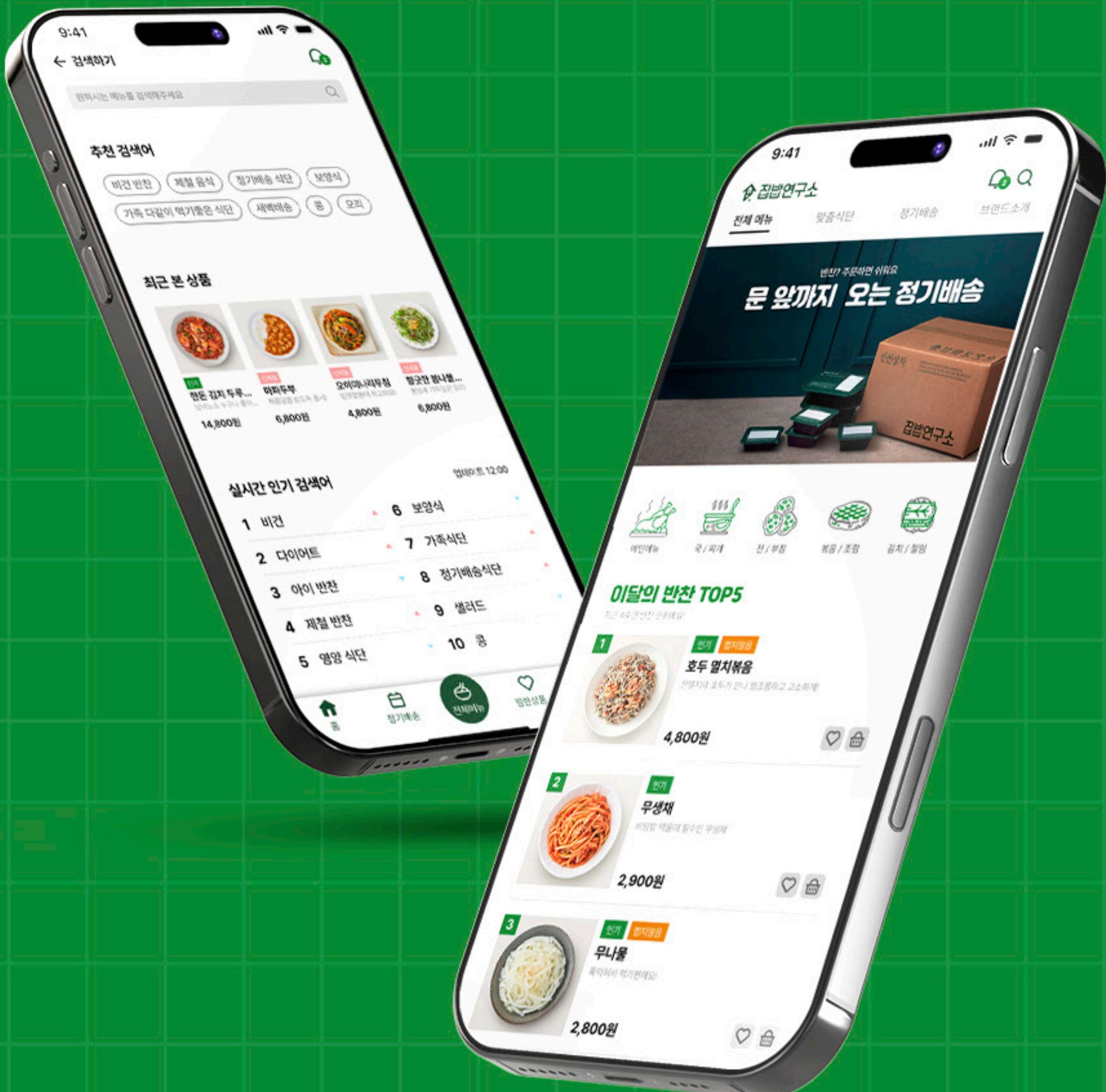


모바일 APP 디자인

집밥 연구소_모바일

스마트문화앱 UI / UX설계

project by. 김수현



Renewal.
집밥연구소

건강한 가정식, 간편하게 즐기다.

집밥연구소는 바쁜 일상 속에서도 건강하고 맛있는 반찬을 간편하게 제공하는 브랜드입니다.
MZ세대를 주요 타겟으로, 맞춤형 식사와 건강한 반찬을 중심으로 성장하고 있으며,
디지털 플랫폼을 통해 편리한 반찬 서비스를 제공합니다.



BRAND

집밥연구소

핵심가치

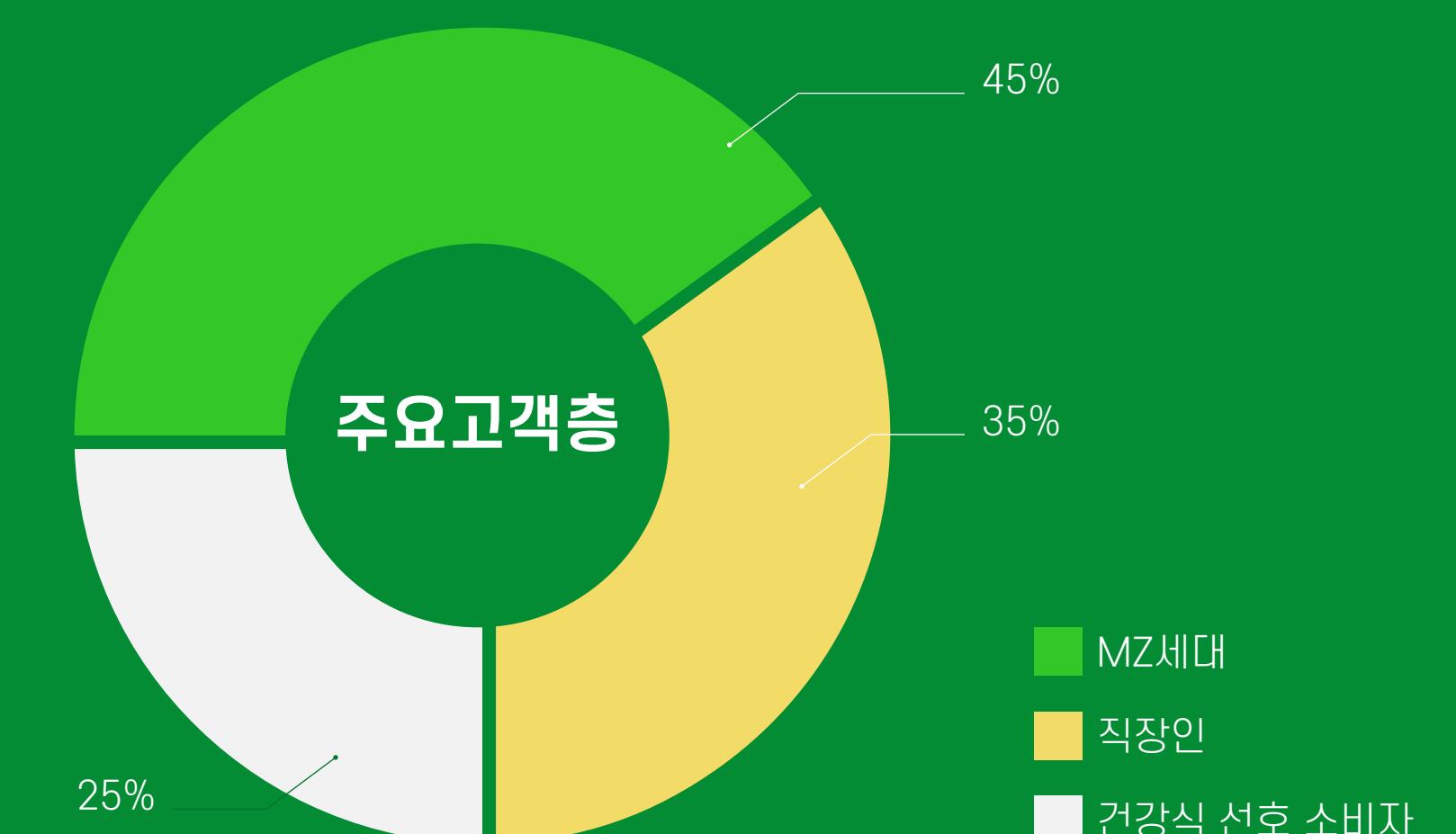
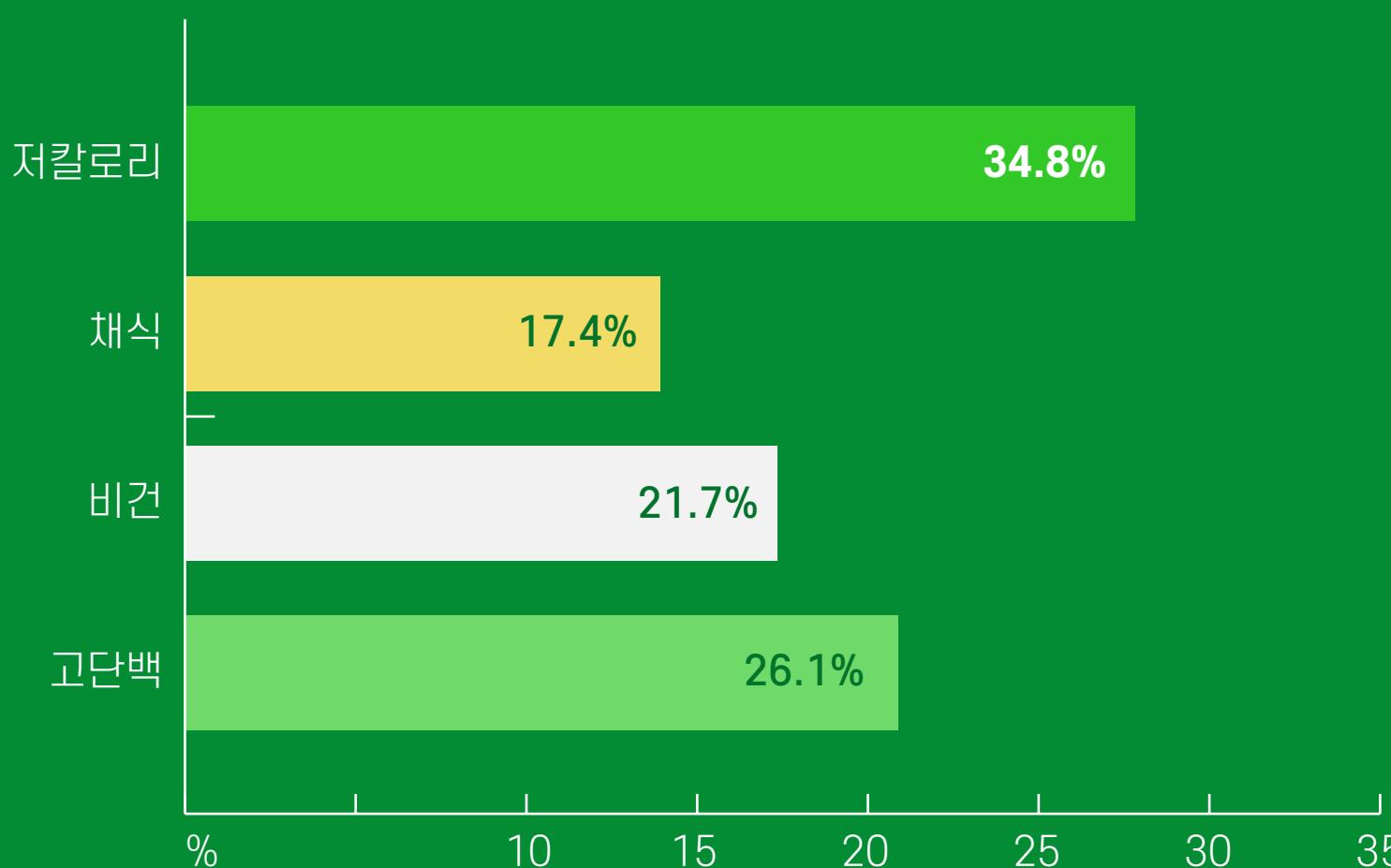
건강한 식사와 편리한 주문 시스템,
맞춤형 반찬 추천 서비스

SERVICE

주요고객층

간편한 가정식 반찬과 음식을 제공

MZ세대, 바쁜 직장인,
건강식 선호 소비자



MAINPAGE

브랜드 모바일APP 메인페이지



집밥연구소 어플의 메인 페이지는 디자인 요소가 혼잡하고, 로고 컬러와 다른 색상이 사용되어 브랜드 아이덴티티와 일관성이 부족합니다. 시각적 요소를 간소화하고, 로고 컬러와 유사한 색상을 사용하여 미니멀하고 일관된 브랜드 아이덴티티를 강조할 필요가 있습니다.

