



Desktop Project

맥심커피 브랜드 홈페이지 리뉴얼

목차

1. 자사 분석

4. 클라이언트 요구사항

2. 타사 분석

5. 전략 도출

3. 사용자 분석

6. 컨셉 및 록앤필

7. 레퍼런스 분석

자사분석 : 브랜드

The logo for Maxim is displayed in a bold, red, sans-serif font. The word "Maxim" is written in a slightly stylized manner, with a small, elegant flourish above the 'i'. A period follows the word.

< 어떤 브랜드인가 >

- 1980년대 처음 등장한 우리나라에서 가장 대중적인 인스턴트커피 브랜드
- 인스턴트커피 시장 점유율 1위
- 세계최초로 커피믹스를 상용화시킴
- 맥심 뿐만 아니라 T.O.P, KANU 등 다양하고 폭넓은 제품군 보유

자사분석 : 사이트



1. 장점

- 동영상 썸네일에 슬라이드 효과를 넣음으로써 주목성을 높이고 클릭을 유도함
- 어떤 제품을 판매하는 브랜드인지 알아보기 쉬움
- 둥글둥글한 요소들을 사용하여 부드러운 느낌이 듬.

2. 단점

- 사용된 아이콘들이 올드한 느낌을 줌
- 좌측주메뉴에서 서브메뉴들이 보이지 않아 홈페이지 자체의 내용이 없어 보임
- 메인 및 제품 리스트 페이지에 검색 창이 없어 제품을 검색하기 어려움
- 콘텐츠들이 모여있어 답답한 느낌을 줄 수 있고, 크기의 차이가 크지 않아 강약구분이 잘 되지 않음

2. 타사분석

타사분석 : 네스카페 메인



1. 장점

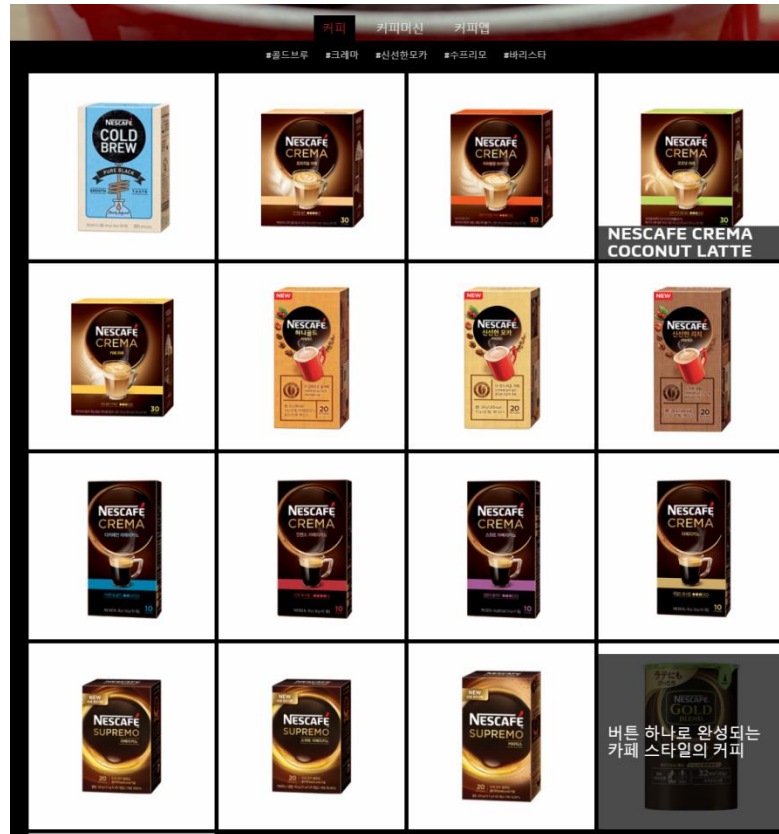
- 1번, 2번) 동영상과 이미지를 활용하여 분위기가 있고 구성 이해하기가 쉬움
- 3번) 간결하고 깔끔하면서도 컬러로 포인트를 줌
- 배경을 블랙으로 깔아줌으로써 고급스러운 분위기 연출

