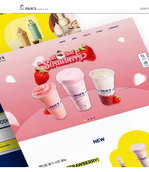

PAK'S COFFEE WEBSITE REDESIGN PROJECT

팩스커피 웹사이트 리뉴얼 프로젝트 / 2025 상반기 / 개인 프로젝트 / 디자인 & 퍼블리싱

2025년 상반기 개인 프로젝트로 진행한 팩스커피 웹사이트 리뉴얼 프로젝트입니다. 기존 웹사이트의 사용자 경험 문제를 분석하여 모바일 우선 디자인과 반응형 웹 구조를 적용하였습니다.

PAKS COFFEE | 2025.03 ~ 2025.05 | 기획 · 디자인 · 퍼블리싱

Market Research

❶ 팩스커피 브랜드 분석

❷ 주요 고객층 분석

Design Insights

10대 이하 / 20대 고객층 분석 결과 10대 이하 고객층 중 초등학생 비중이 높아 가족 단위 방문 가능성이 높은 것으로 나타나 가족 친화적 공간 조성 필요

10대 이하 / 20대 고객층 → 가족 친화적 공간 조성

MZ 세대 공략

팩스커피 MZ 세대 고객층 공략을 위해 인테리어 중심 시각적 요소를 강조하고 MZ 선호도가 높은 디자인을 적용하기 위해

Painpoint-Solution

팩스커피 기존 웹 사이트에서 문제점을 분석하여 **직관성을 고려한 디자인을** 진행했습니다.

As Is

- 컬러와 폰트의 부족하여 사용자 편의성이 떨어짐 ①
- 고단한 UI 구성 ②
- 텍스트 중심성이 강조되어 직관적인 정보 전달 어려움 ③ ④
- 반응형 웹이 아닌 데스크톱 중심의 구성으로 모바일에서 불편한 점이 있음 ⑤ (사진)

To Be

- 컬러와 폰트 디자인을 보다 **팩스커피** 브랜드를 중심으로 진행
- 직관적인 UI/UX 개선을 위한 스케치 진행을 통해 디자인을 결정했다.

Design Concept

안녕감 **친근함** **가성비의 합리적 조합**

Typography

Gmarket Sans

Bold	Medium	Light

	Weight	Size
Large Title	Bold	50
Title 1	Bold	40
Title 2	Medium	36
Body 1	Medium	28
Body 2	Medium	26
Body 3	Light	22
Table	Bold	16

Pretendard

Bold	Semibold	Light

Pretendard Regular	Weight	Size
Title 1	Bold	40
Title 2	Bold	36
Body 1	Semibold	28
Body 2	Bold	26
Table	Light	16

Icons

일반 두께의 아이콘으로 유용하을 표현했습니다.

SWOT Analysis

팩스커피 브랜드는 디자인만 상승한 것만이 커져를 넘어 젊은 층을 타깃으로 한 **친근하고 합리적인 놀이** 브랜드 이미지를 강조하고 있습니다.

STRENGTHS

차별화된 디자인 요소와 고유한 브랜드 스토리

30대 중반, 소득 정도 그룹의 가장 높은 재방문 성향

차별화된 정보 전달을 위한 컬러와 사용자 친화적 노이드 채용

WEAKNESSES

정보량 증가로 가독성과 사용성이 낮음

최근 치즈 음료 성장에 따른 경쟁 심화 이미지 노출을 통해 인지도 개선하기 위한 정보의 정리와 배치가 요구됨

OPPORTUNITIES

최근 치즈 음료 시장의 고성장 경향을 통해 고객 유입 증가 가능

공공기관 위주로 운영되는 경쟁 요소를 통해 인지도 개선 기회

THREATS

타 카페 프랜차이즈 대비 소비층 한정적 가성비 경쟁력 열위 → 가성비 UI/UX를 경쟁력 요소로 활용할 필요성 대두

경쟁 브랜드 대비 낮은 인지도 개선 필요성 → 사용자 친화적 UI/UX 개선을 통해 인지도 개선 기회로 활용

W + O = 보완적 개선 전략

본문형 웹 도입으로 접근성 강화

UI/UX개선 디자인 개발 **본격적인 디자인 작업**

Persona & User Journey Map

팩스커피 브랜드의 유동성을 기대하고 주요 타깃층 가상의 인물을 설정하여 정보 제공으로 나를 찾아 도움을 주는 캐릭터.

Profile

성별 (고객)

관심사 (고객)

#MZ

#새로운 정보

#친근감

"직관적이고 깔끔한 디자인에서 신메뉴 **빠르고 쉽게 확인하고 싶어요"**

User Scenario

스벅보다 인기있는 팩스커피 가격대 (3만원대) 가격 경쟁력도 있고 매장 인테리어 가격 경쟁력도 있어 요즘 인기 있는 제품들 (LTO, 신상품) 빠르게 찾아 볼 수 있는 30대가 요즘 많이 즐기는 음료 (치즈케이크, 초콜릿 음료) 신메뉴 등 새로 생길 수 있는 아이템을 미리 보고 매장 방문 결정에 도움이 되기 때문에 UI/UX 디자인 요구 사항 (컬러 UI에 가독성 고려하여 제시)

Behavior

주 사용 요일	주말 시간 노출
월 화 수 목 금 토 일	오전 오후 저녁

Painpoint

- 모바일 디자인의 디스크톱 버전에서 깨짐
- 30대 중반 고객층의 요즘 많이 즐기는 음료 정보 접근 어려움

Need

- 시각적으로 명확하고 디자인이 좋았으면.
- 직관적이고 간편한 정보 탐색을 위한 설계.
- 반응형 웹으로 모든 기기에서 동일한 사용자 경험을 주고 싶어요.

Journey

홈 화면 접속 및 메뉴/이벤트 선택하기	원하는 메뉴 선택	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고	인기 지역 스마트폰 구매	스마트폰 구매

Emotion

Good

Bad

Painpoint

홈 화면에 신메뉴 및 이벤트 선택하기 어려움	원하는 메뉴 선택하기 어려움	스마트폰 구매하기 어려움	스마트폰 구매하기 정보를 얻고	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고

Solution

신메뉴 및 이벤트 한눈에 볼 수 있도록 메인 페이지에 요약 섹션 제작하여 접근성 개선	원하는 메뉴 선택 시 가독성 높은 컬러와 폰트를 사용하여 빠르게 메뉴를 찾을 수 있도록 제작	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고	스마트폰 구매하기 인기 지역 정보를 얻고

Site Map

기존의 단순한 페이지 나열 방식에서 벗어나 **직관적인 네비게이션과 인터랙션을 강화** 하여 사용자 경험을 개선하고자 하였습니다.

Main Home

Main Page

모바일 우선 접근에 따른 웹 페이지는 메인에서 모든 내용이 들어 있는 하나의 페이지로 구성하고 주요 내용에 따라 섹션을 구분하였다.

MAIN SCREEN

메인 화면에는 신메뉴를 소개하고 페이지에 제작되었기 때문 나만 해보고 싶기만들고 싶다.

배너가 유독 크고 Sliding 되는 Slide를 제작하여 해보고 다양한 이벤트를 잘 보여 보기 쉽게 제작하였습니다.

https://shinsohee102.github.io/pak_portfolio/