

Design

웹 디자인 리서치 조사

방승준

CONTENTS

01 웹 디자인 트렌드 (2024 ~ 2025)

Web design trends

02 리뉴얼 사이트

Renewal site

03 경쟁사 사이트

competitor site

Web design trends



음악을 넘어,

오디오의
즐거움까지

음악 그 이상을 채워보세요.

App Store

Microsoft

Naver VIBE의 웹사이트

01-1

웹 디자인 트렌드 (2024)

Web design trends

1) 대담한 타이포그래피

- 큰 글자와 맞춤형 폰트 사용으로 방문자에게 강렬한 인상을 줄 수 있음
- 깔끔한 레이아웃과 넓은 여백을 사용하여 콘텐츠에 집중 시킬 수 있음
- 직관적이고 확실한 임팩트를 줄 수 있음

Driving
invention

Mercedes-Benz Cars found the inspiration to transform their business model and the world.

SEE MORE

BCG Bright House의 웹사이트

Naver homepage in dark mode. The search bar is at the top, followed by a navigation bar with links like 메일, 카페, 블로그, 지식iN, 쇼핑, Pay, TV, 사전, 뉴스, 증권, 부동산, 지도, 영화, VIBE, 책, 웹툰, 더보기, 미세, 좋음, 초미세, 좋음, and 봉천동. Below the search bar is a news summary: 연합뉴스 > 오후 6시까지 서울 114명 확진...1주 전보다 27명 적어. The main content area shows news from various sources: 뉴스스탠드 (구독한 언론사, 전체언론사), 스포츠조선, The Korea Herald, NEWSIS, 중앙일보, 동아일보, 한겨레, KBS, 노컷뉴스, 한국경제, OhmyNews, SBS, 스포츠서울, 이데일리, 아시아경제, 한경비즈니스, 이코노미리뷰, KBS 광주방송, 엘스조선, 시사위크, 아시아투데이, 스포츠월드, UPI뉴스, Digital Today. A user profile for 'fano님' is visible on the right.

DARK MODE

2) 다크모드

Facebook homepage in dark mode. The left sidebar includes links for Search Facebook, Josephine Williams (Watch, Events, Friends, Memories), and Shortcuts (Undiscovered Eats, Weekend Trips, Jasper's Market, Red Table Talk Group, Best Hidden Hiking Trails). The main feed shows posts from Josephine Williams, Fiona Ozeri, and Dennis Han. A sponsored post for Lebo's Pizza is displayed. The right sidebar shows Birthdays (Jessica, Erica and 2 others have birthdays today), Contacts (Dennis Han, Eric Jones, Cynthia Lopez, Betty Chen, Tina Lim), and a FACEBOOK 웹사이트 link.

