



# Binggrae

Website Renewal Project

Designer 신은혜

# 목차



## **01 / 기획**

기업소개

선택이유



## **02 / 분석**

기존사이트분석

경쟁사분석

아이디어발상

최신티렌드분석

방향성 / 목적



## **03 / 설계**

컨셉

스타일가이드

정보구조도(수정)

스토리보드

스케치



## **04 / 구현**

와이어프레임

GUI디자인

디바이스별 목업

01

## 기획

선정이유 / 기업소개



기업명 : 빙그레

대표 : 전창원

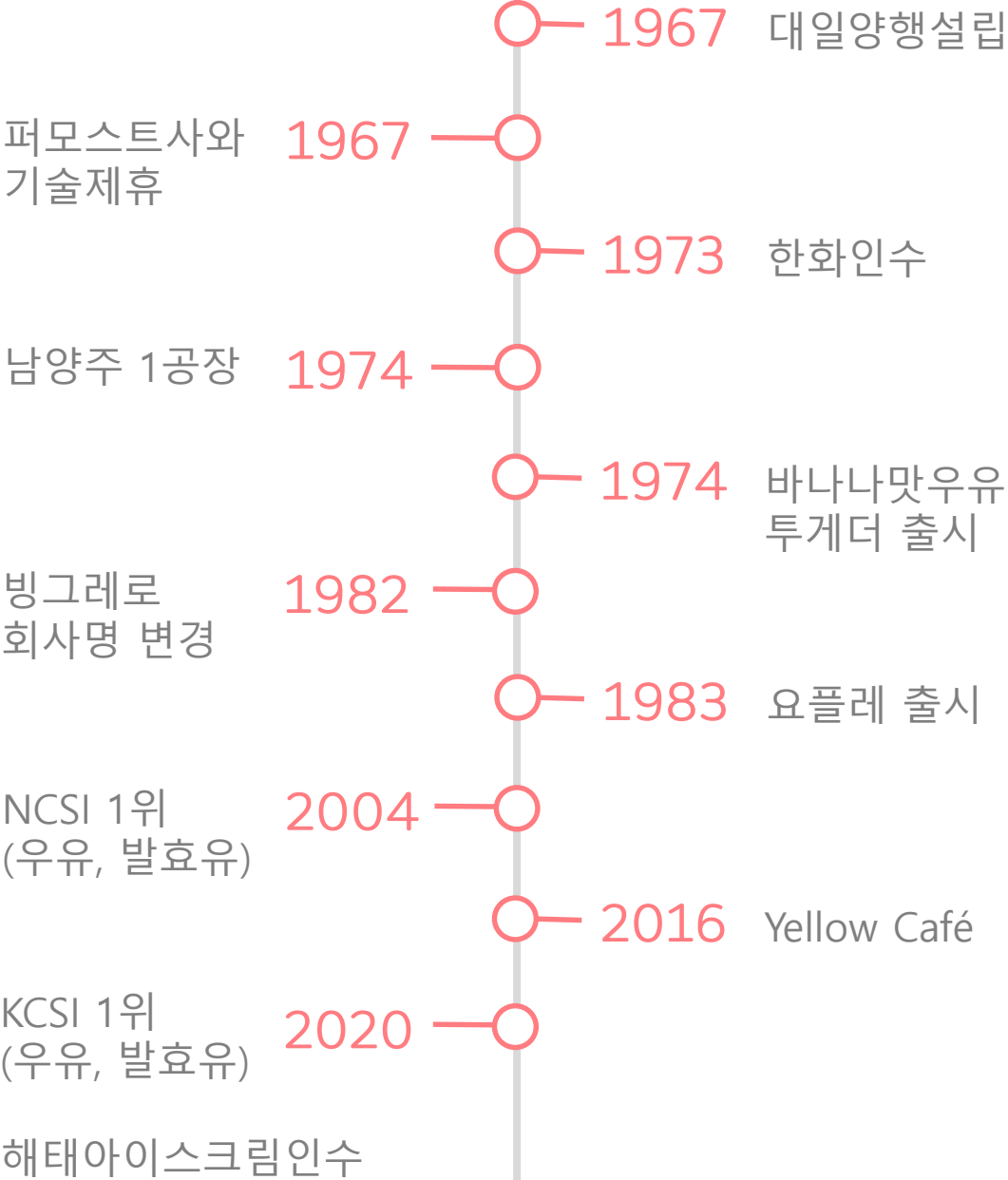
업종 : 빙과류, 디저트, 건강기능식품

설립일 : 1967년 9월 13일

매출액 : 8783억 3426만

종업원 : 1808명

평균연봉 : 5000만원이상 ~ 7000만원미만

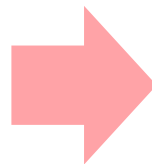




50년이 넘는 기간동안 빙과류 사업을 하였으며 대표제품으로 국민과 함께 해 왔음

현재 빙과류시장의 축소, 빙과류를 대체할 디저트의 증가, 건강에대한 관심으로 경영난을 겪기도 하였음

기존의 사업방식에서 변하고 있음, 변화가 진행중인 중견기업



기능성식품시장에 진입 -> 마노플랜, 비바시티 (tft몰)

제품리뉴얼 -> 기존제품에 새로운 맛 추가

영업이익  
SNS 홍보 / 마케팅 -> 큰 인기, 수상내역

매출액

## 기업**이미지**변화

주 타겟층의 변화  
어린이 -> 청년

사업방향의 변화  
해외수출



## 기업**홍보**, 정보제공

웰빙트렌드에 맞춘  
건강기능식품 브랜드몰 오픈

배달서비스, 신제품 소개 및  
홍보



## **소통중심**의 기업전략

SNS, 마케팅을 이용한  
소통중심으로  
반응형 앱 디자인필요

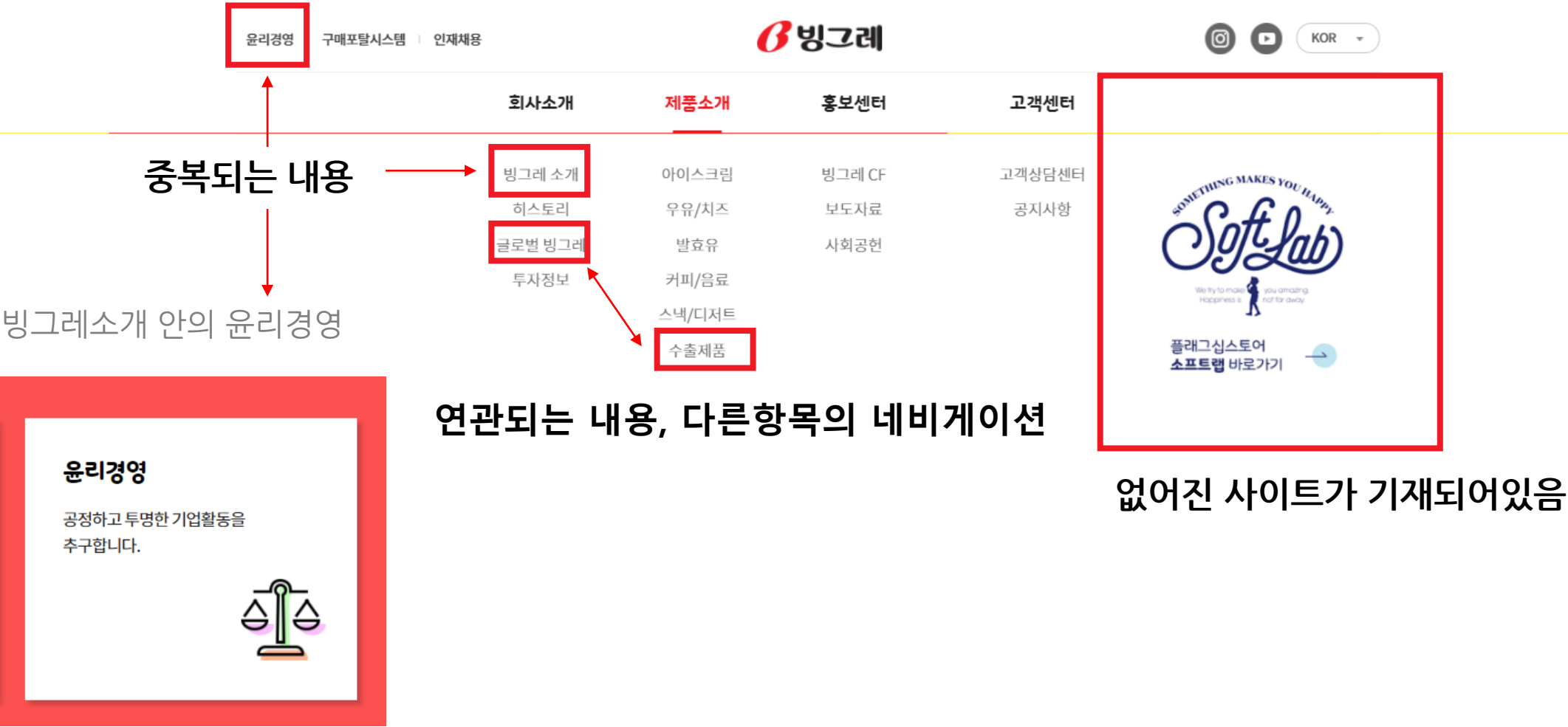
트렌드, 컬러, 새 컨셉에 따른  
디자인필요



# 02

## 분석

기존사이트분석 / 경쟁사분석 / 아이디어발상  
최신티렌드분석 / 방향성,목적





HOT

살아서 장까지  
닥터캡슐  
1000

더보기

대한민국을 대표하는 No.1 가공우유  
바나나맛우유

39년 전통의 대한민국 Heritage  
요플레 오리지널

메론맛 아이스크림의 대표 브랜드  
메로나

소금에 구운 바삭한 스낵  
꽃게랑

100% 프리미엄 냉장우유 맛  
따움 (235ml)

봉어 모양의 팔 아이스크림  
봉어싸만코

1000배 더 강력한 생존율  
요플레 닥터캡슐

달콤한 바나나와 달기의 맛과 향이 살아있...  
[수출] 바나나맛우유

초록빛 상큼한 멜론의 맛, 메로나  
[수출] 메로나

프리미엄 클래스  
클레도르

더보기

뽕-까 새롭아졌습니다.  
[수출] 뽕따

가열소금에 구워 더 바삭하고 담백한 꽃...  
[수출] 꽃게랑

원두커피 본연의 향, 아카페라  
[수출] 아카페라 모카

봉어모양과자 속에 바닐라아이스크림과 팔...  
[수출] 봉어싸만코

수출관련 항목 같은 내용임에도  
다른 분류로 해 놓아 내용이 중복됨.  
가독성이 떨어짐.

