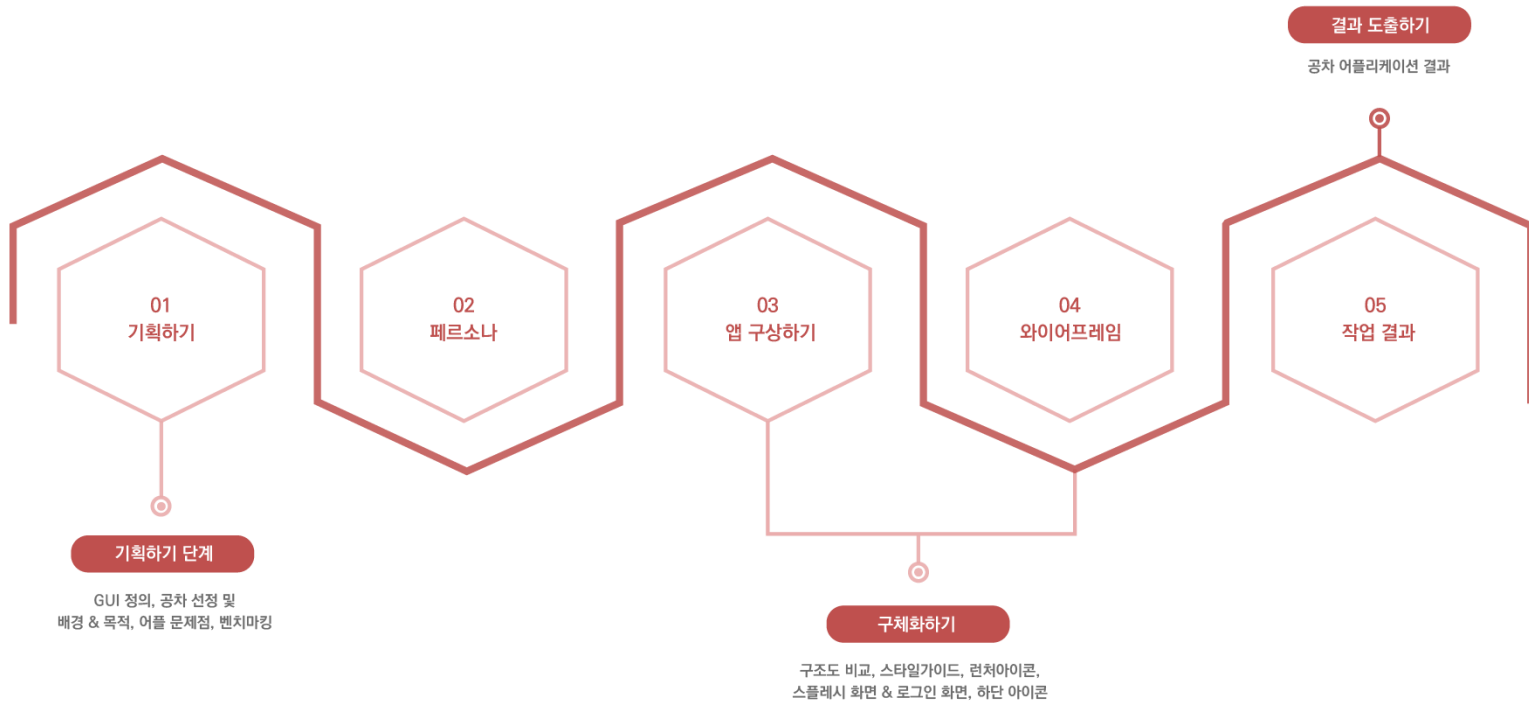


Gong Cha

UI Mobile Application Plan



01

기획하기

GUI란?

graphical user interface

그래픽 사용자 인터페이스는 사용자가 편리하게 사용할 수 있도록
입출력 등의 기능을 알기 쉬운 아이콘 따위의 그래픽으로 나타낸 것

예시를 들자면 -

카카오톡 런치아이콘, 핀터레스트 런치아이콘 등등의 아이콘을 그래픽으로 나타낸 것

선정한 어플리케이션 브랜드

바칠 공(貢), 차 차(茶)로 중국 황실에서만 맛 볼 수 있는 프리미엄 퀄리티의 차를 바친다는 의미



고른다

티백이나 가루를 멀리하고
황실에 바치던 잎차를 고집합니다.

우린다

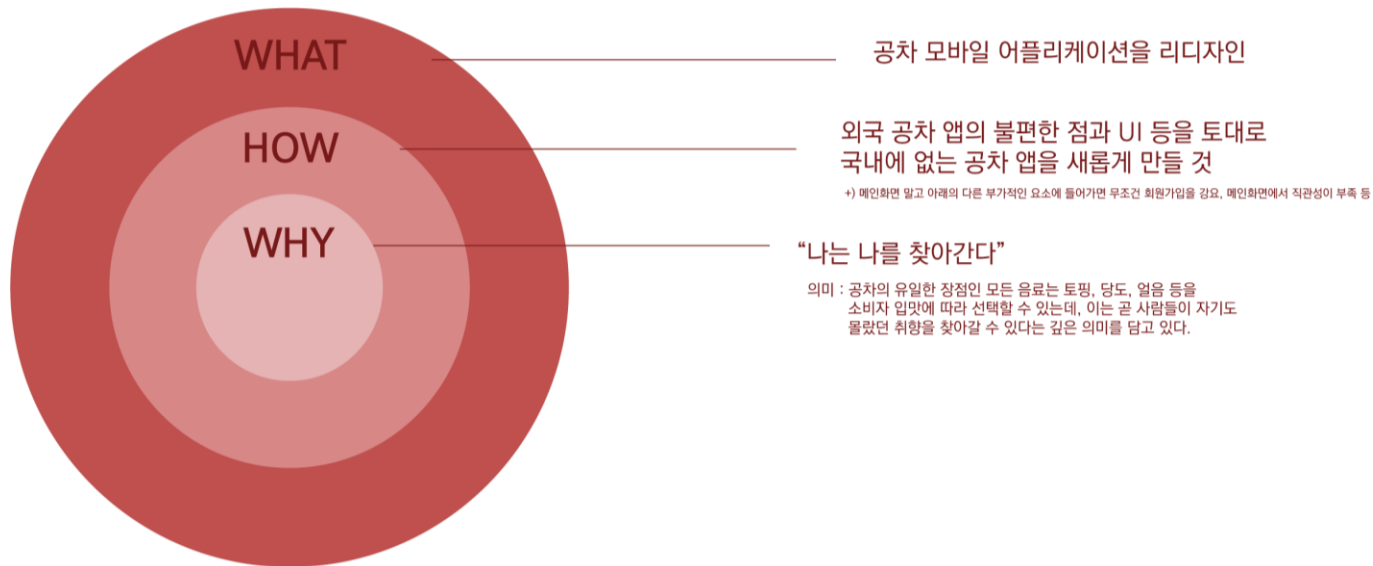
1도 1초도 어기지 않고
차마다 다른 황금률로 우립니다.

