



UX/UI웹디자인 A 김지수

서비스경험디자인관찰시나리오개발

# INNISFREE



INNISFREE

# TABLE OF CONTENTS

목차

- 01 페르소나 소개
- 02 시나리오
- 03 문제점과 개선방안경쟁사 웹사이트 장단점



## 페르소나 소개



### 김지은 28세

주소: 서울특별시 마포구 홍대 인근

직업: 패션/의류 쇼핑몰 '해피신사' 마케팅 담당자

성격: 창의적이고 활발하며, 새로운 트렌드에 민감함

취미: 핫플레이스 방문, 패션 블로그 운영, 요가

#트렌드세터

#창의적 사고

#소셜버터플라이

#활발함

# 페르소나 소개

## LIFE STYLE



### 김지은 28세

**트렌드에 민감한 소비자:** 최신 패션과 뷰티 트렌드를 빠르게 습득하고 적용하며, 이를 주변에 공유한다.

**SNS 활동가:** 인스타그램과 블로그를 통해 일상과 관심사를 공유하며, 팔로워들과 적극적으로 소통한다.

**친환경 소비 지향:** 환경 보호에 관심이 많아 친환경 제품을 선호하고, 재활용에 적극 참여한다.

**자기 개발 추구:** 요가, 독서 등으로 자기 관리를 실천하며, 새로운 기술이나 지식을 습득하는 것을 즐긴다.

**도시 생활 선호:** 도심의 다양한 문화 활동과 편의시설을 즐기며, 바쁜 일상 속에서도 균형을 찾으려 한다.

## 페르소나 소개



### 박주빈 35세

주소: 경기도 성남시 분당구

직업: IT 기업 소프트웨어 엔지니어

성격: 분석적이며 신중하고, 계획적인 성향

취미: 등산, 사진 촬영, 보드게임

#건강지향적

#자연애호가

#계획적인 생활

#분석가

# 페르소나 소개

## LIFE STYLE



### 박주빈 35세

**건강 지향적 생활:** 주말마다 등산을 다니며 체력을 관리하고, 건강한 식단을 유지합니다.

**기술 중심의 삶:** 최신 기술과 기기에 관심이 많아 스마트 홈을 구축하고, 효율적인 생활을 추구합니다.

**가족 중심의 생활:** 가족과의 시간을 소중히 여기며, 주말에는 함께 보드게임을 즐깁니다.

**계획적인 소비:** 구매 전에 충분한 정보를 수집하고 비교하여 합리적인 소비를 지향합니다.

**사진 취미 활동:** 자연 풍경과 일상을 사진으로 담아 SNS에 공유하며, 사진 동호회 활동도 합니다.

# DAY 1

## 시나리오

김지은 28세



김지은은 아침에 인스타그램을 확인하던 중 이니스프리의 신제품 출시 소식을 접한다. 평소 친환경 제품에 관심이 많고, 이니스프리의 자연 유래 성분에 큰 신뢰를 가지고 있어, 바로 웹사이트에 접속하여 신제품을 확인한다. 웹사이트에 접속한 후 한참을 아래로 스크롤 하던 그녀는 로그인을 해야 추가 정보를 볼 수 있다는 창을 보고 로그인을 하려고 했지만 네비게이션이 고정되어 있지 않아 상단으로 스크롤해야 하는 번거로움이 있다. 로그인을 무사히 마치고 나니 오른쪽 하단에 눈에 잘 띄지 않게 배치된 TOP버튼을 발견했다. 지은은 아까 이 기능을 썼어야했는데라며 중얼거리며 아쉽다고 생각한다.

신제품을 클릭하고 제품 정보를 확인하면서 김지은은 제품에 대한 세부 성분과 리뷰를 꼼꼼히 살펴본다. 하지만, 제품 페이지에서 특가 상품을 확인하고 장바구니에 담으려고 시도하는데, 특가 상품에는 장바구니와 찜 기능이 지원되지 않는다는 사실을 알게 된다. 김지은은 이 특가 상품을 다른 사람들과 비교하고 싶은데 찜 기능을 사용할 수 없다는 점이 불편하다. 결국, 메모장에 기록한 후, 나중에 비교해보고 구매 결정을 하기로 한다.

