

NCS능력단위평가 결과물제출

능력단위명	UI/UX 콘셉트기획
성명	강슬아
제출일자	2021-09-13

1. 프로젝트 과제 분석

01-1 웹사이트 세부 분석

- 경영전략 수립 분석 : SWOT (강점, 약점, 기회, 위협)

	긍정요인	부정 요인
내부 요인	강점 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 토핑과 당도, 얼음 커스터마이징을 제공함으로써 손님 개개인의 취향을 맞춰주는 1:1 맞춤 서비스. - 커피를 부담스러워 하는 손님에게 보다 넓은 선택지를 제시. 	약점 <ul style="list-style-type: none"> • 복잡한 주문 시스템으로 인한 새로운 고객층의 진입 장벽. - 커피를 마시고 싶은 고객은 잘 이용하지 않음. - 아이스 음료 위주이기 때문에 계절적 요인에 큰 영향을 받음.
외부 요인	기회 <ul style="list-style-type: none"> - 인지도가 가장 높은 버블티 체인 중 하나로서 안정적인 고객층을 확보하고 있음. 	위협 <ul style="list-style-type: none"> - 버블티의 인기로 인해 버블티를 취급하는 전문점이나 카페가 많아져 희소성이 떨어짐. - 코로나19 확산의 영향으로 건강에 대한 관심이 높아지며 고당도 고칼로리 음료를 덜 선호하게 됨.

주요 핵심사항 :

2. 프로젝트 과제 분석

02-1 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 소비자

	평가요소	평가 기준
소비자	시장규모, 시장 성장률	<p>세분시장의 규모는 적절한가?</p> <p>적절하다. 음료 중에서도 최근 트렌드가 된 버블티 시장에 특화되어 있으며 업계 선두를 점하고 있어 경쟁력이 있다.</p>
		<p>성장 가능성이 높은 시장인가?</p> <p>적당하다. 식음료 시장은 꾸준한 수요가 존재하며 꾸준한 신메뉴 개발과 마케팅을 통해 지속적인 고객 유치가 가능하다.</p>
		<p>세분 시장별 잠재 수요는 어느정도인가?</p> <p>많지는 않지만 꾸준히 있다. 코로나로 인한 비대면 서비스가 대두된 시기이므로 배달 시장을 공략한다면 잠재 수요를 더욱 이끌어 낼 수 있을 것으로 보인다.</p>

2. 프로젝트 과제 분석

02-2 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 경쟁사

	평가요소	평가 기준
경쟁사	현재의 경쟁사, 잠재적 경쟁사	현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가? 강력하다. 버블티 업체들도 계속해서 생겨나고 있으며 커피 전문점은 이미 과포화된 상태이다.
		새로운 경쟁사의 진입 가능성이 높은가? 진입 가능성이 높다. 해외 버블티 업체가 국내로 계속 진입하고 있는 상황이다.

2. 프로젝트 과제 분석

02-3 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 자사

	평가요소	평가 기준
자사	기업 목표, 자원 시너지 효과	기업의 목표와 일치 하는가? - 일치한다. - 비교적 차에 익숙하지 않은 젊은 세대에게 쉽고 맛있게 즐길 수 있는 차 문화를 보급하고 있다.
		인적, 물적, 기술적 자원을 갖추고 있는가? - 규모에 맞는 적절한 인프라와 기술을 갖추고 있다.
		기존 서비스와 시너지 효과를 낼 수 있는가? - 웹사이트를 개편하여 기존 앱과 오프라인 매장과의 연동성을 강화한다면 고객 편의를 크게 증진할 수 있다.

3. 프로젝트 제작 방향 정리

03-1 조사 분석 내용 최종 정리

- 기업분석 (SWOT, 3C)
- 페르소나 분석
- 매트리스분석

정리

공차는 업계 선두를 점하고 있는 버블티 브랜드로서의 인지도가 명확해 안정적인 고객층을 확보하고 있지만, 한편으로는 복잡한 커스터마이징 주문 시스템으로 인한 새로운 고객의 진입 장벽과 다른 신흥 버블티 업체들의 진출로 인한 과도한 경쟁에 내몰리고 있어 국면을 타파할 방안이 필요하다.

주 고객층의 의중을 살펴보면 코로나19로 인해 건강에 대한 관심이 높아지며 비대면 서비스를 선호하고 있는 경향이 눈에 띈다. 그러므로 음료의 커스텀에 따른 칼로리 등에 대한 더욱 디테일한 정보를 제공하여 니즈를 충족시킬 필요가 있다. 또한 잠재 고객의 수요를 위해 커스터마이징 시스템에 대한 정보를 알기 쉽게 재배치하기로 하며, 전반적인 UI 구성을 더욱 트렌디하게 바꾸어 고객 편의를 증진시키기로 하였다.

주요 핵심 키워드 방향은 대부분 부드러운 부분이 많고, 정적인 부분과 동적인 부분이 잘 양분되어 있다. 브랜드에서는 상큼하고 시원하며 생동감 있는 이미지를 계속 이어가고자 하기 때문에 기존 컬러에서 크게 변동을 주지 않고 기업의 주요 컬러인 레드를 포인트 컬러로 잡아, 핵심 제품군인 밀크티의 밝은 브라운 컬러와 같은 부드러운 컬러를 같이 매칭하여 밝고 부드러운 느낌을 주고자 한다.