

NOTHING

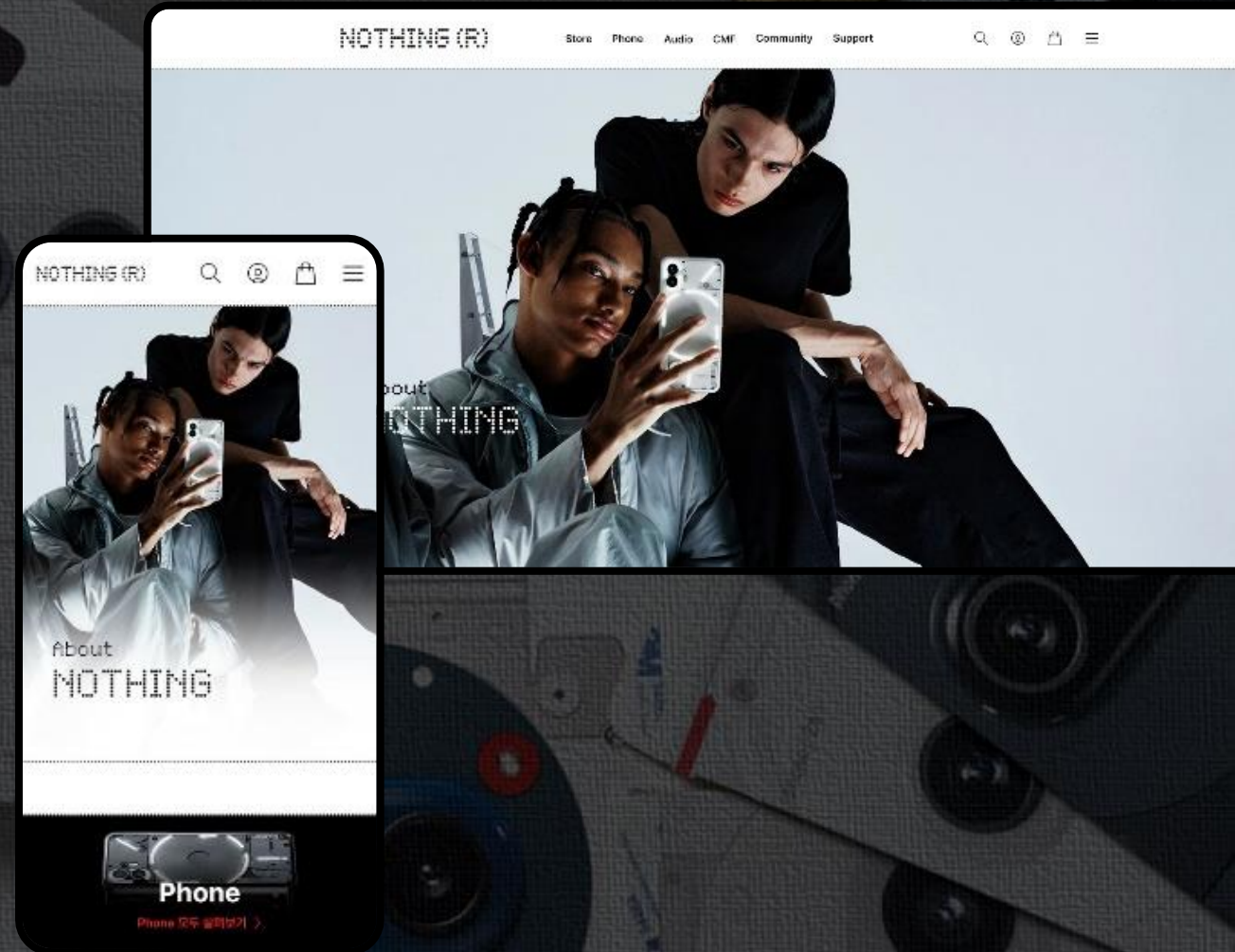
Website

Re-design

Type: 반응형 웹 디자인 (메인, 서브)

Participation : 1인 프로젝트 (기획, 디자인, 퍼블리싱 100%)

Tools :     



NOTHING

새로운 세계, 놀라운 경험

낫싱(NOTHING)브랜드의 아이덴티티와 디자인 철학을 바탕으로 사용자들에게 강인하고 유니크한 매력을 경험 할 수 있도록 디자인하였고, 낫싱이 추구하는 독창적인 디자인과 새로운 시대의 컨셉을 융합하여 반응형 웹사이트로 리디자인 하였습니다.



Design Concept

낫싱(NOTHING)이 가지고 있는 제품의 독특한 분위기를 살려 새로운 웹사이트 컨셉을 도출하였습니다.

새로운 시대

표상적인 디자인을
경험 할 수 있도록.

경이로움

신비롭고 놀라우며
고급스러운.

심플하지만, 심플하지 않은.

낫싱(NOTHING) 제품을
2배 더 즐길 수 있도록.

Background

새로운 아이콘 탄생, NOTHING.  Since 2020

낫싱(NOTHING)은 영국 런던에 본사를 두고 있는 글로벌 테크 브랜드입니다.

커뮤니티 중심.

낫싱은 사용자들과의 소통을 중요하게
생각하며, 활발한 커뮤니티를
운영하고 있습니다.

사용자들의 의견을 적극적으로
수렴하여 제품 개발에
반영하고 있습니다.

젊은 세대 타겟.

혁신적인 디자인과 기술을 바탕으로 젊은 세대를
중심으로 많은 인기를 얻고 있습니다.



독특한 디자인.

투명한 후면 디자인과 글리프 인터페이스라는
독특한 디자인으로 다른 스마트폰과
차별화를 두고 있습니다.

혁신적인 기술.

최신 기술을 적극적으로 도입하여 사용자에게 새로운 경험을
제공하고 있습니다.



1,000,000 PRODUCTS

낫싱(NOTHING), 글로벌 누적 판매량 100만 대 돌파

낫싱은 출시된 지 얼마 되지 않았지만, 글로벌 누적 판매량 100만 대를 돌파하는 등 놀라운 성장세를 보이고 있습니다.

2021년 2000만 달러(약 260억 원)였던 매출이 2022년에는 10배 이상 성장하여 약 2억 5000만 달러(약 3300억 원)를 달성할 것으로 전망될 정도로 그 성장세가 가파릅니다.

낫싱을 사용하는 사람들은 독특한 디자인과 최신 기술을 경험하고 싶어하는 개성 있는 소비자들입니다.

낫싱은 앞으로도 지속적인 혁신과 차별화된 마케팅 전략을 통해 더욱 많은 소비자들의 마음을 사로잡을 것으로 기대됩니다.

