

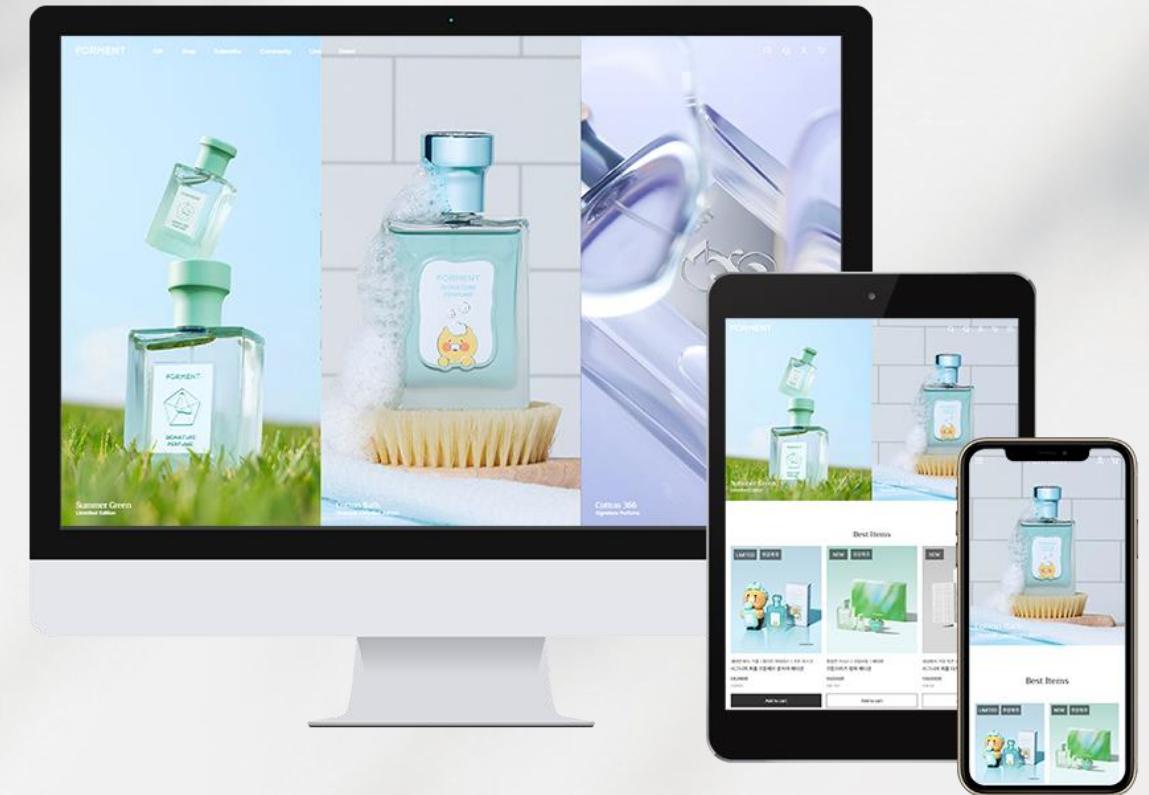
FORMENT

반응형 메인페이지 리뉴얼

언어	HTML, CSS, JavaScript
라이브러리	jQuery, swiper-slide
프로그램	Photoshop, Visual Studio Code
기여도	기획, 디자인, 퍼블리싱 100%



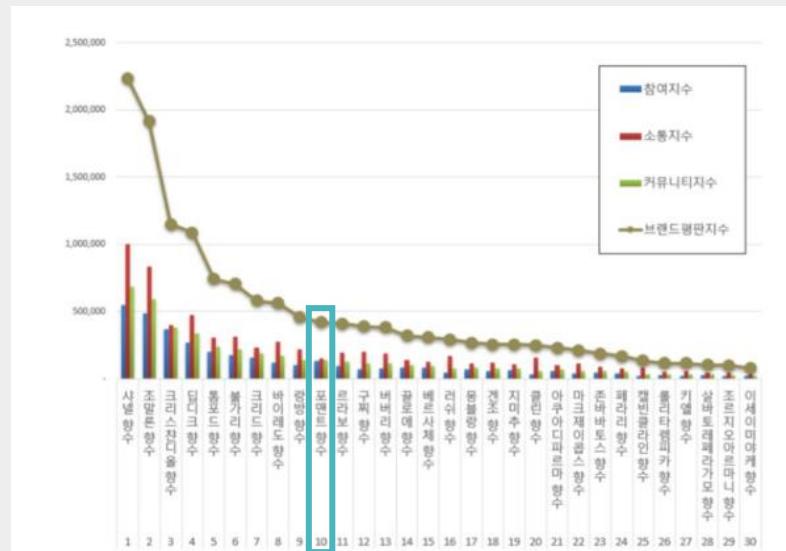
<https://hmmnyary.github.io/FORMENT/>



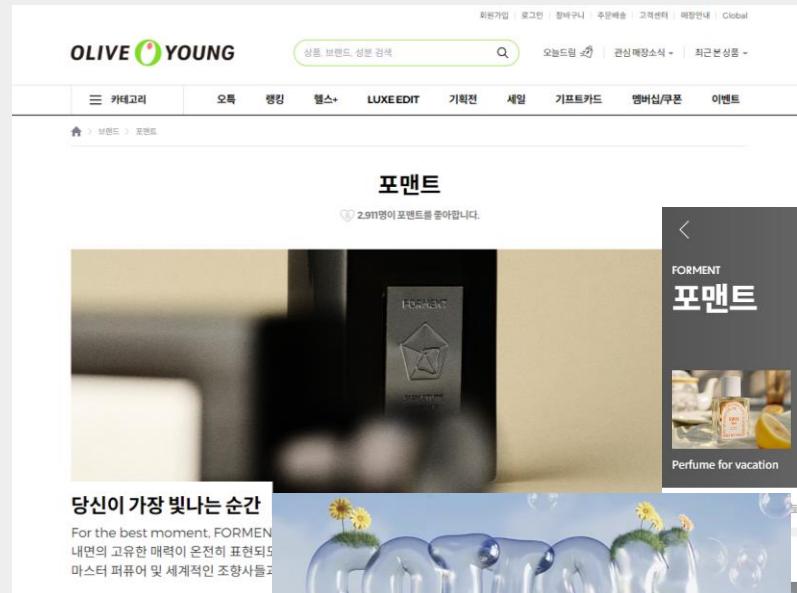
about FORMENT

경기 불황 속 MZ세대 스몰 럭셔리 향수 소비 ↑

포맨트는 올리브영, 무신사 판매,
브랜드 팝업스토어 오픈 등 MZ세대를 타겟으로 한 브랜드이며
24년 7월 한국기업평판연구소의 조사
고가 향수 브랜드를 제치고 **10위**를 차지했습니다.



출처:한국기업평판연구소



포맨트

2.911명이 포맨트를 좋아합니다.

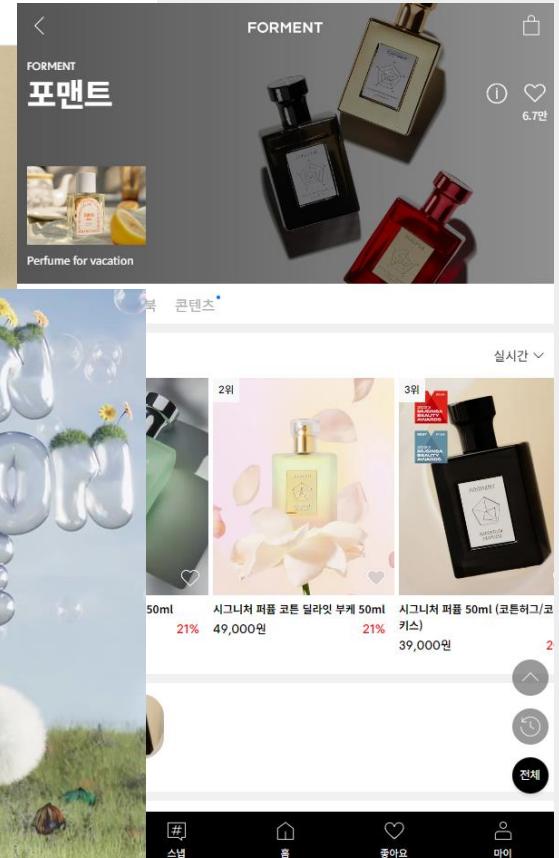


당신이 가장 빛나는 순간

For the best moment. FORMEN
내면의 고유한 매력이 온전히 표현되도록
마스터 퍼퓸 및 세계적인 조향사들로
만든 향수입니다.



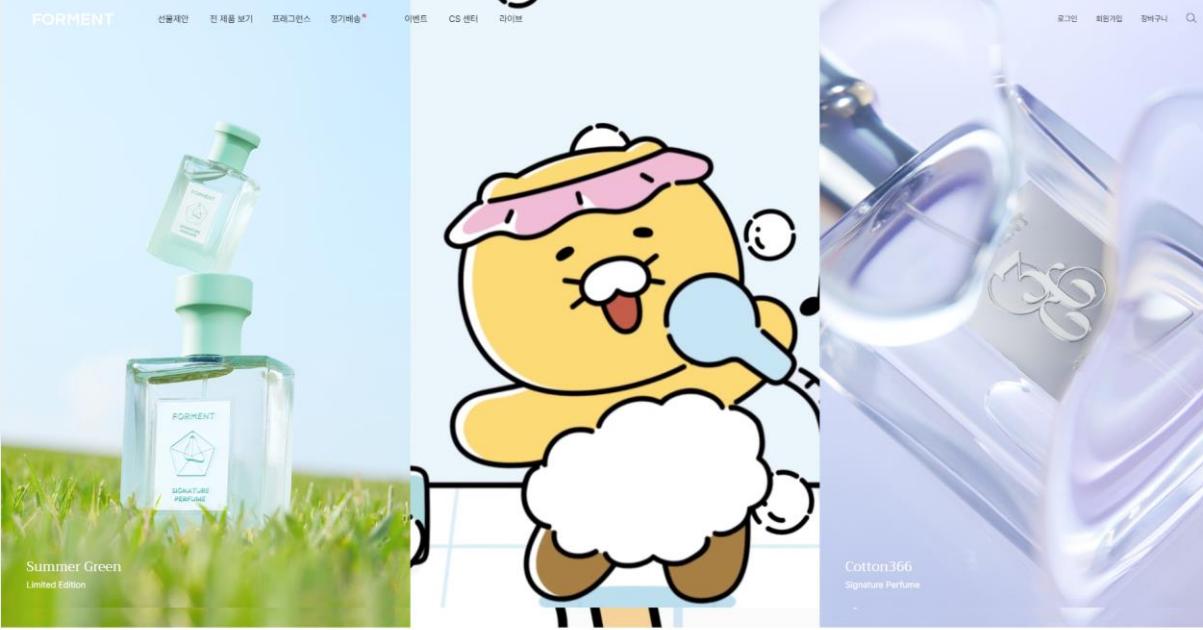
출처:올리브영



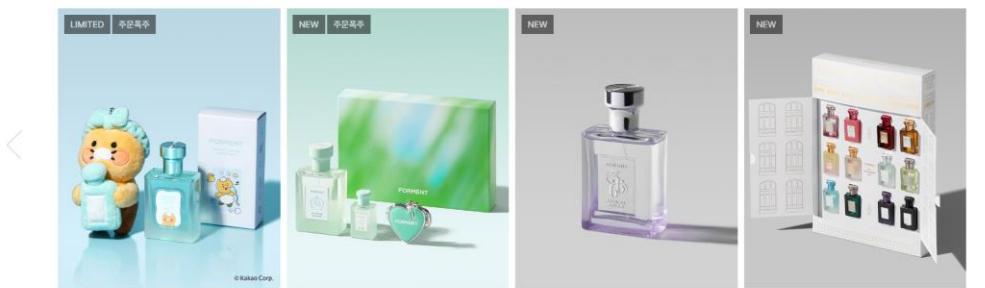
출처:무신사

출처:포맨트인스타그램

기존 Website 분석



EXCLUSIVE



Add to cart Add to cart Add to cart Add to cart

FORMENT

주식회사 헤리티징
대표이사 : 김병준 / 서울특별시 송파구 올림픽로 300, 36층 (신천동, 롯데월드타워)
사업자등록번호 : 220-88-09441 [사업자정보확인]
통신판법신고 : 제2020-서울용산-1274
고객님은 안전거래를 위해 현금 등으로 결제 시 저희 쇼핑몰에서 가입한 PG 사의 구매안전서비스를 이용하실 수 있습니다.
전자우편주소 : cs123@apn-i.com

© APR all rights reserved. Hosted by CAFE24

이동약관
개인정보처리방침

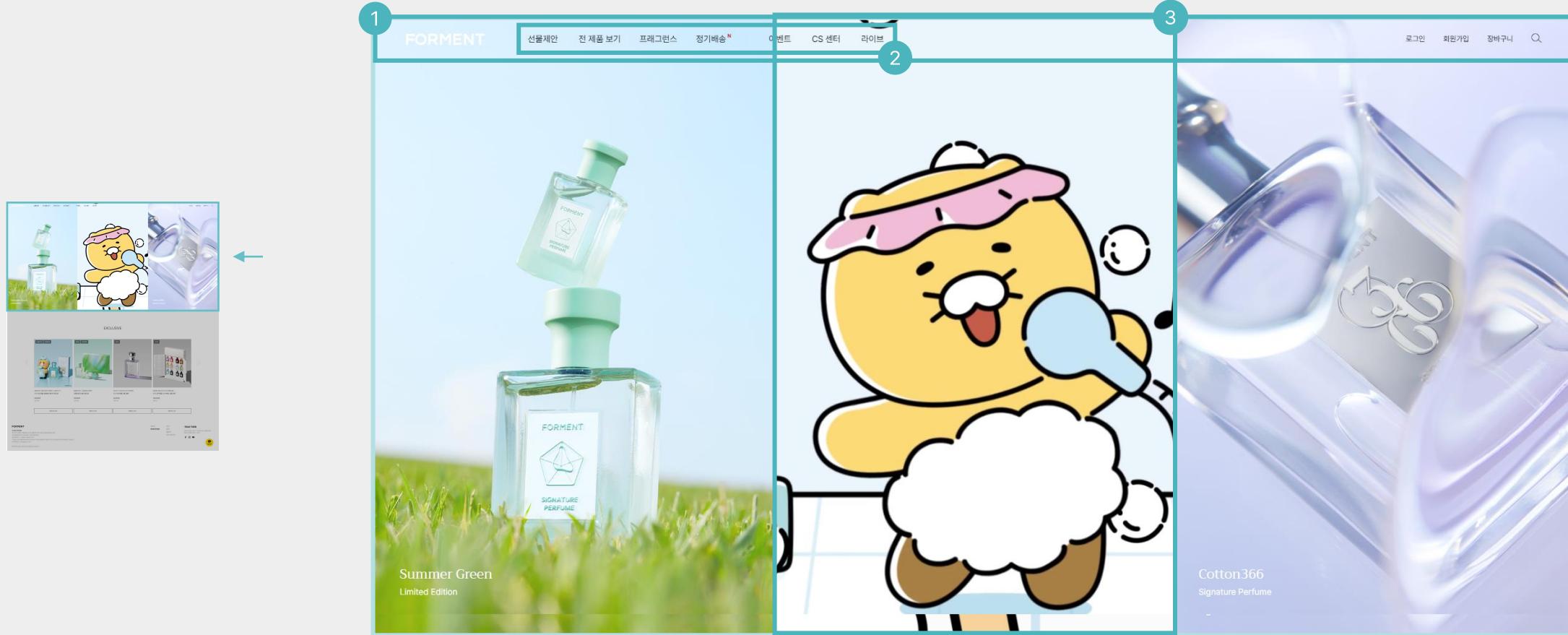
예약판매
점포문의
인증 및 환불 규정

1544-7458

운영시간 월~일 09:00 ~ 18:00 (토, 일, 공휴일 휴무)
점장시간 월~일 12:00 ~ 13:00

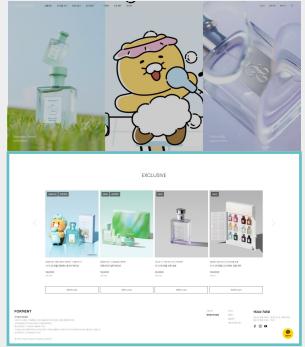


기존 Website 분석



- ① 헤더의 1차메뉴 텍스트 검정 색상 브랜드의 청량한 이미지 ↓
- ② 1차메뉴에 마우스 올렸을 때 스타일 변화가 없어 가시성 ↓
- ③ 메인비주얼 중 유일한 동영상이라 중간에만 시선이 가고 전체적인 몰입감 ↓

