

맥도날드 APP 리디자인



JI EUN LEE

경쟁사 조사



패스트푸드 동종업계



비슷한 주 고객층

배달의민족



외식업 배달시스템

경쟁사 조사

버거킹은 어떤 브랜드일까?

버거킹은 **불맛 + 크기가 큰 버거의 조합으로**

경쟁사와 차별화된 제품 전략을 가진 전 세계적으로 잘 알려진

글로벌 패스트푸드 브랜드입니다.

크고 진한 맛의 버거인 와퍼가 주 인기 메뉴로 자리잡고 있습니다.

버거킹 APP 사용목적

- 멤버십 적립과 승급, 할인혜택 확인과 모바일 전용 쿠폰을 확인하고, 1+1 이벤트, 주간 특가, 회원 등급별 혜택을 살펴보기 위해 사용한다.
- 방문 전 주문, 드라이브 스루 주문, 배달 주문, 대기시간 단축과 같이 앱 주문 및 픽업의 목적으로 사용한다.
- 신메뉴 출시 알림, 이벤트 참여 유도, 브랜드 스토리 전달을 위해 사용한다.

Main Web Color



경쟁사 조사

버거킹 APP 장점 및 편의성

- 할인쿠폰을 확인하기 위한 어플 유입이 가장 많아 **홈 화면에서 바로 쿠폰을 확인할 수 있어 편리하다.**
- 내 선택대로 **커스텀한 기록을 저장할 수 있어** 다음 주문에도 손쉽게 다음 주문에도 손쉽게 주문 가능하다.
- 주문 시, 소유하고 있는 **쿠폰 개수와 사용 여부**를 알 수 있다.
- 등급별 쿠폰 제공이 구분되어 **다음 등급까지의 남은 소비금액을 알려주는 점이 편리하다.**
- 전체적으로 **브랜드 감성이 잘 느껴지고, 전체 색상 배열이** 잘 어우러진다.



경쟁사 조사

스타벅스는 어떤 브랜드일까?

단순한 커피 브랜드를 넘어 고객에게 '**제 3의 공간(Third Place)**'을 제공하는 글로벌 라이프스타일 브랜드인 '스타벅스' 스타벅스의 상징인 '사이렌'의 이름을 딴 **사이렌 오더와 리워드 시스템**이 대중적인만큼 업계에서 선두를 달리고 있습니다.

스타벅스 APP 사용목적

- 어플을 사용하는 고객에게는 **리워드 '별' 적립으로 무료 음료 쿠폰을 발급**해주는 시스템으로 어플 사용성을 높이고 있다.
- **시즌 이벤트 알림과 프리퀀시 이벤트 참여, 시즌 한정 굿즈의 알림**을 받아볼 수 있다.
- **스타벅스 카드를 이용**하면 리워드가 적립되기 때문에 어플을 사용하여 카드 충전을 유도한다.
- 매장 주문 시, **줄을 서지 않기 위한 목적으로** 사용한다.

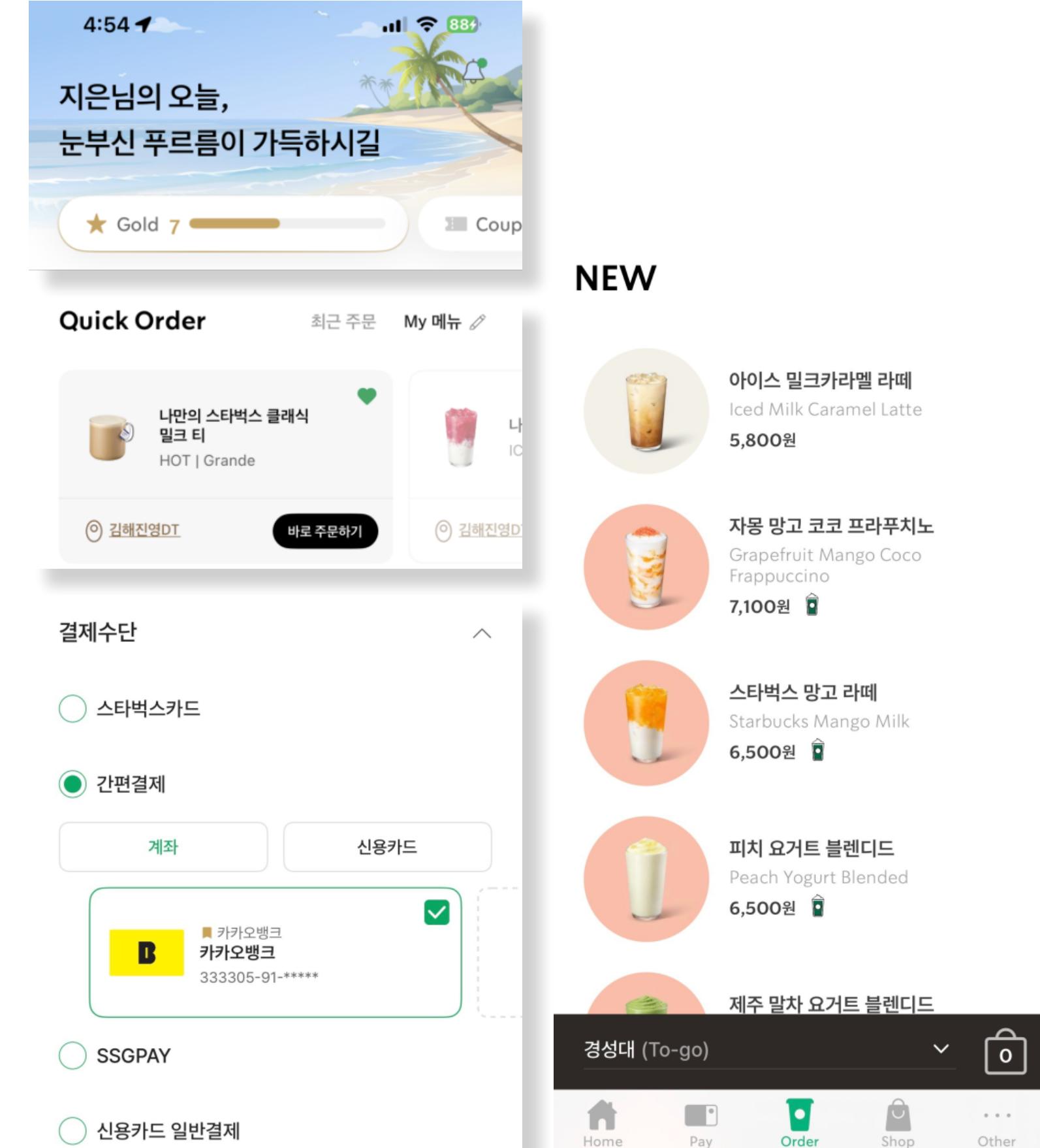
Main Web Color



경쟁사 조사

스타벅스 APP 장점 및 편의성

- 메뉴별 이미지가 있어서 **직관적으로 알아보기 쉽다.**
- 시작 직 후, 리워드 개수에 동적 그래픽으로 움직임이 있어 한 눈에 들어와 확인하기 쉽다.
- 나만의 메뉴 기능으로 **커스텀한 음료를 저장하여 다음 주문에도 손쉽게 주문할 수 있다.**
- 나만의 메뉴 기능을 **홈 화면에 추가 여부**를 사용자가 설정할 수 있다.
- 홈 화면 상단에 그라데이션이 적용되어 있어 **화면이 확장된 느낌으로 시원한 인상을 준다.**
- 사이렌 오더 시, 주문 - 커스터마이징 - 결제까지 단계가 **복잡하지 않다.**
- 스타벅스 카드 결제와 간편결제 UI 버튼을 잘 보이도록 배치해서 **스타벅스 카드 구분과 간편결제 내 수단별 이해가 쉽다.**



경쟁사 조사

배달의 민족은 어떤 브랜드일까?

자체배달 서비스와 배달 대행 시스템 운영으로

대한민국 기준, 배달앱 시장 점유율 1위인 배달의 민족

"고마운 분께 따뜻한 한 끼 보내세요", "치킨은 살 안 째요.

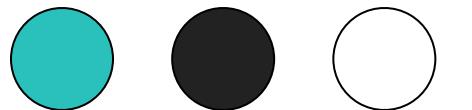
살은 내가 째요" 와 같은 **B급 유머 광고로 소비자에게**

유쾌함과 재미를 주는 브랜드입니다.

배달의 민족 APP 사용목적

- 가장 핵심적으로는 음식 주문, 배달, 쇼핑 목적으로 사용한다.
- 외식업자 대상으로 가게 주문관리, 매출 확인, 광고 관리의 목적으로 사용한다.
- 실 주문자들의 리뷰를 통해서 가게 음식의 맛, 서비스, 위생 등 평가를 살펴보기 위해 사용한다.

