

YES24 웹사이트 메인화면 및 회원가입 프로세스 리뉴얼 기획서

21961102_정지은

고객 요구사항	요구 분석	이커머스 서비스 리서치	사용자 조사	정보 수집	벤치마킹	컨셉 도출
<p>1. E-commerce</p> <p>2. 회원가입 리뉴얼</p> <p>3. 메인화면 리뉴얼</p> <p>4. 반응형 웹</p> <p>9주차 : 요구사항, 이커머스 서비스 리서치, 사용자 분석</p> <p>10주차: 시장환경 조사</p> <p>11주차: 콘셉 도출, 벤치마킹</p> <p>12주차: 정보구조설계</p> <p>13주차: 와이어프레임</p> <p>14주차: 스토리보드</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 주제 : YES24 웹사이트 메인화면 및 회원가입 프로세스 리뉴얼 - 주 사용자 : YES24 웹사이트를 처음 사용하시는 분 - 부 사용자 : YES24 웹사이트를 사용하시는 분 - 프로젝트 목표 : 사용자 증가 - 프로젝트 일정 <p>장바구니에 담기만 하는 사람들</p> <p>제품에 대한 신뢰성을 높이기 위한 자세한 설명</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 이커머스(E-commerce) 전자상거래의 약자로 온라인 네트워크를 통해 상품과 서비스를 사고파는 것을 말함. - 트렌드: 온라인 쇼핑 거래가 점차 모바일로 향해 우위를 점함 - 마케팅 	<p>니즈</p> <ul style="list-style-type: none"> - 누구든 원하는 메뉴를 찾는 것 - 깔끔하게 정돈 된 메인화면 - 여러 콘텐츠 한눈에 보기 <p>원칙</p> <ul style="list-style-type: none"> - 메뉴 카테고리 재분류 - 중요한 정보 순으로 나열된 콘텐츠 - 사용자 맞춤 도서 서비스 - 글로벌 내비게이션 및 이벤트 배너 위치 변경 - 간편 회원가입과 로그인 	<p>- 단행본</p> <ul style="list-style-type: none"> 내비게이션 메뉴를 분류할 때 한눈에 알아보기 위해 사용자 액션 중심의 분류 <p>- 통계</p> <ul style="list-style-type: none"> YES24 사용자 수의 증가와 도서 콘텐츠를 주로 사용함 <p>- 논문</p> <ul style="list-style-type: none"> 창의적인 디자인과 웹사이트 내의 콘텐츠 즐거움이 있어야 웹사이트 재방문 의사가 높음 <p>- 잡지, 뉴스</p> <ul style="list-style-type: none"> 필요한 메뉴 상단에 배치, 필요 없는 메뉴는 과감히 삭제하여 화면을 정리해야 함 <p>- 포스트(온라인)</p> <ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 즐거움을 위해 사용자 맞춤형 콘텐츠 제공 넷플릭스 사례를 통해 콘텐츠의 중요성을 알게 됨 <p>- 신문</p> <ul style="list-style-type: none"> 간편 회원가입 사례 	<p>- 자사 : YES24</p> <p>콘텐츠와 내비게이션 메뉴의 정리가 필요. 타사와의 차별성을 둘 만한 콘텐츠가 없음.</p> <p>- 경쟁사 : 교보문고</p> <p>콘텐츠가 다양, 비교적 정리된 UI, 차별화된 콘텐츠가 있음.</p> <p>- 경쟁사 : 알라딘</p> <p>복잡한 UI 하지만 많은 이벤트와 혜택</p> <p>- 우수사례 : 리디북스</p> <p>깔끔한 UI, 다양한 콘텐츠, 회원가입 절차도 간편, 리디셀렉트라는 차별화된 콘텐츠가 있음. 친근한 말투</p> <p>컨셉이 확실히 있어야 그 사이트에 재미를 느끼고 사용자가 쉽게 다가갈 수 있음을 느낌.</p>	<p>콘텐츠 – 사용자에 맞춘 디자인 - 깔끔한 프로그래밍 – 집중적인 => “감성적인”</p> <p>요즘 감성이 사용자들의 마음을 사로잡을 수 있다고 생각하여, 책과 감성을 접목시켜, 사용자를 생각하여 맞춘 콘텐츠와 깔끔하고 고급진 디자인, 그리고 주요 요소에 만 동적인 느낌을 주어 집중 할 수 있도록 하였다.</p>

서비스 흐름도	정보구조도	와이어프레임	스토리보드	
일반 회원가입 회원을 구분 한 후 그에 맞게 회원절차를 진행하기 위해 순서를 바꾸었고, 인증절차를 생략하고 회원 정보를 입력하면서, 메일이나 문자를 통해 인증을 하도록 하여, 절차를 최소화 시켰다.	중복되는 카테고리를 없애고, 많은 내용이 들어가있는 전체내용을 “전체 카테고리”라는 메뉴에 넣어 한눈에 보도록 하였고, 필요가 없다고 판단한 내용들은 다 삭제하고, 강조하고 싶은 부분은 메인화면에 넣도록 하였다. 그리고 바로가기 페이지들을 한번에 모아넣어 내비게이션 메뉴들이 간단해 지도록 하였다.	기존에 와이어프레임과는 다르게 웹 화면에서는 웹의 전체화면이 꽉 차도록 변경하였고, 첫 페이지를 열었을 때 카테고리별 상품과 이벤트들을 배치해 YES24의 할인정보나 인기도서들을 볼 수 있도록 하였다. 그 아래에는 베스트셀러, 신간도서, 맞춤도서 등 필요한 콘텐츠들을 보기 쉽게 우측으로 슬라이드하는 형태로 나열하였다. 그 뒤로는 기존의 있던 콘텐츠들을 재 정리 하였는데, YES24 만의 장점을 모아둔 콘텐츠를 두어 타 사이트와의 차별성을 주었다. YES24의 기사들, 그 외 자료들은 도서와 관계가 없으니 아래 쪽에 배치하였다. 회원가입 화면은 오직 회원가입에 집중할 수 있도록, 주변 요소들을 다 없앴고, 불필요한 절차를 최소화 하였다. 관심요소를 추가하여 메인화면에 맞춤 도서를 제공할 수 있도록 하였다.	메인화면에 처음 들어왔을 때 도서에 대한 정보와 이벤트를 한 눈에 볼 수 있고, 콘텐츠들을 중요한 순으로 나열함. 책의 대한 내용을 볼 수 있도록 클릭하면, 상세 정보가 나오도록 하였고, 사용자 맞춤 도서 콘텐츠를 넣어 사용자가 궁금해 할만한 내용을 담았다. 스크롤을 내릴 수록 도서에 대한 내용과 멀어지고, YES24를 알릴 수 있는 내용을 넣음. 회원가입 화면은 회원 구분을 먼저 선택하고, 한 페이지에 모든 과정을 넣어 빠르게 가입을 하도록 하였다.	
SNS 회원가입 원래의 SNS 회원가입 절차가 간단하여, 변경할 곳이 없었다.				

목차

1. 요구 분석

고객 요구 사항
주제 선정
서비스 선정
프로젝트 목표
핵심 사용자
프로젝트 내용
프로젝트 일정

2. 이커머스 서비스 리서치

3. 사용자 조사

데스크 리서치
필드 리서치
주 사용자의 니즈 • 원조 도출

4. 정보수집

단행본
잡지
통계
신문
논문
온라인
기타

5. 벤치마킹

자사 분석
경쟁사 분석
우수사례 분석
비교그래프

6. 컨셉 도출

7. 서비스 흐름도

일반 회원가입 As-is
일반 회원가입 To-be
SNS 회원가입 As-is
SNS 회원가입 To-be

8. 정보구조도

As-is
To-be

9. 웨이어프레임

메인화면 - Web/Tablet/Mobile
일반 회원가입 화면 - Web/Tablet/Mobile
SNS 회원가입 화면 - Web/Tablet/Mobile

10. 스토리보드

메인화면 - Web/Tablet/Mobile
일반 회원가입 화면 - Web/Tablet/Mobile
SNS 회원가입 화면 - Web/Tablet/Mobile

고객 요구사항

1. E-commerce(패션 제외)
2. 회원 가입 리뉴얼
3. 메인 화면 리뉴얼
4. 반응형 웹 (PC, Smartphone, Tablet)

주제 선정



YES24는 서적, 음반, 티켓 예매를 대행하는 인터넷 전문 쇼핑몰 업체이다.

예스24는 국내 최대의 인터넷 서점이다. 온라인 도서유통사업을 발판으로 음반, DVD, 기프트상품 판매와 영화/공연의 티켓예매 서비스, eBook/e러닝 서비스 사업, 온라인 패션유통 사업 등을 하는 회사다.

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=651398&cid=43167&categoryId=43167>

사이트 선정이유 - 메인화면

The screenshot shows the main navigation bar with categories such as 도서, eBook, 퀸즈샵, CD/DVD, 공연, 문구/GIFT, and 풍선샵. Below the navigation, there's a featured section for '『포노 사피엔스』 리커버 특별판' and a '예스 Pick' section with book recommendations like '트렌드 코리아 2020' and '2019 노벨문학상 수상작가'.

평소 yes24를 사용하며, 메인화면에 대해 불편함을 겪었었다. 도서, 영화, 공연, 문구류 등의 콘텐츠들 중에 메인화면은 도서에 관한 상품만 판매하고 다른 상품들은 메인사이트를 통해 들어갈 수 있고, 다른 사이트 주소를 입력하여 들어갈 수 있다. 그러면 메인화면에는 책에 관한 도서가 잘 정렬 되고, 부가적으로 다른 상품의 정보가 있어야 하지만, 현재 메인페이지는 우리가 스크롤을 하여 보는 것이 아닌, 4단으로 나뉘어져 설명이 되어 한눈에 보기 힘들다. 이러한 콘텐츠들을 잘 정렬하고 싶다. 또한 메뉴의 정리도 필요하다고 느꼈다.

사이트 선정이유 - 회원가입

또한 회원가입을 하는 과정도 요즘의 사이트와 달리 복잡하게 되어있다고 생각했다. 휴대폰 인증과 SMS 인증, 이메일 인증은 같은 절차로 진행되며, 간편가입이라는 말을 붙여 네가지 방식으로 헷갈리게 진행되는 것 같았다. 정보입력 창에서는 중복되는 내용이 있고, 결혼 여부나, 자녀유무 등은 회원가입에 꼭 필요한 절차가 아니라 생각이 들어 삭제해도 괜찮을 것 같다고 생각했다. 내가 직접 사용해 보았던 과정의 불편함을 해소 시키고, 요즘 사이트 처럼 필요한 정보와 편리한 UI로 진행이 되도록 리뉴얼하고 싶기 때문에 선정하게 되었다.

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=651398&cid=43167&categoryId=43167>

프로젝트 명

YES24 웹 사이트 메인화면 및 회원가입 프로세스 리뉴얼

프로젝트 목표

YES24 메인 페이지와 회원가입 페이지의 복잡한 UI 개선 후 사용자가 편리하게 사용하여 처음 들어온 사용자들도
쉽게 사용할 수 있도록 사용자 증가를 위함

핵심 사용자

주 사용자 – 도서를 구매하기 위해 YES24 웹 페이지에 처음 들어오시는 분

부 사용자 - YES24 웹 페이지를 많이 사용하시는 분

프로젝트 내용

YES24의 메인화면과 회원가입 페이지의 중복되는 메뉴와 읽기 힘든 작은 글씨, 콘텐츠 정렬, 불필요한 콘텐츠 삭제 등을 하여 페이지를 깔끔하게 변경하여,
주 사용자(이 사이트를 처음 사용하시는)에게 좀 더 편리한 UI와 맞춤형 콘텐츠로 만족스러운 경험을 하여, 이 사이트를 사용하도록 하고, 부 사용자(이 사이트를 많이 사용하시는 분)
에게는 메인화면을 사용자에게 맞춘 새로운 콘텐츠를 제공하며 사용자 증가를 목적으로 진행되는 프로젝트이다.

주차별 프로젝트 일정

주차	작업 및 간신 내용	비고
9주차	<ul style="list-style-type: none">• 요구사항• 이커머스 리서치• 사용자 조사	
10주차	<ul style="list-style-type: none">• 시장환경 조사	
11주차	<ul style="list-style-type: none">• 기획(UI) 콘셉도출• 콘셉트 수립 및 차별화 전략	
12주차	<ul style="list-style-type: none">• 정보구조설계• 시나리오	
13주차	<ul style="list-style-type: none">• 와이어프레임	
14주차	<ul style="list-style-type: none">• 스토리보드	
15주차	<ul style="list-style-type: none">• 직무수행능력평가2	

- 이커머스란?

이커머스(e-commerce)는 전자상거래(electronic commerce)의 약자로 온라인 네트워크를 통해 상품과 서비스를 사고 파는 것을 말한다. 스마트폰이 널리 보급되면서 모바일 쇼핑 비중이 급증하고 있다. 예를 들어 이베이 코리아, 위메프, 인터파크, 우아한 형제들의 배달의 민족, 마켓컬리 등 을 예로 들 수 있다.

이커머스는 크게 3가지로 나누게 되는데, 먼저 백화점이나 대형마트 등 오프라인을 기반으로한 종합 몰과 순수 온라인 기반의 오픈 마켓이나 소셜커머스 등의 전문 몰, 마지막으로는 TV 홈쇼핑을 기반으로한 종합 몰로 나누게 된다. 최근에는 모바일 시장 선점을 위한 경쟁을 넘어 3가지 영역에서 이커머스 시장의 새로운 경쟁 패러다임이 형성되고 있다.

- 특징

이커머스의 특징으로는 대표적으로 6가지를 예로 들 수 있다. 첫 번째는 **편재성**이다. 편재성은 도처에서 아무 때나 이용할 수 있다는 의미로 구매하기 위한 경비가 줄어 들어 거래 비용 또한 낮아질 수 있다. 두 번째는 **세계성**으로 판매자 입장에서 잠재 고객이 일정 지역에 한정되지 않고 하나의 국가를 넘어선 전 세계를 대상으로 하는 것이다. 세 번째는 **국제 표준화**로 과거의 상거래와는 달리 국제 표준화가 잘 이루어져 있다. 예를 들어 각 이커머스 별 사용하는 언어나 장바구니나 돋보기 등 아이콘이 일관성 있게 통일되고 거래 방식도 비슷하다. 또, 국제 표준화로 인하여 초기 타국에서 사업을 시작할 경우 서로 다른 규제 및 환경으로 소요될 수 있는 시장 진입 비용이 낮아질 수 있다는 것이다. 네 번째는 **정보 이용 가능성**이다. 내가 어느 곳에 살든 지역에 상관없이 조금만 노력하면 대부분의 사람들이 상거래에 대한 정보를 쉽게 접근할 수 있다. 다섯 번째는 **상호대화성**으로 과거 상거래 일방향 대화였다면 최근의 전자상거래에서는 판매자가 구매자가 이야기하는 것에 귀를 기울여야 경쟁에서 살아남을 수 있으므로 쌍방향성 소통의 특징이 더욱 강조된다. 마지막으로 여섯 번째는 **정보 밀집성**으로 하나의 웹 사이트에 상당한 양의 정보가 있기 때문에 경쟁사와도 쉽게 비교가 가능하므로 거래를 투명하게 하지 않으면 안된다.

- 이용자 트렌드

남성은 오픈마켓, 여성은 종합쇼핑몰 이용을 상대적으로 선호합니다. 연령대가 낮을수록 소셜 커머스, 높을수록 종합쇼핑몰을 이용하는 것을 알 수 있으며, 이는 연령대가 높을수록 생소한 브랜드보다 인지도와 퀄리티를 중시하는 것으로 추측됩니다.

성별 주 이용 쇼핑몰 형태 – PC (단위 : %)



성별 주 이용 쇼핑몰 형태 – Mobile (단위 : %)



- 쇼핑 트렌드

온라인 쇼핑의 상위 구매 물품은 '의류 및 패션잡화'가 여전히 강세이지만, 최근 1인 가구와 맞벌이의 증가, 주문과 배송의 기술발달로 인해 식료품과 세제와 같은 생활용품 카테고리 구매 건이 증가하였습니다. 2018년 9월 기준 통계청에서 발표한 온라인 쇼핑 거래 액 리포트를 보면 '음식료품'은 쇼핑 거래액에서도 전체 3위 안에 들뿐 아니라 전년 동월 대비 약 18.3% 증가하는 등 강세를 보이고 있습니다. 생활용품과 식료품은 자주, 주기적으로 구매하는 제품군이므로 앞으로 더욱 성장할 가능성이 높습니다.

- 매체 트렌드

온라인 쇼핑 거래가 점차 모바일로 향하는 것은 이미 알고 있지만 그 속도가 빠르게 진행되어 대부분의 업종에서 모바일 거래가 우위를 점하고 있습니다. 2018년 쇼핑몰 거래 규모를 전년도와 비교해서 살펴보면, 인터넷은 7.6%만 성장한데 반해 모바일은 31.4%가 성장한 것으로 큰 격차가 나타났습니다. 모바일 쇼핑의 특징으로는 구매의 편리성, 가격 경쟁력을 들 수 있으며, 오픈 서베이 조사에 따르면 모바일 쇼핑의 경우 충동구매 경험이 타 채널 대비 압도적으로 높은 채널인 것으로 나타났습니다.

- 유형

전자 상거래는 4가지 주요 범주로 분류 될 수 있다. 이 간단한 분류의 기초는 거래에 관여하는 당사자이다. 네 가지 기본 전자 상거래 모델은 다음과 같다.

1. 사업에 사업

- 이것은 B2B 거래로 회사들은 서로 사업을 하되 최종 소비자는 관여하지 않는다. 온라인 거래에는 제조업체, 도매 업체, 소매 업체 등이 포함된다.

2. 기업에서 소비자로

- 기업에서 소비자로. 여기서 회사는 상품 및 / 또는 서비스를 소비자에게 직접 판매한다. 소비자는 웹 사이트를 탐색하고 제품, 사진을 보고 리뷰를 읽을 수 있다. 상품 주문 후 회사는 상품을 직접 배송한다.

ex) Amazon, Flipkart, Jabong

3. 소비자 대 소비자

- 소비자가 소비자와 직접 접촉하는 소비자 대 소비자로 회사가 관여하지 않는다. 사람들이 개인 물품과 자산을 관심있는 당사자에게 직접 판매하는 데 도움이 됩니다. 일반적으로 거래되는 상품은 자동차, 자전거, 전자 제품입니다. OLX, Quikr 등이 이 모델을 따릅니다.

4. 소비자 대 비즈니스

- 이것은 B2C의 반대이며, 비즈니스 소비자입니다. 따라서 소비자는 회사에 좋은 또는 일부 서비스를 제공합니다. 예를 들어 자신의 소프트웨어를 회사에 시연하고 판매하는 IT 프리랜서가 있다고 가정 해보십시오. 이것은 C2B 트랜잭션입니다.

- 장점

전자 상거래는 판매자에게 전 세계적으로 광고를 제공합니다. 그들은 장소의 장벽을 제거합니다. 이제 판매자와 구매자는 위치의 방해없이 가상 세계에서 만날 수 있습니다. 전자 상거래는 거래 비용을 크게 낮출 것입니다. 그것은 벽돌과 박격포 상점을 유지하는 많은 고정 비용을 제거합니다. 이를 통해 회사는 훨씬 더 높은 이윤을 누릴 수 있습니다.

고객의 노력이 거의 들지 않는 빠른 배송을 제공합니다. 고객 불만도 신속하게 해결됩니다. 또한 소비자와 회사의 시간, 에너지 및 노력을 절약합니다.

또 다른 큰 장점은 그것이 제공하는 편의성입니다. 고객은 24x7 쇼핑을 할 수 있습니다. 웹 사이트는 항상 작동하며 상점처럼 근무 시간이 없습니다.

전자 상거래는 또한 중개자없이 고객과 비즈니스가 직접 연락 할 수 있도록 합니다. 이를 통해 빠른 의사 소통과 거래가 가능합니다. 또한 소중한 개인적인 손길을 줍니다.

- 단점

전자 상거래 포털의 시작 비용은 매우 높습니다. 하드웨어 및 소프트웨어 설정, 직원 교육 비용, 지속적인 유지 관리 및 유지 관리 비용은 모두 매우 비쌉니다.

전자 상거래 산업은 확실한 것처럼 보이지만 실패의 위험이 높습니다. 2000년대 닷컴 통신을 이용하는 많은 회사들이 비참하게 실패했습니다. 오늘날에도 실패의 위험이 높습니다.

때때로 전자 상거래는 비인간적 인 느낌을 받을 수 있습니다. 따라서 많은 브랜드와 제품에 중요한 대인 관계의 온기가 부족합니다. 이러한 개인적인 접촉의 부족은 인테리어 디자인 또는 보석류 사업과 같은 많은 유형의 서비스 및 제품에 단점이 될 수 있습니다.

보안은 또 다른 관심 영역입니다. 최근에야 고객 정보를 도난당한 많은 보안 침해가 목격되었습니다. 신용 카드 도난, 신원 도용 등은 고객에게 큰 걱정거리이다.

그런 다음 이행 문제도 있습니다. 주문한 후에도 배송, 배송, 믹스 업 등의 문제가 발생할 수 있습니다. 이로 인해 고객은 불만을 느끼고 불만족하게 된다.

- 마케팅

1. 당신의 제품을 upsell (판매자가보다 수익성있는 판매를 위해 더 비싼 품목, 업그레이드 또는 기타 추가 기능을 구매하도록 고객을 유도하는 판매 기술)

2. 인스타그램 통합

게시물 및 스토리에 제품 추가, 해시태그 사용, 팔로워가 직접 구매할 수 있는 경로를 제공하며 온라인 판매

3. 버려진 카트를 줄임

장바구니에 담기만 하고 결제를 안하는 사람들을 위해,

장바구니에 담긴 상품을 메인화면에 띄우거나, 주기적으로 할인이벤트나 알림을 줌.

예) lush 장바구니 품목 추가 제품 제안, 메인화면, 이메일 알림

4. 페이스북 스토어

6. 이메일 마케팅

고객이 구매하는 즉시 환영 이메일,

프로모션 코드 및 무료 선물 제공

정기적인 할인 혜택 및 알림

최근에 구매한 품목 활용을 위한 컨텐츠 공유

선물 홍보

감사를 표하는 개인 메모

피드백 요청

디지털 마케팅 지출의 약 17%가 이메일에서 발생하지만, 매출의 24%를 차지

7. 신뢰할 수 있는 ui

- 성공전략 사례

폴란드 인터넷 E-Commerce 분야 내 압도적인 이용자와 방문자 수의 차이를 보이며, Allegro는 폴란드 1위로 집계됐음.
폴란드 인터넷 이용자의 63.88%는 Allegro를 이용하는 것으로 조사됨.

>Allegro란?



-Allegro는 오픈 마켓 비즈니스 형태로 이뤄진 온라인 상점
1000개 이상의 상품 및 서비스에 대해 판매자와 소비자를 직접 연결해 저렴한 가격은 물론, 연중무휴 24시간 운영되는 폴란드 최대의 온라인 유통업체.
특징 : Allegro에서 누구나 자유롭게 제품 판매 및 광고를 할 수 있음.
단, 제품 판매가 성사되면 판매자의 광고 종류 및 판매 금액에 따른 일정 수수료를 지불하는 시스템으로 운영.

>성공 요인

모바일 어플 mAllegro 서비스 2년전부터 운영
Allegro는 2008년 7월부터 모바일 사이트를 개설 및 운영 시작
mAllegro시작 후 휴대폰 사용률 100% 돌파
- 고객들의 다양한 취향 및 수요에 맞춰 다양한 분야의 취급품목을 증대
온라인 거래, 신속한 배송
판매자를 위한 다양하고 세부적인 요금제 제공
다양한 광고 취향 및 방식의 존중을 위해 세부 옵션 제공은 물론, 정확한 수수료 기재를 통한 판매 성사 후 판매자들의 만족도를 극대화 시켜 주 판매 고객을 확보
고객 편의 확대, 서비스 질 향상을 위한 꾸준한 노력
Allegro는 고객들에게 빠른 배송을 위한 배송망 확장, 취급 물품의 다양화는 물론 포인카드 운영을 통해 단골고객을 확보하고 PAYBACK 서비스 제공
고객 확보만을 위해 양적 전략을 지향, 꾸준한 사이트 개편은 물론 카테고리별 전문성 확보를 위한 특별 부서 운영
광고를 통한 일석삼조 효과
옥외, 신문, 잡지, 인터넷 광고 등 전 분야에 걸쳐 활발한 광고활동을 통해 방문자 수 증대, 판매자 상품 노출횟수 증가 효과를 얻고, 기업 이미지를 대다수의 군중에게 각인시키려 노력

- 전망

이커머스를 둘러싼 경쟁은 이제 가격 경쟁, 마케팅 경쟁을 넘어 물류를 중심으로 본격적인 '규모의 경쟁'으로 나아가고 있다.

유통 대기업들은 자신들의 인프라를 활용해 이커머스에서도 자신들의 경쟁력을 유지시켜 나가고자 하고 있다.

쿠팡을 비롯한 이커머스 기업들에게 유통 대기업의 공격적 투자는 그야말로 '재앙'이라 불릴 만하다.

여기에 최근 들어서는 네이버, 카카오 등 IT 기업들까지 적극적으로 시장에 가세해 이커머스 기업들의 시장 파이를 빠르게 잠식해 가고 있는 상황이다.

혼돈 속에서 출혈경쟁을 통해 상당한 체력을 이미 소진한 이커머스 기업들이 과연 살아남을 수 있을까.

2019년 새로운 체제에 돌입한 이커머스 경쟁에서 살아남아 한국판 아마존, 한국판 알리바바가 될 기업은 현재는 유통 대기업이 될 가능성이 높후해 보인다.

유통업계 관계자는 "오프라인 유통업 성장은 한계에 온게 아닌가 싶다"며

"반대로 이커머스는 절대강자가 없는데다가 매년 10% 이상 신장하는 시장이라 매력적"이라고 말했다.

이 관계자는 "누구에게든 가능성이 열려있다는 시장이라고 생각한다"며

"대기업 입장에서는 충분히 이 시장에 대해 욕심을 내볼만한 상황"이라고 덧붙였다.

출처

통계청, 온라인쇼핑 동향. 2018. 09.

오픈서베이, 모바일 쇼핑 트렌드 리포트 2018년 하반기

뉴시스, 옵션 5년간 5060세대 온라인 쇼핑 가장 많이 늘어. 2018. 07.12

닐슨, 온라인 식료품 시장 선점이 유통 이커머스 경쟁을 좌우할 것. 2018. 01.09

<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=bestinall&logNo=221328211944&from=search&redirect=Log&widgetTypeCall=true&directAccess=false>

<https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=pjeunhae&logNo=140007962768&proxyReferer=https%3A%2F%2Fwww.google.co.kr%2F>

<https://www.shopify.com/blog/ecommerce-marketing>

http://www.retailon.kr/on/bbs/board.php?bo_table=r1_02&wr_id=934

http://blog.daum.net/_blog/BlogTypeView.do?blogid=093xo&articleno=15003436&categoryid=503439&reqdt=20080705211712

<https://translate.google.com/translate?hl=ko&sl=en&u=https://www.toppr.com/quides/business-environment/emerging-trends-in-business/electronic-commerce/&prev=search>

데스크 리서치 - 설문조사

학번 21961102 이름 정지은

A. 주제 YES24 웹사이트 메인페이지 리뉴얼 설문조사

B. 설문 목적 사용자가 YES24 웹사이트 메인페이지의 불편한 점과 어떤 요소를 가장 중요하게 생각하는지를 안 후, 편리한 UI로 리뉴얼을 하기 위함.

C. 설문 대상 20대 남녀 / YES24 웹 사이트를 사용해 보신 분, 책에 관심이 많으신 분

D. 설문 문항

Q1. 당신의 성별은 무엇입니까?

Q2. 당신의 나이대는 무엇입니까?

Q3. 당신의 직업은 무엇입니까?

Q4. YES24 웹페이지를 사용해 보신 적이 있습니까?

↓ YES24를 사용한 적이 없는 분

Q1. 인터넷 서점을 위해 사용하는 사이트는 무엇인가요?

Q2. 그 사이트를 사용하는 이유는 무엇인가요?

Q3. YES24 웹 사이트를 사용하지 않는 이유는 무엇인가요?

Q4 YES24 웹 사이트 메인페이지가 개선되기 위해 무엇이 필요할지 사이트를 확인한 후 작성 부탁드립니다! .

↓ YES24를 사용해 보신 분

Q1. YES24 웹 사이트를 사용을 하실 때 주로 사용하시는 콘텐츠는 무엇인가요?

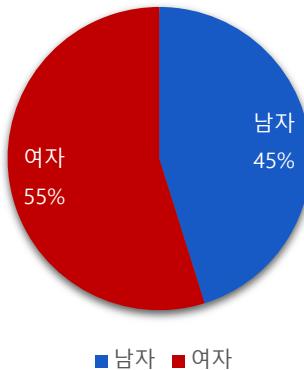
Q4. YES24 웹 사이트 메인페이지에 꼭 필요한 콘텐츠나 요소는 무엇이라고 생각하나요?

Q3. YES24 웹 사이트를 사용하면서 불편했던 점이 있다면 자세하게 작성 부탁드립니다!

데스크 리서치 - 설문조사

E. 설문 결과

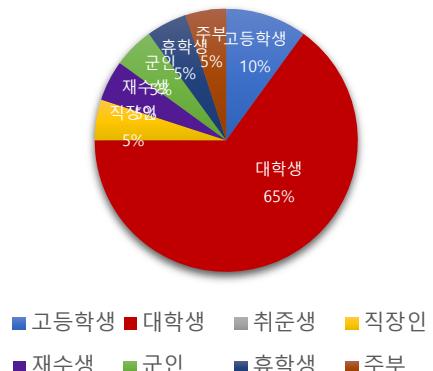
1. 당신의 성별은 무엇입니까?



2. 당신의 나이대는 무엇입니까?



3. 당신의 직업은 무엇입니까?



4. YES24 웹페이지를 사용해 보신 적이 있습니까?

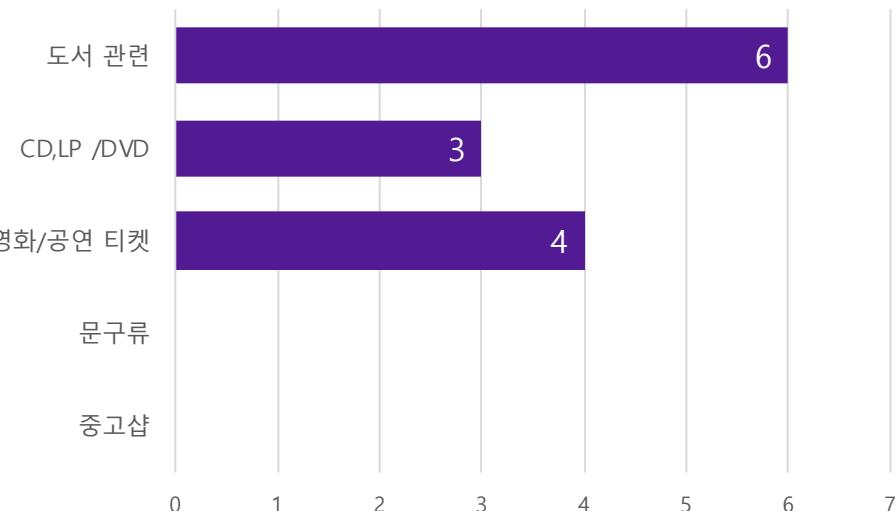


데스크 리서치 - 설문조사

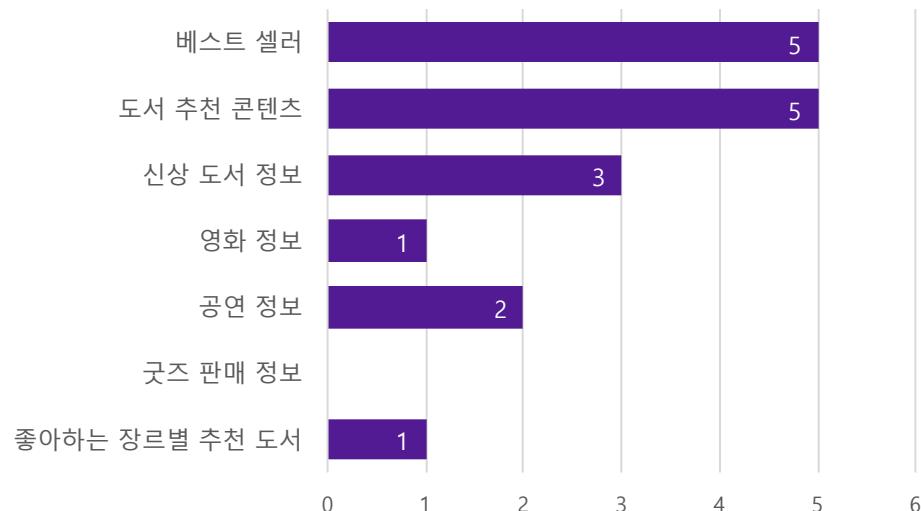
E. 설문 결과

<Yes24 사이트를 사용해 보신 분>

1. YES24 웹 사이트를 사용을 하실 때 주로 사용하시는 콘텐츠는 무엇인가요?



2. YES24 웹 사이트 메인페이지에 꼭 필요한 콘텐츠나 요소는 무엇이라고 생각하나요?



데스크 리서치 - 설문조사

E. 설문 결과

3. YES24 웹 사이트을 사용하면서 불편했던 점이 있다면 자세하게 작성 부탁드립니다!

응답 9개

사이트 맨 위의 글로벌 내비게이션이 눈에 잘 안들어옵니다. 우측 상단의 이벤트 배너가 메인페이지의 분위기와 흐름을 깨는 느낌입니다. 공지사항이 너무 페이지 아래 위치한 것 같아요. YES24 티켓의 메인페이지와 비교해봤을때 전체적인 분위기나 색상의 차이가 너무 큽니다. 메뉴가 중복된 게 많은 것 같아요 최상단 글로벌 내비게이션부터 중간에 빠른분야찾기부분, 바로 그 아래 메뉴까지 같은 내용의 메뉴가 세개씩이나 있어서 번잡한 느낌입니다.

추천 콘텐츠가 사용자들에게 더욱 친근했으면 좋겠다.

불편한 ui 메뉴바가 너무 작고, 많은 메뉴가 좀 정리되었으면 좋겠다.

메인화면이 복잡해 보인다. 좀 깔끔하게 정리되었으면 좋겠고, 글씨가 너무 많은거같다

티켓 오픈 일정 알림 서비스가 있으면 좋겠다.

메인화면이 너무 복잡하게 배치되어 있는점.보여주려고 하는 내용은 많은데, 그 세로???그,,세로로된 내비게이션으로 너무 자잘하게 나눠놓고 많은 양에 비해 보이는 화면 비율이 작은게 복잡해보여요,,,

딱히 불편했던 점은 없었습니다!

그냥 메인화면이 딱보면 복잡함 , 글로벌 네비게이션이 어디에있는지 세로랑 가로중에 뭘해야할지 복잡..

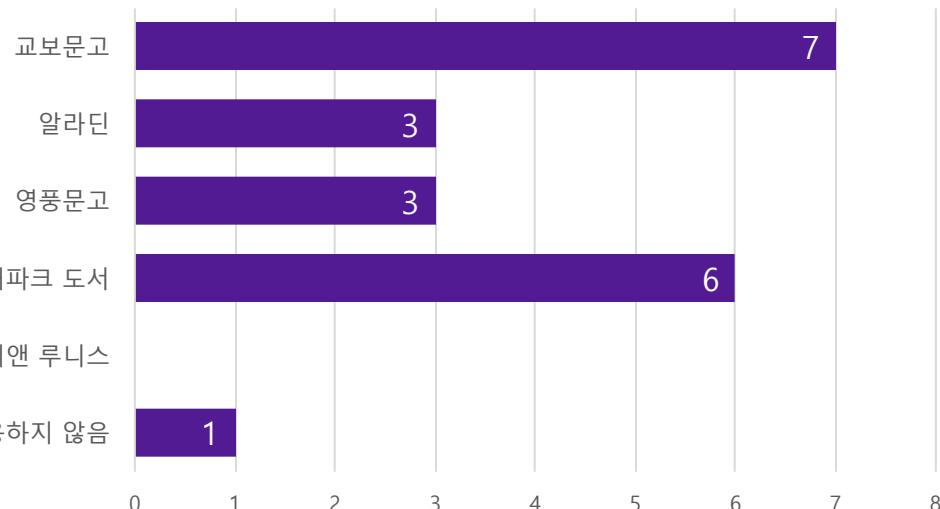
공연관련 서버 다운 너무 심해요!

데스크 리서치 - 설문조사

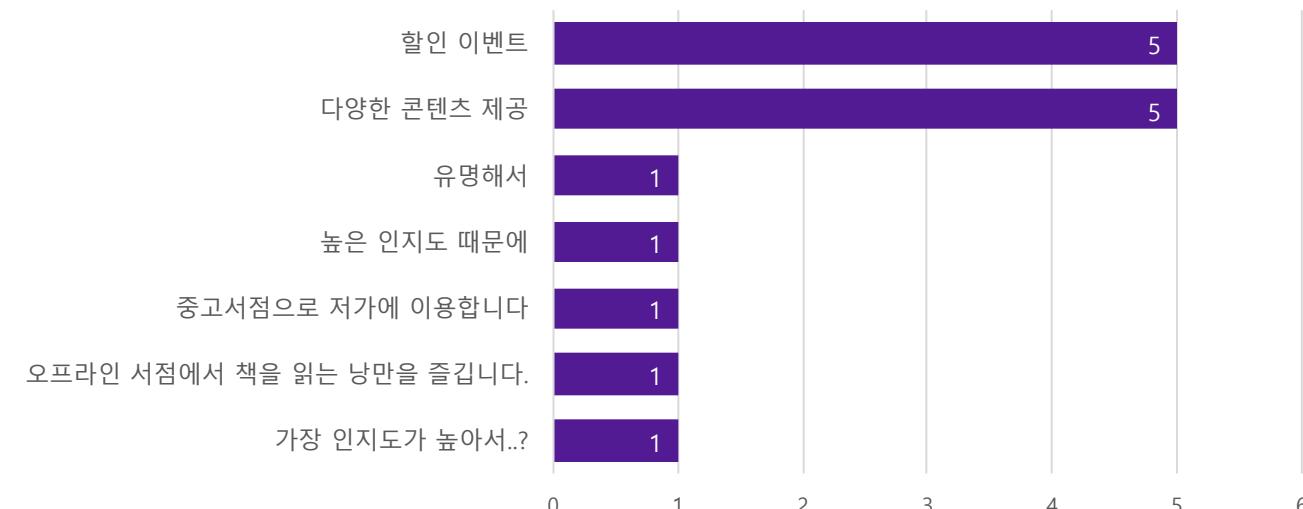
E. 설문 결과

<Yes24 사이트를 사용해 본적이 없으신 분>

1. 인터넷 서점을 위해 사용하는 사이트는 무엇인가요?



2. 그 사이트를 이용하는 이유는 무엇인가요?

