

CLICK TO WEB SITE ! →

Portfolio



2019 - 2021

KIMNAMHEE

Project



Primary ⁴

Nongshim 4 - 18 p

Noodle Foodle 19 - 31 p

KBSTAR ETF 32 - 49 p

HANSOME 50 - 66 p

Experience description.

UI/UX Build ¹⁰	Maintenance ⁶	Proposal ⁹
Yegaram Bank	Blizzard	KG Engineering
Samjin Pharm	CJ ENM	Namhae Chemical
Hwawoo	Stone Music Ent.	LS Cable N System
CJ ENM	Yedaham	Sansu Water
LH Corp.	Seah Holdings.	가치삽시다
SeAH A&D	Goryo Savings Bank	DAEBANG N Detre
Nongshim Global		UNICEF
SEMES		HDC
INFINIQ		Park Roch
SG Data Total Potal		



UIUX Designer

KIM NAM HEE

Phone

010 6899 2766

E-mail

knh2336@naver.com

Website

<https://kimnam2.github.io/>

Adress

인천 중구 제물량로 317

안녕하세요, 저는 둥그런 생각을 가지고 누구에게나, 어디에서나 만족시킬 수 있는 디자인을 하고 싶은 김남희입니다. 어릴 적부터 항상 예체능에 능하였으며 지금까지 쌓은 경험치들로 세상에 보여지는 무엇이든 사람들에게 시각적인 흥미가 생길 수 있게 만들고자 합니다. 꿈꾸고자 하면 이루어진다가 제 모토입니다.

Education

- | | |
|---------------------|--|
| 2014. 02 ~ 2016. 02 | 유한대학교 시각디자인과 졸업 |
| 2009. 02 ~ 2013. 02 | 인천인일여자고등학교 문과계열 졸업 |
| 2019. 01 ~ 2019. 07 | 웹&모바일 UI/UX 실무 과정 홍시디자인학원 이수
웹프로젝트 / 모바일프로젝트 / 그래픽디자인 등
UI&UX 실무 과정, HTML5, CSS, Jquery, 반응형코딩 |

Awards

2020. 농심 누들푸들 UIUX 구축 최우수상
A.N.D Award

2018. 인천광역시 중구청(인중샷) UCC 영상 공모전 장려상
인천광역시 중구청

2015. 제1회 대한민국 바른인터넷문화 동상
바른댓글실천연대

Work Experience

- | | |
|---------------------|---|
| 2019. 08 ~ 2021. 11 | 브이더블유 디자인팀 선임
UIUX 구축, 유지운영, 제안디자인 및 전반적인 디자인 프로세스 진행 |
| 2018. 06 ~ 2018. 12 | 뮬라웨어 미디어팀 사원
웹진, 상세페이지, 이벤트페이지, SNS광고 등 디자인 전반 제작 |
| 2016. 02 ~ 2017. 06 | 연합뉴스 글로벌코리아센터 사원
사이트 유지 보수 및 운영, 웹진 디자인 및 코딩, 콘텐츠, 이벤트 페이지, 뉴스레터 페이지 등의 업무 진행, 행사 제작물관리 및 운영 |

Design Skills

- | | | | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Adobe Photoshop | | | | | | | |
| Adobe Illustrator | | | | | | | |
| Adobe Indesign | | | | | | | |
| Adobe Premiere | | | | | | | |
| Adobe XD | | | | | | | |
| HTML | | | | | | | |
| Sketch | | | | | | | |
| Figma | | | | | | | |

International activity

- | | |
|---------------------|--|
| 2019. 03 ~ 2019. 05 | JIY 아르바이트
룩북 사진 촬영 및 보정, 상세페이지 작업, BI 디자인 |
| 2017. 10 ~ 2018. 02 | J:eASHER(제이아셀) 아르바이트
신제품 촬영 및 상세페이지 디자인 |
| 2015. 12 ~ 2016. 01 | 팀팩토리(Team Factory) 아르바이트
웹 상세페이지 작업 |
| 2015. 09 ~ 2015. 11 | Asterr.(아스터) 아르바이트
웹 상세페이지 작업 |
| 2015. 07 ~ 2015. 08 | 2ONE(투원) 아르바이트
BI 제작, 룩북 제작 등 디자인 전반 |

Nongshim



Overview

농심 공식오피셜 사이트는 ‘콘텐츠’, ‘서비스’, ‘디자인’ 측면에서 농심의 기업 인지도를 재확립하고, 고객 서비스의 품질을 높여 농심의 브랜드 강화를 목적으로 진행됐습니다. 기존 농심 오피셜 및 농시미 이벤트 사이트를 통합하고, 이를 통해 고객과 함께하는 농심의 기업 이미지를 효과적으로 알리도록 노력했습니다.

My Role

- Problem solving
- UX Strategy
- UX design
- UI design and branding

Date

2019.10 - 2020.03

기업의 새로운 이미지를 재확립하고 컨텐츠를 강화할 수 있습니까?

농심의 주 컬러와 보조 컬러의 적절한 사용을 통해 일차적으로 리브랜딩을
해주며, 이벤트 사이트를 오피셜과 통합하므로써 가능합니다.

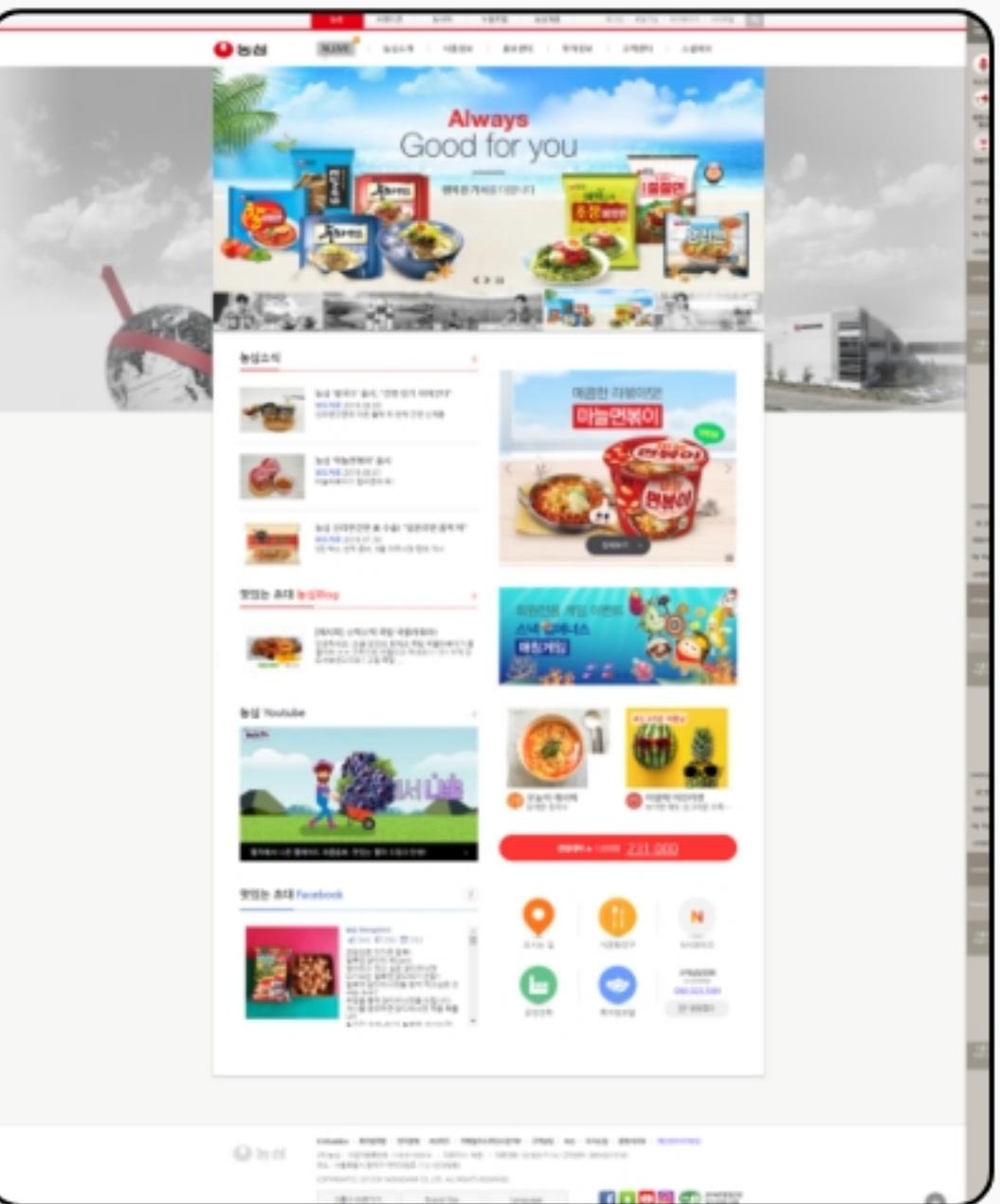
The image displays two views of the Nongshim website. On the left, a smartphone screen shows a mobile-optimized version of the site with a yellow header and a main image of ramen. On the right, a larger desktop screen shows the full website, which also has a yellow header and a similar main image. Both versions feature the text "일상의 가치를 더합니다" (Adding value to everyday life) overlaid on the ramen image. The desktop version includes a navigation bar with links like "농심소개", "지속가능경영", "홍보센터", "투자정보", "고객지원", and "N.LIVE". Below the main image, there's a section titled "내일을 위한 새롭고 활기찬 농심 소식" (New and vibrant news for tomorrow) featuring a product image and a notice about a new product launch.

