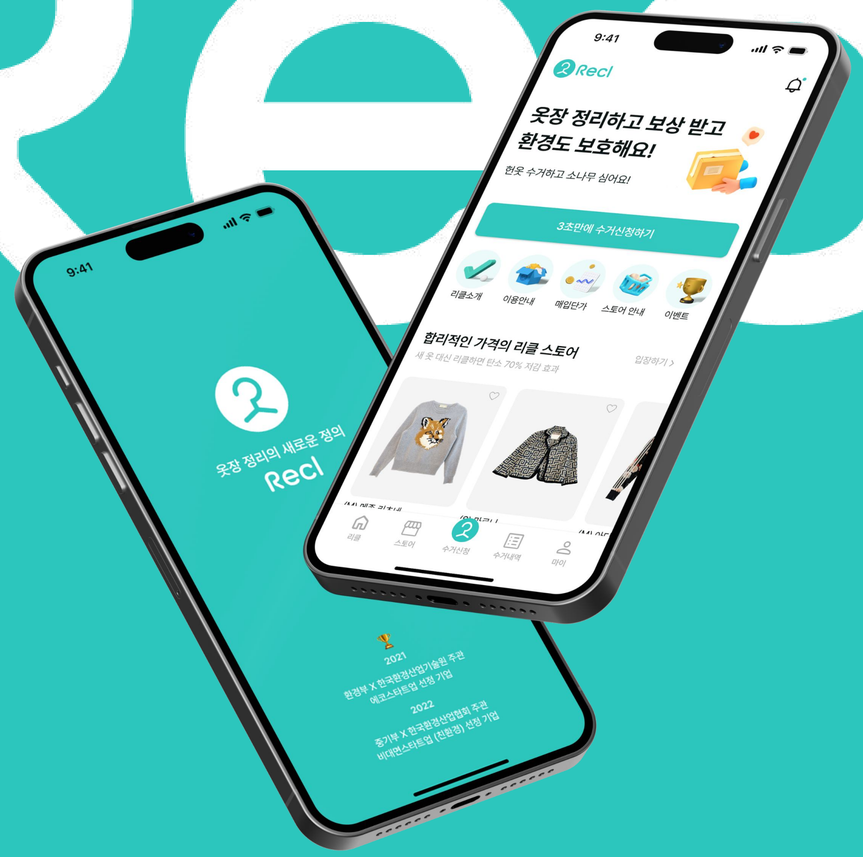
헌 옷 수거함 찾지말고 집에서 한번에 끝

Recl

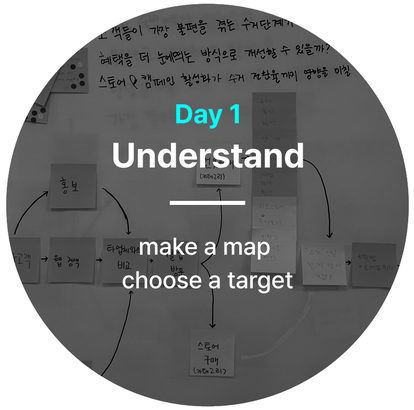


Type	Team Project
Period	2023.9 - 10
Participation	UXUI 80%
Tool	

Design Sprint

스프린트를 통해 빠르게 고객의 니즈를 찾아 개선점을 도출하고,
고객과 실무진의 피드백 바탕으로 편리함을 제공하고자 하였습니다.

기업 선정→ 1차 기업 미팅 → 1차 디자인 스프린트 → 인사이트 도출 → 2차 기업 미팅 → 2차 디자인 스프린트 → 최종 기업 피드백 순으로 프로젝트 진행하였습니다.



Project Goal

헌 옷 수거에 대한 니즈가 있지만,
이용해 본 적 없는 사람들의 수거 신청률을 상승시키자!

문제를 정의하기 위한, 장기목표와 핵심 질문을 수립하고 이에 맞는 타깃을 설정하여 스프린트의 방향성을 잡았습니다.

Question

편리한 수거 신청

고객들이 가장 불편을 겪는 수거단계가 어디일까?
왜 수거신청을 안할까?

Question

눈에 띄는 혜택

혜택을 더 눈에 띄는 방식으로
개선할 수 있을까?

