

## AS-IS / TO-BE

HOKA는 단순히 신발을 판매하는 브랜드가 아니라, 사용자의 일상과 라이프스타일 전반에 활력을 더하는 브랜드라는 점을 강조하고자 했습니다. 그래서 러닝, 하이킹처럼 다양한 활동 장면을 시각적으로 풍부하게 배치하고, 도시와 자연의 분위기가 어우러지도록 구성하였습니다. 카테고리들도 완전히 구분되기보다는 자연스럽게 이어지도록 연출하여, 사용자가 경계 없이 자유롭게 탐색할 수 있도록 설계하였습니다.

### AS-IS

- 제품 나열 중심, 기능 위주 정보 구성
- 브랜드 스토리 및 사용자 경험 요소 부족
- 정적인 레이아웃과 낮은 감성 전달력

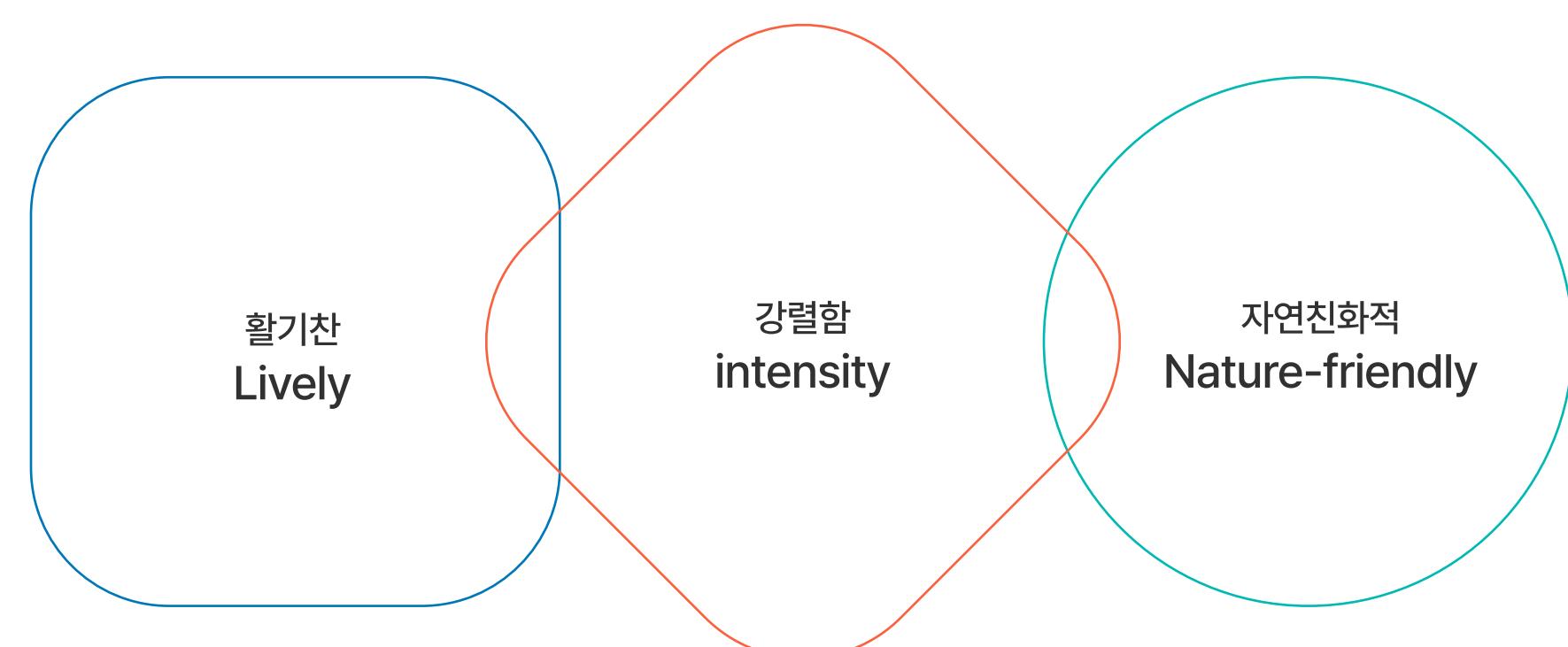
### TO-BE

- 활동감 있는 시각 언어로 브랜드 퍼포먼스 표현
- 사용자 맞춤 섹션과 커뮤니티 콘텐츠 강화
- 브랜드 철학과 감성을 전달하는 이미지 및 레이아웃 구성



## DESIGN CONCEPT

브랜드가 단순한 제품 중심이 아닌 활동성과 라이프스타일 전반을 아우르는 이미지를 시각적으로 표현하였습니다. 자연스럽고 유기적인 콘텐츠 흐름을 통해, 사용자가 브랜드의 철학을 경험하고 공감할 수 있도록 구성했습니다.



