

Web Portfolio

25.07 - 25.11

Project

김소원

010-2047-8672

e-mail fthg0207@naver.com

kakao fthg0302@kakao.com

portfolio https://i-wisheeee.github.io/sowon_portfolio/

Connecting the Dots: From Structure to Experience

‘점’ 하나하나가 모여 ‘선’을 이루고, 그 선이 이어져 하나의 ‘화면’이 됩니다.

퍼블리싱은 그 ‘연결의 과정’입니다.

단순한 연결 속에서 기술은 경험이 되고, 감성은 구조 속에서 완성됩니다.

그리고 그 모든 흐름 안에는 저의 시간이 있습니다.

시행착오와 탐색의 흔적 등, 작은 점이 쌓여 지금의 저를 만들었습니다.

구조를 설계하고 감성을 구현하는 사람, 그 과정 속에서 쌓인 감각과 기술,

그것이 “지금의 나를 만든 선”이며,

저는 그 모든 경험을 연결해 현재의 세상을 디자인하고 구현해 내는 웹 퍼블리셔입니다.

앞으로 저와의 여행을 함께해 주세요.



김소원 Kim Sowon

B 1995.06.07

P 010-2047-8672

M fthg0207@naver.com

이력서 보기



Education

2016 부산예술대학교 실용음악과 졸업

2014 양산여자고등학교 졸업

Certifications

2007 워드프로세서 2급

2006 워드프로세서 3급

Experience

2021.03-2025.03

신세계인터넷면세점 SSG.COM 근무

2020.11-2021.03 쿠팡물류센터 근무

2019.06-2020.05 롯데백화점 MVG라운지 근무

2017.11-2019.01 맥도날드 근무

2016.04-2017.11 음료판매점 쥬씨 근무

Activities

2025

그린컴퓨터아카데미 UI/UX 반응형 웹디자인 & 웹퍼블리셔 양성과정 수료

2020.12

부산영상위원회 부산아시아영화학교주최 2020맞춤형 영화영상전문인력 양성 온라인 영화음악심화과정 수료

2016.01

부산문화재단 주최 기본 음향기기의 세팅과 운영 실습과정 수료

2015.06

부경대학교주최 부경대학교 대학가요제 동상수상

Skills

HTML5를 이용하여 접근성을 고려한 마크업 작성이 가능하며, 반응형 웹페이지 생성과 웹 기본 구조 이해가 가능합니다. Photoshop을 활용한 사진 편집 및 보정, 디자인 시안 제작과 Figma의 프로토타입 구현으로 화면을 시뮬레이션하고 시각화하는 기능을 배웠으며, 웹, 앱, 인터페이스 디자인 및 스토리보드 제작이 가능합니다. 또한 CSS 반응형 디자인 구현과 JavaScript를 이용한 웹페이지 기능 동작 구현이 가능합니다. Visual Studio Code를 활용해 코드를 작성하고 관리하며, Sass, jQuery를 이용해 반응형 웹사이트와 동적 인터페이스를 구현할 수 있습니다. Notion을 통해 프로젝트를 정리하고, Adobe Express와 Illustrator를 활용하여 디자인을 보완 할 수 있으며, GitHub로 버전 관리까지 수행할 수 있습니다.



유한킴벌리

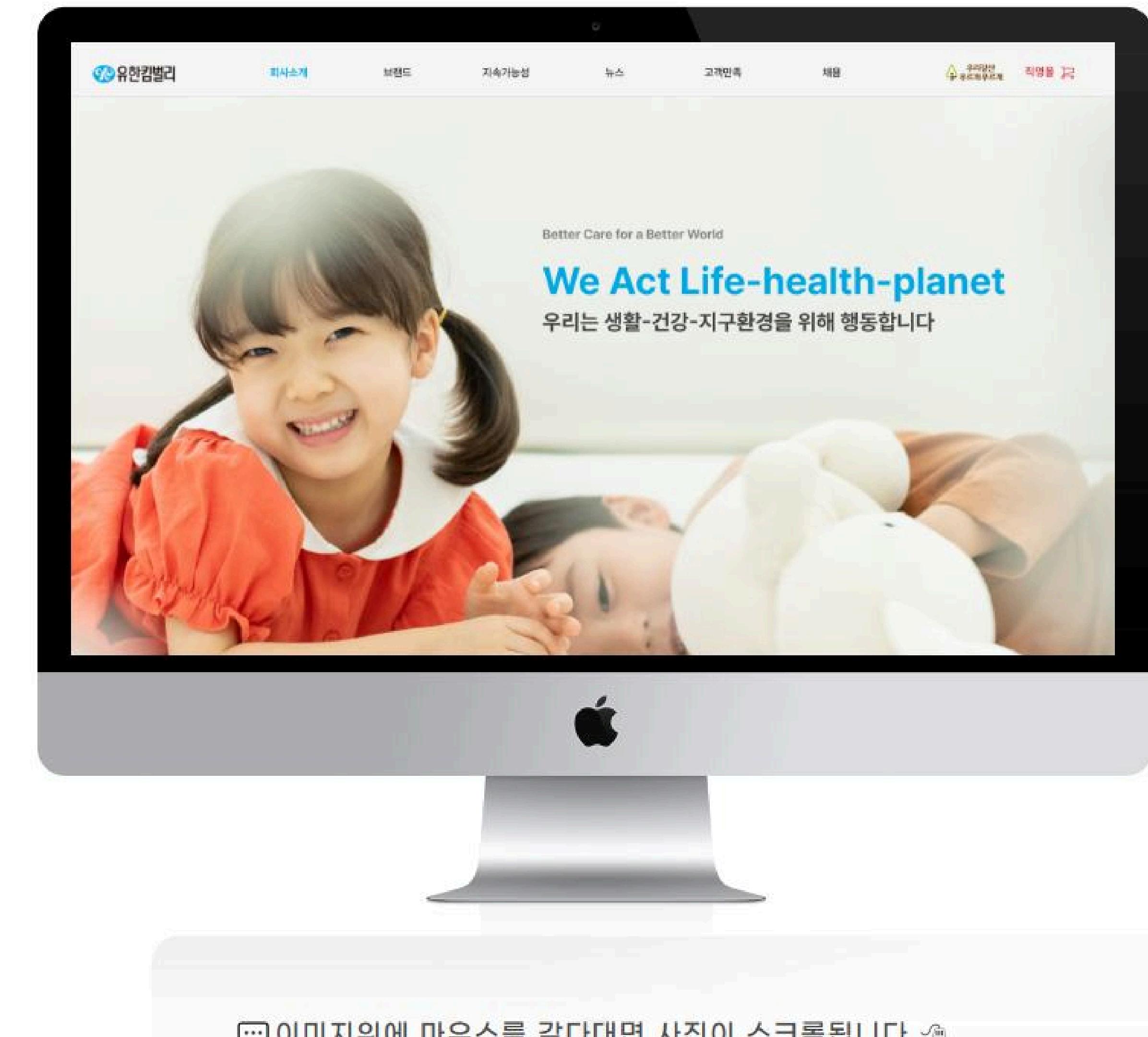
반응형 웹 리뉴얼 프로젝트
메인페이지
서브페이지

대한민국 생활용품기업 **유한킴벌리의 웹사이트 반응형 리뉴얼 프로젝트**입니다. 기존 풀페이지 방식의 웹사이트를 gsap와 JavaScript/jQuery등의 라이브러리를 활용해 현시대의 트렌디한 방식에 어울리고 사용자의 불편한부분을 개선하여 리뉴얼했습니다.
현재 반응형,서브페이지 수정중이며 추후 업데이트 예정중입니다.

Photoshop #Figma #illustrator #HTML5 #CSS/SCSS
#JavaScript #jQuery #GSAP #AOS #SwiperSlide

기획/디자인/퍼블리싱 100%

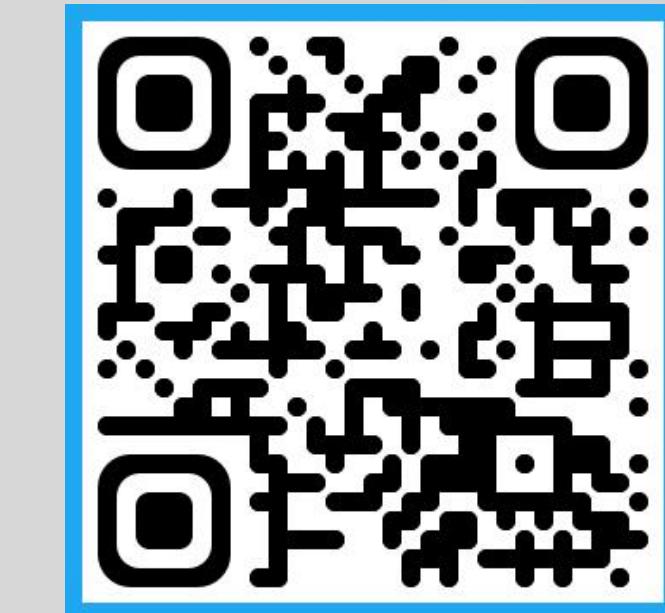
👉 Click here



💬 이미지위에 마우스를 갖다대면 사진이 스크롤됩니다. ↪



유한김벌리 웹사이트 반응형 리뉴얼 프로젝트



Tool |

기여도 | 기획, 디자인, 코딩 100%

<https://i-wisheeee.github.io/yuhan-kimberly/>

Over view

유한킴벌리는 1970년 설립된 대한민국 생활용품 기업으로, 위생용품과 기저귀, 화장지 등을 제조하며 친환경 경영과 사회적 책임을 실천하는 기업입니다.
유한킴벌리 웹사이트 반응형 리뉴얼 프로젝트는 모바일·태블릿 최적화와 UX 개선, 브랜드 강화, 콘텐츠 관리 효율화를 목표로 진행됩니다.

Key word

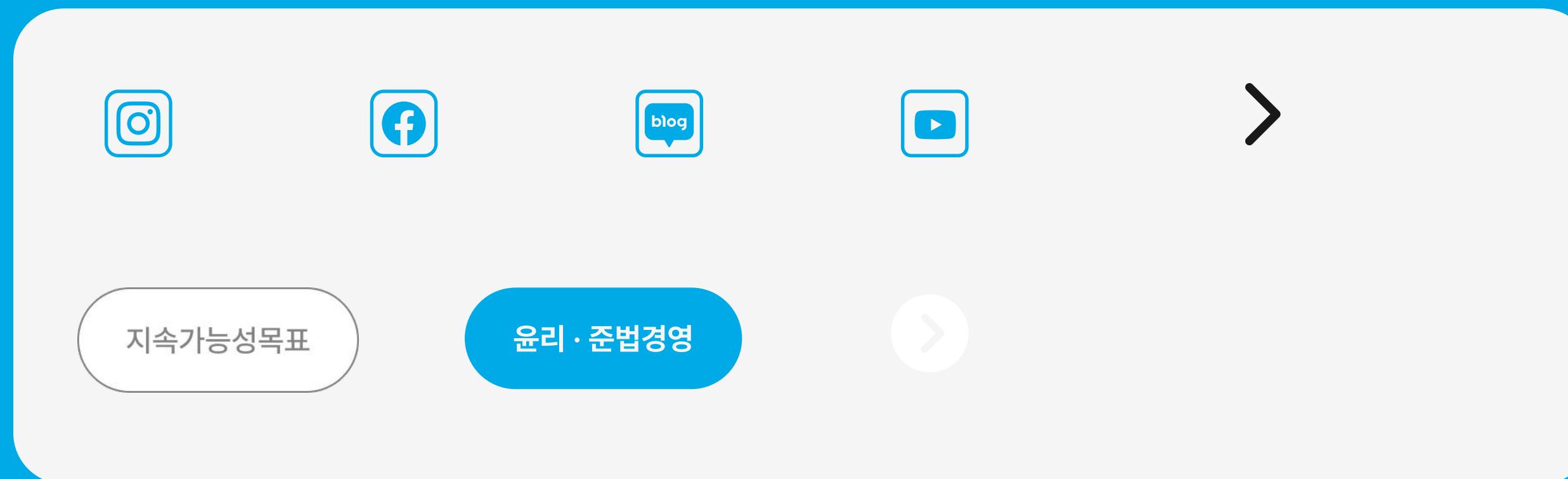
응답성 좋은

지속가능한

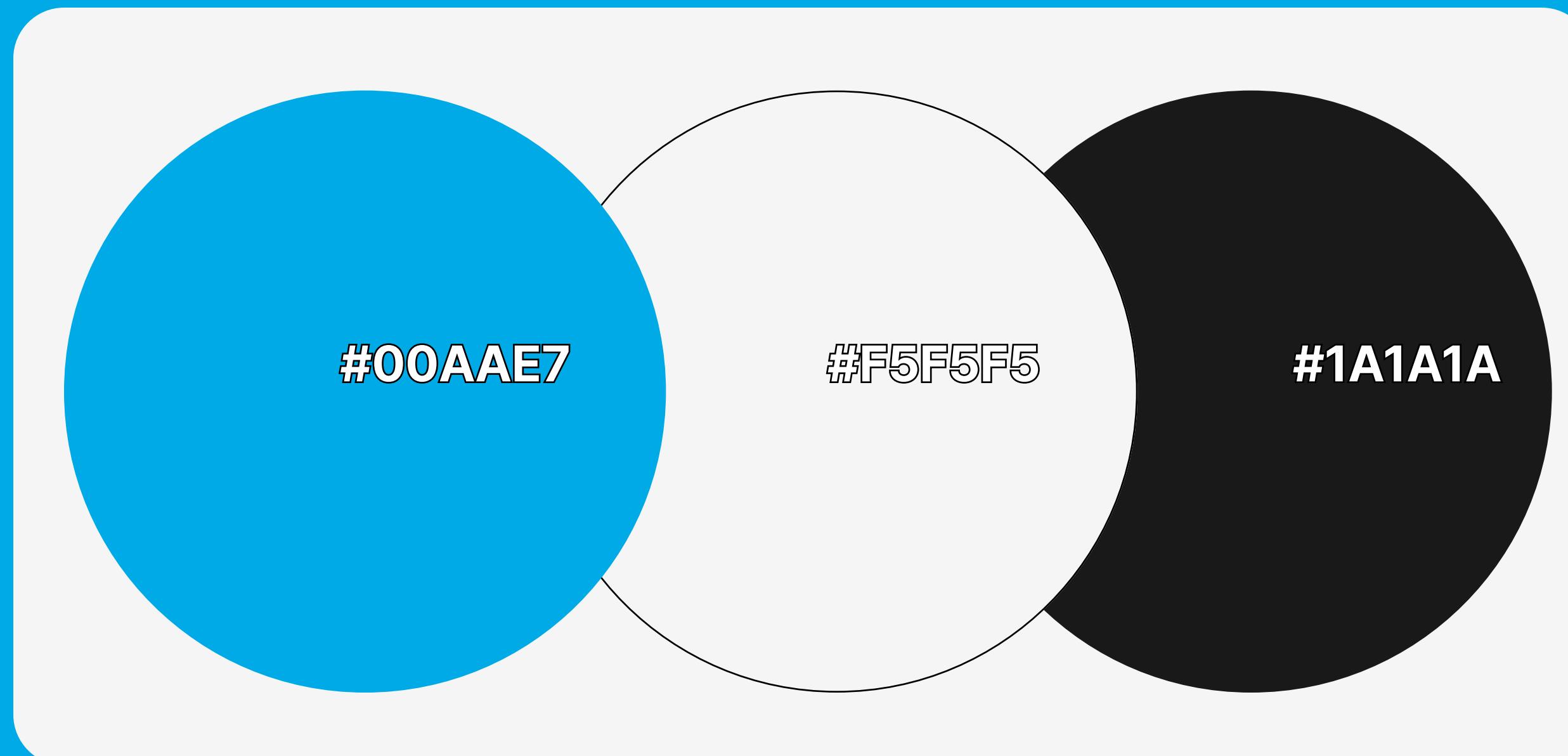
포괄적인

Style Guide

Icon & Button



Color

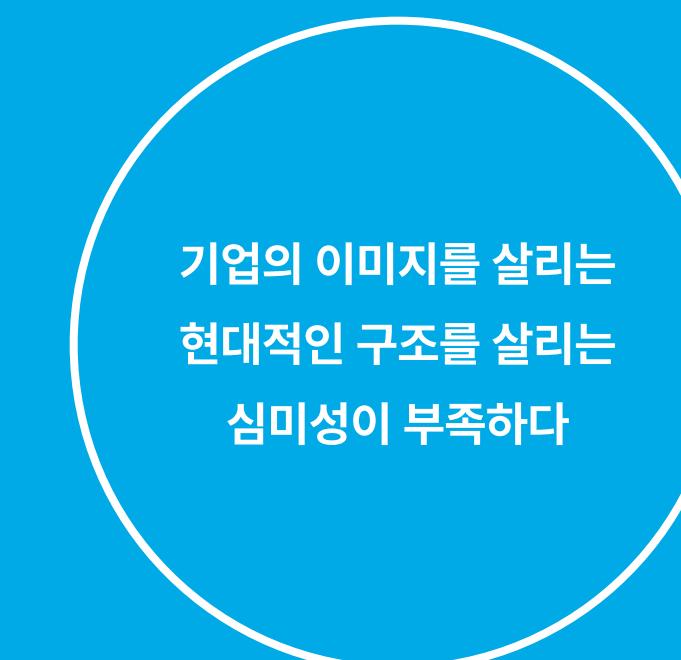
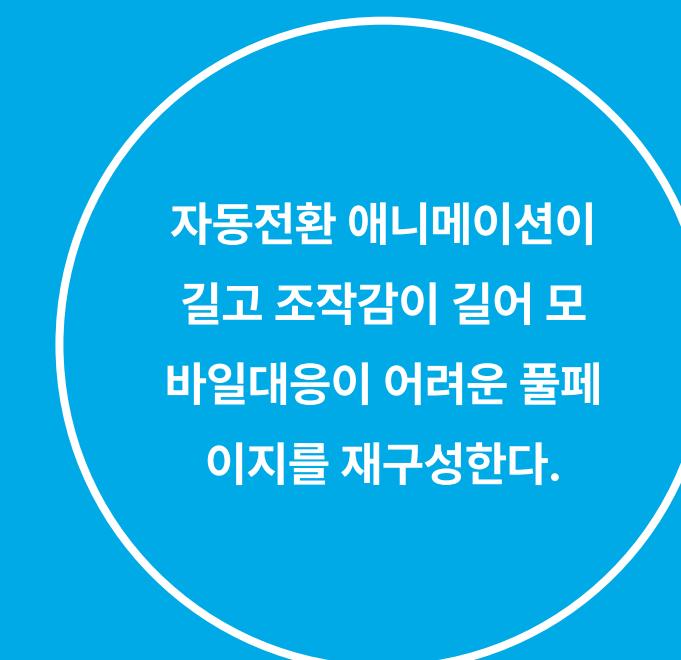
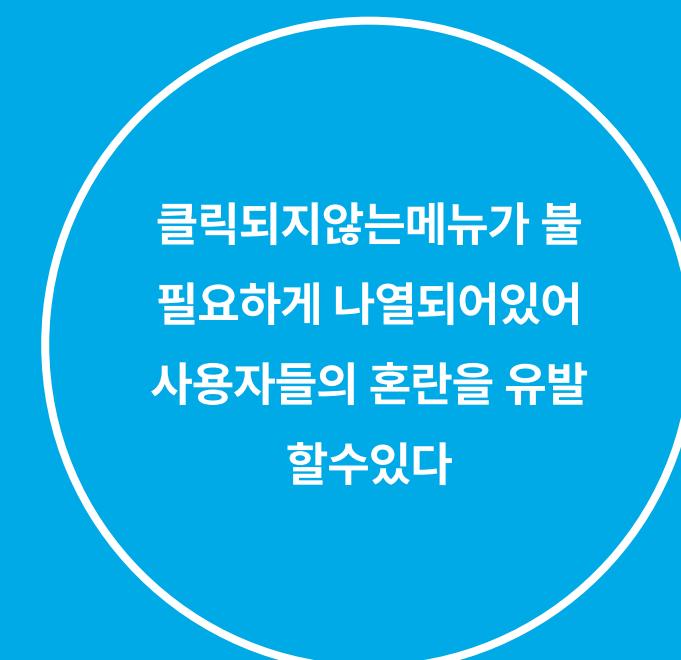


typography

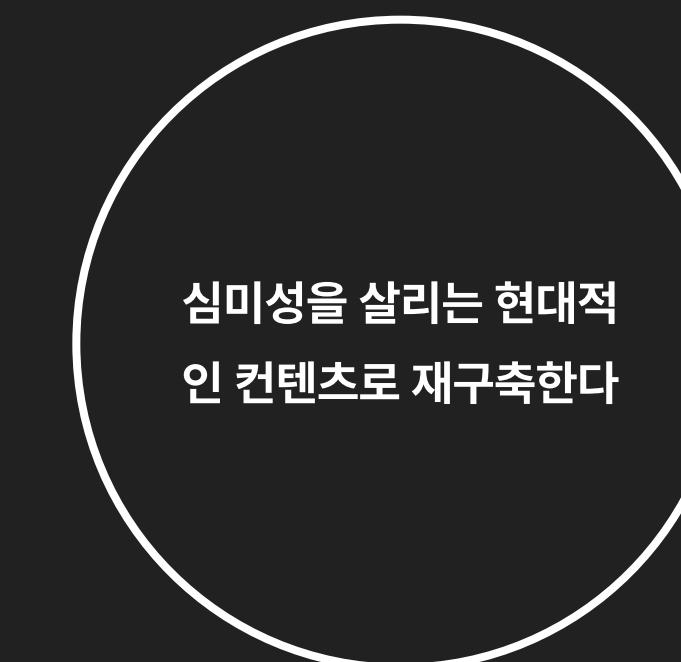
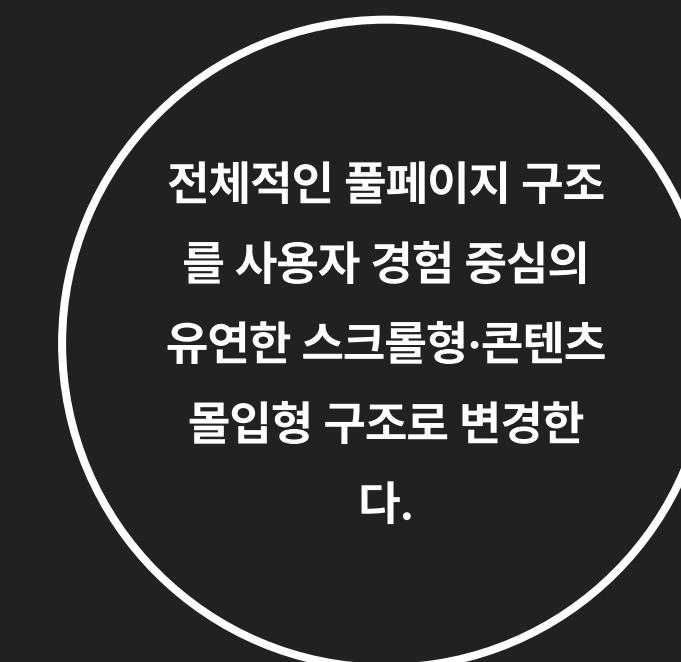
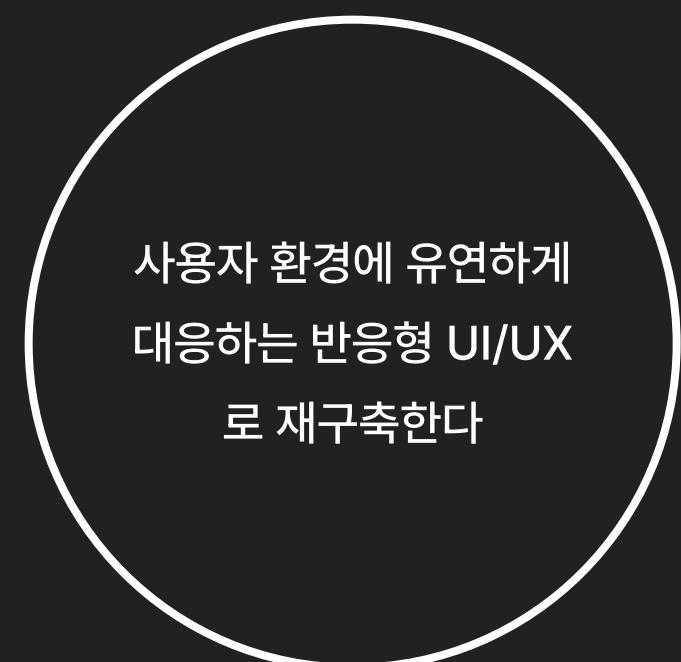
Aa Pretendard

name	typeface	weight	color	Size
header	pretendard	bold	#00AAE7 #1A1A1A	20px
main 1	pretendard	bold	#00AAE7 #1A1A1A	70px 40px 24px
main 2	pretendard	bold medium	#F5F5F5 #00AAE7 #1A1A1A	60px 20px
main 3	pretendard	bold medium	#F5F5F5 #00AAE7	60px 20px
main 4	pretendard	medium bold	#F5F5F5 #00AAE7	60px 24px
main 5	pretendard	medium bold	#F5F5F5 #00AAE7	60px 48px 30px
footer	pretendard	medium bold	#F5F5F5	18px 24px

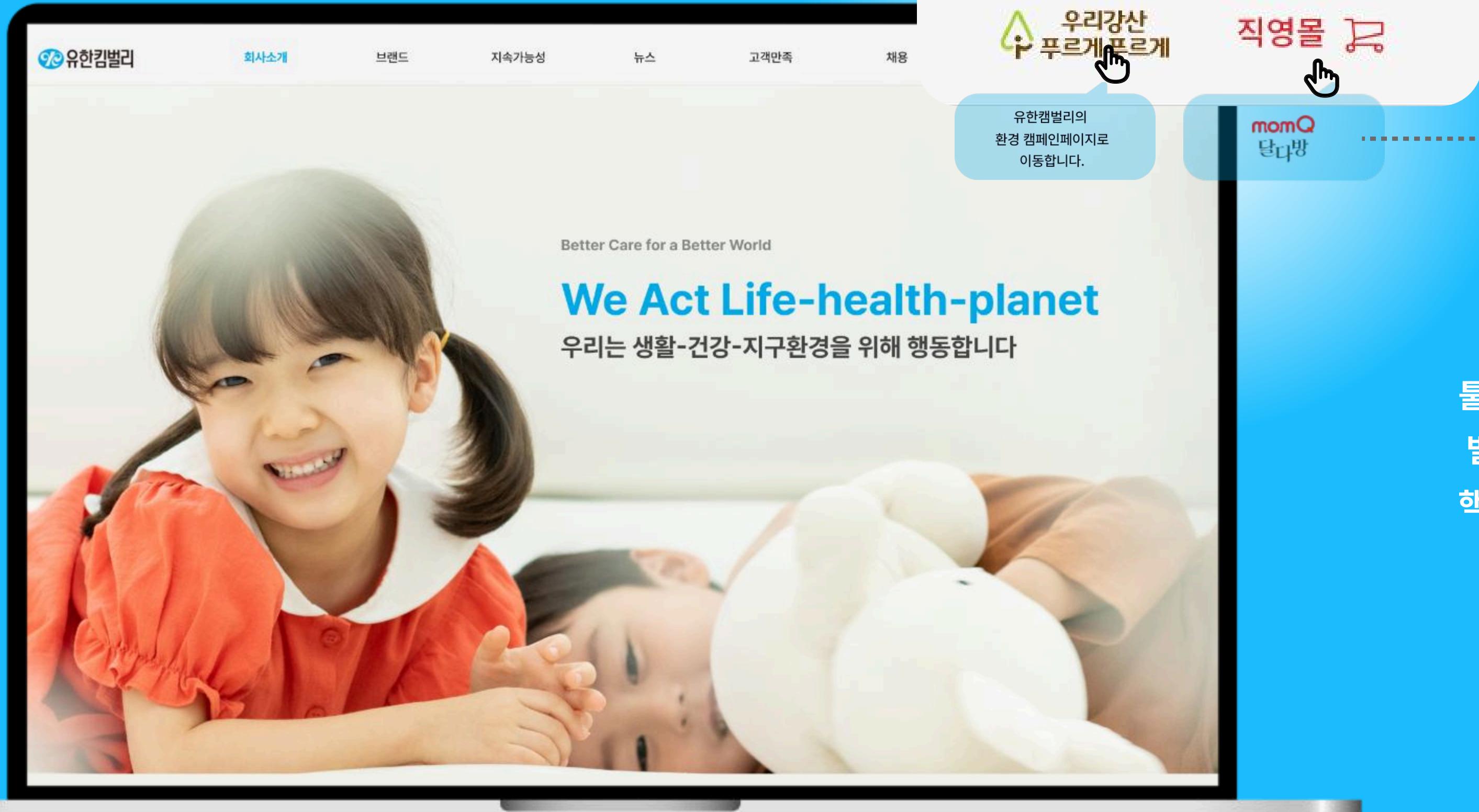
PAIN POINTS



SOLUTIONS



Main Page



툴팁 기반의 정보 제공 방식을 적용하여,
별도의 페이지 전환 없이 기업 관련
핵심 내용을 직관적으로 파악할 수 있도록 지원합니다.

2030 지속 가능성 목표 달성을 위해
노력하고 있습니다.

제품

숲

사람

중복되거나 활용도가 낮았던 기업 기능 및 복잡한
메뉴 구조를 재정비하고, 주요 콘텐츠를 메인
페이지로 재배치하여 사용자 이해도를 높였습니다.

95%

지속가능제품
매출 비중
환경성 및 사회성 측면 반영

6,000만그루

'우리강산 푸르게 푸르게'
나무 심고 가꾸기

5600만명

삶의 질 개선
수혜자 및 참여자

유한킴벌리의 **브랜드** 를 소개합니다.



크리넥스
깨끗함의 진심



하기스
행복한 우리 아기를 위해



좋은느낌
마음까지 편안해서



매주 화, 목
맘큐라이브 ON

momQ

믿고 주문하는
유한킴벌리 직영 쇼핑앱 맘큐

달다방

건강한 삶을 위한 선택
여성 건강 관리 플랫폼 달다방

유한킴벌리의 **뉴스** 를 한눈에 확인하세요. >

여성용품 대표 기업 유한킴벌리(대표이사 사장 이재훈)가 더마 생
리대/좋은느낌 센서티브스킨'을 출시했다.

좋은느낌 담당자는 "여성용품 1위 7) 브랜드의 역량에 걸맞도록
성분부터 착용감까지 디테일한 연구 개발 끝에 신제품을 선보인
다"며, "Y존 피부 케어가 중요하게 대두되는 추세와 맞물려, 여성
들로부터 널리 사랑받을 것으로 기대한다"고 출시 소감을 밝혔다.

자세히보기

01



기업을 대표하는 브랜드들을 한눈에 볼 수 있도록
Swiper 슬라이드를 활용하여, 사용자가 쉽게
확인할 수 있도록 재정비했습니다

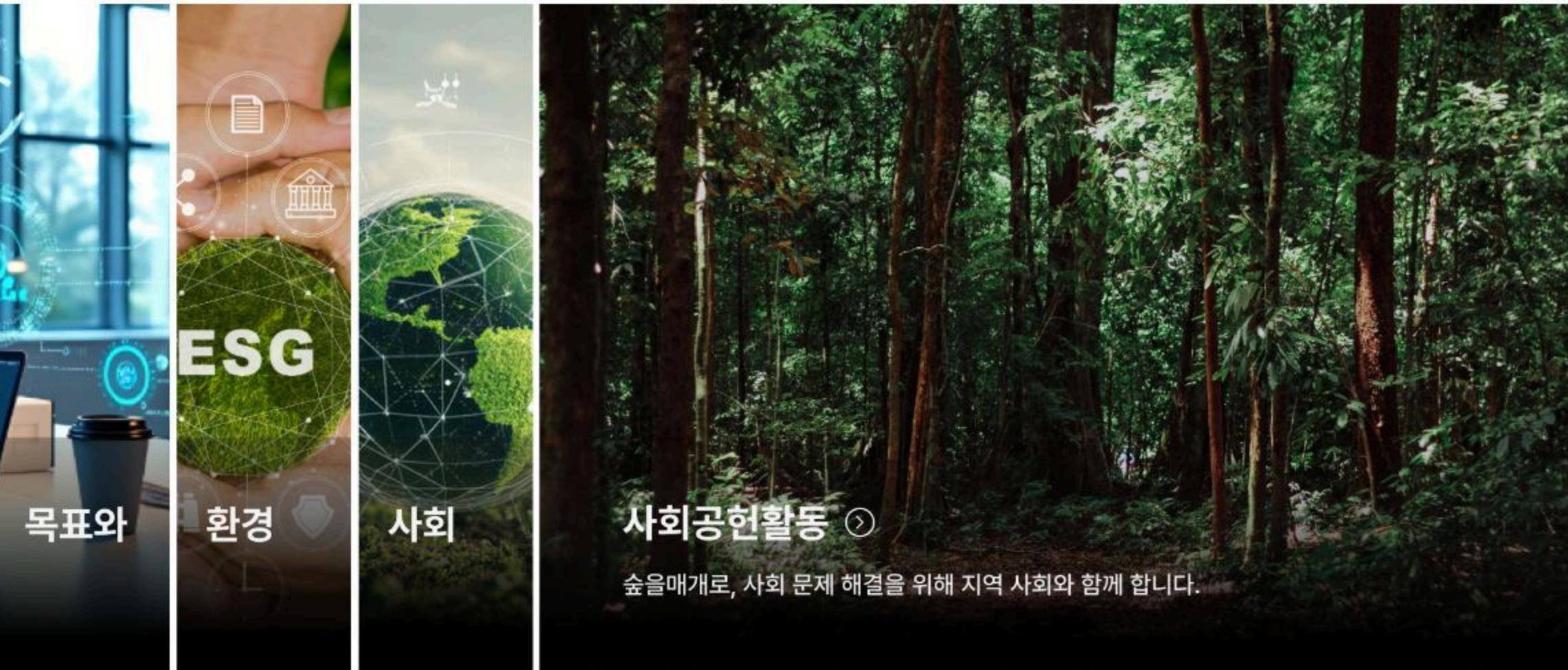
2차메뉴로 진입하지 않아도 기사내용을 볼수 있도록
수정 보완하여 사용자들의 편의성을 높였습니다.

