

모바일 & 데스크톱을 위한

# 웹 기획 프로세스



Part 02. 웹 기획 기초와 설계

**05. 웹사이트 분석**

# 목차

1. 환경 분석
2. 사용자 분석
3. 웹사이트 평가
4. 벤치마킹

# 01. 환경 분석

---

## ■ 요구사항 분석

- 프로젝트를 진행하기 전에 **‘어떤 성격의 프로젝트인지’, ‘프로젝트를 왜 만들고 고객이 프로젝트를 통해 무엇을 원하는지’, ‘필수 조건이나 제한 조건은 무엇인지’**와 같은 전체적인 요구사항을 분석하여 프로젝트의 방향을 설정해야 한다.

# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 국가통계포털



# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 삼성경제연구소

The screenshot displays the SERI.org website, which is the Knowledge Hub for Creative Solutions. The header includes navigation links for SERI 보고서, SERI 북, 열린자식존, 인포센터, and SERI포럼. A search bar is located at the top right. The main content area is divided into several sections:

- SERI 북**: Features a report titled "4차 산업혁명, 일과 경계를 바꾸다" (4th Industrial Revolution, Changing Work and Leisure Boundaries) with a sub-header "새로운 혁명의 시대, 일과 경계의 세계는 어떻게 달라질까? 조직과 일자리 문제부터 인력 확보와 양성, 인사제도, 조직문화와 리더십, 노사관계와 노동법 이슈에 이르기까지, 또 다시 시작된 산업혁명의 시대에 기..."
- 공지사항**: Includes a notice about a special issue of [Creative Hub] for the 2018 Spring.
- 상시채용안내**: A section titled "Power of SERI, SERIian" with a sub-header "실리콘밸리 사람들은 어떻게 일할까?" (How do Silicon Valley people work?).
- 전문매거진 S**: Features a report titled "4차 산업혁명 시대 HR의 사명 使命" (The Mission of HR in the 4th Industrial Revolution Era) with a sub-header "짧은 인사관리" (Short HR Management).
- 다지털 시대의 채용, 어디까지 왔나** (Digital Era Recruitment, Where Have We Come To) with a sub-header "HR Insight".
- 연구기관 자료존**: Lists research reports from various institutions, including "2018년 상반기 브라질 경제 동향 및 시장 정보" (Brazil Economic Trends and Market Information in the First Half of 2018) and "2018년 상반기 인도 경제 동향 및 시장 정보" (India Economic Trends and Market Information in the First Half of 2018).
- 공공기관자료존**: Lists public institution research reports, including "2018년 Vol.06 사이버보안의 현황과 과제..." (Current Status and Challenges of Cybersecurity in 2018, Vol. 06) and "주요기술동향 1853호" (Major Technology Trends 1853).

The left sidebar features a large illustration of a tiger and the text "SERI와 회원이 함께 만들어가는 열린 지식생태계" (A Open Knowledge Ecosystem Created Together by SERI and Members). Below this is a "포럼 TOP 50" section listing top forum topics.

# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 코리안클릭

**n** SOLUTIONS INSIGHTS TOP 10 PRESS ABOUT CONTACT US English CLIENT LOGIN

# NIELSEN KOREANCLICK PC/MOBILE AUDIENCE MEASUREMENT

닐슨코리안클릭은 PC와 Mobile 이용행태 측정을 통해 미디어 플래닝, 광고효과 분석 등을 수행하는 기초자료를 제공하며, e비즈니스 전략 수립 컨설팅 서비스를 제공합니다.

[내용 바로가기](#)

**제 46차 인터넷 사용자  
실태 조사보고서**

국내 인터넷 사용자의 PC 및 Mobile 이용행태를 분석하기 위한

[Download >](#)

**Global Advdiv Pulse Lite  
2016 Q1**

Global Advertising Trends and Forecasts

[Download >](#)

**2018 닐슨 미디어 리서치  
리포트 인쇄본 수정  
조건표**

이중적 미디어 시장: 집중의 강화와 경쟁의 심화

[Download >](#)

# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 인터넷통계정보검색시스템



# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

### • 랭키닷컴



(a) 메인 페이지

**업 TOP 100**

주간순위: 2018년 07월 02주(07/08 ~ 07/14)

1 위 ~ 100 위까지 검색

모바일 사이트

사이트 TOP 100

사이트 정보

모바일 서비스 안내

※ 순위/데이터를 보시고자 하시는 모바일 앱/사이트가 없으실 경우 ranky@ranky.com: 02-2135-0100로 알려주시면 확인 후 처리해 드리겠습니다

전체순위	모바일 앱명	카테고리명	도달률	이용자수	발행글 이용자수	가점정보	채무정보
1	카카오톡	메신저	예	예	예	예	보기
2	Google Play 스토어	앱/컨텐츠스토어	예	예	예	예	보기
3	네이버	검색/포털	예	예	예	예	보기
4	YouTube	동영상/방송	예	예	예	예	보기
5	Google (구글검색)	검색/포털	예	예	예	예	보기
6	페이스북	커뮤니케이션	예	예	예	예	보기
7	밴드	커뮤니케이션	예	예	예	예	보기
8	T전화	기타 유틸리티	예	예	예	예	보기
9	Instagram	커뮤니케이션	예	예	예	예	보기
10	카카오스토리	커뮤니케이션	예	예	예	예	보기
11	Samsung Pay(삼성페이)	금융/결제 기타	예	예	예	예	보기
12	네이버 카페	커뮤니케이션	예	예	예	예	보기
13	일본	음악/라디오	예	예	예	예	보기

(b) 앱 TOP 100



# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 공공데이터포털



# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 소셜매트릭스



(a) 메인 페이지

# 01. 환경 분석

## ■ 통계 웹사이트를 활용한 정확한 정보 확보

- 소셜매트릭스



(b) 연관어 맵의 예



(c) 소셜 검색의 예

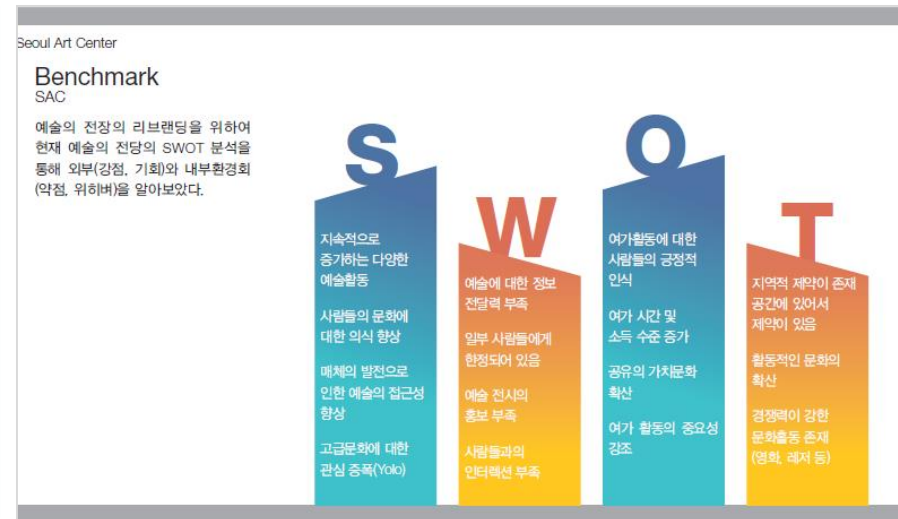
# 01. 환경 분석

## ■ SWOT 분석

- SWOT 분석은 프로젝트 상황 분석 및 전략 수립을 위한 필수 기법으로, 기업의 내부와 외부 환경을 분석하여 강점과 약점을 찾아내고 기회와 위협 요인을 도출할 수 있는 도구이다.

목적	꽃 유통/정보 제공		
목표	꽃을 일상에서 즐기는 핀란드 문화 전파/유통 브랜드 창출		
외부 환경	내부 환경	<b>강점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '꽃 정기구독 서비스'로 접근성↑</li> <li>• 동일 업계 웹사이트와의 차별성</li> </ul>	<b>약점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 웹사이트의 홍보 부족</li> <li>• 서비스 구조 미흡</li> </ul>
	기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 꽃에 대한 관심도 증가</li> <li>• 화훼 시장 규모 증가</li> <li>• '나를 위한 작은 사치' 문화</li> <li>• DIY 시장 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIY 시장 겨냥한 서비스 구축</li> </ul>
	위협	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 꽃 소비를 증진시키기 위한 서비스 확대</li> <li>• '정기구독 서비스' 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 웹사이트 홍보 강화</li> <li>• 선물/축하 용도 이외의 구매 목적 확립</li> </ul>

(a) SWOT 분석 사례 ①

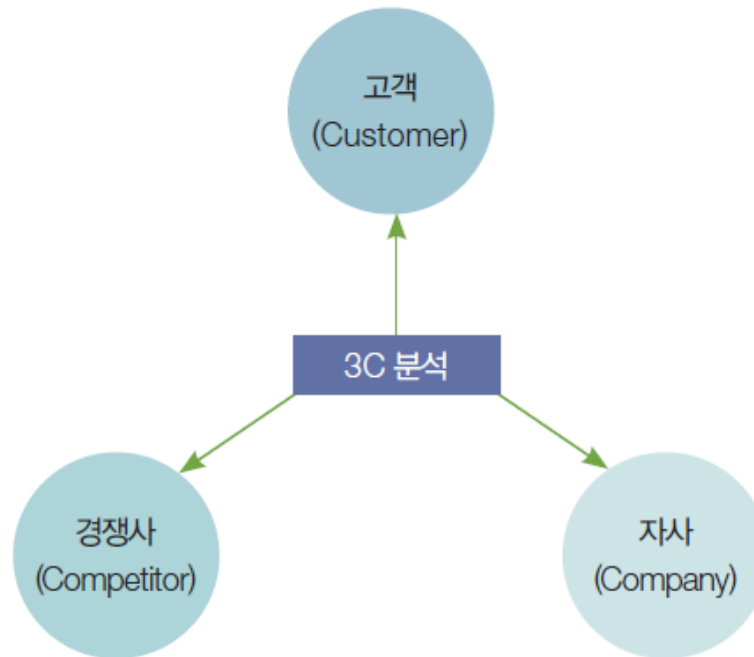


(b) SWOT 분석 사례 ②

# 01. 환경 분석

## ■ 3C 분석

- 3C 분석은 같은 고객을 대상으로 한 경쟁사를 자사와 비교 분석하고 차별화하여 어떻게 경쟁에서 이길 것인지를 찾아내는 분석 방법이다.



