

AI 영상 브랜드 페이지 기획

▼ 목차

1. 개요

가. 개발 목적

나. 주요 기능 및 개발 목표 (Sitemap Strategy)

1) GNB 배치 전략

2. 페이지 구성

가. Home (메인 페이지)

나. Work (포트폴리오 페이지)

다. Service (에이전시 서비스 페이지)

라. Solution (SaaS 솔루션 페이지)

마. Insights (전문 블로그 페이지)

바. Story (브랜드 스토리 페이지)

사. Contact (문의 허브 페이지)

3. 개발 공통 사항 정리

가. 전역 레이아웃 시스템

나. Floating CTA 시스템 (확정 전제 포함)

다. 라우팅(페이지 이동) 규격 시스템

라. 콘텐츠 타입(콘텐츠 모델) 시스템

마. 태그/필터(탐색) 시스템

바. 미디어(영상/썸네일/플레이) 시스템

사. 상태>Loading/Empty/Error) 시스템

아. Contact 폼 프리셋/맥락 전달 시스템

자. SEO/AEO/GEO 메타/문서 템플릿 시스템

차. 분석 이벤트(트래킹) 공용 스키마

카. 웹 접근성(a11y) 및 UX 표준

1. 개요

가. 개발 목적

- AI를 이용한 영상 제작 외주와 영상 생성 솔루션 판매를 홍보하는 웹페이지 개발
 - SEO, AEO, GEO를 충족해야 함

나. 주요 기능 및 개발 목표 (Sitemap Strategy)

구분	페이지/섹션	비고
----	--------	----

공통	헤더	[상단 고정] 스크롤 시 상단 고정(Sticky). '문의하기'는 텍스트 링크로 배치하며 서비스(용역)와 솔루션(SaaS) 메뉴 사이 시각적 구분선 적용.
공통	푸터	[정보 제공] 주소, 사업자번호 등 기업 신뢰 정보와 이용약관, 개인정보처리방침 등 법적 고지 및 공식 소셜 채널 링크 포함.
공통	Floating CTA	[전환 최적화] 듀얼 버튼(제작/솔루션 문의) 구성. 클릭 시 페이지 이동 없이 문의 유형이 자동 선택된 모달 팝업(Modal Popup) 생성.
메인	Home (/)	[강렬한 인상] 3초 내 기술력 증명. 고해상도 백그라운드 영상 루프, 섹션별 스크롤 인터랙션.
핵심 1	Work (/work)	[실력 증명] 필터링(업종/스타일), 썸네일 호버 시 프리뷰 영상 재생, 상세 페이지(Modal/Page).
핵심 2	Service (/service)	[가치 입증] 에이전시 프로세스 시각화, AI 기술을 통한 비용 절감/퀄리티 향상 도식화.
핵심 3	Solution (/solution)	[기능 안내] SaaS 기능 소개, 도입 혜택
서브	Insights (/insights)	[전문성 확보] SEO 최적화된 블로그 아티클, 관련 Work/Service/Solution 크로스 링크.
서브	Story (/story)	[신뢰 구축] 팀원 소개, 비전, 파트너사 로고, 연혁 인터랙션.
유틸	Contact (/contact)	[소통 창구] Header/Footer 링크로 진입. 지도(API), 채용/제휴 등 일반 문의 처리, 상세 정보 제공.

1) GNB 배치 전략



• ㄱ) 시각적 증명 우선(Proof-First) 배치

- 전략: 메인 홈 바로 다음에 Work 메뉴를 배치하여 결과물을 최우선으로 노출
- 의도: 자사의 기술력을 즉시 증명하여 사용자의 심리적 장벽 제거

• ㄴ) 비즈니스 모델 이원화(Business Bifurcation) 전략

- 전략: Service(용역)와 Solution(SaaS) 사이에 시각적 구분선 또는 전략적 간격 적용
- 의도: 전문가 전담 서비스(DIFM)와 유저 직접 사용 툴(DIY)의 정체성을 분리하여 인지 부하를 줄이고 타겟별 여정을 명확히 함

• ㄷ) 정보 위계의 기능적 레이어링(Functional Layering)

- 전략: Contact는 정적인 텍스트 링크로 배치하고, 실제 영업은 Floating CTA가 전담하도록 이원화
- 의도: GNB는 회사 정보 허브로 활용하고, 플로팅 버튼은 페이지 어디서든 즉시 반응하는 실시간 영업 엔진으로 활용하여 전환 마찰 최소화

