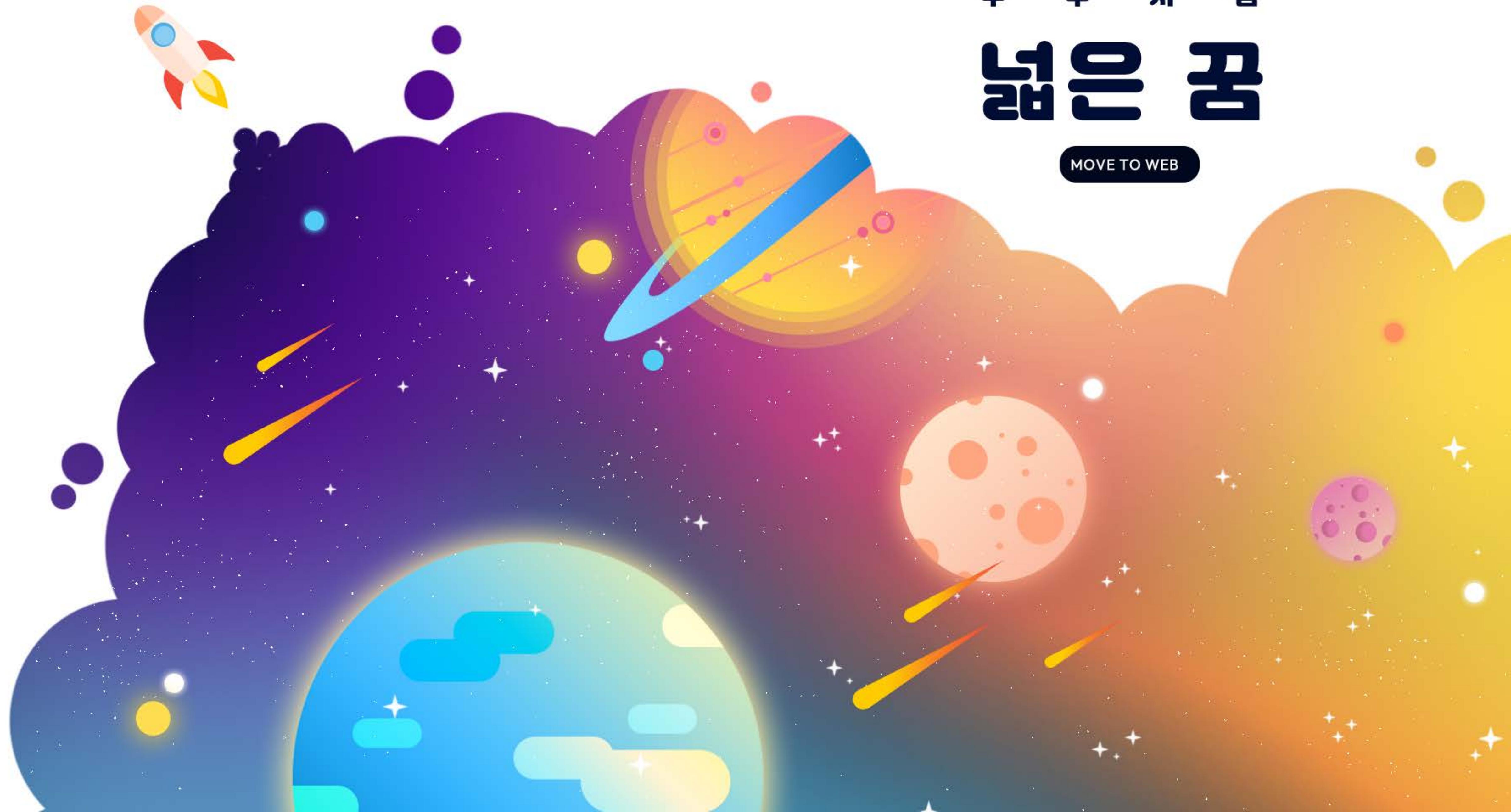


우 — 주 — 처 — 럼

넓은 꿈

MOVE TO WEB



Contents



모바일 UI/UX
에스엘플랫폼



모바일 UI/UX
내셔널 지오그래픽

공감하는 디자인을 꿈꾸는 디자이너 김효진입니다.

'의미가 없는 디자인은 없다.'

좋은 디자인이란, '디자인의 의도와 의미를 파악하는 것'이 좋은 디자인이라고 생각합니다. 선 하나를 만들어도 단순히 만드는 것이 아닌, 의미가 있는 선을 만들어야 한다고 생각 합니다. 의미가 있는 디자인을 만들어 서로가 **공감하고** 의미가 있는 디자인을 만들고 싶습니다.



Profile

김효진 | Kim Hyojin
1993. 11. 09

Education

방송통신대학교 2021년 ~ 2022년 문화교양학과 졸업
수원과학대학교 2013년 ~ 2015년 산업디자인과 졸업

Career

에스엘플랫폼 2023년 01월 ~ 2024년 02월
이젠솔루션 2020년 10월 ~ 2021년 12월
온라인파워스 2019년 08월 ~ 2020년 09월
씨와이커뮤니케이션즈 2017년 03월 ~ 2019년 01월

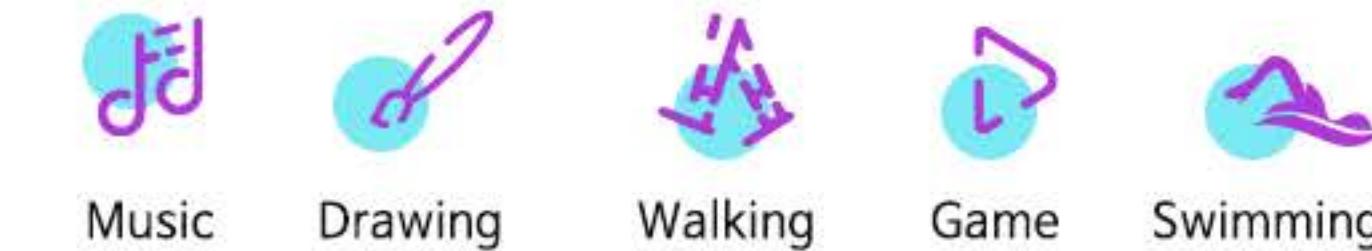
Certification

ACA(Adobe Certified Associate) 2014년 10월
컴퓨터그래픽스 운용기능사 2013년 4월

Tools



Interests



Music Drawing Walking Game Swimming

Design

여기서부터는 디자인 포트폴리오입니다.

디자인 포트폴리오에는 에스엘플랫폼, 내셔널 지오그래픽, 신한카드 프로모션, 서울우유가 있습니다.

에스엘플랫폼

모바일 UI/UX

내셔널 지오그래픽

모바일 UI/UX

서울우유

UI/UX 디자인

신한카드 My렌탈

이벤트 프로모션

UXUI 모바일 앱

NATIONAL GEOGRAPHY

GO TO MOBILE 



해상도 Iphone 12

프로그램 Photoshop / Ai / Xd

기여도 100%

OVERVIEW

환경을 생각하는 브랜드로 동물 실험을 하지 않고 친환경 소재를 사용합니다.
깨끗한 공정으로 소비자들이 선호하는 브랜드이고 다양한 연령대의 소비자 층이 있습니다.
브랜드의 기본 성향을 바탕으로 자연친화와 심플함을 컨셉으로 기준 단조로운 모노톤에서
로고 색을 응용해서 시선을 주목시켰습니다.

쇼핑몰 트렌드를 반영하여 커스텀 기능과 VR 기능을 합친 서비스를 기획했으며,
정해진 시간에 주문하면 당일 발송되는 빠른 배송 서비스도 추가했습니다.

BRAND VISION



+



AS IS

흥미가 없고
단조로운 UI 디자인

다양하지 않은 리뷰

느린 배송 서비스

TO BE

흥미를 유발하는 애니메이션
다채롭고 눈에 들어오는 UI

모델 및 스태프들의 리뷰와
사이즈별 다양한 리뷰

시간별대 주문 시
오늘 안으로 배송

STRATEGY & CONCEPT

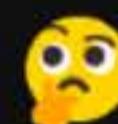
앱을 분석한 결과를 바탕으로 리뉴얼 할 앱의 방향성 및 전략을 합니다.
로고의 노란색을 응용하여 앱을 전반적으로 산뜻한 분위기를 내도록
기획했습니다. 디테일한 필터 기능과 나만의 커스텀 디자인을 만드는
DIY 기능을 추가하여 비주얼 커머스와 AI 기능을 확대시켰습니다.
녹색 소비를 선호하는 밀레니엄 세대들의 기호에 맞게 친환경주의
컨셉을 부각시켰습니다.



USER RESEARCH

사용자 리서치를 통한 방향성 도출

쇼핑몰 시장이 점점 커지면서 다양한 리뷰와 상품, 배송을 원하는 소비자들이 늘어나고 있습니다. 이러한 소비자들이 늘어남에 따라 쇼핑몰 시장의 방향성은 상품의 폭넓은 선택과 빠른 서비스 시스템이 트렌드로 발전하게 되었습니다.



상품을 구매할 때 망설이게 되는 이유는?

62% 리뷰가 적어 제품을 고르기가 힘들어요

9명

54% 가격에 비해 소재가 안 좋아요

7명

43% 직접 입어보고 싶어요

4명

22% 너무 비싸요

2명

이바다 30세 직장인

상품 후기가 너무 적어요

디테일한 상품 후기가 있었으면 좋겠어요

윤보라 28세 직장인

쇼핑몰이 너무 딱딱해요

블랙&화이트 보다 다양한 색상이 보고 싶어요

김빛나 23세 대학생

가격에 비해 소재나 원단이 안 좋아요

돈이 너무 아까워요

UX SCENARIO

더 나은 앱을 구축하기 위해서는 사용자가 무엇을 원하고 필요로 하는지 알아야 합니다.
분석을 통하여 기존 앱의 장단점을 파악하고 보완하여 사용자가 앱을 사용하는 데 불편함이
없게 합니다. UX SCENARIO는 사용자의 행동 중심으로 작성했습니다.



Situation

사용자들은 원하는 상품을 사기
위해 쇼핑몰 앱을 사용합니다.



Search

자신에게 어울리는 사이즈, 색상,
스타일 등 원하는 상품을 검색합니다.



Problem

복잡한 UX와 부족한 정보로
이용에 어려움을 겪습니다.

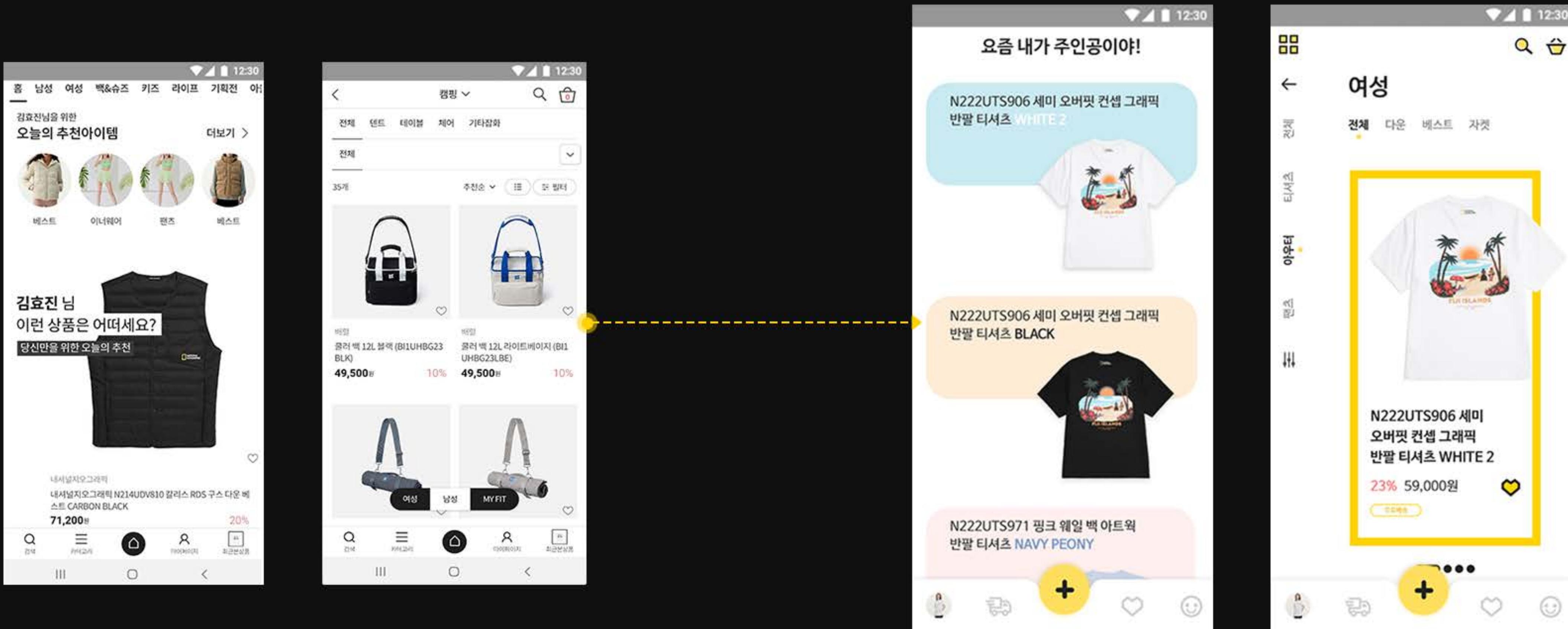


Needs

접근성이 쉬운 UX, 폭넓은 정보를
쉽게 검색하거나 찾아볼 수 있는
앱이 필요합니다.

ANALYSIS

현재 운영되고 있는 앱은 모던 스타일이 메인 컨셉이고 단조로운 느낌이 드는 디자인입니다.
내셔널 지오그래픽만의 장점인 친환경에 대한 공정 및 프로세스를 설명하는 홍보글이 소비자의 호기심과
앱 서비스를 이용하고 싶은 생각을 감소시킬 수 있습니다. 내비게이션과 탭바에 중복되는
기능들이 있어 컨텐츠 공간이 좁아보입니다. 전반적으로 상품 소개와 설명에 중점을 맞췄습니다.



STYLE CONCEPT

COLOR SYSTEM



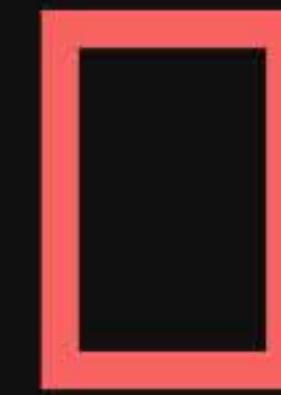
Primary Color

#FFD800



Primary Color2

#232323



Content Color

#F86362



Sub Color

#8D8D8D

TYPO SYSTEM

내셔널 지오그래픽은 환경을 생각하는 Ultra Light

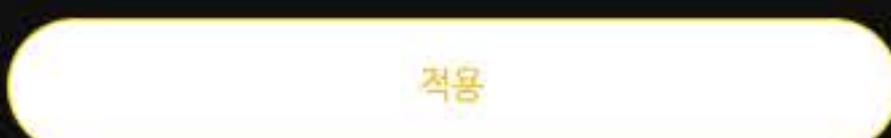
친환경 쇼핑몰 입니다. Light

동물학대를 금지하고, 윤리를 생각하며, Regular

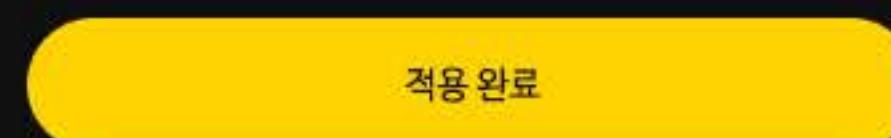
지구 보호에 동참할 수 있는 제품들을 만듭니다. Bold

BUTTON

Defalut



Active



Disabled



나눔바른고딕

모바일에 최적화된 고딕 폰트입니다.

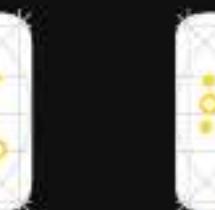
여러가지 형태의 타이포 타입으로 모바일에서 다양한 느낌을 보여주고,
또렷하게 보여주므로 육안에 잘 보입니다.

ICON

체형 Default

상체에 비해
하체가 발달한 편하체에 비해
상체가 발달한 편전체적으로
가는 편다른 곳에 비해
허리가 잘록한 편상하체가
균형있는 편

체형 Active

상체에 비해
하체가 발달한 편하체에 비해
상체가 발달한 편전체적으로
가는 편다른 곳에 비해
허리가 잘록한 편상하체가
균형있는 편

마이페이지



배송 확인



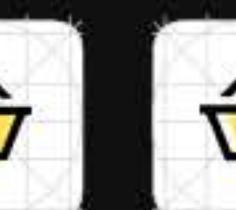
MY찜



장바구니



남성



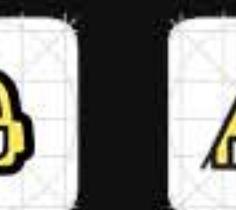
여성



어린이



악세사리



라이프



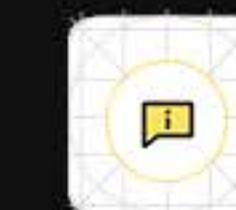
이벤트



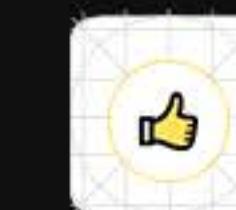
쪽북



돋보기



상세정보



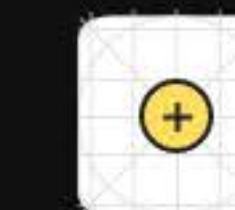
상품후기



상품 Q&A



판매자 정보



수량 증가



수량 감소



구매



휴지통



뒤로가기



주문관리



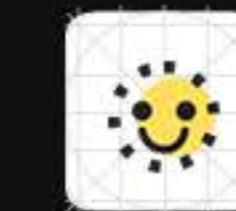
혜택관리



1:1 문의하기



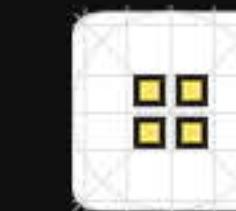
문의관리



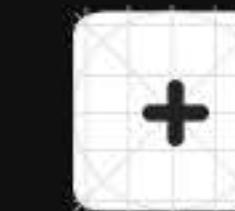
회원정보 수정



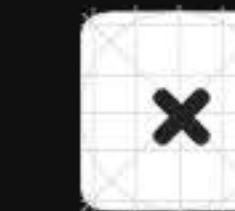
계좌등록/관리



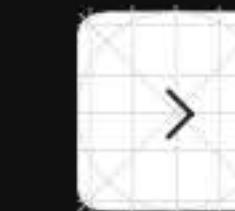
상품 리스트



상세 더보기



상세 더보기 닫기



더보기



자물쇠

문의 작성
없을 때후기 작성
없을 때

확인 & 완료



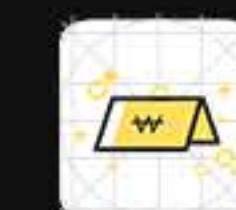
취소 & 경고



카드 등록

장바구니
없을 때

계좌 없을 때



계좌 등록 완료



보유 쿠폰



마일리지

APP ICON

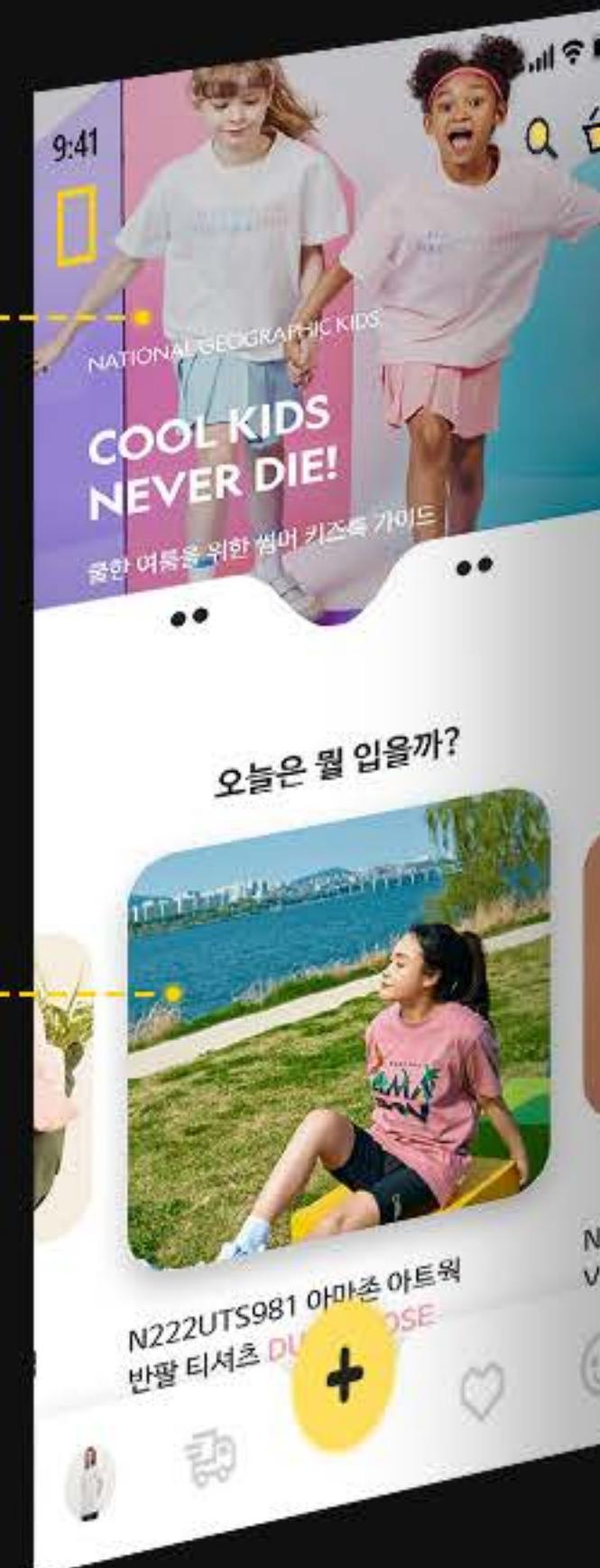


초미니멀리즘 디자인이 중점이었던 앱 아이콘에서 '스퀘어모피즘'을 활용하여
타 앱 아이콘들과 다르게 화려하고 밝고 활기가 넘치게 주어 차별성을 줍니다.