하루 일과가 바쁜 지은이지만 SNS에서 팔로워들과 이니스프리 신제품 정보에 대해 공유한다. 그녀는 친환경 소비를 지향하는 제품에 대해 꾸준히 소개하며 SNS 활동을 이어간다.

# DAY 2

## 시나리오

김지은 28세



오늘 지은은 요가를 마친 후, 이니스프리 웹사이트에 다시 접속했다. 블로그에서 팔로워들에게 추천할 새로운 뷰티 아이템을 업로드 해야 하는 날이다. 지은은 웹사이트에서 찾을 수 있는 정보가 너무 부족하다고 느꼈다. 첫 번째로 눈에 띄는 문제는 특가 상품에 대한 정보였다. 이미지의 크기도 다르고 위치도 다른 곳에 배치되어 있는데 다른 상품인가 생각했다가도 상품명에 같아서 "같은 제품같은데 왜 가격이 다르지..?" 라며 페이지를 여러번 왔다갔다 한다. 여전히 지은은 어떤 제품이 할인 중인지 명확하게 알기 어려웠다.

웹사이트에서 같은 제품을 더 싸게 할인하는 것 처럼 최대 할인 금액을 따로 표시해줬다는 것을 알아낸 그녀는 쓸데없는 시간을 낭비했다는 생각에 쇼핑이 불편하게 느껴졌다. 특히 지은이 중요하게 생각하는 요소 중 하나인 '가격'에 대한 설명이 부족해 더 신뢰감 있는 쇼핑을 하지 못했다고 생각했다.

지은은 이니스프리 제품을 좋아하지만, 쇼핑 환경이 직관적이지 않아 다음에는 다른 브랜드를 시도해볼까 하는 생각이 들었다.

# DAY 3

## 시나리오

김지은 28세



퇴근 후 지은은 침대에 누워있다가 피부가 건조해진 것을 느끼고 관리를 해야겠다고 생각한다.

월급은 받기 전이라 돈을 아껴야겠다고 생각한 지은은 어제 봤던 신제품 특가를 떠올리며 지금 사는 것이 현명한 소비라고 생각한다. 메뉴에 특가 버튼이 있어 그 제품들이 포함된 다른 특가 상품도 있을 것이라 기대를 하며 클릭했지만 신제품들은 특가라고 홍보를 해두고서 해당 페이지에 위치해 있지 않았다.

마스크팩만 3가지 있었는데, 평소에도 팩으로 피부 관리를 많이 하는 지은은 팩도 나쁘지 않다며 구경을 시작한했다. 그러나 한 가지 불편함을 느낀다. 여러 종류의 마스크팩이 세로로 길게 나열되어 있었다. 같은 유형의 제품을 하나씩 세로로 배치해둬서 특별한 점이 있나 생각했지만 별 다른 점도 모르겠고 팩의 정보를 알고 싶으면 클릭 후 다른 페이지에서 찾아봐야 했다.

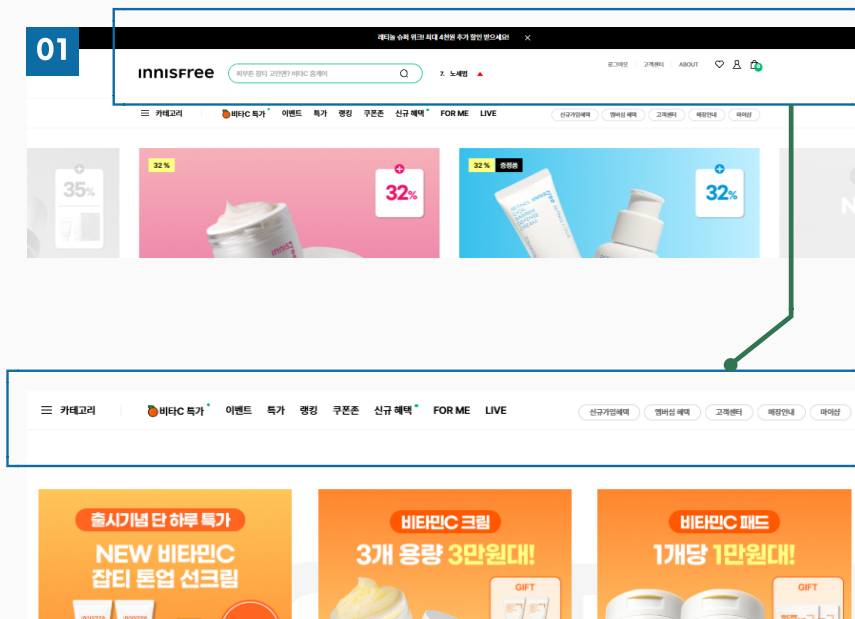
김지은은 마스크팩을 선택하고 결제하기 전에 다른 제품도 함께 구매하려고 했지만, 이때에도 웹사이트에서 여백이 너무 많아 쓸데 없는 공간을 차지하고 있는 탓에 빠르게 필요한 상품을 찾기 어려웠다. 이 부분에서 좀 더 정리된 레이아웃이 필요하다고 생각하며, 앞으로 구매할 때는 편리하게 정보를 찾을 수 있는 디자인이 필요할 것 같다는 생각이 들었다. 결제 후 SNS에 사용 후기를 올리며, 이번 쇼핑의 작은 불편함에 대해서도 블로그에서 언급할 계획이다.