더한다

고정관념에 갇히지 않고
끝없이 새로운 맛을 창조합니다.

선택 배경 및 목적

WHAT = 결과, HOW = 일의 과정, WHY = 목적(한줄로 함축적인 의미를 담아 사람들에게 감동을 주는 문구)



선택 배경 및 목적을 정리하면,

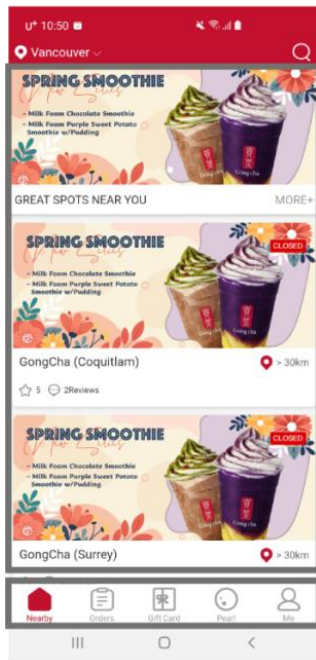
“

원래는 국내 공차 앱이 있었지만, 관리를 하지 않는 관계로 국내의 공차앱은 사라지고
외국 공차 앱만 남게 되었다. 그러하여 해외공차 앱을 통해 사용자가 불편한 점과 UI를 개선하여
국내의 앱으로 새롭게 재탄생하여 리디자인 하는 것이 목적

”

국외 공차 어플리케이션 문제점

국외 공차 어플리케이션을 사용자 입장에서 문제점을 따져보자.



상단화면

기본적인 검색창만 있고, 직관적으로 앱의 장점인 옆으로 스와이프를 할 수 없는 구조

메인화면

어플리케이션을 보면 메인화면이 전혀 공차의 특유의 느낌이 나지 않으며, 똑같은 배너만 복붙에서 쪽 나열만 함. 사용자가 보기에 UI도 제대로 설정 X 위화감이 드는 레이아웃 (한 카페의 어플이 아닌 흔한 보기 싫은 광고같다.)

메뉴바

메뉴바의 홈 빼고 나머지 공차의 음료나, 기프트카드 등 해당 태그를 들어가면 회원가입을 무조건 하지 않는 이상 아무것도 볼 수 X
아이콘도 너무 허술하고 직관적이지 않아서 이해하기까지 오래걸림

국외 공차 어플리케이션 문제점

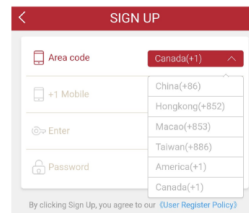
국외 공차 어플리케이션을 사용자 입장에서 문제점을 따져보자.



메인화면(홈) 이외의 모든 태그를 들어가면,

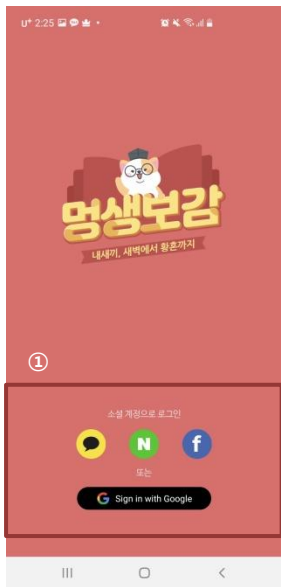
공차의 음료나 기프트카드 정보를 로그인 하거나 회원가입을 하지 않는 이상 정보를 전혀 얻을 방법이 X. 만약 회원가입을 한다고 해도 한국인은 전혀 해당되지 않는 회원가입이라 할 수 없어서 국내 사람들이 쓸 수가 없다.

국내 사람들은 회원가입이 불가능한 구조

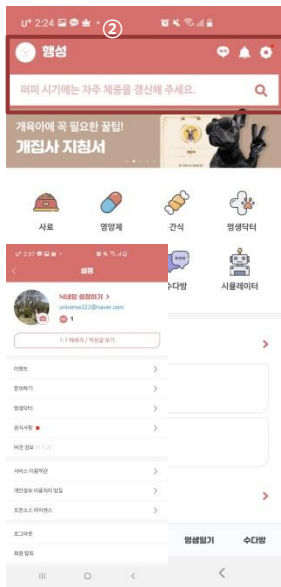


벤치마킹

1) 명생보감



Splash Screen



메인화면



카테고리

Splash Screen

- ① 앱 들어가기 전, 로그인 방식을 어렵지 않게 쉽게 제공함 - 이를 보완해서 넘어가기도 추가

메인화면

- ② 알람, 설정(로그인 정보와 닉네임, 각종 요소) 부분이 지저분하지 않고 깔끔하게 구성

카테고리

- ③ 하나의 카테고리 안에서 또 나누어 옆으로 스와이프 할 수 있어서 편하고 접근성이 편하다.
- ④ 필터를 통해 내가 보고자 하는 부분을 골라서 그 해당 태그만 볼 수 있는 편리성을 제공한다.

