



스무디킹 리뉴얼

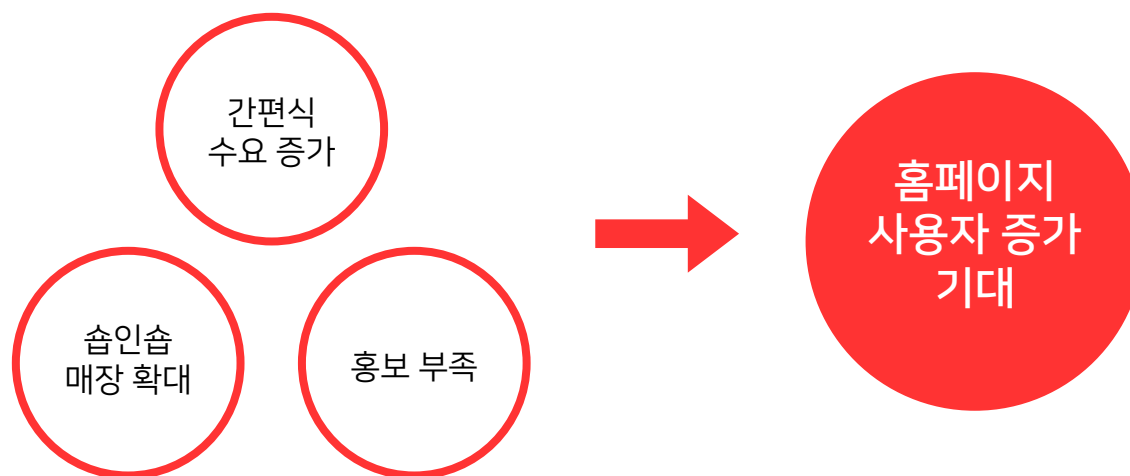
TEAM 02

백승주 서보민 윤수영 이수현 정희정

CONTENT

1. 기획 의도
2. 자사 분석
3. 경쟁사 분석
4. 페르소나
5. 포지셔닝
6. 리뉴얼 방향
7. 인덱스 구조
8. 컨셉 - Color, Font, Moodboard
9. 레이아웃 구성
10. 디자인 시안

① 기획 의도



바쁜 삶을 살아가는 현대인들은 시간을 단축시키기 위해 음식을 간단히 떼우는 경우가 많다. 그에 따라 쉽고 간편하게 즐길 수 있는 간편식들이 많이 등장하고 있으며, 그 중 마시는 식사로 스무디를 먹는 사람들이 늘어나고 있다. 스무디킹은 상큼한 과일과 각종 영양파우더를 갈아 간편하게 섭취함으로써 건강함과 활력을 불어 넣어 주는 대표적인 음료전문점이다. 웰빙 트렌드가 사회 전반적으로 지속됨에 따라 스무디킹에서도 다양한 건강식을 출시하고 있는데 대중에게 많이 알려지지 않았다. 또, 음료 프랜차이즈 중에서는 인지도가 낮은 편이지만, 최근 편의점에 Shopeinshop 형태로 매장을 확대할 것이라고 발표했기 때문에 접근성이 높아져 홈페이지를 이용하는 고객들도 크게 증가할 것으로 예상된다.

하지만 현재의 홈페이지는 최근 트렌드에 뒤떨어질 뿐 만 아니라 정보를 얻기 힘들고, 스무디킹의 비전인 '건강하고 활기찬 분위기'가 잘 느껴지지 않는다는 점이 아쉽다. 브랜드의 아이덴티티를 강조하면서 콘텐츠를 추가해 정보를 얻기 편리하고, 스무디킹이라는 브랜드가 좀 더 오랫동안 기억에 남을 수 있도록 리뉴얼할 계획이다.

