



네스프레소 웹사이트, 앱 디자인  
GUI 디자인

---

이은주  
010.9825.8687  
04dmswn@naver.com



# INDEX

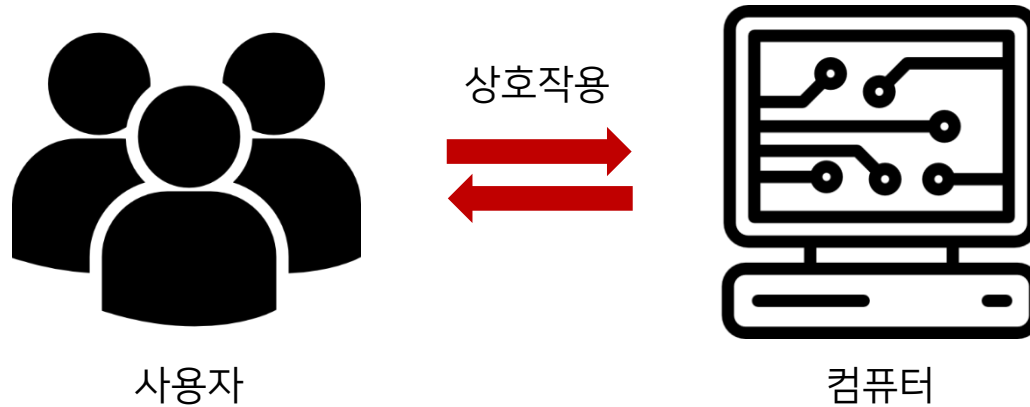
네스프레소 리뉴얼 디자인 프로세스

---

- 01 사용자 인터페이스 디자인 정의
  - 02 콘텐츠 설정
  - 03 타겟분석
  - 04 벤치마킹
  - 05 정보설계
  - 06 사용자중심 디자인
  - 07 화면설계
  - 08 레이아웃 설계
  - 09 디자인 리서치
  - 10 스타일 가이드
-

## 01. 사용자 인터페이스 디자인

### 사용자 인터페이스 디자인 정의

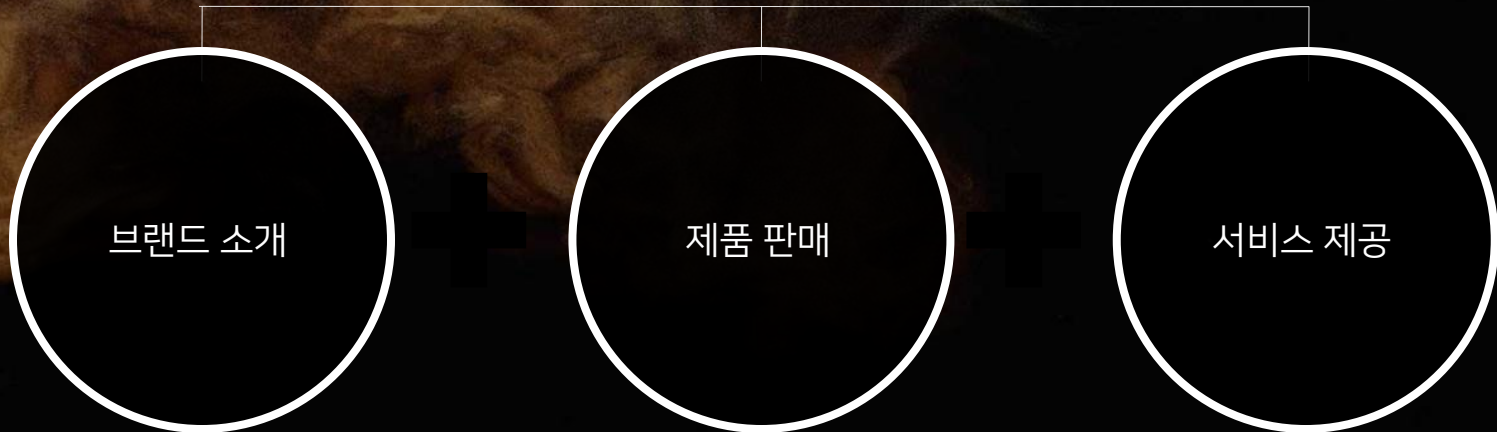


사용자와 컴퓨터가 상호작용을 할 수 있게 구현해주는 것  
즉 시각적으로 표현하는 것을 사용자 인터페이스 디자인이라고 한다.  
ex) 레이아웃, 색상, 형태



네스프레소는 네슬레의 캡슐커피 브랜드로써  
국내에서 1위의 자리를 차지하고 있는 브랜드입니다.

웹사이트 목적(콘텐츠)