Brand Research

주요 사용자

혁신을 추구하는 젊은 세대



가성비를 중시

프리미엄 기능을 갖추면서도 비교적 합리적인 가격으로 출시되어 가성비를 중시하는 소비자들에게도 어필합니다.



젊은 세대

낫싱은 혁신적인 디자인과 기술을 통해 젊은 세대의 호기심을 자극하고, 개성을 표현하고 싶어하는 젊은 세대에게 어필합니다.



개성을 추구

남들과 다른 스마트폰을 사용하고 싶어하는 개성 있는 소비자들이 낫싱을 선택합니다.



기술 마니아

최신 기술에 대한 관심이 높고, 새로운 기능과 성능을 경험해보고 싶어하는 기술 마니아들이 많이 선택합니다.

낫싱 사용자를 위한

마케팅 전략



소셜 미디어 마케팅

인스타그램, 유튜브 등 젊은 세대가 주로 이용하는 플랫폼을 활용하여 흥미로운 콘텐츠를 제작하고 공유합니다.



인플루언서 마케팅

낫싱 제품과 잘 어울리는 인플루언서를 활용하여 제품을 홍보하고, 타겟 고객층에게 긍정적인 인식을 심어줍니다.



커뮤니티 활성화

사용자 커뮤니티를 활성화하여 사용자들 간의 소통을 장려하고, 브랜드 충성도를 높입니다.

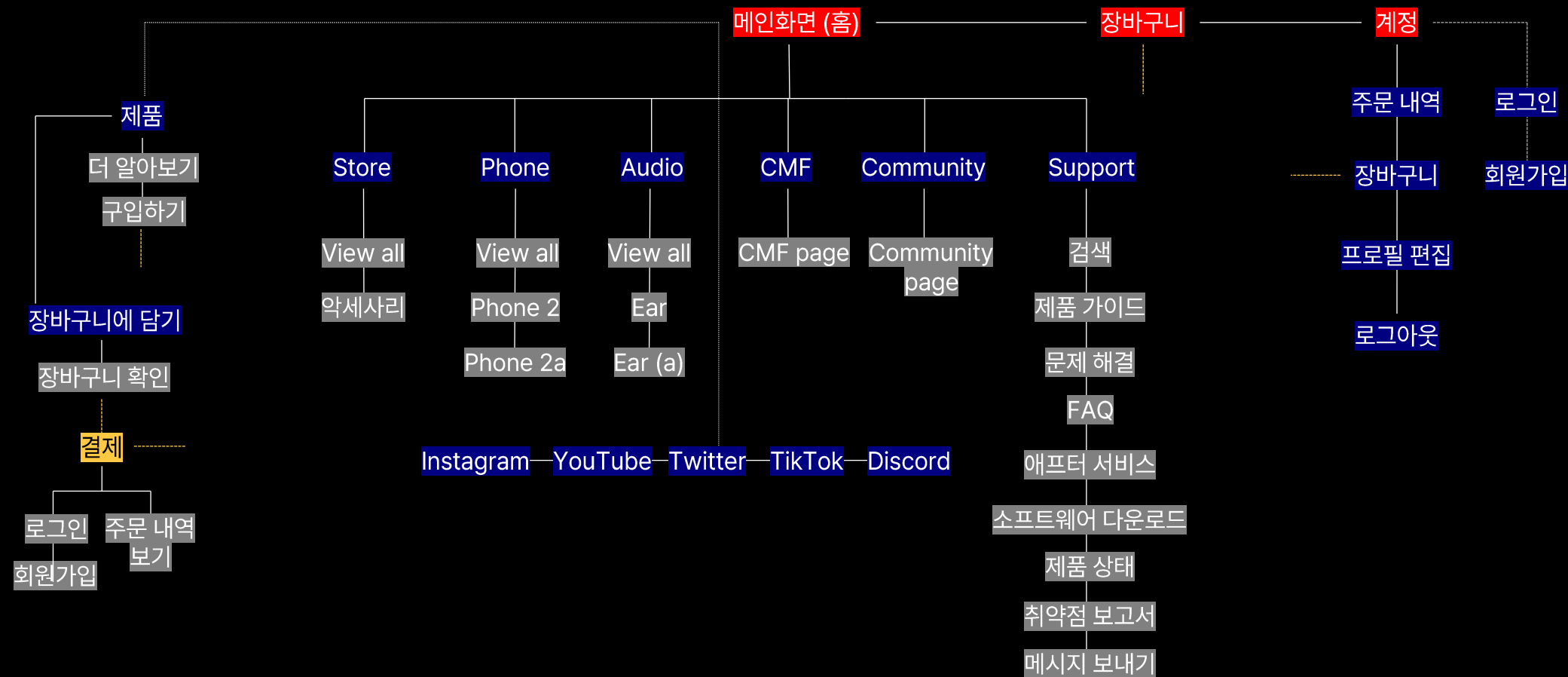


체험 마케팅

팝업 스토어 운영, 체험 행사 개최 등을 통해 소비자들이 직접 제품을 경험하고, 브랜드에 대한 몰입도를 높입니다.