- 불필요한 에너지와 눈의 피로를 줄일 수 있음

- 가독성 향상, 시각적으로도 효과가 좋음

- 다양한 어두운 색상 사용으로 웹사이트를 더욱 돋보이게 만듦

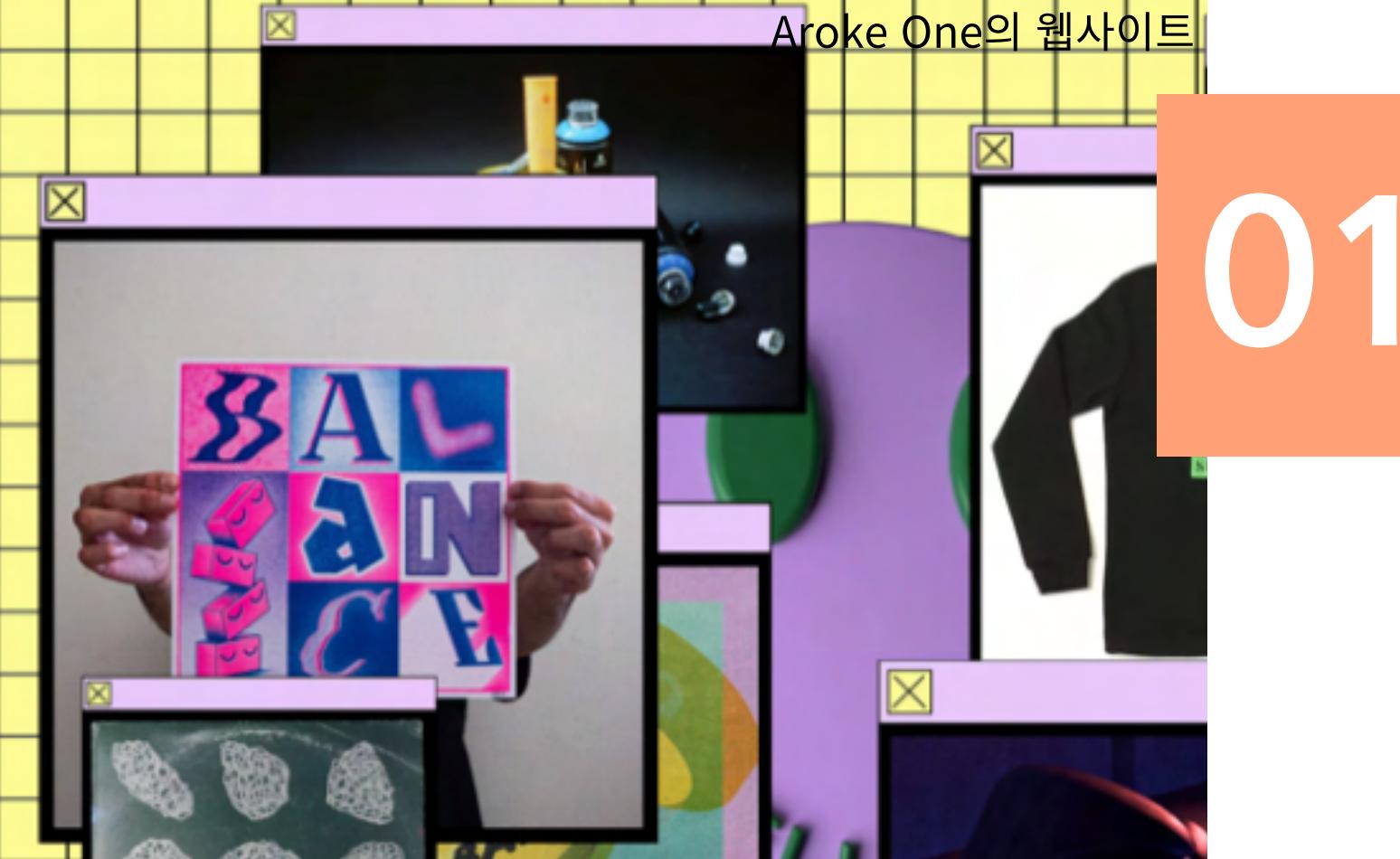
e may

artist,

nnection
of it even
the rest of
e taking
ifferent

es so if you
contact me
ther! *

Aroke One의 웹사이트



01-2

웹 디자인 트렌드 (2025)

