

2차 조별활동 : 남성주제



# **VISUAL DESIGN** **RESEARCH**

1조

김송희 | 김윤정 | 유현지 | 최해리

# CONTENTS

01.

## 브랜드 선정

브랜드 소개 "질레트"  
브랜드 선정이유

02.

## 리서치 분석

경쟁사 리서치  
경쟁사 웹사이트 분석

03.

## 컨셉도출

컨셉도출  
시안도출

**Gillette**Labs

# 01 브랜드 선정



01 질레트

# Gillette

1901년에 설립한 미국의 면도기, 면도 용품 브랜드.

세계 100여개 국에서 판매 및 세계 면도기 시장 점유율 1위를 기록

1984년 대한민국에 진출하여 1990년대 이후 가장 널리 팔리는  
면도기로 시장 점유율 1위를 유지하고 있음

현재는 P&G에 인수합병되어 P&G 산하 브랜드가 됨



킹 C. 질레트(King Camp Gillette) (1855~1932)

01 브랜드 선정 : 브랜드 소개

02 슬로건

**SLOGAN**

**"The Best A Man Can Get"**

**"남자를 위한 최상의 선택"**

## 01 브랜드 선정 : 브랜드 소개

### 인 지 도

전 세계적으로 매우 유명하며  
마케팅, 디자인 또한 뛰어남  
타 브랜드에 비해 고가의 제품으로  
사치를 누리는 듯한 기분을 줌

### 기 술 력

세계 최초로 다중날, 피벗, 오픈 헤드,  
진동, 틸팅 헤드 등 당대 기준으로는  
혁신을 부를 만한 기술들을 개발함

### 제 품 성

타 회사보다 월등한 기술력으로  
고급스럽고 사용하기 편리하며  
퀄리티가 좋은 제품을 많이 생산함.

## 01 브랜드 선정 : 선정이유



남성 필수품



그루밍 족



호환가능

(Base)	전체	
	(486)	Gap (21, '20)
질레트(Gillette)	72.2	-2.5
도루코(Dorco)	31.9	+2.1
위크(Schick)	18.5	-1.5

세계시장 점유율 1위

## 02 리서치 분석

경쟁사 리서치 및 분석





## 02 리서치 : 경쟁사 리서치



회사명	쉬크(SHICK)
설립자	제이콥 쉬크
설립년도	1926년
본사	미국 뉴저지
홈페이지	<a href="https://www.schick.com/">https://www.schick.com/</a>

### 대표상품



쿼트로 외 쿼트로 티타늄,  
익스트림 등

### 전기면도기



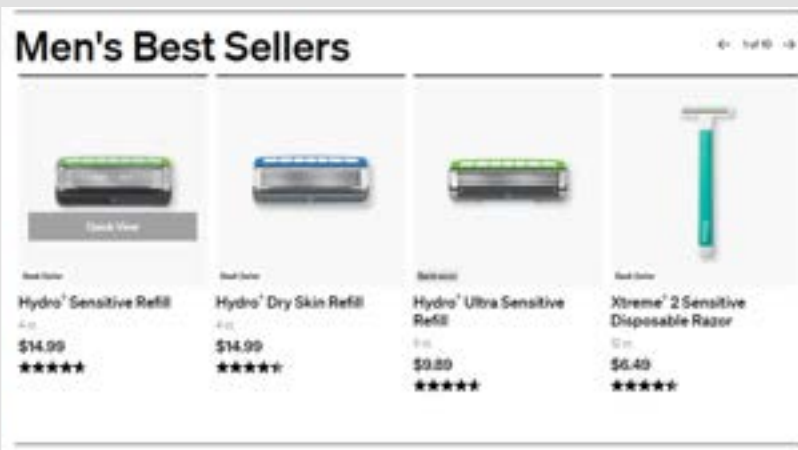
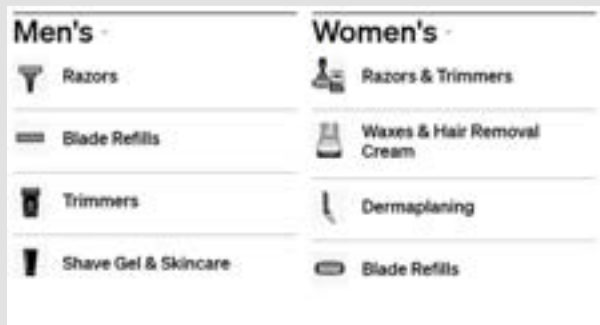
세계최초 전기면도기 발명한  
창립자의 브랜드

