

서비스 기획

김태완

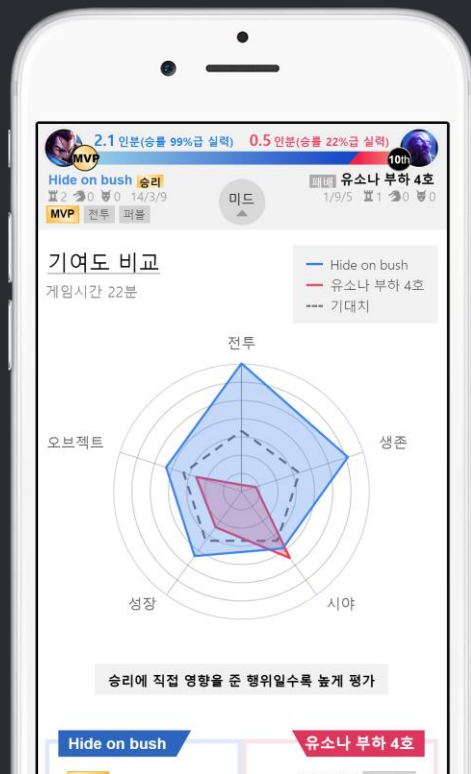
김 태 완

- Pearl Abyss (2018 ~ 2019)
 - 웹 서비스 기획
- GGtics (2016 ~ 2017)
 - 서비스 기획 / 데이터 분석
- KAKAO (2015)
 - O2O 서비스 매장 관리 및 영업(인턴)
- 중앙대 법학과 졸업 (2014)

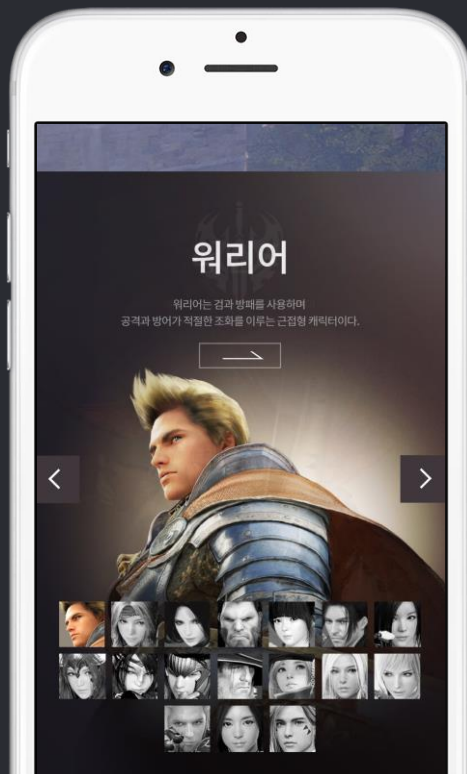
기 획

- 초점: 서비스 특징 파악
- Pearl Abyss: 게임(MMORPG) 서비스
 - 특징: 플랫폼의 빠른 확장
 - 안정적이면서도 빠른 개발을 위한 고민
- GGits: League of Legend 분석 서비스
 - 특징: 분석 정확도 / 전달력
 - 더욱 정확한 분석과 전달력을 위한 고민

