

YOAJUNG



UI/UX 웹사이트 리뉴얼 기획

백승재, 박성빈, 최정희

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY

1 브랜드 선정

- 소개 및 선정이유

2 사용자 및 시장조사

- 사용자 유형분석
- 사용자 유형분류
- 여정지도
- 시장조사

3 관찰 조사 및 설계

- 자사 분석
 - 가맹현황
 - SWOT 분석
 - 솔루션
- 타사분석
 - 경쟁사 분석
 - 우수사 분석
 - 자사반영개선사항

4 사용자 성향조사

- 마인드맵
- 스토리보드
- 타겟선정
- 페르소나
- 타겟니즈
- 잠재요구

서비스 경험 디자인 관찰조사



YOAJUNG

1 브랜드 선정



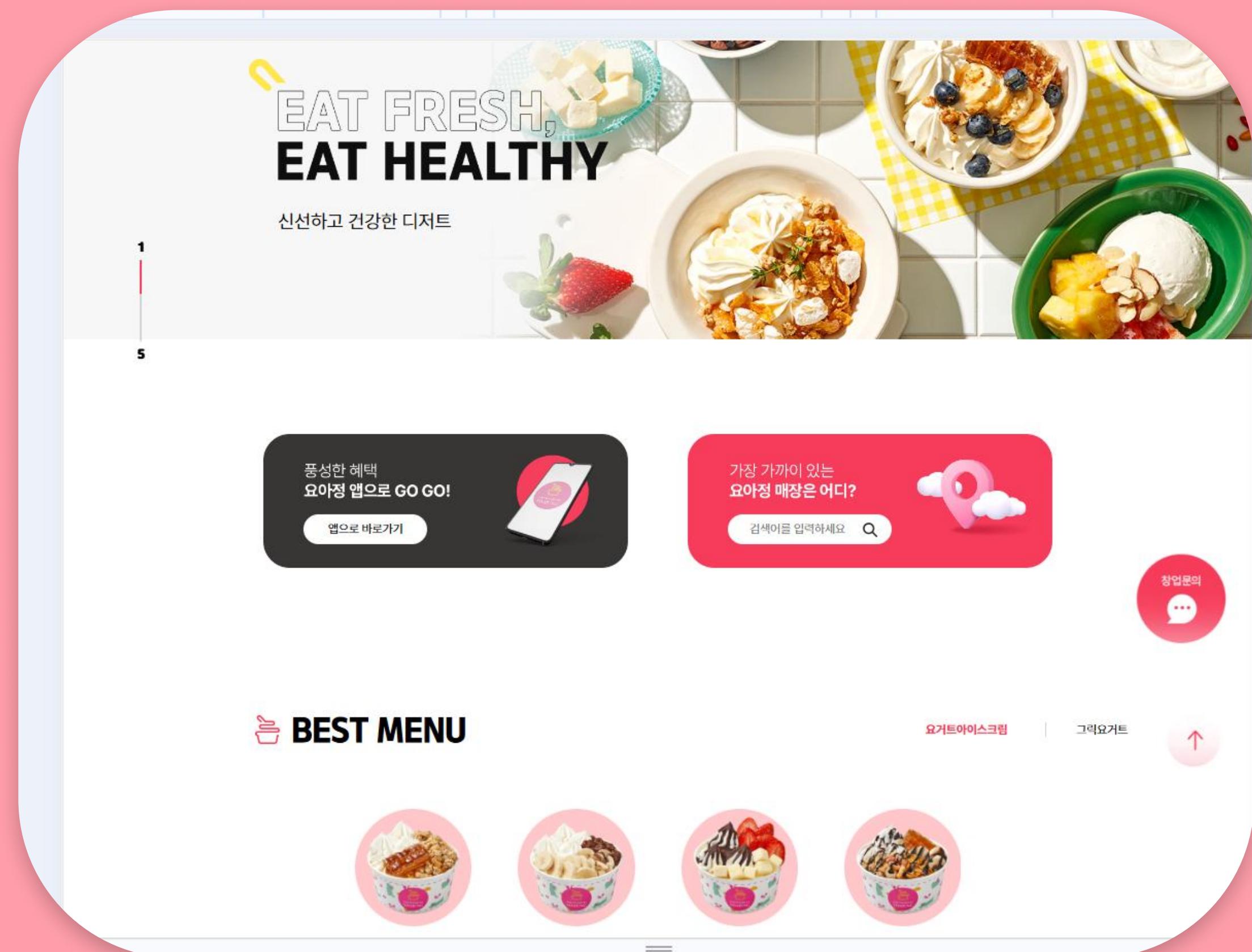


프랜차이즈 브랜드 '요거트 아이스크림의 정석'

"EAT FRESH, EAT HEALTHY"

맛과 건강 모두 갖춘 건강한 디저트

선정이유



“특색 부족”

- 1 MZ 세대에서 건강한 디저트로 유행인데,
메인 웹사이트에서는 이러한 강점들이 잘 반영되어 있지 않음
- 2 요아정만의 특색 있는 이미지를 보여주고자 함