② 자사 분석



트렌드에 뒤쳐진 레이아웃, 플래시 사용

한눈에 정보 파악하기 힘든 구조

브랜드 비전 '건강하고 활기찬 분위기' 느껴지지 않음



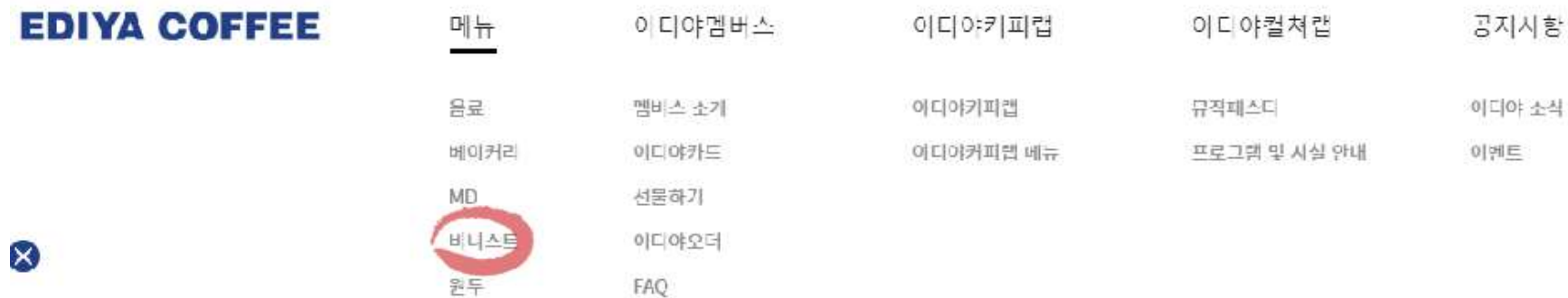
트렌드에 맞는 레이아웃, 애니메이션 사용

콘텐츠 추가

스무디킹 아이덴티티 강조

③ 경쟁사 분석

(1) 정보 구조 관점



Good

- 풀다운 서브 메뉴 사용
- = 마우스오버시 효과로 구분하기 편리함
- = 스크롤시 메인 메뉴 상단에 고정

Bad

- 한눈에 이해할 수 없는 메뉴 명칭 사용

③ 경쟁사 분석

(2) 비주얼 관점

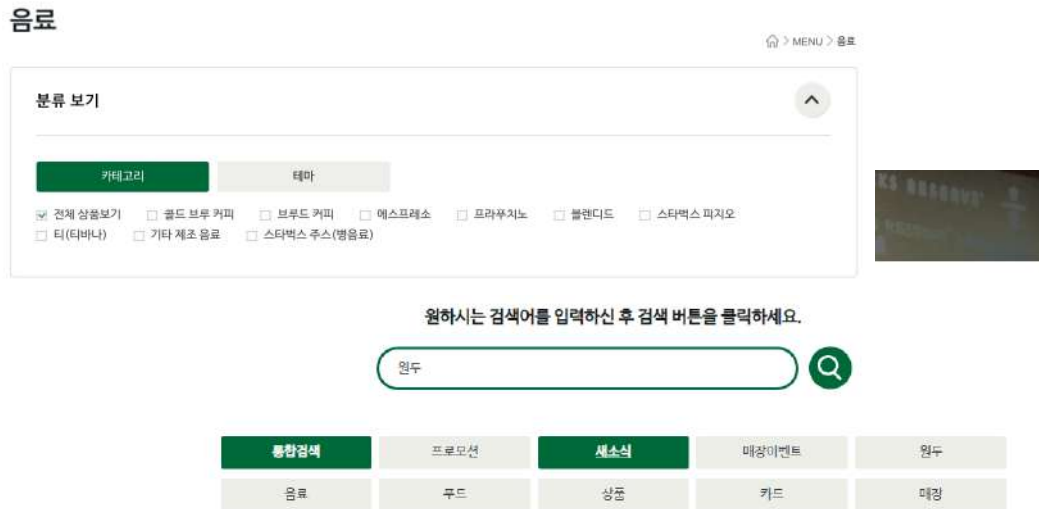


Good

- 주력 이벤트, 정보 비주얼 메인에 배치, 킥 메뉴로 사용
- 시그니처 컬러 사용하여 브랜드 아이덴티티 드러나도록 함
- 적절한 애니메이션 사용으로 주목성 높임

③ 경쟁사 분석

(3) 네비게이션 관점



Good

- 검색창을 이용하여 키워드로 검색이 가능 → 검색된 정보는 카테고리별로 구분하여 볼 수 있음
- 화면 우측에는 킷 메뉴가 있어서 해당 메뉴로 빠른 이동이 가능함

3 경쟁사 분석

(4) 인터페이스 관점



Jamba Menu About Jamba



Good

- 메타포를 이용한 간결하고 확실한 정보 전달
- 중요 이벤트를 메인 비주얼로 중앙에 전달하여 노출과 광고 효과가 좋음

Bad

- 여백 없이 콘텐츠가 꽉꽉 들어차있어서 갑갑하고 가시성이 떨어짐
- 서브메뉴 클릭시 색상의 변화가 없어서 어떤 것을 누른건지 혼동이 생김

④ 페르소나(1)



한서진

51세

학력	고려대 졸업
직업	현) 전업 주부 전) 건강 식품 회사 부장
가족	남편(60), 아들(22), 딸(19)
거주지	서울특별시 강남구
키워드	#교육 #건강 #카페 #독서
이용하는 SNS	   

“하나를 사더라도
가장 좋은 것을 사고싶다”

Life Style

매일 아침 과일 음료나 차를 마시며 하루를 시작한다. 건강을 가장 중요하게 생각하며, 몸에 좋은 음식이나 건강 식품에 많은 관심을 보인다. 카페 운영에도 관심이 많다. 건강 식품 정보나 카페 정보가 많이 올라오는 카카오톡 채팅방이나 SNS, 블로그 등에 가입해서 새로운 정보를 늘 확인한다.

