Research · UX Strategy · GUI Design · Prototype · HTML/CSS

포트폴리오 웹사이트 바로가기 ↗

All-round
Product Designer

다양한 프로젝트 경험에서 얻은
폭넓은 관점으로 문제를 바라보고

리서치부터 **프로토타입**까지
모든 프로세스를 책임지는 디자이너

A TO Z

Index.

Profile 3
My Capabilities 4
UX Research 7
UX/UI Design 28
Appendix 41

Profile.



김 병 년 Neo Kim

1995. 10. 16

kbn275915@gmail.com

경기도 의왕시 오전로 179

링크드인 바로가기

Experience

* 2025. 10 - 재직 중

H energy | UX 디자이너

2025. 09 - 2025. 10

노무법인 C&B | 전략기획실 인턴

2020. 11 - 2022. 12

바이널 씨 | UX 컨설턴트

2018. 08 - 2018. 09

한국디자인진흥원 | 9급 연구원 (계약직)

Education

2021. 09 - 2025. 02

홍익대학교(서울) 영상 커뮤니케이션 대학원

인터렉션디자인 석사

2018. 03 - 2020.02

강남대학교(경기) 회화 디자인 학부

산업디자인 학사

Award

2022.08 iF 2023 Design Award
Branding & Communication Design

2019. 09 2019 안중근의 영웅적 생애와 동양 평화
시각정보 부분(입선)

2019. 12 2019 국제 사이버 디자인 트렌드 대전
디지털미디어디자인(특선)

2018. 09 2018 대구 디자인 전람회
서비스 디자인 부분(특선)

2019. 09 2019 국제 디자인 트렌드 대전
그래픽 디자인 부분(입선)

2017. 06 2017 국제 디자인 트렌드 대전
그래픽 디자인 부분(입선)

My Capabilities.

01. TACTICAL
리서치 설계를 잘하는

프로젝트 성격에 따른 다양한 방법론을 적용

2년 2개월간 7개 프로젝트와 도메인을 경험하며
다양한 방법론으로 UX 프로젝트를 성공적으로 수행했고,
이를 통해 새로운 프로젝트에서도 빠르게 도메인 지식을
습득하고 기여할 수 있는 역량을 갖추었습니다.

02. PRACTICAL
완성도 있는 결과물

전달하고자하는 경험을 실감나는 화면으로 현실화

기존 리서치 업무는 물론, UI 구조 설계, UI 디자인,
GUI, 디자인 시스템, 키 비주얼 제작까지 프로젝트
전반의 디자인 업무를 폭넓게 수행할 수 있습니다.

03. FLEXIBLE
융통성있게 조율하는

디자이너와 개발자 등 타부서와 융통성있는 소통

다양한 클라이언트 그리고 인하우스 디자이너의 경험으로
기획자, 개발자, 디자이너들과 타부서 관점에서 바라보는
커뮤니케이션 요소들을 준비할 수 있습니다.

04. DELIVER
고퀄리티 프로토타입핑

에펙, 프로토파이를 활용한 고퀄 프로토타이핑 제작

여러 프로토타이핑 도구에 능숙하며, 디테일한
마이크로 인터랙션과 자연스러운 화면 흐름을 정교하게
설계하는 데 강점이 있습니다.

Skills

Research
- Desk Research
- User Interviews
- Survey & Questionnaire
- Comparative Analysis
- Focus Group Discussion
- A/B Test
- Journey Map

UI & GUI
- Grid System
- Typography
- Layout
- Wireframe
- Iconography
- Design system
- Graphic design

Communication
- Stakeholder alignment
- Meeting facilitation
- Issue tracking
- Presentation skills
- Documentation
- Time management
- Moderating

Prototyping
- UX flow simulation
- Prototype logic building
- Micro-interaction
- Motion design
- ProtoPie
- After Effects
- Figma

Work Experience.

03
Years +

한국디자인진흥원 바이널씨 노무법인 C&B H energy

01. 신상품기획시스템 1 Month
UX 방법론 사례 수집 및 UT 보조
스타트업을 위한 효율적 제품 개발 프로세스 개발

02. 신한은행 마이데이터 4 Month
비즈니스 플랫폼 UX 컨설팅
데이터를 관리, 판매, 생성할 수 있도록 한 경험 설계

03. 삼성화재 다이렉트 4 Month
가입 경험 개선 & 분석 서비스 경험 설계
보험 가입프로세스를 개선, 보험 분석 서비스를 설계

04. 하나은행 아이부자 4 Month
어린이 금융 UX 컨설팅
어린이 용돈 습관을 기반 금융 학습 경험 설계

05. 삼성물산 에버랜드 4 Month
UI 설계 & 서비스 사용성 개선
테마파크 앱 사용성 개선 및 QR 결제·예약·지도 기능 설계

06. LG U+ 알뜰폰 4 Month
신규 플랫폼 UX 컨설팅
새로운 요금제 가입·관리, 커뮤니티 경험 설계 MZ 고객 유치

07. 롯데홈쇼핑 2 Month
UX 경험 설계 & UI 사용성 개선
고연령 유저 친화 UI 개선 및 상품 탐색 경험 설계

08. 외국인 노동자 권리 보호를 1 Month
위한 노무관리 앱 설계
임금을 받지 못하는 외국인 노동자의 권리 보호 서비스 설계

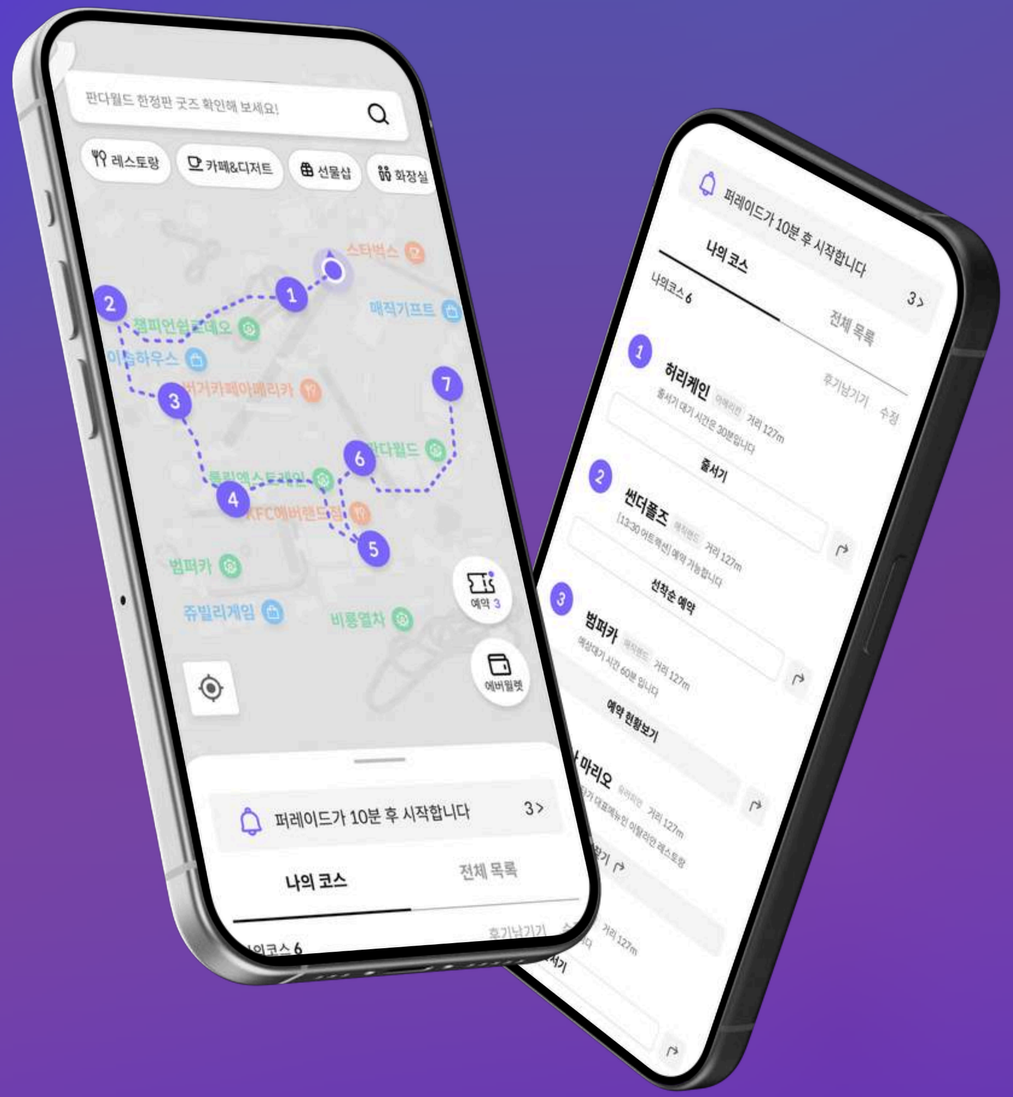
09. H energy UI Design ~ Present
Solar share, Solar on care, H energy
H 에너지 내의 3개 플랫폼, 키 비주얼 제작, UI 유지 & 보수

UX Research

데스크리서치 설문조사 심층인터뷰 퍼소나 설계 유저 여정 맵 UX 전략 도출

UX Consulting

삼성물산 에버랜드 UI 설계 & 서비스 사용성 개선



주요 내용

- 사용자조사 설계, 모더레이터, 사용성 평가, 화면 설계 진행
- QR 결제·예약·지도 신규 기능 설계
- 기존 애버랜드 어플리케이션의 사용성 개선
- 실제 서비스로 출시 되어 현재 서비스에 적용됨

• **기간** 2021.10 - 2022.01 (3개월) • **기여도** UX 컨설턴트 (참여율 100%)

UX 컨설팅 추진 배경

코로나 이후 달라진
고객 행동 반영을 위한 앱 개선

01

기존의 틀을 벗어난 놀이문화의 다양화

온라인과 오프라인의 경계없이 즐기는 다양한 놀이공간이 나타남

e.g. 오프라인의 체험형 백화점, 온라인의 메타버스 등

02

새로운 IT기술로 점점 똑똑해지는 고객

발전된 모바일 서비스 환경을 누리며, 디지털 기술의 활용이 익숙함

e.g. 모바일로 QR결제, 스마트 오더 등

03

낮은 앱 리뷰, 불만족스러운 파크 경험

파크 이용 방식이 오랜기간 개선되지 않았고, 사용자는 상황에
따른 유동적인 변화를 기대함

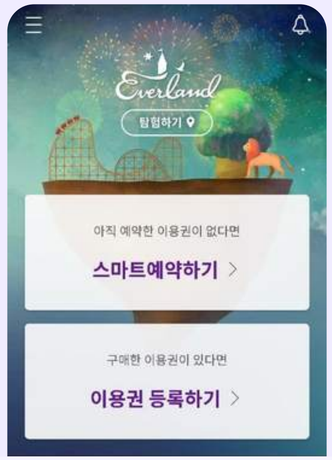
e.g. 예매를 했음에도 기다려야하는 입장 단계,
코로나 시국에 대한 대비책 필요 등

데스크 리서치

기존 기능의 실제 활용을 확인하기 위한 현장 조사

앱 개선을 위해 현재 제공 중인 주요 기능을 분석 후,
실제 활용도 파악을 위해 현장 리서치를 진행했습니다.

★ 이용권 등록



★★ 이벤트 소식



★★★ 시설 정보



테마파크 앱의 특성상 **빠르게 변화하는 환경**에서 유저들이 해당 기능들을
실제로 **어떻게 활용하는지 파악**하기 위해 현장 리서치가 필요했습니다.

필드 리서치

이용객이 많이 모이는 지점을 선정하여 사용자 관찰과 앱 사용 행태에 대한 인터뷰 진행

에버랜드 앱 사용자들을 현장에서 직접 찾아 사용 과정을 관찰한 뒤, 이용시 겪는 불편함을 심층적으로 파악하기 위해 30분간 인터뷰를 진행했습니다.

일시
21년 11월 11일 (11:00-18:00)

장소
T익스프레스, 기념품 샵, 광장

대상
에버랜드 앱을 사용하는 이용객 (18명)







인사이트

인터뷰 결과, 이용객들이 앱 사용시 겪은 불편함을 세가지로 분류할 수 있었습니다.

실시간 정보의 부재

앱에서 놀이기구의 실시간 정보를
확인할 수 없어 대기 시간이 길어지거나,
점검 중인 시설을 놓치는 불편을 겪음

상품 탐색의 어려움 & 결제 지연

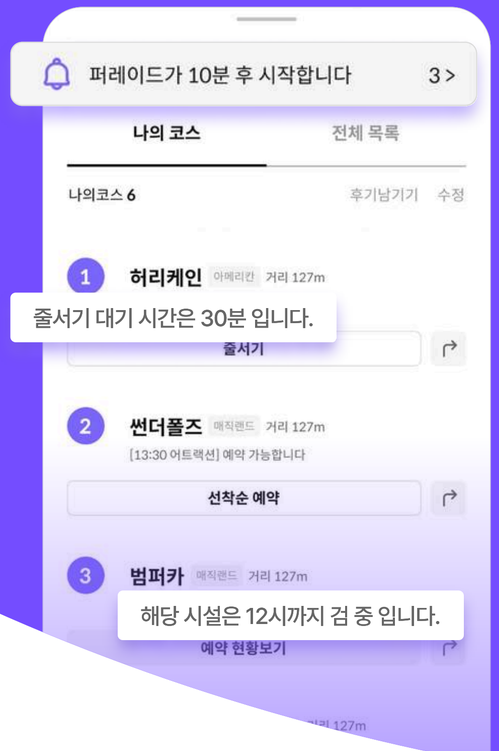
기념품 샵에서 원하는 상품을 찾기 어려웠고,
결제 방식과 포인트 사용 과정이 번거로워
계산대에서 대기 시간이 길어지는 불편을 겪음

