

중년남자들의 새로운 변신

신사 다움

INDEX

01 02 03 04 05 06 07

프로젝트 소개

- I. 프로젝트 브리프
- II. 프로젝트 소개
- III. 프로젝트 배경

화면 디자인

- I. 카드소팅
- II. 벤치마킹
- III. 포지셔닝 맵
- IV. 3C분석
- V. SWOT 분석

사용자 분석

- I. 인터뷰
- II. 페르소나
- III. 시나리오

서비스 설계

- I. 정보구조도
- II. 와이어프레임
- III. 스토리보드

화면 디자인

- I. 시각화 계획
- II. 로고/아이콘
- III. 화면디자인 1차
- IV. 화면 디자인 2차

영상

- I. 레퍼런스
- II. 컨셉
- III. 스토리보드
- IV. 가촬영
- V. 본촬영

웹 사이트

- I. 정보구조도
- II. 와이어프레임
- III. 레퍼런스
- IV. 아이콘 제작
- V. 웹 디자인

01

프로젝트 소개

- I. 프로젝트 브리프
- II. 프로젝트 소개
- III. 프로젝트 배경

프로젝트 브리프

프로젝트명	신사 다움
슬로건	중년남자들의 새로운 변신
프로젝트 목표	소비자의 개인 커스터마이징을 통해 맞춤 스타일 정보와 그에 맞는 옷들의 정보를 제공합니다. 중장년층을 위한 새로운 스타일을 시도해 볼 수 있는 기회를 높여주며 트렌드에 맞는 남성 의류를 소비자에게 제시합니다.
타겟	50대 중 장년층 남성
사용매체	모바일 디바이스
저작물의 형식	모바일 앱, 웹의 형태
주요 컨셉	스타일 제시 / 정보 제공
주요 기능/ 서비스	<p>핵심 서비스</p> <p>개인 커스터마이징을 통한 개인 맞춤 스타일 추천 개인에 맞춤 스타일 정보를 제공하는 서비스</p> <p>부가 서비스</p> <ul style="list-style-type: none"> 스타일링한 각 옷&악세사리&아이템들을 구입할 수 있는 사이트 링크를 연결 고급화 전략을 통한 정보를 제공하는 전체적인 옷들의 브랜드 성 고려 헤어샷과 제휴 (스타일과 어울리는 헤어 추천) 양복점과 제휴 (맞춤양복 제작 가능)

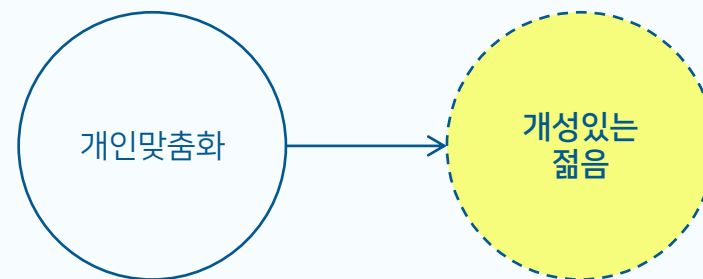
중년남자들의 새로운 변신

신사 다움

신사 (사람됨이나 점잖고 교양이 있으며 예의 바른 남자) + 다움 (~답다, ~되다)

01. 서비스 목표

중.장년층 남성들의 개인맞춤 서비스를 기반으로 자신만의 개성있는 스타일 변신을 돕기 위한 서비스를 제공합니다.



02. 주요 서비스

회원제를 통한 개인 맞춤 정보와 카메라 스타일링 서비스 제공, 편리한 구매 연동 기능을 포함합니다.



03. 사용매체

모바일 어플리케이션

<주요 서비스>



맞춤 추천

다양한 스타일링 된 사진을 통한 **스타일링 정보 습득**
평소 **좋아요**를 누른 스타일 바탕으로 키워드 추천



카메라
스타일링

카메라 스타일링 기능을 통해 자신의 사진 업로드
업로드된 사진을 바탕으로 **시각 스타일링 추천**



구매 연동

추천 받은 스타일링에 해당하는 제품들에
대한 **링크를 제공해** 쇼핑의 번거로움을 줄임

<부가 서비스>



제휴서비스

스타일링의 모든 단계를 한번에 해결할 수 있도록
헤어샵과 제휴. 니즈 파악으로 수제 양복점 제휴
자사의 앱을 통해 예약 가능. 할인혜택 제공



마이페이지

마이페이지 기능을 통해 **개인맞춤 된 모든 서비스인**
카메라 스타일링 결과, 맞춤 추천, 예약확인, 구매링크
등을 **한번에 관리할 수 있음**



투데이

날씨 기반, 위치기반의 매일 스타일링 추천.

프로젝트 배경



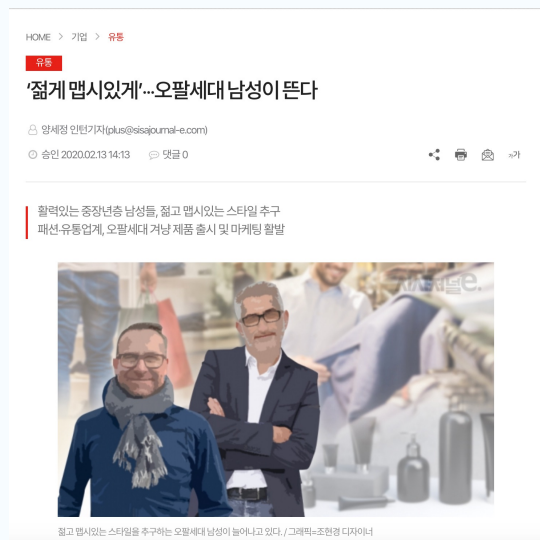
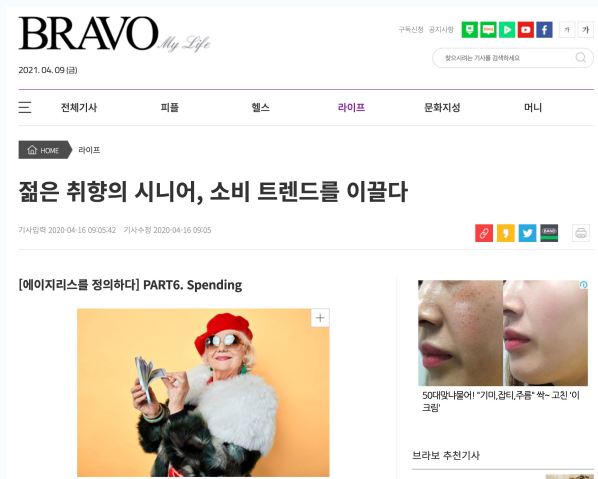
트렌드



소비



디지털



중.장년층의 트렌드

중.장년층 이른바 ‘젊은 시니어’라 불리는 이들은 본인의 경제력으로 자신을 위해 소비하는

주체적인 소비자로 평가받고 있다.

요즘 시니어들은 젊게 살기 위해 노력하며 자신을 꾸미는데 아낌없이 소비하는 모습을 보인다.

즉, **가격보다는 가치를 중시**하며, 금액에 상관없이 자신이 추구하는 바가 있으면 바로 소비로 이어질 가능성이 큰 소비자 집단으로 분류되는 것이다.

이에 업계에서는 **시니어의 젊은 취향을 고려하되, 그들만의 특성을 반영한 맞춤형 서비스에 집중하고 있다.**

- 기사 ‘젊은 취향의 시니어, 트렌드를 이끌다’에서 발췌 -

중.장년층의 소비 인식

이들은 쇼핑을 단순히 구매목적이 아닌 사회활동과 더불어 즐거움을 주는 엔터테인먼트로 여기며,

감성을 자극하는 서비스와 감각적인 측면을 중요시하는 것으로 나타났다.

‘현재의 중장년층도 젊은 세대만큼 디지털을 잘 활용한다’라는 항목에서 ‘그렇다’라고 응답한 비율 (전 세대)이 55.3%인 것으로 조사됐다. 아직 국내에서는 시니어만을 대상으로 한 온라인 플랫폼이나 모바일 앱 등이 부족한 실정이지만, **중 장년의 디지털 활용도가 높아짐에 따라 관련 서비스도 점차 늘어날 전망이다.**

- 기사 ‘젊은 취향의 시니어, 트렌드를 이끌다’에서 발췌-



논문 속 디지털 패션 서비스앱과 중.장년층

유용성에 대한 질문에 응답자의 55%가 '오프라인에 비해 쇼핑 시간을 단축', '시간&장소에 구애 받지 않고 이용 가능'(44.2%)을 모바일 쇼핑의 장점으로 답하였는데, 이는 모바일 쇼핑이 환경에 제한 받지 않고 사용에 있어 오프라인 쇼핑보다 유용하다 판단하는 것으로 보여진다.

개선점에 대한 항목에서 '쉽게 사용 할 수 있는 모바일 결제 시스템' (62.3%), '복잡하지 않고 간편한 검색 방식'(45.5%)으로 답하였다.

디지털 격차를 줄이기 위해 모바일 쇼핑 사용 시 어떤 서비스를 제공받고 싶은가에 대해선 사용자 51%가 '중.장년층을 위한 개선된 모바일 쇼핑 앱 개발', 47.1%가 '중.장년층을 위한 모바일 쇼핑 이용 가이드'라고 응답하였다. 모바일 쇼핑 서비스가 중장년 층 사용자의 니즈에 맞게 개선한다면 그들이 상당히 적 극적으로 서비스를 이용할 것으로 예측되며 유용성 또 한 매우 높은 서비스라 분석된다.

- 논문 '패션 4차 산업의 액티브 시니어 고객 유치를 위한 모바일 쇼핑 서비스 개선에 관한 연구' 발췌 -

프로젝트 배경

주력 소비자

가격보다 가치를 중시하는 집단, 중 장년층

문제 해결

소비자(중 장년층) 니즈

젊은 취향을 고려하되, 그들의 특성을 반영한 맞춤형 서비스에 집중

디지털 소외감 해결

중 장년층을 위한 복잡하지 않고 간편한 화면 설계

기대 효과

중 장년층의 디지털 활용도가 높아짐에 따라 다방면으로 새로운 사회적 부가가치 창출을 기대할 수 있어 보인다.

02

환경 분석

- I. 카드소팅
- II. 벤치마킹
- III. 포지셔닝 맵
- IV. 3C분석
- V. SWOT 분석

Q. 개인맞춤을 위해 필요한 건 무엇일까?

알고리즘

커스터마이징

개인의 정보를
기본 토대로 하기

개인 체형 탐구

나 자신을
탐구하기

개인 맞춤
링크 제공

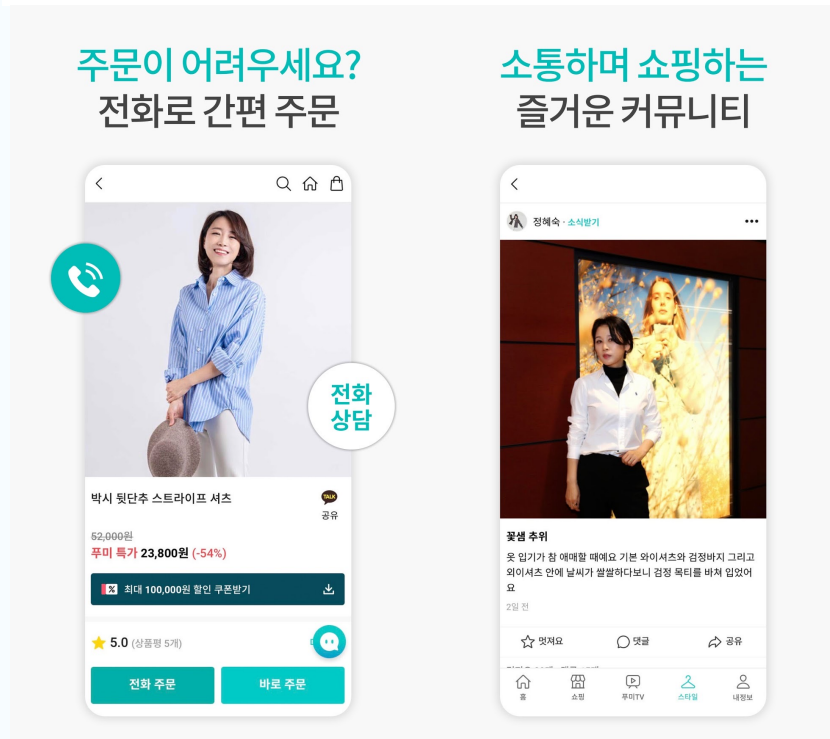
무드, 스타일 탐구

스타일 이외의
헤어 추천

관련된 상품 추천

맞춤추천

개인 맞춤을 통한 개인의 정보를 기본으로 관련된 상품 추천을 통한 링크 제공을 한다



푸미 'FUMI'

중년 대상의 패션 중개 플랫폼 이자 커뮤니티를 중심으로 서비스하는 패션 앱

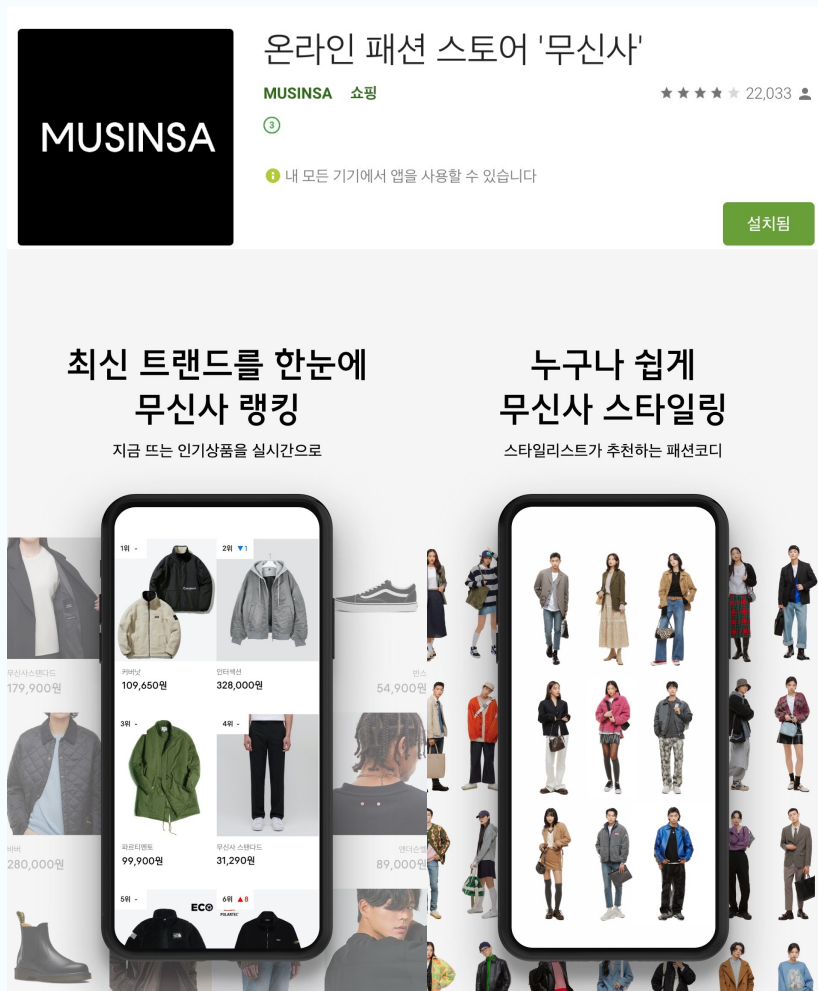
1. 타깃에 맞춰 온라인 주문 외에도 전화주문 서비스

2. 앱 내의 커뮤니티 활성화

3. 다양한 카테고리의 상품

의류 뿐만 아니라 기존의 상품인 안경과 돋보기 등

4. A/S 및 환불 서비스 제공



무신사 'MUSINSA'

남성을 메인으로 마케팅과 재치 있는 광고, 차별화된 서비스를 통해 높은 인지도를 가진 패션 앱

1. Z세대를 불러 모으는 플랫폼 형식

10대 15%, 20대 55% 등 10~20대의 비율이 70% 차지

2. 클라우드 기반 빅데이터 분석과 AI, 머신 러닝 기술 개발

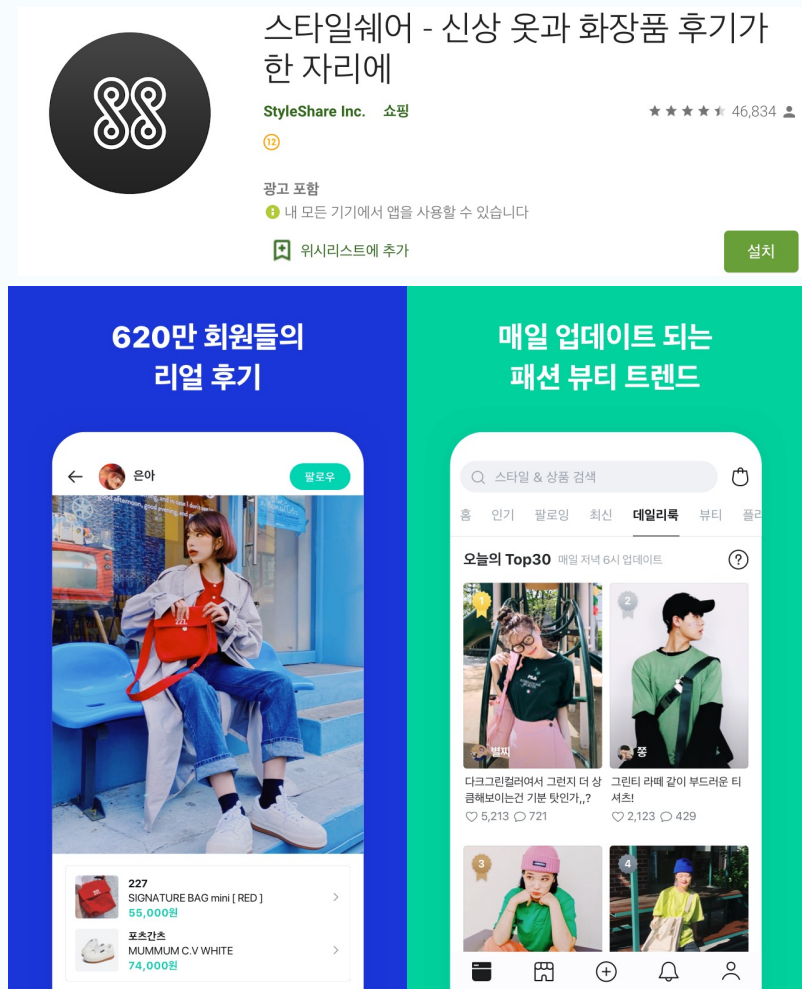
3. '이미지 검색 서비스', '모바일 보이스 검색' 도 지원

이미지만으로 원하는, 유사한 상품을 추천하는 기능

4. 상품별 연간 구매 수와 조회 현황을 한눈에 볼 수 있는 빅데이터 지표 서비스

5. '콘텐츠' 에 집중 투자해 미디어 커머스 기능도 강화

무신사TV는 8개월 새 구독자 12만 명을 돌파



스타일 쉐어 'Style share'

10대,20대를 메인 타겟으로 한 소셜 커뮤니티 패션 앱, 일명 '패션 놀이터'

1. Z세대 10대를 겨냥한 편의점 결제 기능

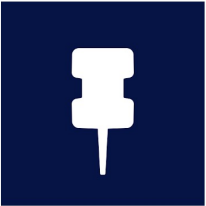
2. 커뮤니티 기반의 정보 공유 및 후기

3. 개인 맞춤 피드 구성

앱을 열면 보이는 화면인 피드를 같은 연령대, 본인의 관심사 위주로 띄워준다.

4. '스웨 라이브' 라이브 쇼핑 서비스

5. 다양한 브랜드 입점



룩핀 - 400만이 선택한 편집샵!

Level 13 Inc. 쇼핑 ★★★★★ 19,750

①

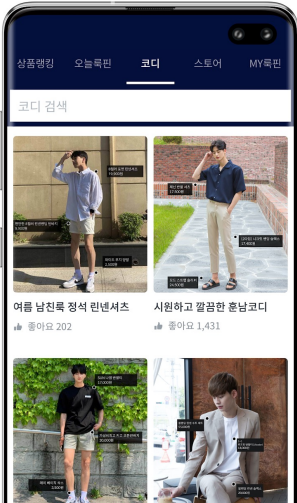
내 모든 기기에서 앱을 사용할 수 있습니다

위시리스트에 추가

설치


**코디 보고
이렇게만 입자**

매주 100개. 트렌드 스타일



**365일
무료 배송**

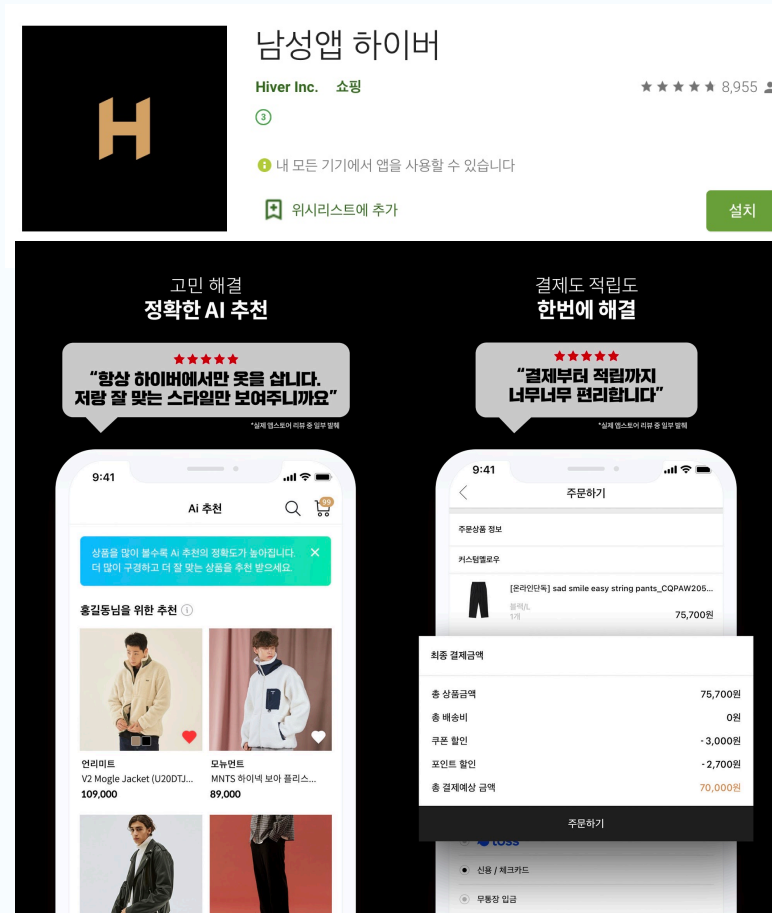
단 하나만 사도, 배송비 0원



룩 핀 'Look-pin'

남성을 메인 타겟으로 비교적 저렴한 가격과 다양한 브랜드가 모여있는 패션 앱

1. 다양한 브랜드 저렴한 가격으로 입점
2. 빠른 배송 지원
3. 트렌드 코디 정보 제공
4. 전 상품 무료배송



하이버 'Hiver'

국내 유명 패션 앱 브랜드에서 출시한 남성 전용 패션 앱

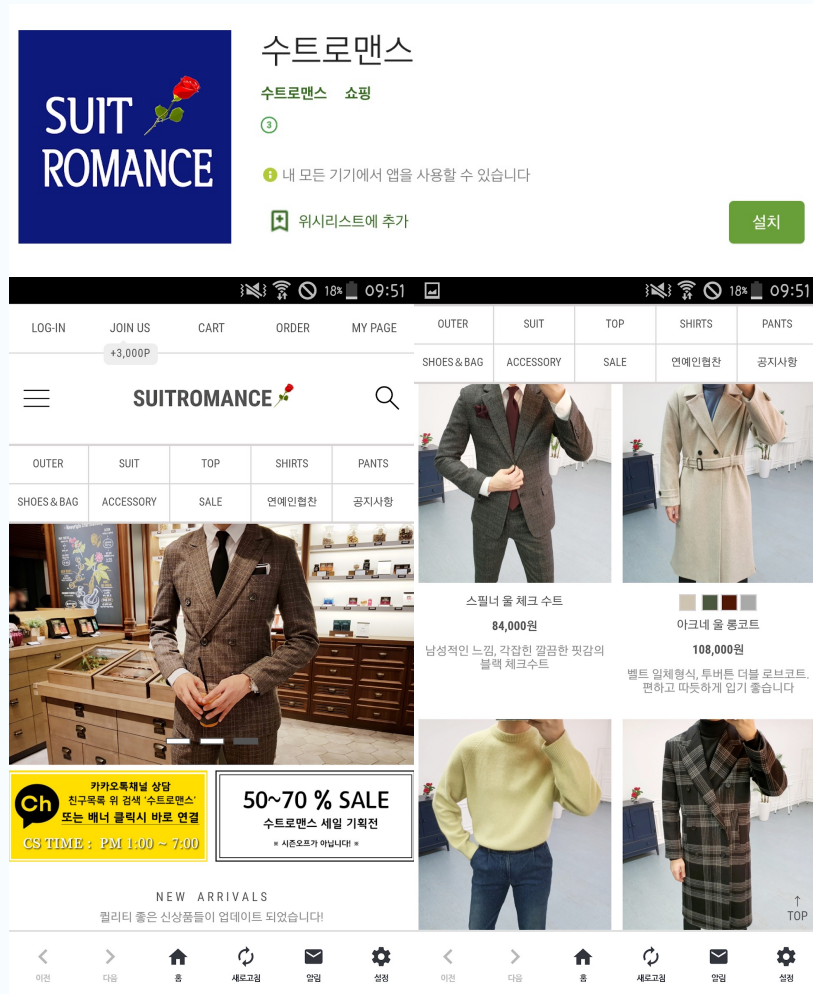
1. 남성 스타일링의 모든 것을 앱으로 구성

의류 뿐만 아니라 각종 브랜드, 쇼핑몰, 그루밍, 하이엔드, MD 추천코디

2. 트렌드 코디 정보 제공

3. AI를 바탕으로 한 상품 추천

4. 전 상품 무료배송



수트 로맨스 'Suit romance'

자체제작 양복을 중심으로 30대~50대를 타겟으로 한 남성 전용 패션 앱

1. 자체제작 상품들 위주의 구성
2. 등급 혜택을 제공하는 멤버십
3. 협찬 제공 및 제휴
4. 기간제 세일



경쟁사

소셜네트워크서비스(SNS) 기반 패션, 뷰티 쇼핑 앱 '스타일쉐어'

01. 본질에 집중한 플랫폼 설계

플랫폼 안에서 정보와 상품, 사회적 통화(평판, 명성 등)가 원활히 교환될 수 있게 유용한 정보 순서로 댓글 제시, 콘텐츠에 상품 태그 접목, 인플루언서 유저들과의 콜라보레이션 실천, 견고한 커뮤니티

02. 젊은 세대에 대한 통찰에 기반한 사용자 중심 사고

실속을 중시하고 즉각적 피드백을 원하는 Z세대 특성에 맞게 스트리트 패션 브랜드 위주로 상품을 구성하고 인공지능 패션 챗 봇 서비스 제공

03. 사용자 혁신 통한 차별화된 가치 창출

사용자의 댓글에서 아이디어를 얻어 '사용자들의, 사용자들에 의한, 사용자들을 위한' 플리마켓 운영

04. 고객 구매 여정의 단계별 접점을 파악한 비즈니스 모델

사용자들을 충성도 높은 옹호자로 만드는 데 성공

차별 점: 자신의 스타일을 공유하고 다른 사용자의 노하우를 적용해 볼 수 있는 견고한 커뮤니티 구축

포지셔닝 맵





주 사용자

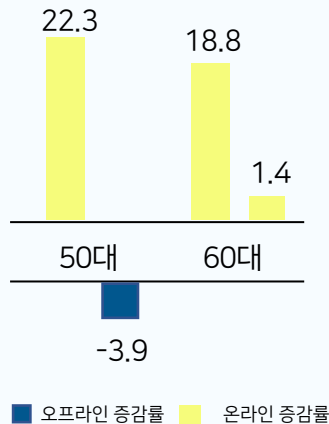
다양한 스타일의 니즈를 가지고 있는 중·장년층 남성

백화점 패션 부문에서 중·장년층 남성 브랜드 매출 성장세가 돋보인다.