한국을 대표하는 맛,
세계로 간다 니까 유키아의 맛

Background

농심 오피셜 사이트의 AS-IS 분석 과정을 통하여 클라이언트와 사용자가 사용하였을 때에 트렌드에 비해 메뉴 및 컨텐츠의 정의가 충분하지 않고 느낄만한 컨텐츠와 디자인을 캐치하였습니다. 그리고 우리가 보았을 때에 브랜드 이미지에 충분하지 않은 디자인이라 느껴지게 할 수 있다고 문제를 제안하였습니다.

AS-IS



Main

Solution

UNB / GNB / LNB 메뉴 구조의 복잡함

중요도에 따라 데스 별 이동이 용이하도록 재설계

컨텐츠의 가독성이 떨어짐

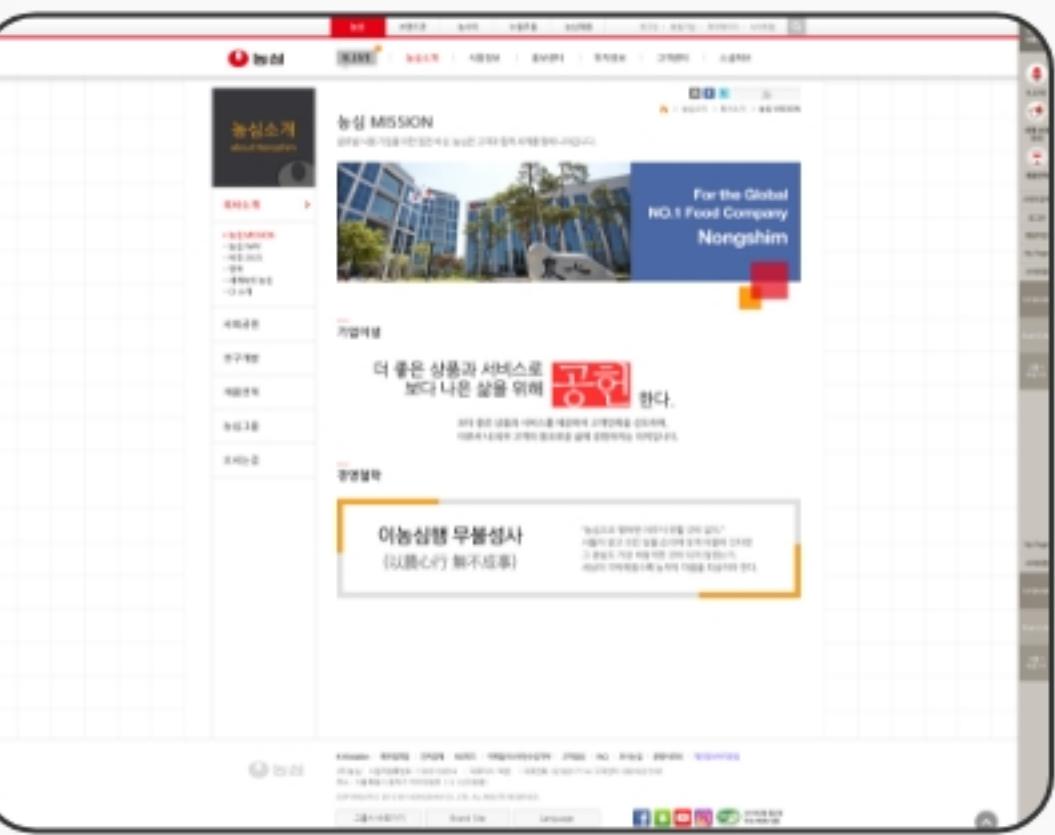
기업이 원하는 우선순위대로 사용자의 시선이
따를 수 있는 트렌드한 레이아웃

분석 및 문제점

- 메뉴 및 컨텐츠 구조 복잡함
- 컨텐츠의 가독성이 떨어짐
- 다양한 해상도의 맞지 않는 레이아웃

해결 방안 도출

핵심가치를 잘 전달하기 위해, 보여주는 방식/스타일 개선 필요



Sub

다양한 해상도에 맞지 않는 레이아웃

메뉴구조와 레이아웃을 정리하면서 반응형으로 구축

Research



농심 김은정 차장

현재 농심 홈페이지는 기존의 고객들에게는 익숙하기는 하나, 브랜드 트렌드 추세에 맞추어 기업의 이미지에 적합하지 않은 듯한 스타일을 가지고 있으며 컨텐츠의 재정립이 필요해 보입니다. **새로운 소비층을 끌어오되 기존의 소비자와 함께 기업의 소통에 능동적일 수 있는 매개체**로 작용하면 보다 더 나은 역할을 할 수 있을 것 같습니다.



MZ세대 차지환

즐겨 먹는 제품에 비해서 농심 홈페이지가 다소 올드하다고 느껴지며 TV 광고 매체에서 볼 수 있는 트렌드와 대조되는 분위기여서 막상 홈페이지를 보았을 때 **무엇을 보고 농심인지 이미지를 떠올리기 어렵습니다.**



기성세대 강현무

우리에게 친숙한 브랜드로 농심을 생각했을 때에 새우깡, 신라면이 가장 먼저 떠오릅니다. 기성세대 소비층도 많은 편이므로 기존 이미지를 잊지 안되 전 세대를 어우러 친숙하며 접근하기 좋은 사이트였으면 좋겠습니다.

Process

시장조사 및 경쟁사 분석

각 기업별 브랜드 이미지와 컨텐츠가 충분한 오피셜 사이트를 위주로 시장 및 트렌드를 조사하였고 브랜드별로 어떤 이미지를 노출하고 싶어하나에 따라 다양해지는 룩앤파일과 레이아웃 구성을 참고할 수 있었습니다. 특히 경쟁사로 지정하였던 기업의 특징들을 도출하여 농심에도 같은 기능을 가져가되 한단계 더 나아간 개념으로 농심만의 브랜드 이미지 구축을 위하여 녹여내는 데에 도움을 주었습니다.

