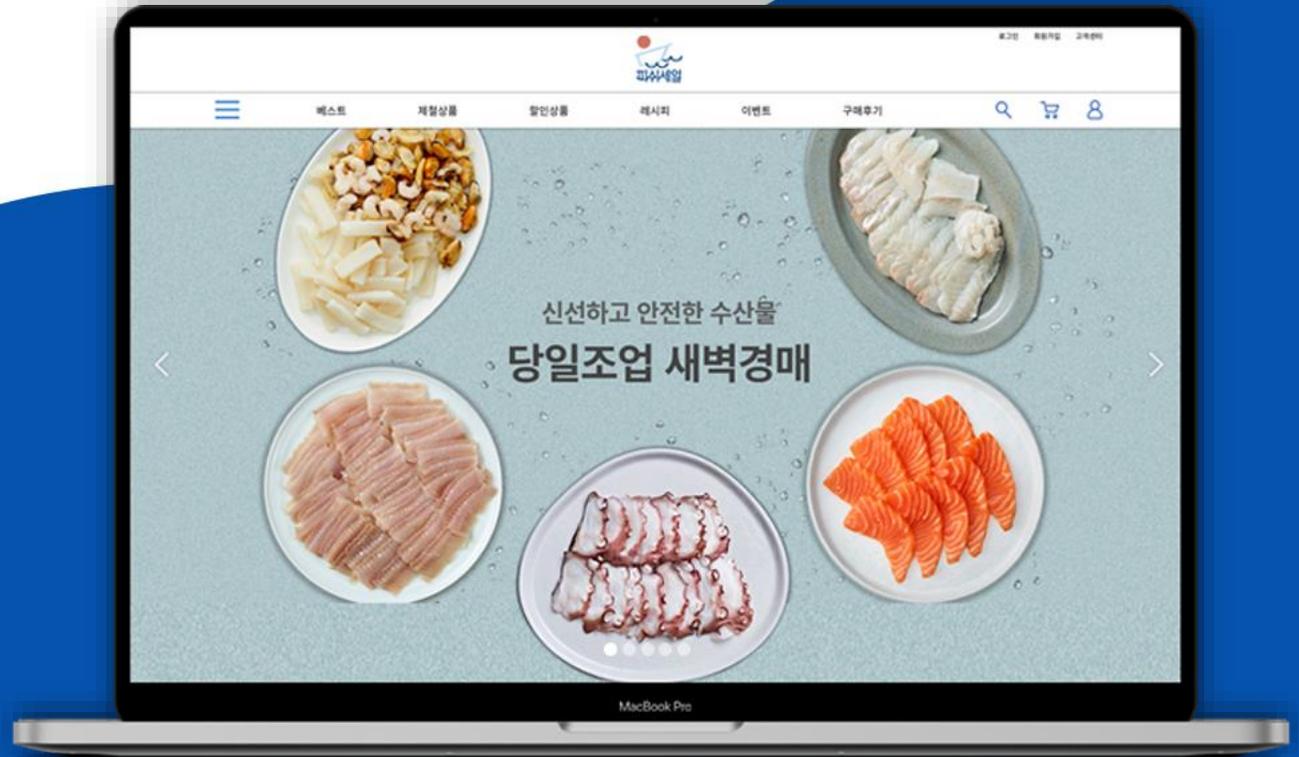


피쉬세일 웹사이트 리뉴얼 프로젝트

Website Renewal Project

기획자 : 김백환





01 Project

조사/분석

- 쇼핑몰 정보
- 쇼핑몰 분석
- 기존 메뉴구조도
- 기존 웹사이트 분석
- 디자인 트렌드 조사
- 벤치마킹
- 리뉴얼 목표

02 Website

기획

- 마인드맵
- 페르소나
- 사용성 여정지도
- 스타일 가이드
- 리뉴얼 정보구조도
- 작업 일정

03 Design

설계/제작

- 로고 리디자인
- 메인 페이지 스케치
- 메인 페이지 와이어프레임
- 메인 페이지 디자인 시안
- 서브 페이지 디자인 시안
- 해상도별 사이즈 가이드
- 아이콘 가이드
- 스토리보드

04 Project

완성

- 해상도별 구현
- 디바이스별 목업



01

Project

조사/분석

쇼핑몰 정보

쇼핑몰 분석

기존 메뉴구조도

기존 웹사이트 분석

디자인 트렌드 조사

벤치마킹

리뉴얼 목표

쇼핑몰 정보_Shopping mall Information

피쉬세일은 해양수산부 지원으로 한국수산회에서 운영하고 생산자, 수산업자, 소비자를 직접 연결하는 수산물 전문 쇼핑몰입니다.

2004년 수산물 온라인 판매가 미비했던 시기에 앞장서 소규모 어업인들과 함께 상품구성에서부터 포장, 배송 등을 고민하고 연구하여 수산물 전문 쇼핑몰 '피쉬세일'을 선보였습니다.

비영리단체인 피쉬세일은 어업인이 직거래로 소비자들에게 바로 판매하기 때문에 어업인들은 중간수수료를 지불하지 않습니다.



피쉬세일 운영 구조

쇼핑몰 정보_Shopping mall Information

피쉬세일 3S

안전(Safe)

수산물은 무엇보다 안전! 생산에서 배송까지 안전을 책임집니다.

만족(Satisfaction)

좋은 품질은 물론 저렴한 가격으로 고객님의 만족을 드립니다.

봉사(Service)

무엇이든 물어보세요! 수산물정보, 배송현황, 클레임처리 등 친절히 안내해 드립니다.



쇼핑몰 분석_Shopping mall Analysis

SWTO 분석



S/O

1+1 코로나19로 인한 택배, 배달수요증가를 필두로 매출이 낮아진 오프라인 상인들이 쇼핑몰을 통한 판매를 활용할 수 있음
3+1 신선도를 따지는 수산물을 코로나19로 인한 택배, 배달수요증가를 활용해서 쇼핑몰 매출 상승

W/O

1+2 유튜브를 활용해서 쇼핑몰 광고 강화
2+2 배송 받은 영상을 직접 제작하여 유튜브에 수산물 신선도를 노출

S/T

3+1 일본 원자력 사건으로 인한 일본산 수산물 불안감에 대한 것을 대부분 신선한 국내산 상품을 취급하는 수산물 쇼핑몰이라는 홍보강화

W/T

1/2+1 바다오염으로 인한 수산물 먹거리에 대한 불안감과 배송하면서 신선도가 떨어지는 불안감에 대하여 좋은 구매후기를 노출시키고 신선하고 투명한 수산물 상인들과 거래

쇼핑몰 분석_Shopping mall Analysis

경쟁사 분석

경쟁사 비교	피쉬세일	쿠팡	마켓컬리	칠성몰	흥천사람들
차별화 포인트	<ul style="list-style-type: none"> -수산업 관련 소상공인들에게 온라인판매 권한을 제공하며 중간수수료가 없음 -수산물 전문 온라인 쇼핑몰이어서 좋은 품질 보장 -주로 시장에서 사용하는 온누리 전자상품권을 사용할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> -다양한 상품 판매 -우리나라 최대 오픈마켓 -하루만에 배송되는 로켓배송 	<ul style="list-style-type: none"> -기업만의 고유한 컬러 -차별화된 새벽배송 -다양한 쿠폰 마케팅 -다양한 가입 혜택 	<ul style="list-style-type: none"> -주류전문 온라인 쇼핑몰 -공장에서 음료를 생산하자마자 배송해주는 서비스 -다양한 문화 콘텐츠 	<ul style="list-style-type: none"> -지역 온라인 쇼핑몰 -100% 강원도산 -자연친화적 마케팅
미 충족 가치	<ul style="list-style-type: none"> -다른 어가 상품구매시 배송하는 장소가 달라서 배송기간에 격차가 큼 -트렌드 하지 않은 레이아웃 	<ul style="list-style-type: none"> -회사 내 업무 과로사 -촌스러운 웹사이트 레이아웃 -복잡한 콘텐츠 및 내용 	<ul style="list-style-type: none"> -주문하는 장소마다 가격이 달라짐 	<ul style="list-style-type: none"> -한정된 제품만 판매(롯데 칠성 제품만 판매) 	<ul style="list-style-type: none"> -인지도가 낮음 -가격이 다소 비쌘

쇼핑몰 분석_Shopping mall Analysis

기대효과

1. 참여 어가의 소득증대와 소비자에게 신선하고 저렴한 수산물 공급이 가능해집니다.
2. 전자상거래 시스템 구축으로 그 능력을 배양할 수 있고, 홈페이지 구축 및 블로그로 인해 어촌 지역의 정보격차 해소 및 지역 커뮤니티 형성이 가능해집니다.
3. 국내 수산물의 직거래 확산으로 새로운 수산물 유통경로가 조성됩니다.
4. 정보기술을 통하여 수산물의 유통마진과 유통단계를 획기적으로 축소하고 다양한 마케팅을 통해 수산물 유통 개혁을 실천합니다.
5. 도매시장, 유통센터 등 하드웨어 투자에서 전자상거래시스템과 같은 소프트웨어투자로 전환함으로써 어업 투자의 효율화 및 판매 경로의 다양화 효과를 볼 수 있습니다.

쇼핑몰 분석_Shopping mall Analysis

기대효과

1. 참여 어가의 소득증대와 소비자에게 신선하고 저렴한 수산물 공급이 가능해집니다.

1. 직거래 확산으로 새로운 유통경로 조성 및 유통단계를 획기적으로 축소

2. 전자상거래 시스템 구축으로 그 능력을 배양할 수 있고, 홈페이지 구축 및 블로그로 인해 어촌 지역의 정보격차 해소 및 지역 커뮤니티 형성이 가능해집니다.

2. 어업인은 매출증대

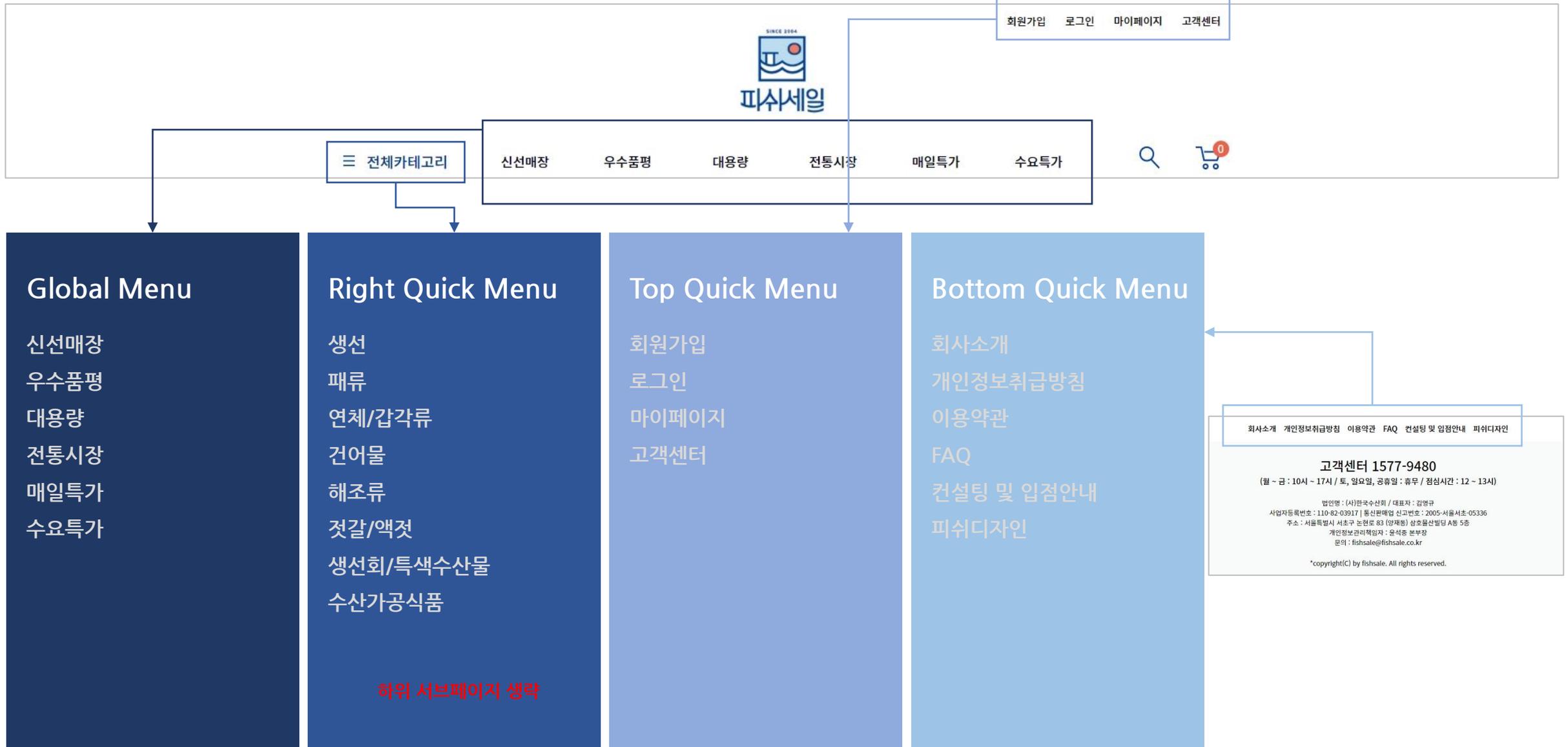
3. 국내 수산물의 직거래 확산으로 새로운 수산물 유통경로가 조성됩니다.

3. 소비자는 신선한 수산물을 저렴하게 구매

4. 정보기술을 통하여 수산물의 유통마진과 유통단계를 획기적으로 축소하고 다양한 마케팅을 통해 수산물 유통 개혁을 실천합니다.

5. 도매시장, 유통센터 등 하드웨어 투자에서 전자상거래시스템과 같은 소프트웨어투자로 전환함으로써 어업 투자의 효율화 및 판매 경로의 다양화 효과를 볼 수 있습니다.

기존 메뉴구조도_Menu Architect



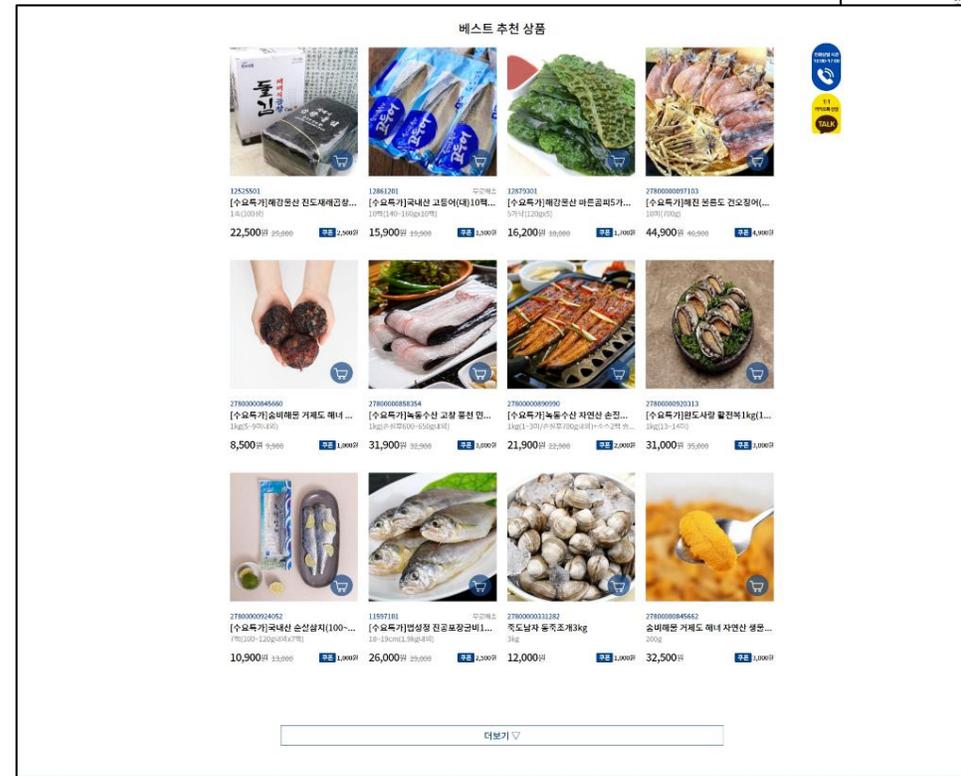
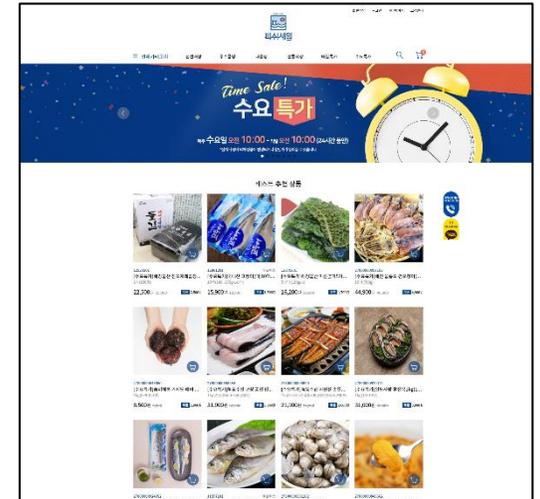
기존 웹사이트 분석_Menu Architect

메인 페이지

1. 컨텐츠 부분 상품 이미지 배치와 정보가 답답함

2. 스크롤 효과 및 애니메이션이 없음

3. 이미지 화질이 낮아서 구매욕구가 안 생김



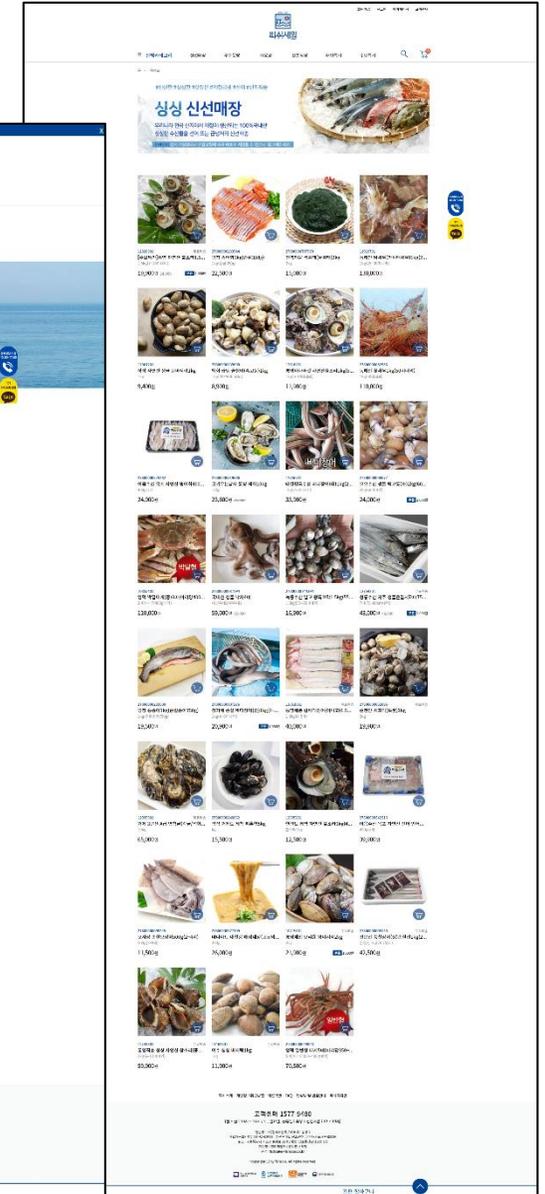
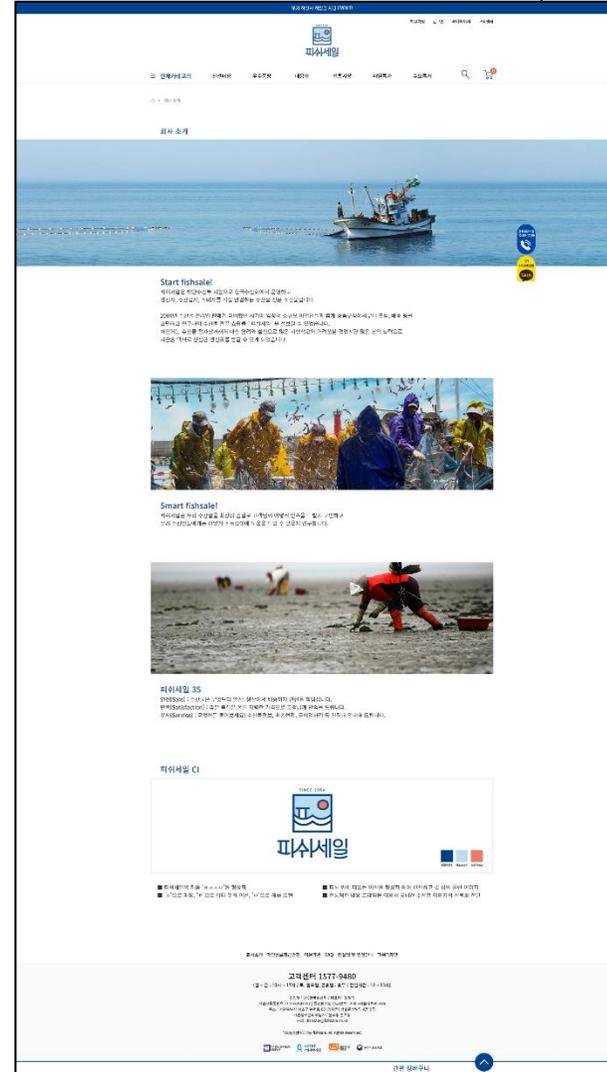
기존 웹사이트 분석_Menu Architect

서브 페이지

1. 최신 트렌드와 맞지 않는 레이아웃

2. 메인 페이지와 마찬가지로 상품 정보의 배치가 답답함

3. 모든 서브 페이지들이 똑같은 레이아웃 구조임

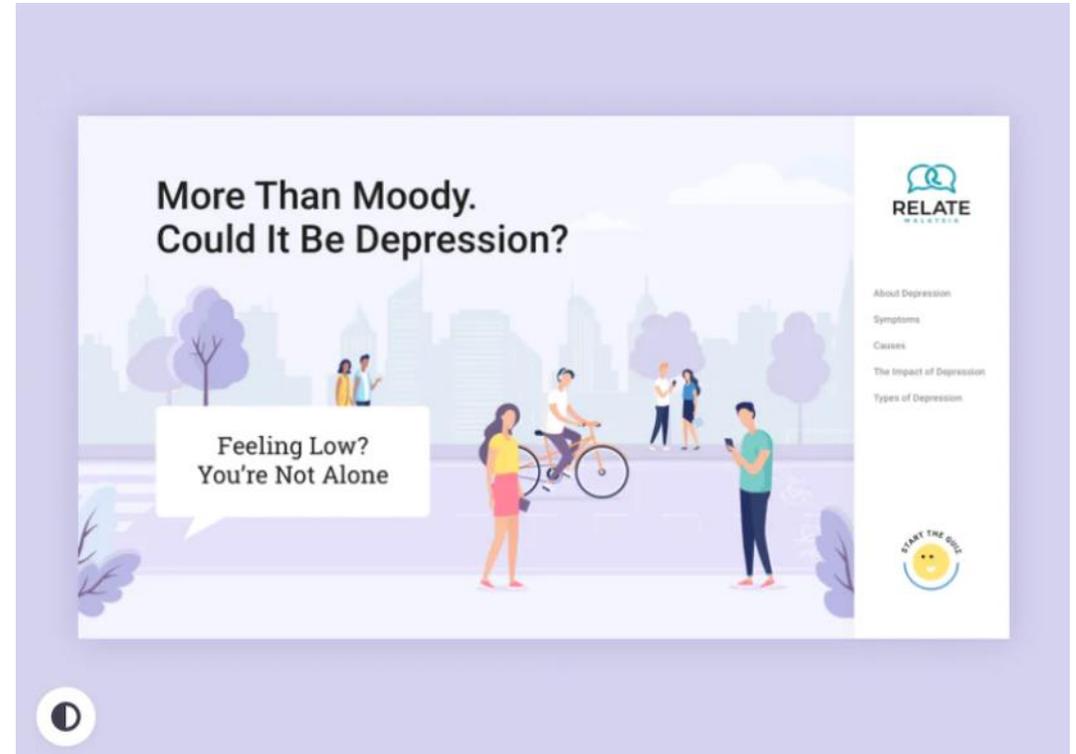


디자인 트렌드 조사_Design Trend



편안한 색상

디지털 기기의 발달, 사용시간의 증가로 장시간 화면에 노출된 웹 이용자들이 눈에 피로감을 느끼는 경우가 많아졌습니다. 이에 웹사이트를 파스텔 블루, 따뜻한 갈색, 라이트 핑크 등의 편안한 느낌을 주는 색상으로 디자인함으로써 이용자들에게 차분함과 휴식을 제공하려는 움직임이 많아지고 있습니다.



