

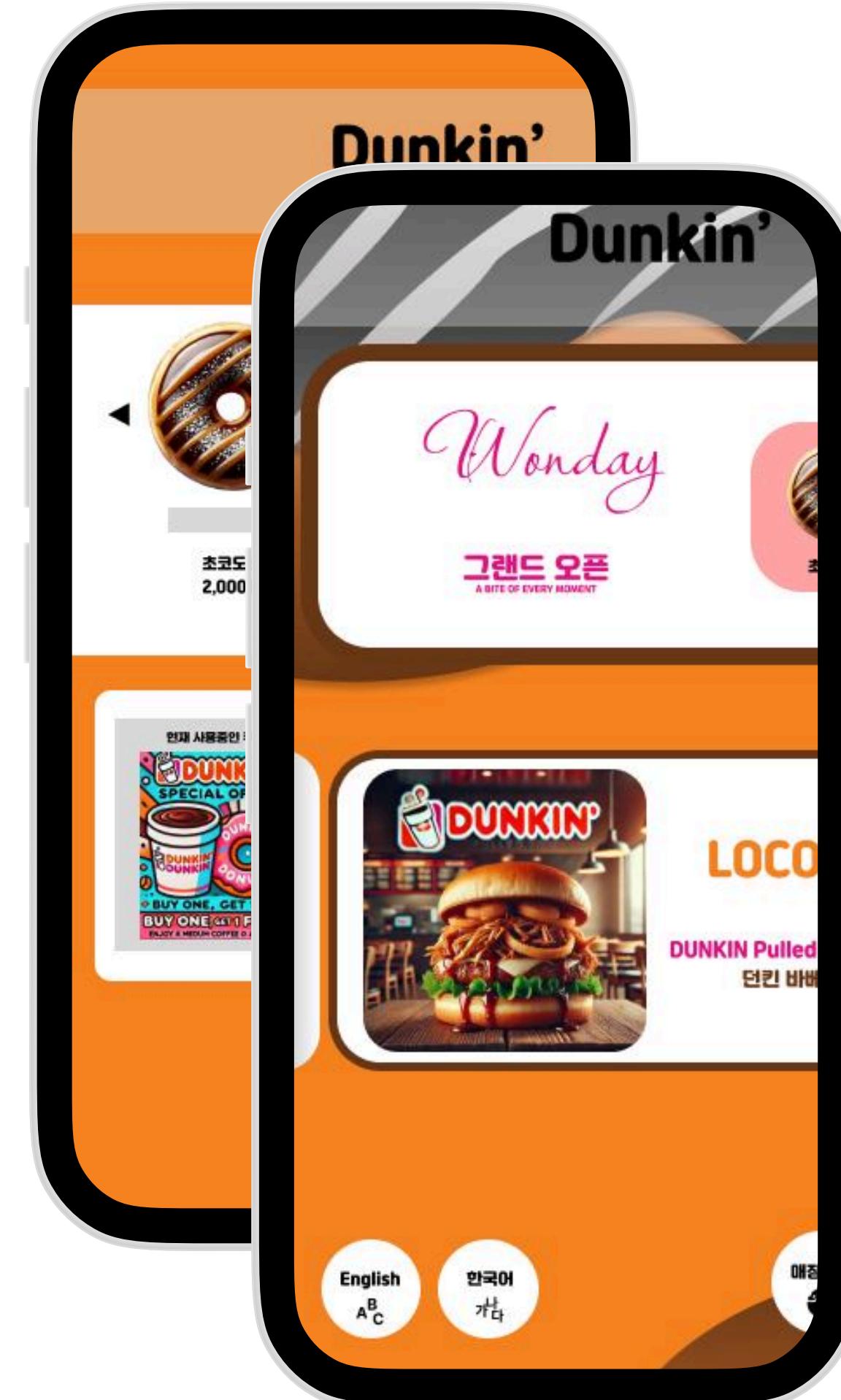
3. UX/UI 디자인

DUNKIN 모바일 앱 UXUI 디자인

사용 툴 : Figma

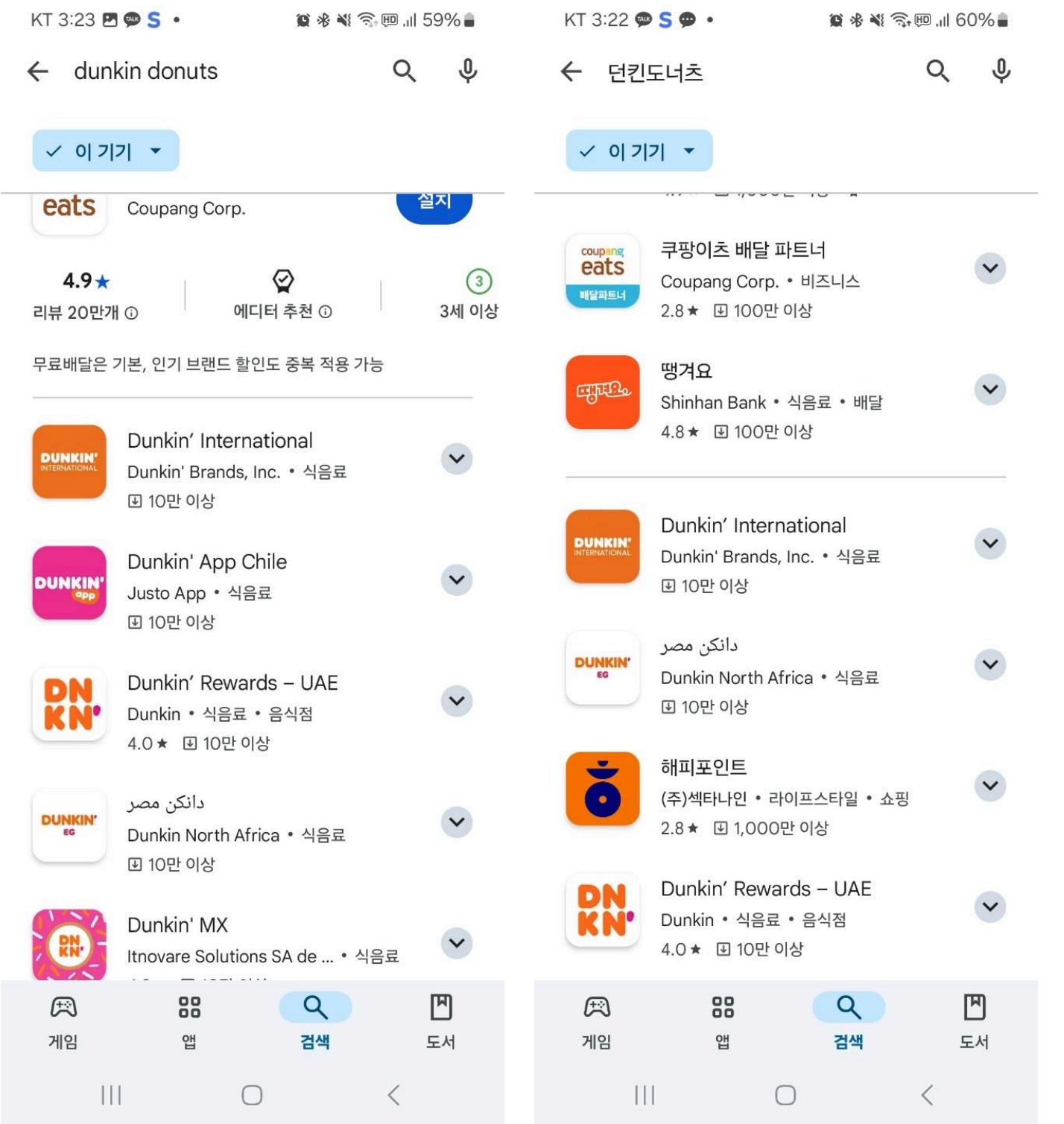
기여도 : 100%

<https://bully.kr/4QnVZ7w>



3-1 UX/UI 디자인 개요

던킨 도너츠는 세계적인 식음료 회사이며 북미권은 물론 세계 어디서나 흔히 찾아볼수 있는 대표적인 도넛 체인입니다. 하지만 예전에 제가 미국에 갔을때와 외국인들이 국내에 왔을경우 매장찾기와 배달 서비스등의 연결이 매끄럽지 않고 다국어 서비스가 되지 않는다는 점을 발견하였습니다. Dunkin international 앱이 있긴 하지만 어째서인지 국내에서 사용하려면 연령제한이 걸려 있으며 여러가지 사용에 불편함이 있다는것을 알게되어 새로운 모바일 환경의 다국어 서비스가 가능한 홈페이지가 필요하다는 점에 착안하여 프로젝트를 진행하게 되었습니다.



<각각 영문과 한글로 구글 플레이 스토어에서 검색한 내용>

던킨도너츠 코리아에 대하여...

던킨 도너츠 코리아는 SPC그룹계열 비알코리아와 합작해 국내에 진출해 있으며 동사가 운영하는 베스킨라빈스와 함께 국내에서 미국계 식음료 체인 중 가장 많은 매장수를 가지고 있습니다.