Question

스토어 & 캠페인 활성화

스토어&캠페인 활성화가 수거 전환율까지
영향을 미칠 수 있을까?

As is - To be

불편을 겪는 수거 단계는 어디일까?
혜택을 더 눈에 띄는 방식으로 개선할 수 있을까?

홈화면에서 **혜택을 한눈에 확인**할 수 있도록 개선하며 서비스에 대한 이해도를 높이고
빠르고 편리하게 수거 신청이 가능하게 개선했습니다.

접근성 높은 CTA

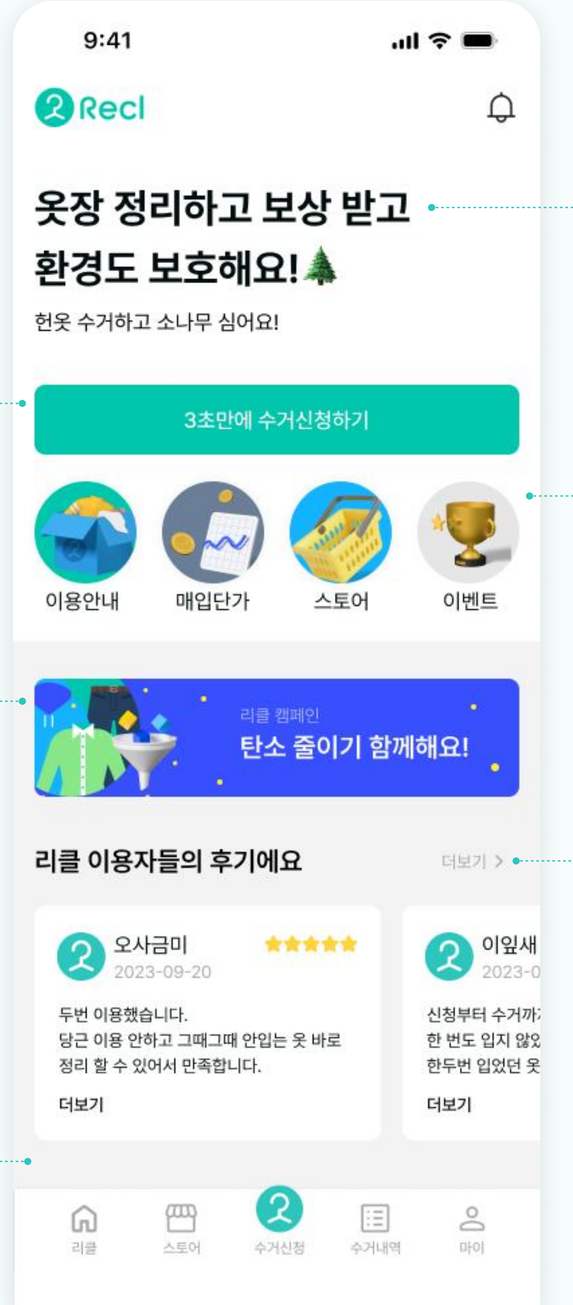
수거 신청 버튼을 홈 화면 상단에 크게 위치시키고
라이팅을 변경하여 **빠르고 편리하게 수거 신청이 가능하다는 점을 부각**하였습니다.

친환경 기업 인식 배너

아래에 있던 배너를 화면 중간에 배치시켜
기존 화면 대비 **스크롤 없이 친환경 컨셉이 눈에 잘 보이도록 설계**하였습니다.

GNB를 통한 수거 신청

모든 페이지에서 **언제든지 수거 신청이 가능**하도록
수거신청을 GNB에 추가하였습니다.



메인 타이틀 변경

업계 최고 보상과 **친환경 컨셉**을 메인 타이틀 라이팅으로
서비스의 주요 차별점을 인식할 수 있도록 도와줍니다.

가이드 카테고리 시각화

가이드의 배너를 **아이콘으로 시각화**하여
접근성을 높이고 한 눈에 파악이 가능합니다.

