크리스피크림도넛 웹 리뉴얼

브랜드 홍보와 구매증진을 위해 리디자인하였습니다.

2022.03~04
작업유형: 개인 프로젝트
기여도 : 100%
Tool : Photoshop, Illustrator, XD, Visual Studio Code

Service Introduction

크리스피 크림(Krispy Kreme)은 미국의 도넛 제인 회사로 이국 전통의 글레이즈드 도넛으로 유명하다.

SWOT 분석

Strengths

- 직접 도넛 만드는 제형을 할 수 있는 도넛고유
- 최고 품질 재료만을 사용하고 고객만족을 높임
- HOT NOW 시즌이면 매주 새로운 맛보기 제공 나온 브랜드 도넛이을 그랜드도즈 제형, 기타
- CO2를 배출하지 않는 생산방식
- 특별한 기념일이나 일마다는 도넛에도
- 기부, 자원 등으로 사회 환원

Weaknesses

- 광고를 전혀 하지 않음
- 오븐만 도넛 생활용품/조리용제품, HOT NOW 내놓사만 등의 지엽제품 서비스가 있지만 사용이 불편함

Opportunities

- 환경에 대한 관심과 소비자가 eco경영을 중요하게 생각하는 점도가 높아짐에 따라 현재의 생산방식과 사회 환원 방식을로 이동가능
- 경쟁사의 위협요한
- Hotnow시즌2시즌등의 지엽제품 서비스 존재

Threats

- 경쟁사들의 광고를 할 수
- 코로나로 인한 대면 서비스 진행의 어려움

Positioning Map

Problem

홈서비스

홈 서비스가 내놓은 배달 캠페인 이용하여 크리스피 도넛을 구매할 수 있다 인터넷 웹사 홈페 등은 우리는 제인 웹사이트에서 배달 받고자 이용할 수 있는 서한을 만드는 것이 적합하다고 판단했다

HOT NOW

HOT NOW 서비스를 일자는 것에 등 선전 등 선전 그 일은 고객을 확보할 수 있다 하지만 웹사이트에서 HOT NOW 서비스에 대한 정확한 설명을 찾아보기 어렵다.

서비스 설명 부족

오븐이만 제인웹사 제품 구매 후 설명조사에 표하면 무료 도넛을 제공하고 있지만 설명이 없어서 사용자가 웹사이에서 배달 서비스에 대한 정보를 찾을 수 없다

너무 많은 슬라이드 개수

슬라이드 개수가 많아서 지루해 해지된 이미지는 고개의 확인할 가능성이 낮다와 현재는 컨텐츠를 넣어도 다시 읽기 힘들다

슬라이드 순서

먼저 눈 들어옴 고개의 확인할 가능성이 높기 때문에 고개의 흥미를 유발하여 이벤트 정보나 쿠폰을 요도할 수 있는 이미지 또는 고개의 기억에 오래 남을만한 이미지를 먼저 배치하여야 한다.

Information Architecture

Style Guide

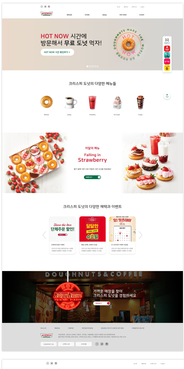
Color

#2D0035 #d1d1d2 #f1d2fc

Font

H1 나눔스퀘어라운드 ExtraBold -16px
Content KoPubWorldB 윤체 Light - 12px

Redesign



Header

헤더지 일 특제 있던 SNS 바로가기 아이콘을 넣어 접근성을 높였으며 Header 안에 배경 제한을 제거함

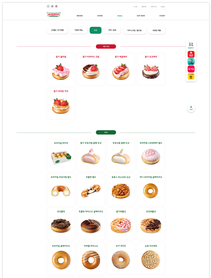
Main Banner

슬라이드 개수를 5개로 줄였으며 HOT NOW 서비스 관련 배너를 가장 처음으로 배치하여 사용자에게 많이 노출 시킴

Delivery 서비스

기존에는 제인웹사에 있어서 배능에 들어가기 서비스 접근이 가능했던 Delivery 서비스를 헤매는로 스크롤하는 라이다도록 고정해 놓아서 접근성을 높임

기존 헤이지



기존 헤이지