PortfoliO

people

people

사람을 이해하고 연결하는
친구같은 기획자



불안을 줄이고
신뢰 가능한 선택을 설계합니다.

Service Design

양새봄

2001.11.16
010 3389 6353
dnflwlq7379@naver.com

Education

2020.03 - 2025.02

성신여자대학교

주전공 | 서비스 · 디자인공학과
(서비스/UX 디자인 트랙 이수)

복수전공 | 미디어커뮤니케이션학과

Tools

Figma | Illustration | XD

Jira | Slack | Notion | GA

Certificates

2023

컴퓨터그래픽스운용기능사

한국산업인력공단

2025

서비스경험디자인기사

한국디자인진흥원

2026

데이터분석준전문가(ADsP)

한국데이터산업진흥원

2026

Google Analytics 4 (GA4)

Google

Awards

2023.07

도전.한국 도전.안전사회 장려 수상

행정안전부

2023.10

가을 대학생 디자인 학술발표대회 우수 수상

한국디자인학회

2024.06

제4기 청춘락유 프로젝트 동상 수상

우유자조금관리위원회

Experiences

2023.09 - 2024.07

파소갤러리 디자이너 인턴

홈페이지 UX · UI 디자인 | 전시 기획 및 인바운드 디자인

2024.09 -

티오에스코리아 나이스평가정보 디지털사업실 매니저

GDN 가입 페이지 UX · UI 총괄 | 서비스 기획 및 스토리보드 작성

Projects

2022.09 - 2022.12

공공서비스 청약홈 앱 서비스 리뉴얼 기획

2023.03 - 2023.12

청년 1인 가구 AI 스마트홈 'PAIRY' 서비스 디자인 기획

2023.06 - 2025.01

위치 기반 모임 관리 플랫폼 '모이닷' 서비스 런칭
(2024 위치정보 우수 비즈니스 모델 발굴 프로젝트 지원팀 선정)

2023.09~2023.12

서울 자전거 따릉이 앱 서비스 리뉴얼 기획

2024.03 - 2025.03

소품으로 연결되는 취향 플랫폼 'Poomy' 서비스 런칭

2025.06 -

카드사 GDN 가입 페이지 프로젝트 기획 총괄

Index.

저는 화면을 그리기보다
사용자가 망설이는 순간을 먼저 정의하는 서비스 기획자입니다.

모임을 정해야 하는 상황에서는
누가 어디서 오는지, 왜 만나는지를 고려해
결정이 자연스럽게 이루어지는 흐름을 설계했고

가입을 앞둔 순간에는
카드 보유 여부와 인증 맥락을 분석해
사용자가 덜 고민하고 더 빠르게 선택할 수 있는 경험을 만들었습니다.

또 어떤 사용자에게는
기능보다 관계가 먼저라는 걸 알게 되었고
그 감정의 흐름을 인터랙션으로 풀어내는 AI 경험을 디자인해왔습니다.

저에게 좋은 서비스 기획이란
더 많은 행동을 요구하는 것이 아니라
사용자의 고민을 줄이고 선택의 부담을 덜어주는 일입니다.

01

위치 기반 모임 관리 플랫폼 '모이닷' 서비스

Context-based Service Planning

모임 목적 · 이동 맥락을 반영해
결정 과정을 단순화한 모임 통합 플랫폼 기획 및 출시

02

SKT 한번에안심서비스 기획

Telecom Security Service Planning

통신 이용 과정에서 발생하는 사용자 불안을
하나의 흐름으로 통합한 보안 서비스 기획

03

제휴 카드사 GDN 가입 페이지 개선 프로젝트

Data-driven Service Optimization

카드 보유 여부와 인증 맥락을 반영해
가입 전환율을 개선한 페이지 기획 및 고도화

04

청년 1인 가구 AI 스마트홈 'Pairy' 서비스

Emotion-based AI Service Strategy

사용자 성향·상황 데이터를 기반으로
관계가 형성되는 AI 스마트홈 서비스 기획

05

올바른 스마트폰 습관 형성 서비스 '키도미도'

Relationship-driven Service Model Design

아이와 부모가 함께 공동 복표로 상호작용하여
가족 단위 참여 구조를 구축한 관계 중심 서비스 기획

‘문제를 푸는 사람’에서, ‘사람과 함께하는 친구 같은 기획자’로

처음엔 단순히 문제를 해결하고 싶었습니다.
하지만 다양한 프로젝트를 거치면서
저는 사람의 마음을 이해하고
그들과 함께 변화를 만들어가는 서비스를 설계하고 싶다는 걸 깨달았습니다.

제게 ‘친구 같은 기획자’란,
사용자의 이야기에 귀 기울이고 공감하며
기술을 도구로 삼아 사람과 사람 사이의 거리와 관계를 이어주는 사람입니다.

앞으로도 저는
사람의 이야기에 계속 귀 기울이며
그들의 일상과 관계 속에서 의미있는 변화를 만들어가는 기획을 이어갈 것입니다.

위치 기반

모임 관리 통합 플랫폼

우리가 만나는 지점

모이딧.

Side Project

UX/UI Mob Web BM QA

Overview

대학 생활을 하면서 모임의 중간 지점을 찾는 과정이 비효율적이라고 느껴, 이와 같은 부분에서 불편함을 느낀 학생들과 **모임 장소 조율 플랫폼 모이닷 서비스를 런칭**했습니다.

기간 | 2023.06~2025.01 (1년 6개월)

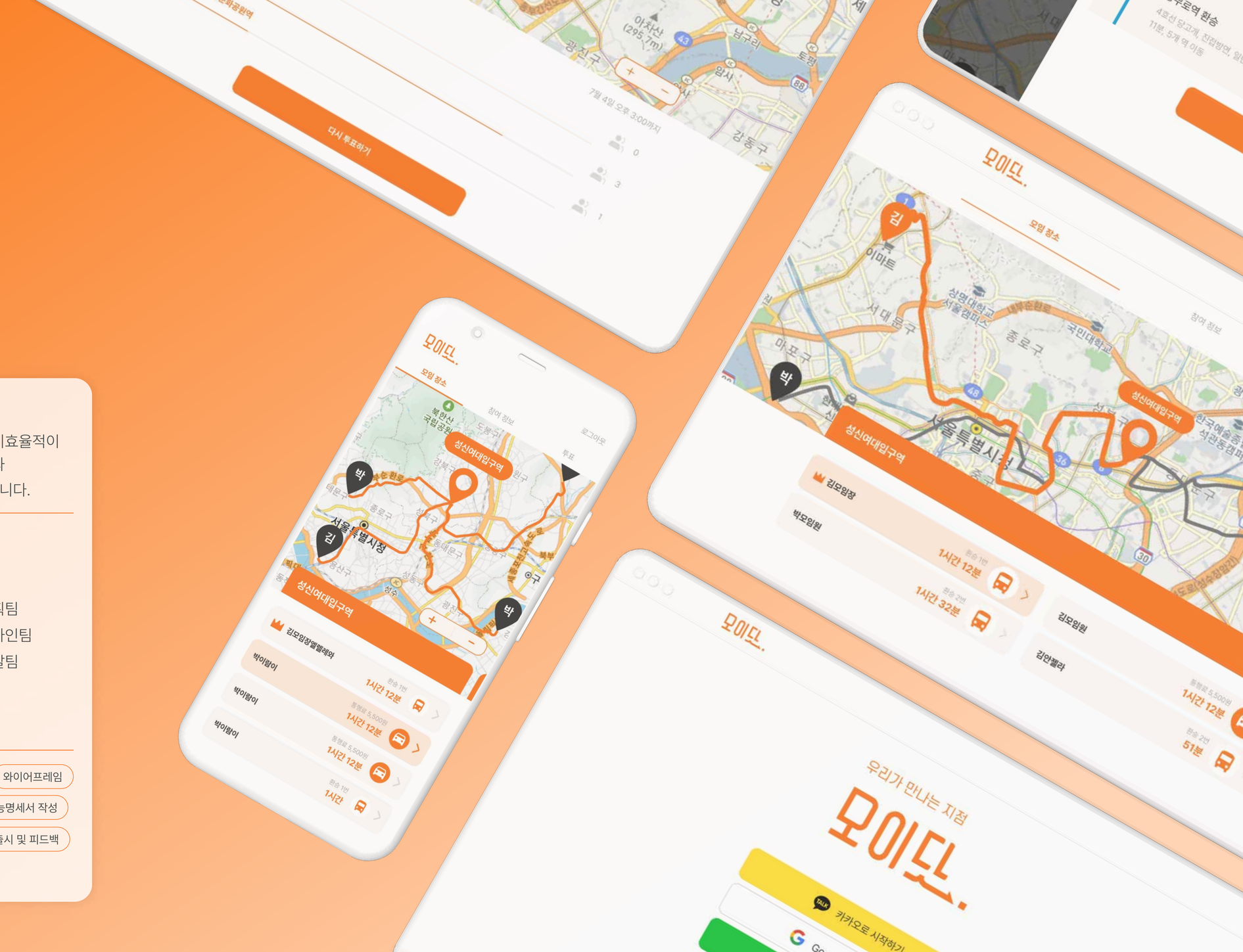
기여도 | 90% (Team Project)

역할 | 기획팀장
인터뷰 및 인사이트 도출
서비스 기획 및 디자인
웹/앱 디자인

구성 | 기획팀
디자인팀
개발팀

툴 | Figma, Notion, Slack, Adobe Illustrator

과정 | 문제점 도출 ▶ 인터뷰 ▶ 서비스 기획 ▶ 와이어프레임 ▶ 시스템가이드 설계 ▶ UX/UI 디자인 ▶ 기능명세서 작성 ▶ 이용약관 작성 ▶ QA 진행 ▶ 베타서비스 출시 및 피드백 ▶ 웹/앱 런칭 및 홍보



문제 정의 및 해결 방안

어쩌다가 모임 장소 조율 서비스를 기획하게 되었을까?

우리 한 번
다 같이 모이자!
⋮
어디서?
얼마나 걸려?
중간이 어디야?



천현우 20대 대학생
"친구들과 만날 장소를 매번 고르는 과정에서 에너지 소모가 크게 들어요."

20대 대학생 **양새봄**
"중간 지점을 공평하게 정해서 의견을 합치기가 어렵고 시간이 많이들어요."



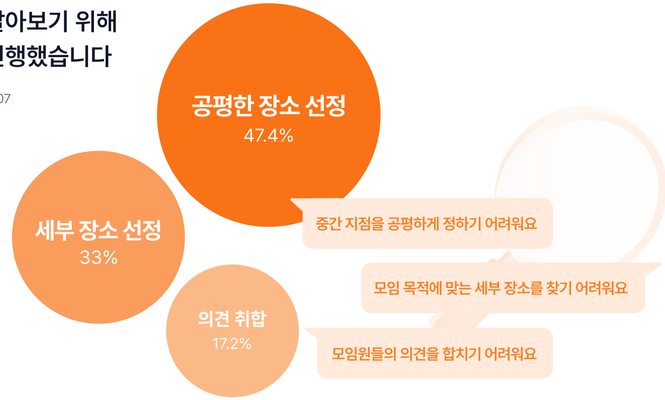


최민경 20대 대학생
"중간 지점을 정했더라도 모임에 맞는 세부 장소를 찾는 과정이 힘들어요."

이와 동일한 생각을 가진
멤버들이 모여 본격적으로
모이닷 기획을 시작했습니다

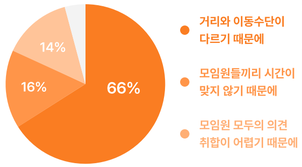
불편사항을 알아보기 위해
설문조사를 진행했습니다

설문조사 기간 | 2023.07
설문조사 인원 | 368명
*복수 선택 가능

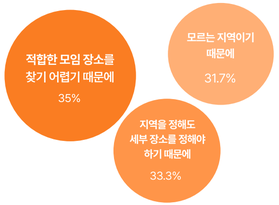


설문조사 결과

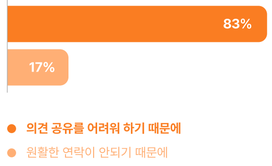
왜 중간 지점을 공평하게 정하는 것이 어려운가요?



왜 모임 목적에 따른 세부 장소 선정이 어려운가요?



왜 모임원들의 의견 취합이 어려운가요?



그래서 모이닷을 생각했습니다

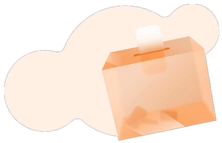
모여서 여기로 가는건 어때요?
모임원들이 **직접 입력한 위치를 기반으로**
중간 장소를 추천하는 서비스





모임 장소 주변에 뭐가 있을까요?
중간 위치부터 **주변 정보까지**
전부 알 수 있는 서비스

모임 장소 후보 중에 어디로 갈까요?
모임원들이 목소리를 모아
직접 투표하여
최종 장소 결정을 돕는 서비스



진행 과정

타겟 설정 및 니즈 조사 심층 인터뷰를 통한 세부 니즈 파악

PERSONA



#통학러 #활동적 #ENFJ #열정독기

이름 김수진

성별 여성

나이 만 21세

직업 대학교 3학년

거주지 인천

"친구들과 먼 거리 때문에 약속 장소 잡기가 어려워요."

Bio 서울에 위치한 대학교에 재학중이며, 왕복 3시간 30분 통학한다. 사람들과 만나는 것을 좋아하여 정기적, 비정기적으로 몸 담고 있는 모임이 많다. 모임장을 맡아 모임을 이끄는 것을 좋아한다. 고학년인 만큼 친목에만 집중했던 저학년과는 다르게 학업에 대한 고민도 늘어, 학업에 대한 모임을 더 참여하고 싶다는 의지를 가지고 있다.

참여하고 있는 모임의 대부분은 학교 사람들과 함께 하기 때문에 모임원들은 일반적으로 서울에 거주하고 있다. 모두가 중간 위치를 찾으려고 노력하지만 자신 하나 때문에 모두에게 피해를 주는 것 같은 마음에 학교 근처로 장소를 양보하는 경우가 많다.

Issue
- 모임 일정을 정할 때는 간편한 When 2 Meet을 주로 사용함.
- 모임 단톡방에서 대화로 후보를 정한 후, 투표로 모임 장소를 확정함.
- PC 웹보다는 모바일 웹, 앱을 더 자주 사용함.

Pain Point
- 모임원들과의 다른 거주 지역으로 소요하는 이동 시간이 너무 큼.
- 학교 근처 모임이 많아, 일정을 하루에 몰아 놀을 때가 많음.
- 특정 장소로 이동할 때는 교통비가 비싸 부담스러움.

