

MSG

Man, Style / Share, Ground

조나연 문여진 윤소정

CONTENTS

0

주제 선정

- Research
- MSG

1

문제 정의

- 시장 분석 / 경쟁 분석 / 트렌드 분석
- 사용자 분석

2

아이디어 수립

- 1) 사용자 가설 수립
 - 가상 고객 설정 (Persona)
 - 고객 여정 지도
- 2) 핵심 욕구 도출
 - 친화도법
 - 카노분석법

3

해결책 구체화

- 1) 기능 분석
 - 카드소팅
 - 프로세스
 - IA 설계
- 2) 스토리보드
- 3) 와이어프레임

주제 선정

Research

두피, 눈썹도 '관리하는 남자'가 대세

패션과 미용에 아낌없이 투자하는 남자들, 그루밍족이 늘고 있다. 의류는 물론 구두, 기초 화장품, 파운데이션, 두피 에센스, 면도기까지 관심 영역을 넓히고 있다.

두피, 눈썹 등을 관리하는 남성 고객도 늘었다. 신세계몰이 남성 전용 스킨·로션, 포마드, 향수 등 남성 상품의 매출 신장률을 분석한 결과, 2017년에는 37%, 지난해에는 21%를 기록했다.

올해 1월부터 3월까지 시코르 강남역점의 케라스타즈 쿡 헤드스파에는 남성 고객 방문율이 지난해보다 20% 이상 증가했다. 두피 마사지 머리 빗과 마사지기, 눈썹 파우더 등 남성 전용 상품 문의도 전년 대비 늘었다.



패션과 미용에 아낌없이 투자하는 **그루밍족**의 증가

의류는 물론 구두, 기초 화장품, 파운데이션,
두피 에센스, 면도기까지 넓은 관심 영역

주제 선정

Research



헤어용품 시장에도 '남풍' 분다

1일 옥션이 지난 1분기 헤어 관련 제품에 대한 남녀 구매 신장률을 살펴본 결과 고데기의 경우 남성 구매량이 지난해 1분기에 비해 2배(122%) 이상 증가했다. 자연스러운 웨이브를 연출할 수 있는 웨이브파마 용품 역시 남성 구매량이 41% 늘었다. 두 제품의 여성 구매량은 각각 96%, 20% 증가한 수준으로 남성 고객의 증가폭에 미치지 못했다. 파마약, 비닐캡 등 미용 재료가 들어있는 파마시술 용품 역시 남성 고객 구매량이 19% 증가하며 여성(6%)에 비해 높았다.

헤어 에센스 제품을 찾는 남성들도 큰 폭으로 증가했다. 같은 기간 건조한 모발에 영양을 주는 헤어 미스트 남성 판매는 93% 증가했다. 볼륨감 있는 스타일링을 위한 컬링 에센스도 남성 구매량이 23% 늘었다. 전문 미용실에 가지 않고 헤어 케어를 할 수 있는 '헤어 팩'도 남성(59%)이 여성(23%)보다 증가세가 컸다. 탈모 관리에 효과적인 두피 마사지 관련 제품을 구매한 남성고객 구매량은 74% 증가하며 여성고객(36%) 신장세를 크게 웃돌았다.

남성의 헤어 용품 구매량이 급속도로 증가
파마약, 비닐캡 등 미용 재료가 들어있는 파마시술 용품 역시
남성 고객 구매량이 19% 증가

주제 선정

Research

남자 깔끔한 외모 관리 시작, 남성 기초 화장품 인기

(조세금융신문=고은선 기자) 깔끔한 외모는 성공하는 사람의 법칙 중 하나다. 대부분의 사람은 똑같은 행동을 해도 용모가 단정한 사람에게 더 호감을 느끼고 자기관리를 더 철저하게 하는 사람이라는 인상을 받는다.

여성에 비해 남성이 외모 관리에 대한 관심이 적은 편이어서 사회적인 관계 속에서 아예 무관심하기란 어렵다. 하지만 여전히 갯잇뷰티나 기타 뷰티 관련 프로그램, 1인 미디어 등에서는 대부분 여자 피부 관리법과 여성용 제품을 중심으로 소개하며 상대적으로 남성용 화장품 세트에 대한 정보는 부족한 편이다.



남자들의 외모 관리 시작

그러나 갯잇뷰티나 뷰티 관련 프로그램, 1인 미디어에서는 대부분 여자 피부 관리법과 여성용 제품을 중심으로 소개

상대적으로 남성용 화장품에 대한 정보 부족

주제 선정

Research



한국 남성이 아름다워지고 있다 '10명 중 7명 뷰티제품 관심'

자신의 외모를 적극적으로 관리하는 그루밍족이 증가하고 있다.

오픈 서베이의 최근 리포트에 따르면 한국 20~30대 남성 10명 중 7명은 뷰티 제품을 통한 관리가 필요하다고 답했다. 지난해 국내 남성 화장품 시장 규모는 약 1조2000억원으로 세계 최고 수준이다.

국내 헬스&뷰티 스토어의 남성 제품군 증가 추이를 살펴보면 2016년 기준 630개(올리브영), 121종(탈라블라)이었던 것이 2018년에는 740개(올리브영), 222종(탈라블라)으로 각각 증가했다.

늘어난 남성 제품의 경우 피부색을 보정해 주는 BB크림이나 쿠션제품을 넘어 컨실러, 아이브로우, 립밤, 남성용 눈썹 칼 등으로까지 확대되고 있다.

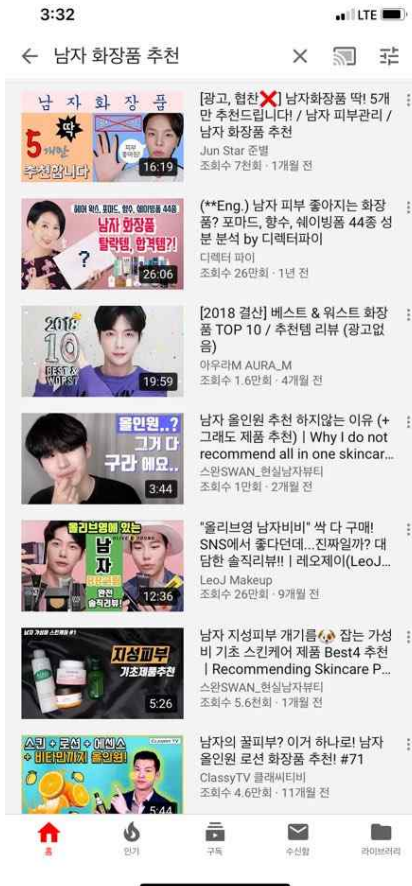
올리브영에 따르면 지난해 남성용 컬러 립밤의 매출은 전년 동기 대비 16배 급증했다. 쿠션과 BB크림은 약 30% 증가했다.

자신의 외모를 적극적으로 관리하는 남성들의 증가

지난해 남성용 컬러 립밤의 매출을 전년 대비 16배 급증
쿠션과 BB 크림은 약 30% 증가

주제 선정

Research



실제로 SNS와 동영상 포털 사이트에서는
#남성화장품 #남성화장품 추천 이라고 검색해보면
 다양한 정보가 담겨있는 콘텐츠들이 많이 올라오고 있는 것을
 볼 수 있음

남성 화장품 소개 및 사용 후기를 공유하는
 다양한 1인 미디어 영상들이 확산

이를 통해 Men's Beauty 분야를 향한
 관심도가 높아지고 있는 상황

주제 선정

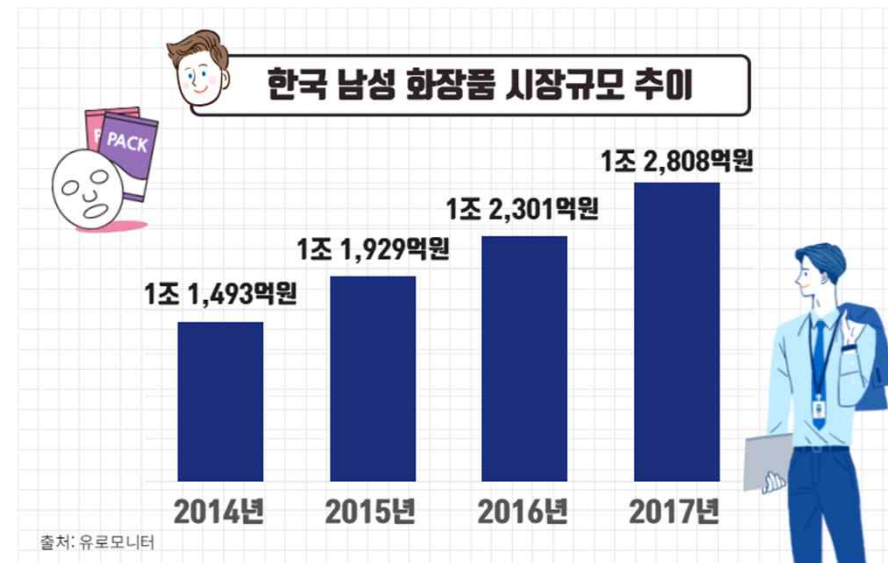
Research



빠르고 예측 불가능한 시대를 나타내는
VUCA (Volatile-변동성, Uncertainty-불확실성, Complexity-복잡성, Ambiguity-모호성)시대에
사는 남성들은 치열해져 가는 경쟁 속에서
자신의 경쟁력을 갖추기 위해 자신을 가꾸기 시작했다는 분석이 대표적

