



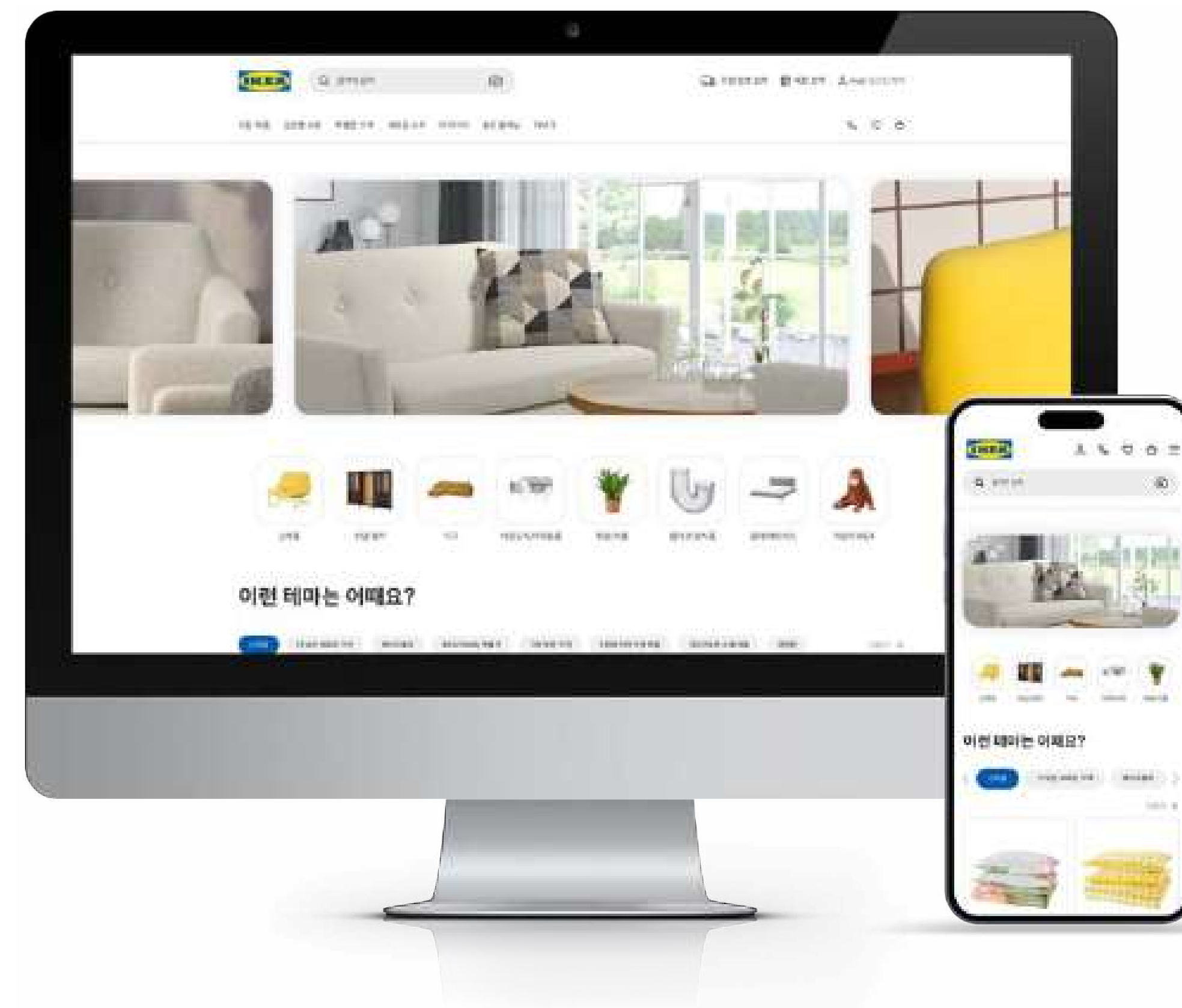
이케아 반응형 웹페이지 리디자인

프로그램 비주얼스튜디오코드, 피그마

사용언어 html, css, javascript, jquery

제작기간 2024.05

참여도 디자인, 퍼블리싱 100%





이케아란?

이케아는 스웨덴의 가구 및 생활 소품을 판매하는 다국적 기업이다.
세계 최대의 가구업체로, 세계 35개국에서 328개의 매장이 들어서 있다. IKEA의 이름은 Ingvar Kamprad,
Elmtaryd Agunnaryd의 약자로, Ingvar Kamprad는 창업자인 잉바르 캄프라드의 이름,
Elmtaryd는 그가 자란 농장의 이름, Agunnaryd는 그가 태어난 도시의 이름을 따서 만들어졌다.

