

페르소나

농심 브랜드관



- Emma(75세)
- 여
- 시애틀 거주
- 무직
- 최신 전자기기를 다룰 줄 모름
- 가족구성원: 남편
- 주말마다 찾아오는 손자,손녀들을 위해 맛있는 과자와 라면,간편식등을 구매하려함
- 사이트를 처음 이용함

선호제품



<불만족도>

- 홈페이지 접속을 하고나서 원하는 제품을 검색하는 방법과 주문하는 방법을 모름
- 홈페이지 폰트,디자인이 노인들에게 불친절하다고 생각
- 제품의 성분표시가 알아 보기 힘들다고 생각함

<니즈>

- 손자,손녀들을 위해 건강하고 좋은 성분으로 이루어진 식품을 선택하고 싶음
- 식품을 빠르고 쉽게 주문하고 싶어함
- 홈페이지 글자가 보기좋게 크고 메뉴가 클릭되면 고정되기를 바람

<http://brand.nongshim.com/main/index>

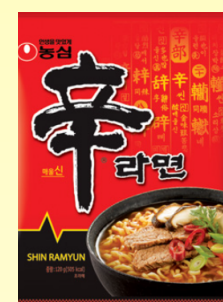
페르소나

농심 브랜드관



- Jane(40세)
- 여
- 뉴욕 거주
- 패션회사 재직
- 주로 휴대폰으로 쇼핑을 함
- 가족구성원: 남편,아들,딸
- 사이트를 자주 이용함

선호제품



<불만족도>

- 모바일 홈페이지 UI/UX에 불만
- 홈페이지에 제품의 가격과 구성이 제대로 표기가 안됨
- 조리방법을 알려주지 않아 조리할때 불편함을 느낌
- 여러 식품들을 비교하는데 많은 시간이 걸림
- 할인쿠폰 이벤트가 없어 불만

<니즈>

- 퇴근후 남편과 아들,딸에게 저녁을 제공하려고 간편식을 주로 구매함
- 다양한 제품들의 가격과 품질을 빠르고 간편하게 비교하고 싶음
- 모바일로 주문시 다양한 할인쿠폰을 제공받는 것을 원함
- 자세한 조리방법을 원함
- 모바일 홈페이지가 좀더 보기 편한 디자인으로 바뀌길 원함

<http://brand.nongshim.com/main/index>

페르소나

농심 브랜드관



- Kevin (7세)
- 남
- LA 거주
- 유치원생
- 최신 전자기기를 잘 다룸
- 가족구성원: 아버지, 어머니
- 맛있는 과자와 음료수를 좋아함
- 애니메이션 광고시청을 좋아함
- 사이트를 자주 이용함

선호제품



<불만족도>

- 홈페이지의 디자인이 오랜기간 보기에는 눈에 피로도가 쌓임
- 광고가 아이들에게 매력적으로 다가오지 않음
- 특별한 이벤트가 없어서 아쉬워함

<니즈>

- 자신이 제일 좋아하는 애니메이션 캐릭터가 광고에 나오기를 바람
- 과자를 사면 조립가능한 장난감도 주는 이벤트가 있기를 바람
- 홈페이지 색상이 눈에 덜 피로한 색상으로 바뀌길 바람

<http://brand.nongshim.com/main/index>

페르소나

농심 브랜드관



선호제품



- 홍길동(30세)
- 남
- 경기도 안양시 거주
- IT회사 재직
- 최신 전자기기를 잘 다룸
- 퇴근후 간편식과 라면을 주로 즐겨함
- 자취중
- 사이트를 자주 이용함

<불만족도>

- 홈페이지에 제품의 리뷰가 자세하지 않아 원하는 정보를 얻기 힘들어함
- SNS를 활용한 정보제공이 부족하다 생각
- 퇴근후 식사메뉴 선정에 어려움을 겪음

<니즈>

- 퇴근후 간편하게 식사준비를 하고 싶어함
- sns를 통한 소비자들과 소통을 원함
- 한줄평 말고 자세한 리뷰를 원함