• ㄹ) 전문성 및 신뢰도 기반의 권위(Authority) 구축

- 전략: Insights와 Story를 GNB 후반부에 배치하여 설득의 논리적 근거 제시
- 의도: 심도 있는 노하우와 전문적인 인사이트를 공유함으로써 브랜드의 전문성을 입증하고 서비스의 대외적 신뢰도를 제고함

2. 페이지 구성

가. Home (메인 페이지)

목표: 3초 내 Impact + 트래픽 라우팅(Work / Service / Solution로 분기)

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(상시 노출, 2버튼 동시)

- Button A: "Service(제작 의뢰)"

- Button B: "Solution(솔루션 도입)"

* Home에서는 "비즈니스 모델 분기(Agency vs SaaS)"를 Floating이 항상 담당

* 즉, HERO CTA는 과도한 선택지 방지를 위해 Work/Contact 중심으로 가져감

[Section 1: HERO] (시각적 압도)

└ H1: [브랜드명] | 하이엔드 AI 영상 제작 에이전시 및 영상 생성 솔루션

└ Sub copy(1~2줄): "하이엔드 퀄리티를, 더 빠르고 더 유연하게"

└ Primary CTA: "포트폴리오 보기" → Work

└ Secondary CTA: "프로젝트 문의" → Contact

└ (Optional) Micro Trust: 로고 스트립(클라이언트/파트너) 또는 핵심 수치 2~3개

└ Visual: 쇼릴(autoplay muted) or 강한 키비주얼(한 장)

[Section 2: FEATURED WORK] (실력 최우선 증명)

└ H2: 결과로 증명하는 압도적 AI 영상 퀄리티

└ Featured Grid/Carousel (6~9개)

└ 카드: 썸네일(루프) + 제목 + 태그(업종/스타일/목적)

└ 클릭: (옵션A) Work로 이동(해당 필터 preset) / (옵션B) 모달 플레이

└ CTA: "더 보기" → Work (필터 preset 가능)

[Section 3: BUSINESS BIFURCATION] (이원화된 비즈니스 안내)

└ H2: 비즈니스 목적에 맞춘 두 가지 AI 영상 솔루션
└ 2-Card Split (좌/우)
| └ Card A: "제작 의뢰(에이전시)" → Service
| └ 3개 포인트(속도/퀄리티/운영 방식)
| └ Card B: "솔루션 도입(SaaS)" → Solution
| └ 3개 포인트(내재화/반복 생산/팀 워크플로우)
└ (Optional) 보조 라인: "어느 쪽이 맞는지 모르겠다면 → 문의하기"
→ Contact

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

나. Work (포트폴리오 페이지)

목표: 탐색 마찰 최소화 + 실력 증명(Proof)

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(상시 노출, 2버튼 동시)

- Button A: "Service(제작 의뢰)"

- Button B: "Solution(솔루션 도입)"

* Work 페이지에서는 Floating CTA가 “바로 분기(제작 vs 도입)” 역할을 보조

[Section 1: HERO TITLE] (도입부)

└ H1: AI 영상 제작 포트폴리오: 산업별 하이엔드 레퍼런스

└ Sub copy(1~2줄): "업종/목적/스타일에 맞춘 레퍼런스를 필터로 빠르게 탐색"

[Section 2: FILTER & VIDEO GRID] (몰입형 갤러리)

└ H2: 업종 및 스타일별 맞춤 제작 사례

└ Filter Bar (sticky 권장)

| └ 업종 필터(예: 커머스/뷰티/IT/제조/금융 등)

| └ 스타일 필터(예: 실사/3D/모션그래픽/AI아바타 등)

| └ 목적 필터(예: 퍼포먼스/브랜드/제품소개/리크루팅 등)

- | └ 정렬(최신/인기/추천)
- | └ Video Grid (3~4열)
- | └ Video Card: 썸네일(루프) + 제목 + 태그 + 러닝타임
- | └ Interaction
 - | └ 카드 클릭 → 모달 플레이어(추천) 또는 상세 페이지
 - | └ 모달 내 CTA: "유사 스타일로 제작 문의" → Contact(제작 의뢰 프리셋)

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

다. Service (에이전시 서비스 페이지)

목표: 하이엔드 단가의 논리적 가치 입증(Justification)

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(상시 노출, 2버튼 동시)

- Button A: "Service(현재)"
- Button B: "Solution"

[Section 1: VALUE PROPOSITION] (가치 제안)