2. 단점

- 전체적으로 콘텐츠들의 사이즈가 커 내용이 알차보이지 않음
- 여백 없이 콘텐츠들로 꽉 차 있어 답답한 느낌을 줄 수 있음

2. 타사분석

타사분석 : 네스카페 제품



1. 장점

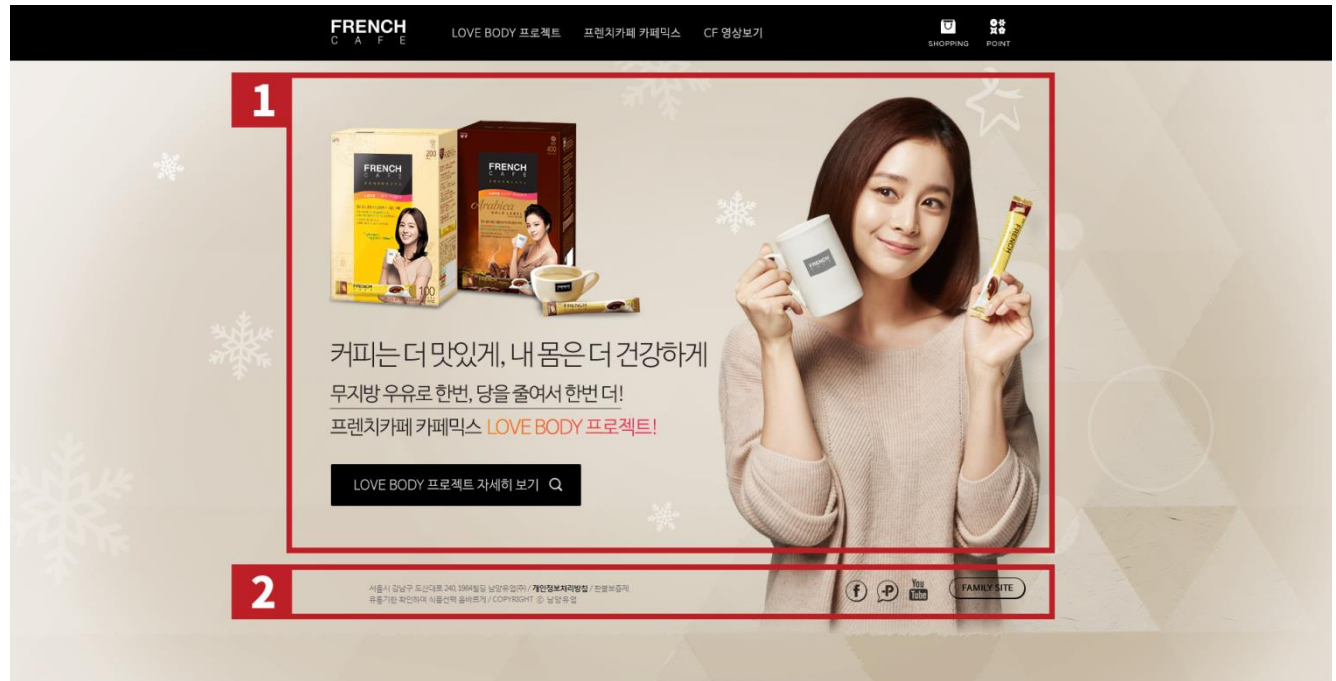
- 제품 이미지를 크게 넣어 보다 쉽게 원하는 제품을 찾을 수 있음
- 제품 이미지에 마우스를 올리면 제품명이 아닌 메이션으로 등장함으로써 활기 부여

2. 단점

- 제품 라인(카테고리)가 내용에 비해 작아 찾기가 힘들

2. 타사분석

타사분석 : 프렌치카페 메인



1. 장점

- 1번) 주 모델인 김태희를 이용하여 눈길을 끄
- 1번) 메인을 여러 섹션으로 구성하는 대신 이벤트 이미지를 삽입하여 홍보 효과를 높이고, 주목성을 높임
- 2번) footer를 따로 섹션으로 나누지 않고 이미지와 자연스럽게 조화시킴
- 블랙으로 고급스러운 느낌을 주고 베이지계열의 색상으로 부드러운 느낌을 줌

