

오늘 한 잔 어때?



맥주 추천 + 이용자간 정보 공유 사이트

웹사이트 제작 기획서

CONTENTS

- 프로젝트 개요

- I. 오늘날 맥주의 다양성
- II. 1인 가구 증가와 '혼술족'
- III. 고민하는 소비자

- 환경 분석

- I. 사용자 분석
- II. 유사 서비스 분석

- 개발 전략

- I. Visual Design
- II. User Interface
- III. Contents

IV. ToBe란

V. 사이트 제작 방향

IV. Service & Marketing

V. Menu

VI. Layout & Main concept



프로젝트 개요



I. 오늘날 맥주의 다양성

한국관광공사의 통계에 따르면 우리나라의 해외 여행객은 월 200만명 정도로 연 1,000만명이 훨씬 넘는다. 그만큼 해외에 나갈 기회가 많아지고 여러가지 맥주를 마셔볼 기회도 늘었다는 의미이다.

세계의 맥주 브랜드는 헤아릴 수 없을 정도로 많고 그 맛의 느낌 또한 개인마다 차이가 있을 것이다. 이에, 요즘 국내에는 국산 맥주 뿐 아니라 많은 종류의 수입 맥주가 판매되고 있고 이를 찾는 소비자도 증가하고 있다.

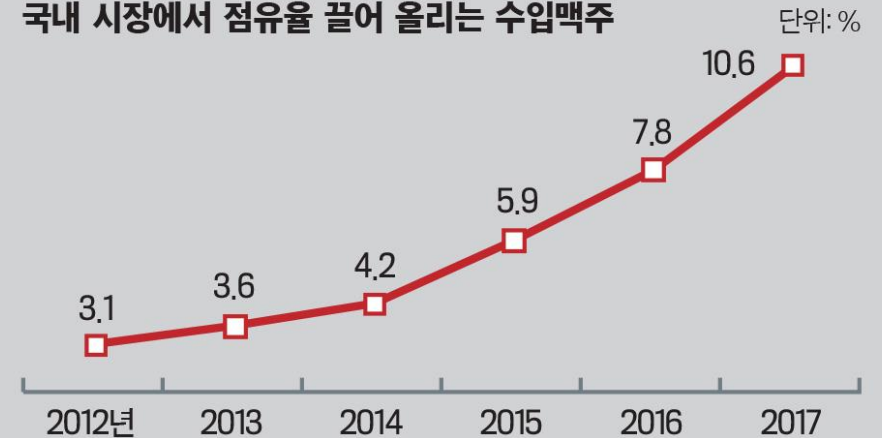


급증하는 맥주 수입

연도	수입액(달러)	전년대비 증가율(%)	수입물량(t)
2013년	8966만	21.8	9만5210
2014	1억1169만	24.6	11만9500
2015	1억4186만	27.0	17만919
2016	1억8156만	27.9	22만508
2017	2억6309만	44.9	33만1211

자료: 관세청

국내 시장에서 점유율 끌어 올리는 수입맥주



*라거맥주 기준, 자료: 유로모니터



II. 1인 가구 증가와 '혼술족'

가구의 소규모화와 구조의 다양화로 변화하고 있는 인구/가족 구조 변화로 인해 1인 가구의 비율이 계속해서 증가하고 있는 중이다.

경제의 저성장과 이로 인한 경제 및 취업 등으로 인한 불확실성 증대, 스마트 기술의 발달로 1인 가구라는 메가 트렌드가 심화되고 있다.

이로 인해 자기표현을 중시 및 자기만의 만족을 추구하는 트렌드가 대두되고 있다.



이처럼 경제와 가구 구조의 변화, 사회문화 트렌드로 인한 '주류 소비 트렌드' 또한 변화하고 있다.

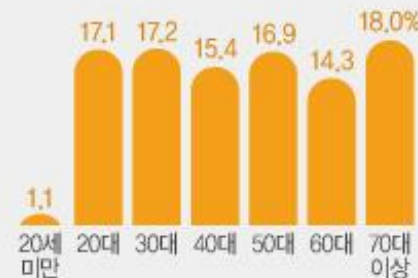
2017 인구주택총조사

1인가구 규모 추이 (단위: 만가구, %)



연령별 1인가구 비율

(단위: %) 2017년 기준



성별 1인가구수

(단위: %) 2017년 기준



II. 1인 가구 증가와 '혼술족'

최근 주류 소비 트렌드로는 혼술, 홈술, 소용량 패키지, 국산 수제 맥주 등이 떠오르고 있으며, 다수의 트렌드가 '1인 가구'와 관련된 것으로 나타나고 있다.

'혼술'은 혼자서 술을 마시는 것을 줄여서 부르는 말로 최근 떠오르는 주류 트렌드 중 가장 많은 공감을 얻고 있으며, 1인 가구의 증가로 발생한 가장 눈에 띄는 현상이라고 볼 수 있다.

'홈술'이란 집에서 혼자 또는 가족과 함께 술을 마시는 현상으로, 혼술과 같이 1인 가구의 증가가 이 트렌드를 이끈 가장 큰 이유일 것이라 예상된다.



[2018 주류 소비 트렌드 조사]



II. 1인 가구 증가와 '혼술족'

1인 가구가 사회적인 이슈와 관심사로 떠오르면서 혼자 문화를 즐기는 사람들이 많다.

성인남녀 903명을 대상으로 '혼술'에 관한 설문조사(취업포털사이트와 국내 주류회사가 공동 실시)에서는 **혼술에 대해 알고 있는지에 대해 응답자의 97.5%가 '알고 있다'고** 답한 반면 '모른다'고 답한 응답자들은 2.5%에 극소수에 불과했다.