● 메인 컬러색감 불일치

다양한 색감을 사용하여 다채로운 요소들을 강조하고 있지만, 이는 집밥연구소의 로고와 색감이 일치하지 않음 로고는 주로 녹색 계열로 간결하고 세련된 이미지를 주는 반면, 메인페이지는 여러 다른 색을 사용하여 다소 혼잡하고 브랜드 아이덴티티가 약해질 수 있음

● 정보의 과도한 집중

메뉴, 세트 메뉴, 이벤트 등의 정보가 한 화면에 너무 많아서 사용자가 혼란스러워 할 수 있음 정보는 카테고리별로 그룹화하고, 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 배치필요



● 헤더의 혼잡함

상단에 위치한 검색 바와 메뉴 아이콘이 있지만, 메뉴 아이콘이 시각적으로 복잡하며 또한, 검색 바의 크기가 작아 사용자가 검색어를 입력하거나 터치하는데 어려움이 있음

상품섹션의 혼잡함 ●

상품과 세트메뉴가 너무 많이 나열되어 있어 사용자가 원하는 정보를 찾는데 시간이 걸리고, 화면이 복잡하게 보임.

중복된 정보 ●

비슷한 카테고리나 제품이 중복되게 나열되어 있어 사용자가 불필요하게 여러 번 정보를 확인해야 함

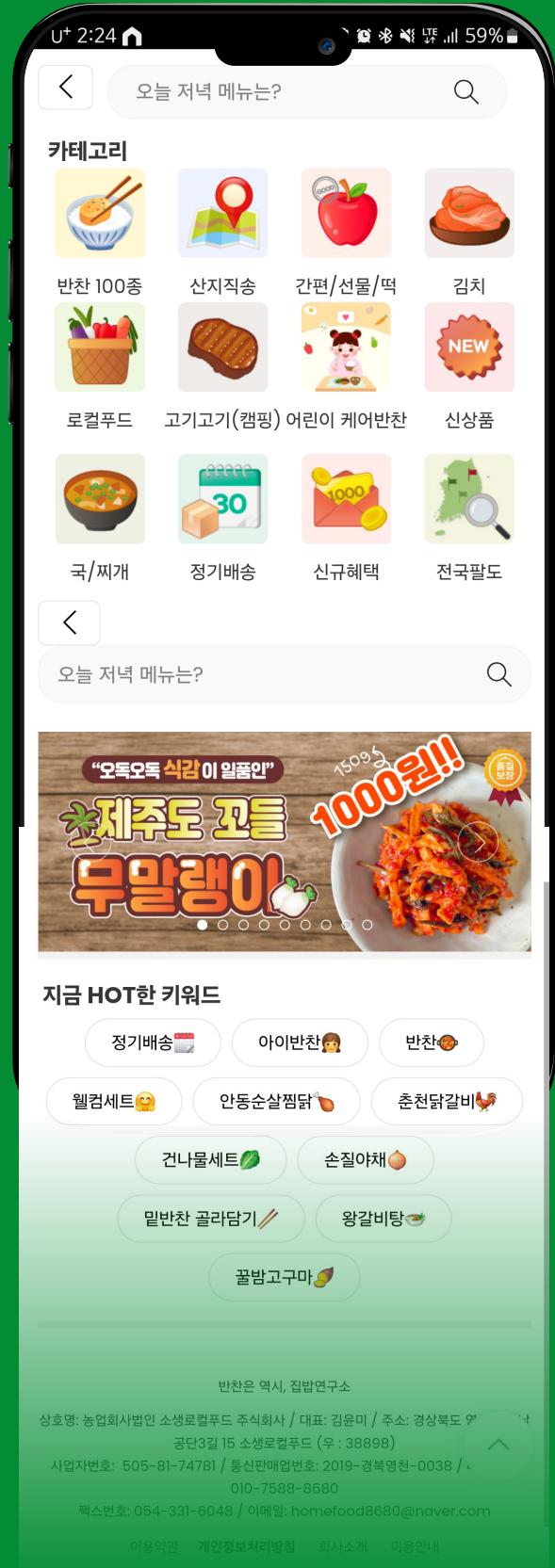


SUBPAGE

브랜드 모바일APP 서브페이지

대부분의 페이지가 정보의 과다함과 시각적 혼잡함이 나타나며, 중요한 정보나 기능의 강조가 부족하고, 각 페이지에서 정보나 메뉴가 명확하게 분류되지 않거나 페이지의 디자인 요소가 일관되지 않아 브랜드 아이덴티티가 약해 보이고, 사용자들이 편리하게 서비스를 이용할 수 있도록 돋는 필터링이나 검색 기능이 미비하다.

Subpage 01 - Menupage



메뉴 분류의 불명확성

메뉴가 여러 카테고리로 나누어져 있지만, 세부 항목들 간의 차이점이 명확하지 않아 사용자가 원하는 메뉴를 찾기 어려움.

이미지 과다 사용

메뉴마다 이미지를 크게 배치하고 있지만, 이미지가 과도하게 많아 페이지가 복잡하고 혼잡해 보임.

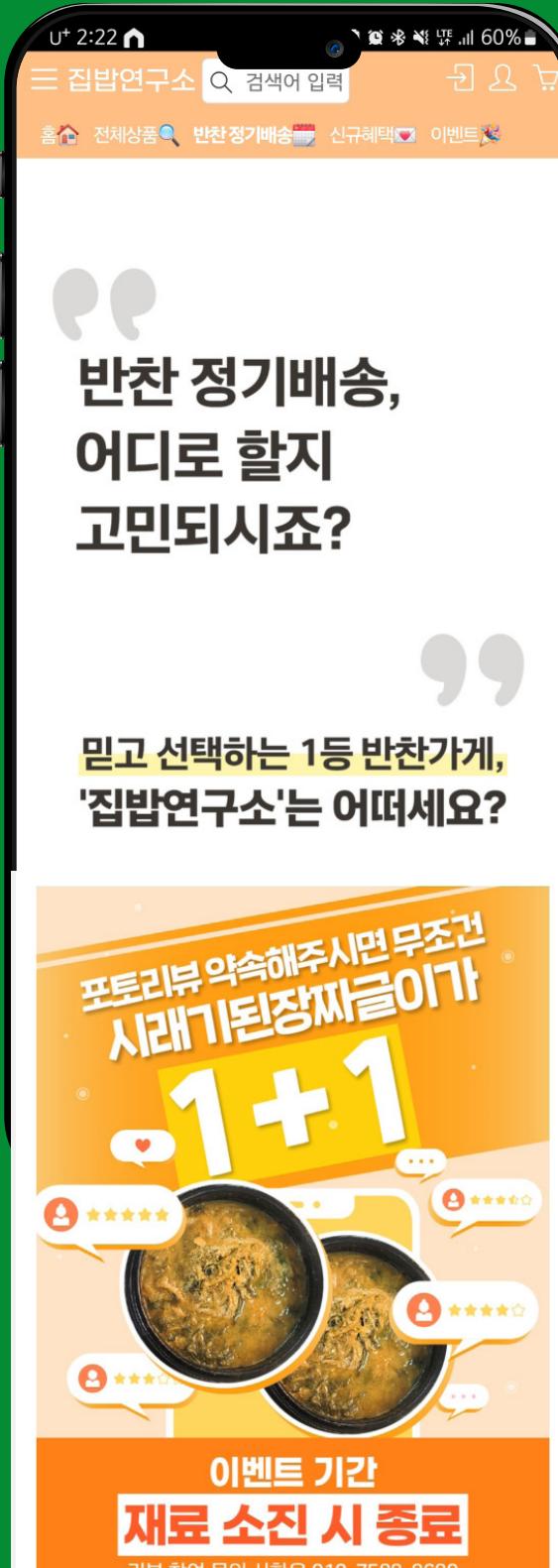
설명 부족

각 메뉴에 대한 상세한 설명이 부족하여 사용자가 메뉴를 이해하고 선택하는데 어려움을 겪을 수 있음.

불필요한 광고 배너

광고가 페이지의 주요 정보와 밀접하게 연결되지 않고 단독으로 배치되어 있어 메뉴를 탐색하는 데 집중을 방해하고, 사용자가 의도하지 않은 정보를 자꾸 노출시켜 페이지 목적에 맞지 않는 요소로 작용.

Subpage 02 - Deliverypage



디자인 과다 요소

다양한 배너와 이미지를 한 페이지에 너무 많이 배치하여, 사용자가 주요 정보를 파악하기 어려움.

정보의 구분 부족

배송 관련 정보가 하나의 흐름으로 나열되어 있어서 사용자가 중요한 정보를 빠르게 찾기 어려움. 카테고리별로 정리해서 제공 필요.

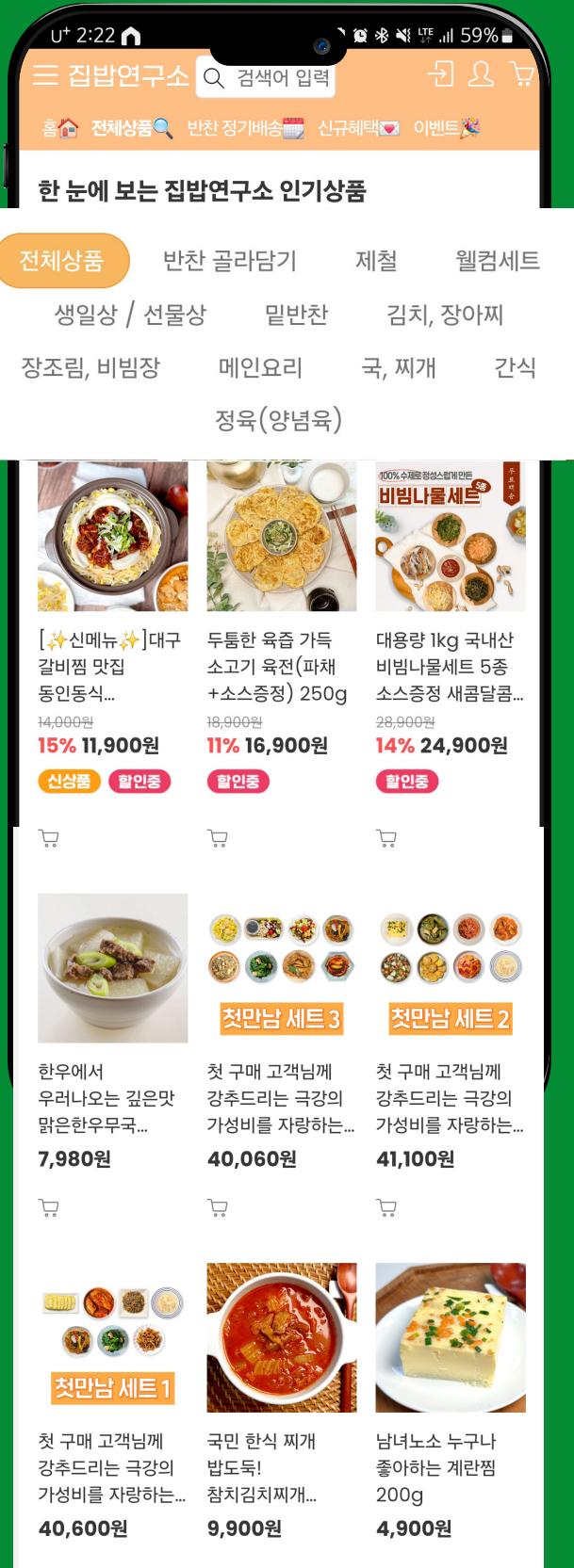
신뢰도 결여

배송 정보나 리뷰, 절차에 대한 신뢰를 줄 수 있는 요소가 부족하여, 사용자가 확신을 가지고 서비스를 이용하기 어려움.

