

경쟁사 챗봇 UI/UX 분석 및 자사 챗봇 전략 기획

인턴직원 과제 3주차
(2021.09.23)

이무원

목차

목차

목차

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-1. 챗봇 외부 UI/UX

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

2. 자사 챗봇 UI/UX 분석

2-1. 챗봇 외부 UI/UX

2-2. 챗봇 내부 UI/UX

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-1. 챗봇 외부 UI/UX

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

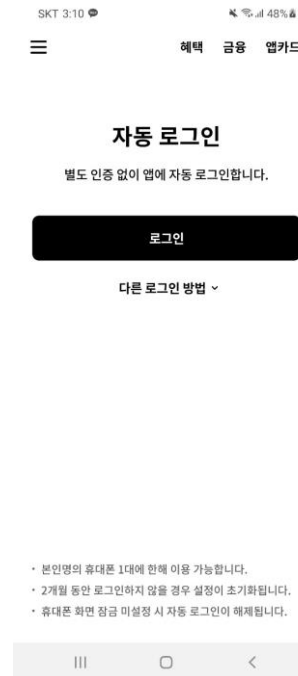
1-1. 챗봇 외부 UI/UX

비회원 챗봇 채널 제공

신한



현대



삼성



노출

사용 가능

사용 불가

사용 가능

기능

추천 및 가입 기능

사용 불가

추천 및 가입 기능

전략

비회원으로 비대면 카드 발급을 원하는 경우 챗봇 채널이 경쟁력이 있을 것으로 생각됨
비회원의 경우도 챗봇 채널을 통한 추천 및 가입 기능을 제공하여 비대면 카드 가입 유도가 필요

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

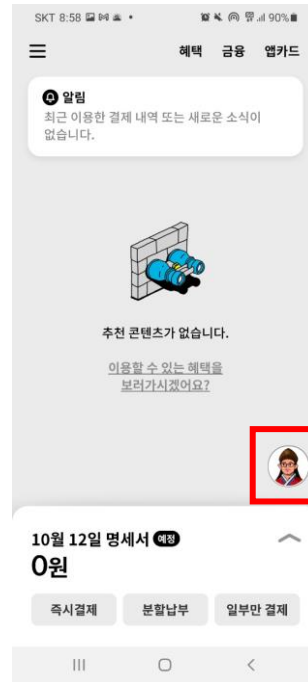
1-1. 챗봇 외부 UI/UX

챗봇 아이콘 위치(앱)

신한



현대



삼성



위치

우하단

우하단

우하단

분석

흰 바탕에 파란색 원을 사용하여 가시성을 높임

회색 바탕에 흰 원을 사용하여 가시성이 낮음

흰 바탕에 파란색 원을 사용하여 가시성을 높임

전략

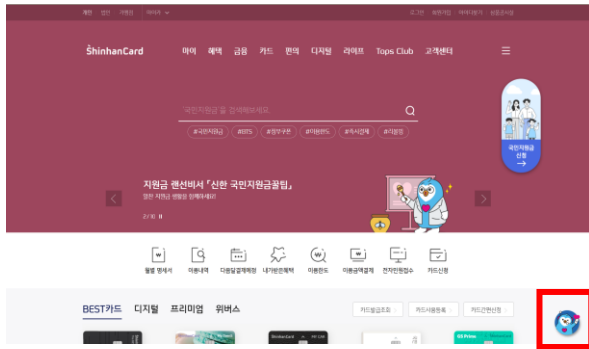
무채색 배경에 눈에 띄는 색상의 아이콘 활용하여 아이콘을 설계하여 가시성을 높임

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

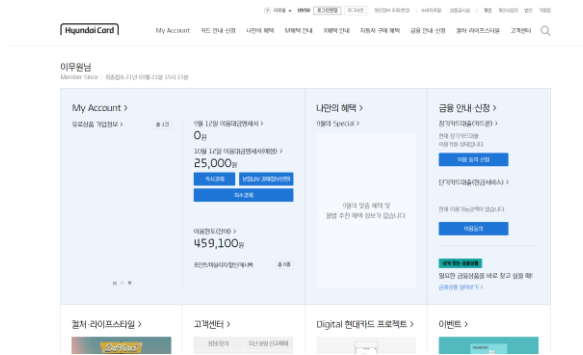
1-1. 챗봇 외부 UI/UX

챗봇 아이콘 위치(웹)

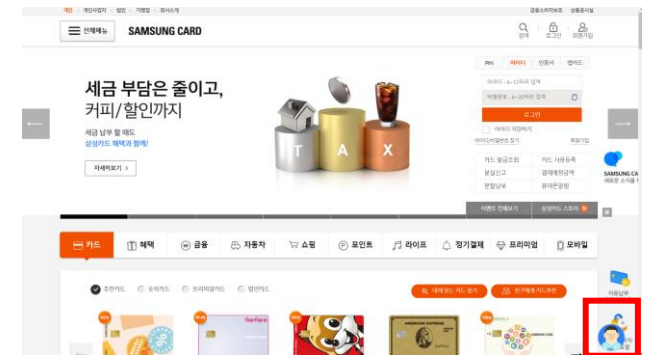
신한



현대



삼성



위치

우하단

사용 불가

우하단

분석

흰 바탕에 파란색 원을 사용하여 가시성을 높임

사용 불가

흰 바탕에 파란색 원을 사용하여 가시성을 높임

전략

웹과 앱의 챗봇 아이콘 위치를 동일하게 하여 고객이 경험적으로 챗봇 위치를 바로 인지할 수 있도록 설계

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

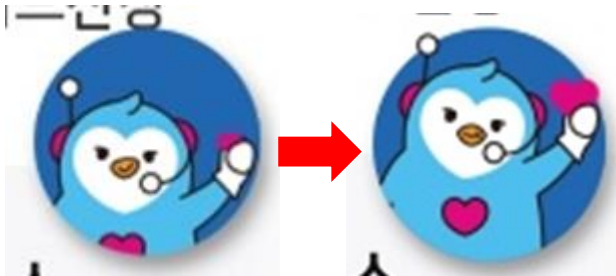
1-1. 챗봇 외부 UI/UX

아이콘 애니메이션

신한

현대

삼성



사용 여부

O

X

O

분석

간단한 애니메이션을
주기적으로 사용

애니메이션 없음

신한카드에 비해 변화가 많은 애니메이션 사용
시기에 따라 변하는 애니메이션(추석 등)