## TYPOGRAPHY

굵고 명확한 서체로 메시지를 강조하고,  
이탤릭 서체를 사용하여 각 섹션 별 제목을 강조했습니다..

**Poppins**  
포핀스 볼드 이탤릭

**Pretendard**  
프리탠다드

**Fly Human Fly HOKA**

**Fly Human Fly 호카**

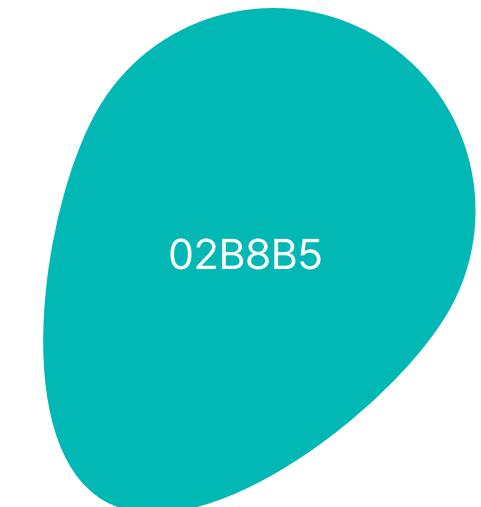
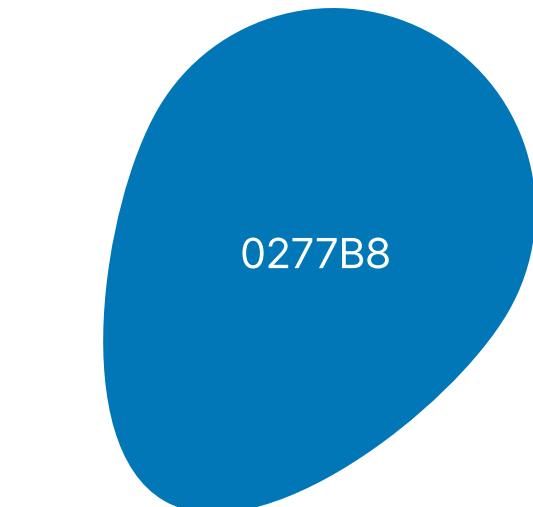
**Fly Human Fly 호카**