사용 기기



PC



스마트폰

동기

집에서 전업 주부로 생활하며 가족의 건강을 생각하는 한서진 씨. 일로 바쁜 남편과 자식들에게 한끼라도 건강한 음식을 먹고 싶은 마음에 SNS에 가입해 건강음식에 관한 정보를 자주 얻는다. 아들은 군대에, 딸은 대학교에 진학하면서 독립하게 되어 서진 씨는 개인적인 시간이 늘어났다. 시간이 한가로워지자 서진 씨의 관심은 막연하게 생각만 했던 창업으로 향했다. 서진 씨는 건강 식품 회사에서 일했던 경력과 평소 관심사를 살려 몸에 좋은 음료를 파는 카페를 운영해 보고자 한다. SNS로 이런저런 정보를 알아보던 중에 스무디킹에 관련된 페이스북 사이트를 보게 된다. 건강하고 활기찬 라이프 스타일을 강조하며 웰빙 음료를 주력으로 하는 점과 오토로 가게를 돌릴수 있고 창업 초보자인 자신이 혼자서 충분히 가게를 운영할수 있다는 점에 이끌려 창업 문의를 넣어보기로 했다.

니즈

창업 아이템, 건강한 음식

소비 성향

신중하고 꼼꼼하게 성분 비교한다.
좋다고 생각한 것에는 돈을 아끼지 않는다.

④ 페르소나(2)



이시영

나이	35세
학력	전문대 졸업
직업	헬스 트레이너
가족	남편, 아들(3)
거주지	서울특별시 강남구
취미	등산, 아이와 함께 나들이
키워드	#웰빙 #달리기 #마라톤 #먹는즐거움 #힐링
이용하는 SNS	   

“나의 건강을 책임져 줘!
24시간 모자란 나, 어떡하지?”

Life Style

해가 뜨기전 새벽마라톤으로 상쾌하게 아침을 맞이한다. 운동을 하루라도 안하면 입안에 가시가 돋는다. 모든 운동을 가리지않고 도전하는 정신이 투철하다. 운동이 끝난 후 남편과 아이를 보내놓고 출근을 한다. 헬스 트레이너답게 몸매에 대해 신경쓰지 않을 수 없다. 매일 몸 상태를 체크할 겸 거울인증샷을 꼭 찍는다. 회원들에게 인기가 많아서 하루종일 회원들을 관리하느라 매우 바쁜 시간을 보낸다. 어린이집이 끝날 때쯤 아이를 데리러 30분거리를 걸으며 툼툼히 걷는다. 저녁에도 몸관리는 이어진다. 늘 간단하게 먹지만 일주일에 한두번쯤은 치팅데이를 갖는다.나만의 건강이 아닌 온가족의 건강에 관심이 많다. 우리가족의 건강에 도움이 될 만한 웰빙아이템이 있을까?

사용 기기



스마트폰

동기

운동을 하면서 적정량의 체력 보충은 중요하다. 어떤 것을 먹어도 성분을 따지는 시영은 새로운 건강 보충 아이템을 찾고 있다. 홈페이지에서 미리 어떤 프로그램과 어떤 제품이 있는지 알고싶다

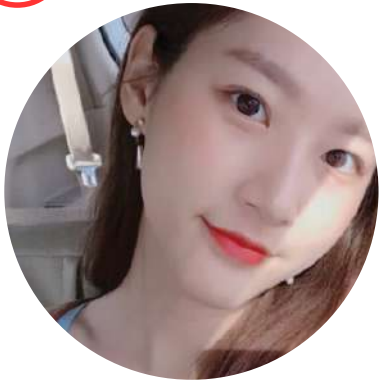
니즈

최근 운동량도 많이 늘어서 기력을 보충했으면 하는데 건강음료하면 홍삼즙이나 이런 맛있는 류의 한약재를 바탕으로 한 음료만 생각이 난다.맛있으면서 건강을 챙길 수 있는 음료를 찾고 있다.매일 똑같은 맛은 질릴거 같고 맛별로 골라서 먹는다면 더 좋을 것 같다.