# 웹사이트 문제점과 해결방안

## 메인 문제점 1

로그아웃, 고객센터, 찜, 마이페이지, 장바구니가 상단에 고정되어있지않아서 들어가려면 가장 상단으로 이동해야함

최상단으로 이동할 수 있는 TOP버튼이 너무 작아서 눈에 띄지 않음



## 해결방안

-헤더 로그인 영역 고정해두기

-TOP버튼과 최근 본 상품 아이콘 색상을 이니스프리 시그니처 컬러 그린으로 변경하여 좀 더 눈에 띄게 바꾸기



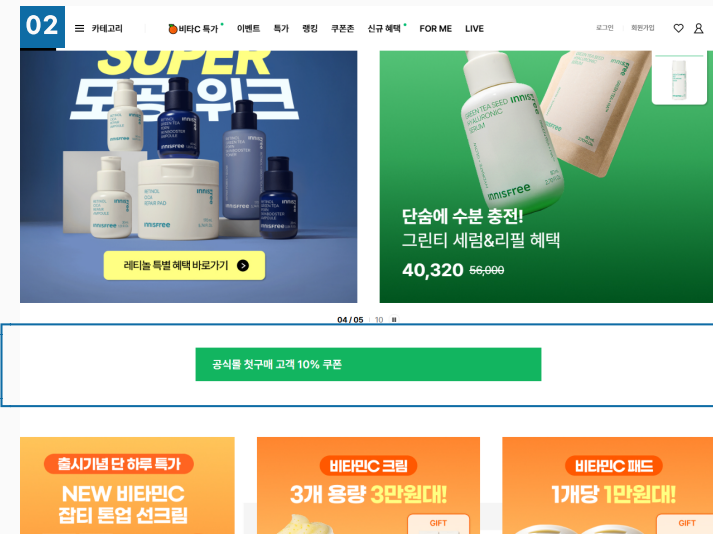
# 02

MAIN

## 웹사이트 문제점과 해결방안

### 메인 문제점 2

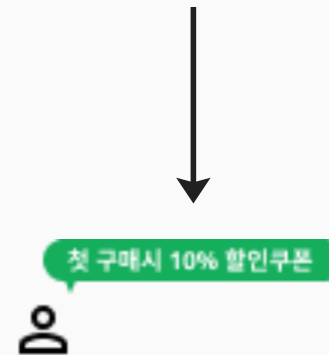
공식몰 첫 구매 고객 10% 쿠폰의 위치가  
상품과 상품 사이에 위치해있고, 너비가 저 부분만  
작게 표시되어있어서 화면상에서 이질감이 들



