

첫번째 프로젝트

웹표준 기반 리디자인 기획안



스타벅스,
한국을 담다

I n d e x



1.기획

(1) 배경

(2) 기존사이트

(3) 페르소나

2.디자인

(1) 가이드라인

(2) 로컬라이징

3.웹표준 기반 개발

(1) 와이어프레임/프로토타입

(2) 코드구현

4.마케팅 전략

(1) 웹-리테일

(2) 웹-sns

5.종합정리

(1) 기대효과

(2) 향후개선사항

(3) 소감

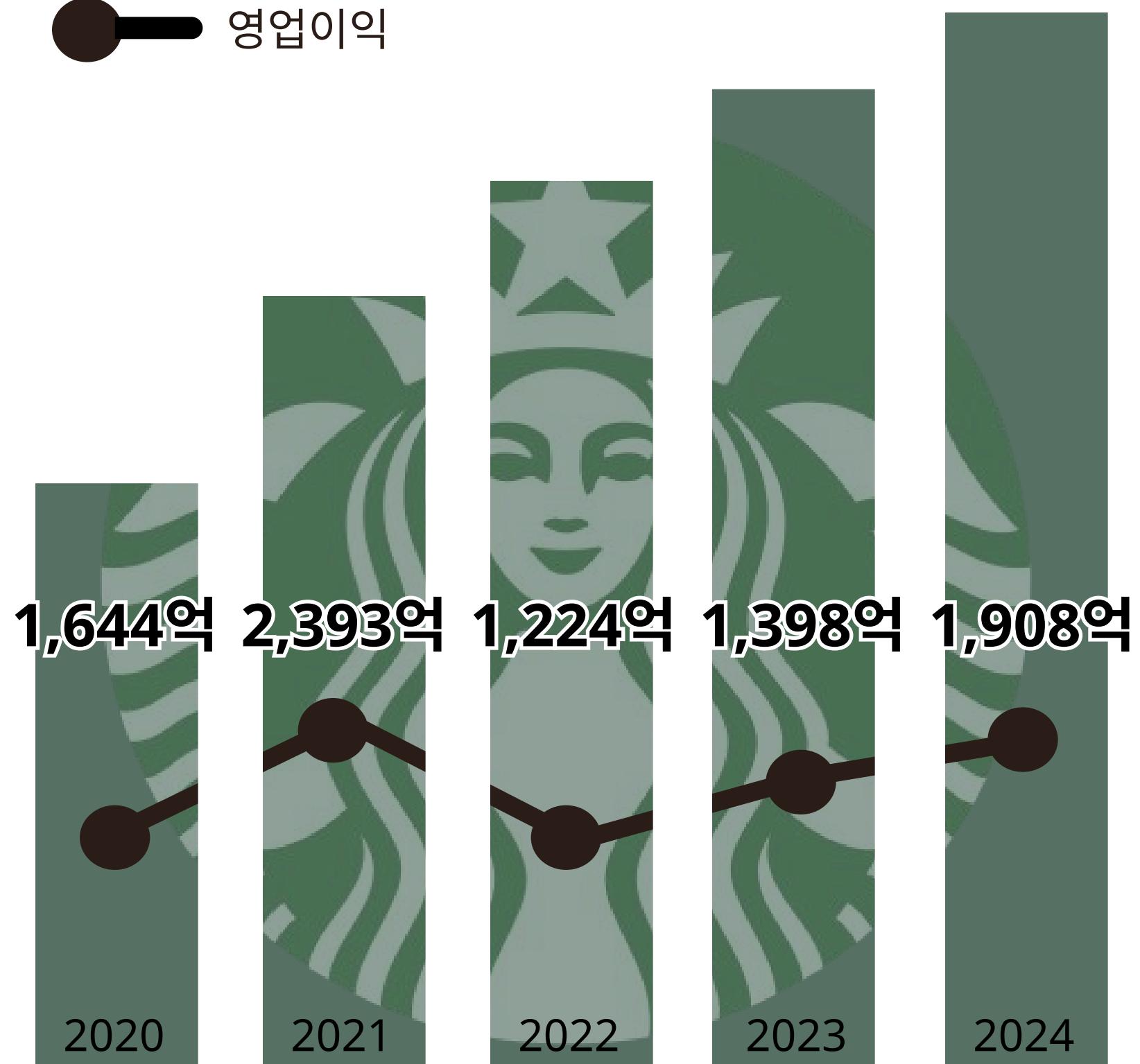
프로젝트 기간

	3/10	3/11	3/12	3/13	3/14	3/15
	프로젝트 기획		메인 프로토타입 제작			
3/16	3/17	3/18	3/19	3/20	3/22	3/23
	메인 코드 구현			서브 프로토타입 제작		
3/24	3/25	3/26				
	서브 코드 구현					

스타벅스 실적 추이



영업이익



매출액:

1조	2조	2조	2조	3조
9,284억	3,856억	5,939억	9,235억	1,001억

매출액 증가에 비해

영업 이익률은 다소 떨어지는 원인이 무엇일까요?

저가형 매장 증가

음료중심의 수입 모델 한계

상승하는 인건비와 임대료

고정비용상승



스타벅스에게 필요한 새로운 전략은 무엇일까요?

신규 점포 확장

굿즈, 디지털채널,
리워드 프로그램 중심의
수익 다변화 집중

오프라인 중심

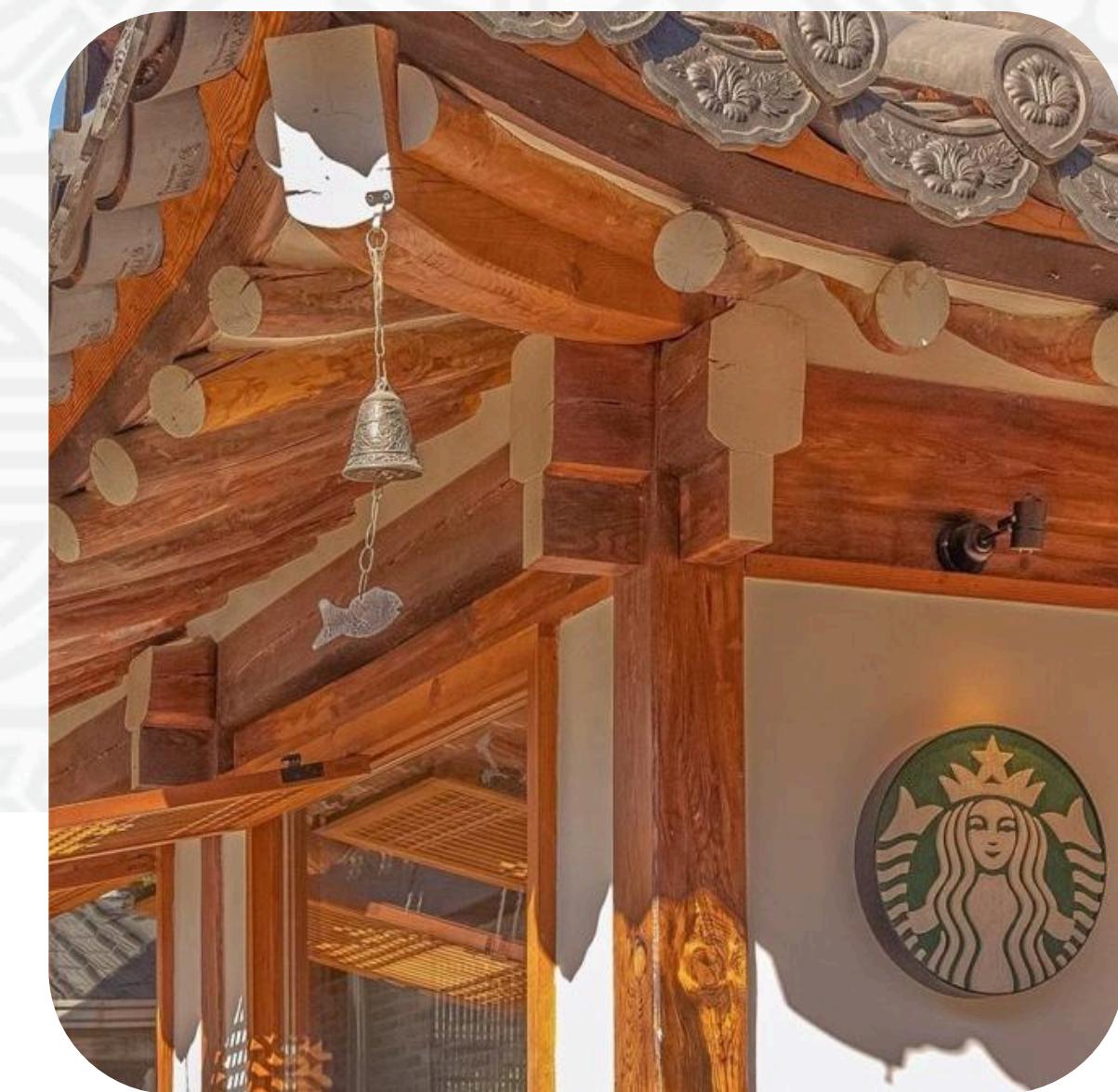
온라인 전환 +
부가가치 제품 전략



스타벅스 초기시장 전략 : Localizing

스타벅스는 1999년 진출 이후,
국내 소비자의 문화·공간 정서에 맞춘 맞춤 전략을 지속해왔습니다.

