리&로맨틱

인더스트리얼

3컬러

4

회원가입 완료

Description
1. 뒤로 가기 버튼으로 회원가입 첫 페이지로 이동한다.
2. 스타일에 대한 선택지로 자신이 원하는 스타일을 클릭할 수 있다. 중복 체크 가능
3. 컬러에 대한 선택지로 자신이 원하는 컬러를 클릭할 수 있다. 중복체크 가능
4. 회원가입을 완료할 수 있는 버튼으로 버튼 클릭 시 자동 로그인되며 로그인 후의 메인 페이지로 이동한다.
Note



감사합니다.