6
2

사용자 및 시장조사



유형분석

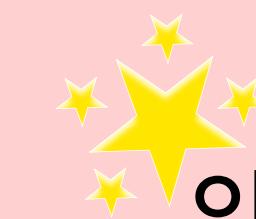
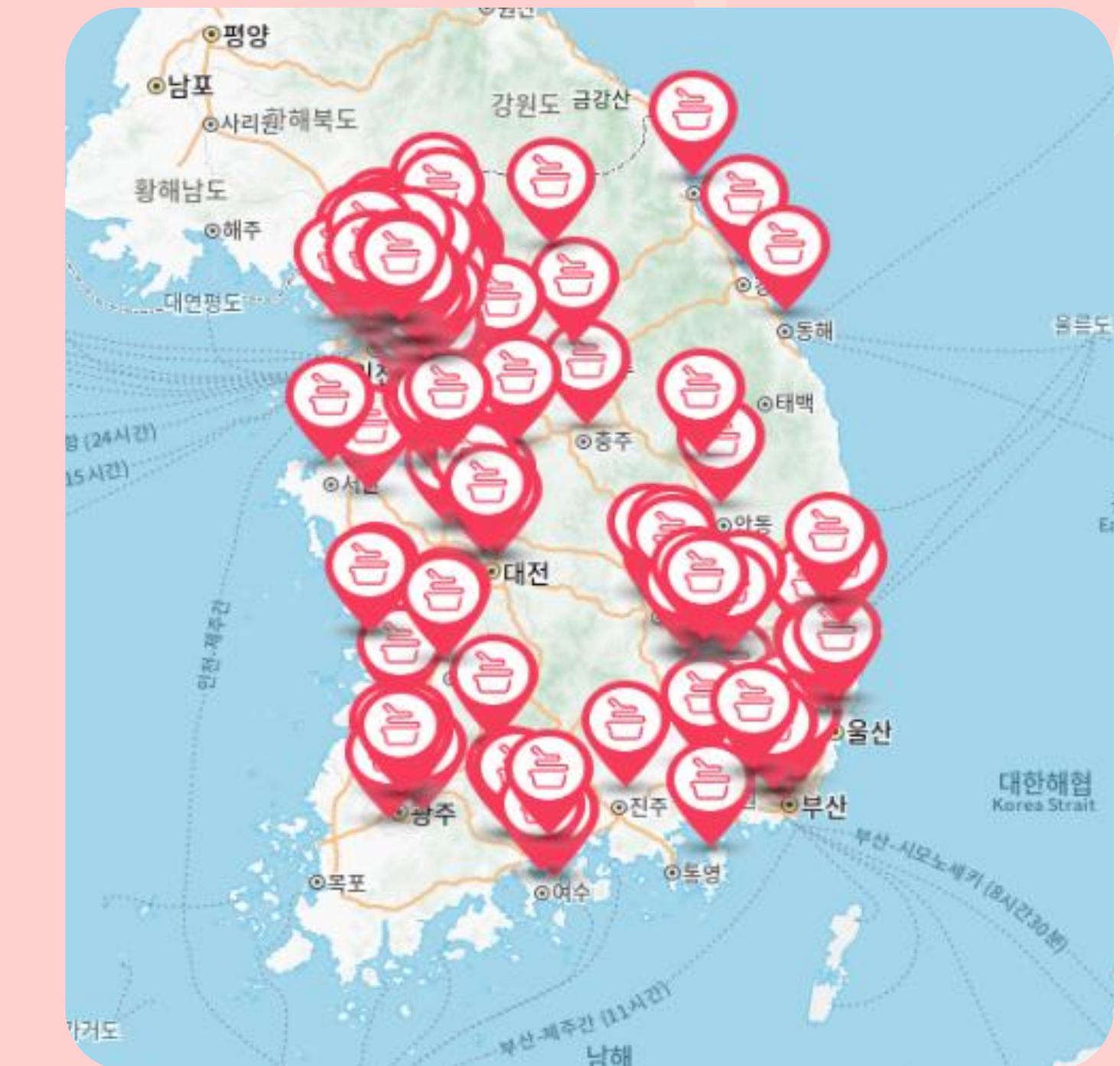
EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



유튜브, SNS 등 요아정의 인기



10대들이 사랑하는 디저트



인기에 편승하는 점포 확대

유형분류

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY

요아정 먹어봐써 찬아??

85 860

SUNGCHAN

07.09 21:17

이렇게 담으면 5억 이긴한데

2.3K

SUNGCHAN

07.09 21:16

오늘 먹었는데
골드망고 벌집꿀 초코쉘 샤인마스켓
바나나 딸기팝팝
추천할게용

2.7K

'디토(ditto)소비' 유형



'미코노미(Meconomy)' 유형

공지사항

안녕하세요.

요거트아이스크림의 정식 요아정입니다.

요아정에 많은 관심 가져주셔서 감사합니다.
가맹문의로 현재 업무가 마비되고 있어 따로 전화를
먼저 드리지 못하고 있는 중입니다.

홈페이지 가맹문의를 작성해주시면
순차적으로 저희가 전화를 드릴 수 있도록 하겠습니다.

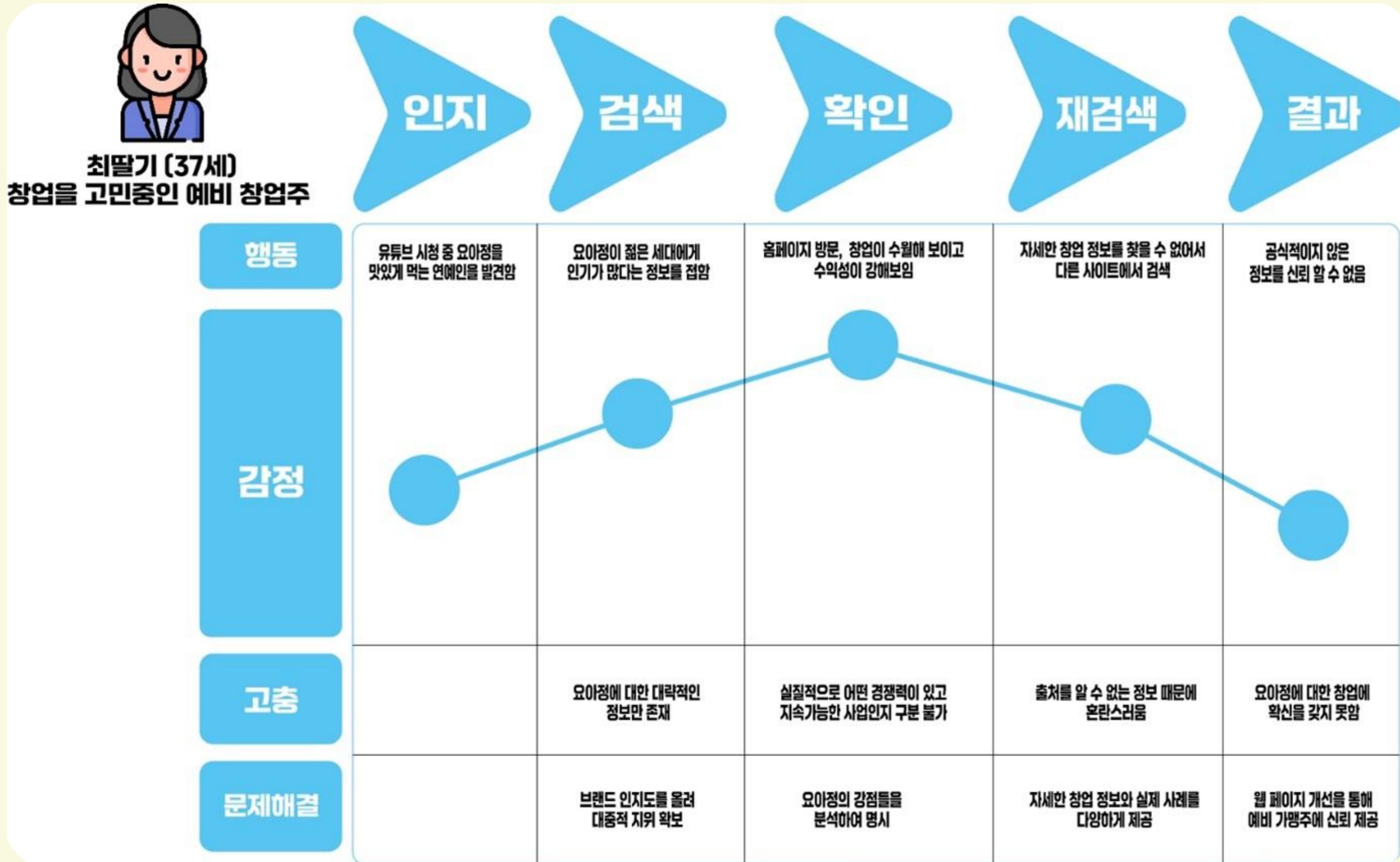
많은 관심에 보답하겠습니다.
감사합니다.