전략

챗봇 채널의 유입량을 증가시키기 위해 애니메이션을 활용
삼성카드와 같이 주목을 끌 수 있고 시기에 맞는 애니메이션을 사용

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

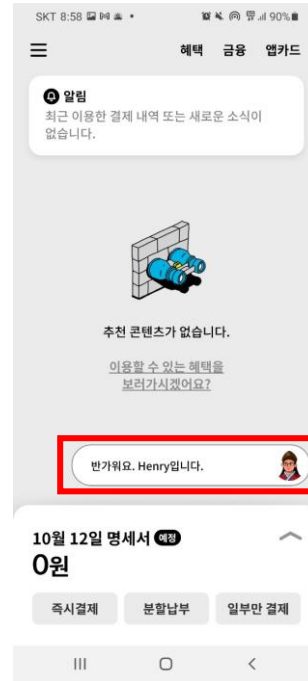
1-1. 챗봇 외부 UI/UX

아이콘 시작 말풍선

신한



현대



삼성



사용 여부

X

O

O

분석

말풍선 사용 없음

간단한 인사

상황에 맞는 추천

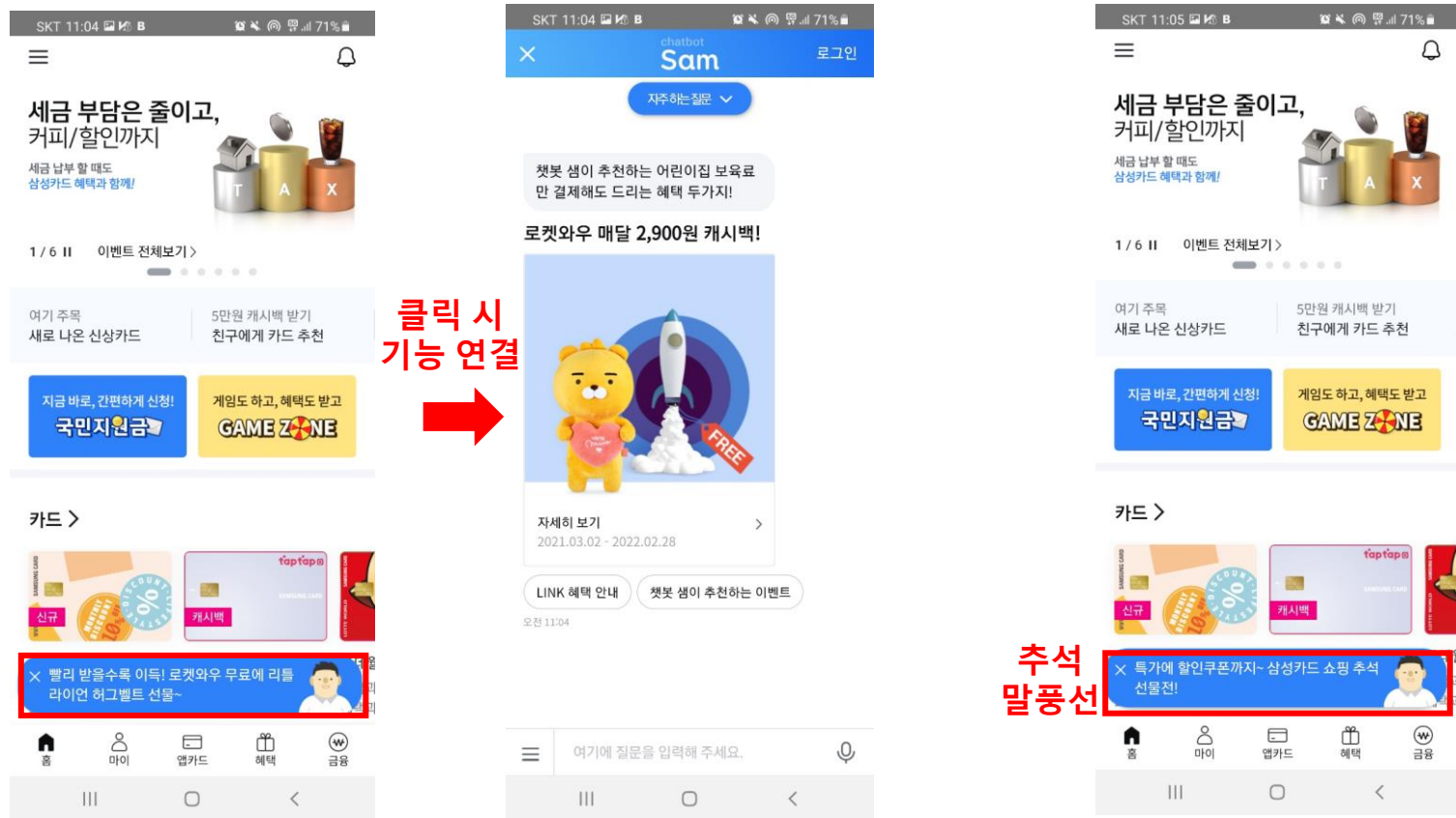
전략

앱 실행 시에 챗봇의 말풍선을 사용하여 챗봇 채널로의 유입 유도 가능
말풍선을 마케팅 용도로 활용 가능

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-1. 챗봇 외부 UI/UX

아이콘 시작 말풍선(삼성)



전략

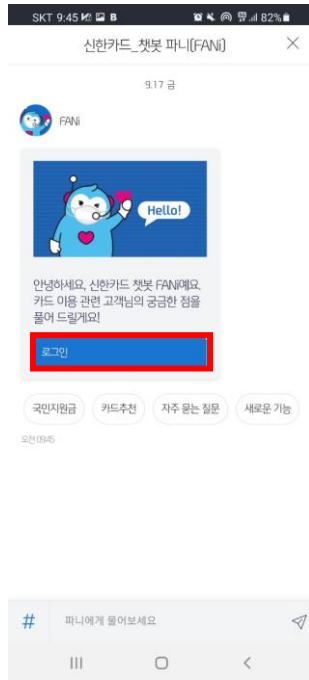


말풍선의 내용을 접속 시마다 바꾸면서 마케팅에 활용하고 클릭 시에 바로 해당 기능으로 연결
추석 등 상황에 따라 사용되는 말풍선을 변경 및 추가

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

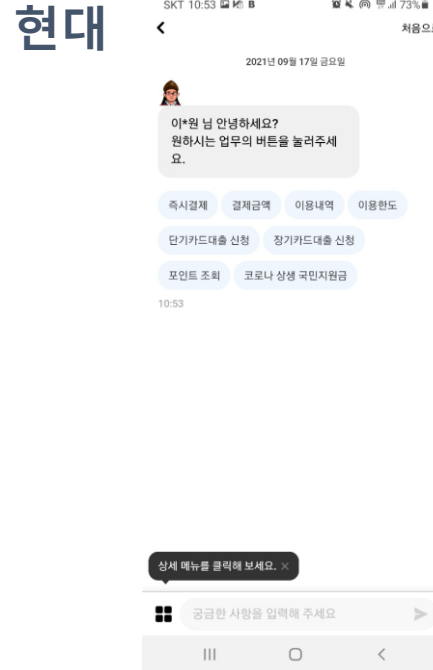
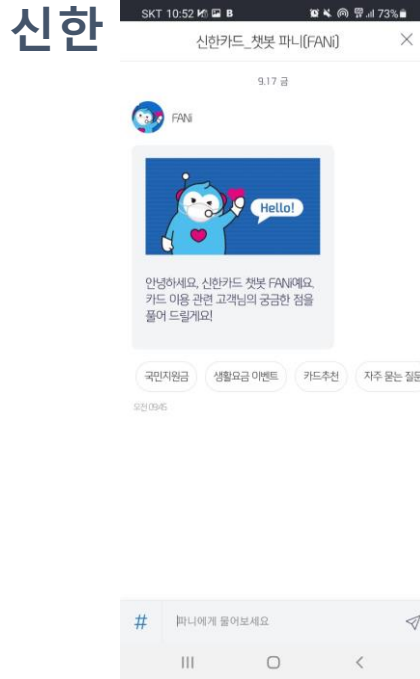
시작 페이지(비 로그인)

			
사용 가능	O	X	O
분석	말풍선 내부에 버튼 설계	사용 불가	우상단에 로그인 버튼을 설계
전략	<p>삼성 카드의 우상단 버튼보다는 신한 카드의 말풍선 내부 설계가 더 찾기 용이</p> <p>삼성 카드의 경우 즉시결제, 명세서 조회, 이용내역 조회 등 로그인 후 필요한 기능을 첫 말풍선에 배치하여 비효율적</p>		

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

시작 페이지(로그인)



분석

1. 최근 많이 사용되는 항목을 메인에 배치(국민지원금 등)
2. 자주 사용되는 기능은 자주 묻는 질문 항목으로 배치

1. 최근 많이 사용되는 항목(국민지원금 등) 및 자주 사용되는 기능을 동시에 배치

1. 자주 사용되는 기능 위주의 배치 및 아이콘을 활용하여 기능 파악이 쉬움
2. 마케팅관련 항목을 같이 배치 (게임 룰렛, 말풍선에서 홍보한 항목 등)