Web design trends

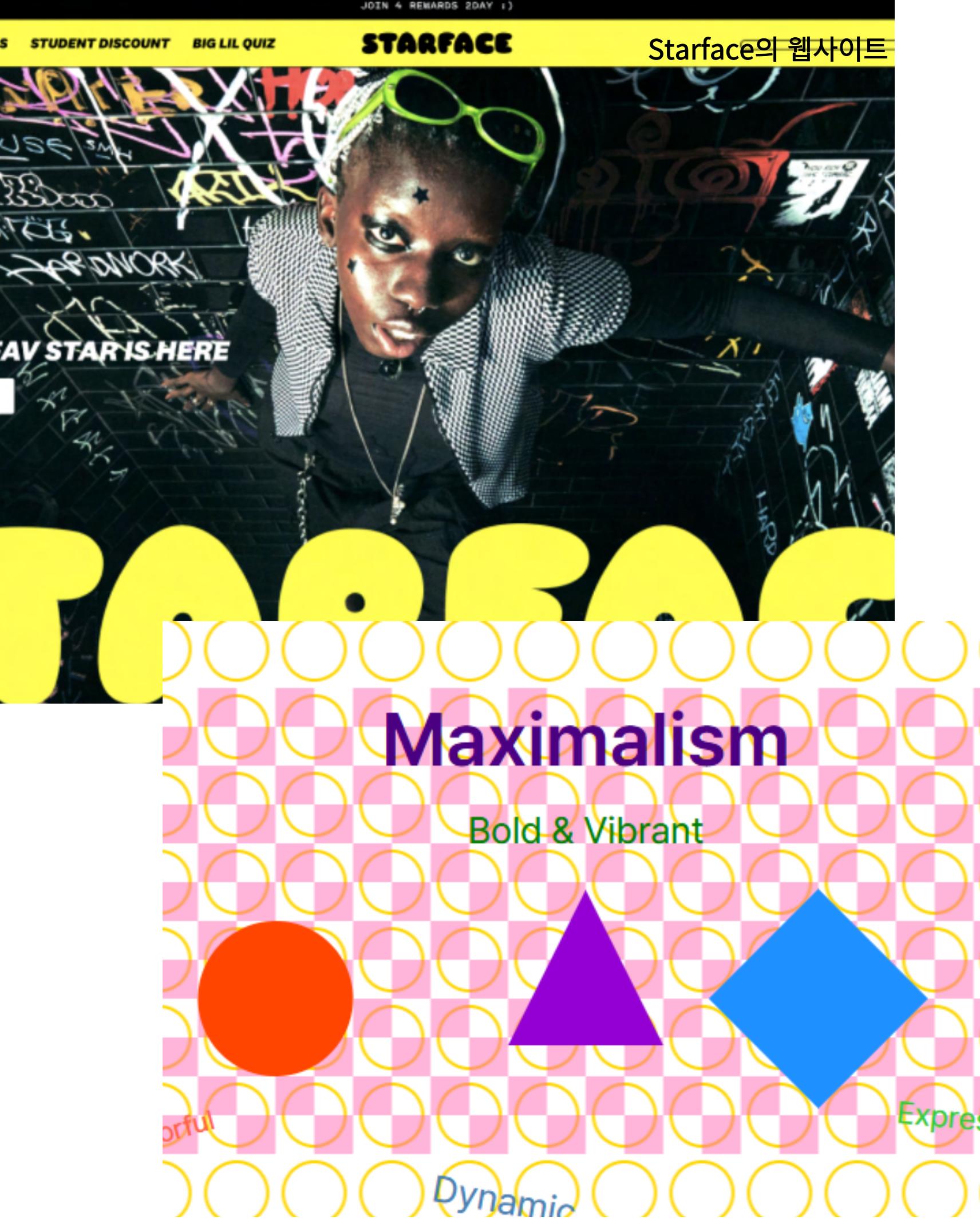
Web design trends

1) Y2K

- 밀레니얼 패션 트렌드, 오래된 인터페이스, 갑작스런 재부팅 등
옛날 감성들의 트렌드
- 밝고 쟁한 색상(핫핑크, 메탈릭 색상, 보라색, 노란색 등)과
플래시 시대의 기술 및 클립 아트의 로파이(Lo-Fi) 느낌이
시각적 언어 특징



shiqianpan의 웹사이트



Maximalism

2) 많으면 많을수록 좋다
(more is more is more)

- 비대칭적인 요소, 밝고 강한 느낌의 타이포그래피, 강렬한 색상, 활발한 움직임이 특징
- 단순함과 깔끔함보다 디자인 각각의 특징을 잡아, 자유자재로 배치해 어디서도 볼 수 없는 자신만의 디자인을 만듦

. 풍부한 시각적 요소로 다양한 이미지, 패턴, 텍스처를 활용

. 장식적 요소로 애니메이션, 일러스트레이션 등을 적극 활용



The original Website Carbon calculator

Estimate your web page carbon footprint:

Your web page address

Web page URL

Calculate

By using this carbon calculator, you agree to the information that

MA

STUDIO WORK

PREFACE

Formafantasma is a research-based design studio investigating the ecological, historical, political and social forces shaping the discipline of design today. Whether designing for a client or developing self-initiated projects, the studio applies the same rigorous attention to context, processes and details. Formafantasma's analytical nature translates in meticulous visual outcomes, products and strategies.

