



1962

일광전구

적응형 웹페이지 리뉴얼 기획서

1팀



INDEX

1. 기획의도
2. 타겟설정
3. 자사 분석
4. 경쟁사 분석
5. 제작방향 도출
6. Color Plan
7. Font Plan
8. 제작 기법

1-1. 아이템 선정

- 장기화 되었던 언택트 시대로 인해 홈 카페, 홈 짐, 홈 오피스 등 집의 역할과 기능이 다양해졌고, 집에 머무는 시간이 늘어나며 내 집, 특히 '내 공간'에 대한 관심 증가
- 사람들의 관심은 자연스럽게 인테리어 관련 소품에 집중되었고, 그중 조명은 인테리어에서 빠질 수 없는 요소로 인식되고 있으며, 그로인해 조명에 대한 젊은 세대의 관심 및 소비 증가
- 조명의 색온도 · 밝기(조도)에 따라 변하는 공간의 분위기가 휴식, 공부, 업무 등의 활동에 적지 않은 영향을 미치기 시작 (코로나로 인한 재택근무·홈스쿨링의 증가로, 이러한 조명의 역할의 중요성 증대)

→ 과거에는 단순히 공간을 밝히는 역할만이 강조되던 조명이, 이제는 각 공간의 용도에 맞는 무드를 연출하는 핵심 요소로 변화

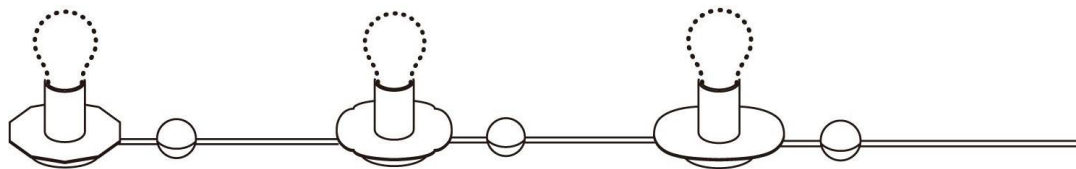


1-1. 아이템 선정

- 효율성을 강조하는 디지털 문화 속에서 아날로그적인 감성을 동시에 추구하는 소비자층이 확대되고 있으며, 이러한 흐름과 함께 장식용 전구의 인기도 증가

→ 전구가 주는 일상을 따뜻하게 채워주는 힘의 가치에 주목

- 전구 생산 전문 회사였던 일광전구가 최근 MZ세대를 겨냥한 조명 기구를 생산하는 회사로 사업 영역을 확대하면서 자사 홈페이지도 그에 맞게 감각적으로 만들기 위해 노력했음을 엿볼 수 있지만, 홈페이지의 레이아웃이나 카테고리의 분류 등에서 지나치게 감각적인 느낌을 주기 위해 노력한 모습이 오히려 사용성을 떨어뜨리는 요인이 된 부분을 발견
- 불안정한 레이아웃 개선, 제품 정보에 대한 접근성 개선, 홈페이지 사용성 개선 등을 통해 사용자가 더욱 편리하게 이용할 수 있는 사이트로 리뉴얼해보겠다는 목적으로 '일광전구' 사이트를 리뉴얼 대상 사이트로 선정



1-2. 사이트 컨셉

- 메인 비주얼의 영역이 다소 커 사용자들이 원하는 정보를 찾기 난해
→ 이미지 영역을 적절하게 조절하여 그 공간에 소비자가 필요로하는 정보를 배치
- 정돈되지 않은 레이아웃은 소비자에게 시각적인 불편함 제공
→ 12 column grid를 고려하여 레이아웃을 재배치
- C(Classic-클래식 전구), D(Decorative-장식용 전구), E(EL-삼파장 전구), G(Gardening-가드닝 전구) 등 전구 종류의 알파벳 첫 글자를 카테고리명으로 제시해 사용자 입장에서 카테고리를 직관적으로 이해하기 난해
→ 카테고리 분류를 재정비하여 카테고리에 대한 직관성을 높이고 나아가 사용자에게 적합한 구매 가이드 라인을 제시
- 사용자에게 편리함을 제공하는 기능 부족(패스, 탭버튼, 퀵메뉴 등)
→ 구매 과정에 필요한 편의 기능을 적재적소에 배치

1-3. 디자인 컨셉

키워드 선정

새로운
아기자기한
깔끔한
평화로운
심플한
일상적인
따뜻한
환상적인
특별한
감각적인
밝은
화려한
함께하는
조화로운
신선한
활기넘치는
친근한
다채로운
편안한
아늑한
모던한

[감각적인, 따뜻한, 조화로운]



일광전구의 슬로건,

We make light.

“빛을 만들어 세상을 밝히고 따뜻하게 만들자”

일광전구가 만드는 것은 하나의 제품이자 공간과 시대를 밝히는 빛



혼코노미

혼자(1인) + 이코노미(economy)

“나 혼자 음식·취미·여가를 즐기며 소비하는 경제활동”

Main Target

- 일터이자 안식처를 나만의 취향으로 채워가는 20~30대 재택 근무자
(+ 재택 근무를 겸하는 직장인)

Sub Target

- 창업을 시작하며 가게 공간을 꾸미게 된 신규 창업자 및 소상공인

일광전구

소개	국내 유일의 백열전구 제조사. 장식용 전구로 전구 사업의 명맥을 이어 가는 동시에, 전구 회사에서 조명 기구 회사로 사업 방향 전환
웹사이트 주소	https://www.iklamp.co.kr/
사이트 유형	반응형
타겟	아날로그 감성의 조명을 선호하는 고객층
제품 전략	아날로그의 가치를 중시하는 브랜드로서 대형 유통 채널을 선점하는 방식보다 서로 어울리는 브랜드와의 자연스러운 컬래버레이션으로 다양한 종류의 제품 라인업을 판매

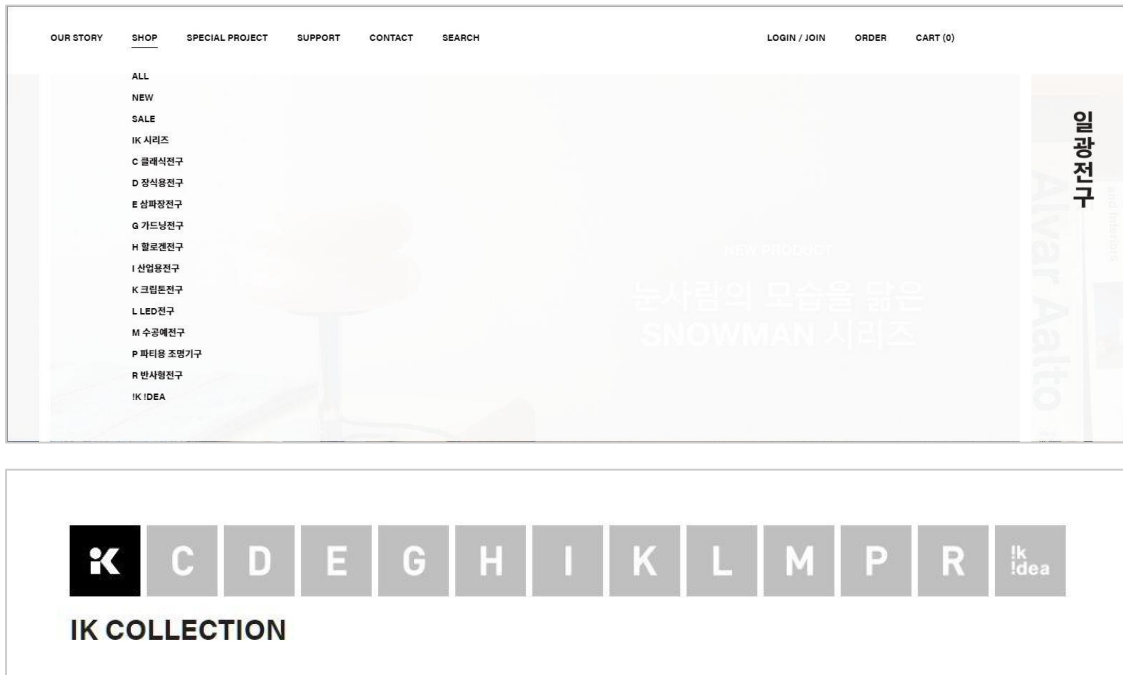


3-1. 메인 페이지



- 메인화면의 슬라이더 영역과 크기가 애매하여 메인 페이지로 이동할 수 있는 **로고의 존재를 알아보기 난해**

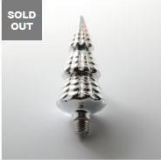












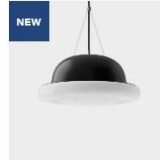
3-1. 메인 페이지



- 알파벳 이니셜로 나열된 카테고리 구분은 사용자가 그 의미를 알아채기에 다소 난해

3-1. 메인 페이지

IK COLLECTION

						
SOLD OUT LED전구 디밍 F-LED 3D TREE... 30,000원	NEW IK 시리즈 SNOW/MAN22 SOLI... 230,000원	NEW IK 시리즈 SNOWBALL22 SOLI... 210,000원	NEW IK 시리즈 FONDUE16 Table St... 280,000원	NEW IK 시리즈 FROG22 Table Stan... 160,000원	NEW IK 시리즈 ACORN22 Table Sta... 160,000원	NEW IK 시리즈 CANDLE9 Table Sta... 65,000원
						
NEW IK 시리즈 TRIANGLE120 A Pe... 390,000원	NEW IK 시리즈 TRIANGLE120 B Pe... 390,000원	NEW IK 시리즈 TRIANGLE120 C Pe... 360,000원	NEW IK 시리즈 TRIANGLE120 PAN... 110,000원	NEW IK 시리즈 TRIANGLE120 PAN... 110,000원	NEW IK 시리즈 TRIANGLE120 PAN... 80,000원	NEW IK 시리즈 MAGRITTE40 Pend... 380,000원

메인페이지

- 구분이 명확하지 않은 콘텐츠 카테고리 구성 → 항목별 카테고리(MD추천, BEST상품) 분류 필요

3-1. 메인 페이지

일광전구

라이트하우스 카페&쇼룸

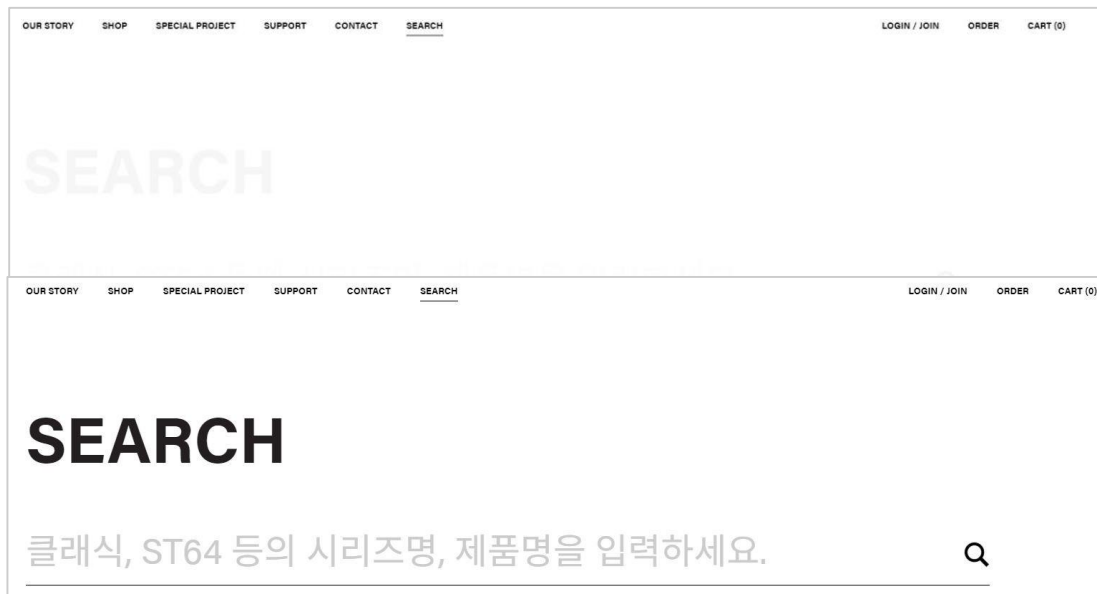
라이트하우스는 일광전구에 새로운 제조를 직접적으로 홍보하는 공간의 특징이다. 조명의 무리 없이 빛나는 공간적인 환경을 제공하는 공간 공간에서 보여주기 위해 기획되었다. 이러한 공간 전체를 밝히는 빛은 전장에 형성되지 아닌 모든 빛을 제외한 조명 배치로 인해 공간이 더욱 풍성해 질 수 있음을 보여...

