

PORTFOLIO

지금 이 열정 그대로 초심 잃지않는
끝없이 앞으로 나아가는 퍼블리셔 이용훈이 되겠습니다.

LEE YONG HUN

Email : dyd3536@naver.com

Tel : 010 - 4653 -7140

2025 Portfolio



“직무에서 항상 필요로 하는 든든한 사람이 되고 묵묵히 자기 할 일 열심히 하는 그런 자세를 가지고 임하며 세상 모든 웹 디자인을 만들어보며 사용자에게 즐거움과 편리함을 주는 최고의 만족감을 느낄 수 있게 하는 웹 퍼블리셔가 목표입니다.”

Profile

이용훈 Lee Yong Hun

2000. 01. 18

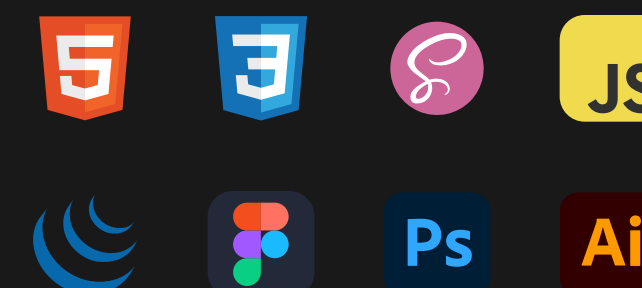
Education

그린컴퓨터아카데미 UI/UX 반응형 웹 디자인 & 퍼블리셔 2025.01 ~ 2025.06

동명대학교 디지털 콘텐츠학과 졸업 2019.03 ~ 2025.02

진주기계공업고등학교 졸업

Skills



Re Design

스콧해미쉬 Scott Hamish

모나 용평

테일러메이드

다이닝코드 (앱)

Clone

즐거움

스켈터랩스

로보토리에듀

팔레트

Graphic Design



Scott Hamish
BLUE BLENDED

ER
NCE | LOTION
ESSENCE

NG | INTENSIVE
MOISTURIZING

Classic Men's Grooming

BLUE BLENDED
SPECIAL GIFT

Scott Hamish
BLUE BLENDED
TONER ESSENCE

스코틀랜드, 당신의 피부에 전하는 위대한 유산

Scott Hamish

Contents

- 01 ——— 웹사이트를 조사 분석
- 02 ————— 메뉴 구성요소
- 03 ————— 와이어프레임을 설계
- 04 ————— 스토리보드를 작성

Scott Hamish란?

Scott + Hamish

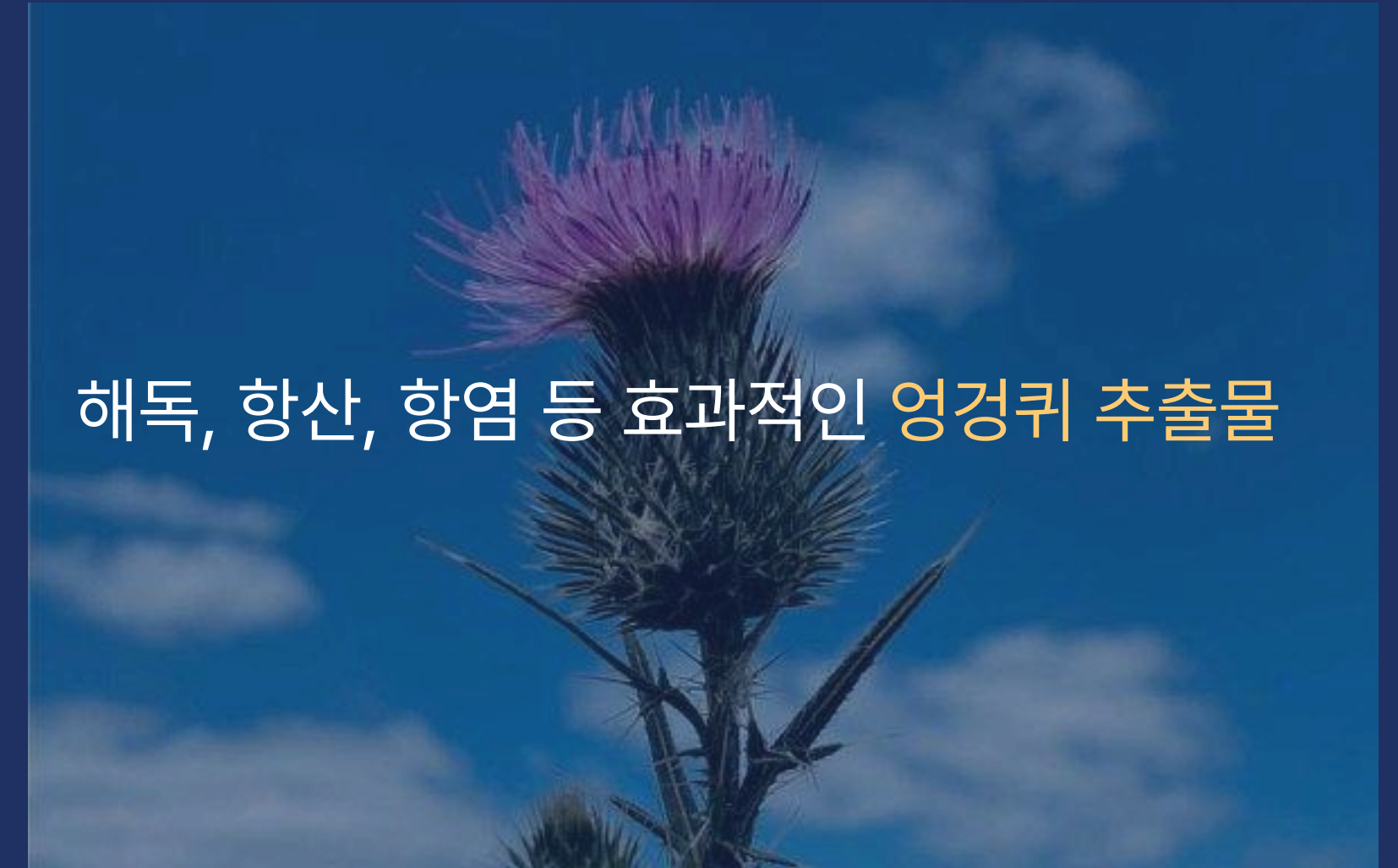
- 다양한 매력을 가진 사회를 뜻하는 'Scott(스코틀랜드)' 와 사회 속에서 성장하고 발전하는 개인을 상징하는 'Hamish'(하일랜드 카우)
- 스코틀랜드의 헤리티지를 담아 남성들의 피부에 최적화된 그루밍 케어와 뷰티 솔루션
- 30대 이후 격변하는 남자의 피부 변화에 생기 있고 탄력 있는 피부 케어로 남자의 피부 관리 습관과 자신감을 전달



Scott Hamish란?



명품 스카치 위스키를 상징하는 원료



해독, 항산, 항염 등 효과적인 엉겅퀴 추출물



북유럽의 청정 빙하수

디자인 방향성

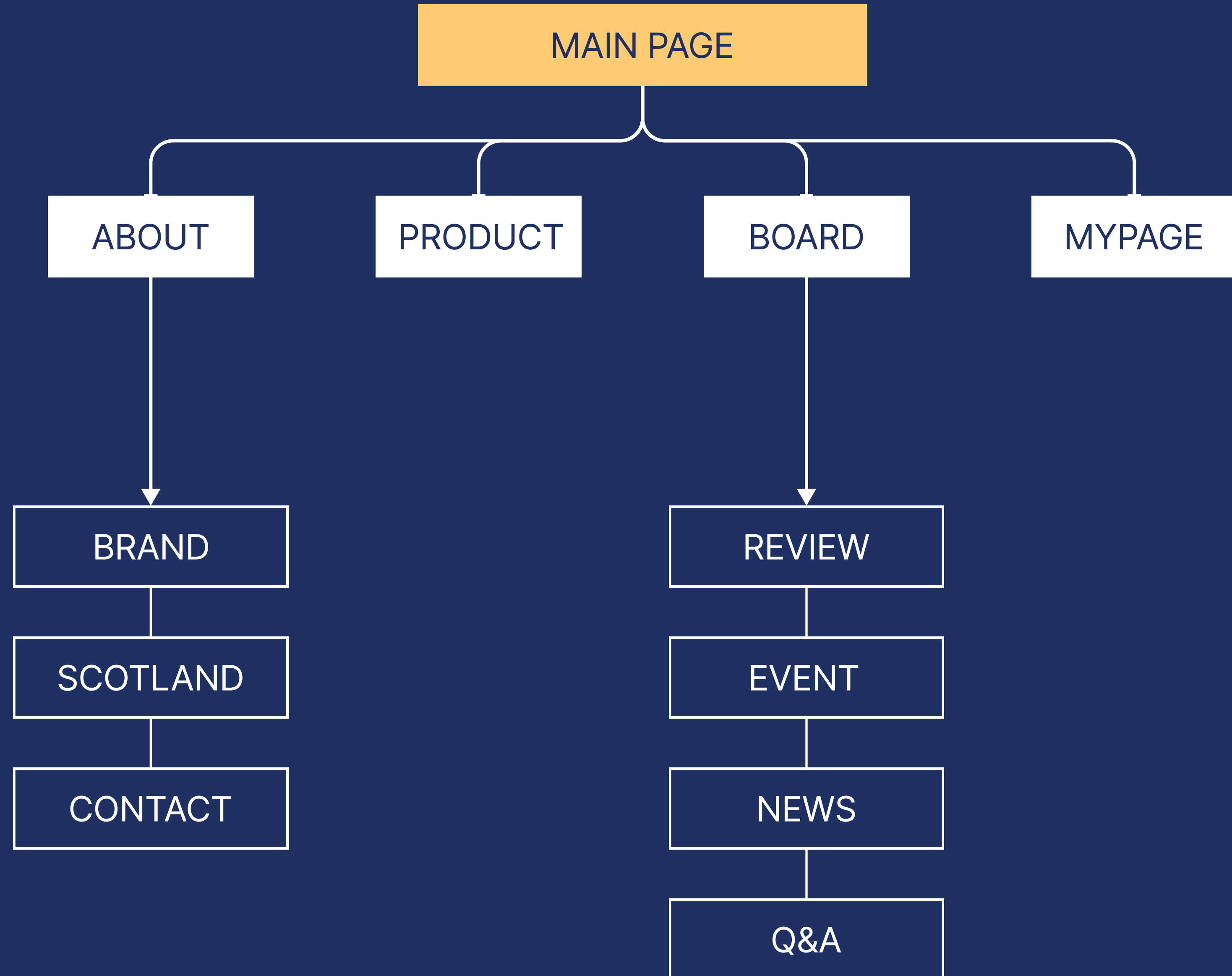


스코틀랜드와 자연의 조합으로 탄생한

Scott Hamish

남자의 피부 고민, 스타일링, 그루밍을 제안하고 남자들의 삶을 더욱 멋지게 바꿔주는 스콧해미쉬를 리디자인 하였습니다. 정적이고 무난한 디자인을 요즘 트렌드에 맞는 생동감 있는 애니메이션과 브랜드 이미지에 맞게 세련되고 고급스러운 느낌을 주도록 하였고 단순한 화장품 쇼핑몰의 홈페이지가 아닌 브랜드의 탄생과 이야기를 보여주고자 디자인하였습니다.

메뉴 설계



웹사이트 분석

- 헤더의 높이가 비중이 크편이고 이로인해 뒤의 메인 비주얼 부분을 보는데 보는 불편함이 있다.

⇒ 헤더의 높이를 조정하고 아이콘을 추가해 깔끔한 느낌을 준다.

메인 비주얼에서 브랜드의 느낌을 나타내도록 영상과 대표 상품들을 배치한다.



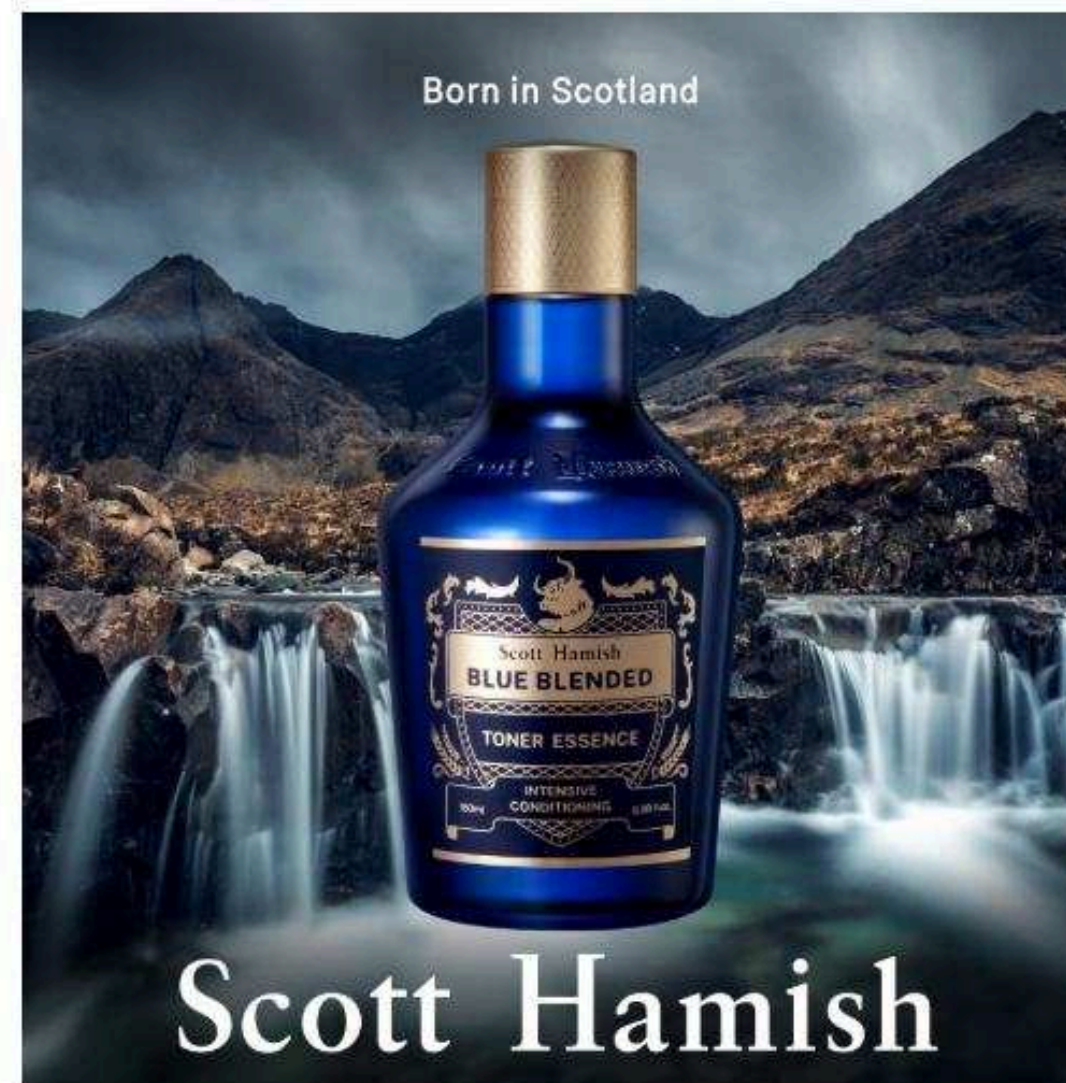
웹사이트 분석

- 텍스트들의 차이가 크기 밖에 없어 크게 뭉치 와닿지 않는다.
- 위 화면에서 브랜드의 느낌을 알지 못한채 대표 상품들을 바로 배치해놔서 **상품의 가치를 잘 알지 못한다.**

⇒ 텍스트 타이틀 부분엔 색깔을 넣어 강조시켜준다.

대표 상품들을 나열하기 전에 **브랜드에 대한 이미지**를 먼저 보여주고 배치한다.

스코틀랜드, 당신의 피부에 전하는 위대한 유산
Scotland, The great heritage for your skin



Blue Blended Toner Essence



Blue Blended Lotion Essence

웹사이트 분석

- 전체 상품들의 아이템들이 맥락없이 순서가 섞여있다.
- 전체 상품들을 보여주는거말곤 보고싶은 카테고리를 따로 볼 수 없다.

⇒ 서브페이지에서 카테고리를 추가하고 누르면 해당 카테고리만 뜨도록한다.

전체 상품들에서도 상품들의 카테고리에 맞게 배치한다.

All Product

<p>스콧해미쉬 비브레이브 올인원 비비 에센스 80ml 선크림, 비비크림, 에센스가 한번에 담겨 피부 보습과 커버 메이크업으로 자연스러운 톤업, 자외선차단 올인원 BB크림 46,000원 38,250원 (6,750원 할인)</p>	<p>스콧해미쉬 블루 블렌디드 스페셜 기프트 180ml 2종 스콧해미쉬의 시그니처 제품으로 토너 에센스와 로션 에센스 본품에 클렌징폼, 견본을 증정하여 고급 선물세트로 선물용으로 최적화된 제품 140,000원 99,000원 (11,000원 할인)</p>	<p>스콧해미쉬 클래식 골프 스틱 SPF50+PA++++ 18.5g 강력한 자외선 차단으로 백탁없이 마일드한 사용감의 보습보충 스틱, 갈라민과 병충추출물(시카) 성분으로 피부 진정에 도움 30,000원 25,500원 (4,500원 할인)</p>	<p>스콧해미쉬 비브레이브 올인원 비비 에센스 80ml (클래씨TV 스페셜) 클래씨 TV 특별 혜택 (기간 한정) 46,000원 28,500원 (16,500원 할인)</p>
<p>스콧해미쉬 블루 블렌디드 스페셜 기프트 (클래씨TV 스페셜) 클래씨 TV 특별 혜택 (기간 한정) 140,000원 76,000원 (34,000원 할인)</p>	<p>스콧해미쉬 단품3종가리 블루 블렌디드 토너 에센스 180ml+로션 에센스 180ml+블루 프리엄 캡슐 클렌징폼 150ml 미백, 주름개선 2중 기능성의 남성 올인원 토너&로션, 클렌징폼 본품 3종 기획세트 136,000원 114,750원 (20,250원 할인)</p>	<p>[VISIT Korea Sale] Scott Hamish Blue Blended Special Gift Set (50% off) Skincare Set for Men with Face Wash, Face Toner & Facial Emulsion 140,000원 55,000원 (55,000원 할인)</p>	<p>스콧해미쉬 블루 블렌디드 토너 에센스 180ml (클래씨TV 스페셜) 클래씨 TV 특별 혜택 (기간 한정) 56,000원 38,000원 (17,000원 할인)</p>

웹사이트 분석

- 브랜드를 소개하는 메뉴가 웹페이지 마지막에 있어 아쉬웠다.
- 마지막에 있는 비디오는 별 의미가 없이 배치되어 있는 느낌을 받았다.

⇒ 앞서 배치한대로 브랜드 소개 메뉴를 상단으로 올린다.

영상도 마찬가지로 메인 비주얼에서 애니메이션을 주어 페이지 이용시 처음으로 사용자에게 보여지도록 한다.

BRAND



SCOTLAND



와이어프레임 및 스토리보드

- 헤더 및 메인비주얼

1

Nav menu

기존 헤더 부분의 네비버튼들을 좌측 메뉴 버튼 안에 숨기고 왼쪽에서 오른쪽으로 슬라이드 형식으로 나타나게 하였습니다.

3

Main image

메인 비주얼 하단 양쪽 부분에 브랜드를 대표하는 상품 두개를 배치하고 실시간으로 위아래로 움직이는 애니메이션을 적용하였습니다.

2

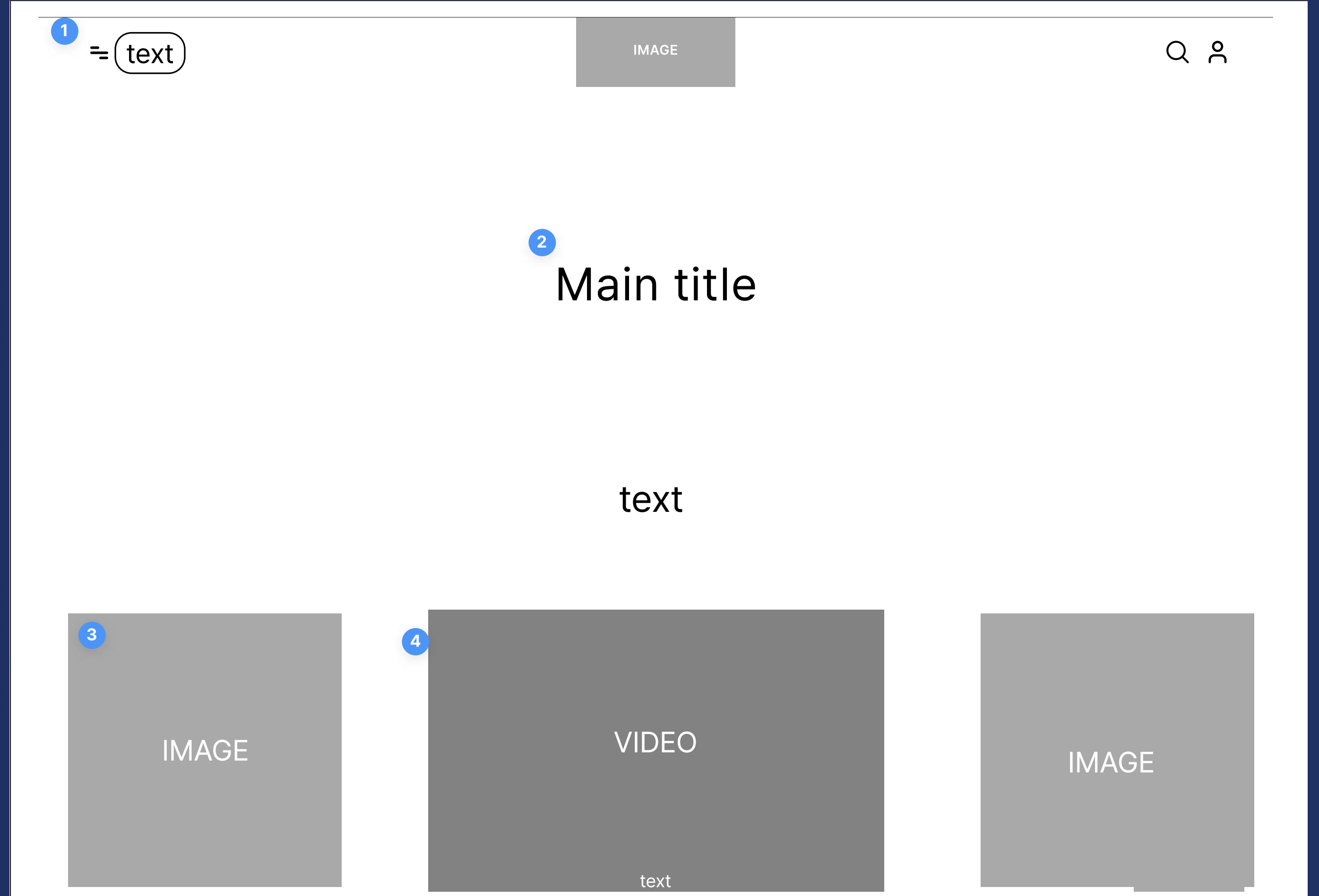
Main title

큰 타이포그래피를 사용하고 홈페이지 사용 시작 시 메인 타이틀의 텍스트가 왼쪽에서 오른쪽으로 살아움직이듯한 애니메이션을 추가하였습니다.

4

Main video

메인 비주얼 하단 가운데 부분에 작게 배치를 하고 아래로 스크롤을 하면 화면이 점점 커지면서 팍 차게 하는 애니메이션을 적용 하였습니다.



와이어프레임 및 스토리보드

- 브랜드 이미지를 나타내는 섹션

1

section sub title

위쪽 비디오에서 아래로 스크롤하면 나타나고 위치가 고정된 상태에서 안에 내용물들이 변하는 애니메이션을 적용하였습니다.

2

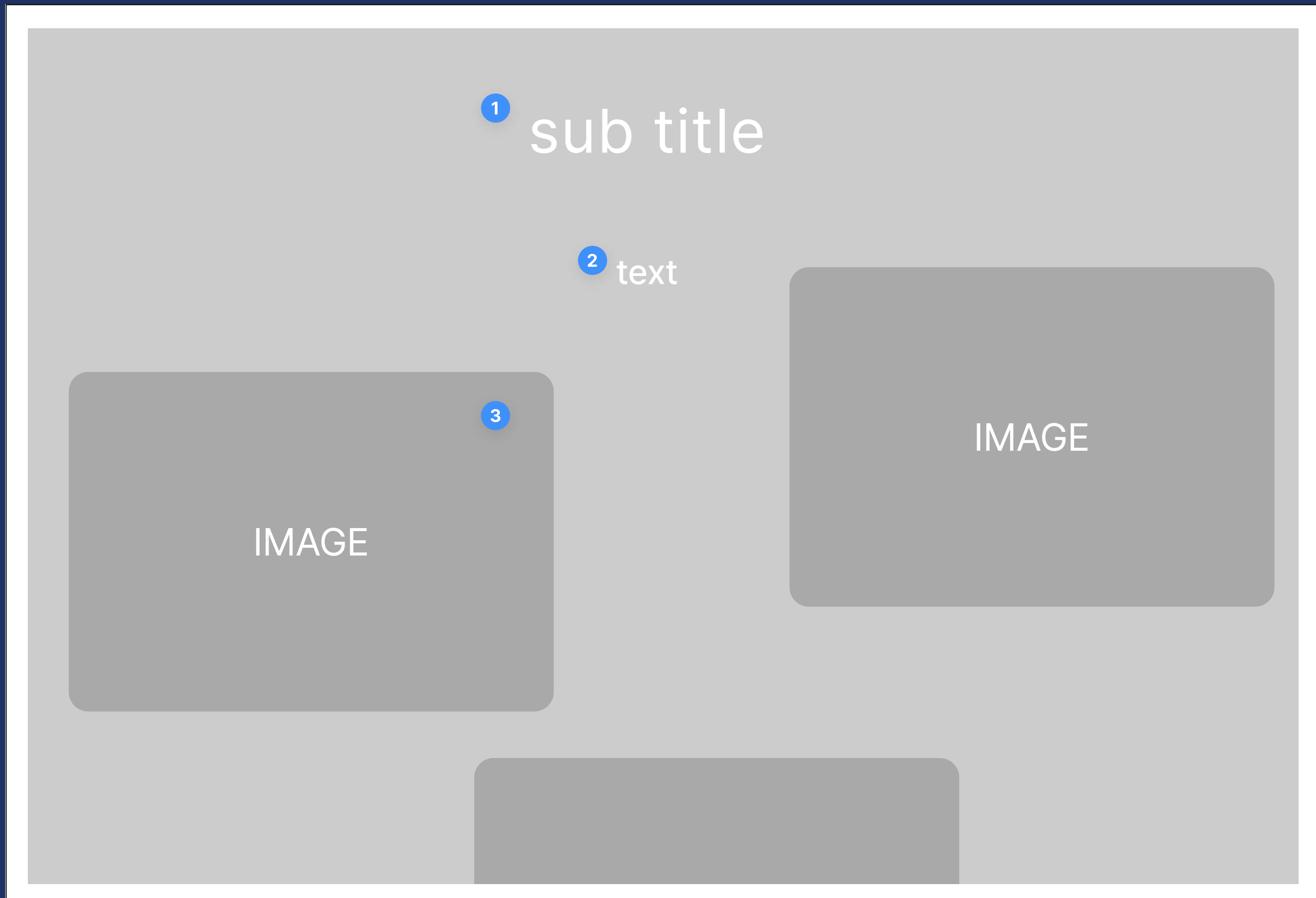
section sub text

텍스트의 색상이 투명한 상태에서 스크롤을 내릴때마다 좌측에서 우측으로 색이 채워지는 애니메이션을 추가하였습니다.

3

section-1 image

스크롤을 하면 이미지들이 양쪽에서 각 위치로 이동하며 올라가서 끝지점에서는 사라지게 하는 애니메이션을 주었습니다.



와이어프레임 및 스토리보드

1

section sub title

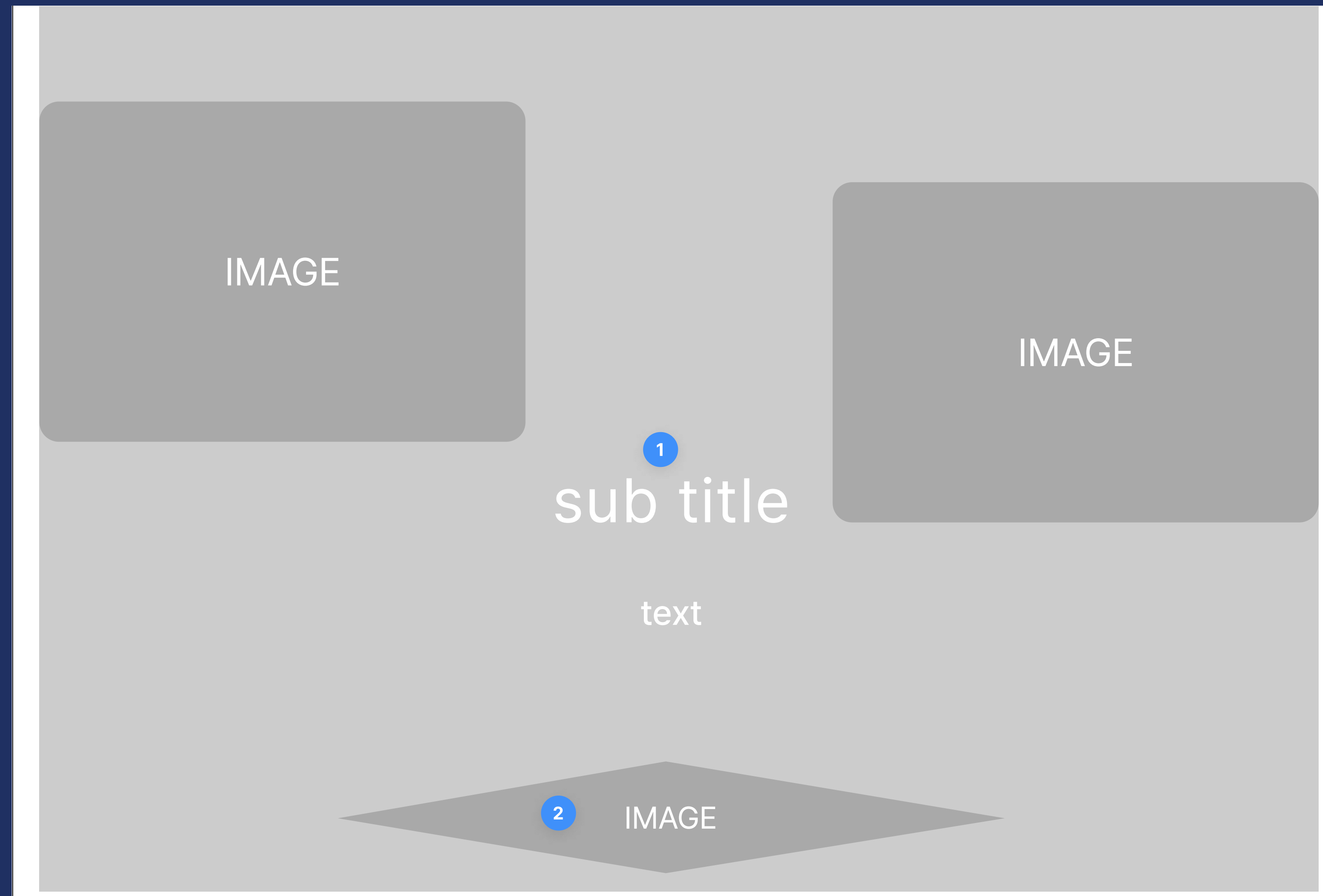
스크롤 중 이미지는 올라가고 타이틀과 텍스트 부분은 일정 높이에서 멈추며 화면이 올라가 없어지게 위치에 따른 애니메이션을 적용하였습니다.

2

section-1 image

1번의 타이틀이 멈추고 스크롤하며 화면이 올라갈때 이미지가 나타나며 색상이 채워지도록 하는 애니메이션을 추가하여 생동감을 주었습니다.

- 브랜드 이미지를 나타내는 섹션



와이어프레임 및 스토리보드

- 브랜드 이미지를 나타내는 섹션

1

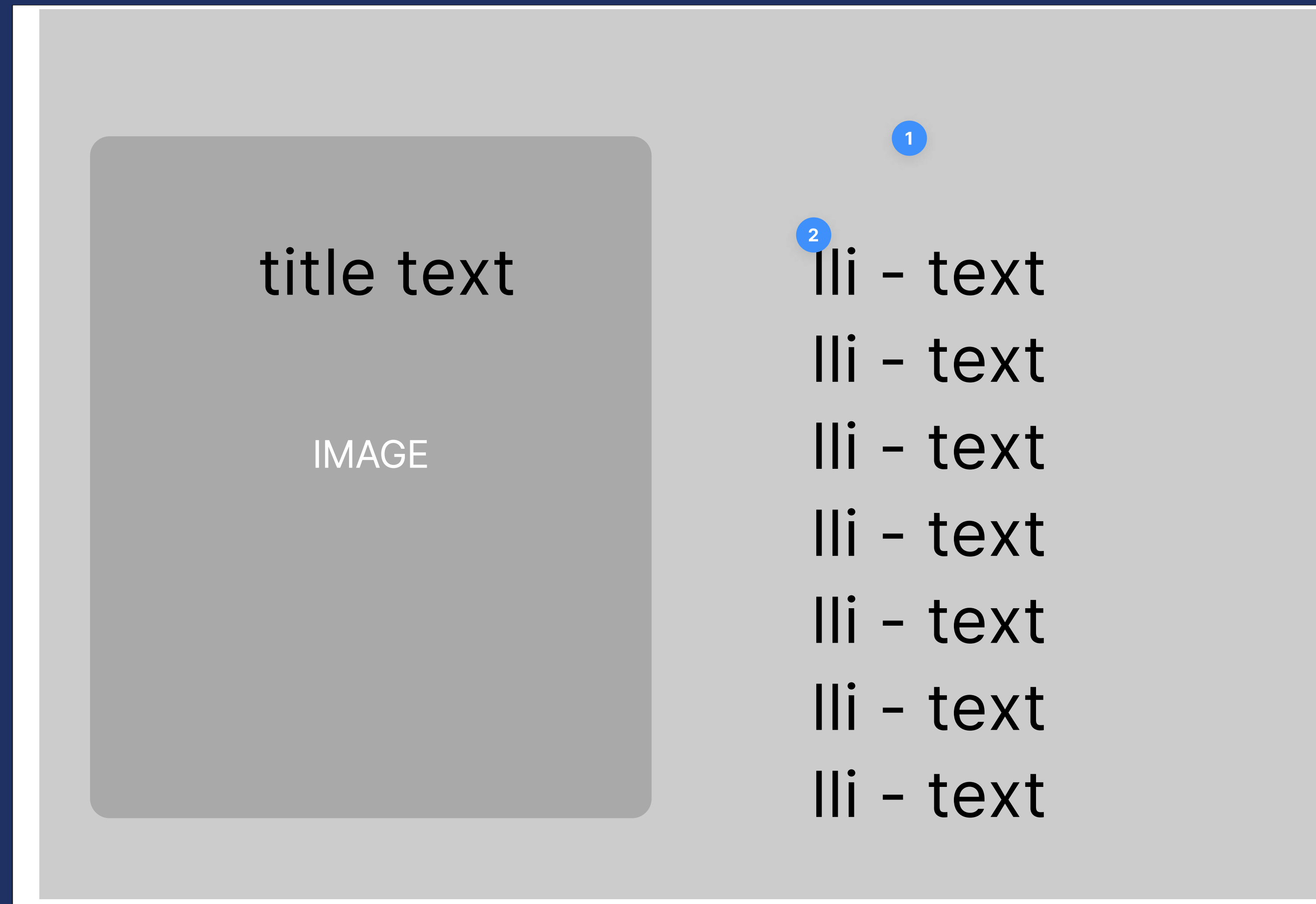
title text & image

타이틀 텍스트 뒤에 배경 이미지를 불투명하게 하고 브랜드의 개성을 나타내는 텍스트를 배치하였습니다.

