

ホームページリニューアル デザイン提案

2013 11/22

ホームページリニューアル公開での目的・ゴール

1. ブランドイメージの向上、認知

サイトを訪問したお客様に対して、お店の世界観を伝え興味を持ってもらい、高いクオリティ、時代に合ったデザインにすることで、ブランドの信頼感を高めます。

2. 現行サイトのマイナス点の払拭

打ち出したい内容が的確に届くよう情報を整理し、訪問したお客様が欲している情報を明確に提供する。

3. 実購買に繋がるサイト

イメージ先行のブランドサイトから、アピールしたい内容に隨時変える等の施策をする事で「生きているサイト」に変え、実購買へ繋がるサイトに。

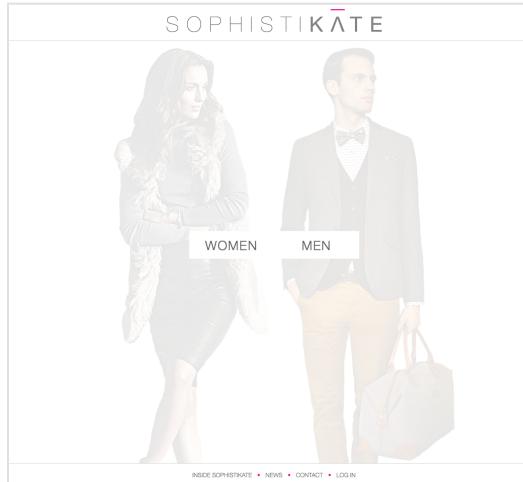
参考サイト

レイアウト参考サイトです。

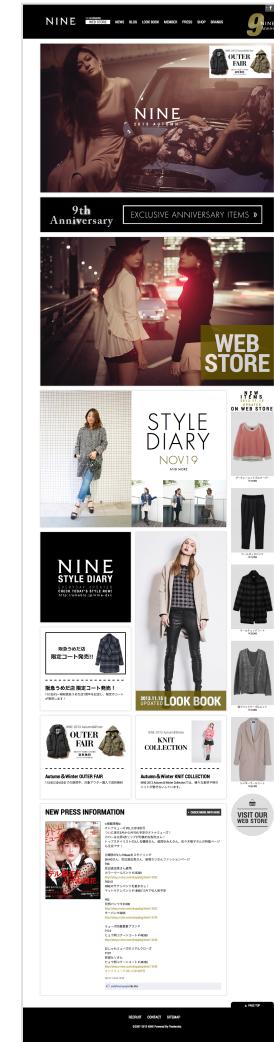
グリッド状のレイアウトにすることで、一覧性が増し、目的の情報へたどり着きやすくなります。