DUNKIN'
DONUTS.®

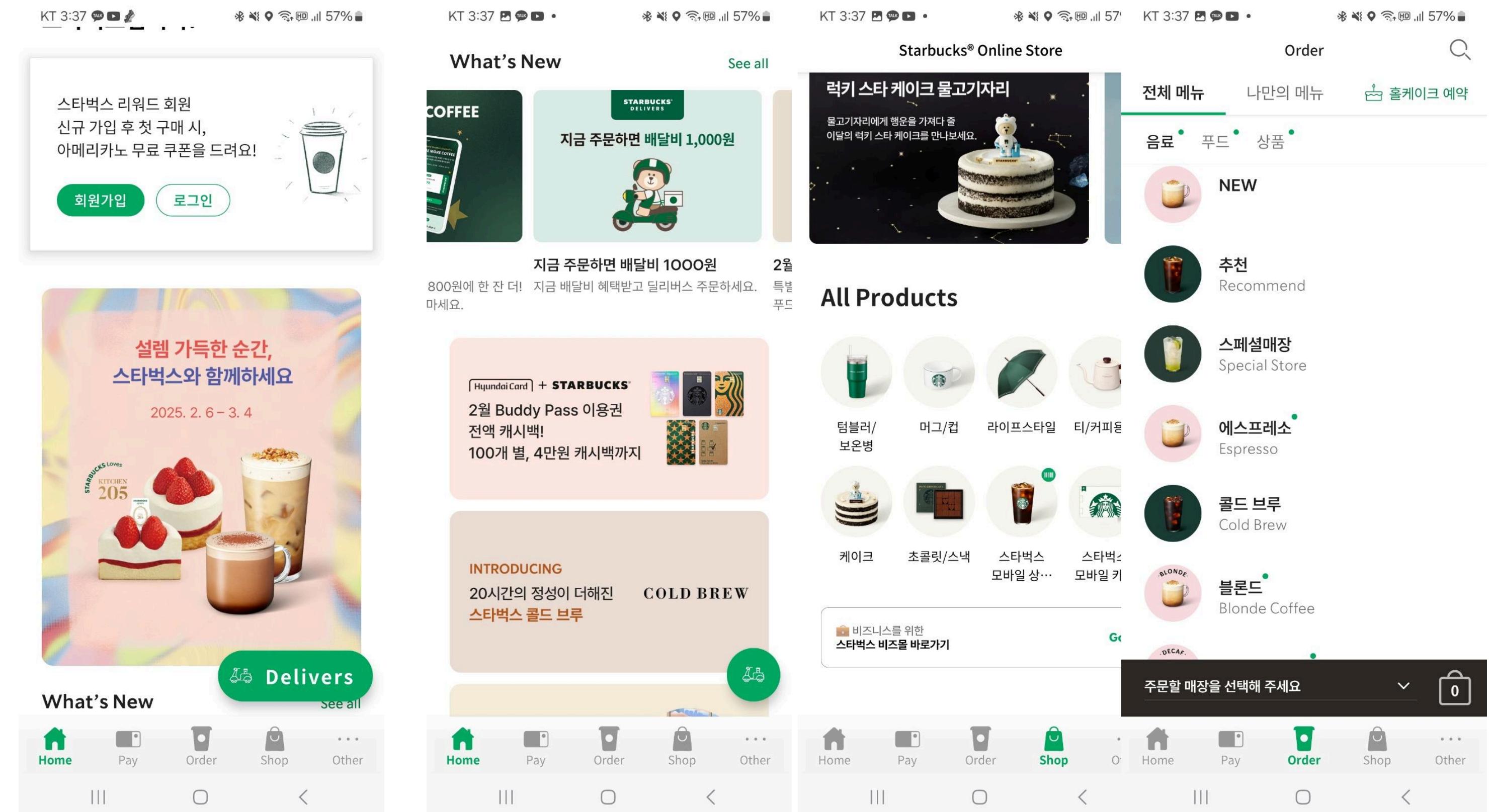
3-2 UX/UI 디자인 벤치마킹

벤치마킹대상 - (스타벅스 코리아)

스타벅스 코리아는 던킨도너츠보다 늦게 한국 시장에 진출하였지만 효과적인 브랜딩으로 한국에서 시장을 선도하는 식음료 해외 체인이 되었습니다.

스타벅스 모바일 앱은 스타벅스 특유의 그린 컬러와 흰색을 테마색으로 하며 깔끔하고 모던한 느낌을 줍니다. 배달, 페이, 주문, 굿즈 판매 등의 기능이 푸터 메뉴에 있어서 사용자가 쉽게 접근할 수 있으며 그 외의 기능은 others로 몰아넣어 메뉴를 정리하였습니다.

레이아웃과 메뉴위치 및 구성등을 벤치마킹하였습니다.