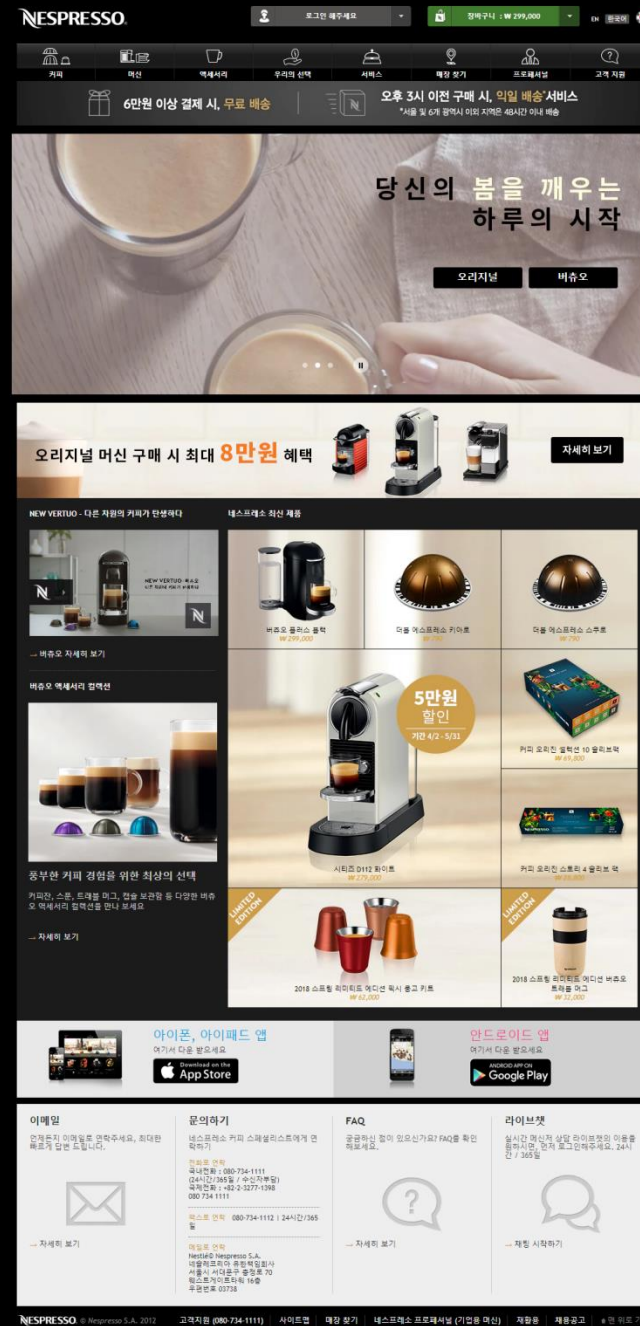
## 02. 콘텐츠선정

### ● 콘텐츠의 문제점

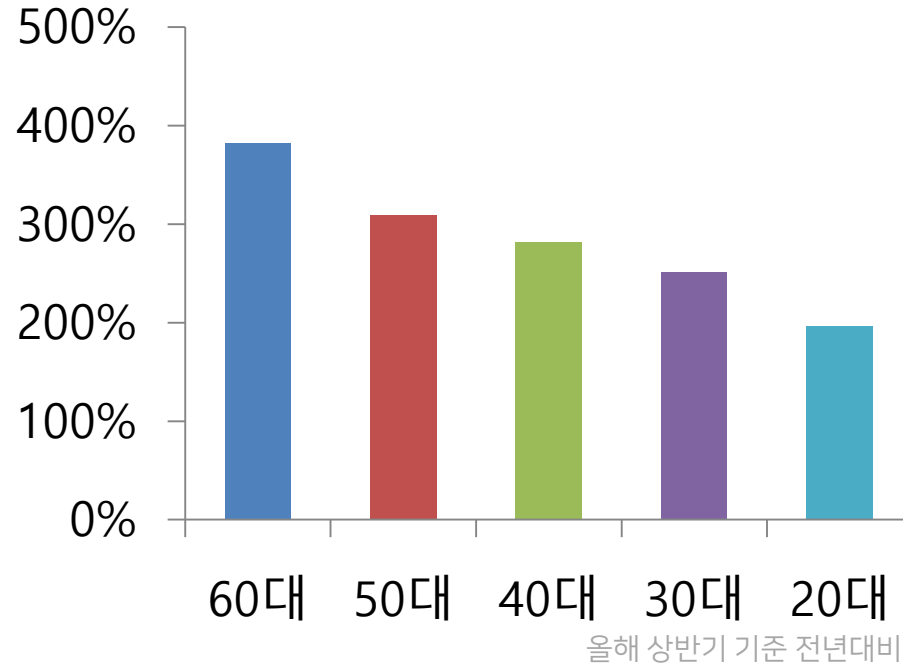
- 클릭이 가능한 것과 아닌 것의 구별이 뚜렷하지 않다.
- 무분별한 모달창 사용으로 제품접근에 어려움이 있다.
- GNB내에 동일한 페이지 이동방법 3가지로 혼동을 유발한다.
- 복잡한 레이블시스템으로 현재 위치의 파악이 어렵다.

### ● 해결방안 제시

- 사용용도를 기준으로 사이트맵을 제작한다.
- 제품리스트 페이지와 상세페이지를 구분하여 나눈다.
- UX를 참고하여 UI KIT를 사용성에 맞추어 리디자인한다.
- 그리드시스템을 이용해 레이아웃 배치를 변경한다.



G마켓 연령대별 캡슐커피 구매량 증가율



● 타겟설정 : 30대

1. 웹 접근성을 고려
2. 경제적으로 여유가 있는
3. 40~50대에 이어 최근 30대의 구매율 증가

## 페르소나 설정



#### ● 인구통계자료

이름 : 김은혜

나이 : 32살

직업 : 마케팅부 대리

결혼여부 - 미혼

학력 - 대졸

거주지 - 도심상권

#### ● 동기

"점심식사 후 커피한잔은 당연하죠"

"사실 커피는 습관적으로..."

"인터넷 웹서핑 아니면 커피 마시는 거에 의존하긴 해요"

"자주가는 곳은 맛도 괜찮고 가까워서 좋아요"

"커피 한잔에 돈 아끼고 싶진 않아서.. 그냥 고민없이 마시는 편이에요"

"최근에 탕비실에 새로운 커피머신을 들여왔는데 맛이 다양해서 즐기고 있습니다"

#### ● 불만사항

"하지만 커피값이 아깝기도 하죠 필요이상으로 비싼 것 같거든요"

"점심시간에 가면 손님이 몰릴 시간이어서 그런지 정신없어서 좀.."

"출근 후나 업무볼 때 집중력이 떨어질 때는 커피 한잔 하고싶지만 믹스커피는 별로 마시고 싶진 않아요"

"커피 전문점에서 주로 마시는게 아메리카노나 카페라떼인데 가끔은 다른걸...마시고 싶긴한데 시도는 잘안해요"

#### ● 목적

"순전히 커피 마시는 것보단 사실 대화를 나누기 위해서 마시는 것도 있죠?"

"제 주변 또래분들도 거의 다 카페 자주 이용해요"

"점심식사 후 한 2시에서 4시 정도에 너무 피곤해서 스트레칭을 하거나 커피를 마십니다"



## 벤치마킹 선정하기

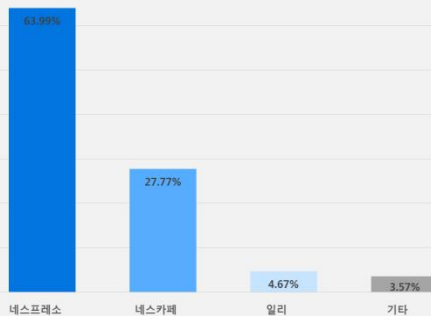
벤치마킹(UI디자인)에 커피프렌차이즈점이 적절함

국내 캡슐커피시장은 네스프레소가 압도적인 1위, 하지만 커피이용방법 1위 커피전문점

### 캡슐커피머신 제조사별 점유율

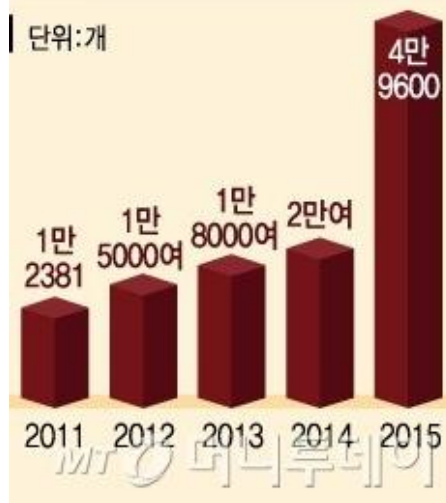
출처: 다니와 리서치(2017.3~2018.2, 판매량 기준)

■ 판매량 점유율



캡슐커피 1위 네스프레소

단위:개



커피전문점 매장수 추이

### 〈커피 판매 시장 규모〉

구 분	2014	2015	2016
커피전문점(억 원)	26,000	35,000	40,000
완제품(억 원)	23,022	22,632	24,041

※커피전문점 : 2016년 커피전문점 판매규모는 추정치임. / 완제품: AC닐슨 소매점 매출액



국내 커피시장 규모 추이



## 04. 벤치마킹



**STARBUCKS®**

세계 최대의 커피 체인점

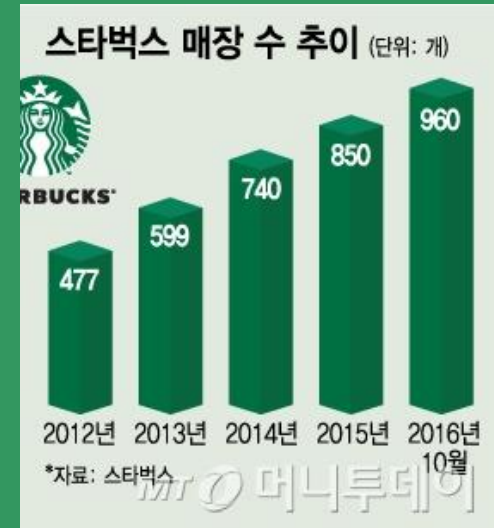
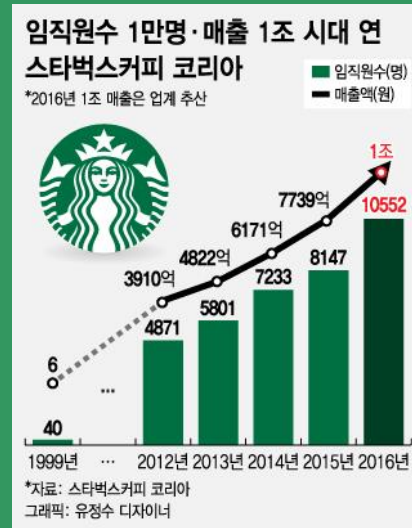
한국은 1999년 진출

2017년 기준 1120여개의

매장을 운영

커피 프랜차이즈 업계 1위

- 스타벅스코리아가 매출 1조원과 영업이익 1000억원 돌파  
2017년 매출 1조 2634억 6000만원, 영업이익 1144억 600만원
- 현재 전국에 1150개 매장을 직영으로 운영



- 스타벅스 1위 (커피전문점 대상 소비자 서비스 만족도)



- 스타벅스, 1인당 매출을 높여주는 고객이 40대로 확인

## 04. 벤치마킹



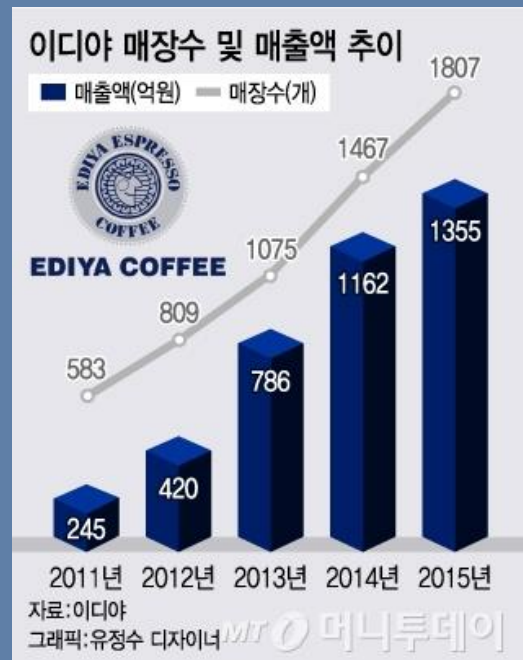
### EDIYA COFFEE

대한민국 커피 체인점 순수 국내  
브랜드로 고가 커피 시장에 저렴한  
비용의 합리적인 가격을 제시하며  
꾸준한 사랑을 받고 있다.