브랜드 특징



저렴한 가격

플랫 패키징, 자가 조립 방법 및 대량 생산기술을 사용하여 가능한 한 많은 사람들에게 저렴한 가구를 제공하는 것을 목표로 한다.



기능적 디자인

저렴한 가격을 유지하면서 최대한의 아름다움을 추구한다. 이케아 가구의 디자인은 형태나 색이 주는 시각적인 디자인이라기 보다는 균형, 효율이 어우러진 기능적 디자인이다.



품질

안전하고 오랫동안 사용할 수 있는 제품을 만든다. 소비자들이 이케아를 구매하는 이유는 저렴한 가격과 더불어 높은 품질에 있다.



지속 가능성

이케아는 '사람과 지구에 친화적'이라는 지속가능성 전략을 세우고 있다. 이케아는 자사 제품을 위한 지속 가능성을 점수표로 개발했고 자체 재생에너지 공급을 지속하고 있다.

브랜드 사용목적 & 이유

가격에 비해 높은 품질

고급 가구들과 비교한다면 물론 품질이 떨어지겠지만 가격에 비해 꽤나 높은 품질의 제품을 저렴한 가격에 제공한다는 점에서 사람들이 이케아를 많이 찾는다.

성취감

직접 조립이라는 전례없던 시도에 소비자들은 흥미를 느꼈으며, 저렴한 가격 역시도 매력적으로 생각하게끔 만들었다. 조립 후에는 "해냈다"는 성취감을 이끌어내 실제로 조립하는 과정에 내가 만든 가구라는 애착이 들게 했으며, 특별한 경험 역시 누릴 수 있어 사람들이 이케아를 많이 사용한다.