Personality

사회성 낮음 — 높음

활동성 낮음 — 높음

적극성 낮음 — 높음

Gathering

학업
- 영어 스터디(모임장) 4명 / 주 1회
  같은 학번 동기 / 영어 회화

취미
- 독서 모임 3명 / 주 1회
  고녀 스모임 / 독서 후 감상 나누기
- 운동 모임 8명 / 월 2회
  수도권 / 매 활동 새로운 운동

업무
- 학과 학생회 4명 / 주 1~2회
  학교 내 활동 / 모임 장소 미정

JOURNEY MAP



경쟁 분석 및 차별점 도출 비슷한 시장 내 경쟁사 분석을 통한 차별화 기능 기획

	위밋플레이스	모이닷
참여 주체	한 명이 모든 사람들의 장소를 입력해야 하는 방식	모임원 모두가 주체적인 모임 장소 관리 가능
서비스 제공 범위	한정된 일부 서울권 지역만 위치 추천 서비스 제공	자체 장소 추천 API 개발로 폭 넓은 장소 추천 가능 추천된 장소 근처 세부 장소 리스트 제공
활용 기간	일회성 모임 장소 추천으로 사용 후 파기되는 형식	모이닷 스페이스 내에서 지속적인 모임 통합 관리 가능

Goal

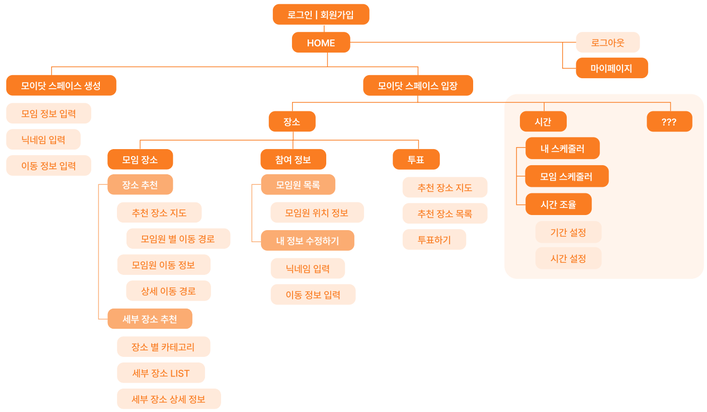
우리가 만나는 지점

모이닷.

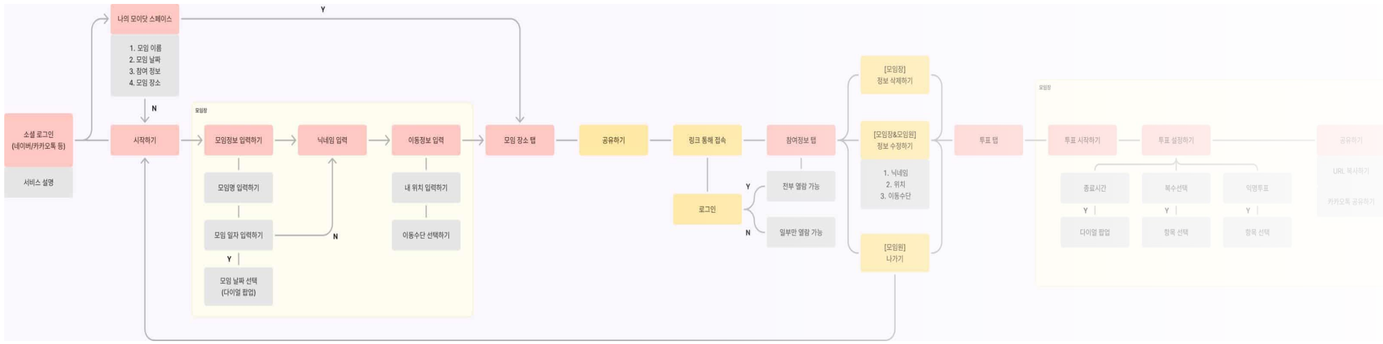
위치, 시간, 공간 조율 이상의 통합 모임 관리 솔루션

기능 정의 및 기획 제공할 기능들을 나열하여 사용자에게 제공할 수 있는 가치 도출

IA



플로우차트



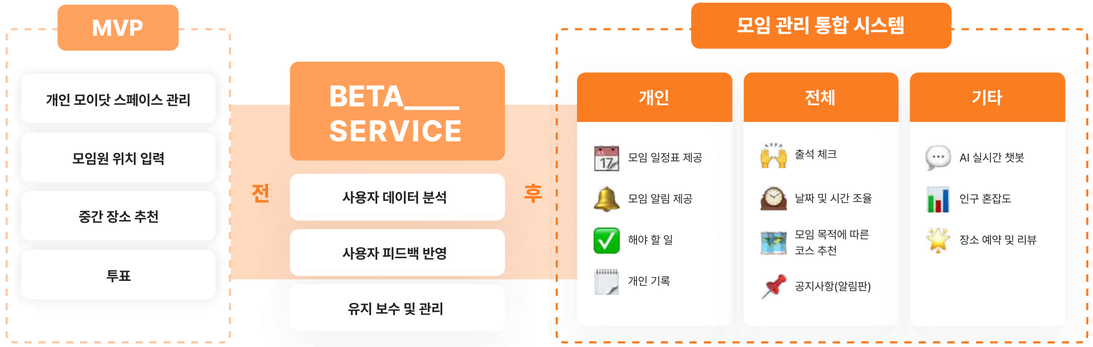
진행 과정

기능 정의 및 기획

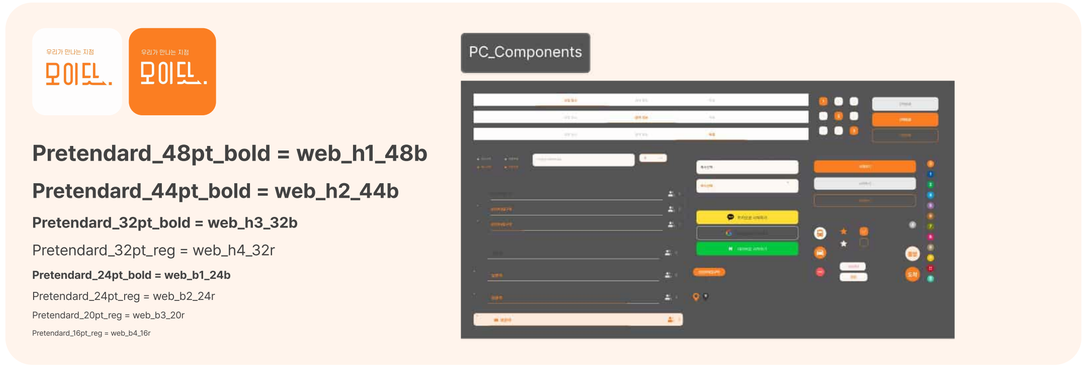
제공할 기능들을 나열하여 사용자에게 제공할 수 있는 가치 도출

핵심 기능

가장 기본적인 기능을 정의하여
MVP와 BETA 서비스를 통해 최소한의 기능으로 시장에 진출할 준비를 했습니다.



시스템가이드



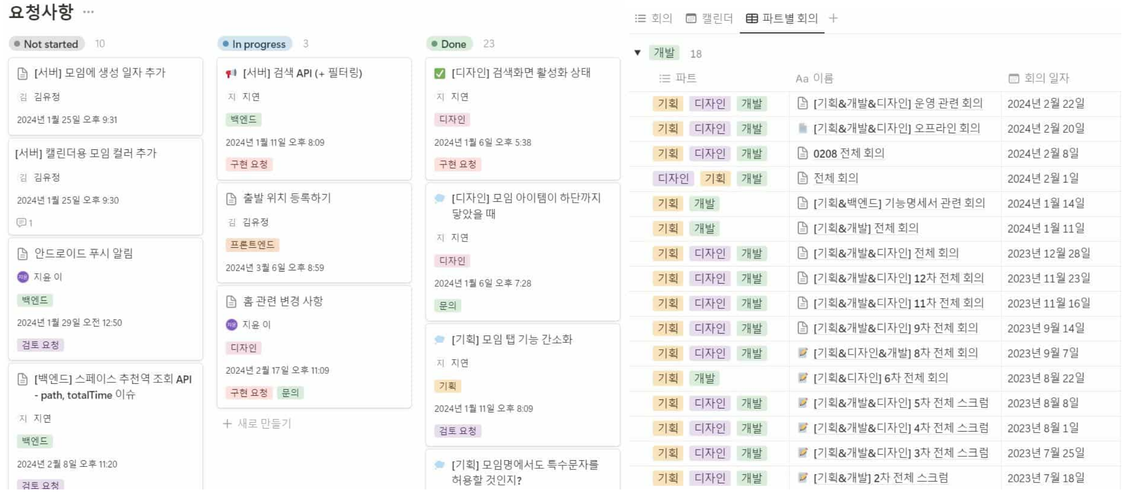
기능명세서

개발할 기능에 대한 명확한 정의와 세부사항을 기록함으로써
팀 소통이 원활히 이루어지고 **제대로된 기능으로 구현**되도록 했습니다.

Aa 페이지 구분	주 기능	상세 기능	설명	우선순위	가능여부	API 구
2 2. 홈	2-1. 시작하기	1) [3. 모임 생성(모임장)] 으로 페이지 전환			가능	
	2-2. 나의 모이닷 스페이스	1) 참여하고 있는 모임 정보 제공	참여 모임 정보 a) 모임 이름/참여 인원에 대한 정보 제공 b) 모임 날짜 지정한 경우 우측 상단에 날짜 정보 제공 c) 장소 확정 전에는 장소 후보로, 장소 확정 후에는 모임 장소로 정보 제공		가능	완료
3 3. 모 열기	모임장 3-1. 모임 정보 입력	1) 모임명 입력 2) 모임 일시 입력 (선택)	모임명 a) 모임명 입력의 경우 15자 이내로 제한 모임 일시 a) 모임 일시 입력은 선택사항 b) 모임 일시는 슬라이드 팝업창 형식의 달력으로 날짜 입력		가능	완료
	공통 3-2. 닉네임 입력	1) 8자 이내의 닉네임 입력	닉네임 a) 동일 모임 내 중복된 닉네임이 있을 경우 하단에 경고 알림 b) 부적절한 닉네임(특수문자 사용)일 경우 하단에 경고 알		가능	완료
	공통 3-3. 이동 정보 입력	1) 출발 위치 입력 2) 이동 수단 선택	출발 위치 a) 첫 출발 위치는 모임장의 위치 b) 출발 위치 입력은 슬라이드 팝업창 형식의 지도 검색으로 위치 입력 (간단히 검색만 해도 쉽게 찾을 수 있게끔) c) 동일 아이디로 로그인 시 즐겨찾기 기능 제공 d) 현재 나의 위치 불러오기 기능 제공 이동 수단		가능	완료

애자일 협업

구현하는 과정에 있어 기획/디자인/개발팀이 **요청사항을 중점**으로
실시간 소통을 할 수 있는 수단을 만들어, **효율적인 일정 관리**가 되도록 했습니다.



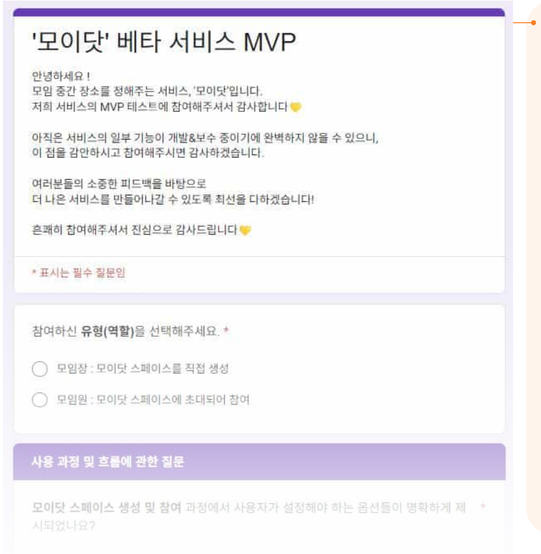
진행 과정

테스트 및 출시 준비 사용자에게 문제 없이 원활하게 서비스를 제공하고자 테스트 시행

QA 기획팀에서 1차 QA를 진행하여 발견한 특이사항들을 중점으로 서비스를 수정했습니다.

화면						내용	특이사항
1depth	2depth	3depth	4depth	5depth	6depth		
로그인	구글로 시작하기	계정 선택	계속			소셜 로그인 후 홈 화면으로 이동하는지 확인하기	
	카카오로 시작하기	카카오 로그인 및 인증	필수 정보 동의				
	네이버로 시작하기	오류					
홈	시작하기					모임 생성으로 넘어가는지 확인하기	
	나의 모이닷 스페이스					참여하고 있는 모이닷 스페이스 정보 확인하기 참여하고 있는 모이닷 스페이스가 없을 경우 '모이닷 스페이스가 없어요.' 안내가 생성되는 지 확인하기	참여 중인 모이닷 스페이스 클릭 시 'Application error: a client-side exception has occurred (see the browser ccn for more information).' 오류 생성
	이용약관 개인정보 수집 및 처리방침 위치정보 수집 및 활용방침					클릭한 후 별도 창으로 보여지는지 확인하기	'x' 표시 없이 뒤로가기로 나갈 수 있는데 괜찮은지?
모임 생성	모임 정보 입력하기	모임 정보 입력하기				모임명 15자 이내로 설정하기	엔하고 조건이 다른데 연동할 때 문제 없는지?
		모임 날짜 입력하기	캘린더 선택			캘린더 팝업 날짜 정상적으로 선택되는 지 확인하기	
				선택 완료		날짜 정상적으로 입력된 후 활성화되는지 확인하기	
		다음				모임명, 모임 날짜 정상적으로 입력된 후 활성화되는지 확인하기	
	닉네임 입력하기					닉네임 8자 이내로 설정하기	
		다음				닉네임 정상적으로 입력된 후 활성화되는지 확인하기	
	이동 정보 입력하기	출발 위치 입력하기	검색창			주소 검색 결과 정상적으로 나오는 지, 선택한 장소 색상 바뀌는지 확인하기 결과 없을 경우, '앗, 위치를 찾을 수 없어요' 안내 뜨는지 확인하기	현재 장소 클릭해도 자동으로 팝업 사라지지 않음
				북마크 설정 및 해제		북마크 반영되는지 확인하기	
				닫기		우측 상단 닫기 정상적으로 작동하는지 확인하기	
		이동 수단 선택하기				라디오 버튼 잘 반영 되었는지 확인하기	
		모이닷 스페이스 만들기				이동 정보 정상적으로 입력된후 활성화되는지, 모임장소 탭으로 이동하는지 확인하기	
	모임원 초대	URL 복사하기				공유한 링크로 모이닷 스페이스로 이동되는지, 참여 정보로 이동해 로그인 가능한지 확인하기 (로그인 된 상태 / 로그인 안 된 상태)	
		카카오톡 공유하기					
	중간 위치					이전 입력한 모임명, 모임 날짜 정상적으로 반영되는지 확인하기	
		지도 내 중간 위치 표시				모임원 출발 위치 고려한 중간 장소 3곳 뜨는지 확인하기 (역 혹은 랜드마크) 슬라이드를 통해 중간 장소 모두 확인 가능한지, 이동정보 바뀌는지 확인하기	
			출발 위치 마커			모임원 출발 위치 마커 및 본인과 경로 색상 다른지 확인하기	
			지도 이동			지도 이동 및 확대 축소 조정 자유로운지 확인하기	
		이동 정보				모임원의 이름, 이동수단, 시간, 통행료(자동차), 환승횟수(대중교통) 확인하기	
			모임장 이동 정보			모임장 가장 위에 뜨는지, 모임장 표시 있는지 확인하기	
						본인 이동 정보 모임장 다음으로 뜨는지 확인하기	
모임 장소			본인 이동 정보			(대중교통) 출발-도착지, 시간, 도보 시간, 환승 횟수, 요금, 거리 포함한 가는 방법 표시되는지 확인하기 (자동차) 출발- 도착지, 시간, 통행료, 택시비, 거리 표시되는지 확인하기	
				길찾기			
					카카오맵 연동하기	버튼 클릭 시, 출발-도착지 입력된 상태로 카카오맵 연동되는지 확인하기	

MVP 본격적인 출시 전, 베타 서비스를 제공하여 발생한 문제점들을 수정했습니다.