3) 친환경 웹디자인

- 자연의 색조와 텍스처를 활용하여 따뜻하고 차분한 느낌을 전달
- 흙빛 팔레트와 유기적 타이포그래피를 사용하여 자연 친화적인 이미지를 강조
- 인터넷으로 사용되는 에너지를 최소화



02

리뉴얼 사이트 Renewal site

The collage illustrates the updated website's focus on interactivity and visual appeal, featuring large, vibrant images and clear navigation.



브랜드 특징

세계적인 아이스크림 브랜드

베스킨라빈스(Baskin-Robbins)는 1945년 미국에서 설립된 글로벌 아이스크림 브랜드로, 31가지 다양한 맛('31 Flavors' 슬로건)을 강조하며 소비자에게 폭넓은 선택권을 제공함.

다양한 제품 라인업

아이스크림(싱글, 더블, 파인트, 쿼터, 패밀리, 하프갤런)
아이스크림 케이크

쉐이크, 블라스트, 음료(아포가토 등)
시즌 한정 및 지역 특화 제품 출시

트렌드 반영한 마케팅

시즌별, 한정판 맛 출시 (예: 핑크러브 맛, 할로윈 에디션 등)

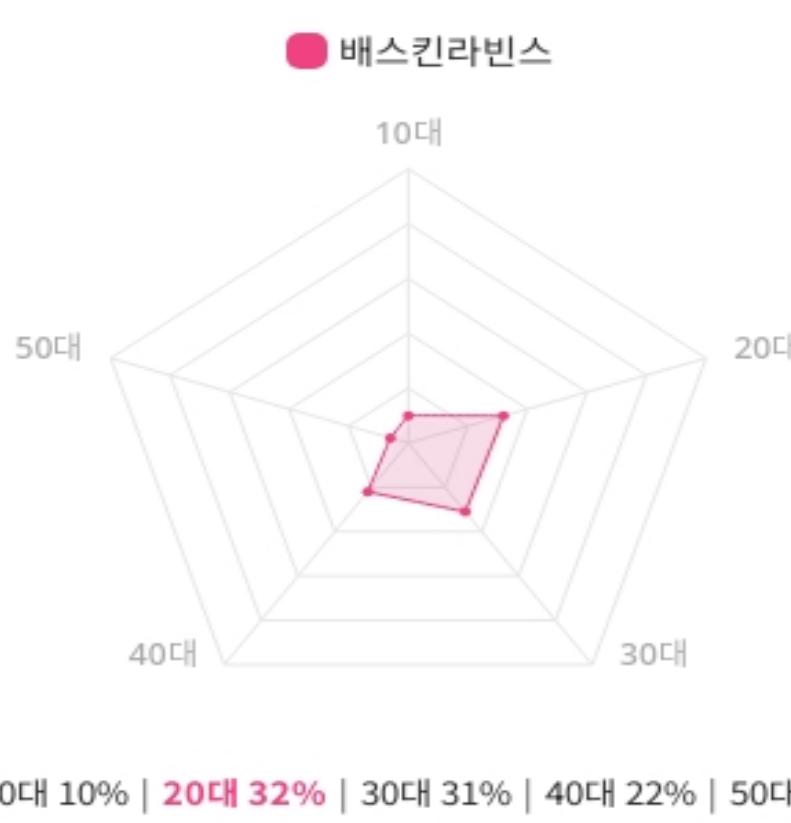
협업 제품 (예: 캐릭터 및 브랜드 콜라보)

MZ세대 겨냥한 SNS 마케팅 강화

02



베스킨라빈스 주요 고객층



MZ세대 (10~30대 중심)

인스타그램, 틱톡 등 SNS에 적극적으로 반응하는 세대
한정판, 콜라보 제품에 높은 관심
트렌디한 경험을 중요시함

가족 단위 고객 (30~40대 부모 + 어린이)