경복궁점: 한옥 지붕과 전통적인 기와 문양
대구 종로서적점: 서점과 결합된 복합 문화공간



기획 - 기존 웹사이트

The screenshot shows the Starbucks Korea website. At the top, there's a navigation bar with links for 'Sign In', 'My Starbucks', 'Customer Service & Ideas', 'Find a Store', and a search icon. Below the navigation is a 'WHAT'S NEW' section featuring a banner with three new drink offerings: a green smoothie, a dessert with orange toppings, and a dark coffee drink. The banner includes the text 'LIGHT UP YOUR SUMMER' and the date range '기간 : 2025. 5. 22(목) ~ 7. 20(일)'. Below the banner is a large image of coffee beans being poured into a basket. To the right of this image is a '이벤트' (Event) section with a button to '자세히 보기' (View details). Further down is a '뉴스' (News) section showing a person reading a newspaper, with a '자세히 보기' button. The bottom of the page contains a footer with links for various company departments like 'COMPANY', 'CORPORATE SALES', 'PARTNERSHIP', 'ONLINE COMMUNITY', and 'RECRUIT'. It also features social media icons and a 'STARBUCKS' logo. At the very bottom, there's a small disclaimer and contact information.

This screenshot shows a product page for Starbucks mugs. The header includes the Starbucks logo and a search bar. The main title is '머그' (Mug). Below it is a breadcrumb navigation: 'HOME > MENU > 상품 > 머그 > 베베드피노 스태킹 컵세트 (4P)'. The product description states: '베베드피노의 네 가지 캐릭터를 모두 만나볼 수 있는 스태킹 컵 세트입니다.' (You can meet all four characters of Bebe D'Foto in this stacking cup set). Four colorful Starbucks cups are displayed, each featuring a different cartoon character. Below this, there's a grid of various mug options. Each item has a small image and its name: '베베드피노 스태킹 컵세트 (4P)' (Bebe D'Foto Stacking Cup Set (4P)), '(c)코지 사이렌 티컵 345ml' ((c)Cozy Siren Tumbler 345ml), '(c)코지 워드마크 머그 320ml' ((c)Cozy Wordmark Mug 320ml), '그린 사이렌 도트 머그 237ml' (Green Siren Dot Mug 237ml), '그린 사이렌 도트 머그 355ml' (Green Siren Dot Mug 355ml), '리저브 스틸 머그 237ml' (Reserve Steel Mug 237ml), and '사이렌 하우스 머그 237ml' (Siren House Mug 237ml).

웹사이트에도 “Localizing” 이 필요한 이유는 무엇일까요?

단순한 상품과 광고배너 목록

한국의 '스타벅스 감성'을 담은
디지털 공간

온라인 소비패턴으로 전환

강력한 웹사이트의 경험

스타벅스 굿즈 출시일마다
온라인 앱 접속자 폭증

2024년 기준,
전체 굿즈 매출의 약 60%
온라인채널에서 발생

기획 - 페르소나

이름

김혜원

나이 및 신분

25살 여성

서울의 회계팀 신입사원으로 8개월째 근무중

관심사

사무 용품에 관심이 많아짐



성향

성격이 급하고 복잡한걸 싫어함

상황

회사에 취업후 어느정도 적응을 하고부터는
깔끔하고 어른스러운 사무용품에 관심이 생겨
자꾸 쇼핑을 하게된다.
점심시간에 동료들이랑 식사후 선물받은 기프
티콘 사용을 위해 스타벅스에 들려 주문을 기
다리던 중 한국프로모션 MD 상품을 발견하고
텀블러에 관심이 생겨 해당사이트에 들어갔
다.
어떤 상품들이 있는지 경험하며 트렌드를 체
험하고싶으며 구매를 원한다.

기획 - 페르소나

이름

오민지

나이 및 신분

39살 여성

블로거

관심사

외출보다는 인터넷숏핑을 좋아함



성향

꼼꼼하며 세세한 정보를 나누는것을 좋아함

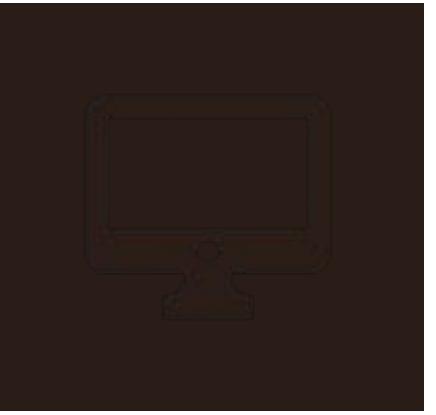
상황

가정주부로 4세아이를 키우며 복잡한 대형카페보다는 집앞 저가형 커피 매장에서 배달하여 마시는 커피로 하루를 시작한다. 평소 꼼꼼하게 싸둔 리뷰들이 인기글이 되면서 블로그에서 용돈을 좀 벌고 있다. 사람들이 관심 있는게 무엇일까 서칭하던중 이번 스타벅스 굿즈 리뷰를 하려고 사이트에 접속했다. 굿즈의 종류와 스타벅스의 프로모션에 대해서 자세하게 설명하고 싶다.

디자인



색상



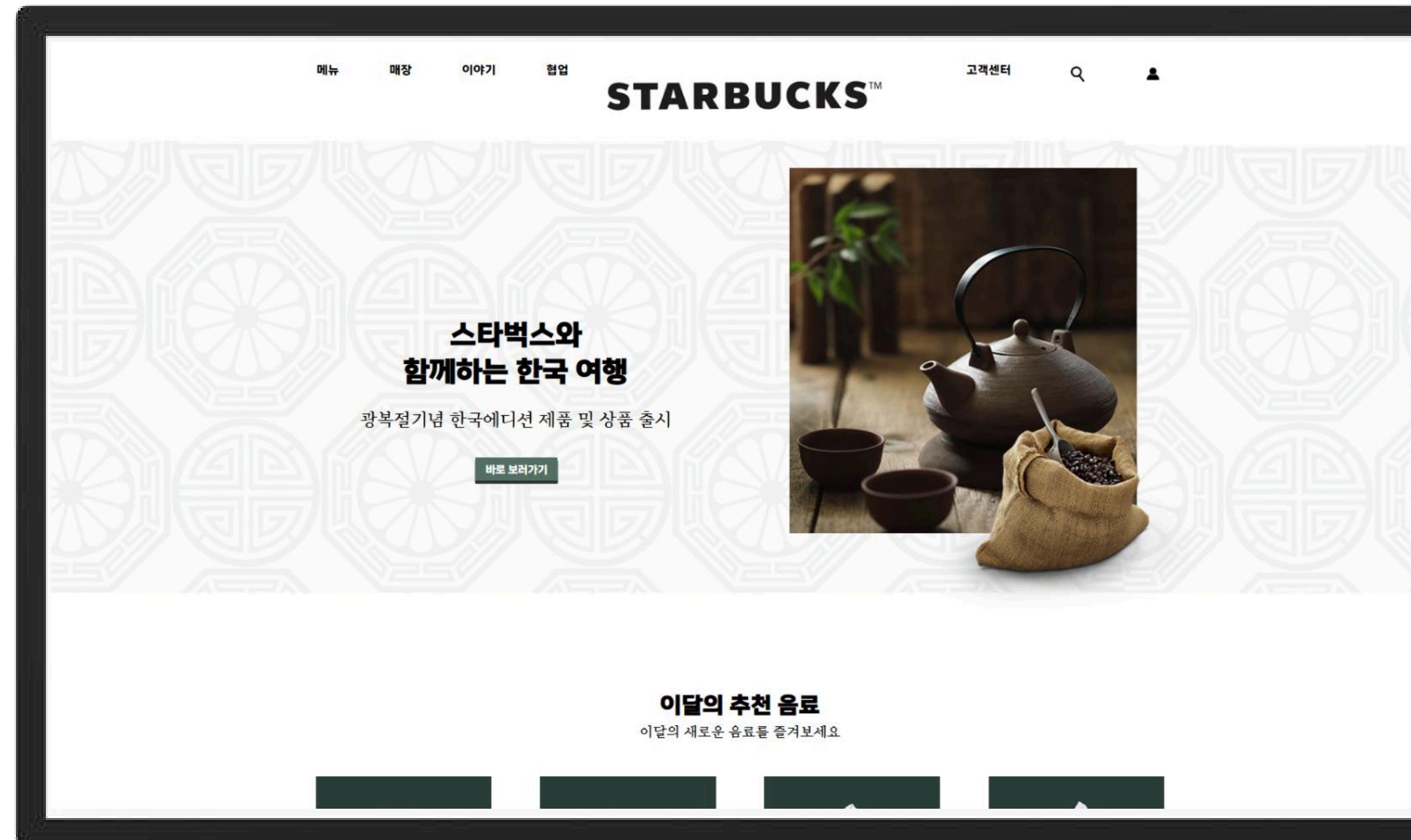
스타벅스를 상징하는 그린에 한국의 차분한 정서를 더한 색상으로,
전통 한복의 '청록'과 기왓장의 적갈색에서 영감을 받았습니다.