[질문 구성]

사용 과정 및 흐름

- 스페이스 생성 및 참여 과정에서 사용자가 설정해야 하는 옵션들이 명확하게 제시되었나요?
- 해당 서비스를 처음 사용할 때, 중간 지점을 찾는 과정에서 어려움이 있었나요?

사용자 인터페이스와 디자인

- [모임장소/참여정보/투표] 탭에 대한 정보를 이해하기 쉬우셨나요?
- 서비스의 색상과 아이콘이 직관적이고 사용하기 편리했나요?
- 필요한 정보를 쉽게 확인할 수 있었나요?

서비스 이용 중 발생한 문제와 불편한 점

- 서비스 이용 중 발생한 문제나 불편한 점이 있었나요?
- 서비스의 성능과 응답 속도에 만족하셨나요?
- 지도나 장소 정보가 빠르게 로딩되었나요?
- 전반적으로 이 서비스를 사용한 경험이 어땠나요? 다회성 모임 장소 서비스로 나왔을 시, 사용할 의향이 있으신가요?

배포 및 마케팅 사용자 유입을 늘리기 위한 홍보 전략 도출



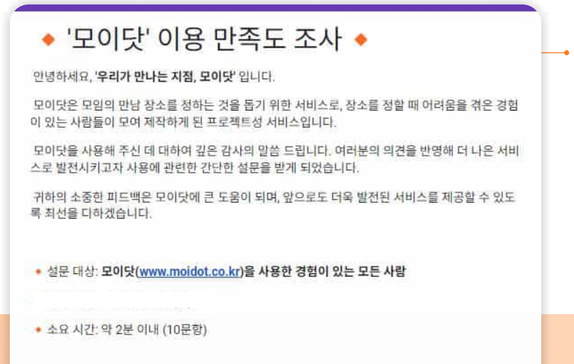




*핵심 타겟인 **20대 대학생**들이 주로 **인스타그램**을 사용하기에, 이를 활용했습니다.

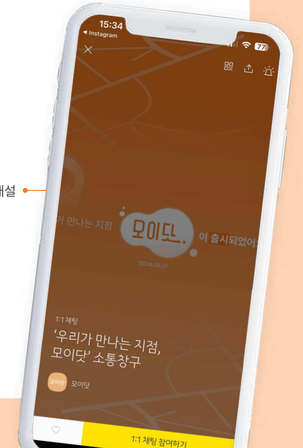


유지 및 보수 원활한 사용을 위한 시스템 도입 및 피드백 반영



이용 만족도 설문조사

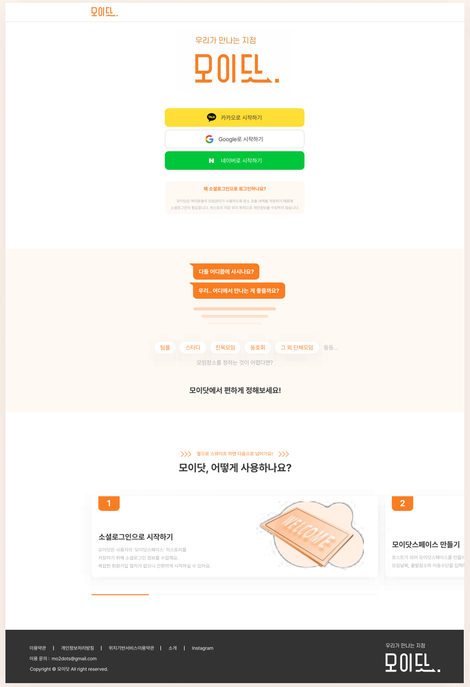
사용 소통창구 개설



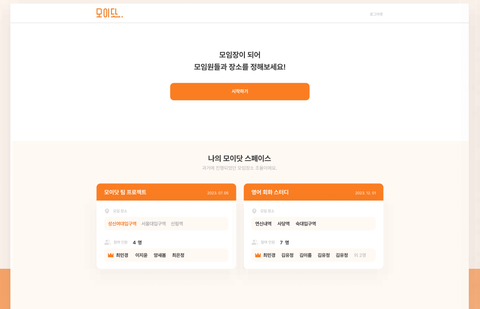
결과물

웹

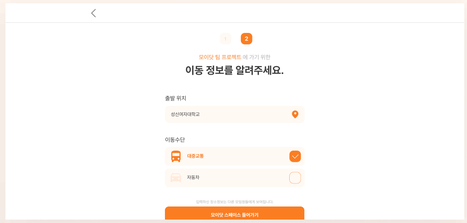
초반 홈화면 랜딩페이지



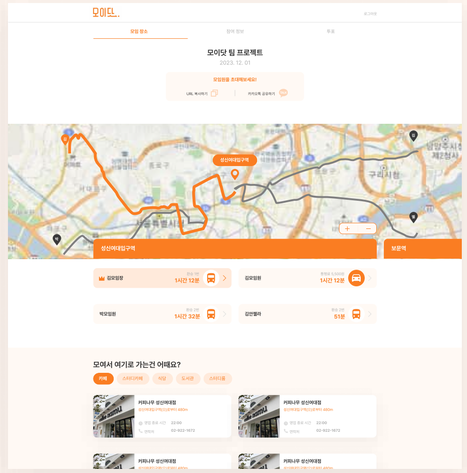
홈화면 모이닷 스페이스 페이지



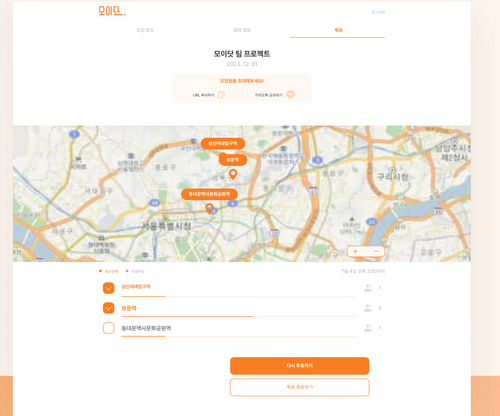
모이닷 스페이스 진입



모이닷 스페이스 내부 모임장소 탭

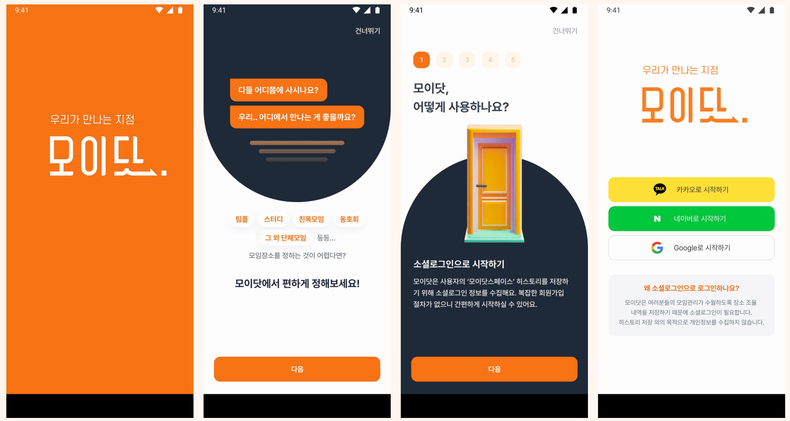


모임투표 화면



앱

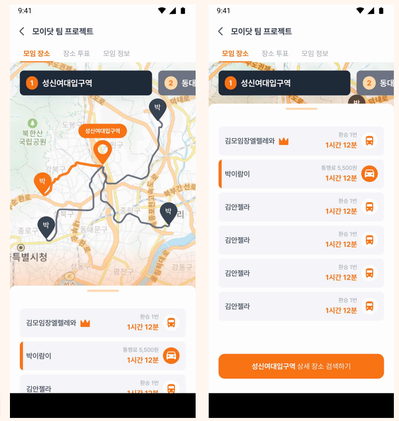
홈화면



모이닷 스페이스 진입

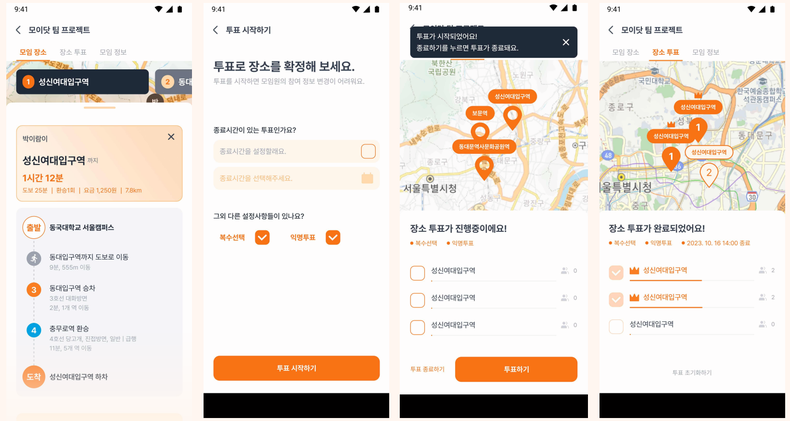


모이닷 스페이스 내부

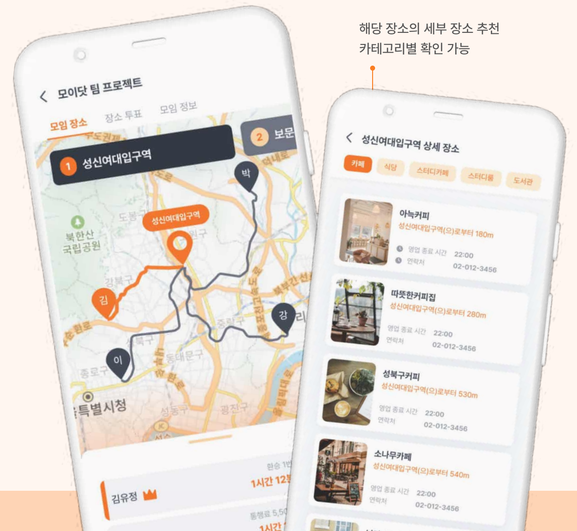


- 모임원들이 선호한 이동 수단에 따라 측정된 소요시간, 거리를 바탕으로 중간 지점을 계산하여 3군데의 장소를 추천해줍니다.
- 다른 모임원의 소요시간과 통행료, 환승 횟수를 확인할 수 있습니다.

장소 투표 과정



- 대중교통의 경우, 카카오맵을 바탕으로 이동 경로를 확인할 수 있습니다.
- 필요에 따라 투표 종료 시간, 복수선택 여부, 익명투표 여부를 선택할 수 있으며 추천해준 3군데의 장소를 바탕으로 모임원들이 투표를 할 수 있습니다.
- 최종적으로 선정된 장소는 모임원들에게 공유됩니다.



해당 장소의 세부 장소 추천
카테고리별 확인 가능

가족 금융사기 예방
필수 안심 플랫폼

SKT 한번에안심서비스

UX/UI App Family Service

Overview

개별 보안 서비스의 한계를 보완해 **금융사기 위험을 한 번에 관리**할 수 있도록 설계하여 개인과 가족 모두를 안전하게 보호하는 환경을 제공하고자 기획했습니다.

기간 | 2025.05~2025.12 (7개월)

과정 | 컨셉 설정 ▶ 사용자 요구 분석 ▶ 기능 정의 및 화면 설계 ▶ 기술 검토 및 개발팀 협업 ▶ 서비스 기획 문서 작성 ▶ QA 진행 ▶ 알파 테스트 진행 ▶ 서비스 출시 및 운영



01. 문제 정의 및 해결 방안

금융 · 보안 위험은 커지고 있는데 왜 보안 서비스는 잘 사용하지 않을까?

최근 피싱, 스미싱, 명의도용 등 금융 · 보안 사고가 일상화되고 있지만
사용자들은 보안 서비스를 충분히 활용하지 못하고 있습니다.
이에 따라 **왜 보안 서비스를 잘 사용하지 않는가?** 라는 문제의식이 생겼습니다.

기존 서비스의 한계

서비스 분산으로 인한 관리 번거로움
- 위험 탐지, 알림, 보상 기능이 서비스별로 분산
- 여러 앱과 계정을 오가며 확인해야 하는 불편 존재

사고 발생 시 대응 절차의 복잡성
- 실제 사고 발생 시, 어떤 절차를 따라야 하는지 불명확
- 대응 과정이 복잡하여 즉각적 조치 어려움

위험 확인의 즉시성 부족
- 위험 상황 발생 시, 즉시 확인할 수 있는 기능 부족
- 사고 인지와 대응 간 시차가 발생하여 보호 효과 제한적

가족 단위 보호 한계
- 대부분의 서비스가 개인 중심으로만 설계
- 가족 단위일 경우 별도 관리 필요

모든 것을 한 번에 관리할 수 있는 보안 서비스의 필요성

통합 관리 분산된 기능을 통합해 한 곳에서 모든 보안 상태를 쉽게 확인, 관리할 수 있는 서비스

즉시 대응 사고 발생 시 즉시 대응할 수 있도록 단계별 프로세스를 명확하게 연결

가족 단위 보호 개인뿐 아니라 가족 단위까지 보호하는 확장된 서비스 설계

이와 같은 한계 속에서 금융·보안 위험에 대응하기 위해서는
모든 것을 한 번에 관리하고 **개인과 가족을 함께 보호**하며
사고 시 **즉시 대응할 수 있는 통합 안심 서비스**가 필수적입니다.

기획 전략 및 해결 방안

기능 통합과 간편한 관리
위험 탐지, 알림, 사고 대응, 피해 보상 기능을 한 곳에 모아
사용자들이 쉽고 편리하게 관리할 수 있도록 설계합니다.

가족 단위 보호 강화
가족 구성원 전체의 금융 위험을 통합 모니터링하고
알림을 제공해 가족 모두가 안심할 수 있는 환경을 조성합니다.

사전부터 사후까지 원스톱 서비스 제공
계약 및 거래 전 금융 사기 이력 조회로 사전 위험을 줄이고
금융 사기를 사전 차단할 수 있는 차단 설정 기능을 제공하며
사고 발생 시 신속한 피해 보상까지 지원합니다.

사용자 중심 경험 설계
직관적 UI/UX와 신뢰를 쌓는 화면 구성으로
사용자 불안을 완화하고 지속적인 서비스 이용을 유도합니다.

MAIN POINT
사용자의 불안을 줄이고 가족까지 함께 지키는
한 번에 안심의 가치를 실현하는 종합 보안 플랫폼

가족 금융사기 예방을 위한
필수 안심 플랫폼
한번에안심서비스

피싱, 명의 도용 등 사이버 금융 사기에 대한
사전 탐지부터 피해 보상까지 제공하는,
가족까지 함께 보호할 수 있는 서비스입니다.