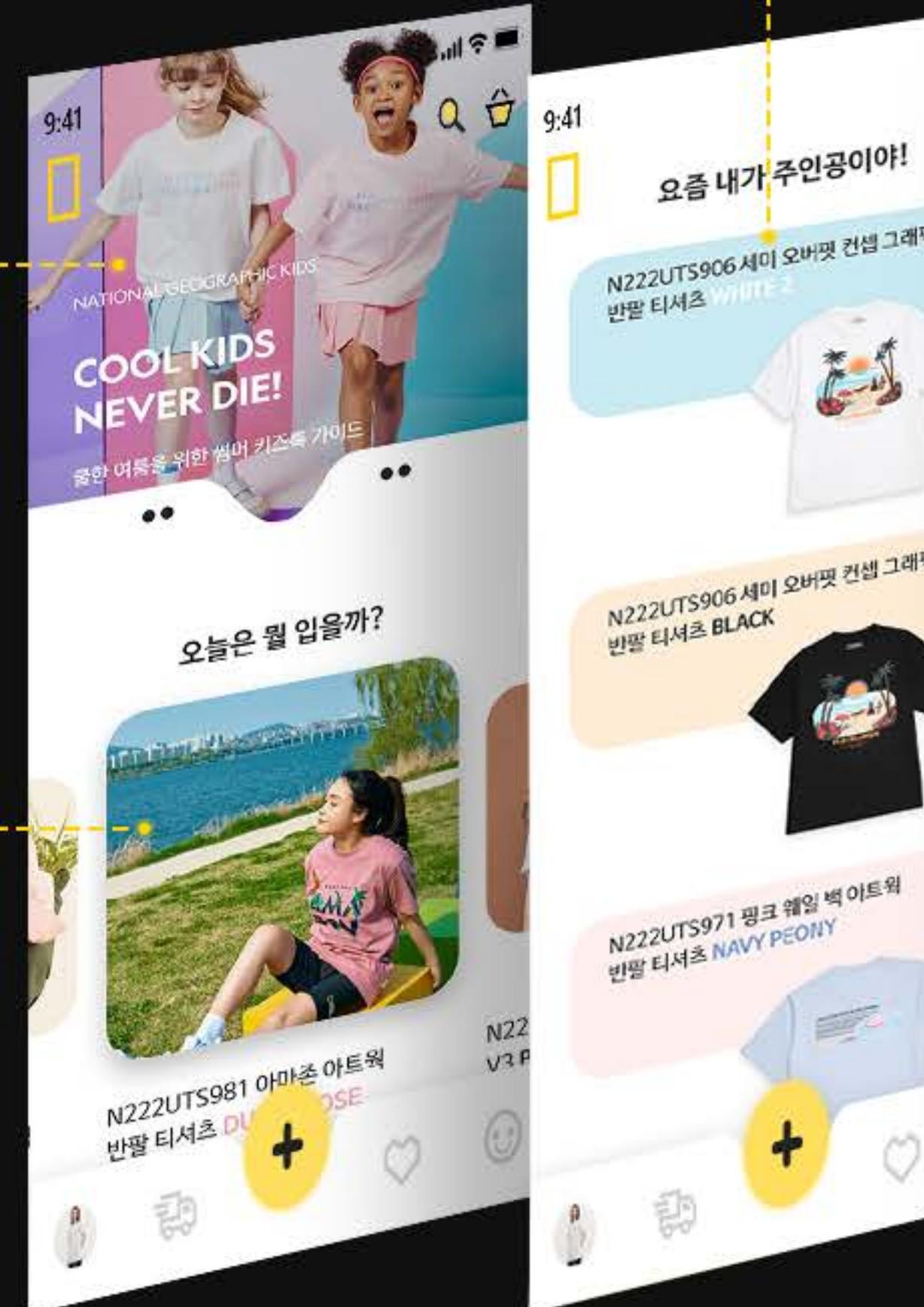
블랙의 단조로움에서 로고를 부각하고자 채도가 높은 블루 계열의 컬러로 사용자의
시선을 로고에 더 맞췄습니다. 또한, 블루, 퍼플 계열은 자연친화적인
내셔널 지오그래픽의 모토로서, 바다와 우주를 상징합니다.

MAIN

배너 •
진행중인 이벤트를 보여줍니다.



최신 상품 •
최신 상품들을 보여줍니다.



추천 상품

구매 횟수가 많거나
인기가 많은 상품입니다.

당일 배송

정해진 시간내로 주문하면
당일에 배송되는 기능입니다.



• **홍보 컨텐츠**
생산 과정에서 안정성 및
친환경을 중요시 한다는
홍보 컨텐츠입니다.

My DIY Custom

원하는 색상과 재질을 적용하여 나만의
DIY 상품을 만들 수 있습니다.



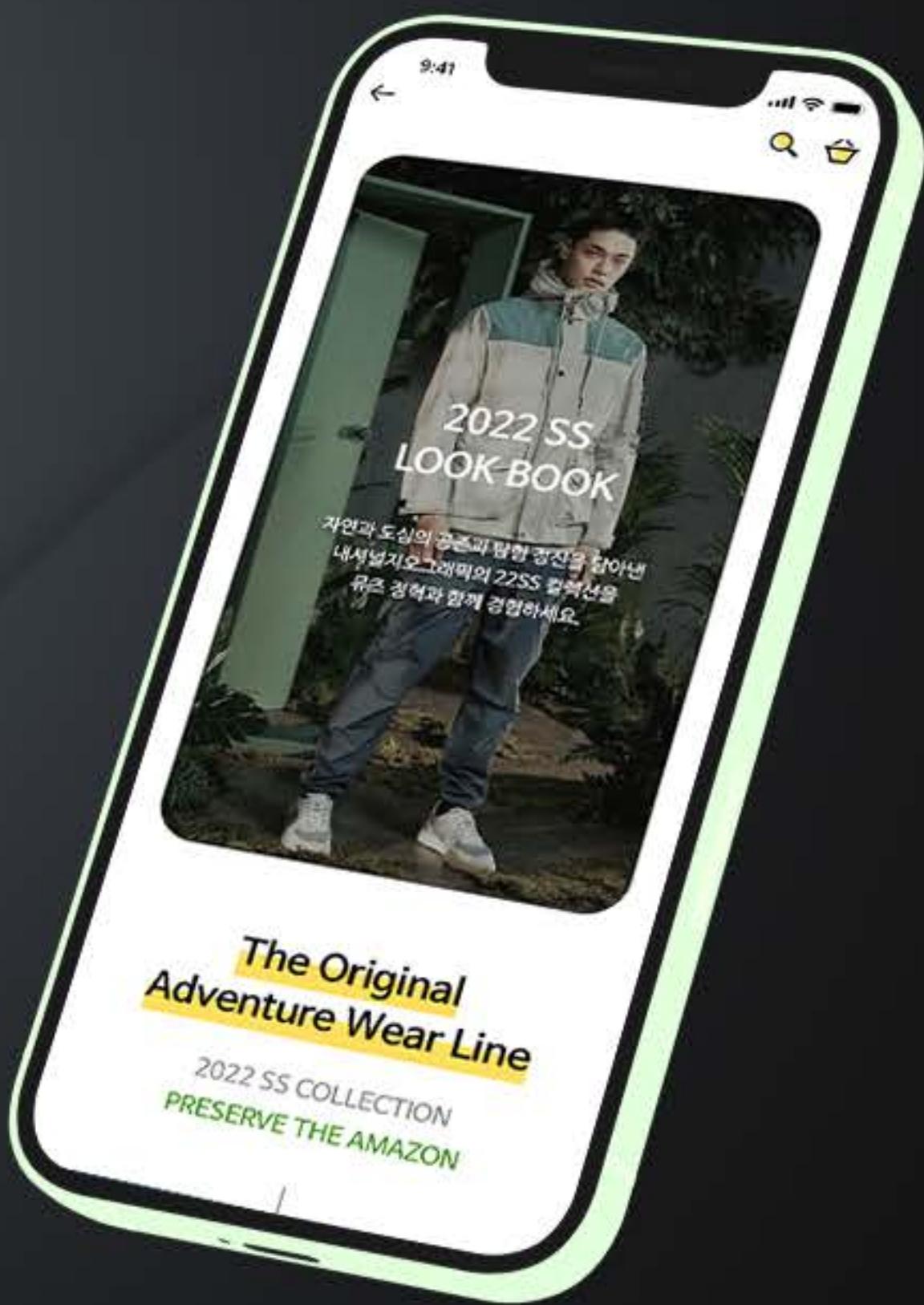
기본으로 제공하는
색상과 재질입니다.

선택한 색상과 재질에
따라 상품이 바뀝니다.

360°를 누르면
운동화가 회전을 합니다.

LOOKBOOK

시즌 베스트 상품을 모은 페이지입니다.
플랫 디자인이지만 다양한 레이아웃으로
이목을 집중시켰습니다.



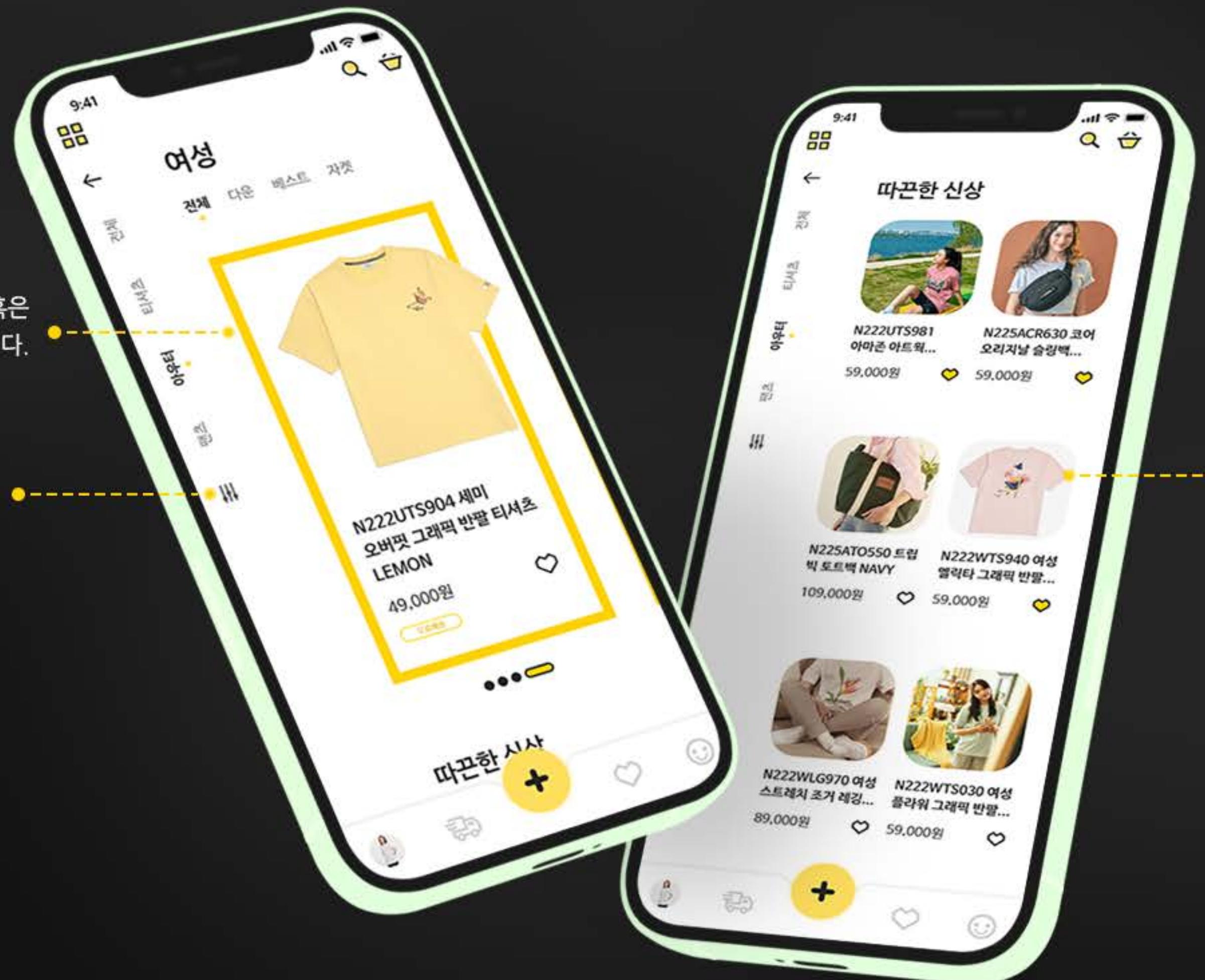
Product List

GO TO MOBILE

인기 상품 혹은
베스트 상품을 보여줍니다.

상품을 검색할 수 있는
필터가 나옵니다.

인기 상품 다음으로
최신 상품을 보여줍니다.



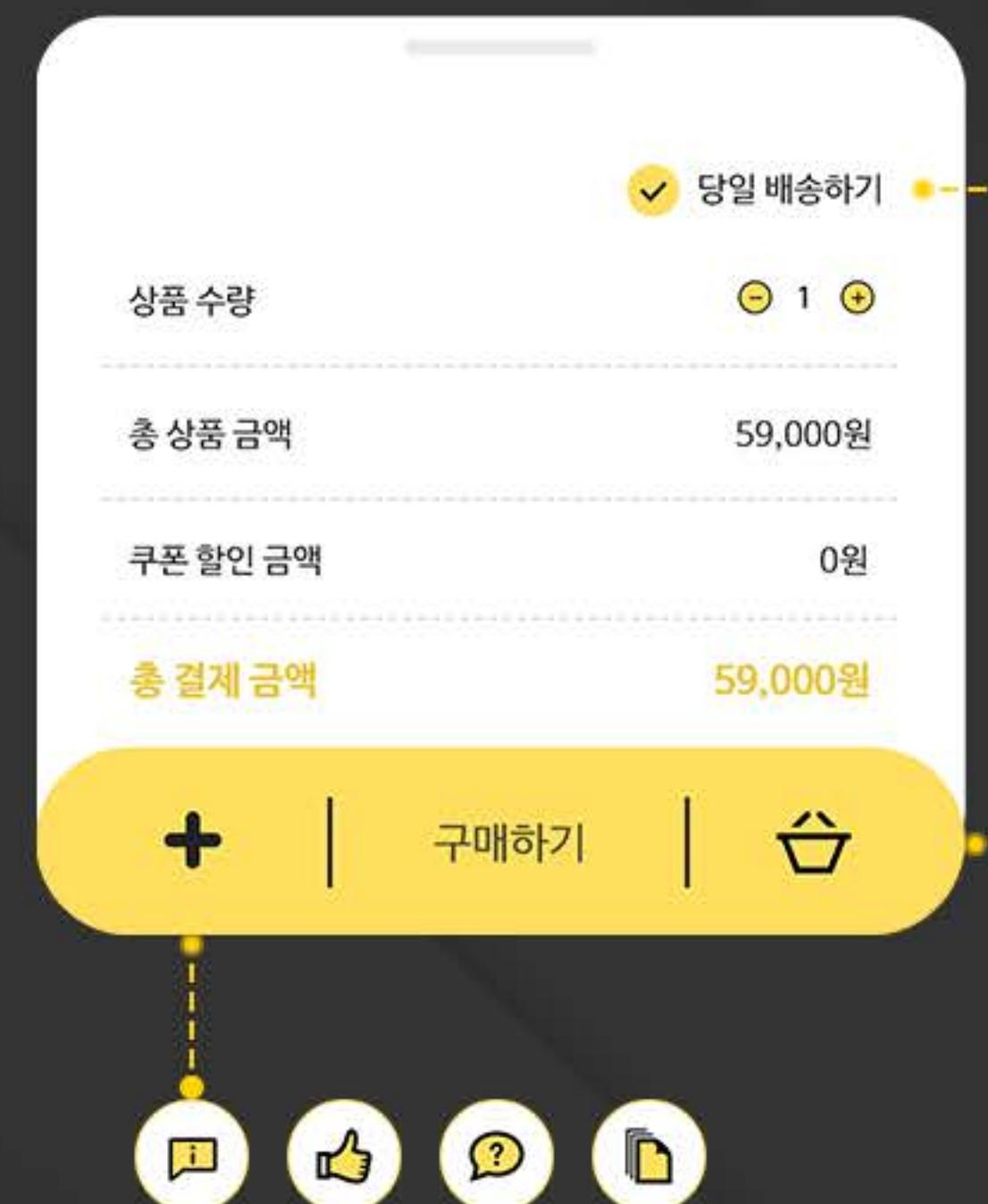
Product Detail

GO TO MOBILE



각 아이콘을 누르면
해당 컨텐츠가 보여집니다.

구매하기를 누르면 구매창이 나옵니다.



✓ 당일 배송하기 ● 체크하면 당일 배송이
진행됩니다.