- | H1: AI 기반 영상 제작 서비스: 기획부터 하이엔드 편집까지
- | Sub copy(1~2줄): "전문가 주도 + AI 파이프라인으로 퀄리티/속도/유연성 극대화"
- | Primary CTA: "프로젝트 문의" → Contact (제작 의뢰 프리셋)
- | Visual: 하이엔드 쇼릴(짧게) 또는 대표 프로젝트 스틸

[Section 2: PARADIGM SHIFT] (비용/퀄리티 비교)

- | H2: 왜 [브랜드명]의 제작 서비스를 선택해야 할까요?
- | H3: 압도적인 시간 단축과 제작 비용 절감 효과
- | 비교 블록(2열)
 - | 기존 제작(리드타임/비용/수정 리드타임/리소스)
 - | [브랜드명] 제작(동일 항목 대비)
- * (선택) 정량 지표 영역: 평균 납기/수정 횟수/제작 회전율 등

[Section 3: OUR PROCESS & EXPERTS] (제작 공정 및 전문성)

└ H2: 전문가 주도형 AI 영상 제작 프로세스

└ Process Stepper(5~7단계)

└ ┌ 브리프 → 기획/콘티 → 룩디자인 → 제작/생성 → 편집/후반 → 납품

└ Experts & Trust

└ 역할 카드(Producer/Director/Editor/AI Artist/Engineer 등)

└ 신뢰요소(파트너/툴체인/검수체계)

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

라. Solution (SaaS 솔루션 페이지)

목표: 제품 기능(Function) 안내 + 비즈니스 임팩트(Impact)

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(상시 노출, 2버튼 동시)

- Button A: "Service"

- Button B: "Solution(현재)"

[Section 1: PRODUCT HERO] (제품 직관성)

└ H1: 기업용 AI 영상 생성 솔루션: 마케팅 팀을 위한 혁신 도구

└ Sub copy(1~2줄): "반복되는 캠페인 영상을 팀이 직접 빠르게 생산"

└ Primary CTA: "도입 문의 / 데모 요청" → Contact (솔루션 도입 프리셋)

└ Visual: 제품 UI(스크린샷/짧은 데모 영상/워크플로우 애니메이션)

[Section 2: CORE FEATURES] (기능 그리드)

└ H2: 복잡한 기술 없이 완성하는 핵심 AI 생성 기능

└ Feature Grid (6~9개)

└ 카드: 기능명 + 1줄 설명 + 아이콘

└ 카드 클릭/호버: 미니 데모(GIF/이미지) + 상세 설명(짧게)

[Section 3: BUSINESS IMPACT] (비즈니스 임팩트)

└ H2: 솔루션 도입 혜택 및 비즈니스 임팩트

└ Impact 카드(3~6개)

└ ┌ 제작 리드타임 단축 / 운영비 절감 / 캠페인 반복 생산성 / 브랜드 일관성 등

└ CTA: "우리 팀에 맞는 도입 플랜 받기" → Contact (솔루션 도입 프리셋)

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

마. Insights (전문 블로그 페이지)

목표: SEO/GEO 트래픽 확보 + 전문성(Authority) 구축

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(상시 노출, 2버튼 동시)

- Button A: "Service"

- Button B: "Solution"

* 인사이트 글을 읽다 "바로 실행(의뢰/도입)"로 전환 가능

[Section 1: BLOG HERO & TAG NAV] (도입 및 탐색)

└ H1: AI 영상 기술 트렌드 및 마케팅 인사이트

└ Search: 검색창(키워드/태그/제목)

└ Tag Navigation: 주요 카테고리/태그(가로 스크롤)

[Section 2: ARTICLE FEED] (아티클 목록)

└ H2: 분야별 생성형 AI 트렌드 및 비즈니스 활용 가이드

└ Featured Articles (상단 1~2개 강조)

└ Article List/Feed

└ ┌ 아티클 카드: 제목 + 요약 2줄 + 태그 + 날짜 + 썸네일

└ └ Pagination

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

바. Story (브랜드 스토리 페이지)

목표: 브랜 서사 + 신뢰 구축(Trust)

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(상시 노출, 2버튼 동시)

- Button A: "Service"

- Button B: "Solution"

* “왜 믿어야 하는가”를 읽는 맥락에서 즉시 액션으로 연결

[Section 1: BRAND MANIFESTO] (철학 및 비전)

└ H1: [브랜드명] 스토리: 영상 제작의 새로운 패러다임을 열다

└ Sub copy(1~2줄): 미션/비전/원칙 요약(짧고 강하게)