소비 성향

즉흥적이지 않음.
상품의 유통기한이나 성분을 따져 구매함.

④ 페르소나(3)



김새론

나이	21세
학력	한양대 경영학과 재학중
직업	대학생
가족	부모님, 동생
거주지	경기도 수원시
취미	스트레칭, 집에서 쉬기
키워드	#재시켜알바 #학교알바꿀 #피곤해 #에너지충전급구
이용하는 SNS	   

“ 나의 행복은 내가 만들어 가는 것 ”

Life Style

새론은 2학년이 되면서부터 기숙사 생활을 끝내고 자취를 시작하게 됐다. 기숙사 생활과 다르게 지켜야 하는 규정이 없는 자취 생활에 신난 것도 잠깐, 오히려 신경 써야 하는 게 더 많아져 학기 시작부터 새론은 정신이 없다. 부모님 부담을 덜어드리기 위해 장학금을 받겠다고 다짐한 새론은 학교 수업이 끝나면 도서관이나 카페에서 공부를 했지만, 자취를 시작한 뒤로는 어려워졌다. 생활비가 부족해져서 아르바이트를 하나 더 시작했기 때문이다. 학교 수업이 끝나고 아르바이트를 가서 밤 늦게 돌아오면 피곤함에 배고픔도 잊고 잠들기 바쁘다. 그리고 아침에 오면 다시 반복. 어떤 날은 아르바이트를 두 개 가야 하는 날도 있다. 몸은 피곤해도 장학금과 아르바이트 중 하나도 포기할 수 없는 새론은 오늘도 그 어느 때보다 바쁜 하루하루를 보내고 있는 중이다.

사용 기기



노트북



스마트폰

동기

바빠진 만큼 끼니를 거르거나 간단하게 해결하는 경우가 많아졌다. 매일 밖에서 사 먹는 것도 지겨워져서 아예 거르는 날이 생기기 시작할 때쯤 학교 근처에 스무디킹이 새로 오픈했다. 홍보물에서 과일이 들어간 건강 음료라는 문구를 본 새론은 스무디라면 식사 대용으로 든든하게 먹을 수 있을 것 같다는 생각을 한다. 빠르게 주문하고 음료를 받아오기 위해 메뉴를 미리 둘러보기 위해 사이트에 방문하려고 한다.

니즈

- 이동하면서 간단하게 먹을 수 있으면 좋겠다.
- 평소에 자주 먹지 못하는 과일이 첨가된 것을 먹고 비타민을 섭취하고 싶다
- 메뉴마다 어떤 과일과 영양 파우더가 들어갔는지 알고 싶다.
- 나에게 맞는영양 파우더가 들어간 레시피를 알고 싶다.

소비 성향

- 가격과 품질을 꼼꼼하게 따지고 구매한다.
- 인터넷에서 정보를 꼭 찾아보고 구매하는 편이다.
- 할인 행사나 이벤트에서 충동 구매를 할 때가 종종 있다.

④ 포지셔닝



⑤ 리뉴얼 방향

(1) 트렌드에 맞는 디자인, 레이아웃

풀페이지 레이아웃으로 사용, 이미지로 자사 상품 강조, 메인 메뉴를 상단에 배치해 접근성 높인다.

(2) 주목성을 높인다

가운데 정렬한 콘텐츠와 적절한 애니메이션 사용으로 유저의 이목을 끈다.

(3) 편의성을 높인다

마우스 오버시 한번에 풀다운 되는 서브 메뉴와, 상단에 메인 메뉴를 고정시킨다.

음료 메뉴에 태그를 적용하여 태그를 이용한 검색이 가능하도록 한다.

(4) 텍스트를 이미지화

텍스트로만 구성되어 있던 메뉴를 메타포를 사용하여 이미지화 한다.