またスマートフォンで見た場合、ある程度の視認性、操作性が確保出来るレイアウトです。

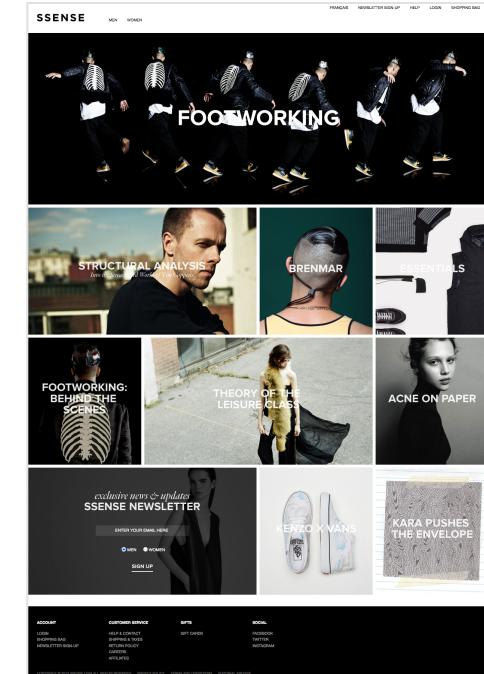
入り口となるページ



<http://www.sophistikatebethlehem.com/>



<http://e-nine.com/>



<http://www.ssense.com/>

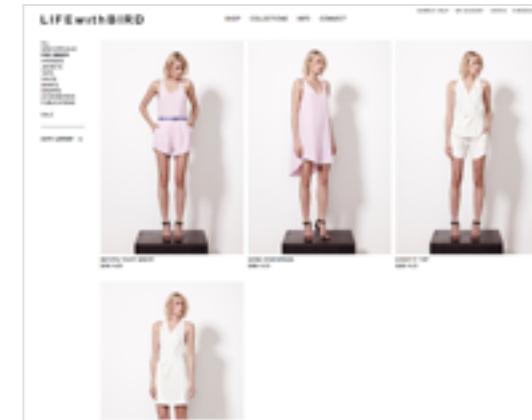
参考サイト

デザイン・レイアウト・動きの参考サイトです。

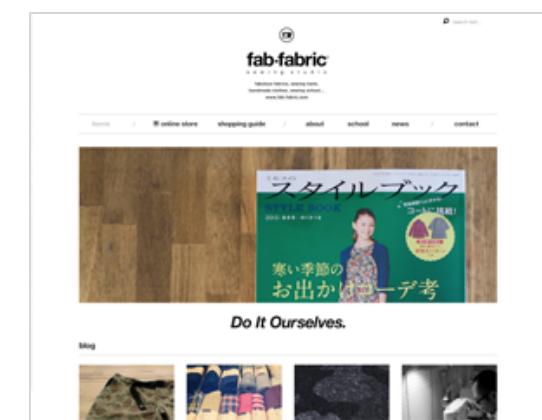


<http://chance-maker.jp/>

ページ移動時、全体がフェードするアクション。
横幅いっぱいのビジュアルの使用。



<http://lifewithbird.com/collections/pre-order>
マウスオーバーでバックスタイルを見せてています。



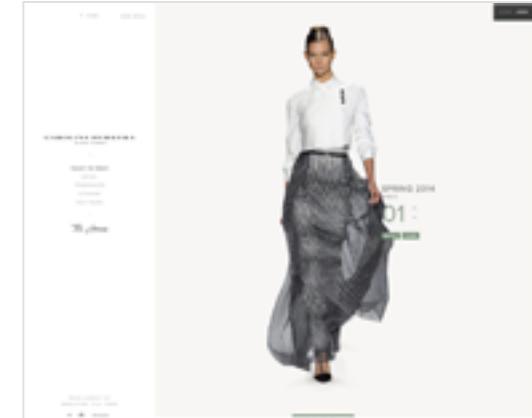
<http://fab-fabric.com/>

テキスト、ライン等、色の使用を極力押さえ、
写真が映えるようにしています。

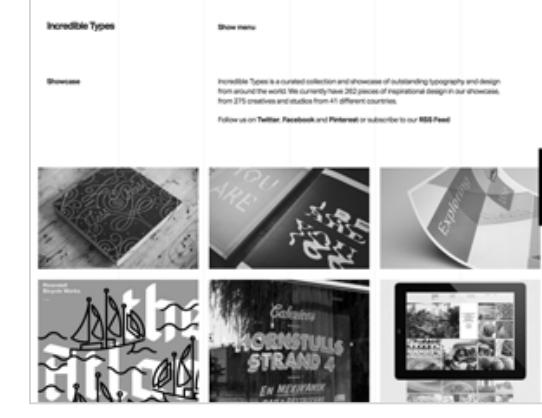


<http://jobs.gree.net/jp/ja/>

バナー内にコンテンツにあうイメージの
タイプを表現することで遊び心を取り入れている。



[http://www.carolinaherrera.com/
newyork/en/rtw/spring-2014/
collection/1](http://www.carolinaherrera.com/newyork/en/rtw/spring-2014/collection/1)
スクロールで1モデル(1写真)づつ見せる。



<http://incredibletypes.com/>

ロールオーバーの演出。カラーとモノクロを
使い分け、フォーカスしています

入り口ページ、訪問時構成案



大きな写真を2分割し入り口からブランドイメージ、世界観を出しつつインパクトのある見せ方になると思います。ウィンドウにフィットし、常にウィンドウ全体に表示される仕様です。