전략

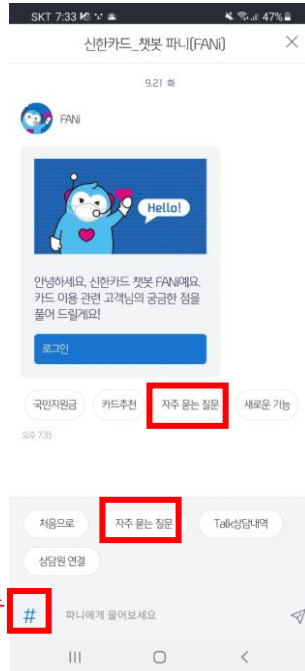
1. 삼성 카드처럼 자주 사용하는 기능의 경우 **아이콘을 사용**
2. 마케팅 활용의 경우도 삼성과 동일하게 진행
3. 최근 많이 사용할 수 밖에 없는 기능(국민지원금 등)을 삼성카드 UI에 추가

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

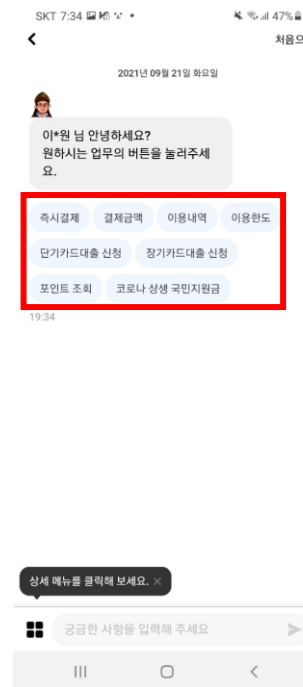
1-2. 챗봇 내부 UI/UX

자주 찾는 질문(유입 경로)

신한



현대



삼성



분석

1. 시작 시에 자주 찾는 질문 리스트를 가시화하는 버튼 제공
2. 챗봇에서 상황 종료나 변화 시에 필요한 버튼을 모아둔 #에서 제공

전략

1. 시작 시에 자주 찾는 질문을 버튼 형태로 제공

1. 삼성 카드의 아이콘 활용 방식을 사용
2. 자주 찾는 질문을 상단의 접는 버튼으로 제공

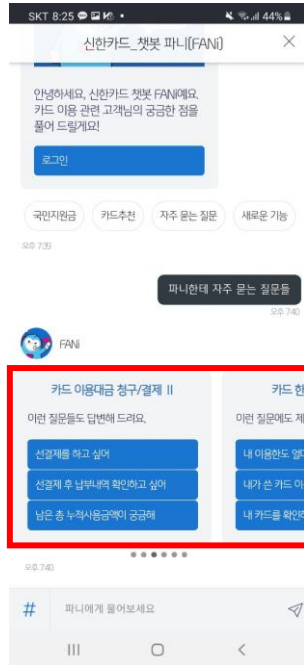
1. 빈도가 매우 높은 질문의 경우 시작 페이지에서 아이콘과 함께 제공
2. 자주 찾는 질문에서 빈도가 1번보단 낮은 질문 제공
3. 더 많은 자주 찾는 질문을 신한 카드와 같은 위치에서 제공

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

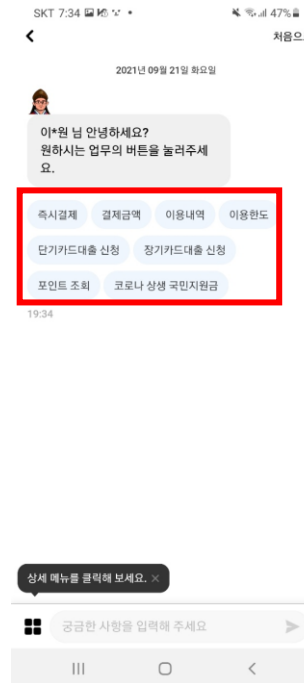
1-2. 챗봇 내부 UI/UX

자주 찾는 질문(상세)

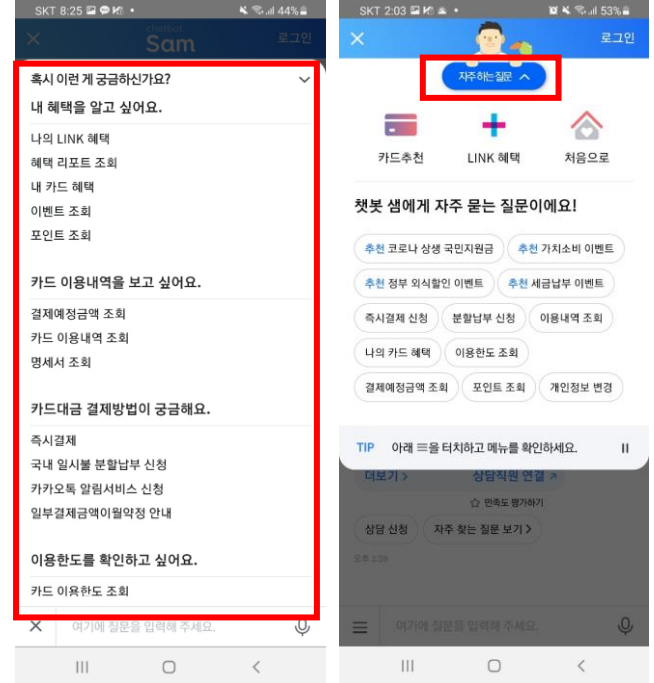
신한



현대



삼성



분석

자주 묻는 질문을 분류하여 해당 카테고리에서 가장 빈도가 높은 3개의 질문 제공

카테고리를 선택하면 해당 카테고리 내용을 제공

1. 자주 묻는 질문을 카테고리 별로 분류해서 제공하나 글자의 색으로 분류하여 가시성이 낮음
2. 자주하는 질문 칸의 경우 좌 하단의 버튼에 비해 적은 가지 수의 빈도 높은 질문을 버튼으로 제공

전략

신한 카드의 UI를 사용하는 것이 가시성 측면에서 우수

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

자동 완성 기능

신한



글자 개수

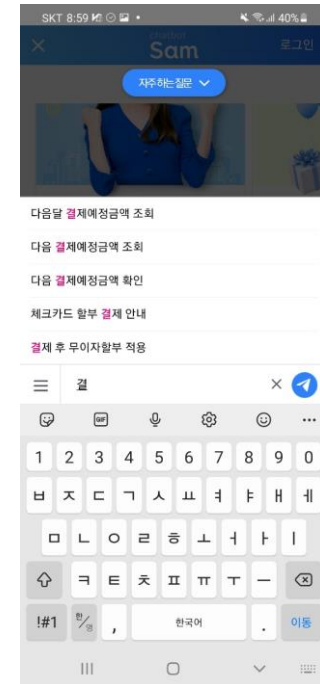
2 글자 이상부터 자동완성

현대



2 글자 이상부터 자동완성

삼성



1 글자 이상부터 자동완성

분석

결제관련 질문을 빈도 순으로 제공
입금 등 유사한 단어에 대해 제공

결제관련 질문을 빈도 순으로 제공

결제관련 질문을 빈도 순으로 제공

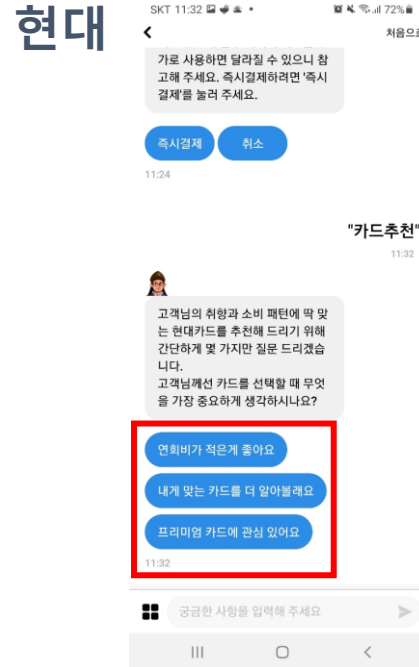
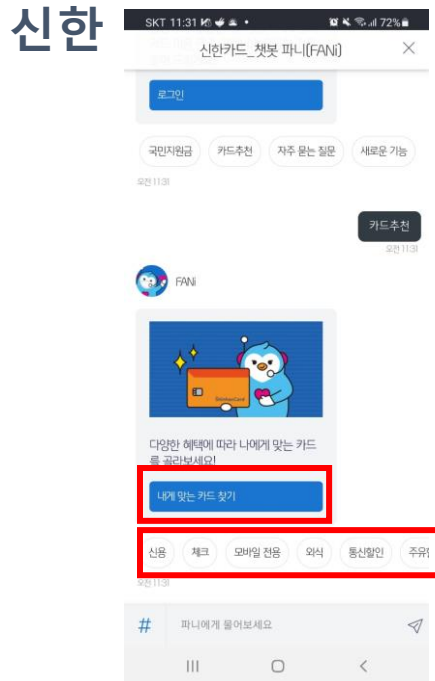
전략