요거트 아이스크림의 정식
YOAJUNG

'창업유형'

사용자여정지도

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



“디저트 인식 변화”



최근 주목받는 프리미엄 디저트 특징

그릭요거트

- 유청을 제거해 꾸덕꾸덕한 질감을 자랑
- 단백질 함량이 높고 당이 적음
- 여러 가지 토핑을 얹어 먹는 것이 유행

젤라토 아이스크림

- 일반 아이스크림보다 쫀득한 느낌이 강함
- 유지방이 일반 아이스크림보다 적은 편
- 토핑을 얹어 먹거나 파르페 등에도 활용

떠먹는 요거트 시장 규모 (단위=억원)



*자료=한국농수산식품유통공사

코로나19 이후 건강에 대한 관심이 높아지면서 저당, 제로슈가 뿐만 아니라 유익균 등 건강에 좋다고 알려진 성분이 포함된 제품을 찾는 소비자가 늘

시장조사

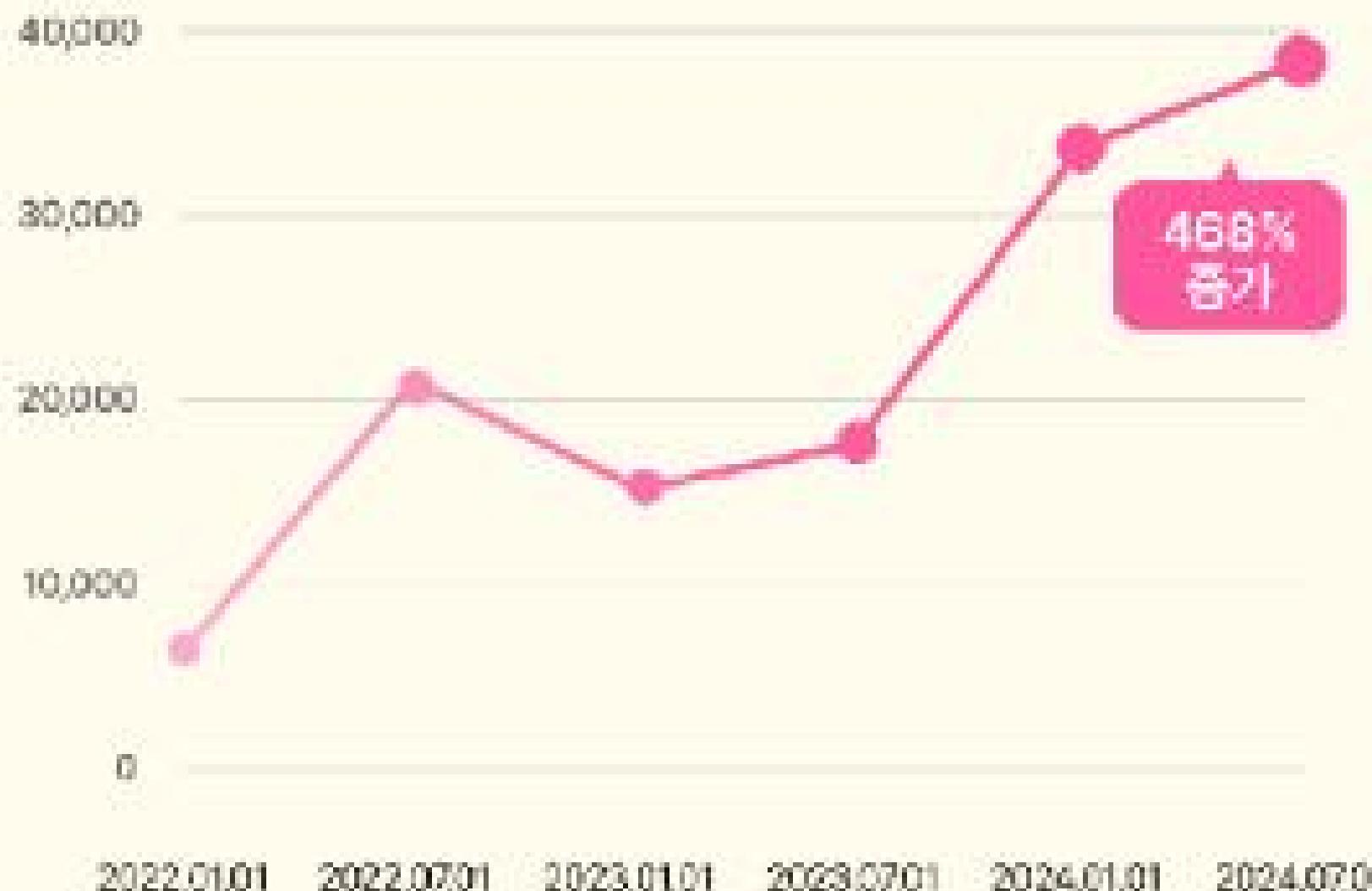
EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



2022년 인기먹방 유튜버가 라이브 방송을 하며 요거트+토핑 조합 시청자들의 궁금증을 유발하면서 맛있다고 입소문이 나기 시작.

연예인들도 즐겨먹으며 현재까지 매서운 성장세를 나타내고있음

'요아정' 언급량 추이



자료: 네이버
기간: 2022.01.01~2024.06.30 / 월간 분석
빅데이터 플랫폼 '썸트렌드'에 의 '요아정'의 올해 7~8월 검색량

요아정 조합추천



- 네이버 블로그
- 공식 홈페이지
- 인스타그램
- 온라인 커뮤티니 (더쿠)

홈페이지 중요도 ↑

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



가을 · 겨울편

배민트렌드 2024

배민데이터로 가을·겨울에도 가게 마케팅에 매력을 더해보세요



84.6%

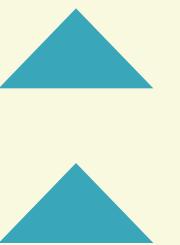
개인
취향
검색

74%

인기
메뉴
검색

요거트 아이스크림

마라탕



배민 인지도 ↑

3

관찰 조사 및 설계



자사분석

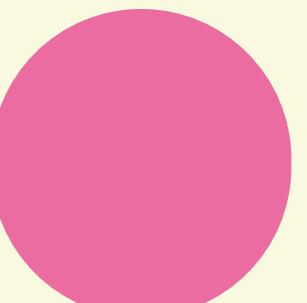
EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY

건강한 디저트

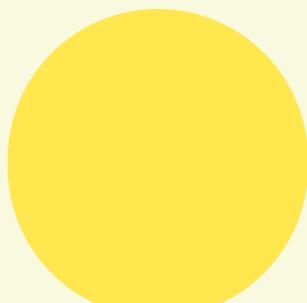
BI



Main Color



#EB6CA0



#FFE74D



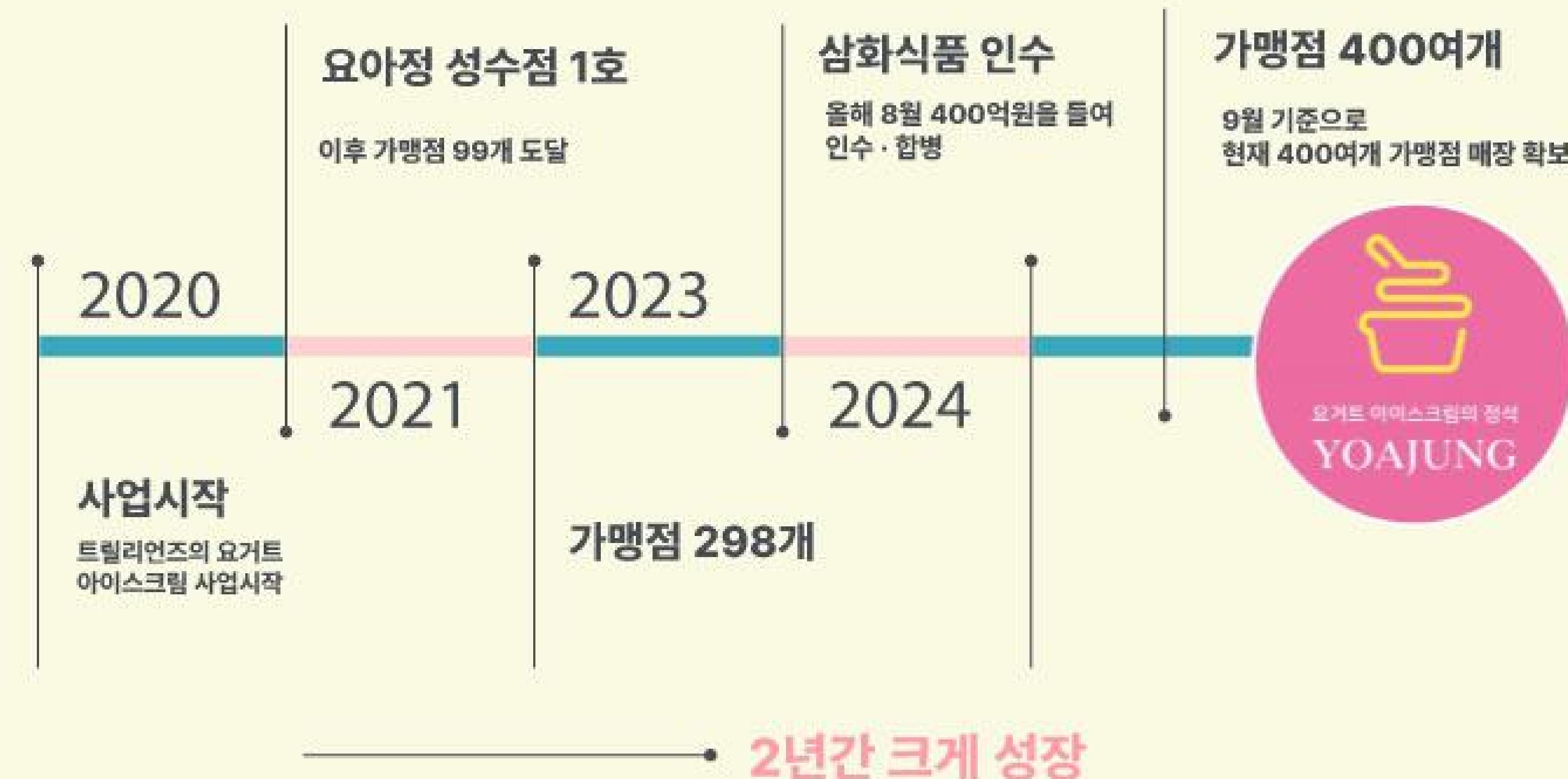
#FFE7E8

Font

Pretendard

여기어때 잘난체

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



SWOT

Strength

내 맘대로 토피 - 과자, 초콜릿, 생과일, 벌집 등
50가지 이상의 다양한 토피를 자유롭게 선택해 먹을 수 있어
다양한 옵션을 소비자에게 제공.

투자대비 수익률이 높은 구조의 사업, 소자본 고효율의 인식.

타브랜드에 비해 비교적 경험있는 4년차 브랜드
그리고 업계에서 선점한 브랜드 인지도.



Opportunity

규모가 큰 식품회사에서 지분을 매수했기 때문에 요아정은 안정적인 경영을 기대해
볼 수 있다. - 안정 경영 기대

연예인, 인플루언서가 먹는 모습을 보면서 '디토(Ditto)소비' 증가 매출 상승 기대.

소자본으로 창업을 시작할 수 있는 새로운 기회의 창.



Weakness

소비자들이 높은 가격으로 인한 다른 브랜드나
대체품으로의 선호 가능성 높음.

판매제품 정보 미흡 홈페이지에 요아정의 특색이
나타나지 않아 요아정만의 이미지가 나타나지 않는다.

배달 전문임으로 '요아정 카페'가 아니라면 매장식사 불가.

Threat

MZ 세대 사이에서 인기 있는 상품이기에 흥미가 떨어지면
이전의 유행 아이템이었던 탕후루와 같이 빠르게 인기가 사라질 수 있음.