정보의 중요도와 흐름

일반적으로 사용자는 배송 옵션, 기간, 가격 등을 빠르게 확인하려고 하기 때문에 이러한 핵심 정보는 페이지 상단에 배치되어야 하며, 중요한 사항이 강조되어야 함.

Subpage 03 - Productpage



이미지 불균형

일부 상품 이미지가 품질이 낮거나 불명확하여 사용자가 제품을 잘 이해하지 못함. 고해상도 이미지 제공이 필요함.

상세 정보 부족

상품에 대한 설명이 간략하고 구체적인 정보를 제공하지 않아, 구매 결정을 내리는데 충분한 정보를 제공하지 않음.

사용자 리뷰 미비

사용자 리뷰나 평가가 부족하여 다른 사람들의 피드백을 참고하기 어려움. 리뷰 기능을 추가하거나 강조하는 것이 필요.

필터 기능 부족

상품을 효율적으로 검색할 수 있는 필터 기능이 부족하여 사용자가 원하는 상품을 찾는데 시간이 걸림. 필터링 기능을 개선할 필요가 있음.

COMPETITOR ANALYSIS

경쟁사 조사분석

대부분의 페이지가 정보의 과다함과 시각적 혼잡함이 나타나며, 중요한 정보나 기능의 강조가 부족하고, 각 페이지에서 정보나 메뉴가 명확하게 분류되지 않거나 페이지의 디자인 요소가 일관되지 않아 브랜드 아이덴티티가 약해 보이고, 사용자들이 편리하게 서비스를 이용할 수 있도록 돋는 필터링이나 검색 기능이 미비하다.

W

집반찬연구소

REATING

주요서비스

간편식, 반찬류, 즉석식품, 신선한 재료를 활용한 다양한 식품 제공

간편하게 집에서 즐길 수 있는 다양한 반찬, 즉석식품 제공

간편식, 반찬류, 캠핑 식사 관련 제품 제공

핵심 가치

건강 지향적인 식사 제공, 품질 좋은 식재료와 건강한 요리법 사용

신선하고 고품질의 재료를 사용하여 가정식의 맛을 구현

바쁜 일상에서 간편하고 신선한 식사를 제공, 캠핑과 같은 특수 상황에 적합한 식사 제공

주요 고객층

건강에 관심이 많은 소비자, 바쁜 일정을 가진 직장인, 간편식을 선호하는 고객

가정에서 간편하게 반찬을 해결하고 싶은 소비자, 바쁜 직장인

바쁜 직장인, 캠핑을 즐기는 사람들, 간편식을 선호하는 소비자

차별점

건강 지향적인 제품, 다양한 반찬 종류 제공, 품질 좋은 재료 사용

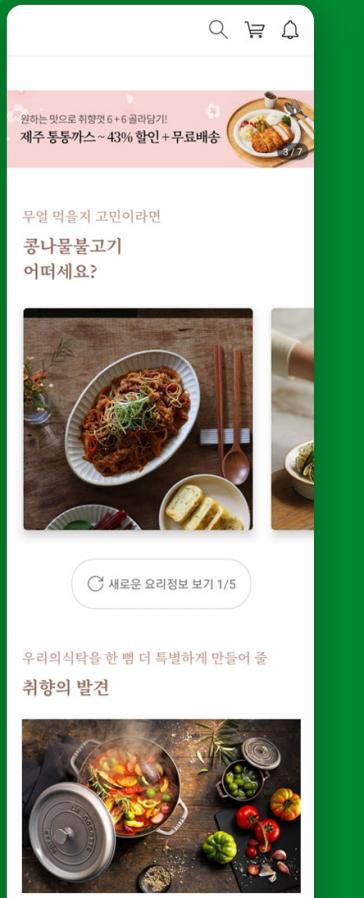
신선한 재료를 사용한 집밥 스타일 반찬 제공, 즉석식품으로 빠르게 즐길 수 있는 옵션 제공

캠핑용 식사 및 간편식을 제공, 빠르고 간편한 조리법, 신선한 재료 사용

COMPETITOR ANALYSIS

경쟁사 모바일APP 장단점분석

경쟁사 01 - 우리집 식탁



장점

깔끔한 디자인

메뉴와 상품들이 깔끔하게 정리되어 있어 사용자가 원하는 제품을 빠르게 찾을 수 있음

다양한 카테고리

다양한 카테고리의 식품을 한눈에 볼 수 있어, 소비자가 선택의 폭을 넓힐 수 있음

사용자 리뷰

각 제품에 대한 사용자 리뷰가 제공되어, 소비자들이 신뢰를 가질 수 있고 다양한 의견을 확인할 수 있음

단점

느린 반응 속도

앱이 일부 페이지에서 느리게 반응하여 사용자에게 불편을 유발

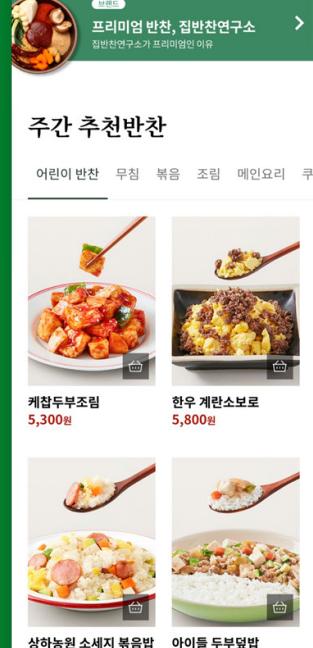
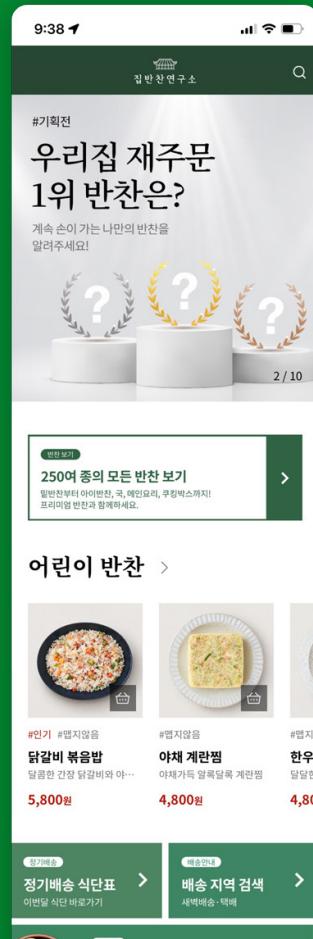
광고 배너

지나치게 많은 광고 배너가 페이지를 차지하여 중요한 정보에 집중하기 어려움

복잡한 메뉴 탐색

메뉴가 많고 복잡해 직관적으로 정리 필요

경쟁사 02 - 집반찬 연구소



장점

맞춤형 추천

사용자의 구매 이력이나 취향을 반영하여 맞춤형 반찬을 추천해주는 기능

정기 배송 서비스

정기 배송 옵션을 제공하여 사용자가 지속적으로 편리하게 서비스를 이용

간편한 결제

결제 과정이 간편하고, 다양한 결제 수단을 지원하여 사용자 편의성이 높음

단점

광고 및 프로모션 과다

일부 화면에 과도한 광고나 프로모션 배너가 있어 사용자가 원하는 정보를 찾기 어려울 수 있음

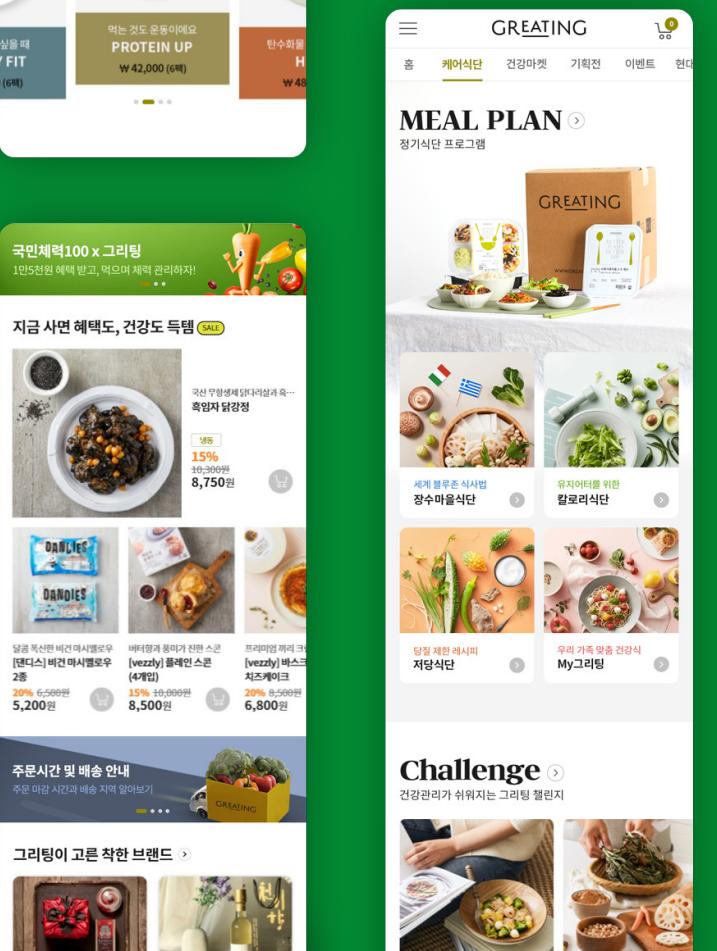
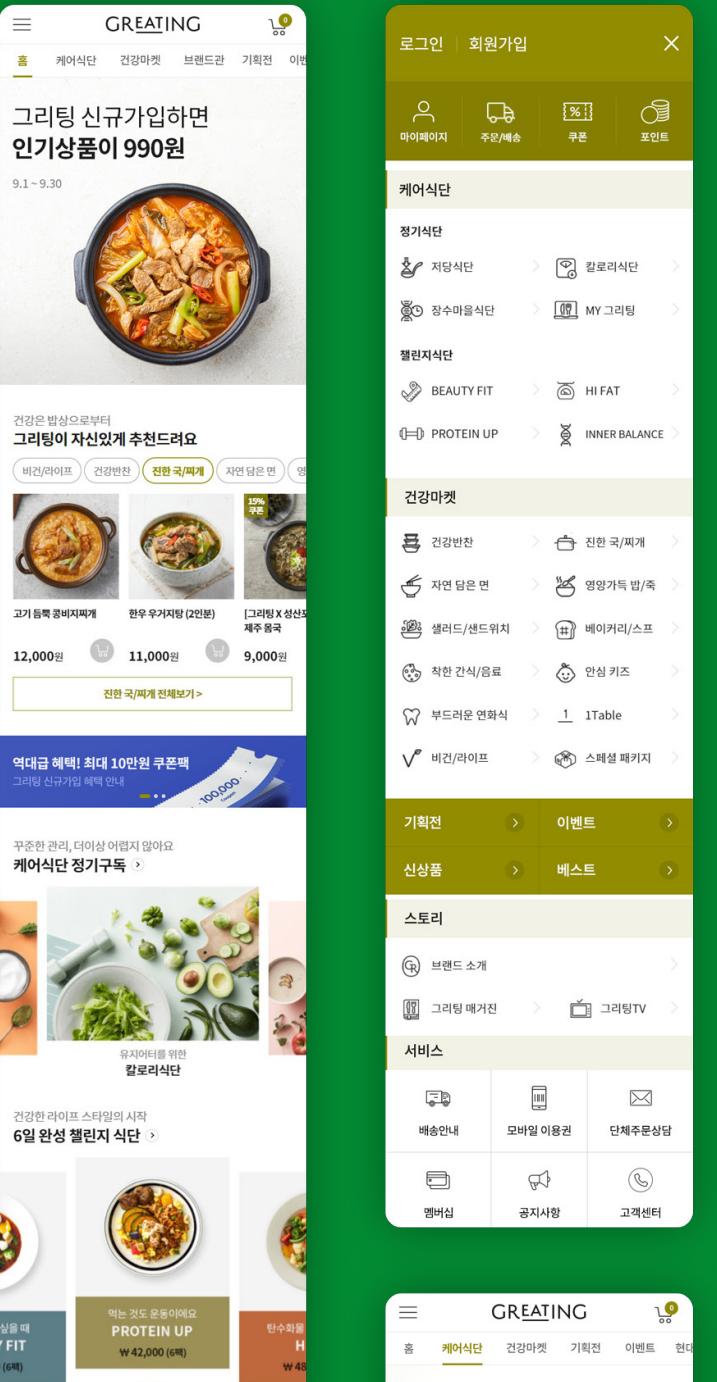
정기배송서비스의 메뉴 일관