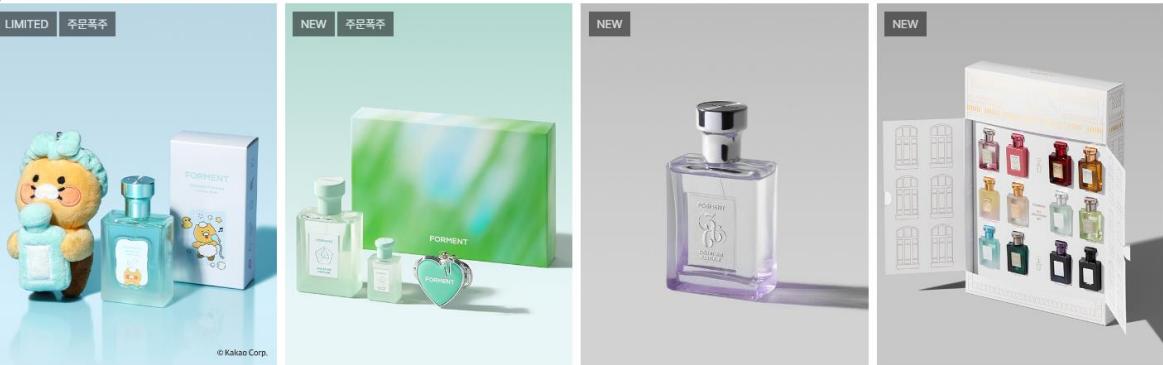
기존 Website 분석



4

EXCLUSIVE

5



FORMENT

주식회사 에이피알

대표이사 : 김병훈 / 서울특별시 송파구 올림픽로 300, 38층 (신천동, 롯데월드타워)
사업자등록번호 : 220-88-69441 [사업자정보확인]
통신판매업신고 : 제2020-서울송파-1224
고객님은 안전거래를 위해 현금 등으로 결제 시 저희 쇼핑몰에서 기입한 PG 사의 구매안전서비스를 이용하실 수 있습니다.
전자우편주소: cs123@apr-in.com

© APR all rights reserved. Hosted by CAFE24

이용약관

개인정보처리방침

페이지

광고인

협업문의

번호 및 원본 규정

1544-7458

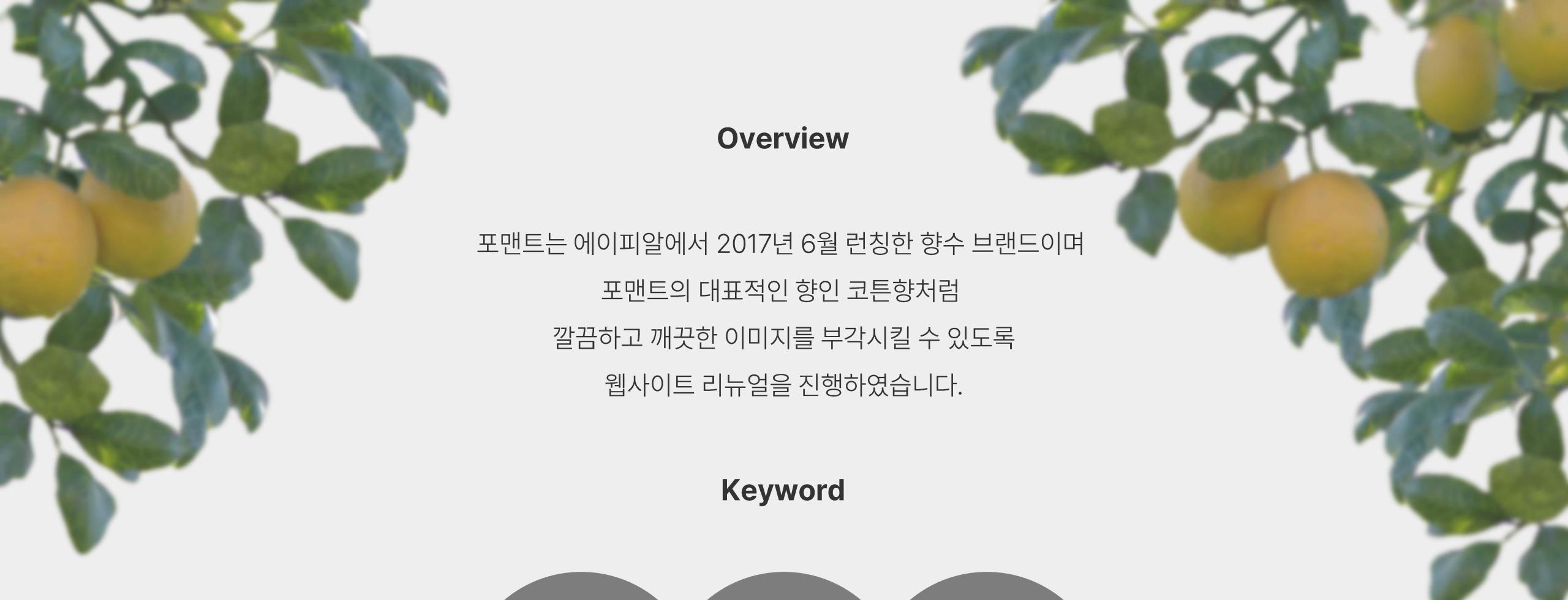
운영시간 평일 09:00 ~ 18:00 (토, 일, 공휴일 휴무)
실시간 평일 12:00 ~ 13:00



④ 베스트, 품목별 카테고리 등 전체적인 콘텐츠 수 부족

⑤ 상품에 마우스를 올렸을 때 아무 스타일 변화가 없어 가시성 ↓

⑥ 페이스북 아이콘이 존재하나 연결 불가



Overview

포맨트는 에이피알에서 2017년 6월 런칭한 향수 브랜드이며
포맨트의 대표적인 향인 코튼향처럼
깔끔하고 깨끗한 이미지를 부각시킬 수 있도록
웹사이트 리뉴얼을 진행하였습니다.

Keyword



Simple

깔끔한

Clean

깨끗한

Reliable

신뢰가는

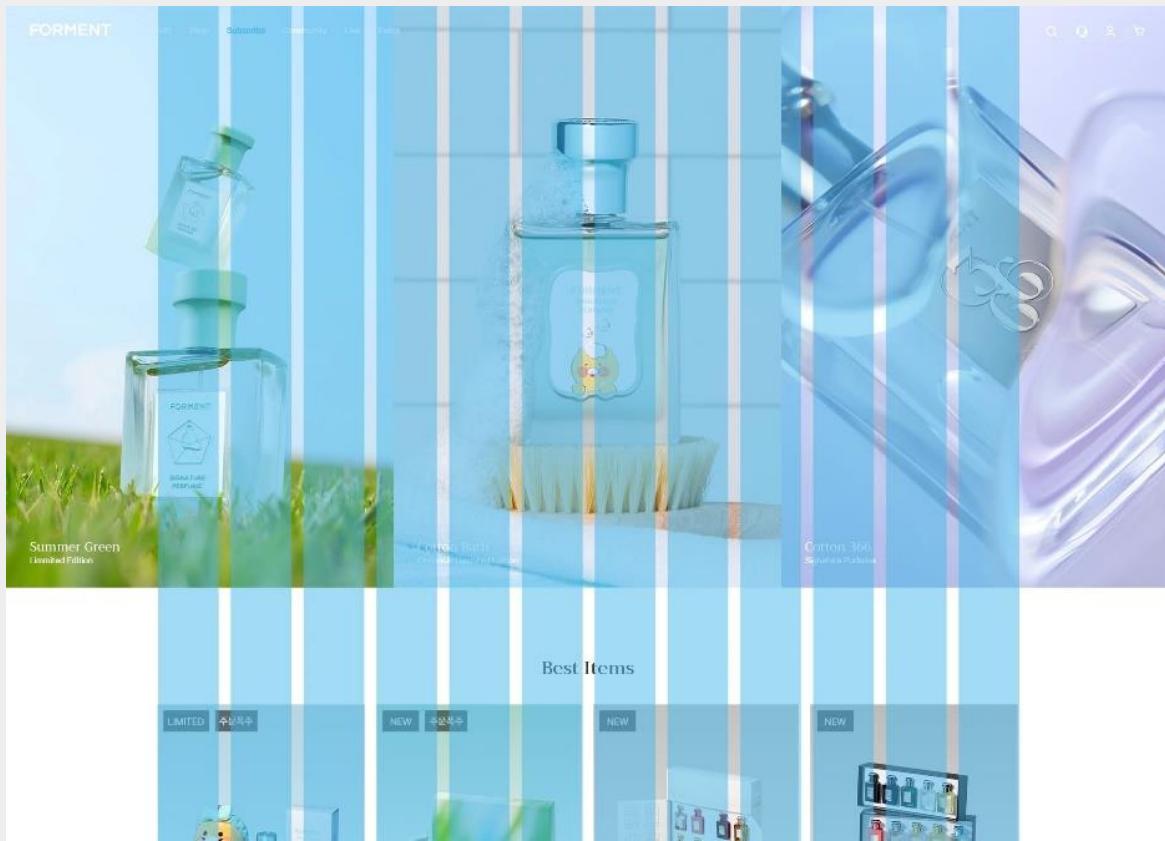
Responsive grid system

반응형으로 데스크탑, 태블릿, 모바일 세가지 그리드를 설계하였습니다.

Desktop

Screen Resolution 1920px

Container 1420px



Tablet

960px

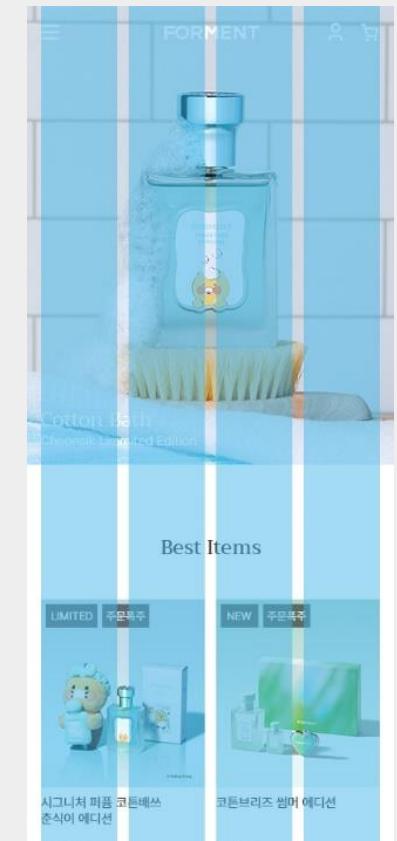
920px



Mobile

390px

360px



Style Guide : Color & Typography

#333333
rgb(51, 51, 51)

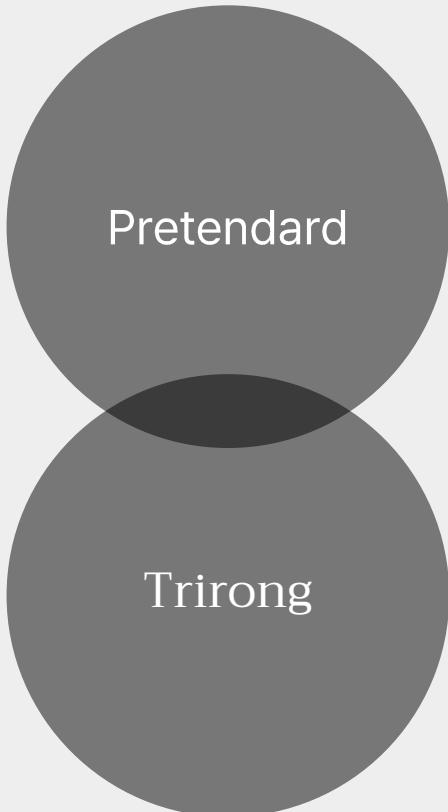
#666666
rgb(102, 102, 102)

#7f7f7f
rgba(0, 0, 0, 50%)

#999999
rgb(153, 153, 153)

#ffffff
rgb(255, 255, 255)

#45b7e9
rgb(69, 183, 233)



가

Aa

Aa

향기와 함께 피어오르는 설렘의 기억

For the best moment

For the best moment

For the best moment

For the best moment

For the best moment

For the best moment

Regular

Regular

Medium

Bold

Light

Regular

Medium

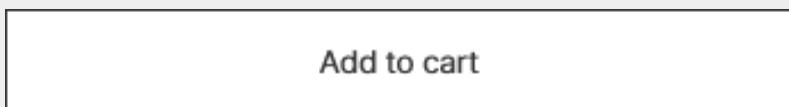
Design system : Icon & Button



▼

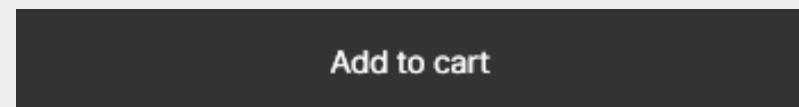


Inactive



More

Active



More

As is – To be

As is

헤더의 1차 메뉴 텍스트 검정 색상
브랜드의 청량한 이미지 저하

To be

텍스트 색상 흰색으로 변경, 마우스 올리거나
스크롤 시 흰 배경, 검정 텍스트로 전환

모든 콘텐츠에 마우스 올렸을 때
스타일 변화가 없어 가시성 저하

마우스 올렸을 때 텍스트 스타일,
버튼 스타일 변경

메인 비주얼 3등분 중 중간만
동영상이라 전반적 집중력 저하

동영상을 이미지로 교체 후 마우스 올렸을 때
동영상 재생, 이미지 확대

전체적인 콘텐츠의 수 부족

베스트 아이템, 카테고리별 아이템 등
콘텐츠 추가





FORMENT

Forment website main page
Redesign



Best Items

LIMITED | 주문복주
Summer Green | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

NEW | 주문복주
Cotton Bath | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

NEW | 주문복주
Cotton 366 | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

NEW | 주문복주
Cotton 366 | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

[Add to cart](#) [Add to cart](#) [Add to cart](#) [Add to cart](#)



Best Items

LIMITED | 주문복주
Summer Green | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

NEW | 주문복주
Cotton Bath Choco Cat Limited Edition | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

NEW | 주문복주
Cotton 366 Signature Edition | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 30ml

[Add to cart](#) [Add to cart](#) [Add to cart](#)



Best Items

LIMITED | 주문복주
Signature Mix Box | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 리필 162

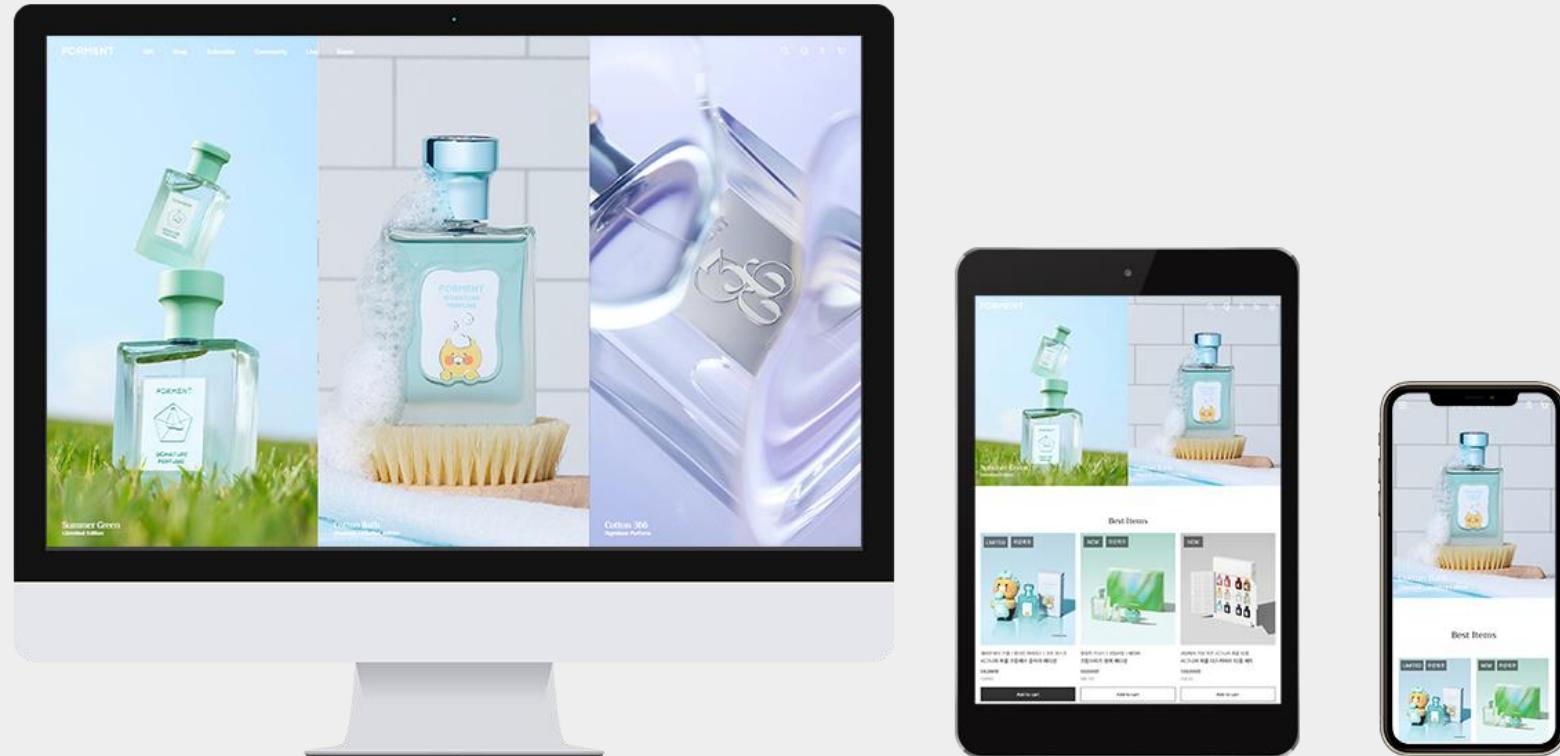
NEW | 주문복주
Cotton Bath Choco Cat Limited Edition | 코튼비즈 캐릭터 에디션
59,000원 | 리필 137