스타벅스의 모바일 앱

3-3 UX/UI 디자인 SWOT 분석

SWOT 분석

많은 매장 수 (350,000 여 곳)

국내 도넛에 특성화된 업체중 가장 유명함

부담없는 저렴한 가격

도넛에 대한 인기 감소와 수요 감소,

경쟁사들에 비해 상대적으로 떨어지는

커피의 품질, 최근 부정적인 언론보도,

국내기준 다국어 지원 기능이 없는 홈페이지

S W

O T

많은 매장 수로 인해 소비자의 접근이 쉬움 / 이벤

트 등으로 효과를 쉽게 볼 수 있음

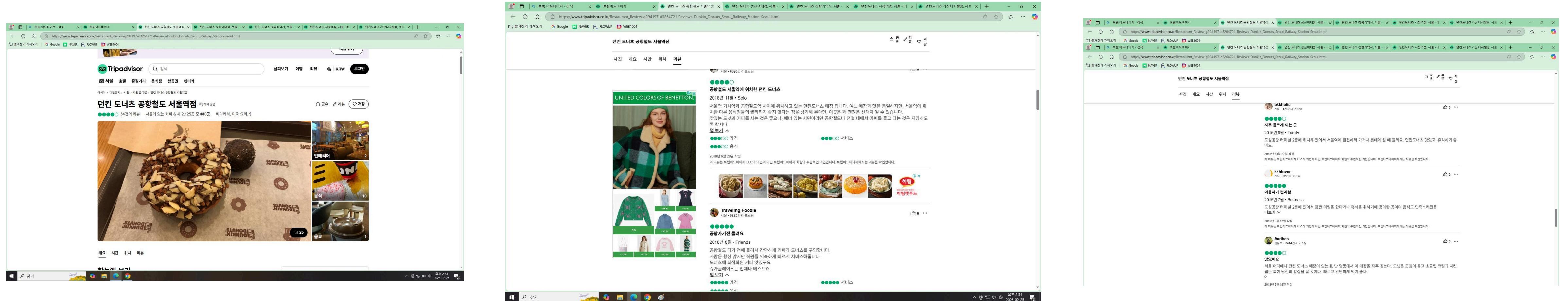
국내로 진출하는 타 해외 식음료 특화업체들 및 국내

에서 새로 창업되고 있는 고품질의 식음료 업체들

3-4 UX/UI 디자인 리뷰 리서치

Review research

설문조사를 진행하는것이 불가능했기 때문에 트립 어드바이저 (Trip advisor) 에 올라온 던킨에 관한 리뷰들을 바탕으로 조사를 진행 하였습니다. 리뷰들중 몇 개의 표본들을 무작위로 선정하여 진행하였으며 지점마다 리뷰의 내용이 상이하였지만 대체로 합리적인 가격, 일정한 맛, 친절한 서비스, 깨끗한 매장등이 장점인 것으로 드러났습니다. 리뷰를 남긴 리뷰어들은 각각 상이한 직업과 연령대였으며 때로는 한국을 여행중인 외국인 관광객의 리뷰도 섞여 있었습니다.



3-5 UX/UI 디자인 / 페르소나

Persona



대학생 A

“저렴한 가격으로
쉽게 즐길수 있어서 좋습니
다. 다만, 대부분의 도넛이
칼로리가 너무 높아요.”



직장인 B

“단것을 좋아해서 일주일에
한번은 갑니다. 회의때 가끔
먹거나 아침을 먹지 못 했을
때 간단히 요기 할수 있어서
좋아요. 커피는 그다지 추천
하지 않습니다.”



직장인 C

“자주 가지는 않지만 한국에
서 가장 유명한 도넛 체인이
라 도넛생각이 나면 가곤 합
니다. 하지만 매번 갈때마다
너무 블비거나 원하는 도넛이
없을 때가 있습니다.”



주부 D

“아이들이 좋아해서 자주 갑
니다. 가끔 친구들과 만나서
수다 떨기도 좋아요.”