지도 기능의 부족

길 찾기를 위해 다른 앱을 사용했고,
실시간으로 생기는 이벤트 장소를 확인하기 위해
인스타그램 등 소셜미디어에 의존

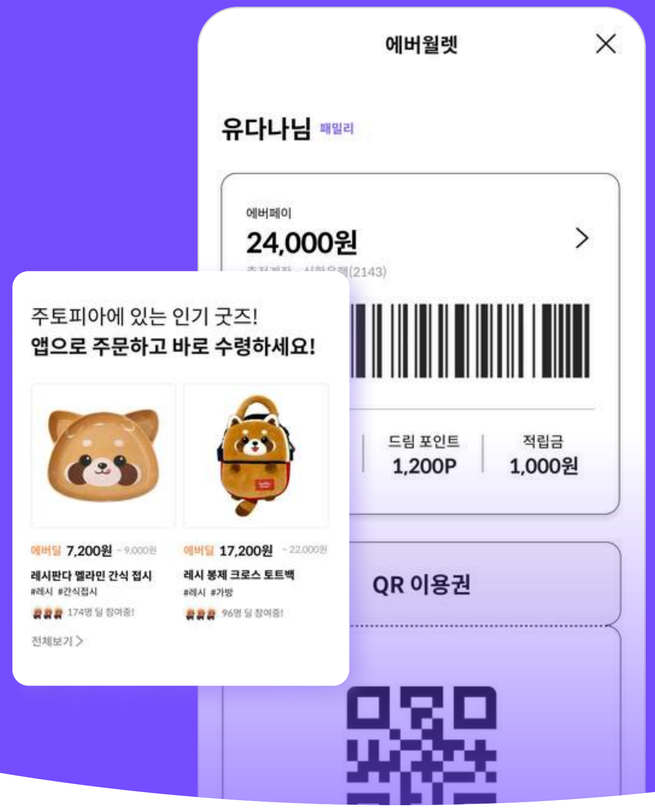
실시간 파크 정보 & 실시간 피드

파크에서 발생하는 이벤트를 실시간으로 확인 가능



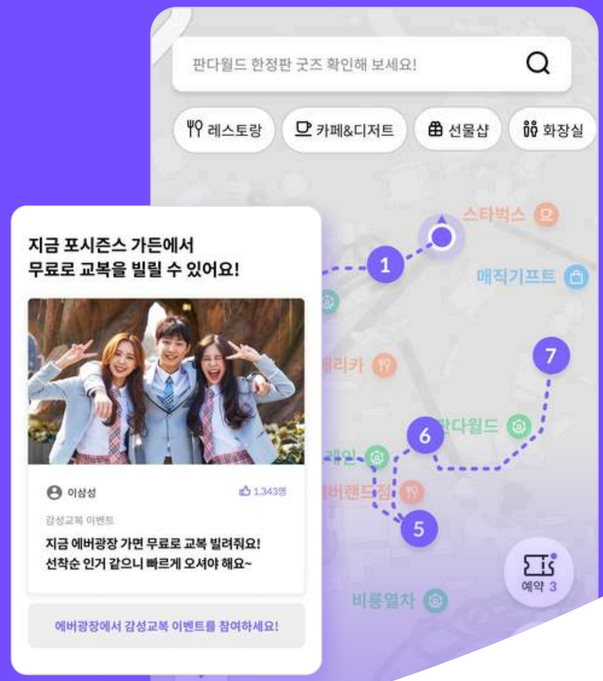
간편결제 & 선 주문, 후 픽업

여러 포인트를 한 번에 사용 & 간편 주문, 픽업 가능



내비게이션 강화, 이벤트 피드 추가

저장, 추천 루트 & 실시간 이벤트 장소 확인 가능



주요 문제 해결을 위한 핵심 기능을 설계했습니다.

인터뷰 설계

설계한 주요 기능의 실효성 검증을 위해 사용자 테스트(UT)와 심층 인터뷰 진행

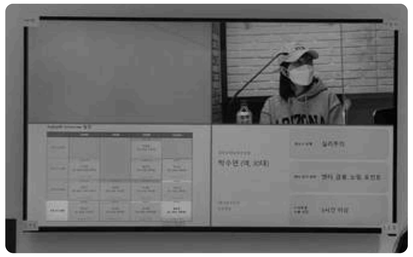
기간 21년 12월 7일 - 9일 (11:00 - 18:00)

장소 바이널씨 사옥 내 사용자 인터뷰 룸

대상 최근 6개월 내 에버랜드 방문 및 앱 사용 경험자 20명

방식 심층 인터뷰를 통해 파악한 내용을 기반으로 조사 시안을 제작하고,
10점 리커트 척도로 핵심 기능의 실효성을 평가했습니다.





조사 결과

검증 결과, 사용자 만족도 조사에서 긍정적인 앱 개선 결과를 얻었습니다.



전체 참여자 20명 중 다수가 서비스에 대해 10점 만점 기준
평균 8.7점 이상을 부여했으며,
"유용해 보인다", "필요한 서비스다"와 같은 긍정적인 반응을 보였습니다.

개선 결과

결과 확인하기 ↗

UI 개선안이 실서버에 반영되면서 사용자 평점(리뷰) 지표가 개선되었습니다.
1점 평가는 28.29%에서 23.18%로 5.11%p 감소했고, **5점 평가는 56.59%에서 61.26%로 4.67%p 증가**했습니다.
이를 통해 부정 평가는 줄고 긍정 평가는 증가하는 등, **전반적인 사용자 만족도가 개선된 흐름을 확인**할 수 있었습니다.



[개선 전]

2022-10-02 (국경절)

등급		수량
1★	2381	28.29%
2★	232	2.76%
3★	416	4.94%
4★	625	7.43%
5★	4763	56.59%
합계	8,417	100%

[개선 후]

2023-05-01 (월요일)

등급		수량
1★	1997	23.18%
2★	326	3.78%
3★	374	4.34%
4★	641	7.44%
5★	5278	61.26%
합계	8,616	100%

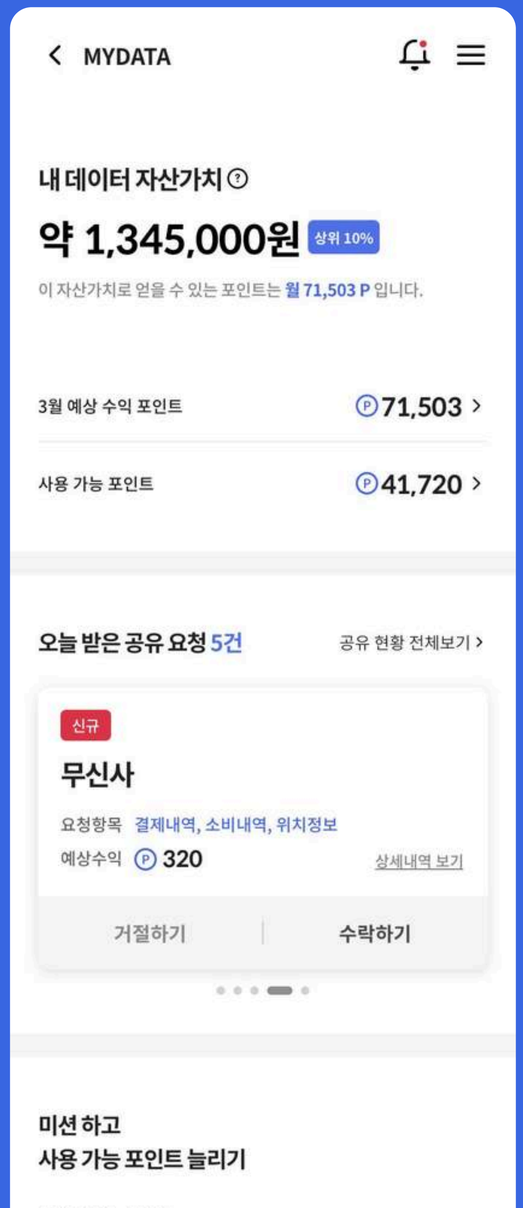
UX Consulting

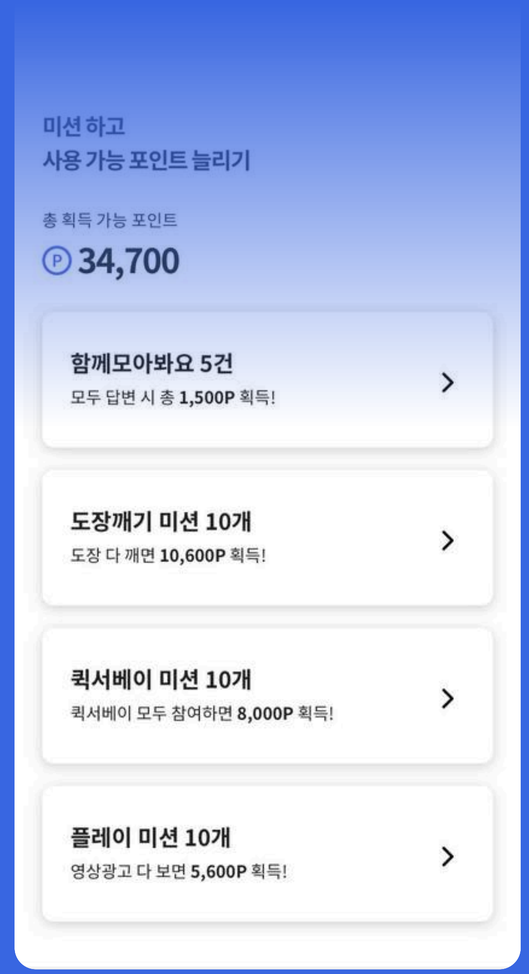
신한은행 마이데이터 비즈니스 플랫폼 UX 컨설팅

주요 내용

- 데이터를 관리, 판매, 생성할 수 있도록 한 경험 설계
- 이해관계자 인터뷰, 경쟁사 및 고객 분석 리서치
- 퍼소나 및 사용 시나리오, 서베이, 인뎁스 인터뷰, 화면 안내서 제작
- 마이데이터 법안 개정 후 시험 케이스로 서비스 출시

• **기간** 2020. 11 - 2021. 03 (4개월) • **기여도** UX 컨설턴트 (참여율 100%)





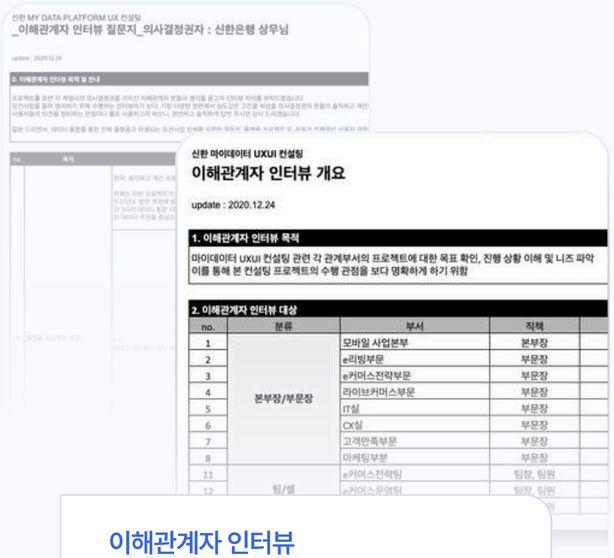
VINYL C

신한은행

UX 컨설팅 추진 배경

이해관계자는 마이데이터 기반의 확장 가능한 신규 서비스를 기대했습니다.

STEP 1. 요구사항 분석


신한 MY DATA PLATFORM UX 컨설팅

_이해관계자 인터뷰 질문지_의사결정권자 : 신한은행 상무님

update : 2020.12.24

0. 이해관계자 인터뷰 목적 및 안내

신한 마이데이터 UXUI 컨설팅

이해관계자 인터뷰 개요

update : 2020.12.24

1. 이해관계자 인터뷰 목적

마이데이터 UXUI 컨설팅 관련 각 관계부서의 프로젝트에 대한 목표 확인, 진행 상황 이해 및 니즈 파악
이를 통해 본 컨설팅 프로젝트의 수행 관점을 보다 명확하게 하기 위함

2. 이해관계자 인터뷰 대상

no.	분류	부서	직책
1	본부장/부문장	모바일 사업본부	본부장
2		e리빙부문	부문장
3		e커머스전략부문	부문장
4		라이브커머스부문	부문장
5		IT실	부문장
6		CX실	부문장
7		고객만족부문	부문장
8		마케팅부분	부문장
11	팀/셀	e커머스전략팀	팀장, 팀원
12		e커머스운영팀	팀장, 팀원

이해관계자 인터뷰

나아가야 할 서비스 방향의 상위 기획을 수립
하기 위해 이해관계자 인터뷰를 진행

STEP 2. 요구사항 정리

2021년 마이데이터 법안 시행에 따른
데이터 시장 선도

빅테크기업의 시장선점이 가속화됨에 따른 대응 필요

금융·커머스·통신 데이터를 활용한
신규 마이데이터 서비스 런칭

신한은행 · CJ 올리브네트웍스 · LG U+ 간 데이터 협약

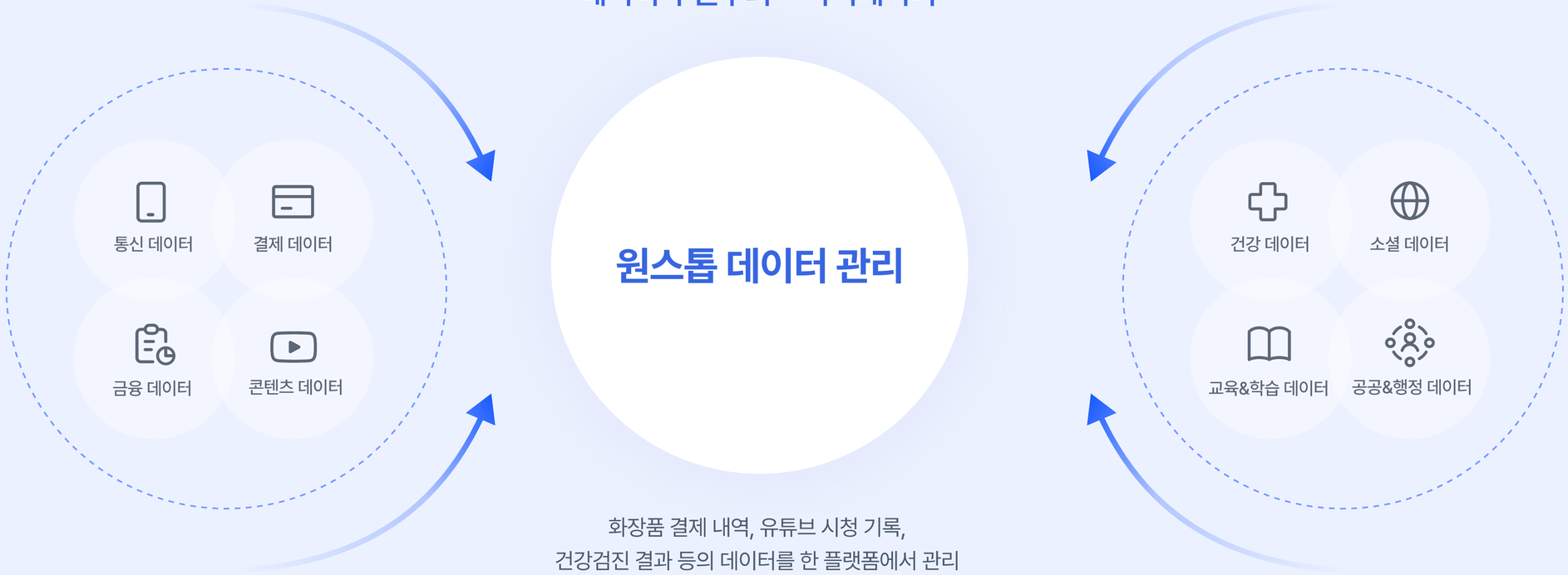
STEP 3. 핵심내용

**마이데이터를 기반으로 한
장기적이고 확장 가능한
신규 서비스에 대한 기대**

마이데이터의 개념

마이데이터는 개인이 자신의 데이터를 한데 모아 직접 관리·활용하는 개념입니다.