가족도 안심
가족형 이용 시
가족 금융 위협 알림



한 번에 안심
다양한 금융 사기
한 번에 차단





계약 및 거래 전
금융 사기 이력 조회

사전에 안심



금융 사기
피해 보상까지

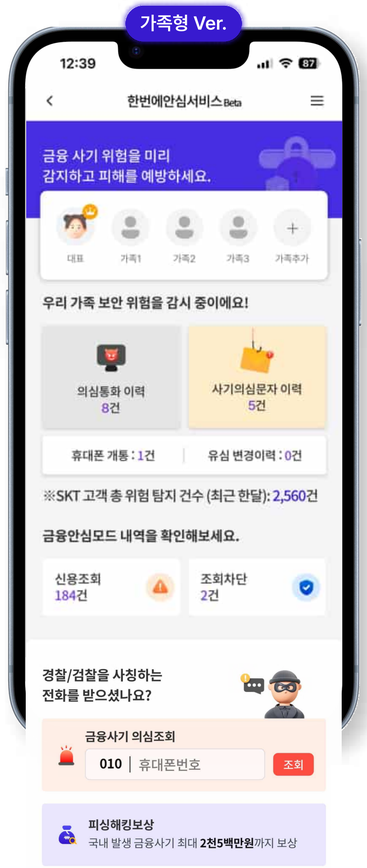
사후도 안심

02. 결과물

홈 화면

안심 상태를 보여주는
메인 화면

사용자에게 현재의 보안 상태를 직관적으로 전달하고
이상 징후 발생 시 빠르게 인지하여 대응할 수 있도록 설계된 대시보드형 메인화면입니다.



- 개인 및 가족 보안 상태 요약

1. 사용자 프로필 및 가족 추가 기능
최대 5명의 가족 보안 상태를 모니터링 할 수 있습니다.



2. 의심통화 / 사기문자 이력
가족들의 의심통화와 사기문자 이력 건수를 종합적으로 나타내어
현재 보안 위험 상태를 즉시 확인할 수 있습니다.

3. 휴대폰 개통 / 유심 변경 이력
가족들의 명의로 발생한 휴대폰 개통이나 유심 변경 이력 조회를 통해
보이스피싱 등 사기 수법에 악용될 수 있는 요소를 실시간 감시합니다.

- 금융안심모드 내역

1. 금융기관의 신용조회 및 차단 이력
최대 5명의 가족 보안 상태를 모니터링 할 수 있습니다.

- 금융사기 사전 / 사후 관리

1. 금융사기 의심조회
휴대폰 번호 입력만으로도 금융사기 의심 여부를 확인할 수 있습니다.
사용자 불안을 해소하고 금융 사기를 사전 예방할 수 있습니다.

2. 피싱해킹보상
피해 발생 시 금전적 안전망 제공으로 서비스 신뢰도를 강화합니다.

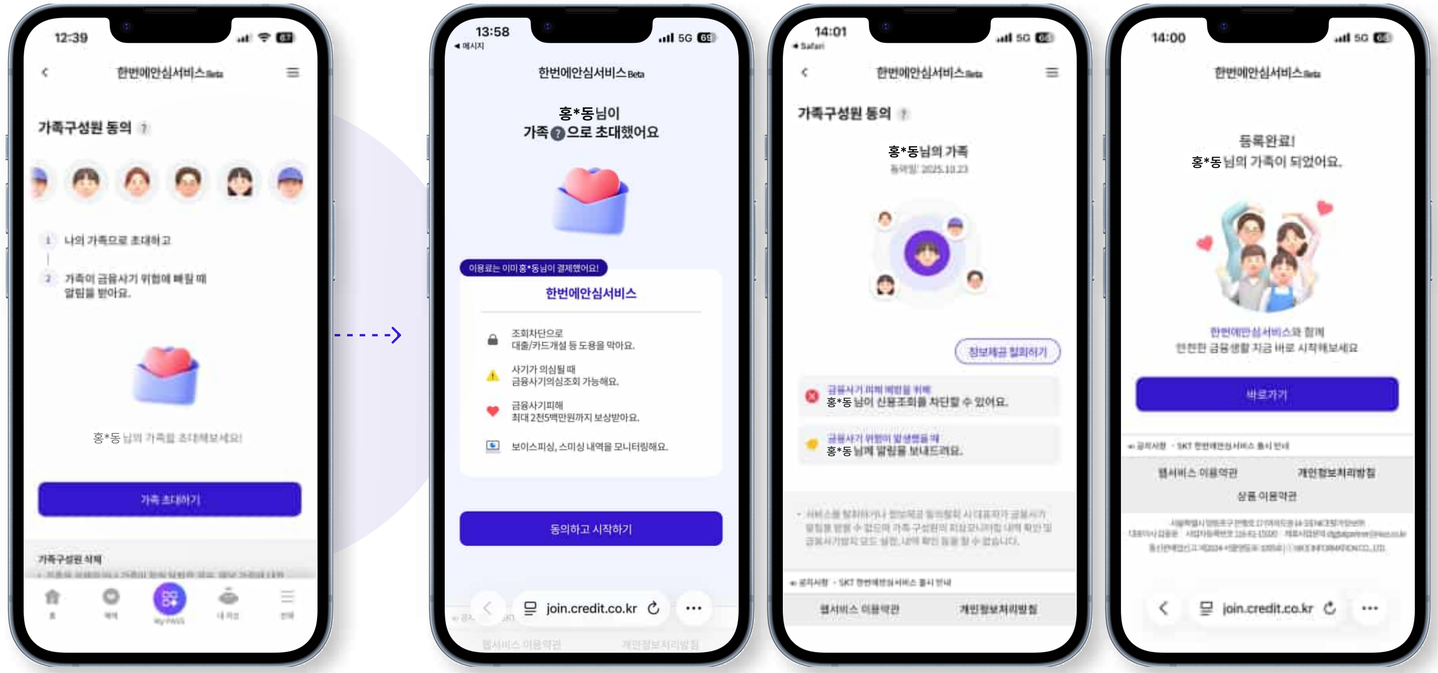
가족구성원 추가

가족의 안전을 함께 지켜요.
가족구성원 동의 화면

부모도 자녀도 안심할 수 있도록 가족으로 초대하여 명의도용과 금융사기 위험을 한눈에 확인하고 함께 관리할 수 있습니다. 가족구성원의 위험은 대표자가 알림으로 받습니다.

가족 대표
대표가 [가족 초대하기] 버튼을 통해
구성원을 초대합니다.

가족 구성원
가족 구성원이 메시지를 통해
구성원 초대를 동의합니다.



Point!

금융 서비스 가입이 아닌 가족 보호 관계에 초대되었다는 정서적 맥락을 먼저 이해하도록 설계

실제로 겪을 수 있는 금융 위험 상황을 기준으로 혜택을 구조화

일반적인 가입 완료 화면이 아닌, 가족의 보호 네트워크에 들어왔다는 상태 변화를 시각화하는 데 집중

금융 기능 중심이 아닌, **가족 간 보호 관계 형성**이라는
사용자 정서 흐름을 기준으로 온보딩 경험을 설계하고자 하였습니다.

02. 결과물

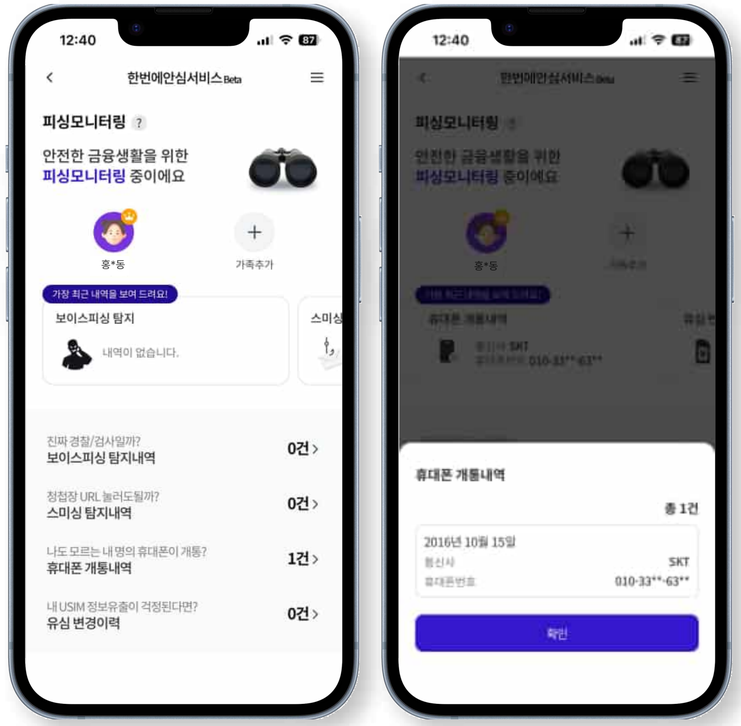
세부 화면

금융 사기를 한 번에 차단할 수 있는 한 번에 안심 화면

의심되는 금융 활동과 피싱·사기 징후를 미리 확인하고 알림으로 확인할 수 있으며, 대표자는 가족의 신용조회 설정과 피싱모니터링 상태를 함께 관리할 수 있습니다.

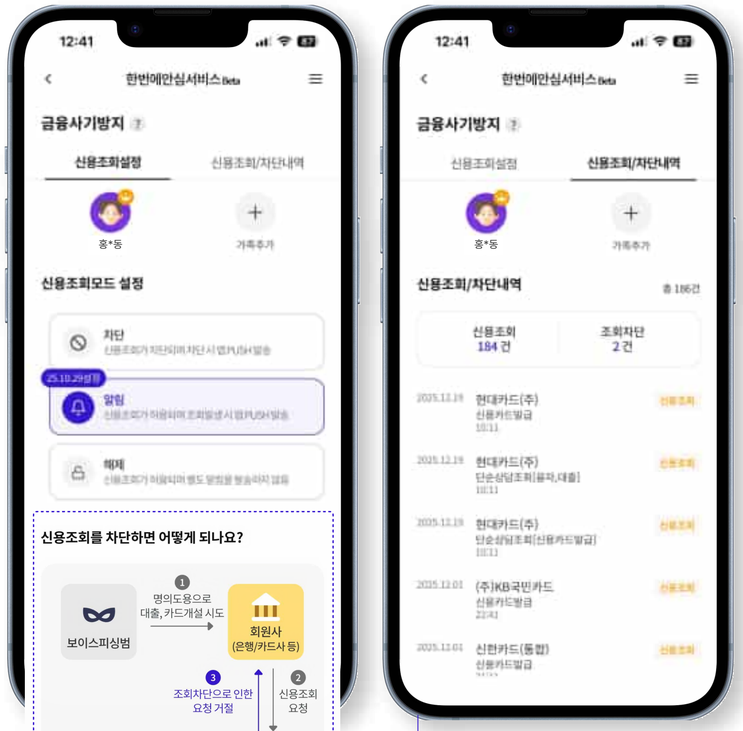
피싱모니터링

피싱으로 의심되는 전화, 문자를 상시 모니터링 가능하도록 설계하였습니다.



금융사기방지

나도 모르게 발생하는 금융사기를 사전 차단할 수 있도록 설계했습니다.



"신용조회를 차단하면 어떻게 되나요?"

라는 질문에 대해 사기 발생 시 실제로 기능이 작동하는 흐름을 시각적으로 보여줌으로써 금융사기를 방지하고 안전하게 보호한다는 서비스 신뢰도를 형성합니다.

같이 신뢰할 수 있는 데이터 경험

1. 발생한 신용조회/차단 이력을 누적 데이터로 제공함으로써 기능을 자연스럽게 인지하도록 설계
2. 조회 일시, 금융사명, 조회 목적을 함께 노출해 주도적으로 확인할 수 있는 보안 경험 제공
3. 개인 이력과 동시에 가족 금융 안전을 관리하는 허브로 확장될 수 있는 구조로 설계

금융사기의심조회

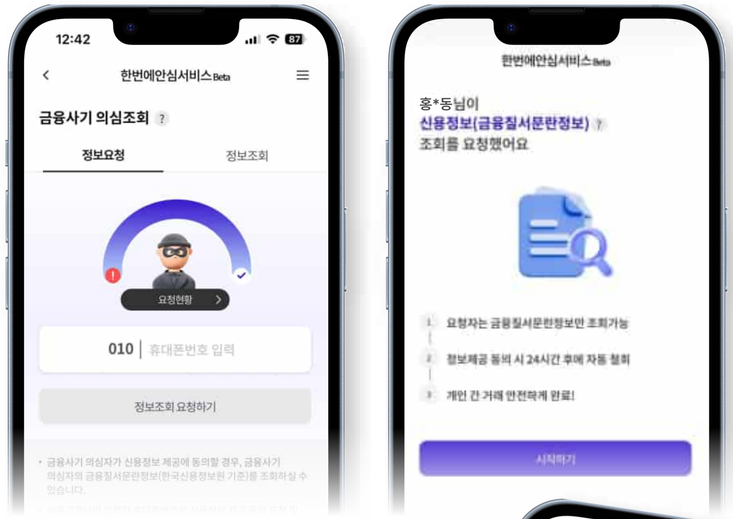
상대방과 금융거래 전 혹시 모를 위험을 줄일 수 있도록 설계했습니다.

요청자

금융사기 의심이 되는 사람의 휴대폰번호를 입력합니다.

제공자

신용정보 조회 요청에 대해 동의 및 철회할 수 있습니다.



Point!

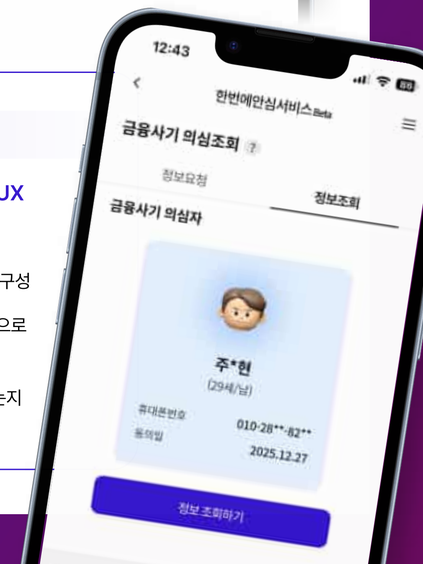
"이 사람 믿고 거래할 수 있는 사람일까?"

불안을 잠재우는 직관적 비주얼과 최소화된 UX

인지적 부담을 낮춘 시각화 - 무거운 법률 용어 대신 컬러와 캐릭터를 통해 직관적으로 판별할 수 있도록 구성

최소화 단계 - 복잡한 절차 없이 휴대폰 번호 입력만으로 조회를 요청할 수 있도록 태스크를 최소화

실명 기반 프로필 - 상대방과 정보의 주체가 일치하는지 직접 대조함으로써 부정 거래에 대한 불안 해소



03. 운영 및 유지보수

어드민 관리 시스템 설계

시각화된 데이터로 관리함으로써 운영 효율성을 극대화하고
고객에게는 끊김 없는 안심 경험을 제공하고자 관리자 프로그램을 기획했습니다.