Information Architecture

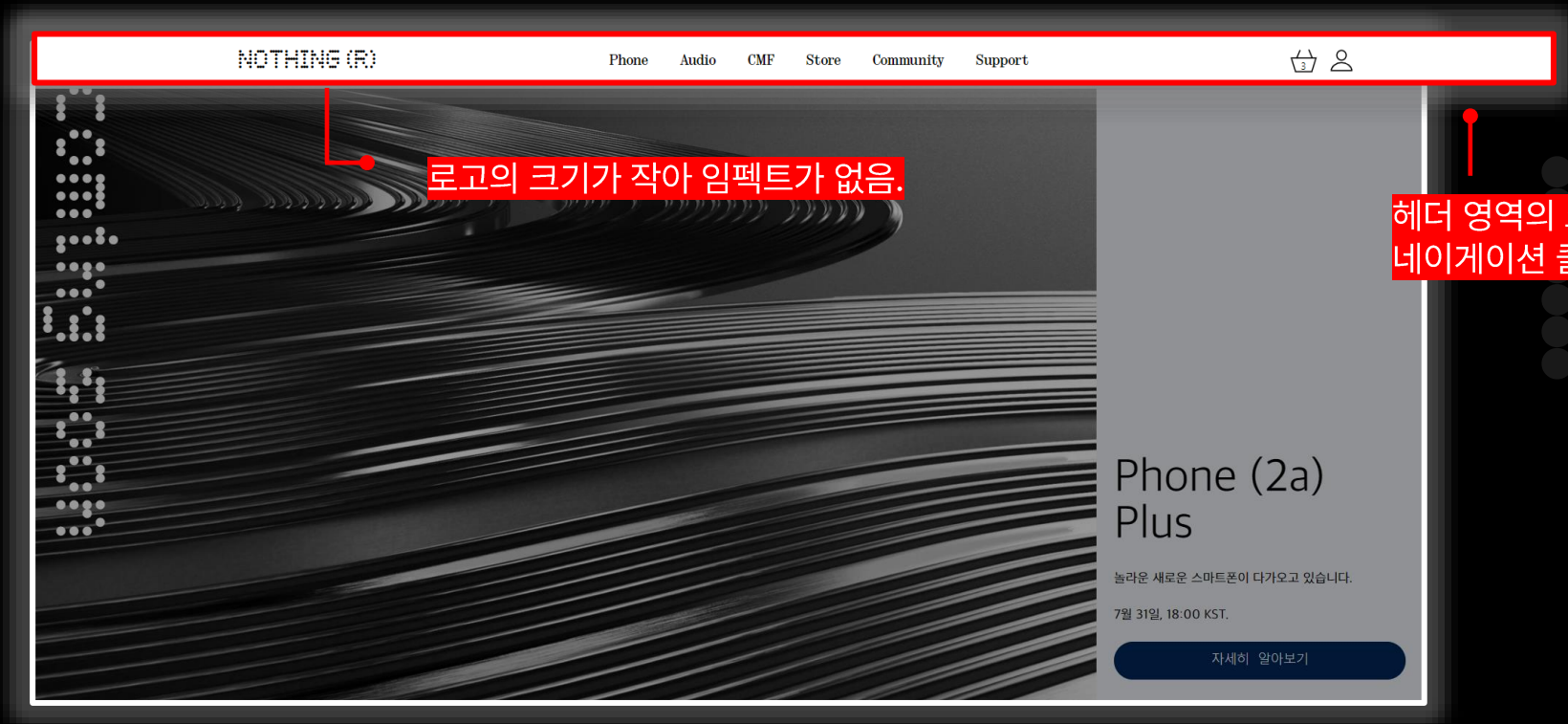
사용자가 원하는 제품을 빠르고 쉽게 찾을 수 있도록 설계하였습니다.



기존 사이트 분석

낫싱(NOTHING)의 기존 사이트의 문제점과 미흡한 부분을 분석하였습니다.

header



기존 사이트 분석

Item



제품 이미지와 제품 설명의
분리로 인해 이질감이 느껴짐.

글자의 배치가 오른쪽에 있어
시선처리가 불편함.

기존 사이트 분석

Footer

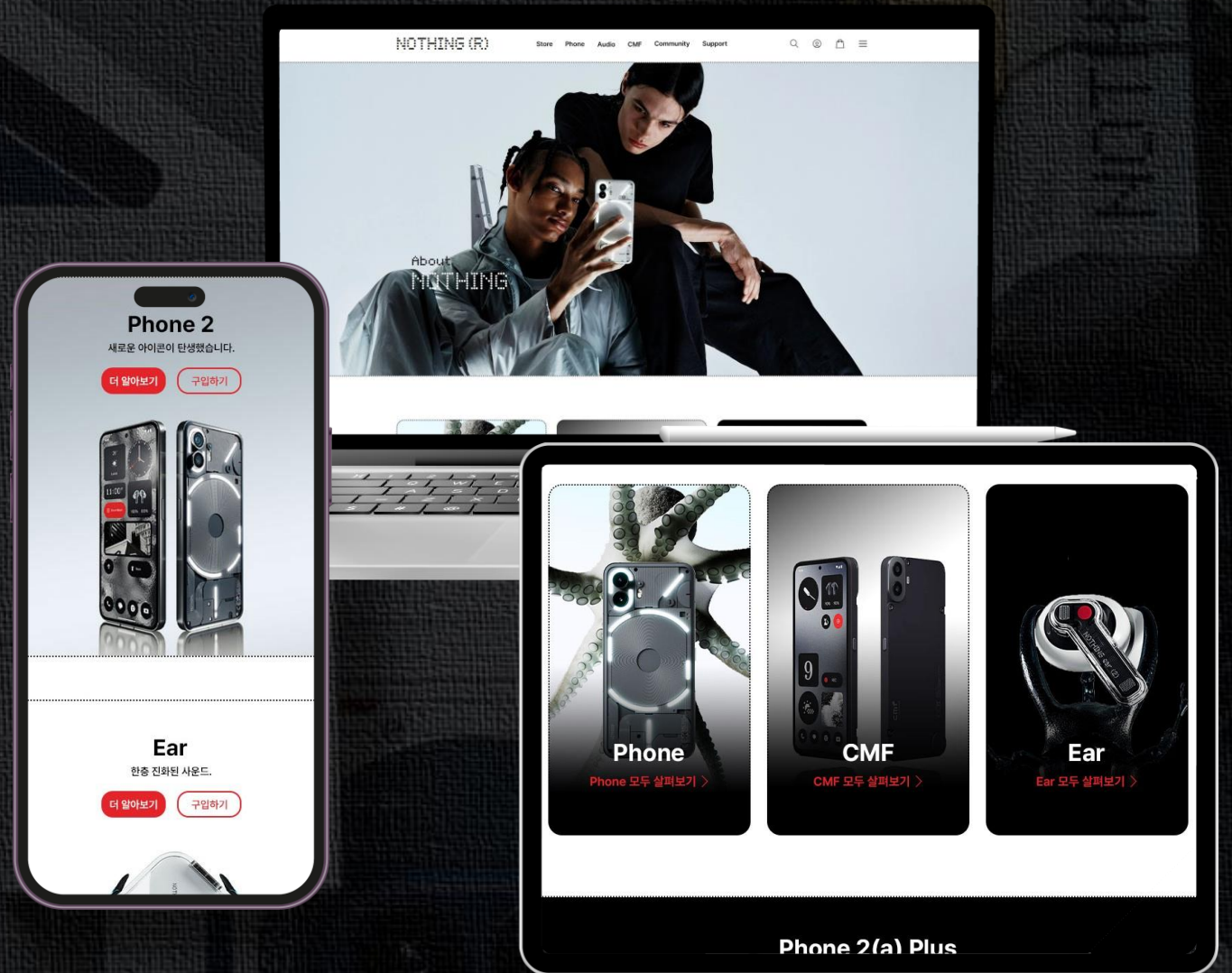


Footer의 단순한 텍스트 배치.

