

프로젝트 기획

지현정



Krispy Kreme

프론트엔드 개발자로 가는
UI/UX 반응형웹퍼블리셔

안내 목차

브랜드
소개

타겟층

경쟁사 및
업계현황

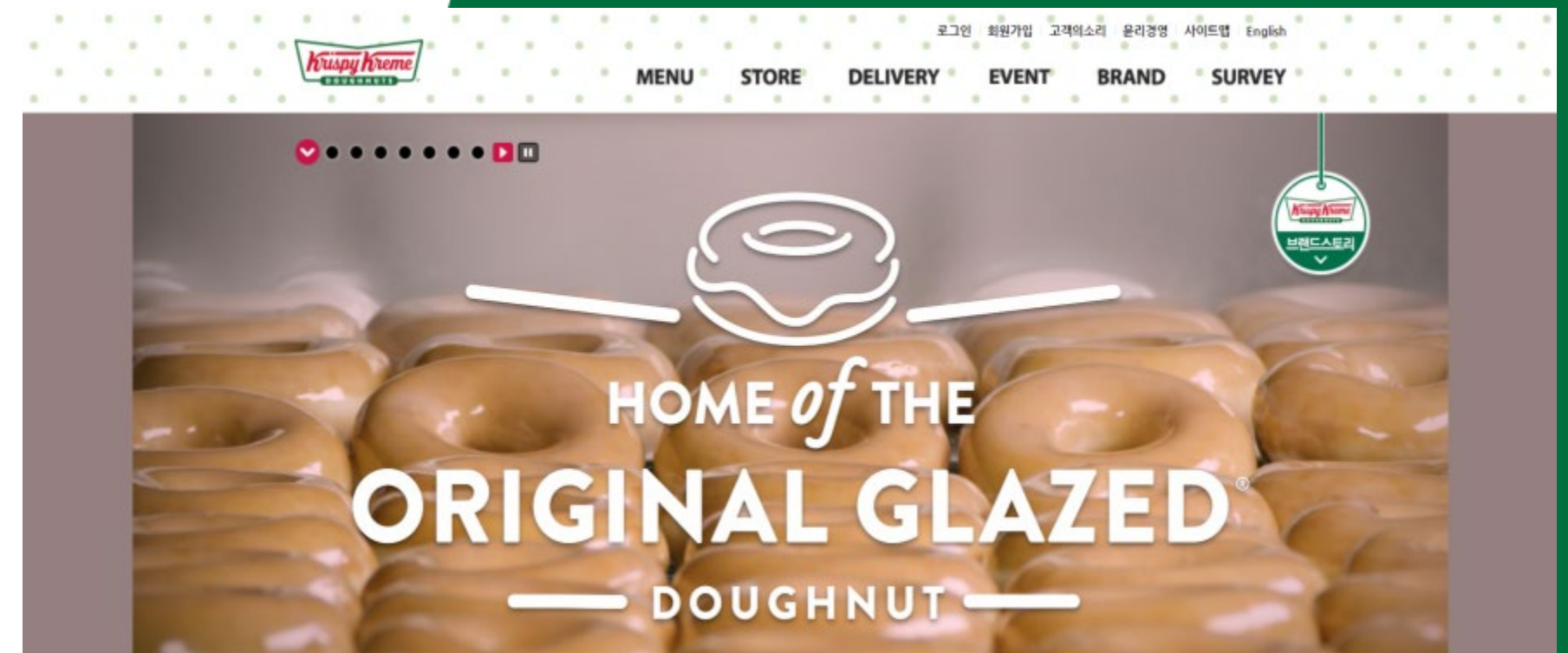
선정
이유

따뜻한 도넛 체험

Hot doughnut experience

크리스피 크림, 브랜드 소개

설립자인 버논 루돌프가 1937년 7월 13일, 크리스피 크림 도넛을 판매하며 시작하였다. 크리스피 크림은 각 매점마다 직접 도넛을 만들어 판매한다. 슬로건인 '따뜻한 도넛 체험'처럼 갓 만들어 따뜻한 도넛을 만드는 과정을 볼 수 있다.