### 해결방안

01) 이벤트 영역을 상품과 상품 사이에 위치하게 한다면 너비를 넓혀 화면에 꽉 차게 조정

02) 아예 제거하고 마이페이지 부분에 첫 구매 고객 10% 할인 쿠폰 말풍선을 넣는다



# 웹사이트 문제점과 해결방안

## 메인 문제점 3

다른 영역과 다르게 특가 상품에 해당하는 이미지는  
마우스를 댔을때 장바구니, 찜, 구매 등이 가능한  
효과가 나타나지 않음

## 해결방안

- 위쪽 특가 상품에도 호버 효과 추가
- 같은 상품끼리 중복해서 배치하지 않고 합치기



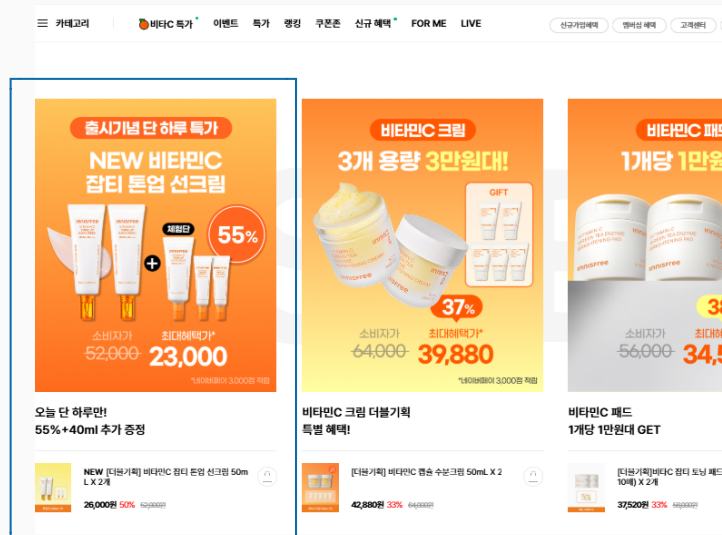
~55% 비타민C  
잡티 톤업  
선크림  
단 하루 런칭특가!



# 웹사이트 문제점과 해결방안

## 메인 문제점 4

큰 것과 작은 사진 모두 같은 상품들인데 가격이 다름,  
특가이벤트중인건데 어떠한 설명도 없어서 혼돈을 줌  
(타이틀이 조금 더 스크롤해야 보이는 좌측 하단에 있음)



## 해결방안

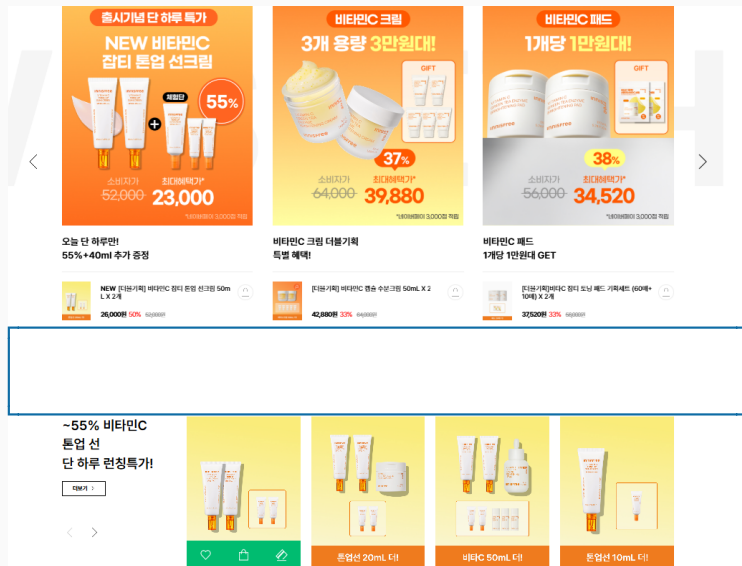
-위 아래 가격 통일 +  
하단에 최저가 멘트 추가하기



# 웹사이트 문제점과 해결방안

## 메인 문제점 5

같은 시리즈의 상품인데 너무 떨어져있어서  
동일한 상품인지 아닌지 헷갈림  
영역 사이의 간격 줄여서 하나의 그룹처럼 보이게 하기  
(현재 화면 축소 후 캡처를 진행해서 원본보다 간격 좁아  
보임)