배색

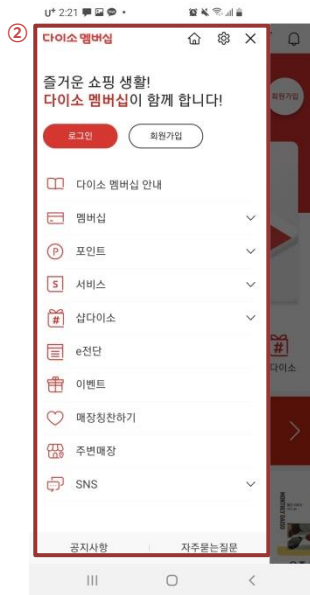


벤치마킹

2) 다이소



메인화면



사이드메뉴바

메인화면

- ① 메인화면 상단에 더보기란이 존재하여 한눈에 볼 수 있다.

사이드메뉴바

- ② 각종 공지사항과 자주 묻는 질문, 멤버십 안내, 이벤트 태그가 있어 한 눈에 알아보기 쉽고 편하다.

배색



벤치마킹

3) CU

①



바코드와 결제수단



②

메뉴바

바코드와 결제수단

① 바코드로 할인과 적립 결제를 동시에 할 수 있어서 메인화면에 배치하면 좋을 것 같다는 생각을 했다.

메뉴바

② 메뉴바 아이콘들이 뭉치 나타내는 것인지 한 번에 알 수 있어서 사용자가 한 눈에 알아보기 쉽고, 가운데 포인트 색을 줘서 중요성을 강조하는 것도 너무 좋은 것 같아서 이것을 도입해야겠다는 생각을 했다.

배색



02

페르소나

코로나 발생

2020년 1월 23일날 중국 우한에서 처음으로 발생 -> 사람들은 집에서 보내는 시간이 증가

코로나 때문에 나가지도 못하고..
골치 아파



코로나로 인해,

“이제는 언택트 시대가 열린다”

접촉하다의 Contact



부정적 의미의 접두사
Un-의 합성어

ex) 화상 회의, 배달 음식, 온라인 강의

소비자 현황

지금은 현재 배달의 시대!



음식서비스
거래액



가정간편식
시장 규모



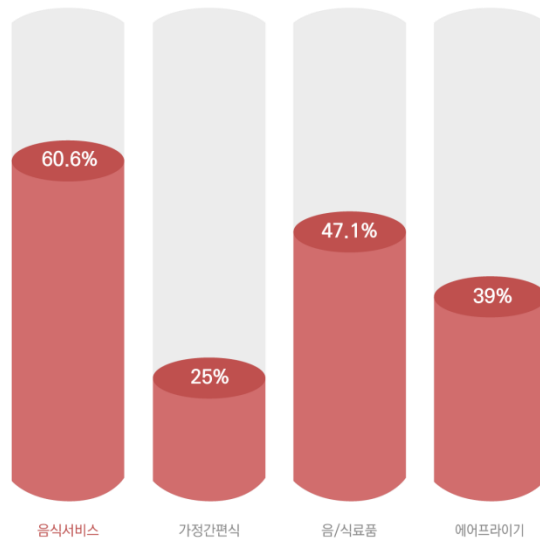
음/식료품
거래액



에어프라이어기
판매량

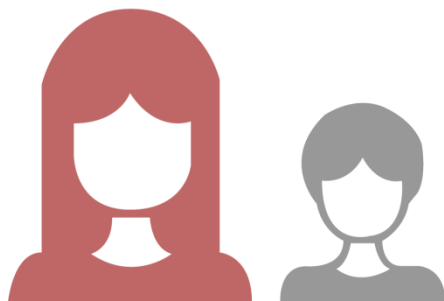
음/식료품 거래액 : 조리되지 않은 음/식료품 거래액

음식서비스 거래액 : 온라인으로 음식을 판매하는 서비스 거래액



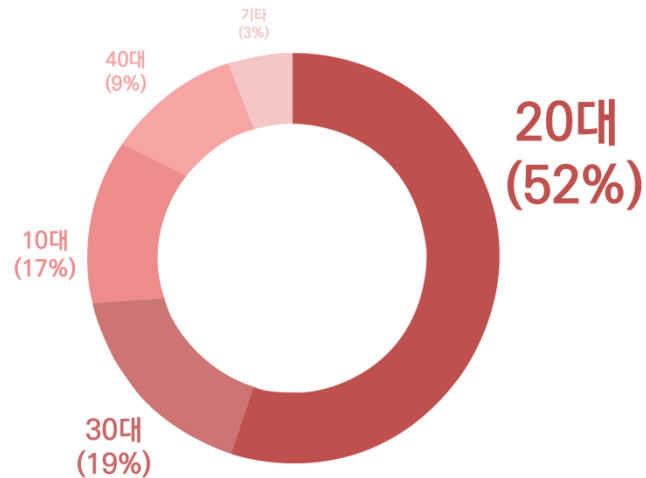
공차의 주 고객층

공차의 주 고객층과 연령층 조사



여성 83%

남성 17%



그 외의 공차의 고객

유당불내증 고객 >

유당불내증이란? 우유에 들어있는 유당을 소화하지 못하는 대사 질환

[일상다반사] 유당불내증 이겨내신분 계신가요?



지음초보 11

저는 우유 너무 좋아하는데...

마시면 배가 너무 아파요ㅠㅠ

마시고 다음날은 가스차고 설사하고...

마시고 싶은데...유당불내증 치료 할까요?

치료해서 라떼도 원없이 걱정없이 마시고싶어요~

한국인 4명중 3명이 겪는 '유당불내증'

- 우유 대신 두유 마셔 우유 변경 옵션 가능한 카페나 차가 필요해



페르소나



임은아 (22)

“유당불내증이지만 라떼를 마시고 싶어요.”



박채빈 (31)

“시간이 없을 때 빠르게 주문할 수 있었으면 좋겠어요.”



임은아 (22)

성별 : 여성
직업 : 대학생
거주지 : 제주 제주시
성격 : 소심하고 배려심이 깊으며,
상대방의 눈치를 잘 살핀다.

“유당불내증이지만 라떼를 마시고 싶어요.”