데이터 주권주의 = 마이데이터



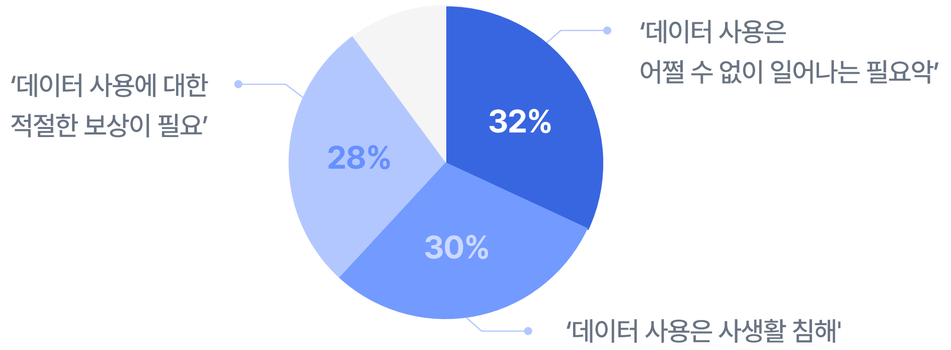
화장품 결제 내역, 유튜브 시청 기록,
건강검진 결과 등의 데이터를 한 플랫폼에서 관리

데스크 리서치_사용자 인식

데이터에 대한 인식과 제공 의사에 대한 리서치를 진행했습니다.

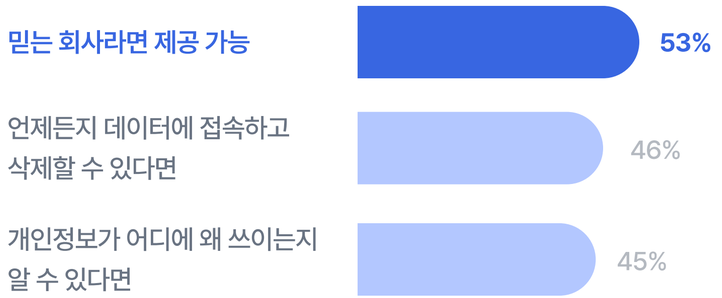
기업이 데이터를 사용하는 것에 대한 사용자 인식

출처 : AT Kearney(2017)



어떤 회사라면 데이터를 제공할 수 있는지

출처 : Global Web Index(2018)



**데이터 제공에 기본적인 거부감을 갖고 있지만,
신뢰할 수 있는 기업이라면 데이터를 제공할 수 있다는 인식을 지니고 있습니다.**

데스크 리서치_사용자 인식

2021년 데이터 시장 구조를 이해하고 아이디어 도출을 위해 서비스 현황을 조사했습니다.

기존의 데이터 시장은 관리 · 거래 · 추천 형태로 제공되고 있었으며, 각 서비스마다 한계가 존재했습니다.

관리&조회 서비스

인증/공적 사업 중심

본인의 데이터 조회 권한을 보장,
쉽고 빠르게 접근하여 일관 관리 지원

지속적으로 이용할 이유가 부족함

주 이용 서비스 외 별도 관리할 필요가 낮고
변동 주기가 길어 수시 관리의 needs 없음

거래 서비스

스타트업 / IT기업 중심

직/간접 생산/관리 되는 데이터에 대해
사업자가 fee를 지급

수익 쌓기가 어려움

일정 수익을 기대할 만큼의 데이터 생성이
어렵고 수동적이라 실제 수익이 낮음

추천 서비스

대기업/커머스 중심

앱 내 생성된 데이터를 통한
맞춤 상품 추천 및 혜택 제공

데이터 기반 추천이 광고로 인식

자체 서비스 이용 내역 기반의 데이터로는
정확한 추천이 불가능해 대부분 광고로 인지

아이데이션_가설수립

각각의 데이터 기능 통합이 더 지속적이고 유기적인 경험을 제공한다는 가설을 세웠습니다.



사용자 조사설계

가설 검증과 신규 아이디어 발굴을 위해 설문조사 및 심층 인터뷰 조사를 설계했습니다.

조사목표

1 **서비스 가설 검증**

관리/거래/추천 서비스에 대한
니즈가 있는지 거시적인 경향 확인

2 **신규 아이디어 발굴**

사용자들의 데이터 활용 및 인식을
조사하여 신규 아이디어 발견

서비스 가설 검증

설문조사

정량조사 / 2,000명 / 질문 84개

데이터 활용 및 인식에 대한 폭넓은 조사

- 인구통계정보 (성별,연령,소득분위)
- 서비스 가설 검증, 데이터 생산 및 활용 현황
- 개인데이터 생산 및 활용
- 데이터 소비 패턴 & 성향
- 데이터 서비스에 대한 니즈 분석

심층 인터뷰 대상자 스크리닝

신규 아이디어 발굴을 위해
다른 데이터소비 성향의 사용자들을
대상으로 모집하여 진행

신규 아이디어 발굴

심층 인터뷰

정성조사 / 8명 / 1시간 30분

Goal

서베이를 통해 스크리닝된 다양한 소비 성향을
가진 사용자들의 **데이터 서비스 이용 현황에 대한**
심층적인 아이디어를 얻고자함

설문조사 결과

사용자들은 데이터 관련 서비스에 긍정적이었으며, 데이터 인식이 두 관점으로 나뉜다는 점을 확인했습니다.

설문내용
전반적인 데이터 활용 및 인식에 대한 폭넓은 조사

대상	설문기간	질문
일반인 2,000명	21. 11 ~ 12(1달 간)	총 84개

서비스 가설 검증

사용자들은 데이터 관리, 거래, 통계 데이터
추천 서비스에 긍정적인 답변을 했습니다.

Q. 방문 기록, 이용내역, 검색 이용 삭제 이유는?
나의 허락 없이 다른 곳에 쓰일까봐 (58.9%)

데이터 관리 니즈 있음

Q. 금전적 보상이 클 때, 제공할 수 있는 정보 는?
외식, 여가활동 등의 취향정보 (74.4%)

보상에 따른 데이터 제공에 호의적

Q. 가장 신뢰할 수 있는 정보는?
불특정 다수 및 익명의 다수 통계 (65.5%)

다수의 통계 데이터 선호



심층 인터뷰 결과

서베이 결과로 도출 된 사용자 그룹을 대상으로 인터뷰를 진행하고, 유형별 니즈를 기반으로 필요한 서비스를 구체화했습니다.

사용자그룹	 TYPE 1 **귀차니스트** 20대 초반 / 남성_손영O 데이터가 어떻게 생성되고 관리되는지 한 눈에 보여줬으면 좋겠어요	 TYPE 2 **실리주의자** 20대 초반 /여성_강다O 데이터 제공 보상이 그냥 현금처럼 쓸 수 있는거 였으면 좋겠어요	 TYPE 3 **소심한 트래커** 30대 초반 / 남성_최다O 온라인상에 데이터를 남기는게 불안해요 지인들을 통해 정보를 얻는 편이에요	 TYPE 4 **회의주의자** 40대 초반 / 여성_정현O 아는 맛집 리스트를 수집하고 관리해요 다른 정보는 딱히 관심 없어요
주요 니즈	데이터 관리가 귀찮아 믿을 수 있는 기관이 자동으로 관리해주기를 원함	데이터를 통한 수익을 기대하며 혜택이 있다면 적극적으로 참여함	디지털 상에 데이터를 남기는 것에 대한 불안감 탐색 위주로 정보를 습득함	본인이 수집한 데이터를 높게 평가하며 관심 데이터를 적극적으로 수집하고 관리함
핵심 기능	**데이터 관리 & 분석** 플랫폼 내 데이터를 연동하여 자동 관리 및 분석 정보 제공	**데이터 거래** 데이터 판매를 통한 실질적 금전적 혜택 제공	**데이터 탐색** 데이터 기반의 신뢰할 수 있는 유희성 콘텐츠 제공	**관심정보 수집** 데이터를 통해 증명된 특별한 관심사 정보 제공

UX 전략 수립

각 퍼소나별 핵심 제공 가치를 명확히 정의하고, 단계별 UX 전략을 설계합니다.

STEP 1

Identify

데이터 관리 & 분석

어떤 데이터를 소비하는지,
관리된 데이터로 알아보는 진짜 나

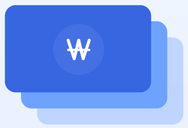


STEP 2

Simplify

데이터 거래

Passive - Active 수익을 간단히,
실질적으로 도움이 되는 수익



STEP 3

Public

데이터 탐색

신뢰도 높은 데이터를 기반으로한
통계형 정보 탐색 경험



STEP 4

Specific

관심정보 수집

실시간으로 현장에서 생성되는
특정 정보 탐색



Identify_귀차니스트

데이터 관리 & 분석

내 데이터를 한곳에 모아보고, 내 데이터로 나를 파악하는 경험

데이터를 수집하는데 그치지 않고, 변동 사항과 데이터로 증명된 '데이터 타이틀'을 확인할 수 있습니다.

분석 프로세스

1 수집 데이터

소비, 금융, 엔터, 통신, 위치 데이터 등
생성된 다양한 데이터를 한 곳에 연동

2 가공 데이터

데이터를 분류별로 관리 및 분석하여,
변동된 사항을 그래프 등으로 시각화하여 제공

3 유희 데이터

데이터 기반 타이틀 키워드와 피어 비교를
통한 신뢰도 있는 유희성 콘텐츠 제공

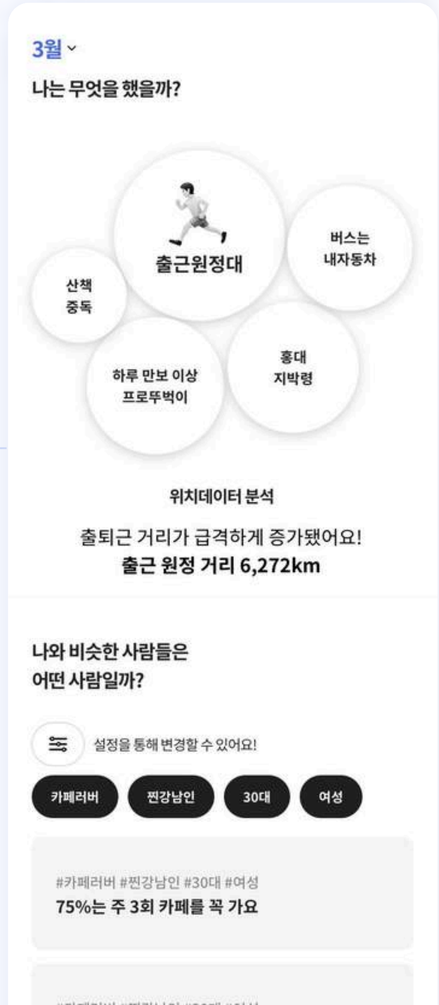
1 무엇을 가졌는지?



2 무엇이 변했는지?



3 나는 무엇을 하는 사람인지?



Simplify_실리주의자

데이터 거래

내 데이터가 금액으로 거래되는 경험

보유한 데이터로 고정적/잠재적 수익을 '금액'으로 제공하며, 활동 미션을 통한 추가 거래를 유도합니다.

데이터 거래 단계

1 고정 수익

관리된 데이터의 추정 자산 표시,
예상 수익, 사용 가능 포인트 월 단위 제공

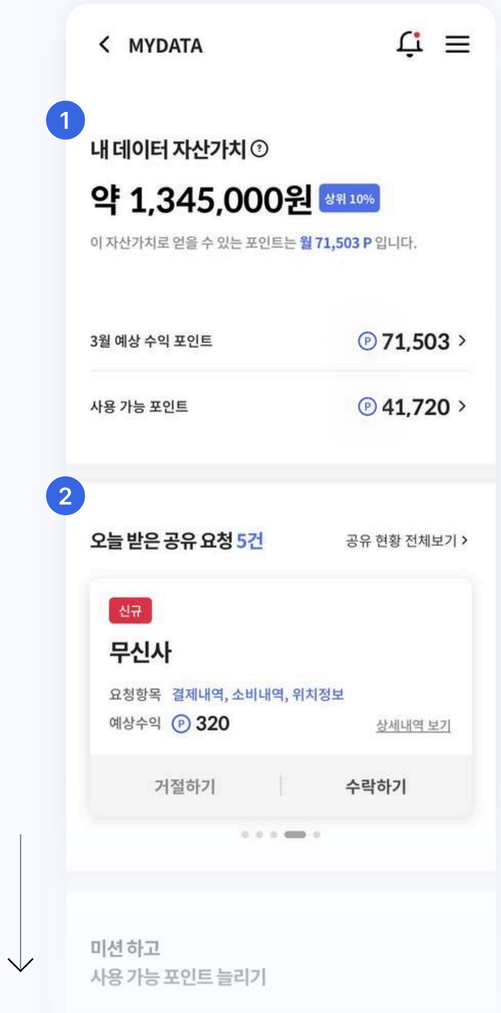
2 잠재 수익

3rd Party 기업의 데이터 거래 요청 시,
해당되는 사용자에게 거래 제안

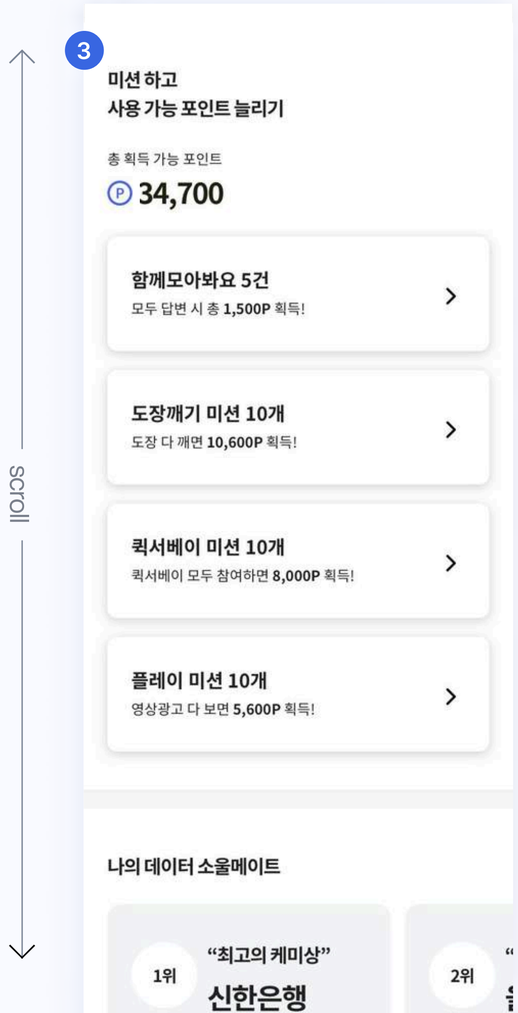
3 활동 수익

출석체크, 영상보기, 서베이 등 다양한
데이터 활동을 통해 추가 포인트 획득

내 데이터의 가치를 금액으로 확인



얻을 수 있는 수익을 한눈에 파악



Public_소심한트래커

통계정보 탐색

실제 데이터 기반의 신뢰할 수 있는 정보 탐색 경험

통계기반의 콘텐츠를 소비하며, 관심 키워드를 넘나들며 다양한 카테고리의 흥미로운 탐색이 가능합니다 .