[3C 분석]

## 02. 사용자 분석

### ■ 웹 사용자의 정의

- 사용자를 이해한다는 것은 특정 상황에서 사용자의 인지적, 감성적, 행위적 특성을 발견하는 것으로, 이를 통해 사용자의 니즈를 도출할 수 있기 때문에 매우 중요하다.
- ① 사용자는 누구인가? 사용자의 유형 · 형태 · 속성은 어떠한가?
- ② 사용자의 일상 생활은 어떠한가? 이것은 우리의 비즈니스와 어떻게 연관되는가?
- ③ 사용자는 온라인에서 어떤 가치를 중요하게 생각하는가? 예) 속도, 가격, 편리함, 다양성, 심도 있는 정보
- ④ 사용자는 정보를 어떻게 이용하나?
- ⑤ 사용자가 진정으로 원하는 것이 무엇인가? 어떤 서비스, 콘텐츠, 기능이 필요한가?
- ⑥ 사용자는 이러한 서비스나 콘텐츠, 기능이 어떠한 방식으로 제공되기를 바라는가?
- ⑦ 이로 인한 사용자의 만족이 비즈니스의 성공에 어떻게 기여하는가?

## 02. 사용자 분석

### ■ 웹 사용자의 정의 : 모바일 사용자의 정황

- 모바일 서비스를 사용할 사람은 누구인가?
- 사용할 사람에 대해서 무엇을 알고 있는가?
- 사용자는 만들고자 하는 웹사이트를 어떤 상황에서 접속하는가?
- 모바일 기기가 손 안에 들려 있는가? 아니면 주머니에 있는가?
- 모바일 기기를 어떻게 잡고 있는가? 가로로? 세로로?

## 02. 사용자 분석

### ■ 웹 사용자의 정의 : 모바일 사용자의 과업 공간

- 사용자의 목적을 파악하라.
- 목적을 이해했다면 사용자가 하려는 작업을 파악하라.
- 사용자는 언제 모바일을 사용하게 될 것인가?
- 짧은 시간밖에 집중하지 못하는 직장에서 할 것인가? 아니면 기차를 기다리는 등 남는 시간에 할 것인가?
- 운전 중인가? 아니면 길을 걸어가며 이어폰으로 음악을 듣고 있는 중인가?
- 사용자는 그때 하려고 하는 작업이 무엇인가?



## 02. 사용자 분석

---

### ■ 웹 사용자의 정의 : 모바일 사용자의 물리적 환경

- 사용자는 어디에 있는가?
- 사용자는 공공 장소에 있는가? 아니면 사적인 장소에 있는가?
- 실내에 있는가? 실외에 있는가?
- 낮인가? 밤인가?

## 02. 사용자 분석

---

### ■ 웹 사용자의 정의 : 모바일 사용자의 사회적 환경

- 사용자는 왜 우리 웹 서비스를 사용할 것인가?
- 사용자는 어떤 가치를 얻게 될 것인가?

## 02. 사용자 분석

---

### ■ 사용자 관점에서 문제점을 발견하는 방법

- ① 설문이나 조사를 통한 문제점 발견
- ② 사용자 입장에서 바라보는 기획자의 발견

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 관점에서 문제점을 발견하는 방법

- ① 포커스 그룹 인터뷰(FGI)
- ② 고객의 소리(VOC)
- ③ 사용성 테스트(UT)
- ④ 고객여정지도
- ⑤ 현존하는 고객 데이터베이스에서 분석하는 방법
- ⑥ 설문조사, 리서치를 이용하는 방법
- ⑦ 로고 분석 데이터를 이용하는 방법



## 02. 사용자 분석

---

### ■ 웹사이트의 타겟 사용자

- 타겟 사용자층을 정의하는 이유는 특정 타겟 사용자의 기호와 행동 패턴에 맞는 웹사이트를 만들기 위해서이다.
- 타겟 사용자의 특성을 파악한다는 것의 또 다른 의미는 핵심 타겟 사용자층과 다른 사용자층과의 차이점을 파악한다는 의미도 될 수 있다

## 02. 사용자 분석

### ■ 웹사이트의 타겟 사용자

소비 트렌드 환경	특징	타겟 사용자 구분 예
친환경(ECO)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 개인의 삶뿐만 아니라 전 세계의 환경 보호를 위한 소비 문화를 추구</li></ul>	친환경 제품을 선호하는 아이를 키우는 엄마
가족(Family)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 새로운 가족 개념이 생겨나면서 과거와 다른 변형된 가족 형태 등장</li><li>• 대안 가족·디지털 실버족·패치워크 가족 등의 등장</li></ul>	맞벌이 육아맘, 재취업을 희망하는 실버 세대
싱글(Single)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 생활 방식의 변화 때문에 나홀로 삶을 즐기는 1인 가구 증가</li><li>• 골드미스, 비혼족, 반려동물의 증가</li></ul>	자취하는 대학생, 전문직종의 골드미스, 반려동물을 키우는 1인가구 직장인
스마트(Smart)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 똑똑한 소비자</li><li>• 판매형 소비자, 절약형 소비자, 정보형 소비자 등으로 진화</li><li>• 프로슈머 등의 새로운 소비자 개념 등장</li></ul>	육아 비용을 아끼고자 하는 다둥이 엄마

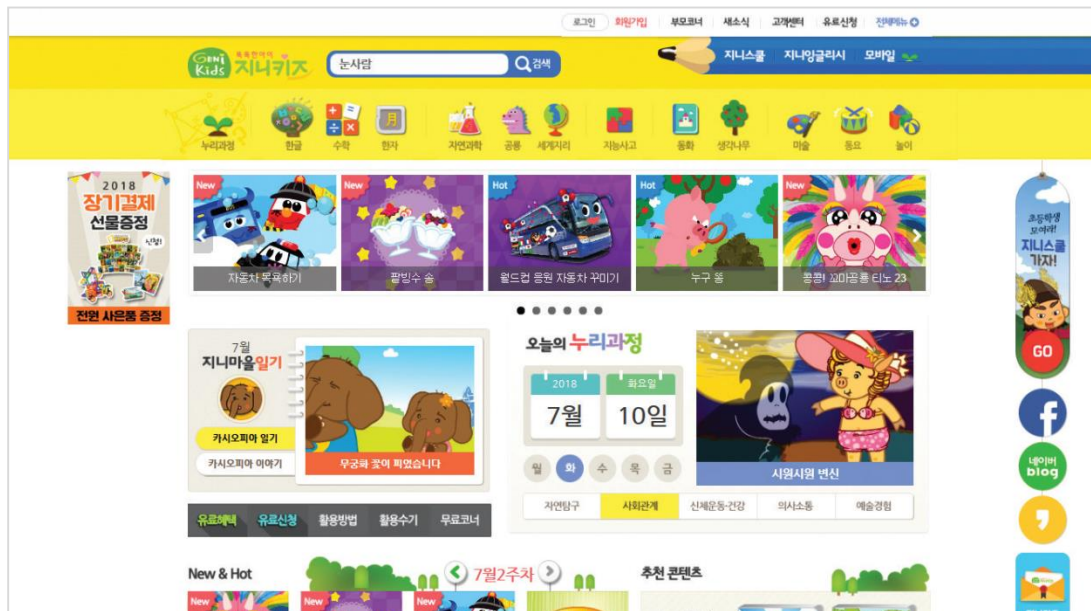
[소비 트렌드 환경에 따른 타겟 사용자 구분]

## 02. 사용자 분석

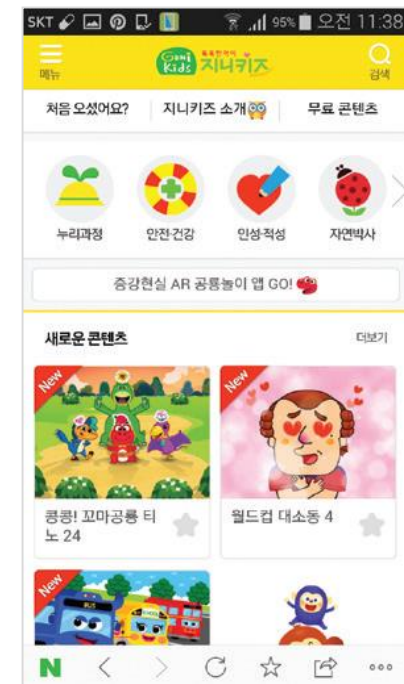
### ■ 타깃 사용자의 연령을 고려하여 기획된 웹사이트

[사례 5-1] 어린이를 위한 웹사이트

- 지니키즈(<http://www.genikids.com>)