入り口ページ、マウスオーバー構成案

マウスオーバーイメージ



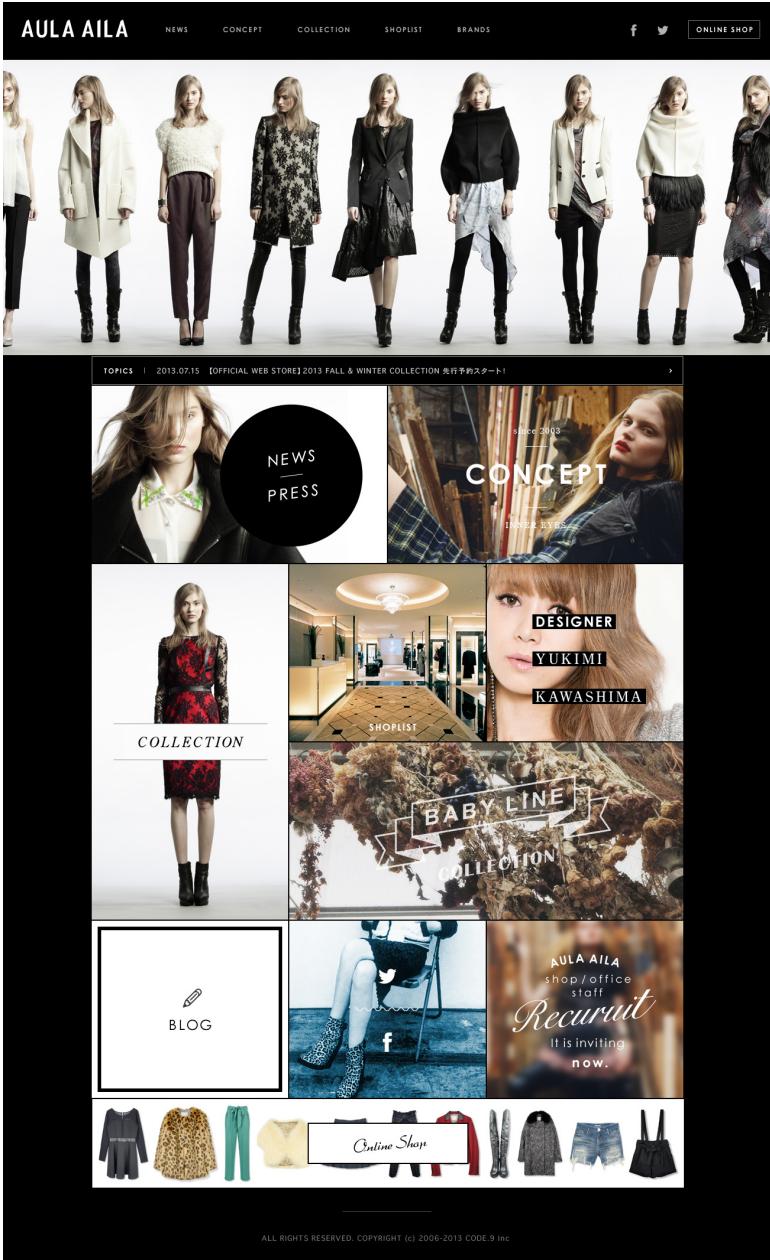
マウスポインターを当てると、白いフィルターが掛けた状態とカラーの状態が切り替わり、クリックが出来ることが認識できます。