업데이트 2021.02.19

국내산 원유로 만든 대한민국 대표 아이스크림 브랜드

용량  
900 mL

열량  
100kcal

출시년도  
1974.01

다양한 강한 색 사용  
제품고유의 다양한 색과  
웹 컨셉상의 비비드한 색  
시선이 분산됨

SNS 바로가기

업데이트 2021.02.10

입 안에서 독특! 제미가 독특!

용량  
150 mL

열량  
265kcal

출시년도  
2019.04

일관되지 않는 바로가기  
같은 분류이지만  
어떤 내용에는 바로가기가  
있고,  
다른 내용에는 바로가기가  
없음

공지사항



기업

[기업] 2020년 빙그레 수상 내역

2021.03.17

...

2017년 이후로 업데이트되지 않음

전체 | 기업 | 이벤트 | 채용 | 브랜드

전체



| No. | 구분 | 제목              | 등록일        |
|-----|----|-----------------|------------|
| 623 | 기업 | 2020년 빙그레 수상 내역 | 2021.03.17 |

전체 | 기업 | 이벤트 | 채용 | 브랜드

전체



| No. | 구분  | 제목                                      | 종료 | 등록일        |
|-----|-----|---|----|------------|
| 450 | 이벤트 | [이벤트 안내] 빙그레 50주년 기념 SNS 이벤트            | 종료 | 2017.10.11 |
| 449 | 이벤트 | [이벤트 안내] 빙그레 바나나맛 우유 마이트로우 이벤트          | 종료 | 2017.07.14 |
| 448 | 이벤트 | [이벤트 안내] 빙그레 HMR 브랜드 '헬로 빙그레' 런칭 기념 이벤트 | 종료 | 2017.07.11 |
| 447 | 이벤트 | [이벤트 안내] 제 31회 빙그레 어린이 그림잔치             | 종료 | 2017.04.10 |
| 446 | 이벤트 | [이벤트 안내] 클래식로 한정판 틴케이스 증정 이벤트           | 종료 | 2016.08.26 |
| 445 | 이벤트 | [이벤트 안내] 3배로 짜낸 요파 패밀리키트 이벤트            | 종료 | 2016.06.29 |

이벤트, 채용, 브랜드에 대한 공지사항은 더 이상 올라오지 않음



윤리경영 / 구매포탈시스템 / 인재채용

유튜브, 인스타그램 바로가기

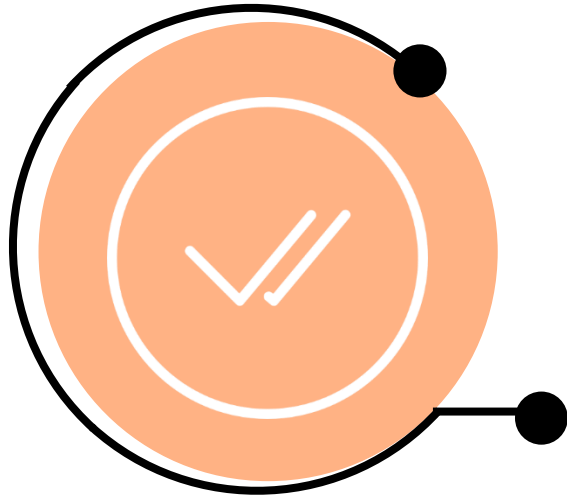
| 회사소개   | 제품소개     | 홍보센터   | 고객센터     |
|--------|----------|--------|----------|
| 빙그레 소개 | 아이스크림    | 빙그레 CF | 고객상담센터   |
| 히스토리   | 우유 / 치즈  | 보도자료   | 공지사항     |
| 글로벌빙그레 | 발효유      | 사회공헌   | 함께해요 이벤트 |
| 투자정보   | 커피 / 음료  |        |          |
|        | 스낵 / 디저트 |        |          |
|        | 수출제품     |        |          |

SOMETHING MAKES YOU HAPPY

SoftLab

We try to make you amazing.  
Happiness is not far away.

플래그십스토어  
소프트랩 바로가기



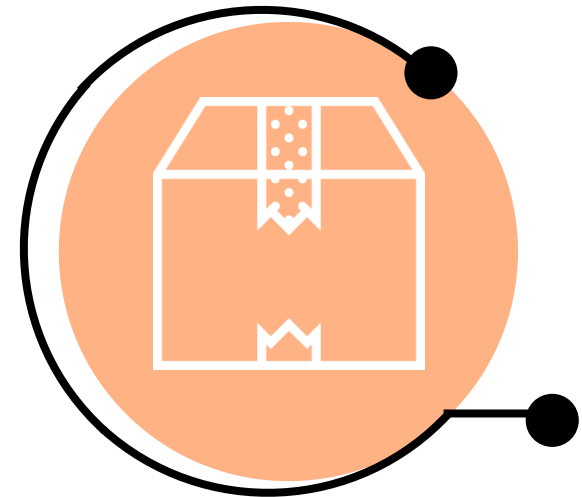
## 중복되는 내용

항목과 분류가 제대로  
되어있지 않아  
중복되는 내용으로 인해  
가독성이 떨어짐



## 강한 색 사용

제품 고유의 다양한 색과  
웹페이지 제작시의 비비드한  
컨셉의 색이  
시선을 분산시킴



## 업데이트

업데이트되지 않는  
페이지 존재  
이용에 불편

| 경쟁사비교      |      | 빙그레   | 베스킨라빈스   | 롯데제과  |
|------------|------|---|--|---|
| 차별화<br>포인트 | 온라인  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ SNS를 이용한 마케팅</li> <li>○ 아이스크림구독서비스</li> </ul> =>빙과류 업체에서 벗어난 소통방식                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>○이달의맛 -&gt; 신메뉴를 매번 출시함</li> <li>○다양한 맛의 제품들 소개</li> </ul> =>제품의 다양성                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>○과자상식 페이지 -&gt; 정보제공</li> <li>○공식구매페이지 생성-&gt;직접 구매할 수도 있음.(2021년 1월오픈)</li> </ul> |
|            | 오프라인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○참여형 콘텐츠</li> <li>○제품의 리뉴얼화</li> <li>○자사컨셉의 카페운영</li> </ul> =>오프라인 소통                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○프랜차이즈생성</li> <li>○배달앱 -&gt; 배달</li> <li>○회사이미지 -&gt; 컨셉, 디자인</li> </ul> =>배달 앱을이용한 접근성, 컨셉전략 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○많은물량과 종류</li> <li>○점유율이 높음(어느 마켓에서나 롯데제과를 찾아볼 수 있음)</li> </ul> =>큰 시장             |
| 미충족가치      | 온라인  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○SNS중심의 소통방식 -&gt; 회사 홈페이지 업로드에 소홀함</li> <li>○업로드 X, 중복되는 콘텐츠=&gt;홈페이지 업로드</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○트릿 마켓컬리등 새로운 유통업체의 출현</li> </ul> =>배달앱과 직접 방문구매 외에 다른 접근성 필요                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○영양정보가 기재되어있지 않음(롯데스위트몰-공식홈페이지-에만 적혀있음)</li> </ul> =>신뢰성이 떨어짐                      |
|            | 오프라인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○카페컨셉의 소프트랩, 옐로우 카페에 대한 정보를 찾기 힘들</li> <li>○어린이를 대상으로 한 식품회사라는 이미지가 오랜기간 형성되어있음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○매장을 통한 판매 -&gt; 많은 양 구매시 매장상황에 따름</li> <li>○웰빙트렌드에서 멀음 -&gt; 일회용품, 다이어트 등</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>○전통적 방식 고수 -&gt; 도소매업</li> </ul> =>시대가 변화하면서 한계를 느끼고 자사 공식판매 물 생성(매출액이 떨어지고있음)     |