시니어 E

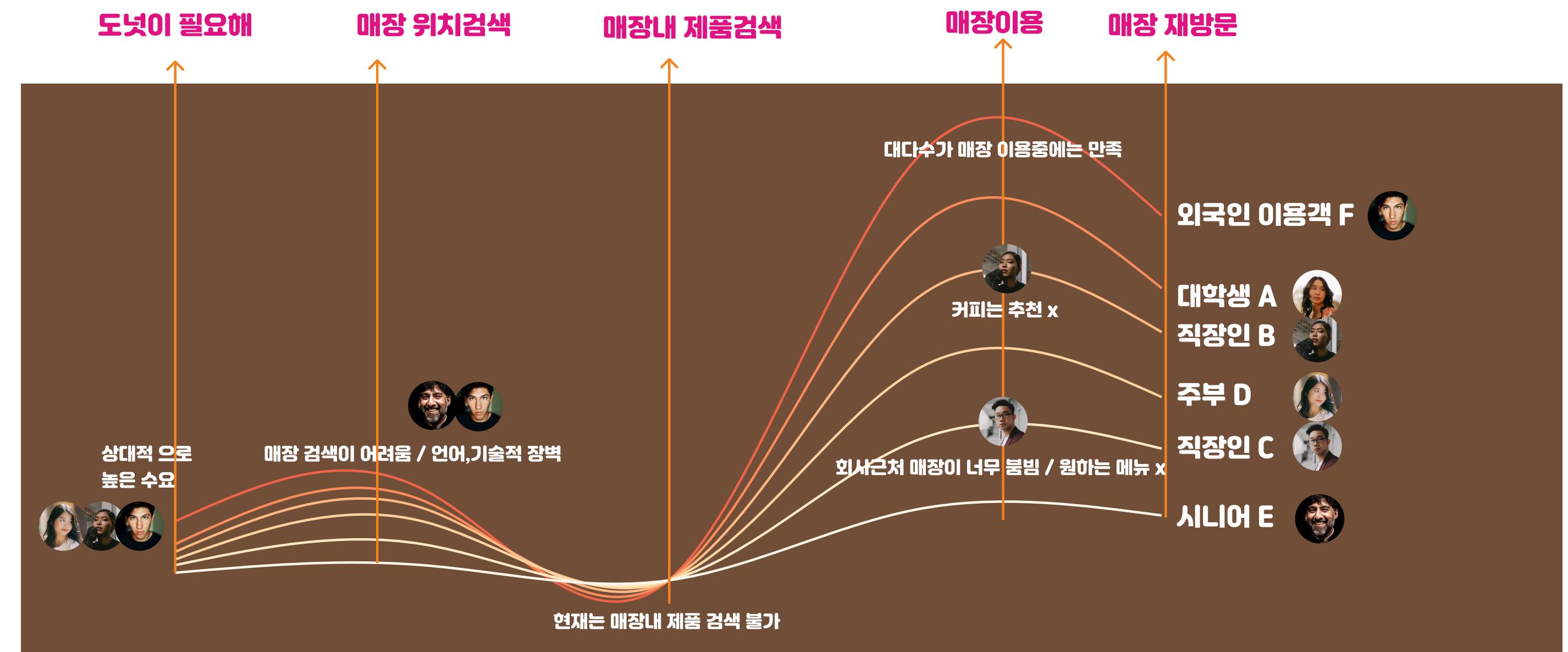
“젊었을 때와 같은 메뉴도 있
지만 항상 새로운 메뉴가 만
들어지곤 하는것 같습니다.
익숙하지만 새로운 느낌입니
다.”



외국인 이용객 F

“한국에서도 고향에서와 똑같
은 맛을 찾을수 있어서 좋았
습니다. 유명 관광지 근처에
서 찾을수 있다면 좋을것 같
습니다.”

Customer Journeymap



문제정의

사용자 저니맵에서 드러난 문제점은 시니어와 외국인 이용객들의 매장 위치 파악이 어렵다는 점과 매장내의 남은 제품과 존재하는 제품의 검색이 불가능하다는 점이었습니다. 시니어의 경우는 매장에 전화를 하여 해결할 수 있었지만 외국인들은 배달과 남은 제품 문의를 할 수 없었습니다. 매장에 남아있는 제품의 종류와 수를 정확히 알 수 없어 헛걸음을 하는 경우는 내국인인 직장인 C의 경우에도 나타나고 있으며 이 두 가지 문제점에 대한 해결책으로 다국어 기능이 추가되고 여러기능이 강화된 모바일 홈페이지가 필요하다고 생각합니다.

3-6 UX/UI 디자인 / 브레인 스토밍, 키워드 도출

Brainstorming (Mind Map)