실제 데이터로 검증된 정보 제공



소셜 데이터

적금부자가 많이찾는 요즘 키워드

적금부자 100명 검색 데이터 분석

#비트코인 #새마을금고예금 #부업 #인덱스펀드투자 #CMA통장 #카카오펀 동산투자 #금테크 #리셀 #주식투자

금융 데이터

적금 부자의 1년간 최다 가입 상품 3종

적금부자 3,450명 금융 데이터 분석

신한은행
신한 첫급여 드림 적금

기업은행
i-ONE 놀이터 적금

국민은행
KB 마이핏 적금

통신 데이터

양양 서퍼비치로 떠나기 좋은 날씨에요!

서퍼비치 위치자 200명 데이터 수집



결제 데이터

후라이드파가 인정한 양념치킨

후라이드파 1,204명 결제 데이터 분석



Specific_회의주의자

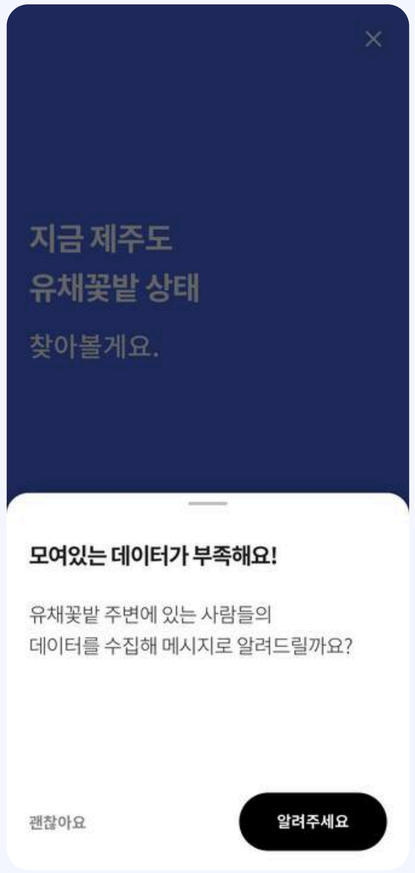
관심정보 수집

특정 대상으로부터 특정 장소의 구체적인 정보를 얻는 경험

일반 검색엔진에서는 찾을 수 없는 실시간 및 데이터로 증명된 특화된 정보를 확인할 수 있습니다.

데이터 요청

필요한 데이터가 없을 경우,
다수의 사용자에게 요청



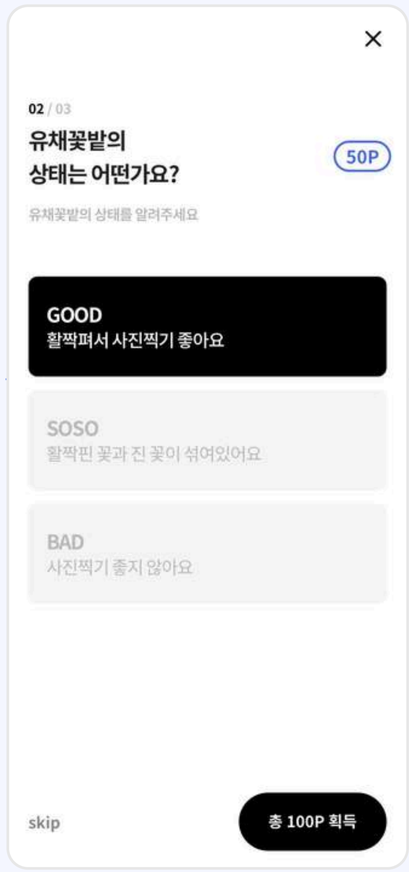
질문 전송

통신·결제·소셜·금융 등의 데이터 기반으로
답변 가능한 사용자에게 질문 전송



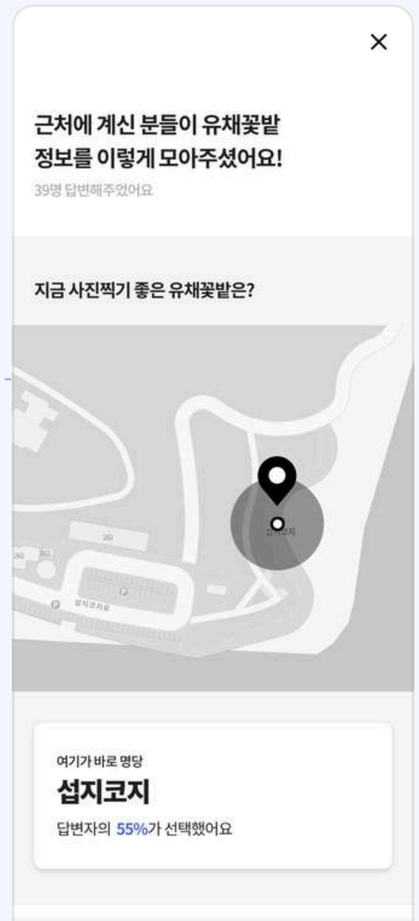
답변 수집

포인트 보상 기반 답변 유도 및
단계별 데이터 수집



통계 데이터 제공

다수의 답변 데이터를 집계해
신뢰성 있는 통계 데이터 제공

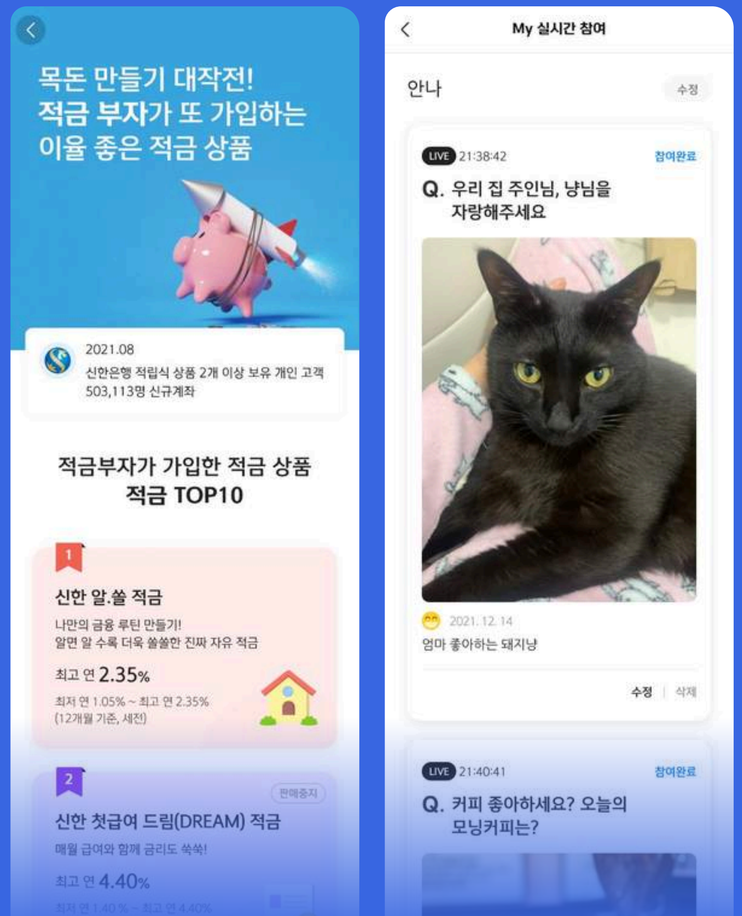


실제 런칭된 서비스의 모습

기사 보러가기 ↗

3,000만 명 규모의 사용자 데이터를 기반으로 한 데이터 서비스 '디키타카'가 출시되었습니다.
본 프로젝트를 통해 **데이터 활용의 다양한 가능성과 서비스 확장 방향을 선제적으로 경험**할 수 있었습니다.

기업 데이터를 활용한 콘텐츠



사용자 참여형 콘텐츠



통계정보 콘텐츠



UX/UI Design

사용성 개선 레이아웃 폰트 와이어프레임 아이콘 디자인 디자인 시스템

✦ AI AI-Driven Design Operation · Design System · Conversion · Promotion

H에너지 플랫폼 디자인 유지보수

AI와 데이터로 **디자인 시스템 · 가입 전환 · 프로모션**을 개선했습니다

- **기간** 2025.10 - Present
- **직무** UX/UI 디자이너
- **활용 AI** ChatGPT · Claude · Figma Make

모햇 · 솔라온케어 등 5개 서비스를 운영하는 태양광 에너지 플랫폼 기업 · 임직원 200명+ · 매출 1,100억 원+

01 ✦ Claude

디자인 시스템 Foundation

텍스트 스타일 133 → 48, 컬러 토큰 77개로 공통 기준 정리

02 ✦ Claude

아이콘 시스템 정비

아이콘 2,534개 전수조사 → Tabler 기반 TO-BE 96종과 규칙 가이드

03 RICE

노출 UI · 영역 지정

RICE로 부가서비스 노출 UI와 영역을 정해 사전 신청 2,442 → 9,859건

04 ✦ ChatGPT

AI 이미지 생성 · 프로모션

ChatGPT로 키비주얼을 만들어 메인 프로모션을 주 1회 제작

Henergy

01 Design System · Foundation

흩어진 스타일을 토큰 기반 Foundation으로 정리

✦ Claude 실측 · 분석

제품마다 다르던 이름과 값을 **공통 토큰**으로 묶어, 디자이너 · 개발자 · PO가 **같은 이름**으로 말하게 했습니다.

133 → 48
텍스트 스타일 · 역할 기준 재정의

77개
컬러 토큰 · Primitive 58 · Semantic 19

1,187곳
색상코드 직접 입력 · 토큰 연결 대상

4.0 → 4.85
에러 글자 대비 · WCAG AA 통과

Typography

Sub_Title_05_PC → heading/sm/bold

display	48 · 44 · 40 · 36	이번 달 발전량
heading	32 · 28 · 24	발전소 현황
title	20 · 18	김태양 발전소 · 100kW
body	16 · 14 · 12	점검 결과와 발전 효율을 확인할 수 있습니다.

Pretendard 단일 서체 · **4개 역할 × 12단계** · Medium / Bold · 행간 2종

Color

Gray 11단계 불규칙 → 12단계 · 명도 10%

Gray — gray/0 – 950

0 · 50 · 100 · 200 · 300 · 400 · 500 · 600 · 700 · 800 · 900 · 950

Blue — #006CFC = blue/500

50 · 100 · 200 · 300 · 400 · 500 · 600 · 700 · 800 · 900

비밀번호 형식 오류 #FF0000 4.0 : 1 · 미달 → 비밀번호 형식 오류 red/600 4.85 : 1 · AA

화면에는 값이 아닌 **Semantic 이름**(brand/fill · text/primary)만 연결

Foundation

Color
Primitive 58 · Semantic 19

Typography
Text Style 48

Spacing
12단계 · 4px 단위

Radius
8단계 · 4 – 32 · full

Grid
본문 1200px · Mobile 4열 · Desktop 12열

Icon
96종 · Line / Fill

Shadow
Effect Style 5

Opacity
16단계

Foundation → Component → Pattern

Core 한 번 수정 → **솔라온케어 · 헬멧 · ESS온케어**에 함께 반영

02 Icon Audit

Claude로 아이콘 2,534개 전수조사

노드 79,535개를 **Claude로 전수 순회**해 실제 쓰인 아이콘을 찾고, **색상 × 역할**로 나눠 스타일을 실측했습니다.

1. **전수 순회 · 추출** ✦ Claude
   인스턴스 2,534개 · 고유 네이밍 175종
2. **색상 × 역할 교차 분류** ✦ Claude
   단색 · 기능은 System, 다색 · 식별은 Application
3. **스타일 실측 · 검증** ✦ Claude
   System 마스터 163종, 5개 항목 측정

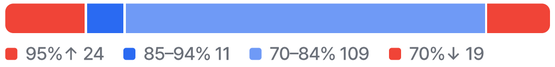
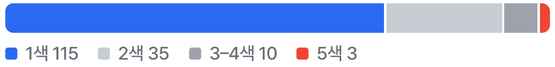
AS-IS 전수조사

PC/MO 취합본 기준

2,534회	175 종	163 종	5 / 5
화면 배치 인스턴스	고유 네이밍	System 마스터 실측	항목 모두 기준 없음

스타일 실측 · 5개 항목

규칙에 맞는 값 · 가장 벗어난 값

① 스트로크 두께	14가지		0.1 – 6px, 최다 1.5px도 14종뿐
② 그리기 방식	71.8%가 면		이름은 Outline이어도 대부분 면
③ 광학 크기	31 – 100%		같은 24px 안에서 최대 3배 차이
④ 선 끝 · 꺾임	3종 · 2종		끝 · 꺾임 처리가 아이콘마다 다름
⑤ 색상 수	1 – 5색		48종은 색마다 따로 관리

하나씩 고치지 않고, 규칙을 가진 아이콘 셋으로 교체 → 53 TO-BE

03 Icon · TO-BE

Tabler 기반 96종과 하나의 규칙으로 교체

✦ Claude 비교 · 매칭

후보 셋 3개를 비교해 **Tabler를 채택**하고, **기능 73종을 매칭**한 뒤 규칙을 가이드로 정리했습니다.

14가지 → 2px
스트로크 두께

면 → 선
그리기 방식 · 전부 Stroke

12 → 4
사이즈 16 · 20 · 24 · 32

5색 → 1색
색상 · 컬러 토큰 3개

SET · 후보 3개 비교

Material	보류	가변 폰트라 직접 확장 어려움
Tabler	채택	6,184종 · 규칙 3가지로 확장 쉬움
Phosphor	차선	확장 시 6 weight 모두 제작

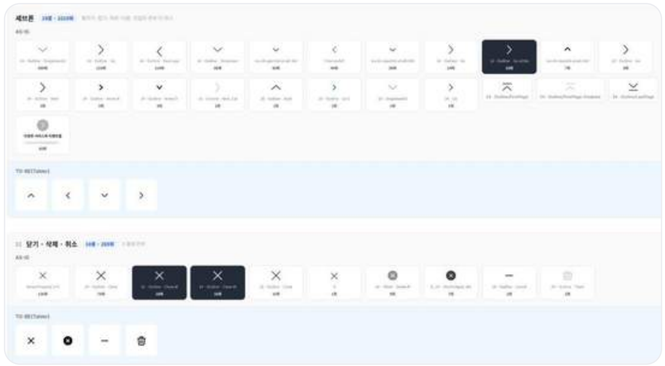
결정 요인: 확장 용이성 — 어떤 셋에도 없는 인버터 · PCS 등 설비 아이콘을 같은 규칙으로 직접 그릴 수 있음

MATCHING · 기능 73종

64종 즉시 매칭

9종 유사 대체

0종 매칭 불가



세브론 19종 → 4종 · 닫기 · 삭제 10종 → 4종

RULES · 아이콘 가이드

프레임 · 라이브 에어리어	24 × 24 · 20 × 20
스트로크	2px 단일
끝 · 꺾임	Round
스타일	Line · Fill
컬러 토큰	default · disabled · inverse

`icon` / `24` / `line` / `close`

크기 · 스타일 · 이름

셋에 없는 설비 · 서비스 아이콘은 같은 규칙으로 직접 제작 → **최종 96종**

04 Exposure · Placement

RICE 기반 노출 UI · 영역 지정

솔라온케어 부가서비스를 **어디에, 어떤 UI로 노출할지** RICE 점수로 정하고, 점수가 높은 영역부터 노출 UI를 배치했습니다.

