



하겐다즈 반응형 프로젝트 기획서

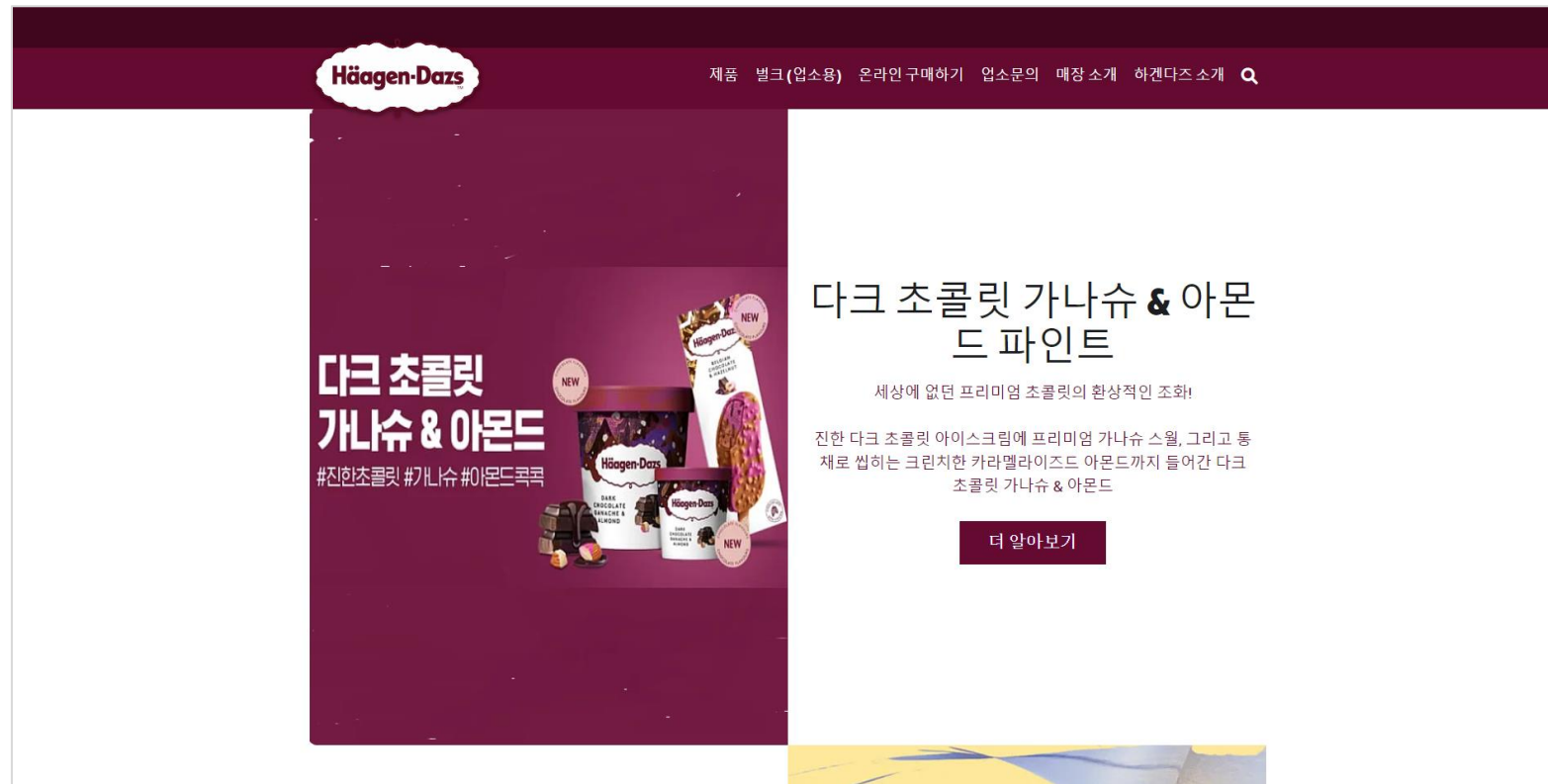
이기연

INDEX

-
1. 기획의도
 2. 타겟 설정
 3. 자사 분석
 4. 경쟁사 분석
 5. 제작 방향 도출
 6. Color Plan
 7. Font Plan
-

1-1. 아이템 선정

- 글로벌 기업 중 우리에게 친숙하지만 그에 반해 홈페이지 구성 및 콘텐츠는 다소 심플하게(성의 없게) 운영되고 있는 브랜드를 선정 하려했다
이유) 잘 운영되고 있는 페이지의 단점만 보완하여 사용성이 더 좋은 사이트로 제작해보는 것도 좋지만,
기존 상황과 비교해 결과물이 극대화 될 수 있을만한 사이트를 선정하고 싶었기 때문
- 여러 사이트를 살펴보던 중 필요한 내용만 영역별로 나눠 채워 놓은 구글 사이트 도구 기반의 반응형 사이트로 제작된 하겐다즈 웹사이트를 발견
→ 하겐다즈 공식 웹사이트를 아이템으로 선정



1-2. 시장환경 분석

- 아이스크림은 과거 저렴한 가격에 높은 만족감을 주는 '가성비'로 승부했지만 소비패턴의 변화에 따라 아이스크림을 고급 디저트처럼 즐기는 소비자가 많아지며 빙과업계는 높은 심리적 만족을 추구하는 '가심비'로 소비자 공략에 초점을 맞추게 됨
- 프리미엄 아이스크림 시장의 규모가 커지게 된 것은 지난 5년간 20% 가량 비싸진 국내 아이스크림 가격도 한 몫
→ 소비자들이 평소 즐겨먹던 아이스크림과 프리미엄 아이스크림의 가격 차이가 그리 크지 않게 된 것
- 2조에 달하는 아이스크림 시장의 40%를 차지하는 프리미엄 라인은 연간 9% 이상 성장하며 급속도로 규모를 키워나가는 중