신세계백화점 남성 컨템퍼러리 의류에서 50대 소비는 전년 대비 20.1%, 현대백화점과 현대 아울렛 역시 같은 기간 5060 패션 관련 매출이 전년 대비 9.5% 증가했다.

백화점 업계 관계자는 "소비여력 뿐만 아니라, 젊고 트렌디해지고 싶은 욕구가 5060 남성의 주요한 특징인 것으로 보인다며" "패션 부문을 담당하는 바이어도 체감할 정도의 거센 현상이 됐다" 고 말했다.

- 기사 '온라인 저널리즘의 미래' 발췌 -

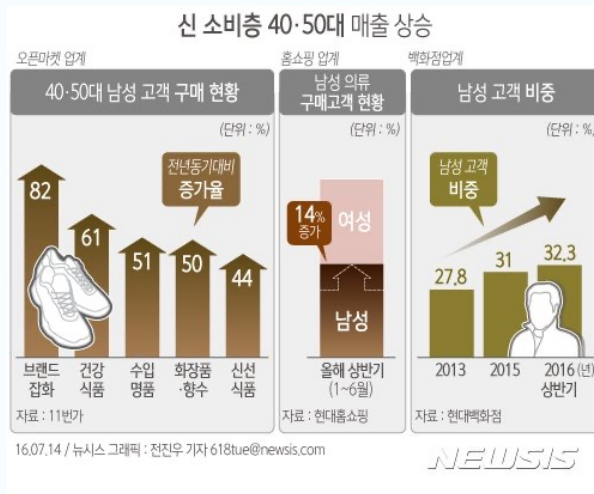


2020년 연령대별 온.오프라인 카드소비 증감률

*지난해 50대와 60대의 온라인 카드 소비 증감률은 각각 전년 대비 22.3%, 18.8% 증가했다.

유통업계 한 관계자는 "시니어 세대는 기본적으로 경제력이 뒷받침 되는 세대인데 최근엔 오프라인뿐만 아니라 온라인으로도 상품을 구매하는 상황이 많아지고 있다"며 "1회 구매 비용도 젊은 세대에 비해 큰 편이어서 앞으로 **시니어 세대가 유통업계에서 구매력 있는 세대로 자리잡을 것으로 보인다**"고 밝혔다.

*신한카드 회원 소비액을 바탕으로



50대 중·장년층 남성의 소비 확장

코로나19발 불황에도 명품 시장이 고공성장 중인 가운데 남성들이 '큰손'으로 떠오르고 있다.

패션,미용에 아낌없이 투자하는 '포미족'이 코로나19로 인한 '보복 소비' 행렬에 동참하면서 명품구매가 부쩍 늘어난 것이다.

남성 명품은 3, 4년 전부터 꾸준히 상승세가 이어지고 있지만 지갑, 넥타이 등 비교적 저렴한 잡화에서 의류 등 고가의 품목으로 선호 현상이 확장되고 있는 것은 최근 들어 생긴 변화다. 국내 남성 패션 시장 역시 미용에 아낌없이 투자하는 남성들을 지칭하는 그루밍족과 새로운 중년과 노년을 모색하는 영포티, 액티브 시니어의 부상이 크게 언급되고 있다.

3C분석

구분	분석요소	분석내용	
자사 "신사 다움" (Company)	전략 기술 구조 차별화 전략	제공하고자 하는 서비스의 목적은 무엇일까?	중.장년층을 위한 새로운 스타일 제시하며 개인에 맞는 스타일을 맞춤 추천합니다.
		경쟁 우위 확보를 위한 방법은 무엇일까?	<ul style="list-style-type: none"> 개인 커스터 마이징을 통한 맞춤 스타일 제시/추천 고급화 전략을 통한 전체적인 스타일링 한 옷들의 브랜드 성 고려 헤어샵과 양복점과의 제휴 - 스타일링에 맞는 맞춤 추천
		대표 기술은 무엇일까?	커스터 마이징 기술을 통한 신체 측정을 통한 개인 맞춤 스타일 추천
		차별화 될 수 있는 대표 서비스는 무엇일까?	개인 커스터 마이징 맞춤 추천 - 옷을 직접 제공하는 것이 아닌 스타일링 정보를 모아 사용자에게 제시
소비자 "중.장년층" (Customer)	소비자 특성 이용행태	연령, 성별, 라이프스타일 등은 어떠할까?	21세기 의학의 기술의 발달로 기대수명이 증가하면서 중년 남성들은 길어진 중년기를 좀 더 젊고 활기차게 보내고자 하는 변화된 특성을 보입니다.
		왜 어떤 동기로 이용할까?	중년 남성의 젊음을 추구하는 인식변화에 따른 새로운 스타일을 접해보고 싶은 니즈를 동기로 이용합니다.
		언제 어떻게 이용할까?	특별한 날이나 새로운 스타일에 도전해보고 싶을 때, 다양한 스타일의 스타일을 제시 받으며, 옷들에 대한 구매 링크 정보를 제공 받습니다.

3C분석

구분	분석요소	분석내용	
경쟁사 (Competitor)	스타일 셰어	경쟁사의 서비스 제공 목표는 무엇일까?	인터넷 검색 및 커뮤니티 서비스업을 영위하는 회사로 설립
		경쟁사의 핵심 전략은 무엇일까?	스타일쉐어(styleshare)'는 소비자들을 플랫폼 안으로 끌어들이는 고민에서 출발했다. 소비자들이 모여 패션상품을 얘기하도록 하는, 일종의 소셜네트워크서비스(SNS)와 같은 전략을 썼다.
		경쟁사의 주요 핵심 서비스는 무엇일까?	<ul style="list-style-type: none">' 동영상 ' 을 활용한 커머스를 접목하는 작업라이브 커머스를 통해 크리에이터가 피드백을 주고받으며 패션에 대한 정보제공10~20대들의 또래집단과의 연대의식을 사용해 뷰티 상품에 대한 정보를 제공하면서 응집성 창출
		경쟁사의 강점과 약점은 무엇일까?	강점: 사용자 혹은 잠재 소비자의 플랫폼 안에 끌어들여 주체적으로 활동할 수 있게 하는 전략으로 볼거리를 제공하는 것이 하나의 트렌드와 팬덤을 만들어 효과를 창출해냈습니다. 약점: 광고선전비 및 지급수수료 등 비용이 통제되지 않고 있어 수익성은 확보되지 않은 상태 / 개인정보 유출 사건
		경쟁사의 고객은 누구일까?	15~25세, MZ세대 여성
		현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가?	회원수 710만명으로 주요 패션 커뮤니티 회원 수를 압도하지만, 주를 이루는 타겟 층은 다릅니다. 경쟁사-MZ세대 여성 자사-50세 이상 중.장년층 남성
		새로운 경쟁사의 진입가능성이 높을까?	전략을 감안하여 빠른 속도로 올라오고 있지만 아직은 무신사나 지그재그 등 타 패션테크 플랫폼과 비교하면 다소 낮습니다.

소비자: 중 장년층 남성

- 잡화에서 의류 등 고가의 품목으로 선호 현상 확장 > 유통업계에서 구매력 있는 세대로 자리함
- 최근 오프라인 뿐만 아니라 온라인으로도 상품을 구매하는 상황이 증가

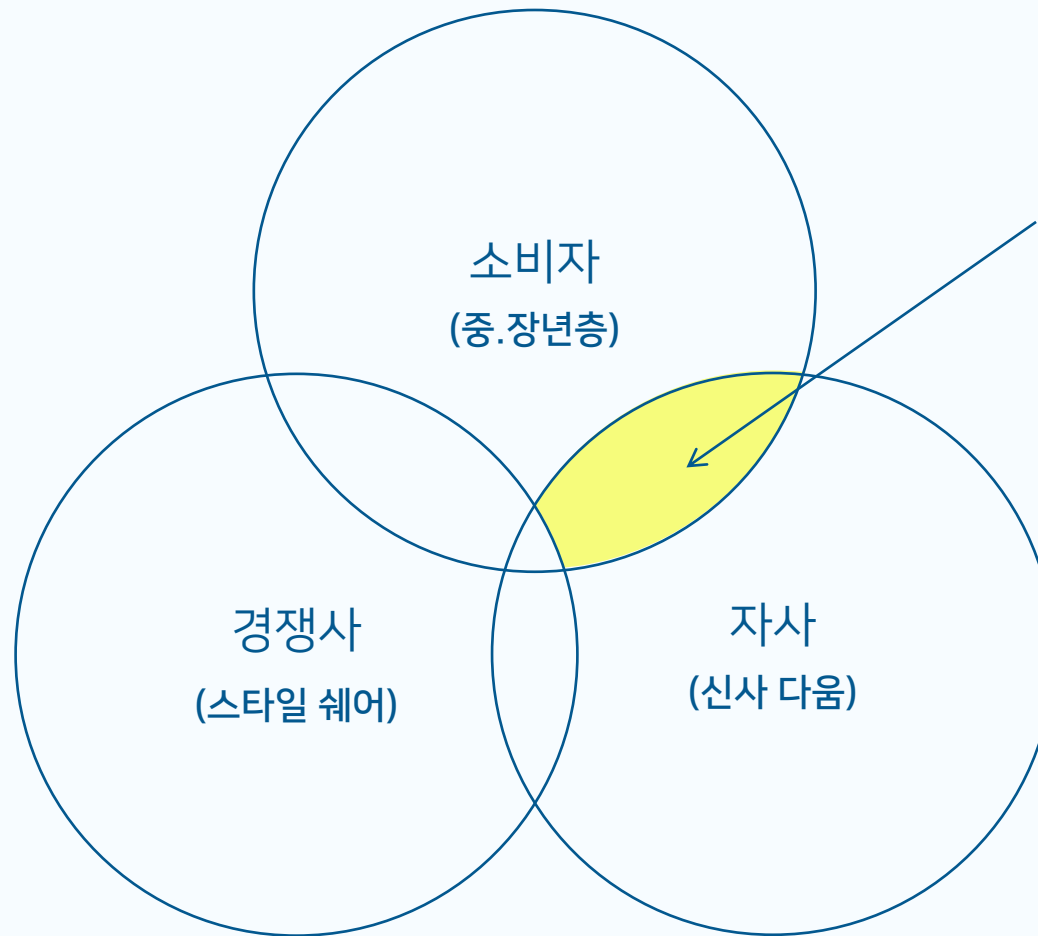
경쟁사: 스타일 셰어

- 본질에 집중한 플랫폼 설계
- 젊은 세대에 대한 통찰에 기반한 사용자 중심 사고
- 견고한 커뮤니티 구축



자사: 신사 다음

- **단순한 모바일 화면 구조와 편리하고 빠른 서비스 설계**
회원가입을 통한 사용자 맞춤 정보 데이터 수집으로 편리한 스타일링 가능
- **폭 넓은 스타일링 정보제공**
경제력 있는 중 장년층의 구매욕구와 소비 촉진



스윙스팟

- 개인 커스터마이징에 맞춘 스타일 추천
- 옷들에 대한 정보/구입 링크 제공
- 고급화 전략을 통한 전체적인 스타일링한 옷들의 브랜드 성 고려

중년 남성의 연령과 젊은 추구에 관한 인식 변화
그에 따라 달라진 의복 특성과 소비성향
중년층의 인터넷 쇼핑 증가

Opportunities

개인 커스터마이징을 통한 개인 맞춤 스타일 추천
다양한 스타일에 대한 정보 제공

Strength

Threats

중년층의 모바일 앱 숙련도 부족
노화로 인한 난시로 작은 글씨 파악 어려움

Weakness

다양한 중년층의 자신만의 스타일 고집
옷의 질을 중시하는 중년층을 위해 스타일링한 옷들
의 브랜드 성 고려

SWOT분석

<div> <div>내부환경</div> <div>외부환경</div> </div>	강점(strength)	약점(weakness)
	개인 커스터마이징을 통한 개인 맞춤 스타일 추천 다양한 스타일에 대한 정보 제공	다양한 중년층의 자신만의 스타일 고집 옷의 질을 중시하는 중년층을 위해 스타일링한 옷들의 브랜드 성 고려
기회(opportunity)	SO전략	WO전략
중년 남성의 연령과 젊음 추구에 관한 인식 변화. 그에 따라 달라진 의복 특성과 소비성향 중년층의 인터넷 쇼핑 증가	중년층의 모바일 앱 사용 증가와 인식 변화에 발 맞춘 '개인 특성'에 맞는 스타일 추천 제공	신뢰를 위한 옷들의 브랜드성을 중시하며 인식변화에 맞춘 다양한 스타일 권유/ 제시 클릭한 옷 스타일에 맞춰 알고리즘 스타일 제시
위협(threat)	ST전략	WT전략
중년층의 모바일 앱 숙련도 부족 노화로 인한 난시로 작은 글씨 파악 어려움	자동으로 카메라에 비출 경우 AI가 몸 체형을 분석 해주는 기술 투입 어려운 기술에 대한 사용자의 개입 최소화	아이콘을 사용하여 한눈에 파악 할 수 있는 UI 제공브랜드 성과 스타일 정보 아이콘 제공

03

사용자 분석

- I. 인터뷰
- II. 페르소나
- III. 시나리오

중 장년층의 니즈 조사

형식: 인터뷰

일시 : 21.04.11

대상: 50대 중년 남성 3명

질문: 10개 (+추가 질문 2개)

평소 남성들의 소비 행태

Q1. 평소에 옷을 얼마나 구입하시나요?

Q2. 평소 쇼핑을 하실 때, 어떤 경로를 이용하시나요?

Q3. 남성 옷에 대한 다양한 스타일에 관심이 있으신가요?

Q4. 어떨 때, 스타일링에 신경을 쓰고 외출 하시나요?

Q5. 평소 스타일링에 어려움이 있으신가요?

Q6. 그 어려움의 가장 큰 원인이 무엇이라고 생각하시나요?

Q7. 백화점에 갔을 경우, 남성매장에서 가장 문제가 된다고 생각하는 부분이 있으시나요?

Q8. 여성에 비해 남성의 패션 의류에 대한 폭이 좁은 데, 그것에 대해 어떻게 생각하시나요?

사용자의 니즈 파악

Q9. 다양한 스타일을 시도해보고 싶다는 생각을 하신 적이 있나요?

자사 어플의 사용도 파악

Q10. 다양한 스타일링 정보들을 접해볼 수 있다면 사용할 용의가 있으시나요?

구체적인 니즈 파악

*추가 질문

Q11. 변화하고 싶은 스타일은?

사용자 주변 행태 파악

Q12. 주변사람의 전반적인 스타일은 어떻게 되는가?



53세 회사원

Q1. 평소에 옷을 얼마나 구입하시나요?

1년에 한 두번? / 이유: 옷이 헤지면 구입하는 스타일이어서 옷을 구입할 일이 많이 없습니다.

Q2. 평소 쇼핑을 하실 때, 어떤 경로를 이용하시나요?

직접 봐야 알 것 같아서 백화점에 가서 삽니다.

Q3. 남성 옷에 대한 다양한 스타일에 관심이 있으신가요?

있다.

Q4. 어떨 때, 스타일링에 신경을 쓰고 외출 하시나요?

엄마하고 나갈 때

Q5. 평소 스타일링에 어려움이 있으신가요?

어려움이 많습니다

Q6. 그 어려움의 가장 큰 원인이 무엇이라고 생각하시나요?

미적 감각이 없는 것 같습니다.

Q7. 백화점에 갔을 경우, 남성매장에서 가장 문제가 된다고 생각하는 부분이 있으시나요?

잘 모르겠습니다

Q8. 여성에 비해 남성의 패션 의류에 대한 폭이 좁은 데, 그것에 대해 어떻게 생각하시나요?

잘 모르겠습니다.

Q9. 다양한 스타일을 시도해보고 싶다는 생각을 하신 적이 있나요?

있다

Q10. 다양한 스타일링 정보들을 접해볼 수 있다면 사용할 용의가 있으시나요?

그럼요



54세 회사원

Q1. 평소에 옷을 얼마나 구입하시나요?

계절마다 한벌정도 구입한다

Q2. 평소 쇼핑을 하실 때, 어떤 경로를 이용하시나요?

직접 봐야 알 것 같아서 백화점에 가서 삽니다.

Q3. 남성 옷에 대한 다양한 스타일에 관심이 있으신가요?

옷 스타일을 변화하고 싶다가보단 헤어나 악세서리쪽으로 변화해보고 싶다는 생각을 했다

Q4. 어떨 때, 스타일링에 신경을 쓰고 외출 하시나요?

여행갈 때 또는 소모임 갈 때

Q5. 평소 스타일링에 어려움이 있으신가요?

어려움을 느낀다

Q6. 그 어려움의 가장 큰 원인이 무엇이라고 생각하시나요?

남의 시선과 낯선 내 모습 때문에 변화하기에 어려움을 느낀다

Q7. 백화점에 갔을 경우, 남성매장에서 가장 문제가 된다고 생각하는 부분이 있으시나요?

비슷한 디자인으로 인해 소지하고 있는 옷과 유사한 스타일이 많아 그 부분을 항상 유의하고 구매를 하는데 어려움과 문제를 느낀다

Q8. 여성에 비해 남성의 패션 의류에 대한 폭이 좁은 데, 그것에 대해 어떻게 생각하시나요?

크게 문제를 느끼지 않는다.

Q9. 다양한 스타일을 시도해보고 싶다는 생각을 하신 적이 있나요?

-의향 있다.

Q10. 다양한 스타일링 정보들을 접해볼 수 있다면 사용할 용의가 있으시나요?

그렇다

추가 질문1: 변화하고 싶은 스타일은?

-깔끔하고 지적인 스타일/ 외적으로 매력있게 생긴 스타일

추가 질문2: 주변사람의 전반적인 스타일은 어떻게 되는가?

-전반적으로 옷을 잘 입는 편은 아닌것 같다.

다들 편한 옷을 추구하는 스타일을 즐겨입는 듯 하다.



52세 골프 티칭프로 , 회사원

Q1. 평소에 옷을 얼마나 구입하시나요?

계절에 한번

Q2. 평소 쇼핑을 하실 때, 어떤 경로를 이용하시나요?

주로 온라인으로 구매한다.

Q3. 남성 옷에 대한 다양한 스타일에 관심이 있으신가요?

많지 않다.

Q4. 어떨 때, 스타일링에 신경을 쓰고 외출 하시나요?

여행갈 때 또는 소모임 갈 때

Q5. 평소 스타일링에 어려움이 있으신가요?

조금 어렵다

Q6. 그 어려움의 가장 큰 원인이 무엇이라고 생각하시나요?

나이를 먹을수록 느껴지는 체형 변화.

Q7. 백화점에 갔을 경우, 남성매장에서 가장 문제가 된다고 생각하는 부분이 있으시나요?

서비스 부분이 불편하다. 다양한 옷을 편하게 피팅할 수 있도록 개선되었음 좋겠다.

Q8. 여성에 비해 남성의 패션 의류에 대한 폭이 좁은 데, 그것에 대해 어떻게 생각하시나요?

큰 문제라고 생각하지 않는다. 자신에 맞는 스타일에 맞게 입으면 된다고 생각한다.

Q9. 다양한 스타일을 시도해보고 싶다는 생각을 하신 적이 있나요?

시도해보고 싶은 의향이 있다.

Q10. 다양한 스타일링 정보들을 접해볼 수 있다면 사용할 용의가 있으시나요?

있다.

추가 질문1: 변화하고 싶은 스타일은?

캐주얼 룩을 잘 소화하고 싶다.

추가 질문2: 주변사람의 전반적인 스타일은 어떻게 되는가?

주변에서 옷을 못 입는다. 주로 늘 입던걸 입는다.

스타일링에 대한 관심

공통적으로 남성 옷에 대한 다양한 스타일에 관심이 있다. 옷 외에도 헤어나 악세사리 쪽으로 변화를 주고 싶어함.

스타일링에 대한 어려움의 가장 큰 원인

1. 큰 이유 없이 늘 입던 옷에 손이 간다 2. 남의 시선과 낯선 자신의 모습 3. 체중증가 및 체형 변화

앱 서비스에 대한 사용도

새로운 옷들로 다양한 코디하는 정보들을 접해볼 수 있다면 사용할 용의가 있다는 공통적인 응답 확인

변화하고 싶은 스타일

1. 캐주얼 룩, 깔끔하고 지적인 스타일, 외적으로 매력 있는 스타일 등



김민수

나이 : 56세
성별 : 남자
직업 : 교사
수입 : 연 4000만원 ~

태도
학교와 모임에 나갈 때도 평소와 같은 스타일로 나간다. 변화를 시도해보고 싶어하지만 알고 있는 정보가 많지 않다.
옷은 품질이 중요하다고 생각하기 때문에 가격대가 있는 옷을 선호하지만 잘 알고 있는 브랜드가 없다.

“다양한 옷을 시도하고 싶은데, 요즘 늘어난 체중과 체형 변화 때문에 어떻게 입어야 할 지 모르겠어요.”

사용자 니즈

변한 체형을 코드를 통해 커버하고 평소에 입던 스타일과 다른 스타일을 경험해보고 싶다.

Business Goal

다양한 스타일을 알 수 있는 정보와 접할 기회를 제공하며 자신의 체형에 맞는 코드가 필요를 제공해준다.
또한 변화한 스타일에 맞는 다양한 브랜드 제휴를 통해 니즈를 만족시킨다.

00고등학교에서 교사로 재직중인 김민수는 올해 56세이다.

평소 다양한 옷을 입지 않지만 자신이 입던 스타일에 맞추어 옷을 입는다.

교사로서 학생을 마주할 일이 많아 늘 같은 옷만 입을 수 없어 고민이 많다.

또한 요즘 부쩍 늘어난 체중과 체형 변화로 코디에 어려움을 느끼고 있다.

동기	시나리오	기능/컨텐츠	이용행태
쇼핑 시 많은 시간이 소요되지 않고 편하게 한곳에 모아보고 싶다.	가격비교 및 정보와 구매를 할 수 있는 스타일링 결과 보기.	옷 구매 페이지 연동	연동된 링크로 이동해 구매 스타일링 정보 습득
변화한 체형에 맞는 스타일링을 받고 싶다.	앱 내의 카메라를 이용해 사진 촬영 및 업로드 분석을 받은 이후 구매 링크로 구매한다.	카메라 스타일링 결과 보기, 구매	개인별 체형 측정, 체형 유형 설문
한번에 스타일링에 대한 고민을 해결하고 싶다.	제휴된 브랜드 서비스 이용	제휴 브랜드	제휴 브랜드 제품 구매



박진웅 씨는 서울 수도권 회사에 다니는 54세의 기혼 남성입니다. 아내와 딸 한명과 함께 살고 있으며 평소 자신의 옷보다 딸과 아내의 옷을 더 많이 사는 편입니다.

물질에 대한 요구나 욕심이 없어 새로운 옷을 많이 사지 않으며 평소에는 늘 입던 옷만 입는 편입니다. 하지만 자신의 스타일 변화와 멋진 옷들에 대한 관심이 있어 합니다.

이름: 박 진웅

나이 : 54세

성별 : 남

직업 : 회사원

수입 : 연 6000만원~

태도

평소 색다르고 젊어 보이는 스타일에 관심이 있지만, 물질에 대한 욕구가 없어 옷에 대한 구입을 많이 하지 않는 편입니다. 하지만 막상 원하는 물건을 구입하면 만족하는 편입니다.

“멋진 옷을 입고 싶어도 옷이 없어서 그냥 늘 입던 옷만 입습니다. 가지고 있는 옷이 굉장히 한정적이고 부족하지만 늘 제 새롭게 변해보고 싶다는 생각은 가지고 있습니다.”

사용자 니즈	평소 색다르고 젊어 보이는 스타일 변화에 관심이 있습니다. 하지만 이러한 정보를 직접적으로 받을 만한 곳이 없고, 가지고 있는 옷의 수량도 한정적입니다.
Business Goal	다양한 스타일에 대한 정보를 제공하고 원하는 상품을 바로 구매할 수 있는 링크를 제공합니다.

동기	시나리오	기능/컨텐츠	이용행태
자신에게 어울리는 옷들에 대해 알아보고 싶다.	앱 접속 회원가입 (제휴 계정 연동) 회원 기본 정보와 카메라 AI 커스터마이징 진행 전체 샷 촬영	카메라 AI 커스터마이징 측정	개인별 체형 측정, 체형 유형 탐구
나에게 맞는 개인 맞춤형 스타일을 다양하게 키워드 별로 추천받고 싶다.	메인 화면 확인 다양한 키워드 별 스타일 추천 나의 체형 별 스타일 확인	개인별 스타일 맞춤 추천	다양한 스타일 추천, 제시
앱에서 제시해준 스타일 중 마음에 드는 옷을 구매하고 싶다.	마음에 드는 스타일 발견 옷 정보 확인 구매 페이지 접속	옷 구매 페이지 연동	옷 구매 링크 연결 구매 페이지 이동



유 동건 씨는 지방에서 근무하고 있는 회사원 이며 51세 미혼 남성입니다. 주변 친구들과처럼 평범한 가정을 꾸리고 싶었지만 그러지못한 동건씨는 지금 에서야 자신과 함께할 동반자를 만나고 싶어합니다.