[Add to cart](#) [Add to cart](#)



FORMENT

Forment website main page
Redesign

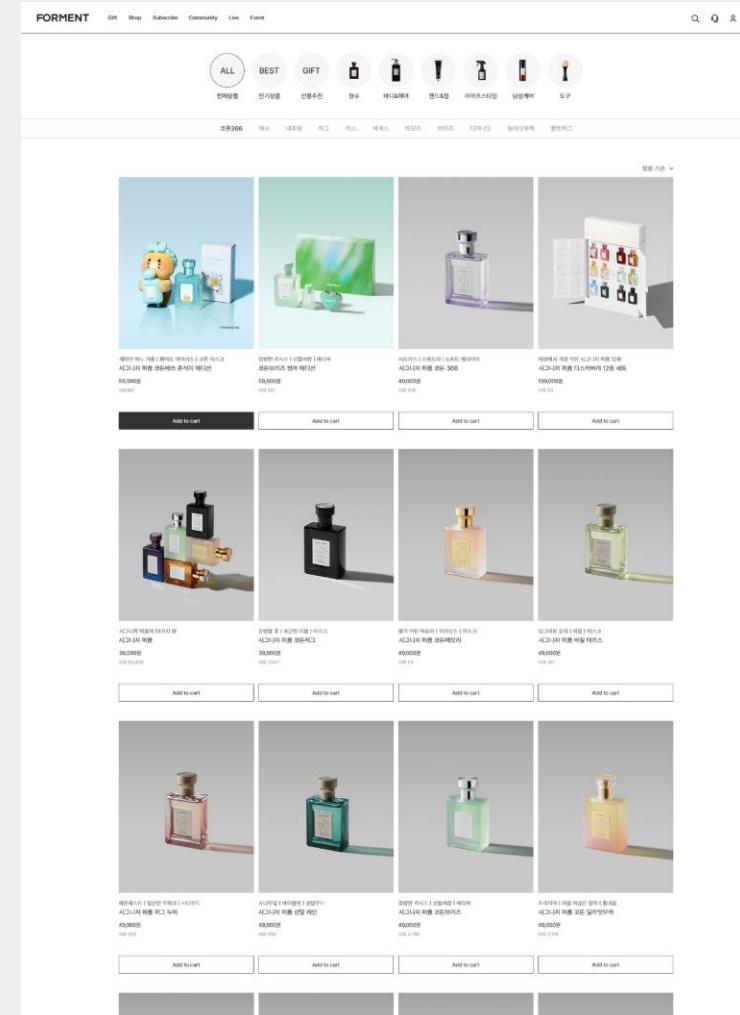
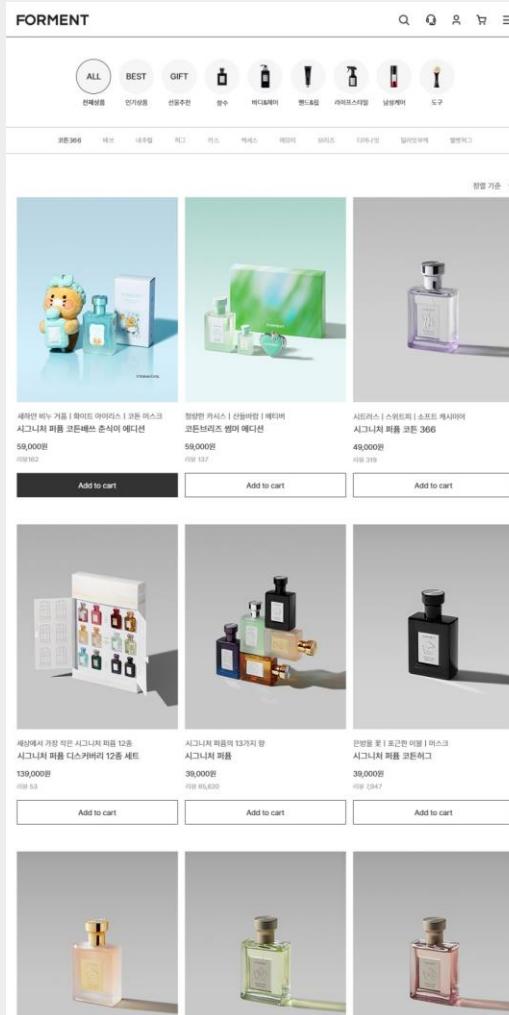
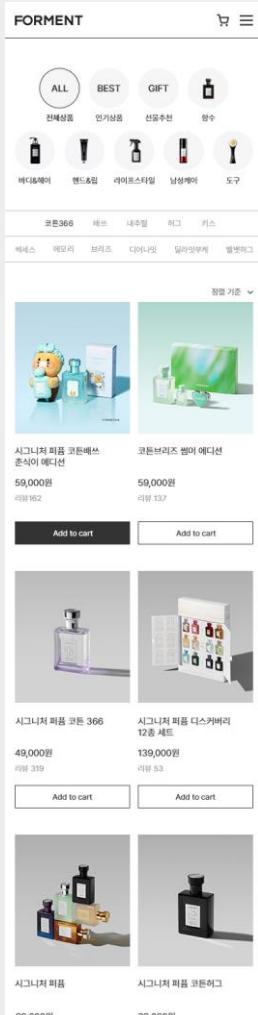


WEBSITE ›



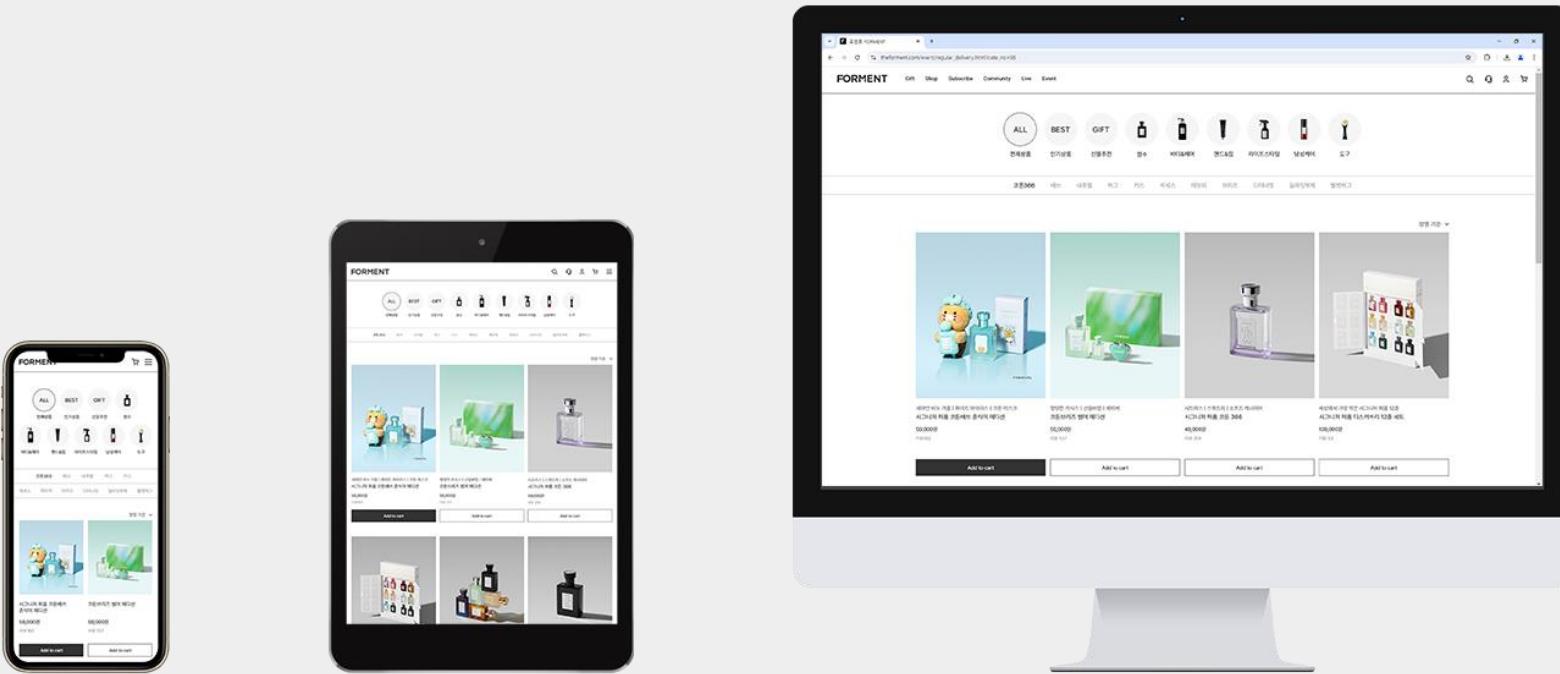
FORMENT

Forment website shop page Redesign



FORMENT

Forment website shop page
Redesign



FORMENT

Forment website subscribe page Redesign

FORMENT Gift Subscription Community Live Event

Search

정기 배송 구독 *Subscribe*

Benefit 01 전 제품 무료배송

Benefit 02 회비별 최대 50% 할인

Benefit 03 맞춤형 배송 주기

- 회비별로 다양한 주문 기회를 제공하며, 구독료와 배송료는 미리불여 적용되지 않습니다.

- 고객님은 서비스 이용료, 배송료는 결제됩니다.

- 배송료는 판권 고지판이나, 시장 판권, 허가판이나 등 판권 소유권자에게 적용됩니다.

- 일부 판권은 판권법 제37조 제1항 제2호에 따른 저작권자에게 적용되는 경우 판권자는 저작권자입니다.

- 고객이 판권을 행사하는 경우 판권자는 저작권자입니다.

- 저작권자의 경우 저작권자는 저작권자로 표기됩니다.

설인 세트 사용기 7/51 일
[정기구독] 설인 세트 4세트

36,000원 40% 30,000원
선택하세요

모습 차이로드 수면용품 1 대상
[정기구독] 시그니처 풀마인 매스аж 풀스

40,000원 30% 28,000원
선택하세요

파마고너 수면용품 1 대상
[정기구독] 시그니처 풀마인 매스аж 페트

24,000원 30% 17,200원
선택하세요

설인 세트 사용기 7/51 일
[정기구독] 시그니처 풀마인 매스аж 풀

39,000원 31% 29,000원
선택하세요

Add to cart

Add to cart

Add to cart

Add to cart

설인 세트 사용기 7/51 일
[정기구독] 저렴 가격에 품질을 확보하세요

26,000원 40% 12,000원
선택하세요

설인 세트 사용기 7/51 일
[정기구독] 화장 디자인 리필

36,000원 50% 18,000원
선택하세요

Add to cart

Add to cart

FORMENT
제작자
제작일

1544-7458

FORMENT




정기 배송 구독 *Subscribe*

Benefit 01 친 제품 무료배송

Benefit 02 회원권 혜택 50% 할인

Benefit 03 맞춤형 배송 주기

- 정기배송상품은 주기별로 사용 불가능한 구조로 판매가 되어 있습니다.

- 정기배송 서비스 적용상, 일부 제품은 받지 못합니다.

- 정기배송은 주기별로 적용되는 배송비는 기본 배송비로 적용됩니다.

- 정기배송 구독자는 정기배송 혜택과 가족상, Q&A 제공 및 고객센터 문의권이 있습니다.

- 노트란단계에서 결제, 배송지가 추가로 부록됩니다.

불안원 피죤 사워의 7가지 정
[정기배송] 불안원 피죤 사워

36,000원 45% 19,000원

판매 완료

Add to cart

모궁 타이덴ning 수분충전 대용량
[정기배송] 시그니처 불안원 에센스 모스마
풀마스

46,000원 30% 28,000원

판매 완료

Add to cart

화이드닝 [수분충전] 올인원
[정기배송] 시그니처 불안원 에센스 세트

76,000원 30% 53,200원

판매 완료

Add to cart

시그나처 퍼퓸 섬유유연제 2개세트 정

[정기배송] 시그나처 퍼퓸 섬유유연제 2개

39,000원 51% 19,000원

판매 완료

Add to cart

자판방법제제 3가지 정

[정기배송] 퍼퓸 자판방법제제 리필

20,000원 40% 12,000원

판매 4,054

Add to cart

풀라운드 퍼퓸 디퓨저의 3가지의 정

[정기배송] 라우로드 퍼퓸 디퓨저 리필

39,000원 50% 15,000원

판매 108

Add to cart

FORMENT

월간
제작자

정기 배송 구독 *Subscribe*

전 제품 무료배송 | 최대 50% 할인 | 맞춤형 배송주기

- 정기 배송은 구독으로입니다. 사용 불가이며, 구매권이면 사용권이 차지되지 않습니다.
- 정기 배송 서비스는 정상적인 부정 품질 외에는 가능합니다.
- 배송일 범위는 2주마다 가능하며, 미리보내지도 못해보지 못해보지 못한 제품에서 수령 가능합니다.
- 정기 배송은 고객님부터 뮤즈컬리티에 퍼니가 가능하며, QIA 사용자는 고려판(태국) 판권이 있어 가능합니다.
- 도서관 및 지역의 경우, 배송비가 추가로 부과될 수 있습니다.

[정기배송] 용인문 퍼퓸 샴푸

[정기배송] 시그니처 퍼퓸
에센스 모아스틱 플러스

36,000원 45% 19,000원
리뷰 165

49,000원 30% 28,000원
리뷰 7

Add to cart

Add to cart

[정기배송] 시그니처 퍼퓸
에센스 세트

76,000원 30% 53,200원
리뷰 5

[정기배송] 시그니처 퍼퓸
에센스 2개

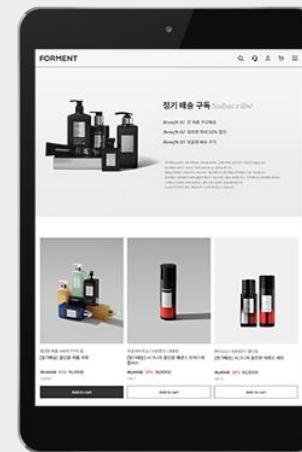
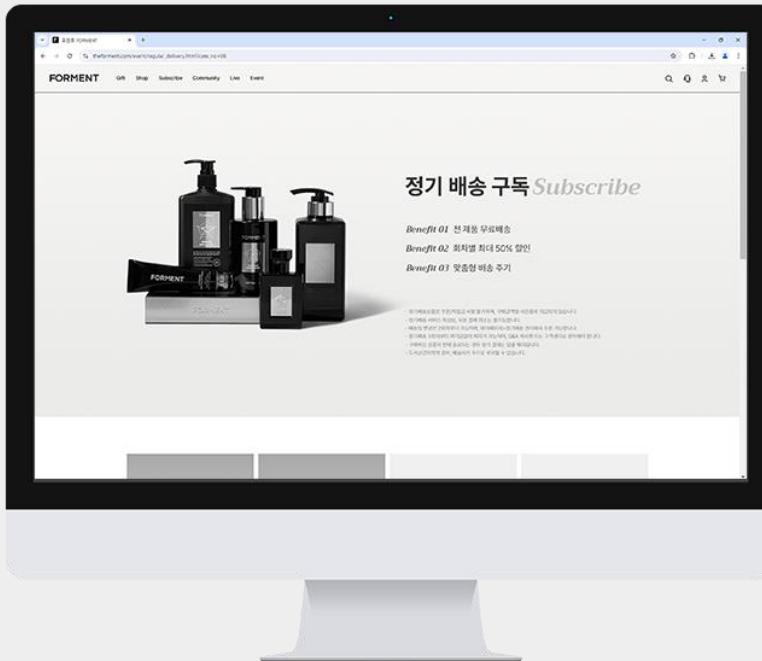
39,000원 51% 19,000원
리뷰 83

Add to cart

Add to cart

FORMENT

Forment website subscribe page
Redesign



FORMENT





반응형 메인페이지 리뉴얼

언어	HTML, CSS, JavaScript
라이브러리	jQuery, swiper-slide
프로그램	Figma, Visual Studio Code
기여도	기획, 디자인, 퍼블리싱 100%



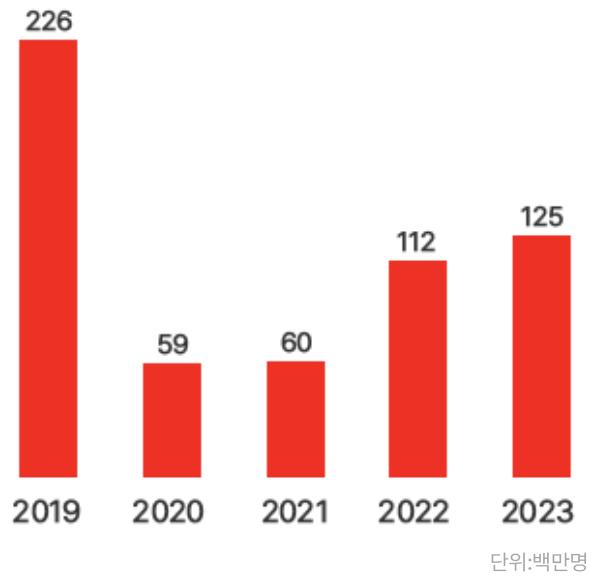


1996년 제일제당과 홍콩 골든하베스트, 호주 빌리지 로드쇼 픽처스가 함께 설립한 영화관 체인으로
CheilJedang, Golden Harvest, Village Roadshow의 앞 글자를 하나씩 따 **CGV**가 되었으며
2024년 현재 200개점을 보유한 국내 최대의 영화관 브랜드입니다.