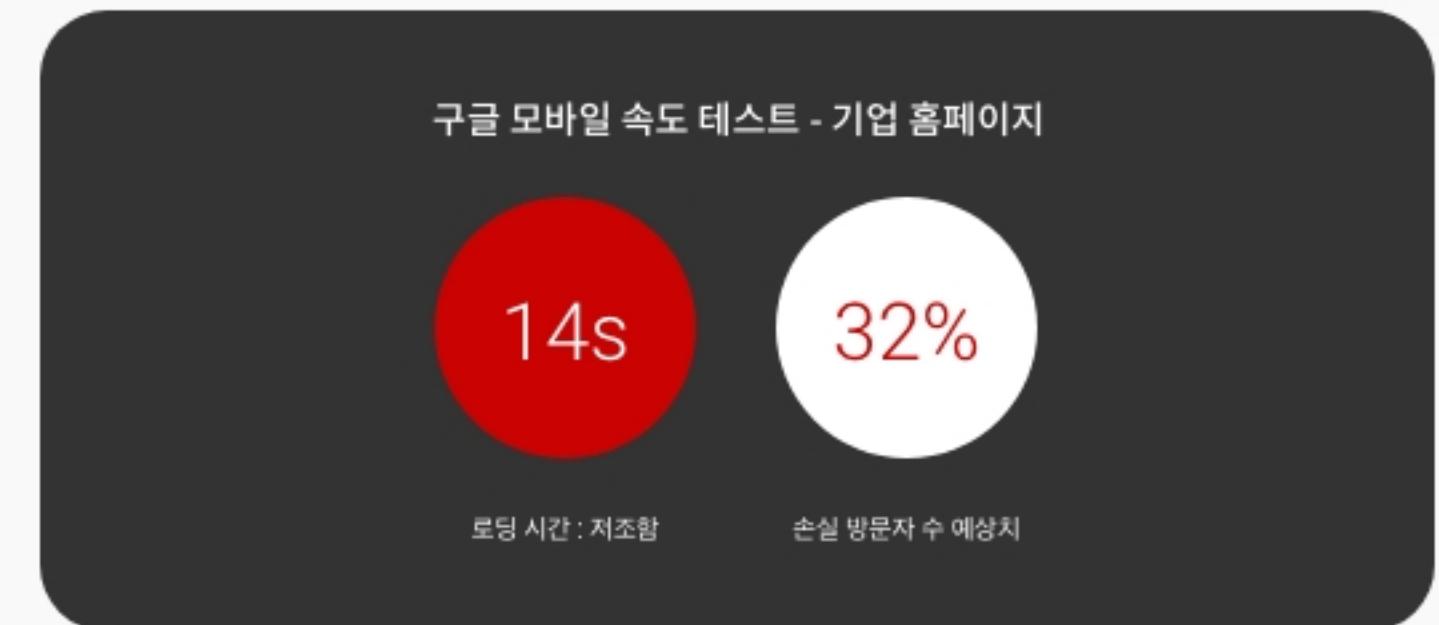
1. 이미지 중심 메시지 전달력 강화

정보 노출형 > 이미지형 (고화질/감성적/핵심 메시지)



2. 모바일 서비스 최적화 디자인 적용

빠른 컨텐츠 로딩속도 제공 : 모바일 기기 접속 고객을 위한 사용자 환경(UI) 최적화



UX INSIGHT

문제 해결을 위해 분석한 내용을 바탕으로 UX INSIGHT를 이끌었고 이를 해결 방안의 요소로 모색해 농심만의 브랜드 이미지 마케팅을 위하여 사용할 수 있었습니다.

레이아웃 ————— 다양한 해상도 지원을 위한 모듈 레이아웃과 한눈에 알아볼 수 있는 직관적인 레이아웃

디자인 ————— Light Color를 활용한 심플한 UI 구성 및 그래픽 적용 및 브랜드 Identity 강조

콘텐츠 ————— 소비자의 라이프스타일을 강조한 공감할 수 있는 스토리텔링 캠페인 컨텐츠

모바일 퍼스트 & 반응형

모듈형/그리드 레이아웃

직관적 메뉴 구조

심플한 UI 구성

카피라이징 컨텐츠와 비디오 영상 컨텐츠 증가

Show Case (간편한 구성 & 핵심정보 제공)

Identity (전용서체, CI컬러&로고 사용) 적용

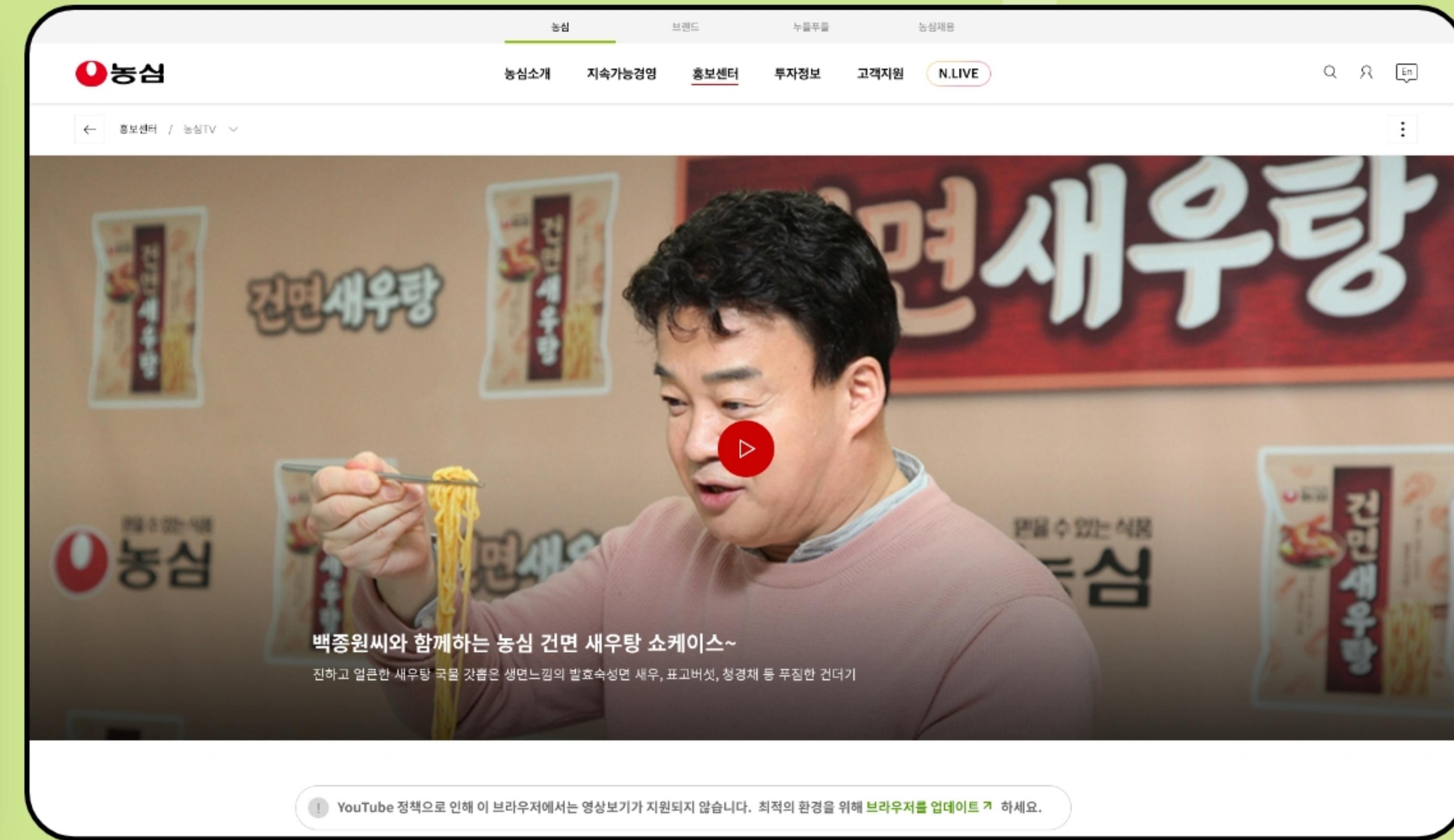
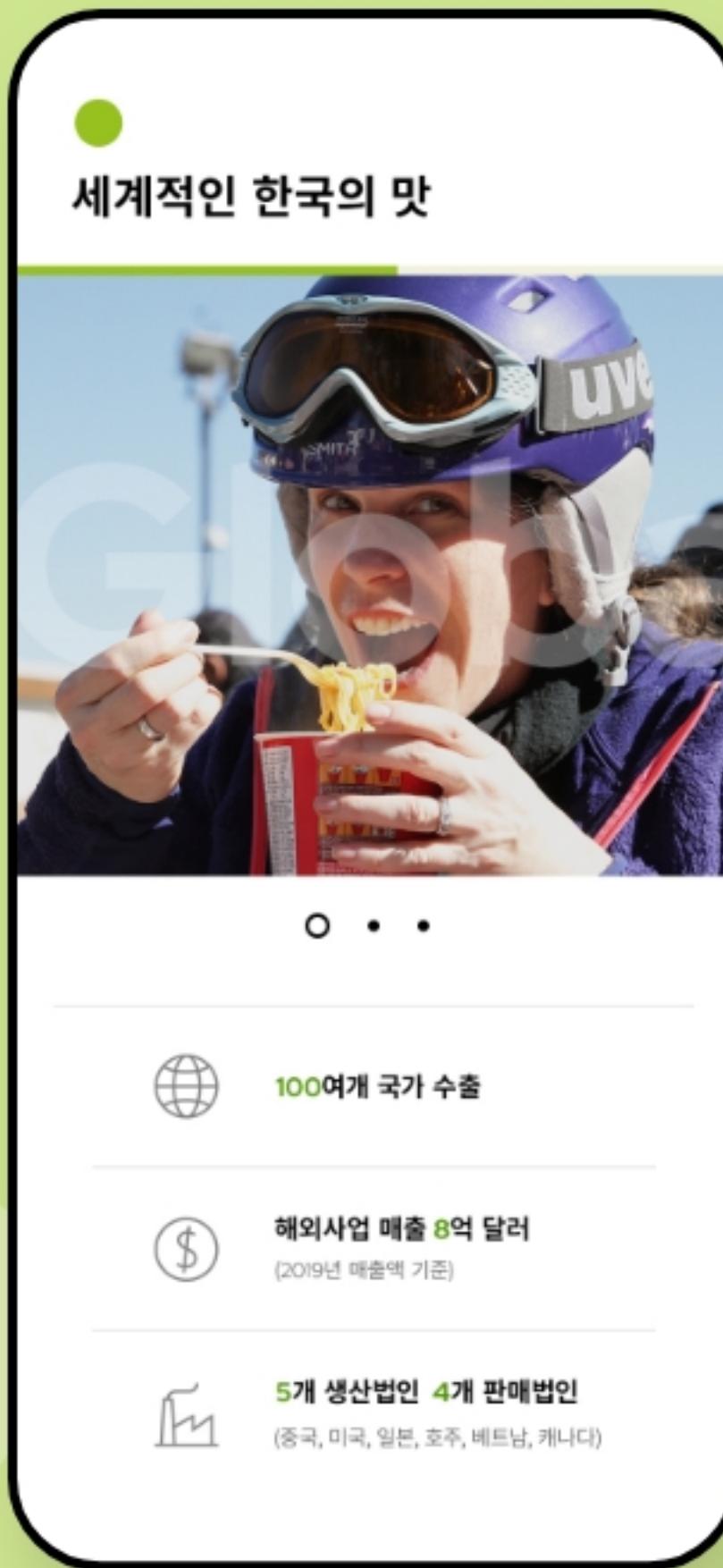
플랫 비쥬얼 시각화 및 동적 컨텐츠 활용 부각



