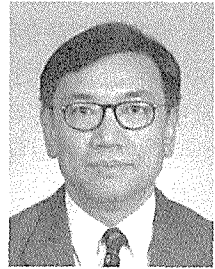


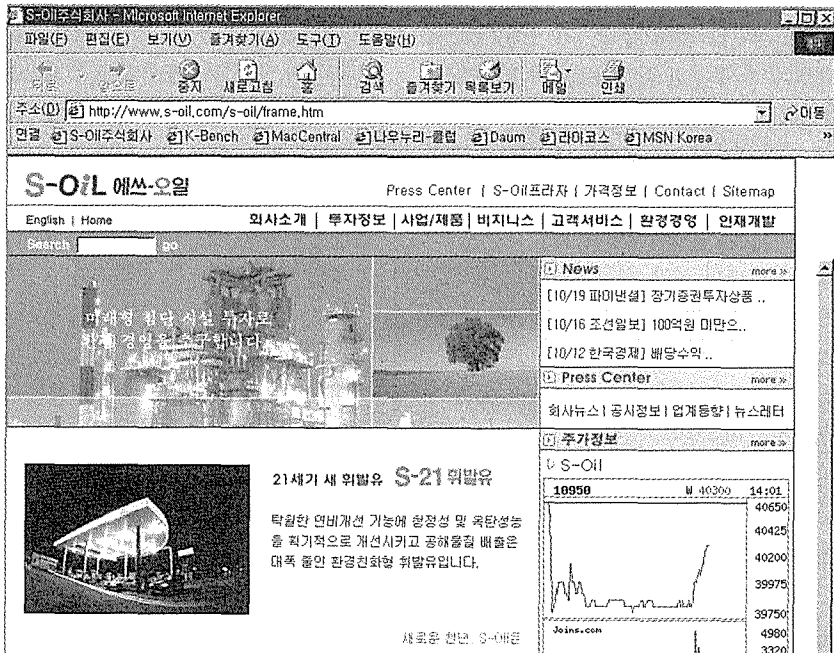
고객을 위한 편안한 공간, 에스-오일 다크웹


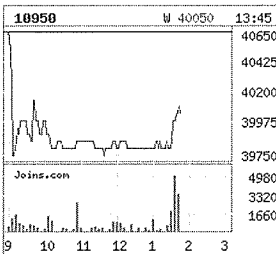


강신기
〈S-Oil 홍보팀 부장〉

최근 기업 홈페이지는 단순한 홍보수단이 아닌 기업IR, On-Line사업, Direct Marketing의 주요 수단으로 자리잡아 가고 있다. 이에 S-Oil은 기존 홈페이지의 디자인, 구성, 콘텐츠 등에 대한 전반적인 검토와 문제제기를 통해 최근 전문성과 대중성을 갖춘 홈페이지를 제작하게 되었다.

이번에 새로 제작된 홈페이지(<http://www.s-oil.com>)는 정보의 유용성과 사용자의 편의성이라는 대원칙하에 단순히 기업만을 홍보하는 차원을 넘어 User의 요구를 적극 반영하는 고객지향적 웹사이트를 지향하고 있다.



 IR Home Contact FAQ Q&A	
고객을 위한 기업정신 S-Oil <i>Investor Relations</i>	
회사정보 - 회사개요 - 주소/임원진 주식정보 - 재무정보개요 - 대차대조표 - 손익계산서 - 이익잉여금처분계산서 - 현금흐름표 - 분기별 보고서 - 감사보고서 기업분석 IR 일정 IR 자료실 프레스센터 - 회사뉴스 - 공지정보 - 업계동향 - 뉴스레터신청	인사말 저희 S-Oil은 앞서가는 품질, 합리적인 가격 제시로 소비자 와 함께할 것이며, 고부가가치 창출로 주주님들에게 최대한의 이익을 돌려드리는데 최선의 노력을 기울여 나갈 것입니다.
	공지정보 - [9/10] 주총소집에 관한 이사회결.. - [9/11] 액면분할 - [9/10] 주식명세서 정지 - [7/4] 기타 안내사항 공시
	Download - 2000 재무제표 - 2000 영업보고서(국문) - 1999 영업보고서(영문) - 1999 영업보고서(국문)
	주가정보  10/24 13:45 현재가: 40,050 원 ▼ 600 원 (-1.48%) 거래량: 32,340 주 시/저/고가: 40,650 / 39,750 / 40,650 원 전일 종가: 40,650 원 급등 상/하한가: 46,700 / 34,600 원 52주 최고/최저: 47,700 / 20,800 원 전일 거래량: 96,240 주
	시장종합 KOSPI 539.33 ▲ 8.83 264,911 천주 KOSDAQ 64.01 ▲ 1.02 361,570 천주