2

li text

브랜드의 개성을 나타내는 단어 7가지를 스크롤 이벤트를 통해 단어들이 스크롤 되면서 1번의 title text와 같은 높이가 되는 단어가 차례로 색상이 들어오게 하여 하나하나 이벤트를 줬습니다.



와이어프레임 및 스토리보드

1

section title

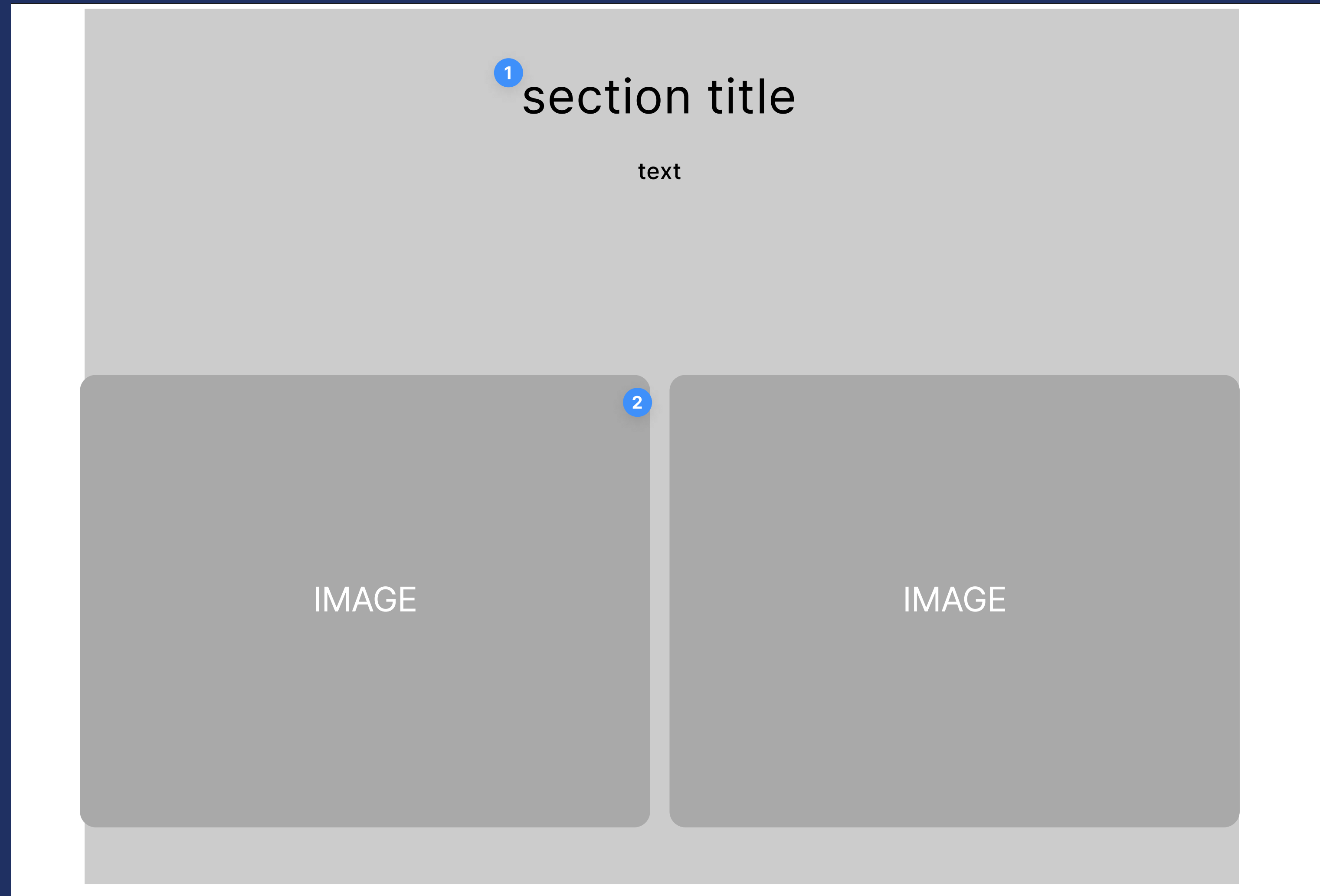
스크롤에 따라 왼쪽에서 오른쪽으로 색상이 채워지고 없어지는 효과를 주었습니다.

2

section image

스크롤시 이미지가 움직이도록 하여 생동감을 주었습니다. 그리고 마우스를 올렸을때는 이미지에 상품 이름과 보러가기 버튼이 생기도록 하였고, 이미지 뒤쪽으로 그림자 효과를 이용해 직관적으로 직관적인 시각효과를 추가하였습니다.

- 브랜드 대표 상품 섹션



와이어프레임 및 스토리보드

- 브랜드 대표 상품 외 카테고리 별 상품 이미지 섹션

1

li -text & image

브랜드의 제품을 5가지 용도별로 나눠 스크롤을 할때마다 좌측엔 글자에 색상이 채워지며 오른쪽 이미지 부분에는 그 글자에 맞는 이미지를 표시하게 하였습니다.

section title

text

li - text

li - text

li - text

li -text

li -text

1

IMAGE

와이어프레임 및 스토리보드

- 이벤트 및 프로모션 섹션

1

section- image

가로스크롤 이벤트를 사용하여 스크롤시 가로로 스크롤이 되어 숨어있는 여러 이벤트들을 알 수 있게 하였습니다.



STYLE GUIDE

FONT

Pretendard

프리텐다드

스코틀랜드의 헤리티지를 담아
Regular

스코틀랜드의 헤리티지를 담아

Bold

Rufina

루피나

Scotland, The great heriage for your skin.
Regular

Scotland, The great heriage for your skin.

Bold

Poor Richard

Scotland, The great heriage for your skin.
Regular

COLOR

Main Color



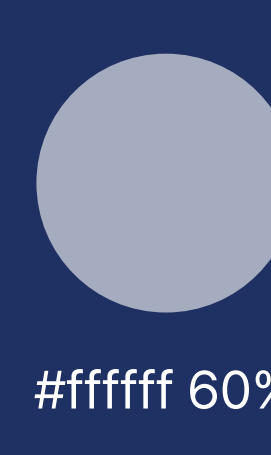
#203163



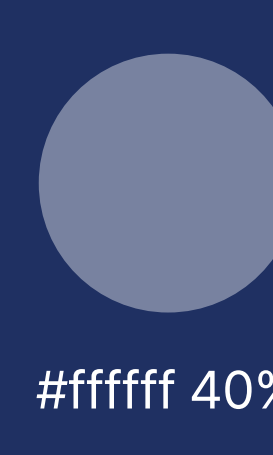
#FECB73



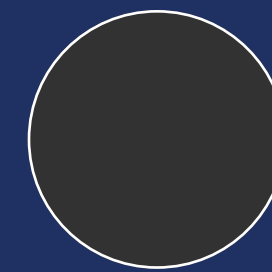
#ffffff



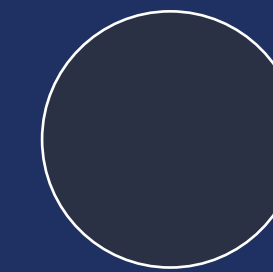
#ffffff 60%



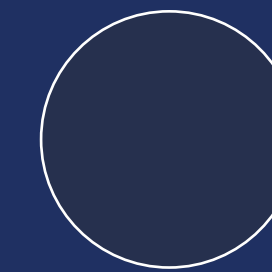
#ffffff 40%



#333333



#333333 60%



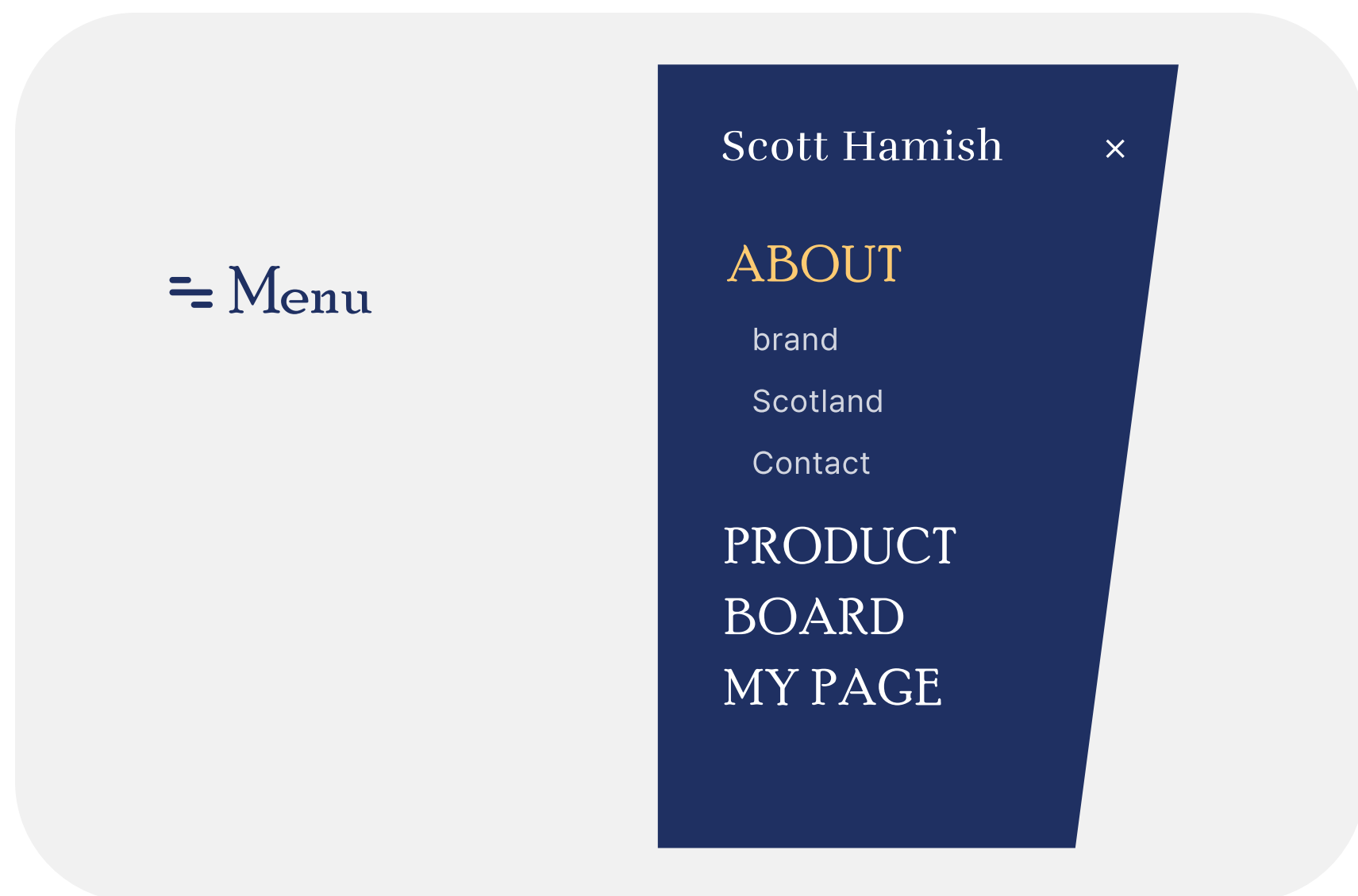
#333333 40%

ICON

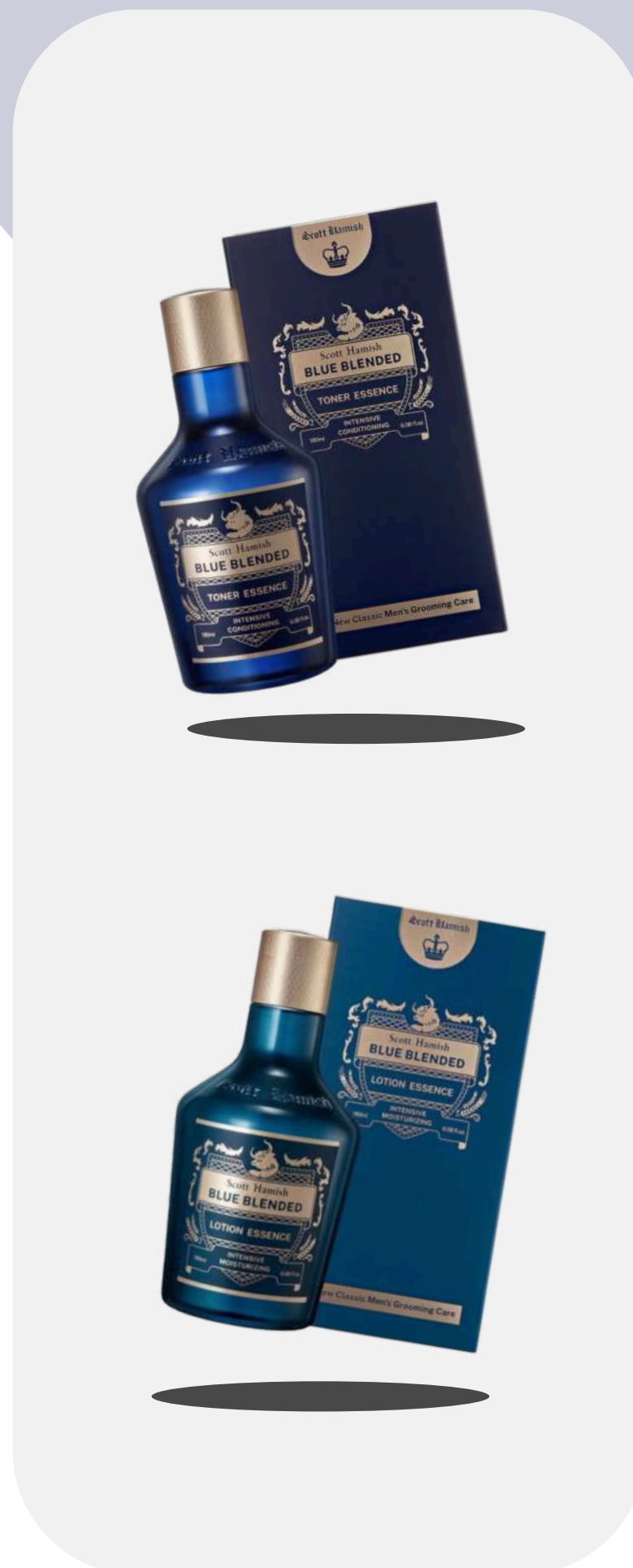


COMPONENT

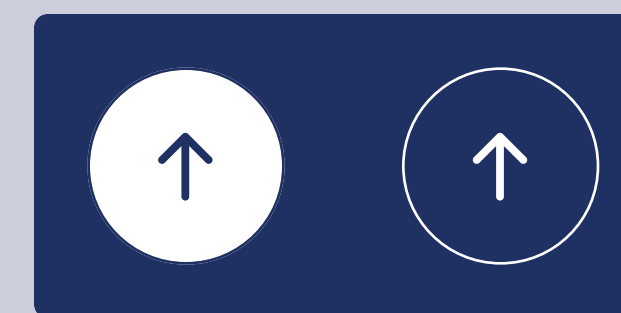
- NAV MENU



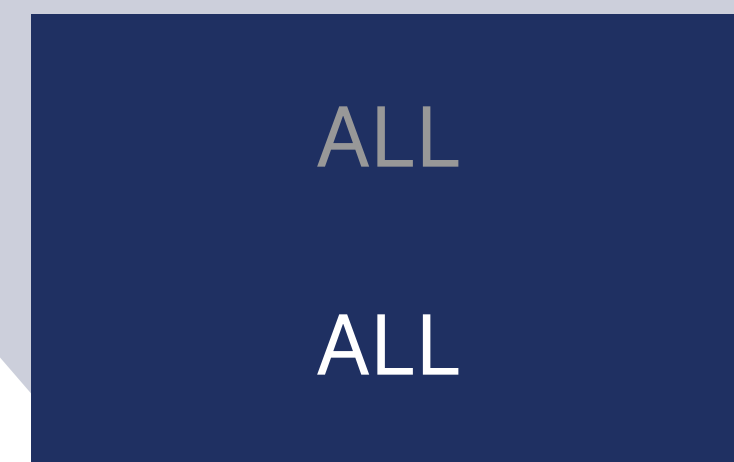
- MAIN PRODUCT



- SCROLL



- CATEGORY



DESIGN

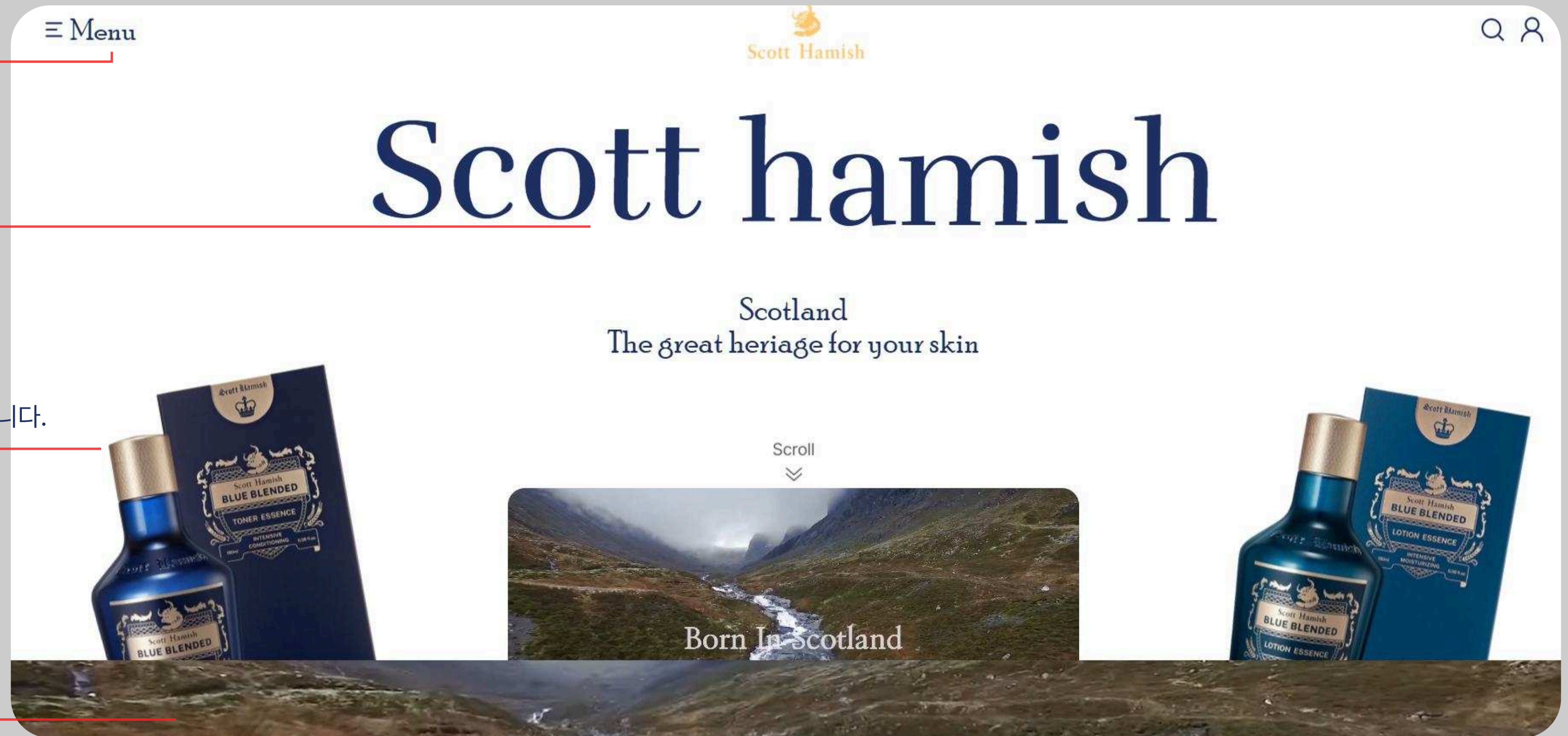
Header & Main visual

메뉴탭 안에 네비버튼들을 넣어 메인 헤더의 최소한의 가림으로 메인 비주얼에 개방감을 줬습니다.

메인 비주얼의 생동감을 주기 위해 타이틀에 실시간으로 계속 움직이는 애니메이션을 주었습니다.

사용자들에게서 메인 상품들을 눈에 잘 띄게하기 위해 위아래로 그림자와 같이 움직이는 애니메이션을 추가하였습니다.

브랜드의 배경을 보여주는 동영상을 스크롤하면 화면에 꽉차고 사용자에게 크게 보이도록 하였습니다.



DESIGN

Brand story

스크롤 시 타이틀 텍스트가 sticky로 고정되며 일정 높이만큼 내려갈 때마다 내용이 바뀌는 모션을 주었습니다.

홈페이지가 살아있는듯 한 생동감을 주기 위해 스크롤 시 이미지가 길이 열리는 듯한 모션을 주었습니다.

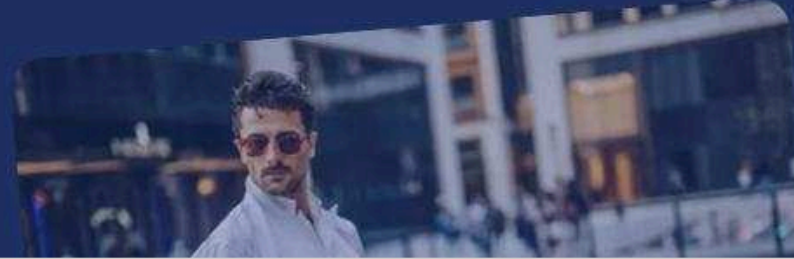
POSITIVE ENERGY

오늘보다 더 나은 내일, 오늘보다 더 나아질 당신의 피부,
자신 스스로의 만족에서부터 시작되는 긍정 에너지로
자신감 넘치고, 당당한 라이프 스타일을 추구합니다.



POSITIVE ENERGY

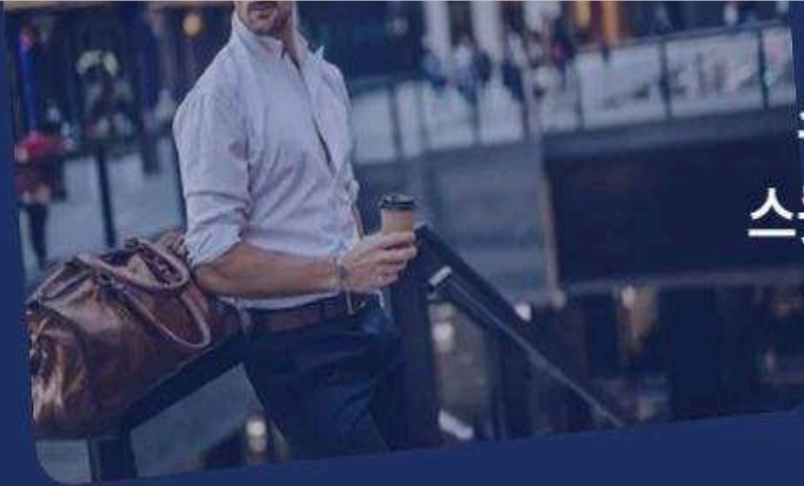
오늘보다 더 나은 내일, 오늘보다 더 나아질 당신의 피부,
자신 스스로의 만족에서부터 시작되는 긍정 에너지로
자신감 넘치고, 당당한 라이프 스타일을 추구합니다.



DESIGN

Brand story

사용자가 텍스트를 보는데 방해되지 않게 이미지에 필터를 줬습니다.



소유만으로도 자신의 가치와 스타일을 높이는 스코트해미쉬의 럭셔리한 감성으로 당신에게 특별한 가치를 부여합니다.



텍스트 sticky 종료 지점

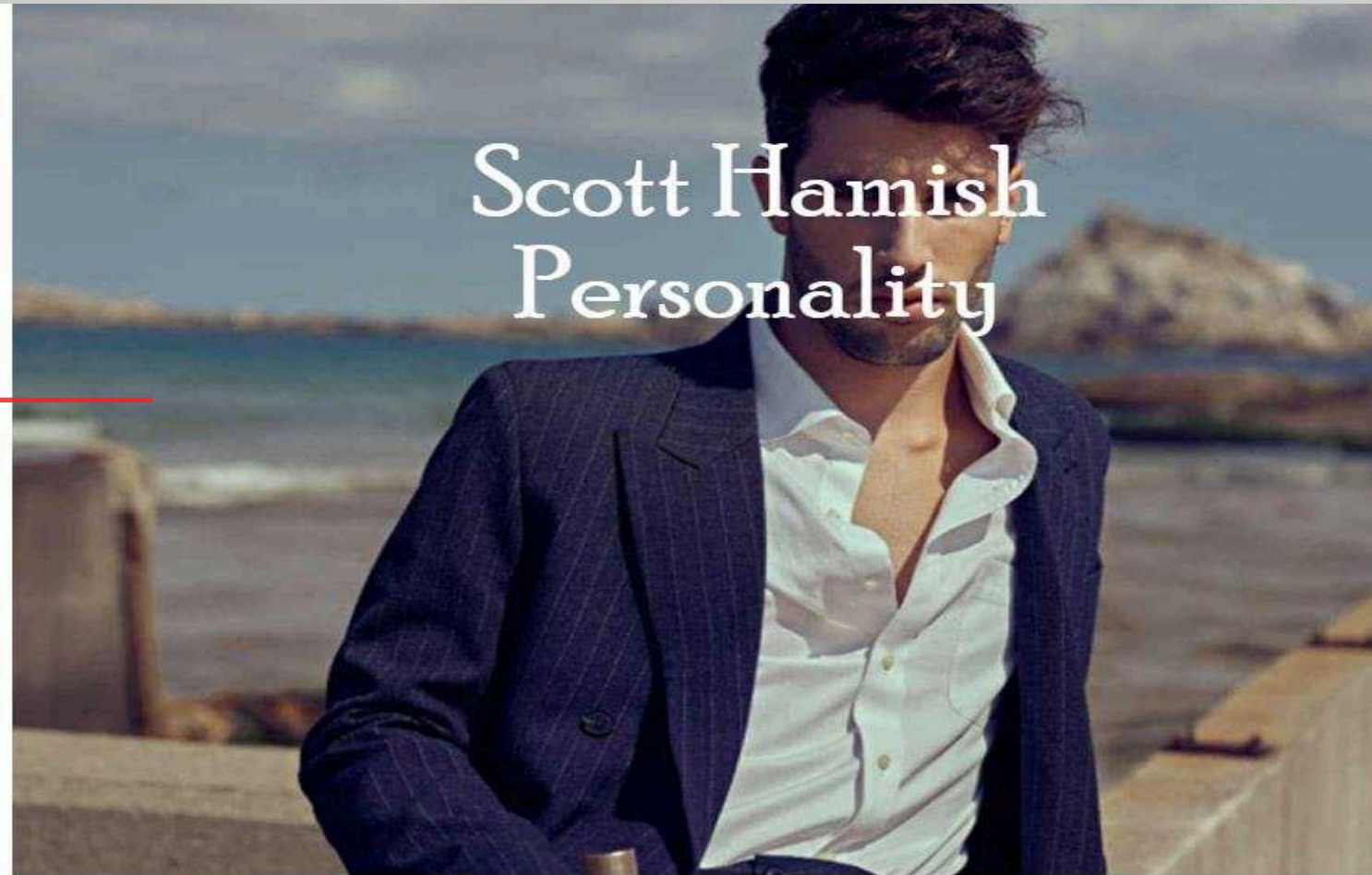
브랜드의 고급함을 살리고자 메인컬러를 사용하여 Brand Story의 끝을 장식하는 이미지를 제작하여 넣었습니다.



DESIGN

Brand Personality

좌측엔 브랜드에 어울리는 이미지와 브랜드의 성격 및 개성을 나타내 주는 텍스트를 넣었고 스크롤시 고정되는 sticky 효과를 주었습니다.



SMART - 스마트

GENEROSITY

PASSION

WE
HAVE
TRUST

브랜드의 성격과 개성을 나타내는 9가지 단어들을 차례로 배치하여 스크롤 시 하나씩 올라가며 색상이 입혀지고 한국어로 번역되어 나타나는 효과를 추가로 넣었습니다.

DESIGN

Brand Best Product

브랜드를 대표하는 대표 상품 2개를 사용자가 빠르고 쉽게 이용하기 위한 목적으로 배치하였습니다.

마우스 hover시 이미지에 그림자 효과를 주고 상품명과 상품페이지로 넘어갈 수 있는 버튼이 나타나게 효과를 주었습니다.

Blended Essence Collection

스코틀랜드의 헤리티지에서 찾은 모티브로 당신의 피부에 최적화된 그루밍 케어와 뷰티 솔루션을 제공합니다.



DESIGN

Brand Product Line

브랜드를 대표하는 대표 상품 이외에 상품들을 메인 페이지에서 볼 수 있도록 하였고 이미지를 클릭 할 경우 상품 페이지로 넘어 가게 하였습니다.

좌측엔 브랜드의 상품 카테고리 별 텍스트와, 스크롤 시 순서대로 글자의 색상이 바뀌게 하였습니다.

우측에는 좌측 텍스트에 맞는 이미지와 텍스트를 배치하였고 이 또한 스크롤 시 좌측의 텍스트에 맞는 이미지가 순서대로 바뀌게 하였습니다.

CLEANSING LINE

SKIN CARE

SUN CARE

LIP CARE

HAND CARE



클래식 골프 선크림 / 선스틱

자외선으로 피부를 보호해주고 백탁 없이 부드러운 발림성의 유지자차로 묻어남 없는 선크어

DESIGN

Event & promotion

브랜드의 이벤트와 프로모션을 보여주는 섹션입니다.

기존 웹페이지에서는 메인페이지에 이벤트 섹션이 없어 사용자의 편의를 위해 메인페이지에 추가하였습니다.

스크롤시 가로로 슬라이드 되는 효과를 주었습니다.

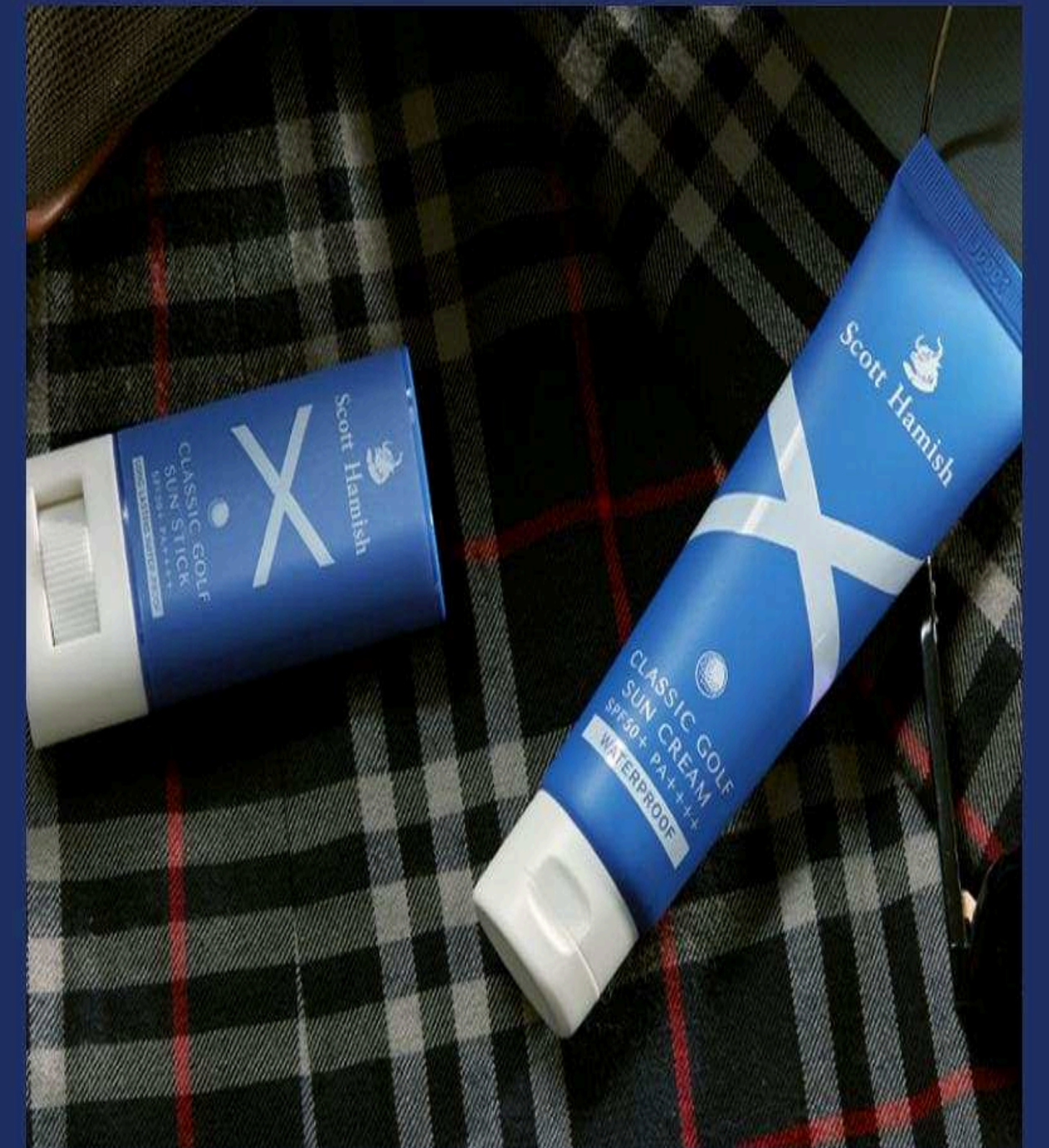
CLEANSING LINE

SKIN CARE

SUN CARE

LIP CARE

HAND CARE



클래식 골프 선크림 / 선스틱

자외선으로 피부를 보호해주고 백탁 없이 부드러운 발림성의 유기자차로 묻어남 없는 선크어

DESIGN

Event & promotion



네비 메뉴탭을 배치하여 화면 마지막에서도 이동할 수 있게 배치하였습니다.