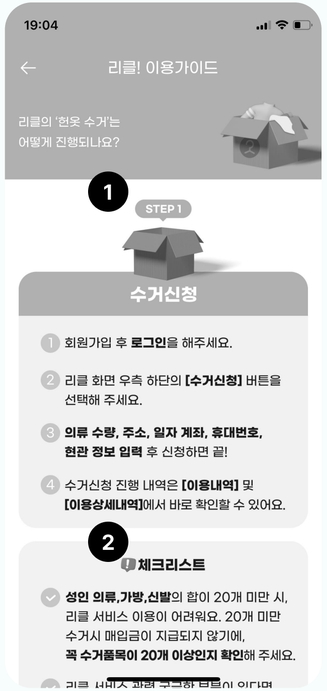
다양한 고객 경험 노출

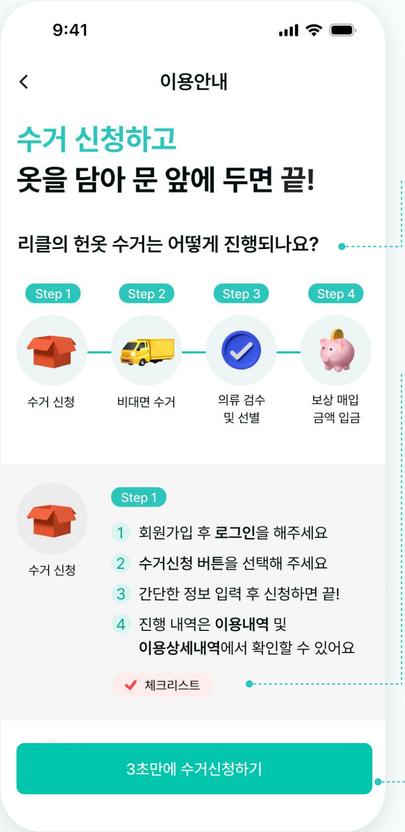
스와이프 통해 노출되는 후기 갯수를 늘려
다양한 고객의 경험을 참고 할 수 있도록 개선했습니다.

As is - To be

가이드를 읽는데 부담을 줄이고
이해를 돕고자, 시각화하였습니다.

리클 이용과정에 대한 이해도를 높이고 **텍스트로 인한 부담을 줄이고**
시각화를 통해 이용과정과 매입단가 안내를 이해하기 쉽게 개선했습니다.



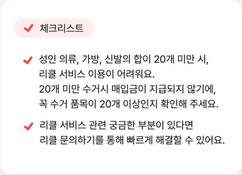


수거 과정 시각화

수거부터 정산까지 진행되는 전체과정을
한 눈에 확인할 수 있도록 **요약**하였습니다.

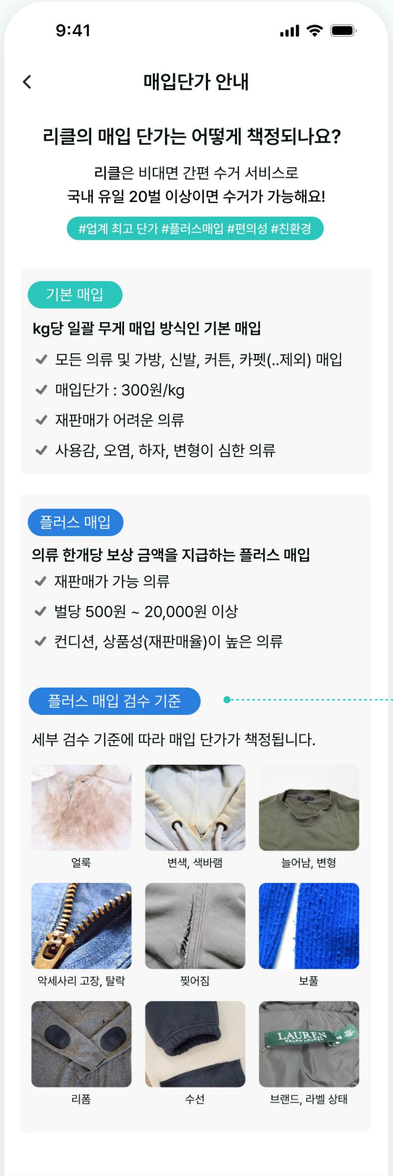
체크리스트 팝업창

텍스트의 부담을 줄이기 위해 나열방식에서
체크리스트 클릭시 팝업이 되는 방식으로
개선했습니다.



어디서나 편리한 수거 신청

장기 목표 도달을 위해 이용안내 페이지에서도
수거 신청이 가능하도록 배치했습니다.