자동 완성을 제공하는 글자 수의 차이 정도만 존재하고 3사 모두 큰 차이는 없음
신한 카드의 경우 결제와 관련된 입금 등에 대한 자동완성을 제공하는 등 해당 단어에 대한 관련 업무를 자동 완성이 제공

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

업무 연결 방법



버튼 분류

O

X

O

분석

질문에 대한 업무 처리 버튼과 관련된 버튼을 구분해서 제공

질문에 대한 업무 처리 버튼만 제공

질문에 대한 업무 처리 버튼과 관련된 버튼을 구분해서 제공

전략

신한 카드와 삼성 카드와 같이 입력한 업무 버튼과 다른 관련된 업무 버튼을 구분해서 제공
신한 카드의 UI/UX가 더 직관적

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

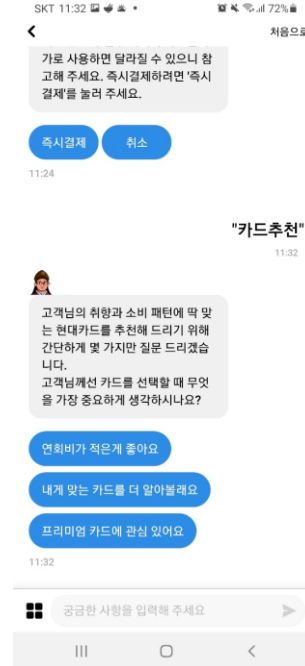
1-2. 챗봇 내부 UI/UX

뒤로 가기

신한



현대



삼성



가능 여부

0

분석

업무 처리 후에 뒤로 가기 명령 시에 챗봇으로 복귀

전략

업무 처리 후 뒤로 가기 명령 시에 사용하던 챗봇 채널로 복귀하도록 설계

0

업무 처리 후에 뒤로 가기 명령 시에 챗봇으로 복귀

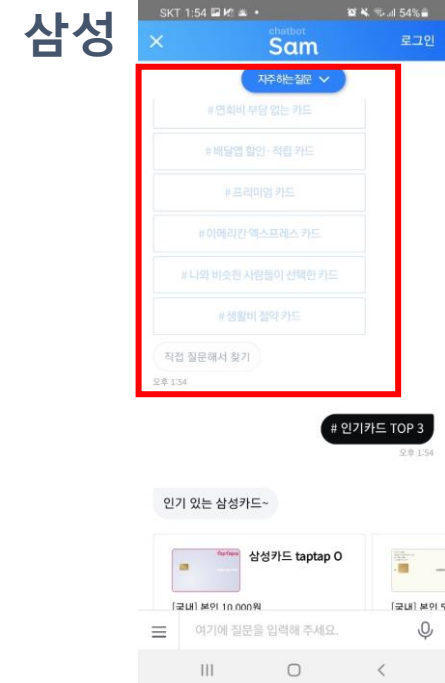
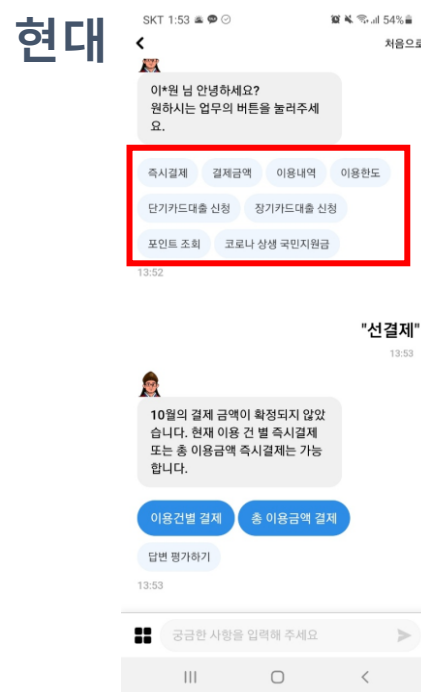
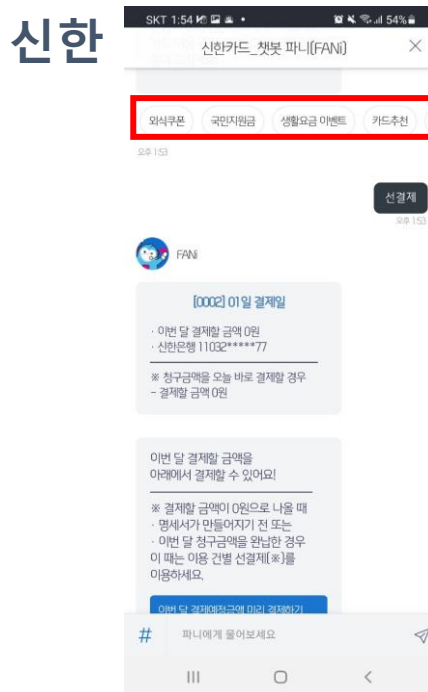
0

업무 처리 후에 뒤로 가기 명령 시에 챗봇으로 복귀

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

히스토리 답변 사용



가능 여부

O

X

X

분석

과거 질문에 대한 버튼
사용 가능

과거 질문에 대한 버튼
사용 불가

과거 질문에 대한 버튼 사용 불가
답변을 흐리게 만들어 사용 불가능
것을 직관적으로 인식 가능

전략

가능하다면 과거의 히스토리 답변 또한 사용 가능하도록 설계

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

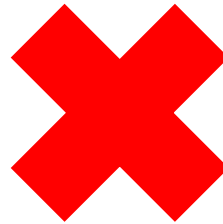
1-2. 챗봇 내부 UI/UX

상담 연결(채팅 외 유입)

신한



현대



삼성



제공 여부

0

X

0

분석

좌 하단의 # 버튼에서 Talk 상담원과 상담원 연결 제공

채팅 외 제공 X

좌 하단의 버튼에서 고객센터 연결 버튼 제공(번호와 전화 제공)

전략

상담원 연결이 필요한 경우가 많은 것으로 생각되므로 고객이 쉽게 접근할 수 있도록 설계
신한 카드와 같이 찾기 쉬운 곳에 배치

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

상담 연결(채팅 유입)



Talk 상담
제공 여부

0

분석

고객센터와 상담원 연결 제공

전략

주로 사용되는 고객센터와 Talk 상담 위주로 안내하되 삼성 카드와 같이 다양한 상담 안내를 제공
 신한 카드의 UI에서 고객센터와 상담원 연결을 주 버튼으로 설계 후 서브 버튼으로 삼성의 나머지 버튼을 설계