01

Y존 피부 케어 더마 생리대
'좋은느낌 센서티브스킨' 출시



유한킴벌리는 **지속가능한 미래**를 위해 노력합니다. >



찾아오는 길

개인정보 처리 방침

글로벌 개인정보보호 정책

프라이버시 가치

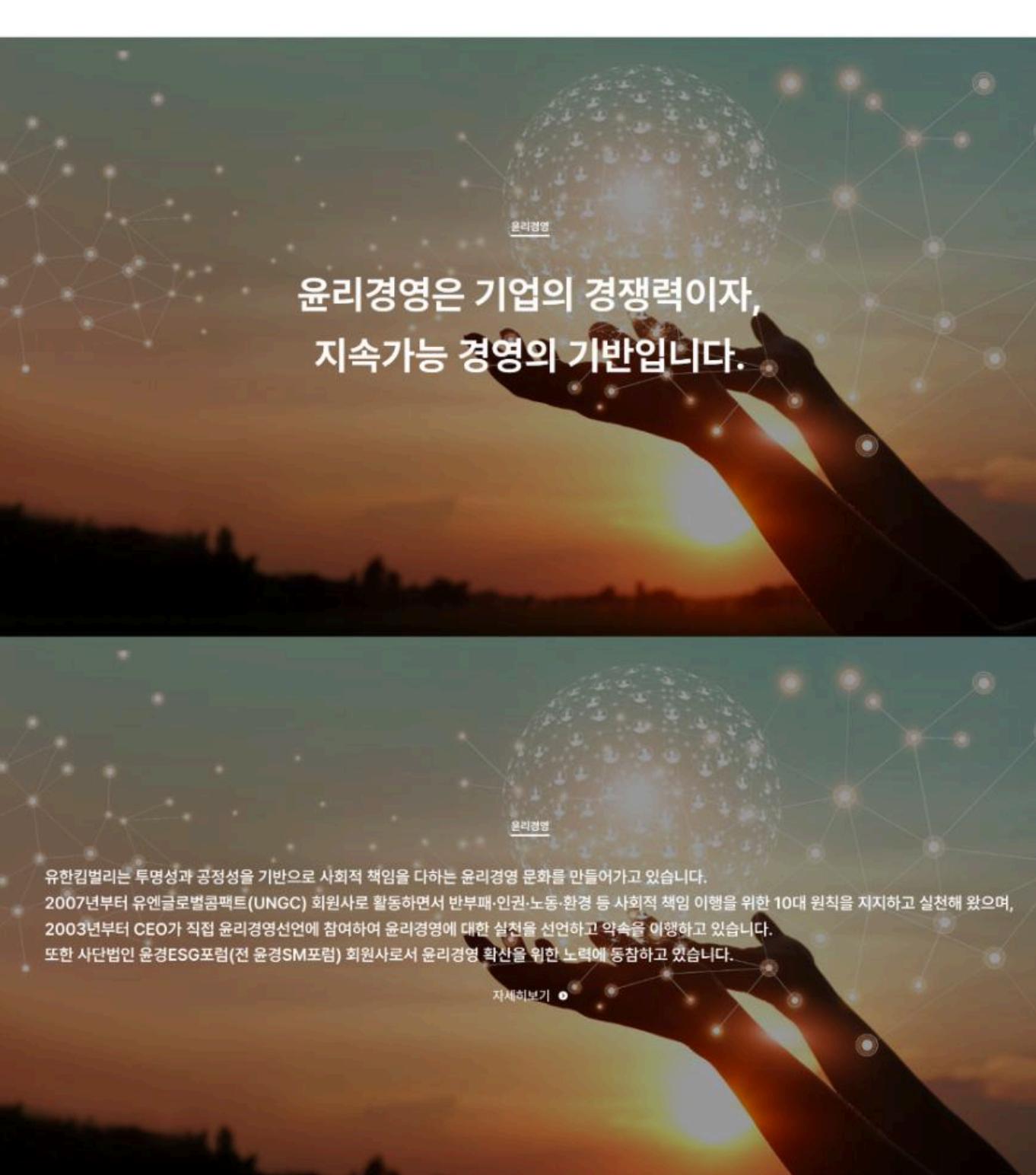
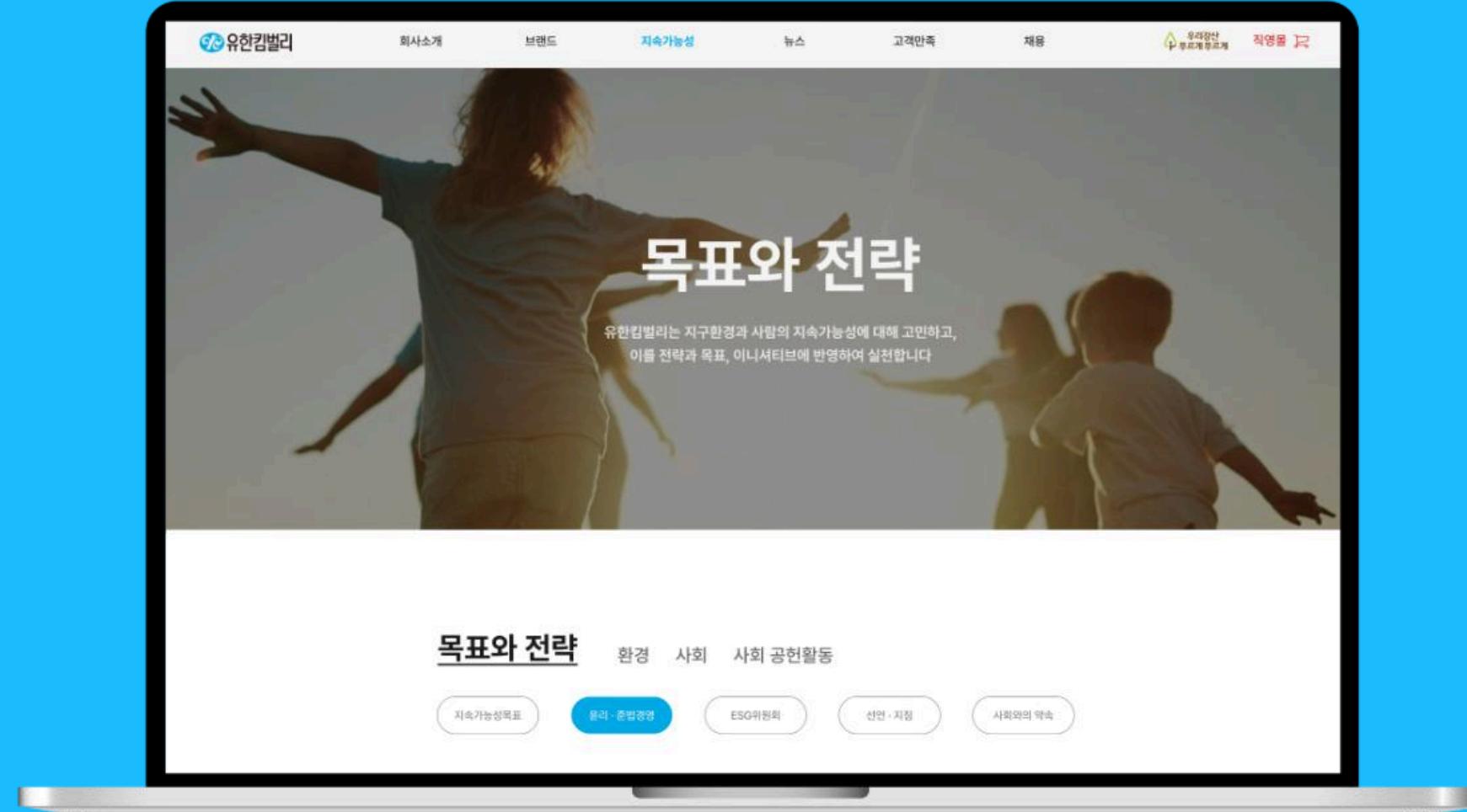
대표자 : 이재훈 | 주소 : 서울시 송파구 올림픽로 300 롯데월드타워 29층 (우)05551 | 사업자번호 : 120-81-11436 | 회사대표 이메일 > 제품관련 문의 : 080-022-7007 회사관련 문의 : 1566-2074

유한킴벌리 회사 홈페이지, 상품페이지의 이미지, 로고, 배너 등 제작 콘텐츠는 유한킴벌리 또는 그 관계사의 고유한 지식 재산권에 해당하며, 이를 무단 도용시 민형사상의 책임을 질 수 있습니다.
궁금한 점은 회사 홈페이지 "고객만족" 메뉴로 문의 바랍니다.



일러스트 툴을 이용하여 기업이미지를 살린
배너를 직접 제작하였으며
탭버튼을 도입하여 사용자의 사용성에
편리함을 높였습니다.

Sub Page



project goal :

텍스트 중심의 메뉴 구조에서 이미지와 GSAP 라이브러리를 결합하여, 사용자가 직관적으로 이해하고 탐색할 수 있도록 설계했습니다.

[윤리문화 확산을 위한 실천](#)

사원들이 자유롭게 의견을 개진하고 문제를 제보할 수 있을 뿐 아니라,
그로 인해 피해를 입지 않도록 하는 윤리적 조직 문화를 갖추고자 노력합니다.

유비은 윤리분야 확장을 위해 보복금지 정책과 윤리분야 실천 원칙을 설정하였으며, 이는 유한킴벌리 전체의 행동규범이기도 합니다.

보복금지 정책의 [3가지 약속](#)

01 솔직하게 제기한 우려사항을
공정하고 객관적으로 검토하며,
적절한 시정조치를 취할 것입니다.

윤리문화 [6가지 실천원칙](#)

01 소신언제 말하기
02 보복금지
03 이해상충 방지
04 회사기밀 보호
05 상호 존중
06 안전에 책임가지

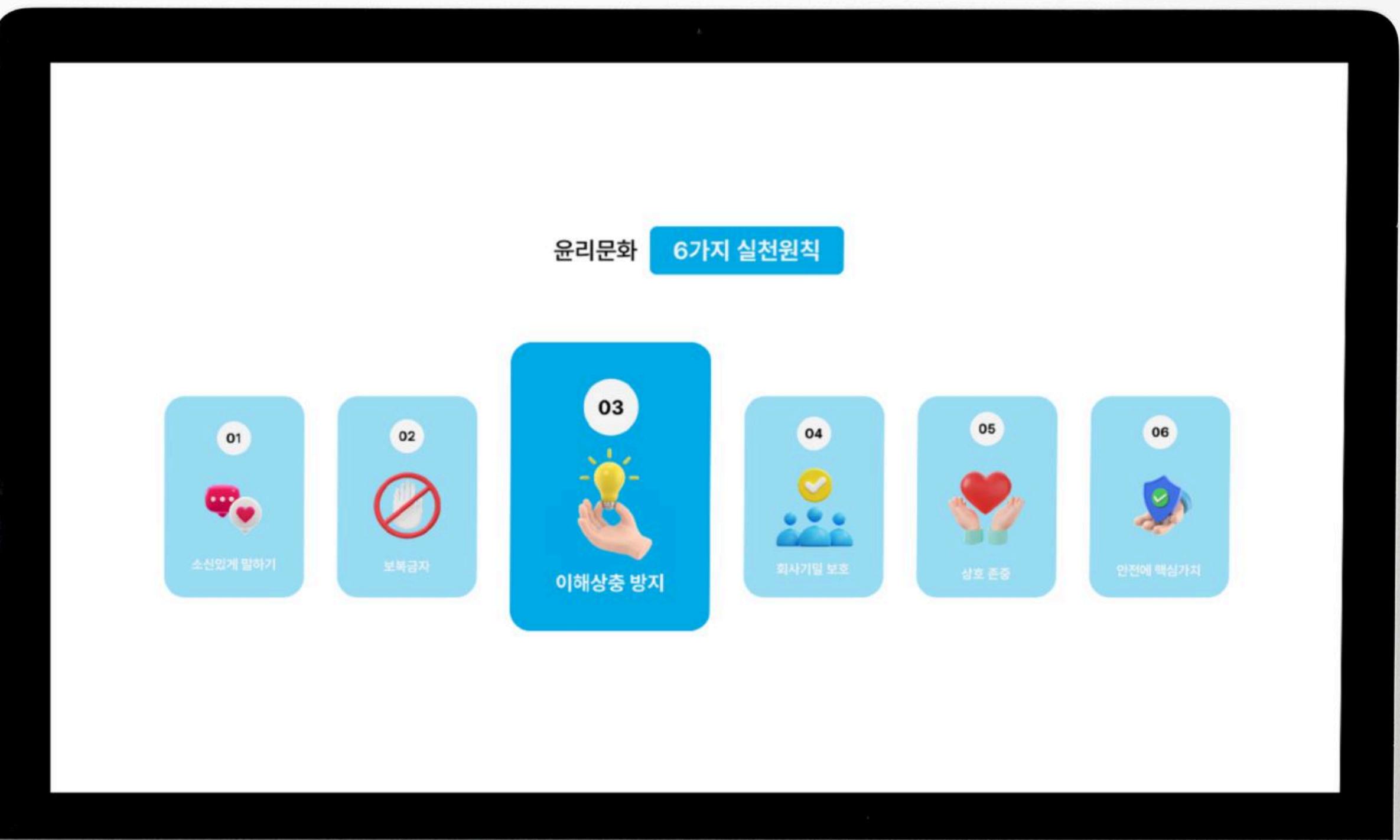
**자칫지루할 수 있는 영역에
시각적 요소를 배치하여
사용자의 호기심을 자극하고,
콘텐츠를 끝까지 주목하도록
유도했습니다.**

전담 [조직운영](#)

유한킴벌리는 일찍이 윤리경영에 대한 중요성을 인식하고,
강력한 준법 프로그램을 운영해 왔습니다.
CEO 직속 윤리경영 실천 전담조직인 윤리법무본부를
운영하고 있으며, 소속 전문 변호사들은 관련부서와 함께 관련 법리를
면밀히 검토하고 있습니다. 또한, 분기별로 윤리경영위원회를 개최하며,
최고 경영진에게 주요 이슈에 관해 직접 보고하고 있습니다.

[찾아오는길](#) [개인정보 처리 방침](#) [글로벌 개인정보보호 정책](#) [프라이버시 가치](#)

유한킴벌리 회사 홈페이지, 삼성화재지사 이미지, 로고, 배너 등 제작 콘텐츠는 유한킴벌리 또는 그 관계사의 고유한 저작 재산권에 해당하며, 이를 무단 도용시 민형사상의 책임을 질 수 있습니다.



고롱고롱

반응형 웹 리뉴얼 프로젝트
메인페이지

고양이용품(집, 방석, 쿠션 등)을 디자인 및 판매하는 자사 민간온라인 쇼핑몰 브랜드 고롱고롱 웹사이트 반응형 리뉴얼 프로젝트입니다.
기존의 정리되지않아 불편했던 사이트의 구성을 사용자가 접근하기 편리하게 리뉴얼하고 브랜드가 가진 이미지를 보완하기위해 gsap와 JavaScript/jQuery등의 라이브러리를 활용해 꾸밈요소를 추가하여 '고롱고롱'이라는 이미지를 극대화시켰습니다.

#Figma Photoshop #HTML5 #CSS #JavaScript #jQuery
#GSAP #AOS #SwiperSlide

기획/디자인/퍼블리싱 100%

⭐ Click here

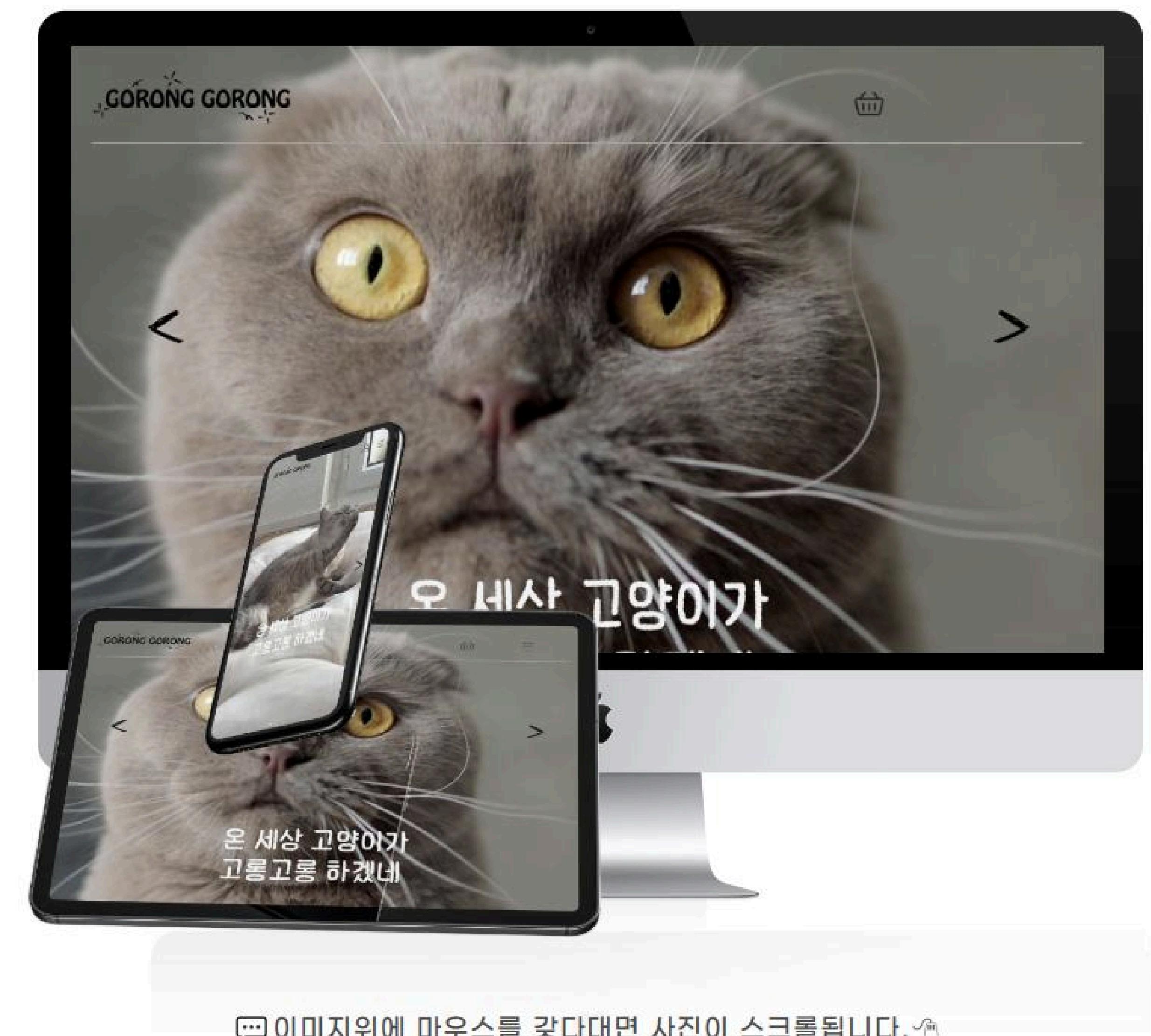
Web site

Git hub

Process

Figma

Notion



💬 이미지위에 마우스를 갖다대면 사진이 스크롤됩니다. ↕



Tool |

기여도 | 기획, 디자인, 코딩 100% 웹사이트 반응형 리뉴얼프로젝트

https://i-wisheeee.github.io/gorong_gorong/

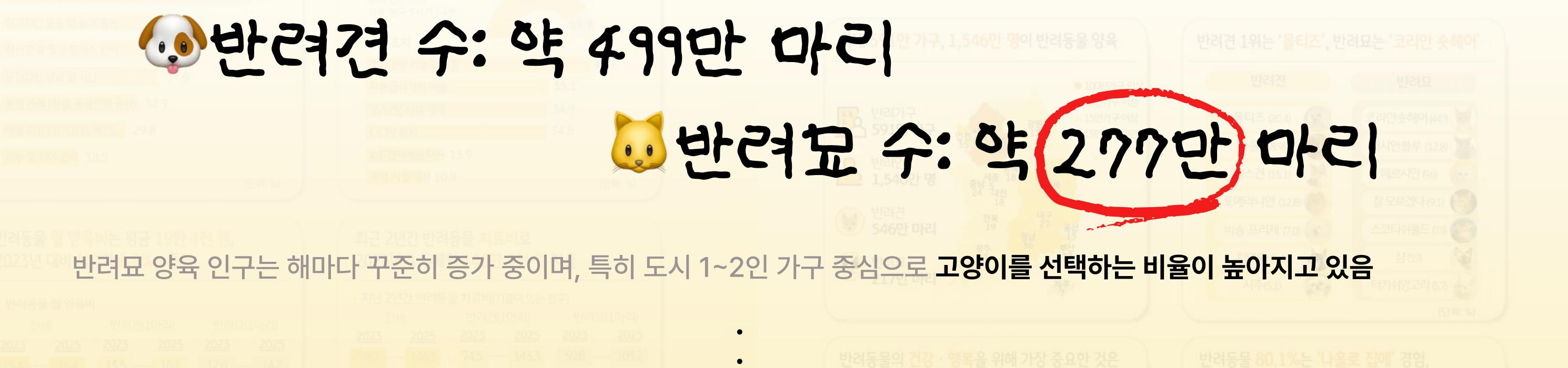
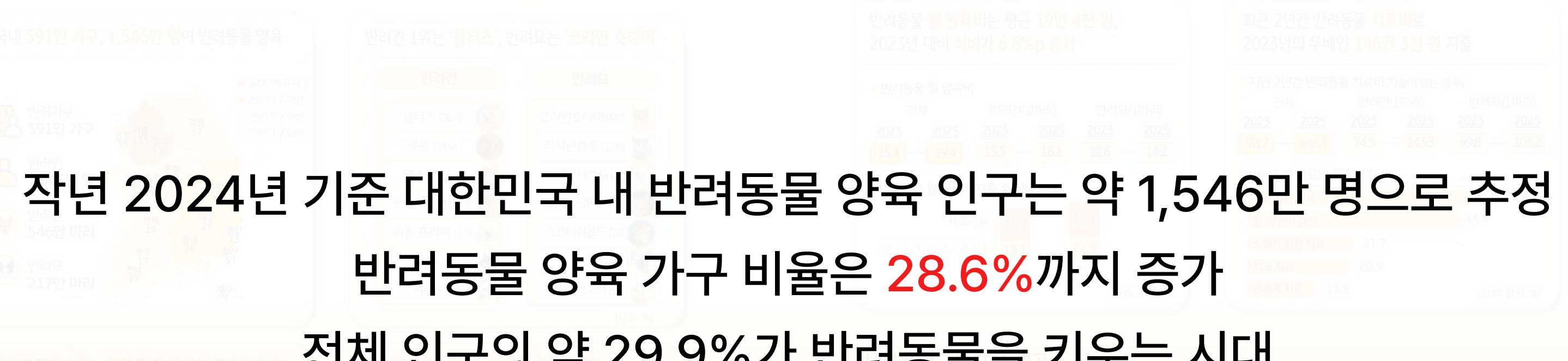
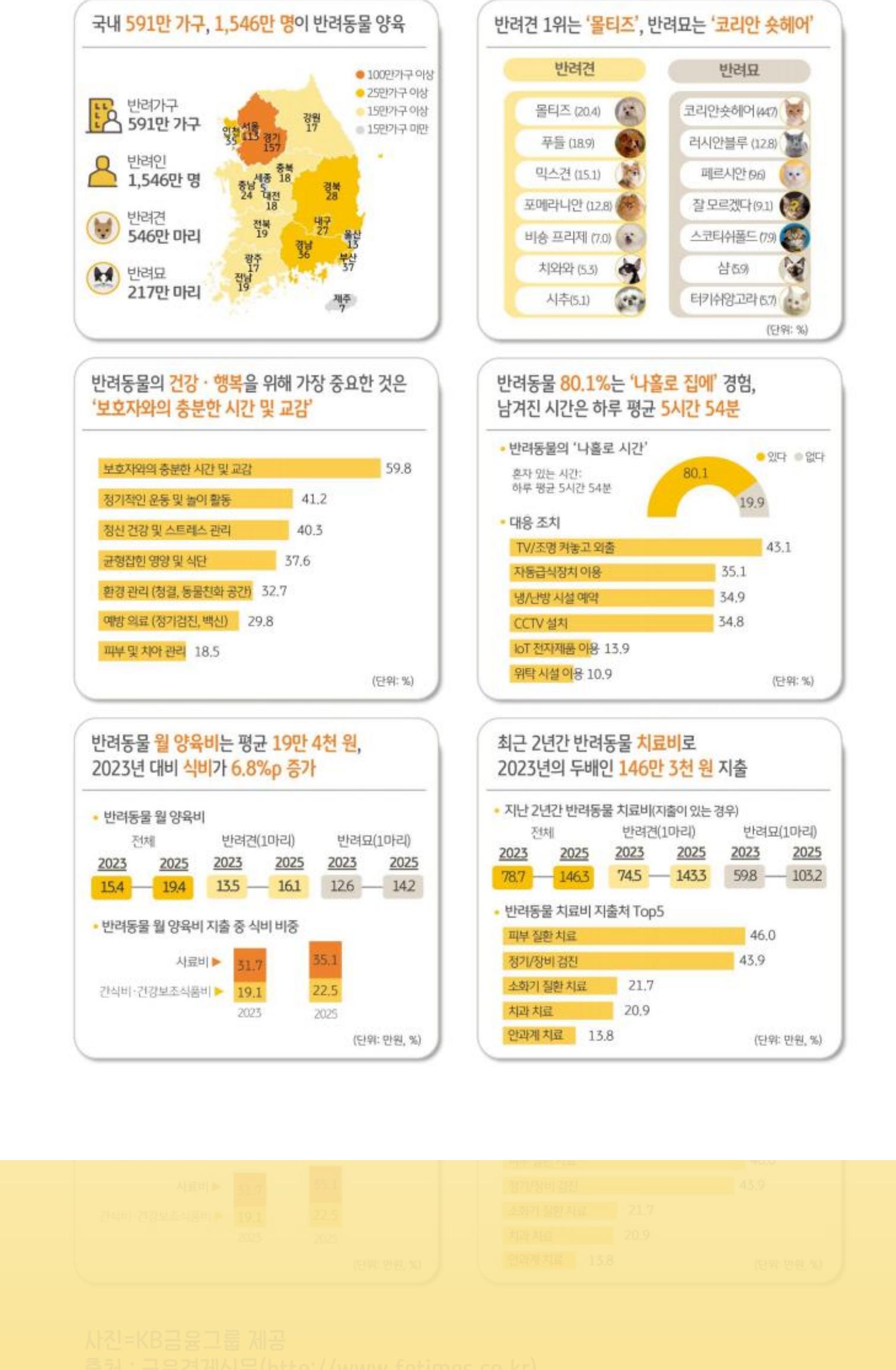
GORONG GORONG



2025 한국 반려동물 보고서

OVERVIEW

2025 한국 반려동물 보고서



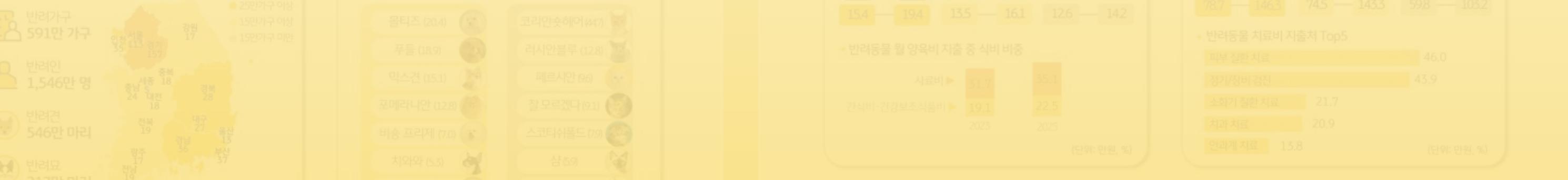
반려동물이 단순한 '펫'이 아닌 '인생의 동반자'로 자리잡은 시대 고통고통브랜드는 고양이의 편안한 쉼을 위한 공간을 감성적으로 풀어내고자 합니다.

단순한 기능성 제품을 넘어서서, "내 가족에게 주고 싶은 부드러운 쿠션"처럼, 더 좋은 소재, 더 아늑한 디자인을 고민하며 제품을 만듭니다.

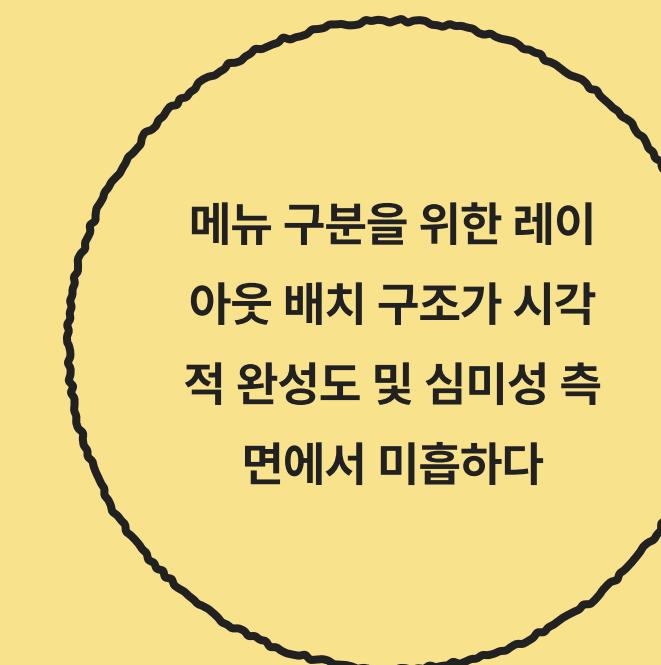
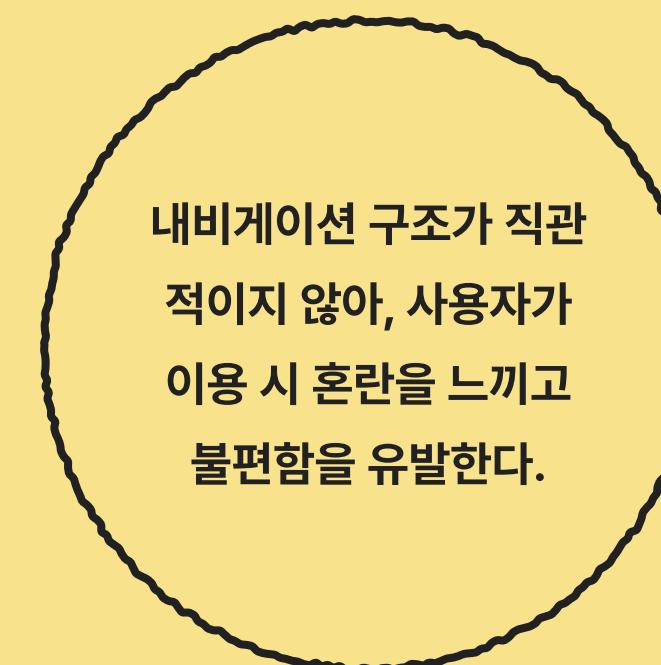
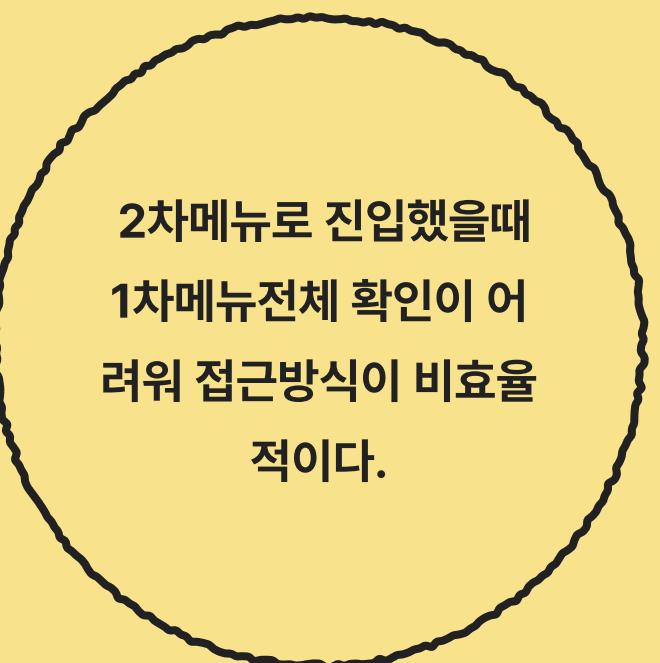
사진=KB금융그룹 제공
출처: 금융경제신문(<http://www.fetimes.co.kr>)

고통고통브랜드 웹사이트 리뉴얼 프로젝트는 브랜드 고유의 따뜻하고 아늑한 감성을 시각적으로 강화하고, 사용자 중심의 탐색/구매 경험을 개선하는 것을 목표로 합니다.

