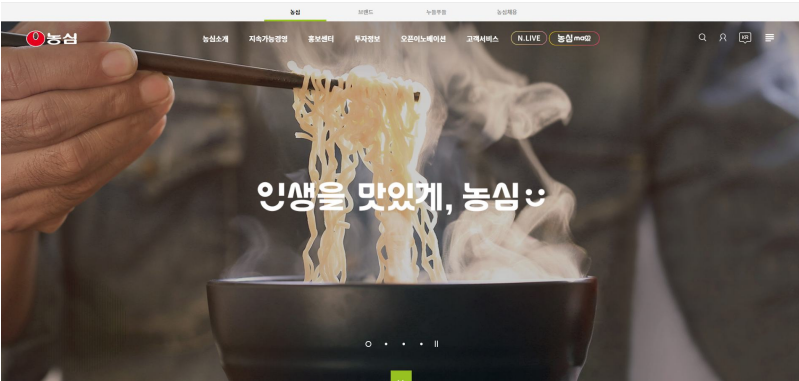


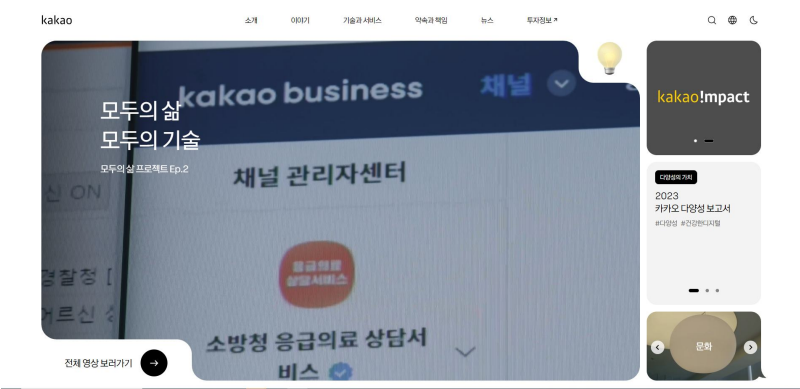
presentation

마유미



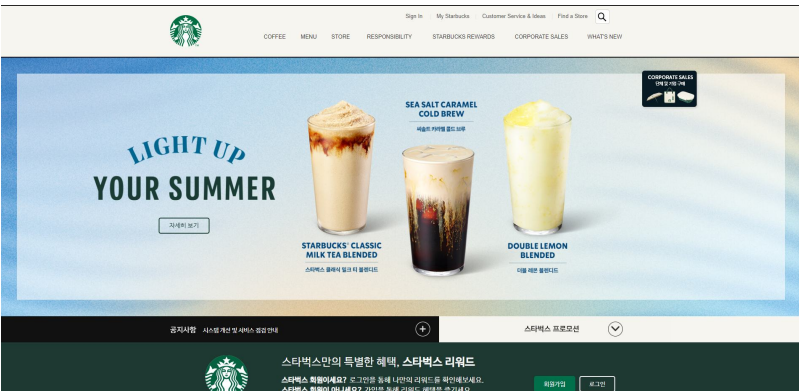
농심은 다양한 제품 라인업에 대한 정보를 제공한다. 농심의 웹사이트는 주로 밝고 생동감 있는 색상과 이미지를 활용하여, 사용자의 시선을 끌고 제품에 대한 관심을 유발한다. 직관적이고 사용하기 쉬운 인터페이스를 제공하여 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 하였다.

<https://www.nongshim.com/>



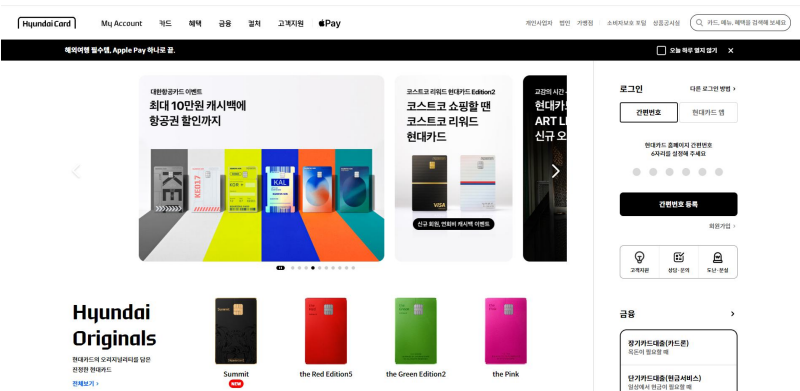
카카오의 웹사이트는 주로 카카오의 브랜드 컬러를 활용하여 카카오의 이미지를 잘 나타내었고, 간결하고 직관적인 레이아웃으로 사용자가 쉽게 정보를 찾을 수 있도록 한다. 그리고 이미지와 비주얼 요소를 사용하여 카카오의 다양한 서비스와 제품을 시각적으로 표현하였다.