자신을 꾸미는 것에 익숙하지 않을 뿐, 늘 자신이 멋진 신사 처럼 아름답게 늙어가는 모습을 떠올리지만 주변 시선과 낯선 나의 모습에 스타일링에 어려움이 있습니다.

이름: 유 동건
나이 : 51세
성별 : 남
직업 : 회사원
수입 : 연 4800만원~

태도

달라진 나의 가치관으로 나를 꾸미는 것에 관심이 많고 어느정도(외적으로) 투자를 할 의향이 있습니다.

하지만 자신과 어울리는 새로운 스타일링을 찾아 변화하는 과정에 많은 귀찮음을 느낍니다.

“미혼이라 그런지 보는 눈도 없고 색 다른 스타일링을 도전하기란 쉽지가 않네요.. 이 나이 먹고 눈치도 보이고..하하 그런데 이제는 아름답게 늙어가고 싶은 마음이 큼니다”

사용자 니즈	여러 스타일링을 경험해보고 나와 맞는 스타일을 찾는데 많은 귀찮음을 겪습니다. 굳이 찾지 않아도 나에게 잘 어울리는 스타일링을 받고 싶습니다.
Business Goal	선택의 폭을 넓히기 위한 다양한 정보를 제시하고 개인맞춤 서비스를 제공하여 자신에게 딱 맞는 상품을 추천해줍니다.

동기	시나리오	기능/컨텐츠	이용행태
굳이 나에게 맞는 스타일을 찾지 않아도 나에게 적합한 스타일링을 받고 싶다	회원가입 > 개인 정보 수집 카메라 스타일링 서비스 선택 스타일링 데이터 분석으로 개인 맞춤 스타일링 제공	카메라 AI 커스터마이징 제공	결과에 따른 스타일링 상품 추천, 링크 연동
합리적인 가격에 스타일링을 소비하고 싶다	메인 화면 확인 제휴 브랜드 페이지 확인 타 브랜드와 비교 후, 브랜드 선정 해당 브랜드에서 예약 신청	제휴 브랜드로 인한 혜택 제공	제휴 브랜드들의 정보 제공 예약 페이지로 이동 해당 브랜드 예약 페이지로 연동
계속해서 나와 관련한 스타일링 정보를 받고 싶다	자동 로그인 메인 화면 확인 > 알림 로고 클릭 개인 맞춤화 된 알림 확인 빠른 정보 수집 용이	개인화 된 알림 서비스	사용자의 정보에 맞춘 상품 알림 > 해당 상품 링크 제공 이벤트 알림

시나리오 상황 및 등장인물

구분			
인물			
이름(나이)	김민수(56)	박 진웅(54)	유 동건(51)
직업	교사	회사원	회사원
상황	<p>평소 다양한 옷을 입지 않지만 자신이 입던 스타일에 맞추어 옷을 입는다. 교사로서 학생을 마주할 일이 많아 늘 같은 옷만 입을 수 없어 고민이 많다.</p> <p>또한 요즘 부쩍 늘어난 체중과 체형 변화로 코디에 어려움을 느끼고 있다.</p>	<p>물질에 대한 요구나 욕심이 없어 새로운 옷을 많이 사지 않으며 평소에는 늘 입던 옷만 입는 편입니다.</p> <p>하지만 자신의 스타일 변화와 멋진 옷들에 대한 관심이 있어 합니다.</p>	<p>자신을 꾸미는 것에 익숙하지 않을 뿐, 늘 자신이 멋진 신사 처럼 아름답게 늙어가는 모습을 떠올리지만 주변 시선과 낯선 나의 모습에 스타일링에 어려움이 있습니다.</p>



이름: 김 민수 나이 : 56세
성별 : 남

교사로서 학생을 마주할 일 이 많아 늘 같은 옷만 입을 수 없어 고민이 많다.
또한 요즘 부쩍 늘어난 체중과 체형 변화로 코디에 어려움을 느끼고 있다.

학교와 모임에 나갈 때도 평소와 같은 스타일로 나간다. 변화를 시도해보고 싶어하지만 알고 있는 정보가 많지 않다.
옷은 품질이 중요하다고 생각하기 때문에 가격대가 있는 옷을 선호하지만 잘 알고 있는 브랜드가 없다.

사용환경	이미지	내용	서비스/기능
[# 01]		김민수씨는 늘 비슷한 옷을 입고 생활하는 것을 느끼고 다른 스타일을 도전하고 싶어합니다. 하지만 옷장 속에는 같은 옷들만 있습니다.	
[# 02]		검색 중 알게 된 앱을 통해 카메라스타일링을 받아보기로 합니다.	앱 실행
[# 03]		회원가입 후 제공된 설문을 마치고 카메라로 전신 사진을 촬영한 후 카메라 스타일링에 업로드합니다.	카메라 스타일링 사진 촬영 및 업로드

사용환경	이미지	내용	서비스/기능
[# 04]		분석이 완료된 스타일링 결과를 받고, 아래에 제시된 코디제품들과 구매 링크를 확인한다.	결과 분석 및 스타일링 제공 구매
[# 05]		옷을 구매한 후 분석결과로 나온 추천 브랜드를 살펴보고 제휴 브랜드 제품도 함께 구매한다.	제휴 브랜드 확인 및 주문
[# 06]		배송 받은 옷과 함께 스타일을 바꾸는 것에 성공한다.	
[# 07]		바뀐 스타일을 Before&After 게시판에 업로드하며 다음에 또 이용하겠다는 다짐을 한다.	게시판 업로드



이름: 박 진웅 나이 : 54세 직업 : 회사원
 성별 : 남 수입 : 연 6000만원~

박진웅 씨는 서울 수도권 회사에 다니는 54세의 기혼 남성입니다. 아내와 딸 한명과 함께 살고 있으며 평소 자신의 옷보다 딸과 아내의 옷을 더 많이 사는 편입니다.

평소 색다르고 젊어 보이는 스타일에 관심이 있지만, 물질에 대한 욕구가 없어 옷에 대한 구입을 많이 하지 않는 편입니다.
 하지만 막상 원하는 물건을 구입하면 만족하는 편입니다.

사용환경	이미지	내용	서비스/기능
[# 01]		박진웅씨는 평소와는 다른 색다르고 젊어 보이는 스타일을 도전하기로 마음 먹습니다.	
[# 02]		앱을 실행시켜 회원가입 절차를 걸쳐, 개인 기본정보와 카메라 AI 커스터마이징을 진행합니다.	카메라 AI 커스터마이징 측정 사진촬영
[# 03]		메인화면에서 커스터마이징으로 진행된 정보를 토대로 개인 별 맞춤 추천 스타일들을 확인합니다.	개인 맞춤 스타일 추천


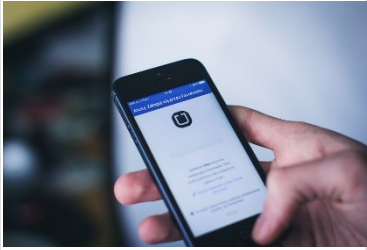
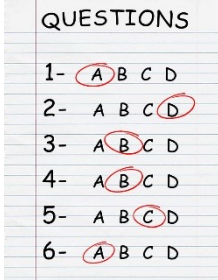
사용환경	이미지	내용	서비스/기능
[# 04]		메인 화면에서 띄워준 정보들 중, 가장 마음에 드는 스타일을 클릭해, 옷들에 대한 정보를 확인합니다.	스타일링 옷 정보 확인
[# 05]		각 스타일링 되어 있는 옷들을 클릭해 옷을 구입할 수 있는 페이지로 이동합니다.	구매 링크 연결
[# 06]		구입한 옷들이 집에 도착하면 스타일링대로 옷을 입어보고 Before & After 사진을 촬영합니다.	사진촬영
[# 07]		구매 후기로 Before & After 사진을 업로드해 사용자와 이용후기를 교류합니다.	커뮤니티 게시판 이용후기 - Before & After







이름: 유 동건 나이 : 51세 직업 : 회사원
성별 : 남 수입 : 연 4800만원~

유 동건 씨는 지방에서 근무하고 있는 회사원 이며 51세 미혼 남성입니다. 주변 친구들처럼 평범한 가정을 꾸리고 싶었지만 그러지못한 동건씨는 지금 에서야 자신과 함께할 동반자를 만나고 싶어합니다.

달라진 나의 가치관으로 나를 꾸미는 것에 관심이 많고 어느정도(외적으로) 투자를 할 의향이 있습니다.
하지만 자신과 어울리는 새로운 스타일링을 찾아 변화하는 과정에 많은 귀찮음을 느낍니다.

사용환경	이미지	내용	서비스/기능
[# 01]		유 동건씨는 자신과 함께할 동반자를 만나기 위해 외적으로 자신의 스타일링을 변화하고 싶은 마음입니다	
[# 02]		지인 추천으로 해당 어플을 알게 되었으며 인터넷 사용에 어려움이 없어 어플의 회원가입 순서로 차근차근 어플을 시작합니다	간단한 회원가입 절차
[# 03]		회원가입 절차를 마친 그는 간단하게 자신이 원하는 카테고리를 선택하고 본격적으로 어플을 실행하게 됩니다.	개인화된 맞춤 카테고리 서비스

사용환경	이미지	내용	서비스/기능
[# 04]		평소 스타일링 정보를 수집하는데 귀찮아 했던 동건씨는 카메라 시 커스터마이징에 흥미를 보이며 바로 카메라를 실행해 해당 조건에 부합하는 사진을 찍어 올립니다	카메라 시 커스터마이징
[# 05]		몇 분 후, 결과 제공이 되었다는 알림 소식을 받고 자신과 어울리는 상품들을 추천 받습니다	알림 기능 -관심 상품, 서비스 알림
[# 06]		원하는 상품을 구매링크를 통해 구매하고 카메라 시 커스터마이징 결과에서 헤어의 변화가 시급하다는 것을 알고 제휴 브랜드에 눈길을 돌립니다	제휴 브랜드 연계를 통한 혜택 서비스
[# 07]		타 헤어샵들과 비교 끝에 원하는 헤어샵을 선정하고 예약을 눌러 해당 헤어샵 페이지를 통해 예약을 진행합니다 카메라 시 커스터마이징의 결과에서 추천하는 헤어를 미용사분에게 보여 주며 성공적인 스타일링 변신을 합니다.	예약 페이지 이동

01. 정보들을 통한 제휴브랜드 연계

원하는 스타일링의 정보 클릭 → 제휴 브랜드 정보 확인 후 예약, 별도의 설명없이 원하는 스타일링 가능

02. 보다 정확한 개인 맞춤 서비스 강화

구체적인 사용자의 체형정보, 특성, 선호하는 스타일 등 등록 후 카메라 AI 커스터마이징 사용

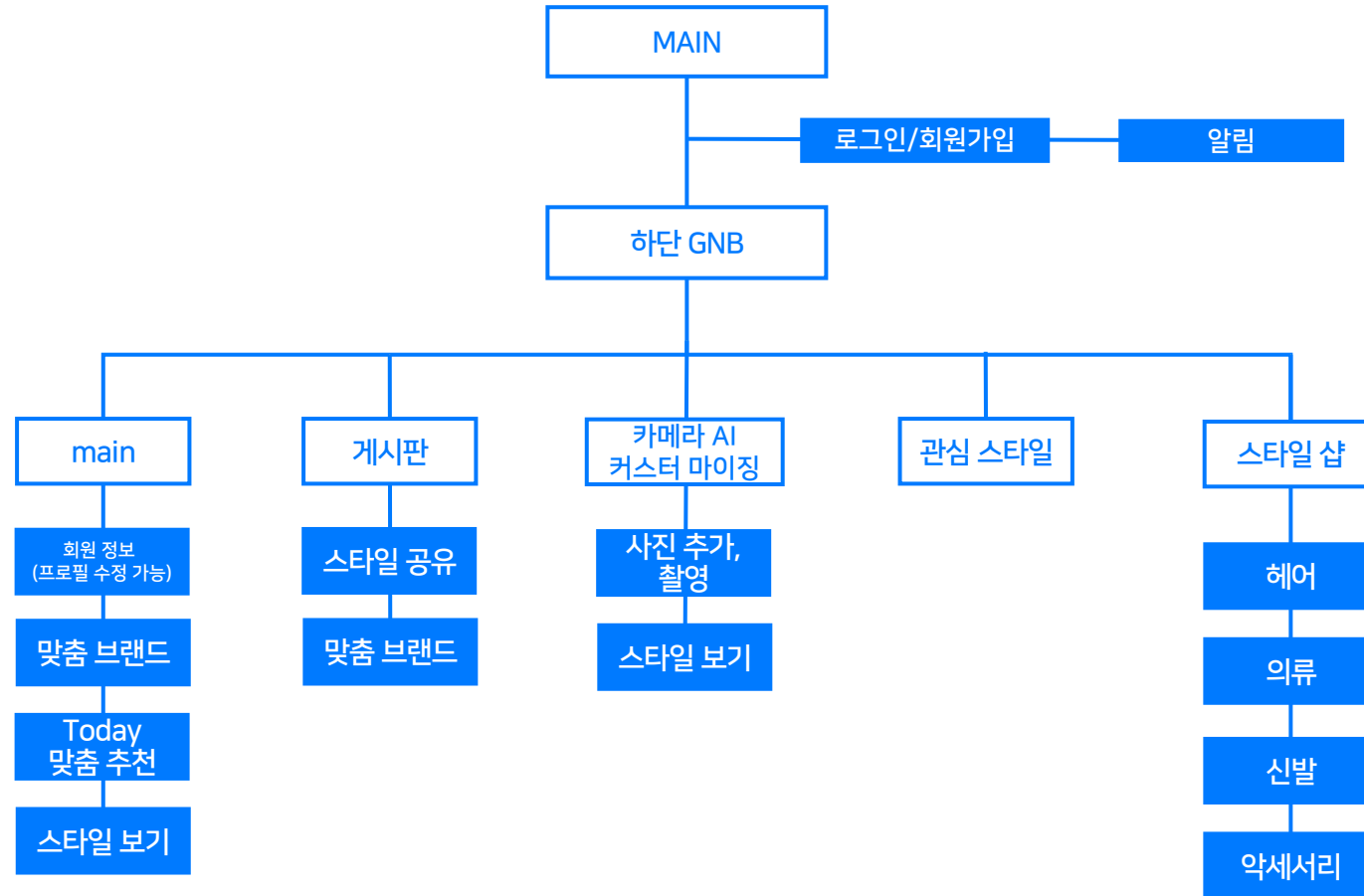
03. 다양한 니즈 수렴을 위한 폭 넓은 브랜드 제시

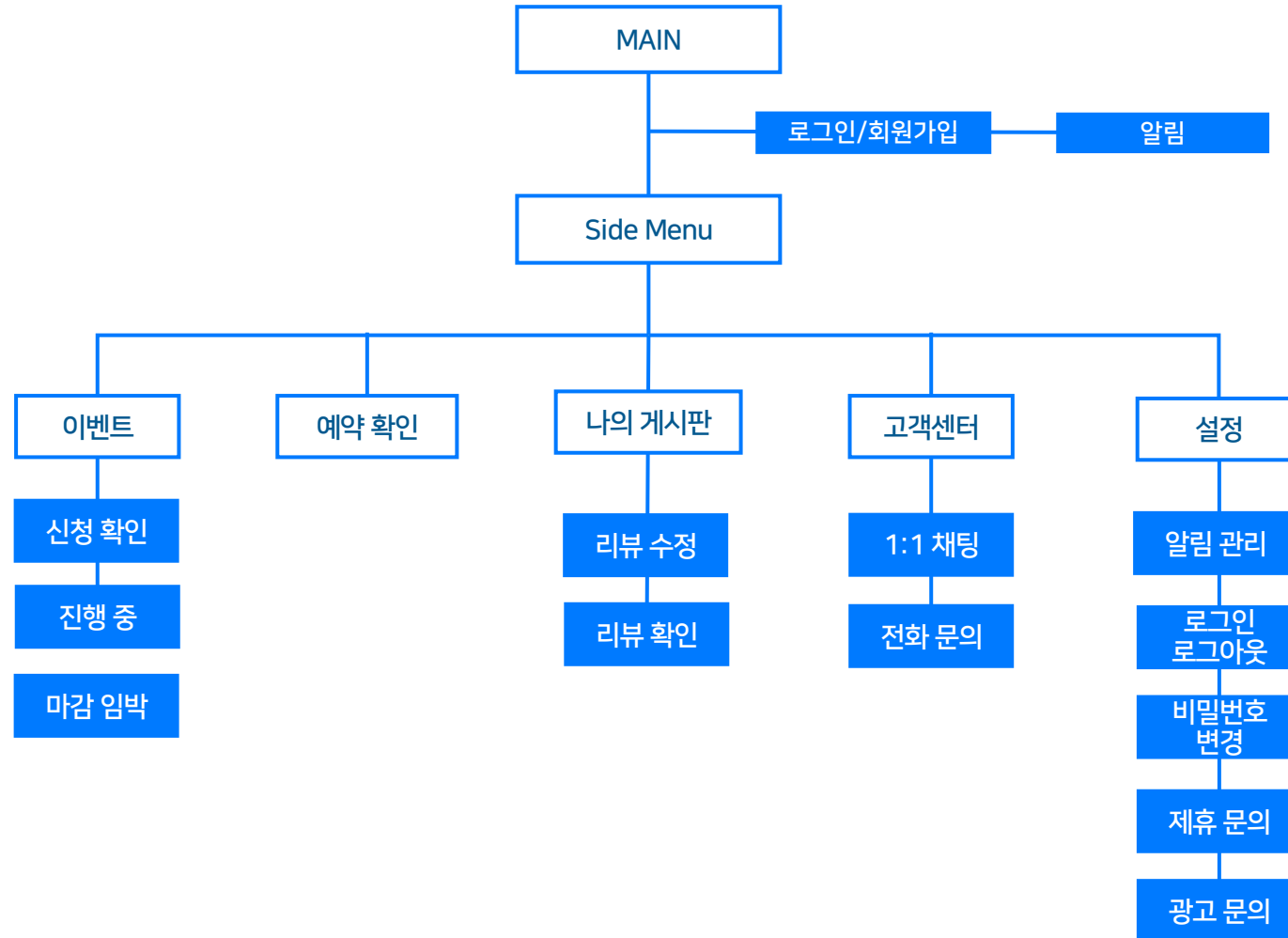
의류에서 나아가 헤어, 의류, 신발, 악세서리 등의 브랜드 확장

04

서비스 설계

- I. 정보구조도
- II. 와이어프레임
- III. 스토리보드

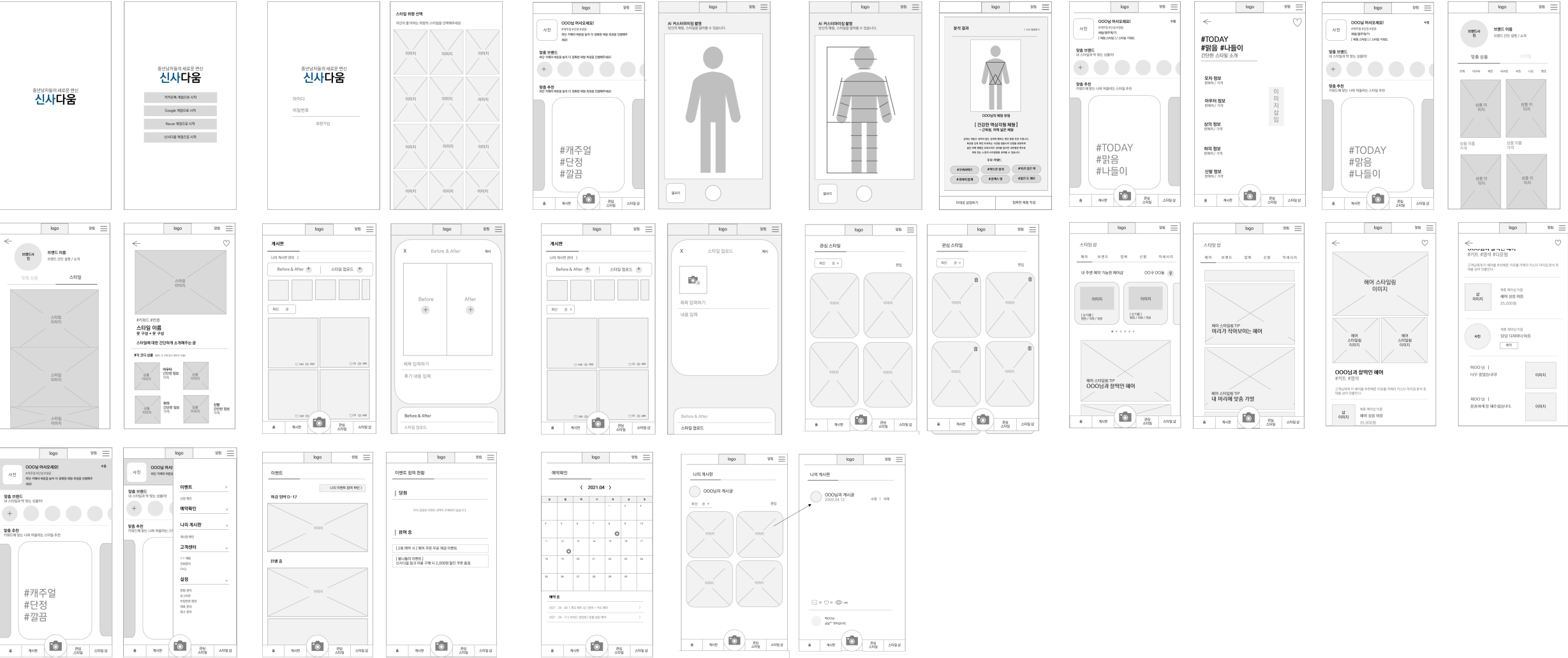


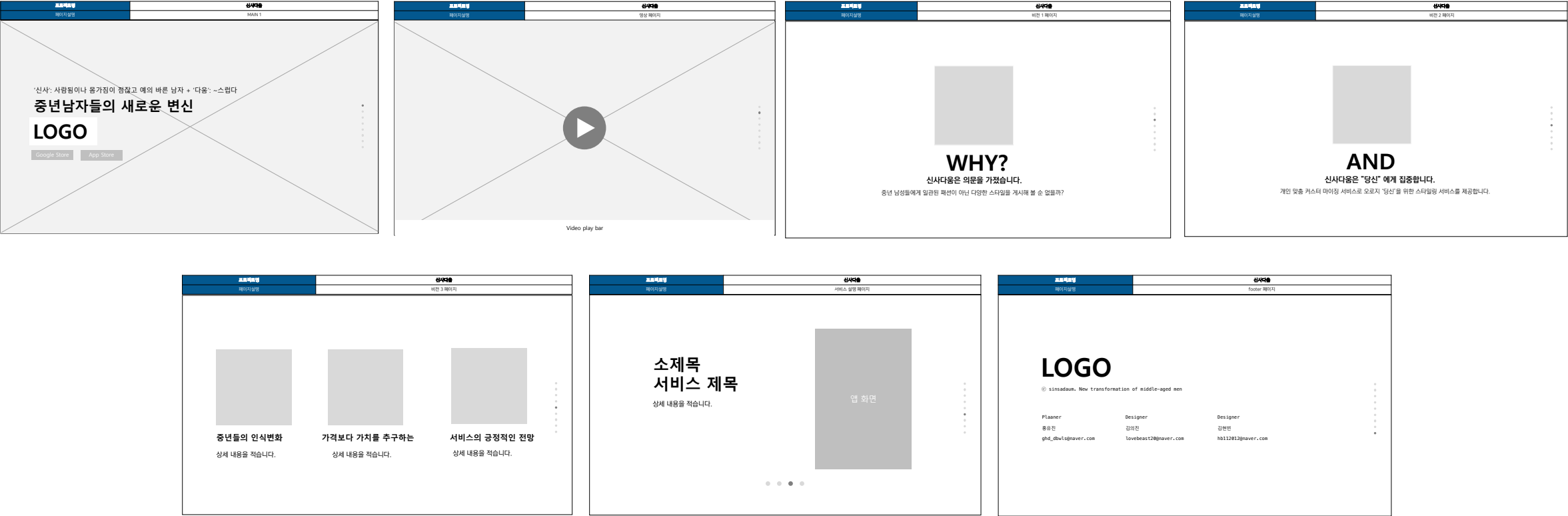


공통UI 정의

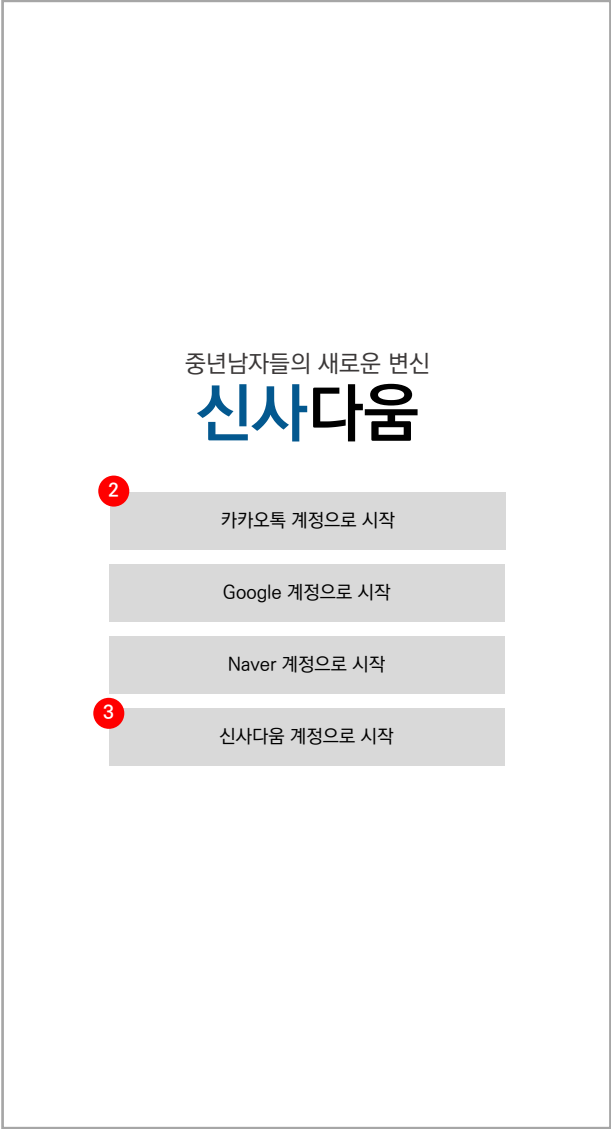
Icon		
폰트	<div>Kopubworld돋움체 Medium 7pt</div> <div>Kopubworld돋움체 Medium 11pt</div>	<div>Kopubworld돋움체 Medium 9pt</div> <div>Kopubwolrd돋움체 Bold 11pt</div>
Image		
Tabs	<div><div>헤어</div><div>브랜드</div><div>양복</div><div>신발</div><div>악세사리</div></div> <div><div>맞춤 상품</div><div>스타일</div></div>	
Button		<div><div>최신</div><div>순 ▼</div></div> 

