

오리온
메인 프로젝트
기획서

정은영



목 차

I. 자사 소개

II. 타사 소개

III. 타겟 분석

IV. 미션

V. 벤치마킹

VI. 디자인 컨셉

I . 자사 소개



- 1956년에 동양제과공업주식회사로 설립되어, 1956년 8월 껌 제조시설을 설치하고, 1957년 6월에 캔디 제조시설을 도입하였으며, 1958년 9월 비스킷 제조시설을 도입, 설치한 과자류 제조업체.
 - 유명한 제품으로 초코파이, 마켓오, 다이제, 포카칩, 오징어땅콩, 와우껌 등이 있다.
-

I . 자사 소개 | 브랜드명



- 오리온 심볼은 지구와 별을 상징한다.
 - 지구를 형상화한 둥근 원은 세계를 무대로 나아가는 오리온의 국제성을 의미하며 점점 크게 움직이는 별은 글로벌 기업으로 발돋움하는 기업의 미래 의지를 나타낸다.
-

1. 자사 소개 | 경영철학



‘사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다.’

오리온이 창업 이후 한결 같이 지켜온 업(業)의 본질.

정직한 마음으로 만든 건강하고 좋은 제품으로 고객의 삶에 행복을 더한다는

기업이념을 지속적으로 실천하고 있다.