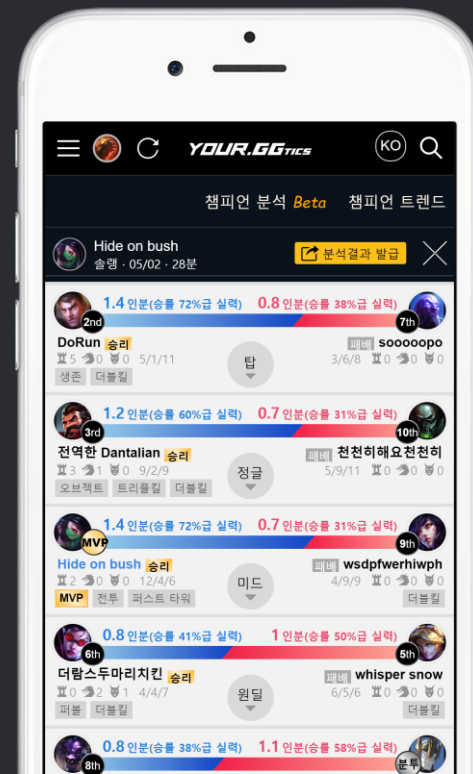
데이터 분석




화면 기획



콘텐츠 기획



The background image is a dark, atmospheric scene of ancient ruins. On the left, a large stone archway is visible, adorned with intricate hieroglyphs. Above the arch, a circular stone feature contains a sun-like symbol. The ruins are set against a backdrop of steep, rocky cliffs. In the center-right, a large, partially obscured stone structure, possibly a statue or a temple entrance, is visible. The overall lighting is dim, with some light filtering through the scene, creating a sense of mystery and depth.

Pearl Abyss

2018 ~ 2019

신규 사이트 구축 기획

- 초점
 - 짧은 일정& 제한된 리소스 내에서
무사히 라이브 될 수 있도록 작업 효율성 중시
- 타 국가에서도 서비스될 수 있도록 고려
- 구축 사이트
 - 검은사막(PC) 브랜드 사이트
<https://www.kr.playblackdesert.com>
 - 통합 고객센터
<https://kr.pearlabyss.com/Support>
 - 검은사막(MO) 브랜드 사이트
<https://www.blackdesertm.com/Ocean>
 - 검은사막(MO) 포럼
<https://forum.blackdesertm.com/>
 - 검은사막(XBOX) 브랜드 사이트
<https://xbox.playblackdesert.com/>



검은사막(PC) 브랜드 사이트

- 프로젝트 기간 – 2019-02-04 ~ 05-31
- 프로젝트 내용
 - 검은사막(PC)이 펄어비스 자체 서비스로 전환됨에 따라 브랜드 사이트 신규 구축
- 담당 업무 – 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 기존 카카오게임즈 이용 유저의 감성 유지 및 자체 서비스임을 강조
 - 유저 편의를 고려하여 반응형으로 작업
 - 결제 및 커뮤니티 게시판 작업 진행
 - 통합 고객센터 및 Admin 사이트 기획 동시 진행



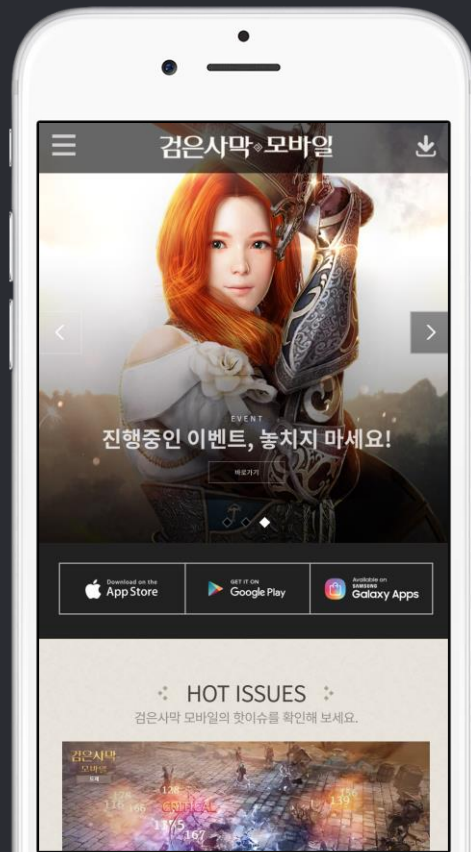
통합 고객센터

- 프로젝트 기간 – 2019-02-04 ~ 05-31
- 프로젝트 내용
 - 플랫폼 별로 별도로 운영되던 고객센터를 하나의 사이트로 통합
- 담당 업무 – 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 기존 콘솔 브랜드 사이트에 적용된 고객센터 기능을 기반으로 재구성
 - 유저 편의를 고려하여 반응형으로 작업
 - 검은사막(PC) 브랜드 사이트 및 Admin 사이트 기획 동시 진행