데스크톱 웹사이트



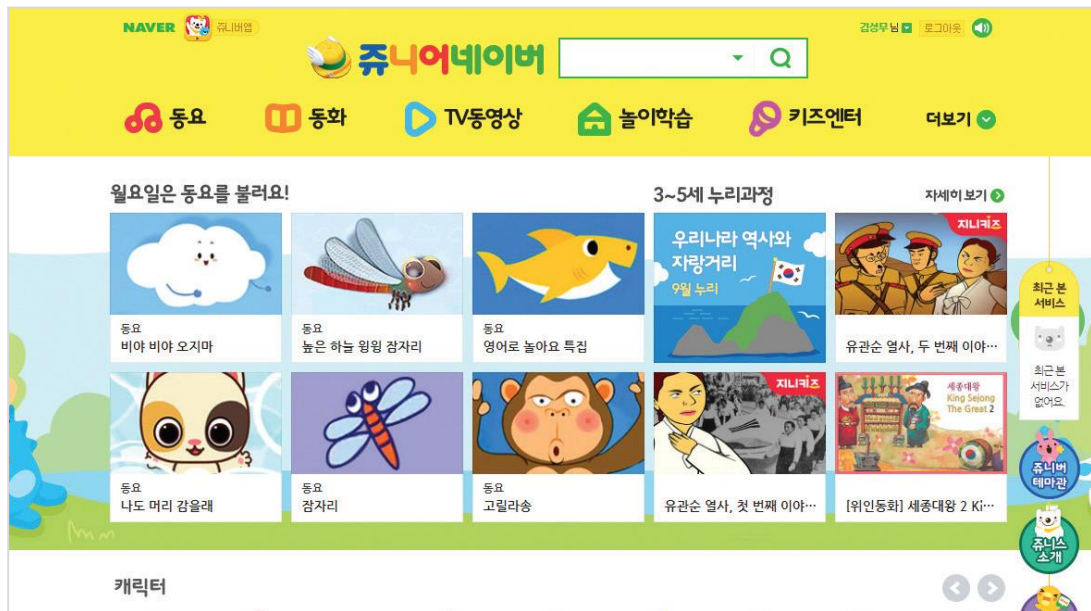
모바일 웹사이트

## 02. 사용자 분석

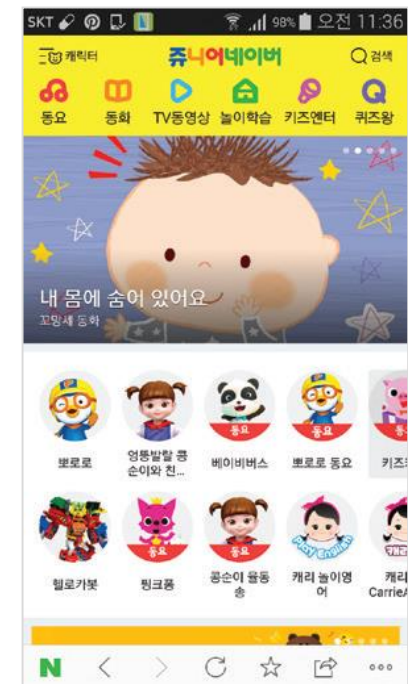
### ■ 타깃 사용자의 연령을 고려하여 기획된 웹사이트

[사례 5-1] 어린이를 위한 웹사이트

- 주니어네이버(<http://jr.naver.com>)



데스크톱 웹사이트



모바일 웹사이트

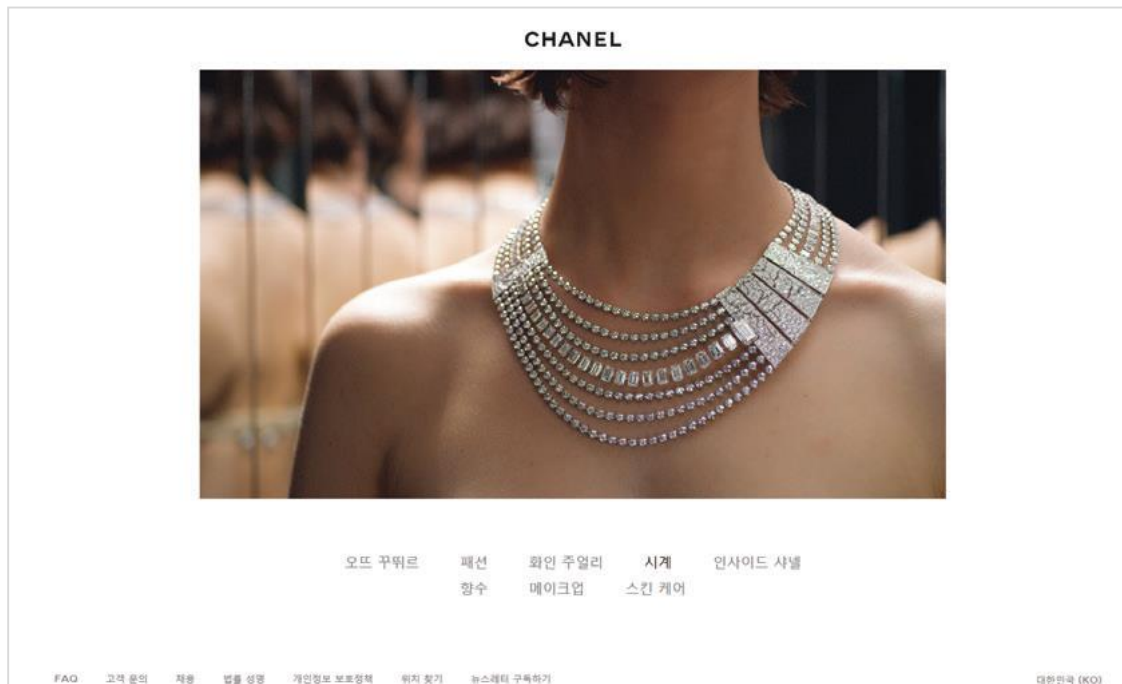


## 02. 사용자 분석

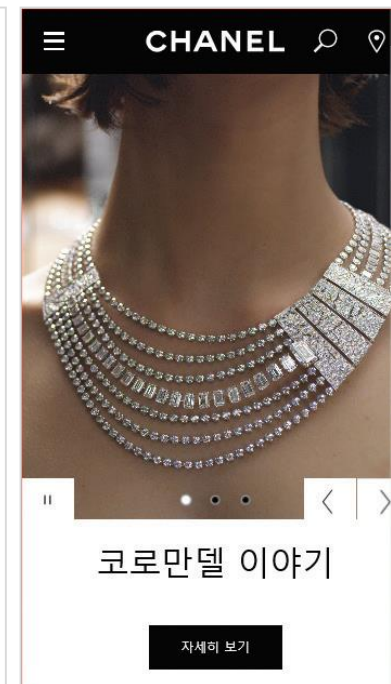
### ■ 타깃 사용자의 연령을 고려하여 기획된 웹사이트

[사례 5-2] 절제된 디자인을 보여주는 웹사이트

- 샤넬([http://www.chanel.com/ko\\_KR/](http://www.chanel.com/ko_KR/))



데스크톱 웹사이트



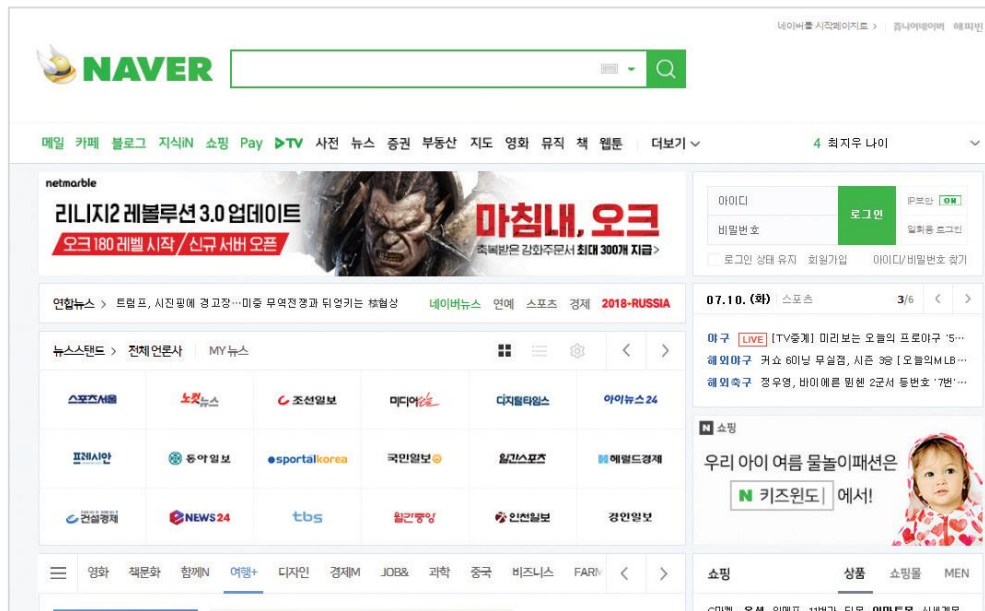
모바일 웹사이트

## 02. 사용자 분석

### ■ 타겟 사용자의 연령을 고려하여 기획된 웹사이트

[사례 5-3] 연령에 따른 포털 사이트 인터페이스

- 주니어네이버(<http://jr.naver.com>)



성인을 타겟으로 한 메인 페이지



어린이를 타겟으로 한 메인 페이지

## 02. 사용자 분석

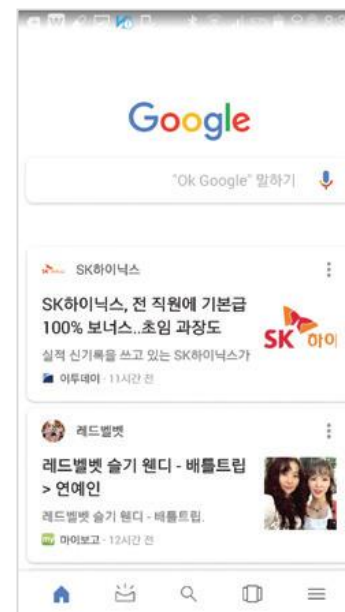
### ■ 빠른 정보 전달이 목적인 포털 사이트

#### [사례 5-4] 정보 전달이 목적인 포털 사이트

- 구글(<https://www.google.co.kr>)