대학생 차은아씨는 매우 어렸을 때부터 몸이 약하게 태어나 유당불내증을 겪었었다. 우유를 좋아하지만 우유를 마시면 소화가 안되어서 구역질하고 설사가 나오는 등의 증상들 때문에 좋아하는 우유를 마실 수 없어 늘 속상해한다. 그래서 우유 대신 두유를 선호하며 차를 파는 카페에서 두유를 제공해줬으면 하는 바람이 있다.

불만사항

- 사용자가 앱을 보고 이동경로나 앱이 무엇을 전할러는지 모르겠다.
- 우유 대신에 두유를 설정하는 태그가 잘 보이지 않는다.

Needs

- 주문 전 우유, 두유, 펄, 당도, 얼음 등의 조절이 잘 보이게 해줬으면 좋겠다.
- 앱을 켜올 때 공차의 메뉴들을 로그인 안해도 볼 수 있도록 해줬으면 좋겠다.

목표

- 유당불내증인 만큼 우유와 두유 중 선택하는게 목표
- 주문 전 각 종 당도, 얼음, 등의 조절을 가능



박채빈 (31)

성별 : 여성
직업 : 디자인계열 회사원
거주지 : 서울특별시 강남구
성격 : 매사에 긍정적이며, 성격은 조금
급하지만 일을 똑부러지게 잘하
는 성격

“시간 없을 때 빠르게 주문할 수 있었으면 좋겠어요.”

디자인계열 회사원인 박채빈씨는 유명한 디자이너로 클라이언트들에게서 매일 쏟아지는 업무들 때문에 항상 바쁘다. 그렇게 바쁜만큼 밤을 지새우는 날이 많기에 그녀에게는 늘 커피나 차 종류의 음료를 꼭 마신다. 박채빈씨는 늘 시간이 없는 바쁜 사람이기에 커피나 차 종류를 시킬 때 늘 빠르게 주문하고, 결제하는 것이 중요하다고 생각하여 그런 앱을 중요시한다.

불만사항

- 빨리 주문하고 싶은데 음료를 보려면 회원가입이나 로그인을 꼭 해야 하는 것이 불편함
- 앱을 키자마자 결제할 카드 등록이나 바코드가 없어서 너무 불편하고 국내앱이 없어서 화남

Needs

- 음료 메뉴를 로그인 없이 보고 싶으며, 앱의 메인화면에 결제할 카드 등록이나 바코드를 바로 제시해줬으면 좋겠고, 국내앱이 생겼으면 좋겠다.

