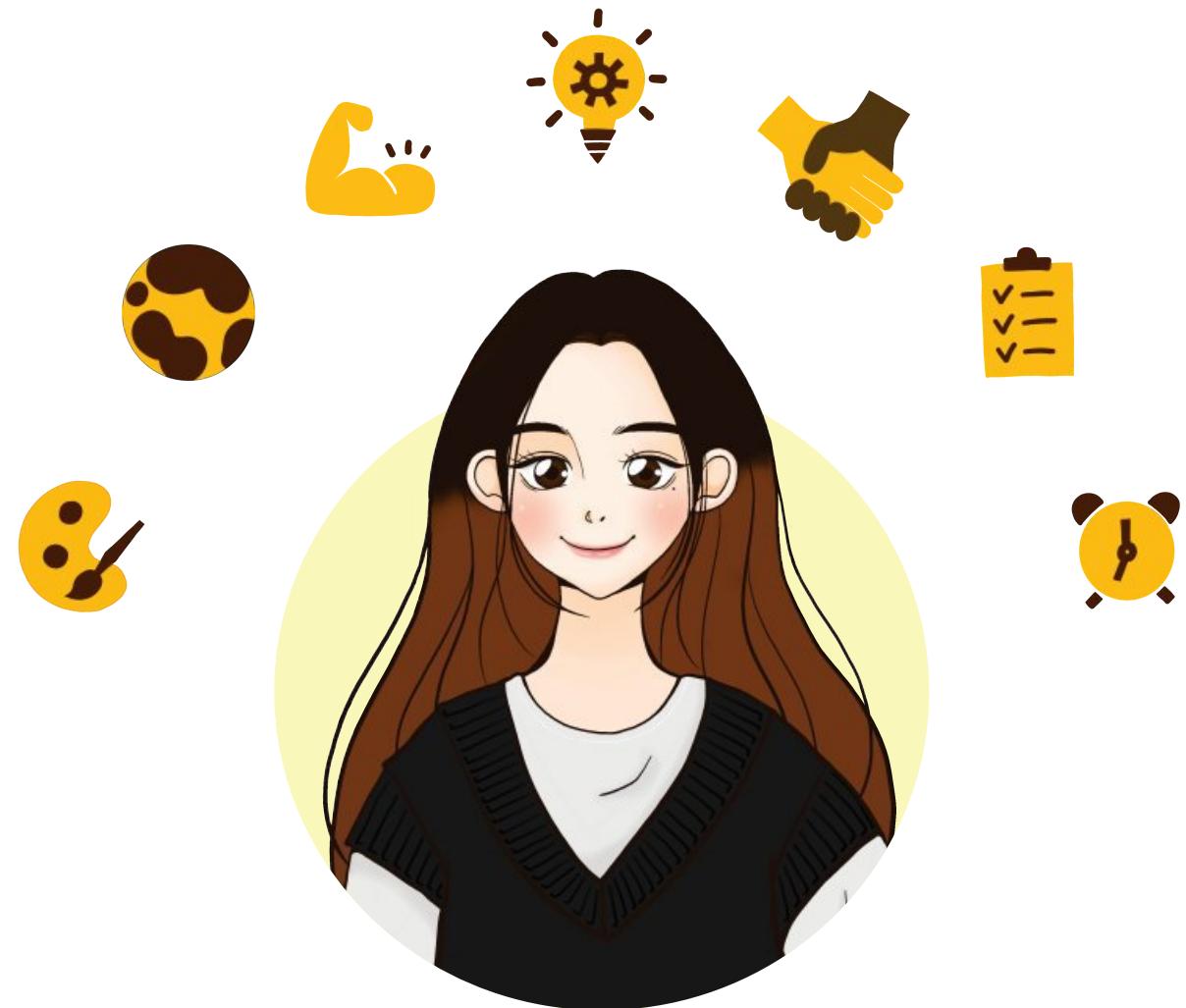
