전체적으로 브랜드의 이미지를 해치지 않는 선에서의 다채로움을 추구,

자칫 과해보일수있는 요소들은 배제하고 디자인. 절제된 미를 추구

헤더 – 상단에 고정은 되어있되 배경 디자인을 해치지 않게 하기 위해 불투명도 조정, sns이동

초기화면 사진 – 브랜드의 첫인상을 결정짓는 이미지인 만큼 머리에 각인될 수 있는 색감의 사진 선정, 사진만으로는 밋밋해보일 수 있다는 생각에 스크롤 버튼 생성

슬라이드 – 브랜드의 컨셉 나타내는 슬라이드를 좌우로 배치하되 첫화면과 연결했을 때 양쪽 다 꽉차게 있으면 과해보일 수 있다는 생각에 여백을 살린 레이아웃 선택

단조롭지 않되 너무 난잡해보이지 않도록

베스트아이템, 신제품 섹션 – 이미 제품의 색감이 다채롭기 때문에 자칫 과한 디자인이 들어갔을 경우 오히려 제품이 묻혀보일 수 있다고 생각하여 최대한 군더더기가 없는 깔끔한 레이아웃 선택, 대신 스크롤 이벤트와 호버 시 사진 변경 이벤트로 최대한 단조로움을 피함

탭메뉴 이름 폰트도 가독성을 위해 다른 폰트로 선택

contact – 내가 상상한 브랜드의 이미지와 맞아보이는 매장의 사진 삽입,

브랜드 광고 영상 및 홍보 문구, 오시는 길 상세페이지 연결

브랜드 페이지

비건 이미지를 강조하기 위한 주조색 선택, 설명이 주로 들어가는 페이지인 만큼 최대한 단조로움을 피하기 위해 스크롤 이벤트를 다채롭게 넣음

화면 안의 컨텐츠가 지루하지 않도록

분할도 가로 세로 2등분 3등분 통일감 있으면서도 지루허지 않게

슬라이드의 사진이나 내용은 아로마티카에서 가져옴

전체적인 느낌을 아로마티카 홈페이지에서 영감 얻음

마지막 조인어스 – 소개를 마무리짓는 카피와 마우스 이벤트

오시는 길

카카오맵 api를 이용한 지도와 주소, 대표사진

배경색 등은 브랜드 소개 페이지와 맞춤

판매 페이지

메인페이지의 베스트,신제품 섹션과 같이 이미 화려한 색감의 상품을 더 강조하기 위한 깔끔한 레이아웃 선택, 통일감을 부여하기 위한 ---

공지사항 게시판

텍스트 위주의 페이지인만큼 가독성을 해치는 디자인은 배제하고, 색상은 차분한 베이지 계열의 보조색을 사용함

리뷰게시판

판매 게시판과 통일감을 느낄 수 있는 레이아웃

유튜브 api사용, 팝업창 띄움

반응형 메인페이지

첫화면 – 기기 상황을 고려하여 스크롤 이벤트 제외, 사진도 세로 화면에 더 적합한 사진으로 교체하되, 로고나 헤더는 그대로 유지하여 통일감 부여

최대한 필요한 정보만을 남겨 가독성을 더 높이고자 함

헤더 웹버전과 동일하게 배경 해치지 않도록 불투명도 부여, 카테고리는 햄버거 버튼으로 변경

웹버전과 반응형 모두 통일감 위해 상하좌우 여백을 비슷하게 가져가려 노력함

(그리드)

포트레 기존 사이트 분석 : 인터랙션 없음, 단조로움, 신생 브랜드라 나타낼 수 있는 수단이 빈약함, 아이덴티티가 흐릿함, 반응형 없음, 불편함, 충분히 감각적이고 트렌디한 상품을 어필할만큼의 디자인이 나오고 있지 않음

감각적인 제품과는 상반되는 뻣뻣한 ui

유사 브랜드 웹사이트 분석 (짧게 특징/장단점? 정도, 차별점 등)

모바일 환경에서도 원활하게 사용할 수 있는 사이트 추구하는 요새의 트렌드 반영 (2030 여성이 주 타겟층인 만큼, 모바일 환경에서도 ~)

핵심 키워드

사이트맵? 어떤 페이지에서 어떤 페이지로 연결되는지

표지 디자인

목업된 화면 + 로고

입체적으로 보이는 디자인이 유리