일광전구 x AUDI

성상전자가 기존수업에서 모은한 Lifestyle Pop-up store "세라비트"에 일광 전구가 출시되면서 비현실로 전시를 진행합니다. 2019년 5월 1일부터 2019년 6월 30일까지 약 6주간 진행되었고 전시기간 중 약 4만명이 다녀가며 많은 호응과 반응을 보였습니다.

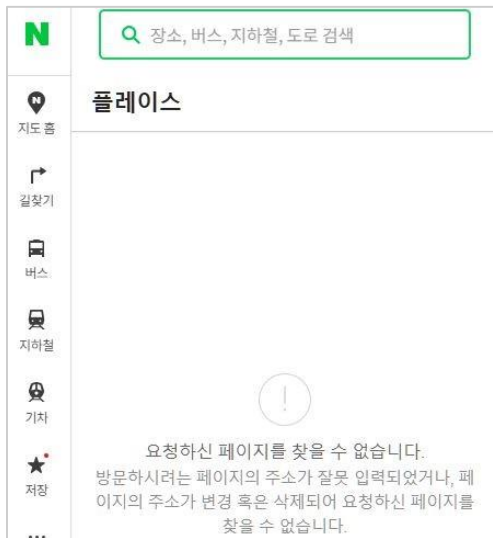
- 이미지의 크기가 너무 커서 텍스트와의 **비율이 조화롭지 않아** 좌측으로 치우친 느낌

3-1. 메인 페이지



- 화면 전체를 차지하는 풀다운 메뉴 영역은 원하는 카테고리로의 **접근성 저하**

3-1. 메인 페이지



- 지도보기 기능의 방치로 인한 잘못된 위치 정보 제공

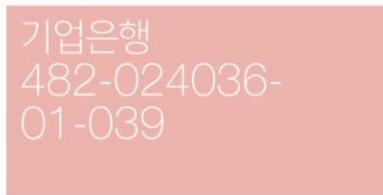
3-1. 메인 페이지



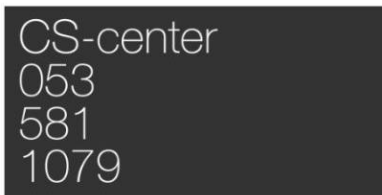
임광천구 제품브로셔 다운로드



WE MAKE LIGHT - 브랜드 스토리 & 영상



계좌정보 기업은행 김흥도 482-024036-01-039



CS Center 053-581-1079 (평일 9 ~ 16시)

- 의도 파악이 어려운 **콘텐츠 배열 및 구성**과 잘못된 연결된 링크

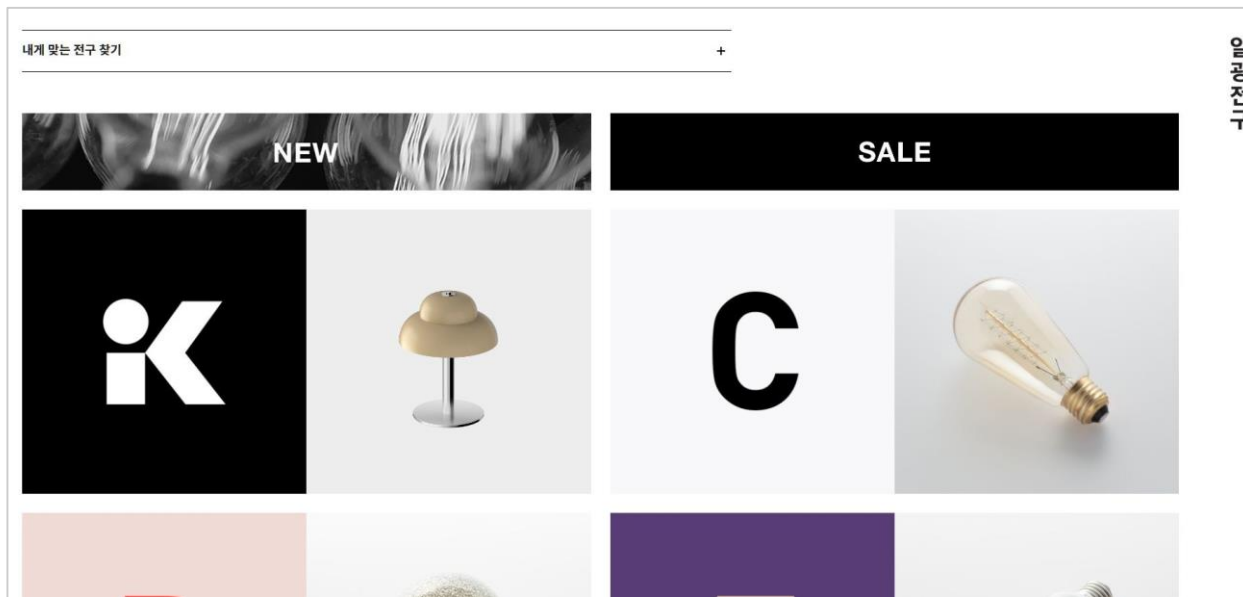
3-1. 메인 페이지

FOLLOW US ON INSTAGRAM

Home	이용약관	개인정보취급방침	People who make ilkwang lightings	등산편매사업자
			Bae Yun Ju Hong Gi Don	알콩로직 대표 김웅도 사업자등록번호 810-08-40280 [사업자정보확인]
			Hong Gi Wan Hong Soo Young	등산편매산고번호 2013-경북상주-34호
			Jeong Myeong Hun Kang Gi Hwa	경상북도 상주군 선남면 문방1길 1 전화 053-581-1079
			Kang Gyeong Sun Kim Ho Jin	팩스 053-581-8122 개인정보책임자 김웅도
			Kim Hong Do Kim Yeong Ha	무동상업과 기업은행 김웅도 482-024038-01-039
			Kwon Sun Man Lee Jeong Hui	
			Lee Kang Rok Lee Yeon Hui	Manufacturer
				[주]알콩 대표 김웅도 사업자등록번호 804-81-05919
				대구광역시 남서구 성서공단 북로3길 7 전화 053-581-1079
				팩스 053-581-8122 이메일 light@ilkwang.co.kr
© 2017 ilkwang Co., Ltd All rights reserved.				  

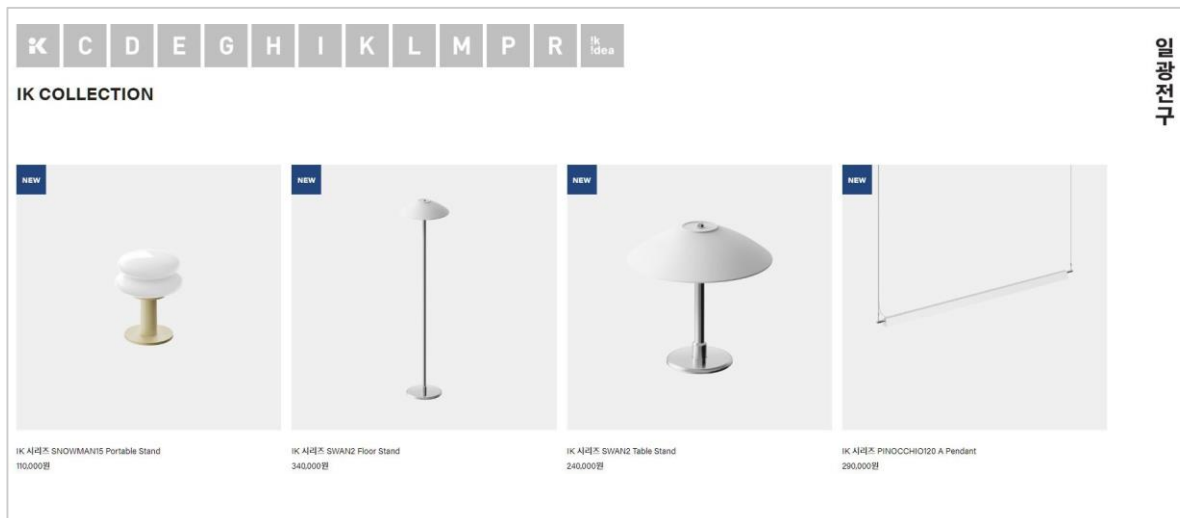
- 인스타그램 영역이 지나치게 넓으며, 텍스트만을 사용하여 SNS인지 **한눈에 파악하기 난해**
- 그리드 형태를 사용한 footer영역이 주는 딱딱한 느낌

3-2. 서브 페이지



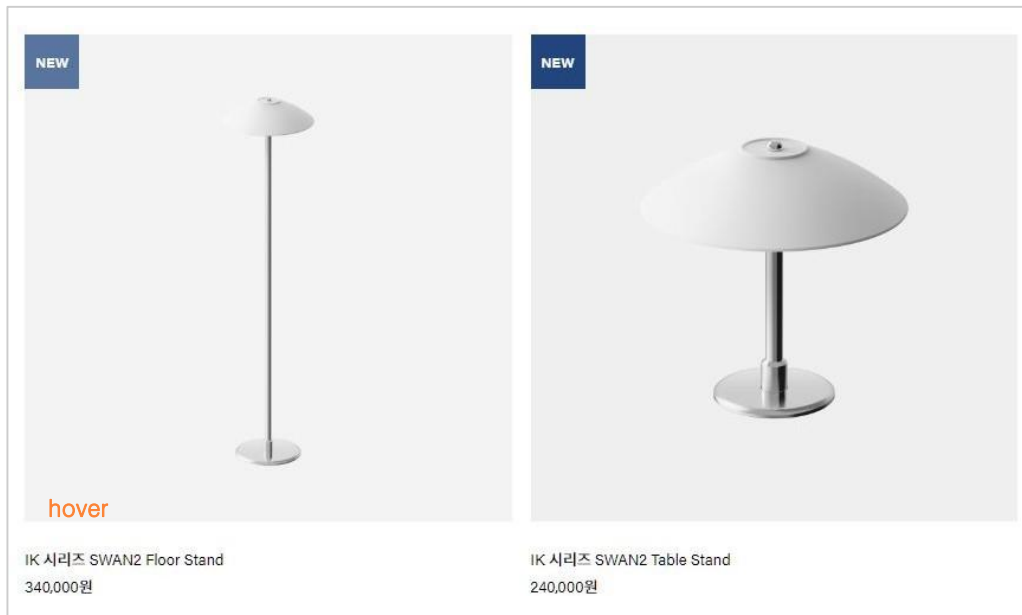
- 한 페이지에 들어오지 않는 카테고리 구성과 배열로 인해 스크롤을 해야하는 불편