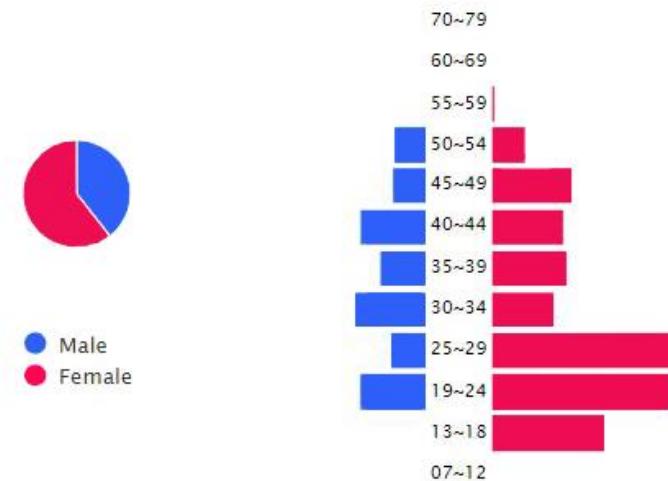


국내 3대 영화관인 CGV, LOTTE CINEMA, MEGABOX 중 유일하게 IMAX 시설을 갖추고 있으며
코로나19로 인한 영화관 침체기 이후로 2024년 현재 3대 영화관 중 유일한 흑자를 기록하고 있습니다.

연도별 영화 총 관객수



CGV 이용자 성별, 연령별 인구 비중



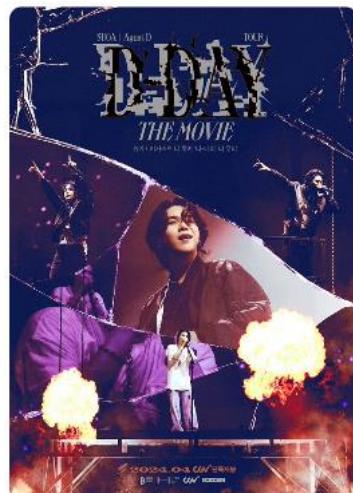
코로나19 이후로 줄어든 관객 수는 서서히 회복하고 있는 추세이고
주 관객층은 20대 여성 그 다음으로는 10대 여성으로 나타났습니다.



OTT에 익숙해진 대중들이지만 입소문을 탄 작품들은 여전히 영화관 관람을 많이 하는 추세이며
드라마 최종화 단체관람, 아이돌 콘서트 관람 등 특정 팬 층을 타겟으로 한 작품들은
예매 경쟁이 불는 경우도 있으며 실 관람평지수 또한 매우 높습니다.



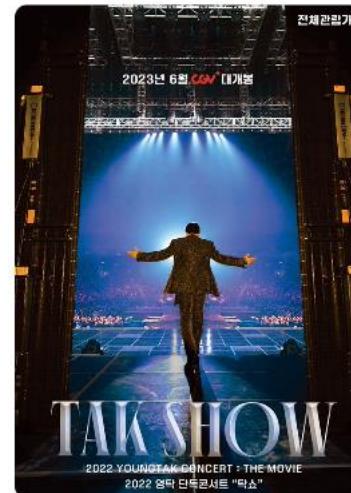
선재 업고 뛰어 최종화 단… **15**
2024.05.28 개봉 | 🍿 ?



슈가 | 어거스트 디 투어 ‘… **12**
2024.04.10 개봉 | 🍿 98%

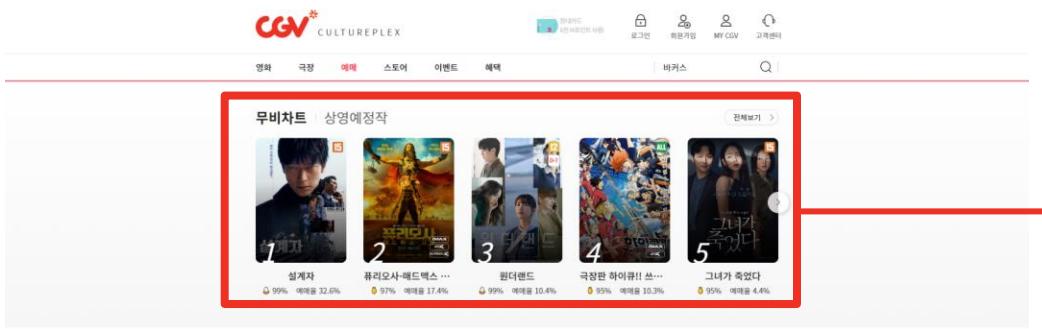


아이유 콘서트 : 더 골든 … **ALL**
2023.09.13 개봉 | 🍿 99%



2022 영탁 단독 콘서트 : … **ALL**
2023.06.28 개봉 | 🍿 99%

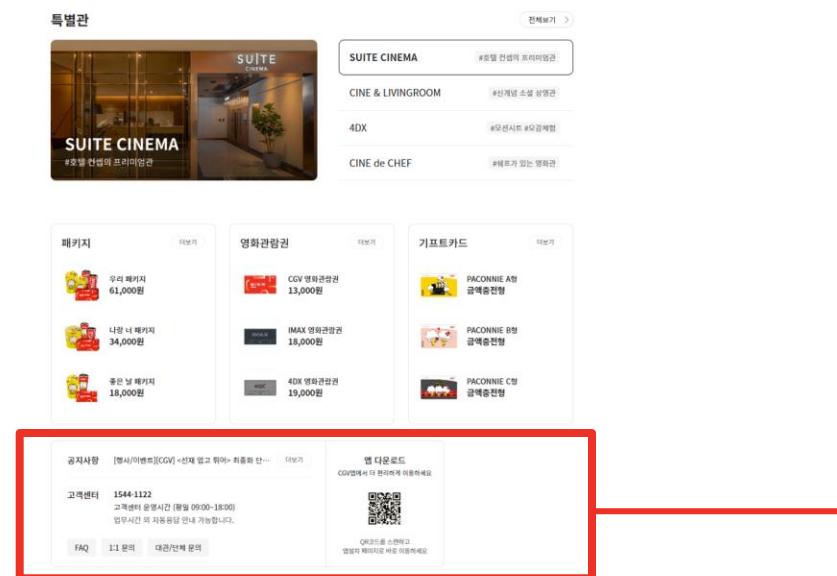
홈페이지 문제점



1. 메인 비주얼의 영화 포스터 이미지가 작고 빠른 예매 버튼이 따로 없다.



2. 실제 진행 중인 이벤트가 많으나 하나만 띄워져 있다.



3. 굿즈 구매를 원하는 고객이 많은데 굿즈 콘텐츠가 따로 없고 현재 구매 가능한 상품들은 가시성이 좋지 않다.

4. 제일 우측의 배너가 크롬에서는 빈 공간으로 보인다.



출처 : CGV



김리더 (23세)

직업 : 패션디자인과 학생

Need

굿즈 모으려고 영화보는데 판매중인
굿즈를 한 눈에 볼 수 있으면 좋겠다.

김프로 (34세)

직업 : 중소기업 대리

Need

빠른 예매 버튼과
시간표 바로가기가 필요하다.



Background

수도권 대학 패션디자인과에 다니고 있는 학생으로
현생보다는 2D세상에 풋 빠져 있어 애니메이션 캐릭터 같은
헤어스타일, 패션까지 시도하고 있다.
무난한 것 보다 독특하고 개성 있는 것을 좋아한다.
집순이라 바깥에 나가는 것을 싫어해 OTT로 애니메이션을 즐겨 보지만
애니메이션 극장판이 나오면 꼭 영화관에 가서 쟁겨보는 편이다.
극장판 특전이 있으면 무조건 구매한다.

Background

경상도 중소기업 회사 대리로 일하고 있는 직장인으로
회사는 돈 벌려 다니는 무기력한 성격이다.
악착같이 일하는 것과 귀찮은 것을 싫어하며
무난하고 평탄한 생활이 좋다.
남들이 다 하는 것은 해보는 편이라 유행하는 드라마, 영화는 쟁겨본다.

문제점 및 해결방안 - 사용자 니즈

The screenshot shows the CGV Korea website interface. At the top, there's a navigation bar with links for '영화' (Movies), '극장' (Theater), '예매' (Ticketing), '스토어' (Store), '이벤트' (Events), and '혜택' (Benefits). On the right side of the header are links for '한대카드' (H&D Card), '인증서포먼트 사용' (Use of Certification Service), '로그인' (Login), '회원가입' (Sign Up), 'MY CGV', and '고객센터' (Customer Service). Below the header, there's a search bar and a menu icon. The main content area includes:

- 무비차트**: A section titled "상영 예정작" (Upcoming Releases) featuring five movie posters numbered 1 to 5. Each poster includes the movie title, rating, and pre-sale percentage (e.g., 99% 예매율 32.6%).
- EVENT**: A banner for "CGV 영화 할인 받자!" (Get CGV Movie Discounts!) with a link to "내 통신사 혜택 확인하고 CGV 영화 할인..." (Check my telecom service benefits and get CGV movie discounts...) and a date range from 2024.02.01 to 2026.01.31.
- 특별관**: A section for "SUITE CINEMA" which is described as "#호텔 컨셉의 프리미엄관". It lists three screening rooms: CINE & LIVINGROOM (#신개념 소설 상영관), 4DX (#모션시트 #오감체험), and CINE de CHEF (#쉐프가 있는 영화관).
- 상영관**: A section showing movie posters for "나쁜 남자" (Bad Guy), "나쁜 여자" (Bad Girl), and "나쁜 아이" (Bad Kid).
- 판권권**: A section showing movie posters for "나쁜 남자" (Bad Guy), "나쁜 여자" (Bad Girl), and "나쁜 아이" (Bad Kid).
- 기프트카드**: A section showing gift card options: "우리 페키지" (Our Package) for 61,000원, "나쁜 너 페키지" (Bad You Package) for 34,000원, "좋은 남 페키지" (Good Man Package) for 18,000원, "CGV 영화관권" (CGV Movie Voucher) for 13,000원, "IMAX 영화관권" (IMAX Movie Voucher) for 18,000원, "4DX 영화관권" (4DX Movie Voucher) for 19,000원, "PACONNIE A형 금액충전형" (PACONNIE A-type Amount Refillable), "PACONNIE B형 금액충전형" (PACONNIE B-type Amount Refillable), and "PACONNIE C형 금액충전형" (PACONNIE C-type Amount Refillable).

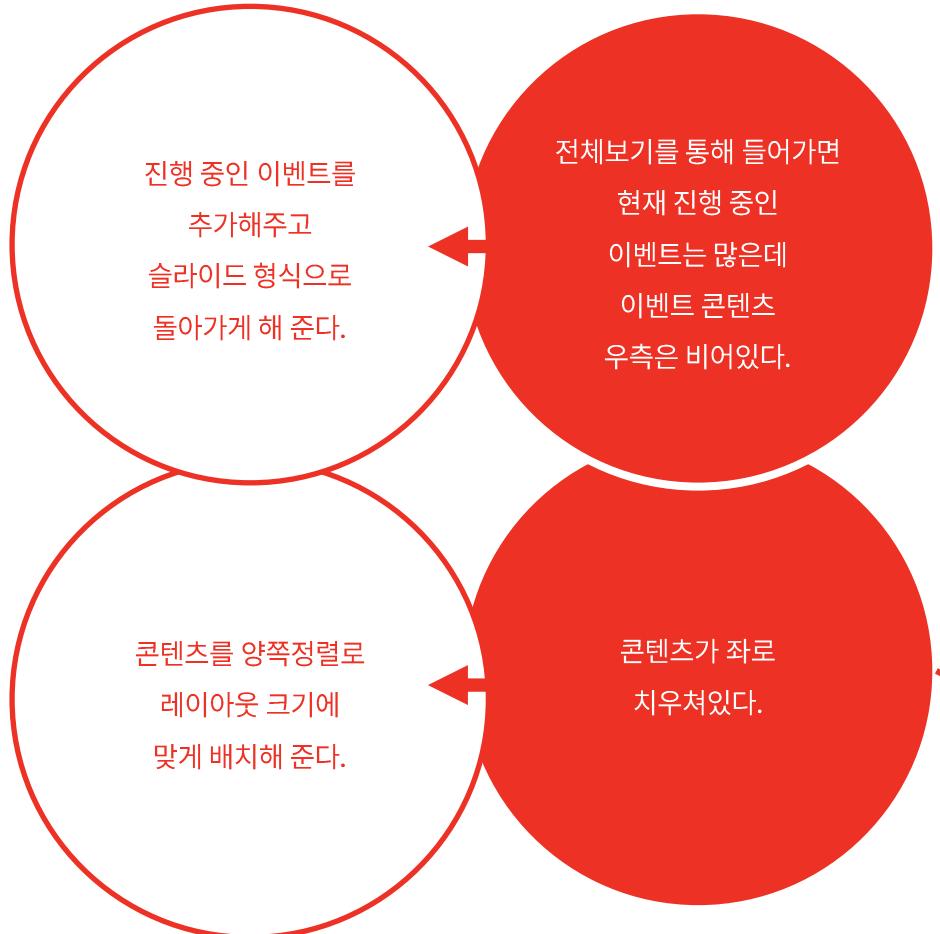
포스터 이미지가 너무 작고
예매하기 버튼이 이미지에
마우스를 올려야만 나타나
바로 눈에 띄지 않는다.

빠른 예매 버튼과
상영 시간표 버튼을
추가하여 한 눈에
보기 쉽게 한다.

굿즈 정보를 확인할 경로를
찾기 어렵고
굿즈만 따로 모여있는
페이지가 없다.

굿즈 콘텐츠를 추가하거나
헤더의 스토에 메뉴에
굿즈 카테고리를 추가한다.