SNS의 아이콘이 작음.

NOTHING

메인 페이지



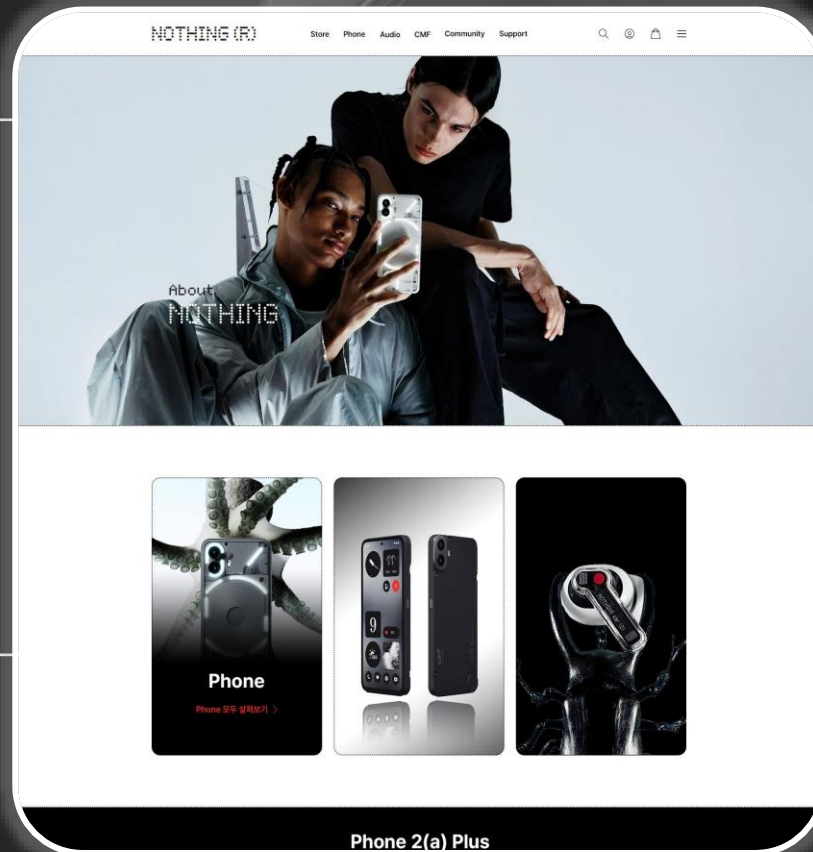
Design Output

Main Page

점으로 구성되어 있는
Nothing의 로고를 연출하기 위해
라인선에 점선을 적용하여
절취선과 유사한
느낌을 주며 키치함을
더하였습니다.

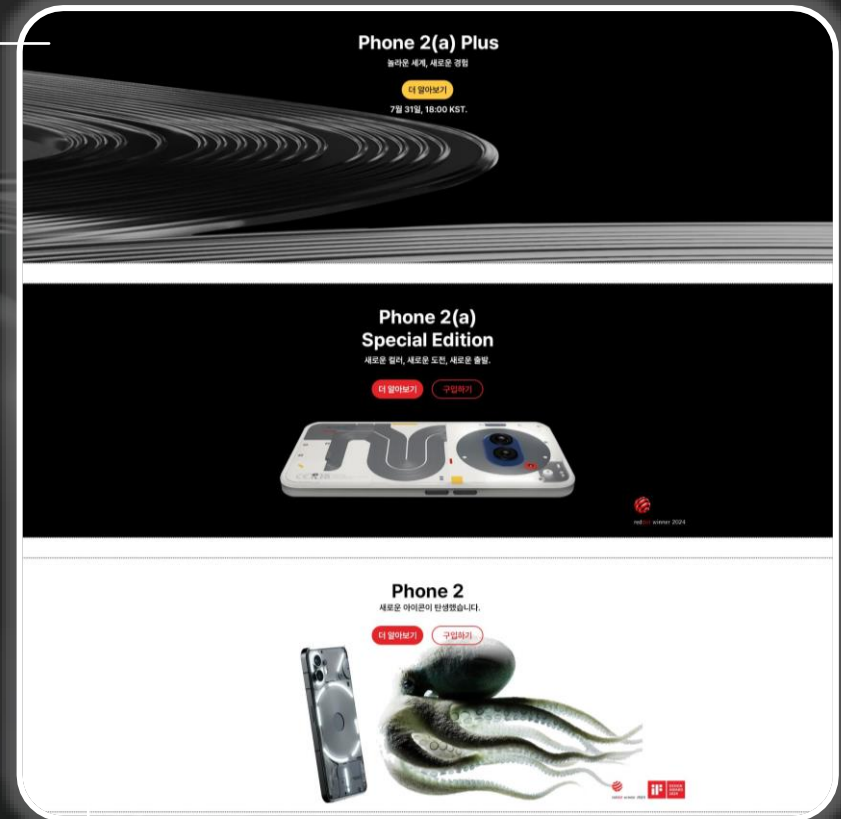
Main Point

Nothing의 핵심 아이템들을
심플하게 배치하여
해당 페이지로 넘어갈 수 있게
구성하였습니다.



New Arrival

Nothing의 새롭고 도전적인 제품의
새소식을 빠르게 접할 수 있도록
상단에 배치 하였습니다.



Phone

제품의 출시별로 나열 하였으며,
레드로 포인트를 주어
심플하면서 고급스러움을
더했습니다.

