

[디지털디자인] 반응형 UI/UX 웹디자인 & 웹퍼블리셔 웹콘텐츠 개발자 양성과정 24-3

**Paul Bassett coffee**

**웹사이트 리디자인**

**박주희**

# 01 폴 바셋 커피



## Brand identity

월드 바리스타 챔피언십 우승자 폴 바셋이 창립한 커피브랜드로 전매장 직원들 모두 폴바셋의 기술과 노하우를 그대로 전수받은 전문 바리스타로만 구성됩니다.

로고는 바리스타 챔피언을 상징하는 왕관(Crown)과 바리스타 폴 바셋의 친필사인과 함께 브랜드의 정체성과 고유성을 담고 있습니다.

## Brand differentiation

- 국내 프랜차이즈 커피 브랜드 중 가장 높은 수준의 고급 원두를 사용
- 생두 선별부터 수입 후 원두 로스팅까지 커피 품질과 맛에 있어서 철저한 관리
- 커피 가격 또한 상위권으로 고가의 가격대를 형성
- 주로 대도시의 백화점 내에 입점되어 있음
- 고급화를 전략으로 하는 커피 브랜드

## 02 시장조사



### 대도시, 백화점에만 입점?

폴 바셋 커피가 국내에 들어온 2009년. **첫 오픈 매장이 신세계백화점 강남점**이었다. 그 후로 대도시 위주의 백화점, 아울렛 등 도심의 임차료가 비싼 지역 위주로 개점한다고 알려져 있는데, 이는 폴 바셋 커피의 국내 고급화 전략에 첫 발자국인 것으로 보인다. 현재는 지방 일반시에도 여러 매장이 오픈되어 접근성이 좋아졌다.

### 본격적인 고급화 전략

백화점 위주로 입점할 수 있었던 이유는 처음부터 폴 바셋 커피는 **‘최연소 바리스타 챔피언의 고급 커피 브랜드’**라는 슬로건으로 나왔기 때문이다. 그 만큼 가격 또한 **프랜차이즈 커피 중 최상위권** 수준이다.

품질과 가격이 비레한다는 평도 있으나 인터넷상에서 여론은 좋지 않은 것으로 보인다. 하지만 고급화에 대한 기세를 꺾지 않고 여전히 도심, 오피스 상권, 백화점을 공략하고 있다.

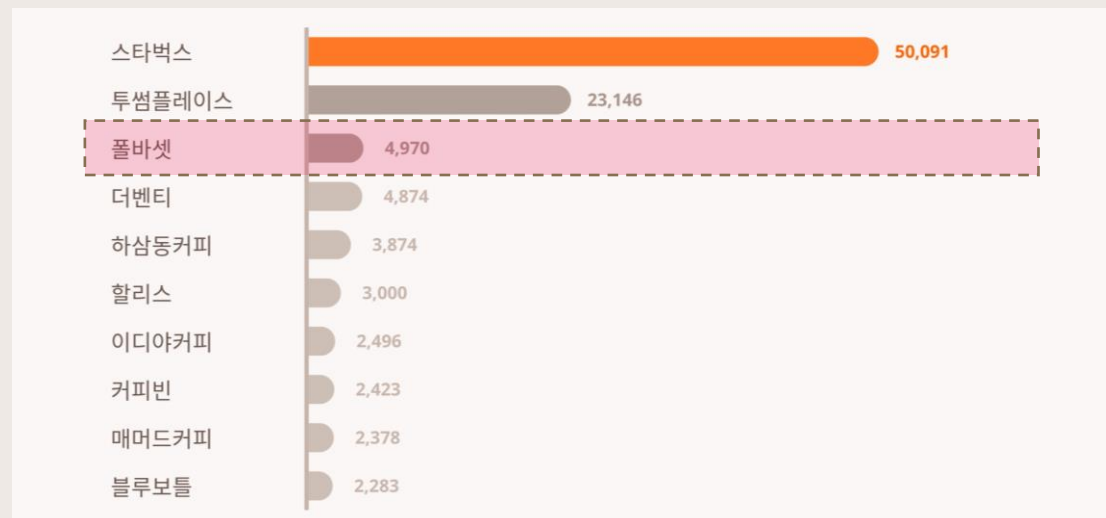
# 시장조사

## 비싸도 갈 사람은 다 간다.

대체로 샵인샵 매장 운영, 고가의 커피 가격에도 커피 전문점 트렌드지수에서 상위권을 유지하고 있다는 것은 그들의 고급화 전략이 아주 효과가 있다고 보여진다. 저렴한 가격이나 유명한 모델, 여러 프로모션 등으로 경쟁력 높은 타 브랜드들과의 순위 차트에서 상위권을 차지 한다는 것은 **‘값이 비싸더라도 맛있는 고급 커피를 마시겠다.’** 라는 소비자 **들이 많다는** 뜻이기도 하다.