가족 소비 중심 (생일, 기념일에 아이스크림 케이크 소비 증가)
어린이 고객을 위한 캐릭터 콜라보 및 특별 제품 인기

배달 및 간편 소비 선호 고객

1~2인 가구 증가로 배달 주문 확대
간편하게 디저트를 즐기려는 고객층 공략

프리미엄 소비층

가격보다는 품질과 브랜드 가치를 중요시하는 고객
하겐다즈, 벤앤제리스와 경쟁하며 고급스러운 이미지 유지

베스킨라빈스 시장 경쟁

국내 아이스크림 시장

편의점 PB상품(와플콘, 돼지바 프리미엄 등),
수입 브랜드(하겐다즈, 벤앤제리스)
카페형 아이스크림(설빙, 젤라또)과 경쟁 중

주요 경쟁 브랜드

하겐다즈: 프리미엄 고급 브랜드
벤앤제리스: 유기농, 친환경 아이스크림
나뚜루: 국내 프리미엄 브랜드
설빙, 요거트 아이스크림 브랜드: 건강 지향 소비자 공략

03 경쟁사 사이트

competitor site



하겐다즈 (Häagen-Dazs)

브랜드 특징

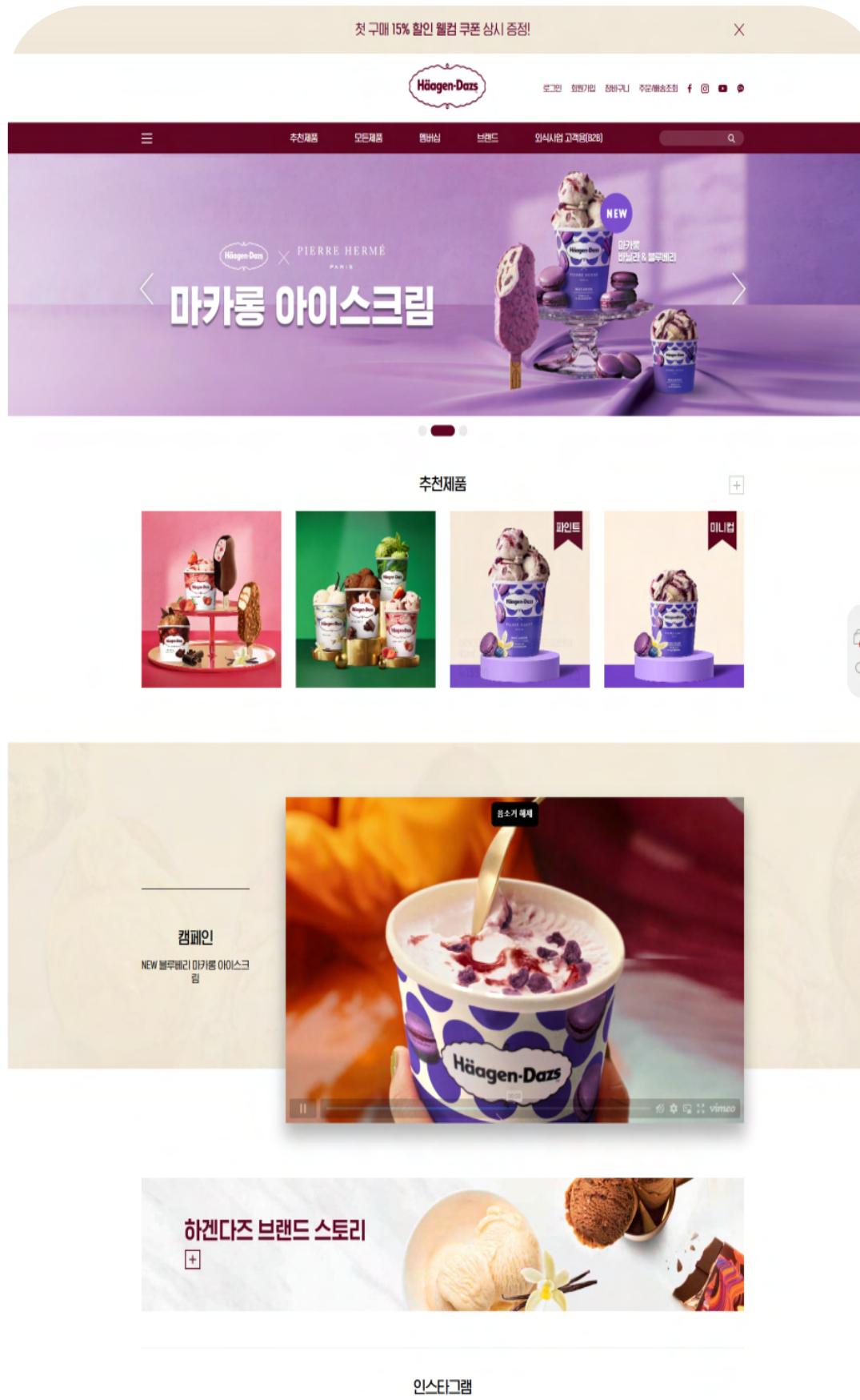
- 프리미엄 원료 사용 - 방부제, 인공색소, 인공향료 없이 100% 천연 원료 사용
- 부드럽고 진한 맛 - 고지방 함량으로 부드러운 질감 유지
- 클래식 & 럭셔리 이미지 - 고급스러운 패키지와 브랜딩
- 카페형 매장 운영 - 일부 지역에서 하겐다즈 전문 매장 운영