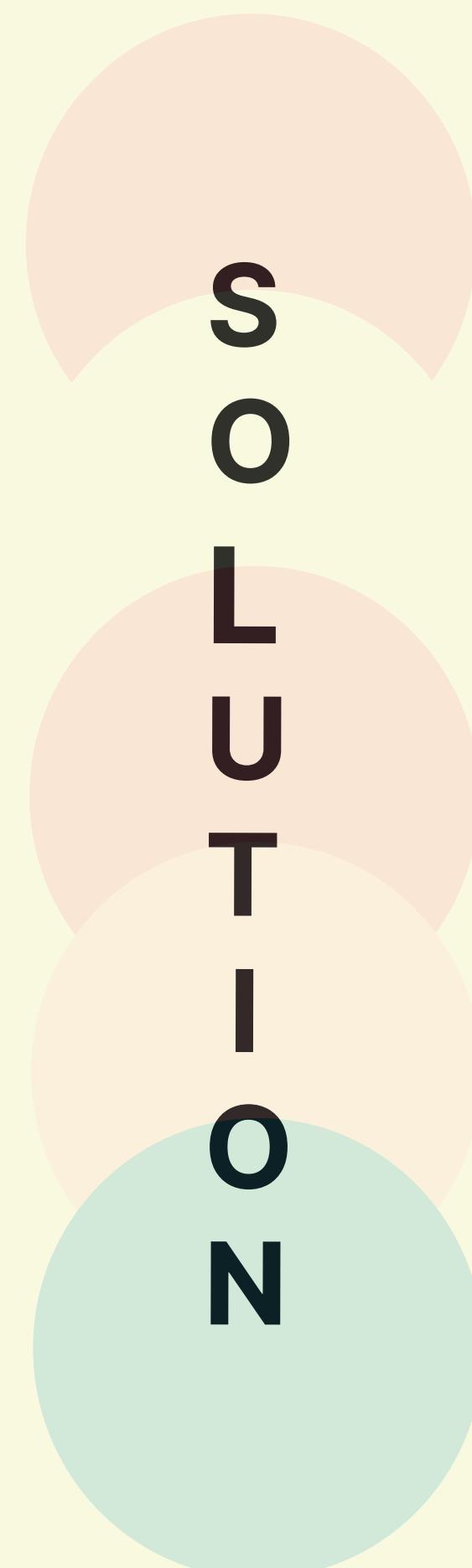
유행이 지속되지 않을 경우 폐업하는 매장이 늘어날 수 있다.

여름 한 철 장사라는 인식이 다분.

아이스크림은 계절성이 높아 비수기 때 매출이 줄어드는 점 고려
무더운 날씨가 지나가면 매출하락 위험.

유사 브랜드가 많이 생겨나서 꾸준한 경쟁력을 갖지 못하면 도태될 수 있음.

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



1. "이벤트 필요"

-계절별·트렌드에 맞춘 한정판 맛 출시, 고객 참여 유도 이벤트

2. "광고확대"

-연예인·인플루어서 등 영향력이 있는 사람들에게 틈틈히 광고 요청

3. "꿀조합, 시즌메뉴 홈페이지 도출"

-요아정만의 특색있는 메뉴들을 웹 사이트를 리뉴얼하여 사용자에게 이미지 전달

요거트 월드



- 같은 카테고리인 요거트 아이스크림을 판매
- 배달플랫폼을 내에서 경쟁
- 규모가 큰 경쟁사

타사분석-장, 단점

YOGURT WORLD

메뉴

브랜드

창업

시즌메뉴
요거트아이스크림

그릭요거트
커피
음료
디저트

브랜드
History

NEW Menu
저당 요거트아이스크림

허니무화과월드

베리무화과월드

무화과폭탄



STRENGTH

- 통일성 - 헤더의 메뉴바, GNB의 자연스러운 연결. 블루계열의 브랜드 컬러
- 심미성 - 신메뉴와 다양한 메뉴를 직관적으로 보여줌. 마우스 호버링과 전환효과가 화려
- 이해도 - 가맹 스토리, 이벤트, 메뉴 등 카테고리가 세분화

WEAKNESS

- 팝업이 불필요하게 많아 사용자에게 안 좋은 첫 인상을 남길 수 있음. 가시성 감소
- 브랜드 웹사이트 메인화면에 슬라이드에 큰 비율의 사진 2장 계시 > 섹션에 비해 의미 있는 내용이 없음
- 브랜드가 어떤 방향성을 가지고 사업을 추진하는지 알 수 없음 > 메뉴 소개와 가맹점을 유치 맹목 강함

