

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

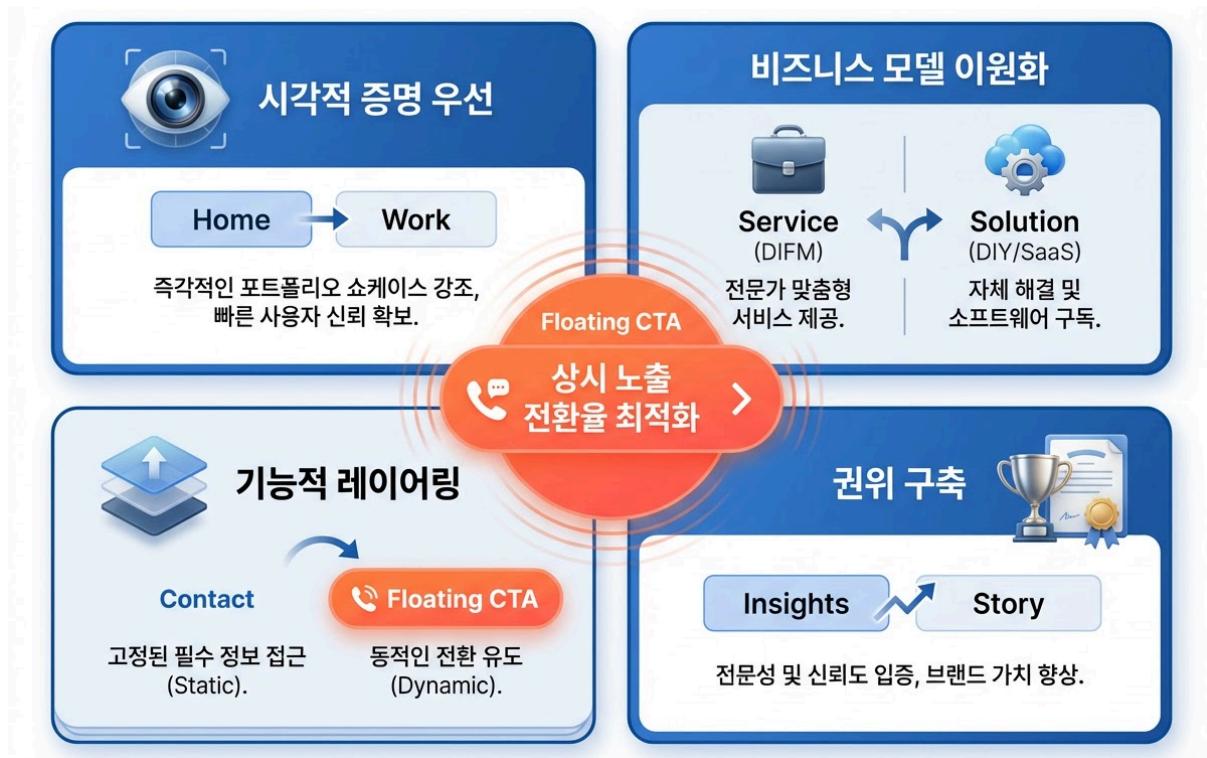
- AI를 이용한 영상 제작 외주화 영상 생성 솔루션 판매를 홍보하는 웹페이지 개발
 - SEO, AEO, GEO를 충족해야 함

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.
유튜	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

4. 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

¶. 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: 브랜드 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 뒤얼 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 탑입(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 상세페이지에는 Article, 포트폴리오 영상에는 VideoObject, Contact 하단에는 FAQPage 스키마 필수 적용)
-

자. 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