정기배송서비스의 식단 단일화, 다양한 소비자들을 위한 정기배송 식단의 필요

상세한 정보 부족

일부 메뉴나 반찬에 대한 정보가 간략하여 소비자가 메뉴를 선택할때 불편함을 느낄 수 있음

경쟁사 03 - 현대 그리팅



장점

다양한 건강식 메뉴

건강을 고려한 다양한 메뉴와 식단 옵션을 제공하여, 건강한 식사를 원하는 소비자에게 매력적

건강 관리 서비스

사용자 건강을 체크하고 맞춤형 식단을 제공하는 서비스가 포함되어 있어 차별화를 줌

간편한 카테고리 분류

메뉴가 카테고리별로 잘 나누어져 있어 사용자가 원하는 식사를 쉽게 찾을 수 있음

단점

비교적 높은 가격

건강 식단 및 맞춤형 옵션들이 가격이 비싸 일부 사용자는 가격에 부담을 느낄 수 있음

복잡한 회원가입 및 로그인 절차

회원 가입 절차가 복잡하고, 로그인 시 불편함

비직관적인 기능들

일부 기능이 직관적이지 않아 사용자가 기능을 찾는데 어려움을 겪을 수 있음

PERSONA

PERSONA-01



NEED

- 아이와 남편의 입맛을 동시에 만족시킬 수 있는 다양한 반찬과 식사.
- 건강과 영양을 고려한 균형 잡힌 식사가 필요.
- 빠르고 간편한 조리가 가능한 반찬과 식사가 필요.

PROFILE

이름 김소연(35세)
직업 주부

특징 가정에서 건강한 음식을 준비하는 데 많은 시간을 보내며
아이와 남편의 입맛을 맞추려고 노력함.

#가족식사

#건강한 반찬

#빠른 조리

GOAL

- 아이와 남편이 모두 좋아하는 반찬을 빠르고 간편하게
준비하고, 건강을 동시에 고려한 식사를 제공.
- 다양한 식사를 빠르고 간편하게 제공할 수 있는 솔루션 찾기.

BEHAVIOR

소비형태 일반 ➔ 가치

경제력 나쁨 ➔ 좋음

알러지 무 ➔ 유

앱 선호도 낮음 ➔ 높음

요리빈도 낮음 ➔ 높음

SNS 낮음 ➔ 높음

PERSONA-02



NEED

- 비건식단을 기반으로 한 건강한 식사가 필요.
- 간편하게 비건식 식단을 준비할 수 있는 서비스가 필요.
- 운동 후 빠르게 영양을 보충할 수 있는 식사를 원함.

PROFILE

이름 이준호(26세)
직업 사무직

특징 자취하며 비건식단을 즐기고 건강에 관심이 많음. 운동과 영양 관리에 많은 시간을 투자하며, 다양한 비건 식단을 찾고 있음.

#비건식

#영양 보충

#영양관리

GOAL

- 간편하고 건강한 비건식 메뉴로 일상에서 체중과 건강을 관리.
- 비건식으로 영양 균형을 맞추고, 다양한 메뉴를 쉽게 찾아 준비
할 수 있도록 하는 것.

BEHAVIOR

소비형태 일반 ➔ 가치

경제력 나쁨 ➔ 좋음

알러지 무 ➔ 유

앱 선호도 낮음 ➔ 높음

요리빈도 낮음 ➔ 높음

SNS 낮음 ➔ 높음

SCENARIO

PERSONA-01



PROFILE

이름 김소연(35세)

직업 주부

특징 가정에서 건강한 음식을 준비하는 데 많은 시간을 보내며
아이와 남편의 입맛을 맞추려고 노력함.

#가족식사

#건강한 반찬

#빠른 조리

PERSONA-02



PROFILE

이름 이준호(26세)

직업 사무직

특징 자취하며 비건식단을 즐기고 건강에 관심이 많음. 운동과 영양 관리에 많은 시간을 투자하며, 다양한 비건 식단을 찾고 있음.

#비건식

#영양 보충

#영양관리

소연씨의 하루 #1

소연씨는 아침에 아이를 학교에 보낸 후 오늘도 새로운 저녁 메뉴를 준비해야 한다는 부담을 느낍니다. 집밥연구소 어플을 열고 다양한 메뉴를 확인하는 중, 요즘 아이가 채소를 잘 먹지 않는 것 같아 채소 반찬을 고민합니다. 그러나 메뉴 목록에서 알러지 표기가 없어, 새우 알러지가 있는 아이에게 먹일 수 있는지 확인할 방법이 없습니다. 새우젓같이 들어가도 아이가 먹지 못할 수 있기 때문에, **알러지 필터**가 있으면 좋겠다고 생각합니다.

검색 후, '단백질이 풍부한 고기 반찬'과 '아이들이 좋아하는 야채 반찬'을 찾아 장바구니에 담고, **정기배송 옵션**을 클릭합니다. 하지만 정기배송에서 제공하는 **식단 종류가 매우 한정적**이고, 소연씨가 원했던 다양한 반찬 옵션은 제공되지 않습니다. 정기배송 식단에 제한이 있어 소연씨는 아쉬운 마음을 느낍니다.

저녁 준비 시간이 다가오자, 배송된 반찬을 꺼내 조리하기 시작합니다. 이 과정에서 또 다른 불편함을 겪습니다. 어플에 과도한 광고 배너가 뜨고, 메인페이지에서 찾았던 반찬을 다시 보고 싶었지만, 화면에 **과도한 광고와 무분별하게 많은 제품 카테고리**로 인해 원하는 상품을 찾기가 더욱 어려웠습니다. 조리를 마친 후, 소연씨는 집밥연구소 덕분에 편하게 저녁을 준비했지만, 그 과정에서 예상보다 불편한 점들이 많았다고 느낍니다.

준호씨의 하루 #1

준호씨는 출근 전 아침 운동을 마친 후, 집밥연구소 어플을 열고 이번 주 식단을 주문하려 합니다. 그는 비건식으로 건강한 식사를 준비하고 싶지만, 어플에 **비건 필터가 없어 비건식 메뉴를 찾는데 어려움**을 겪습니다. 비건식을 선택하려면 일일이 메뉴를 검색하거나 설명을 확인해야 하므로 시간이 많이 소요됩니다. 비건식 단품을 쉽게 찾을 수 있는 필터링 옵션이 없다는 점은 준호씨에게 큰 불편함을 주었습니다.

어플에서 다양한 메뉴를 확인하며 비건식을 찾고 있지만, 어플 내 아이콘들이 너무 많아 피로감을 느낍니다. 상단에는 메뉴, 하단에는 추천, 이벤트, 세일 등의 **아이콘들이 과도하게 배치**되어 있어, 중요한 정보를 찾는데 집중하기 어려운 상황이 발생합니다. 각 아이콘이 중요한 정보처럼 보이지도 않으며, 과도한 아이콘 사용으로 **화면이 복잡하고 혼란스럽게 느껴집니다**.

비건식을 정기적으로 배송받고 싶었던 준호씨는 **비건식만 따로 배송해주는 옵션**이 없다는 사실에 실망감을 느낍니다. 결국 이번 주 식단을 하나하나 고민하며 골라야 했고, 원하는 메뉴를 선택한 후 결제를 진행합니다. 배송 예정일을 확인한 후, 준호씨는 이번 경험이 불편했음을 느끼며, 다음에는 **더 직관적이고 간편한 앱을 사용해보려는 생각**을 하게 됩니다.

PROBLEM

모바일APP 문제점 도출

시나리오를 기반으로 도출해낸 집밥연구소 모바일 APP의 문제점

모바일 어플의 문제점

과도한 광고배너

광고는 사용자 경험을 방해하고, 주요 콘텐츠나 메뉴를 찾는데 방해가 됩니다. 사용자는 광고로 인해 원하는 정보나 상품을 빠르게 찾지 못하고, 불편함을 겪게 됩니다. 광고가 지나치게 많으면, 어플 자체의 집중도가 떨어지고 사용자가 느끼는 편리함이 크게 줄어듭니다.

과한 아이콘 사용

어플 화면에 배치된 아이콘이 너무 많아 사용자가 원하는 정보를 찾는데 혼란을 겪습니다. 상단과 하단, 그리고 화면의 여러 부분에 아이콘이 과도하게 배치되어 있어, 사용자가 중요한 정보에 집중하기 어렵습니다. 각 아이콘이 중요한 정보처럼 보이지도 않아 화면이 복잡하고 혼란스러워집니다. 특히, 메뉴 탐색 중 불필요한 아이콘들이 시각적인 피로감을 유발할 수 있습니다.

실속없는 카테고리

어플 내에서 카테고리가 명확하지 않거나, 카테고리 간 구분이 애매해서 원하는 상품을 찾는데 어려움이 있습니다. 예를 들어, 반찬이나 세트 메뉴가 섞여 있는 카테고리는 사용자가 쉽게 특정 항목을 찾기 어렵게 만들니다. 카테고리 분류가 실속 있게 구성되어 있지 않으면, 사용자들은 메뉴를 찾기 위해 여러 번 스크롤을 하거나 다른 방법으로 정보를 찾아야 합니다. 이는 시간 낭비로 이어지고, 불편함을 가중시킵니다.

필터 부족

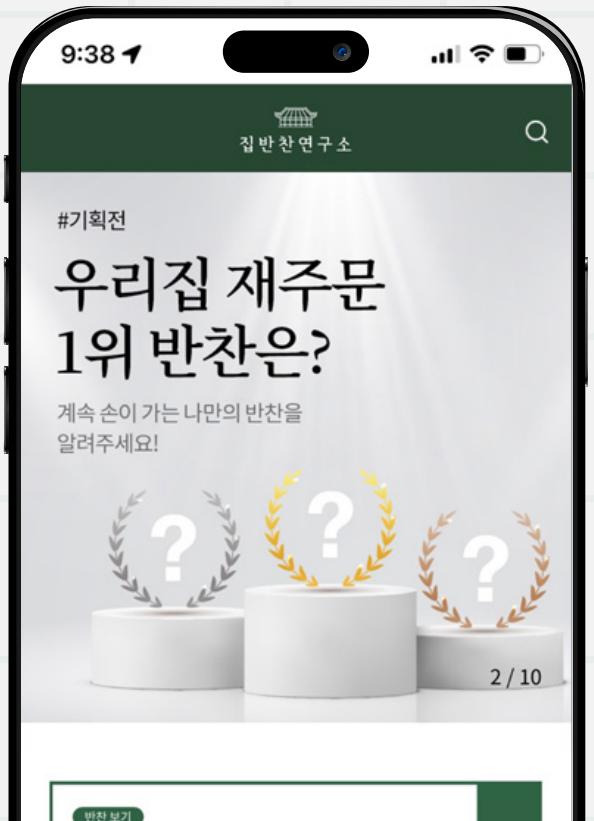
어플내에 필터가 없어 사용자는 원하는 음식이나 식단을 찾기 위해 일일이 메뉴를 클릭하거나 검색해야 합니다. 비건식, 알러지 정보, 가격대, 조리 시간 등 필터링 옵션이 강화되면 사용자들이 자신에게 맞는 상품을 빠르게 찾을 수 있을 것입니다. 필터 기능이 없으면 사용자는 원하는 제품을 찾는데 많은 시간을 소비하게 됩니다.