→ 하겐다즈의 현 위치에서 베스킨라빈스, 나뚜루와 같은 경쟁사의 존재가 뚜렷했고, 각 브랜드의 경영방식이나 마케팅 전략이 상이해 자사 분석과 더불어 경쟁사 분석을 통해 기존 사이트의 콘텐츠를 현재의 콘텐츠 형식보다는 사용자의 눈에 편하게 들어오도록 콘텐츠 구성을 보완해 보면 좋을 것 같다는 결론을 도출



하겐다즈의 브랜드 비전

“pleasure and satisfaction”

최고의 제품에 기꺼이 그만큼의 가치를 지불하는 소비자에게
변하지 않는 품질로 즐거움과 만족감을 주는 브랜드가 되는 것



- 보통의 제품보다 몇 배 이상이 되는 가격을 지불할 용의가 있고
그런 경제적 능력이 되는 사람들
- 어린이가 아닌 중산층 이상의 성인 소비자

=> 아이스크림이 아이들만의 전유물이 아닌 성인들의 즐거움을 위한 소비가 될 수도 있다는 것



Main Target

아이스크림을 즐겨먹으며 경제활동을 하고 있는 20~30대 여성
(이왕이면 좋은 것을 먹고자 하는 건강지향적인 사람들)

Sub Target

세련되고 경제적으로 부유한 커플 또는 신혼 부부

하겐다즈

소개	1960년 뉴욕에서 만들어진 아이스크림 브랜드로 1991년 국내 시장에 진출한 하겐다즈는 지금까지 프리미엄 아이스크림의 대명사로 자리잡음. 일정한 퀄리티를 위해 각 국에 공장을 세우지 않는다는 것으로 유명함
웹사이트 주소	https://www.haagendazs.co.kr/
사이트 유형	반응형



▼ 접속하면 보이는 메인 화면

- 하겐다즈 웹사이트의 전반적인 느낌

→ 브랜드 색상을 잘 살린 컬러사용의 연결성은 좋으나,
구글 사이트 도구에 기반한 콘텐츠 양식은 딱 떨어져 깔끔한 느낌을
주지만 **콘텐츠가 다소 성의 없게 구성**되었다는 느낌이 공존하게 됨

하겐다즈

▼ 메뉴 구성

- GNB 메뉴 폰트가 큰 느낌
- GNB메뉴의 제품을 클릭하면 특별한 애니메이션 효과 없이 아래로 제품군 LNB가 나타남
- 프로모션 상품을 LNB 영역 우측에 배치하며 마케팅 효과 증대
- 벌크(업소용), 온라인 구매하기 메뉴를 클릭하면 하겐다즈 공식 스토어로 이동됨



하겐다즈

▼ 아이스크림 카테고리

- 좌측에 맛을 선택할 수 있는 체크박스 리스트가 있음
- 상품에 마우스 hover시 제품 용기 이미지로 변하는 효과가 나타남
- PC로 보면 제품명 폰트가 명조체로 보여져 전체적인 폰트 사용의 통일감이 떨어지는 느낌

파인트

사랑하는 사람들과 함께 즐기 좋은 하겐다즈 파인트 아이스크림입니다.


결과 1,14 중-12

맛


- ☐ 딸기 3
- ☐ 과일과 열매 3
- ☐ 쿠키와 브라우니 2
- ☐ 견과류 2
- ☐ 초콜릿 2
- 검색

유형


- ☐ 아이스크림 14




그린티 파인트




스트로베리 치즈케이크 파인트




스트로베리 프로즌 요거트 파인트



다크 초콜릿 가나슈 & 아몬드 파인트



브라우니 마키아또 파인트



초콜릿 파인트

파인트

사랑하는 사람들과 함께 즐기 좋은 하겐다즈 파인트 아이스크림입니다.


결과 1,14 중-12

맛


- ☐ 딸기 3
- ☐ 과일과 열매 3
- ☐ 쿠키와 브라우니 2
- ☐ 견과류 2
- ☐ 초콜릿 2
- 검색

유형


- ☐ 아이스크림 14




그린티 파인트




스트로베리 치즈케이크 파인트




스트로베리 프로즌 요거트 파인트



다크 초콜릿 가나슈 & 아몬드 파인트



브라우니 마키아또 파인트




초콜릿 파인트

하겐다즈

▼ 아이스크림 카테고리 상세페이지

- 제품을 클릭하면 상세 페이지로 연결됨
- 상세페이지의 설명이 군더더기 없이 간단한 느낌
- 영양정보란은 좁은 공간을 활용하기 위함과 함께 보여지는 콘텐츠들과 다소 어울리지 않는 느낌의 표 이미지를 사용하여 **접어두는 형태**로 만들어 놓음




파인트


마카다미아 너트 미니컵

품질 좋은 원료와 로스팅된 마카다미아 너트가 만들어내는, 입안 가득 넘치는 풍부한 고소함. 하겐다즈 마카다미아 너트로 경험해보세요.


Related Products




프로즌 요거트 키워 8 망고




브라우니 마카아도 파인트



그린 티 파인트



스트로베리 파인트




품질 깊은 맛을 만들기 위하여 품질 좋은 원료만을 사용합니다.


품질 좋은 크림, 우유, 설탕, 계란을 기본 원료로 사용하여 하겐다즈만의 놀라운 맛을 만들어냅니다. 원료에 대해 자세히 알아보기

영양 정보


Related Products




프로즌 요거트 키워 8 망고



브라우니 마카아도 파인트



그린 티 파인트



스트로베리 파인트

품질 깊은 맛을 만들기 위하여 품질 좋은 원료만을 사용합니다.

품질 좋은 크림, 우유, 설탕, 계란을 기본 원료로 사용하여 하겐다즈만의 놀라운 맛을 만들어냅니다. 원료에 대해 자세히 알아보기

영양 정보

영양 정보	총 내용량 100ml
총 내용량당	272kcal
니트럼 91 mg	5%
탄수화물 16.7 g	5%
당류 16.0 g	16%
지방 21.2 g	39%
트랜스지방 0.4 g	
포화지방 10.4 g	69%
콜레스테롤 112 mg	37%
단백질 3.4 g	6%

1일 영양성분기준치에 대한 비율은 2000kcal 기준으로 개인에 따라 다를 수 있습니다.