(5) 스무디킹만의 이슈 콘텐츠

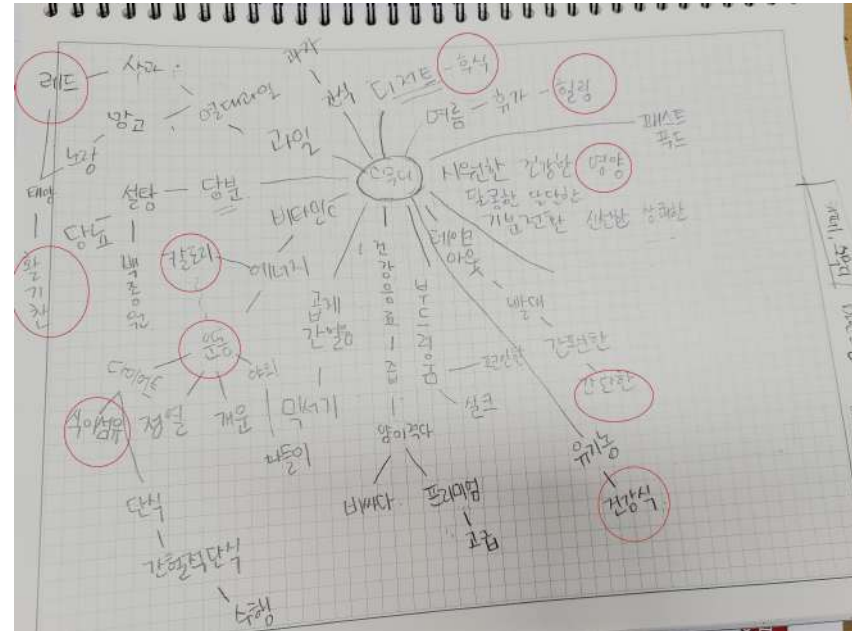
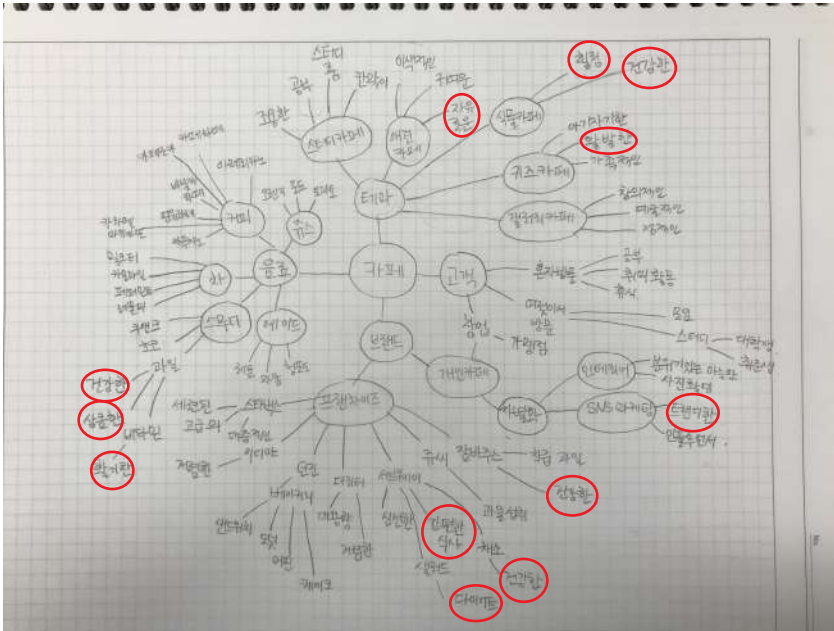
유저의 참여를 유도하는 콘텐츠를 메인 페이지와 퀵 메뉴로 배치한다.

⑥ 인덱스 구조

MENU	MEMBERS	EVENT	BRAND	가맹안내
스무디 커피 차 주스 요거트 베이커리	멤버십 제휴카드 선불카드 Q&A 1:1문의	진행 중 이벤트 공지사항	스무디킹 소개 CEO인사말 본사안내 매장찾기 보도자료	가맹개설 절차 가맹개설 문의

1. 사용자중심의 인덱스 배치
2. 빠르게 인덱스 파악이 가능하도록 메뉴 세분화
3. 기존에 빠져 있던 메뉴 추가
4. 분산되어 있는 혼란스러웠던 인덱스 그룹화

⑦ 컨셉 - 브레인 스토밍



'카페'와 '스무디'라는 키워드로 마인드맵을 작성했을때, 다음과 같은 키워드를 도출해 낼 수 있었다. 그 중에서 스무디킹에 어울리는 키워드로 '건강한', '활기찬' '상큼한' '힐링의' '트렌디한' '간편한' '활동적인' 과 같은 것을 뽑았으며, 컨셉키워드를 바탕으로 무드보드를 작성했다.

⑧ 컨셉 - 무드보드

컨셉키워드 : 건강한, 활기찬, 상큼한, 톡톡튀는, 힐링의, 활동적인



⑧ 컨셉 - 컬러



스무디킹의 시그니처 컬러인 레드를 포인트 컬러로 사용
건강하고 활기찬 느낌을 강조하기 위해 대비되는 연두색을 사용하여 유연성을 준다.