## 해결방안

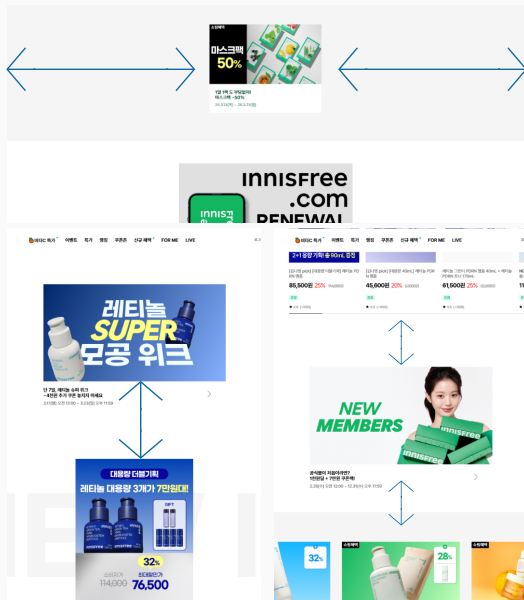
- 다른 상품과 영역 구분을 위해 타이틀 추가
- 상품 사이 여백 줄이기



# 웹사이트 문제점과 해결방안

## 메인 문제점 6

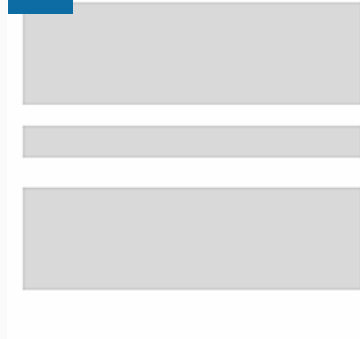
여백이 굉장히 많은 페이지가 연속적으로 큰 영역을 차지하고 있음. 위쪽과 통일해서 가로로 긴 형태로 모공위크 이벤트를 추가하면 좋을 것 같음.



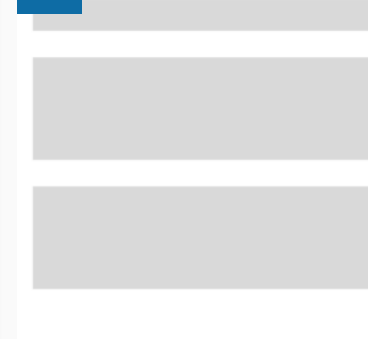
## 해결방안

- 01) 이벤트 영역을 상품과 상품 사이에 위치하게 한다면 너비를 넓히고 세로 영역은 줄여서 배치
- 02) 눈에 잘 보이도록 상단에 이벤트를 배치
- 03) 이벤트 영역을 따로 마련한 후 상품 배치와 유사하게 이미지와 함께 모아보기

