

CAFE 051

서비스경험디자인 관찰조사

모든 날,
모든 순간
함께 합니다.
CAFE051



브랜드 소개

01



- ✓ 부산에 본사를 둔 대한민국의 커피 프랜차이즈 체인 브랜드
- ✓ 브랜드명은 부산 지역번호(051)에서 따옴
- ✓ 수많은 커피 프랜차이즈의 고질적 문제인 전문성 개선하고자 만듦
- ✓ 다른 브랜드와의 차이점
커피시장의 전문화를 위해 부산을 기점으로 전문바리스타 강사진 구축하여 "하이퀄리티 아카데미" 시작 → 바리스타 아카데미 본사를 기반으로 시작한 커피 전문 프랜차이즈

홈페이지 분석

02

▶ 문제점 1

- 기본메뉴 이미지는 차례대로 보여지지만
신메뉴 이미지는 활성화 되어있지 않아서
찾아서 봐야하는 번거러움이 있음.

CAFE 051

브랜드소개

메뉴

가맹문의

매장찾기

커뮤니티

로그인 회원가입

© N F S

가맹문의

전용문

싱글오리진 100% 원두만을 사용합니다

카페051의 원두는 다크초콜릿의 달콤함과 견과류의
고소함을 느낄 수 있으며 에스프레소 뿐만 아니라
밀크 베리에이션까지 아우르는 커피입니다.

공요일은 모든 카페051에서 같은 맛,
최상의 맛을 낼 수 있도록
꾸준한 교육과 퀄리티 유지관리에
힘쓰고 있습니다.