**Fly Human Fly 호카**

**Fly Human Fly 호카**

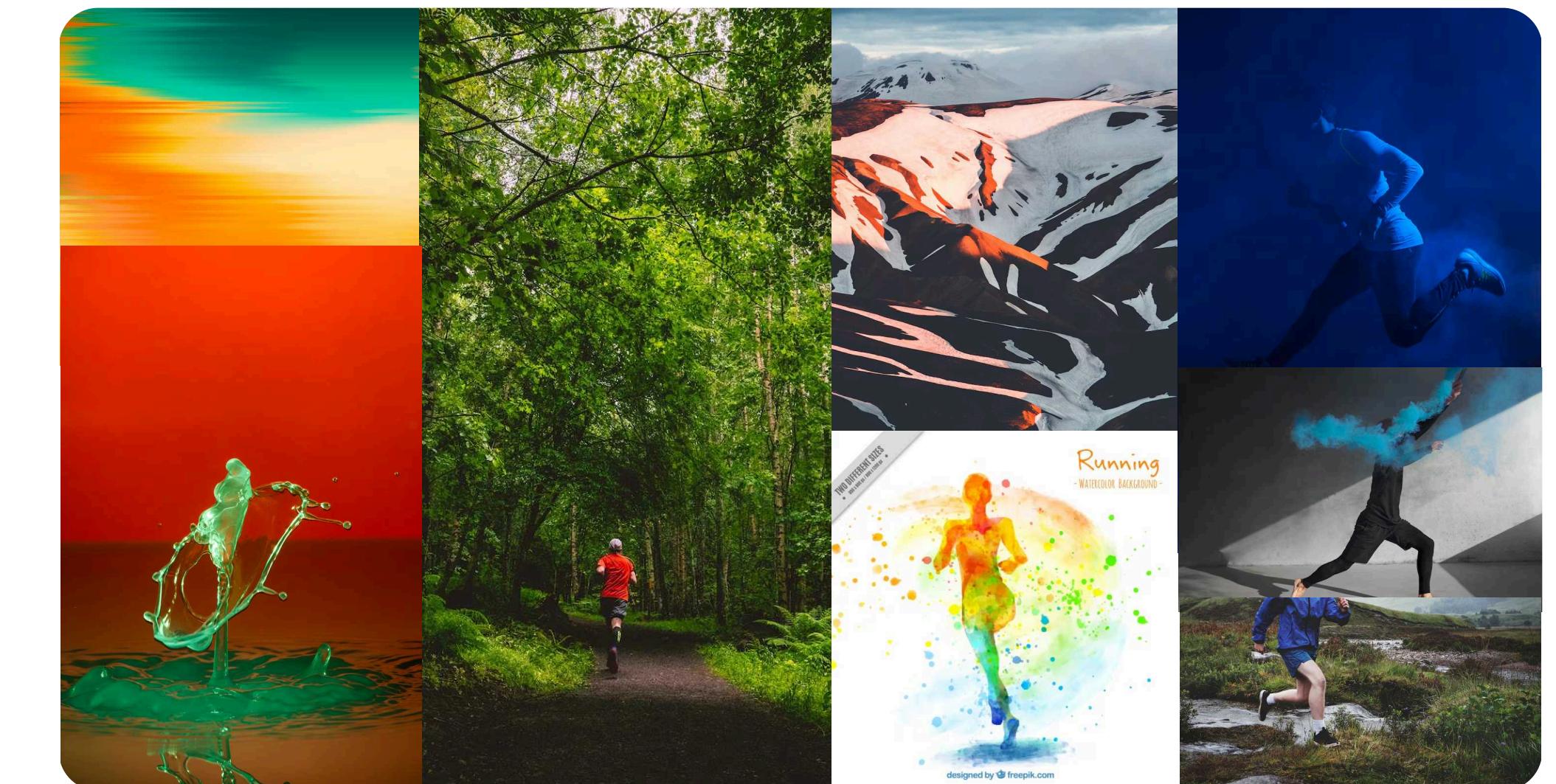
## COLOR

브랜드 블루를 메인으로, 오렌지와 그린 포인트를 더해  
역동적이고 활기찬 인상을 전달합니다.



## MOOD BOARD

자연의 질감과 다양한 활동 장면을 통해  
브랜드의 실제 경험 가치를 시각적으로 강화했습니다



# Wire Frame

The wireframe illustrates the structure of the HOKA website, featuring several main sections:

- Header:** Includes a search bar and a shopping cart icon.
- Hero Section:** Features a large image of a mountain range with a running track, and text for "MAFATE X FAR OUT".
- Shop by Category:** A grid of four categories: Road running, Trail running, Hiking, and Lifestyle.
- HOKA Archive:** Two cards: "트레일의 끝을 넘다. MAFATE X" and "러닝을 부드럽게. CLIFTON 10".
- New Arrivals:** A grid of four products: Women's Stinson 7, All Gender Elevon X, Men's Torrent 4, and Women's Mach 8.
- Gender Navigation:** Buttons for MEN'S, KIDS, and WOMEN'S.
- Our Impact:** A large dark rectangular area.
- Top 10:** A grid of four products: Women's Mach 8, ORA Recovery Slide 3, Men's Skyflow, and Men's Bondi 9.
- Fly With Us:** A grid of four images.
- Footer:** Includes the HOKA logo, the tagline "FLY HUMAN FLY", and links to Customer Care, Company, Resources, and Shop sections.