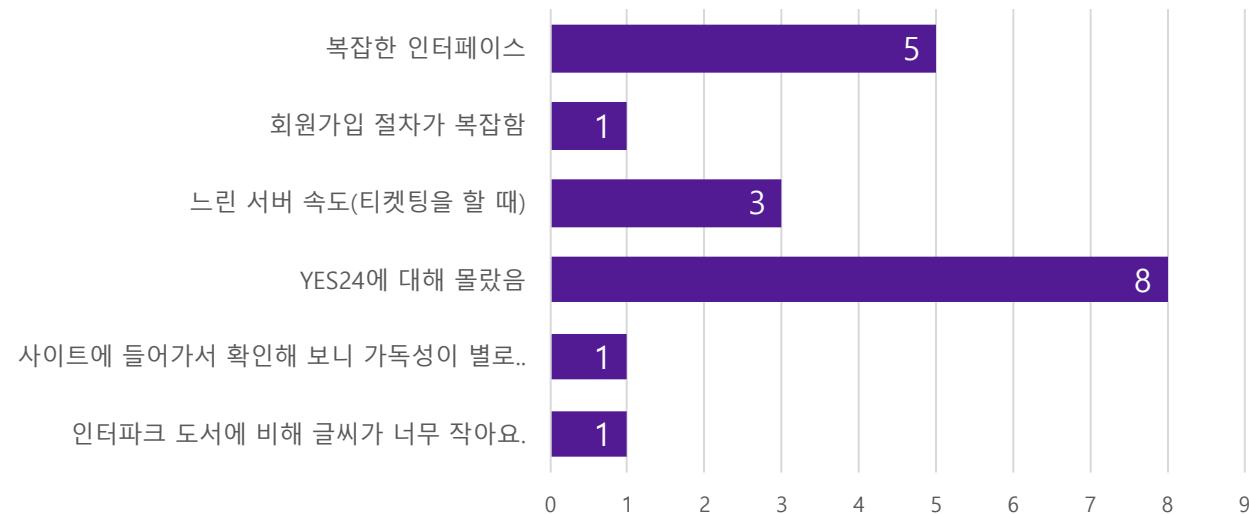


데스크 리서치 - 설문조사

E. 설문 결과

<Yes24 사이트를 사용해 본적이 없으신 분>

3. YES24 웹 사이트를 이용하지 않는 이유는 무엇인가요?



데스크 리서치 - 설문조사

E. 설문 결과

3. YES24 웹 사이트 메인페이지가 개선되기 위해 무엇이 필요한지 사이트를 확인 후 작성 부탁드립니다!

응답 15개

한눈에 알아보기 쉬운 인터페이스 개선

복잡한 인터페이스

너무 복잡해보인다 ..메뉴가 너무 많다

사용해보지 않아서 모르겠다

색이 맘에 안들고 너무 많은 정보가 한번에 있어서 딱 들어오는 정보가 없어요

회원가입이 좀 더 간편했으면 좋겠고 더 많은 할인 이벤트를 했으면 좋겠습니다

글의 양이 줄고 크기가 좀 더 커졌으면 좋겠습니다

제가 느끼기엔 솔직히 개선할거는 없는것같습니다 있어야 할 기능들은 다있고 무엇보다 베스트셀러가 무엇인지 볼수있어서 "아 나도 저 책 한번 읽어볼까" 생각이 확 들어서 구매하고싶은 욕구가 강하게 느껴졌습니대 말 나온김에 책 하나 구매해야겠습니다.

저는 티켓팅을 하는데 제가 좋아하는 가수들 티켓팅은 주로 인터파크에서 하는데 인터파크에 비해 yes24는 서버속도가 느려요

데스크 리서치 - 설문조사

E. 설문 결과

3. YES24 웹 사이트 메인페이지가 개선되기 위해 무엇이 필요한지 사이트를 확인 후 작성 부탁드립니다!

응답 15개

일단 제가 자주 사용하던 인터파크 도서 사이트보다 디자인이 단조롭다 그리고 연령대별로 추천하는 공간이 있었으면 한다 제 중요한거는 책 말고도 공연 dvd도 있는것같은데 만화책이 없는게 너무 아쉽다 10대들은 만화책을 더 선호한다

깔끔한 메뉴들과 그림들이 있었으면 좋겠어요

메인화면에 무슨 콘텐츠인지 잘모르겠어요, 책 추천해주는것같긴한데 오늘의 책, 지금 이 책 이런식으로 되어있어서 좀더 명확하게 나타내줬으면 합니다.

티켓정보도 나와있으면 좋겠다

확실히 요즘 사이트들 보다 복잡하긴 한거 같은데, 사용할 때에 큰 불편함을 느끼진 않아요. 개선해야 한다면 메인페이지 정리?만 하면 될거 같아요

정리된화면..? 맞춤형 정보 제공..?

데스크 리서치 - 결과

이 설문조사는 메인페이지에 관한 내용을 위주로 사용자들의 의견을 진행 하였다. YES24를 사용해 본 분과 사용한 적이 없는 분을 나누어 진행을 했는데, 주 사용자에 맞춰 사용하지 않으신 분을 위주로 진행하려고 했다. 사용하신 분들에게 무슨 콘텐츠를 많이 사용하나 물었을 때, 많은 콘텐츠들 중 도서 콘텐츠를 가장 많이 사용하고, 영화/공연 티켓을 위해 사용, CD,LP/ DVD 순으로 사용하였다. 콘텐츠나 기능으로는 베스트셀러와 도서 추천콘텐츠에 대한 내용이 가장 많았고, 기타로 좋아하는 장르별 추천 도서라는 콘텐츠도 추가되었으면 좋겠다는 의견이 있었다. 불편한 점에 대해서는 “화면 비율이 너무 작다.”, “불필요한 콘텐츠가 있다.”, “내비게이션이 복잡하다.” 등 현재 현재 메인페이지의 UI가 복잡하다는 의견이 대부분이었다. 메인 페이지는 사용자가 잘 사용하지 않는 문구류에 관한 내용이 가장 크게 위치해 있지만, 영화/공연 티켓 서비스는 맨 하단에 다른 메뉴에 속해 있어 알기 쉽지 않다는 점이 있었다.

사이트를 사용해 보지 않은 분들은 어떤 사이트를 주로 사용하고, 그 사이트를 왜 사용하는지 파악하여, 사용자들이 어떤 이유로 사이트를 사용하는지에 대해 알아보았다. 대부분 할인이벤트나 다양한 콘텐츠가 큰 이유였고, 단순히 인지도 때문에 사용하는 분들도 있었다. 이 질문을 통해 yes24 사이트가 좀 더 메인페이지에 콘텐츠가 확실히 나타나야 겠다는 생각이 들었다. 그리고 YES24 사이트를 사용하지 않는 이유는 단순히 YES24에 대해 알지 못했거나, 사이트의 복잡한 인터페이스 때문이라고 답해주었다. 그러한 점을 생각하며, 메인페이지가 어떻게 개선되어야 할지 물었을 때 콘텐츠 정돈이 필요하고, 맞춤형 정보 제공, 메뉴 재분류 등이 필요하다고 하였다.

설문을 참여해 주신 분들의 공통적인 의견 중 메인 페이지의 추천 콘텐츠는 에디터의 추천이 아닌 사용자의 추천으로 회원가입을 할 때 사용되었던 자신이 관심있는 분야 체크 결과를 통해 추천해주는 콘텐츠가 사용자에게 더욱 친근하게 다가갈 수 있을 거라고 생각이 든다. 사용자들은 자신에게 맞춘 자신을 위한 사이트가 되기를 바라는 것 같았다. 많은 콘텐츠를 전달하는 것 보다, 이 콘텐츠를 어떻게 전달하는지가 중요하다고 생각했고, 사용자는 이 페이지를 좀 더 효과적으로 사용하기 위해 깔끔한 디자인과 정돈된 UI를 보기를 원하는 것 같다. 그래야 내가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있고, 다양한 정보를 쉽게 알 수 있기 때문이다. 지금까지의 결과를 통해 더욱 UI를 편리하게 정리해야겠다는 생각이 든다.

필드 리서치 - 심층인터뷰

주제 : YES24 메인페이지 리뉴얼

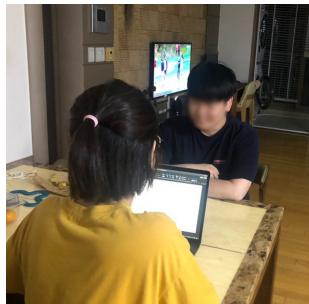
목적 : YES24의 문제점을 알고, 그것을 개선하기 위한 방법을 찾기 위해

대상 : YES24를 사용한 적이 없던 분

인터뷰 질문 :

1. 도서 사이트를 이용할 때 Yes24 사이트를 사용하시나요?
2. 그 이유는 무엇인가요?
3. (웹사이트를 보여주며) 이 사이트를 보았을 때 첫인상이 어땠나요?
4. 개선 되기 위해서 무엇이 필요하다고 생각하시나요?
5. 개선이 된다면 yes24 웹 사이트를 사용하실 의향이 있으신가요?

필드 리서치 - 심층인터뷰



이름 : 정석현

나이 : 24살

직업 : 학생

특징 : Yes24 사이트를 사용한 적 없고, 평소에도 인터넷 서점을 자주 이용하지 않음.

1. 도서 사이트를 이용할 때 Yes24 사이트를 사용하시나요?
 - 아니요. 몇 번 들어본 사이트긴 한데 평소에 사용하지 않아서 잘 몰랐어요. 이번 설문을 통해 도서사이트인걸 알았어요.
2. 그 이유는 무엇인가요?
 - 저는 평소에 도서를 살 때 직접 서점을 가거나, 네이버에서 추천해주는 사이트로 들어가 가장 할인이 많이되는 곳으로 들어가요. 근데 무슨 사이트로 들어갔는지 까지 기억나질 않습니다.
3. (웹사이트를 보여주며) 이 사이트를 보았을 때 첫인상이 어땠나요?
 - 요즘 웹사이트를 잘 몰라서 그런가 제 눈에는 그렇게 복잡하다는 생각은 들진 않는데, 아래 콘텐츠들이 좀 뒤틀린 느낌이 있네요. 어떤 콘텐츠인지 제대로 인지하긴 어려운 것 같습니다. 근데 도서 장르별로 나누어진게 없는 점이 아쉽네요.
4. 개선 되기 위해서 무엇이 필요하다고 생각하시나요?
 - 아까 말씀드렸듯이 메인페이지에 장르별로 추천해주는 콘텐츠가 추가 되었으면 좋겠고, 되게 많은 카테고리가 있는데, 필요한 거만 추리고, 상품위주로 메인페이지에 게시 하는게 좋지 않을까요. 너무 글이 많아서 솔직히 뭐가 뭔진 잘 모르겠어요. 그림도 좀 있고, 책끝을 접다 처럼 동영상으로 책 소개하는 것도 있으면 좋을 것 같아요.
5. 개선이 된다면 yes24 웹 사이트를 사용하실 의향이 있으신가요?
 - 제가 책을 좋아하여 자주 사용하게 된다면, 개선된 사이트를 사용할 것 같아요

필드 리서치 - 심층인터뷰

이름 : 김현민

나이 : 24살

직업 : 학생

특징 : Yes24 사이트를 사용한 적 없고, 평소에 인터파크 도서를 이용함.

1. 도서 사이트를 이용할 때 Yes24 사이트를 사용하시나요?

- 아니요 yes24는 한번도 써보지 않았어요.

2. 그 이유는 무엇인가요?

- 저는 인터파크도서를 주로 이용해서 그곳만 쓰고 있어요. 한번 그 사이트를 쓰다보니 편리한 인터페이스등 장점이 많아서 다른 사이트는 쓰지 않아요.

3. (웹사이트를 보여주며) 이 사이트를 보았을 때 첫인상이 어땠나요?

- 처음 열자마자 눈에서 가장 잘 보이는 위치에 광고창 팝업이 뜨는데... 책 광고이긴 하지만 아... 보기싫다. 저 책은 더 사기 싫다 이런 생각이 들었어요.
책을 홍보할 목적이라면 이미 메인페이지에 많은 배너가 있는데 왜 굳이 팝업 광고까지 띄워서 홍보를 해야했나 싶어요

4. 개선 되기 위해서 무엇이 필요하다고 생각하시나요?

- 우선 대부분의 도서사이트가 비슷한 인터페이스를 가지고 있는 것 같아요 글이 많고... 최대한 많은 정보를 전달 하려고 하는 것 같고... 사실 이게 많은 정보를 전달하기 위해서이지만 사용자 입장에선 더 보기 싫거든요. 인터파크 도서처럼 좀 더 세련되고 깔끔하게 딱 필요한 정보들만 메인페이지에 제공했으면 해요.
비슷한 도서사이트들 사이에서 차별점이 필요할 것 같아요.

5. 개선이 된다면 yes24 웹 사이트를 사용하실 의향이 있으신가요?

- 제가 사용중인 인터파크 도서보다 더 나은 인터페이스가 된다면 당연히 사용할 것 같습니다!

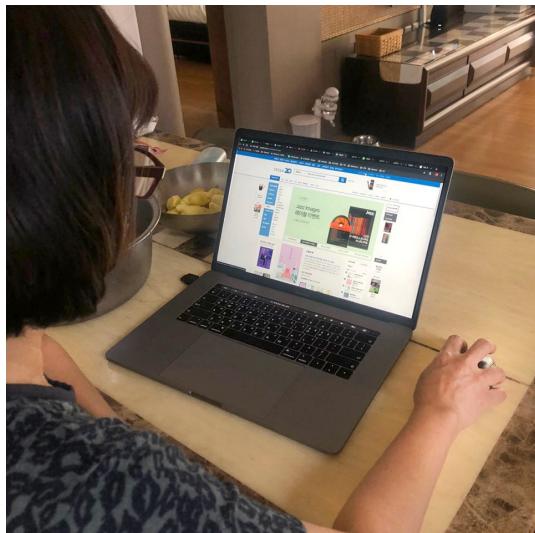
필드 리서치 - 관찰

주제 : YES24 회원가입 페이지 리뉴얼

목적 : YES24 페이지를 처음 사용해 보시는 분에게 회원가입의 불편한 점과 개선되어야 할 점을 찾기 위해서

대상 : YES24를 처음 사용하시는 분

- YES24를 처음 사용하시는 분에게 회원가입 시도를 부탁드려보았다.



관찰 대상자는 엄마이고, 엄마는 평소에 어렵다는 이유로 자신이 직접 인터넷 쇼핑을 잘 하지 않으며, 회원가입 페이지에 대해 어른 분들은 어떻게 생각하시는지 궁금하여 진행하게 되었다.

> 사용 후

- 이용약관 페이지에서 약관동의를 무엇을 선택해야되는지 모른다. (모두선택 버튼이 없어 불편하다)
- PASS 어플에 대해 익숙하지 않아서, PASS로 인증하기가 나와서 불편하다.
바로 문자인증페이지가 바로 나왔으면 좋겠다.
- 회원가입 절차 마지막에 나의 직업과 결혼여부는 왜 물어보는 것인지 모르겠다.
- 최소한의 정보로만 간단하게 진행되었으면 좋겠고, 처음에는 나이대 선택란도 너무 작아서 안보이고, 무엇을 선택해야 될지 크게 나와있으면 더욱 수월하게 진행될 것 같다.

필드 리서치 - 결과

YES24를 사용해 본 적 없는 분을 위주로 심층인터뷰를 진행하게 되었다. 왜 yes24 페이지를 사용하지 않는지에 대해 질문하고, 사이트를 보여주고 느낀 첫인상과 불편한 점이 보인다면, 그 점을 어떻게 해결해야 할지에 대해 질문을 하였다. 대부분 첫인상에 대해서는 막 불편해 보인다고 느끼진 않지만, 팝업창에 대해 거부감과 메인페이지의 배치되는 콘텐츠 정리가 안되어 있다고 생각하는 것 같았다. Yes24 메인페이지에는 오늘의 책, 이날의 책, 화제의 책 등 콘텐츠가 있지만 이들의 차이점을 느끼지 못했고, 오히려 가장 관심이가는 베스트셀러는 우측에 작게 표시되어 있었다. 심지어 콘텐츠가 없는데도 빈 화면으로 띄어놓은 콘텐츠가 있었다. 내용이 없음에도 불구하고 이러한 콘텐츠들은 삭제해야 될 것 같다. 그리고 아까 두번째 인터뷰를 했던 분이 말씀했던 것처럼 팝업창은 메인페이지에 들어왔을 때 가장 먼저 보이는 창이다. 그런데 배너에도 동일한 팝업창이 존재한다. 할인 이벤트나, yes24에 대해 정보를 전달해야 할 때 팝업창을 써야 될 거 같다. 그리고 두 분의 인터뷰에서 말했던 것처럼 사이트의 차별성이 필요하다고 느꼈다. 인터파크 도서는 브랜드 만의 뚜렷한 색감과 깔끔한 UI로 전달이 되지만, yes24는 그렇지 못하다고 느꼈다. 정말 많은 콘텐츠를 담고 있는 사이트인데, 잘 전달되지 않은 듯한 느낌이라 책에 대한 콘텐츠(베스트셀러, 장르별 추천 등)를 메인페이지에 정돈하고, 회원가입할 때 사용자의 취향을 분석하여 맞춤 콘텐츠도 있으면 좋겠다는 생각이 들었다. 요즘 넷플릭스나 유튜브 등 사용자가 보는 장르를 분석하여 맞춤형 서비스를 제공하는데, 도서 서비스에도 그러한 기능이 있다면, 사람들이 좀 더 쉽게 책에 다가갈 수 있을 거란 생각이 들었다. 인터뷰를 통해서 나도 yes24웹사이트를 분석하기에 도움이 되었고, 사용자들은 자신에게 맞춰주는 콘텐츠를 원하고, 그런 서비스들이 좀 더 쉽고, 편리하게 다가오길 원하는 것 같다.

회원가입 페이지는 대부분 처음 사이트에 들어온 사람이 사용하게 되는 페이지이므로 YES24 사이트를 한번도 사용해 보지 않은 엄마에게 부탁을 드렸다. 엄마는 평소에 컴퓨터를 다룰 줄은 알지만, 글이 많아 복잡하다고 많이 사용하시지 않는다. 이번 회원가입을 하는 과정을 관찰하면서 나에게 도움을 청하거나, 해매고 있던 부분을 사용 후 문제점으로 작성해 보았다. YES24 회원가입 페이지는 회원을 구분하고 있고, 본인인증 절차에는 휴대폰 인증, I-pin인증 간편 인증 절차로 SMS인증, 이메일 인증 이렇게 나누어져 있다. 엄마는 휴대폰 인증으로 진행하셨지만, 나중에 간편 인증 절차에 대해 말씀드렸더니, 간편 인증이 좀 더 쉽다고 말씀해 주셨다. 본인인증 절차를 없애도 되겠다고 말씀해 주셨고, 진행하는 과정에서 휴대폰 인증을 하실 때 바로 문자 인증이 아닌 PASS앱 인증으로 넘어간다. 이런 부분을 확인하지 못하고, 진행하게 되면 다시 뒤로 가서 문자인증으로 진행해야 하는 것이 불편하다고 하셨다. 회원가입은 나의 정보 철저히 지켜지고, 최소한의 절차로 진행되었으면 좋겠고, 주변에 헷갈리는 요소 없이 깔끔하게 진행되면 훨씬 편하게 회원가입을 할 수 있을 것 같다.

주 사용자의 니즈 • 원츠 도출

> 니즈

- 누구든 편리하게 원하는 메뉴를 보는 것
- 깔끔하게 정돈된 메인 페이지 보기
- 메인화면에서 여러 콘텐츠의 정보를 받기
- 나의 상태와 취향에 맞춘 콘텐츠
- 최소한의 절차와 정보로 회원가입이 진행

> 원츠

- 메뉴 카테고리 재 분류
- 메인 화면에 중요한 정보 순으로 나열된 콘텐츠
- 사용자 맞춤 추천 도서 서비스
- 글로벌 내비게이션 및 이벤트 배너 위치 변경
- 불필요한 회원가입 절차 제거

- 단행본

웹사이트 내비게이션(Website Navigation)

이슈

내비게이션은 메뉴의 이름만 보고도 원하는 기능을 쉽고 빠르게 찾을 수 있어야 함 - 단순히 단어 나열이 아닌, 사용자의 액션을 중심으로 구성
수많은 기능과 다양한 옵션을 사용자가 이름만 보고도 한번에 알아볼 수 있도록 분류를 해야 함.

실전 UX 디자인 – 내비게이션의 미학

웹 애플리케이션을 처음 사용할 때, 필요한 메뉴를 쉽게 찾으려면 사이트가 어떻게 구성되어 있는지 잘 알아야 한다. 사이트에 적응하는 처음의 몇 분간은 첫인상이 결정되는 중요한 순간이다. 메뉴가 너무 복잡하고 이해가 되지 않으면 사용자는 쉽게 짜증을 낸다. 메뉴의 이름만 보고도 원하는 기능을 쉽고 빠르게 찾을 수 있어야 한다. 사이트에 처음 접속한 사용자는 어떤 메뉴가 있는지 대충 사이트를 둘러 본다. 홈페이지의 회사 정보를 찾는 사용자라면 '회사소개'라든가 '안내'같은 메뉴를 찾아볼 것이다. 관련 없는 메뉴는 건너뛰면서 탐색하다가 필요한 정보를 찾으면 좀 더 자세히 살펴보게 된다.

일단 페이지를 전체적으로 훑어보면서 원하는 정보가 있을 법한 부분을 찾는다. 특정 영역은 좀 더 깊이 들여다보면서 필요한 내용을 찾아본다. 이렇게 탐색을 계속하다 보면 찾고 있던 정확한 정보를 발견하게 된다.(특별히 찾는 정보 없이 웹 서핑을 하는 경우라면 좀 더 시선을 끄는 흥미 정보 위주로 탐색한다.) 이렇게 사이트에 적응하는 과정은 매우 중요하다. 홈페이지를 처음 들어왔을 때 뿐만 아니라 사이트에 충분히 익숙해진 후에도 꼭 필요한 과정이다. 필요한 정보를 다시 확인하거나 원하는 기능을 찾을 때는 중요한 역할을 하기 때문이다. 논리적으로 잘 구성된 내비게이션은 사이트에 필수적인 요소다. 내비게이션 메뉴를 시스템 구조에 따라 구성해서는 안된다. 대신 사용자의 기준에 맞춰 쉽게 이해할 수 있는 구조로 구성해야 한다. 인지하는 내용을 잘 반영해야 하기 때문이다.

메뉴를 선택하는 것은 단순히 버튼을 클릭하는 데서 그치는 것이 아니다. 메뉴를 한 번 선택하고 나면 이어서 필요한 내용을 입력하고 아이콘을 드래그하는 등 더 많은 기능을 사용하려는 것을 의미한다. 내비게이션 메뉴도 단지 버튼 몇 개 나열돼 있는 것이 아니다. 수많은 기능과 다양한 옵션을 담고 있는 계기판과 조정석 같은 것이다. 자동차에서는 운전석에 앉아 차를 운전 하듯, 웹 애플리케이션에서는 내비게이션 메뉴로 소프트웨어를 운전하는 셈이다. 누가 시키는 대로만 일하고 싶어하는 사람은 없다. 스스로 작업을 하고, 소프트웨어를 직접 컨트롤하고 싶어한다. 소프트웨어가 사용자에게 명령해서는 안된다. 이런 기본적인 내용을 반영하지 못하면 사용자에게 외면 받기 일쑤다. 유명한 소프트웨어를 살펴보면 사용자 중심으로 구성된 내비게이션을 쉽게 찾아볼 수 있다. 마이크로소프트 워드나 어도비 일러스트레이션의 메뉴는 '편집하기'라든가 '보기' 같은 말로 구성돼 있다. 사용자가 직접 컨트롤하는 액션을 표현한 것이다. 내비게이션 메뉴는 단순히 단어를 나열하는 것이 아니라 사용자의 액션을 중심으로 수정해야 했다. 사용자가 사이트에 쉽게 적응하고 원하는 정보와 기능을 빨리 찾을 수 있어야 한다. 필요한 메뉴를 찾는데 어려움을 겪는다면 사용자는 곧 사이트를 떠나버릴 것이다. 명쾌한 내비게이션은 사이트의 기능과 사용법을 소개하는데 필수적인 요소이다. 3장에서는 사용자의 액션을 중심으로 한 내비게이션 메뉴를 살펴봤다. 메뉴 이름을 보는 것만으로도 어떤 기능을 하는 메뉴인지, 사용자가 어떤 작업을 할 수 있는지 쉽게 알 수 있도록 디자인해봤다. 사용자가 운전석에 앉아 소프트웨어를 조작하고 명령하는 듯한 느낌도 전달해줬다.

내비게이션을 디자인할 때는 항상 사용자를 중심으로 생각해야 한다. 사용자가 바로 운전자이기 때문이다.

출처 : 로버트 후크만 주니어, 「31가지 사용자 경험 시나리오로 배우는 실전 UX 디자인」, 에이콘출판, 2010, 27쪽, 29쪽, 33쪽

- 잡지

웹사이트 리뉴얼(Website Renewal)

사례

아모레퍼시픽 웹 사이트가 두번째로 리뉴얼됨. 리뉴얼의 핵심키워드는 '선택과 집중'이며, 필요없는 메뉴는 덜어내고 프로젝트와 콘텐츠를 부각시키는데 주력함.
메인 페이지 상단에 명언이 타이핑 되는 콘셉트가 눈길을 끔.

선택과 집중! 아모레퍼시픽 디자인센터 웹사이트 리뉴얼



아모레퍼시픽 디자인센터 웹사이트가 최근 대대적인 공사를 마쳤다. 역대 두 번째로 진행한 이번 리뉴얼의 핵심은 '선택과 집중'. 디자이너들의 다양한 의견을 수렴해 조회 수가 적은 메뉴와 페이지는 과감히 덜어내고 프로젝트와 콘텐츠를 부각시키는 데 주력했다. 메인 페이지 상단은 알바르 알토, 디터 람스, 페르디난트 포르세 등 유명 디자이너 및 혁신가의 명언이 타이핑 되는 콘셉트로 눈길을 끈다. 신제품, 공간, 컬래버레이션 프로젝트 등을 소개하는 하위 페이지는 명료하게 정리한 디자인 프로세스와 스토리로 아모레퍼시픽의 실험과 도전을 효과적으로 전달한다. 'ARITA' 메뉴에서는 전용 서체 아리따를 직접 타이핑하며 체험할 수 있는데 이는 메인 페이지 상단과 자연스러운 연결 고리를 만든다. 이 웹사이트는 시간이 지나도 가치 있는 디자인을 지향하는 센터의 역사를 담아내는 아카이빙 플랫폼 역할을 하게 된다.

기획 아모레퍼시픽 디자인센터(센터장 허정원) 디자인 전강환(아모레퍼시픽 디지털디자인팀)
프로젝트 기간 2019년 1~6월

월간디자인 2019년 8월호
@design.co.kr

출처 : 최명환, 디자인하우스 월간디자인 2019년 8월호, "웹사이트 리뉴얼" http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/107/80117?per_page=1&sch_txt= 2019.11.03

- 통계

인터넷 서점 이용 증가

사례
통계

2018년도 6대 대형 온·오프 서점의 매출액과 영업이익 증가, 온라인 전문 3사와 오프라인 3사의 매출액과 영업이익 격차가 더 벌어짐.

커다란 국제스포츠 행사와 굵직한 정치·외교적 행사에도 출판·서점 업계가 비교적 선전, 서적류 온라인 쇼핑 거래액 증가

2018년 출판시장 통계

기업명	2018년					2017년		
	매출액	증감률	영업이익	증감률	영업이익률	매출액	영업이익	영업이익률
교보문고	568,448	4.3	4,958	-10.8	0.87	545,006	5,556	1.02
예스이십사	485,629	10.4	1,779	-32.3	0.37	439,735	2,628	0.60
알라딘	356,292	10.1	16,739	29.5	4.70	323,669	12,930	3.99
인터파크 도서	188,010	19.2	12,211	흑자전환	6.49	157,765	-9,471	-6.00
영풍문고	144,304	5.7	4,001	63.6	2.77	136,502	2,446	1.79
서울문고	82,685	-25.1	687	458.5	0.83	110,455	123	0.11
합계	1,825,368	6.6	40,375	184.1	2.21	1,713,132	14,212	0.83
온라인 전문 3사 소계	1,029,931	11.8	30,729	404.8	2.98	921,169	6,087	0.66
온 오프라인 3사 소계	795,437	0.4	9,646	18.7	1.21	791,963	8,125	1.03

0.66%에서 2018년 2.98%로 크게 높아졌으나, 온·오프 병행 3사의 영업이익률은 2017년 1.03%에서 2018년 1.21%로 조금 높아졌다.

2017년 1월에 부도를 냈던 송인서적은 회생절차를 종결(2017. 11. 28.)하고 인터파크에 인수돼 사명을 '(주) 인터파크송인서적'으로 바꾸고 영업을 정상화하였다. 2017년에는 외감법인인 웅진북센과 북플러스, 그리고 특수법인인 한국출판협동조합이 송인서적의 부도에 따른 반사이익으로 특수를 누렸으나, 2018년에는 인터파크송인서적이 이전의 실적을 일부 회복하였다. 2018년 인터파크송인서적의 매출액은 254억 원으로 부도가 났던 2017년(56억 원)보다는 크게 성장하였으나, 부도 직전인 2016년의 연간 매출액(약 539억 원)의 절반 수준에 그치고 있다.

1

출처 : 사랑과 평화, 한국출판저작권연구소, "인터넷 서점 이용 통계자료"

<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=parkisu007&logNo=221519850706&redirect=Dlog&widgetTypeCall=true&directAccess=false> 2019.11.03

- 통계

인터넷 서점 이용 증가

사례
통계

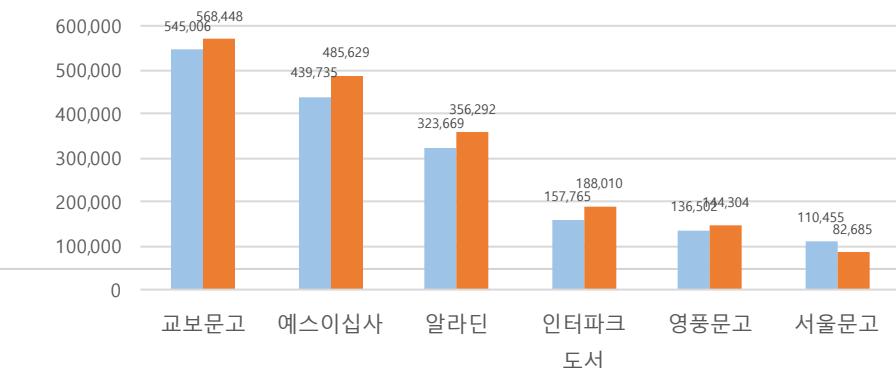
2018년도 6대 대형 온·오프 서점의 매출액과 영업이익 증가, 온라인 전문 3사와 오프라인 3사의 매출액과 영업이익 격차가 더 벌어짐.

커다란 국제스포츠 행사와 굵직한 정치·외교적 행사에도 출판·서점 업계가 비교적 선전, 서적류 온라인 쇼핑 거래액 증가

2018년 출판시장 통계

전년도 매출액 비교

■ 2017 ■ 2018



2018년에는 평창 동계올림픽(2월)과 러시아 월드컵(6월) 같은 커다란 국제 스포츠 행사가 열리고, 남북 정상회담과 북미정상회담, 전국 동시 지방선거 등 굵직한 정치·외교적 행사와 사건이 많았다.

통계청의 조사에 따르면, 2018년 서적출판업의 생산지수(경상지수)는 89.8로 2017년(87.2) 대비 3.0% 증가하였다.

2018년 서적류의 온라인 쇼핑거래액은 1조 8,211억원으로 2017년보다 8.3% 증가하였다.

서적문구류 소매판매액(서적과 문구 포함)은 7조 2,496억원으로 2017년보다 5.7% 증가하였다. 서적문구류 소매판매액에 주요 서점(6사)의 매출액(전년대비 6.6% 증가)이 포함된 것을 감안하면, 주요 6대 서점을 제외한 중소형 서점도 5.7%보다 낮은 범위에서 매출액이 증가하였을 것으로 추정된다.

2018년에 주요 출판사 매출액(+0.9%), 주요 서점의 매출액(+6.6%)이 2017년보다 증가하고, 서적출판업 생산지수(+3.0%), 온라인쇼핑 거래액(+8.3%), 서적문구류 소매판매액(+5.7%)이 각각

2017년보다 증가한 것은 출판업계와 서점업계가 어려운 환경 속에서도 상당히 선전한 것으로 평가할 수 있다.

2018년 책의 해를 맞아 다양한 사업을 펼치고, 2018년 7월 1일부터 도서구입비 소득공제제도를 시행한 것도 긍정적인 기여를 했을 것으로 풀이된다.

2

출처 : 사랑과 평화, 한국출판저작권연구소, “인터넷 서점 이용 통계자료”

<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=parkisu007&logNo=221519850706&redirect=Dlog&widgetTypeCall=true&directAccess=false> 2019.11.03

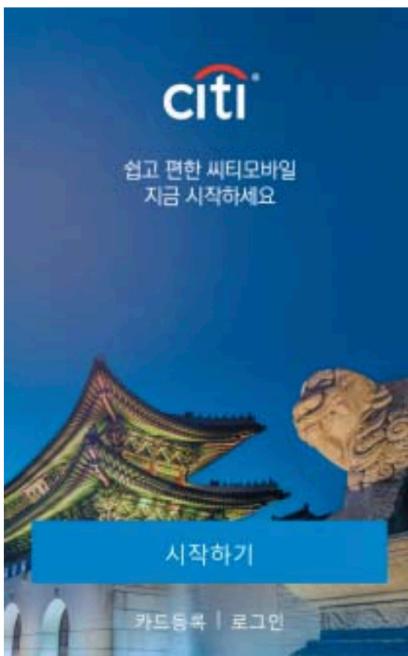
- 신문

간편가입서비스

사례

한국씨티은행의 어플리케이션은 작년에 간편 회원가입 서비스를 출시했고, 본인 계좌 정보 확인까지 쉽게 진행되도록 함
스마트간편결제 서비스는 온라인 가맹점에서 6자리 비밀번호만으로 원클릭 결제 가능

30초만에 회원가입 및 계좌정보 확인



한국씨티은행(은행장 박진회)의 '씨 티모바일'은 앞서 '스냅샷' 간편이체, 서비스 등을 선보였고, 작년에는 간편 회원가입 서비스를 출시, 단 30초 만에 빠르게 회원가입 및 본인 계좌 정보 확인까지 가능케 했다. 계좌가 없는 고객의 경우에는 모바일로 회원가입 후 바로 계좌 개설, 신용카드 및 대출 신청까지 가능하다. '스마트간편결제'에 신용카드를 등록 하면 온라인 가맹점에서 단지 6자리 비밀번호만으로 원클릭 결제가 가능하다. 고액 자산 고객들이 앱에 로그인할 때는 WM 대시보드로 본인이 투자하고 있는 투자상품, 예금 등의 정보와 수익률 등을 일목요연하게 보여준다. 변화무쌍한 투자 환경에 빠르게 대응하도록 포트폴리오 리뷰 서비스도 함께 제공한다. 한국씨티은행 관계자는 "올해에는 상품 교차 판매 및 계좌 이체 서비스 개선에 집중할 것이며, 안전하고 편리한 글로벌 디지털 인증 솔루션의 도입과 최상의 고객서비스를 계속 제공할 것"이라 밝혔다.

출처 : 강동현, 「30초만에 회원가입 및 계좌정보 확인」, 조선일보, 2019.04.09,E02면

- 신문

간편 로그인 서비스

사례

삼성카드 어플리케이션은 간편 인증을 도입하여, 별도의 회원가입과 로그인 없이 편리하게 주요 서비스들을 이용할 수 있게 함.

자동 로그인 기능을 도입하며, 편의성 향상. "챗봇 샘"을 이용한 업무 간편 이용

별도의 로그인 없이 주요 서비스 이용



삼성카드(대표 원기찬)의 '삼성카드' 앱은 오픈형 간편인증을 도입, 별도의 웹 회원가입과 로그인 없이 편리하게 주요 서비스들을 이용할 수 있도록 했다. 또 자동 로그인 기능을 도입함으로써 편의성을 향상시켰다. 이 밖에도 앱이나 홈페이지 모두 로그인 전에도 전체적 메뉴 구성과 콘텐츠를 미리 알 수 있도록 UX와 UI도 개선했다. 삼성카드는 최근 PC 및 모바일 홈페이지, 앱에서 언제 어디서나 쉽게 이용할 수 있는 AI 기반 '챗봇 샘'을 오픈했다. 고객들은 '챗봇 샘'을 통해 카드 추천 및 신청, 이용내역 조회, 즉시 결제 신청, 결제 정보 조회 및 변경, 금융상품 신청, 가맹점 조회 등 모든 분야의 업무를 쉽고 간편하게 이용할 수 있다. 그 뿐만 아니라 콜 센터 상담원, 모집인 지원 등의 업무에도 '챗봇 샘'을 적용, 업무 효율을 높였다. 삼성카드 관계자는 "선도적인 디지털 및 빅데이터 분석 역량을 지속 발전시켜 미래 핵심 경쟁력을 확보하고 고객들이 체감할 만한 실질적인 혜택을 제공할 것"이라 밝혔다.

출처 : 박금지, 「별도의 로그인 없이 주요 서비스 이용」, 조선일보, 2019.04.09,E02면

- 논문

웹사이트 디자인(Website Design)

이슈/동향

연구 결과에 따르면 웹사이트 디자인의 창의성이 높아질수록 사용자들은 높은 구매 의사와 재방문의사를 나타냄

웹사이트 사용에서 느끼는 내재적 즐거움이 소비자의 구매 의사와 재방문의사를 높이는 데 중요한 역할을 하는 것을 확인

웹사이트 디자인의 창의성에 관한 연구

Zeng(2008)의 연구에 따르면 웹사이트 디자인의 창의성이란 적절한 새로움을 바탕으로 소비자의 즐거움을 이끌어내는 웹사이트에 대한 소비자들의 주관적인 판단이라고 한다 (Zeng & Salvendy 2008). 이러한 이해를 바탕으로 본 연구는 웹사이트의 디자인과 창의성을 연결하고 웹사이트 디자인의 창의성이 소비자의 소비행태에 끼치는 영향을 확인하고자 한다.

Im and Workman(2004)의 연구에 따르면 창의성은 독창성(Novelty)과 의미성(Meaningfulness) 두 요소로 구성된다. 이는 제품의 창의성이 타제품에 비해 더 독창적이고 목표 고객에게 얼마나 의미성을 갖는지가 중요하기 때문이다 (i.e., Sethi, Smith, and Park 2001; Im and Workman 2004). 여기서 언급되는 독창성(Novelty)이란 타제품에 비교하여 소비자가 얼마나 제품에 대해 새롭고 다르게 느끼는지에 대한 정도를 나타내며 독창성의 정도가 높을수록 제품의 매력과 비범함은 높아진다 (Im, Bhat, and Lee 2015). 반대로 의미성(Meaningfulness)은 목표 고객에게 제품이 얼마나 쓸모 있고 가치 있게 느끼는지를 나타낸다. 이때, 제품의 의미성이 높을수록 기능적으로 뛰어나고 소비자의 기대감과 만족감을 충족시켜 줄 수 있다 (Im et al.2015). 이에 본 연구에서는 창의성의 두 요소인 독창성과 의미성을 웹사이트 디자인에 적용하여 소비자의 소비행태에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 독창성을 소비자가 경험한 기준의 웹사이트 디자인에서 벗어나 새로운 경험을 제공하는 웹사이트 디자인의 독창성으로 정의하였고, 의미성은 타 사이트에 비해 사용하기 쉬운 디자인적 요소를 제공하여 소비자들이 웹사이트 사용에 있어 좋은 경험을 제공하는 유용성으로 정의하였다.