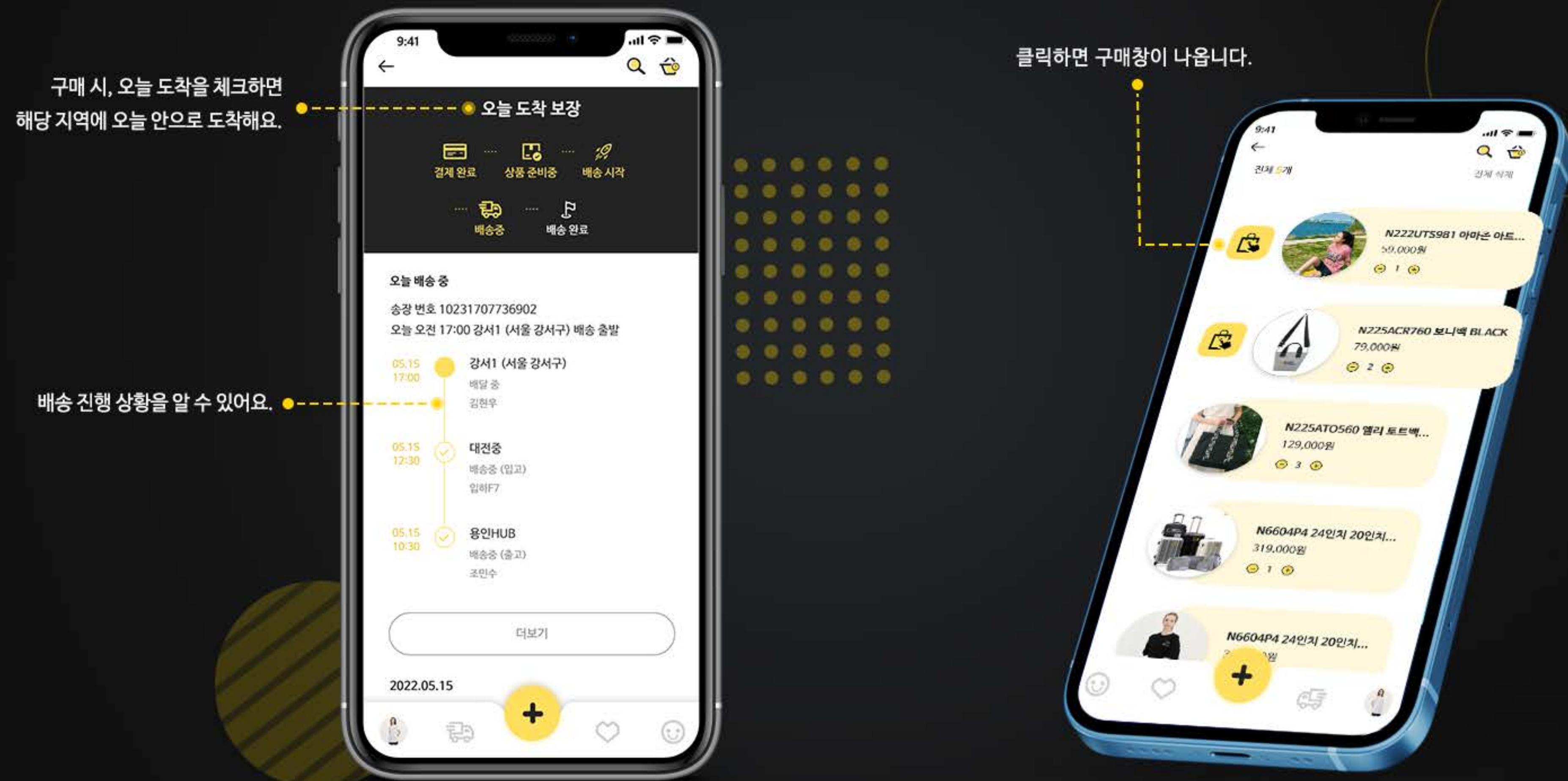
● 장바구니로 이동합니다.

플러스 버튼을 누르면 상품에 관련된
다른 페이지로 전환됩니다.

My Page

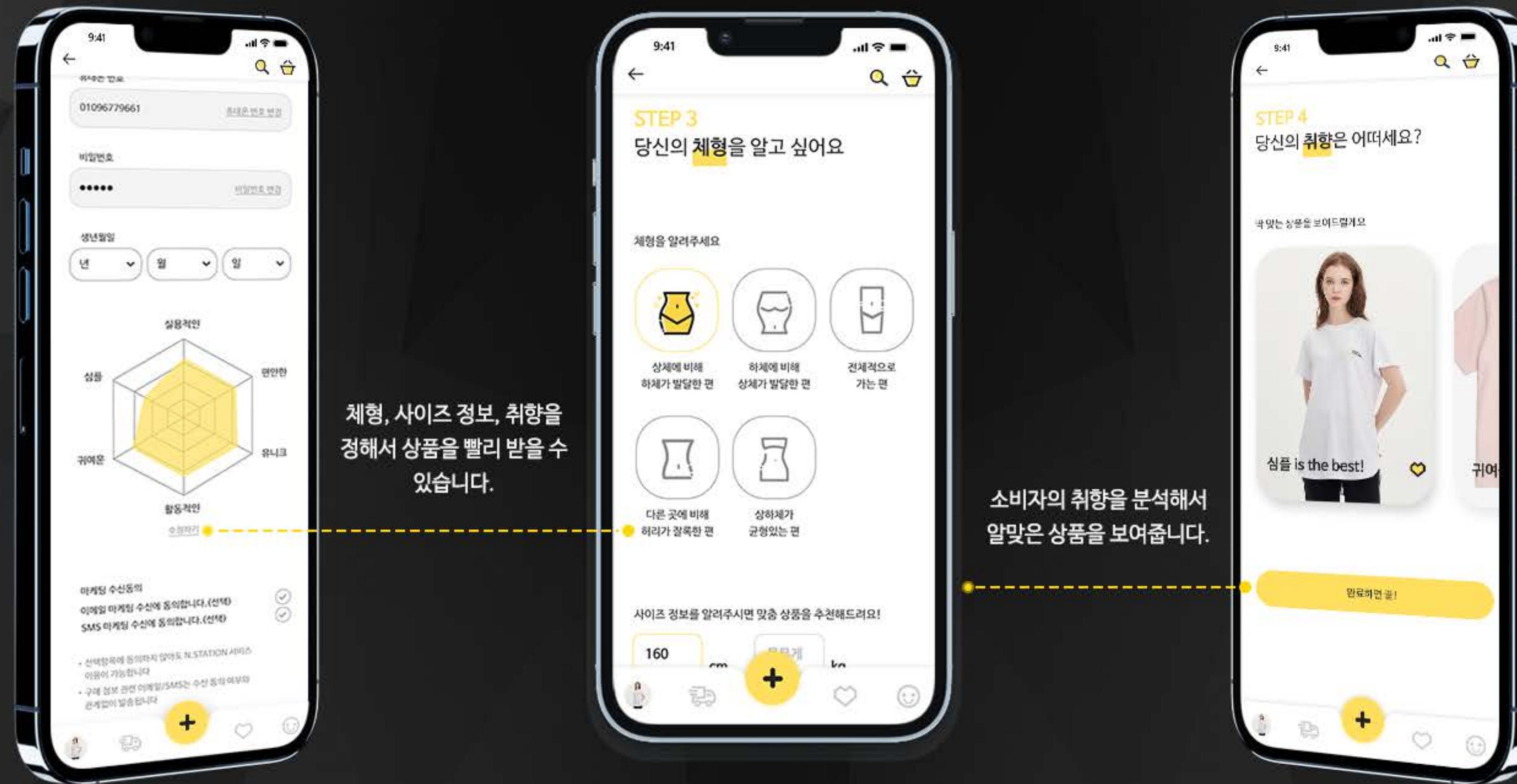


Purchase & Shipment



MY TYPE

빠르고 정확한 정보를 제공하기 위해 소비자의 정보와 취향을 파악합니다.



GO TO MOBILE



WEB UI/UX

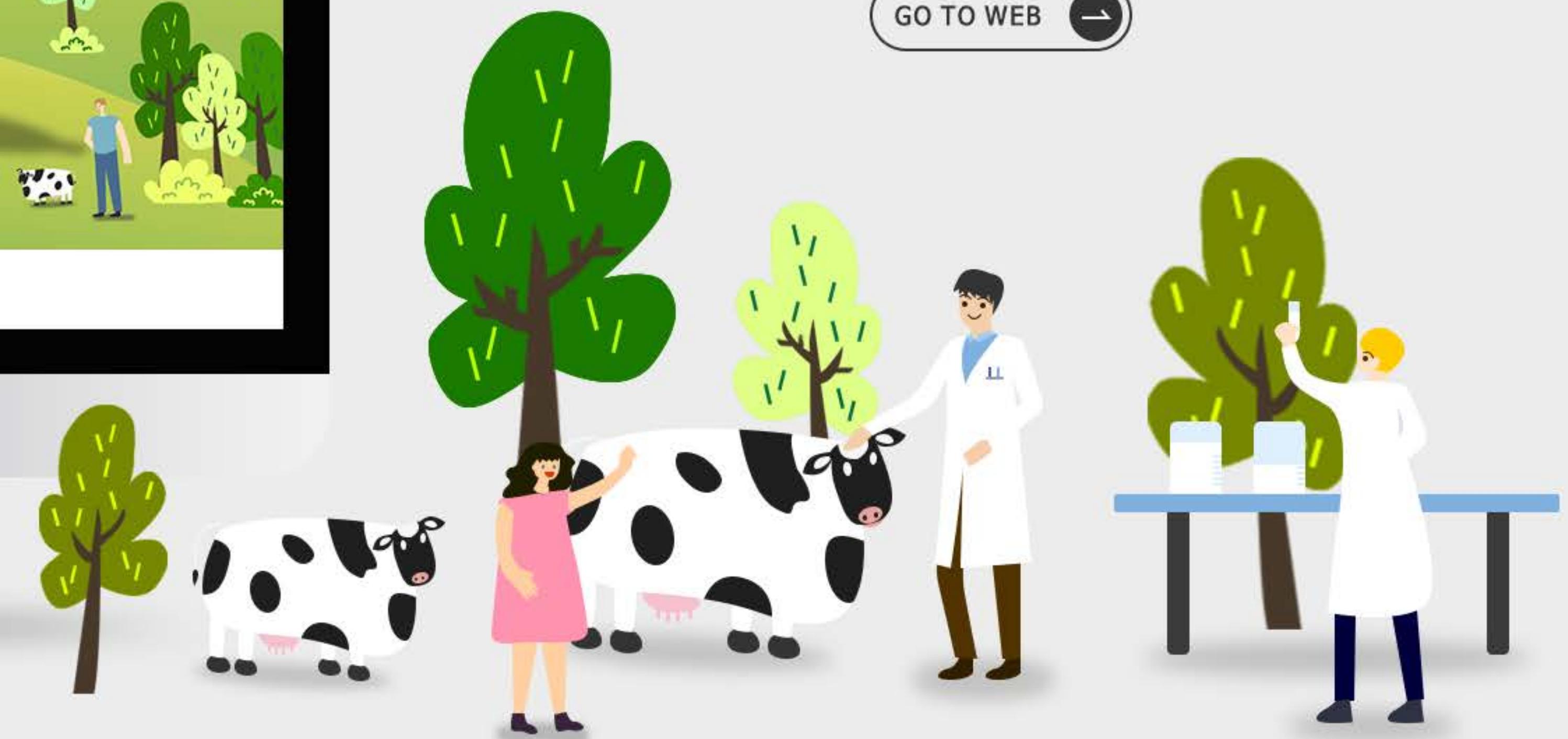
서울우유

해상도 1920 * 1080

프로그램 Photoshop / Ai

기여도 100%

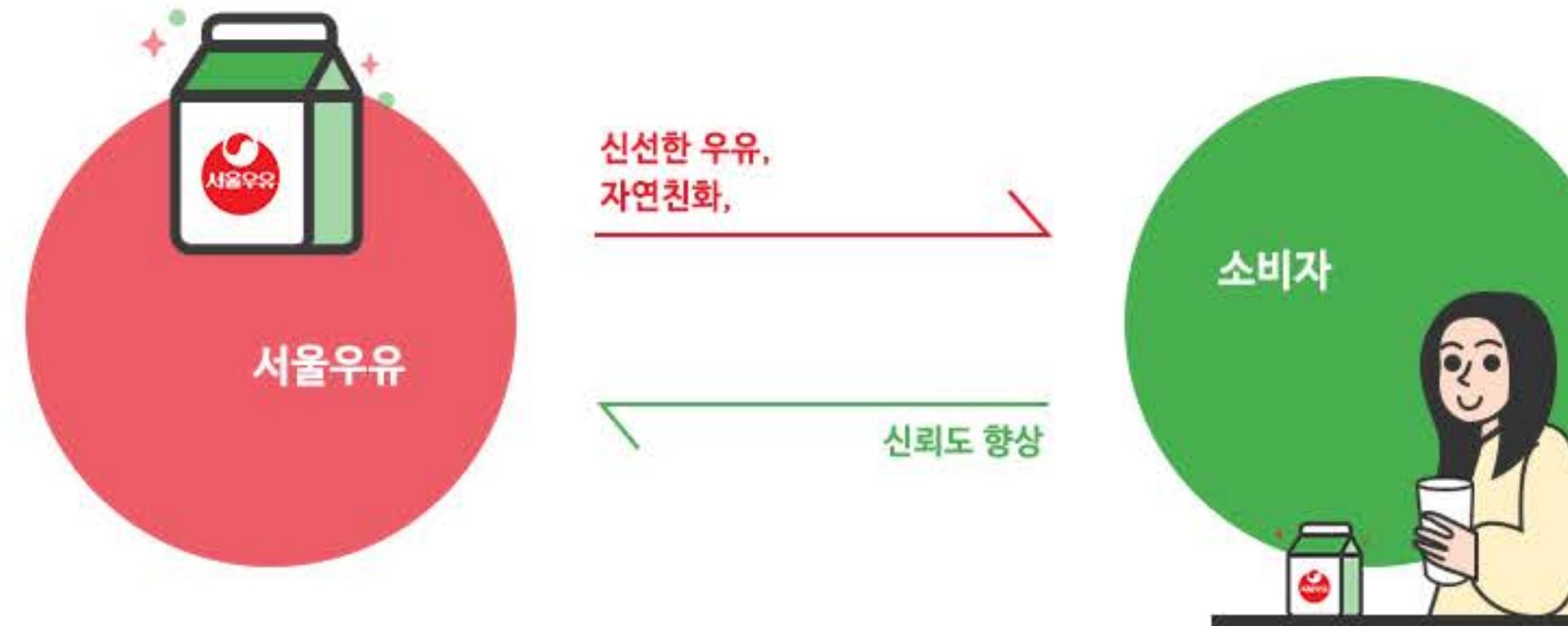
GO TO WEB



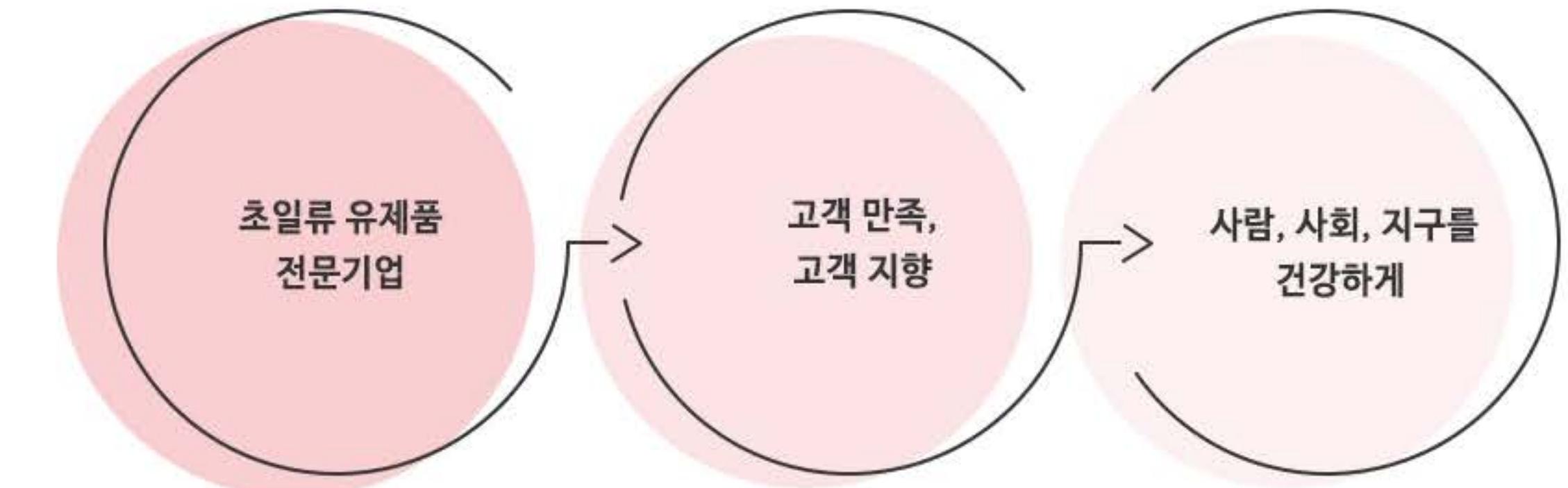
OVERVIEW

서울우유는 농업인의 경제, 문화, 사회적 지위를 향상을 기반으로 낙농업을 경영하는 조합원에게 필요한 기술, 자금, 정보 등을 제공하고, 조합원이 생산하는 상품의 유통을 원활하게 해주는 데 도움을 주며, 조합원의 성장을 도모합니다. ‘우유로 세상을 건강하게’라는 모토를 가지고 있으며, 고객을 최우선으로 생각하고, 고객이 원하는 제품을 제공, 의미없는 비용 제거와 보이지 않는 수익 발굴을 통해 경쟁력을 확보합니다.

우유 브랜드 중에서 평판지수 1위를 차지하고 있으며, 권익 증진과 지역사회와의 공동발전을 위해 낙농업, 가공, 매출 사업 뿐만 아니라 생명공학, 신용 사업을 운영하고 있습니다.



BRAND VISION



STRATEGY

고온살균법과 체세포를 이용한 1등급 우유와 소비자가 직접 신선도를 판별할 수 있는 제조일자 병행 표기제를 처음으로 실시했습니다. 우유가 퍼지는 느낌의 직관적인 디자인과 태극문양으로 국민들이 믿고 마실 수 있는 ‘대표우유’라는 이미지를 심어주었습니다. 국내 최초로 목장과 고객을 잇는 고급B우유 품질 시스템 ‘콜드 체인 시스템’을 완비하여 소비자들이 더 건강한 우유를 마실 수 있으며, 지정 수의사 제도를 운영하며 젖소들의 건강 관리를 세밀하게 관찰합니다.

이번 서울우유 UI/UX 리뉴얼은 위와 같은 전략을 기반으로 자연친화적이고 남녀노소가 신뢰할 수 있는 브랜드를 구축하는 것입니다.