### 안전&내구성



쉬크의 정체성 = 내구성  
내구성 : 질레트 < 쉬크  
절삭력 : 질레트 > 쉬크

## 02 리서치 : 경쟁사 리서치



한눈에 보기 쉬운 제품과 가격

- 확실한 설명은 기재되지 않음
- 판매 사이트 위주의 레이아웃
- 여자/남자로 메뉴를 나눈 것이 인상적

## 02 리서치 : 경쟁사 리서치



회사명	도루코(DORCO)
설립자	박종래, 홍건희
매출액	4,357억 6,758만 (22.12.GAAP)
본사	서울특별시 서초구
홈페이지	<a href="https://dorco.co.kr/">https://dorco.co.kr/</a>

### 가성비



여전히 가성비가 뛰어나  
인기가 많은편  
가성비 : 도루코 > 질레트

### 해외수출



온라인 마켓에서 2016년  
미국 4위 점유율 기록

### 군납품



대한민국 국군에 수십 년 간  
군납을 계속하는 업체

## 02 리서치 : 경쟁사 리서치



클릭이벤트시 슬라이드 효과

- 각 배너 영역을 클릭시 각 내용의 상세페이지로 이동

브랜드 이미지에 집중

- 보기 힘든 제품 설명

## 03 컨셉 도출



# Gillette*Labs*

## 질레트 랩스 시리즈

새로운 기술력을 보여줄 신제품 소개를 위한 랜딩 페이지를 제작하는 것이 목표  
기존 제품군과 분류가 다르기에 차별성있는 컨셉과 디자인에 주력

제품의 네임과 디자인을 사이트에 녹여내 통일감 있는 이미지를 주고 제품의 강점 및 설명을 전달력있게 표현



### 03 컨셉 도출 :



### 03 컨셉 도출 :



### Laboratory의 축약 : 연구, 실험실

네온컬러 와 다크그레이 의 강렬한 대비를 이용해  
누구도 범접할 수 없는 기술력에 대한 자신감을 표현.

네온컬러가 주는 발광하는 착시적인 효과를  
효과적으로 사용하여 제품에 대한 기술, 이미지를 각인.



## 04 시안도출





Gillette

1



2

\*PRODUCT



반응형 웹사이트  
pc 사이즈 : 1920\*1080px

①

영상재생 :

영상재생으로 입체감있는 역동성을 보여줌

--

(효과) 사이트 접속 시 자동재생 및 반복재생

②

제품 구성 및 확대컷 :

처음에는 플러스 버튼만 있음

--

(효과) 플러스 박스 각 버튼을 클릭 시

제품의 핵심 3지점에 확대컷을 통해 제품확인



③

제품 기능:

신제품의 핵심적인 3가지 기술력을 소개

--

(효과) 해당 영역에 마우스를 올리면 이미지가 서서히 확대  
동시에 기능설명 글씨가 생겨남



④

관련 시리즈 제품:

같이 구매했을때 좋은제품 안내

--

(효과) 제품에 마우스를 올리면 어두운 배경으로 바뀌고  
제품이름이 나옴, 클릭시 해당 상품의 상세페이지로 이동

⑤

정품등록 평생품질보증:

제품관련 혜택안내

--

(효과) 해당 영역에 마우스가 들어가면 면도기가  
오른쪽에서 왼쪽으로 이동되며 안에 "정품등록" 텍스트가 보임

⑥

슬로건 및 하단정보:



## 반응형 웹사이트

tab 사이즈 : 1024\*768px

효과적인 요소는

PC와 동일하게 : 탭에서 그대로 사용

① ~ ③

한 섹션의 가로세로 비율값 차이에 따라

이미지 사이즈, 폰트 크기 %로 조정 및 좌우 여백값 조절 예정

④ 하단 제품소개란 4개요소를>3개로 변경

⑥ 푸터영역 확장및 여백값 변경

THANK YOU. *Gillette*Labs

1조 :김송희 | 김윤정 | 유현지 | 최해리