3-2. 서브 페이지



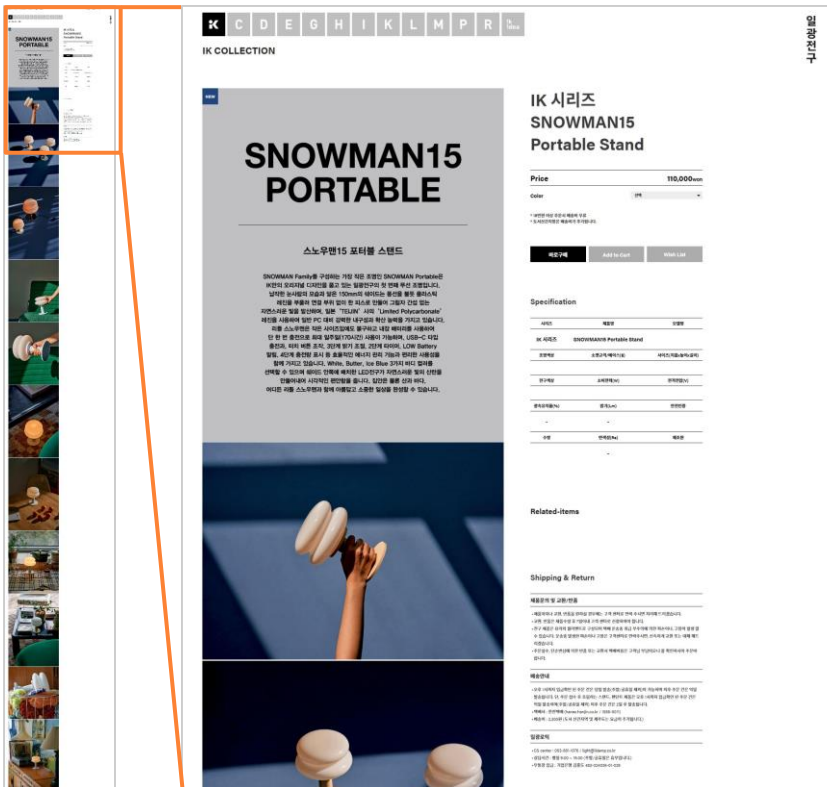
- 카테고리 경로(path)부재
- 상품을 장바구니에 바로 담을 수 있는 버튼이 없어 디테일 페이지를 통해야 하는 불편
- 탭버튼, 콕메뉴 등 사용자 편리성 제공 기능 부재

3-2. 서브 페이지



- hover 했을 때(좌측)와 하지 않았을 때의 차이가 크지 않아 명확하지 않은 구분
→ Hover시 제품의 디테일 이미지 또는 인테리어된 이미지가 나타나는 것도 고려

3-3. 디테일 페이지



- 상세 이미지와 상품 설명으로 왼쪽과 오른쪽 영역 분리
- 스크롤 시 상품 설명 종료 후 상세 이미지만 스크롤되어 화면 공간 활용이 부족한 느낌

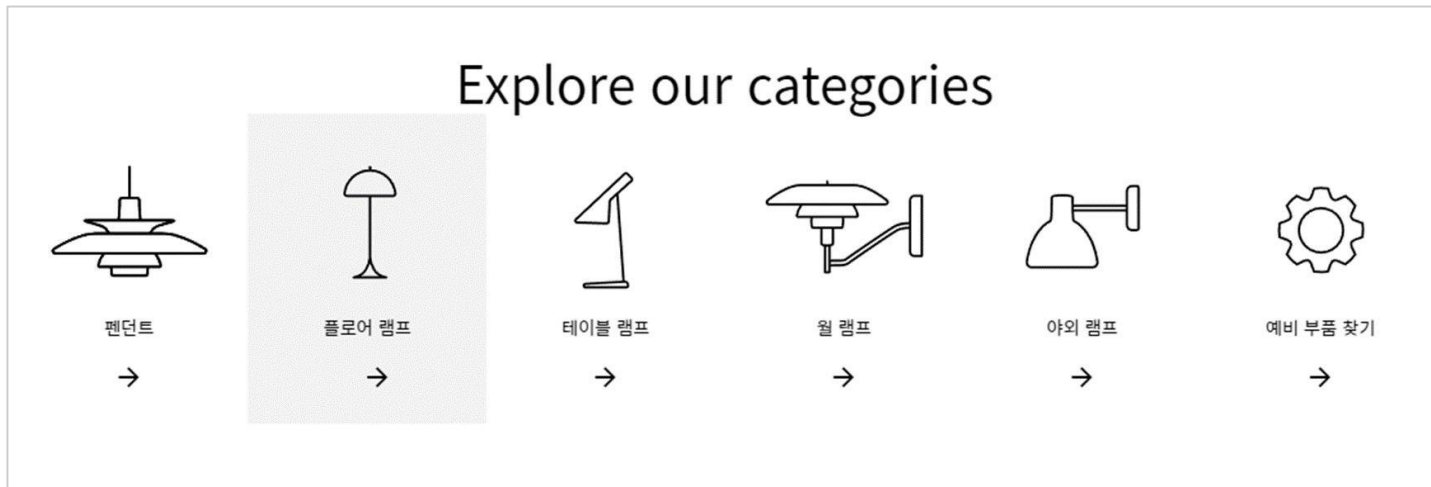
4-1. louis poulsen

소개	1874년 설립된 루이스폴센은 덴마크 조명 기기 제조업체로서 실용성을 중시하는 스칸디나비아풍 디자인 전통을 간직
웹사이트 주소	https://www.louispoulsen.com/ko-kr/private
사이트 유형	반응형
타겟	고급스러운 조명을 선호하는 고객층
제품 전략	세계적인 디자이너와 협업하여 혁신적인 디자인과 기술력으로 다양한 제품 라인업을 보유