[Section 2: INTERACTIVE TIMELINE] (연혁)

└ H2: 우리가 하이엔드 AI 영상에 집착하는 이유

└ Timeline(연혁)

└ 주요 연도/분기 마일스톤

└ 핵심 전환점(제품/제작 방식/팀 확장/성과)

[Section 3: TEAM & PARTNERS] (팀원 및 파트너)

└ H2: 혁신을 이끄는 크리에이티브 및 기술 전문가 팀

└ Team Grid: 프로필(사진/역할/한 줄)

└ Partners/Clients: 로고 스트립 + (선택) 짧은 코멘트/사례 링크

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

사. Contact (문의 허브 페이지)

목표: 포괄적 소통 창구(Hub) + 정보 위계 정리 + 전환 완결

[GLOBAL HEADER]

(상단 고정) 로고 | Work | Service | Solution | Insights | Story | 문의

[FLOATING CTA]

(권장: Contact 페이지에서는 Floating CTA 축소/숨김 또는 비활성 처리)

- 이유: 이미 최종 전환 페이지라 선택지 노이즈를 줄이는 편이 전환에 유리

[Section 1: HERO & MULTI-PURPOSE FORM] (목적별 문의 폼)

└ H1: 프로젝트 의뢰 및 솔루션 도입 문의

└ 목적 선택(탭/라디오)

| └ "제작 의뢰(에이전시)"

| └ "솔루션 도입(SaaS)"

└ Form (목적별 동적 필드)

└ 공통: 회사명/이름/이메일/연락처/문의 내용

└ 제작 의뢰 추가: 목표/납기/예산 범위/레퍼런스 링크

└ 솔루션 도입 추가: 팀 규모/월 제작량/사용 목적/필요 기능

└ 파일 업로드: 브리프/가이드/레퍼런스

└ CTA: "제출" (제출 후: 완료 메시지 + 다음 단계 안내)

[Section 2: LOCATION & DETAILS] (오프라인 정보)

└ H2: [브랜드명]과 함께 비즈니스를 혁신할 준비가 되셨나요?

└ 오프라인 정보: 주소/운영시간/이메일/대표번호(있다면)

└ (선택) 지도/교통 + FAQ(문의 전 자주 묻는 질문 3~5개)

[GLOBAL FOOTER]

회사정보 | 링크 | 정책 | SNS

3. 개발 공통 사항 정리

가. 전역 레이아웃 시스템

- Header/Global Navigation

- 전 페이지 공통 메뉴 구조(Work/Service/Solution/Insights/Story/Contact)

- 현재 페이지 표시(active) 규칙("어디에 있는지" 일관)
- **Footer**
 - 회사정보/정책/사이트맵 링크가 항상 동일하게 노출
- **디바이스 해상도별 대응 기준 (Breakpoint)**
 - **Mobile (0~767px):** 1단 세로 배치. 우측 하단 듀얼 CTA는 하단 1개 버튼으로 통합
 - **Tablet (768~1023px):** 2단 그리드. 터치 환경을 고려한 여백 확보 / **GNB 햄버거 메뉴 전환 시점**
 - **PC (1024~1439px):** 기본 다단(3~4열) 구조. 마우스 호버(Hover) 등 주요 인터랙션 활성화
 - **Large PC (1440px 이상):** 콘텐츠 최대 너비(Max-width) 고정 및 배경 영상 풀스크린 확장
 - **GNB 햄버거 메뉴 규칙 (1023px 이하 적용)**
 - 기존 텍스트 메뉴를 숨기고 우측 상단 햄버거 아이콘(☰) 노출
 - 클릭 시 전체 화면 오버레이(또는 슬라이드) 형태로 메뉴 리스트 전개
 - 오픈된 메뉴 하단에 '제작 의뢰 / 솔루션 도입' CTA 버튼 눈에 띄게 배치

나. Floating CTA 시스템 (확정 전제 포함)

- **형태(확정):** 우측 하단 세로 2버튼 고정 (Service / Solution)
- **역할:** 언제 어디서든 "제작 의뢰(Agency)" vs "솔루션 도입(SaaS)"로 즉시 분기
- **공용으로 정해야 할 규격**
 - 노출 정책: 전 페이지 노출 / Contact 등 예외 페이지 처리(표시·축소·숨김 중 택1)
 - 상태 정책: 현재 페이지일 때 active 표시 방식(동일 링크 재클릭 허용 여부 정도만)