(a) 데스크톱 웹사이트



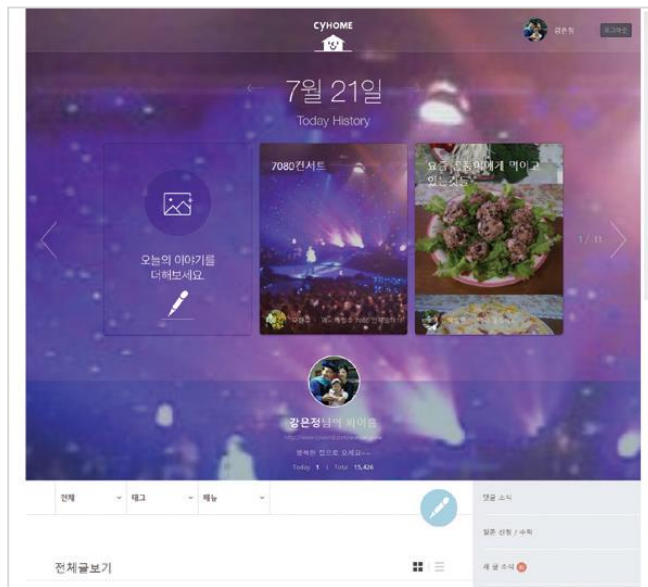
(b) 모바일 웹사이트

## 02. 사용자 분석

### ■ 다른 사용자와 소통하기 위한 커뮤니티 사이트

[사례 5-5] 커뮤니케이션이 목적인 웹사이트

- 싸이월드



(a) 싸이월드 메인 페이지



(b) 일촌과 커뮤니케이션 할 수 있는 메뉴

## 02. 사용자 분석

### ■ 다른 사용자와 소통하기 위한 커뮤니티 사이트

#### [사례 5-6] 대표적인 소셜 네트워크 서비스

- 페이스북 모바일 버전



## 02. 사용자 분석

---

### ■ 사용자 시나리오

- 사용자가 웹에서 행동하는 행동 패턴에 대해 구체적으로 기술하는 것이 사용자 시나리오이다.
- 사용자 시나리오는 구축하고자 하는 웹사이트가 갖추어야 하는 콘텐츠와 기능을 도출해내기 위해서 작성한다. 이것은 사용자가 웹사이트의 특정 기능이나 웹 인터페이스를 어떻게 사용하는지, 필요한 것은 무엇인지 등과 같이 사용자를 이해하며 콘텐츠와 기능을 구체화하는 작업이다

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 프로파일

- 이름, 성별, 사는 곳, 직업 등 간단한 신상 정보
- 사진
- 인터넷 사용 패턴과 숙련도
- 해당 분야에 대한 능숙도(초보자 또는 중급자)
- 해당 분야에 대한 요구
- 웹사이트를 방문하는 목적
- 웹사이트에서의 행동 패턴

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 프로파일

#### [사례 5-7] 사용자 프로파일의 사례

- 커뮤니티 웹사이트를 위한 사용자 프로파일

##### ■ 신상정보

- 이름 : 최은정
- 연령 : 20대 초반/중반
- 성별 : 여자
- 사는 곳 : 서울
- 직업 : 웹 디자이너
- 학력수준 : 대졸

##### ■ 인터넷 사용 기본 정보

- 인터넷 이용시간 : 8시간/일
- 컴퓨터 활용 정도 : 중급/상급
- 웹사이트 방문 목적 : 이메일 체크, 디자인 소스를 구하기 위해, 여가 시간을 활용한 쇼핑이나 정보 탐색을 위해

##### ■ ○○○ 웹사이트 사용 관련

- ○○○ 웹사이트 이용 경력 : 3개월째
- ○○○ 웹사이트 방문횟수 : 2회/일
- ○○○ 웹사이트 가입 커뮤니티 개수 : 10개(오프라인 모임참여 : 2회/월(月))
- ○○○ 관심 분야 : 영화, 요리, 쇼핑, 연예인



## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 프로파일

[사례 5-7] 사용자 프로파일의 사례

- 블로그 웹사이트를 위한 사용자 프로파일

- 신상정보

- 이름 : 김희진
    - 나이 : 26세
    - 주소 : 서울 강남구 역삼동
    - 취미 : 영화보고 수다떨기. 폰카, 디카로 뭐든지 찍어 올림.
  - 성별 : 여자
    - 직업 : 회사원

- 인터넷 사용 기본 정보

- 인터넷 접속시간 : 하루 3~4시간
    - 주 이용 사이트 : 다음, 네이버, 야후, 싸이월드
    - 블로그 사용 경력 : 없음

## 02. 사용자 분석

---

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 시나리오

- 사용자 프로파일
- 내비게이션 경로
- 선호하거나 필요로 하는 메뉴와 기능
- 이 메뉴와 기능을 사용하는 서비스 흐름
- 웹사이트에서 좌절하거나 만족했던 점

## 02. 사용자 분석


### ■ 사용자 시나리오 : 주의할 점

- ① 시나리오를 작성할 때는 육하원칙, 즉 누가, 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게, 왜, 사용했는지에 대해 최대한 충실하게 서술한다.
- ② 적절한 시나리오를 작성하려면 콘텐츠로 할 수 있는 일을 이해해야 한다. 또한 사용자의 정황도 이해해야 한다.
- ③ 시나리오를 서술하는 용어로 지나치게 기술적이거나 어려운 단어는 사용하지 말아야 한다. 프로그래밍 용어라든지 UI에 관련된 전문 용어가 그러한 예가 되겠다.
- ④ 시나리오를 작성할 때는 현재 기술로 가능한 것에만 한정하지 말고 가능한 모든 일을 기술하는 것이 좋다. 현재 가능한 기술에만 초점을 맞추다 보면 발전할 수 있는 가능성을 놓치는 경우가 많기 때문이다.

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 시나리오

"30년 동안 고생한 아내를 위해 좋은 보금자리를 선물해주고 싶어요."



**PROFILE**

이름: 성가장  
나이: 58  
지역: 인천 연수구  
직업: 배우(월 수입 400)  
교육수준: 고졸  
취미: 드라마 보기, 대본 연출하기  
성격: 밖에서는 무뎠고 싶고 말이 많은 반면 집에서는 아내에게 모르는 사람으로 사용하는 모바일 기기: 갤럭시S7  
자주 사용하는 앱: OXUS TV

**BEHAVIOR PATTERN**

- 인터넷이나 핸드폰 등 전자기기에 관한 사용 숙련도가 미약하기 때문에 사이트 이용이나 어플리케이션 이용시 조작법이 간단하고 수월하기를 원함.
- 고객들의 후기보다는 전문가의 신뢰성있는 인터넷에 정보를 원함
- 대본과 같이 글로 되어있는 형식을 자주 읽되보니 정리가 잘 된 글로 인터넷에 정보를 보고 싶어함.

**SENARIO**

영화배우이자 한 가정에 가장인 성가장 씨는 공적인 자리에서는 무뎠고 싶고, 말이 많지만 가정에서는 그 누구보다 아내에게 충실한 사람이라 사람들 사이에서 '술거친 사람'이라고 평가한다. 성가장 씨는 조만간 연에게 은퇴를 생각하고 있다. 나이에 따른 제법문제 때문에 은퇴하는 이유도 있지만, 그 중 가장 큰 이유는 바로 자신의 아내를 위해서이다. 30년 동안 자신들과 자신의 뒤에서 묵묵히 받쳐주고 격려해준 아내에게 고마움의 표시를 전하고 싶어서 이번에 새로 집을 하나 마련했는데 막상 집은 마련했지만 내부 인테리어를 어떻게 해야 할지 몰라서 굉장히 난감한 상황이었다. 그러던 중 아는 동료가 4~50대 중년들이 좋아할 만한 인테리어 정보와 많이 게시되어 있다는 웹사이트를 있다고 해서 그 웹 페이지에서 인터넷에 대한 정보를 수집하였다. 한 눈에 봐도 어떤 메뉴인지 바로 알 수 있었고, 인터넷에 정보들이 많지 형식으로 되어 있어서 원하는 정보가 수월하고, 찾기가 편했다. 그리고 젊은 나이의 사람들은 달리 4~50대 사람들은 다른 사람들의 후기를 보고 선택하기 보다는 신뢰성있는 전문가의 상담을 통한 견적문의에 더 선호하는 경향이 있는데, 이 웹사이트는 전문가와의 상담을 통해 아내가 좋아할만한 인터넷을 선택하여 수월하게 집을 꾸미낼 수 있었다. 인터넷에 시공을 다 마친 집을 아내에게 보여주는 날, 아내는 어떻게 이런 인터넷을 해냈냐며 세상에서 가장 밝은 얼굴로 집 내부를 구경하는 모습을 본 성가장 씨는 아내에게 좋은 선물을 해준 것 같아 굉장히 기분이 좋았다고 웹사이트에 후기까지 남겼다.

**OPINION**

- 4~50대가 좋아할만한 느낌의 인터넷에 찾고 싶다. 요즘 젊은 세대가 좋아하는 인터넷에 정보도 좋지만 나이에 맞는 정보를 찾길 원한다.
- 전문가와의 단기적 상담이 아닌 장기적 상담으로 보다 더 정확하고 믿을 수 있는 인터넷에 정보를 알고 싶다.

**PRIMARY PERSONA NO.1**

**PERSONALITY**

외향적 내향적  
적극적 소극적  
이성적 감성적  
모험적 안정적

**ABILITY**

어른사용 상  
정보검색  
체력  
상황판단

**GOAL**

- 간단한 조작으로도 아들을 이용할 수 있으면 한다.
- 전문가의 답변으로 정확한 인터넷에 정보를 제공받고 싶다.
- 인터넷에 관한 많은 정보를 수집하고 싶다.