시장 환경 분석

- 고급 아이스크림 시장 대표 브랜드
- 마트, 편의점, 온라인몰 등 다양한 유통 채널 활용
- 주요 소비층: 20~40대 프리미엄 소비 성향이 강한 고객
- 국내에서 나뚜루, 벤앤제리스, 베스킨라빈스 등 경쟁
- 고가 정책 유지
- 가격이 높지만 '최고급 아이스크림'으로 포지셔닝
- 기념일, 선물용, 특별한 날 소비 증가



하겐다즈 (Häagen-Dazs)



장점

- 대형 배너와 제품 사진을 활용해 시각적으로 강렬한 인상 제공한다.
- 베이지, 버건디, 퍼플 톤을 활용하여 프리미엄 브랜드 느낌을 강조했다.
- 세련된 폰트와 이미지 배치로 고급스러움 유지한다.

단점

- 네비게이션 바에 있는 추천제품, 모든제품 라인을 눌렀을 때 나오는 부속 메뉴들의 글씨 색상이 회색이어서 가독성이 떨어진다.
- 추천 제품란에 마우스 커서를 올렸을 때 가격말고 다른 정보가 없어 아쉽다. (성분, 칼로리 등)
- 배경색과 텍스트 색상의 명암 대비가 약해 일부 내용이 흐릿해보인다.

03

벤앤제리스 (Ben & Jerry's)



벤앤제리스 (Ben & Jerry's)

브랜드 특징

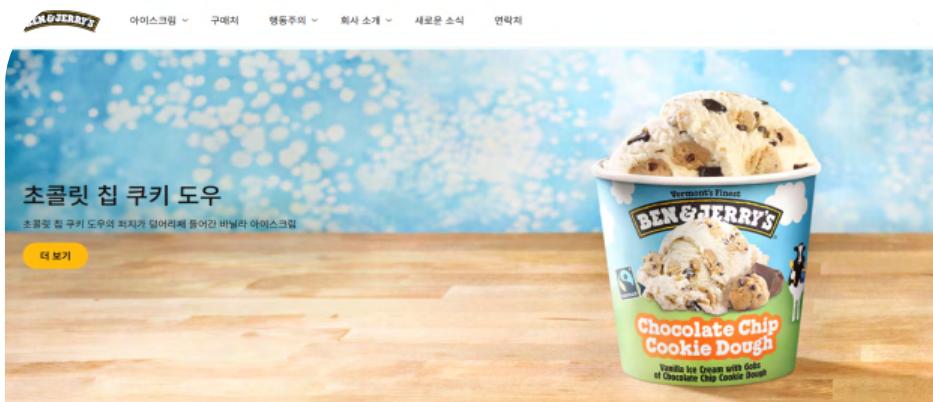
- 독창적인 맛 – Chunky 스타일로 초콜릿, 쿠키, 견과류 등 다양한 토핑 포함
- 프리미엄 원료 – 공정무역 인증 원료, 유기농 우유 및 천연 재료 사용
- 윤리적 브랜드 – 동물 복지, 친환경 경영, 사회적 이슈 적극 참여
- 유쾌한 브랜딩 – 재치 있는 제품명과 감각적인 패키지 디자인