## SWOT 분석

### 강점

- 50년 -> 친근한 이미지, 대표제품
- 다양한 활동 -> 충성고객
- SNS -> 마케팅성공, 인지도 ↑

### 약점

- 어린이대상 -> 오랜이미지 고착화
- 다양한 활동 -> 업로드가 잘 되지않음

### 기회

- 코로나 -> 아이스크림할인점 多用
- 해태아이스크림인수 -> 경쟁사감소
- 코로나 -> 환경에 대한 관심이 높아짐

### [SO]

- 제품 리디자인 -> 친환경적
- 해태 아이스크림 -> 빙그레마케팅적용

### [WO]

- 청/장년 타겟 -> 레시피 홍보
- 집에서 참여할수있는 온라인이벤트

### 위협

- 저출산 -> 주타겟 어린이 수 감소
- 다양화되는 디저트항목 -> 대체식품 ↑
- 매장형 아이스크림과의 경쟁

### [ST]

- SNS -> 매장형 아이스크림과 차별화
- 시장다양화 -> 아이스크림 외 제품판매

### [WT]

- 어린이를 대상으로 한 마케팅
- 아이스크림을 고집하는 제품판매

## 02 경쟁사분석 - 기업벤처마킹(베스킨라빈스)



기업

베스킨라빈스

<http://www.baskinrobbins.co.kr/>

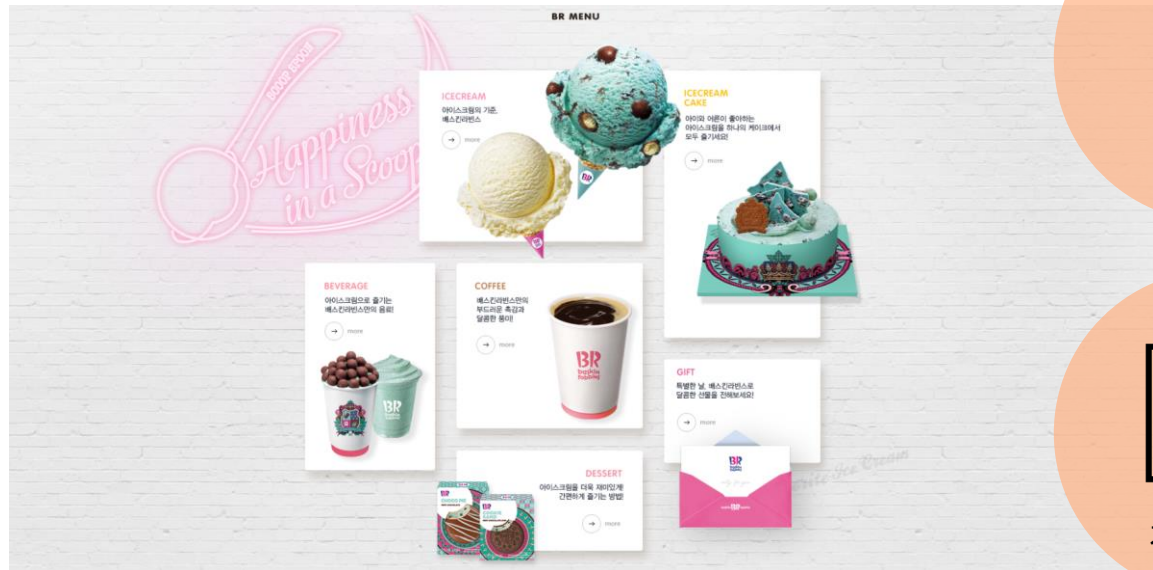


B

컨셉

등근원, 곡선사용

부드러운색상, 편안한 느낌을 준다



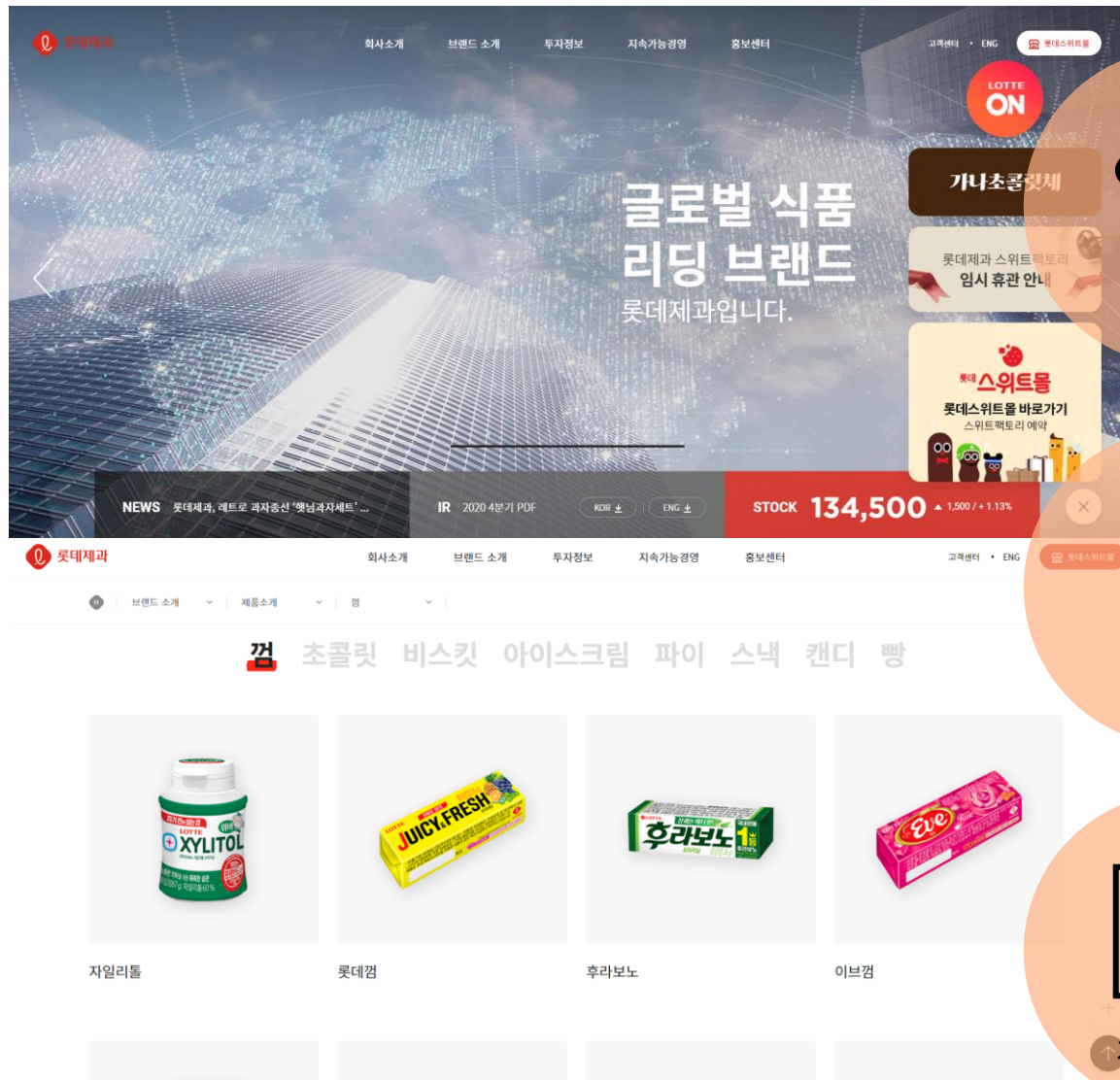
체크사항

플랫디자인, 가시성이 좋다

카드 배치의 불균형 -> 지루함을 덜어줌



## 02 경쟁사분석 - 기업벤처마킹(롯데제과)



### 롯데제과

<https://www.lotteconf.co.kr/>

큰 이미지, 큰 화면구성으로 제품이 잘 부각된다  
색상을 통일해서 사용해 눈이 편안하다

카드를 이용해 내용정리, 깔끔한 분위기를 연출  
중복내용 X, 잘 정리된 카테고리화 네비게이션





### PROFILE

이름 : 김지수      나이 : 27      직업 : 회사원

좋아하는것 : 디저트, 아이스크림을 좋아함

취미 : 웹서핑, 블로그, 유튜브시청

특징 : 코로나로 인해 건강과 환경에 관심이 생김

“미래를 위해 소비해야죠”

### LIFE STYLE

평범한 20대의 회사원인 김지수씨는 단 디저트와 카페를 좋아한다. 최근 코로나로 인해 가고싶은 카페에 마음껏 갈 수 없어 집에서 홈카페를 즐기는 것을 고려 중이다. 평소와 같이 마스크를 끼고 회사에 출근할 때면 답답하면서도 과거가 그리운다. 환경이 심하게 오염되어 발생한 문제인 만큼, 예전에 마음에 드는 물건이 있으면 바로 소비했지만, 지금은 환경을 생각하며 물건을 골라 구매한다.

### GOAL

- 집에서도 즐길 수 있는 홈카페 디저트 즐기기
- 친환경적인 제품소비
- 관련 기업의 이벤트 참여, 활동

### NEEDS

- 관련 레시피에 대한 정보를 알려주는 사이트
- 친환경적인 제품과 이벤트 참여, 온라인 커뮤니티 활동
- 이와 관련된 제품, 기업, 아이디어에 대한 정보