4-1. louis poulsen

서브 페이지

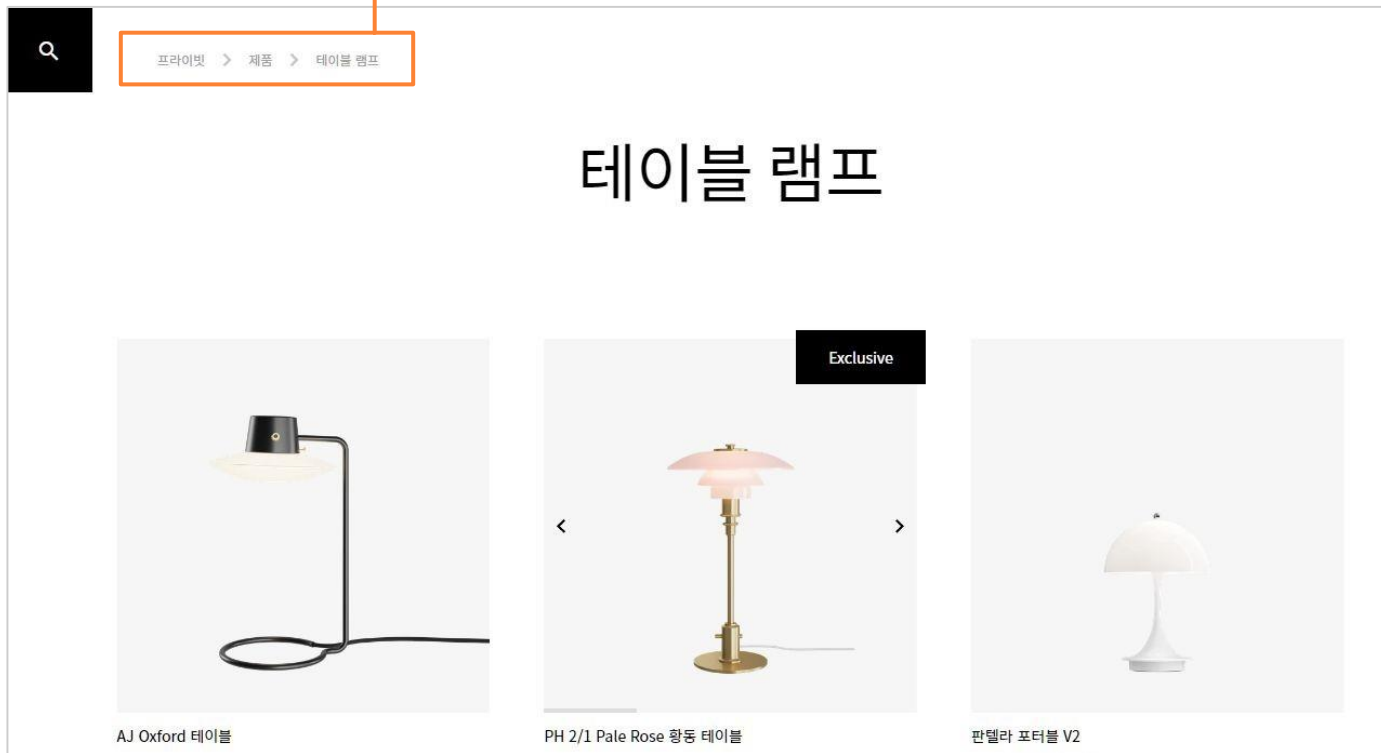


- 직관적인 아이콘을 사용해 사용자가 자신이 원하는 디자인의 조명기구를 검색하고 선택하기 편리

4-1. louis poulsen

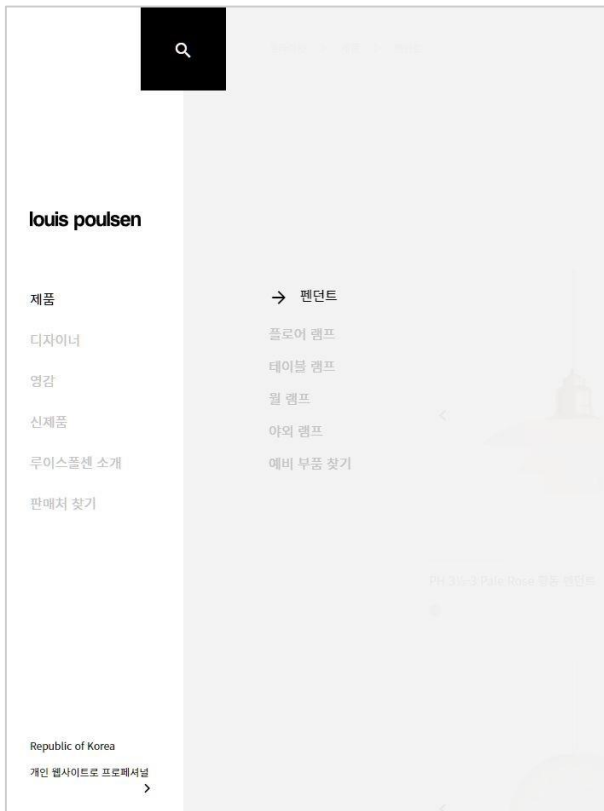
서브 페이지

- path 기능을 통해 사용자의 **현재 위치**가 어딘지 **명확**하게 인지



4-1. louis poulsen

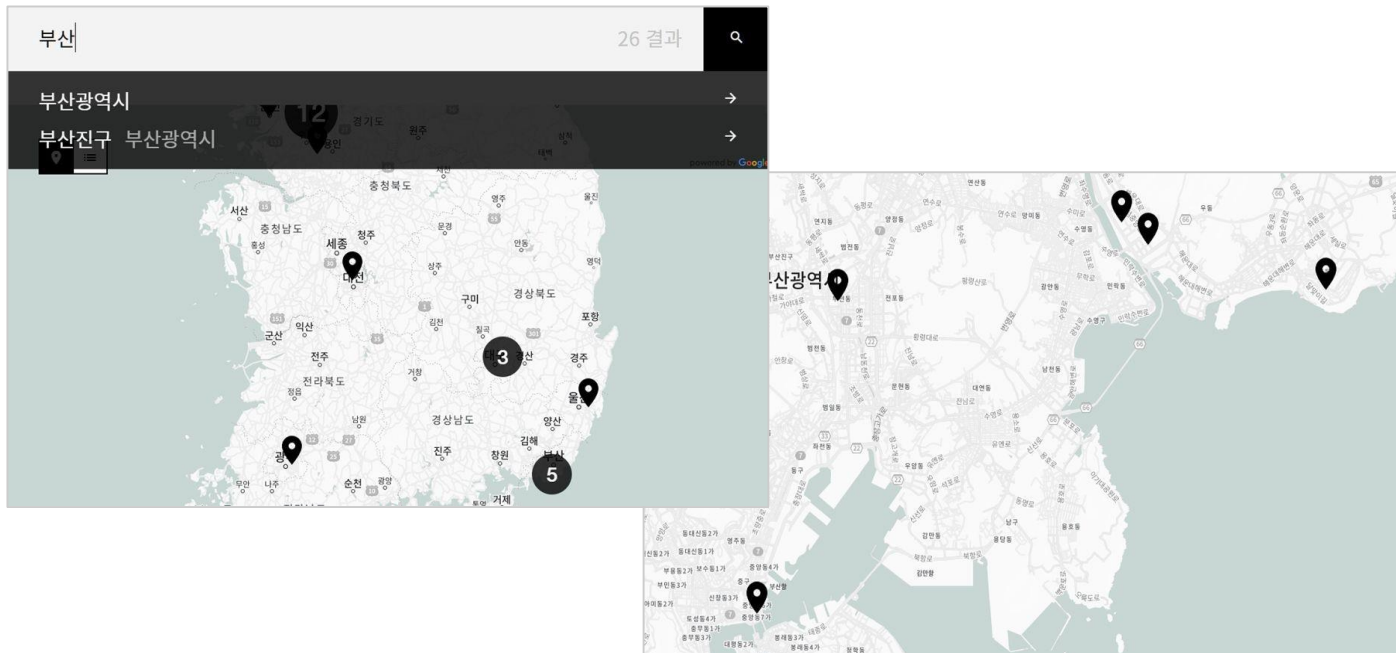
서브 페이지



- 세부 카테고리는 hover 기능에 따른 **시각적인 변화**가 없어 **파악이 난해**

4-1. louis poulsen

서브 페이지



- 한국에 위치한 루이스폴센 오프라인 매장 찾기에 **지도가 제공**되어 사용자가 매장 위치를 찾기에 **편리**

4-1. louis poulsen

서브 페이지

조명에 대한 영감이 필요하신가요?
뉴스레터를 신청하세요.

신청하기

팔로우하기

Facebook

Instagram

LinkedIn

Pinterest

YouTube

루이스폴센

Design to Shape Light

루이스폴센 소개

문의처

디자인 및 조명 철학

언론

채용

Quality Policy

퀵 링크

판매처 찾기

지원 및 FAQ

마운팅 지침

제품 등록

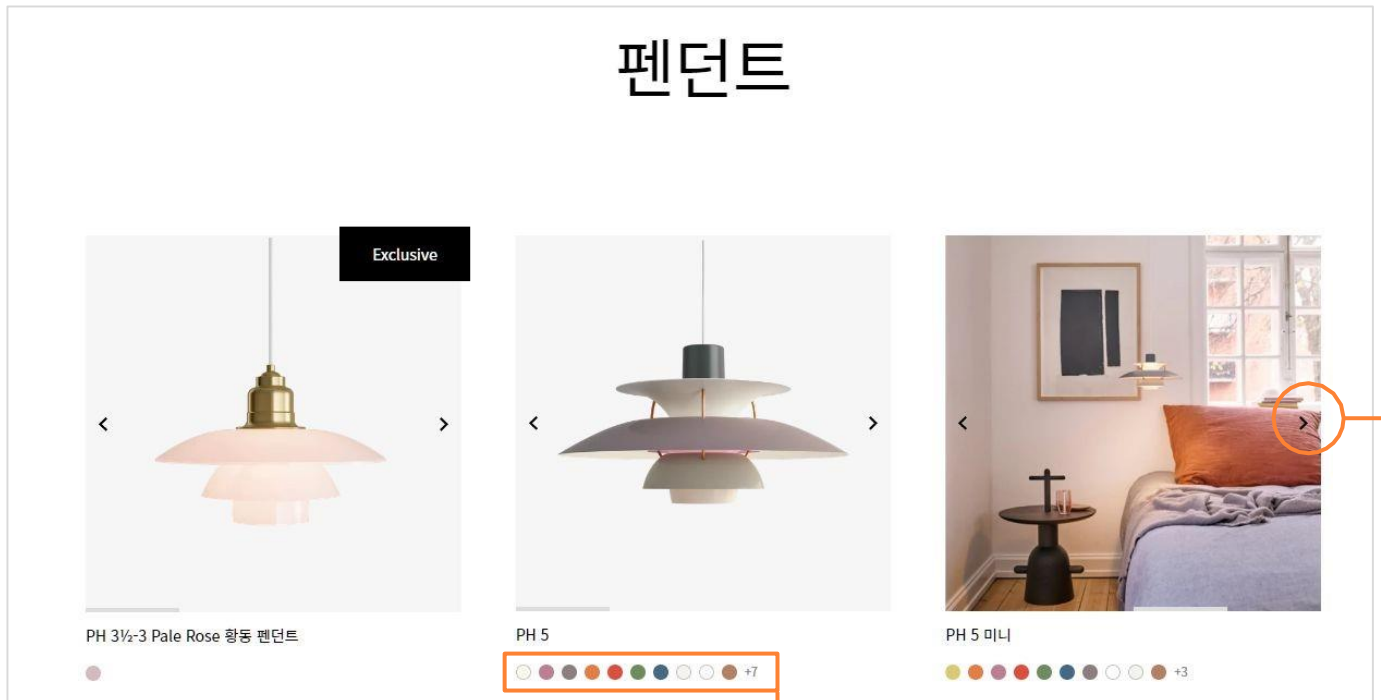
뉴스레터

Sustainability report

- **퀵 링크**를 통해 판매처 찾기, 지원 및 FAQ 등으로 접근 가능

4-1. louis poulsen

서브 페이지



- 색상을 클릭하면 제품의 다양한 색상을 비교해 볼 수 있어 편리
- 다만, **필터링 기능(신상품, 가격순)**이 없어 아쉬움

- 슬라이더를 통한 인테리어 조명 다양성 시각화 및 조명 구매에 도움되는 기능 제안

4-1. louis poulsen

디테일 페이지



AJ 로얄, Arne Jacobsen 디자인: 새로운 사이즈

→



AJ 제품군 익스텐션

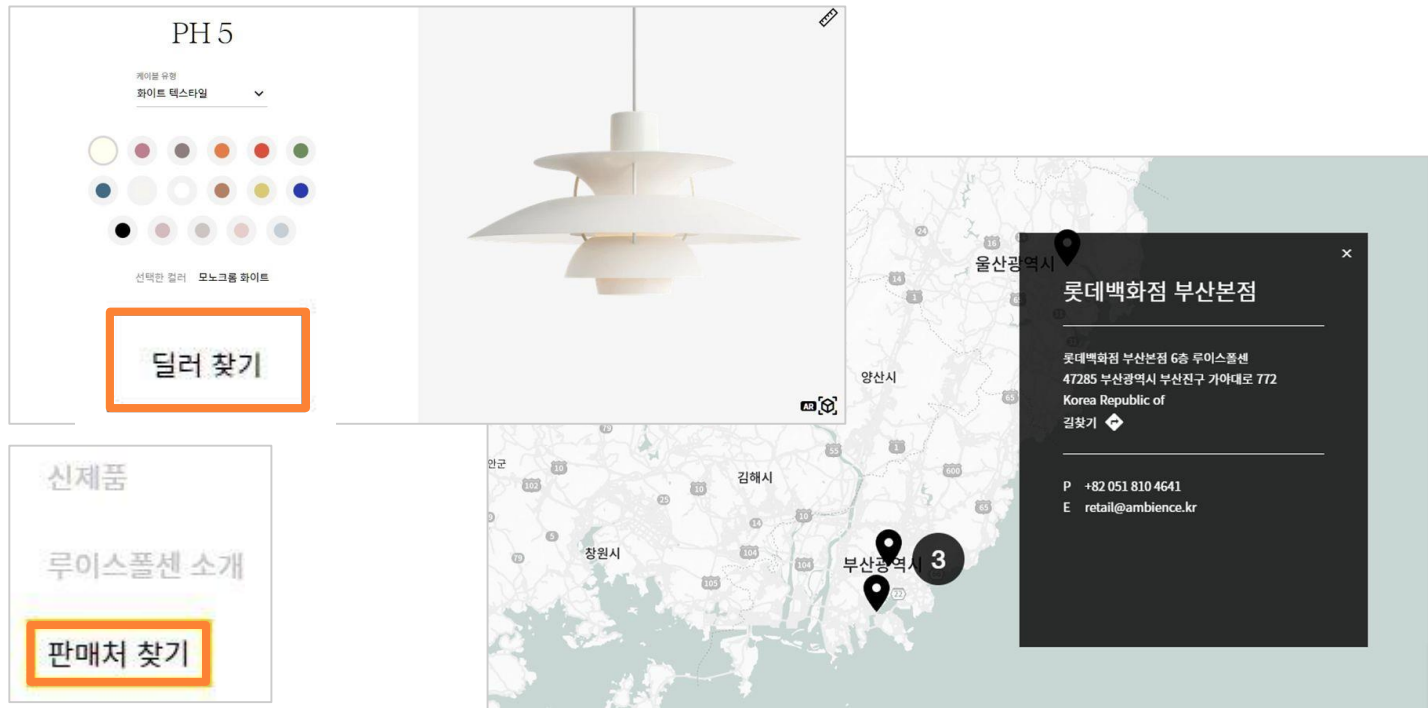
→



- 페이지를 스크롤하면 정보가 로드되는 형태로 네트워크 속도에 따라 답답함을 느낄 수 있음

4-1. louis poulsen

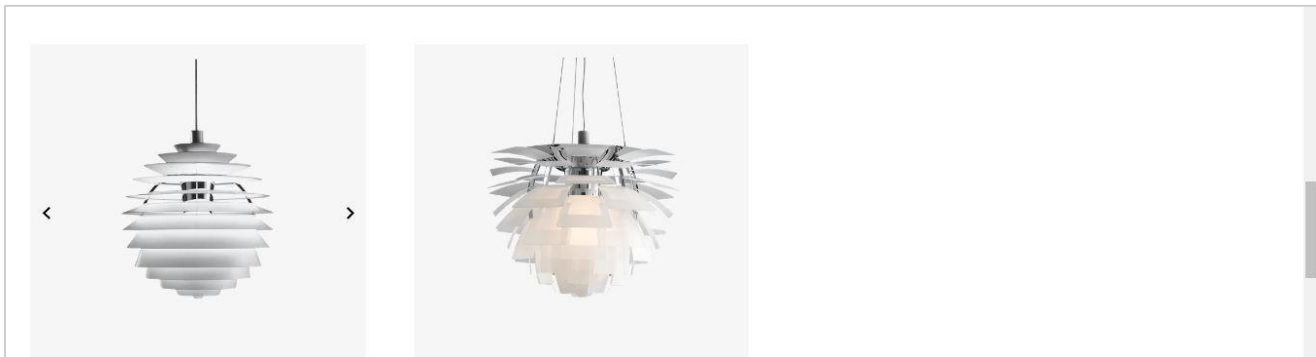
디테일 페이지



- 해당 페이지를 통해 바로 구매할 수 있는 시스템이 아니라 번거로움(딜러 찾기, 판매처 찾기를 통해 구매 가능)