01 대시보드 | 운영 현황을 한눈에 파악

- 실시간 서비스 현황 : 전체 가입자 수, 당일 신규/해지 수, 활성 유저
- 보안 위협 탐지 현황 : 스미싱 차단 건수, 유심 복제 의심 탐지 건수
- CS 이슈 모니터링 : 실시간 인입 상담 건수 및 주요 장애

02 가입자 관리 | 개별 고객 상태 확인

- 고객 통합 조회 : 이름, 전화번호 기반 상세 조회
- 보안 설정 이력 : 금융사기방지 설정 이력 및 히스토리
- 가족구성원 현황 : 가족구성원 동의 및 철회 현황

03 마케팅 관리 | 가입 유도 및 이탈 방지

- 푸시 발송 관리 : 발송된 푸시 알림 확인
- 이벤트/프로모션 : GDN 등 외부 광고 연동용 파라미터 관리 및 가입 전환율 측정

04 통계 분석 | 데이터 기반의 서비스 고도화

- 유입 경로 분석 : GDN 광고, 배너, 앱, 오프라인 매장 등 유입 채널별 효율 분석
- VOC 분석 : 불만 사항 카테고리화 및 UI/UX 개선 우선순위 도출 데이터

데이터의 시각화를 통한 빠른 의사결정과 운영 프로세스의 효율화

- ✓ 마케팅-운영-CS의 데이터 선순환 구조 확보
- ✓ 운영 민첩성을 통한 사용자 이탈 방지 및 신뢰 유지

어드민을 통한 운영 연결

어드민에서 확인되는 통계 수치를 기준으로 서비스 상태를 빠르게 판단하고 운영 액션으로 연결되도록 설계했습니다.



1. KPI 요약

- 운영자가 현 서비스 상태를 5초 안에 파악
- 단일 수치가 아닌 변화 추이(전일 대비) 중심 판단 유도

▶ 서비스가 커지고 있는지, 기능이 잘 작동하고 있는지를 동시 확인

2. 위험 탐지 및 차단 추이 차트

- 탐지와 실제 차단 간 격차를 한눈에 인지하도록 설계
- 특정 날짜 이상치 발생 시 점검 필요 시점 식별

▶ 핵심 기능이 잘 작동하고 있는지를 판단 가능

3. VOC 테이블 영역

- 단순 문의 목록이 아니라 운영 리스크 지표로 활용
- 발생 비중과 중요도를 함께 보여 개선 우선순위 판단 근거 제공
- 수치 기반으로 감정적 대응이 아닌 구조적 개선 유도

▶ 데이터 기반 운영 설계 구축 가능

Point!

- 성과를 판단할 수 있는 운영 기준을 먼저 설계
- 숫자 → 이상 징후 → 액션으로 이어지는 구조 명확화
- 데이터 기반 의사결정 유도

데이터로 맥락을 읽고
선택을 설계하는

카드사 GDN
서비스 가입 페이지

UX/UI GDN Web BM QA

Overview

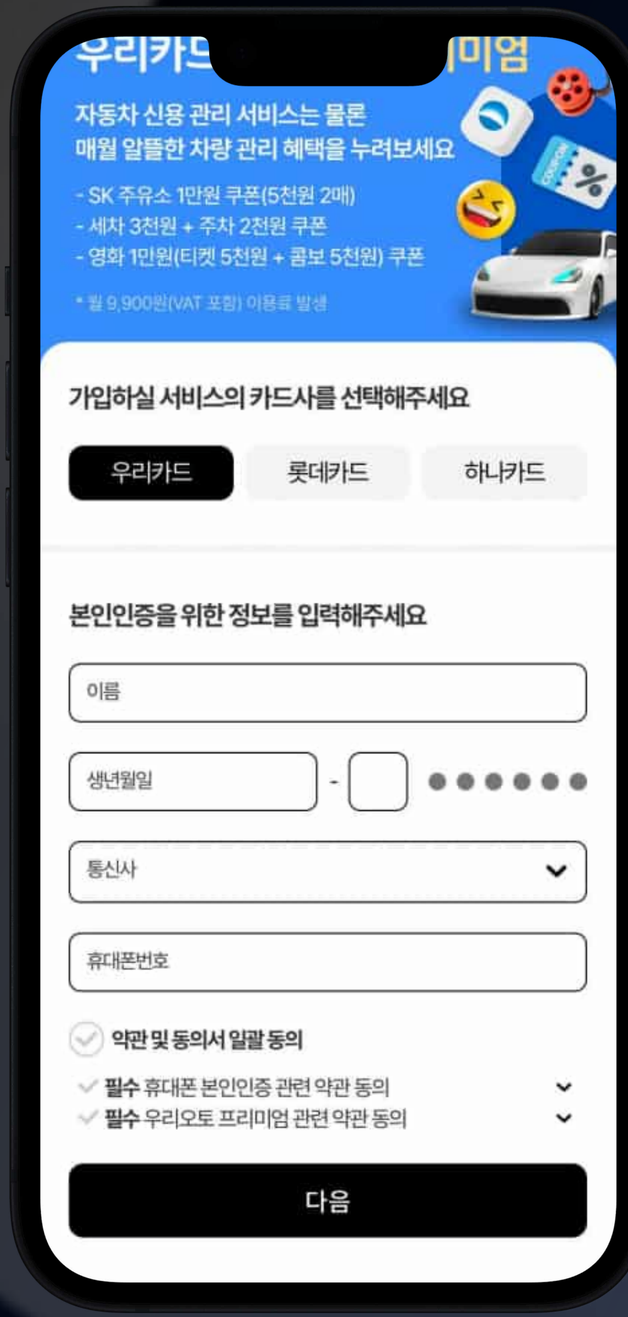
제휴 카드사 GDN 가입 페이지 개발은 단순한 가입 절차를 넘어, 사용자의 상황을 깊이 이해하고 최적의 선택을 제안하는 경험을 만드는 데 초점을 맞췄습니다. **개인 신용정보 기반의 맞춤형 추천과 크로스셀링을 설계**해 가입률을 높였고, **UX/UI 전반을 재구성하여 가입 과정을 빠르고 직관적으로 개선**했습니다. 그 결과 가입 전환율이 상승했으며, 데이터와 경험이 함께 성장하는 것을 확인할 수 있었습니다.

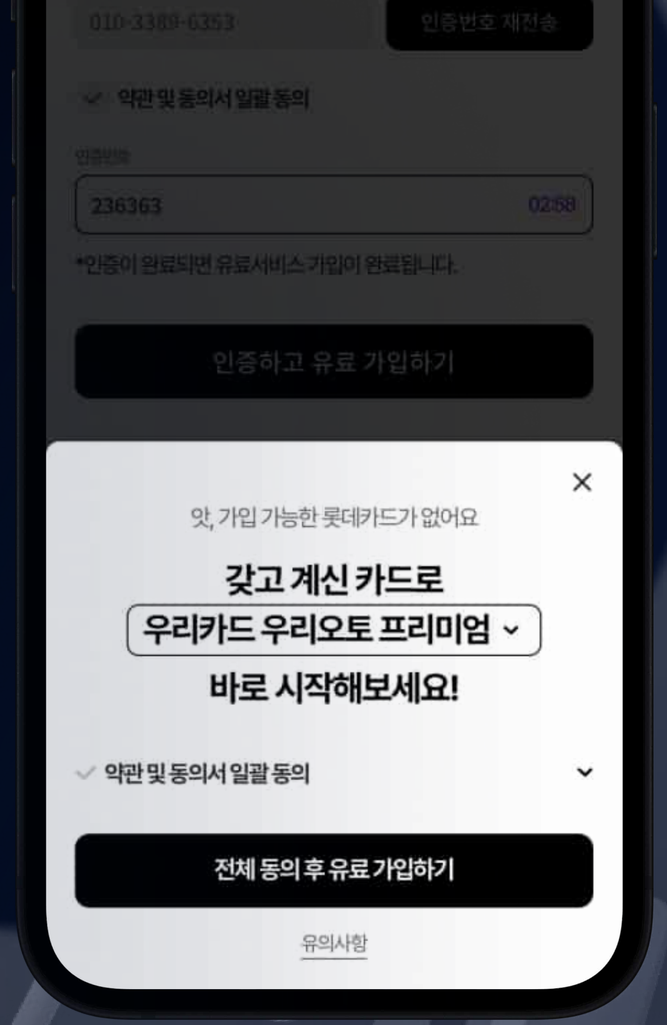
기간 | 2025.06~

과정 | 컨셉 설정 ▶ 사용자 요구 분석 ▶ 기능 정의 및 화면 설계 ▶ 기술 검토 및 개발팀 협업 ▶ 서비스 기획 문서 작성 ▶ QA 진행 ▶ 알파 테스트 진행 ▶ 서비스 출시 및 운영

성과 | TM 및 웹 내 가입 서비스 연결과 같은 기존 가입 유도 방식보다, 가입율 90%이상 증가

크로스셀링과 UX/UI 개선을 통한 평균 가입자 수 2배 이상 증가





문제 정의 및 해결 방안

서비스는 출시되었는데 왜 가입자는 안늘어날까?

카드사 제휴 신규 서비스가 출시되었지만,
TM센터 아웃바운드와 웹페이지내 가입 유도에도 불구하고 가입률은 기대에 크게 못 미쳤습니다.
이에 따라 **왜 가입자가 늘어나지 않는가?** 라는 문제의식이 생겼습니다.

기존 서비스의 한계

낮은 전환율
- 접점은 있었지만 가입으로의 전환은 일어나지 않는 구조
- 노력과 시간, 비용 대비 못미치는 전환율

복잡한 가입 프로세스
- 웹 페이지 내 혜택과 조건이 여러 영역에 분산
- 가입 버튼 접근 동선의 비효율적인 배치

정보 전달 부족
- 서비스의 차별성이나 가입 혜택이 비직관적
- 왜 서비스를 선택해야 하는지에 대한 설득 포인트 부족

높은 이탈률
- 첫 화면에서의 정보 이해 부족으로 짧은 체류 시간
- 가입으로 이어지지 못한 채 이탈하는 경우 다수

GDN 활용 및 랜딩 페이지 최적화 필요성

타겟 정교화 사용자의 관심사와 행동 데이터를 기반으로 세분화된 타겟팅이 가능하기에,
해당 서비스와 관련된 키워드를 활용해 서비스 특성에 맞는 잠재 고객에게 도달하기에 효과적

랜딩 페이지 활성화 광고를 통해 유입된 사용자가 실제 가입으로 이어지기 위해서는
첫 화면에서 핵심 혜택과 차별성을 직관적으로 표현할 필요성

가입 최적화 구조 단순히 광고 집행만으로는 한계가 있으며, 랜딩 페이지의 메시지나 자동 포커싱,
UI/UX를 함께 최적화해야 전환율 상승과 CPA 개선 등 광고 투자 대비 성과 극대화 가능

서비스 가입 저조의 원인은 단순히 홍보 부족이 아니라,
고객의 상황에 맞지 않는 진입 방식과 페이지 구조에 있었습니다.

따라서, **정확한 타겟팅 광고와 직관적인 페이지 경험**을 결합해
복잡함을 최소화하고 자연스럽게 가입으로 이어지는 구조로 설계해야 합니다.

기획 의도 및 전략

사용자 관점
1. 가입 장벽을 낮추고, 핵심 혜택과 서비스 필요성을 첫 화면에서 직관적으로 전달
2. 불필요한 단계와 정보는 최소화하고, 고객이 즉시 가입 의사 결정을 할 수 있는 흐름 설계

비즈니스 관점
1. TM센터 및 웹페이지 내 기존 유입 대비 가입 전환율 극대화
2. 잠재 고객 특성에 맞춘 정확한 타겟팅 광고와 페이지 최적화를 통해 광고 효율 개선

구체적 전략

01 **퍼널 최적화**
- 유입 순간부터 가입 완료까지의 여정 분석
- 각 단계에서의 이탈 가능성 최소화
- 광고 → 페이지 → 가입 완료까지의 동선 단축
- 단계간 시각적 안내 강화

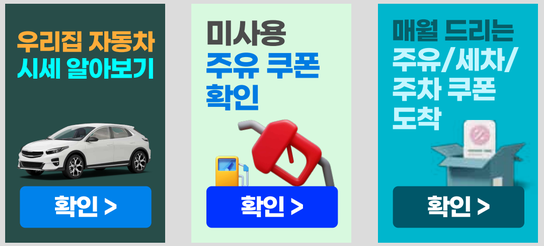
02 **CTA 강화**
- 핵심 행동 유도 버튼을 눈에 띄는 위치에 배치
- '다음', '가입하기' 버튼의 문구와 디자인 강조
- 한 화면에 CTA 버튼이 보이도록 설계
- 가려질 경우, 자동 스크롤으로 흐름 연계

03 **UI/UX 최적화**
- 화면 구성 단순화 및 직관적인 영역 구분
- 불필요한 텍스트 및 이미지 제거
- 혜택은 상단으로, 유의사항은 하단으로 배치
- 본인인증 입력 편의성 제공을 통한 이탈 방지

광고 배너 제작

서비스별 혜택을 짧게 강조하여, 순간적인 클릭을 유도할 수 있는 문구로 작성했습니다.

오토케어 서비스 | 주유 쿠폰, 경정비 할인과 관련된 혜택 문구 강조



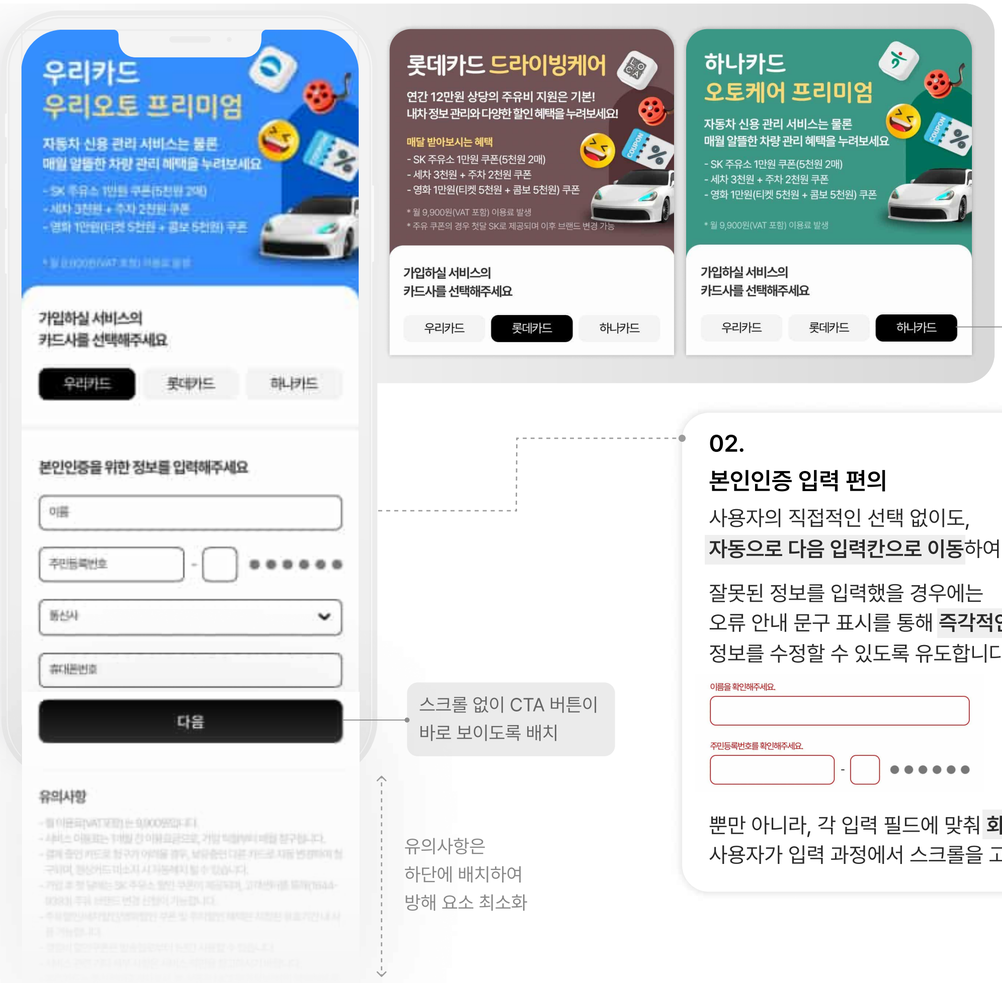
쇼핑케어 서비스 | 쇼핑 쿠폰과 관련된 혜택 문구 강조



화면 및 프로세스

초기 기획 화면

STEP 1. 카드사 선택 및 본인인증



랜덤으로 카드사 배치

스크롤 없이 CTA 버튼이
바로 보이도록 배치

유의사항은
하단에 배치하여
방해 요소 최소화

01.
혜택 강조 배너

카드사 선택에 따라 배너가 바뀌어
사용자의 니즈에 맞는 혜택 위주로 배너를 보여줍니다.

