1. 프로젝트 웹사이트 선정 / 브랜드 특징, 사용자층

바닐라코

바닐라코(영어: BANILA CO.)는 2005년 론칭한 (주)에프앤코의 로드샵 [자회사](https://namu.wiki/w/%EC%9E%90%ED%9A%8C%EC%82%AC)이다. 에프앤코는 패션기업 [에프앤에프](https://namu.wiki/w/%EC%97%90%ED%94%84%EC%95%A4%EC%97%90%ED%94%84)의 자회사로 설립되어 화장품 브랜드 사업 전개를 시작했다. NO. 1 베이스 메이크업을 추구하는 스타일리시 코스메틱을 표방하고 있다. 2005년 명동 1호점 오픈을 시작으로 국내는 물론 중국, 필리핀, 대만, 일본에 진출하며 글로벌 시장 확장에도 성공하였다.

**바닐라코**는 국내 유명 패션 기업 에프앤에프가 만든 뷰티 브랜드로

넓은 시야와 새로운 감각으로 한국 여성의 뷰티, 패션, 라이프스타일을 메이크업 제품으로 재해석하며

다양한 제품을 출시하는 스타일리쉬 국내 코스메틱 브랜드입니다.

​

바닐라코는 beauty, beyond 등 ***b 감성의*** 새로움을 더한 동시대의 가장 각광받는 '**컨템포러리 뷰티**'를 제안하고

자신의 개성과 일상, 라이프 스타일을 아름답게 만들어 가는 것을 추구하는 것이 브랜드의 목표

차별화

바닐라코는 모기업인 [에프앤에프](https://namu.wiki/w/%EC%97%90%ED%94%84%EC%95%A4%EC%97%90%ED%94%84)의 패션 브랜드가 갖고 있는 트렌디함과 튀는 디자인을 화장품에 잘 적용해 패션업체의 화장품 브랜드 론칭 첫 사례의 성공한 케이스로 평가 받고 있다.

2024 대한민국 퍼스트브랜드 대상에서 '베이스메이크업' 부문 1위로 대상을 수상 주력 제품인 ‘커버리셔스 얼티밋 화이트 쿠션’, ‘커버리셔스 파워 핏 파운데이션', '프라임 프라이머 & 피니쉬 파우더' 등이 높은 평가를 받아 대상의 영광을 안았다.

신제품의 패키지에 친환경 소재를 사용하거나 동물 보호를 위한 비건 포뮬러를 적용하는 등 여러 방면에서 노력해오고 있다. 이러한 노력을 이어가 추후 100% 해양 생분해 친환경 플라스틱 용기를 패키지에 적용할 계획이다.

소비자분석

20~30대 여성들의 라이프스타일과 함께 빠르게 변화하는 트렌드에 따라 지금 시대를 살아가는 여성들의 모습을 반영한 브랜드로 그들의 라이프스타일에 초점을 맞춰 ‘즐겁고 더 쉽게,

그리고 빠르게 트렌디한 뉴 라이프를 맘껏 즐기자’라는 메시지를 담았습니다.”

1. 웹디자인 트렌드 조사 (2023, 2024)

**2023**

**1. 벤토 그리드 레이아웃(Bento grid layouts)**

**2. 플루이드 레이아웃(Fluid layouts)**

**3. AI 생성 이미지(AI-generated imagery)**

**4. 접근성에 대한 새로운 초점(Renewed focus on accessibility)**

**5. 레트로/노스탤지어(Retro / nostalgia)**

**6. 대형 타이포그래피 히어로 이미지(Large typographic hero images)**

**7. 마이크로 인터랙션(Microinteractions)**

**8. 굵고 맞춤형 타이포그래피(Bold and custom typography)**

**https://www.thedigitalmkt.com/website-design-2024/**

**2024**

**전반적으로 올해의 디자인 트렌드는 SNS와 AI에 반응하는 상반된 세대의 영향을 크게 받을 것.** Z세대의 감정은 밀레니엄 미니멀리즘을 밀어내고 더 극적이고 대중적인 문화의 영향을 받은 웹사이트 디자인을 선호.

다시 돌아온 Y2K 버그

텍스처가 있는 디자인

다시 돌아온 “more is more”

안티 디자인 웹디자인

도파민에서 영감을 얻은 색상

둥근 모서리

AI 주도 컨텐츠

필터 미적용 실제 이미지

스트롤 및 트리거 기반 애니메이션

https://ko.wix.com/blog/post/new-web-design-trends

1. 경쟁사 조사(3개이상) 경쟁사 장단점

페리페라

* 신제품과 베스트셀러 등 소비자가 원하는 정보를 한 눈에 바로 볼 수 있게 정리되어 있다.
* 화면비율을 다 채우지 않는 디자인으로 분산되는 시선을 막아줌
* 카테고리 메뉴가 아래쪽에 있어 불편함

힌스

* 메인 비주얼에 꽉 채운 화면 비율을 사용하였지만 모델만 보여 정보전달에 도움이 되지 않음
* 신제품에 대한 정보가 부족
* 베스트제품의 가격표시가 되어있지 않아 불편함
* 메인에 직관적이고 단순한 화면배치를 사용해 시각적 효과를 줌

에스쁘아

* 메인 비주얼의 슬라이드 버튼이 아래쪽의 얇은 선으로 되어 있어 사용하기 불편하고 시각적으로 거슬림
* 메인에 신제품과 베스트제품의 가격과 사진이 잘 배치 되어 있음
* 제품의 동영상 소개가 미리보기 제공이 아닌 클릭 후 감상할 수 있는 부분이 아쉬움

퓌

* 메뉴 카테고리가 굉장히 잘 정리되어 있고 보기 편함
* 회사소개, 제품 소개, 리뷰 가 깔끔하게 분류되어 있음
* 메인비주얼의 버튼이 작아 클릭하기 불편함

릴리바이레드

* 카테고리 2차 메뉴에 마우스 휠이 전체 적용이 안 되어 있어서 헷갈릴 것 같음
* 메인에 배치 된 게시글 들이 어떤 상품을 어필하고 싶은 지 모르겠음

롬앤

* 스크롤바가 없어서 불편함
* 최신 트렌드에 맞춰 sns 양식으로 화면배치 한 점
* sns양식으로 인해 스크롤이 길어지고 시야가 좁아짐
* 우측에 배치 된 이벤트 페이지 배너는 클릭 해봐야만 이벤트 페이지 인 것 을 아는 점이 불편함

어뮤즈

* 메인 비주얼의 스크롤 버튼의 크기가 적당함
* 메인의 신제품,베스트 등의 안내 배너를 적절히 배치함
* 화면 배치 비율을 한가지만 사용하지 않고 여러 비율을 배치해 보기에 편하고 단조롭지 않음

1. 내용 정리 , PDF 변환 후 제출

ㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡㅡ

1. 웹디자인 트렌드 조사
2. 웹사이트 브랜드 시장 환경조사
3. 경쟁사 장단점
4. 웹사이트 메인 페이지 문제점 정리

메인 비주얼이 복잡하고 정신 없음

회사 소개 란이 없음

메인 비주얼 슬라이드 화면의 시간이 짧음

메인에 표시되는 해시태그 링크가 너무 많아 복잡함

피피티 : https://m.blog.naver.com/tiffany\_s2\_/223420253381