브랜드 스토리



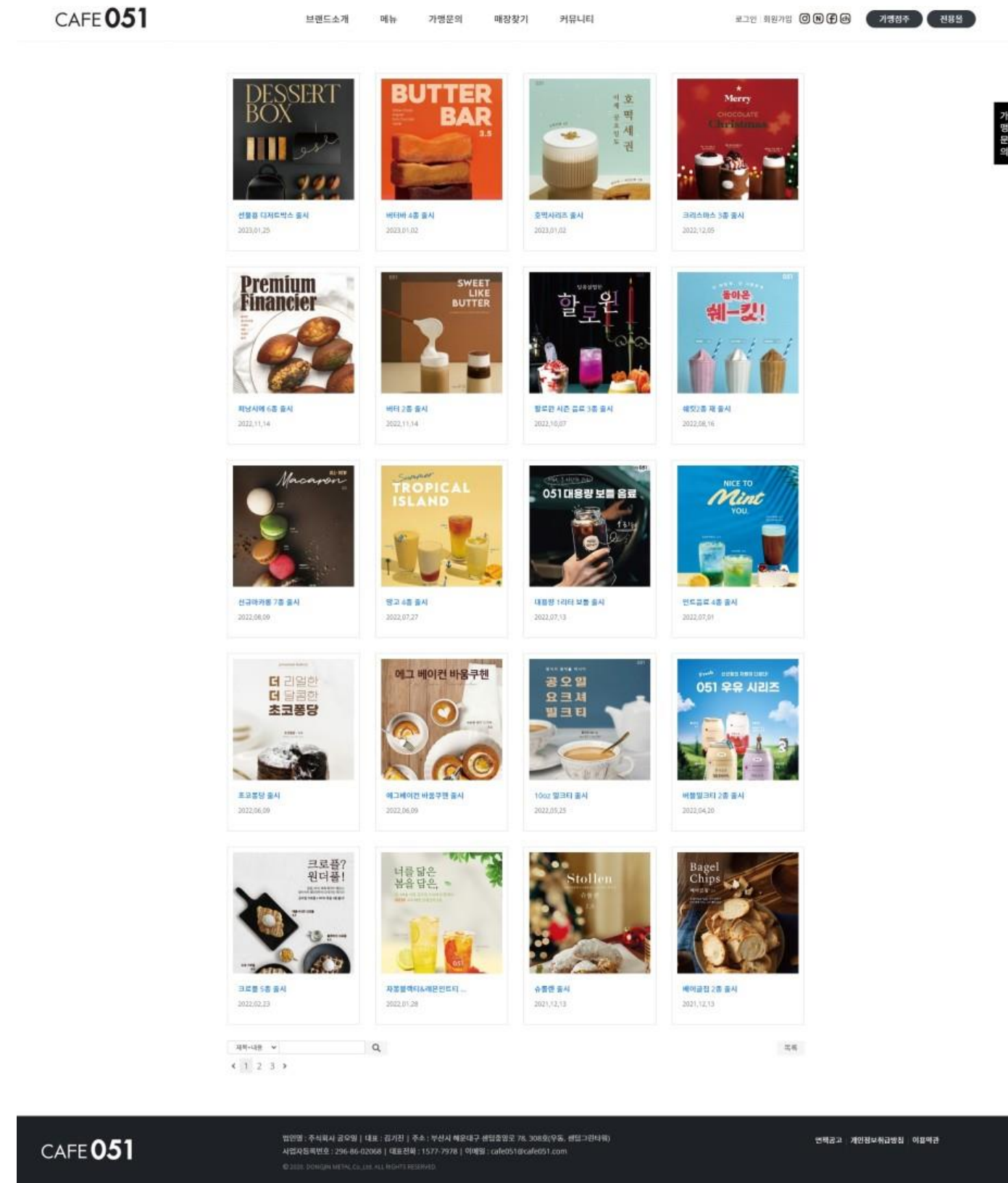
가
맹
문
의

홈페이지 분석

02

▶ 문제점 2

- 메뉴배너에서 신메뉴 클릭시 현재 진행하는 신메뉴만 보이는 게 아닌 기존 진행했던 모든 시즌메뉴가 다 보여서 가독성이 떨어짐.