⑧ 컨셉 - 폰트

Noto Sans KR Light

뛰어난 맛과 영양의 스무디, 고품질 제품, 건강하고 활기찬 분위기에서의
우수한 서비스로 게스트의 건강한 선택을 이루게 하자

Noto Sans KR Regular

뛰어난 맛과 영양의 스무디, 고품질 제품, 건강하고 활기찬 분위기에서의
우수한 서비스로 게스트의 건강한 선택을 이루게 하자

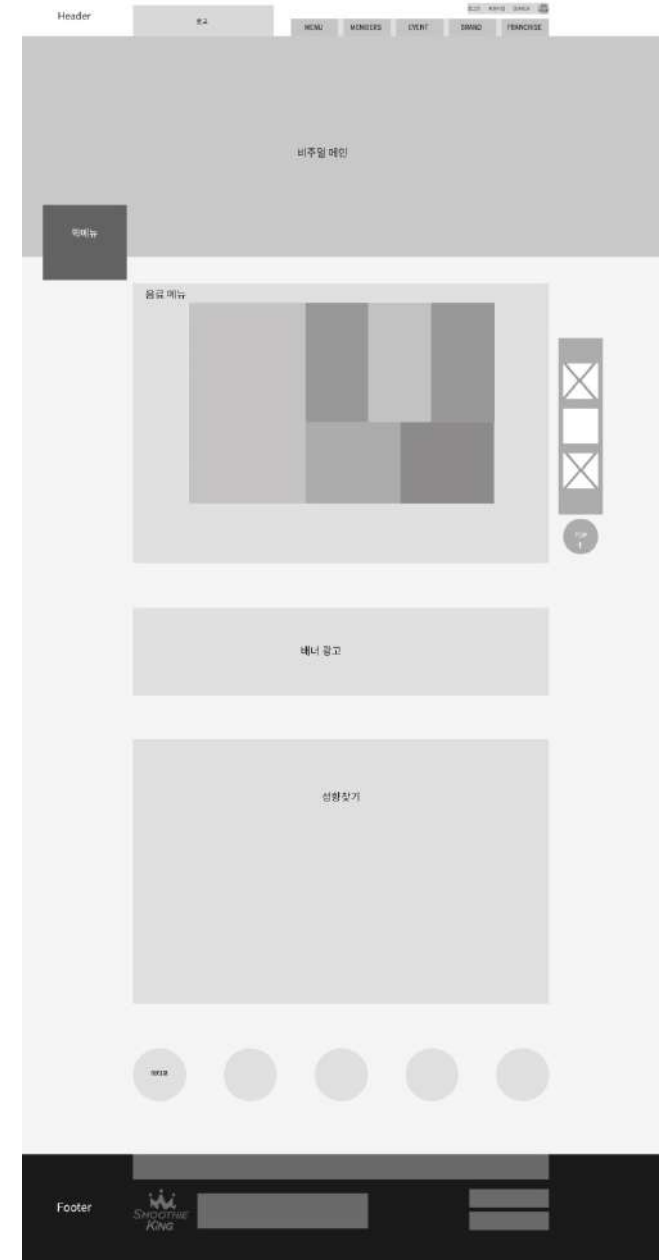
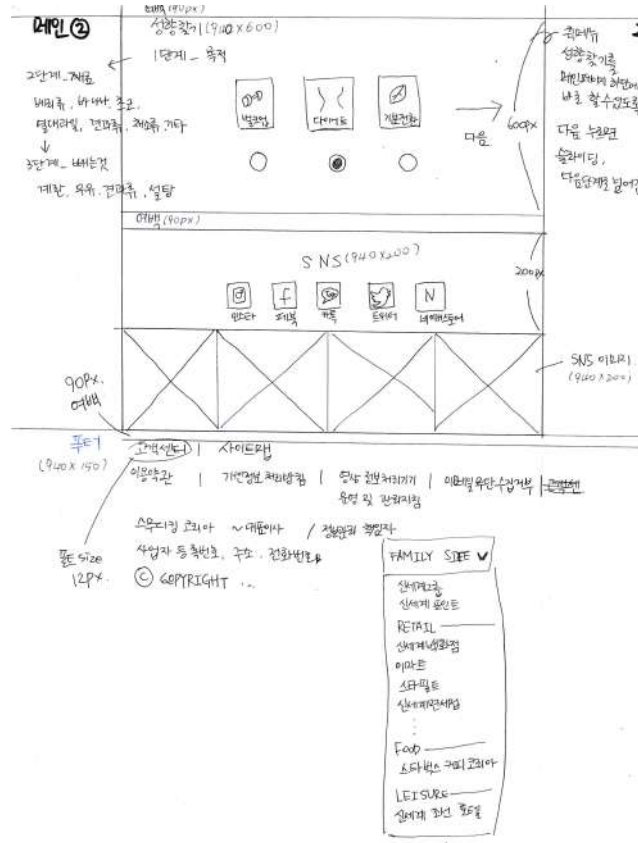
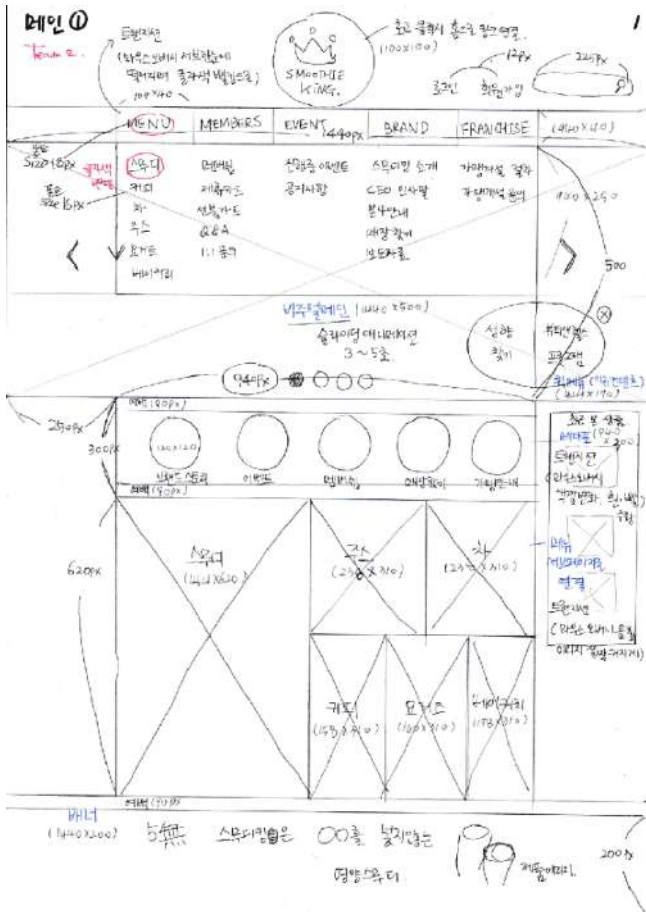
심플한 폰트를 사용해 가독성을 높인다.