타사분석

요거트 퍼플

PURPLE YOGURT



- 같은 카테고리인 요거트 아이스크림을 판매
- 배달플랫폼을 내에서 경쟁

STRENGTH

1. 창업 목적의 방문한 사용자에게는 간결하고 다양한 정보와 젊고 강한 이미지
2. 브랜드 컬러를 잘 녹여냈고, 큰 서체는 가시성 증가시킴

WEAKNESS

1. 과도한 효과의 사용으로 인해 시각적 혼란이 일어남
2. 요거트 퍼플의 메뉴와 브랜드가 궁금한 일반 사용자에겐 다소 불친절

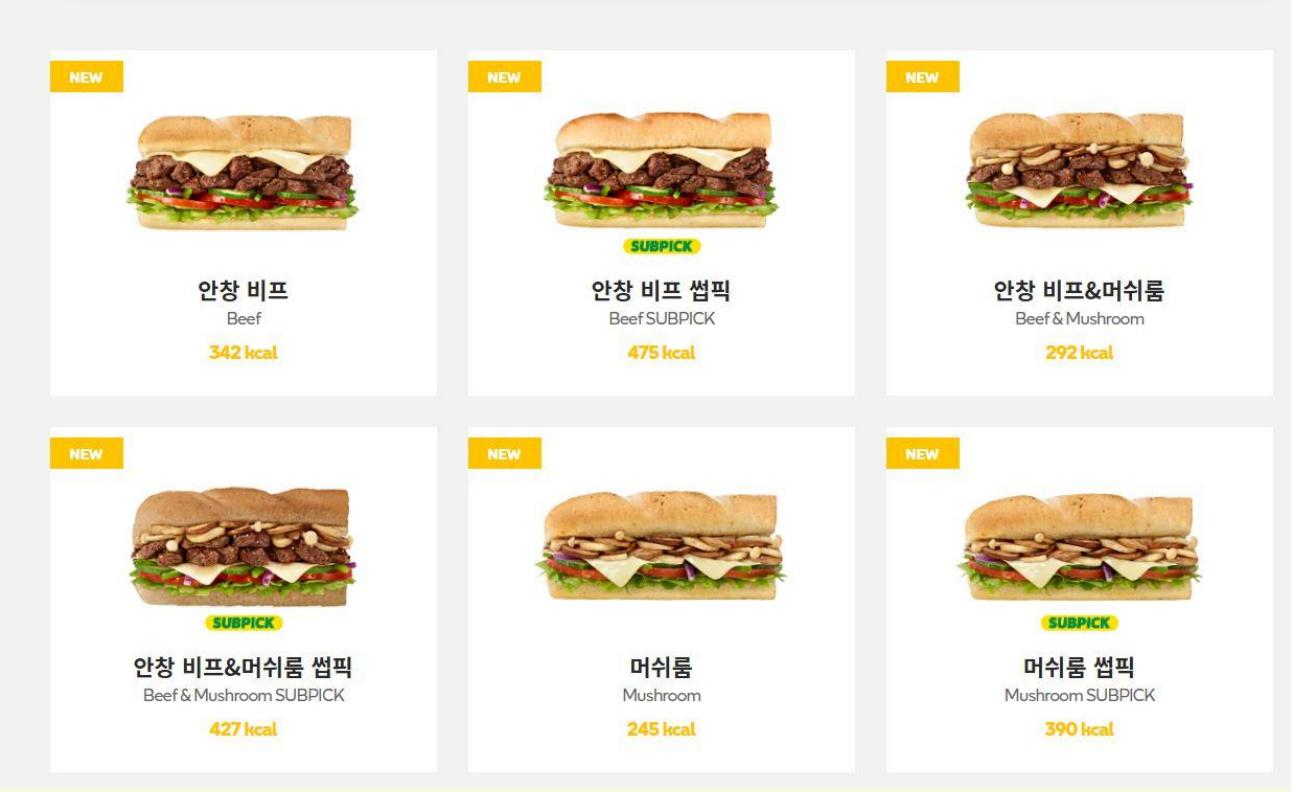
써브웨이

The screenshot shows the Subway Korea website. At the top, there's a large yellow-green header with the Subway logo. Below it, a main banner features the text "오늘의 수프를 원하는 사이즈로!" (Get your soup in the size you want!) and two soup options: "콘수프 Corn Soup" (Regular: 3,900원, Half: 2,400원) and "마ッシュ룸 수프 Mushroom Soup". Below the banner is a section titled "Subway's Menu" showing four sandwich options: "에그마요" (Egg Mayo), "이탈리안 비엠티" (Italian BMT), "비엠티" (BMT), and "햄" (Ham). Each sandwich has a small description below it.

- 샌드위치 업계 1위의 점유율 젊은 세대가 주로 소비층이 되고, 건강하고 맛있는 음식을 판매한다는 이미지 구축



우수사 -장, 단점



스테이크 & 치즈
Steak & Cheese 355 Kcal

▶ 풀드 포크 버비큐 ◀

▶ 스파이시 이탈리안 ◀

영양성분표	열량(kcal)	단백질(g)	포화지방(g)	당류(g)
	355	28.1 (51%)	4.2 (28%)	8.8 (9%)
L				

보는 기본 아래 5종(양상추, 토마토, 오이, 피망, 양파), 15cm 웜드 브레드 및 제품에 따른 미드류가 포함되어 있으며, 치즈와 소스는 제외됩니다.
! 아래 5종(양상추, 토마토, 오이, 피망, 양파) 및 제품에 따른 미드류가 포함되어 있으며, 치즈와 소스는 제외됩니다.
되는 경우 치즈의 영양정보도 포함됩니다.
는 치즈와 소스를 포함한 고정 레시피를 기준으로 합니다.
5cm 웜드 브레드 및 제품에 따른 미드류, 아래, 아메리칸 치즈가 포함되어 있으며, 소스는 제외됩니다.
.의 영양 정보/총량은 표준 레시피를 기준으로 하니, 계절의 변화, 공급사의 변화, 원재료의 수급 상황 및 제품 제조시에 발생하는 중량의 차이 등에 따라 실제 제공되는 제품의 영양
[준치에 대한 비율입니다.]

원산지 경보

STRENGTH

- 확실한 브랜드 컬러사용
- 메인 섹션에 자사가 추진하는 이벤트나 신메뉴가 슬라이드 형식으로 잘 보여지고 있음.
- 각 카테고리별로 베스트 메뉴를 소개해줘 사용자 입장에서 선택의 폭이 넓고 잘 정돈된느낌.

WEAKNESS

- 서브웨이의 사업 방향성이나 정체성을 나타내는 문구가 메인 페이지에 나타나지 않음
- 처음 접하는 사람은 어떤 브랜드인지 정체성 파악 어려움

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY

I M P R O V E M E N T



요거트월드

브랜드 컬러의 지속적 사용
사용자에게 흥미를 이끌어낼 다양한 효과 사용



요거트퍼플

페이지에 접속할 수 있는 사용자를
고려하여 페이지 제작을 해야함



써브웨이

브랜드 컬러를 적절히 사용하여 심미성 있는 소개 섹션 제공
슬로건이나 브랜드를 나타낼 수 있는 섹션 제공
브랜드를 처음 이용하는 고객에게 이용방법을 설명하고, 대중적인 선택사항 추가

★ 예비 창업주 입장에서 접근하기 좋은 정확한 정보제공

4. 사용자 성향조사



마인드 맵

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



긍정 키워드

급 성장

헬시 플레저

커스터마이징

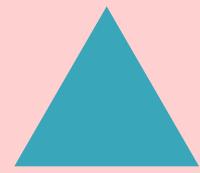
부정 키워드

높은 가격

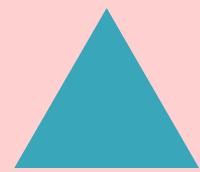
탕후루

사용자 성향

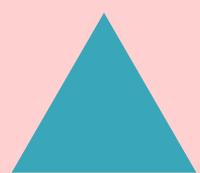
EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



인플루언서의 영향을 받아 유입되는 경우가 많다.