1 **노출 후보 정리**
화면별 노출 영역 · UI 후보 수집

2 **RICE 점수화**
Reach · Impact · Confidence ÷ Effort

3 **노출 UI · 영역 지정**
점수 높은 영역부터 UI 배치

4 **사전 신청 추적**
9월 → 12월 신청 건수 비교

solaroncare · 부가서비스

솔라온케어 부가서비스 사전 신청 · 9월 → 12월

2,442 → 9,859건

약 4배
+7,417건 · +303.7%

RICE Score

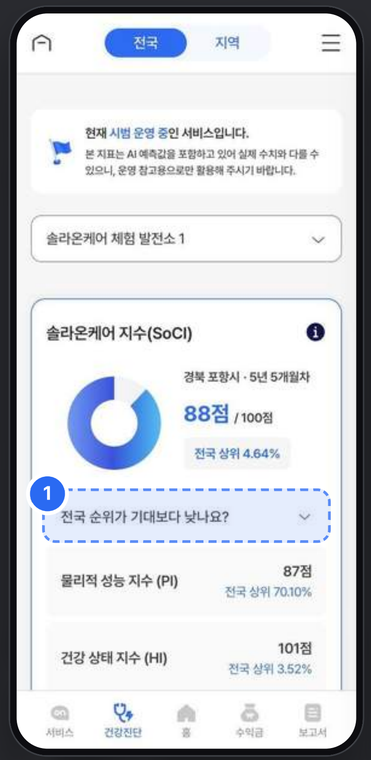
$$= \frac{\text{Reach} \times \text{Impact} \times \text{Confidence}}{\text{Effort}}$$

R Reach
그 영역을 보는 사용자 수

I Impact
사전 신청에 주는 영향

C Confidence
데이터 · 근거의 확신도

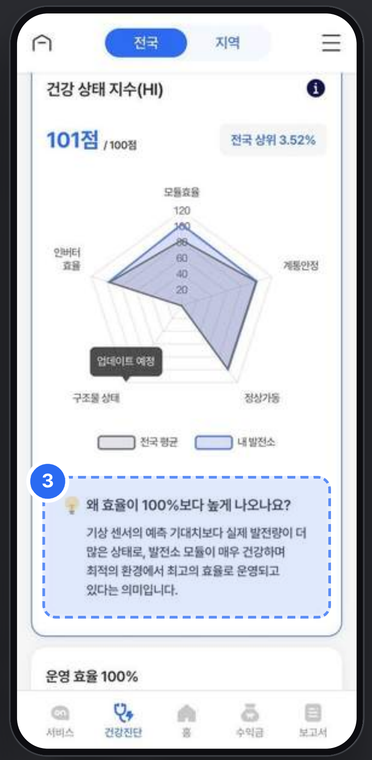
E Effort
디자인 · 개발 공수 (나눔)



솔라온케어 지수



등급 · 진단 결과



건강 상태 지수

솔라온케어 APP · 건강진단

1 **지수 · 순위 하단**
내 발전소 순위를 확인하는 순간

2 **등급 · 진단 결과**
점검이 필요한지 판단하는 순간

3 **효율 지표 · 해설**
손실 원인을 확인하는 순간

05 Promotion Design

ChatGPT 이미지 생성으로 프로모션 제작

솔라온케어 · 모햇 메인 프로모션을 **주 1회** 만들며, 키비주얼을 **ChatGPT로 생성**했습니다.

1. **카피 · 기획 의도 정리**
   메시지 · 타깃 정리
2. **키비주얼 이미지 생성** ✦ ChatGPT
   제품 · 상황 · 톤을 프롬프트로
3. **브랜드 톤 보정 · 레이아웃**
   Figma에서 컬러 · 카피 위계 정리
4. **PC · MO 배너 적용**
   사이즈별 배포

프롬프트 작성

PROMPT ✦ ChatGPT

은은한 보랏빛 그라데이션 배경 위 흰색 태양광 인버터, 정면 구도와 바닥 반사, 깔끔한 제품 사진 스타일, 왼쪽에 카피 여백

이미지를 설명해 주세요

AI 이미지 생성



배너 적용

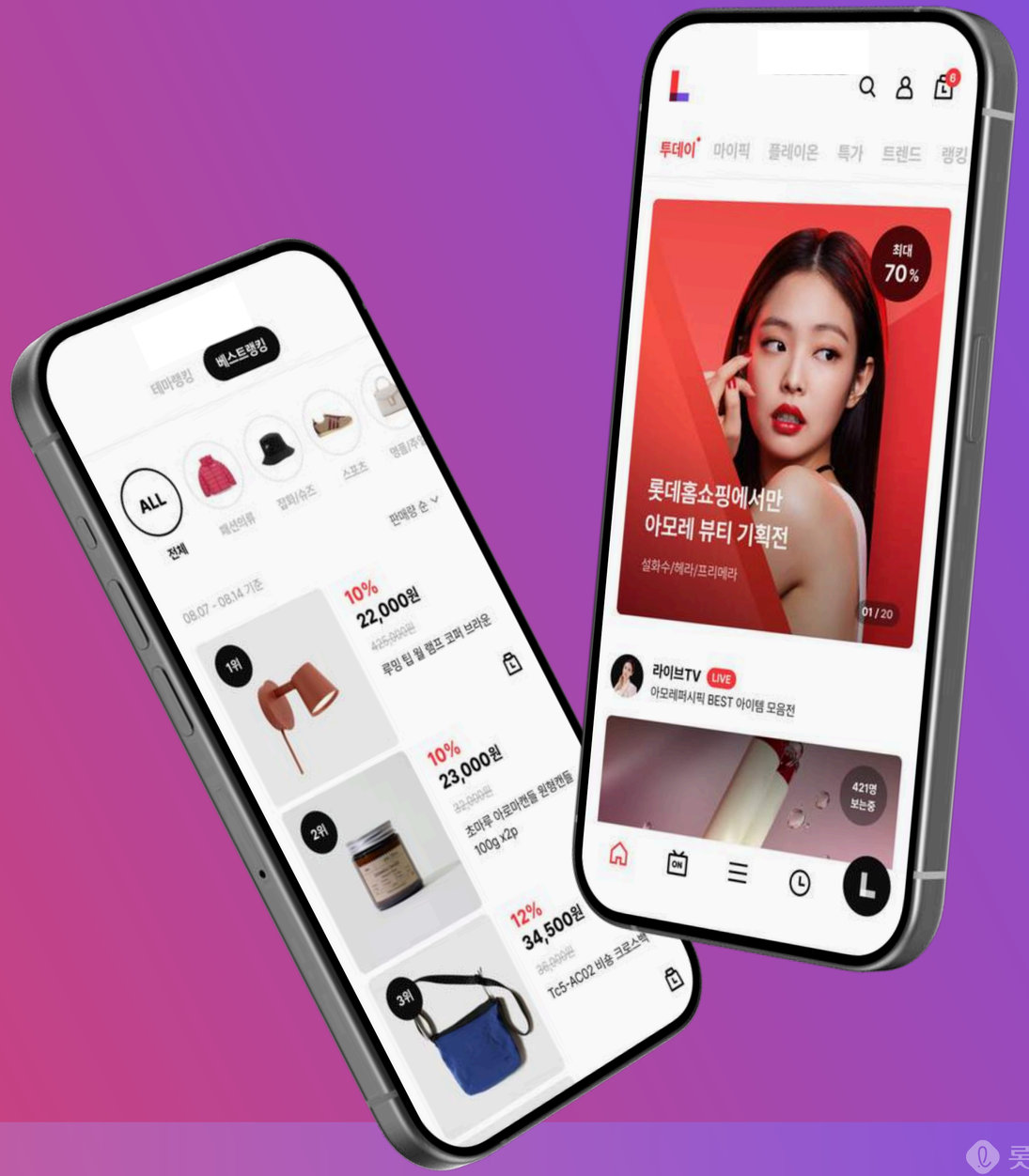






UX/UI Design

롯데홈쇼핑 고령층을 위한 UI 사용성 개선 프로젝트



주요 내용

- 홈쇼핑 주요 타겟인 고령층 사용자를 고려한 UT 설계
- UT 결과를 바탕으로 한 UI 개선 방향 도출
- 개선 방향을 반영한 모듈 단위 UI 설계

• **기간** 2022. 05 - 2022. 09 (4개월) • **기여도** UX 컨설턴트 (참여율 100%)

VINYL C

롯데홈쇼핑

UI 사용성 개선 배경

이용 타겟을 고려한 사용성 개선 필요

사용성 문제를 명확히 진단하고 개선함으로써,
주요 타겟인 고령층의 모바일 앱 이용률을 높일 필요성이 커졌습니다.

프로젝트 추진 배경

1. 코로나 이후 고령층의 모바일 쇼핑 이용 증가
2. 주요 타겟인 50~60대의 모바일 앱 사용률 확보
3. 낮은 앱 리뷰 평점과 페인포인트 누적

GOAL

주요 사용층의 앱 이용률 향상을 위해
사용성 문제를 도출하고 개선 사항 정의

자사 홈쇼핑 앱의 페인포인트를 정의하고 사용성을 개선하기 위해, **홈쇼핑 헤비 유저를 대상**으로 **FGD 기반 UT를 진행**했습니다.

조사 목표

구매 여정 별 자사 페인포인트 파악, 타사 긍정예시 수집

조사 방식

FGD 기반 쇼핑 태스크 불편 요소 도출 및 모듈 평가

인터뷰 대상자

- 그룹 1 롯데홈쇼핑 VIP 고객, TV 주문 빈도가 높은 고객 (6명)
- 그룹 2 자사 앱 및 타 홈쇼핑 및 E커머스 주문 빈도가 높은 고객 (6명)







사용자 조사 결과 & UI 개선 방향

서비스 이용 과정에서 고객 경험을 저해하는 주요 사용성 이슈를 도출하고, 이를 개선하기 위한 방향성을 정립했습니다.

PAIN POINT 1

잘 보이지 않는 이미지

구성 이미지가 혼재되어 무엇을 어떤 형태로
판매하는지 인지하기 어려움

SOLUTION 1

큰 사이즈의 이미지 배치



주요 구성순으로 3개까지 우선 노출,
이미지 스케일 조정으로 패키지를 한눈에 파악 가능

PAIN POINT 2

작은 텍스트 사이즈로 가독성 저하

고령층의 사용성을 고려하지 않은 텍스트로
상품 정보 인지에 많은 시간이 소요됨

SOLUTION 2

가독성을 강화한 텍스트 사이즈



웹 접근성 기준의 폰트 사이즈보다 높은 16pt 이상
사용하여, 고령층의 정보 가독성 강화

PAIN POINT 3

강조되지 않은 주요 정보들

가격과 세일 등 핵심 정보들이 강조되지 않아
혜택 적용 내용 인지가 어려워 구매 결정에 부담을 느낌

SOLUTION 3

핵심 구매 정보 강조



세일·가격·판매 시간 등 핵심 구매 정보들을
우선 순위에 따라 배치하고 강조

UI Design

Age-Friendly UI 전략을 적용해 기존 모듈을 고령층 친화적으로 개선했습니다.