카드사의 시그니처 색상으로 배너를 구성하여
시각적으로 쉽게 이해할 수 있도록 하였습니다.

02.
본인인증 입력 편의

사용자의 직접적인 선택 없이도,
자동으로 다음 입력칸으로 이동하여 입력의 편의성을 제공합니다.

잘못된 정보를 입력했을 경우에는
오류 안내 문구 표시를 통해 **즉각적인 피드백을 제공**하여
정보를 수정할 수 있도록 유도합니다.

뿐만 아니라, 각 입력 필드에 맞춰 **화면이 자동으로 스크롤 및 포커싱** 되어
사용자가 입력 과정에서 스크롤을 고민하지 않아도 됩니다.

STEP 2. 약관 동의



03.
가입 서비스 및 혜택 재안내

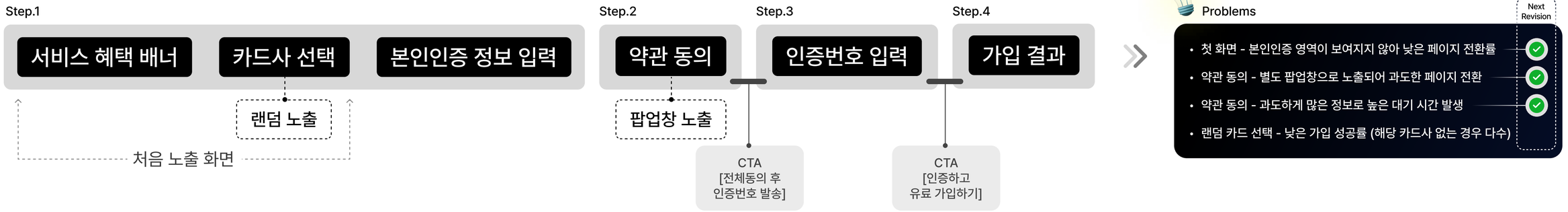
가입하게 될 서비스와
누릴 수 있는 혜택을 한 번 더 설명하여
확실한 가입을 유도하고자 했습니다.

STEP 3. 가입 결과

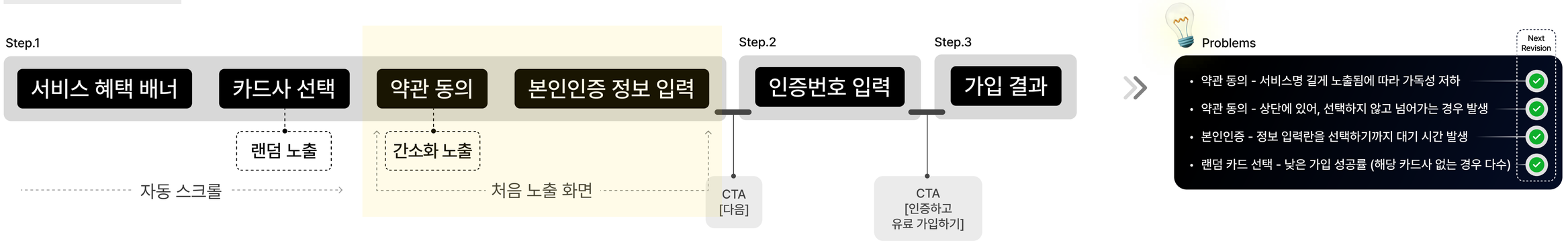


화면 및 프로세스

1차 기획 프로세스



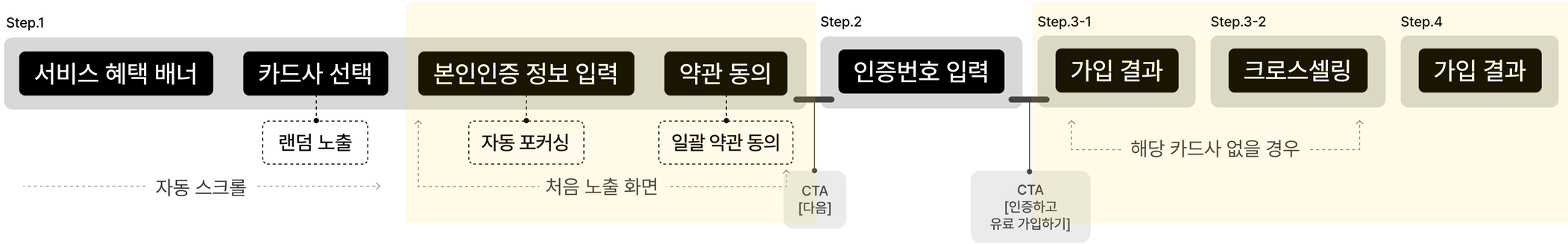
2차 기획 프로세스



- 서비스 혜택 배너는 보여주되, 자동으로 스크롤 되어 **첫 화면이 약관 동의 및 본인인증 정보**를 입력할 수 있도록 수정
- 별도의 팝업으로 노출되던 약관 동의 영역을 간소화 하여, **필수 약관만 보여지도록** 수정
- 약관 전체 동의 후, **인증번호 입력란이 바로 밑으로 노출**되며 자동으로 포커싱되도록 수정

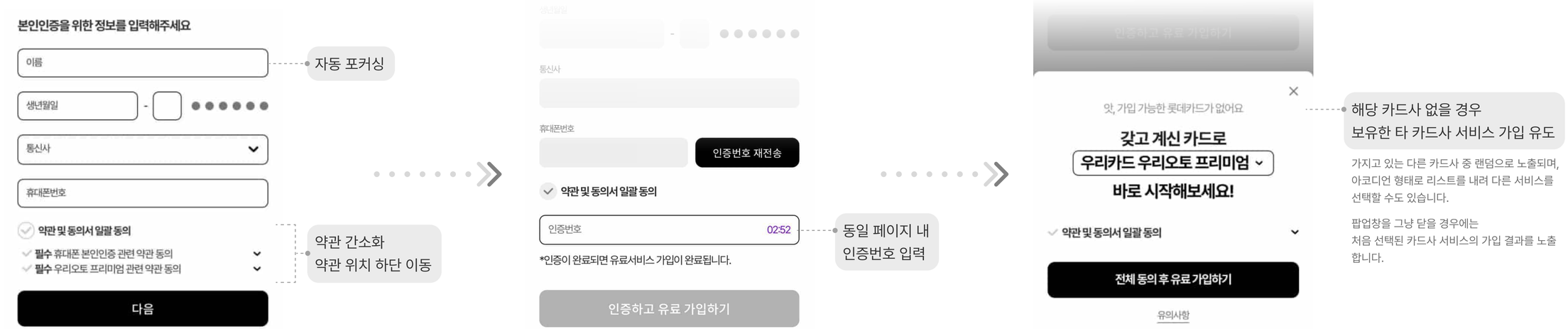
화면 및 프로세스

최종 기획 프로세스



- 스크롤 되어 본인인증 정보 입력 영역으로 내려온 후, **자동으로 이름 입력란 포커싱되도록 수정**
- 약관 동의를 하단으로 내려, 본인인증 정보 입력 후 **최종적으로 약관 동의를 체크**할 수 있도록 수정
- 최초 가입 시도한 카드사를 가지고 있지 않을 경우,
  신용정보 조회를 통해 가지고 있는 **다른 카드사 서비스 가입할 수 있는 크로스셀링 기능 추가** (약관 동의 영역에 신용정보 동의 약관 추가)

이렇게 바뀌었어요!

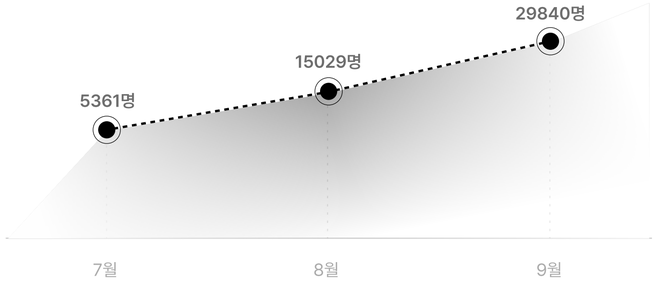


성과 지표 및 가능성

주요KPI 변화

본인인증 수 급증

UX/UI 개선 이후, 본인인증 성공 횟수 5배 이상 증가



오토케어/쇼핑케어 종합 본인인증 횟수

일일 가입자 수 증가

일일 가입 성공 수 최대 438% 증가



오토케어 일일 가입자 수

쇼핑케어 일일 가입자 수

광고 비용 감소

크로스셀링 기능 추가 이후, 광고 가입 단가 감소

오토케어 가입 단가

14,000원대 → 9,000원대

쇼핑케어 가입 단가

20,000원대 → 9,000원대

광고 효율 개선

크로스셀링 효과

카드 없음으로 인한 가입 실패 완화

오토케어	쇼핑케어
가입 실패 후 타 서비스 전환율	가입 실패 후 타 서비스 전환율
약 30%	**약 20%**

*구체적 수치는 내부 성과 지표로 관리
*가지고 있는 다른 카드사 중, 가입이 안된 서비스만 크로스셀링 시도

성과 해석

가입 전환율 개선 → 일일 가입자 수 급증

- UX/UI 개선으로 가입 장벽을 낮춘 효과
- 특히, 자동 입력 및 자동 포커싱, 실시간 오류 안내 등 사용성 강화가 가입 완료율 상승으로 직결

이탈률 감소 → 광고 효율 극대화

- 첫 페이지에서 혜택을 직관적으로 제시하고, 가입 버튼 접근성을 높인 결과 초반 이탈률이 줄어듦
- 고객 여정 최적화로, 같은 광고비로도 더 많은 사용자가 가입까지 이어졌다는 의미

크로스셀링 성과

- 카드가 없어 가입하지 못하는 사용자가 다른 서비스로 가입하게 되는 비율 증가 (기가입인 경우도 포함)
- 끊김 없는 가입 흐름을 만들어, 추가 서비스 이용으로 확장

비즈니스적 의미

- 가입자 수 증가 이상의 성과 → 가입 단가 절감 + 추가 가입 유도라는 두 가지 효과 동시 달성
- 회사 입장에서는 투자 대비 수익성 강화, 사용자 입장에서는 더 나은 경험을 제공

더 나아갈 수 있는 방향

01.
주거래 카드를 상위에 노출

사용자의 신용정보를 미리 조회하여
주거래 카드를 파악한 후
해당 카드로의 가입을 유도

가입 유지율 강화

&

02.
카드사로의 가입 유도

최종 가입 결과 페이지가
카드 없음으로 인한 가입 실패일 경우,
해당 카드사의 가입 페이지로 연결

제휴 카드사와 지속 가능한 협력 관계 유지 가능

LG Corporate Linkage Product Service Design Project

청년 1인 가구를 위한 스마트홈 AI 서비스

Pairng my Fairy Pairy

페어리

UX/UI Mob Product AI BM

나와의 이전 대화를 기억하고
나를 따라다니며 말을 걸고
나의 여러 편의를 봐주는 My Fair, Pairy



Overview

청년 1인 가구의 증가와 함께 우울 문제도 늘어나고 있는 상황에서, 친구처럼 사용자의 일상에 자연스럽게 녹아들어 **정서적 지원을 제공할 수 있는 스마트홈 AI 제품 서비스 Pairy**를 디자인했습니다.

기간 | 2023.03~2023.12 (9개월)

기여도 | 95% (Team Project)

역할 | 팀장
사용자 인터뷰
서비스 기획 및 디자인
앱 프로토타입 제작, 영상 편집

툴 | Figma, Notion, Adobe After Effects

과정 | 문제점 도출 ▶ 인터뷰 ▶ 페르소나 설정 ▶ 서비스 기획 ▶ 프로토타입 제작 ▶ 서비스 브랜딩 및 가치 도출 ▶ 비즈니스 모델

문제 정의

청년 1인 가구는 집에서 어떤 니즈를 가지고 있을까?

[청년 1인 가구 세부 분류]



PROBE 1

감정카드

감정 카드나 사진을 통해 제품이나 공간에 대한 감정과 문구를 표현하여 전송

▼

집에서의 사용자 내부 심리와 니즈 파악

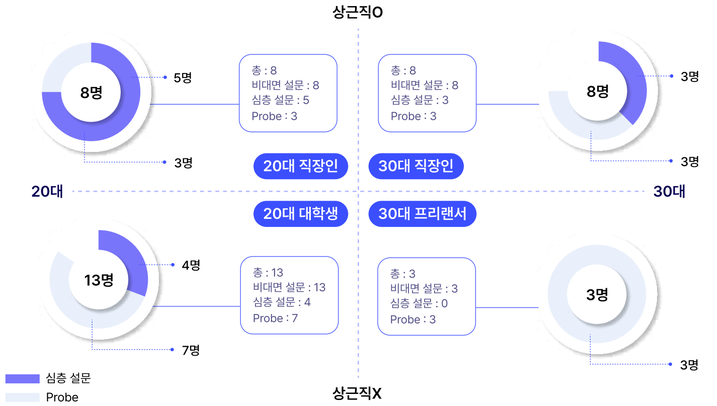
PROBE 2

Movement Line

공간/기술 관점에서도 생각할 필요
외출 전후 움직임을 집 구조도 위에 표현

▼

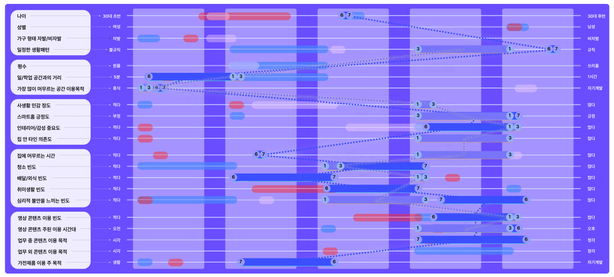
많이 머무르는 공간에서의 가치와 니즈 파악



인사이트

Value	유대감	안전성	편리성		계획성		성취 / 잠재력 개발
Needs	지속적인 소통을 통한 유대감 형성	보안 가시화를 통한 안정감	데이터를 기반으로 고도화된 분석 및 추천		체계적 일정 체크를 통한 계획성 확보		공간조성을 통한 성취 증대
Insight	감성 대화	언제 어디서나 함께하는 친구	민감 정보 ON / OFF	사용자 결제 데이터 기반 서비스	사용자 생활 패턴 기반 서비스	일정 관리	체크리스트	공간 분위기 조성	공간별 투두 안내
	집에 들어왔을 때 아무도 반겨주는 사람이 없어서 공허하다.	밥도 같이 먹을 수 있고, 취미생활도 같이 즐길 수 있는 동네 친구가 없어서 아쉽다.	이사오기 전부터 보안 관련해서 철저하게 조사한다.	매번 필요한 물품을 구매하는 것을 까먹어서 실생활에 불편하다.	혼자 살기 때문에, 집에서 밥을 해 먹기도 애매하고, 밖에서 밥먹기에는 식비가 고려된다.	하루하루 일정에 대해서 매번 생각해야하는 게 힘들다.	외출 준비할때 허겁지겁 집을 챙기느라 꼭 한 두개씩 놓친다.	업무를 집에서할지, 밖에서 할지 고민된다.	집안일 하기가 너무 귀찮고 하려고 해도 어디서부터 해야할지 막막한 경우가 다반사이다.
	취업/이직 등 미래에 대한 걱정이 넘쳐난다.	나의 삶을 온전히 나 혼자 만들어가야 한다는 책임감과 부담감이 너무 크다.	*20대 대학생 사회가 흉흉하다 보니 집 근처 보안을 굉장히 신경쓴다.	유통기한 지난 음식이 너무 많아서 걱정이다.	매일 식사 메뉴를 고민해야 하는 것이 불편하다.	월 하나 집중하다보면 시간이 금방가는데 주변에서 알려주는 사람이 없어서 시간 개념이 없어지게 된다.	주기적으로 청소를 하는 것에 있어서 못 지킬 때가 많다.	건강을 위해서라도 운동을 하고 싶은데, 시간도 없고 나가기도 귀찮다.	자취 생활에 관련한 지식이 부족해서 어려움을 겪는다.