2. 단점

- 카테고리의 수가 적어 전체적인 홈페이지의 내용이 없어보임
- 정적인 느낌이 강함

2. 타사분석

타사분석 : 프렌치카페 CF



1. 장점

- CF 영상을 큰 사이즈로 삽입함으로써 보기 편하게 함
- 영상 하단에 작은 썸네일을 이용하여 한 화면에 어떤 영상들이 있는지 보기 쉬움

2. 단점

- 영상의 개수가 많아지면 하단 썸네일이 지저분해 보이고 사이즈가 작아 구별이 어려울 수 있음

사용자분석

〈 연령대에 따른 분석 〉

- 10대 : 커피 문화가 발달하면서 10대 청소년층에서도 수요가 증가함. 하지만 커피믹스보다는 카페나 편의점 커피를 선호하는 경향이 있음.
- 20대 : 10대와 마찬가지로 커피믹스보다는 카페를 선호하지만 10대보다 수요가 높음.
- 30대 : 30대 이상부터 주 고객층으로 생각됨. 대부분의 사무실에서 커피를 구비하고 있기 때문에 접하기도 쉽고 구매의사 및 수요량도 높음.
- 40대 ~ : 30대와 마찬가지로 구매의사 및 수요량이 높음. 중 장년층의 경우 주문하기 어려운 카페보다는 커피믹스를 선호하는 사람들이 많음

〈 성별에 따른 분석 〉

- 성별 관계없이 누구나 쉽고 간편하게 즐길 수 있음.

클라이언트 요구사항

- ‘커피’ 브랜드 및 자사 브랜드 ‘맥심’에 맞는 고급스러운 컬러 사용
- 공유, 이나영 등 톱스타들의 이미지 활용
- 전체적으로 복잡하지 않고 심플한 느낌, 부드러운 느낌
- SNS 채널이 많으므로 보완하여 삽입