Wire Frame

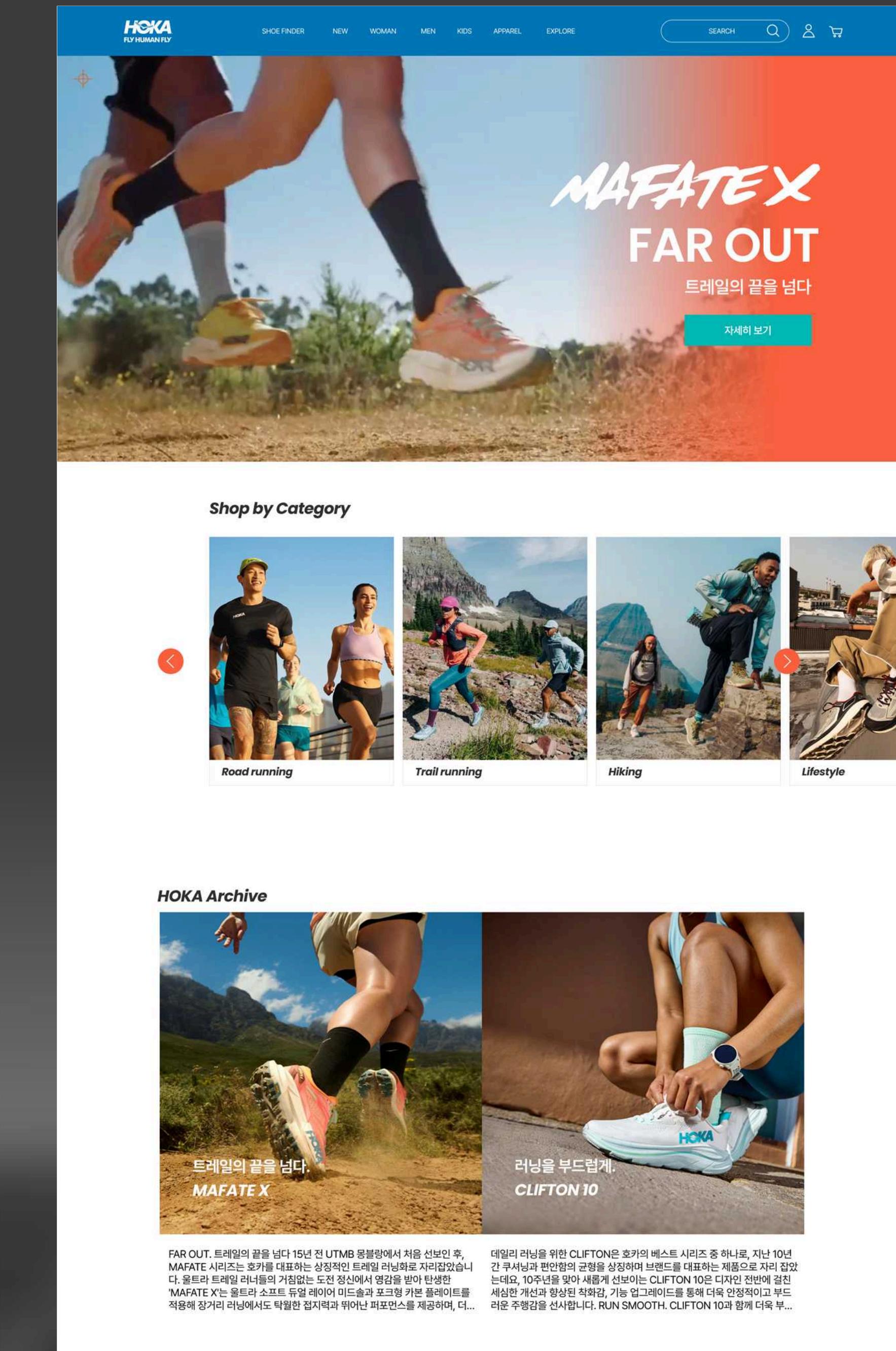
# Main Visual

리디자인된 HOKA의 첫 화면은  
브랜드의 에너지와 움직임을  
한눈에 느낄 수 있도록 구성했습니다.

메인 배너 - 브랜드 메시지와 대표 제품을 통합한 임팩트 있는 시각 중심 영역으로  
'MAFATE X - FAR OUT'이라는 슬로건을 내세운 캠페인 중심 동영상으로  
시작해 실제 러닝 장면과 제품을 함께 보여줌으로써 사용자에게 즉각적인  
몰입감을 제공합니다.

