

[코카콜라 Our Company 요구분석]

글로벌 코카-콜라

전 세계인들의 일상 속 짜릿한 순간을 함께 매는 코카-콜라의
글로벌 비전과 가치, 지속 가능한 경영 전략

[더 보기](#)



한국 코카-콜라

전 세계 200여 개국의 소비자들에게 성과함과 즐거움을 제공
하고 있는 코카-콜라. 한국에서 코카-콜라의 역사는 언제, 어떻
게 시작했을까?

[더 보기](#)



- 두 개의 큰 카드형(Card Type) 컴포넌트가 대칭적으로 배치되어 있다.(하나는 좌측 텍스트/우측 이미지, 다른 하나는 좌측 이미지/우측 텍스트).
- 각 카드 하단에 "더 보기" 버튼이 중앙에 위치하여 사용자가 상세 페이지로 이동하도록 명확하게 유도한다.

스페셜 기획 : 오피스 투어



인턴 장도연

한국 코카-콜라에는 특별한 기업문화가 있다?

음료에 대한 열정을 바탕으로 새로운 도전과 혁신을 만들어나가는 코카-콜라의 기업문화를 알아보는 쿡쿡 코카-콜라 오피스 습격편

[더 보기 →](#)



미국 애들랜타 코카-콜라 본사&박물관 투어

코카-콜라 미국 본사와 월드 오브 코카-콜라(World of Coca-Cola)
박물관이 궁금하다면? 박순형과 함께한 본격 코카-콜라 세 험기!

[더 보기 →](#)

3. 상단에 "스페셜 기획 : 오피스 투어"라는 명확한 제목을 배치
4. 두 개의 카드형 컴포넌트가 좌우로 나란히 배치되어 콘텐츠를 대조적으로 보여준다.
5. 각 카드 하단에 “더 보기” 링크를 배치하여 사용자가 상세 콘텐츠 페이지로 이동하도록 유도 한다.



130여 년간 사람들의 일상 속에서 짜릿함과 행복을 나눠온 코카-콜라! 1886년 탄생부터 오늘이 있기까지 흥미롭고 다양한 이야기들을 만나보세요.

6. 건물 이미지 위에 **"SINCE 1886"**이라는 문구가 오버레이.
7. 이미지가 화면 너비에 가깝게 배치되어 시선을 집중시키며, 아래에 간결한 설명 텍스트를 배치한다.

코카-콜라의 상징, 컨투어 보틀 탄생 스토리

"어두컴컴한 곳에서 민져도, 깨진 병 조각들만 보고도 코카-콜라 병인지 알 수 있어야 한다."

코카-콜라의 상징이 된, 누구도 따라할 수 없는 독창적인 병의 탄생 스토리.

[더 보기](#)



빨간색은 어떻게 코카-콜라를 상징하는 컬러가 됐을까?

코카-콜라는 언제부터 빨간색을 사용했을까? 하나의 역설이 된 코카-콜라 빨간색 이야기.



[더 보기](#)

8. 두 개의 큰 카드형(Card Type) 컴포넌트가 대칭적으로 배치되어 있다.(하나는 좌측 텍스트/우측 이미지, 다른 하나는 좌측 이미지/우측 텍스트).
9. 각 카드 하단에 "더 보기" 버튼이 중앙에 위치하여 사용자가 상세 페이지로 이동하도록 명확하게 유도한다.
(1, 2 요구분석과 동일)

더 많은 역사 이야기



코카-콜라 슬로건의 변천사

커피 한 줄로 소비자들의 마음을 사로잡은 비결은? "Drink, Coca-Cola"부터 "Real Magic"까지 코카-콜라 슬로건의 역사

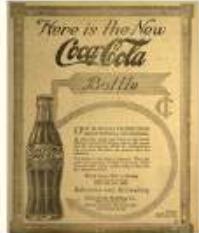
[더 보기 →](#)



코카-콜라의 기발한 마케팅 전략들

최초의 무료 샘플링 쿠폰, 특히 밤은 디자인.. 업계의 표준이 된 코카-콜라의 마케팅 전략들

[더 보기 →](#)



코카-콜라를 성장시킨 10가지 비즈니스 결정들

1886년 작은 미국에서 시작한 코카-콜라가 어떻게 세계적인 브랜드로 성장할 수 있었을까?

[더 보기 →](#)



더 많은 역사 이야기



[인터뷰] 코카-콜라의 마스코트, 북극곰의 탄생 비화

코카-콜라의 마스코트로 사랑받고 있는 북극곰은 어떻게 만들어진 것일까? 당시 광고 제작자를 만나 인터뷰를 진행했다.

[더 보기 →](#)



응답하라! 그때 그 시절, 코카-콜라 자판기

우주왕복선에 실린 코카-콜라 머신부터 200여 개 음선을 제공하는 자판기까지.. 코카-콜라 자판기의 역사

[더 보기 →](#)



코카-콜라 저니워키 - 역사 편

1886년부터 시작된 코카-콜라의 역사를 한 페이지로 요약했다.

[더 보기 →](#)



10. 상단에 "더 많은 역사 이야기"라는 명확한 제목을 배치

11. 총 6개의 카드형 컴포넌트가 3개씩 보이는 총 6개의 슬라이드 형태로 배치되어 있다.

12. 각 카드 하단에 "더 보기" 버튼이 중앙에 위치하여 사용자가 상세 페이지로 이동하도록 명확하게 유도한다.

13. 하단에 작은 원형 표시자를 통해 현재 보고 있는 콘텐츠의 위치와 전체 개수를 알려주는 탐색 기능을 제공해야 한다.(총 6개)

[코카-콜라를 만든 사람들 제2편] 코카-콜라 회사를 만든 '아사 캔들러'

존 펠버턴(John Pemberton) 박사가 세상에 없던 음료를 만들었다면, 아사 캔들러(Asa Candler)는 코카-콜라가 전 세계인이 즐기는 음료가 될 수 있도록 초석을 다졌다.



[더 보기](#)

[코카-콜라를 만든 사람들 제3편] 코카-콜라를 60년간 이끈 CEO, 로버트 우드러프의 리더십

코카-콜라의 역사를 이야기할 때 로버트 우드러프를 빼놓고 이야기할 수 없다. 그는 60년간 회사를 이끌며, 코카-콜라를 글로벌 기업으로 성장시켰다.



[더 보기](#)

코카-콜라의 비밀: 제조법이 지금까지 공개되지 않은 비결은?

1886년 존 펠버턴 박사가 코카-콜라를 발명한 이후, 코카-콜라의 제조법은 철저히 비밀에 부쳐져 왔다.



[더 보기](#)

1985년 뉴코-크 출시는 왜 실패했나

코카-콜라 '뉴코-크' 출시는 왜 세기의 마케팅 실수라고 불릴까? 수천 건의 항의 전화가 쏟아졌던 1985년 뉴코-크 사태의 전말을 되짚어본다.



[더 보기](#)

14. 텍스트 제목과 설명, 그리고 우측에 관련 썸네일 이미지가 함께 배치된 리스트 구조이다.

15. 각 콘텐츠 블록은 동일한 포맷(제목, 설명, 썸네일, CTA)을 반복한다.

17. 각 항목 하단에 "더 보기" 버튼이 배치되어 해당 주제의 상세 아티클/페이지로 이동을 유도한다.