

사이트 리뉴얼 기획서

이동규

-맛있닭 사이트-

2022.09.15

목차

- 아이템 선정과 기획의도
- 리뉴얼 방향
- 사이트 콘셉트 키워드 및 메인, 서브 타겟
- 콘셉트에 반영할 컬러와 폰트
- 컴포넌트

아이템 선정과 기획의도

‘맛있닭’ 사이트를 리뉴얼하여 사용성을 높이기 위함

더 많은 사람들이 더 간편하고 건강한 식단을 원함

배달 어플 사용량 급증, 코로나 유행 시기에 야외 활동성 저하
가공식품 섭취 증가, 영양 과잉, 신체활동 부족 발생

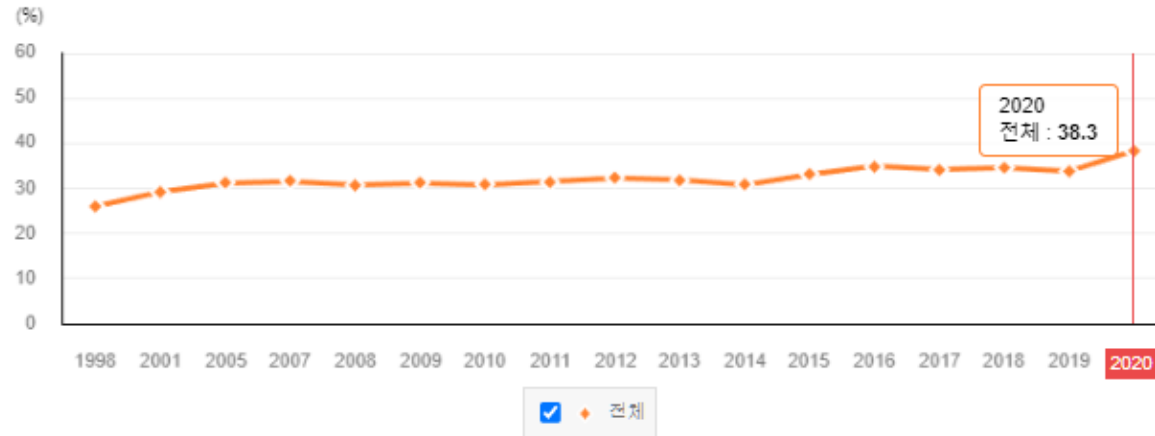
생활방식의 변화와 운동 등 건강관리에 대한 관심이 증가

다이어트, 연관검색어 검색량이 증가

다이어트 식단을 판매하는 사이트들도 많이 생겨남

사이트 별로 비교를 하면서 구매하는 사람들이 많기 때문에
리뉴얼을 통해서 사용성과 접근성을 높이기 위함

비만율



출처: 보건복지부, 「국민건강영양조사」

* 자료: 보건복지부·질병관리청, 「국민건강통계-국민건강영양조사 제8기 2차년도(2020)」 2022

주석: 1) 비만율 = (만 19세 이상 체질량지수(BMI, kg/m²) 25 이상인 응답자수 ÷ 만 19세 이상 조사대상자수) × 100,
2) 전체 및 성별 자료는 2005년 추계인구 기준으로 연령표준화한 수치임.

통계표

성별 및 연령집단별 비만율

시계열조회 역색 증감비교

[단위: %]

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
전체		30.7	31.3	30.9	31.4	32.4	31.8	30.9	33.2	34.8	34.1	34.6	33.8	38.3
성	남자	35.3	35.8	36.4	35.1	36.3	37.7	37.8	39.7	42.2	41.6	42.8	41.8	48.0
	여자	25.2	26.0	24.8	27.1	28.0	25.1	23.3	25.9	26.4	25.6	25.5	25.0	27.7
연령집단	19-29세	23.0	22.1	20.5	21.7	22.4	22.4	23.9	23.5	27.2	29.4	26.9	27.6	32.6
	30-39세	28.0	29.5	31.0	31.5	32.5	33.2	31.8	32.9	34.2	33.4	37.8	34.9	41.6
	40-49세	34.4	34.7	34.1	35.4	39.2	33.7	31.1	35.6	39.0	35.3	36.8	35.6	39.0
	50-59세	37.4	40.0	35.3	35.7	34.0	37.3	35.4	38.3	36.1	38.0	35.2	36.5	40.2
	60-69세	37.2	37.0	40.7	38.8	38.5	36.3	36.8	40.1	40.2	38.0	36.8	37.3	41.1
	70세 이상	29.3	31.1	30.6	29.7	31.1	33.8	32.1	37.4	37.5	34.7	38.0	34.3	35.3