코로나, 환경문제

-사회적 이슈에 관심이 생김  
-사회공헌을 하는 기업을 찾게됨

SNS홍보, 빙그레

SNS를 하던 중 홍보로 유명한 빙그레의 활동에 대해 알게됨

서브페이지 접속

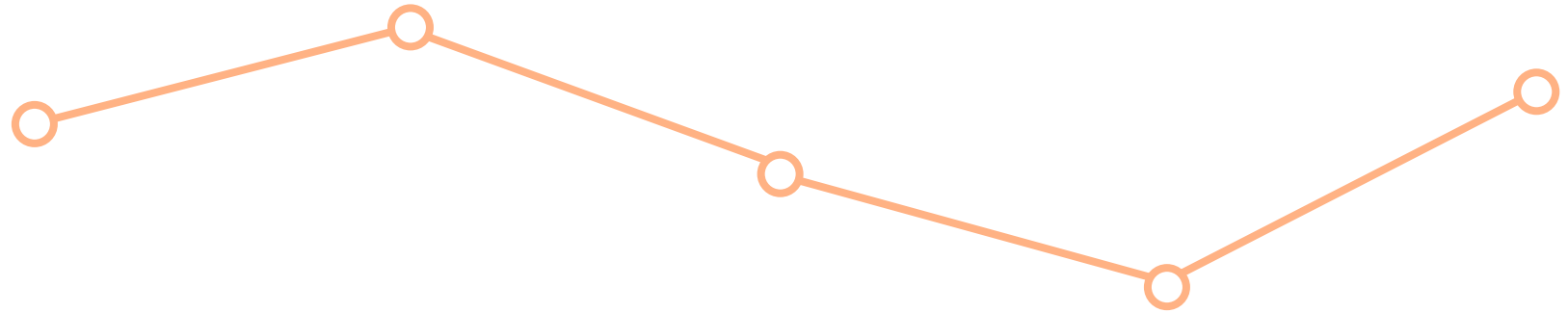
제품소개페이지  
-복잡한 가시성  
-카테고리가 난잡

이벤트, 공지사항

-관련정보가 업데이트 되지않음  
-니즈불충족

SNS페이지

-결국 family site의 SNS페이지로 이동  
-니즈충족



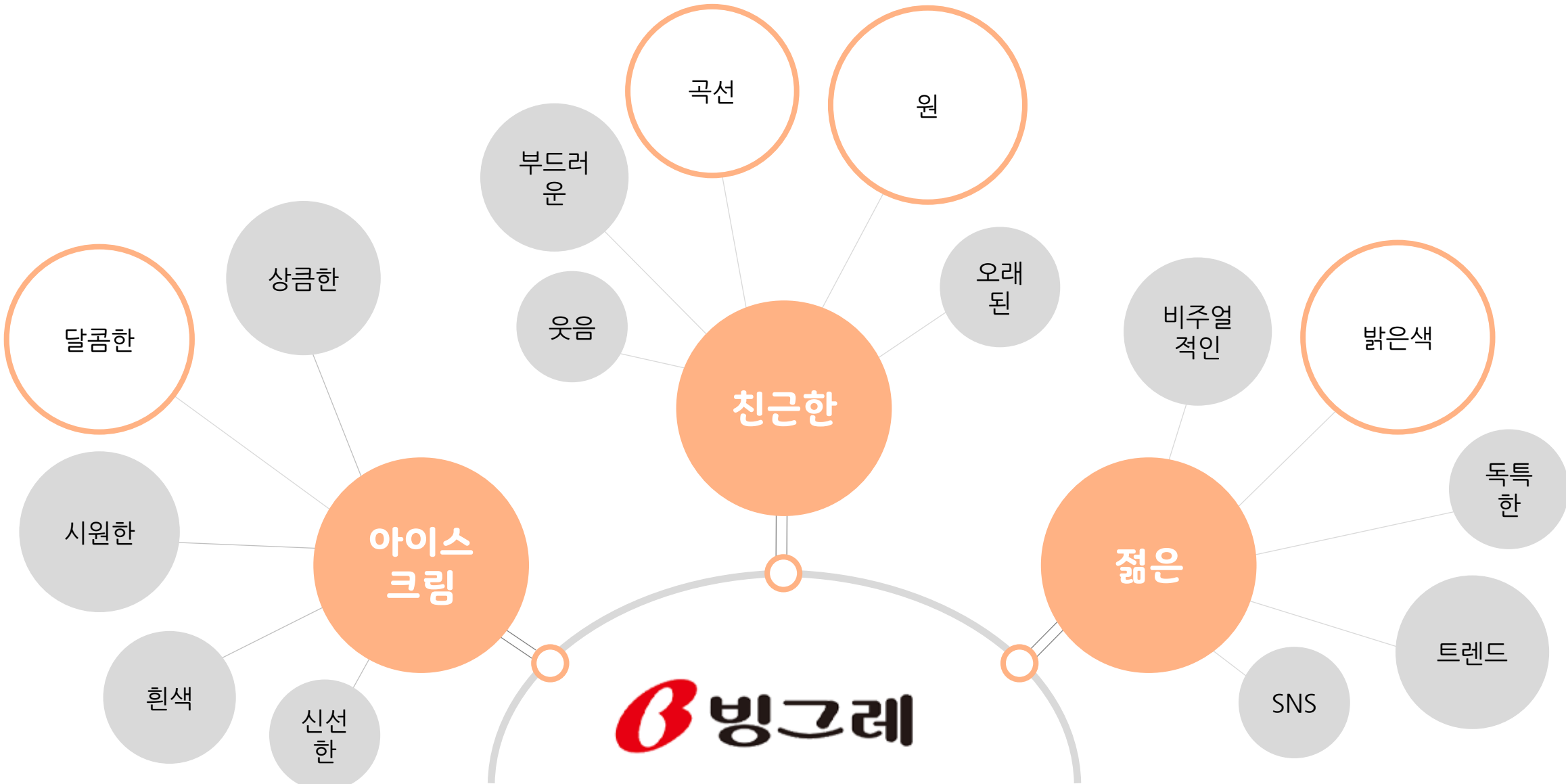
홈페이지 탐색단계

홈페이지 접속

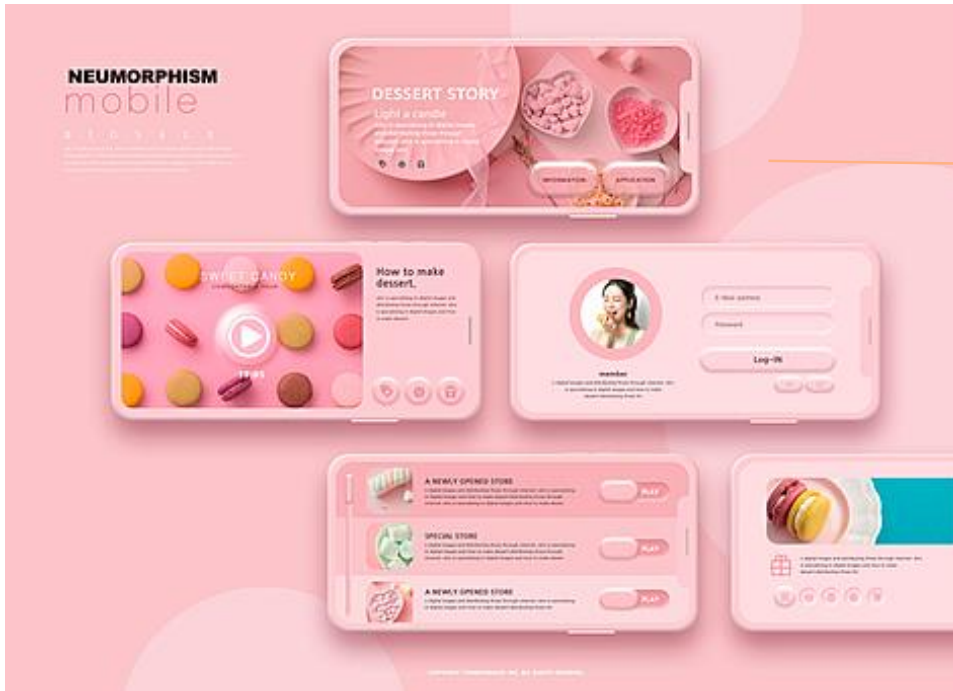
제품소개페이지

이벤트, 공지사항

Family site SNS페이지 방문



## 04 최신트렌드분석



### 뉴모피즘

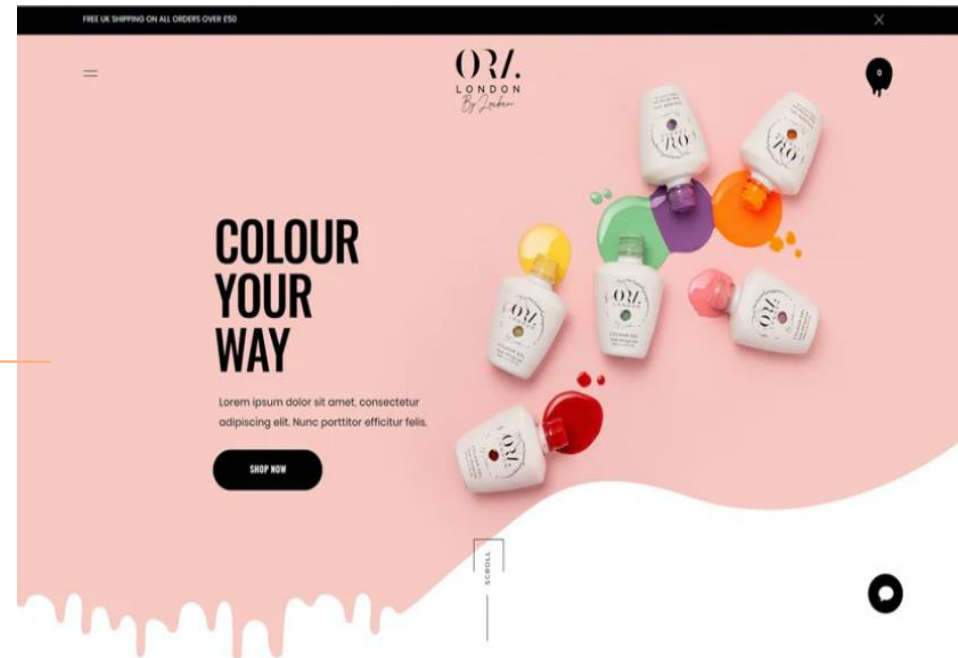
리얼리즘+플랫디자인에 맞춘 형태로,플랫디자인에 그림자를 넣은 것이다.

오랜기간 사용된 만큼 사용자로 하여금 익숙하게 느끼게 한다.