특히 **'혼술을 하고 있는지?'에 대해 묻자 응답자의 72.1%가 '혼술을 한다'라고** 대답했다. 혼술을 하는 이들은 한 달에 1~2회가 47.8%, 이어 주 1~2회가 30.4%순으로 나타났다. 또한, **혼술을 하는 장소는 역시 '집'이 92.6%로** 가장 많았다.

Q. 혼술에 대해서 알고 있다?

'알고 있다'
97.5%

'모른다'
2.5%



Q. 혼술 이용 횟수?

월 1~2회
47.8%

47.8%

주 1~2회
30.4%

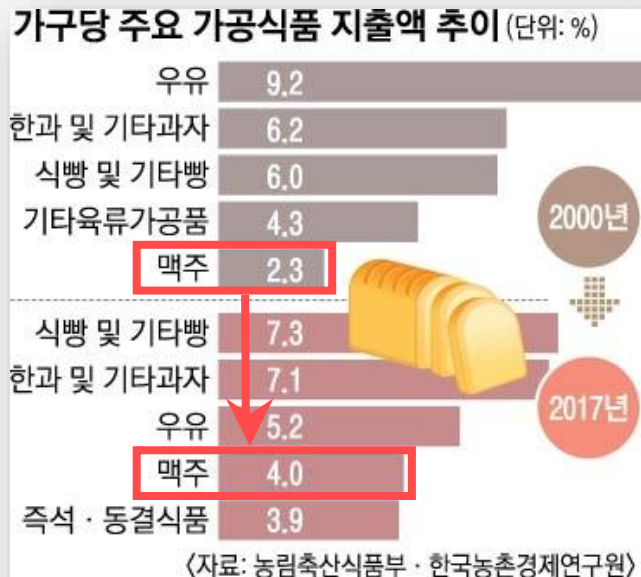
30.4%



II. 1인 가구 증가와 '혼술족'

산업연구원이 국민의 소비지출 규모를 추정한 결과에 따르면 **1인 가구 소비지출 규모**는 2010년 60조원에
서 2020년 120조원으로 **늘어날 것으로 전망**하고 있다.

특히 2030년엔 194조원에 달해 4인 가구 지출 규모
인 178조원을 넘어설 것으로 내다봤고, 이는 전체 민간
소비의 20%에 육박하는 수준이다.



1인가구의 소비 규모 및 전망치 자료: 산업연구원

2020년 1인가구 소비 규모 전망치 120조

(단위: 원)



더불어, 통계청의 2017 가계동향조사를 바탕으로 농림축산식품부와
한국농촌경제연구원에서 우리나라 가구의 가공식품 지출 구조를
분석한 결과에 따르면 **맥주의 소비가 2.3%에서 4.0%로 상승**한 것을
확인할 수 있으며 이를 1인 가구의 증가, 소비 규모 전망치와 함께
견주어 본다면 맥주 소비 또한 증가할 것으로 기대할 수 있다.



III. 고민하는 소비자

국산 맥주의 다양화와 수입 맥주의 수입량과 판매처 증가,
1인 가구 증가에 따른 주류 트렌드 변화로 인한 혼술족 등장
등의 요인들이 맞물려 과연 어떤 맥주를 구매해야 할지 고
민하는 소비자가 늘고 있는 추세다.

어떤 기준으로 맥주를
골라야 하지?
맛? 가격? 국가? 판매량?



III. 고민하는 소비자

이렇듯 맥주의 선택 폭이 넓어졌지만 일부 마니아 층을 제외한 일반인들에게 평소 식당에서 자주 접했던 몇 종류의 맥주를 제외한 나머지 맥주는 생소하기만 하다.

구글보다 광고성이 짙은 네이버의 검색 결과는 맥주 추천과 관련된 글 보다는 맥주 판매와 관련된 광고들을 우선으로 보여준다.

NAVER '맥주 추천' 검색 결과 화면. 검색어: 맥주 추천. 검색결과 약 45,400,000개 (0.42초).

통합검색 블로그 이미지 지식IN 포스트 카페 뉴스 동영상 더보기 검색옵션

연관검색어: 편의점 맥주 추천 이네딕 담 맥주 코스트코 맥주 이네딕 담 맥주 맛있는 맥주 추천 레드락 수입맥주 추천

파워링크 '맥주추천' 관련 광고입니다. 등록 안내

- 수제맥주 카브루** www.kabrew.co.kr
국내크래프트맥주 카브루 다양한 맥주추천 TOP No. 1
- 차가운 도시생맥 달빛맥주** www.dalvitbeer.co.kr
가성비에 퀄리티를 더하다!
테이블5회전! 주말 이틀 장사로 임대료OK! 맥주추천, -25도 생맥주의 마법
- 머메이징브루잉아카데미** amazingacademy.co.kr/
맥주추천, 써서론, 홈브루잉, 비어소물리에, 맥주양조
- 대한민국맥주산업박람회** beerexpo.kr
KIBEX 2020 / 2020.3.19-21, aT센터 / 맥주산업 전문 전시회
- 수도권 주류전문유통 세종주류** sejongliquor.com
나에게 꼭 맞는 맥주회사 서비스, 전문가 365일 간편,신속 주류맞춤상담

[NAVER '맥주 추천' 검색 결과 화면]

Google '맥주 추천' 검색 결과 화면. 검색어: 맥주 추천. 검색결과 약 45,400,000개 (0.42초).

편의점에서 가장 매출액이 높은 '맥주 브랜드 Top7'

2018. 9. 18. - 최근 몇 년 사이에 맥주의 종류가 매우 다양해지고, 편의점에서 세계맥주를 4천에 만원으로 판매 ... 흑맥주 입문용으로 종종 추천되는 맥주입니다.