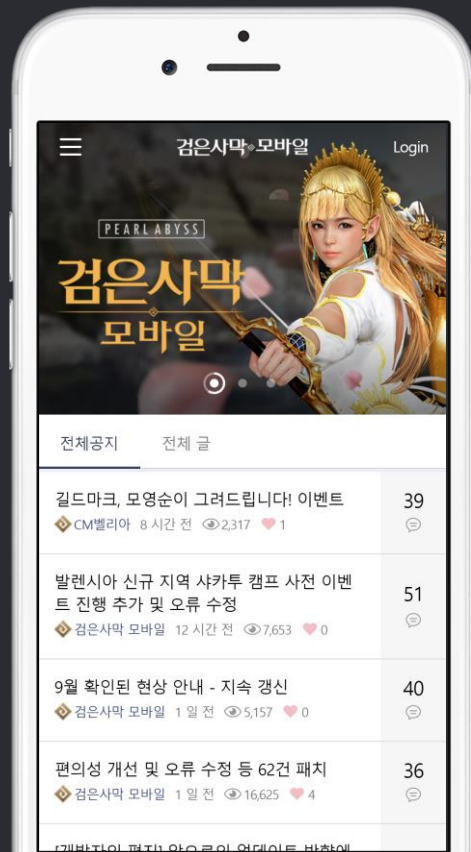
검은사막(MO) 브랜드 사이트

- 프로젝트 기간 – 2018-06-04 ~ 06-22
- 프로젝트 내용
 - 검은사막(MO) 신규 유저를 주 대상으로 한 브랜드 사이트 기획
- 담당 업무 – 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 신규 유저가 게임의 매력을 느낄 수 있게 비주얼 콘텐츠에 초점
 - 최초 적용 국가는 대만이었으며 이후 일본, 한국 등 지역별로 순차 적용
 - 유저 편의를 고려하여 반응형으로 작업
 - 검은사막(MO) 포럼 사이트 및 Admin 사이트 기획 동시 진행



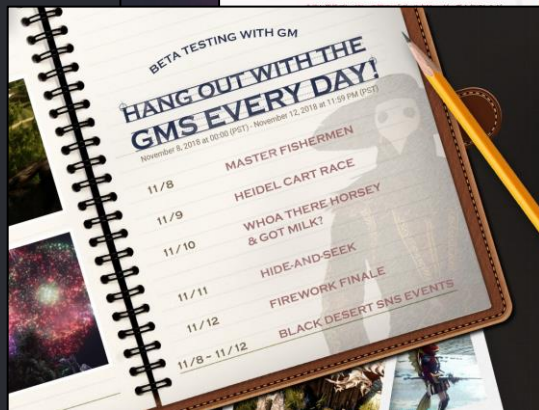
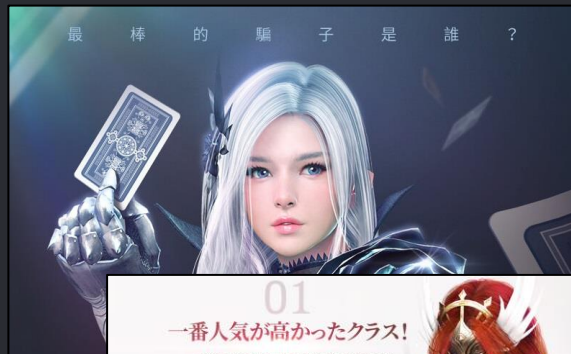
검은사막(MO) 포럼 사이트

- 프로젝트 기간 – 2018-06-04 ~ 06-22
- 프로젝트 내용
 - 검은사막(MO) 이용 유저를 주 대상으로 한 포럼 사이트 기획
- 담당 업무 – 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 이용 유저를 주 대상으로 하여 커뮤니티 및 편의성에 초점
 - 최초 적용 국가는 대만이었으며 이후 일본, 한국 등 지역별로 순차 적용
 - 유저 편의를 고려하여 반응형으로 작업
 - 특히 포럼의 경우 인게임뷰도 고려하여 작업
 - 유저 편의를 고려하여 반응형으로 작업
 - 검은사막(MO) 브랜드 사이트 및 Admin 사이트 기획 동시 진행




신규 이벤트 및 랜딩 페이지 기획

- 프로젝트 기간 – 상시
- 프로젝트 내용
 - 매주 자체 서비스 중인 플랫폼 & 지역별로 들어가는 신규 이벤트에 대한 이벤트 및 랜딩 페이지 기획
- 담당 업무 – 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 유저들의 흥미 유도를 위한 비주얼 & 구성 & 문구에 초점
 - 영상팀 & 디자인팀 & 개발팀의 작업 공수 고려하여 기획
 - 원활한 작업을 위해 기획 단계부터 수시로 유관 부서에 공유 및 이슈 발생 최소화
 - 특정 지역 색깔이 강하다 판단될 경우 현지 부서에 이슈 여부 확인