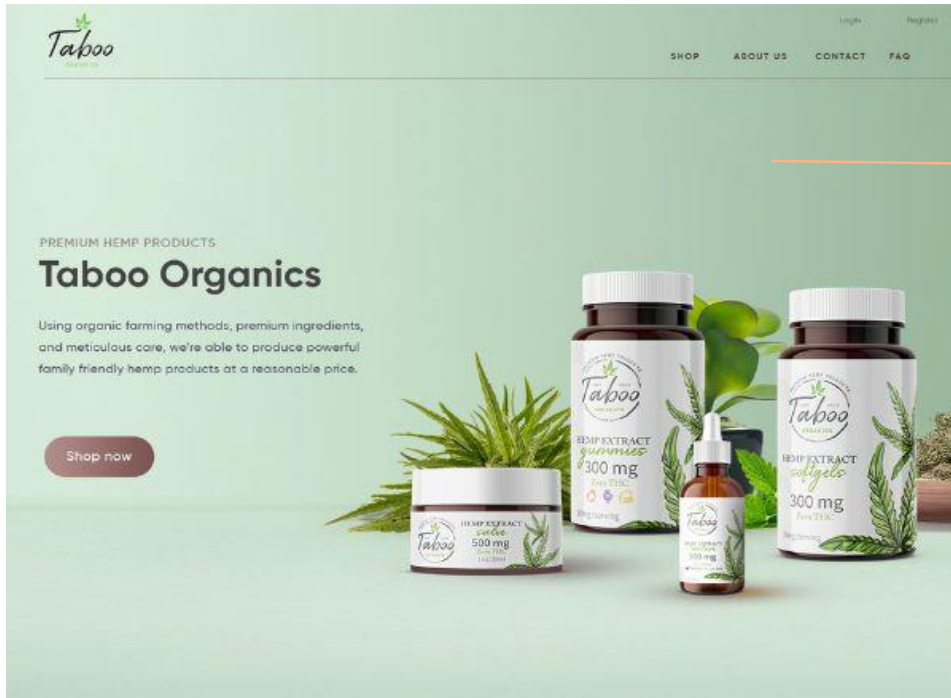
### 제품의 디지털적 해석

다양한 고유 이미지의 형태를 변형시킨것이다.

친근한 포장디자인을 새로운 시각으로 다가가게 한다.



## 04 최신트렌드분석



### 편안한 컬러

장시간 기기를 사용하는 사용자들을 위해 눈의 피로를 줄여 주는 편안한 색의 사용이 증가하고있다.

편안한 컬러로 빙그레의 친근한 이미지를 표현한다.

### 카드형 UI

이해하기 쉽고, 콘텐츠를 구성하기에 적절하다.

시각적인 즐거움과 동영상 추가 등의 활용도가 높다



덜 피로한 색상, 무채색사용

항목 분류, 중복된 내용 삭제

홈페이지 컨셉의 변화



- 사용자 편의성 증가, 홈페이지 이용증가
- 가독성 증가, 내용전달 용이
- 기존의 이미지 탈피, 홍보효과 증가

# 03

## 설계

컨셉 / 스타일가이드 / 정보구조도(수정) / 스토리보드 / 스케치

## 디자인주제



## 디자인목적 및 컨셉

홈페이지 홍보 및 리뉴얼

귀엽고 젊은 이미지

## 디자인포인트

원과 곡선 사용

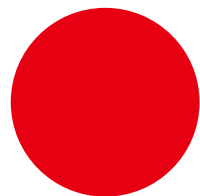
빙그레의 웃음을 상징하는 둥근 원과 곡선을 사용

디자인의  
디지털 해석

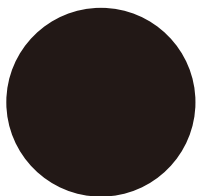
그림자, 도형 등을 응용하여 친근한 제품을 새롭게 보이도록 함



[MAIN color]

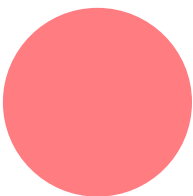


#ff0000

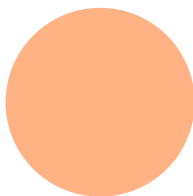


#000000

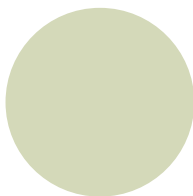
[SUB color]



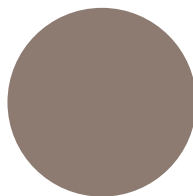
#ff6699



#ffb284



#8d7b71



#d4d9b9

[font]

나눔고딕

1234567890  
가나다라마바사아자차카파타하  
abcdefg ABCEDFG

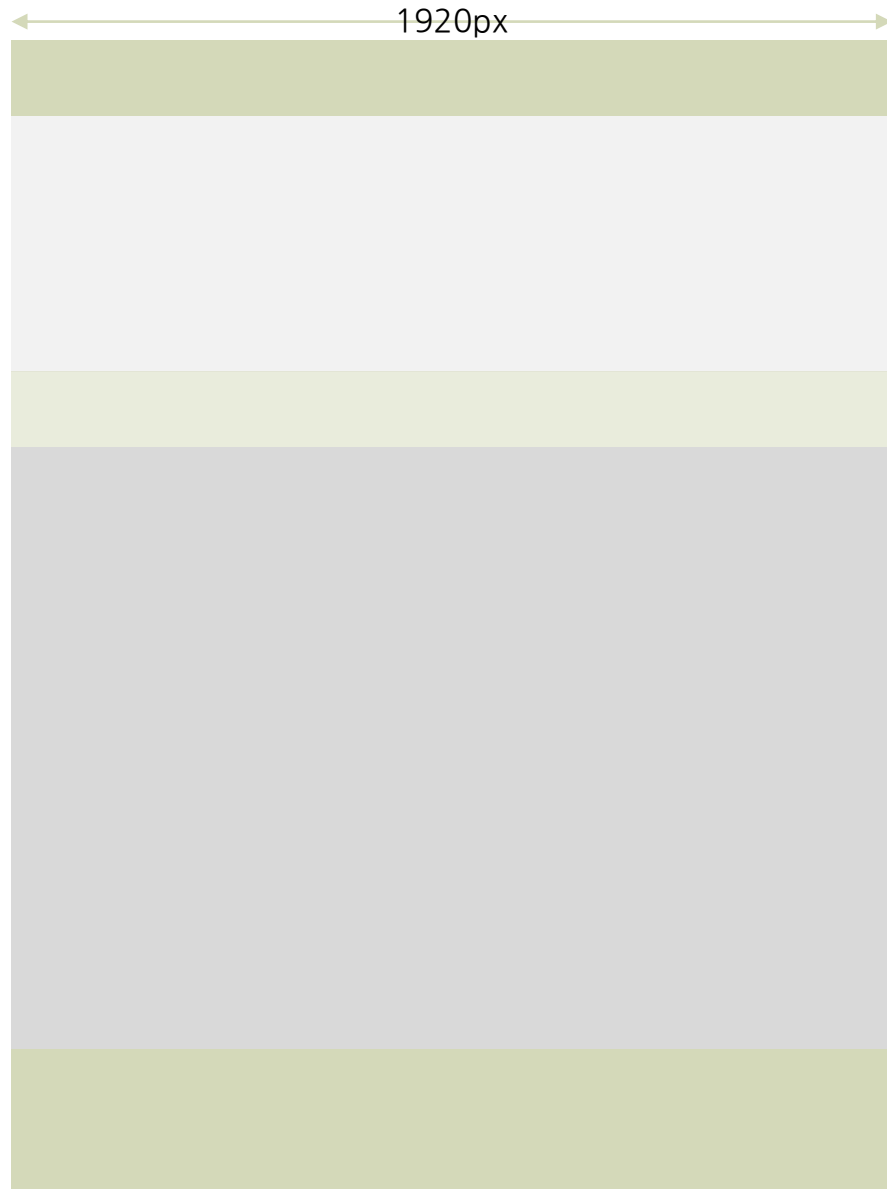
빙그레체

1234567890  
가나다라마바사아자차카파타하  
abcdefg ABCEDFG



| 회사소개   | 제품소개     | 홍보센터   | 고객센터 |
|--------|----------|--------|------|
| 빙그레 소개 | 아이스크림    | 빙그레 CF | 고객센터 |
| 글로벌빙그레 | 우유 / 치즈  | 보도자료   | 공지사항 |
| 투자정보   | 발효유      | 사회공헌   |      |
| 인재채용   | 커피 / 음료  | 이벤트    |      |
|        | 스낵 / 디저트 |        |      |

## 04 스토리보드



header

visual

sub navi

contents

footer

### [해상도]

- Pc : 1920px \* 1080px
- Tablet : 800px \* 1024px
- Mobile : 480px \* 900px

### [inner]

- Pc : 1600px
- Tablet : 740px
- Mobile : 440px


### [text]

- Pc : 60px, 40px, 20px, 16px
- Tablet : 40px, 20px, 14px
- Mobile : 30px, 20px, 14px


-> 글씨값고정, 일관성유지



[PC]



[Tablet]