하겐다즈

▼ 템플릿 형식의 콘텐츠 운영으로 매끄럽지 못한 문장단위들

- 정해진 영역에 글자들이 끼워 맞춰져있는 느낌
- 타이틀 폰트가 크게 느껴짐

▼ 간단한 정보만 보여지는 상점 정보의 나열

- 공간을 활용하기 위해 상점 정보를 리스트 형식으로 꽉 채워 놓음
- 지도 사용까지는 아니더라도 사용자들이 보기에 좀 더 편안한 느낌의 콘텐츠 구성이 되었으면 좋겠다는 생각

하겐다즈 아이스크림의 특별한 원료

하겐다즈의 특별한 퀄리티는 무엇일까요? 그것은 오직 신선한 재료에서 오고 있습니다. 가장 최소한의 원료만을 사용하여, 합성 색소 및 합성 향료 없이 천연 재료로만 최상의 맛을 만들기 위한 노력을 해왔습니다. 하겐다즈의 모든 아이스크림은 기본적으로 크림, 우유, 설탕 그리고 계란 네 가지의 기본적인 품질 좋은 원료에서부터 시작합니다.

이런 방식으로 하겐다즈는 놀라운 맛의 깊고 진한, 하겐다즈만이 보여줄 수 있는 아이스크림을 만들어냅니다.

바닐라

품질 좋은 다섯가지 원료만을 사용하여 만든 하겐다즈 바닐라 아이스크림. 깊고 부드러운 맛의 정수를 보여주는 순수한 맛을 경험해보세요.



딸기

가장 완벽한 맛의 딸기 아이스크림을 만들기 위하여 6년간 앞마당 딸기를 찾았습니다. 기본 원료부터 다르니까, 오랜 기간 동안 하겐다즈의 시그니처 아이스크림일 수 밖에 없죠.



초콜릿

초콜릿에 관해서라면 하겐다즈는 최고만을 추구합니다. 그게 하겐다즈를 그 어떤 브랜드와도 비교할 수 없는 퀄리티의 아이스크림으로 만들어주거든요.



와플 & 아이스크림



따뜻한 와플에 올라간 하겐다즈 아이스크림 한 스푼은 언제나 사랑받아온 최고의 디저트입니다. 비교할 수 없는 퀄리티를 경험해보세요.

파르페 & 섀데



부드러운 하겐다즈 아이스크림에 달콤함을 더하여 완성한 섀데. 초코시럽, 과일시럽과 다양한 식감을 즐길 수 있는 시리얼, 견과류, 쿠키 등과 함께라면 그 자체로 완벽한 디저트가 됩니다.

하겐다즈 매장에서 진정한 즐거움을 만끽하세요!

하겐다즈는 1976년 뉴욕에 첫 매장 오픈 이래로 세계 최고 품질의 아이스크림으로 소비자들에게 즐거움을 제공하는 것을 목표로 운영하고 있습니다. 하겐다즈에서만 느낄 수 있는 진하고 크리미한 아이스크림과 더불어 시그니처 메뉴들과 함께 인생의 또다른 진정한 즐거움을 경험하시기 바랍니다.

상점 정보

Yongho Xii

#410-131, GS Heitz Xii Building
566, Sinseon-ro Nam-Gu
Busan
48515 South Korea
☎ 051-628-1213

Marine City

38, Marine City 2-ro,
Haeundae-gu, Busan,
Busan, South Korea
☎ 051-746-6183

Seocho

111-1 1F, 12, Seocho-daero
38-gil, Seocho-gu Seoul 06655
Seoul, South Korea
☎ 02-582-3115

Jeju (Jeju Shinwa World)

25, B1, 38, Sinhwaeoksa-ro
304beon-gil, Andeok-myeon,
Seogwipo-si, Jeju-do, 63522
South Korea
☎ 064-909-2302

Kyodae

Shop 114-1 Seocho Acrobata,
1685-3 Seocho-dong,
Seocho-gu 06600 Seoul South
Korea
☎ 02-3477-1002

Yeoido

#110, IREX Building, 108,
Uisadang-daero
Yeongdeungpo-gu, Seoul, Korea Seoul 07322
Seoul, South Korea
☎ 02-780-0815

Pankyo

101-3, 1st floor, 117,
Bundangnaegok-ro,
Bundang-gu Seongnam-si
Gyeonggi-do Sungnam
Kyunggi-do, South Korea
13529
☎ 031-622-7599

Migum

#101, 1st FL., Medipark Bldg,
168, Dolma-ro, Bundang-gu,
Sungnam-si Kyunggi-do, Korea
Kyunggi 13615
Sungnam/Kyunggi-do, South
Korea
☎ 031-711-2220

01. 베스킨라빈스

소개

1945년 미국인 사업가에 설립된 다국적 아이스크림 브랜드로 대한민국에는 1985년에 진출하였으며
로고에 있는 31은 '한 달 내내 매일 한 가지씩 먹을 수 있는, 31가지의 다양한 아이스크림을 갖추었다'를 의미.

웹사이트 주소

<http://www.baskinrobbins.co.kr/>

사이트 유형

적응형

▼ 접속하면 보이는 메인 화면

- 와이드 형태의 메인배너가 화면을 압도하여 신제품 또는 이벤트 관련 내용을 잘 전달하는 느낌(+마케팅)
- SNS관련 메뉴를 상단 header 좌측에 배치하여 홍보효과 증대
- GNB메뉴는 스크롤을 하면 계속 보이지 않고 사라지는 형태라 Sticky 효과를 더하면 좋을 것 같다는 생각