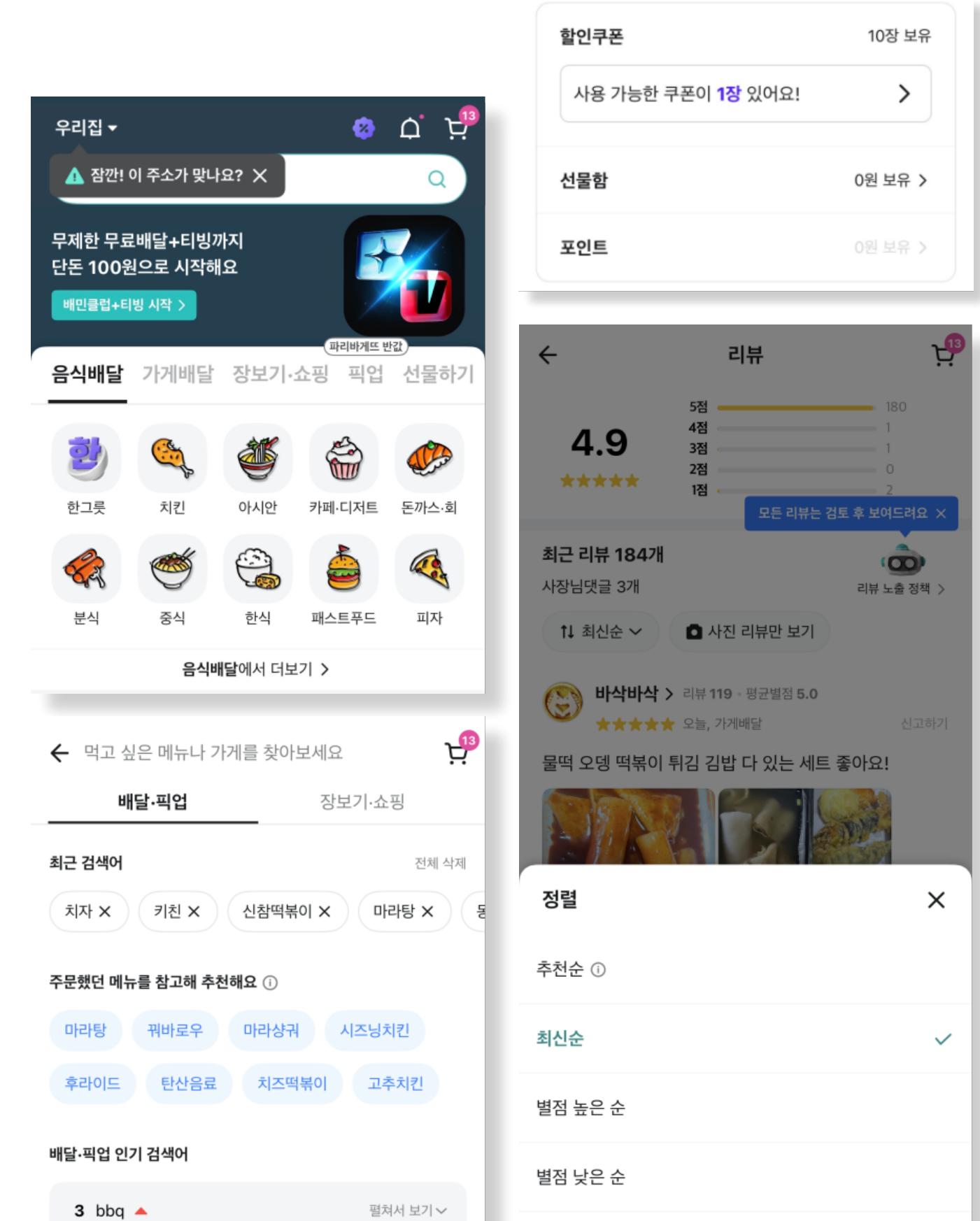
Main Web Color



경쟁사 조사

배달의 민족 APP 장점 및 편의성

- 홈화면의 음식, 장보기 및 쇼핑.픽업, 선물하기 등등 **카테고리 분류가 한 눈에 쉽게 정리되어 있다.**
- 사진이 있는 리뷰, 평점순 정렬 등 **리뷰 필터링이 자유롭게 가능하다.**
- 주문부터 결제, 배달현황까지 거의 **지연이 없다.**
- 결제 단계에서 사용가능한 쿠폰 및 보유 쿠폰의 개수를 알려준다.
- 인간미 느껴지는 문구, B급 감성의 일러스트 캐릭터로 사용자와 감성적 연결, 재미를 추구해 친근감 있는 이미지를 주었다.
- 한국 1위 배달 어플인 만큼, 텍스트 리뷰 뿐만 아니라 **사진 리뷰도 다수이다.**
- 검색창이 항상 상단에 고정되어 있어 검색하기 쉽고, 인기 키워드 제안, 최근 주문 메뉴, 인기 검색어 등 **메뉴 탐색을 하기 쉽다.**
- 설정된 배달지와 현 위치의 거리가 멀 경우, **현 배달지가 맞는지** **다이얼로그 형식으로 알려주는 기능으로 놓치지 않고 변경할 수 있다.**



맥도날드 앱 문제점 및 해결방안

AS-IS

경쟁사와 비교했을 때, 앱 로딩시간이 느린 편이다.

앱 UI가 대체적으로 개성이 없고,
밋밋한 느낌으로 맥도날드만의 감성이나
글로벌 브랜드의 느낌이 부족하다.

주문하기까지 터치 수가 많고,
세트 주문시, 음료 및 사이드 변경 형식이
계속해서 새 화면으로 제공되어 한 눈에 무엇을
선택했는지 파악이 어렵다.

TO-BE

앱 용량에 영향을 주는 이미지를 최적화하거나,
사용자에게 빠대 구조를 미리 제공하는
스켈레톤 UI 적용, 사용자의 네트워크가 느릴 경우,
네트워크 문제임을 명확히 알려준다.

폰트 변경과 일러스트 추가 등
맥도날드만의 브랜드 감성을 추가한다.
마이크로인터랙션을 사용하여 몰입감을 준다.

자주 주문한 메뉴나 최근 주문한 메뉴를 추천하거나,
옵션 선택창을 하나로 묶어 가로 슬라이드 형식
또는 스크롤 형식을 추가한다. 선택한 옵션은
한 영역에 고정하여 배치한다.



맥도날드 앱 문제점 및 해결방안

AS-IS

쿠폰 메뉴와 이벤트 메뉴에서
쿠폰과 이벤트 버튼이 1단 레이아웃으로 배열되어
스크롤 길이가 길어 탐색하기 어렵다.

탐색 중, 다른 하단 메뉴를 클릭하면
최상단 정렬이 되지 않고,
스크롤 중인 화면 그대로 뜨게 된다.

매장 찾기 클릭 시, 지도 형식으로
나타나 탐색이 어렵다.

TO-BE

쿠폰은 **2단 레이아웃 혹은 리스트 형식의 배열로**
변경하고, 이벤트는 쿠폰과 함께 상단에 고정하여
가로 슬라이드 형식으로 배치한다.

하단 메뉴 변경시, 화면이 **최상단으로**
올라가 보이도록 변경한다.

매장 찾기 선택 시, 가까운 위치, 자주 방문한 지점 등
리스트 형식으로 먼저 보여준 후, **원하는 매장을 선택**
하면 지도와 함께 매장 선택 버튼을 배치한다.

맥도날드 앱 문제점 및 해결방안

AS-IS

해피밀 토이 선택 화면에서
'현재 선택할 수 없습니다.' 라는 문구 배치로,
해피밀 토이 선택 가능 기간을 한 눈에 알 수 없다.

메뉴 이미지 크기가 작고,
메뉴의 소개가 부족하다.

최종 결제 단계에서 보유쿠폰 확인과
쿠폰 사용 조건의 충족 여부를 알 수 없어서
적용이 불가능하다.

TO-BE

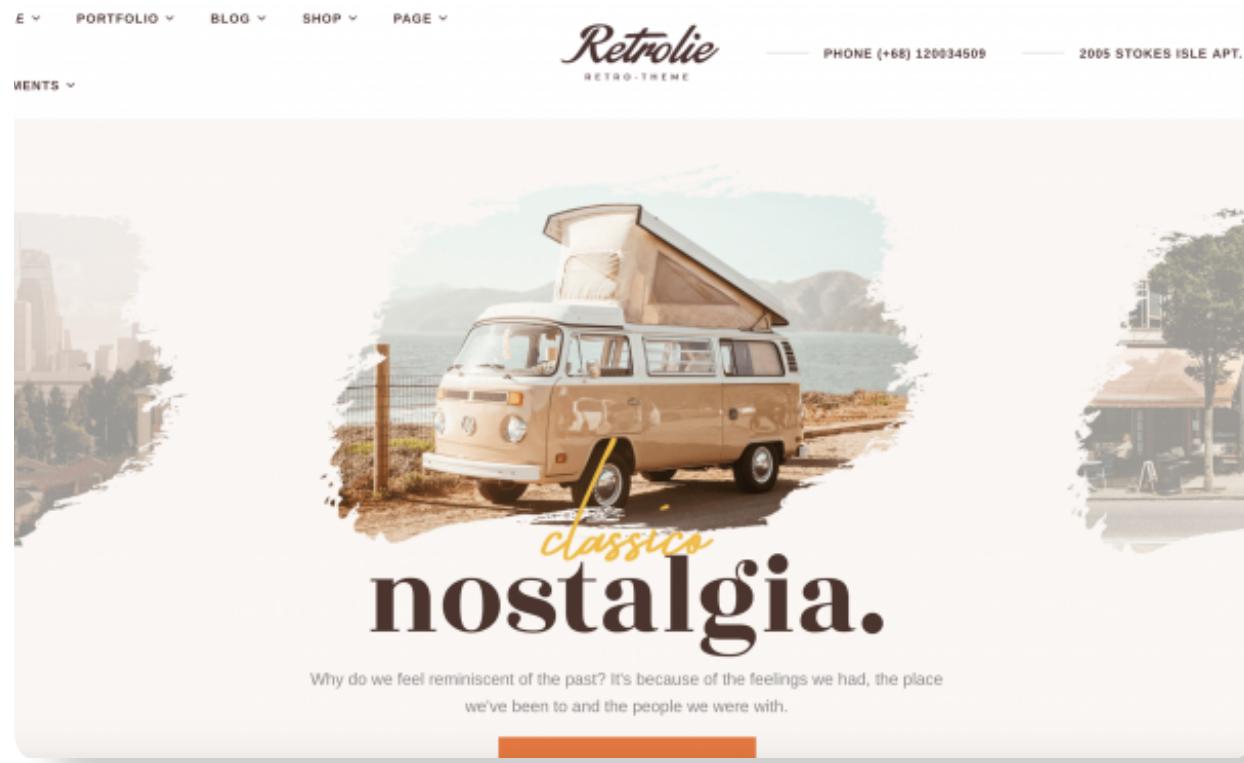
'10월 1일부터 선택가능' 과 같이
선택 가능 기간 문구를 표시한다.

메뉴 이미지 크기를 적절히,
메뉴별 간단한 메뉴 소개 문구를 배치한다.

최종 결제 단계에서도 보유 쿠폰과
적용 가능한 쿠폰을 사용할 수 있게끔 배치한다.