입문자 수제맥주 추천 TOP3 - 브런치

2018. 12. 19. - 맥주를 더 알고싶은 당신에게 | 맥주는 쉽지만 어렵다. 맥주는 많지만 없다. 대뜸 듣자니 말도 안 되는 것처럼 느껴질 순 있어도, 이해하기 어려운 말은 ...

수입맥주 순위와 종류 추천 - 알라마 - 티스토리

2019. 1. 10. - 안녕하세요 오늘은 수입맥주 순위와 종류에 대해 알아보도록 하겠습니다 최근 편의점이나 마트에 다양한 수입맥주들이 판매되고 있습니다 다양한 ...

편의점/대형마트 수입맥주 추천 목록 (스압/설명/주관/잡담 ...)

2018. 2. 3. - 맥주는 잘 몰라서 나라를 보고 맥주를 고르고 싶다면 필자는 벨기에 맥주를 추천. 맥주=독일이란 인식이 많이 퍼져있지만 할인마트에서 파는 다양한 ...

관련 검색: 맥주 추천

gs25 맥주 추천	부드러운 맥주
이마트 수입맥주 추천	흑맥주 추천
맥주 추천 일베	달달한 맥주 추천
편의점 독일 맥주 추천	편의점 세계맥주
캔맥주 순위	맥주맛

[Google '맥주 추천' 검색 결과 화면]

구글 검색 결과의 대부분은 블로그 글을 보여주지만 이들은 개인의 사건을 바탕으로 작성된 글이며 다른 사람의 의견을 알 수는 없다.



IV. ToBe란



오늘의 맥주를 뜻하는 Today's Beer를 줄인 말로써, 'To be' 자체의 뜻은 '~가 하고 싶다'는 긍정의 의미를 내포하고 있다. 이를 맥주와 연관시켜 '오늘은 맥주가 마시고 싶다!'는 느낌이 들도록 하였다.

'ToBe'는 주류 트렌드의 변화로 다양한 맥주가 넘쳐나는 현대사회를 살아가는, 맥주에 관심이 있지만 어떤 맥주를 선택해야할지 고민하는 일반인들이 쉽게 접근할 수 있도록 다양한 테마를 기준으로 맥주를 추천, 맥주 샘플을 신청할 수 있으며 이용자간 의견을 공유, 나아가 온라인 술자리를 함께 할 수 있는 사이트이다.



V. 사이트 제작 방향

✓ 1인 가구의 증가로 인한 '혼술', '홈술'족의 증가 -> 주류 트렌드의 변화로 인한 맥주 소비량 증가 및 맥주 종류의 다양화 -> 맥주에 대한 관심은 높아졌지만 일부 마니아 층을 제외한 일반인들에게는 다소 생소한 여러 맥주들

✓ 맥주에 대해 잘 모르는 사람이 가볍게 자신의 취향껏 맥주를 추천 받거나 정보를 얻을 수 있는 사이트의 부재

✓ 특정 맥주에 대한 다수의 의견을 보기 위해서는 다른 사람들의 블로그나 SNS 등을 여러 번 거쳐야하는 번거로움과 불필요한 시간의 소요

✓ 맥주에 대해 잘 모르는 일반인도 쉽게 접근할 수 있도록 다양한 테마(맛/향, 남자/여자, 국가, 가격대, 순위 등)별로 검색 옵션을 제공

✓ 특정 맥주를 이미 마셔본 이용자는 후기를 남겨 다른 이용자의 선택에 도움을 줄 수 있는 의견을 제공

✓ 특정 맥주와 잘 어울리는 요리/안주 추천과 더불어 해당 요리/안주를 구매할 수 있는 사이트와 연계 혹은 유저간 레시피 공유 가능

✓ 주기적으로 이용자들에게 가장 많이 도움을 준 리뷰 작성자나 가장 많은 리뷰를 남긴 작성자, Best 레시피 작성자 등을 선정하여 사이트 메인에 노출 -> 이용자간 정보 공유 장려

● INNER PART

유저간 양질의 리뷰 및 콘텐츠가 제작되고 공유될 수 있도록 설계, 타 사이트의 기능적인면을 분석 후 보강

● INTERIOR

맥주에 대한 별다른 기본 지식이 없는 사람도 쉽게 접근할 수 있도록 전문 용어보다는 테마를 강조하여 취향에 따라 원하는 맥주를 선택할 수 있도록 가벼운 느낌으로 제작.

주류 시장 트렌드 분석 및 이용자 모니터링을 통한 꾸준한 사이트 관리 및 기능 향상.



