

< 한화 아쿠아 플라넷 > PC 웹 리뉴얼 프로젝트 제안 요청서 분석 브리프

프로젝트 진행자 : 임연우 박민지

개요

< 한화 아쿠아 플라넷 > PC 웹 리뉴얼 프로젝트는 한화 호텔 리조트(주)에서 제공하는 전람시설로, 가장 글로벌한 대한민국의 풍경과 자연을 알릴 수 있는 세계적 수준의 아쿠아리움을 건설하겠다는 의지를 다지고 있다. 한화의 기술로 지어진 아쿠아플라넷은 대한민국의 자연과 바다를 우리 국민에게, 더 나아가 대한민국을 찾는 세계인에게 보여주고자 하는 한화 호텔 리조트의 소명의 현실화인 것입니다. 한화 아쿠아 플라넷의 웹 리뉴얼도 한화의 소망과 의지를 보여주도록 노력할 것이다.

배경 및 목표

PC 웹은 '12 년에 리뉴얼하여 노후화 및 영상 활용, 심플한 화면구성 등 트렌드를 반영하기 어려운 구조로 되어있음 ('17 년 말에 구축한 모바일웹과 통일성 부족)

- <질문 사항 1 : 요새 트렌드 중 어떤 트렌드를 반영하길 원하는가 >

4 개 사업장이 동일한 구조이나 사이트가 분산되어 있어, 운영환경을 통합할 수 있는 효율적인 관리시스템 필요함

아쿠아 플라넷 만의 브랜드가 느껴지는 감성적 이미지와 아이덴티티 강화, 타겟 및 목적을 고려하여 객관적 콘텐츠 전달이 필요함

범위

플랫폼		언 어
홈페이지 PC 웹 리뉴얼 (제주/여수/일산/63)	PC	국/영문

- 사이트 구조도

구분	도메인	
1) 통합게이트 (4 개업장 바로가기, 홍보)	통합	http://www.aquaplanet.co.kr
2) 서브디렉토리 - 각 사업별 홍보 (레이아웃 동일) - 이벤트, 프로그램 등은 상이함	제주 여수 일산	http://www.aquaplanet.co.kr/jeju http://www.aquaplanet.co.kr/yeosu http://www.aquaplanet.co.kr/ilsan

	63	http://www.aquaplanet.co.kr/63
--	----	---

● 타겟

구분	63	제주	여수	일산
메인	31~49 세 가족 고객 (수도권 중심)	31~49 세 가족 입도객 (관광 목적)	숙박여행객 (수도권 중심)	수도권 거주민 (반경 10km 밖)
서브	21~39 세 성인/ 연인고객	21~30 세 연인/친구 입도객	당일(또는 단기숙박) 여행객 (전라권 중심)	고양생활권 거주민 (반경 10km 이내)

● 키워드

목표타겟 키워드	주부, 힐링, 인어, 여유, 고급	대양, 해녀, 심해, 대규모, 제주 필수코스	벨루가, 여수 필수코스, 랜드마크	체험, 교육, 어린이, 창의력, 연간이용
-------------	-----------------------	-----------------------------	-----------------------	---------------------------

사이트 통합 추진 방향

기존의 메인게이트와 서브 디렉토리의 홈페이지 방향성은 그대로 가되, 메인 게이트에 유의미한 정보를 더 담는다. 서브 디렉토리의 페이지들은 웹 ui 와 콘텐츠의 통일성을 가진다.

- <벤치마킹> <http://www.suites.co.kr/> 스위트호텔
- <검색어 제안> 아쿠아 플라넷이라는 브랜드를 검색하면 아쿠아 플라넷 통합 게이트 검색, 검색어 겹치지않기.