IMPROVEMENT

개선방법

시나리오를 기반으로 도출해낸 문제점을 해결할 개선방법



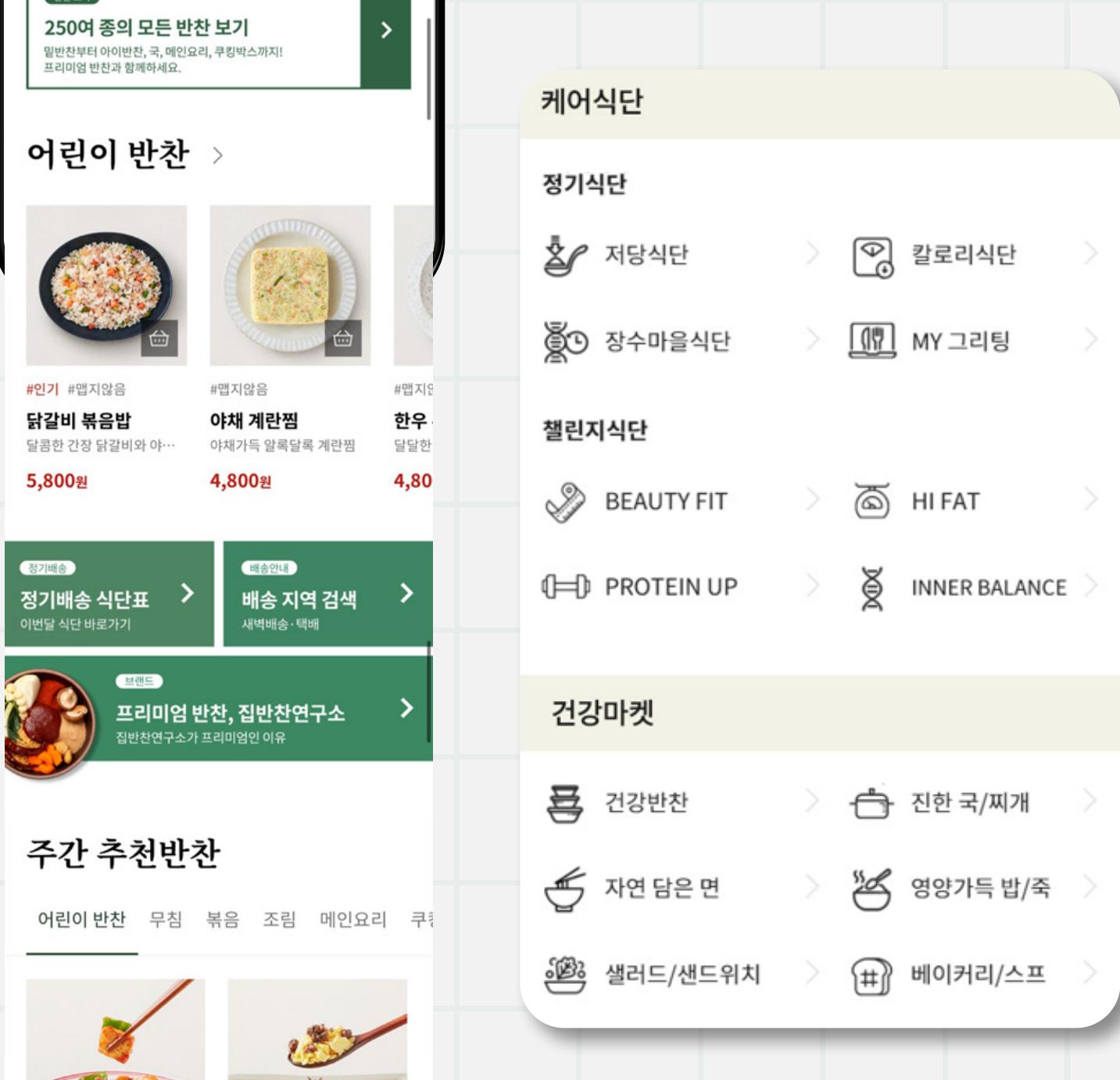
과도한 광고배너와 아이콘 사용

메인배너 활용

메인배너를 활용해서 지금 진행하고 있는 이벤트, 계절성 이벤트 등의 광고를 슬라이드 형식으로 배치하여 하단에 다른 광고가 들어가지 않게 한다.

미니멀하고 깔끔한 아이콘

라인으로 이루어진 깔끔한 아이콘을 사용하여 미니멀하고 현대적인 분위기를 연출하며 소비자의 이해를 돋는다.



케어식단

- 정기식단
 - 저당식단 > 칼로리식단
 - 장수마을식단 > MY 그리팅
- 챌린지식단
 - BEAUTY FIT > HI FAT
 - PROTEIN UP > INNER BALANCE

건강마켓

- 정기식단
 - 저당식단 > 칼로리식단
 - 장수마을식단 > MY 그리팅
- 챌린지식단
 - BEAUTY FIT > HI FAT
 - PROTEIN UP > INNER BALANCE
- 기획전 > 이벤트
- 신상품 > 베스트

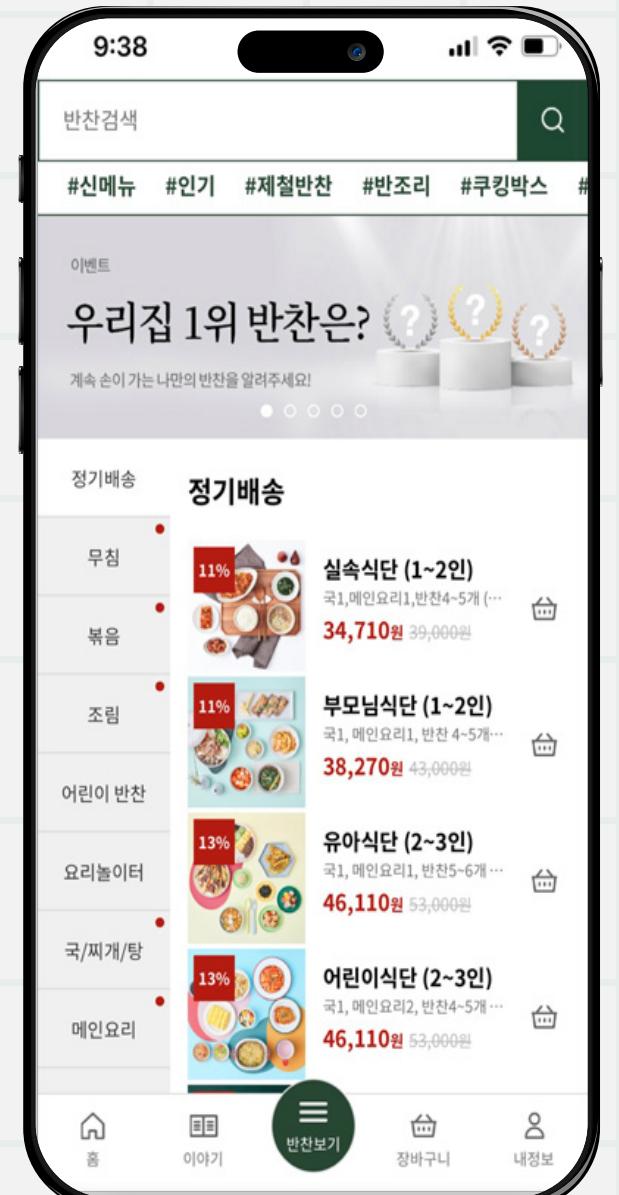
스토리

- 브랜드 소개
- 그리팅 매거진 > 그리팅TV
- 서비스
 - 배송안내
 - 모바일 이용권
 - 단체주문상담
 - 멤버십
 - 공지사항
 - 고객센터

실속없는 카테고리

다양한 카테고리 추가

카테고리 구조를 명확하게 구분하고, 사용자가 원하는 항목을 쉽게 찾을 수 있도록 한다. 예를 들어, '비건식', '단백질식', '채식주의자용 반찬'과 같은 세부 카테고리를 만들어 사용자가 선택할 수 있도록 배치한다.



자주 선택하는 메뉴 추천기능

사용자가 자주 선택하는 메뉴나 선호도를 반영해 카테고리를 동적으로 조정하여 사용자가 자주 찾는 반찬은 '자주 사용하는 카테고리'로 자동으로 배치해 빠르게 접근할 수 있게 한다.



필터 부족 문제 해결

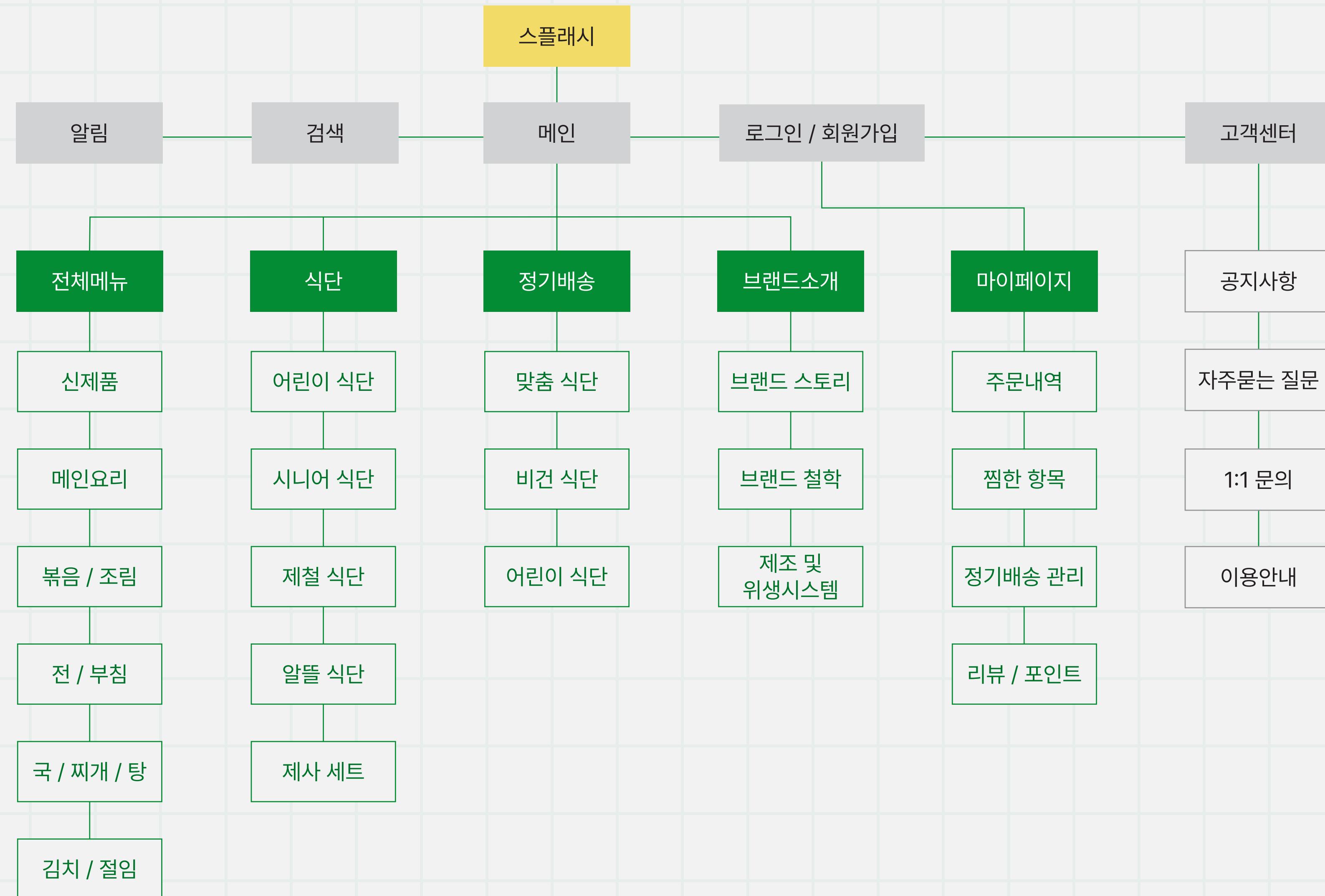
필터 기능 추가

비건식, 알러지 정보, 가격대, 조리 시간, 칼로리 등을 기준으로 필터링 할 수 있는 기능을 추가한다. 이를 통해 사용자가 원하는 제품을 빠르고 정확하게 찾을 수 있습니다.