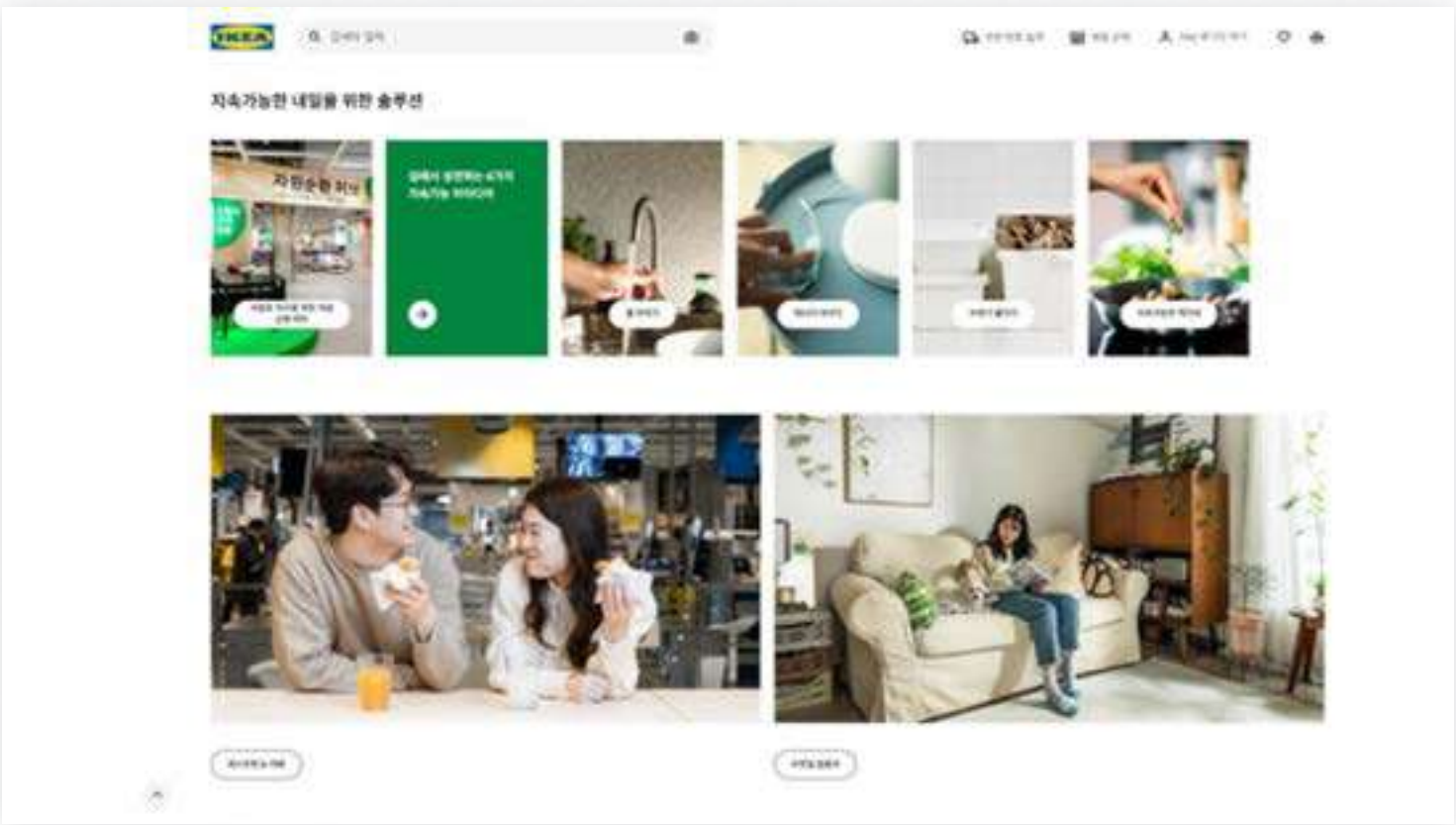
사용자 조사



안드로이드 기준 이케아 앱의 주 사용 성별은 여성이 대부분이었고, 다른 경쟁사들에 비해 남성 사용자 비율이 높았다.

사용 연령은 40대가 가장 많았고 다음으로는 30대, 50대 순으로 많았다.