주제 선정

Research



글로벌 시장업체 유로모니터의 분석에 따르면 한국 남성 화장품 시장의 규모는
2017년 1조1208억원으로 전년대비 4.1% 증가 등 꾸준한 성장
또한 규모는 2020년까지 1조 4000억원까지 확장될 것으로 예상,
한국 남성의 1인당 화장품 구매액도 세계 1위 수준을 기록할 것으로 예상

주제 선정

아이디어 제시

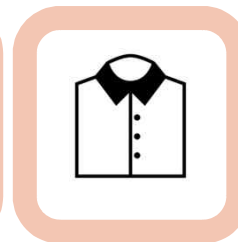
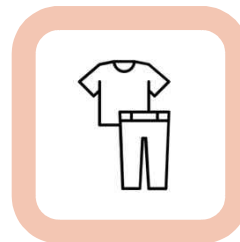
남성 화장품

연령별, 피부 타입 별 화장품 추천



남성 헤어 스타일

자신에게 어울리는 헤어 스타일 추천



남성 스타일링

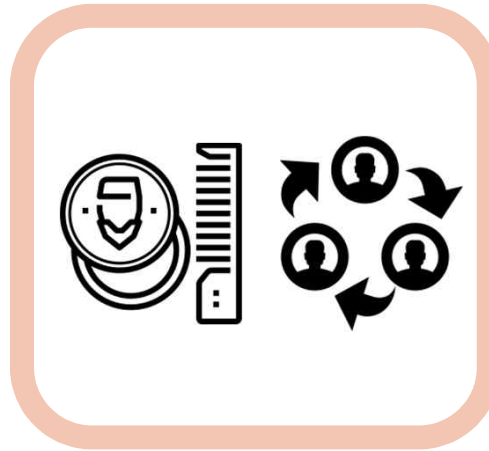
날씨, 상황 별로 어울리는 코디 추천
온/오프라인 쇼핑몰 추천

주제 선정

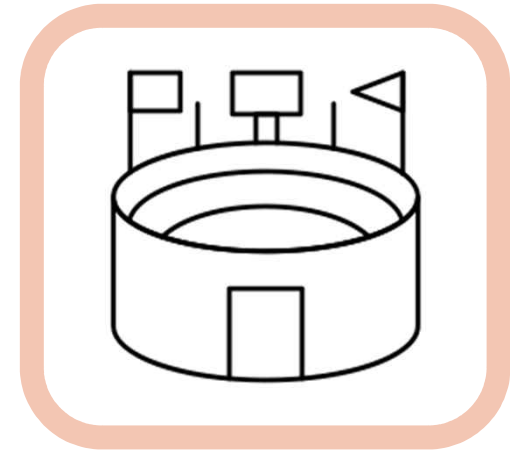
MSG



MAN

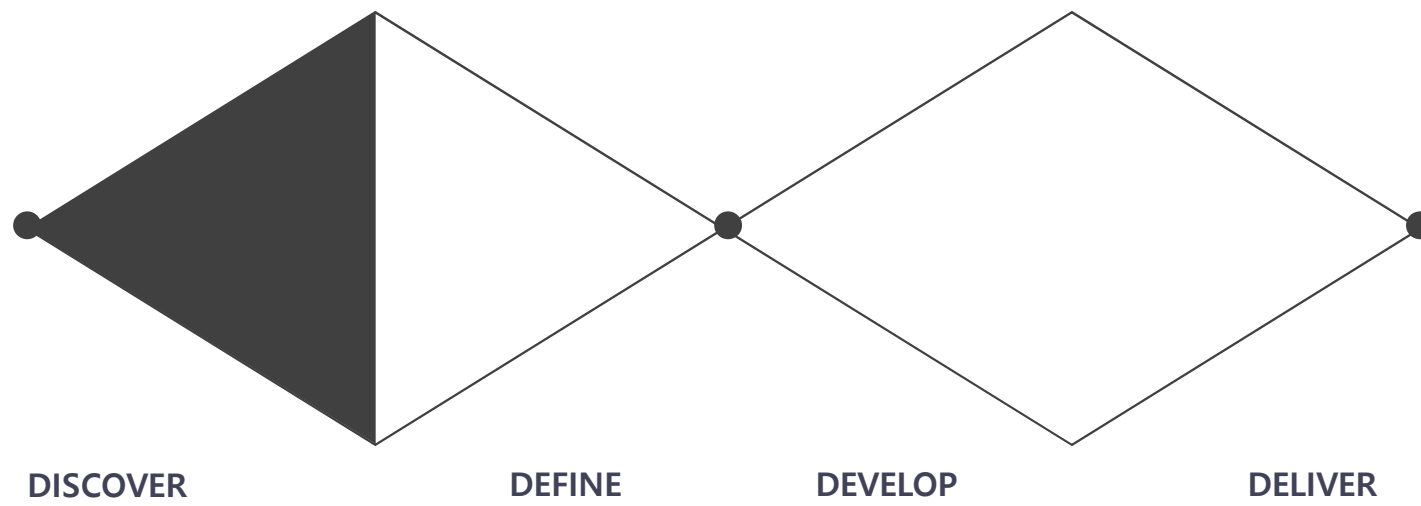


STYLE
SHARE



GROUND

패션과 스타일링에 관심이 많은 '20대'를 타겟으로 한 화장품 / 스타일링 추천 어플리케이션
'MSG'



문제 정의

시장 분석











1조 2808억 남성 화장품 시장에 프리미엄 바람 '남심 유혹'

피부 가꾸는 남성 늘며 세분화
일체형 대신 기능별로 제품 나뉘..
여성처럼 스펀지로 바르는 상품도 남성 전용 라인 출시

문제 정의

경쟁 분석

 <p>화해 - 5년 연속 스토어 1위 화장품 어플 232위 ▼8 4.7점 ★★★★★ BirdView 뷰티</p>	 <p>뷰티포인트 - 리뷰쓰고 포인트도 받고 575위 ▼95 3.3점 ★★★★★ AMOREPACIFIC 뷰티</p>
 <p>글로우픽 - 대한민국 1등 화장품 리뷰/... 762위 ▲85 4.4점 ★★★★★ GlowDayz 뷰티</p>	 <p>바비톡 - 대한민국 1등 성형앱 & 뷰티 ... 854위 ▲944 4.6점 ★★★★★ BABITALK 뷰티</p>
 <p>거울 - 밝기,확대 기능 1007위 ▲134 3.9점 ★★★★★ BariLab 뷰티</p>	 <p>미미박스 - 화장품 콘텐츠 가득한 뷰티 ... 1137위 ▲20 4.5점 ★★★★★ memebox 뷰티</p>
 <p>카카오헤어샵 KakaoHairshop 1260위 ▼55 3.5점 ★★★★★ Kakao Corporation 뷰티</p>	 <p>헤어핏-헤어스타일, 염색 가상 체험, 헤... 1404위 ▲152 3.8점 ★★★★★ Virtualive 뷰티</p>

5년 연속 스토어 1위 화장품 어플 '화해'