환경 분석



I. 이용자 분석

* 월간 비어포스트 대한민국 맥주 소비자 리포트,
메조미디어 2019 타겟 오디언스 리포트 참고

연령대	비율	맥주 소비 형태 분석	라이프 스타일 분석
20-29세	35.35% (240명)	맥주 2캔 정도를 스낵과 함께 가볍게 마시며 기분 전환하고자 혼맥을 즐긴다.	취업을 준비하는 학생 혹은 사회 초년생이 많으며 자취를 하며 혼자 사는 경우가 많다. 최신 트렌드에 민감하며 개인 중심의 라이프 스타일을 추구하는 경향이 강하다. 특히 휴식과 자기계발, 저녁이 있는 삶을 중요하게 생각한다.
30-39세	40.04% (299명)	20대와 크게 다르지 않으나 맥주에 다른 주류를 섞은 폭탄주를 마시는 비율이 20대에 비해 높은 편이며 주로 소주와 맥주를 섞은 '소맥'의 비율이 높다. 전 연령대 중 수입맥주 선호 비율이 가장 높다.	결혼을 하여 가정을 꾸린 사람이 많으며 생활과 육아, 식품 콘텐츠에 관심이 많다. 나 자신을 위한 소비가 활발한 편이며 가정 내 소비 활동의 중심을 자신으로 생각하는 경향이 강하다. 일정 비용을 지급하면 원하는 상품이나 서비스를 정기적으로 받아볼 수 있는 '구독' 서비스에 관심이 많다.
40-49세	14.14% (96명)	조사 연령대 중 한 달 간 맥주 소비 횟수는 가장 높으나 혼술이 아닌 직장 회식 등의 술자리에서 마시는 경우가 대부분이다.	제테크와 건강에 관심이 많으며 외부 활동 보다는 집에서 즐기는 여가활동에 대한 니즈가 강하다. 가족 생활의 중심은 본인보다는 '자녀'이며, 정보 검색 시 포털을 가장 적극적으로 이용한다. 자기과시를 목적으로 SNS를 사용하는 20-30대와 달리 주로 지인들과의 소통을 목적으로 SNS를 이용하며, '할인/혜택' 광고에 주목하는 편이다.
50세 이상	6.48% (44명)	조사 연령대 중 가장 맥주 소비율이 낮은 편으로 아예 맥주를 마시지 않는다고 대답한 사람들도 있다. 수입 맥주보다 국산 맥주를 선호하는 경향이 강하다.	건강화 노후, 여가활동에 관심이 많다. PC보다는 모바일 중심의 라이프 스타일. 특히 쇼핑앱을 통한 온라인 쇼핑을 즐기며 정보 검색 시 40대 다음으로 포털 사이트를 적극적으로 이용한다. 선호 SNS로는 밴드/카카오톡이 있으며 지인과의 소통을 목적으로 사용한다.

혼맥/홈맥을 즐기며 수입 맥주에 관심이 많고 맥주 소비량이 높은 20-40대를 핵심 타겟으로 한다.



II. 유사 서비스 분석

● 오마이비어

‘X_X’라는 벤처기업에서 서비스했던 맥주 추천 앱으로 이용자의 취향 분석을 통해 추천해주는 기능과 다양한 맥주에 대한 정보 제공은 물론 이용자간 리뷰를 공유할 수 있었던 것으로 보이며 ‘ToBe’가 목표로 하는 서비스와 가장 근접하다.

해당 기업이 업소용 식재료 비교 주문앱인 ‘오더플러스’를 출시함과 동시에 수익성이 없다고 판단된 오마이비어는 앱 다운로드가 가능하나 회원가입이 불가능한 상태로 사실상 서비스 중지나 다름 없으며 이에 서비스 분석이 불가능한 상태다.

Myoung Gyu Ryu

★★★★★ 2019년 1월 26일

가입하려 하거나 로그인하려면 앱이 꺼짐. 개발자가 버린듯

Google 사용자

★★★★★ 2019년 1월 22일

일단. 가입하고 보려는데 가입과 동시에 오류가 나네요! 입장하게 해주세요

차동현

★★★★★ 2019년 3월 18일

회원가입이 되지않고 계속해서 꺼짐

맛있는 맥주 추천, 오마이비어 (맥주, 맛집, 술집)

x_x 라이프스타일

★★★★★ 295

①

② 사용 중인 모든 기기와 호환되는 앱입니다.

설치됨

★ 맥주에 관한 모든 것! '오마이비어'

수많은 세계맥주, 수입맥주 앞에서 고민하고 계신가요?
맥주의 생김새만 보고 맛있는 맥주를 고르고 계신지 않나요?
이제 내 맥주 취향을 파악해 내가 좋아할만한 맥주를 마셔보세요.
오마이비어가 당신만을 위한 맛있는 맥주를 추천해드려요.



II. 유사 서비스 분석

● BEERFORUM (<http://www.beerforum.co.kr/>)

2012년부터 서비스 중인 맥주 정보 사이트로 국내외 다양한 맥주 정보를 얻을 수 있으나 기본 지식이 없는 일반인이 접근하기에는 다소 어렵고 불편하며 '추천'보다는 '정보 제공' 성향이 강하며 2017년 이후로 정보 갱신이 되지 않고 있다.

Visual design

블랙 바탕에 색상을 많이 사용하지 않아 깔끔한 느낌.
메뉴를 찾아 헤맬 필요 없는 매우 직관적인 디자인.
일관적인 디자인으로 메인 페이지와 서브 페이지의 분간이 가지 않는다.