2024 웹 디자인 트렌드

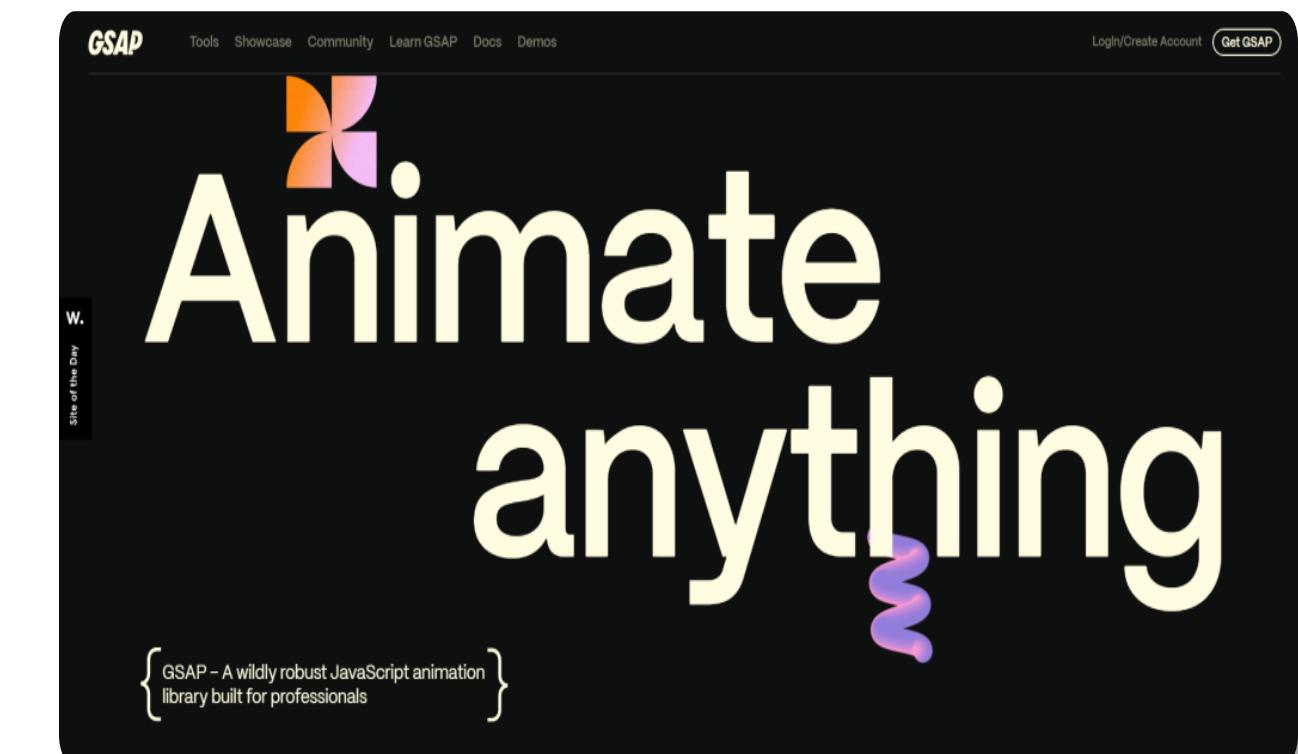


레트로 및 노스텔지어 디자인

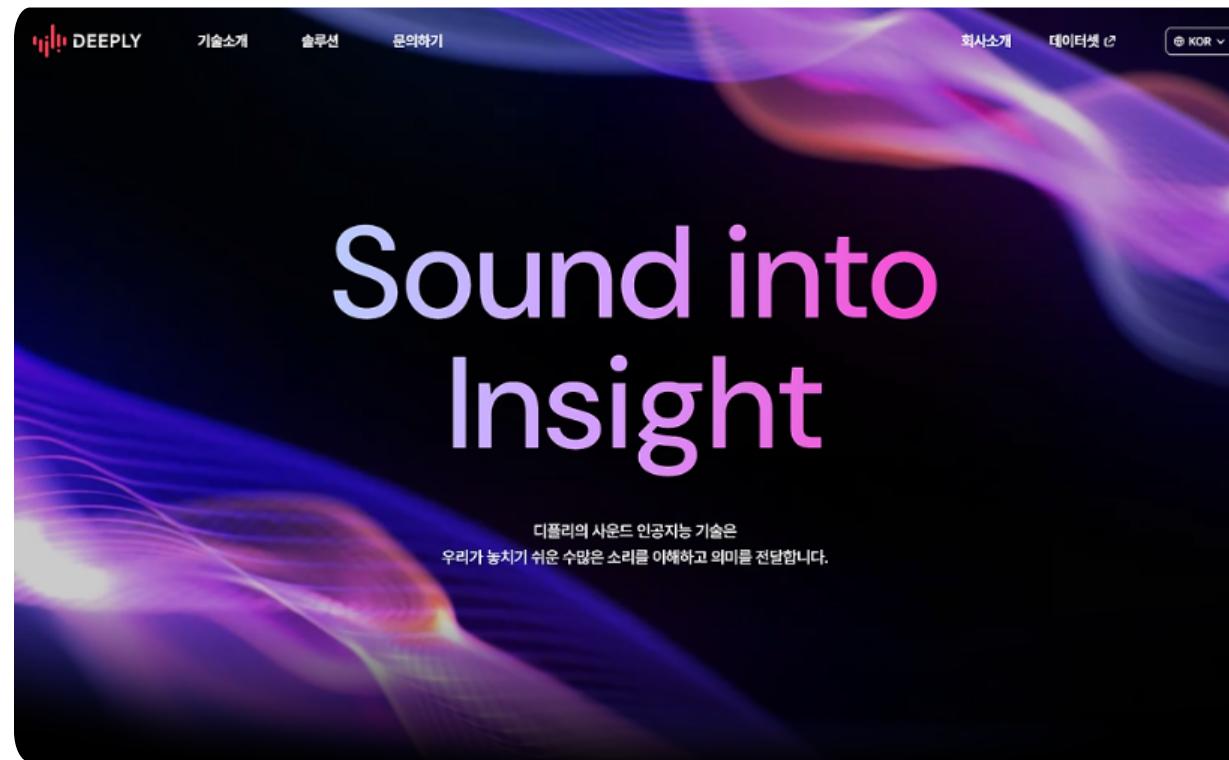
80 ~ 90년대 또는 2000년대 초반의 문화, 패션, 그래픽에서 영감을 받아
현대 디자인과 과거의 감성을 조화롭게 결합한 디자인

빅 타이포 그래피

크고 무게감 있는 텍스트를 사용하여 많은 이미지, 애니메이션 또는 동영상에 의존하지 않고
텍스트에 중점을 두어 브랜드 메세지나 핵심 콘텐츠를 강조하며
사용자에게 쉽게 읽고 이해할 수 있도록 도와주는 디자인