문제 정의

경쟁 분석



성분 분석된 제품 수
80,911 개



등록된 브랜드 수
4,478 개



실적 답변한 리뷰 수
2,007,810 개

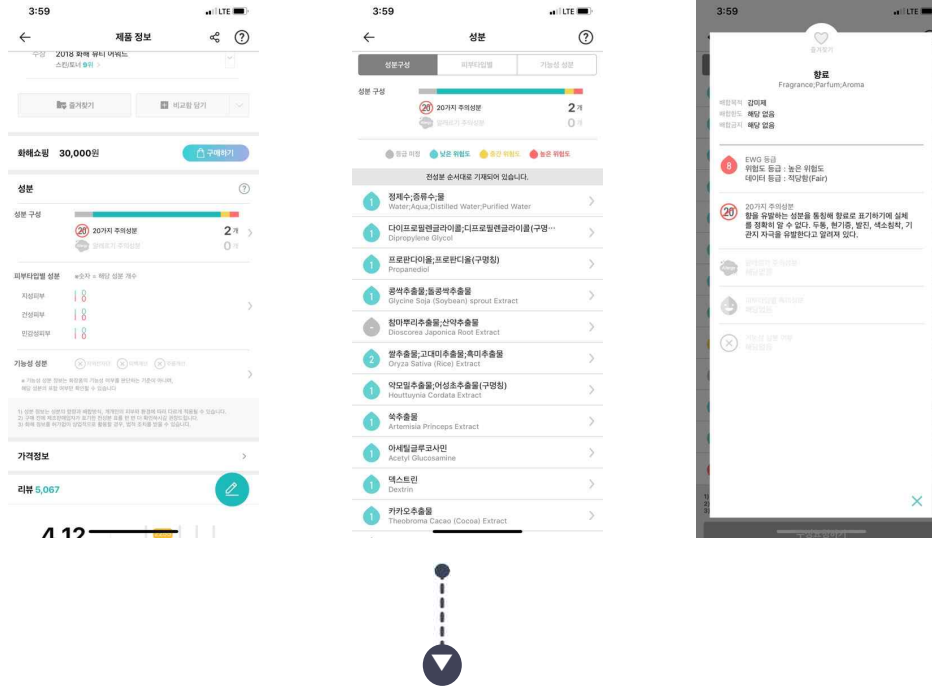


화장품 성분 알려주는 '화해' 600만 여심 사로잡은 비결

화장품 성분의 특징과 영향을 소비자가 보기 편하게 설명해 대박 난 앱 '화해'
화장품에 들어 있는 성분이 위험하지는 않는지, 알레르기를 유발하지 않는지 등의
정보를 보고 자신의 피부에 맞는 화장품을 고를 수 있게 됨.

문제 정의

경쟁 분석

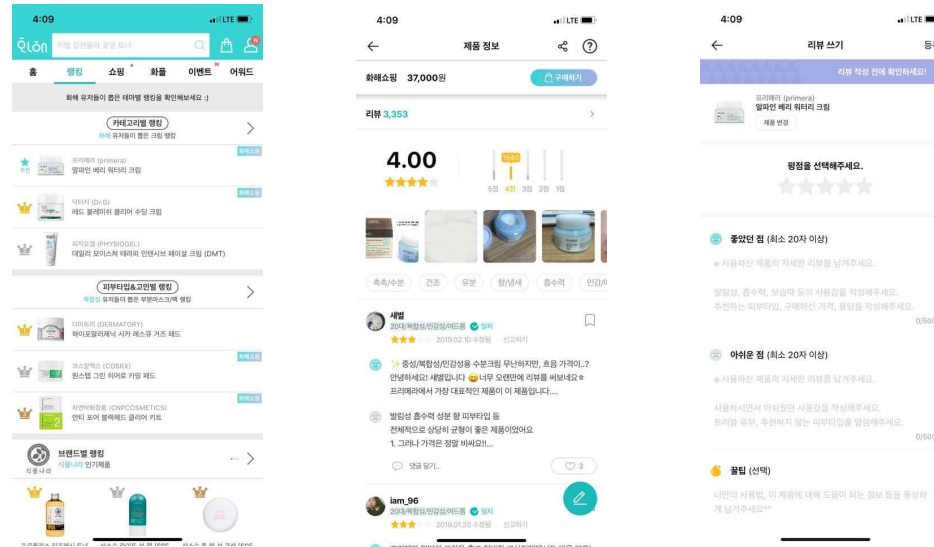


남성 화장품 버리고 화장품 성분 분석으로.. 핵심은 소비자들이 '알기 쉽게' 풀어내기

화장품 표기 성분에 대한 기준을 고지하는 다양한 단체에서 지침이 될 만한 자료를 수집하여 매뉴얼을 기초로 화장품 내 위험성분과 알레르기 주의 성분 등을 보기 편하게 정리함.

문제 정의

경쟁 분석

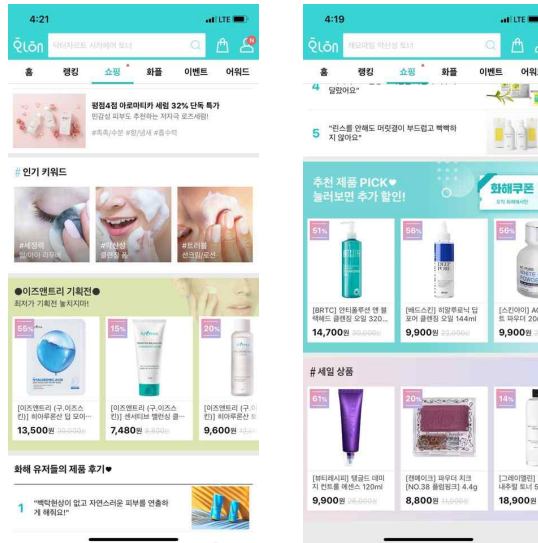


끊임없는 업데이트.. 소비자들이 올린 리뷰들은 화해의 핵심 '콘텐츠'

화해는 소비자들의 니즈를 반영해 계속해서 플랫폼을 업그레이드
 또한 상업적인 리뷰, 불순한 의도를 가진 리뷰 등 신뢰성이 적은 리뷰를 걸러 내기 위해 몇가지 '허들'을 만들.
 그 결과 화해의 리뷰는 성분 분석 못지않은 '핵심 콘텐츠'가 되었고
 300만 건 이상의 리뷰가 올라와 있지만 '신뢰할 수 있는'정보라는 점이 중요함.

문제 정의

경쟁 분석



'리뷰로 쇼핑'.. 화해만의 커머스

지난해부터 커머스 기능도 더해져 화장품에 대한 성분 정보를 확인하고 리뷰를 본 뒤
맘에 드는 제품은 아예 그 자리에서 구매할 수 있게 플랫폼의 기능을 확장.
화해는 광고 문구가 아닌 소비자들의 리뷰에서 찾아낸 이 같은 포인트 중심으로 쇼핑 세션을 구성.

문제 정의

경쟁 분석

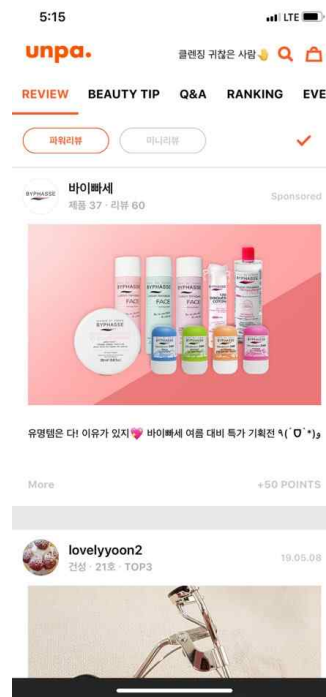


오프라인 스토어 진출도 구상 중.. 지속 가능한 비즈니스 위해 '데이터' 강점 살려야

화해는 이르면 올해 말 또는 내년 상반기 오프라인 스토어에도 진출할 예정
현재 오프라인의 드럭스토어 에는 단순히 많은 제품이 진열만 돼 있을 뿐 물건에 대한 충분한 정보는 주어지지 않음.
화해가 기존 화해 콘텐츠와 사용자 데이터가 결합된 오프라인 쇼핑 영역을 만든다면
완전히 새로운 형태의 화장품 구매경험을 제공해 줄 수 있을 것.

문제 정의

트렌드 분석

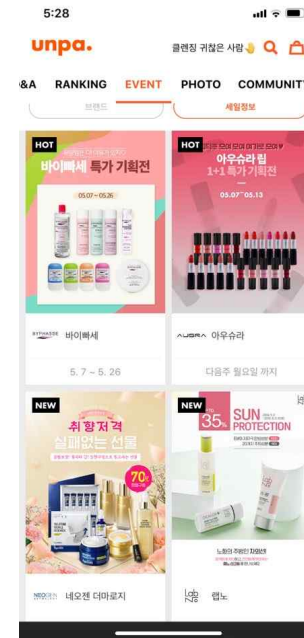


사용자들의 리뷰

이용자들에게 화장품, 화장법을 물어보고 자신만의 노하우를 공유할 수 있으며
사용자들이 직접 화장품을 쓰고 난 뒤 솔직하게 작성한 리뷰를 확인 할 수 있음.

문제 정의

트렌드 분석



실시간 화장품 세일 정보

화장품 앱들은 화장품 뿐만 아니라 패션브랜드의 세일 정보까지 실시간으로 제공
 앱을 다운로드하고 선호하는 브랜드를 등록하면
 해당 브랜드의 세일 정보가 있을 경우 알림으로 알려주기 때문에 유용하게 사용됨.