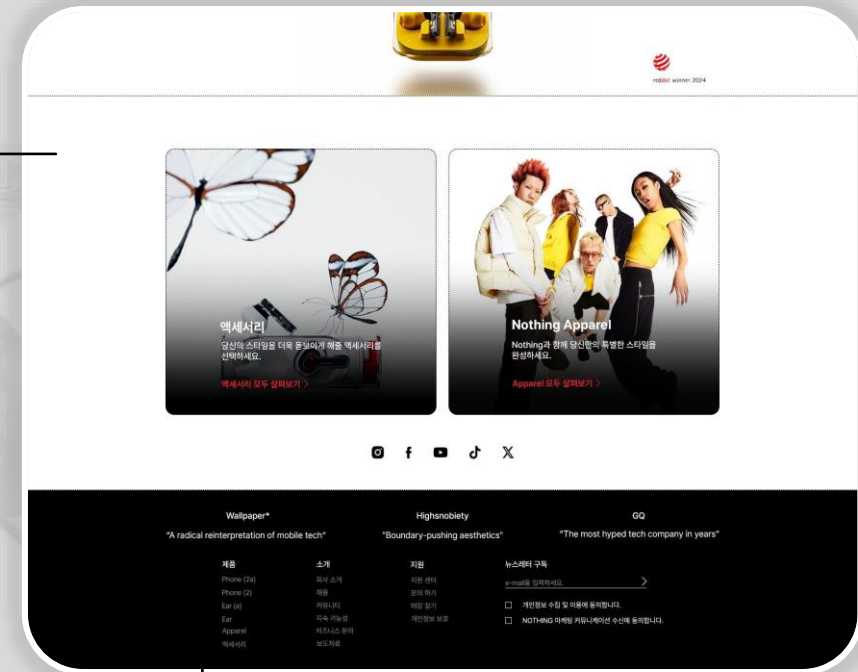
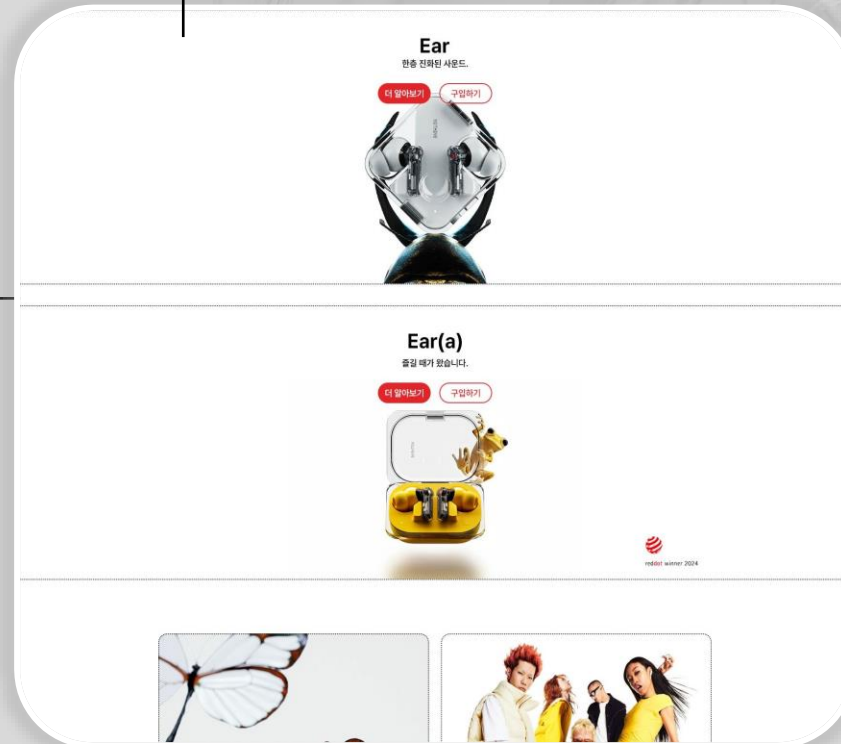
Design Output

더 알아보기 클릭 시
Ear 상세 페이지로
이동합니다.

etc.
사용자의 개성을 드러낼 수 있는
악세서리와 의류 제품을
만나볼 수 있습니다.

Ear

제품 디자인을 고려하여
화이트 색상을 이용해
투명하고 청량하며
순백함을 더했습니다.



Footer

깔끔하게 필요한 메뉴로 넘어갈 수 있도록
구성하였고 뉴스레터 구독을 통해 이벤트 정보와
혜택을 쉽고 빠르게 수신 가능하도록 배치 하였습니다.

The collage consists of several overlapping elements:

- Top Left:** A white Nothing Phone 2 with a large 'N' logo on the back.
- Top Center:** A white Nothing Ear(a) earbud case with a blue and white design.
- Top Right:** A white Nothing Ear(a) earbud case with a yellow and black design, featuring a small yellow frog figurine.
- Middle Left:** A promotional card for the Nothing Phone 2, featuring a green and white abstract design and the text "Phone 2" and "새로운 아이콘이 탄생했습니다." (A new icon has been born).
- Middle Center:** A large promotional image for the Nothing Phone 2(a) Plus, showing a man and a woman looking at a phone. The text "About NOTHING" is visible.
- Middle Right:** A promotional card for the Nothing Phone 2(a) Plus, featuring a black and white abstract design and the text "Phone 2(a) Plus" and "놀라운 세계, 새로운 경험" (Amazing world, new experience).
- Bottom Left:** A promotional card for the Nothing Ear, featuring a black and white abstract design and the text "Ear" and "Ear 모두 살펴보기 >" (View all Ear >).
- Bottom Center:** A promotional card for the Nothing CMF, featuring a black and white abstract design and the text "CMF" and "CMF 모두 살펴보기 >" (View all CMF >).
- Bottom Right:** A promotional card for the Nothing Phone, featuring a black and white abstract design and the text "Phone" and "Phone 모두 살펴보기 >" (View all Phone >).
- Bottom Far Right:** A promotional card for the Nothing Ear, featuring a black and white abstract design and the text "Ear" and "Ear 모두 살펴보기 >" (View all Ear >).

Design System

Color

Brand Colors

낫싱(NOTHING)의 핵심 브랜드 색상입니다.
색상 값은 매체에 적절하게 사용합니다.

Main
Red

#E4242A

Main
Yellow

#FEC942

Greyscale Colors

회색조입니다.
#333 등 이외의 색상 사용을 금합니다.

#FFFFFF

#868686

#000000

UI

Icons

SNS



Button & Footer



Header



Buttons

액세서리 모두 살펴보기 >

Ear 모두 살펴보기 >

CMF 모두 살펴보기 >

Apparel 모두 살펴보기 >

Phone 모두 살펴보기 >

더 알아보기

더 알아보기

구입하기

Hover & Click

구입하기



구입하기

Typography

Font

낫싱(NOTHING)에 제작한 모든 서비스와 문서에는
Old stand TT와 Pretendard를 사용합니다.

Pretendard

BUS STOP

Aa 가

Àa

Usage

텍스트의 위계에 따라 폰트의 크기 및 자족을 아래와 같이 사용합니다.