내재적 즐거움(intrinsic enjoyment)은 사람에게 내적 동기부여를 일으켜 새로운 기술을 습득하는 데 큰 도움을 준다(Davis 1992). 특히 기존 연구에서 내재적 즐거움은 오프라인 쇼핑과 관련해서 매우 중요하게 다루어 졌었다. (Blakely and Sekely 1994). 최근 연구에 따르면 내재적 즐거움은 오프라인 쇼핑뿐만 아니라 온라인 쇼핑에서도 사용자들에게 웹사이트에 대한 태도, 브랜드에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. (Eighmey 1997, Jarvenpaa and Todds 1997, Childers et al 2001). 여기서 언급되는 내재적 즐거움은 몰입(flow)이라는 개념에 있는 구성요소 중 하나인데 몰입(flow)이란 어떠한 것도 신경 쓰지 않고 사람이 특정 활동에 몰입하고 관여하고 있는 상태로 정의 한다 (Csikszentmihalyi 1990). 현재 몰입(flow)과 관련된 연구들은 기술 수용 이론 (technology acceptance theories)에 매우 중요한 주제로 다루어지는 연구이다. 이 때문에 기존 연구에서 몰입(flow)은 인간-컴퓨터 상호 작용과 관련하여 사람들의 온라인상의 행동 패턴에 대하여 깊게 연구되었다 (Ghani 1991, Trevino and Webster 1993). 연구자들은 온라인 쇼핑에 대한 몰입(Flow)의 구성요소 중 집중도(concentration)와 내재적 즐거움(intrinsic enjoyment) 그리고 호기심(curiosity)이 소비자들의 높은 구매율과 재방문을 유도한다고 주장하였는데, (Ritu, 2000), 그 중에서도 소비자의 내적 즐거움이 온라인 사용 몰입에 매우 중요한 핵심 구성요소가 된다고 주장하였다 (Trevino and Webster 1993). 그 이유는 높은 내재적 즐거움이 사용자의 행동에 연속성을 부여하고 사용자로 하여금 그 시간이 매우 의미 있다고 인식하게 만들어주기 때문이다 (Agarwal & Karahannel 2000). 이렇게 소비자의 인식에 중요한 영향을 끼치는 내재적 즐거움은 디자인과도 관련성이 매우 높은데 그 이유는 웹사이트의 디자인이 소비자의 인지 작용에 큰 영향을 미치기 때문이다 (Lavie & Tractinsky 2004). 결국, 좋은 웹사이트 디자인은 소비자로 하여금 내재적 즐거움을 증가시키고 소비행태에 긍정적인 결과로 이어질 수 있다 (Cyr et al. 2006).

1

출처 : 김진석, 「웹사이트 디자인의 창의성에 관한 연구 : 인터넷 쇼핑 웹사이트를 중심으로」 (연세대학교 학술정보원, 2018)

- 논문

웹사이트 디자인(Website Design)

이슈/동향

이에 본 연구는 웹사이트 디자인의 창의성에 따라 사용자들의 구매 의사와 재방문의사에 차이가 있음을 검증하고, 웹사이트 사용 시에 느끼는 내재적 즐거움이 위 관계에 어떠한 영향을 미치는지 알아봄.

웹사이트 디자인의 창의성에 관한 연구

질문	답변
웹사이트를 제작할 때 있어서 중요시 여기는 부분이 있나요?	유저들이 사용하기 편한 User Interface를 제공해야함
웹사이트 제작할 때 '창의성'을 어떻게 고려하나요?	디자인 면에서는 다른 웹사이트와 차별화된 창의적인 UI가 필요하지만 기존틀에서 크게 벗어나진 않는다. 특색을 추구하지만 접근성 유지가 중요
	어떤 디자인, 레이아웃으로 하면 잘 전달이 될까 하는 창의적인 접근에서부터 시작해, 디테일한 터치가 웹사이트의 질을 좌우한다고 생각함
과거에는 웹사이트 제작에 어떤 점이 중요하게 고려되었다면 앞으로는 어떠한 측면이 중요시 될까요?	과거에는 pc기준 이었지만 지금은 모바일 기준이 더 중요해졌다. 해상도 메뉴와 컨텐츠 배열이 모바일 위주로 가로보단 세로를 기준으로 디자인을 많이 한다.
당신의 생각에 웹사이트의 어떠한 요소가 고객들의 구매의사와 재방문 의사에 좋은 영향을 끼칠까요?	관객과 소통할 수 있는 디자인적 요소가 필요함. 특히 웹사이트의 구조가 내가 원하는 컨텐츠에 맞게 잘 구성이 되어야한다.

본 연구는 웹사이트 디자인의 창의성이 소비자들에게 미치는 영향을 확인하기에 앞서 실제 기업에서 일하는 디자이너와 웹 개발자 5명을 대상으로 면 대면 심층 인터뷰를 통한 질적 연구를 실행하였다. 인터뷰는 웹사이트 제작 및 디자인과 관련된 5개의 질문을 바탕으로 총 10분간 진행되었다.

심층 인터뷰를 진행한 결과 5명의 웹사이트 제작 및 디자인 전문가들은 웹사이트 디자인의 창의성에 대해 공통적인 의견을 내놓았다. 첫째, 웹사이트의 창의적인 디자인은 타 사이트에 대한 차별점을 주어 경쟁력을 올려준다.

둘째, 하지만 지나친 창의성은 사용자로 하여금 불편함을 제공하고 편의성을 떨어트리기 때문에 콘텐츠에 잘 맞는 적절한 창의적인 디자인을 제공해야 한다. 이에 본 연구는 인터뷰를 바탕으로 웹사이트 디자인의 창의성을 구성하는 독창성(novelty)과 의미성(meaningfulness)이 소비자의 소비행태에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고 소비자들이 웹사이트 사용 시 느끼는 내재적 즐거움이 앞선 관계에 미치는 매개효과를 확인하고자 한다.

- 포스트(온라인)

사용자 맞춤형 콘텐츠

사례

넷플릭스는 가입하는 순간 내가 재미있게 본 콘텐츠를 고르며, 알고리즘이 시작. 취향 저격 콘텐츠들을 나열함으로써 내가 찾아보지 않아도, 원하는 콘텐츠를 볼 수 있어, 계속 사이트를 사용하게 됨. 수많은 콘텐츠 속 새로운 콘텐츠를 발굴하는데 여전히 노력 중임.

당신의 취향을 찾아줍니다. - 넷플릭스 추천 알고리즘의 비밀



넷플릭스(Netflix)가 국내 시장에서 본격적인 활동을 시작하며 글로벌 플랫폼(Global platform)에 대한 국내 방송 업계의 견해가 서로 엇갈린다. 혹자는 넷플릭스가 국내 콘텐츠 제작 환경을 개선하고 글로벌 시장으로 진출할 수 있는 좋은 기회를 마련할 것이라고 기대한다. 또 다른 입장은 넷플릭스가 국내 방송 시장을 독점하여 이른바 '넷플릭스의 하청업체'로 전락될 가능성과 나아가 문화적인 종속까지도 우려한다. 이처럼 방송 업계에서 사업자들은 저마다 첨예한 이해관계 속에서 넷플릭스의 활동을 받아들이고 있지만, 모두가 글로벌 플랫폼에 대한 현실적인 위기 상황은 공감하는 모습이다. 그럼 과연 넷플릭스의 힘은 어디에서 나오는가? 연간 8조 원의 콘텐츠 투자액이 아니라 그건 바로 추천의 기술, 추천 알고리즘일 것이다.

가입하는 순간 당신은 당신도 몰랐던 당신의 진짜 모습을 마주하게 된다. 우선 재미있게 보았던 콘텐츠를 3개 고르는 것에서

부터 태그와 알고리즘이 시작된다. 태그는 주로 구체적이고 설명적인 키워드이다. 눈물자극, 감성 충만, 아드레날린 폭발, 몰입감 최고, 고통받는 천재, 실화 바탕과 비슷한 콘텐츠, 취향 저격, 흥미진진, 감정 풍부 등으로 태그들이 남겨진다. 각 콘텐츠마다 갖고 있는 태그 중에서, 위에서 내가 골랐던 3개의 콘텐츠 사이 일치도가 높은 것 위주로 콘텐츠를 먼저 보여주며 개별 홈 화면이 구성된다. 여기서부터 추천의 시작이다.

추천 기술의 진화 ; 세상을 나누는 기준, 취향 저격, 넷플릭스는 어떻게 일억오천만 명의 전 세계 이용자를 대상으로 전혀 다른 홈 화면을 구성해서 제안하고 개인 맞춤형 콘텐츠를 추천할까?

그동안 대부분 인구통계학적 1차적 기준에 따라 고객 데이터를 나누고 최근 이용 콘텐츠에 따라 맞춤 추천을 해주었다. 사실 넷플릭스도 2016년까지는 지역별로 취향을 구분하고 제안했었다. 선호하는 콘텐츠, 시청 시간, 이용 시간, 장르, 최근 본 콘텐츠 등을 분석하여 취향을 체계적으로 분류하고 있다.

아시아, 태평양 지역으로 발을 넓힌 넷플릭스는 '콘텐츠 흥수' 속 새로운 콘텐츠를 발굴하는데 힘을 쓰는 중이다. 넷플릭스 CEO 헤이스팅스는 "우리는 한국을 비롯한 아시아, 전 세계의 뛰어난 이야기와 위대한 이야기들을 찾아내 투자하고 있다"며 "현재 1억 3000만 여 명이 넷플릭스를 이용하지만, 유튜브 이용자가 넷플릭스의 7배가 넘는 등 여전히 작은 규모다. 이야기는 다양한 문화 방식으로 살아가는 사람들이 결국에는 비슷한 꿈과 생각을 가졌다는 것을 깨닫게 해 주며 연결해준다. 그 이야기를 넷플릭스가 제공하겠다"라고 포부를 밝혔다. 넷플릭스 알고리즘 핵심은 인공지능의 미러 이론과 같다. 인간의 내면을 좀 더 들여다보는 것에서 넷플릭스 알고리즘 핵심은 인공지능의 미러 이론과 같다. 인간의 내면을 좀 더 들여다보는 것에서부터 시작한다. 그들의 접점은 아마도 이리지 않을까.

출처 : 잠꾸러기 텐스, "넷플릭스 맞춤형 콘텐츠", <https://brunch.co.kr/@summer9461/35> 2019.11.03

- 뉴스(기타)

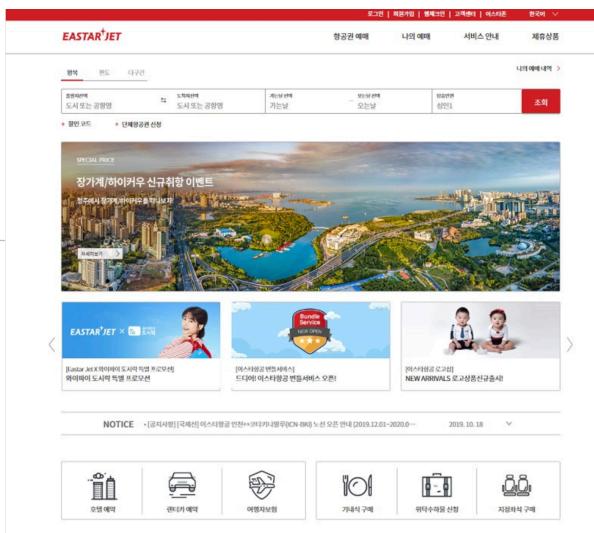
웹사이트 리뉴얼(Website Renewal)

사례

이스타항공 메인페이지 리뉴얼. 사용자들의 이용패턴을 분석해 주요 서비스를 재배치하여, 직관적이고, 편의성을 개선한 메인 디자인을 구성.
이벤트를 앞두고 접속이 몰릴 것을 대비하여 고려한 개선 작업.

이스타항공, 홈페이지 리뉴얼 디자인 오픈

18일 홈페이지 메인페이지 리뉴얼 디자인 선보여



이용자 패턴 분석을 통해 직관적이고 체계적인 홈페이지 구성에 초점이스타항공이 10월 18일부터 새로운 홈페이지 메인 페이지 디자인을 적용했다.

이스타항공은 홈페이지 사용자들의 이용패턴을 분석해 항공권 예매, 예매현황, 부가서비스, 제휴상품 소개 등 주요 서비스를 상단 메뉴에 배치했다.

또한 바로 예매할 수 있는 예매 조회서비스를 메인 상단에 배치해 직관적이고 사용자 편의성을 개선한 홈페이지 메인 디자인을 구성했다. 이스타항공의 이번 디자인 개편은 이달 말 오픈 예정인 연중 최대 특가 이벤트 '레드페스타(RED FESTA)'를 앞두고 많은 고객들의 접속이 몰릴 것을 대비해 한층 이용자 편의성을 고려한 개선 작업이다.

한편, 이스타항공은 지난해 8월 항공업계 최초로 AWS 클라우드 서버로 100% 모든 시스템을 전환해 평소보다 20배 이상 순간 트래픽이 급증하는 상황에도 안정적인 서비스를 제공할 수 있다.

출처 : 김종현, 「이스타항공, 홈페이지 리뉴얼 디자인 오픈」, 대한일보, 2019.10.18

시사점

오늘날 웹사이트는 굉장히 사용자 중심의 콘텐츠와 빠른 절차를 중요시 생각하는 것 같다. 통계자료를 보면 인터넷 서점 사용률이 작년보다 증가했다는 자료이다. 현재 사용자들은 인터넷으로 많은 것을 해결하고 있으며, 오프라인 서점은 사용률이 증가되지 않는다고 한다. 많은 사용자들이 사용하고 있으며, yes24 홈페이지가 인터파크 다음으로 많은 사용자를 보유하고 있다. 이런 사이트를 리뉴얼하기 위해 단행본에서 찾아본 웹사이트 내비게이션은 비록 2010년도에 발행된 책이지만, 분류를 하기 위해 잘 정리되어 있다고 생각하여 가져오게 되었다. 간단하게 분류만 하면 된다고 생각했던 내비게이션은 사용자가 직접 컨트롤하는 액션을 표현하여, 쉽게 접근할 수 있도록 분류되어야 한다. 그래야 메뉴 이름을 보는 것 만으로도 어떤 기능을 하는 메뉴인지, 어떤 작업을 할 수 있는지 쉽게 알 수 있게 된다. 사용자는 자신이 원하는 메뉴를 찾지 못하면, 불편함을 느끼게 되고, 어려움을 겪게 된다면 곧 바로 사이트를 떠나 버리게 된다. 그래서 내비게이션은 사용자를 위해 중요하게 설계되어야 하는 것 같다.

잡지와 뉴스에서 웹사이트가 리뉴얼 된 사례들을 가지고 왔다. 이 사례의 차이점은 잡지에 나온 사례인 아모레퍼시픽 웹사이트는 선택과 집중이 키워드로 굉장히 미니멀하고, 깔끔한 디자인으로 사용자가 좀 더 사이트 콘텐츠에 집중할 수 있도록, 불필요한 메뉴들을 과감히 삭제했다. 과감한 선택이지만 이로써 굉장히 깔끔한 느낌을 주고, 필요한 콘텐츠만 우측 상단에 햄버거메뉴로 정리되어 있어 메인페이지에 완전히 집중이 된다. 하지만 뉴스에 나온 사례는 이스타항공 웹사이트로 사용자들의 이용패턴을 분석하여, 가장 필요한 메뉴를 상단에 배치하여, 곧 이벤트를 하여 몰릴 사용자를 생각한 직관적인 디자인으로 리뉴얼 하였다. 이렇게 웹사이트의 특성에 따라 메뉴를 삭제해야 할지, 상단에 배치해야 할지, 결정할 수 있다. 논문의 내용에서 차별화된 콘텐츠와 내재적 즐거움이 있어야 재방문의사를 높이는데 중요한 역할을 한다고 했다. 그에 따른 인터뷰 결과로는 기존의 틀을 벗어나지 않고 특색을 추구해야 한다 했는데 이러한 점은 브랜드의 색깔과 콘텐츠의 차별성이 필요하다고 느꼈다. 그로 인해서 다른 도서사이트들이 가지고 있지 않는 새로운 콘텐츠를 추가한다면 차별성을 가지고, 재미도 추가되어 재방문의사가 높아질 것 같다는 생각이다. 그러기 위해서 다른 도서사이트에는 없는 사용자 맞춤형 콘텐츠가 있으면 좋을 것 같다. 넷플릭스 사례를 조사한 것처럼, 사용자의 취향을 분석해 맞춤형 도서를 제공하면, 웹사이트에 관심을 가지게 되고, 콘텐츠를 통해서 구매율까지 높이며, 나에게 맞는 도서를 찾을 수 있다. 기술적으로 힘들겠지만, 이러한 콘텐츠가 추가된다면 사용자와 더욱 소통하며, 웹사이트를 이용 할 수 있을 것 같다.

요즘 회원가입과 로그인이 굉장히 간편해지고 있다. 평소에는 불편하다는 생각이 들었던 것은 아니지만 신문에 나온 사례를 통해 요즘 간편한 가입/결제가 많이 사용되고 있다는 것을 알 수 있었다. 회원가입으로는 사례에는 나오지 않았지만, 소셜로그인으로 간편하게 가입이 가능하고, 요즘은 약관동의 절차도 굉장히 짧게 이루어지고 있는 것 같았다. 로그인은 모바일일 때 지문인식을 주로 사용하고, 노트북에도 지문인식이 가능하면 지문으로 간편하게 로그인이 가능하다. 간편함을 추구하는 요즘은 이런 변화만으로 굉장히 큰 변화가 올 것이라고 예상된다.

결론(문제해결)

YES24 웹 페이지 문제 해결을 위해 7가지 방법으로 자료수집을 해보았다. 해결하기 위한 문제점은 내비게이션 정리, 메인 페이지 도서 콘텐츠 정리, 사용자 맞춤형 콘텐츠 제공, 간편 로그인/회원가입, 다른 사이트와의 차별성을 위해 조사를 하게 되었다. 단행본에서 찾은 결과로 yes24의 복잡한 내비게이션 정리 법을 해결할 수 있었다. 완벽히 해결한 것은 아니지만, 중복되는 메뉴와 많은 카테고리를 분류하는데 도움이 되었다. 리뉴얼된 사이트들을 보면 불필요한 메뉴들은 과감히 삭제하였다. 현재 yes24에서도 세로로 나열된 메뉴와 빠른 분야 찾기, 글로벌 내비게이션이라는 메뉴가 동일하다. 상단에 필요한 글로벌 내비게이션이라는 메뉴를 두고, 빠른 분야 찾기를 없애어 사용자에게 혼란을 주지 않도록 할 것이다. 그리고 이스타 항공 웹페이지처럼 필요한 항목을 메인페이지에 두기 위해 현재 메인페이지에 있는 오늘의 책, 지금 이 책과 같은 메뉴를 지우고 베스트셀러를 가장 크게 두어 사람들이 쉽게 찾아볼 수 있도록 한다. 그 밑에 추천 콘텐츠를 두어 yes24가 추천하는 현재(지금 이 책)과 같은 서비스를 제공하며, 장르별로 사용자가 골라볼 수 있도록 한다. 넷플릭스의 사용자 맞춤형 콘텐츠를 참고하여, 도서 추천 콘텐츠를 두어 사용자의 취향에 맞는 책을 골라볼 수 있고, 하단에 yes24만의 콘텐츠인 yes24 티켓, yes24 무비 등 다른 웹사이트로 넘어가기 편하도록 현재와 비슷하게 간단한 정보와 함께 배치할 것이다. 그러면 사용자가 가장 많이 찾는 베스트셀러와 추천 콘텐츠, 맞춤형 콘텐츠 등으로 인해 더욱 편하게 도서를 고를 수 있을 것이다. 또한 논문의 차별성을 주고 콘텐츠의 재미를 주기 위해서 '책 끝을 접다'와 같이 도서 추천을 단순히 사진이 넘어가는 것이 아니라 영상으로 만들어 책에 대한 간단한 소개를 넣으면 차별성과 도서에 대한 재미요소가 추가될 것 같다는 생각이 들었다.

로그인과 회원가입은 현재의 방식이 아닌 간편하게 진행하여, 사람들이 간편하게 사용하도록 사례처럼 진행하면, 좀 더 빠르게 로그인과 회원가입이 이루어 질 수 있을 것 같다. 현재 yes24의 로그인, 회원가입 문제점은 복잡한 절차도 그렇지만, 로그인을 하고 나서 결제를 하기 위해 다시 한번 인증이 필요하다. 이러한 점을 해결하기 위해 간편 결제와 같은 서비스가 이루어지면 좋을 것 같다.

이러한 문제들이 개선이 된다면, 프로젝트의 목적이었던 사용자 증가는 물론, 평소 yes24를 사용하는 사람들에게 새로운 경험을 제공하며, 사용자 유지에도 큰 도움을 줄 수 있을 것 같다.

벤치마킹

- 자사 분석
- 경쟁사 분석
- 우수사례 분석

벤치마킹 - 자사



많은 양의 콘텐츠를 담고, 다양한 이벤트로 고객들이 많이 접근하긴 하나, 그것을 전달하기 위한 콘텐츠와 내비게이션
메뉴의 정리가 필요해 보임. 중복되는 요소가 많고, 타사와의 차별성을 둘 만한 콘텐츠가 없음.

분석대상	분석기준	주요 내용 및 평가 방법
YES24 https://www.yes24.com/	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Contents </div> <p>연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화된 콘텐츠는 만족스러운가</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 도서 사이트에 맞게 책에 대한 정보를 잘 보여 주고 있으나, 중복되는 콘텐츠가 많아 눈길이 잘 가지 않고, 타사와 비교하였을 때 차별화 되는 점이 없음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> UI </div> <p>사용성이 높은 내 구조인가? 내비게이션은 효율적인 구조인가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ ★★☆☆☆ 콘텐츠 위치는 적절하다고 생각이 드나, 콘텐츠에 대한 배치가 책에 대한 정보를 효과적으로 전달하기에 약함. 내비게이션 메뉴가 중복이 되고, 검색창 위에 위치한 것과 크기 때문에 눈에 띄지 않음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Visual </div> <p>디자인은 세련되었는가? 동적 요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띠는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 마우스를 갖다 대면, 상세 메뉴가 나오는 것은 좋지만, 그 외에 콘텐츠를 볼 때 동적 요소가 없어 콘텐츠를 잘 안보게 됨. 이벤트 홍보 영역이 있지만, 위치가 좌우에 있어 광고같이 보임 </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Marketing </div> <p>마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ ★★★★☆ 이벤트 페이지가 띠로 있을 정도로 각 분야별 이벤트가 굉장히 다양하고, 타사의 비해 다양한 상품 제공과 할인이 많아 고객이 많이 참여 할 수 있음 </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Theme& Message </div> <p>주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가? 알리고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ ★★★★★ YES24는 도서 뿐만 아니라 다양한 콘텐츠를 다루지만, 메인은 도서가 주제이므로 도서가 위주로 있음. 도서에 대해 알리려고 하지만, 효과적으로 전달되지는 않음 </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Sign in </div> <p>회원가입 절차는 편리한가? 회원가입에 필요한 내용을 담고 있는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★☆☆☆ 회원가입 핸드폰인증을 할 때 페이코를 사용하지 않는 사람들에게 너무 불편했고, 회원가입에 결혼여부 등 불필요한 절차가 많음. </div>

벤치마킹 - 경쟁사



고객들에게 맞춘 도서와 추천해 주는 콘텐츠, 작가 소개, 이슈와 트렌드 등 타사와 다른 콘텐츠가 다양하게 있고,
메인 화면은 많은 콘텐츠가 있어 약간 복잡하다는 느낌이 있지만, 비교해 봤을 때 깔끔한 편임.
홍보에 대한 영역이 눈에 거슬리지 않게 배치해 있고, 다른 페이지에도 존재하여, 정보를 습득하기 좋음.

분석대상	분석기준	주요 내용 및 평가 방법
교보문고 http://www.kyobobook.co.kr/	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Contents </div> <p>연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화된 콘텐츠는 만족스러운가</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 도서 콘텐츠로 도서 위주의 내용이 많음. 그 외의 작가들의 대한 콘텐츠와 교보문고만 있는 'Only 교보문고' 콘텐츠 있어 타사와의 차별성을 둠. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> UI </div> <p>사용성이 높은 내 구조인가? 내비게이션은 효율적인 구조인가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ UI는 타사에 비해 깔끔한 편. 정리된 내비게이션 구조와 콘텐츠가 책에 대해 보기 좋게 배치되어 있어, 사용성이 높음. 주변 광고를 최소화하고, 필수적인 내용만 남겨둠. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Visual </div> <p>디자인은 세련되었는가? 동적 요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띄는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 디자인은 그저 그렇지만, 내비게이션에 마우스를 갖다 대면 나오는 카테고리가 정리되어 보임. 주요 요소가 눈에 띄도록 메인화면에 중요한 내용부터 정리가 되어있고, 이벤트와 혜택 서비스가 잘 정리되어 있음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Marketing </div> <p>마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ E-교환권 쿠폰을 제공하여, 교보문고를 사용하도록 차별성을 두었고, 혜택과 이벤트 화면 콘텐츠들 잘 정리되어 있음 </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Theme& Message </div> <p>주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가? 알리고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 도서에 대한 소개 뿐만 아니라 이슈와 트렌드, 작가들의 소개 까지 다양한 콘텐츠를 담고 있는 것 같음. 메인 화면에 많은 걸 담고 있어, 눈에 잘 띄진 않지만, 따로 그에 대한 페이지가 있어 전달이 됨. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Sign in </div> <p>회원가입 절차는 편리한가? 회원가입에 필요한 내용을 담고 있는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 회원가입을 간편인증과 본인인증으로 나누었고, 그 이후 절차가 너무 불필요한 내용이 많이 담김. </div>

벤치마킹 - 경쟁사



다양한 정보와 이벤트를 메인화면에 담아 고객들이 필요한 내용을 볼 수 있지만, 복잡한 UI로 눈에 잘 띄지 않는 점이 아쉬움
알라딘 단독 판매와 특별 패키지 등으로 타사와 차별성을 주고 있음.

분석대상	분석기준	주요 내용 및 평가 방법
알라딘 https://www.aladin.co.kr/	<p>Contents</p> <p>연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화된 콘텐츠는 만족스러운가</p>	<p>★★★★★ ★★★★★ ★★★☆☆ ★★★☆☆ ★★★★☆</p> <p>도서 콘텐츠에 대한 내용은 많이 담겨 있음, 주로 이벤트 영역을 다루고, 메인화면에는 책을 사면 굿즈를 주는 이벤트와 알라딘 단독 판매로 차별성을 줌</p>
	<p>UI</p> <p>사용성이 높은 내 구조인가? 내비게이션은 효율적인 구조인가?</p>	<p>★★★☆☆ ★★★☆☆ ★★★★☆</p> <p>메인 화면은 너무 많은 내용을 담을려다 보니 뒤죽박죽 섞여 있고, 내비게이션은 다양한 메뉴가 정돈 되어 있지만, 중복되는 메뉴가 있음.</p>
	<p>Visual</p> <p>디자인은 세련되었는가? 동적 요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띠는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?</p>	<p>★★★☆☆ ★★★☆☆ ★★★★☆ ★★★★☆</p> <p>알라딘 만의 색깔이 좀 더 나타났으면 좋겠고, 로고와 달리 너무 단색으로 구성됨. 메인 화면에 많은 콘텐츠가 있지만, 주요 콘텐츠 양쪽에 다른 콘텐츠가 배치되어 눈에 띠지 않고, 복잡해 보임. 이벤트와 홍보 영역이 다른 페이지에 정리되어 있음</p>
	<p>Marketing</p> <p>마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?</p>	<p>★★★☆☆ ★★★★☆ ★★★★☆</p> <p>메인 화면에도 이벤트와 할인 콘텐츠가 있어, 사용자가 확인하기 편함. 이벤트 페이지는 카테고리 별로 세세히 나타나 있고, 알라딘이 추천하는 이벤트로, 주요 이벤트를 확인하기 편함</p>
	<p>Theme& Message</p> <p>주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가? 알리고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?</p>	<p>★★★☆☆ ★★★★☆ ★★★★☆</p> <p>사이트는 알라딘만의 차별성이 있진 않음. 메인 화면의 콘텐츠가 잘 정렬되어 있지 않은 점이 아쉽지만, 메시지를 전달하고 알리고자 하는 요소는 분명하게 구성됨.</p>
	<p>Sign in</p> <p>회원가입 절차는 편리한가? 회원가입에 필요한 내용을 담고 있는가?</p>	<p>★★★☆☆ ★★★★☆</p> <p>불필요한 정보가 같이 담겨있고, 회원가입 주변에 광고가 많아 집중이 안 됨. 그래도 한 페이지에 다 작성하도록 되어 있어 간단한 편</p>

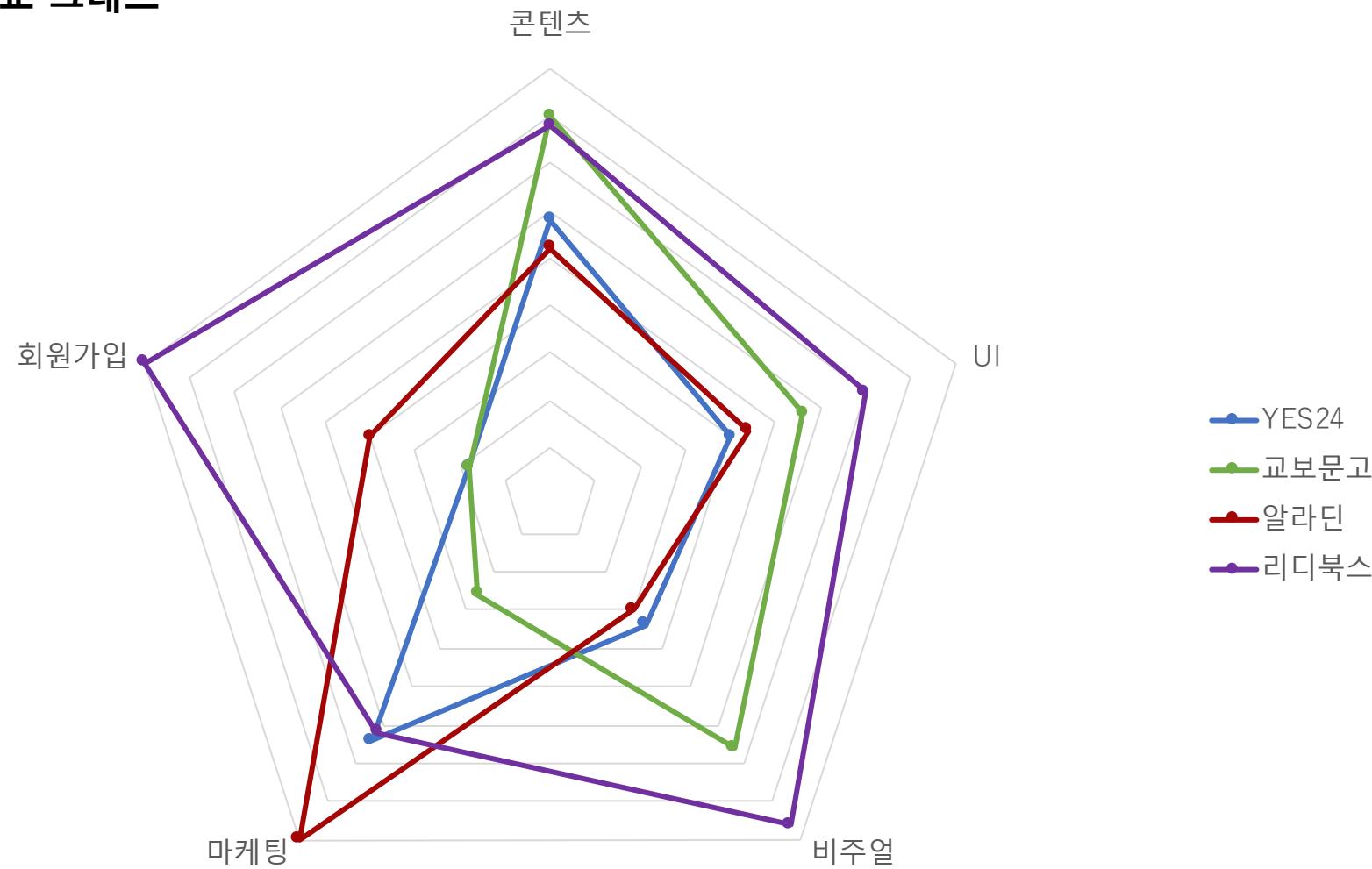
벤치마킹 - 우수사례



깔끔한 UI와 사용자들이 찾는 다양한 콘텐츠로 사용자들이 책을 쉽게 찾을 수 있고, 책의 정보나 그 외 관련된 정보가 친근한 말투로 설명되어 접근성이 좋음. 리디북스만의 특성이 잘 나타나고, 콘텐츠도 잘 정리되어 있음.

분석대상	분석기준	주요 내용 및 평가 방법
알라딘 https://www.aladin.co.kr/	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Contents </div> <p>연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화된 콘텐츠는 만족스러운가</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 콘텐츠가 트렌드의 맞게 사용자의 감성을 잘 건들인 내용들이 많고, 리디북스 만의 혜택과 대여 서비스로 차별성이 있음. 세부적으로 나누어 설명 되지는 않지만, 필요한 내용만 정리되어 나타낸 것 같음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> UI </div> <p>사용성이 높은 내 구조인가? 내비게이션은 효율적인 구조인가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 정말 깔끔하게 정리되어 있고, 배너가 광고 같은 느낌이 들지 않도록, 원하는 내용을 볼 수 있도록 했음. 내비게이션도 필요한 내용이 정리되어 있고, 메인 화면 콘텐츠는 도서에 집중이 되도록 잘 구성되어 있음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Visual </div> <p>디자인은 세련되었는가? 동적 요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띠는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 색감과 말투를 잘 활용하여 리디북스의 특성이 확실히 보이고, 주변 불필요한 요소 없이 깔끔하게 정돈된 게 주요 요소에 집중 할 수 있음. 이벤트 영역은 카테고리 별로 해당된 페이지가 있어 찾기 쉬움. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Marketing </div> <p>마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 이벤트 페이지가 정말 잘 만들어져 있음. 차별화를 둘만한 이벤트 내용은 아니지만, 진행 중인 이벤트가 잘 정돈되어 있고, 이벤트도 포스터와 카드뉴스 형식으로 이해하기 쉽게 되어있음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Theme& Message </div> <p>주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가? 알리고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 리디북스의 주요 콘텐츠인 전자책에 관련된 내용이 없는 것이 눈에 띠지 않게 구성된 것이 좀 아쉬움. 하지만 책에 대한 소개와 대여 서비스를 잘 강조하여, 콘셉트에 대해 잘 나타난 것 같음. </div>
	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Sign in </div> <p>회원가입 절차는 편리한가? 회원가입에 필요한 내용을 담고 있는가?</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> ★★★★★ 회원가입 절차는 굉장히 간단함. 불필요한 절차 없이 깔끔하게 진행됨 ★★★★☆ 인증번호를 이메일 번호로만 해야하는 부분이 좀 아쉽다. </div>

벤치마킹 – 비교 그래프

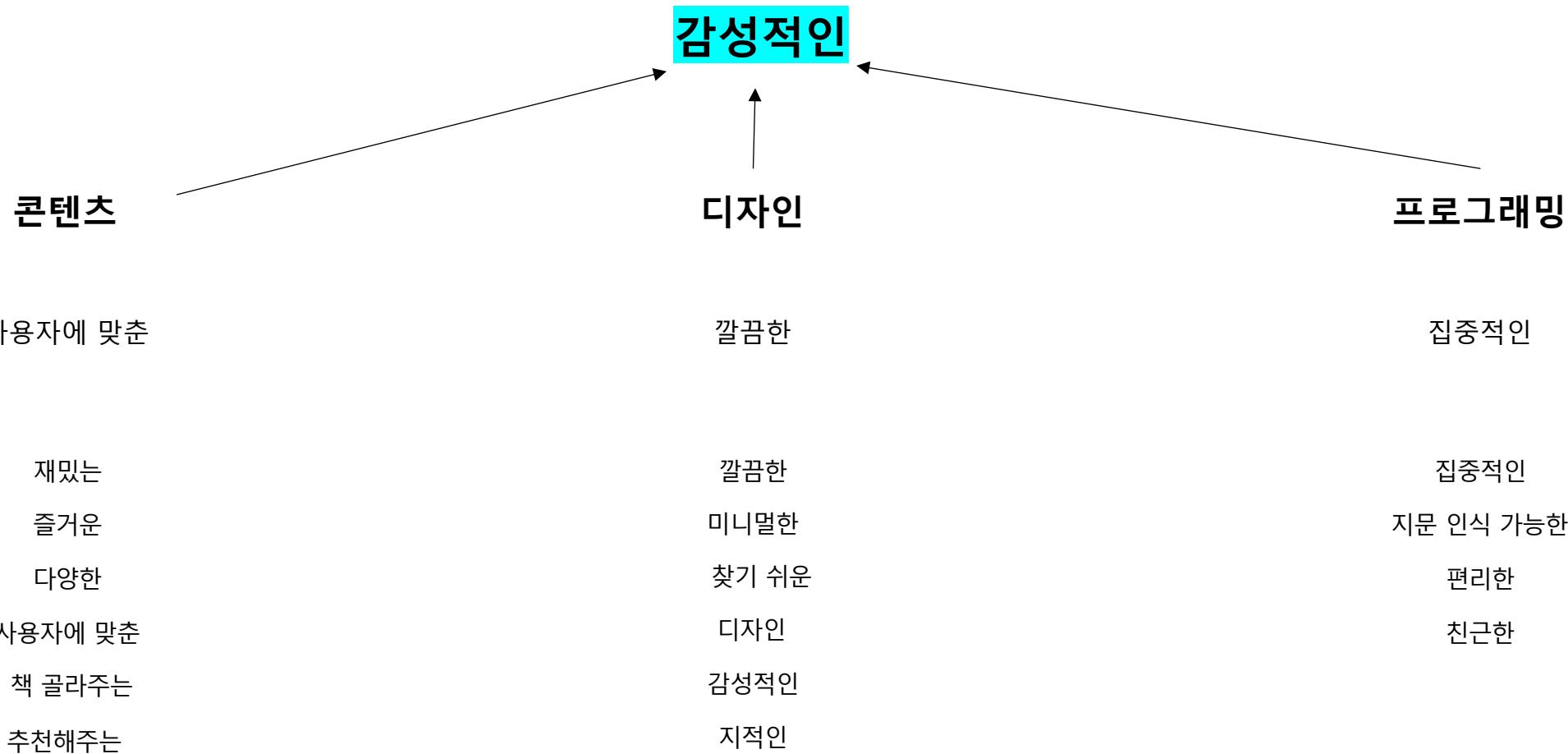


결과

벤치마킹의 결과 각 사이트마다 콘텐츠의 중요성 그리고 그 콘텐츠를 잘 전달하기 위해선 UI가 굉장히 중요하다고 느꼈다. 아무리 좋은 콘텐츠도 눈길이 잘 안가는 것이 있는 반면, 뻔한 콘텐츠를 얼마나 잘 배치하고, 디자인하는 것에 사용자의 시선이 갈 수 있는 것 같다. 그리고 확실히 그 사이트의 컨셉이 확실히 보여야 재미도 느끼고 사용자가 다가가기 쉬운 것 같다. 리디북스의 같은 경우 친근한 느낌의 말투와 불필요한 요소를 깔끔하게 정리하여, 접근하기 좋은 느낌을 받았다. YES24는 아직 메인 화면에 너무 많은 요소들 때문에 복잡하다는 느낌과 딱딱한 느낌을 주어 친숙한 이미지는 아니다. 회원가입에서도 없어도 될 것 같은 요소가 많았다. 결혼여부 라던가 관심분야 등이 있다. 하지만 그것은 어디에도 쓰이지 않아, 선택항목이다. 관심분야를 선택하게 하였으면, 그것을 활용한 콘텐츠가 나와도 되겠다는 생각을 했다. 내가 추가 하고 싶은 콘텐츠인 사용자 맞춤 도서 서비스를 하기 위해서는 사용자의 관심 분야를 알아야 한다. 회원가입 절차를 다는 생각이 들었다.