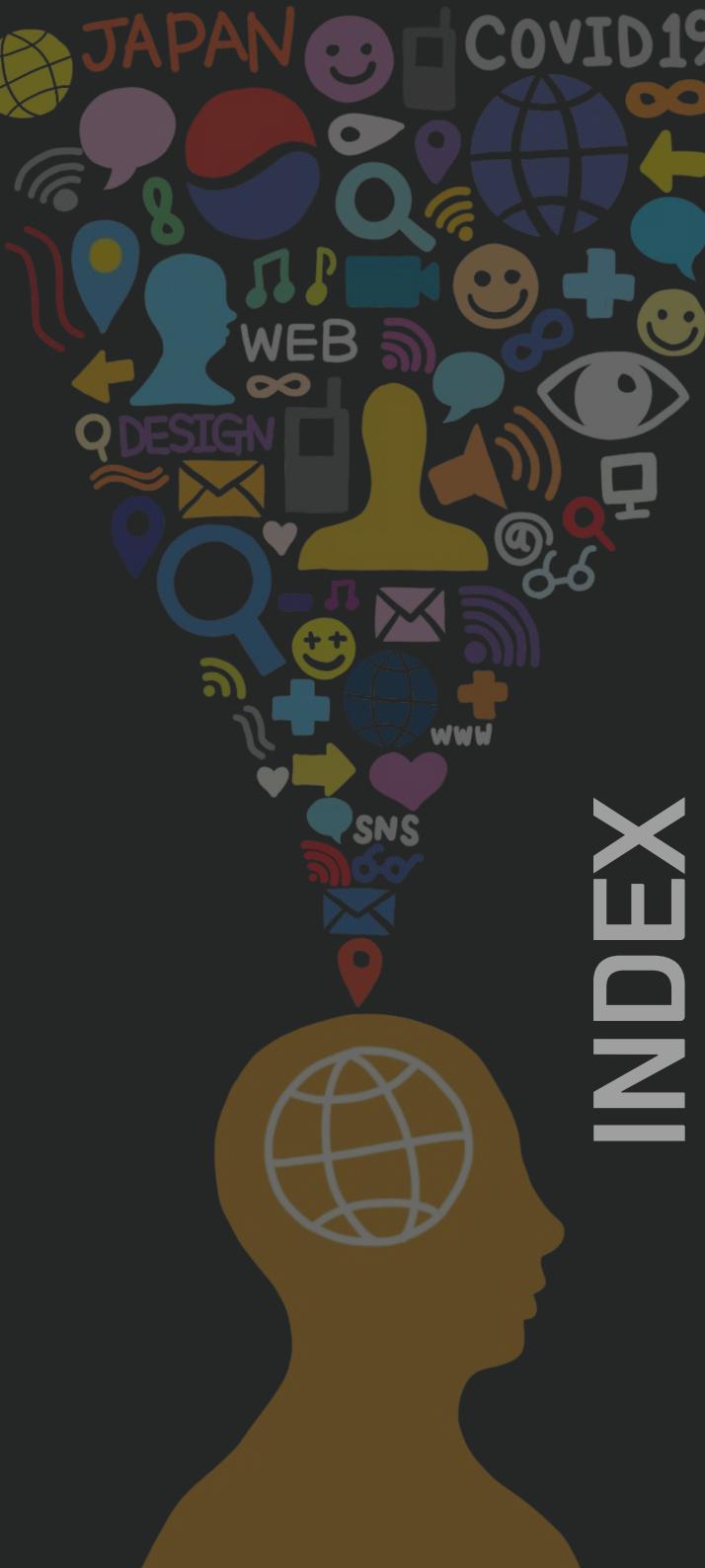