매혹적인 설문지

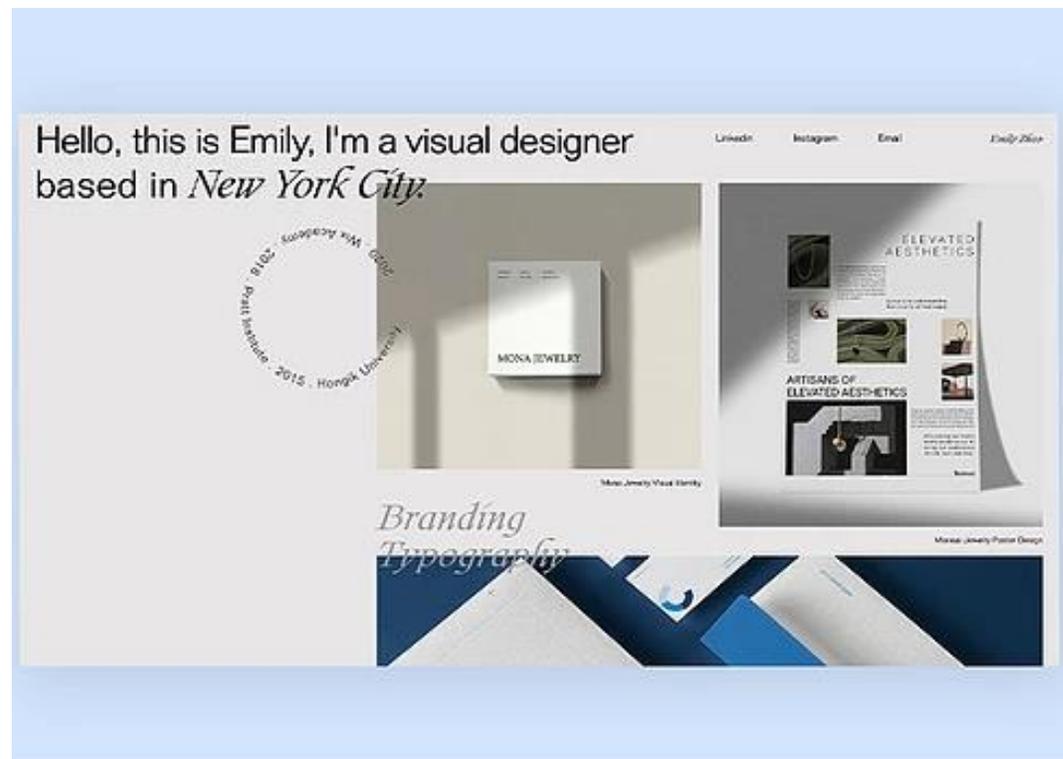
사용자가 제품 설명을 읽고 스스로 결정을 내리도록 하는 대신 점점 더 많은 브랜드가 설문지를 사용하여 상호 작용 환경을 조성하고 있습니다. 이러한 이해하기 쉬운 퀴즈가 잠재 구매자가 가입하기 전에 이미 서비스의 일부인 것처럼 느끼게 하는 효과를 감안할 때 온 보딩 설문지가 2021년 웹 디자인의 표준 기능이 될 것으로 예상됩니다.

디자인 트렌드 조사_Design Trend



주목을 끄는 큰 제목의 사용

오늘날 바쁜 라이프스타일로 인해 사용자는 웹 사이트에서 몇 시간을 보낼 시간이 없습니다. 이 때문에 디자인 트렌드가 사용자의 관심을 가장 오래, 가장 빨리 사로잡는 해결책과 솔루션으로 전환되고 있습니다. 과감한 제목과 단축된 콘텐츠로 관객의 빠르고 주의 집중도가 감소하는 모습을 담아낼 예정입니다.



비대칭 레이아웃

대칭 레이아웃보다 역동적이고 대담한 분위기를 줄 있고 디자인의 자유도를 높일 수 있습니다. 비대칭 레이아웃의 사용을 균형 감각의 부족으로 여기는 것은 오해입니다. 굳이 대칭 레이아웃을 적용하지 않아도 시각적으로 균형감을 줄 수 있습니다.

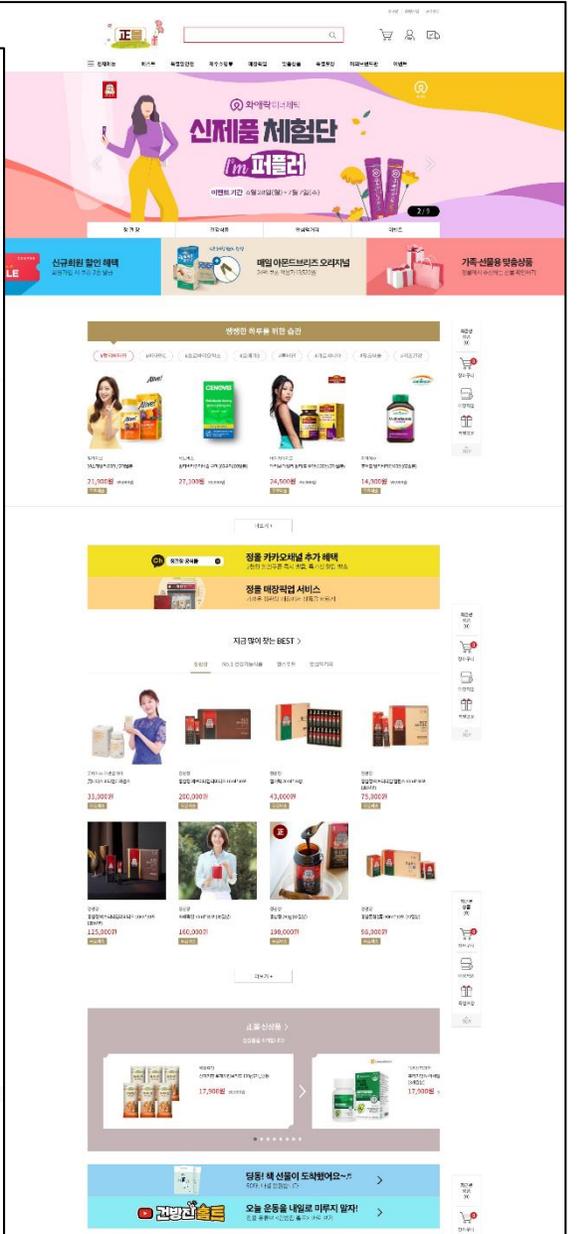
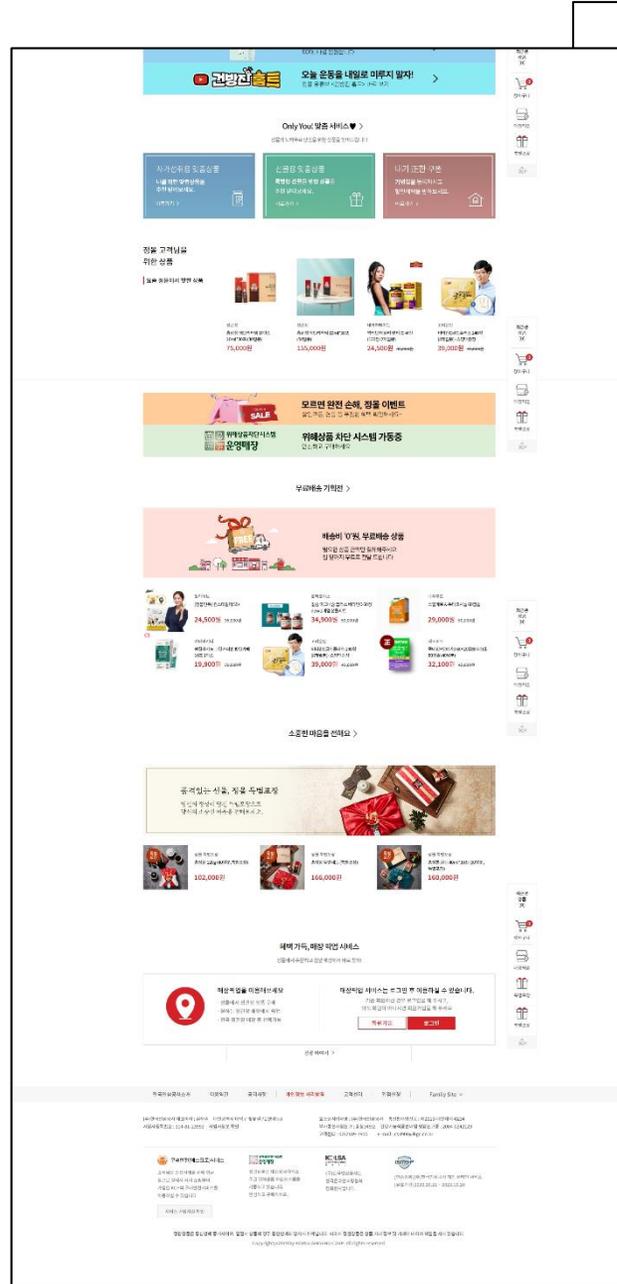
벤치마킹_Benchmarking

정관장몰

1. 비주얼 영역에 다양한 정보를 짜임새 있게 배치

2. 다양하고 풍부한 콘텐츠 내용

3. 편리한 장바구니 시스템



<https://www.kgcshop.co.kr/index>

벤치마킹_Benchmarking

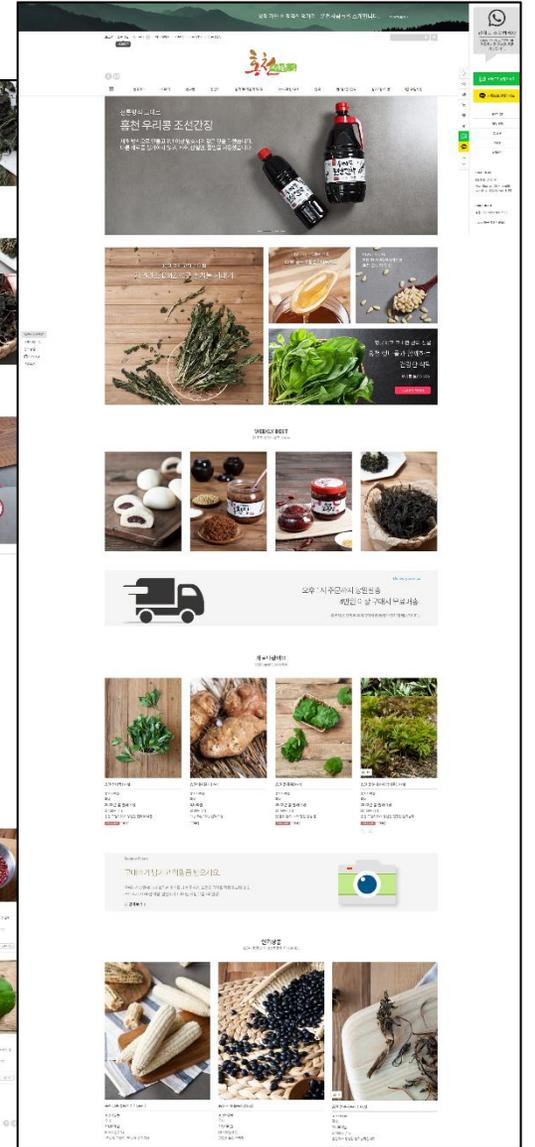
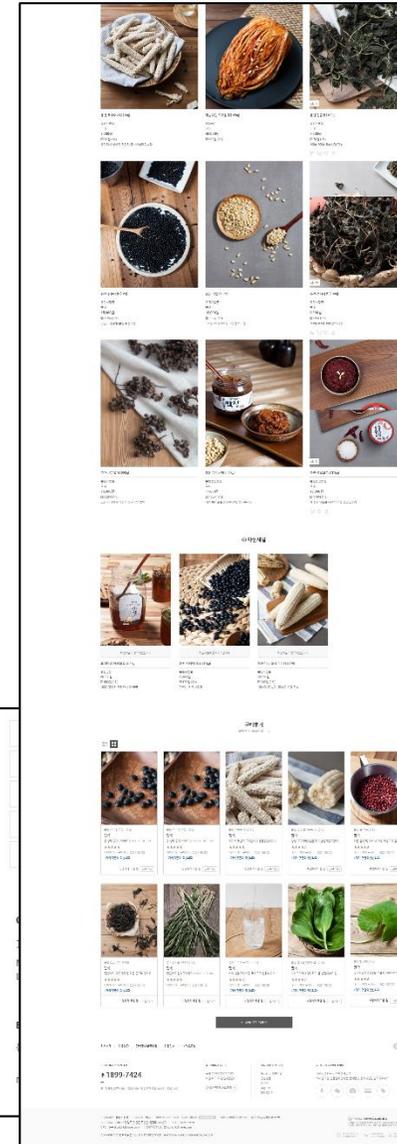
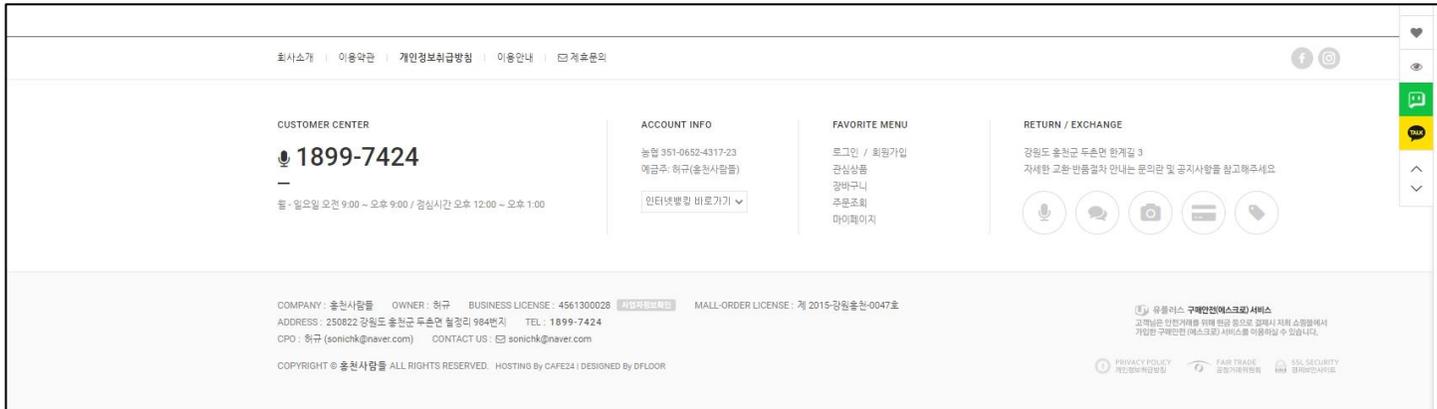
홍천사람들

1. 컨텐츠 상품 정보가 간결하고 깔끔하게 배치됨

2. 구매욕구가 생기는 이미지

3. 가독성 있는 푸터 영역

<https://hcpeople.co.kr/>



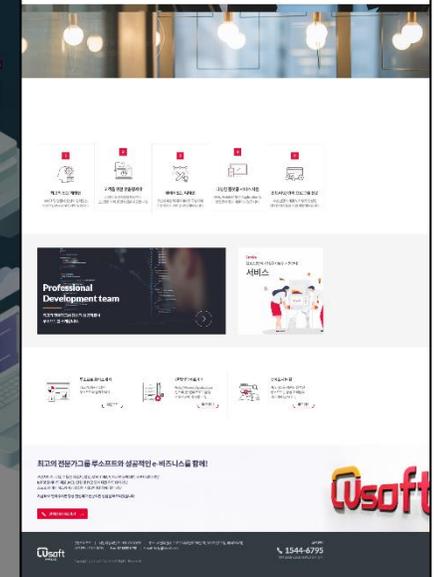
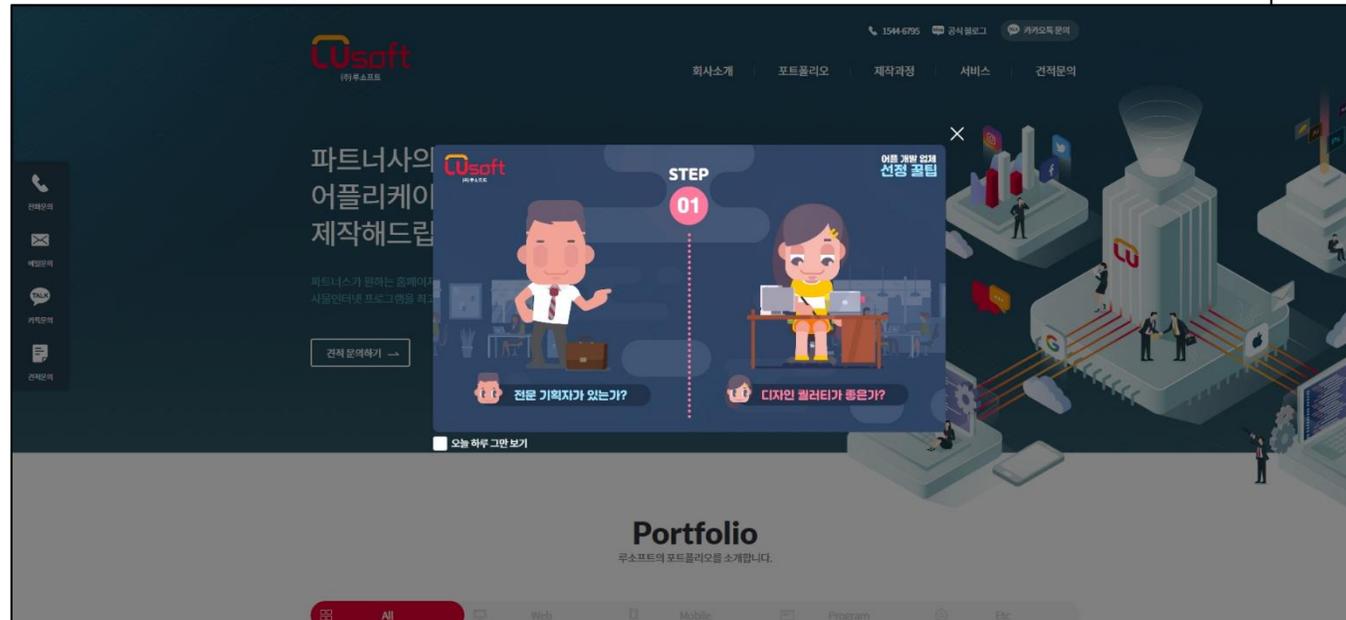
벤치마킹_Benchmarking

루소프트

1. 메인 페이지에 들어가기 전 기업홍보영상소개

2. 다양한 스크롤효과

3. 재미 있는 일러스트 비주얼



<http://www.lusoft.co.kr/>

리뉴얼 목표_Renewal Target

트렌드에 맞는 레이아웃 개선

최신 트렌드를 반영한 레이아웃 구조로 변경하여 사용자들의 집중도를 높이는 레이아웃을 제작한다.

애니메이션 효과 추가

지루한 사이트를 벗어나 사용자들에게 흥미를 줄 수 있게 다양한 애니메이션 효과를 사용한다.

고객층 구매욕구 강화

올드한 이미지와 좁은 레이아웃에서 벗어나 다양한 레이아웃과 신선한 이미지를 사용하여 상품 구매효과를 강화 시킨다.

반응형 홈페이지 구현

다양한 디바이스를 수용하는 반응형 웹 사이트로 제작한다.

어업인이 매출 증대와 소비자들에게 저렴하고 신선한 상품을 제공하는 가독성 있는 웹사이트를 만들자!



02
Website
기획

마인드맵

페르소나

사용성 여정지도

스타일 가이드

리뉴얼 정보구조도

작업 일정

마인드맵_Mind Mapping



페로소나_Persona



Profile

Name	고현정
Gender	여자
Age	40대 후반
Job	광고회사 부장
Hobby	음악감상

Personality

외향적	<input type="checkbox"/>	내향적
여유로움	<input type="checkbox"/>	바쁜
신중함	<input type="checkbox"/>	즉흥적인
수동적인	<input type="checkbox"/>	능동적인
직관형	<input type="checkbox"/>	현실주의형

Life Style

3자녀를 둔 워킹맘인 고현정씨는 잘나가는 광고회사 부장이다.
아이를 키우면서 잘 나가는 그녀도 고민거리가 있는데..요리를 너무나도 못한다.

