

UI구현

[2001020708_19v3]

1. UI 설계 검토하기
2. UI 구현 표준 검토하기

송윤정

과정명: [디지털컨버전스] 뷰(Vue) 활용 프론트엔드 개발자 양성과정 22-1

교과목명: 어플리케이션 프로그래밍 및 구현

주제

: UI 구현을 위한 웹사이트 아이템 선정과 리뉴얼 제작에 필요한 GUI 가이드 및 내용을 기획하시오.

평가기준 기본사항

1. 제작할 웹사이트의 아이템 선정과 기획의도를 서술 할 수 있다.
2. 웹 사이트의 콘셉트 키워드 및 메인 · 서브 타겟을 구분하여 사용자를 선정 할 수 있다.
3. 웹 사이트 콘셉트를 반영한 컬러와 폰트 플랜을 도출 할 수 있다.
4. 웹 사이트에서 사용될 컴퍼넌트의 GUI 가이드 디자인을 정의 할 수 있다.
5. GUI 가이드 내용으로 컬러, 텍스트와 같은 내용을 포함하여 제작 할 수 있다.

Project 이마트몰 리뉴얼

목차

- A. 웹사이트 아이템 선정 & 기획의도
- B. 웹 사이트 콘셉트 키워드
- C. 메인 · 서브 타겟
- D. 웹 사이트 컬러 & 폰트 플랜
- E. Component GUI 가이드 디자인

웹사이트 아이템 선정 & 기획의도

아이템 선정

이마트몰 (Everyday low price MART)



기획의도

온라인 장보기는 우리의 일상이 되어가고 있다.

1인 가구 증가, 코로나 바이러스로 인한 거리두기 정책 등의 이유로 온라인 장보기 비율은 더욱 증가하고있다.

온라인 장보기 비율은 3년 전보다 43%나 증가했으며 20대는 75%, 30대는 59% 증가세를 보인다.

온라인 시장이 더욱 중요해진 이 시점에

이마트 설립일(1993년 11월 12일) 28주년을 맞아 새로운 브랜드 이미지를 보여주고자 한다.

20-30대 젊은 층을 타겟으로 사용성과 직관성을 가지면서도 트렌디하게 웹 사이트를 리뉴얼 해보고자 한다.

온라인 장보기 '일상' 됐다... G마켓·옥션 '랜선 장보기 페어' 진행

입력 2023-10-12 오전 11:02



온라인 장보기 증가 그래프. (제공: 옥션)

온라인 장보기 3년 전비 43% 증가
20대 랜선 장보기 75% '크게 늘어'
탄산음료·생수·전통주 등 음료 인기

온라인 장보기 일상화 → 편리하게 이용할 수 있도록 콘텐츠 구성 필요.

[천지일보=황해연 기자] 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 지속으로 식품, 생필품 등을 온라인에서 구매하는 이른바 '랜선 장보기'가 일상화되고 있다.

실제 G마켓과 옥션에 따르면 지난 1~9월 대표적인 장보기 상품군의 거래액이 코로나19 발생 이전인 3년 전 동기(2018년 1~9월) 대비 43% 증가했다. 집계 대상은 가공식품, 신선식품, 건강식품, 바다·해어, 생필품, 커피·음료 등 총 6개 카테고리다.

상품군별 거래액을 살펴보면 건강식품(67%)과 가공식품(61%)이 가장 큰 폭의 증가세를 보였다. 이 외 신선식품(38%), 커피·음료(36%), 생필품(28%), 바다·해어(7%) 등으로 거래액이 늘었다. 매장을 방문하기 어려운 상황에서 배송 중 변질의 우려가 적고 구매 빈도가 많은 상품군이 특히 인기를 끄는 것으로 보인다.

연령별로는 20대 MZ세대의 랜선 장보기가 75% 증가해 가장 크게 늘었다. 그 뒤로 30대(59%), 40대(47%), 60대 이상(41%), 50대(34%) 순으로 이어졌다.

20대가 3년 전과 비교해 가장 많이 구입한 품목은 음료류로, 탄산음료(390%), 생수·탄산수(192%), 기능성 음료(187%) 등이 인기상품 TOP 5에 이름을 올렸다. 전통주(176%) 구매도 큰 폭으로 증가했다. 30대는 수산물·가공식품, 냉동·간편 조리식품 등 간단하게 한 끼를 해결할 수 있는 가공식품류를, 4050세대는 간식 및 식사 대용으로 즐길 수 있는 빵과 떡 등을 많이 구입했다.

김은신 G마켓 마트뷰티실 실장은 "코로나19 2년 차를 지나면서 먹거리, 생필품 등 각종 장보기 상품도 온라인을 통한 비대면 쇼핑이 보편화되고 있다"며 "이러한 수요에 맞춰 보다 합리적인 가격과 혜택으로 랜선 장보기를 즐길 수 있도록 대형 브랜드사와 함께 관련 프로모션을 정기적으로 선보이고 있다"고 말했다.

G마켓과 옥션은 오는 24일까지 '랜선 장보기 페어' 프로모션을 열고 관련 인기 상품을 최대 48% 할인가에 판매한다. 쇼핑 편의성을 높이기 위해 행사 메인관을 비롯해 '간편집밥&홈카페' '10월 제철식품' '우리가족 건강관리' '우리집 생활 필수품' '가을 스킨케어&뷰티' 등 테마별로 페이지를 제작해 다양한 쿠폰 혜택과 추천 상품을 선보인다.

전 회원을 대상으로 최대 5000원까지 할인되는 '15% 할인쿠폰'이 제공된다. 멤버십 '스마일클럽' 회원에게는 '20% 할인쿠폰'이 한 장 더 제공된다. 해당 쿠폰은 총 5개의 상품관별로 매일 1회씩 다운로드 가능하다. 간편 결제 '스마일페이'에 등록된 삼성카드로 결제 시 매일 1회 '5% 중복할인쿠폰'도 제공된다. 특가 상품은 메인관을 통해 매일 자정마다 사이트별 4개씩 공개될 예정이다. 이날 G마켓은 ▲브라운 네이처 마일드 70매 캡(10+10팩) ▲21년산 국산 찰흑미(500g×3개) 등을, 옥션은 ▲홀라이프 로얄 비타민D 5000 IU(180캡슐, 6개월분) 등을 선보인다. 오는 13일 G마켓은 ▲하이윤 프로틴 밸런스(340g×2캔) ▲착한떡 꿀백설기(총 40개입) 등을, 옥션은 ▲스파클생수(500ml×60병, 무료배송) ▲B7 약산성 탈모샴푸 2+1 등을 판매한다. 이 외에도 10월의 제철식품, 디저트, 간편 장보기 등 테마별 코너도 선보인다.

#천지일보 #옥션 #G마켓 #온라인장보기 #증가 #수요 #MZ세대 #음료 #코로나19 #랜선장보기 #일상화

저작권자 © 천지일보 - 새 시대 희망언론 무단전재 및 재배포 금지기사제보지면구독신청

[오늘의 앱] 달라진 세상, 누워서 장도 보고, 어떤 앱이 장보기 좋을까?

김다솜 승인 2022.01.18 14:04

불과 몇 년 전만 하더라도 두백이 혼족에게 마트 장보기란 쉽지 않은 일이었다. 마트가 걸어서 3~5분 거리에 있는 게 아니고서야, 그 많은 짐을 들고 혼자 집까지 오는 게 쉬운 일은 아니니 말이다.