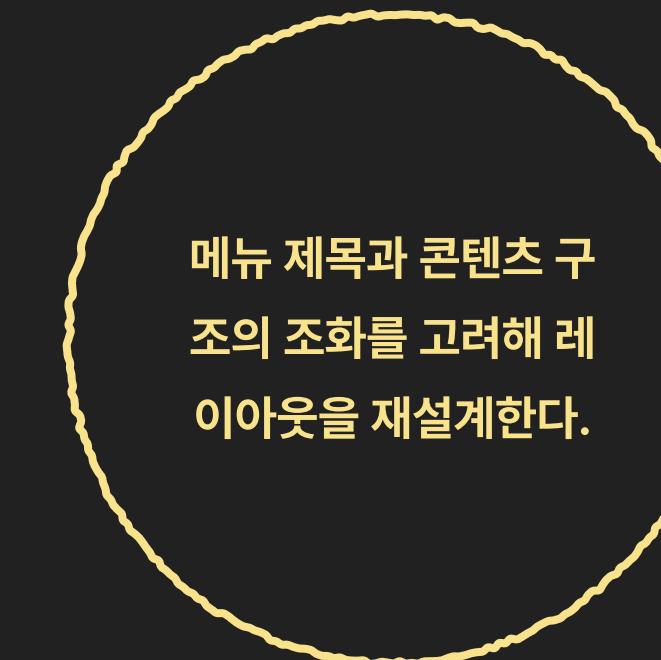
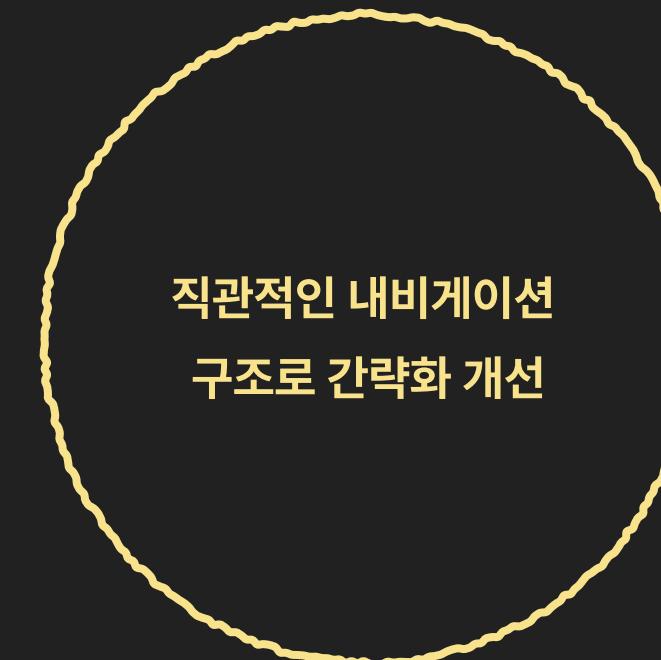
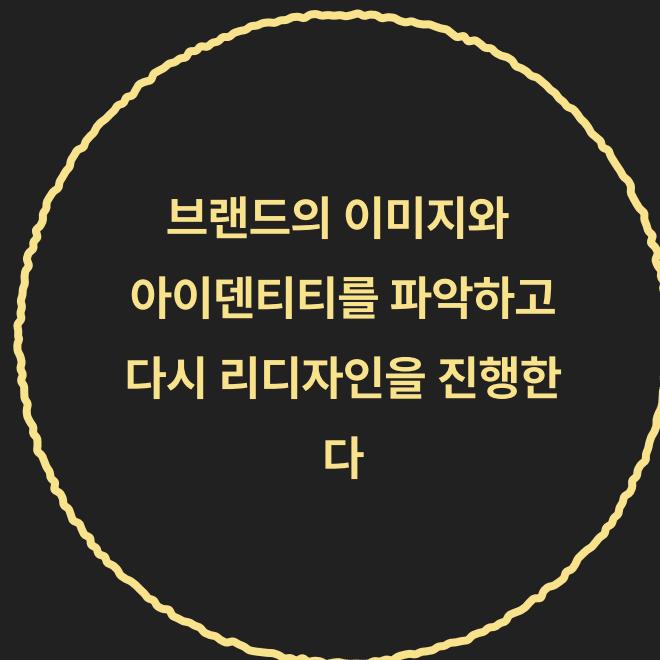
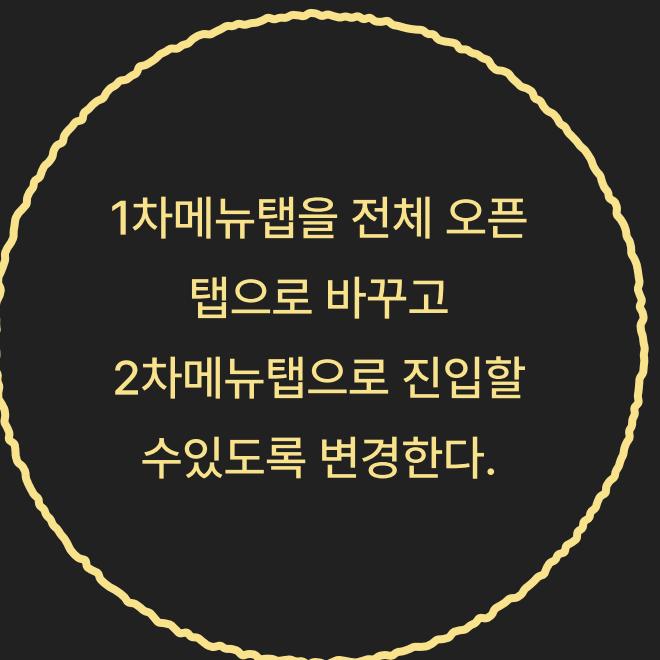
기존 사이트에서 드러났던 문제점인 브랜드 감성 부족, 탐색 동선의 복잡성, 모바일 UX의 미흡함 등을 해결하며, 제품 중심의 단순한 구조에서 브랜드 경험 중심의 UI/UX로 전환하고자 합니다.



PAIN POINTS

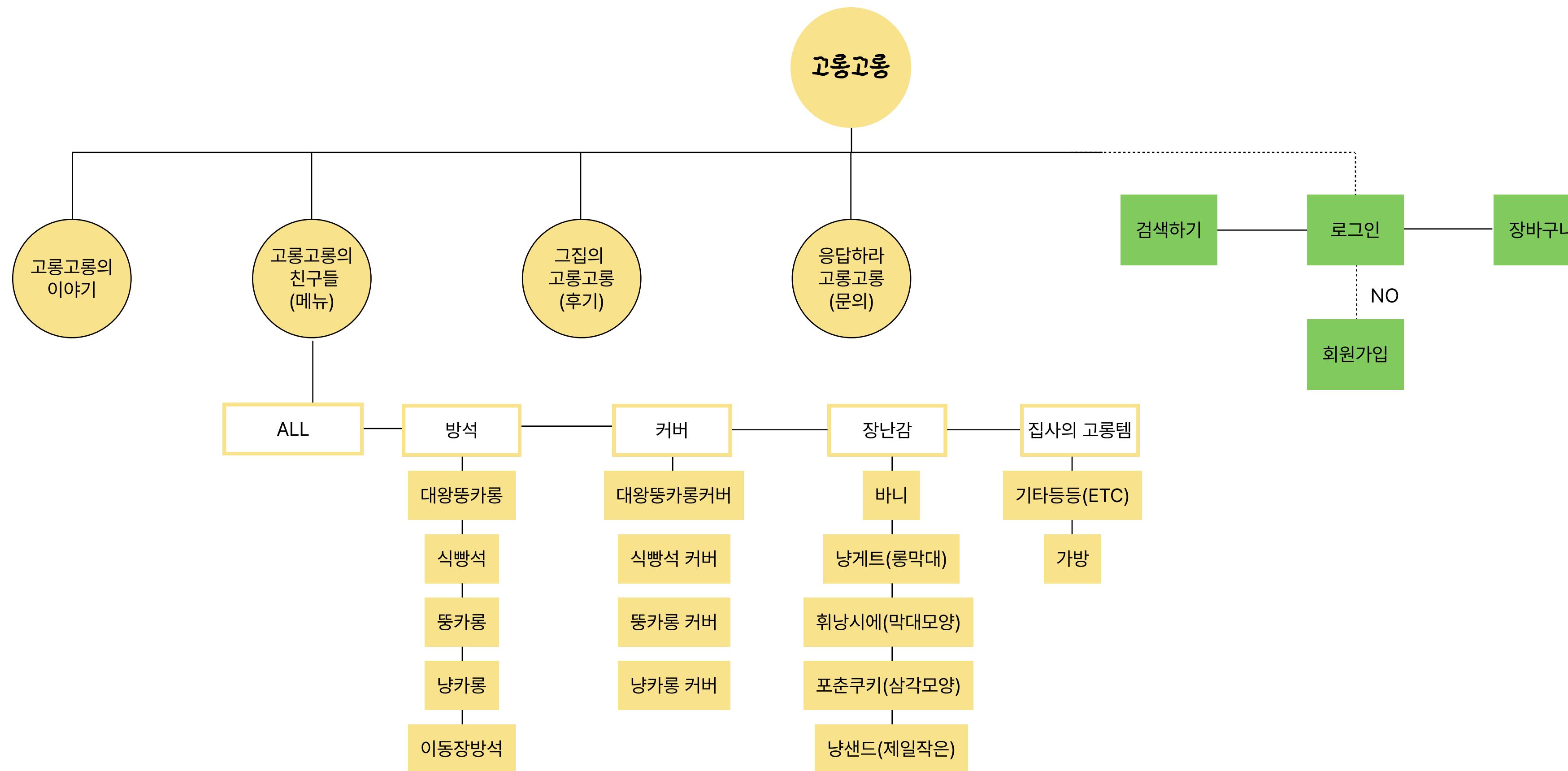


SOLUTIONS

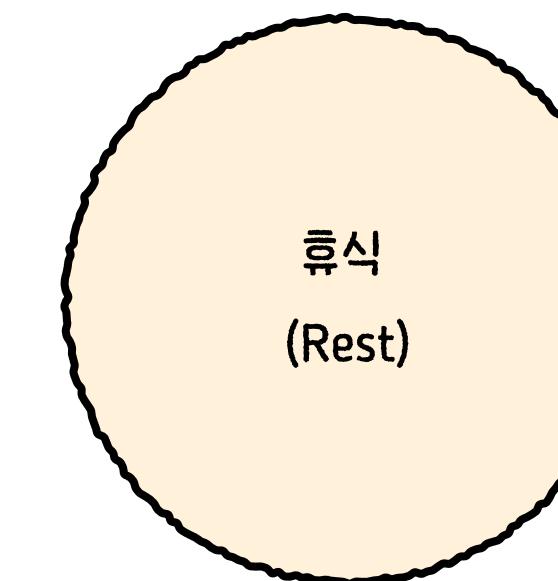
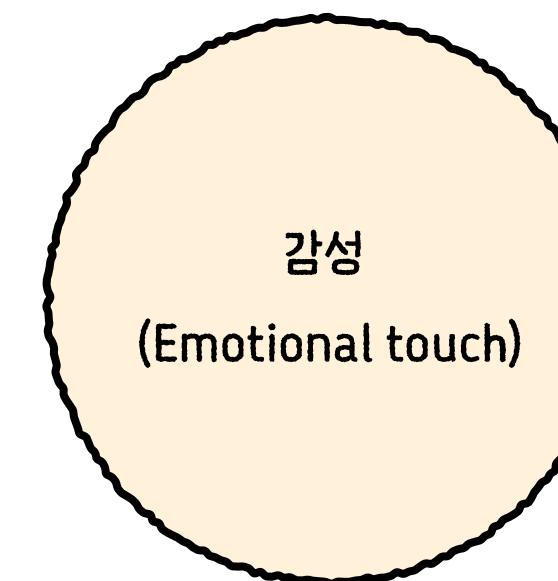
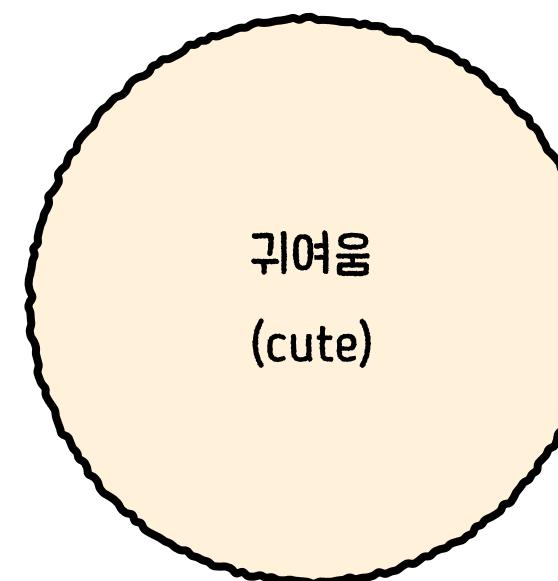
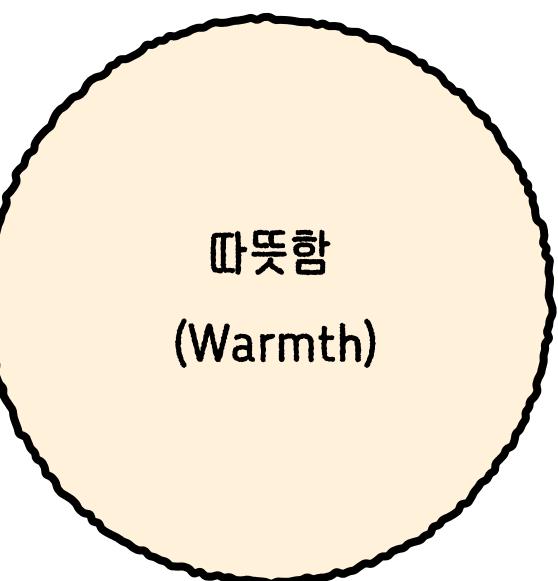


About Gorong Gorong

재봉 경험 28년의 집사가 자신의 고양이를 위해 시작한 브랜드로, 20,30대 감성소비중심 마케팅을 대상으로 한 고양이용품(집, 방석, 쿠션 등)을 디자인 및 판매하는 자사 민간 온라인 쇼핑몰 브랜드입니다.
'고롱고롱 고양이집'이라고도 불리며, 부드러운 소재, 고양이가 편안하게 쉴 수 있는 디자인, 마감 커리티 등이 강조되고 있으며, 집사의 손길과 관점이 많이 반영돼 있다는 점에서 일반 고양이 용품과 차별성이 있습니다.
고양이와 집사 모두 만족할 수 있는 제품을 선보이며 인스타그램과 자사 웹사이트(goronggorong.co.kr)에서 제품을 만나볼 수 있습니다.



KEYWORD



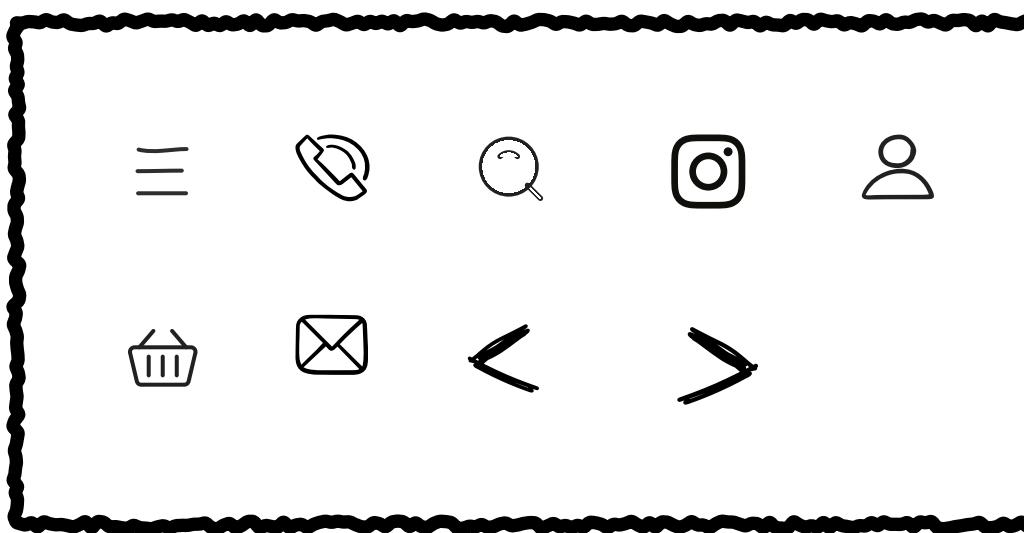
반려동물의 편안함과 휴식을 먼저 생각하는 마음과 아기자기한 감성 기반으로 한 소소하고 따뜻한 브랜드로 성장, '편안함이 머무는 공간'을 만드는 고양이의 쉼을 디자인하는 브랜드가 됩니다.

STYLE GUIDE

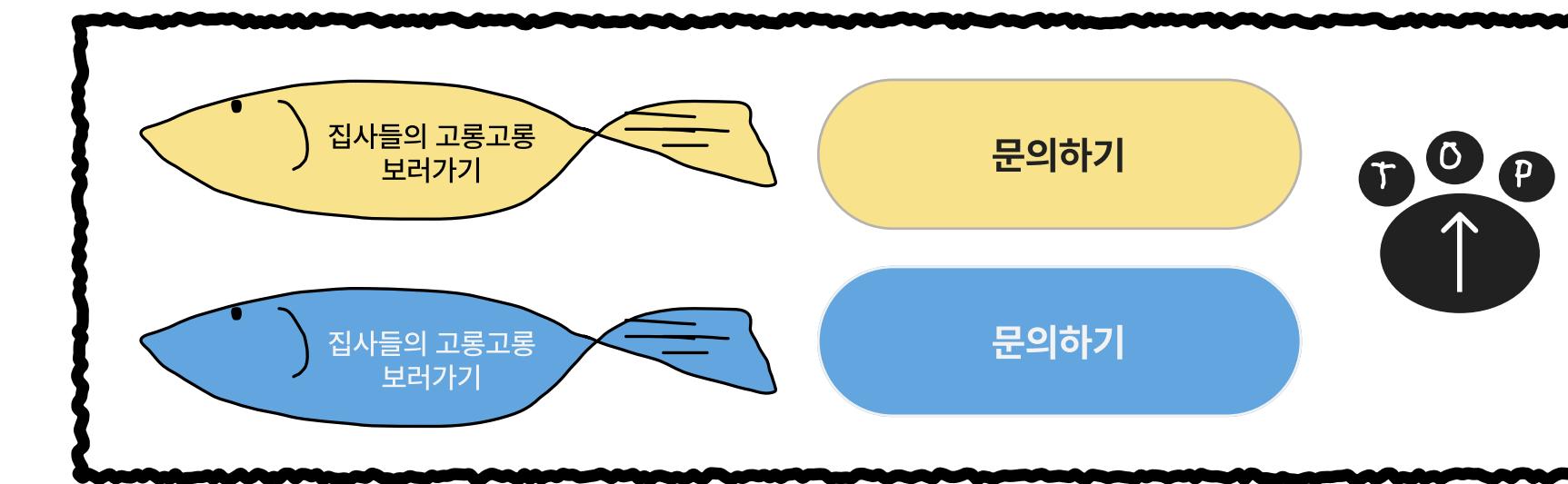
LOGO



ICON



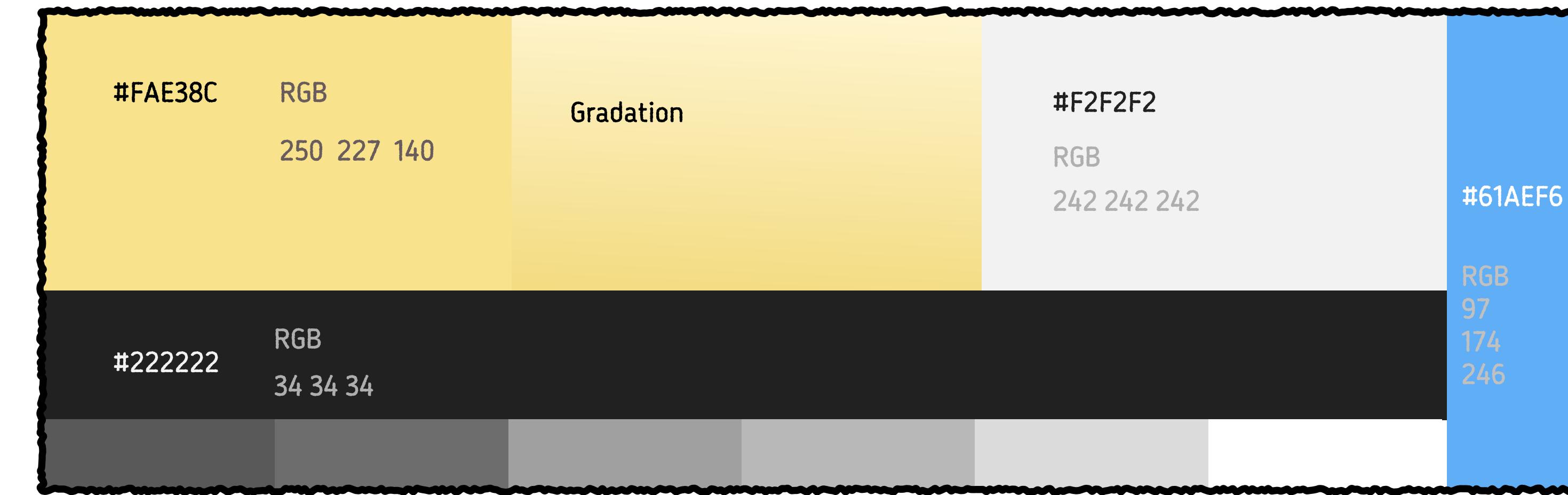
BUTTON



Typography



COLOR



name	Typeface	weight	size
header	MemomentKkukkukk	normal	20px
main 1	MemomentKkukkukk	normal	100px 50px
main 2	Pretendar	medium bold	20px
main 3	-	-	-
main 4	MemomentKkukkukk Pretendar	normal medium	100px 50px 20px 16px

main5	MemomentKkukkukk	normal	100px
main 6	Pretendar	medium bold	32px 20px
main 7	MemomentKkukkukk	normal	100px 50px
main 8	MemomentKkukkukk Pretendar	normal medium	100px 50px 20px 16px
main 9	Pretendar	medium	24px 16px
footer	Pretendar	medium	16px 12px

홈페이지 시작 전 새로워진 로딩 페이지!

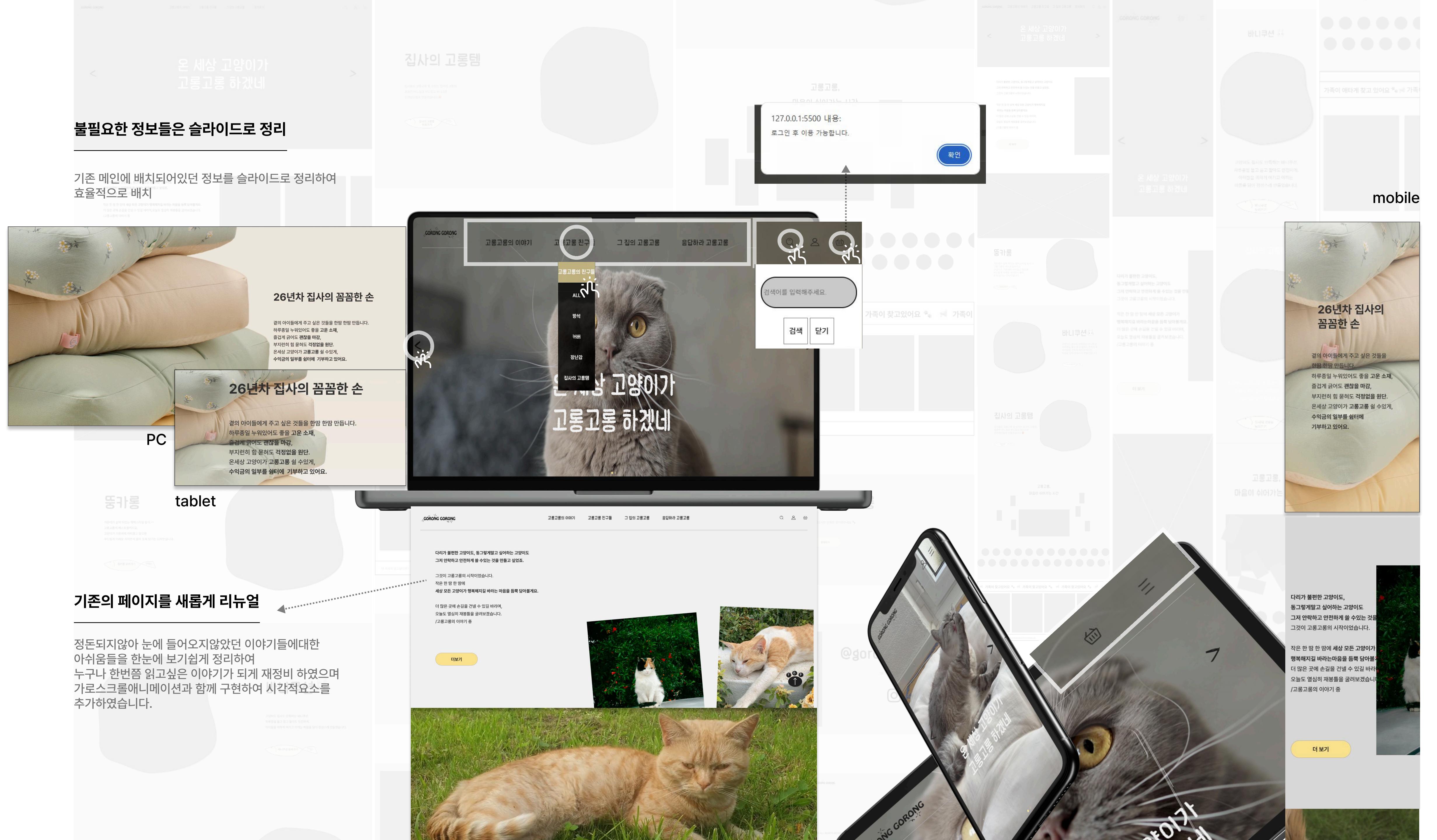
사이트 시작전
귀여운 애니메이션으로 사용자의 호기심 자극



기존의 로고 재구성

단조로웠던 기존의 로고를 고롱고롱이라는 의성어에 맞게
꾸밈요소를 넣어 귀여운 로고로 재 구성시켰습니다







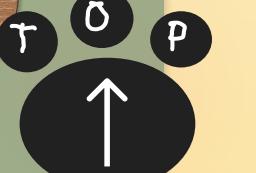
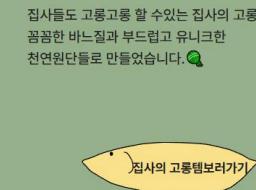
고롱고롱,
마음이 쉬어가는 시간



핵심 상품 메인페이지 배치

베스트셀러 상품을 메인페이지에 배치하고 통일감을 주는 레이아웃으로 배치하였으며 자체 제작한 버튼으로 귀여운 이미지를 더했습니다.

집사의 고롱템



브랜드 이미지를 살린 푸터버튼 제작

제이쿼리를 이용해 부드럽게 올라가는 푸터버튼을 구현했습니다.

뚱카롱

기운데가 살짝 떠있는 해엑스타일 방식. 고롱고롱의 베스트셀러지요. 고양이가 가운데에 자리잡고 앉으면 부드럽게 아래로 처져면서 몸이 포록 담기는 디자인입니다.

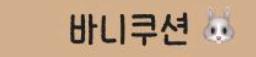


뚱카롱



기운데가 살짝 떠있는 해엑스타일 방식. 고롱고롱의 베스트셀러지요. 고양이가 가운데에 자리잡고 앉으면 부드럽게 아래로 처져면서 몸이 포록 담기는 디자인입니다.

바니쿠션



바니쿠션

고양이도 집사도 만족하는 바니쿠션. 하루종일 물고 놀고 할아도 안전하게. 아이들을 귀하게 여기고 아끼는 마음을 담아 정성스레 만들었습니다.

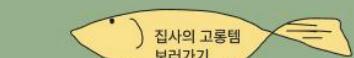


집사의 고롱템

집사의 고롱템



집사들도 고롱고롱 할 수 있는 집사의 고롱템. 꼼꼼한 바느질과 부드럽고 유니크한 천연원단들로 만들었습니다.



고롱고롱,
마음이 쉬어가는 시간





고롱고롱의 주된 상품을 이용해 한눈에 구경할 수 있도록 애니메이션 구현

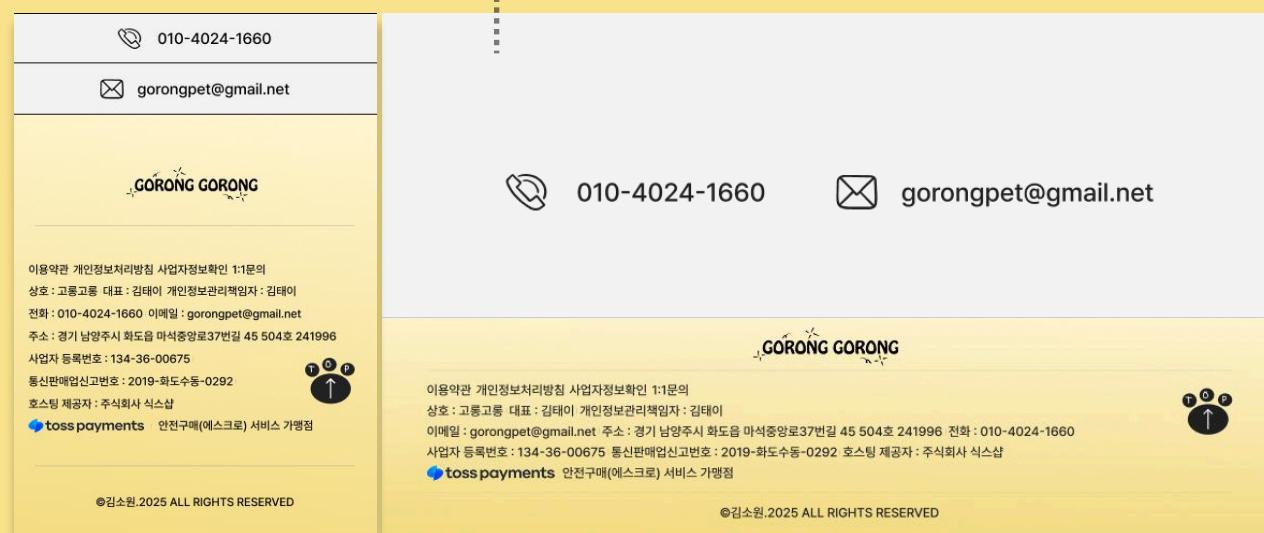
GSAP스크를 트리거 효과로 고롱고롱사이트내의 주된 상품들을 한눈에 구경할 수 있도록 만든 애니메이션 구현 페이지입니다.

스크롤시 인형이 퍼지면서 고양이에게 떨어지는 효과를 구현합니다.