AS-IS

주요 정보인 판매 기간을 강조하지 않음

오늘 한정 혜택 상품

무엇을 어떤 형태로 판매하는지 인지하기 어려운 이미지



단독! 스토케 트립트랩 내츄럴 즉시출고 물량확보

540,000원~

47개 구매

고령층의 사용성을 고려하지 않은 작은 폰트사이즈

TO-BE

주요 정보인 판매 시간 강조

매일 10시

한정수량 타임특가

192개 남음

상품 구성 중심의 큰 이미지



지금 20% 00:38:20

56,000원 ~~68,000원~~

초신선 암소한우 채끝등심 500g

최소 16px 이상의 폰트 사이즈

UI 요소

할인 60% | 6개 남음 | 8,682 조회 | 160명 보는중 | 8.23 발표예정

D-1 | 구성 2 | 1위 | 9,913 시청 | 320개 구매

1순위 - Badge

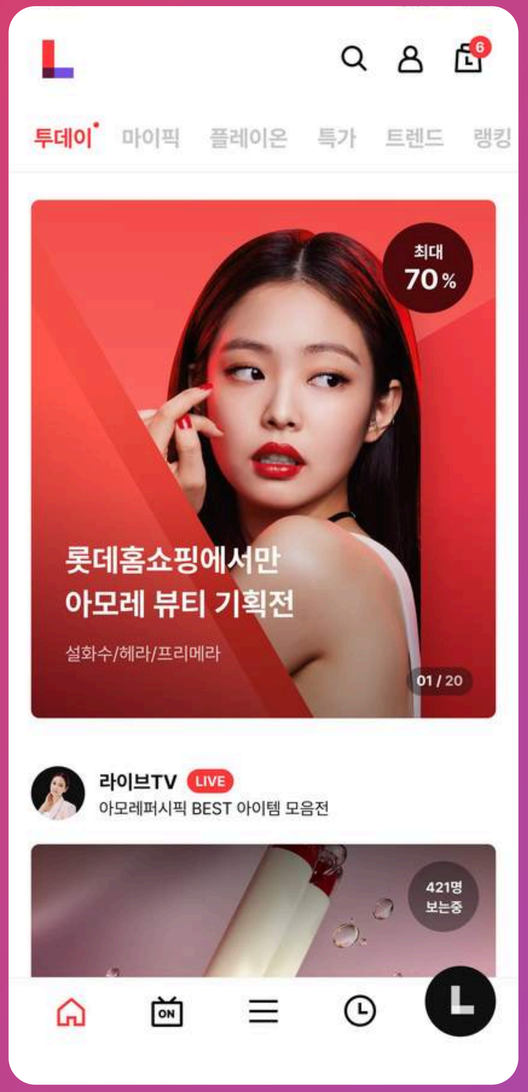
상품 구성, 판매 기간, 남은 수량(임박), 할인율

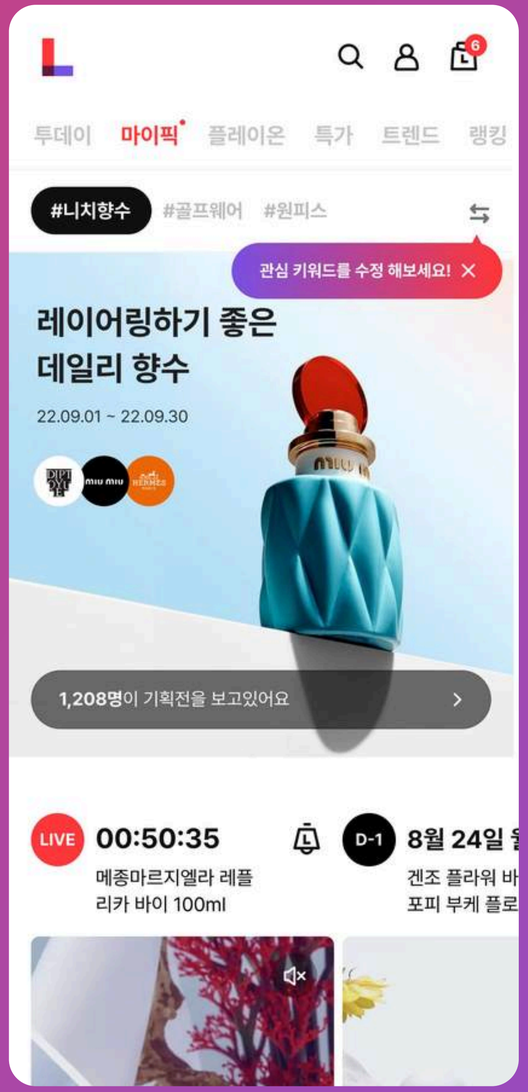
약 21,000원 할인받아요 | 롯데카드 5%

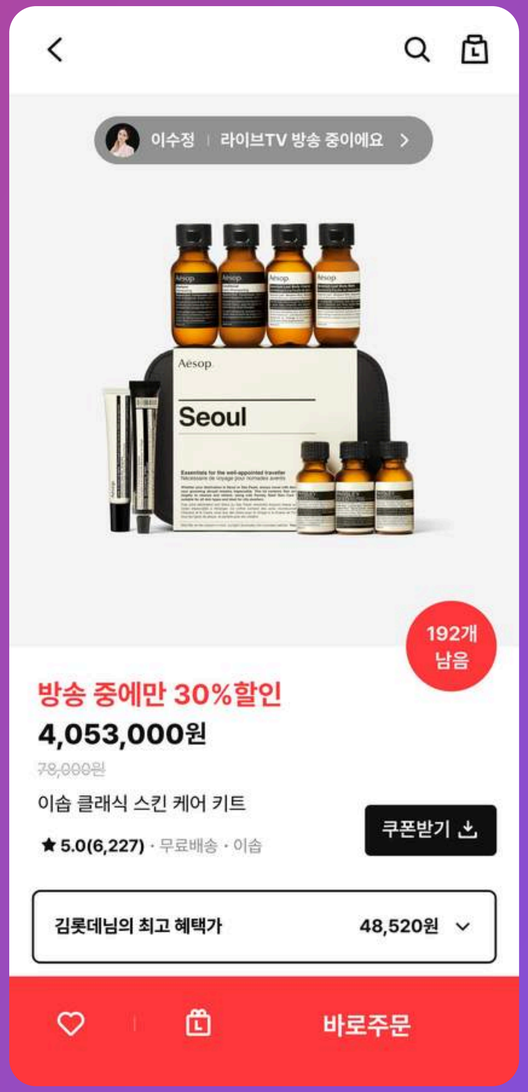
무료배송 | ★ 4.7 | 45개 남았어요

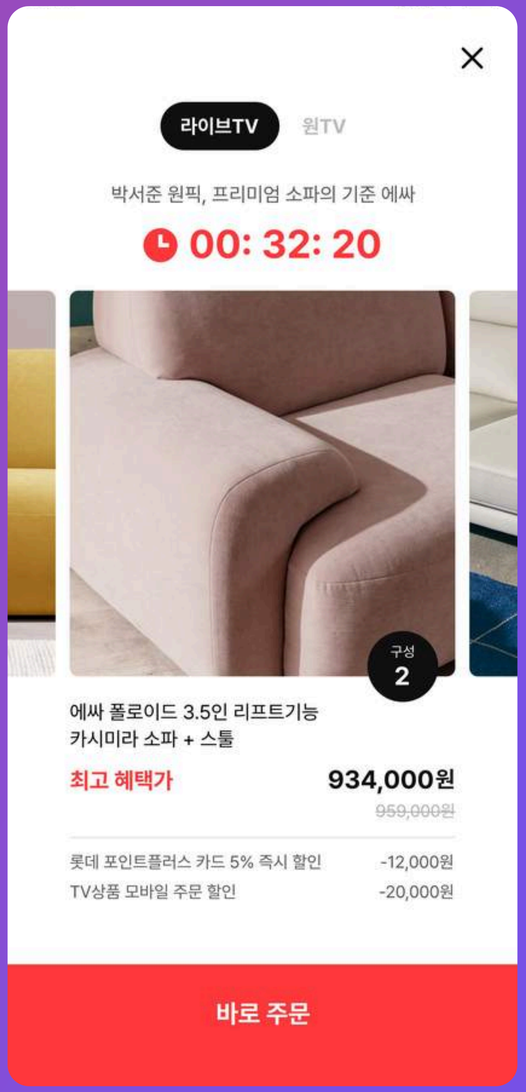
2순위 - Chip

리뷰, 할인금, 남은 수량, 카드할인, 배송 정보


투데이
마이픽
플레이온
특가
트렌드
랭킹
최대
70%
롯데홈쇼핑에서만
아모레 뷰티 기획전
설화수/헤라/프리메라
01 / 20
라이브TV
LIVE
아모레퍼시픽 BEST 아이템 모음전
421명
보는중


투데이
마이픽
플레이온
특가
트렌드
랭킹
#니치향수
#골프웨어
#원피스
관심 키워드를 수정 해보세요!
레이어링하기 좋은
데일리 향수
22.09.01 ~ 22.09.30
1,208명이 기획전을 보고있어요
LIVE
00:50:35
메종마르지엘라 레플
리카 바이 100ml
D-1
8월 24일


이수정 | 라이브TV 방송 중이에요
Aesop
Seoul
192개
남음
방송 중에만 30%할인
4,053,000원
78,000원
이솝 클래식 스킨 케어 키트
★ 5.0(6,227) · 무료배송 · 이솝
쿠폰받기
김롯데님의 최고 혜택가
48,520원
바로주문


라이브TV
원TV
박서준 원픽, 프리미엄 소파의 기준 에싸
00: 32: 20
구성
2
에싸 폴로이드 3.5인 리프트기능
카시미라 소파 + 스툴
최고 혜택가
934,000원
959,000원
롯데 포인트플러스 카드 5% 즉시 할인
-12,000원
TV상품 모바일 주문 할인
-20,000원
바로 주문

LIVE 01:25:35
르브랑페이우 어뮤즈
플레어 원피스

D-1 8월 25일
조르쥬 레쉬 코
자켓 원피스





콕! 찝어 볼 이번주 방송

우아함과 단아함으로 가을 옷장을
가득 채워보세요



엘라이브 | 이수정

8월 1일 금 14:00

프론트로우 22FW 쇼케이스

혜택 더 보기

오늘 들어온 신상품

셀럽's PICK, 브랜드 위크 최대혜택!





10% 257,000원
~~287,000원~~
루에브르 Sac de sente
Medium FA0AA025-CF



10% 278,000원
~~311,000원~~
루에브르 Sac de sente
Large FA0AA044-CF

라이브TV LIVE
아모레퍼시픽 BEST 아이템 모음전



오늘만 40%할인 00:50:21

바로주문

89,000원 ~~95,000원~~
헤라 루즈 홀릭 쉬어 매트 3g

상품 전체보기



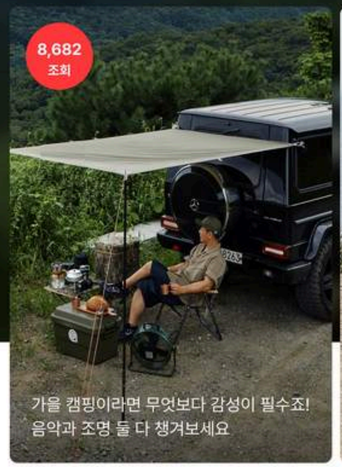
방송 중에만 적립 00:50:21

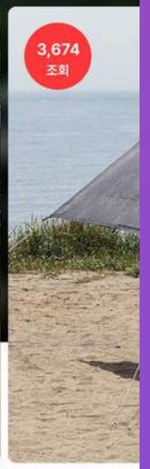
바로주문

89,000원 ~~95,000원~~
이솝 비 앤 티 밸런싱 토너

청명한 가을, 캠핑 필수템

갑갑한 도시에서 떠나요!
감성 등뿍 힐링 아이템을 살펴보세요







15% 98,000원
디얼스 RCE 트라움 블루투스



10%
네이처

엘라이브 기획전 더보기 1 / 5

오늘 10% 더
할인하는 브랜드

오늘 롯데홈쇼핑에서
팔린 최고가 상품

최근 24시간 기준



10,890,000원
초신선 암소한우 채끝등심 500g

오늘 리뷰 등록 급상승 중



온앤온 러플 칼라 면 블라우스



★★★★★ 김롯데 1시간전
사이즈가 클까봐 걱정했는데 딱 맞았어요.
이번 가을에 맞춰 주문했는데 마침 잘 왔어요!



Results

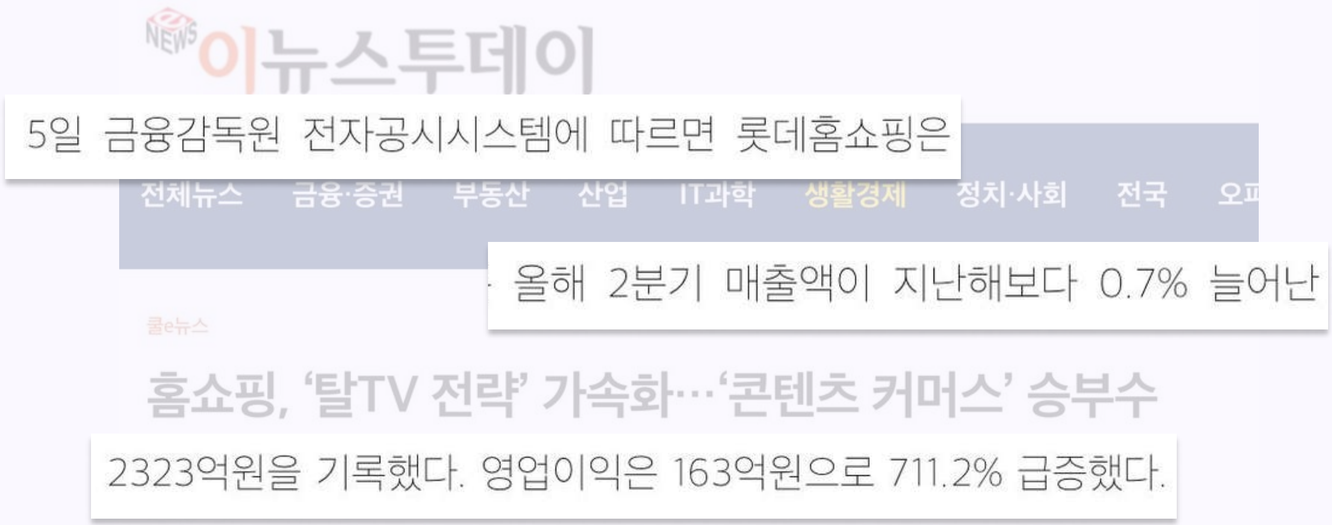
2023년 리뉴얼 반영 이후 **i-AWARDS KOREA APP Award** 부문을 수상했으며, 관련 뉴스 보도에 따르면 롯데홈쇼핑의 **영업이익이 전년 대비 711.2% 증가**한 것으로 나타났습니다.

i-AWARDS APP 부분 수상

APP AWARD

2023 마케팅 이노베이션대상 수상

2023년 리뉴얼 이후 영업이익 급증



출처 Enewstoday

UX/UI Design

LG U+ Gen Z 를 위한 새로운 요금제 설계 서비스



주요 내용

- Z 세대의 라이프 패턴을 반영한 MVNO 요금제 플랫폼 기획
- LG U+ 대학생 자문단 워크샵 진행 & 서비스 방향성 도출
- 핵심 인사이트를 반영한 UI 구조 및 인터랙션 설계

• **기간** 2022. 02 - 2022. 04 (2개월) • **기여도** UX 컨설턴트 (참여율 100%)

VINYL LG U+

프로젝트 추진 배경

경쟁사 분석을 통해 새로운 MVNO 시장과 Z세대에 대응하는 플랫폼의 핵심 방향성을 도출했습니다.

프로젝트 추진 배경

LG U+가 Z세대를 위한* MVNO 플랫폼을 만드는 이유

* MVNO란 : 자체 통신망을 보유하지 않고, 기존 이동통신사(MNO)의 네트워크를 임대해 요금제와 서비스를 제공하는 통신 사업자

이동통신사의 시장의 변화

MNO와 동일한 통신망을 사용하면서도 합리적인 요금을 제공하는 MVNO 서비스로의 고객 이탈 예상

새로운 고객 유형 등장

Z세대 · 알파세대 등 새로운 세대의 등장으로 다양해지는 니즈는 새로운 플랫폼을 통해 유연하게 대응하기 위함

경쟁사 분석

저렴한 가격으로만 경쟁하는 국내 MVNO 서비스

체리피커 행태 발견

저렴한 요금이 적용되는 이벤트 기간에만 이용한 뒤, 혜택이 종료되면 다른 통신사로 이동하는 행태 관찰

지속적인 고객 유지를 위한 전략 부재

고객 유입을 위한 짧은 기간의 파격적인 혜택에 의존. 지속 가능한 고객 이용 전략을 확보하지 못함

고객이 진정 무엇을 원하는지

Z세대의 삶의 방식 · 사고방식을 깊이 살펴보고

단기 혜택보다 본질적 가치를 중시하는

Z세대의 라이프 스타일에 맞춘 지속 가능한 플랫폼 필요

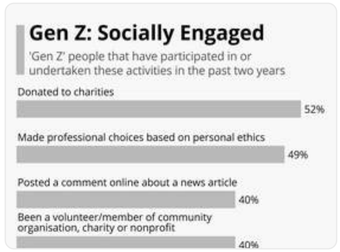
Z세대 분석

가치와 윤리를 중시하며, 참여와 상호작용에 적극적인 세대

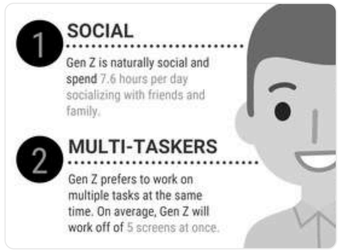
Z세대의 특성 데스크 리서치



Mckinsey&Company



Deloitte



Fobes, Huffington Post

LG U+ 대학생 자문단 워크샵

라이프스타일 기반 요금제와 취향, 가치관 중심의 소통 공간 필요

해당 플랫폼에서 기대하는 바는?



통신사가 정해주는 요금제가 아닌 **필요한 서비스에만** 통신비 낼 수 있으면..

관심 구독 서비스로 얘기할 수 있는 공간이였으면 좋겠어요

즉각적으로 문제를 해결할 수 있는 **참여형 소통 공간** 필요해요

핵심 키워드 및 인사이트

리서치와 자문단 워크샵을 통해 핵심 키워드 및 기능 도출

핵심 키워드

자신만의 가치 추구

Undefined ID

핵심 키워드

커뮤니티 활동이 자연스러운

Pro Social

핵심 기능 #1

내 마음대로 요금제 설계

Lifestyle Plan

핵심 기능 #2

같은 세대 성향의 사람끼리

Gen Z Community

핵심 기능 #1

내 마음대로 요금제 설계

유저의 라이프스타일을 분석해 최적의 요금제를 추천하며,
가입된 요금제는 자유롭게 변경하거나 해지할 수 있습니다.