한가지 종류의 폰트를 사용하여 통일감을 주고, 각 상황에 맞는 굵기를 사용한다.

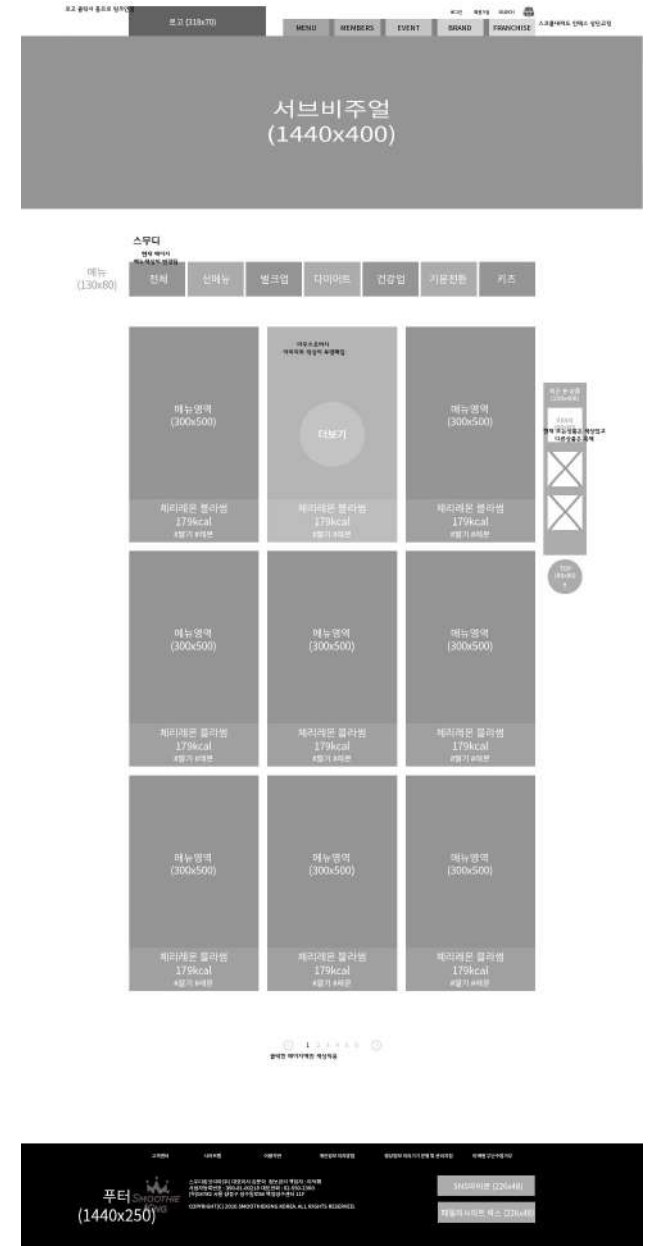
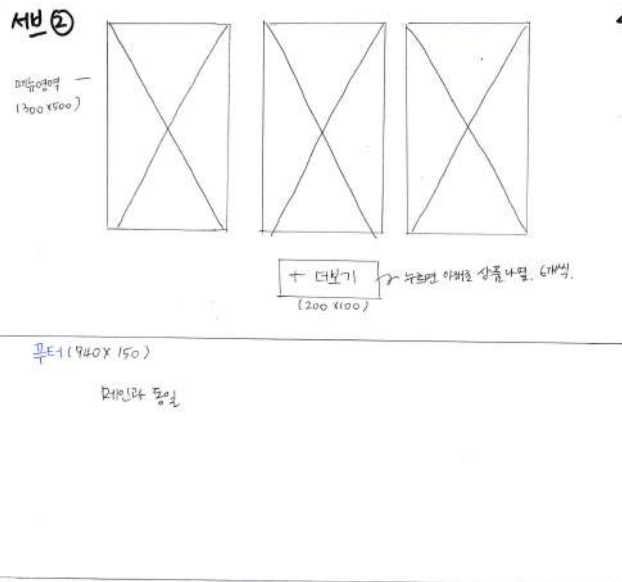
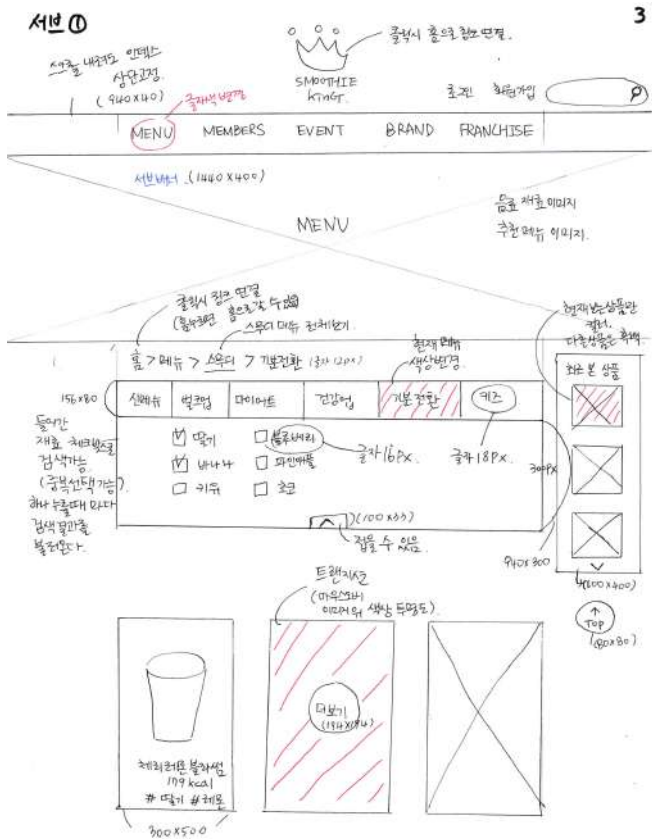
⑨ 레이아웃 구성

Max-Width 1440px

Content Width 940px

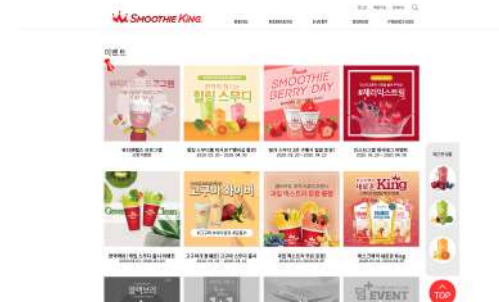


⑨ 레이아웃 구성



[illegible]

10 디자인 시안



Thank You