디자인 제안

- 최근 웹 동향 및 경쟁사 분석 후 트렌드 반영 (ex. full 영상 등)
- main visual 노출 영역을 확대하여 광고 및 promotion 효과 극대화
- Hanwha Design Guideline 준수 (한화 CI 폰트 및 서체 적용 포함)
- 불필요한 콘텐츠 삭제 및 심플한 레이아웃 구성
- 아이콘/인터랙션/그래픽 표현을 이용한 콘텐츠 강조
- 업장 별 디폴트 key visual 이미지 2 벌씩 제작
- 디자인이 위주인 페이지의 경우 가이드 제공 (이벤트/소배너/상세페이지)

- 전체적인 메인 화면 UI 구성 요소를 미니멀 하되, 디자인은 색채가 강하고 폰트는 강렬한 느낌을 주어 이전보다 트렌드를 나타 낼 수 있도록 한다. 반응형 웹 디자인이나 동적인 애니메이션의 UI 요소를 넣어 분위기에 활력을 띄우고, 나타나는 모션 요소를 모바일 화면에서도 똑같이 구현될 수 있게 한다.
- 참고사이트> <https://www.cj.net/> (CJ 그룹 홈페이지) , <http://www.10x10.co.kr/> (텐바이텐 홈페이지)
- • 63 빌딩 : 수도권 중심 가족 고객들의 주요 나들이 코스, 관광지 코스로 유명한 곳의 톤앤매너를 벤치마킹 한다.
- 참고사이트> <https://grandpark.seoul.go.kr/> (서울대공원 홈페이지) , <http://seoulsky.lotteworld.com/> (서울스카이 홈페이지)
-

- • 제주 : 제주도로 관광오게 된 가족들과 연령 상관 없이 무난하게 체험, 관람 할 수 있는 이미지를 부각시킨다.
- 참고사이트> <https://www.discover-jeju.com/> (디스커버제주 홈페이지)
-
- • 여수 : 여행 중 하나의 힐링 코스로 관람 할 수 있는 이미지를 부각시킨다.
- 참고사이트> <http://www.yeosucablecar.com/> (여수해상케이블카돌산탑승장 홈페이지)
-
- • 일산 : 지역 주민들의 나들이 코스로 계획 없이도 언제든지 즐길 수 있는 이미지를 부각시킨다.
- 참고사이트> <http://www.triplestreet.co.kr> (트리플스트리트 홈페이지)
- 직관적이고 간소화 된 디자인의 UI 가 나열 되지만, 콘텐츠의 구분은 명확하게 보여지고 페이지마다 상세설명이 주어지게끔 한다.
- 사용자의 마우스 포인트를 따라가는 모션을 주어 인터랙션을 강조

사이트 제안

- 카테고리 개편으로 원하는 콘텐츠를 쉽게 찾도록 설계
- 가장 많이 찾는 메뉴/컨텐츠 노출로 페이지 접근/사용자 이동 동선 최소화
- 기존 홈페이지에 분산되어 있는 자료들의 재구성 및 수정/보완 (활용방안)
ex) 제휴 페이지 / 연간이용권 페이지
- 유입율이 높은 주요 페이지를 메인 內 노출하여 접근성 개선
- 당사 홈페이지 노출 강화
- 영상 삽입을 통한 평균 체류시간 증대 (YouTube 스트리밍 서비스 활용)
- 아쿠아플라넷이 직관적으로 보여지는 감성적인 현장 사진과 관련 일러스트 이미지들을 메인 화면 내에 큰 사이즈로 나열하여 홈페이지의 정체성을 강화하고, 해당 이미지 클릭 시 관련 콘텐츠 안내 페이지로 이동할 수 있게끔 구현한다.
-
- 참고사이트> <http://www.paris.co.kr/> (파리바게트 홈페이지) , <https://www.lgtwins.com/> (LG 트윈스 홈페이지)
- • 63 빌딩 : 성인/연인 고객들의 데이트 코스로 적합한 이미지를 부각시킨다.
- • 제주 : 연인 혹은 친구 단위로 관광 오게 된 사람들에게 흥미로운 관광 필수 코스로 적합한 이미지를 부각시킨다.
- • 여수 : 짧은 여행 기간 동안 무난 하게 즐길 수 있는 이미지를 부각시킨다.
- • 일산 : 지역 주민들의 나들이 코스로 계획 없이도 언제든지 즐길 수 있는 이미지를 부각시킨다.
- 360 도 유튜브 특수 영상을 삽입하여 방문객의 호기심을 통해 체류시간 증대
- 검색바 메인 노출