AS IS

가독성이 떨어지는 많은 양의 글, 무분별한 섹션 구분

과도한 라인 사용, 통일성 없는 폰트 사이즈

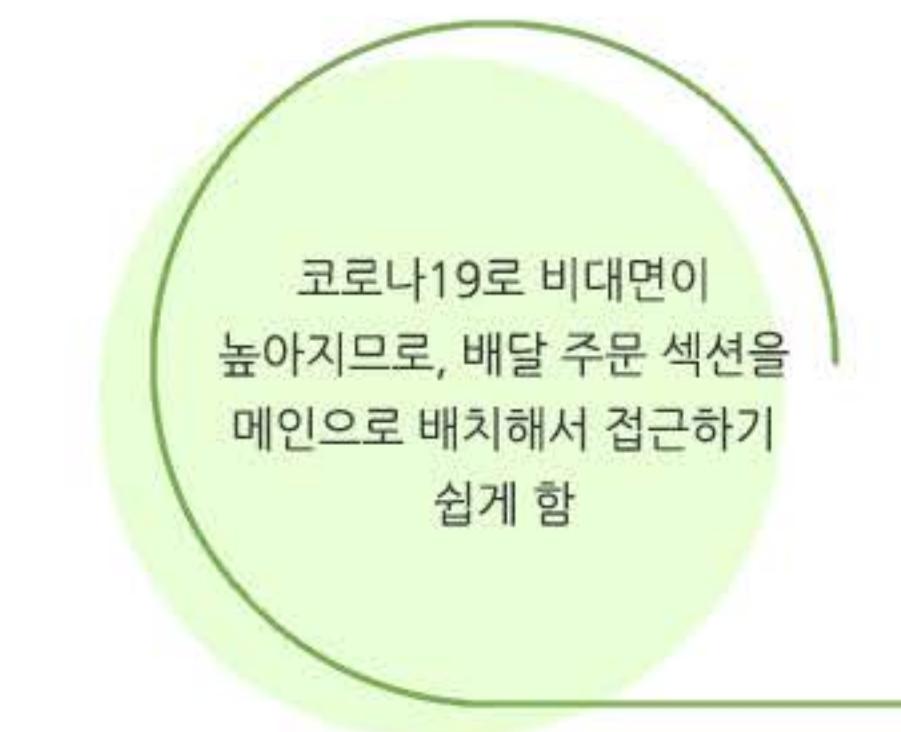
페이지마다 다른 탭 디자인, 접근성에 맞지 않는 컨트롤러

TO BE

적절한 아이콘의 사용, 적절한 섹션 구분

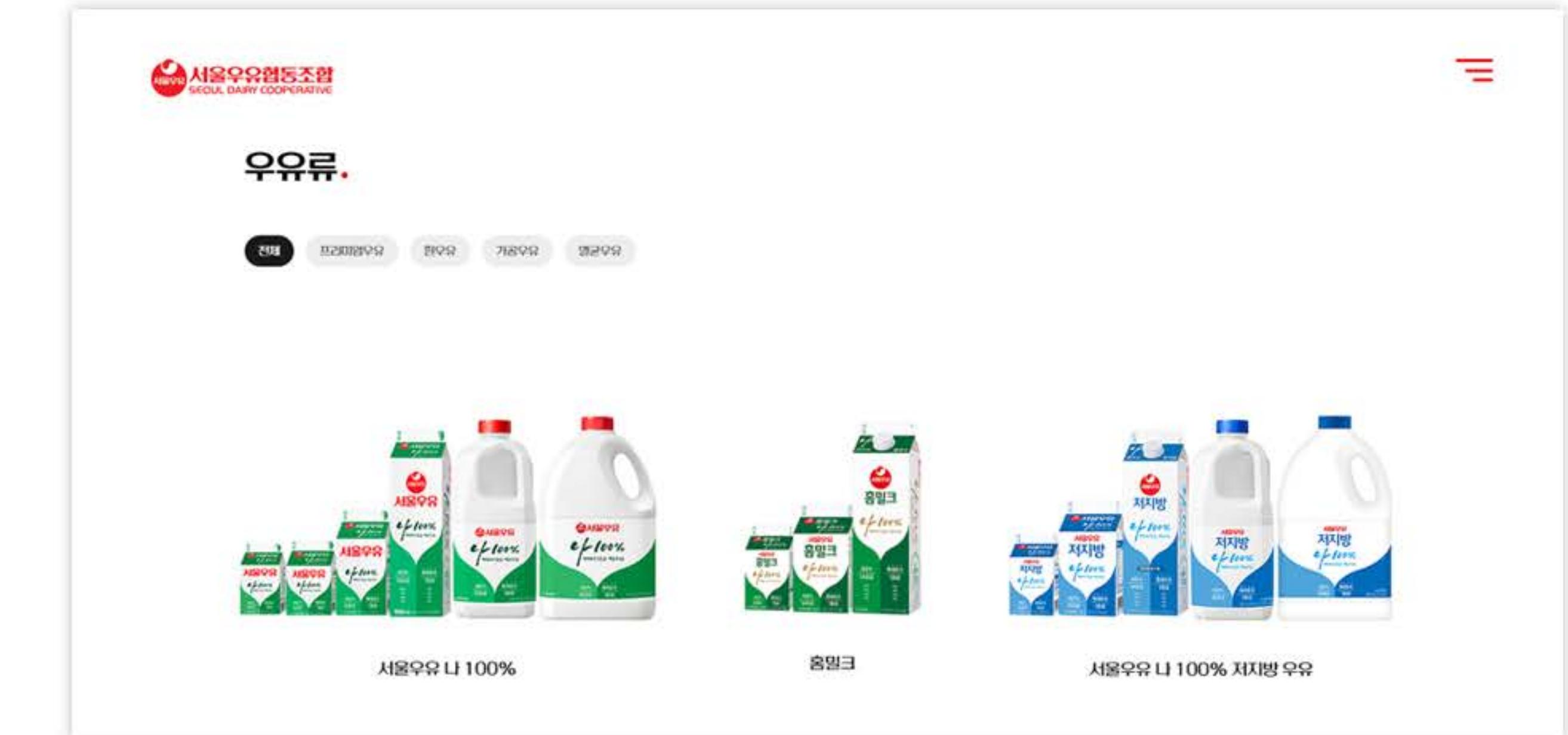
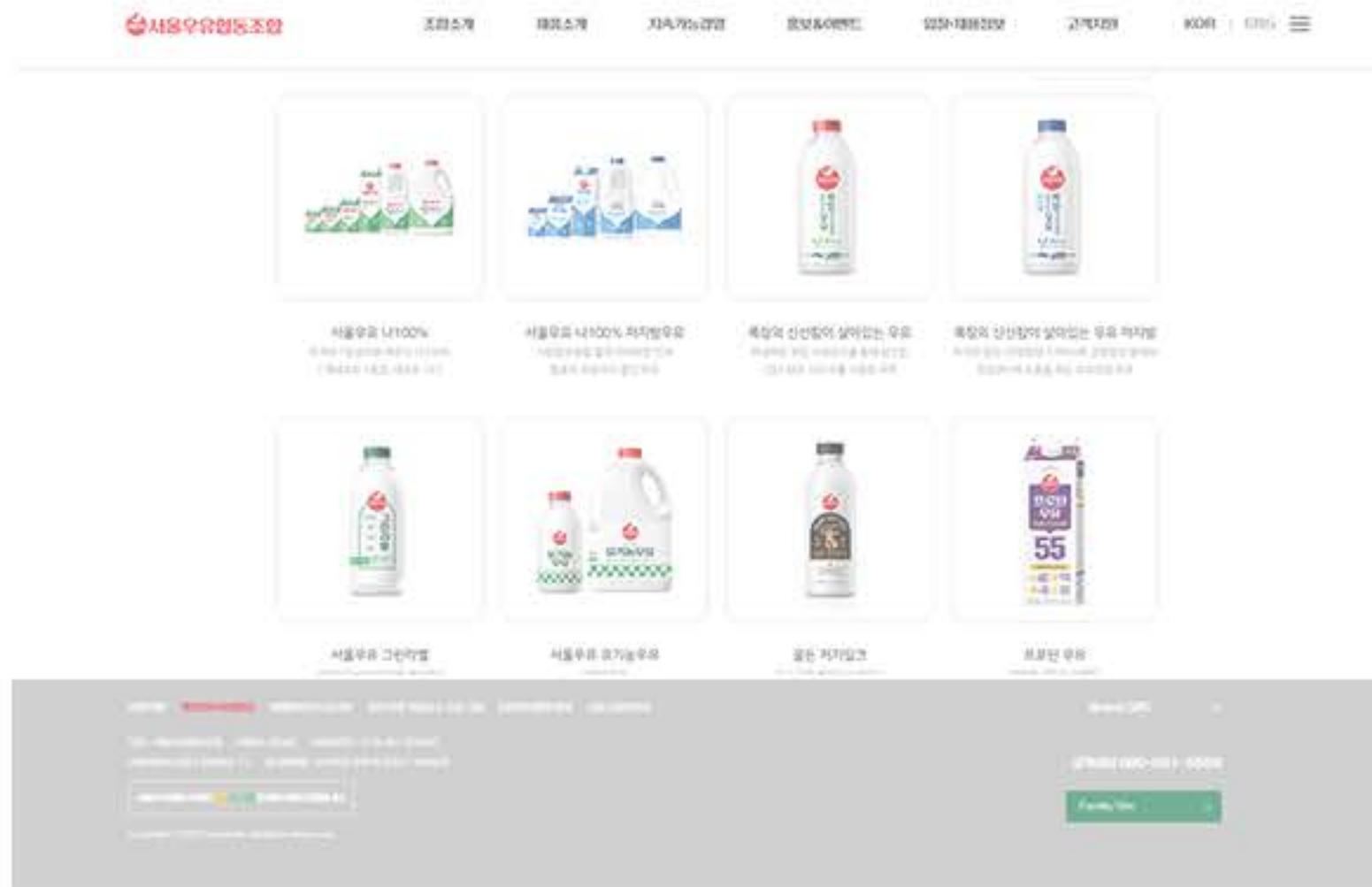
라인 보다 면 사용, 각 역할에 맞는 폰트 사이즈

통일성있는 탭 디자인, 클릭할 수 있는 컨트롤러

CONCEPT

ANALYSIS

현재 운영되고 있는 스타일은 폰트 사이즈의 기준점이 확립되지 않아 가독성이 떨어지며
색의 사용성이 중구난방으로 되어 사용자가 웹을 이용하는 데 한계를 줍니다.
이런 점을 보완하여 컨텐츠의 중요도에 따라 색채와 폰트의 사용을 보완했습니다.



STYLE CONCEPT

COLOR SYSTEM



TYPO SYSTEM

서울우유체

서울우유의 한글 로고에서 출발한 폰트로, 서울우유의 역사와 아이덴티티를 가진 폰트입니다. 가장자리가 둥글고 'O'을 강조한 볼드체입니다. 둥글둥글한 이미지와 볼드체가 만나 제품에 사용했을 때 주목성이 좋습니다.

우유로 세상을 건강하게

500ml

최고 품질의 유제품을 만듭니다.

1000ml

KEYWORD



ILLUSTRATION



MAIN



서울우유에서 제일 판매율이 높은
제품 컨텐츠를 우선으로 기획했습니다

- 서울우유의 시그니처인 '나 100%' 우유를 중심으로 푸른 자연에서 건강하게 자란 소들이 신선한 우유를 준다는 스토리를 가지고 있습니다.



- 타이틀 옆에 포인트 컬러를 사용한 마침표를 넣어 트렌디한 타이틀을 만들었습니다.





- 이벤트 특성에 맞는 일러스트 및 이미지를 활용했습니다.

각 공식 SNS를 드롭다운 방식으로 다양한 SNS 현황을 알 수 있습니다.
어두운 백그라운드를 사용하는 방식이 아닌, 트렌드인 화이트 백그라운드를
사용해서 밝은 느낌으로 디자인했습니다.

DELIVERY.



코로나19로 인하여 증가하는 비대면으로 배달 서비스를 메인으로 배치했습니다.

배달 서비스 방법을 아이콘과 간략한 문구로 설명했습니다.

공식 SNS

- ◎ 인스타그램
이야밀크
다진마스
스페셜티카페(3호점)
치즈
워크숍 1937
- 페이스북
치즈
- 블로그
치즈



이동약관

조합장·운전설

서울우유 소통방(010-1000)

개인정보처리방침

사업자번호 : 216-82-00028

개인정보처리방침

이메일무단수집거부

등록번호 : 산고번호 종영 제 2007-00860

공정거래 자율준수 프로그램

T : 080-021-5656

신용정보활용제재

E : SEOULMILK@SEOULMILK.CO.KR (영신전화)

금원소비자보호

COPYRIGHT © 2022 SEOULMILK. ALL RIGHTS RESERVED.



COOPERATIVE

서울우유에서 중요한 페이지들 중 하나로, 타 회사와는 다른, 서울우유만의 장점이라고 생각 할 수 있는 협동조합 페이지입니다. 탄탄한 기반을 가지고 있는 협동조합은 경제, 사회, 문화적이 융화된 ICA 국제협동조합연맹이 '공동으로 소유하고 민주적으로 운영되는 사업체를 통하여 공동의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 욕구를 충족하고자 하는 사람들이 자발적으로 결성한 자율적인 조직'이라고 정의하고 있습니다.

탭을 클릭하면 해당 내용이 나옵니다. ●

긴 글을 벤다이어그램을 응용하여 사용자가 보기에 이해하기 쉽도록 만들었습니다. ●

협동조합의 이해.



협동조합의 이해

협동조합이란?

ICA(INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE) 국제협동조합연맹이란 협동조합을 '공동으로 소유하고 민주적으로 운영되는 사업체를 통하여 공동의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 욕구를 충족하고자 하는 사람들이 자발적으로 결성한 자율적인 조직'이라고 정의하고 있습니다.



협동조합과 주식회사의 차이



- 협동조합과 주식회사의 차이를 도형과 표로 정리했습니다.

中華書局影印
韓文類聚卷八

AFCN의 특성과 주시안마는
국제화하기 위한 시도들

3-149018-2
3-149019-0
3-149020-8
3-149021-6

제작: 김민경
제작: 김민경
제작: 김민경
제작: 김민경

1

四

600-0000

400-00000

포장의 표도 3

니었답니다.

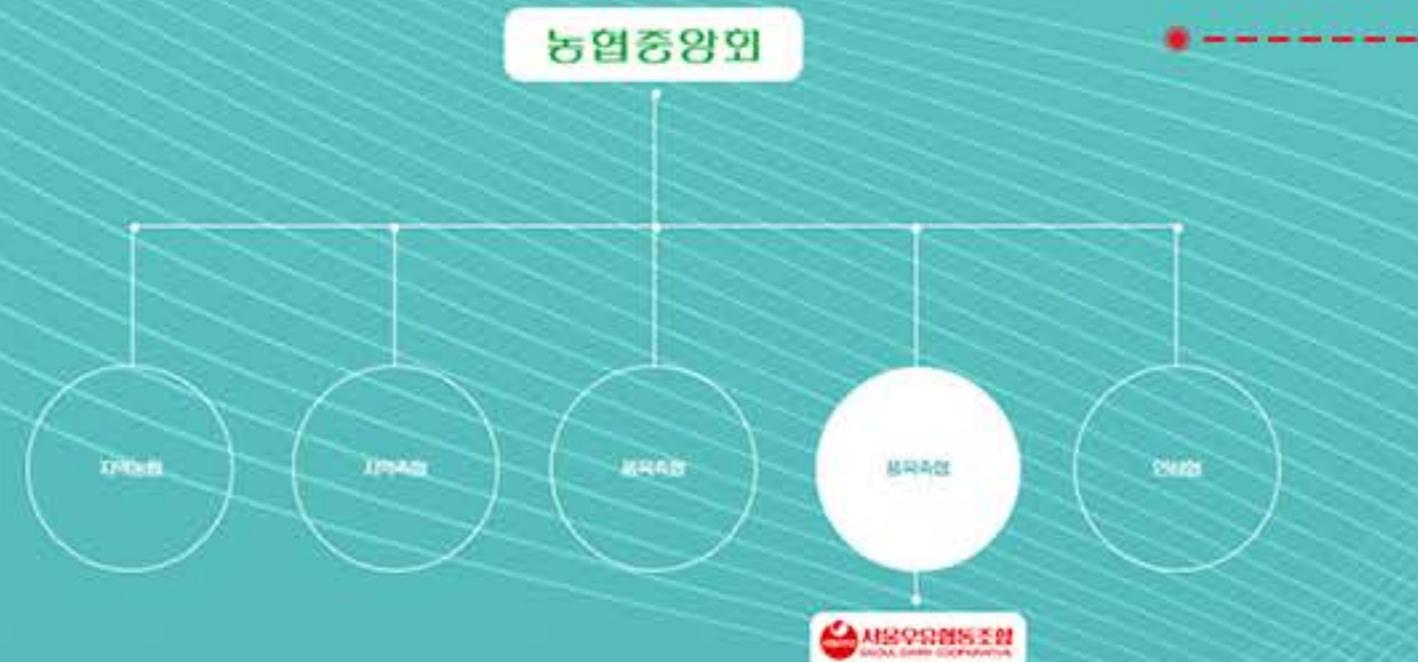
상법		민법		협동조합 기본법		농업협동조합법	
구분	총사업자	집합회사	사업법인	회원조합		회원조합	
				회원	사업자	회원자	사업자
사업목적	이윤극대화		금지	조합원 참여증권			
운영방식	1주1표	1표1표	1원1표			1원1표	
사업 예	제작	판매	제작, 판매, 차지	제작업체 출판본부	제작업체 출판본부	제작업체 출판본부	농축산물 유통, 판매

내일우유소개

서울우유 협동조합

농업인들은 농업생산에 자주적인 영향을 주는 농업으로 농업인의 경제·사회·문화적 지위를 형성시키고, 농어촌 경쟁력 확장을 위한 농업인의 삶의 질과 국민생활 수준 있는 농촌에 대한 관심을 높여 조기면 단계로 확장하고자 한다.

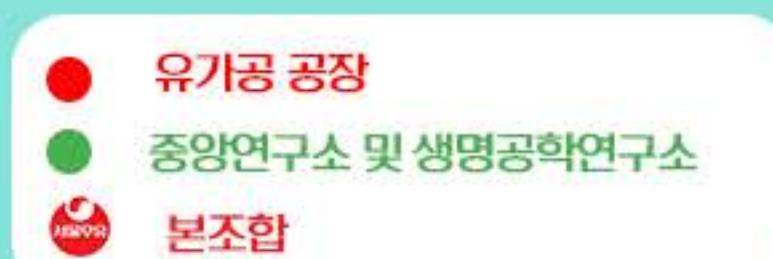
제작자 유통체계(제작자→유통)은 이전에 1988년 4월 제정된 경제·문화·기술·자금·재화 및 용역 등에 관한 법률(이하 '제작자 유통법')에 따른 제작자 유통체계로, 1990년 12월 31일까지 유통체계를 확장하는 내용이다.



103 8

1998년도에는 구체적인 사업목표를 정한 바 있다. 1994~1997년, 1998년도에는 정부가 예산을 확보해 사업을 주고 1998년

전국에 서울우유 연구소와 공장의 위치와 자세한 정보를 나타냅니다.
지도를 사용하여 주목성과 소비자의 이해도를 높이도록 했습니다.



서울우유가 농협중앙회에서 어느 위치에 있고,
어떤 분야를 중심으로 운영하는지 보여줍니다.



COPARTNER

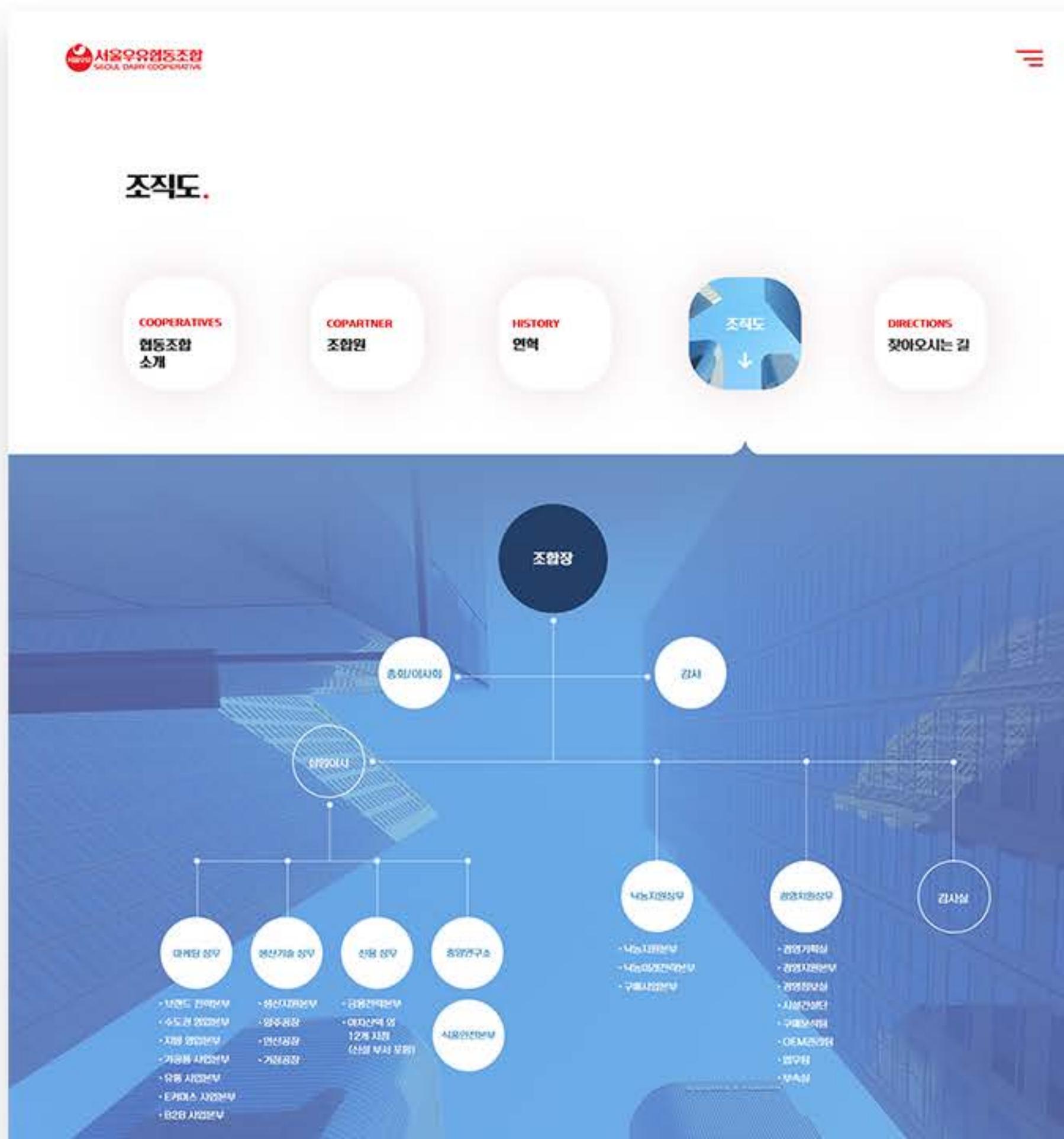
서울우유 조합원의 가입 방법과 조합원의 권리와 의무에 대한 내용입니다.
협동조합처럼 조합과 관련된 내용이어서 기하학 도형을 활용했습니다.
블루톤으로 눈에 피로도를 줄이고 진부할 수 있는 내용을 산뜻한 느낌으로
지루함을 덜었습니다.

HISTORY

서울우유의 연혁입니다. 1930년부터 시작으로 현재까지 업계 1위를 차지한 이력을 보여줍니다. 아래 프로그래스 바가 있어 현재 위치한 연혁을 알 수 있습니다.