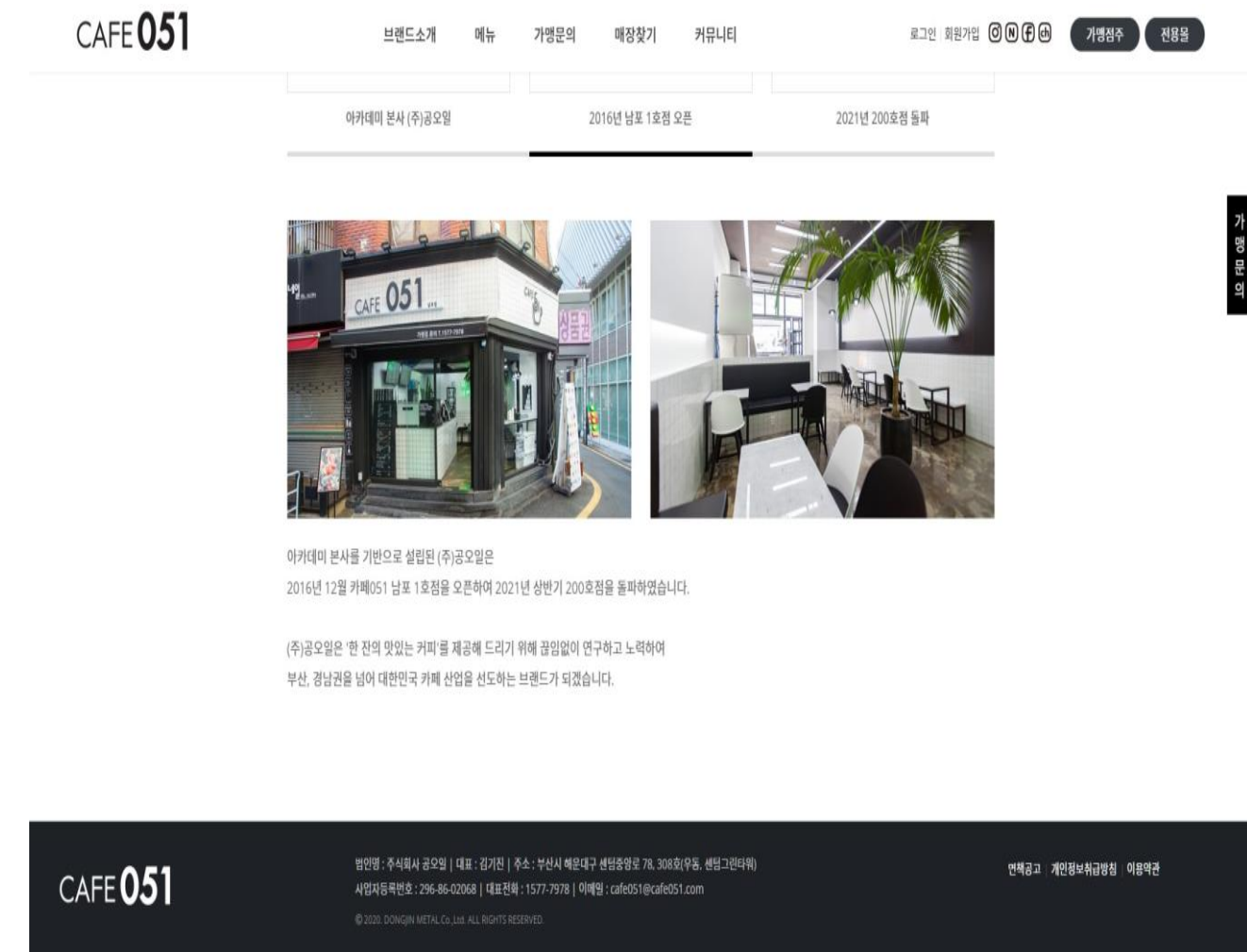


홈페이지 분석

02

▶ 문제점 3

- 홈페이지 디자인이 미니멀하긴 하나 시각적 요소가 작고 스크롤 및 트리거 기반 애니메이션이 없어 단조롭고 심심함.
- 진행중인 이벤트나 구성에 대한 시각적인 이미지가 바로 보여지지 않아 홍보가 제대로 이뤄지지 않을 수 있음.



홈페이지 서비스, 디자인 개선방안

03

- ✓ 메인 홈페이지에서 시즌메뉴 이미지와 설명을 바로 볼 수 있게 한다.
- ✓ 신메뉴창 클릭 시 현재 진행하고 있는 메뉴들을 먼저 나타나도록 한다.
- ✓ 브랜드가 추구하는 감성에 맞춰 적당하게 애니메이션 효과를 넣어 시각적인 재미요소를 만든다.
- ✓ 프렌차이즈의 가맹점에 대한 상업적 분위기가 많이 느껴지기 때문에 소비자들의 관심을 끌만한 디자인 메뉴바로 수정한다.

cafe 51

웹디자인 트렌드 조사

04

① 도파민에 영감을 얻은 색상

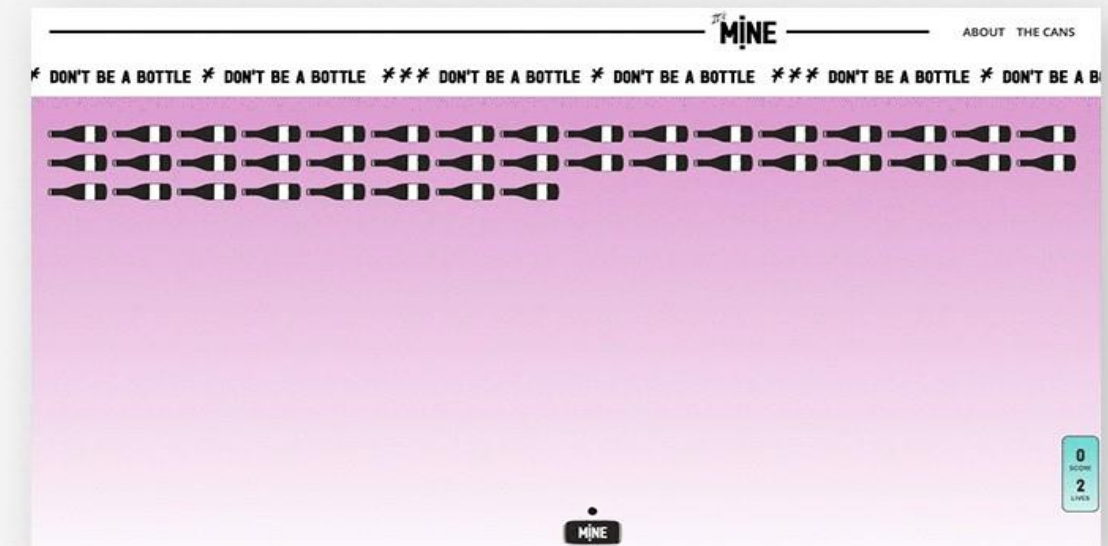
높은채도와 같이 화려한 색뿐만 아니라 맥시멀리즘을 지향하는 색채 극대화 팔레트도 포함.
다채로운 오버레이, 웹사이트 그라디언트 및 이미지는 모두 사이트에 2023년의 도파민 유도색상을 통합하는 방법.



② 마이크로 인터랙션: 아주 작은 것도 사용자에게 피드백 제공

사용자에게 독특한 인터랙션을 제공함으로써 관심과 참여도 이끌어낼수있음.
움직이는 애니메이션으로 역동적이고 활기찬 느낌.