근데 갑자기 시부모님이 주말에 오신 단다.
집에서 먹는 걸 좋아하시는 시부모님들은 입맛도 까다롭고 요리하기 힘든 수산물
들을 좋아하신다.

회사에서 부리나케 핸드폰을 보는데...

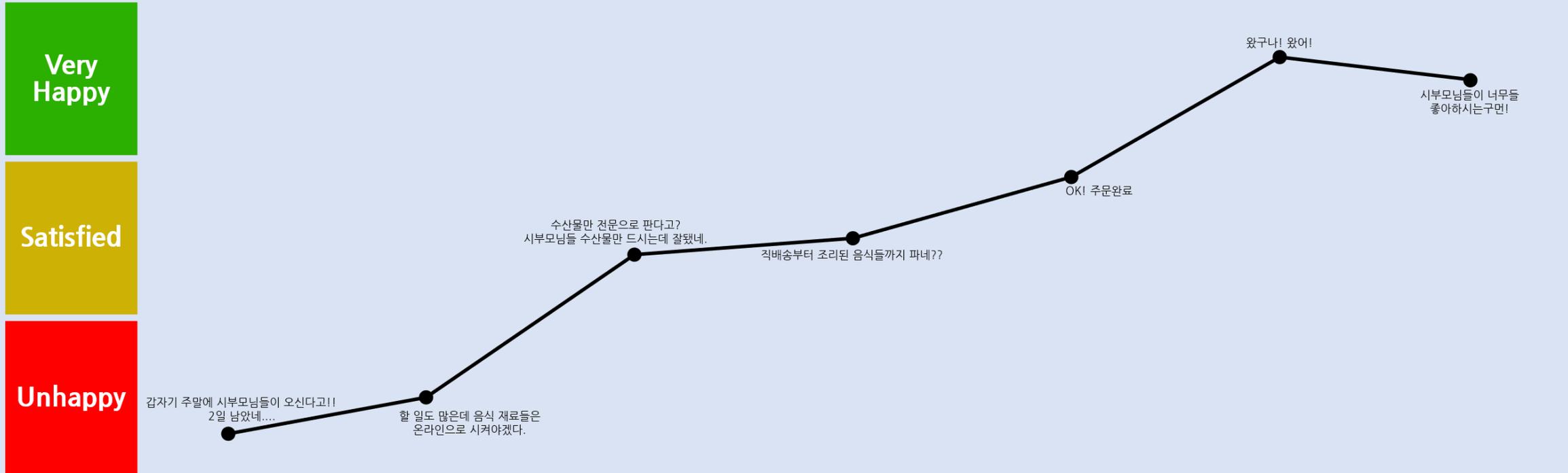


Goal

1. 다양하고 신선한 수산물들을 온라인에서 구매하길 원함
2. 특히 맛있고 조리된 수산물들도 원함
3. 3일안에 배송 되어야함

사용성 여정지도_Customer Journey Map

사용성 시나리오	주말에 시부모님들이 오신다고해서 급하게 직장에서 요리할 재료들을 주문하려고함		시부모님들이 수산물을 좋아해서 마켓컬리나 쿠팡을 보다가 직장동료의 추천으로 피쉬세일이라는 수산물 전문 온라인 쇼핑몰에서 구매를 하게됨			신선한 수산물뿐만 아니라 조리된 음식들도 배송 받음	
맥락	구매 전		구매 중			구매 후	
여정	시부모님들이 온다는 연락을 받음	온라인 쇼핑몰에서 음식 재료 확인	피쉬세일이라는 쇼핑몰 확인	신선한 재료들과 조리된 음식들 확인	장바구니에 담은 상품들 주문	금요일 밤에 배송 받음	시부모님들한테 음식 대접



스타일 가이드_Style Guide

컨셉 도출_Concept

디자인 컨셉은 가격과 바다의 투명성을 보여주는 투명함과 파란색을 선정했으며 포인트는 파도치는 물결과 고객과의 소통을 선정했다.



스타일 가이드_Style Guide

사용 서체_Typeface

디자인 포인트인 소통과 물결을 표현 할 수 있는 부드럽고 사용 빈도수가 높은 서체를 사용했다.

Noto Sans KR

400 500 700 900

나눔고딕

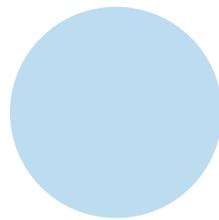
800

컬러 시스템_Color System

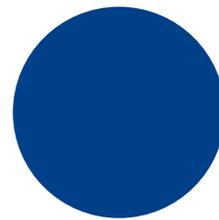
흰색과 파란계열의 컬러와 로고 3가지 컬러를 사용하여 피쉬세일만의 브랜드 아이덴티티를 표현했다.



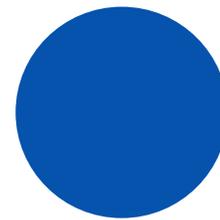
#ffffff



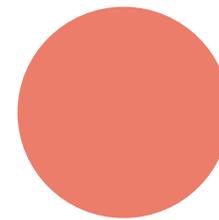
#bbddef



#004089

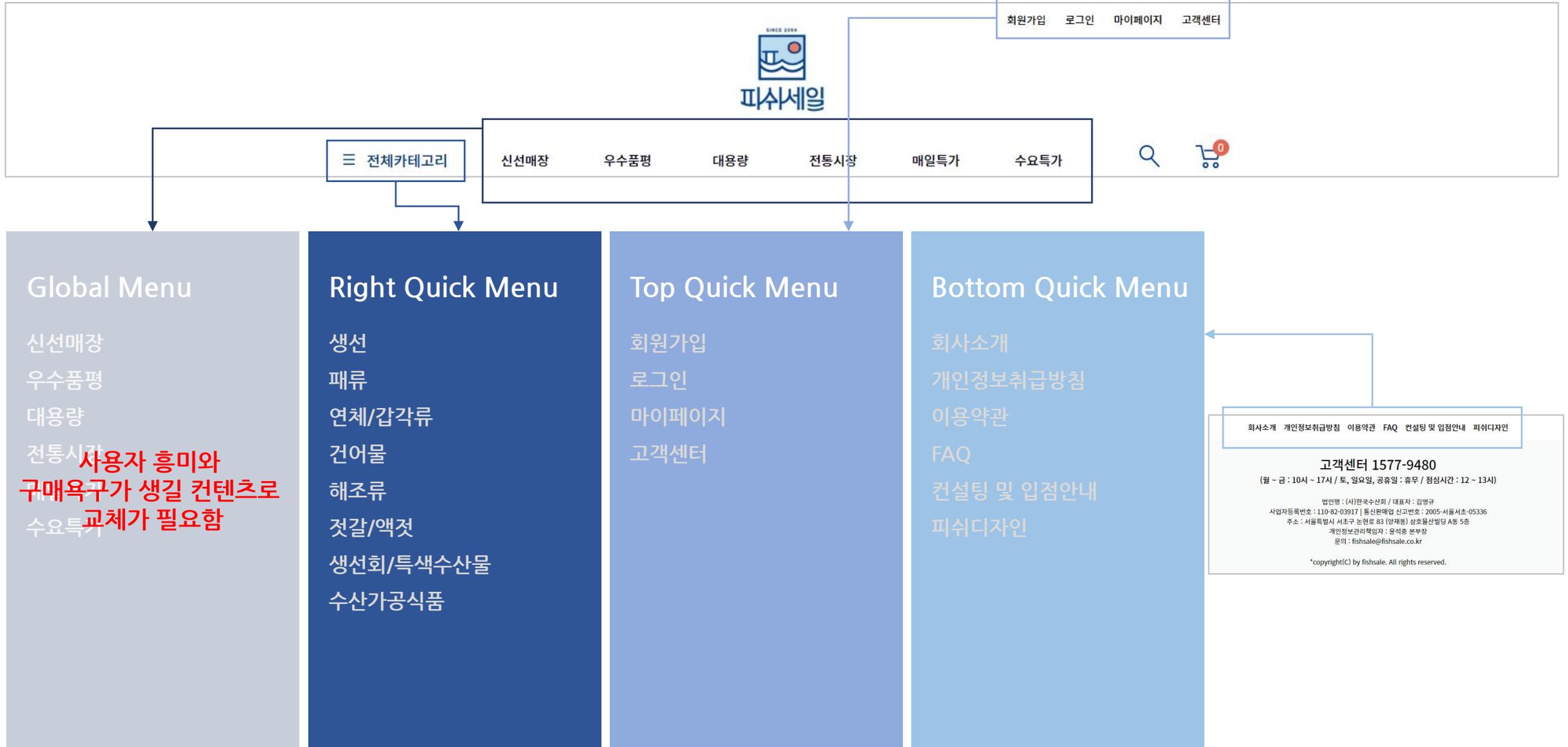


#0553ad



#eb7d6a

기존 메뉴구조도_Menu Architect



리뉴얼 정보구조도_Menu Architect



작업일정_Design Plan

개발단계	1M(07.02~08.01)					2M(08.02~09.01)		
디자인	■							
퍼블리싱/개발		■						
테스트						■		
수정/보완						■		
완료								■

※상세 일정은 추후 첨부

03
Design

설계/제작

로고 리디자인

메인 페이지 디자인 스케치

메인 페이지 와이어프레임

메인 페이지 디자인 시안

서브 페이지 디자인 시안

해상도별 사이즈 가이드

아이콘 가이드

스토리보드

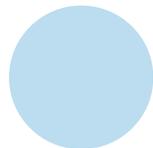
로고 리디자인_Logo Redesign

Original Logo



기존로고는 2004년에 만들어진 로고로써 전통적인 네모 프레임을 이용해서 딱딱하고 올드한 느낌이 있지만 컨셉이나 표현이 좋아서 기존 컨셉과 색상, 워드마크는 가져가되 심볼마크를 리디자인 할 예정

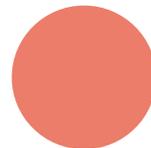
Original Color



#bbddef

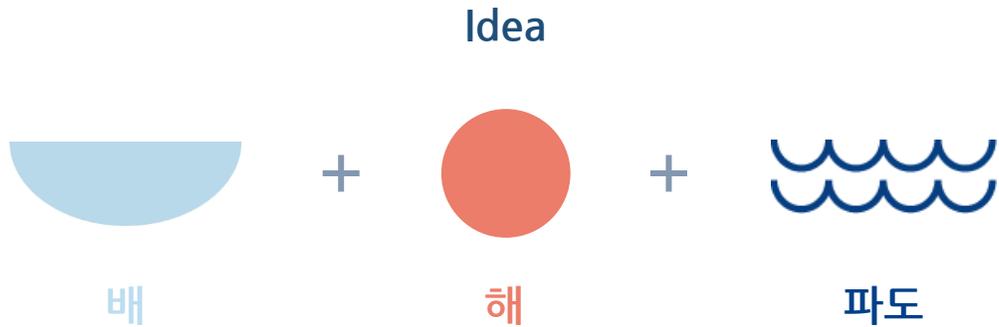


#004089

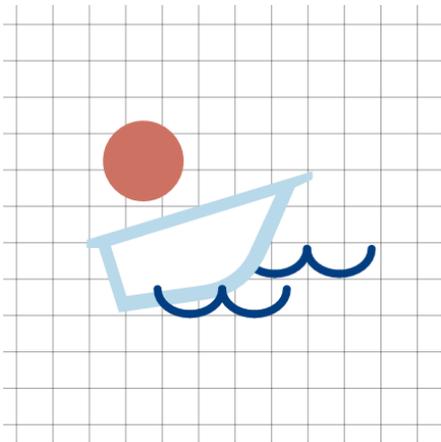


#eb7d6a

로고 리디자인_Logo Redesign



Symbol Mark



Logo



로고 특징 :

1. 기존 네모프레임에서 벗어나서 좀더 자유롭게 표현
2. 파도 위에 떠있는 어선을 형상화 하여 신선하고 갓 잡아 올린 이미지를 표현

로고 형태 :

1. 피쉬세일의 자음 '피시세일'을 형상화
2. '시'으로 파도, '피'으로 바다 위의 어선, '이'으로 해를 표현

타겟층 :

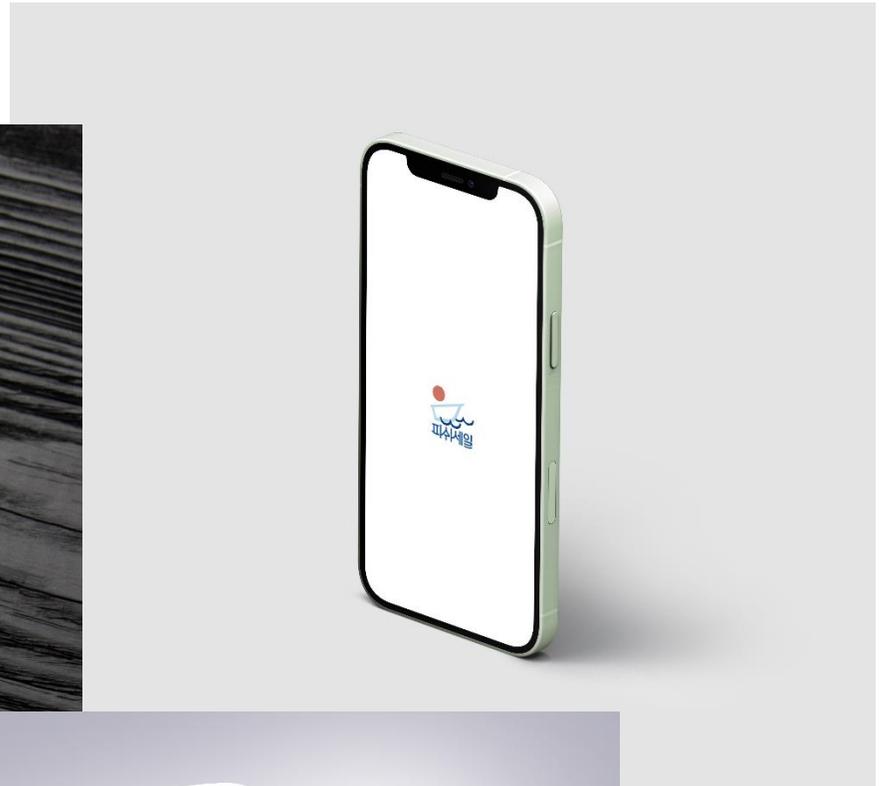
1. 전업주부
2. 사회생활로 장 볼 시간이 없는 부부 또는 젊은 층

디자인 컨셉 :

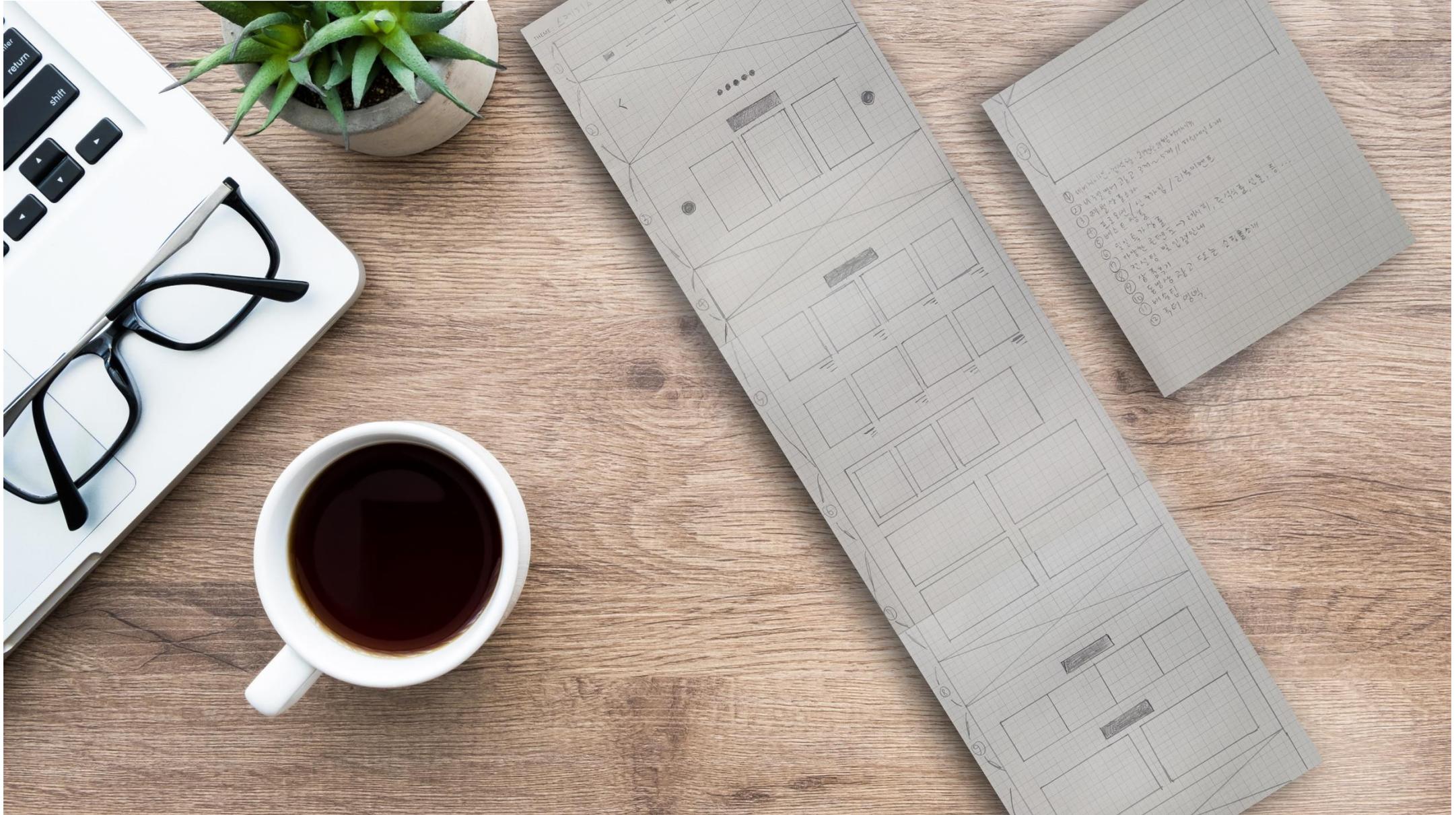
1. 웹디자인 컨셉인 파란색과 포인트인 물결을 통해 투명한 가격과 고객과의 소통이 이뤄지는 쇼핑몰을 표현할 수 있는 디자인을 목표로 함
2. 배와 파도를 활용하여 로고를 보는 순간 바다 또는 수산물과 관련 있다는 것을 떠올릴 수 있도록 디자인함

로고 리디자인_Logo Redesign

목업 적용



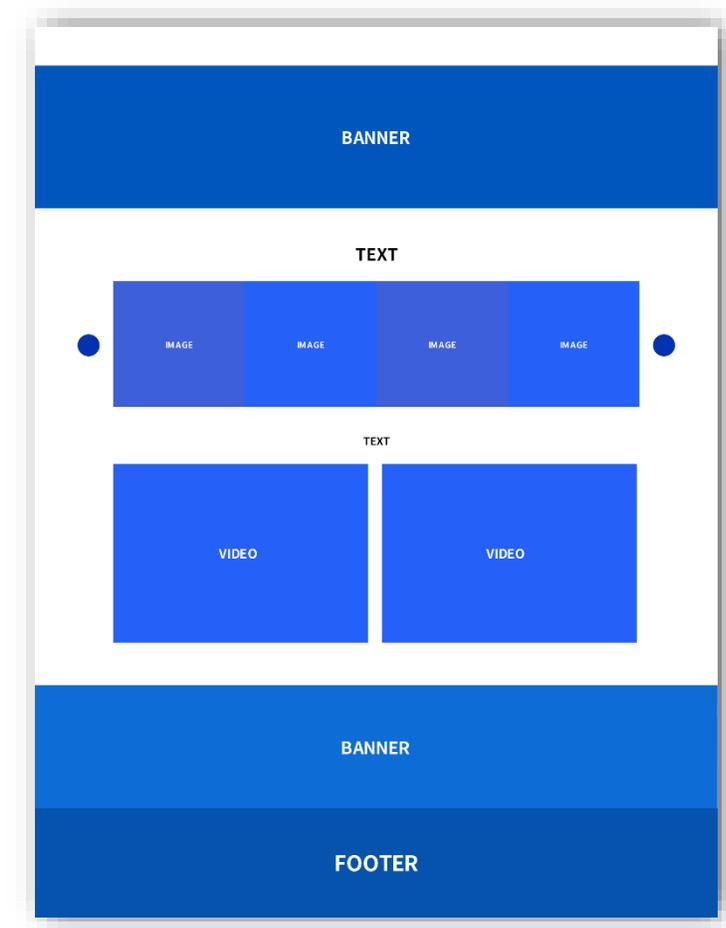
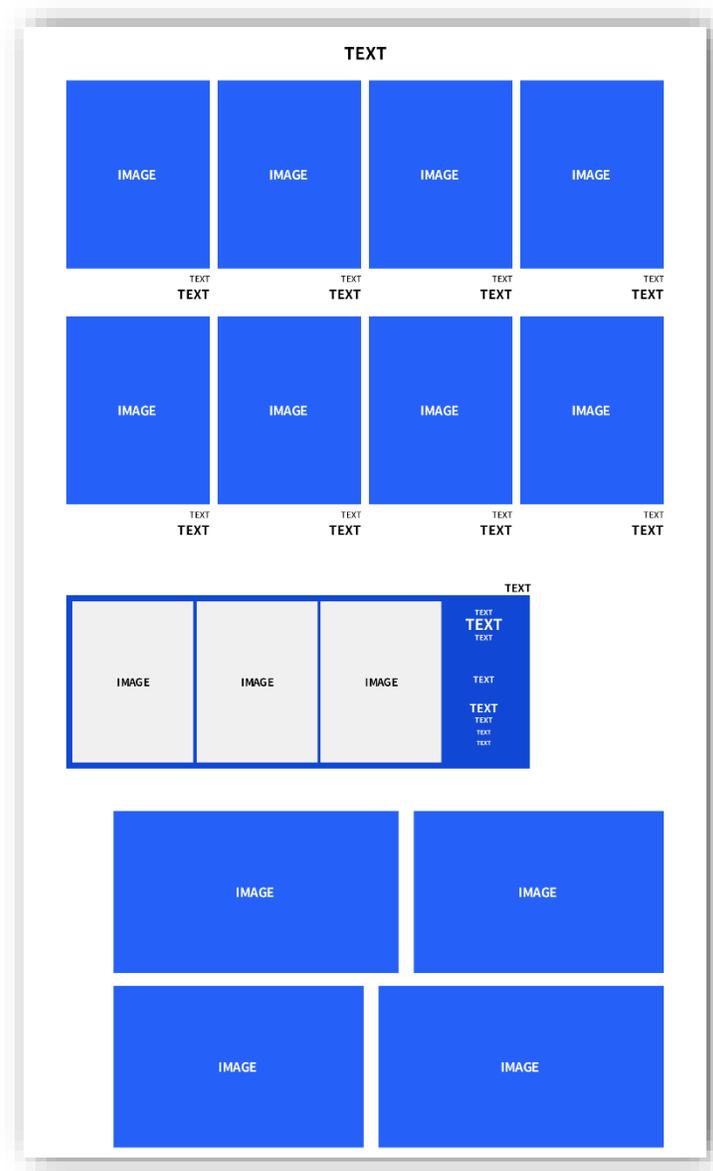
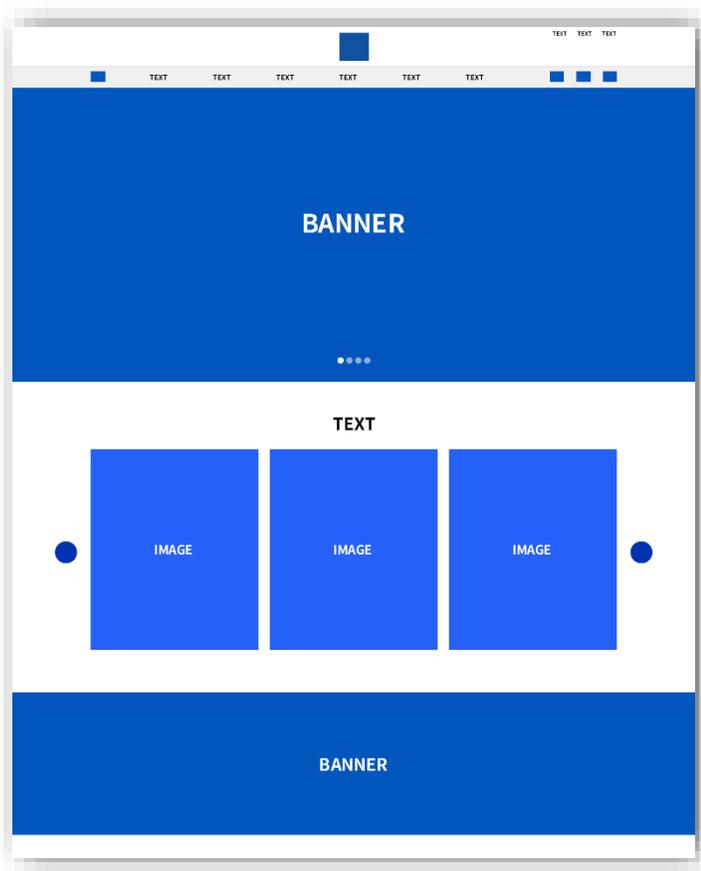
메인 페이지 스케치_Main Sketch A시안