문제점 및 해결방안 - 홈페이지

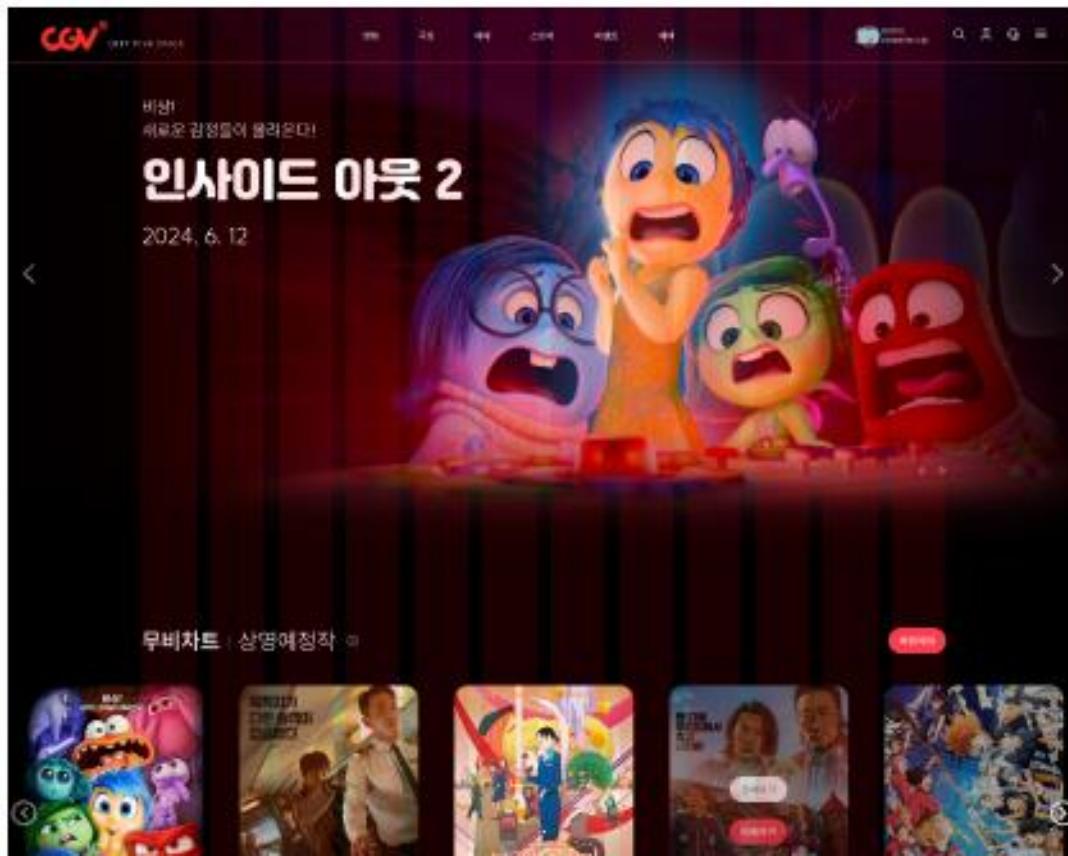
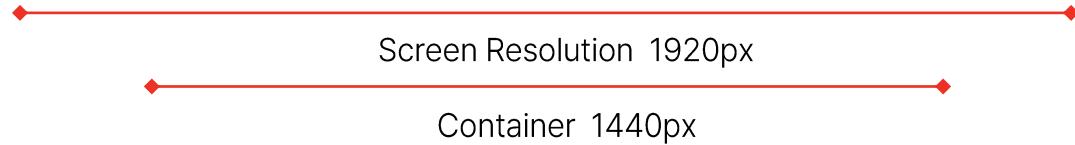


The screenshot shows the CGV Cultureplex homepage. At the top right is a navigation bar with links for CGV+, Log In, My CGV, and Logout. Below the navigation is a search bar and a menu with categories like 영화, 극장, 예매, 스토어, 이벤트, 혜택, and 서비스. A sidebar on the left lists movie titles and their pre-sale percentages. The main content area features a large "EVENT" box with a banner for "CGV 영화 할인 밤". To the right of the event box are sections for "특별관" (Special Screenings), "SUITE CINEMA", "CINE & LIVINGROOM", "4DX", and "CINE DE CHEF". At the bottom is a footer with contact information, a QR code, and links for CGV+, CGV+, CGV+, and CGV+.

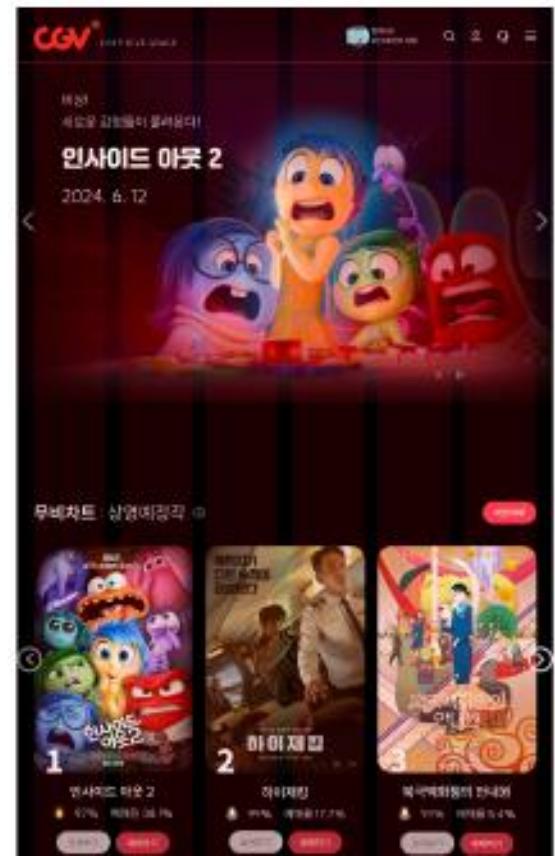
Responsive grid system

반응형으로 데스크탑, 태블릿, 모바일 세가지 그리드를 설계하였습니다.

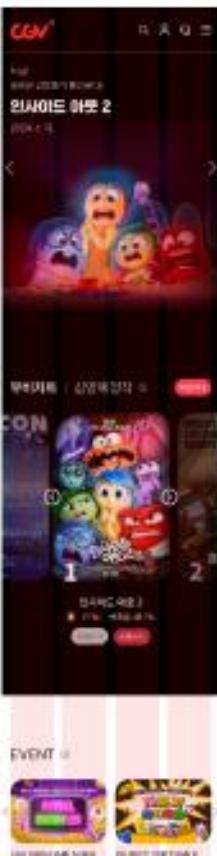
Desktop



Tablet



Mobile





Web Design Renewal



[WEBSITE >](#)

MUNHWAA

문화연필 적응형 메인페이지 리뉴얼

언어 HTML, CSS, JavaScript

라이브러리 jQuery, swiper-slide, AOS

기여도 기획, 디자인, 퍼블리싱 100%

프로그램

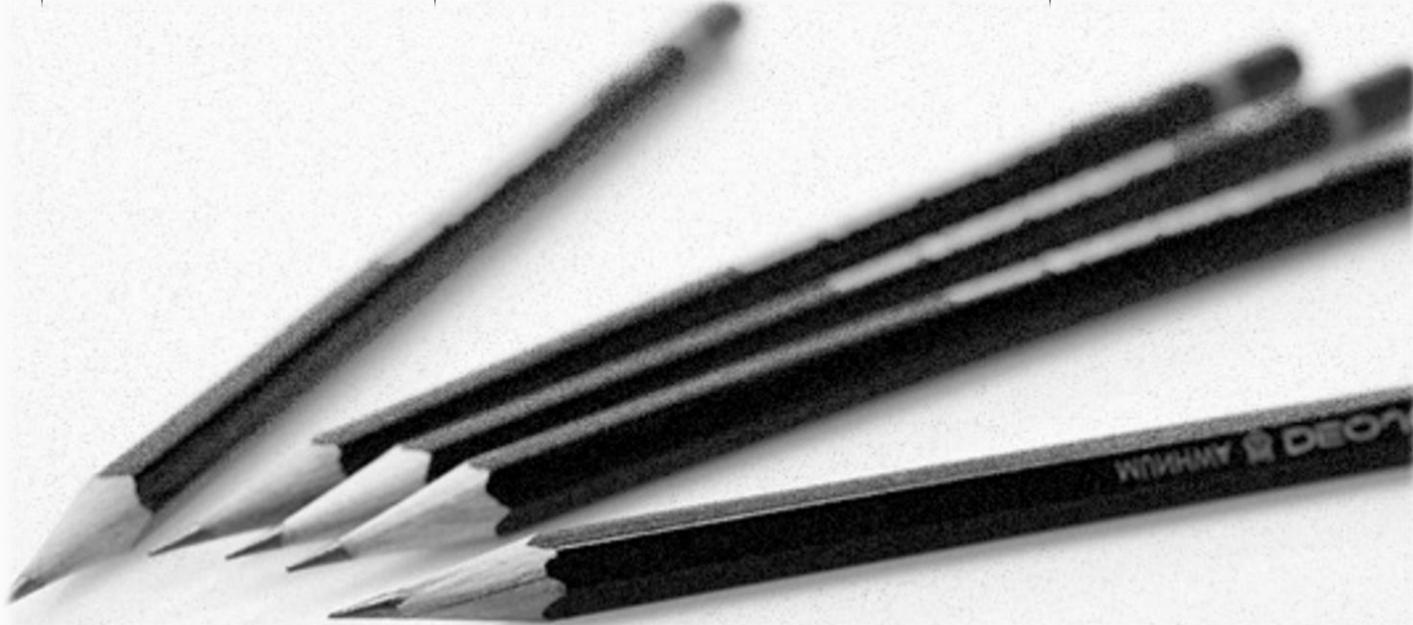


about munhwa

1949년, 강원도의 피나무와 경기도의 흑연으로 시작한 문화연필

문화(munhwa)연필은 1986년 품질관리 유공 대통령 표창을 수상하였으며 1987년에는 국내 연필로서는 최초로 일본 공업 표시 규격 JIS를 획득하는 등 국제 품질규격에 맞는 최고의 품질 경쟁력을 확보함으로써 1995년 500만불 수출탑을 수상하였습니다. 70여 년 동안 꾸준한 연구개발을 통하여 연필 외 다양한 문구류를 제조, 개발함으로써 세계로 수출하게 되었습니다.

1949.05 낙타표문화연필(주)창립	1986.11 100만불 수출탑 수상	2001.10 대한민국 대표 미술연필 NEXPRO 4B,2B,6B 개발	2003.01 (주)케이피아이로 법인명 변경
1963.12 모기업 건설화학공업(주)에 서(주)문화연필 인수	1995.11 500만불 수출탑 수상	2002.12 (주)강남정공에 흡수합병	2016.04 강남KPI(주)로 법인명 변경



대표상품 및 사용자

더존연필, 색연필, 컴퓨터싸인펜, 유성마카 등이 대표 상품으로 그림을 그리거나 시험치는 학생들과 사무직 종사자들이 많이 사용하며 특히 연필은 국내 최초로 개발된 초미세결정심인 '하이믹 심'으로 6H, 5H, 4H, 3H, 2H, H, HB, B, 2B, 4B의 다양한 심 종류가 있어 미술 전공하는 사람들이 많이 사용합니다. 예외로 유성마카(페인트마카)는 현장직의 구매율이 높습니다.

더존 연필



색연필



컴퓨터 싸인펜



페인트 마카



기존 홈페이지 문제점 및 개선방안



헤더의 메뉴들이 좌로 치우쳤다.

메인비주얼 이미지 상품과 링크되어있는 상품이 다르다.

카테고리 대표 이미지들이 눈에 안들어와 다른 상품 이미지로 교체하도록 한다.

애니메이션, 호버효과 등이 거의 없어 시각적으로 재미가 없다.

신상품, BEST상품등 다양한 콘텐츠가 없다.

마카
연필_색연필
볼펜
샤프
형광펜_사인펜
필기류 외
신제품
특판
Keepplay

국내영업소 →
제품설명서/카탈로그 →
인증서/성적서 →

Family site ^

고객문의처 | 사이트맵
강남KPI [06733] 서울특별시 서초구 서운로1길 12(서초동) | Tel 02-3473-5011 | Fax 02-581-0082
Copyright © KANGNAM KPI CO., LTD.

메인 비주얼과 카테고리 사이에
신제품 콘텐츠와
BEST상품 콘텐츠를 추가

카테고리 상품 이미지를 상품이 전체적으로
잘 보이는 이미지로 교체하고
호버, 애니메이션 효과 적용

경쟁사분석

MONAMI®

내 친구 "mon ami"

모나미는 1960년 광신 화학 공업사 설립하며 회화구류 생산 시작하였으며 1963년 모나미의 대표 상품이라 할 수 있는 153 볼펜을 생산 개시하였습니다.

이후로 성수동 1공장, 2공장, 안산공장, 타일랜드 출범, 타일랜드 아마타 공장 신축, 용인공장 신축 등 현재 2024년까지 꾸준하게 사업을 확장해오고 있습니다.

우리나라 인지도 1위 문구회사라 할 수 있으며 지난 2020년 출시하였던 모나미 창립 60주년 기념 프러스펜 3000 데스크 펜, 프러스펜 3000 60색 세트 출시는 당시 열풍을 불러 일으키기도 하며 여전한 인기를 자랑하고 있습니다.

(주)모나미

1960
광신 화학 공업사 설립
(회화구류 생산 시작)

1967
모나미 화학 공업
주식회사 설립

2007
세계최초 생잉크 보드마
커 시그마플로 출시

1989
모나미 타일랜드 출범
(태국 차이아난다사와 합작)

1963
153 볼펜 생산개시
사인펜, 매직펜 생산
성수동 제 1공장 신축

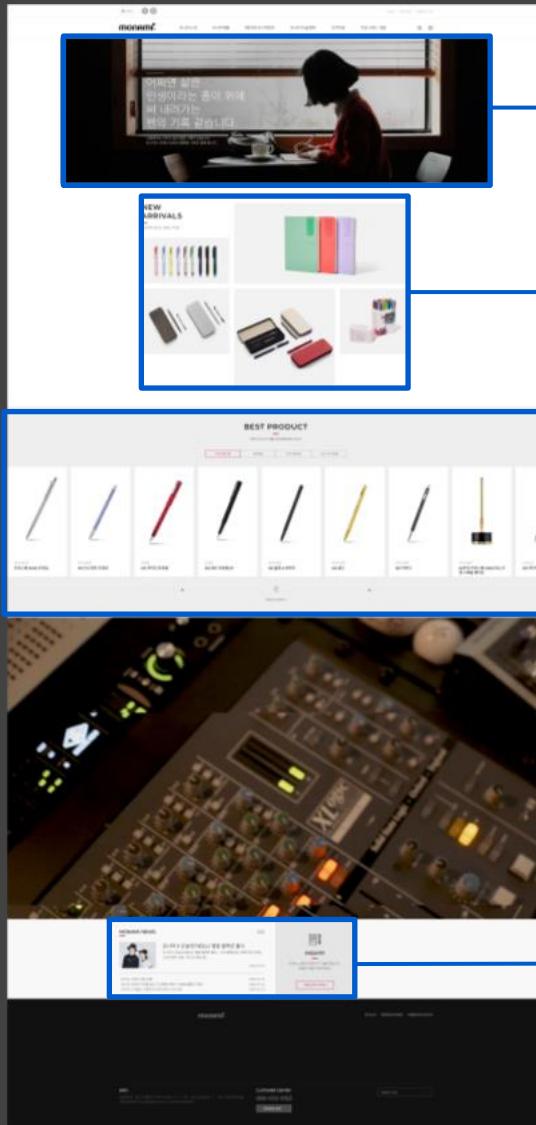
1974
주식회사 모나미로
상호변경 / 증권 거래
소 주식 상장

1996
(주)모나미로
(주)모나미 애드 합병

2020
창립 60주년 기념
프러스펜 3000 데스크
펜, 프러스펜 3000
60색 세트 출시



모나미 홈페이지 장단점



메인비주얼 이미지가 하나고 아무 효과가 없다.

신제품 이미지에 호버 및 애니메이션으로 제품명이 눈에 잘 들어온다.

인기상품은 가로로 스크롤 등 각 콘텐츠 배치 및 효과가 달라서 재미있다.

콘텐츠가 왼쪽으로 치우쳤다.

국산필기구를 주도하는 기업 계계시장 진출을 목표로 하는 기업

(주)자바펜은 1997년 9월 5일 설립된
국산필기구를 전문생산, 판매하는 회사로서
만년필을 비롯하여 고급볼펜, 중성펜 및 초저점도
유성볼펜·샤프 및 보드마카, 유성매직, 싸인펜, 형광펜 류 외
한국의 전통적인 문화를 담은 전통상품까지
꾸준한 신제품 연구/개발을 하는 회사입니다.

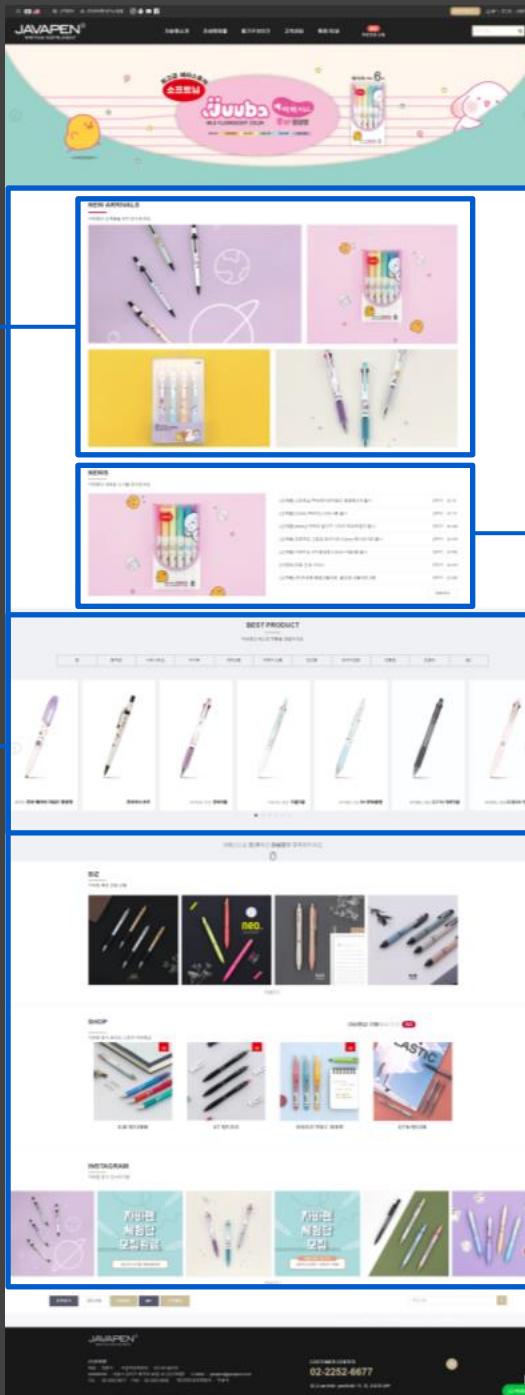
(주)자바펜

1997 자바상사 설립	2006 경영혁신형 중소기업 인증	2017 기술보증기금 벤처기업지정 중소벤처기업부 장관상 수상	2019 대통령상 수상
2002 2002 FIFA WORLDCUP 고급필기구 공식 OEM 선정 자바상사 폐업 주식회사 자바펜 설립	2016 (주)자바펜 기업부설연구소 설립	2018 SISO 페어 참가	2021 JVPEN 미국 상표권 등록



자바펜 홈페이지 장단점

신상품 이미지 호버, 애니메이션,
베스트상품 스크롤 등 다양한
효과를 줘 시각적 흥미를 유발한다.