고급 검색 기능 제공

고급 검색 옵션을 통해 사용자가 보다 세밀하게 자신에게 맞는 메뉴를 찾을 수 있도록 한다.

SITE MAP



STYLE GUIDE

Aa

여기어때 잘난체

Bold For Title

Typography

둥글고 부드러운 획을 통해 가정식 프랜드가 지향하는 편안함과 신뢰감을 시각적으로 표현합니다. 또한 읽기 쉬운 굵기와 리듬감 있는 자간으로 모바일 환경에서도 가독성을 확보하며 브랜드와 사용자의 거리감을 좁혀주는 역할을 합니다.

Pretendard

Bold, Regular For Body

Logo
#124b2b
R18 G75 B43

Main
#038c33
R3 G140 B51

Sub1
#777777
R119 G119 B119

Sub2
#ef8300
R239 G131 B0

Sub3
#fda4a4
R253 G164 B164

Color

전체 톤은 로고컬러를 모티브로 한 그린 계열의 메인 컬러를 중심으로, 사용자 경험에 안정감을 주는 중채도 그레이, 그리고 감각적인 오렌지·핑크 서브컬러를 포인트로 활용하여 집밥연구소의 신뢰감, 건강함, 따뜻한 정서를 시각적으로 전달할 수 있도록 구성하였습니다.

Icon



Button

비건 반찬

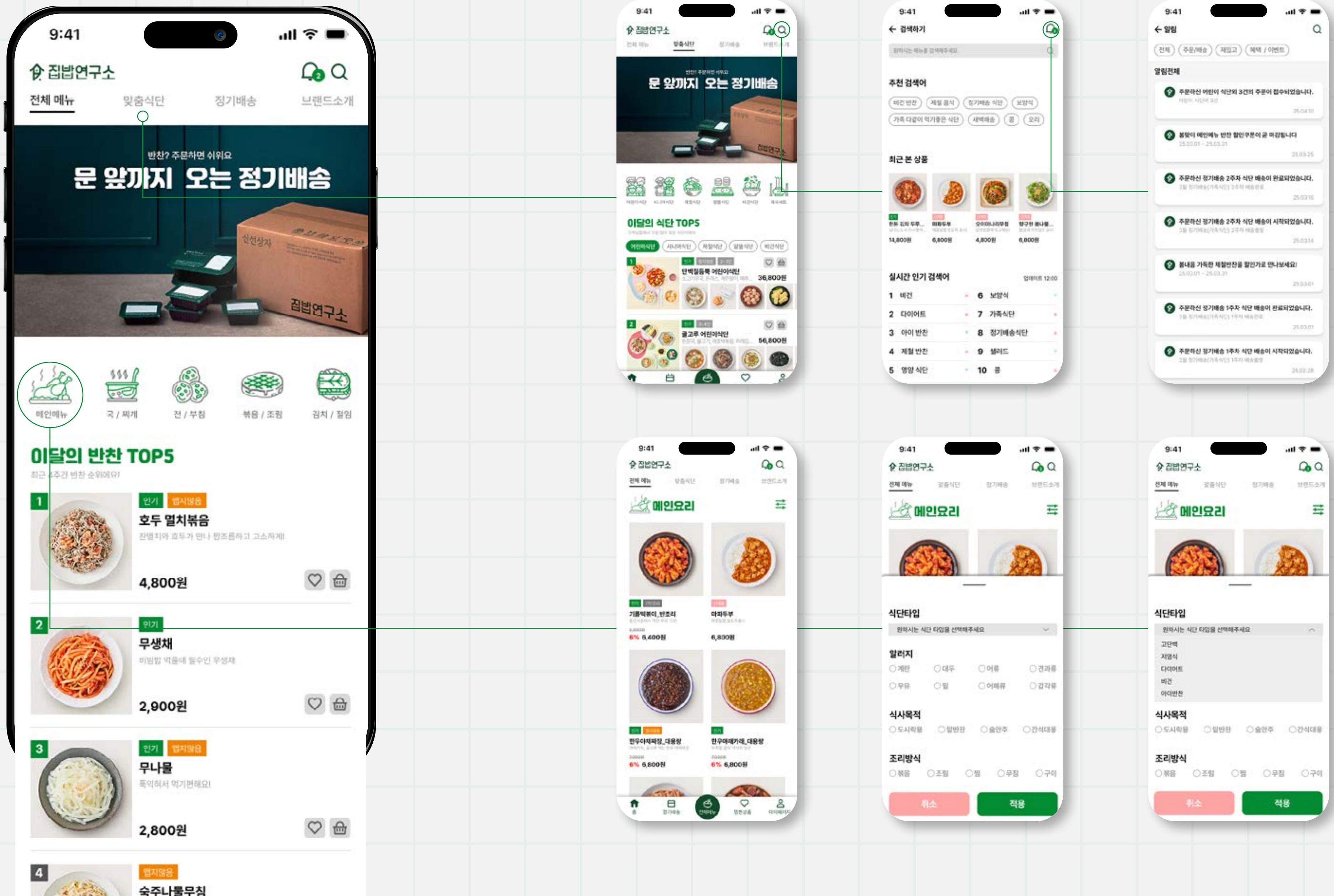
비건 반찬

장바구니
한번에 담기

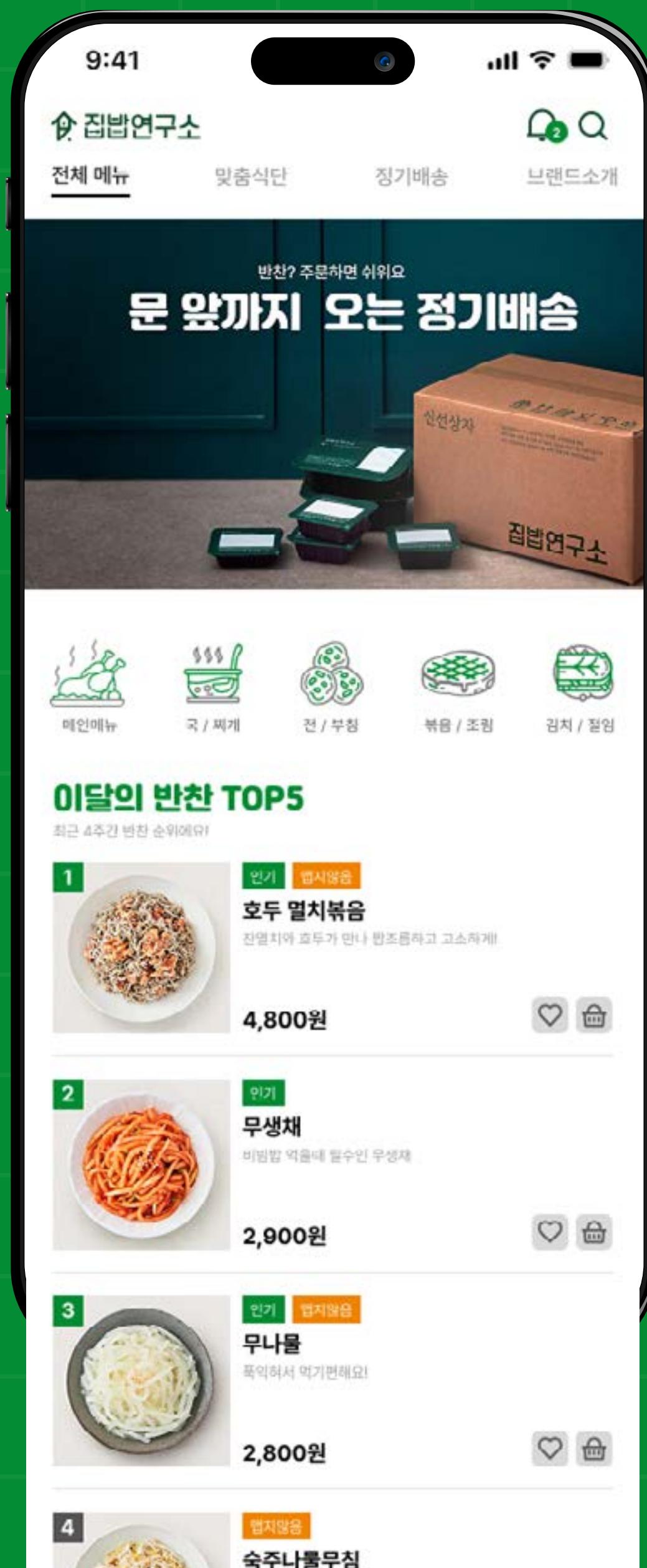
취소

적용

WORK FLOW



MAIN PAGE_ONBOARDING



메인 슬라이드 이벤트 이미지

메인 페이지 최상단에는 슬라이드 이미지 배너가 배치되어 다양한 이벤트 이미지가 순차적으로 노출되며, 광고 영역과 일반 콘텐츠 영역을 명확히 구분해 혼란 없이 정보를 전달 합니다.

메인페이지 카테고리

카테고리 메뉴는 아이콘과 텍스트를 함께 활용하여 직관적인 UI를 구현했습니다. 심플한 디자인과 직관적인 아이콘 배치로 사용자의 이해도를 높였습니다.

고객 추천/리뷰섹션

실제 고객이 선택한 반찬 구성을 '장바구니' 형태로 보여주며 신뢰를 유도하고, 리뷰가 있는 상품과 없는 상품 간의 차별화된 정보 제공으로 선택의 폭을 넓혔습니다.

자주 사용하는 버튼

화면 하단에는 홈, 정기배송, 전체메뉴, 회사소개, 마이페이지 등 자주 사용하는 주요 기능 버튼들이 고정되어 있습니다. 이는 사용자의 반복 행동 패턴을 고려한 구성으로, 앱 사용 시 빠르게 원하는 기능에 접근할 수 있어 UX 측면에서 높은 편의성을 제공합니다.

오늘 뭐먹지?