스크롤 및 트리거 기반 애니메이션 ⇒ 마우스가 주인공이 되어 소비자의 관심을 끌어들이며 몰입도 유지 할수 있음.



③ 안티 디자인 웹디자인

안티 디자인(anti-design)은 디자인의 원리를 깨고, 우리 주변의 혼란을 다시 만들고, 강력한 관측 표현을 만드는 것이 목표인 가혹한 특성을 이용

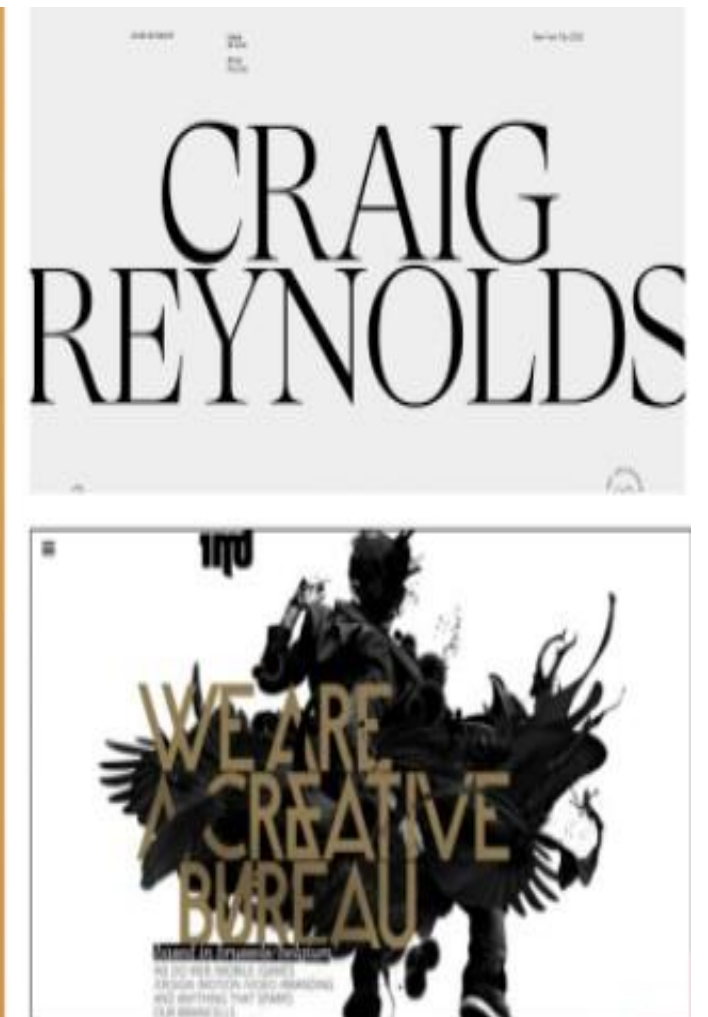
이러한 웹 트렌드는 안 어울리는 질감, 요소 겹치기, 큰 폰트 및 비대칭, 비정형 레이아웃과 같이 외관이 깨지고 불균형적인 무겁고 공격적인 요소가 특징



④ 크지만 정교한 폰트

중요한 건 굵게 하지만 글자는 정교하게
미니멀리즘과 폰트는 하나의 세트로 봐도 무방
미니멀리즘을 통해 필요없는 것을 다 제거하면
웹의 본질인 글자가 가장 돋보이기때문.
얇은 글씨체도 주목받을 수 있음.

2023년의 트렌드는 폰트에 다양한 시도하는 것.



웹디자인 트렌드 조사

04

⑤ 글래스모피즘: 배경 흐림을 통한 반투명 유리효과

뒷배경을 반투명 유리효과내어 흐려지게 함으로 TJ 앞에 반투명한 유리가 떠있는한 느낌을 주는 기법 공간감을 느낄수 있음.

ex.애플과 윈도우 모두 이 기법 사용해 구성



⑥ 클레이 모피즘/3d일러스트: 점토같이 말랑말랑한 느낌의 3d요소

이전 과하게 심플함을 추구하던 플랫디자인을 탈피하고자, 적당한 입체감을 부여하며 등장한 기법 직관성 좋음. 클레이 모피즘/3d일러스트는 만들기 쉽고 호불호 적어 웹환경에 적합함.