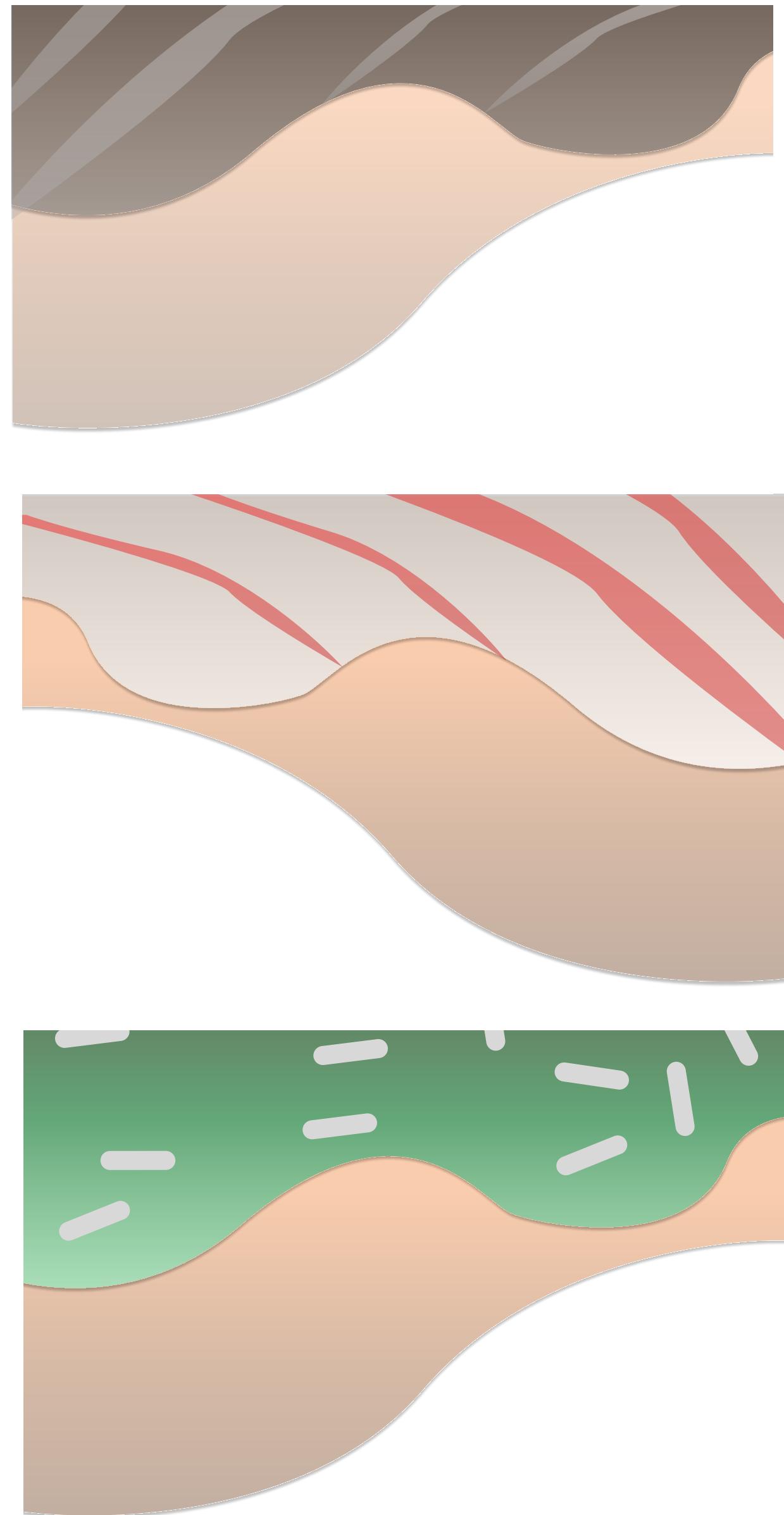
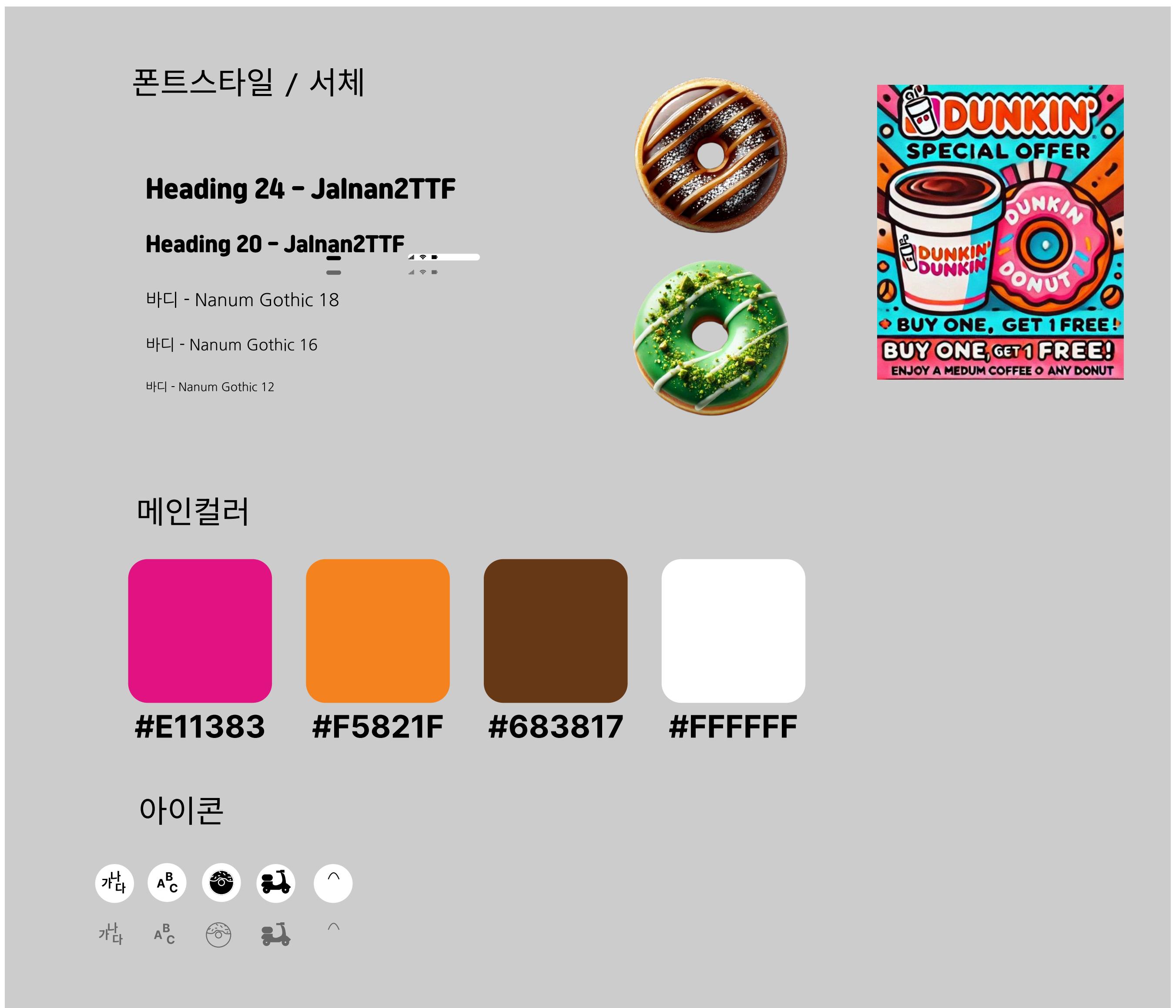
Keyword 도서