4-1. louis poulsen

디테일 페이지



- 탭버튼 부재에 따른 페이지 상단 이동 시 스크롤 **피로감** 존재

다른 제품 둘러보기



플로어 램프



테이블 램프



월 램프



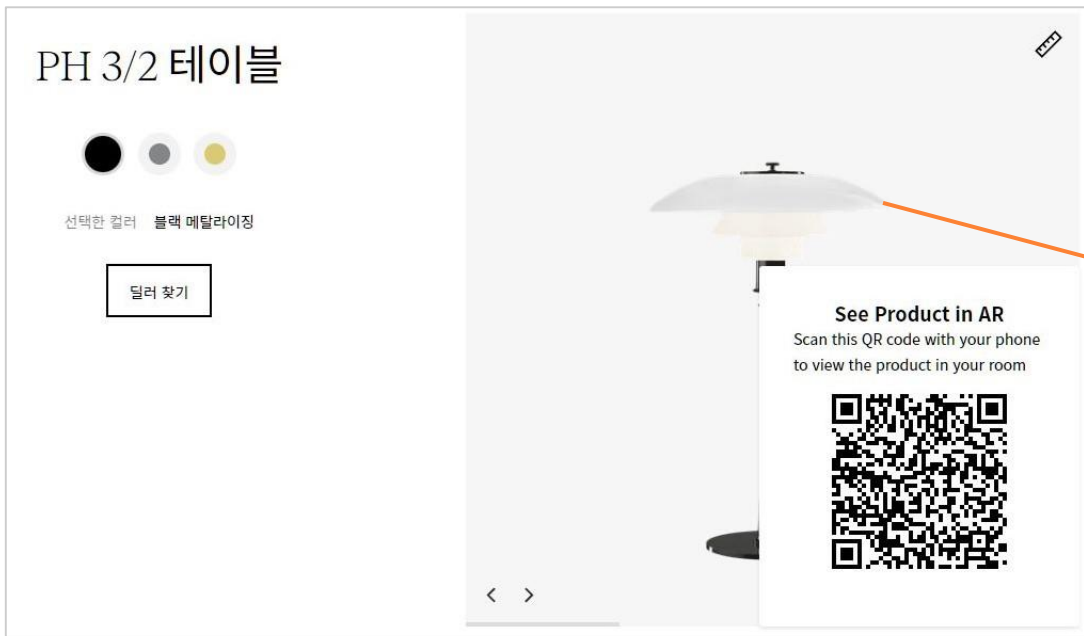
예비 부품 찾기



- 스크롤을 내렸을 때 다른 제품 페이지로 **바로 이동**할 수 있는 유용한 기능
- **직관적인 아이콘** 사용으로 램프의 이름을 모르더라도 일러스트를 보고 유추 가능

4-1. louis poulsen

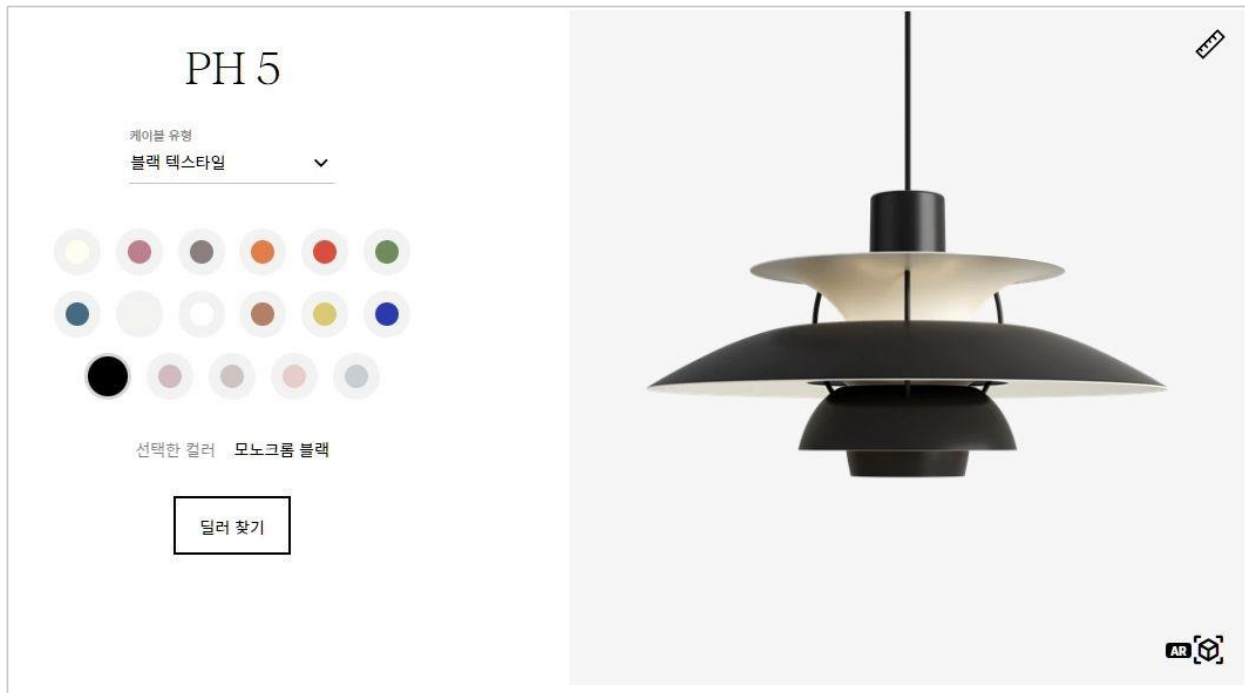
디테일 페이지



- 단순한 디테일 이미지를 넘어서 **AR 기능을 제공**하여 공간에 어울리는 조명과 사이즈를 파악하기 편리

4-1. louis poulsen

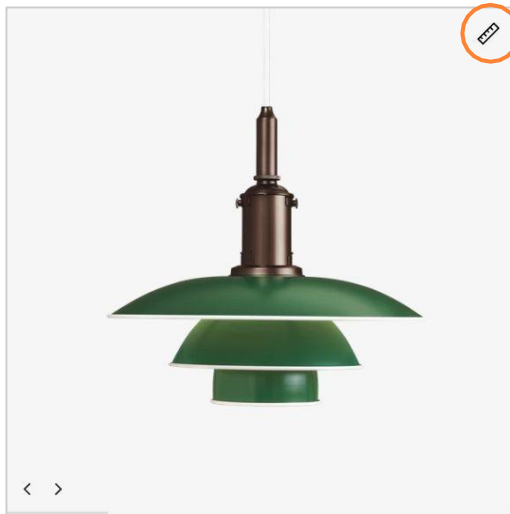
디테일 페이지



- 케이블 유형, 색상 등의 옵션 기능을 선택하면 변경된 모습을 이미지로 바로 확인할 수 있어 **구매에 유용**

4-1. louis poulsen

디테일 페이지



- 자 모양 아이콘을 클릭하면 사이즈를 알아볼 수 있어 편리

4-1. louis poulsen

디테일 페이지

최근 본 제품



- 최근 본 제품을 볼 수 있어 구매 결정에 도움

4-1. louis poulsen

디테일 페이지

제품 정보

빛은 100% 아래 방향으로 조사되며 전등갓의 안쪽은 무광의 화이트로 마감되어, 편안한 빛을 연출합니다.

환경 제품 정보

본 제품은 유럽 지침, RoHS 지침 2011/65 및 2015/863에 포함된 요구 사항을 준수합니다. 본 제품은 제품의 100%를 분해 및 재사용할 수 있도록 설계되었습니다. 루이스폴센은 유럽 전역의 전자 폐기물(WEEE)의 재사용을 보장하는

사이즈 및 무게

너비 x 높이 x 깊이 (mm)
155 x 900 x 267, 2.4 kg

↓

마운팅 지침

토보드 155 볼라드

다운로드할 파일 유형 선택:

☐ 마운팅 지침 [PDF]

↓

0 파일 다운로드

↓

전체 다운로드

Lyskilde Light source Leuchtmittel Ljuskälla Sorgenti luminose Source lumineuse Fuente de luz Valonlähde	Spænding/frekvens Voltage/frequency Spannung/frequenz Spänning/frekvens Tensione/frequenza Voltage/frequence Tensión/frecuencia Jännite/taajuus	Vægt Weight Gewicht Vikt Peso/ingombro Poids Peso Paino	Isolering Prot Sch Isoli Clas Prot Clas Eris
1x40W E14	220-240V/50-60Hz	2,0 kg	

DA
Støv aftørres med en tør, blød klud. Fedtpletter og lignende kan fjernes med en blød klud opvredet i lunkent vand (<50° C) tilsat mildt rengøringsmiddel. Brug aldrig rengøringsmidler, der indeholder slibemiddel eller opløsningsmidler.

EN
Wipe off dust with a dry, soft cloth. Remove greasy spots etc. with a soft cloth dampened in lukewarm water (<50° C) with a mild detergent. Never use detergents containing abrasives and solvents.

DE
Staub bitte mit einem trockenen, weichen Lappen abwischen. Fettflecke und dgl. mit einem feuchten, in lauwarmem Wasser (<50° C) mit mildem Reinigungsmittel ausgewrungenen Lappen entfernen. Niemals Reinigungsmittel mit Schleifmittel oder Lösungsmittel verwenden.