경쟁사 조사

- 메가커피

MEGA  COFFEE

05

자료조사

메가라는 이름답게 대용량 사이즈의 음료를 판매하며 지갑 사정이 가벼운 대학생, 사회 초년생들 사이에서 큰 인기를 끌고 있다.

이로 인해 대도시보다는 중소도시 위주, 특히 대학로, 회사 주변 위주로 신규 점포를 내는 일이 많다. 가성비를 중시하는 수요층을 노리기 위해 군인들이 외박 및 외출 나오는 지역이나 대학교 주변 위주로 많이 개점되다가 서울 등의 대도시는 나중에 차근차근 진행되었다.

23년 2월 16일 기준으로 2,252호점을 오픈한 상태이다.

홈페이지 서비스 디자인

1. 메인화면에서 바로 보이는 여러 애니메이션 효과와 시각적인 요소가 많아 재미요소가 있다.
2. 브랜드 시그니처 로고색을 이용해 포인트를 주었다.
3. 콘텐츠 이미지와 폰트의 크기가 크고 선명해서 눈에 잘 들어온다.
4. 헤더메뉴 말고도 좌우에 배너들이 걸려있어 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다.

경쟁사 조사

- 더벤처

theVenti

05

자료조사

더벤처는 2014년 3월, 부산대학교 앞에서 첫 선을 보이며 시작 가맹점의 성공이 곧 본사의 성공이라는 신념 아래 2022년 1월 말 기준 약 850여개의 가맹점을 출점했다.

BI에서 유일하게 대문자로 표현된 'V'는 음료 브랜드로서 맛(미각)의 즐거움을 형상화하여 더벤처가 가진 다양하고 독창적인 맛(THEVENTI Flavor)으로 즐거움을 선사한다는 의미한다.

메인 컬러 더벤처 퍼플은 트렌드를 선도하는 밝고 활기찬 더벤처만의 이미지를 나타내며, 가치 있는 음료를 고객에게 전해드리겠다는 우리의 목표와 의지를 더욱 선명한 시각적 언어로 표현한다.

홈페이지 서비스 디자인

1. 창업정보를 얻고싶은지, 메뉴정보를 알고싶은지에 따라 편하게 접속할 수 있도록 메인화면에서 구분지어놓아 검색에 용이하다.
2. 시그니처 색을 중심으로 홈페이지 만들었다.
3. 마우스 스크롤과 위치에 따라서 반응하는 스크롤 및 트리거 기반 애니메이션이 활성화되어있다.
- 4.컨텐츠의 크기가 넓게 배치되어 시선이 집중되는 효과가 있다.

경쟁사 조사

- 컴포즈



05

자료조사

컴포즈커피는 부산의 랜드마크 JM Coffee Rosters에서 2014년 런칭했다.

상하목장 우유를 사용하는 밀크쉐이크가 컴포즈커피 측에서 밀고 있는 주 메뉴다 바리에이션이 꽤 많이 나오며, 실제 출시된 메뉴의 평가 또한 좋은 평을 듣는다.

저가커피 브랜드 중에서는 홍보에 힘을 쓰고 있는 편이며 2022년 기준 오픈한지 9년만에 가맹점수 2010호점 냈다.

홈페이지 서비스 디자인

1. 컴포즈는 해당 모델의 홍보영상을 첫 화면에 크게 배치해 고객을 시선을 사로잡는다.
2. 홍보영상 바로 밑에 신메뉴 콘텐츠를 크게 배치하여 신메뉴의 정보를 쉽게 접할 수 있음.
3. 컴포즈의 로고컬러인 노랑색을 중심으로 색이 잘 표현됨.
4. 음료에 대한 상세설명을 보려면 마우스를 사진에 위치해야 보이기 때문에 번거로움이 있음.

경쟁사 조사

- 이디야

EDIYA COFFEE

05

자료조사

이디야는 해외에 로열티를 내지 않는 순수 국내 브랜드이다. 커피의 발상지인 에티오피아의 부족명인 동시에 대륙의 유일한 황제라는 뜻을 갖는다.

가격과 커피의 양: 중저가 여락을 취하고 있으며 2021년기준 3,500호점을 오픈했다.