2024 웹 디자인 트렌드

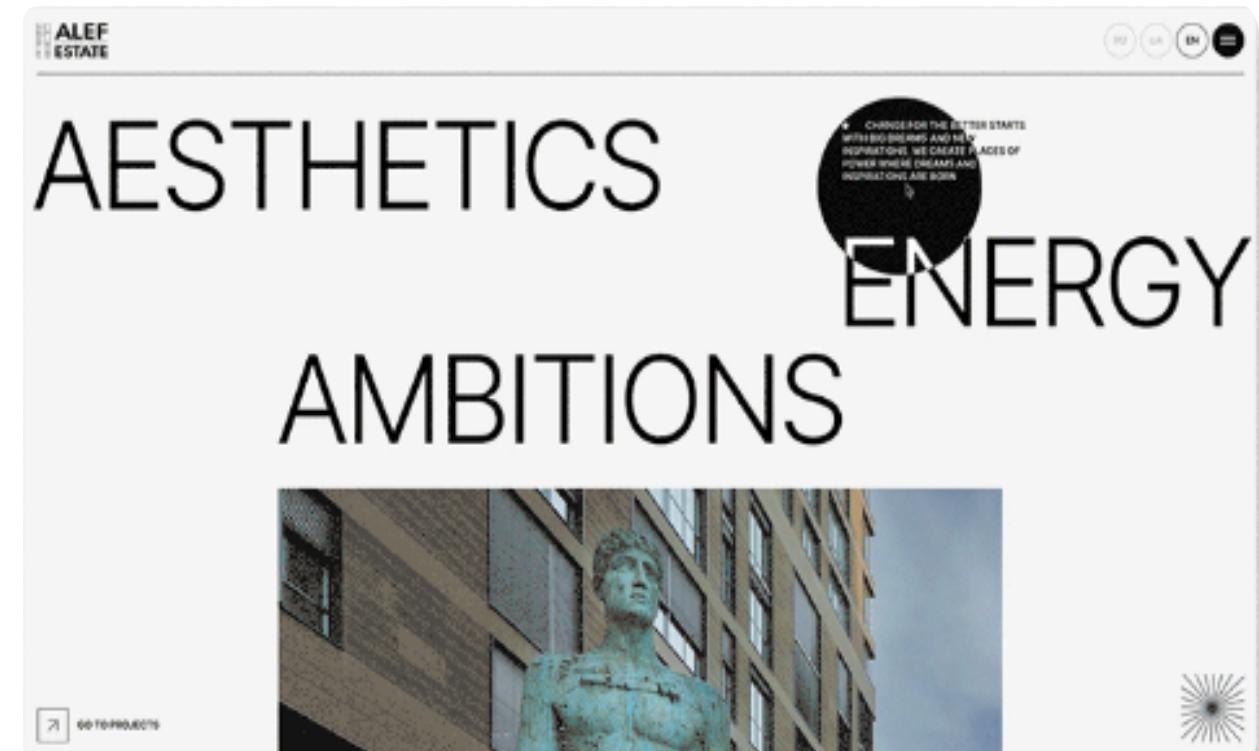


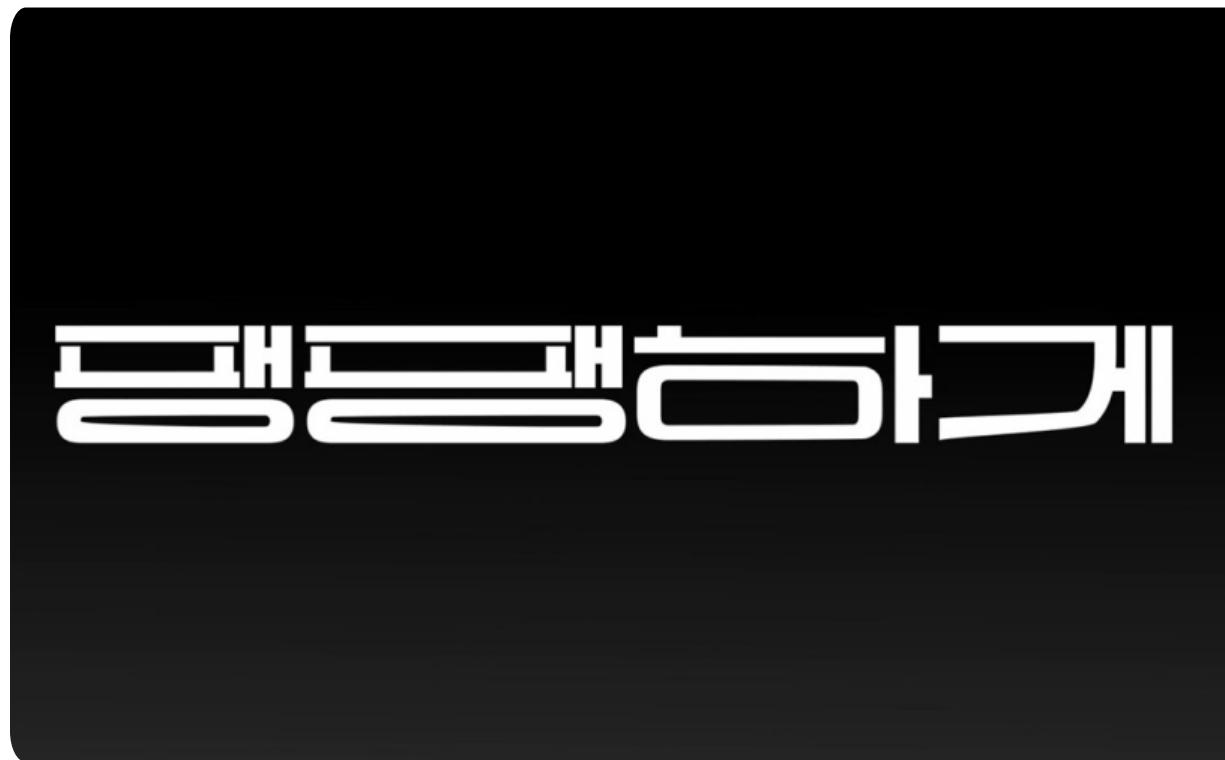
화려한 그라디언트

그라디언트 사용으로 웹사이트의 전체적인 모습에 **깊이와 차원을 더해줍니다**
사용자의 시선을 사로잡아 생동감이 넘치고 사용자에게 **감각적인**
웹사이트 경험을 선사하는 디자인

고급 커서 상호 작용

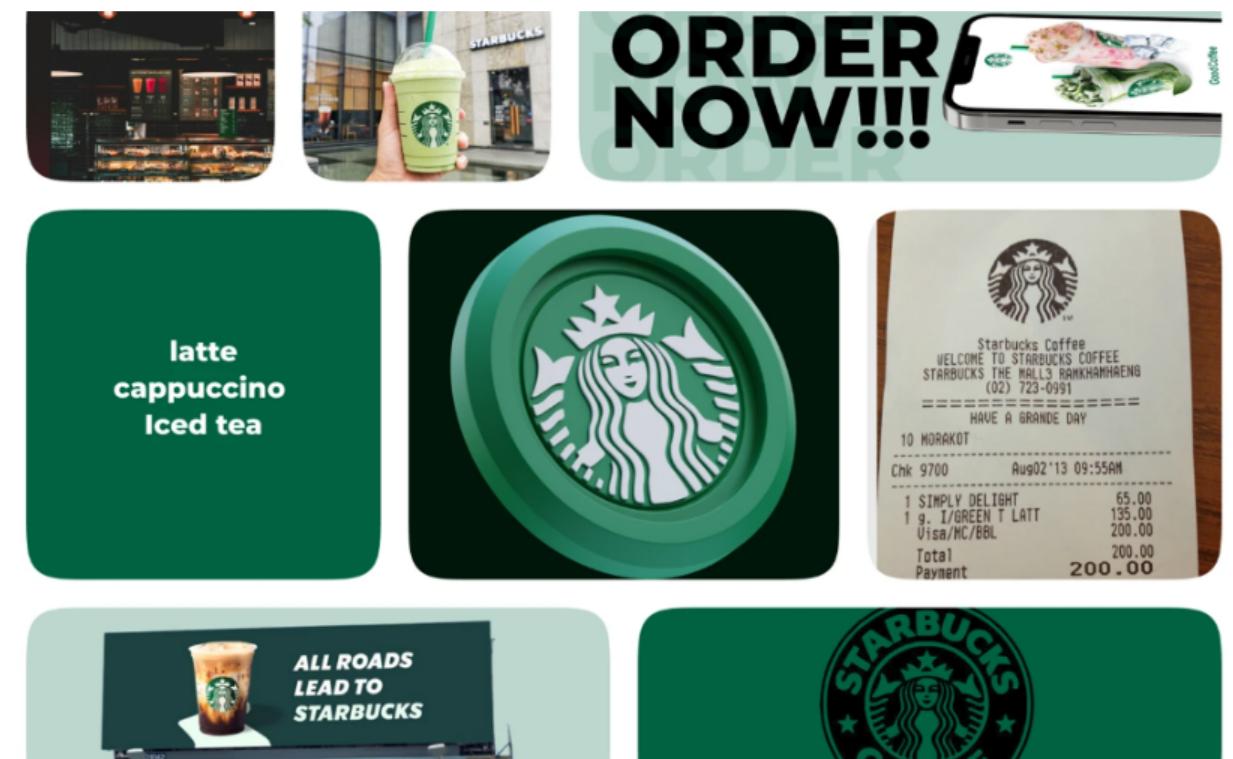
사용자가 사이트를 탐색할 때 **더 많은 참여 행동을 유도하고**
자연스럽게 사용자 친화적인 환경을 조성하는데 도움을 주는 디자인





동적 타이포그래피

움직임과 글자의 결합으로 정적인 텍스트에 동적인 요소를 추가하여 사용자의 시선을 끌어 인상을 주고, 기억에 오래 남는 효과와 텍스트의 의미와 감정을 효과적으로 전달하기 위해 움직임을 전략적으로 사용한 디자인



벤토 그리드 구조 & 스타일

박스를 연상시키는 그리드와 테두리로 웹사이트 명확성과 구조를 제공하며 콘텐츠를 직관적으로 배치하여 사용자가 원하는 정보를 빠르게 찾아 응답성을 높인다. 네비게이션의 용이성과 반응형 디자인을 구현하기 쉬운 디자인

2025 웹 디자인 트렌드



지속 가능한 디자인

웹사이트가 사용하는 불필요한 애니메이션, 큰 용량의 이미지 지양,
에너지 절약형 다크모드를 통해 에너지를 줄이고
데이터 전송량을 최적화하는 등 탄소 배출을 감소시키는 디자인

NTASMA

STUDIO WORKS U

PREFACE

Formafantasma is a research-based design studio investigating the ecological, historical, political and social forces shaping the discipline of design today. Whether designing for a client or developing self-initiated projects, the studio applies the same rigorous attention to context, processes and details. Formafantasma's analytical nature translates in meticulous visual outcomes, products and strategies.

TABLE OF CONTENTS

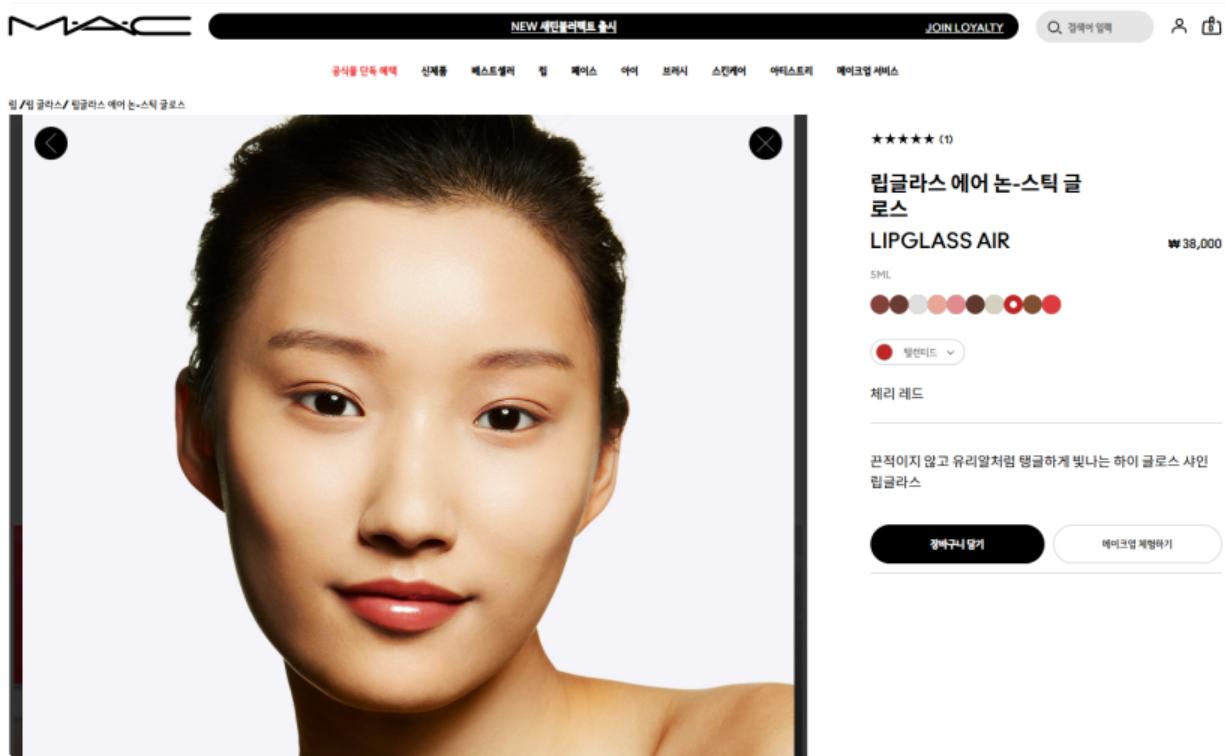
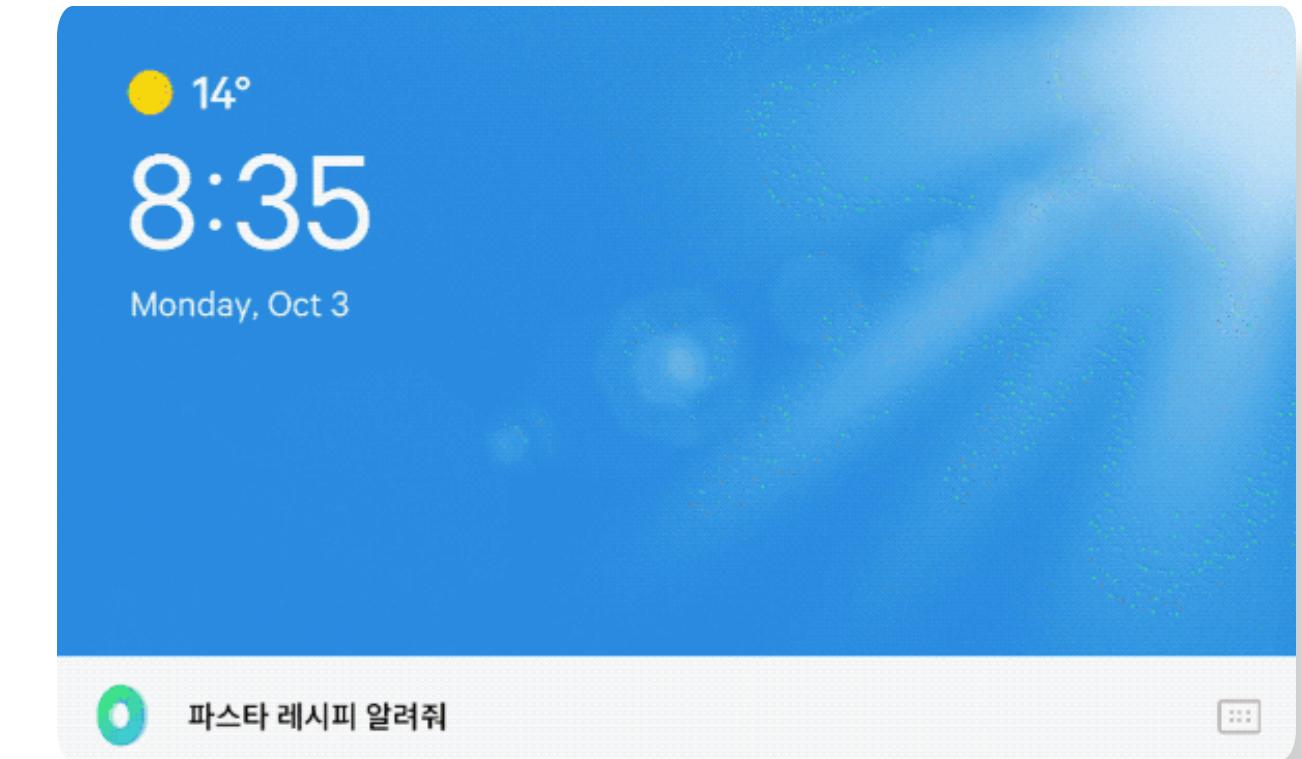
- 1 Studio
 - 1.1 – Profile
 - 1.2 – Contacts

