

데시그너

자사 브랜드 쇼핑몰 웹사이트 (k!mjuhyeon by 覺)

2024.01 ~ 2024.03

프로젝트 개요

김주현 바이 각은 인천의 맞춤 테일러샵 브랜드로, 브랜드 철학과 비스포크 수트의 가치를 온라인에서 전달하기 위해 제작한 쇼핑몰 웹 사이트입니다. 정장과 함께 어울리는 다양한 아이템을 소개하고, 브랜드 인지도를 높이며 오프라인 매장 방문을 유도하는 것을 목적으로 설계되었습니다.

목표

- 브랜드 철학과 비스포크 테일러링의 가치를 사용자에게 직관적으로 전달
- 정장과 어울리는 아이템을 함께 소개하여 브랜드 이미지를 강화
- 온라인 방문자가 오프라인 테일러샵 방문으로 이어질 수 있는 흐름 설계
- 모바일 환경에서도 편리하게 브랜드와 상품을 탐색할 수 있는 UI 구현

타겟 사용자

- 맞춤 수트와 비스포크 테일러링에 관심 있는 남성 고객
- 자신만의 스타일과 정체성을 중요하게 생각하는 20~40대 남성
- 정장과 함께 어울리는 아이템을 찾는 브랜드 고객 및 팬층



데시그너

자사 브랜드 쇼핑몰 웹사이트 (k!mjuhyeon by 覺)

2024.01 ~ 2024.03

기술 스택

(Cafe24 쇼핑몰 환경)

HTML, CSS, JavaScript

역할

브랜드 쇼핑몰 웹 사이트 기획부터 화면 설계, 구현, 유지보수까지 전 과정 담당

카페24 환경에서 HTML/CSS/JavaScript 기반 상품 목록 및 상세 페이지 UI 구현

브랜드 스토리와 상품 정보를 효과적으로 전달하기 위한 페이지 구조 및 사용자 흐름 설계

모바일 환경을 고려한 반응형 레이아웃 적용

운영 중 발생한 UI 이슈 수정 및 기능 개선 작업 수행

The screenshot displays the homepage of the k!mjuhyeon by 覺 website. At the top right, there is a logo for "Black Label Edition" and a search bar. Below the header, a large black and white photograph shows a close-up of a person's hands holding a pen over a desk. To the left of this image is a sidebar containing a portrait of a man in a suit, identified as "KIM JU HYEON / CEO". The sidebar also includes a bio, social media links, and a "Latest News" section. The main content area features a large image of a hand holding a pen, with the text "by 覺 Philosophy" overlaid. The footer contains a "Community" section with various links and a "Contact Us" form.

데시그너

자사 브랜드 쇼핑몰 웹사이트 (k!mjuhyeon by 覺)

2024.01 ~ 2024.03

모바일 환경에서의 복잡한 정보

문제

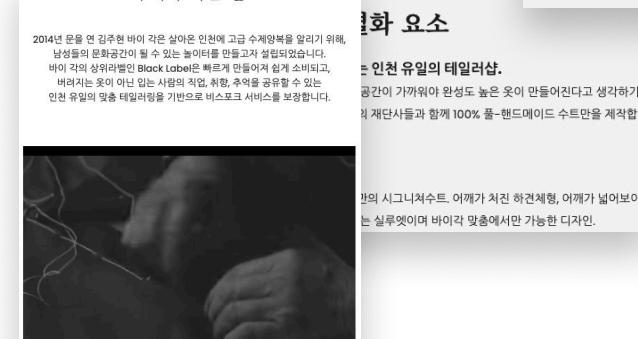
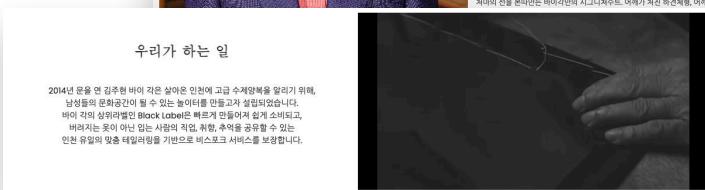
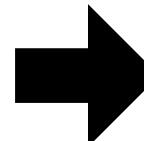
브랜드 메시지와 이미지, 전달하고자 하는 정보 등이 계속 쌓이면서 모바일 화면에서는 가독성이 떨어지고 탐색이 어려웠다.

고민

브랜드 감성과 정보들을 모두 잘 전달해야 하였고, 모바일에서도 정보들이 모두 전달 되어야했다.

해결

정보 우선순위를 정해 레이아웃을 재구성하고, 반응형 레이아웃을 적용해 화면 크기에 따라 콘텐츠가 재배치되도록 구현했다.



데시그너

자사 브랜드 쇼핑몰 웹사이트 (k!mjuhyeon by 覺)

2024.01 ~ 2024.03

회고

데시그너 자사 브랜드 k!mjuhyeon by 覺 사이트는 브랜드 아이덴티티를 전달하고 제품을 소개하기 위한 웹사이트였다.

초기에는 브랜드 감성과 이미지 중심의 화면 구성에 집중했지만, 콘텐츠가 점점 늘어나면서 모바일 환경에서 가독성과 탐색성이 떨어지는 문제가 발생했다.

이를 해결하기 위해 브랜드 스토리와 상품 정보를 구분해 정보 구조를 다시 설계하고, 사용자 입장에서 우선적으로 필요한 정보를 상단에 배치하도록 레이아웃을 재구성했다. 또한 반응형 레이아웃을 적용해 화면 크기에 따라 콘텐츠가 자연스럽게 재배치되도록 구현했다.

이 경험을 통해 디자인 완성도뿐 아니라, 정보 구조와 사용자 흐름이 서비스 품질에 큰 영향을 미친다는 것을 배웠다.

이후에는 화면을 만들기 전에 콘텐츠의 목적과 우선순위를 먼저 정리하는 습관을 갖게 되었다.