들다리도 두드리고 건너라

고객지향적 웹 사이트를 지향하는 S-Oil의 Identity 표현을 위해 사용자 분석을 실시했다. User Target으로는 20~40대의 사무직, 전문직 종사자로서 일반고객과 투자고객으로 분류하였다.

이번 설문조사를 통해 기존 홈페이지의 문제점 및 방문자, 방문 목적, 디자인, 컨

텐츠 등에 대한 만족도를 파악하였다. 조사결과에 따라 정보의 유익성과 사용자의 편의성을 제작원칙으로 하여 ①기업IR 강화 ②디자인 완성도 제고 ③편의성 및 신속성 ④다양하고 흥미있는 콘텐츠 ⑤고객 및 투자자와의 원활한 의사소통 ⑥검색기능 강화 등을 고려사항으로 정하였다.

User 위주의 메뉴구성 및 Navigation

메뉴는 User의 관점에서 결정하였는데 1024×768화면내에 회사에 관련된 보편적인 내용으로 구성되는 7개의 메인메뉴와 이를 보조하는 5개의 고정메뉴로 구성되어 있다.

메인메뉴의 경우 화면상단에 1, 2Depth를, 서브페

고객 및 주주우선의 경영방침을 제작 Concept으로

제작Concept의 결정은 홈페이지 제작의 첫 단추를 끼우는 매우 중요한 작업이다. S-Oil은 그동안 석유제품의 품질고급화 및 합리적 가격정책을 주도하여 왔고 정유산업을 수출산업화 하였으며, 성장성과 수익성을 고려한 내실있는 경영을 통해 국내 상장사중 최고 수준의 배당을 유지하고 있다. 이러한 고객 및 주주우선의 경영방침을 반영하여 『투명성과 전문성을 갖춘 주주중시/ 고객지향 전문 정유회사』를 제작Concept으로 설정하였다. 이것은 디자인과 콘텐츠의 조화를 통해 자연스럽게 제작과정에 녹아 들었다.

특집

이지 화면좌측에 3Depth를 위치시킨 간결하고 시각적 편의성을 고려한 Tree구조로 User들이 신속, 정확하게 Navigation을 할 수 있도록 하였다. 또한 상단 메인프레임과 우측상단의 라인맵으로 현재의 위치를 명확히 파악할 수 있도록 배려하고 있다. 투자정보 메뉴는 새창으로 링크를 걸어 중요성을 강조함은 물론 사이버IR 등 향후 확장성을 고려하고 있다. 고정메뉴는 로고가 위치한 프레임에 Text형식으로 구성하여 간결한 느낌을 주면서 메인메뉴와의 연계성을 강조하고 있다. 또한 상단의 1, 2Depth는 상하위 메뉴간의 이동을 편리하게 하고 동일한 Identity 확보를 위하여 고정 프레임으로 기능하게 하였다.

최적화된 화면구성을 위한 시나리오

S-Oil은 홈페이지 제작을 위한 시나리오를 작성, 단계적으로 작업을 진행하였다. Intro, 메인 및 서브페이지 구성 요소들간의 조화를 동일한 Identity 하에서 어떻게 달성할 것인가는 마지막까지 어려운 과제였다. 먼저 Intro는 회사의 현황 및 Vision을 6 초라는 짧은 시간에 간결, 명료하게 보여주고 있다. 이것은 User에게 회사의 Identity를 한번에 보여주 기 위함이며, 국영문 옵션기능을 갖추고 있다.