다양한 조합으로 새로운 재미를 주는 커스터마이징 마케팅에 자신의 개성표현



헬시 플레이저의 트렌드가 확산됨에 따라 즐겁게 건강을 관리하는 수요증가



알록달록하고 군침도는 비주얼은 sns를 즐기는 젊은 층의 인증욕구를 자극



인기가 높아질수록 프랜차이즈 창업을 시작하려는 직장인 혹은 노후 대비를 위한 사람들

스토리보드

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



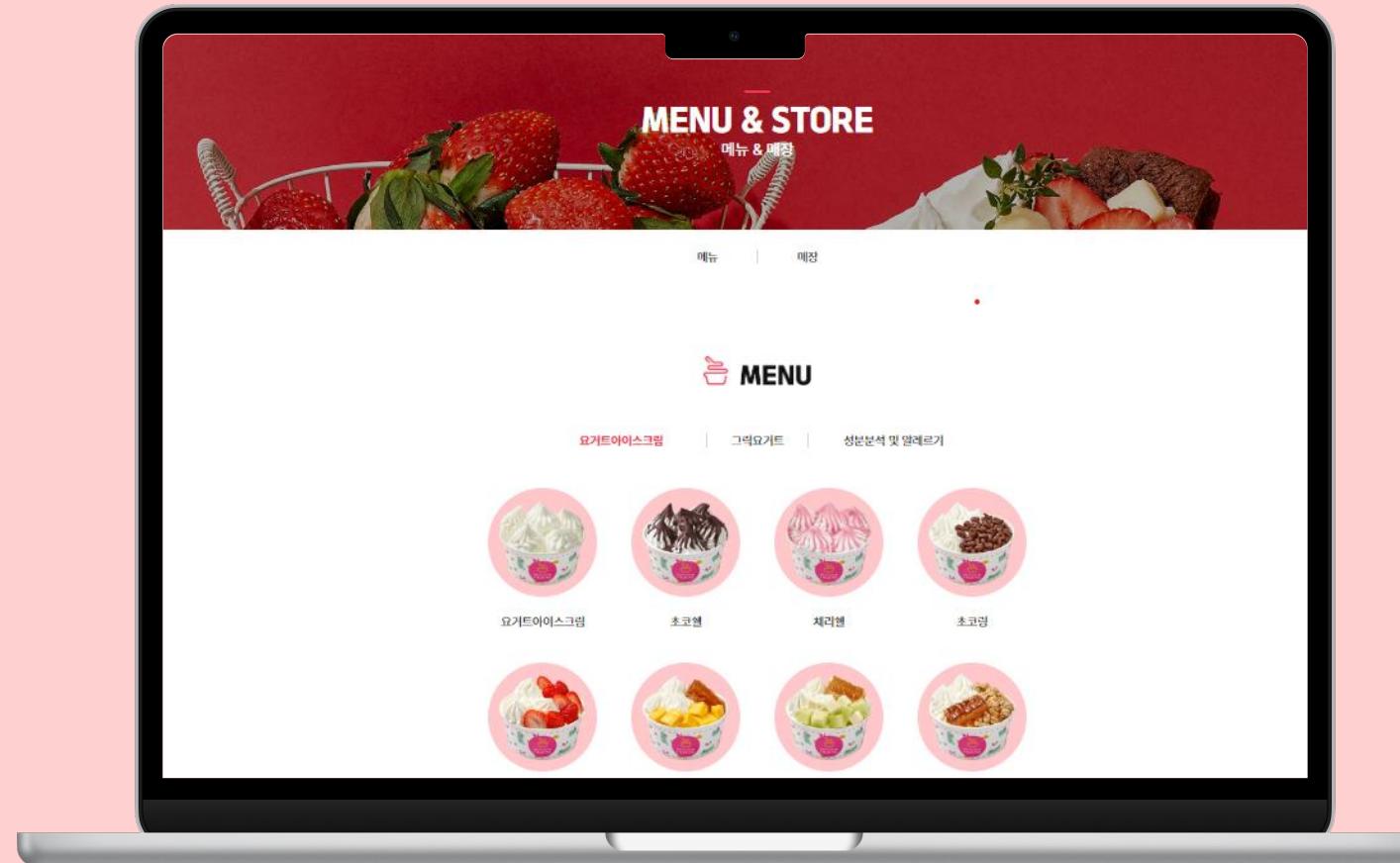
우리집에서 친구랑 같이 점심으로 엽떡을 먹고 매워서 시원한게 먹고싶었어
마침 배민 어플 디저트탭의 요아정이 1위여서 궁금했어!



마침 내가 좋아하는 라이즈 성찬이 즐겨먹는 요거트 아이스크림이라 먹고 싶었어

메뉴를 살펴봤는데 토킹, 종류가 너무 다양해

요아정 홈페이지에는 인기메뉴랑 꿀조합메뉴 같은게 나와있지 않을까?



problem

홈페이지에도 꿀조합이라던지 추천하는 메뉴가 상세하지 않고
토킹종류가 50가지라고 하는데 정리도 안되어있고..

라이즈 성찬의 추천조합으로 먹을까 하다가... 토킹들을 추가하니 값이 너무많이 나와서 친구와 고민했어

결국, 홈페이지 창을 나가고 여러 토킹 조합을 블로그에서 찾아보다가
친구와 의견이 맞지 않아 여러가지맛 아이스크림을 골라먹을 수 있는 베스킨라빈스를 선택하게 되었어.

