

A person wearing a black and white vertically striped shirt and tan pants stands in a garden. They are positioned on the right side of the frame, with their back to the viewer. The background is filled with out-of-focus pink flowers, likely hydrangeas, creating a soft, colorful backdrop.

PROJECT BAGGU



CONTENTS

01. 아이템 & 기획의도
02. TARGET
03. 웹사이트 분석
04. 경쟁사 분석
05. 인덱스
06. 무드보드

쇼핑몰 리뉴얼 기획 목표

쇼핑몰 리뉴얼을 위해 기존 웹사이트의 문제점을 파악하고 사용자가 원하는 주요 콘텐츠의 내용과 기능 사항을 도출하여 사용자가 원하는 방향으로 리뉴얼 할 수 있음

쇼핑몰 리뉴얼 아이템

친환경 소재의 가방

환경문제에 대한 소비자들의 사회적 관심 증가

소비자들은 다른 제품보다 조금 비싸다 하더라도 친환경 제품을 선호하는 추세

다양하고 특이한 컬러 패턴으로 소비자들의 개성을 살릴 수 있는 디자인

쇼핑몰 리뉴얼 기획의도

글로벌 마케팅 기업의 조사에 따르면 MZ세대의 과반수 이상이 '미닝아웃' 소비를 하는 것으로 밝혀졌다. 미닝아웃 이란 소비 트렌드 종류 중 하나로 정치, 사회, 문화적 신념을 소비를 통해서 표출한다는 의미를 가지고 있다. 이처럼 본인의 신념에 맞는 '가치 있는 소비'가 추구되는 만큼 친환경에 소비 가치를 둔 이들은 환경오염을 일으키는 기업을 비판하며, 친환경 기업에는 긍정적이다. 이처럼 친환경이란 중요한 슬로건을 조금 더 부각시키고 기존 옷, 가방을 판매하는 쇼핑몰들과 차이점을 두기 위해 'Baggu' 브랜드가 가지고 있는 신념과 특징을 잘 보여줄 수 있는 사이트로 리뉴얼 할 것이다.

02. TARGET

메인 타겟



환경문제에 관심이 많은 20 - 30대

20 ~ 30대 소비자들은 상품 구매를 할 때 사회적으로 의미 있는 제품을 구매하고 싶어하고 다른 제품보다 조금 비싸다고 하더라도 친환경 소재를 선호하는 추세다. 소비하는 제품으로 자신의 개성과 가치관을 드러낼 수 있다고 생각한다.