그러다 보니 마트에서 사면 훨씬 싸게 살 수 있는 물건들도 가까운 편의점에서 구매하게 됐다. 자취 초기 요리와 담을 쌓고 살았던 이유 중에 하나로 요리 재료에 대한 접근성이 떨어지기 때문이었다.



© gettyimagesbank

하지만 쿠팡 로켓프레시를 시작으로 최근 몇 년 사이 온라인 장보기가 활발해졌다. 코로나19를 기점으로 **퀵커머스 경쟁이 심화되며** 주문한 물건을 받아볼 수 있는 시간도 '다음날 새벽'에서 '주문 당일'로 단축됐다.

앱 스토어에서 '장보기'를 검색하면 수많은 앱이 나온다. 비슷비슷, 고만고만해 보이는 앱을 중1인기가가 눈여겨볼 만한 장보기 앱은 뭐가 있을까?

요리가 귀찮아? '쿠팡 & 웡잇'



플레이스토어 스크린샷 쿠팡(위) 웡잇(아래)

할 수 있는 요리라곤 통조림 햄 굽기 정도라는 혼족들이라면 자연스레 간편식을 즐겨 찾게 된다. 쿠팡과 웡잇 두 앱 모두 간편식을 주력으로 내세우고 있다. 두 앱 간의 차이가 있다면 쿠팡에서는 자체 개발한 PB 제품들을 많이 볼 수 있는 반면, 웡잇은 전국 맛집과 콜라보한 밀키트 제품을 주로 판매한다.

쿠팡의 경우, '쿠팡배송' 상품을 4만원 이상 구매 시 무료배송되며, 2000원을 추가 결제하면 새벽배송도 가능하다. 5만원 이상 구매하면 무료로 새벽배송을 받을 수 있다. 쿠팡 새벽배송은 매일 밤 8시 주문 마감되며, 다음날 새벽 1시에서 7시 사이 도착한다.

웡잇은 토요일을 제외한 매일 오후 7시까지 주문 시 다음날 오전 7시 이전 도착한다. 일반 배송을 선택할 경우 예약 배송일을 지정할 수도 있다. 배송비는 3000원으로, 4만원 이상 구매 시 무료 배송된다.

지금 당장 필요하다면 'B마트'



플레이스토어 배달의민족 스크린샷

배달의민족이 서비스하는 B마트는 지금 당장 급하게 장을 봐야 할 때 사용하기 좋다. 지금 주문하면 1시간 이내 도착하는 것이 B마트의 가장 큰 장점이다. 신선식품부터 생필품까지 생각보다 다양한 제품을 빠른 시간 내에 구매할 수 있다.

최소 주문금액은 1만원이며, 기본 배달료는 3000원이다. 3만원 이상 구매 시 무료 배달이 적용된다. 쿠폰을 적용하지 않는 한 가격적 메리트는 낮기 때문에 급할 때만 이용하는 것을 추천한다.

배달의민족에 가장 큰 경쟁자인 쿠팡이츠도 지난해 말부터 '쿠팡이츠 마트'를 시범 운영 중이다. 외주영역으로 라이더를 운영하는 B마트와 달리 쿠팡이츠 마트는 기존 쿠팡이츠 기조 그대로 라이더를 직고용한 것이 특징이다. 올해 쿠팡이츠 마트의 본격적인 서비스 확장이 시작되면 양사 간의 경쟁구도도 더욱 심화될 것으로 보인다.

할인적립 알뜰하게 챙기자 'CJ 더마켓 & 네이버장보기'



플레이스토어 스크린샷 CJ 더마켓(위) & 네이버장보기 홈페이지 스크린샷 (아래)

온라인 장보기 활발, 퀵커머스 경쟁 심화
→ 차별화를 위해 고객에게 흥미있고 새로운 콘텐츠 제시 필요.

앱 더치하면 장보기 끝!...전통시장, 이제 안방서 즐긴다



각 상점에서 주문받은 상품을 모아 하루 3번 배송하는 배송센터. 하루 80~100건을 배송한다. 신원건 기자 spat@donga.com

앉아서 손님이 오기만 기다리는 전통시장의 시대는 끝났다. '총알배송' '새벽배송' 시대에 전통시장도 달라지고 있다. 전통시장이 낫잡았던 젊은층도 이제 안방서 전통시장을 즐긴다. '비대면' 시대에 온라인에서 새로운 활로를 찾고 있는 전통시장의 변화를 소개한다.

11일 오후 서울 강동구 암사종합시장. '허브닭강정' 이필남 사장(52)은 발이 땅에 붙어 있을 틈이 없었다. 직접 닭강정을 사가는 고객을 응대하는 틈틈이 온라인 주문 물량을 포장해 공동 배송센터로 보내야 한다. 가게에서 150m가량 떨어진 '동네시장 장보기' 공동배송센터 바구니에는 1부터 100까지 번호가 적혀 있다. 고객별 주문 번호다. 바구니의 3분의 1가량은 각종 반찬과 과일 등이 차곡차곡 쌓여 있었다. 센터에 모인 상품은 낮 12시, 오후 2시 반, 5시 반에 출고된다. 각 가정에서는 대개 2시간 이내에 물건을 받을 수 있다.

● 강동구 넘어 성남까지 '온라인 날개' 달다

1978년 문을 연 암사시장은 최근 상권을 강동구 뿐 아니라 인접 구, 경기 성남시와 구리시 일대까지 넓혔다. 온라인 주문이 활성화되면서 젊은 고객층의 유입도 늘었다.

이런 변화가 시작된 건 국내 전통시장 최초로 2018년 말 네이버 '동네시장 장보기' 서비스를 시작한 뒤부터다. '암사시장'을 검색해 들어가면 품목별로 상품을 골라 담을 수 있다. 16일 현재 3만8676명이 '평화기'를 높였다. 시장 상인들이 이 서비스를 통해 올리는 매출은 월평균 1억 원. 최근엔 '빈손 장보기' '놀러와요 시장' 등 유사한 플랫폼도 입점해 장보기가 더 편리해졌다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 위기를 넘기는 데도 온라인 장보기의 역할이 컸다. 고객들이 북적이는 시장 방문을 꺼리게 되자 매출 감소를 피할 수 없었다. 하지만 코로나19 전부터 온라인 판로를 개척해 둔 덕분에 위기는 오히려 기회가 됐다. 2019년 하반기 1223건이었던 동네시장 장보기 주문 건수는 2020년 상반기 4424건, 하반기 8193건으로 급증했다. 올 상반기 9808건으로 하반기 1만 건 돌파가 예상된다.

허브닭강정은 암사시장 동네시장 장보기 주문의 약 4분의 1을 차지하는 온라인 '핫스팟'이다. 지난해 상반기 772건이었던 온라인 주문은 올 상반기 2456건으로 3배 이상으로 늘었다. 온라인 주문 매출만 월평균 200만 원가량이다. 이 사장은 "시장 주변에 대형 치킨 프랜차이즈 상점이 들어와 타격이 있었지만, 온라인 단골 고객을 덕분에 매출을 유지할 수 있었다"고 했다. 그는 "기존 배달 애플리케이션(앱)보다 수수료가 30%가량 낮아 상인들의 만족도가 높다"며 웃었다.