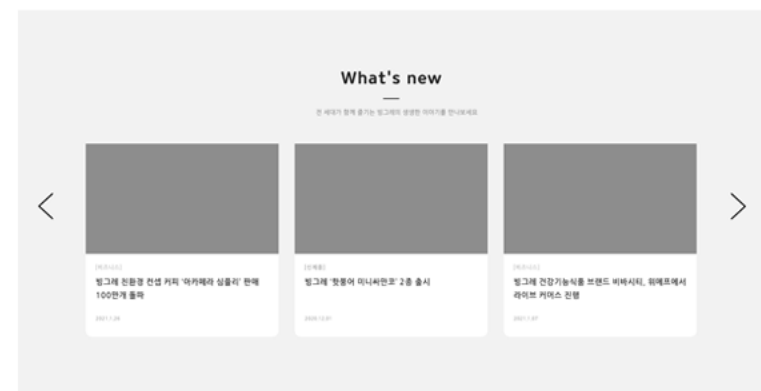
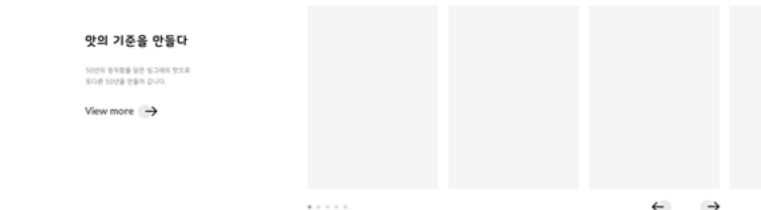
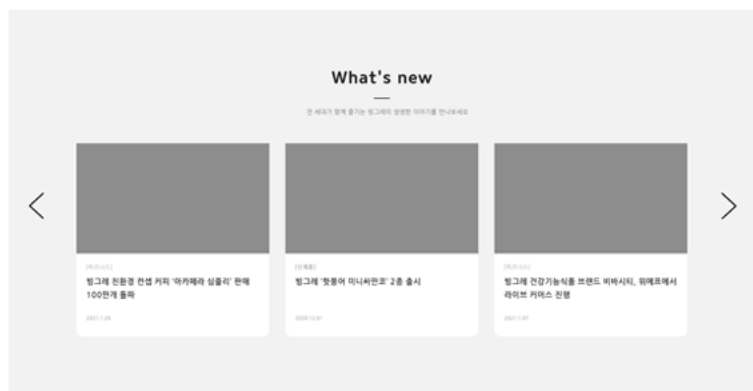
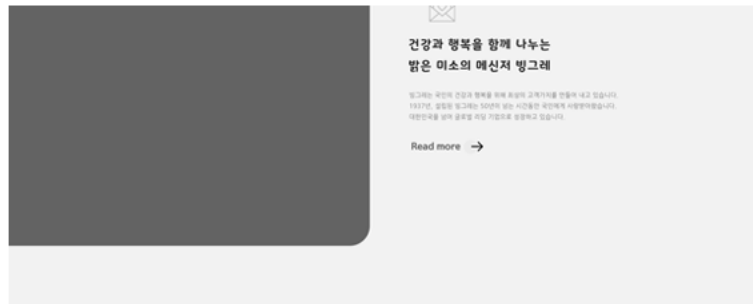
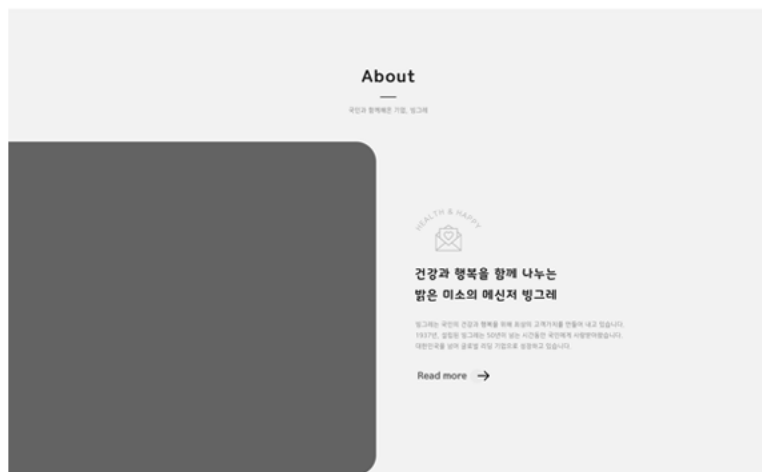
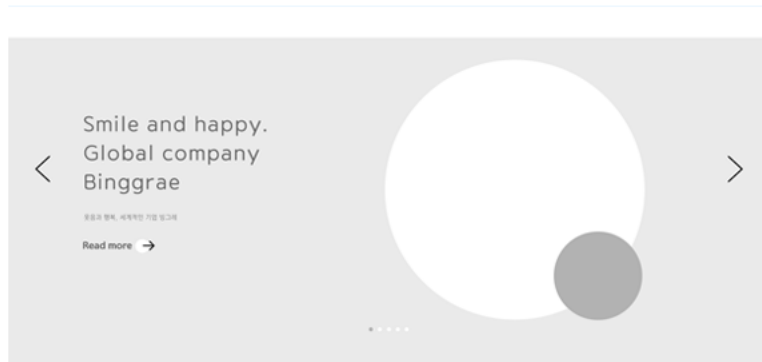


[Mobile]

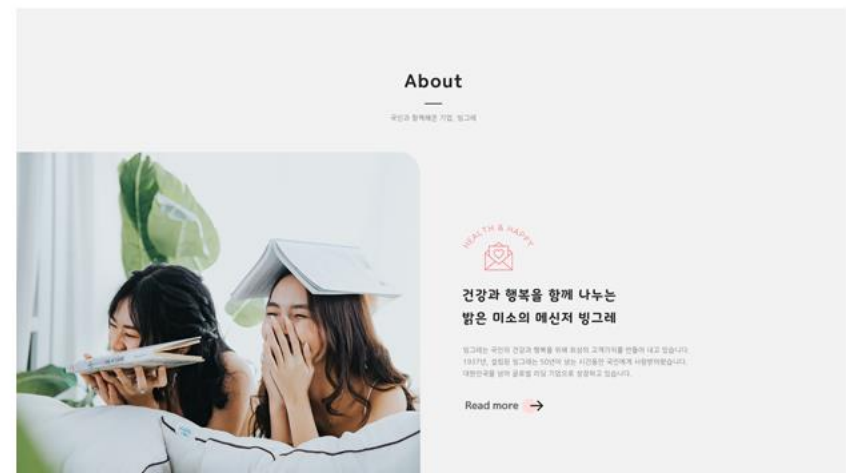
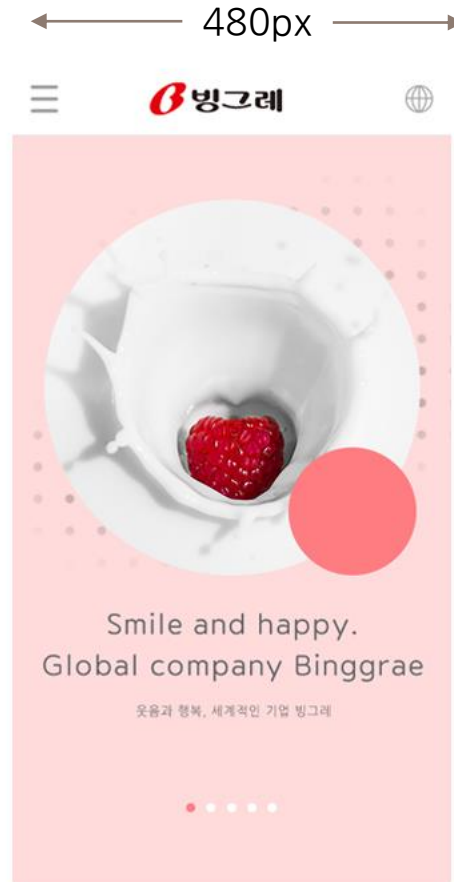
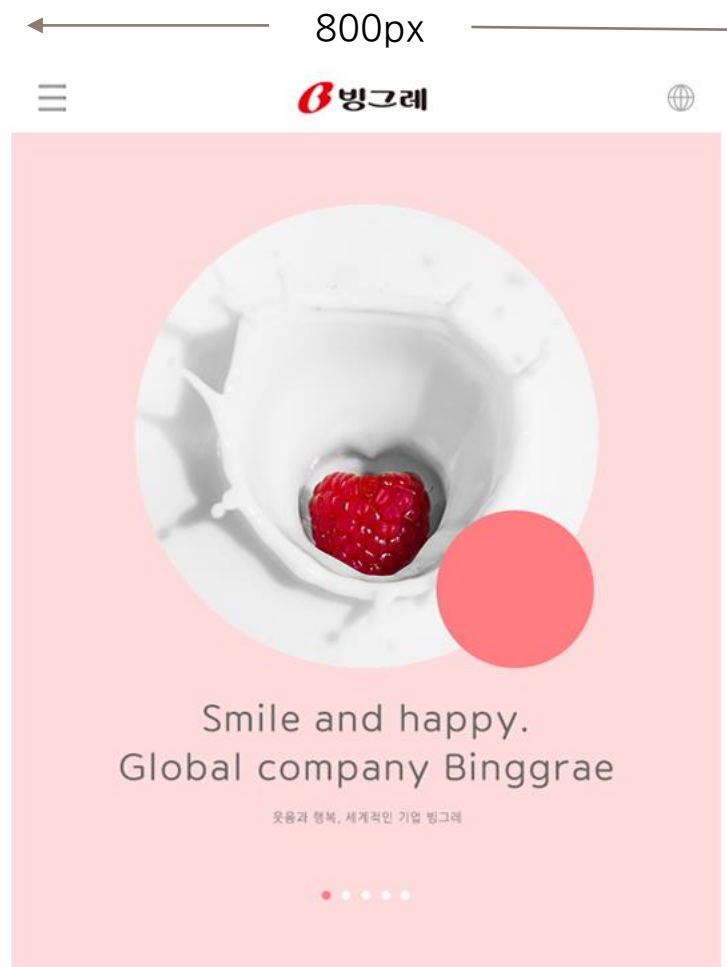
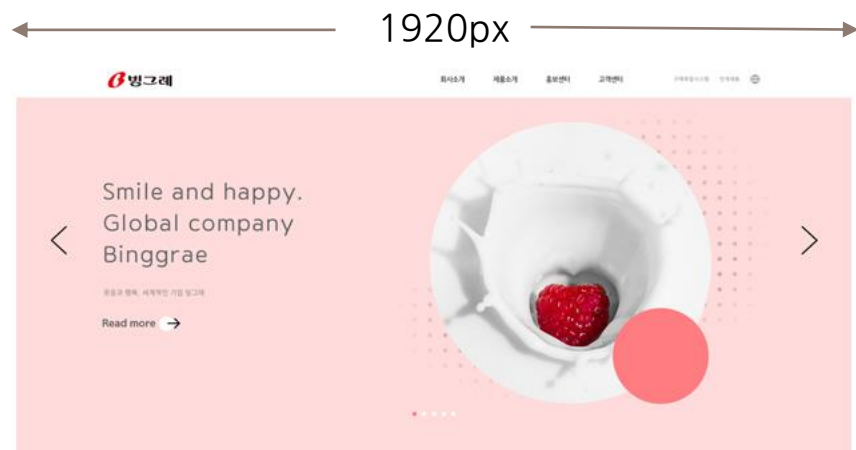
# 04