목표

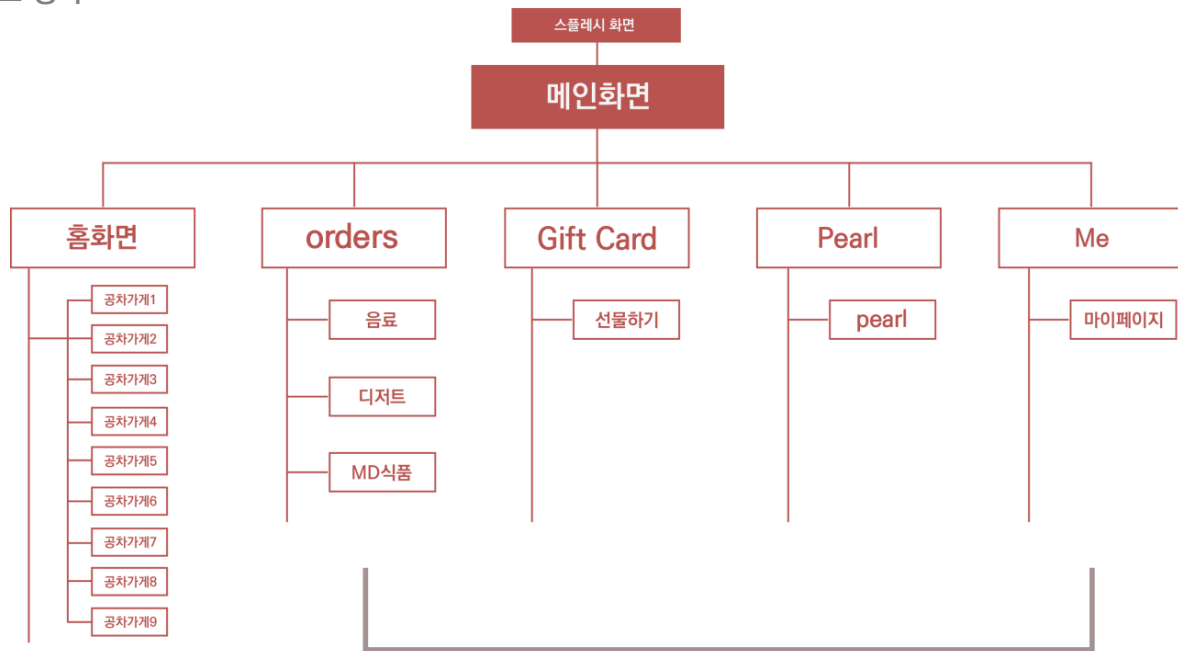
- 빠른 메뉴선택과 빠른 결제를 하는 것이 목표

03

앱 구상하기

3. 구상하기

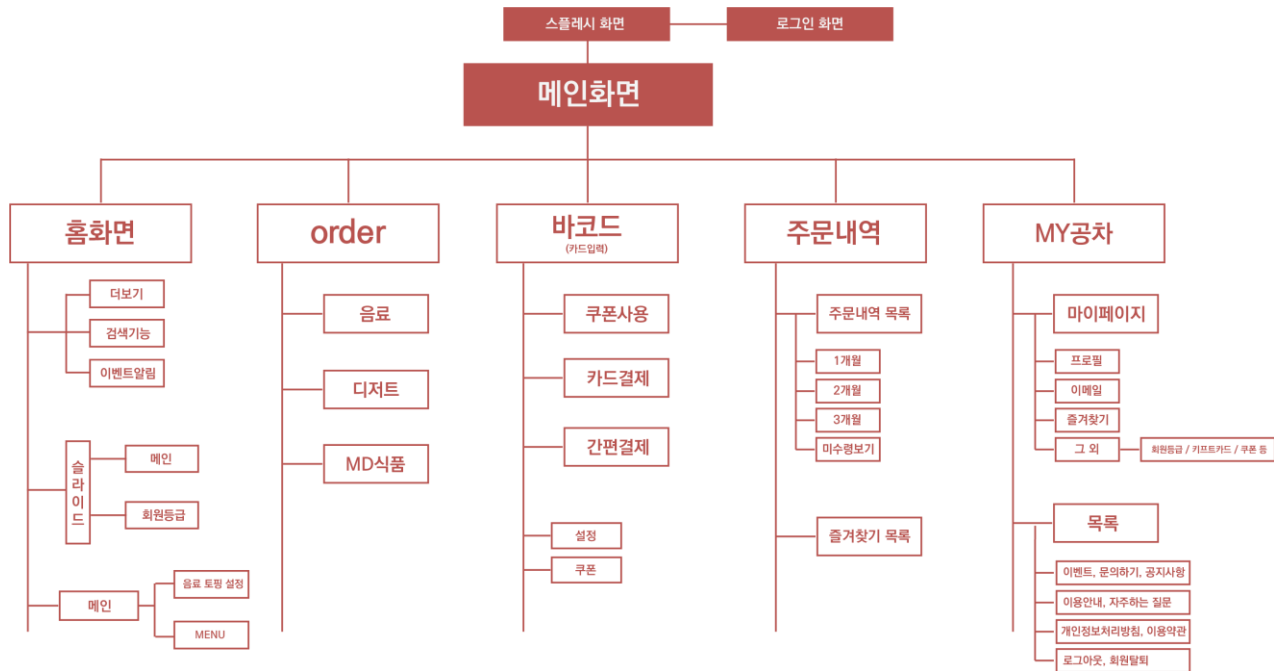
1) 본래 앱 구조도 정리



각 태그들은 로그인해야 들어갈 수 있는데
한국인은 회원가입을 할 수 없는 구조라 알 길이 없다.

3. 구상하기

2) 나의 어플 구조도



3. 구상하기

3) 구조도 비교

본래 어플 >



나의 어플 >



3. 구상하기

4) 스타일가이드

공차 앱 스타일가이드 >

안드로이드 크기: 360*740

주요 폰트 사용 : KoPubWorld돋움체

메인화면 위치 : 상단 - 공차 로고, 검색바&알림

하단 - 하단아이콘 5개 (홈, 오더, 바코드, 주문내역, MY공차)

꼭 필요한 스타일 가이드 : 메인화면에 공차만의 당도나 토핑 등을 고를 수 있는
것이 있어야 함

앱 주조색



#b82c2e



#adadad

3. 구상하기

5) 런처아이콘, 스플레시 & 로그인 화면

런처아이콘



Gong Cha

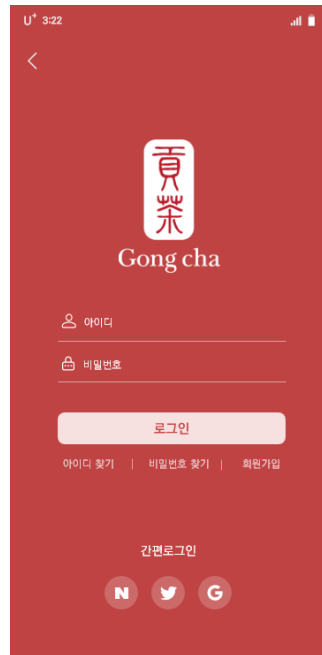
가로형 로고

Gong cha 

스플레시 화면



로그인 화면



3. 구상하기

6) 런처아이콘 설명

런처아이콘



Gong Cha

‘공차’에서 대표적으로 떠오르는 이미지인 찻잎의 동그라미를 이용하고, ‘공차’에서 프리미엄 잎 차를 골라 우린다는 점에서 찻잎과 프리미엄 잎을 합쳐서 공차의 런처아이콘을 생성

공차 로고

Gong cha Logo



Gong cha

공차의 브랜드 이름은

바칠 공(貢), 차 차(茶)로

중국 황실에서만 맛 볼 수 있었던
프리미엄 찻잎의 차를 바친다는 의미를 지니고 있습니다.
브라운은 찻잎, 레드 Tea의 레드 색상을 의미합니다.

브랜드 슬로건

Brand Slogan

공들여
맛있는 차
공차

프리미엄 잎 차를 고르고
공차만의 까다로운 노하우로 우리고
다양하고 새로운 맛을 더해
한 잔의 완벽한 공차를 바친다는 의미를 함축하고 있습니다.

3. 구상하기

7) 하단 아이콘 5개

하단 아이콘 5개 >



홈화면



Order



바코드



주문내역



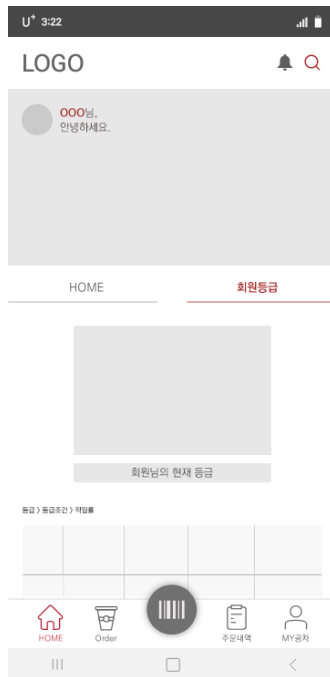
MY공차

04

와이어프레임

메인화면 와이어프레임

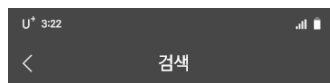
메인화면 와이어프레임 구성



1. 메인화면 - 홈
2. 메인화면 - 바코드 클릭 시 화면
3. 메인화면 - 회원등급

메인화면 상단 와이어프레임

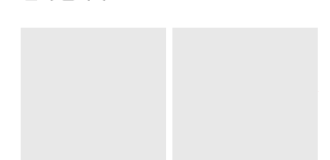
메인화면 상단의 알림 아이콘과 검색 아이콘을 누르고 나서 나오는 화면 와이어프레임



음료명이나 디저트를 검색하세요.