다. 라우팅(페이지 이동) 규격 시스템

- **최소 URL 규격(권장)**
 - `/` Home
 - `/work` Work Listing
 - `/work/{case-slug}` Case Detail(케이스 성격이므로 "고유 URL" 전제)

- `/service` , `/solution` , `/insights` , `/story` , `/contact`

- **공용 링크 규칙**

- 목록 → 상세 → 문의로 이어지는 링크는 항상 같은 패턴("맥락 유지")을 가짐

라. 콘텐츠 타입(콘텐츠 모델) 시스템

- **Case(Work)**

- 목록에서 보여줄 요약정보(제목/썸네일/태그/요약)
- 상세에서 보여줄 본문정보(문제-접근-결과 같은 서술 구조는 템플릿으로)

- **Article(Insights)**

- 목록(제목/요약/태그/날짜) + 상세(본문/목차/관련글)

- **Tag/Category(공용 분류체계)**

- 업종/스타일/목적(Work 필터와 Case Detail, 추천 로직까지 공유)

마. 태그/필터(탐색) 시스템

- **공용 분류축: 업종(Industry) / 스타일(Style) / 목적(Goal)**

- **필터 상태의 표현 방식**

- URL 파라미터로 표현(공유/북마크/AI 크롤링에도 유리)

- **결과 상태 공통**

- 로딩/결과없음/에러의 표준 처리(아래 7번 상태 시스템과 연결)

바. 미디어(영상/썸네일/플레이) 시스템

- **미디어 표현 규격**

- 썸네일 비율, 재생 아이콘/러닝타임 배지 같은 공통 표기

- **재생 방식(요구사항 레벨)**

- Listing에서 "미리보기"가 있는지(정적/루프)
- Detail에서 "대표 영상 1개 + 추가 컷" 같은 구조가 있는지

- **대체 처리**

- 영상 로딩 실패 시 fallback(썸네일/문구) 노출

사. 상태>Loading/Empty/Error) 시스템

- **Loading**: 스켈레톤/로더 등 공통
 - **Empty**: “필터 결과 없음” 공통 문구/행동(필터 초기화 등)
 - **Error**: 네트워크/플레이 실패/폼 제출 실패 공통 처리
-

아. Contact 폼 프리셋/맥락 전달 시스템

- **목적 프리셋**
 - Contact 진입 시 “제작 의뢰 vs 솔루션 도입”이 미리 선택되게 하는 규격
 - **케이스 맥락 전달(권장)**
 - Case Detail → Contact로 갈 때 어떤 케이스를 보고 왔는지 함께 전달(문의 품질 상승)
-

자. SEO/AEO/GEO 메타/문서 템플릿 시스템

- **페이지 메타 공통**
 - title/description/OG 이미지 규칙(템플릿만)
 - **Case/Article 상세 문서 구조 공통**
 - H1 1개, 섹션 H2/H3 구조, 요약 영역(스니펫 후보) 같은 “문서 품질 규격”
 - **스키마 마크업(Schema.org) 적용 규칙**
 - 검색 엔진 및 AI 봇이 콘텐츠의 맥락을 정확히 이해할 수 있도록 JSON-LD 기반의 구조화된 데이터 삽입. (Insights 상세페이지 에는 **Article**, 포트폴리오 영상 에는 **VideoObject**, Contact 하단 에는 **FAQPage** 스키마 필수 적용)
-

차. 분석 이벤트(트래킹) 공용 스키마

- **공용 이벤트 목록(최소)**
 - CTA 클릭(Work/Contact/Floating Service/Floating Solution)
 - 필터 변경(Work)
 - 케이스 상세 조회
 - Contact 폼 제출(성공/실패)
-

카. 웹 접근성(a11y) 및 UX 표준

- 미디어 대체 텍스트(Alt Text) 의무화
 - 시각 장애인용 스크린 리더와 검색 엔진 봇(SEO/AEO)이 영상 및 이미지의 맥락을 정확히 파악할 수 있도록 모든 미디어에 시맨틱 텍스트 입력 규칙 적용
- 키보드 내비게이션 및 포커스 이동 지원
 - 마우스 조작이 어려운 환경을 고려하여, 키보드(Tab 키)만으로 GNB 햄버거 메뉴 이동, 포트폴리오 필터 탐색, 팝업 모달 플레이어 재생/닫기 등 사이트 내 핵심 기능을 모두 조작할 수 있도록 구현