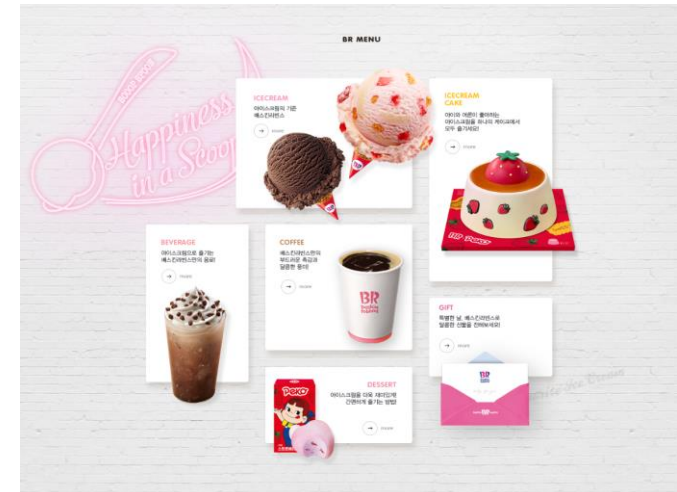
▼ 프로모션 배너 클릭 시 접속되는 화면

- 상품 관련 페이지로 스크롤하면 노란박스의 페이지 이동 아이콘이 화면을 따라 옮겨 다니고, 각 아이콘을 누르면 페이지 내 해당 영역으로 이동 가능(id값을 주어 이동하는 역할)
- 동적인 애니메이션 효과로 스크롤 시 화면이 다소 버벅거리는 느낌



▼ 메인 화면에서 스크롤하면 나타나는 이슈 콘텐츠

- 와이드 형태의 이슈 콘텐츠로 베스킨라빈스 메뉴를 그리드 형태로 분할하여 배치해 놓음 → 실제 매장의 메뉴보드 느낌으로 각 메뉴를 배치하여 매장에 와있는 듯한 느낌을 줌



01. 베스킨라빈스

▼ 메뉴 구성

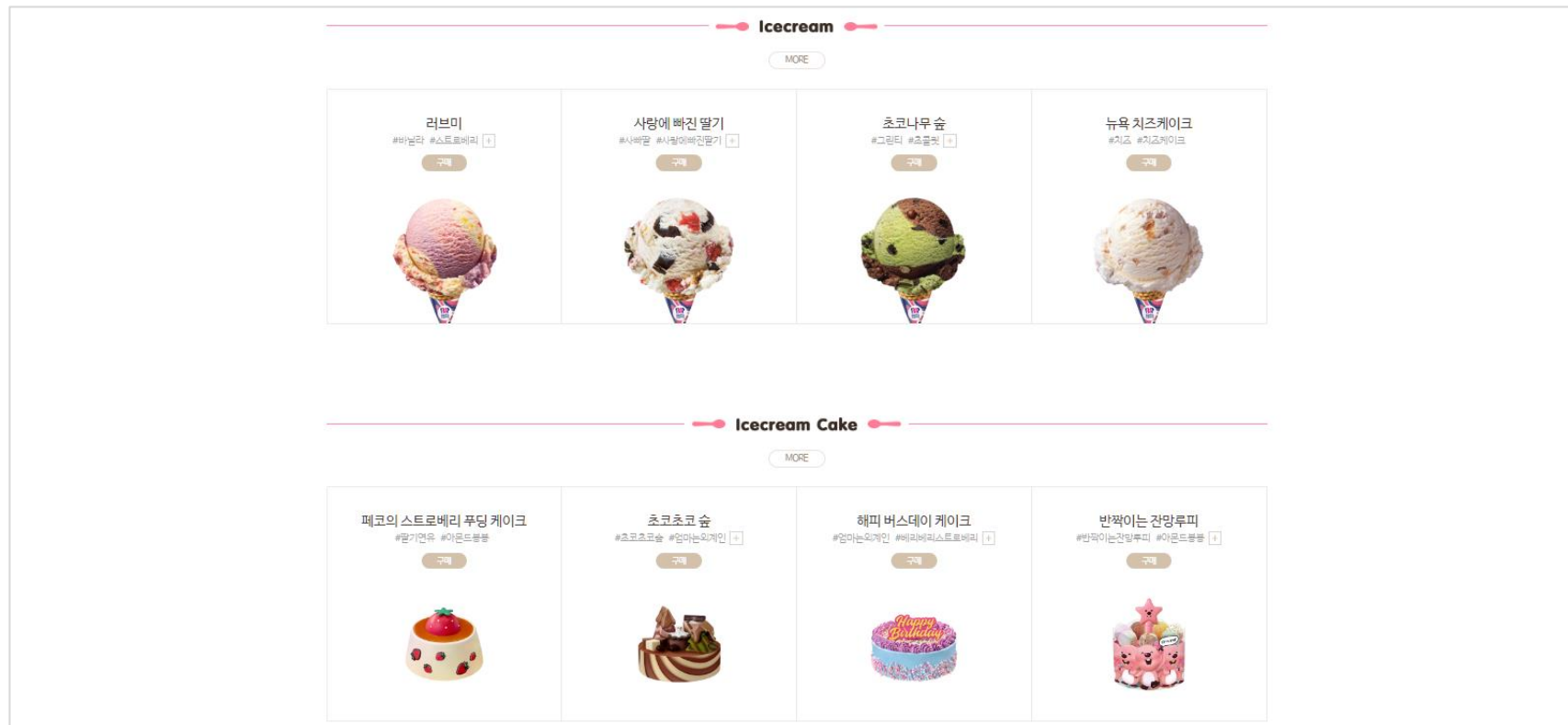
- FLAVOR OF THE MONTH 를 hover하면 LNB메뉴가 애니메이션 효과와 함께 아래로 펼쳐짐
- LNB 메뉴를 마우스 hover하면 해당 메뉴 색상이 핑크색으로 변함
- App 설치 관련 배너와 신제품 배너를 함께 배치하여 마케팅 효과를 높임