SV
Lampan dammtorkas med en torr, mjuk trasa. Fettfläckar tas bort med ljummet vatten (<50° C) utblandat med mildt rengöringsmedel. Använd aldrig rengöringsmedel som innehåller slipmedel eller lösningsmedel

- 제품정보가 한국어로 번역되어 있지 않아 상세한 정보 확인이 불편

4-1. louis poulsen

디테일 페이지

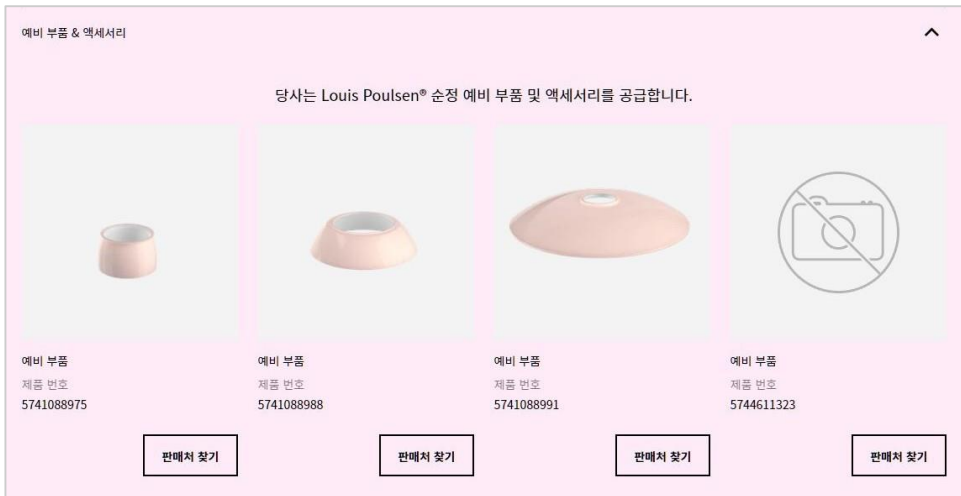
제품 정보



비하인드 스토리



- 아코디언 기능 사용에 따른 상세 정보 접기 및 불필요한 스크롤 길이 감소



- 관련된 부품을 한 페이지에서 바로 찾아볼 수 있어 편리

4-2. Le Weekend

소개	르위켄은 "The 주말" 이란 의미로, '일상이 곧 주말'이라는 브랜드 아이덴티티를 가지고 프리미엄 리빙 시장에서 선두기업으로 발돋움
웹사이트 주소	www.leweekend.co.kr
사이트 유형	적응형
타겟	신혼부부 또는 이사를 준비하는 고객층
제품 전략	대규모 리빙디자인 워크 행사를 통한 트렌디 & 유니크 수입 프리미엄 브랜드 소개



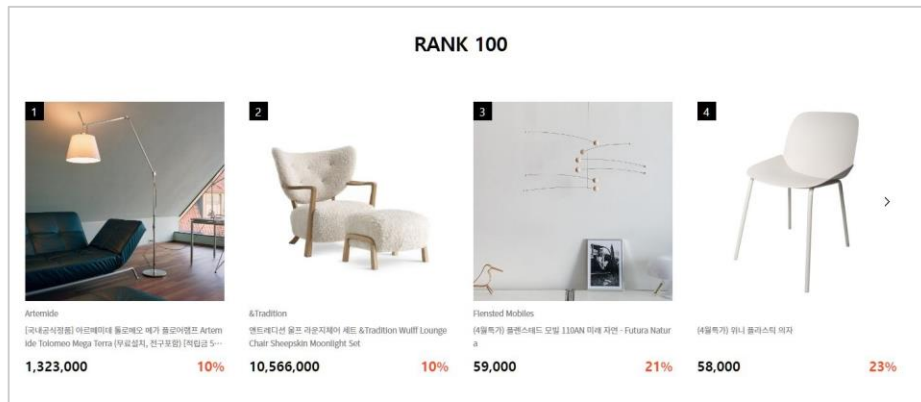
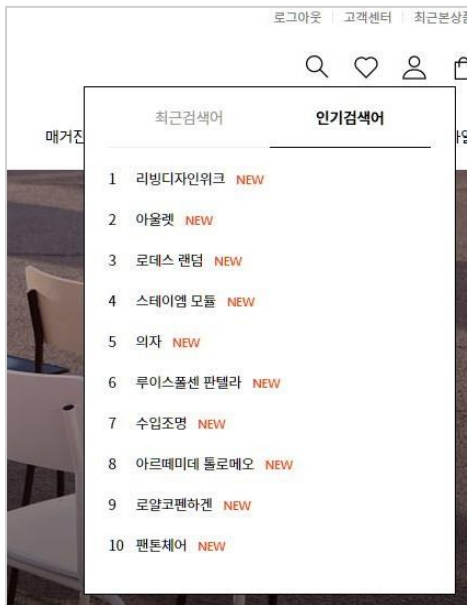
4-2. Le Weekend

SALE	RANK	NEW	프리미엄	가구	조명	홈데코/패브릭	키친	라이프	미드센츄리	브랜드	매거진	리뷰위켄드	홈/카페 스타일링	라이프스타일
세일		펜던트조명 >		테이블조명 >		플로어램프 >		벽조명 >		천장조명 >		공간별조명 >		Top Brands
		프리미엄		프리미엄		프리미엄		프리미엄		LED등		식탁조명		루이스폴센
수업조명		일반		일반		일반		일반		레일등		침실조명		아르메미데
우드조명		식탁조명		무선조명				야외벽등		매입등		거실조명		플로스
빠른배송		침실조명		무드등(침실)				실내벽등		라인조명		방조명		툰딕슨
		아이방조명						센서등		실링팬 >		아이방조명		네모
		상들리에 >										카페조명		로데스
														엔트레디션
														루체폴렌
														까사인루체
														코렘프

- 카테고리가 세분화 되어 '구매할 상품을 선택하지 않고 접속한 사용자'에게 가이드 라인을 제시하기에 적합
→ 고민 없는 상품 선택 가능성과 다른 사이트로의 구매자 유출 방지, 판매 확률 향상에 대한 긍정적인 견해

4-2. Le Weekend

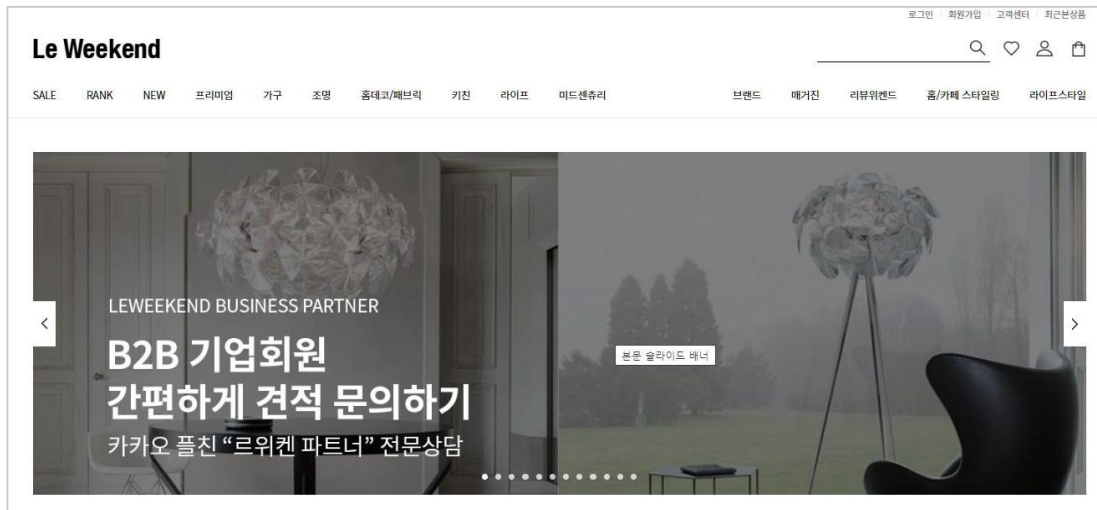
메인 페이지



- 검색창의 [인기 검색어]와 메인 화면의 [RANK 100] 항목은 실시간 인기상품과 주력상품을 사용자에게 노출시켜 **마케팅 효과를 증대**

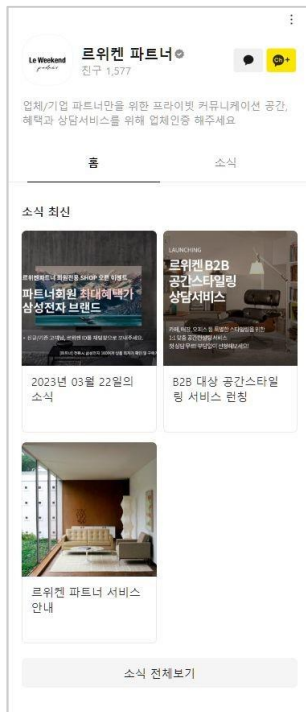
4-2. Le Weekend

메인 페이지



- 메인 배너를 통해 공식 카카오톡 계정으로 바로 연결 가능

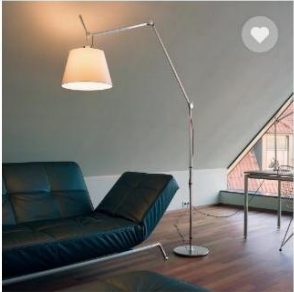

→ 위의 방식을 차용하여 B2B 거래를 한다는 정보를 사용자에게 제공, 매출의 향상을 기대






4-2. Le Weekend

메인 페이지

SALE

가구	조명	키친
 <p>Artemide [국내공식점] 아르메미데 톨로메오 메가 플로어램프 Artemide Tolomeo Mega Terra (무로실치, 전구포함) [직접금 5...</p> <p>1,323,000 1,470,000 10%</p> <p>재고보유 적립금 배송비 무료</p>	 <p>Casainluce (4월특가) 까사인루체 다루 테이블램프 DALU</p> <p>150,000 190,000 21%</p>	

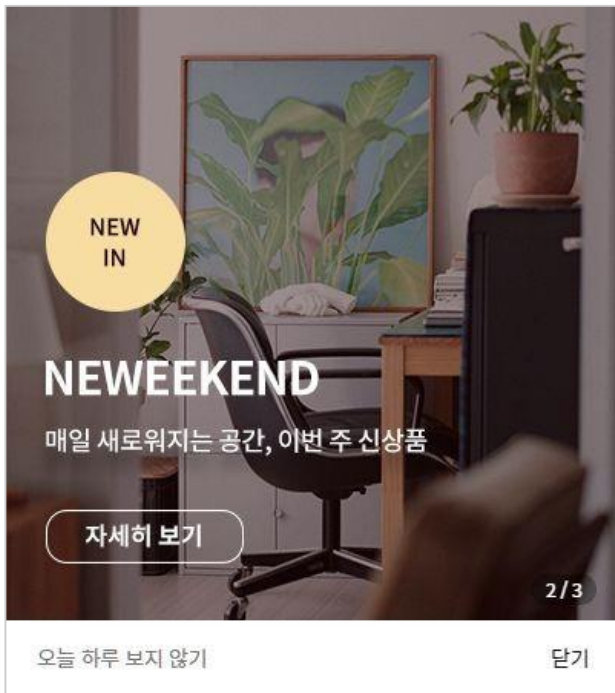
좋아요

상품 (3)	매거진 (1)
 <p>ZIPIZI 카지피지 아이코닉 선글라스 성인용...</p> <p>78,000원 78,000원</p>	 <p>Neoz 네오즈 무선 테이블램프 Cooeo 1C ...</p> <p>500,000원 500,000원</p>
	 <p>LODES (4월특가) 로데스 플레어 테이블 조...</p> <p>1,700,000원 1,790,000원</p>

- 메인 페이지의 한 카테고리인 'SALE'에 tab이 여러가지로 나뉘어 있어 내가 원하는 카테고리의 세일 품목을 바로 확인 가능
- 하트 표시 클릭에 따른 '워시 리스트' 목록 추가와 소비자의 선호 상품 재확인 가능성