User Interface

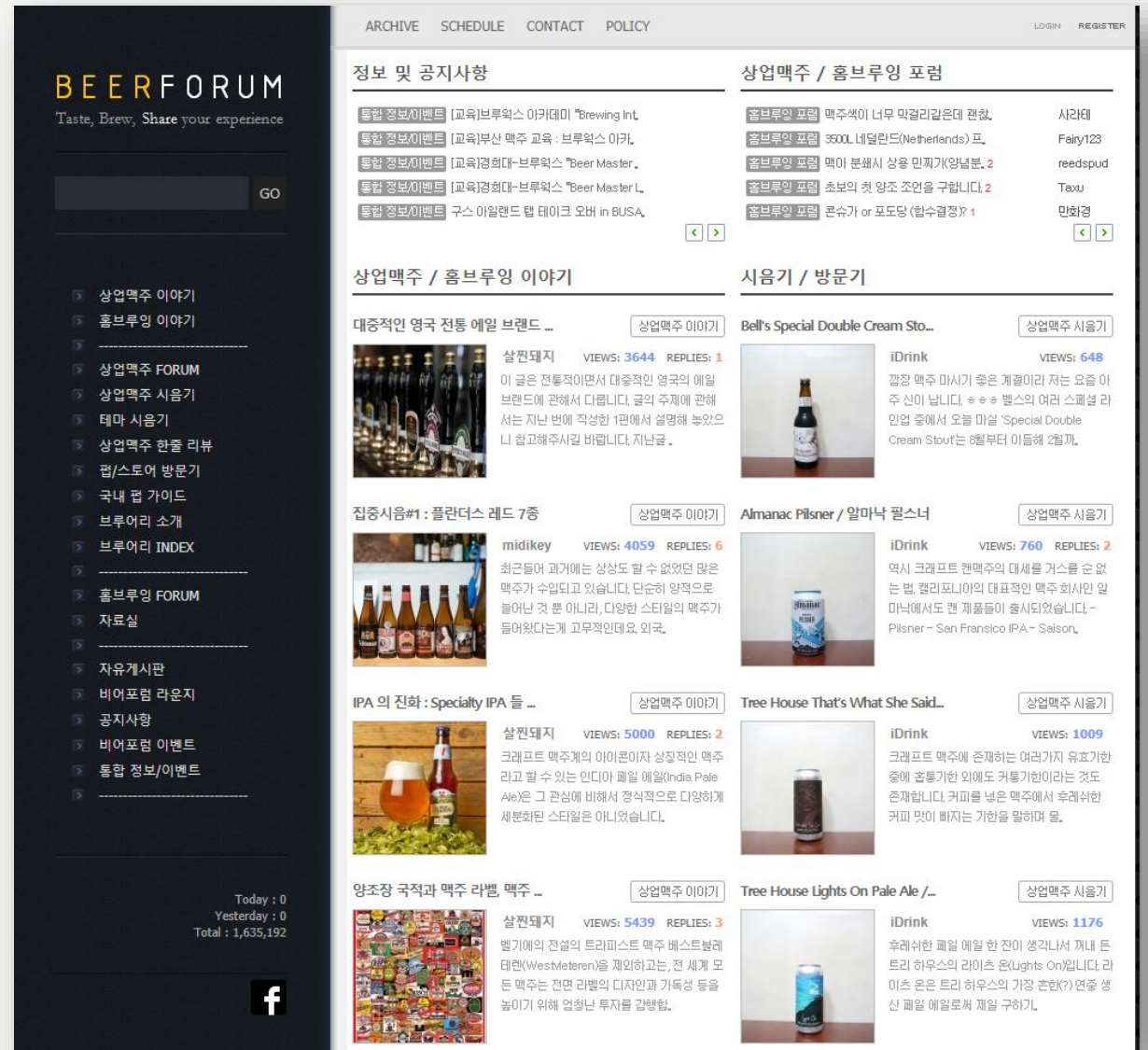
좌측 상단의 눈에 띄는 검색바를 통해 쉽게 궁금한 내용을 검색해 볼 수 있다.
클릭한 카테고리를 하늘색으로 표시하여 어느 카테고리를 열람 중인지 확인 가능.
로그인과 회원 가입 버튼이 너무 작고 색이 옅어 한눈에 들어오지 않는다.

Content

맥주에 대한 리뷰 뿐만 아니라 국내외 펍/맥주 매장 방문 후기도 작성 가능하며 다른 이용자들이 코멘트로 의견을 주고받을 수 있다.

Service & Marketing

소정의 참가비를 내면 맥주를 직접 만들 수 있는 클래스나 시음회 등의 이벤트를 꾸준히 진행.



II. 유사 서비스 분석

● RateBeer (<https://www.ratebeer.com/>)

2000년부터 서비스 중인 맥주 리뷰 사이트. 해외 사이트이지만 국산 맥주에 대한 리뷰도 다루고 있으며 국가, 제조법 등 다양한 검색 옵션을 제공한다. 하지만 해외 사이트인만큼 국내 이용자가 사용하기는 다소 불편함이 있으며 미국인 이용자가 많기 때문에 미국적 성향이 강하므로 국내 정서와는 맞지 않는 부분이 있다.

Visual design

전체적으로 화이트와 블루의 깔끔한 조합.

주요 메뉴를 찾아 헤맬 필요 없는 매우 직관적인 디자인.

헤더와 푸터의 색상이 본문과 같은 화이트 색상으로 본문과 분리되지 않은 느낌.

User Interface

상단의 중앙에 검색바를 고정하여 쉽게 궁금한 내용을 검색해 볼 수 있다. 다만 스크롤을 내릴 경우 검색바를 다시 찾아 가장 위로 올라가야 하는 불편함이 존재. 검색 결과 우측에 관련 태그나 추가 검색 옵션 등을 노출하여 이용자의 편리를 도모.

Content

세계 최대 맥주 리뷰 사이트인만큼 최신 맥주 업데이트 및 리뷰 속도가 굉장히 빠르며 해당 맥주와 유사한 맥주 추천 기능 또한 매우 좋다고 생각한다.

Service & Marketing

이용자들의 리뷰를 바탕으로 다양한 기준의 이용자간 랭킹 시스템을 도입하여 사이트의 활성화를 꾀하고 있다.

이벤트 달력을 제공하여 다가올 여러 이벤트의 일정을 한눈에 확인 가능하다.

The screenshot displays the RateBeer website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Beer', 'Forums', and 'Places' on the left, and 'Events', 'Community', and 'More' on the right. A search bar and a 'Login/Sign Up' button are also present. Below the navigation bar, the main content area is titled 'Beer Ratings: Most Recent'. It features a list of beer reviews, each with a small image of the beer bottle, the beer name, its rating, and a brief description. The first review is for 'Clown Shoes Snow on the Maple Tree Imperial Stout' with a rating of 3.9. The second is 'Ritterguts Urgose Märzen' with a rating of 3.7. The third is 'Firebrand Double IPA' with a rating of 3.7. The fourth is 'Härle Clemens Weissbier' with a rating of 3.6. On the right side of the page, there's a 'Top Rated Beer' section and a 'Beer Tags' section with various tags like 'barrel aged', 'collaboration', 'milkshake', etc.