- 이디야 점유율 3위(2016)



- 유명 커피프랜차이즈 가격비교, 이디야 상대적으로 낮음



- 저가 커피브랜드 대세  
"40대 주 고객층 부상"

## 04. 벤치마킹



**STARBUCKS®**



**EDIYA COFFEE**

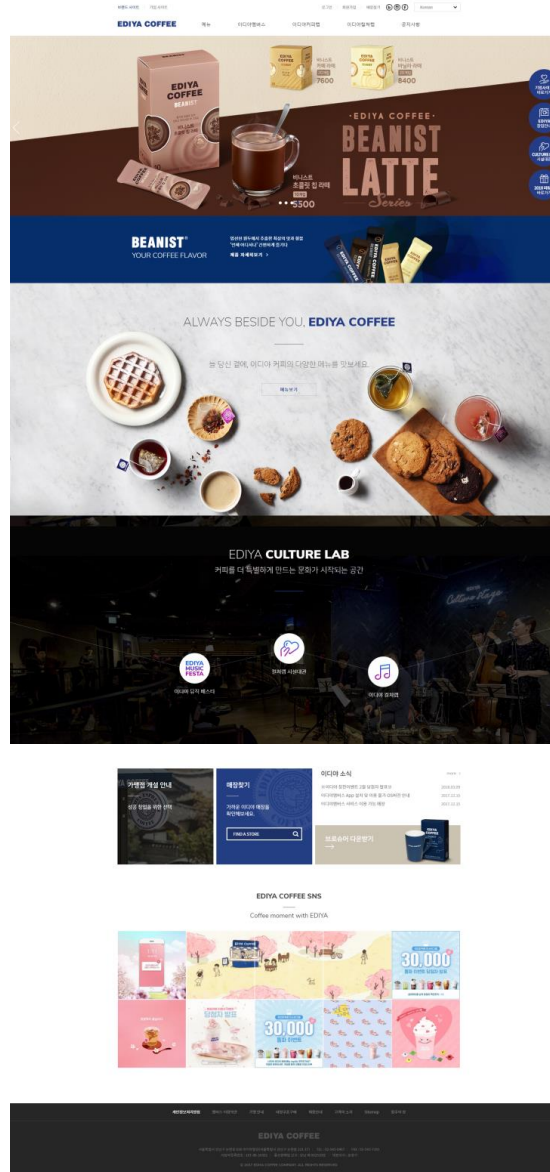
기능	상품정보, 로그인, 리워드 관리, 상품 판매 등	상품정보, 로그인, 상품 판매, 대관지원 등
표현방법	사진, 일러스트	사진, 일러스트
디자인컨셉	심플한, 재미있는	심플한, 재미있는
장점	반응형으로 구현되어 사용자의 편의성을 고려함 GNB가 고정되어 상단으로 올라가야하는 수고를 덜어줌 검색기능 지원으로 Depth의 이동이 간편해짐	반응형으로 구현되어 사용자의 편의성을 고려함 스크롤 이동시에도 서브메뉴가 고정되어 접촉이 빠름 GNB가 고정되어 상단으로 올라가야하는 수고를 덜어줌
단점	GNB의 넓은 높이값으로 인해 콘텐츠가 전체적으로 답답한 편 GNB 각각 카테고리 스크롤이벤트(slideDown)를 따로주어 시각적으로 안정감이 없음	이미지 갤러리 이동화살표의 잘못된 컬러, 배치로 사용에 혼동을 줌 검색기능이 없어 이동이 불편함

## 04. 벤치마킹

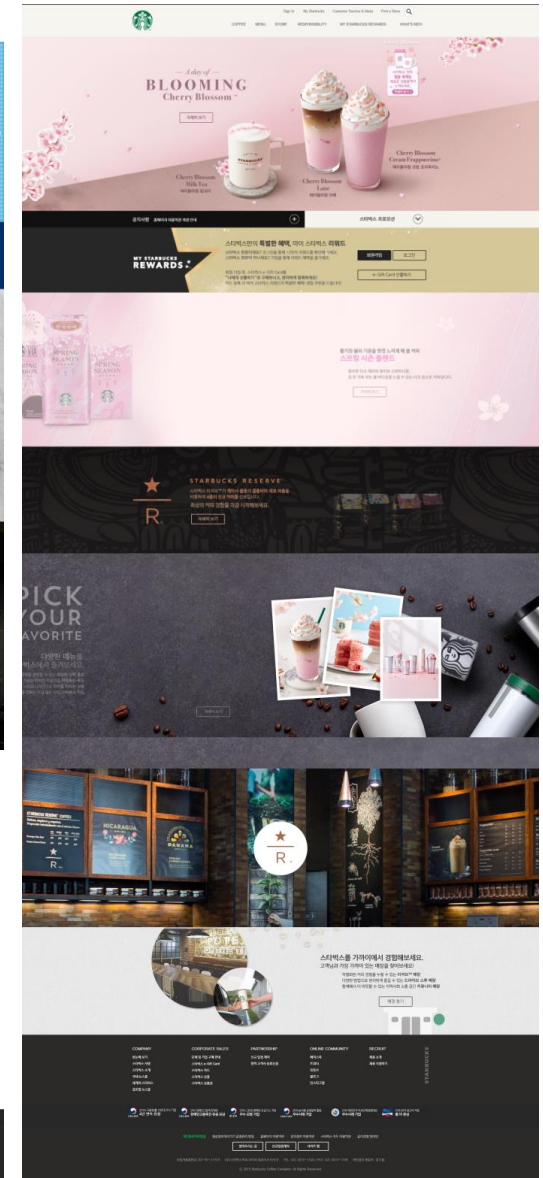
### 벤치마킹 선정 사이트로 방향 설정

- 현재 진행되고 있는 프로모션을 상단에 위치시킴
- 콘텐츠의 구별을 뚜렷하게 나눔
- GNB를 항상 상단에 고정시킴
- 검색기능을 추가한다
- 상징되는 색상을 강조색으로 사용
- 스크롤이 긴 경우는 상단으로 올라갈 수 있는 퀵 버튼을 지원
- 반응형 웹사이트로 구현

### 이디야



### 스타벅스



## 리뉴얼 페이지 선정

### 1) 메인페이지

### 2) 제품 상세페이지

-사이트의 주 이용목적: 캡슐, 머신의 판매

리스트 페이지와 제품 상세페이지의 중요도가 높음에도 불구하고 잘못된 UI 사용

1) 이해의 어려움

2) 막연함

3) 갈등

#### 선정이유

여러종류의 캡슐커피를 쉽게 분류할 수 있고 이용자가 원하는 제품에 대한 정보와 구매로 연결할 수 있는 페이지의 역할이 네스프레소 사이트의 주 목적이기 때문에 중요도가 높다고 생각