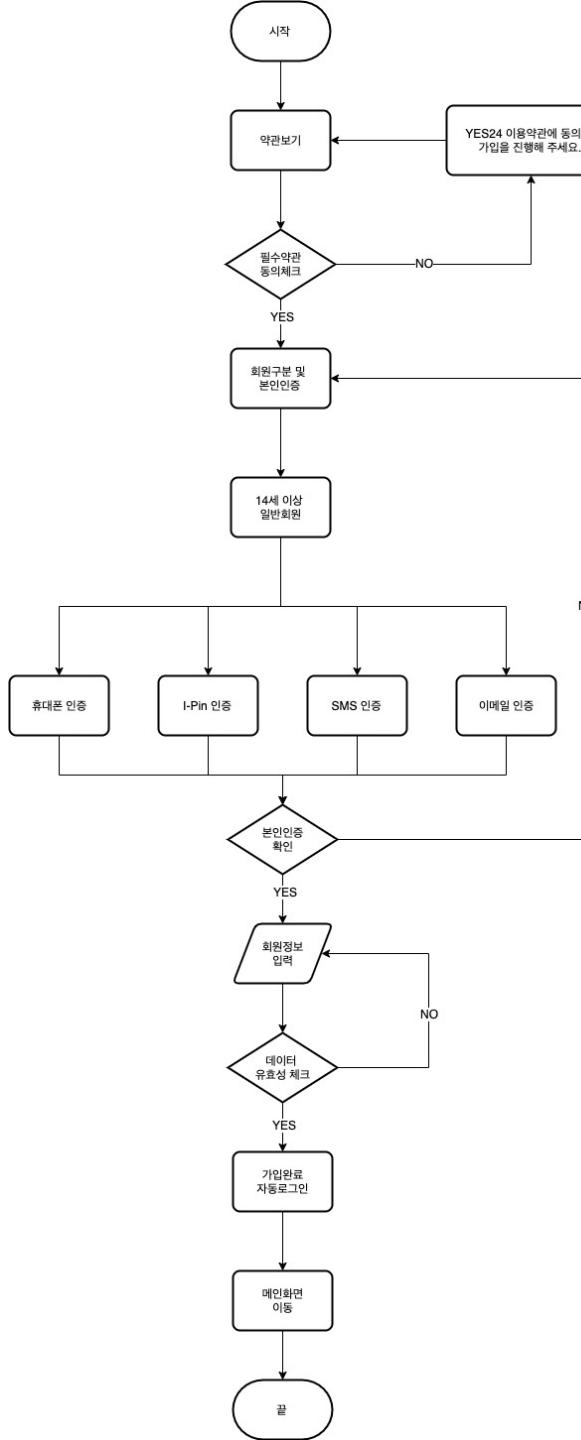
메인 화면은 주제로 선정해서 그런지 몰라도 YES24가 가장 복잡해 보였다. 경쟁사인 교보문고는 비교적 깔끔하다는 생각이 들었다. 그리고 교보문고만의 콘텐츠가 차별성을 준 것 같았다. 사실 내용으로는 그렇게 특별한 점은 없으나, Only 교보문고라는 이름에서 차별성을 준 것만 같았다. 알라딘은 비교적 UI는 복잡했다. 디자인도 리뉴얼이 필요해 보였지만, 이벤트나 혜택을 제공하여 알라딘만의 마케팅으로 사용자를 높인 것 같았다. 우수사례인 리디북스는 전자책 서점인데, 깔끔한 UI와 메인화면, 콘텐츠들이 너무 사용하기 편리하다고 생각했다. YES24의 메인 화면은 리디북스의 콘텐츠 나열 방식을 참고하여 세로로 중요한 콘텐츠별로 배치할 것이고, 교보문고의 콘텐츠와 같이 YES24만의 사용자 맞춤 콘텐츠를 만들어 차별화를 줄 것이다.

콘셉 도출



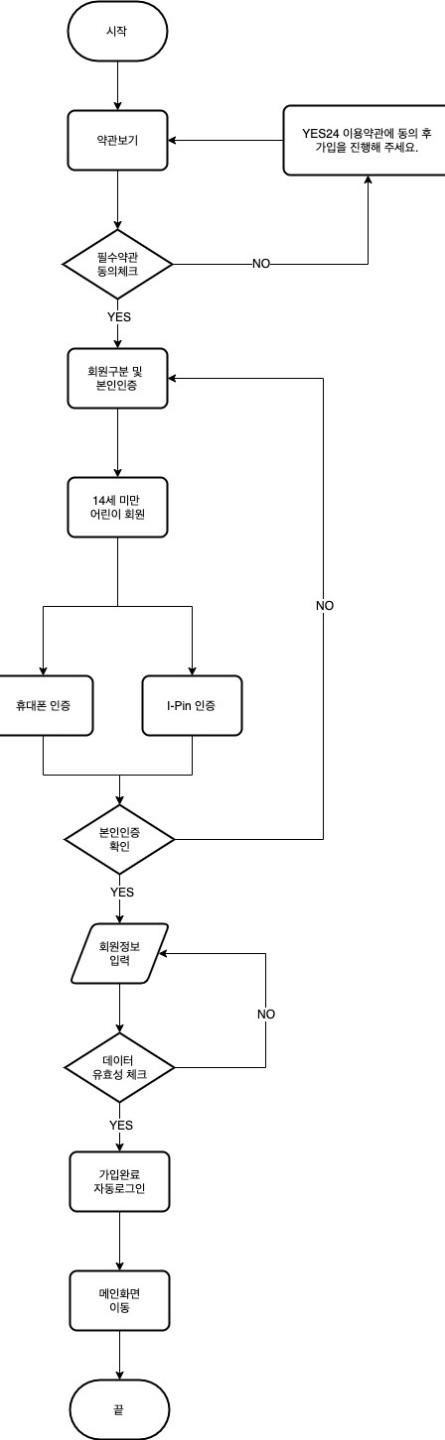
회원가입 서비스 흐름도

As-is
일반 회원가입
(14세 이상 일반회원)



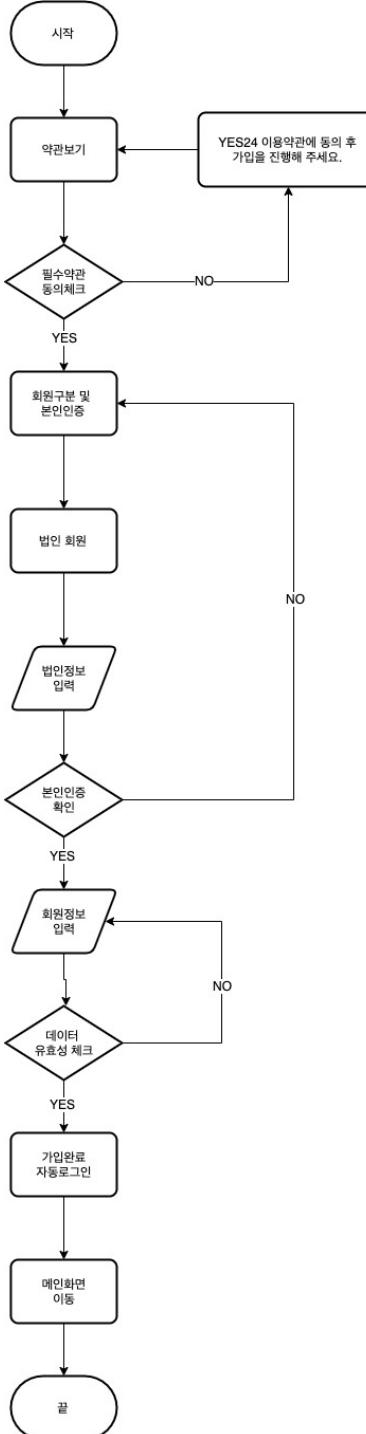
회원가입 서비스 흐름도

As-is
일반 회원가입
(14세 미만 어린이 회원)



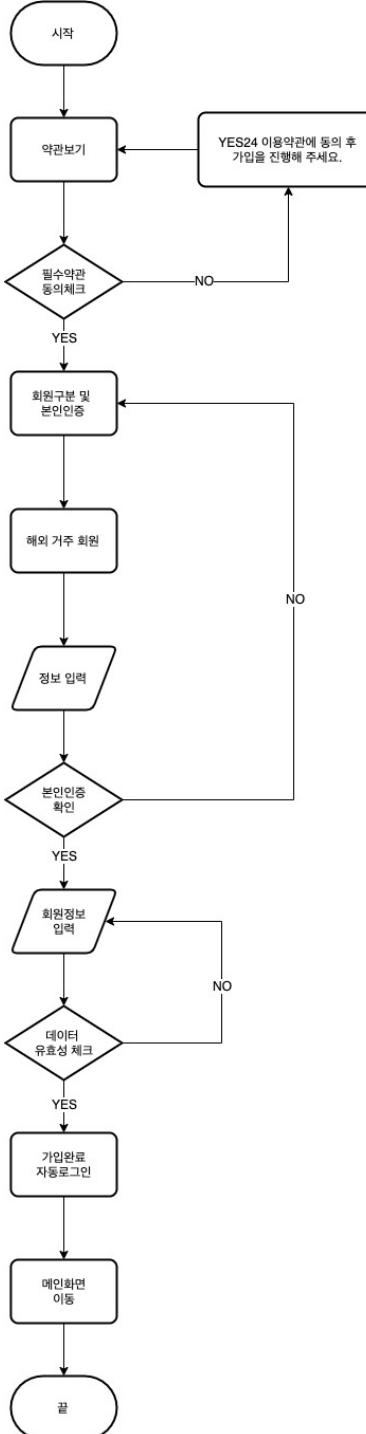
회원가입 서비스 흐름도

As-is
일반 회원가입
(법인회원)



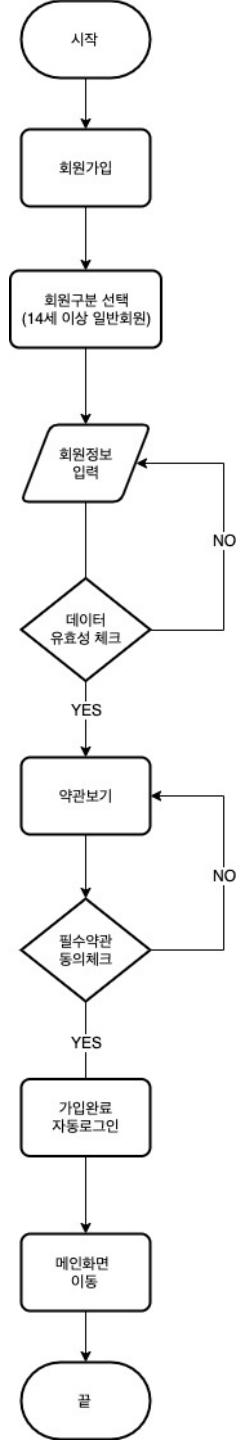
회원가입 서비스 흐름도

As-is
일반 회원가입
(해외 거주 회원)



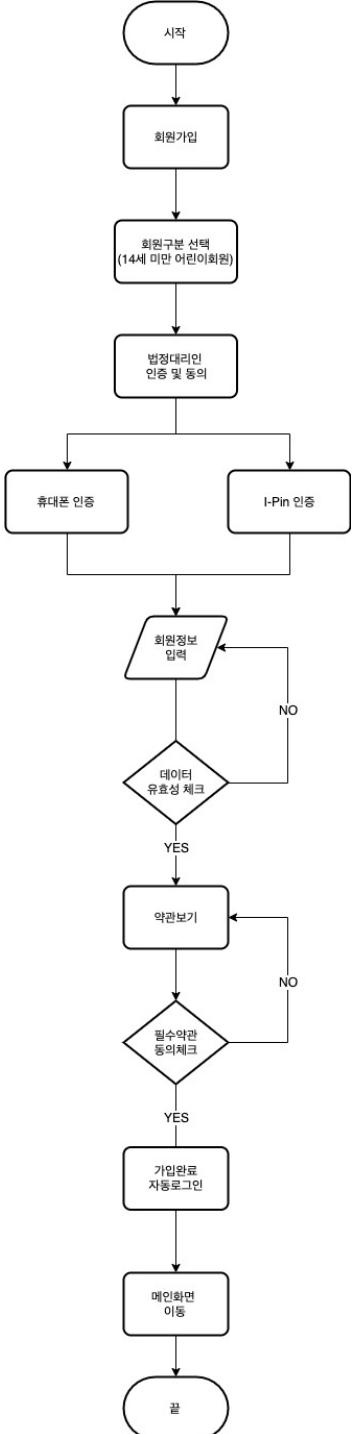
회원가입 서비스 흐름도

To-be
일반 회원가입
(14세 이상 일반회원)



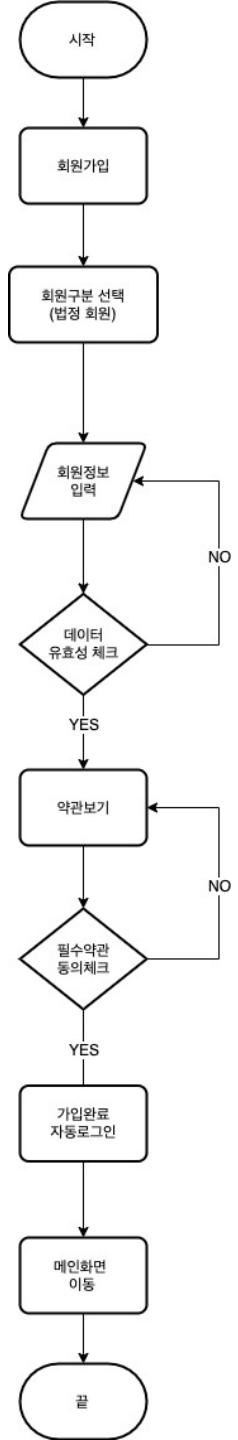
회원가입 서비스 흐름도

To-be
일반 회원가입
(14세 미만 어린이회원)



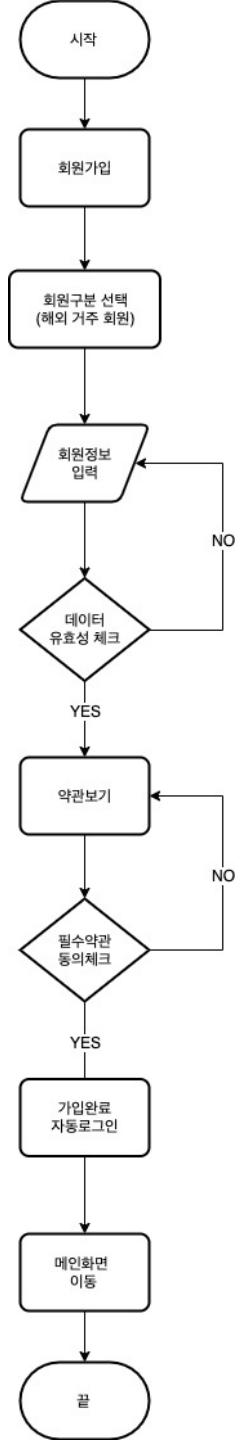
회원가입 서비스 흐름도

To-be
일반 회원가입
(법정 회원)



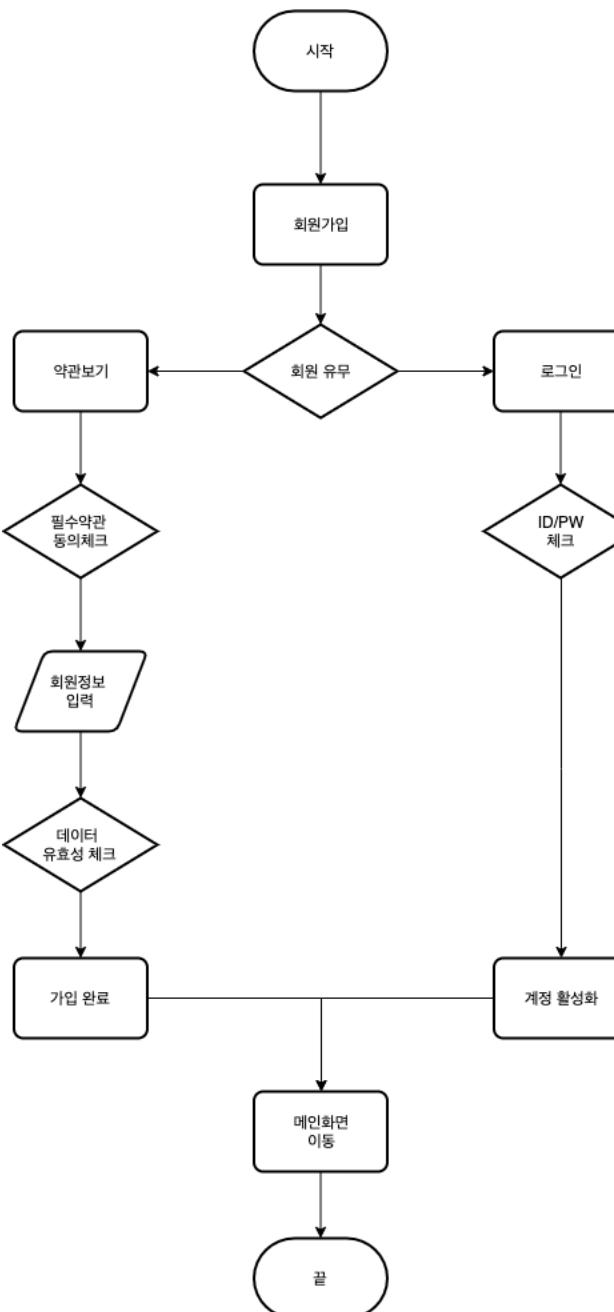
회원가입 서비스 흐름도

To-be
일반 회원가입
(해외 거주 회원)



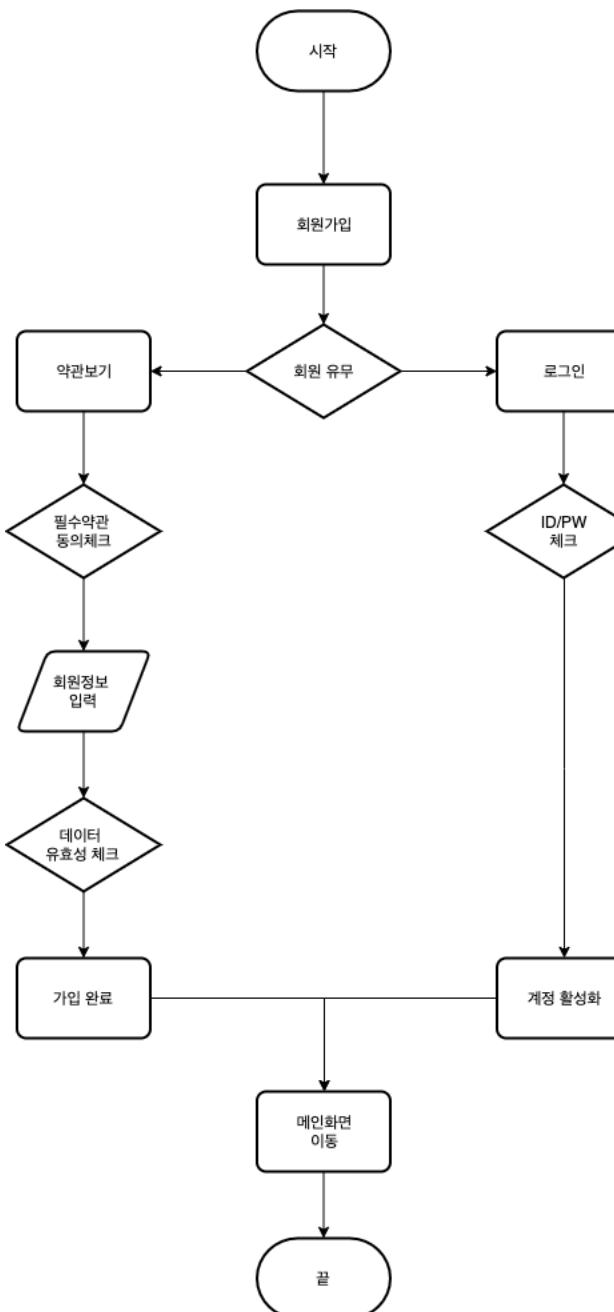
회원가입 서비스 흐름도

As-is
SNS 회원가입



SNS 회원가입 서비스 흐름도

To-be



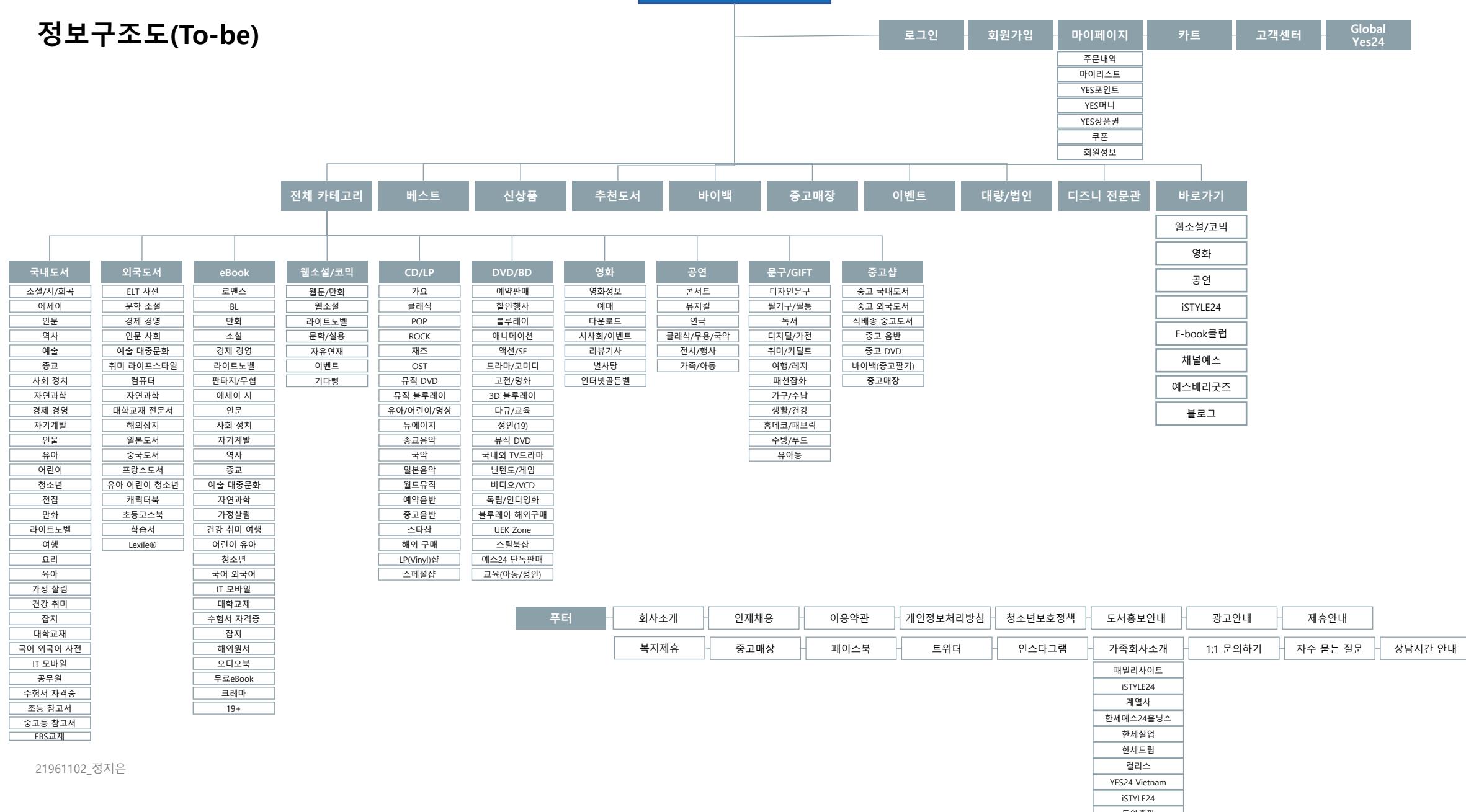
정보구조도(As-is)



국내도서	외국도서	eBook	웹소설/코믹	CD/LP	DVD/BD	영화	공연	문구/GIFT	증고샵	iSTYLE24	빠른분야찾기	베스트	신상품	이벤트	바이백	증고매장	복클럽	채널예스	블로그	예스베리굿즈	만원이하도서	추천도서	기획코너	대량/법인	디즈니 전문관	
국내도서	외국도서	eBook	웹소설/코믹	CD/LP	DVD/BD	영화	공연	문구/GIFT	증고샵	iSTYLE24	빠른분야찾기	베스트	신상품	이벤트	바이백	증고매장	복클럽	채널예스	블로그	예스베리굿즈	만원이하도서	추천도서	기획코너	대량/법인	디즈니 전문관	
소설/SI/학곡	ELT 사전	로맨스	웹툰/만화	가요	예약판매	영화정보	콘서트	디자인문구	증고 국내도서																	
예세이	문학 소설	BL	웹소설	클래식	할인행사	예매	뮤지컬	필기구/필통	증고 외국도서																	
인문	경제 경영	만화	라이트노벨	POP	블루레이	다운로드	연극	독서	직배송 증고도서																	
역사	인문 사회	소설	문화/실용	ROCK	애니메이션	시사회/이벤트	클래식/무용/국악	디지털/가전	증고 음반																	
예술	예술 대중문화	경제 경영	자유언론	재즈	액션/SF	리뷰기사	전시/행사	취미/키덜트	증고 DVD																	
종교	취미 라이프스타일	라이트노벨	이벤트	OST	드라마/코미디	별사당	가족/아동	여행/레저	바이백(증고활기)																	
사회 정치	컴퓨터	판타지/우협	기다랭	뮤직 DVD	고전/영화	인터넷글든밸	페션잡화	증고매장																		
자연과학	자연과학	에세이 시		뮤직 블루레이	3D 블루레이		가구/수납																			
경제 경영	대학교재 전문서	인문		유아/어린이/영상	다큐/교육		생활/건강																			
자기계발	해외잡지	사회 정치		뉴에이지	성인(19)		홈데코/패브릭																			
인물	일본도서	자기계발		종교음악	뮤직 DVD		주변/푸드																			
유아	중국도서	역사		국악	국내외 TV드라마		유아동																			
어린이	프랑스도서	종교		일본음악	닌텐도/게임																					
청소년	유아 어린이 청소년	예술 대중문화		월드뮤직	비디오/VCD																					
전집	캐릭터북	자연과학		예악음반	독립/인디영화																					
만화	초등코스북	가정살림		종교음반	블루레이 해외구매																					
라이트노벨	학습서	건강 취미 여행		스타샵	UEK Zone																					
여행	Lexile®	어린이 유아		해외 구매	스틸복싱																					
요리		청소년		LP(Vinyl)샵	예스24 단독판매																					
육아		국어 외국어		스페셜샵	교육(아동/성인)																					
가정 살림		IT 모바일																								
건강 취미		대학교재																								
잡지		수험서 자격증																								
대학교재		잡지																								
국어 외국어 사전		해외원서																								
IT 모바일		오디오북																								
공무원		무료eBook																								
수험서 자격증		크레마																								
초등 참고서		19+																								
중고등 참고서		EBS교재																								



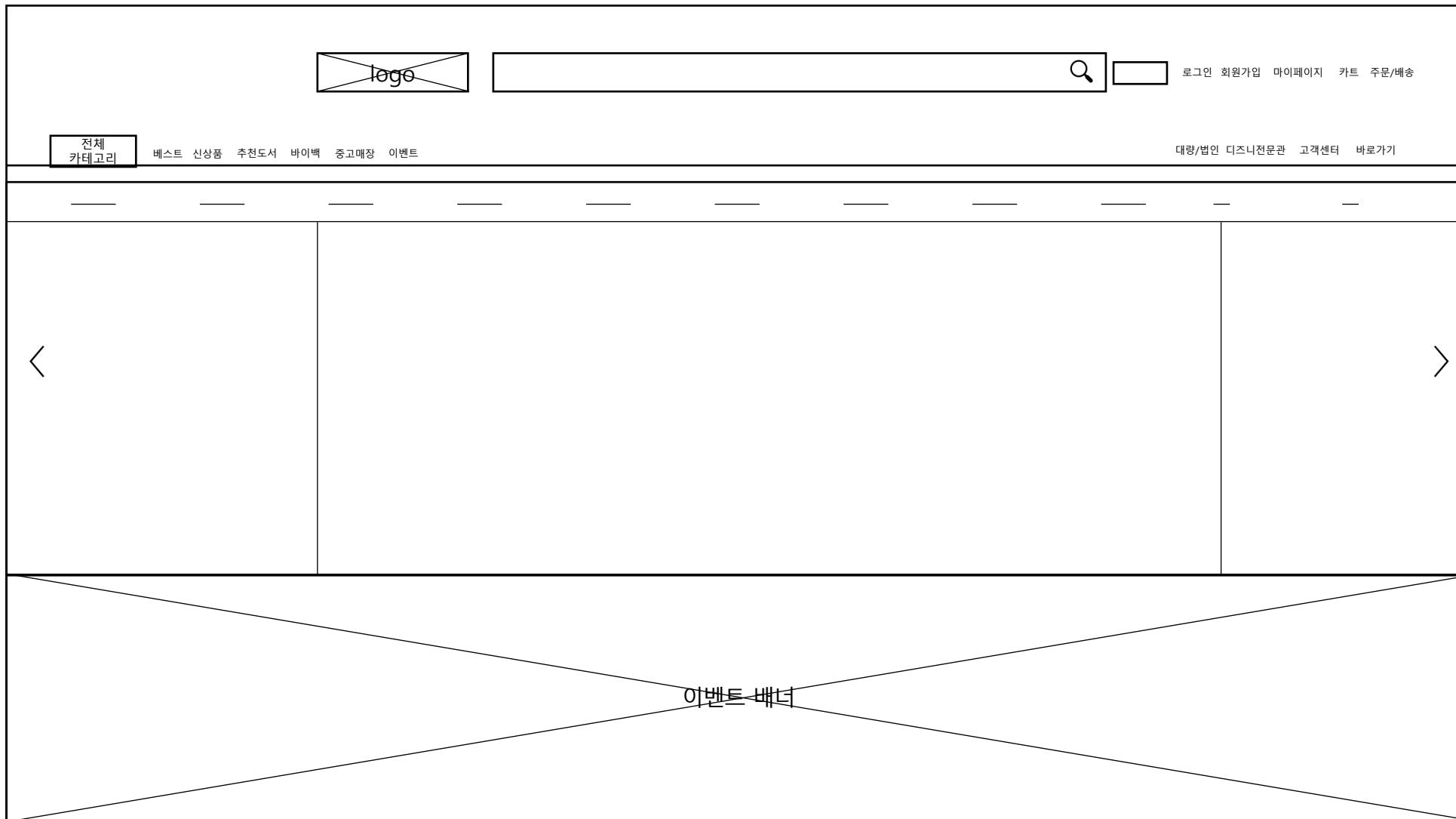
정보구조도(To-be)