메인 페이지는 7자형의 그리드를 채택, 상단에 Flash Animation 이미지를, 우측에 뉴스 및 추가 정보 그래프를, 중앙에 신제품을 소개하고 있고 하단은 기업의 정체성을 나타내는 홀림자막과 홍보베너로 구성되어 있다. 상단이미지는 고객지향적 경영 철학을 직·간접적으로 소개하는 2개의 광고안이 반복적으로 노출되어 메인 페이지에 들어 올 때마다 새로운 느낌을 주고있다.

우측의 추가정보 그래프는 투자정보 창으로 링크 되어 있으며, S-Oil의 추가변화를 Real Time으로 제공하고 있다. 중앙부분은 신제품출시, 이벤트행사 등 회사에 중요한 이슈 발생시 Update가 쉽도록 설계되었다. 하단의 홀림자막은 S-Oil이 초우량 정유 회사라는 정체성을 표현하고 있고 홍보베너는 주유

소 가격비교, 상품권, 제휴카드 등 고객들이 궁금해 하는 항목으로 구성되어 있으며, 마케팅 활동을 지원 하는 홍보수단으로도 활용된다.

서브 페이지는 메인 페이지와 일관성을 유지하면서 메뉴의 성격에 따라 그룹핑되어 일반User를 위한 회사정보와 투자자들을 위한 투자정보로 이원화 되어 있다. 각 페이지는 해당 페이지에 맞는 적절한 이미지와 제목, Lead Copy를 사용, User들이 본문을 읽지 않고도 이해할 수 있도록 하고 있다. 또한 좌측 3Depth는 분리된 구조로 위치시켜 메뉴의 추가/삭제를 쉽도록 하고 있으며, 해당 페이지와 관련 있는 항목으로 바로 이동할 수 있도록 Related Link를 고정메뉴화 하였다.

신뢰, 조화, 명료함이 드러나는 Design과 Layout

디자인과 레이아웃은 신뢰, 조화, 명료의 기초하에서 간결한 페이지Layout, 주변요소의 과도한 그래픽표현 자제, 차분한 무채색 위주의 라인그래픽 활용을 원칙으로 정하였다. C.I. Color인 Yellow를 사용하여 회사의 Identity를 유지하고 Blue, Grey 계열을 보조로 사용하여 Yellow의 명시성 제고, 시각적 피로 감소 및 신뢰감 있는 기업이미지를 느끼게 하고 있다. 전체 레이아웃은 이미지, 타이포그래피, Text 등 각 요소들을 동일한 원칙으로 위치시키고 여백의 미를 적절히 활용하여 간결하면서 정제된 느낌을 주고 있다. 타이포그래피는 그래픽적 동질성 확보를 위해 통일된 폰트를 사용하고 있으며, 영문 판도 한글판과의 일관성을 유지하고 있다.

고객의 Needs를 충족시키는 Web Library

기업의 홈페이지를 방문하다 보면 해당 기업과 관련없는 콘텐츠를 마구잡이로 링크 또는 제공하고 있는 것을 볼 수 있다. 하지만 회사와 직접 관련이 없는 콘텐츠는 User를 혼란스럽게 하며, 기업의 Web

Identity 형성을 저해하는 결과를 야기한다. S-Oil의 홈페이지는 고객의 Needs를 충실히 반영하여 콘텐츠를 도입하되 정유산업과 관련없는 콘텐츠는 배제하고 있으며, 회사정보 외에 유가, 석유산업, 경쟁사 정보 등을 제공하고 있다.

투자정보는 온라인을 통한 기업IR을 위하여 주식·재무정보, IR정보, 공시정보 등을 상세하게 제공하며, 특히 주가관련 정보는 현재가, 그래프 등을 실시간으로 서비스하고 있다.