스타벅스의 글로벌 브랜드 컬러를 유지하면서도,
한국 전통 건축 및 문화에서 착안한 색상 조합을 통해
한국적 감성과 브랜드 정체성을 공존하도록 했습니다.

컨셉

고즈넉한, 차분한, 전통적인

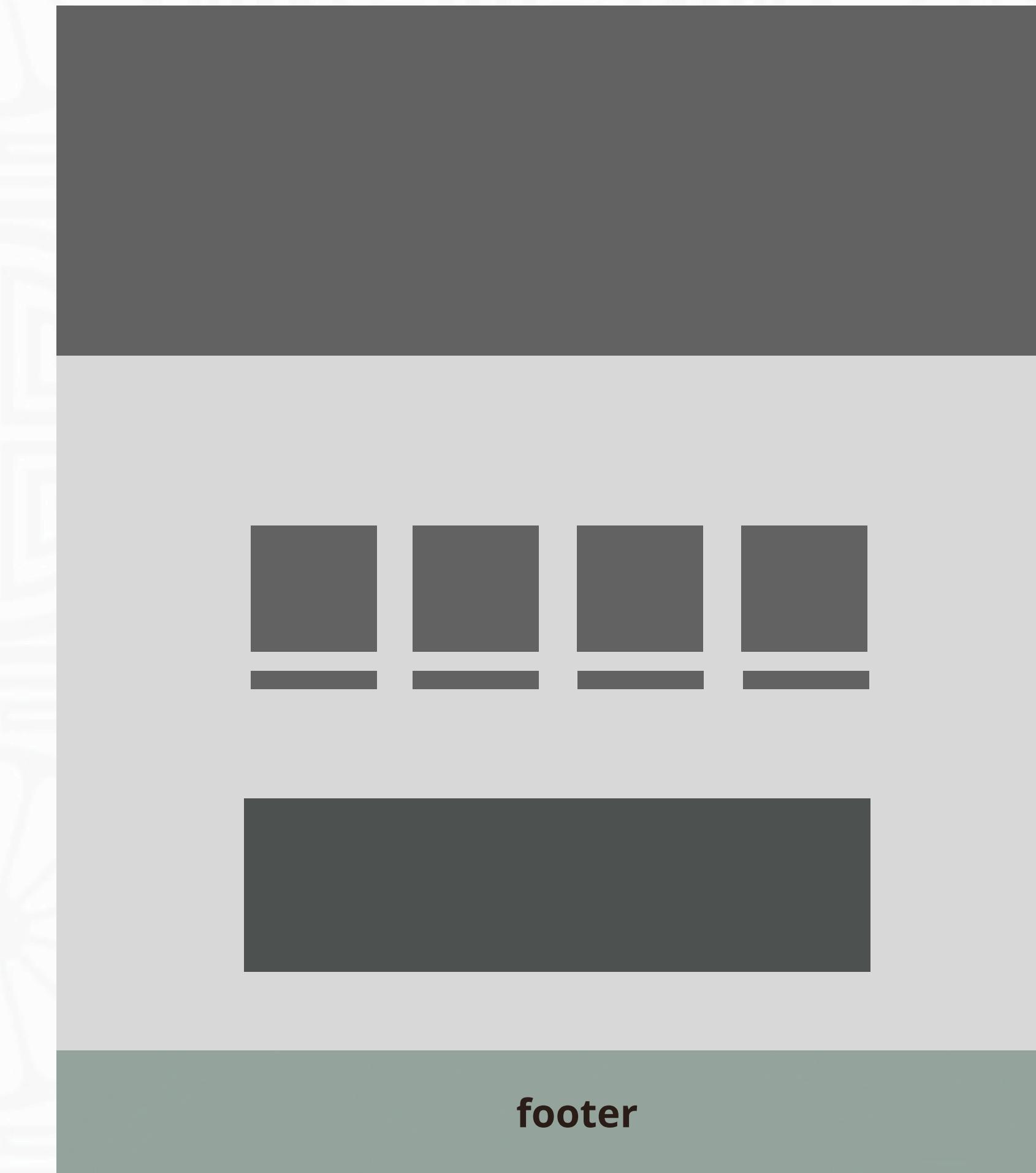
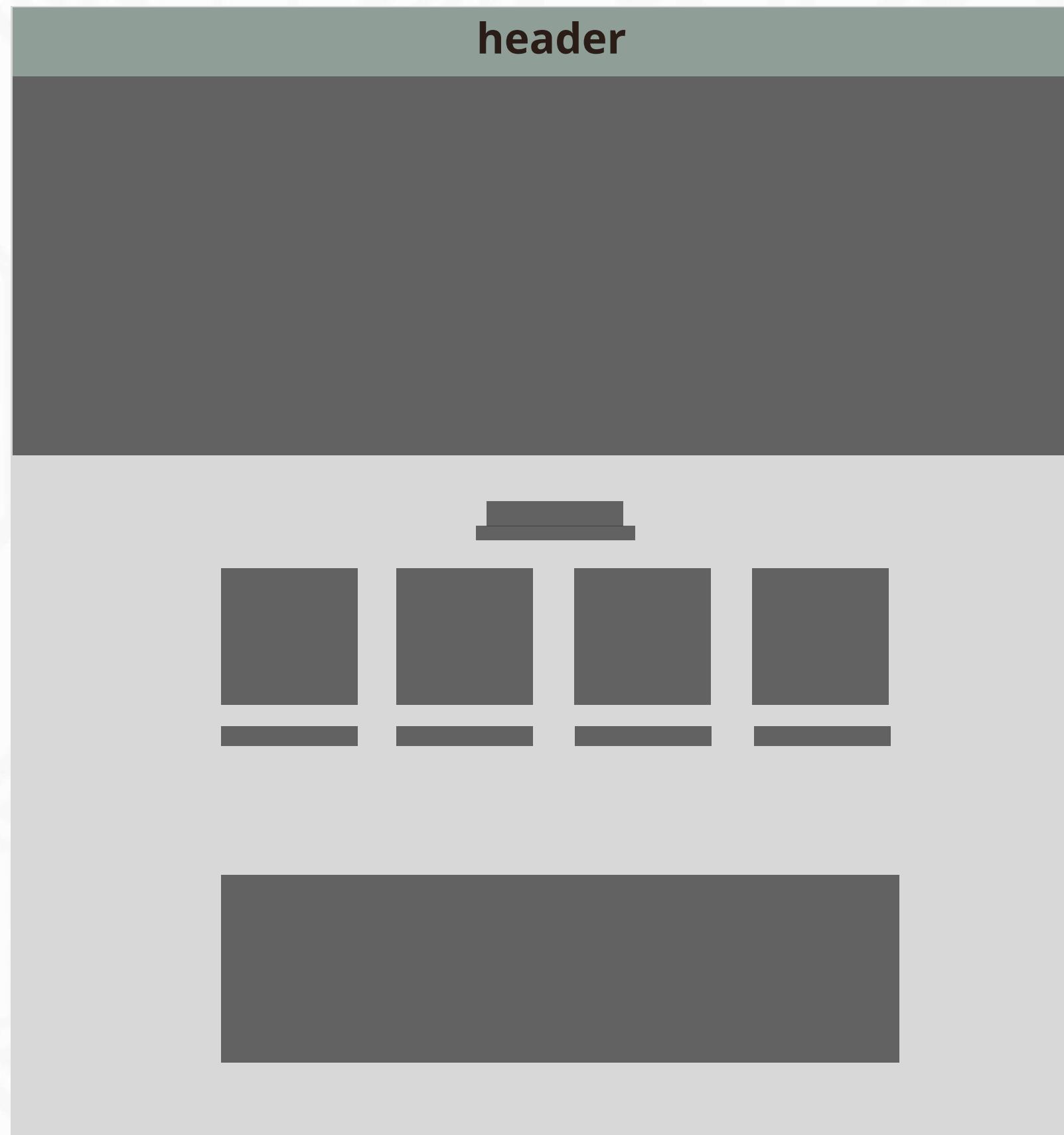
디자인 - 로컬라이징