4-2. Le Weekend

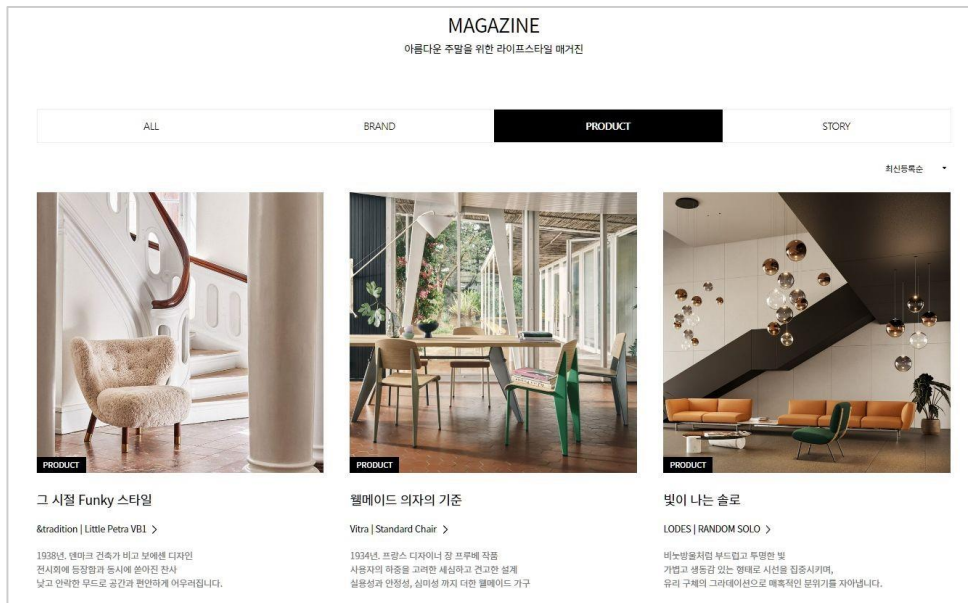
메인 페이지



- **슬라이드 형식의 팝업**으로 팝업을 많이 띄울 필요가 없어, 화면을 많이 가리지 않고 홍보 가능

4-2. Le Weekend

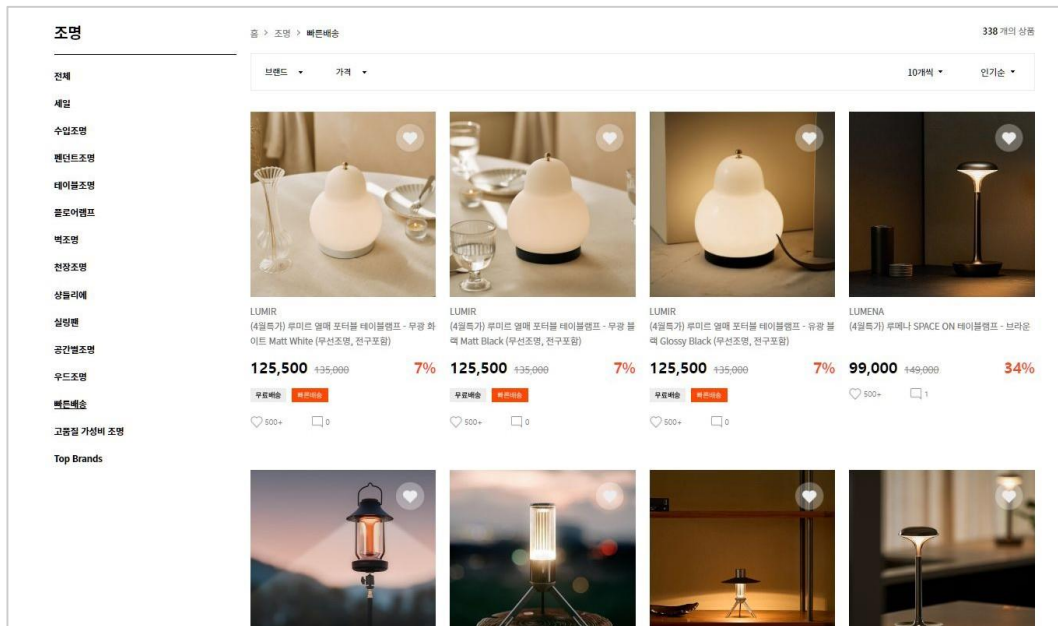
메인 페이지



- 이슈 콘텐츠로 'MAGAZINE' 카테고리 가 따로 있지만, 카테고리 내 링크는 상품 디테일 페이지로 연결
→ 어떤 형태로든 매거진을 기대하는 사용자에게 실망감을 안겨줄 수 있으므로 이 점을 보완한다면 홈페이지 구성이 좀 더 풍성해질 수 있을 것으로 예상

4-2. Le Weekend

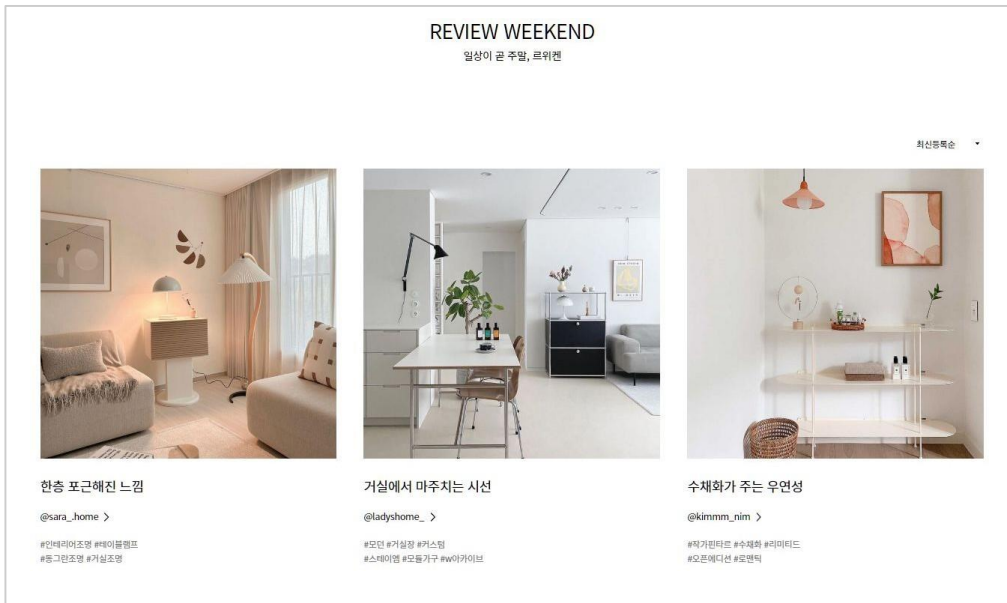
서브 페이지



- 서브 페이지의 카테고리 역시 깔끔한 구성
- 특이점은 상품 정보에 '빠른 배송'이 함께 표시 된다는 점
→ '쿠팡', '마켓컬리' 등 빠른 배송을 지향하는 브랜드가 높은 성장을 보인 점에 비추어 볼 때 '빠른 배송' 부분을 강조하면 매출 신장 기대 가능

4-2. Le Weekend

서브 페이지



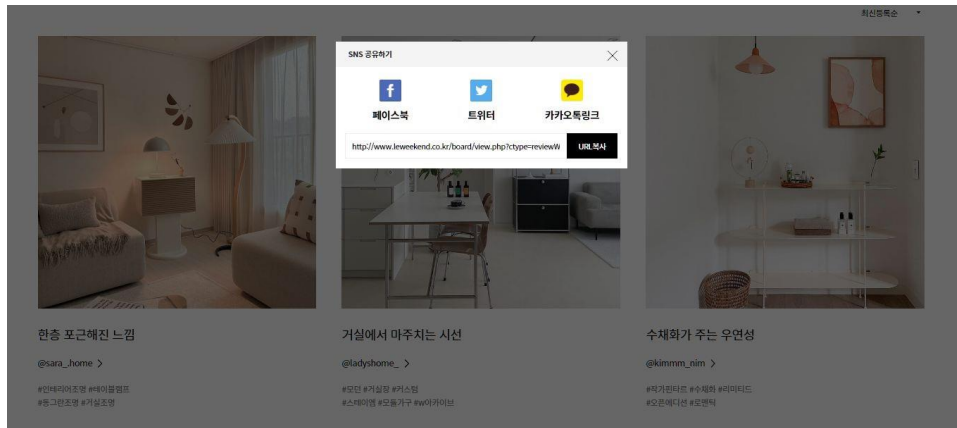
• <‘REVIEW WEEKEND’>

실 사용자 리뷰의 SNS 유사 구성 표현과 홈페이지를 보는 재미 증대

→ 일광전구 메인 페이지의 footer 위쪽에 있는 SNS 부분 변경과 SNS 아이콘으로의 대체 또는 footer에 배치하는 방향 적용 제안

4-2. Le Weekend

서브 페이지



- 'Review Weekend' 콘텐츠의 hover 기능을 이용하여 'SNS 공유하기' 기능 사용 가능

→ sns를 이용하여 지인들의 의견을 통해 제품을 선택하는 것을 좋아하는 요즘 트렌드에 어울리는 기능이라 생각

4-2. Le Weekend

서브 페이지

고객센터

자주 묻는 질문

주문/결제

배송

교환/반품/취소

상품

사이트이용/기타

1:1문의하기

공지사항

FAQ SEARCH

검색 후 문의가 해결되지 않으면 1:1 상담을 이용하세요.

Q

고객센터

02-541-7421~2

10:00 ~ 17:00 점심시간 12:30 ~ 13:30

주요서비스 바로가기

Q

1:1 문의하기

O

주문/배송조회

B

B2B 견적문의

H

홈스타일링 상담

P

프리미엄 상품상담

Q

입점/채휴문의

자주 묻는 질문 FAQ

대보기 >

교환/반품/취소

반품 시 주의사항

반품 시 주의사항

A

1. 회수접수
택배기사와 연락이 닿지 않을 경우,
배송 철회 의사로 인지하여

- 고객센터의 '주요서비스 바로가기' 부분이 다른 사이트에 비해 크고 클릭하기 쉽게 되어 있어 사용에 편리
- '자주 묻는 질문 FAQ' 역시 **아코디언 형식**으로 되어 있어 **다른 페이지로의 이동 없이도 질문과 답변 확인이 가능**하다는 점에서 사용자의 불편을 줄일 수 있다고 생각

4-2. Le Weekend

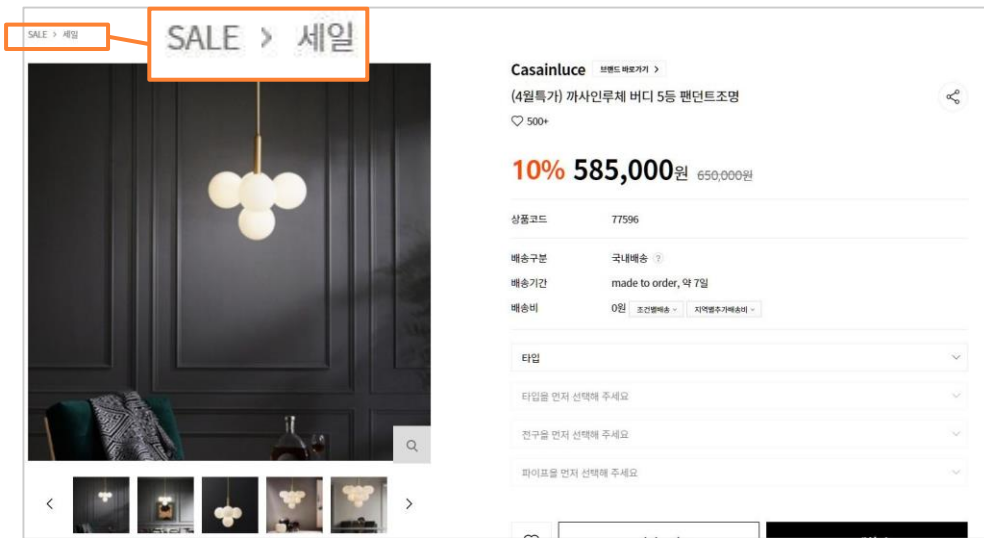
서브 페이지



- footer의 구성이 매우 깔끔하고 ‘상호명’ 보다 ‘고객센터’가 상위에 배치된 것이 인상적
→ **사용자에게 가장 필요한 부분이 무엇인지 충분히 고려하면서도 정보 제공도 잊지 않았다는 느낌**
- 최상단의 업체견적 문의(이메일주소)는 필요한 이메일 정보만을 제공하여 편리함을 주는 부분이라고 생각
- 이 외에도 전체적인 홈페이지 구성이 사용자의 눈높이에 맞추기 위해 노력했다는 느낌