Pretendard

데스크톱

Regular
size 16 20

Medium
size 18 20

Semi Bold
size 18 20

Bold
size 30 45

태블릿

Regular
size 14 16

Medium
size 16 18

Semi Bold
size 18

Bold
size 25 35

모바일

Regular
size 14

Medium
size 14 16

Semi Bold
size 14

Bold
size 20 30

BUS STOP

데스크톱

Bold
size 32 60

태블릿

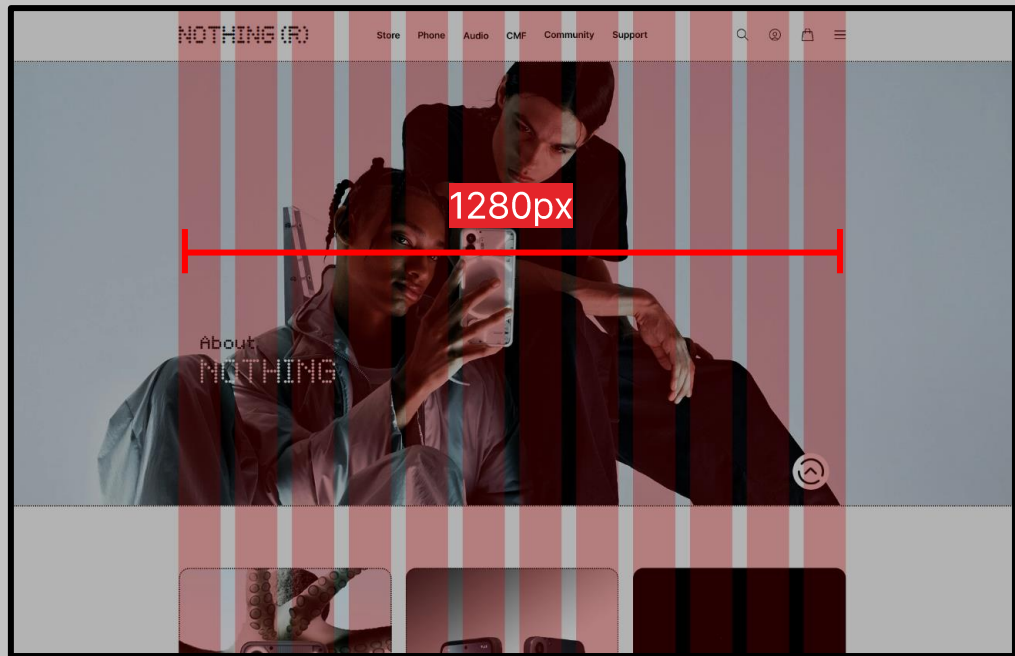
Bold
size 30 60

모바일

Bold
size 20 40

Grid System

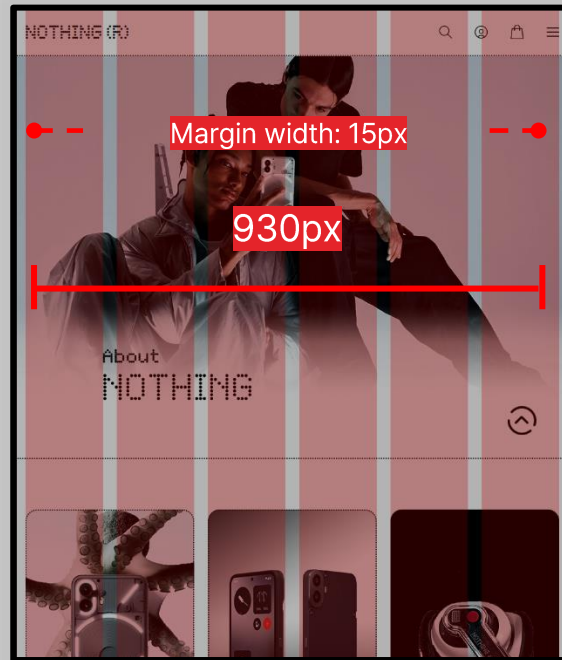
데스크톱



Max width: 1280px
Gutter: 28px
Column width: 81px

Width: 1920px
Columns: 12

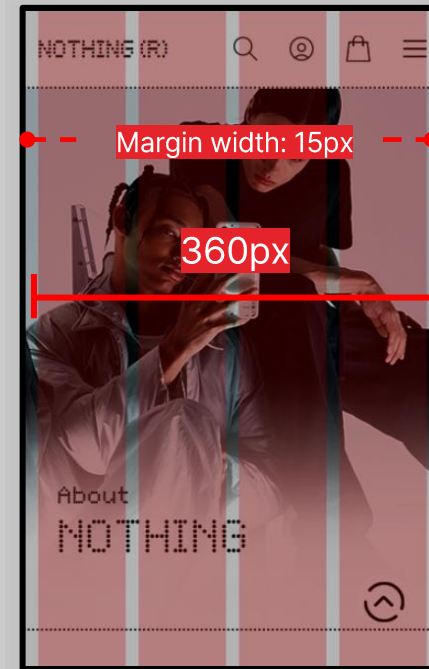
태블릿



Width: 960px
Columns: 6
Margin width: 15px

Max width: 960px
Gutter: 24px
Column width: 135px

모바일

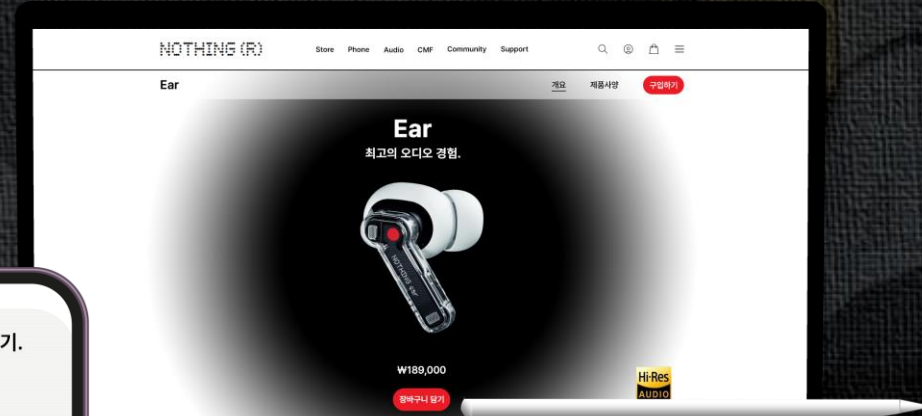
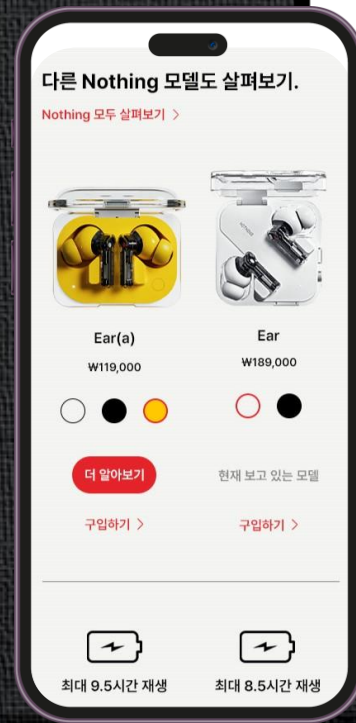