AI 개인화

사용자 행동 분석을 통한 맞춤형 콘텐츠를 제공하거나
다음 행동을 예측하고 관심사에 맞춘 UI 자동 구성 또는
기분에 따라 웹사이트 색상 & 레이아웃을 자동으로 변경시켜주는 디자인

음성 사용자 인터페이스 (VUI)

음성 명령으로 웹사이트를 조작하는 기술로 직접적으로 동작할 수 없는 경우 접근성 향상에 도움을 주어 자연어 처리 기술을 통해 음성을 명확한 텍스트로 변환하고 사용자 목적에 맞는 행위를 하는데 도움을 주는 디자인



초현실적 3D 디자인과 VR/AR의 통합

사용자가 실제로 물리적인 세계와 상호작용하듯이 웹사이트와 인터랙션할 수 있고 특히 제품 설명이나 서비스 체험에서 사용자 경험을 향상시킬 수 있는 디자인

마이크로인터랙션

사용자의 행동에 대한 즉각적인 피드백을 제공하는 디자인으로서
햅틱 피드백, 제스처 내비게이션, 맥락 기반 애니메이션이 포함되어 실용적인 디자인



Y2K 디자인

2000년대 초반의 감성을 현대적으로 재해석한 디자인으로
메탈릭한 질감, 반짝이는 그래픽, 레트로 픽셀 스타일이 돋보이며
mz세대의 '경험하지 않은 과거'의 다채롭고 개성있는 '디지털 낭만'을 일으키는 디자인

모바일 앱 결제시스템 분석

모바일 앱 결제 시스템이란?

사용자 - 앱에서 구매 선택 - 결제수단 선택 - 인증 - 결제 처리 - 결과변환

사용자가 앱 내에서 상품이나 서비스를 구매할 수 있도록 도와주는 시스템

모바일 앱 결제 시스템의 등장

스마트폰 앱 생태계의 등장 (2007~2008)

아이폰(2007), 앱스토어(2008) 출시를 계기로 스마트폰이 보급되기 시작하면서 유료앱, 앱 내 기능, 아이템 구매 수요 증가

앱 개발자의 안정적인 수익 구조 필요성

무료앱이 많아지고 경쟁이 치열해지자 앱 개발자들은 단순 유료판매와 더불어 앱 내 아이템 구매, 광고 제거, 구독 모델을 통해 안정적인 수익을 얻고자 함

디지털 콘텐츠 소비의 급증

음악, 게임, 전자책, 영상 등 디지털 콘텐츠가 늘어나면서 각 콘텐츠 별 결제시스템보다 앱 자체에서 콘텐츠를 사고 즐기는 일체화된 UX가 요구

모바일 결제 기술의 발전

스마트폰에서 신용카드 입력으로 인증까지 가능해진 기술



모바일 앱 결제시스템 분석

장점

- 계정의 연동으로 모바일, 태블릿, PC 등 **여러 디바이스에서 하나의 계정으로 편리하게 결제가 가능하다.**
- 매장 위치, 배달 주소, **최근에 결제했던 이력으로 개인화된 결제 서비스 제공한다.**
- 카드 정보, 간편결제 수단을 등록하면 다음부터 비밀번호, 페이스ID, 지문인식으로 **원터치, 원클릭 결제가 가능하며 시간 절약으로 편리하다.**

단점

- 과도한 편리성이 **충동 소비를 유발하고 가격에 대한 인지가 부족해진다.**
- 스마트폰 분실, 해킹 등 보안 문제로 **부정결제 가능성이 있다.**
- 새로운 카드 등록, 결제수단 변경 **단계가 복잡한 불친절한 어플도 존재한다.**



맥도날드는 어떤 브랜드일까?

글로벌 최대 패스트푸드 프랜차이즈인 맥도날드

고객에게 **최고 품질의 청결한 음식과 친절한 서비스를 제공하고자하는**

기업 정신으로 많은 고객에게 사랑을 받고 있는 브랜드입니다.

최근에는 디지털 전환, 키오스크, 앱 주문 시스템을 통해

새로운 고객 경험을 제공하고 있습니다.

빅맥, 맥너겟, 감자튀김, 에그 맥머핀, 해피밀이 주 메뉴로
자리잡고 있으며, 브랜드 고유의 노랑, 빨강 컬러와
황금 아치 로고는 글로벌 식문화 아이콘으로 자리하고 있습니다.

i'm lovin' it®



Main Web Color



선정 브랜드 분석

맥도날드의 주 사용자 분석

MZ세대 (젊은 세대)

10대 - 20대가 주 핵심 이용층이며,
가성비와 트렌드, 빠른 서비스에 민감한 특징
해피밀과 같은 **브랜드 굿즈를 선호한다.**

직장인 및 가족

가족 외식과 직장인의
간편식 수요가 있다.

드라이브 스루 이용고객

차량이동 중심자 혹은
지방에서 거주하는 소비자들이
간편하게 차 안에서 음식을 제공받는
수요가 있다.

디지털 앱 사용자

앱 기반 사용자 경험이 많아
어플리케이션을 손 쉽게 다룰 수 있는
고객의 수요가 있다.

i'm lovin' it®



맥도날드 앱 유저들의 리뷰 분석

긍정적 리뷰

'세트메뉴 음료를 선택하세요', '추가제품을 선택하세요' 등 친절한 설명으로 쉽게 이해할 수 있어서 좋아요.

M오더와 테이블 서비스의 조합 덕분에 테이블에 앉아서 편하게 햄버거를 받을 수 있어서 좋았어요!

레드 + 엘로우 + 화이트의 조합 브랜드 컬러가 상징적이라 기억에 잘 남아요. 맥도날드하면 떠오르는 색 !

40% 이상의 할인 쿠폰이 있어 보다 저렴하게 한 끼를 해결 할 수 있어서 좋았어요!

부정적 리뷰

버튼과 글자의 대비가 잘 이루어지지 않아 가독성이 떨어져요.

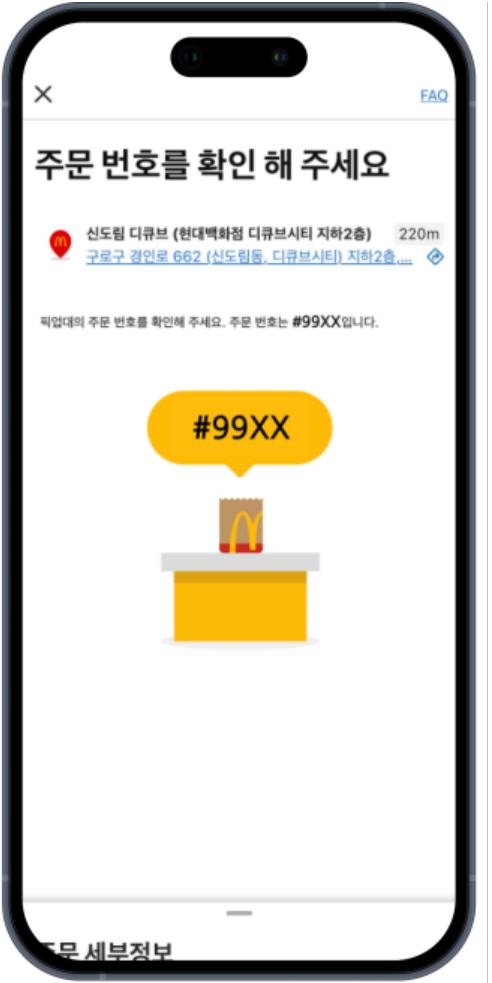
메뉴 검색이 불가능해서 카테고리를 하나씩 들어가보며 직접 메뉴를 찾아야해서 불편해요.

배달 불가능한 주소일 경우에 메뉴만 보고 싶은데, 메뉴를 볼 수 없어서 불편해요.

M오더 전용 쿠폰, 일반 쿠폰 한번 주문할 때 쿠폰 1개만 적용이 가능해서 따로 여러번 주문을 해야해서 불편해요.