와이어프레임





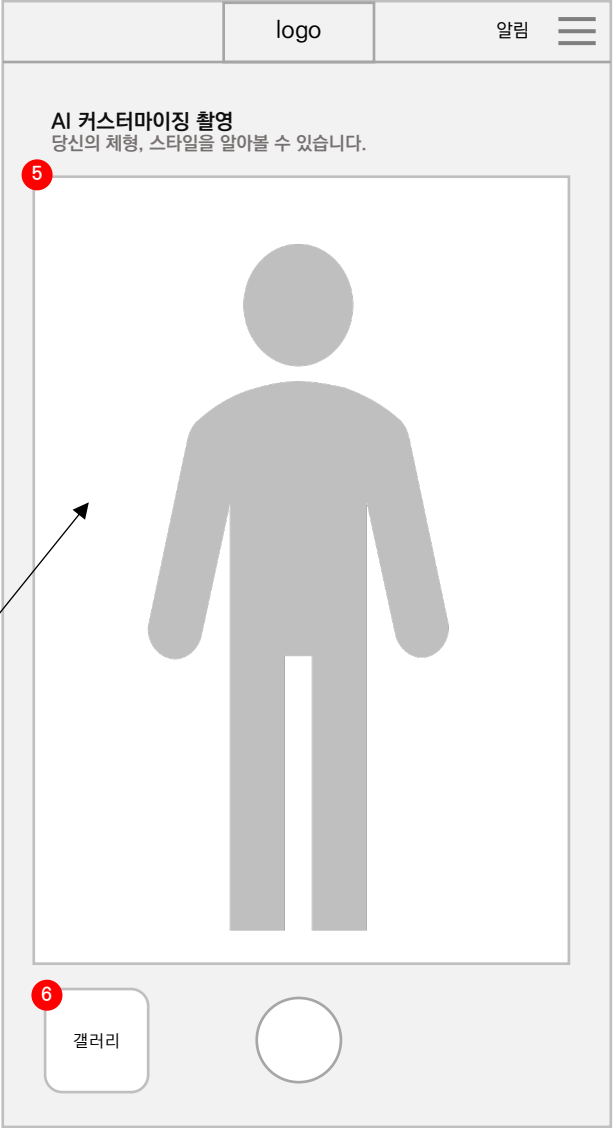
화면 ID	모바일 시작
화면 경로	어플 시작 > 계정 연동



문서번호	
파일명	콘셉트 시각화_스토리보드
번호	1

	화면 설명
1	서비스 이름, 슬로건 노출
2	SNS 선택해 계정 연동
3	[신사다움] 개인 계정 로그인

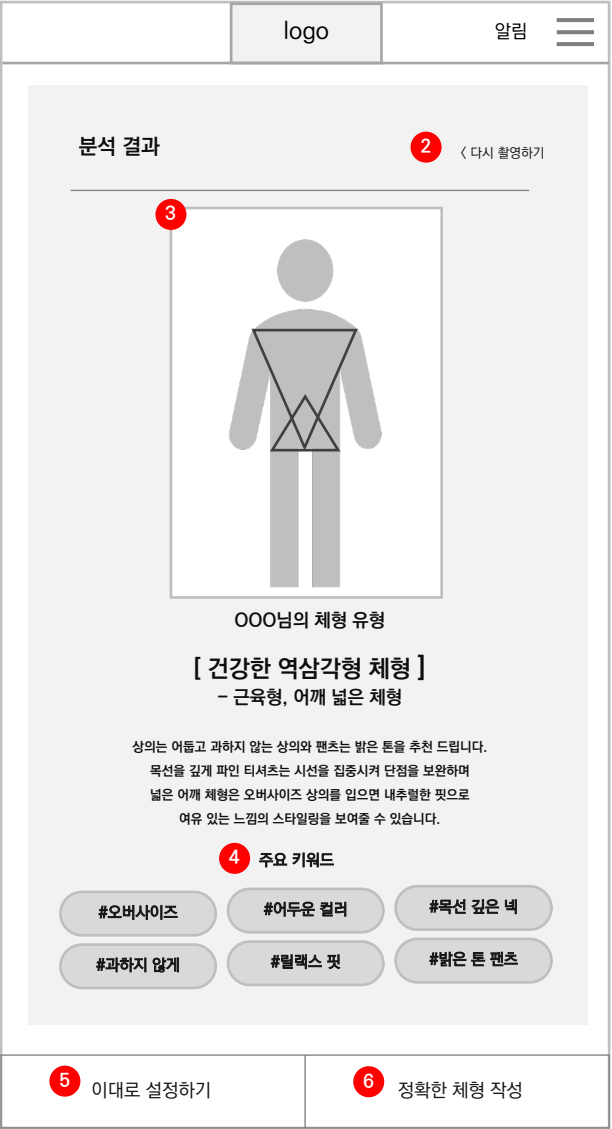
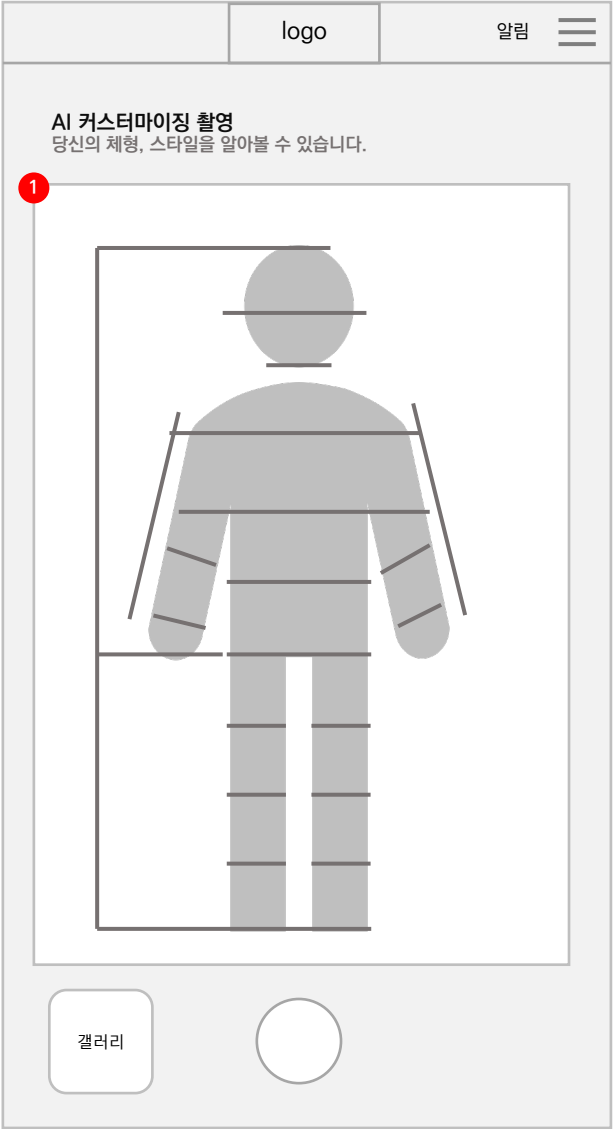
화면 ID	모바일 메인
화면 경로	메인 화면 > 카메라 아이콘 > AI 커스터마이징 촬영



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	3

	화면 설명
1	회원 개인 기본정보 노출
2	맞춤 브랜드 왼쪽 정렬 노출 + 버튼 클릭 시 관심 브랜드 추가
3	맞춤 추천.(취향 탐색 기준) -키워드, 스타일 노출
4	AI 커스터마이징 촬영 -클릭 시, 촬영 페이지 이동
5	전신 사진 촬영
6	갤러리 노출 -클릭 시 갤러리 앱 화면으로 이동 -갤러리에서 사진 선택 가능

화면 ID	AI 커스터마이징 촬영 분석 화면
화면 경로	메인 화면 > 카메라 아이콘 > AI 커스터마이징 촬영 > 분석 결과



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	4

	화면 설명
1	AI 개인 커스터마이징 분석 -전신 사진 토대
2	다시 촬영하기 -클릭 시 촬영 화면으로 이동
3	분석 결과 토대로 체형 유형 설명 - 전체적인 체형 분석 - 분석 토대로 간단한 내용 전달
4	스타일링 주요 키워드 도출
5	이대로 설정하기 -AI 카메라 커스터마이징을 토대로 진행 -클릭 시 메인화면으로 이동
6	정확한 체형 작성 - 클릭 시 페이지 이동 - 세부적인 사용자 정보 기입

화면 ID	사용자 프로파일
화면 경로	메인 화면 > 카메라 아이콘 > AI 커스터마이징 촬영 > 분석 결과 > 정확한 체형 작성

logo

알림

1

더 정확하게 체형 작성하기

1 키

cm

2 몸무게

kg

3 주로 입으시는 옷의 사이즈를 선택해주세요.
(S / M / L / XL / XXL)

상의

S

M

L

XL

XXL

하의

S

M

L

XL

XXL

아우터

S

M

L

XL

XXL

4 가슴 둘레 사이즈(cm)를 측정해주세요.

89~94

97~102

104~109

112~120

120 이상

5 허리 둘레 사이즈(cm)를 측정해주세요.

71~76

81~86

91~96

101~106

111 이상

logo

알림

2

5 허리 둘레 사이즈(cm)를 측정해주세요.

71~76

81~86

91~96

101~106

111 이상

6 목둘레 사이즈(cm)를 측정해주세요.

35~37

38~39

40~42

43~44

45~47

7 팔 길이 사이즈(cm)를 측정해주세요.

78~81

81~84

84~86

86~89

89~91

8 스타일링 악세사리(팔찌, 목걸이 모자 등)을 좋아하나요?

좋아합니다

가끔 사용합니다

싫어합니다

9 얼굴의 피부톤을 알려주세요.

문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	5

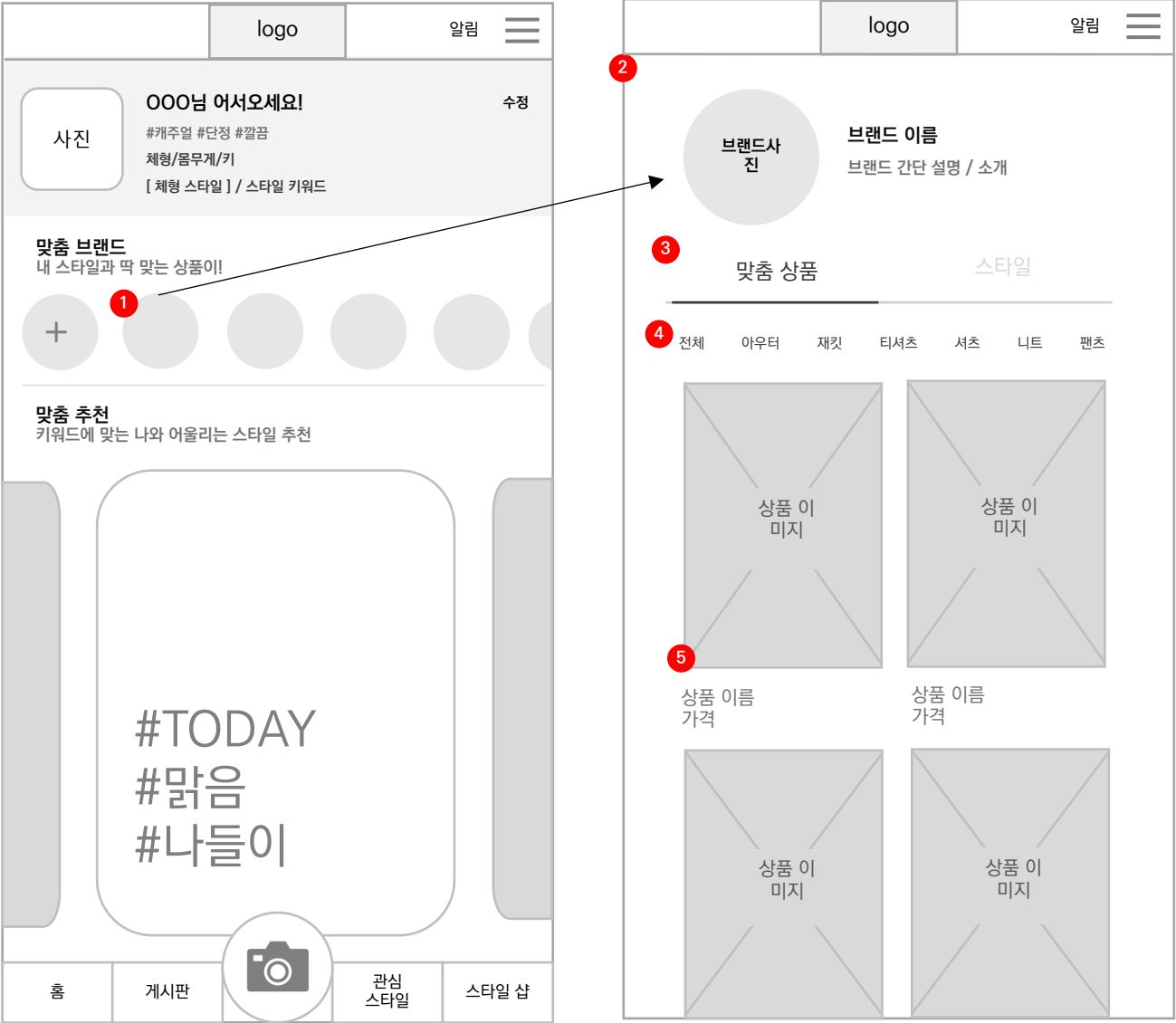
	화면 설명
1	사용자 체형 세부적인 정보 파악 - 더 정확한 맞춤 추천 가능
2	로고 클릭 시 메인화면으로 이동

화면 ID	모바일 메인
화면 경로	메인 화면 > 맞춤 추천 > 스타일 이미지



문서번호	
파일명	콘셉트 시각화_스토리보드
번호	6
	화면 설명
1	사용자의 기본 정보 - 커스터마이징 / 체형 분석을 통해 도출 해 낸 결과를 토대로 간단한 정보 기입
2	수정 버튼 클릭 - 자신의 체형, 기본 정보 수정 가능
3	맞춤 추천 (TODAY) -가로로 스크롤 가능 -스타일 이미지 삽입 - 오늘 날씨에 맞춘 사용자의 체형에 맞춘 스타일을 추천.
4	키워드, 간단한 스타일 소개 기입
5	상품 이름, 정보 사입 -클릭 시 구매 가능 링크 연결
6	스타일 이미지 삽입
7	관심 버튼 -클릭 시 관심 스타일에 저장 가능

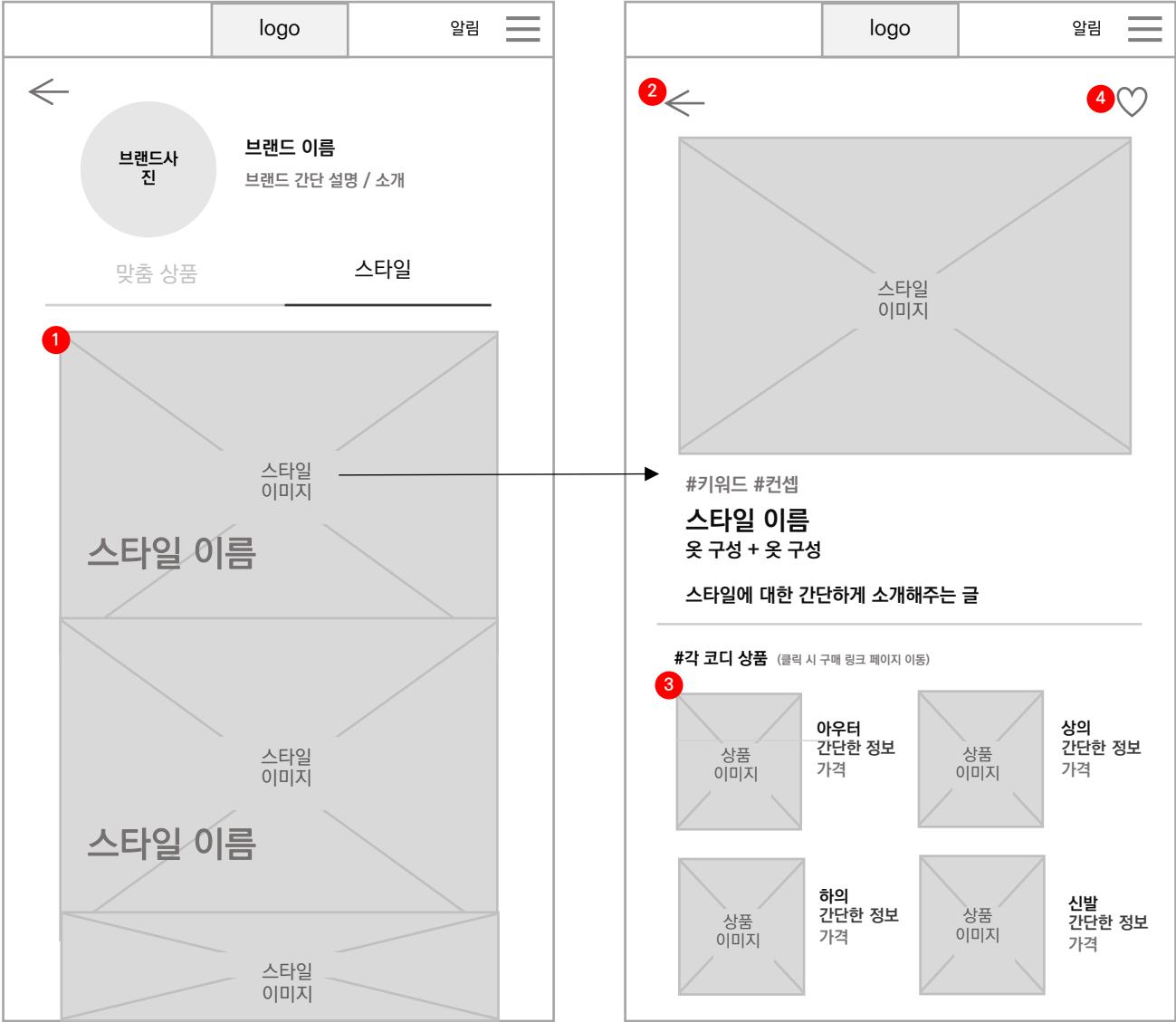
화면 ID	모바일 메인
화면 경로	메인 화면 > 맞춤 브랜드 > 브랜드 맞춤 상품



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	7

	화면 설명
1	맞춤 브랜드 -내 관심 브랜드 로고 이미지 삽입 -클릭 시 페이지 이동
2	브랜드 관련 상품 소개 페이지
3	맞춤 상품, 스타일 탭 -클릭 시, 각 아래 화면 변경
4	상품 카테고리 안내 -클릭 시, 각 원하는 카테고리 상품 정렬
5	상품 이미지, 이름 가격 노출 -클릭 시 구매 가능 링크 연결

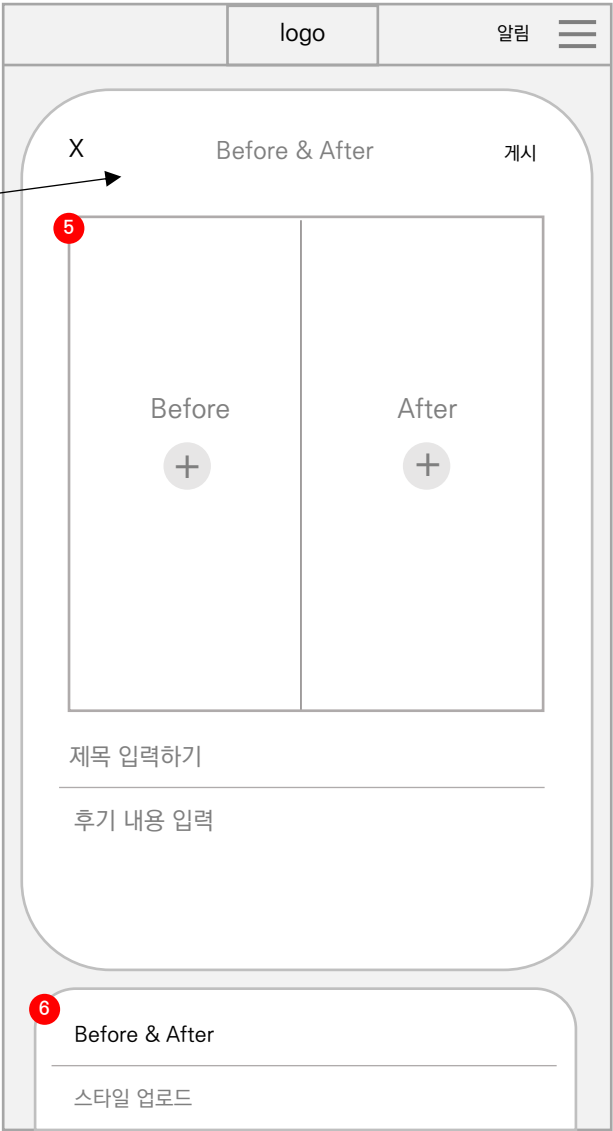
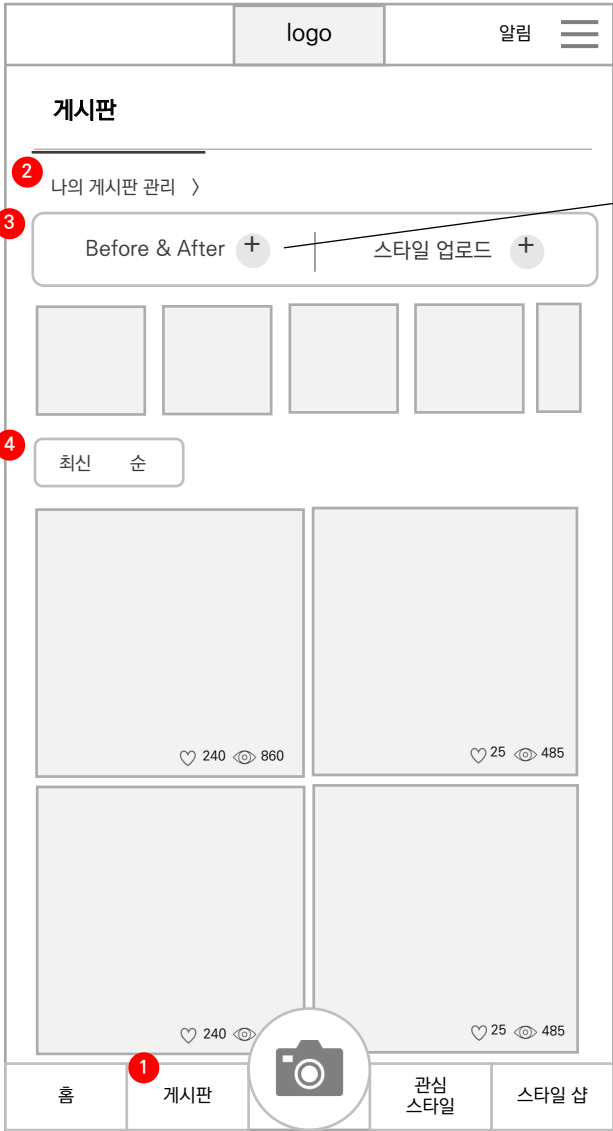
화면 ID	맞춤 브랜드
화면 경로	메인 화면 > 맞춤 브랜드 > 브랜드 스타일 > 스타일 이미지 > 각 스타일 상세정보



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	8

	화면 설명
1	스타일 이미지 정렬 -스타일 이름 삽입 -클릭 시 각 스타일링 페이지로 이동
2	뒤로가기 버튼
3	각 코디 상품 안내 -각 상품 이미지, 정보 가격 안내 -클릭 시 구매 가능 링크 연결
4	관심 버튼 -클릭 시 관심 스타일에 저장 가능

화면 ID	게시판
화면 경로	메인 화면 > 게시판 > Before & After



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	9

	화면 설명
1	하단 게시판 버튼 -클릭 시 게시판 화면 이동
2	나의 게시판 관리 버튼 -클릭 시 [나의 게시판] 화면 이동
3	Before & After 버튼 클릭 -게시글 작성 화면 이동
4	정렬 기준 선택 -최신 순 / 인기 순 / 조회수 순 사용자들의 스타일 공유 피드 -사용자들끼리의 소통 -스타일 이미지 노출 -좋아요 수, 조회 수 노출
5	Before & After 작성 -자신의 Before, After 사진 첨부 -제목, 후기 내용 입력
6	하단 게시글 종류 선택 -Before & After 선택 시 작성 화면 이동 -스타일 업로드 선택 시 작성 화면 이동

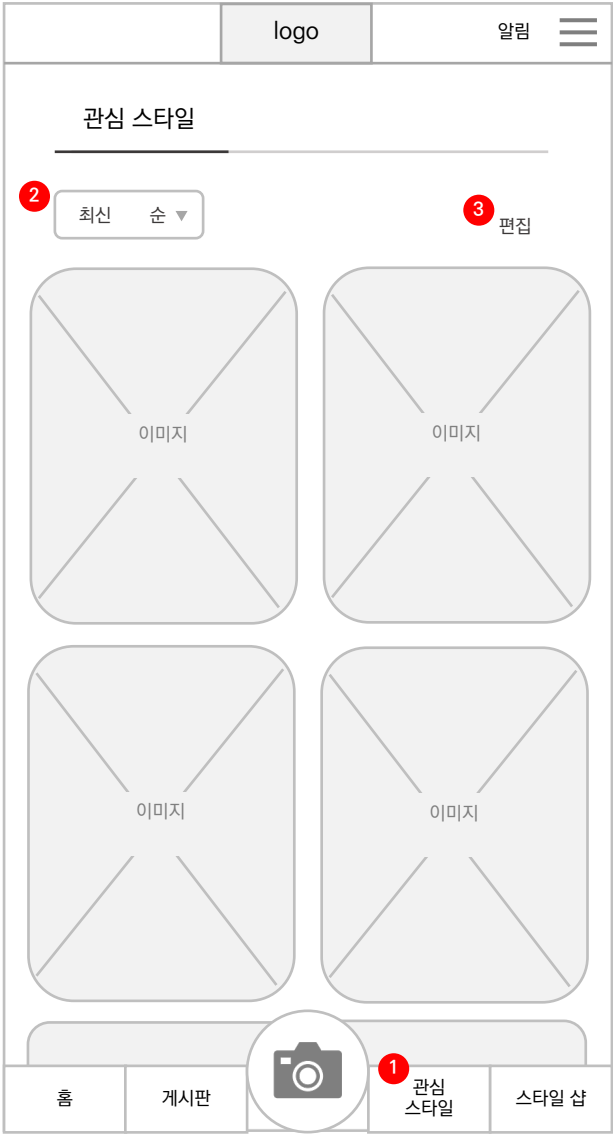
화면 ID	게시판
화면 경로	메인 화면 > 게시판 > 스타일 업로드



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	10

	화면 설명
1	스타일 업로드 버튼 클릭 -게시글 작성 페이지 화면 이동
2	X 버튼 클릭 -창 닫힘 -게시판 화면으로 복귀
3	게시 버튼 클릭 -피드 게시판에 업로드
4	사진 추가 버튼 -피드에 올릴 사진 첨부 가능 -갤러리 연동
5	제목, 내용 입력