플러스 매입 시각화

고객 이해도를 높이기 위해 텍스트 안내에서
예시 이미지를 첨부하는 방식으로 개선했습니다.

고객 인터뷰와 기업 피드백을 바탕으로 인사이트를 정리했습니다.

리클를 처음 사용해 본 **잠재 고객 5명**을 모집하여 대면/비대면으로 **UT**와 **인터뷰**를 진행하였으며,
리클 대표님, UXUI디자이너와 미팅을 통해 1차 스프린트에 대한 피드백을 받았습니다.

"이용안내를 한 눈에 보고싶어요"

수거 신청 버튼이 잘 보여서 좋아요!
하지만 안내 페이지에 텍스트가
너무 많아서 눈에 잘 안들어와요.

김*희 | 20대 4인 가구

"기본 매입과 플러스 매입에 대한 정확한 안내가 필요해요"

안내 페이지의 텍스트가 정리되면 좋겠고
기본 매입과 플러스 매입에 대한
정확한 안내도 있었으면 좋겠어요.

오*지 | 30대 1인 가구

"글을 시각적으로 보고싶어요"

리뷰에서 필터 기능이 좋았고 수거 단계를
한 눈에 보여줘서 좋았지만, 안내 페이지에
글을 시각적으로 보여주면 좋겠어요.

김*정 | 20대 3인 가구

"플러스 매입으로 분류되는 과정의 명확한 설명이 부족해요"

매입의 차이가 궁금하고
플러스 매입으로 분류되는 과정이
좀 더 명확하면 좋겠어요

동*연 | 50대 5인 가구

"서비스에 대한 설명이 필요해요"

이용안내 화면은 이해하기 좋은데,
서비스 자체에 대한 이해도를 높여주는
안내가 필요해요.

정*희 | 30대 1인 가구

"친환경 기업인 리클을 편리하게 이용하기를 원해요"

보여주고 싶은 가장 중요한 가치는 '편리함'
혜택에 대해 고객들의 이해도가 낮은 부분 재고
친환경 기업인 점을 고객들에게 어필

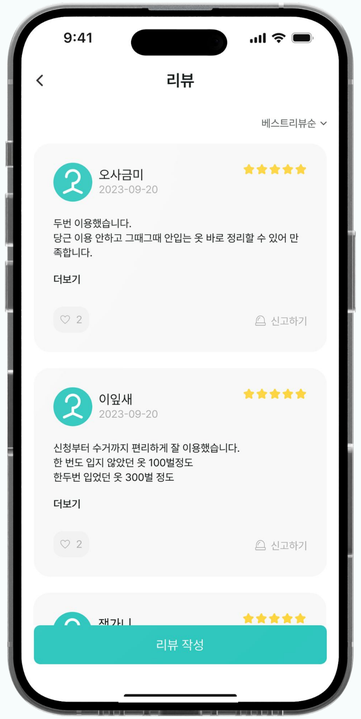
양수빈 | 리클 대표

Insight

시각화를 통해 서비스 안내와 명확한 UX라이팅을 통해 이해도 높이고, 디테일한 UX설계로 친환경 서비스라는 것을 인지시키자!