入り口ページ、スマートフォン表示構成案



表示領域にフィットし、全体に表示される仕様です。
操作性を考え、PCでの表示と異なり、上下に表示される仕様
です。

ブランドサイトTOPページ全体構成案



御社提案のサイトを参考に、初回訪問ユーザーと顧客ユーザーが求めている情報をシンプルに届け、伝わりやすくするレイアウトにしました。

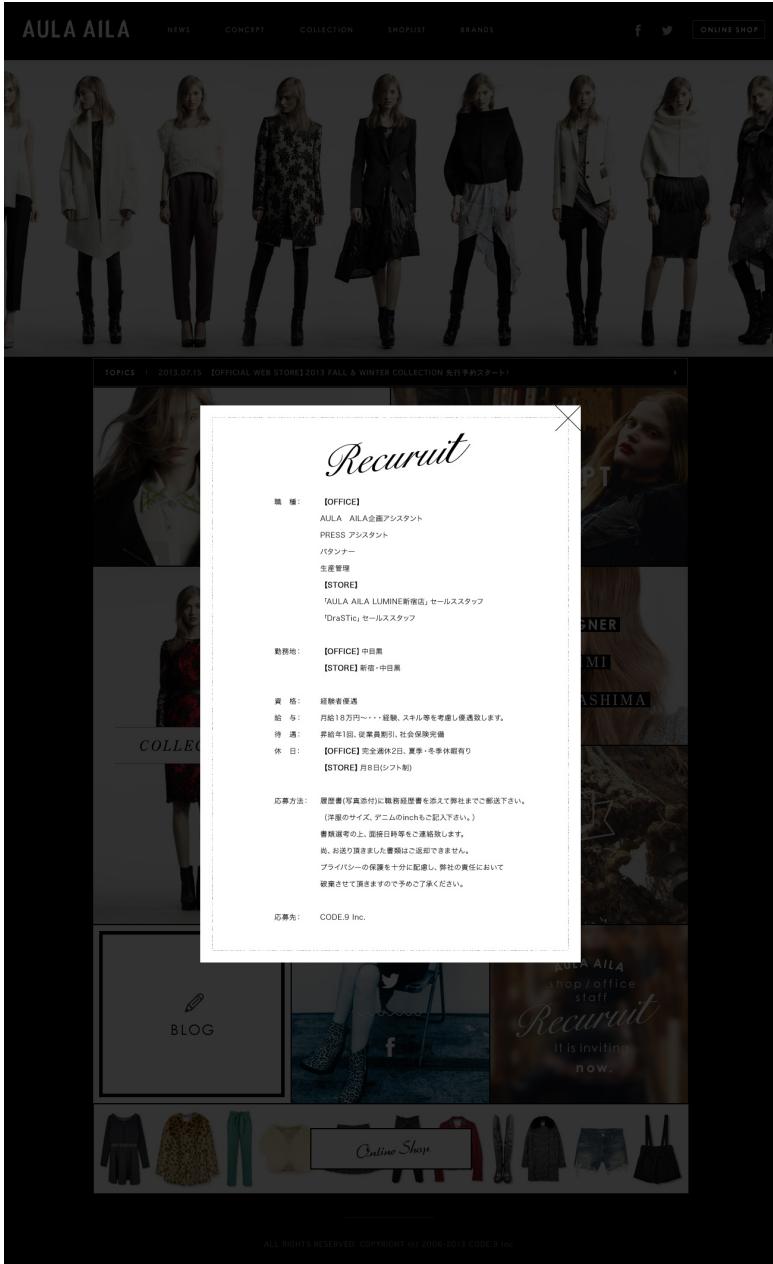
打ち出したい内容に目がいくよう、最上部に大きくビジュアルを配置しています。
また、項目の増減に対応しやすいレイアウトになっています。

最近のユーザーの特徴として、通信速度があがったことやjsの導入により、ページ移動をする感覚が少なくなっていました。

そこ踏まえ、グローバルメニューの項目を精査し、まとめれる項目はまとめ、1ページでの表示内容を多くする形が良いと思います。

上部のグローバルメニューは固定で表示しておき、「ONLINE SHOP」の表示を目立たせ、動線を常に確保しているので、サイトを一通り見た後や途中の行動としてONLINE SHOPへ誘導できます。