최근 검색어

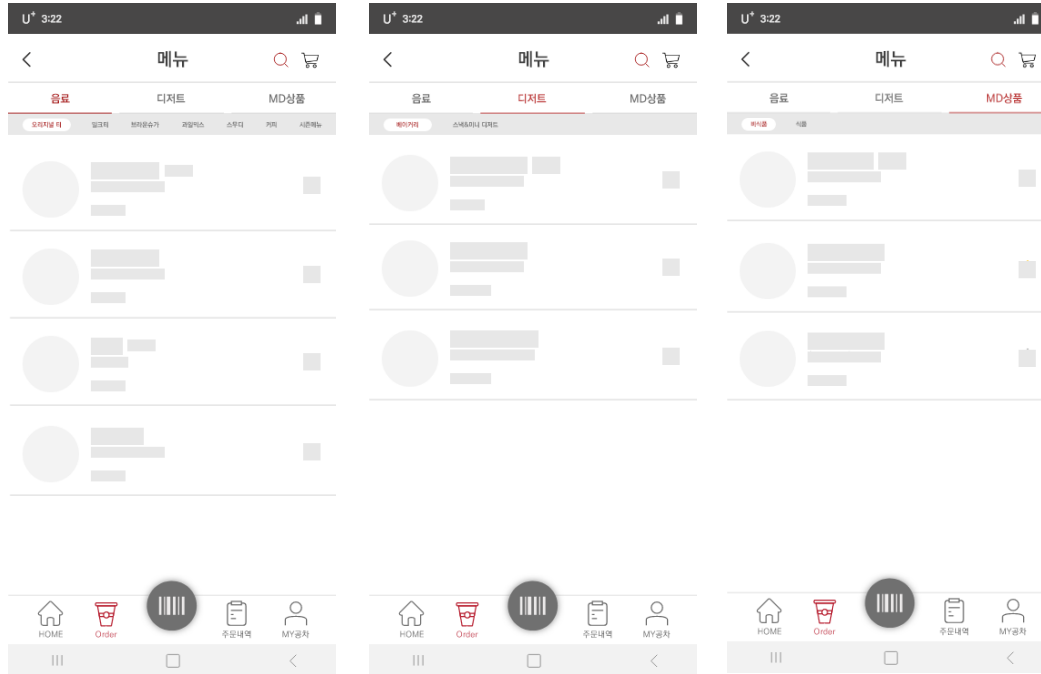
인기 검색어



1. 메인화면 상단 아이콘 중 - 알림1
2. 메인화면 상단 아이콘 중 - 알림2
3. 메인화면 상단 아이콘 돋보기 - 검색

하단아이콘 (1) – Order 페이지 와이어프레임

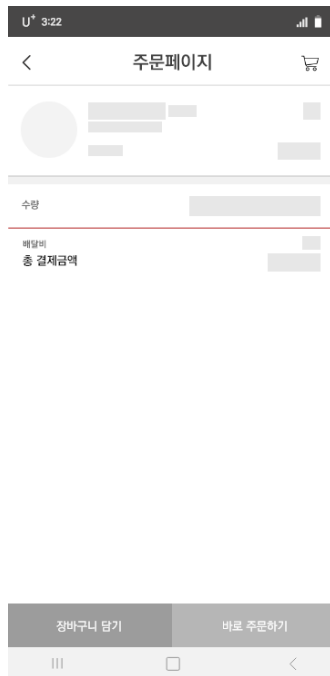
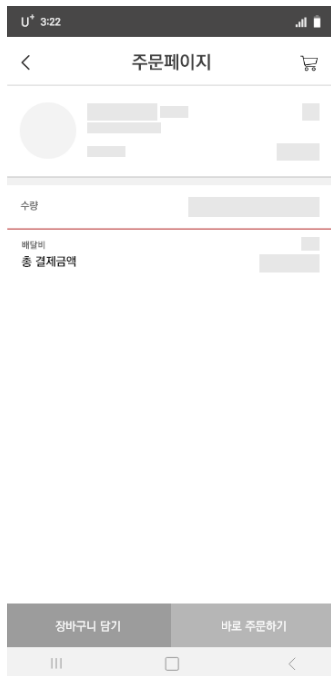
오더 부분페이지 와이어프레임과 관련한 전체 페이지



1. Order 음료 페이지
2. Order 디저트 페이지
3. Order MD상품 페이지

하단아이콘 (1) – Order 주문페이지 와이어프레임

오더 부분페이지의 주문페이지를 각각 설정해보았다.



하단아이콘 (1) – 주문페이지의 장바구니 와이어프레임

주문페이지 상단 오른쪽에 있는 장바구니 태그를 누르면 해당 페이지로 넘어간다.