브랜드 문의 전화번호와 이용 가능 시간을 배치하였습니다.

[이용안내](#) [이용약관](#) [개인정보처리방침](#)

[ABOUT](#) [PRODUCT](#) [BOARD](#) [MYPAGE](#)

070-7777-2893

WEEKDAY AM 10:00 - PM 18:00
LUNCH PM 12:30 - PM 01:30
CLOSED SAT, SUN AND HOLIDAYS



Scott Hamish는 판매수익의 일부를 지구촌 이웃의 자립을 위해 사용합니다.

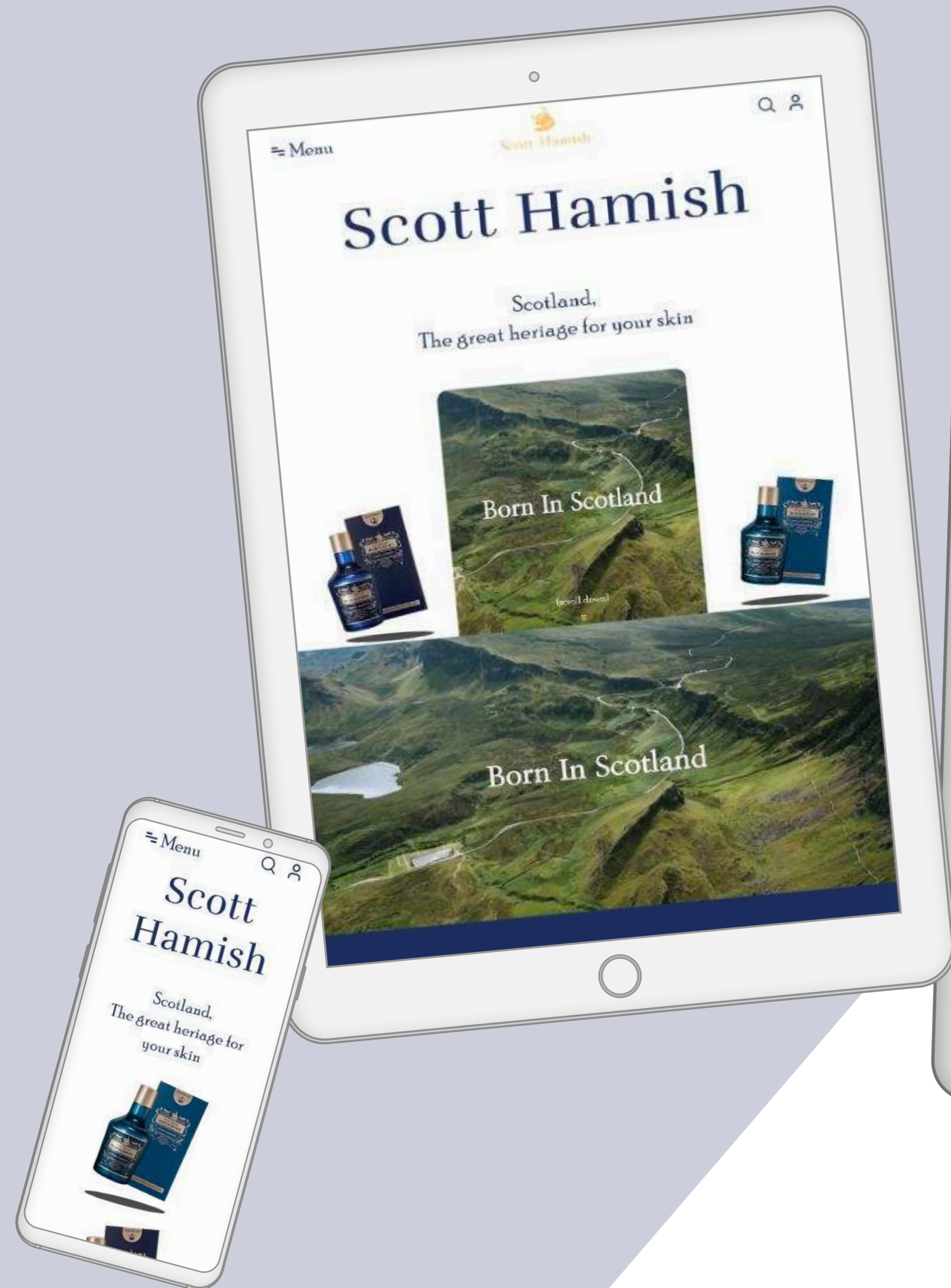
Bank INFO
신한은행 140-012-936538
예금주 (주)체온365

법인명(상호) (주)체온365 | 대표자(성명) 윤형준
사업자 등록번호 730-86-01496 | 통신판매업 신고 제 202-서울서초-1439 호
전화 070-7777-2893 | 주소 서울특별시 서초구 반포대로 9길 38, 1층
개인정보보호 책임자 윤형준 | Contact help@cheon365.com for meore information.

Copyright © 2020 cheon365 Co.,Ltd. All rights reserved.



MOC UP



STYLE GUIDE

-서브 페이지(상품페이지)

FONT

Pretendard

프리텐다드

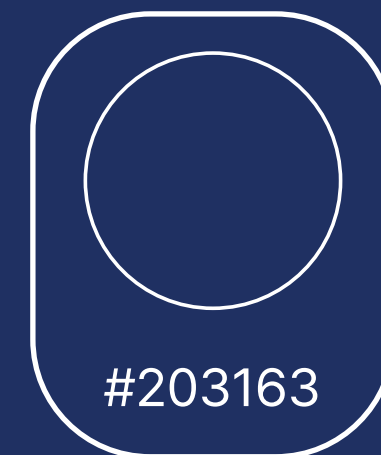
스코틀랜드의 헤리티지를 담아
Regular

스코틀랜드의 헤리티지를 담아

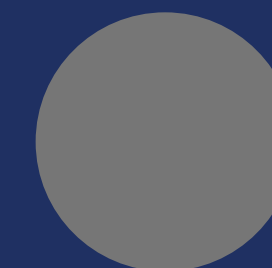
Bold

COLOR

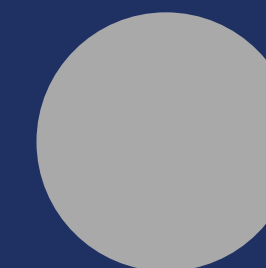
Main Color



#203163



#777777



#AAAAAA

COMPONENT

- SCROLL



- CATEGORY



- ITEM



스콧해미쉬 블루 프리덤 캡슐 클렌징폼 150ml
블루 피토크apsulo 각질제거 및 진정효과가 있는
바하(BHA) 딥 클렌징폼
25,000원
21,250원

- ITEM HOVER



DESIGN

Sub Page

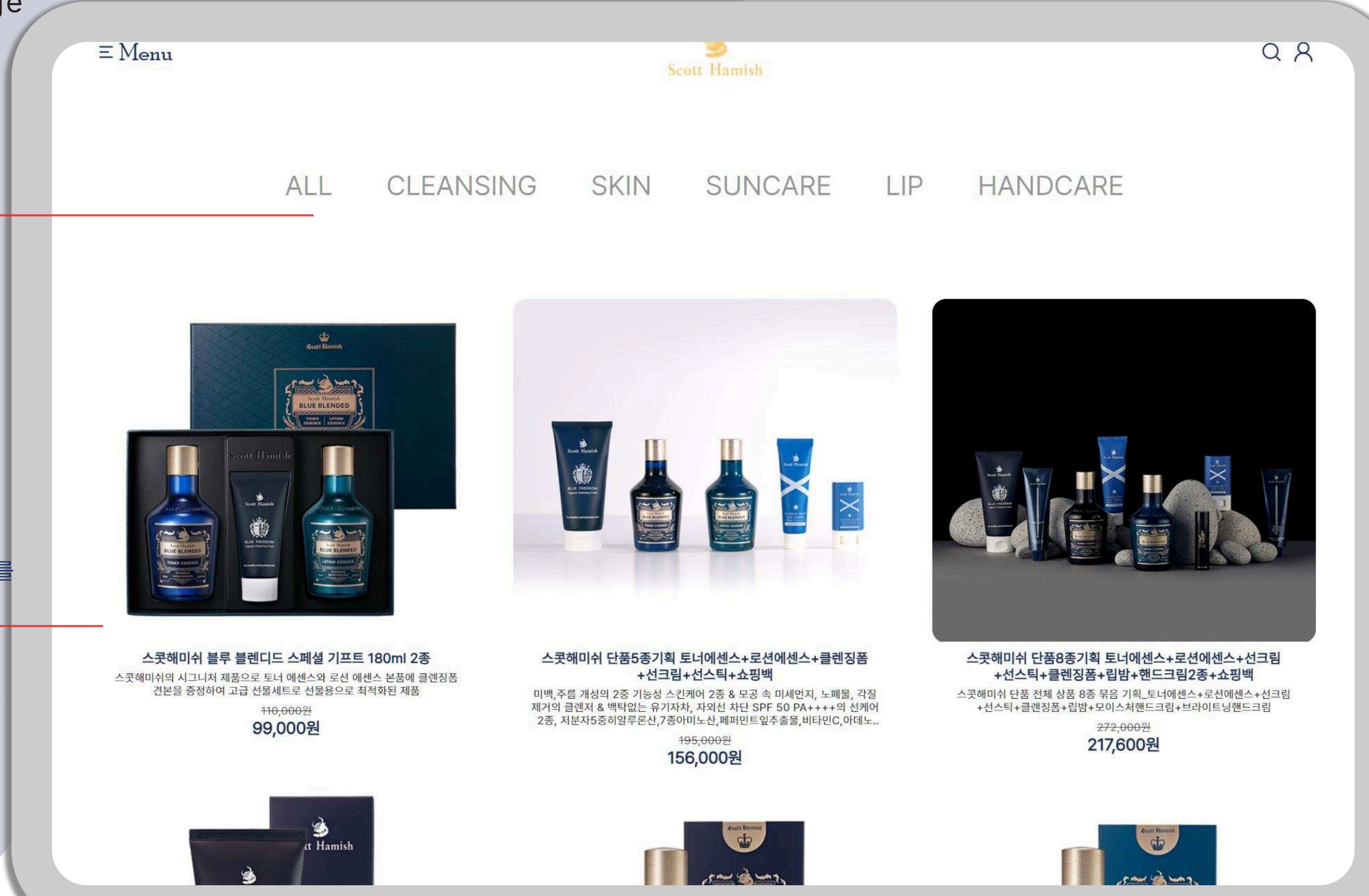
브랜드의 상품들을 볼 수 있는 상품 서브페이지 입니다.

스크롤 시 언제든지 필터탭을 누를 수 있게 fixed를 이용해 화면 상단에 고정되게 하였습니다.

상품들을 카테고리 별로 보게 해주는 필터 효과가 있는 탭입니다. 마우스 hover시 색상이 바뀌며 클릭을 할 경우 색상이 고정됩니다.

필터 탭의 종류에 맞게 이미지가 나타나고 없어지게 하였습니다.

아이템들의 이미지에 마우스 hover시 이미지가 커지는 scale효과를 넣었습니다.



스콧해미쉬 블루 블렌디드 스페셜 기프트 180ml 2종
 스콧해미쉬의 시그니처 제품으로 토너 에센스와 로션 에센스 본품에 클렌징폼 건분을 증정하여 고급 선물세트로 선물용으로 최적화된 제품
 110,000원
99,000원



스콧해미쉬 단품5종기획 토너에센스+로션에센스+클렌징폼 +선크림+선스틱+쇼핑백
 미백, 주름 개선의 2중 기능성 스킨케어 2종 & 모공 속 미세먼지, 노폐물, 각질 제거의 클렌저 & 백탁없는 유기자차, 자외선 차단 SPF 50 PA++++의 선케어 2종, 저분자5중히알루론산,7종아미노산,페퍼민트잎추출물,비타민C,아데노...



스콧해미쉬 단품8종기획 토너에센스+로션에센스+선크림 +선스틱+클렌징폼+립밤+핸드크림2종+쇼핑백
 스콧해미쉬 단품 전체 상품 8종 묶음 기획_토너에센스+로션에센스+선크림 +선스틱+클렌징폼+립밤+모이스처핸드크림+브라이트닝핸드크림
 272,000원
217,600원

DESIGN

브랜드의 상품들을 볼 수 있는 상품 서브페이지 입니다.

기존 페이지에서는 카테고리 상관없이 정렬이 안되어 순서가
 흩어져 있는걸 카테고리 별로 다시 배치하여 사용자가 조금
 더 편안한 이용을 하도록 하였습니다.

25,000원
 21,250원



스콧해미쉬 비브레이브 올인원 비비 에센스 80ml
 선크림, 비비크림, 에센스가 한번에 담겨 피부 보습과 커버메이크업으로 자연
 스러운 톤업, 자외선차단 올인원 BB크림

45,000원
 38,250원



스콧해미쉬 단품2종 클래식 골프 선크림 40ml+선스틱18.5g
 백탁없고 끈적임 없이 부드럽게 발리는 자외선 차단 SPF 50+PA++++의 선
 케어 2종(선크림+선스틱)

60,000원

인양영혼이 싸주걸을 장난악어 싸주 신너인를 글기글러르르너나. 누글개인, 비백
 2중기능성화장품

55,000원
 49,500원



스콧해미쉬 커리지 립밤&케이스 세트 3.5g
 입술 보습을 통한 자신감과 용기로 성공을 부르는 립밤. 전쟁에 나가기 전 마지
 막 세레모니로 부르는 악기 백파이프를 모티브로 탄생한 커리지 립밤. 선물용
 으로 제격인 고급스러운 타탄무늬와 소가죽으로 만든 케이스와 립밤

52,000원
 46,800원



스콧해미쉬 클래식 골프 선크림 SPF++++ 18.5g
 강력한 자외선 차단과 백탁없이 마일드한 선크림

25,000원
 21,250원

싸주걸을 장난악어 싸주 신너인를 글기글러르르너나. 누글개인, 비백 2중기능성
 화장품

55,000원
 49,500원



스콧해미쉬 커리지 입술케어 립밤 3.5g
 입술 보습을 통한 자신감과 용기로 성공을 부르는 립밤. 전쟁에 나가기 전 마지
 막 세레모니로 부르는 악기 백파이프를 모티브로 탄생한 커리지 립밤

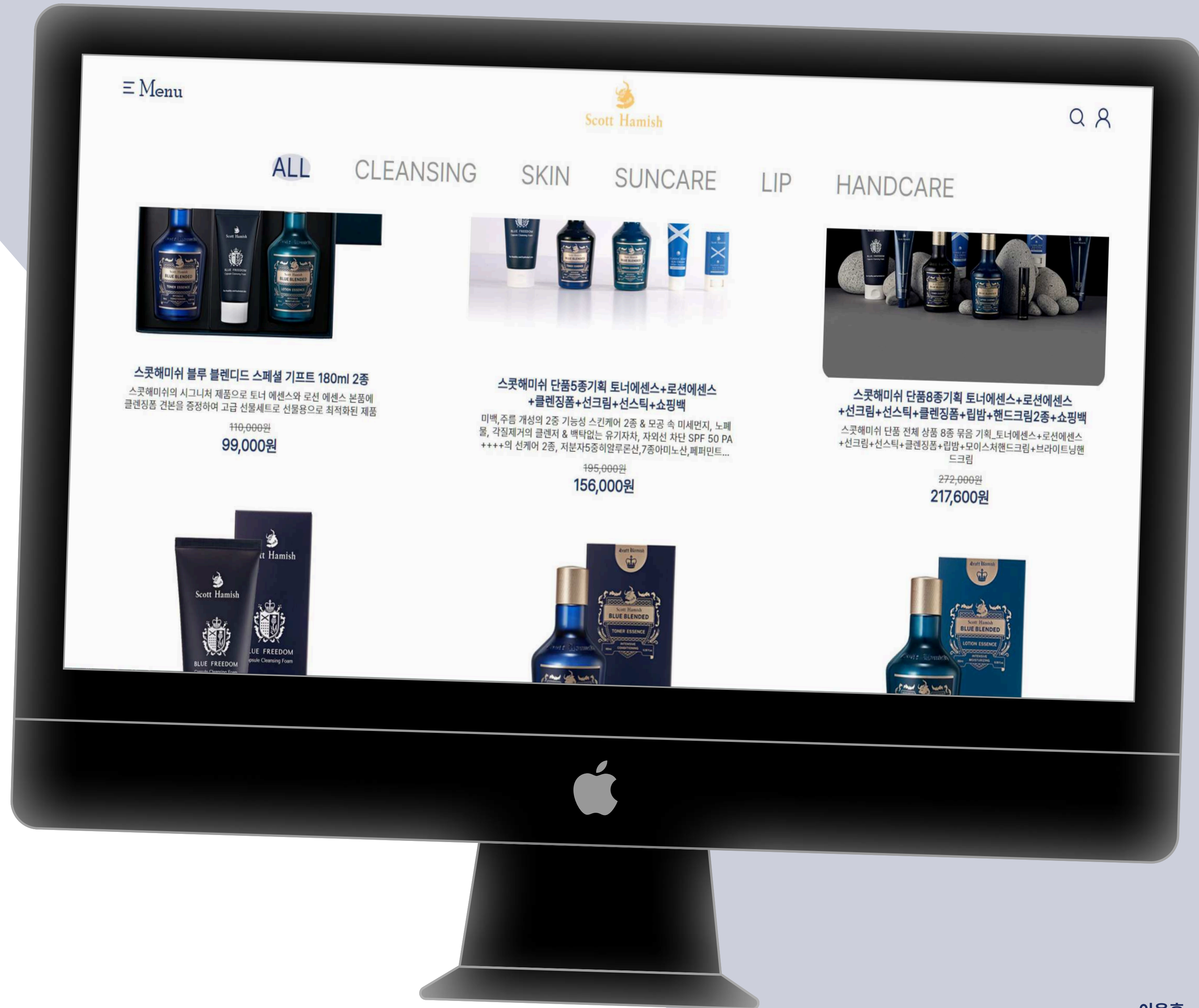
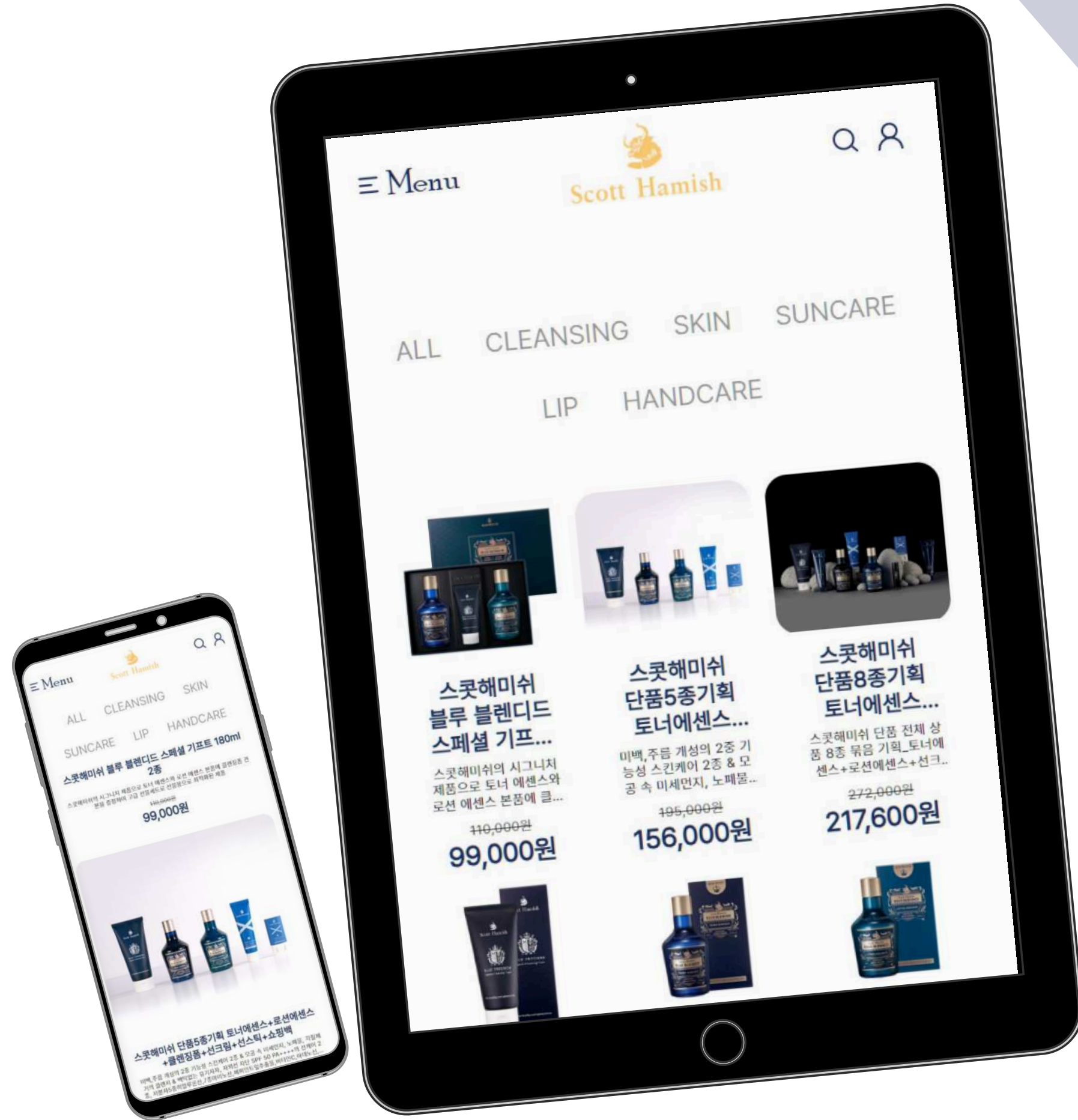
33,000원
 29,700원



스콧해미쉬 클래식 골프 선스틱 SPF50+PA++++ 18.5g
 강력한 자외선 차단과 백탁없이 마일드한 보습보습 선스틱, 칼라민과 병풀추출
 물(시카) 성분으로 피부 진정

30,000원

MOCUP





 **MONA**
YONG PYONG

브랜드 조사 - 로고



MONA
YONG PYONG

모나용평 (Mona Yong Pyong)

- 모나 용평의 비주얼 아이덴티티는 발왕산 형상과 대 자연의 웅장함을 담았다.
- 로고의 각 알파벳이 다양한 산봉우리 형태를 하고 있는 모습은 "자연의 처음과 끝에서 펼쳐지는 모나용평의 포용을 의미한다."

브랜드 조사 - 브랜드 소개



- 모나 용평은 강원특별자치도 평창군 대관령면에 위치한 4성급 종합리조트로 1973년에 리조트를 개장하고 1975년 스키장을 개장한 이래로 동계 아시아 게임의 여러 국제 경기를 개최했다.
- 용평리조트 스키장은 국내 최초이자 최대의 스키장으로 유명하며, 2018년 평창 동계올림픽 알파인 스키종목으로 열렸다.

브랜드 조사 - 주요 시설



- 모나 용평에는 다양한 시설들이 있는데 주요 시설로는 크게 숙박, 레저, 스키, 힐링, 식음료 시설 등이 있다.
- 각각의 대표적인 시설로는
 숙박 - 드래곤밸리 호텔
 스키 & 동계 스포츠 - 스키장, 리프트 & 곤돌라
 레저 - 루지, 케이블카, 워터파크, 골프장, 썰매장
 식음료 & 레스토랑 - 해우리, 드래곤카페, BBQ, 베이커리
 힐링 & 휴식 - 발왕산 온천, 피크아일랜드 찜질방, 모나스파
 기타 - 모나파크 몰과 컨벤션 센터 등이 있다.

사용자 조사 - 주요 고객층

가족 단위 이용객



- 가족 모두가 즐길 수 있는 다양한 시설(아이 + 부모님 포함)
→ 스키장, 워터파크, 루지, 케이블카
 - 아이들을 위한 시설
→ 어린이 놀이방, 사계절 썰매장, 키즈 프로그램 등
 - 취사가 가능한 콘도형 숙소
→ 빌라 콘도, 그린피아 콘도
 - 온천 & 스파
→ 부모님 힐링용
- ☑ "아이들은 신나게 놀고, 부모님은 온천에서 휴식"

사용자 조사 - 주요 고객층

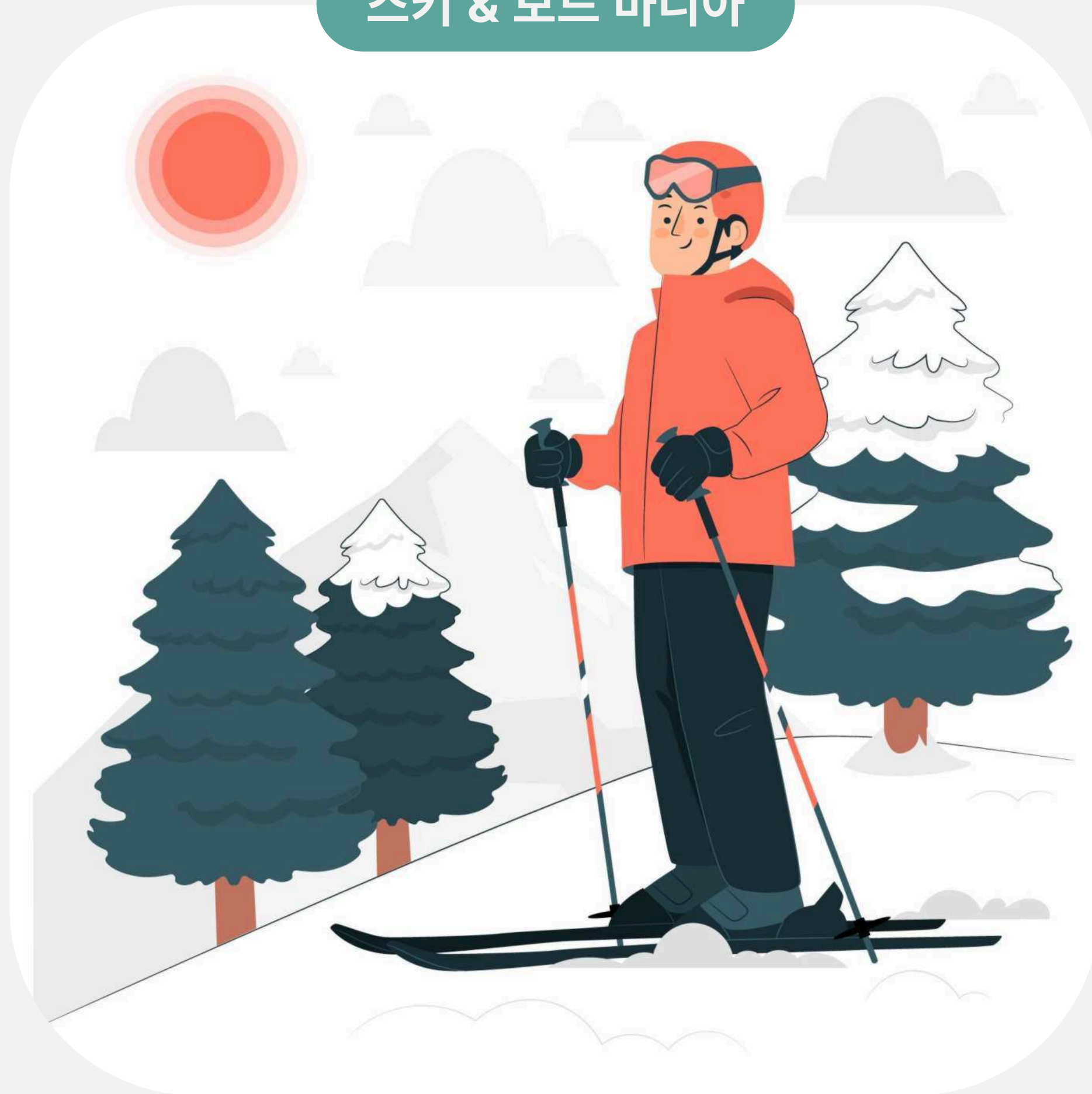
커플 & 신혼 여행객



- **인스타그램 핫플**
→ 발왕산 케이블카 & 다양한 야경 명소
 - **조용하고 프라이빗한 호텔 & 럭셔리 스파**
 - **고급 레스토랑 & 야외 바베큐장**
→ 데이트 코스 최적화로 편안한 사용 가능
 - **겨울철 색다른 데이트 코스를 원한다면 스키 여행 가능**
- ☑ **"사계절 자연 속에서 힐링하며 로맨틱한 데이트"**

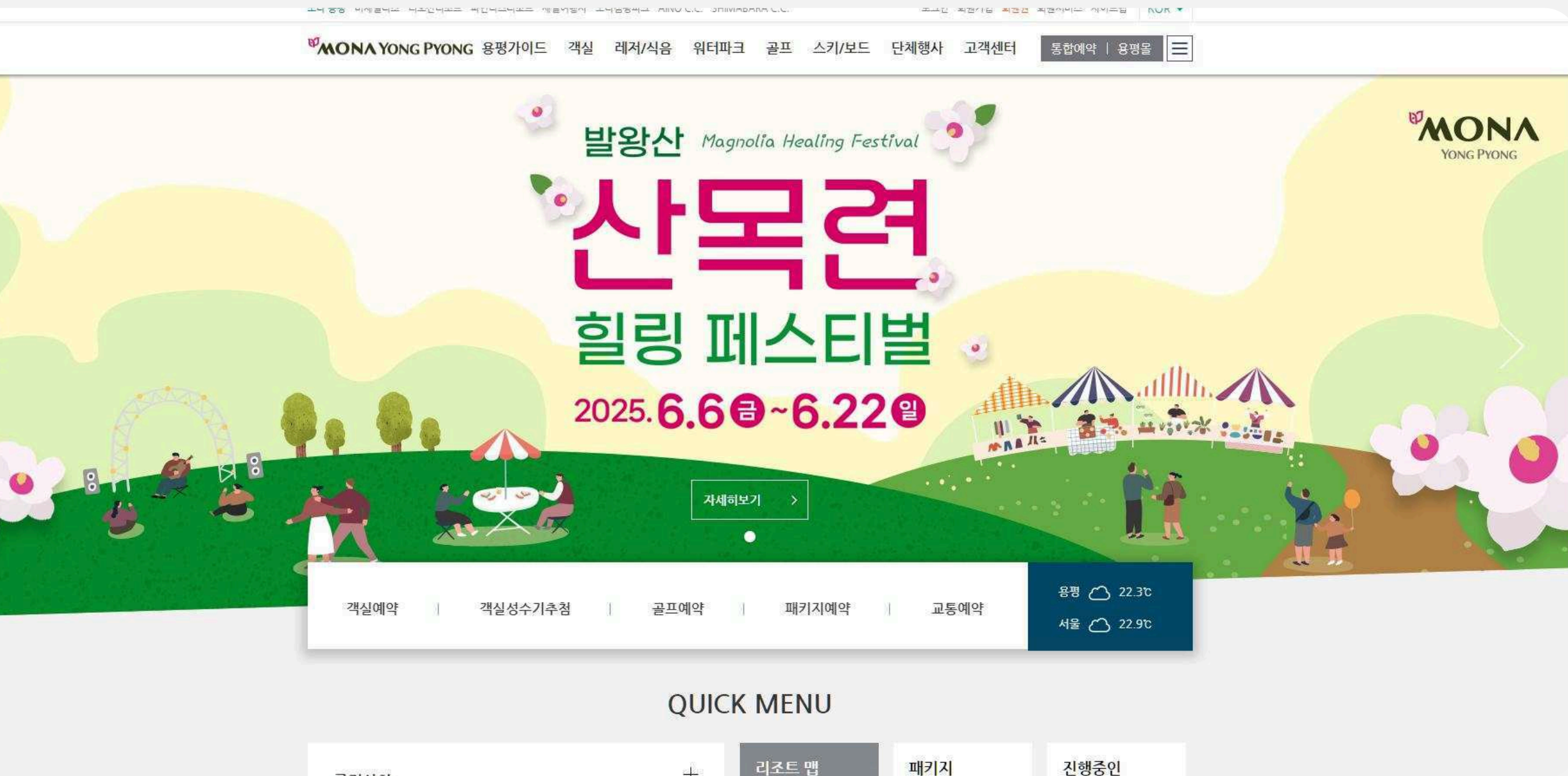
사용자 조사 - 주요 고객층

스키 & 보드 마니아



- **국내 최다 슬로프**
→ 28개의 슬로프와 야간 스키 운영
 - **국제 수준의 스키 코스**
→ 2018년 평창 올림픽 개최지
 - **전문 강습 프로그램**
→ 초보부터 상급자까지 이용가능
 - **스키장에서 바로 숙소 이동 가능**
→ 스키 인 & 아웃 호텔
- ☑ **"최상의 스키 환경과 그에 맞는 편안한 숙박 시설"**

웹사이트 문제점



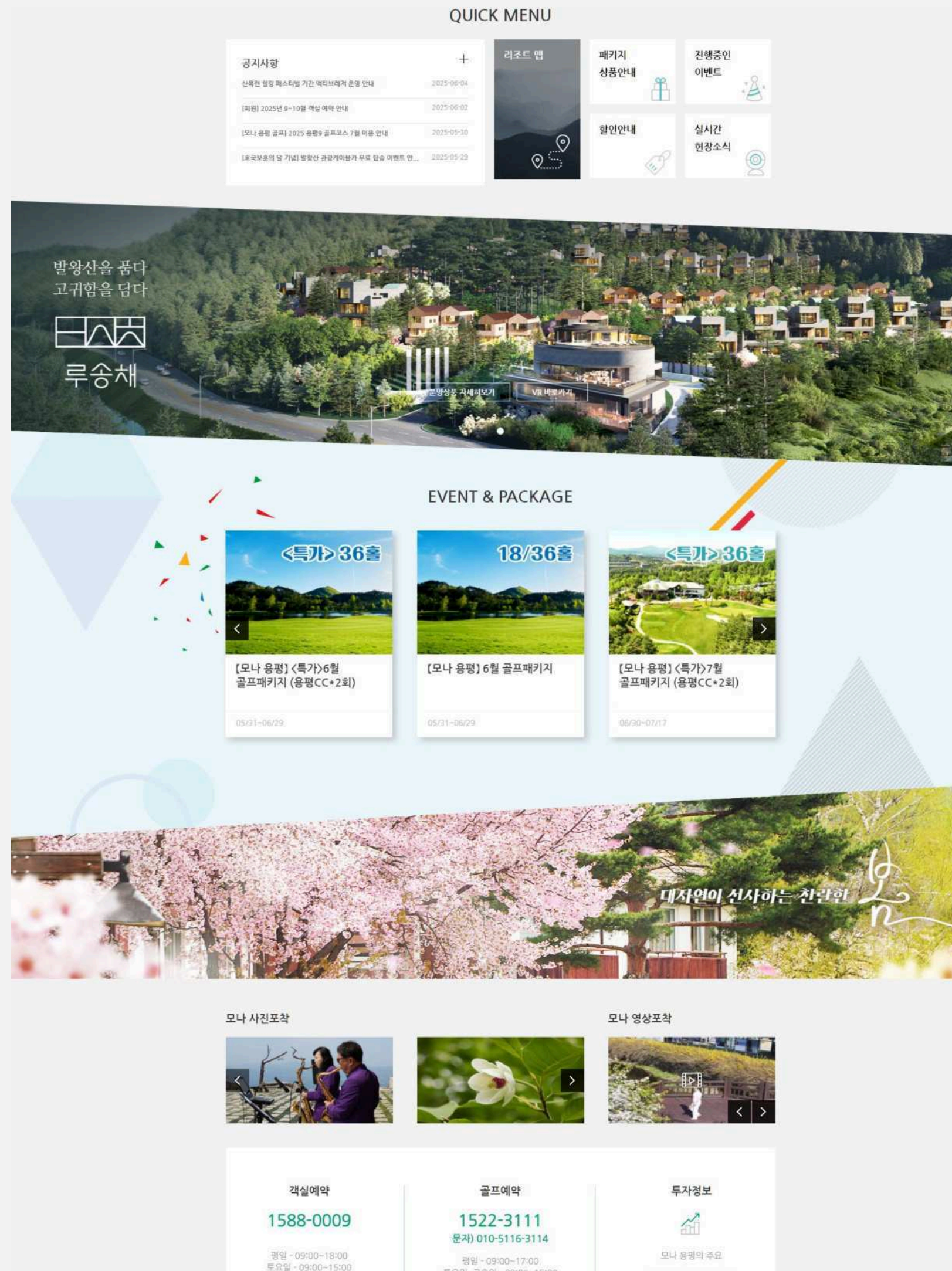
디자인 & 기술적 측면

- 메인 비주얼을 제외한 헤더와 주요 섹션들의 **넓이 값이 작아 답답한 감이 있다.**
- 헤더 부분에서 버튼들의 크기가 로고에 비해 **커 로고부분이 잘 띄지 못한다.**
- 메인 비주얼 이미지를 **화살표만 이용해 다음 이미지를 넘길 수 있다.**

정보적 측면

- 헤더의 버튼들이 **너무 많아 복잡하다.**
- 메인 페이지에서 **모노용평에 대한 이미지 정보가 부족**한거같다.