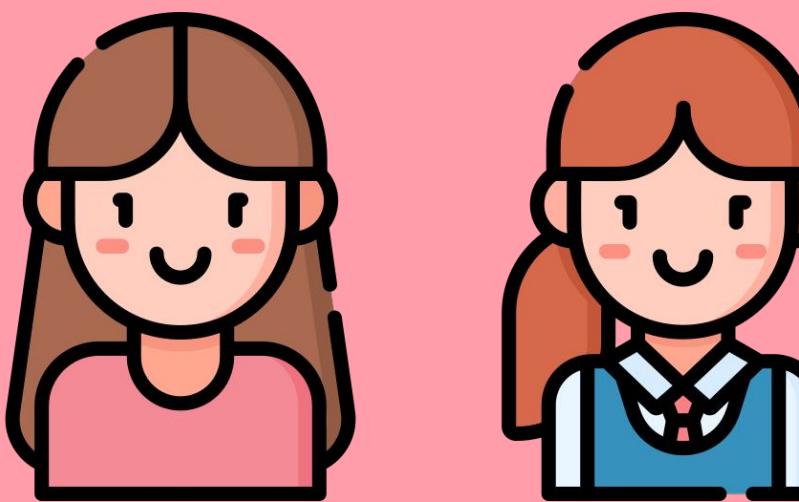
타겟선정

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



코어타겟

MZ세대



서브타겟

창업자



NEEDS

자신의 취향에 맞는 조합추천
합리적인 가격

WANTS

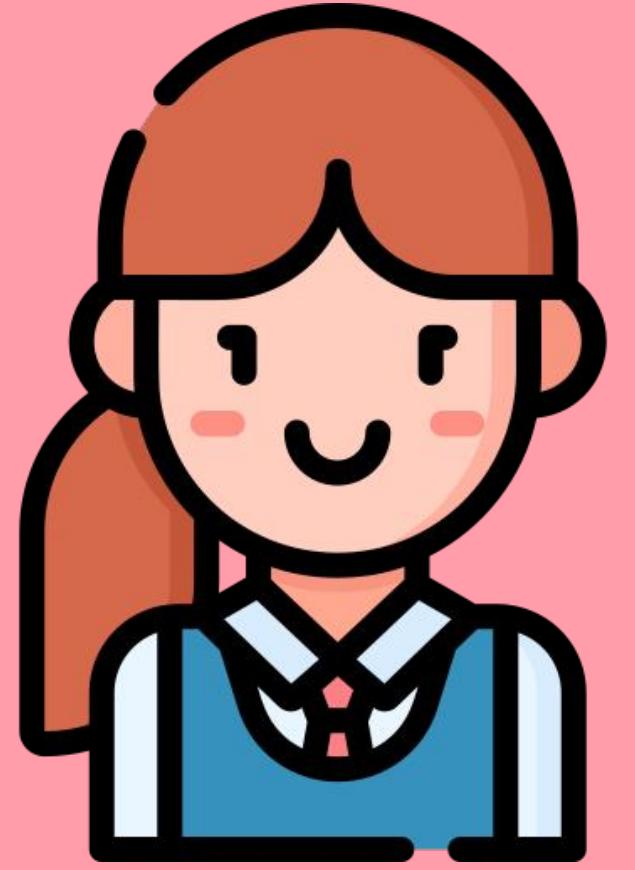
새로운 토핑조합정보
카테고리별 토핑조합정보
할인이벤트

안정적인 창업을 하기 위한 정보

가맹점주의 솔직한 인터뷰 제공
정확한 가맹절차의 상세표기

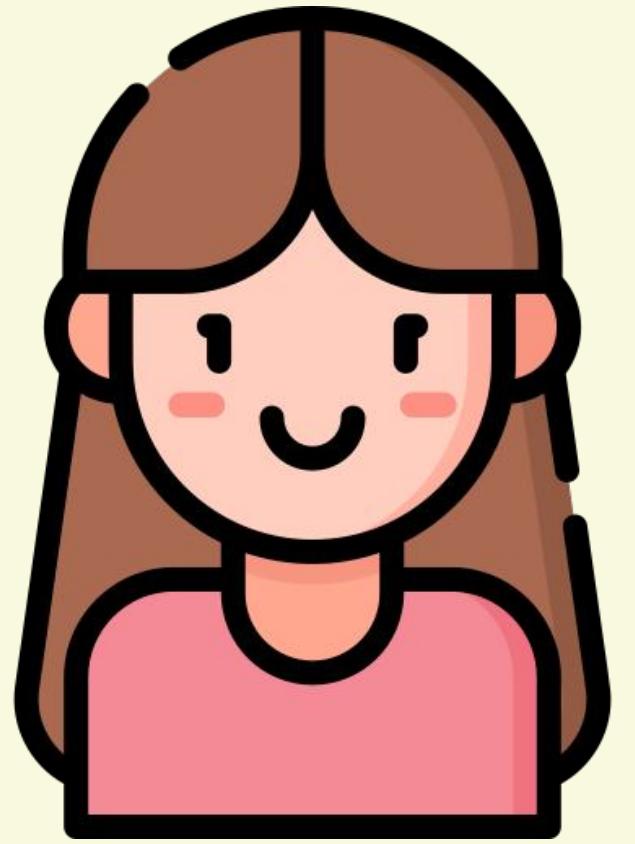
PERSONA

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



**김아정(여), 16세
라이즈를 좋아하고 트렌드에 민감**

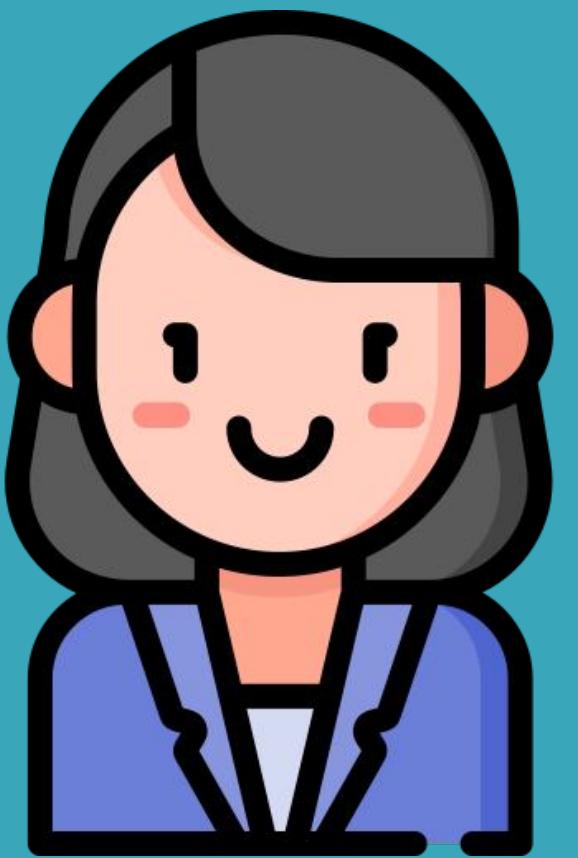
좋아하는 남자아이돌 라이즈 성찬의 요아정 조합을 따라 토피ング을 추가해 총 28,000원 용돈을 탈탈털어 사먹어 보았다. 더운 여름날 시원한 요거트 아이스크림과 과일의 조합이 아정이의 입맛을 사로잡았다. 다음날 유튜브에서 요아정 먹방을 보고 또 먹고싶었지만 용돈이 다 떨어져 먹을 수 없었다. 저렴하면서 맛있는 조합을 홈페이지에서 추천해 줬으면 좋겠다고 생각했다.



**정미소(여), 25세
대학생, 일상 먹방 유튜버로 달달한 간식을 좋아함**

먹방 브이로그를 찍으며 살이 찐 미소씨. 다이어트를 시작하려 한다. 그러던 와중, TV에서 요거트가 심이섬유가 풍부하다고 하여 요거트를 즐겨 먹기 시작했다. 같은 먹방 유튜버 '입짧은 햇님이'가 요아정 아이스크림을 먹는것을 보고 흥미가 생겨 여러가지 신선한 과일토핑들의 꿀조합이 무엇인지 홈페이지에 들어가 알아보는데 정확하게 나와있지 않아 결국 홈페이지에서 나오게 되었다. 블로그에서 찾아보는데 각각 자기만의 레시피로 추천해서 선택하기가 어렵고 귀찮아 결국엔 칼로리가 높은 베스킨라빈스를 선택해 먹게되었다.

PERSONA



최딸기(여), 37세

창업준비 중이며 걱정이 많은편

탕후루 가맹점을 알아보다가 요즘 요아정이 인기라는 말에 요아정 창업에 관심이 생겨 홈페이지를 방문했다. 홈페이지에 가맹문의 폭주 공지사항을 보고 조급한 마음이 생겨 가맹점주들의 인터뷰 내용을 봤는데 3명이라 참고하기 적었고 내용도 자세히 적혀있지 않아서 탕후루처럼 반짝유행 하지 않을까 하며 지속가능성에 대한 불안함이 생겼다.

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY

타겟니즈

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY

NEEDS

저렴하면서 맛있는 조합추천이 필요해요!



NEEDS

창업에 대한 좀 더 많은 정보가 필요해요!



NEEDS

꿀조합을 알기쉽게 제공하면 좋겠어요!



잠재요구

EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY EAT FRESH, EAT HEALTHY



디자인적 측면

코어 타겟이 MZ 세대인 만큼 개성있고,
창의적인 웹 사이트 디자인이 필요함.
지루한 느낌 보다는 다양한 콘텐츠가 주를 이루는
웹 사이트를 지향해야 한다.

UX/UI 측면

서브 타겟인 예비 가맹점주에게는 정확한 정보와
신빙성있는 자료들의 유무가 중요하기 때문에
정보설계 측면에서의 논리성을 높이고,
혼동을 주는 페이지의 수정이 필요함.