Output 4 Features

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 키워드를 통해 클라이언트와 사용자 모두의 니즈를 읽어 목표를 설정해 디자인 하였습니다.

카피라이징 콘텐츠와 비디오 영상 콘텐츠 증가



모바일 퍼스트 & 반응형

Output 4 Features

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 키워드를 통해 클라이언트와 사용자 모두의 니즈를 읽어 목표를 설정해 디자인 하였습니다.

3

고객들이 즐겨 찾고 싶은 콘텐츠구성



4

농심의 아이덴티티 강조

사용자 편의성을 고려한 메뉴 구조

농심의 오피셜 사이트 외에도 ‘브랜드’, ‘누들푸들’, ‘농심채용’ 등 농심의 패밀리사이트로 쉽게 이동할 수 있도록 구조를 개편하여 메뉴를 마우스 오버 시 3뎁스까지 모두 노출되는 가로형 UI로 구성해 한 눈에 전체 메뉴를 쉽게 파악하고, 로케이션에서 타 메뉴로의 이동이 간편하도록 구현하였습니다.

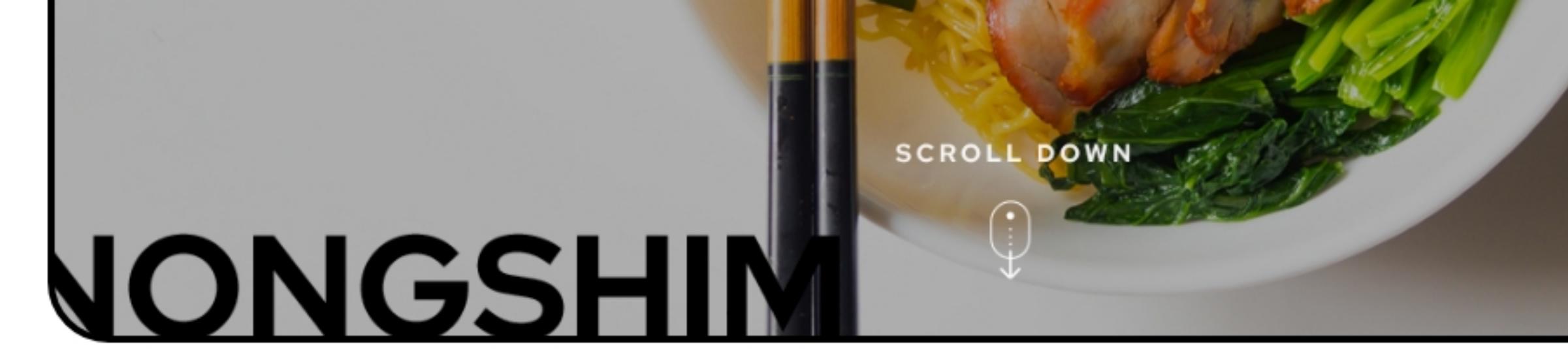
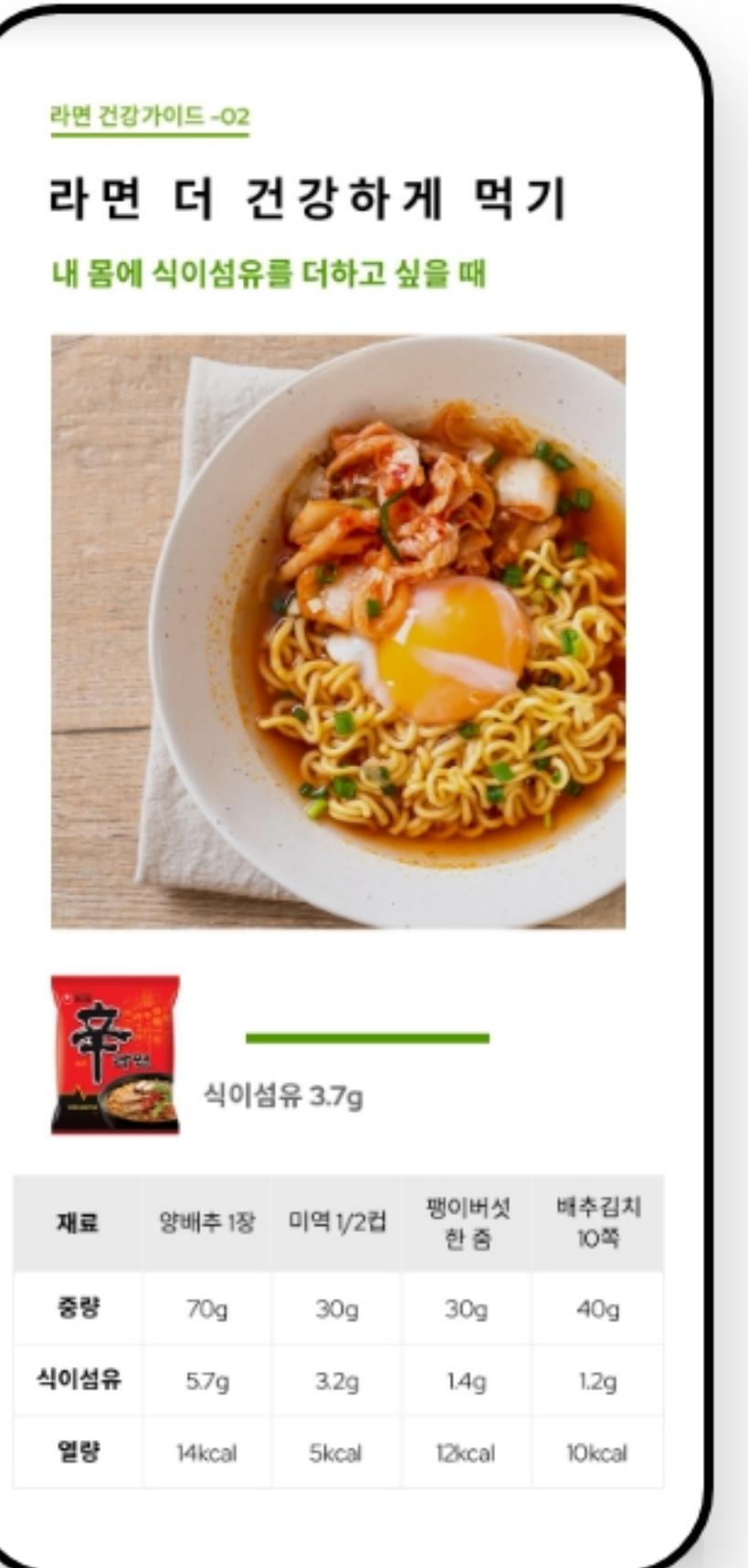
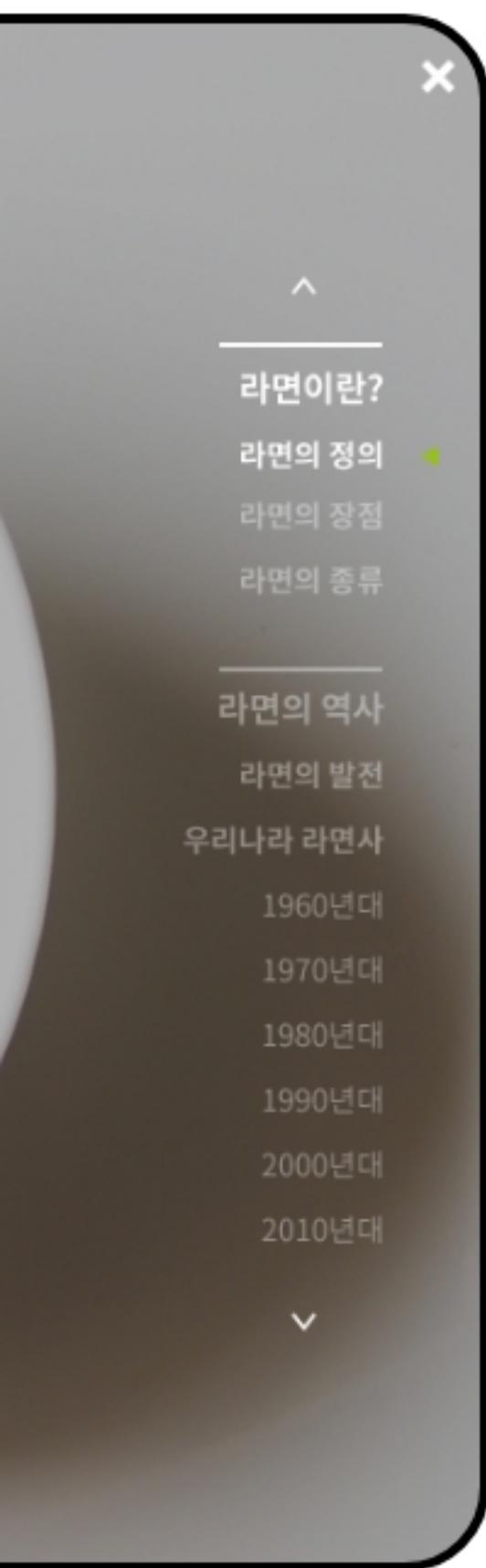
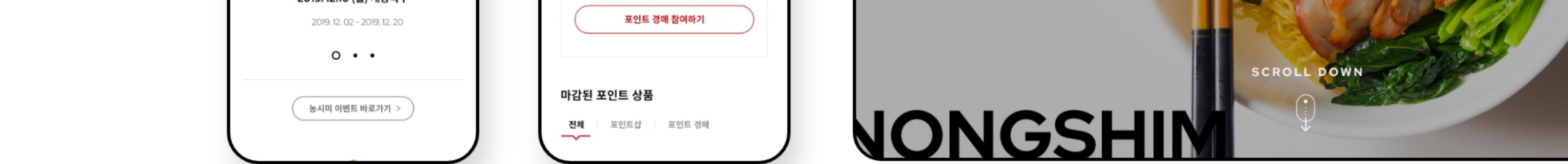