● 손님 감소 우려했지만 온·오프라인 고객층 달라

온라인 배달 서비스를 상인들이 처음부터 반겼던 것은 아니다. 입점 초기 참여 상점은 10여 곳에 불과했다. '온라인에 익숙해져 고객들이 안 오면 어떡하느냐'는 반대도 많았다. 대면 서비스에 익숙한 상인들에게 시장의 활기가 떨어질지도 모른다는 불안감이 컸다.

하지만 온라인과 오프라인 소비자는 크게 겹치지 않았다. 온라인으로 유입되는 고객은 기존에 배달앱이나

온라인 유입고객은 젊은 층도.
→ 젊은 고객들을 위한 콘텐츠 구성 필요.

대형마트를 주로 이용하던 젊은층이 많았다.

반찬가게 '순수한천' 김영주 대표(46)도 이런 수요 변화에 발 빠르게 대응해 고객을 늘렸다. 기존에 매장을 찾던 중장년 주부 고객들이 며칠씩 먹을 반찬을 푸짐하게 사간다면, 온라인의 젊은 고객들은 하룻저녁 먹을 반찬을 찾는 경우가 많았다. 김 대표는 "1인 가구가 저녁 한 끼를 든든히 먹을 수 있게 반찬 3종 세트 등을 마련했는데 고객 반응이 좋았다"며 웃었다. 현재는 온라인 주문이 전체 매출의 절반을 차지할 만큼 비중이 커졌다.

암사시장 130여개 상점 중 절반가량이 온라인 주문을 받는다. 참여하지 않는 가게는 품목 가격 변동이 심해 매일 온라인 가격 조정이 어려운 경우, 혼자 가게를 운영해 배송센터 전달이 어려운 영세 업체 등이다.

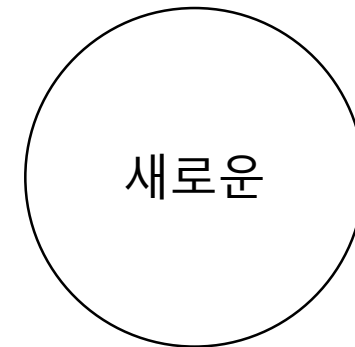
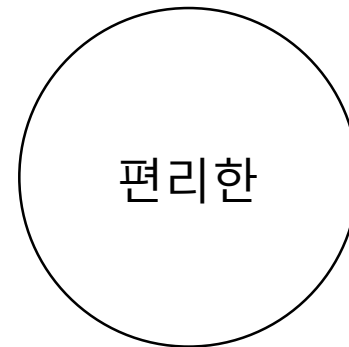
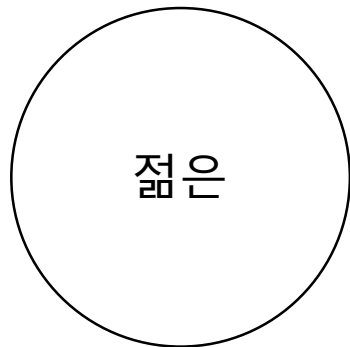
전통시장이 예전의 명성을 되찾기까지는 아직 갈 길이 멀다. 촉발가게를 운영하는 최병조 상인회장은 "과거 전통시장 지원이 시설 개선 등에 집중됐지만 이를 통해 고객을 끌어들이는 데는 한계가 있었다"며 "대형마트, 유통업체 등과 경쟁하려면 온라인 판로 개척에 더 적극적으로 나서야 한다"고 말했다.

박성민 기자 min@donga.com

Copyright © dongA.com. All rights reserved.

웹 사이트 콘셉트 키워드

기획 컨셉 (방향성)



메인 · 서브 타겟

메인 타겟

유행에 민감한 20-30대 젊은 자취생 남자, 여자.

서브 타겟

경제 활동을 하며 요리에 흥미가 있는 사람.




집을 좋아하는 집돌이, 집순이.

트렌디한 라이프스타일을 꿈꾸는 남녀 모두.

웹 사이트 컬러 & 폰트 플랜

컬러 플랜

*이마트몰의 포인트 컬러 적용.

Point Color	Yellow	#ffd140	
Main Color	White	#ffffff	
Sub Color	Black	#000000	

폰트 플랜

*가시성을 고려하여 노토산스(본고딕) 폰트를 일괄 적용.
굵기와 폰트 사이즈로 구분.

제목 폰트	노토산스	16pt, Bold, #000000
본문 폰트	노토산스	14pt, #000000

Noto Sans

Regular 400 at 16px

이 선언의 어떠한 규정도 어떤 국가, 집단 또는 개인에게 이 선언에 규정된 어떠한 권리와 자유를 파괴하기 위한 활동에 가담하거나 또는 행위를 할 수 있는 권리가 있는 것으로 해석되어서는 아니된다. 모든 인류 구성원의 천부의 존엄성과 동등하고 양도할 수 없는 권리를 인정하는 것이 세계의 자유, 정의 및 평화의 기초이며, 인권에 대한 무시와 경멸이 인류의 양심을 격분시키는 만행을 초래하였으며, 인간이 언론과 신앙의 자유, 그리고 공포와 결핍으로부터의 자유를 누릴 수 있는 세계의 도래가 모든 사람들의 지고한 열망으로서 천명되어 왔으며, 인간이 폭정과 억압에 대항하는 마지막 수단으로서 반란을 일으키도록 강요받지 않으려면, 법에 의한 통치에 의하여 인권이 보호되어야 하는 것이 필수적이며, 국가간에 우호관계의 발전을 증진하는 것이 필수적이며, 국제연합의 모든 사람들은 그 현장에서 기본적 인권, 인간의 존엄과 가치, 그리고 남녀의 동등한 권리에 대한 신념을 재확인하였으며, 보다 폭넓은 자유속에서 사회적 진보와 보다 나은 생활수준을 증진하기로 다짐하였고, 회원국들은 국제연합과 협력하여 인권과 기본적 자유의 보편적 존중과 준수를 증진할 것을 스스로 서약하였으며,

Component GUI 가이드 디자인

Component	표기
Button	btn
Calendar	cal
CheckBox	chk
Combo	combo
Flash	flash
Grid	grid
GroupBox	gb
ListBox	lb
Radio	rad
Tab	tab
TabPage	tabp
TextArea	texta

구분	상세	디자인	
공통 버튼	2글자 버튼		#6f64a9, 10px
	3글자 버튼		#6f64a9, 15px
	4글자 버튼		#6f64a9, 20px
			
:Hover	2글자 버튼		#000000, 10px
	3글자 버튼		#000000, 15px
	4글자 버튼		#000000, 20px

요구사항 확인

[2001020201_19v4]