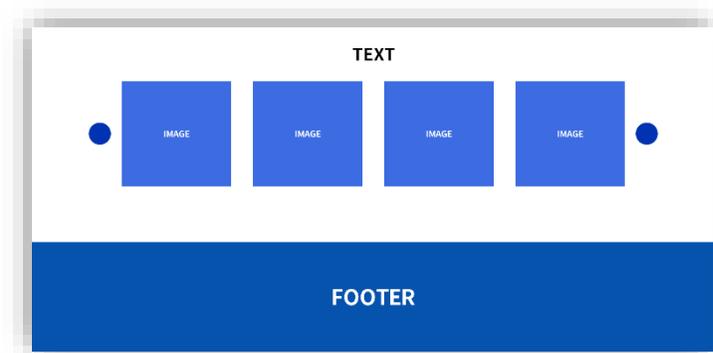
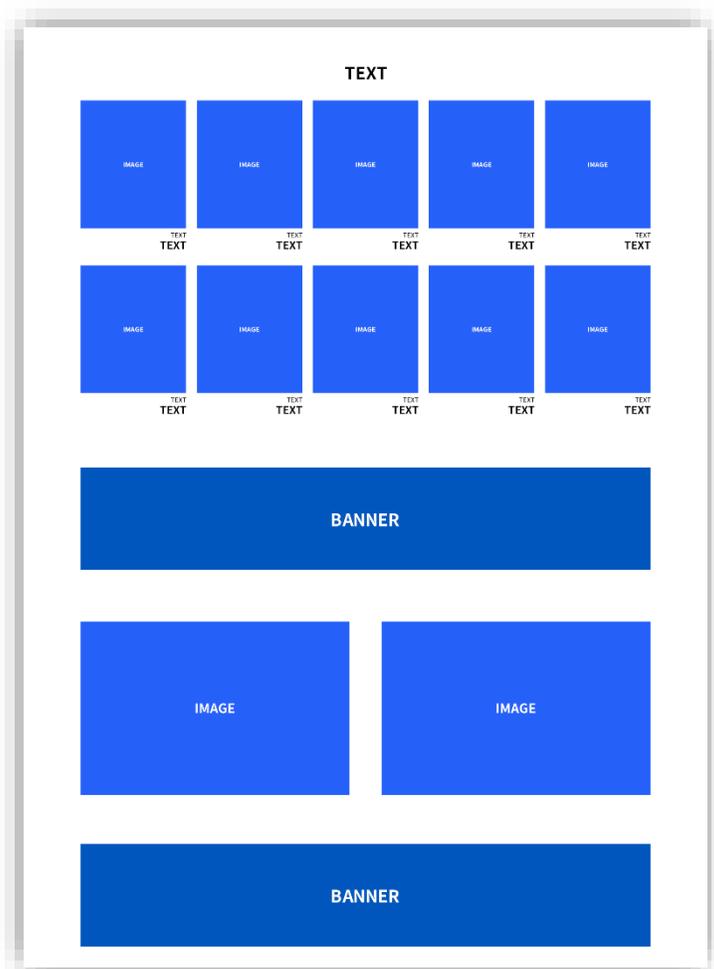
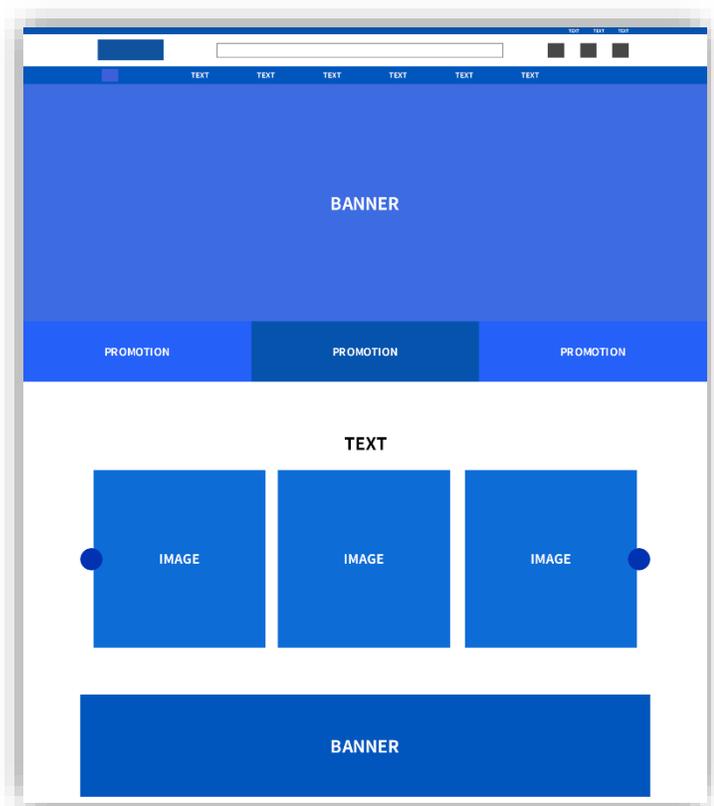
메인 페이지 스케치_Main Sketch B시안



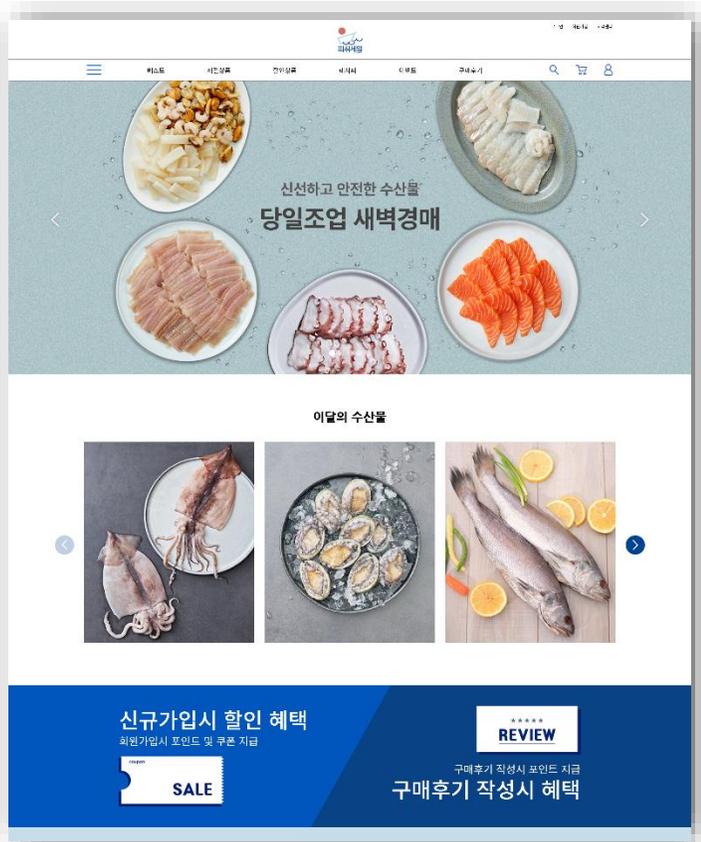
메인 페이지 와이어프레임_Main Wire-frame A시안



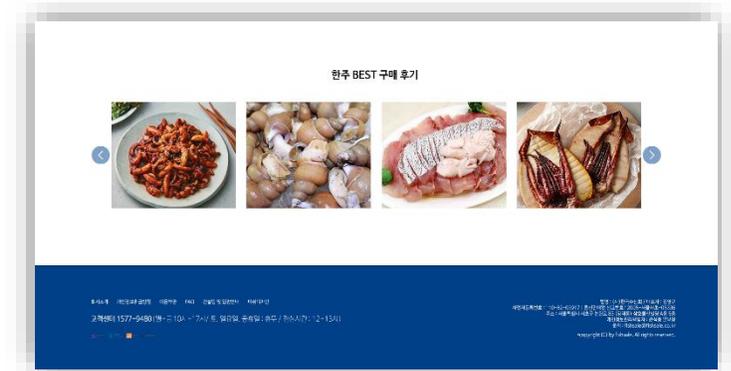
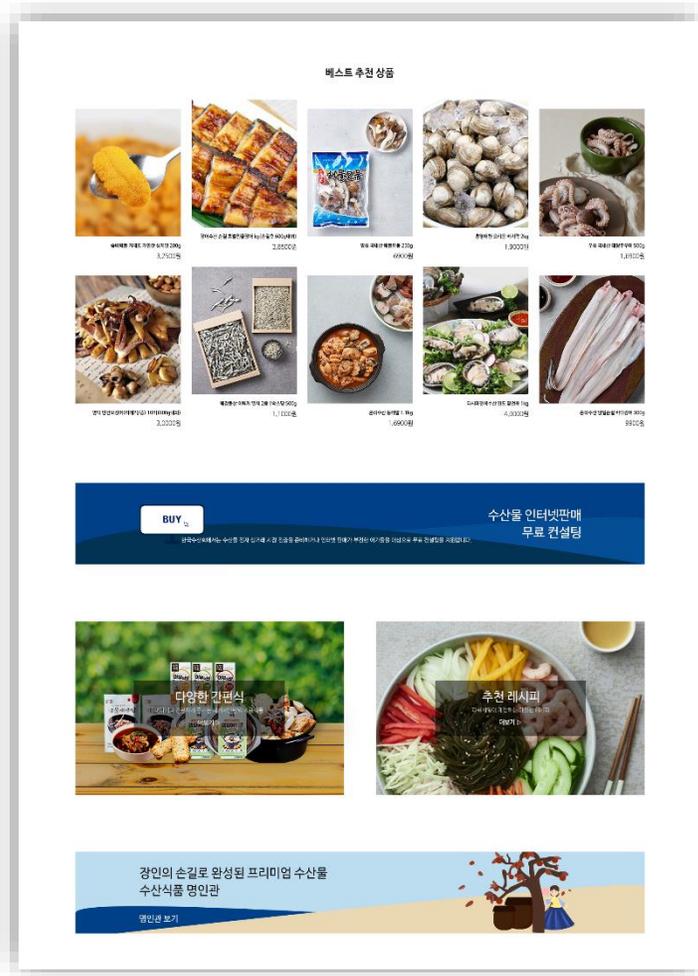
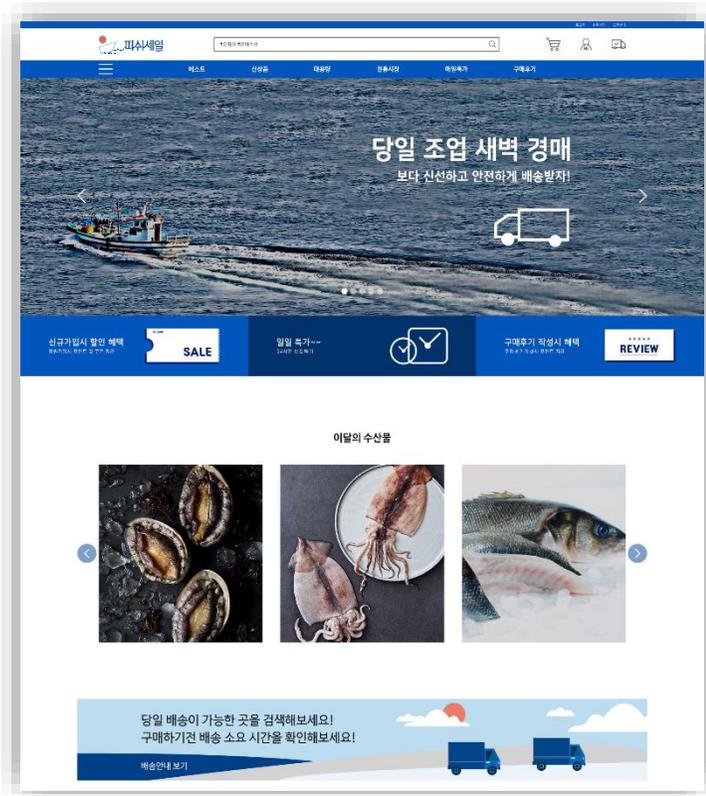
메인 페이지 와이어프레임_Main Wire-frame B시안



메인 페이지 디자인시안_Main Design A시안

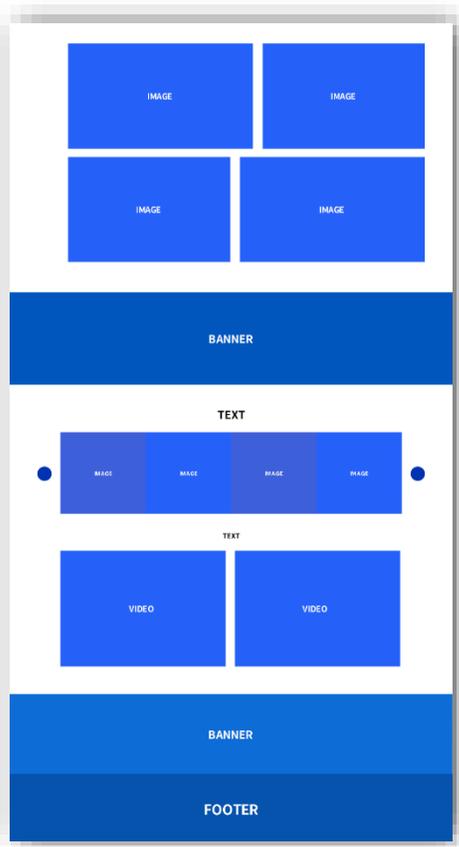
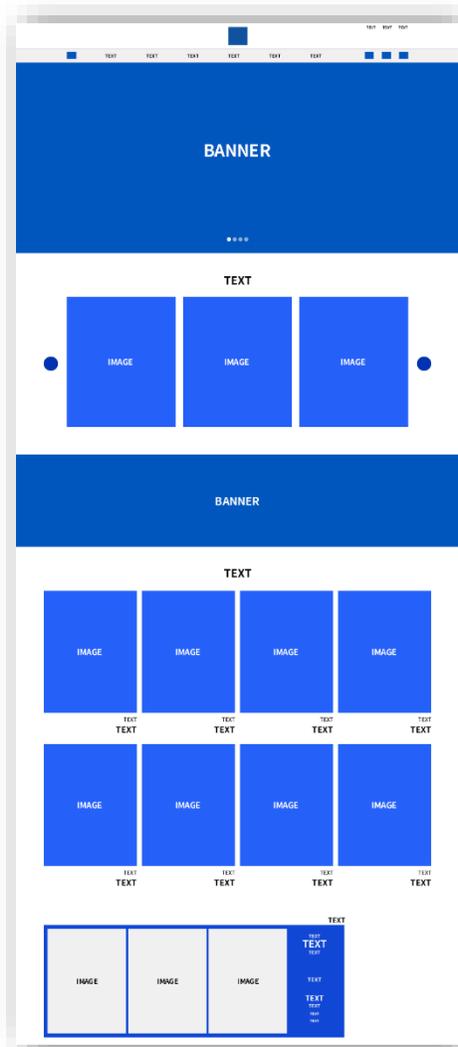


메인 페이지 디자인시안_Main Design B시안

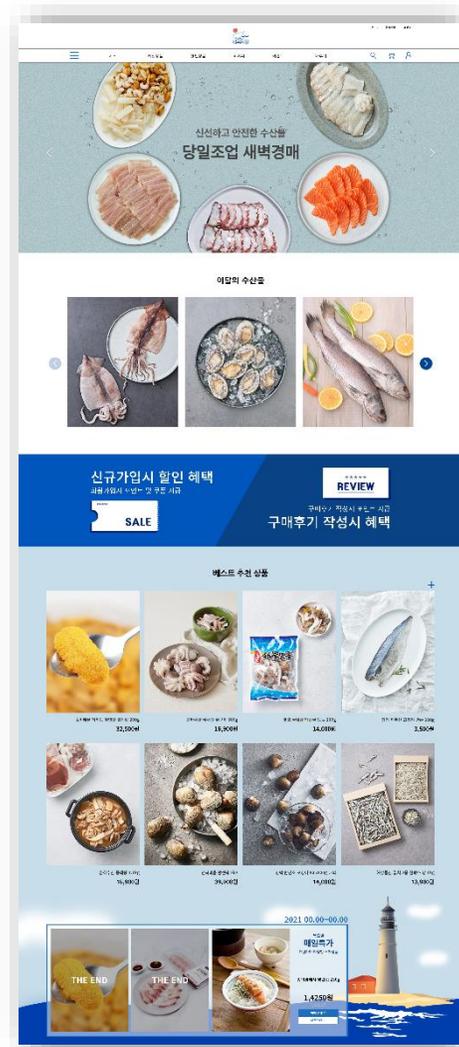


메인 페이지 디자인시안_Main Design A시안 선택

와이어프레임

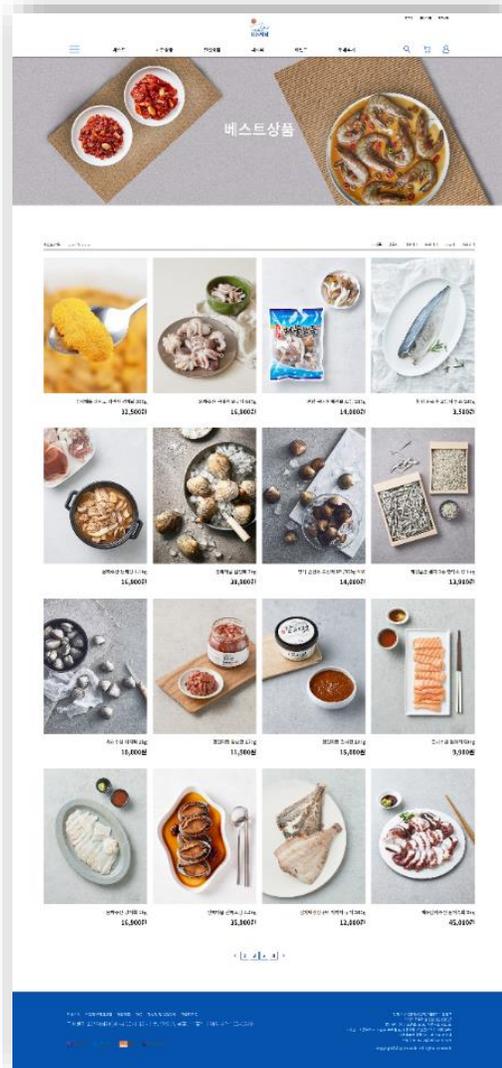
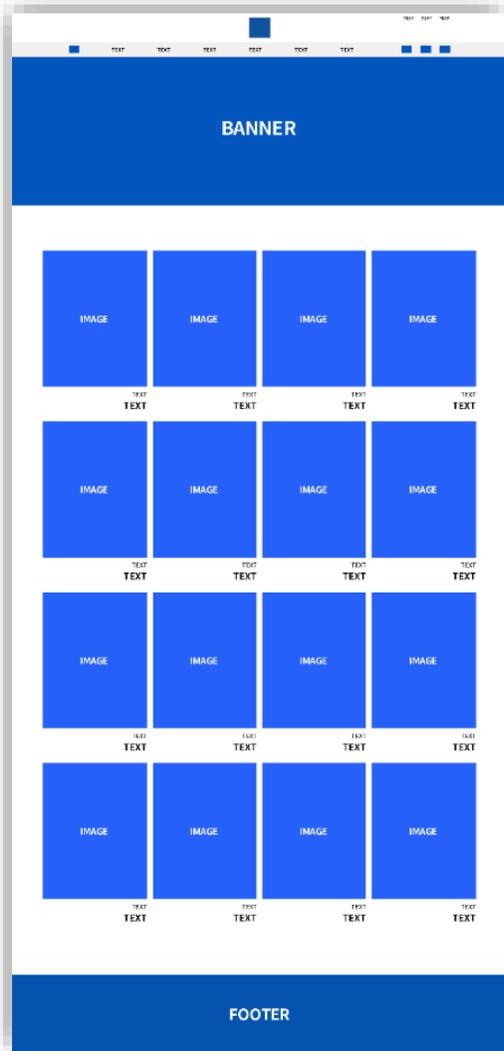