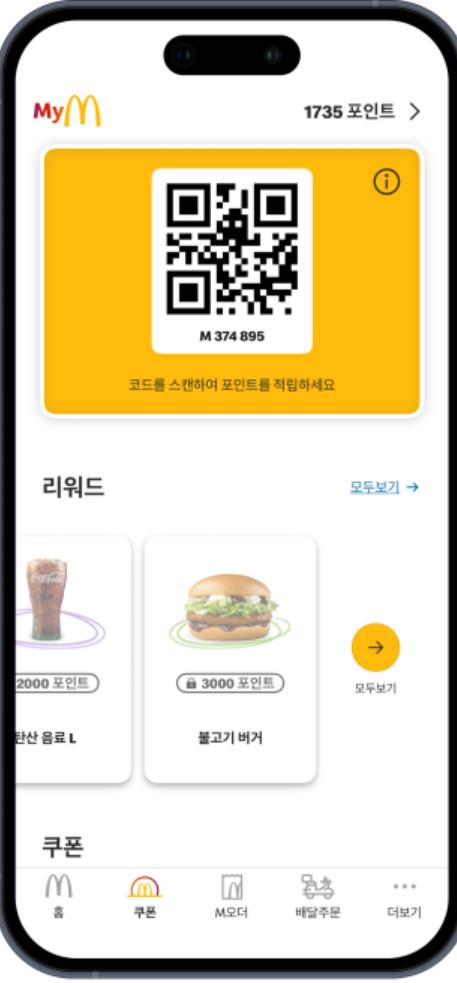
맥도날드 모바일 결제 장단점

장점



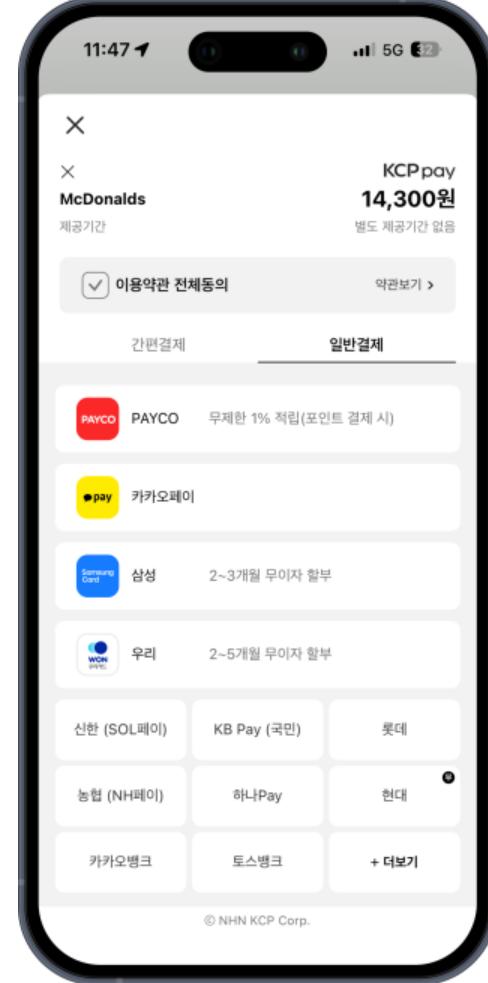
결제 상태 실시간 확인 가능

결제 완료, 배달 진행 상황이 앱 알림과 화면에서 즉시 제공되며, 주문번호, 배달 상태, 예상 도착시간 등이 결제 직후 바로 표시된다.



쿠폰 사용 시 적립 가능

쿠폰 사용과 더불어 적립이 가능해 고객들의 선호가 높다.

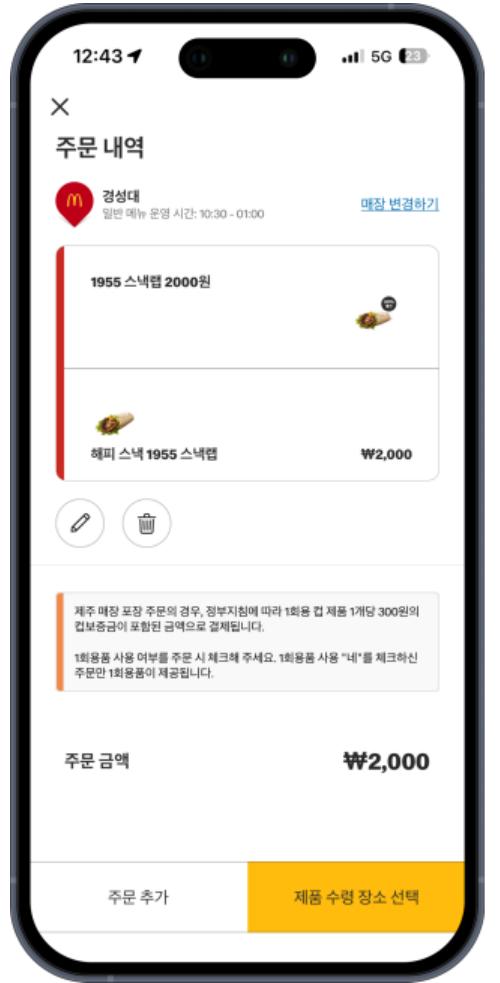


다양한 간편 결제 옵션 제공

카드, 카카오페이지, 네이버페이, 삼성페이, 맥딜리버리 기프트카드 등 사용자 선택권이 넓다.

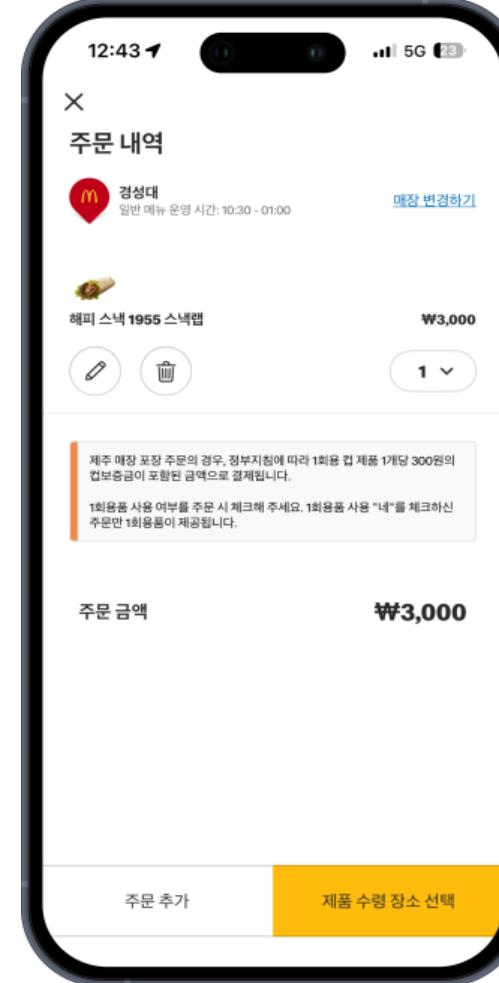
맥도날드 모바일 결제 장단점

단점



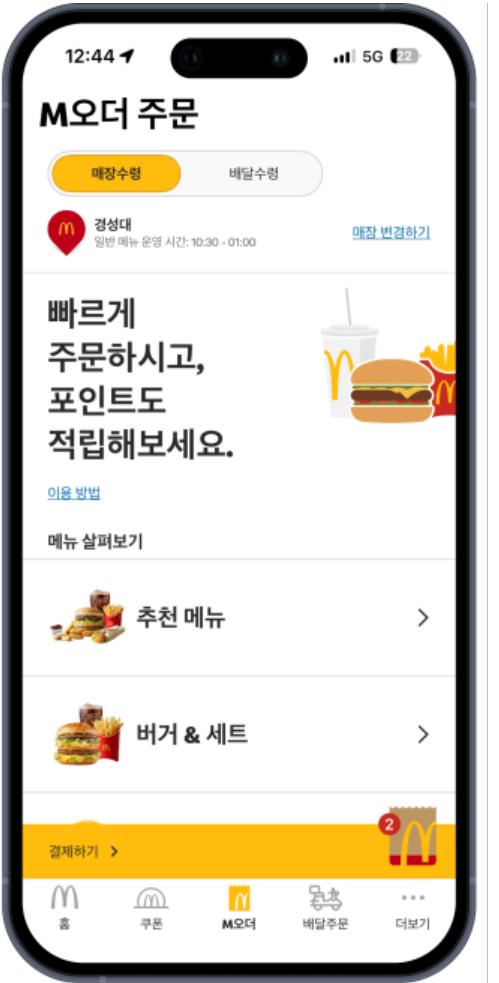
최종 결제 단계 쿠폰 적용 불가능

결제 시 메뉴를 고른 후, 마지막 단계에서 쿠폰 적용이 불가능해 먼저 쿠폰을 적용 후에 다시 메뉴를 처음부터 선택해야 한다.



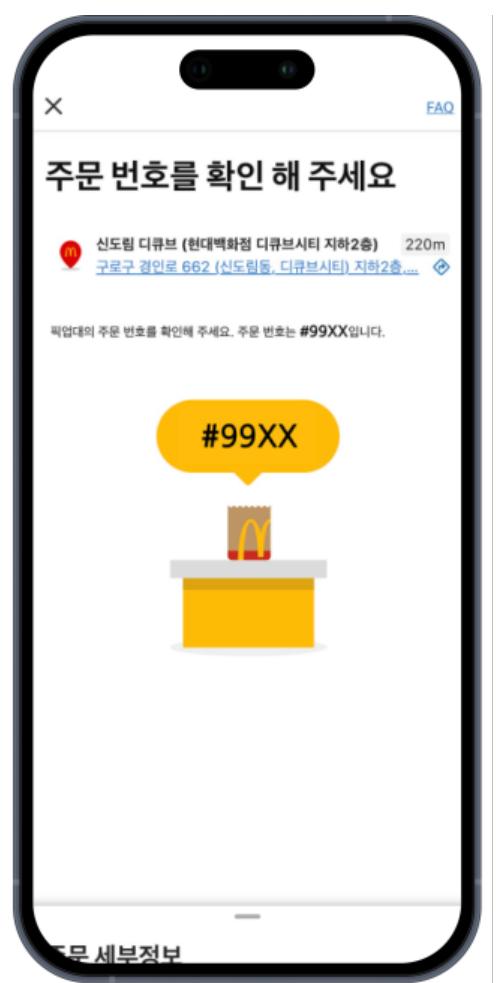
최종 결제 단계 사용 가능 쿠폰 여부 비표시

결제 화면에서 보유쿠폰 혹은 사용 가능한 쿠폰 여부를 알려주지 않아 쿠폰 사용을 놓칠 수 있다.



메뉴 선택 중, 누적 금액 비표시

결제하기 최종 과정까지 도달해야 누적 금액을 알 수 있고, 장바구니에 제품을 추가하여 누적 금액을 알 수 없다.