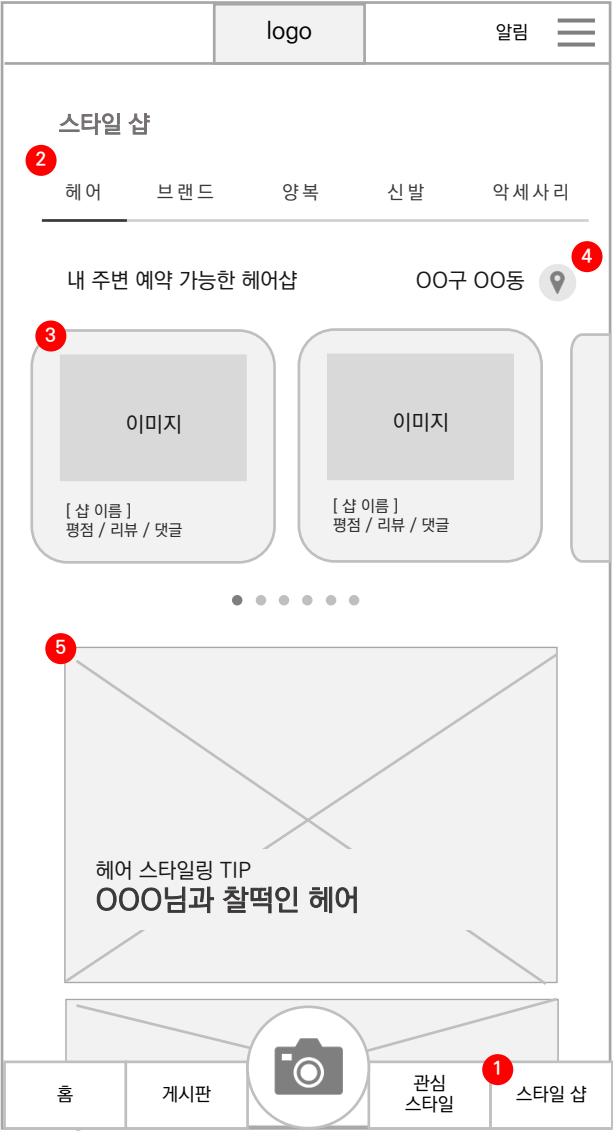
화면 ID	관심 스타일
화면 경로	메인 화면 > 관심 스타일



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	11

	화면 설명
1	관심 스타일 -내가 [관심]을 눌러놓은 스타일을 한번에 확인 가능 -정렬 된 스타일 이미지 확인
2	정렬 기준 선택 -최신 순 / 인기 순 / 조회수 순
3	편집 기능 버튼
4	삭제 버튼 -편집 기능 버튼 클릭 시 노출 -클릭 시 [관심 스타일] 삭제

화면 ID	스타일 샵
화면 경로	메인 화면 > 스타일 샵 > 헤어



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	12

	화면 설명
1	하단 스타일 샵 버튼 클릭 -스타일 샵 화면 이동
2	카테고리 탭 -헤어, 브랜드, 양복, 신발, 악세사리 클릭 시, 각 화면으로 이동
3	주변 예약 가능한 헤어샵 안내 -현재 내 위치 기반 헤어샵 안내 -옆으로 슬라이드 가능 -샵 이미지, 이름, 평점, 리뷰, 댓글 정보 등록
4	위치 추적 아이콘 클릭 -나의 현 위치 추적 -주변 스타일 샵 안내
5	맞춤 헤어 추천 (고정) -사용자의 개인 맞춤 헤어 추천
6	헤어 스타일 TIP -키워드, 제목에 맞춘 다양한 헤어 스타일 정보 안내

화면 ID	스타일샵
화면 경로	스타일 샵 > 헤어 > 헤어 스타일링 TIP



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	13

	화면 설명
1	뒤로가기 버튼
2	관심 버튼 -클릭 시 관심 스타일에 저장 가능
3	스타일링의 다양한 이미지 첨부
4	샵 이미지, 샵 직원 사진 첨부 -신뢰 전달 -상품 이름, 가격 정보 전달
5	예약하기 버튼 -클릭 시 예약 가능한 링크 연결
6	다른 사용자 후기 첨부 -신뢰 전달

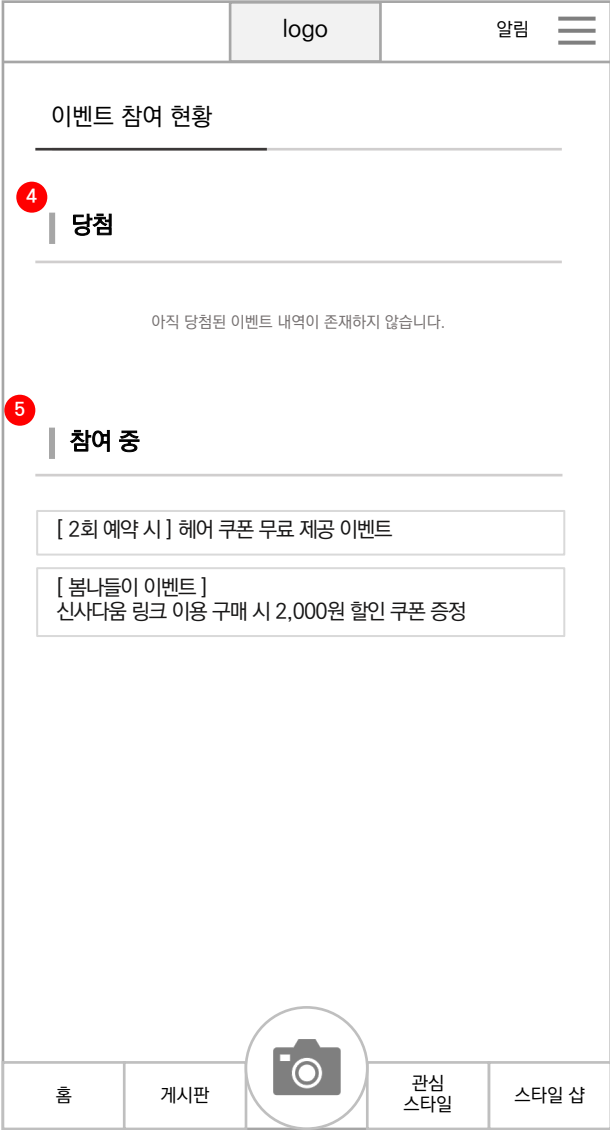
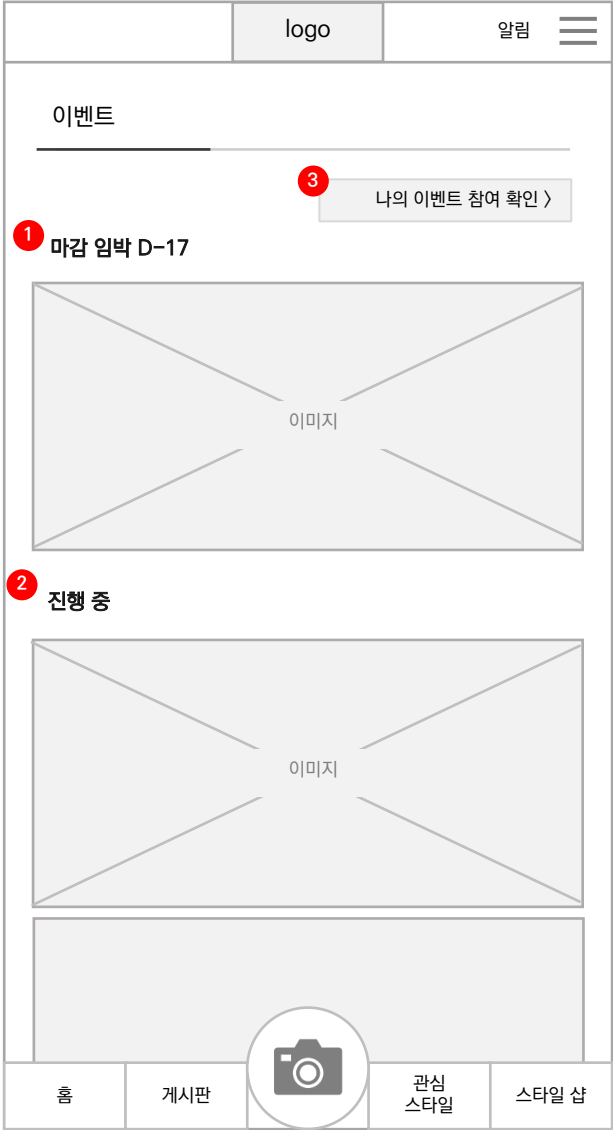
화면 ID	Side 메뉴
화면 경로	메인 화면 > 메뉴 버튼



문서번호	
파일명	콘셉트 시각화_스토리보드
번호	14

	화면 설명
1	메뉴 클릭 -클릭 시 숨겨진 side 창 노출
2	카테고리 노출 -각 카테고리 클릭 시 각 페이지로 이동 -아래 세모 아이콘 클릭 세부 카테고리 확대/축소 가능

화면 ID	Side 메뉴
화면 경로	메뉴 > 이벤트



문서번호	
파일명	콘셉트 시각화_스토리보드
번호	15

	화면 설명
1	마감 임박 이벤트 안내 -남은 날짜 (디데이) 표기 -이벤트 이미지 첨부
2	진행 중인 이벤트 안내 -이벤트 이미지 첨부 -스크롤 시 다양한 이벤트 확인 가능 -클릭 시 이벤트 상세내용 확인
3	나의 이벤트 참여 확인 버튼 -클릭 시 페이지 이동
4	참여한 이벤트 당첨 확인
5	참여중인 이벤트 확인 -클릭 시, 이벤트 상세내용 확인

화면 ID	Side 메뉴
화면 경로	메뉴 > 예약확인

logo

알림

1 예약확인

2 < 2021.04 >

3

일	월	화	수	목	금	토
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
				★		
11	12	13	14	15	16	17
	★					
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

4 예약 중

2021 . 04 . 08 [제오 헤어 샵] 염색 + 커트 예약 >

2021 . 04 . 12 [바비드 양장점] 맞춤 정장 예약 >

홈

게시판

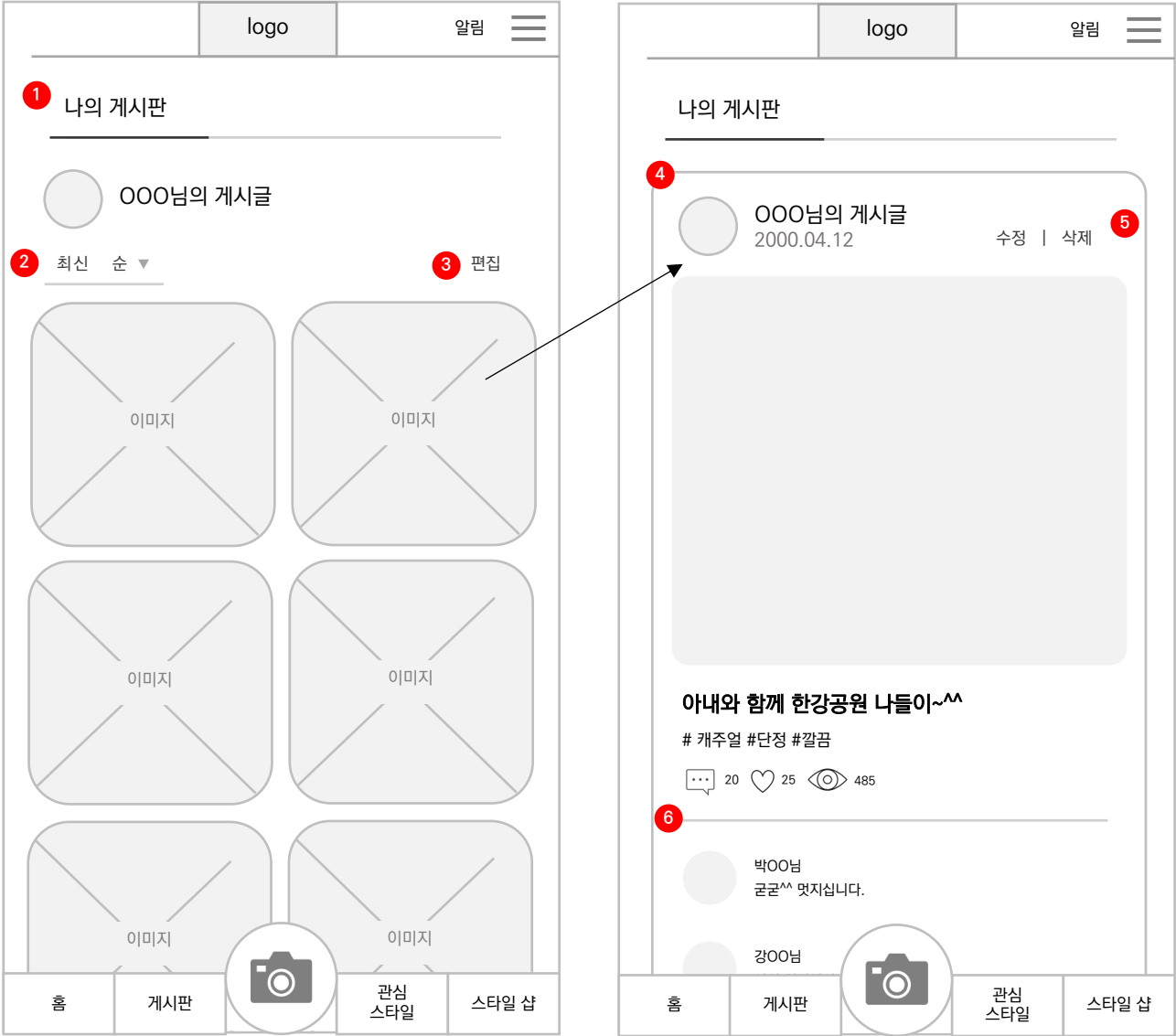
관심 스타일

스타일 샵

문서번호	
파일명	concept 시각화_스토리보드
번호	16

	화면 설명
1	예약확인 페이지 -스타일 샵 연동 -예약 날짜 표시
2	달력 형태 -버튼 클릭 시 날짜 이동 -각 달마다 예약 확인
3	달력 형태 -예약된 날짜 표시
4	예약 중 표시 -날짜, 예약 정보 한눈에 확인 -클릭 시 예약 페이지 링크 연결

화면 ID	Side 메뉴
화면 경로	메뉴 > 나의 게시판



문서번호	
파일명	컨셉트 시각화_스토리보드
번호	17

	화면 설명
1	나의 게시판 -내가 올린 리뷰, 스타일 관리
2	정렬 기준 선택 -최신 순 / 인기 순 / 조회수 순
3	편집 버튼 클릭 -한번에 모아서 삭제 가능
4	내가 올린 게시글 화면 노출 -사진 이미지, 제목, 내용 노출 -댓글, 좋아요, 조회수 표시
5	수정 버튼 -클릭 시 나의 게시글 수정 가능 삭제 버튼 -클릭 시 나의 게시글 삭제 가능
6	사용자 댓글 노출 -사용자들간의 소통 가능

05

화면 디자인

- I. 시각화 계획
- II. 로고/아이콘
- III. 화면디자인 1차
- IV. 화면 디자인 2차

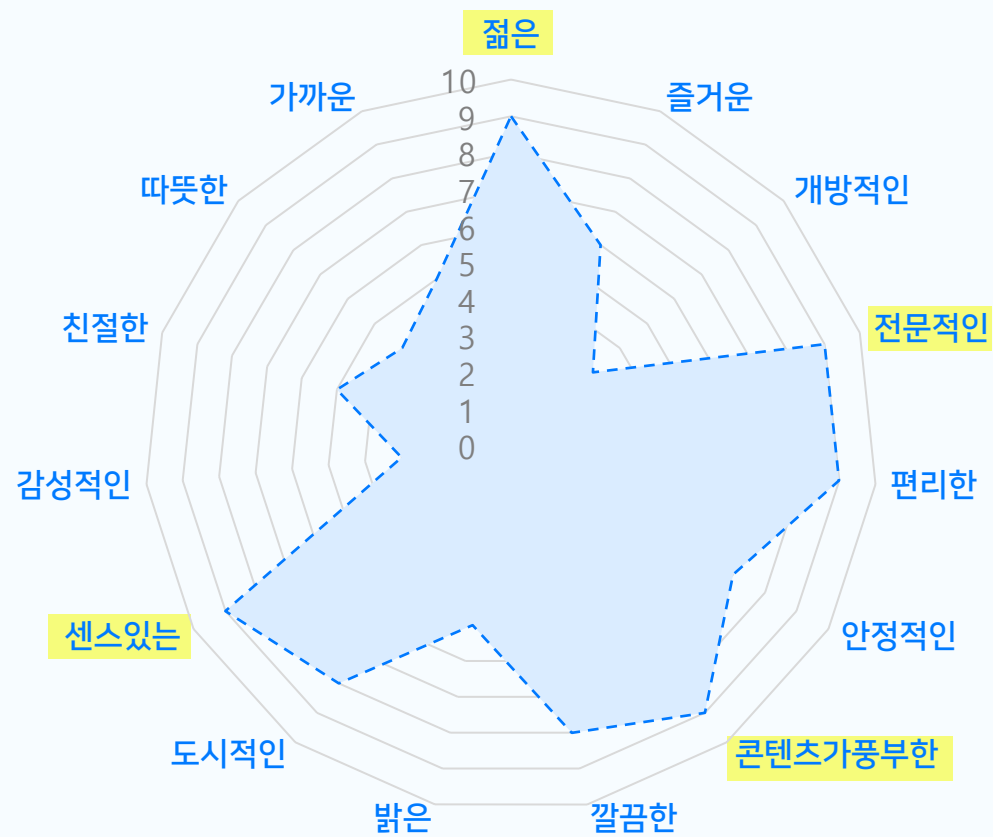
시각화 계획 •

레이더 차트 키워드

젊음	즐거움	개방적인	전문적인	편리한
안정적인	풍부한 콘텐츠	깔끔한	밝은	도시적인
센스있는	감성적인	친절한	따뜻한	가까운

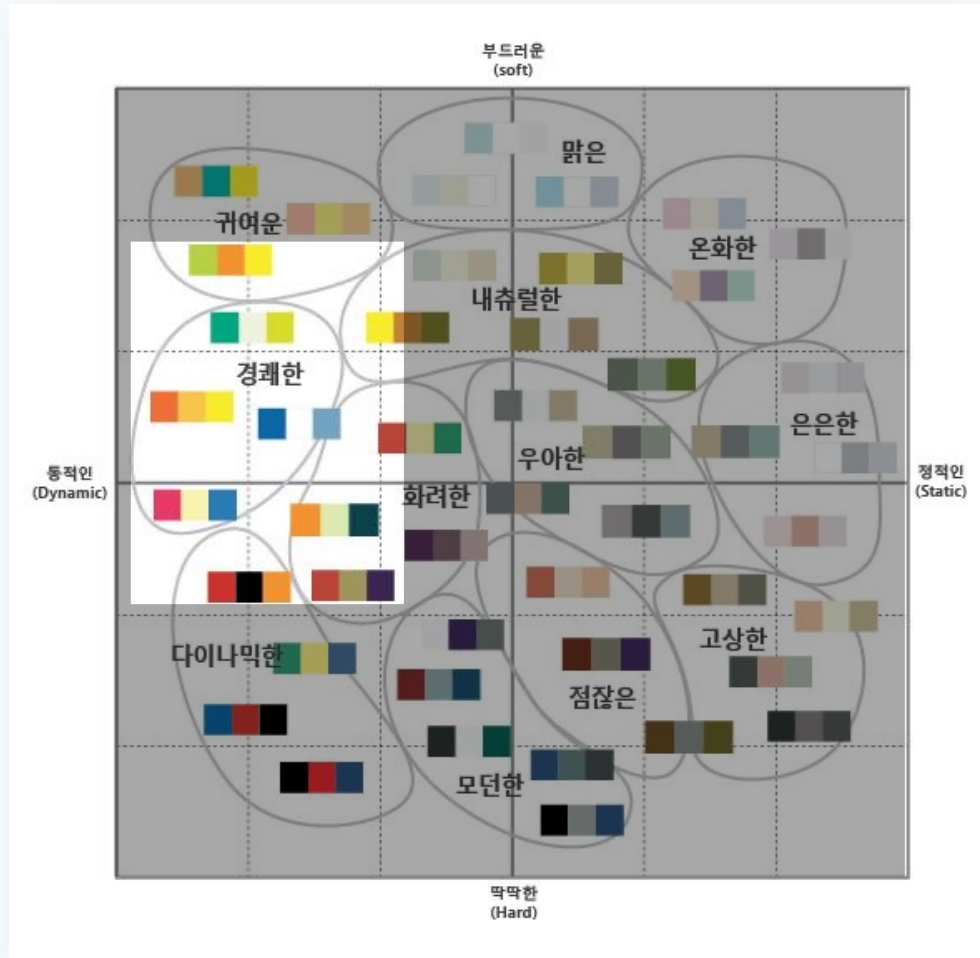
시각화 계획

레이더 차트



시각화 계획

톤 앤 매너



경쾌한

다이나믹한

중 장년층을 타겟으로 잡았지만 그동안의 중후한 느낌보다는 어느 젊은 타겟 쇼핑몰처럼 경쾌하며 다가가기 쉽도록 블루를 밝게 사용하도록 수정하였다.

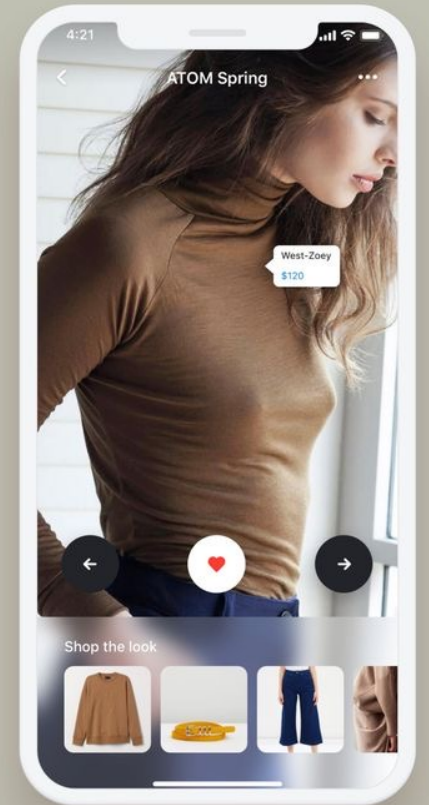
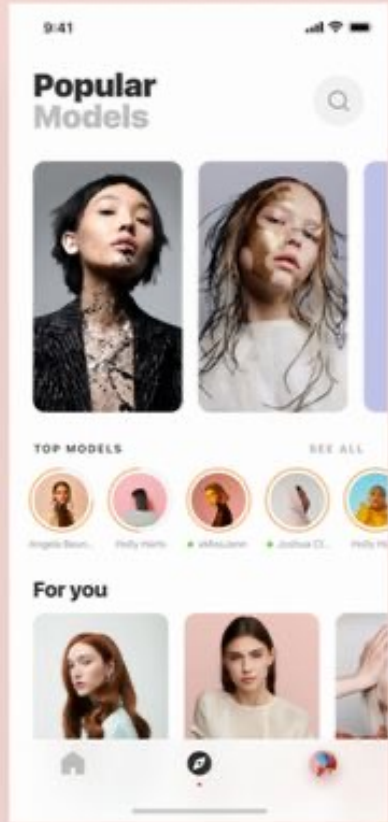
시각화 계획

무드 보드



시각화 계획

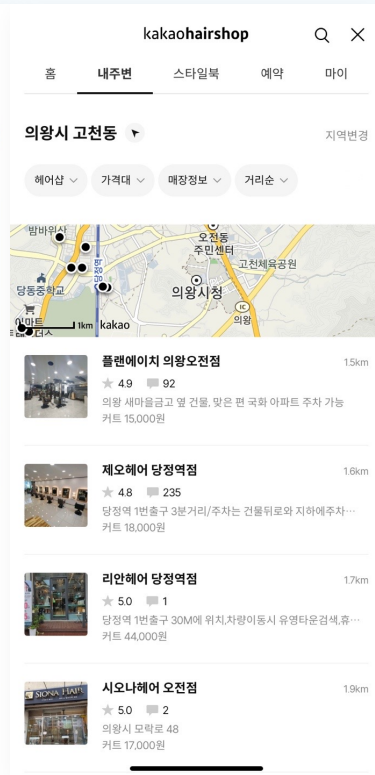
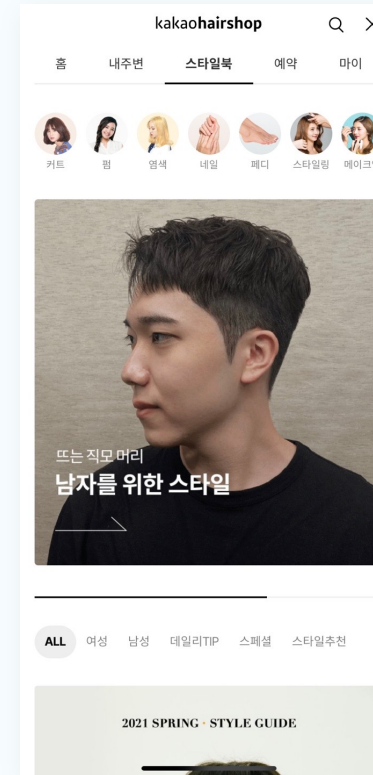
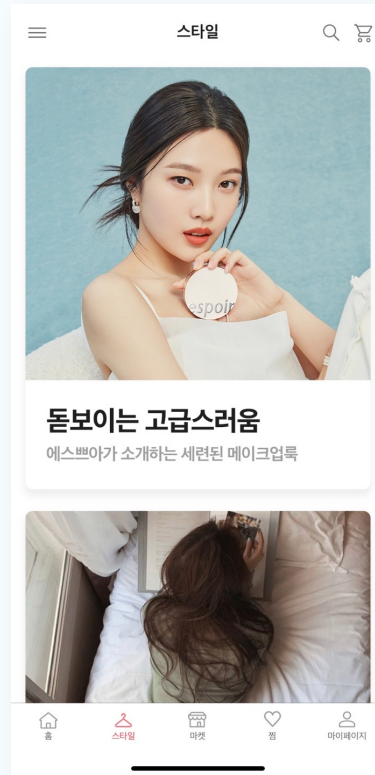
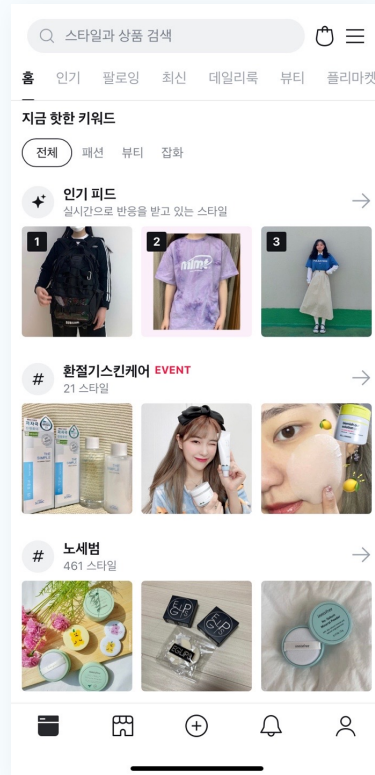
스타일 리서치