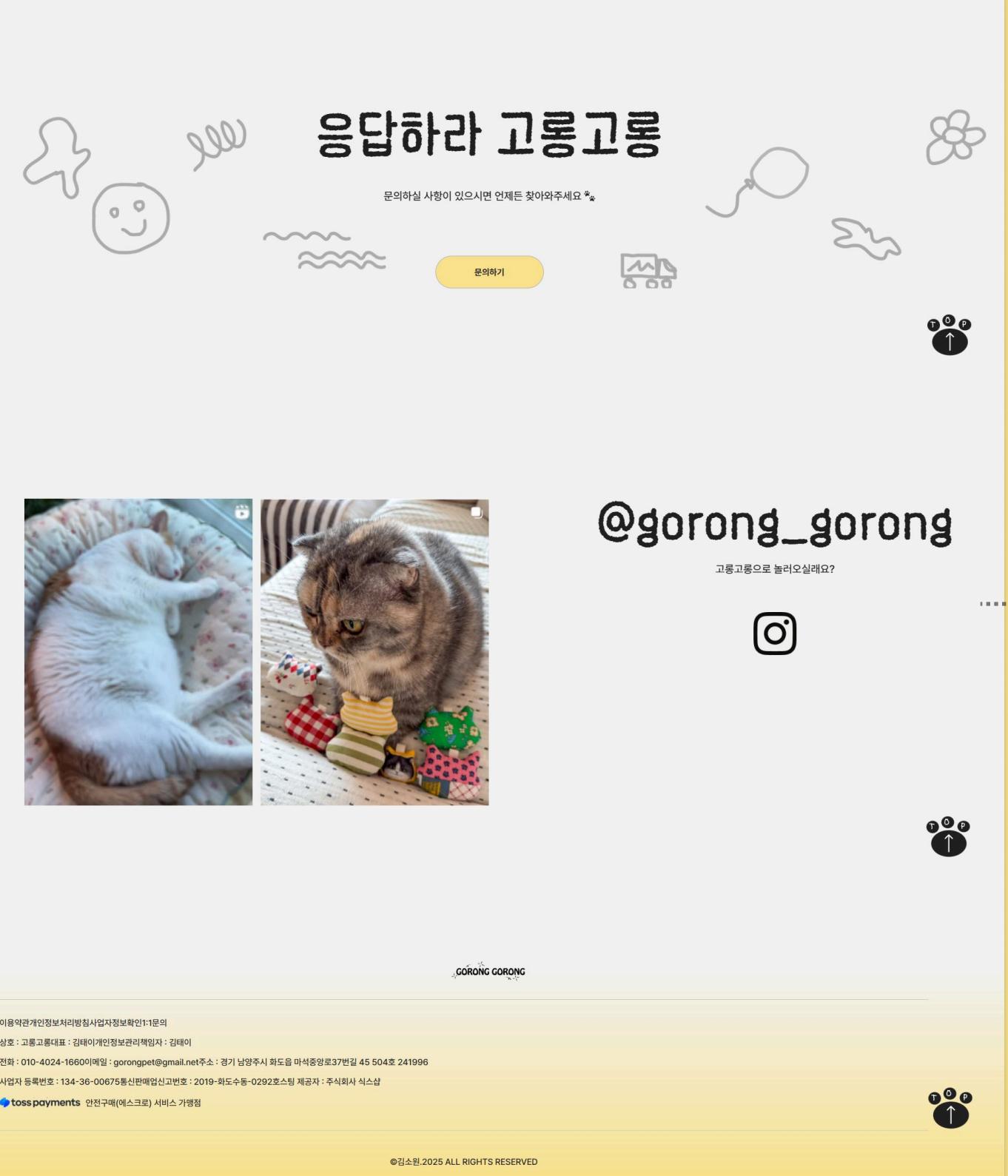
반응형구현으로 태블릿사이즈부터 메일주소&전화번호 생성

불필요한 구성을 반응형부터 구현하는것으로 수정하였습니다.



선행영향력 메뉴 개발

고롱고롱은 수익금의 일부를 유기견·유기묘 보호 단체에 기부하며, 선한 영향력을 실천하는 브랜드 이미지를 추구합니다. 이에 이러한 가치에 공감하고 참여할 수 있는 새로운 메뉴를 추가하였습니다.



반응형구현으로 태블릿사이즈부터 스크롤바로 넘김 가능하게 구현

태블릿 사이즈부터 이미지를 스크롤바로 넘길수 있도록 구현하였습니다.

정돈된 인스타그램 바로가기

주된 마케팅이 인스타그램인 만큼 기존의 정돈되지않았던 인스타그램을 정리하고 사진을 클릭하면 해당 게시물로 이동하거나, 인스타그램의 아이콘, 아이디클릭시 고롱고롱의 인스타그램으로 바로 안내하도록 개선했습니다.



한국음악 저작권협회

웹 리뉴얼 프로젝트
메인페이지

대한민국 문화체육관광부 소관의 사단법인협회인 **한국음악저작권협회 리뉴
얼프로젝트**입니다.

기존의 관리가 부족했던 웹사이트를 JavaScript/jQuery등의 라이브러리를 활용해 풀페이지로 현시대의 트렌디한 방식에 어울리도록 개선하였으며, 툴팁과 로고 등을 직접 리디자인하였습니다.

#Figma #photoshop #HTML5 #CSS #JavaScript #jQuery
Fullpage

기획/디자인/퍼블리싱 100%

👉 Click here

Web site

Git hub

Process

Figma

Notion



💬 이미지위에 마우스를 갖다대면 사진이 스크롤됩니다. ↗

<https://i-wisheeee.github.io/KOMKA/>

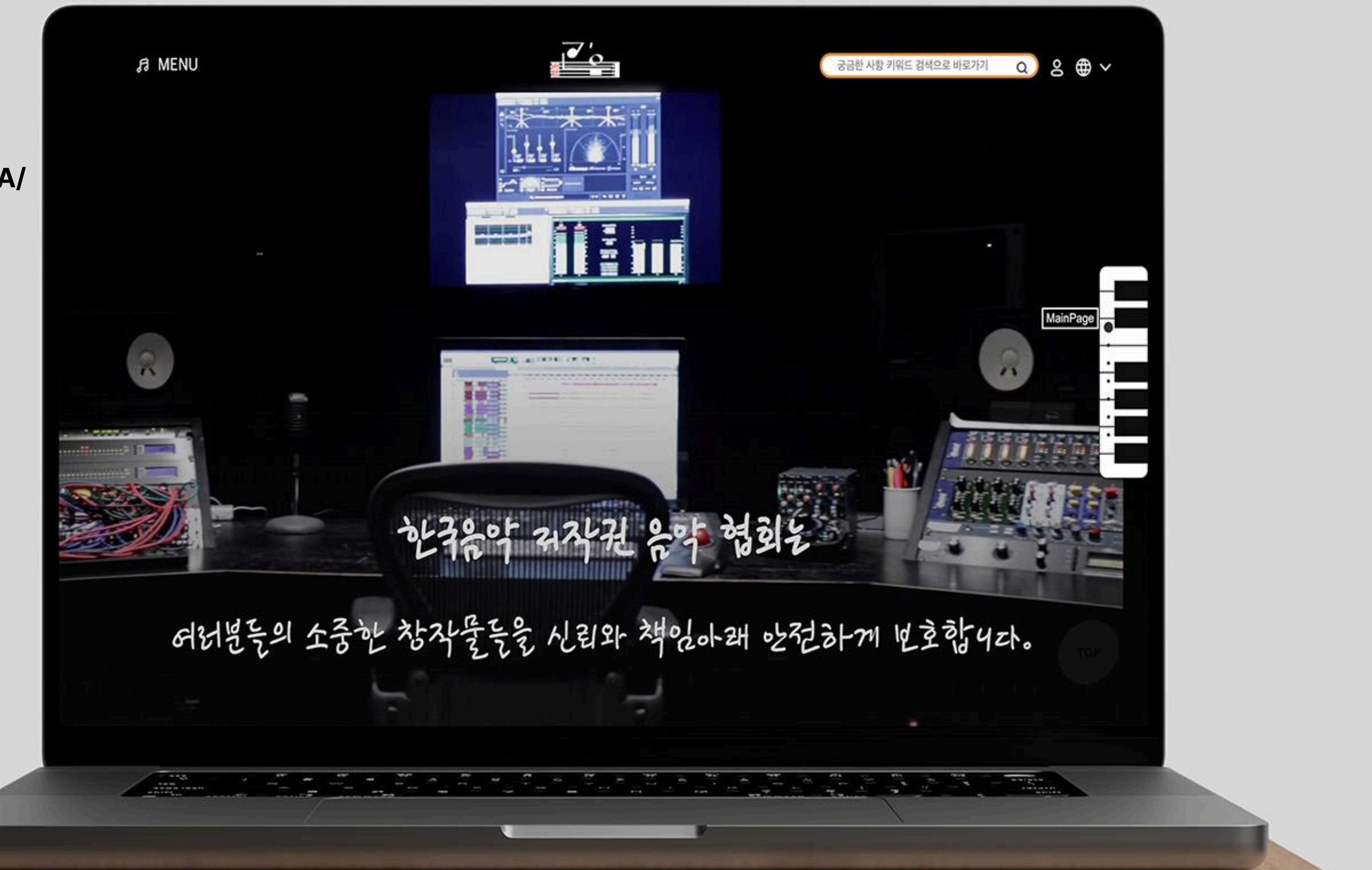


Web Site Redesign



Tool |

기여도 | 기획, 디자인, 코딩 100%



한국음악저작권협회

회원수 약 51,000~55,000명 (2024년 기준), 등록작품수 약 660만건으로 음악 저작권자의 권익 옹호 및 음악 문화의 발전을 도모할 목적으로 1964년 6월 19일에 설립된 일본의 JASRAC에 이어 아시아에서 두 번째로 음악저작물을 위한 저작권관리단체이며, 대한민국 문화체육관광부 소관의 사단법인입니다. 또한, 음악저작물에 대한 공연권 및 방송권, 기계적 녹음 및 복제권을 관리하는 한국의 비영리 저작권 단체입니다.

OVER VIEW

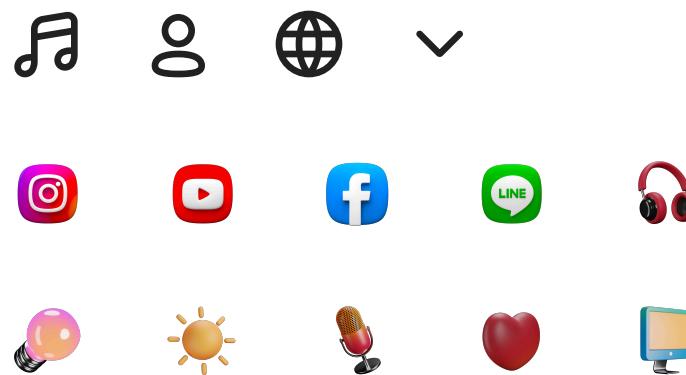
우리의 개선목표는 사용자 중심의 정보 구조와 현대적인 디자인을 통해 다양한 사용자 층이 직관적으로, 쾌적하게, 그리고 신뢰감 있게 저작권 정보를 확인하고 활용할 수 있도록 개선하는 것입니다.

KEYWORD

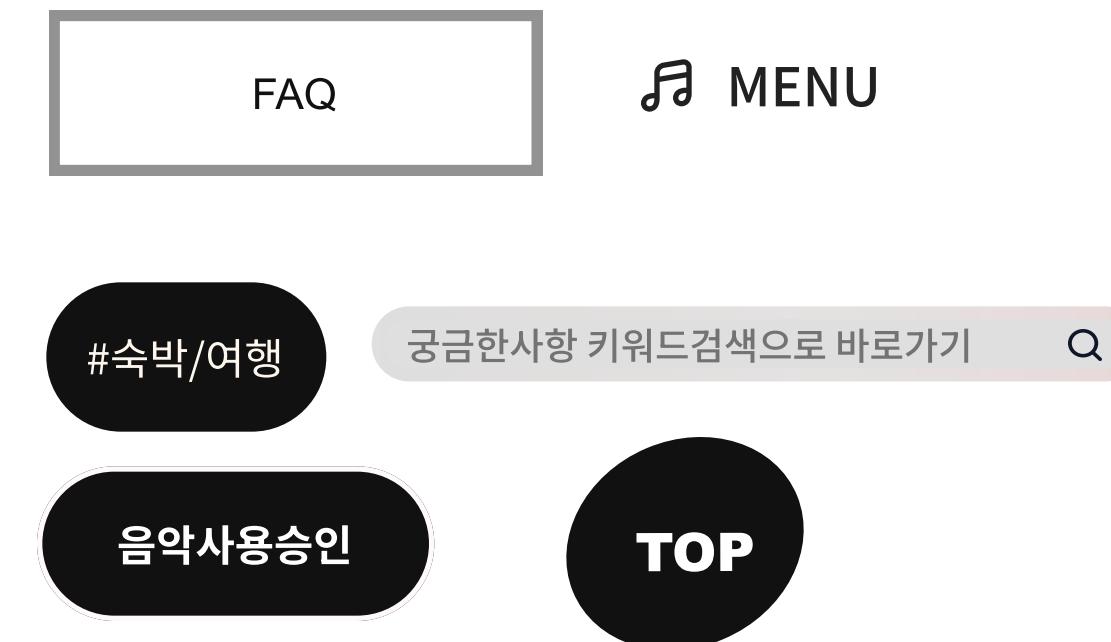


DESIGN GUIDE

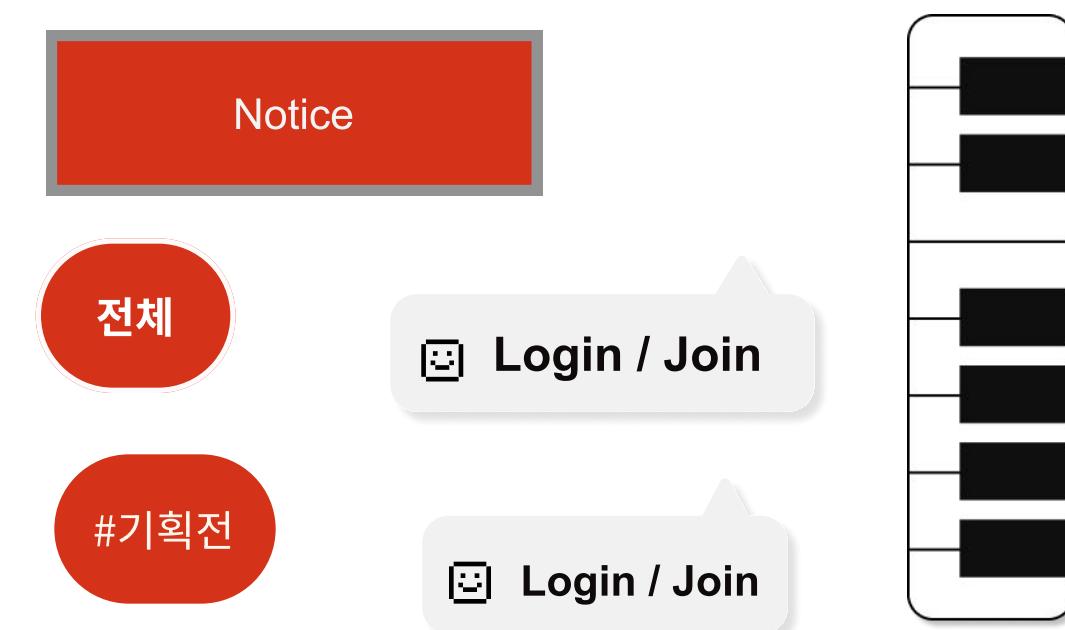
Icon



Button:nomal



Button:hover

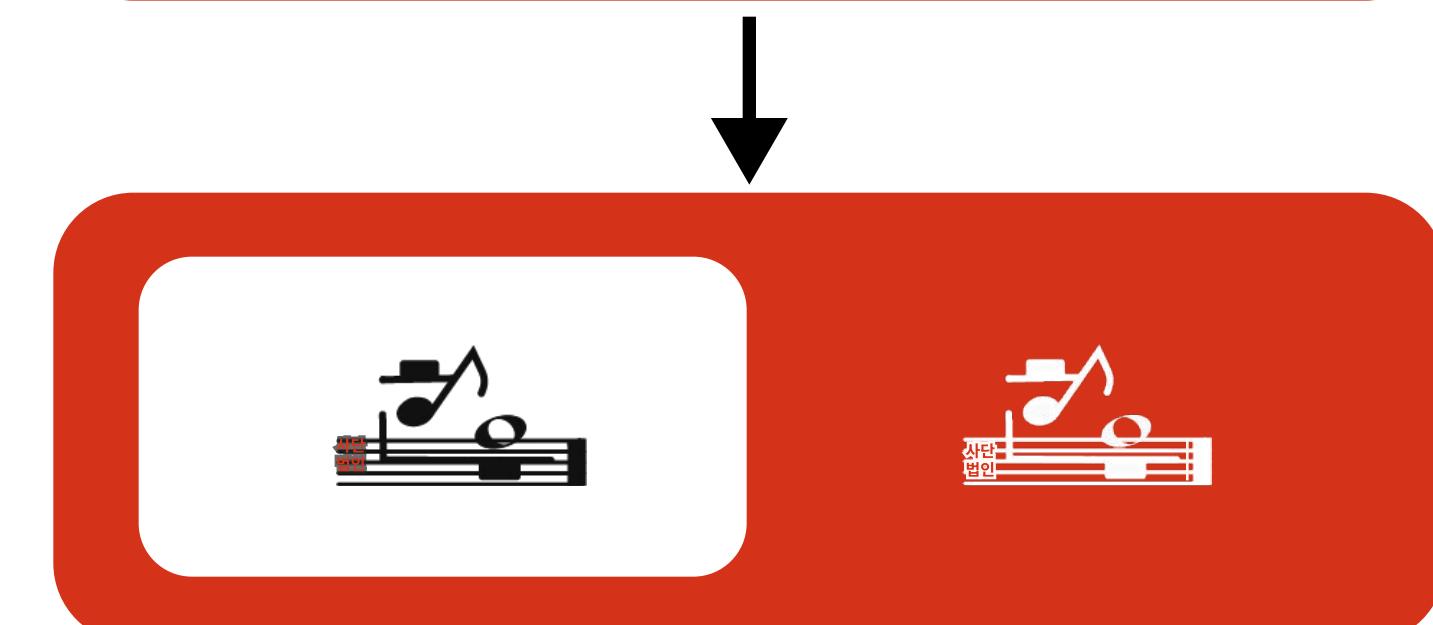
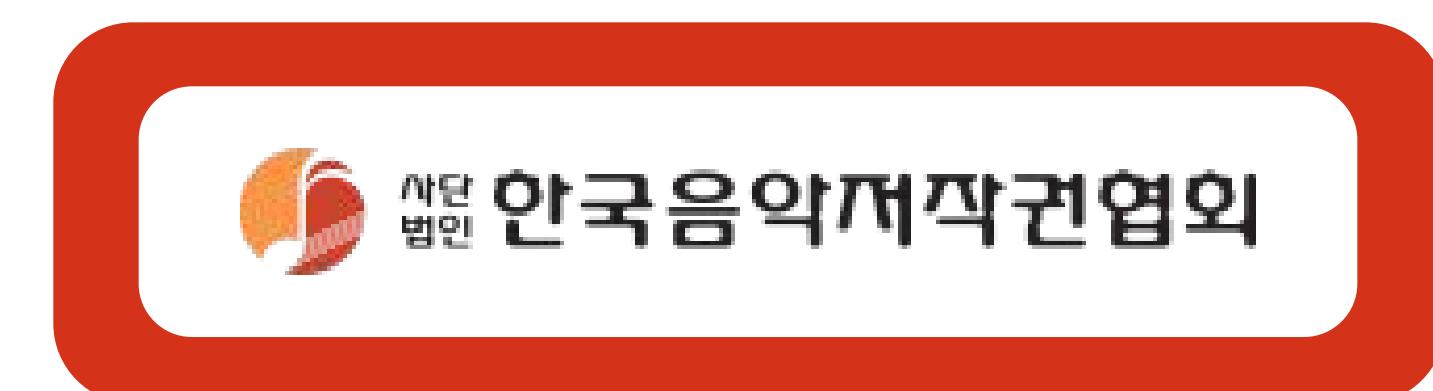


Typography

name	Typeface	weight	size
header	-	-	-
main 1	KCC-Kimhwanki	bold medium	60px 50px
main 2	notosnas-kr	bold medium	48px 16px
main 3	KCC-Kimhwanki notosnas-kr	bold medium	65px 16px
main 4	KCC-Kimhwanki notosnas-kr	bold medium	100px 20px
main 5	notosnas-kr	bold medium	48px 32px 24px
main 6	notosnas-kr	bold medium	48px 33px 18px
footer	notosnas-kr	medium	13px

Logo

음표를 활용해 ‘한음’(한국음악저작권협회 약칭)을모티브로,
간결하고 현대적인 로고로 직접 디자인하여 재구성했습니다.



Color

#D4331A

#121212

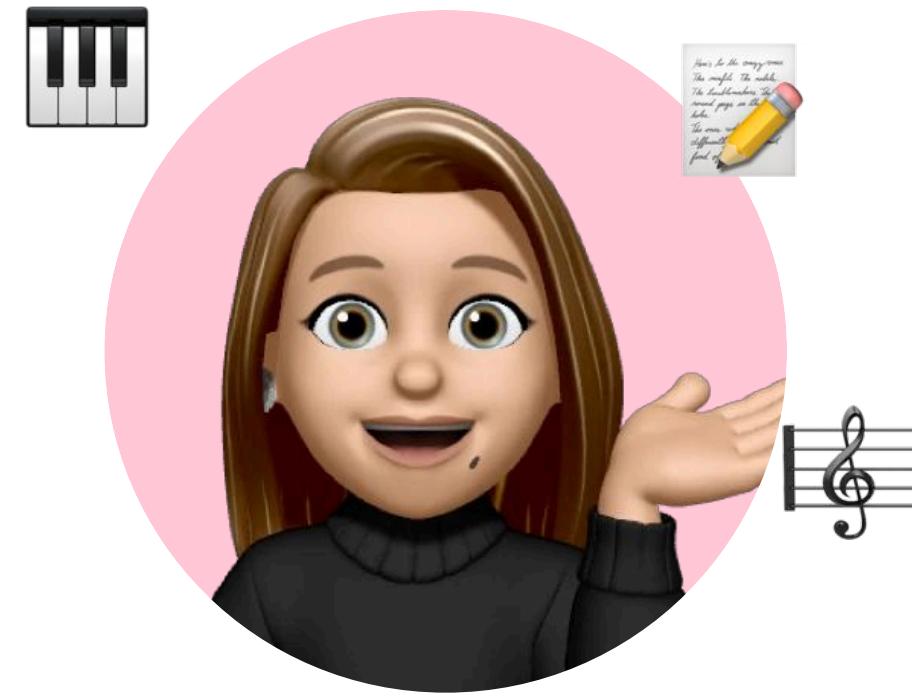
#FDF6ED

User Persona

창작에는 감각적이고, 일 처리에는 철저하며
효율을 중시하는 실용주의자. **INTJ**

세상에 첫 발을 내미는 감성가, 서툴지만 배우려는
마음이 진한 따뜻한 현실주의자. **ISFP**

트렌드에 민감하고 직관적이며, 불편함엔
솔직하게 반응하는 세련된 실용주의자. **ENTP**



인기작사가 이하은 (33세/여)

그녀는 이미 음악씬에서 활동 중인 이름만 들어도 아는 이미 수십 곡을 등록한 인기 작사가이다.
그러나 오랜 시간이 지난 지금까지도 저작권 정산 내역을 효율적으로 확인하는 것이 어렵다.

나만의 자주가는 페이지를 만들어주면 좋을텐데....

디지털 수준: 중상 (PC 사용 선호)

need

- 본인이 자주 확인하는 항목만 모아볼 수 있는 맞춤형 대시보드 (나만의 페이지)
- 곡별/기간별 정산 내역을 한눈에 확인할 수 있는 정산 요약 뷰

#계획적

#감각적

#서울거주

신인 인디 싱어송라이터 배준열 (28세, 남)

그는 오랜 준비 끝에 자신의 손때 묻은 곡을 세상에 내놓으며, 설렘 가득한 마음으로 음악 시장에 첫걸음을 내딛는 신인 인디 싱어송라이터이다. 하지만 저작권 등록을 처음 이용하는 탓에, 곡을 어떻게 저작권에 등록하는지, 그리고 처음접하는 음원 정산 방식과 절차도 낯설어 이해하는데 어려움을 겪고 있다.

무슨 단어가 이렇게 어려운 게 많은 거야...? 홈페이지안에서 쉬운 말로 상세히 알려주면것같은데...

디지털 수준: 보통 (웹은 자주 사용, 모바일 선호)

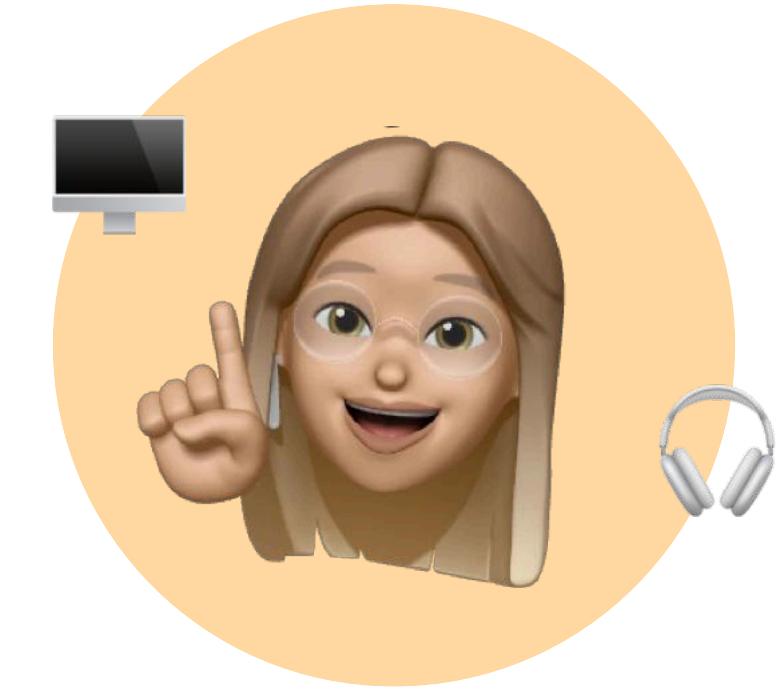
need

- 처음 방문한 사용자도 길을 잊지 않게 하는 초보자 전용 메뉴 또는 '처음 오셨나요?' 가이드
- 어려운 용어 없이 이해할 수 있는 쉬운 설명 제공

#감성적

#현실적

#경기도거주



일반인 박예성(22세/여)

그녀는 이제 막 대학교 생활에 익숙해진 느긋한 3학년이다. 음악 관련 과제를 하다 보니 저작권 검색이 필요한데, 검색 기능은 까다롭고 불편한 데다, 결과도 너무 복잡하다.

홈페이지 디자인이 왜 이렇게 촌스러운 거지? 이게 정말 2020년대 웹사이트가 맞는 걸까?

디지털 수준: 고급 (모바일 1순위, UX/UI 민감)

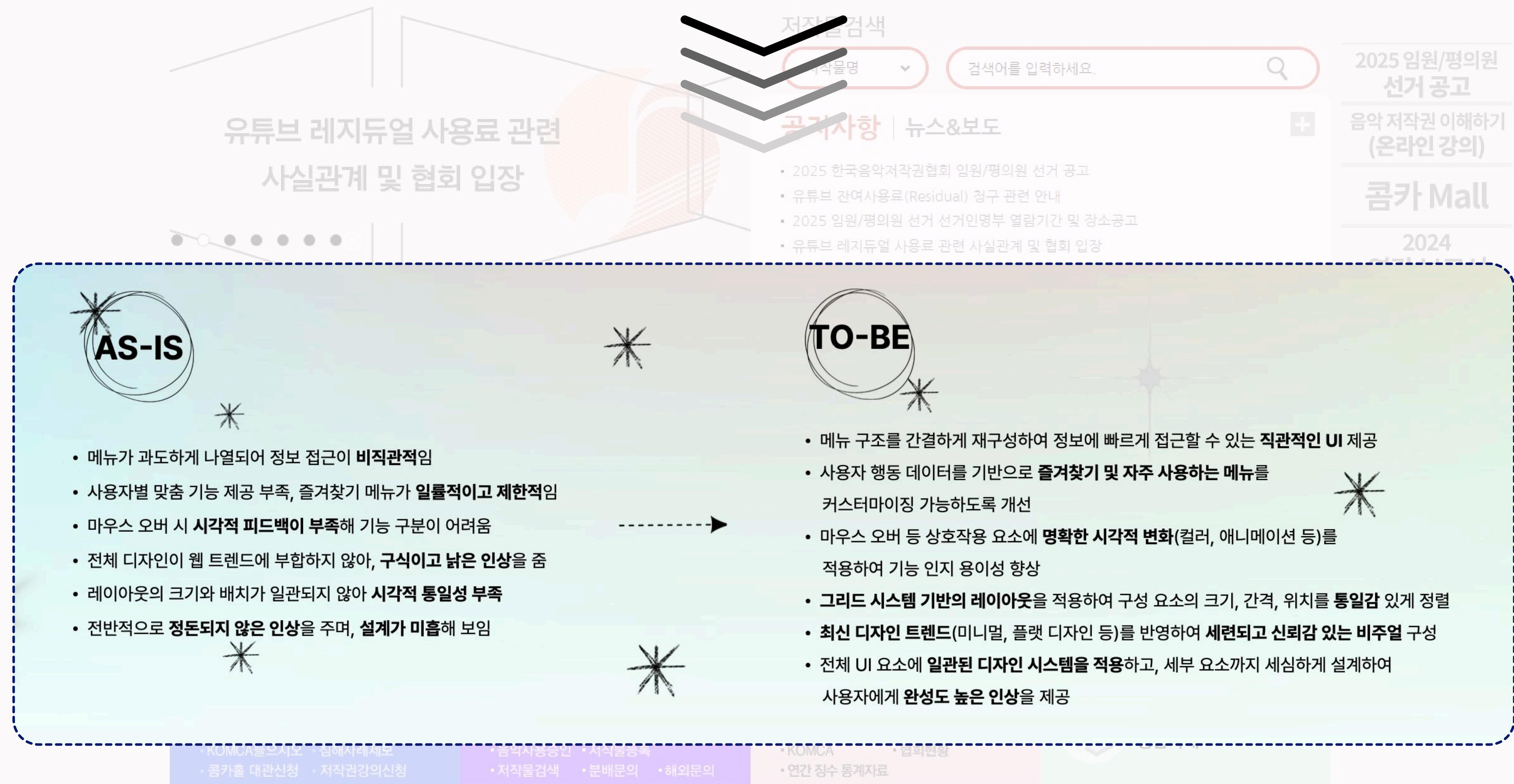
need

- 간편하고 직관적인 검색창
- 자동완성, 추천검색어, 빠른 필터 기능
- 현대화된 세련된 UI디자인

#직관적

#실용주의

#부산거주



- KUMCA를으시오
- 침해사례제보
- 콤카홀 대관신청
- 저작권강의신

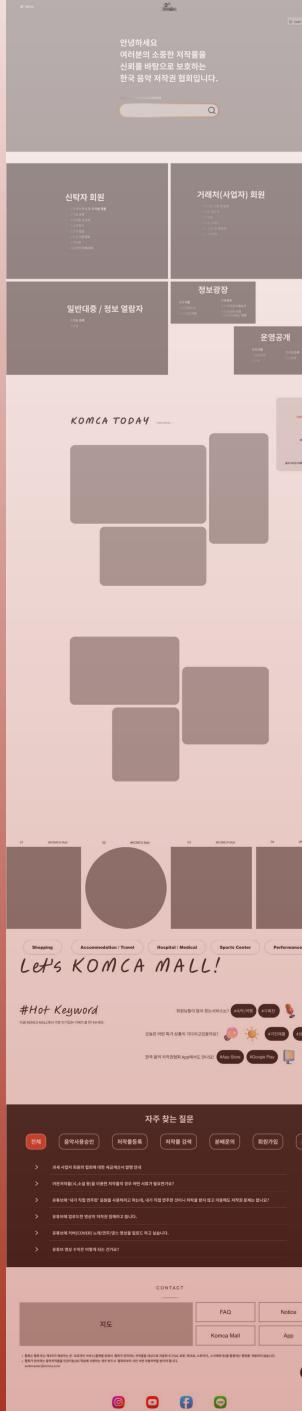
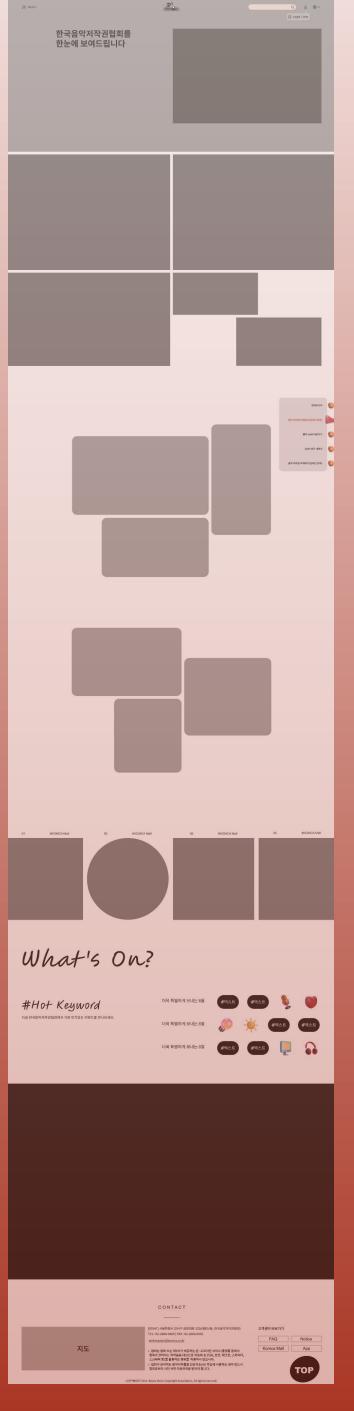
· 음악사용증인 · 서식물증족
· 저작물검색 · 분배문의 · 해외문