PORT FOLIO

GLOBAL WEBDESIGNER

Kim Yoon Seo





- 1 SELF INTRODUCION
- 2 TIFFANY & CO. WEBDESIGN
- 3 SUSHIRO WEBDESIGN
- 4 PRODUCTION

세계와의 연결고리

글로벌한 웹디자이너

PROFILE

NAME	김윤서 (金璇序)
BIRTH	1993년 10월 20일
E-MAIL	anjdal93@naver.com
ADDRESS	경기도 고양시 일산동구 풍동

LICENCE

2020.12	OPIC 일본어 AL 취득
2021.01	JPT 일본어능력시험 900점
2021.02	BJT 비즈니스일본어능력시험 J2 취득
2021.04	컴퓨터활용능력 2급 취득
2021.09	웹디자인기능사 합격

CAREER

2014	한류굿즈샵 웹디자이너
------	-------------

ADUCTION

2021.05	이젠컴퓨터학원 모바일 UI&UX 반응형 웹디자인
---------	-------------------------------

SKILL

photoshop, illustrator, html, css, jquery, javascript



Tiffany & Co.

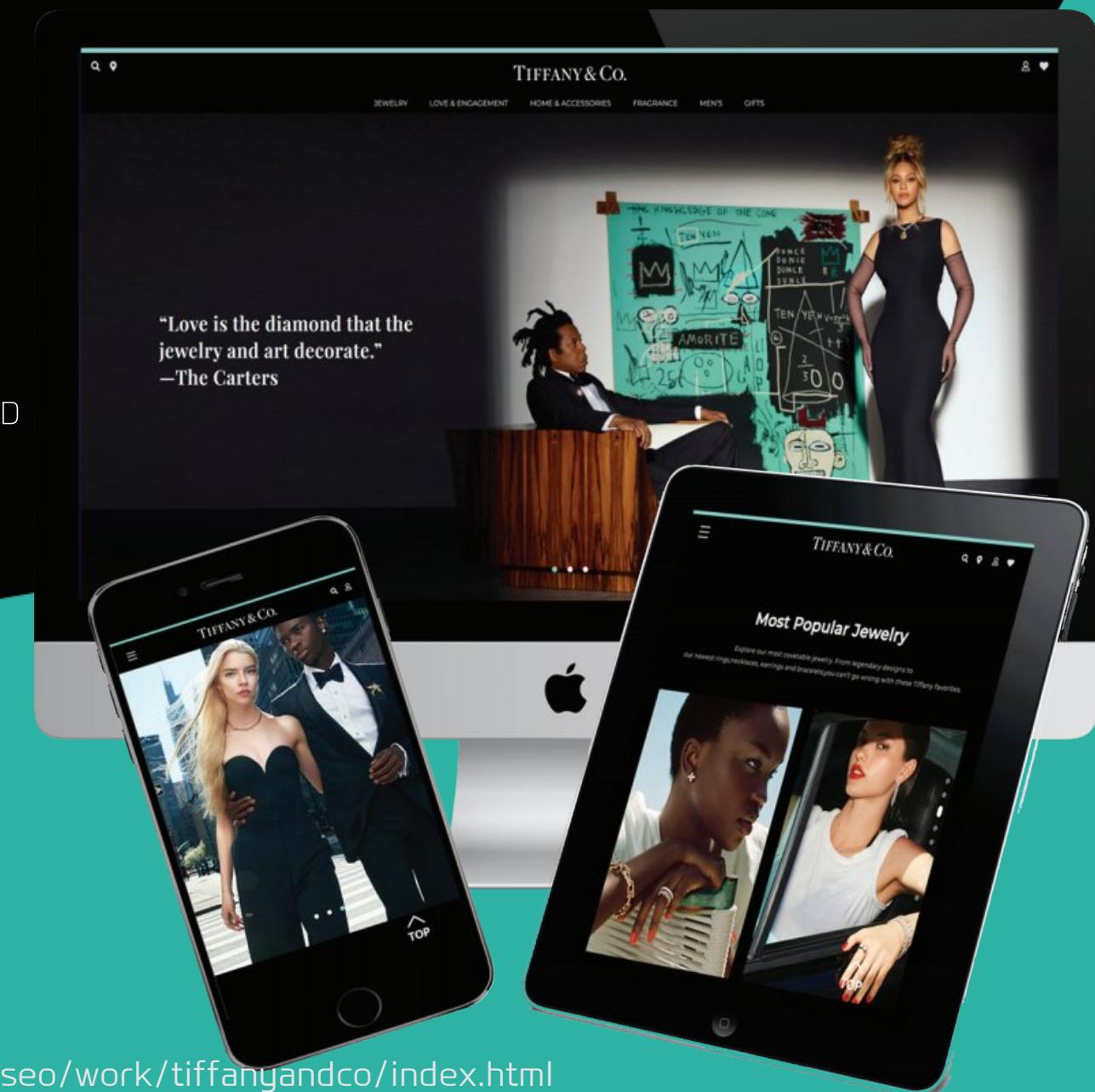
반응형 리뉴얼 사이트

PERIOD 0.5M

DESIGN PERSONAL WORK 100%

TOOL HTML, CSS, JQUERY

ILLUSTRATOR, PHOTOSHOP, XD



2 TIFFANY & CO. RESPONSIVE WEB DESIGN

SEARCH LOCATION PROFILE HEART

TIFFANY & CO.