Width: 390px
Columns: 4
Margin width: 15px

Max width: 390px
Gutter: 12px
Column width: 81px

NOTHING

서브 페이지



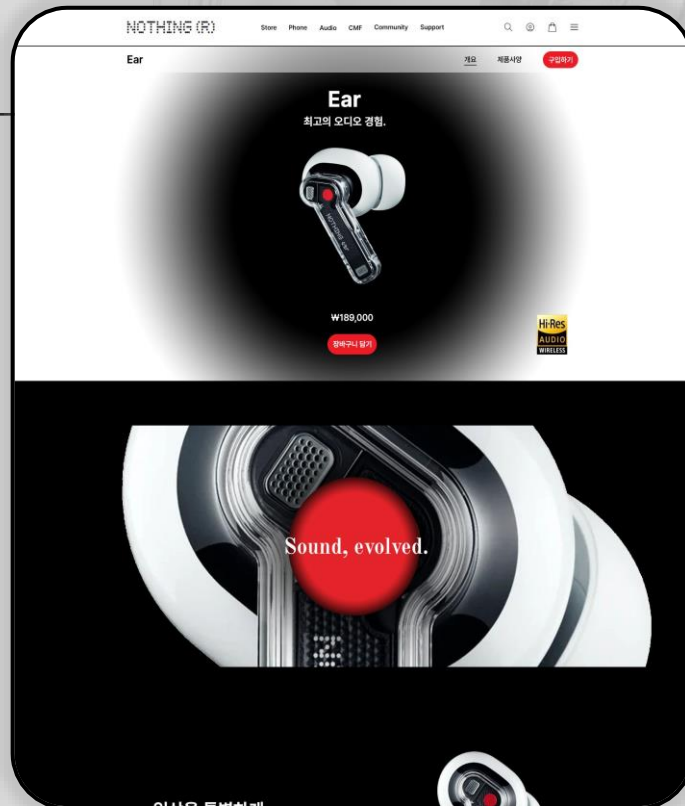
Design Output

Product Information

제품 이미지만 배치하여
집중도를 상승시켰고
글자를 최소화 하여
가독성을 향상시켰습니다.

Main Visual

Ear의 이미지를 극대화하여
웅장함을 느낄 수 있고,
제품이 더 돋보일 수 있는
배경을 더하였습니다.



일상을 특별하게.

최고의 오디오 경험을 선사합니다. 보다 풍부한 음색을 전달하기 위해
세라믹에 얹은 표층의 소리를 직접 전달하여 제작했습니다.

나만의 개성을 표현하다.

신선한 단순한 디자인 대신, 일상적 개성을 표현하는 여러 도구를
보급해 준다면 당신의 개성을 더욱 빛낼 것입니다.

미래를 선도하는 혁신.

신선한 미래 기술을 가장 먼저 경험할 수 있는 기회를 제공합니다. 혁신은 영구적으로
동작 가능한 제품을 만들어 내었습니다. 우리의 미래 제품을 인도해 나가세요.



Sub Image

매력적인 제품 착용 이미지가 부각 되도록 배경을
더하였습니다.



Design Output

Explanation

설명의 핵심 요소들을
빠르게 파악할 수 있도록
색상 차이를 주었습니다.

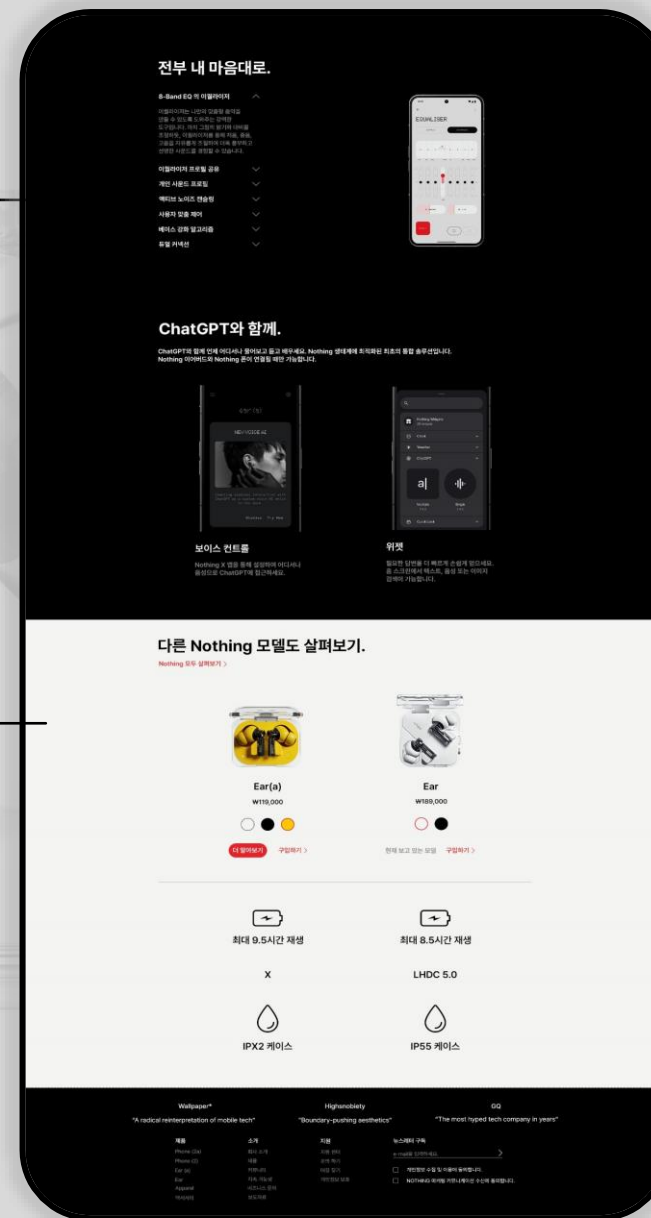


Nothing X

오직 앱에서만 가능한
기능들을 정리하여
Nothing X의 앱 설치를
유도하였습니다.

Recommended product

사용자가 다른 제품을 쉽게
비교해 볼 수 있도록
제작하였습니다.



[illegible]

Design System

Color

Brand Colors

낫싱(NOTHING)의 핵심 브랜드 색상입니다.
색상 값은 매체에 적절하게 사용합니다.