• KOMCA
• 연간 정수 통계자료

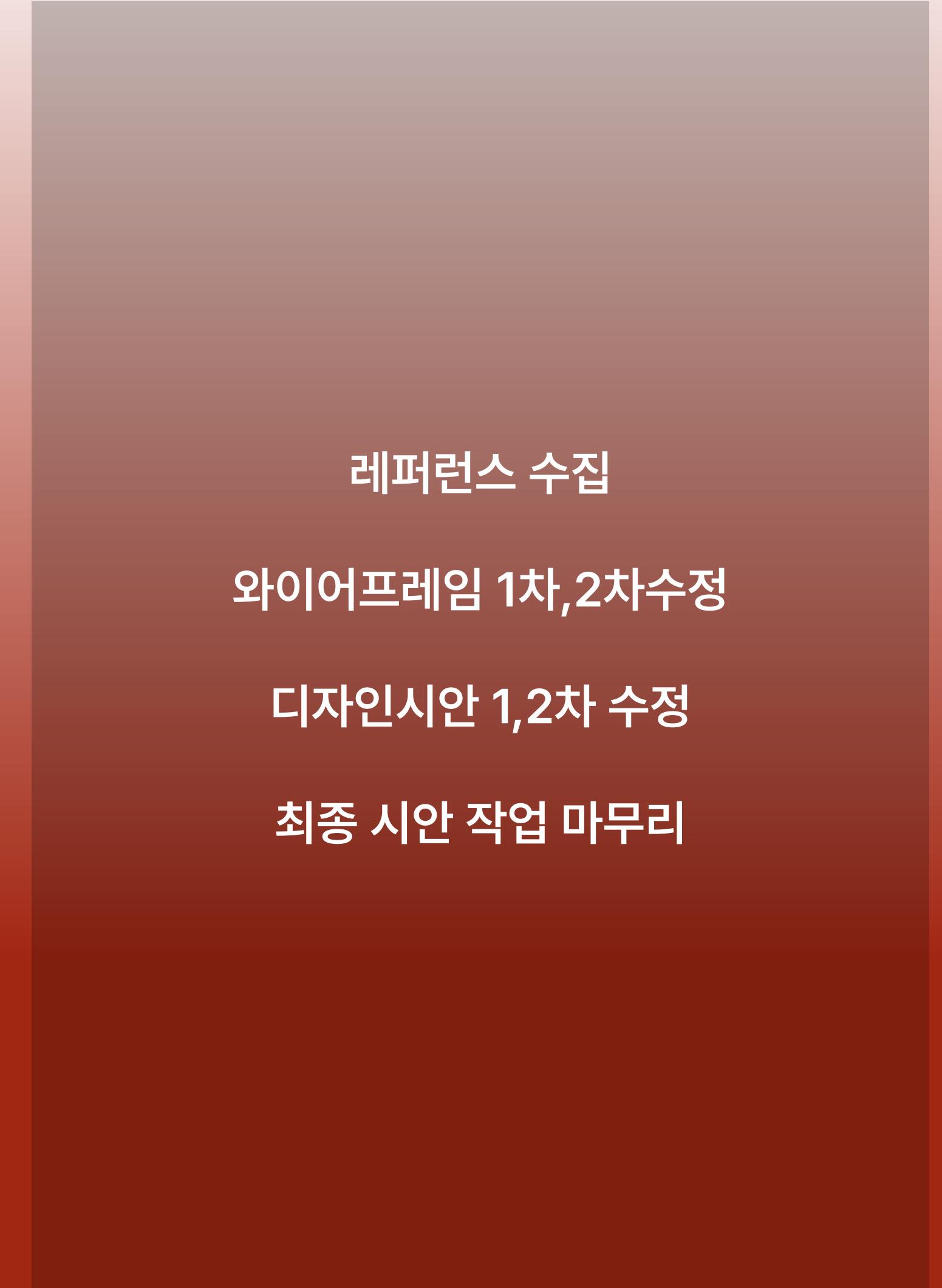
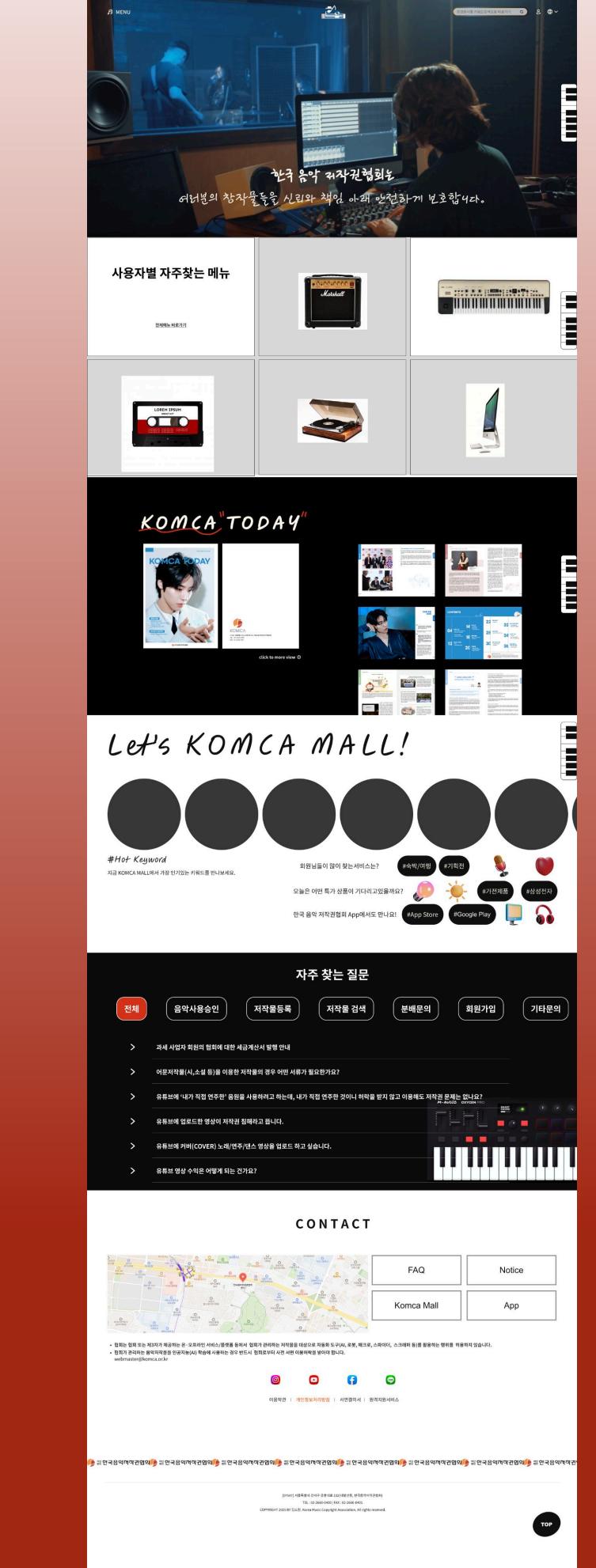
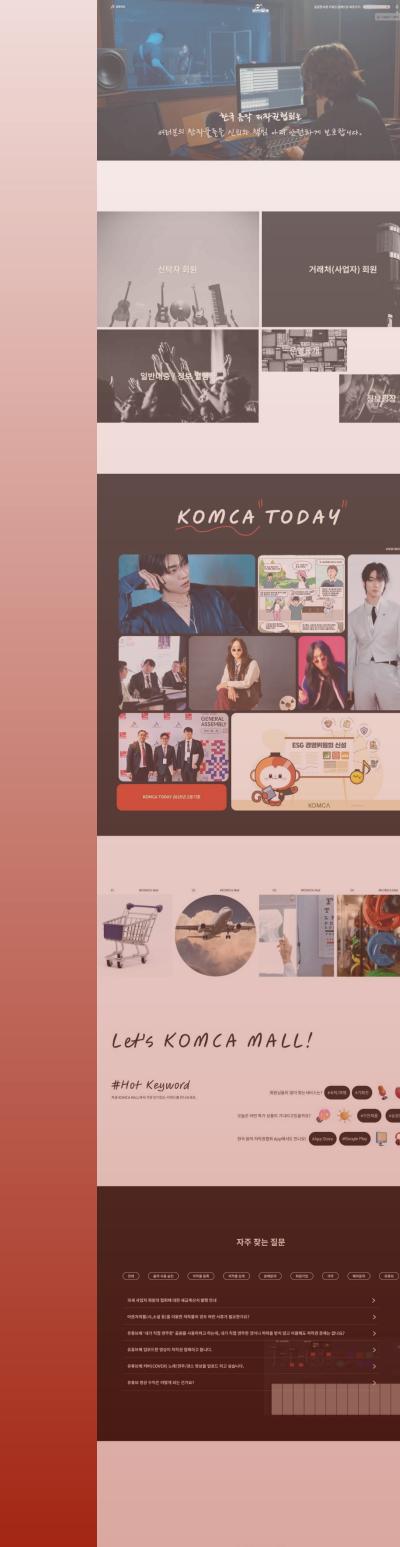
Reference



Wireframe



Design proposal



1차수정

2차수정

1차수정

2차수정

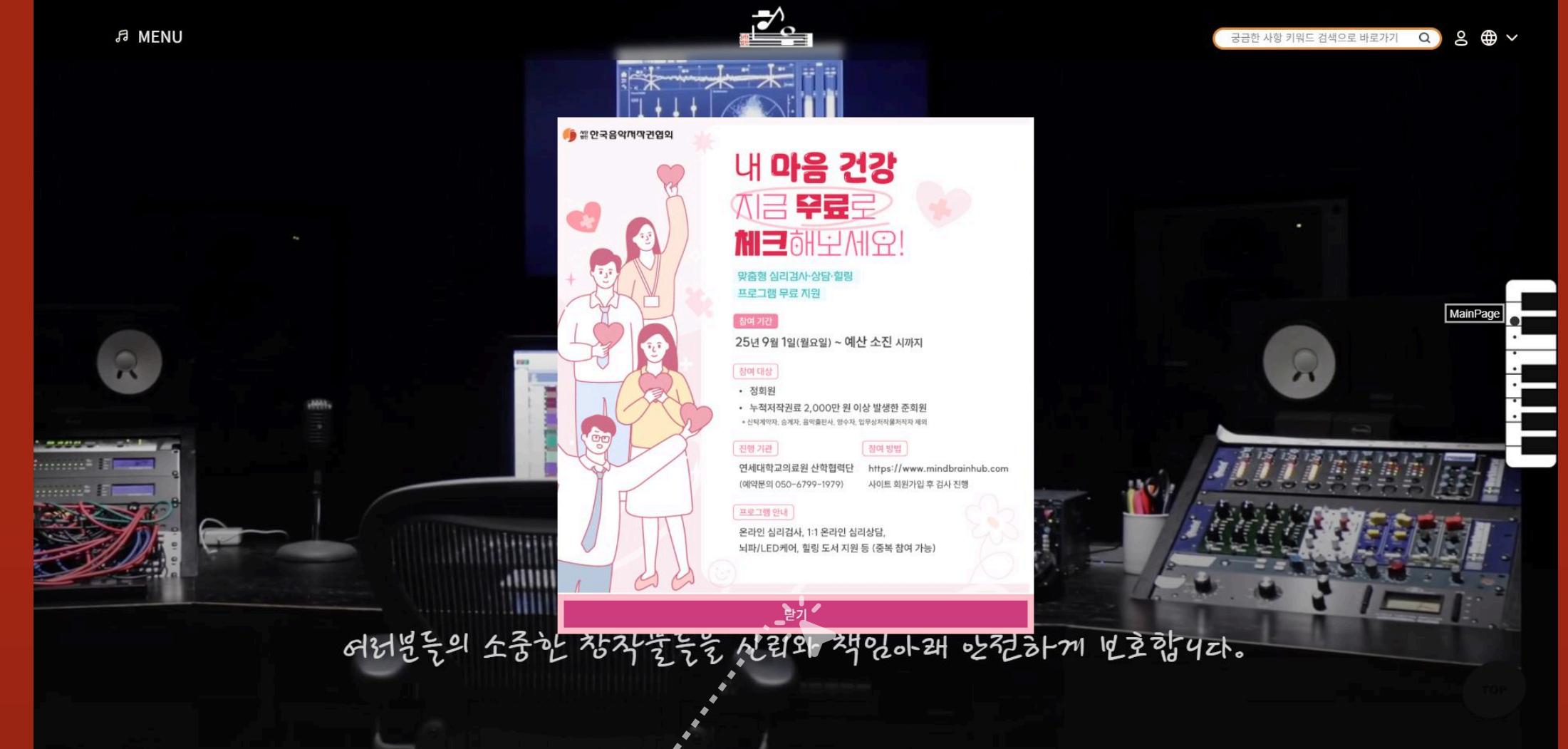
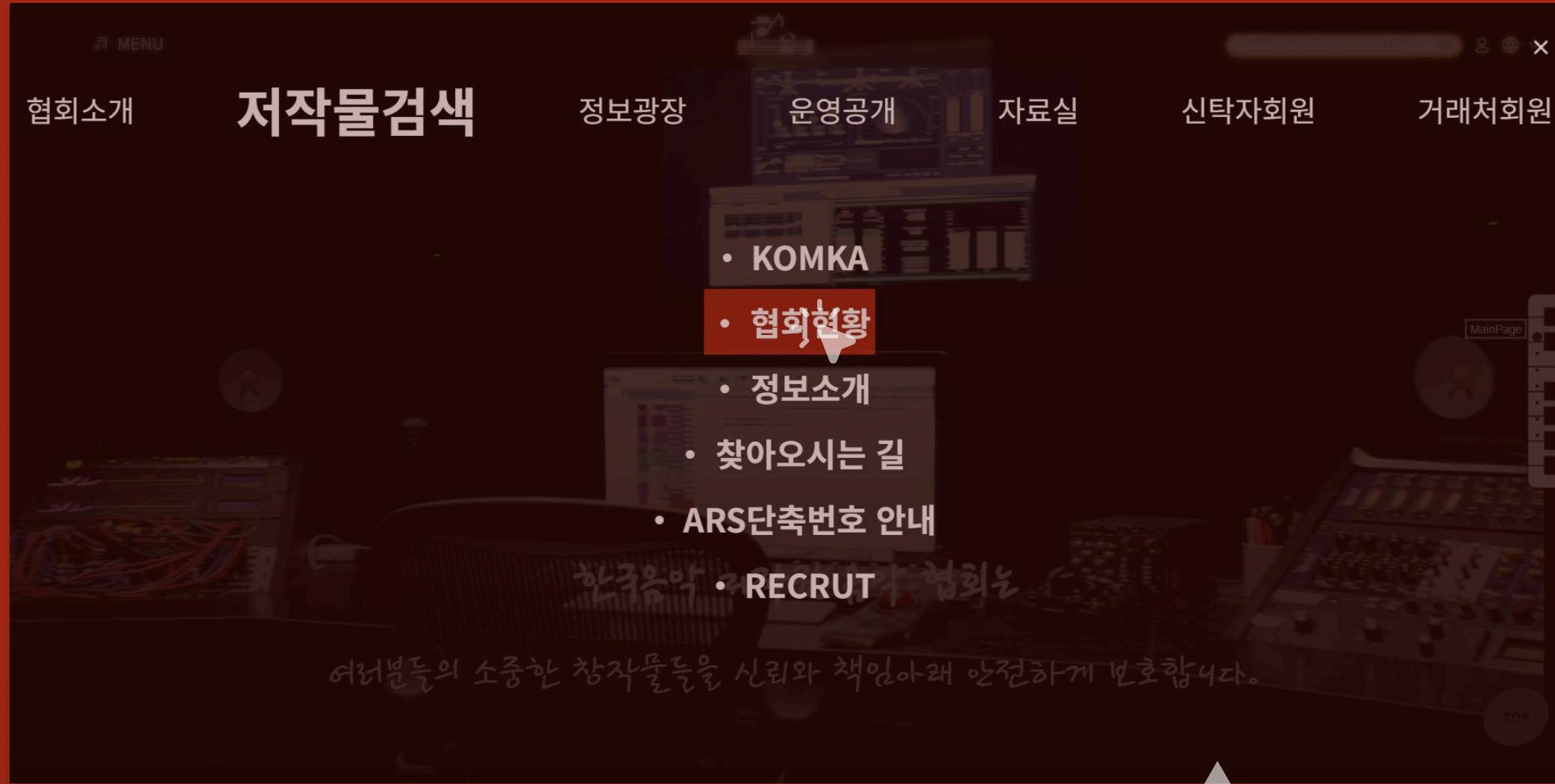
최종시안

레퍼런스 수집

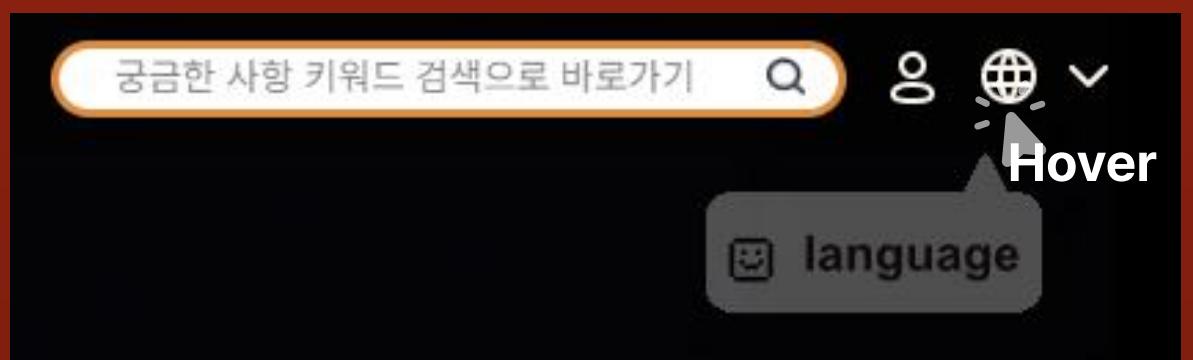
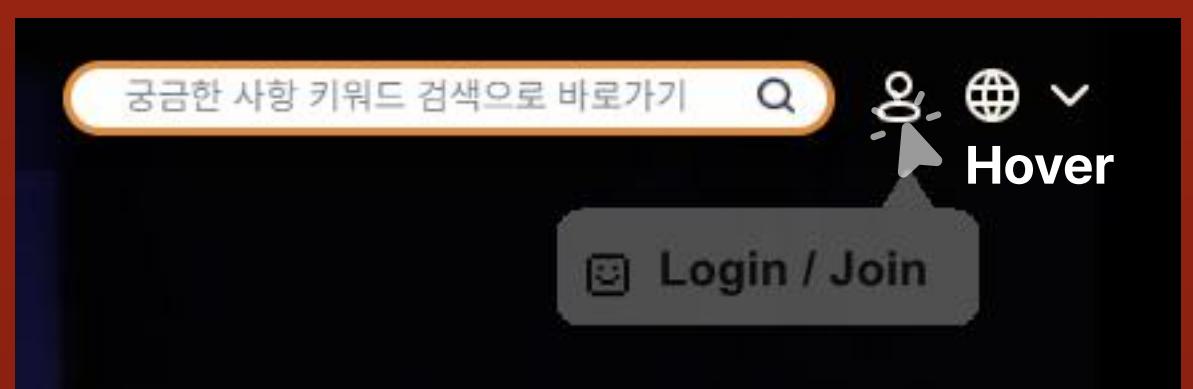
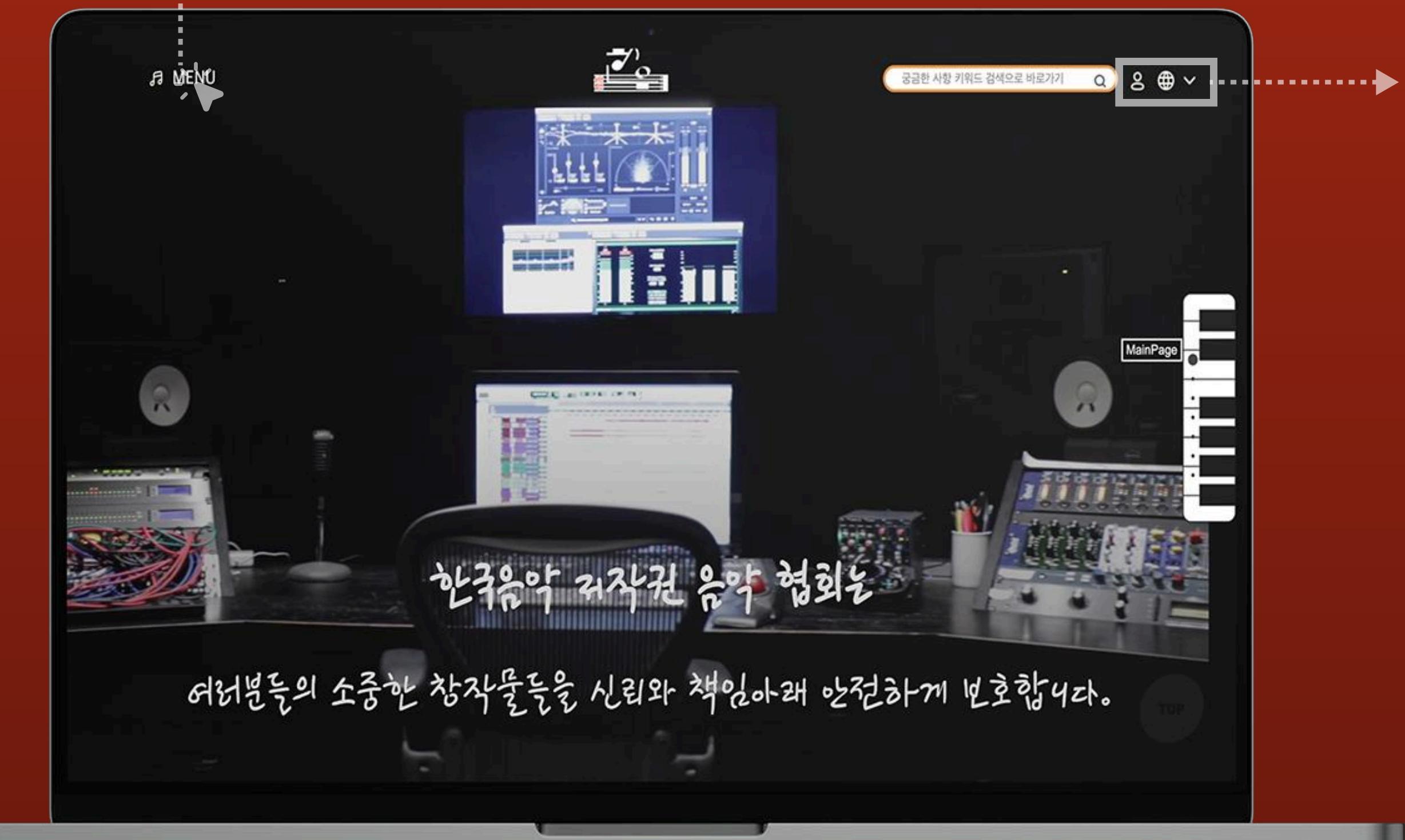
와이어프레임 1차, 2차수정

디자인시안 1, 2차 수정

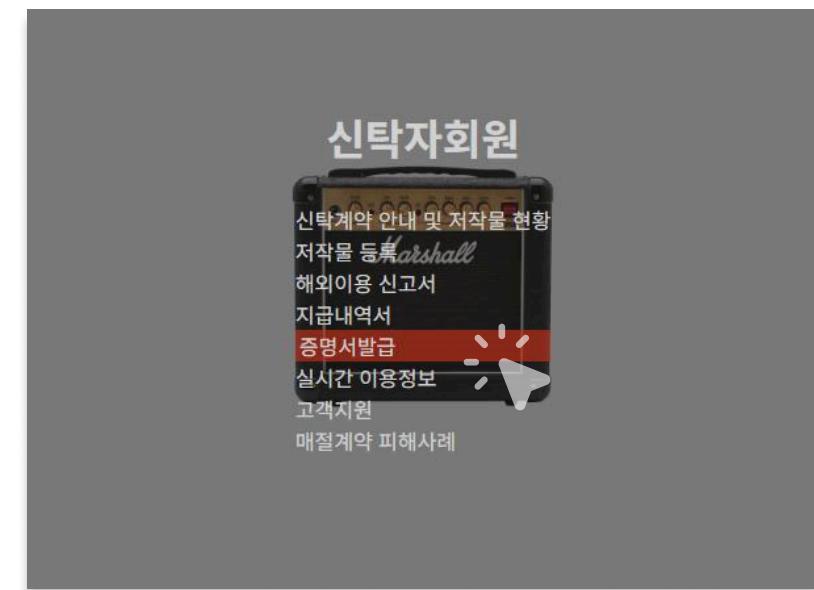
최종 시안 작업 마무리



팝업창 닫기 후 메인페이지 이동



호버시 툴팁기능을 사용하여 쉬운 안내 기능을 탑재하였으며 키워드검색창으로 궁금한 사항은 빠르게 검색이 가능하게 개선되었습니다.



이미지메뉴에 마우스 호버시
사용자가 자주 찾는 메뉴가 그룹별로 정리되어
원하는 메뉴를 더 쉽게 찾을 수 있습니다.

사용자별 자주찾는 메뉴

전체메뉴바로가기

TOP

after

2025 임원/평의원 선거공고

음악 저작권 이해하기 (온라인 강의)

콤카 Mall

2024 연간보고서

신탁자회원

KOMCA TODAY

before

정돈되어있지않아 시각적으로 눈에
들어오지않았던 사이드바를 재 정비합니다.

click to more view

TOP

Let's KOMCA MALL!



사용자의 시선을 끌지 못하던 사이드 메뉴를
메인 비주얼로 재구성해, 더 직관적인
사용 경험을 제공합니다.

마우스 호버 시 상세 페이지로 안내합니다.

#Hot Keyword

지금 KOMCA MALL에서 가장 인기있는 키워드를 만나보세요.

회원님들이 많이 찾는 서비스는? #숙박/여행 #기획전



오늘은 어떤 특가 상품이 기다리고 있을까요? #전체상품 #상성전자



한국 음악 저작권협회 App에서도 만나요! #App Store #Google Play



풀페이지로 리뉴얼하여 기존보다
크게 섹션을 나눠 정보가 많아 복잡했던
기존페이지를 크고 직관적이게
이용 가능하게 개선합니다.



신탁자회원

- 자금내역서
- 저작물등록
- 신탁저작물현황
- 실시간이용현황



민원/정보광장

- KOMCA 들으시오
- 침해사례제보
- 콤카홀 대관신청
- 저작권강의신청

거래처회원

- 저작물등록
- 이용허락신청
- 유보저작물현황
- 실시간이용현황

자주하는질문

- 음악사용승인
- 저작물등록
- 저작물검색
- 분배문의
- 해외문의
- 연간징수통계자료

자주 묻는 질문

- 어문저작물(시, 소설 등)을 이용한 저작물의 경우 어떤 서류가 필요한가요?
- 음악출판사와의 조건부양도계약 내용이 변경된 경우 어떤 서류가 필요한가요?
- 해외에서만 공표한 저작물도 협회에 등록해야 하나요?
- 국외 저작자가 참여한 저작물 또는 국외 저작자로만 이루어진 저작물의 등록은 어떻게 하나요?
- 2차적 저작물 등록 시 추가적으로 제출해야 하는 서류가 있나요?
- 저작물의 저작자 정보나 지분 정보는 어떻게 변경하나요?

KOMCA TODAY

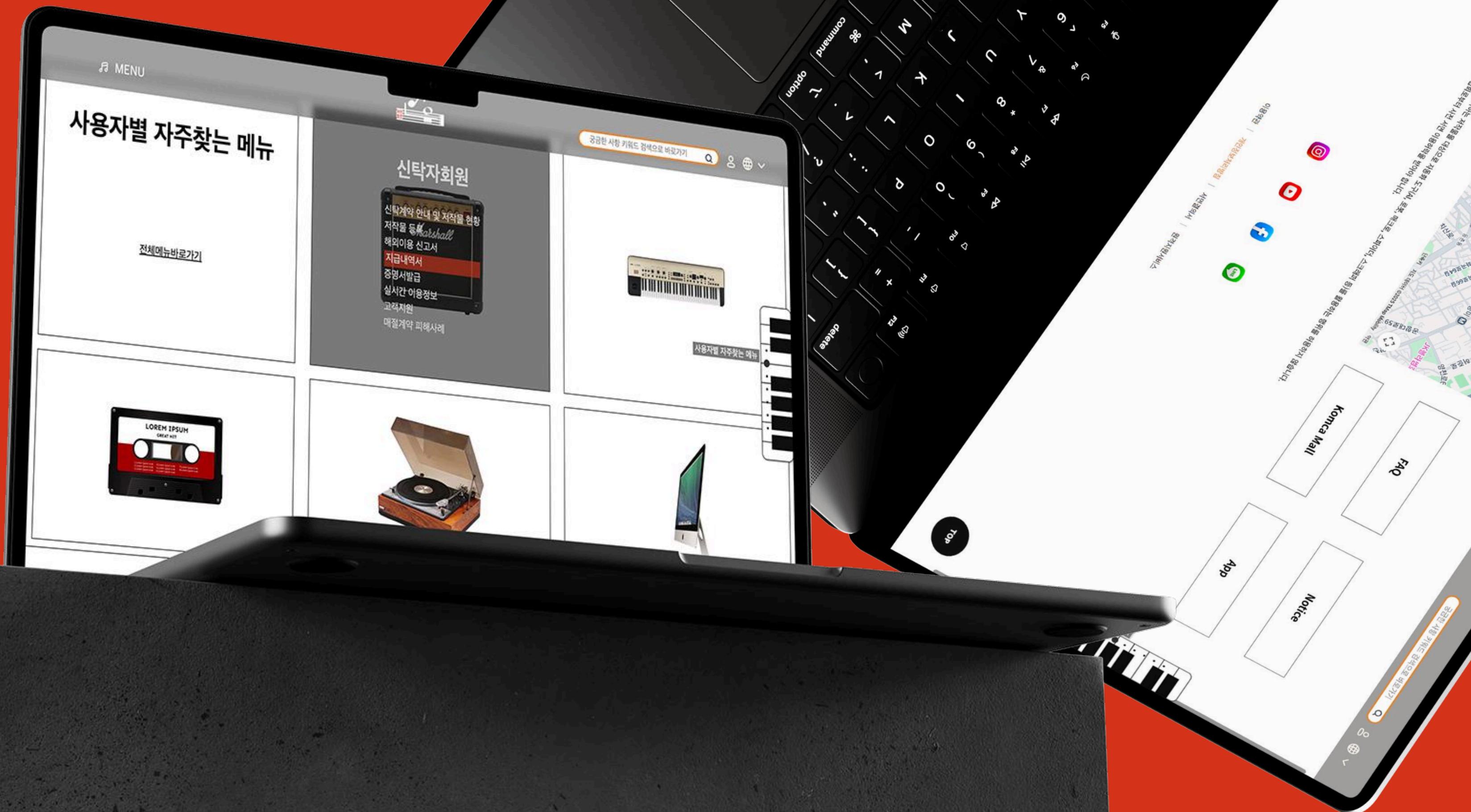
2024 연간 보고서

신탁자회원 원천징수영수증

5월 종합소득세 신고 (공연권 사용료 납부 관련)
증빙자료 업소입금증 출력

TOP

▶ 탑버튼 탑재로 메인까지 빠른이동 가능



코레일톡

앱 리디자인 프로젝트
스플래시 로그인 온보딩
메인페이지 서브페이지 메뉴

철도 여객운송 및 화물운송 사업을 수행하는 국토교통부 산하 준시장형 공기업

코레일의 승차권예매 어플 리디자인 프로젝트입니다.

기존 공기업 이미지의 다소 경직되고 구식적인 느낌을 개선하고, 보다 친근하게
다가갈수있도록 디자인에 초점을 두었으며, 사용자 경험의 불편 요소를 최소화
하고, 예매 과정을 보다 직관적이고 신속하게 진행할 수 있도록 개선하였습니다.

#Figma #HTML5 #CSS #JavaScript #AOS #SwiperSlide

기획/디자인/퍼블리싱/프로토타입 100%

👉 Click here

Web site

GitHub

Process

Figma

Notion





KORAIL 톡 모바일앱 리디자인 프로젝트

The image displays three screenshots of the KORAIL Talk mobile application. The top screenshot shows the main home screen with a search bar and navigation tabs for 'Home', 'My Ticket', and 'Travel'. The middle screenshot shows the 'Ticket Purchase' screen, where a user has selected a round trip (round-trip) from Busan to Seoul. The bottom screenshot shows a large QR code for a travel pass.



Tool |

기여도 | 기획, 디자인, 코딩 100%

Overview

코레일톡 앱은 국내 철도 이용자가 승차권을 구매·관리하고 기차 정보를 확인하는 데 활용하는 대표적인 모바일 서비스입니다.