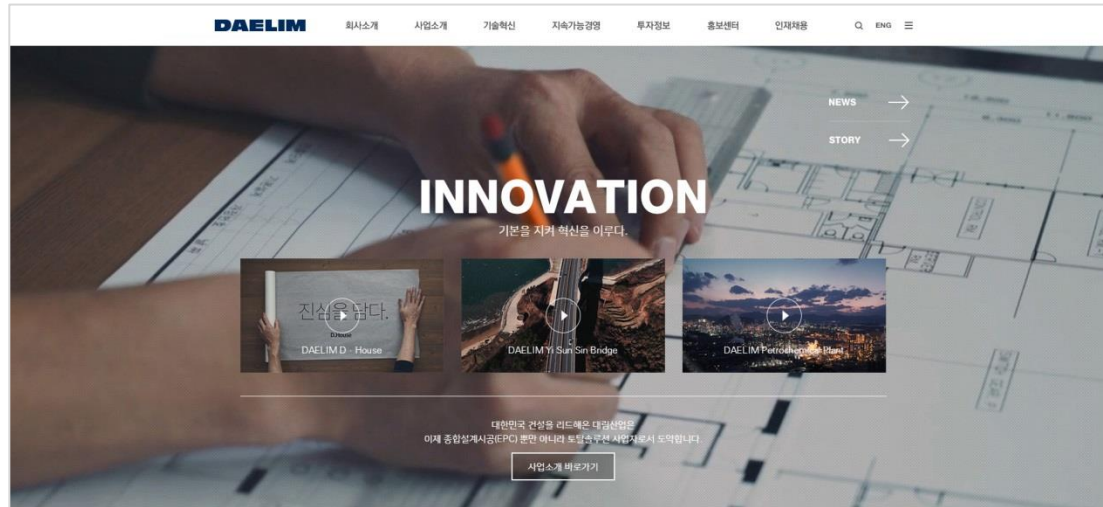
전략도출

- 기존 레이아웃을 자형 레이아웃으로 변경
- 메인에 '풀 와이드' 이미지를 넣어 탁 트인 느낌과 고급스러운 분위기 연출
- 좌측 세로 메뉴를 상단 메뉴 구성으로 변경
- CF 자료를 적극 활용하기 위해 메인에서 CF 동영상 썸네일을 삽입하여 바로 시청이 가능하게 함
- Product 슬라이드를 삽입하여 제품을 둘러볼 수 있게 함 (이미지 클릭시 제품 상세페이지로 이동)
- SNS 별 배너 혹은 이미지를 제작하여 레이아웃에 맞게 삽입

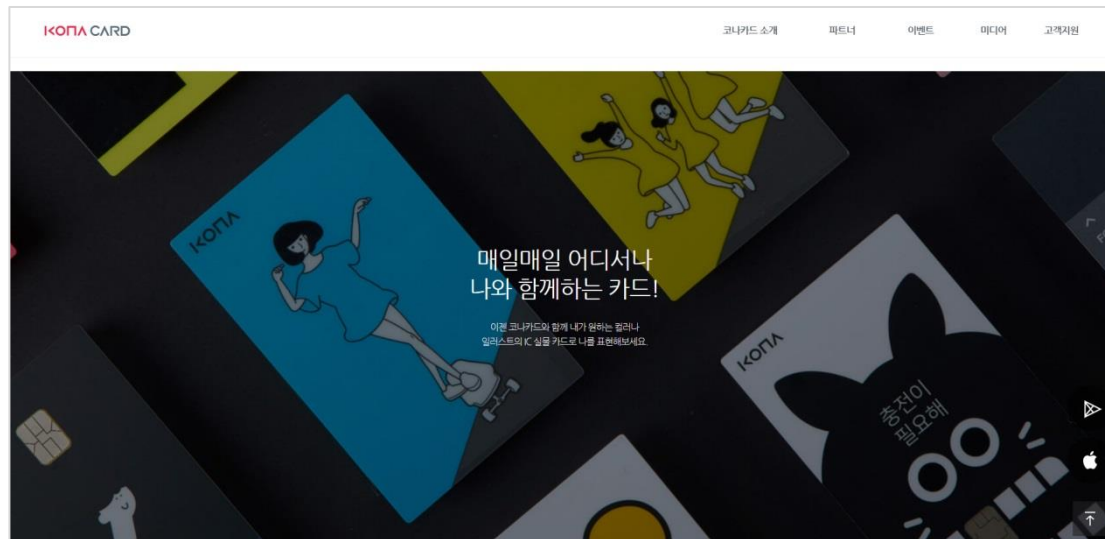
컨셉 및 룩앤필

- 폰트: 나눔서체 (기존에 사용했던 나눔고딕 혹은 나눔스퀘어) or 고딕체
- 아이콘: 플랫 아이콘 사용
- 레이아웃: 자형 레이아웃
- 컬러 (변동가능)
 1. 메인: 화이트
 2. 서브: 브라운 계열 (브라운, 베이지, 아이보리 등), 블랙으로 부드러움과 고급스러운 느낌 연출
 3. 포인트: 맥심 로고 및 카누 제품에 사용된 '레드', 맥심 제품의 대표 컬러인 '골드' 사용