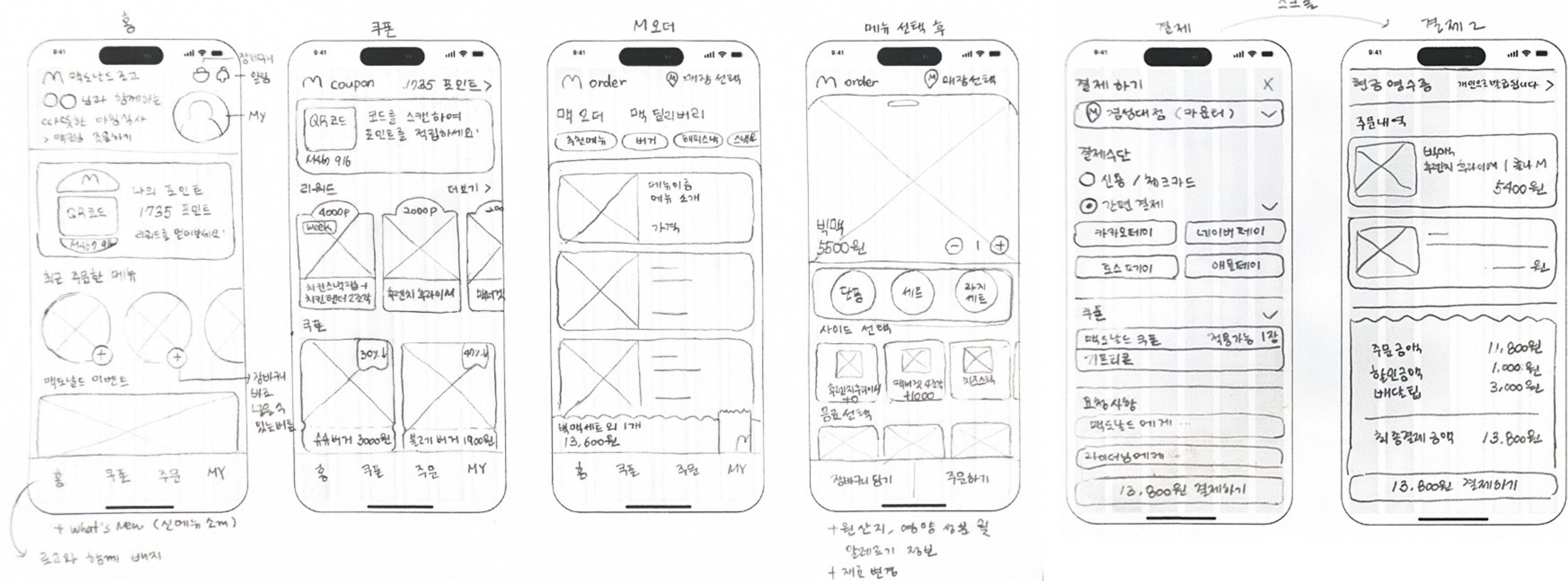


주문 완료 후, 취소 기능 없음

취소, 변경 절차가 복잡하다.
결제 완료 시, 바로 조리 시작으로 앱 내 취소 버튼이 없기 때문에 매장 문의가 필요하다.

Idea Sketch

작성인	이지은	작성일	25. 07. 14	애플 이름	McDonald's (맥도날드)
-----	-----	-----	------------	-------	-------------------



Style Guide

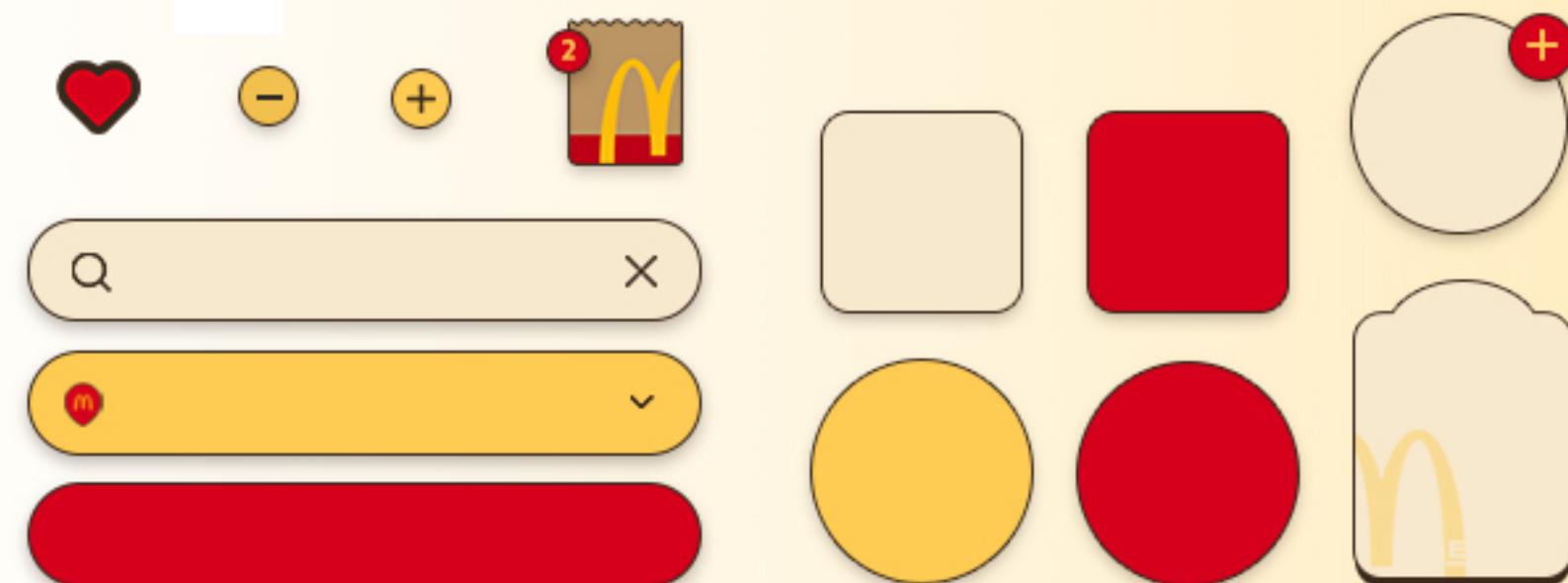
Colors



Icons



Buttons



Typography

Logo & Head typo

PartialSansKR 19pt

McDonald's

Sistem typo

AppleSDGothicNEO

Better World
Better McDonald's

Name	Weight	Size
Heading1	Extra Bold	23pt
Heading2	Bold	23pt
Body1	Bold	15pt
Body2	Bold	13pt
Body3	Regular	13pt
Body4	Regular	12pt
Button1	Bold	19pt
Button2	Bold	16pt
Button3	Regular	15pt

Main Home



Event

기존 앱의 이벤트 형식은 스크롤이 길어 탐색하기 어려웠지만, 탐색 범위를 줄이는 가로 슬라이드 형식으로 변경해 사용성을 높였습니다.

맥도날드 앱 사용자가 자주 이용하는 쿠폰 및 포인트 적립을 상단에 배치시켜 현장 키오스크 이용시에도 편리하게, 접근성을 높였습니다.

QR Scan

탭하면 큰 화면 속 QR 화면으로 넘어가 큐알 인식이 더욱 쉬워집니다.

Favorite menu

즐겨먹는 메뉴를 바로 장바구니에 추가할 수 있습니다.

Coupon

적립 포인트, 리워드 메뉴, 이번 주의 쿠폰과 할인 메뉴를 확인할 수 있습니다.