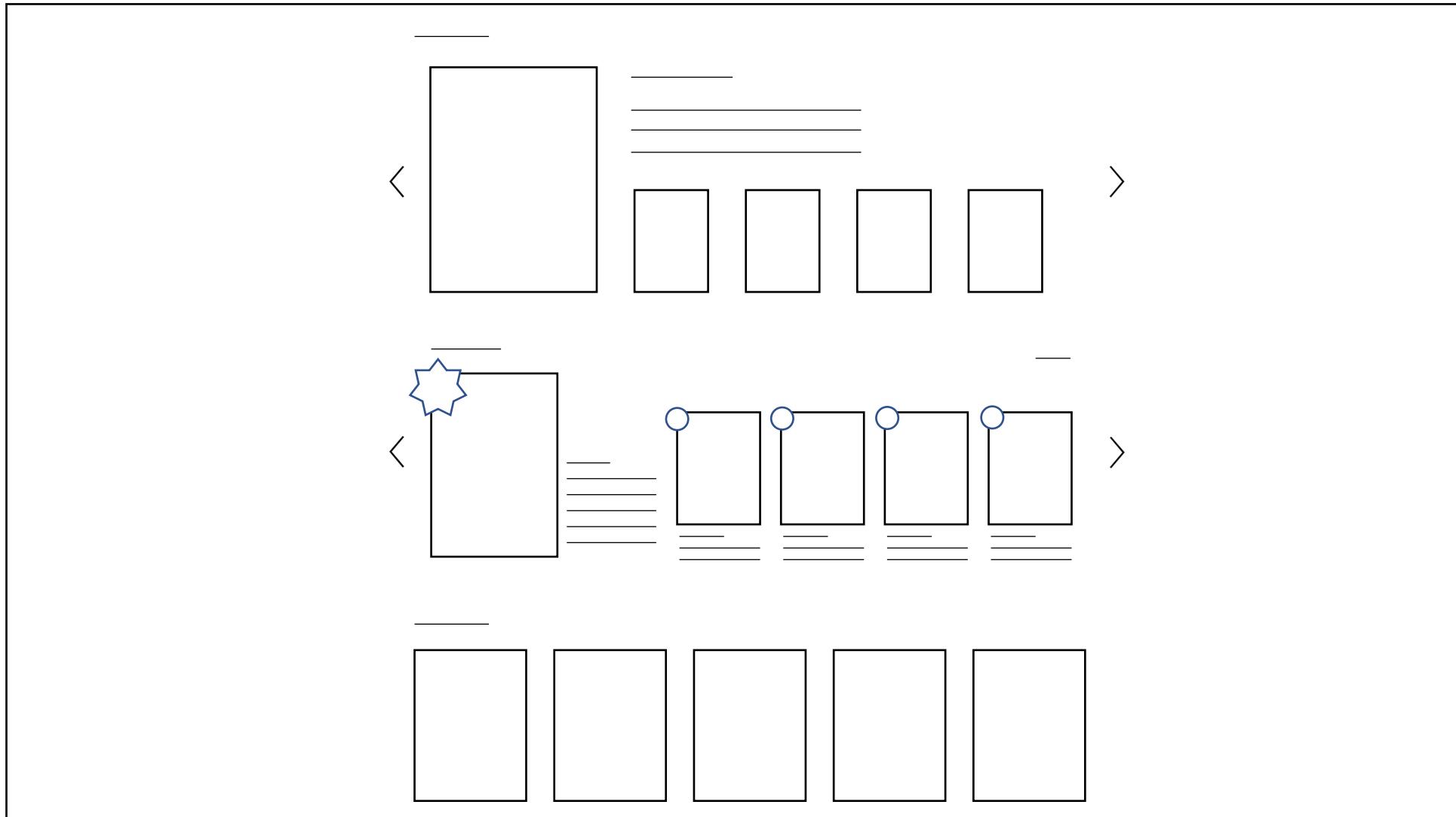
와이어프레임

- Web
- Tablet
- Mobile

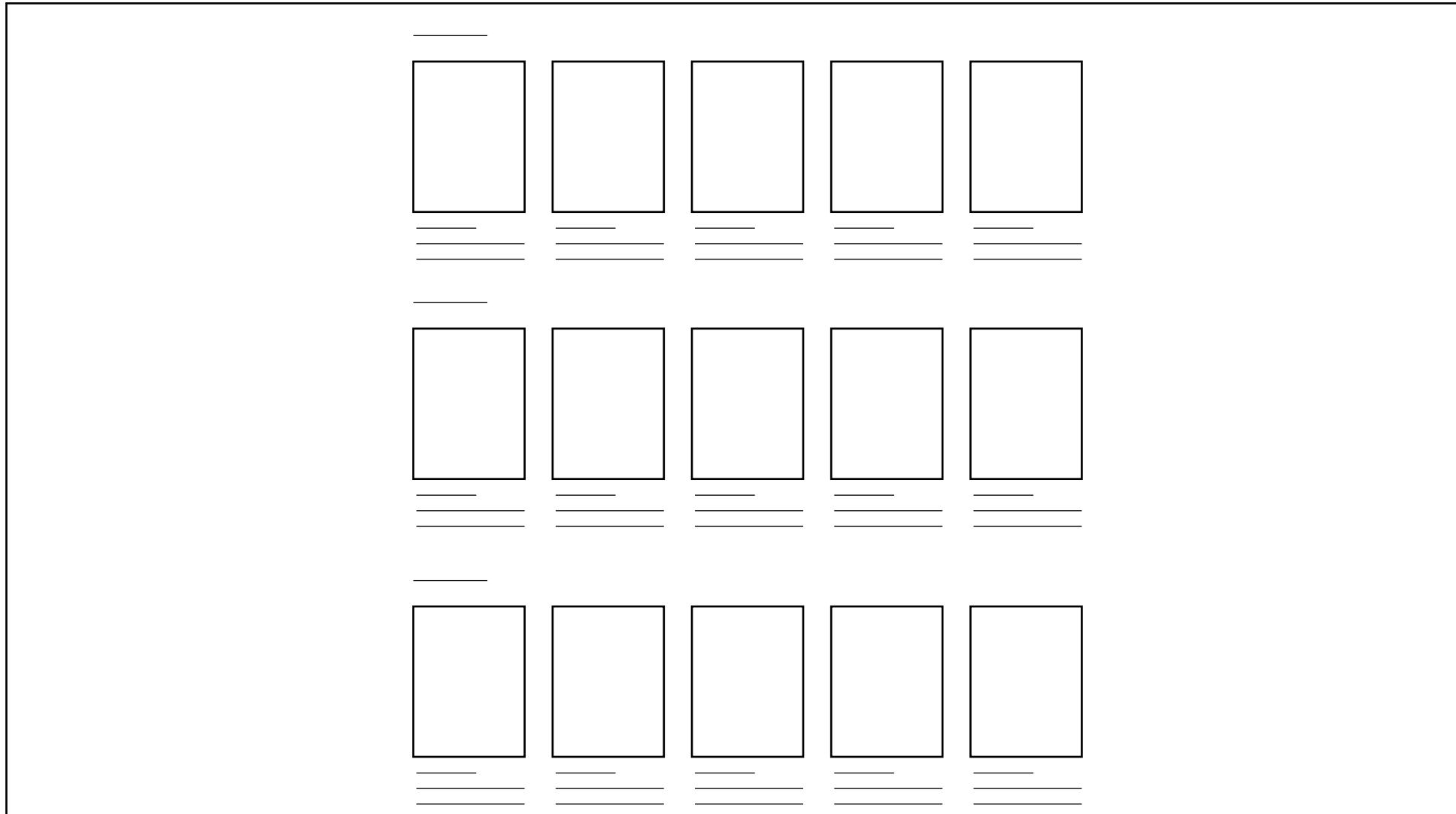
와이어프레임 – Web 메인화면



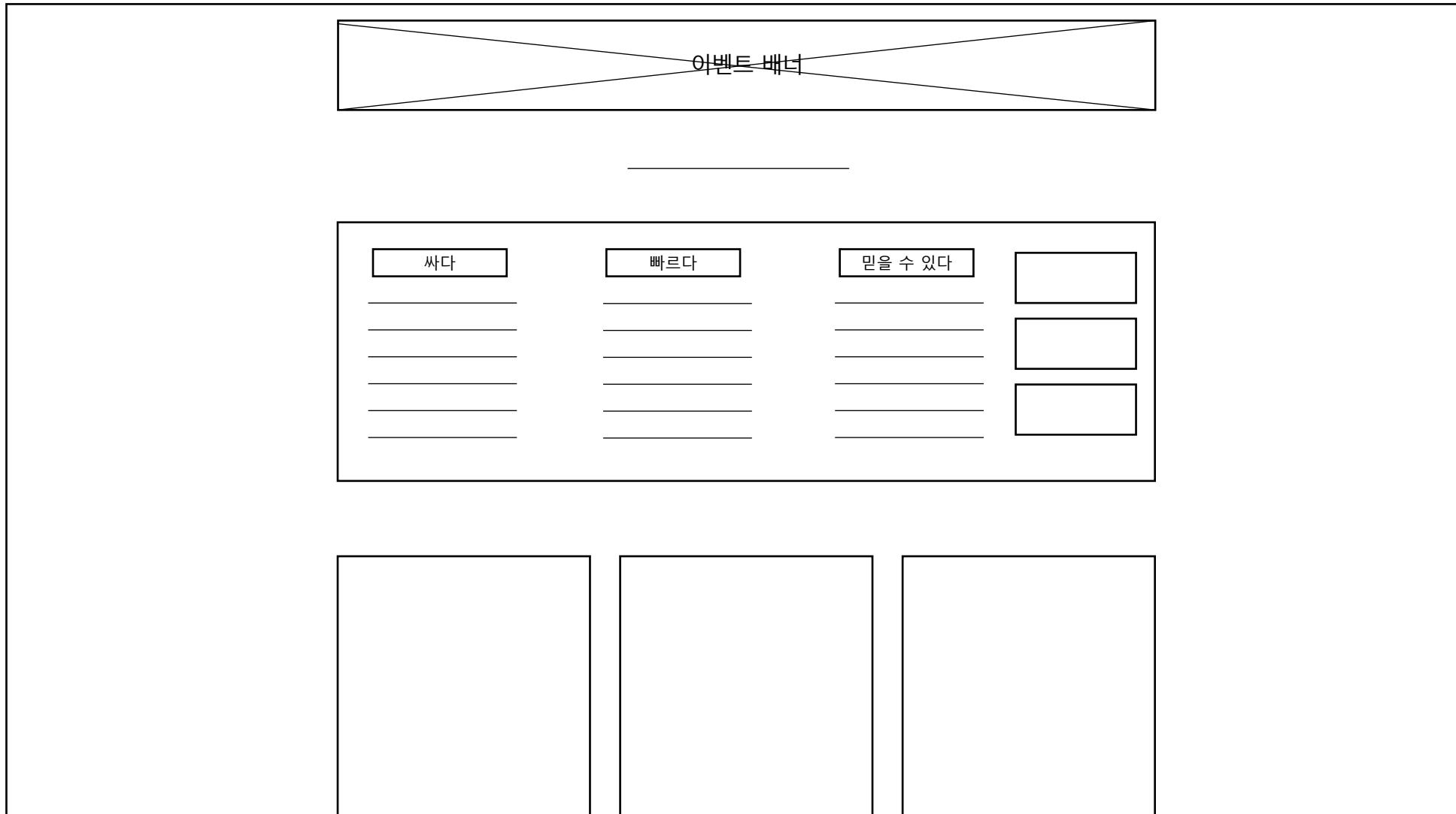
와이어프레임 – Web 메인화면



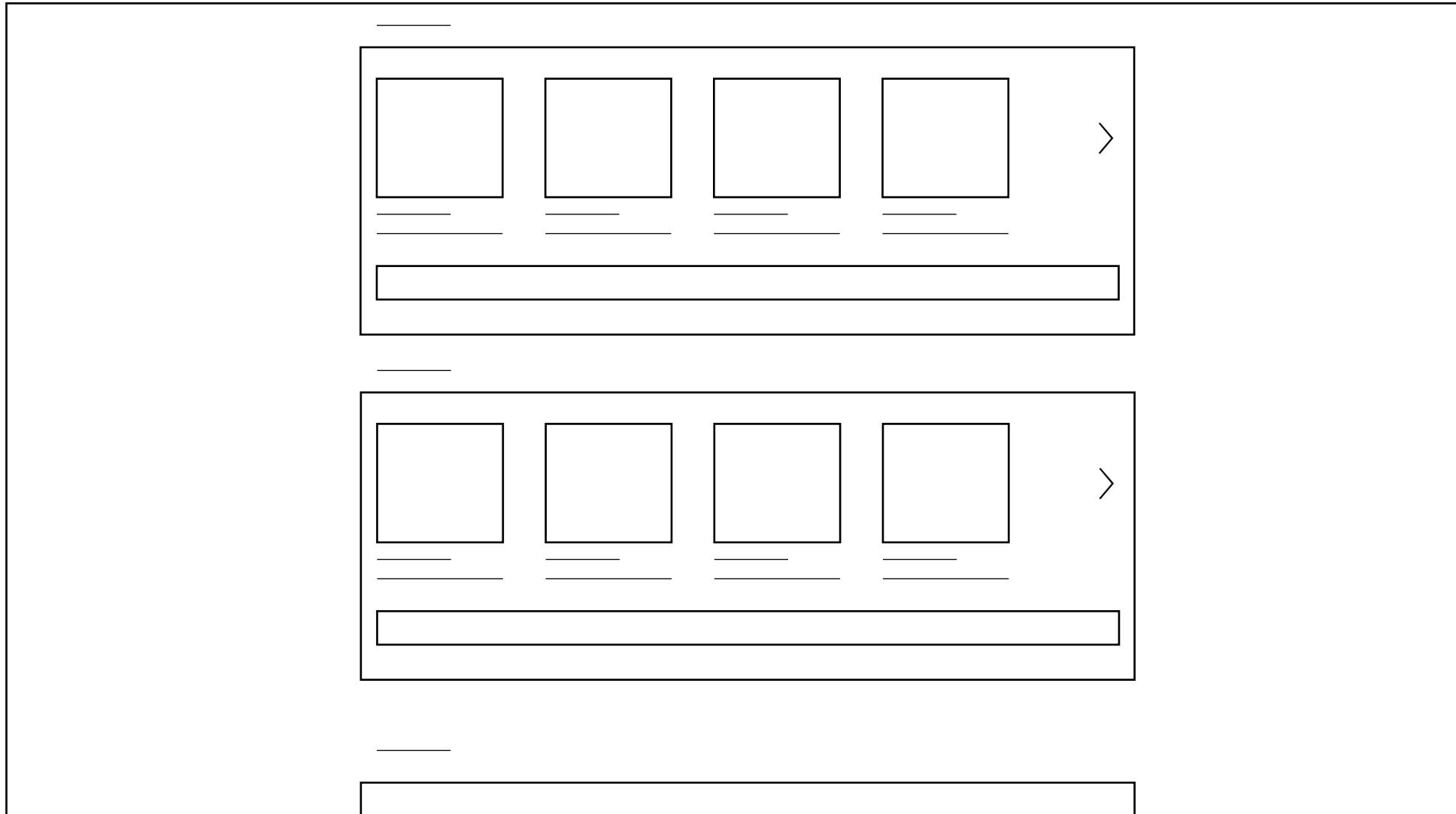
와이어프레임 – Web 메인화면



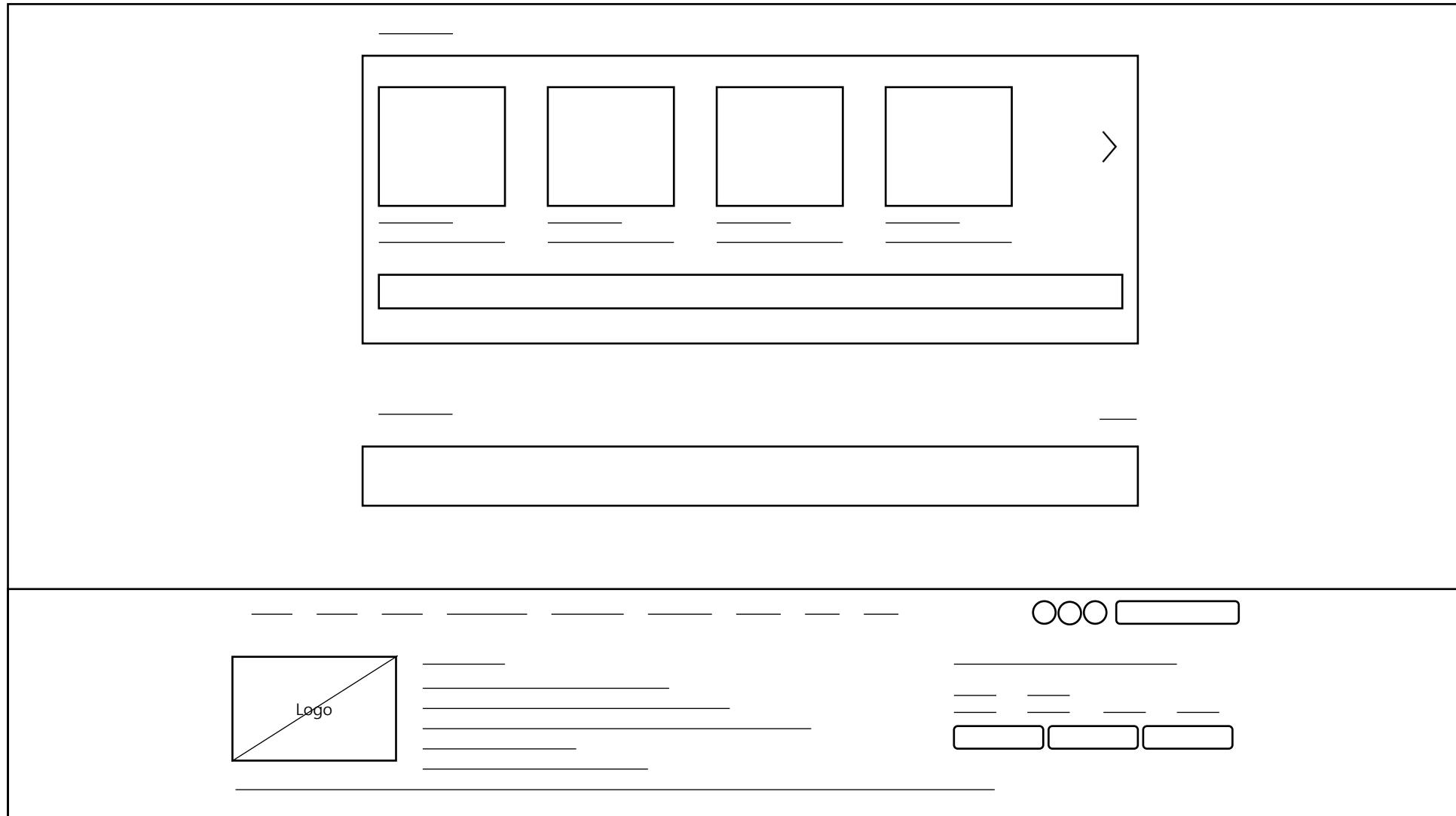
와이어프레임 – Web 메인화면



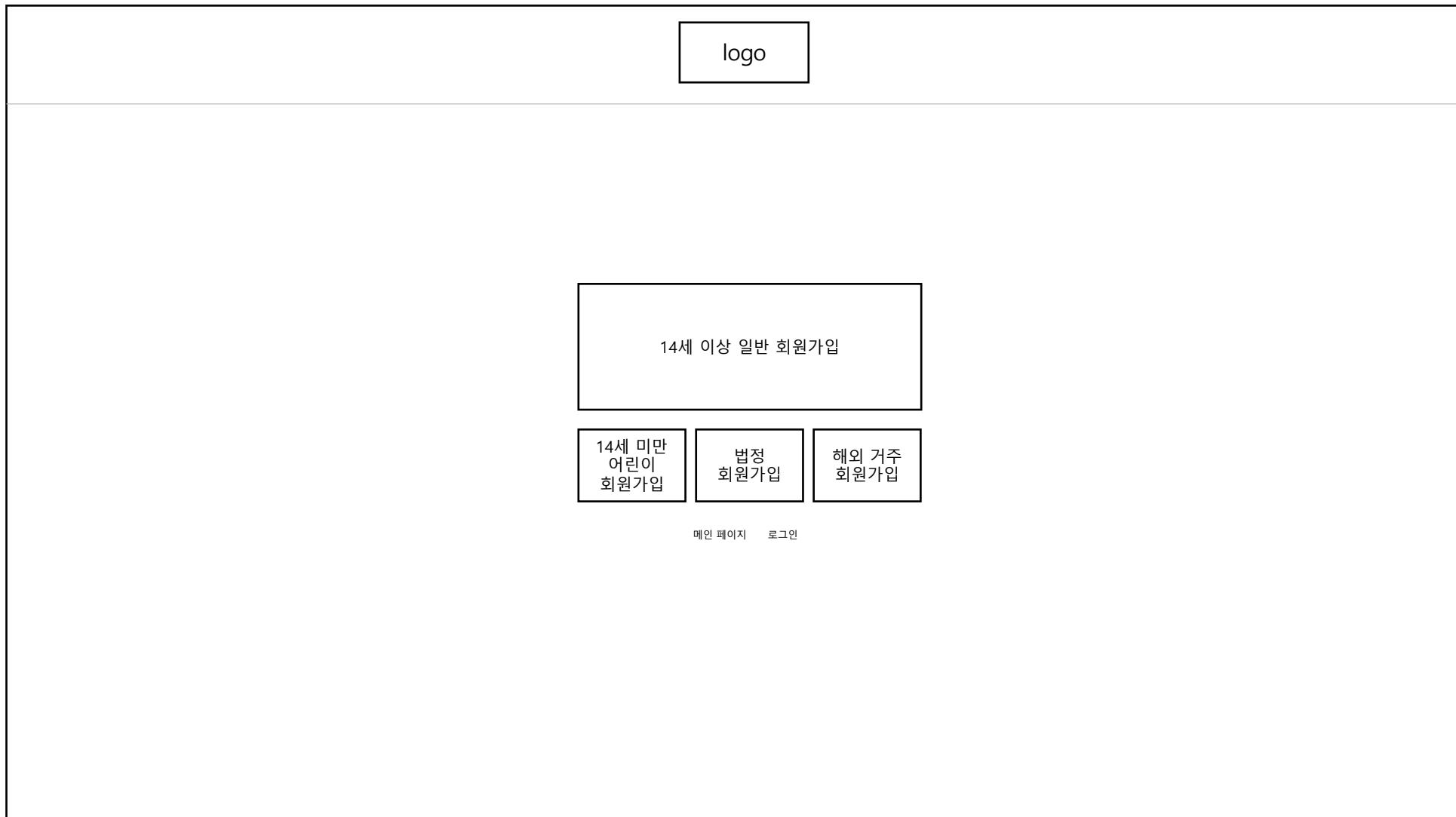
와이어프레임 – Web 메인화면



와이어프레임 – Web 메인화면



와이어프레임 – Web 일반 회원가입



와이어프레임 – Web 일반 회원가입

logo

아이디

비밀번호

비밀번호 확인

이메일 주소

이름

휴대폰 번호

닉네임

중복확인

□

개인정보 유효기간

1년 3년 5년 10년 탈퇴시 까지

관심 분야

— — —
 — — —
 — — —
 — — —

와이어프레임 – Web 일반 회원가입

The wireframe illustrates a user registration interface. At the top center is a logo placeholder. Below it is a horizontal line with three input fields. A second horizontal line follows, labeled '약관 동의' (Agreement/Acceptance) with a checkbox and several empty lines for text. This pattern repeats three more times. At the bottom center is a button labeled '회원 가입하기' (Register Member).

logo

약관 동의

회원 가입하기

와이어프레임 – Web SNS 회원가입

The wireframe illustrates a user interface for web-based social network membership registration. At the top center is a placeholder for the 'logo'. Below it is a horizontal line. To the right of the line are two input fields: one for '아이디' (ID) and another for '비밀번호' (password). Below these fields are two small square input boxes followed by a horizontal line. A large rectangular button labeled '로그인' (Login) is positioned below the line. Further down the page is another horizontal line. To the right of this line are three additional input fields, each consisting of a small square icon followed by a text label: '네이버 아이디로 로그인' (Login with Naver ID), '카카오 아이디로 로그인' (Login with Kakao ID), and '페이스북 아이디로 로그인' (Login with Facebook ID).

logo

아이디

비밀번호

로그인

네이버 아이디로 로그인

카카오 아이디로 로그인

페이스북 아이디로 로그인

와이어프레임 – Web SNS 회원가입

The wireframe illustrates a user registration interface. At the top center is a logo placeholder. Below it is a horizontal line. To the right of this line are four input fields: '아이디' (ID) and '중복확인' (Duplicate Check) in a two-column layout, followed by '이름' (Name), '이메일 주소' (Email Address), and '닉네임' (Nickname). To the right of the email and nickname fields are two empty horizontal lines, each ending with a small square checkbox. Below these fields is a section titled '관심 분야' (Interest Areas) containing four rows of three checkboxes each. A horizontal line follows this section. Below it is a section titled '약관 동의' (Agreement) with two horizontal lines and a single checkbox at the bottom.

logo

아이디 중복확인

이름

이메일 주소

닉네임

관심 분야

□ — □ — □ —
□ — □ — □ —
□ — □ — □ —
□ — □ — □ —

약관 동의

□ —

□ —

□ —

와이어프레임 – Web SNS 회원가입

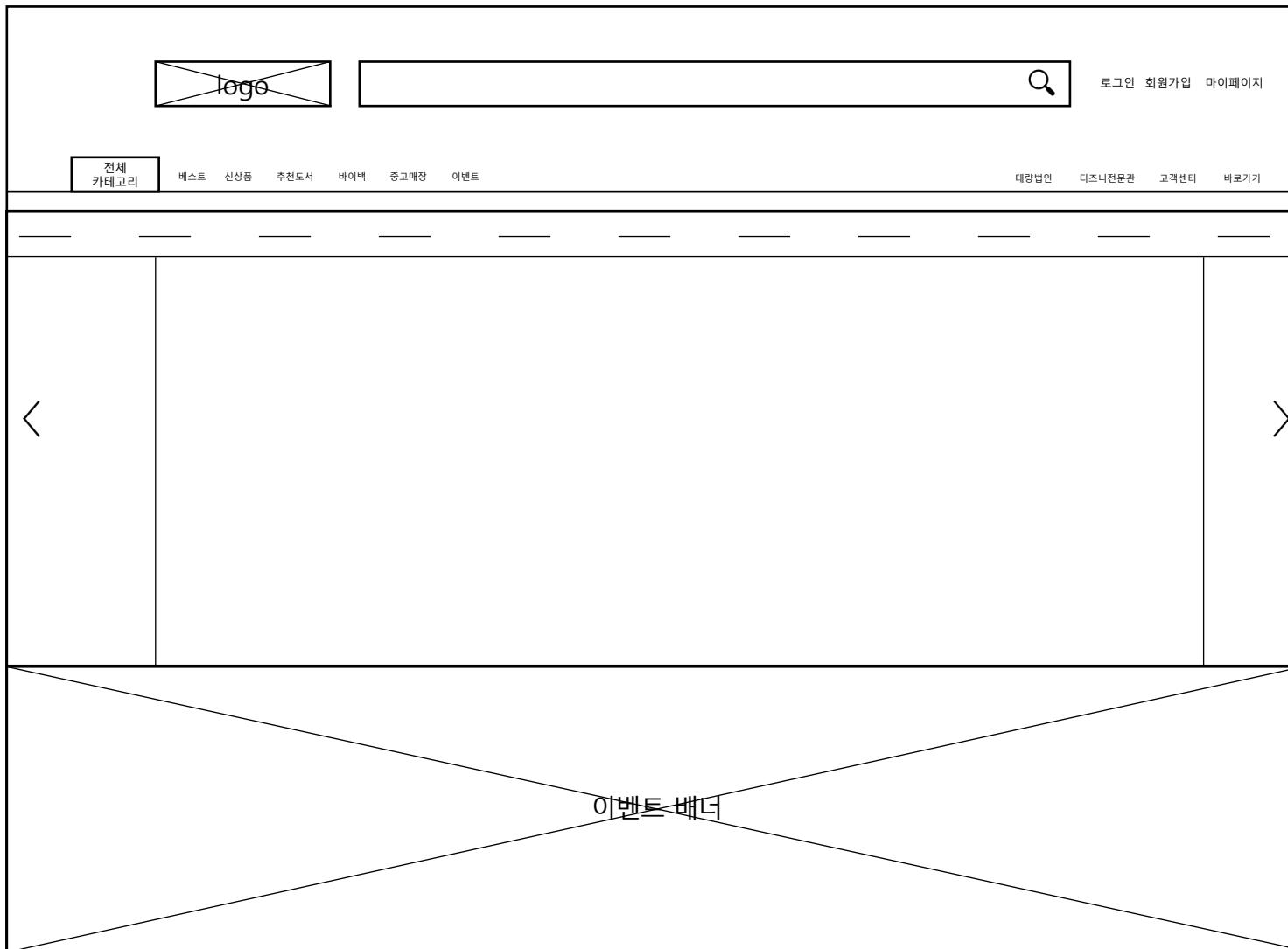
The wireframe illustrates a user registration form. At the top center is a placeholder for the logo. Below it, the title '약관 동의' (Agreement) is centered above a series of horizontal lines for accepting terms. There are three groups of these lines, each preceded by a checkbox. At the bottom right of the page is a button labeled '회원 가입하기' (Join Member).

logo

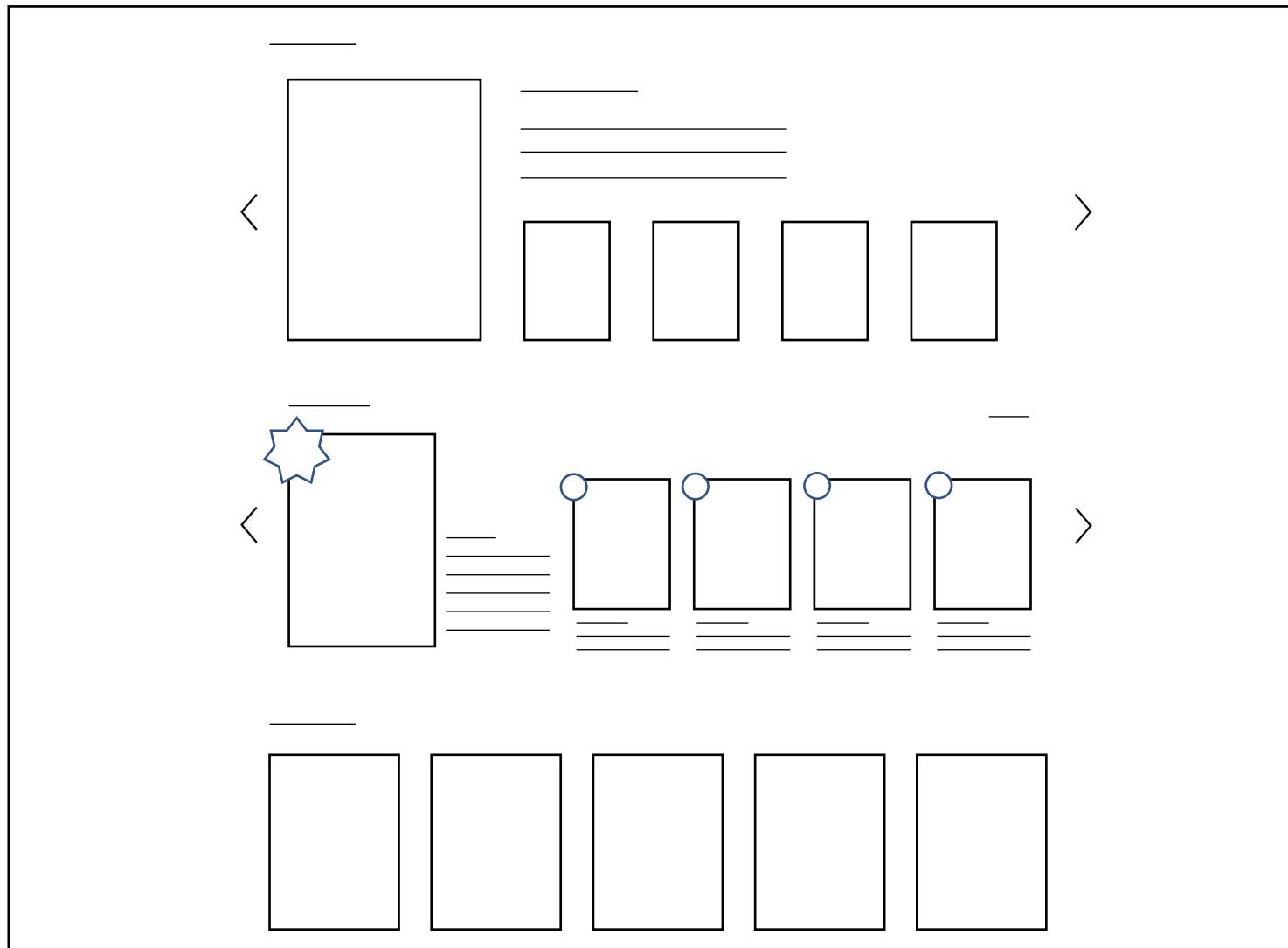
약관 동의

회원 가입하기

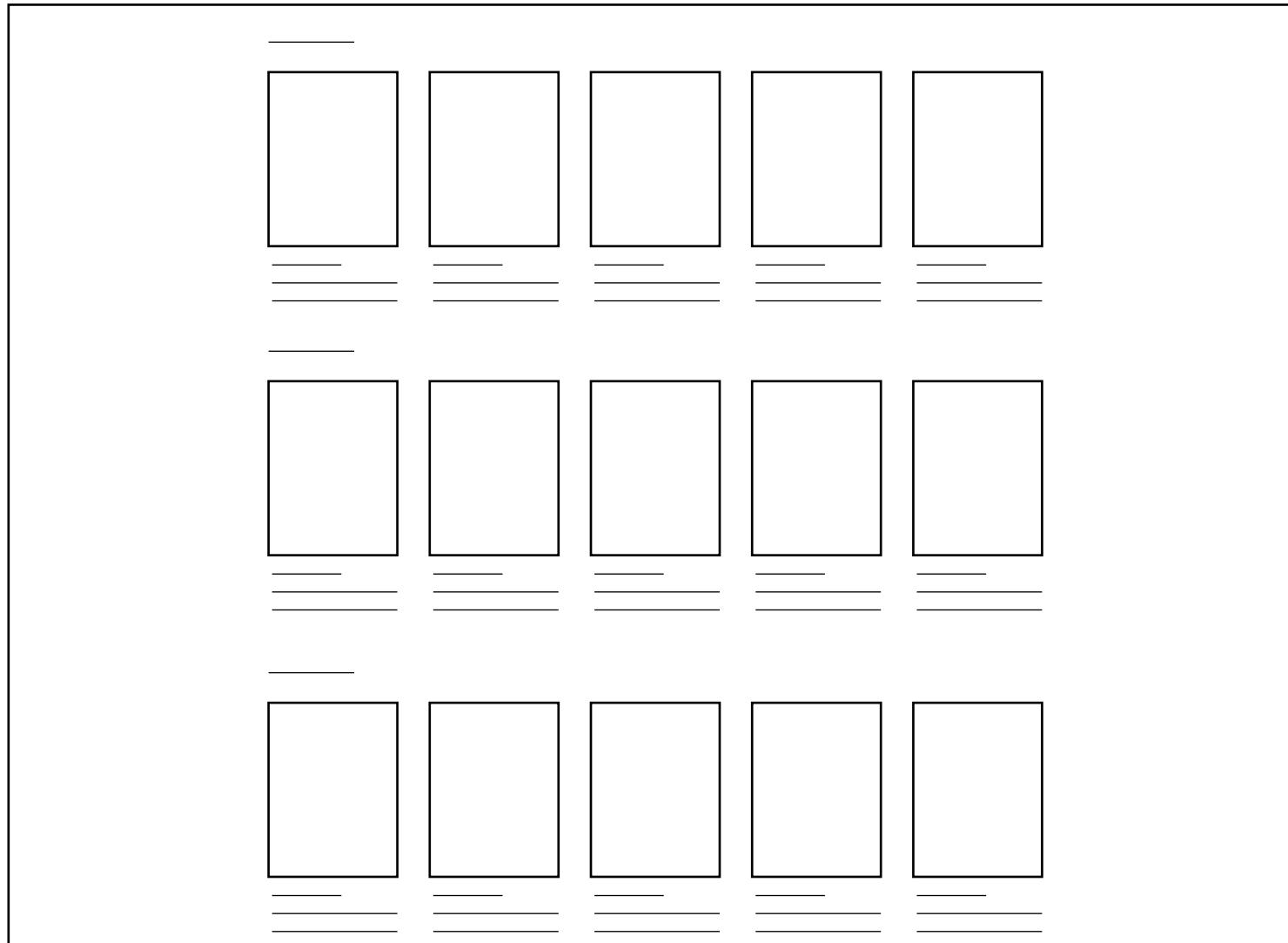
와이어프레임 – Tablet 메인화면



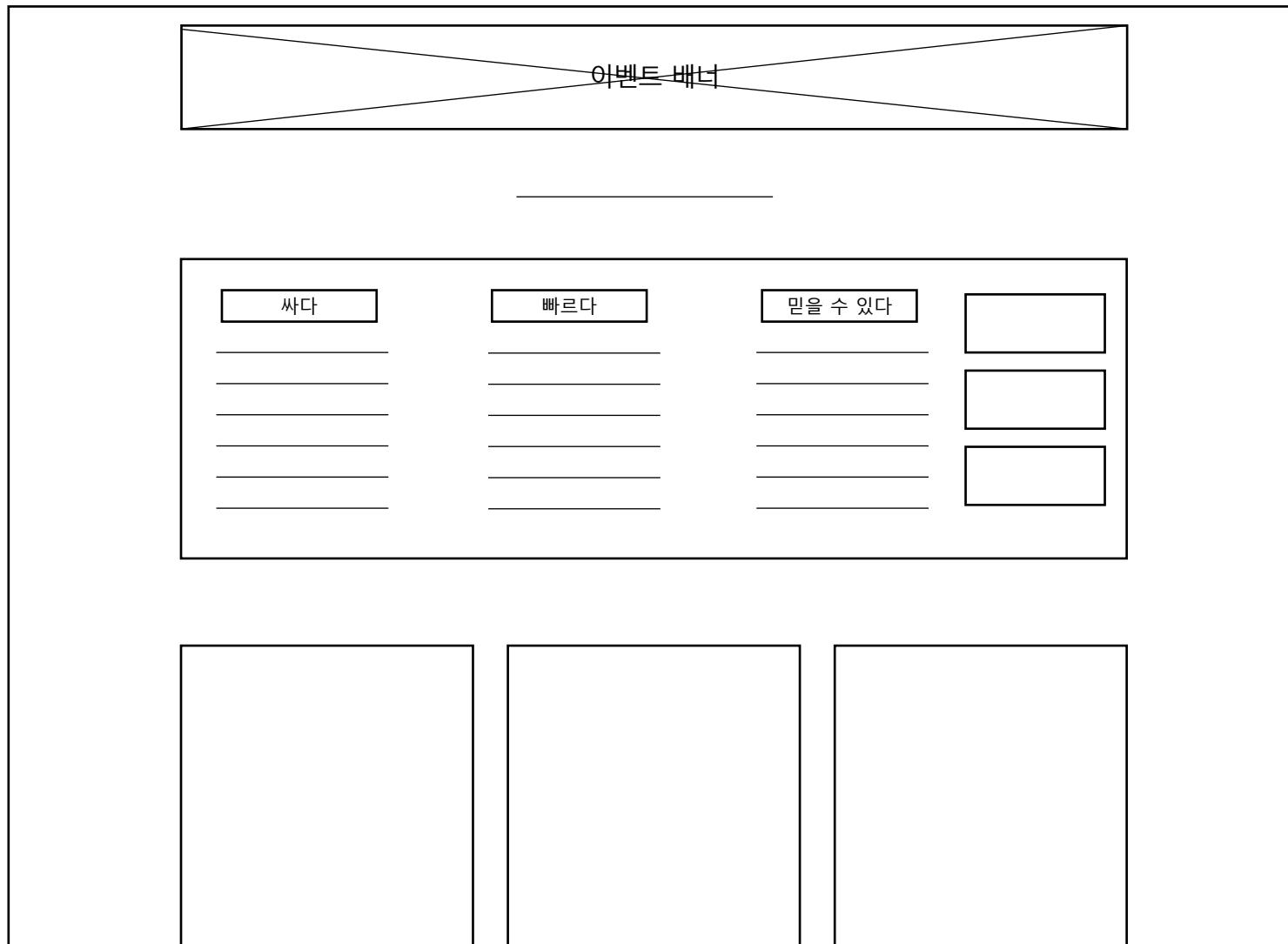
와이어프레임 – Tablet 메인화면



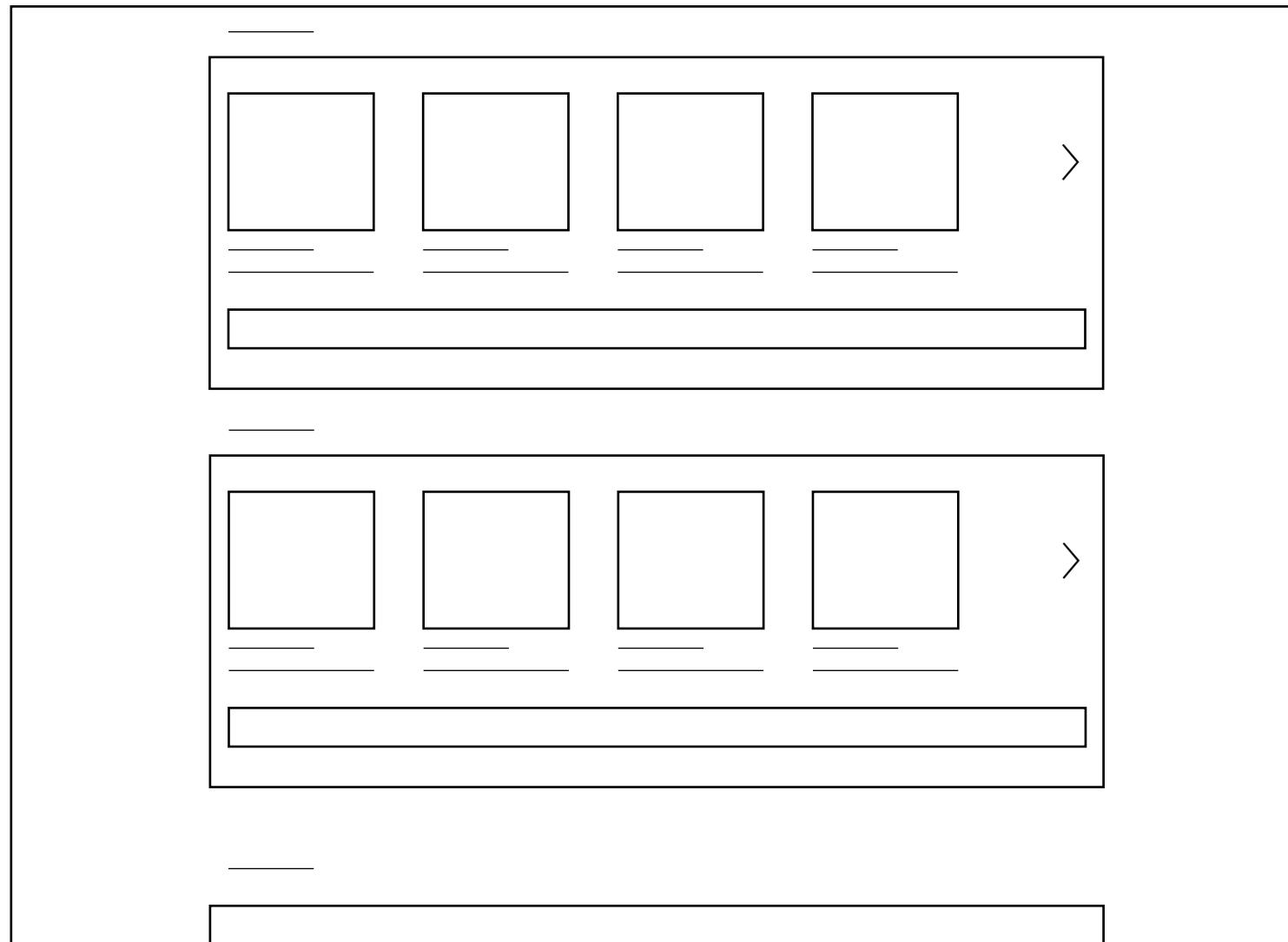
와이어프레임 – Tablet 메인화면



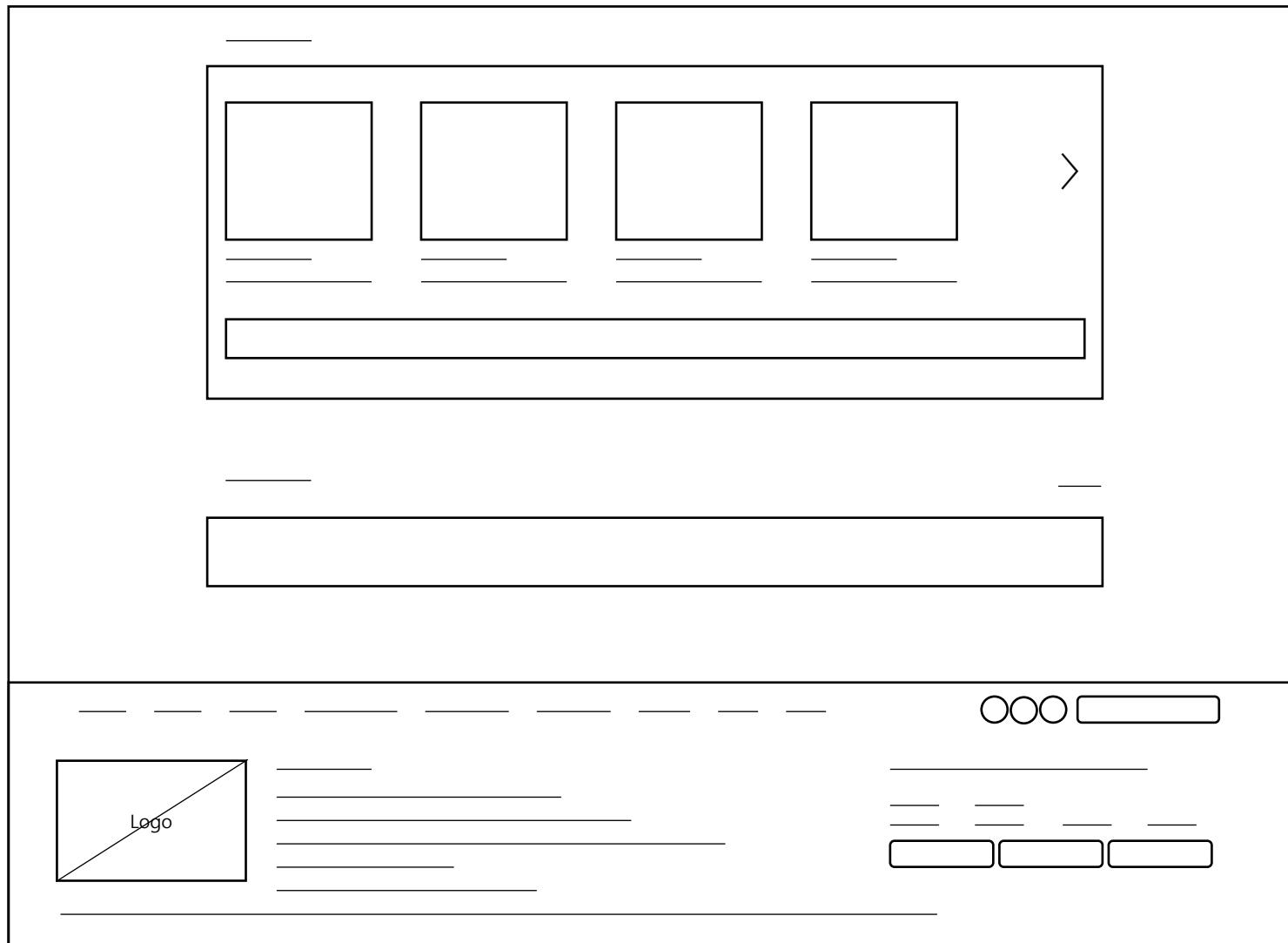
와이어프레임 – Tablet 메인화면



와이어프레임 – Tablet 메인화면



와이어프레임 – Tablet 메인화면



와이어프레임 – Tablet 일반 회원가입



와이어프레임 – Tablet 일반 회원가입

The wireframe for a tablet general membership sign-up form is structured as follows:

- Header:** A placeholder box labeled "logo" at the top center.
- User Authentication:** Two input fields: "아이디" (ID) and "비밀번호" (Password).
- Verification:** A "중복확인" (Duplicate Check) button next to the password field.
- Personal Information:** Six input fields for "이메일 주소" (Email Address), "이름" (Name), "휴대폰 번호" (Mobile Number), and "닉네임" (Nickname). Each of these fields has a horizontal line to its right followed by a small square checkbox.
- Term Selection:** A section titled "개인정보 유효기간" (Personal Information Valid Period) with five radio buttons for "1년" (1 year), "3년" (3 years), "5년" (5 years), "10년" (10 years), and "탈퇴시 까지" (Until withdrawal).
- Interest Selection:** A section titled "관심 분야" (Interest Areas) featuring four rows of three checkboxes each, each preceded by a horizontal line.