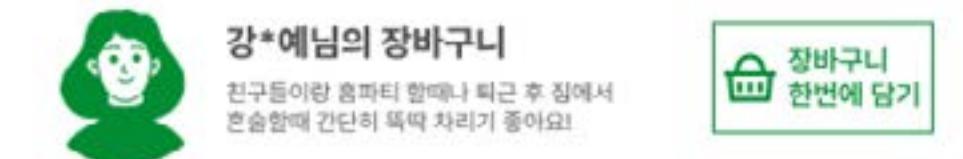
제철 반찬 고기 반찬 짐한 반찬 비건 반찬



신계풀	제철반찬	신계풀	제철반찬	신계풀	계절반찬
향긋한 봄나물무침	봄나물 가득 담은 요리!	오이미나리무침	입맛없을때 최고예요!	미나리 무침	항구하고 고소한 봄나물
6.800원	4.800원	4.500원			
6					

우리 집 식탁 위 베스트 반찬

강*예님 추천 오*원님 추천 강*늘님 추천 김*훈님 추천



인기	인기	인기	인기
한돈 김치 두루...	기름떡볶이	파릇하게 먹는 반찬	옥수수 버무리
남네노느 누구니 좋아...	용인시장에서 막던 바...	매콤아삭한, 매콤김치...	밀고 먹을수 있는 건강...
14,800원	6,400원	12,800원	4,800원



반찬은 역시, 집밥연구소

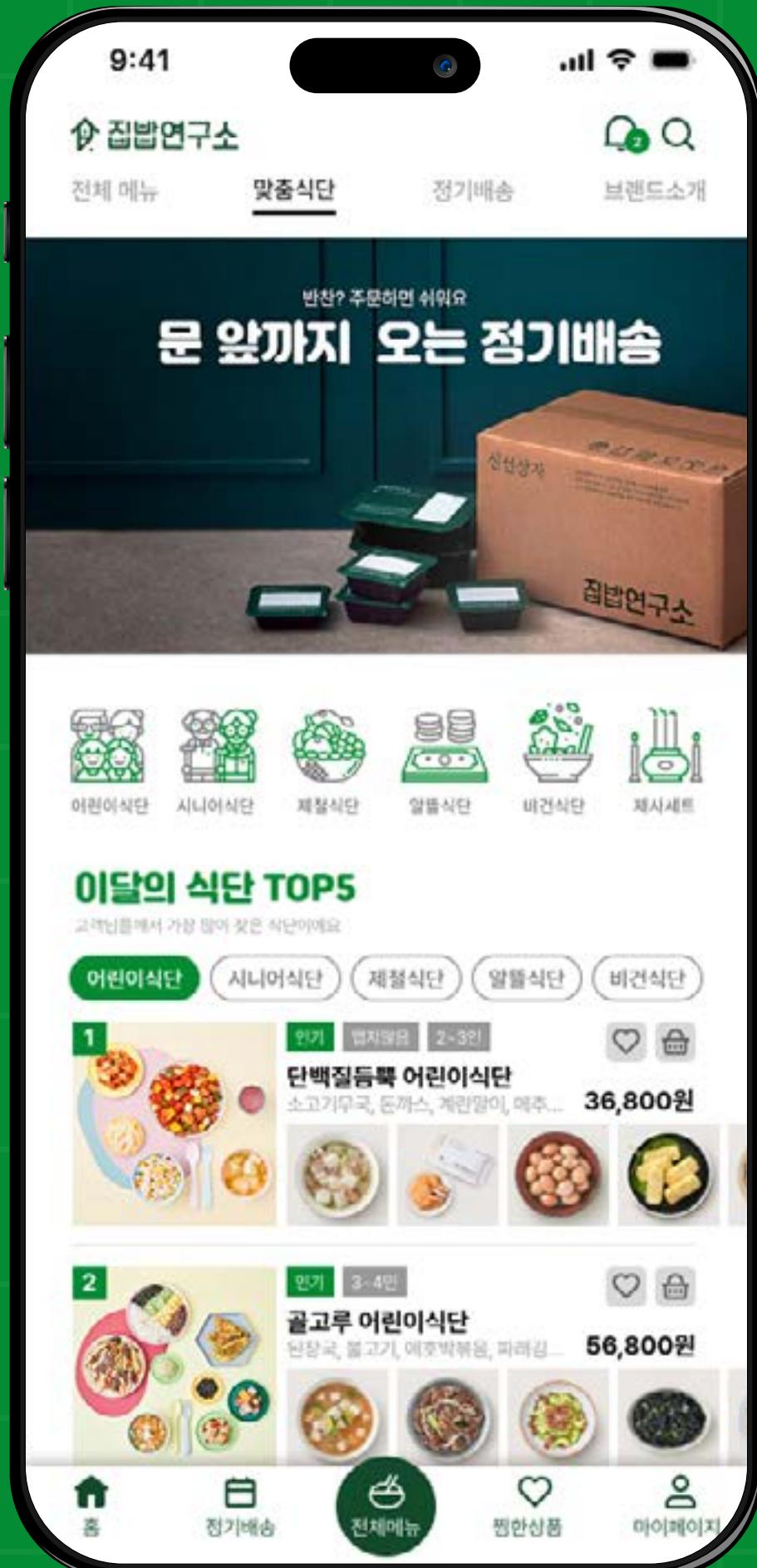
상호명: 농업회사법인 소생로컬푸드 주식회사 / 대표: 김윤미 / 주소: 경상북도 영천시 도남공단3길 15 소생로컬푸드 (우 : 38898)

사업자번호: 505-81-74781 / 등록번호: 2019-경북영천-0038 / 대표번호: 010-7500-0600 / 팩스번호: 054-331-6040 / 이메일: homefood0600@naver.com

이용약관 개인정보처리방침 회사소개 이용안내

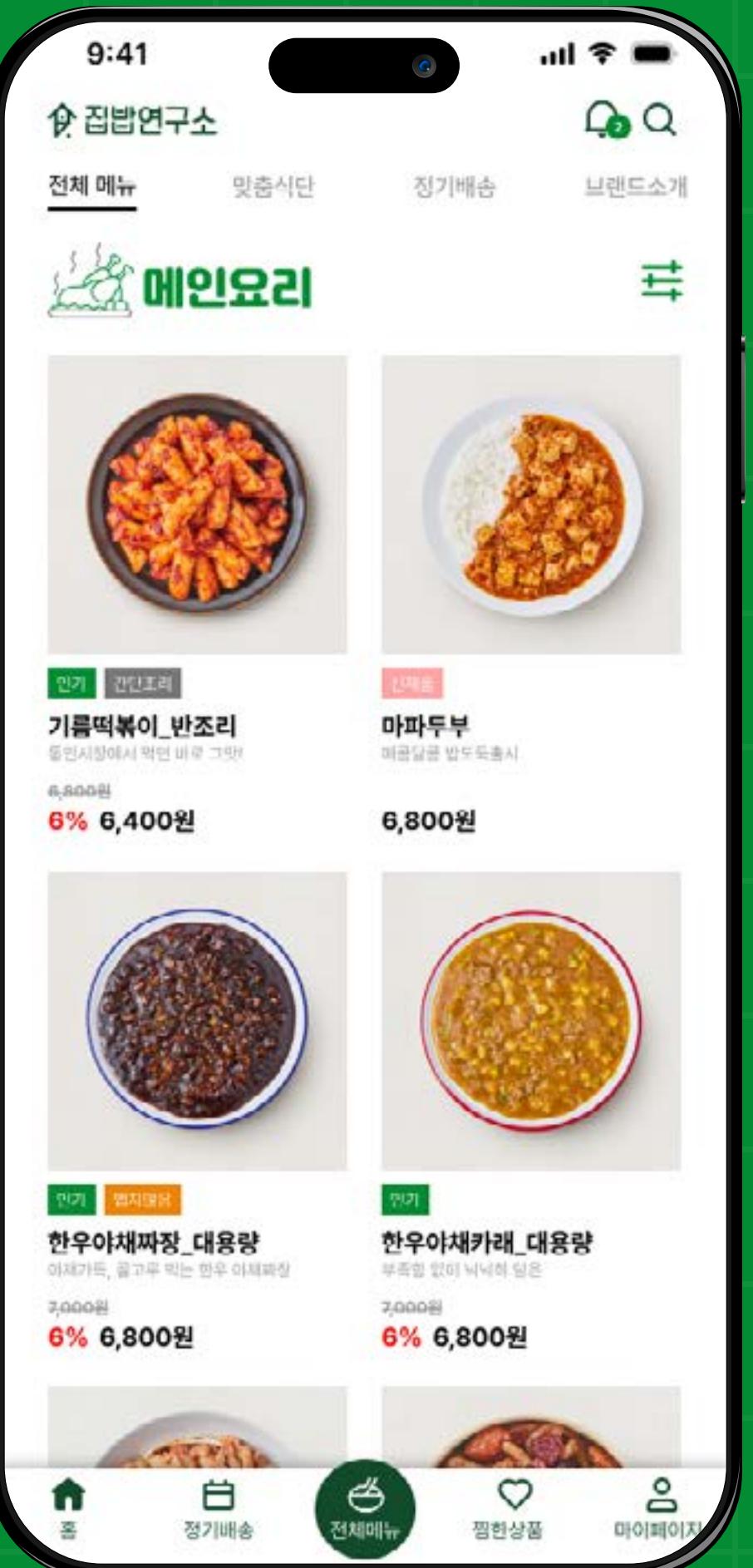


SUB PAGE 01_ONBOARDING



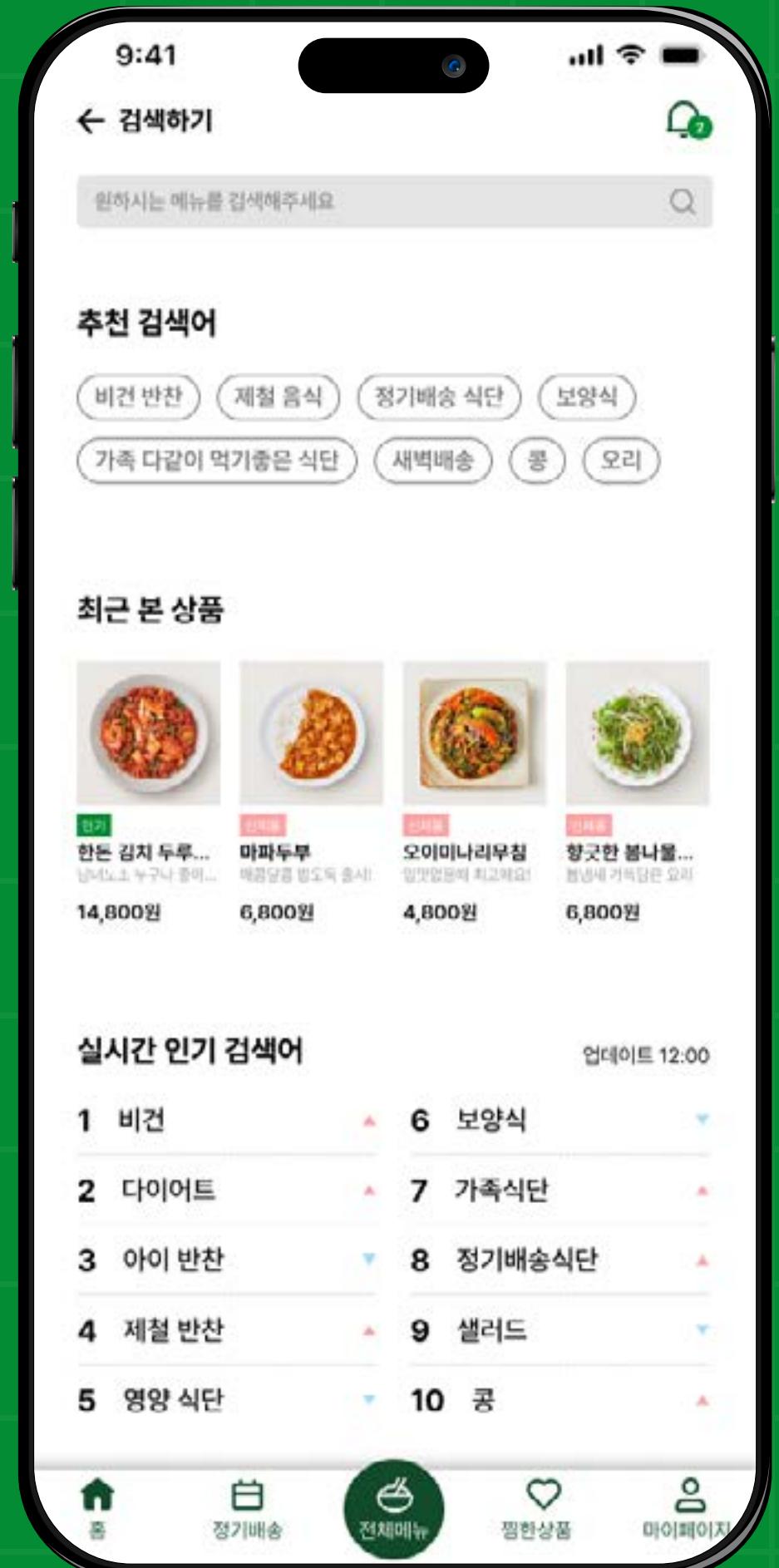
맞춤반찬 페이지

개인 맞춤 식단을 제공하는 홈 화면으로, 카테고리별 아이콘과 인기 반찬 TOP 리스트를 시각적으로 배치해 사용자의 빠른 탐색을 돋룹니다.