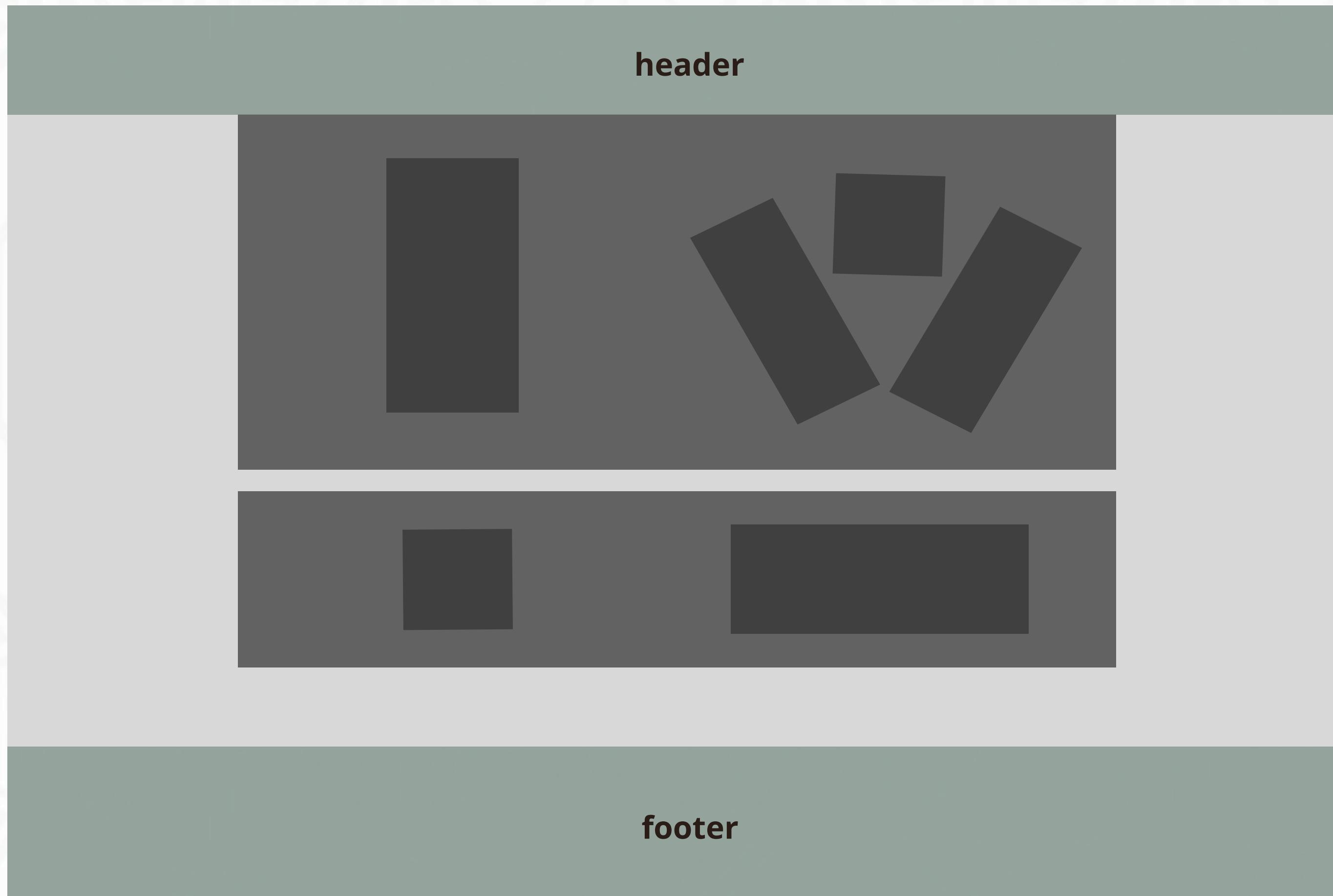
로고를 제외하고 한글만 사용하여 전통적인 감성을 유지하고,
차분한 색감과 여백 중심의 레이아웃으로 한국 특유의 정서를 담아냈습니다.
메인 화면에는 한국 전통과 컬라보한 굿즈와 음료를 중심으로 구성하였으며,
메인 배너와 푸터에는 전통 문양 배경을 적용해
한국적인 감성이 자연스럽게 느껴지도록 디자인했습니다.

웹 표준 기반 개발 - 와이어프레임

메인



서브



웹 표준 기반 개발 - 프로토타입

메인

The homepage features a large banner at the top with the Starbucks logo and the text "스타벅스와 함께하는 한국 여행". Below this, there's a section titled "이달의 추천 음료" showing four coffee drink options: "여수 물술 헤이즐넛 골드브루", "미ջ리향 크림 골드 브루", "제주 말차 크림 프라푸치노", and "복한산 레몬 얼 그레이 블렌디드". Further down, there's a call-to-action button "나와 어울리는 원두를 찾아보세요!" with a small image of a coffee bean.

The sidebar includes a "이달의 추천 디저트" section with an image of a dessert and the text "초당운당 더블 앤 고구마 밤모통". It also features a "이달의 새로운 상품" section showing four new mugs from the "안녕" collection. At the bottom, there's a "꼭 가봐야할 매장에 여러분을 초대합니다." section with a map of Starbucks locations in South Korea, along with copyright and legal information.

서브

메뉴 매장 이야기 협업 고객센터

STARBUCKS™



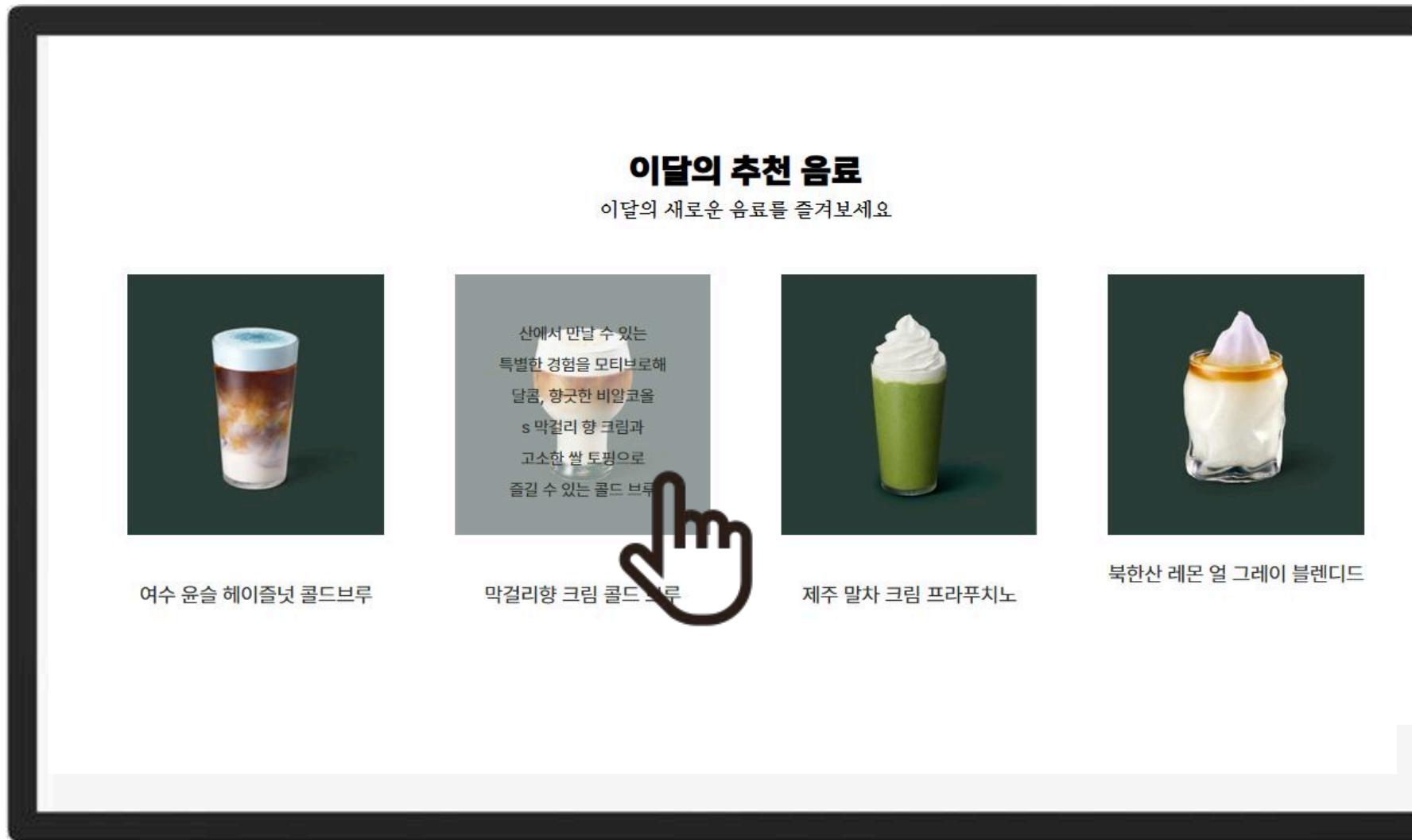


안녕 충청 머그 355ml

사충성의 상징적인 장소와 조형물을 담은 머그입니다. 충성의 자연과 건축물을 녹색과 아기자기한 일러스트로 담았습니다. 디자인으로 활용된 요소를 소개하는 영문 브로슈어가 함께 등장됩니다.