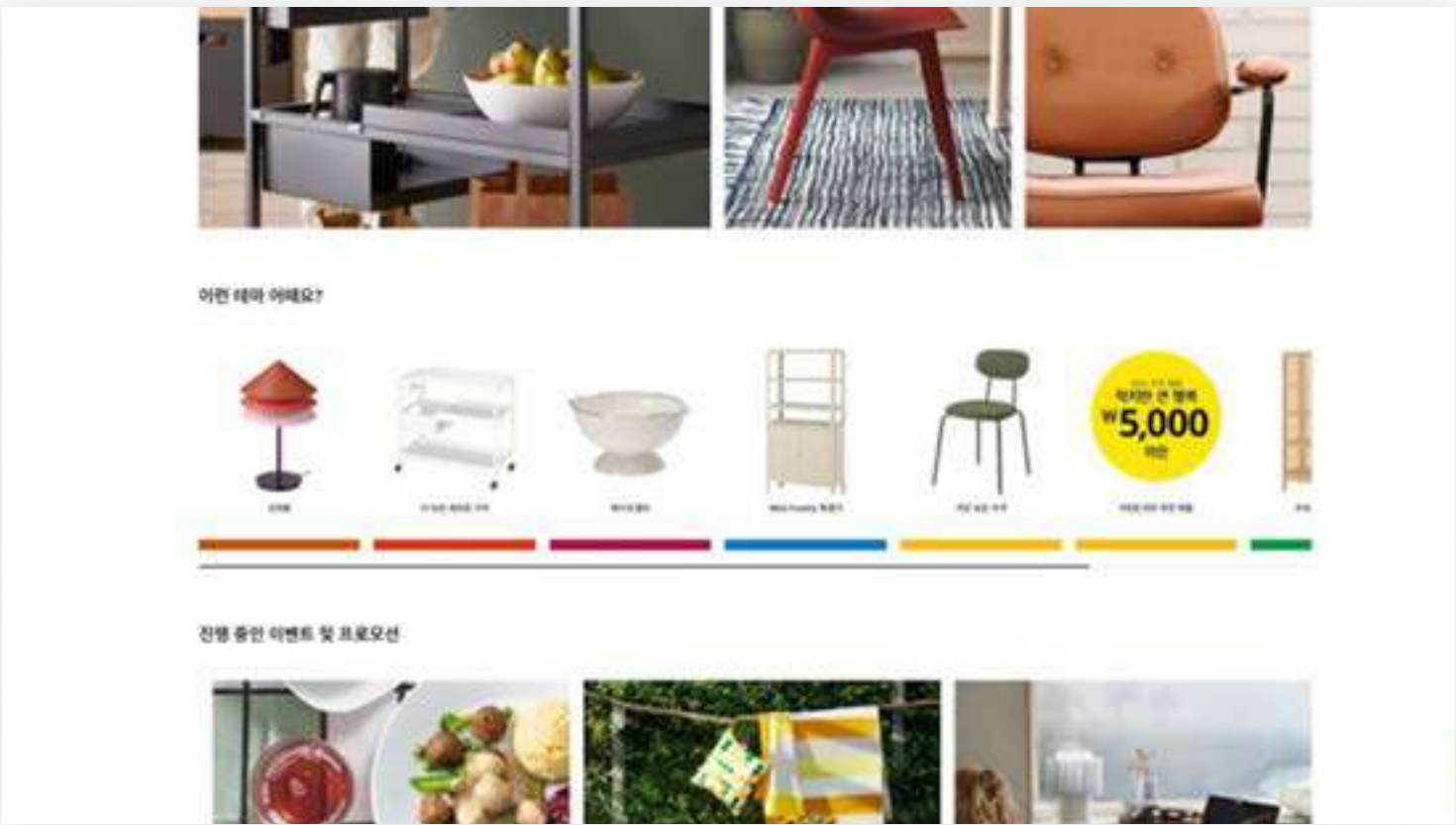
기존 홈페이지 분석



정보적 측면의 문제점

메인 페이지에 나오는 제품들의 설명이 전체적으로 부족하다.

섹션별 제목이 있는것도 있고 없는 것도 있어 이게 무슨 내용을 소개하는 것인지 이해하기 어렵고 원하는 섹션을 찾기 힘들다.

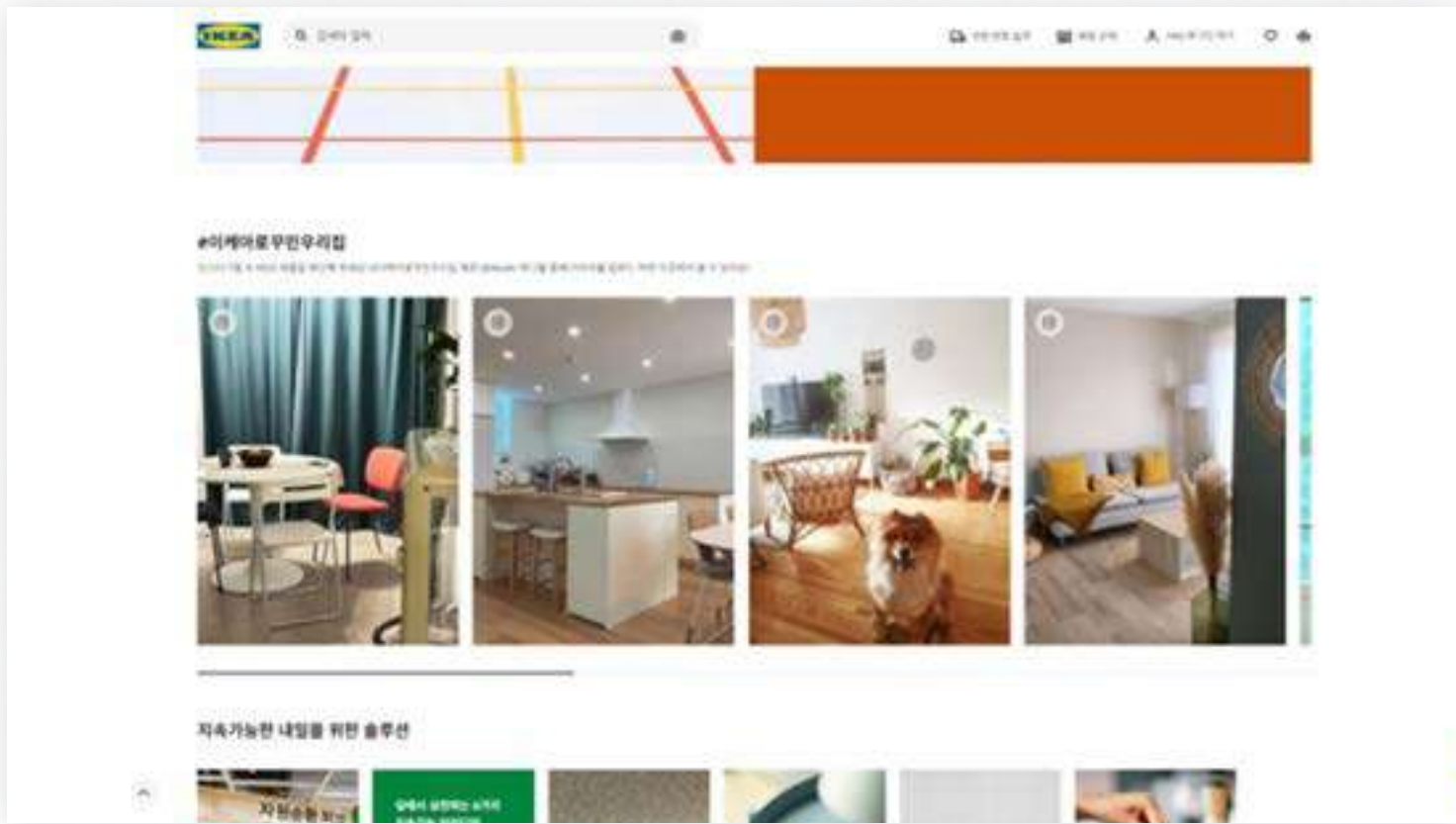


디자인적 측면의 문제점

섹션별 간격이 너무 좁고 이미지도 붙어있어 정신이 없다.