다이어트				
모든 서비스 공유하기				
<div> <div>기본 정보</div> <div>연관 키워드</div> <div>트렌드 분석</div> <div>섹션 분석</div> <div>성향 분석</div> </div> <div>NAVER 분석</div> <div>검색 기록 - 1개</div> <div>PDF 다운로드</div>				
키워드	월간 검색량 (Total)	블로그 누적 발행량	절차 유사도	
다이어트 방법	9,340	3,140,000	상	
쥬비스다이어트	13,240	117,000	상	
디톡스 다이어트	13,670	95,500	상	
다이어트 운동	14,600	628,000	상	
다이어트 빵	14,990	973,000	상	
다이어트 식품	15,960	1,810,000	상	
단기간 다이어트	17,450	323,000	상	
다이어트 과자	17,800	512,000	상	
다이어트 한약	18,140	479,000	상	
쥬비스 다이어트 가격	18,730	9,680	보	
다이어트 약	34,290	190,000	상	
점핑다이어트	36,280	138,000	상	
다이어트 셰이크	38,020	403,000	상	
시서스다이어트	39,030	17,100	상	
다이어트 간식	40,130	1,270,000	상	
다이어트 보조제	58,560	251,000	상	
다이어트음식	64,390	3,250,000	상	
다이어트 도시락	93,400	170,000	상	
다이어트 식단	126,600	1,100,000	상	

리뉴얼 방향

조작 방향에 따라서 일관성 있는 네비게이션을 제공하는 등
사용자의 관점에서 사용성이 높도록 구성

와이드 배너에서 광고 효과를 높이기 위해 섹션을 두개로 나누어서 광고
를 오른쪽 섹션에서 왼쪽 섹션으로 넘어가면서 사용자들이 두 번씩 접할
수 있도록 구성

사이트 위아래 버튼으로 스크롤 하지 않아도 이동할 수 있는 버튼과
Top/Bottom 버튼도 함께 구성

전체카테고리와 함께 키워드, 회원정보관리를 한 번에 볼 수 있는 창이
뜨도록 버튼을 구성

컨셉트 키워드

- 깔끔한
- 세련된
- 심플한
- 신뢰할 수 있는
- 신선한

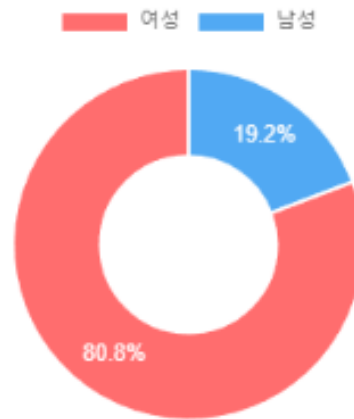
식품이기 때문에 신뢰성을 줄 수 있어야 하고

판매량 증가를 위해서 깔끔하고 세련되어야 하며

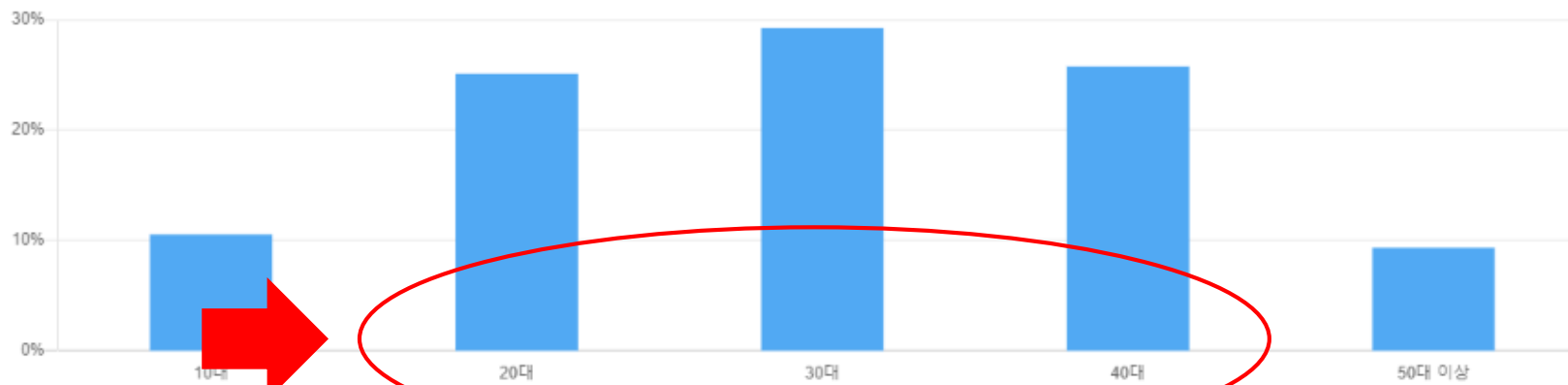
많은 상품을 검색하고 비교할 수 있도록 구성이 단순해야 한다.