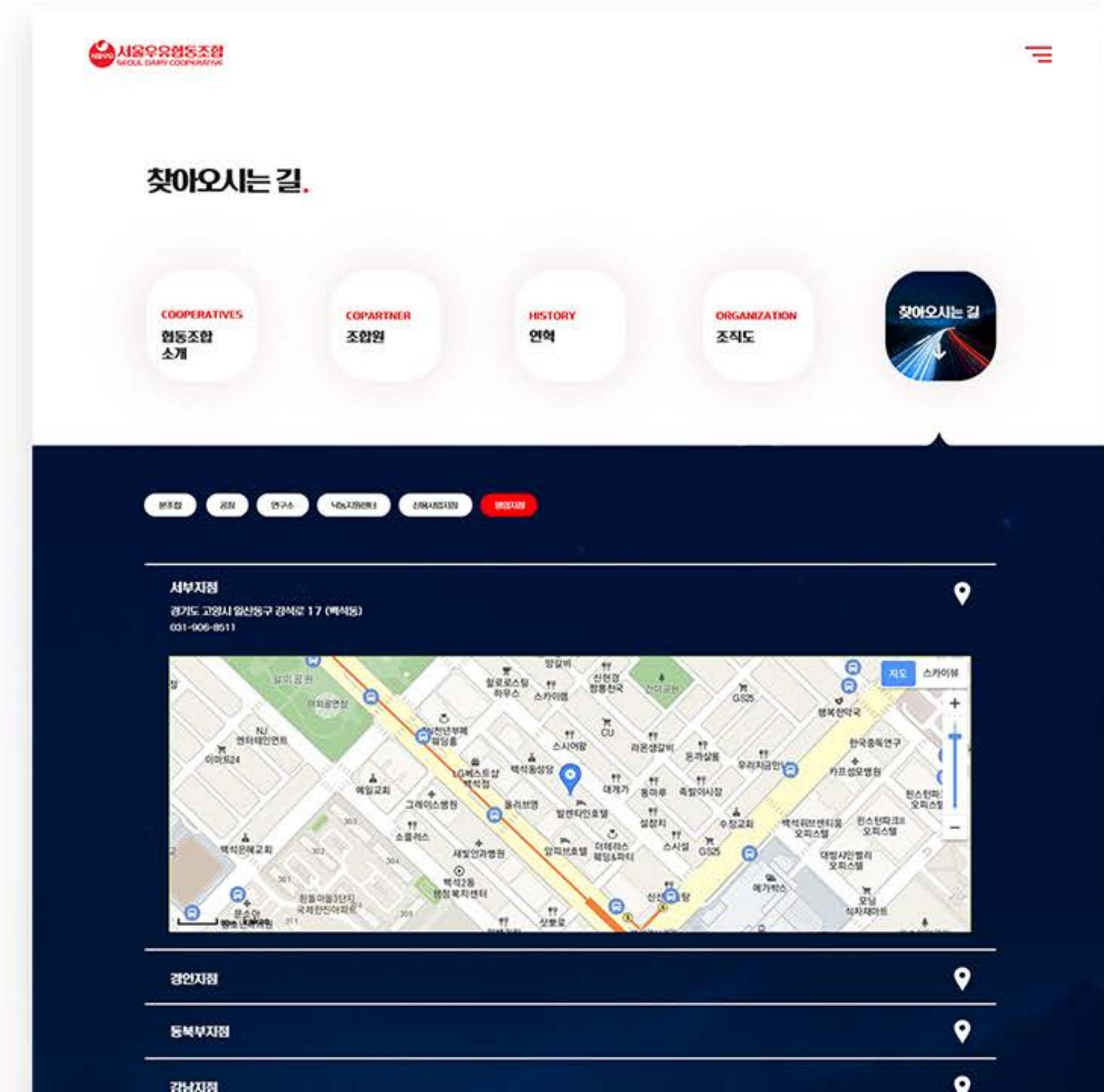
ORGANIZATION CHART

서울우유의 각 부서를 표시한 조직도입니다. 조직도를 나타내는 페이지이므로 높은 빌딩들이 있는 이미지를 백그라운드로 사용했습니다. 파란색을 블렌딩해서 내용이 잘 보이려면 배경을 어둡게 해야 한다는 고정관념을 없앴습니다.



WAY TO COME

전국에 위치한 본조합과 지점들, 공장, 연구소, 낙농지원센터,
신용사업지점, 영업지점들을 위치한 페이지입니다.
드롭다운 방식을 사용해서 많은 정보들을 쉽게 볼 수 있습니다.



NOTICE & NEWS & EVENT

서울우유협동조합

서울우유의 소식과 이벤트를 홍보하기 위해 육하원칙에 따라 뉴스 형식으로 작성한 자료입니다.
플랫 디자인으로 깔끔한 레이아웃을 연출했습니다.

공지사항.

25 서울우유 UCC 대회 안내 2021.07.13
 24 서울우유 모스타 공모전 안내 2022.06.19
 23 여의도 참석한자 행사 취소 안내 2021.05.13
 22 서울우유협동조합과 협력업체인 업무 협약 2019.12.18
 21 제10회 서울우유 품스전 경진대회 안내 2018.10.18

보도자료.

서울우유협동조합, 양계 고는 등장인 자연사에 1억원 후원
 서울우유협동조합, 강박, 강원 산불 피해 지원에 1억원 기탁
 서울우유협동조합, 박근과 함께 지역이동선수단인 우유 기부행사 진행

서울우유협동조합, 상호금융 예수신 3조원 달성
 서울우유협동조합, '비오드' 누적판매량 600개 돌파
 서울우유협동조합, 온가족 영양간식 '치즈큐비피티' 3종 신제품 출시

서울우유협동조합, '비오드' 광고 모델로 가수 김재현 발탁

이벤트.

서울우유 광우유 공모전
 NL100상 3월 특기 3000원권
 NL100상 3월 구매감사증권
 NL100상 3월 구매후기 100원권

소비자들에게 서울우유에서 공지한 사항들을 알려주기 위한 페이지입니다. 불필요한 선을 없애 넓게 보이게 하고 글자를 크게 명료하게 하므로써, 심플하고 주목성이 강하게 했습니다.

상품리스트

서울우유협동조합 SEOUL DAIRY COOPERATIVE

우유류.

최고의 두개의 1등급으로
채운 나 100%

서울우유 나 100%
충일크
서울우유 나 100% 저지방 우유
고단백 저지방
속면한 저지방 우유
목장의 신선함이 살아있는 우유
목장의 신선함이 살아있는 저지방 우유
무지방 & 칼슘 우유
고칼슘 우유

제작자는 우유 못지않은
새로 수는 자연의 시원함과
직, 대체로 수는 맛과 건강함을,
제공 수는 목장의 자연환경과
건강한 고양이를.

신선한 맛의 비결
당신은 우유를 먹을 때 가장 먼저 어떤 맛을 느끼나요?
제작자는 우유를 먹을 때 맛과 건강함을 더하는 데에 집착합니다.
제작자는 우유를 먹을 때 맛과 건강함을 더하는 데에 집착합니다.

주전드레인
2025년 12월 31일
무지방 칼슘 우유
서울우유 나 100%
제작자는 우유를 먹을 때 맛과 건강함을 더하는 데에 집착합니다.

상품상세

PRODUCT LIST & DETAIL

상품리스트
서울우유의 상품들을 보여주는 리스트와 상세 페이지입니다.
서울우유의 깔끔한 이미지 같이 심플하게 배치했습니다.
호버했을 시, 풀잎을 나타내서 ‘자연과 함께하는 서울우유’
라는 느낌이 들도록 했습니다

상품상세
탈그리드를 사용해서 일렬로 상품을 소개하는 방식을 탈피하고
공간의 재구성과 레이어를 통한 직관적 유연성, 동적 운동감을
표현해서 레이아웃을 보다 유연하고 매력적으로 구성했습니다.

GO TO WEB

PROMOTION

신한카드

설레는 봄~ My렌탈

해상도 1920 * 10000

프로그램 Photoshop / Ai

기여도 100%

GO TO WEB



OVERVIEW

대형화, 경업화, 국제화라는 세계적 금융흐름변화 속에 21세기 한국을 대표하는 종합금융
브랜드로서 새로운 위상 정립과 함께 장기적으로 글로벌 브랜드로 성장하고 있는 브랜드이자
국내에서 가장 많이 사용하는 금융기업들 중 하나입니다.

고객과 미래를 기준으로 바른 길을 선택하고 참신하고 독창적인 전문성과 기술을 창조적으로
융합한 서비스를 제공합니다. 고객이 꿈을 실현할 수 있도록 노력하며 발전을 위해 끊임없이
성장하는 기업입니다.

BRAND VISION



STRATEGY & CONCEPT

봄에 맞는 밝고 따뜻한 분위기와 신한카드의 캐릭터들을
응용한 디자인으로 방향을 잡았습니다. 캐릭터들의 동선에
따른 스토리텔링으로 재미를 더했습니다.



싱그러운 봄 분위기



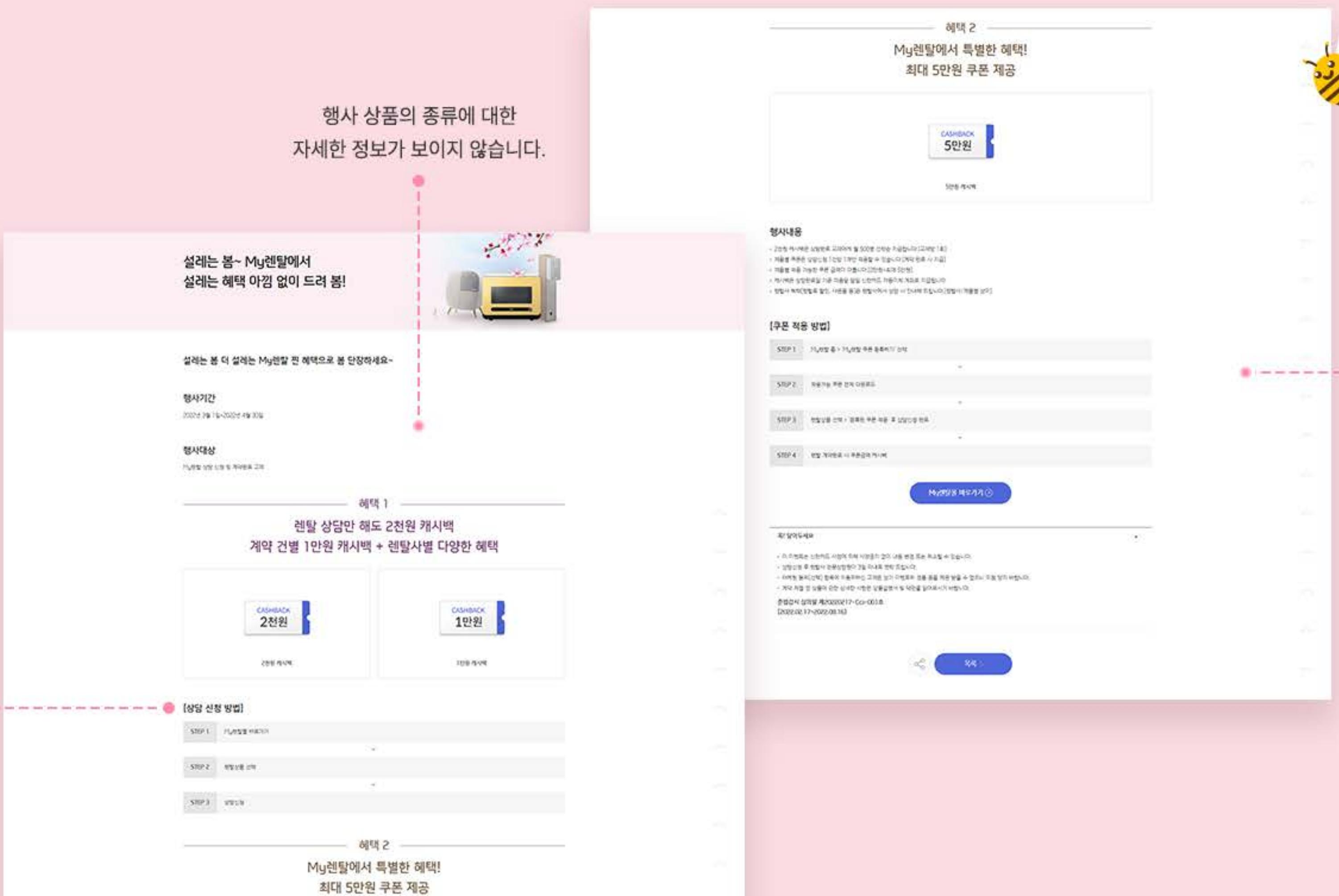
신한카드 캐릭터를
응용한 스토리텔링



직관적인 이벤트
신청 프로세스

REASON FOR REDESIGN

금융권 이벤트는 왜 대부분 정적인 분위기만 보여주는가?' 라는 생각에서 시작했습니다.
이번 신한카드의 설레는 봄 이벤트에서는 금융권의 정적인 이미지 보다
봄에 맞는 밝고 따뜻한 분위기를 연출했습니다.



STYLE CONCEPT

COLOR SYSTEM



Primary Color
#ffbfad



Primary Color2
#ed8ba4



Sub Color
#ffff5c0

TYPO SYSTEM

티웨이 하늘체

제목 전용 서체로 둥근 느낌을 세련되게 표현하여 개성이 강한 느낌을 보여줍니다. 레트로적이지만 모던한 느낌을 가지고 있으며, 내리점은 티웨이항공의 아스트로피(·) + 비행기 터보팬을 회전시켜 디자인하였습니다.

벚꽃이 흩날리는 설레는 봄, Regular

Pretandard

눈에 익숙하고 손을 보지 않아도 되게끔 만들어진 폰트입니다. 최대한 눈에 띄고 익숙하며, 다른 디자인 환경에 잘 어우러집니다.

MY렌탈에서 설레는 혜택을 Regular

고객님께 아낌없이 드립니다. Medium

다양한 경품 아낌없이 가져가세요. Bold

**설레는 봄~ My렌탈에서
설레는 혜택 아낌 없이 드려 봄!**

봄바람이 날리는 느낌을 표현하고자 제목 전용 서체인 티웨이 하늘체를 응용해 만들었습니다. 둥근 느낌을 살리되, 물결 무늬를 추가해서 바람의 자유로운 느낌을 표현했습니다.

CHARACTER



신한카드의 대표 캐릭터 '판권과 친구들'

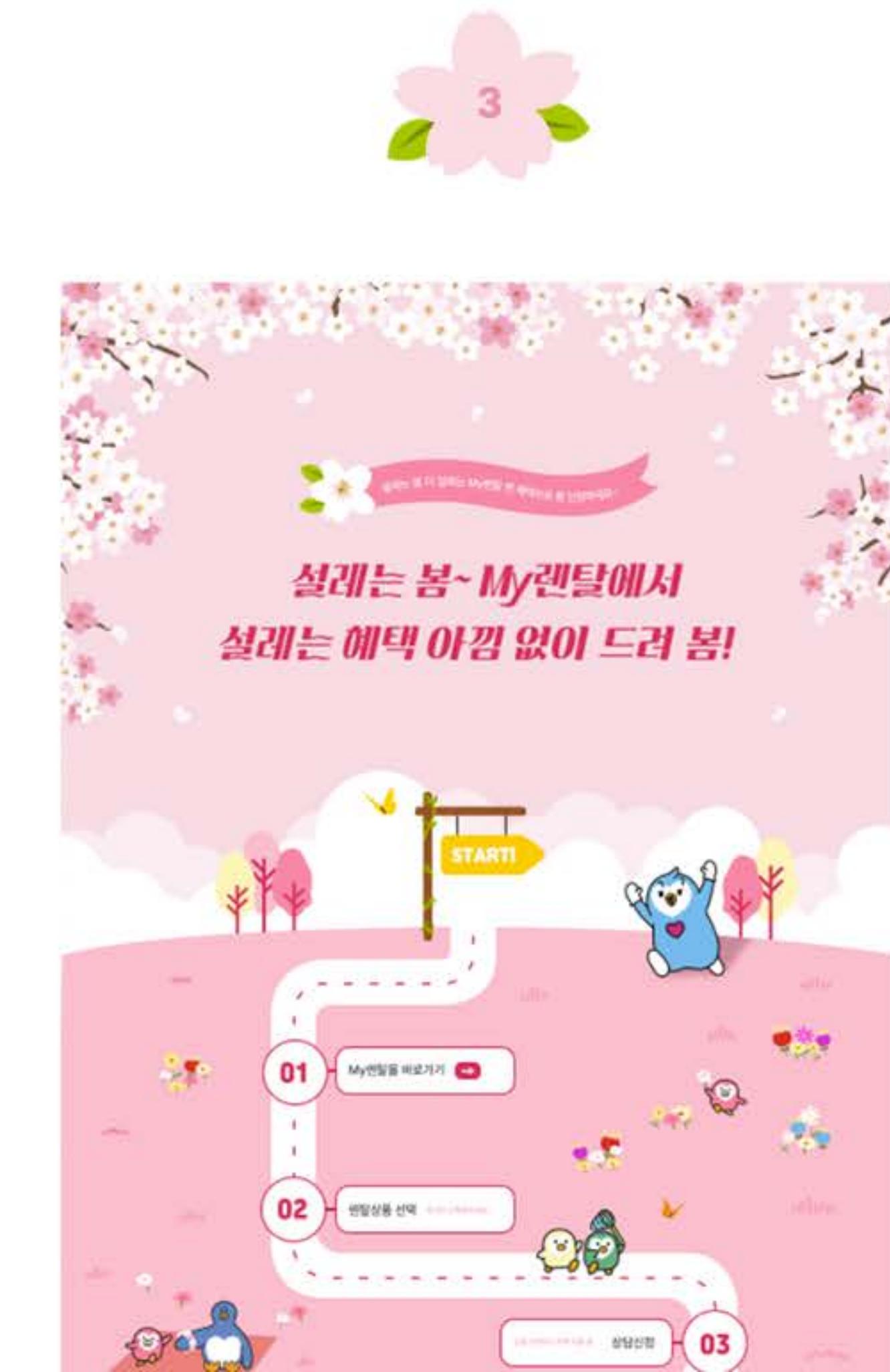
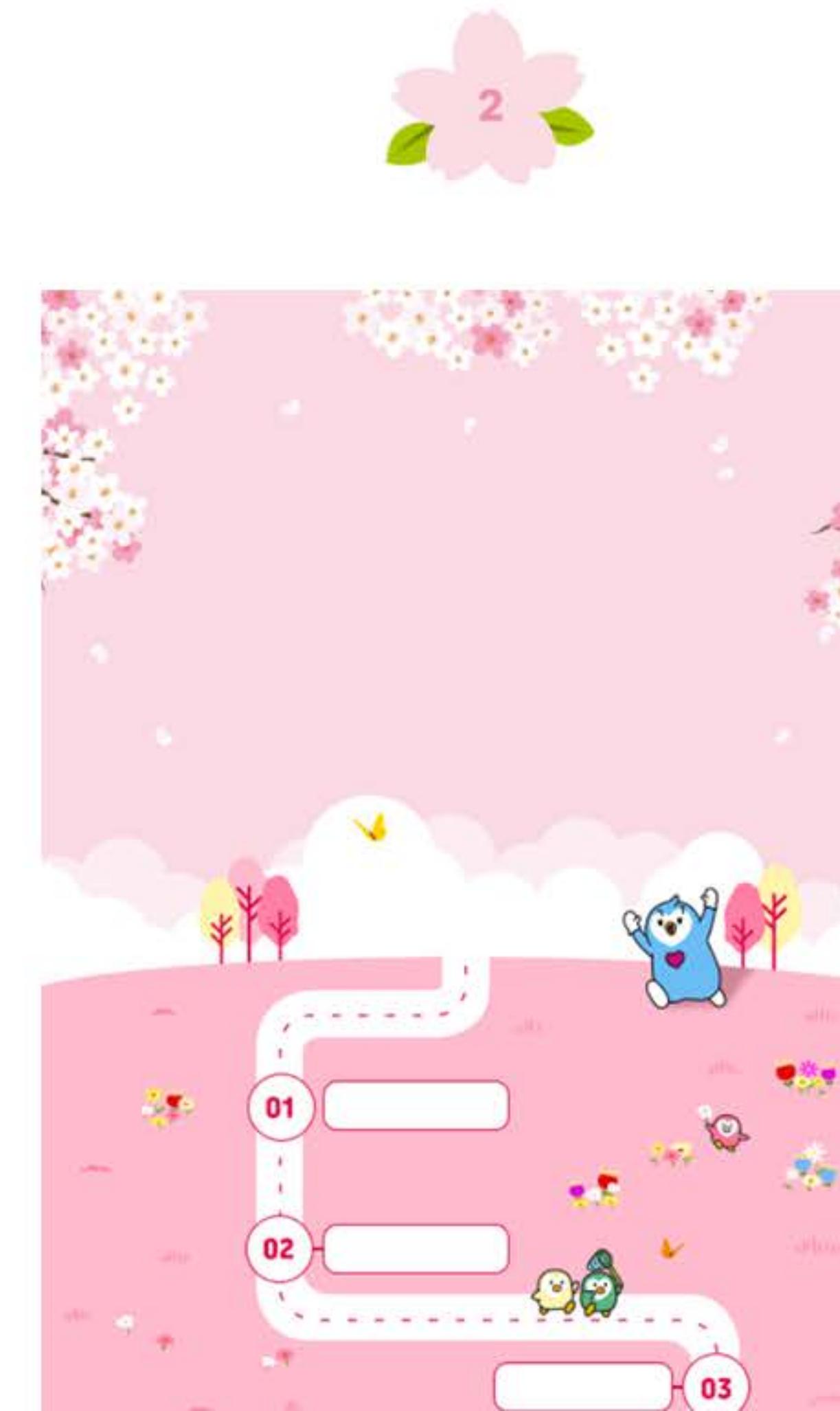
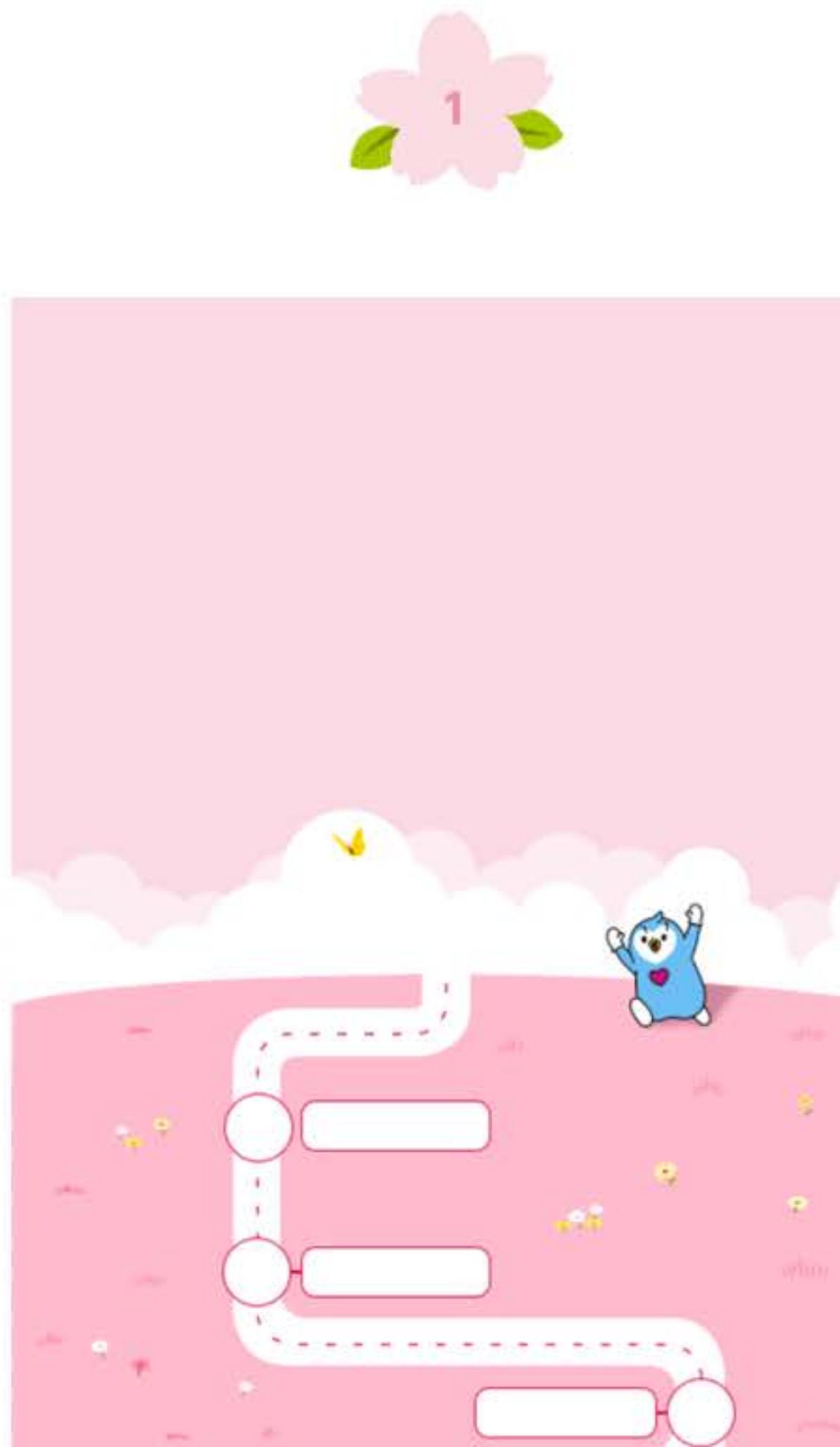
판권은 남극에서 온 퍼스트 펭귄입니다. 밝고 명랑한 성격, 혁신적인 리더십과 신뢰감으로 친구들을 지켜줍니다. 때로 파란 수트를 입은 히어로 판권으로 변신하는데, 이 수트를 착용하면 긍정적인 힘이 넘쳐흐르고, 여러 문제를 해결하는 히어로 펭귄으로 변신합니다. 히어로 판권은 도움이 필요한 곳에 어디든지 찾아가 어려움을 해결하는 디지털 시대의 친절하고 따뜻한 피어로입니다.