X

고객센터 번호만 제공

0

다양한 상담에 대한 연결을 버튼으로
제공

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-1. 챗봇 외부 UI/UX

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-1. 외부 UI/UX 전략

챗봇 외부 UI/UX 채택 표

분류	채택	구분
비회원 챗봇 채널 제공	신한, 삼성	동일
챗봇 아이콘 위치(앱)	신한, 현대, 삼성	동일
챗봇 아이콘 위치(웹)	신한, 삼성	동일
아이콘 애니메이션	삼성	수정 필요
아이콘 시작 말풍선	삼성	채택

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

2-1. 외부 UI/UX 전략

비회원 챗봇 채널 제공



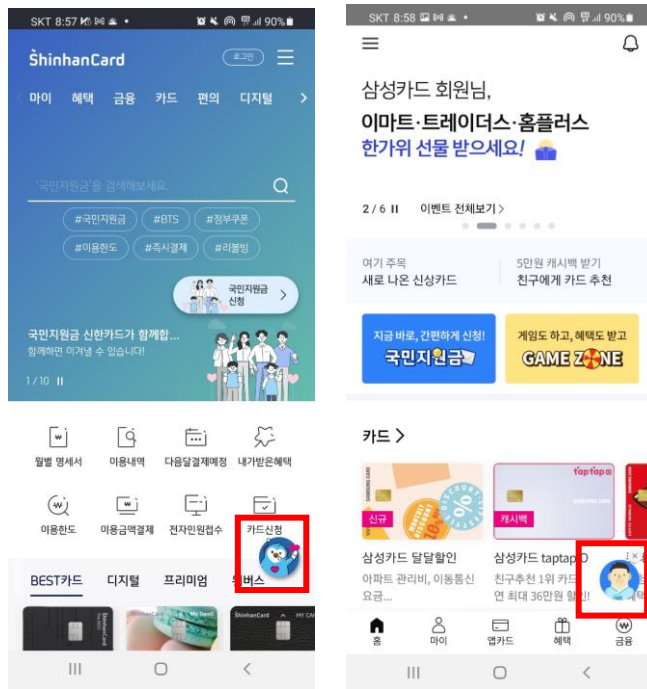
요약	비회원 챗봇 채널 제공
전략	X

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

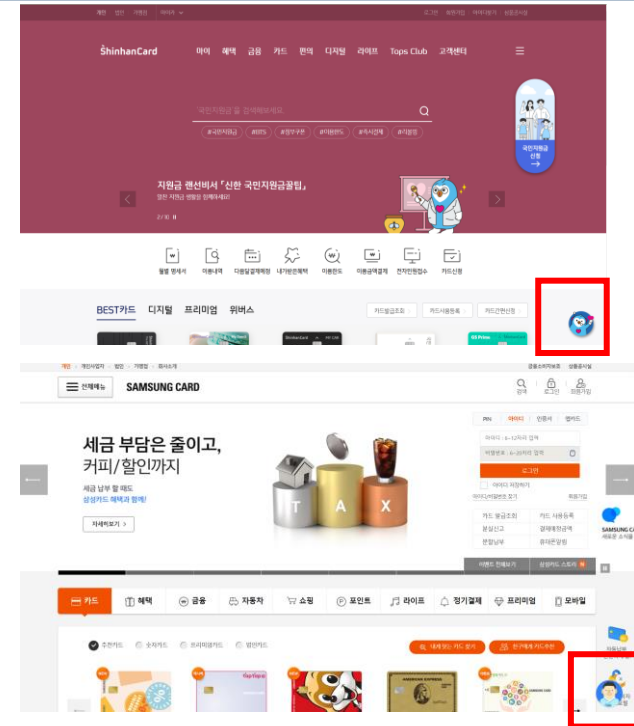
2-1. 외부 UI/UX 전략

챗봇 아이콘 위치

앱



웹



요약

타사와 같이 앱/웹 모두 우 하단에 배치

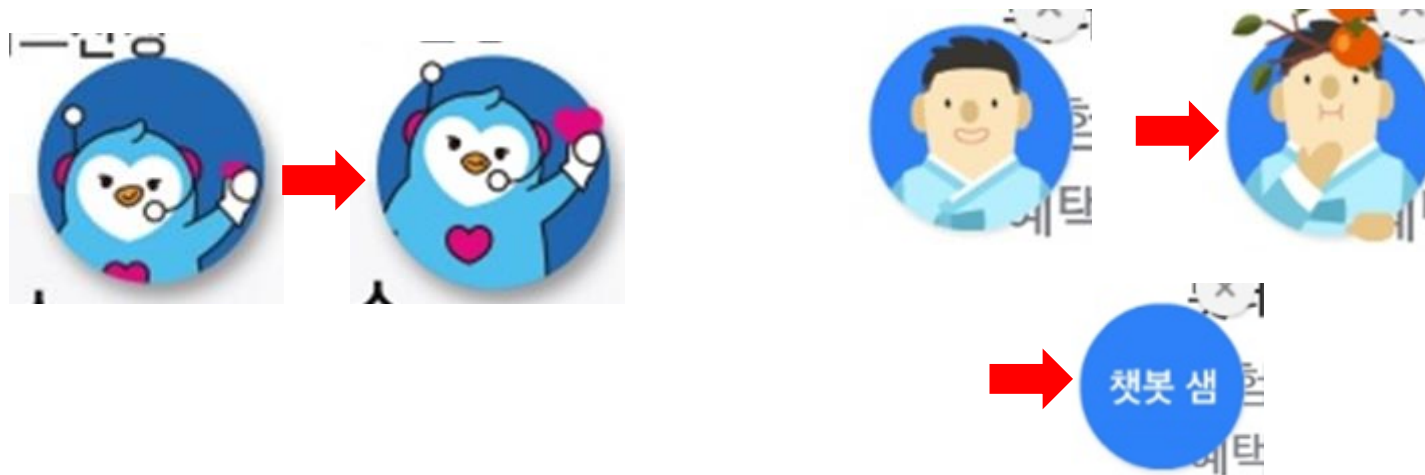
전략

이미 많은 경험으로 인해 고객은 우 하단이 챗봇 채널의 위치로 인식하고 있으므로 같은 위치로 설계
배경과 구분되는 색상을 사용하여 눈에 잘 띄도록 디자인