1. 현행 시스템 분석하기
2. 요구사항 확인하기
3. 분석모델 확인하기

송윤정

과정명: [디지털컨버전스] 뷰(Vue) 활용 프론트엔드 개발자 양성과정 22-1

교과목명: 어플리케이션 프로그래밍 및 구현



경쟁사 분석

송윤정

Project 이마트몰 경쟁사, 자사 분석

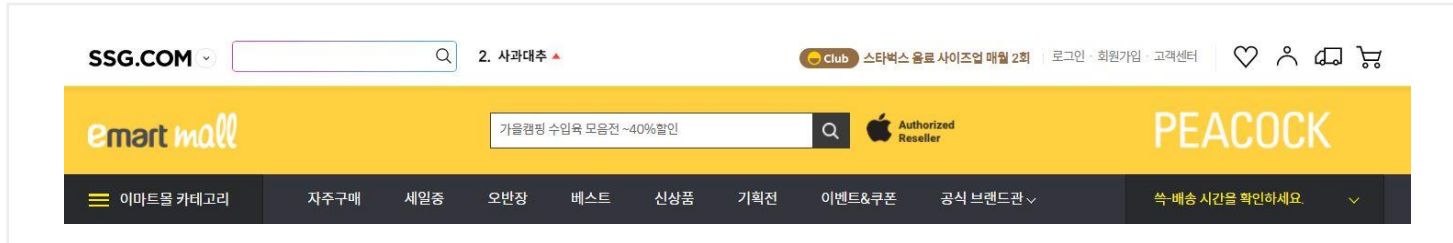
마켓컬리/ 쿠팡/ 홈플러스/ 프레딿/ GS Fresh Mall

목차

- A. 네비게이션, UI 분석
- B. Contents 스타일 분석
- C. 세부 디자인 분석
- D. 마케팅 요소 분석
- E. 리뉴얼 방향

네비게이션, UI 분석

emart mall



a



b



c



Header는 심플하게 구성

- GNB :
Text – 로그인/ 회원가입/ 고객센터
Icon – 마이페이지/ 찜/ 장바구니
- Logo : 왼쪽 정렬
- Header 가운데 검색창 제공
- LNB :
전체 카테고리/
신상품/ 베스트/ 세일중/ 기획전
+택배배송
- 포인트 컬러 사용
- 타사에 비해
Header에 많은 정보 구성 되어있음.
→ 간소화 예정

네비게이션, UI 분석

emart mall



Wing banner

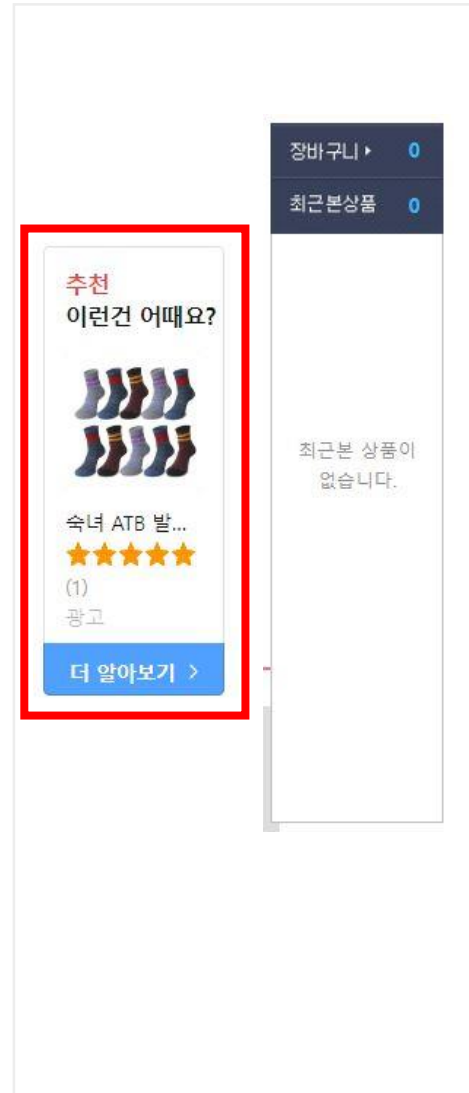
- 최근 본 상품/ 배송확인
- 최근 본 상품에 :hover 시 장바구니
- Top 버튼은 슬라이드 시 제공
- 추천 상품 제공
- 타사에 비해 많은 정보 구성 되어있음.
→ 필수 기능에 집중할 예정

네비게이션, UI 분석

a



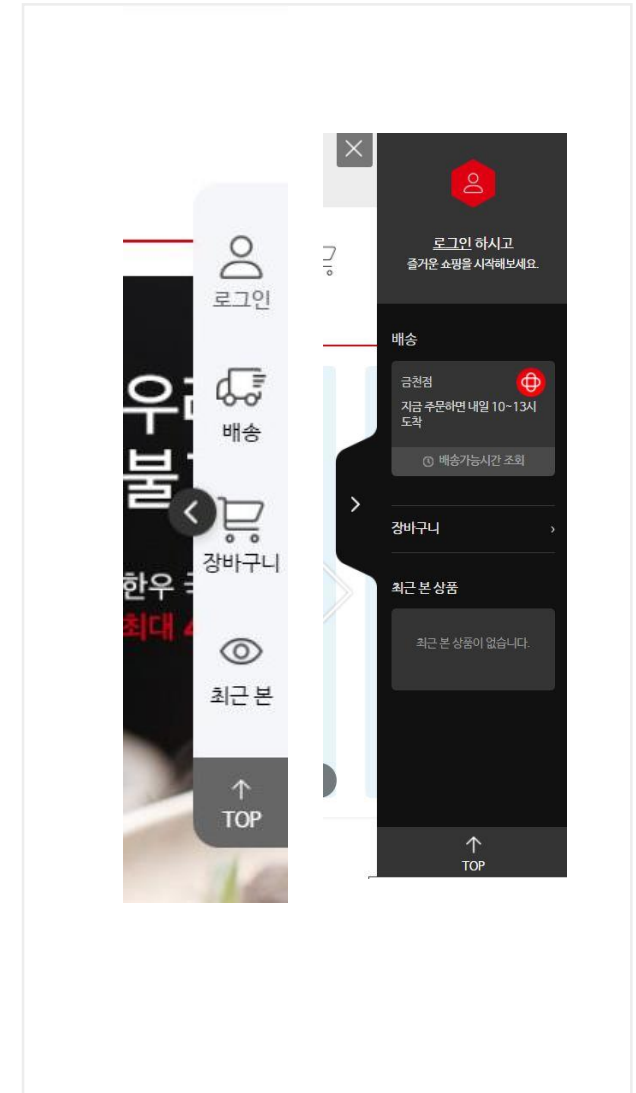
b



c



d



네비게이션, UI 분석



쓱배송 가능한 상품만
쓱 - 보여드릴게요



과일

151 개의 상품이 있습니다.

카테고리

- 사과/배
- 감귤/만감류
- 수박/멜론/참외/토마토
- 딸기/키위/블루베리
- 포도/자두/복숭아
- 감/꽃감
- 바나나/파인애플
- 오렌지/자몽/레몬
- 망고/열대과일
- 체리/석류/아보카도
- 견과일/분말
- 과일세트



이마트몰 신선보장
샤인머스켓 1.5kg/박스 (2~3송이)
21,900 원 24,900 원
(100g당 1,460원)
★★★★★ (6,956개)
세척배송 가능
▲ E-MART FRESH 1,000원 이하



이마트몰 신선보장
머루포도 3kg/박스 (4~7입)
19,900 원 25,900 원
(100g당 664원)
★★★★★ (13,155개)
세척배송 가능
▲ E-MART FRESH 1,000원 이하



이마트몰 신선보장
E-MART FRESH
아리수 햇사과 1.3kg/봉
8,980 원 9,980 원
(100g당 691원)
★★★★★ (1,830개)
세척배송 가능