홈페이지 서비스 디자인

1. 로고 컬러를 중심으로 색상이 표현되어 있다.
2. 콘텐츠 정렬방식이 가운데, 좌측, 우측 등 다양하게 표현되어 있다.
3. 버튼과 텍스트등에 호버 이벤트가 걸려 있어 링크가 걸려 있음을 파악할 수 있다.
4. 헤더 메뉴에 텍스트가 넓게 표현되어 메뉴 찾기가 쉽다.
5. 콘텐츠가 넓고 시원하게 배치되어 있어 보기가 편하다.

경쟁사 조사

- 텐퍼센트



05

자료조사

스페셜티 커피 프랜차이즈 체인 전문점으로, 주식회사 더쉐프 산하의 국내 브랜드이다.

수도권에 본점을 둔 여타 브랜드의 경우와 다르게 부산에 본사를 두고 있으며, 본점은 부산시청본점이다.

나라별 산지에서 엄선된 상위 10%의 스페셜티 원두를 사용한다.

낮은 등급의 제품과 타협하지 않고 유통단계 없이 직 배송하여 마진을 최소화하였고 상위 10% 원두와 바리스타의 정성으로 고객의 일상에서 좋은 커피, 맛있는 커피의 맛을 제공하기 위해 노력하고 있다고 한다.

홈페이지 서비스 디자인

1. 브랜드 감성은 있으나 정적인 분위기로 재미요소가 떨어진다
2. 이미지와 폰트의 크기가 작아 가독성이 떨어진다.
3. 이미지 색감과 화질이 떨어져서 음료의 맛이 없어보인다.
4. 홈페이지 배너 클릭 시 해당 창으로 연결되지 않아 번거로움이 있다.
5. 푸터 정렬이 위쪽으로 쏠려있어 재정렬 필요하다.

카페 051

서비스경험 디자인 시나리오 개발



페르소나



이름: 김민정

나이: 25세

성별: 여자

가족관계: 부, 모, 언니1

라이프 스타일: 자취 2년차
대학생이라 하루에 카페인 섭취를 필수로 하는데
시험기간일 때는 커피 3잔까지도 마시는 편이다.
커피뿐만 아니라 음료를 좋아해서 자주 가는 카페의
신메뉴는 전부 먹어본다.

페르소나 시나리오

1

김민정씨의 본가는 대구인데 대학교를 부산으로 다니게 되어 혼자 올라와 지낸지 2년째이다.
민정씨 성격이 내성적이고 낯을 많이 가리는 성격인데다 타지에서 혼자 올라와 친한친구가 많이 없는 편이다.
친한 친구들이 거의 다 멀리 있거나 부산에서 사귀 친구들 마저 시간대가 안 맞아 친구들을 만나는 시간보다 혼자 보내는 시간이 더 많다.

평소에 시험이 끝나도 여가시간을 보낼 때 혼자 도서관이나 카페에 가서 공부를 하는 편이다.
커피뿐만 아니라 음료 자체를 좋아해서 카페를 자주 가는데 집 주변에 카페051이 있어서 애용한다.
카페 051이 가격이 저렴한데다 양도 많고 맛도 있어서 단골카페이다.
학교에 갈 때는 항상 아이스 아메리카노를 구매하고 집으로 귀가할 때는 다양하게 시켜 먹는다.
계절이 바뀌면 시즌메뉴가 계속 나오는데 **신메뉴를 구경하기 위해서 홈페이지를 자주 접속한다.**

홈페이지에 접속하면 맨 위 배너에서 메뉴를 쉽게 찾을 수 있고 그 메뉴창에는 신메뉴와 전체메뉴로 나뉘어져 있어 신메뉴 코너로 바로 들어갈 수 있었다.
근데 **신메뉴 창을 클릭해서 들어 갔을 때 지금 진행 중인 시즌메뉴가 먼저 보이는게 아니라 이전에 진행했던 모든 시즌메뉴들이 나열되어있어서 한눈에 보기 힘들었다.**
현재 진행중인 메뉴들을 보려면 여러번 클릭해서 들어가야하는게 귀찮기도 하고 시간도 써야해서 요즘은 홈페이지를 많이 안들어가게 되는 것 같다.