II. 유사 서비스 분석

● Beeradvocate (<https://www.beeradvocate.com/>)

1996년부터 서비스 중인 해외의 맥주 정보 제공 사이트. RateBeer와 마찬가지로 미국적 성향이 강하며 미국 각지의 맥주 관련 축제 정보와 맥주 판매처에 대한 평점도 제공한다. 일반 소비자 보다는 매니아에 좀 더 특화된 사이트라는 느낌이 강하다.

Visual design

블랙과 맥주의 상징색인 옐로우의 깔끔한 조합.
주요 메뉴를 찾아 헤맬 필요 없는 매우 직관적인 디자인.
메인 페이지와 검색 결과 페이지 디자인이 유사하여 차이가 느껴지지 않는다.

User Interface

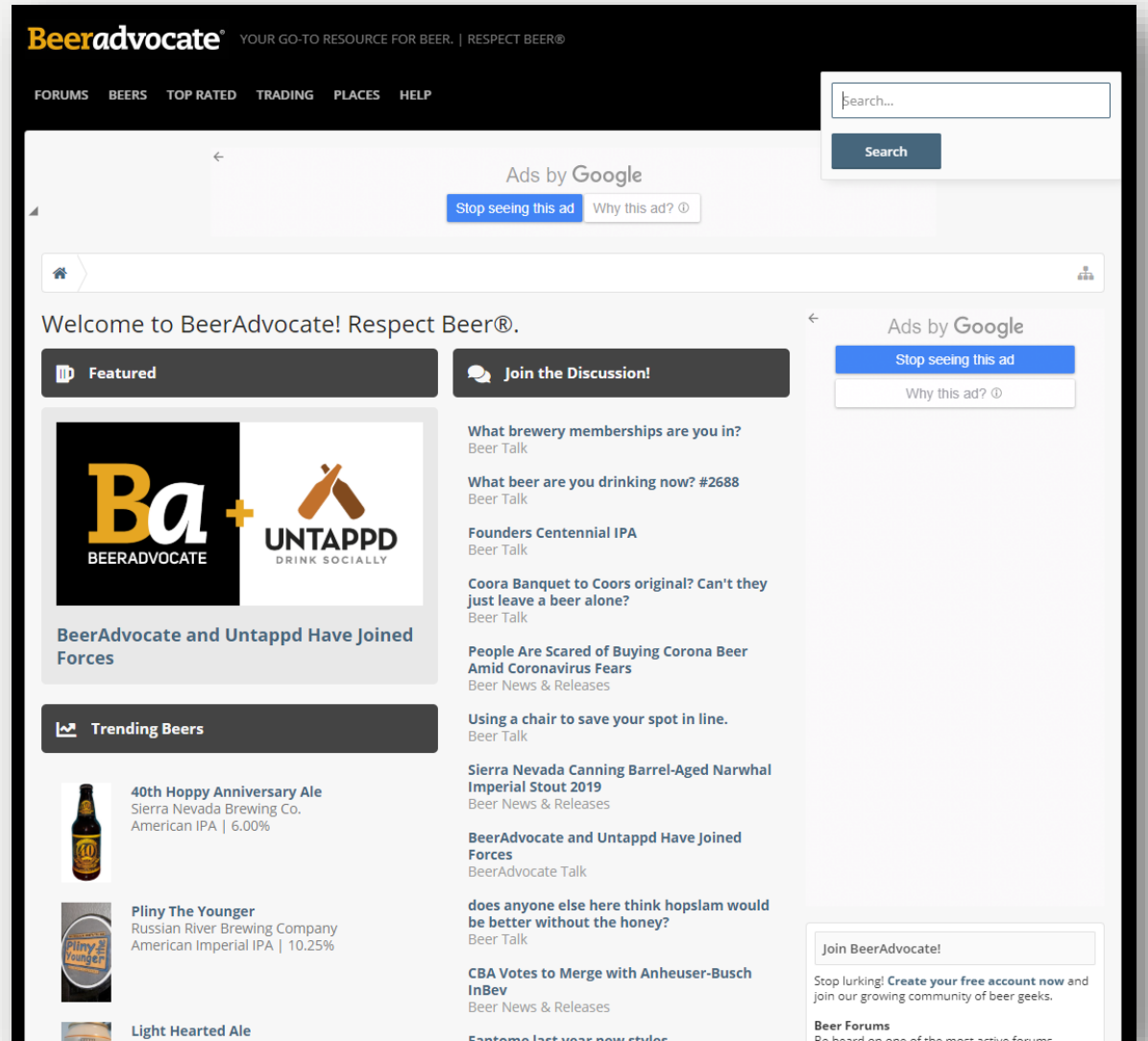
우측 상단과 하단에 검색바를 두어 스크롤을 내리더라도 궁금한 내용을 바로 검색할 수 있게 하였으나 상단 검색바의 경우 눈에 띄지 않아 헤맬 여지가 있다.
페이지 상단 부분에 카테고리 순서를 노출하여 이용자가 어느 페이지에 들어와 있는지 시각적으로 알기 쉽다.

Content

2006년부터 같은 이름의 오프라인 잡지를 발행하고 있는 만큼 맥주의 역사나 음식 매칭, 뉴스 등 다양한 읽을 거리를 제공하고 있다.

Service & Marketing

미국 전역의 맥주 관련 이벤트들을 날짜별로 정리하여 제공하고 있으며 이용자가 서로 보유한 레어 맥주를 서로 교환 할 수 있는 'Trading' 기능이 활발하다.