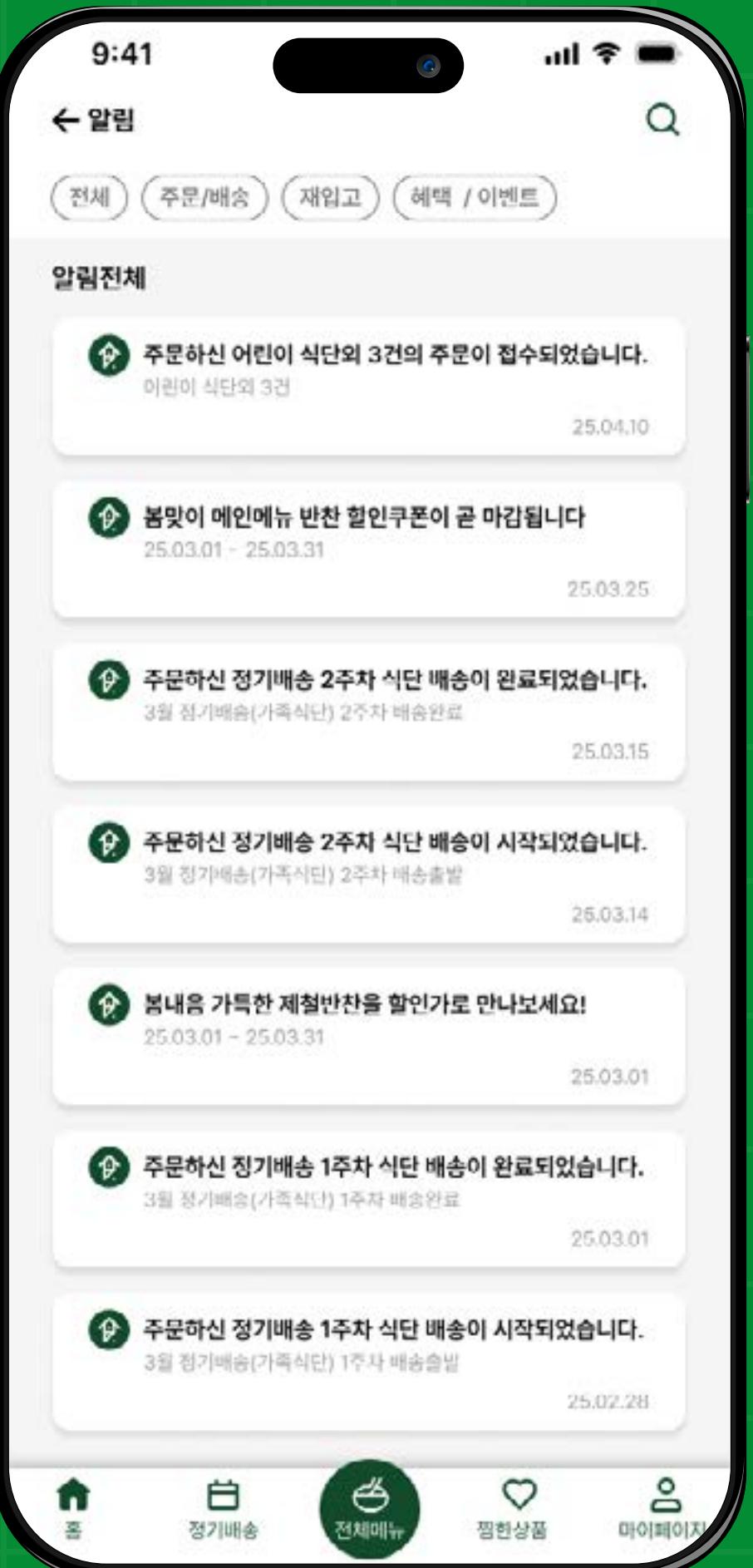
서브 페이지

전체메뉴 카테고리의 메인요리 페이지로 다양한 필터가 구성되어 있으며 할인 정보와 가격이 직관적으로 표기되었습니다.



검색 페이지

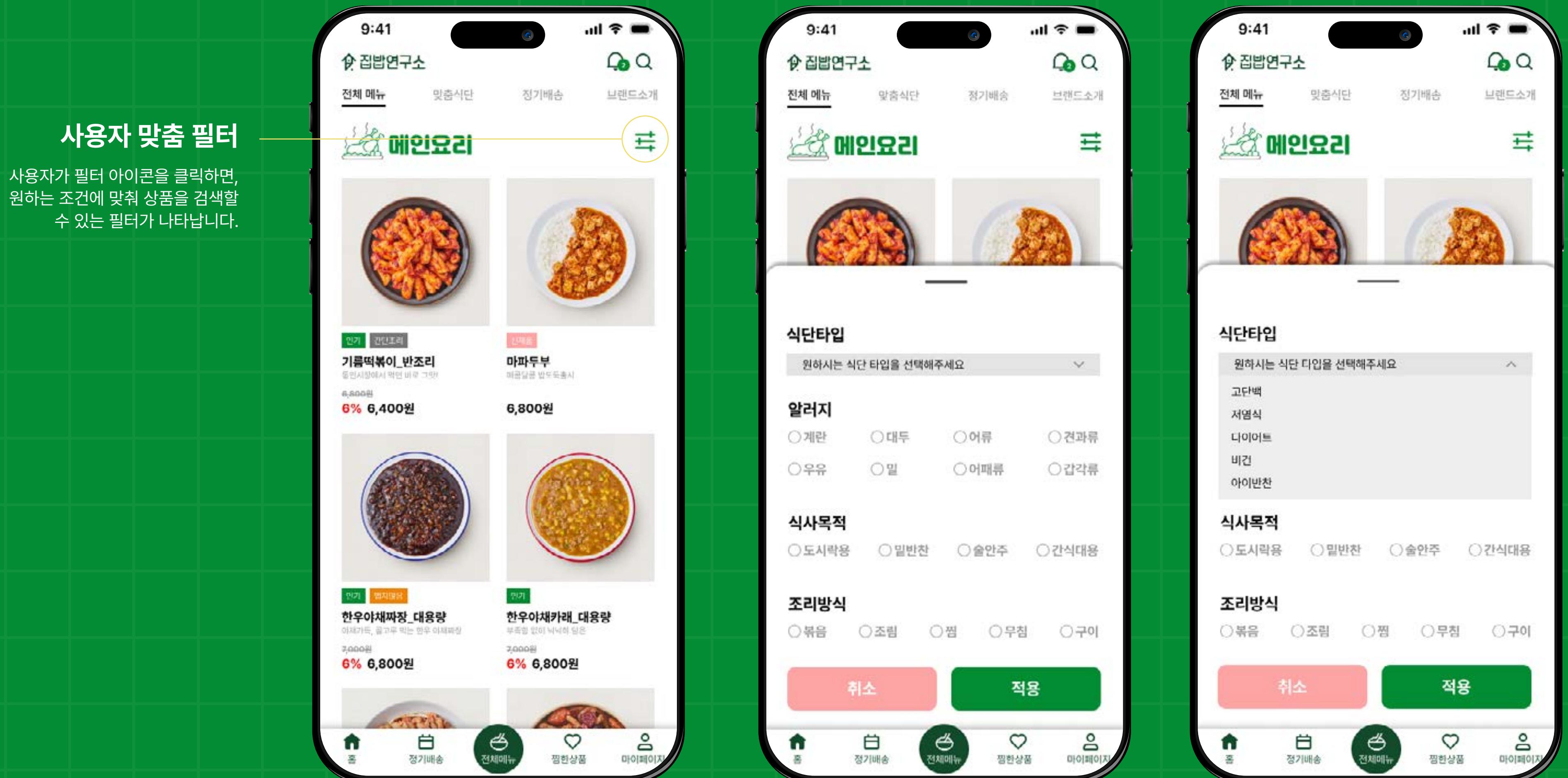
사용자가 둘보기 아이콘을 클릭했을 때 노출되는 화면으로, 추천 검색어, 최근 본 상품, 인기 검색어 순위가 함께 제공되어 탐색 편의성을 높였습니다.



알림함 페이지

정기배송 일정, 프로모션, 주문 안내 등 주요 정보를 한눈에 확인할 수 있는 알림함 화면입니다.

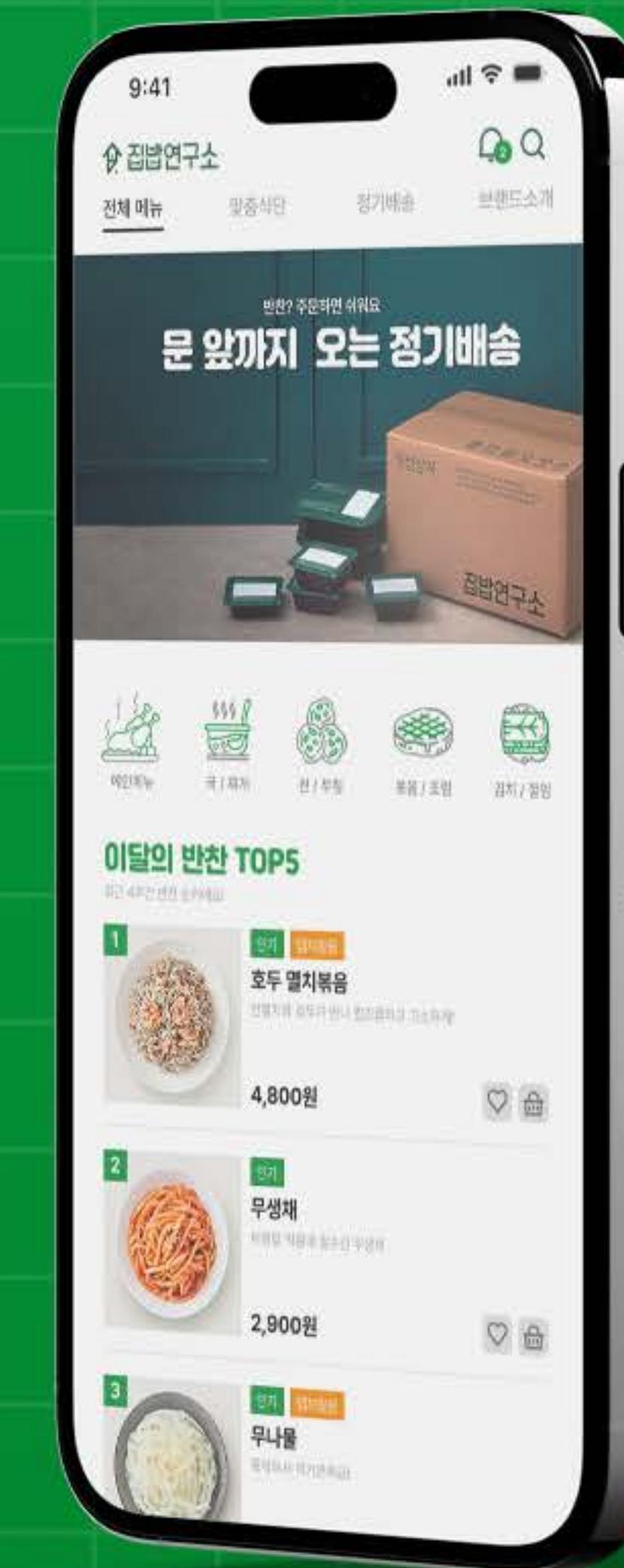
SUB PAGE 02_ONBOARDING



필터_팝업화면

식단 유형, 알러지 정보, 식사 목적, 조리 방식 등의 다양한 조건을 선택하여 원하는 메뉴를 세분화된 기준으로 탐색할 수 있도록 구성된 필터 화면입니다.

PROTOTYPE



감사합니다