**Shop by Category**  
다양한 활동 중심의 직관적 분류 제공  
러닝, 하이킹, 클라이밍 등 사용자 니즈에 맞춘 카테고리를 이미지 중심으로  
구성하여 목적 기반 탐색을 유도합니다.

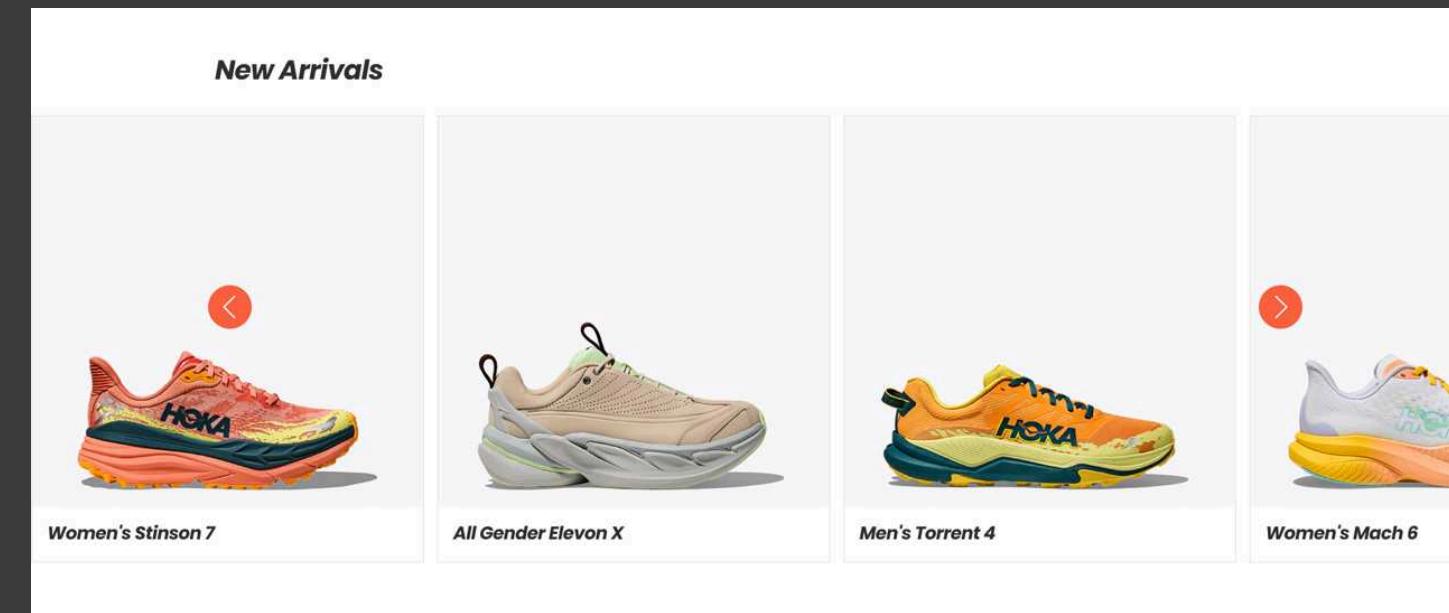
**HOKA Archive**  
브랜드 역사와 아이코닉 제품 소개  
브랜드의 레거시를 강조하며, HOKA의 혁신적 기술력과 제품 철학을 대표 제  
품과 함께 소개합니다.



# Content Body

## New Arrivals

신제품을 강조하는 모듈화된 시각 구성  
제품 하나하나가 주목받을 수 있도록 심플하고 정돈된  
그리드 구조를 적용하여 시인성을 강화했습니다.



## Shop by Users (MEN / WOMEN / KIDS)

사용자 중심 UI 재구성  
성별 및 연령에 따라 최적화된 제품을 탐색할 수 있도록  
비주얼 중심 인터페이스로 배치하였습니다.



## Our Impact

브랜드의 사회적 가치와 철학 전달  
지속가능성, 커뮤니티와의 연결, 브랜드의 책임 있는 행동을  
사례 중심으로 소개할수 있도록 했습니다.

## Our Impact



## Our Impact



# Ending Section

## Top Products

인기 제품을 강조하는 시각 집중 섹션

상위 판매 제품을 직관적으로 보여주는 섹션으로, 빠른 탐색과  
높은 전환율을 유도합니다.