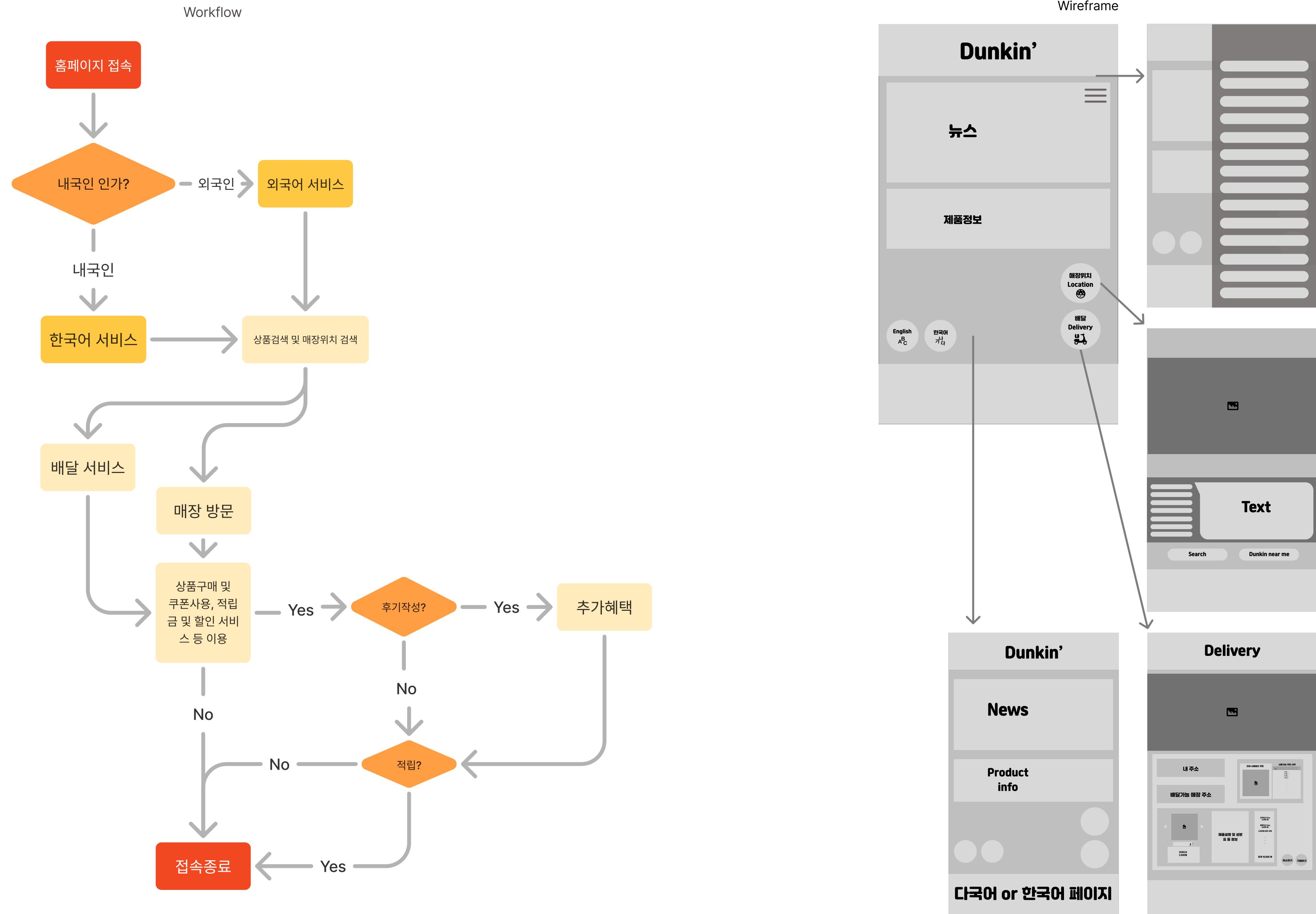
다국어 (Multi language)