사업자등록번호 : 201-81-21515
주식회사 에스씨케이컴퍼니 대표이사 : 손정현
TEL : 1522-3232
개인정보 보호책임자 : 이찬우
© 2025 Starbucks Coffee Company. All Rights Reserved.

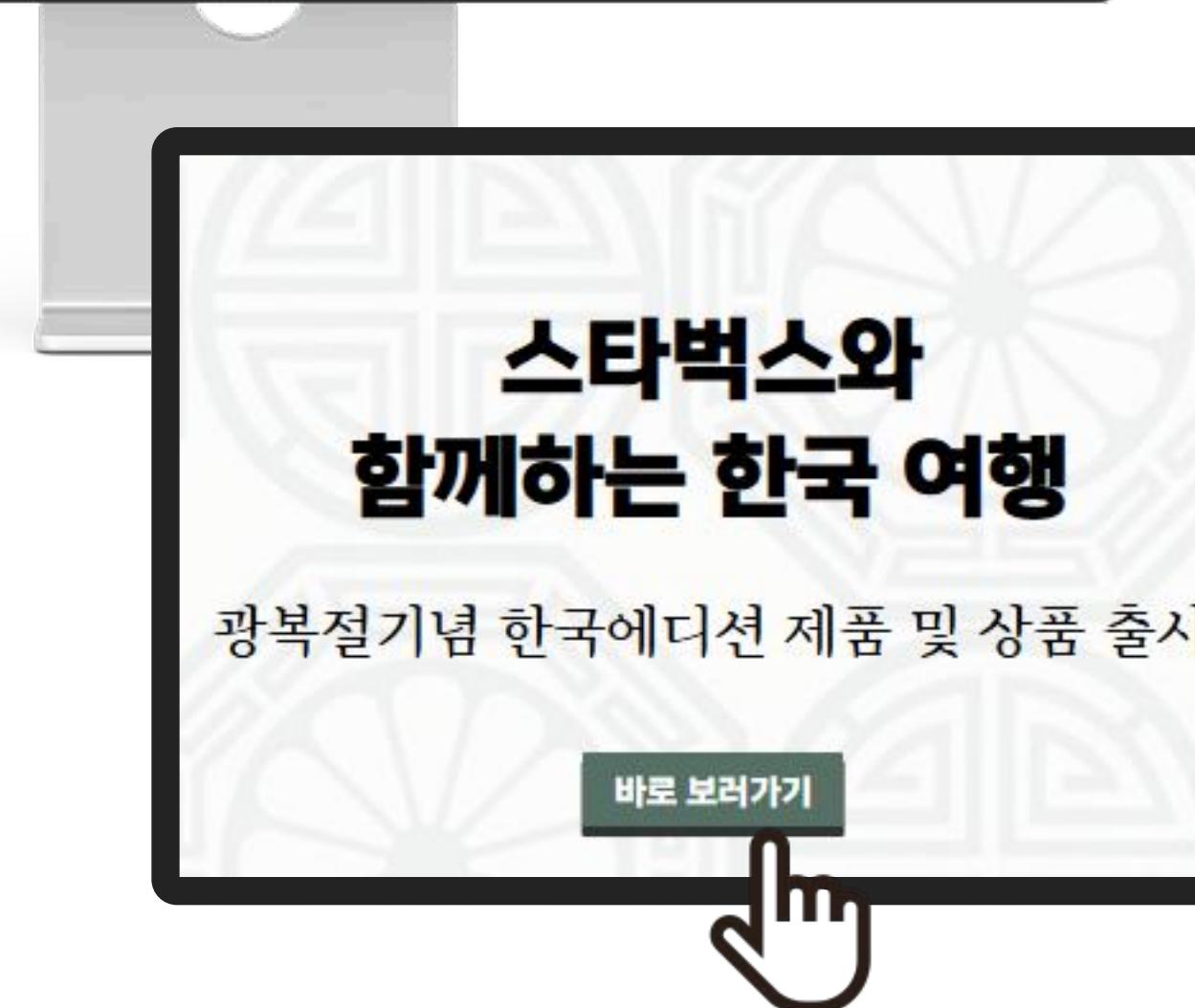
웹 표준 기반 개발 - 코드구현



호버 시 인터랙션 효과로
이미지 중앙에 안내 텍스트 표현하여

이미지 클릭유도

```
.Beverage img {width: 245px; height: 250px;}  
.Beverage { width: 100%; height: 600px; }  
.product{float:left; width: 25%; position: relative;  
line-height: 30px; font-family: 'Pretendard-Regular'; color: #303533;}  
.imgbox{position: relative;}  
.textbox{position: absolute; top: 50%; left: 50%;  
transform: translate(-50%,-50%); display: block; opacity: 0;}  
.product>.imgbox:hover img{opacity: 0.5;}  
.product>.imgbox:hover .textbox{opacity: 1; transition: 0.1s; cursor: pointer;}  
.product>p{margin-top: 20px;}  
section>p{margin-bottom: 50px; transition: 0.2s;}  
.textbox span{width:200px ; display: block; font-family: 'Pretendard-Regular'
```



마우스 호버 시에

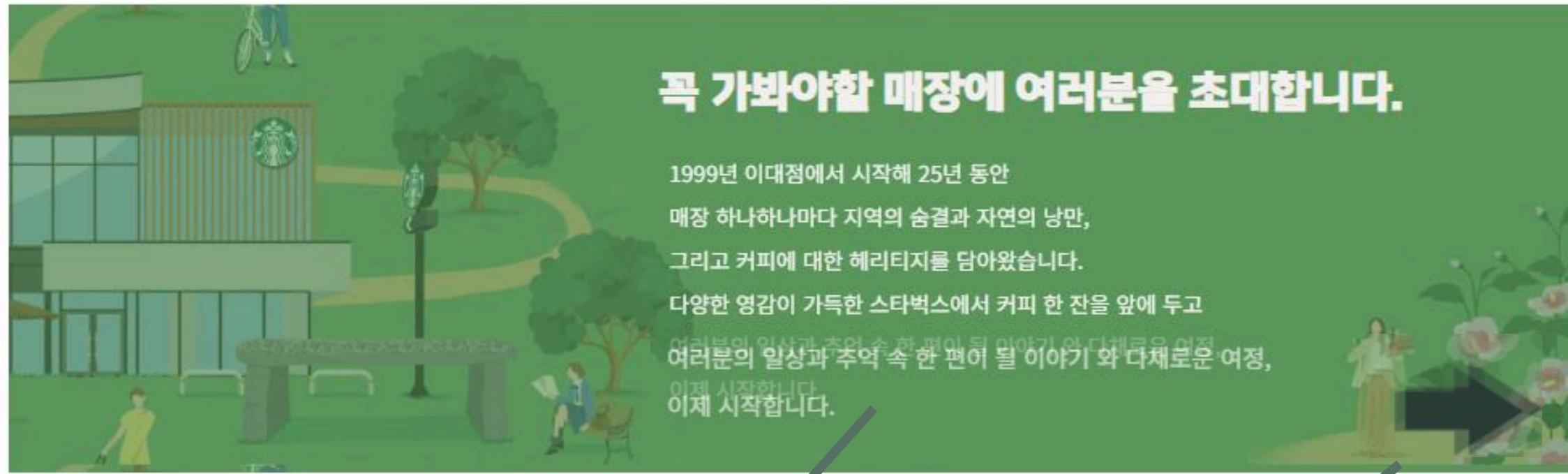
transform + box-shadow + transition 조합으로