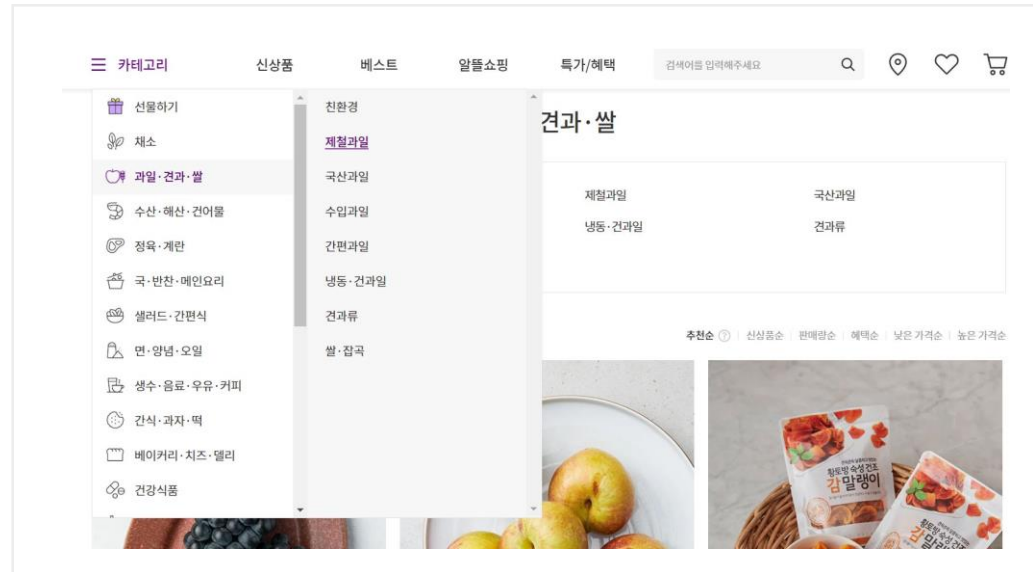
이마트몰 신선보장
E-MART FRESH
[미국산] 생블루베리 310g/팩
8,980 원 9,980 원
(100g당 2,897원)
★★★★★ (3,719개)
세척배송 가능

카테고리 메뉴

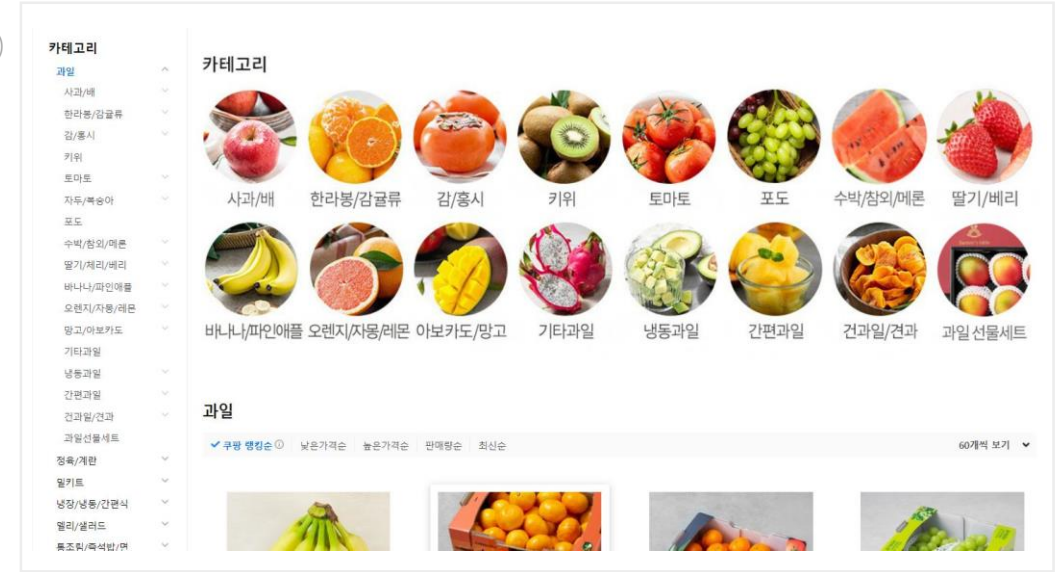
- 큰 카테고리에 메타포 제공
- 카테고리 메뉴 속 BEST 아이템 배너 제공