20 - 30대 소비자들은 주로 인터넷으로 구매하기 때문에 상품에 대한 자세한 설명과 이미지가 중요함

인터넷 사용에 익숙하고 트렌드에 민감하기 때문에 브랜드의 특성 (친환경 소재)과 장점을 살린 웹사이트로 제작

서브 타겟

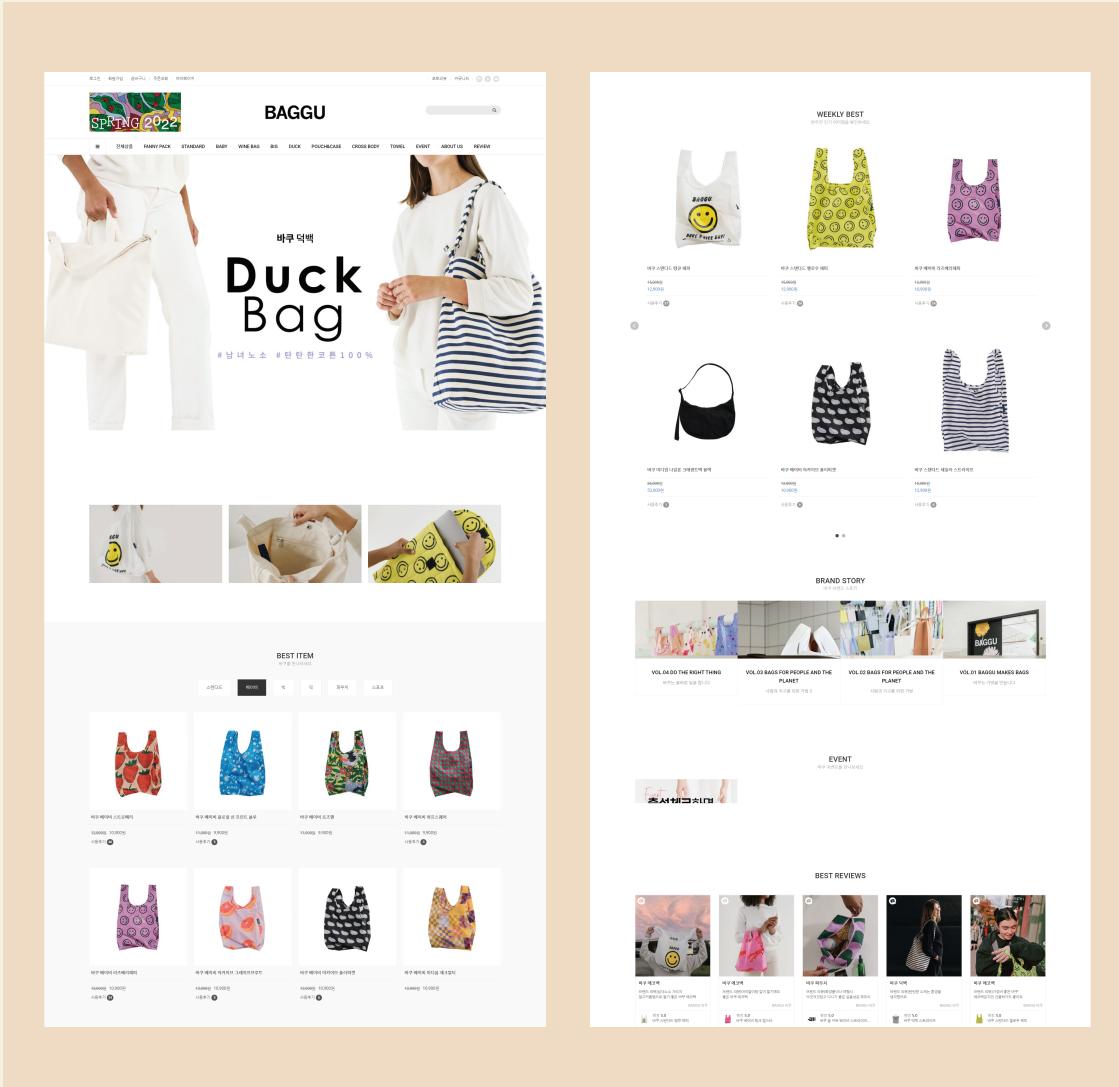


간편한 휴대성과 저렴한 가격을 중시하는 40 - 60대 중 장년층

아동용으로 출시된 베이비 라인과 사이즈를 업그레이드한 빅 사이즈 가방은 자녀를 둔 부모들에게 인기가 있으며 쇼핑백, 외출용, 여행용 등 상황에 따라 다양한 활용을 할 수 있고 특히 비낼백 사용을 줄이자는 모티브로 고안된 만큼 장을 보러 가는 중.장년층 부부들에게 관심이 높을 것으로 예상할 수 있다