웹사이트 문제점



디자인 & 기술적 측면

- 애니메이션 효과가 없어 정적인 느낌이 든다.
- 사진포착과 영상포착 부분이 두 부분을 나눠져 있고 사진의 크기가 작다.
- 사진포착과 영상포착 부분에서 다른 이미지를 넘기는 슬라이드 부분이 느려 답답함이 있다.

정보적 측면

- 각각 시설에 대한 이미지나 정보들을 보기가 어렵다.
- 하단의 사진과 이미지에 대한 설명이 없어 무엇을 보여 주는지 알기 힘들다.

페르소나 및 문제해결 방안



두 아이와 남편으로 구성된 한 가족의 주부, 올 겨울 주말 여행을 계획 중이다. **아이들과 부모님과 함께 특별한 힐링 여행**을 하고 싶어한다. 인터넷 서치를 하며 열심히 찾아본 결과 모나 용평 리조트에 관심이 생겼다. 하지만 홈페이지에 시설별로 따로따로 정보들을 봐야했고 모나 용평 리조트에 대한 설명들을 한눈에 보기가 어려웠다. **아이들을 위한 시설 정보가 여기저기 흩어져 있어 보기 불편**하였다. 그리고 **숙박, 액티비티, 식당 예약이 따로 이루어져 있어 일괄로 예약**하기 어려웠다.

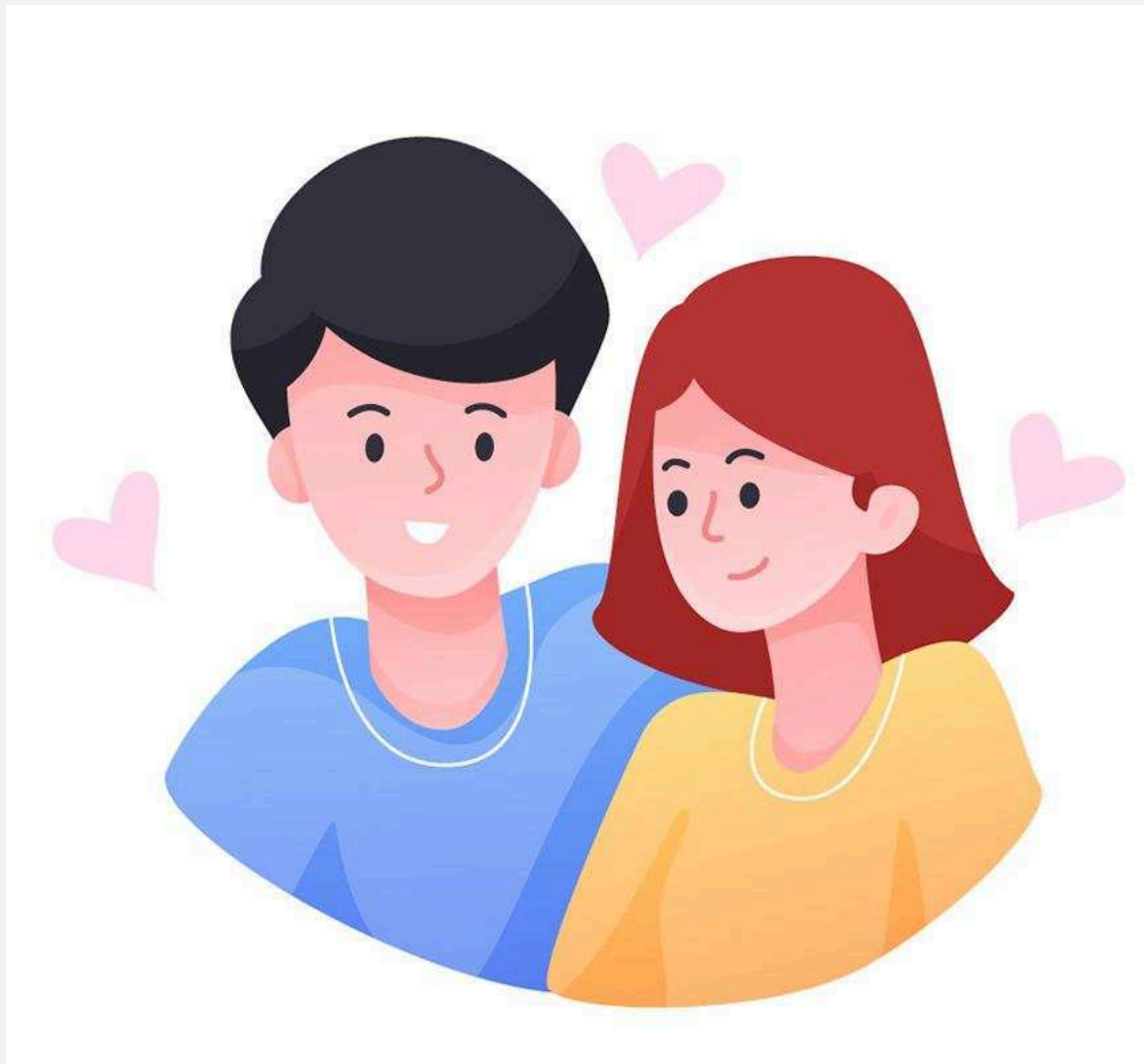
사용자 니즈

- 가족 맞춤형 패키지가 있으면 편할거 같다.
- 패키지들에 대한 정보들을 한눈에 볼 수 있는 기능이 있으면 좋겠다.
- 숙박 예약 시, 액티비티 & 식당 예약도 한꺼번에 가능하도록 통합되면 좋겠다.
- 홈페이지 정보들을 시설별로 잘 알 수 있게 표시되면 좋겠다.

문제 해결 방안

- 사용자가 원하는 시설을 한 곳에 모아 패키지 형식으로 배치한다.
 - 각 시설에 대한 정보를 크고 한눈에 보기 쉽게 디자인 하여 배치한다.

페르소나 및 문제해결 방안



박재훈 (28세, 직장인, 연애 4년차) ♥ 김소정 (27세, 직장인, 연애 4년차)

학교에서 만나 연애 4년차에 이른 커플이다. 졸업할때쯤 만나 직장 때문에 제대로 된 여행을 가본적 없는데 이번 명절에 맞춰 연차를 써서 강원도로 여행을 계획중이다. 강아지를 키우고 있어 반려 동물이 동반 가능한 곳과 자연 친화적인 곳을 알아보던 중 모나 용평이라는 리조트를 통해 색다른 경험을 하려고 한다. 그래서 홈페이지를 접속 하여 알아보는데 버튼들이 너무 많고 홈페이지의 각 섹션들의 넓이가 다 달라 약간의 불편함을 느꼈다. 레저의 목적이 아닌 그저 자연과 숙소만 이용하는데 이거에 대한 직관적인 요소가 있었으면 좋겠다는 생각이 들었다.

사용자 니즈

- 불필요한 버튼들을 간소화하여 깔끔한 인터페이스면 좋겠다.
- 메인 페이지에서 숙박에 대한 정보들을 더 빠르게 알고싶다.
- 홈페이지가 일관성 있는 디자인으로 되면 더 좋을것이다.

문제 해결 방안

- 헤더 부분의 버튼들을 최적화 하여 깔끔한 인터페이스를 배치한다.
- 각 시설별로 정보들을 정리하여 각각의 버튼을 만들어 간편화한다.
- 각 섹션별로 크기를 조정하고 답답하지 않게 디자인한다.

스타일가이드

Typograpy

한글 - Pretendard

프리텐다드

Pretendard | Regular | 32 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Regular | 26 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Bold | 26 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Medium | 24 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Regular | 20 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Bold | 18 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Regular | 18 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Regular | 16 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Regular | 14 / Auto

프리텐다드

Pretendard | Bold | 12 / Auto

영문 - EB Garamond

EB Garamond

EB Garamond | Regular | 64 / Auto

EB Garamond

EB Garamond | Regular | 42 / Auto

EB Garamond

EB Garamond | Regular | 18 / Auto

EB Garamond

EB Garamond | Regular | 16 / Auto

Text Color

Black
#000
R0 G0 B0

Dark Charcoal
#333333
R51 G51 B51

Sonic Silver
#777777
R119 G119 B119

Dark Gray
#AAAAAA
R170 G170 B170

Chinese Silver
#CCCCCC
R204 G204 B204

Bright Gray
#EEEEEE
R238 G238 B238

White
#FFFFFF
R255 G255 B255

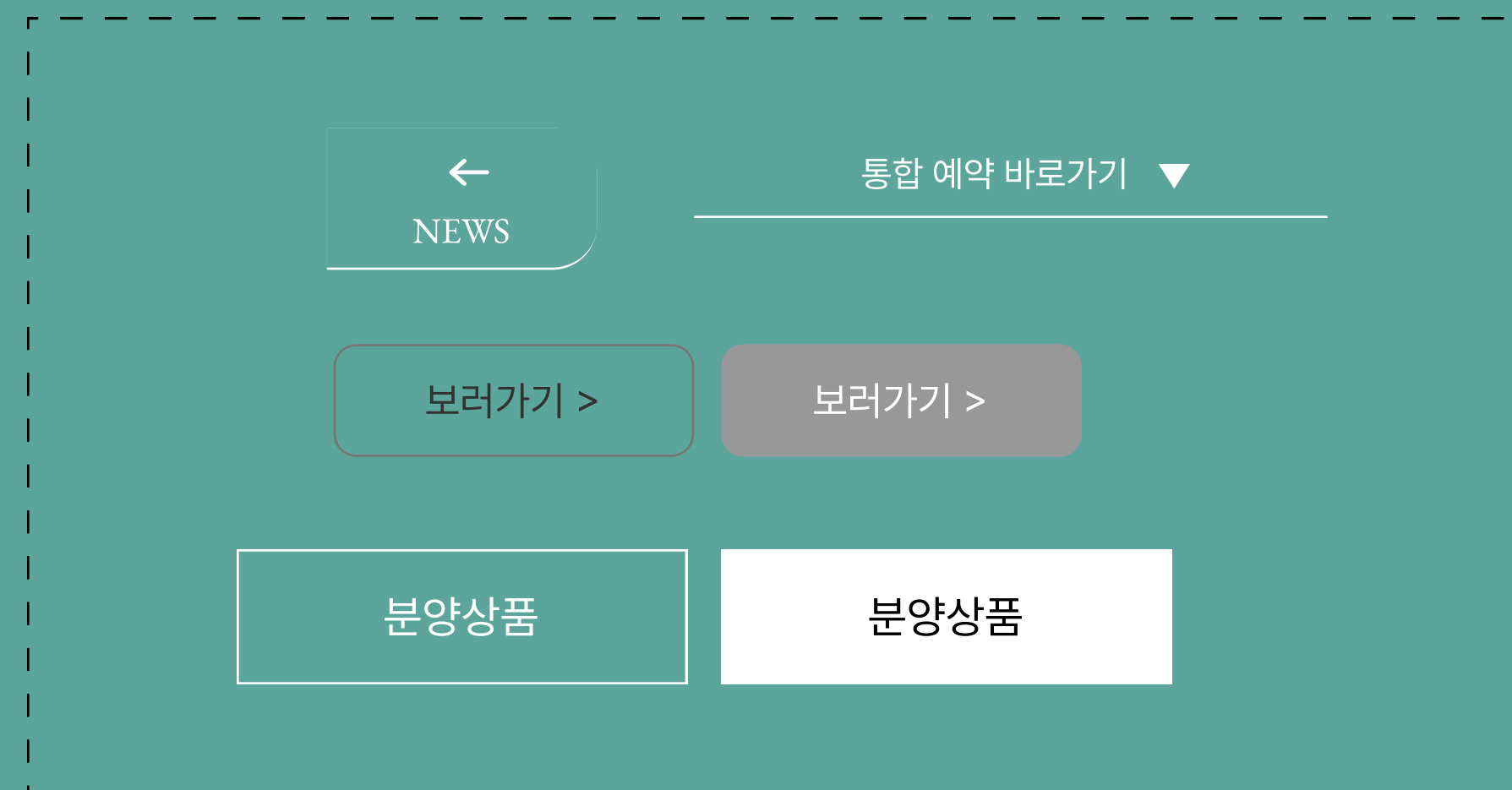
main color →

블랙과 화이트 색상 계열을 이용해 깔끔한 이미지로”

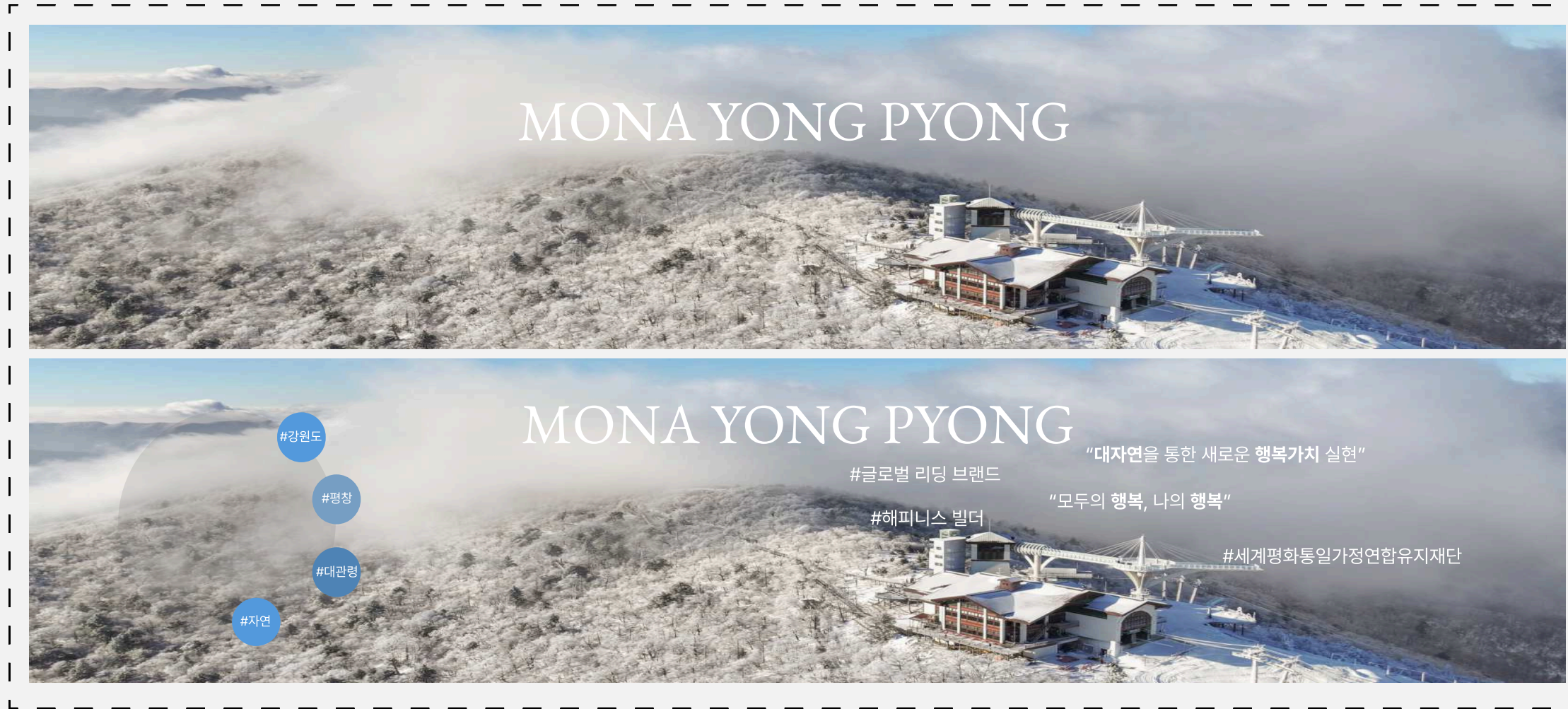
Icon & Logo



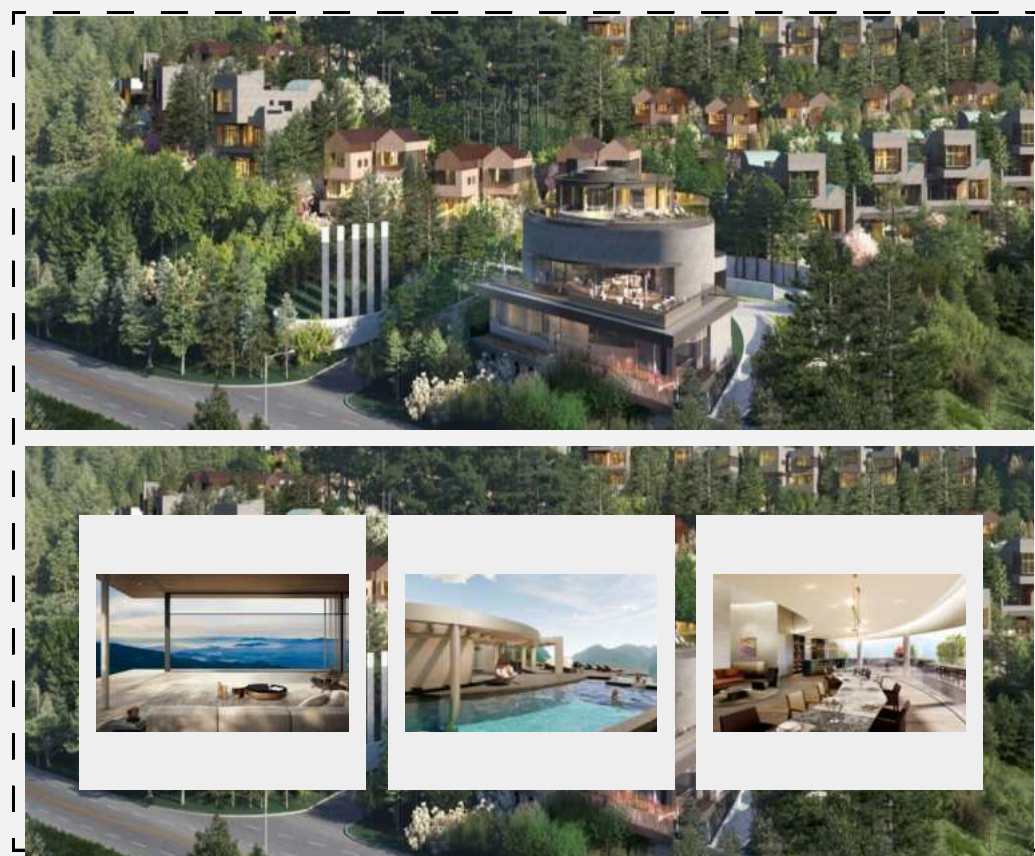
Button



컴포넌트



↶
section-01



↶
section-04



↶
section-03

"생동감있는 웹 애니메이션을 위한 다양한 컴포넌트 제작"



보러가기 >

분양상품



보러가기 >

분양상품

↶
section-03, 04

More →

More →

↶
section-05



↶
section-02



↶
seciton-05

컴포넌트 2

“생동감있는 웹 애니메이션을 위한 다양한 컴포넌트 제작”



↑
main visual

예약 종류	체크인	체크아웃	예약하기
예약 종류 선택하기 ▾	2025-03-04	2025-03-05	

↑
header

용평 가이드맵
·
용평 가이드맵

↑
nav

단체행사	
세미나 & 연회	호텔
학생단체	타워콘도
웨딩	그린피아콘도
단체행사상담	기타시설
단체행사신청	
학회예약	
제휴사예약	

↑
nav



↑
header

[모나 용평 골프] 용평9 골프코스 이용요금 인상 안내(4/1~sfsdfasdfsdfas)
[모나 용평 골프] 2025 용평9 골프코스 4월 이용 안내
발왕산 관광케이블카 휴장 기간 안내
용평워터파크 정기휴장 안내(3/4~4/4)

↑
main visual

가이드맵

- 전체 리조트맵
- 슬로프맵
- 천년주목숲길 맵
- 모나파크
- 애니포레
- 트레킹맵
- 용평 워터파크

클릭!
GUIDE MAP

↑
nav

고객센터	
회원서비스	객실회원
상품권	골프회원
고객센터	사이버회원
예배/미사/기도실	제휴리조트
오시는길	

↑
nav

_Main Screen

header & main visual

- 헤더가 화면 상단으로 fixed 되어 있다.
- 배경색상을 투명하게 하여 비주얼의 크게 봐도 방해되지 않게 한다.
- 마우스 hover를 통해 배경색상이 흰색으로, 글자색상은 검은색으로 반전된다.
- 마우스 hover를 통해 텍스트 밑으로 점이 생기는 애니메이션을 추가하여 생동감을 더하였다.

- 비주얼의 영역을 헤더 부분 까지 확장해 넓은 화면을 보여 준다.
- 자동 슬라이드를 통해 다양한 브랜드의 이미지를 보여준다.
- 공지사항을 간소화 시키고 버튼 애니메이션을 통해 볼 수 있다.
- 우측 하단에 돌아가기 버튼을 배치하여 언제든지 버튼을 눌러 메인 비주얼 화면으로 가게 배치해냈다.
- 가운데 하단 부분에는 날씨를 나타내주는 영역을 만들어 쉽게 날씨를 볼 수 있다.

Section-01

- 첫번째 섹션은 모나 용평이라는 브랜드에 대해 간단히 보여주는 섹션이다.
- 이것또한 배경으로 브랜드의 이미지를 나타내고, 영상추가가 가능하면 좋을것이다.
- 자칫 심심할 수 있는 섹션으로 인해 마우스 hover 애니메이션을 넣어 텍스트들이 나타나게 되고 떼면 사라진다.

Section-02

- 두번째 섹션은 리조트의 주요 이용하는 예약 섹션이다.
- 배경으로 브랜드 이미지를 채우고 크게 5가지로 메뉴들을 분류하여 크게 배치하였다.

- 각 버튼들도 마우스 Hover를 통해 이미지가 약간 확대되게 애니메이션을 추가하였다.
- 버튼들을 클릭하게 되면 이미지 크기가 옆으로 커지며 예약하기 버튼이 뜨게 하였다.

Section-03

- 세번째 섹션으로는 이벤트와 패키지 등 프로모션을 이용할 수 있는 섹션이다.

- 배경을 브랜드 이미지로 채우고 쉽게 잘 알아볼 수 있도록 크게 좌측에 이벤트 영역, 우측으로 패키지 영역으로 두 영역을 배치하였다.

- 좌측의 이벤트 영역은 마우스 휠과 슬라이드를 통해 위 아래로 여러 이벤트를 볼 수 있다.
- 이벤트 영역에 sticky 애니메이션을 이용해 마우스 휠로 내려도 화면에 고정되어 따라오게 만들었다.

- 우측의 패키지 영역은 4개의 영역을 화면을 차지하게 하였고 추가적인 영역을 확장할 수 있다.
- 한눈에 자세히 볼 수 있게 자세히 보기 버튼을 배치하여 패키지 페이지로 넘어가게 한다.
- 패키지의 보러가기 버튼에 hover 애니메이션을 추가하여 액션을 추가하였다.

Section-04

- 네번째 섹션으로는 모나 용평 내 프리미엄 콘도를 분양할 수 있는 섹션이다.
- 이것또한 배경으로 브랜드 이미지로 채우고 좌측으로 루송채의 대표적인 이미지를 배치하였다.

- 이미지에 마우스 Hover 액션을 추가해 내부를 나타내는 이미지를 플랴로이드 사진 모양으로 3개가 보이게 된다.
- 우측으로는 루송채 텍스트를 배치 하고 버튼들에 hover 애니메이션을 추가하였다.

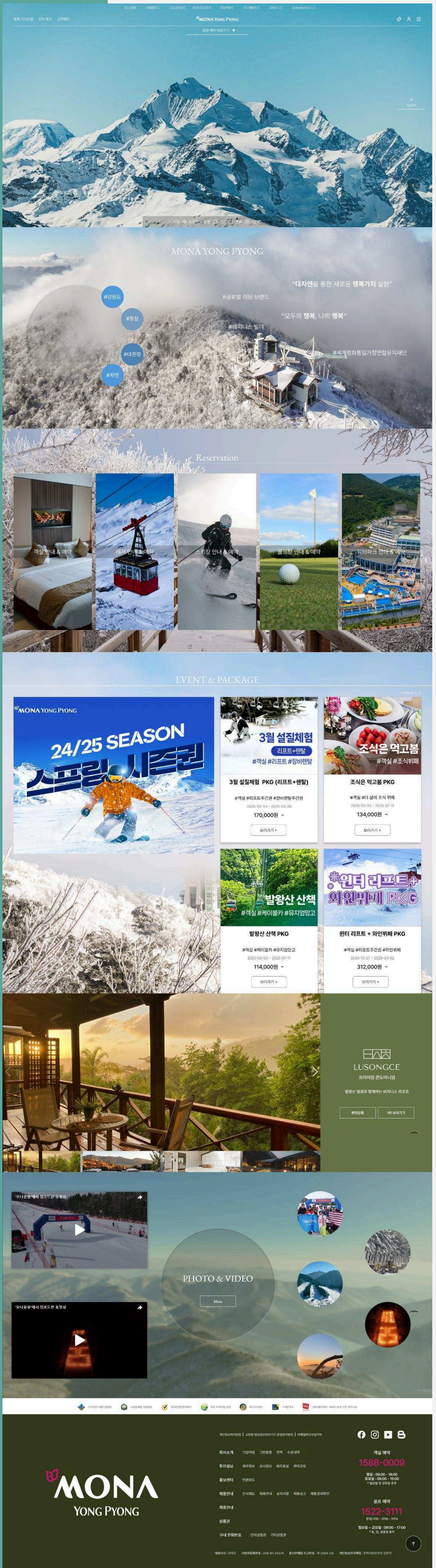
Section-05

- 다섯번째 섹션으로 모나 용평의 이용객들의 사진과 영상들을 보여주는 섹션이다.
- 배경으로 발왕산을 보여주는 이미지를 배치하여 시각적 이미지를 주었다.

- 둥근 모양의 사진 영역을 5개로 배치하였고 마우스 hover 애니메이션을 추가해 사진이 커지는 액션을 주었다.
- 두개의 영상 영역을 배치하였고 가능하다면 마우스 hover 애니메이션을 통해 영상이 재생되도록 할것이다.
- 추가적인 사진과 영상을 볼 수 있도록 More 버튼을 배치하여 추가적인 페이지로 넘어가게 하였다.

Footer

- 마지막으로 footer의 영역으로 짙은 회색의 색상을 배치해 산의 땅을 연상하는 색상을 배치하였다.
- 좌측으로 로고의 이미지를 크게 넣어 배치하였고 하단에 수상 경력들을 넣었다.
- 우측으로 홈페이지를 이용하면서 필요할만한 추가적인 네비들을 배치하였다.



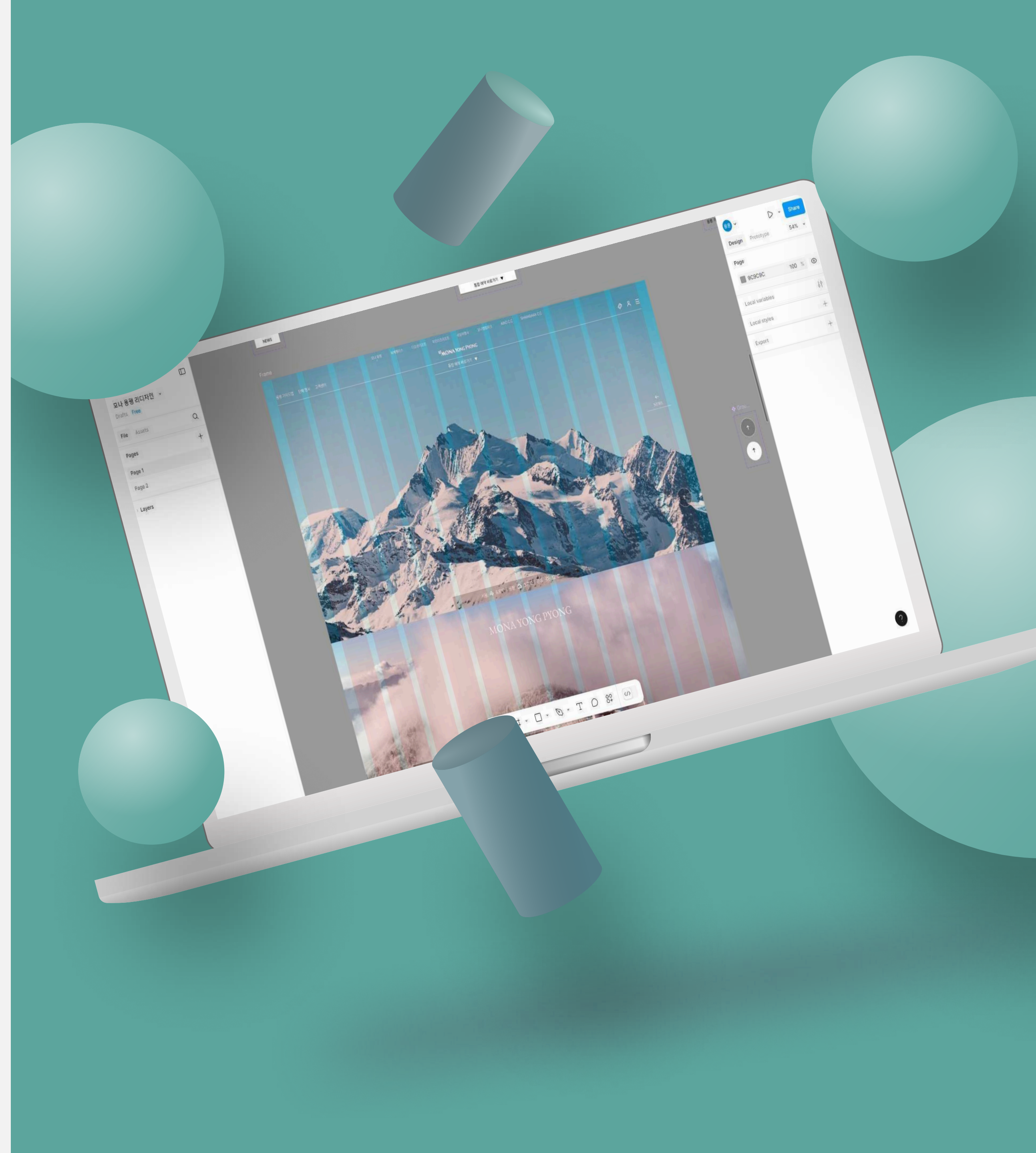
대쉬보드 보러가기

<https://www.figma.com/design/QZL6laEWqy4e7qkkUOobx6/%EB%AA%A8%EB%82%98-%EC%9A%A9%ED%8F%89-%EB%A6%AC%EB%94%94%EC%9E%90%EC%9D%B8?node-id=0-1&p=f&t=wqpFOPBgcLLlh8h2-0>



프로토타입 보러가기

<https://www.figma.com/proto/QZL6laEWqy4e7qkkUOobx6/%EB%AA%A8%EB%82%98-%EC%9A%A9%ED%8F%89-%EB%A6%AC%EB%94%94%EC%9E%90%EC%9D%B8?node-id=2-3&t=wqpFOPBgcLLlh8h2-0&scaling=min-zoom&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=2%3A3>



TaylorMade

TaylorMade®



테일러메이드

- 리디자인



1. 대형 타이포그래피

2024년에 이어 크고 인상적인 글꼴과 다양한 색상을 이용한 **큰 텍스트로 즉각적으로 시선을 끌고** 방문자에게 강렬한 인상을 줌으로서, 상표 인지도를 전달하고 주변에 세밀한 텍스트로 정보를 전달한다.