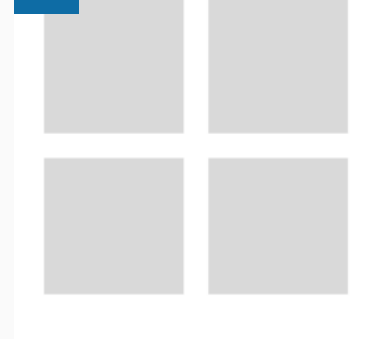
01



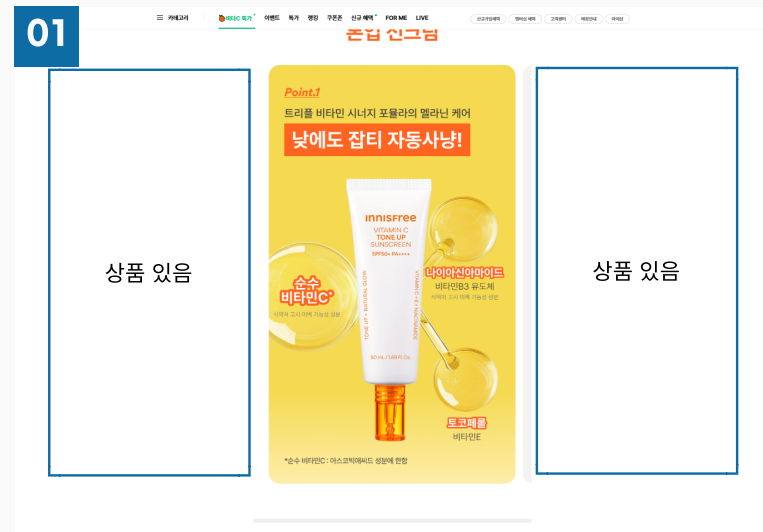
02



03



## 웹사이트 문제점

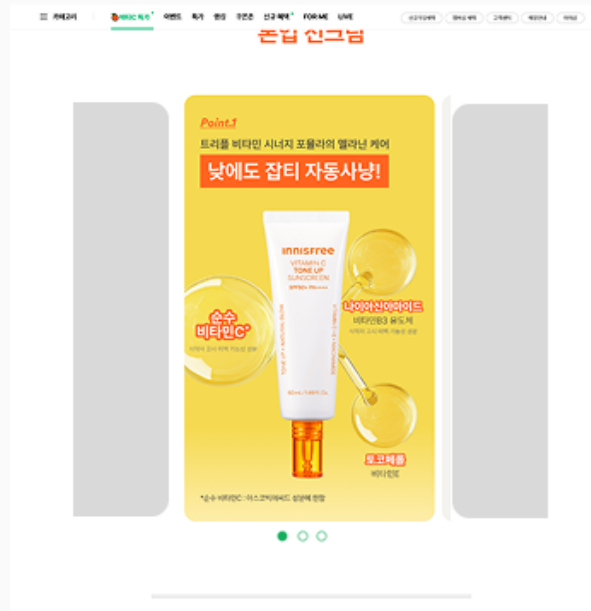


### 서브 페이지 문제점 1

모바일 크기로 되어있는데 모바일 크기 화면 너비에 딱 차게 화면이 배치되어 있어 다음 상품이 있다는 것을 모를 수 있음.  
페이지바를 넣어주면 좋겠음

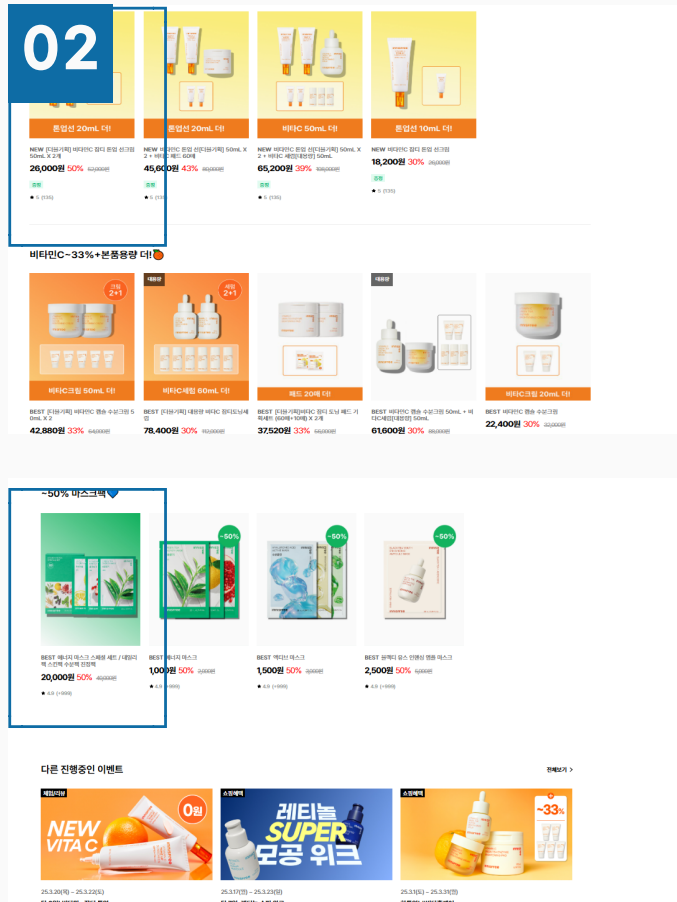
### 해결방안

- 다른 슬라이드가 보이게 크기 조정
- 아래에 페이지 네비게이션을 넣어서 상품이 하나가 아니라는 것을 알려주기



## 02

## 웹사이트 문제점



## 서브 페이지 문제점 2

보여질 상품의 영역 별 개수가 모두 짝수면 4개씩 배치해서 가운데에 배치를 하면 더 보기 좋을듯함  
기본 여백에 4,5,3 이런식으로 정렬되어 있어 유달리 상품이 정렬에 맞지 않아보이고 지저분해 보임.