판권의 친구들인 물개, 아기펭귄, 오리펭귄입니다. 항상 재잘재잘 모두를 정신없게 만드는 사고뭉치지만 히어로 판권이 언제든지 나타나 도움을 줍니다.

PRODUCTION PROCESS

프로모션 진행 과정입니다. 여러 캐릭터들과 자연물을 동작, 방향에 맞춰 제작했습니다.
세밀한 부분이 필요한 요소는 일러스트로 작업했으며, 높은 채도가 필요한 요소들은 포토샵으로 작업했습니다.



TOP

제목을 담당하고 있는 부분입니다. 이목을 끌어야 하는 부분이기 때문에 다채로운 느낌을 주었습니다.

벚꽃이 흩날리는 느낌을 주어
설레는 봄 타이틀에 걸맞게 그렸습니다.

설레는 봄 더 설레는 My렌탈 인 혜택으로 봄 단장하세요~

설레는 봄~ My렌탈에서
설레는 혜택 아낌 없이 드려 봄!

스타트 팻말을 시작으로 신청 방법
과정을 자연스럽게 표현했습니다.

START!



봄바람 느낌을 표현하고자
티웨이 항공 폰트 + 물결 무늬를
그렸습니다.

나비를 쫓는 모션으로
스토리텔링을 시작했습니다.



이벤트에서 하이라이트인 혜택 부분을
노란색으로 표현하여 전반적인 분홍색의
느낌과 비슷하게 표현했습니다.

혜택2로 넘어가는 부분을 자연스럽게
이어주는 역할을 합니다.

혜택 1

렌탈 상담만 해도 2천원 캐시백

계약 건별 1만원 캐시백 + 렌탈사별 다양한 혜택



혜택에 당첨됐다는 표현을
'기쁘다'라는 키워드를 응용해
폭죽으로 나타냈습니다.



쿠폰을 전체 다운받을 수 있는
페이지로 넘어갑니다.



• 끝 펫말로 완주를 했다는 의미와
이벤트 마지막 단계를 알려줍니다.

혜택 2

My렌탈에서 특별한 혜택!
최대 5만원 쿠폰 제공

CASHBACK
5만원

My렌탈 바로가기

• 혜택1과 같은 의미지만, 폭죽 대신
빵빠레를 사용해 다른 방식으로
표현했습니다.

행사기간 2022년 3월 1일 ~ 2022년 4월 30일

행사대상 My렌탈 상담 신청 및 계약완료 고객

행사내용 2천원 캐시백은 상담완료 고객에게 월 500명 선착순 지급합니다. [고객당 1회]

* 제품별 쿠폰은 상담신청 1건당 1개만 적용할 수 있습니다.(계약 완료 시 지급)

참여방법 신청 및 캐시백 지급 일정은 각각 10일입니다. 정기적 500회

행사기간 2022년 3월 1일 ~ 2022년 4월 30일

행사대상 My렌탈 상당 신청 및 계약완료 고객

- 2천원 캐시백은 상당한료 고객에게 월 500명 선착순 지급합니다. (고객당 1회)
- 제품별 주문은 상당신청 1건당 1회만 적용할 수 있습니다.(계약 완료 시 지급)
- 제품별 적용 가능한 주문 금액이 다릅니다.(2만원~최대 5만원)
- 캐시백은 상당한료일 기준 다음달 말일 신한카드 자동이체 계좌로 지급됩니다.
- 렌탈사 혜택(전월료 할인, 사은품 등)은 렌탈사에서 상당 시 안내해 드립니다.
(렌탈사/제품별 상이)

상담 신청하면 선물이 팡팡!

선물 상자에서 캐릭터가 튀어나와
상품 리스트에 흥미를 더했습니다.



삼성
삼성 비스포크 전자레인지 큐브 22L
금류부착호주



코웨이
노루 청수기 필트인



플라인드
비아오 음식물처리기 플라인드Wiz
KFCS-B010GMTY



LG전자
세탁건조기 W20KD_LK



제스
제스 공기청정기 7평형

공유

회원

상품 소개를 재밌는 문장으로 표현하였습니다.

SLP PLUS

GO TO MOBILE ▶

해상도	GALAXY, IOS	기여도	60%
프로그램	Adobe XD	역할	앱 디자인

OVERVIEW

주거 생활에 필요한 공지사항 전달, 투표 기능은 물론,
커뮤니티 시설 이용 예약 서비스와 생활을 편리하게 만들어주는 주거서비스 등
주거 생활을 보다 편리하게, 입주민들에게 특별한 주거서비스를 제공하는 앱입니다.



OVERVIEW

프리미엄 서비스를 언제든지 사용할 수 있다고?

사람들의 삶의 질이 높아지면서 아파트의 고급화도 증가되고 있습니다.
안전성 강화와 불필요한 요소는 줄이고 일상 생활에 플러스가 되는
서비스와 기능들을 개발하고 발전하여 더 편한 생활을 경험할 수 있습니다.

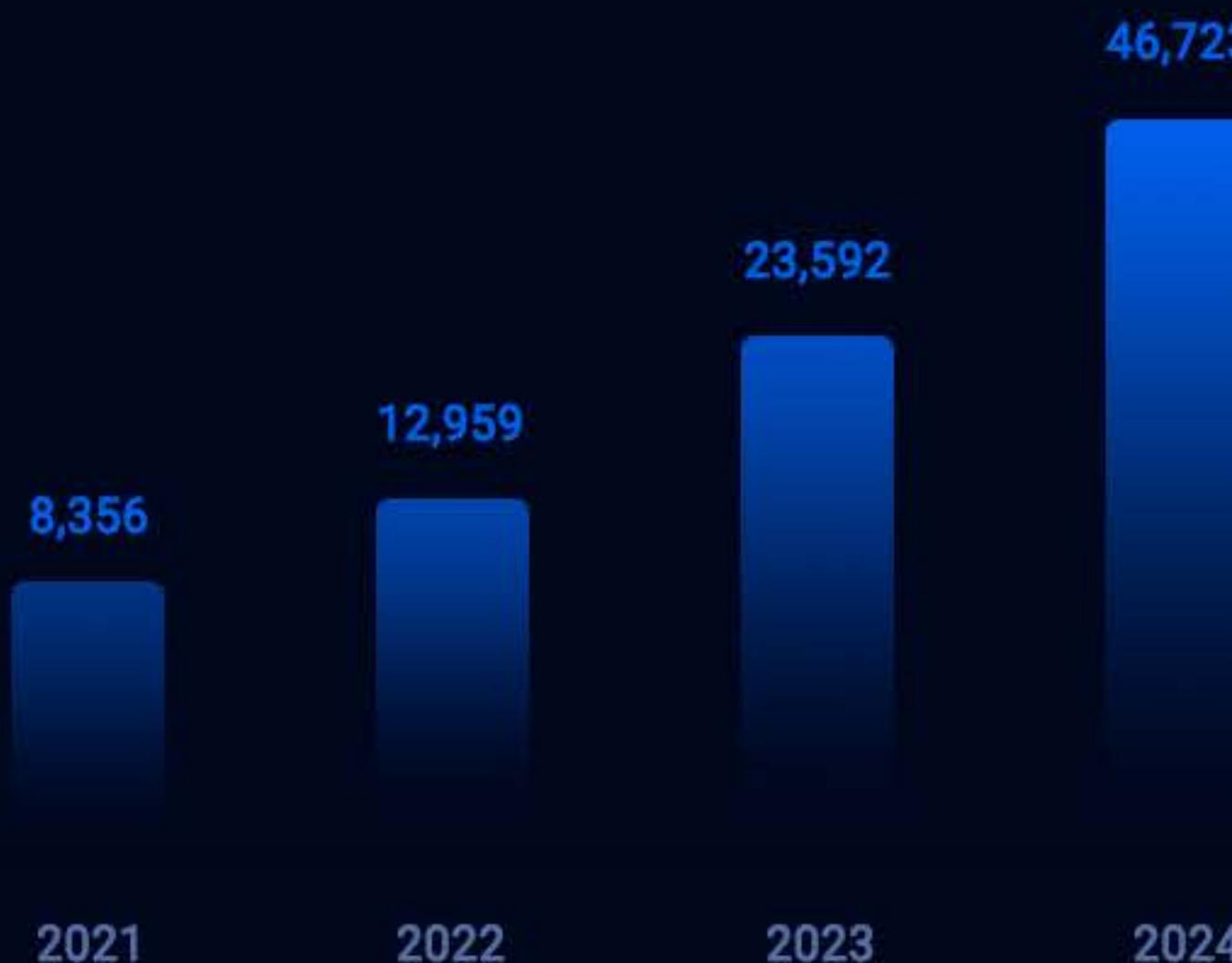
SLP PLUS는 입주민의 니즈와 생활을 고급화하는데 도움을 주는 앱입니다.
앱을 통해 여러 차별화된 프리미엄 서비스를 경험하고 품격 있는 삶을
선물해드립니다.

BACKGROUND & ISSUE

바쁜 현대인에 필요한 다양한 생활서비스

활발한 소통 및 다양한 생활서비스 제공을 원하는 입주민들의 니즈가 늘어나면서 이를 충족시키기 위한 공동주택 관리 및 입주민 생활 지원 앱이 증가하고 있습니다.

아파트 앱 이용현황



아파트 앱의 중요성

스마트해진 아파트 관리, 앱 사용 증가
아파트관리신문 기사 보러가기

손가락 '톡톡' 아파트 정보가 '활짝'
한국아파트신문 기사 보러가기

아파트 앱 고도화로 관리비 투명성↑
이데일리 기사 보러가기

WHY SLP?

입주민들을 위한 다양한 서비스

SLP PLUS는 입주민들을 위하여 다양한 서비스를 보유하고 있습니다.
마켓, 공지, 주거에 필요한 기본적인 서비스부터 프리미엄 서비스까지
주거에 필요한 편의성을 입주민들에게 제공하고 있습니다.

현대인의 삶의 질 향상

일반 아파트

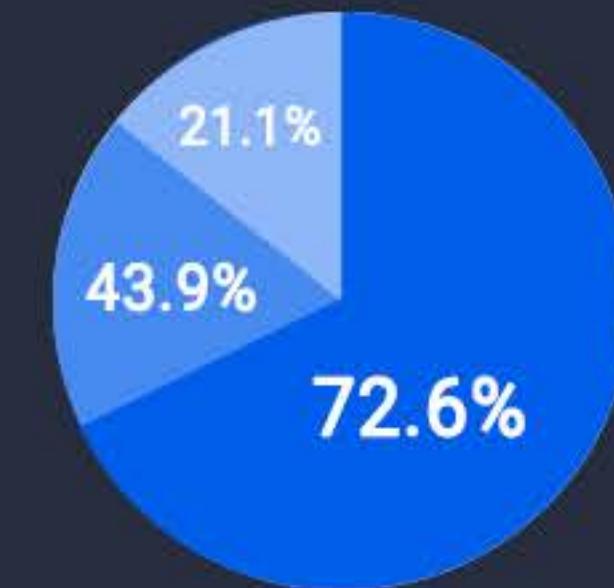
- 주민들을 위한 관리사무소 위치
- 아이들을 위한 놀이터에 배치
- 각 세대 대표 집에서 반상회 개최

하이엔드 아파트

- 아파트 내 다양한 편의시설
- 높은 보안 시스템으로 안전성 높음
- 고급스럽고 현대적인 인테리어

다양한 편의시설을 중시하고 높은 보안 시스템으로
안전성이 강화된 아파트를 찾는 사람들이 많아지는 추세

아파트 주민들의 필요한 시설



- 1 아파트 내 다양한 시설 혹은 프로그램 구조 (72.6%)
- 2 장소에 상관없이 빠르게 예약할 수 있는 시스템 (43.9%)
- 3 비대면으로 필요한 정보를 얻을 수 있는 부분 (21.1%)

CONCEPT KEYWORD

심플과 트렌드의 조화

주거 앱은 시니어와 주니어가 모두 주 타겟층입니다. 두 타겟층이 만족할 UI/UX를 만들기 위해 중요도 있는 컨텐츠는 가독성이 좋고 편안하게 만들어 몰입도를 높였습니다. 더불어 2024년 앱 트렌드 중 SLP PLUS에 맞는 트렌드를 넣어 타 앱과 차별을 주었습니다.



STRATEGY

다양한 서비스를 간단하고 빠르게

모바일이란 작은 화면 안에서 사용자에게 한꺼번에 많은 정보를 강요할 때 사용자는 쉽게 두려움을 느낄 수 있습니다. 따라서 'One thing per page' 원칙으로 시니어층이 타겟인 SLP PLUS에 최적화된 방법입니다.



COMPETITIVE ANALYSIS

다른 주거 앱들도 많은데 왜 SLP PLUS 앱을 써야 하나요?

	투표 기능	커뮤니테이션	다양한 서비스	관리기능	보안기능	정산기능	특이사항
아파트아이	●	●	▲	●	×	●	
아파트너	●	●	▲	●	×	●	기본 기능은 갖춰져 있지만 전반적으로 다양한 기능들은 많이 부족함 대체적으로 소통하는 기능이 주를 이루고 있음 보안이 중요한 앱인데도 SNS 연동이 있거나 기본적인 로그인만 있음
APTREE 🌳	●	●	✗	●	✗	●	
APTSTORY	●	●	✗	●	✗	●	

POSITIONING MAP

타 경쟁사 브랜드와 SLP PLUS의 위치를 표시한 지도입니다.
타 앱보다 비교적 서비스 제공이 많고 보안성이 높은 부분에 초점을 뒀습니다.



STACKEHODLER MAP

리서치를 통하여 앱을 구축하는데 있어 일어날 수 있는 위험성을 줄이고 내부 관계자와 유저간의 상호작용을 위한 이해관계자 분석도를 만들었습니다. 이는 서로간의 원활한 효과와 성공적인 방향성을 파악하고자 만든 것입니다.



JOURNEY MAP

장라희씨의 사용자여정지도



AS IS

타사 앱 분석 및 유저 리서치 결과
많은 기능이 필요하고 다양한 서비스와
커뮤니티가 필요하다는 것을 발견했습니다.

TO BE

커뮤니티 및 기능 업그레이드와 서비스 개선
및 강화 등 사용자가 즐길 수 있는 서비스들을
개발하고 연구했습니다.