1위를 차지한 스타벅스는 매장 수 뿐만 아니라 인지도 측면에서 1위에서 내려 오는 것이 불가 할 것 같으며, 2위의 투썸플레이스 또한 폴 바셋 보다 저렴한 가격대와 유명한 베이커리류 등으로 토종 커피 브랜드로서는 굳건하기 때문에 위의 두 브랜드를 넘는 것은 매우 어려울 것으로 보인다.

출처 : 랭키파이 커피 전문점 트렌드 테이블



03

## 사용자 조사

30~50대  
백화점 고객

양보다 질을 택하는 백화점 상권의  
고객 성향에 걸맞는 마케팅으로 백  
화점에 방문하는 30~50대고객들  
이 주로 이용

가족단위

상하목장의 아이스크림과  
베이커리류가 다양하고 맛있어서  
아이들과 함께 즐기는 가족단위의  
고객들도 많음

오피스상권  
직장인

서울, 수도권의 주요 오피스 상권에  
입점이 많이 되어있어 직장인들의  
수요가 많음.  
특히 미팅이나 접객에 저가 커피보  
다 선호하는 편

## 자타공인 커리어우먼!

황디터 36세 | 여

12년차 패션잡지 에디터



## 황디터의 라이프 스타일

- 트렌드에 민감해서 늘 다가오는 시즌의 유행할 아이템, 색상 등을 조사하는 것은 기본이고 브랜드 마다 룩북과 컬렉션을 파악하는게 취미
- 취미와 직업이 일치되어 직업만족도가 높은편
- 패션 뿐 아니라 어떤 분야에서도 선택 기준 중 '디자인'의 비중이 가장 높음
- 보여지는 것이 중요한 스타일이라 늘 드레스업에 신경쓰는 편
- 차갑고 깐깐하게 보이지만 내면은 부드러운 외강내유 스타일

## 커피는 나의 인생!

김بار리 28세 | 남

개인카페 창업 준비 · 바리스타



## 김바리의 라이프 스타일

- 커피로 시작해서 커피로 끝나는 하루
- 착한 성격에 어리버리해 보이지만 일 할 때는 누구보다 철두철미
- 전공과 완전 다른 진로이지만 아르바이트로 시작한 바리스타가 너무 적성에 맞아서 창업을 준비하고 있음
- 낮에는 유명한 바리스타 아카데미에서 고가의 수강료를 내고 수강하고 저녁에는 프랜차이즈 카페에서 파트타임으로 근무중

# 페르소나 시나리오

## 황디터의 페르소나 시나리오

패션 잡지 에디터라는 직업 특성상 패션 브랜드 시장조사, 트렌드 파악을 하기위해 백화점을 자주 방문하며 백화점으로 외근을 나가는 경우도 많은 황디터는 한 손에 커피를 들고 다녀야 하는 버릇이 있다. 그래서 백화점 내에 입점되어 있는 카페를 자주 찾는데 스타벅스는 늘 사람이 너무 많아 오래 기다린 적이 한 두 번이 아니어서 어느 날 폴 바셋을 방문했는데, 커피 맛이 너무 좋아서 한 번 맛본 이후로는 폴 바셋만 가게 되었다.

집에서도 직접 커피를 내려 먹기 때문에 폴 바셋 원두에 대해 알고, 주문하고 싶어서 홈페이지를 방문했으나 실제로 느끼던 폴 바셋의 분위기와 홈페이지가 너무 달라서 당황스러웠다. **매장에서 느끼던 고급스러움이나 전문성을 보기 어려웠다.**

원두가 강점인 브랜드라고 알고있었는데 메인에서는 그런 강점을 찾아보기 힘들었고, 원두 구매 링크로 이동하는 과정도 **불필요한 스크롤과 클릭이 여러 번 필요**해서 번거롭게 느껴졌다. 안 마셔본 음료도 궁금해서 메뉴 페이지를 찾아봤는데 **사진들이 통일되어 있지 않아 집중이 되지 않았다.**

**사이트 내에 오류도 너무 심해서** 원두 사러 들어갔다가 스트레스만 얻고 갈 지경이다.



# 사용자 니즈 도출

## 문제

- 고급화된 커피 브랜드라는 것이 납득되지 않는 전체적인 홈페이지 디자인
- 메인에서 원두의 특별함을 알 수 없음
- 사이트의 안정성이 떨어짐

## 니즈

- 고급 커피 브랜드인 만큼 홈페이지도 고급스럽게
- 첫 화면부터 원두의 특별함과 원두를 구매 할 수 있는 링크가 눈에 띄었으면 좋겠음
- 메뉴 소개 부분에서 상품마다 이미지와 글들이 눈에 잘 들어왔으면 함