### 3) 기업소개 페이지

-제품판매 다음으로 강조되는 콘텐츠 : 가치관, 착한기업, 믿고 선택할 수 있는 제품  
불필요한 박스디자인으로만 전달되는 정보

1) 개인화

2) 비효율적인 이동흐름

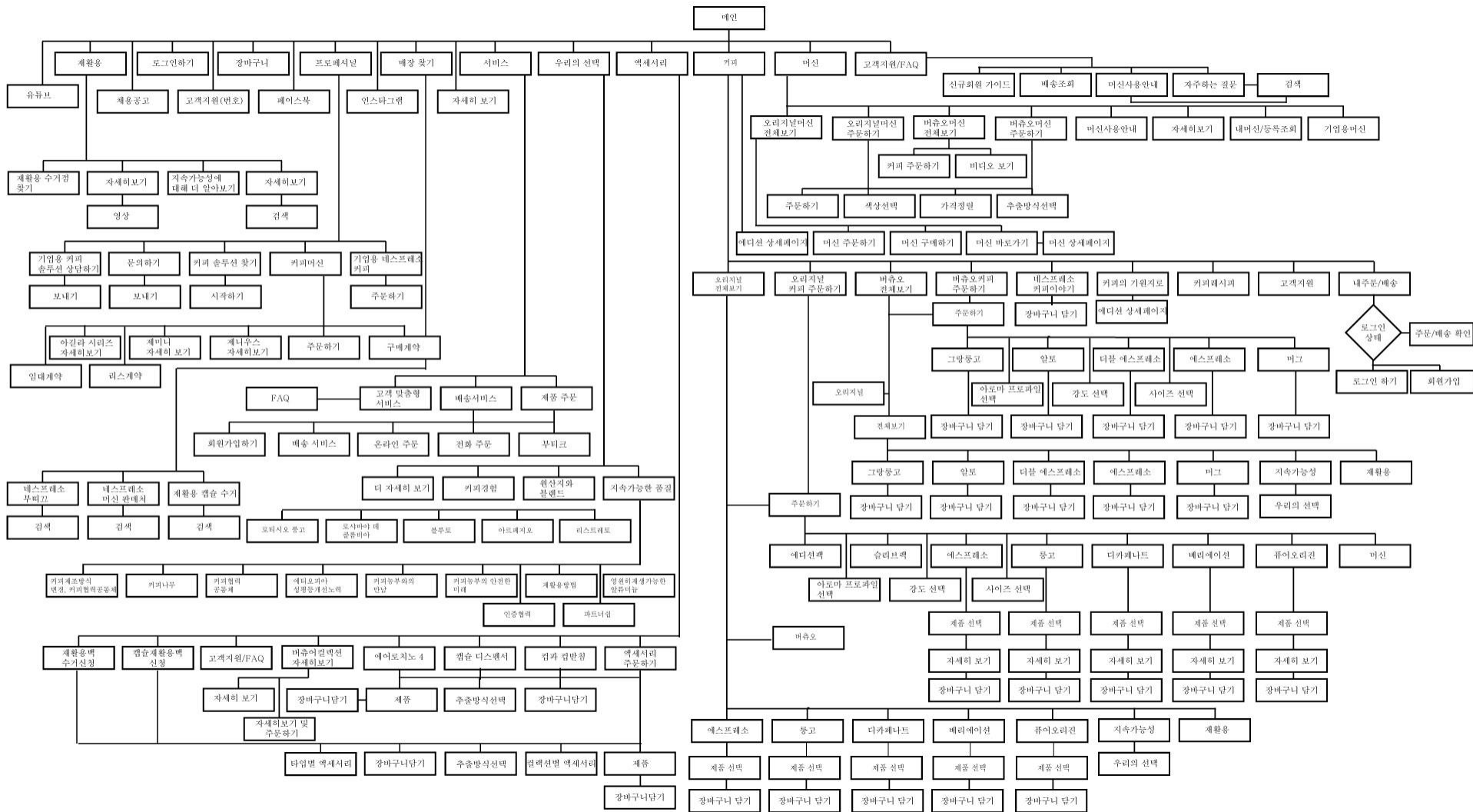
3) 이동편의성 문제

#### 선정이유

제품판매 다음으로 네스프레소에서 가장 강조하는 것이 우리의 선택, 커피의 기원지 등 신뢰도를 높일 수있는 콘텐츠로 기업소개 페이지를 선정

## 05. 정보설계

## 기존 네스프레소의 플로우차트

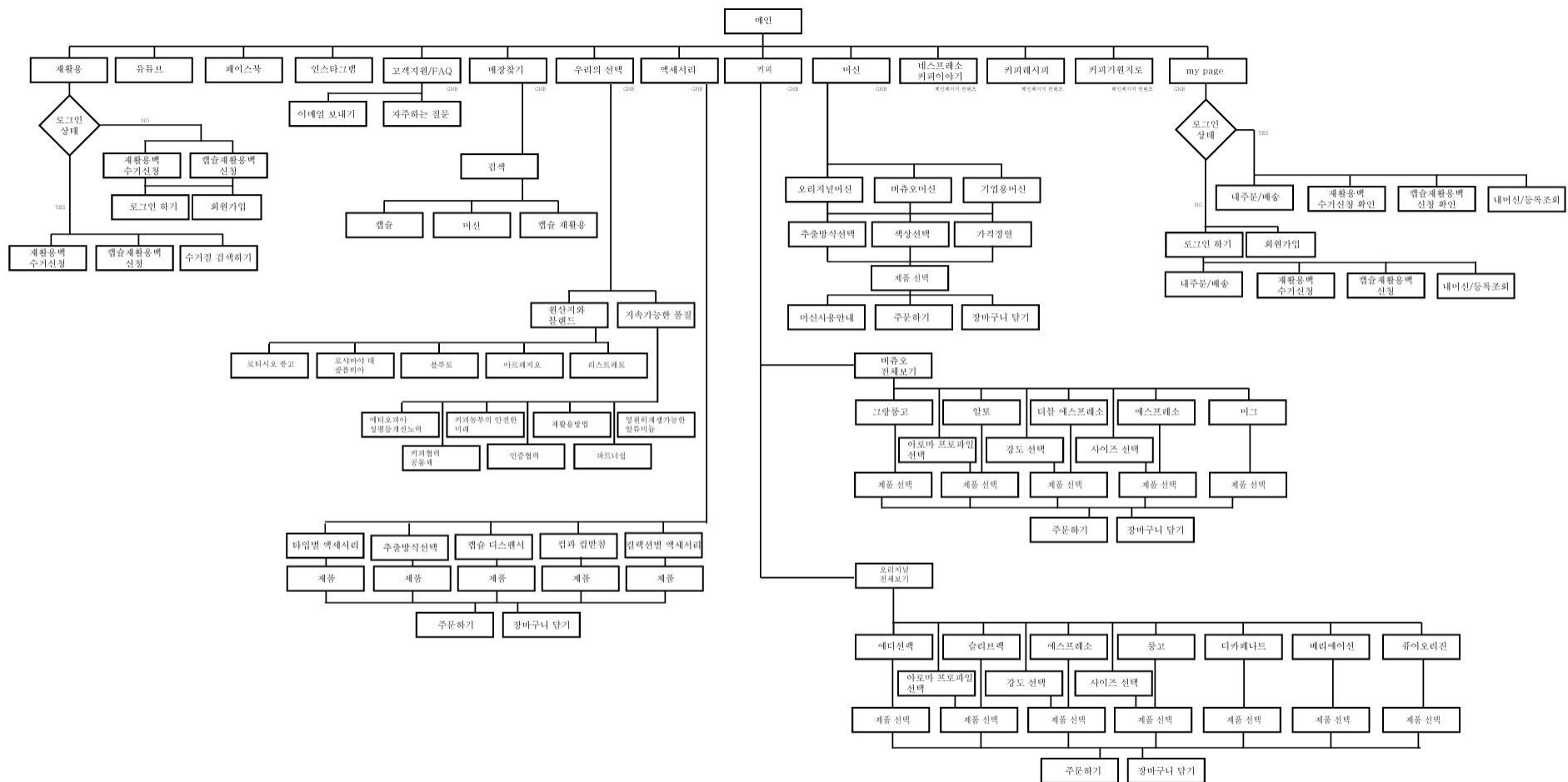




## 05. 정보설계






## 네스프레소 플로우차트 재정립

주요 수정사항 : 중복되는 서브메뉴 축약, 이동경로의 단순화, 콘텐츠 재배치



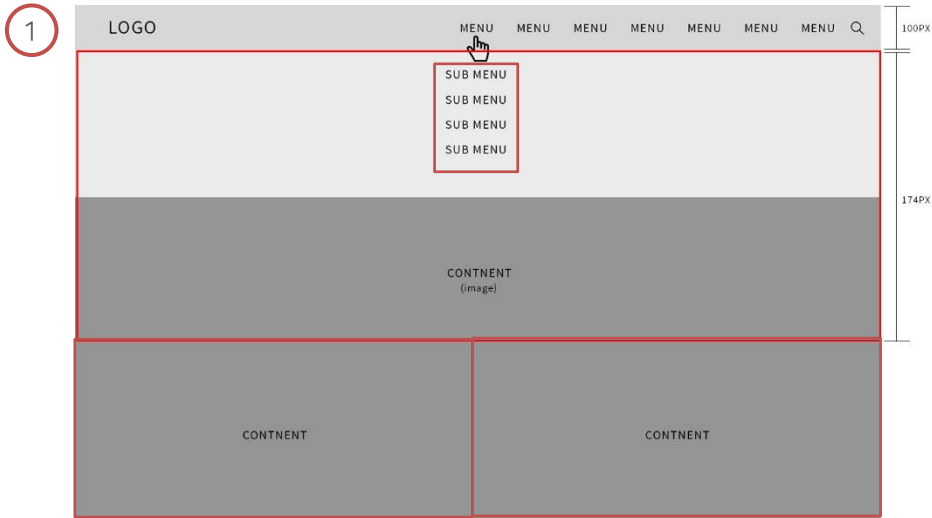


### 네스프레소 사이트 유용성 판단

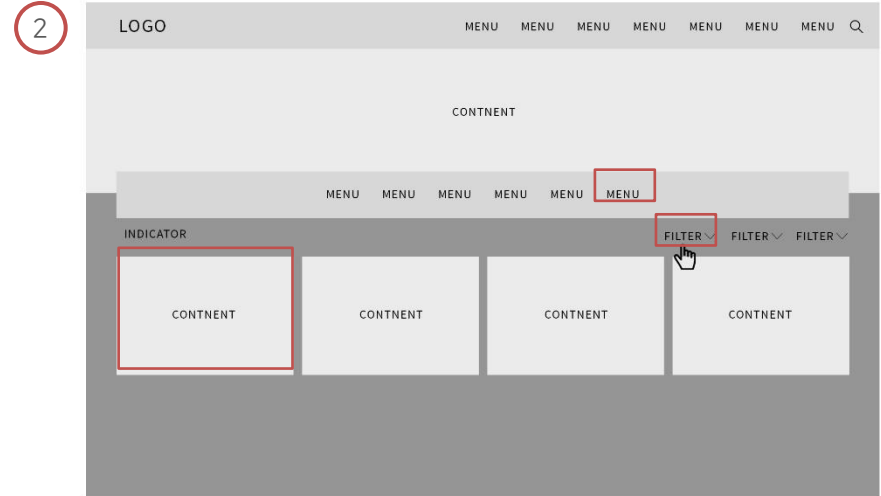
- 습득 가능성 (learnability) : 배우기 쉬움  
두서없는 사이트맵과 기준없는 콘텐츠 배치로 사이트 사용에 혼동이 있음  

- 기억 가능성 (rememberability) : 이용 방법을 기억하기 쉬움  
여러차례 사용 후 기억에 남는 편, 다소 불편한 감이 있음  