II. 유사 서비스 분석

● SAPPORO (<https://www.sapporobeer.jp/>)

일본의 유명 맥주 브랜드 사이트. 세계적으로 유명한 브랜드답게 로컬(일본)사이트와 영어 사이트 두 가지가 존재하며 콘텐츠도 서로 다르다. 술과 어울리는 레시피 추천 페이지가 존재하며 상세 재료와 요리 영상 등을 제공하는 것이 특징이다.

Visual design

심플한 블랙과 맥주의 상징색이며 로고색인 옐로우의 깔끔한 조합.
메인 페이지 상단 전체를 이미지로 채워넣어 이용자의 시선을 사로잡는다.

User Interface

우측 상단에 위치한 검색바에 좀 더 강조를 주어 존재감을 높일 필요성이 보인다.
상단 메뉴바를 통해 원하는 콘텐츠를 찾아갈 수 있으나 카테고리 좀 더 세분화되어 있다면 이용자의 편의가 더 증대될 듯 하다.

Content

브랜드에서 생산 중인 다양한 종류의 주류를 카테고리 별로 정리해두어 한눈에 보기 편하며 맥주의 상세 성분을 제공하여 굳이 맥주 라벨을 보지 않아도 페이지 내에서 성분을 알 수 있다.

Service & Marketing

맥주 공장 견학이나 맥주 구매자를 대상으로 한 캠페인 등 다양한 서비스와 이벤트를 제공하고 있으며 술과 잘 어울리는 요리의 상세 레시피를 제공하고 있다.



개발 전략



I. Visual Design

Key words : Yellow, Red, White / Simple / Easy, Funny

- 웹사이트 전반은 맥주와 거품을 상징하는 색인 노란색과 흰색을 베이스로, 식욕을 자극하며 강한 인상을 줄 수 있는 빨간색을 포인트로 사용한다. 이 외의 사용 색상은 최소로 하여 전체적으로 깔끔한 느낌이 들도록 제작한다.
- 다량의 텍스트로 정보를 전달하기 보다 눈길을 끄는 사진과 심플한 아이콘 등으로 시각적 정보 제공 및 흥미 유발, 이용자가 노출된 사진과 아이콘을 보고 호기심을 갖고 클릭 할 수 있도록 제작하는 것을 목표로 한다.
- 메뉴 및 카테고리는 직관적이고 심플하게 제작하여 이용자가 원하는 서비스를 쉽게 찾아갈 수 있도록 한다.



II. User Interface

- 이용자들이 가장 많이 찾을 ‘본인에게 맞는 맥주 추천’ 기능을 메뉴의 가장 첫 번째에 위치하여 접근성을 높인다.
- 대표색 이외의 사용 색상은 최소로 하여 심플하며 깔끔한 느낌이 들도록 한다.
- 검색바는 항상 상단 메뉴바의 우측에 위치하도록 하여 편의성을 높인다.
- 리뷰, 어울리는 요리 레시피 공유 등 글쓰기 권한은 가입된 회원만 가능하며 마이 페이지에서 본인이 쓴 게시물과 댓글, 좋아요, 수정/삭제 등의 관리가 가능하다.
- 어울리는 요리 레시피, 추천 안주 등록 시 해당 요리 재료 혹은 안주를 구매할 수 있는 사이트 링크 제공.
- 리뷰 등록 시 사진 첨부 기능도 추가하여 리뷰의 신뢰성을 높인다.
- 리뷰 등록 시 태그도 함께 등록할 수 있도록 하며 기본 제공되는 태그 이외에 이용자가 자유롭게 작성할 수 있도록 하여 다양한 태그로도 관련 맥주 검색이 가능하도록 한다.



III. Contents

- 맥추 추천 메뉴를 다양한 테마별 카테고리 분류
맛/향, 테마(상황, 날씨, 분위기 등), 남자/여자, 국가, 가격대, 최다 리뷰 등의 각종 순위 등
- 랜덤 맥주 추천
사이트에 등록된 다양한 맥주 중 하나를 랜덤으로 추천해주는 기능.
- 리뷰 등록
이용자가 마셨던 맥주를 선택하여 그에 대한 평점을 매길 수 있으며 간단한 한 줄 평 및 인증 사진을 남길 수 있다.
- 어울리는 요리(레시피)/추천 안주 등록
특정 맥주와 어울리는 요리(레시피)나 추천 안주를 등록할 수 있다.
- 맥주 펍/스토어 리뷰
국내외의 다양한 맥주 펍/스토어 리뷰를 등록하고 그에 대한 코멘트를 남길 수 있는 게시판.
- 다양한 맥주에 익숙지 않은 일반 소비자를 위한 맥주 관련 정보 제공.
맥주에 관심 있는 일반 소비자를 위해 여러 맥주 브랜드나 맥주 관련 용어에 대한 정보를 매거진 형식으로 게재.
- 온라인 술자리 상대/그룹 매칭
온라인 상에서 함께 술자리를 가질 상대를 이용자의 성향에 따라 매칭.