네비게이션, UI 분석

a



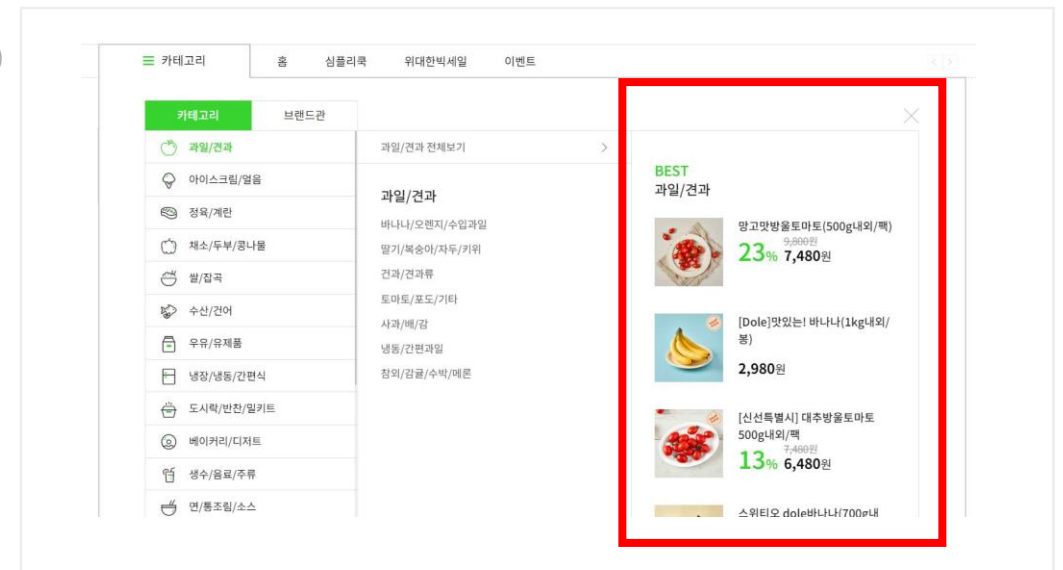
c



b

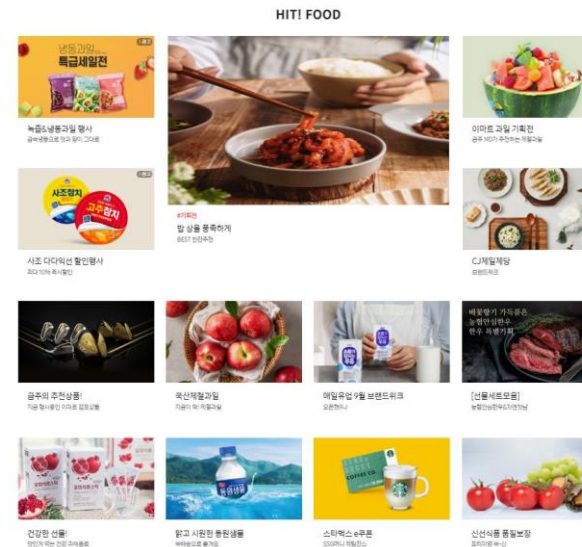
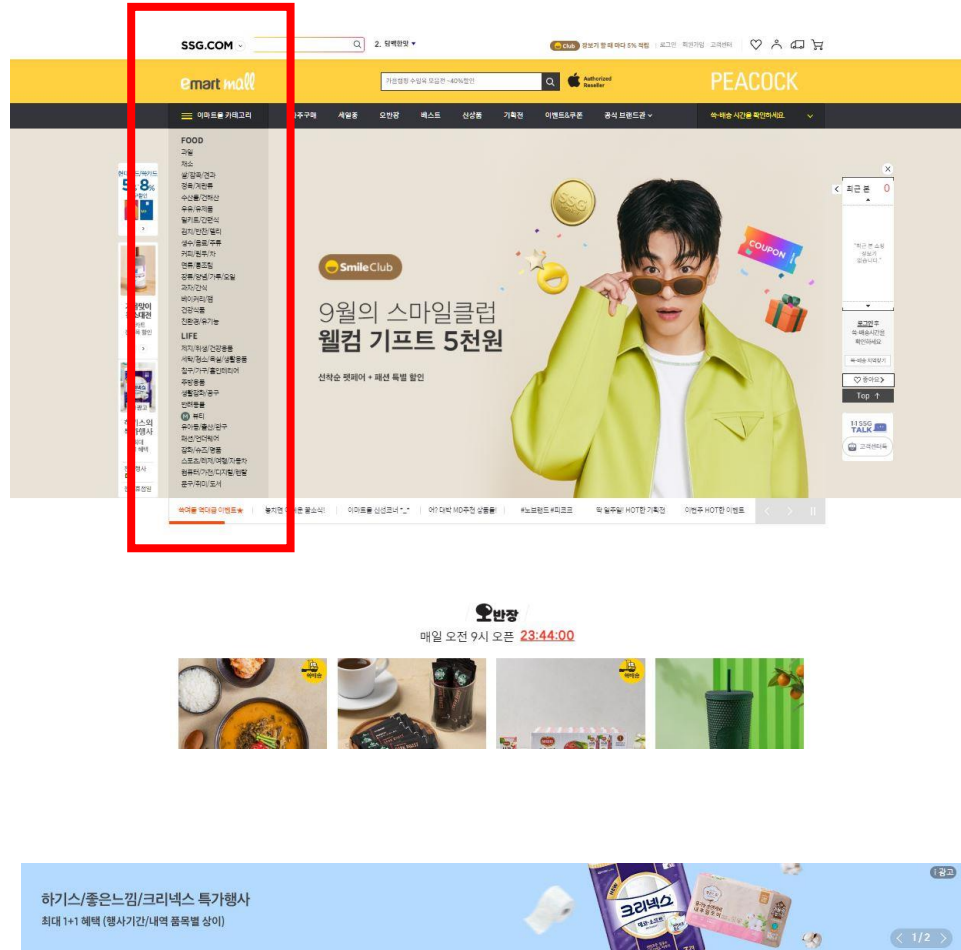


d



Contents 스타일 분석

emart mall



기획전 더보기 ▾

전단행사 전체보기 >

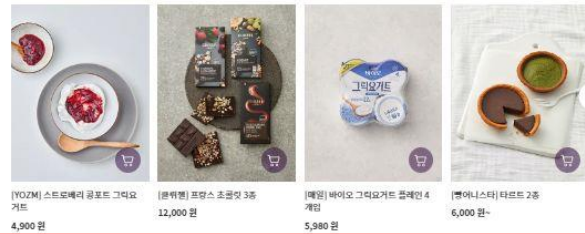
- 메인 비주얼에 카테고리 메뉴 제공
- 메인 비주얼에 :hover 시 다음 페이지 버튼 제공