## Fly With Us

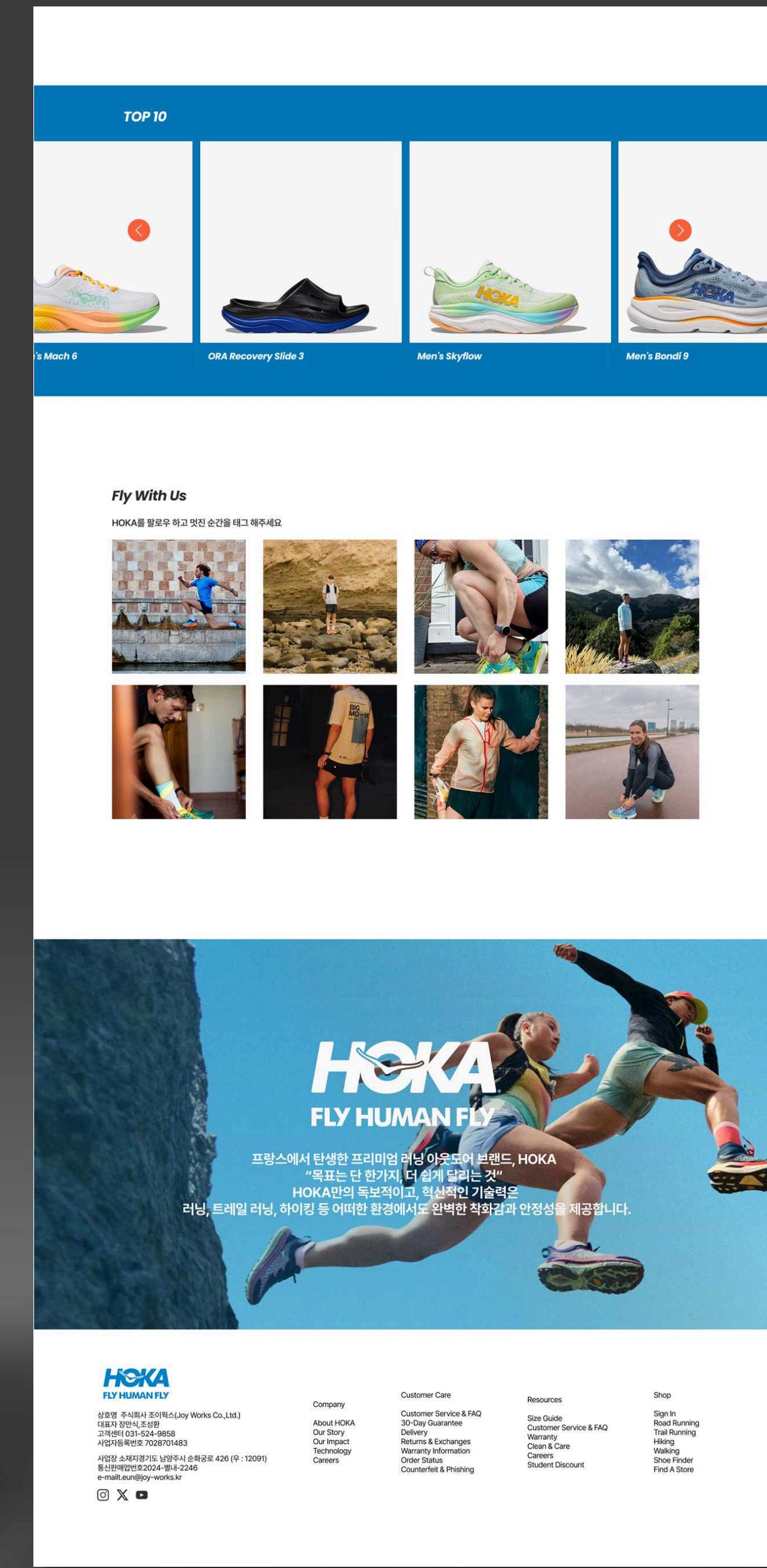
유저 참여 콘텐츠와 커뮤니티 연계 영역

사용자들의 SNS 콘텐츠를 큐레이션하여 브랜드 참여도를  
높이고, 실제 유저 기반 콘텐츠를 통해 신뢰와 공감을 형성합니다.

## 브랜드 메시지 재강조

브랜드 철학과 글로벌 아이덴티티를 정리하여 마무리

'FLY HUMAN FLY'라는 메시지를 통해 브랜드의 철학을  
다시금 상기시키며, 전체 화면을 감성적으로 마무리합니다.



# Full-screen layout