**나인테**

나이: 32  
직업: 인테리어 디자이너  
가족: 싱글  
지역: 경기도 수원  
특장: 협업함  
취미: 원가 짜짜짜 만들기

**성격**

내향적 외향적  
분석적 창의적  
일관적 변덕스러운  
소극적 적극적

**웹사이트와의 상호작용**

최장기간: 4개월  
월간 방문 횟수: 월 4회  
주 이용 서비스: 플러워 클래스즈, 굿즈, 드라이 플러워  
꽃에 대한 지식: 중수

**시나리오**

이제 막 독립을 하여 자신만의 은전한 공간을 갖게 된 그는 최근에 집 꾸미기라는 취미가 생기게 되었고 평소 꽃에 약간의 관심이 있었기 때문에 자신이 직접 꽃을 이용하여 공간을 꾸며보고 싶게 된다. 하지만 그의 집 근처에선 꽃집을 쉽게 찾을수 없고, 그런 걸 배우는 곳 또한 쉽게 찾을 수 없어 하는 수 없이 이미 만들어진 예쁜 꽃 장식들을 찾기 위해 인터넷을 떠돈다. 그러던 어느날 그는 우연히 검색한 꽃 관련 웹사이트에서 플러워 클래스즈라는 메뉴 항목을 보고 이플러워 가입을 하게 된다.

**동기**

꽃의 구성  
가격  
배출 상태  
굿즈

축하를 위한 꽃다발의 구매가 아닌 기념일 및 관련 지식과 노하우를 배우는 게 주요 동기

DIY에 관심이 있는 배우는 것을 좋아하는

**목적**

- 자신만의 무언가를 만들어 성취감을 느끼고 싶음
- 새로 뭔가를 배우고 싶음

**좌절**

- 가끔 찜을 내려 강의실 직접 방문을 하는 게 힘들다고 느낄 때가 있음
- 배운 것을 집에서 다시보기처럼 과정을 따라하여 익히고 싶음

(a) 사용자 시나리오의 사례 ①

(b) 사용자 시나리오의 사례 ②

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 시나리오

[사례 5-8] 사용자 시나리오를 실제로 작성한 사례

#### 사용자 프로필

- 웹사이트명 : 메가박스
- 대상 고객 : 20대 초반 대학생
- 이름 : 김모양(여)
- 생년월일 : 1983. 10. 28(+)
- 직업 : 문화대학생
- 취미 : 영화보기, 인터넷 서핑, 다이어리 쓰기
- 성격 : 영화관람은 꼭 인터넷으로 예매하는 습관을 가지고 있음. 꼼꼼한 성격의 소유자

#### 사용자와 메가박스 사이트와의 관계

- 메가박스 회원 기간 : 창립 이후부터 지금까지 즐겨찾는 사이트
- 평균 일주일 방문 횟수 : 3회 이상
- 주로 이용하는 서비스 : 영화 예매 → 개봉 예정작 보기 → 영화평 검사 → 이벤트 참여

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 시나리오

[사례 5-8] 사용자 시나리오를 실제로 작성한 사례

#### 시나리오

- ① 금요일 오후 그녀는 집에 들어오자마자 인터넷을 켜다. 그녀가 들어간 웹사이트는 바로 메가박스였다. 주말 데이트가 있는 모양이다.
- ② 로그인 후 무비 OST를 재생시킨다. 새로 개봉한 영화를 검색한다. 영화를 선택한 후 시간과 잔여 좌석을 확인한다. 그리고 멤버십 포인트 확인 후 적립된 포인트로 예매를 한다.
- ③ 바로 영화평을 확인해 보니 반응이 좋지 않았다. 갈등하던 그녀는 예매를 취소하고, 다른 영화를 검색한다.
- ④ 박스오피스 메뉴로 들어가 1위 영화를 예매하기로 최종 결정한다. 네티즌 평이 무척 마음에 들어서였다.
- ⑤ 예매를 한 회원이 참여할 수 있는 이벤트가 진행 중이었다.
- ⑥ 이벤트 응모를 하고 나서 삼성동에 있는 메가박스 위치를 확인한다.
- ⑦ 적립 포인트로 결제할 때 할인 카드 적용유무 질문을 남긴다.
- ⑧ 마지막으로 예매한 티켓을 확인한 후 로그아웃한다.

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 시나리오

[사례 5-9] 사용자 시나리오 분석

구분	시나리오(scenario)	니즈(needs)	특징(feature)
1	이메일을 확인하기 위해 네이버에 접속하여 로그인한다.	받은 편지를 확인하고자 한다.	로그인하면 몇 통의 편지가 왔는지 확인할 수 있다.
2	메일 통 수를 클릭한 후 받은 편지함으로 이동한다. 필요한 몇 개의 메일을 제외하고 삭제한다.	불필요한 메일은 쉽게 삭제되었으면 한다. 스팸 메일이 부담스럽다.	전체 선택 버튼을 이용하여 불필요한 메일을 쉽게 삭제할 수 있다.
3	소니 디카클럽에 접속, 새로운 소식이나 사진이 있는지 확인한다.	내가 가입한 클럽에 새 글이 뜨면 클럽 메인이나 이메일로 알려주기를 원한다.	클럽 바로 가기 기능으로 내 클럽을 쉽게 찾아갈 수 있다.
4	자유게시판에 답글을 달고 '웰빙' 클럽을 찾기 위해 클럽 메인으로 이동한다.	웰빙에 대한 많은 자료를 원한다.	상단 내비게이션으로 쉽게 이동한다.
5	클럽 메인에서 '웰빙' 클럽을 찾는다.	좀 더 유용한 클럽이 많이 검색되기를 원한다.	상단 커뮤니티 통합 검색을 이용한다.

## 02. 사용자 분석

### ■ 사용자 시나리오 : 사용자 시나리오

[사례 5-9] 사용자 시나리오 분석

구분	시나리오(scenario)	니즈(needs)	특징(feature)
6	관심이 있는 클럽이 없자 통합 검색에서 '웰빙'을 검색하여 정보를 얻는다.	많은 정보가 검색되기를 원한다.	다양한 뉴스, 지식 및 클럽을 검색한다.
7	통합 검색 하단에 클럽 메뉴가 있음을 알고 클럽을 다시 검색한다.	이전과 달리 더 많은 클럽이 검색될 것 같은 기대를 가진다.	타 사이트의 검색 결과까지 다양하게 검색한다.
8	타 사이트의 웰빙 클럽이 검색된다. 반신욕 클럽을 클릭한다.	많은 정보와 활동을 가진 클럽이 있기를 기대한다.	타 사이트로 연결된다.
9	네이트 클럽을 둘러본 후 가입하지 않고 사이트를 나간다.	타 사이트의 가입은 원하지 않는다.	타 사이트 접속 후 종료한다.



## 03. 웹사이트 평가

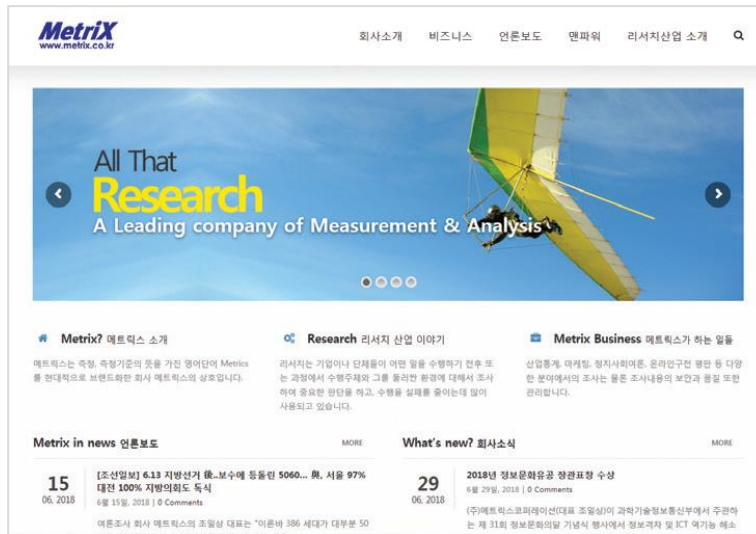
---

### ■ 웹사이트 평가의 개념

- '제공하는 웹 서비스의 가치를 판단함'이라고 정의할 수 있다.

# 03. 웹사이트 평가

## ■ 웹사이트의 가치 판단



(a) 매트릭스(www.metrix.co.kr)



(b) 랭키닷컴(www.rankey.com)

[국내 웹사이트 평가 기관]

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ① 전반적인 느낌

- 웹사이트를 브라우징하면서 신뢰감이 느껴지는가?
- 웹사이트의 느낌이 아마추어스러운가? 프로스러운가?
- 웹사이트를 브라우징하면서 좋았던 점은?
- 웹사이트를 브라우징하면서 좋지 않았던 점은?

#### ② 메인 페이지

- 메인 페이지에서 사용자에게 어필할 수 있는 매력적인 요소가 있는가?
- 메인 페이지에서 전문적인 사이트의 풍모가 느껴지는가?
- 웹사이트의 서비스(목적)가 무엇인지 분명하고 단순하게, 그리고 짧은 시간에 파악되는가?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ③ 웹사이트의 목적 설정

- 도메인 네임과 웹사이트의 성격이 잘 어울리는가?
- 하위 디렉터리명이 해당 페이지의 성격에 맞게 만들어졌나?
- 업체의 창업 이념과 활동 목적이 웹사이트를 통하여 전달되는가?
- 웹사이트의 목적과 비전(장기·단기)은 무엇인가?
- 웹사이트의 목적 설정에서 가장 중요한 요소는 무엇인가?
- 웹사이트의 유형(정보 제공, 제품 판매, 교육, 오락 등)은 무엇인가?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ④ 사용자 분석

- 사용자(주 사용자, 일반 사용자)는 누구인가?
- 중요한 사용자와 자주 사용하는 사용자와의 차이점과 그 의미는 무엇인가?
- 현재의 사용자와 미래의 사용자는 누구이며 어떻게 다른가?
- 사용자가 웹사이트에 접속하는 이유는 무엇인가?
- 사용자가 웹사이트에서 가장 하고 싶어하는 일은 무엇인가?
- 사용자가 웹사이트에서 어떤 종류의 작업을 할 수 있는가