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

2-1. 외부 UI/UX 전략

챗봇 아이콘 애니메이션



요약

신한/삼성과 같이 챗봇 아이콘에 애니메이션 설계

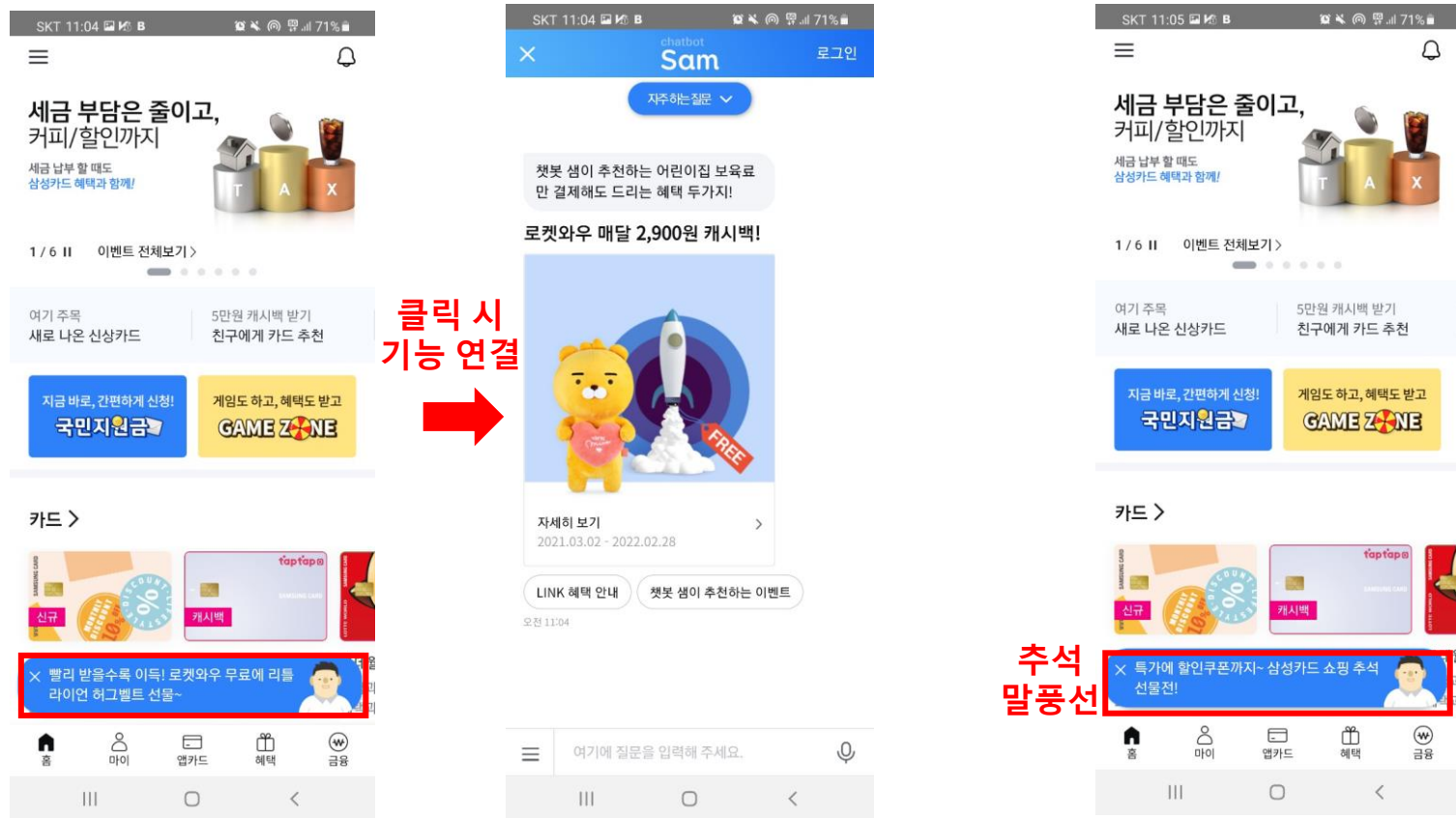
전략

자사 챗봇 마스코트 디자인에 따른 애니메이션 설계
삼성 카드와 같이 시점(추석 등)에 맞는 애니메이션을 사용하여 주목을 끌도록 설계

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

2-1. 외부 UI/UX 전략

아이콘 시작 말풍선(삼성)



전략

말풍선의 내용을 접속 시마다 바꾸면서 마케팅에 활용하고 클릭 시에 바로 해당 기능으로 연결
추석 등 상황에 따라 사용되는 말풍선을 변경 및 추가

1. 경쟁사 챗봇 UI/UX 분석

2-1. 외부 UI/UX 전략

챗봇 아이콘 말풍선



클릭 시
기능
연결

➔



추석
말풍선

요약

삼성과 같이 아이콘 말풍선 설계

전략

상품 추천 등 마케팅 용도로 활용
시기, 상황에 따라 말풍선을 바꾸며 활용
말풍선을 누르면 바로 해당 기능을 연결해 주는 챗봇 메시지 연동

1-2. 챗봇 내부 UI/UX

2-2. 내부 UI/UX 전략

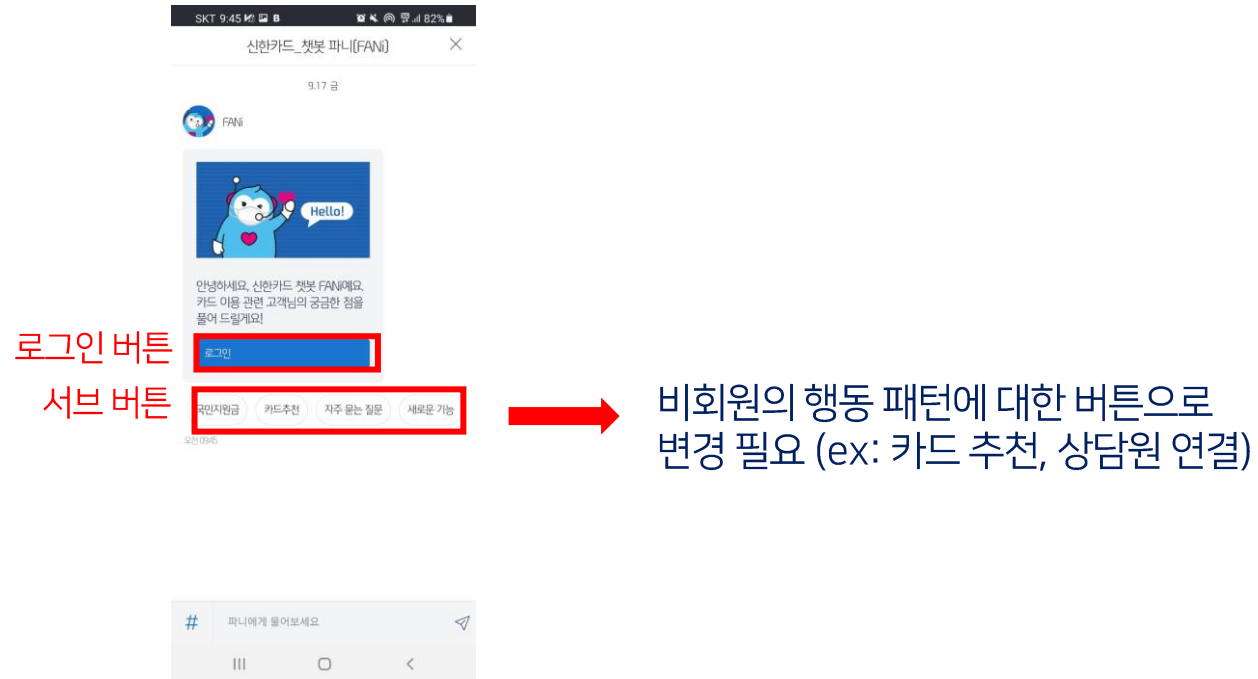
챗봇 내부 UI/UX

분류	채택	구분
시작 페이지(비 로그인)	신한	수정필요
시작 페이지(로그인)	삼성	수정필요
자주 찾는 질문(유입 경로)	삼성	수정필요
자주 찾는 질문(상세)	신한	동일
자동 완성 기능	신한	동일
업무 연결 방법	신한	동일
뒤로 가기	신한, 현대, 삼성	동일
히스토리 답변 사용	신한	동일
상담 연결(채팅 외 유입)	신한	동일
상담 연결(채팅 유입)	신한, 삼성	수정 필요

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

시작 페이지(비 로그인)