뉴스를 밑으로 내리고 베스트아이템이
나
온라인샵을 위로 올리면 좋겠다.

너무 많은 이미지가 나열되어있어
시선이 분산되어
이미지를 줄였으면 좋겠다.

꿈과 희망의 미래를 선물하는 기업 동아연필(주)

동아연필(주)은 1946년에 우리나라 문구회사로는 처음으로 설립되었습니다.

이후 꾸준히 발전하며 1963년부터 연필 수출을 시작하였으며 문구상품의 다각화를 위해 1974년 동아교재(주)를 설립, 크레파스, 물감 등을 생산, 판매하였으며 1986년 아시안게임, 1988년 서울올림픽의 공식 상품화권자로 지정되었습니다. 1997년 캡식 중성펜, 1998년 향기중성펜 등을 개발, 1998년, 2000년 신제품 경진대회 대상 및 2000 대한민국 디자인경영 우수상(대통령상)을 받았습니다.

동아연필(주)

1946. 10 동아연필(주) 설립	1978. 08 샤프연필, 샤프심 생산개시	1992. 08 홍당무 팬시 제품 생산 개시	2000. 12 대한민국 디자인대상 디자인경영 우수상 (대통령상)
1963. 11 연필 수출 개시	1987. 03 88서울올림픽 공식 상품화권자 지정	1998. 03 98 서울국제문구전시 회 신제품 대상	2013. 04 중소기업 품질대상 수상



동아연필 홈페이지 장단점

뉴스 및 공지사항의 이미지의 대다수가
동아연필 로고 이미지라 텍스트로만
구성하거나 관련 제품 이미지를
넣었으면 좋겠다.



메인비주얼에 제품 사진들이
제품과 링크되어있지 않고 그냥 이미지다

제품군이 한눈에 잘 들어온다.

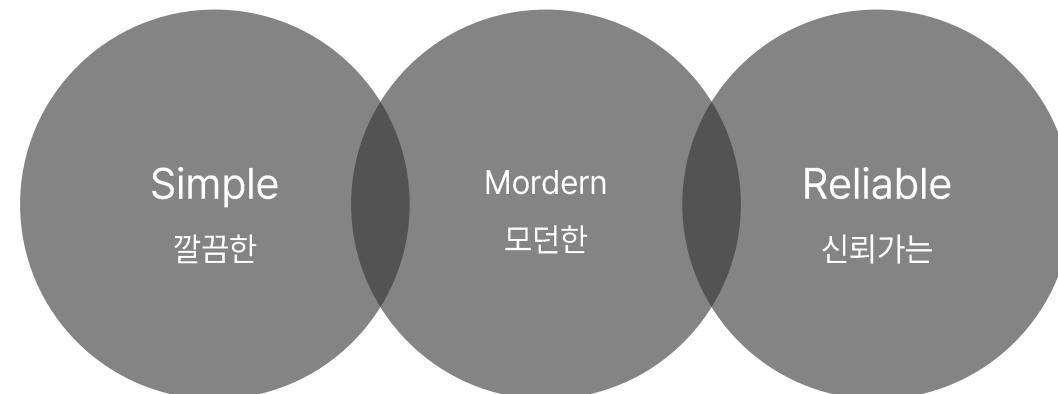
브랜드 색상을 곳곳에 사용하였다.

Overview

제품 이미지 배열을 달리하여 시각적 피로도는 줄이고 흥미는 높이며
문화연필의 로고 색인 네이비 색과 무채색을 사용하여
깔끔하고 정돈된 이미지를 부각시킬 수 있도록 웹사이트 리뉴얼을 진행하였습니다.

#빅타이포그래피 #벤토그리드

Keyword



디자인 구상 - 레퍼런스

기존

문화연필 제품소개 홍보&자료 고객지원

문화 더존연필

변경

제동
문화연필

로맨틱 정동, 봄으로 피어나다

(Korea, 00:00AM)

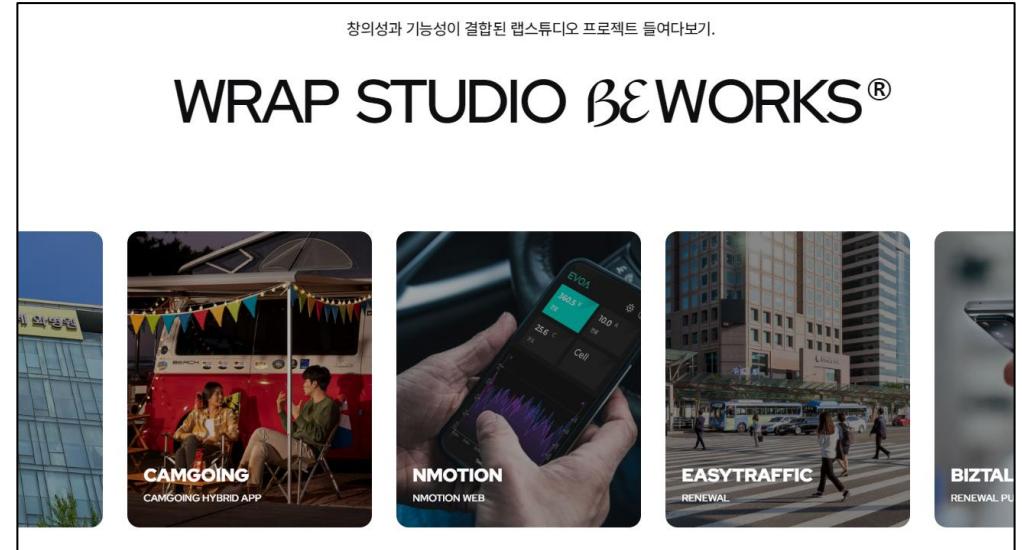
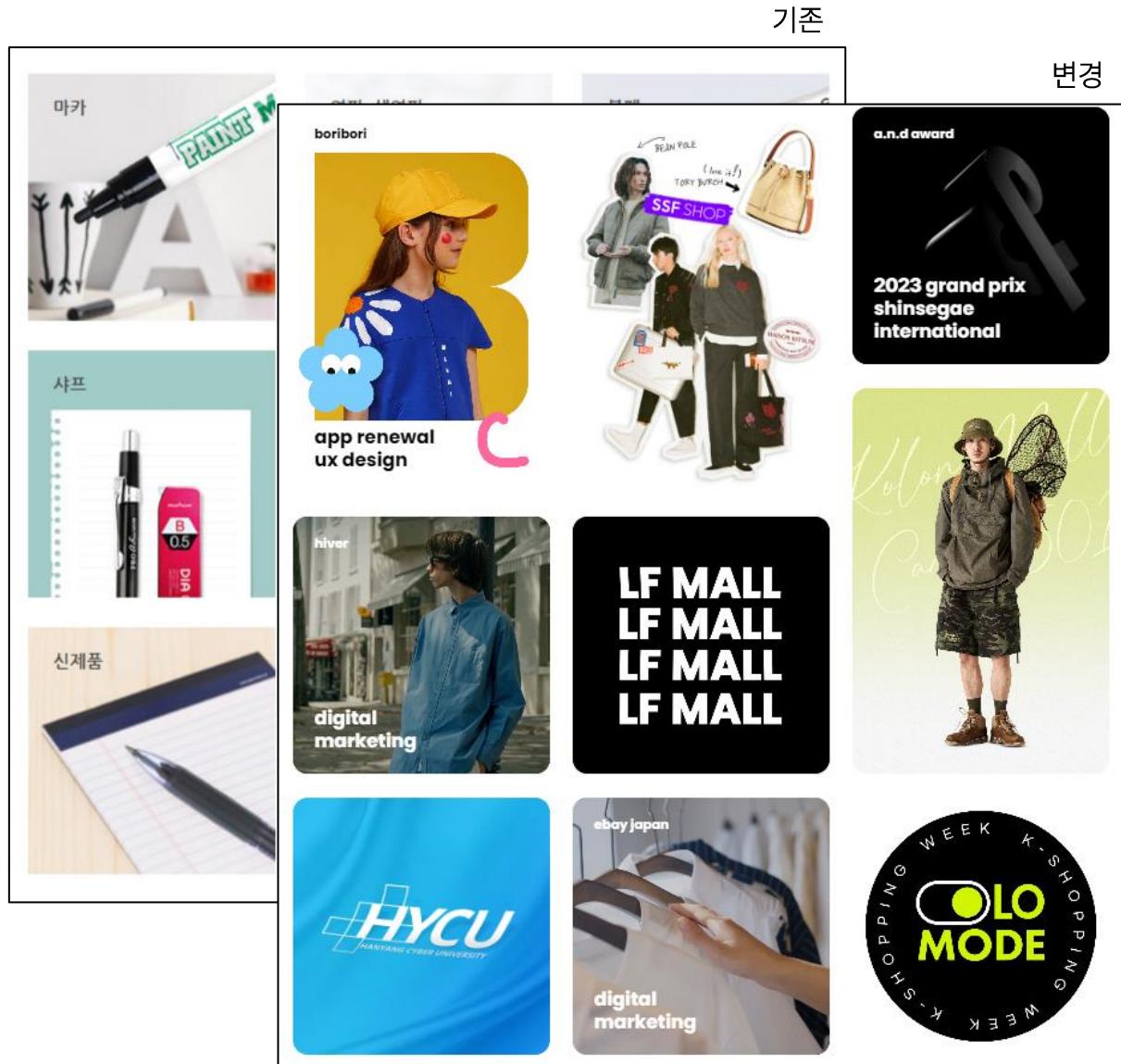
KOR MENU

메인비주얼

CULTURE

- 정동야행 – 빅 타이포그래피
- 기존의 이미지를 빅 타이포그래피로 바꾸어 시선을 집중시키고 클리핑마스크로 텍스트 뒤에 대표 상품들 이미지 배치

디자인 구상 - 레퍼런스



콘텐츠

- Cttd – 카테고리
- 기존의 3×3 배열을 벤토그리드로 변경하여 시각적 흥미를 유발
- 랩스튜디오 – 신상품, 베스트상품 슬라이드
- 존재하지 않던 신상품, 베스트상품 콘텐츠 추가

디자인 구상 - 레퍼런스

고객문의처 | 사이트맵

Family site



 강남KPI [06733] 서울특별시 서초구 서운로1길 12(서초동) | Tel 02-3473-5011 | Fax 02-581-0082
Copyright© KANGNAM KPI CO., LTD.



WRAP STUDIO

인천광역시 서구 새오개로 111번안길 15, 3F 랩스튜디오



070.7537.3885~6



wrapstudio715@wrapstudio.co.kr



070.7585.3885

푸터

- 좌측정렬>중앙정렬로 배치
- 로고 중앙 상단에 추가

아이디어스케치

콘텐츠 조합

로고컬러



#00469B

폰트컬러



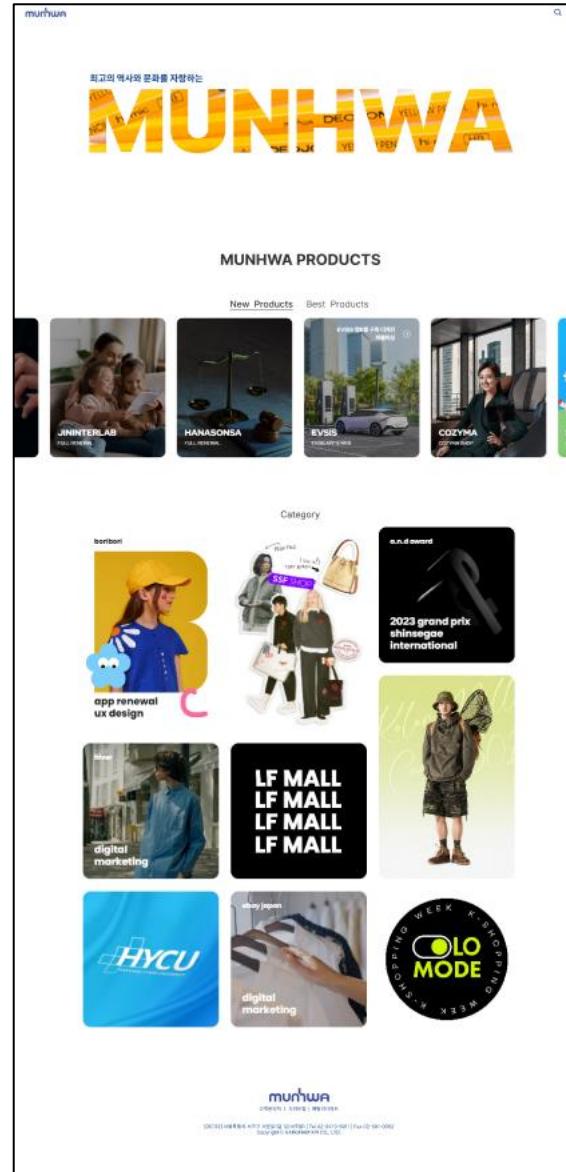
#333333



#555555



#00649B



간격

메인비주얼 위 아래

250px

콘텐츠 섹션 사이

150px

콘텐츠 섹션 사이

150px

콘텐츠 제목과 콘텐츠 사이

30px

푸터 위 아래

200px, 100px

폰트

Pretendard, geologica

메인비주얼

300px

제목

24px

푸터

16px

스타일가이드

Typography



가

Aa

Aa

역사를 자랑하는 문화연필

역사를 자랑하는 문화연필

Since 1949 MUNHWA

Since 1949 MUNHWA

Since 1949 MUNHWA

Since 1949 MUNHWA

Regular

Bold

Regular

Medium

Bold

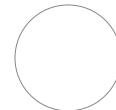
Bold

스타일가이드

Color



#00469
B



#ffffff



#88888
8



#33333
3

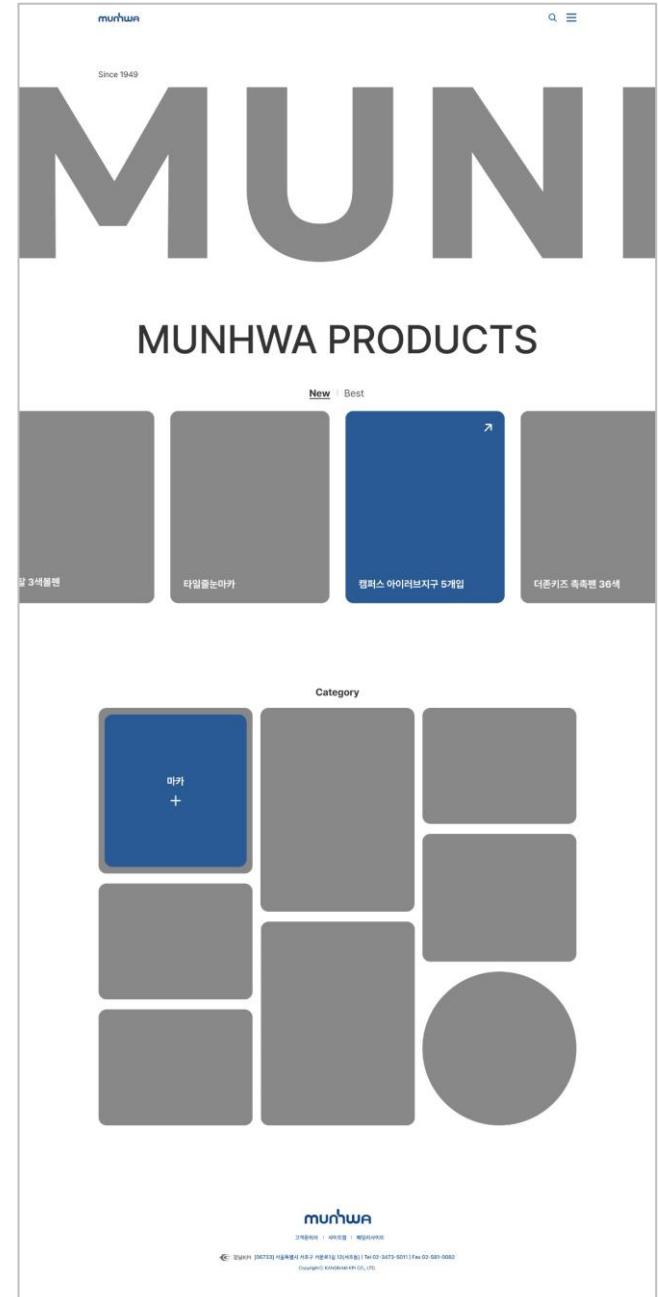


#ff9a00

Icon



그리드시스템
&와이어프레임





MUNHWA PRODUCTS

New

Best



Category



KIDS

문화의 키즈 제품들을 만나보세요
일기서를 마카
축축펜
점보 심각 연필
심각 연필
간사 연필
Keeppley
...