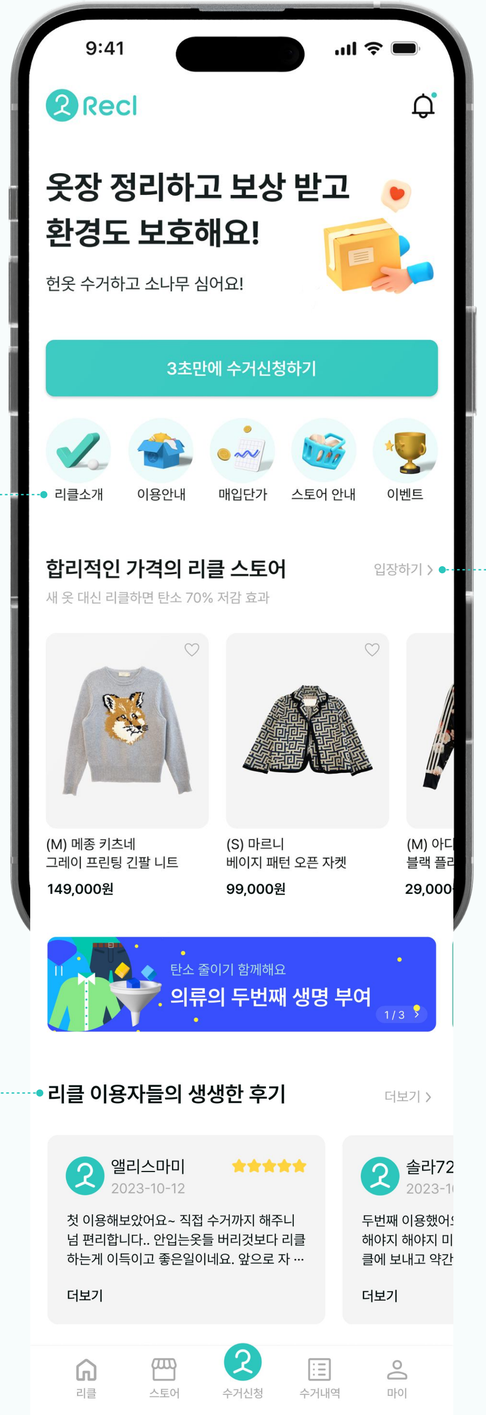
헌 옷 수거하니, 1석 3조?
옷장 정리하고 보상도 받고 환경도 보호하자!

리클은 모바일 간편 의류 수거 서비스로 헌 옷 수거 및 판매 서비스를 제공합니다.
업계 최고 보상받고 환경도 보호하면서 쉽고 빠르게 헌 옷을 문앞에만 놔주세요.



불편한 후기 확인

필터 기능을 추가해 고객들이 후기를
참고하는데 도움이 되도록 개선했습니다.



낮은 서비스 이해도

리클소개 페이지를 카테고리에 추가하여
서비스에 대한 이해도를 높이고자 했습니다.

낮은 스토어에 대한 인식

고객의 관심을 높이기 위해 홈 화면에 배치시키고
선순환 구조 인식을 위해 친환경 라이팅 사용했습니다.

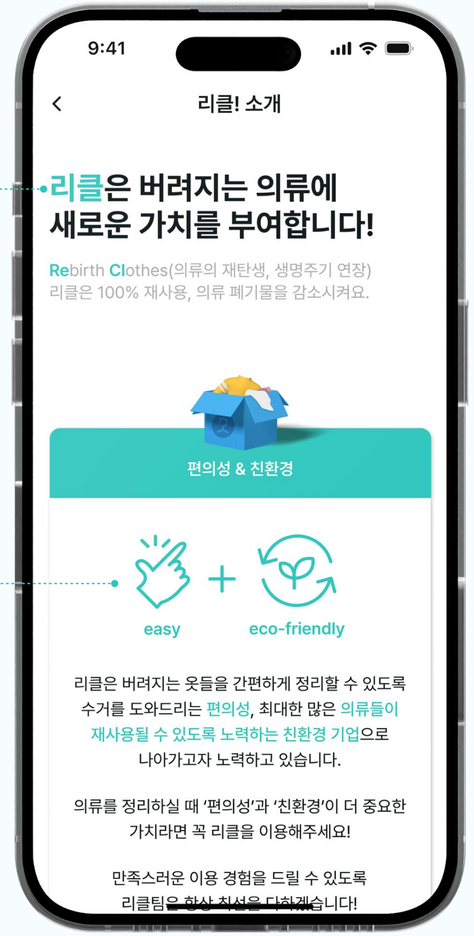
서비스에 대한 이해도를 높이고자,
리클 소개 페이지를 새로 제작하였습니다.

낮은 기업 이해도

메인 타이틀로 리클의 기업 비전을
함축적으로 보여주고자 했습니다.