<https://www.kakaocorp.com/>



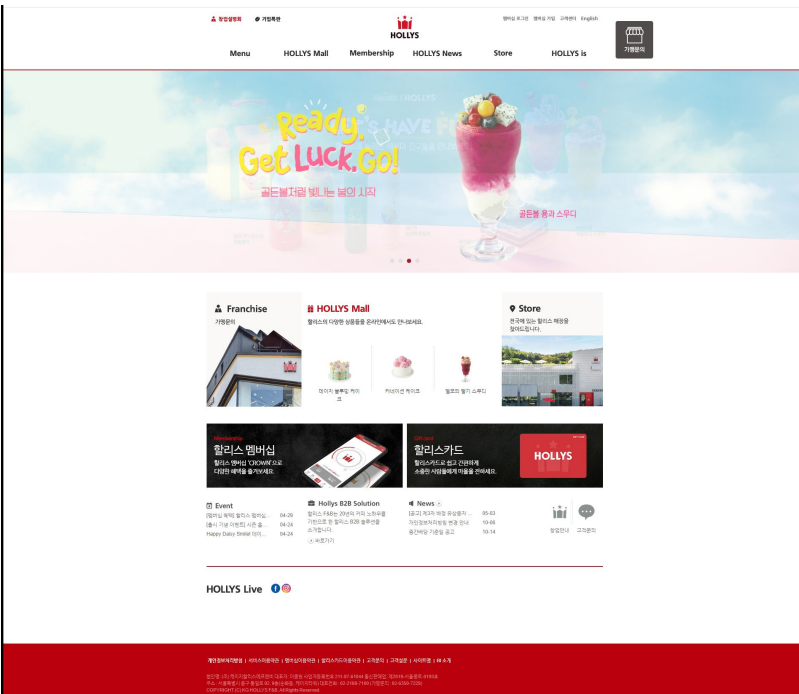
스타벅스의 웹사이트는 스타벅스의 특색있는 그린과 화이트를 기반으로 한 컬러와 간결하고 직관적인 레이아웃이 특징이다. 또한, 이미지와 텍스트 조화로 제품과 이벤트를 돋보이게 표현하였다.

<https://www.starbucks.co.kr/>



현대카드의 웹사이트는 주로 블랙과 화이트 색상으로 이루어져 있어 모던한 느낌을 준다. 네비게이션 구조가 웹사이트를 쉽게 탐색할 수 있도록 되어있다. 카드들의 정보를 카드의 이미지로 나열하여 쉽게 찾을 수 있다.

<https://www.hyundaicard.com/>



할리스커피의 웹사이트는 할리스 커피의 브랜드 컬러와 로고를 활용하여 브랜드의 정체성을 유지하고, 사용자가 편하게 느낄 수 있는 색감과 폰트를 사용하였다. 웹사이트가 한눈에 볼 수 있고, 이벤트나 메뉴들을 중심에 배치하여 사용자가 원하는 정보를 빠르게 찾을 수 있도록 하였다.

<https://www.hollys.co.kr/>



오뚜기의 웹사이트는 이미지와 영상 비주얼적인 요소들을 활용하여 제품과 레시피를 눈에 띄게 하였다.