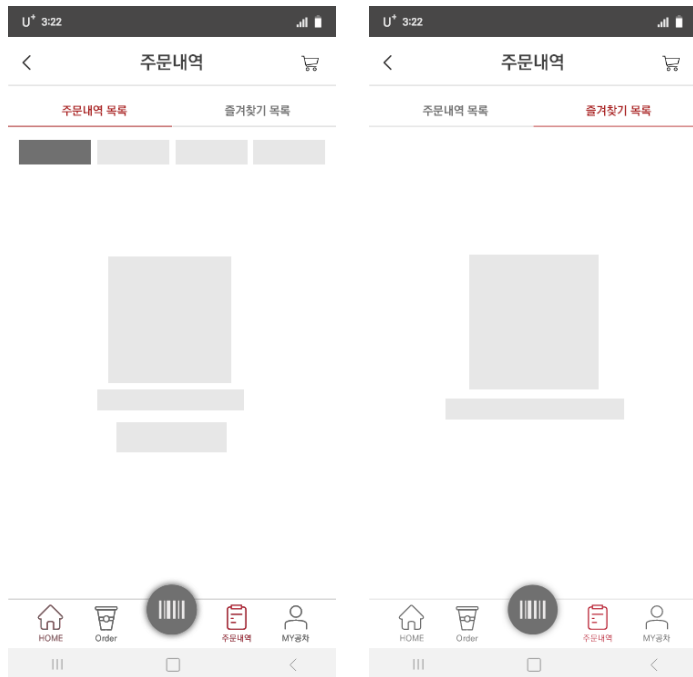


1. 장바구니 1 – 장바구니 내역 없을 때
2. 장바구니 2 – 장바구니 내역 있을 때



하단아이콘 (2) – 주문내역 화면 와이어프레임

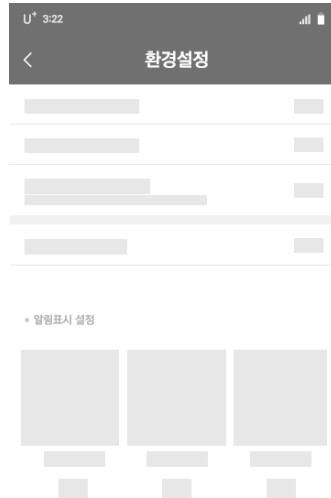
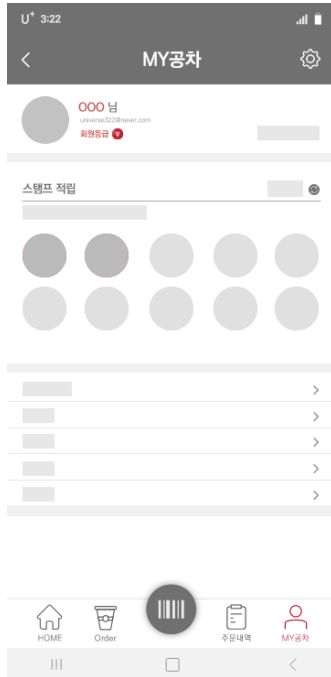
주문내역 화면 와이어프레임으로 그 안에 주문내역 목록과 즐겨찾기 목록이 있다.



1. 주문내역 목록 – 1~3개월까지 주문내역 열람 가능
2. 즐겨찾기 목록 – 즐겨찾기 상품 한번에 볼 수 있다

하단아이콘 (3) – MY공차 화면 와이어프레임

주문내역 화면 와이어프레임으로 그 안에 주문내역 목록과 즐겨찾기 목록이 있다.



1. MY공차 (마이페이지) – 프로필, 스탬프 적립 등
2. 환경설정 – 이벤트 / 푸시 알림, 알림표시 설정

05

작업 결과

스플레시 & 로그인 화면



1. 스플레시 화면 (잠깐 나오는 화면)
2. 로그인 화면

메인화면



1. 메인화면 - 홈
2. 메인화면 - 하단 바코드를 클릭할 시 화면
3. 메인화면 - 회원등급

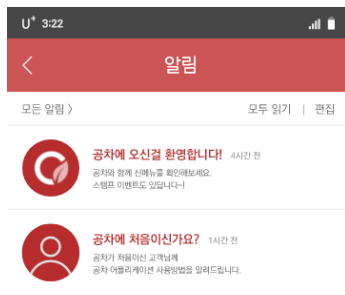


메인화면 배너가 일정한 초 단위로 배너가 바뀜

다른 카페 어플과 차별점 -

메인화면에 음료를 바로 직관적으로 선택할 수 있고, 카드사용이나 쿠폰, 바코드 결제도 메인에서 다 할 수 있다

메인화면 상단 아이콘 각 화면



최근 검색어

전체삭제

음료이름과 다저트 (selected) 다저트 MD성분 종류

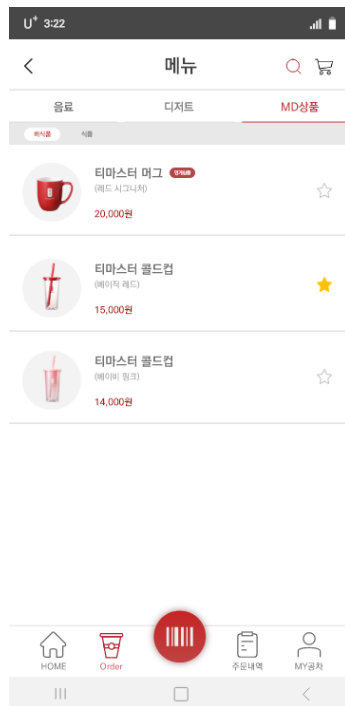
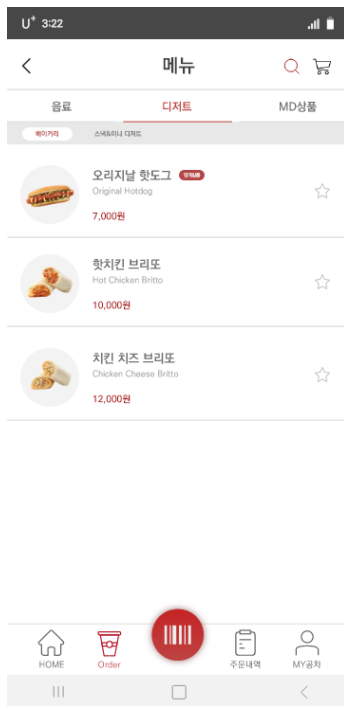
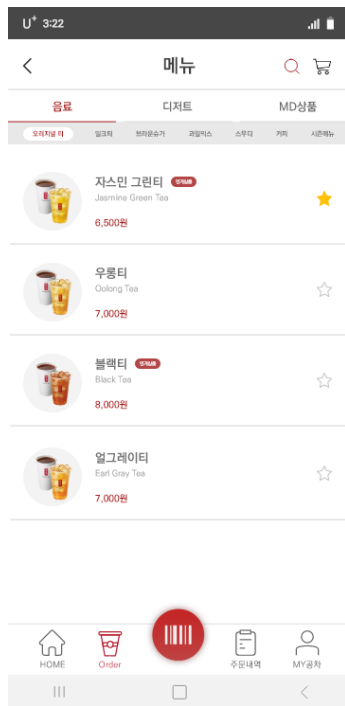
인기 검색어

1	자스민 그린티	NEW	6	햇치킨 브리또	-
2	우롱티	↓	7	티마스터 골드컵	↓
3	오리지널 핫도그	-	8	카타리메	NEW
4	얼그레이티	↑	9	아메리카노	↑
5	블랙티	↑	10	티마스터 머그	-