pc형 디자인시안

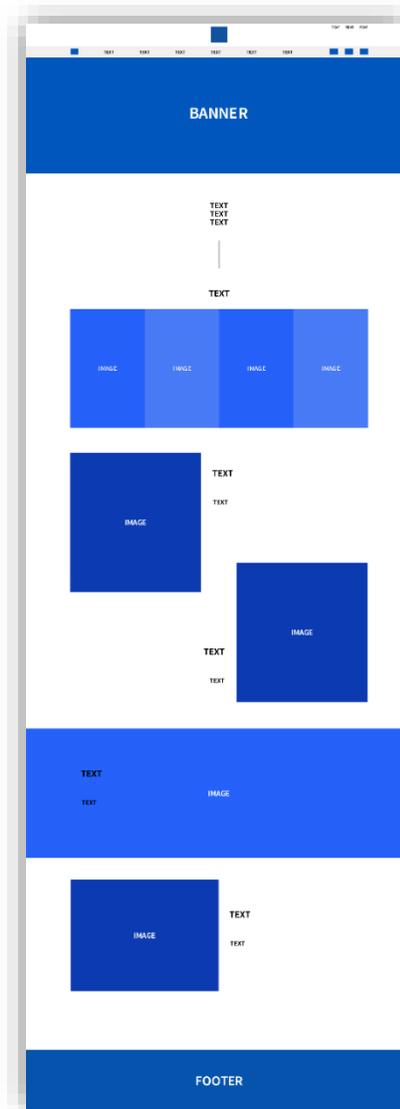


서브 페이지 디자인시안_Sub Design

sub01 베스트

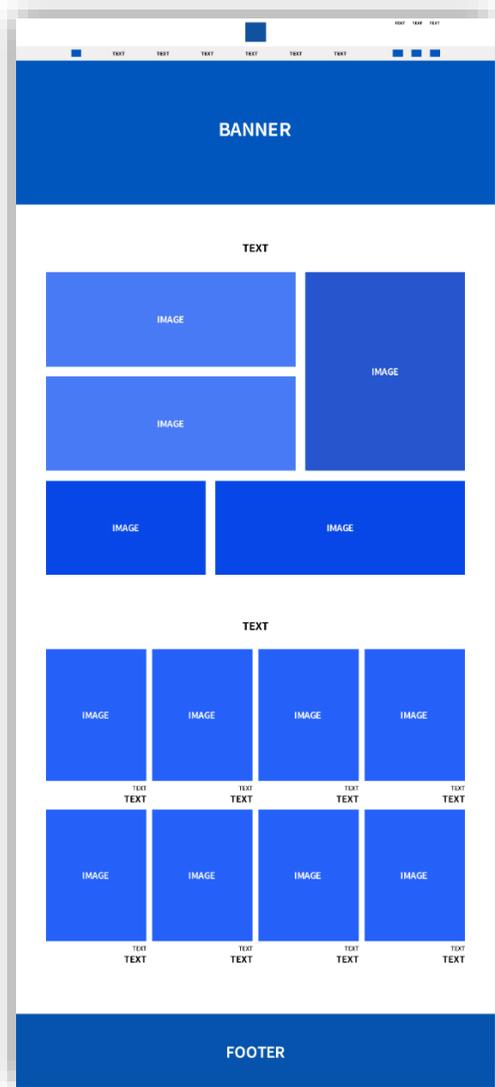


Sub02 제철상품

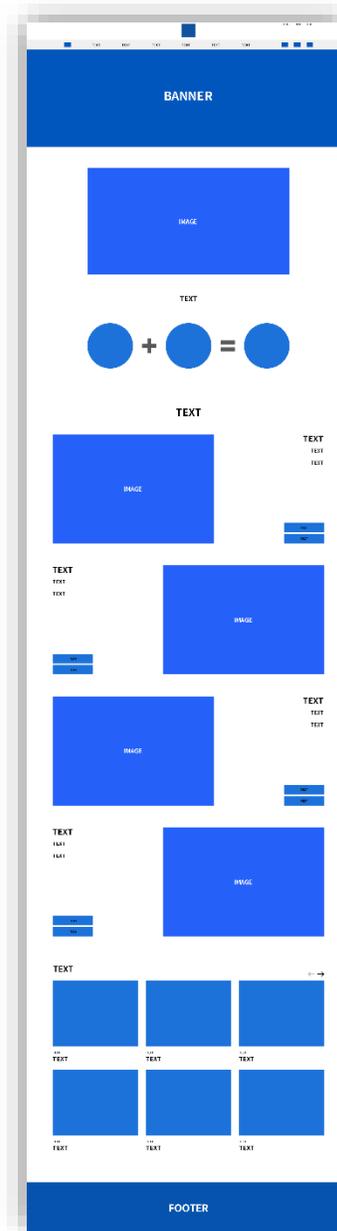


서브 페이지 디자인시안_Sub Design

sub03 할인상품

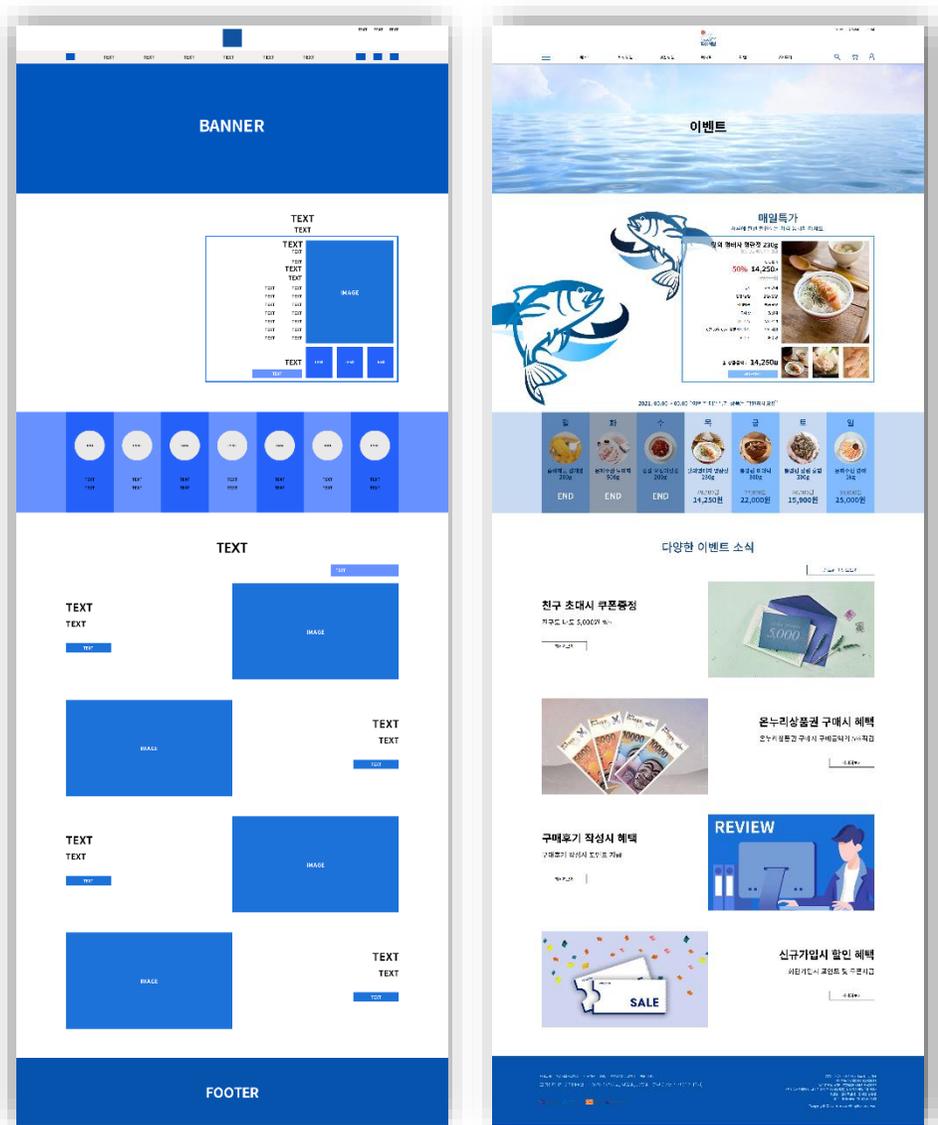


sub04 레시피

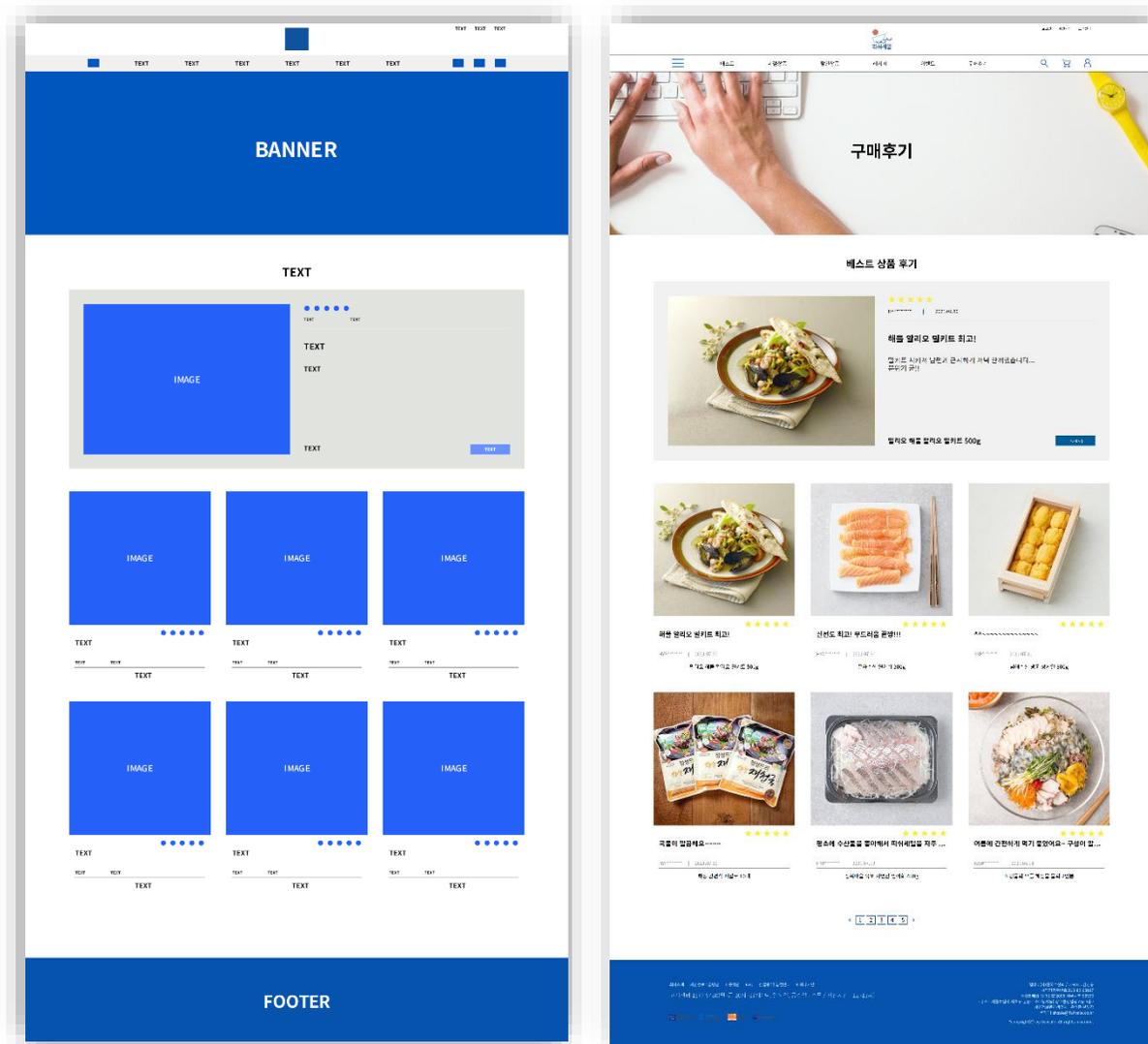


서브 페이지 디자인시안_Sub Design

sub05 이벤트

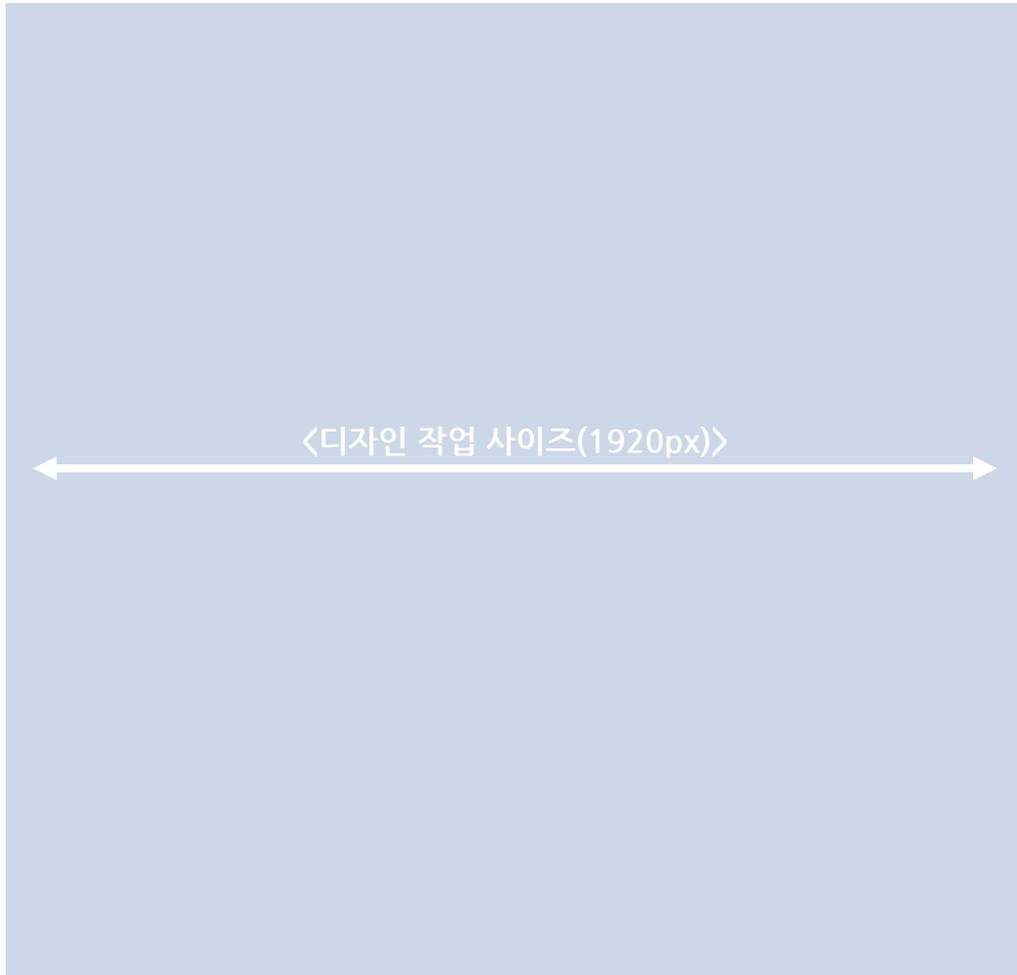


sub06 구매후기

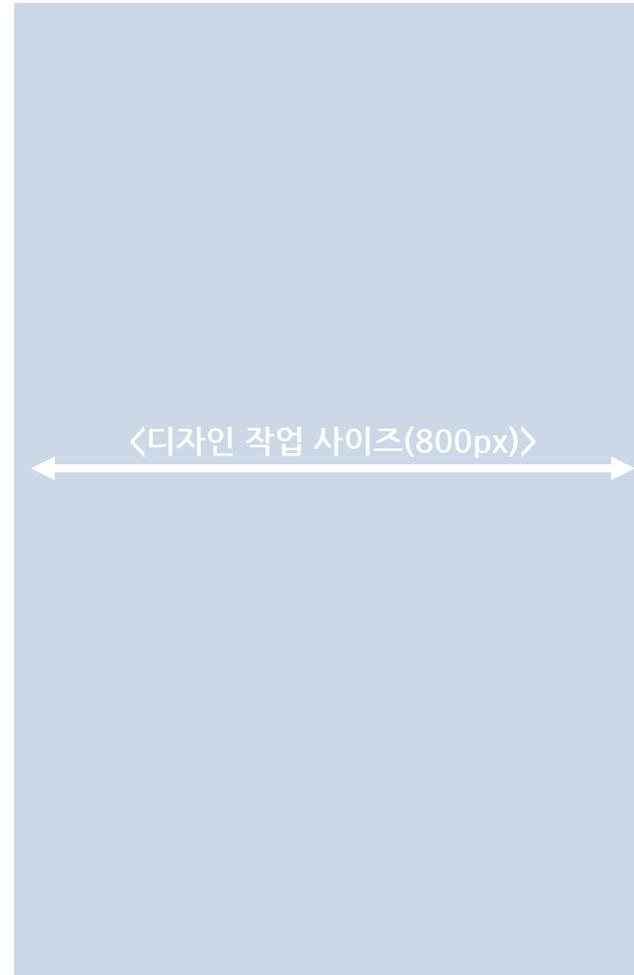


해상도별 사이즈 가이드_Resolution size Guide

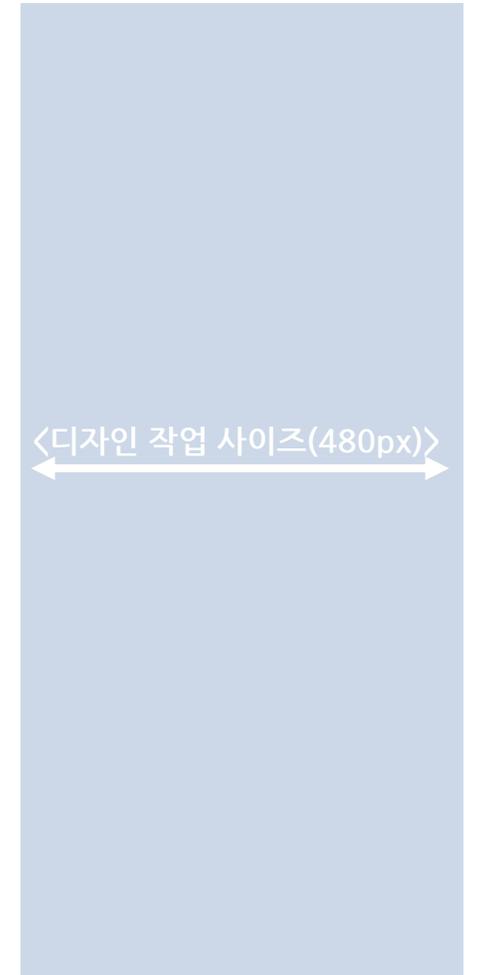
PC형(1920px~1280px)



Tablet형(1279px~600px)



Mobile형(599px~50px)



아이콘 가이드_Icon Guide



pc header영역 아이콘



pc 햄버거 메뉴 아이콘



Tablet/mobile 햄버거 메뉴 아이콘



상품 이미지 장바구니 아이콘



visual영역 페이지 네비게이션 버튼 아이콘



content1/content7 페이지 네비게이션 버튼 아이콘



content1/content7/content8 더 보기 버튼 아이콘



sub04 c03 페이지 네비게이션 버튼 아이콘



Sub페이지 네비게이션 공통 버튼 아이콘

스토리보드_Storyboard

메인 페이지

common part <header>

※헤더는 상단에 고정이며 스크롤 시 로고 및 탭 클릭 메뉴는 숨겨진다.



1

리디자인한 로고를 사용했다.

3

카테고리로서 햄버거메뉴로 구성했다.

2

로그인 시 로그인자리에 마이페이지로 변경 예정이다.

폰트 : Noto Sans KR M 12px #000000

4

6개의 글로벌 메뉴로 기존 메뉴보다 고객들이 이해하기 쉽게 재편성했다.

폰트 : Noto Sans KR M 18px #191919

5

찾기, 장바구니, 마이페이지로써 아이콘으로 배치했다.

STORYBOARD

스토리보드_Storyboard

메인 페이지

common part <hamburger menu>



1

왼쪽 햄버거 메뉴 클릭 시 펼쳐지는 카테고리이며 3단계구조이다. 각 카테고리에 마우스 오버 시 컨셉 컬러인 파랑색을 hover효과를 주어 사용자들이 카테고리를 쉽게 볼 수 있도록 했다.

폰트 : Noto Sans KR M 18px #000000

1단계 hover시 폰트 :

Noto Sans KR B 18px #0156bd

2,3단계 hover시 폰트 :

Noto Sans KR M 18px #0156bd

2

오른쪽 하단에 각 카테고리 별 상품 홍보를 하여 매출을 증대하고 사용자한테 더욱 볼거리를 제공한다. 구매하기 클릭 시 해당 상품으로 이동한다.

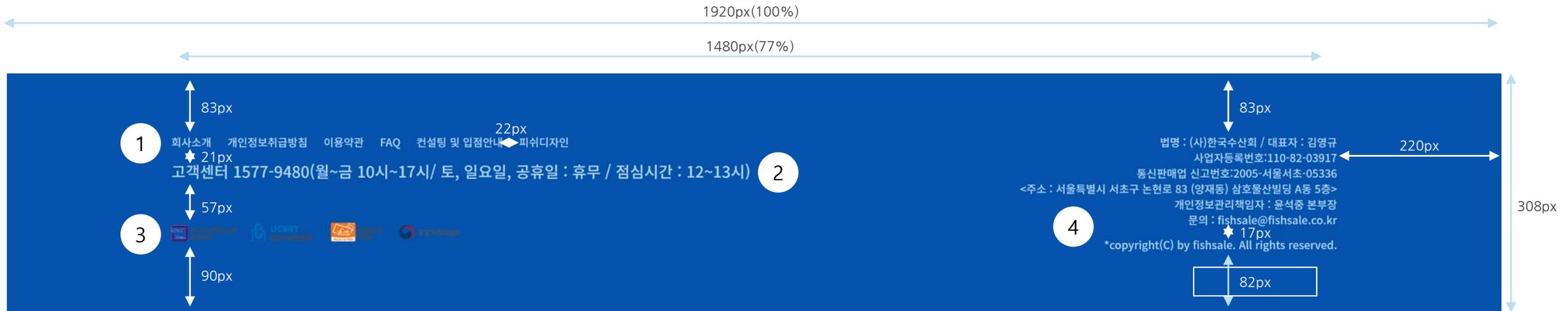
상단폰트 : Noto Sans KR M 30px #000000

하단폰트 : Noto Sans KR B 30px #000000

구매하기 폰트 : Noto Sans KR M 12px #ffffff

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 common part <footer>



background-color : #0553ad

1

하단 메뉴로서 해상도에 따라 변경되게 구성했다.
폰트 : Noto Sans KR M 14px #b0d5ff

3

기존사이트 관련 마크를 배치했다.