I. 자사 소개 | 자사 분석

장점



- 60년이라는 오랜 역사만큼이나 수많은 대표 제품들

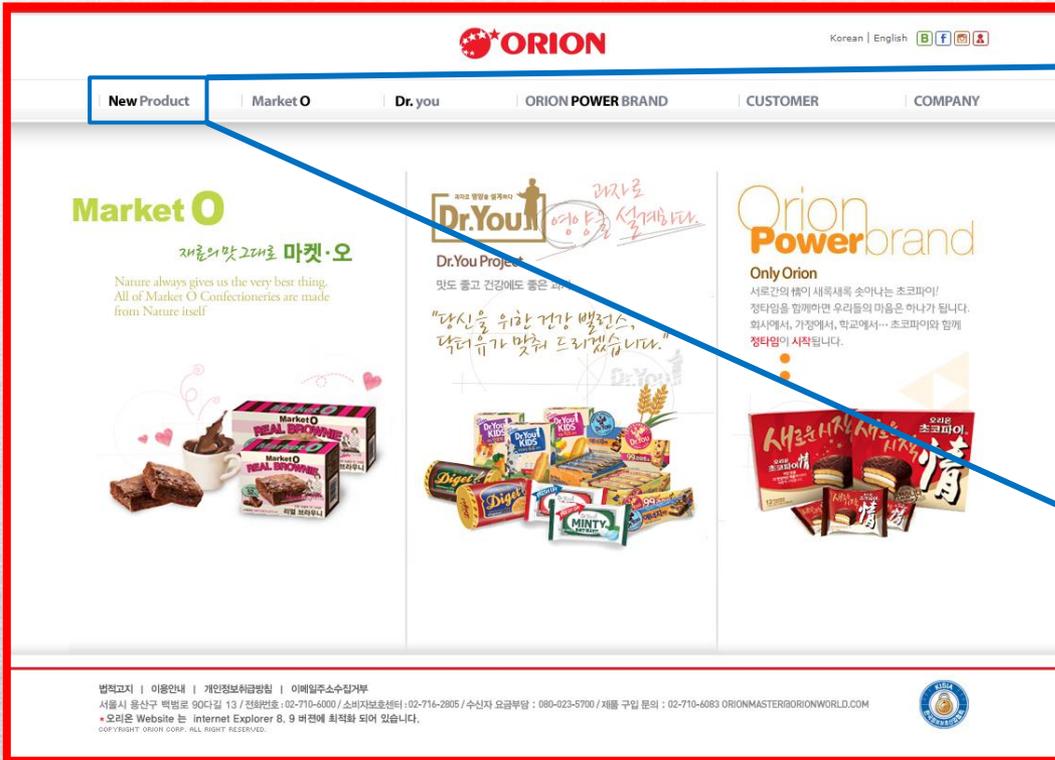


- ‘오리온 감자 연구소’를 만들어 직접 감자를 재배하고 연구하여 과자를 생산함

I. 자사 소개 | 자사 분석

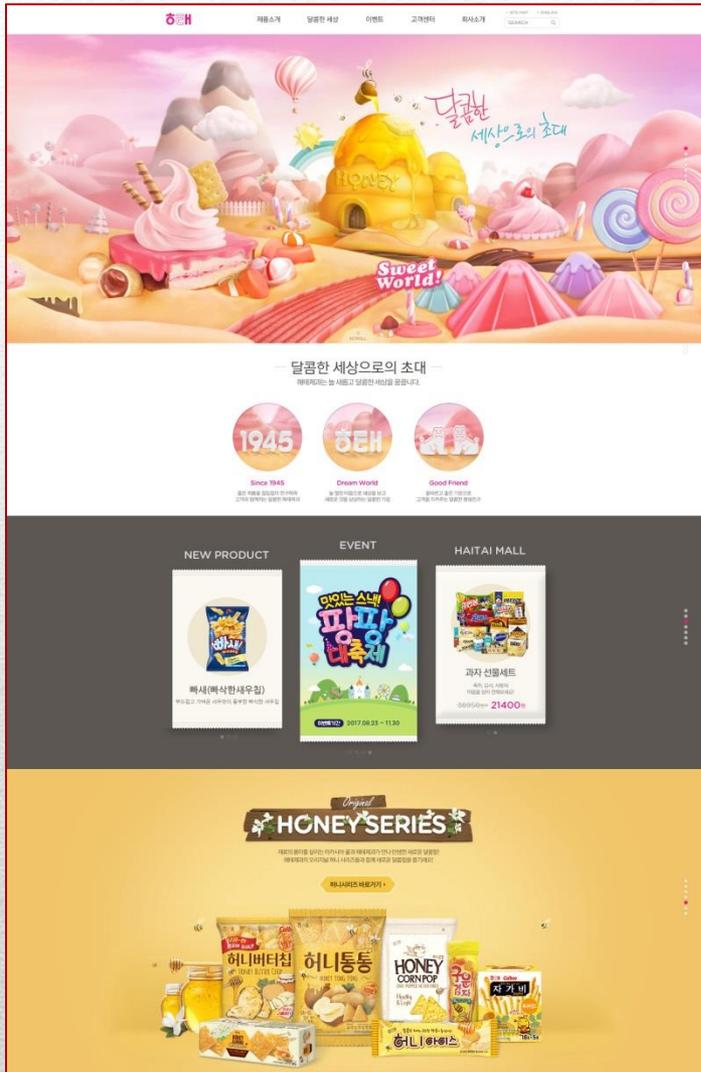
단점

- 유명한 기업이지만 다소 올드한 메인 디자인
- 기업에 대한 정보성이 부족한 메인페이지



- 이미지와 맞지 않은 디자인의 서브메뉴
- 온라인 쇼핑몰 없음

II. 타사 소개 | 해태제과



해태

2001년에 설립되어 과자, 아이스크림, 냉동식품 등을 만드는 식품 회사

장점

- 큰 이미지 사용으로 깔끔한 레이아웃
- 회사 소개를 간략하게 잘 소개함
- 신메뉴, 이벤트, 행사상품 한번에 소개
- 인기제품 시리즈들을 한번에 모아 찾기 쉬움
- 온라인 쇼핑몰에서 직접 구매 가능함

II. 타사 소개 | 롯데제과



1967년 세워진 롯데그룹의 모기업으로 껌, 캔디, 비스킷, 초콜릿 등을 생산하는 제과업체

장점

- 대표 컬러를 잘 사용함
- 잘 정리 된 SNS
- 제품 분류를 아이콘으로 표시

III. 타겟 분석

이와 함께 오리온은 직접 **20대 소비자**들을 찾아가는 '캠퍼스 어택' 오프라인 이벤트도 함께 펼친다. 9일부터 16일까지 서울여대, 고려대, 중앙대, 연세대를 순차적으로 방문해 학생식당, 도서관 등 캠퍼스 곳곳에서 총 1만 명의 학생들에게 뉴팝을 나눠 주는 샘플링 행사를 진행할 계획. 이벤트 참여자들은 해쉬태그 (#뉴팝#팝핑칩)와 함께 제품 인증샷을 인스타그램에 올리면 추첨을 통해 소정의 상품도 받을 수 있다.

(출처 2015-06-09 헤럴드경제 기사 중)

오리온이 타겟층을 넓히기 위해 가장 분주히 움직이고 있다. 최근 오리온은 발렌타인데이를 맞아 삼성물산 패션부문의 편집샵 '비이커'와 손잡고 '초코파이情 한정판 컬렉션'을 출시했다. 국민간식 초코파이와 패션브랜드 간의 협업은 업계에서 처음 있는 일이다.

오리온 관계자는 "앞서 오리온은 지난해 초코파이 바나나, 초코파이 말차라떼 등 다양한 자매제품을 출시해 소비자들에게 '초코파이'의 존재감을 각인시켰다"며 "올해는 43년 동안 국민간식으로 자리 잡은 초코파이에 감각적이고 트렌드한 이미지를 입히는 새로운 시도를 통해 **젊은 고객층을 적극 공략**할 것"이라고 강조했다.