- ▶ 다양한 사진자료들이 눈에 띄 수 있도록 하며 심플한 아이콘과 정보들을 포함

시각화 계획

레이아웃



- ▶ (좌측-우측 순) 스타일쉐어, 에이블리, 카카오 헤어 샵
키워드 및 피드의 UI 형태와 사진이미지를 통한 정보화 스타일링 정보 및 정보기반 시스템 참고

Brand color

경쾌하며 다이내믹한 컬러, 블루

#0078FF
RGB 0 122 255

Font

전체적인 글씨 형태가 깔끔하여 가독성이 좋은, KopubWorld 돋움체

**KoPubWorld 돋움체
Bold 50pt**

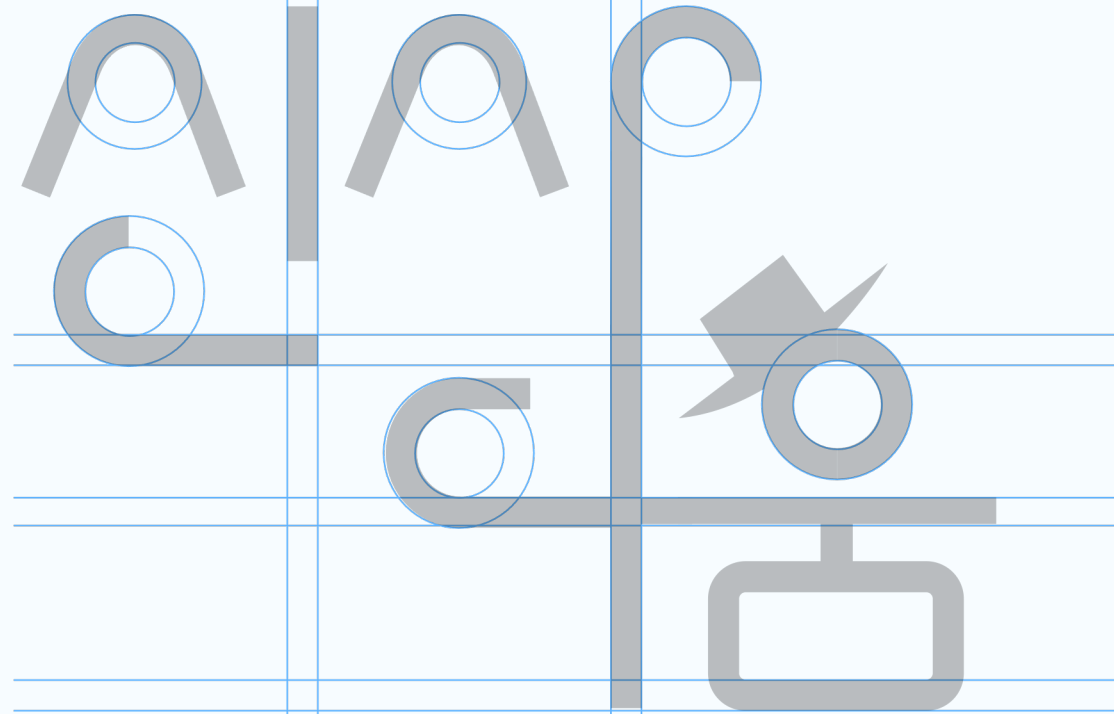
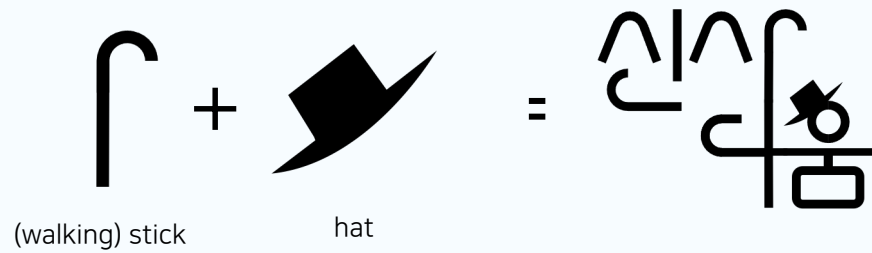
**중년남자들의
새로운 변신**

KoPubWorld 돋움체
Medium 35pt

중년남자들의
새로운 변신

로고

신사의 상징 오브젝트인 지팡이와 모자로 로고를 진행했고
로고의 심미성으로 인해 가독성이 떨어질 것을 우려해 깔끔하고 심플한 로고를 제작하였다.





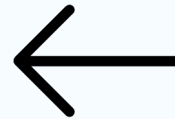


192*192 사이즈 Keyline 제작

R값 10정도로 통일

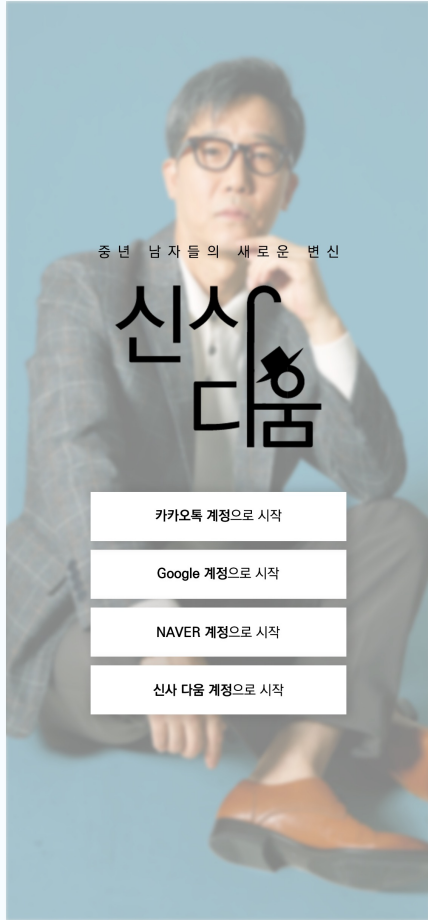
노란색의 포인트 컬러 사용

페이지 활성화 시 컬러, 아닐 시 흑백- 사용자가 어느 페이지에 있는지 혼동x



화면 디자인

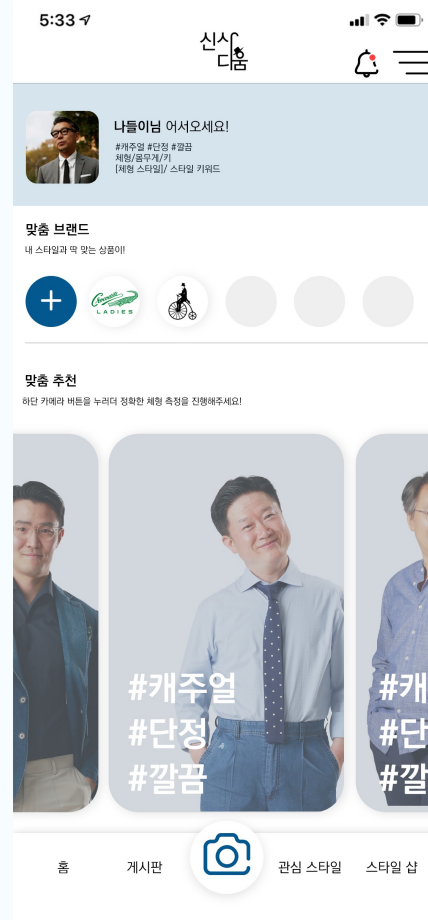
-1차



▶ 시작 화면



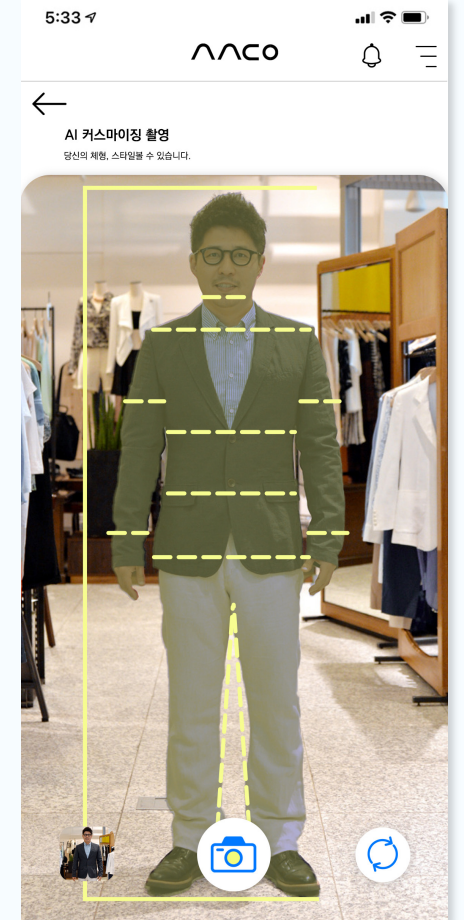
▶ 로그인 > 스타일 취향 선택



▶ AI 커스터 마이징 전 홈 화면



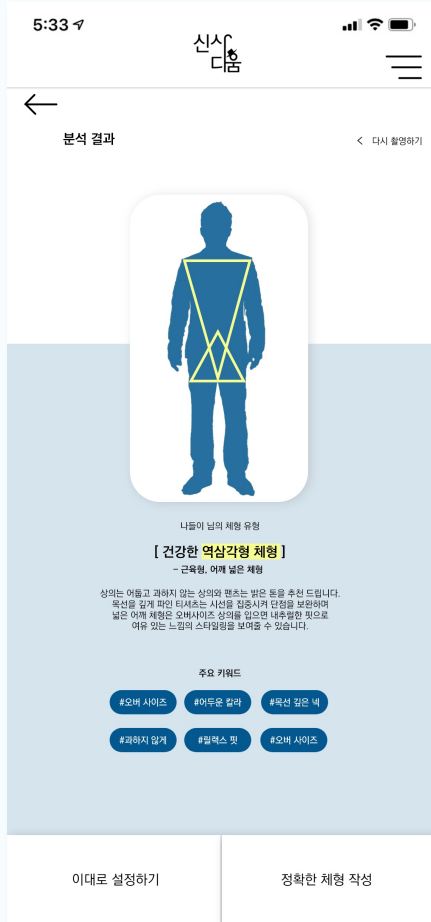
▶ AI 커스터 마이징 촬영



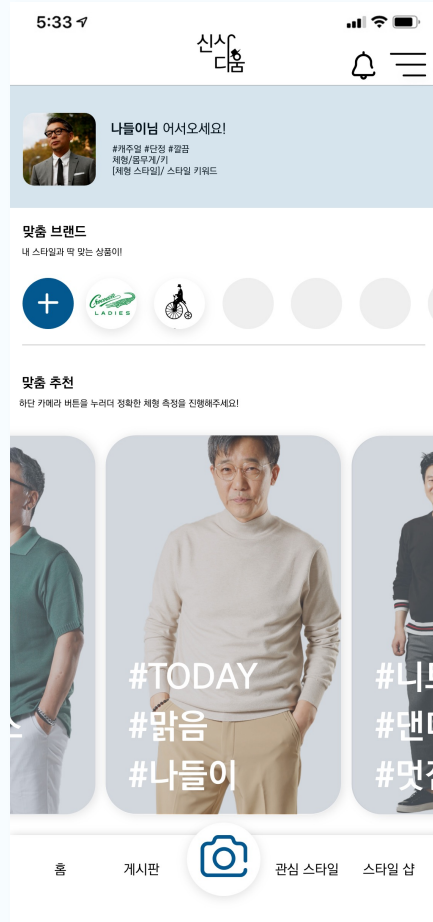
▶ AI 커스터 마이징 분석

화면 디자인

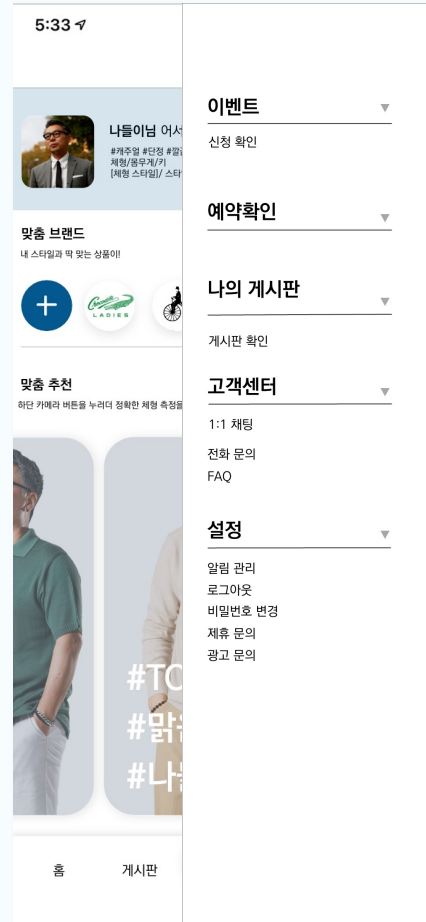
-1차



▶ AI 커스터 마이징 분석 결과



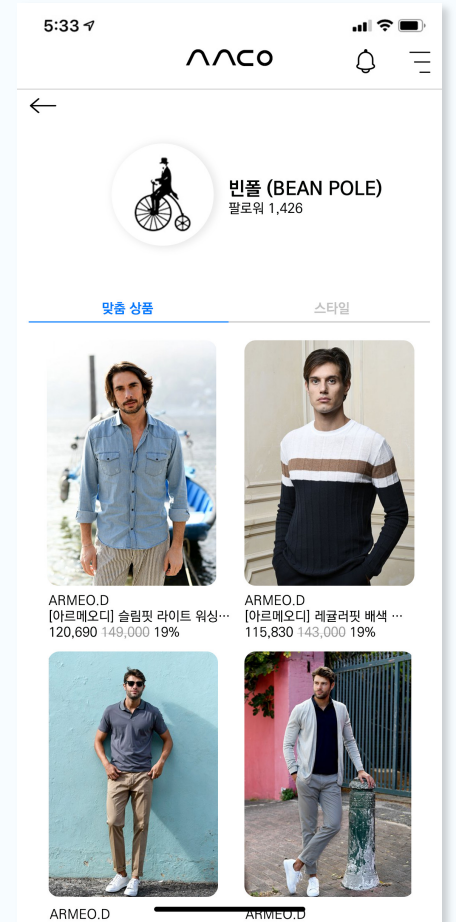
▶ AI 커스터 마이징 후 홈 화면



▶ 메뉴 클릭



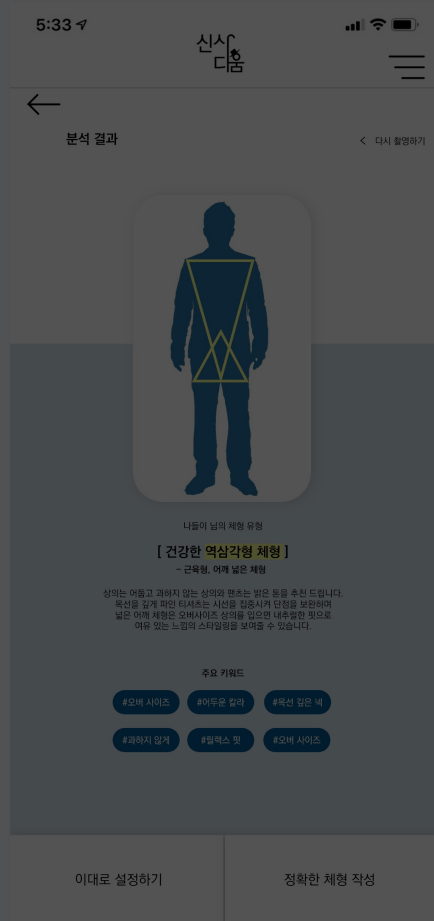
▶ 맞춤 추천 이미지 클릭



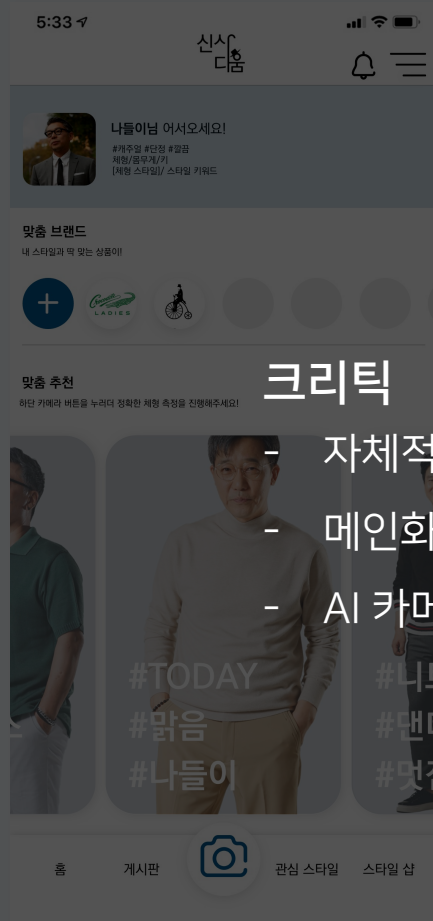
▶ 맞춤 브랜드 > 맞춤 상품

화면 디자인

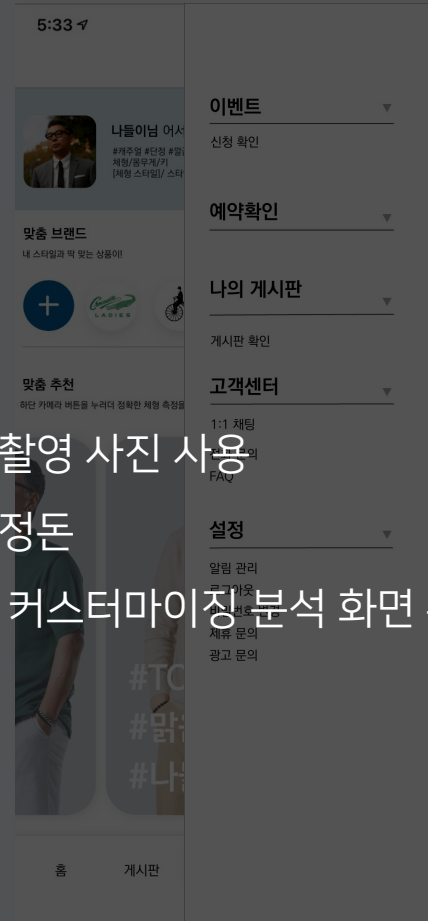
-1차



▶ AI 커스터 마이징 분석 결과



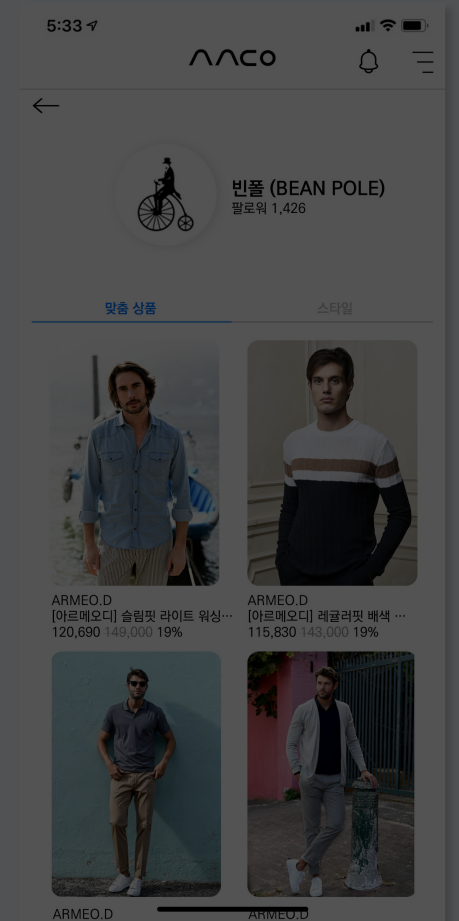
▶ AI 커스터 마이징 후 홈 화면



▶ 메뉴 클릭



▶ 맞춤 추천 이미지 클릭



▶ 맞춤 브랜드 > 맞춤 상품

크리틱

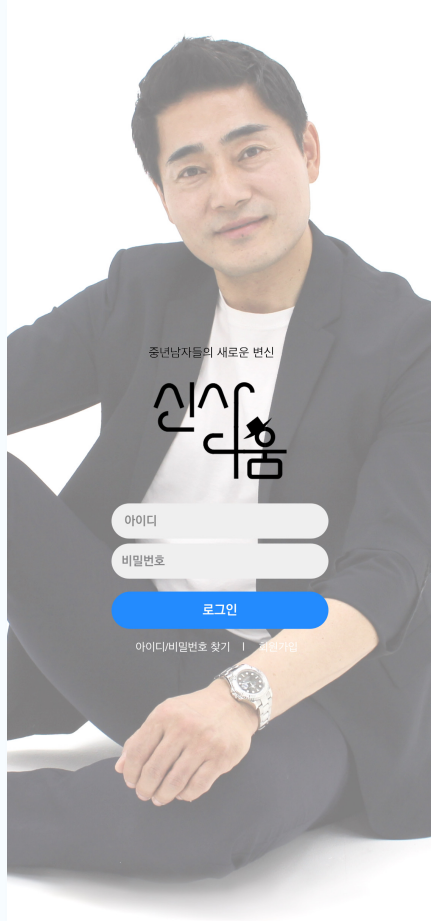
- 자체적인 촬영 사진 사용
- 메인화면 정돈
- AI 카메라 커스터마이징 분석 화면 수정