- 깔끔한 콘텐츠 박스 구성 + 버튼 제공
- 와이드 배너는 한 페이지로 구성

Contents 스타일 분석

a

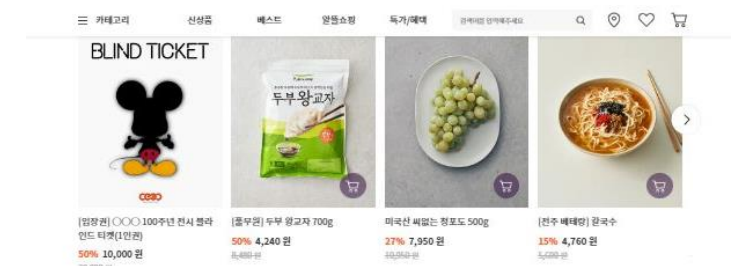


이 상품 어때요?



사람에 보답하는 9월 특별 감사제
컬리 리버스 등급 UP & 우분 증정 혜택을 드려요

일일특가
24시간 한정 특가
03:30:42



이거 사려고 컬리에 가입했다! >
2022년 신규 고객의 첫구매 제품 TOP 25

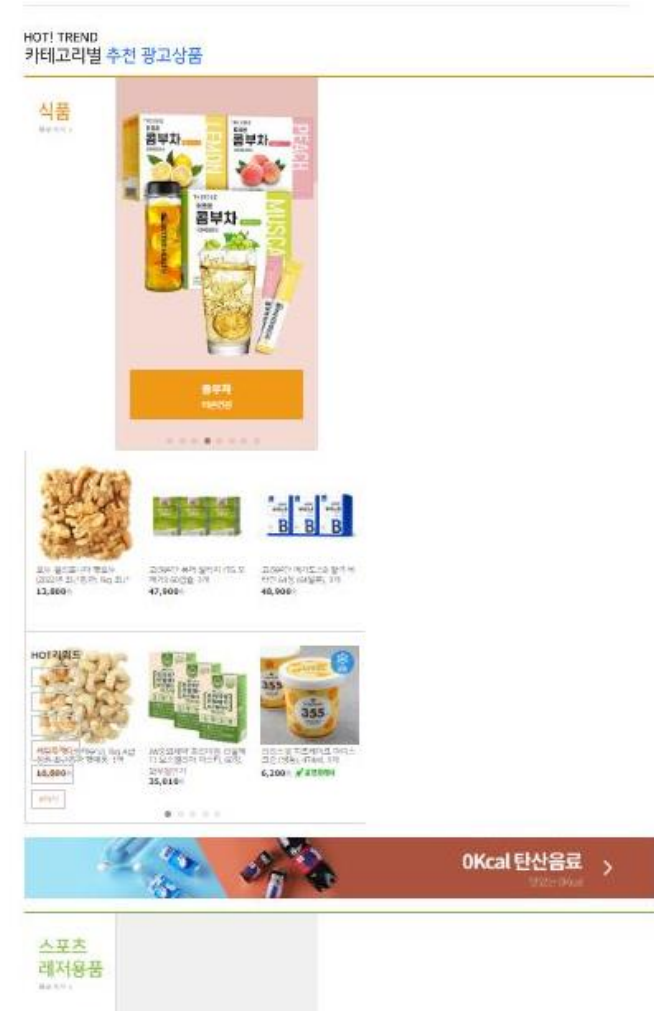
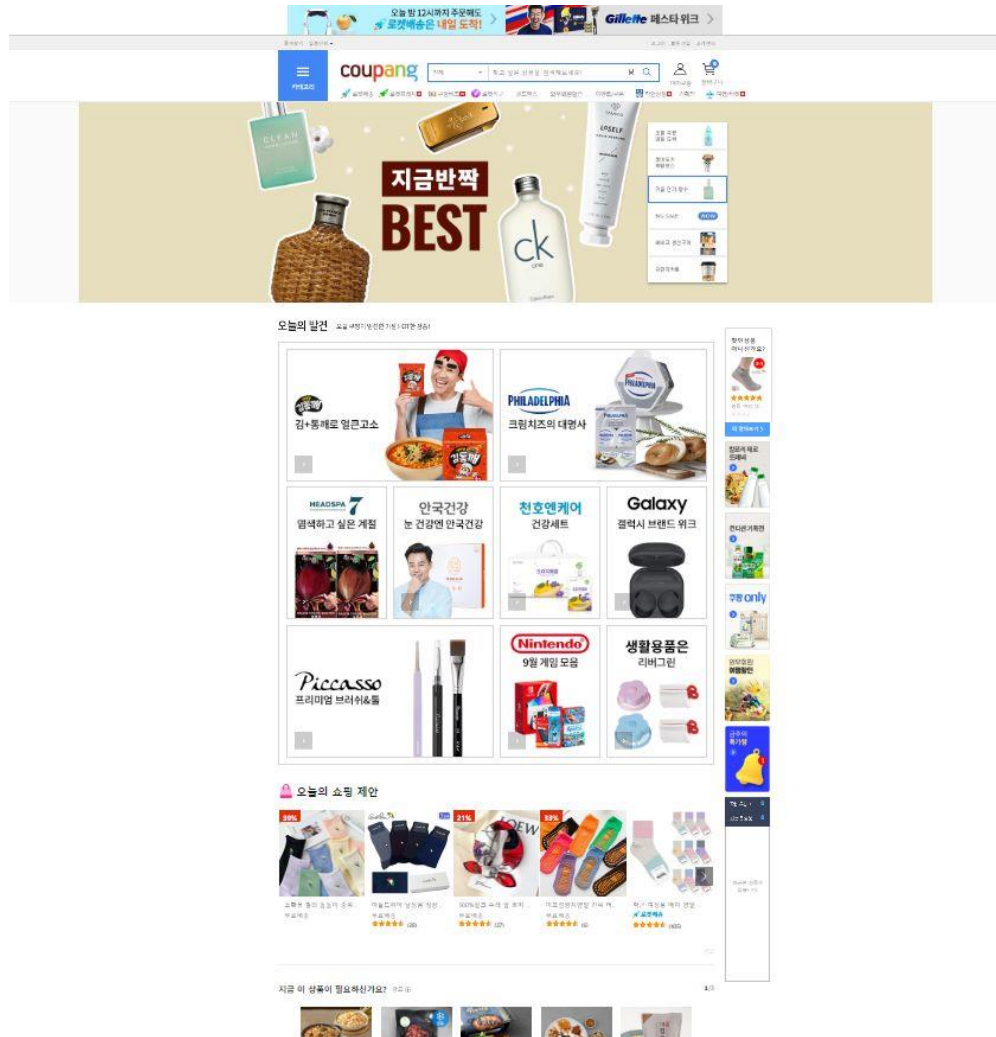