와이어프레임 – Tablet 일반 회원가입

The wireframe for a tablet general membership sign-up form is enclosed in a large rectangular frame. At the top center is a placeholder box labeled "logo". Below it is a horizontal row of three input fields, each preceded by a small square icon. A horizontal line extends from the right side of the third input field across the frame. Below this line, the text "약관 동의" is centered above four horizontal lines for signature. To the left of these lines are three more input fields, each preceded by a small square icon. Further down the page, another input field preceded by a square icon is positioned above four horizontal lines. At the bottom center is a rectangular button with a blue border containing the text "회원 가입하기".

와이어프레임 – Tablet SNS 회원가입

The wireframe illustrates a tablet screen displaying a membership registration form. At the top center is a placeholder for the logo. Below it is a horizontal line. Underneath the line are two input fields: one for the ID and one for the password. Each field is preceded by a small square icon. A large rectangular button labeled "로그인" (Login) is positioned below the password field. Another horizontal line is located above the social login options. At the bottom of the screen are three additional rectangular buttons, each featuring a small square icon on the left and text on the right: "네이버 아이디로 로그인" (Login with Naver ID), "카카오 아이디로 로그인" (Login with Kakao ID), and "페이스북 아이디로 로그인" (Login with Facebook ID).

logo

아이디

비밀번호

로그인

네이버 아이디로 로그인

카카오 아이디로 로그인

페이스북 아이디로 로그인

와이어프레임 – Tablet SNS 회원가입

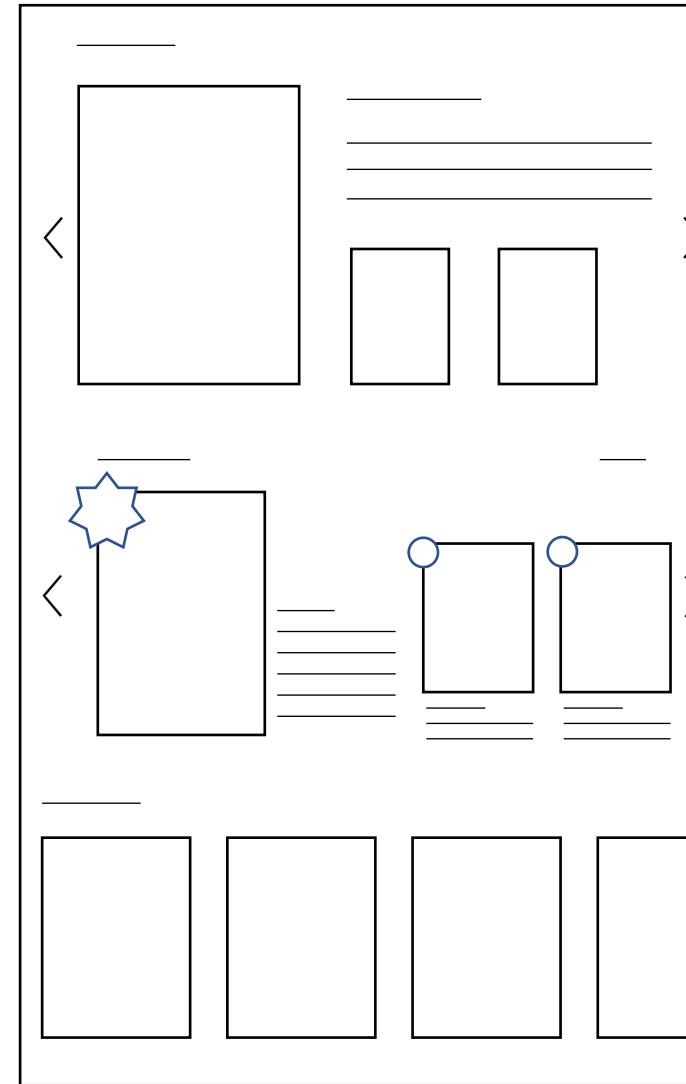
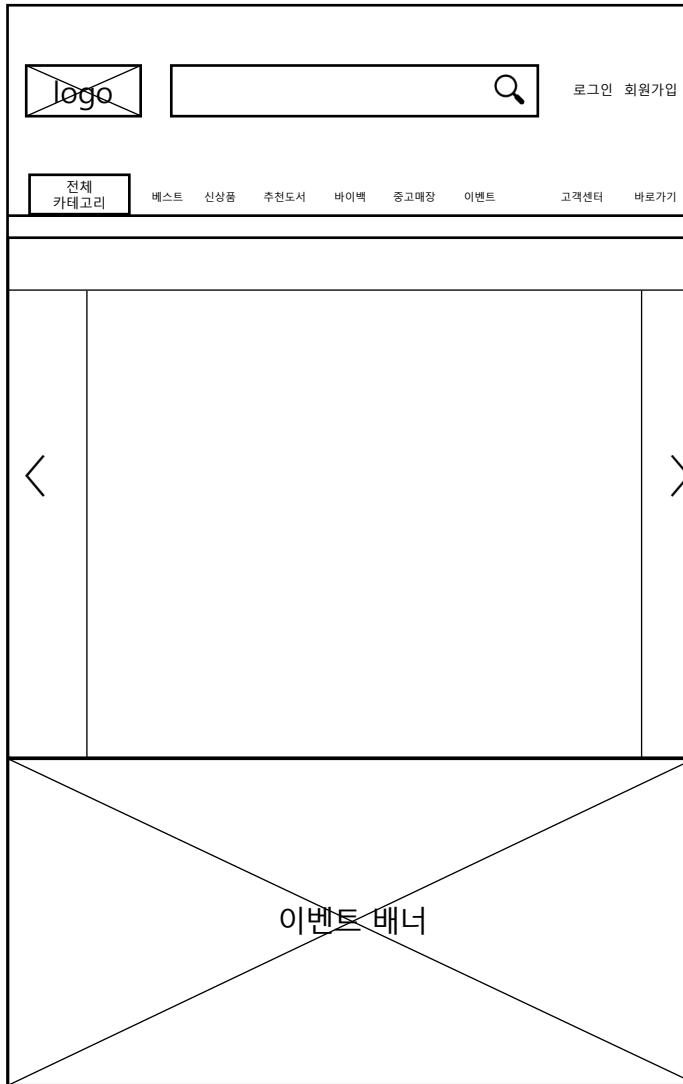
The wireframe for a tablet SNS membership registration form is structured as follows:

- Header:** A logo placeholder at the top center.
- User Input Fields:** A vertical stack of input fields:
 - 아이디 (ID) - A long rectangular input field.
 - 중복확인 (Duplicate Check) - A small rectangular button or link to the right of the ID field.
 - 이름 (Name) - A long rectangular input field.
 - 이메일 주소 (Email Address) - A long rectangular input field.
 - 닉네임 (Nickname) - A long rectangular input field.
- Interest Selection:** A section titled "관심 분야" (Areas of Interest) containing four rows of three checkboxes each, with horizontal lines for labels.
- Agreement:** A section titled "약관 동의" (Agree to Terms) containing two horizontal lines for text and one checkbox for a checkbox label.
- Footer:** Three short horizontal lines at the bottom.

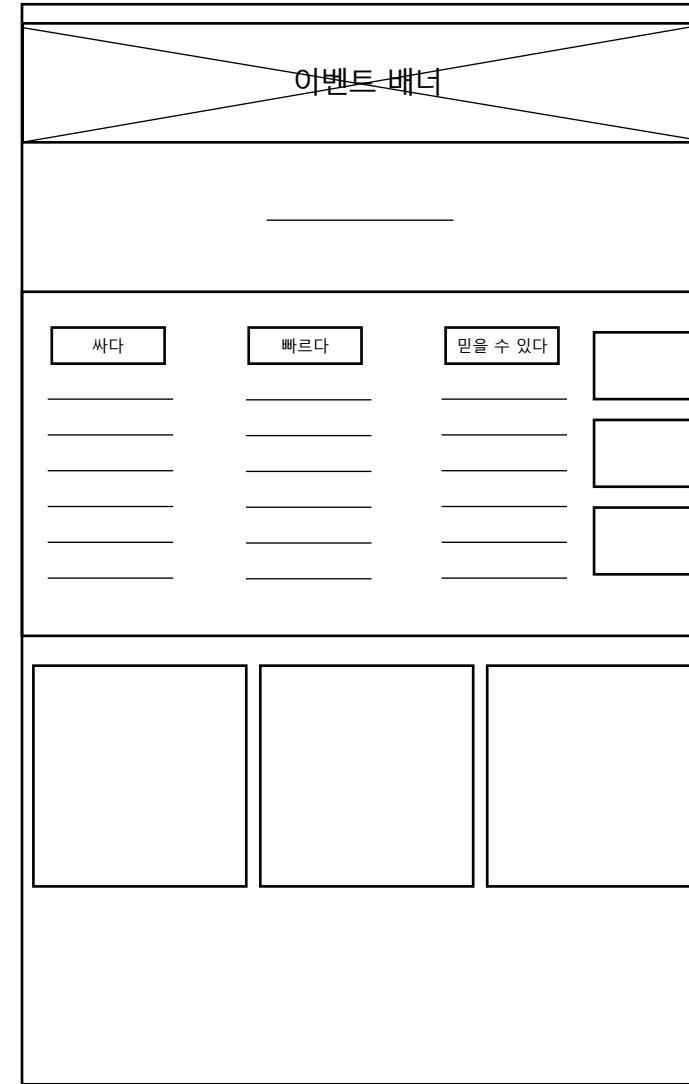
와이어프레임 – Tablet SNS 회원가입

The wireframe for a tablet SNS membership registration form is enclosed in a large rectangular frame. At the top center is a placeholder box labeled "logo". Below it is a horizontal line. To the right of this line, the text "약관 동의" is centered above a series of five horizontal lines. To the left of each of these five lines is a small square checkbox. At the bottom center is another horizontal line, preceded by a single square checkbox. At the very bottom center is a rectangular button labeled "회원 가입하기".

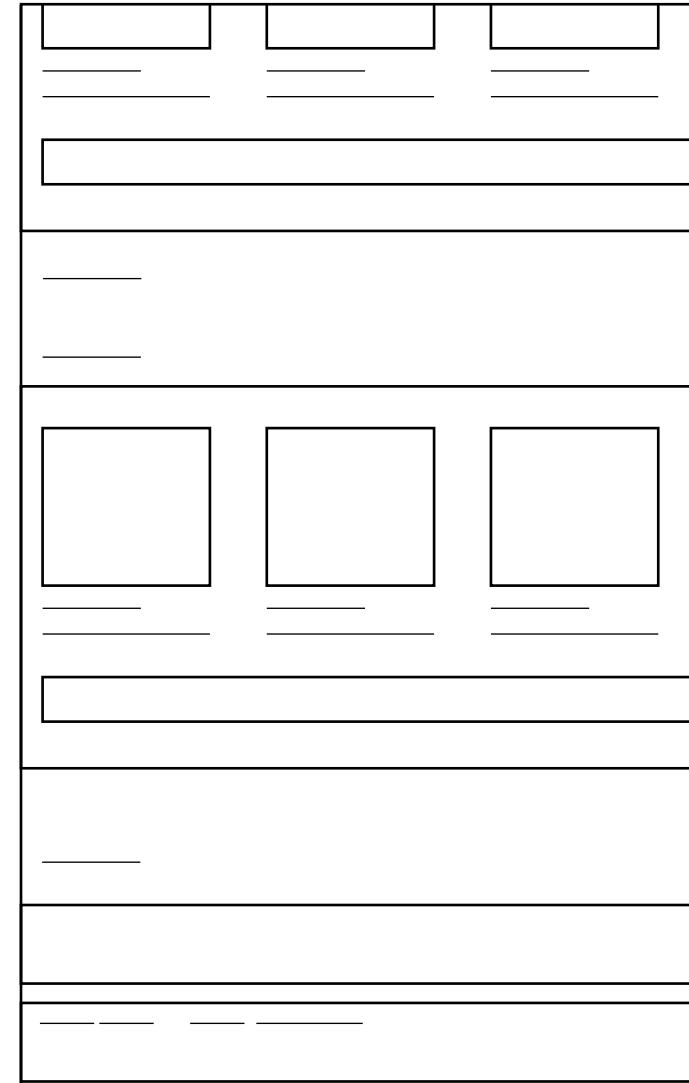
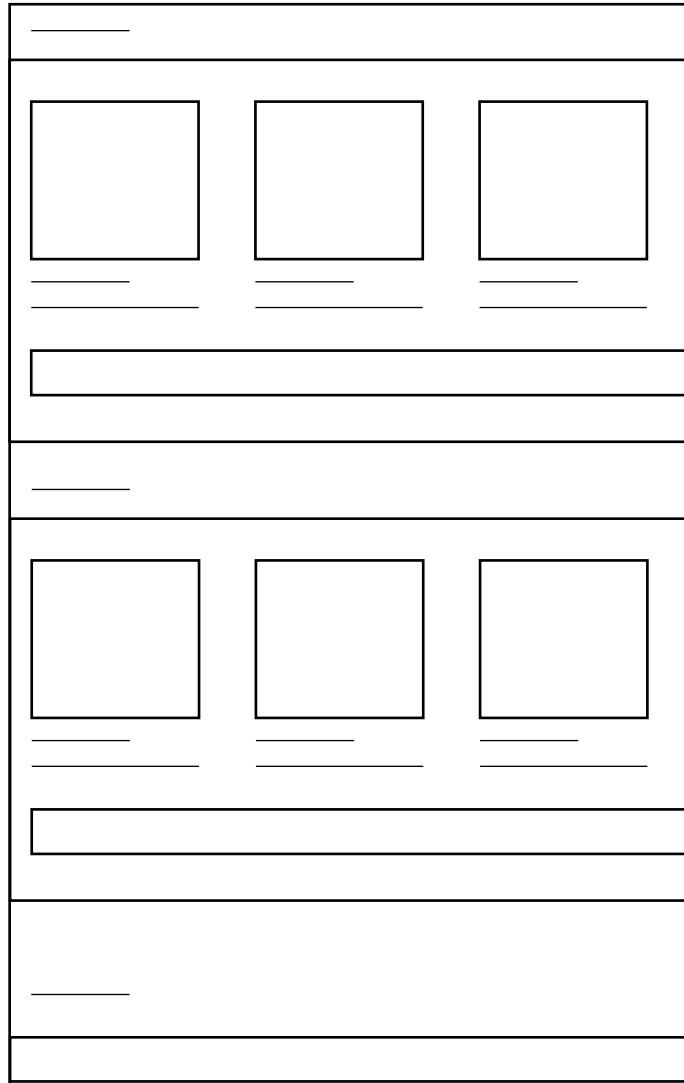
와이어프레임 – Mobile 메인화면



와이어프레임 – Mobile 메인화면



와이어프레임 – Mobile 메인화면



와이어프레임 – Mobile 일반 회원가입

logo

14세 이상 일반 회원가입

14세 미만 어린이 회원가입 법정 회원가입 해외 거주 회원가입

메인 페이지 로그인

logo

아이디 중복확인

비밀번호 비밀번호 확인

이메일 주소

이름

휴대폰 번호

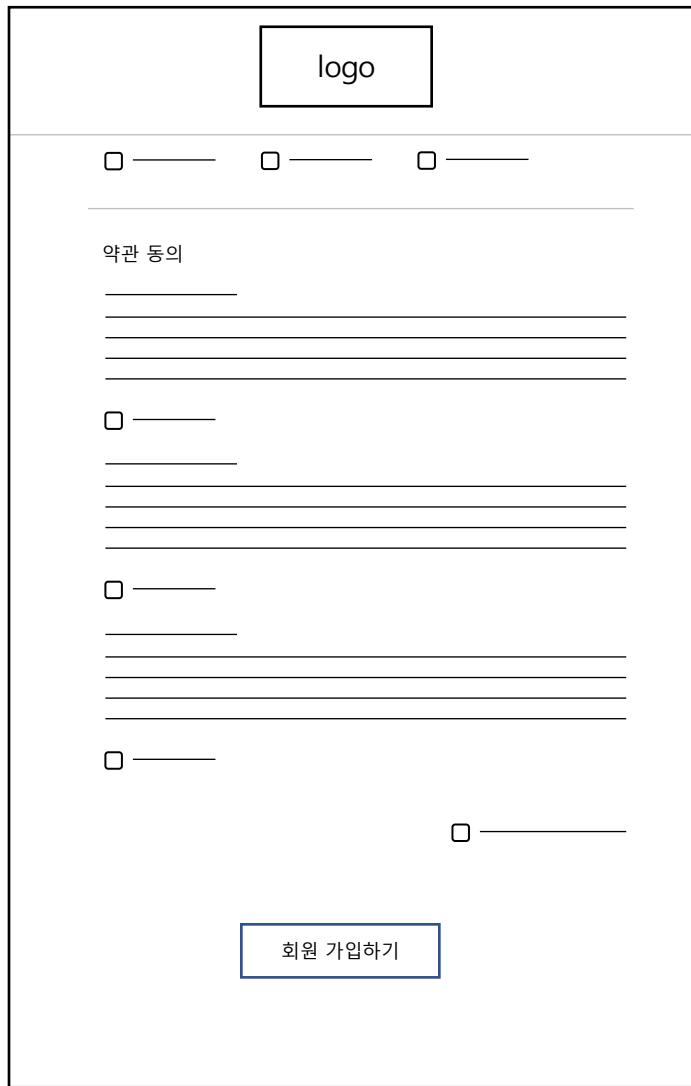
닉네임

개인정보 유효기간
 1년 3년 5년 10년 탈퇴시 까지

관심 분야

_____ _____ _____
 _____ _____ _____
 _____ _____ _____
 _____ _____ _____

와이어프레임 – Mobile 일반 회원가입



와이어프레임 – Mobile SNS 회원가입

This wireframe shows the initial sign-up screen for a mobile SNS application. It features a logo at the top center. Below it is a horizontal line. To the left of the line is a '아이디' (ID) input field, and to its right is a '비밀번호' (password) input field. Underneath these fields are two empty square input fields. A large rectangular button labeled '로그인' (Login) is positioned below them. Another horizontal line follows. At the bottom of the screen are three social login options: '네이버 아이디로 로그인' (Log in with Naver ID), '카카오 아이디로 로그인' (Log in with Kakao ID), and '페이스북 아이디로 로그인' (Log in with Facebook ID).

This wireframe shows an expanded version of the sign-up screen. It includes all the elements from the first wireframe, plus several new fields. To the right of the '비밀번호' input field is a small square labeled '중복확인' (Duplicate Check). Below the '로그인' button is another horizontal line. Further down are four input fields: '이름' (Name), '이메일 주소' (Email Address), '닉네임' (Nickname), and '관심 분야' (Interest Area). Under '관심 분야', there are four sets of three empty square input fields each. Below these is another horizontal line. At the very bottom of the screen is a section labeled '약관 동의' (Agree to Terms) with three empty square input fields.

와이어프레임 – Mobile SNS 회원가입

The wireframe illustrates a mobile application's user interface for member registration. It features a header section with a logo placeholder, followed by a large input field for '약관 동의' (Agreement) containing several horizontal lines for text. Below this are three groups of input fields, each consisting of a checkbox and a horizontal line for text. At the bottom right is a large rectangular button labeled '회원 가입하기' (Register Member).

logo

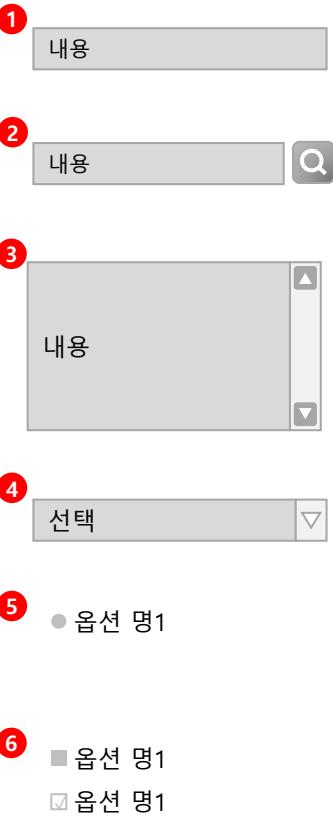
약관 동의

회원 가입하기

스토리보드

- 공통UI정의
- Web
- Tablet
- Mobile

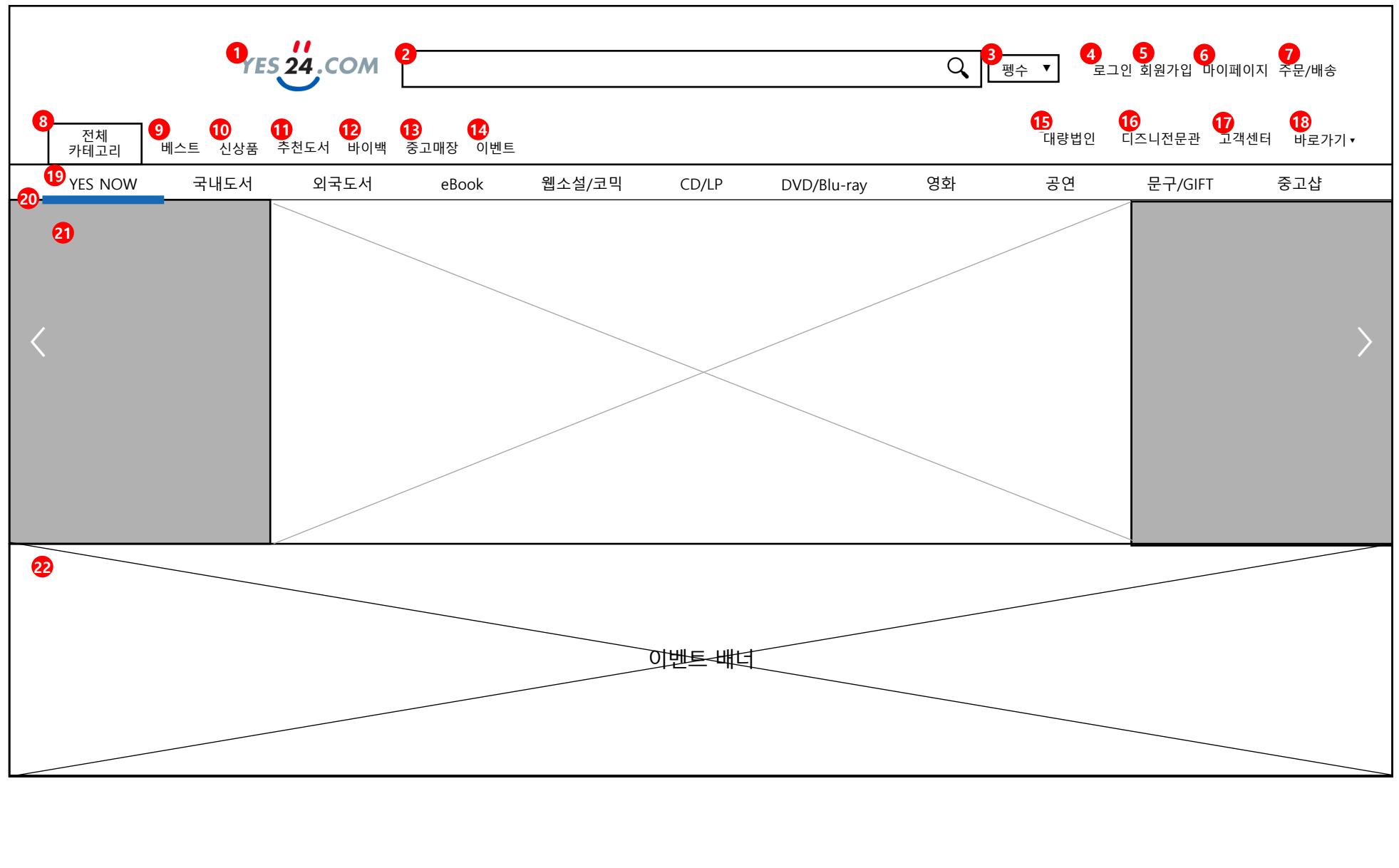
프로젝트명		시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	공통 UI 정의					



문서번호	
파일명	
페이지번호	98

화면 설명	
1	Input Box 한 행 이하의 짧은 글을 입력해야 할 때 사용함
2	Search Input 입력란에 입력 후 돋보기 버튼을 클릭 / 또는 입력란에 입력 후 Enter
3	Text Area 여러 행 혹은 긴 문장을 입력 해야 할 때 사용함
4	Select Box 하나의 옵션만 선택 할 수 있을 때 사용함 옵션의 개수가 4개 이상일 때 사용함
5	Radio Button 하나의 옵션만 선택할 수 있을 때 사용함 옵션의 수가 3개 이하일 때나, 옵션이 항상 들통여야 할 때 사용함
6	Check Box 여러 개의 옵션을 선택하 수 있을 때 사용함
7	
8	

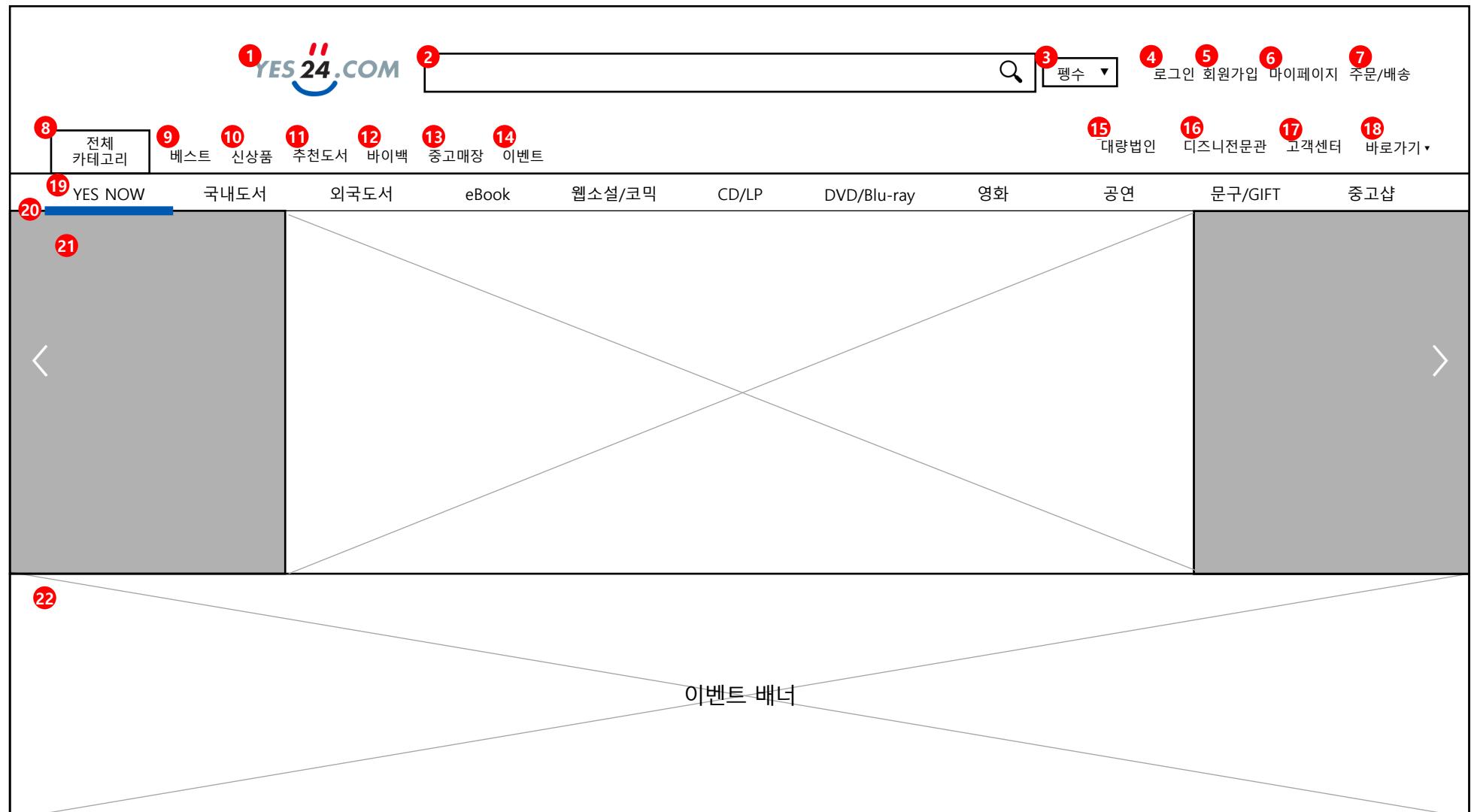
프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 - Web	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	99

화면 설명	
1	YES24 로고
2	검색어 입력
3	YES24 핫이슈 키워드 모음 화살표 부분에 마우스를 갖다대면 여러개의 키워드가 뜸.
4	로그인 화면으로 이동
5	회원가입 화면으로 이동
6	마이페이지 화면으로 이동
7	주문/배송에 관한 정보를 볼 수 있는 화면으 로 이동 * 로그인이 되어 있지 않을 시 로그인 화면으 로 이동
8	전체 카테고리로 마우스를 갖다 대면 국내도 서 부터 중고샵 메뉴 까지 다 뜨도록 함
10	베스트 셀러 도서를 모아놓은 화면으로 이동
11	신상품 도서를 모아놓은 화면으로 이동
12	YES24 MD가 추천하는 도서들을 모아놓은 화 면으로 이동
13	중고서적을 팔 수 있는 바이백 화면으로 이동
14	중고책을 살 수 있는 매장을 알아보는 중고매 장 화면으로 이동
15	YES24 이벤트 화면으로 이동
16	법인회원/대량주문을 위한 화면으로 이동

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 - Web	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	100

화면 설명	
16	디즈니 굿즈를 모아놓은 화면으로 이동
17	YES24 고객센터 화면으로 이동
18	YES24 도서 외의 다른 콘텐츠를 다루는 페이지를 모아놓은 카테고리. 마우스를 갖다 대면 바로가기 메뉴들이 뜸.
19	YES NOW는 현재 YES24에서 진행되는 큰 이벤트 혹은 가장 중요한 소식을 모아놓은 화면 도서 뿐만 아니라 공연, 영화 등의 소식을 담고 있음.
20	파란색 바가 이동하며 사용자가 무엇을 선택 했는지, 현재 어떤 화면이 나오는지에 대해 알려준다. 일정한 시간에 맞춰 바가 움직이며, 화면이 바뀜.
21	YES NOW를 제외한 각 카테고리의 신상도서를 소개하는 이미지가 롤링된다. 일정 시간에 맞춰 자동으로 바뀌거나, 사용자가 카테고리를 선택하는 것에 따라 이미지가 바뀌게 된다. 좌우 어두운 영역은 그 다음에 나올 영역
22	이벤트 배너로 각 카테고리 별 주요 이벤트나 할인 정보를 나타내는 영역

문서번호

파일명

페이지번호

101

화면 설명

① 오늘의 책



④ 마이 예스24

최근 본 상품



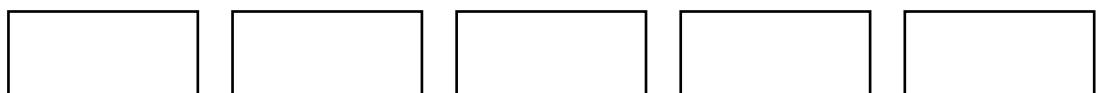
제목

단독 판매

② 베스트셀러 >

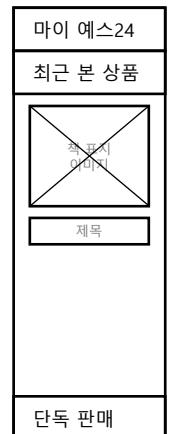
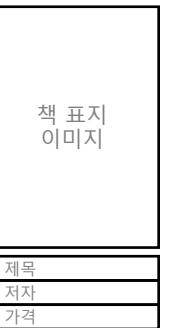
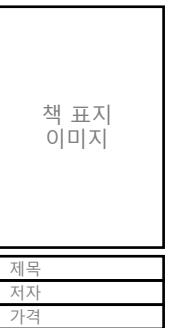
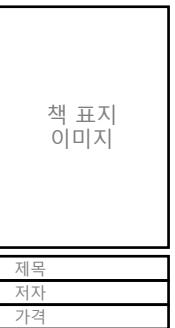
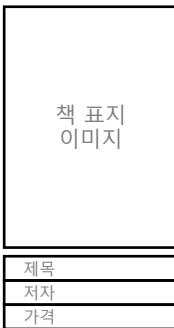
제목
저자
줄거리제목
저자제목
저자제목
저자제목
저자

③ SNS 화제의 책



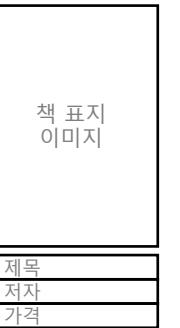
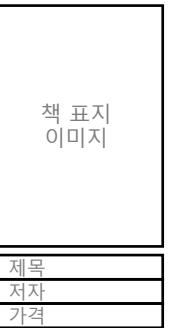
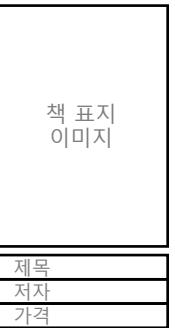
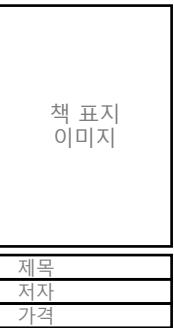
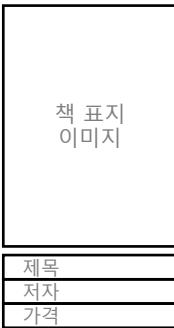
프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 - Web	YES24	2019/11/25		정지은	

① SNS 화제의 책

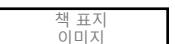
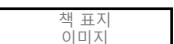
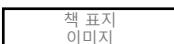


② ○○○ 님, YES24가 준비했어요!

③ 나 혼자 산다!



④ 내성적인 당신을 위한 생존의 기술



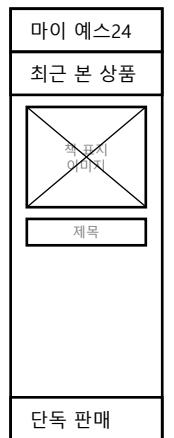
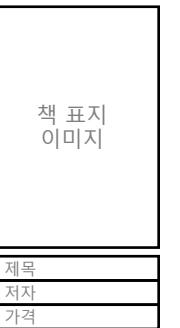
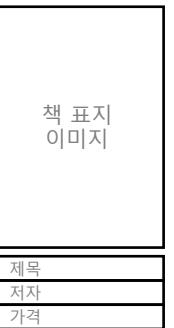
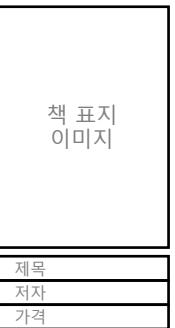
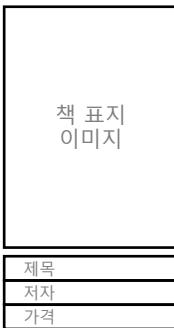
문서번호	
파일명	
페이지번호	102

화면 설명

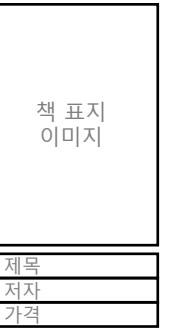
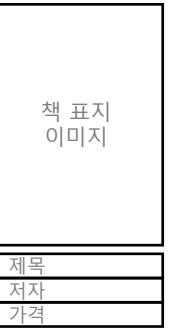
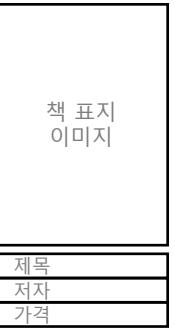
- | | |
|----|--|
| 1 | 인스타그램이나 페이스북에서 요즘 뜨는 도서를 모아놓은 영역 |
| 2 | YES24가 회원의 관심있는 분야를 파악하여, 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 영역 |
| 3 | 혼자 사는 사람이라는 특징을 파악하여, 자취생을 위한 도서가 모여있음 |
| 4 | 회원의 성격을 파악하여, 내성적인 사람을 위해 생존하는 법에 대해 다루는 자신감을 도서를 모아놓음 |
| 5 | |
| 6 | |
| 7 | |
| 8 | |
| 9 | |
| 10 | |
| 11 | |
| 12 | |
| 13 | |
| 14 | |
| 15 | |
| 16 | |

문서번호	
파일명	
페이지번호	103

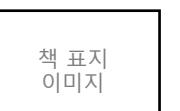
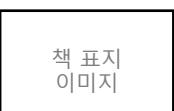
① 내성적인 당신을 위한 생존의 기술



② 대학생 신입생을 위한 추천도서



③ 누군가의 위로가 필요할 때



화면 설명	
1	회원의 성격을 파악하여, 내성적인 사람을 위해 생존하는 법에 대해 다루는 자신감을 도서를 모아놓음
2	대학생 신입생이라는 결과에 따라 신입생들이 읽으면 좋은 도서를 뽑아내어, 추천하는 영역
3	누군가의 위로가 필요할 때 읽으면 좋을 책들을 모아놓은 영역
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 - Web	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	104
화면 설명	
1	맞춤형 서비스를 하는 구간이 끝나고 광고를 넣어 주제가 끝난 느낌을 좀 이벤트/광고를 위한 배너
2	

문서번호	
파일명	
페이지번호	105

이벤트 배너

① YES24만의 대표 서비스!