추가 촬영

- ▶ 영상 외, 추가 촬영 진행 5/30
전체적인 사진 변경 목적



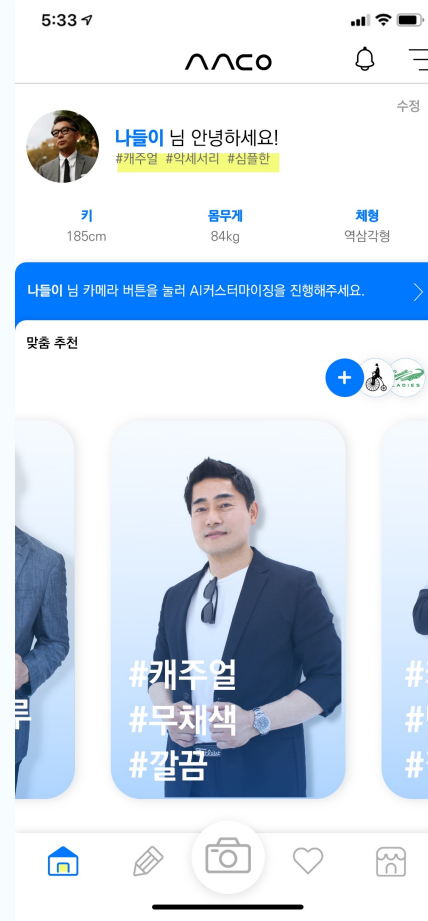
화면 디자인



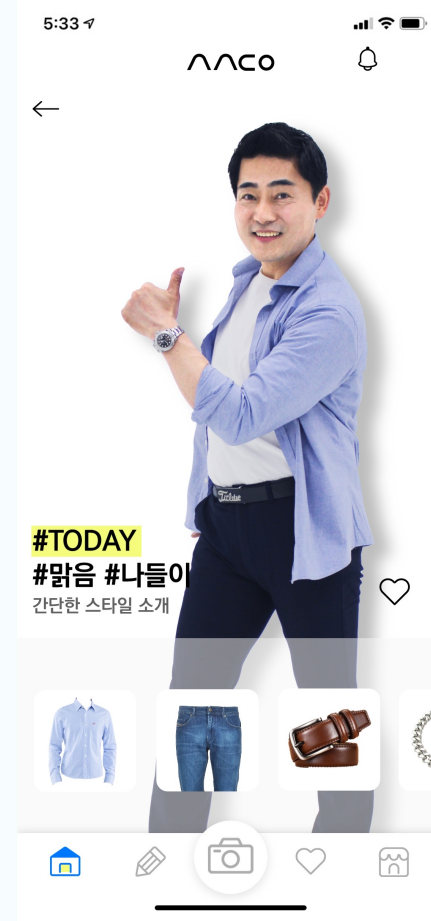
▶ 로그인 화면



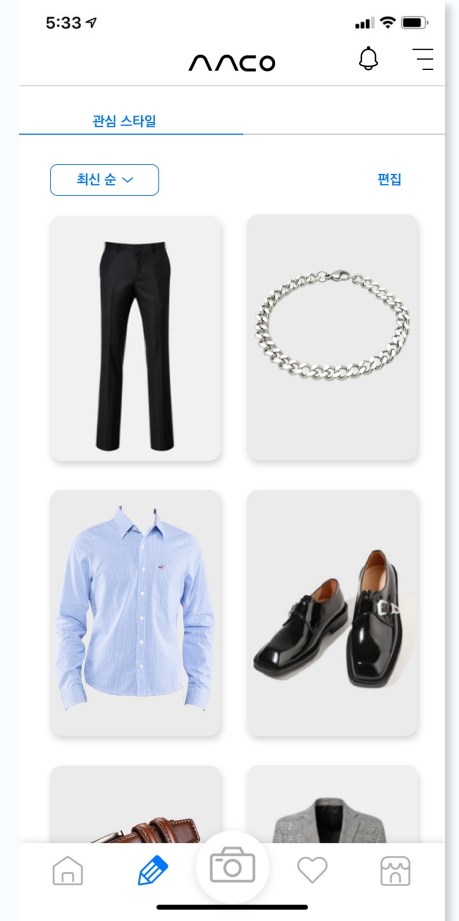
▶ 로그인 > 스타일 취향 선택



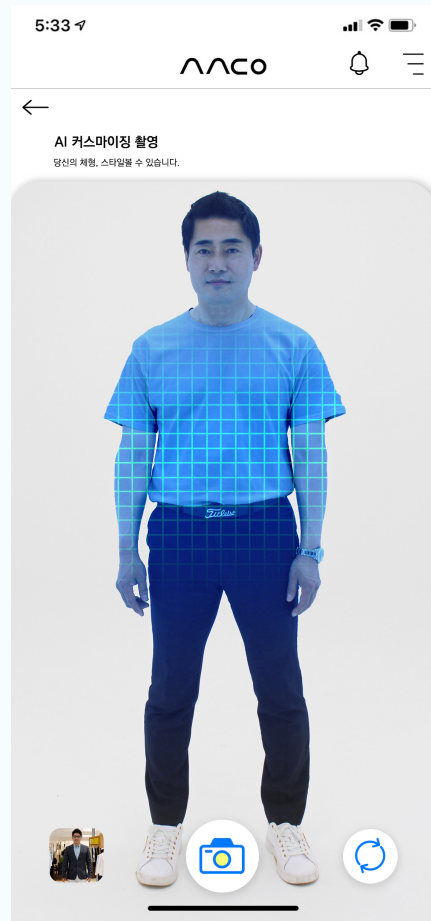
▶ AI 커스터 마이징 전 홈 화면



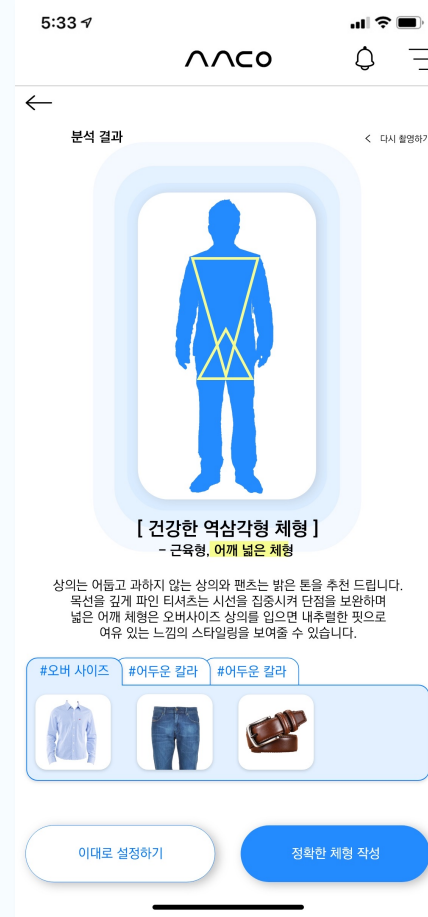
▶ 맞춤 추천 #TODAY



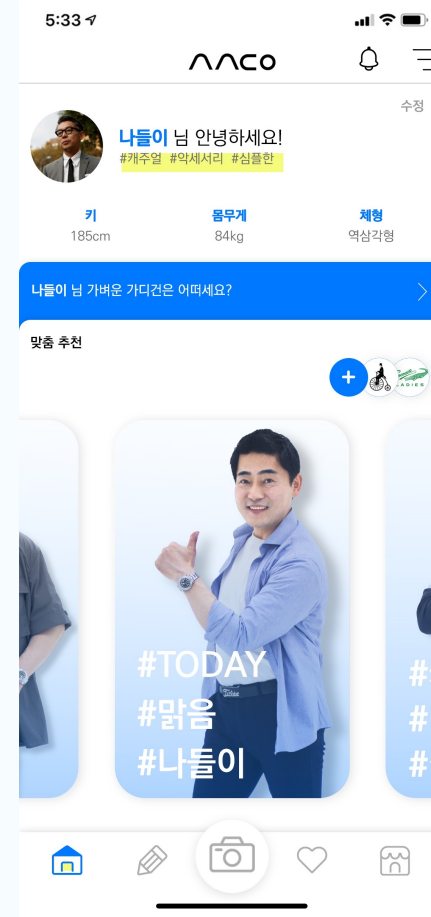
▶ 관심스타일 페이지



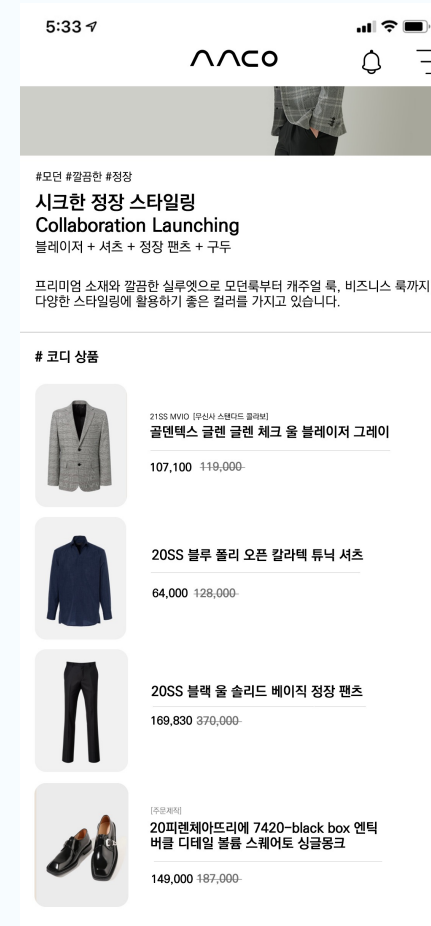
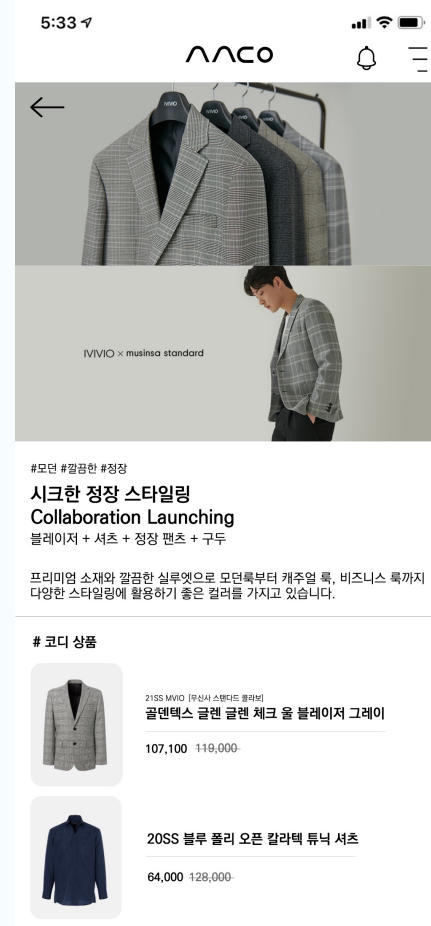
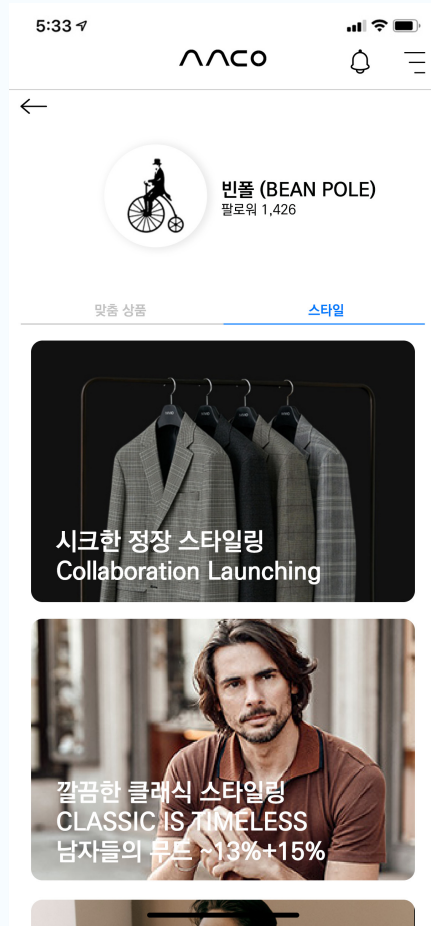
▶ AI 커스터 마이징 분석



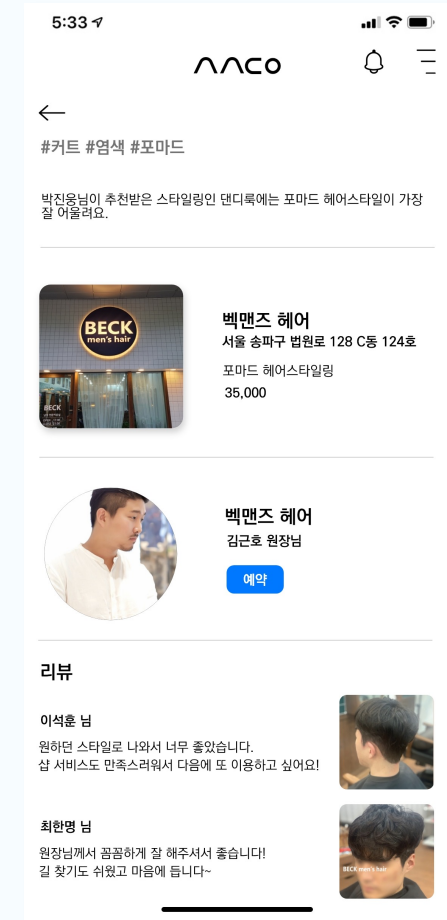
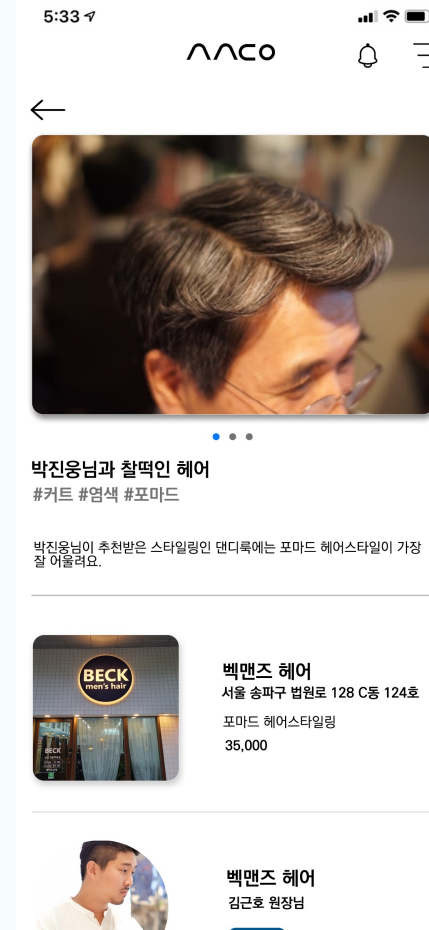
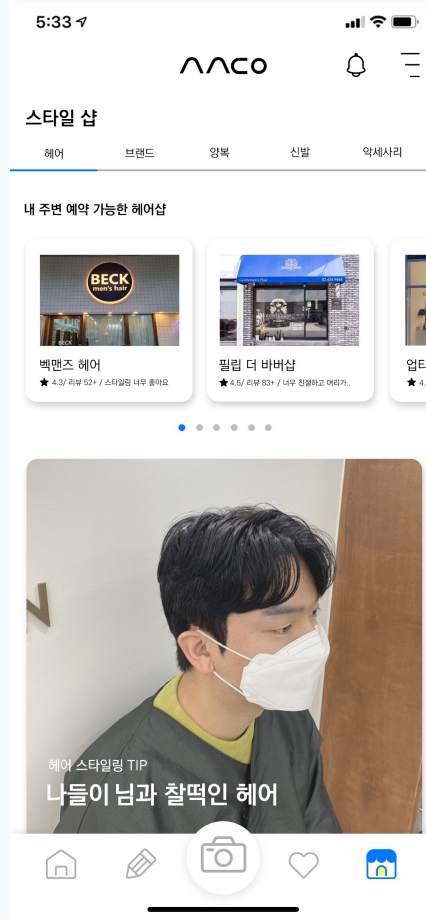
▶ AI 커스터 마이징 분석 결과



▶ AI 커스터 마이징 분석 후,홈 화면

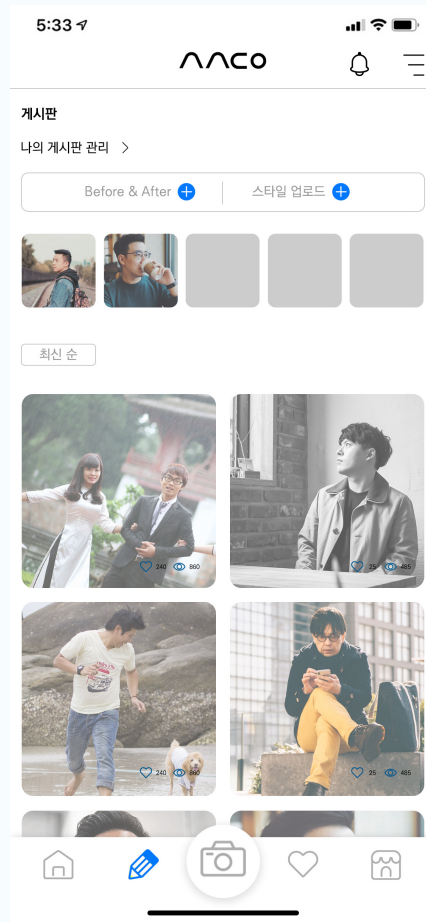


▶ 맞춤 브랜드

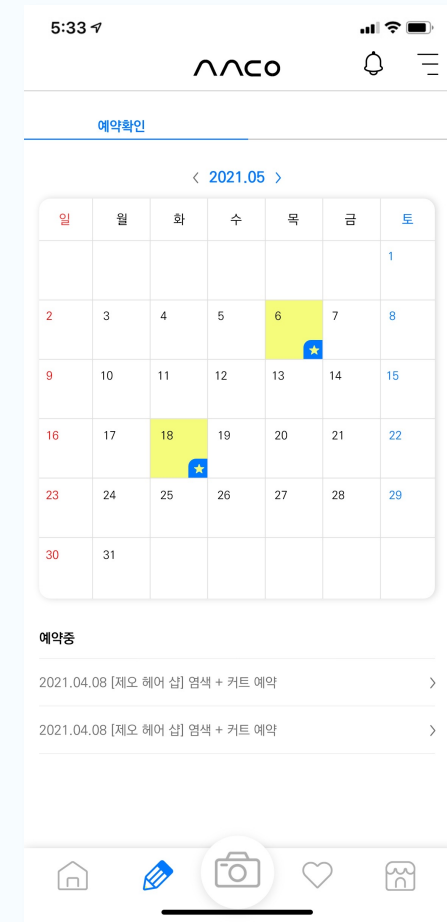
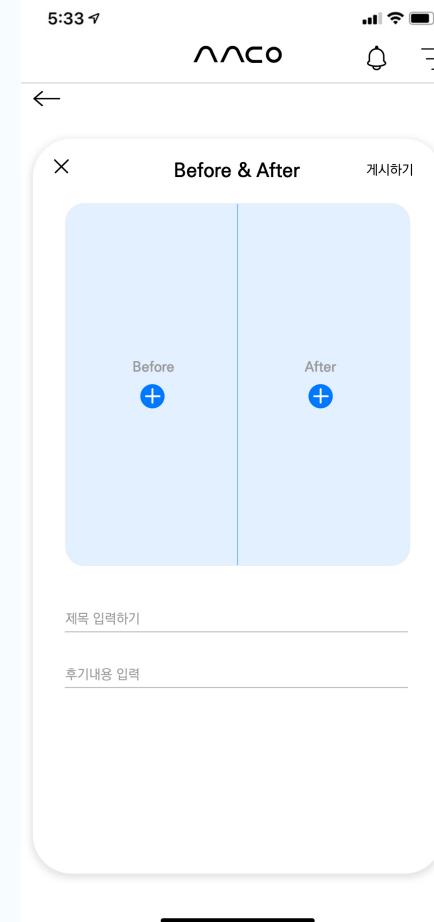
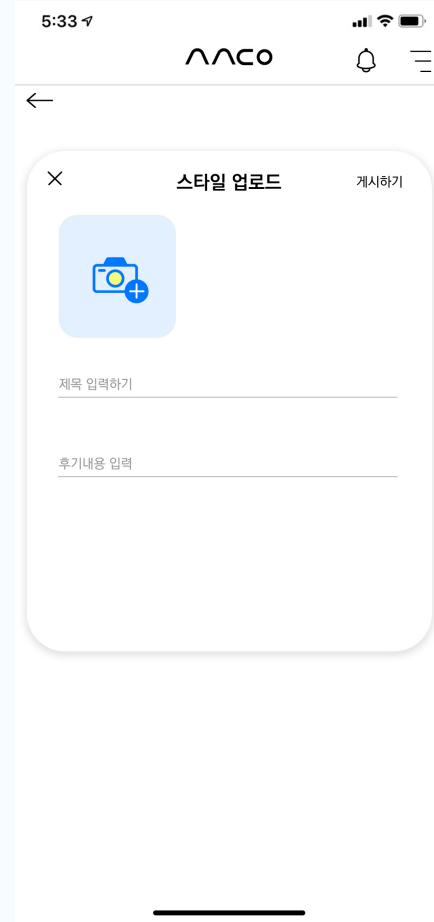


▶ 스타일 샵

화면 디자인



▶ 게시판



▶ 예약확인

06

영상

- I. 레퍼런스
- II. 컨셉
- III. 스토리보드
- IV. 가촬영
- V. 본촬영

건설 스위첸 CF

2020 TVCF 문명의 충돌

부부의 갈등을 감성과 코믹으로 잘 풀어낸 레퍼런스로,
영상 스타일을 참고하였다.

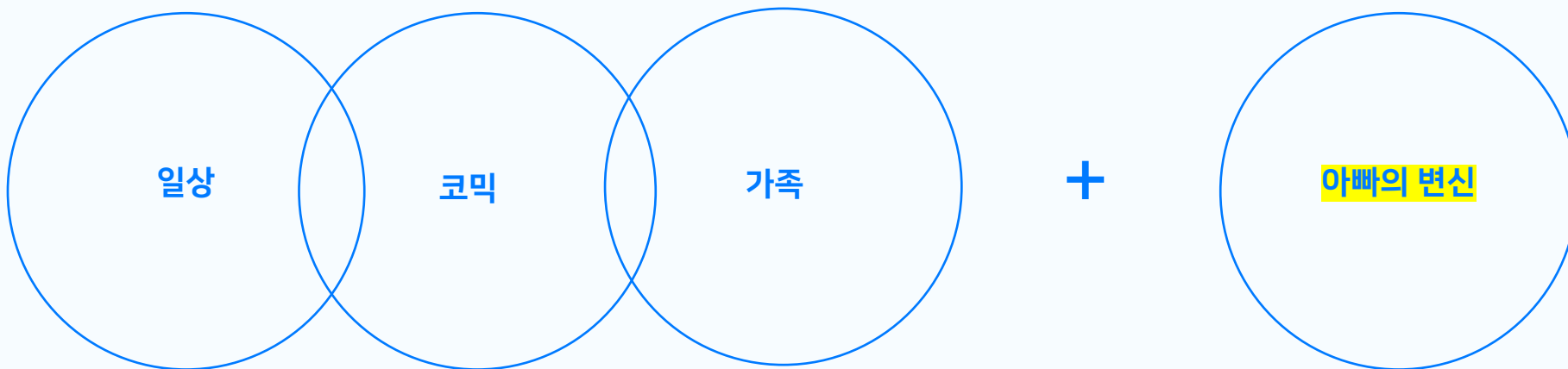


배민오더 CF

요즘은 이렇게 삽니다 by 배민 30s

요즘 트렌드와 중년이 메인 모델로 나오는 등이 신선하다고
생각되어 선정. 타이포 레이아웃 및 영상의 느낌을 참고하였다.





스토리보드

Title :Team :

Cut	Video	Context	Audio	Time
		(아빠가 현관에서부터 들어온다) 카메라가 현관문을 열고 들어오는 아빠의 하반신 (신발-다리)을 담는다. (신발을 벗으며) 아빠 음성: 아빠 다녀왔다~		
		(딸이 나와 아빠에게 인사를 한다) 카메라는 아빠의 전체상을 담는다. 딸은 뒷모습만 비춘다. 딸 음성: 다녀오셨어요?		
		딸의 상반신이 화면 전체에 담긴다 딸 음성: (심각하게)아빠.. 딸의 사진대로 아빠의 발부터 머리까지 카메라가 클로즈업 되어 아내, 당황한 아빠의 얼굴로 화면을 꽉 채운다 그 후, 딸의 얼굴로 전환된다 딸 음성: 또 이라고 나갔어?		
		인터뷰 장면으로 전환된다 딸 음성: "1년 365일 저 스타일 이예요 저희 아빠. 심지어 저 바지는 거의" "일주일에.. 카메라가 손을 클로즈업 한다 (손으로 숫자를 세며) "5일 정도(머쓱한 웃음과 함께)"		
		전신거울에 서있는 아빠 모습으로 장면 전환된다 (거울에서의 자신의 모습을 보며 옷매무새를 정돈 한다) 정돈되지 않은 머리와 낡은 옷을 클로즈업 하며 보여 준다 아빠 음성: (속마음) 그리고 보니 머리도, 옷도.. 변한게 없네.. 예휴		
		아빠의 인터뷰 장면으로 전환된다 아빠 음성: "나를대로 스타일에 관심은 많은데.. 저에게 맞는 스타일은 찾기가 어렵더라구요"		

Title :Team :

Cut	Video	Context	Audio	Time
		침대에 상심한듯 앉아있는 아빠에게 컷백이 다가간다 딸 음성: "아빠 다음 출근은 내가 신사다움으로 멋지게 스타일링 해줄게"		
		같이 침대에 걸려 앉아 신사다움 어를을 실행한다 (집속 후, 원하는 스타일의 카드를 선택하는 페이지가 등장 한다) 현재 보고 있는 페이지가 우측에 배치된다 딸 자막: "딸이 한 스타일의 카드를 가르킨다" 아빠 음성: "(싫어하는 표정을 지으며 고개를 끄는 다, 그 다음 원하는 카드를 가르킨다)"	bgm삽입	
		거실로 장소가 변경된다. 거실에서 아빠의 AI카메라 커스텀 마이징을 도와주는 모습이 나온다 타임랩스로 서비스를 이용하는 모습이 빠르게 전환되어 나온다 (아빠에게 서있는 포즈를 알려주고 딸이 사진을 찍어주는 동안 몸짓, 마음에 안드는 듯 포즈를 제시하는 몸짓, 아빠에게 찍은 사진을 보여주며 같이 결과를 보는 행동을 보여준다)	bgm삽입	
		거실에 함께 앉아 결과를 보는 장면이 나온다 (스타일링 결과를 함께 보며 서로 해기를 하는 모습을 보여준다) 우측에 결과가 나온 키워드와 스타일들을 보여주는 페이지가 배치된다 추천 받은 옷을 구매하기 위해 링크로 이동한다	bgm삽입	
		그 후, 헤어 샵을 예약 하기 위해 여러 헤어샵을 찾아 골목이 후기를 보고 예약을 한다 이때 결과를 통한 헤어스타일을 헤어샵에게 간단하게 전달하는 서비스를 보여준다 *이때도 동일하게 우측에 배치된 화면 (아빠가 휴대폰을 가지고 있고 딸이 아빠의 머리를 간단하게 손질해 주며 머리까지 스타일링을 해준다) 페이지 아웃 처리되며 화면 잠전	bgm삽입	
		시간이 흘렀다는 것을 보여준다 카메라로 날부러진 박스들에 초점을 맞추다가 정리하는 옷 소매로 장면 전환, 간단하게 손질하는 머리를 보여준다.*이때 얼굴은 절대 보여주지 않는다 (간단하게 옷과 머리를 정리하는 아빠)		

Title :Team :

Cut	Video	Context	Audio	Time
		아빠가 현관에서 출근할 준비를 한다 카메라가 신발에서 아빠의 뒷모습을 비추는 장면, 현관문 손잡이를 잡는 장면을 담는다 딸 음성: "아빠"		
		카메라가 상반신까지 나왔던 장면을 다음으로 뒷 목까지 줄이며 장면을 전환한다 (문을 열 준비하고 있어 뒤를 보지 않는 아빠가 딸의 목소리를 듣고 뒤를 돌아본다) (말끔한 스타일로 변신한 아빠가 뒤를 돌려 웃는다) 아빠 음성: "딸, 아빠 다녀올게"		
		화면이 블러처리되며 위로 신사다움 로고가 나온다		

영상 스냅샷 자사홍보영상

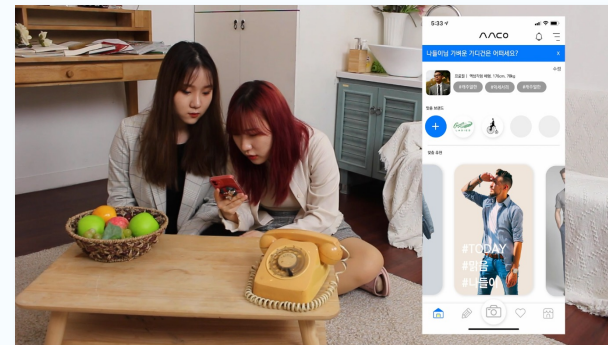
늘 같은 옷만 입는 아빠에게 '신사다움'
을 통해 스타일 변신을 시켜주는 내용.

날짜: 5/8일

장소: 영등포구청역 마마초이스

출연진: 아빠 역- (예비) 홍유진/ 딸: 김의진, 김현빈

컷 편집: 김현빈, 홍유진



신사다움 | '아빠와 딸 편' 자사홍보영상

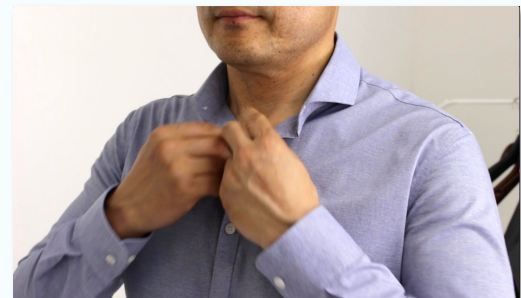
늘 같은 옷만 입는 아빠에게 '신사다움'을 통해 스타일 변신을 시켜주는 내용.