버튼 눌림 착시효과 구현하여

디테일 감성 강화

```
<a href="index2.html" class="bt1">바로 보러가기</a>  
.bt1:hover { box-shadow: 0px 0px 0px 0px #232525; cursor: pointer;}  
.bt1:hover { margin-top: 10px; margin-bottom: 5px;}  
.bt1 { background: #567065;}  
.bt1 { display: block; width: 114px; height: 33px; position: absolute;  
font-weight: 500; line-height: 40px; color: #FFF; border-radius: 1px;  
transition: all 0.2s; border-style: none;}  
box-shadow: 0.1px 4px 0px 0.5px #303533; top: 110%; left: 41%;}
```

온·오프라인을 연결하는 인터랙티브 배너



페이지 로딩시,
텍스트가 한 줄씩 0.6초 간격으로 나타나
리듬감과 몰입감 있는 콘텐츠 경험을 제공

마지막 텍스트 등장후,
버튼이 자연스럽게 나타나면서 흔들리는 애니메이션이 적용
명확한 행동 전환을 유도하는 흐름으로 구성

```
<div class="textbox4">  
<span>1999년 이대점에서 시작해 25년 동안</span><br>  
<span>매장 하나하나마다 지역의 숨결과 자연의 낭만,</span><br>  
<span>(...생략)</span><br></p>  
<button class="bt4" type="button" onclick="alert('없지롱')">  
 </button></div>  
.textbox4 span { opacity: 0; display: inline-block;  
transform: translateY(20px); animation: fadeUp 0.6s forwards; }  
.textbox4 span:nth-of-type(1) { animation-delay: 0.3s; }  
.textbox4 span:nth-of-type(2) { animation-delay: 0.9s; }  
.textbox4 span:nth-of-type(3) { animation-delay: 1.5s; }  
.textbox4 span:nth-of-type(4) { animation-delay: 2.1s; }  
.textbox4 span:nth-of-type(5) { animation-delay: 2.7s; }  
.textbox4 span:nth-of-type(6) { animation-delay: 3.3s; }  
@keyframes fadeUp {  
to { opacity: 1; transform: translateY(0); } }  
.bt4 { all: unset; cursor: pointer; position: relative; top: 0px; left: 45%; opacity: 0; }  
animation: fadeIn 0.3s forwards 3.6s, shakeX 0.6s infinite 4s; }  
@keyframes fadeIn { to { opacity: 1; } }  
@keyframes shakeX {  
0% { transform: translateX(0); }  
25% { transform: translateX(-3px); }  
50% { transform: translateX(3px); }  
75% { transform: translateX(-2px); }  
100% { transform: translateX(0); } }
```

웹 표준 기반 개발 - 코드구현



각 이미지에 호버시 scale(1.2)로 확대하여 사용자 흥미 유발

1번 클릭 시, 해당 지역의 상품이 우측에 fadeIn()

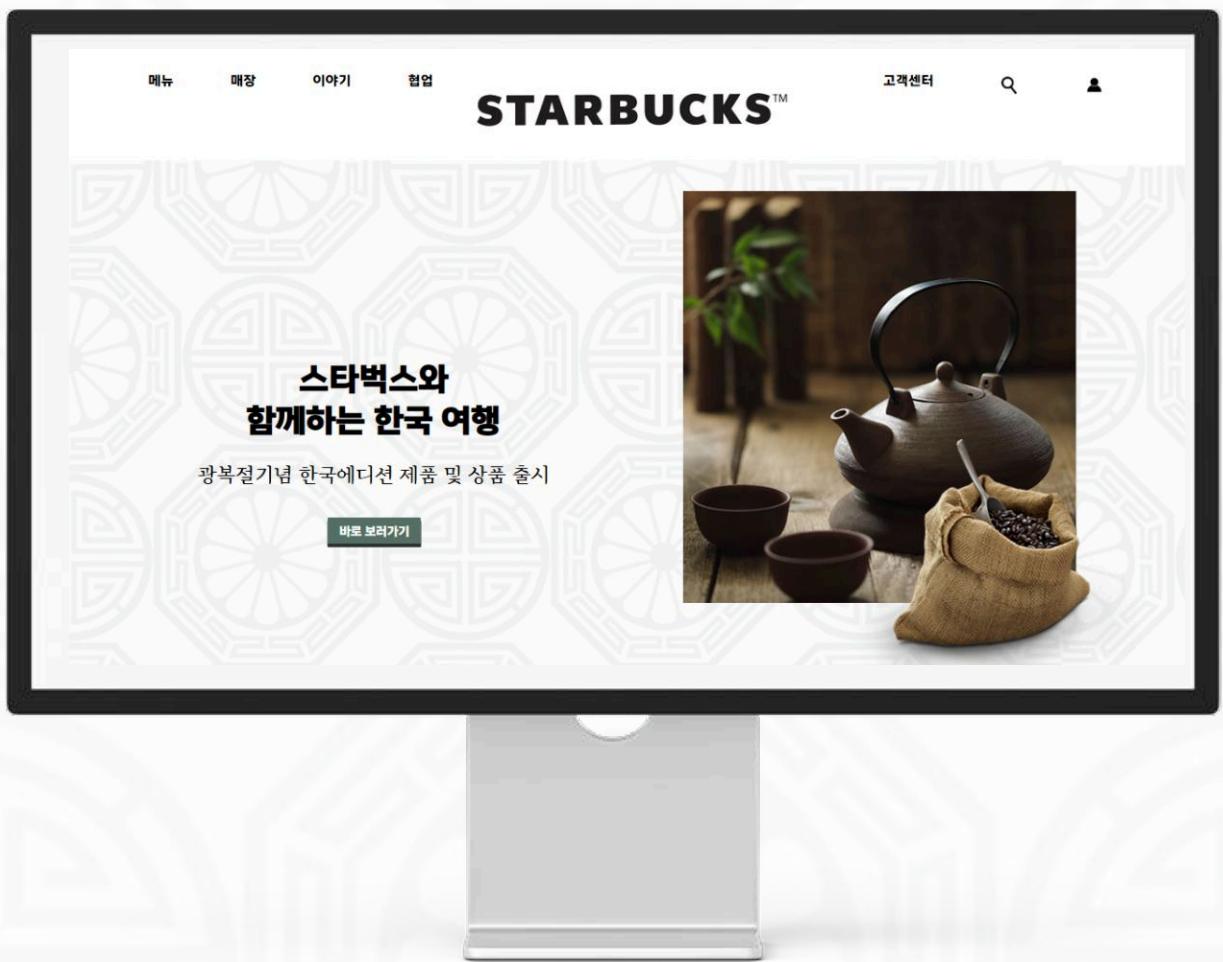
2번 클릭 시을 해당 상품의 상세설명이 하단에 fadeIn()