시장 환경 분석

- 프리미엄 아이스크림 브랜드 – 개성 있는 맛과 윤리적 가치를 강조
- 다양한 유통 채널 활용 – 마트, 편의점, 온라인몰, 직영 매장 운영
- 주요 소비층 – 20~40대 개성과 가치 소비를 중시하는 고객층
- 국내 경쟁 브랜드 – 나뚜루, 하겐다즈, 베스킨라빈스 등과 경쟁
- 고가 정책 유지 – 프리미엄 포지셔닝, 가치 소비 트렌드와 맞물려 인기
- SNS 마케팅 강점 – 감각적인 콘텐츠로 소비자와 활발히 소통



벤앤제리스 (Ben & Jerry's)



아이스크림 받아보기
지금 가까운 판매처나 딜리버리 배장 찾아보기

[아이스크림 받아보기](#)



우리는 아이스크림 만드는 일을 사랑합니다. 하지만 세상을 더 나은 곳으로 만들기 위한 노력들이 우리의 일에 더 큰 의미를 부여합니다.



장점

- 2025년 트렌드에 맞는 친환경적 디자인으로 친환경, 사회적 가치, 공정 무역 등의 브랜드 철학을 강조하는 섹션 구성했다.
- 주요 버튼(예: "더 보기", "아이스크림 받아보기")이 눈에 잘 띠는 색상(노란색)으로 배치되어 클릭 유도 효과가 좋다.
- 가독성이 높은 글꼴과 적절한 여백 사용으로 내용이 쉽게 보인다.

단점

- 일부구역은 텍스트가 많은 반면, 이미지가 부족해 지루하게 보인다.
- 추천 제품란에 마우스 커서를 올렸을 때 가격 등 정보가 없는 것이 아쉽다.
- 검색아이콘이 작아서 찾기에 불편하다.

03

나뚜루 (Natuur)



나뚜루 (Natuur)