요약

신한 카드와 같은 방식으로 설계 및 서브 버튼 카테고리는 변경

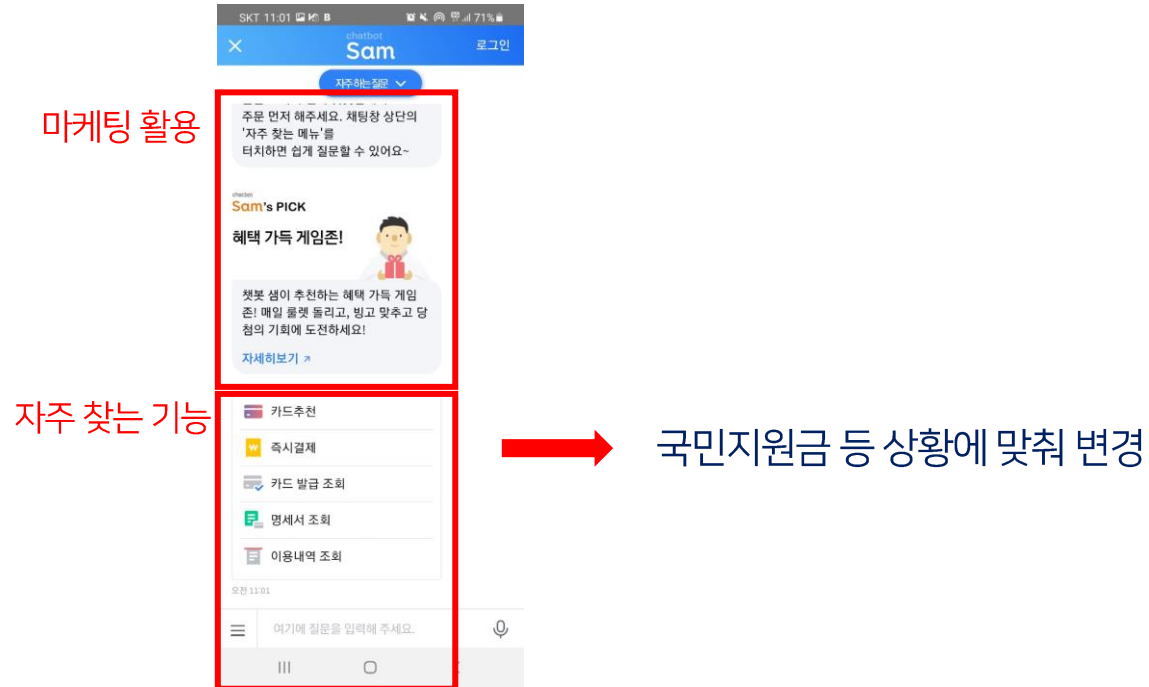
전략

3사 중 가장 **로그인이 편리**했던 신한 카드 챗봇 UI 채택
서브 버튼의 경우엔 **비회원의 가입 과정을 고려**하여 재설계 필요

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

시작 페이지(로그인)



요약

삼성 카드와 같은 방식으로 설계 및 자주 찾는 기능은 상황에 따라 종류 변경

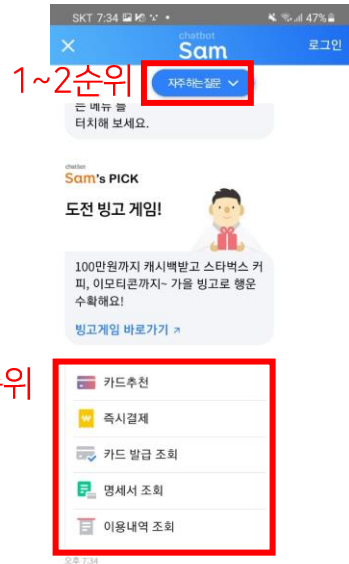
전략

첫 메시지를 **마케팅** 용도로 사용
자주 찾는 기능을 마지막에 두어 찾기 편하게 하며 **아이콘**을 **사용**하여 기능을 직관적으로 인지

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

자주 찾는 질문(유입 경로)



1~3순위

자주 찾는 질문 버튼이 많으므로 이 부분은 신한 카드처럼 상담원 연결 등을 편의 기능배치 고려

요약

자주 찾는 기능을 우선 순위에 따라 배열 후에 점차 개수를 늘려가며 배치
(메시지에는 1순위 5개, 상단 버튼에는 1~2순위 15개 등...)

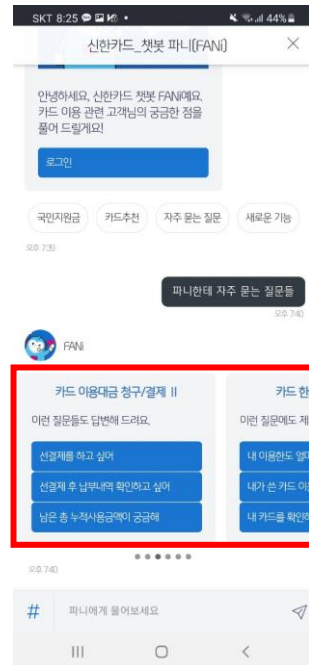
전략

자주 찾는 질문 중 빈도 수가 높은 것을 시작 페이지에 배치하는 것은 좋지만 상단 버튼과 좌하단 버튼 모두 자주 찾는 질문을 위해 사용되는 것은 과하다 판단됨
좌 하단 버튼의 경우 신한 카드와 같이 상담원 연결, 처음으로 등 편의 기능을 배치하는 것을 고려해볼 수 있음

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

자주 찾는 질문(상세)



요약

신한 카드와 같은 방식으로 설계

전략

카테고리 별로 박스로 만든 후 각 카테고리에 해당하는 질문을 버튼 형식으로 제공
3사 UI 중에 가장 고객이 찾기 편하다고 생각됨

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

자동 완성 기능

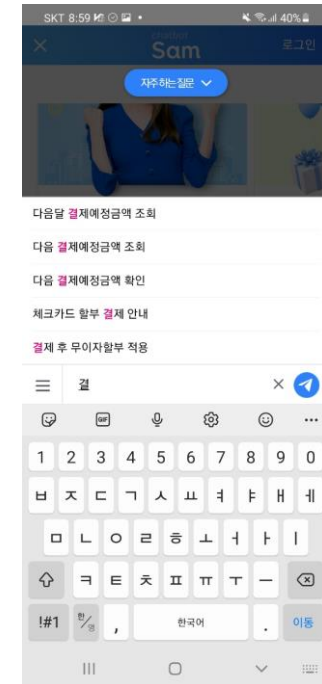
신한



현대



삼성



요약

신한 카드와 같은 방식으로 설계

전략

자동 완성을 제공하는 글자 수의 차이 정도만 존재하고 3사 모두 큰 차이는 없음(글자 수 차이)
 신한 카드의 경우 결제와 관련된 입금 등에 대한 자동완성을 제공하는 등 해당 단어에 대한 관련 업무를 자동 완성이 제공

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

업무 연결 방법



요약

신한 카드와 같은 방식으로 설계

전략

그림을 활용하여 현재 진행하는 기능의 정보를 직관적으로 제공
 기능을 주 기능과 여기서 파생되는 서브 기능을 나누어 **구분할 수 있는 버튼으로 제공**(색상, 크기 등 활용)
 → 현재 수행하고 있는 업무를 확실히 인지할 수 있게 하고 주 기능을 빠르게 구별

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

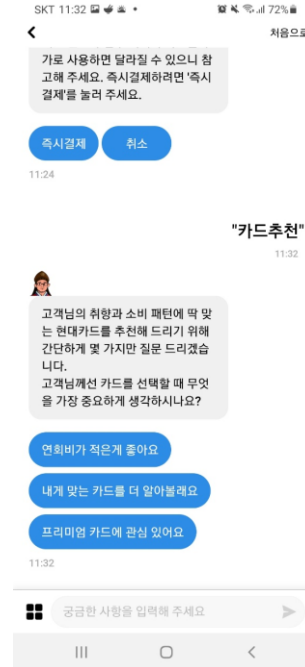
2-2. 내부 UI/UX 전략

뒤로 가기

신한



현대



삼성



요약

업무 수행 후 뒤로 가기 시에 챗봇으로 복귀(3사 모두 같은 방식)