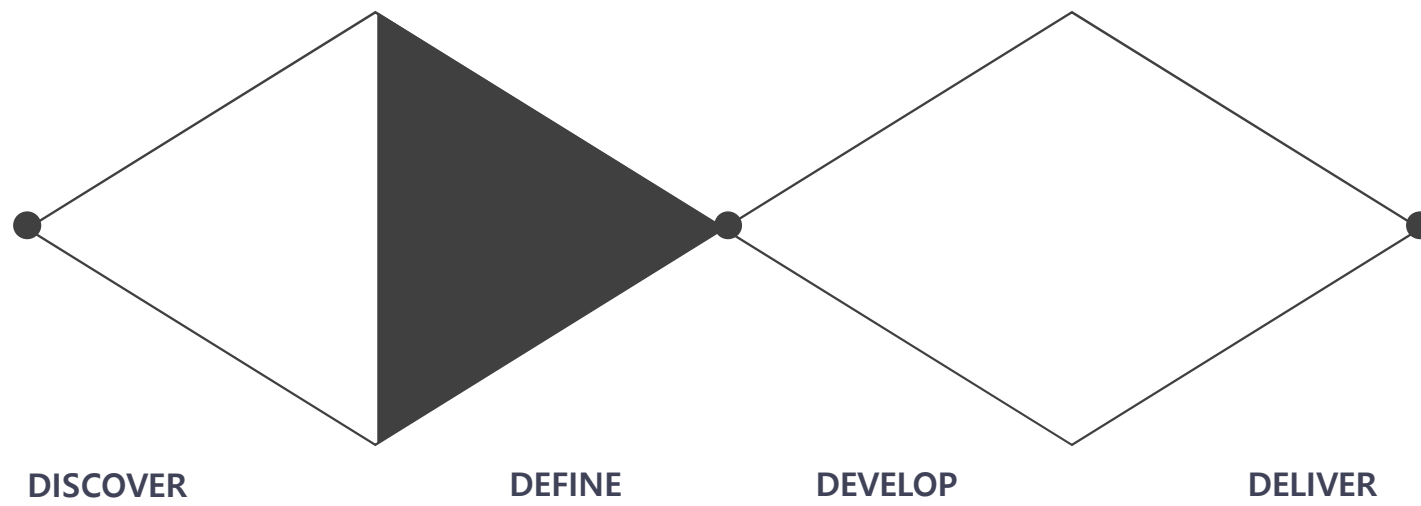
문제 정의

사용자 분석



가입자 성별 비율 : 가입자 성별 비율을 확인해보면 여성 사용자가 압도적
뷰티라는 특수한 카테고리 특성상 여성의 가입 및 사용률이 높은 것으로 보임

가입자 연령대 비율 : 가입자 연령대의 경우 20대 여성이 가장 많으며 30대 여성과 10대 여성이 비슷한 비율로 가입
20대의 경우 모바일 친화력과 구매력을 겸비한 세대이기 때문에 가장 높은 비율로 가입



아이디어 수립

가상 고객 설정 (Persona)

어플 사용이 잦음

26대 여성
(잡지사 관리팀 인턴)

26세 여성
(호텔리어)

김혜진

가설을 잘 못함 | 동지를 잘 못 | 지존감이 높음 | 부지런함 | 격정적 행동 | 성직적 행동 | 부조리함

라이프 스타일

동기 부여

- Incentive
- Growth
- Achievement
- Power

목표

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

불만사항

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

Application

- 이메일
- MEMEBOX
- ZIGZAG

한하리

가설을 잘 못함 | 동지를 잘 못 | 지존감이 높음 | 부지런함 | 격정적 행동 | 성직적 행동 | 부조리함

라이프 스타일

동기 부여

- Incentive
- Growth
- Achievement
- Power

목표

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

불만사항

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

Application

- 이메일
- MEMEBOX
- ZIGZAG

뷰티에 관한 지식이 적음

뷰티에 관한 지식이 많음

김신혁

가설을 잘 못함 | 동지를 잘 못 | 지존감이 높음 | 부지런함 | 격정적 행동 | 성직적 행동 | 부조리함

라이프 스타일

동기 부여

- Incentive
- Growth
- Achievement
- Power

목표

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

불만사항

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

Application

- 이메일
- MEMEBOX
- ZIGZAG

27대 남성
(잡지사 에디터)

지성준

가설을 잘 못함 | 동지를 잘 못 | 지존감이 높음 | 부지런함 | 격정적 행동 | 성직적 행동 | 부조리함

라이프 스타일

동기 부여

- Incentive
- Growth
- Achievement
- Power

목표

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

불만사항

- 본인 및 팀의 업무 효율성 향상
- 자신의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상
- 팀원들의 업무 능력 향상

Application

- 이메일
- MEMEBOX
- ZIGZAG

29대 남성
(잡지사 부편집장)

어플 사용을 거의 안함

아이디어 수립

가상 고객 설정 (Persona)

김혜진



“전 잡지에서 일하지만 패션이나 뷰티 쪽에는 거의 지식이 없어요. 회사 다니는 것만으로도 충분히 바쁜 걸요.ㅠㅠ”

Age : 26

Work : 잡지사 관리팀 인턴

Family : 부모님과 함께 생활

Location : 서울, 혜화동

Character : 열심히 하는 노력형

사용자 정의 유형 : 뷰티에 관한 지식이 거의 없음

성격 : 내성적, 소극적, 보수적

거절을 잘 못함

눈치를 많이 봄

자존감이 낮음

부지런함

걱정이 많음

생각이 많음

부끄러움

라이프 스타일

김혜진씨는 항상 많은 일을 열심히 한다. 또한 다른 사람의 부탁을 거절하지 못해 항상 남들보다 훨씬 많은 업무량을 소화해낸다. 그 때문에 1시간 빠른 출근과 야근은 일상이 되었다. 다른 사람의 일을 대신 해주면서도 제대로 하지 못할까 항상 걱정하고 눈치를 많이 본다. 잡지에서 일하지만 관리팀 소속이라 뷰티에 관한 지식이 별로 없다. 다른 사람들처럼 화장하고 이쁘게 꾸미고 싶지만 방법을 잘 모른다. 사람들에게 물어보고 싶어도 소극적이고 내성적인 성격 탓에 먼저 다가가지 못해 앱을 통해 많이 찾아보지만 여전히 너무 어렵다.

목표

- 화장 잘하는 법 배우기
- 자신에게 어울리는 스타일링 하기
- 헤어스타일 바꾸기
- 독립하기
- 잡지사 편집팀으로 가는 것이 최종 목표

불만사항

- 회사와 집의 거리가 너무 멀다.
- 편집팀에 지원했으나 탈락했다.
- 스스로 꾸미는 방법을 모른다.
- 화장품 종류가 너무 많아 고르기 어렵다.

동기 부여

Incentive

Growth

Achievement

Power

Application



아이디어 수립

가상 고객 설정 (Persona)

민하리



"전 제 자신을 꾸미는데 관심이 많아요. 이제 이쁘다는 말은 지겨워요. ㅎㅎ"

Age : 26

Work : 호텔리어

Family : 부모님과 떨어져 생활

Location : 서울, 한남동

Character : 매사 적극적이고 밝다

사용자 정의 유형 : 뷰티에 관한 지식이 풍부함

성격 : 외향적, 적극적, 진보적

인기가 많음

잘 꾸밈

자존감이 높음

활동적임

세심함

꼼꼼함

밝음

라이프 스타일

민하리씨는 이쁘고 몸매가 좋은데다 성격도 좋아 인기가 많다. 자기 자신도 스스로 이쁘다는 걸 안다. 그리고 자신을 꾸미는 걸 아주 좋아한다. 화장이나 옷 스타일링 등 뷰티 관련해서 많은 지식이 있고, 어떤 옷을 입고 어떤 화장을 했을 때 자기가 가장 이뻐 보이는지 잘 안다. 호텔에서는 동료들이 옷이나 화장품 정보에 대해 자주 물어보기도 한다.

시간이 날 때마다 모바일 앱으로 신상 화장품이나 옷 쇼핑을 즐긴다. 그 때문에 다른 사람 보다 항상 더 빨리 새로운 화장품을 사용해 본다. 피부가 많이 예민한 편이라 화장품을 살 때는 항상 어플에서 성분을 확인하고 꼼꼼히 분석한 후 구입한다. 자신에게 맞는 화장품은 잘 선택하지만 남자친구에게 선물할 때는 항상 많은 고민이 된다. 앱에도 남성 화장품 관련 정보는 많이 없기 때문이다. 자기자신에 대해서는 잘 꾸미지만 남자친구 스타일링은 여전히 어렵다.

목표

- 원하는 화장품 다 사기
- 남자친구 스타일링 해주기
- 직접 화장품 만들어 보기
- 이쁜 화장하고 이쁜 옷 입고 축제 놀러가기

불만사항

- 예민한 피부 때문에 사고 싶은 화장품을 못 살 때가 있다.
- 남성 화장품 앱이 없어 남자친구에게 선물 할 때 힘들다.
- 회사에 가면 동료들이 내 화장품을 너무 많이 쓴다.