브랜드 특징

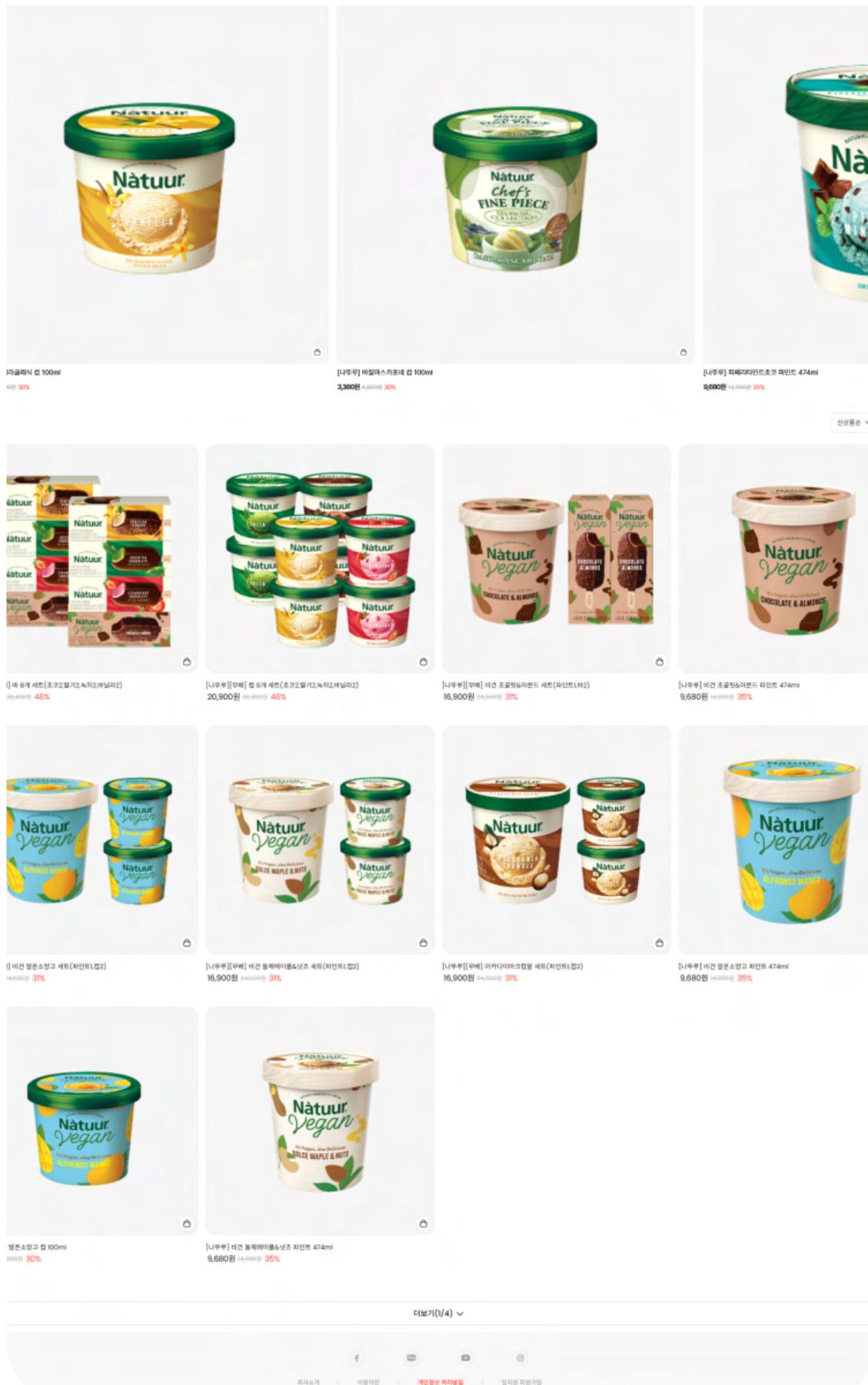
- 자연주의 콘셉트 - 인공 첨가물 최소화, 신선한 원료 사용
- 프리미엄 원료 - 국내산 우유·생크림으로 깊고 부드러운 맛 강조
- 건강한 이미지 - 트랜스지방 0%, 합성 착색료·보존료 미사용
- 친환경 활동 - 지속 가능한 생산 방식, 친환경 패키지 도입

시장 환경 분석

- 고급 아이스크림 시장 대표 브랜드
- 다양한 유통 채널 활용 - 마트, 편의점, 온라인몰 등에서 판매
- 주요 소비층 - 20~40대 프리미엄 소비 성향이 강한 고객층 타깃
- 국내 경쟁 브랜드 - 나뚜루, 벤앤제리스, 베스킨라빈스 등과 경쟁
- 고가 정책 유지 - '최고급 아이스크림'으로 포지셔닝
- 특별한 날 소비 증가 - 기념일, 선물용 등 특별한 날 찾는 수요 확대



나뚜루 (Natuur)



장점

- 2025년 트렌드에 맞는 친환경적 디자인으로 그린과 브라운 톤을 활용하여 자연 친화적인 브랜드 이미지를 효과적으로 전달한다.
- 메인 페이지에서 다양한 아이스크림 제품을 강조하여 방문자가 쉽게 제품 정보를 접할 수 있다.
- 다양한 메뉴들을 더보기란을 통해 복잡하지 않게 했다.

단점

- 일부 이미지들의 화질이 떨어져 불편함을 준다.
- 애니메이션이나 인터랙티브한 요소가 부족해 트렌드에 비해 정적인 느낌이다.
- 소셜, 미디어 아이콘들이 눈에 띄지 않아 접근성이 부족하다.

THANK
YOU