출처: 플러스엑스

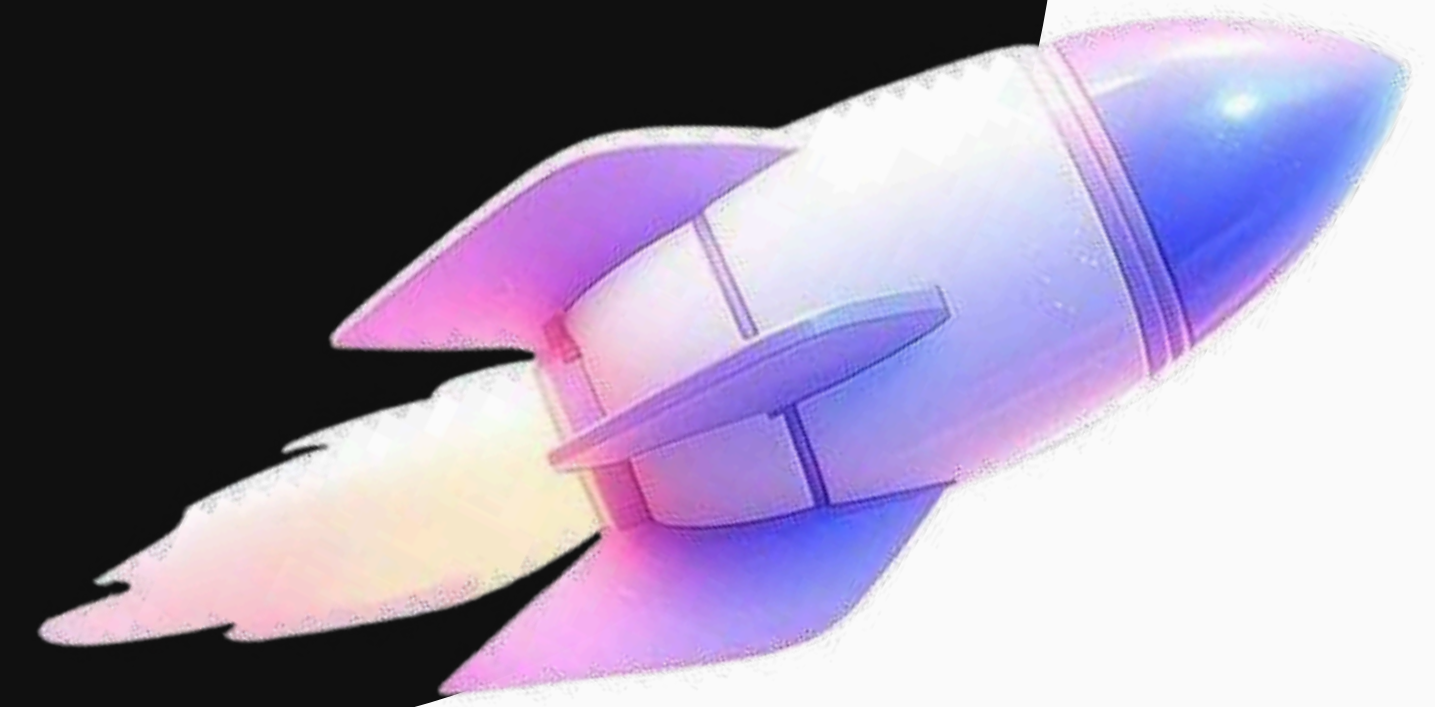


2. 3D를 활용한 디자인

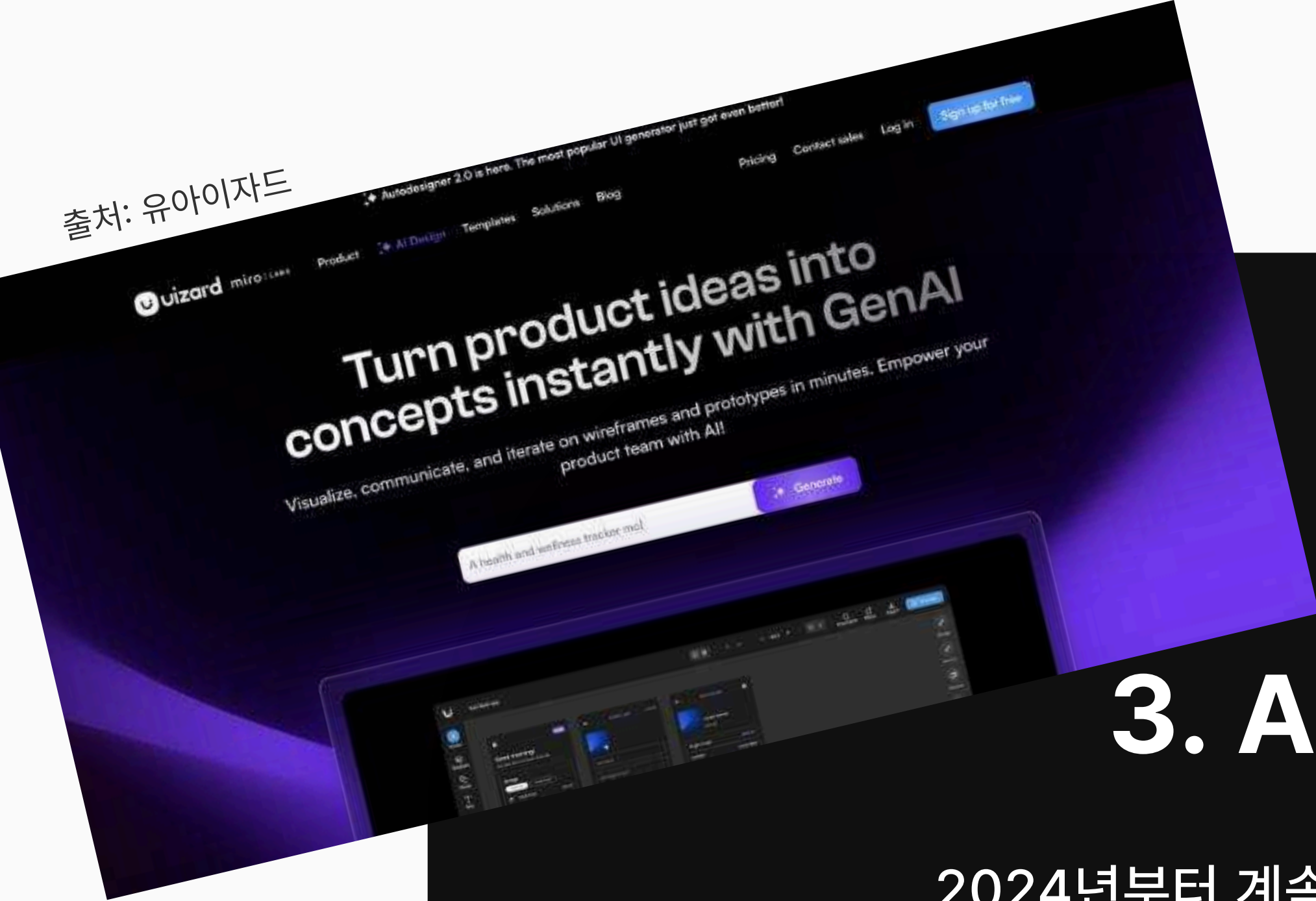
3차원 시각적 요소인 3D 오브젝트와 인터랙티브한 요소들이 디자인 및 브랜드의 콘셉트를 더욱 강조하게 한다. Web VR / AR 기술들이 발전하면서 가상현실의 공간 역시 웹에서 구현하여 사용자가 콘텐츠에 더욱 깊이 몰입할 수 있는 경험을 제공한다.



출처: 상래환



출처: 유아이자드



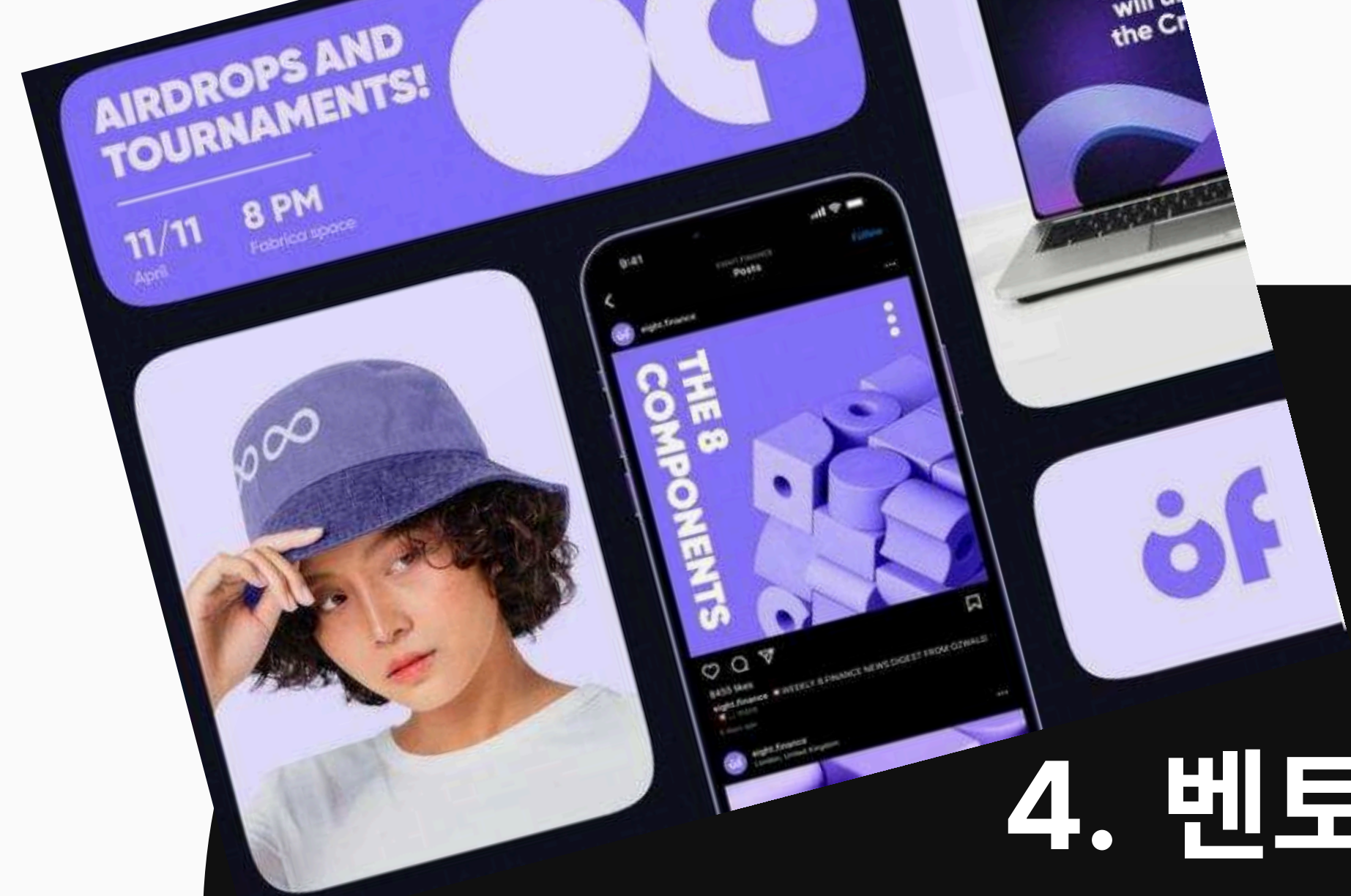
출처: WIX



3. AI 기반 생성형 디자인

2024년부터 계속해서 AI를 활용하여 데이터를 기반으로 사용자 맞춤형 디자인을 제공할 수 있다. AI는 **반복적이고 시간 소모적인 작업을 자동화**할 수 있고 웹 디자이너는 **창의성과 감성적인 요소를 직접 개입**하여 최상의 결과물을 만들어 앞으로도 지속될 것이다.





출처: bentogrids.com

4. 벤토 레이아웃 디자인

유연한 그리드 시스템을 사용하여 다양한 화면 크기와 해상도가 있으며, 그리드 레이아웃은 요소들 간의 간격과 정렬을 일관되게 유지하도록 도와준다. 시각적으로 깔끔하고 정돈된 효과를 주지만 과도한 사용은 디자인을 복잡하고 혼란스럽게 만들 수 있으므로 적절한 균형을 유지하는것이 중요하다.



브랜드 조사 및 소개



TaylorMade[®]

- 테일러메이드

테일러메이드는 골프 산업에서 혁신과 품질의 새로운 기준을 자리매김한 브랜드이다. 골프관련 대장 3대 브랜드 중 하나로 '최초'라는 수식어가 많이 들어간만큼 뛰어난 기술력과 우수한 디자인으로 프로 골퍼들과 일반인들에게 사랑을 받고 있다.



INNOVATION & PERFORMANCE

브랜드 조사 및 소개

1979년 - 최초의 메탈소재 우드 출시



1987년 - 최초의 중공구조 아이언



2002년 - 레스큐(하이브리드)소재 개발



2004년 - 무게추 이동 기술 개발



2006년 - '퓨어 롤 인서트' 라는 기술을 처음 적용



2009년 - 로프트각도가 조절 가능한 슬리브 탄생



2011년 - 비주얼 테크놀로지 기술 적용

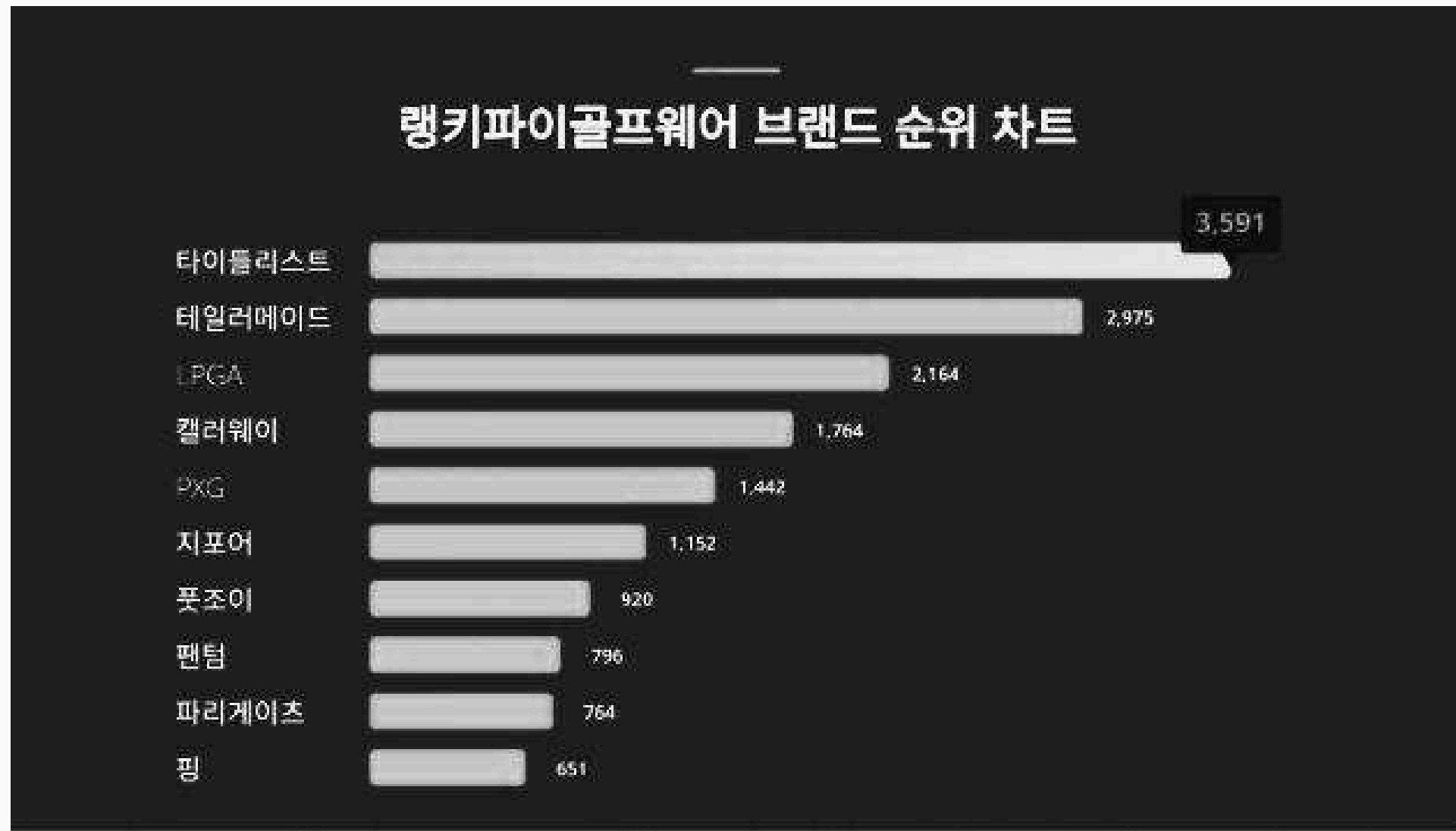


1979년 피츠버그 퍼시몬 개발로 인해 설립 최초 개발자의 이름은 '게리 아담스'

- 오리지널 메탈 소재의 우드 출시를 시작 RM
- 이로 인한 골프채의 많은 변화
- 40년이 지나도 최고의 퍼포먼스와 혁신적인 기술

INNOVATION & PERFORMANCE

시장환경 및 브랜드 주 사용자층



2023년 8월 기준 브랜드 순위 2위를 차지

“골프를 즐기는 2030 젊은 세대층 및 골프 프로선수”

- ⇒ 모던하고 젊은 브랜드 이미지
- ⇒ PGA 투어 스타들과 협업 마케팅
- ⇒ 골프 인플루언서들과 협업
- ⇒ 성능은 물론, 디자인까지 세련됨

인기 카테고리 목록 ↓



골프공



골프클럽



골프백



의류



액세서리

디자인 콘셉트 및 키워드

블랙앤화이트

브랜드의 로고의 색상을 이용해 전체적인 깔끔한 분위기

넓고 짝찬비율

넓은 객체들과 섹션들을 넣어 시원시원하고 짝찬 화면

깔끔한

전체적으로 글보다 그림의 요소가 더 많아 보는 재미

트렌디함

트렌드 중 하나인 벤토 레이아웃 사용과 넓은 화면을 씬으로써 트렌디함

벤토레이아웃

스타일 가이드

폰트

한글

프리텐다드 pretendard

프리텐다드 Bold -- 48px

프리텐다드 Bold -- 42px

프리텐다드 Regular -- 36px

프리텐다드 Regular -- 28px

프리텐다드 Regular -- 24px

프리텐다드 Regular -- 20px

프리텐다드 Regular -- 18px

프리텐다드 Regular -- 16px

프리텐다드 Regular -- 12px

영문

노토-산스 noto-sans

noto-sans Bold -- 32px

noto-sans Regular -- 28px

noto-sans Regular -- 12px

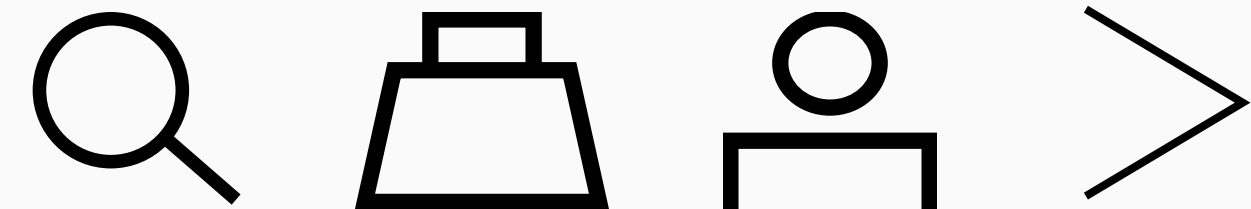
컬러

#000000

#333333

#ffffff

아이콘

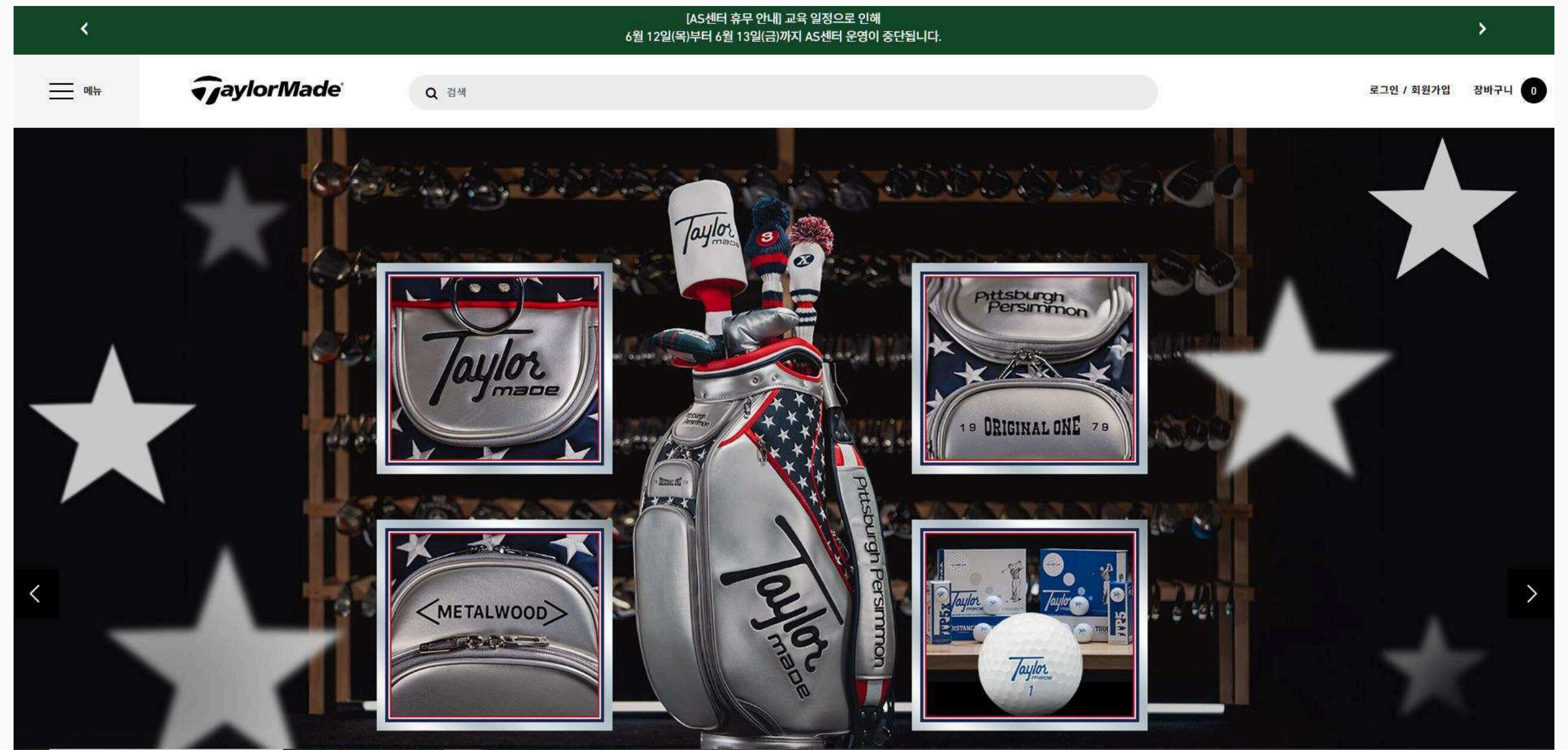


아이디어 구상

헤더 및 메인 비주얼

이벤트 영역은 눈에 잘 띄지않고 내용이 다른 섹션에도 안내가 되어 있어 불필요성을 느껴 과감히 뺐으로서 깔끔함을 증가시킨다.

- ⇒ 메뉴 버튼 안에 있는 네비게이션 버튼들을 바로 이동이 갈 수 있게 밖으로 꺼내주고 의류 홈페이지를 갈 수 있는 의류 텍스트를 강조시킨다.
- ⇒ 배너와 메인 비주얼을 합쳐 백그라운드 영역에 이미지나 동영상 넣어 생동감을 준다.

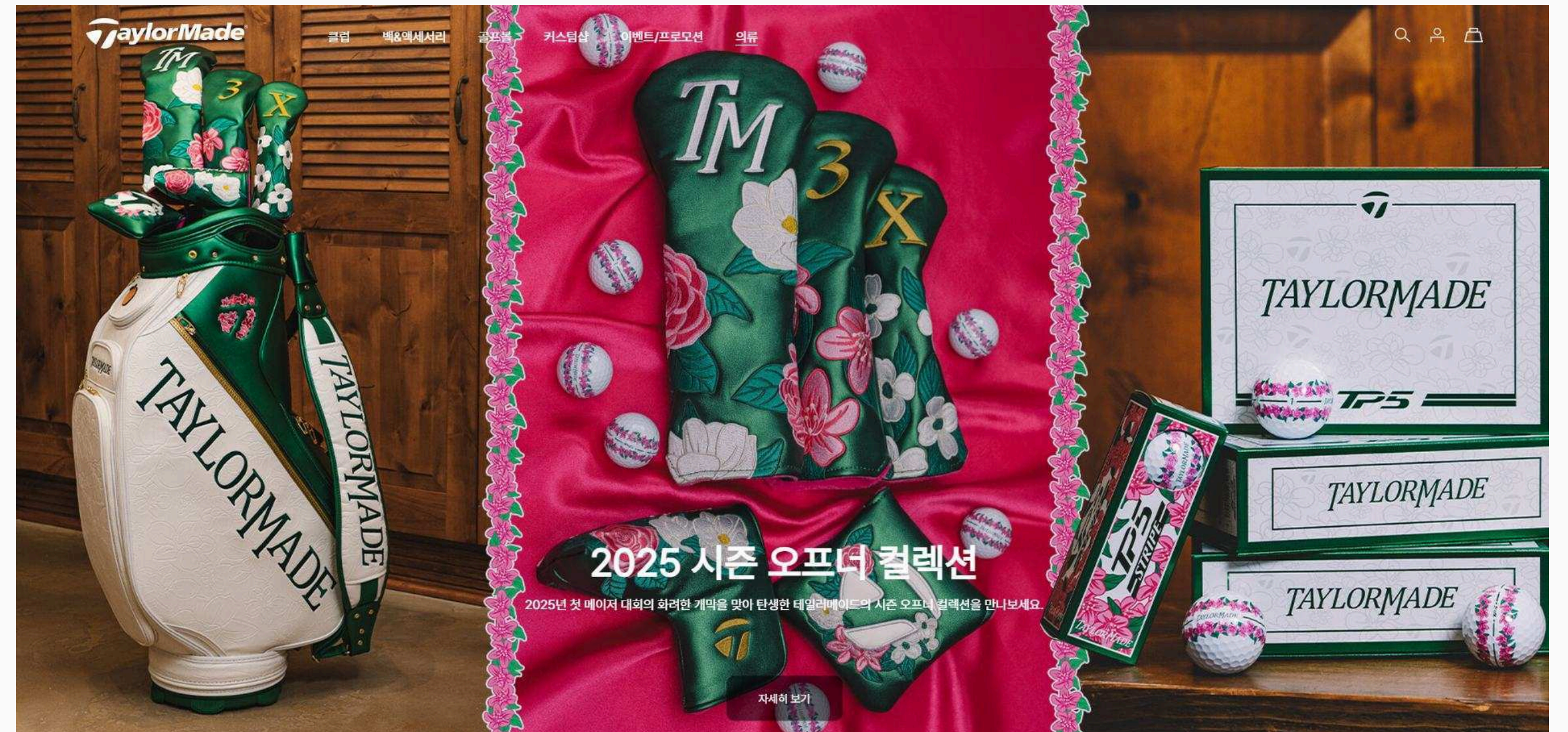


디자인

헤더 및 메인 비주얼

⇒ 의류 네비게이션 버튼 부분에 밑줄을 넣어 약간의 강조를 시켰고 헤더의 배경을 투명으로 설정해 메인 비주얼의 공간에 더해 넓고 시원한 첫 화면을 보여주도록 하였다.

⇒ 기존 메뉴버튼에 숨어져 있던 네비게이션 버튼들을 설치하였고 메인 비주얼을 마우스 클릭 채 슬라이드하면 다음 이미지가 나오도록 디자인 하였다.



아이디어 구상

섹션 1, 섹션 2

신규 아이템 섹션이 허전함이 많고 심심해 눈에 잘 들어오지 않는다.

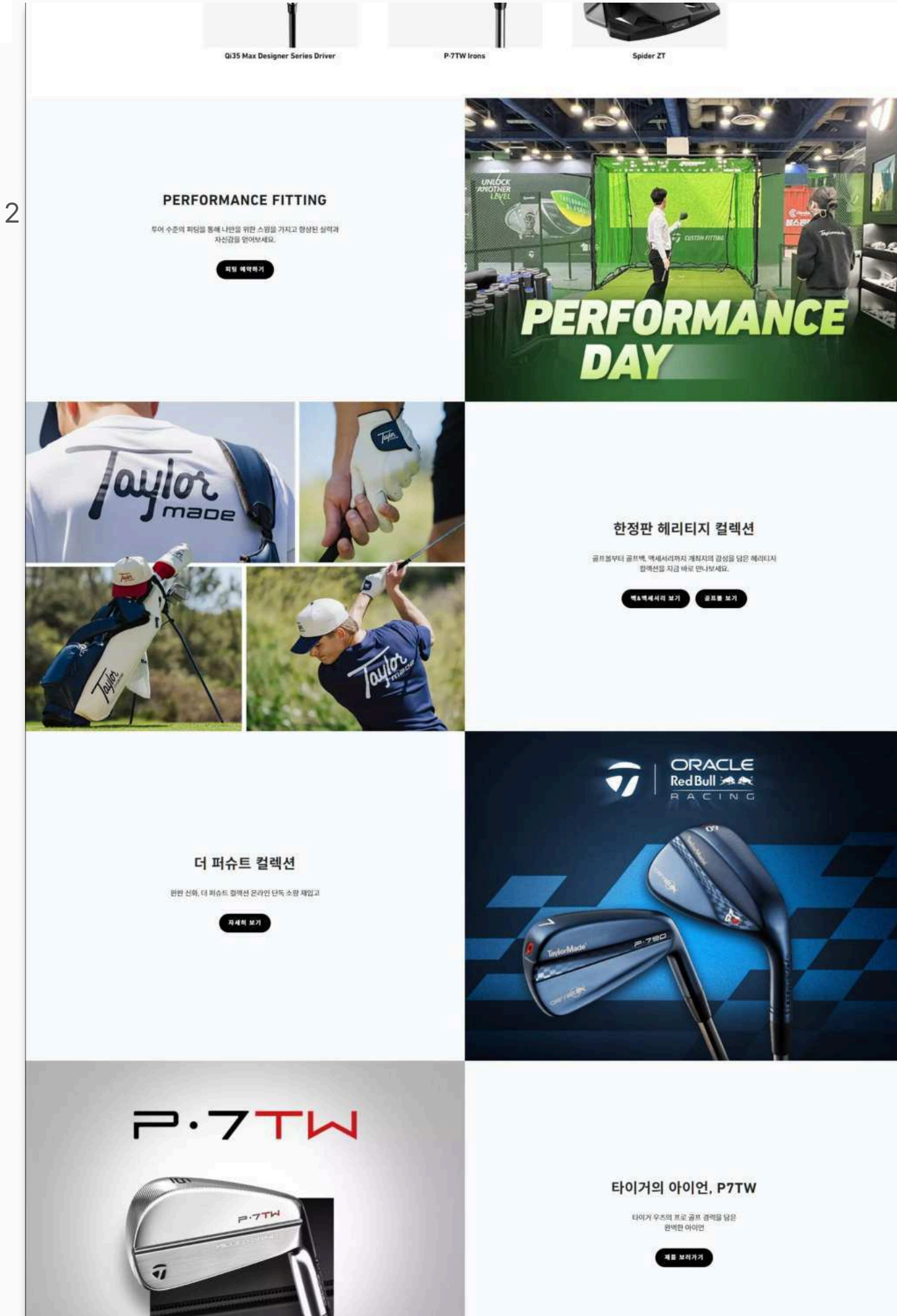
섹션 1



섹션 2

섹션-01에 비해 레이아웃을 심심하지 않게 표시 했지만 위 아래 섹션의 느낌이 너무 달라 어울리지 않는다.

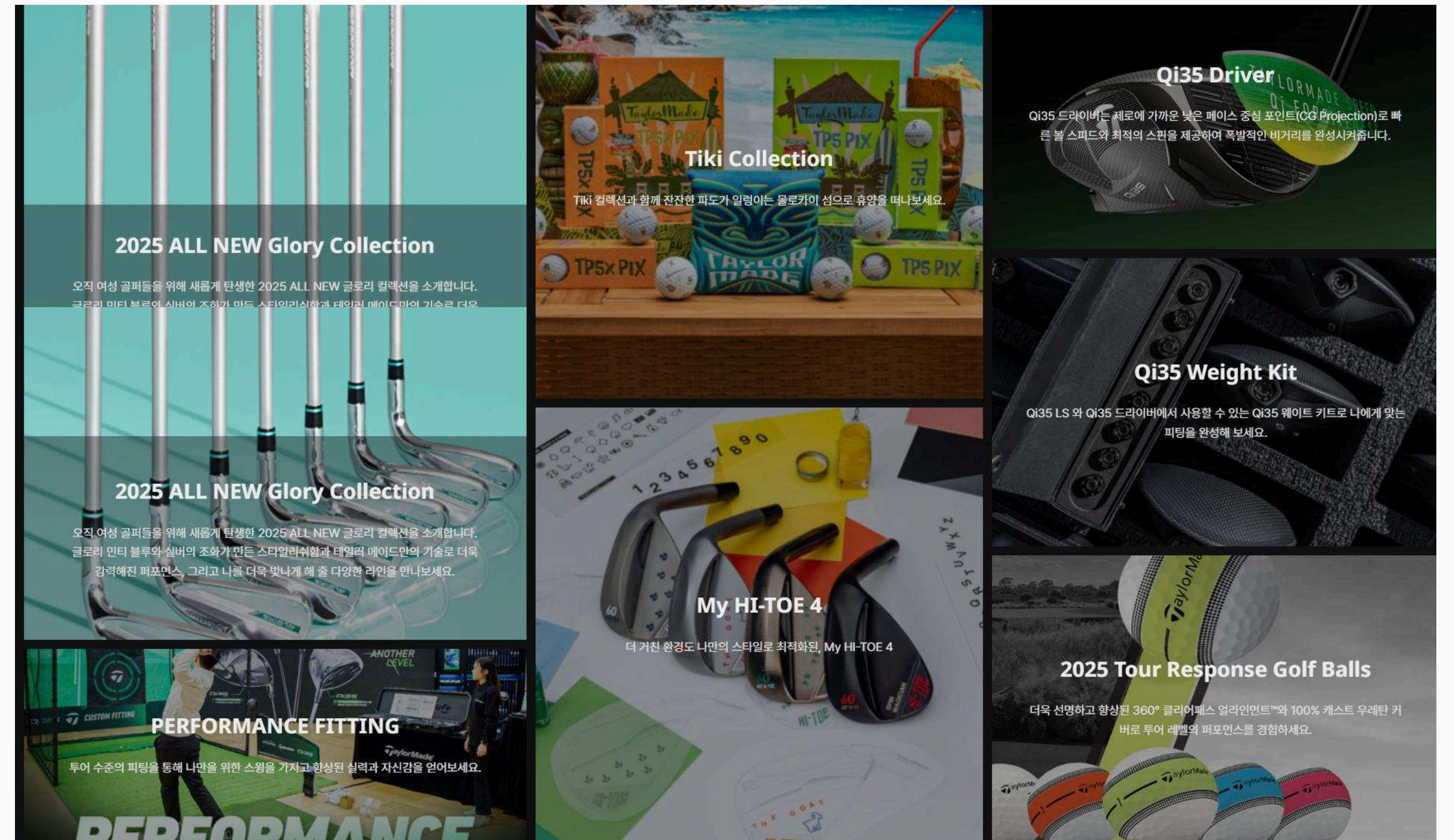
⇒ 섹션 2의 레이아웃이 맘에 들어 이와 비슷한 **벤토 레이아웃**을 적용해 섹션 1의 신규 아이템과 섹션 2의 아이템들을 한 섹션으로 합쳐서 공간의 불필요성을 줄이고 한눈에 보기 좋게 디자인 하였다.