그러나 기존 앱은 사용자 경험(UX)과 인터페이스(UI) 측면에서 복잡한 사용 흐름과 노후된 디자인 구조로 인해 이용에 어려움을 겪는 사례가 꾸준히 발생하고 있습니다.

본 리디자인 프로젝트는 이러한 문제를 해결하여 보다 직관적이고 효율적인 철도 이용 경험을 제공하는 동시에, 앱 전반을 현대적인 방식으로 재구성하는 것을 목표로 합니다.

우리의 목표는 사용자 중심의 정보 구조와 현대적 UI 디자인을 구축하여, 다양한 연령대의 이용자가 쉽고 빠르게 필요한 정보에 접근하고 편리하게 서비스를 이용할 수 있는 환경을 제공하는 것입니다.

Keyword

접근 가능한 (Accessible)

누구나 쉽게 사용할 수 있는 사용자 환경

포괄적인 (Inclusive)

다양한 사용자 그룹을 고려한 설계

신뢰할 수 있는 (Reliable)

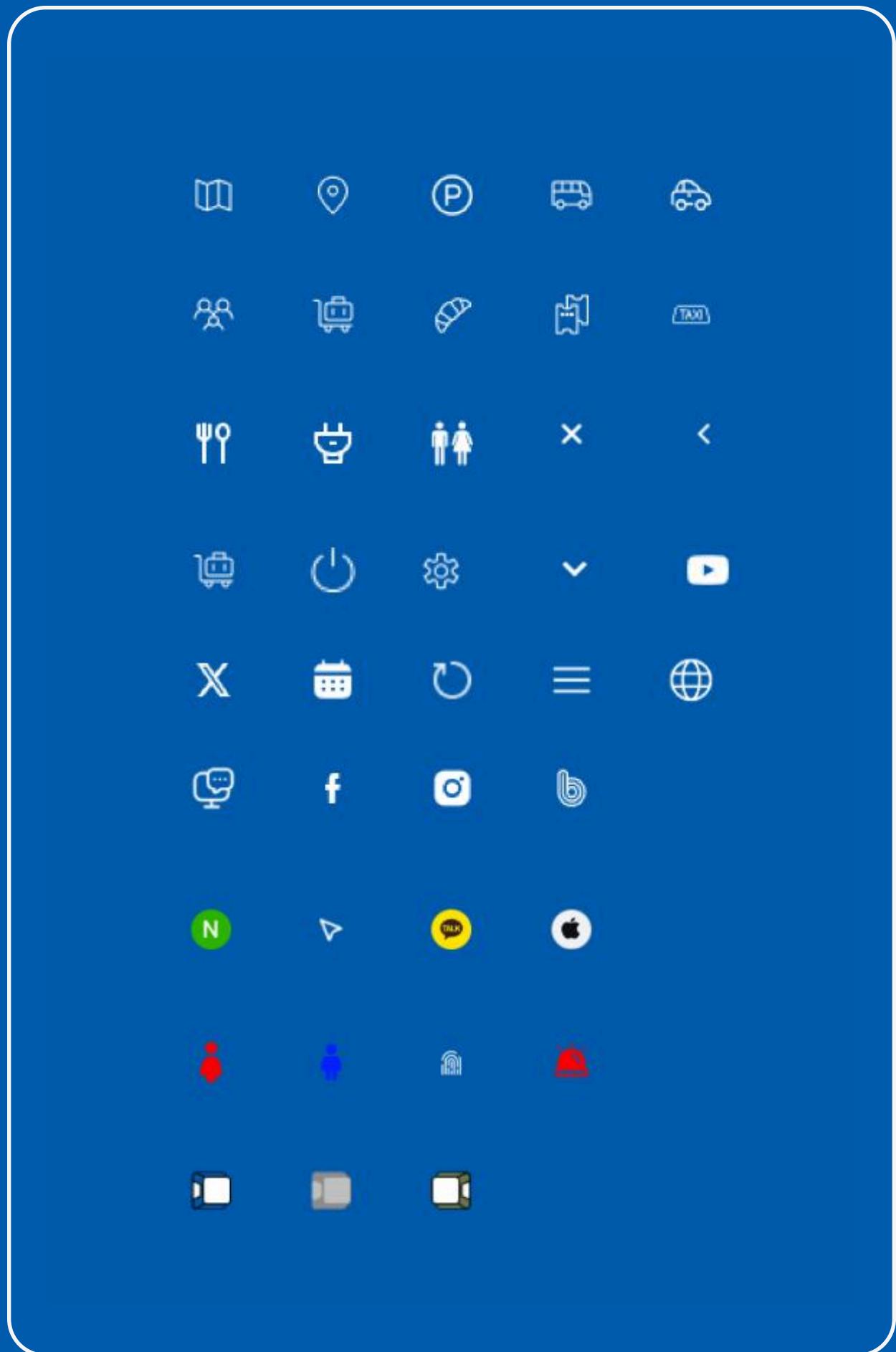
언제나 안정적으로 작동하는 서비스

직관적인 (Intuitive)

한눈에 이해되는 인터페이스

Style Guide

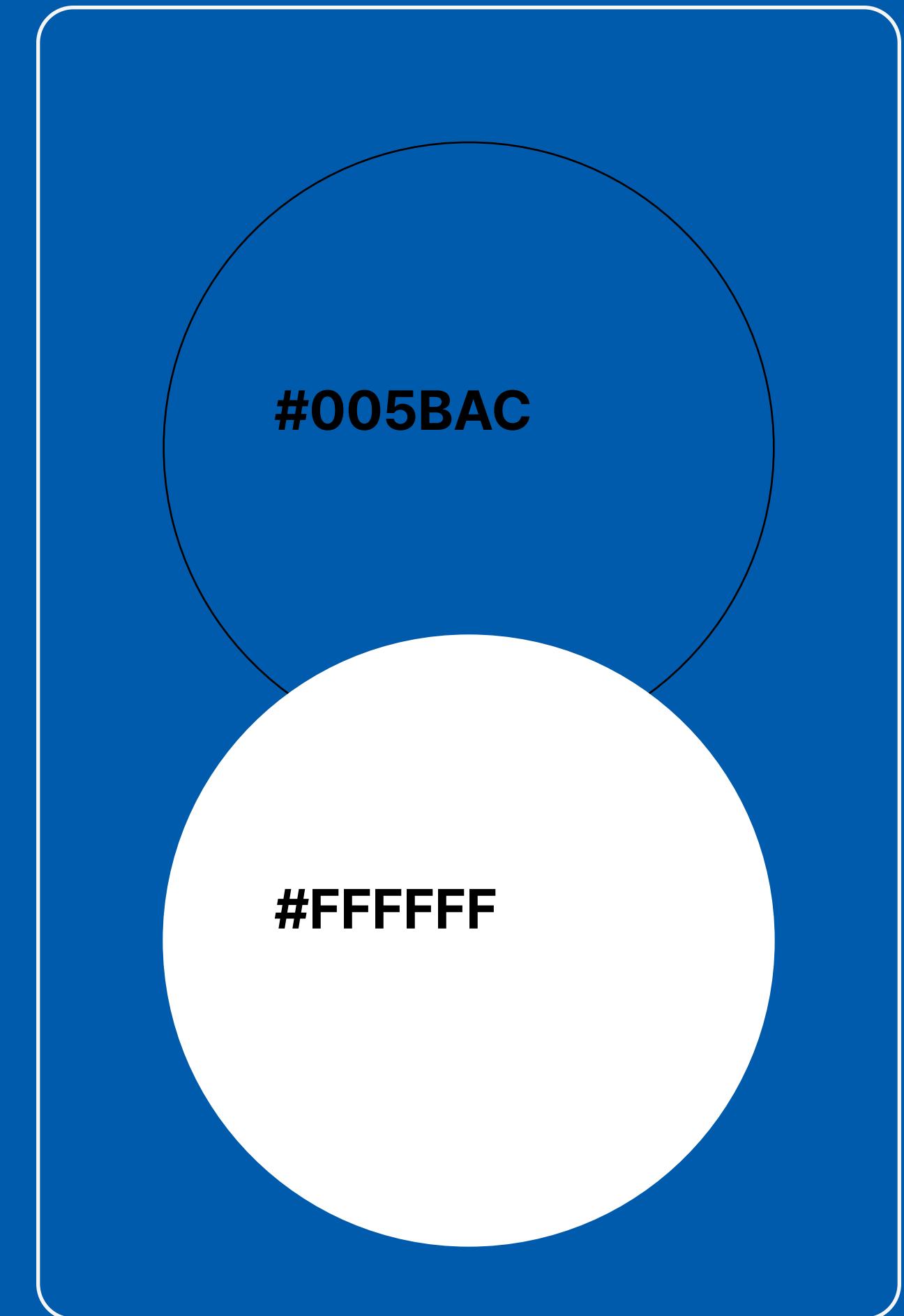
Icon



Button



Color



Typography

가Aa	<p>Noto Sans KR</p> <ul style="list-style-type: none">• 가독성이 뛰어난 한글 본문 서체로 사용자 인터페이스에서 정보 전달에 최적화되어 있습니다.• 다양한 굵기(Thin~Bold)를 제공해 제목과 본문에 일관된 시각적 톤을 유지할 수 있습니다.• 한글, 영문, 숫자가 조화를 이루어 혼합 텍스트에서도 자연스럽고 정돈된 레이아웃을 제공합니다.• 구글과 어도비가 공동 개발한 오픈소스 서체로, 범용성과 접근성까지 고려한 선택입니다.																																												
<table border="1"><thead><tr><th>Name</th><th>Typeface</th><th>Weight</th><th>Size</th><th>color</th></tr></thead><tbody><tr><td>header</td><td>notosans-kr</td><td>bold</td><td>18px</td><td>#005BAC #FFFFF</td></tr><tr><td>main 1</td><td>notosans-kr</td><td>medium</td><td>24px</td><td>#9F9F9F</td></tr><tr><td>main 2</td><td>notosans-kr</td><td>bold medium medium medium</td><td>16px 14px 24px 12px</td><td>#005BAC #E8E8E8 #333333 #C0COCO #AFAFAF</td></tr><tr><td>main 3</td><td>notosans-kr</td><td>bold medium</td><td>20px 14px</td><td>#000000</td></tr><tr><td>main 4</td><td>notosans-kr</td><td>bold medium</td><td>20px 14px</td><td>#fffff #000000</td></tr><tr><td>main 5</td><td>Crimson Text notosans-kr</td><td>bold medium</td><td>24px 12px</td><td>#fffff</td></tr><tr><td>footer</td><td>notosans-kr</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>futter</td><td>notosans-kr</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></tbody></table> <p>Main page</p>	Name	Typeface	Weight	Size	color	header	notosans-kr	bold	18px	#005BAC #FFFFF	main 1	notosans-kr	medium	24px	#9F9F9F	main 2	notosans-kr	bold medium medium medium	16px 14px 24px 12px	#005BAC #E8E8E8 #333333 #C0COCO #AFAFAF	main 3	notosans-kr	bold medium	20px 14px	#000000	main 4	notosans-kr	bold medium	20px 14px	#fffff #000000	main 5	Crimson Text notosans-kr	bold medium	24px 12px	#fffff	footer	notosans-kr	-	-	-	futter	notosans-kr	-	-	-
Name	Typeface	Weight	Size	color																																									
header	notosans-kr	bold	18px	#005BAC #FFFFF																																									
main 1	notosans-kr	medium	24px	#9F9F9F																																									
main 2	notosans-kr	bold medium medium medium	16px 14px 24px 12px	#005BAC #E8E8E8 #333333 #C0COCO #AFAFAF																																									
main 3	notosans-kr	bold medium	20px 14px	#000000																																									
main 4	notosans-kr	bold medium	20px 14px	#fffff #000000																																									
main 5	Crimson Text notosans-kr	bold medium	24px 12px	#fffff																																									
footer	notosans-kr	-	-	-																																									
futter	notosans-kr	-	-	-																																									

User Persona



이선화

(여/36세/MBTI : ESTJ)

실리를 추구하는 커리어우먼

거주지 : 서울

직업 : 대기업 의류회사 지역장

기기 : iPhone 16 / 스마트워치 연동

KTX 이용 빈도 : 월 1~2회

이용목적 : 회사내 지역간 점포 관리로 인한 출장

행동 특성

- 출퇴근 시간 틈틈이 예매

-빠른 예매, 좌석 지정, 할인 혜택 중시

불편 사항

-앱에서 SRT 연동 불가 & KTX와 SRT열차 구분 어려움

-좌석 선택이 복잡하고 번거로움 예매 과정 중 잔여석

실시간 반영 미흡

성격 및 특징

1. 실용적이고 효율을 중시함 →

복잡한 절차나 불필요한 정보에 스트레스를 느끼며, 직관적인 UX를 선호함.

2. 시간에 민감한 편 →

출퇴근 시간이나 짧은 휴식 시간에도 빠르게 업무·개인 일정을 처리하려는 성향.

3. 기술 친화적이지만 복잡한 기능은 피함 →

모바일 앱 사용에 익숙하지만, 자주 쓰지 않는 기능이나 설명이 부족한 기능은 피하는 경향.

4. 계획적인 성향 → 미리 예매하고, 일정을 캘린더나

알림으로 관리하려는 습관이 있음.

story

이선화씨는 얼마전 대기업 의류회사에서 승진하여 지역장일을 맡아 하고 있는 이시대의 멋진 커리어 우먼이다.

실용성과 효율을 중시하는 성격으로, 복잡한 절차나 불필요한 정보에는 스트레스를 느끼며 직관적이고 단순한 사용자 경험을 선호한다.

출퇴근 시간이나 짧은 휴식 시간에도 틈틈이 앱을 활용해 업무나 개인 일정을 빠르게 처리하려는 편이며, 모바일 중심의 생활에 익숙하다.

기술에는 친숙하지만 설명이 부족하거나 사용 빈도가 낮은 복잡한 기능은 피하며, 필요한 정보만 빠르게 찾는 방식에 익숙하다.

미리 일정을 계획하고 예매한 뒤, 이를 캘린더나 알림 기능과 연동해 관리하는 습관이 자리 잡혀 있어, 예매 앱에서도 이런 흐름을 자연스럽게 지원받길 기대한다.

#시간효율

#실용주의

#멀티테스커

#간편예매

#직관적 UX 선호

User Persona



박갑수

(남/68세/MBTI : INFP)

디지털적응증인 실속파 시니어

거주지 : 부산

직업 : 은퇴 후 자유시간 활용 중

기기 : 삼성갤럭시 폴드 7 (중급형, 사용 경험 제한적)

KTX 이용 빈도 : 월 3~5회

이용목적 : 대구에 있는 자식 집 방문 및 자유로운 여행

행동 특성

- 예매 시 모든 내용을 천천히 확인하며 신중하게 진행함

- 간단하고 큰 버튼, 명확한 안내가 있는 메뉴를 선호함

불편 사항

- 글씨가 작은게 싫어서 크고 간단한 기능이 있었으면 좋겠음

- 젊은 사람들처럼 자리를 좋은곳에 예약하고 싶으나

어렵고 요령이 없어 매번 남는 자리 아무데나 예매함

- 지역별 관광 정보나 목적지 안내 등도 부족하여 아쉬움

성격 및 특징

1. 새로운 기술에 관심은 있지만, 사용하는데 어려움을 느끼는 편 → 복잡하거나 생소한 UI/기호에 혼란을 겪음

2. 꼼꼼하고 확인을 안하면 불안한 성격임 → 열차 시간, 좌석, 출발역 등 기초 정보를 자주 재확인함

3. 남들에게 의존하지 않으려는 성향으로, 실수 없이 예매하려 노력함 → 매번 이용할 때마다 의지하기 싫어 모르는 부분은 가족이나 주변 도움을 받아 앱 사용을 익혀가고 있음, 글보다는 말이나 시각적 설명을 더 쉽게 이해함

story

박갑수(68세, 부산 거주)는 자식들을 모두 잘 키워놓고 이제는 여유로운 시간을 보내며 한 달에 3~5회 정도 KTX를 이용해 가족 방문, 여행, 친구 모임 등 다양한 일정으로 활발히 움직인다. 스마트폰 사용에는 익숙하지 않아 모바일 앱을 이용할 때마다 어려움을 겪곤 한다. 특히 KTX와 SRT 열차가 한 화면에 함께 표시되어 어떤 열차인지 구분하기 어렵고, 예매 과정 중 잔여석이 갑자기 사라지는 현상 때문에 혼란스러워한다. 여행 날짜를 선택하는 방식도 '이전 날'과 '다음날' 버튼만 있어 원하는 날짜에 빠르게 접근하기 불편하며, 좌석 선택 시에도 참가인지 통로인지, 화장실과 편의시설 위치는 어디인지 알 수 없어 불안하다. 앱의 메인 화면에는 많은 메뉴가 복잡하게 배열되어 있어 예매하기 메뉴를 찾기 어려우며, 예매 완료 후에도 승차권 확인 과정이 번거로워 앱 사용에 부담을 느낀다. 박갑수는 불필요한 절차와 정보는 줄이고, 누구나 쉽게 사용 할 수 있는 직관적이고 간편한 UX가 절실히 필요하다고 생각한다.

#디지털적응증

#사용자 친화성 중시

#직관적 UI 선호

#단순하고 큰 글씨 선호

User Persona_박갑수의 시나리오

DAY 1 – 딸 가족 방문을 위한 KTX 예매

박갑수는 부산에 살고 있으며, 대구에 살고 있는 딸 집에 가기 위해 KTX를 예매하려 한다. 앱을 켜고 출발역과 도착역을 입력한 뒤, 시간대를 확인하지만 KTX와 SRT가 함께 표시되어 있어 어떤 열차인지 헷갈린다. 예약을 눌렀는데 이미 좌석이 없는 경우가 많고, 잔여석이 없어졌다 는 안내가 늦게 떠 다시 처음부터 과정을 반복해야 했다. SRT어플은 앱을 끄더라도 '결제 대기' 상태로 남아있어, 딸에게 캡처를 보내고 좌석 선택에 대한 도움을 받았다.

DAY 2 – 혼자 떠나는 첫 여행

박갑수는 얼마 전 배우자를 떠나보낸 후, 혼자 기분 전환 삼아 전주로 여행을 가기로 했다. 예매를 시도하지만 좌석 선택 화면이 익숙하지 않아 통로 쪽인지 창가인지 확인이 어려웠고, 열차 내부 구조도 확인할 수 없었다. 정기권, 할인 혜택도 글로만 설명되어 있어 읽다 포기하고 일반 예매를 선택했다. 출발 시간은 달력 대신 '다음날' 버튼만 눌러 이동해야 해 원하는 날짜를 찾는데 한참이나 걸려 번거로움을 느꼈다.

DAY 3 – 고향 친구 모임 참석

박갑수는 오래된 친구들을 만나러 울산으로 가는 길이다. 특산물을 사서 가고 싶은데 앱을 통해 알아보려하니 그런 정보는 없고 여행정보만 있어 인터넷으로 다시 알아보았다. 예매 완료 후 다시 좌석을 확인하려 하니 메뉴가 어디에 있는지 찾지 못해 몇 번을 눌러봤다. 앱 사용이 익숙하지 않아 몇 분 만에 끝낼 수 있는 예매에 20분 이상 소요되었고, 결국 딸에게 확인을 부탁했다.

Problems



기차를 예매할 때 자리에 대한 정보가 충분하지 않아 자리 선정하는 과정이 복잡하다

KTX와 SRT 열차 구분 어려움



메뉴가 복잡해 예매하는데에 시간이 오래 소모된다

생소한 아이콘들이 무엇을 의미하는지 모르겠다

Needs

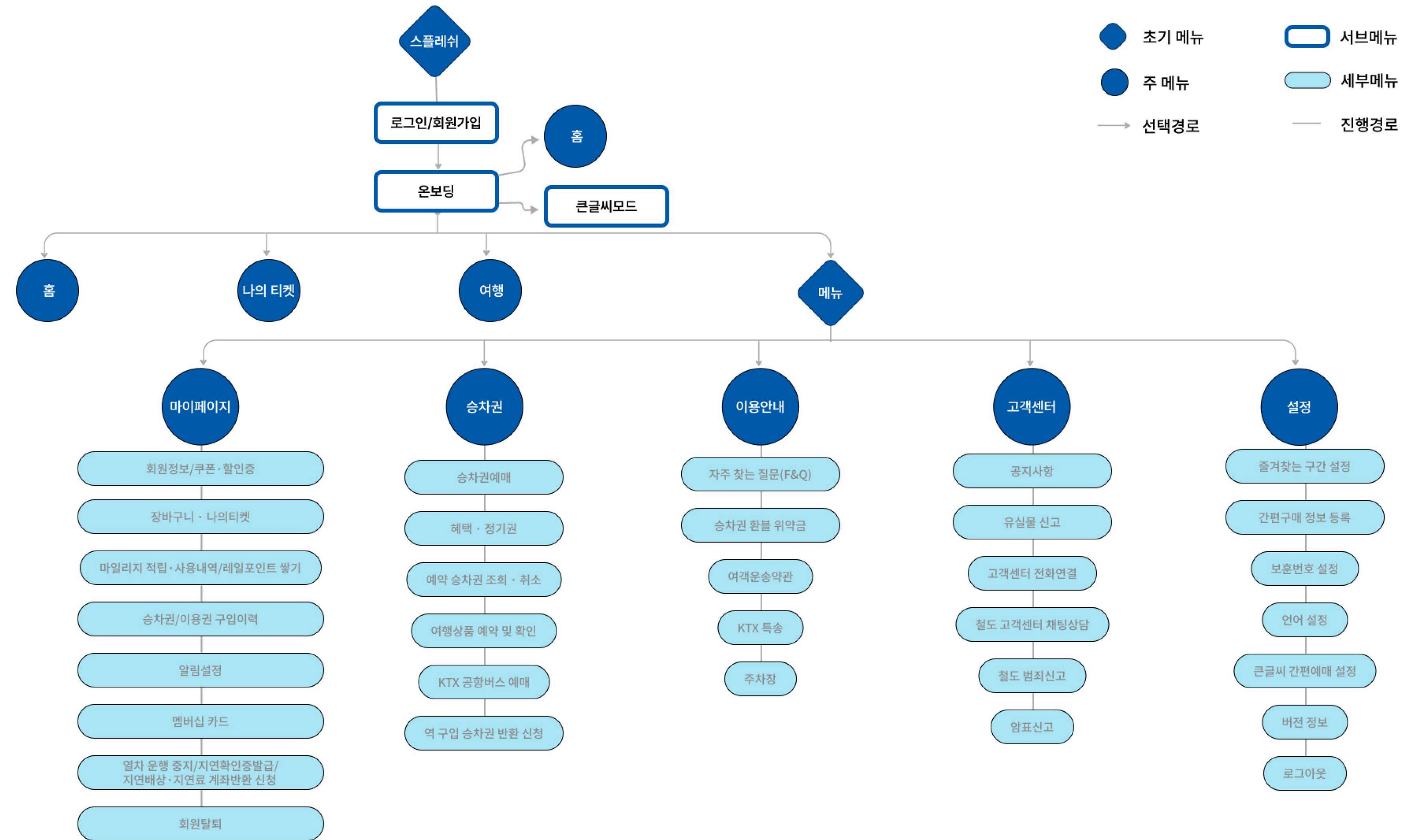
자리에 대한 정보 표시가 자세히 나와 있었으면 좋겠다.

열차를 구분하기 쉽게 UI가 구성되어 있으면 좋겠다

크고 간단한 메뉴가 있었으면 좋겠다

생소한 아이콘들의 충분한 정보나 설명이 있었으면 좋겠다

Site Map



시신 일상, 쉼표가 필요한 당신을 위해

나만의 목적지 검색하기

로그인화면

정돈되지 않았던 Events

코레일이 로그인화면을 현대화된 UI로 재정비하여 리디자인합니다.

KORAIL

민터카 카셰어링

짐 배송 커피&빵

레저 이용권 관광 택시

나의 티켓 여행

나만의 목적지 검색하기

승차권 예매 간편

왕복 편

부산

스플래쉬

가까운

인원 선택

가는날 선택

2025년 10월 23일

열차

여행의 모든 순간
코레일톡과 함께해요

이런 서비스는 어떤세요?

길 안내

주차/주차 정산

렌터카

카셰어링

짐 배송

커피&빵

레저 이용권

관광 택시

코레일 승차권예약 APP
코레일 톡

마음을 잊다 ♪
당신의 코레일

KORAIL

민터카 카셰어링

짐 배송 커피&빵

레저 이용권 관광 택시

나의 티켓 여행

나만의 목적지 검색하기

지친 일상,
쉼표가 필요한
당신을 위해

회원번호 이메일 주소 휴대폰 번호

회원번호 회원번호를 입력하세요.

비밀번호 비밀번호를 입력하세요.

회원번호 저장 자동 로그인

로그인

or

TALK Apple Naver Kakao

회원번호 찾기 비밀번호 찾기 회원가입

회원가입이 필요없으신가요? [비회원으로 예매하기](#)

이메일주소 찾기 비밀번호 찾기 회원가입

회원가입이 필요없으신가요? [비회원으로 예매하기](#)

휴대폰번호 찾기 비밀번호 찾기 회원가입

회원가입이 필요없으신가요? [비회원으로 예매하기](#)

Copyright 김소원 2025.

상호 : 한국철도공사 | 사업자등록: 314-82-10024 |
통신판매업신고 : 대전 동구 - 0233호
34618 대전광역시 동구 중앙로 240 | 대표전화: 1588-7788 |
팩스번호 02-361-8385 | 대표이메일: sevice@Korail.com

시신 일상, 쉼표가 필요한 당신을 위해

나의 티켓 여행

나만의 목적지 검색하기

추천여행자 구경하기

로그인화면

정돈되지 않았던 Events

코레일이 로그인화면을 현대화된 UI로 재정비하여 리디자인합니다.

or

YoutTube Facebook Instagram Kakao Twitter

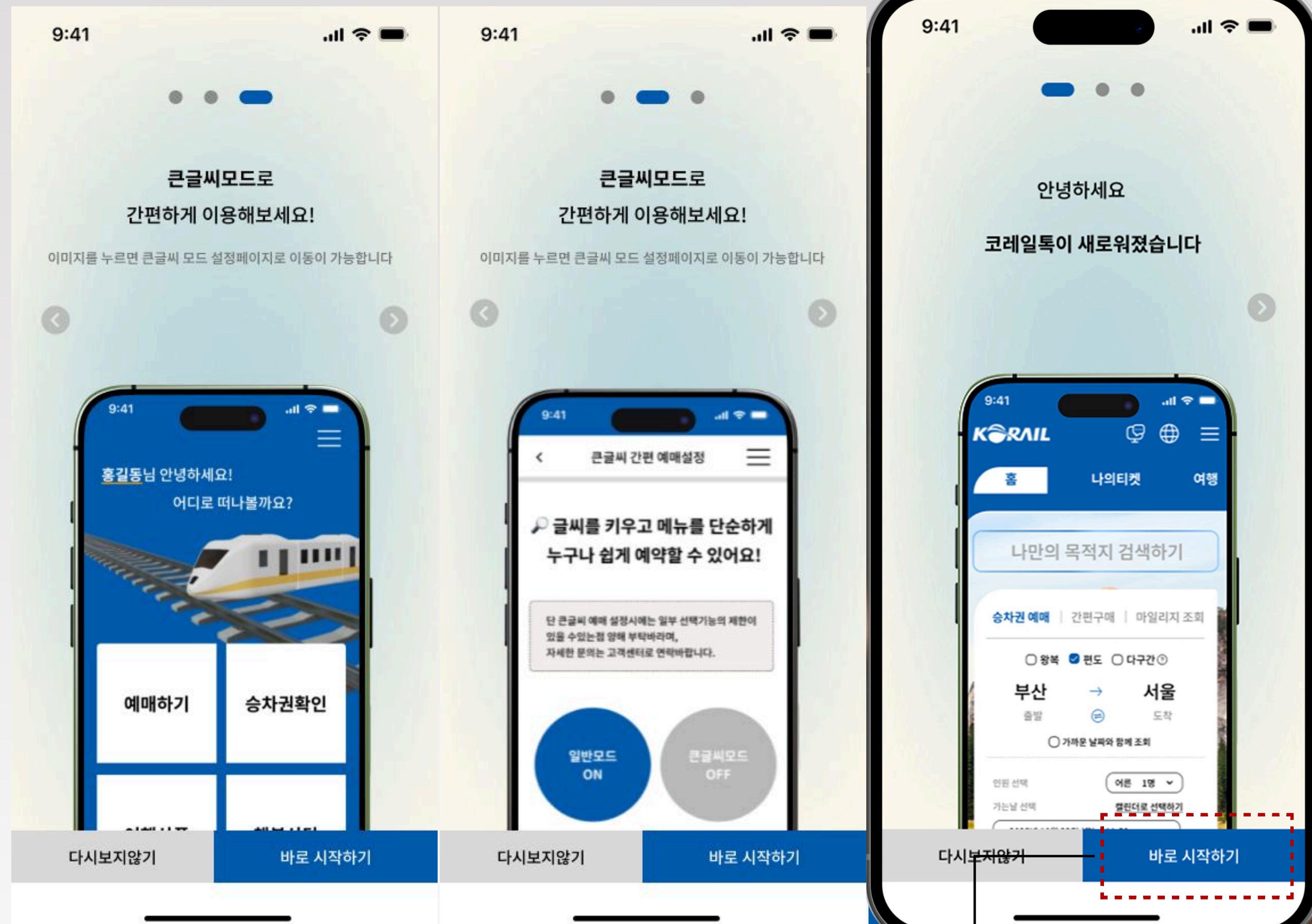
이용약관 · 여객운송약관 및 부속약관
개인정보 처리방침 · 이메일무단수집거부 · 저작권정책 · 지원 브라우저 안내

상호 : 한국철도공사 | 사업자등록: 314-82-10024 |
통신판매업신고 : 대전 동구 - 0233호
34618 대전광역시 동구 중앙로 240 | 대표전화: 1588-7788 |
팩스번호 02-361-8385 | 대표이메일: sevice@Korail.com

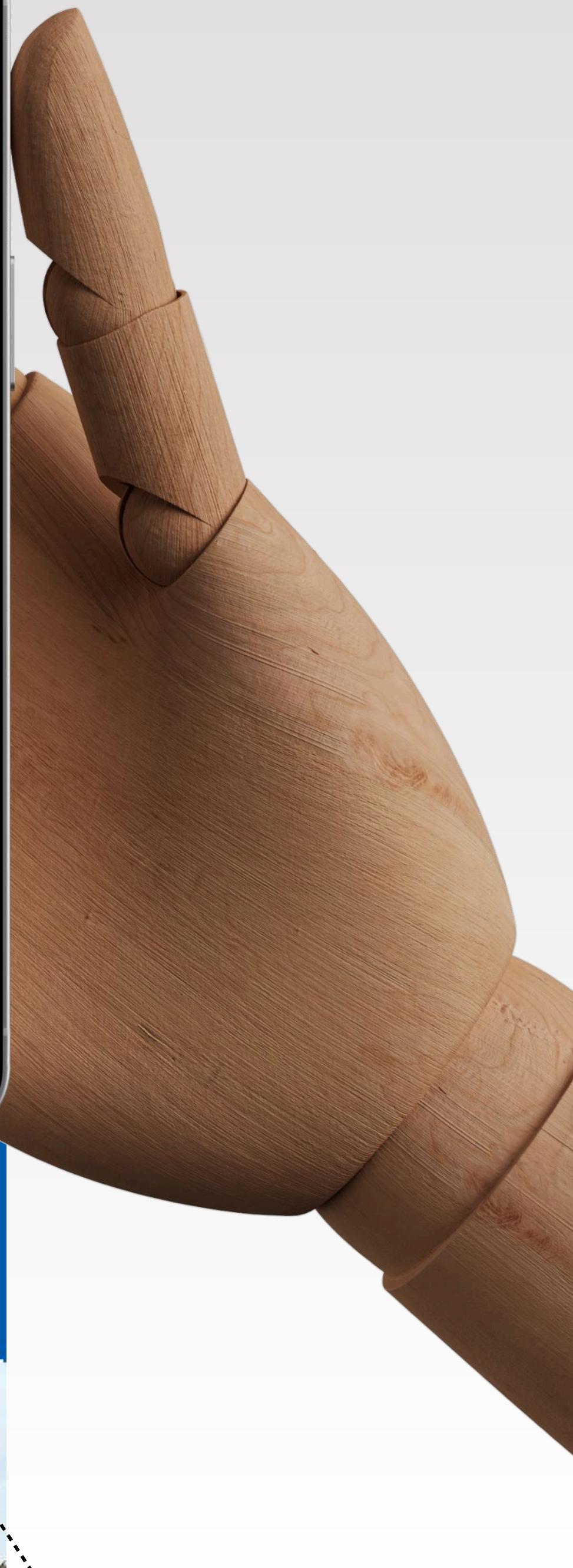
Copyright 김소원 2025.