JULY 13, 1937

We Opened Our Doors On

1937년 7월 13일, 버논 루돌프
크리스피 크림 도넛 설립.

60s & 70s

Our Stores Are Familiar
Gathering Places For Friends

점점 외부로 나아가며 크리스피
크림 매장의 독특한 녹색 타일
지붕과 전통적인 도로 사인을 포
함한 일관성 있는 디자인을 확
립.



Today's

Expansion, Innovation, Extending
The Krispy Kreme Experience

크리스피 크림은 미국, 캐나다,
호주, 영국, 멕시코, 한국, 일본,
인도네시아, 필리핀, 두바이, 쿠
웨이트, 사우디아라비아, 중국 등
의 나라로 나아감.

40s & 50s

Improving The Doughnut
Making Process Through Innovation

크리스피 크림만의 기계와 믹스
를 만들어 체계적인 시스템으로
크기를 불려나가며, 도넛을 만드
는 과정을 개선하고 자동화 하는
것에 초점을 맞춤.



80s & 90s

The Hot Doughnut Experience
Everyone Was Talking About US!



“따뜻한 도넛 체험 (Hot dough
nut experience)”을 회사의
슬로건으로 부각시키면서, 미국
전 지역으로 사업영역을 넓혀감.

브랜드 상품

도넛



커피/음료



아이스크림/프로즌



브랜딩 제품



오리지널 글레이즈드

크리스피 크림의 대표 상품



미국 전통의 글레이즈드 도넛이 크리스피 크림의 인기 상품이자, 대표 상품이다. 갓 구워낸 쫄깃한 도넛으로 홍보하며, 만드는 과정을 볼 수 있다는 것과 함께 따뜻한 느낌을 강조한다.

어린이



10~20대여성



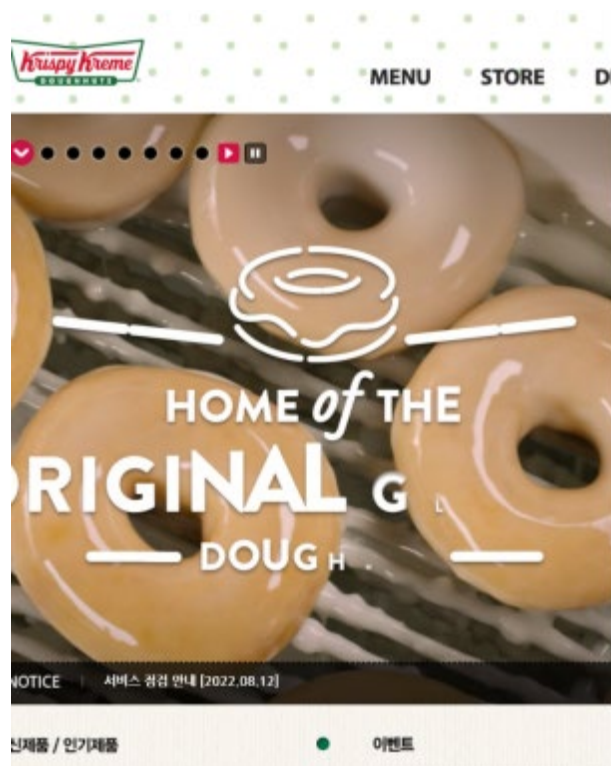
타겟층

달달한 도넛에 귀여운 캐릭터 도넛까지
어린이와 젊은 여성이 주소비층이다.

경쟁사 및 업계현황

	참여자수	소통지수	커뮤니티지수	브랜드평판지수
	1,212,102	435,913	265,611	1,913,626
	82,070	136,908	102,689	321,667
	17,213	25,705	26,833	69,752

선정 이유



..... 1. 반응형 사이트 X



2. 작고 눈에 띄지 않는 콘텐츠들, 가독성을 해치며 홍보 효과 적음.



..... 3. 한눈에 들어오는 정보가 적음.
브랜드의 특징이 잘 드러나 있지 않음.



Thank