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑤ 콘텐츠

- 콘텐츠 체계의 구성 형태와 선정 이유는?
- 하위 페이지에서 별도로 사용한 콘텐츠 체계는?
- 콘텐츠 구조의 구성 형태와 채택 이유는?
- 하위 페이지에서 별도로 사용한 콘텐츠 구조는?
- 웹사이트의 성격과 콘텐츠의 체계 및 구조가 잘 어울리는가?
- 웹사이트를 더욱 빛나게 하는 콘텐츠는 없는가?
- 웹사이트에서 꼭 필요할 만한 좋은 콘텐츠는 어떤 것이 있을까?
- 회원이 콘텐츠를 제공할 수 있도록 게시판 등의 설계가 잘 되어 있는가?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑥ 내비게이션 시스템

- 브라우저의 내비게이션 기능과 부합되지 않는 기능은 없는가?
- 현재의 위치를 알려주는 내비게이션 형태는 적절한가?
- 글로벌 내비게이션의 구성은 적절한가?
- 로컬 내비게이션의 구성은 적절한가?
- 문장 속 링크의 유무와 적절성은 어떠한가?
- 이미지의 ALT 속성은 잘 되어 있나?
- 웹사이트의 확장성을 고려하여 내비게이션을 설계하였나?
- 내비게이션 바의 위치와 이미지는 적절한가?
- 관련 웹사이트로의 연계 내용과 선정 이유는 타당한가?
- 풀다운 메뉴가 있다면 옵션이 잘 분류되어 있나?
- 원활한 흐름으로 웹사이트를 안내하고 있는가?
- 추천 웹사이트 등 외부와의 연계는 정확한가?
- 링크의 타겟 속성은 해당 페이지의 성격과 잘 어울리나?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑦ 레이블

- 레이블 형식이 텍스트인가? 아이콘인가? 사용하는 데 문제는 없는가?
- 눈에는 잘 띄며 빨리 이해할 수 있는 레이블인가?
- 개발자 중심의 레이블인가? 사용자 중심의 레이블인가?
- 서투르고 전문적이지 못한 레이블은 없는가?
- 레이블의 일관성과 친밀감(범용적)은 있는가?
- 레이블이 이미지일 경우 보조설명ALT 은 잘 되어 있나?
- 틀에 박혀있는 레이블인가? 아니면 사이트에 잘 어울리도록 계획된 레이블인가?
- 레이블의 범주와 깊이 등을 잘 고려하여 페이지를 구성하였나?



## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑧ 페이지 구성

- 페이지의 크기는 사용자를 고려하였나?
- 전체적인 페이지 레이아웃이 조화로운가?
- 창의 크기에 따라 페이지가 변화되는 점은 없나?

#### ⑨ 검색 시스템, 통계 BBS

- 해당 사이트에서 꼭 검색 시스템이 필요한가?
- 필요하다면 사용하기 편리하게 설계가 잘 되어 있는가?
- 사용자 분석을 할 수 있는 통계 시스템이 있는가?
- 사이트의 목적과 통계 시스템 DB 등이 적절한가?
- 게시판의 관리는 잘 하고 있나? 담당자와 관리 주기는 어떠한가?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑩ 그래픽

- 해당 웹사이트에 장착된 디자인이 필요한가?
- 디자인의 로딩 속도는 느리지 않은가?
- 디자인의 크기는 적당히 분리되어 있나?
- 메인 페이지의 디자인은 웹사이트를 잘 설명하고 있나?
- 디자인의 색상 등이 웹사이트와 어울리며 편안한가?
- 오히려 디자인이 웹사이트의 내비게이션에 방해되지 않는가?
- 참신한 아이디어의 디자인인가?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑪ 운영 및 관리

- 어떤 검색 엔진에 등록되어 있나?
- 검색 엔진이 적절한 분류에 등록되어 있나?
- 해당 웹사이트에서 제일 빠르고 상위에 검색되나?
- 검색 키워드(한글 · 영문)는 정확한가?
- 검색 엔진에 웹사이트 설명은 잘 되어 있나?
- 페이지별 타이틀 설정은 잘 되어 있나?
- 웹사이트의 갱신 주기는 어느 정도인가?
- 사용자 권한 설정은 잘 되어 있나?
- 사용자 서비스의 관리는 잘 되고 있나?
- 회원제인가? 적절한가? 오히려 방해요소는 없는가?
- 시기별 회원 관리 프로그램은 잘 계획되어 있나?
- 현재의 기술 수준과 사용자를 고려하여 가장 경제적으로 운영, 관리하고 있나?
- 모바일 웹과 잘 연계되어 있는가?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 웹사이트 평가 체크리스트

#### ⑫ 마케팅

- 타깃 마케팅은 무엇인가?
- 좋은 아이디어의 이벤트가 진행되고 있는가?
- 시기별 마케팅 계획은 적절한가?
- 회원이 제공하는 것에 대한 보상은 적절한가?
- 수익성이 있는 웹사이트 전략인가?
- 경쟁사의 웹사이트를 철저히 분석하고 경쟁우위를 확보할 수 있나?

## 03. 웹사이트 평가

### ■ 다양한 웹사이트 분석 툴

#### ① 구글 애널리틱스



## 03. 웹사이트 평가

### ■ 다양한 웹사이트 분석 툴

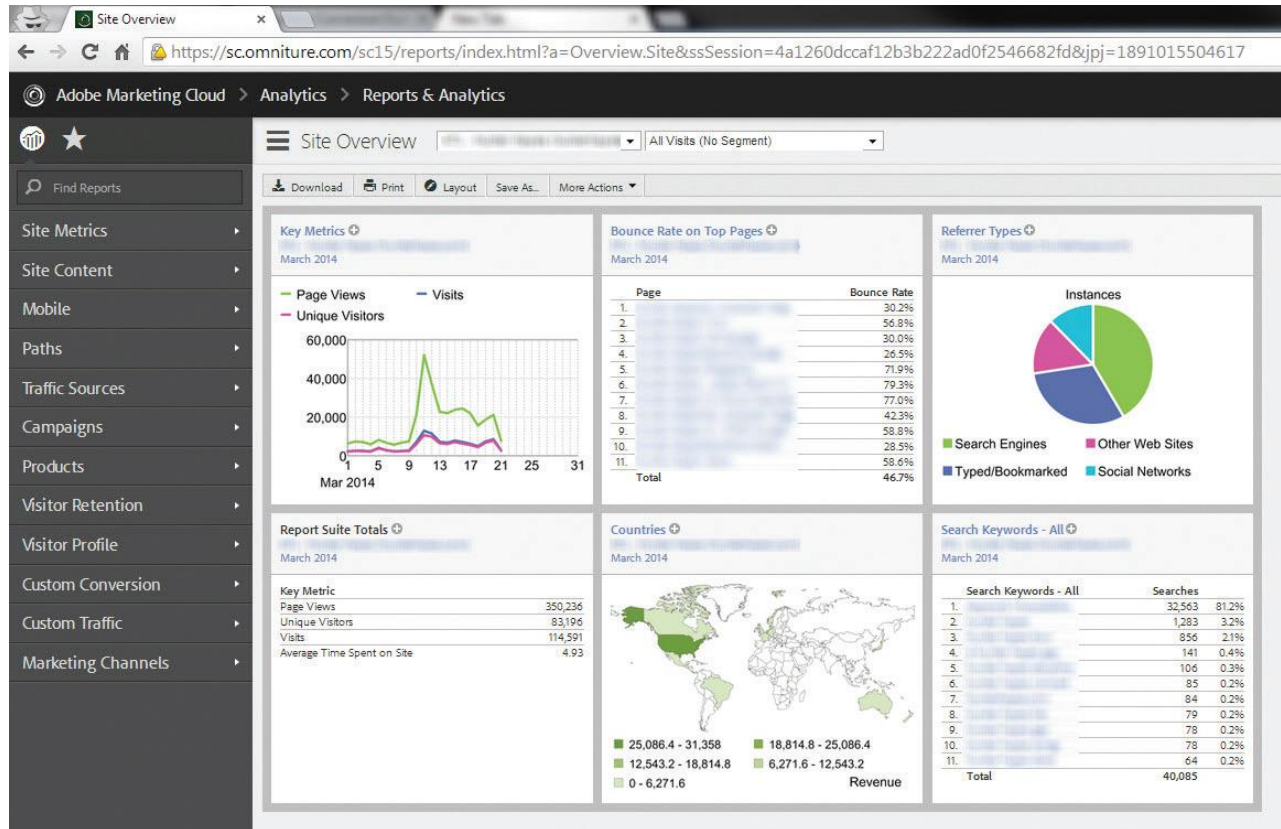
#### ② 피빅



# 03. 웹사이트 평가

## ■ 다양한 웹사이트 분석 툴

### ③ 어도비 애널리틱스 클라우드



## 04. 벤치마킹

---

### ■ 벤치마킹의 개념

- 벤치마킹이란 자신이 가지고 있는 것을 토대로 다른 것의 일류 요소를 접목시켜 새로운 구성을 만들어 내는 것이라 정의할 수 있다.

### ■ 벤치마킹의 요건

- 평가 기준이 명확해야 한다.
- 객관적인 데이터를 수집할 수 있어야 한다.
- 어떻게 벤치마킹해야 한다는 구체적인 방안이 제시되어야 한다.
- 철저하게 외부적인 관점에서 진행해야 한다.