동기 부여

Incentive

Growth

Achievement

Power

Application



ABLY



아이디어 수립

가상 고객 설정 (Persona)

지성준



“전 상황에 맞는 스타일링이 아주 중요하다고 생각해요. 옷이 자기 자신을 드러낼 수 있는 가장 좋은 수단이죠.”

Age : 29

Work : 잡지사 부편집장

Family : 부모님과 떨어져 생활

Location : 서울, 성수동

Character : 자기가 최고인 줄 아는 권력형

사용자 정의 유형 : 센스가 좋아 옷을

잘 입음

성격 : 내성적, 소극적, 보수적

계획적임

꼼꼼함

이기적임

권위적임

트렌드에 민감

잘 꾸밈

센스가 좋음

라이프 스타일

지성준씨는 잡지사의 부편집장 답게 센스가 좋고 트렌드에 민감하다. 옷이 자신을 표현하기 아주 좋은 수단이라고 생각하며 평소에도 옷 입는 것에 관심이 많다. 회사에서는 권위적이고 이기적인 성격 때문에 직원들이 싫어하지만 그들도 부편집장의 패션 센스는 칭찬한다. 옷을 고르는데 시간이 오래 걸리기 때문에 항상 자기전에 미리 다음 날 입을 옷을 챙겨 두고 자야 한다. 패션 뿐만 아니라 헤어 스타일에도 관심이 많다. 헤어 스타일에 변화를 주는 것을 즐기며 자신에게 어울리는 스타일이 어떤 것인지 스스로 잘 알고 있다.

목표

- 화장 잘하는 법 배우기
- 자신에게 어울리는 스타일링 하기
- 남자친구 옷 스타일링 해주기
- 독립하기
- 잡지사 편집팀으로 가는 것이 최종 목표이다

불만사항

- 회사와 집의 먼 거리
- 편집팀 지원 탈락
- 남자친구가 없다
- 스스로 꾸미는 방법을 모른다

동기 부여

Incentive

Growth

Achievement

Power

Application



아이디어 수립

가상 고객 설정 (Persona)

김신혁



“전 제 개성을 살려서 옷을 입어요. 저만의 스타일을 추구하죠. 다른 스타일링에 도전 하려해도 어려워요.”

Age : 27

Work : 잡지사 에디터

Family : 부모님과 떨어져 생활

Location : 서울, 서초동

Character : 장난기가 많고 넉살이 좋음

사용자 정의 유형 : 뷰티에 관한 지식이 거의 없음

성격 : 외향적, 적극적, 진보적

장난기가 많음

덜렁거림

여유로움

할말은 다함

잘 못 꾸밈

친화력이 좋음

능청스러움

라이프 스타일

김신혁씨는 개성이 강한 옷을 좋아하며 자신만의 스타일을 추구한다. 회사에 출근할 때도 특이한 차림으로 동료들이 깜짝깜짝 놀랄 때가 있다. 다른 사람들이 단정하고 깔끔한 스타일로 바뀌보라고 권유하지만 그에게는 통하지 않는다. 사실 스타일을 바꾸고 싶어도 방법을 잘 모른다. 다른 스타일의 옷을 구입하기 위해 모바일 앱을 찾아보아도 남성만을 위한 어플리케이션이 많지 않다. 또한 아직 자신에게 맞는 화장품을 찾지 못해 화장품을 살 때 늘 어려움이 있지만 남성 화장품 전용 앱이 없어서 불편함이 있다.

동기 부여

Incentive

Growth

Achievement

Power

목표

- 화장 잘하는 법 배우기
- 자신에게 어울리는 스타일링 하기
- 남자친구 옷 스타일링 해주기
- 독립하기
- 잡지사 편집팀으로 가는 것이 최종 목표이다

불만사항

- 회사와 집의 먼 거리
- 편집팀 지원 탈락
- 남자친구가 없다
- 스스로 꾸미는 방법을 모른다

Application



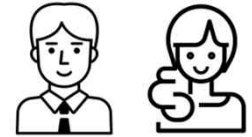
화장품, 똑똑하게 구매하자






아이디어 수립

고객 여정 지도

타겟 : 20대 남녀



시간 구분	서비스 이용 전	서비스 이용 중	서비스 이용 후
행동	앱 선정	앱에 들어옴 > 메뉴를 보며 원하는 정보를 찾는다 > 정보를 확인한다 > 제품을 구매한다	앱에 대한 만족 / 불만족 판단
판단 기준	<ul style="list-style-type: none"> - 사용의 편리성 - 다양하고 정확한 정보 - 사람들의 선호도 - 다양한 이벤트, 혜택 	<ul style="list-style-type: none"> - 메뉴가 보기 좋게 구성되어 있는가 - 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있는가 - 다양한 이벤트들이 준비되어 있는가 - 많은 사람들의 구매 후기가 있는가 	앱을 또 사용할지에 대한 의사 판단
목적	원하는 제품에 대한 정보를 보다 쉽고 빠르고 정확하게 알아보고 구매하기 위함	원하는 제품에 대한 정보가 충분히 있는지 확인하고 신뢰성을 따져본 후 제품 구매 여부를 결정하기 위함	다음번에 또 앱을 사용할지의 여부를 판단하기 위함
감정			
문제 제기	비슷한 종류의 앱이 너무 다양해서 앱 선정에 시간이 걸림	<ul style="list-style-type: none"> - 제품 하나하나를 다 찾아보는데 시간이 걸림 - 정보에 신뢰성을 판단하기 어려움 - 다양한 이벤트들로 원하는 정보를 찾기 전에 이벤트 관련 내용을 보며 정작 찾고자 하는 정보를 까먹음 - 광고가 너무 많이 나와 불편함이 있음 	전체적으로 만족스럽지는 못했으나 다양한 정보를 쉽게 얻기 위해 앞으로도 사용 예정임
해결책	앱 별로 주요 특징이나 강점을 나타낸다.	<ul style="list-style-type: none"> - 비슷한 제품들끼리 묶어서 한 번에 볼 수 있도록 구성한다. - 정보의 신뢰성 판단에 도움이 될 만한 근거를 제시한다. - 앱 사용 중 나타나는 광고를 줄인다. 	