타겟

성별 검색 비율 ?



연령별 검색 비율 ?



메인타겟

- 30대 여성

다이어트에 관심이 많은 직장인.

운동할 시간이 부족하여 식단과 간식에 관심이 많음.

- 30대 여성

운동 강사. 관리를 위해 운동과 식단을 병행.

주변에서 추천을 해달라고 하기에 여러 사이트를 관심있게 둘러보고 비교함.

- 20대 여성

다이어트에 관심이 많은 대학생. 운동 꾸준히 함.

먹는 것에 흥미 없음. 간단하게 끼니 해결이 목적.

메인타겟

- 20대 남성

대학생. 운동을 즐겨함. 먹을 것에 흥미 있음. 요리하기 귀찮아서 간편식 선호.

- 30대 남성

직장인. 건강과 체력이 20대와 다름을 깨달음. 20대에 하던 운동을 다시 시작. 아침과 저녁은 가능한 간단하게 먹으려고 노력함.

- 50대 여성

직장인. 건강을 중요시함. 20대 자식들과 남편 있음. 직장 후배, 동료들이 다이어트식품에 관심 많음. 한 번에 대량으로 다양하게 주문해서 냉동 보관함. 주로 저녁에 핸드폰으로 검색.

- 40대 여성

주부. 초등학생, 중학생 자녀, 남편 있음. 자녀 성장기에 건강하고 간편한 간식에 관심이 많음. 주변 엄마들과 소통을 많이 하며 정보교류가 잦고 대량 구매해서 나누는 것을 선호함.

서브타겟

- 20대 남성

대학생. 운동을 시작하면서 식단도 바꿔보기 위해 다양하게 검색, 구매.

- 30대 남성

직장인. 아침 대용으로 저렴하면서 간편하고 건강한 식사를 원함

- 40대 여성

주부. 운동 좋아함. 가족들 식사는 준비하지만 본인 혼자 먹을 때에는 간편하게 먹으려고 주문.

- 50대 여성

주부, 가족들의 건강을 위해 식단 고민중. 가공식품 선호하지 않음.
자녀가 다이어트를 위해서 매달 부탁함.

- 40대 남성

직장인. 요리 잘 못해서 간편식 선호. 가끔 술 안주 대용을 구매

컬러

- Main color : white
- Sub color : black
- Point color : orange

폰트

- **구글 노토 산스 폰트(Noto Sans)**

구글이 만든 가독성 좋은 글꼴

크롬 브라우저에 최적화, 무료로 사용 가능

한글, 영어, 일본어 (가타카나, 히라가나), 이모티콘, 그리스어, 라틴어, 중국어가 지원

- **폰트 플랜**

메뉴바 24px, bold로 통일

전체보기 메뉴에서 상위 키워드는 24px, 하위 키워드는 16px

상품명: 16px, bold

할인 숫자



Google Fonts

[Noto Fonts](#) > Noto Sans Korean

Thin 100

Medium 500

Noto Sans Korean **Noto Sans Korean**

Light 300

Bold 700

Noto Sans Korean **Noto Sans Korean**

Regular 400

Black 900

Noto Sans Korean **Noto Sans Korean**

컴포넌트

CheckBox

팝업창, 전체메뉴가 풀다운 될 수 있도록 기능 설정

Button

다음 실행할 행동 유도(더보기, 구매하기, 취소 등등)

Radio

추천 상품을 나열해 두고 선택한 상품이 크게 보일 수 있도록 기능 설정

기대효과

- 사용성증가
 - 사용자들의 편의성을 높일 수 있음
 - 사용자들의 재방문율을 높일 수 있음
- 가시성 증가
 - 전체 카테고리를 통하여 사용자가 원하는 바를 즉시 제공함

> 경쟁력제고에 긍정적 영향