복잡하지 않고 접근성이 쉬운 메뉴 구성

카카오페이, 네이버페이 등 다양하고 간편한 결제 방식 적용



장점

깔끔한 레이아웃 배치로 필요한 제품 이미지 확인 가능

메인화면에서 제품 정보 확인 가능

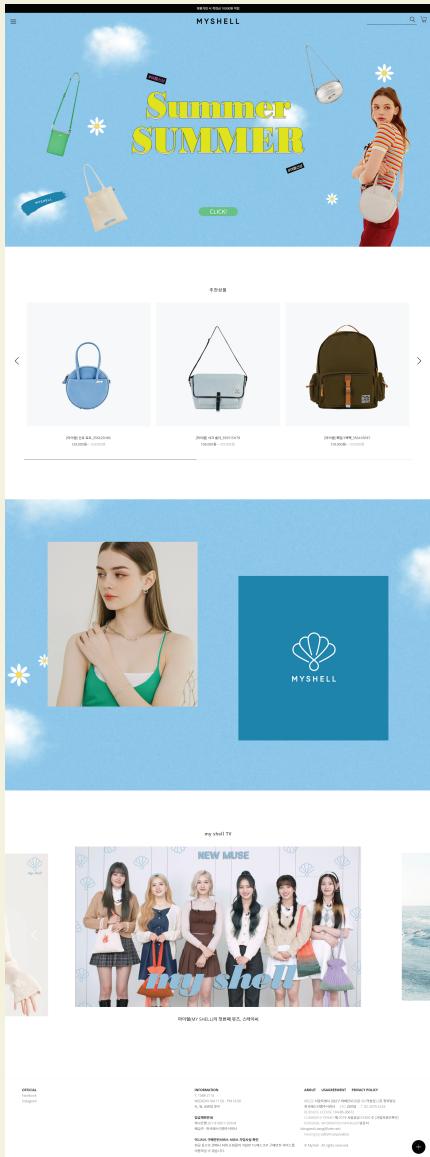
우측에 퀵메뉴를 배치해 사용자가 원하는 페이지로 간편하게 이동 가능

단점

무난한 레이아웃으로 기존의 쇼핑몰들과 큰 차별성을 찾기 어려움

메인 화면에서 브랜드 아이덴티티를 확인하기 어려움

한눈에 알아보기 힘들고 불필요한 메뉴 구성



CUECLYP

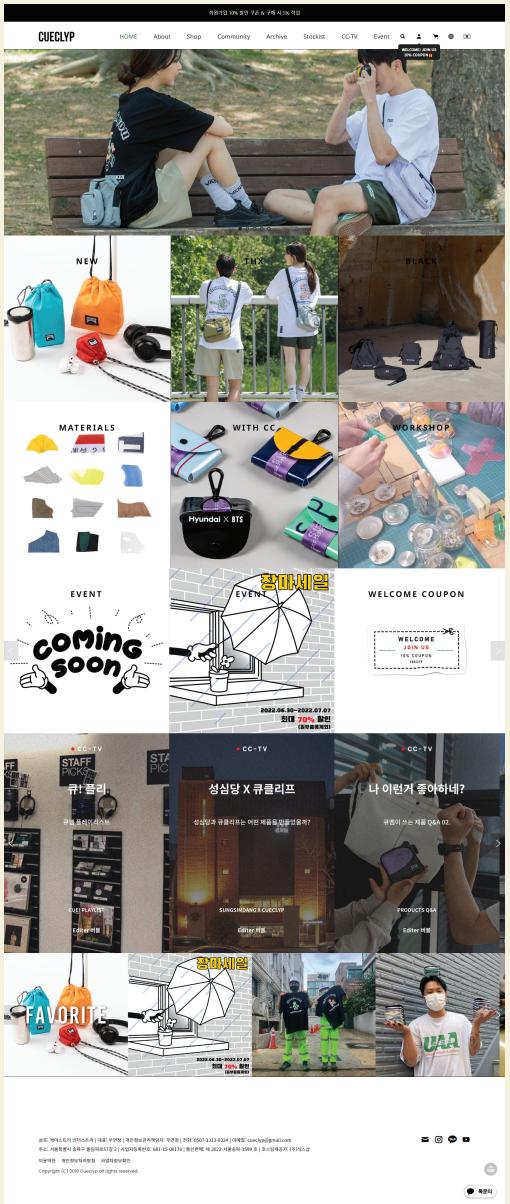
큐클리프

baggu와 같은 친환경 소재를 이용한 가방을 제작하는 사이트로써, baggu와 마찬가지로 기존 폐기물 소재의 재활용으로 저렴한 가격대와 다양한 상품들을 제작하여 판매함.