JEWELRY LOVE & ENGAGEMENT HOME & ACCESSORIES FRAGRANCE MEN'S GIFTS

BACKGROUND
기존 사이트는 레이블링이 단순하여 정보접근에 있어 불편함이 있었고, 브랜드의 가치와 제품의 특성을 나타내기에도 부족함이 있었습니다. 대중성이 높은 티파니엔코의 아이덴티티 “아이코닉한 블루컬러”의 상장성 또한 부족했기 때문에 보다 효율적이고 유기적인 사이트로 리뉴얼함으로써 고객의 구매율 상승을 목표로 하였습니다.

CONCEPT
티파니엔코는 대중성이 높은 브랜드입니다. 고가의 제품이 대부분이기 때문에 자신을 위해 투자할 능력이 있는 20~30대 여성, 소위 MZ세대의 여성들을 타겟으로 선정하였습니다. 제품의 제작과정, 기업의 윤리에 관심이 많으며, 아날로그의 끝을 장식하고 디지털시대로 넘어간 세대로써 모바일 서비스 활용이 뛰어난것이 특징입니다. 제품의 특성이 돋보일 수 있게 색상의 사용은 전체적으로 자제하여 심플한 느낌으로 작업하였습니다. 또한 최근 코로나 19로 인한 비대면구매 상승으로 마치 매장에서 실제로 보는듯한 생생함을 표출하기 위해 노력하였습니다.

KEYWORD
고급스러움 주얼리
심플한 모바일서비스
생생함

COLOR

GOAL
레이아웃의 정렬과 일관성을 맞춰 사용자가 편안한 시점에서 볼 수 있게 하였습니다.
비대칭 레이아웃으로 배치함으로써 리듬감을 살렸습니다.
블랙 & 티파니블루 컬러를 주조색으로 정해, 심플하면서도 고급스러운 이미지를 표현하였습니다.

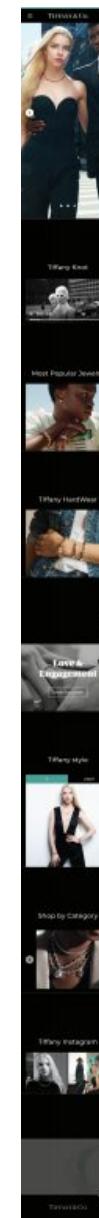

2 TIFFANY & CO. RESPONSIVE WEB SITE



PC화면



타블렛 화면



모바일 화면



SUSHIRO

리뉴얼 사이트

PERIOD 0.5M

DESIGN PERSONAL WORK 100%

TOOL HTML, CSS, JQUERY

ILLUSTRATOR, PHOTOSHOP, XD



<https://kimyoonseo2021.github.io/kimyoonseo/work/sushiro/index.html>

I ABOUT

기존사이트는 레이블링이 단순하여 정보접근에 있어 불편함이 있었고, 한국에는 많이 대중화되어 있지 않은 스시로라는 브랜드의 특성을 알리기에도 부족한 부분이 있었습니다. 스시로 브랜드의 대중성, 정보접근 상승을 목표로 리뉴얼사이트로 선정하였습니다.

I PROBLEM

- 이미지 위주의 딱딱한 분위기의 웹사이트
- 접근성이 떨어지는 레이아웃

I GOAL

브라이트톤의 고채도 색상을 사용하여 밝고 깨끗한 느낌 음식에서의 색감을 사용해 사용자의 식감을 돋움, 재료의 신선함과 위생적인 부분을 어필

I DESIGN CONCEPT

스시로는 전세계에서 가장 많은 고객들이 즐겨찾는 세계최대의 회전초밥 전문점입니다. '스시'라는 음식이 고가라는 인식이 많아 사용자들이 자주 찾는 음식은 아닙니다. 그러나 스시로에서 판매되는 회전초밥의 가격은 점시당 1700원~3600원정도입니다. 사용자의 대부분이 가족단위, 연인 인점을 고려해 단순하면서도 밝은 느낌, 음식의 색감을 사용해 너무 화려하지 않으며, 부담스럽지 않은, 사용자가 가벼운 마음으로 쉽게 접근할 수 있는 컨셉으로 정하였습니다. 또한 브라이트톤의 고채도색상을 사용하여 밝고 건강하며 깨끗한 느낌을 살렸습니다.