디자인

섹션 1, 2

⇒ 기존 섹션 1 과 2를 통합시켜 한 섹션으로 만들었다. 트렌드 디자인 컨셉인 벤토레이아웃을 활용하여 정돈된 레이아웃과 큰 이미지와 함께 사용자의 눈에 확 띌 것이다. 이미지에 마우스 hover 시 이미지내 글자들이 올라가는 애니메이션을 추가하였다.

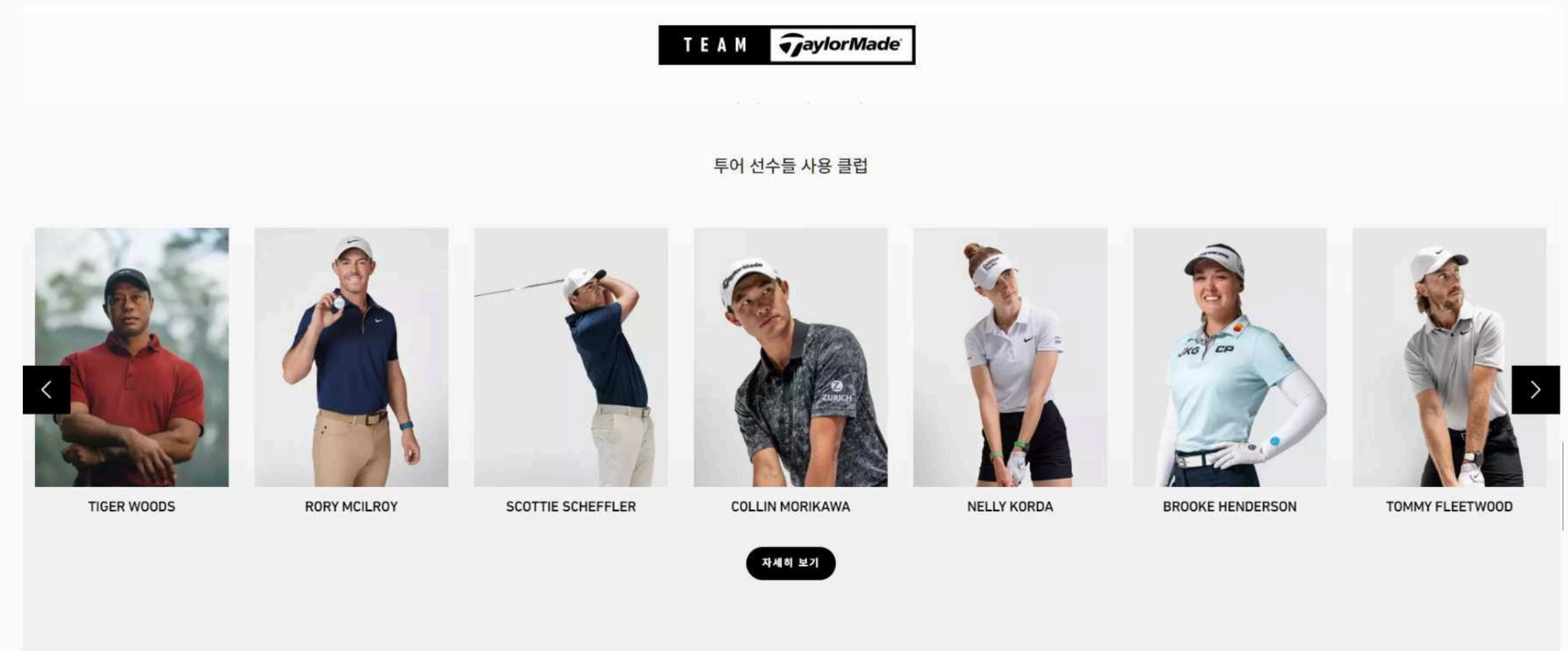


아이디어 구상

섹션 3

배너 메뉴 안에 숨어 있던 테일러메이드를 대표하는 선수들을 나타내는 로고인데 이를 잘 보여주지 못한다.

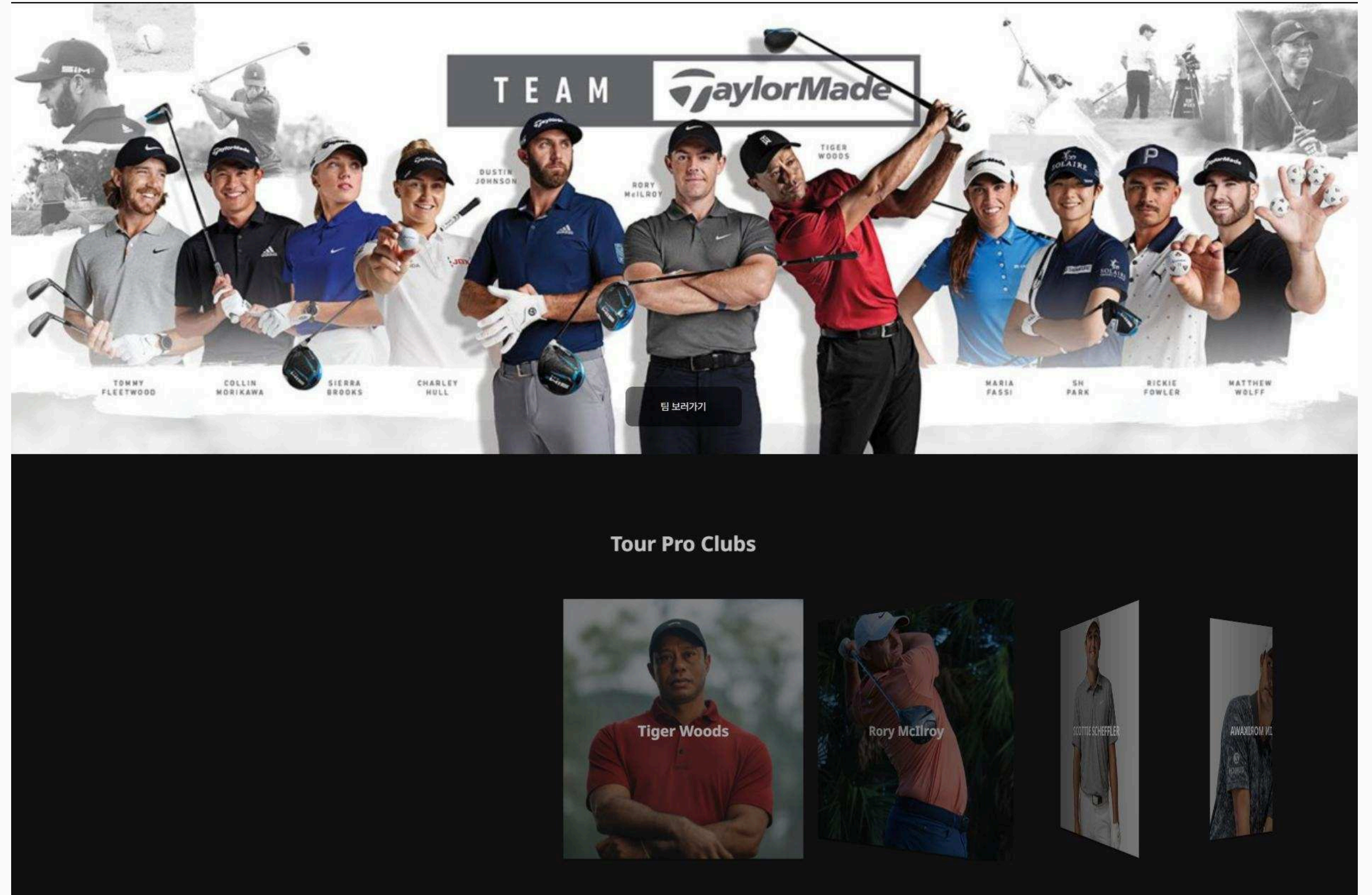
⇒ 팀을 잘 나타내는 로고와 이를 잘 보여줄 수 있는 대표 배경을 메인 섹션에 배치하여 쉽게 접할 수 있게 하고 선수들이 사용하는 클럽을 볼 수 있게 바로 밑에 배치하였다. 비주얼 아이디어션 콘셉트에 맞게 크고 시원한 배치를 하여 섹션간 통일감을 보여준다.



디자인

섹션 3

⇒ 팀의 느낌을 더 강조해주기 위해 이미지를 밑에 깔았고
그 밑으로 각각 선수들의 사용중인 골프 클럽을 볼 수 있게
마우스 슬라이드 형식으로 디자인 하였다.




아이디어 구상

섹션 4

최신 소식 섹션이 메인 제일 마지막에 있고 아이템들이 여러개가 있어 이것 또한 눈에 쉽게 잘 들어오지 않는다.

텍스쳐들 또한 크기와 굵기가 적절하지 않고 정돈되지 않아 난잡한 느낌을 준다.


최신 소식



스코티 셰플러, 스파이더 투어 X와 Qi35 7번 우드로 메모리얼 토너먼트 우승

스코티 셰플러가 뮤어필드 빌리지(Muirfield Village)에서 열린 메모리얼 토너먼트 마지막 날, 한 타 차 리드를 끝까지 지켜내며 우승을 차지했습니다.

[더 알아보기](#)




스코티 셰플러, PGA 챔피언십 제패... 시즌 세 번째 메이저 우승

스코티 셰플러가 PGA 챔피언십에서 우승하며 PGA 투어 통산 15번째 우승을 달성했습니다.


[더 알아보기](#)



국내 최초! 피팅과 라운드를 한 번에? | 테일러메이드 프리미엄 필드 테스트 체험기

국내 최초 맞춤형 피팅과 라운드를 결합한 테일러메이드 프리미엄 필드 테스트  TP5 엠베서더 직딩골프가 직접 체험한 생생한 현장 영상으로 확인하고 피팅 전후로 변화된 퍼포먼스를 사우스프링스CC 필드에서 경험해 보세요! 

[지금보기](#)



팀 테일러메이드 유해란 선수, LPGA 블랙 데저트 챔피언 우승

팀 테일러메이드 유해란 선수가 26언더파 262타를 기록하며 LP 블랙 데저트 챔피언십에서 우승했습니다. 라운드 내내 1위를 유감없이 지켜와 이어 두 와이어 우승을 차지한 유해란 선수는 4번째 라운드 10 페어웨이 안착율로 정확한 샷을 선보였습니다.

[더 알아보기](#)

⇒ 여러 개의 아이템을 한번에 보여주는 대신 아이템 하나씩 크기를 키워 슬라이드 형식으로 넘겨 볼 수 있게 배치하여 섹션 마지막까지 시원한 느낌을 주도록 한다.

⇒ 그만큼 텍스쳐들이 가지는 공간이 많아져 크고 넓게 가져 눈에 더 잘 들어오고 정돈된 느낌을 주도록 한다.

⇒ 여러 개의 아이템을 한번에 보여주는 대신 아이템 하나씩 크기를 키워 슬라이드 형식으로 넘겨 볼 수 있게 배치하여 섹션 마지막까지 시원한 느낌을 주도록 한다.



로리 맥길로이, TP5 골프볼과 스파이더 투오 비치에서 우승

로리 맥길로이(Rory McIlroy)가 낫은 조건과 치열한 경쟁을 뚫고 AT&T 페블(AT&TPebble Beach Pro-Am)에서 자신의 27번째 PGA 투어 우승을 차지. 보기 없이 65타를 기록한 맥길로이는 마지막 라운드에서 66타를 기록하여 최(66-70-65-66), 2타 차로 우승을 확정했습니다. 이번 승리로 맥길로이는 P속 우승을 달성했습니다.

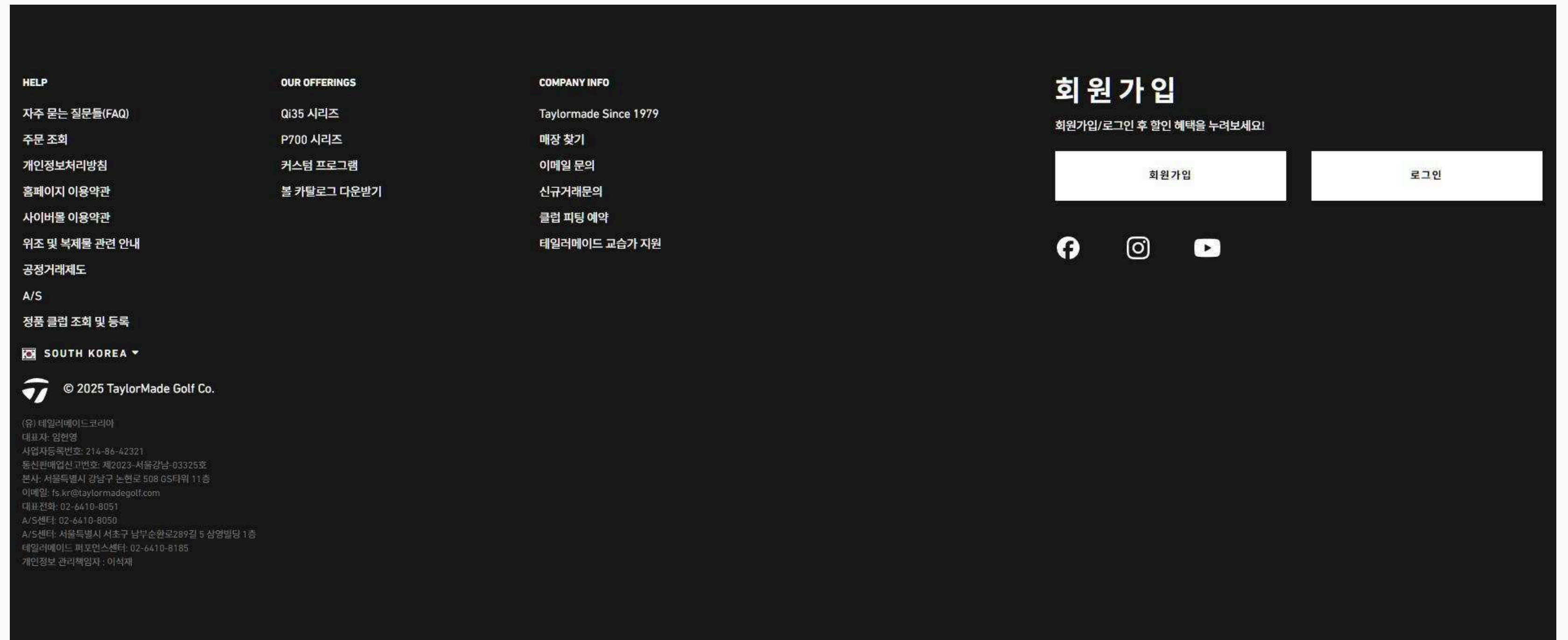
[더 보러가기 →](#)

아이디어 구상

푸터

회원가입 탭이 헤더 영역에도 있어 풋터에 굳이 있을 필요 없을거같다.

좌로 정렬되어 있어 메인 섹션들과 잘 어울리지 못하는거같다.

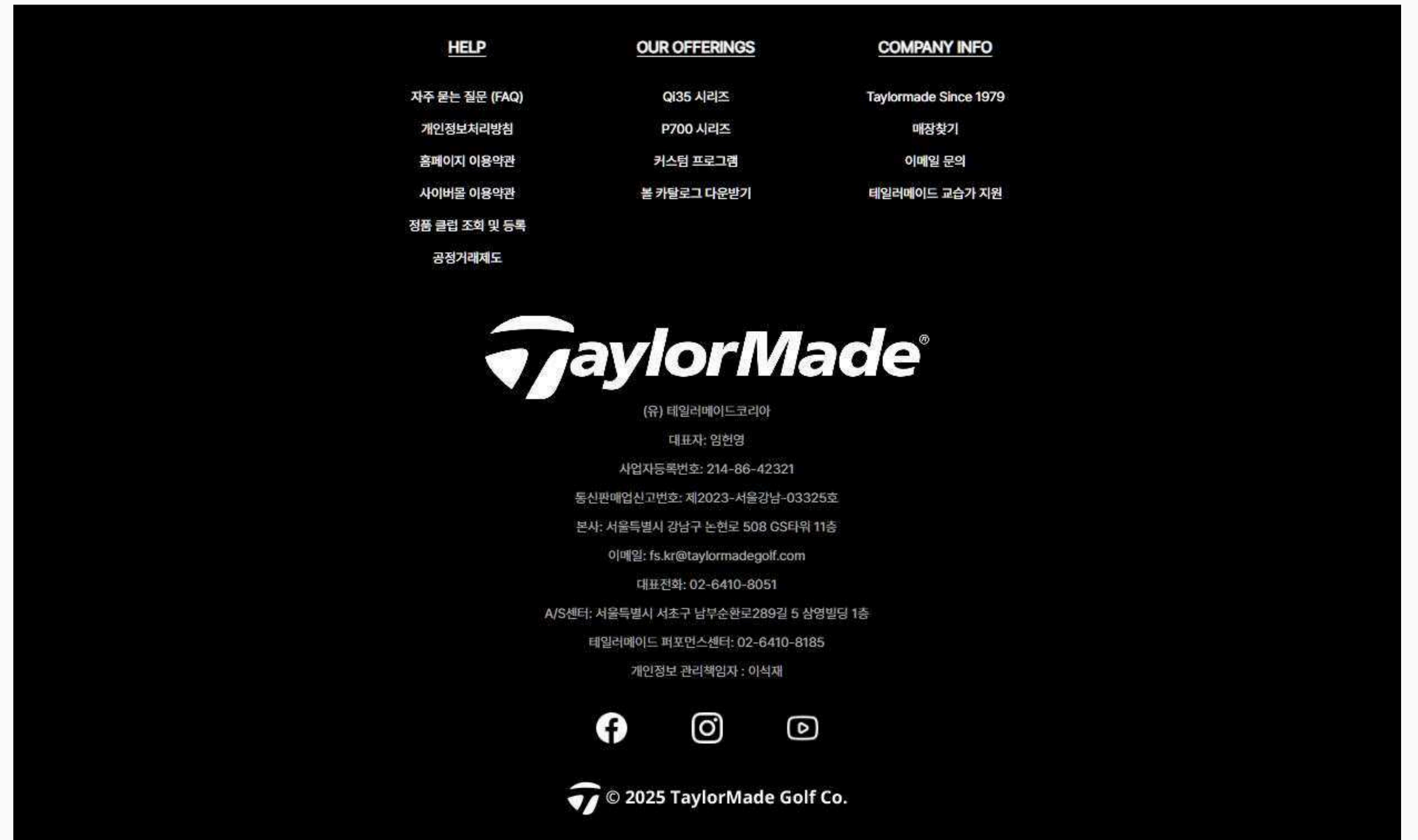


⇒ 모든 텍스트처들을 가운데로 정렬시켜 메인 섹션들과 같이 통일감을 주고 로고를 크게 배치하여 다시금 브랜드를 눈에 인식 시켜줘 인상을 준다.

디자인

푸터

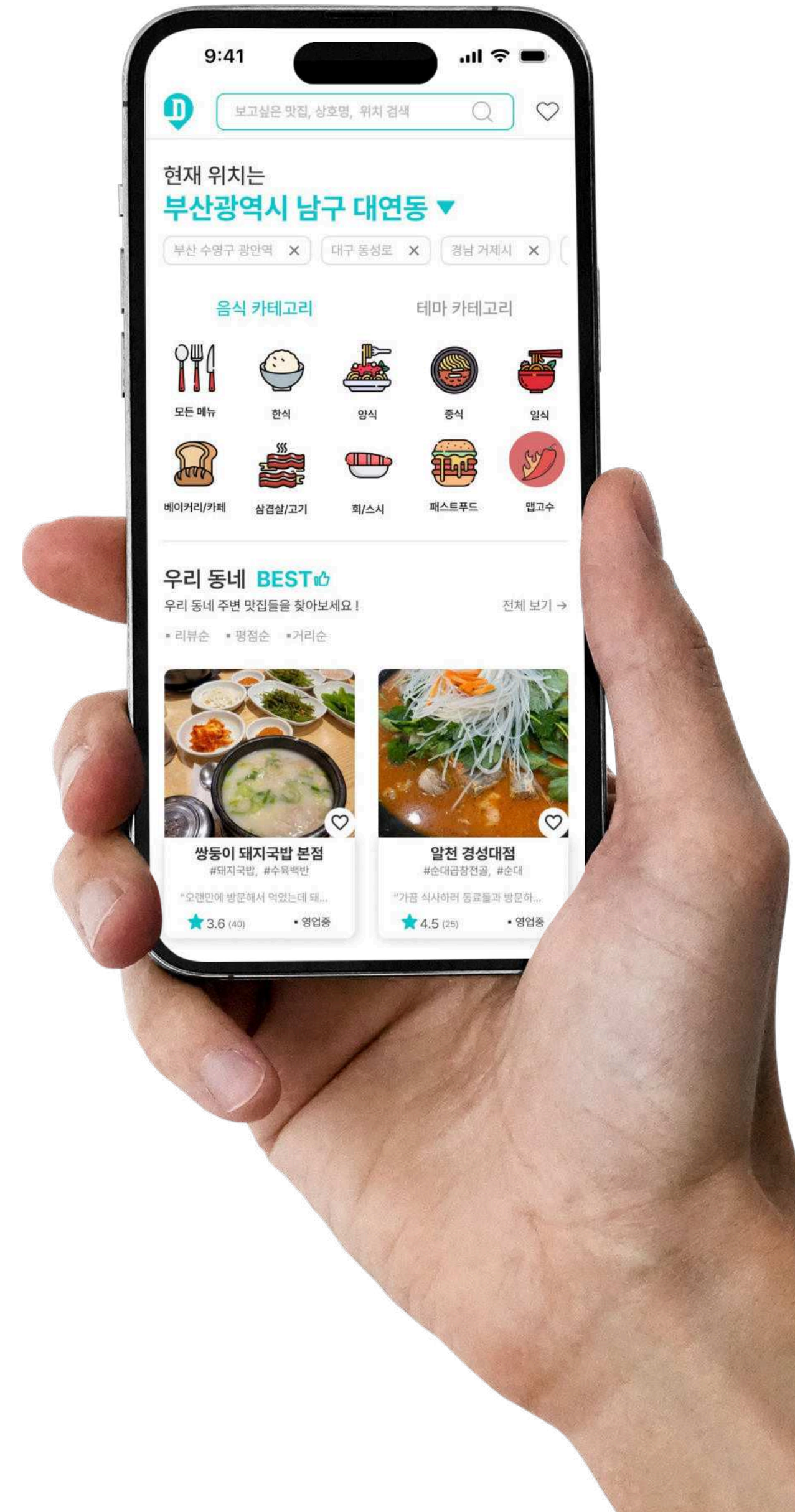
⇒ 모든 텍스트들을 가운데로 정렬시켜 메인 섹션들과 같이 통일감을 주고 로고를 크게 배치하여 다시금 브랜드를 눈에 인식 시켜줘 인상을 준다.





다이닝코드

빅데이터 맛집검색은 물론 취향저격 맛집추천까지,
믿을 수 있는 맛집 포털 다이닝코드



워크플로우

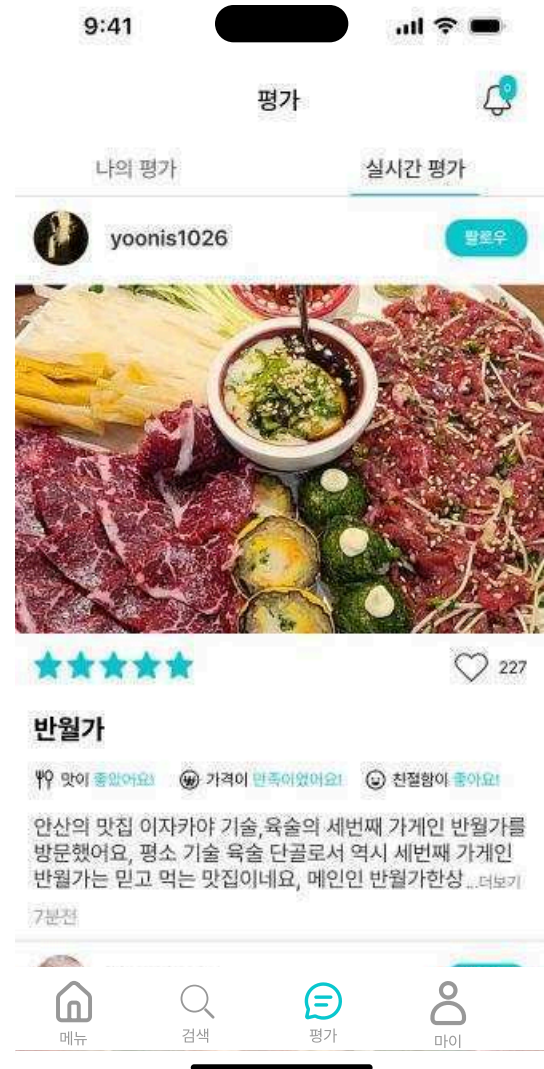
- 평가, 마이페이지



시작화면



메인페이지



평가페이지



마이페이지

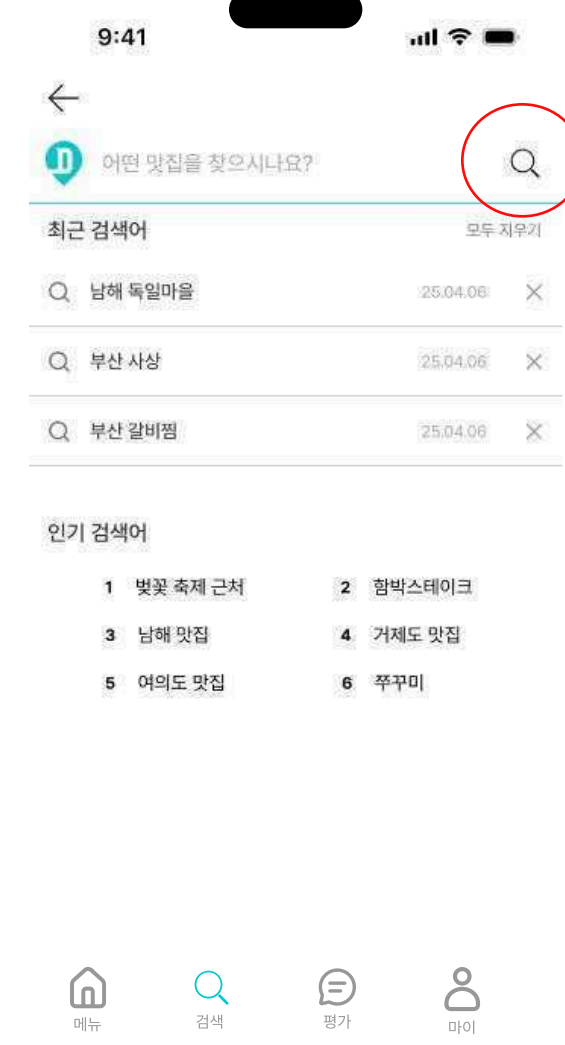


워크플로우

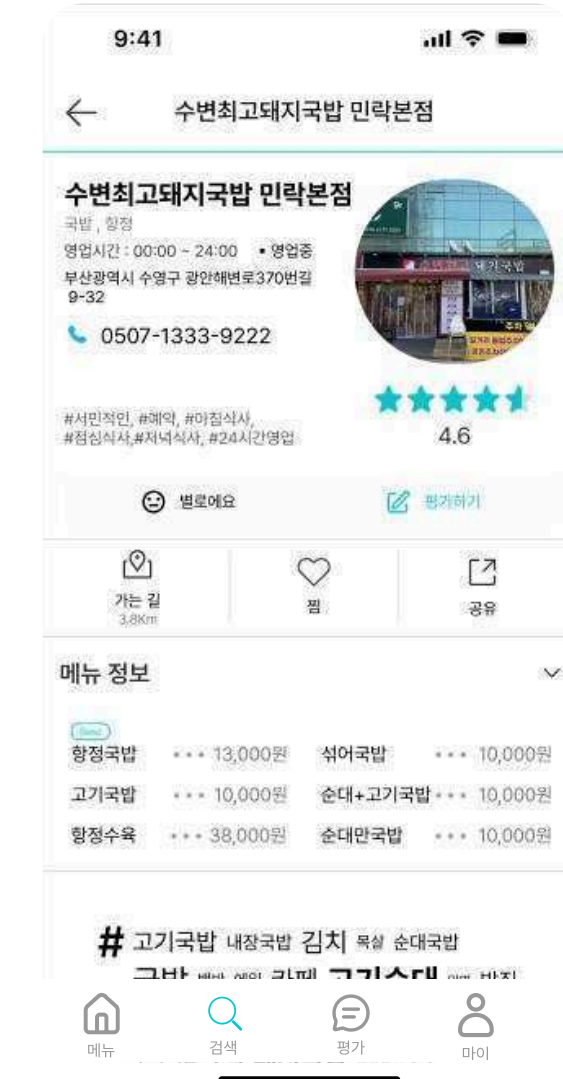
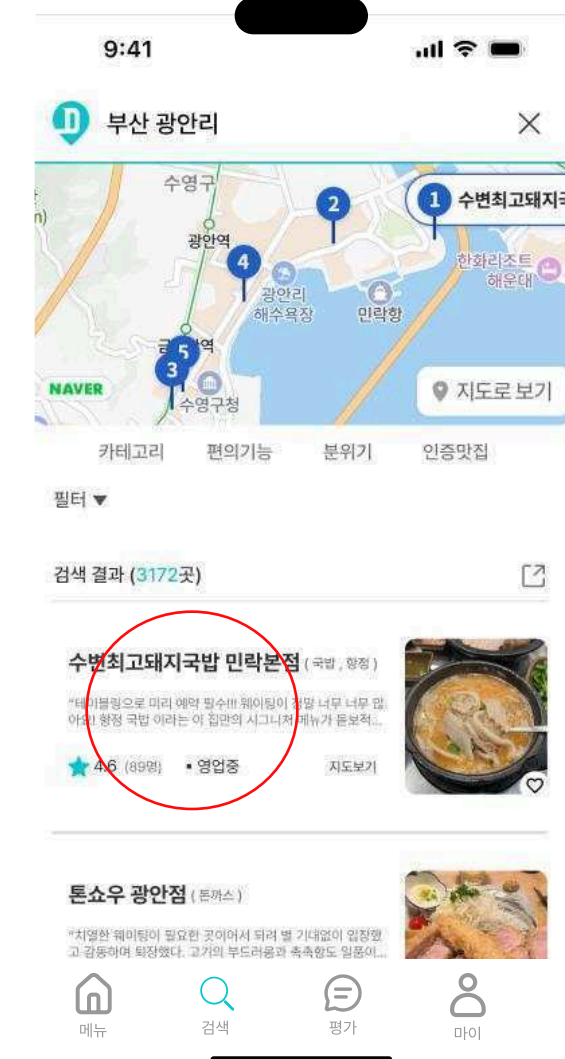
- 검색페이지



메인페이지



검색페이지

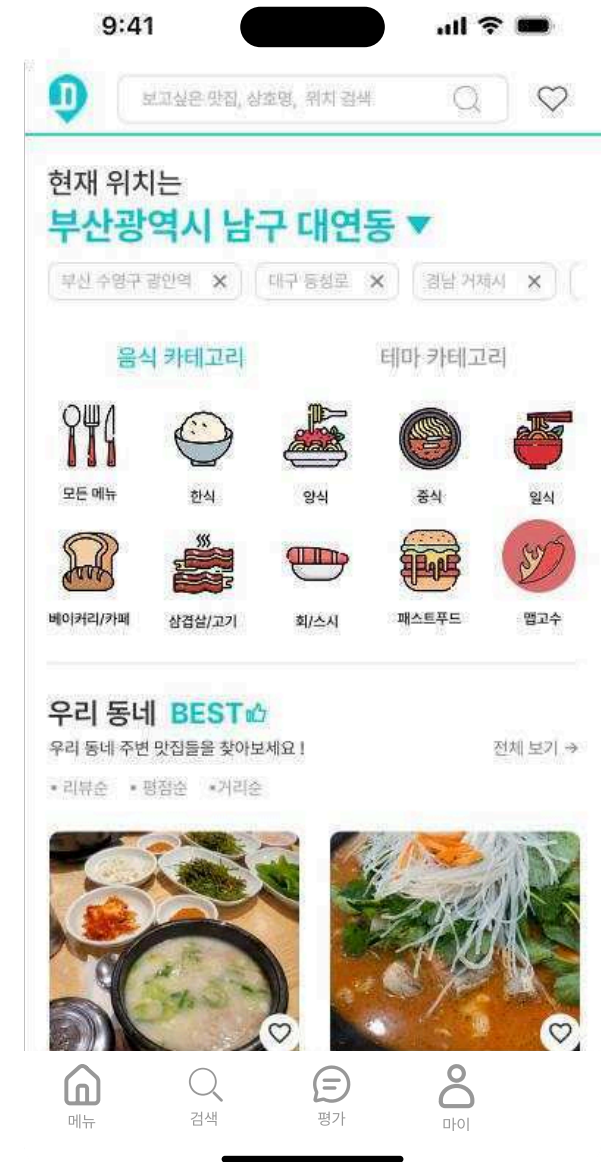


상세페이지

온보딩

- 메인페이지

메인에서는 전반적으로 사용자의 위치에 따른 서비스를 제공하며 주변의 맛집들을 우선적으로 보여줍니다.



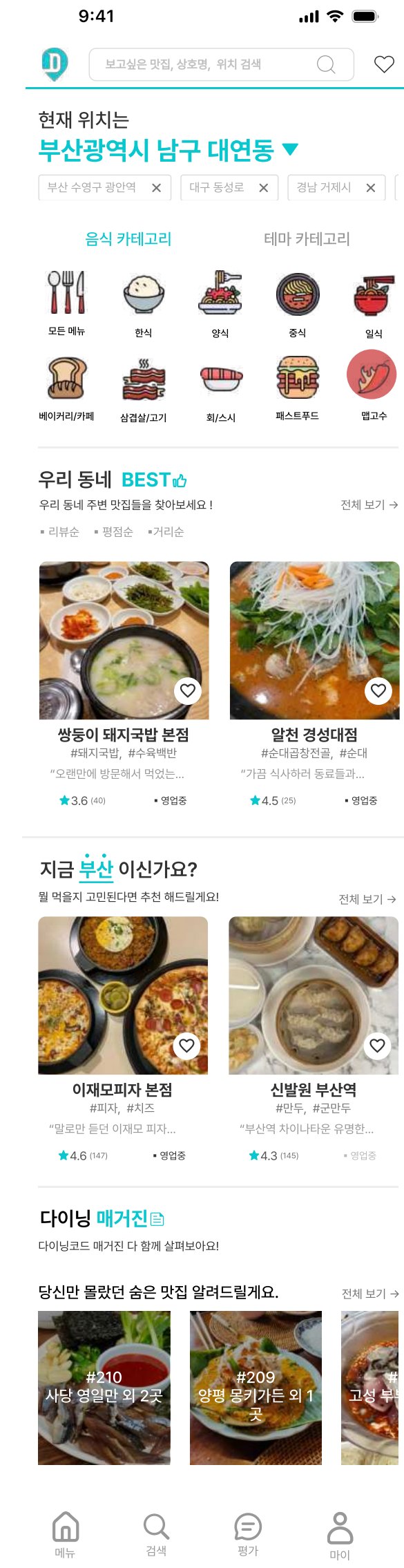
사용자의 **현재 위치**를 바로 설정할 수 있어요.