브랜드의 정체성 및 차별성을 살리지 못함

국내 브랜드임에도 불구하고 영문 위주의 표기로 일부 사용자의 사용이 어려움

배경 없이 컨텐츠를 명확한 경계선으로 구분한 레이아웃으로 단순하고 깔끔한 컨텐츠 중심으로 구성



MY SHELL

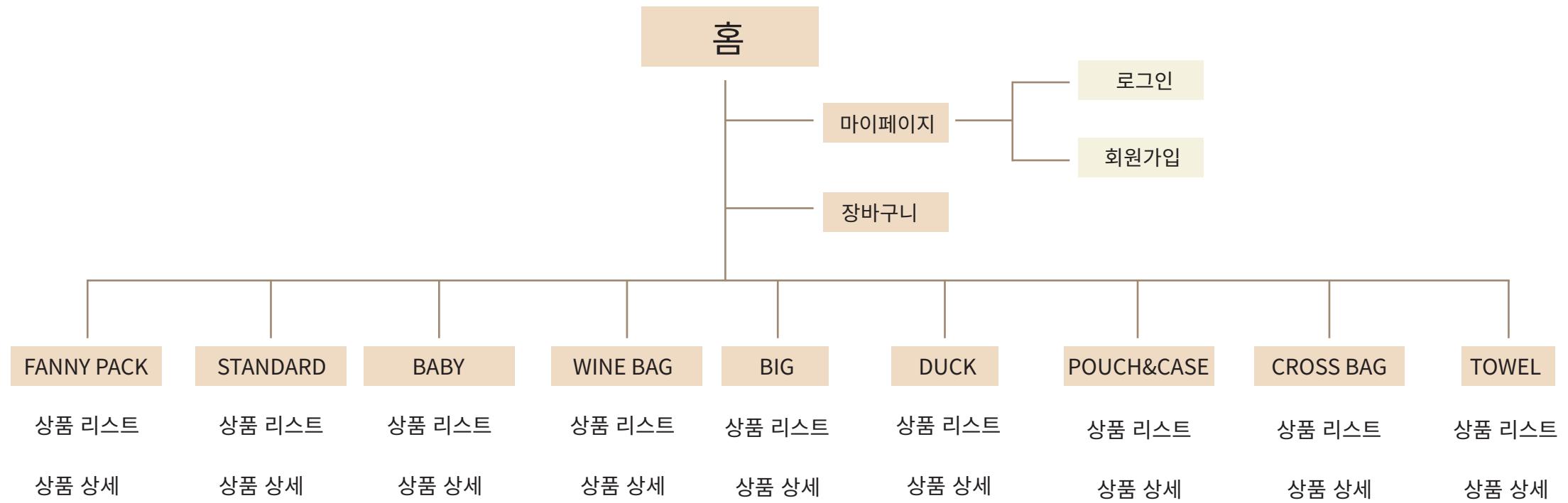
마이쉘

‘마이쉘’의 핵심 가치는 공감, 여행, 지속가능성이며, 슬로건은 ‘일상으로의 여행’이다. 자연과 공감하는 라이프스타일 브랜드를 지향하며, 바다에서 영감을 받은 요소를 제품, BI, 마케팅에 반영하고 있다.

브랜드 컬러는 바다의 블루와 모래사장의 베이지, 노을빛 하늘을 표현한 퍼플을 적용했다.

하늘색 포인트 컬러를 사용해 친환경 브랜드라는 특성을 살림

웹사이트임에도 메뉴를 햄버거 버튼 안에 숨겨 깔끔해 보이도록 구성



CONCEPT

“바꾸는 세상을 바꾼다!”

친환경 소재의 독특한 패턴이 돋보이는 가방 쇼핑몰

KEYWORD

환경

실용적인

자유로운

친환경 / 간편함 / 실용적
일상 / 자유로움 / 독특
지구 / 재활용 / 컬러풀

PHOTO REFERENCE



COLOR PLAN



브랜드의 특징인 다양한 컬러와 독특한 패턴을 살리기 위해 파스텔 톤의 컬러와 컨셉에 어울리는 녹색을 포인트 컬러로 사용

FONT PLAN

Roboto
Noto Sans KR
Nanum Gothic

컬러 플랜과 동일하게 해당 브랜드의 제품 이미지를 강조하고 친환경 브랜드라는 특성에 걸맞게 심플하고 튀지 않으며 가독성 높은 폰트를 사용

감사합니다