1. 알림화면 - 알림이 있을 때

2. 검색화면 - 최근 검색어, 인기검색어 등

Order 화면



1. Order – 음료 페이지
2. Order – 디저트 페이지
3. Order – MD상품 페이지

Order 상세 주문페이지

U* 3:22

< 주문페이지

자스민 그린티 신제품
Jasmine Green Tea
6,500원

수량 최대 주문 가능 수량 15개 - 1 +

COLD / HOT

COLD (선택)
COLD (선택)
HOT (선택)
HOT (선택)

얼음양 **Regular Ice** Full Ice Less Ice

당도

30% 50% 70% 100%

도핑 (최대 3가지 이상 선택가능)
● **밀** ○ 밀크플레이 ○ 코코넛 ○ 알로에 ○ 화이트밀 ○ 치즈플

우유 / 두유 ● **우유** ○ 두유

배달비 0원
총 결제금액 6,500원

장바구니 담기 **바로 주문하기**

U* 3:22

< 주문페이지

오리지널 핫도그 신제품
Original Hotdog
7,000원

수량 최대 주문 가능 수량 15개 - 1 +

배달비 0원
총 결제금액 7,000원

장바구니 담기 **바로 주문하기**

U* 3:22

< 주문페이지

티마스터 머그 신제품
(레드 시그니처)
20,000원

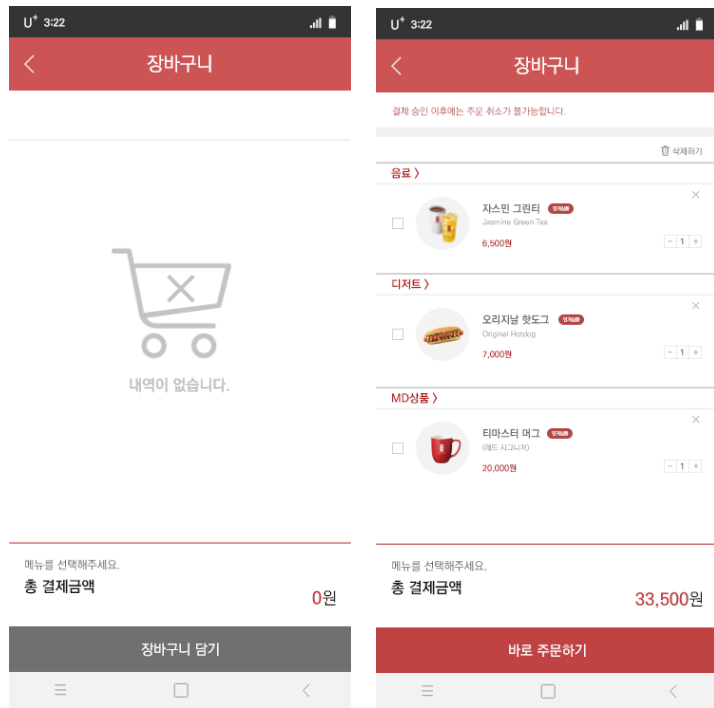
수량 최대 주문 가능 수량 15개 - 1 +

배달비 0원
총 결제금액 20,000원

장바구니 담기 **바로 주문하기**

1. Order 상세 주문페이지 – 음료
2. Order 상세 주문페이지 – 디저트
3. Order 상세 주문페이지 – MD상품

Order 주문페이지 상단의 장바구니



1. 장바구니 - 아무 것도 없을 때 페이지
2. 장바구니 - 장바구니에 상품을 담았을 때

주문내역



최근 주문내역이 없습니다.

[메뉴 보러가기](#)



즐거찾기한 주문목록이 없습니다.



1. 주문내역 - 주문내역 목록 (1~3개월, 미수령보기)
2. 주문내역 - 즐겨찾기 목록

MY공차 (마이페이지)



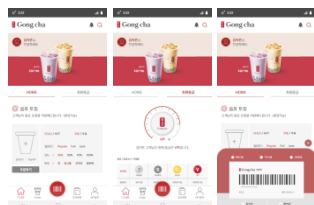
1. MY공차 – 간단한 프로필, 스탬프 적립 등
2. 환경설정 – 이벤트/혜택 푸시 알림, 버전정보 등

전체 어플 화면 >

- 알림 및 검색화면 -

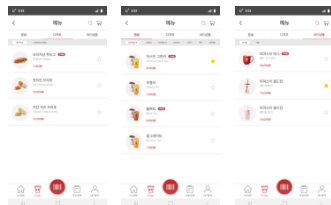


스플레시



- 메인화면 -

-바코드-



- Order -



- 주문내역 -



- MY공차 -



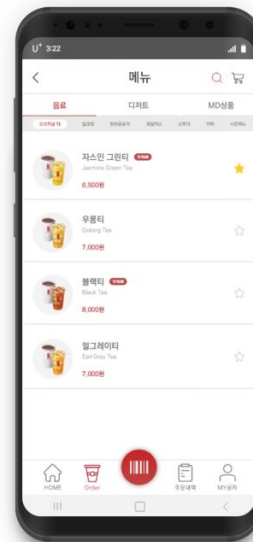
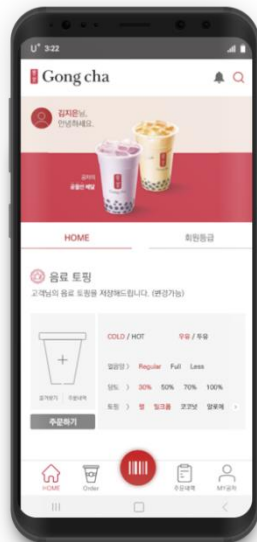
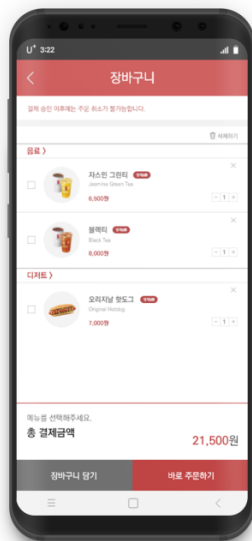
로그인 화면



- 상세 주문페이지 -

- 장바구니 -

Mock Up



Thank You

Application redesign plan