메인 페이지에 **카테고리 메뉴들**을 추가하여 빠르고 간편하게 찾아볼 수 있어요.

사용자의 **현재 위치**를 기준으로 주변 가까운 거리에 있는 맛집을 추천해줘요.

사용자의 **현재 위치**에서 **더 넓은 범위의 맛집**들을 추천해줘요. ex) 부산 광안리 → 부산광역시 전체

웹에서만 있던 소식들을 **모바일로도 볼 수 있게** 사진을 추가하여 쉽게 찾아볼 수 있어요.



온보딩

- 검색페이지

검색페이지에서는 사용자가 원하는 정보를 한번에 볼 수 있도록 디자인적인 기능들과 배치를 수정하였습니다.



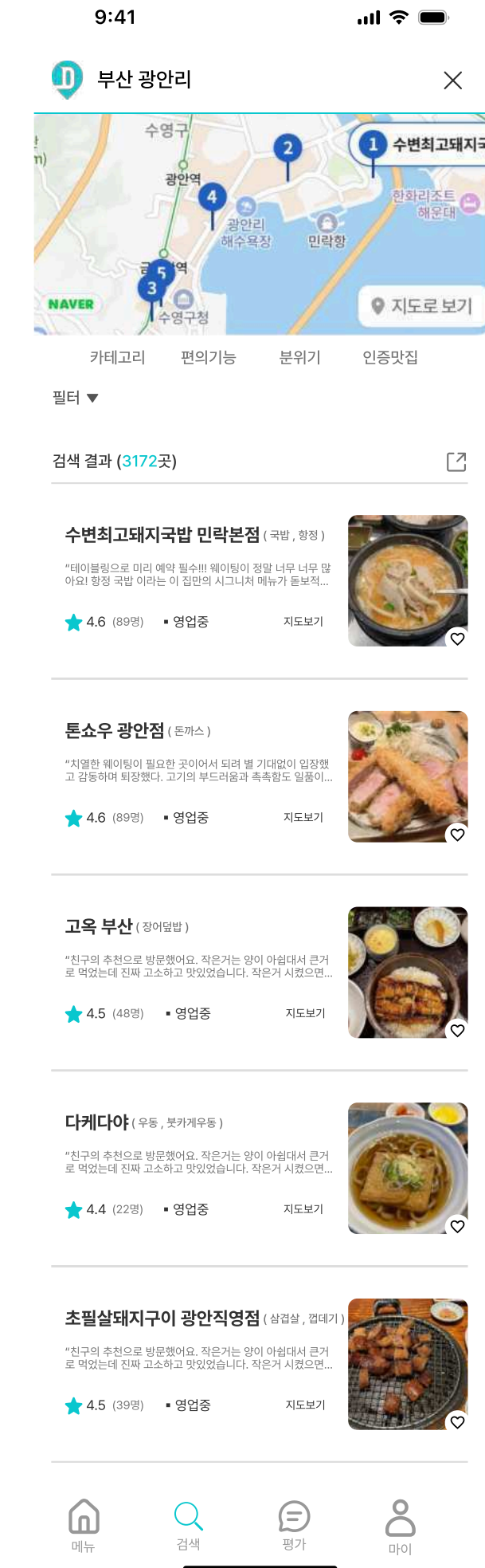
맛집 위치를 보여주는 지도를 제일 최상단으로 배치하여 **편의성**을 높였습니다.

번잡한 카테고리들을 정리하여 **가장 필요하고 많이 쓰는 기능들만 바로 선택**할 수 있게 배치 하였습니다.

사용자의 **검색어에 따른 결과를 보여주는 리스트**예요.

페이지의 전체적인 색상을 **메인 색상과 블랙 색상 계열 2개만**을 사용해 깔끔한 느낌을 줬어요.

꼭 필요한 정보들을 제외한 **나머지 정보들은 상세페이지에 넣어 여백**을 줬어요.



온보딩

- 검색페이지

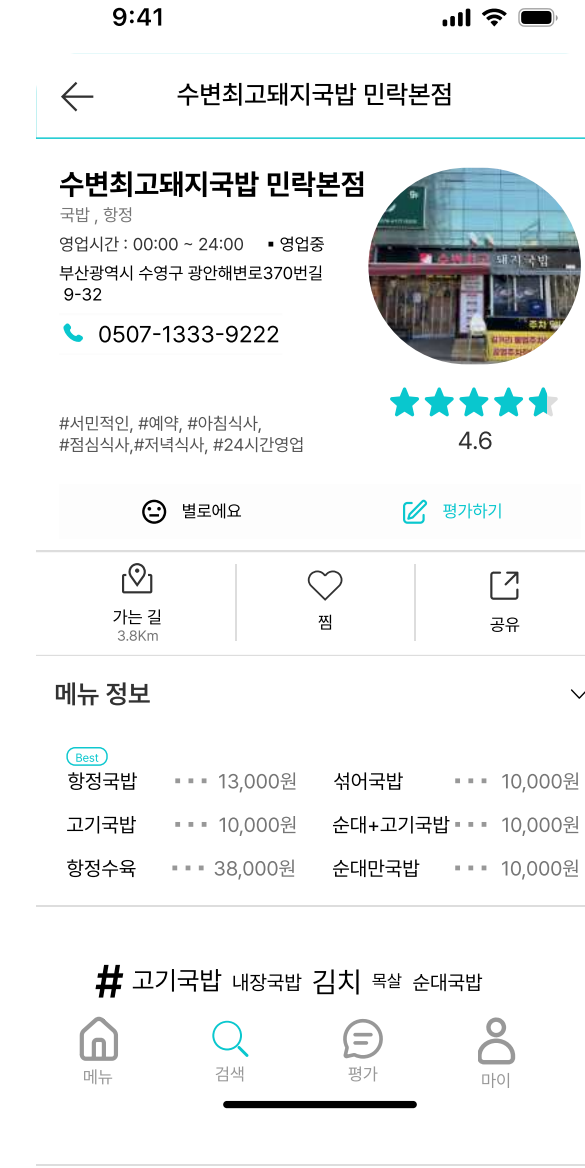
검색페이지에서는 사용자가 원하는 정보를 한번에 볼 수 있도록 디자인적인 기능들과 배치를 수정하였습니다.



맛집에 대한 대표 이미지와 텍스트 색상의 차이를 줘 필요한 정보들이 쉽게 눈에 띄게 했어요.

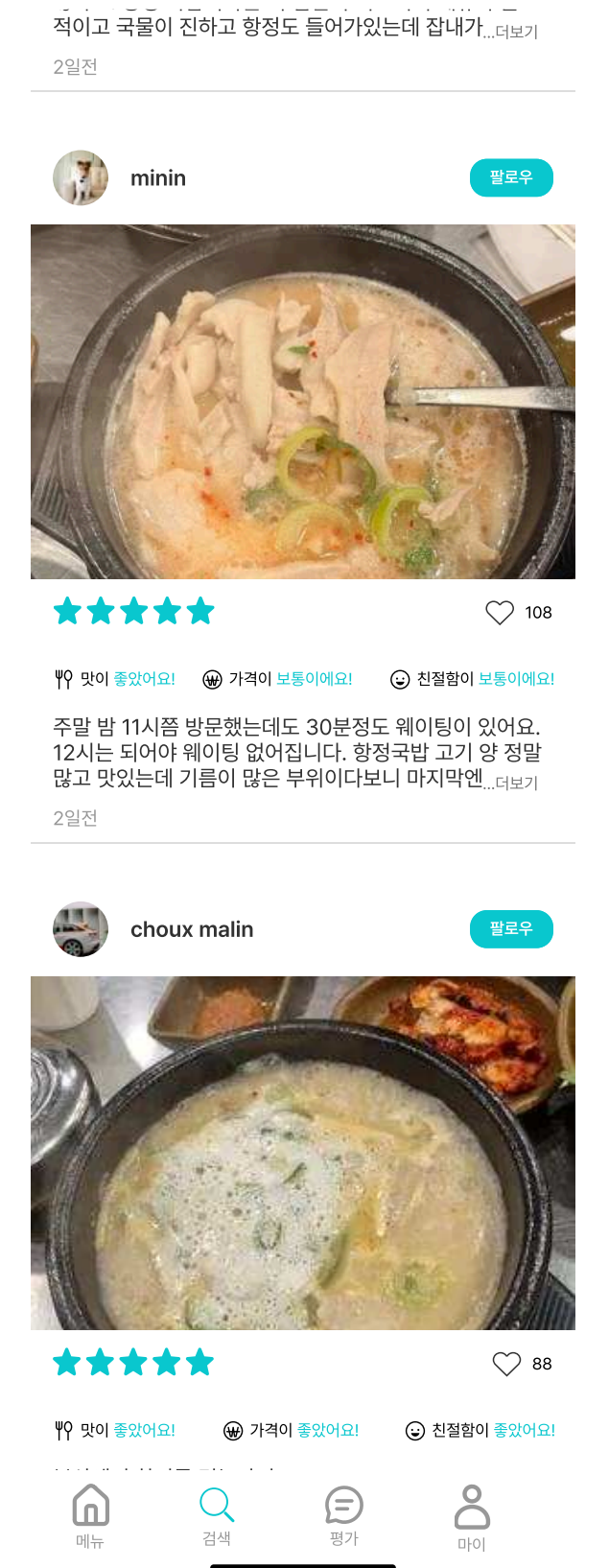
버튼들의 속성들을 영역별로 나눴어요.

맛집에 대한 메뉴들을 두줄로 나눠 편의성을 높였어요.



깔끔한 느낌을 주기 위해 색상을 두가지로 통일하였습니다.

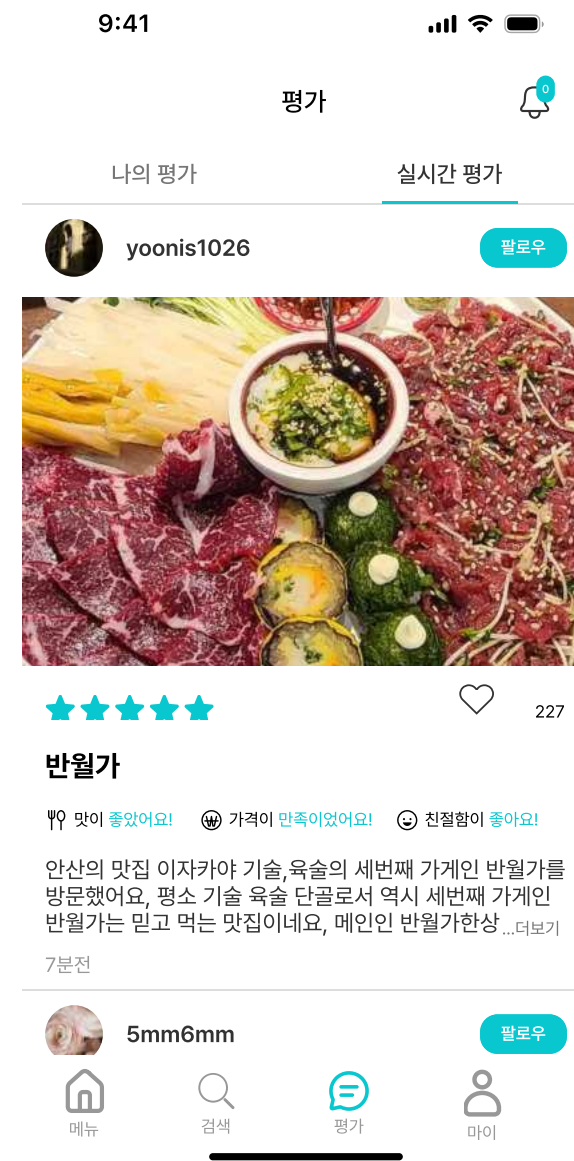
후기에 대한 정보들의 이미지를 줄이고 텍스트로 나열 하였습니다.



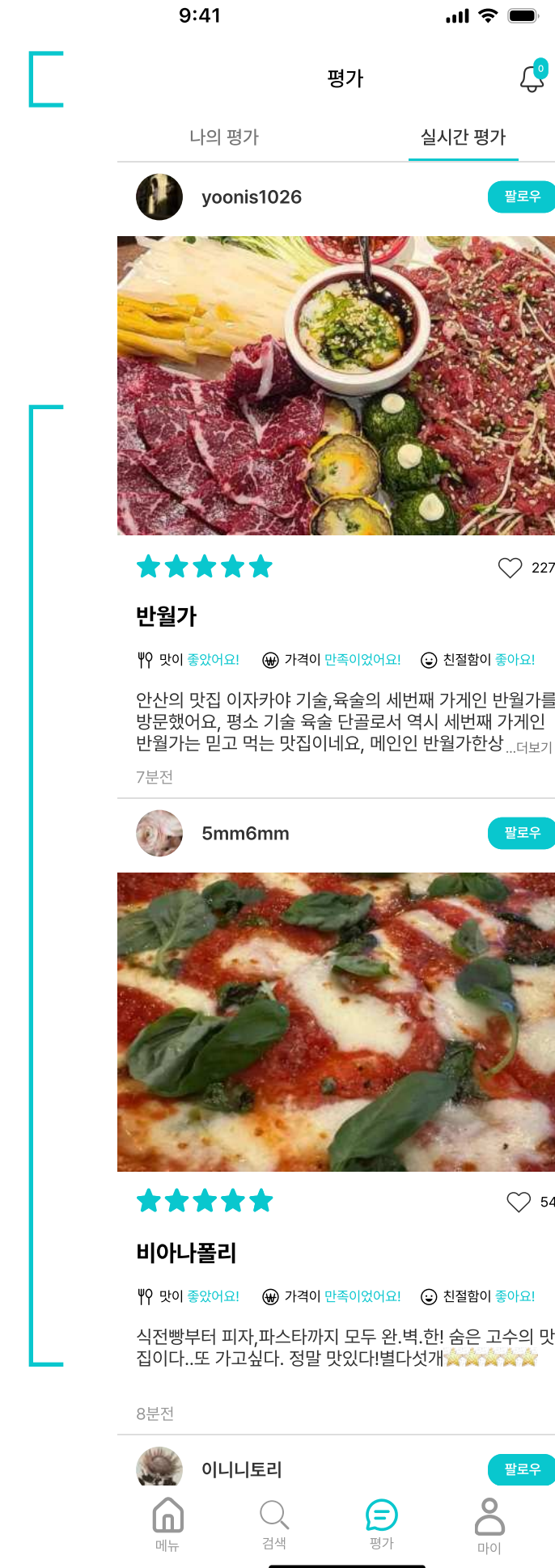
온보딩

- 평가페이지

평가페이지는 다른 사용자들의 실시간 후기들을 볼 수 있어요.



평가페이지에 대한 알림을 아이콘으로 바꿨어요.



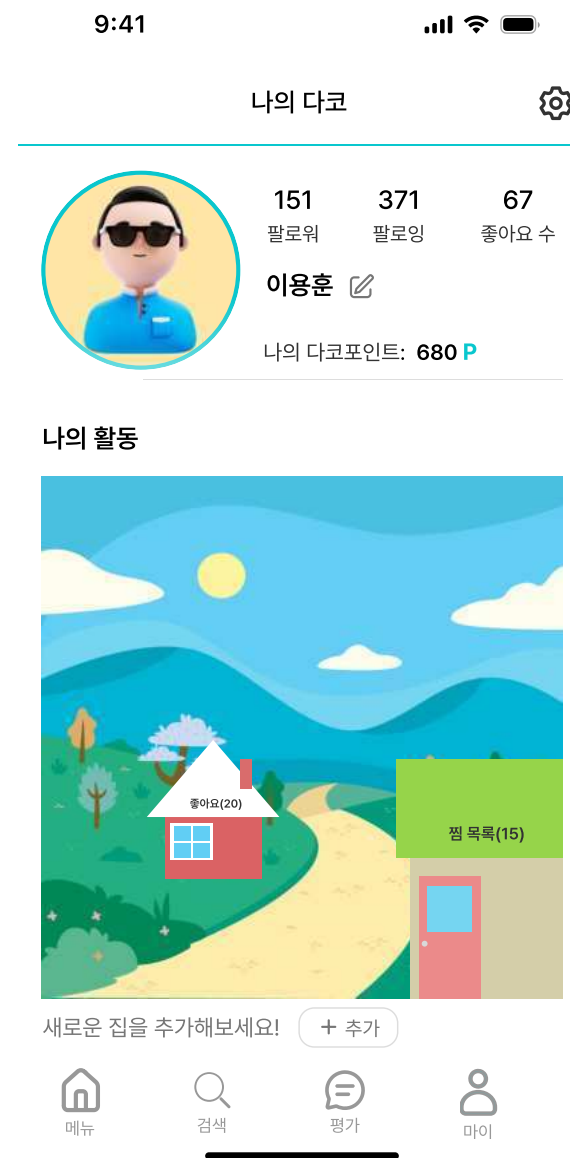
검색페이지의 후기페이지와 동일하게 바꿨어요.



온보딩

- 마이페이지

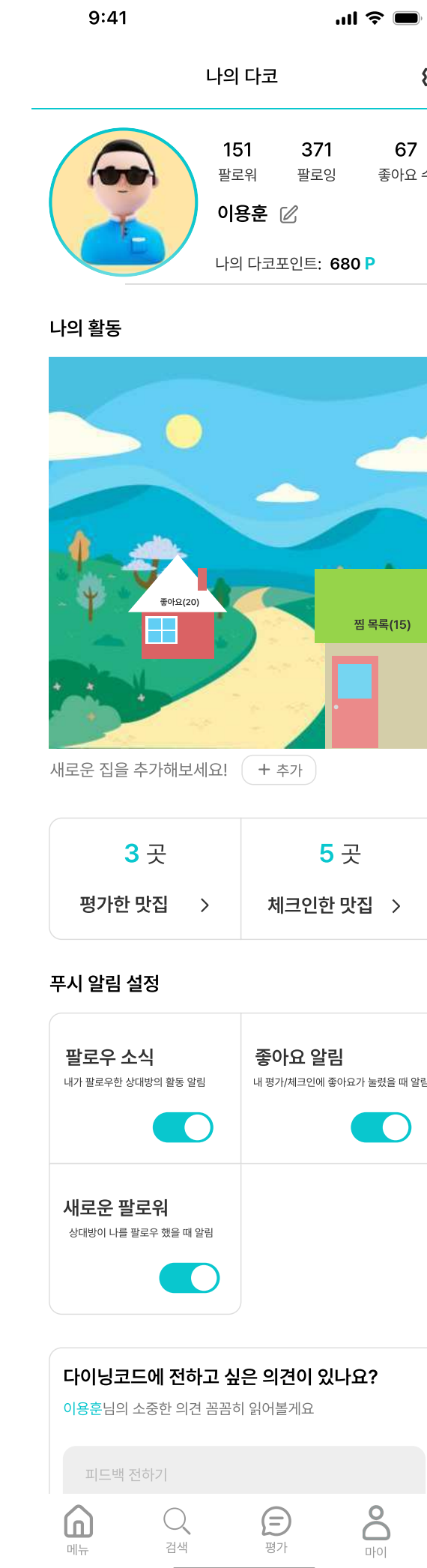
마이페이지는 나의 활동을 볼 수 있고 닉네임과 다코포인트 등 나에 대한 정보를 보는 페이지예요.



다소 심심했던 마이프로필에 메인 색상을 포인트로 주고 정보들을 정렬하여 깔끔한 느낌을 줬어요.

기존의 활동들을 담은 폴더를 좀 더 재밌게 표현하고 잘 활용하고자 폴더를 집이라는 표현을 썼어요.

각각의 영역들을 넓게 확장하고 아이콘들을 없애 사용자들이 편하게 사용할 수 있도록 깔끔한 느낌을 추가했어요.



프로토타입

디자인: figmaURL : <https://www.figma.com/design/dJgKrdfXVBOUv4mLkqzylo/%EB%8B%A4%EC%9D%B4%EB%8B%9D%EC%BD%94%EB%93%9C?node-id=2-9&t=GOh8ocXuCKo9wG36-0>

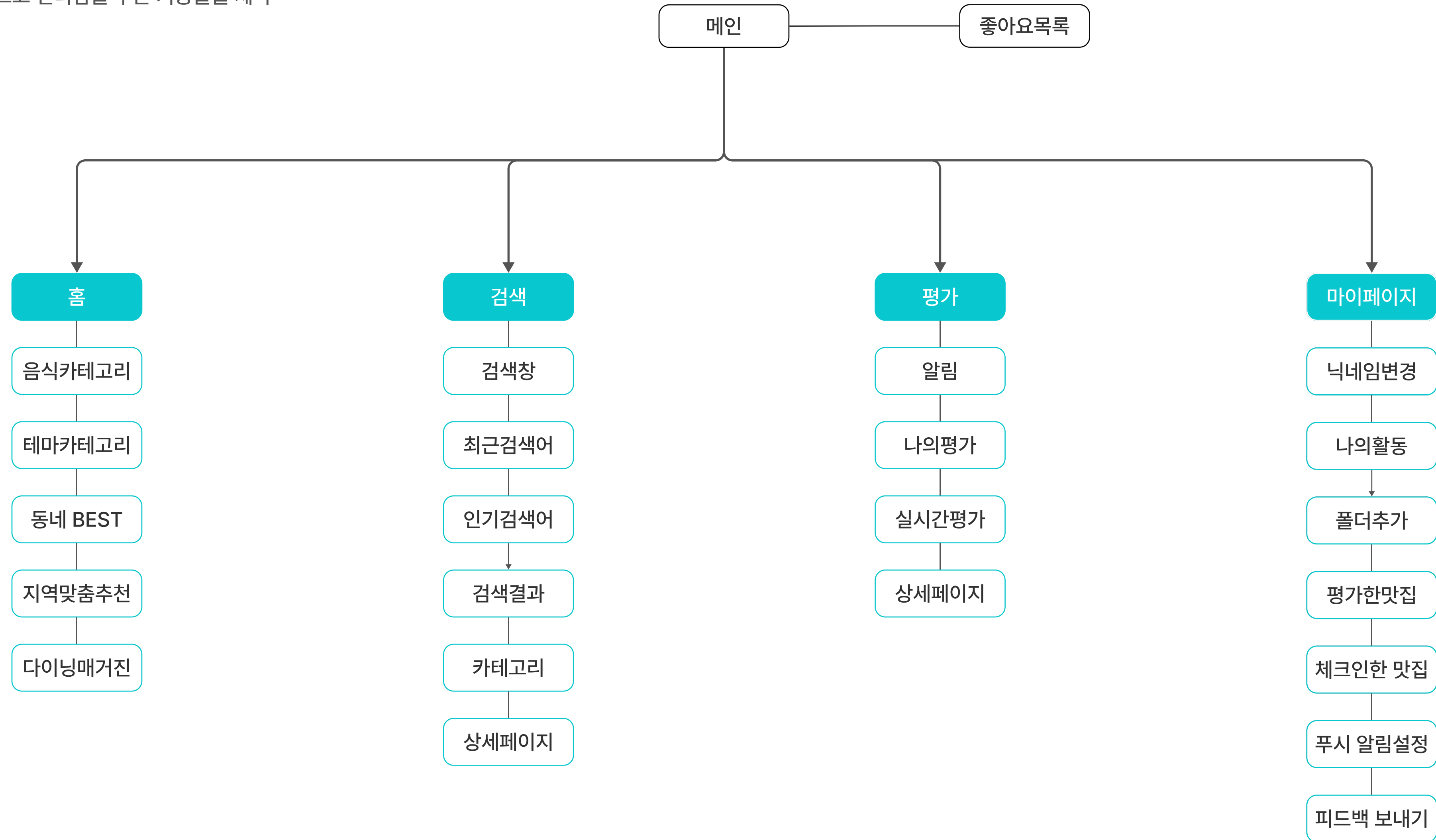
프로토타입:



메뉴구성 사이트맵



사용자들의 니즈에 맞게 자주쓰고 편리함을 주는 기능들을 제작



스타일가이드

폰트	프리텐다드 pretendard
Regular	맛집이 궁금할땐 다이닝 코드
Medium	맛집이 궁금할땐 다이닝 코드
Semi Bold	맛집이 궁금할땐 다이닝 코드
Bold	맛집이 궁금할땐 다이닝 코드

컬러					
					
#0AC7CE 메인컬러	#000000	#333333	#777777	#999999	
					
#AAAAAA	#BBBBBB	#DDDDDD	#EEEEEE	#FFFFFF	

아이콘



버튼



컴포넌트

메인

음식 카테고리

음식 카테고리

모든 메뉴 한식 양식 중식 일식
베이커리/카페 삼겹살/고기 회/스시 패스트푸드 맵고수

테마 카테고리

테마 카테고리

단체예약 데이트 고급레스토랑 애견동반 고급호텔
다이어트 미쉐린 인증맛집 술안주 혼밥/술

이재모피자 본점
#피자, #치즈
"말로만 듣던 이재모 피자 방문했..."
★ 4.6 (147) 영업중

#210
사당 영일만 외 2곳

부산 수영구 광안역

리뷰순 리뷰순

서브페이지-검색

어떤 맛집을 찾으시나요?

수변최고돼지국밥 민락본점 (국밥, 한정)

★ 4.6 (89평) 영업중 지도보기

테이블링으로 미리 예약 필수!!! 웨이팅이 정말 너무 너무 많아요! 한정 국밥이라는 이 집만의 시그니처 메뉴가 돋보적이고 국물이 진하고 향정도 들어가있는데 잡내가...더보기

테이블링으로 미리 예약 필수!!! 웨이팅이 정말 너무 너무 많아요! 한정 국밥이라는 이 집만의 시그니처 메뉴가 돋보적이고 국물이 진하고 향정도 들어가있는데 잡내가 하나도 안났습니다! 맛보기 한정 수육도 국밥 먹으면서 먹기 좋은 양! 부산가면 한번쯤 먹어볼만한 국밥입니다.

팔로우 팔로우

카테고리 편의기능 분위기 인증맛집

카테고리 편의기능 분위기 인증맛집

전체 한식 양식 중식 일식 고깃집 분식
패스트푸드 카페 횃집 해산물 해외음식 술집
뷔페

메뉴 정보

Best

항정국밥 ... 13,000원 쇠어국밥 ... 10,000원
고기국밥 ... 10,000원 순대+고기국밥 ... 10,000원
항정수육 ... 38,000원 순대만국밥 ... 10,000원

메뉴 정보

Best

항정국밥 ... 13,000원 쇠어국밥 ... 10,000원
고기국밥 ... 10,000원 순대+고기국밥 ... 10,000원
항정수육 ... 38,000원 순대만국밥 ... 10,000원
수육 대 ... 35,000원 모듬국밥 ... 10,000원
수육 중 ... 28,000원 어린이국밥 ... 5,000원
맛보기항정 ... 17,000원 수백 ... 12,000원
맛보기수육 ... 12,000원 항정수백 ... 15,000원
순대(대) ... 18,000원
순대(중) ... 13,000원
맛보기순대 ... 7,000원
내장국밥 ... 10,000원

전체 한식 양식 중식 일식 고깃집 분식
패스트푸드 카페 횃집 해산물 해외음식 술집
뷔페

주차 개별음 24시영업 애견동반 야외좌석
대형음 놀이방 발렛가능 예약가능 노키즈존
무선인터넷 모바일페이 가능

고급스러운 조용한 예쁜 뷰가좋은 이색적인
시골벽직한 전통적인 트랜드한 낭만있는 비즈니스
다코순은맛집 수요미식회 성시경의먹을텐데
백종원3대천왕 미쉐린 최자로드 백종원의골목식당
흑백요리사 생활의달인 한국인의밥상 맛있는너식들

목차

- 1 브랜드 소개
- 2 앱 사이트 문제점
- 3 경쟁사 조사
- 4 경쟁사 앱 장단점



1. 브랜드 소개

다이닝 코드는 빅데이터를 기반으로한 전국 지역의 맛집을 찾고 검색할 수 있는 서비스를 제공하는 플랫폼이다.

2014 - 07 설립

2016 - 08 MAU 100만명 달성 (사용자 기준 맛집앱 1위)

2017 - 06 새로운 맛집 평가 시스템 도입

2018 - 01 등록식당 30만개 돌파

- 12 등록식당 40만개 돌파

다이닝코드

1. 브랜드 소개



- 신뢰성

타 브랜드 서비스와 다르게 광고가 없고 사용자들의 리뷰와 평가 데이터를 분석하여 높은 신뢰성



- 사용자 맞춤형 서비스

방문 기록 및 선호 음식등을 반영해 개인 맞춤 추천 서비스

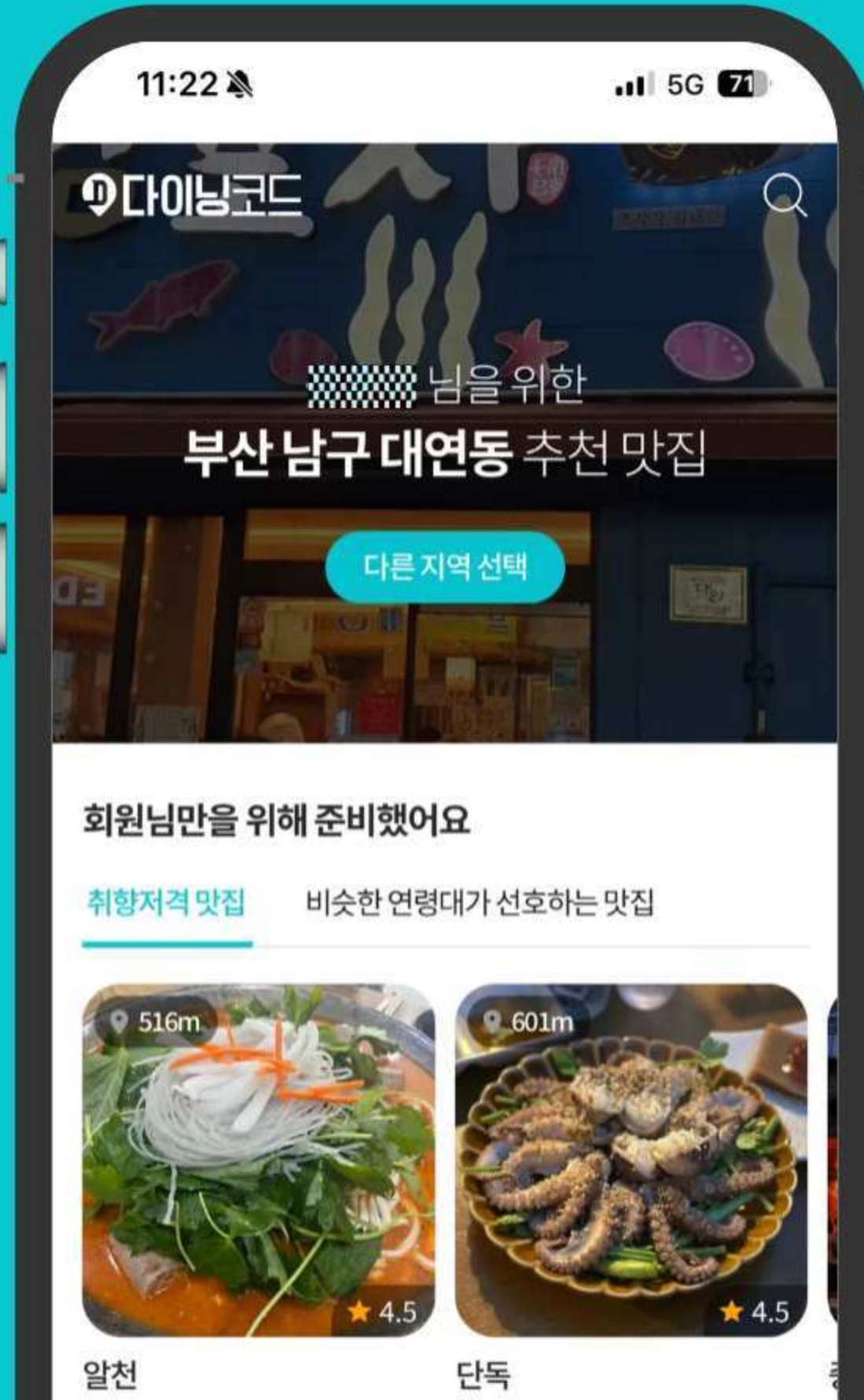


- 진짜 맛집 추천

블로그, SNS 리뷰를 분석하고 자체 가짜 리뷰 필터링 시스템 적용

2. 앱 사이트 문제점

여러가지 지역을 마킹해두고 볼 수 있는 서비스가 없다.



메인 페이지에서 카테고리를 바로 선택할 수 없어 원하는 음식을 바로 찾기가 어렵다.

지역 다중 선택이 안된다.

2. 앱 사이트 문제점

메인페이지에서는 맛집에 대한 정보가 좀 부족하였다.

메인페이지에선 맛집리스트를 리뷰순, 별점순으로 바로 볼 수 가없고 뒤죽박죽이다.