2

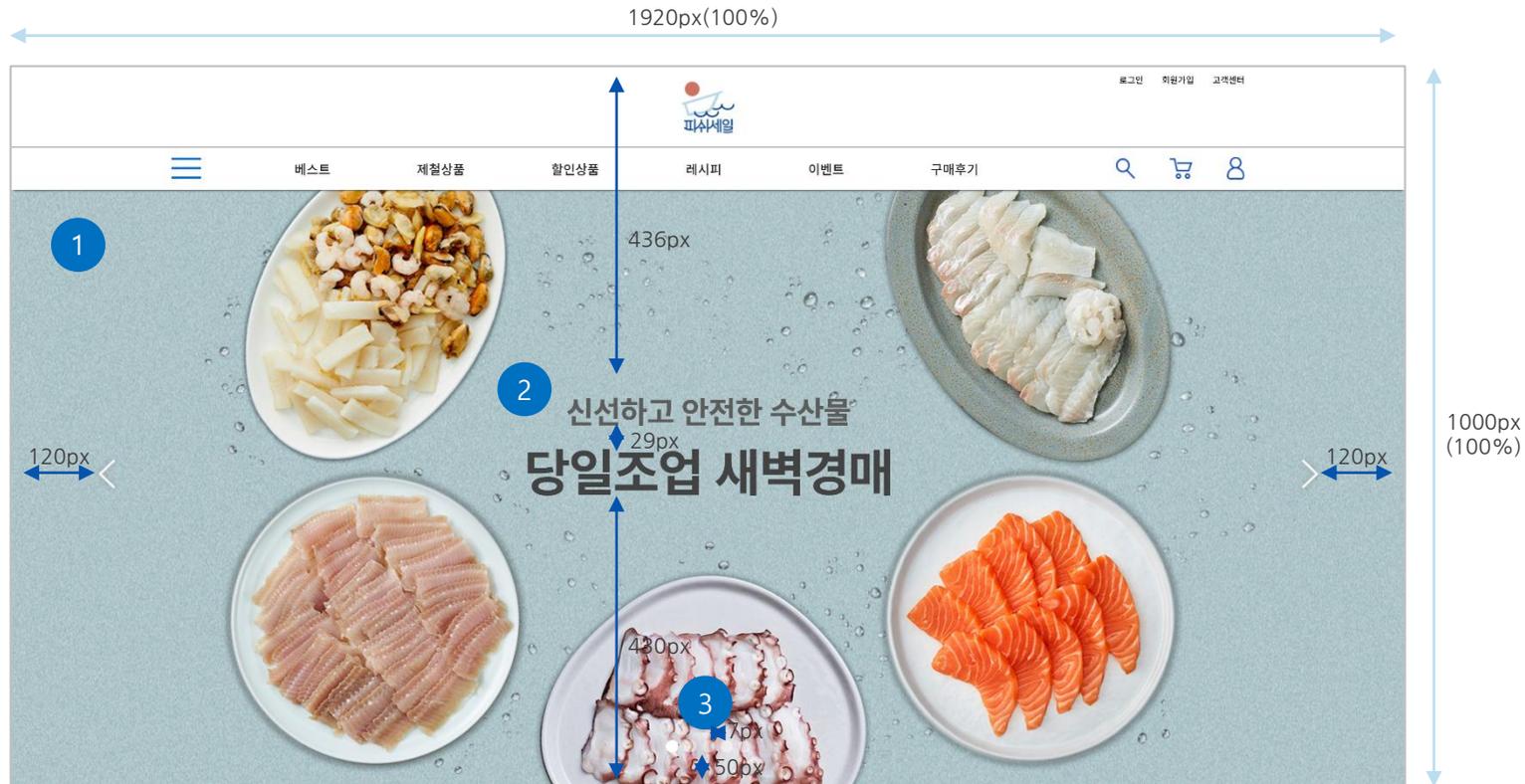
고객센터 정보를 표시했다.
폰트 : Noto Sans KR L 20px #b0d5ff

4

주소 및 대표자 등 배치했다.
폰트 : Noto Sans KR M 14px #b0d5ff

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 visual part <visual1>



1

수산물 쇼핑몰 답게 신선하고 깨끗한 수산물 이미지와 편안한 색상을 활용하여 제작했으며 중앙 텍스트를 적용해서 사용자들이 한눈에 볼 수 있게 디자인했다.

높이 100%로 화면에 꽉 차게 디자인했으며, 풀 페이지네이션을 적용하여 다양한 배너를 보여준다.

끝 배너로 가도 다음버튼을 누르면 첫번째 배너로 이동한다.

2

상단폰트 : Noto Sans KR B 42px #5d5d5d

하단폰트 : Noto Sans KR B 70px #434343

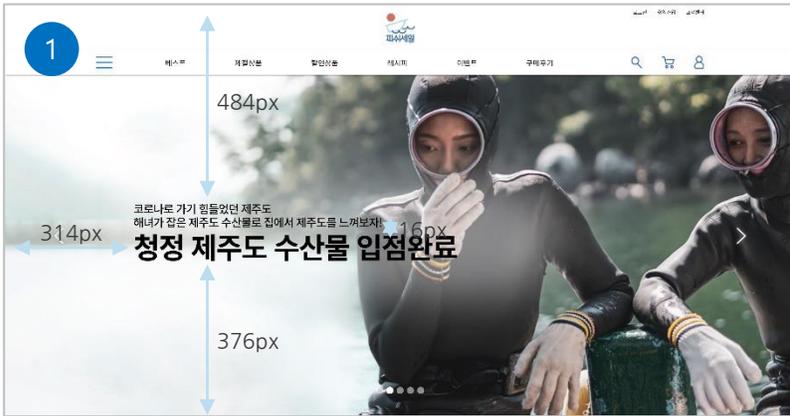
3

페이지를 나타내는 해당 프로그레스 서클은 투명도 100%며 나머지는 50%로 표시한다.

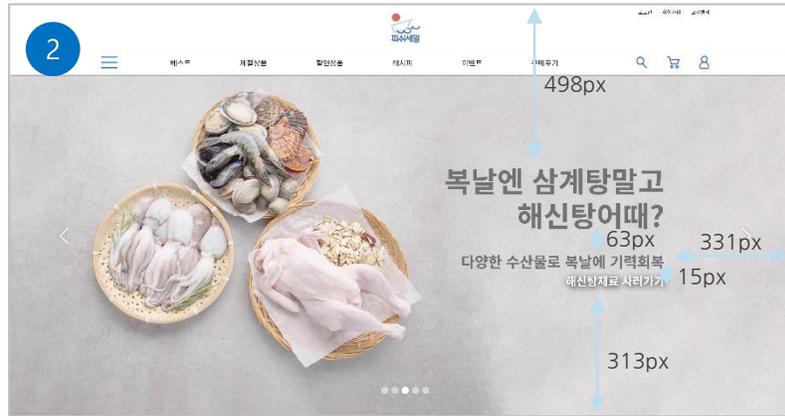
스토리보드_Storyboard

메인 페이지 visual part

<visual2>



<visual3>



<visual4>



<visual5>



1

청정 제주도 수산물이 입점을 했다는 내용으로 제주도의 특성을 살린 해녀 이미지를 사용하여 제작했다.

상단폰트 : Noto Sans KR B 28px #000000

하단폰트 : Noto Sans KR B 70px #000000

2

계절성 광고로 복날에 삼계탕과 함께 해산물을 구매하라는 내용으로 제작하였다.

상단폰트 : Noto Sans KR B 70px #727272

중간폰트 : Noto Sans KR B 36px #727272

하단폰트 : Noto Sans KR B 28px #ffffff

3

대용량을 쓰는 식당이나 공장을 타겟으로 제작한 배너이다.

상단폰트 : Noto Sans KR B 70px #ffffff

하단폰트 : Noto Sans KR B 42px #ffffff

4

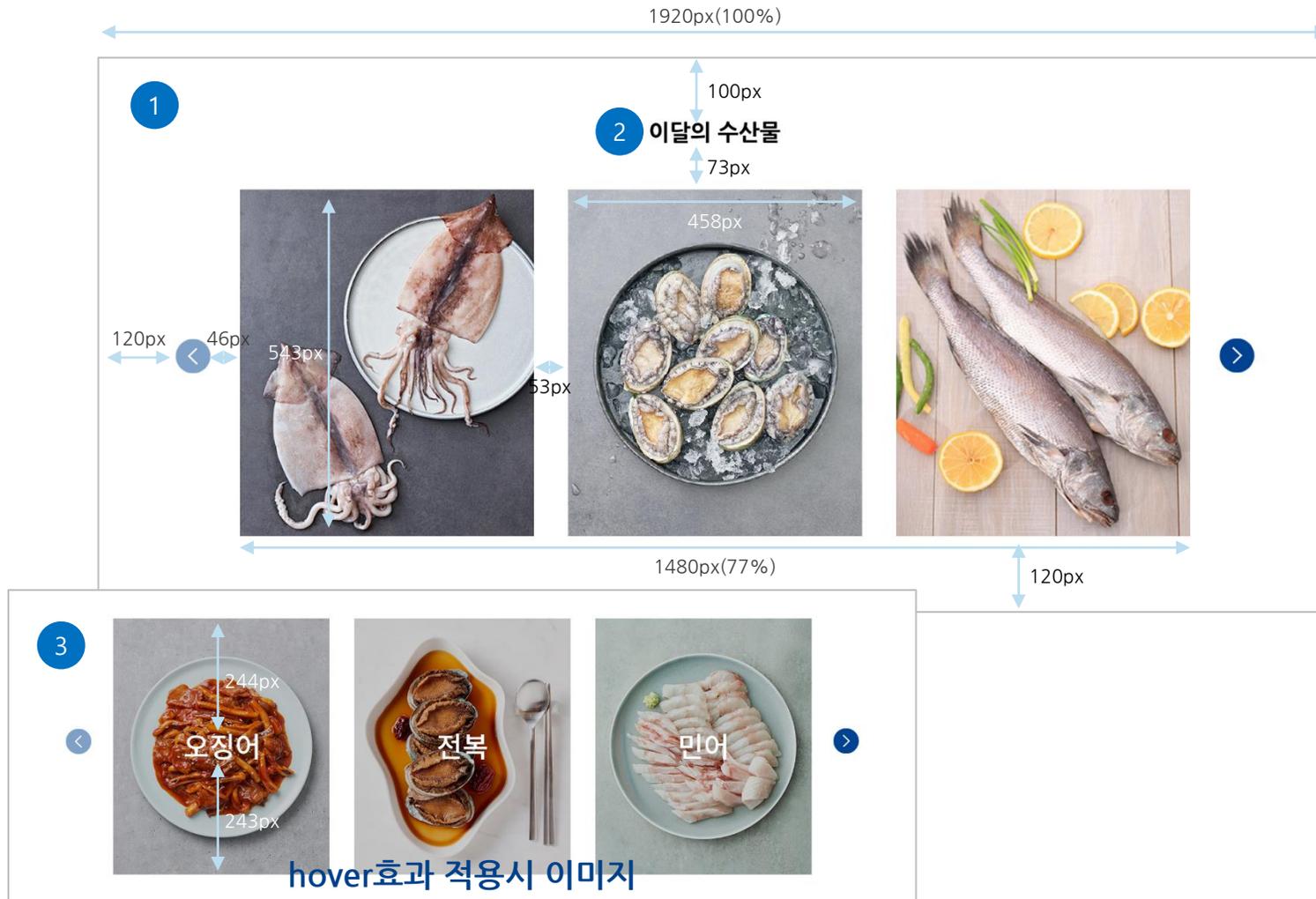
피쉬세일이 네이버쇼핑 라이브와 협업하여 판매한다는 내용이며 n쇼핑 로고와 어울리는 이미지로 배너를 제작하였다.

상단폰트 : Noto Sans KR B 70px #ffffff

하단폰트 : Noto Sans KR B 42px #ffffff

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 content part <c01>



1

제철 수산물을 소개하는 콘텐츠로 hover효과를 적용하여 사용자들에게 흥미를 유발한다.

슬라이드 애니메이션을 적용하며 비주얼과 마찬가지로 버튼 첫 이미지 이전버튼은 투명도 50%, 마지막 이미지 다음버튼도 투명도 50%로 진행한다.

2

폰트 : Nanum Gothic EB 35px #000000

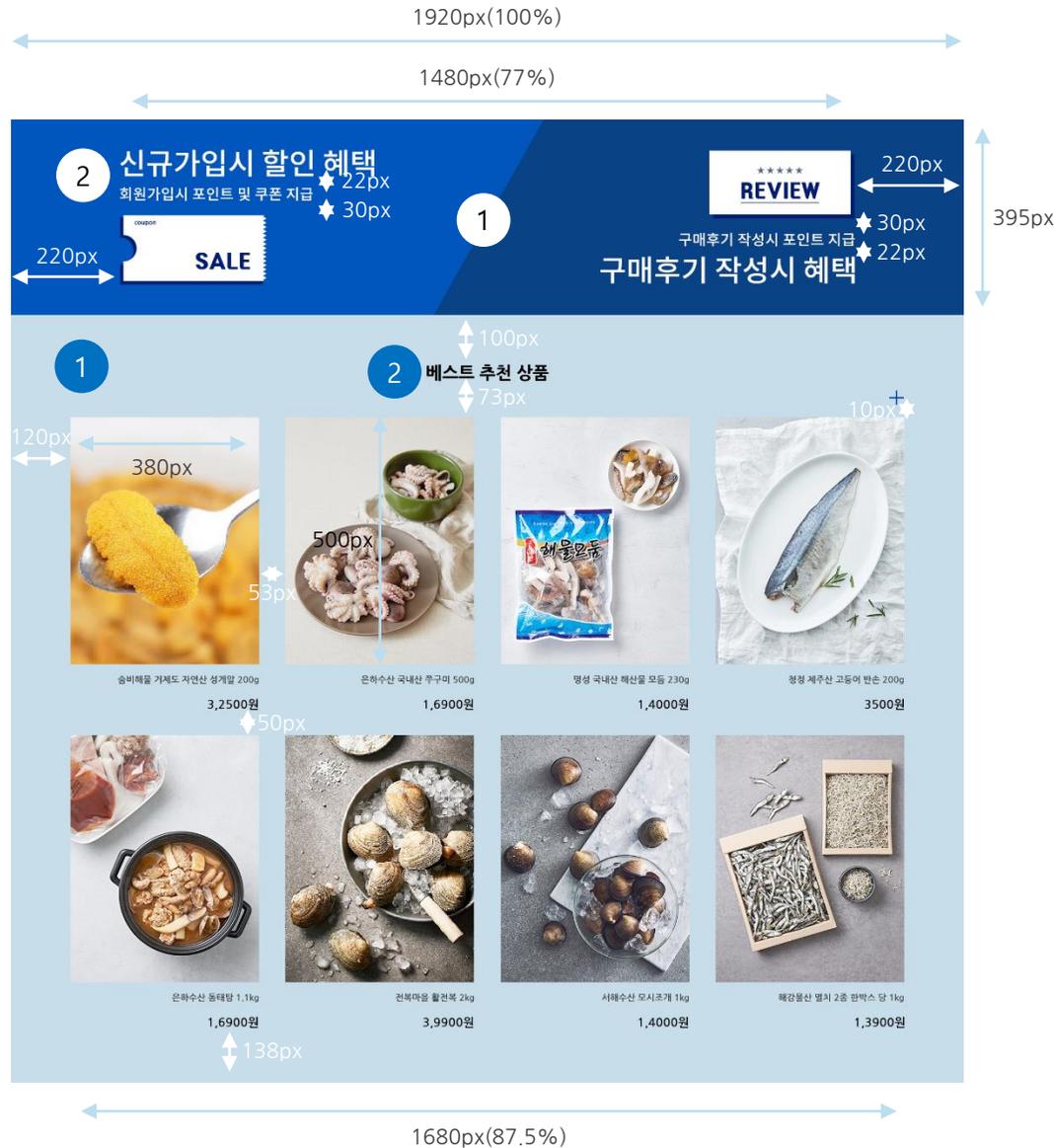
3

Hover효과를 적용하여 마우스 오버 시 해당상품요리 이미지와 수산물 텍스트로 바뀐다.

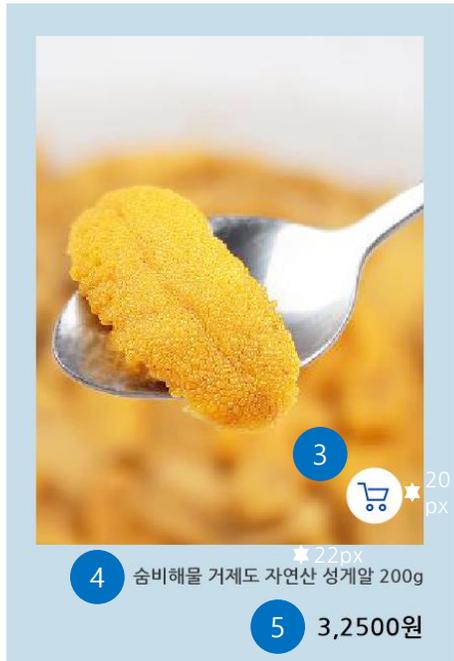
폰트 : Noto Sans KR EB 60px #ffffff

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 content part <c02&c03>



hover효과 적용시 이미지



1
신규가입과 구매후기를 바탕으로 할인 프로모션 배너를 배치하여 사용자들의 관심을 갖게 한다.

2
상단폰트 : Noto Sans KR M 60px #ffffff
하단폰트 : Noto Sans KR M 30px #ffffff

1
기존에 있던 콘텐츠로서 구매욕구가 생기는 신선한 이미지들로 교체하여 사용자들의 이목을 집중시킨다.

2
폰트 : Nanum Gothic EB 35px #000000

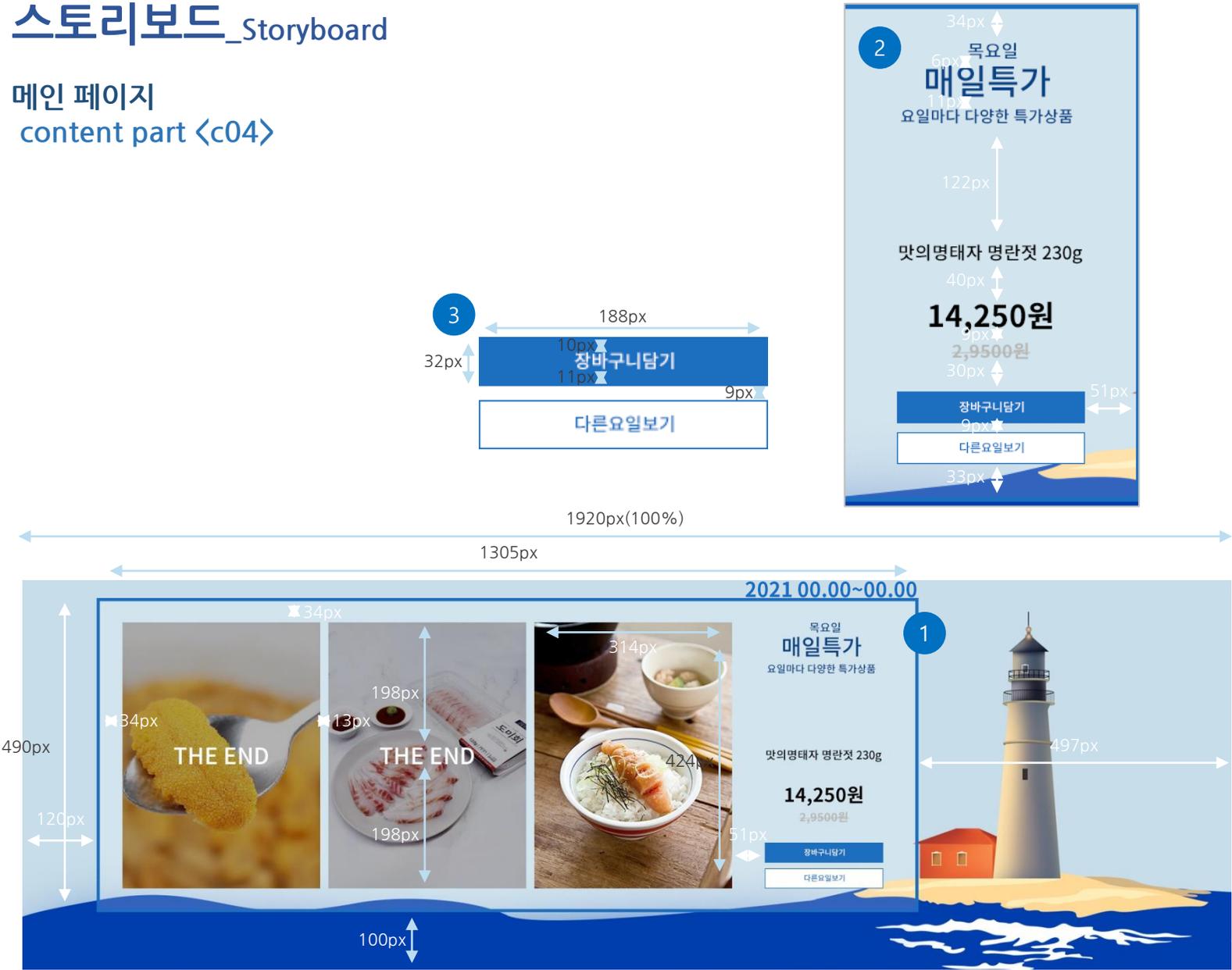
3
Hover효과를 적용해서 마우스를 오버 시 사진확대 및 장바구니 아이콘이 표시된다.

4
폰트 : Noto Sans KR B 18px #3e3e3e

5
폰트 : Noto Sans KR B 24px #000000

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 content part <c04>



1

요일마다 바뀌는 할인상품을 메인 페이지에 노출시켜 매출을 증대한다.

테두리 : 5px #1c6ebf
 날짜폰트 : Noto Sans KR B 32px #1c6ebf
 THE END : Noto Sans KR B 36px #ffffff

2

위 순서부터

폰트 : Noto Sans KR M 18px #094285
 폰트 : Noto Sans KR B 35px #094285
 폰트 : Noto Sans KR M 16px #094285
 폰트 : Noto Sans KR M 18px #000000
 폰트 : Noto Sans KR B 30px #000000
 폰트 : Noto Sans KR M 18px #b8b8b6

3

위에는 장바구니 담기 버튼이고 아래는 이벤트 페이지로 연결되는 버튼이다.