가격정보는 석유제품의 가격 구조 및 결정과정, 복수상표표시제 관련정보는 물론 소비자들이 꼭 알아야 할 전국 주유소의 가격할인 정보를 제공하고 있으며, 이는 석유유통 시장의 투명성을 높이려는 S-Oil의 노력을 나타낸다.

회사소개란의 브랜드PR은 S-Oil의 마케팅 변천사를 한 눈에 알 수 있는 자료실이다. 광고갤러리에서는 그동안 진행됐던 TV/라디오/인쇄광고를 동영상과 스틸사진으로 제공하고 있고 홍보동영상에서는 S-Oil의 경영철학을, 다운로드에서는 자체 제작한 Wall Paper를 사실감있게 보여주고 있다. 프레스센터는 S-Oil과 관련된 공시정보, 뉴스와 타사동향을 제공하여 변화와 혁신을 추구하는 기업이미지를 부각시키고 있다.

3D Interface Trend를 반영한 생산공정도

정유회사의 제품은 연산품의 특성으로 그 공정을 제대로 파악하지 않고서는 제품에 대한 정확한 이해가 어렵다. S-Oil은 초보자는 물론 전문가도 이해하기 힘든 원유정제 공정을 이해하기 쉬우면서 흥미를 느낄 수 있도록 Flash Animation으로 제작하였다. 차별하고 간결한 이미지와 액션, 3차원적인 입체감을 살리기 위해 많은 시간과 노력, 시행착오를 겪었다. 각 시설물은 건축 설계를 그리듯이 실제시설의 특징을 잡아 공정별(정유/유회/병거C/ BTX)로 캐릭터화하였고 어떤 공정이 다음공정으로 연결되는지 또는 최종 제품이 어떤 공정을 통해서 나오는지 마우스를 해당 공정이나 제품으로 이동시 역동적

으로 보여주고 있다. 또한 각 공정 및 제품을 클릭시 별도의 창이 뜨면서 시설이미지와 설명문안을 제공하고 있다.

고객과의 쌍방향

Communication은 홈페이지의 기본

User와의 상호 Communication이 없는 홈페이지는 아무런 기능도 못하는 죽은 싸이트라 할 수 있다. S-Oil은 고객 및 투자자의 요구를 능동적으로 수용하기 위한 Communication수단으로 분야별 메일링 시스템을 구축하였다. 각 분야(투자정보, 인사, 영업, 공장견학 등)의 담당자들은 전문가적 소양을 갖추고 있으며, 접수된 고객의 의견은 경영층에 전달되어 신속하게 조치되고 있다. S-Oil은 웹메일링 시스템을 더욱 활성화시켜 투명하고 고객중심적인 경영철학을 적극 실천해 나갈 계획이다.

석유업계의 Hub Site를 지향하며

S-Oil은 홈페이지를 성공적으로 활용하기 위해 유용한 정보를 지속적으로 Update하고 계속적인 기술보완을 통해 기능의 향상을 도모하고 있다. 일반 고객에게는 회사관련 정보 뿐만 아니라 정유산업과 관련된 유용한 콘텐츠를 지속적으로 확충, 제공하고 국내외 투자자에게는 경영지표에 관한 투자정보를 적시성있게 제공하여 회사의 투자가치 및 투명경영 이미지를 제고해 나가고 있다. 또한 포털사이트 등 인터넷업체는 물론 동종업체와 배너광고의 교환계약, 콘텐츠 제휴 등을 통해 홈페이지의 인지도 및 이용률을 높여 나갈 것이다.

S-Oil은 새로 제작된 홈페이지를 경영 및 마케팅활동의 공간으로 적극 활용함과 동시에 석유산업 전반에 대해 User의 이해를 도울 수 있는 Hub Site로 운영해 나갈 계획이다. 또한 On-Line과 Off-Line의 접목을 통해 Business Value를 극대화하고 향후 e비즈니스 사업진출을 위한 기반으로 삼고자 한다. ☺