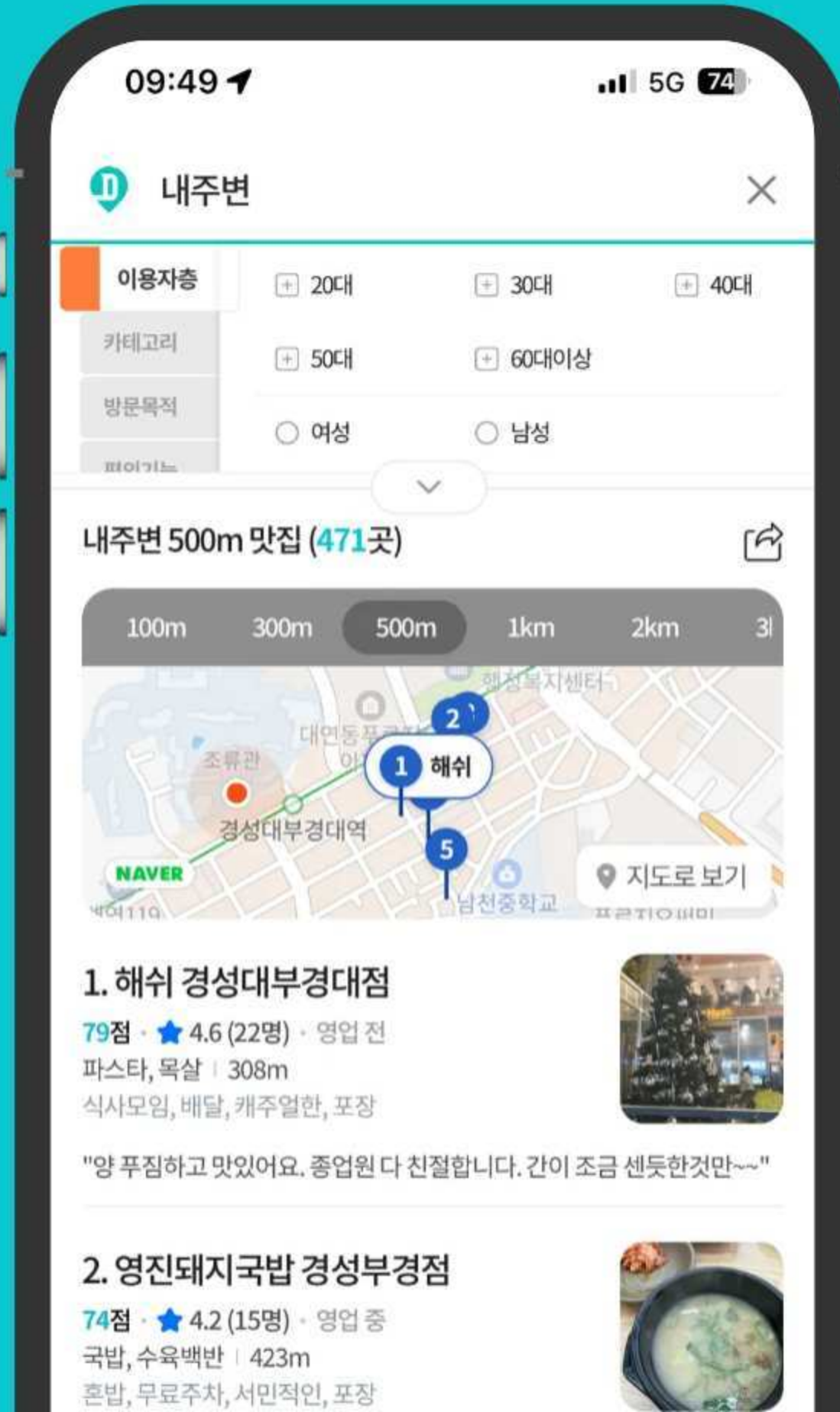


섹션들이 한개의 종류로 구성되어 다른 추가적인 섹션이 필요해보인다.

메인페이지의 맛집의 남은 거리와 별점이 사진과 겹쳐져 눈에 잘 띄지 않는다.

2. 앱 사이트 문제점

검색 서브페이지에서의 많은 색상으로 인해 보기 불편함이 있다.



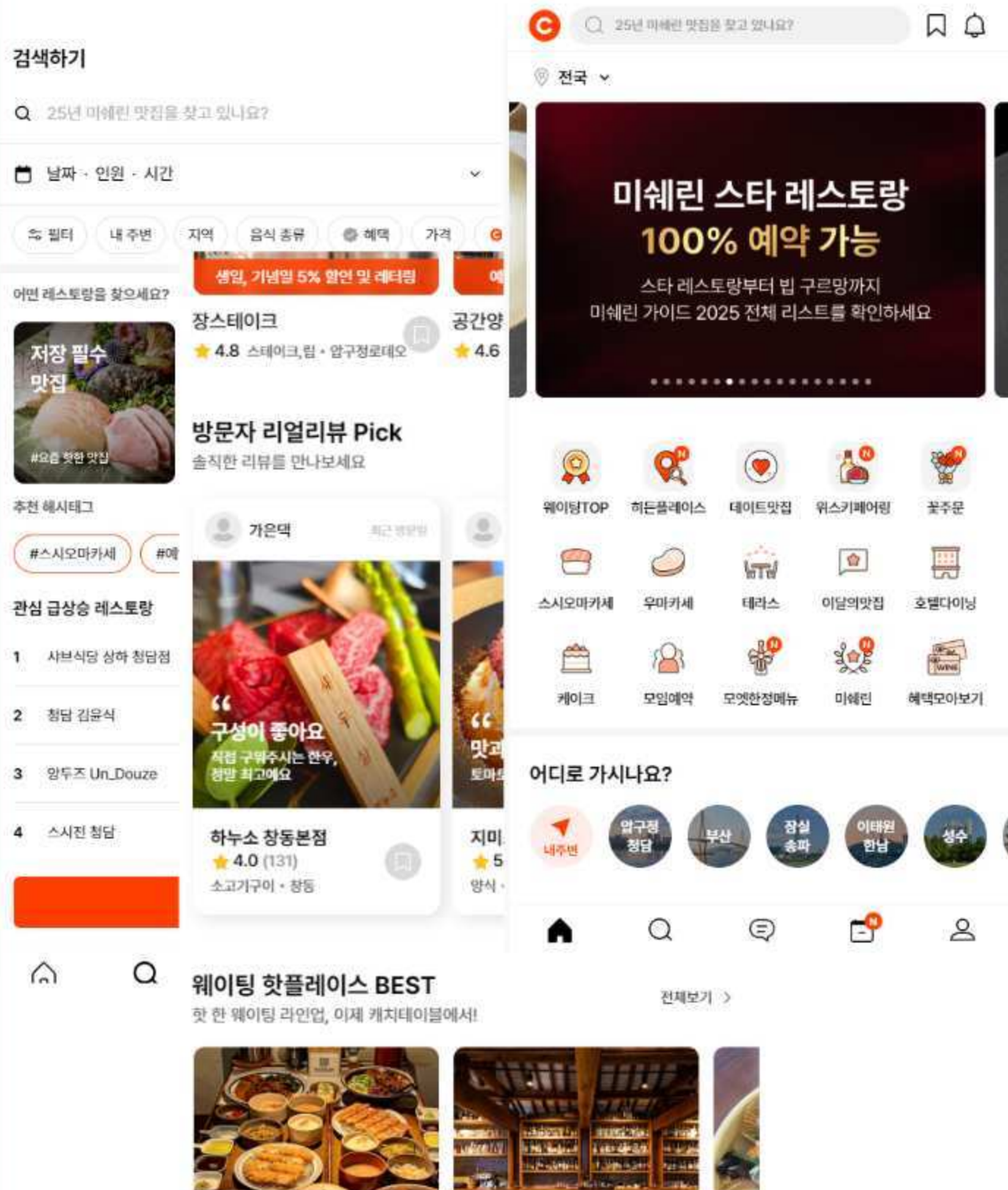
검색 서브페이지에서 너무 많은 카테고리들로 인해 약간의 혼란을 준다.

3. 경쟁사 소개 및 장단점



캐치테이블

캐치테이블은 실시간 레스토랑 예약 서비스를 이용하여, 유명 맛집이나 레스토랑의 예약을 쉽고 빠르게 할 수 있는 플랫폼이다.



장점

- 메인페이지에서 아이콘들을 사용하여 카테고리를 보기 쉽게 잘 나타내었다.
- 메인페이지에서의 다양한 섹션 정보가 많아 보기편했다.
- 검색페이지에서의 필터링을 하나의 페이지로 더 구성하여 깔끔하게 되어있다.

단점

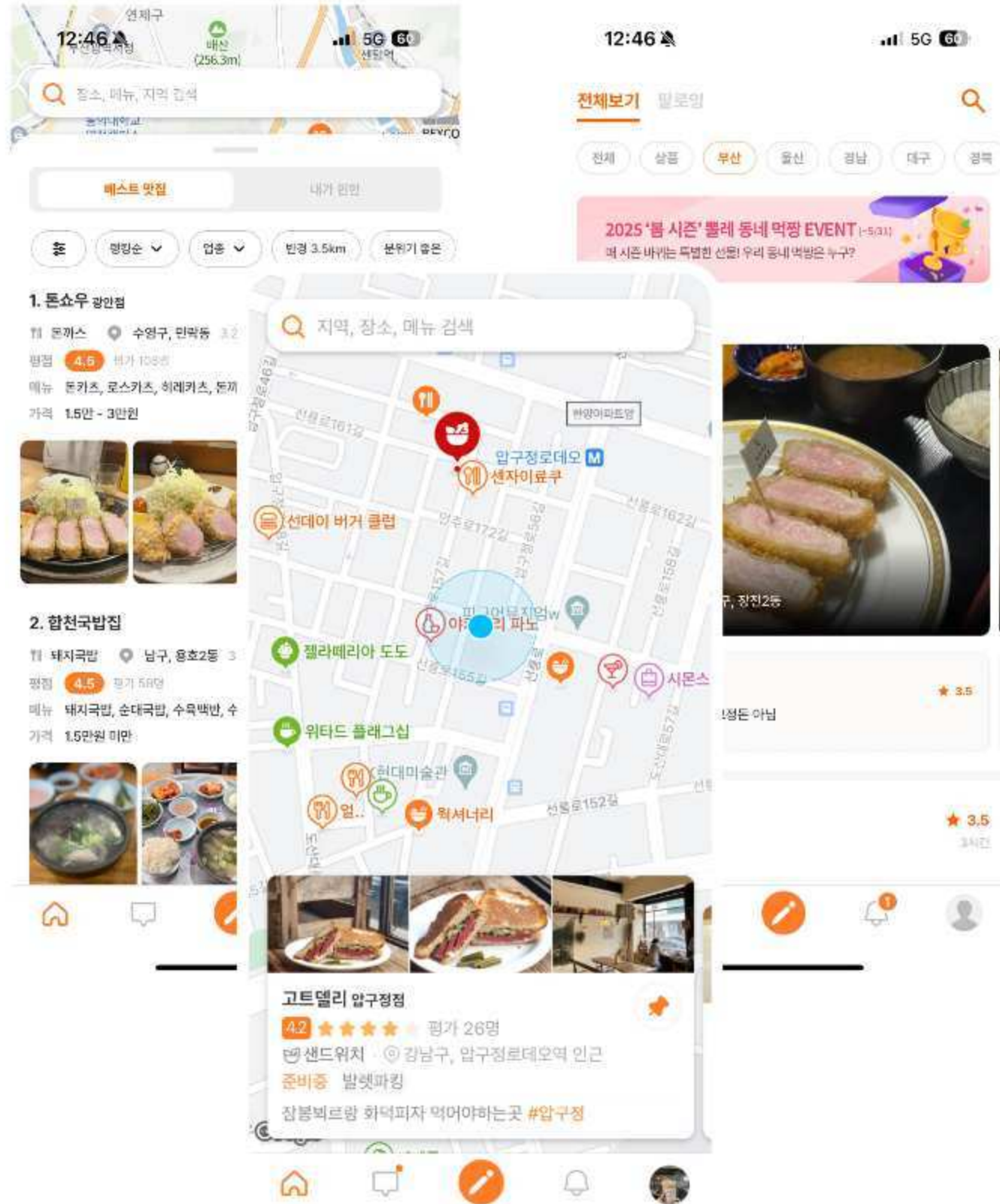
- 예약 서비스 플랫폼인만큼 찐 맛집에 대한 신뢰도가 부족하다.
- 광고성 리뷰에 대한 필터링 시스템이 부족하다.
- 레스토랑 예약 서비스인만큼 저렴한 가격의 맛집 식당은 잘 보이지 않는다.

3.경쟁사 소개 및 장단점

Polle

별레

별레는 다이닝코드와 유사하게 빅데이터를 기반으로 광고 없이 신뢰도 높은 맛집을 추천해주는 플랫폼으로, 신상 오픈한 식당도 따로 볼 수 있는 장점이 있다.



장점

- 메인페이지에서 바로 사용자 위치 주변의 맛집을 지도로 보여준다.
- 가오픈신상 식당들을 검색을 통해 미리 볼 수 있다.
- 실시간으로 사용자들이 다녀온 맛집 리뷰를 볼 수 있다.

단점

- 타 플랫폼들에 비해 식당 갯수가 적다.
- 카테고리별 식당을 보기 힘들다.



1. 페르소나 소개



2. 시나리오



3. 홈페이지 문제점 개선방안

1. 페르소나 소개



이름 : 신주혁

나이 : 28살

직업 : 영상 편집자

주소 : 부산광역시 화명동

취미 : 블로그 쓰기

성격 : 의욕이 강함, 항상 계획적으로 행동, 불의를 보면 참지못함, 먹는데는 돈 절대 아끼지않음.

1. 페르소나 소개



라이프 스타일

대학교를 졸업하고 영상 편집자로 취직해 일 한지 2년째다.

일을 하면서 큰 힘듦 없이 일하지만 인생에 새로운 변화를 주고자 조금씩 블로그를 적기 시작하였다.

블로그에는 일을 하면서 찍은 사진들과 글 등 일상내용이었고 주말엔 여행가는 내용을 써 점점 블로그에 재미를 붙여가게 된다.

먹는것을 좋아하고 식비에는 아끼지 않지만 나머지 비용에 대해선 철저하다.

이번 여름 휴가를 내어 맛집이 많은 일본으로 여행을 가기위해 열심히 돈을 모으고 있다.

1. 페르소나 소개



이름 : 신강철

나이 : 35살

직업 : 여행유튜버

주소 : 전라남도 해남시

취미 : 직업겸 여행다니기

성격 : 차분하고 조용함 , 사람 많은 곳을 싫어하고
자연을 좋아함, 고집이 조금 있고 매사 긍정적이다.

1. 페르소나 소개



라이프 스타일

유튜브 구독자 수 10.1만명을 가진 채 하루하루 카메라와 함께 살아가고있다.

카메라를 키지 않는 날에는 직접 영상편집을 하며

유튜브 댓글에 하나하나 답장을 달 정도로 댓글에 관심이 많고 악플도 마다하지 않는다.

우연히 캠핑카에 접해 구입하여 전국을 목표로 여행을 다니고 있고 먹는 것을 좋아하고 잘 먹는다.

아침마다 한번씩 부모님께 안부인사를 드리고 하루를 시작하며, 하루하루 밥을 뭐 먹을지 고민을 먼저 한다.

2. 시나리오



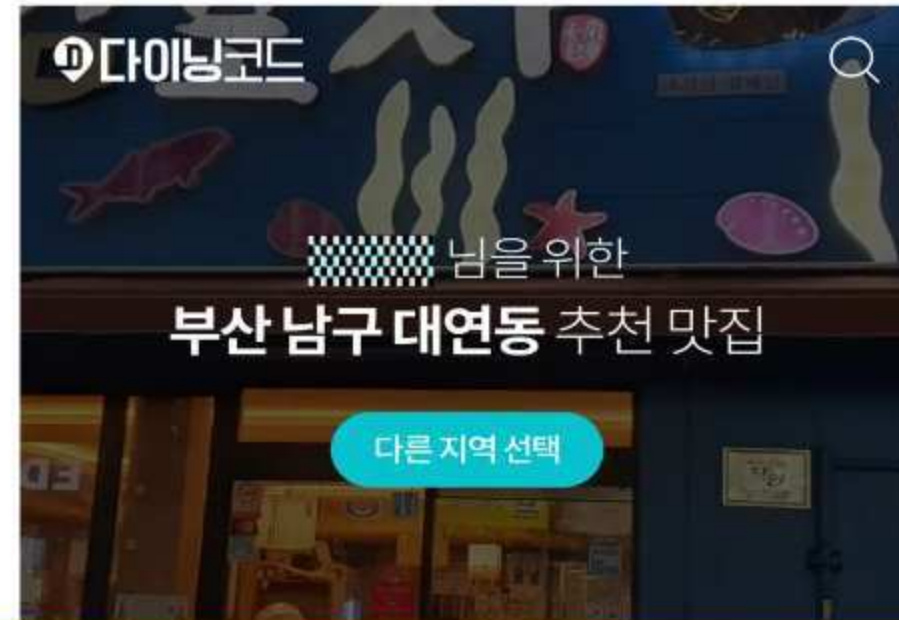
(신주혁)

신주혁씨는 **영상편집자**로 대학교 졸업 후 2년째 꾸준히 일을 하고 있다. 하루하루 일과 집의 연속이라 지쳐갈때 였다. 주말이 되어 신주혁씨는 친구를 만나 간단히 술 한잔을 하며 얘기를 하다가 일상에 대한 얘기를 나누게 되고 친구의 조언으로 **새로운 취미**를 만들기로 결심하였다. 운동과는 거리가 멀고 평일에는 일을 하다 보니 시간이 오래 걸리지 않는, 일에 대한 피해가 없는 취미를 찾던 중 블로그에 눈길이 가게 되었다. 직업이 영상편집자다 보니 영상이나 사진에 대해 많이 접하지만 자기 자신만의 추억이 담긴 영상이나 사진은 많지 않다는걸 깨닫고 자신의 일상적인 추억을 만들기위해 **블로그를 쓰기 시작**하였다.

처음엔 어색하여 어쩔 줄 몰라 하나하나 사진이나 영상을 찍으며 일상을 담아내고 편집을 하며 써내려 가고 시간이 점점 흘러 이웃이 점점 늘어나 어느덧 댓글이 많이 달리게 되었다. 그리고 최근들어 맛집에 대해 소개를 하는 블로거들이 많아지면서 신주혁씨도 자연스럽게 관심이 가게되었다. 평소 먹는것은 좋아하지만 맛집에 대해선 아무런 지식이 없던 신주혁씨는 주변부터 시작해 지역에 대한 맛집을 찾기 위해 빅데이터 기반으로 추천을 해주며 가짜리뷰는 걸러주는 필터링 시스템이 있는 '다이닝코드'를 이용하게 되었다. 이용을 하면서 **메인페이지에는 카테고리가 보이지 않아** 검색페이지로 들어가서 카테고리를 찾아야하는 번거로움이 있었다. **거의 모든 필터링 기능이 검색페이지에 밀집되어 있어 메인페이지은 굳이 필요없을거 같다**는 생각이 들정도로 검색 페이지를 주로 이용하게 되었다. 그리고 **지역과 카테고리가 다중선택이 안되어** 신중하게 고민을 하여야했다. 맛집에 대해 잘 알지 못한터라 어쩔 수 없이 이용하고 있다.

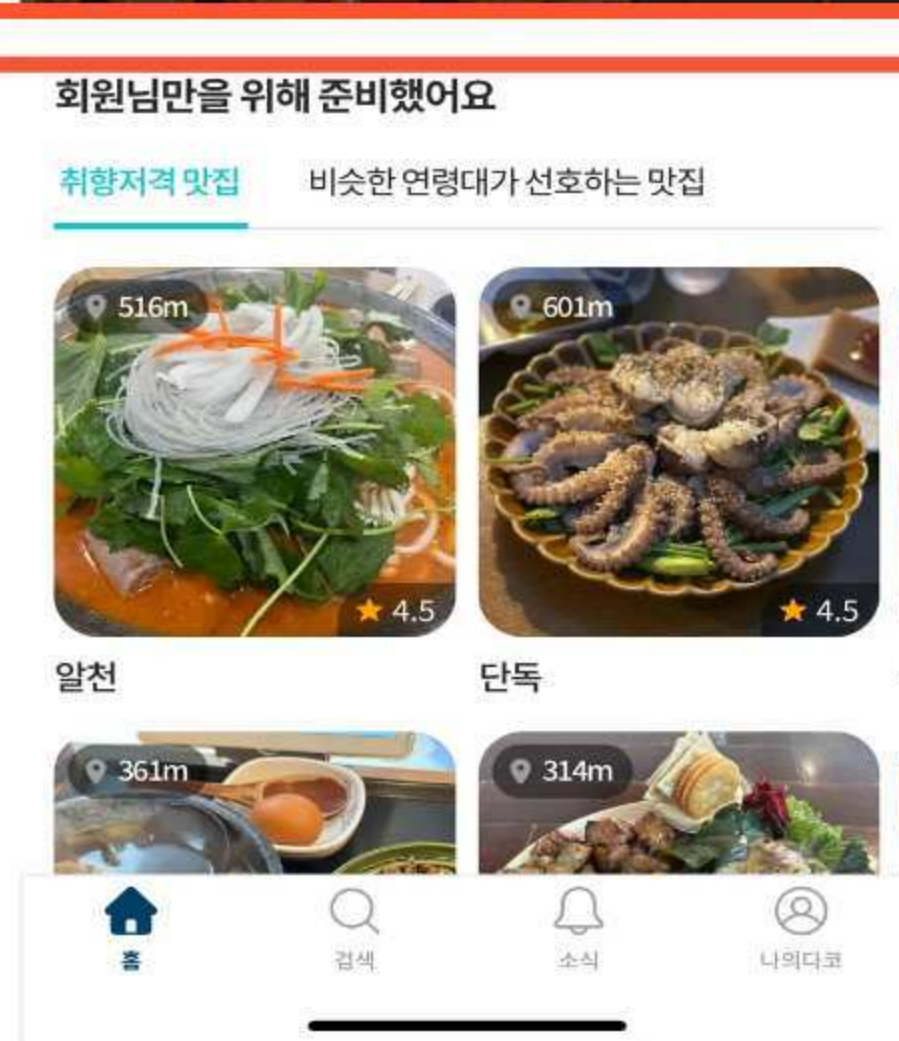
3. 문제점과 해결방안

메인페이지에서 바로 찾아볼 수 있는 카테고리가 없는 번거로움



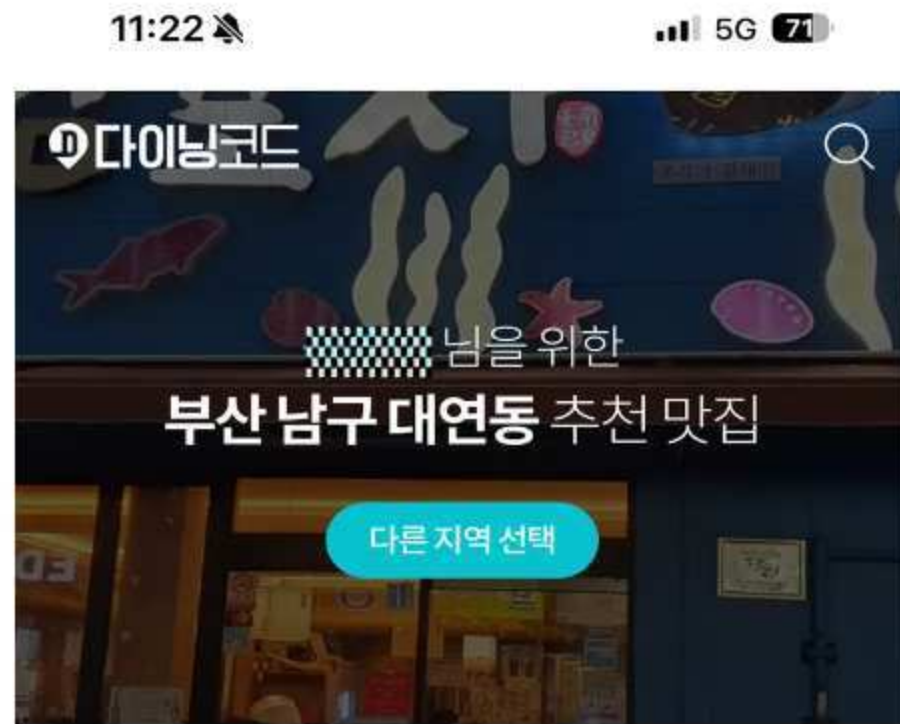
이전 선택한 지역도 바로 볼 수 있도록 버튼을 추가 한다.

메인페이지 상단 적절한 아이콘들과 함께 음식에 대한 카테고리를 추가



<https://app.catchtable.co.kr/>

메인페이지에서의 음식에 대한 정보가 부족하고 남은 거리와 별점이 사진을 가려서 잘 보이지 않는다.



회원님만을 위해 준비했어요
 취향저격 맛집 비슷한 연령대가 선호하는 맛집



이미지와 텍스트를 위아래로 영역을 나누고 텍스트에 남은 거리, 별점, 맛집 이름, 간단한 정보들을 배치한다.



잇츠온 무항생제 동물복지 유정란 10구
 ★ 4.9 (9,356건)
7,000원
 정기구독혜택 5,600원

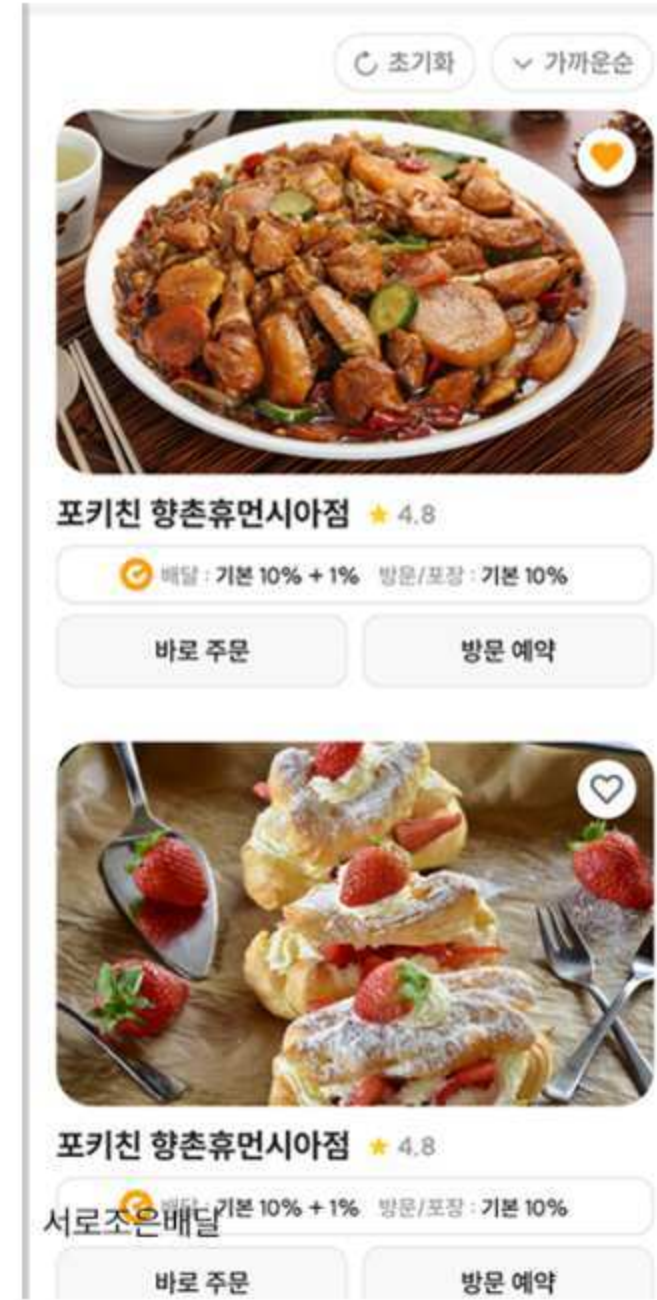
케어온 단백질케어 20개입 (1Box)
 ★ 5.0 (3,862건)
54,000원
 정기구독혜택 48,600원

<https://m.fredit.co.kr/>

카테고리의 종류가 다른 분류로 섞여 있어 혼란을 줄 수 있다.



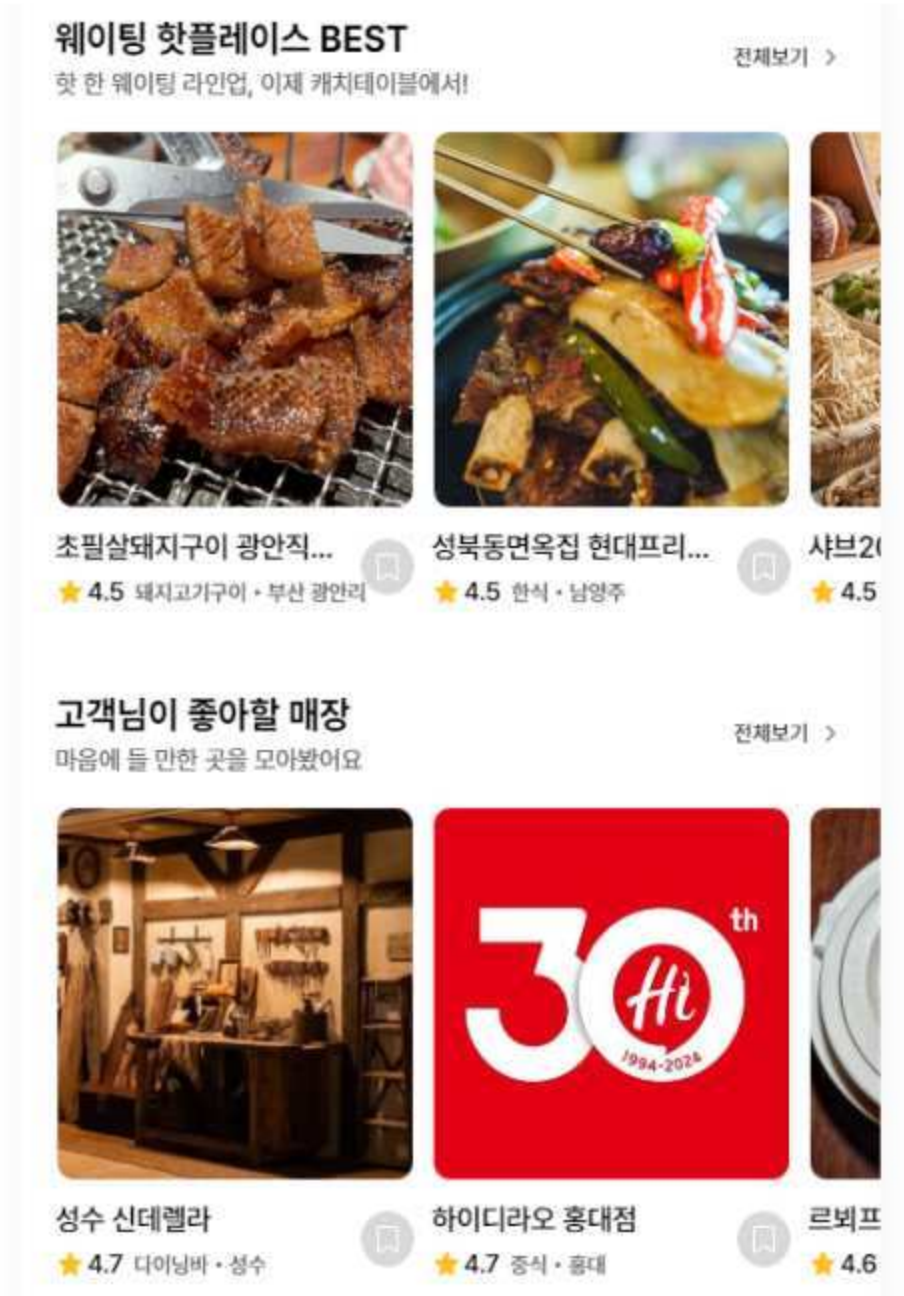
음식카테고리를 따로 위에 배치하고 그 밑에 상황에 따른 테마별로 추천 탭을 배치한다.



메인 페이지에서 카테고리에 대한 음식 정보만 보여주는 섹션뿐이다.

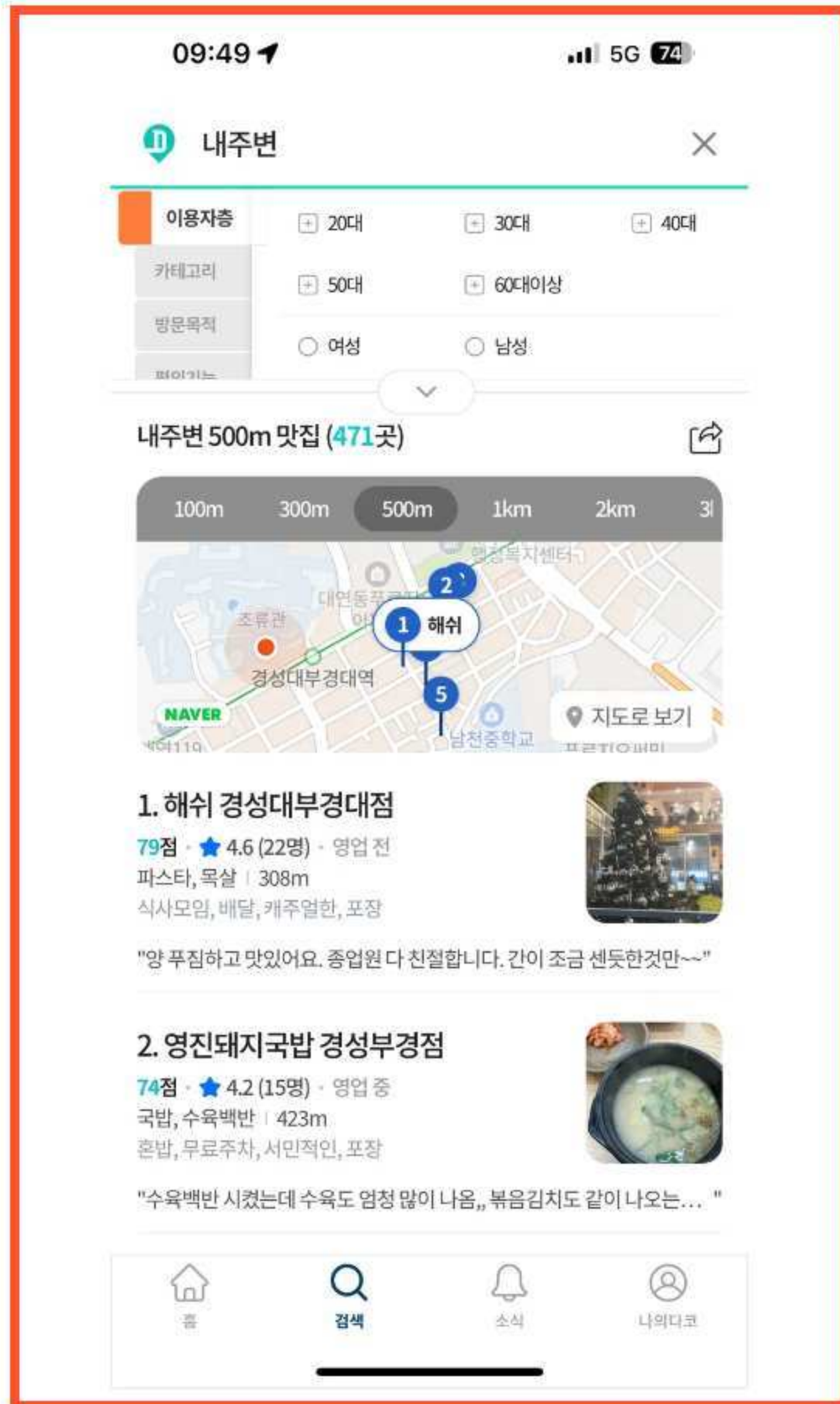


위치, 알고리즘, 빅데이터 기반으로 여러가지 추천 테마 섹션을 추가하여 사용성을 높인다.



서로조은배달

서브페이지 중 검색페이지에 서로 색상이 잘 맞지 않는 느낌이 들고 필터링의 선택도 너무 많아 정리해야 할 필요가 있다.



필터링의 종류를 줄이고 행열 배치를 세로가 아닌 가로로 한다.

검색페이지 내의 색상을 맞추고 중요하고 꼭 필요한 부분만 포인트를 줘 부각시켜준다

LEE

YONG

HUN

web publisher