ARTS

문화의 미술 제품들을 만나보세요
페인트 카카
수채 색연필
더존 연필
...

munhwa

Website Main page
Redesign

WEBSITE ›



CAFFEBENE



메인페이지 리뉴얼

언어

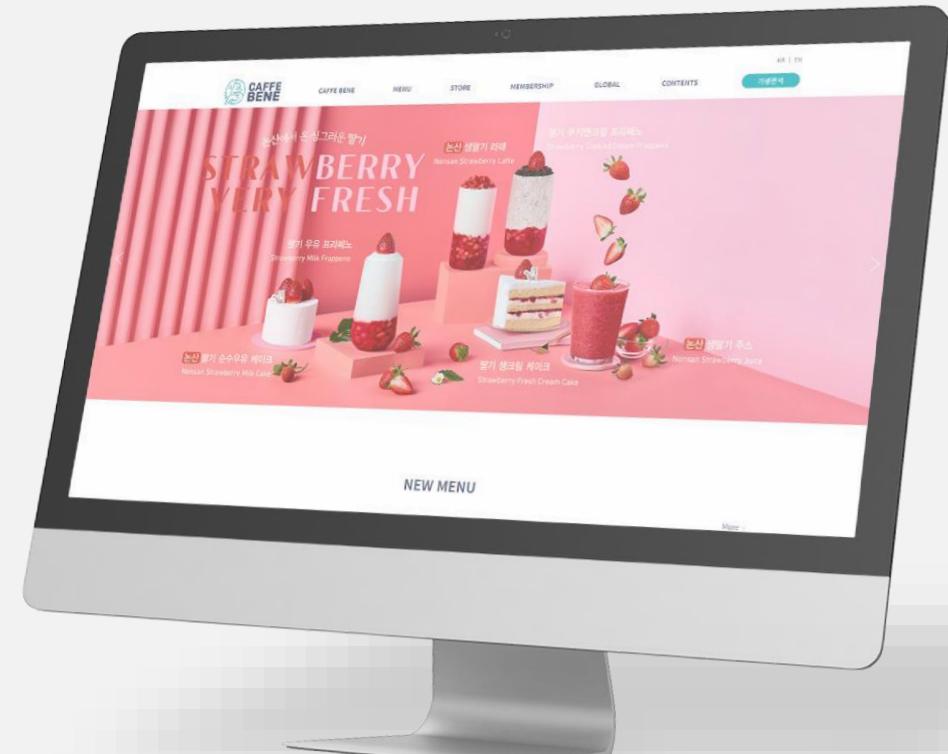
HTML, CSS

프로그램

Photoshop, Visual Studio Code

기여도

기획, 디자인, 퍼블리싱 100%



about CAFFEBENE

2008년 시작된 브랜드로

2013년 8월 매장 수 1,000개를 넘어섰으나

2024년 현재는 168개로 줄어들었으며

매출액 또한 2013년 정점을 찍고

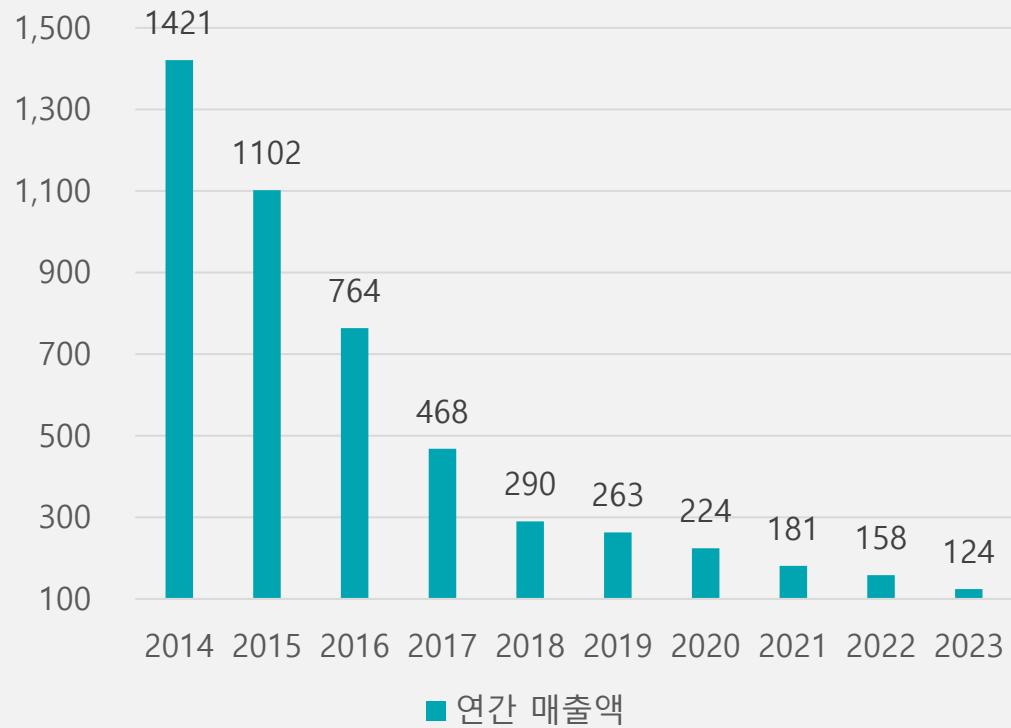
현재까지 꾸준히 매출 하락세를 걷고 있습니다.



대표 디저트 인식

연도별 실적 추이

연간 매출액



연간 영업손익



(단위:억원)
출처:전자공시시스템

이미지 변화

2016년, 2019년 로고, 인테리어, 메뉴 등을 **대대적으로** 변경하며
새로운 브랜드 이미지로 하락세를 타파하고자 하였으나
오히려 로고가 바뀐 줄 모르고 카페베네라는 프랜차이즈 자체가
없어진 줄 아는 사람들이 있을 정도로 크게 홍보되지는 못하였습니다.



2008~2016

2016~2019

2019~현재

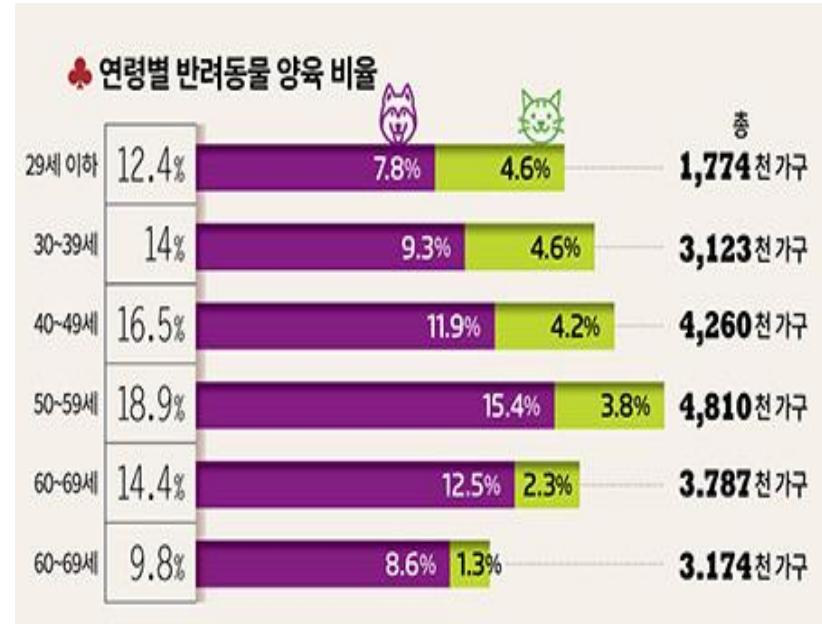
출처:카페베네

The screenshot shows a profile page for 'BeneCat'. At the top is a teal circular icon of a cat holding a coffee cup, with 'EST. 2008' written above it. Below the icon is the heading 'BeneCat Profile'. Underneath are several circular buttons containing profile information: '이름' (Name) with 'BeneCat', '나이' (Age) with '3살' (3 years old), '무게' (Weight) with '비밀' (Secret), '성격' (Personality) with '산책 매니아' (Walk enthusiast), '주활동지역' (Active area) with '성수동' (Seongsu-dong), '좋아하는 것' (Likes) with '새로운 동네 산책하기' (Walk in new neighborhood), '싫어하는 것' (Dislikes) with '비 오는 날, 눈 쌓인 날 (= 산책하기 힘든 날)' (Rainy days, snowy days = days when walking is difficult), and a large button at the bottom right with '비 오는 날, 눈 쌓인 날 (= 산책하기 힘든 날)' (Rainy days, snowy days = days when walking is difficult).

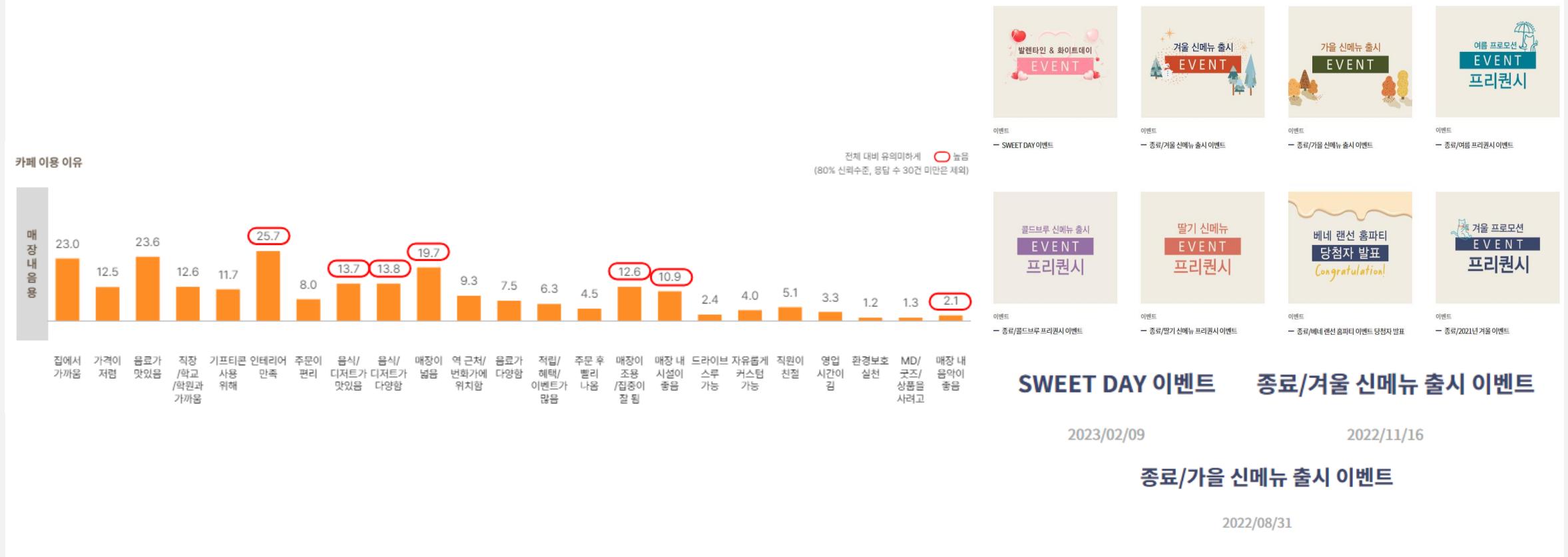
단골 카페 같은 편안한 공간 “Hello again”
마스코트 캐릭터 고양이 **베네캣**을 선보여
귀엽고 친근한 이미지를 내세웠습니다.

평소 주 이용하는 카페 유형

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	
Base	(1000)	(482)	(518)	(221)	(231)	(269)	(279)	
대형·고가 커피 프랜차이즈	39.9	72.6	66.0	78.8	72.4	77.9	77.0	64.2
소형·저가 커피 프랜차이즈	30.6	61.0	61.6	60.4	68.8	64.9	61.7	50.9
비프랜차이즈/ 개인 커피 전문점	14.5	54.0	51.9	56.0	55.7	55.4	52.4	53.0
중형·중가 커피 프랜차이즈	9.1	37.3	39.4	35.3	39.8	30.7	37.9	40.1
베이커리·디저트 전문점	1.3	12.3	9.8	14.7	8.6	9.5	13.0	16.8
스페셜티 커피 프랜차이즈	4.3	9.0	9.1	8.9	6.8	9.1	7.1	12.5
일반 음식점/ 패스트푸드점	0.1	4.1	5.0	3.3	5.0	3.5	3.3	4.7

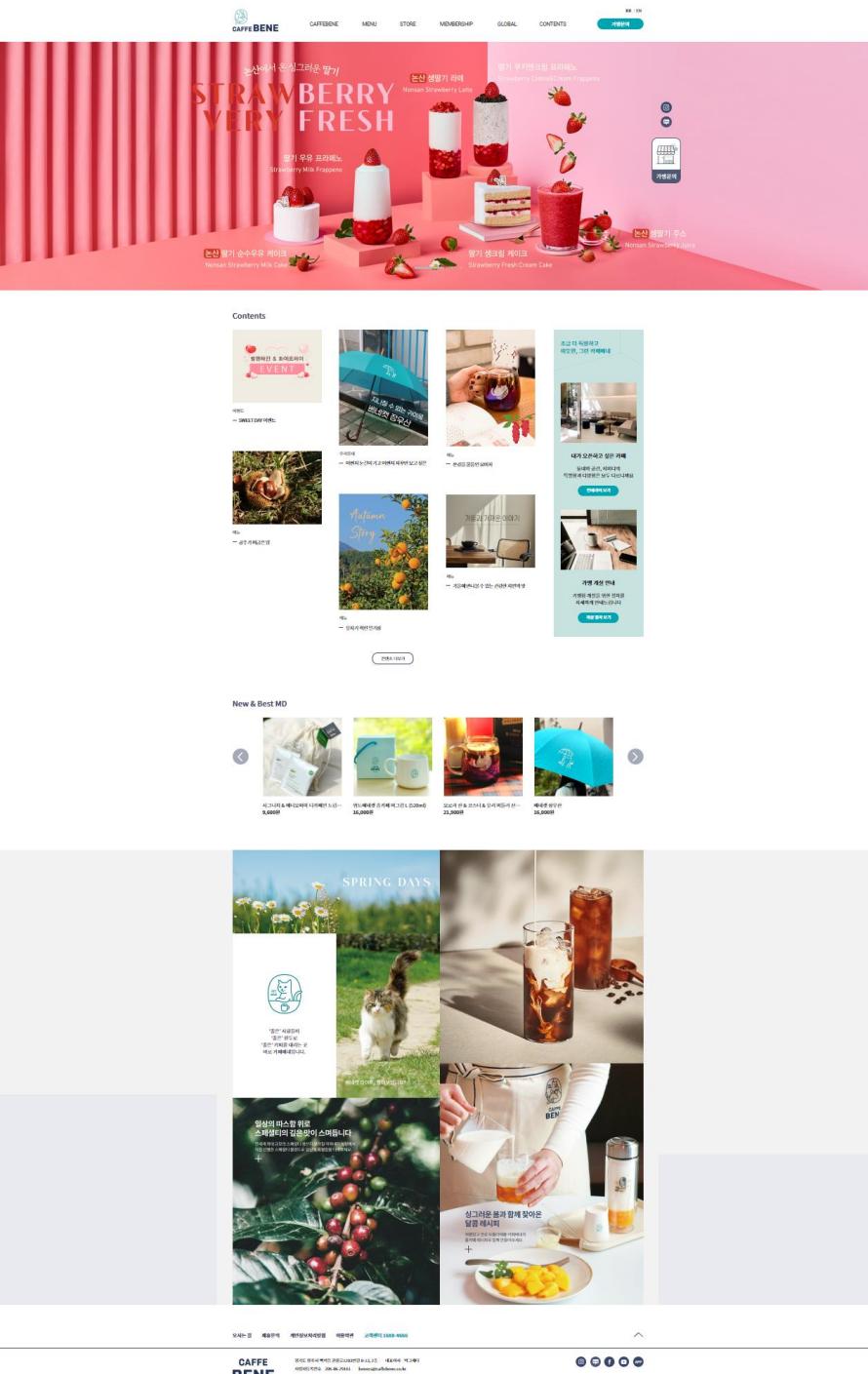


고가 프랜차이즈 주 이용 고객층은 여성 층으로 특히 30대 여성 비율이 높으며
 카페베네 층에서도 20~30대 양육 비율이 높은 고양이를
 마스코트로 리브랜딩 하며 성수와 같은 핫 플레이스에 매장을 오픈하는 등의 노력을 기울이고 있습니다.