(출처 2017-02-09 한스경제 기사 중)

제과 업계 관계자는 "국내 제과 시장이 다소 정체된 상태"라며 "이런 가운데 아이들이 주로 먹던 과자에서 **혼술족을 타겟**으로 성인이 즐길 수 있는 다양한 제품들이 개발되고 있다"고 말했다.

(출처 2017-04-16 서울경제 기사 중)

타겟



전 연령층
어린이, 20~30대 젊은층

타겟 키워드



젊은층, 혼술족,
스낵을 좋아하는 모든 사람들

IV. 미션

클라이언트의 요구사항

1. 메인 비주얼(배너)을 만들 것
2. 신제품, 이벤트를 메인에 표시할 것
3. 레이아웃을 짧고 심플하게 배치할 것
4. 아이콘을 활용하여 제품들을 분류 할 것

IV. 미션

디자인 전략

1. 메인메뉴 개선 ▶ 정리, 폰트변경, 영어를 한국어로
2. 메인 비주얼(배너) ▶ 신제품 프로모션, 기업이미지
(오리온 블로그, 페이스북 이용)
3. 심플한 레이아웃 ▶ 불필요한 정보 제거
4. 아이콘 활용 ▶ 제품 분류 카테고리 추가

IV. 벤치마킹 | 해태제과

— 달콤한 세상으로의 초대 —
해태제과는 늘 새롭고 달콤한 세상을 꿈꿉니다.



1945

Since 1945

좋은 제품을 끊임없이 연구하며
고객과 함께하는 달콤한 해태제과



드림

Dream World

늘 열한 마음으로 세상을 보고
새로운 것을 상상하는 달콤한 기업



Good Friend

올바르고 좋은 기운으로
고객을 지켜주는 달콤한 평생친구

NEW PRODUCT



빠새 (빠삭한새우칩)

부드럽고 가벼운 새우맛이 풍부한 빠삭한 새우칩

EVENT



맛있는 스낵! 팡팡 대축제

이벤트기간 2017.08.23 ~ 11.30

HAITAI MALL



과자 선물세트

축하, 감사, 사랑의 마음을 담아 전해주세요!

₩99,999 → 21400원

제품소개 및 이벤트

V. 벤치마킹 | 롯데제과

The screenshot displays the Lotte Confectionery website with several key features highlighted:

- Social Media Integration:** A red-bordered box at the top highlights social media content from Facebook, Naver Blog, YouTube, and Instagram.
 - Facebook:** Post about 'Sweet Factory' (스위트팩토리) exhibition.
 - Naver Blog:** Article about 'Gourmet M&S Sweets' (고소한 땅콩과 스위트랜드의 콜라보 가을 한정판 땅콩 맛 신제품 출품!).
 - YouTube:** Video titled '동안 꽃미모 안재현... ~!! (feat.드림카카오 님스)'. The video content is partially obscured by a red box.
 - Instagram:** Post about '동안 꽃미모 안재현의 비결은 [Outz Event. 동안 꽃미모 안재현의 비결은 □□□□□□] ※이벤트 참여는 롯데제과 페이지...'.
- Product Categories:** A blue-bordered box at the bottom highlights a navigation menu with icons for:
 - 검 (Gum)
 - 초콜릿 (Chocolate)
 - 비스킷 (Biscuit)
 - 아이스크림 (Ice cream)
 - 파이 (Pie)
 - 스낵 (Snack)
 - 캔디 (Candy)
 - 빵 (Bread)
- Other Website Elements:**
 - Left sidebar: '달콤한 꿈과 상상의 공간 스위트팩토리' and '달콤한 과자나라 여행 스위트월드'.
 - Center: '롯데제과 뉴스' section with a news item about '11월 11일 빼빼로데이 기획제품 17종 출시'.
 - Right: '이달의 신제품' carousel showing Cereals, Doritos, and M&S products.
 - Footer: Copyright information and 'FAMILY SITE' dropdown.

SNS 활용

아이콘을 활용한 제품 분류

VI. 디자인컨셉

Look&Feel

심플&모던

Font

제목용 - 나눔고딕 Extra Bold

가나다라마바사아자차카타파하
ABCDEFGHIJK abcdefghijk

본문용 - 나눔고딕

가나다라마바사아자차카타파하
ABCDEFGHIJK abcdefghijk

Color

#ee1e25

#222222

#444444

#FFF

Icon



감사합니다