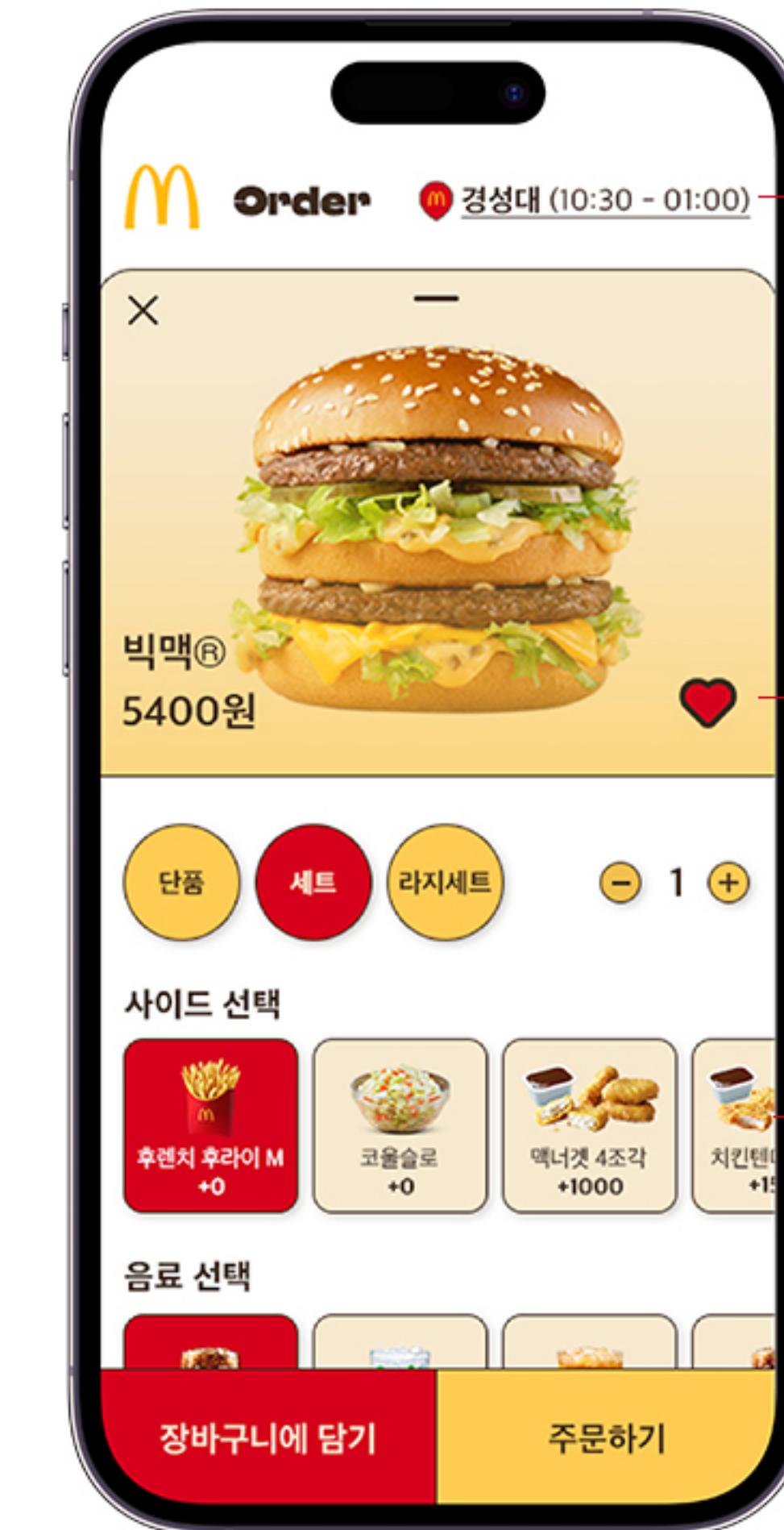
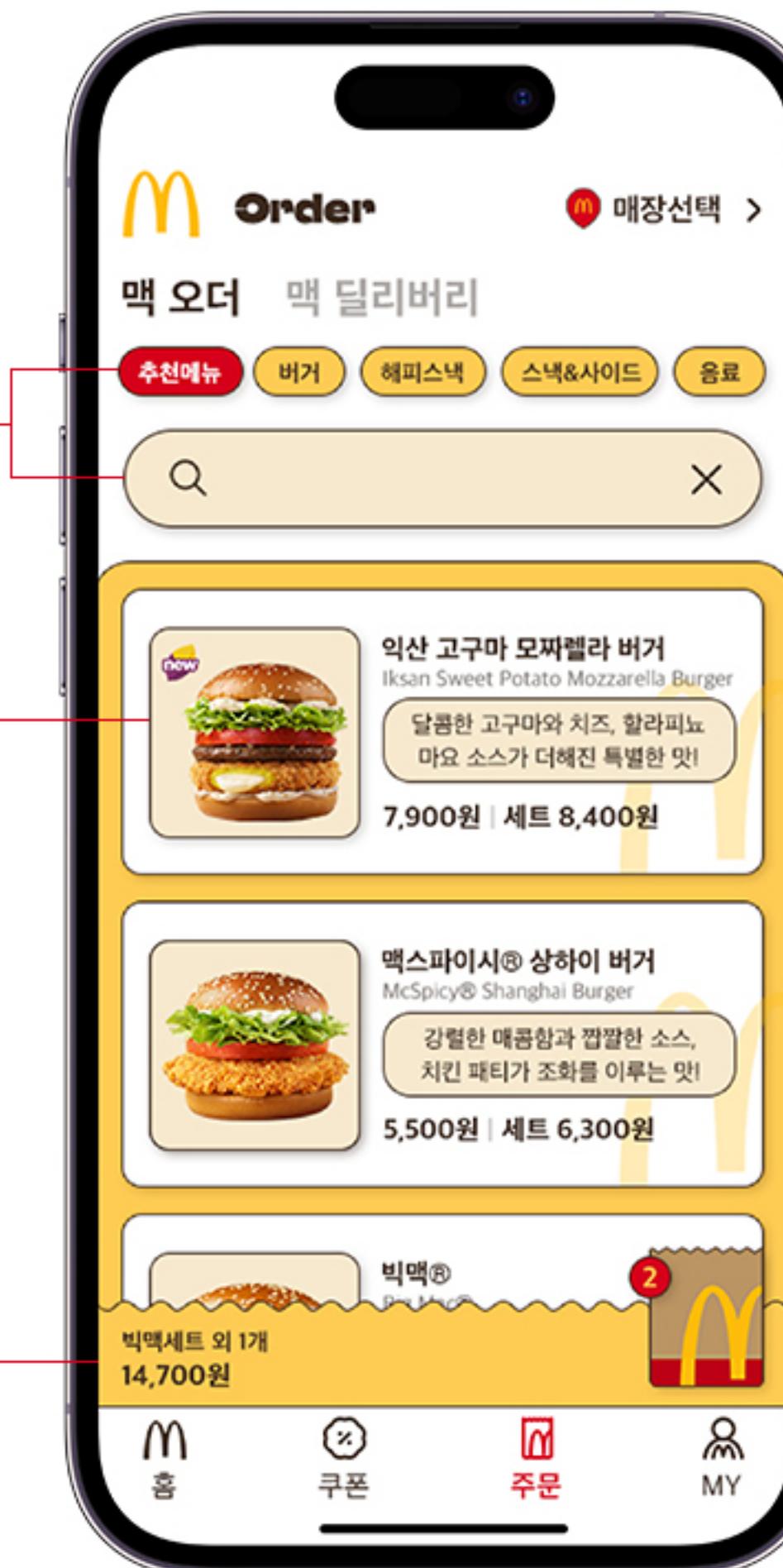
Change layout

기존 1단 레이아웃 형식을 2단 레이아웃으로 변경해 탐색시간을 줄이고 한 눈에 알아보기 쉬워졌습니다.



Order

맥 오더와 딜리버리 탭 메뉴를 통합해
일반 오더와 딜리버리 오더 간에
변경이 용이하도록 변경하였습니다.



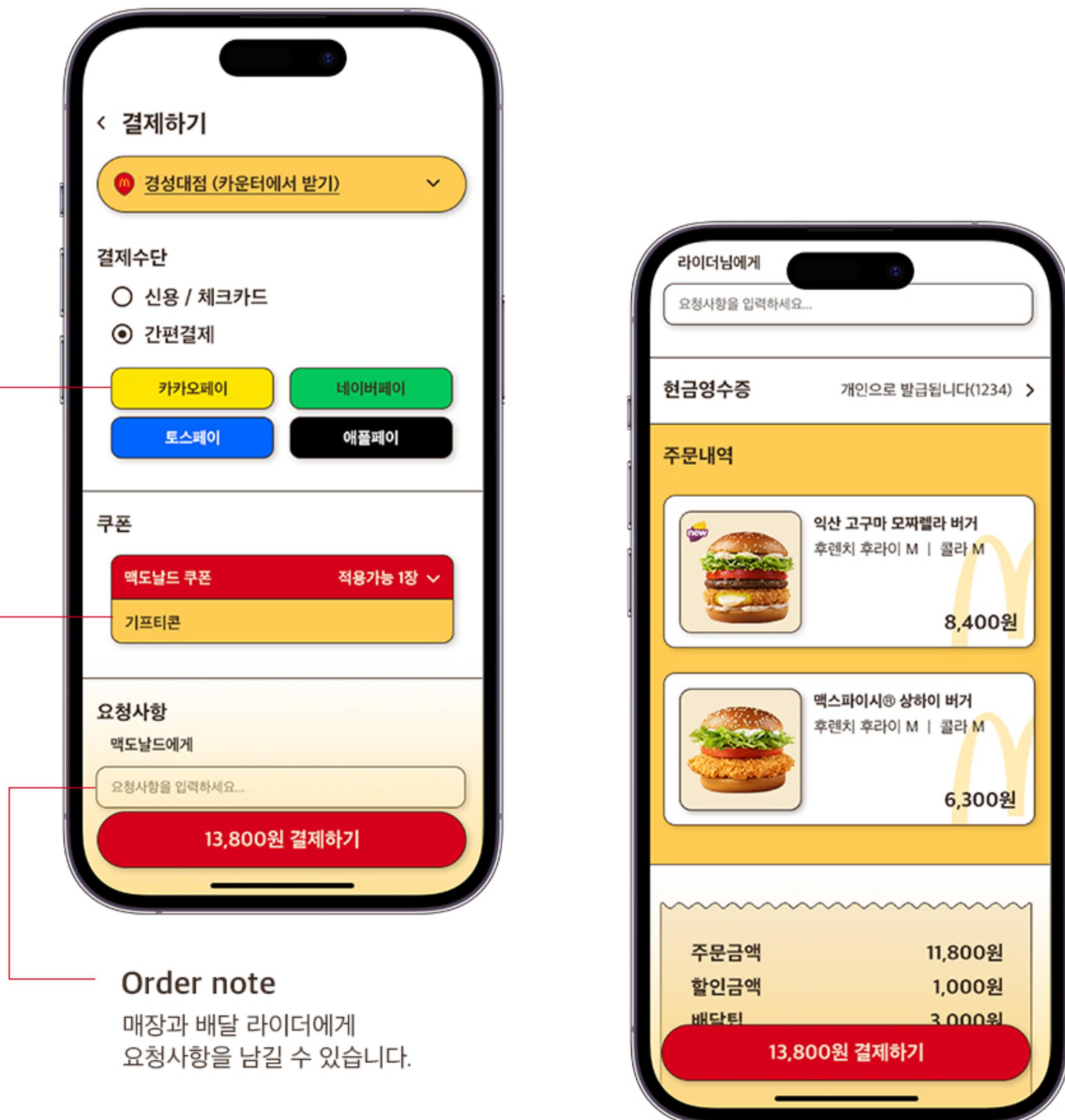
- Pick a location**
가까운 매장을 자동으로 추천해주고,
선택한 지점을 확인할 수 있습니다.
- ADD To favorite menu**
즐겨먹는 메뉴로 설정할 수 있습니다.
- Select option**
세트, 사이드, 음료 선택을 한 화면 속에 제공해
한 눈에 무엇을 선택했는지 파악하기 쉽습니다.

ADD Category
카테고리와 검색 탭이 추가되어
원하는 메뉴를 빠르게 찾을 수 있습니다.

User friendly menu
더욱 커진 메뉴 이미지 사이즈와
간단한 메뉴소개가 추가되어
메뉴 선택이 더욱 쉬워졌습니다.

ADD To Cart
장바구니 속 메뉴와 전체 금액을
알려주는 문구가 추가되어
메뉴 탐색 중 참고하여 사용하기 편해졌습니다.

기존 외부 API 결제 형식에서
인앱결제 형식으로 UI 통일감을 주었습니다.
주문내역을 확인하고 결제를 진행합니다.



Easy pay
간편결제를 추가해
결제가 더욱 편리해졌습니다.

Use coupon
결제 단계에서 사용 가능한 쿠폰을 알려주고,
기프티콘을 사용할 수 있는 탭이 있어
놓치지 않고 사용할 수 있습니다.

Order note
매장과 배달 라이더에게
요청사항을 남길 수 있습니다.

< 결제하기

 경성대점 (카운터에서 받기)

결제수단

- 신용 | 체크카드
- 간편결제

카카오페이

토스페이

네이버페이

애플페이

쿠폰

적용 가능 1장 ✓

맥도날드 쿠폰

8,400원

맥스파이시® 상하이 버거
후렌치 후라이 M | 클라 M

6,300원

11,800원

1,000원

3,000원

결제하기