## 구현

와이어프레임 / 디자인시안 / 디바이스별 목업

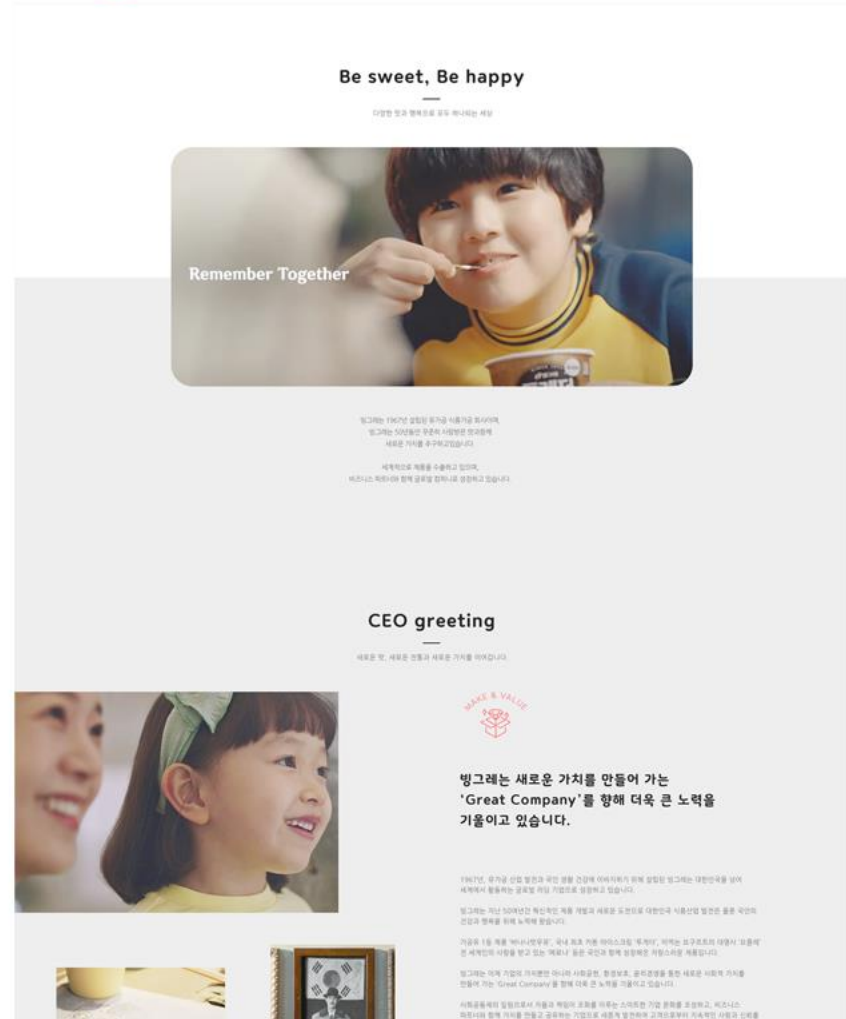


# 02 GUI디자인 - MAIN

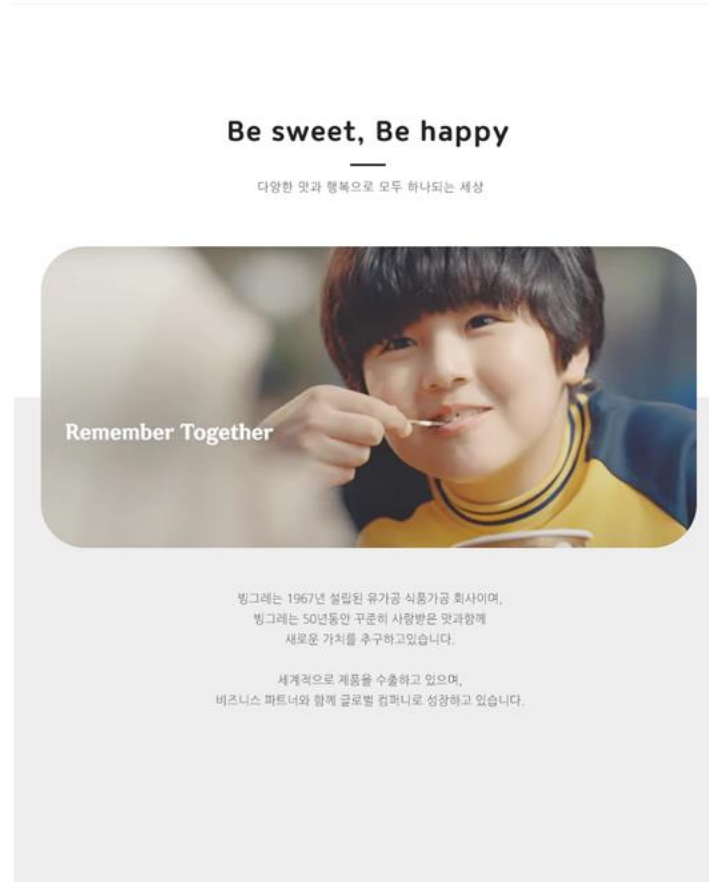


# 02 GUI디자인 - SUB01

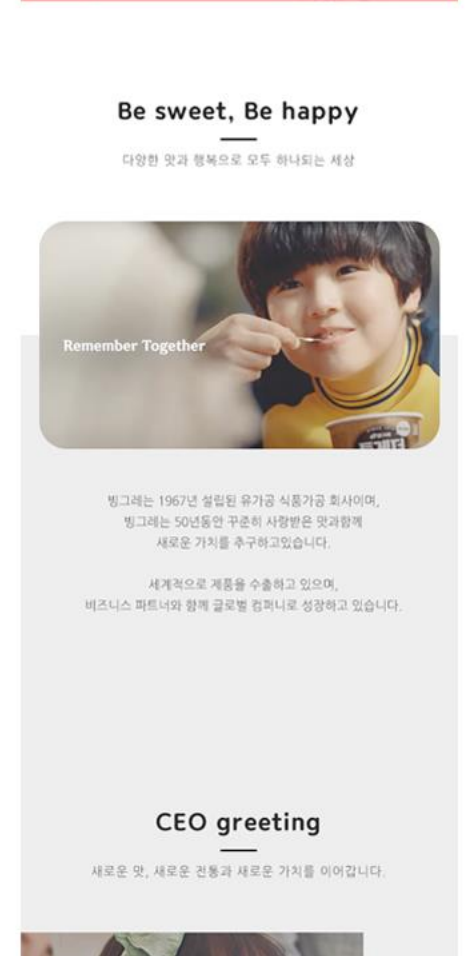
← 1920px →



← 800px →

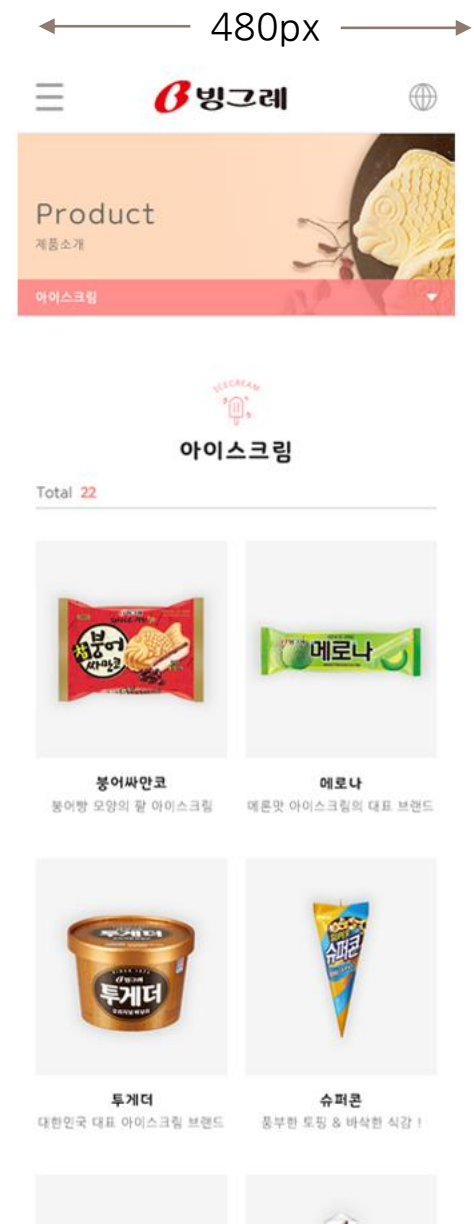
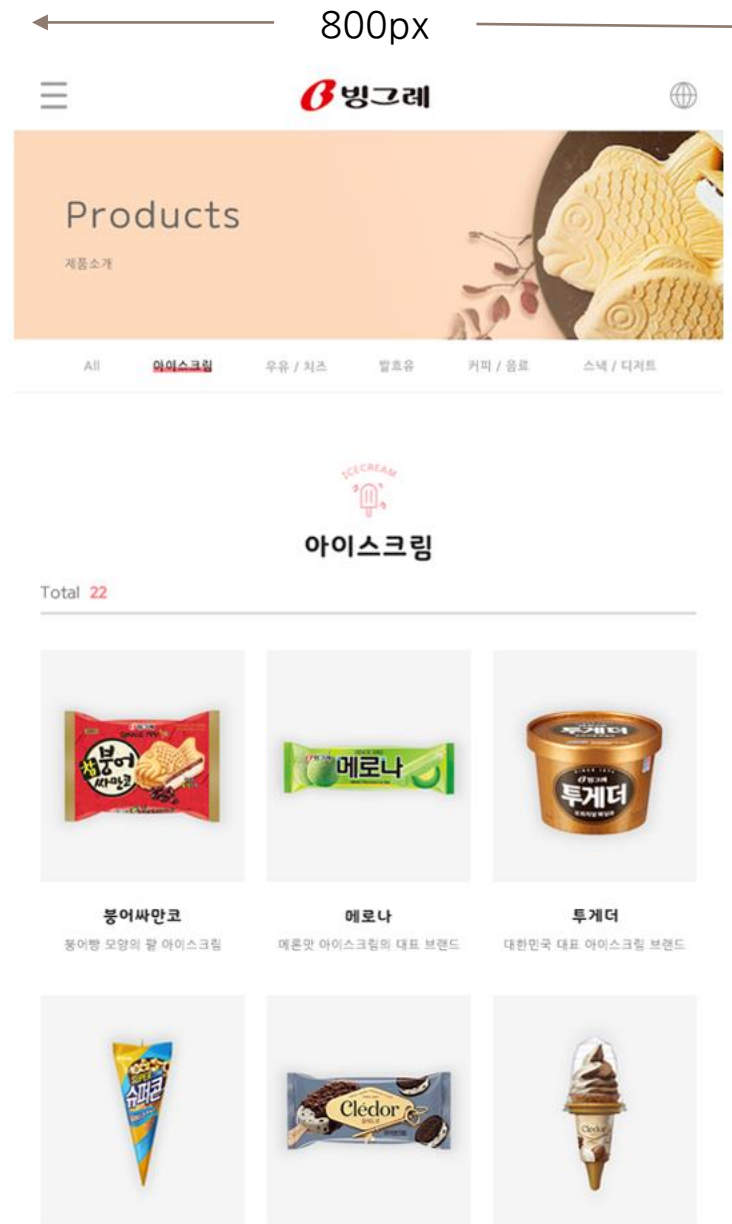
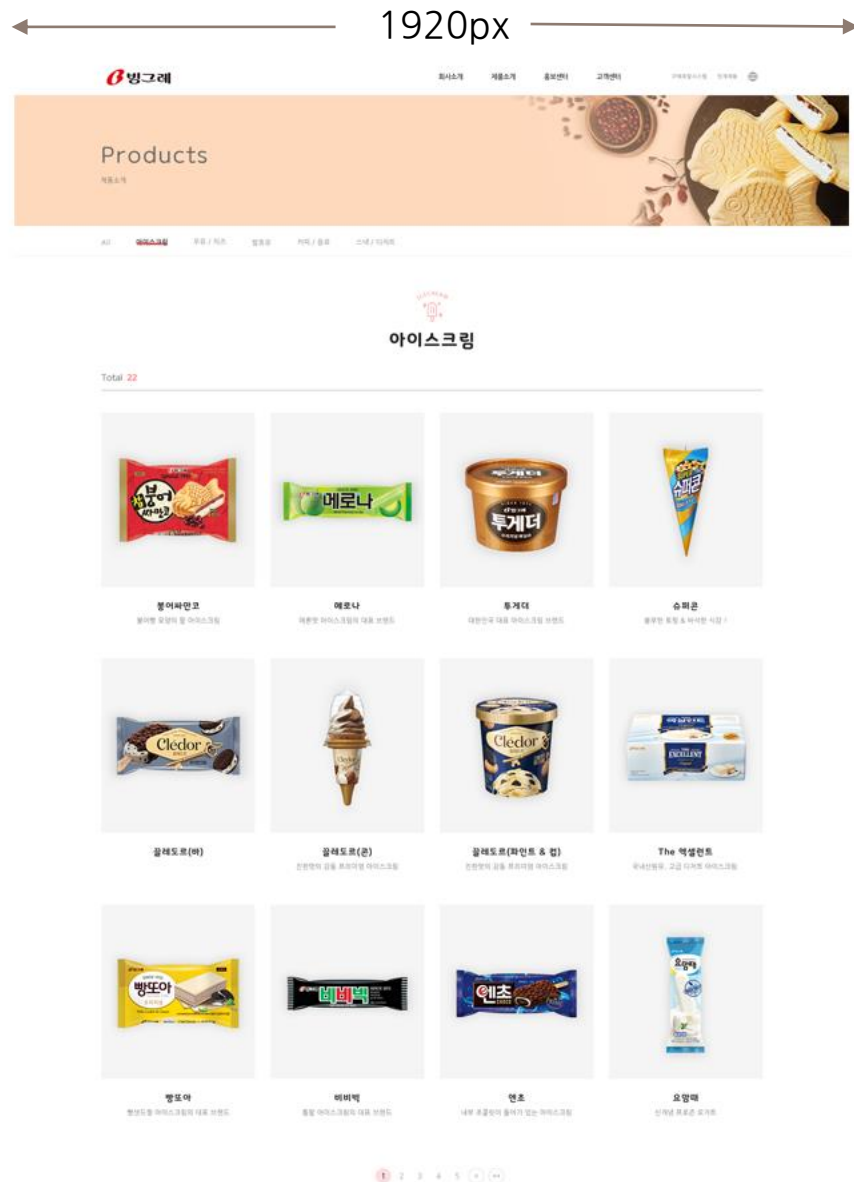


← 480px →

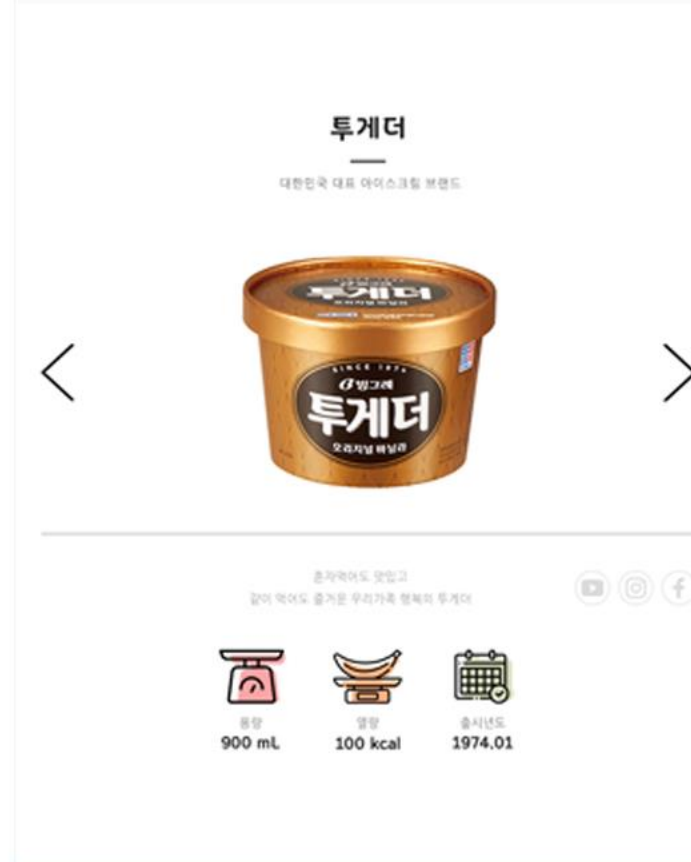




# 02 GUI디자인 - SUB02



# 02 GUI디자인 - SUB03



# 02 GUI디자인 - SUB04

← 1920px →



← 800px →



← 480px →



● ● ● ● ●

Total 81



빙그레, 오직 두가지 원료로 만든 '요플레 Only2' 출시  
2021.02.26

빙그레 꽃계란, 오우거와 손잡고 라면으로 개탄생  
2021.02.25

빙그레 코트-계란, 프리미엄 굿즈로 만든 향신 이어  
나간다  
2021.02.24



바나나맛우유의 위로 마케팅 격중, 요플레 단지 패키지  
해디언 신배  
2021.02.23

빙그레 친환경 전연 카피 '아카펠라' 심플리 100  
만개 품목  
2021.02.23

빙그레 건강기능식품 브랜드 '비바시리', '비바시리'에서  
라이프 케어스 진행  
2021.02.23



● ● ● ● ●

Total 81



빙그레, 오직 두가지 원료로 만든 '요플레 Only2' 출시  
2021.02.26

빙그레 꽃계란, 오우거와 손잡고 라면으로 개탄생  
2021.02.25

빙그레 코트-계란, 프리미엄 굿즈로 만든 향신 이어  