01. 베스킨라빈스

▼ 메뉴 카테고리

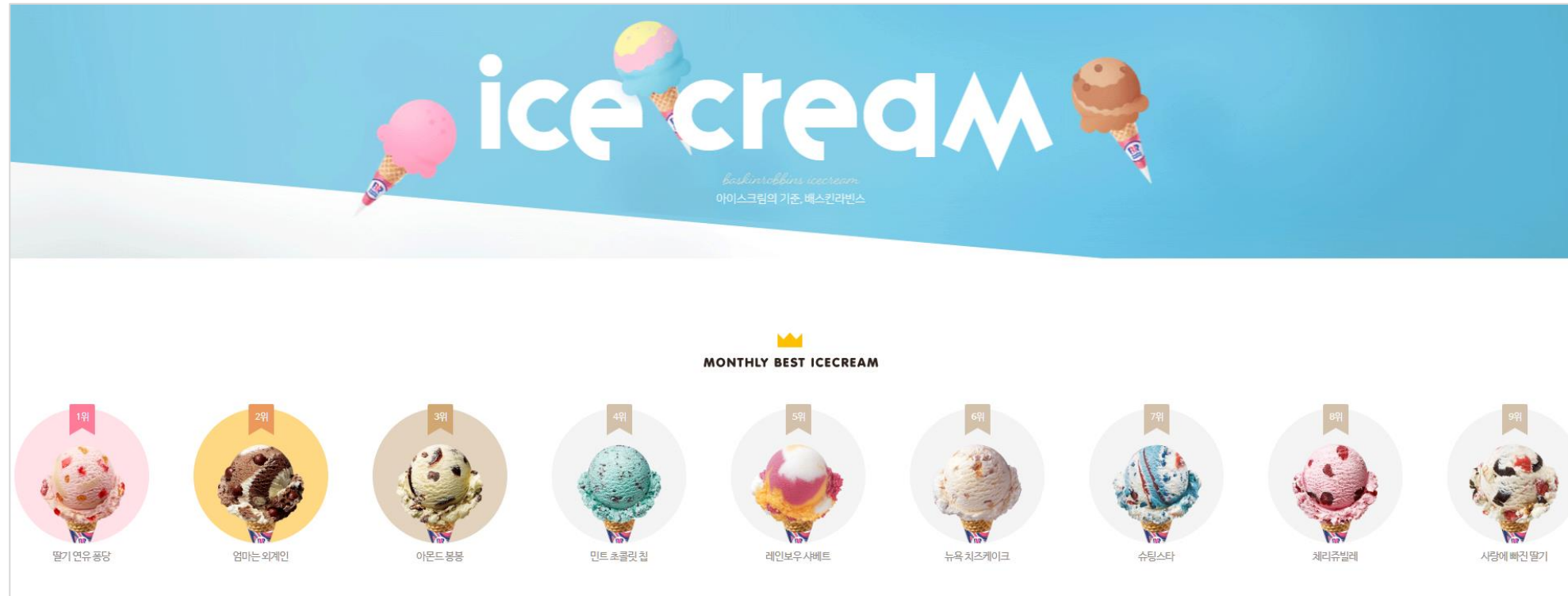
- GNB의 메뉴를 선택하면 베스킨라빈스에서 판매중인 전체 메뉴가 나타남
- 카테고리별 4가지 상품을 기본으로 보여주고 나머지 상품은 MORE 버튼을 통해 숨겨둠으로써 공간 활용 극대화
→ 많은 메뉴가 존재하는 카테고리는 더보기 버튼을 사용함으로써 베스킨라빈스에서 판매되는 전 제품군을 한 페이지로 파악 가능