사용자가 직접 클릭해보며 탐색할 수 있는

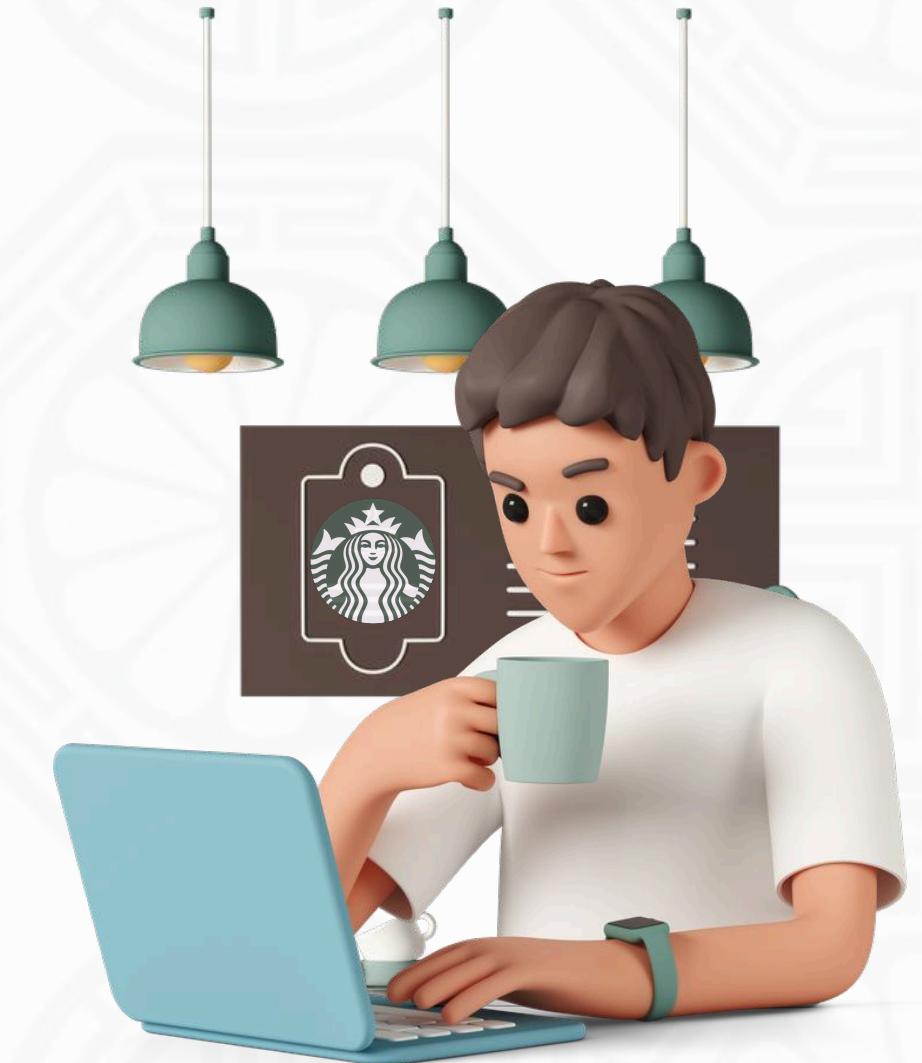
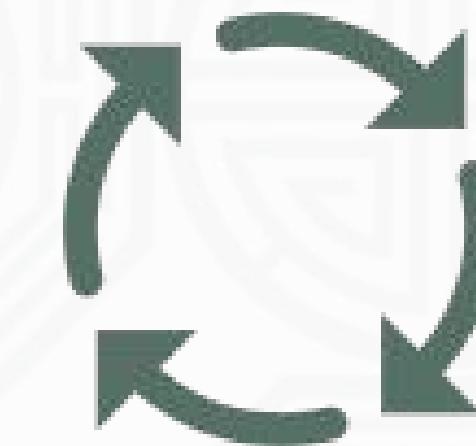
‘재미 요소’를 더한 인터랙션 구현

```
$function () { $(".cup img").css("cursor", "pointer");  
$(".cup img").hover(function () {  
$(this).css("transform", "scale(1.2)");  
}, function () { $(this).css("transform", "scale(1)"); });}  
  
$function () { $("#logo").css("cursor", "pointer"); };  
$(function () { $(".cup>img:nth-child(1)").click  
(function () { $(".description").hide();  
$(".contents1").fadeIn();  
$(".contents2").hide();  
$(".contents3").hide();  
$(".contents4").hide();  
$(".contents5").hide();  
$(".contents6").hide();});  
...  
$(".cup>img:nth-child(6)").click(function () {  
$(".description").hide();  
$(".contents1").hide();  
$(".contents2").hide();  
$(".contents3").hide();  
$(".contents4").hide();  
$(".contents5").hide();  
$(".contents6").fadeIn();});});
```

마케팅 전략 - 웹-리테일

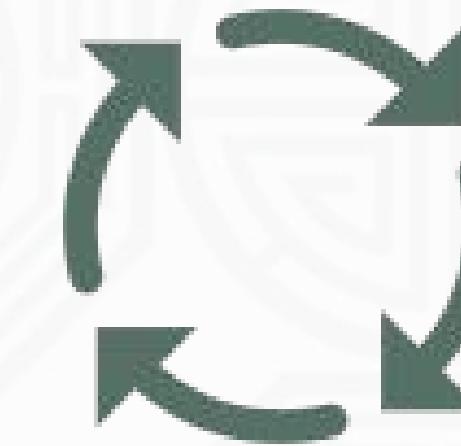
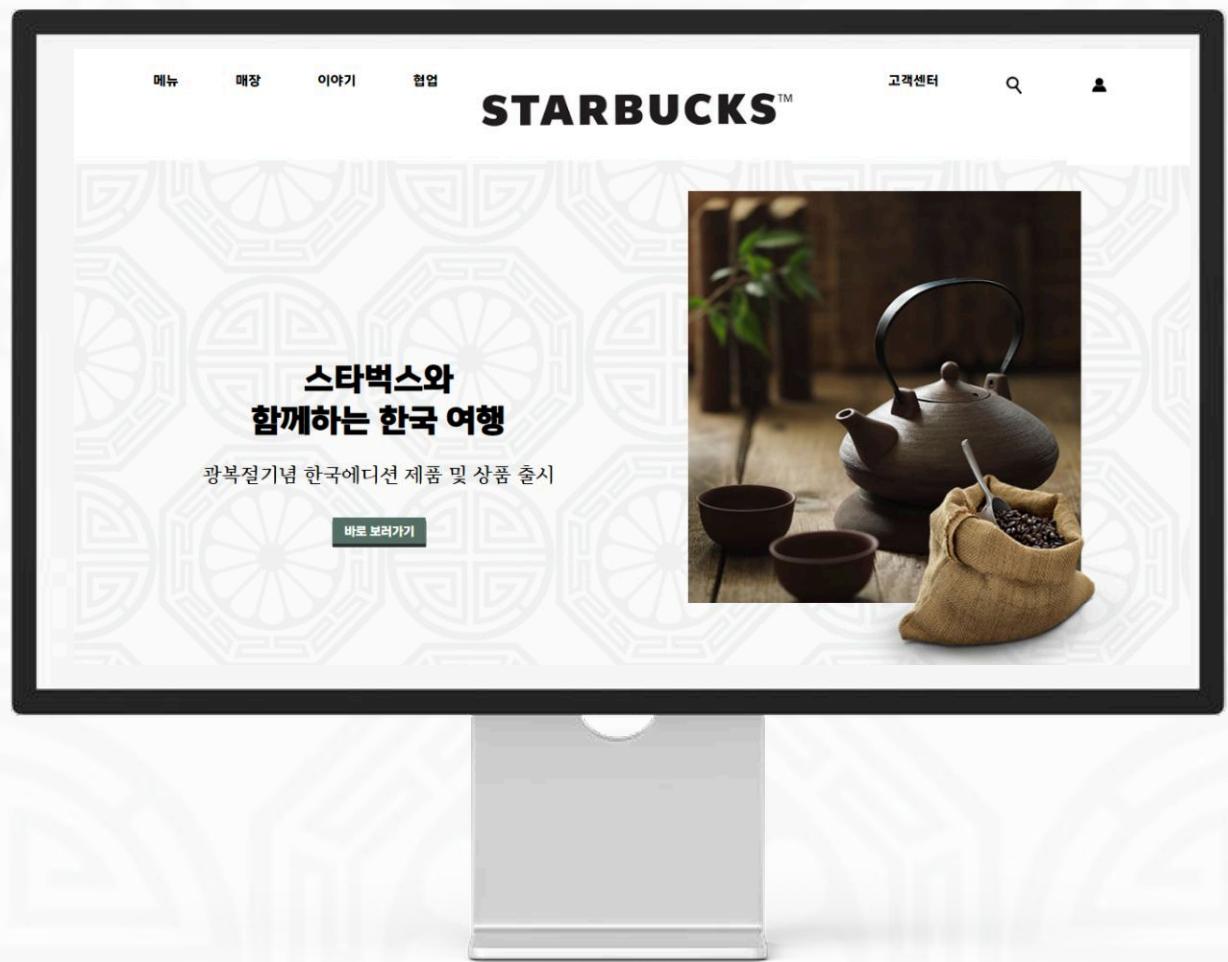