손쉬운 제품정보 확인 (Easy info access)

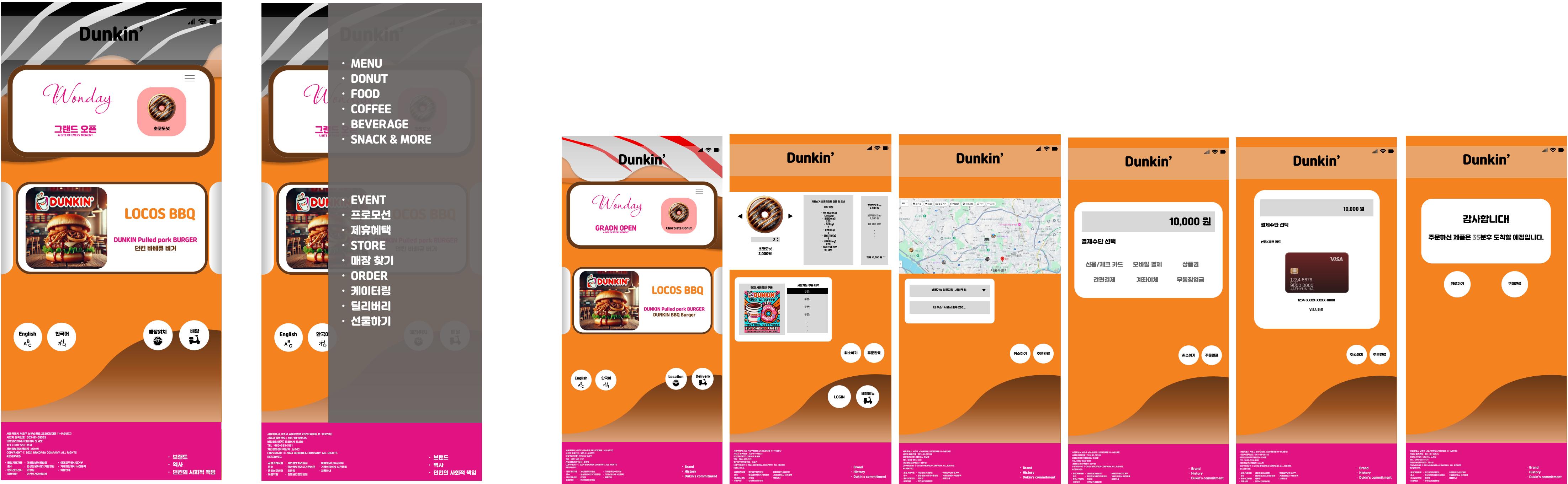
서비스 이용 편의성 (Convenience)

3-7 UX/UI 디자인 / 스타일 가이드





3-8 UX/UI 디자인 / 결과물



햄버거 메뉴로 대다수의 메뉴를 옮기고 꼭 필요한 선택지만 남겨놓았습니다.

외국인 사용자를 위한 영문 페이지를 넣었습니다.