아이디어 수립

친화도 법

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



나와 관련된
필요한 정보만
보여주세요

최신 정보를
꾸준히
알려주세요

검색 시
가이드가
필요해요

직접 보고
구매하고
싶어요

신뢰할 수 있는
정보인지
모르겠어요

사용하기
복잡하고
어려워요

정보를
한눈에 직관적으로
보고싶어요

다른 사람의
의견을
묻고 싶어요

아이디어 수립

친화도 법

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



개인화
서비스

트렌디한
이미지

정보탐색
가이드

오프라인
스토어
구상

사용자
평가, 후기

간결한
검색, 확인

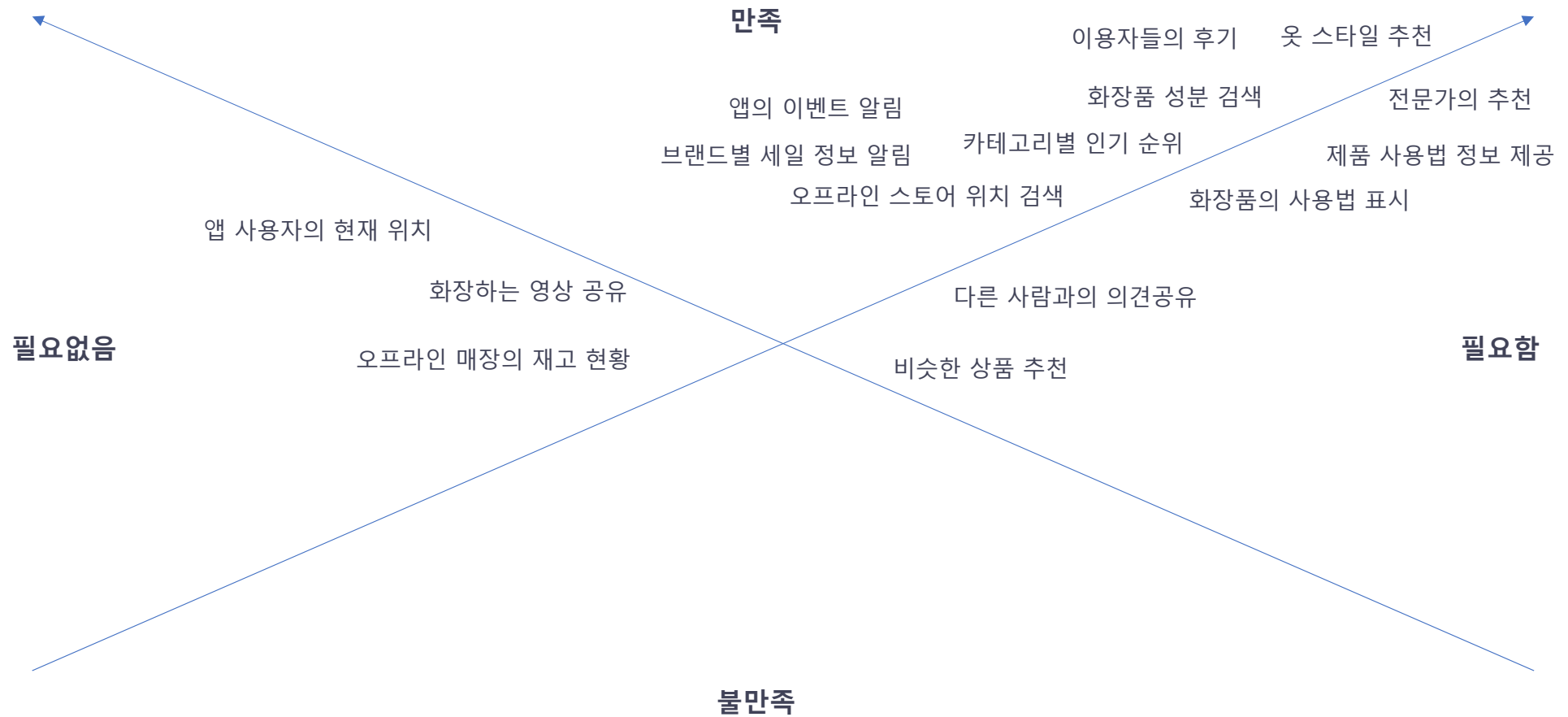
홈 정보
통합, 정리

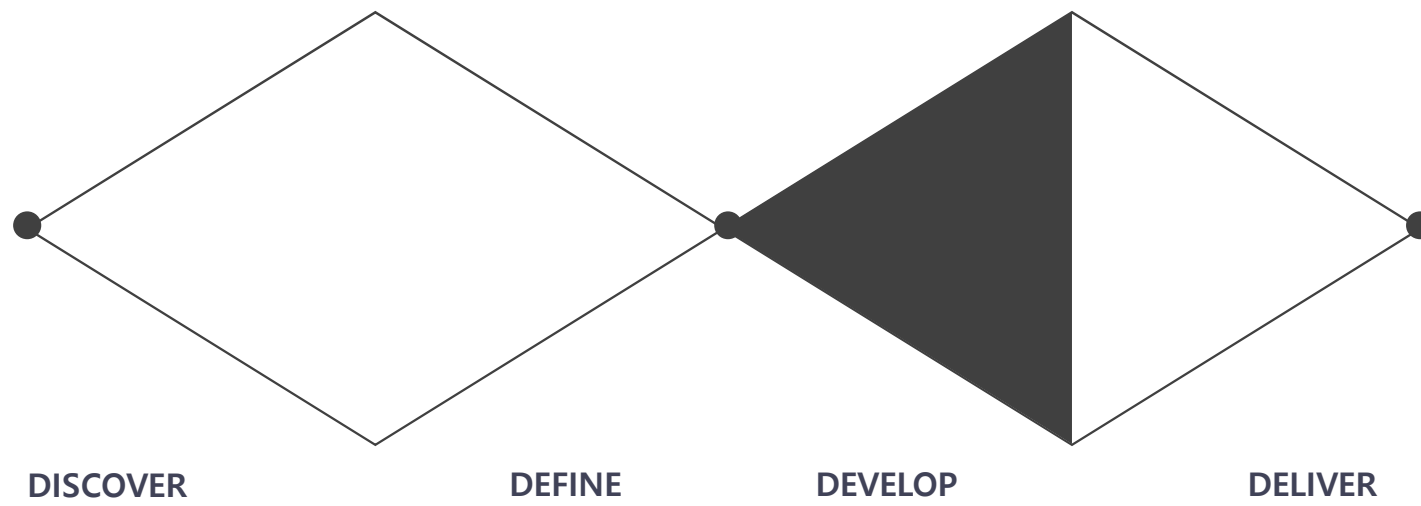
이용자간
의견 공유

아이디어 수립

카노분석법

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석





해결책 구체화

기능 분석 - 카드 소팅

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



나에게 맞는 화장품과
스타일링을 알아보고 싶다

가격 할인 받기

할인되는 제품을 알아본다

브랜드별 세일 정보를
알아본다

앱에서 제공하는
할인 쿠폰을 받는다

다른 사람의 의견 듣기

사용자들의 후기를 찾아본다

다른 사람들과
의견을 공유한다

나에게 어울리는
헤어 스타일링을
추천 받는다

나에게 어울리는
옷 스타일링을 추천 받는다

전문가들의 추천을 받는다

내가 원하는 정보 얻기

카테고리별 인기순위를
알아본다

제품의 사용법을 배운다

화장법을 알려주는
동영상을 시청한다

화장품 성분을 알아본다

오프라인 상점 알기

오프라인 상점의
재고 현황을 파악한다

주변 오프라인 상점의
위치를 확인한다

해결책 구체화

기능 분석 – User Type

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



1) 누가 사용하고자 하는가? (연령, 감성, 문화, 동기)

패션과 스타일링, 화장품에 관심이 많은 20대 남성

2) 어떤 상황에서 사용하고자 하는가? (사용 상황 / 맥락)

- 화장품, 옷 구매
- 자신에게 맞는 옷, 헤어 스타일링 추천

3) 그들의 특징은 무엇인가? (인터랙션 패턴, 행태, 태도)

- 자신에게 어울리는 옷 / 헤어 스타일이 어떤 것인지 모름
- 화장품 선택의 어려움

4) 그들이 어떤 요구사항이 있을 수 있는가? (특정 목표나 니즈)

- 쉽고 편리한 앱의 사용
- 정확하고 신뢰할 수 있는 정보의 제공
- 자신에게 맞는 제품 추천
- 브랜드별 할인/세일 정보
- 이벤트 알림
- 많은 사람들과의 의견 공유

해결책 구체화

기능 분석

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



태스크 요구사항	기능
<ul style="list-style-type: none">- 뷰티에 대한 정보가 없이 구매하려는 사람들을 위한 디자인- 화장품을 피부타입에 맞게 고를 수 있도록 구분- 화장품의 성분 및 기능에 대해 알아보기 쉽게 표시- 사용 방법과 순서를 표시- 추가로 같이 구입하면 좋은 화장품 추천	<ul style="list-style-type: none">- 기능별,피부타입별로 구분- 제품 사용에 필요한 정보 제공 (사용법,성분)- 비슷한 제품 추천

해결책 구체화

기능 분석

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



태스크 요구사항	기능
<ul style="list-style-type: none">- 유행하는 스타일 정보를 한눈에 볼 수 있도록 설계- 컬러 매치를 어떻게 하면 좋을지 알려주어요 함- 쉽게 따라 입을 수 있도록 일반인들의 스타일 공유- 보면서 쉽게 따라할 수 있는 동영상	<ul style="list-style-type: none">- 전문가 추천 스타일링(트렌드)- 실제 스타일 후기 공유- 스타일링 추천 기능 (유튜브 영상)

해결책 구체화

기능 분석

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



태스크 요구사항	기능
<ul style="list-style-type: none">- 직접 테스트해보고 구매할 수 있도록 가까운 오프라인 매장을 표시- 오프라인 매장에서 바로 구매 할 수 있도록 재고 확인- 남자들이 어떤 화장품을 많이 사용하는지에 대한 정보- 실제 사용자들의 사용후기를 통해 제품 구매에 도움을 주어야 함	<ul style="list-style-type: none">- 주변 오프라인 매장 검색 기능 (재고현황, 미용실)- 실제 사용 후기- 카테고리별 인기순위 (화장품, 옷, 헤어)

해결책 구체화

기능 분석

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



태스크 요구사항	기능
<ul style="list-style-type: none">- 화장품 브랜드별 세일 정보를 알려주어야 함- 저렴하게 여러가지 코디 상품을 구매할 수 있는 이벤트- 스타일링에 어려움을 겪는 사람을 위한 세트상품- 제품을 무료로 체험해볼 수 있는 이벤트 정보를 알려주어야 함	<ul style="list-style-type: none">- 세일정보- 세트상품(랜덤박스)- 사은품