전략

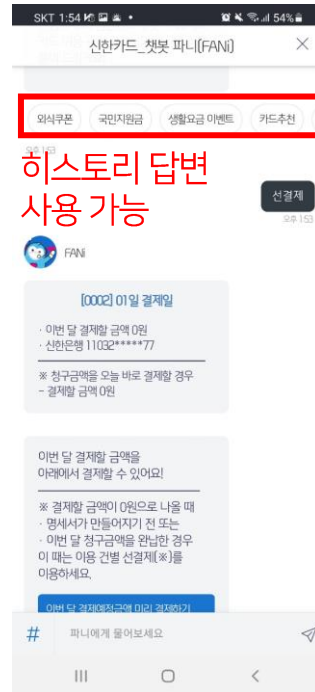
X

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

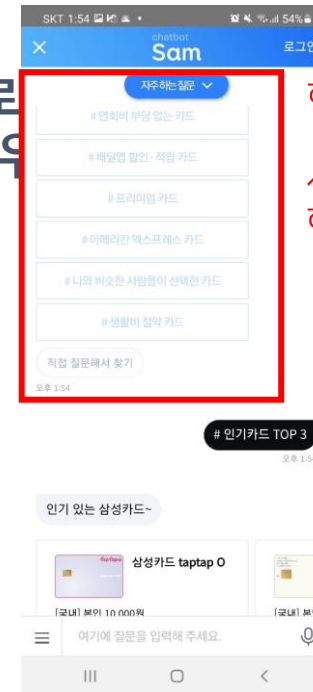
히스토리 답변 사용

신한
(기술적으로
가능한 경우



히스토리 답변
사용 가능

삼성
(기술적으로
불가능한 경우



히스토리 답변 사용 불가

사용 불가능한 것을 답변을 흐리게
하여 쉽게 인지

요약

신한 카드와 같은 방식으로 설계(기술적으로 문제가 될 시에는 삼성 카드)

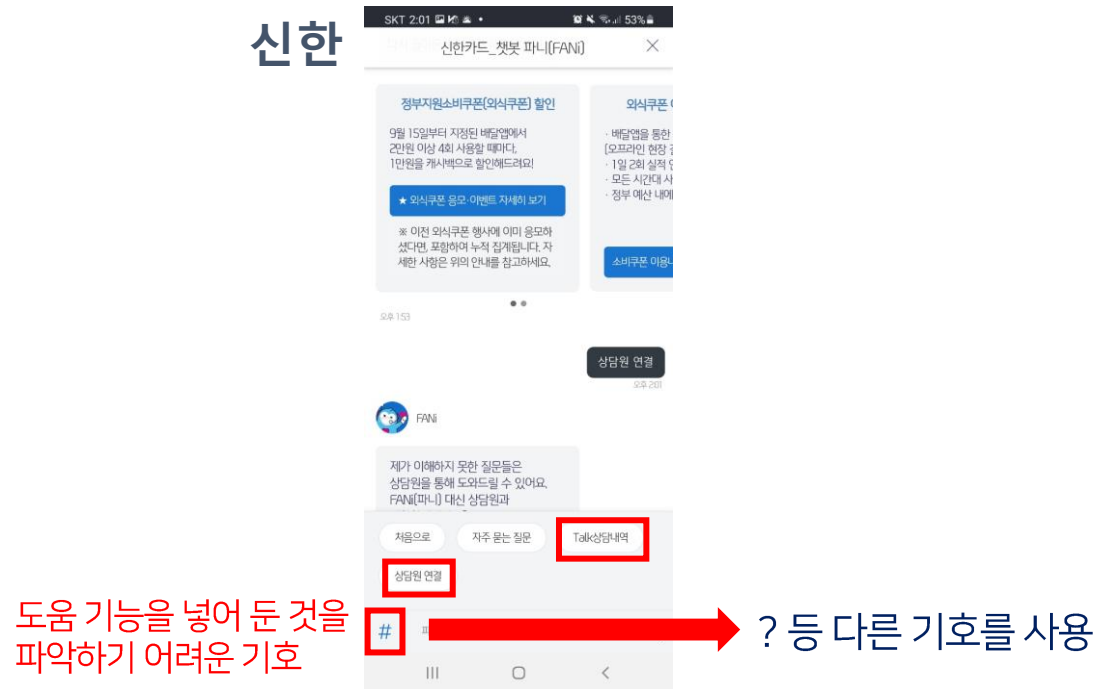
전략

신한 카드의 경우 히스토리로 있는 답변 또한 기능을 사용할 수 있으며 고객 입장에서 편리할 것으로 예상
기술적인 구현이 힘들 경우엔 삼성 카드와 같이 과거 답변을 흐리게 표시하여 사용 불가능한 것을 인지하기 쉽게 설계

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

상담 연결(채팅 외 유입)



요약

신한 카드와 같은 방식으로 설계

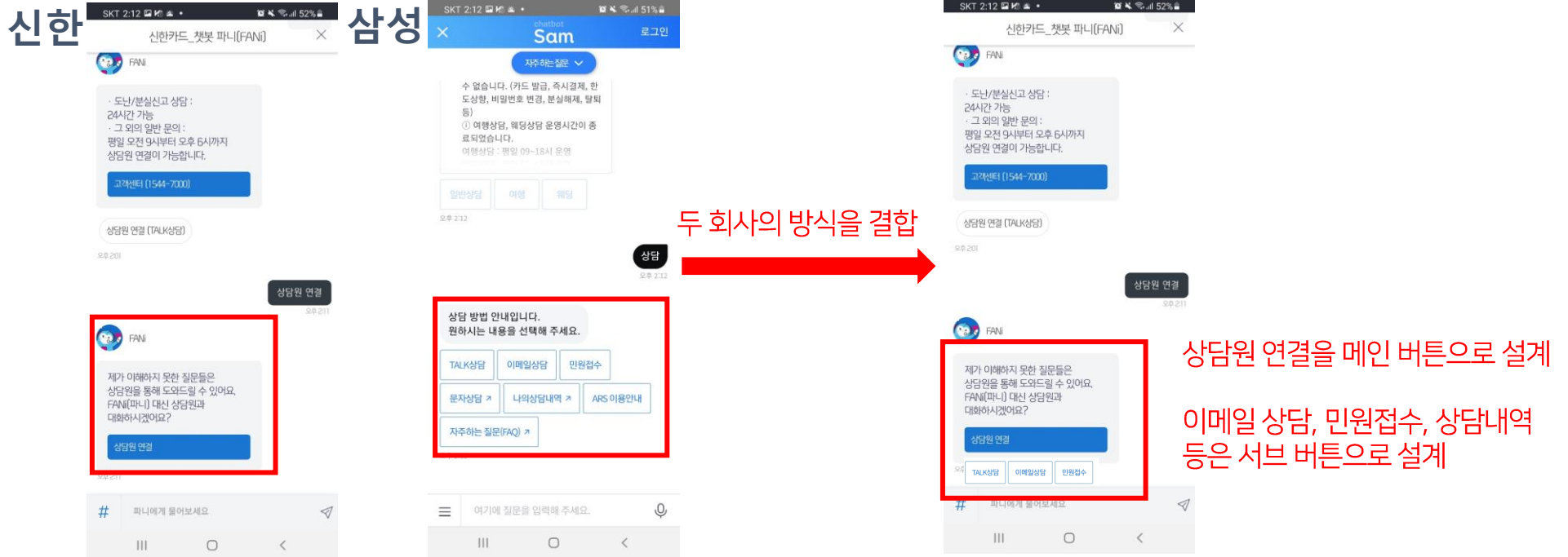
전략

버튼을 누르면 상담원 연결 등 챗봇을 사용하면서 꼭 필요한 기능을 모아 설계
버튼 자체는 타 플랫폼의 해시 태그 느낌이 있어 도움을 주는 버튼이란 걸 인지하도록 기호를 변경

2. 자사 챗봇 UI/UX 전략

2-2. 내부 UI/UX 전략

상담 연결(채팅 유입)



요약

신한 카드와 삼성 카드의 방식을 결합하여 설계

전략

신한 카드의 UI를 진입이 용이하도록 메인 버튼으로 설계
삼성 카드에서 제공하는 여러 상담 기능에 대한 안내를 서브 버튼으로 설계하여 고객이 다른 상담을 원할 때에 진입이 용이하도록 설계

END OF DOCUMENT