- 효율성 (efficiency of use) : 효율적으로 이용할 수 있어야함  
리스트페이지와 상세페이지 결합으로 행동을 반복하는 등 오히려 효율성이 떨어짐  

- 신뢰성 (reliability) : 잘 작동된다는 신뢰감  
카테고리별 올바른 페이지를 연결시켜야함  

- 사용자 만족도 (user satisfaction) : 사이트를 사용하면서 만족감을 느낌  
상품정보, 로그인, 리워드 관리, 상품 판매 등  


## 07. 화면설계

### 메인 페이지 , 리스트 페이지, 상세페이지 - 화면설계



메인페이지의 메뉴에서 서브메뉴를 통해 리스트 페이지로 이동



제품을 특정 카데고리로 나누어 정리한 페이지(리스트 페이지)로 이 페이지를 통해서 제품 상세페이지로 이동이 가능함



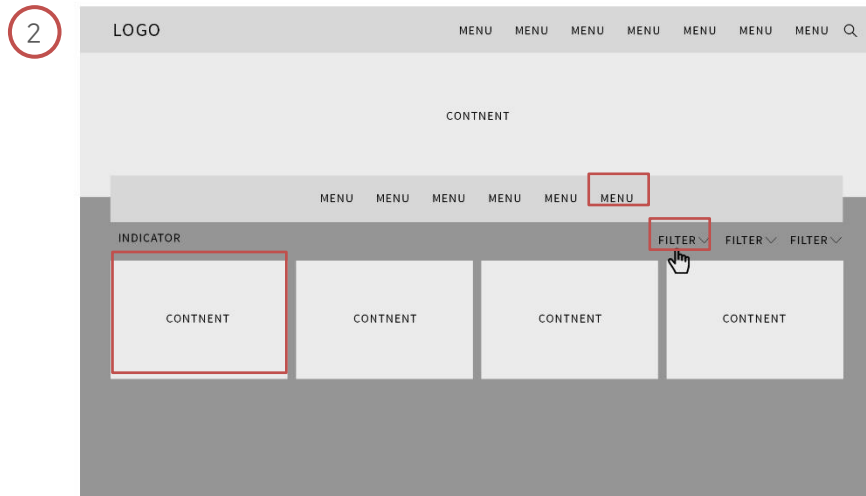
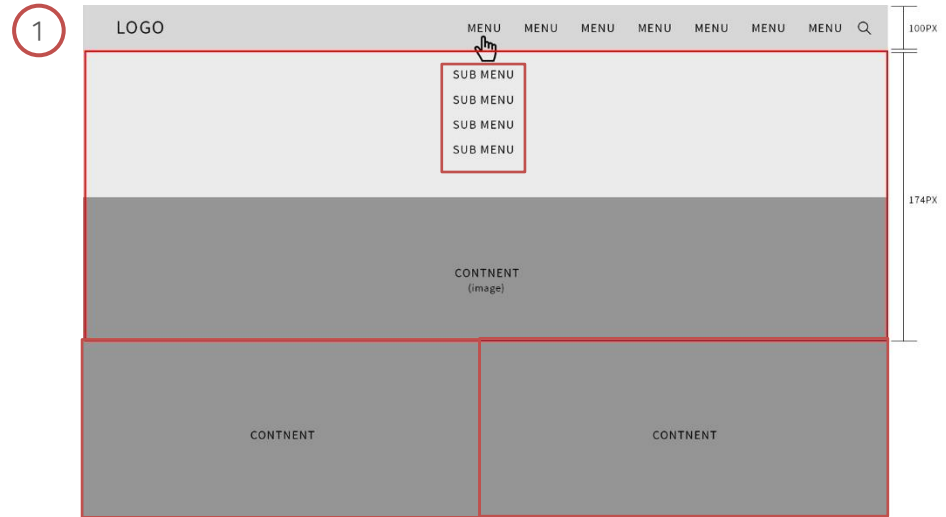
제품 상세 페이지(Detail\_page)에서 상품에 대한 정보를 확인과 수량, 색상을 선택할 수 있음

- Content width : 1920px
- 12column width : 1300px
- Header height : 100px
- Main\_page image\_height : 174px
- Detail\_page banner height : 830px
- List\_page banner height : 150px