속이 가득한 샌드위치 >
돈내고 좋아하는 한 끼를 원한다면 골라보세요!



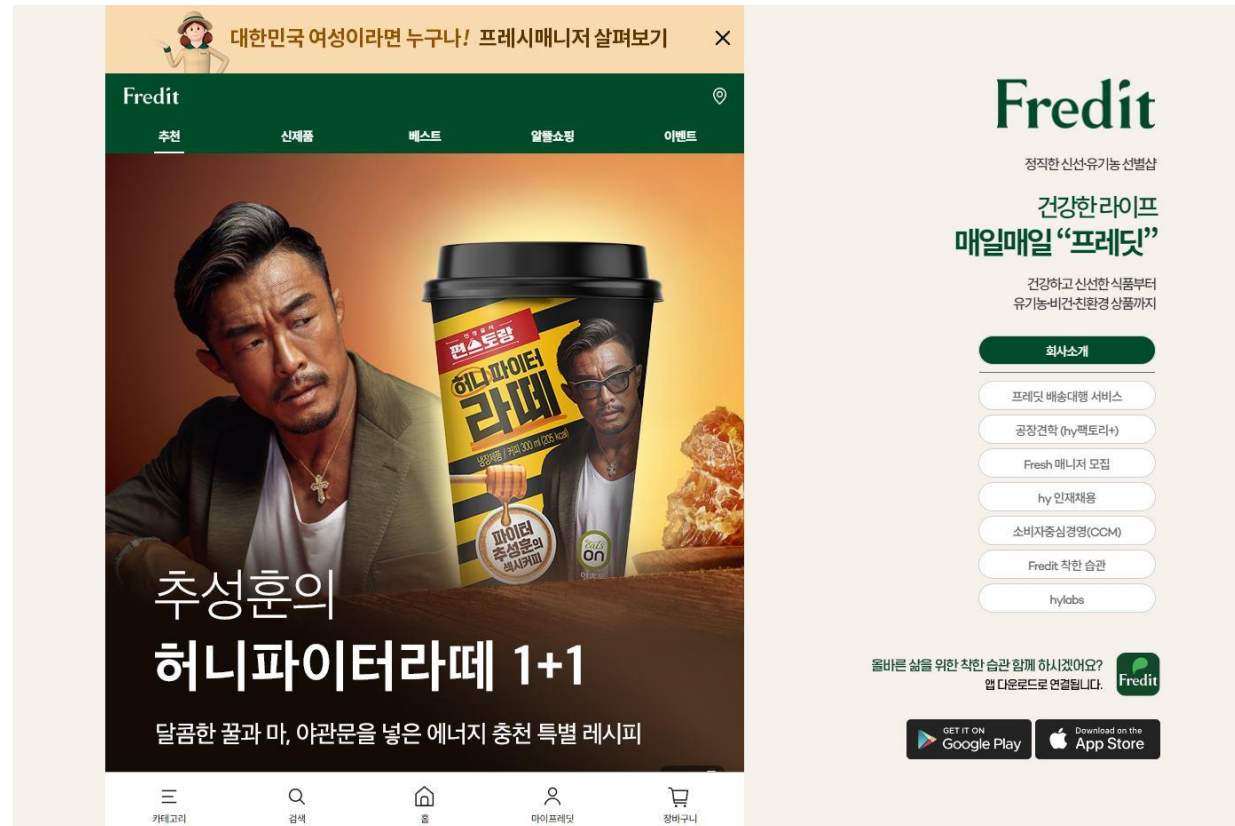
Contents 스타일 분석

b

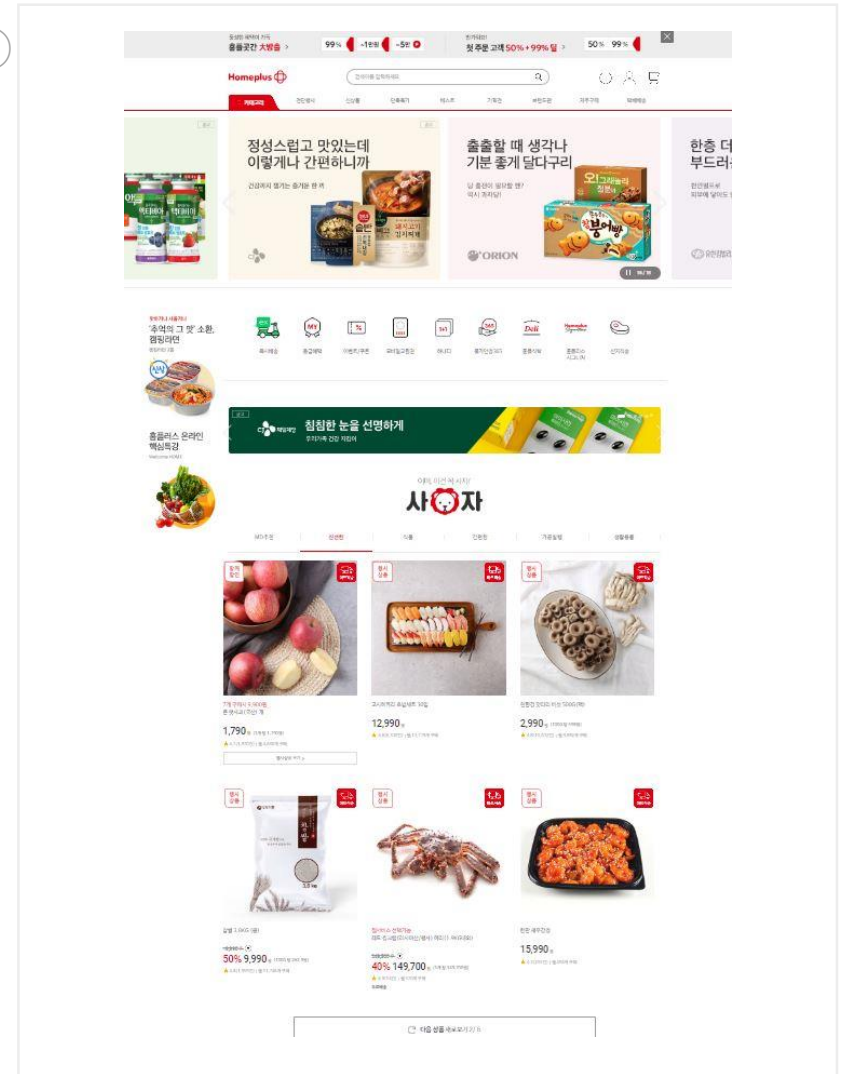


Contents 스타일 분석

c

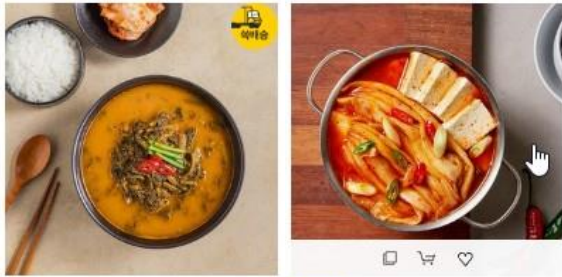


d



세부 디자인 분석

emart mall



이마트몰 모바일
냉장 간편식/한찬 행사 모음
3,980원 ~

Club 최대 19% 할인

이마트몰 모바일
냉장 간편식/한찬 행사 모음
3,980원 ~

Club 최대 19% 할인



- :hover 시
이미지 확대
+짐/ 장바구니 버튼

a



[코드글로컬러] 픽스온쿠션 2종

10% 28,800 원
32,000 원



[코드글로컬러] 픽스온쿠션 2종

10% 28,800 원
32,000 원

b



[팔도]왕뚜껑(김치) 110g

1,080원

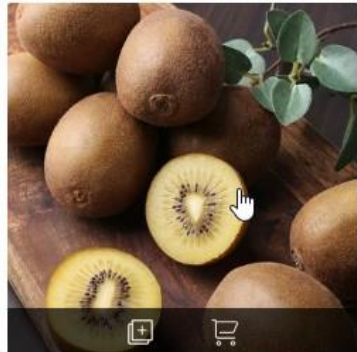
1인6개한정

c



제스프리 선 골드키위 8-10입(팩)

12,990원
23% 9,990 원 (1개당 9,990원)
★ 4.7 (19,130건) | 월 24,031개 구매
3,000원 카드할인



제스프리 선 골드키위 8-10입(팩)

12,990원
23% 9,990 원 (1개당 9,990원)
★ 4.7 (19,130건) | 월 24,031개 구매
3,000원 카드할인

d



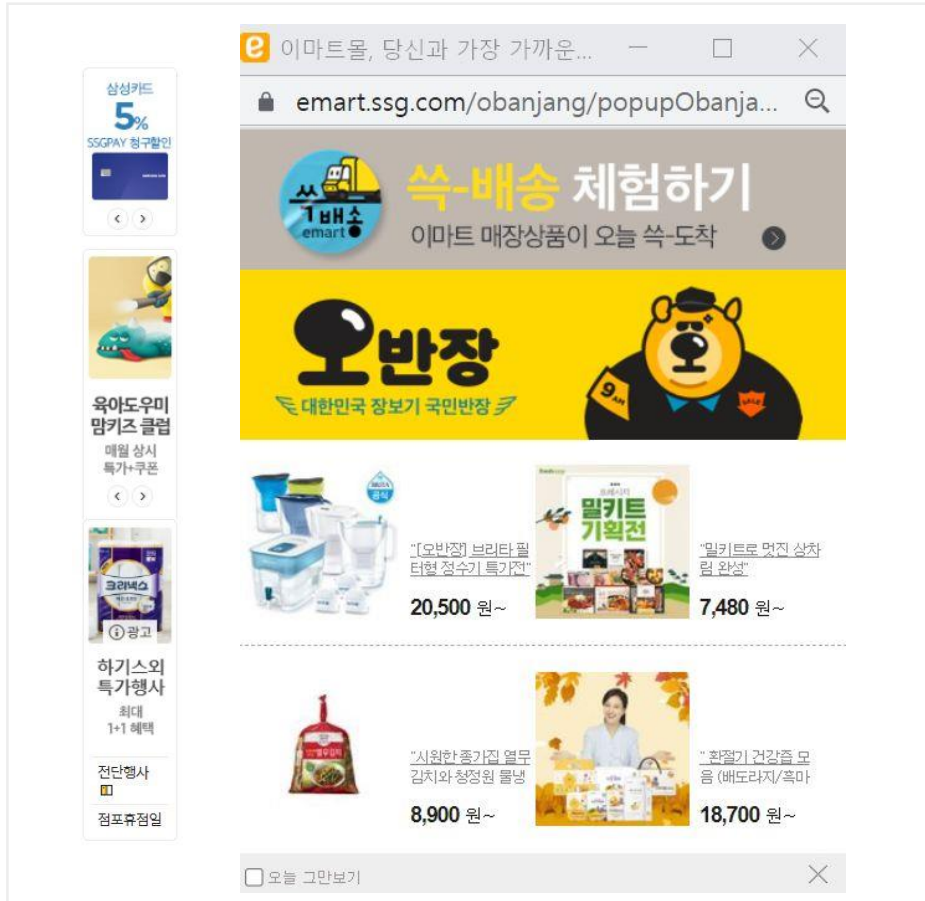
플 바나나, 1.2kg, 1개
35% 7,000
4,500 원 로켓프레시
(100g당 375원)
오늘(금) 9/23 도착 보장
★★★★★ (7219)
최대 225원 적립



플 바나나, 1.2kg, 1개
35% 7,000
4,500 원 로켓프레시
(100g당 375원)
오늘(금) 9/23 도착 보장
★★★★★ (7219)
최대 225원 적립

마케팅 요소 분석

emart mall



a

지금 가입하고 인기상품 100원에 받아보세요!

b



c

풍성한 혜택이 가득
홈플러스간 **대방출** > 99% ~1만원 ~5만
반가워요!
첫 주문 고객 **50% + 99% 딜** > 50% 99%



Header Banner/ 팝업 창/ Wing banner

b



리뉴얼 방향

아이디어 스케치 첨부 예정

emart mall