

NCS능력단위평가 결과물제출

능력단위명	UI/UX 콘셉트기획
성 명	이름작성
제출일자	2021-09-13

1. 프로젝트 과제 분석

01-1 웹사이트 세부 분석

- 경영전략 수립 분석 : SWOT (강점, 약점, 기회, 위협)

	긍정요인	부정 요인
내부 요인	<p>강점</p> <p>다양한 배너(광고)들이 많아 소비자들이 알림소식을 빠르게 전달받을 수 있다.</p>	<p>약점</p> <p>다양한 메뉴가 있음에도 불구하고 메인메뉴로만 구성이 되어 있다보니 한정적으로 메뉴를 고를 수 있음.</p>
외부 요인	<p>기회</p> <p>샌드위치뿐만이 아니라 샐러드도 있어서 다이어트하는 소비자들에게는 더 나은 제품을 제공할 수 있다.</p>	<p>위협</p> <p>Tv에서 나오는 광고협찬으로 인해 소비자들의 궁금증을 가지는 부분들이 생기는 과정에서 어떠한 메뉴가 나왔던 건지 알 수 있는 부분들이 없어 시도하려다 포기하는 소비자층도 파악되고있다.</p>

주요 핵심사항 :

2. 프로젝트 과제 분석

02-1 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 소비자

	평가요소	평가 기준
소비자	시장규모, 시장 성장률	세분시장의 규모는 적절한가? 적절하지 않다. 관련된 제품의 샌드위치와 음료들은 매우 많지만 더 많은 기호의 식품을 찾아내면서 더 많은 성장을 이룰 수 있도록 해야 한다.
		성장 가능성이 높은 시장인가? 높다. 우리나라뿐만이 아니라 해외에서도 비슷한 제품들을 많이 접하고 있어 다양한 상품군의 범위를 넓이면 더 나은 발전의 모습이 보일것이다.
		세분 시장별 잠재 수요는 어느정도인가? 우리 생활에서 이루어지는 필수 중에 '식' 은 우리에게 가장 중요한 부분에 차지함으로 평일이나 주말 등 요일이나 환경에 구애받지않고 지속적인 발전을 이룰 수 있다.

2. 프로젝트 과제 분석

02-2 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 경쟁사

	평가요소	평가 기준
경쟁사	현재의 경쟁사, 잠재적 경쟁사	<p>현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가? 경쟁사들이 있지만 위협적이진 않는다. 샌드위치라는 메뉴는 굉장히 흔하게 접할 수 있는 음식이지만 소비자들에게 많은 인식들이 주어져 있어 다른 브랜드보다는 다양한 메뉴를 고객의 취향에 맞게 맞춰서 먹을 수 있는 장점을 가지며 지속적으로 신뢰감을 가지고 있는 상태이다.</p>
		<p>새로운 경쟁사의 진입 가능성이 높은가? 그렇다. 다양한 음식의 브랜드들이 많이 생기고 있으며, 특히나 코로나로 인해 외식을 자주 할 수 없는 환경속에서 소비자들은 배달음식, 간편한 포장음식에 대한 선호도가 높아지고 있는 추세이다. 그로인해 써브웨이와 비슷한 제품류의 경쟁사들도 늘어날 것이며 다소 위협의 가능성이 높다.</p>

2. 프로젝트 과제 분석

02-3 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 자사

	평가요소	평가 기준
자사	기업 목표, 자원 시너지 효과	기업의 목표와 일치 하는가? 소비자들이 음식을 먹을 때 늘 고민하는 부분들이 균형잡힌 식사와 아이들에게도 안심하고 먹을 수 있는지에 대한 걱정과 우려가 큰편인데 소비자의 입장에 맞추어 기업도 최대한 건강한 먹거리를 통해 소비자들의 호감을 가지고 있다.
		인적, 물적, 기술적 자원을 갖추고 있는가? 더 다양한 자원들이 갖추어져있으면 매출증대에 효과가 보일것이다.
		기존 서비스와 시너지 효과를 낼 수 있는가? 기업의 목표를 계속적으로 소비자들이 알 수 있게 페이지를 제작한다면, 더 나은 시너지를 얻을 수 있다.

3. 프로젝트 제작 방향 정리

03-1 조사 분석 내용 최종 정리

- 기업분석 (SWOT, 3C)
- 페르소나 분석
- 매트리스분석

정리

다양한 배너와 새로운 소식을 통해 소비자들이 새로운 메뉴들을 접할 수 있도록 하고,
신메뉴와 기업의 목표를 지속적으로 갖추어가면 지속적인 매출증대가 이루어질 수 있을것이다,