## 07. 화면설계

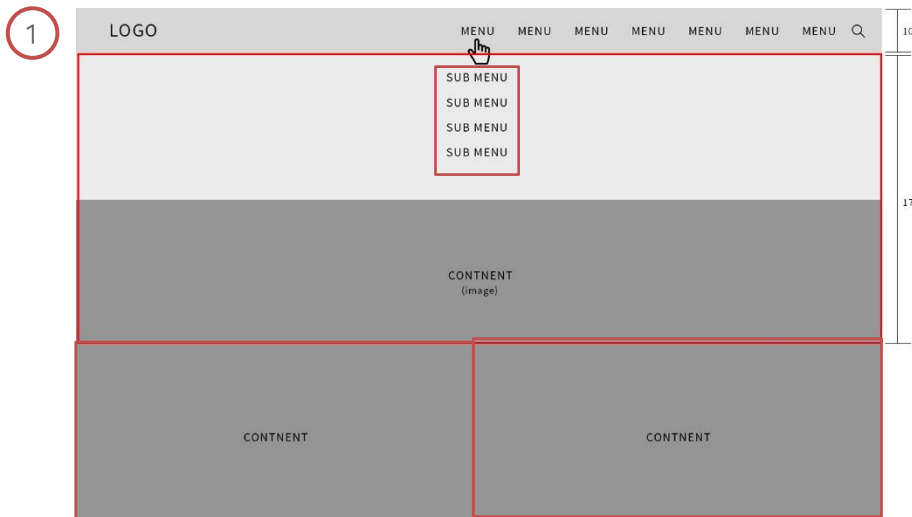
### 메인 페이지 , 리스트 페이지, 상세페이지 -스토리보드

- 페이지 주제 : 사이트 접속 직후부터 상품을 보러 가는 루트 에 대한 설명하는 과정을 와이어프레임으로 정리하였습니다.
- 페이지 기능 :  
Menu에 마우스 오버 시 서브 메뉴가 나타남  
돋보기아이콘을 이용하여 검색기능을 지원함  
indicator를 통해 자신의 위치 확인 가능  
로고를 클릭하여 main page로 돌아올 수 있음  
제품 상세페이지에선 주문과 장바구니를 사용할 수 있음  
제품 리스트 페이지에선 필터를 통해 찾고자 하는 제품에 대한 상세설정을 가능



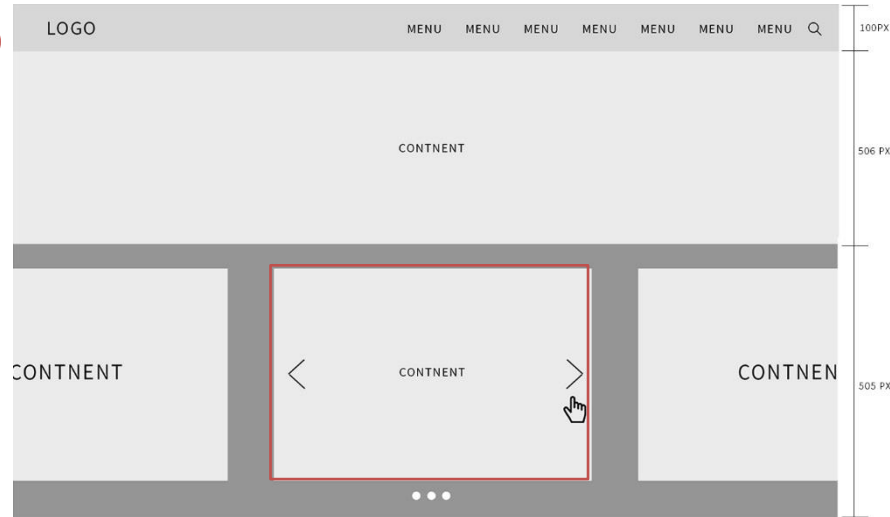
## 07. 화면설계

### 기업소개 페이지 -화면설계,스토리보드



메인페이지의 메뉴에서 서브메뉴를 통해 기업소개 페이지로 이동

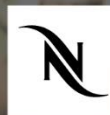
- 페이지 주제 : 메인페이지, 메뉴에서 서브메뉴를 통해 기업소개 페이지로 들어가는 경로, 기존 일관성없이 나열되어 있던 정보를 그룹화하였습니다.
- Content width : 1920px
- 12column width : 1300px
- Header height : 100px
- Sub\_page image\_height : 506px



네스프레소와 관련된 정보(기업소개)을 볼 수 있는 페이지

- 페이지 기능  
Menu에 마우스 오버 시 서브 메뉴가 나타남  
돋보기아이콘을 이용하여 검색기능을 지원함  
캐러셀(이미지갤러리)를 이용하여 컨텐츠별로 파악하기  
쉽게 리디자인하였습니다.

# 10. 스타일 가이드



## NESPRESSO SYTLE GUIDE

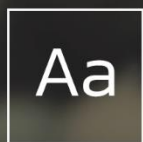
### Concept

#### 심플한 & 안정적인

네스프레소만의 기존 고급스러운 이미지를 살려 컨택트를 효과적으로 나타내기 위한 것을 최종 목적으로 잡았으며, 컬러와 서체 그리드 시스템 UI kit를 최대한 컨셉에 부합할 수 있게 하였습니다.

### Typography

네스프레소 웹디자인 리뉴얼 작업에 사용된 폰트로써 기존 네스프레소 사이트의 이미지를 차용하여 적용하였습니다.



영문사용

#### Kanit

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789



한글, 영문사용

#### Noto Sans CJK KR

가나다라마바사아자차카타파하  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

### UI Kit

GNB에 대한 스타일 가이드입니다. 로고와 메뉴들로 구성되어 있습니다.



logo

menu

※ GNB에 대한 스타일 가이드입니다. 로고와 메뉴들로 구성되어 있습니다.



main page에서 사용된 아이콘입니다.

### Color

화이트를 주조색으로 사용하고 갈색계열의 따뜻한 컬러를 보조색으로 사용하며 블랙과 레드계열의 컬러를 강조색으로 설정하였습니다.

#000000

#916d5b

#f05353

#ffffff

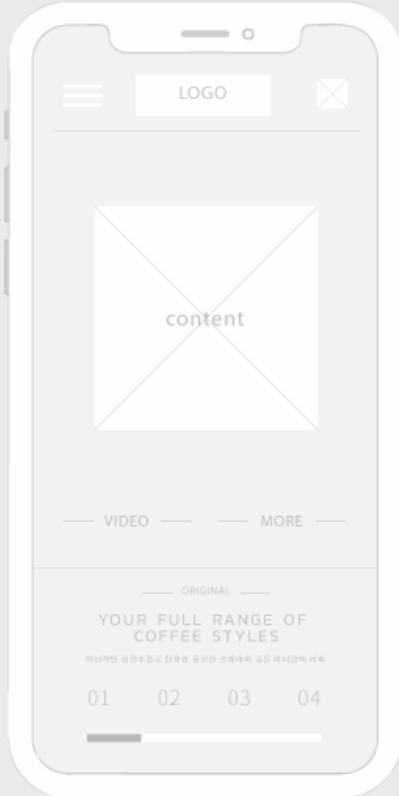
### Gird system

유연성 있는 레이아웃 배치를 위해 12단 그리드 시스템을 적용하였습니다.  
gutter: 35px column: 100px content-width: 1586px



12 Column grid system

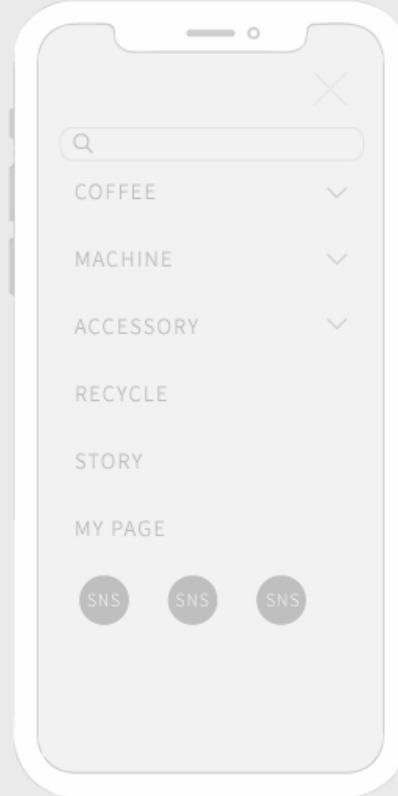
01



### 메인페이지

고해상도 이미지를 상단 백그라운드 배경으로 적용, 메인배너의 비디오, 더 많은 정보를 볼 수 있는 이동버튼을 배치 또 좌우로 스크롤하여 콘텐츠 이동을 표시해주는 스크롤 바를 하단에 배치