고객과 함께하는 농심

트렌디한 디자인과 고객 편의 서비스를 우선적으로 제공함으로써 농심의 기업 이미지를 구축하고, 고객들이 즐겨 찾고 싶은 콘텐츠 구성을 통해 소통의 공간을 조성하고자 리뉴얼을 진행했습니다. 기존 사이트가 브랜드 통합 마케팅 플랫폼 역할에 가까웠다면, 글로벌 식문화를 리딩하는 고객친화적인 농심의 아이덴티티를 강화하는 역할로서 핵심 서비스를 명확하게 전달합니다.

Three mobile screenshots showcasing Nongshim's customer engagement initiatives:

- Left Screenshot:** Shows the '홍보센터' (Promotion Center) section with a '농시미 이벤트' (Nongshim Event) banner. It features a '신제품 사전 예약판매' (Pre-order sale of new products) event for December 10, 2019.
- Middle Screenshot:** Shows the '진행중 포인트 상품' (Point products in progress) section. It displays a product card for '포인트 경매' (Point auction) of '집밥감성 고추장찌개면' (Homemade meal感 Chili Paste Stew Noodles) with 32 boxes per set.
- Right Screenshot:** A large image of a bowl of ramen with chopsticks, featuring the text '라면이란' (What is Ramen?) overlaid.