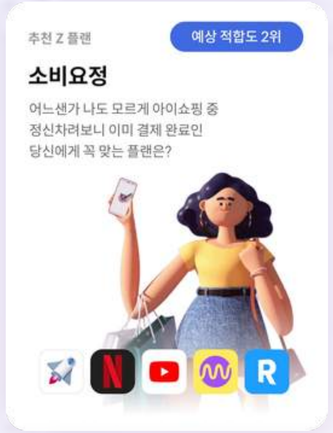
유저의 일상, 가치관과 밀접한
44개의 키워드를 기반으로, 라이프스타일을 정의합니다.





유저가 선택한 라이프스타일 태그를 기반으로
추천된 22개의 요금제 플랜을 선택할 수 있습니다.

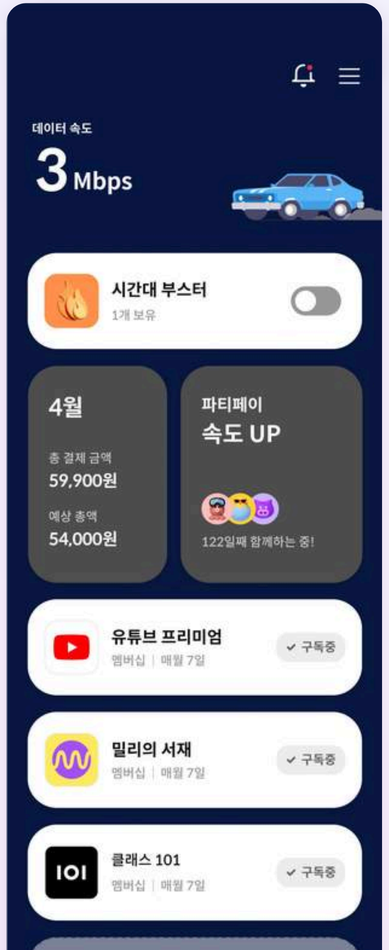








가입된 요금제를 한눈에 관리하고,
상황에 따라 변경하거나 해지할 수 있습니다.



핵심 기능 #2

Gen Z 커뮤니티

같은 라이프스타일을 가진 유저들과 소통하고,
정보를 탐색·소비하며 질문까지 할 수 있는 커뮤니티 플랫폼입니다.

LG U+ 대학생 자문단 워크샵



관심 콘텐츠를 중심으로 자유롭게 이야기를 나눌 수 있는 공간이면 좋겠어요

대학생 자문단_이성O (남성, 20대 초반)



고객들이 불편사항을 함께 해결할 수 있는,
네이버 지식인 같은 사용자 소통 공간이 필요해요

디지털 커머스 사업 그룹_이민O (여성, 20대 중반)



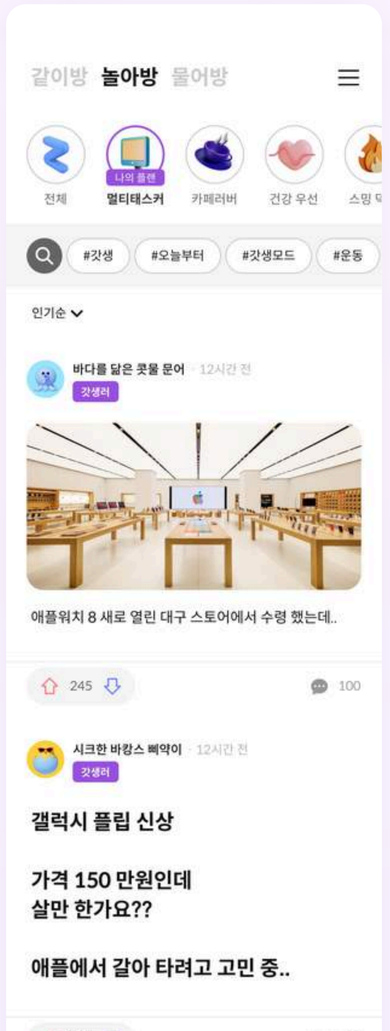
나와 같은 관심사를 가진 사람들이 모여 자유롭게 소통할 수 있으면 좋을 것 같아요

대학생 자문단_송성O (남성, 20대 초반)

오픈채팅



커뮤니티 스레드



질의응답



Appendix

서비스 출시 논문 미디어 아트 배너 디자인 서비스 유지보수 포스터 디자인

하나은행 아이부자
UX 컨설팅 프로젝트

자녀는 부모로부터 독립적으로 용돈생활을 영위할 수 있고
부모는 자녀에게 필수적인 금융습관과 교육을 공유해 줄 수 있는 금융소통 앱

수상 보기 ↗

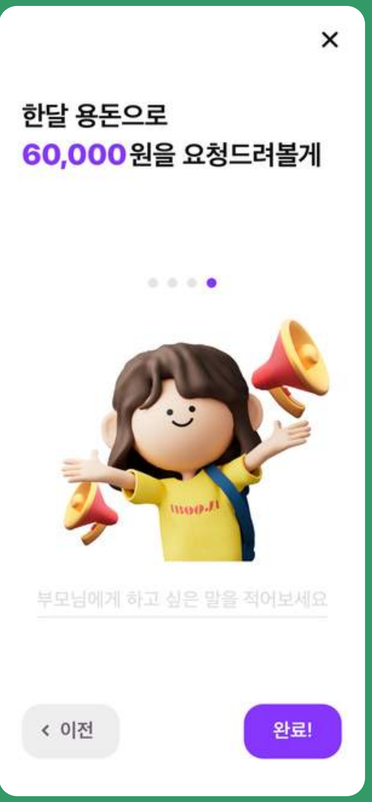
처음 **용돈생활의 시작**
꾸준한 **용돈습관 정착**
궁극의 **금융자립 달성**

아이는 금융생활을 즐겁게 배우고



부모는 금융적 자립을 도와주는





DESIGN AWARD 2023

2021.09 ~ 2021.12
UX 컨설턴트, 참여도: 100%

삼성화재 다이렉트
모바일 APP

보험 가입을 목표로 설계된 세일즈&마케팅의 사용성을 절제하고
보험이 사용자에게 가져다 주는 궁극의 가치인 ‘ 건강관리 ‘ 의 사용성을 강조

기사 보기 ↗

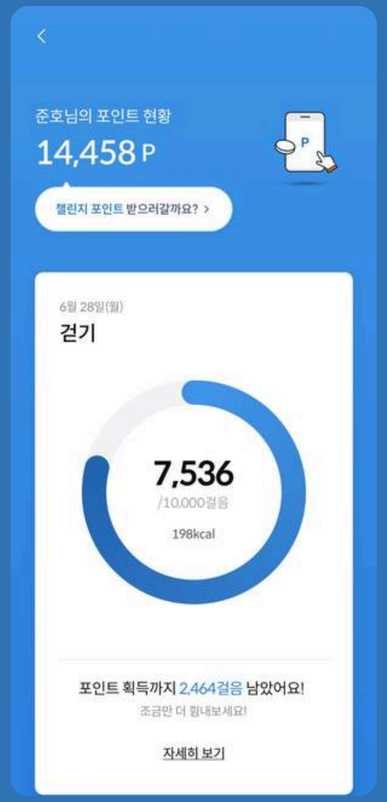
사업자 중심의 보험 가입 세일즈 도구에서 **사용자 중심의 건강관리 ‘Care Mate’로 전환**

2021.04 ~ 2021.08
UX 컨설턴트, 참여도: 100%

보험을 진단하고



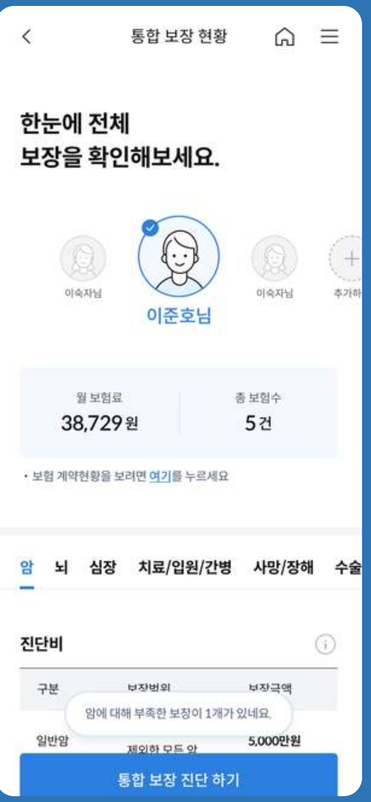
건강을 챙겨주고



미리 청구하고



보장을 모아보고

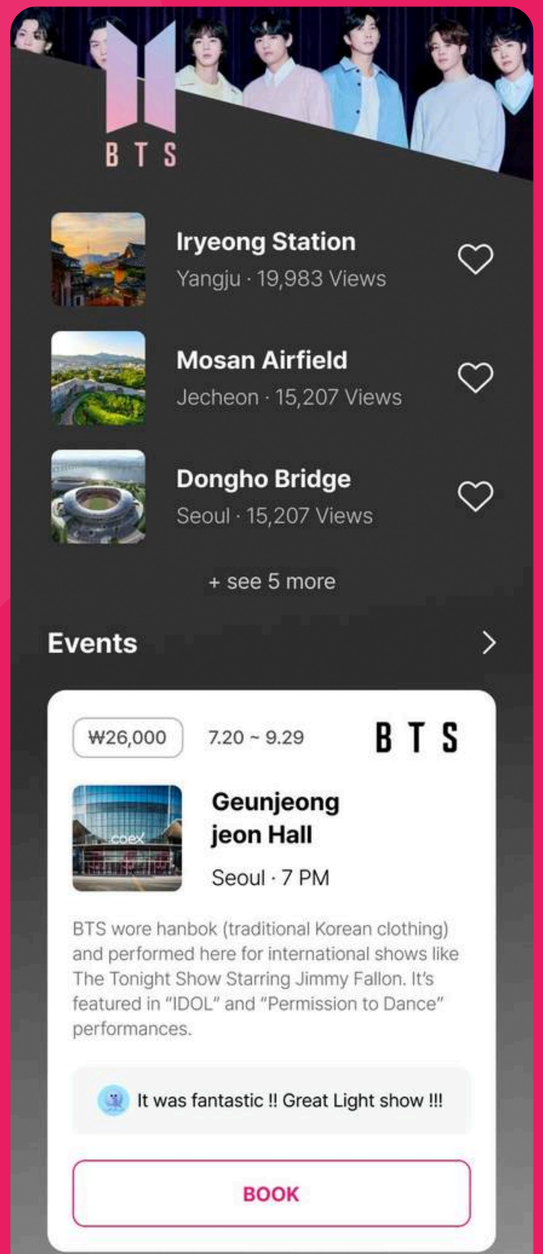


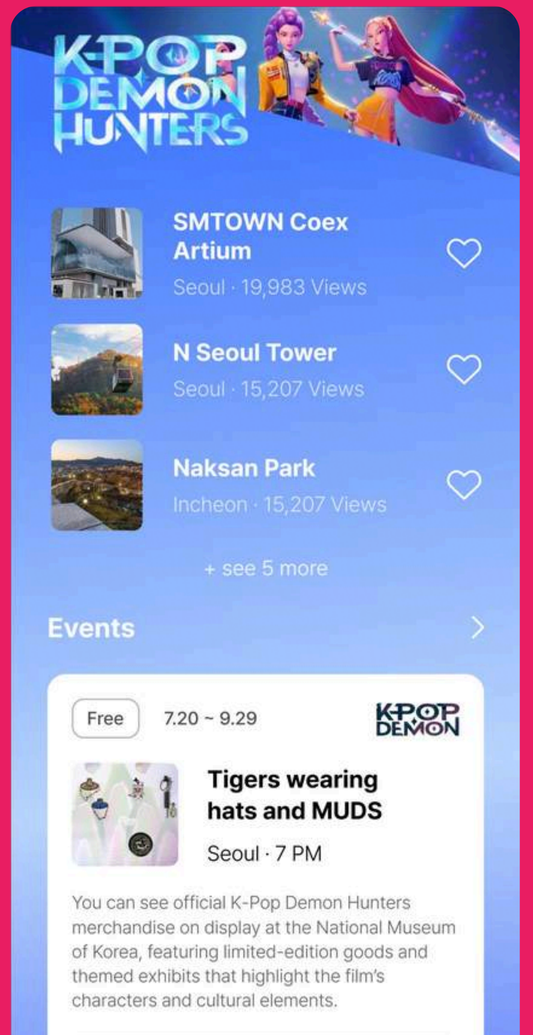
Personal Project

K-콘텐츠 속 명소를 한눈에 찾는 한국 여행 앱

iPhone Android

K-Fantrip





주요 내용

- K-Fantrip 서비스 콘셉트와 핵심 기능을 기획
- K-콘텐츠 팬을 고려한 글로벌 사용자 관점의 콘텐츠 큐레이션 설계
- UX 설계부터 앱 런칭까지 End-to-End 제품 오너십

• **기간** 2025.07. 14 - 2025.08. 01 (2주) • **기여도** UX/UI 디자인 (기여도 100%)

서비스 출시 배경

K-콘텐츠 관광 수요에 대응한 관광지 접근성 앱 출시

넷플릭스 집계에서 「오징어 게임」 시즌 1·2·3이
역대 비영어권 시리즈 조회수 1~3위를 기록하며
K-콘텐츠의 글로벌 흥행을 입증했습니다.

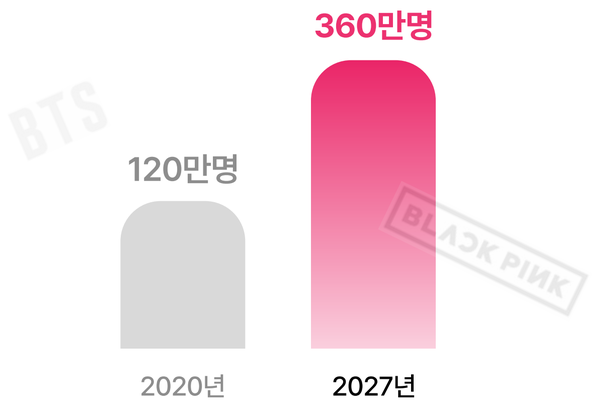
2024년 'Export Power Score'에서 한국은 음악 수출력
세계 4위(비영어권 1위)를 기록했고, 스포티파이 기준
K-팝 스트리밍은 2014~2024년 사이 470배 증가했습니다.

이러한 **콘텐츠 영향력은 관광으로 확장**되어,
한국관광공사 설문(18,400명)에서 **한국을 아시아 최우선 여행지로 꼽은 집단의 95.2%가 이미 한국문화를 경험**한 것으로 나타났습니다.

K-Contents

글로벌 K-콘텐츠 소비 급성장, 메가 트렌드 부상

K-contents 글로벌 팬



출처: Invest KOREA

K-콘텐츠가 만든 글로벌 파급력

Travel trends

팬 경험 관광으로 확장되는 K-콘텐츠, 경험 산업 성장

한국 여행 관심 계기



출처: 한국문화관광연구원

팬 경험 관광으로 확장되는 흐름

알고 싶지만,
찾기 어려웠던 명소들

Watching

케이팝 데몬 헌터스

K-팝 아이돌과 한국의 전통 설화를 결합한
뮤지컬 액션 판타지 애니메이션 영화



이 장면에 나온 장소는 어디지?