## 해결

### 메인 페이지

브랜드 고유의 색상과 패턴으로 깔끔하고 고급스럽게 리디자인하고  
신 메뉴 섹션의 디자인도 깔끔하게 수정 필요 없는 요소 삭제

### 원두 구매 배너

메인에 원두의 특별함을 간략하게 소개하고 배너 삽입  
E-SHOP은 클릭하자마자 접속할 수 있도록 불필요한 링크 구조 변경

### 브랜드 정보/메뉴

이미지와 폰트를 한 톤으로 일관성 있게 정리하여 사용자가 원하는 정보를 쉽게 캐치할 수 있는 직관적인 페이지 완성

### 사이트 안정성

홈페이지를 리디자인 하면서 안정성을 검토하고 오류가 없게 개발

07

# 사용자 니즈 개선비교



## 개선 전

브랜드 아이덴티티가 안느껴지고  
방치된 듯한 홈페이지 디자인

전체적으로 정돈되지 않아  
집중력이 흐려짐

원하는 정보를 확인하기 위해서는  
불필요한 스크롤과 클릭이 많음

## 개선 후

폴 바셋의 이미지에 맞는  
세련된 분위기로 리디자인

정돈된 톤앤매너와 필요한  
정보만 넣어 사용자 편의성  
증대

직관적인 디자인과 간결한  
링크 구조로 배치하여  
쉽게 알아보고 이동하게 함

# 홈페이지 문제점

## 내가 알던 고급 커피 브랜드 맞아?

### · 홈페이지 완성도 부족

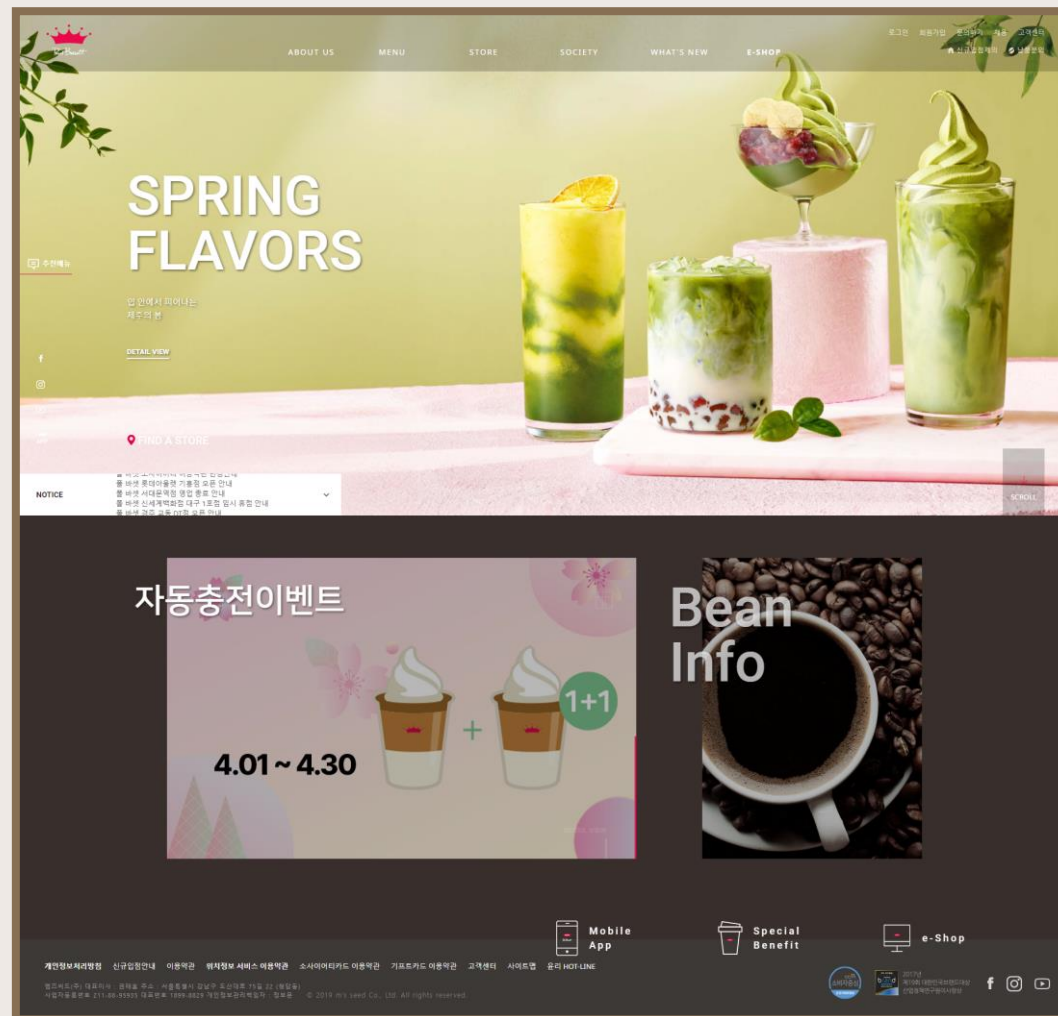
메인에서 확인할 수 있는 정보가 거의 없음  
디자인도 트렌드에 맞지 않고, 불필요한 요소(사이드바)가 많고 정작 필요한 것은 찾아보기 힘들