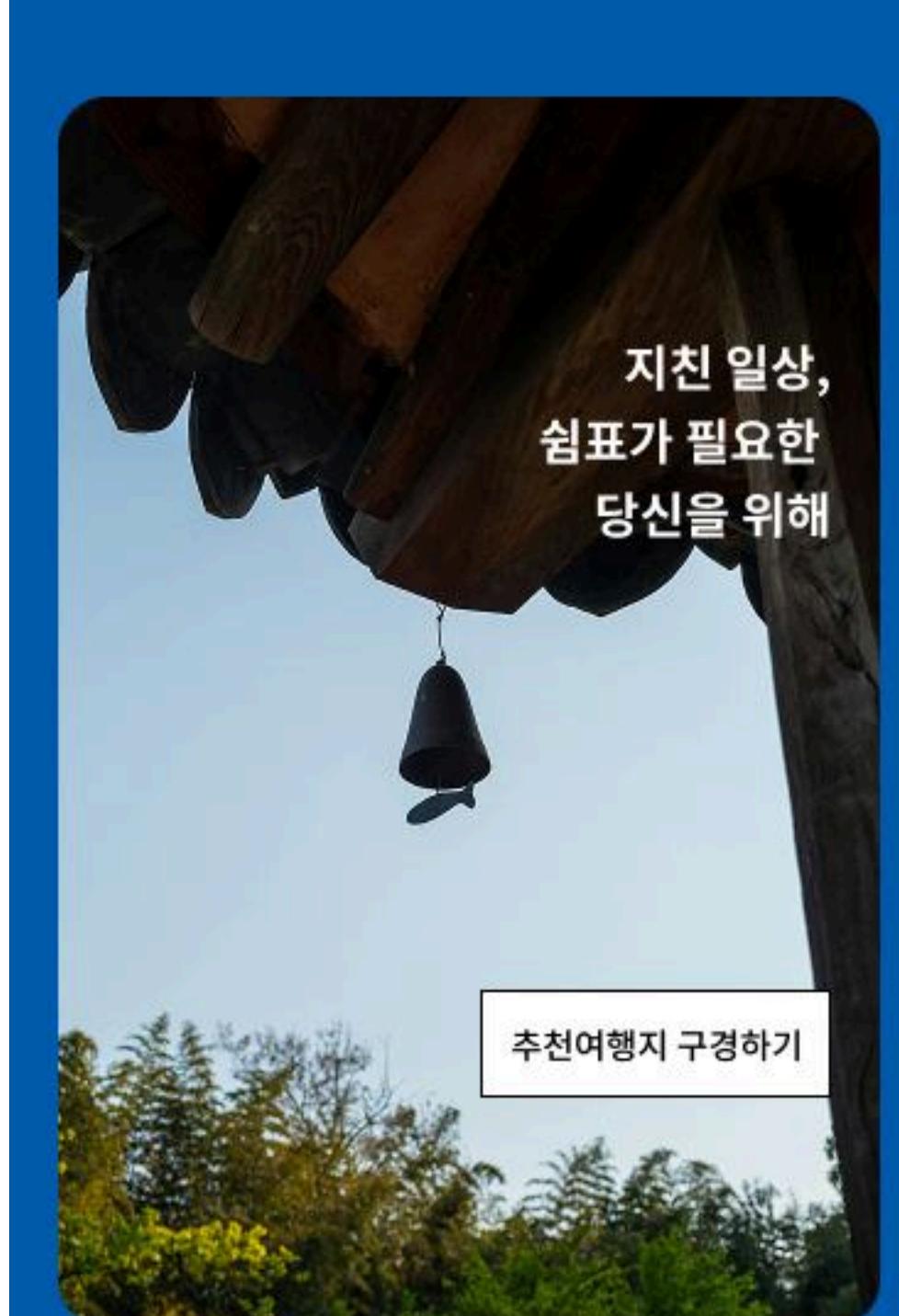
온보딩 화면

큰글씨 모드를 추가하여 메뉴를 보다
직관적으로 선택할 수 있게 되었으며,
전반적인 접근성 또한 향상되었습니다.



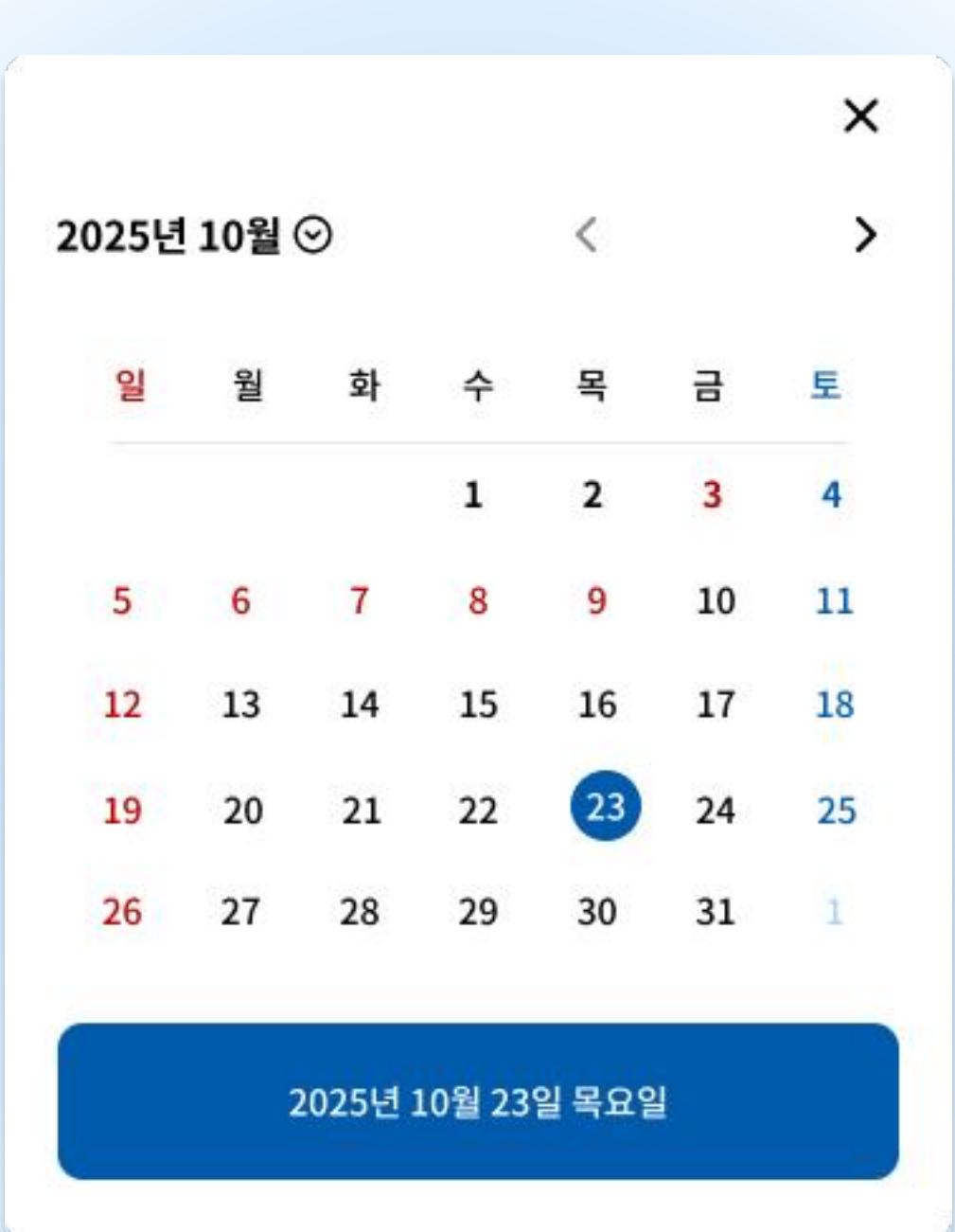
기차모양을 연상시키는
버튼으로 리디자인





Recommended Events

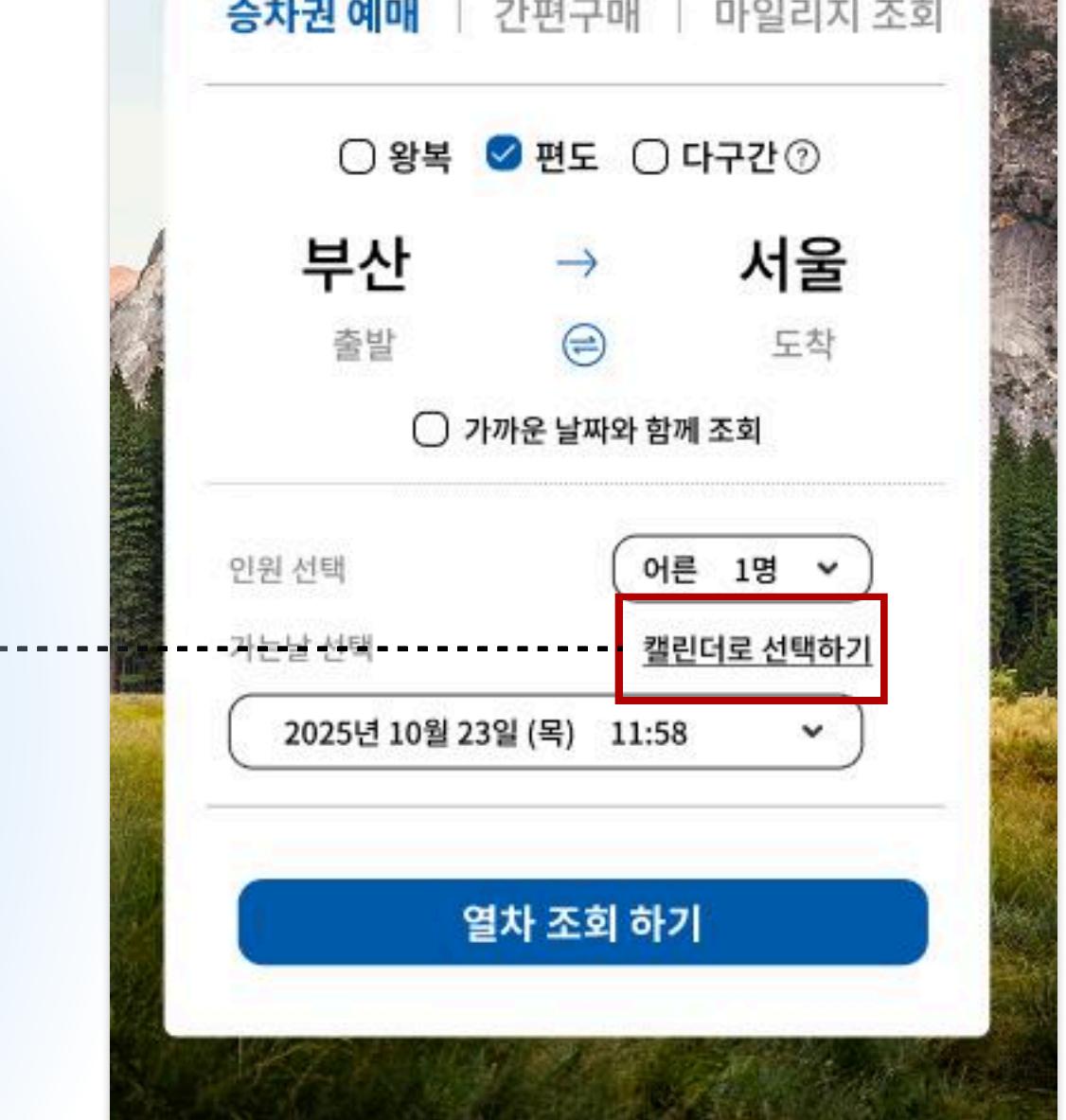
코레일에서 추천하는 이벤트



2025년 10월 Ⓟ

일	월	화	수	목	금	토
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

2025년 10월 23일 목요일



승차권 예매 | 간편구매 | 마일리지 조회

왕복 편도 다구간 Ⓜ

부산 → 서울

출발 도착

가까운 날짜와 함께 조회

인원 선택

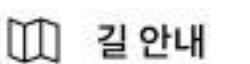
어른 1명

가는날 선택

2025년 10월 23일 (목) 11:58

열차 조회 하기

이런 서비스는 어떠세요?



길 안내



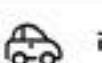
실시간 열차 위치



주차/주차 정산



공항 버스



렌터카



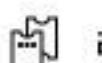
카셰어링



짐 배송



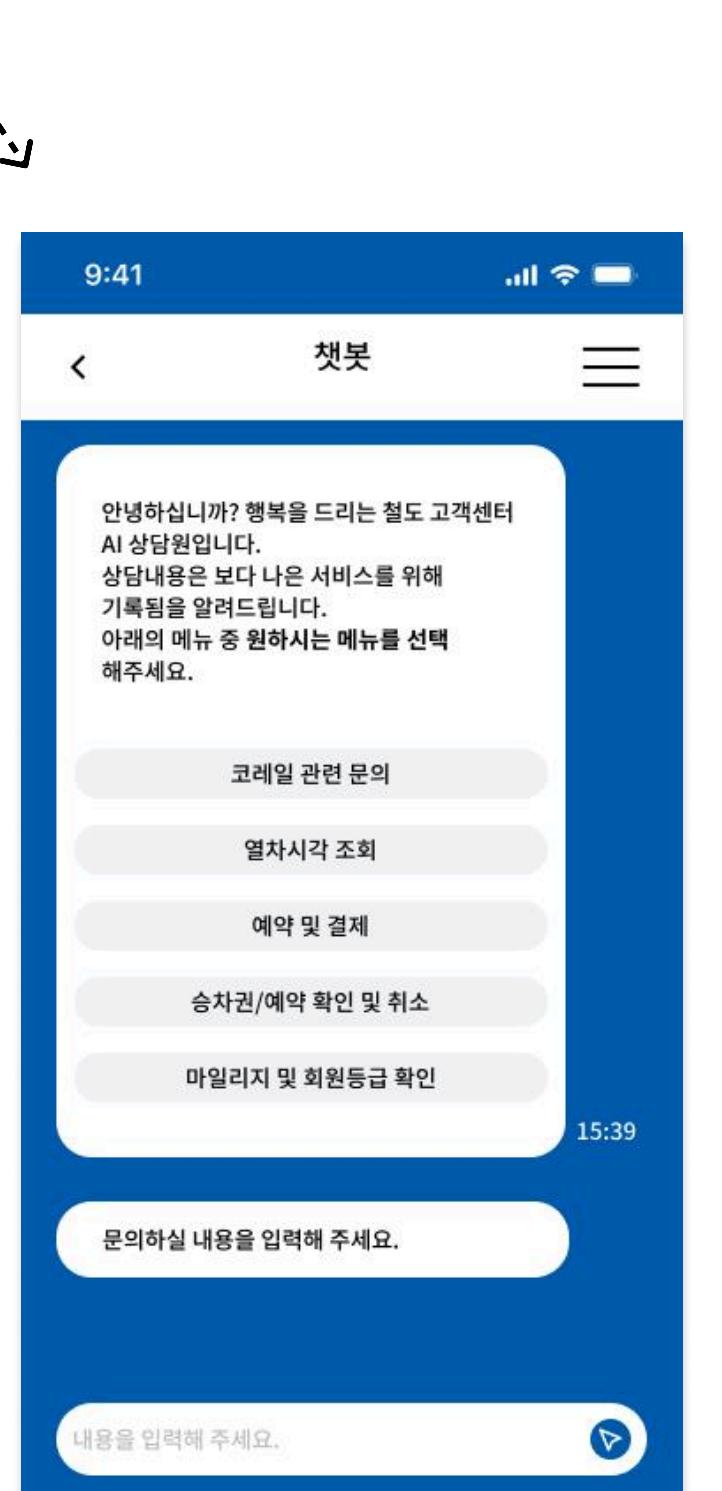
커피&빵



레저 이용권

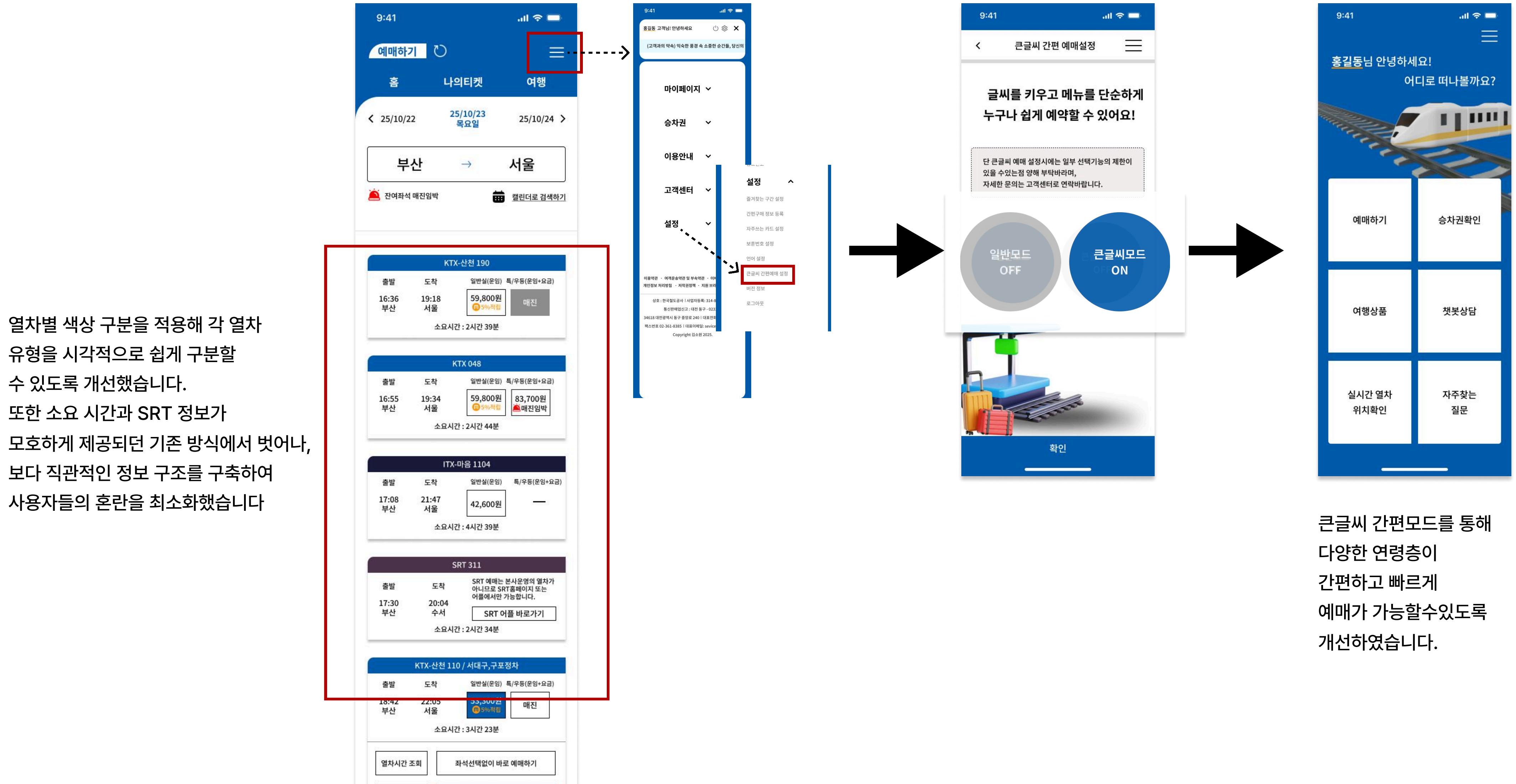


관광 택시

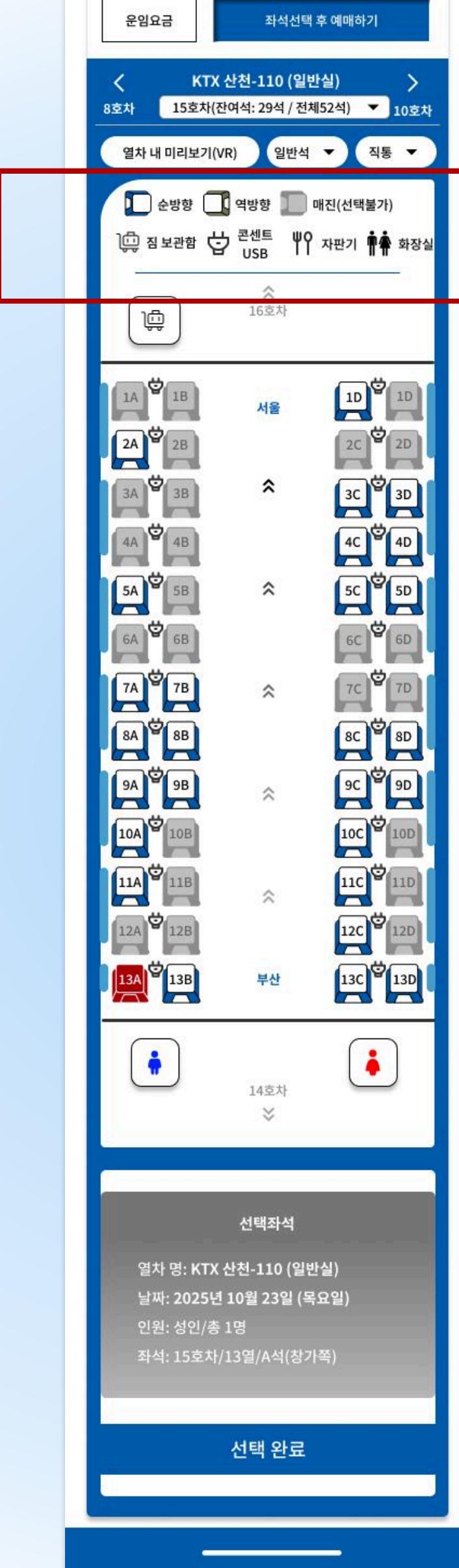


Sub Page

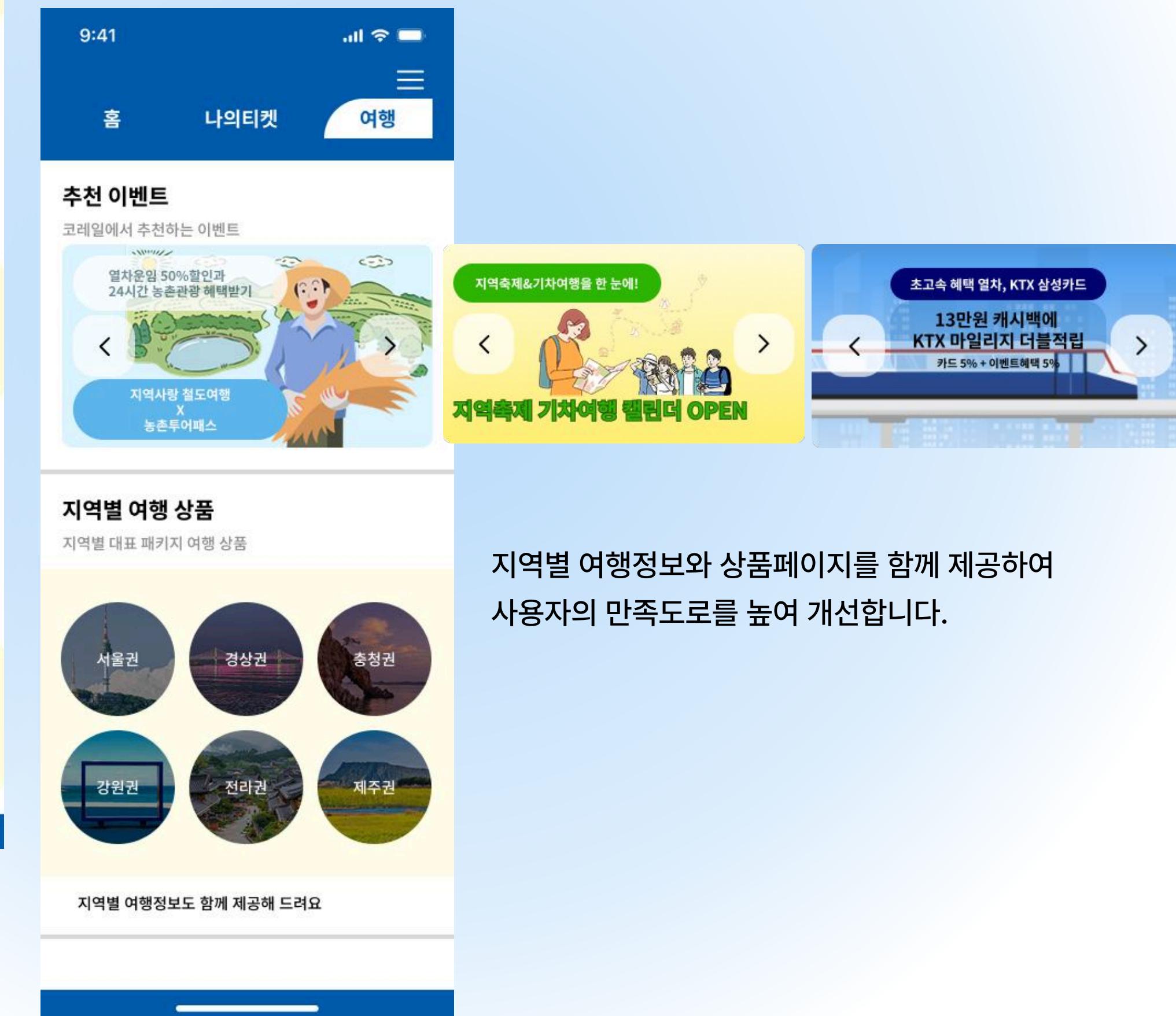
예매하기



기존 PC 버전에 있던 정보를 통합하면서
부족했던 부분을 보완해,
사용자가 좌석을 결정하는 데 충분한
정보를 제공할 수 있도록 개선했습니다.



정돈되지 않아 복잡했던 메뉴 구조를 재정리하여,
보다 보기 편하고 직관적으로 탐색할 수 있는 구조로 개선했습니다.



지역별 여행정보와 상품페이지를 함께 제공하여
사용자의 만족도를 높여 개선합니다.



스타벅스

앱 리디자인 프로젝트
메인페이지
서브페이지

세계적인 커피기업 **스타벅스의 모바일 어플 리디자인 프로젝트**입니다.

기존 어플의 사용자 조사와 개선점을 파악하여 사용자의 관점에서 편리함을 목적으로 하되 기존 브랜드의 세련된 이미지를 지키는데에 초점을 두며 리디자인을 진행하였습니다.

#Photoshop

기획/디자인 100%

👉 Click here

Process

Notion



STARBUCKS

Mobile App Redesign

Tool |  Ps

기여도 | 기획, 디자인 100%



Desk Research

Desk Research 01

시범차원의 소수의 매장
외에 대부분의 매장에는
키오스크가 없다.

- 1) 고객과 더 가까이 소통하겠다는 차원과 주문의 정확성을 향상시키기 위한 기업의 전략
- 2) 고객의 대기시간 단축함으로써 매장운영 효율화 바쁜 직장인이나 학생들에게 특히 유용함.



Desk Research 03

닉네임을 설정한 고객님
에 대해 닉네임으로
소통하는 문화가 있다

- 1) 고객님과 소통하며 유대관계를 형성하며 실명을 호출하는 것이 부담스러운 고객님께 더욱 편안한 분위기 조성과 동시에 브랜드와의 상호작용 발생(개인정보보호차원)
- 2) 브랜드 이미지를 특화시키며 고객과의 관계를 중요시하는 브랜드의 이미지를 통해 경험을 더 특별하고 즐겁게 만드는 시너지를 발생하게 함
- 3) 직원 또한 이름표에 자신의 이름표에 영문이름 등 닉네임으로 이름을 달아놓는 등 친근한 이미지로 다가감

Desk Research 02

한정지역에서만 맛볼 수 있는
특정 시그니처메뉴가
존재한다.

제주에서만 맛볼 수 있는 한라봉, 흑임자종류의 음료를 한정판매하는 등 그 지역한정에서만 판매하는 MD상품 또한 판매하는 것이 특징이다. 또한 한옥디자인을 살린 경주의 구조도 화제이다.

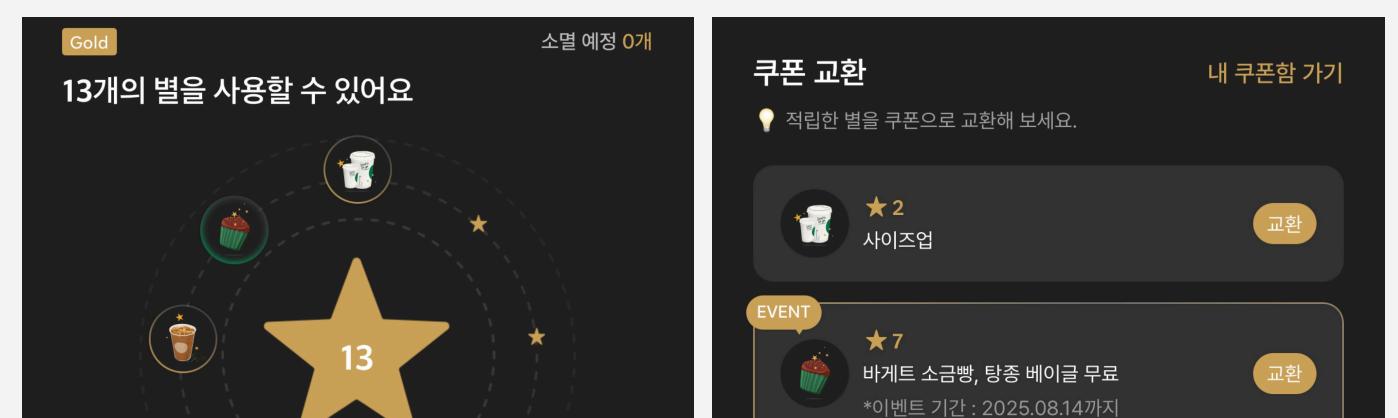
(-사진첨부 출처 : 경주대릉원점 소소한 일상/네이버블로그 -메뉴 : 스타벅스 앱)



Desk Research 04

스타벅스 리워드의 고객

스타벅스 앱을 통해 구매할 때마다 포인트를 적립하고, 일정 포인트에 도달하면 무료 음료나 할인 혜택을 받을 수 있다. 리워드 프로그램은 고객 충성도를 높이고, 앱 사용을 장려하는 주요 요소이다.



Background

이러한 스타벅스만의 차별화된 마케팅으로 마니아층이 보다 탄탄하고, 그들 사이에서 각광받고 있는 것을 확인할 수 있었으며, 모바일 앱 사용자 수가 대다수 임을 확인할 수 있었습니다.

스타벅스 모바일 앱 사용자 중 약 70% 이상이 디지털 결제 방식을 선호한다는 조사 결과가 있다. 특히 모바일 결제는 애플페이, 구글페이와의 연동을 통해 더욱 편리해졌으며, 연령대가 낮을수록 모바일 결제를 선호하는 경향이 강하다.
출처: eMarketer 2021 Digital Payment Study



컴포즈커피

Service Feature

- 무료와 유료옵션이 상세히 나눠져 있어 구별하기 편함
- 다른상품의 기프티콘이라도 주문할때 원하는 메뉴를 선택
한후 해당 기프티콘의 금액만큼결제가 가능함
- 금액권을 여러번 나눠 사용이 가능함
- 모든 지점내의 쿠폰이 통합적으로 적립이 가능함

“프리미엄 커피를 합리적인 가격에”
“누구나 매일 즐기는 커피”



해피오더

Service Feature

- 원하는 제품을 필요한시간에 예약할수있다.
- SPC그룹내에서 판매하는 다양한 상품들을 한번에 어플에
서 볼수있다.

“맛과 행복을 빠르게, 스마트하게”
“모든 SPC를 하나로”



패스오더

Service Feature

- 음료가 준비가 되면 음성지원으로 준비가 되었다고 알림해
줌 →시각장애인에게 용이한 어플
- 바쁜 카페는 혼잡도를 알려주는 기능이있어 용이함
- 나와 가까운 매장이 걸어서 얼마나 걸리는지 몇분후 수령이
가능한지 알려줌
- 내가 적립하면 친구와 함께 적립하는 행사를 진행함

“줄 서지 말고, 바로 주문하세요”
“누구나 쉽게 쓸 수 있는 모바일 오더 생태계”

PAIN POINTS

온라인앱에서 스타벅스
카드와 다른결제수단
함께 이용불가

스타벅스 카드와 다른 결제수단으로
함께 결제 하려할때 스타벅스카드금액이
부족하면 함께 결제할수없다.

유료/무료 옵션의 경계
불명확

유료옵션과 무료옵션의 경계가 명확히
구분되어있지않아 눌러보다가 추가하면
유료금액이 붙어 취소해야하는
불편함이생긴다.

번거로운 UI설계 구조

프리퀀시 바코드가 바로 앞에 나타나 있지않아
프리퀀시 화면을 누르고 또 한번더 바코드를
눌러 바코드를 보여줘야해서 데이터가 느릴때
오래기다려야하는 번거로움이 있다

거리와 시간소요정보
불명확

사이렌오더 주문후 매장승인과정시 주문
지연이 되더라도 취소를 할수없는 단점이
있다.

SOLUTIONS

'함께 쓰기 기능'
도입

같은 신세계 라인인 신세계 씁페이의 경
우 함께 쓰기가 가능한 것처럼 스타벅스
카드도 함께 쓰기 기능이 도입되는것이
좋을것같다.