행동 패턴 분석



메인 타겟

2030 직장인

핵심 니즈

성취 불일치에 따른 우울과 불안

공간 활용도에 따른 우울

고독과 외로움

무기력감과 피로

일정, 경제 관념에서 오는 불안

페르소나 설정



- 부담없이 대화를 나눌 **교류 대상이 없다는 것**은 큰 무기력과 우울감으로 다가옴
- 자기 자신이 **제대로 관리되고 있지 않다는 점**에서 불안함을 느낌

비서이자 **감정 대화**가 가능한
스마트홈 AI 서비스 필요

해결 방안 및 과정

이들에게 어떤 서비스가 필요할까?

Problem	Insight	Service
"밥도 같이 먹고, 취미생활도 같이 즐길 친구가 필요해요" "삶을 온전히 혼자 만들어가야 한다는 책임감과 부담감이 너무 커요"	**유대감 형성**	**감정 대화** | 사용자의 생각과 행동을 기억하여 맞춤 서비스 제공
"집안일을 할 때 어디서부터 뭘 해야할 지 몰라 막막해요" "집이 편하고 좋은데 업무를 집에서 할 지는 고민이 돼요"	**성취/잠재력 개발**	**공간별 맞춤 기능** | 공간 조성 및 공간별 투두 안내 서비스 제공

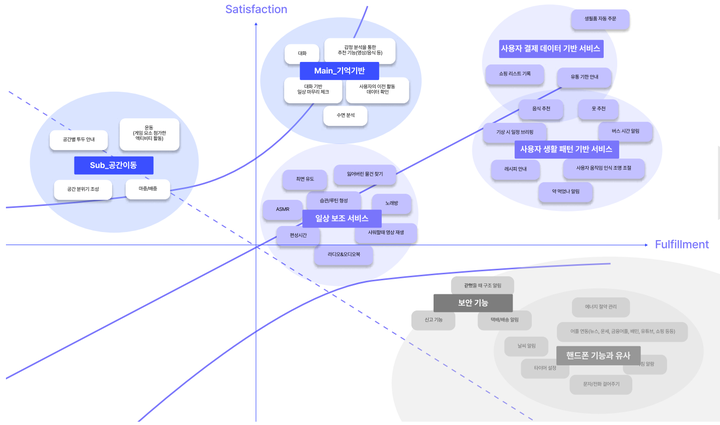
Pairng my Fairy **Pairy 페어리**

나와의 이전 대화를 기억하고
나를 따라다니며 말을 걸고
나의 여러 편의를 봐주는 My Fair, Pairy

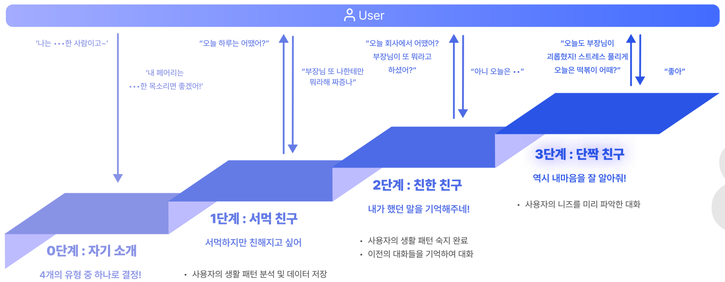


KANO 모델

사용자의 요구사항을 바탕으로 기능의 우선순위 분류



Main_기억기반 메인 서비스인 기억 기반 감정 대화는
친구와 친해지는 과정을 바탕으로 유대감을 쌓아나갑니다.



"사용자 유형별 기능을 세분화하여 서비스 제공"

📌 사용자 유형별 기능 세분화

- 재미추구형 | 정확한 답변 | 대략적인 일정
- 정리계획형 | 현실적인 대화 선호 | 일정 리마인드 중시
- 감정공유형 | 감성적 대화 | 공감 | 즉흥적
- 프로상담형 | 공감 | 계획적

&

Sub_공간이동 사용자가 배치한 위치에 따라 어디든지 **이동하며**
맞춤형 서비스를 제공하고 공간 분리를 해줍니다.

	현관	거실	부엌	침실	책상	화장실
Specialization	각 공간에서 해야할 일들 안내/ 각 공간에 맞는 분위기 조성/ 사용자 움직임 인식 조명 조절					
	배웅/인사	운동	레시피안내	심화대화&일정관리	일정관리	콘텐츠 재생
Everywhere	Pairy와의 대화 속에서 파생되는 정보와 관련된 대화 단편적 정보 제공 (날씨, 요일, 시간, 주변 맛집 추천 등) 신고 기능 (119,112 등) 택배, 배송 알림 보안 기능 (집을 비운 기간에 움직임이 감지되면 폰으로 알림) APP과의 연동					

"사용자의 위치별로 이동하여 맞춤 서비스 제공"



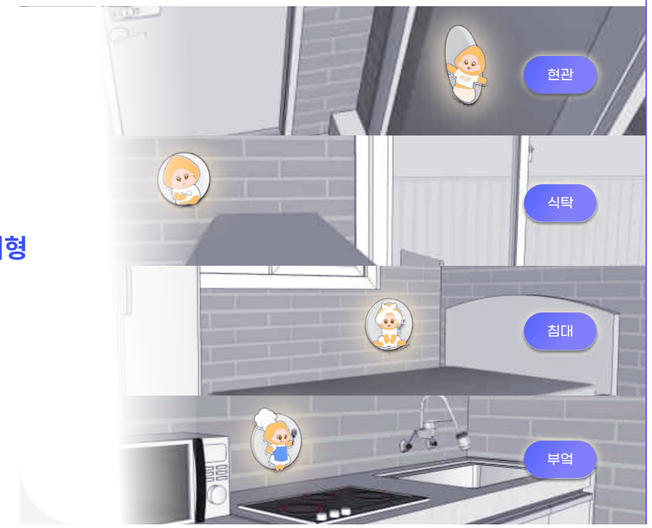
결과물

Product

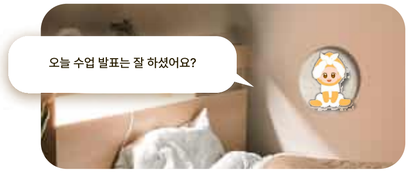
분리되는 디스플레이로
사용자가 원하는 곳에 배치

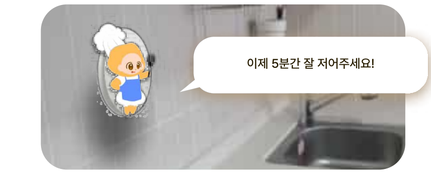
메인 충전 허브를 바탕으로
디스플레이를 각각 분리시켜 공간별 배치할 수 있습니다.









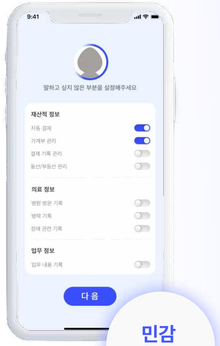


App

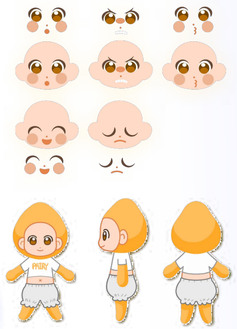
언제 어디서나
이어지는 페어리

서비스가 집 외부로까지 어어질 수 있도록 하고자
앱도 디자인하였습니다.







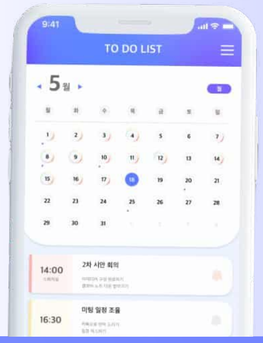






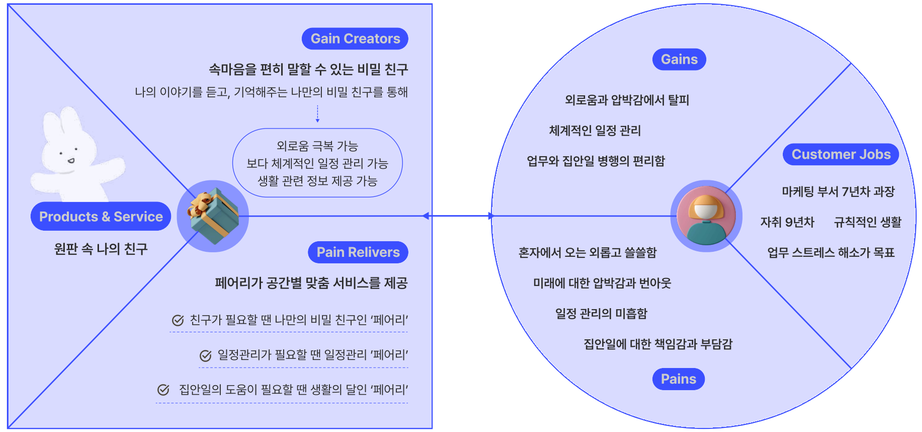




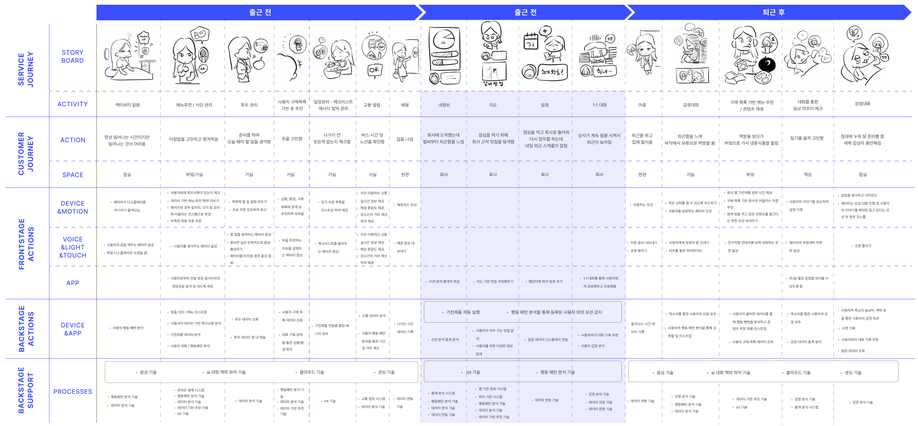


결과물

가치 포지셔닝



블루프린트



비즈니스 모델

Key Partners

- 클라우드 업체
- 원판 제작 업체
- 배송 업체
- 온/오프라인 플랫폼
- 서비스 데이터 제공 업체 (네이버, 카카오 등)

Key Activities

- 캐릭터 디자인: 사용자의 거부감 줄임. 몸짓/표정을 지을 수 있는 캐릭터
- AI 기술 발전
- 데이터 저장 공간

Key Resources

- Things: 원판/APP
- 장기 기억 기술
- 기초 데이터
- Technology:
  - AI : 음성 언어 처리 기술(자연어 처리) 맥락 파악, 대화의 연결성 등
- 오브젝트 스토리지

Value Propositions

- 우울감 해소
  - Pairy와의 대화를 통해 우울감 해소
  - 대화 속 사용자의 기본 정보를 기억하지 못하는 대부분의 타사 AI 스피커와는 달리, 'Pairy'는 사용자와의 대화를 기억. 이를 토대로 대화 진행
  -> 실제 친구와 같은 느낌을 선사
- 동기 부여
  - 비밀 친구 Pairy와의 상호작용을 통해 외로움 극복하여 삶의 활력을 불러일으켜 줌
- 생활 편의

Customer Relationships

- 개별어시스트: 이메일 고객센터 운영
- 셀프서비스: FAQ 페이지 운영
- 자동화 서비스: 대화를 통해 입력된 사용자의 데이터 기반 서비스 제공

Channels

- 이해도: Paid Acquision 中 키워드 광고, LG 온라인 스토어/대리점 내 광고
- 평가: 타사의 유사 제품과 비교
- 구매: LG 온라인 스토어/대리점 내 구매 가능, 기능에 대한 명확한 설명 필요
- 전달: '기억' '대화' '공간이동' 3가지의 주카테고리를 중점으로 설명, 직장인 20/30 1인 가구의 특성을 살려 설명
- 판매 이후: 문의하기 카테고리 개설, 앱 서비스 후기 작성지 배포(6개월 주기), 판매 초기의 경우 후기 작성 이벤트 진행

Customer Segments

- 외로움을 호소하는 20/30대 직장인 1인 가구
- 세그먼트를 4개의 유형으로 분류하여 서비스 제공

Cost Structure

- AI 기술 개발 및 업데이트 비용
- 새로운 기술 도입에 따른 부가 비용
- 생산 원가
  - 스피커 / 원판
- 데이터 사용 비용
- 마케팅 비용
- 데이터 저장 비용
- 인력 비용
- 캐릭터 생성 비용
- 앱 개발 & 업데이트 비용

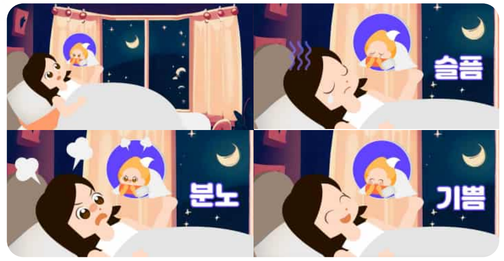
Revenue Streams

- 물품 판매: 30-40만 원
- 온라인 상품 구매 수수료 (AI 서비스를 통해 유입)
- 기타 부속품 판매
- 캐릭터 커스텀 판매 (커뮤니티 내 사용자 간 발생하는 판매 수수료)

시나리오

영상 URL : https://www.youtube.com/watch?v=mM7IC_x2H74

| 감정 대화



| 공간 이동



| 앱 서비스



온 가족을 위한
올바른 스마트폰 사용 도우미

KIDOMEDO

Social Service Design Project

UX/UI Mob Product BM

Overview

일방적인 스마트폰 통제로 인해 심화되는 가족 갈등 문제를 해결하기 위해, 가족의 공동 목표를 설정하고 함께 성장하는 방향으로 **스마트 토이와 앱을 활용한 올바른 스마트폰 사용 서비스 키도미도**를 디자인했습니다.