01. 베스킨라빈스

▼ 아이스크림 카테고리

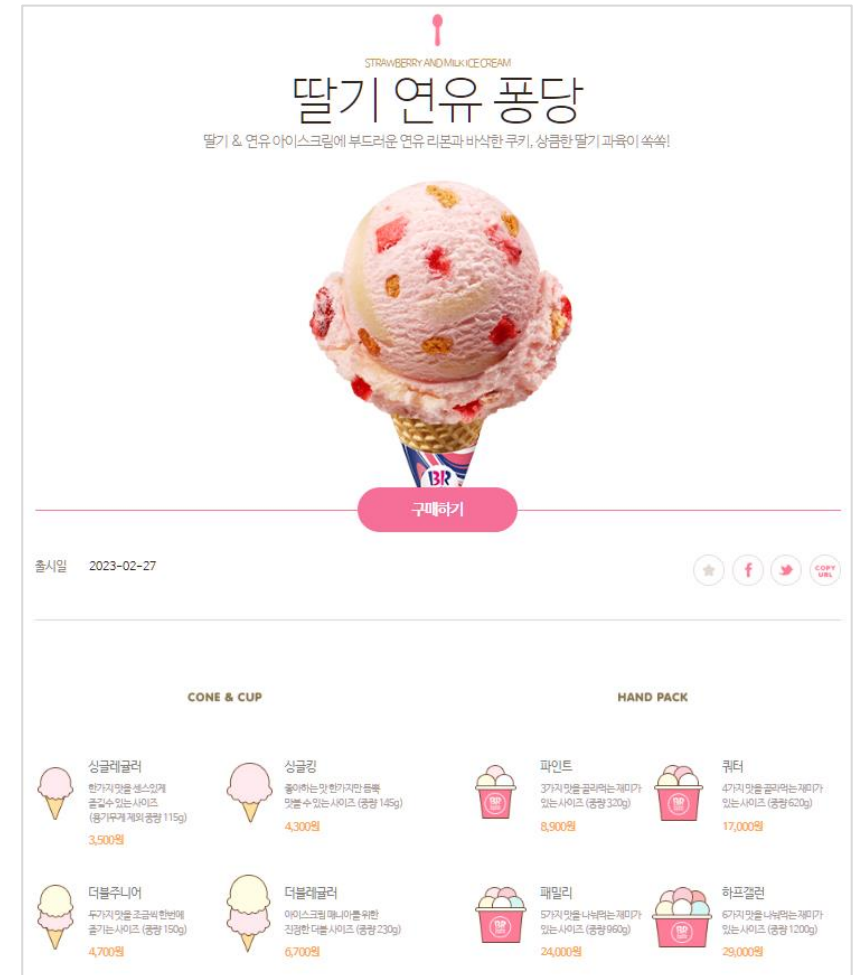
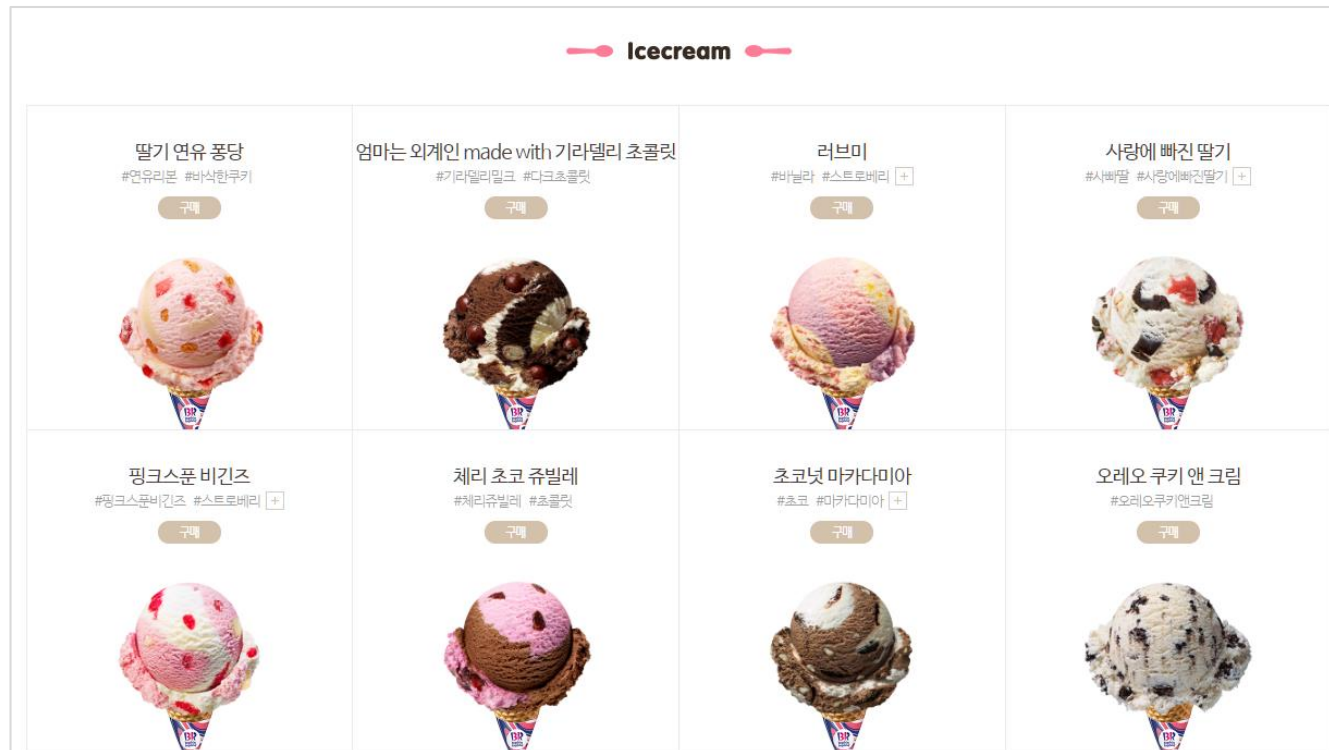
- 아이스크림 카테고리로 접속하면 상단에 나타나는 **베스트 랭킹**
→ 순위에 마우스 hover 하면 좌우로 왔다갔다하는 동적인 요소가 구현되며 1위에서 10위 까지의 메뉴 확인 가능



01. 베스킨라빈스

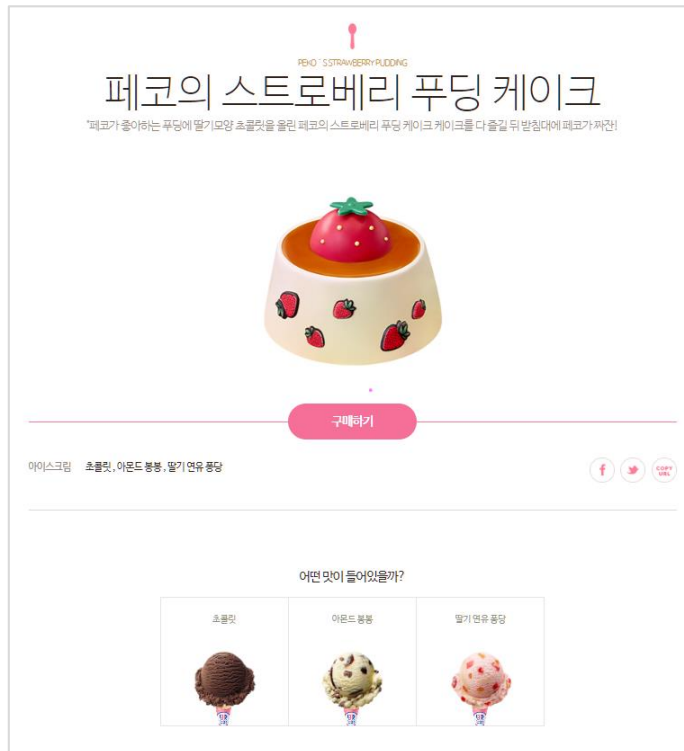
▼ 아이스크림 카테고리

- 메뉴를 클릭하면 우측 페이지로 이동하고 해당 아이스크림에 대한 정보 확인 가능
- 컵과 콘 각 사이즈 구성을 일러스트로 귀여우면서도 깔끔하게 소개하였으며 구매하기 버튼을 누르면 해피콘 페이지로 연결되어 기프트콘 구입이 가능함(+판매효과 증대)