### · 번거로운 링크 구조와 스크롤

스크롤 화면 전환의 속도가 매우 느리고,  
메인에서 바로 확인이 가능한 정보가 거의  
없다보니 추가로 찾아서 카테고리에 진입  
해야하는 번거로움이 있음

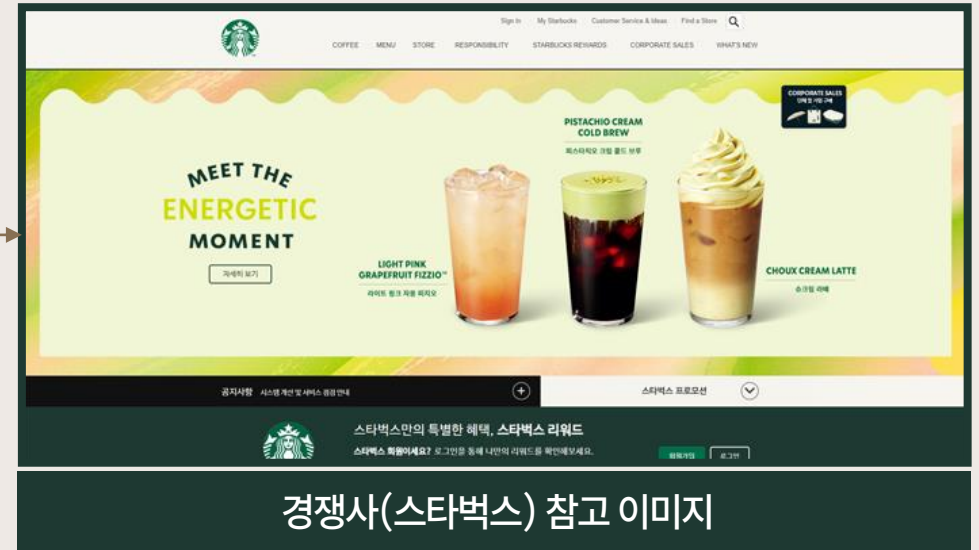
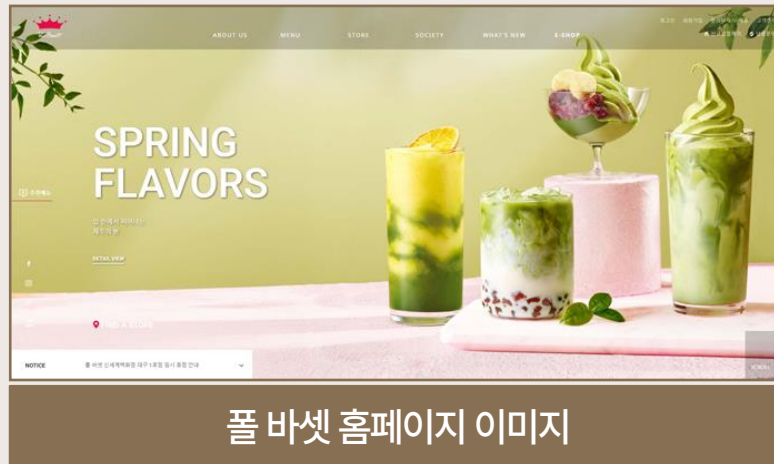
### · 떨어지는 안정성