I CONCEPT KEYWORD



I VISUAL METHOD



3 SUSHIRO WEB SITE



스시로 메뉴

Best Menu Signature Items Rice / Rice Side Dishes Desserts

ONINO SALMON **SHIME SARA** **BONITO TATAKI** **TUNA YAKI** **EGG OMELET**

스시로의 장인정신(匠人精神)

자랑한 가격
스시로 점심세트 가격은 기준판정의 2,600원으로
고 품질의 스시를 사용한 가격에 제공하고 있습니다.

점포 내 당일 조리
스시로는 청정지역과 콩·진공조리사의 손으로 예술 아트처럼
재료를 손상과 손상과 맛을 내도록 고집하고 있습니다.

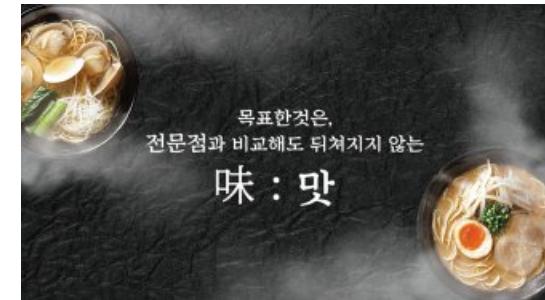
신선한 스시로 350m
스시로에서 제공하는 스시의 특징은 신선한 재료를 사용하여
350m 이상 거리를 운송한 스시입니다. 거리로 인해 차이가 있는 만큼
차이를 다해 관리하고 있습니다.



3 SUSHIRO BANNER DESIGN



3 SUSHIRO MAIN DESIGN



3 SUSHIRO ILLUSTRATION DESIGN



4 PRODUCT DETAIL PAGE

지인이 운영하는 장어 도소매점을 선정하여 상세페이지를 제작하였습니다. 장어는 고가의 제품이라는 인식이 크기 때문에 소비자가 평소에 쉽게 접근하지 못하는 특성을 고려하여, 장어의 고급스러움은 살리되, 단순하면 서도 입체적인 레이아웃으로 접근성을 높이는 디자인으로 제작하였습니다. 소비자의 시선이 지루하지 않게 비대칭 레이아웃을 배치하여 리듬감을 주었습니다. 또한 최근 코로나19 바이러스로 인해 최근 핵심 키워드인 "위생"과 "건강"을 고려해 장어의 위생적인 생산과정 컨텐츠를 배치하고 장어를 섭취함으로써 얻을 수 있는 컨텐츠를 메인 밑에 배치함으로써 "민수산"이라는 브랜드의 신뢰감을 형성시키는 레이아웃으로 제작하였습니다. 색상은 음식에서의 색을 사용해, 너무 화려 하지도, 과하지도 않은 가장 자연스럽고 식감을 돋우며 소비자에게 쉽게 다가갈 수 있는 컬러를 사용하였습니다. 또한 민물장어의 외래종과 토종의 차이점의 컨텐츠를 배치함으로써 소비자가 안심하고 똑똑한 소비를 할 수 있는 정보컨텐츠를 제공하였습니다.



주변 지인들에게 소개를 받아 네일아트숍,
장어도소매점, 헤어숍을 운영하는 자영업자분
들의 인스타그램 광고 배너를 제작해드렸습니다.

장어도소매점의 광고 배너는 코로나19 의
영향으로 최근 비대면구매의 상승률이 높아
지는 점을 고려하여, 집에서도 쉽게 취사하여
먹을 수 있는 점과 당일 발송이 가능한 점을
표출하여 소비자의 흥미를 유도하였습니다.

헤어숍의 광고배너는 헤어숍만의 캐릭터를
일러스트로 제작하여 귀여운 느낌을 주었습니다.
헤어숍의 간판의 패턴을 사용하여
포인트를 주었습니다. 하단에는 헤어숍과
연락할 수 있는 라인아이디를 배치하였습니다.





WEBDESIGNER KIMYOONSEO

감사합니다