내부 업무 프로세스 개선

- 프로젝트 기간 – 상시
- 배경
 - 개발자&디자이너들에게 보다 효율적인 작업 환경 제공을 위해 지속적인 고민 및 개선 진행
- 원인 파악
 - 1) 개발자의 경우
 - 타 부서로부터 잦은 질문으로 인해 업무 집중이 어려움
 - 2) 디자이너의 경우
 - 작업 진행 중 타 부서와 커뮤니케이션 혼선 발생이 잦음
 - 3) 공통
 - 작업 스케줄링이 정리되지 않아 이에 따른 작업량 산정이 어려움
- 개선 방안
 - 1) 기존 & 신규 사이트 별 관리 매뉴얼 작성
 - 2) 내부 직원용 FAQ 문서 작성
 - 3) 디자인 작업 요청 문서 검수 및 커뮤니케이션 브릿징 역할 수행
 - 4) 각 플랫폼&국가별 스케줄 시트 작성 및 관리
 - 5) 작업 유형별 요청 기한 설정



GGtics
2016 ~ 2017

LE
LEO
DO

GGtics V3 패치

- 프로젝트 기간 – 2017-06-26 ~ 07-25
- 프로젝트 내용
 - GGtics는 LOL을 제작한 회사 Riot으로부터 제공받는 API를 토대로 분석을 제공하는 서비스이나 해당 API에서 제공하는 정보 내용이 변경됨
 - 이로 인해 기존에 제공하던 분석 화면을 재구성할 필요가 발생
- 담당 업무 – 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 1) 유저 불편 최소화
 - 기존 분석 결과는 "유저 개인"을 중심으로 제공되었으나 API 변경으로 해당 UX 제공 불가
 - "팀 단위"로 분석 결과를 볼 수 있도록 구성하여 유저에게 새로운 경험 제공 및 불편 최소화
 - 2) 직관성 강조
 - 서로를 한 눈에 비교할 수 있도록 화면 기획
 - 아군과 적군의 성적을 종합 및 항목별로 그래프에 표시
 - 막대 그래프, 레이더 그래프, 꺾은 선 그래프 등 각 결과를 잘 이해할 수 있는 그래프 활용

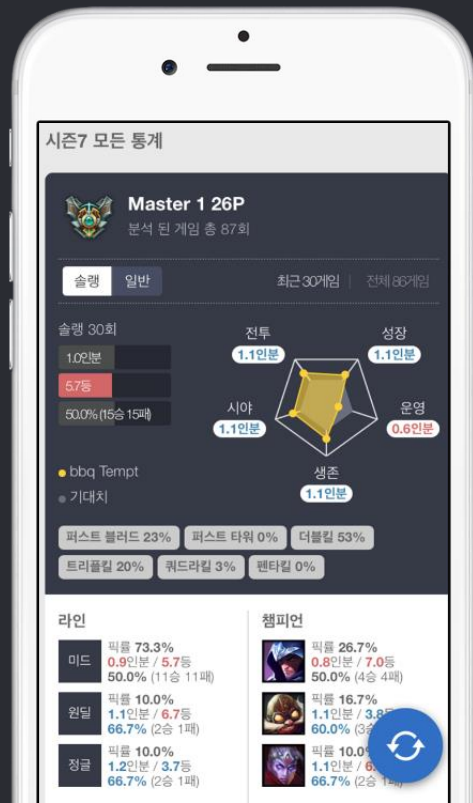
GGtics V3 패치

- 초점: 서비스 직관성 강화
 - ▶ 누가 / 얼마나 / 어떤 걸 더 잘해서 승리로 이끌었는지를 표현



세이버 매트릭스 패치

- 프로젝트 기간 – 2017-01-10 ~ 02-19
- 프로젝트 내용
 - 게임 분석 정확도 상승
 - 통계 기능 개편 – 게임별 분석을 종합하여 보여주는 기능 추가
- 담당 업무 – 분석 정확도 향상 Feature 발굴 / 기획서 작성 및 PM 역할
- 상세
 - 1) 분석 정확도 향상 가능한 Feature 발굴
 - 유저들의 분석 만족도에 대한 피드백 분석 변경
 - 신규 분석 엔진의 유용성 검사
 - 2) 통계 기능 기획
 - 게임별 분석을 통계적으로 의미있게 보여주는 기능 기획