오류가 잦음



# 09 경쟁사 홈페이지 비교

## 스타벅스 홈페이지를 참고한 개선방안



## 메인 페이지

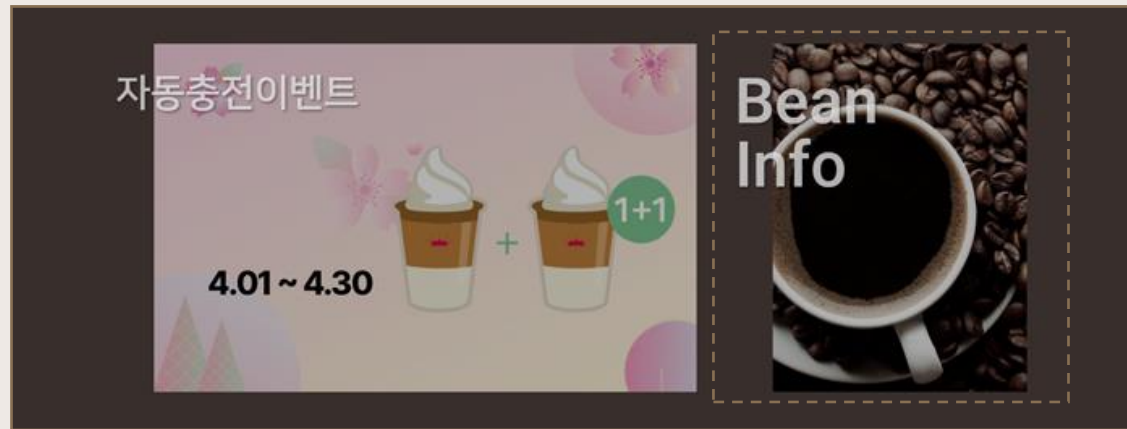
- 시즌 한정 또는 프로모션 음료의 이미지와 이름이 직관적으로 보이게 하면서 특징이 묻어나는 분위기를 연출한다.
- 그 외 문구의 폰트 타입, 정렬, 색상 등을 규칙적이게 설정하여 심플하면서도 고급스럽게 디자인한다.

# 경쟁사 홈페이지 비교

09

## 원두 구매 배너

- 불필요한 스크롤과 링크로 피로하지 않도록 메인에 신제품 또는 시즌 한정 제품을 고객들에게 알리는 배너와 원두 쇼핑몰로 바로 이동할 수 있는 링크 이미지를 배치



폴 바셋 홈페이지 이미지  
고급 원두가 핵심인 브랜드라고  
생각되지 않는 원두 배너 이미지

경쟁사(스타벅스) 참고 이미지  
소개하고 싶은 원두의 특징을 확실하  
게 보여주는 배너 이미지



# 경쟁사 홈페이지 비교

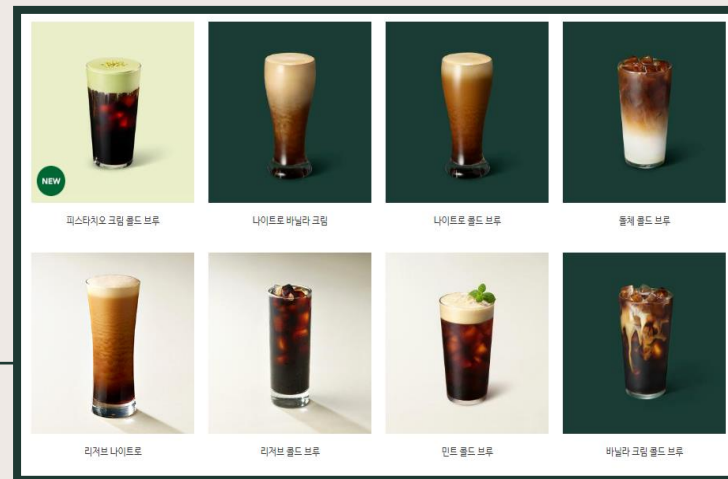
## 브랜드 정보/메뉴 카테고리

- 이미지가 많이 들어가는 페이지는 이미지의 배경 등을 일관성 있게 지정하고 폰트 타입을 정리하여 한 눈에 파악되게 변경
- 소비자가 궁금해하지 않고 읽지 않는 문구들은 과감히 삭제하고, 강조해야 하는 문구들은 폰트 크기 등으로 강조하여 필요한 문구와 정보들만 남겨서 원하는 정보를 쉽게 캐치할 수 있도록 직관적이게 변경



### 폴 바셋 홈페이지 이미지

제품 사진마다 다른 톤과 배경으로 한 눈에 알아보기 어렵고 집중되지 않음. 불필요한 요소들이 많음



### 경쟁사(스타벅스) 참고 이미지

동일한 특징을 가진 제품끼리 배경색을 공유하고 제품의 색상 톤을 균일하게 맞춰 알아보기 쉽고 일관성 있는 카테고리 구성