나간다  
2021.02.24



바나나맛우유의 위로 마케팅 격중, 요플레 단지 패키지  
해디언 신배  
2021.02.23

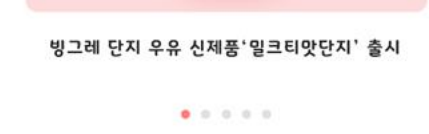
빙그레 친환경 전연 카피 '아카펠라' 심플리 100  
만개 품목  
2021.02.23

빙그레 건강기능식품 브랜드 '비바시리', '비바시리'에서  
라이프 케어스 진행  
2021.02.23



● ● ● ● ●

Total 81



빙그레, 오직 두가지 원료로 만든 '요플레 Only2' 출시  
2021.02.26

빙그레 꽃계란, 오우거와 손잡고 라면으로 개탄생  
2021.02.25

빙그레 코트-계란, 프리미엄 굿즈로 만든 향신 이어  
나간다  
2021.02.24



바나나맛우유의 위로 마케팅 격중, 요플레 단지 패키지  
해디언 신배  
2021.02.23

빙그레 친환경 전연 카피 '아카펠라' 심플리 100  
만개 품목  
2021.02.23

빙그레 건강기능식품 브랜드 '비바시리', '비바시리'에서  
라이프 케어스 진행  
2021.02.23



# 02 GUI디자인 - SUB05

← 1920px →



← 800px →



← 480px →



## 1:1문의

문의종류

이름

이메일

전화번호

주소

제목

내용

첨부내용

자동발자글

## 개인정보처리방침(필수)

비밀번호는 개인정보 수집 및 제공에 동의하지 않을 권리가 있습니다. 그러나, 동의하지 않을 경우 비밀번호, 문의 사항이 노출될 수 있습니다.

개인정보 수집 제공에 관한 동의

회사는 고객 상담, 서비스, 문의 등 고객에게 필요한 개인정보를 수집하고 있습니다.

수집 항목: 필수정보(이름, 이메일, 전화번호, 주소)



## 1:1문의

문의종류

이름

이메일

전화번호

## 전화번호



## 1:1문의

문의종류

이름

이메일

전화번호

주소

제목

## 03 디바이스별 목업