해결책 구체화

기능 분석 - IA설계

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



메이크업

종류
기능
사용방법
피부타입
화장품 추천
사용후기



헤어

드라이 방법
왁스, 스프레이
커트, 펌 종류
미용실 추천

코디

상의
하의
신발
가방
악세서리

트렌드

잡지
패션쇼
OOTD
헬스

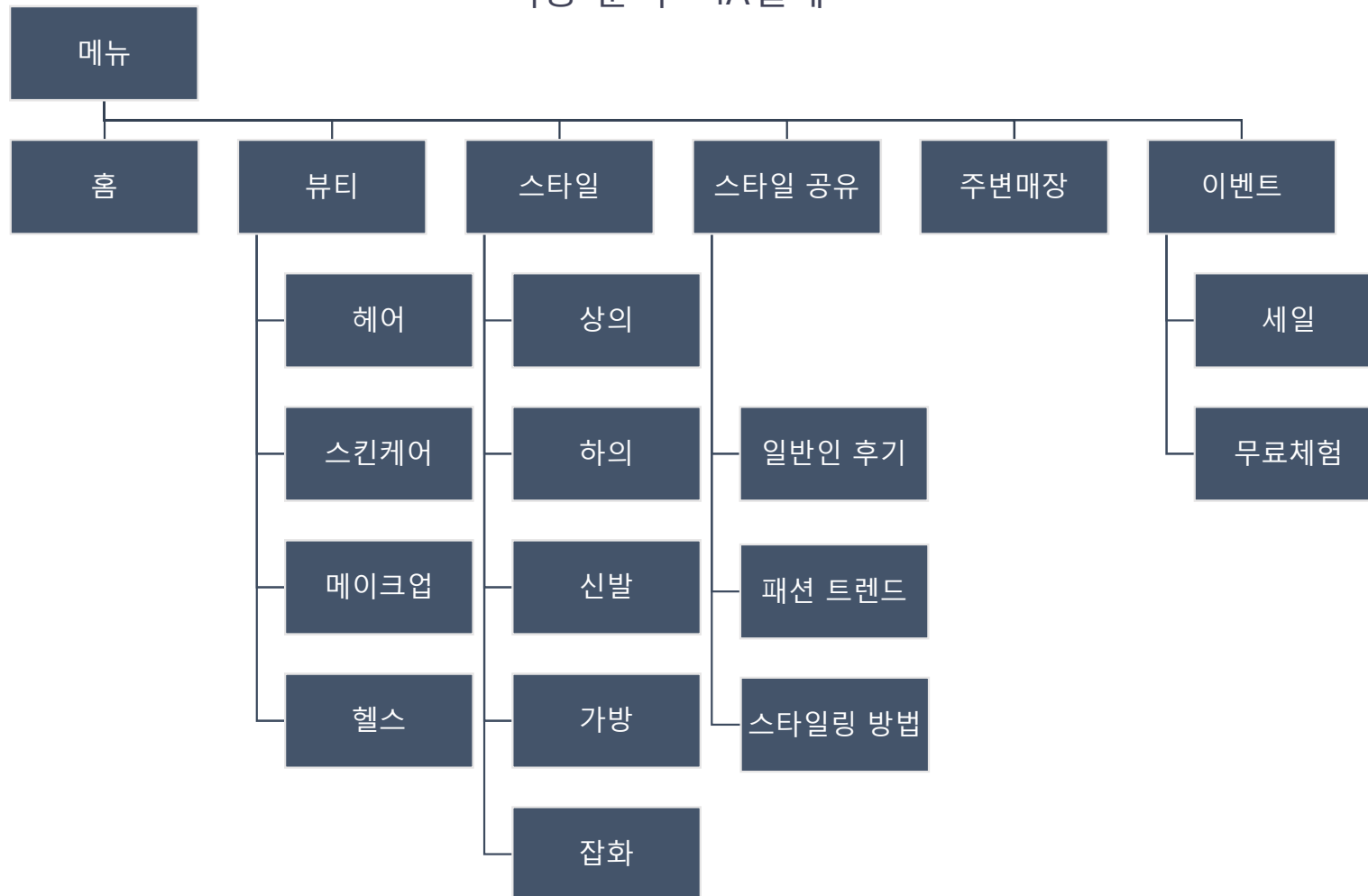
이벤트

무료체험
세일
타임세일
특가
랜덤박스

해결책 구체화

기능 분석 - IA설계

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



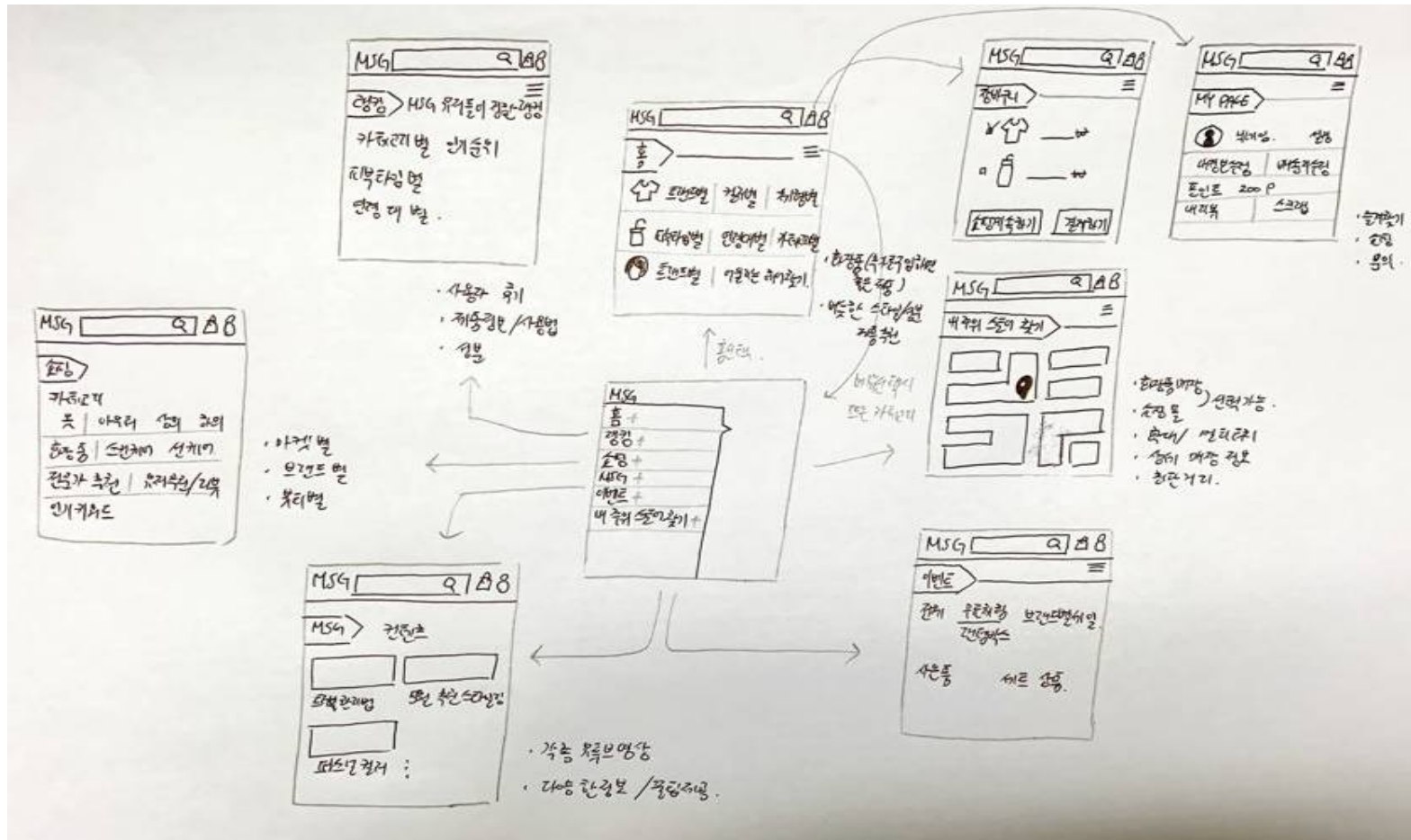
해결책 구체화

화장품 / 스타일링 추천

어플리케이션 분석



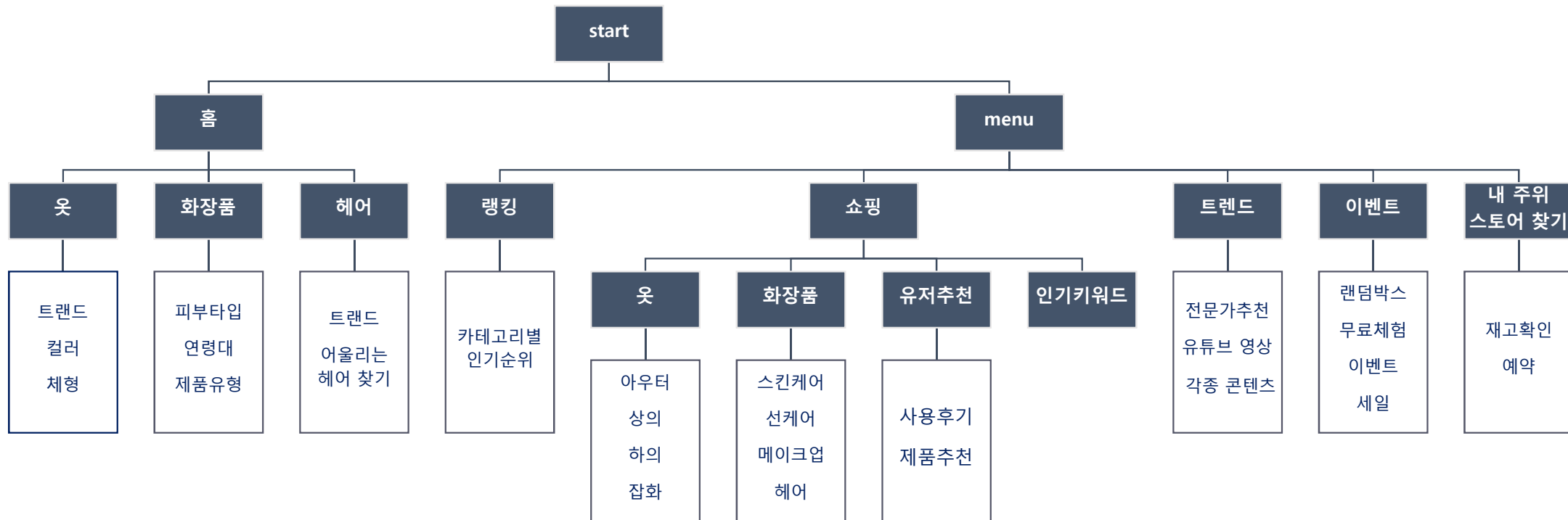
스토리보드



해결책 구체화

스토리보드 - 서비스흐름도

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



해결책 구체화

와이어프레임

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



1) 어떤 기능이 필요한가?

- 자신에게 어울리는 옷/헤어 스타일링 추천기능
- 정확하고 신뢰 할 수 있는 정보 한눈에 제공 기능
- 브랜드별 이벤트 할인/세일 정보 제공 기능
- 많은 유저와 의견 공유 기능

2) 기능들간의 관계 구조와 절차는 무엇인가?

- 원하는 제품을 장바구니에 담거나 구매 결정 시 유사제품 또는 함께 구매하면 좋은 제품 추천
- 사용자가 제품 상세항목을 열람하고 있을 때 사용자 주변의 가까운 스토어 찾기 기능 아이콘 생성
- 앱에서 콘텐츠나 유튜브 영상 시청 시 하단에 관련 제품 항목 표시로 빠르게 열람 또는 구매 가능

해결책 구체화

와이어프레임

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



3) 기능들의 중요도와 사용빈도는?

1. 자신에게 맞는 옷/ 헤어 스타일링 추천 기능
2. 콘텐츠와 유튜브 영상을 통한 정보제공
3. 유저들의 후기 정보 공유
4. 오프라인 스토어 위치 검색
5. 각종 이벤트 세일 정보

4) 핵심적인 기능 콘셉트는?

- 사용자에게 맞게 스타일링을 추천해주는 기능
- 정확하고 많은 정보를 보기 쉽게 한눈에 제공
- 많은 유저와 의견 공유

해결책 구체화

와이어프레임