페르소나 시나리오

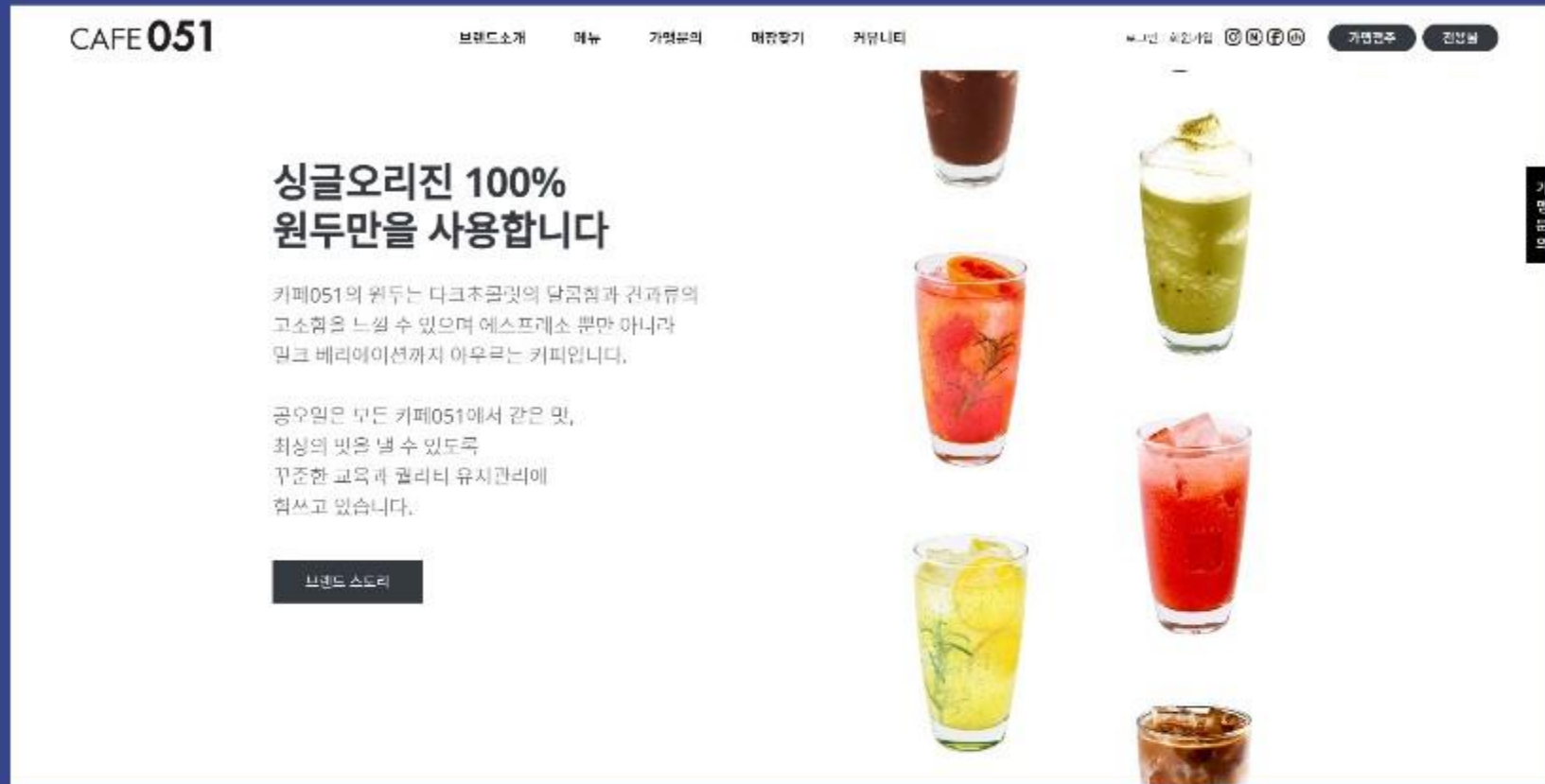
민정씨가 홈페이지를 접속하는 이유는 메뉴를 고르는데 시간이 오래 걸리는 편이라서 음료와 상세설명을 크게 보면서 미리 메뉴를 결정하고 카페에 가기 위해서이다.

그러나 메인 홈페이지에는 신메뉴가 바로 나타나지 않아서 신메뉴창을 찾아 여러번 클릭해서 봐야하기 때문에 **메인 홈페이지에도 신메뉴의 사진과 설명이 바로 보였으면 좋겠고,**

신메뉴창에 들어가서도 여러번 클릭해서 정보 확인하는 시간을 줄이기 위해 지금 새로 나온 시즌메뉴가 제일 먼저 보이게 해줬으면 하는 바람이 있다.