기간 | 2024.03~2024.09 (6개월)

기여도 | 95% (Team Project)

역할 | 팀장
인터뷰 및 컨셉 도출
서비스 기획 및 디자인
프로토타입 제작, 브랜딩, 영상 편집

툴 | Figma, Adobe After Effects, Fusion 360

과정 | 문제점 도출 ▶ 인터뷰 ▶ 페르소나 설정 ▶ 서비스 기획 ▶ 시스템가이드 설정 ▶ 와이어프레임 ▶ 프로토타입 제작 ▶ 브랜딩 디자인/스토리라인 형성 ▶ 비즈니스 모델 확립

아이(KI)도(DO), 나(ME)도(DO)
올바른 미디어 사용, 함께 할 수 있다(DO)!



문제 정의 및 해결 방안

점차 늘어나는 영유아 미디어 중독 현상

현황	문제점
디지털 기기 첫 접촉 연령이 빨라짐 13~24개월 42.5%, 25~36개월 24% 42.5% 13~24개월 / 24% 25~36개월 / 만 3살 / 0~12개월 스마트폰 과의존 위험군 현황 37% 28.4% 유아동 / 청소년 / 23.3% 성인 / 17.5% 60대	팝콘 브레인, ADHD 등 유발

미디어 중독 예방을 위해서는 **가정 내 라이프스타일** 또한 **변화**되어야 함

Target | **맞벌이** 가정 내 **알파세대**

Goal | 미디어 사용에 대한 **적절한 사용 방법**을 제시하고 **중독 예방**

But, 기술 발달에 따른 미디어 사용은 어쩔 수 없는 문제!
사용 제한보다는 **절제하는 힘을 길러 삶을 발전시키는 방향**으로 나아가야 한다.

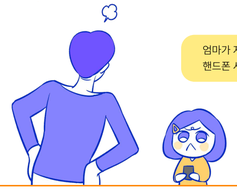
인터뷰 초등생 자녀를 둔 부모 대면 인터뷰

핸드폰 사용에 대한 부모와 아이의 의견 차이가 심함

부모는 자기주도적으로 핸드폰을 절제하길 바라는 한편, 자녀는 스마트폰 사용에 대한 위험성을 판단하지 못함

핸드폰 사용은 어쩔 수 없기에,,
아이가 **자기주도적으로 절제할 수 있는 힘**이 필요한 것 같아요

핸드폰 사용때문에 **가족간의 소통이 줄어들어서 걱정**이에요,,
중독으로 빠질까봐 걱정이 되기도 하고요



엄마가 자꾸 핸드폰을 하지 말라고해서 짜증나요.
핸드폰 사용도 내 자유인데 왜 그러는지 모르겠어요

2024.04.08 ~ 2024.04.15

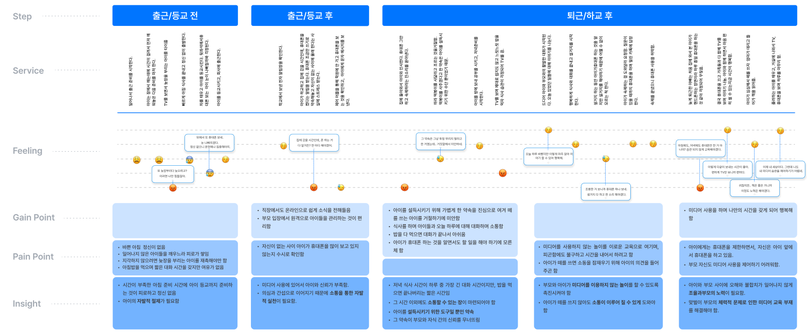
페르소나 인터뷰 기반 부모와 자녀의 메인/서브 페르소나를 제작하여 타겟 구체화



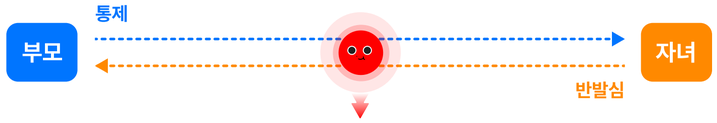




유저저니맵 라이프스타일 중 미디어 중독을 해결할 수 있는 포인트 발견



인사이트 스마트폰 및 미디어에 대한 인식 차이에서 비롯되는 갈등을 파악



자녀의 자기주도성을 방해하는 원인

방향성

부모와 자녀의 소통을 통한 미디어 중독 해결 앱 서비스

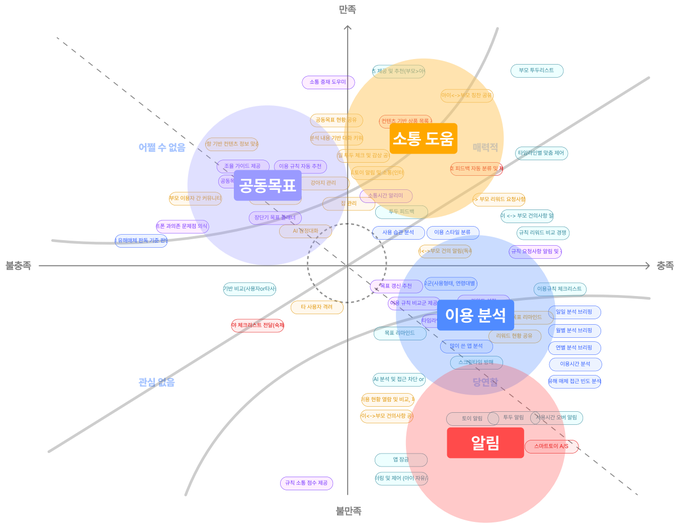
부모와 아이가 **같이 의논**하여 원활한 사용 시간 선정
자녀에게 스마트폰 및 미디어 사용에 대한 **문제 의식 제공**

Problem	Solution	Insight
일방향 관계	쌍방향 관계	부모와 자녀간의 소통
부모가 일방적으로 아이의 스마트폰 시간을 통제하려함	부모와 자녀가 같이 스마트폰 사용시간을 정하는 것은 어떨까?	
위기의식 X	스마트폰 사용 가시화	사용 이력 가시화
자녀는 스마트폰 사용에 대한 위기의식이 존재하지 않음	자녀 스스로가 자신의 사용 패턴에 대해 더 자세히 안다면?	

"일방적인 제어가 아닌, 가족간의 **공동 목표**를 제공하여 **소통을 통한 절제**를 하도록 하는 것을 어떨까?"

해결 과정

어떤 서비스가 필요할까?



소통을 통해 공동 목표를 설정하고 미션을 달성해나가는 서비스

서비스 흐름

2. 본격적인 서비스 시작

1. 일주일 튜토리얼 진행 → 공동목표 설정 → 목표 실행 및 미션 수행 → 리워드 및 문제상황 파악 → 피드백

* 사용자의 특성에 맞게 해당 **스텝들을 잘 나타낼 수 있는 UI의 필요성**이 대두됨
또한 타 서비스들과의 차별점인 **소통과 공동목표 설정이 잘 보여지는 UI**로 구성하고자 함

서비스 가치

소통을 통해 함께 노력하여 건강한 미디어 사용 습관 형성

가족 구성원 모두가 참여하여 공동 목표를 세우고 실천해 나가는 과정을 통해 가족 간 협력과 유대감 강화

어떻게 보여줄 것인가?

사용자가 서비스를 잘 이해하고 지속적으로 사용할 수 있는 방안 모색

✔ 어떻게 해야 사용자가 서비스를 잘 **이해**할 수 있을까?



APP

부모와 자녀에게 **서로 다른 UI 제공**,
각자가 원하는 정보만 나열

#두_타겟_고려

&

✔ 어떻게 해야 **지속적으로 사용**할까?

TOY

아이가 **매일 키워나가고 싶도록**,
장난감을 매개체로 이용

#흥미와_보상







Touch Point 1

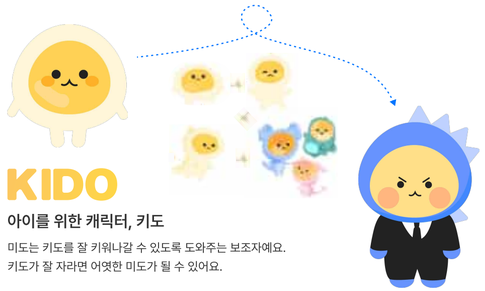
APP

부모와 자녀에게 서로 다른 UI 제공, 각자가 원하는 정보만 나열

Character Story

사용자는 키도를 키워서 미도로 성장시키는 것을 목표로 합니다.
성장한 미도를 불러와서 새로운 키도가 자라는 것을 도울 수 있습니다.
키도는 다양한 모습으로 변화하는데, 이는 순환 속에 새로움을 느끼게 하여
사용자가 지루함 없이 꾸준히 사용할 수 있게 합니다.

"키도를 키워서 미도로 만들어보아요!"



KIDO

아이를 위한 캐릭터, 키도

미도는 키도를 잘 키워나갈 수 있도록 도와주는 보조자예요.
키도가 잘 자라면 어엿한 미도가 될 수 있어요.

MEDO

부모를 위한 육아 비서, 미도

미도는 키도를 잘 키워나갈 수 있도록 도와주는 보조자예요.
키도가 잘 자라면 어엿한 미도가 될 수 있어요.



Flow



00

사용시간 데이터 분석

본격적으로 **서비스 제공 전,** 부모와 자녀의 스마트폰 기기 **사용시간과 사용 매체 분석**



01

부모와 조율해서 미디어 사용 약속 정하기

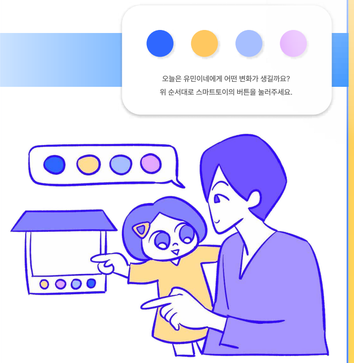
부모와 자녀가 원활한 약속을 정할 수 있도록 **가이드라인 제시** 및 **사용 시간 설정**



02

실천 및 앱 내 미션을 통한 소통

미디어 사용 시간을 **실천**할 수 있도록 옆에서 **보조,** 매일 **부모와 자녀에게 다른 퀘스트 제공**



03

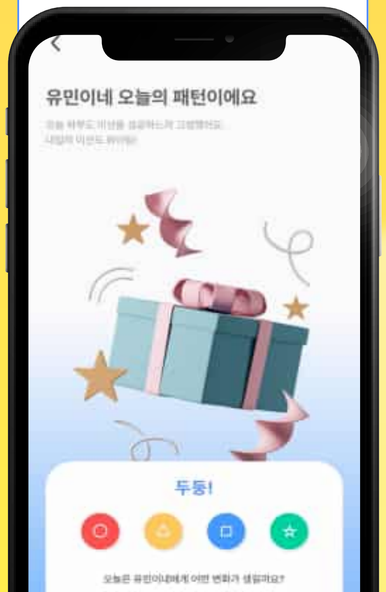
부모, 자녀 미션 모두 완료 시 그날의 패턴 암호 획득

미디어 사용 관련 미션을 부모와 자녀가 모두 완료할 경우, 부모를 통해 **스마트 토이 보상 패턴 암호 제공**









Touch Point 2

TOY

아이가 매일 키워나가고 싶도록,
장난감을 매개체로 이용

Advantage

흥미유발의 매개체
: 아이가 애착을 가질 수 있는 장난감이라는 요소

물리적 인터렉션 - 버튼
: 손으로, 눈으로 직접 느끼는 확실한 보상

성취 욕구
: 더, 더 키우고 싶은 욕구

가족 구성원간의 소통 증가
: 직접 목표를 설정하는 과정 속의 소통 증가

자기주도성 증가
: 목표를 직접 설정하고 지키기



Flow

00

미션 완료 현황에 따른 스마트 토이 상태 변화

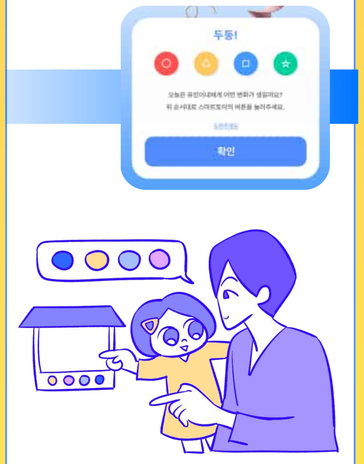
부모와 자녀가 미션을 수행할 경우 스마트 토이가 깨끗해지며 그렇지 않을 경우 점점 더러워짐, **미션을 도달하게끔 동기부여 제공**



01

미션 목표 달성 시 패턴 암호 공개

미디어 사용 관련 미션을 부모와 자녀가 모두 완료할 경우, 부모를 통해 **스마트 토이 보상 패턴 암호 제공**



02

패턴 암호를 입력할 시 경험치 누적

올바르게 패턴 암호를 입력하여, **보상의 경험치가 누적될수록 스마트 토이가 업그레이드**

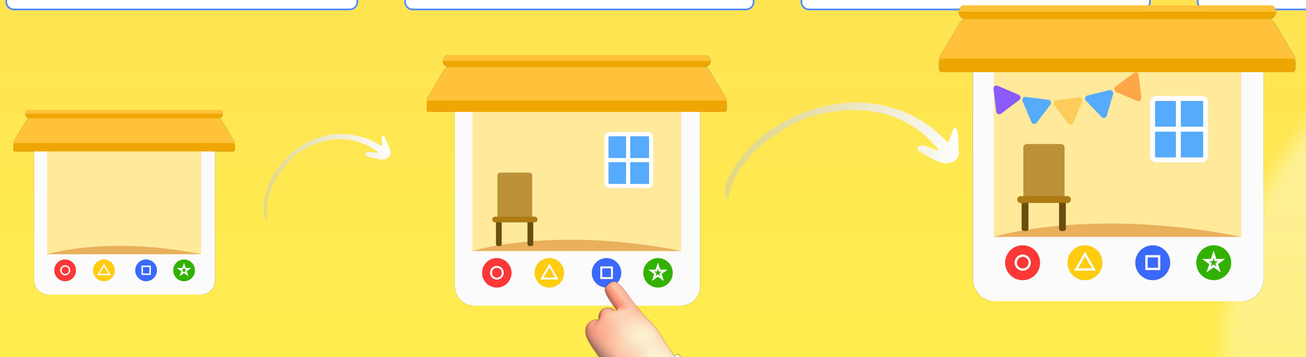


03

**레벨업!
공동 목표 달성**

스마트 토이 속 키도를 키우는 것을 공동 목표로 삼아, 꾸준한 미디어 사용 미션 수행을 통해 레벨업을 시켜나감





Thank You

사람을 이해하고 연결하는 친구같은 서비스 기획자