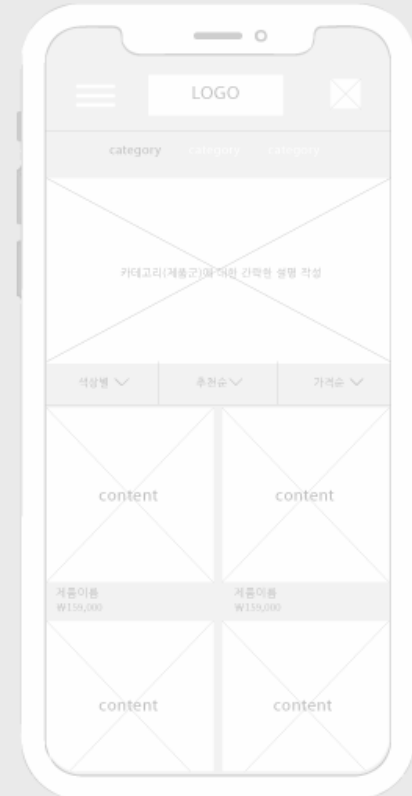
02



### 메뉴

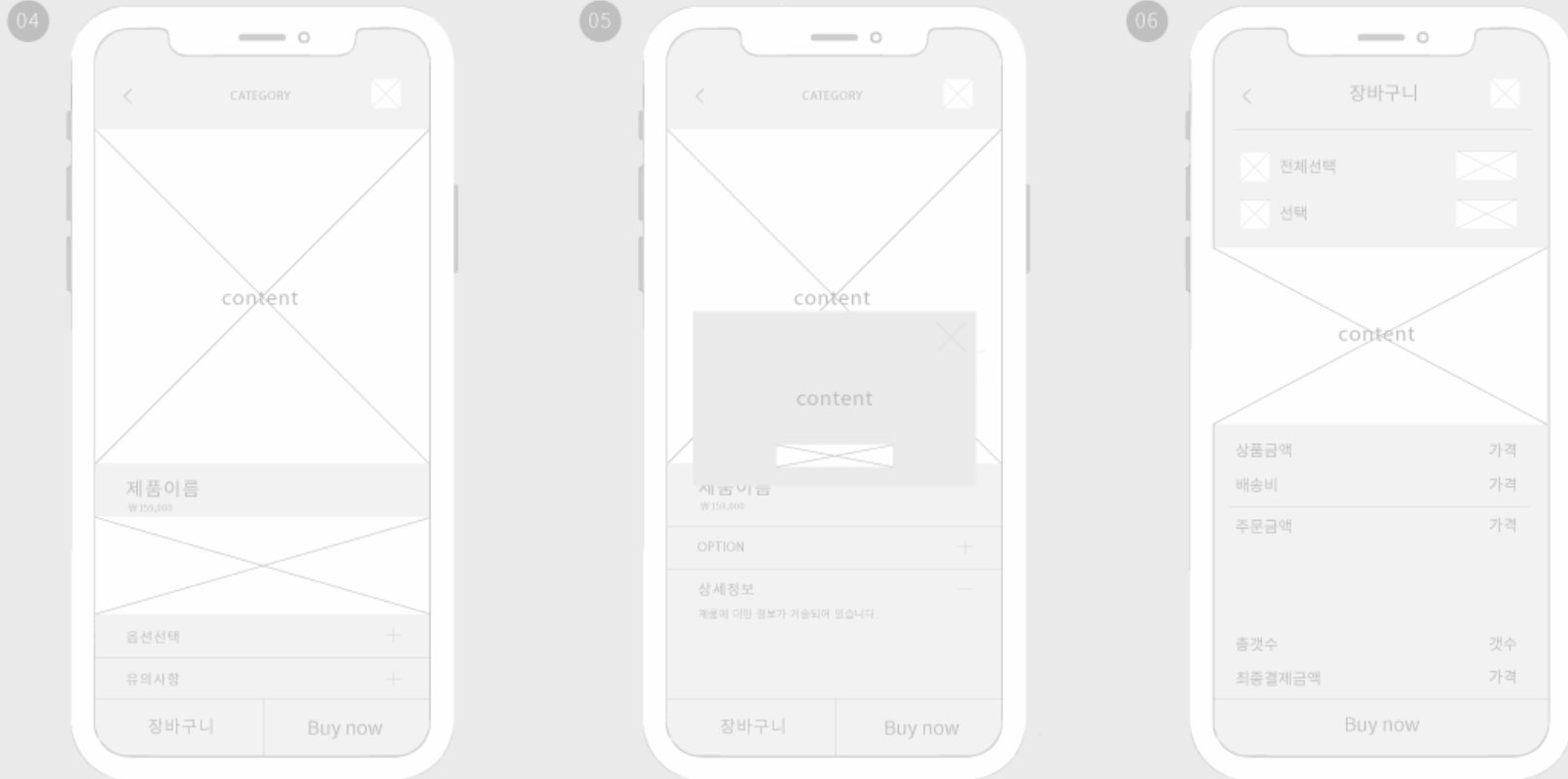
메인 페이지 왼쪽 상단에 있는 햄버거 메뉴 클릭 시 등장하는 메뉴입니다. 상단에 제품 검색이 가능한 검색창을 넣고 하단에는 SNS버튼을 위치

03



### 리스트 페이지

메뉴클릭 후 이동되는 페이지로 제품군에 대한 상세카테고리와 제품 선택 옵션과 제품들이 나열되어있습니다.



### 제품 상세페이지

제품을 구매할 수 있는 페이지입니다. 제품에 대한 정보, 가격, 색상과 같은 상세정보를 알 수 있으며 제품에 관한 옵션을 선택하여 구매, 장바구니 담기가 가능합니다.

### 장바구니 모달창

옵션선택 후 장바구니 버튼을 눌렀을 때 장바구니 이동, 계속해서 쇼핑을 선택하는 모달창이 나타납니다.

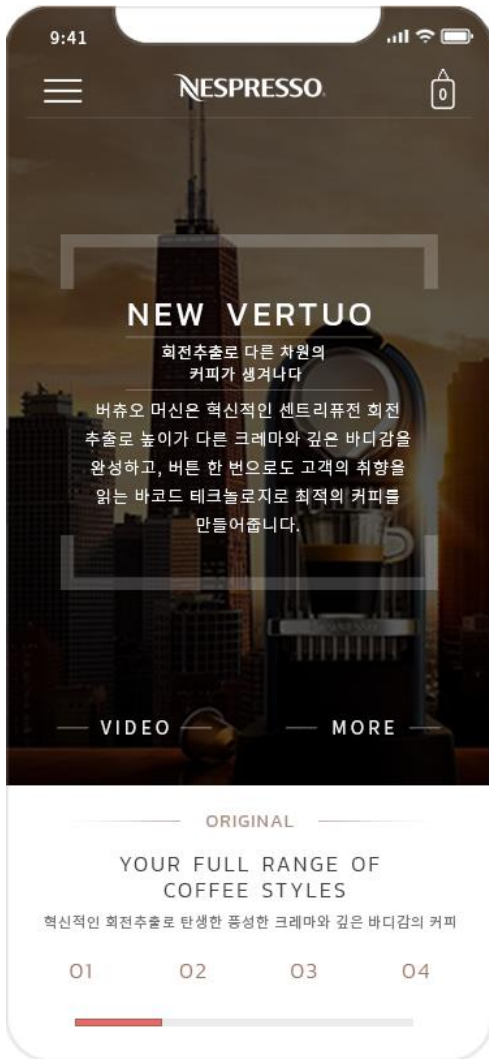
### 장바구니 페이지

장바구니 모달창에서 장바구니 이동했을 때 장바구니에 담긴 제품이 나타나는 페이지입니다.