K-Fantrip

방문에 필요한 필수 정보부터

주차	운영 시간	장소 · 위치
근처 5분 거리 인근 공원 주차장 이용	월,화,수 오픈 9:00 AM - 10:00 PM	낙산공원 루미와 진우의 첫번째 만남
공연	**굿즈**	**기획전**
스페셜 드론 라이트쇼 오후 7시 한강	국중박 더피 키링 케이팝 데몬 헌터스	BTS 10주년 기념 전시 수원 스타필드

연계된 추가 경험까지

화면 속 장소가 아닌
내 여행 리스트에 담기는 명소

Visiting

낙상공원

루미와 진우가 서로 고백하고
교감하며 노래하는 장면의 배경

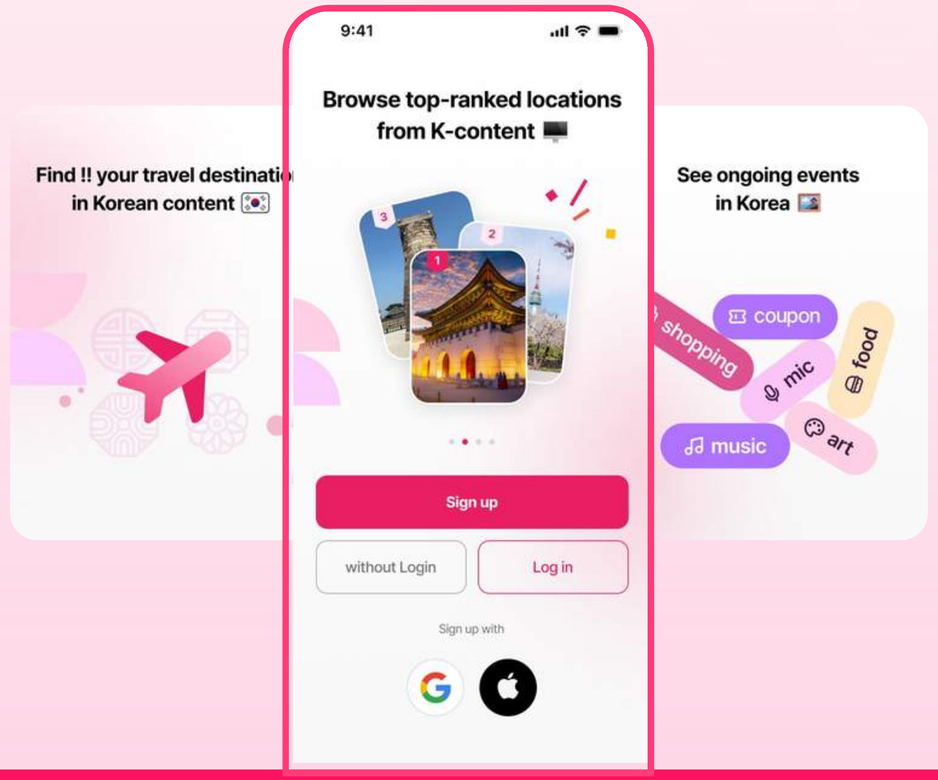


이번 여행지에 추가해야겠다!

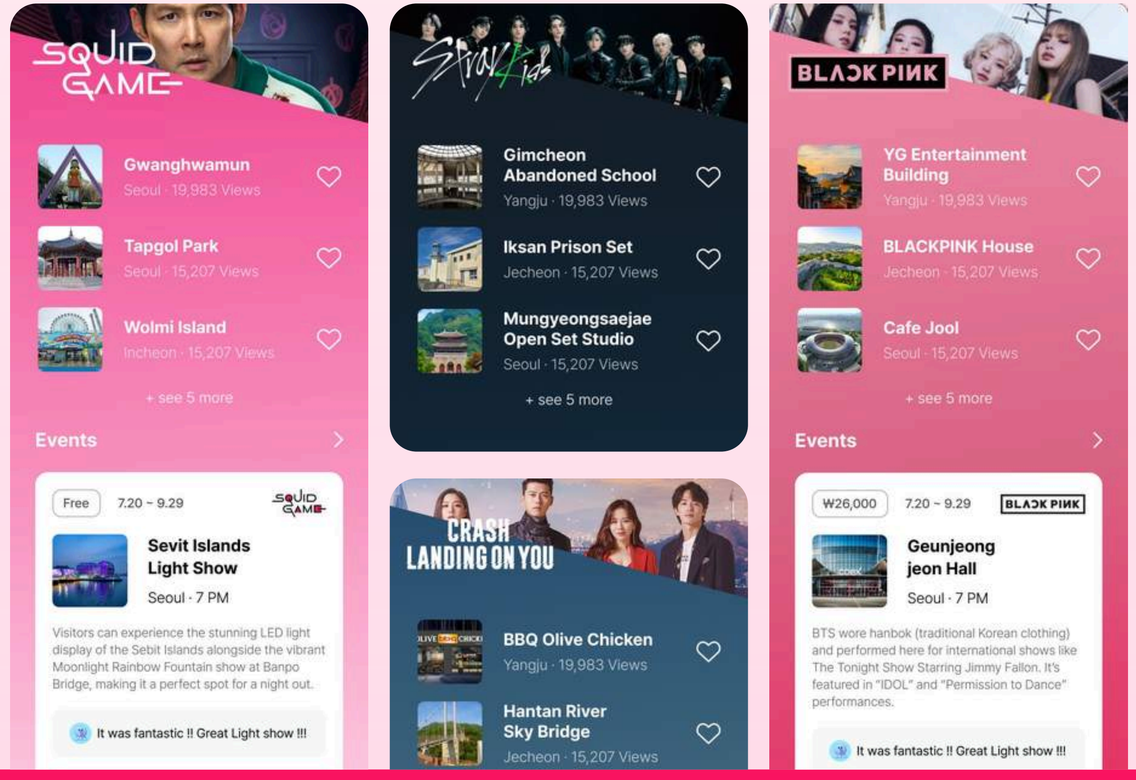
궁금했던 K 콘텐츠 속 장소
한눈에 찾아드립니다.

온보딩 화면에서는 서비스의 핵심 기능인 콘텐츠 속 관광지 안내, 쇼핑·맛집 정보, 갤러리 등을 한눈에 소개합니다.
메인 화면에 진입하면 콘텐츠별로 묶인 관광지와 이벤트 정보를 인기순으로 확인할 수 있습니다.

온보딩



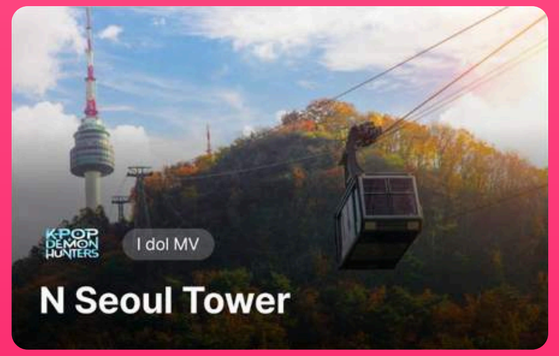
메인 화면



방문에 필요한 장소
정보를 한 번에 확인하세요.

각 장소에 대해 사진, 운영 시간, 위치, 가격, 입장료, 기념품, 주차 및 휠체어 입장 정보를 포함한 필수 정보를 종합적으로 제공합니다.

콘텐츠 속 장소



Related Scene



I dol MV

The location where Huntrix confronts Gwi-Ma at the tower.



필수 정보

Visitor Information

Opening Hours	Always open
Admission	Free
Accessibility	Enabled
Parking	Available

Location



272, Gonghang-ro, Jung-gu, Incheon, South Korea

Get directions

관련 이벤트

Free 7.2 ~ 9.30 K-POP DEMON



Tigers wearing hats and MUDS

Seoul · 10 AM ~ 6 PM

You can see official K-Pop Demon Hunters merchandise on display at the National Museum of Korea, featuring limited-edition goods and themed exhibits that highlight the film's characters and cultural elements.

Be sure to visit and buy some goods.

View

굿즈

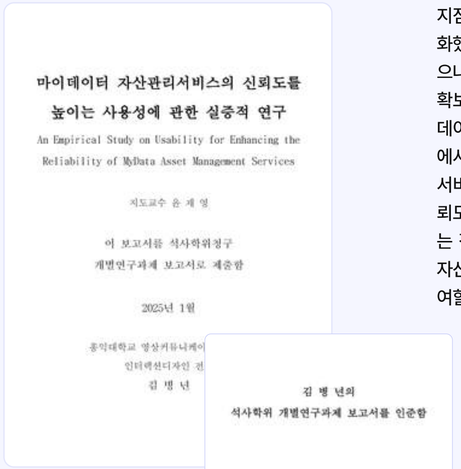
Related Souvenirs





홍익대학교

인터렉션디자인 석사 연구


마이데이터 자산관리서비스의 신뢰도를
높이는 사용성에 관한 실증적 연구
An Empirical Study on Usability for Enhancing the
Reliability of MyData Asset Management Services
지도교수 윤 재 영
이 보고서를 석사학위청구
개별연구과제 보고서로 제출함
2025년 1월
김 병 년의
석사학위 개별연구과제 보고서를 인준함
지도교수 윤 재 영
홍익대학교 영상커뮤니케이션대학원

01. 연구 배경 & 주제선정 이유

2020년 8월 「데이터 3법」 개정으로 마이데이터 금융 서비스의 확산이 가능해졌으며, 코로나19 팬데믹으로 인한 오프라인 은행 지점의 폐쇄는 온라인 자산관리 서비스에 대한 수요를 더욱 가속화했다. 고도화된 자산관리 서비스에 대한 필요성은 증가하고 있으나, 현재 서비스는 자산 통합 기능에 집중되어 있어 사용자 신뢰 확보에는 한계가 있다. 특히 빅테크 기업에 비해 국내 은행권 마이데이터 서비스의 가입자 수는 부진한 상황이며, 사용자 확보 측면에서 경쟁력이 뒤처지고 있다. 한편, 은행권 마이데이터 자산관리 서비스는 전 연령층의 사용자가 비교적 고르게 분포되어 있어, 신뢰도 확보 시 금융 서비스 접근성이 낮은 사용자까지 포괄할 수 있는 잠재력을 지닌다. 이에 따라 사용성 개선을 통해 마이데이터 자산관리 서비스의 신뢰도를 높이고, 나아가 금융 격차 해소에 기여할 필요성이 제기되며, 이를 본 연구의 주제로 선정하였다.

02. 이론적 배경

마이데이터의 개념은 개인이 자신의 데이터를 직접 통제할 수 있도록 하는 데 중점을 두며, 기관 중심의 데이터 관리 방식에서 사용자 중심의 관리 방식으로의 전환을 의미한다. 디지털 자산관리 서비스는 기존의 고비용 금융 서비스에 대한 비용 효율적인 대안으로 등장했으며, 로보어드바이저는 데이터 분석을 기반으로 개인 맞춤형 자산관리 솔루션을 제공한다. 또한 선행연구인 「인터넷 전문은행의 신뢰 결정요인의 연령대별 차이에 관한 탐색 연구」(남상욱, 2020)에 따르면, 디지털 금융 서비스에 대한 신뢰 형성 요인은 연령대에 따라 차이를 보이며, 특히 서비스 이용 과정에서의 경험 요소가 신뢰에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Davis(1986), Thompson(1991), Moore(1991)의 연구에 따르면 디지털 금융 서비스에 대한 사용자 신뢰는 사용성, 보안성, 그리고 거래 비용의 합리성에 의해 크게 영향을 받는다. 이러한 요소들은 사용자가 서비스를 지속적으로 이용하고 수용하는 데 핵심적인 판단 기준으로 작용한다.

03. 연구 방법 소개

본 연구는 국내 주요 은행 4곳의 마이데이터 자산관리 서비스를 이용 중이거나 이용 의향이 있는 사용자 총 7명을 대상으로 사용자 조사를 실시하였다. 자산관리 서비스 이용 과정에서의 주요 과업(Task)을 정의하고, 이에 따른 사용자 행동 관찰과 심층 인터뷰를 통해 사용자 여정 전반에서 발생하는 페인 포인트와 신뢰 관련 이슈를 도출하였다. 연구는 서비스 가입, 자산 조회, 자산 관리의 핵심 과업을 중심으로 진행되었으며, 관계몰입 이론을 기반으로 한 리커트 척도(Likert scale)와 저니맵(Journey Map)을 활용하여 사용자들이 인식하는 사용성, 보안성, 거래 비용에 대한 인식을 종합적으로 분석하였다.

04. 연구 결과

연구 결과, 사용자 여정 전반에서 신뢰 문제가 발생하는 13개의 주요 지점이 도출되었다. 최초 서비스 가입 단계에서는 금전적 혜택을 강조하는 방식이 사용자 개인 정보가 판매되는 것처럼 인식되어 신뢰를 저해하는 요소로 나타났다. 또한 마지막 단계에서는 자산 성과에 대한 일방향적 보고 방식과 지속적인 관리 피드백의 부재에 대해 사용자들의 불만이 확인되었다. 이와 함께 각 과업 단계별로 상이한 신뢰도 저하 요인이 발견되었으며, 구체적인 분석 결과는 하단의 저니맵 링크를 통해 확인할 수 있다.

조사 결과 보기

05. 개선 방향

도출된 문제점을 바탕으로 총 13개의 개선 방안을 도출하고 이를 프로토타입 설계에 반영하였다. 예를 들어, 서비스 가입 단계에서는 신뢰 형성을 강화하기 위해 금전적 혜택을 명확히 강조하고, 약관 영역에는 인포그래픽을 도입하여 사용자 이해도를 높였다.
또한 자산 연동 절차를 단순화하고, 시간에 따른 자산 변화를 직관적으로 파악할 수 있도록 시각적 표현을 개선하여 전반적인 사용자 신뢰 향상을 도모하였다.

06. 결론

본 연구는 마이데이터 자산관리 서비스에서 사용자 신뢰를 저해하는 요인을 분석하고, 사용성과 신뢰성을 개선하기 위한 해결 방안을 제시하였다. 연구 결과를 바탕으로 개발된 프로토타입은 사용자 신뢰 형성에 긍정적으로 기여할 것으로 기대된다. 다만 본 연구는 프로토타입에 대한 실제 환경에서의 검증이 이루어지지 않았다는 한계를 지닌다. 향후 연구에서는 사용자 테스트와 실증 검증을 통해 마이데이터 서비스의 신뢰성을 더욱 강화하고, 이를 통해 금융 접근성을 확대하고 금융 격차 완화에 기여할 필요가 있다.

Personal Project_개별연구과제

마이데이터 자산관리 서비스의 신뢰도를 높이는 사용성에 관한 실증적 연구

1인 연구 (기여도 100%)

2023. 12 ~ 2024. 12 (1년)

발표 자료 보기 ↗

다운받기 ↗

Thank you.

010-8590-0744
kbn275915@gmail.com

포트폴리오 웹사이트 바로가기 ↗

byungnyun.com