콘텐츠가 보이는 디자인

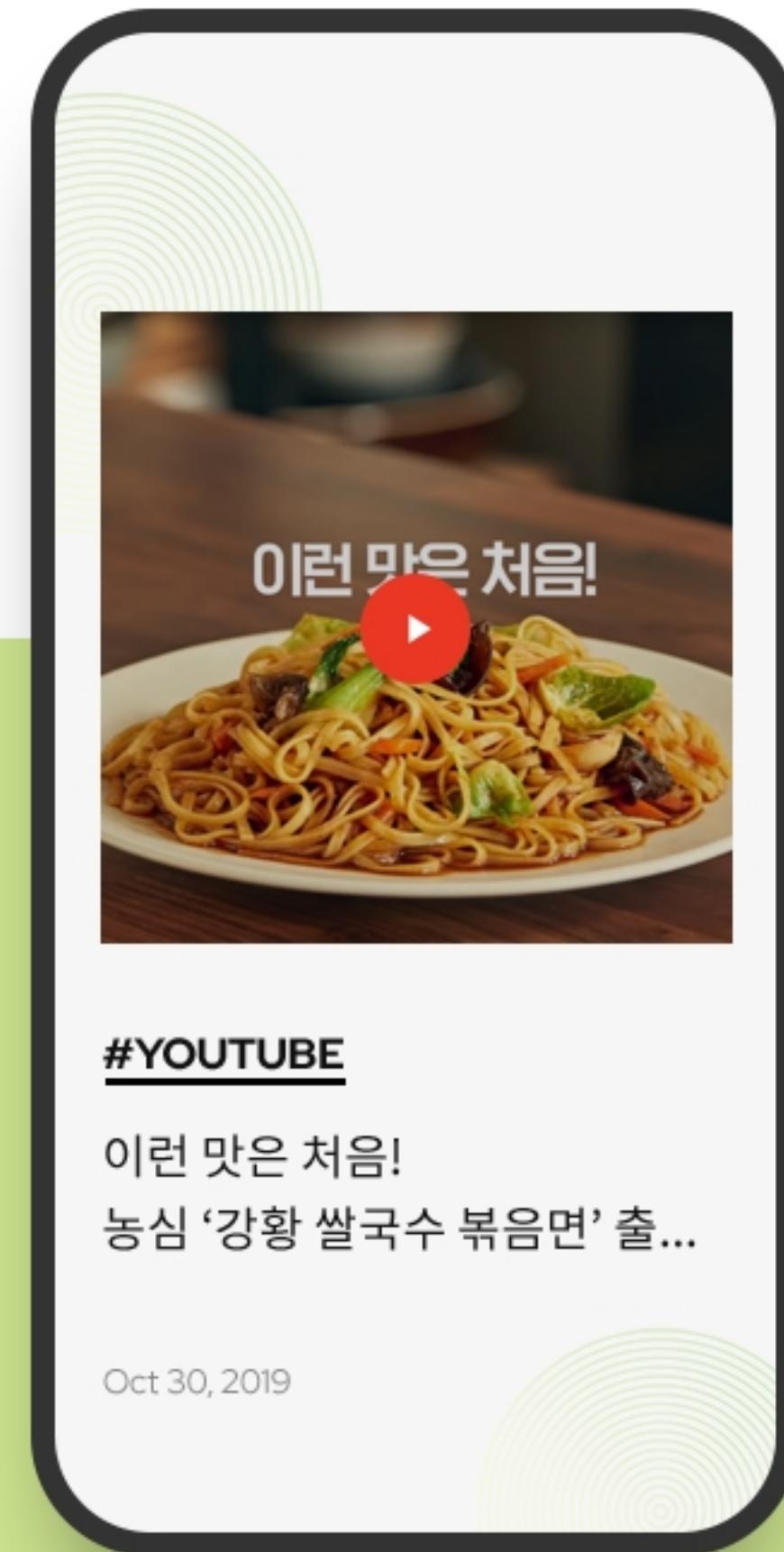
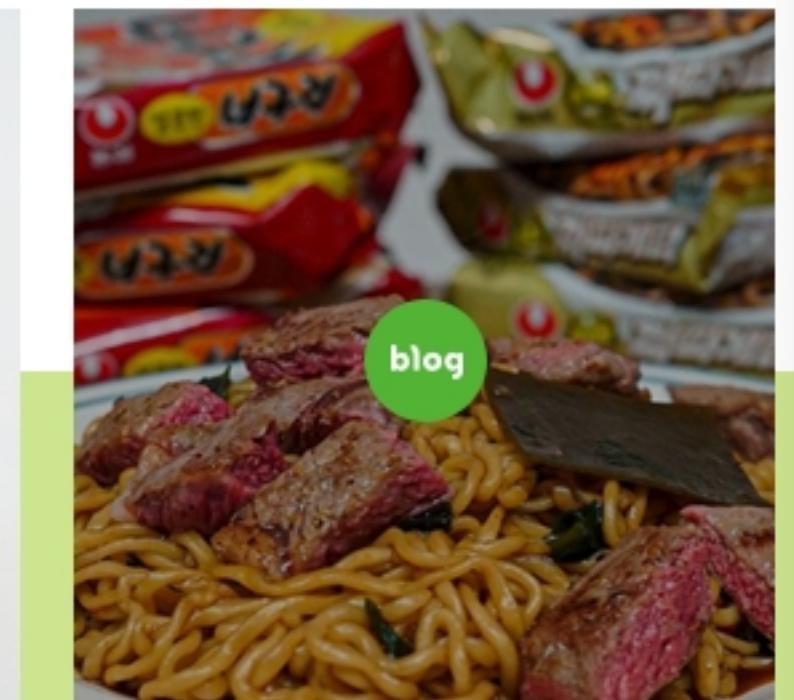
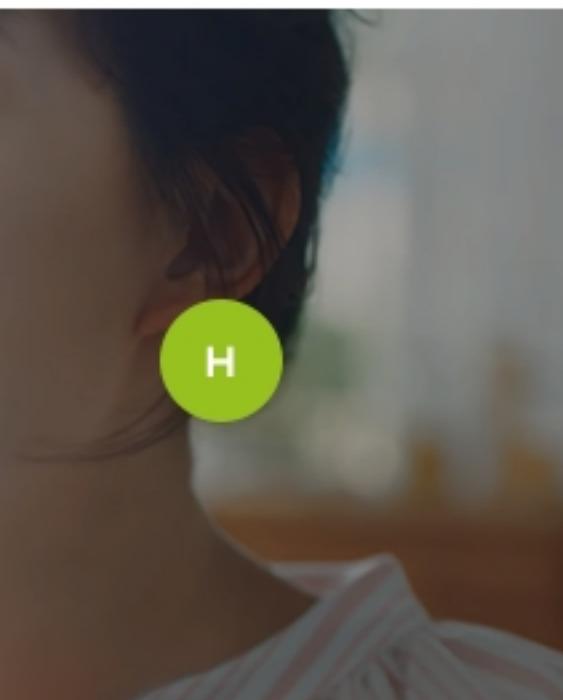
디자인 측면에서 사용자를 배려한 요소를 배치하였고 우선순위에 따라 메뉴 및 콘텐츠를 재배치하였습니다. 사용자가 직관적으로 마주하는 콘텐츠 및 카피 등도 전체 레이아웃과 유기적으로 연결될 수 있도록 배치하였습니다.

단순하고 쉬우면서도 트렌디한 비주얼

For the Global NO.1 Food Company, 농심'이라는 슬로건 아래 'Simply', 'Easy', 'Trendy'를 온라인 플랫폼의 아이덴티티로 삼고 리뉴얼을 진행했습니다.

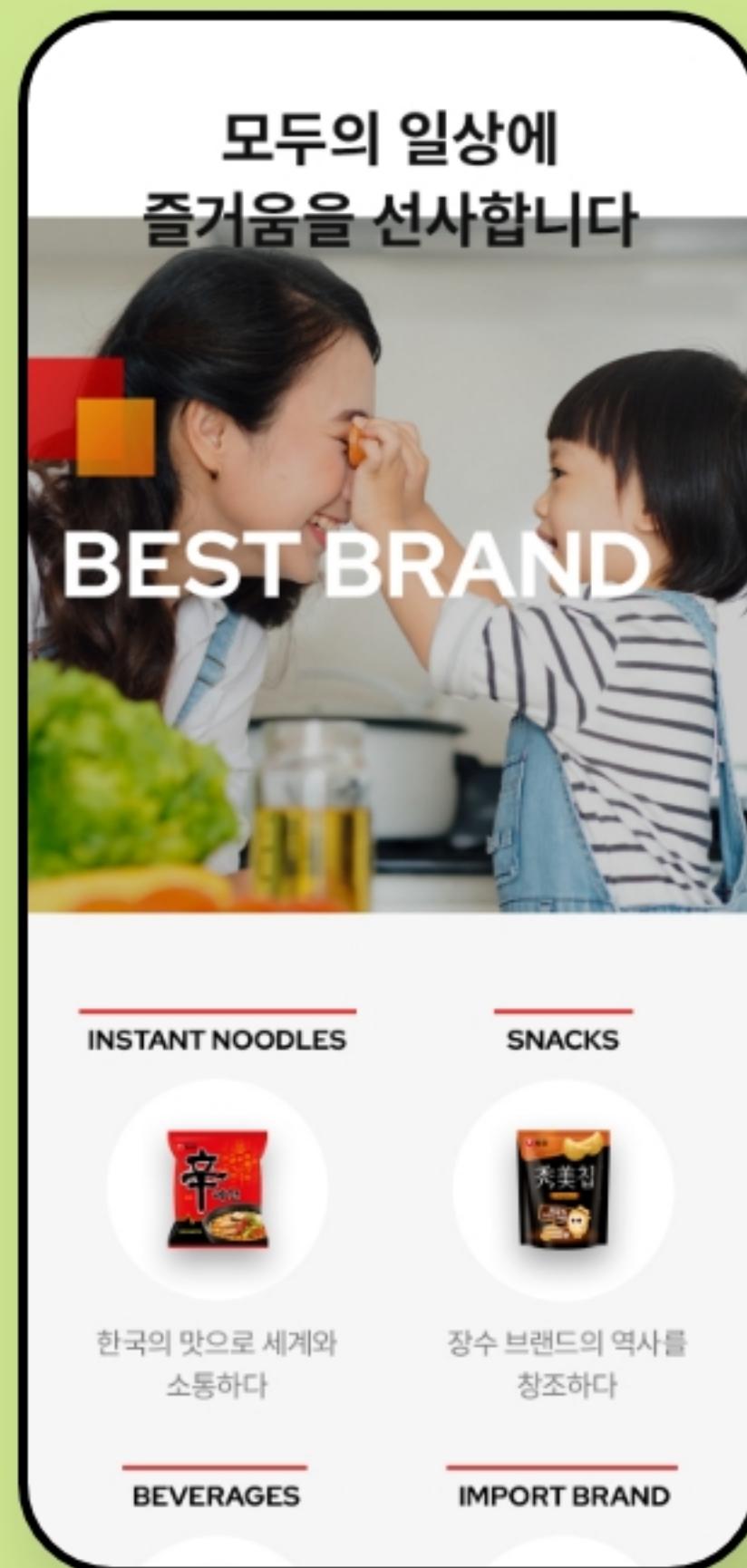
특히, 짹을 틔우고 열매를 맷게 하는 생명의 근원인 '씨앗'을 의미하는 농심의 심볼마크 '농심씨드'에서 착안한 원(Circle)을 그래픽의 모티브로 웹사이트 전반에 적용함으로써 조형적 측면의 일관성을 유지했습니다.

N.LIVE로 즐기는 농심 이야기



사용자를 위한 구성

모바일 중심의 UI를 구성하고, 다양한 모바일 기기에 최적화된 반응형 웹으로 구축하여 디바이스별 서비스 최적화 및 메뉴 접근성이 뛰어납니다.