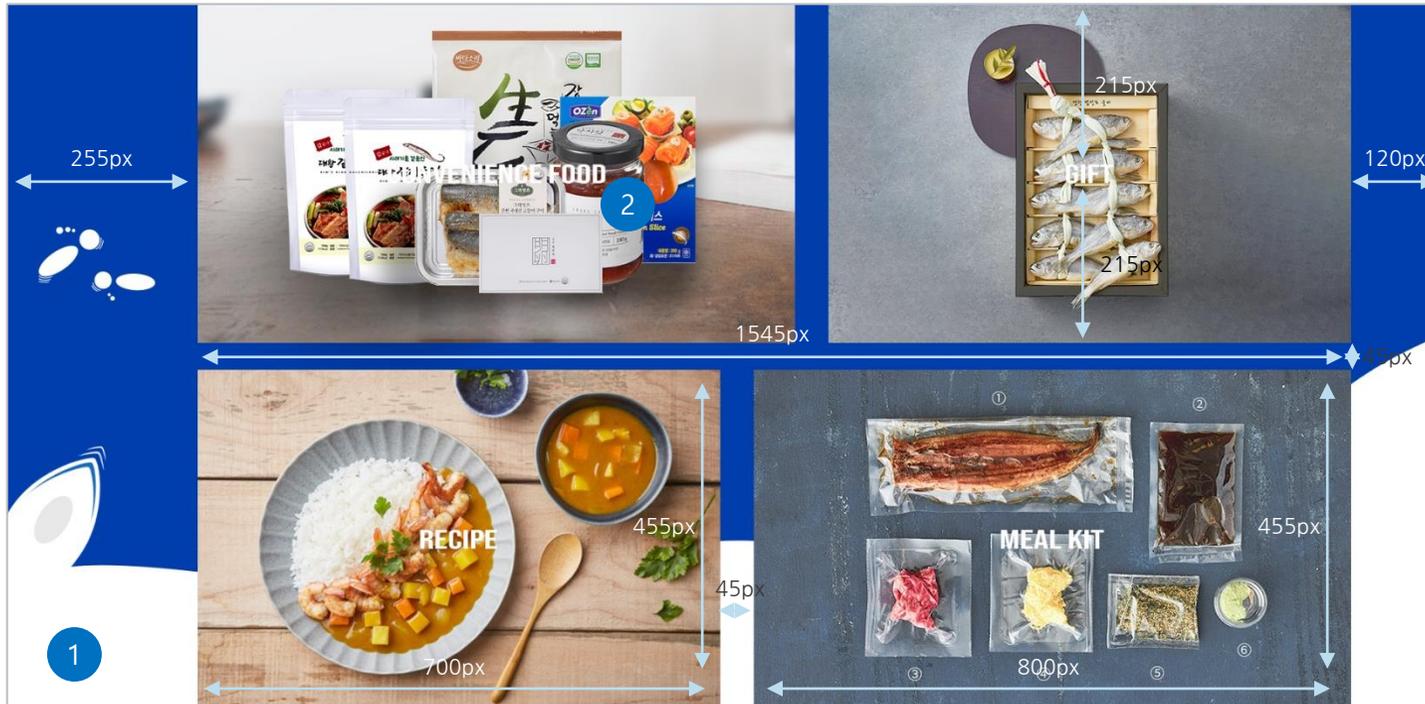
상단폰트 : Noto Sans KR M 12px #000000
 하단폰트 : Noto Sans KR M 12px #1c6ebf
 테두리 : 1px #1c6ebf

스토리보드_Storyboard

메인 페이지
content part <c05>



1920px(100%)



1 다양한 상품군과 콘텐츠를 한곳에 모아 메인 화면에 노출시켰다.

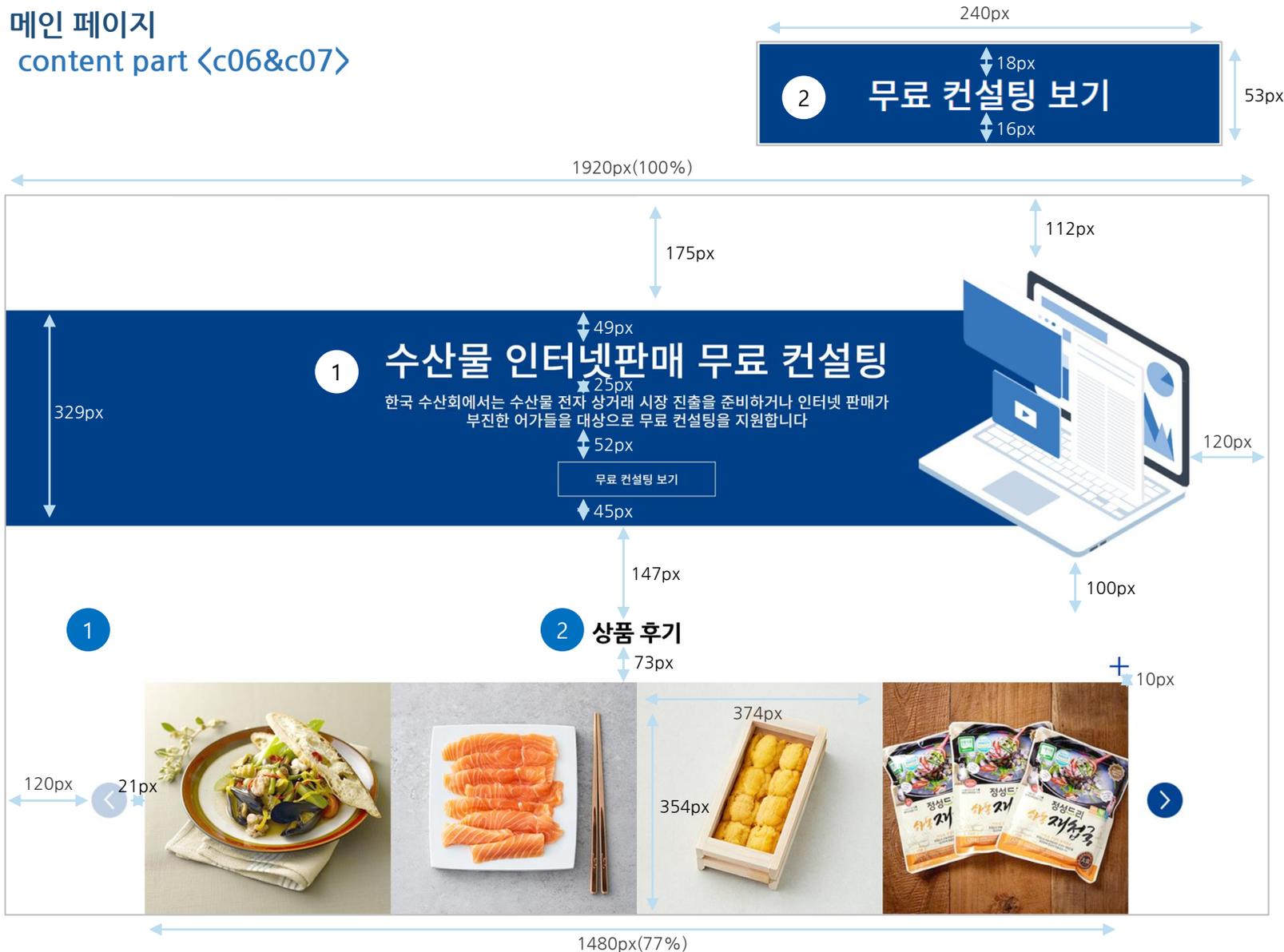
2 폰트 : Hammersmith One M 42px #ffffff

3 기본으로 타이틀만 보이다가 마우스 오버 시 이미지가 어두워지면서 바로가기 문구가 나온다.

4 바로가기 폰트 : Hammersmith One M 22px #ffffff

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 content part <c06&c07>



1
피쉬세일이 장점인 무료컨설팅을 메인 페이지에 노출한다. 판매(사용자) 중점내용이 아니기에 하단에 배치했다. 위 순서부터
폰트 : Noto Sans KR M 60px #ffffff
폰트 : Noto Sans KR M 24px #efefef

2
퓨터 하단 메뉴인 컨설팅 및 입점 안내로 연결된다.
폰트 : Noto Sans KR M 18px #efefef
테두리 : 1px #1ffffff

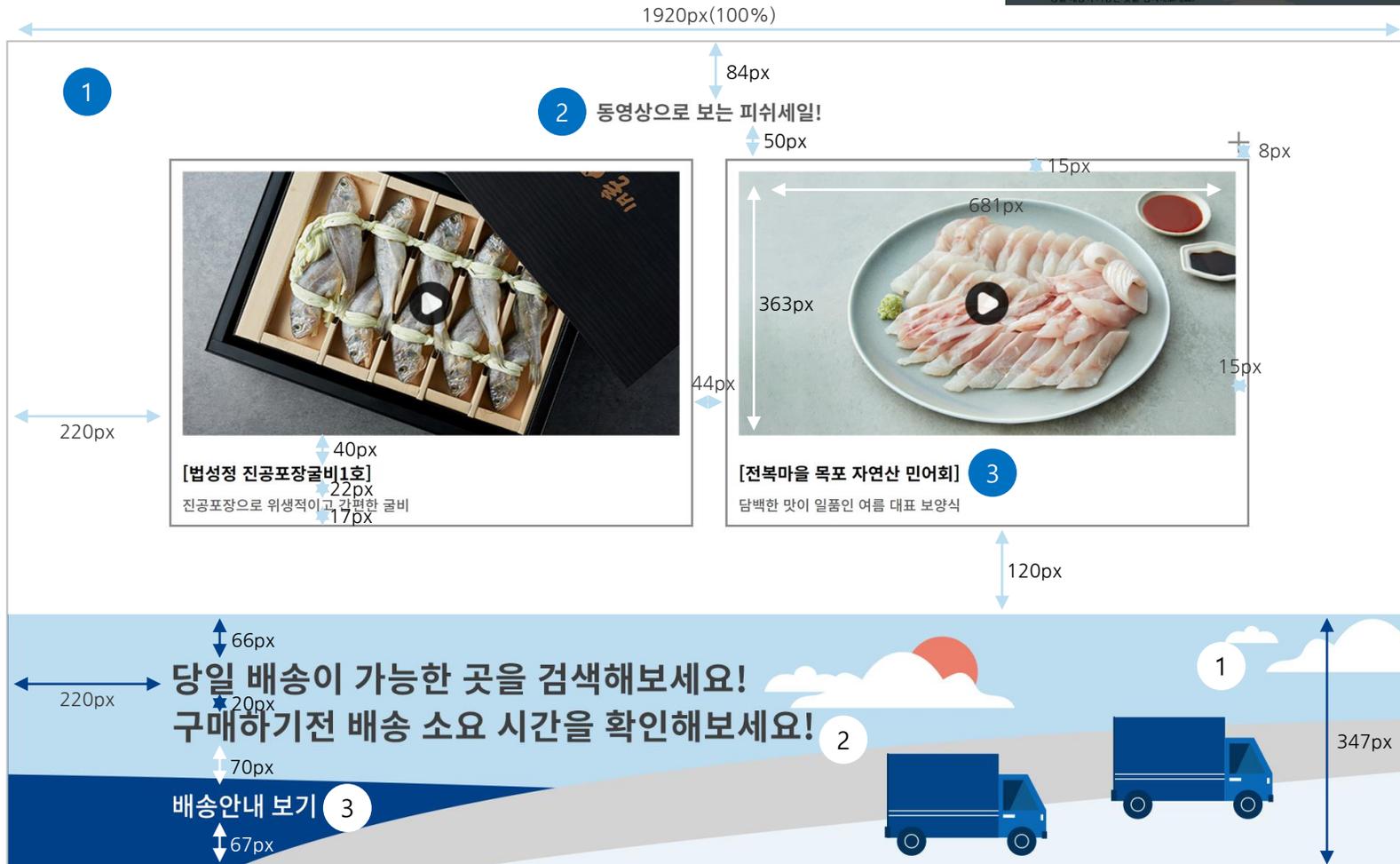
1
상품후기로 쇼핑몰에 꼭 필요한 컨텐츠이며 사용자들이 쉽게 정보를 접근할 수 있도록 했다. 다양한 후기를 보여줄 수 있게 슬라이드애니메이션 활용했다.

2
폰트 : Nanum Gothic EB 35px #000000

스토리보드_Storyboard

메인 페이지 content part <c08&c09>

이미지 클릭 시 동영상생성



1
유튜브에 올려진 상품후기(언박싱)영상을 배치함으로써 사용자의 시선을 집중시킨다.
이미지를 마우스 클릭 시 영상이 나오게 디자인했으며 제목과 내용을 클릭하면 소개상품으로 이동한다.
동영상 사이즈 : 1200 x 675 (px)
테두리 : 3px #898989

2
폰트 : Noto Sans KR B 28px #595959

3
제목폰트 : Noto Sans KR B 24px #ffffff
내용폰트 : Noto Sans KR M 20px #5b5b5b

1
배송안내 배너이며 일러스트 이미지를 활용하여 사용자들이 쉽게 접근할 수 있게 제작했다.

2
폰트 : Noto Sans KR B 42px #3e3e3e

3
폰트 : Noto Sans KR M 36px #ffffff

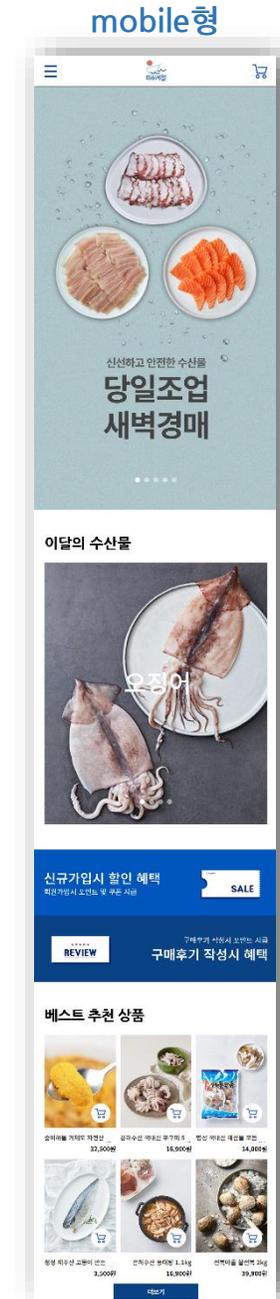
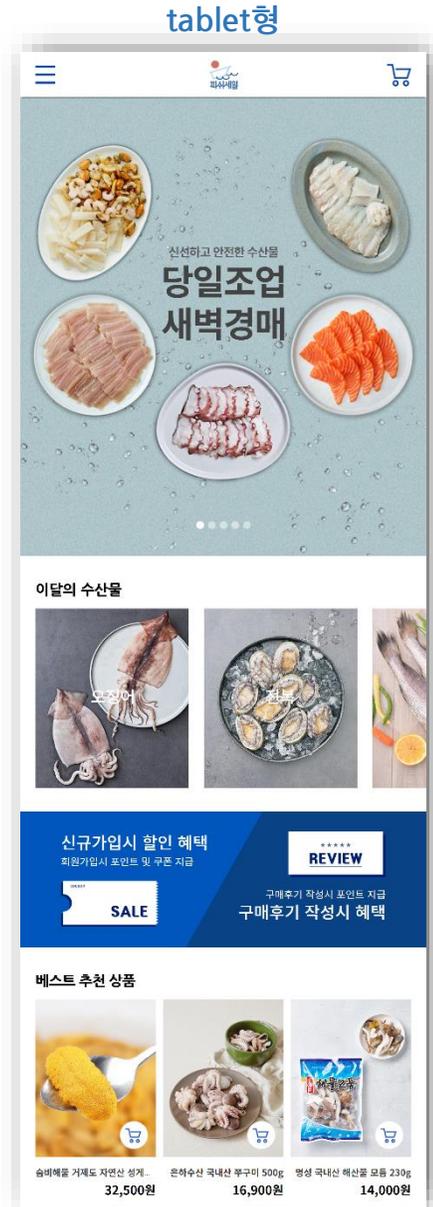


04
Project
완성

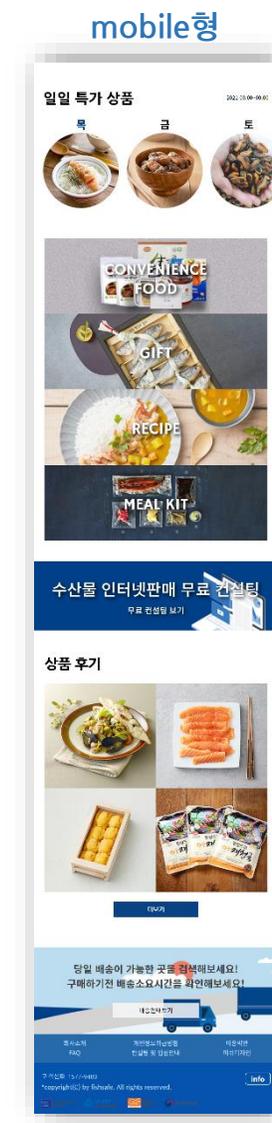
해상도별 구현
디바이스별 목업

해상도별 구현_Resolution Design

메인 페이지상단



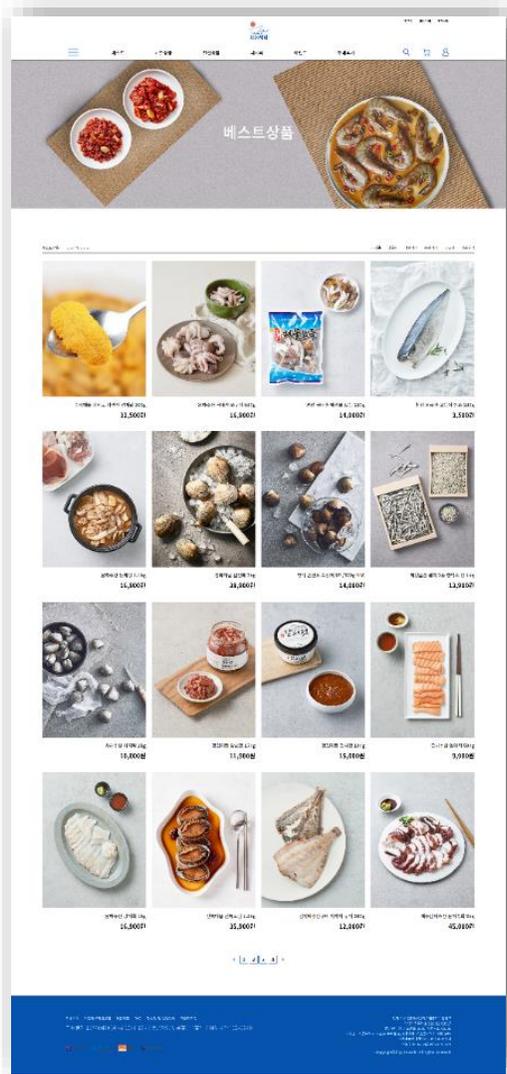
메인 페이지하단



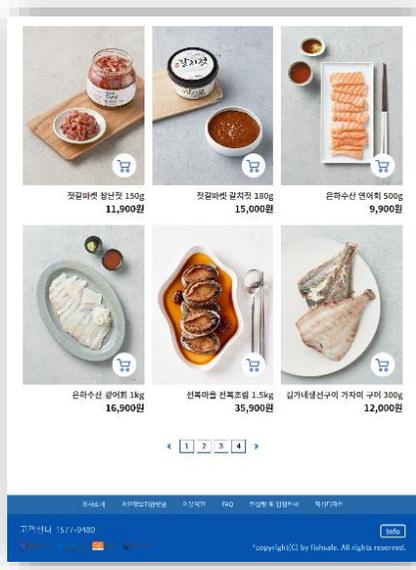
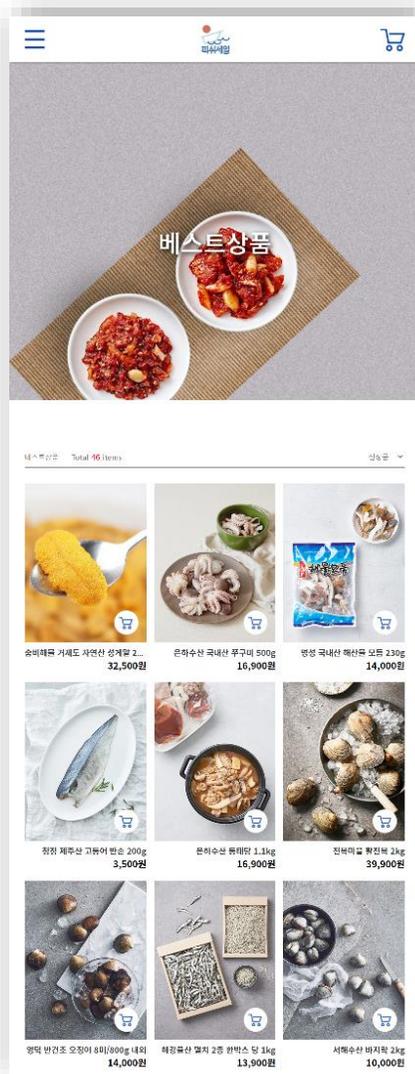
해상도별 구현_Resolution Design