## 04. 벤치마킹

---

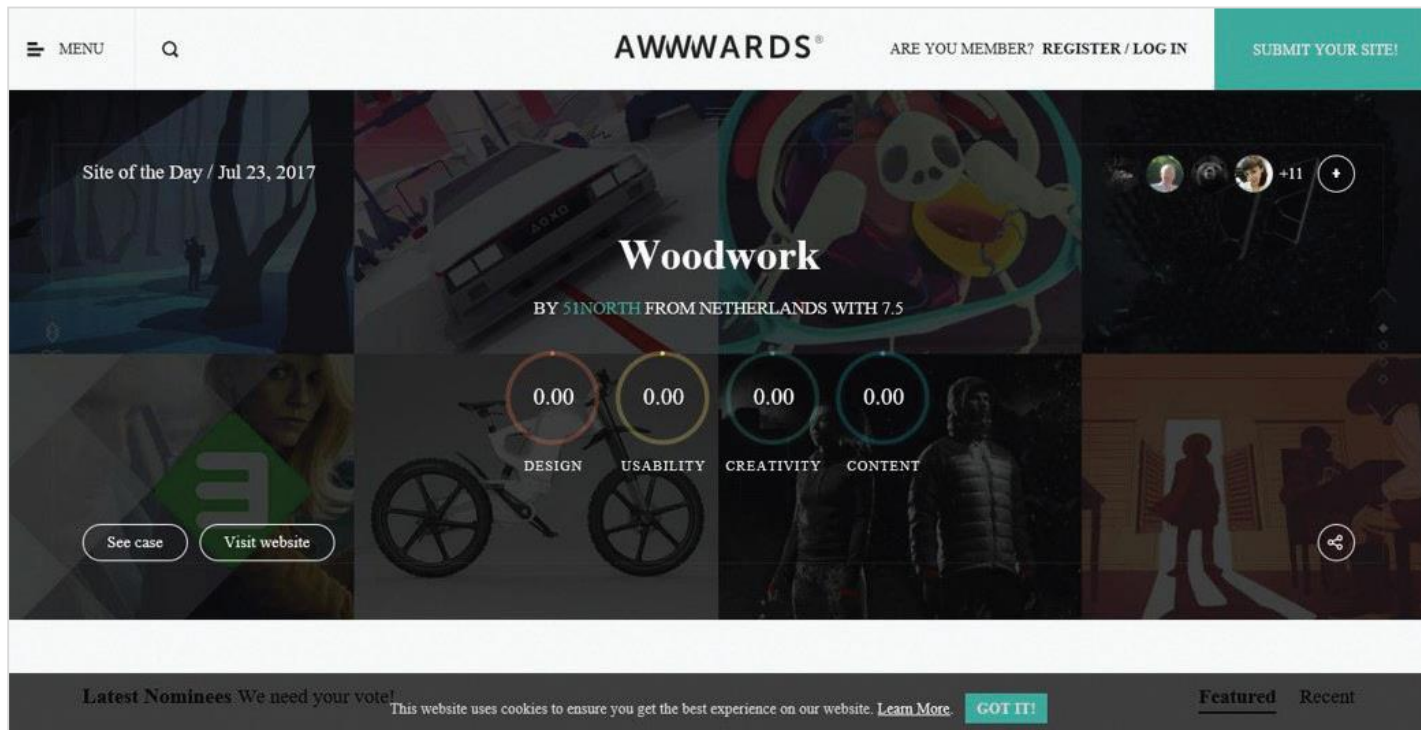
### ■ 벤치마킹의 4단계

- ① 계획
- ② 수행
- ③ 전략
- ④ 리모델링

## 04. 벤치마킹

### ■ 벤치마킹 추천 웹사이트

#### ① 어워드



## 04. 벤치마킹

### ■ 벤치마킹 추천 웹사이트

#### ② GD웹

**NEW RECRUIT** [kt mhow] 정규직 디자이너를 모집합니다. | [그래픽타오] 대기업&관공서 인포그래픽/편집 디자이너 채용 | [크루메이트] 웹디자이너 경력자 모집

GDWEB 2018

웹사이트 심사등록 | 웹사이트 구축문의 | 제휴 및 배너문의

첫페이지로 | 로그인 | 회원가입 | 문의하기

KOREA WEB GLOBAL WEB MOBILE·APP RECRUIT

제작사별 전체보기 | 타겟층별 전체보기 | 표현방법 전체보기 | 디자인컨셉 전체보기 | 색상별 전체보기

KOREA WEB  
GLOBAL WEB  
MOBILE·APP

웹예이전시

국내사이트

전체  
관공서/기관

ClipartKorea

가성비 끝판왕  
클립아트코리아

TongRoImages

SK바이오사이언스.. 18.07.26 11

청주시 고인쇄박.. 18.07.25 1048

2019 광주세계수.. 18.07.25 919

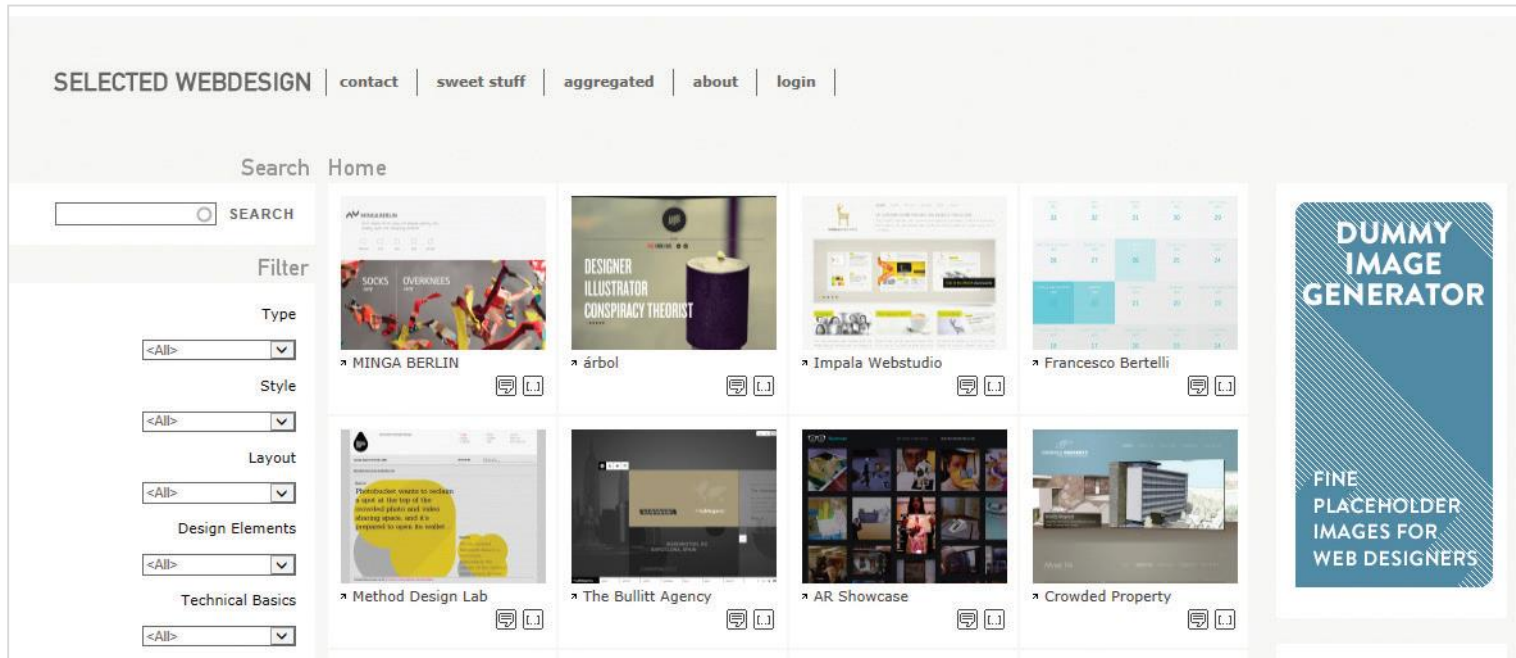
미화합동 18.07.24 1390

경기도 열린도지.. 18.07.24 1555

## 04. 벤치마킹

### ■ 벤치마킹 추천 웹사이트

#### ③ 셀렉티드 웹디자인



# 04. 벤치마킹

## ■ 벤치마킹의 절차와 요소

### [사례 5-10] 벤치마킹의 사례

- 경쟁사 유사 웹사이트 벤치마킹

03 경쟁사 유사 벤치마킹 | 벤치마킹 사이트 선정 이유



**컬투플라워**  
현재에 만족하지 않고  
최저가, 최고 품질로 당일  
꽃배달 서비스를 지향  
<http://www.cultwo-flower.com>



**꽃집 청년들**  
현대한국 1등  
꽃배달 쇼핑몰  
<http://f1mans.com>



**1 Moment**  
온라인을 통한 간편하고  
빠르게 질 좋은 꽃을  
설문 및 배달  
<http://1moment.co.kr>



**Kukka**  
꽃을 일상에서 가볍게  
즐기는 문화를 한국에  
전파하는 것  
<http://kukka.kr>

**선정 이유**

1. 꽃에 관심있는 사람, 꽃을 선물하고 싶은 사람을 타겟으로 하는 사이트
2. 꽃 외에도 선물할 수 있는 꽃 굿즈가 있는 사이트
3. 빠른 꽃 유통 서비스가 구축되어 있는 사이트