유료/무료 옵션의 경계
나누기

컴포즈커피 앱의 UI 처럼 구분하기 명확
하게 수정하는것이 좋을것같다.

바로가기 홈버튼
제작

T멤버쉽의 매직바코드 처럼
사용자들이 자주사용하는 기능은
쓰기 쉽게 나타날수 있도록 구현한다.

친절한 UI기능 도입

패스오더의 내용처럼 얼마나 걸리는지
각 매장마다 지연사항을
어플에 나타나도록 구현한다.

OVERVIEW

스타벅스는 1999년, 이화여대 1호점 오픈을 시작으로 국내에 진출해 고품질 커피, 지속 가능한 경영, 혁신적인 서비스를 바탕으로 새로운 커피 문화를 소개해 왔습니다. 2021년 신세계그룹의 스타벅스 코리아 인수 이후, 국내 협력사와의 상생, 글로벌 인재 양성, 고용 창출, 환경 보호 등 다양한 이해관계자와 지역사회를 고려한 사회적 책임을 강화하며 지속 가능한 성장을 추구하고 있습니다. 이번 모바일 앱 리디자인은 이러한 브랜드 철학을 디지털 경험 전반에 반영하고, 더 **직관적이고 사용자 친화적인 서비스 제공**을 목표로 합니다.

KEYWORD

편리한

사용 흐름을 직관적으로 최적화한
손쉬운 흐름으로 재구성된 편리한 UI

세련된

기존의 세련된 브랜드 이미지를
유지하면서, 개선된 디자인으로
사용자의 미적 만족도를
더욱 극대화합니다.

감성있는

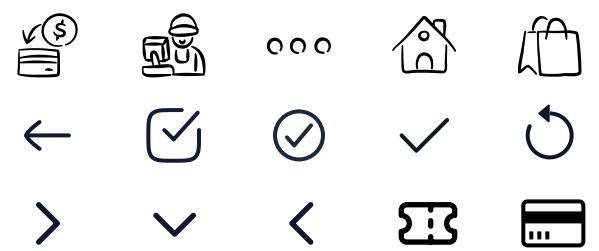
어플을 사용하는 동안 감성
적인 UI가 시각적 즐거움을
더욱 풍부하게 만듭니다.

DESIGN CONCEPT

본 디자인 컨셉은 기존 브랜드가 가진 세련된 이미지를 고수하며 유지하는 동시에, 사용자와 더욱 친밀하게 소통하고자 편리함과 감성적 경험을 더하는 데 중점을 두었습니다. 또한, 직관적이고 감성적인 UI 구현을 통해 사용자에게 자연스럽고 몰입도 높은 사용 경험을 제공합니다.

DESIGN GUIDE

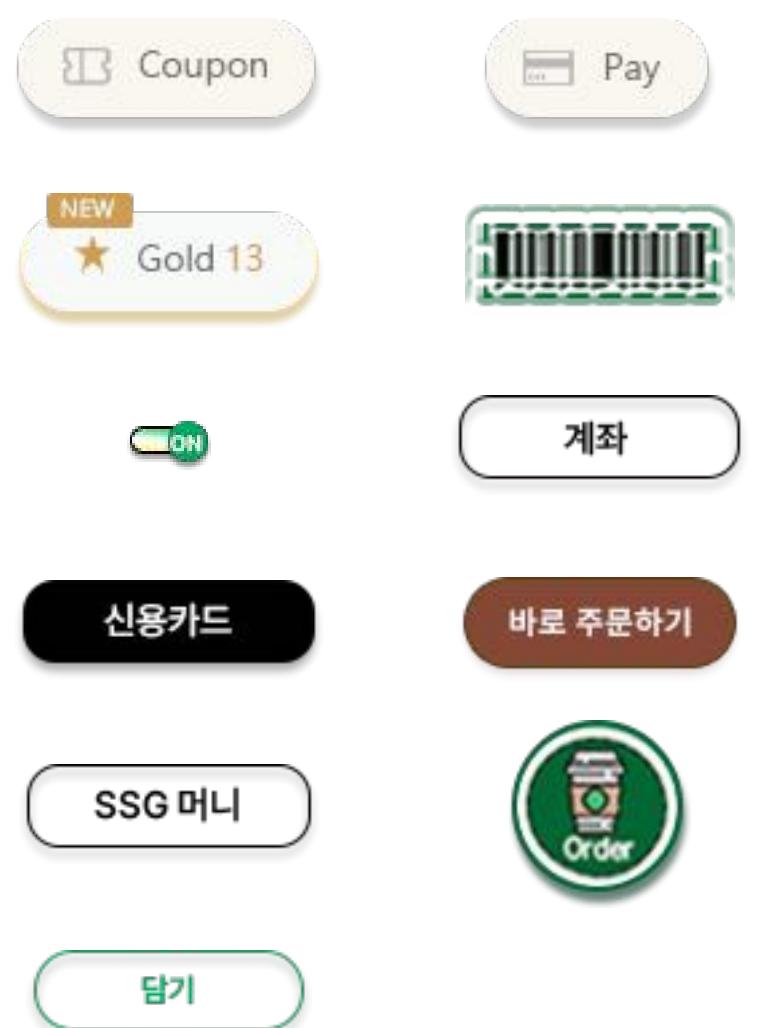
Icon



Typography

Pretendard 프리텐다드 Light 12
point Pretendard 프리텐다드 Regular 14
point Pretendard 프리텐다드 Medium 16
point Pretendard 프리텐다드 SemiBold 18
point Pretendard 프리텐다드 Bold 22

Button



Color

#046241

#00754A

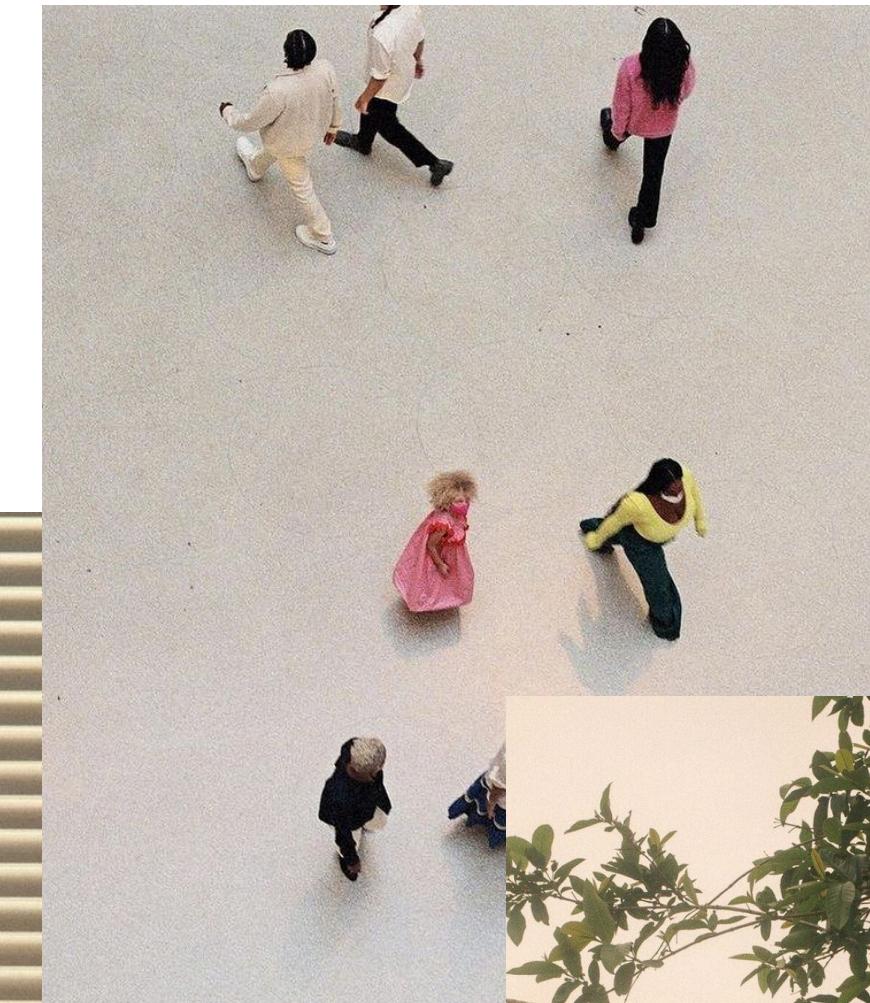
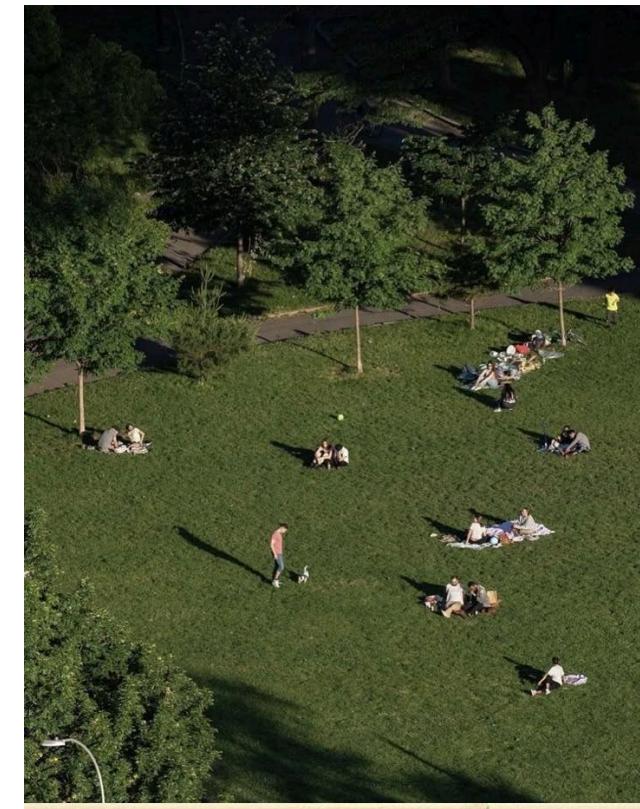
#D4E9E2

#854836

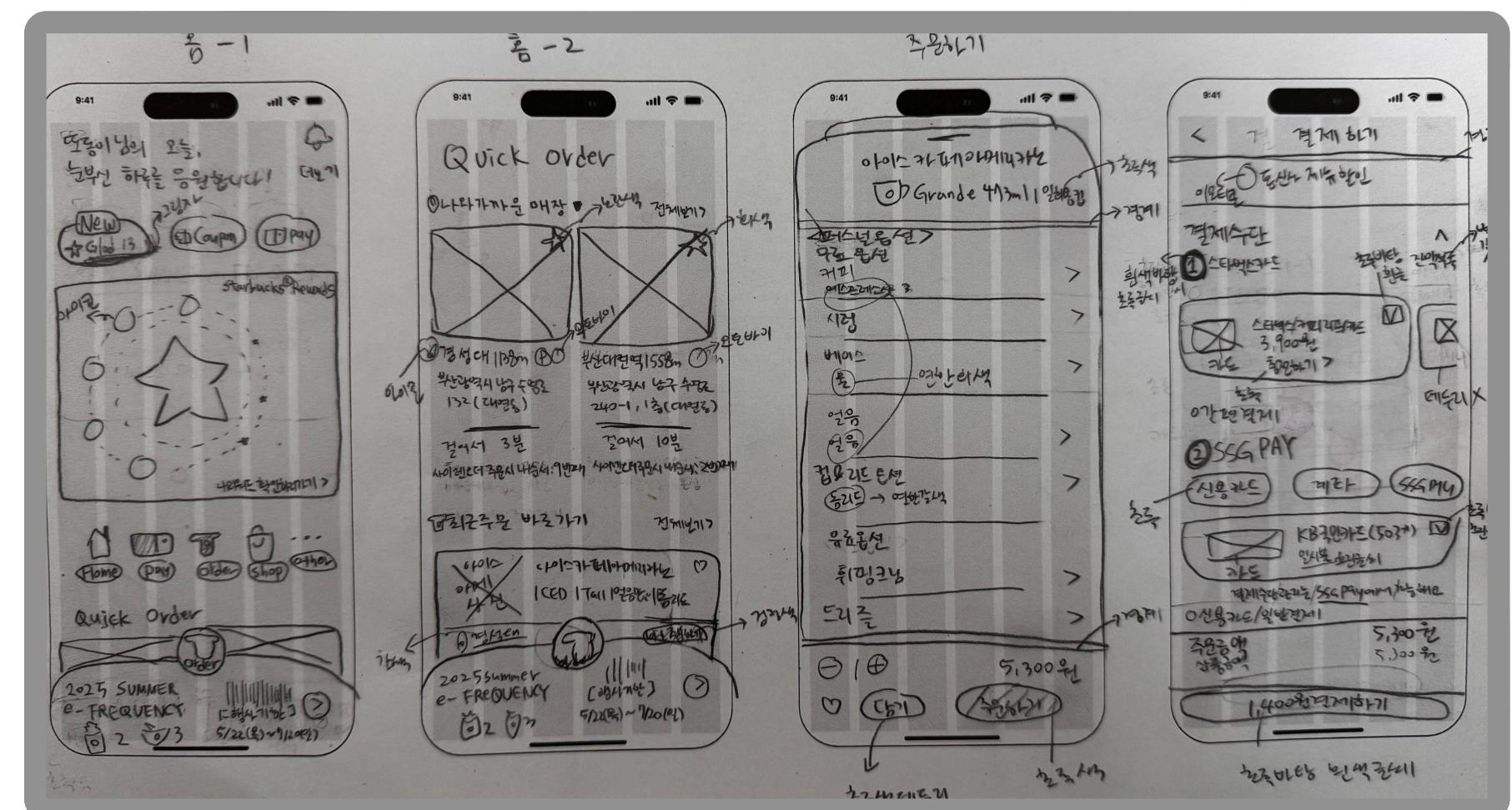
#CCA25A

#F2F0EB

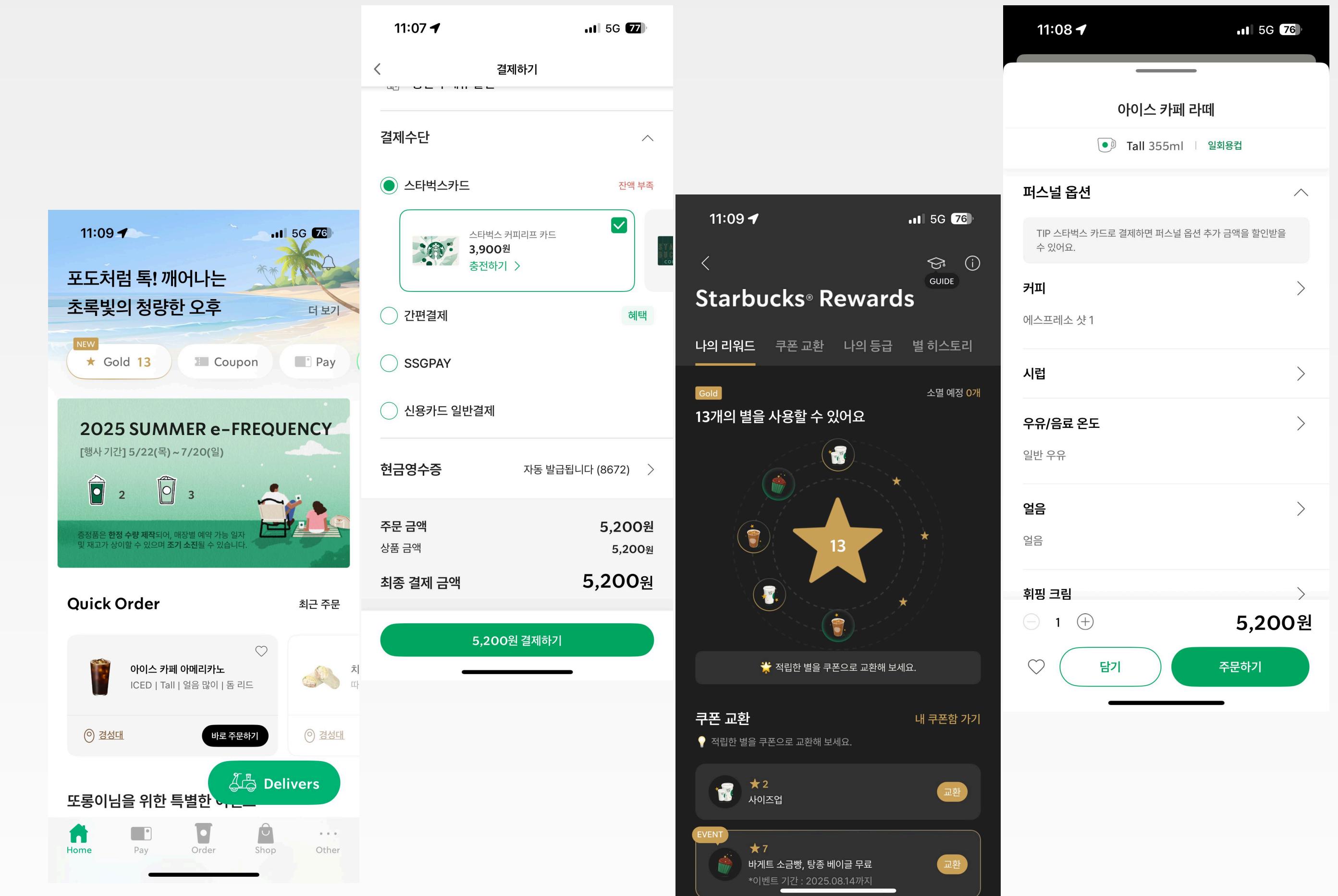
MOOD BOARD



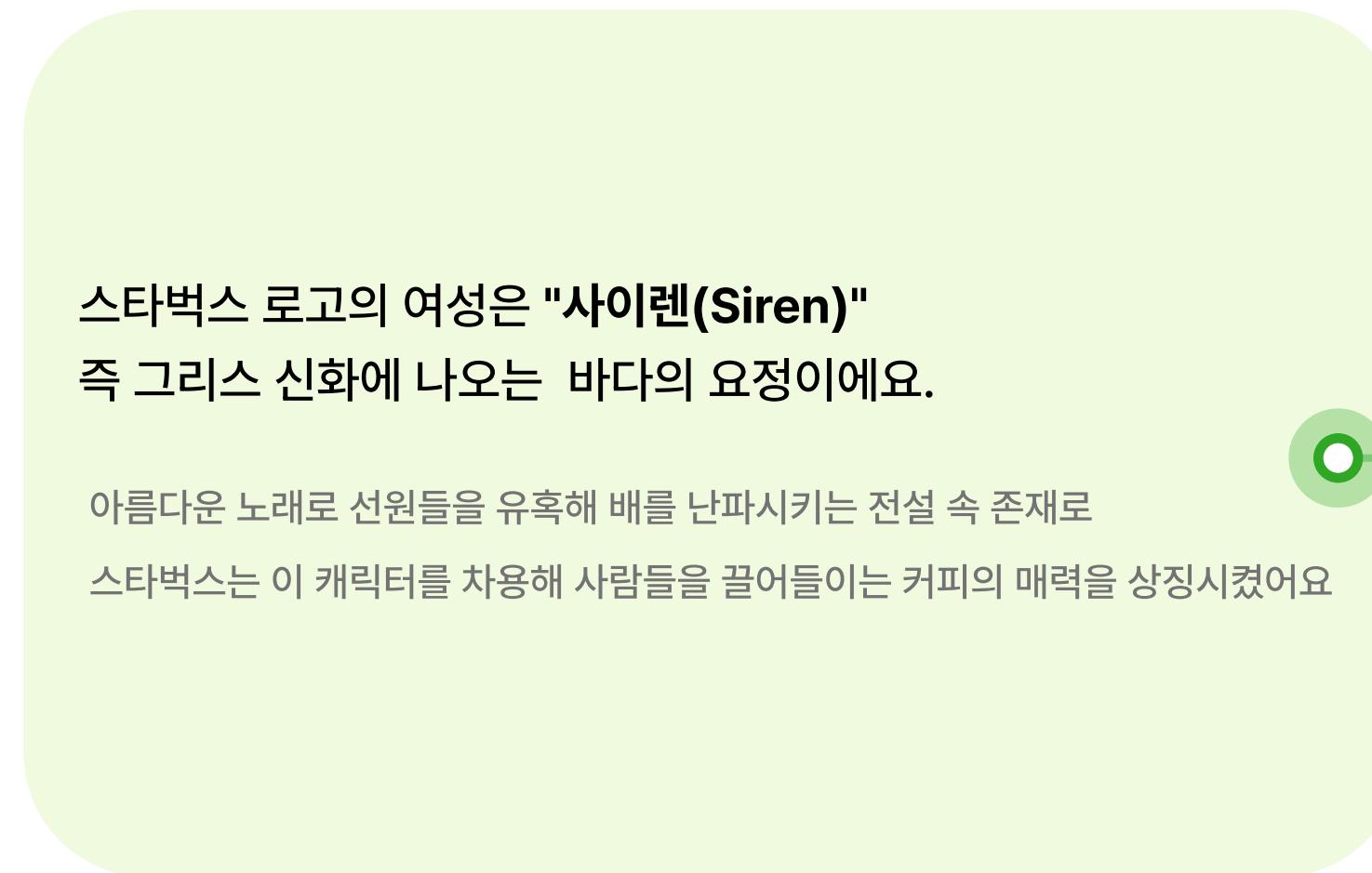
비주얼 아이데이션 구상



BEFORE



AFTER

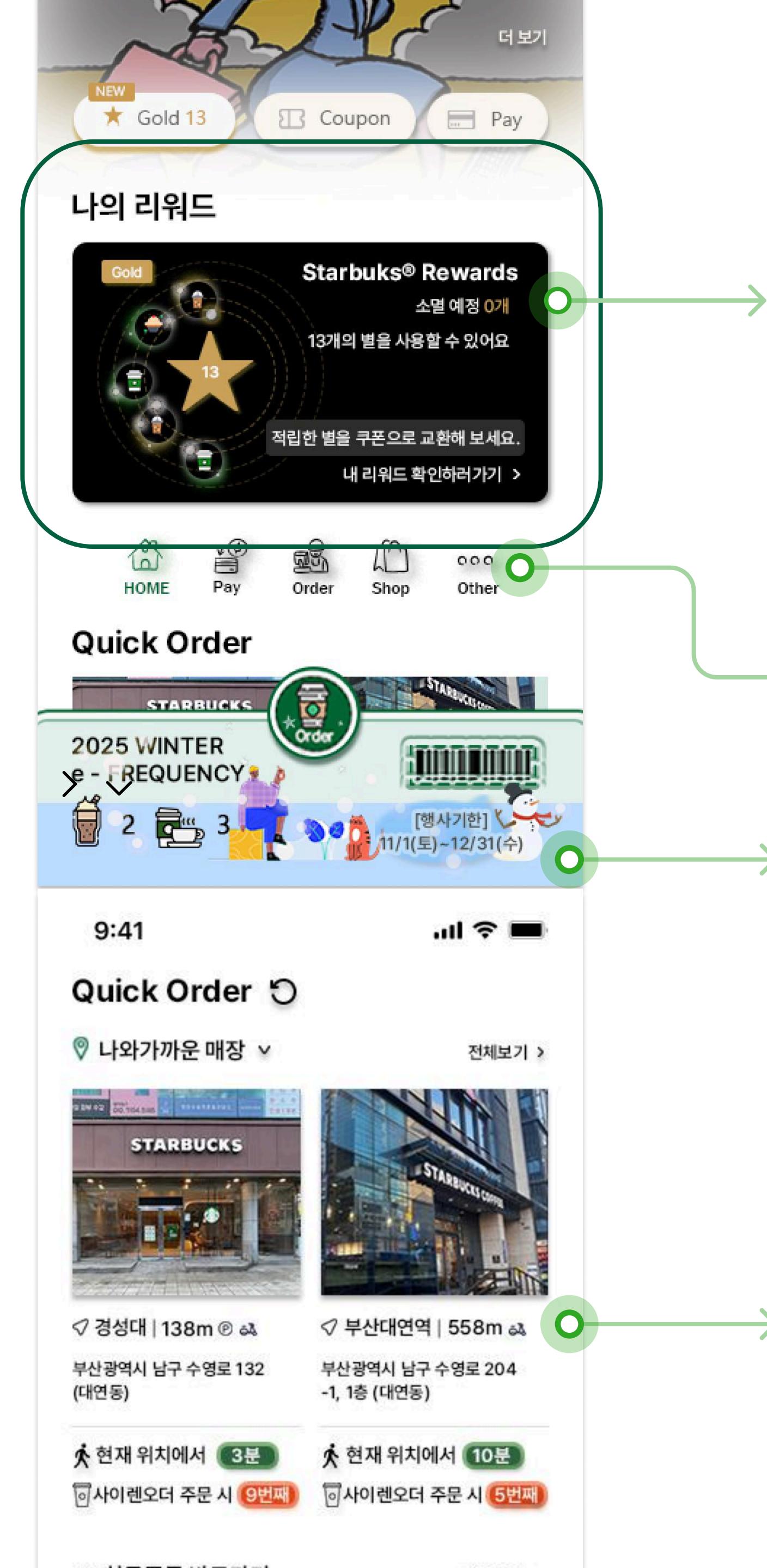




ORDER버튼으로 어디서나 가능한 주문
주문은 언제나 신속하게 !



유료와 무료 옵션을 한눈에 구분할 수 있도록
개선했어요.
메뉴별 뚜렷하지 않았던 유료옵션들을 구분해 시간절약이
가능해지도록 개설했습니다.

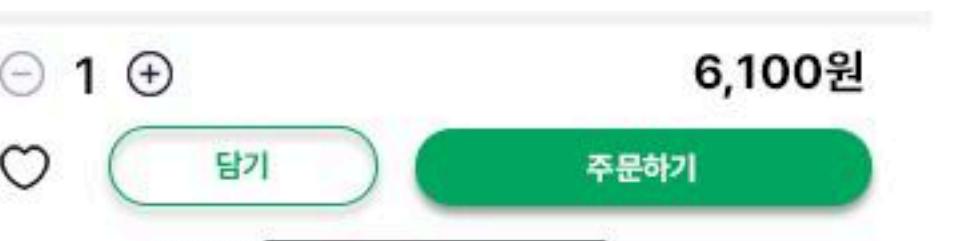


나의 리워드를 메인페이지에서 손쉽게 확인해요!
유저들이 놓치고 있던 리워드 혜택을
메인 페이지에서 한눈에 확인할 수 있도록 개설했습니다.

홈버튼의 메뉴는 메인메뉴로 이동하고
유저들의 즐겨찾는 슬라이드 메뉴로 리뉴얼!

유저들이 가장 많이 사용하는 메뉴로 업데이트 되며
프리퀀시 시즌이 끝나면 다른 메뉴로 대체됩니다.

나의 위치에서 걸리는 시간과 거리/순서
업데이트 정보를 추가했어요!
현재 위치를 기반으로 걸어서 걸리는 시간과
사이렌오더 주문 시 순서를 안내해 시간 예측을 가능하게 해줘요.



9:41

결제하기

LJF 동신사 세유일반

결제수단

TIP 스타벅스가 새로워졌어요!
스타벅스카드에 남아있는 잔액을 내 결제수단과 함께 사용하여 결제해 보세요.

① 스타벅스카드 함께 결제하기 **ON**

스타벅스 커피리프 카드
3,900원 **잔액 부족**
[충전하기 >](#)

스타벅스 카드와 함께 결제하기를 선택하였습니다.

② 간편결제 헤택

③ SSG PAY

신용카드 계좌 SSG 머니

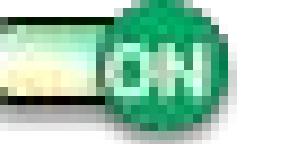
KB국민카드(236*)
일시불 ▾

신용 카드/일반결제

현금영수증 자동 발급됩니다 (2367) >

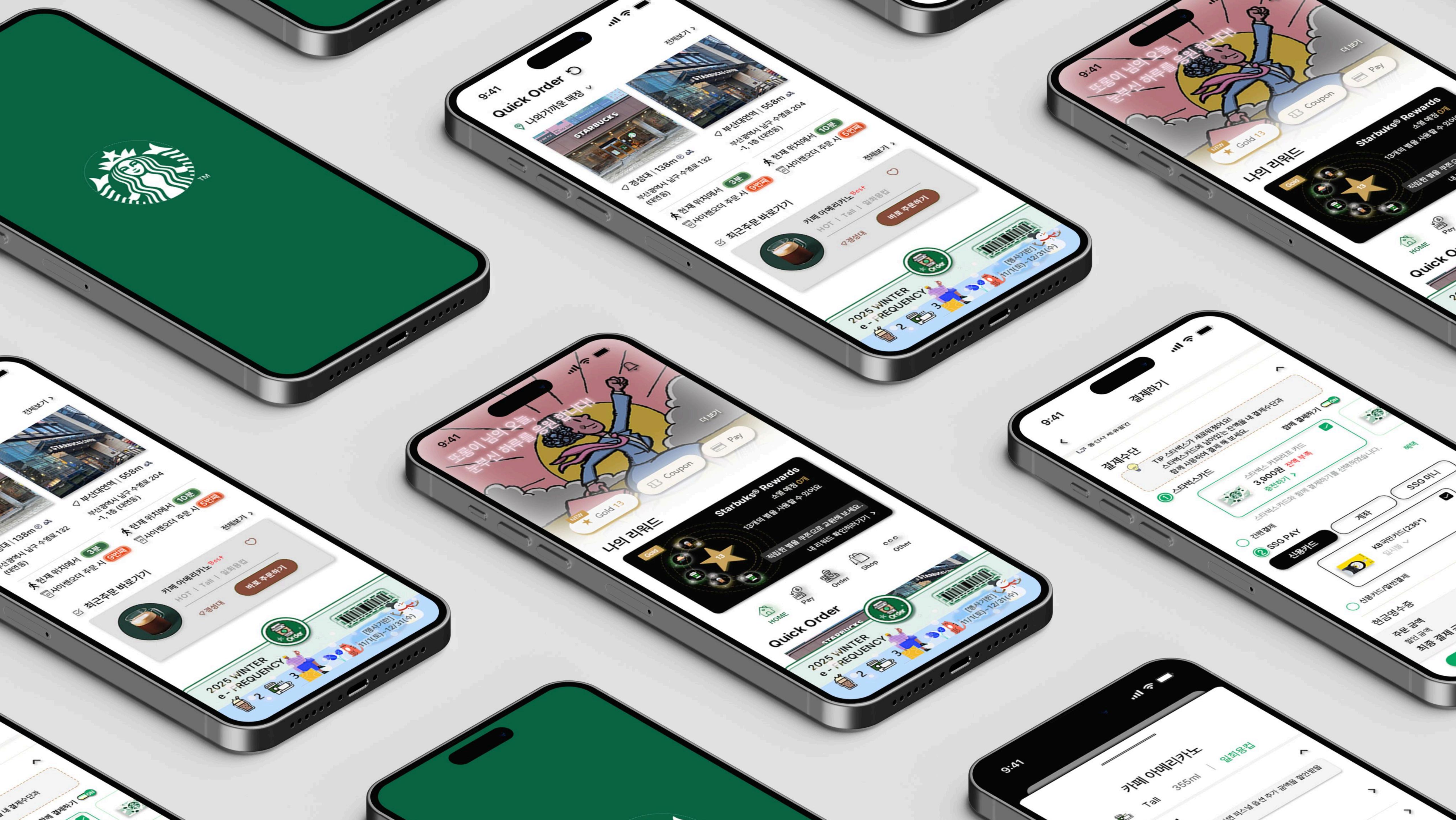
주문 금액 6,100원
할인 금액 3,900원
최종 결제 금액 2,200원

2,200원 결제하기



스타벅스카드에서 잔액부족한 금액을 합산해
내 카드와 함께 결제 가능하게 개선했어요!

함께 결제하기 버튼을 활성화하면 함께 결제가 가능해요



kakao

Mail

Phone



fthg0302@kakao.com

닫기

Q. 이번 포트폴리오를 준비하면서 어떤 점이 가장 어려웠나요?

Q. 5개월의 교육 기간동안 어떤 점을 배우게 되었나요?

Q. 어떤 사원이 되고 싶나요? / 이전의 회사에서는 왜 이직을 하게 되었나요?

A. 저는 수동적으로 지시만 따르는 사람이 아니라, 배운 것 이상을 스스로 확장해 나갈 수 있는 능동적인 사원이 되고 싶습니다. 하나를 배우면 그대로 적용하는데서 끝나는 것이 아니라, 왜 그런 방식이 필요한지 이해하고 여러 관점에서 응용할 수 있는 사람이 되고자 합니다.

이전 직장에서 이직을 결심한 이유도 성장의 한계 때문이었습니다. 더 배우고, 더 발전하고, 팀에 실질적인 도움이 되는 인재가 되고 싶은 마음이 컸기 때문입니다.

이번 기회가 주어진다면, 회사가 필요로 하는 방향에 맞춰 제 역량을 적극적으로 키워 '함께 성장하는 사람'으로서 꼭 필요한 사원이 되고 싶습니다.

Go to Menu

main

intro

about

project

graphic design

contact me contact me