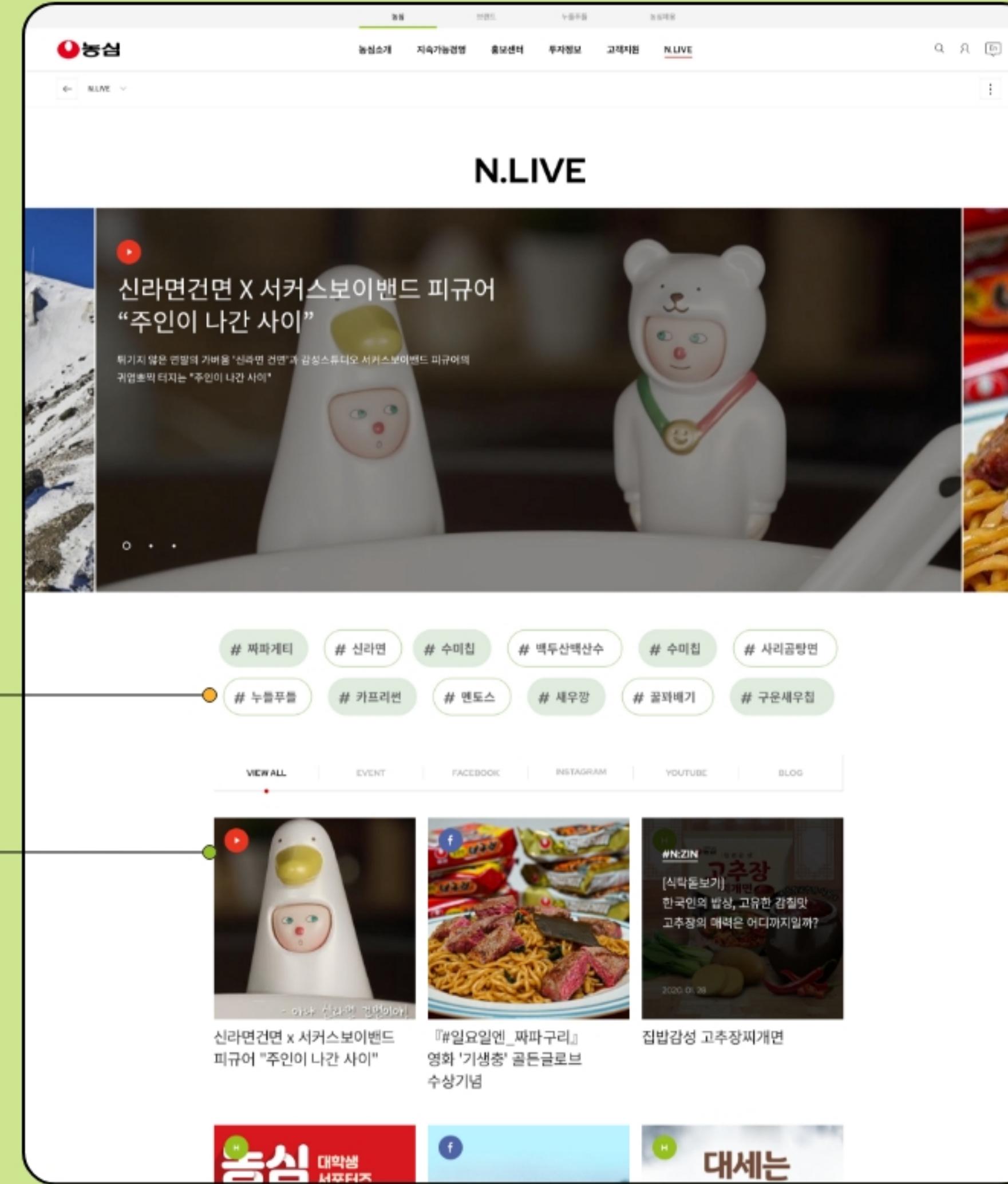


Compare A to B

AS-IS



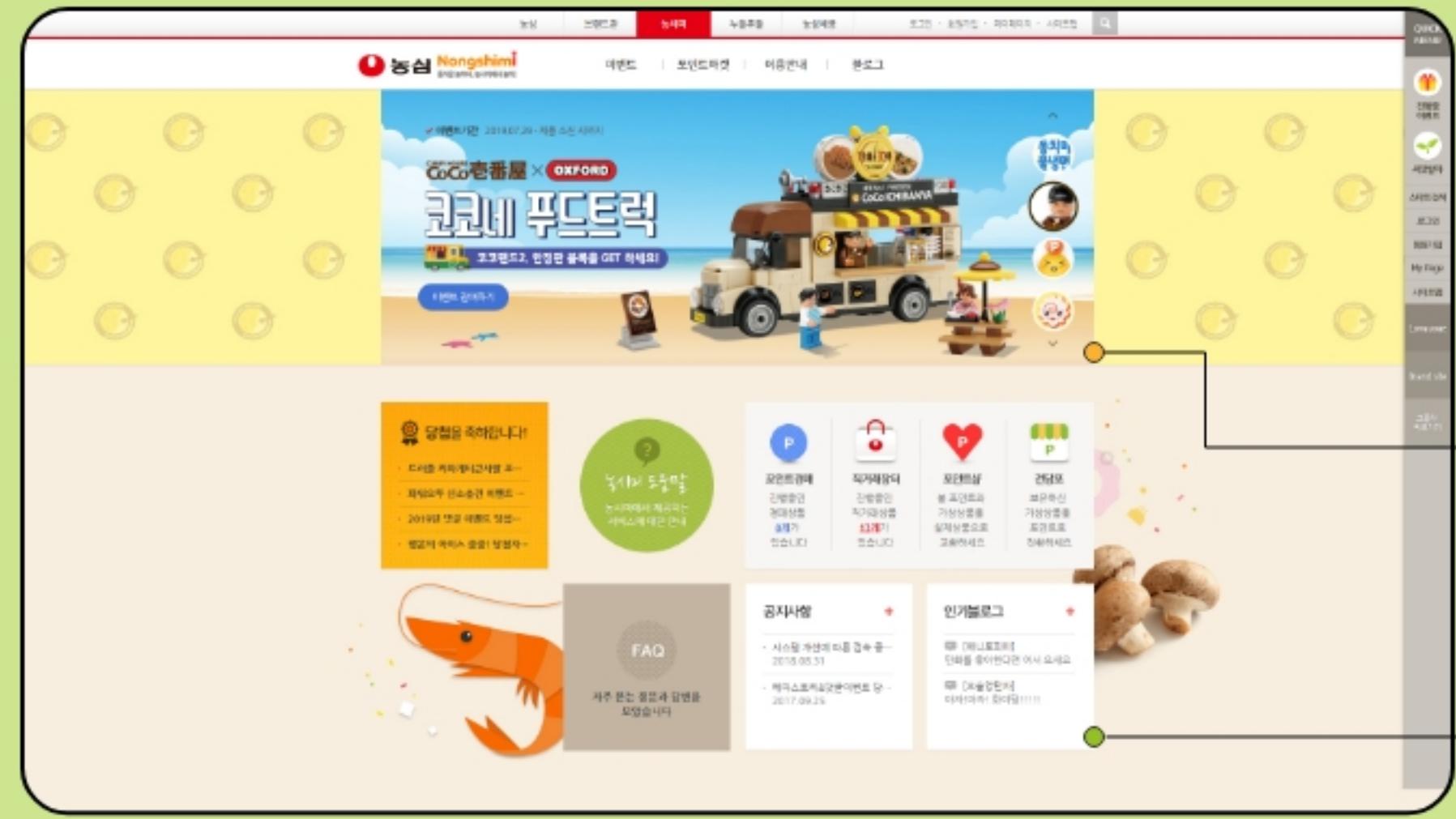
TO-BE



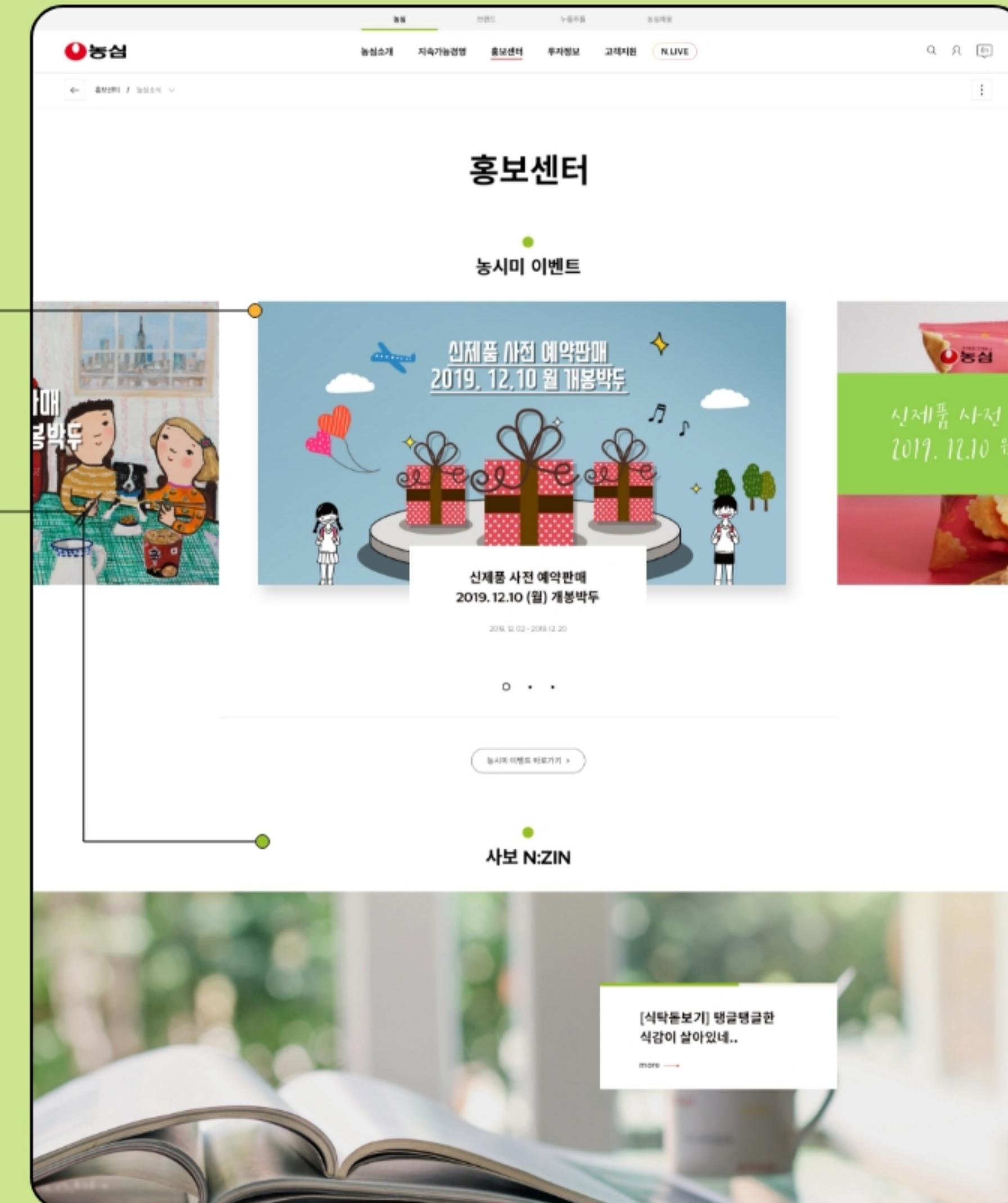
- 사용자가 N.LIVE 컨텐츠에서 기대할 수 있는 핵심 키워드를 해시태그로 배치시켰습니다. 기존의 목적과 동일하지만 디자인적으로 조화롭게 재해석하였고 바로 이동할 수 있도록 조금 더 직관적인 느낌을 주었습니다.
- 정리가 되어 있지 않은 앨범리스트 형태에서 탭구조로 나누어 카테고리별로 영상을 나누어 볼수 있도록 하였습니다. 전 디자인보다 영상 레이아웃 컨셉이 중요도에 따른 것인지 단순 배치를 위한 것인지 알 수 없는 부분을 해결하였습니다.

Compare A to B

AS-IS



TO-BE



- 홍보를 위한 컨텐츠와 패밀리사이트 농시미를 합치기 위함이지만 우선순위 순으로 배치하여 농시미 이벤트를 가장 상단에 두어 기존의 중요성을 강조하였습니다.
- 기존의 농시미페이지를 홍보센터로 통합하여 이벤트, 사보, N.서포터즈, 라면피디아, 농심TV, 농심소식의 게이트로 원페이지에 담아내었습니다. 이를 통하여 컨텐츠별 카테고리의 명확한 정리를 할 수 있었고 사용자로 하여금 농심 사이트에서 직관적으로 필요한 메뉴를 찾을 수 있어 접근성이 편리해졌습니다.

Style Guide

FONT

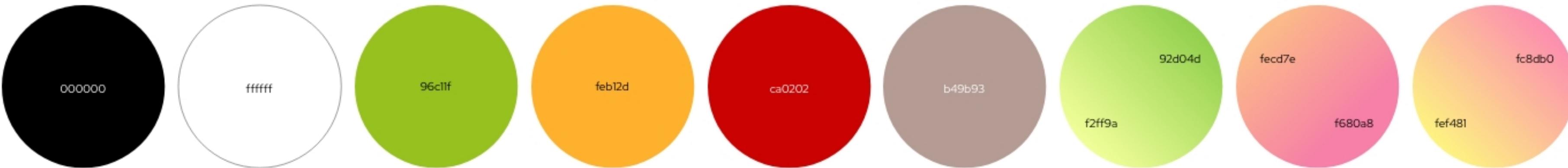
Noto Sans CJK KR Bold

Noto Sans CJK KR Regular

Red Hat Display Bold

Red Hat Display Regular

COLOR



과정을 통한 결과 및 기대

1. 모바일 접근성이 높아지며 고객의 이용편의성이 강화되었다.
2. 트렌디한 디자인과 콘텐츠 리뉴얼을 통해 계속 보아도 질리지 않는 사이트가 되었다.
3. 고객의 생활 속에서 친근한 모습의 브랜드 이미지가 구축되었다.

이 프로젝트를 통하여

기존 사이트 분석 등 농심에 대한 스터디를 시작으로 클라이언트 담당자분들과의 충분한 커뮤니케이션을 통해 프로젝트를 잘 마무리할 수 있었습니다. 디자이너의 입장에서 사용자 입장을 생각하였을 때 문제 해결 과정을 위하여 트렌드를 조사하고 관련 레퍼런스를 모아본 결과, 도출할 수 있었던 공통적인 해결방안으로 목표를 위한 확실한 디자인 전략을 짜기 위해서는 레퍼런스 확보와 클라이언트의 의견을 조합하는 것이 상당히 중요하다는 것을 알 수 있게 된 계기였습니다. 농심만의 새로운 브랜딩을 위하여 선택했던 컬러와 스타일 가이드를 클라이언트의 만족시키는 것에서 의사소통이 정말 중요하다는 것을 알게 되었고 프로젝트를 진행하게 되면서 팀원들과의 관계에 신뢰를 쌓으며 즐겁게 일할 수 있었음에 감사합니다.