kukka Live everyday with beautiful flowers

02 경쟁사 유사 사이트 벤치마킹 | 벤치마킹 사이트 결과

A: 컬투플라워 B: 꽃집 청년들  
C: 1 Moment D: Kukka

항목	A	B	C	D(자사)
목표 및 비전	현재에 만족하지 않고, 최고 품질로 당일 꽃배달 서비스를 지향	대한민국 1등 꽃배달 쇼핑몰	온라인을 통한 간편하고 빠르게 질 좋은 꽃을 선물 및 배달	꽃을 일상에서 가볍게 즐기는 문화를 한국에 전파하는 것
타겟 고객층	특별한 날 꽃을 선물하고 싶은 사람	경조사가 있는 날 꽃을 선물하려는 사람	꽃을 다른 사람들에게 선물하고 싶어하는 사람	주요 타겟: 꽃을 일상에서 즐기는 사람들 부대 타겟: 기념일에 꽃을 선물하고 싶은 사람, 결혼식을 준비하는 예비 신부, 결혼식/기념일을 배우고 싶은 사람, 인테리어를 하고 싶은 사람
수익 모델	시즌 별 꽃 선물, 특별한 날 화환 선물, 케이크, 비누꽃과 같은 굿즈 판매, 광고	꽃다발, 화환, 분재, 월간 식물, 식물, 식물 등을 판매하여 수익 창출	꽃/식물/디자인/연말 및 화병 유통	꽃 정가구, 월리워 플러스, 워딩 부케, 각 기념일에 맞는 꽃다발, 다양한 용도의 트레이 플라워 상품
주요 서비스 내용	꽃 배달 및 굿즈 판매를 통한 기부, 전문 플로리스트가 만든 고급스러운 꽃 포장	꽃다발, 화환, 분재, 월간 식물, 식물 등을 판매, 꽃 관련 정보 제공, 키트에 꽃 배치지 예시 제공	계절에 맞는 꽃, 플랜트와 디자인, 연말 및 화병 유통	꽃 정가구, 당일배송을 꽃 판매, 월리워 플러스, 무료 꽃 배송화면 제공
상호작용성	'장바구니', '1:1 문의' 등을 통해 고객의 소견 내용을 확인 가능 인기 상품을 통해 고객의 구매 호감도 체크 가능	쇼핑 카테고리 다양, 키워드별로 주문 가능, 베스트 인기 상품, 일련, 배송 전에 사진으로 주문한 것 미리보기 가능	묻는 질문을 FAQ 페이지를 따로 만들어서 제공, 키워드 아이디 제공으로 1:1 상담 가능	ON&ON을 통해 활동으로 인한 수은 정보 접근성, 꽃에 대해 잘 알지 못하는 사람들을 위한 상세한 설명

kukka Live everyday with beautiful flowers

(a) 벤치마킹의 사례 ①

(b) 벤치마킹의 사례 ②

# 04. 벤치마킹

## ■ 벤치마킹의 절차와 요소

### [사례 5-10] 벤치마킹의 사례

- 경쟁사 유사 웹사이트 벤치마킹

02 경쟁사 유사 사이트 벤치마킹		벤치마킹 사이트 결과		
항목	A	B	C	D(자사)
유통 서비스 프로세스 구조	일반적인 소싱 프로세스와 동일, 주문자의 인력 사항 기재 후 당일 2~3시간 내에 배송 가능	일반적인 꽃 유통 및 배달 서비스, 당일 3시간 내 전국 배달 가능, 해외 주문도 가능	90 분 당일 픽 배송 서비스 / 수도권 배송 서울 전 지역 배송(무료) 장바구니 담기 > 배송비 안내 및 결제 수단 선택(예제지 작성가능) > 배송지 작성 > 당일 배송 실시간 문자 안내	※장기구독 - 2주에 한 번씩 내가 원하는 사이즈, 날짜, 구역, 기간을 선택 - 배송 시 꽃을 충분히 먹이 모아 시스에 꽃과 온도에 민감한 꽃 보호를 위해 단열재를 넣음. - 주문부터 배송완료까지의 모든 과정은 카카오톡 알림톡을 보내줌 - 배송 중 꽃의 훼손이 발생 시 문제 확인 후 100% 100% 100% 재배송.
사용성/이성	이벤트의 종류별로 카테고리가 명확하게 나뉘어져 있음. N 페이지 연동되어 있어 신뢰성을 주면서 구매 가능한 카테고리 및 순위가 있어서 고객들의 호감도 상승 확인	배너가 한 페이지에 너무 많은 색상이 너무 세서 눈에 피로함을 줌, 강조문구를 너무 강조해서 시각적으로 불편함, 사이트가 전체적으로 복잡해 보임	단순하고 가독성 좋은 인터페이스, 쉬운 결제방식, 카카오페이 & 해외결제Paypal 지원	꽃을 주문 시 모든 과정에 카카오톡 알림으로 알림, 각 사이트의 특징을 한눈에 보기 쉽게 구성함.
특징	꽃과 관련된 굿즈 판매 '컬러'라는 연애인의 이미지를 빌려 브랜드 이미지 상승	경조사에 필요한 꽃들이 형태로 다양하고, 꽃과 관련된 정보를 간단하게 제공, 당일 3시간 내 전국 배달 가능, 제휴업체가 많음	함께 선물할 수 있는 디지털 캘린더, 메세지 등을 함께 살 수 있음. 꽃을 구매할 때 같이 사면 아끼려하는 굿즈 등을 추천해줌. 택배상품은 특별히 제작된 고급박스 제공. 배송 서비스까지, 업서 등을 함께 배송	단순한 꽃 판매가 아닌 소비자가 꽃에 대해 관심을 가질 수 있도록 꽃에 대한 설명을 상세히 알려주며 다양한 꽃 서비스를 제공함.

02 경쟁사 유사 사이트 벤치마킹		벤치마킹 사이트 결과		
항목	A	B	C	D(자사)
장점	2~3시간 이내의 빠른 배송, 카테고리 별로 인기 순위 상시 확인 가능, 신선한 굿즈들로 단순히 꽃만 배달한다는 편견 없	경조사에 필요한 꽃들이 형태로 다양하고, 형태로 다양하고, 배송전에 사전으로 주문한 것 미리보기 가능, 당일 3시간 내 전국 배달 가능	꽃을 선물 받은 이후 보관 및 관리할 수 있는 상품구성 서비스(액세서리/꽃 구미시 같이 사전 좋은 것 추천 서비스	꽃에 대해 잘 알지 못하는 사람도 부담없이 이용할 수 있음.
단점	소싱 방식 보듯이 구성되어 볼 사이트 자체 디자인의 가독성 떨어짐. 브랜드 자체에 대한 의미 홍보 부족. 이벤트를 통한 이벤트 부족	사이드의 첫 화면이 복잡하고, 색상들이 통일되지 않아서 눈감힘. 배너가 한 페이지에 너무 많음, 색감이 너무 세서 눈에 피로함을 줌, 강조문구 너무 강조해서 시각적으로 불편함	주문 시 꽃의 상태가 어떤 지 바로 확인할 수는 없어서 아쉬움	배달 과정 중 훼손 문제로 인한 소비자의 불편함이 생김.

#### 적용해 볼 만한 아이템

- 당일 2~3시간 내 배송, 꽃과 관련된 굿즈 판매,상단 부분에 인기 검색어를 통해 구매 호감도 상승 확인
- 배너 색상톤을 통일성 있게 만들기, 배너 개수 줄이기, 강조문구 크기 줄이기 및 색상조절
- 택배상품(패키지), 같이 사면 좋은 것들 추천 서비스, 다양한 결제 시스템 지원
- 꽃에 대한 상세 설명, 다양한 홍보 서비스(SNS, 무료 배송화면, 선착순 할인 이벤트), 주문 시 카카오톡 알림 서비스, 꽃 보호 위한 서비스

(c) 벤치마킹의 사례 ③

(d) 벤치마킹의 사례 ④

## 04. 벤치마킹

### ■ 벤치마킹의 절차와 요소

#### [사례 5-10] 벤치마킹의 사례

- 콘텐츠의 성격에 따른 비교

분류/사이트		A	B	C	D
매체 성격	외부	오프라인 입점 회원 사 인트라넷	카카오톡 플러스친구 를 통해 사이트 소식을 알림	블로그, 페이스북, 인스 타그램과 같은 SNS매 체를 통한 홍보	네이버, 페이스북, 인스타그램과 같은 SNS매체를 통해 꾸까의 존재를 홍보
	내부	사이트 소개, 시즌 별 꽃, 꽃과 다발을 구분, 식물 위주의 화분, 다양한 굿즈	꽃다발과 그 외 제품 판매, 꽃 관리, 효능, 탄 생화/꽃말, 메시지 예 시 등의 정보 전달 기념일 계산, 입금 안내, 배송 꽃 사진 갤러리	외부 콘텐츠를 제외한 상품 장바구니 및 구 입 프로세스 등의 모 든 콘텐츠	구입, 클래스, 구독, 배경화면 등 SNS 매체를 제외한 모든 콘텐츠

## 04. 벤치마킹

분류/사이트		A	B	C	D
콘텐츠 생성	프로 듀서	공지사항, 팩스주문, 주문제작, 메시지 도우미, 배송사진, 추천 상품	공지사항, 이벤트 안내, 고객만족센터, 회사소개, 제휴업체, 이 용안내, 이용약관, 개인 정보처리방침, 고객센터, 사이트 관련 정보	1. 꽃다발, 꽃바구니, 플랜트 등의 정보들 2. 꽃다발과 같이 선물 을 할 수 있는 디제 트와 선물에 대한 정보들 3. 구매 시 추가 옵션 상품에 대한 정보와 서비스 소개 4. 이용 안내, FAQ 5. 프로모션 및 이벤트 소식	상품을 365일 제 공하는 것이 아니기 때문에 상품 설명을 보면 발송 판매 종 료시간 제공
	컨슈머	SNS 답글, 메시지 도우미	자유게시판, 묻고 답하기	1. 구입할 수 있는 아 이템들에 대한 별 점과 댓글 피드백 2. SNS(카카오톡, 인 스타, 페이스북)	구매자의 후기, SNS 댓글, 공유 기 능 사이트와 연동된 SNS를 통한 사용 자의 의견



## 04. 벤치마킹

분류/사이트		A	B	C	D
콘텐츠 이용 비용	유료			꽃과 플랜트, 디저트 및 선물 구매 콘텐츠	정기구독, 시즈널 블룸, 드라이플라워, 플라워 클래스, 웨 딩 부케, 소품샵 콘 텐츠가 존재
	무료	사이트 소개, 시즌 별 꽃, 꽃과 다발을 구분, 식물 위주의 화분, 다양한 굿즈, 공지사항, 팩스주문, 주문제작, 메시지 도우미, 배송사진, 추천 상품	모두 무료 콘텐츠이다.	상품 정보 열람, 서비스 소개 및 이용 안내, 프로 모션 및 이벤트 소식등	예쁜 꽃으로 만든 스마트폰 배경화면 을 무료 배포, 로그, 다운로드 횟수는 배 경화면에 따라 제한

# Thank You !