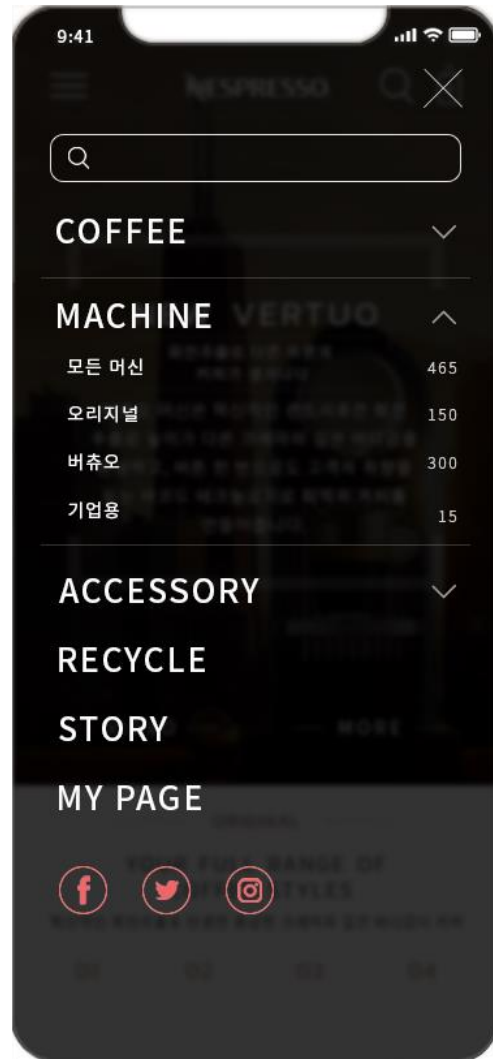


## 07. 모바일 앱 디자인

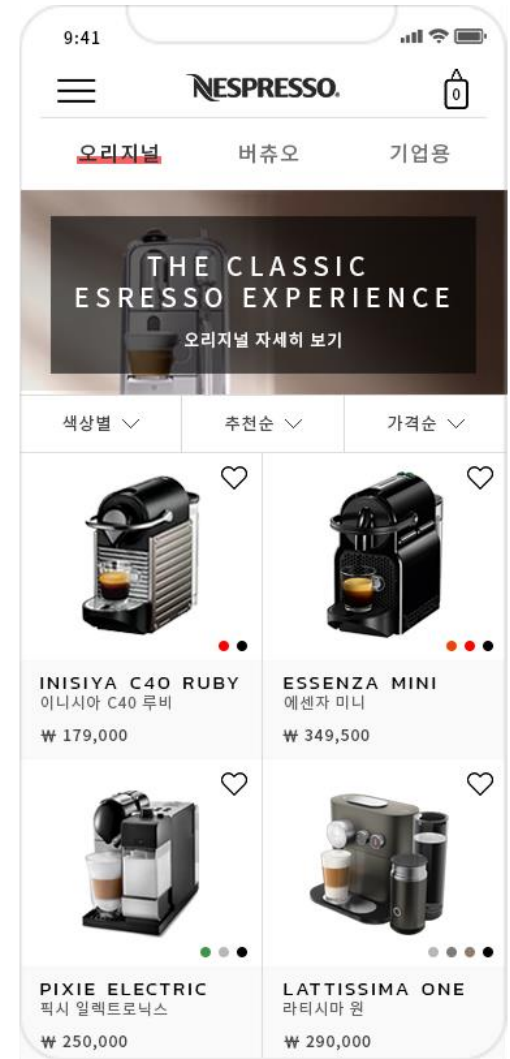
1.



2.

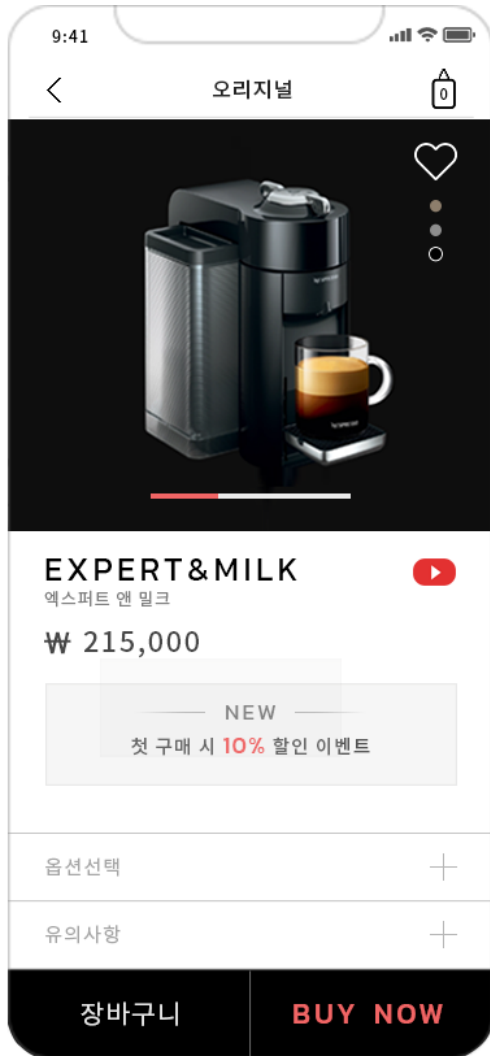


3.

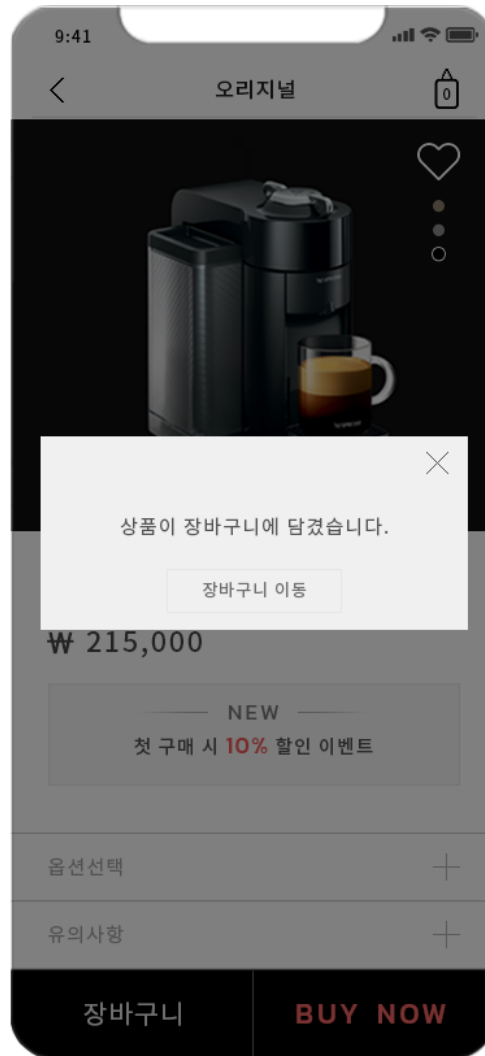


## 07. 모바일 앱 디자인

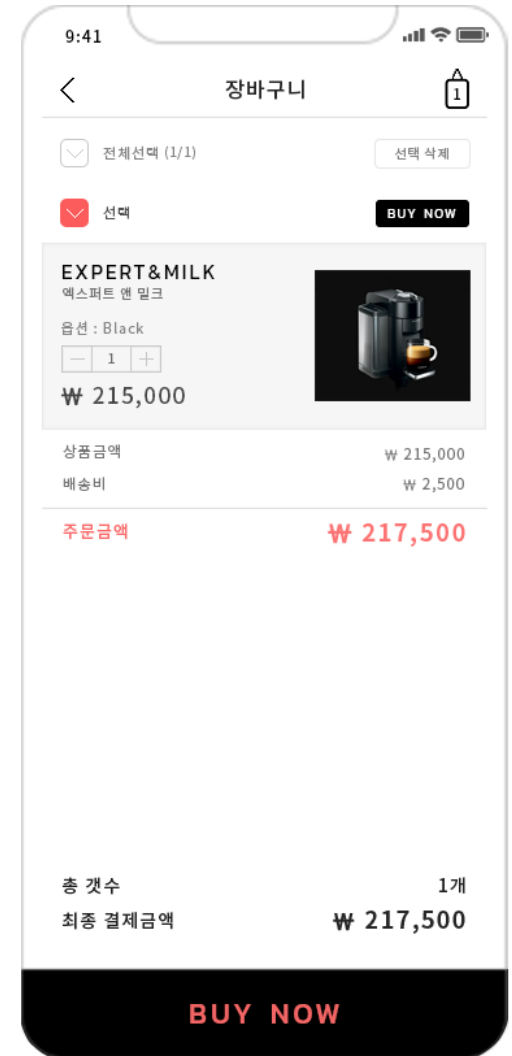
4.



5.



6.





네스프레소 웹사이트, 앱 디자인  
GUI 디자인

---

이은주  
010.9825.8687  
04dmswn@naver.com