BM 기획 - 정밀진단

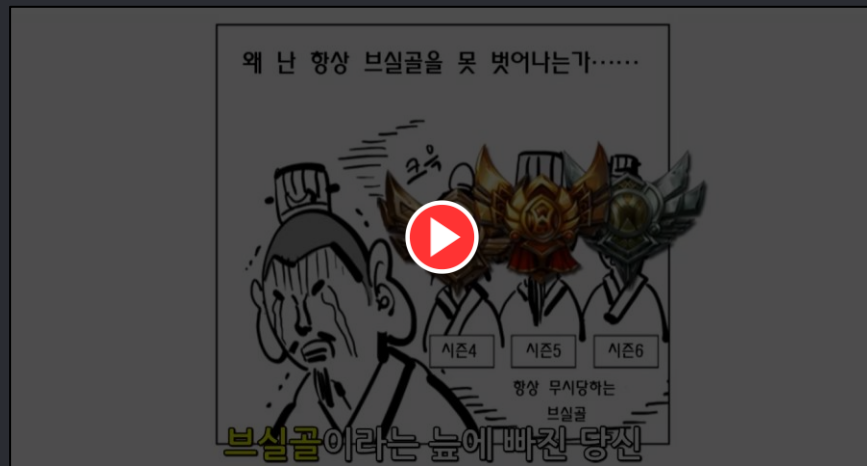
- 가설의 단계

1) GGtics는 LOL 분석 서비스이므로 유저는 본인의 실력 향상에 관심이 많을 것이다.

2) LOL 같은 유명 게임은, 돈을 주고 "대리"라는 편법으로 티어를 올릴 정도로 티어 상승에 관심이 높다.

3) 따라서 GGtics의 분석 결과를 바탕으로 유저의 현재 실력을 분석해주고 실력 향상에 도움을 주는 서비스는 BM으로서 가치가 있을 것이다.

- 정밀진단 홍보 영상



데이터 분석

1. 통계

- 1) 설문조사: 유저가 바라보는 서비스 현황을 수치로 파악
- 2) 통계적 오류 발생에 유의하여 진행
ex) 대수의 법칙, 교락 인자 등
- 3) 유저 그룹화: 일반 유저 / 골수 유저 / 이탈자
각 그룹별로 느끼는 서비스의 모습 조사

2. 지표

- 1) 일간 / 주간 지표 정리 및 분석 by GA
- 2) 설계: 크게 3가지 그룹으로 나누어 각 세부항목 설정
 - 채널파워(=성과)
 - 서비스 품질(=리텐션)
 - 성장(=신규 유저)
- 3) 데이터 시각화
- 4) 서비스 내/외적 측면의 특이사항 파악

App 다운 상승 by ASO

- 배경

- App이 출시되었으나 서비스 및 회사 인지도가 낮아 App 노출 및 다운 수가 매우 저조
- 마케팅 비용을 별도로 집행하기 어려운 상황

- 접근 방식

- 1) GGtics의 유저는 LOL을 플레이하는 유저이므로 LOL 유저의 관심사 정의가 필수
- 2) 유저들의 관심사는 Naver, Youtube의 검색어 자동완성 기능을 활용하여 도출 가능하리라 판단
- 3) 수 만 개의 단어를 자동완성 기능을 통해 추출 및 카테고리라이징
- 4) App의 설명 문구를 해당 단어 및 카테고리 중심으로 재구성

- 결과

- App 노출 및 다운 수가 지속적으로 수 배 증가
- 추출한 단어 및 카테고리는 서비스 방향성 정립에 기여

서비스 운영

- SNS 관리
 - Facebook
<https://www.facebook.com/loldoctor>
 - Blog
<https://blog.naver.com/loldoc>
- CS 응대
- 서비스 및 유저 반응 실시간 모니터링