IV. Service & Marketing

- 다양한 기준의 이용자 랭킹을 제공하여 유저 참여 유도
최다 리뷰 작성 순, 최다 추천 리뷰 작성 순, 최다 추천 레시피 작성 순 등
- 주기적으로 이용자 랭킹의 상위 유저를 선정하여 혜택 제공
해당 이용자의 리뷰를 사이트 메인에 노출, 선정된 이용자에게는 맥주 배송 혹은 펍/스토어 이용권 제공 등.
- 제휴 매장 이벤트
특정 매장과 제휴를 맺어 해당 매장의 맥주를 마시고 리뷰를 남긴 이용자를 대상으로 하는 이벤트나 ToBe이용자임을 인증하면 맥주를 할인 받을 수 있는 이벤트 등 매장과 연동한 이벤트 제공.
- 맥주 샘플 신청
사이트 내 등록된 다양한 맥주 샘플을 이용자가 골라 신청 가능. 특정 맥주 브랜드 사이트로 가서 일일이 신청하는 번거로움을 해결.
- 커뮤니티 기능 강화
단순히 리뷰나 레시피를 등록하고 공감/코멘트를 남기는 것만이 아니라 이용자간 맥주에 대한 다양한 질문과 이야기를 자유롭게 나눌 수 있는 자유게시판 혹은 포럼(Forum) 기능 장려, 고맙거나 호감을 느끼는 상대에게 맥주 사이트 내 등록된 맥주 중 하나를 선물하는 것도 가능.



V. Menu

Search today's beer!

Log in

Join us

+Add Beer

My page

내게 맞는 맥주 찾기	랜덤 맥주 추천 받기	찰떡궁합 요리	커뮤니티	함께 마세요 BeTo	맥주 샘플 신청	이벤트
맛 / 향			유저 랭킹			제휴 매장 찾기
테마 / 무드			Best 리뷰 모아보기			이달의 축제
남성 / 여성			찰떡궁합 레시피 공유			이달의 Best 리뷰왕
국가			펍/스토어 리뷰			
가격대			자유게시판			
순위별			매거진			

내게 맞는 맥주 찾기	'ToBe'의 핵심 기능. 이용자들의 취향껏 맥주를 추천 받을 수 있도록 다양한 테마별 옵션을 제공한다.
랜덤 맥주 추천 받기	사이트에 등록돼 있는 맥주 중에서 랜덤으로 하나를 추천해 준다. 선호하는 향이나 가격대 국가 등 세부 옵션을 설정하여 추천 받는 것도 가능하다.
찰떡궁합 요리	맥주와 어울리는 다양한 요리/안주를 모아놓은 페이지. 특정 요리를 클릭하면 해당 요리와 어울리는 맥주를 추천 받을 수 있으며, 해당 요리 재료 혹은 요리 판매 사이트 링크를 제공해준다.
커뮤니티	이용자간 서로 소통을 할 수 있는 공간. 다양한 지표의 유저 랭킹을 볼 수 있으며, 이용자들의 요리 레시피나 스토어 리뷰 열람, 자유게시판을 통한 질답이나 토론도 가능하다. 또한, 맥주에 관심 있는 일반 소비자들의 이해를 돕기 위한 여러 맥주 브랜드나 맥주 관련 용어에 대한 정보를 주기적으로 매거진 형식으로 게재.
함께 마세요	'BeTo = Be Together'. 이용자간 온라인 술자리를 가질 수 있도록 연결해주는 공간. 1 : 1 혹은 1 : 다수, 채팅 술자리, 화상 술자리 등 취향에 따라 랜덤한 상대와 온라인 술자리를 가질 수 있다.
맥주 샘플 신청	사이트 내 등록돼 있는 맥주 샘플을 구매, 아직 등록돼 있지 않은 맥주의 경우 신청 요청을 할 수 있다.
이벤트	'ToBe'와 제휴 중인 매장을 검색해 볼 수 있으며 캘린더 형식으로 매달 축제 정보를 알려준다. Best 리뷰를 작성한 유저를 선정, 발표하는 공간이기도 하다.
Search today's beer	검색 바. '내게 맞는 맥주 찾기'기능을 이용하지 않더라도 검색을 통해 특정 맥주에 관한 정보를 찾을 수 있다. 항상 상단에 노출하여 언제든지 검색 가능하도록 한다.
+Add Beer	리뷰하고자 하는 맥주를 검색하지 않고도 빠르게 맥주 리뷰를 등록할 수 있다. 리뷰 작성 시 등록하고자 하는 맥주를 검색하여 불러올 수 있으며 사이트에 업데이트 되지 않은 맥주의 경우 이용자가 새롭게 추가하여 리뷰를 작성할 수 있다.
My page	사이트 내에서 본인이 작성한 글이나 코멘트, 공감을 누른 리뷰 등의 활동 내역을 관리할 수 있다.



VI. Layout & Main concept

● Layout

- ✓ 메인 화면에는 이용자의 흥미를 유발할 만한 이벤트나 맥주 정보, 추천 맥주와 관련된 소식을 3-4개 정도 게재한다.

이용자가 관심있는 소식을 클릭하면 해당 소식과 관련된 사진이 메인에 크게 보여지며 사진을 클릭하면 관련 소식과 링크된 페이지로 넘어가도록 한다.

그 외 하단 부분은 기타 추천 맥주 목록, 이용자의 리뷰, 커뮤니티 현황 등을 최대한 간략히 노출한다.

- ✓ 맥주 정보와 리뷰 등을 볼 수 있는 상세 페이지는 글보다는 이미지와 아이콘, 간략한 수치 위주로 여백을 적절히 사용하여 이용자가 원하는 정보를 보다 쉽게, 한눈에 파악할 수 있도록 한다.
- ✓ 사이트 내 폰트는 모두 같게 하고 텍스트 내의 적절한 CSS 사용으로 페이지 간 통일감을 준다.

● Main concept

- ✓ 다양한 종류의 맥주에 대한 정보와 그에 대한 배경 지식이 없는 라이트(Light)한 일반 소비자라도 자신의 취향에 맞는 맥주를 쉽게 선택할 수 있도록 유도해준다는 컨셉으로 행복을 상징하는 노란색과 식욕을 자극하는 빨간색의 조합으로 귀엽고 산뜻한 이미지를 줌과 동시에 흰색을 배경으로 전체적으로 깔끔한 느낌이 들도록 한다.