콘텐츠 기능 제안

- 메인롤링배너 스와이프 시 이벤트 변경
- 레이아웃 여러 버전으로 제공

- 신규 콘텐츠의 발굴 및 공유
- 프로그램 시간표, 이벤트 pg 內 스케줄 시각화 (관리자 연동)
- 메인에 로그인 버튼, 온라인 구매버튼 삽입
- 프로그램 이미지 상단에 배지 아이콘 기능 삽입 Ex) 생애설명회 / 체험 등
- 댓글에 댓글 제작 (관리자도 댓글 달 수 있도록)
- 출석체크 이벤트 개발 (** 당사 시스템 연동 필요)

- 각 사업장의 키워드를 부각시킨 SNS 홍보, 이벤트, 영상물 제작으로 키워드 속 타겟층의 관심을 유도 할 수 있도록 한다.
- 신규 사용자들을 유입하게끔 하고, 기존 사용자들을 더 흥미롭게 할 수 있는 홈페이지 내 특수 콘텐츠를 개발한다.
- ex) 출석체크 이벤트, 복권 이벤트, 온라인 예약 시 할인 or 선물 증정 이벤트 등

사이버 수족관 제안

- 당사를 미리 체험해볼 수 있는 콘텐츠 삽입
- ※ VR, 영상 등 업체 제안

- 기존의 정체성이 부각될 수 있는 슬로건, 일러스트 캐릭터 등을 디자인하여 홈페이지 내에 보여지도록 한다.
- 일본의 펭귄 AR 길찾기 서비스 벤치마킹

가입 및 쿠폰 제안

- 1) 간편가입 적용 (** 당사 시스템 연동 필요)
 - facebook, kakao, Naver
 - 별도의 회원 DB 테이블로 적용하되 추가 정보 기입으로 연동
 - 추가가입 시 혜택 제공 문구 삽입
- 2) 마케팅수신/정보 이용동의 : 現 1 년 → 3 년, 5 년으로 선택 확장
 - ※ 기존 DB 테이블 수정 / SSO 필요여부 검토
- 3) 간편로그인 적용 (** 당사 시스템 연동 필요)
- 4) 휴면회원 접근시 휴면안내 및 인증시 기존 휴면회원에서 Active 회원으로 자동 전환
- 5) 직판물 DB 연동 (** 당사 시스템 연동 필요)
 - 기존 홈페이지 가입자 + 신규 구매자 + 연간이용 구매자

- 입장권의 빠른 예약, 티켓 구매 등의 배너가 메인 페이지 상단에 크게 배치되어 있어 클릭 시 로그인 화면으로 넘어 가서 회원가입을 유도 하고, 곧바로 입장권 구매로 이어 질 수 있게끔 구현한다.
-

- 참고사이트> <https://www.gjw.co.kr/> (경주월드 홈페이지) ,
<http://www.everland.com/> (에버랜드 홈페이지)

질문	답변
불필요한 콘텐츠 목록과 범위 제시해달라	
가장 많이 찾는 메뉴/컨텐츠 통계 자료 제시해달라	
불필요한 자료 삭제가 가능한가	
key visual 이미지가 자사의 마스코트 캐릭터가 포함되는 것인가	
경쟁사는 같은 업종 한정인가	
아쿠아플라넷의 브랜드 이미지와 아이덴티티가 무엇인가	
요새 트렌드 중 어떤 트렌드를 반영하길 원하는가	

한화 아쿠아 플래닛 채널 활성화 및 제안

현재 한화 아쿠아 플래닛의 채널은 페이스북뿐이며 원래 있던 블로그마저 한화 리조트 블로그로 통폐합 되었습니다. 이용자들이 한화 아쿠아플래닛을 태그하여 사진을 올릴 수 있도록 걸맞는 인스타그램 및 트위터 채널의 개발을 제안합니다.

결론

한화 아쿠아 플래닛 웹 사이트 리뉴얼은 매력적인 프로젝트이며 아이디어를 많이 낼 수 있어서 기쁩니다. 한화 아쿠아 플래닛의 주 목적은 브랜드의 아이덴티티를 부각하며 사용자의 접근성을 향상시키는 것에 있습니다. 저희는 한화 아쿠아 플래닛을 위한 특수 콘텐츠를 개발하며 사이트의 접근성을 개선하며 한화의 브랜드 이미지를 이용자들에게 알릴 것 입니다.