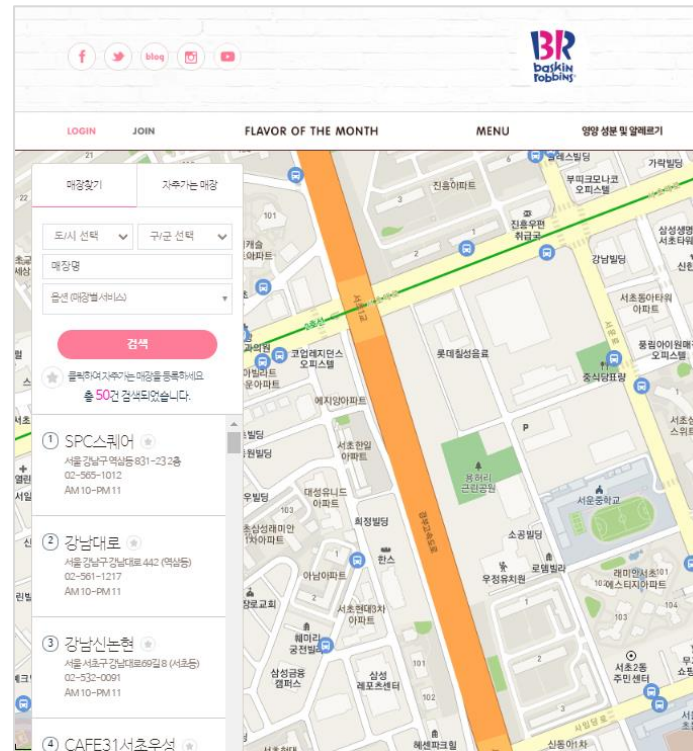
▼ 아이스크림 케이크 카테고리

- 해당 케이크에 어떤 맛이 포함되어 있는지 이미지 형태로 소개해주어 사용자에게 **정보 확인의 편의성 제공**



▼ 매장 찾기 카테고리

- 지도와 함께 지역별 매장 위치를 검색하고 확인해볼 수 있어 **정보 확인의 편의성 제공**



- 단계 주문을 위한 단계를 **포인트 컬러와 함께 순차적으로 배열**해 두어
사용자로 하여금 **인지하기 편한 정보를 제공**
(+주문할 수 있는 링크가 바로 연결되어 편리함 증대)



02. 나뚜루

소개	1998년 롯데제과가 출시한 대한민국의 아이스크림 브랜드
웹사이트 주소	https://www.natuur.co.kr/
사이트 유형	적응형 네이버브랜드스토어와 통합하여 사용

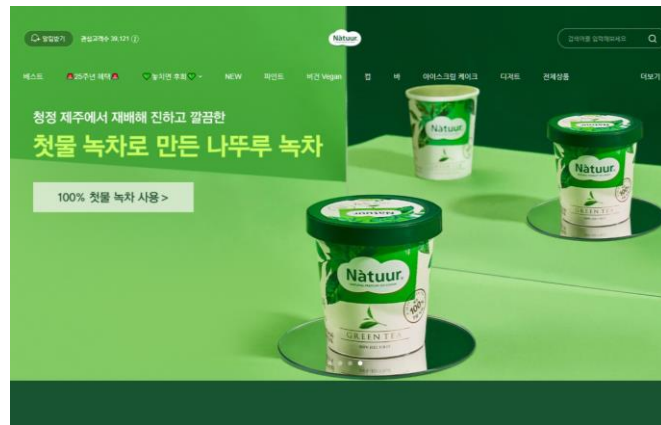
▼ 웹사이트에 접속하면 보이는 splash 화면

- 네이버 브랜드스토어와 통합하여 운영된다는 안내와 함께 **고객의 주요 접속 카테고리 3가지로 접속 경로를 분류함**



▼ 브랜드스토어로 접속하면 보이는 첫 화면

- 컬러감 있는 와이드 슬라이드 배너로 **제품 소개와 동시에 고객의 시선을 사로잡음**



▼ 첫 화면에서 아래로 스크롤 내리면 보이는 이슈 콘텐츠

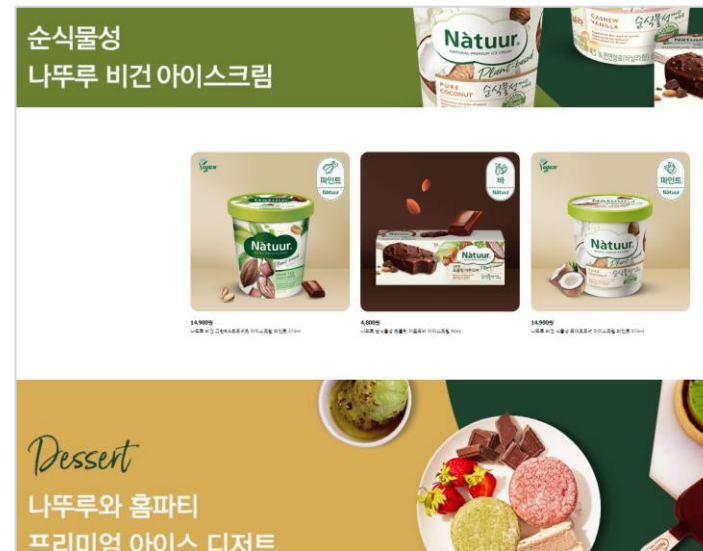
- 아이스크림으로 활용 가능한 레시피 영상**을 베스트 상품 리스트 위에 배치하여 해당 상품 구매를 유도



02. 나뚜루

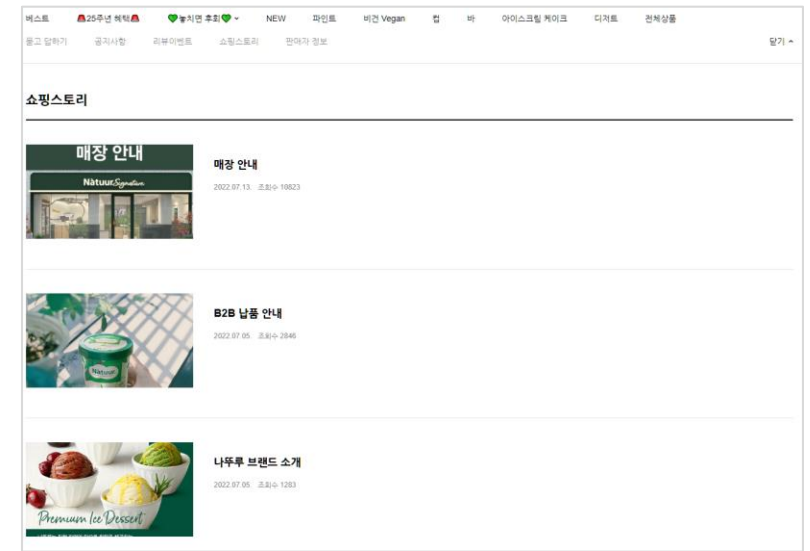
▼ 스크롤을 통해 만나볼 수 있는 사이트 전반의 콘텐츠

- 사이트의 전반적인 콘텐츠를 첫 화면에서 스크롤 하면 모두 만나볼 수 있도록 구성한 레이아웃
- 그 아래로 카테고리별 홍보를 위한 제품을 배치하여 마케팅적인 요소를 더함