Main
Red

#E4242A

Main
Yellow

#FEC942

Greyscale Colors

회색조입니다.
#333 등 이외의 색상 사용을 금합니다.

#FFFFFF

#868686

#000000

UI

Icons

SNS



Button, Footer,
slide



Header



Buttons

구입하기 >

Nothing 모두 살펴보기 >

구입하기

장바구니 담기



더 알아보기

Click



Typography

Font

낫싱(NOTHING)에 제작한 모든 서비스와 문서에는 Old stand TT와 Pretendard를 사용합니다.

Pretendard Old stand TT

Aa 가

Aa

Usage

텍스트의 위계에 따라 폰트의 크기 및 자족을 아래와 같이 사용합니다.

Pretendard

데스크톱

Regular
size

Medium
size 18 20 25

Semi Bold
size 20 25 30

Bold
size 50 60

태블릿

Regular
size

Medium
size 16 18 20

Semi Bold
size 18 25 30

Bold
size 40 60

모바일

Regular
size

Medium
size 16

Semi Bold
size 14 16 18

Bold
size 25 35

Old stand TT

데스크톱

Bold
size 60

태블릿

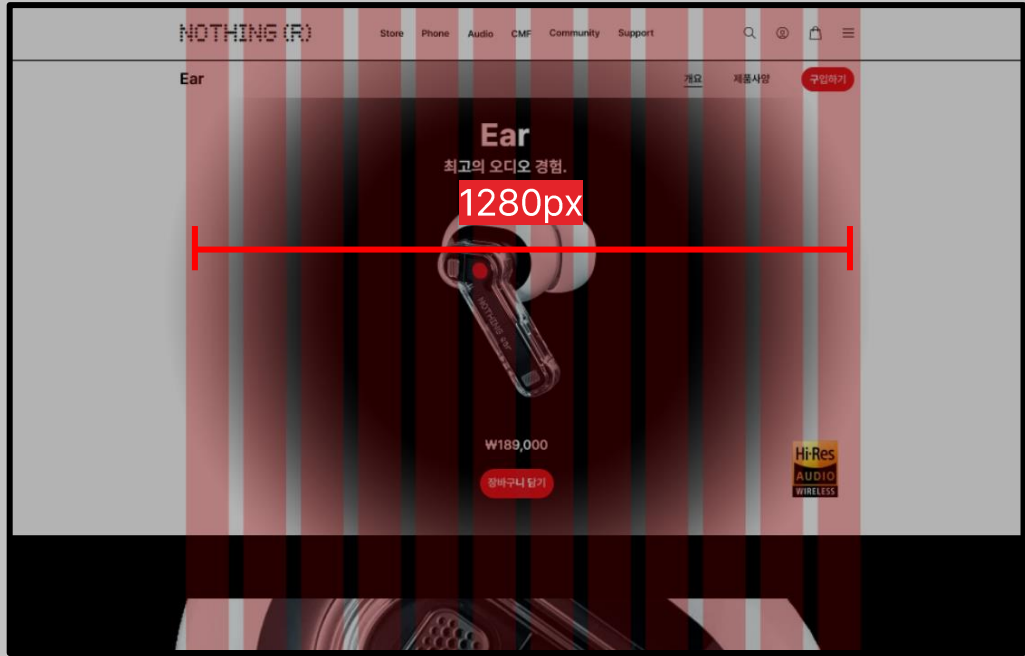
Bold
size 55

모바일

Bold
size 35

Grid System

데스크톱



Max width: 1280px

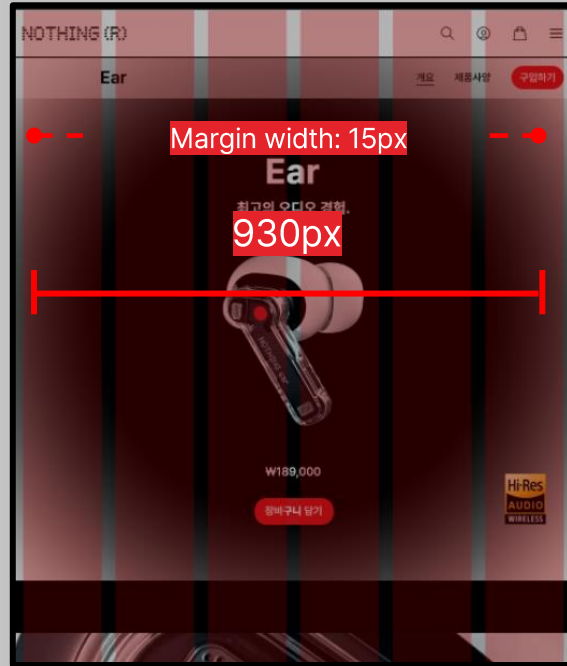
Gutter: 28px

Column width: 81px

Width: 1920px

Columns: 12

태블릿



Width: 960px

Columns: 6

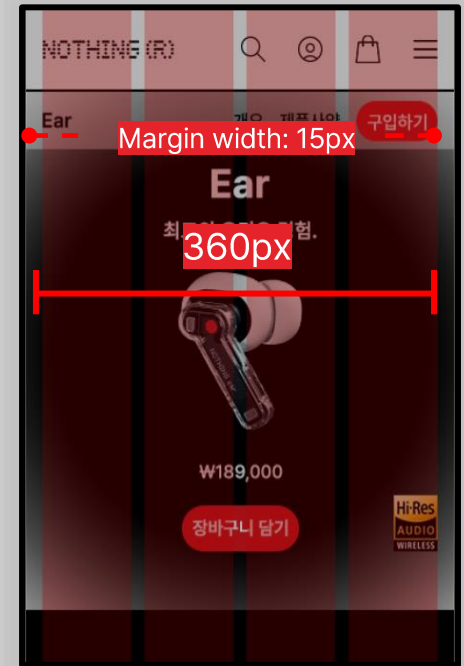
Margin width: 15px

Max width: 960px

Gutter: 24px

Column width: 135px

모바일



Width: 390px

Columns: 4

Margin width: 15px

Max width: 390px

Gutter: 12px

Column width: 81px

A woman and a man are standing in a dark, industrial or laboratory-like environment. The woman, on the left, has dark hair pulled back and is wearing a dark jacket. The man, on the right, has long, wavy brown hair and is wearing a white cap and a white jacket with a small, stylized logo on the chest. They are both looking directly at the camera. The word "END" is overlaid in large, white, bold capital letters in the center of the image. The background is dark with some faint, glowing lines and structures, suggesting a high-tech or futuristic setting.

END