레퍼런스



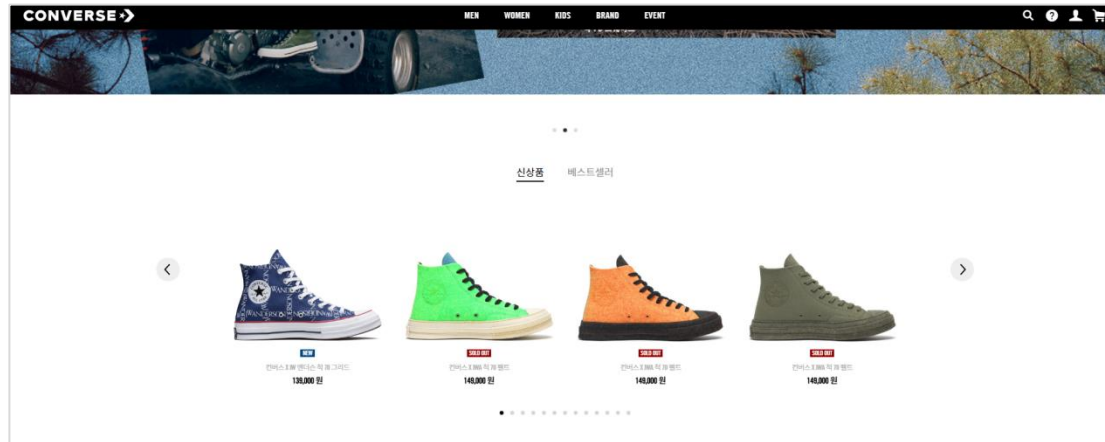
•대림산업 : 메인 CF 썸네일 활용



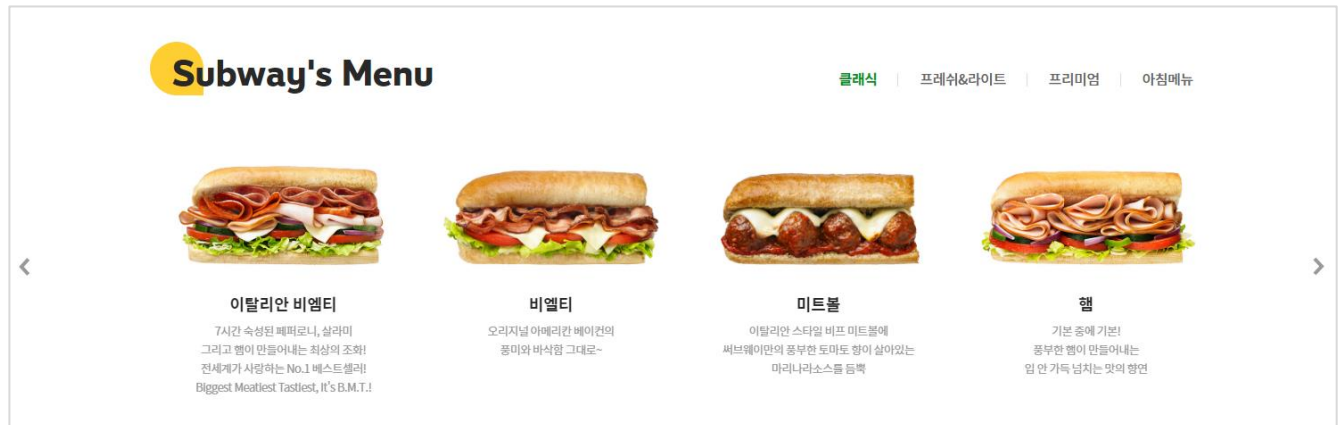
•코나카드 : 배경 픽스이미지

7. 레퍼런스

레퍼런스



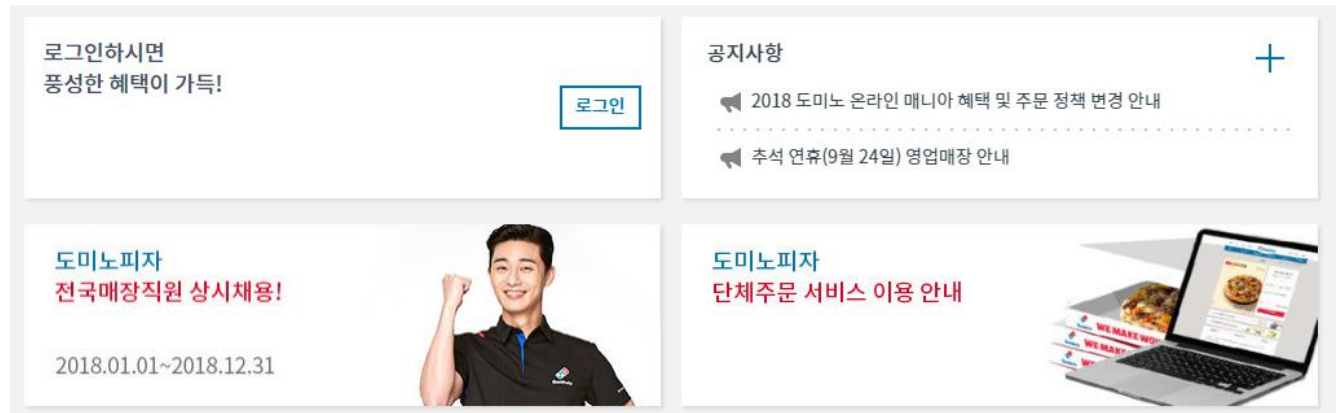
•컨버스(Converse): 제품 슬라이드



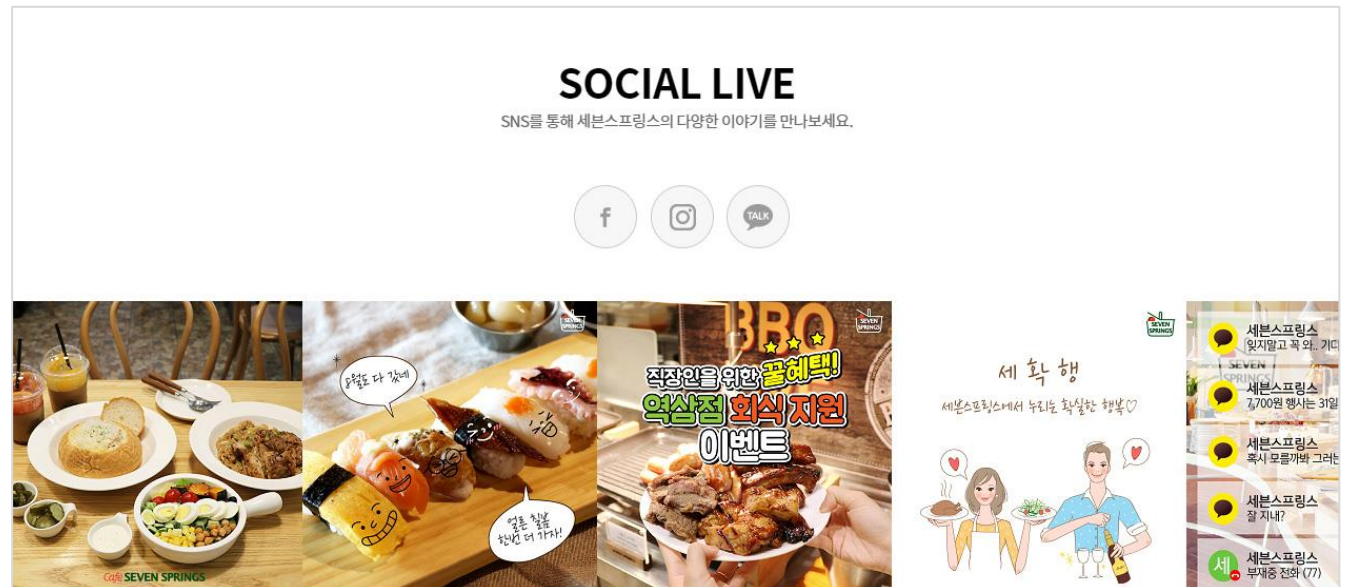
•서브웨이: 제품 슬라이드

7. 레퍼런스

레퍼런스



•도미노피자: 4컷 분할 배너 (이벤트 배너 적용)



•세븐 스프링스: SNS 연결 (아이콘 마우스오버시 컬러 변경됨)

레퍼런스



•114: SNS 응용



•아모레퍼시픽 브랜드챌린지: 헤더, 메뉴

7. 레퍼런스

레퍼런스



- 서브웨이: 헤더, 메뉴



- 빙그레: 헤더, 메뉴

감사합니다.

Thank you for watching.