이미지의 크기가 몇개는 너무 크고 몇개는 너무 작은 등 적절한 크기로 되어있지 않다보니 눈에 잘 들어오지 않고 내용을 보기 어렵다.

색이 너무 많이 들어가있어 눈이 피곤하다.



기능적 측면의 문제점

메인페이 전체에 움직임이 없어 심심한 느낌을 준다.

페르소나



박은정

나이: 41세
직업: 전업주부
지역: 대구

성격: 부지런함
장단점: 매우 부지런하나 끈기가 없음.
싫어하는 것: 복잡하고 어려운 것

박은정씨는 아이 둘을 키우는 주부이다. 아이들을 학교에 보내고 혼자 아이의 방을 청소하던 중 아이의 물건이 많아져 이제 보관할 곳이 없다는 것을 깨닫고 물건을 보관할 서랍장을 하나 사기로 마음먹는다. 아이들을 데리고 직접 매장에 가 고르기는 힘들다 판단한 박은정씨는 인터넷으로 물건을 사기로 하고 이케아 홈페이지에 들어간다. 인터넷 사용이 조금 서툰 박은정씨는 이케아의 메인페이지를 보고 **복잡하다는 느낌을 받는다. 뿐만아니라 어디서 어떻게 물건을 사야되며 어떤 물건이 좋은지 고르기 힘들어 당황한다. 또한 물건을 고를 때 그 제품을 만드는 난이도 등을 모르니 이케아에서 물건을 사는데 어려움을 겪는다.**

Need

메인페이지가 너무 복잡함. 메인페이지에 잘 팔리는 제품을 소개해 줬으면 좋겠고 물건 조립 난이도 등이 있었으면 좋겠음.



이동현

나이: 27세
직업: 직장인
지역: 인천

성격: 뭐든 계획대로 해야하는 성격
장단점: 꼼꼼하나 미리 세운 계획에 매우 집착함
싫어하는 것: 계획에 어긋나는 일

이동현씨는 이제 막 취업을 한 직장인이다. 본가가 부산이지만 직장을 인천으로 다니게 되어 자취를 시작하게 되었다. 이제 막 직장생활을 시작했다보니 아직 돈이 많이 없던 이동현씨는 가구를 최대한 싸게 구매하기 위해 이케아 홈페이지에 들어간다. 물건을 고르던 중 마음에 드는 제품을 발견해 제품의 상세페이지에 들어가 살펴본다. 구매 전 가구의 도면을 미리 한번 확인해보고싶어 도면을 열심히 찾아보았지만 **아무리 찾아도 잘 보이지 않아 이케아 제품의 도면을 보는 법을 인터넷에 따로 검색해 찾아보는 번거로운 상황이 생긴다.**

Need

상품의 도면이 잘보이는 곳에 있었으면 좋겠음.

니즈 도출

Needs 01

메인페이지가 깔끔했으면 좋겠고 메인페이지에서 카테고리별 제품 추천을 해주었으면 좋겠음

Needs 02

가구를 직접 조립해야하는 이케아의 특성에 맞춰 물건 조립 난이도를 따로 적어주었으면 좋겠음

Needs 03

가구 조립 도면을 잘보이는 곳에 넣어 주었으면 좋겠음

해결 방안

Problem

메인페이지가 복잡하다.

메인페이지에서 제품을 추천해 주었으면 좋겠다.

제품 조립 난이도를 모르겠어서 제품을 사기 꺼려진다.

제품 도면을 찾기 어렵다.



Solution

컬러를 줄이고 이미지 크기를 조절하는 등
깔끔하게 리디자인한다.

메인페이지에 제품별 베스트 상품을
추천해주는 섹션을 추가한다.

제품 이름, 가격과 함께 제품 조립 난이도도
같이 표시에 놓는다.

제품 상세페이지 가장 잘보이는 곳에 도면
보기 버튼을 따로 추가해 놓는다.