STYLE CONCEPT

COLOR SYSTEM



TYPOGRAPHY SYSTEM

Noto Sans KR

삶과 공간을 연결하는 기술로
대한민국 주거 4.0을 선도합니다

Roboto

1234567890
1234567890

Outfit

With the technology that connects life and space
Leading Residential 4.0 in South Korea

ICON SYSTEM



만보걷기



IoT 서비스



마켓 서비스



동아리모임



커뮤니티



아파트 일정



주거



운동



라이프



가족



스터디



자동차



여행



맛집



취미



금메달



은메달



동메달



사이렌



좋아요



싫어요



더보기



투표



사진추가

SECRET LOGIN FOR HOUSEHOLD MEMBERS

하이엔드 아파트 입주민들을 위한 로그인 화면입니다.
아파트 내 입주민들만 사용 가능한 앱이기 때문에
SNS 연동 로그인은 불가하며, 일반 로그인과
지문 인식으로 앱을 강화했습니다.



MAIN

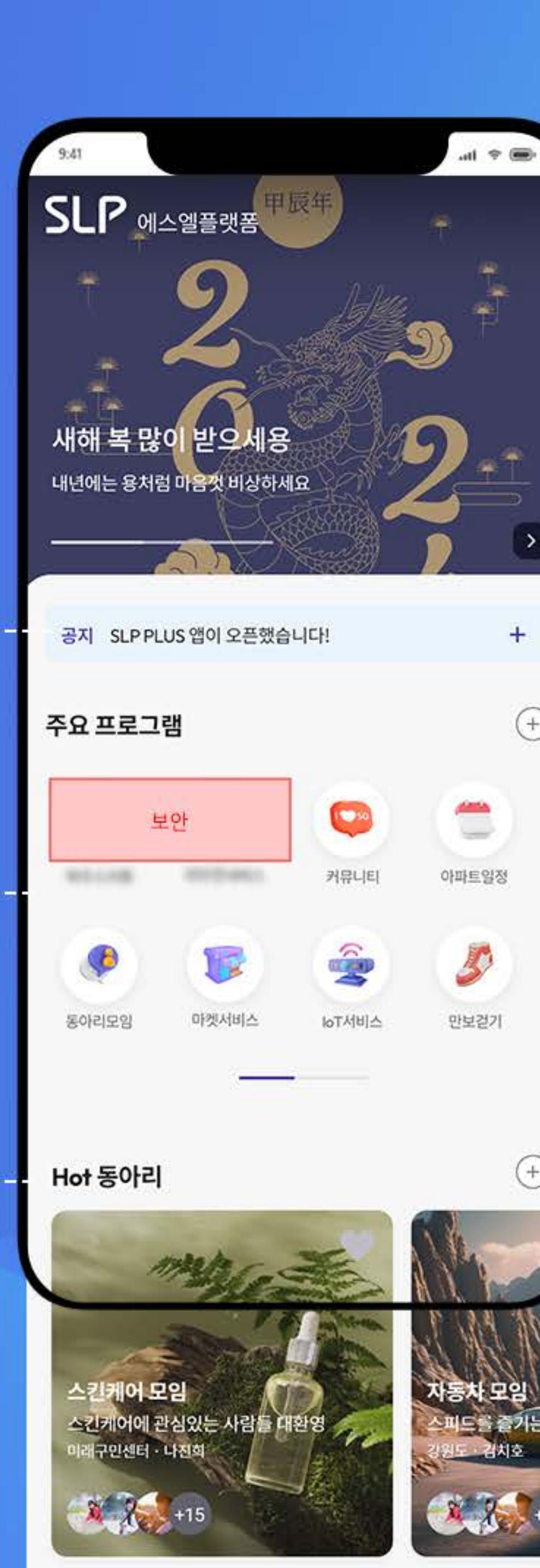
앱의 첫 화면입니다. 주력 서비스를 메인 배너로 내세워 홍보 효과를 주었습니다. 주거 플랫폼에서 제일 중요한 부분 중 공지사항을 넣어 주민들이 정보를 빠르게 알 수 있도록 했습니다.

주거단지 전환 버튼은 다른 아파트로 전환해주는 기능을 가지고 있습니다. 단지 전환은 다른 아파트로 전환하는 기능입니다.

아파트에 대한 새로운 정보를 보여줍니다

아파트가 가지고 있는 서비스들을 보여줍니다
보안상 프리미엄 서비스는 블러 처리했습니다

해당 아파트에 거주하는 주민들이 정보를 공유하거나 모임 등을 만들어서 대화를 나누는 커뮤니티입니다.



우리 아파트 일정

소방점검

3월 18일

분리수거

3월 21일

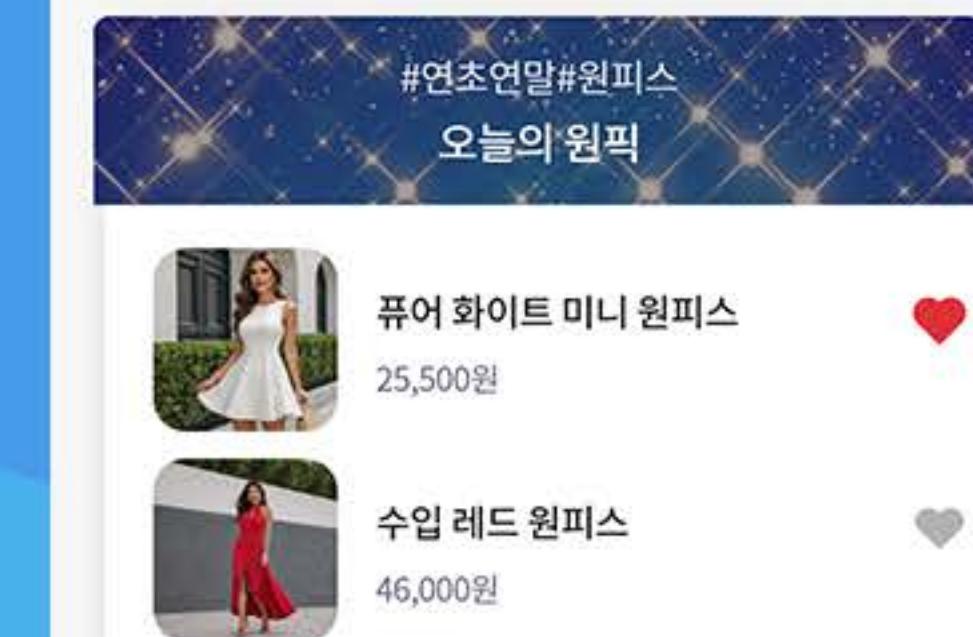
내 만보 걷기

5503

오늘의 마켓



오늘의 중고나눔



입주민들의 건강을 생각하여 만보 걷기 컨텐츠를 추가했습니다.

마켓은 주민들이 많이 사용하는 컨텐츠입니다.
원하는 상품을 찜하거나 구매할 수 있습니다.

입주민끼리 중고나눔을 통해 아나바다 운동
처럼 물물교환하는 컨텐츠입니다.

PERSONA INTERVIEW

유저 리서치를 통한 인사이트 기반으로 하이브리드 아파트에서 거주하는 주민들을
페르소나로 모델링 하였습니다. 사용자 유형과 필요한 니즈들을 구체화했습니다.



지금 사는 아파트에 이사온지 얼마 안 되어서
어떤 서비스가 있는지 궁금한데
잘 알려줄 수 있는 서비스가 없을까?

장라희씨는 가족들과 신축 아파트에 이사를 왔다. 다양한 시설과 서비스들이 갖추어져
있어 세세하게 알아보고 사용해보고 싶은 장라희씨는 앱을 사용해보고 싶지만
시니어 세대인 장라희씨는 앱 사용 능숙도가 주니어 세대에 비해 경험이 적어 어렵다.

장라희씨

나이 : 54세

직업 : 가정주부

사는 곳 : 팰리스 아파트

Frustration

- 버튼을 잘못 눌러 이상한 화면으로 들어간 경험이 많다.
- 기계치여서 폰뱅킹을 잘 못한다
- 지난번에 살던 아파트에서 보안이 허술해서 아랫집에 도둑이 들어 불안하다.

Behavior

결단력	적음	●	많음
모빌리티 관심도	적음	●	많음
앱 사용 능숙도	적음	●	많음

Needs

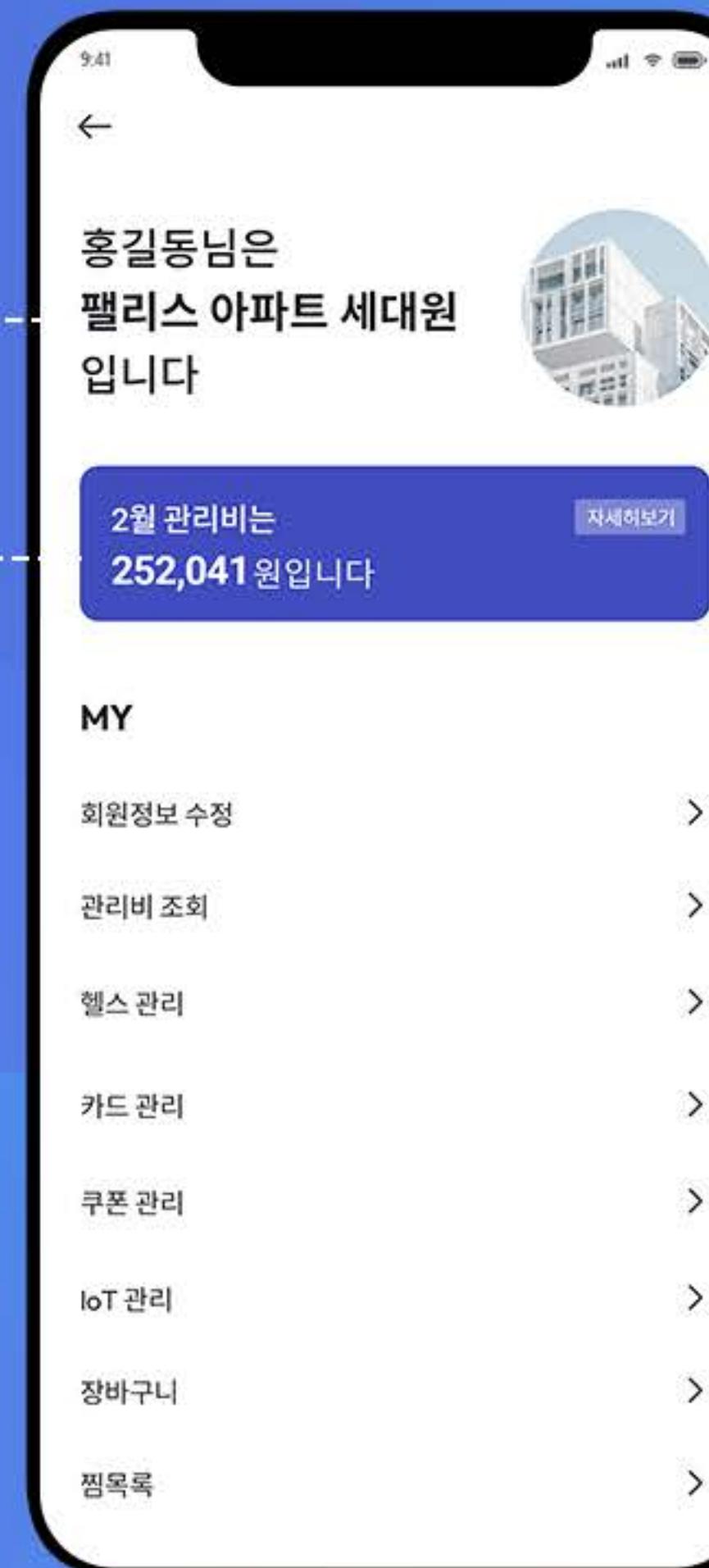
- 앱을 사용하기 전에 디테일한 설명이 필요하다.
- 정보를 교환할 비슷한 연령대가 필요하다.
- 관리비가 얼마인지 실시간 조회가 필요하.

Pain Point

- 일일히 물어보기가 민망하다.
- 배웠어도 자주 잊어버린다.

MAINTENANCE COST

마이페이지는 사용자가 많이 사용하는 페이지입니다.
주거에서 많이 사용하는 메뉴들을 토대로 작업했습니다.



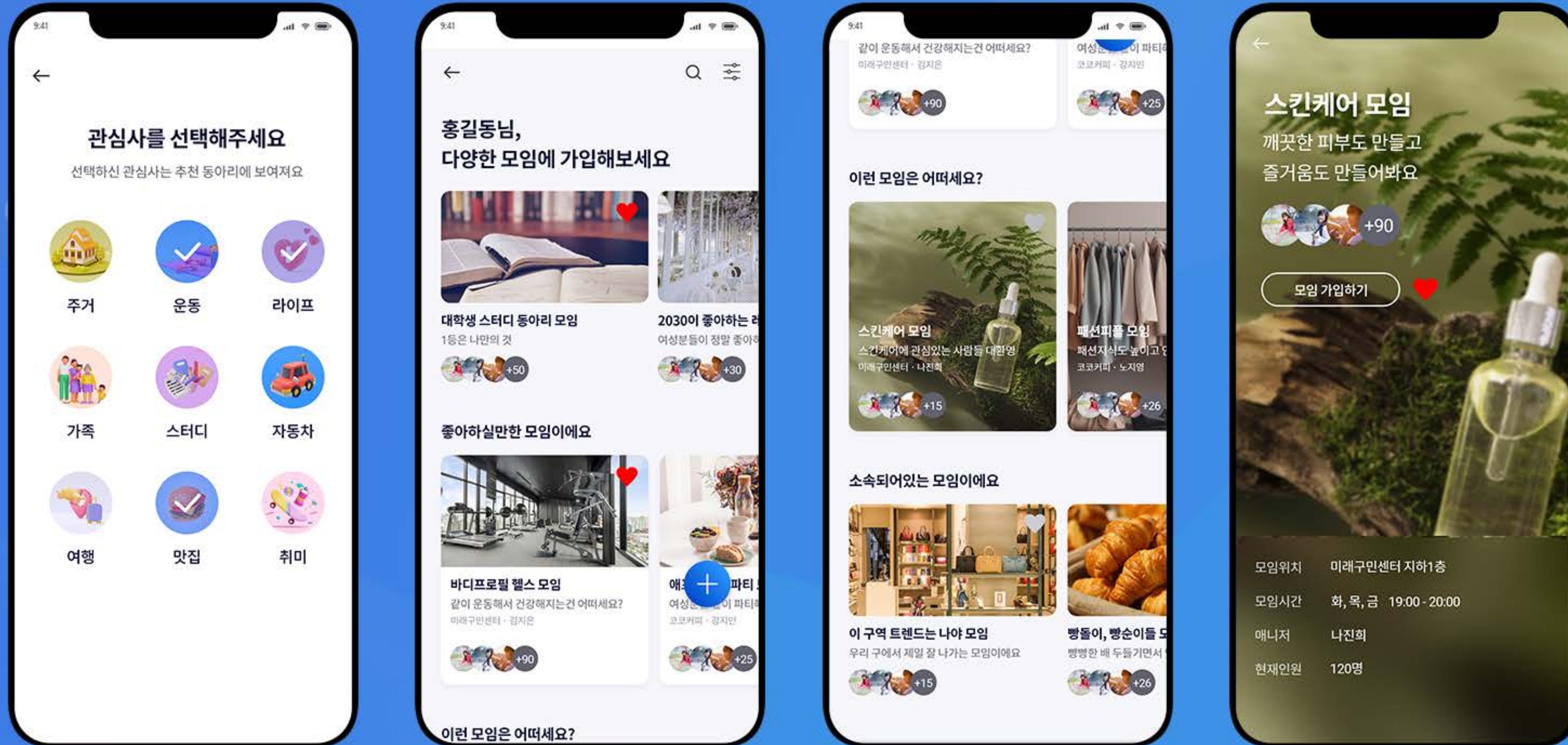
이번달 관리금액 중 우선시 되어야 할 부분을 간략하게 표현하였습니다.
관리비 더보기 버튼을 누르면 상세로 이동합니다.

우리 집 관리비를 분석한 막대그래프입니다.
타 단지 평균과 우리 집의 관리비를 비교합니다.

수도, 난방, 온수, 전기를 월별로 사용한 값을
수직 막대그래프로 나타냈습니다.

CLUB SOCIETY

단지 내 주민들끼리 원하는 모임을 만들어서 다양한 교류를 합니다.
선택한 관심사를 기반으로 모임 리스트가 생성되고 가입 인원 수, 장소, 시간, 매니저를 알 수 있습니다.



MARKET

일반 판매와 중고나눔이란 판매로 입주민들끼리 물물교환을 할 수 있습니다.

새해 복 많이 받으세요

설 연휴 기간 모든 제품 무료 배송

2024

1 / 12 正月

상품별 카테고리입니다.

중고 판매로 아파트 단지 내에서 물물교환이 가능합니다.

조회 수 급상승

러블리네이처 세라마이드 플러스 크림 30,000원 ★ 4.93 (90)

헤븐립스 [기획 특가] 3종 색상 47% 24,000원 ★ 4.42 (79)

코스월드 핑크 립스틱 4종 세트 30,000원 ★ 3.9 (67)

오늘 딱 하루 특가 10:03:23초

이보다 더 꽉찬 구성은 없어 세트 30% 55,000원

편백나무로 만든 물광 스프레이 20% 50,000원

금가루가 함유되어 있는 하이라이터 10% 35,000원

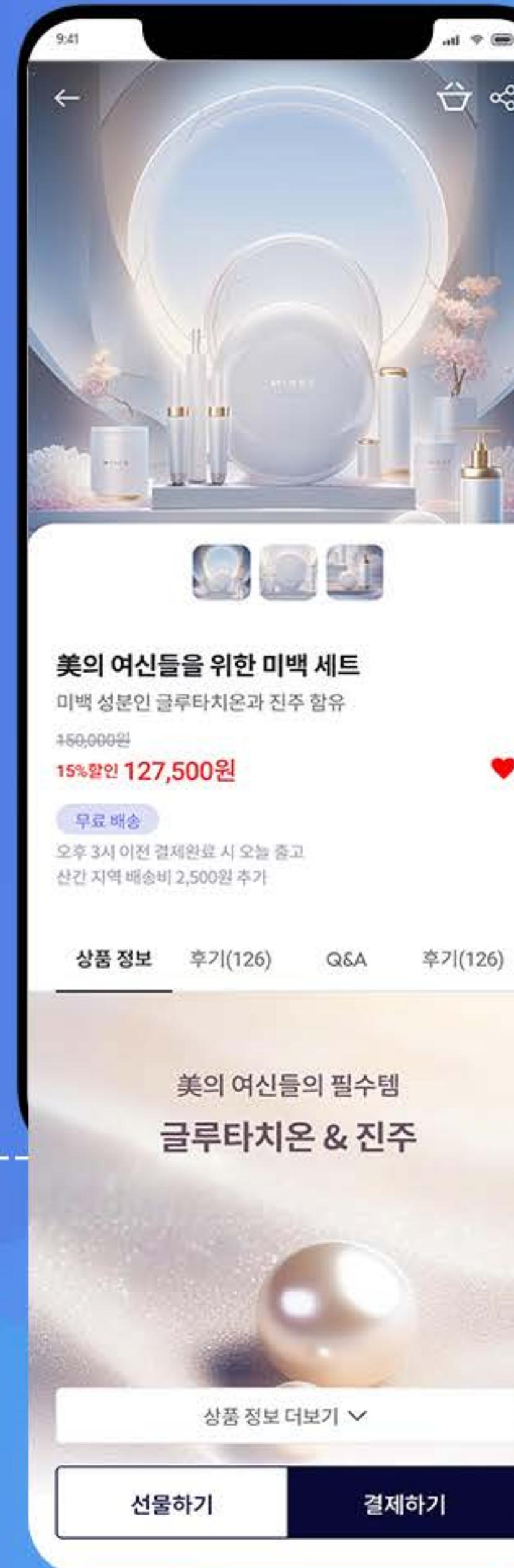
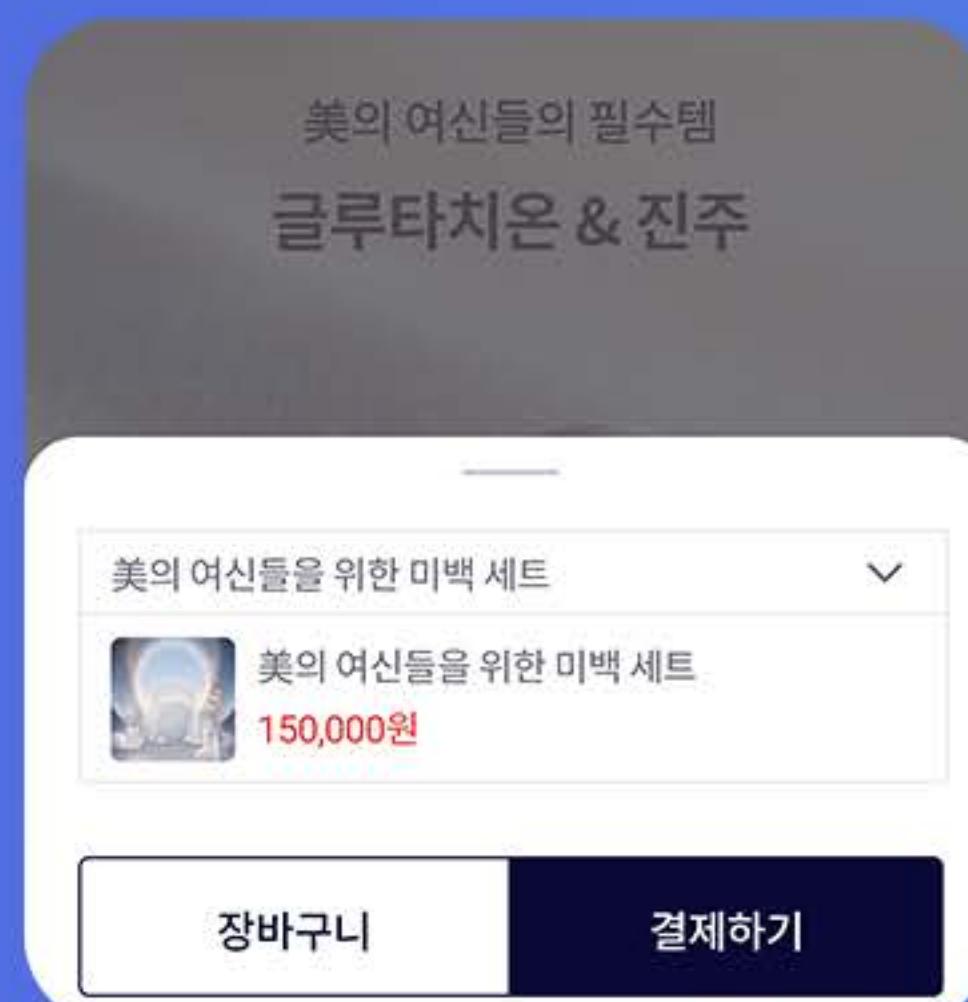
미의 여신들을 위한 미백 세트 15% 127,500원

PRODUCT DETAIL

상품상세의 중요성은 사용자가 상품을 쉽게 이해할 수 있어야 합니다.