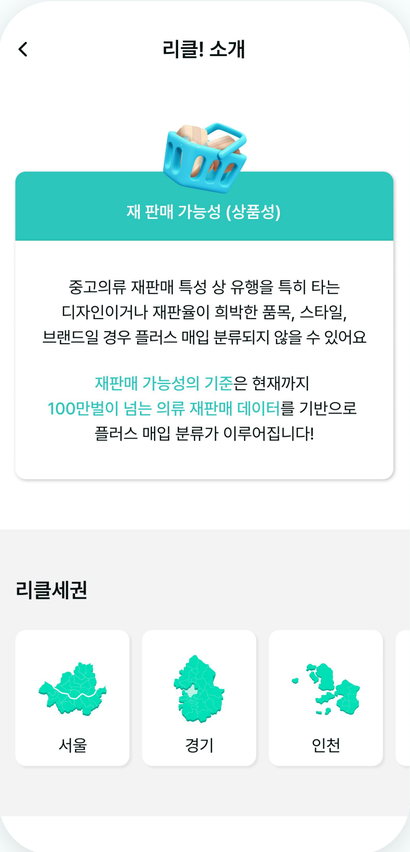
낮은 서비스 이해도

고객의 이해를 높이기 위해 단순한 이미지와
일러스트로 기업의 특징을 설명했습니다.



편의성 & 친환경

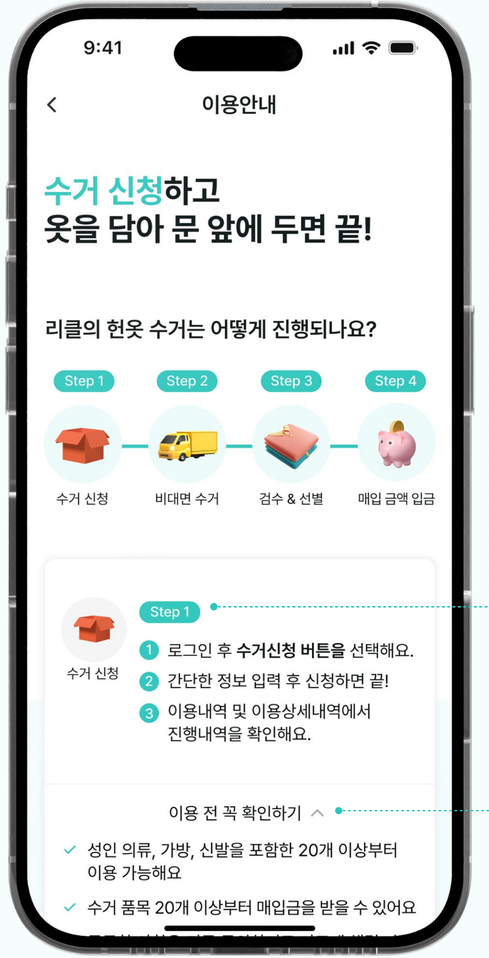
의류의 선순환 구조 형성



재 판매 가능성(상품성)

수거 서비스

단계를 시각화하여,
텍스트의 부담을 최소화하였습니다.



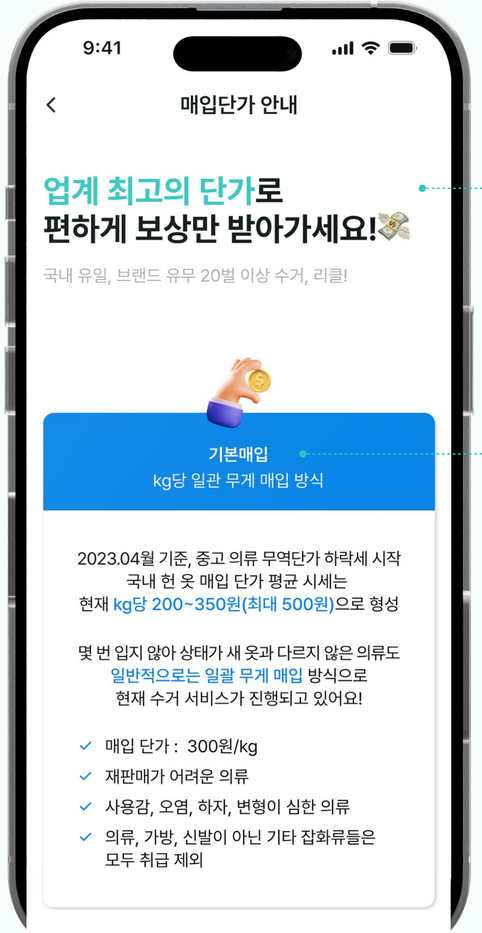
많은 텍스트에 대한 부담감

텍스트의 부담을 최소화하고 이용 안내 숙지를 돕기 위해
각 스텝별 단계를 3단계 이하로 줄였습니다.