②

한 학기 한권 읽기

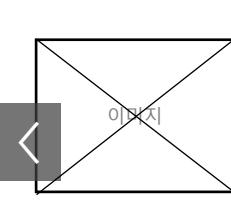
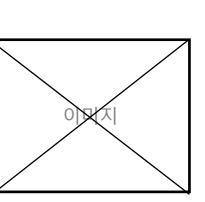
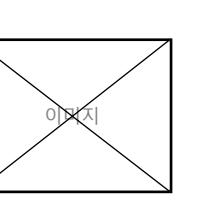
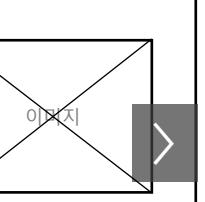
필독서 이벤트

화면 설명

1	YES24 대표 서비스들을 알리기 위한 서비스 영역. 우측에는 아이콘을 이용하여 사용하기 편하도록 함
2	이벤트를 홍보하는 영역. 학생들을 위한 콘텐츠나 그 시기에 맞는 이벤트를 제공함
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

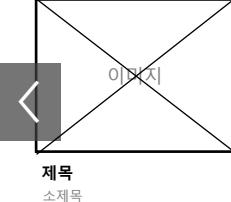
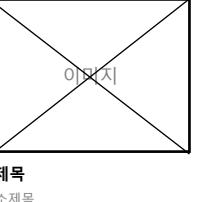
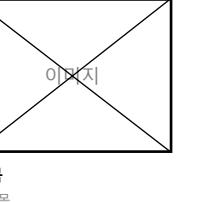
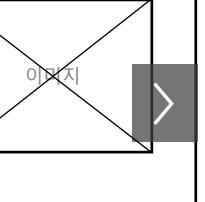
한 학기 한권 읽기
필독서 이벤트

① 채널예스





제목
소제목
제목
소제목
제목
소제목
제목
소제목

추천 기사 #키워드1 #키워드 #키워드 #키워드 #키워드

② YES블로그





제목
소제목
제목
소제목
제목
소제목
제목
소제목

추천 블로거 #키워드1 #키워드 #키워드 #키워드 #키워드

문서번호	
파일명	
페이지번호	106
화면 설명	
1	도서에 관한 뉴스들을 모아놓은 영역
2	도서에 관한 블로그를 모아놓은 영역
3	
4	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 - Web	YES24	2019/11/25		정지은	

YES블로그

제목
소제목

제목
소제목

제목
소제목

제목
소제목

추천 블로거 #키워드1 #키워드 #키워드 #키워드 #키워드

마이 예스24

최근 본 상품

제품

단독 판매

① 공지사항
② 회사소개 ③ 민재채용 ④ 이용약관 ⑤ 개인정보처리방침 ⑥ 소년보호정책 ⑦ 도서홍보안내 ⑧ 광고안내 ⑨ 제휴안내 ⑩ 복지제휴 ⑪ 중고매장
⑫ ○ ○ ○ ⑬ 가족회사 소개 ▾
⑭
예스이십사(주)

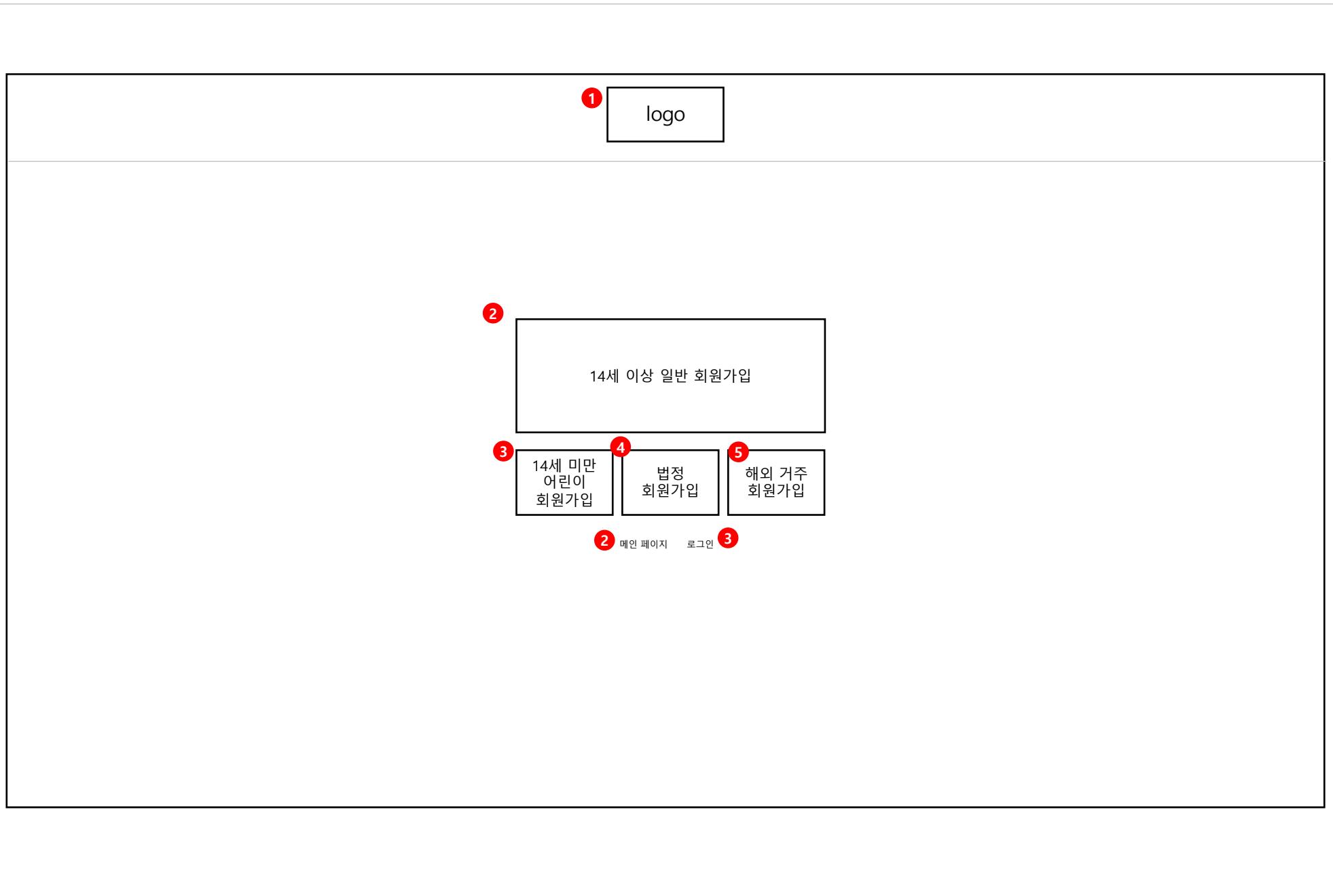
서울시 영등포구 은행로 11, 5층~6층(여의도동, 일신빌딩)
대표 : 김석환 개인정보보호책임자 : 권민석 yes24help@yes24.com
사업자등록번호 : 229-81-37000 통신판매업신고 : 제 2005-02682호 [사업자 정보확인](#)
호스팅 서비스사업자 : 예스이십사(주)
Copyright © YES24 Corp. All Rights Reserved.

⑯ 고객만족센터 T.1544-3800

중고샵 문의 1566-4295
영화예매 문의 1544-7758 공연예매 문의 1544-6399

문서번호	
파일명	
페이지번호	107
화면 설명	
1	YES24의 홍보를 할 내용을 넣어놓고, 공지를 할 만한 내용을 모아놓은 영역
2	푸터 회사 소개에 관한 내용 버튼을 누르면 회사소개 페이지로 이동
3	버튼을 누르면 인재채용 페이지로 이동
4	버튼을 누르면 이용약관 페이지로 이동
5	버튼을 누르면 개인정보처리방침 페이지로 이동
6	버튼을 누르면 청소년 보호정책 페이지로 이동
7	버튼을 누르면 도서홍보안내 페이지로 이동
8	버튼을 누르면 광고안내 페이지로 이동
9	버튼을 누르면 제휴안내 페이지로 이동
10	버튼을 누르면 복지제휴 페이지로 이동
11	버튼을 누르면 중고매장 페이지로 이동
12	SNS 페이지로 이동
13	YES24 와 연관된 페이지를 모아놓은 영역 원하는 메뉴를 누르면 바로 그 페이지로 이동함
14	예스이십사의 간단한 정보를 나타냄
15	고객만족센터와 그 외 문의할 수 있는 번호
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 – Web	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	108
화면 설명	
1	YES24 로고
2	14세 이상 일반 회원가입 화면으로 넘어감
3	14세 미만 어린이 회원가입 화면으로 넘어감
4	법정 회원가입 화면으로 넘어감
5	해외 거주 회원가입 화면으로 넘어감
6	버튼을 누르면 메인 페이지로 이동
7	버튼을 누르면 로그인 페이지로 이동
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 - Web	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

① 아이디

② 비밀번호

③ 이메일 주소

④ 이름

⑤ 휴대폰 번호

⑥ 닉네임

중복확인

4~15자리의 영문소문자와 숫자만 가능합니다.

8~16자 영문 대 소문자, 숫자, 특수문자를 사용하세요.

확인을 위해서 재입력 해주세요.

⑦ 개인정보 유효기간

1년 3년 5년 10년 탈퇴시 까지

개인정보 유효기간 내에 로그인 등 이용이 없을 경우,
후면 계정으로 전환되어 각종 뉴스레터, 메일, 문자를 수신할 수 없습니다

⑧ 관심 분야

어린이 문학 예술 인문
 정치사회 경제경영 자연과학 컴퓨터
 외국어 취미실용 서양도서 일본도서

문서번호	
파일명	
페이지번호	109
화면 설명	
1	아이디를 입력하는 영역
2	비밀번호를 입력하는 영역과 확인을 위해 한번 더 입력하는 영역
3	이메일 주소를 입력하는 영역
4	이름을 입력하는 영역
5	휴대폰 번호를 입력하는 영역 입력 후에는 인증번호를 받기 위한 창이 뜬다.
6	닉네임을 설정할 수 있는 영역
7	개인정보 유효기간을 선택할 수 있는 영역
8	관심분야를 선택하는 영역
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 – Web	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

심리학 자기계발 창의적 사고 재테크

① 약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

- 개인정보 수집 및 이용 동의

1. 개인정보의 수집, 이용 목적
"개인정보"라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 당해 정보에
포함되어 있는 성명, 주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해
개인을 식별할 수 있는 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을

개인정보 수집 및 이용에 동의합니다.

- 개인정보 처리 위탁 동의

개인정보 처리위탁
회사는 서비스 향상을 위해서 아래와 같이 개인정보를 위탁하
고 있으며, 관계 법령에 따라 위탁계약 시 개인정보가 안전하게
관리될 수 있도록 필요한 사항을 규정하고 있습니다. 또한 동의를

개인정보 처리 위탁에 동의합니다.

② 모든 약관을 확인하고 전체 동의합니다.

③ 회원 가입하기

문서번호	
파일명	
페이지번호	110
화면 설명	
1	약관 동의 선택을 위한 영역
2	약관동의 선택을 한번에 선택할 수 있는 영역
3	버튼을 누르면 회원가입이 되며, 메인페이지로 이동함
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Web	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

YES24 로그인

① 아이디
② 비밀번호
③ 로그인

로그인 유지 아이디 저장

아이디 찾기 | 비밀번호 찾기

④ logo 네이버 아이디로 로그인
⑤ logo 카카오 아이디로 로그인
⑥ logo 페이스북 아이디로 로그인

문서번호	
파일명	
페이지번호	111
화면 설명	
1	로그인을 위한 아이디를 입력하는 영역
2	비밀번호를 입력하는 영역 5회 이상 틀릴 경우 보안번호를 입력하도록 함
3	로그인 버튼을 누르면 로그인이 완료되었을 시 메인화면으로 이동, 틀린 아이디나 비밀번호를 입력하였을 시 팝업창이 뜸
4	버튼을 누르면 네이버 아이디로 로그인 페이지로 이동
5	버튼을 누르면 카카오 아이디로 로그인 페이지로 이동
6	버튼을 누르면 페이스북 아이디로 로그인 페이지로 이동
7	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Web	YES24	2019/11/25		정지은	



정보입력

① 아이디
 ③ 이름
 ④ 이메일 주소
 ⑤ 닉네임

관심 분야

⑥ 어린이 문학 예술 인문
 정치사회 경제경영 자연과학 컴퓨터
 외국어 취미실용 서양도서 일본도서
 심리학 자기계발 창의적 사고 재테크

약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
 제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
 인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
 관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

문서번호	
파일명	
페이지번호	112
화면 설명	
1	SNS 정보에 맞게 아이디가 자동으로 입력됨
2	SNS 정보에 맞게 이름이 자동으로 입력됨
3	SNS 정보에 맞게 이메일이 자동으로 입력됨
4	닉네임을 입력하는 영역
5	관심분야를 선택할 수 있는 영역

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Web	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

① 약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

- 개인정보 수집 및 이용 동의

1. 개인정보의 수집, 이용 목적
"개인정보"라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 당해 정보에
포함되어 있는 성명, 주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해
개인을 식별할 수 있는 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을

개인정보 수집 및 이용에 동의합니다.

- 개인정보 처리 위탁 동의

개인정보 처리위탁
회사는 서비스 향상을 위해서 아래와 같이 개인정보를 위탁하
고 있으며, 관계 법령에 따라 위탁계약 시 개인정보가 안전하게
관리될 수 있도록 필요한 사항을 규정하고 있습니다. 또한 동의를

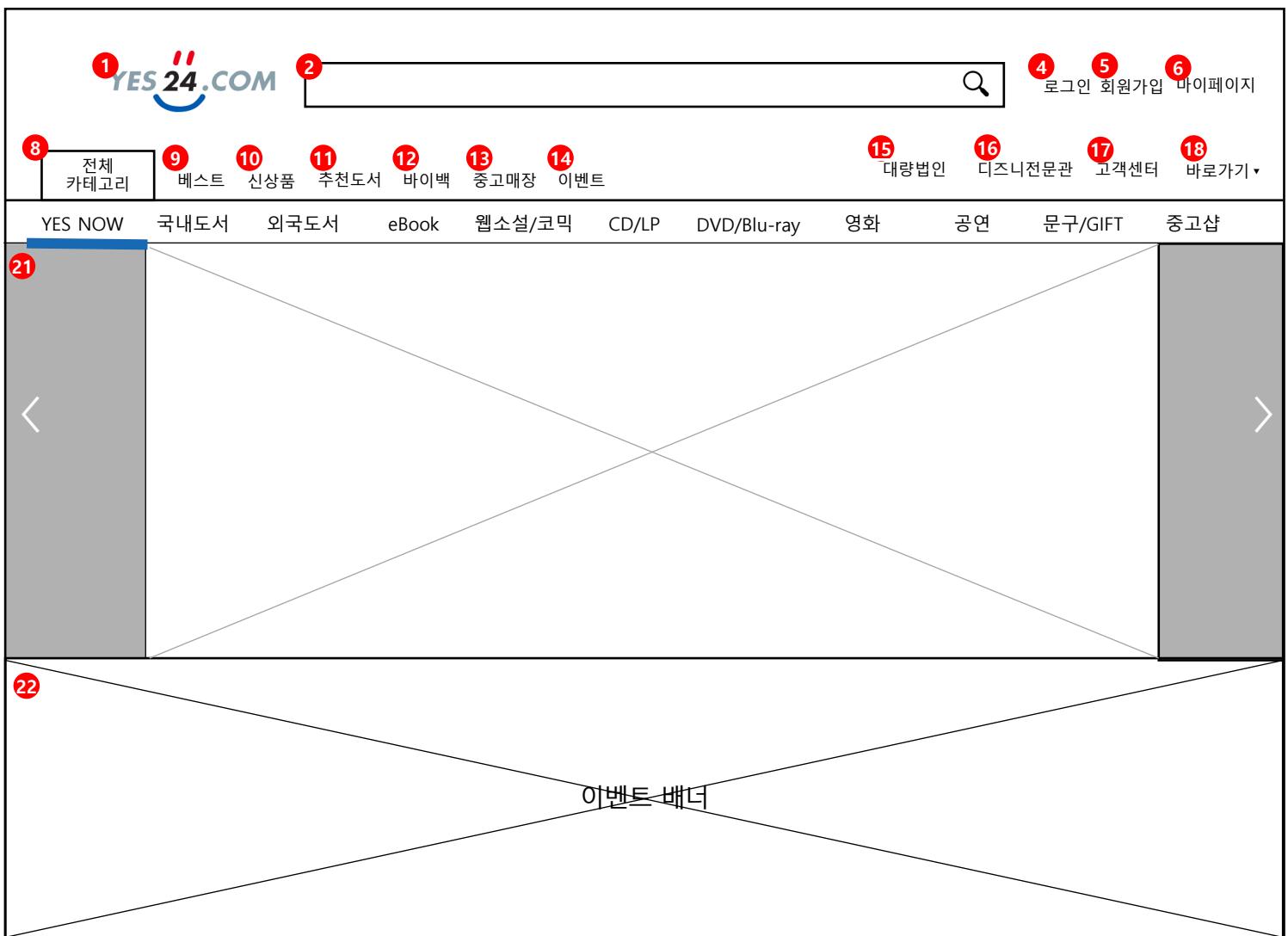
개인정보 처리 위탁에 동의합니다.

② 모든 약관을 확인하고 전체 동의합니다.

③

문서번호	
파일명	
페이지번호	113
화면 설명	
1	약관 동의 선택을 위한 영역
2	약관동의 선택을 한번에 선택할 수 있는 영역
3	버튼을 누르면 회원가입이 되며, 메인페이지로 이동함

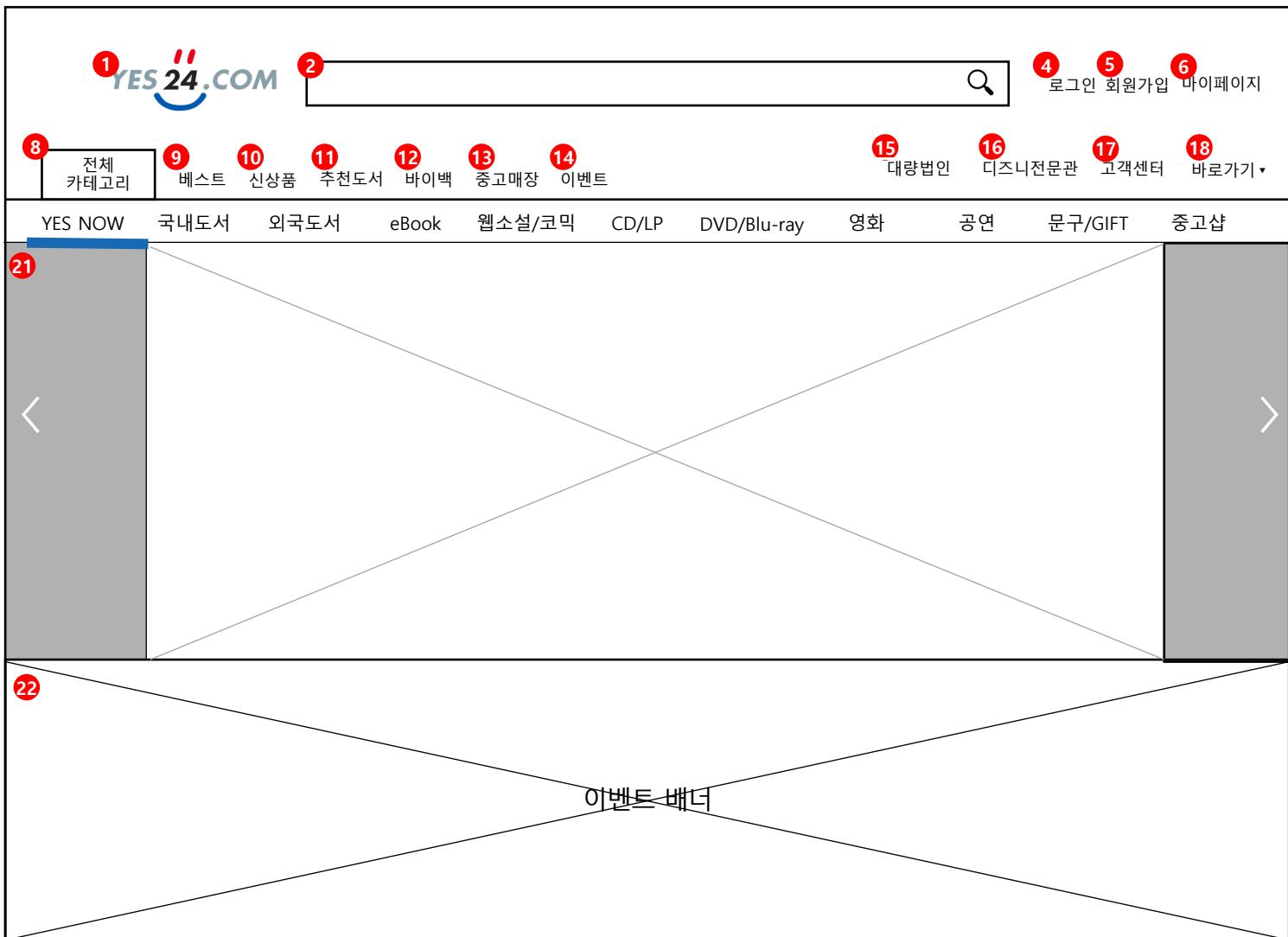
프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	114

화면 설명	
1	YES24 로고
2	검색어 입력
3	YES24 핫이슈 키워드 모음 화살표 부분에 마우스를 갖다대면 여러개의 키워드가 뜸.
4	로그인 화면으로 이동
5	회원가입 화면으로 이동
6	마이페이지 화면으로 이동
7	주문/배송에 관한 정보를 볼 수 있는 화면으 로 이동 * 로그인이 되어 있지 않을 시 로그인 화면으 로 이동
8	전체 카테고리로 마우스를 갖다 대면 국내도 서 부터 중고샵 메뉴 까지 다 뜨도록 함
10	베스트 셀러 도서를 모아놓은 화면으로 이동
11	신상품 도서를 모아놓은 화면으로 이동
12	YES24 MD가 추천하는 도서들을 모아놓은 화 면으로 이동
13	중고서적을 팔 수 있는 바이백 화면으로 이동
14	중고책을 살 수 있는 매장을 알아보는 중고매 장 화면으로 이동
15	YES24 이벤트 화면으로 이동
16	법인회원/대량주문을 위한 화면으로 이동

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	115

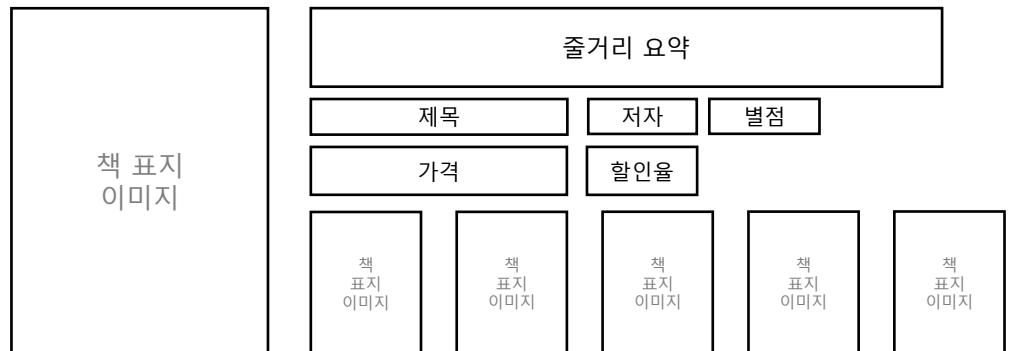
화면 설명	
16	디즈니 굿즈를 모아놓은 화면으로 이동
17	YES24 고객센터 화면으로 이동
18	YES24 도서 외의 다른 콘텐츠를 다루는 페이지를 모아놓은 카테고리. 마우스를 갖다 대면 바로가기 메뉴들이 뜸.
19	YES NOW는 현재 YES24에서 진행되는 큰 이벤트 혹은 가장 중요한 소식을 모아놓은 화면 도서 뿐만아니라 공연, 영화 등의 소식을 담고 있음.
20	파란색 바가 이동하며 사용자가 무엇을 선택 했는지, 현재 어떤 화면이 나오는지에 대해 알려준다. 일정한 시간에 맞춰 바가 움직이며, 화면이 바뀜.
21	YES NOW를 제외한 각 카테고리의 신상도서를 소개하는 이미지가 롤링된다. 일정 시간에 맞춰 자동으로 바뀌거나, 사용자가 카테고리를 선택하는 것에 따라 이미지가 바뀌게 된다. 좌우 어두운 영역은 그 다음에 나올 영역
22	이벤트 배너로 각 카테고리 별 주요 이벤트나 할인 정보를 나타내는 영역

문서번호	
파일명	
페이지번호	116

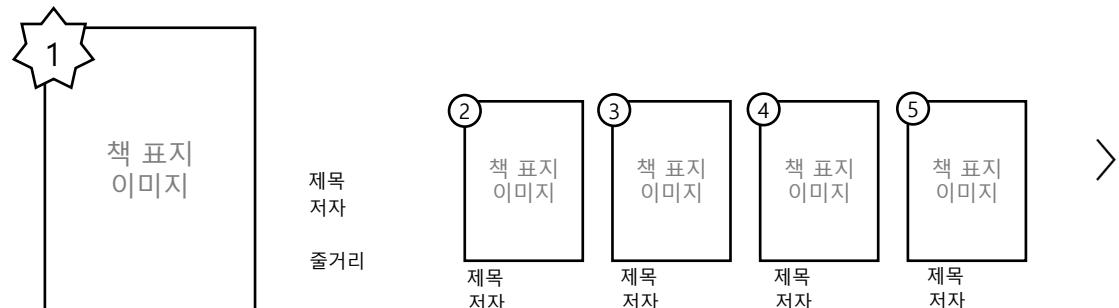
화면 설명

1	그날 들어온 신권이나, 그 날의 가장 인기있던 도서를 소개하는 영역 마우스로 클릭을 하면 선택된 책의 크기가 커지며, 상세내용이 나옴
2	1위부터 5위까지 베스트셀러 영역. 제목을 누르면 베스트셀러 페이지로 이동함 클릭을 하면 책의 상세내용이 나오게 됨
3	인스타그램이나 페이스북에서 요즘 뜨는 도서를 모아놓은 영역
4	우측에 예스24의 광고와 최근 본 상품을 볼 수 있고, 단독 판매하는 상품을 볼 수 있는 영역 스크롤을 내릴때마다 따라다님
5	
6	

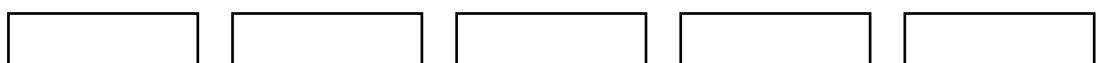
① 오늘의 책



② 베스트셀러 >



④ SNS 화제의 책



문서번호	
파일명	
페이지번호	117

① SNS 화제의 책



② ○○○ 님, YES24가 준비했어요!

③ 나 혼자 산다!



④ 내성적인 당신을 위한 생존의 기술



화면 설명

1	인스타그램이나 페이스북에서 요즘 뜨는 도서를 모아놓은 영역
2	YES24가 회원의 관심있는 분야를 파악하여, 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 영역
3	혼자 사는 사람이라는 특징을 파악하여, 자취생을 위한 도서가 모여있음
4	회원의 성격을 파악하여, 내성적인 사람을 위해 생존하는 법에 대해 다루는 자신감을 도서를 모아놓음

문서번호	
파일명	
페이지번호	118

① 내성적인 당신을 위한 생존의 기술



② 대학생 신입생을 위한 추천도서



③ 누군가의 위로가 필요할 때



화면 설명

1	회원의 성격을 파악하여, 내성적인 사람을 위해 생존하는 법에 대해 다루는 자신감을 도서를 모아놓음
2	대학생 신입생이라는 결과에 따라 신입생들이 읽으면 좋은 도서를 뽑아내어, 추천하는 영역
3	누군가의 위로가 필요할 때 읽으면 좋을 책들을 모아놓은 영역
4	
5	
6	

프로젝트명

YES24 웹 화면 상세설계

페이지설명

메인 화면 스토리보드 – Tablet

시스템 명

작성일자

소속

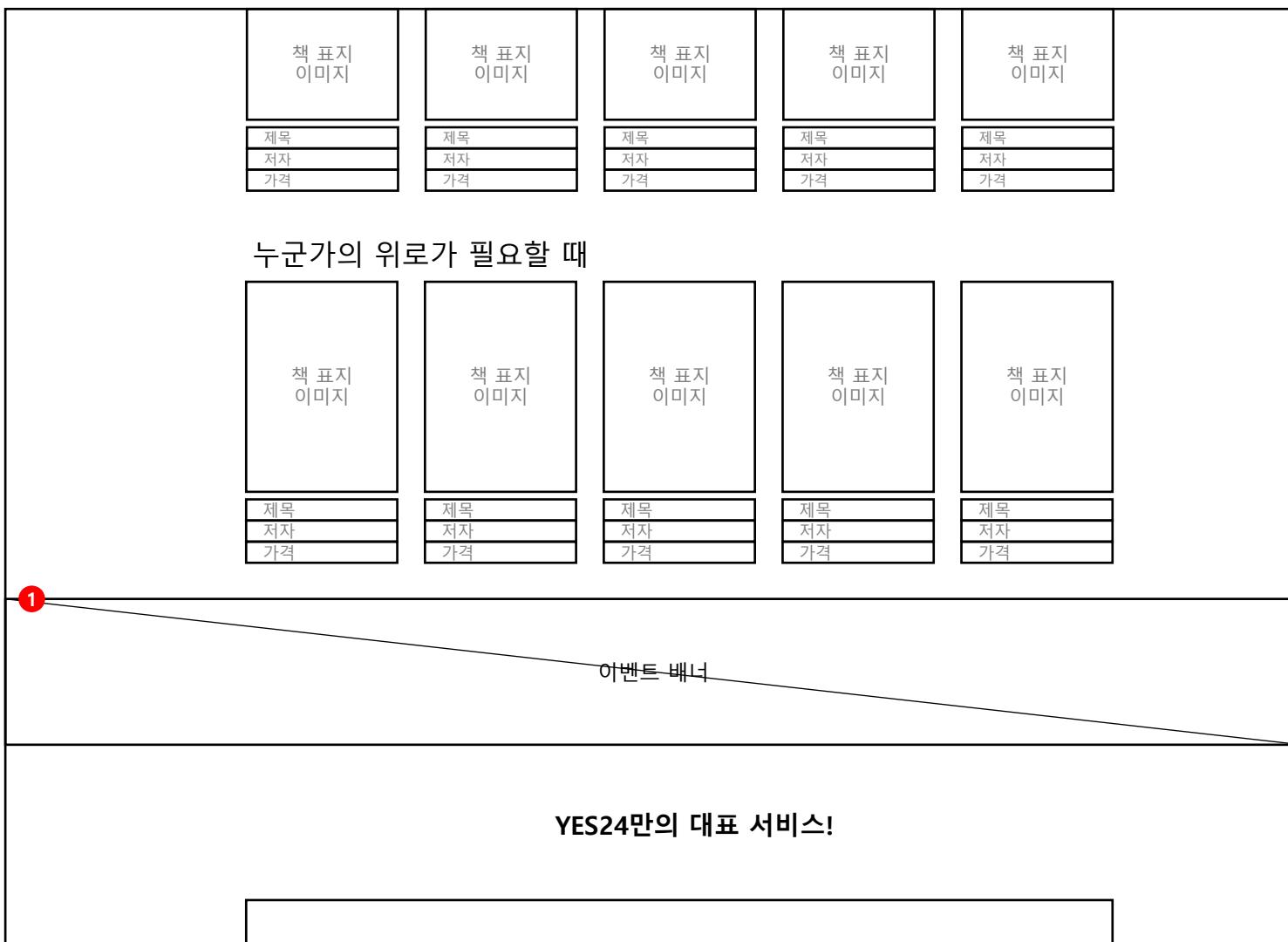
작성자

Ver

YES24

2019/11/25

정지은



문서번호	
파일명	
페이지번호	119
화면 설명	
1	맞춤형 서비스를 하는 구간이 끝나고 광고를 넣어 주제가 끝난 느낌을 줌 이벤트/광고를 위한 배너
2	
3	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	메인 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	

이벤트 배너

① YES24만의 대표 서비스!

싸다	빠르다	믿을 수 있다.	  
영원한 YES포인트	총알배송	YES마니아	
무료배송+추가적립	총알검색	스타블로거	
신규회원 혜택	매장 픽업 서비스	파워문화블로그	
중고샵/바이백	알림 신청 안내	YES환전소	
제휴카드 안내	모바일 서비스	YES24포인트총전소	
최저가격보상제도	간편결제 서비스	YES상품권	

③

한 학기 한권 읽기	필독서 이벤트
------------	---------

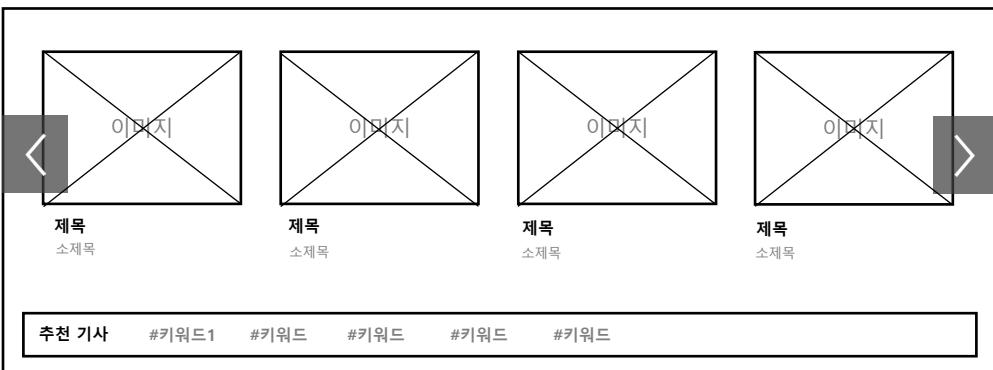
문서번호	
파일명	
페이지번호	120
화면 설명	
1	YES24 대표 서비스들을 알리기 위한 서비스 영역. 우측에는 아이콘을 이용하여 사용하기 편하도록 함
2	이벤트를 홍보하는 영역. 학생들을 위한 콘텐츠나 그 시기에 맞는 이벤트를 제공함

문서번호	
파일명	
페이지번호	121
화면 설명	
1	도서에 관한 뉴스들을 모아놓은 영역
2	도서에 관한 블로그를 모아놓은 영역

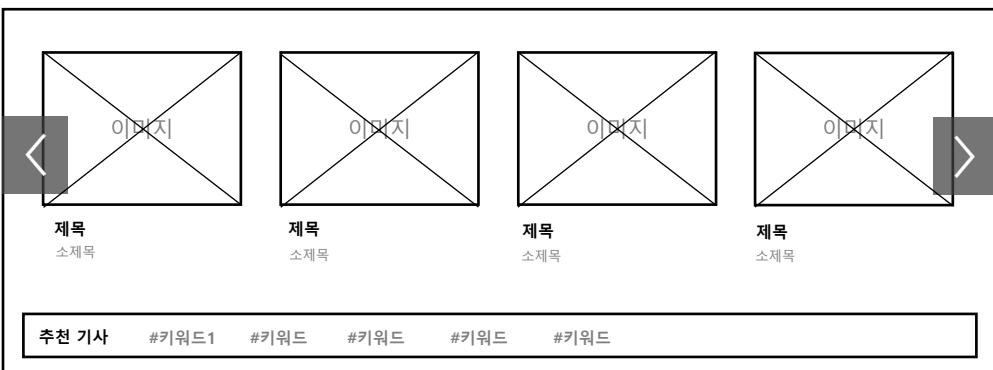
한 학기 한권 읽기

필독서 이벤트

① 채널예스



② YES블로그



YES블로그

이미지

제목
소제목

이미지

제목
소제목

이미지

제목
소제목

이미지

제목
소제목

추천 기사 #키워드1 #키워드 #키워드 #키워드 #키워드

① 공지사항

⑫ ⑬ 가족회사 소개 ▾

② 회사소개 ③ 인재채용 ④ 이용약관 ⑤ 개인정보처리방침 ⑥ 청소년보호정책 ⑦ 도서홍보안내 ⑧ 광고안내 ⑨ 제휴안내 ⑩ 복지제휴 ⑪ 중고매장

⑭ 예스이십사(주)
서울시 영등포구 은행로 11, 5층~6층(여의도동, 일신빌딩)
대표 : 김석환 개인정보보호책임자 : 권민석 yes24help@yes24.com
사업자등록번호 : 229-81-37000 통신판매업신고 : 제 2005-02682호 사업자 정보확인
호스팅 서비스사업자 : 예스이십사(주)
Copyright © YES24 Corp. All Rights Reserved.