PRODUCTS

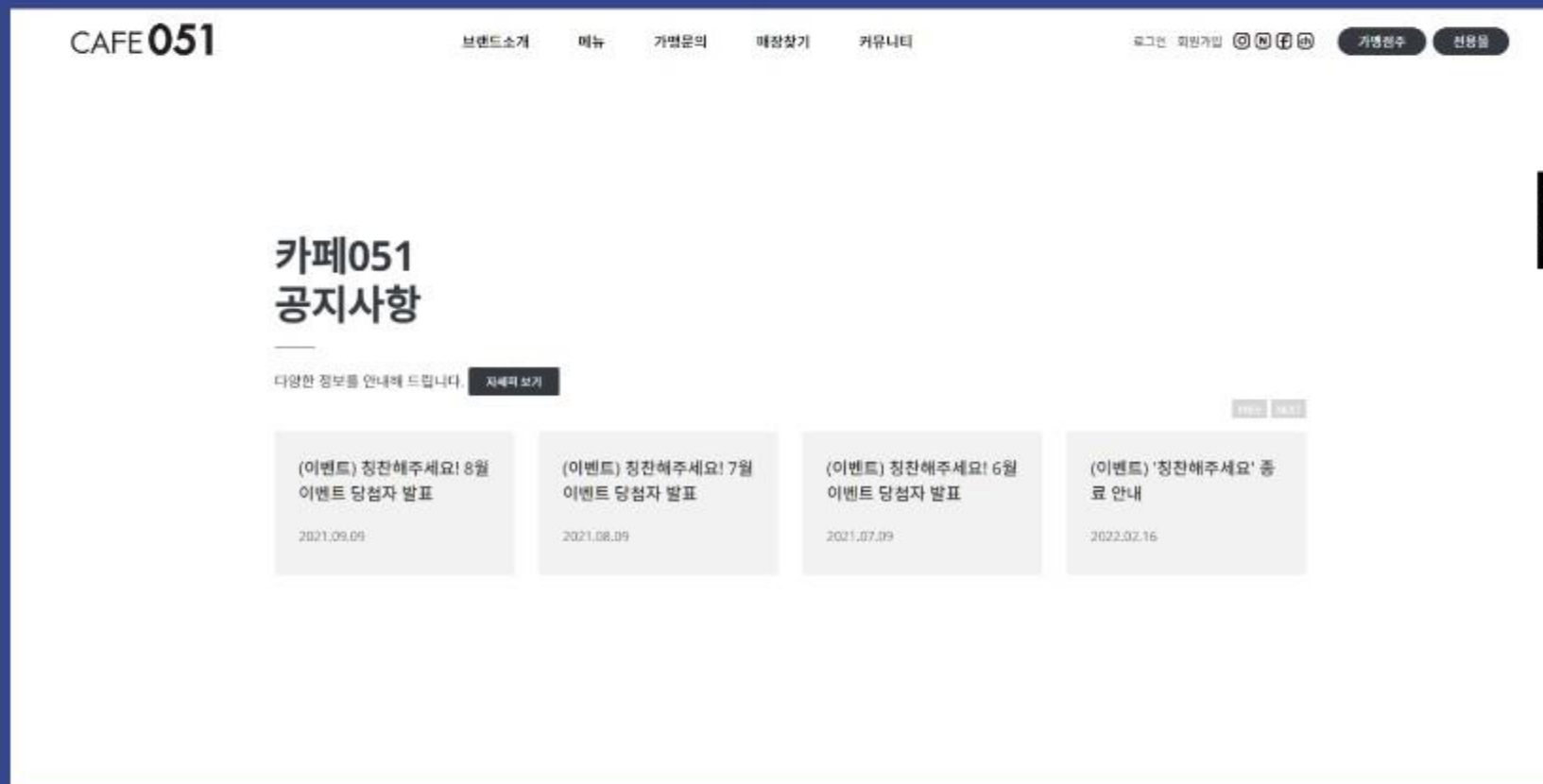


문제점

메인 홈페이지에는 기존 메뉴의 이미지만 있고
신메뉴의 이미지와 설명이 없음

해결방안

메인 홈페이지에 신메뉴이미지와 설명을 왼쪽
사진(기본메뉴)보다 위에 배치해서 보기 쉽게 함



문제점

홈페이지 디자인이 미니멀하긴 하나 시각적 요소가
작고 스크롤 및 트리거 기반 애니메이션이 없어
단조롭고 심심함

해결방안

브랜드가 추구하는 감성에 맞춰서 적당한 정도로
애니메이션 효과를 넣어서 시각적 재미요소를 만듦