오프라인 굿즈 구매시,
리테일 음료할인권 제공



특정 지역매장 방문구매시,
해당지역굿즈 온라인 할인권

마케팅 전략 - 웹-SNS

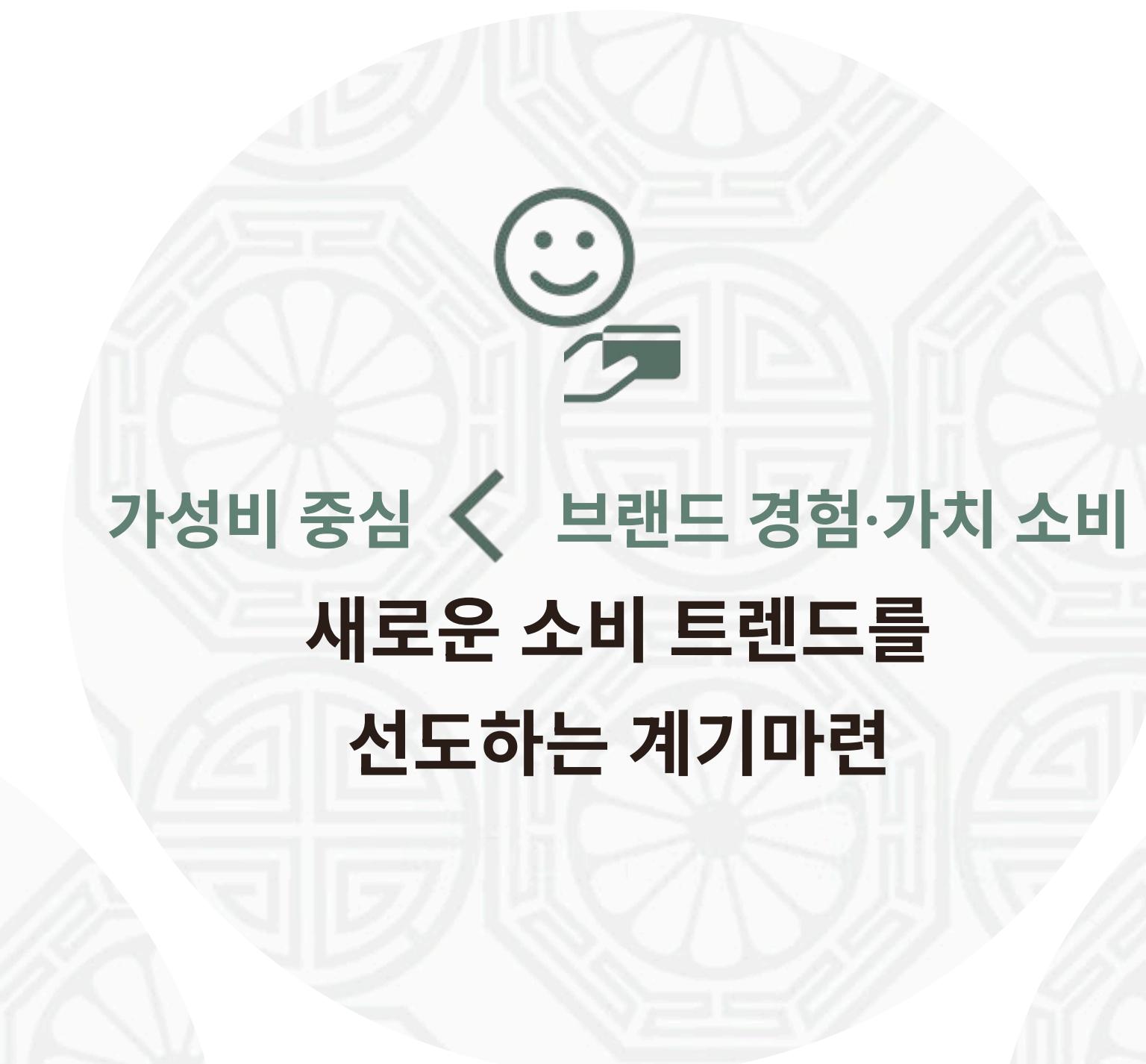


웹/앱 테마와 연동된 UGC 콘텐츠로
자연스럽게 확산되는 브랜드 메시지

종합정리 - 기대효과



다양한 경험 → 브랜드에 대한 몰입도
팬덤회복 및 확장

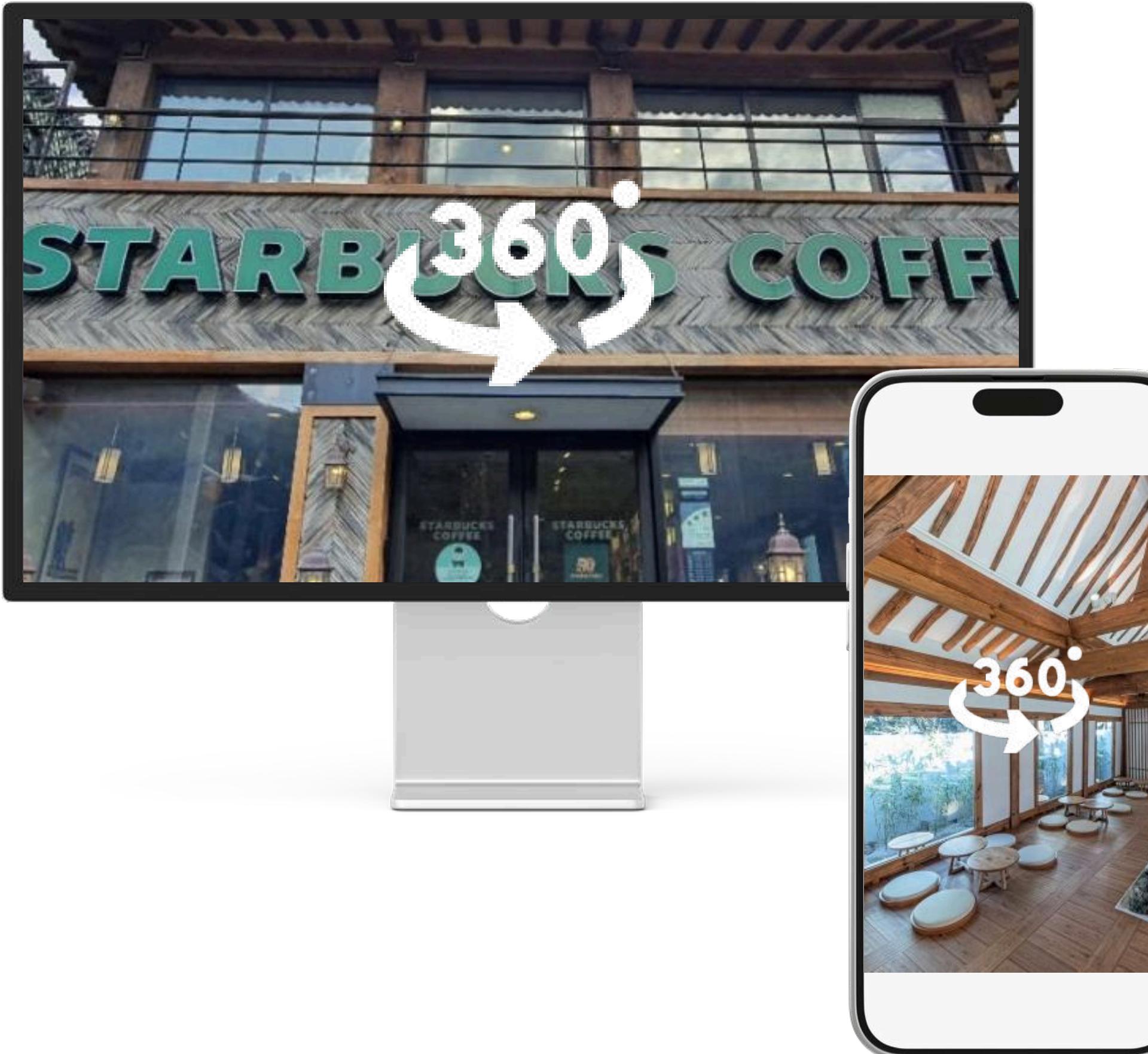


가성비 중심 < 브랜드 경험·가치 소비
새로운 소비 트렌드를
선도하는 계기마련



온라인 ☞ 오프라인
상호보완적 매출증가

종합정리 - 향후 개선사항



360° 로드뷰 / VR 인터페이스를 활용하여
좌석·공간 구성등 매장을 온라인에서 생생하게 체험



브랜드 체험의 몰입도 극대화

오프라인 방문 유도 강화 (O2O 전략)

해외 팬들도 한국 매장 간접 체험 가능



첫번째 프로젝트를 마치며

이번 프로젝트는 HTML, CSS, jQuery를 학습한 후 처음으로 제작한 웹사이트입니다.

아직 익숙하지 않은 상태에서 진도를 따라가며 기능을 구현하는 데 집중하다 보니,

완성 후 디자인적인 요소들이 아쉽게 느껴졌습니다.

특히 메인 페이지에서 스타벅스의 MD 상품을 다양하게 표현하지 못했고,

서브 페이지의 디자인 흐름이 메인 페이지와 자연스럽게 연결되지 않아 아쉬움이 남습니다.

또한 기획과 구현 과정에서 습득한 지식이 부족하여 작업 중간에 여러 차례 수정을 반복해야 했고,

이에 따른 시간 소요도 많았습니다.

이번 과정을 통해 웹사이트와 마케팅을 직접 기획하고 구현해보며,

단순한 디자인을 넘어 구현 과정 전반에 걸친 체계적인 기획 절차의 중요성과

실무에서 마주치는 현실적인 어려움을 체감할 수 있었습니다.

앞으로는 기획부터 레이아웃 설계, 디자인 구성까지 더욱 철저하게 준비하여

완성도 높은 결과물을 만들어내는 데 집중하고자 합니다.