4-2. Le Weekend

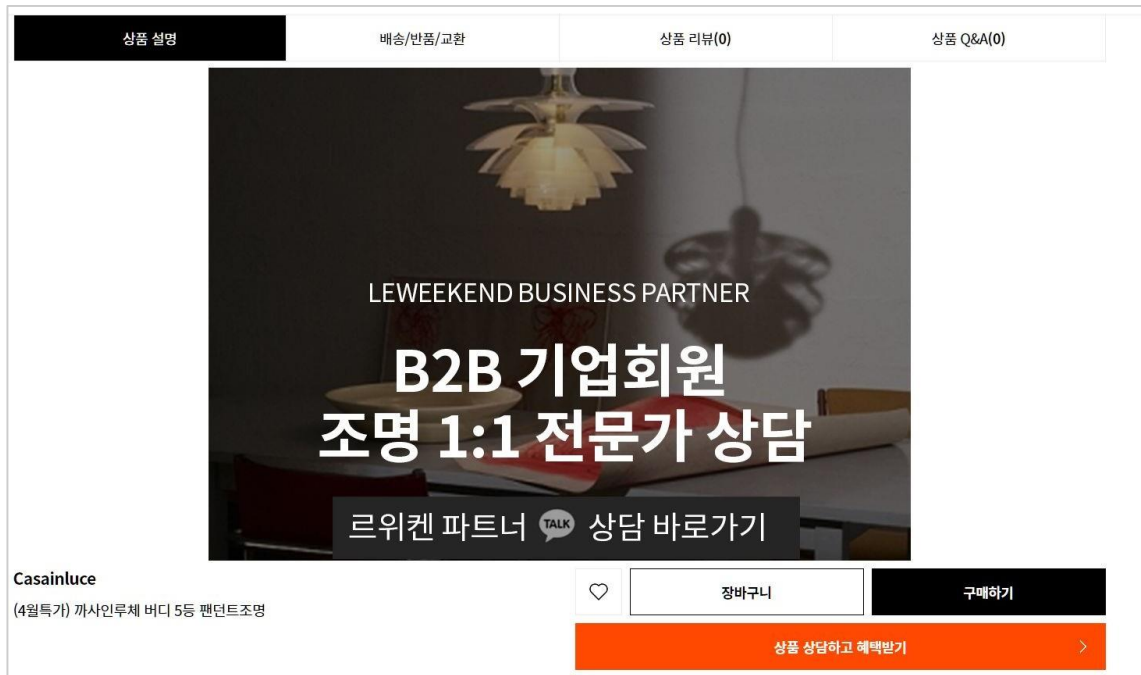
디테일 페이지



- 카테고리 이동 경로(path)가 잘 나타나있어 현재 위치를 파악하기 쉽고 상위 카테고리로의 이동이 편리

4-2. Le Weekend

디테일 페이지



- 스크롤을 내리면 페이지 상단에 카테고리 항목이 고정되어, 해당 영역으로 이동할 필요 없이 확인 가능

4-1. louis poulsen

사이트 분위기
(디자인 트렌드)

- 옅은 그레이 계열의 서브컬러를 사용하여 전체적으로 **차분한 분위기**의 홈페이지
(제품 이미지의 배경색 역시 옅은 그레이를 사용하여 배경과 제품 이미지가 대비되는 감각적인 느낌)
- 한 줄에 노출되는 제품 이미지의 수는 3개로, 상품명과 가격명만 나타나는 최소한의 정보이지만 이미지 사이즈를 과감하게 배치하여 **시각적인 집중**을 유도
- 높은 가격대의 감각적인 조명 판매가 목적이다 보니 제품 각각의 정보 보다는 **공간과의 조화**가 어우러진 이미지를 배치하여 전체적으로 고급스러운 분위기
- 판매보다는 제품의 미적인 느낌을 알리기 위한 **시각적인 요소**에 치중한 느낌

아이템 트렌드

- 메인, 서브, 디테일 페이지 모두 좌측에 로고와 카테고리 상시 배치
→ **카테고리를 별도로 켜지 않아도 언제든지 확인 가능한 돋보이는 사용성**
- 디테일 페이지로 들어가지 않아도 서브 페이지에서 제품 색상별 이미지를 볼 수 있다는 점 역시 사용성을 높여주는 요소로 페이지 이동 없이 서브 페이지 내에서 다양한 정보를 제공한 점이 인상적

4-2. Le Weekend

사이트 분위기
(디자인 트렌드)

- 화이트를 메인컬러로 사용하여 전체적으로 깔끔하며 모던한 분위기의 홈페이지
- 정사각형 레이아웃을 통한 제품 배치로 깔끔한 느낌을 주지만, 자칫 단조로워 보일 수 있다는 단점 보유
→ **각각의 섹션 크기를 다르게 하여 다채로운 느낌을 주어 보완**
- 홈페이지 구성과 섹션 이름을 잡지스타일을 참고하여 감각적이면서도 깔끔한 분위기를 연출

아이템 트렌드

- 한 줄에 배치된 제품 이미지가 3~5개로 배치 유형이 다양
- 타사 홈페이지와 비교했을 때 한 줄에 배치된 이미지 개수가 적어 시각적으로 시원한 느낌
- 제품 구성별로 나뉜 탭메뉴 형식은 많은 정보로 인해 줄 수 있는 피로감 대신 이미지를 크게 배치하여 시각적인 안정감과 깔끔함을 유도

- 조명 자체의 크기는 작지만 조명이 포함된 전체적인 공간을 담은 이미지를 크게 배치하여 최소한의 상품 정보로 소비자의 시선을 끌 수 있는 레이아웃의 배치가 조명업계의 전반적인 트렌드라고 판단
- 다양한 가격대와 스타일의 조명 제품을 트렌디하게 소개함으로써 고객들에게 **선택의 폭**을 넓혀주는 전략이 필요



[조화로움]

조명이 포함된 인테리어 이미지를 제공하여 사용자가 자신의 집에 배치된 조명을 상상하고 제품을 선택할 수 있도록 가이드라인 제시 → 이슈컨텐츠인 '내 공간에 맞는 조명'을 통해 공간 분위기에 어울리는 제품 선택이 가능하도록 콘텐츠 및 상품 정보 제공

[따뜻한]

실용성을 앞세우면서도 조명이 주는 따뜻한 느낌은 잃지 않는 일광전구의 브랜드 이미지를 구축하기 위해 포인트 컬러를 주황계열로 사용

[감각적인]

퀄리티가 좋은 일광전구의 기존 이미지를 활용하여 과감한 레이아웃 배치로 감각적이면서도 안정적인 느낌을 더할 예정

- 안정감 있는 레이아웃을 위해 column grid를 사용하여 정보를 배치
 - 로고 위치 재배치
 - 콘텐츠 사이즈 조절 등
- 화면 전체를 차지하는 풀다운 메뉴를 재구성하여 사용자의 접근성과 사용성 증대
- 편의기능 추가
 - 패스(카테고리 이동 경로)
 - 탭버튼+퀵메뉴(최근 본 상품 history가 우측 팝업 형태로 나타남)
 - 서브 페이지에 필터링 기능(신상품, 인기순)
- 이슈 콘텐츠 주제로는 ‘공간에 맞는 조명 추천’을 선정하여 구매 고객에게 인테리어 정보를 제공하는 동시에 판매량 증가 기대
 - 탭메뉴 형식으로 우측에는 각 공간에 어울리는 조명이 보여지고(6개 제품군), 좌측에는 우측에서 선택된 상품이 디테일하게 보여지는 구성으로 공간을 활용할 예정

→ 감각적인 디자인을 해치지 않으면서도 사용성을 높일 수 있는 방향으로 제작

#fd8234	Point
#261c13	Sub
#efe8da	Main



백열전구를 생각하면 떠오르는 주광색의 색감을 나타내는 주황색 계열의 색을 포인트 컬러로 선정



서브 컬러는 포인트 컬러가 잘 돋보이면서도 조화를 이룰 수 있는 주황빛이 약간 가미된 검정계열로 선정



메인 컬러는 은은한 조명의 느낌을 살릴 수 있는 아이보리 계열로 선정

7-1. Font Type

- 영문 폰트

Poppins 18 styles
Indian Type Foundry, Jonny Pinhorn

We make light.

- 한글 폰트

기본 폰트

Noto Sans Korean 6 styles
Google

취향의 축적, 일광전구

포인트 폰트(콘셉트 폰트)

Noto Serif Korean 7 styles
Google

취향의 축적, 일광전구

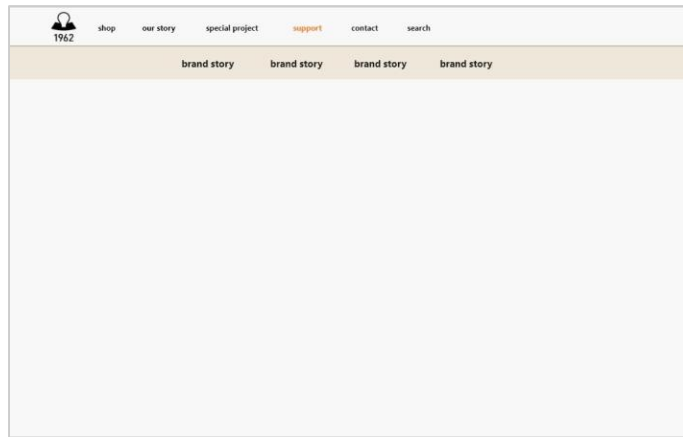
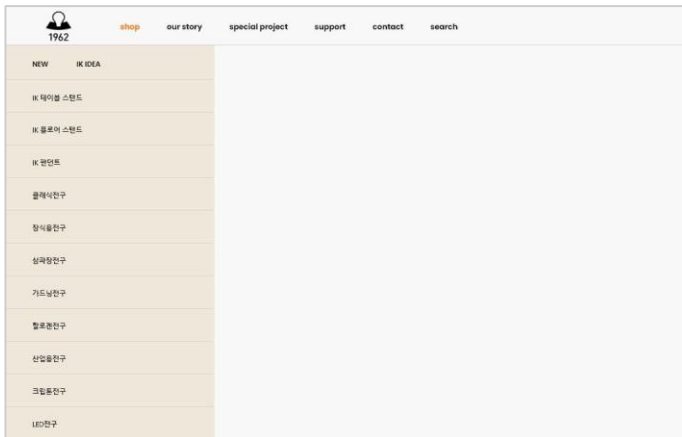
7-2. Font Size

- Main : 14px
- Sub : 11~12px

8-1. LNB Menu

- 기존의 **알파벳을 기준으로 분류해놓은 카테고리**는 직관성이 부족하여 상품 기능에 따라 재분류 예정
- 세부 메뉴가 제일 많은 shop 카테고리의 hover 시 **화면 높이에 맞춰 좌측 아래로 짝 차게 떨어질** 예정

- 메뉴 구성을 재분류 하여 세부 메뉴가 적은 카테고리는 hover 시 **가로 한 줄로 떨어져** 보일 예정



9-1. 제작 기법

HTML5



CSS3



JavaScript



jQuery



VSCode



Adobe XD



9-2. 레이아웃

레이아웃 가이드

- width : 1420px
- 12 column (1 column : 100px / 1 gutter : 20px)

감사합니다