서브 페이지 베스트

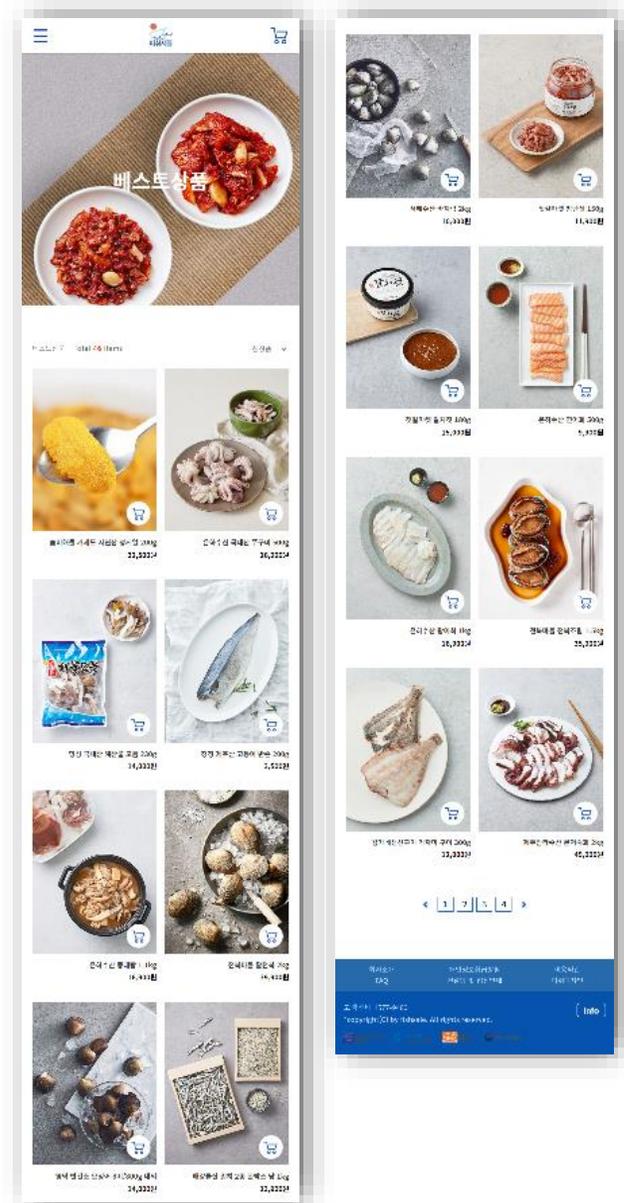
PC형



tablet형



mobile형



해상도별 구현_Resolution Design

서브 페이지 제철상품

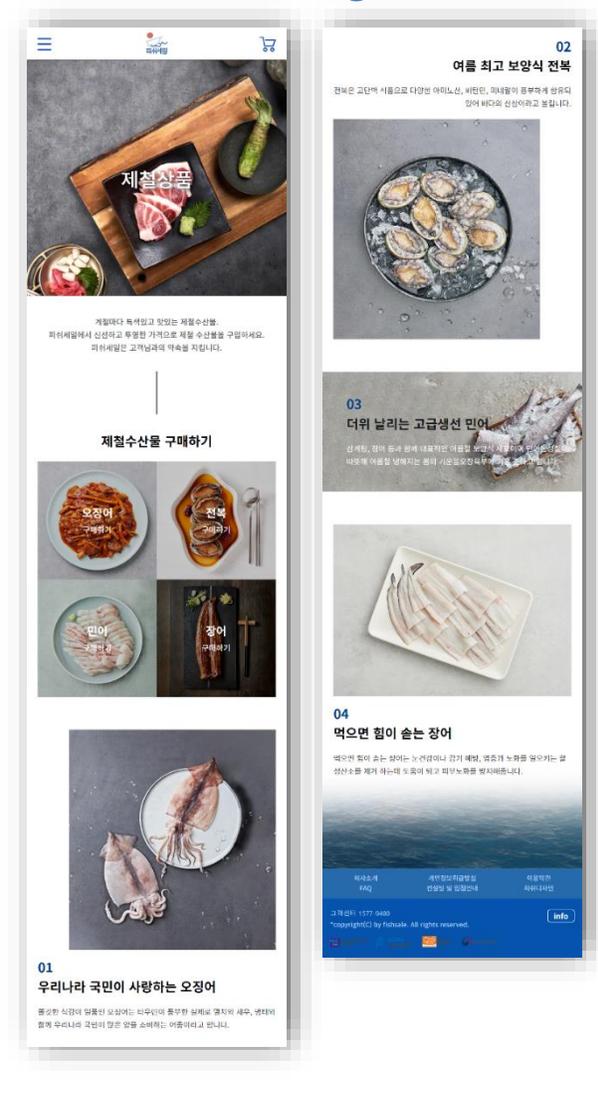
PC형



tablet형



mobile형



해상도별 구현_Resolution Design

서브 페이지 할인상품

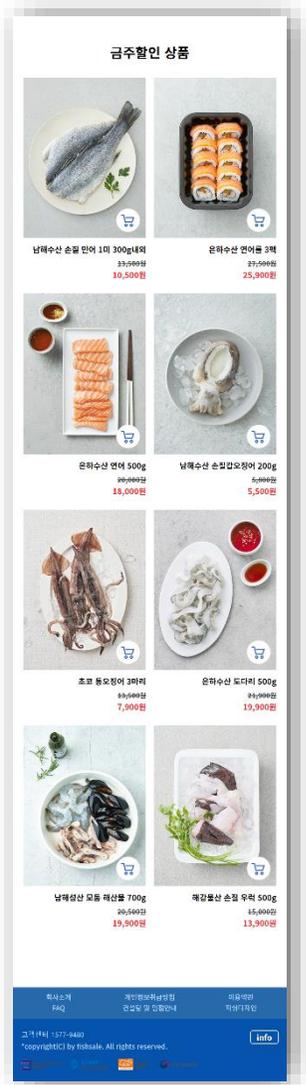
PC형



tablet형



mobile형



금주할인 상품

남해수산 손질 연어 1kg 300g내외 ₩3,500원 10,500원	은하수산 연어 3팩 ₩27,500원 25,900원	은하수산 연어 500g ₩20,000원 18,000원
남해수산 손질갑오징어 200g ₩5,000원 5,500원	조코 통오징어 3피리 ₩7,900원 7,900원	은하수산 도다리 500g ₩20,900원 19,900원
남해수산 모듬 해산물 700g ₩20,500원 19,900원	해강물산 손질 우럭 500g ₩15,000원 13,900원	

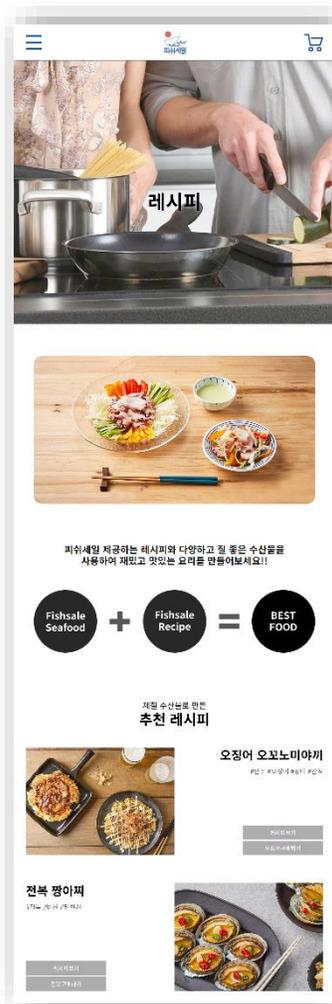
해상도별 구현_Resolution Design

서브 페이지 레시피

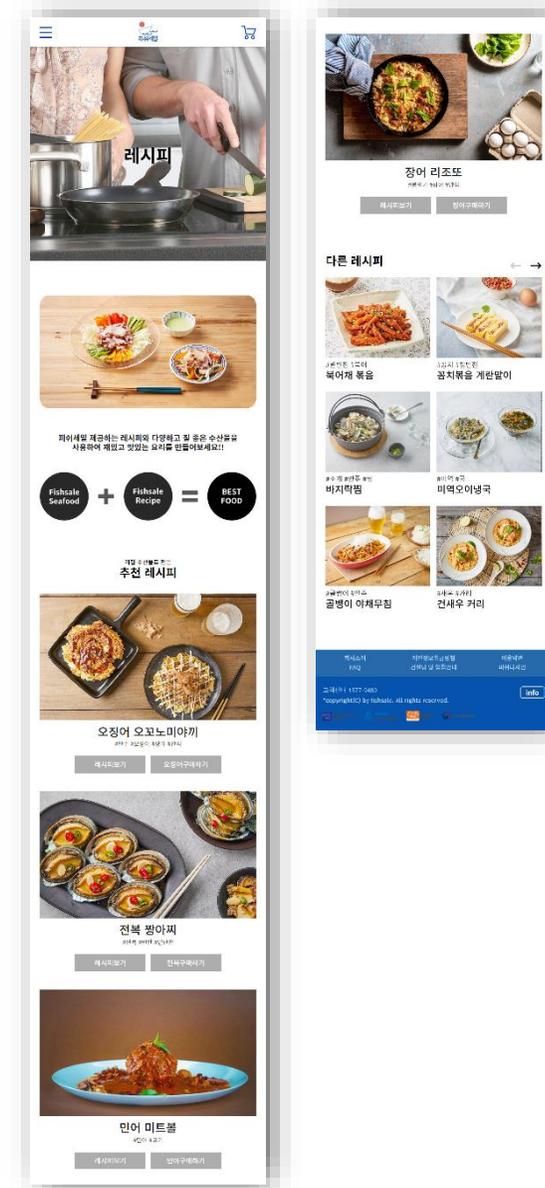
PC형



tablet형

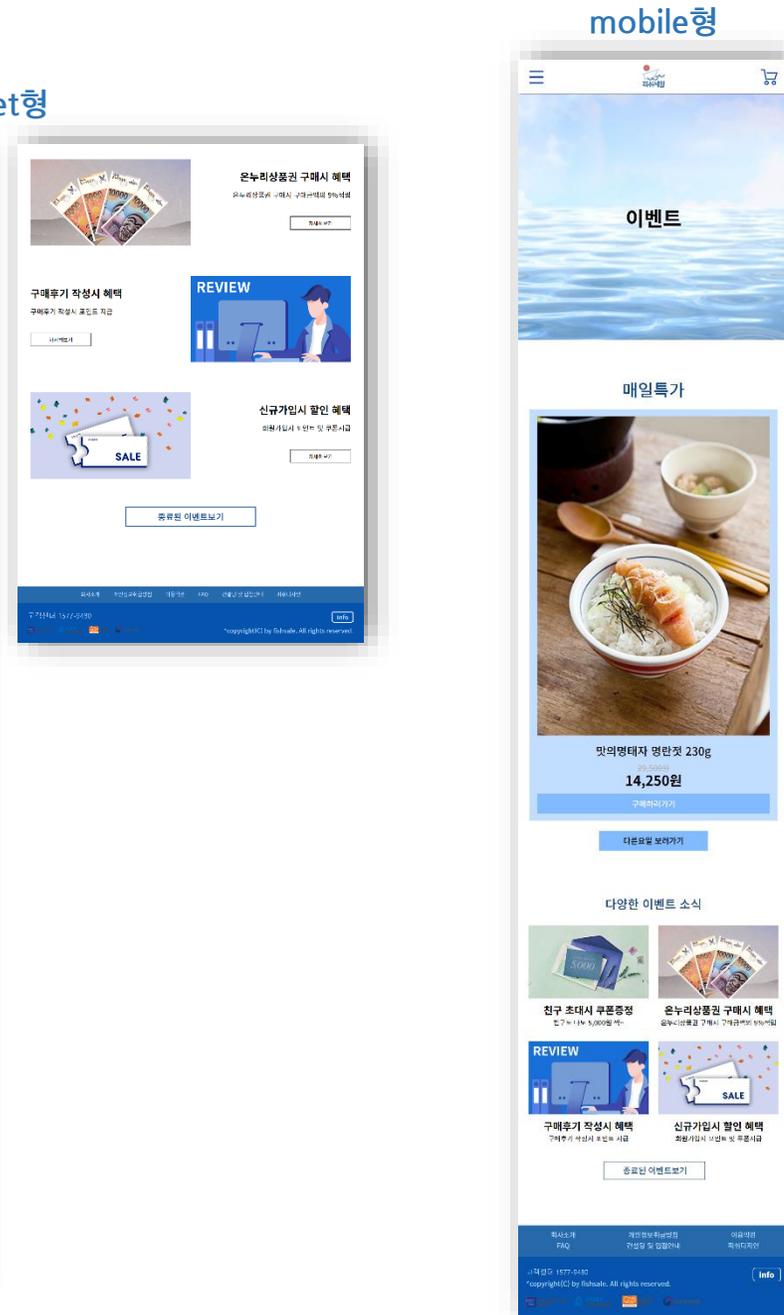


mobile형



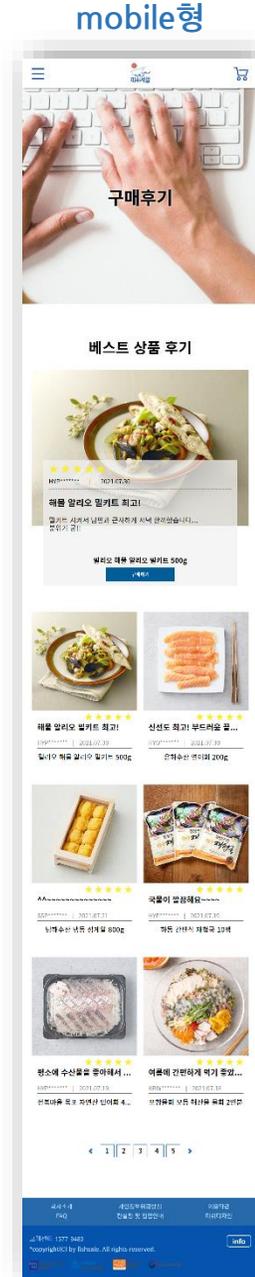
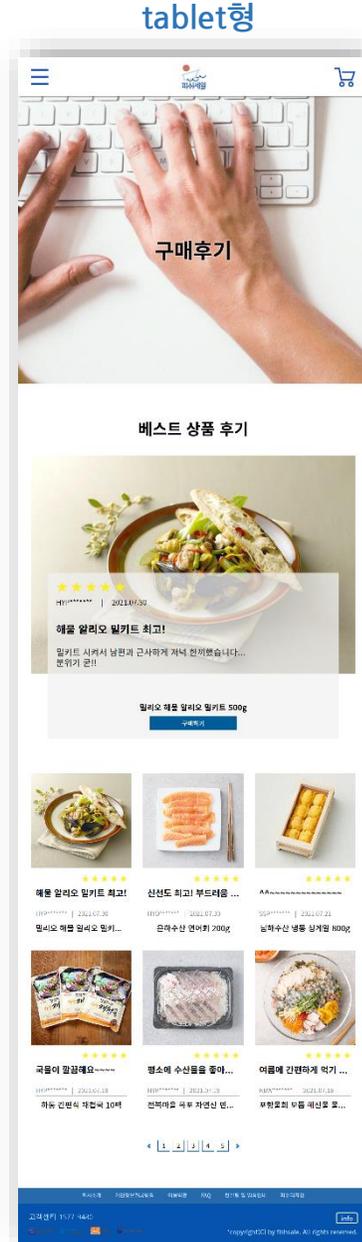
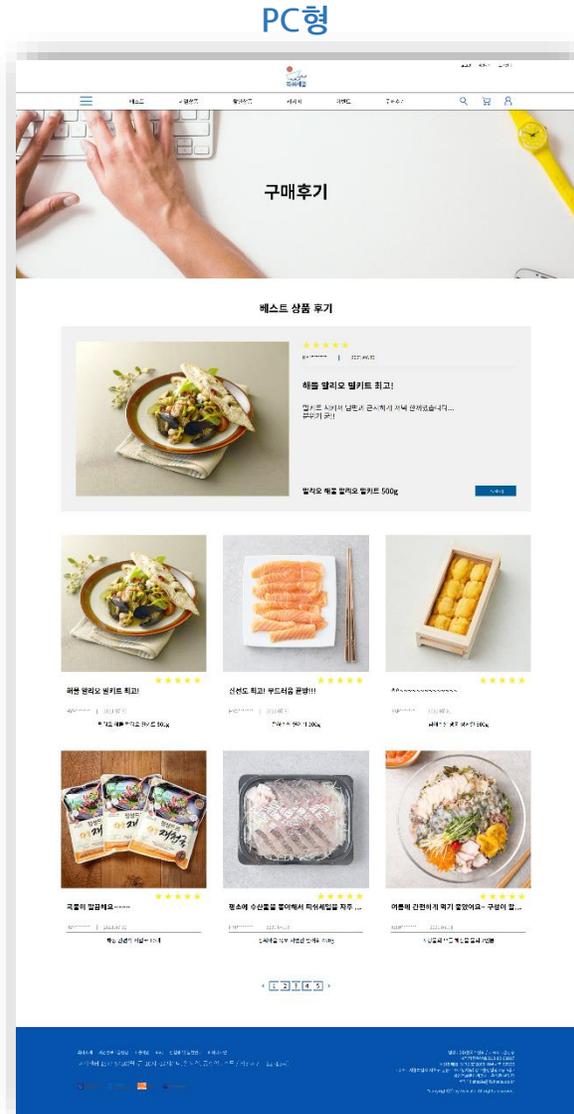
해상도별 구현_Resolution Design

서브 페이지 이벤트

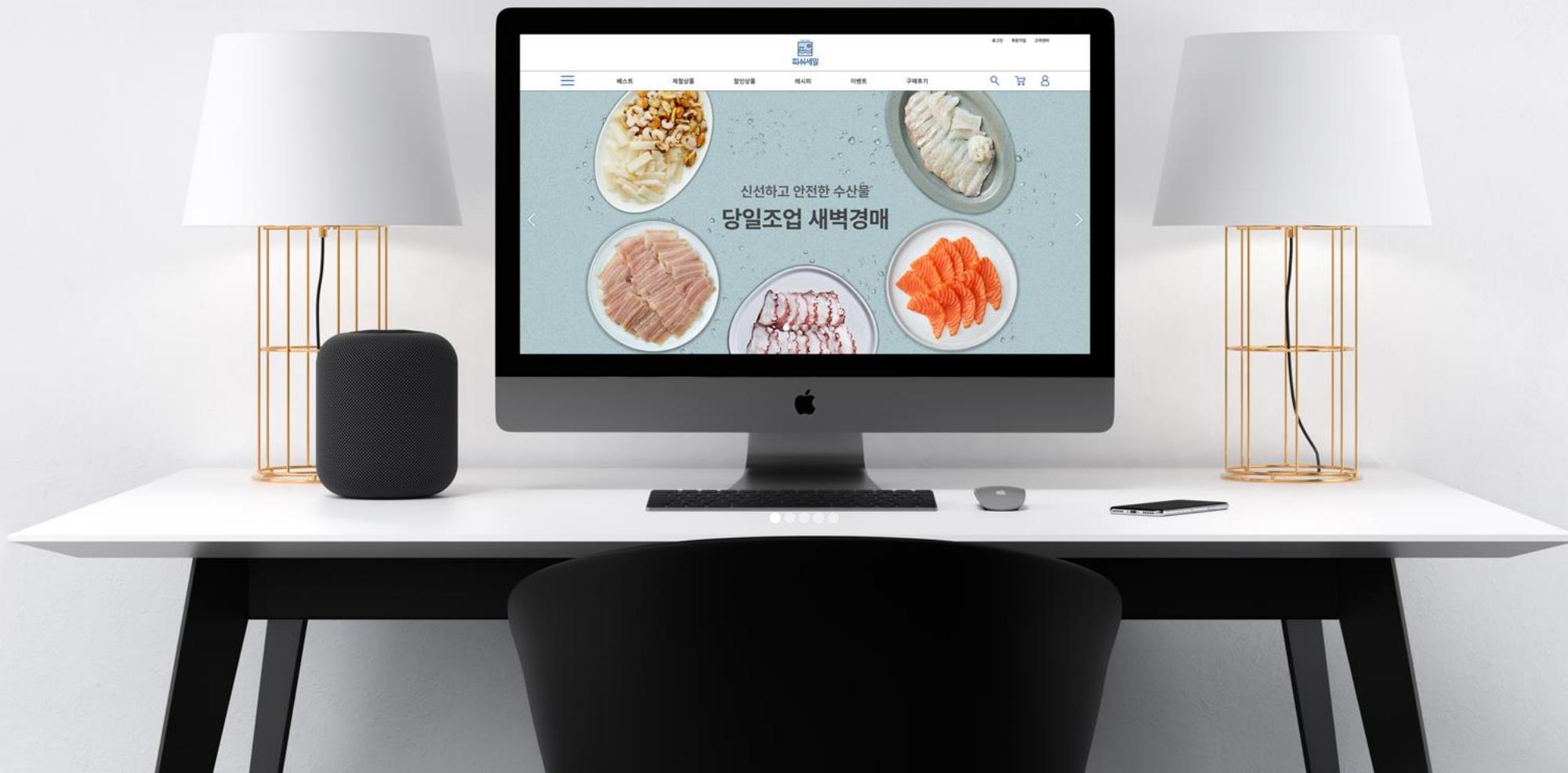


해상도별 구현_Resolution Design

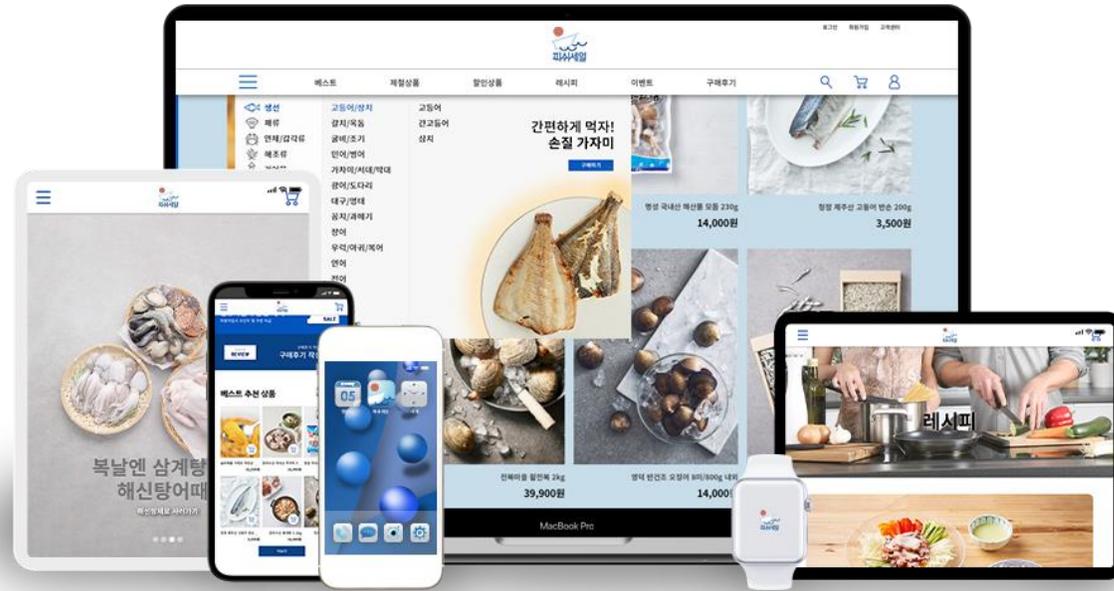
서브 페이지 구매후기



디바이스별 목업_Device Mockup



디바이스별 목업_Device Mockup



**지금까지 피쉬세일 웹사이트 리뉴얼 프로젝트였습니다.
감사합니다.**

기획자 : 김백환

본 기획서 및 웹사이트는 상업적 목적이 아닌 개인 포트폴리오로 제작하였음을 알립니다.