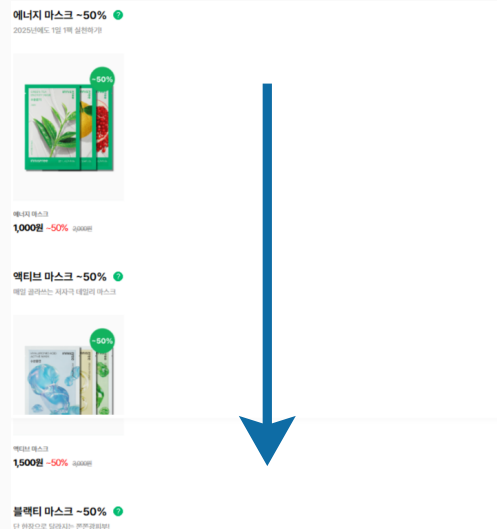
## 해결방안

-이미지를 4개씩 배치

# 02 SUB

## 웹사이트 문제점

03

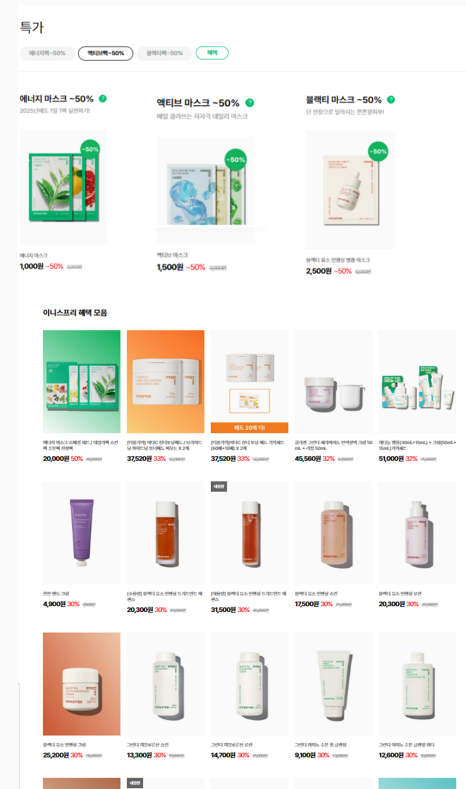


### 서브 페이지 문제점 3

동일한 마스크팩인데 세로로 나열되어 있어 마스크팩외의 다른 상품들을 스크롤해야 볼 수 있음. 한 눈에 상품 특가 파악 어렵

## 해결방안

-같은 마스크 계열을 행사할거면  
수직 영역을 많이 차지하지 않게 가로로 배치  
OR 다른 성분의 마스크임을 강조하기 위해서색상이 다른 아이콘 삽입하여 구분



제품 배송 환불/반품/교환 주문/결제 이벤트/쿠폰/포인트 사이트이용/기타 회원가입/정보변

|         |                          |
|---------|--------------------------|
| 반품문의    | Q. 교환 / 반품은 어떻게 하나요?     |
| 배송문의    | Q. 배송 현황을 어디서 알 수 있나요?   |
| 정보변경    | Q. 마이샵 등록은 어떻게 하나요?      |
| ID/PW관련 | Q. ID와 PW가 기억이 안나요.      |
| 이벤트     | Q. 온라인 공방수거 신청은 어떻게 하나요? |
| 포인트/제입금 | Q. 뷰티포인트는 언제 적립 하나요?     |

top10인데 질문인데 질문이 6개 뿐임 '자주 묻는 질문' 으로  
변경하기

## -텍스트 변경

|         |                                 |
|---------|---------------------------------|
| 인증문의    | Q. <b>교원 / 반장은 어떻게 하나요?</b>     |
| 배송문의    | Q. <b>배송 현황을 어디서 알 수 있나요?</b>   |
| 정보변경    | Q. <b>마이상 등록은 어떻게 하나요?</b>      |
| ID/PW관련 | Q. <b>ID와 PW가 기억이 안나요.</b>      |
| 이벤트     | Q. <b>온라인 공평수거 신청은 어떻게 하나요?</b> |
| 포인트/적립금 | Q. <b>뷰티포인트는 언제 적립 되나요?</b>     |

# THANK YOU

김지수\_서비스경험디자인관찰시나리오개발