ブランドサイトTOPページ、ボックス表示全体構成案



「Recuruit」のパネルボタンをクリックした状態です。

ページの移動無く、内容を表示させます。
テキストベースであったり、内容量があまり無いコンテンツは、このような形で表示することで、ストレス無くスムーズに見れます。

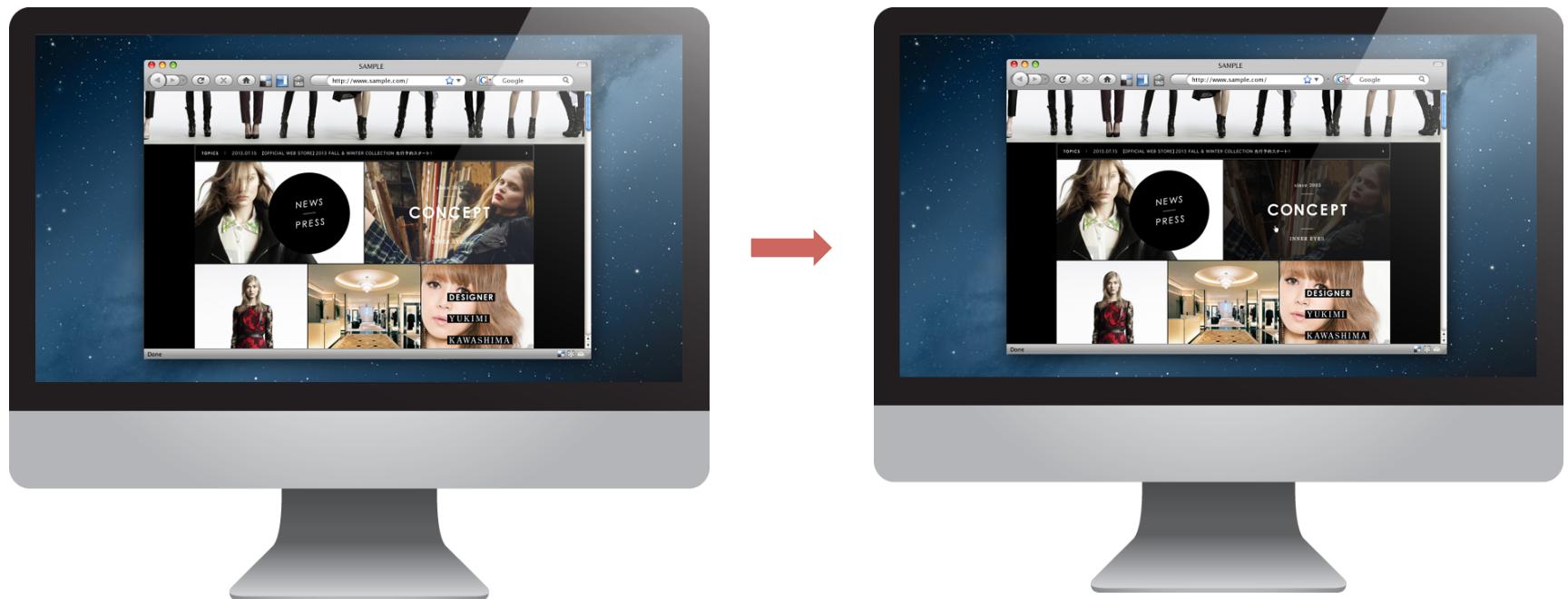
ブランドサイトTOPページ、訪問時構成案



最上部に表示されるキービジュアルは横幅いっぱいに表示することで、下部内容と差別化し、目立つようになります。平均的なファーストビュー660pxにキービジュアルとトピックス、コンテンツパネルを表示し、下部へ誘導する施策になっています。

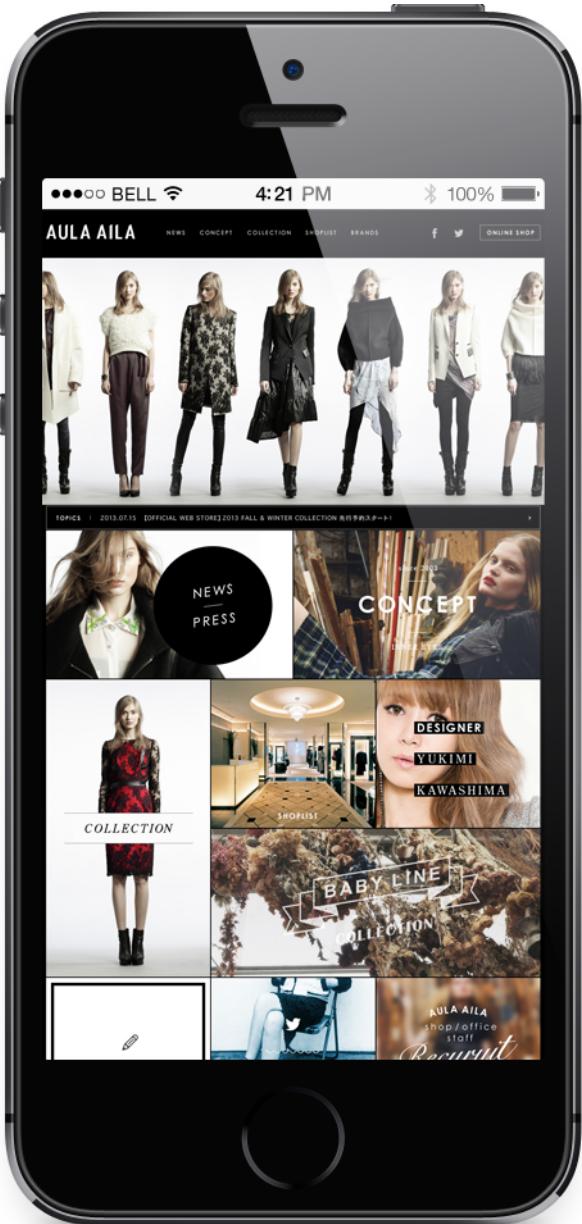
ブランドサイトTOPページ、マウスオーバー構成案

マウスオーバーイメージ



マウスポインターを当てると、黒いフィルターが掛かり、テキストがハッキリと見えるようになります。動きとして、テキストを横からスライドさせる、じわっとテキストを出すなど、様々な演出が可能です。

ブランドサイトTOPページ、スマートフォン表示構成案



表示領域全体にパネル画像が表示される仕様です。