불분명한 '체크리스트' 의미

라이팅을 수정함으로써 고객에게 명확한 의미를 전달하고
아코디언 메뉴를 활용해 텍스트의 대한 부담감을 최소화하였습니다.

Main



고객이 원하는 정보 비노출

고객들이 가장 궁금해하는 내용을 타이틀로 통해서
타사 대비 가진 장점을 노출하고자 했습니다.

매입 단가에 대한 낮은 이해도

매입 단가에 대한 이해도를 높이기 위해
매입에 대한 설명을 추가했습니다.

기본/플러스 매입의 불명확성

기본 매입과 플러스 매입의 차이점을 인지하지 못하는
고객을 위해 확실하게 섹션을 구분하였습니다.

MVP를 뽑고, 더 높은 사용성으로 개선했습니다.

1차 인터뷰를 진행한 고객을 우선 대상으로 선정하여 **5명을** 대면/비대면으로
개선점이 잘 반영이 되었는지 확인하기 위해 2차 프로토타입을 활용하여 UT와 인터뷰를 진행하였습니다.

"리클 서비스에 대한 전체적인 **이해도를 향상** 시켰고,
화면 디자인이 깔끔하고 서비스를 이용하는데 **편리**해서 사용성이 좋아요.
헌 옷 수거를 하면 **친환경에 기여**할 수 있다는 생각이 들어요."

"

**수거하기 버튼이 접근성이 좋고
환경에 도움이 된다는 것을 노출 방식이 좋아요.**

Negative

수거 서비스를 통해 얻을 수 있는 혜택에 대한
안내가 미흡하고 전체적으로 텍스트가 많아요.

김*지 | 20대 1인 가구
공간이 부족해서 옷은 분기별로 정리

"

**홈화면의 아이콘이 깔끔하고
편의성과 수익성 때문에 실제로 사용하고 싶어요.**

Negative

매입 안내 페이지에서
매입 단가가 한눈에 안보여서 아쉬워요

오*지 | 30대 1인 가구
아름다운 가게 기부/ 나눔/ 헌 옷 수거함 이용

"

**전체적으로 앱의 사용 난이도가 쉬워지고
서비스에 대한 이해도가 이전에 비해 상승했다.**

Negative

매입 안내 페이지에서
매입 단가가 한눈에 안보여서 아쉬워요

김*정 | 20대 3인 가구
벼룩시장에서 팔거나 헌 옷 수거함 이용

“

**앱 이용시, 깔끔해서 불편한 점이 없고
이전에 비해 리클에 대한 이해도가 높아졌어요.**

Negative

스토어 미리보기가 친환경 이미지를 저해시키고
헌 옷 수거보다 판매가 주요 서비스같아요

동*연 | 30대 1인 가구
아름다운 가게 기부/ 나눔/ 헌 옷 수거함 이용

“

**1차 프로토타입과 비교해서 전체적인 분위기가
친환경적인 느낌으로 개선되어서 좋아요.**

Negative

수거 서비스 이용시 고객이 비용을 부담에 대한
안내와 오프라인 스토어에 대한 설명이 미흡해요

정*희 | 20대 1인 가구
중고거래를 이용하거나 일반쓰레기로 배출

Key Insight

UT를 통해서 얻은 추가적인 인사이트

1. 금전적 보상, 오프라인 스토어, 플러스 매입의 장점과 같은
리클만의 **차별성을 한번에 파악할 수 있도록 거부감이 들지 않는 UX라이팅**으로 서비스를 어필

2. 서비스의 흐름보다 수거 시간, 수거 진행과정, 정산 시간과 같은
고객이 겪게 될 **경험에 대한 궁금증 해소를 위해 프로세스바를 통해 진행 상태를 시각화**하여 제공

Feedback

실제로 기업 측에 추후 서비스 개선을 위한,
결과물 제공을 요청 받음으로써 목적을 잘 달성하였습니다.

리클 대표님과의 최종 미팅을 통해, 프로젝트의 전체적인 진행사항과 개선된 프로토타입을 보여드린 후 피드백을 받았습니다.

전반적인 User flow가 좋고
UX라이팅이 섬세하다

텍스트 부담을 줄인
시도가 좋았다

바로 앱에 반영하고 싶을 정도로
퀄리티가 좋아요