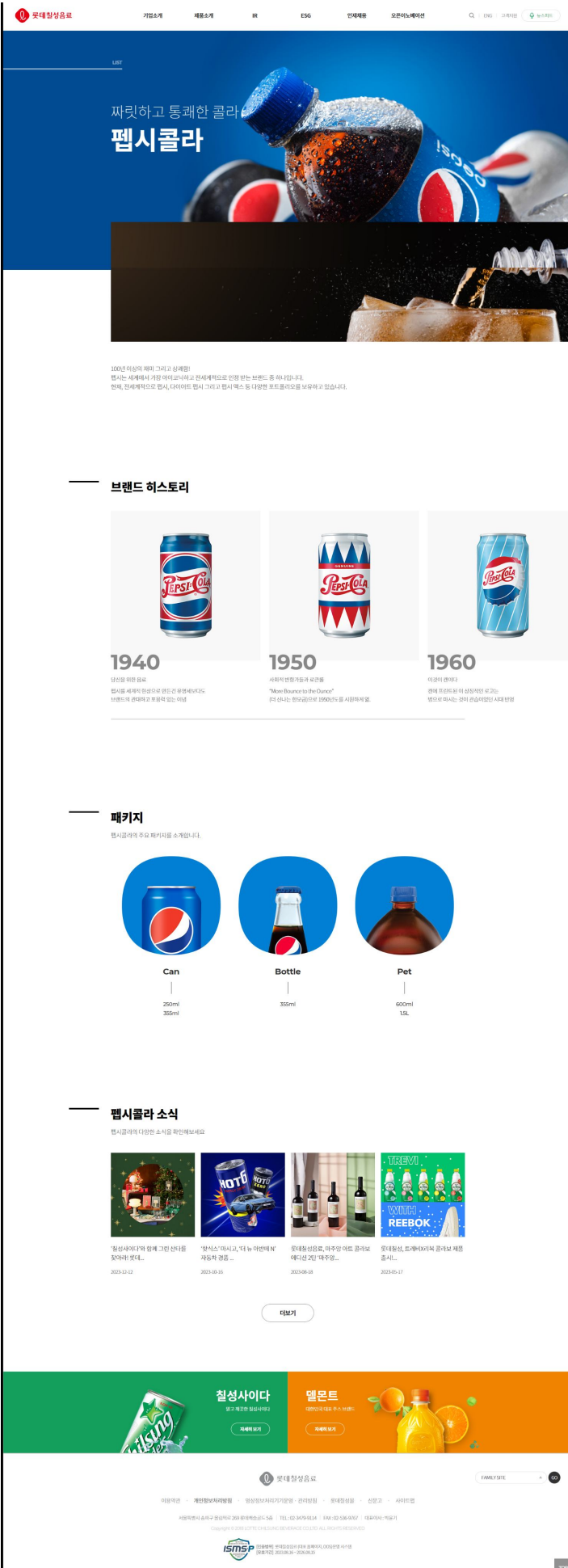
<https://www.ottogi.co.kr/>



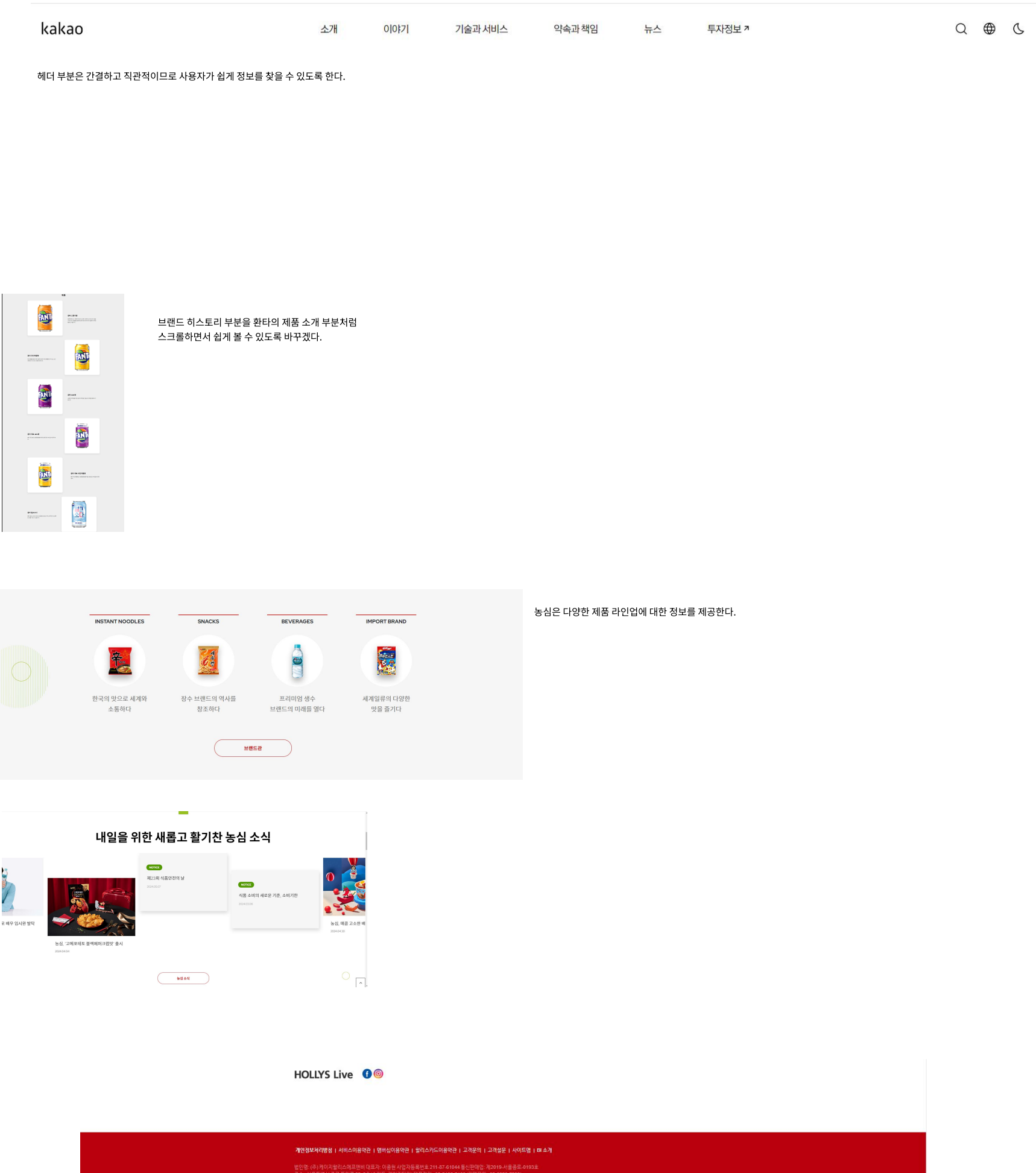
환타의 웹사이트에서 스크롤 하면서 제품을 쉽게 볼 수 있도록 하였다.

<https://www.coca-cola.com/kr/ko/brands/fanta>

벤치마킹



https://company.lottechilsung.co.kr/



농심은 다양한 제품 라인업에 대한 정보를 제공한다.