음식/디저트가 맛있음, 디저트가 다양함 등의 이유 또한 높은 비율을 차지하고 있는데 현재 카페베네는 경쟁 브랜드들과 비교해서 메뉴, 가격적 측면에서 차별점이 없고 신메뉴가 자주 나오지 않는 편입니다.

또한 2030층을 타겟팅하는데에 비해 홈페이지와 SNS 업데이트가 되지 않고 있으며 대대적으로 리브랜딩하여 내세운 마스코트 베네캣을 잘 활용하지 않습니다.



카페베네 홈페이지

1. 브랜드 로고에 마스코트인 베네캣이 잘 보이지 않는다.
2. 콘텐츠 부분이 세로로 나열되어 있는데 크기가 제각각이라 정리되지 않아 보이며 콘텐츠 더 보기 버튼이 중간이 아니라 좌로 치우쳐져 있다.
3. 메인 이미지의 전환이 빠른 느낌이라 천천히 넘어가게 시간을 주거나 사용자가 넘길 수 있는 버튼을 만드는 것이 나을 것 같다.
4. 메인 이미지에 현재 팔지 않는 메뉴의 이미지 또한 그대로 남아있어 날짜를 기재하여 기간 정보 추가 혹은 이전 시즌 이미지를 삭제하는 것이 나을 것 같다.
5. 일부 콘텐츠에 + 표시가 있지만 링크가 안 걸려있다.
6. 메뉴 상세 페이지에 가격, 알레르기 유발 요인, (일부)메뉴 설명이 없다.
7. 홈페이지에 링크되어 있는 몇년간 방치되어 있는 블로그, 유튜브를 삭제하는 것이 나을 것 같다.
8. 제품 페이지를 타고 들어가야하는 E-SHOP을 홈페이지 카테고리>스토어>E-SHOP(온라인몰) 추가, 바로 넘어가도록 링크하는 것이 나을 것 같다.

출처:카페베네

경쟁사 홈페이지 분석 - 커피빈

전 세계적으로 유명한 브랜드이며 1963년 설립된 1세대 카페 브랜드이다.

2019년 291개, 2020년 279개, 2021년 258개, 2022년 238개로

매장수는 점차 감소하고 있는 추세다.

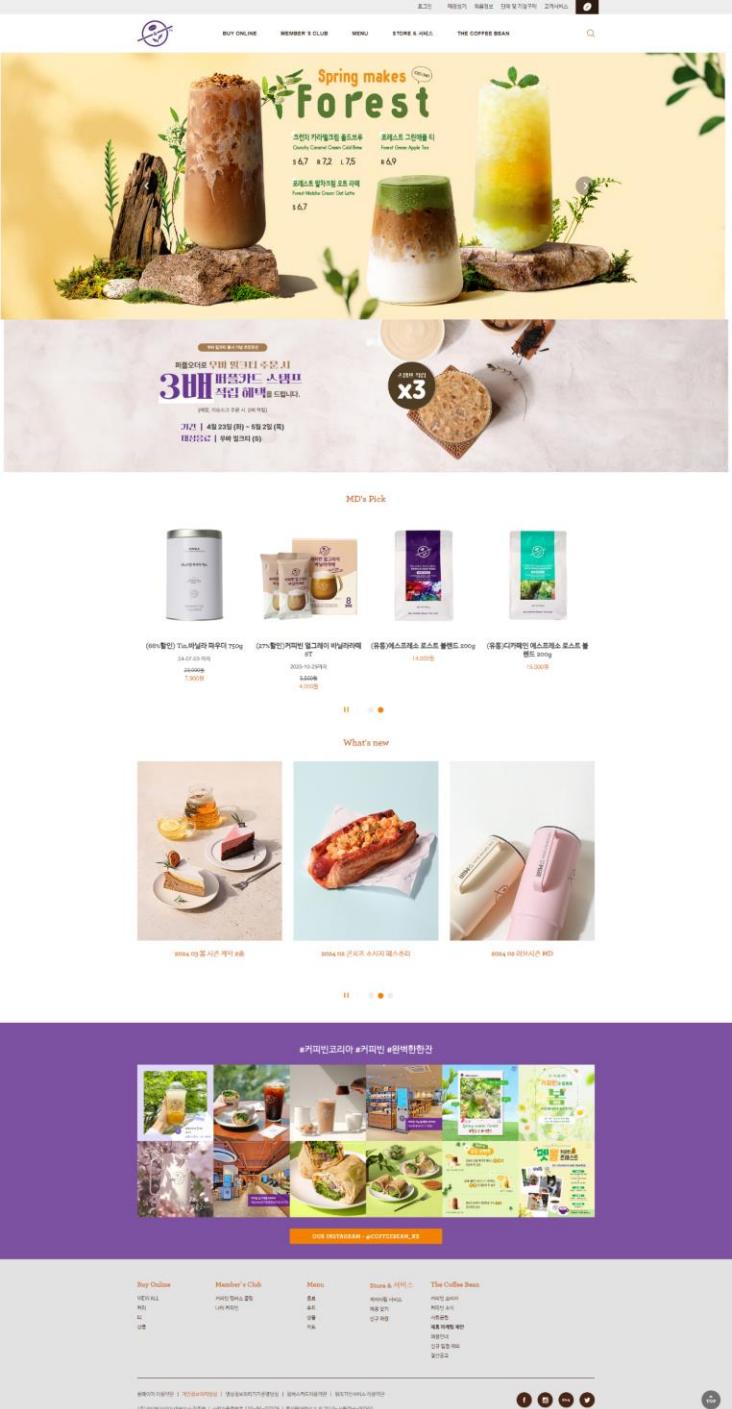
고품질의 원두를 사용하는 것으로 유명하며 100% 직영점으로 운영하기 때문에
개인이 마음대로 창업할 수 없으며 품질 관리가 잘 된다는 이점이 있다.



출처:커피빈, 전자공시시스템

The screenshot shows the top navigation bar with links for BUY ONLINE, MEMBER'S CLUB, MENU, STORE & MORE, and THE COFFEE BEAN. Below the navigation is a large banner for 'Spring makes Forest' featuring three coffee drinks: 'Spring makes Forest' (Coffee Caramel Green Cold Brew), 'Forest Green Apple Tea', and 'Forest Matcha Green Latte'. A promotional box for '3대회' (3rd Anniversary) offers a 30% discount on purchases over 20,000 won. Below the banner is a section titled 'MD's Pick' showing recommended products like 'Tin缶 커피빈 커피원두 750g', '커피빈 일그네의 바닐라라떼 87ml', '유종커피스토스 블렌드 200g', and '유종커피인 에스프레소 로스트 볼드 200g'. At the bottom is a 'What's new' section with images of a cake, a sandwich, and a can of coffee.

This screenshot shows the bottom portion of the website. It features a purple header with the text '#커피빈코리아 #커피빈 #원색한한간' and a grid of images related to coffee and food. Below this is a footer with links for 'Buy Online', 'Member's Club', 'Menu', 'Store & More', and 'The Coffee Bean'. Each category has a list of sub-links. The footer also includes a link to their Instagram account (@COFFEEBEAN_KR). At the very bottom are icons for social media platforms like Facebook, Twitter, and YouTube.



경쟁사 홈페이지 분석 - 커피빈

1. 로고 컬러인 보라색으로 홈페이지가 잘 구성되어 있다.
2. 메인 이미지의 화질이 좋고 메뉴 가격을 한눈에 볼 수 있다.
3. 컨텐츠마다 이미지 개수가 바뀌어 다양성을 준다.
4. 인스타그램 업데이트가 빠르고 지속적이며 한눈에 볼 수 있게 홈페이지와 연동되어 있다.
5. What's new 탭에 몇 년도 몇 월의 신상품인지 기재하여 정보를 얻기 쉽다.

출처:커피빈



이름 : 김건강

나이 : 32살

직업 : 해운대교육지원청 직원

MBTI : ENTP

성격 : 상상력이 뛰어나며 도전정신이 있다.

캐릭터 : 부서의 활력을 맡으며

무엇이든 먼저 나서서 하려한다.

목표

- 6월 마라톤 대회 완주
- 여름 휴가에 갈 일본여행을 위한 일본어 공부

라이프스타일

직장이 동해선 신해운대역 근처라 동해선 재송역
부근에 살고있다.

활발하고 도전정신이 있는 성격이라 친구들이나
많아 바깥 약속을 자주 나가는 편이다.

친구들과 약속이 없는 날에도 수영강변이나 광안리,
해운대 방면을 뛰곤 한다.

직장 건물 안에 위치한 카페에서 식사 후 2~3시쯤
리프레쉬하기 위해 한 잔 씩 마시는 편이다.



이름 : 김원두

나이 : 25살

직업 : 취업준비생

MBTI : ESFP

성격 : 감각적이고 분위기 메이커다.

캐릭터 : 집에 있는 것을 안 좋아한다.

글로 배우는 것 보다는

경험으로 배우는 것을 좋아한다.

목표

- 6월 마라톤 대회 완주
- 여름 휴가에 갈 일본여행을 위한 일본어 공부

라이프스타일

양산 출신이지만 부산에 있는 대학을 나와서 전포 부근에 자취 중이다.

졸업하고 취업준비 하는 친구들이 부산에 꽤 남아있는 편이라 취업준비는 열심히 하지 않고 친구들을 불러 전포 카페거리에 놀러 나가는 날이 많다.

혼자 있는 것을 좋아하지 않아 밥을 먹거나 카페를 가거나 친구들을 계속 불러내는 편이다.

2. 페르소나 시나리오

김건강

김건강은 해운대교육지원청에서 일하게 되어 직장 앞에 위치한 동해선을 타고 출근하기 위해 동해선 재송역 근처에 살게 된 지 2년이 되었다.

새로운 맛을 탐구하는 것을 좋아하여 먹기 위해 운동한다. 집 근처 수영강변이나 더 멀리는 광안리, 해운대까지 러닝을 하곤 한다.

평일 점심 먹고 2~3시 즈음 졸리기도 하고 리프레쉬하기 위하여 직장인 해운대교육지원청 건물 안에 위치한 카페베네에서 커피나 음료를 자주 사 마시는 편이다.

모든 일에 나서서 하는 성격이라 본인이 팀원들의 주문을 취합하여 카페에 사러 나갔다 오곤 한다. 수다 떠는 것을 좋아하여 주문을 취합할 때 카페 홈페이지에 접속하여 신 메뉴를 확인하고 본인도 맛보고 팀원들에게도 추천해주는 편이다.

그런데 홈페이지의 신 메뉴 업데이트가 더디고 몇 월의 신 메뉴인지 언제부터 언제까지 판매하는 것인지 한 눈에 알아보기 어렵고 콘텐츠들이 한눈에 들어오지 않아 찾아보기 곤란하다. 그나마 카페 인스타그램에는 게시글이 올라온 날짜나 정보가 홈페이지보다 많이 업데이트 되어있지만 타 브랜드에 비해서는 인스타그램 또한 업데이트가 거의 없는 편이다.

운동하는 것을 좋아하여 칼로리나 영양정보를 확인하는 편인데 인스타그램으로는 상세 내용을 알 수 없어 결국 홈페이지를 방문하지만 홈페이지의 영양정보나 메뉴 설명도 일부 메뉴에만 있고 일부 메뉴에는 없고 또한 알레르기 유발 성분에 대한 안내도 없다.

3. 사용자 니즈 도출

문제

카페 홈페이지 메인 이미지에 신 메뉴 업데이트가 인스타그램 업데이트보다 더디거나 없다.

홈페이지 메인 이미지에 신 메뉴의 판매 날짜와 기간이 나와있지 않고 지난 시즌의 메뉴들과 현재는 팔지 않는 메뉴 또한 그대로 남아있다.

메뉴 상세 페이지에 영양정보나 메뉴 설명이 일부 메뉴에만 있고 알레르기 유발 성분에 대한 안내가 없다.

니즈

인스타그램보다 홈페이지에서 신 메뉴 확인이 어렵다.

신 메뉴의 판매 날짜와 기간을 알 수 없다.

콘텐츠가 눈에 들어오지 않는다.

메뉴 상세 페이지에 영양정보나 메뉴 설명이 없는 메뉴가 있고 알레르기 유발 성분은 아예 표기되어 있지 않아서 아쉽다.

해결방안

인스타그램에는 있지만 홈페이지 메인 이미지에는 없는 신 메뉴 이미지를 추가한다.

메인 이미지에 신 메뉴의 판매 날짜와 기간을 추가하고 지난 시즌의 메뉴들은 삭제한다.

콘텐츠를 재 배열한다.

메뉴 상세 페이지에 영양정보나 메뉴 설명이 없는 메뉴에 설명을 추가하고 전 메뉴에 알레르기 유발 성분을 표기한다.



홈페이지 메인 이미지

시즌메뉴

날짜, 기간 추가

알레르기
유발 성분
안내 추가

카페 오트 라떼(ICED)

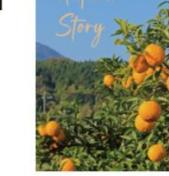


일부 메뉴에만 존재하는
영양성분, 메뉴설명
전 메뉴에 추가

사용자 니즈 개선방안

콘텐츠 사이즈 통일
및 배열 맞춰 재 배치,
콘텐츠 더보기 버튼
중앙으로 배치

Contents



조금 더 특별하고
미니멀한, 그런 카페네



내가 오전하고 싶은 카페
농네와 공간, 차세대의
특별함과 다양함은 모두 다릅니다

[언데어리 보기](#)



가볍게 책을 읽는
가볍게 만나볼 수 있는 건강한 자연의 맛
유자기 적당 밀기장

[언데어리 보기](#)

사용자 니즈 개선비교

개선 전	개선 후
홈페이지 신 메뉴 확인이 어려움	메인 이미지에 없는 신 메뉴 이미지 추가
신 메뉴의 판매 날짜와 기간 확인 불가	김건강은 해운대교육지원청에서 일하게
콘텐츠 배치가 눈에 들어오지 않음	콘텐츠 및 더보기 버튼 재 배치
지난 시즌 메뉴들과 현재 팔지 않는 메뉴로 인한 혼란 야기	메인 이미지에 지난 시즌 메뉴들과 현재 팔지 않는 메뉴들 삭제
영양정보나 메뉴 설명이 일부 메뉴에만 존재	영양정보, 메뉴 설명 없는 곳에 추가
알레르기 유발 성분에 대한 안내 부재	전 메뉴에 알레르기 유발 성분 표기

Screen Resolution 1920px

Container 1440px

STRAWBERRY VERY FRESH

NEW MENU

- 노른 씬 딸기라떼
- 베리라떼 그뤠잇카페 청주
- 광주 청록 프라노

FRANCHISE.

우리동네에 '여린' 카페베네를
오픈하고 싶으신가요?

부산광역시 (전체) 자치구
광주광역시 (전체) 자치구
제주특별자치도 (전체) 자치구

창업문재 확보하기 | 개별설립 신청

CAFFE BENE

CAFFE BENE MENU STORE MEMBERSHIP GLOBAL CONTENTS 가맹문의 KR EN

논산에서 온 싱그러운 딸기
STRAWBERRY VERY FRESH

딸기 우유 프라페노
Strawberry Milk Frappuccino

딸기 우유 크림 프라페노
Strawberry Creme Frappuccino

딸기 우유 케이크
Strawberry Milk Cake

딸기 생딸기 라떼
Nonsan Strawberry Latte

딸기 생딸기 주스
Nonsan Strawberry Juice

딸기 생딸기 케이크
Strawberry Fresh Cream Cake

NEW MENU

More >

논산 생 딸기라떼
Berry Berry 그릭요거트 병수
성주 칠자 프라페노

FRANCHISE.

우리동네에 '어떤' 카페 bene를
오픈하고 싶으신가요?

우리동네 (한인한) 카페 bene
우리동네 (책이 있는) 카페 bene
우리동네 (반려동물을 위한) 카페 bene

창업안내 바로가기
가맹상담 신청

E-SHOP

More >

비네켓 징우산
16,000원

에티오피아 디카페인
드립백&컵 세트
32,000원

비네켓 산책 텁블러 리유저블컵
8,800원

비네켓 드라이브 텁블러 민트
36,300원

E-SHOP

More >

비네켓 징우산
16,000원

에티오피아 디카페인
드립백&컵 세트
32,000원

비네켓 산책 텁블러 리유저블컵
8,800원

비네켓 드라이브 텁블러 민트
36,300원

EVENTS & NOTICE

신메뉴 논산에서 온 싱그러운 딸기

2024/01/23

신메뉴 풍성한 가을 더 든든하게

2023/10/19

신제품 출시 이벤트 : 배팅장을 이겨라

2023/07/13

성수점 ZB1 리더 성한빈 생일카페 운영

2023/06/11 ~ 2023/06/13



CAFFE BENE

오시는 길
세계문화거리별길
개인정보처리방침
이용약관
고객센터 1688-4666
총기동 경주시 북계동 충돌로1203번길 8-13, 2층 대용역사 북그레이
사업자등록번호 206-88-29163 benes@caffebene.co.kr
Copyright © Caffebene, All rights reserved

CAFFEBENE

메인페이지 리뉴얼



WEBSITE >