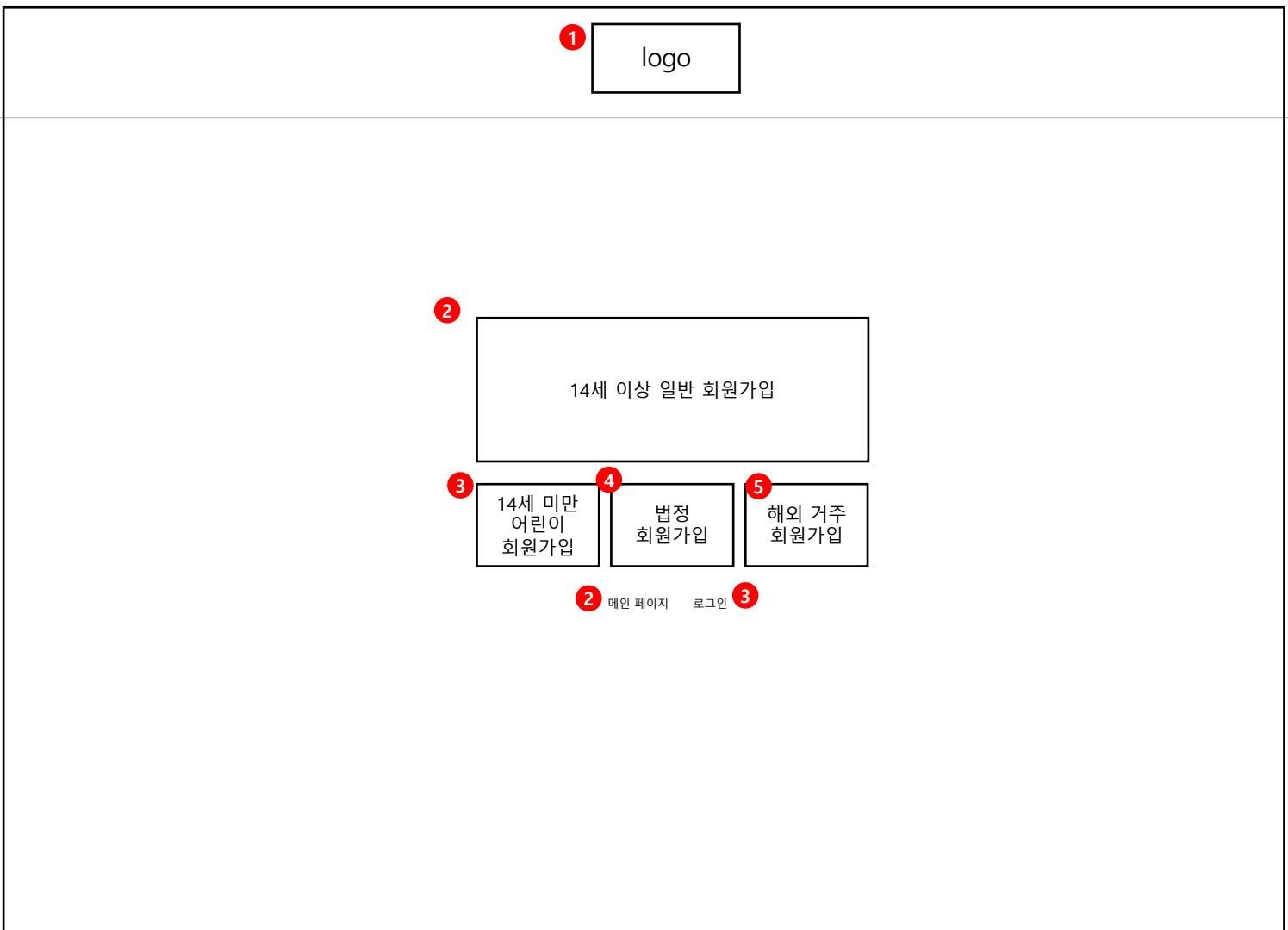
⑮ 고객만족센터 T.1544-3800

문서번호	
파일명	
페이지번호	122

화면 설명

1	YES24의 홍보를 할 내용을 넣어놓고, 공지를 할 만한 내용을 모아놓은 영역
2	푸터 회사 소개에 관한 내용 버튼을 누르면 회사소개 페이지로 이동
3	버튼을 누르면 인재채용 페이지로 이동
4	버튼을 누르면 이용약관 페이지로 이동
5	버튼을 누르면 개인정보처리방침 페이지로 이동
6	버튼을 누르면 청소년 보호정책 페이지로 이동
7	버튼을 누르면 도서홍보안내 페이지로 이동
8	버튼을 누르면 광고안내 페이지로 이동
9	버튼을 누르면 제휴안내 페이지로 이동
10	버튼을 누르면 복지제휴 페이지로 이동
11	버튼을 누르면 중고매장 페이지로 이동
12	SNS 페이지로 이동
13	YES24 와 연관된 페이지를 모아놓은 영역 원하는 메뉴를 누르면 바로 그 페이지로 이동함
14	예스이십사의 간단한 정보를 나타냄
15	고객만족센터와 그 외 문의할 수 있는 번호
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	



문서번호	
파일명	
페이지번호	123
화면 설명	
1	YES24 로고
2	14세 이상 일반 회원가입 화면으로 넘어감
3	14세 미만 어린이 회원가입 화면으로 넘어감
4	법정 회원가입 화면으로 넘어감
5	해외 거주 회원가입 화면으로 넘어감
6	버튼을 누르면 메인 페이지로 이동
7	버튼을 누르면 로그인 페이지로 이동
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

1 아이디 중복 확인 4~15자리의 영문소문자와 숫자만 가능합니다.

2 비밀번호 비밀번호 확인 8~16자 영문 대 소문자, 숫자, 특수문자를 사용하세요.
확인을 위해서 재입력 해주세요.

3 이메일 주소

4 이름

5 휴대폰 번호

6 닉네임

7 개인정보 유효기간
 1년 3년 5년 10년 탈퇴시 까지
 개인정보 유효기간 내에 로그인 등 이용이 없을 경우,
 후면 계정으로 전환되어 각종 뉴스레터, 메일, 문자를 수신할 수 없습니다

8 관심 분야
 어린이 문학 예술 인문
 정치사회 경제경영 자연과학 컴퓨터
 외국어 취미실용 서양도서 일본도서

문서번호	
파일명	
페이지번호	124
화면 설명	
1	아이디를 입력하는 영역
2	비밀번호를 입력하는 영역과 확인을 위해 한번 더 입력하는 영역
3	이메일 주소를 입력하는 영역
4	이름을 입력하는 영역
5	휴대폰 번호를 입력하는 영역 입력 후에는 인증번호를 받기 위한 창이 뜬다.
6	닉네임을 설정할 수 있는 영역
7	개인정보 유효기간을 선택할 수 있는 영역
8	관심분야를 선택하는 영역
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

심리학 자기계발 창의적 사고 재테크

① 약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

- 개인정보 수집 및 이용 동의

1. 개인정보의 수집, 이용 목적
"개인정보"라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 당해 정보에
포함되어 있는 성명, 주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해
개인을 식별할 수 있는 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을

개인정보 수집 및 이용에 동의합니다.

- 개인정보 처리 위탁 동의

개인정보 처리위탁
회사는 서비스 향상을 위해서 아래와 같이 개인정보를 위탁하
고 있으며, 관계 법령에 따라 위탁계약 시 개인정보가 안전하게
관리될 수 있도록 필요한 사항을 규정하고 있습니다. 또한 동의를

개인정보 처리 위탁에 동의합니다.

② 모든 약관을 확인하고 전체 동의합니다.

③

문서번호	
파일명	
페이지번호	125
화면 설명	
1	약관 동의 선택을 위한 영역
2	약관동의 선택을 한번에 선택할 수 있는 영역
3	버튼을 누르면 회원가입이 되며, 메인페이지로 이동함

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

YES24 로그인

① 아이디

② 비밀번호

로그인 유지 아이디 저장

③

아이디 찾기 | 비밀번호 찾기

④ logo

⑤ logo

⑥ logo

문서번호	
파일명	
페이지번호	126
화면 설명	
1	로그인을 위한 아이디를 입력하는 영역
2	비밀번호를 입력하는 영역 5회 이상 틀릴 경우 보안번호를 입력하도록 함
3	로그인 버튼을 누르면 로그인이 완료되었을 시 메인화면으로 이동, 틀린 아이디나 비밀번호를 입력하였을 시 팝업창이 뜸
4	버튼을 누르면 네이버 아이디로 로그인 페이지로 이동
5	버튼을 누르면 카카오 아이디로 로그인 페이지로 이동
6	버튼을 누르면 페이스북 아이디로 로그인 페이지로 이동
7	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

정보입력

① 아이디
③ 이름
④ 이메일 주소
⑤ 닉네임

관심 분야

⑥ 어린이 문학 예술 인문
 정치사회 경제경영 자연과학 컴퓨터
 외국어 취미실용 서양도서 일본도서
 심리학 자기계발 창의적 사고 재테크

약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

문서번호	
파일명	
페이지번호	127
화면 설명	
1	SNS 정보에 맞게 아이디가 자동으로 입력됨
2	SNS 정보에 맞게 이름이 자동으로 입력됨
3	SNS 정보에 맞게 이메일이 자동으로 입력됨
4	닉네임을 입력하는 영역
5	관심분야를 선택할 수 있는 영역
6	SNS 정보에 맞게 아이디가 자동으로 입력됨
7	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Tablet	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

① 약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

- 개인정보 수집 및 이용 동의

1. 개인정보의 수집, 이용 목적
"개인정보"라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 당해 정보에
포함되어 있는 성명, 주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해
개인을 식별할 수 있는 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을

개인정보 수집 및 이용에 동의합니다.

- 개인정보 처리 위탁 동의

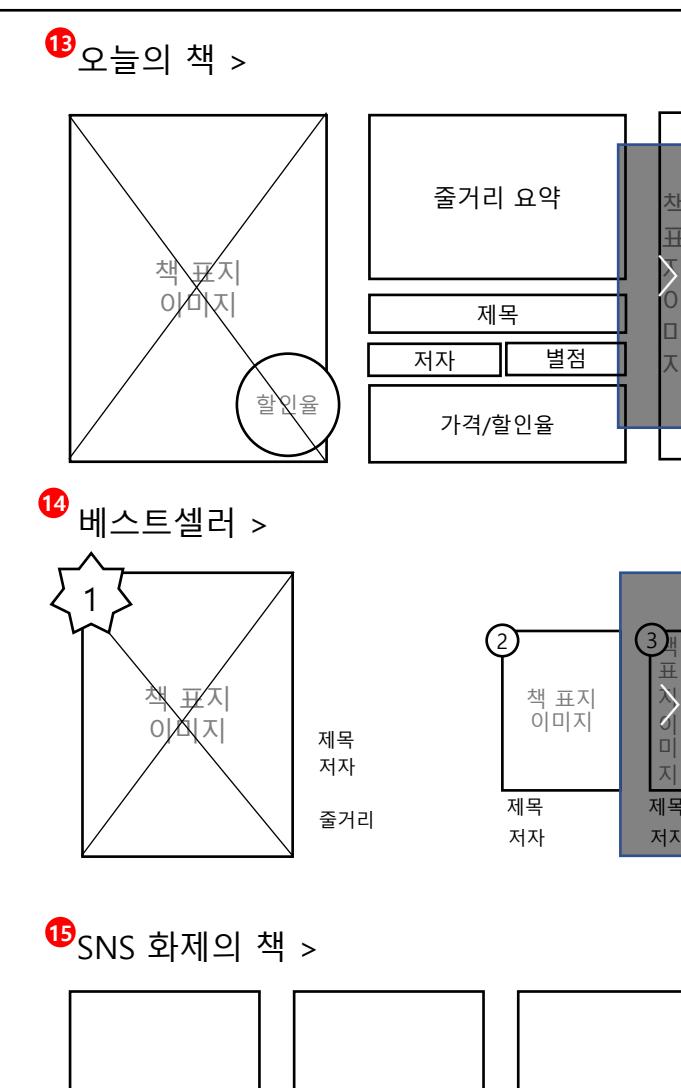
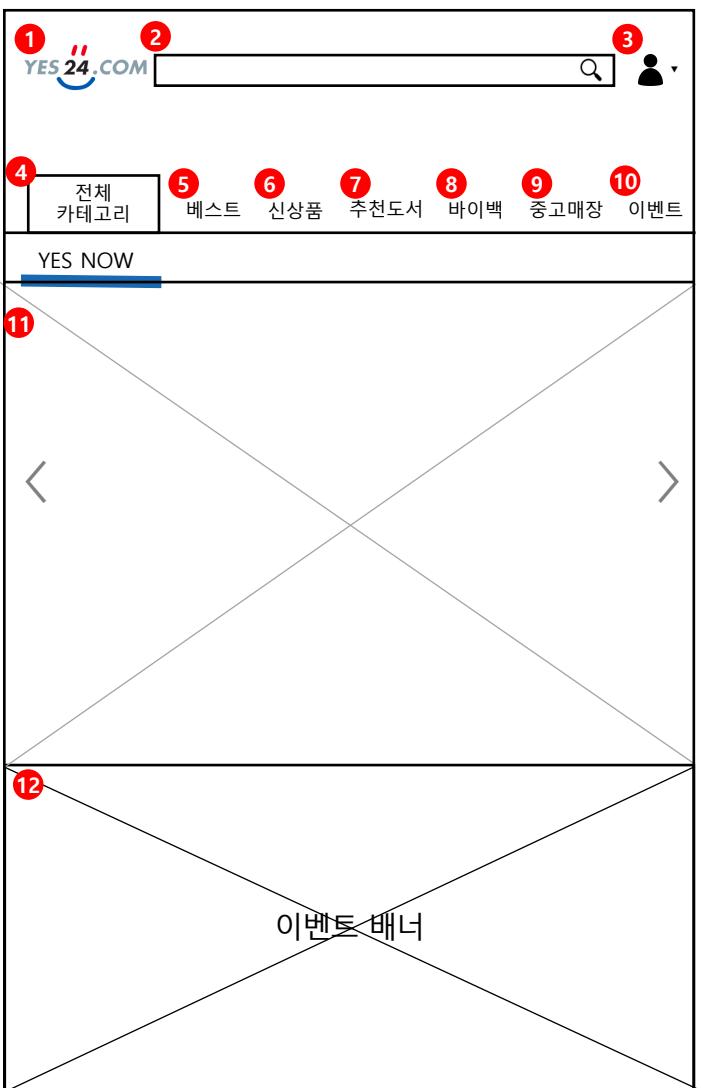
개인정보 처리위탁
회사는 서비스 향상을 위해서 아래와 같이 개인정보를 위탁하
고 있으며, 관계 법령에 따라 위탁계약 시 개인정보가 안전하게
관리될 수 있도록 필요한 사항을 규정하고 있습니다. 또한 동의를

개인정보 처리 위탁에 동의합니다.

② 모든 약관을 확인하고 전체 동의합니다.

③

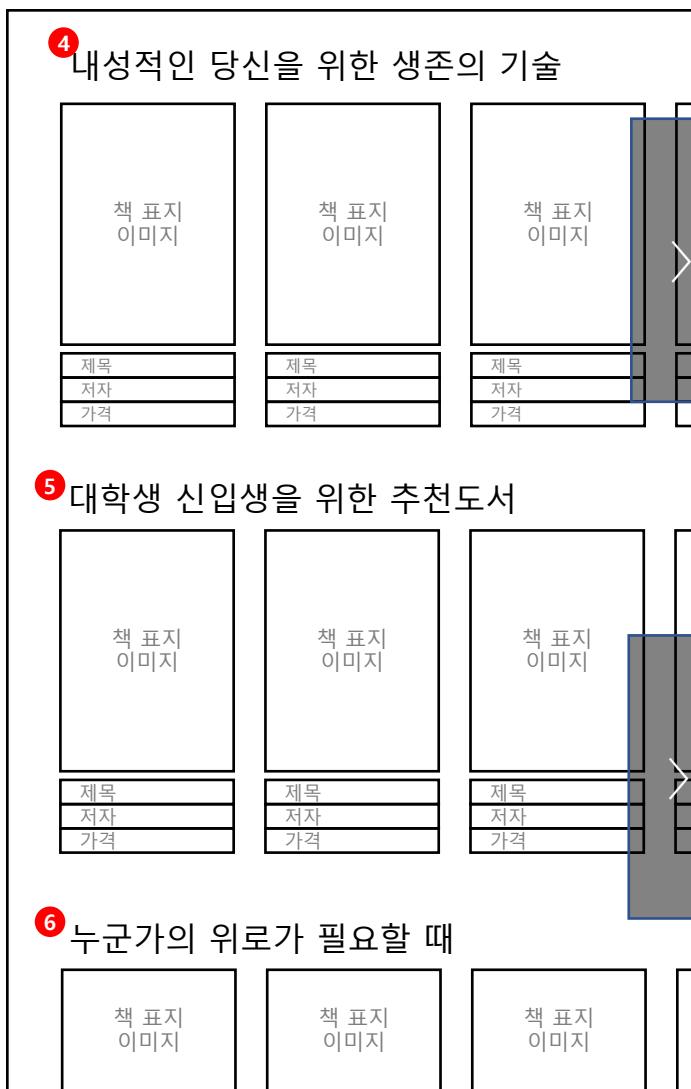
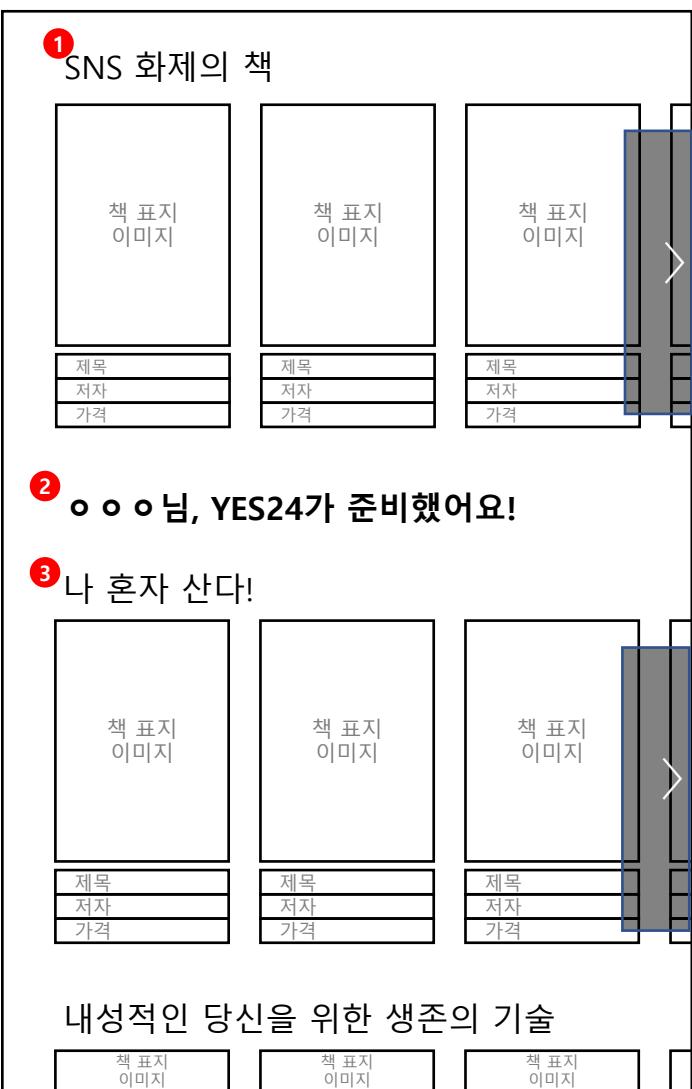
문서번호	
파일명	
페이지번호	128
화면 설명	
1	약관 동의 선택을 위한 영역
2	약관동의 선택을 한번에 선택할 수 있는 영역
3	버튼을 누르면 회원가입이 되며, 메인페이지로 이동함
4	

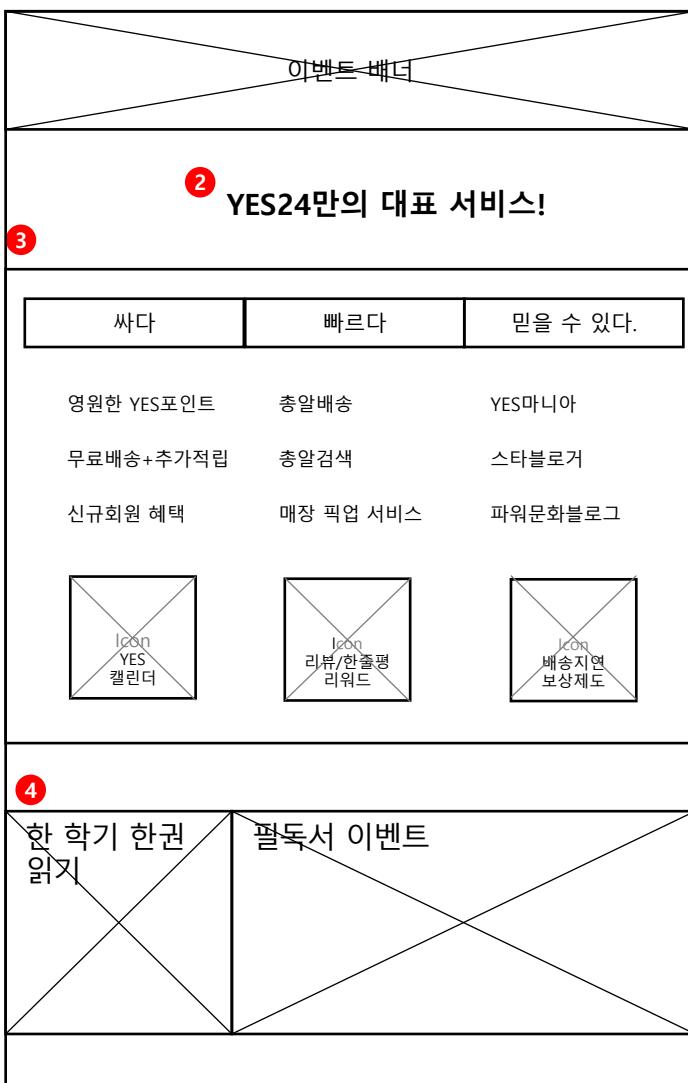
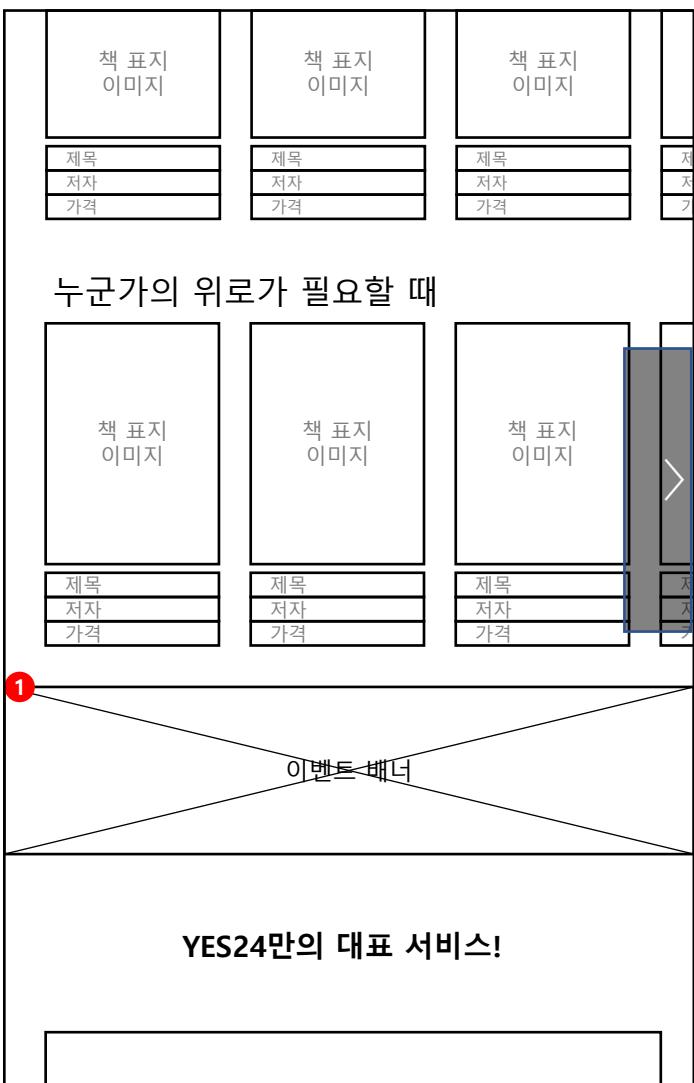


문서번호	
파일명	
페이지번호	129
화면 설명	
1	YES24 로고
2	검색어 입력
3	버튼을 누르면 회원가입, 로그인 마이페이지 화면으로 이동할 수 있음
4	전체 카테고리를 한눈에 볼 수 있음
5	베스트 셀러 도서를 모아놓은 화면으로 이동
6	신상품 도서를 모아놓은 화면으로 이동
7	YES24 MD가 추천하는 도서들을 모아놓은 화면으로 이동
8	중고서적을 팔 수 있는 바이백 화면으로 이동
9	중고책을 살 수 있는 매장을 알아보는 중고매장 화면으로 이동
10	YES24 이벤트 화면으로 이동
11	YES NOW를 제외한 각 카테고리의 신상도서를 소개하는 이미지가 롤링된다. 일정 시간에 맞춰 자동으로 바뀌거나, 사용자가 카테고리를 선택하는 것에 따라 이미지가 바뀌게 된다. 좌우 어두운 영역은 그 다음에 나올 영역
12	이벤트 배너로 각 카테고리 별 주요 이벤트나 할인 정보를 나타내는 영역
13	그날 들어온 신권이나, 그 날의 가장 인기있던 도서를 소개하는 영역 스와이프 형식
14	1위부터 5위까지 베스트셀러 영역. 제목을 누르면 베스트셀러 페이지로 이동함 스와이프 형식
15	인스타그램이나 페이스북에서 요즘 뜨는 도서를 모아놓은 영역

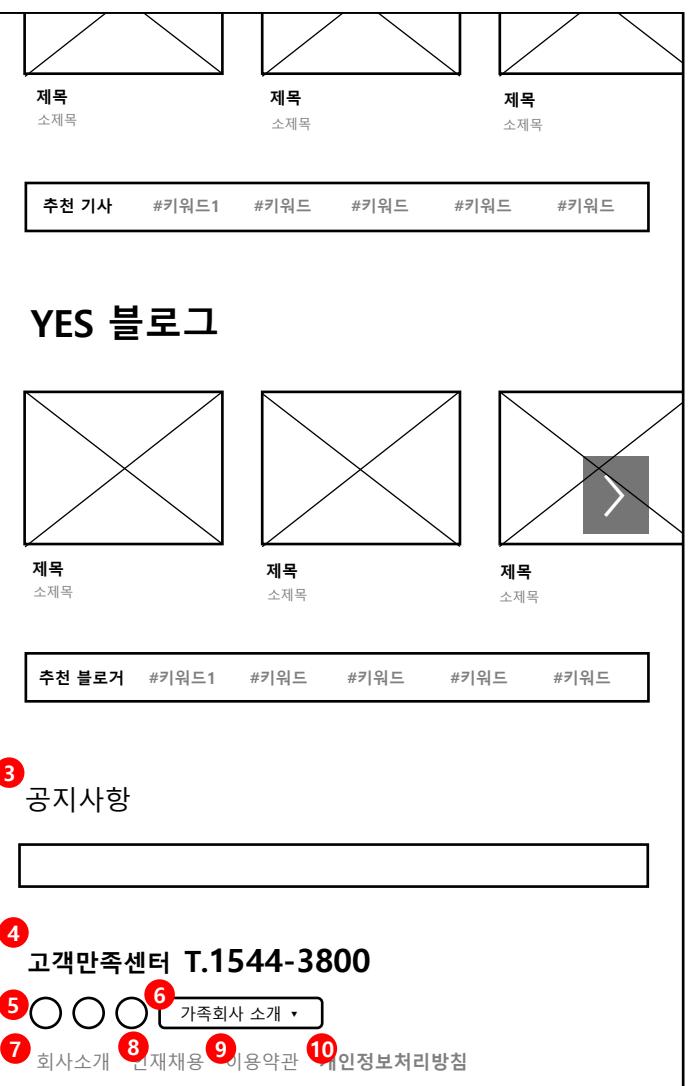
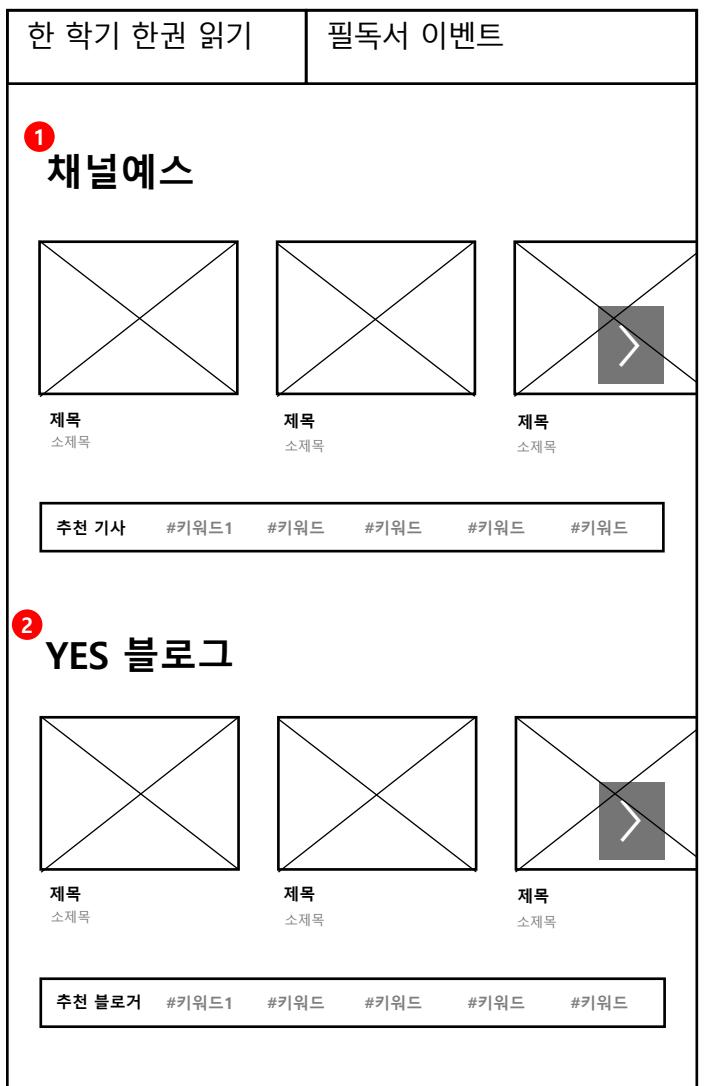
문서번호	
파일명	
페이지번호	130

화면 설명	
1	인스타그램이나 페이스북에서 요즘 뜨는 도서를 모아 좋은 영역 모바일에 맞게 스와이프로 넘겨가며 보는 형식
2	YES24가 회원의 관심있는 분야를 파악하여, 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 영역
3	혼자 사는 사람이라는 특징을 파악하여, 자취생을 위한 도서가 모여있음 모바일에 맞게 스와이프로 넘겨가며 보는 형식
4	회원의 성격을 파악하여, 내성적인 사람을 위해 생존하는 법에 대해 다루는 자신감을 도서를 모아놓음 모바일에 맞게 스와이프로 넘겨가며 보는 형식
5	대학생 신입생이라는 결과에 따라 신입생들이 읽으면 좋은 도서를 뽑아내어, 추천하는 영역 모바일에 맞게 스와이프로 넘겨가며 보는 형식
6	누군가의 위치가 필요할 때 읽으면 좋을 책들을 모아놓은 영역 추천 도서들의 목록이 뜸





문서번호	
파일명	
페이지번호	131
화면 설명	
1	맞춤형 서비스를 하는 구간이 끝나고 광고를 넣어 주제가 끝난 느낌을 줌 이벤트/광고를 위한 배너
2	맞춤형 서비스를 하는 구간이 끝나고 광고를 넣어 주제가 끝난 느낌을 줌 이벤트/광고를 위한 배너
3	YES24 대표 서비스들을 알리기 위한 서비스 영역. 우측에는 아이콘을 이용하여 사용하기 편하도록 함
4	이벤트를 홍보하는 영역. 학생들을 위한 콘텐츠나 그 시기에 맞는 이벤트를 제공함



문서번호	
파일명	
페이지번호	132
화면 설명	
1	도서에 관한 뉴스들을 모아놓은 영역
2	도서에 관한 블로그를 모아놓은 영역
3	YES24의 홍보를 할 내용을 넣어놓고, 공지를 할 만한 내용을 모아놓은 영역
4	고객만족센터와 그 외 문의할 수 있는 번호
5	SNS 페이지로 이동
6	YES24 와 연관된 페이지를 모아놓은 영역 원하는 메뉴를 누르면 바로 그 페이지로 이동함
7	회사 소개에 관한 내용 버튼을 누르면 회사소개 페이지로 이동
8	버튼을 누르면 인재채용 페이지로 이동
9	버튼을 누르면 이용약관 페이지로 이동
10	버튼을 누르면 개인정보처리방침 페이지로 이동
11	
12	
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	일반 회원가입 화면 스토리보드 – Mobile	YES24	2019/11/25		정지은	

1 logo

2 14세 이상 일반 회원가입

3 14세 미만 어린이 회원가입

4 법정 회원가입

5 해외 거주 회원가입

6 메인 페이지

7 로그인

8 아이디 4~15자리의 영문소문자와 숫자만 가능

9 비밀번호 8~16자 영문 대 소문자, 숫자, 특수문자

10 비밀번호 확인 확인을 위해서 재입력 해주세요.

11 이메일 주소

12 이름

13 휴대폰 번호

14 닉네임

14 개인정보 유효기간
 1년 3년 5년 10년 탈퇴시 까지
 개인정보 유효기간 내에 로그인 등 이용이 없을 경우,
 휴면 계정으로 전환되어 각종 뉴스레터, 메일, 문자를 수신할 수 없습니다

15 관심 분야
 어린이 문학 예술 인문
 정치사회 경제경영 자연과학 컴퓨터
 외국어 취미실용 서양도서 일본도서

문서번호	
파일명	
페이지번호	133
화면 설명	
1	YES24 로고
2	14세 이상 일반 회원가입 화면으로 넘어감
3	14세 미만 어린이 회원가입 화면으로 넘어감
4	법정 회원가입 화면으로 넘어감
5	해외 거주 회원가입 화면으로 넘어감
6	버튼을 누르면 메인 페이지로 이동
7	버튼을 누르면 로그인 페이지로 이동
8	아이디를 입력하는 영역
9	비밀번호를 입력하는 영역과 확인을 위해 한번 더 입력하는 영역
10	이메일 주소를 입력하는 영역
11	이름을 입력하는 영역
12	휴대폰 번호를 입력하는 영역 입력 후에는 인증번호를 받기 위한 창이 뜬다.
13	닉네임을 설정할 수 있는 영역
14	개인정보 유효기간을 선택할 수 있는 영역
15	관심분야를 선택하는 영역
16	

문서번호	
파일명	
페이지번호	134
화면 설명	
1	약관 동의 선택을 위한 영역
2	약관동의 선택을 한번에 선택할 수 있는 영역
3	버튼을 누르면 회원가입이 되며, 메인페이지로 이동함
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

logo

- 심리학 자기계발 창의적 사고 재테크

① 약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

- YES24 이용약관에 동의합니다.

- 개인정보 수집 및 이용 동의

1. 개인정보의 수집, 이용 목적
"개인정보"라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 당해 정보에
포함되어 있는 성명, 주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해
개인을 식별할 수 있는 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을

- 개인정보 수집 및 이용에 동의합니다.

- 개인정보 처리 위탁 동의

개인정보 처리위탁
회사는 서비스 향상을 위해서 아래와 같이 개인정보를 위탁하
고 있으며, 관계 법령에 따라 위탁계약 시 개인정보가 안전하게
관리될 수 있도록 필요한 사항을 규정하고 있습니다. 또한 동의를

- 개인정보 처리 위탁에 동의합니다.

② 모든 약관을 확인하고 전체 동의합니다.

③

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Mobile	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

YES24 로그인

① 아이디
② 비밀번호
 로그인 유지 아이디 저장
③ 로그인

아이디 찾기 | 비밀번호 찾기

④ logo 네이버 아이디로 로그인
⑤ logo 카카오 아이디로 로그인
⑥ logo 페이스북 아이디로 로그인

logo

정보입력

⑦ 아이디
⑧ 이름
⑨ 이메일 주소
⑩ 닉네임

관심 분야

⑪ 어린이 문학 예술 인문
 정치사회 경제경영 자연과학 컴퓨터
 외국어 취미실용 서양도서 일본도서
 심리학 자기계발 창의적 사고 재테크

약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스이십사 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

YES24 이용약관에 동의합니다.

문서번호	
파일명	
페이지번호	135
화면 설명	
1	로그인을 위한 아이디를 입력하는 영역
2	비밀번호를 입력하는 영역 5회 이상 틀릴 경우 보안번호를 입력하도록 함
3	로그인 버튼을 누르면 로그인이 완료되었을 시 메인화면으로 이동, 틀린 아이디나 비밀번호를 입력하였을 시 팝업창이 뜸
4	버튼을 누르면 네이버 아이디로 로그인 페이지로 이동
5	버튼을 누르면 카카오 아이디로 로그인 페이지로 이동
6	버튼을 누르면 페이스북 아이디로 로그인 페이지로 이동
7	SNS 정보에 맞게 아이디가 자동으로 입력됨
8	SNS 정보에 맞게 이름이 자동으로 입력됨
9	SNS 정보에 맞게 이메일이 자동으로 입력됨
10	닉네임을 입력하는 영역
11	관심분야를 선택할 수 있는 영역
12	SNS 정보에 맞게 아이디가 자동으로 입력됨
13	
14	
15	
16	

프로젝트명	YES24 웹 화면 상세설계	시스템 명	작성일자	소속	작성자	Ver
페이지설명	SNS 회원가입 화면 스토리보드 – Mobile	YES24	2019/11/25		정지은	

logo

① 약관 동의

- YES24 이용약관

제 1장 총 칙
제1조(목적)이 약관은 예스아이씨 주식회사가 운영하는
인터넷사이트(<http://www.yes24.com>)에서 제공하는 전자상거래
관련 서비스를 이용함에 있어 회사와 이용자의 권리, 의무, 책임

 YES24 이용약관에 동의합니다.
- 개인정보 수집 및 이용 동의

1. 개인정보의 수집, 이용 목적
"개인정보"라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 당해 정보에
포함되어 있는 성명, 주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해
개인을 식별할 수 있는 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을

 개인정보 수집 및 이용에 동의합니다.
- 개인정보 처리 위탁 동의

개인정보 처리위탁
회사는 서비스 향상을 위해서 아래와 같이 개인정보를 위탁하
고 있으며, 관계 법령에 따라 위탁계약 시 개인정보가 안전하게
관리될 수 있도록 필요한 사항을 규정하고 있습니다. 또한 동의를

 개인정보 처리 위탁에 동의합니다.

② 모든 약관을 확인하고 전체 동의합니다.

③ 회원 가입하기

문서번호	
파일명	
페이지번호	136
화면 설명	
1	약관 동의 선택을 위한 영역
2	약관동의 선택을 한번에 선택할 수 있는 영역
3	버튼을 누르면 회원가입이 되며, 메인페이지로 이동함
4	

문서 이력 정보

Update	Version	작업 및 갱신 내용	비고
2019-10-28	1.1	- 문서 생성 - 이커머스 리서치 - 니즈 원츠 도출	
2019-11-04	1.2	- 정보 수집	
2019-11-11	1.3	- 벤치마킹 - 콘셉트 도출	
2019-11-18	1.4	- 서비스 흐름도 작성	
2019-11-25	1.5	- 서비스 흐름도 수정 - 정보구조도 작성 - 와이어프레임 - 스토리 보드	
2019-12-02	1.6	- 스토리 보드 수정 - 직무수행능력평가2	

End of Document