고급스런 이미지와 가독성이 좋은 크기의 폰트와의 조화로 한 눈에 들어오게 디자인 했습니다.

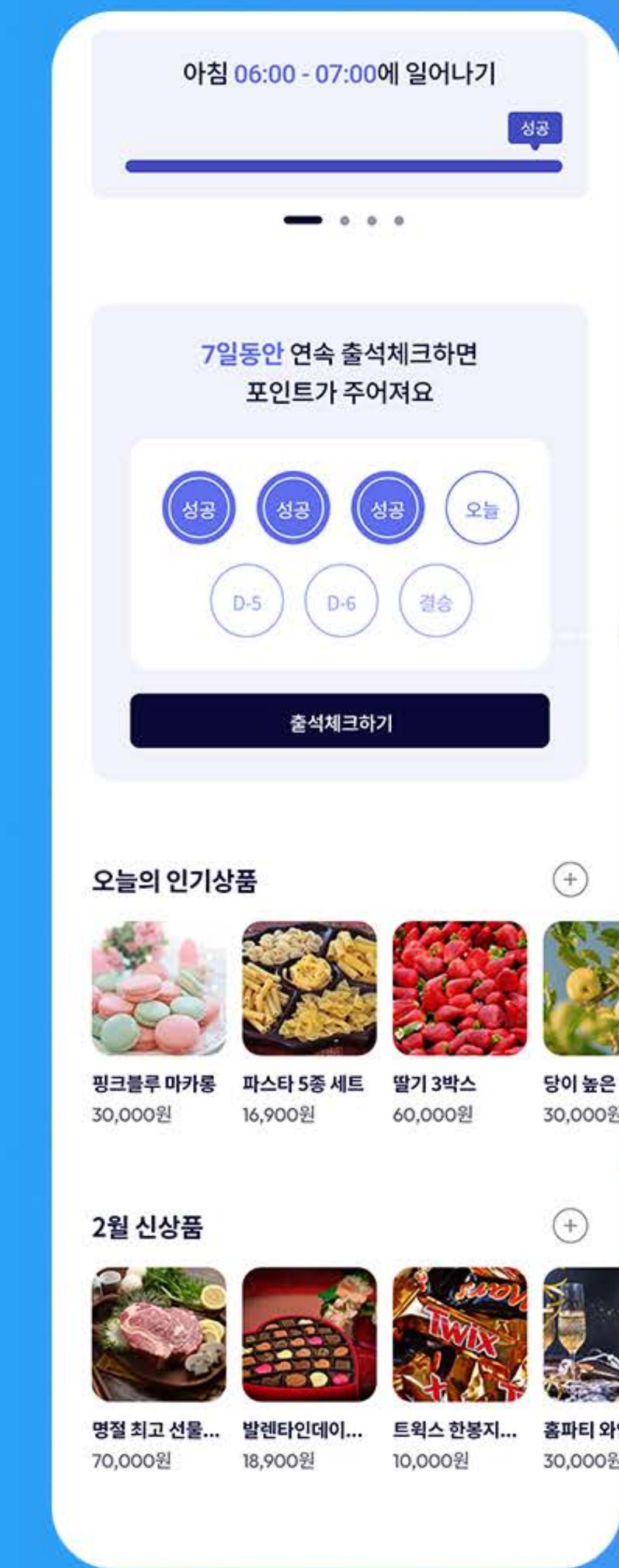
또한 선물하기 기능을 추가하여 다른 입주민에게 선물할 수 있습니다.



HEALTH MAINTENANCE

우리 사회는 현대인의 건강한 삶이 중요시하고 있습니다.
만보 걷기는 모든 연령대가 어디에서나 쉽게 접할 수 있는
운동입니다.
만보 걷기를 통해 얻는 포인트는 돈으로 환전이 가능합니다.
환전한 돈은 마켓에서 사용 가능합니다.

보유 포인트를 돈으로 환전할 수 있는 기능입니다.

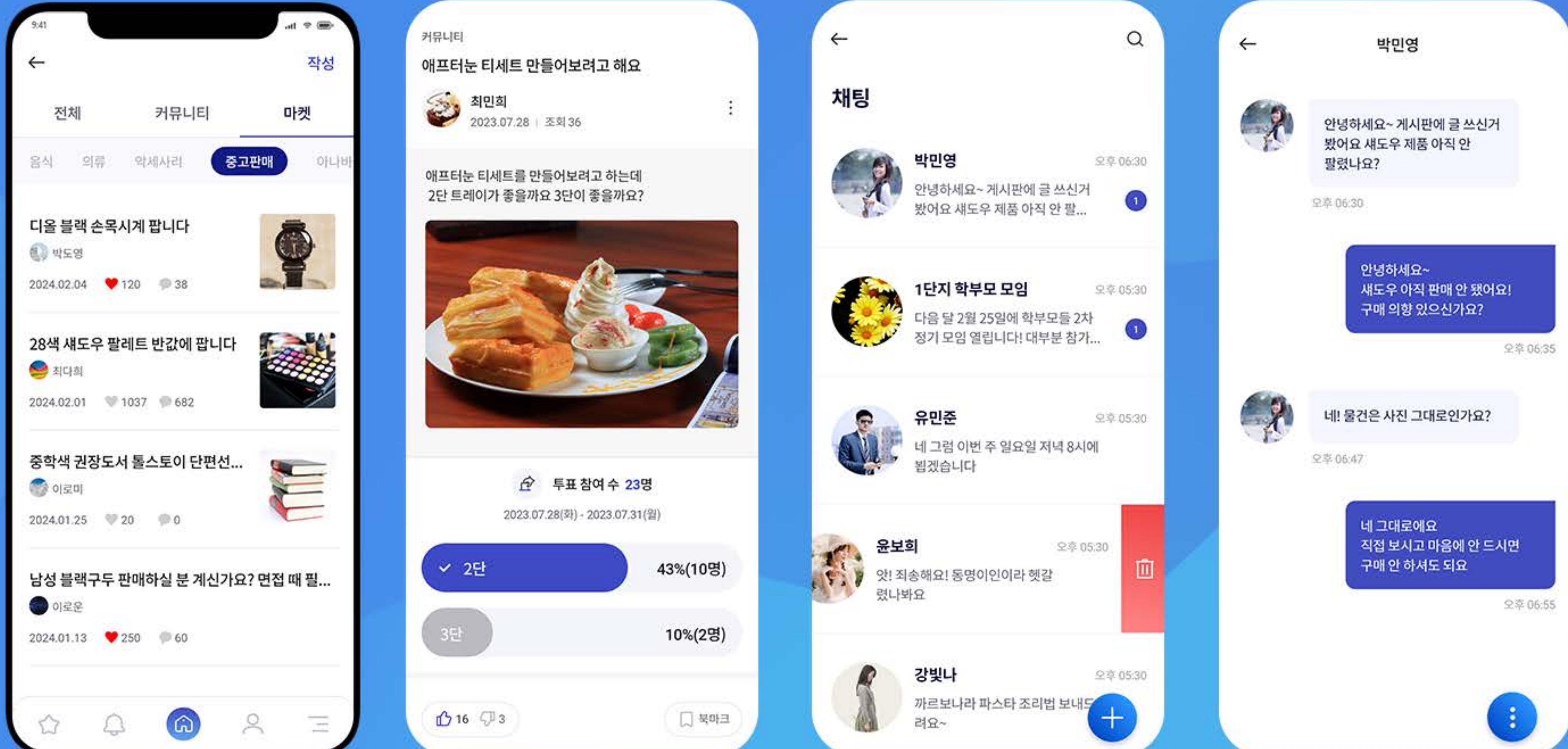


7일동안 연속 출석체크 시,
소정의 포인트를 줍니다.

교환한 돈으로 마켓에서 물건을
살 수 있습니다.

COMMUNITY

커뮤니티는 아파트 앱에서 필수적인 요소입니다.
다양한 아파트 소식과 건의내용, 질문사항 등
여러 분야들을 자유롭게 얘기를 나누는 공간입니다.



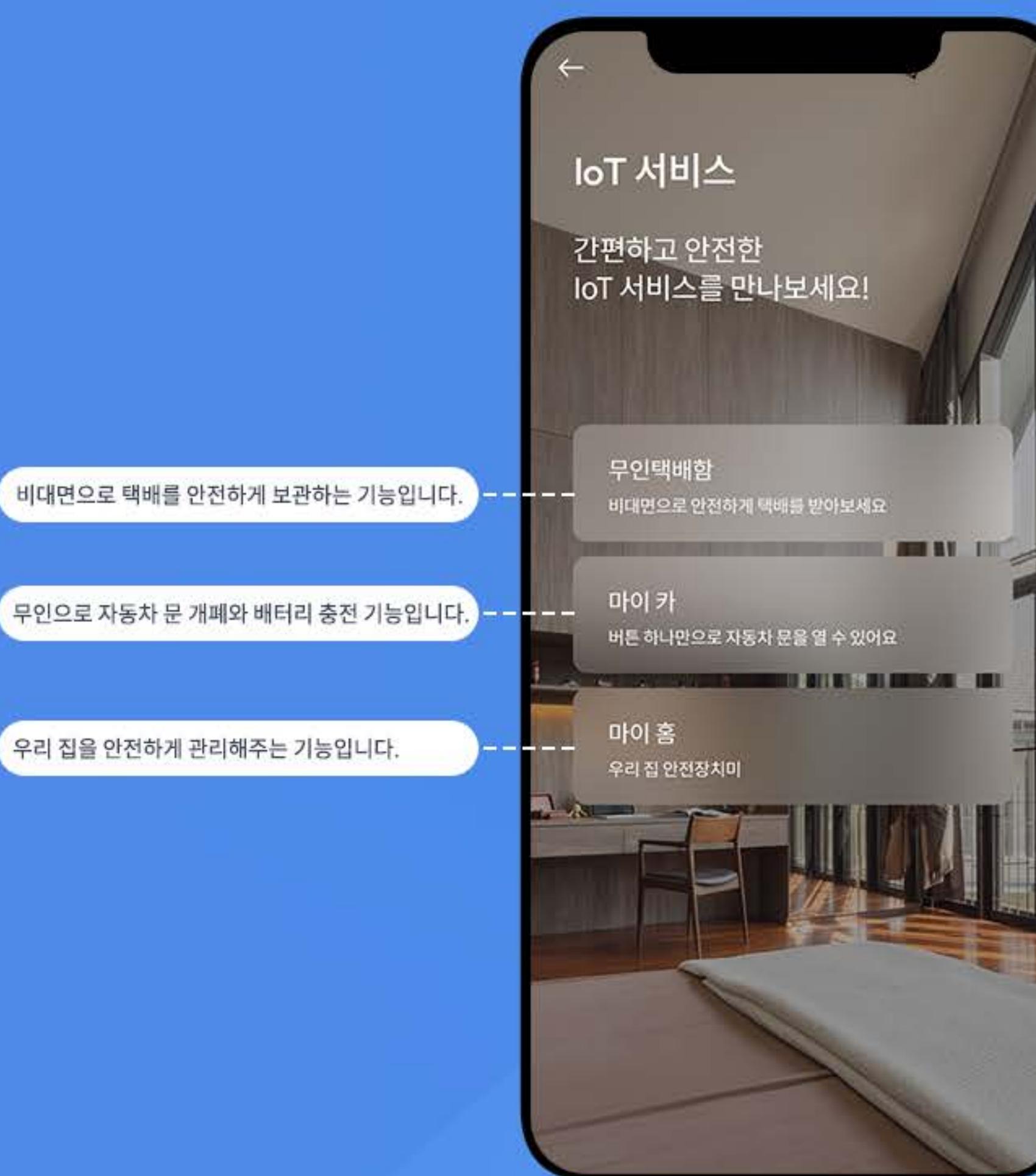
SCHEDULE

우리 아파트에 대한 일정입니다. 아파트 일정은 소방점검 일정, 이사예약 일정, 반상회 등 공식적인 아파트 일정을 정리한 스케줄입니다. 아파트 일정은 관리자에서 등록하면 캘린더와 알림으로 보여집니다.

The image shows two screens of a mobile application. The left screen is titled '아파트 일정' (Apartment Schedule) and displays a monthly calendar for March 2024. It highlights specific dates with blue circles: 11 (Monday), 18 (Sunday), and 28 (Saturday). A callout bubble from the bottom-left says '아파트 일정을 캘린더로 표현했습니다.' (The apartment schedule is represented as a calendar). Another callout bubble from the bottom-left says '날짜를 선택하면 해당 날에 해당하는 일정을 볼 수 있습니다.' (Selecting a date will show the corresponding schedule). The right screen is titled '알림' (Notifications) and lists three notifications: 1. '소방점검 일정 안내' (Fire inspection schedule notification) from '공지사항' on March 1, 2024, with details '3월 18일에 소방안전점검을 실시합니다. 각 세대에서는 점검을 빨리 끝마칠 수 있도록 협조 부탁드립니다.' and '일자: 3월 18일 시간: 오전 10시부터 오후 6시까지'. 2. '분리수거' (Recycling collection) from '공지사항' on February 25, 2024, with details '분리수거 일정이 매주 금요일에서 목요일로 바뀌었습니다. 양해 부탁드립니다.' 3. '이미지 업로드 갯수 개선' (Image upload count improvement) from '커뮤니티' on March 1, 2024, with details '기존 이미지 업로드 갯수를 2개에서 5개로'. A callout bubble from the right side says '알림은 내용을 전달하는데 중요한 페이지입니다. 타이틀과 내용은 중요하기 때문에 볼드하고 크게 작업했으며, 흐름이 자연스럽게 했습니다.'

IoT 서비스

IoT 서비스는 우리 일상생활에 많은 영향을 미칩니다.
주거생활의 편의성을 극대화에 필요한 요소입니다.
코로나 이후 비대면으로 교류하는 상황이 증가하여
무인택배함이 인기가 상승하고 있습니다.



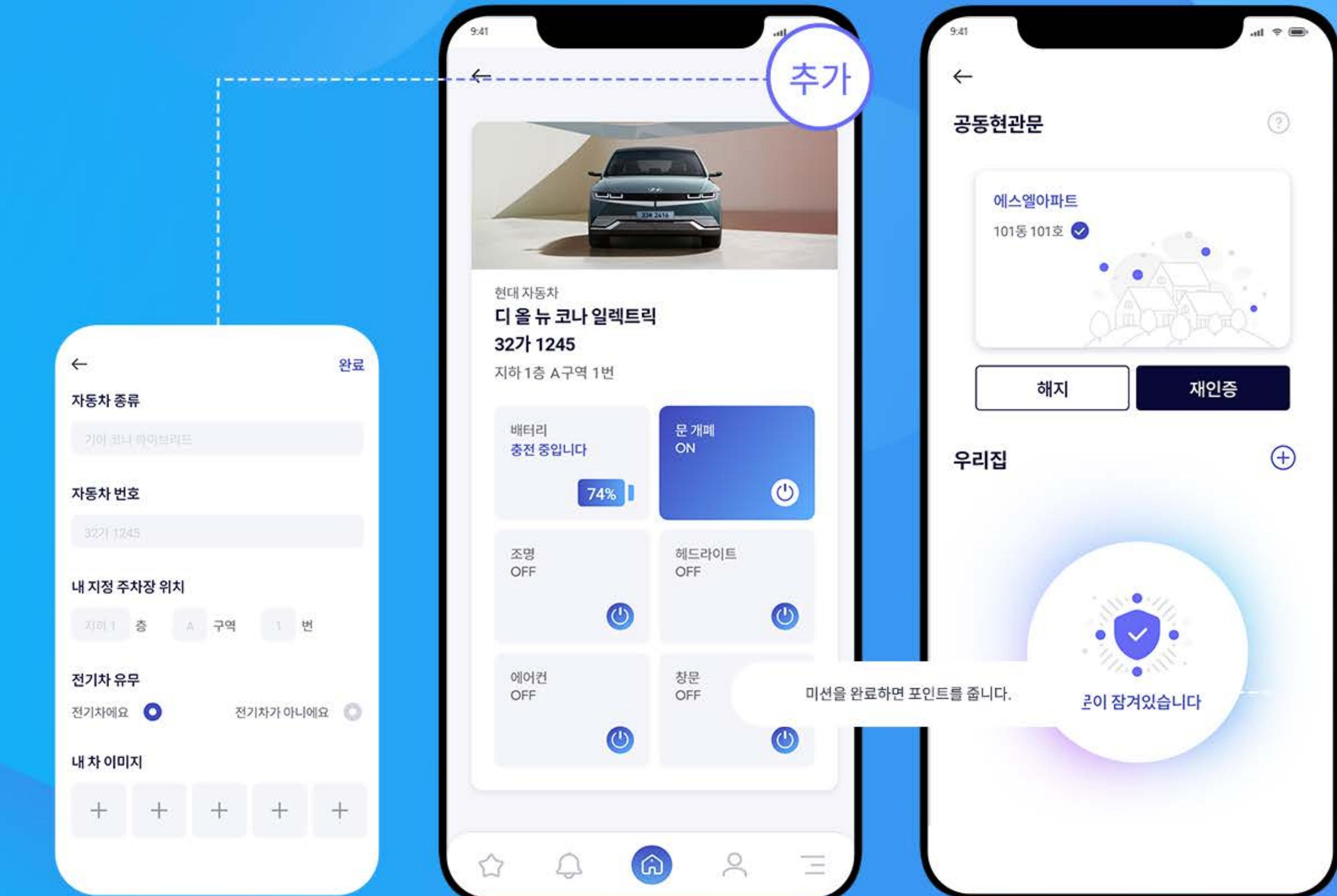
내 무인택배함의 이용현황과 위치, 월별 이용현황을 나타냅니다.

무인택배함을 사용하는 방법을 팝업으로 나타냈습니다.

CAR MANAGEMENT & DOOR MANAGEMENT

내 차 정보와 주차장 위치, 문 개폐와 조명과 헤드라이트, 에어컨 온오프를 관리합니다.
전기차일 경우, 배터리 충전 여부도 같이 나타납니다.

안전이 중요시되고 있어 아파트마다 공동현관문이 점차 증가하고 있습니다. 카드 전용 아파트가 있지만 분실한다는 단점이 있어 앱으로 이용합니다.



김효진 [KIM HYOJIN
010-9677-9661
maria11097@naver.com.