▼ 더보기 버튼을 누르면 만나볼 수 있는 브랜드 관련 메뉴

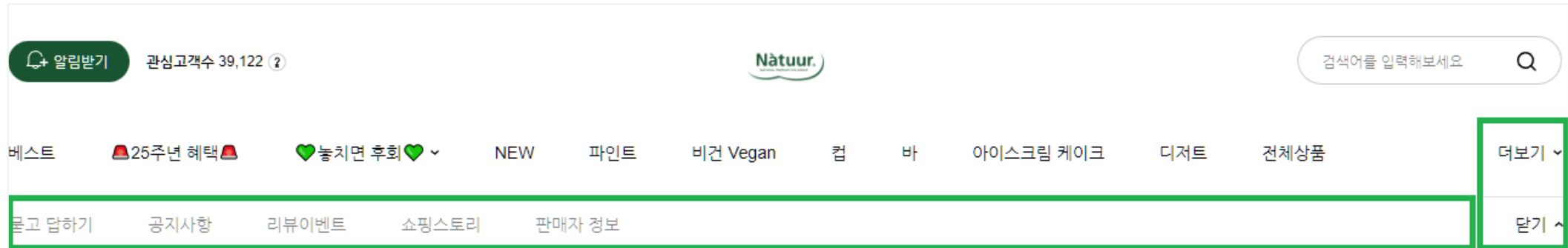
- 첫 화면에서 아래로 계속 스크롤하면 만나볼 수 있는 브랜드 관련 메뉴는 상단 메뉴바 중 더보기 버튼을 클릭하면 확인 가능



02. 나뚜루

▼ 메뉴 구성

- 네이버 브랜드스토어를 플랫폼으로 사용하여 스마트스토어 메뉴 레이아웃과 동일
- LNB는 '♥놓치면 후회♥' 카테고리의 BEST 리스트만 존재하고 GNB 메뉴로만 유지
- 더보기 버튼을 누르면 사이트 운영에 관한 LNB 리스트 확인 가능



제작 방향 결론 도출

한국에서는 베스킨라빈스의 점유율을 따라가진 못하지만 양질의 프리미엄 천연 아이스크림이라는 하겐다즈의 가치를 아는 이들은 꾸준히 찾아주고 있다. 이러한 고객들을 위해 **사용자가 보기 편하도록 콘텐츠를 구성해 놓았다는 느낌**의 사이트가 될 수 있게 필요 없는 스크롤은 줄이고, 제품 정보들이 한 눈에 편하게 들어올 수 있도록 구성하여 지금보다 친절한 사이트를 만드는 것을 결론으로 도출하였다.

CHANGE

- 현 웹사이트의 심플한 구성을 바탕으로 하되, **심플함이 단조로움이 되지 않도록** 필요한 애니메이션 효과를 추가할 예정
ex) - GNB메뉴 Hover 시 LNB 메뉴가 아래로 떨어지는 효과
- LNB 메뉴 Hover 시 해당 메뉴 색상이 변화하는 효과
- 다단 정렬 및 전체 콘텐츠의 텍스트 속성을 맞춰 **통일감을 부여**하려 함
- 메인 화면에서 **스크롤해야하는 양을 줄이며 판매중인 전 제품군이 모두 보여지기 위해 더보기 버튼**을 이용해 공간을 활용하려 함
- 아이스크림 카테고리에 **베스트 랭킹 콘텐츠를 추가**하여 하겐다즈의 인기 메뉴를 보기 쉽게 나타내 소비자에게 어필하려 함
- 제품 상세페이지에서도 굳이 스크롤을 하지 않아도 제품에 대한 내용이 한눈에 들어 올 수 있도록 탭 메뉴 형식으로 구현하려 함

제작 방향 체크 포인트



01

- GNB 메뉴 폰트 사이즈 및 위치 조정 필요
- 제품군의 종류가 엄청나게 많지 않기 때문에 단조로움을 피하기 위해 GNB 메뉴 클릭 시 **애니메이션 효과**와 함께 LNB 메뉴가 보여지게 하려함

02

- 빈 공간을 활용하기 위해 와이드 배너를 사용해 사이트에 접속하는 사람들의 시선을 사로잡고 더불어 프로모션 제품 홍보 효과 증대
- 스크롤 시 특정 제품만을 소개하는 콘텐츠만 나오게 아닌 하겐다즈에서 판매중인 전 제품군을 보여주되, 기본으로 보여지는 개수를 정하고 **더보기 버튼을 활용하여 공간 활용도** 및 콘텐츠 구성도를 높이려 함

03

- PC와 모바일에서 보여지는 **텍스트가 동일하도록 통일감 부여**
- 제품 클릭 후 나타나는 상세페이지는 굳이 스크롤을 하지 않더라도 관련 콘텐츠 내용을 확인할 수 있도록 **탭 메뉴 형식의 콘텐츠**로 구현하려 함

6. Color Plan

→ 기존 하겐다즈 컬러 시스템을 바탕으로 웹사이트 리뉴얼 작업 진행 예정

#40061e	Main
#650a30	Point
#efe8da	Sub

7. Font Plan

(*반응형 사이트로 기본 폰트 14px, 단위는 em)

- 영문 폰트

- 한글 폰트

Montserrat

Variable

Julieta Ulanovsky, Sol Matas, Juan Pablo del Peral, Jacques Le Bailly

Whereas recognition
of the inherent
dignity

Noto Sans Korean

6 styles

Google

모든 인류 구성원의 천부
의 존엄성과 동등하고 양
도할 수 없는 권리를 인정
하는

감사합니다