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



첫번째 대표 화면 - 자신에게 맞는 스타일링 추천

MSG

내 사이즈 찾기

키 cm | 몸무게 kg

다른 사용자들이 구매한 사이즈 ▼

178 cm , 65 kg 사이즈 M

아이디 kg 0028 1

체형별 맞춤 스타일링

☐ 보통체형 ☒ 역삼각체형 ☐ 평삼각체형 ☐ 일자체

표준체형 어깨넓음 어깨넓음 마름

키작음 근육형 하체비만 키크

하체얇음

MSG

퍼스널 컬러 진단하기

/

면굴형별 헤어 스타일 추천

/

사용자	제품/서비스
2. '내 사이즈 찾기', '체형별 맞춤 스타일링', '퍼스널 컬러 진단', '얼굴형별 헤어 스타일 추천' 중 원하는 카테고리 선택	1. 홈 화면에서 스타일링 추천 버튼 표시
4. 해당 빈칸에 정보 입력 또는 선택	3. 선택된 기능 상세 제공
6. 결과를 토대로 제품선택에 도움을 받음	5. 입력된 정보에 대한 결과를 제공

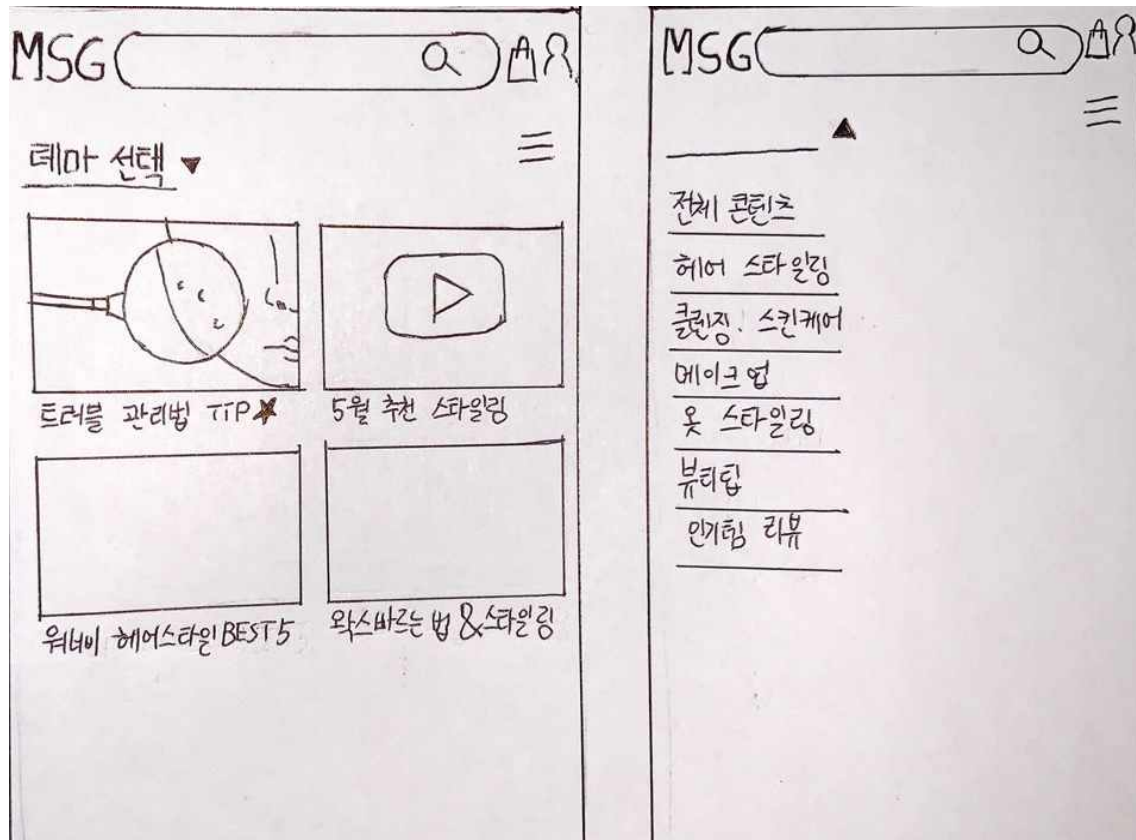
해결책 구체화

와이어프레임

화장품 / 스타일링 추천
어플리케이션 분석



두번째 대표 화면 - 각종 콘텐츠와 유튜브 영상 정보 제공



사용자	제품/서비스
3. 사용자가 원하는 항목 선택	1. 메뉴에서 카테고리에 트렌드 표시 2. 테마 선택 버튼 누를 시 다양한 항목 제공 4. 해당하는 항목에 대한 각종 콘텐츠와 유튜브 영상 나열
5. 정확하고 빠르게 원하는 정보 얻음	
6. 쉬운 경로로 사용자의 스타일링에 도움	

과제 참여율 / 계획

과제 참여율

조나연	윤소정	문여진
<ul style="list-style-type: none"> - 주제 선정 배경ppt - 문제 정의ppt 시장 분석, 경쟁 분석, 트렌드 분석, 사용자 분석 - 아이디어 수립+ppt 가상 고객 설정, 고객 여정 지도, 친화도법, 카노분석법, 카드소팅, user type 	<ul style="list-style-type: none"> - 주제 선정배경 - 문제 정의 시장 분석, 경쟁 분석, 트렌드 분석, 사용자 분석 - 해결책 구체화+ppt 태스크 구조,기능 분석, IA 설계 	<ul style="list-style-type: none"> - 주제 선정배경 - 문제 정의 시장 분석, 경쟁 분석, 트렌드 분석, 사용자 분석 - 스토리보드 스케치, 스토리보드 서비스 흐름도, 와이어 프레임 ppt

과제 계획

5/22~5/25	5/26~5/30	5/31~6/3
해결책 구체화 (기능 분석, IA 설계) 피드백 수정	해결책 구체화 스토리 보드	해결책 구체화 와이어프레임

감사합니다