촬영 날짜: 5/16일

장소: 영등포구청역 마마초이스

출연진 : 아빠 역- 김형석 / 딸- 김의진

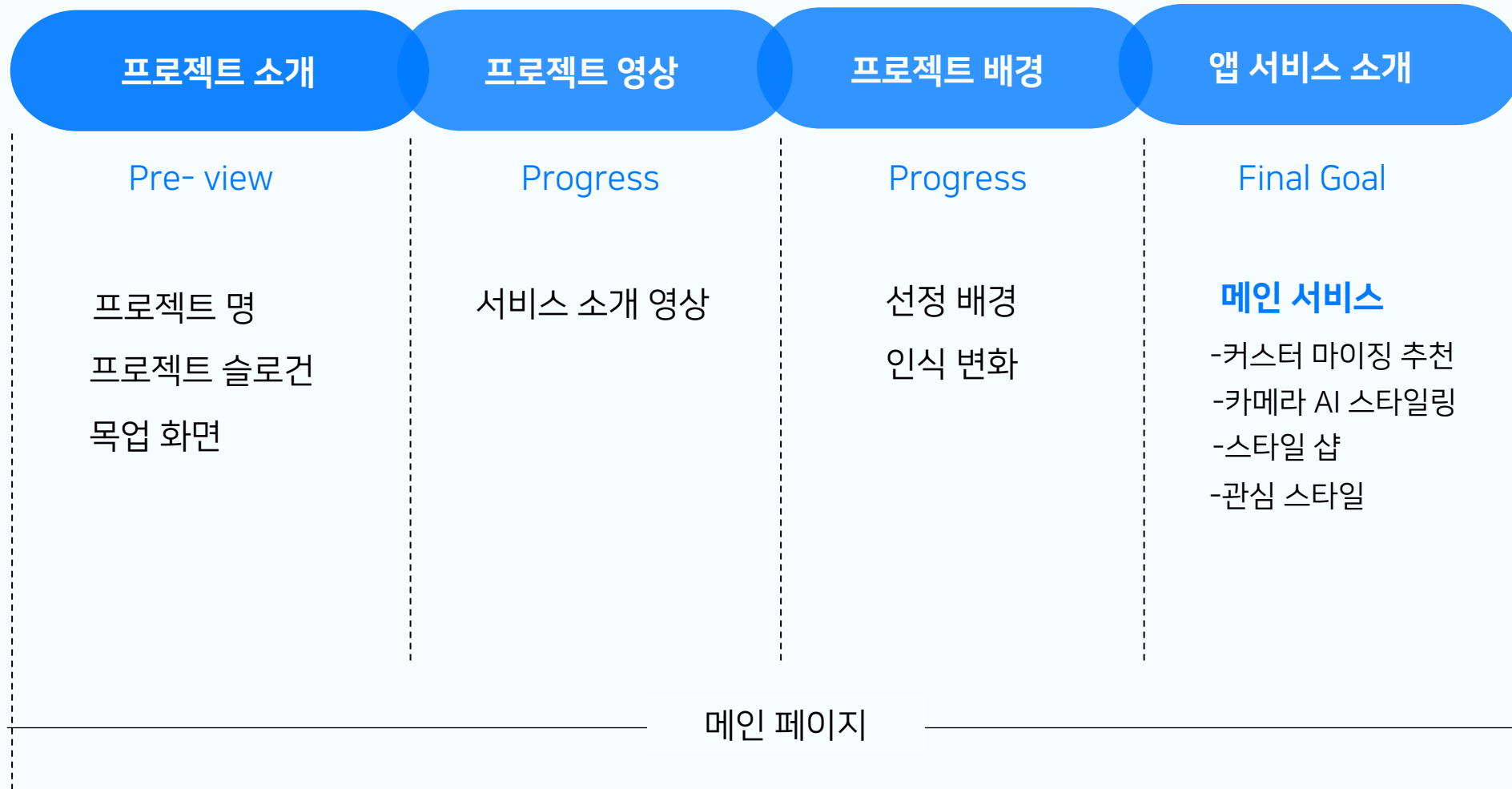
편집: 김의진



07

웹사이트

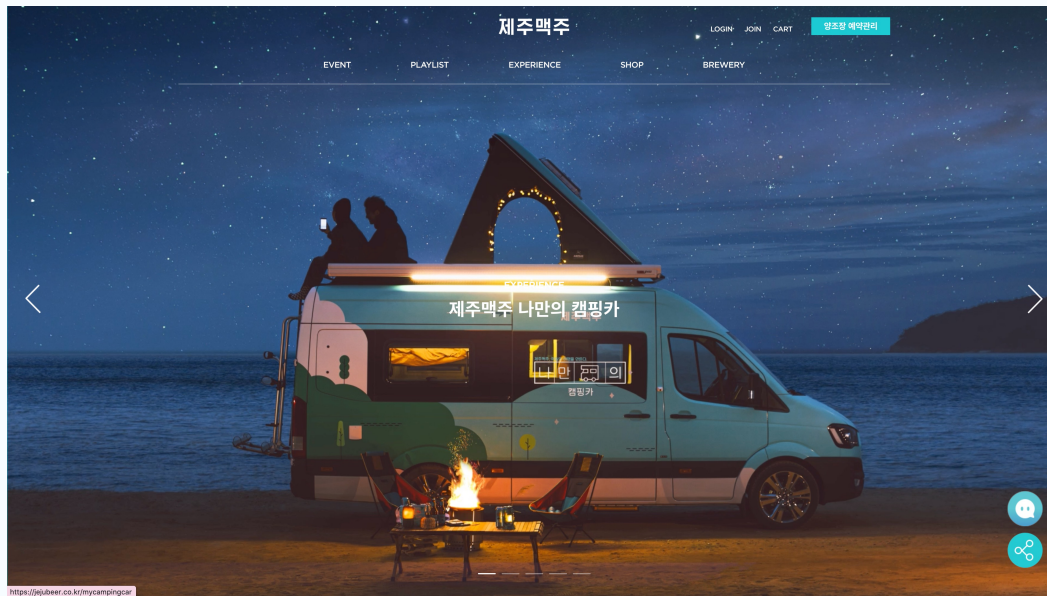
- I. 정보구조도
- II. 레퍼런스
- III. 와이어프레임
- IV. 아이콘 제작
- V. 웹 디자인



JEJU BEER

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

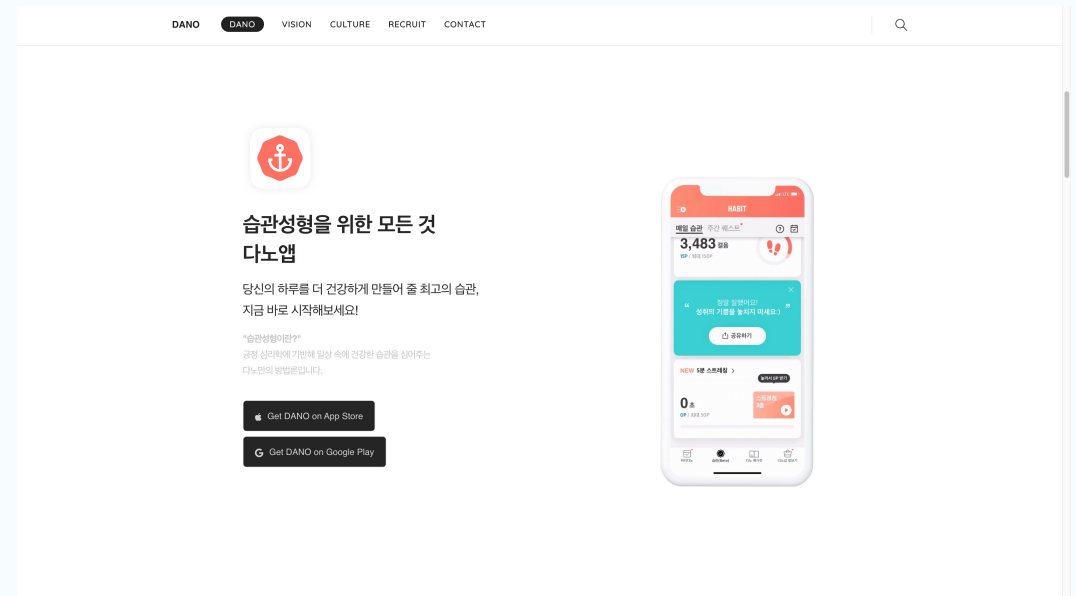
캠핑카 신청 등을 할 수 있고, 다양한 제주도 관련 상품 구매



MY DANO

<https://corp.dano.me/Home>

습관 형성을 위한 온라인다이어트 코칭 서비스앱 마이다노

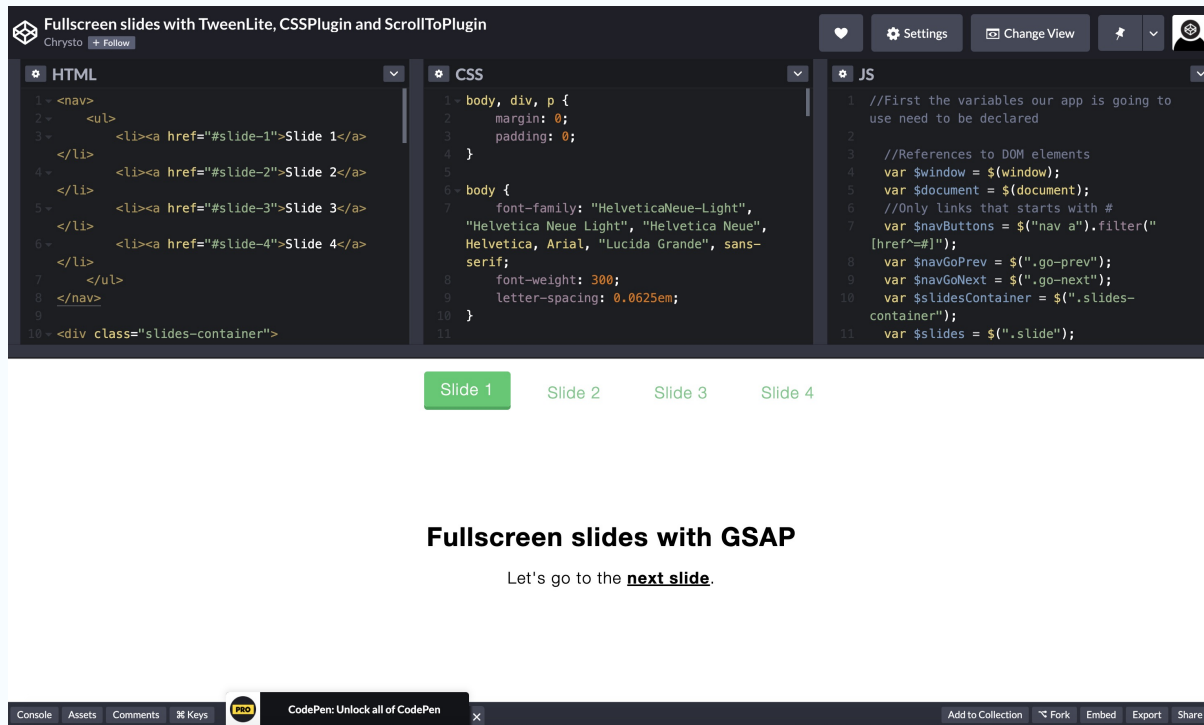


레퍼런스

웹사이트 코딩

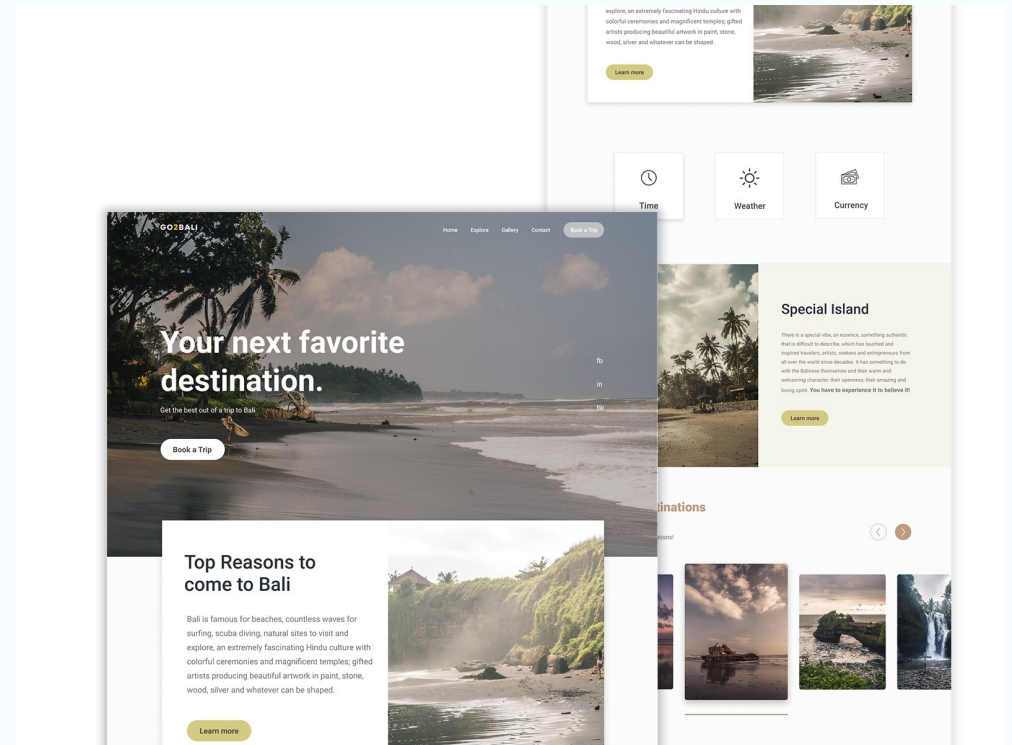
CODE PEN

<https://codepen.io/bassta/pen/kDvmC>

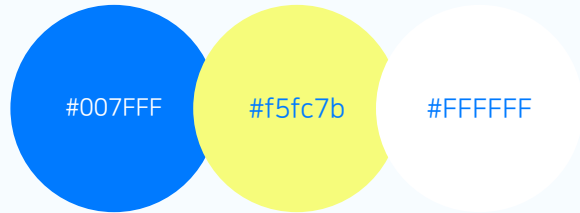


PINTEREST

<https://www.pinterest.co.uk/pin/4785143345631613>



COLOR

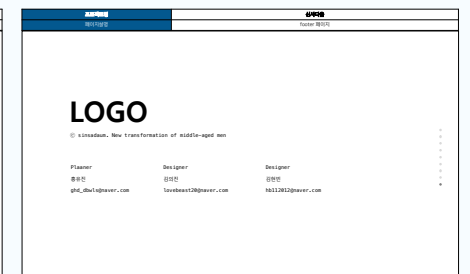
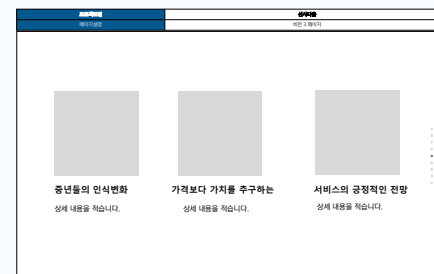
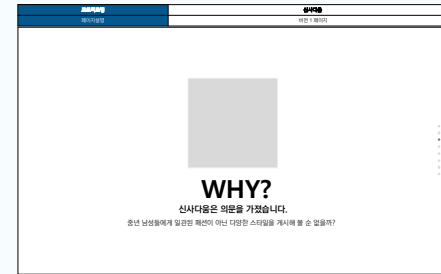
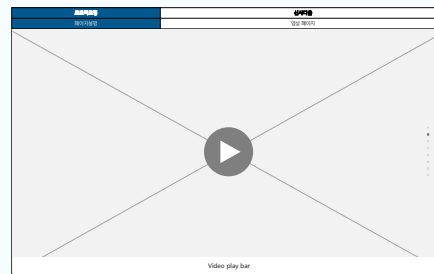


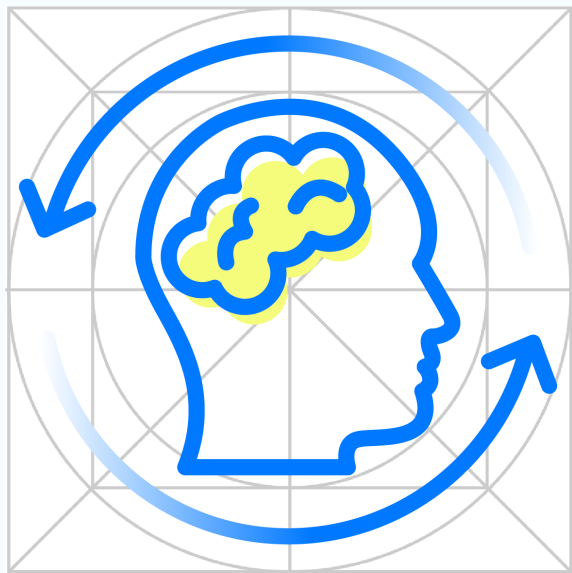
LAYOUT

FULL SCREEN 의 페이지 구성과 중앙,좌측,우측 등의 배치

'SLICK' - JAVASCRIPT 의 SLICK 기능을 활용해 스크롤

'MOUSE WHEEL' - 휠로 스크롤 시 해당 영역 페이지로 이동





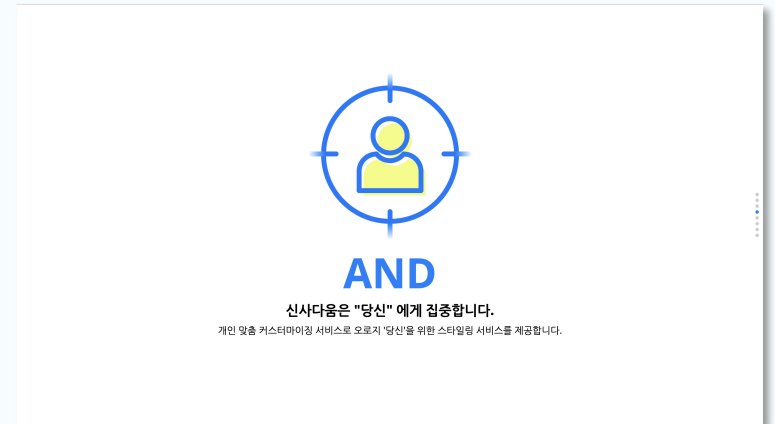
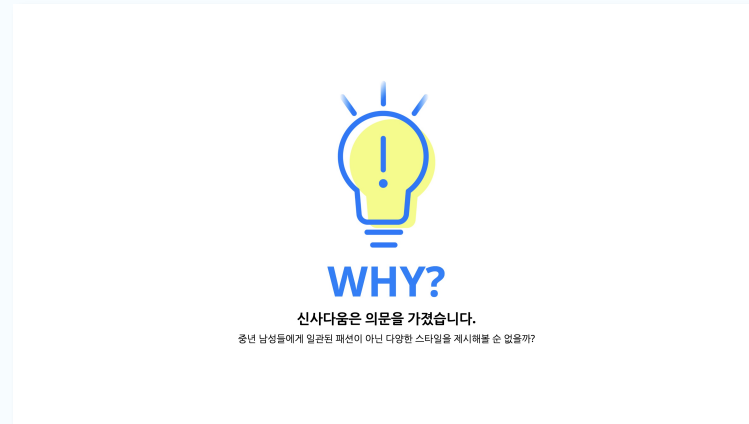
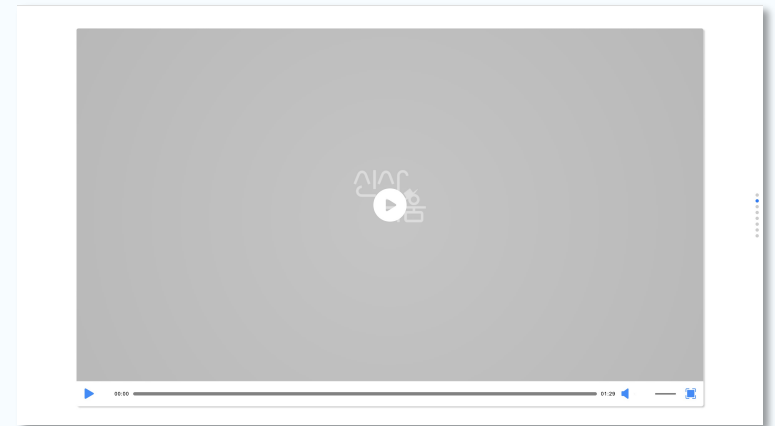
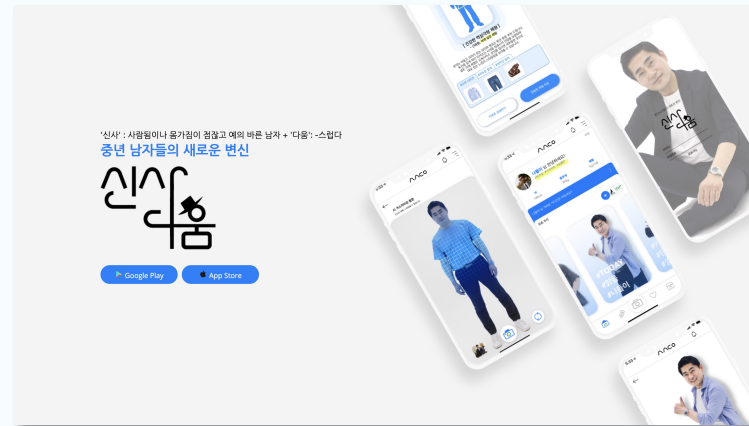
아이콘 키라인



프로젝트 배경부분에 사용할 아이콘

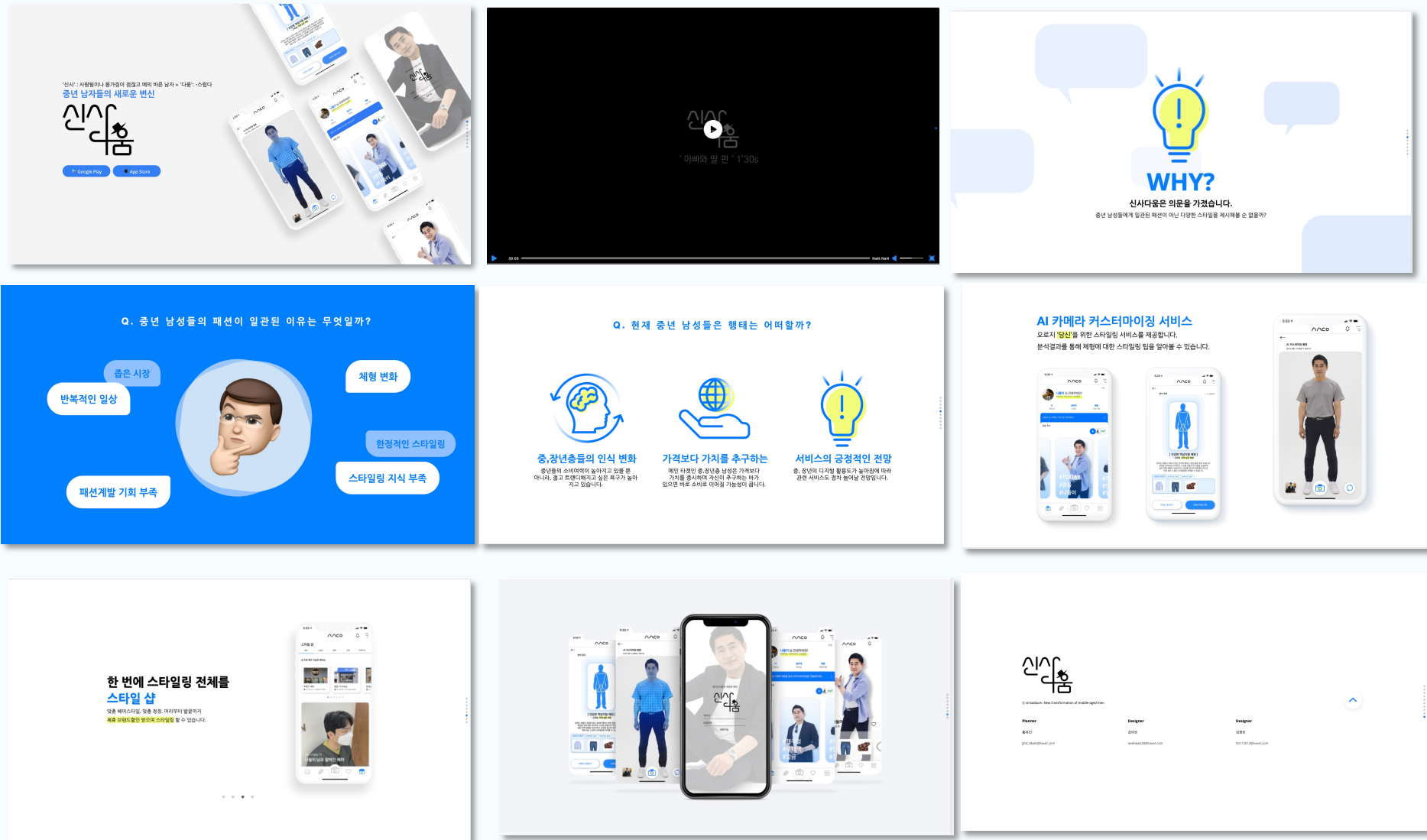
수정사항

- ▶ 상단 메뉴 바 제거
- ▶ 영상 순서, 테마 변경
- ▶ 페이지 정렬 및 레이아웃 점검



웹 디자인

디자인 최종



출처

https://news.chosun.com/misaeng/site/data/html_dir/2021/02/16/2021021601740.html

https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table=hotclick&wr_id=19

<https://www.hankyung.com/economy/article/2020013081211>

<http://www.iconsumer.or.kr/news/articleView.html?idxno=12773>

<https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=writerofsky&logNo=221638899637&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

http://suitromance.com/product/list.html?cate_no=96

<https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202010281540084240104641&lcode=00>

https://dbr.donga.com/article/view/1202/article_no/9105/ac/magazine

시각화 계획- 출처 핀터레스트

<https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202010281540084240104641&lcode=00>

https://dbr.donga.com/article/view/1202/article_no/9105/ac/magazine

The background is a blue-tinted historical painting depicting a busy street scene. In the foreground, several men in 19th-century attire, including top hats and suits, are engaged in conversation. To their right, a group of women in long dresses and bonnets are gathered, some holding baskets. In the background, a horse-drawn carriage and a church with a tall steeple are visible. The overall scene suggests a bustling town square or market area from the mid-19th century.

THANK YOU😊