Noodle Foodle



Overview

농심 고객 온라인 커뮤니티 중 가장 활발한 참여와 레시피 콘텐츠로서의 누들푸들 웹사이트를 리뉴얼하였습니다. 누들을 연상시키는 단면의 라운드와 면을 표현하는 라인 굵기에 따라 디자인 모티브로 농심에서 제공하는 식문화 콘텐츠와 고객들이 참여하는 커뮤니티 콘텐츠로 구분하여 반응형웹으로 리뉴얼 오픈했습니다.

My Role

- Problem solving
- UX Strategy
- UX design
- UI design and branding

Date

2019.10 - 2020.03

기업의 제품을 소비자가 먼저 찾는 컨텐츠로 연동시킬 수 있습니까?

농심 제품을 활용할 수 있는 레시피 사이트로 소비자를 유도하면서 필요에
의한 브랜드 소비를 인지하게 되면서 컨텐츠를 찾아내고자 합니다.

The image illustrates a digital marketing strategy where a company's product (nongshim products) is promoted through a third-party recipe website. The website features a clean design with a large image of a dish, a search bar, and various filter buttons like '#신라면', '#찰비빔면', '#우동', and '#니구리'. A prominent text overlay reads 'ALL ABOUT NOODLE & FOOD'. Below the main image, there's a section for '공지사항' (Notice) with the text '2020년 맞이 특별 이벤트 '누들푸들 흥하자!'' and the date '2020. 02. 06'. The mobile phone screen shows a similar interface but with a different dish image. At the bottom of the website, there are other recipe cards for dishes like '버섯 강황쌀국수 볶음면' and '차돌불고기 쌀국수'.

Background

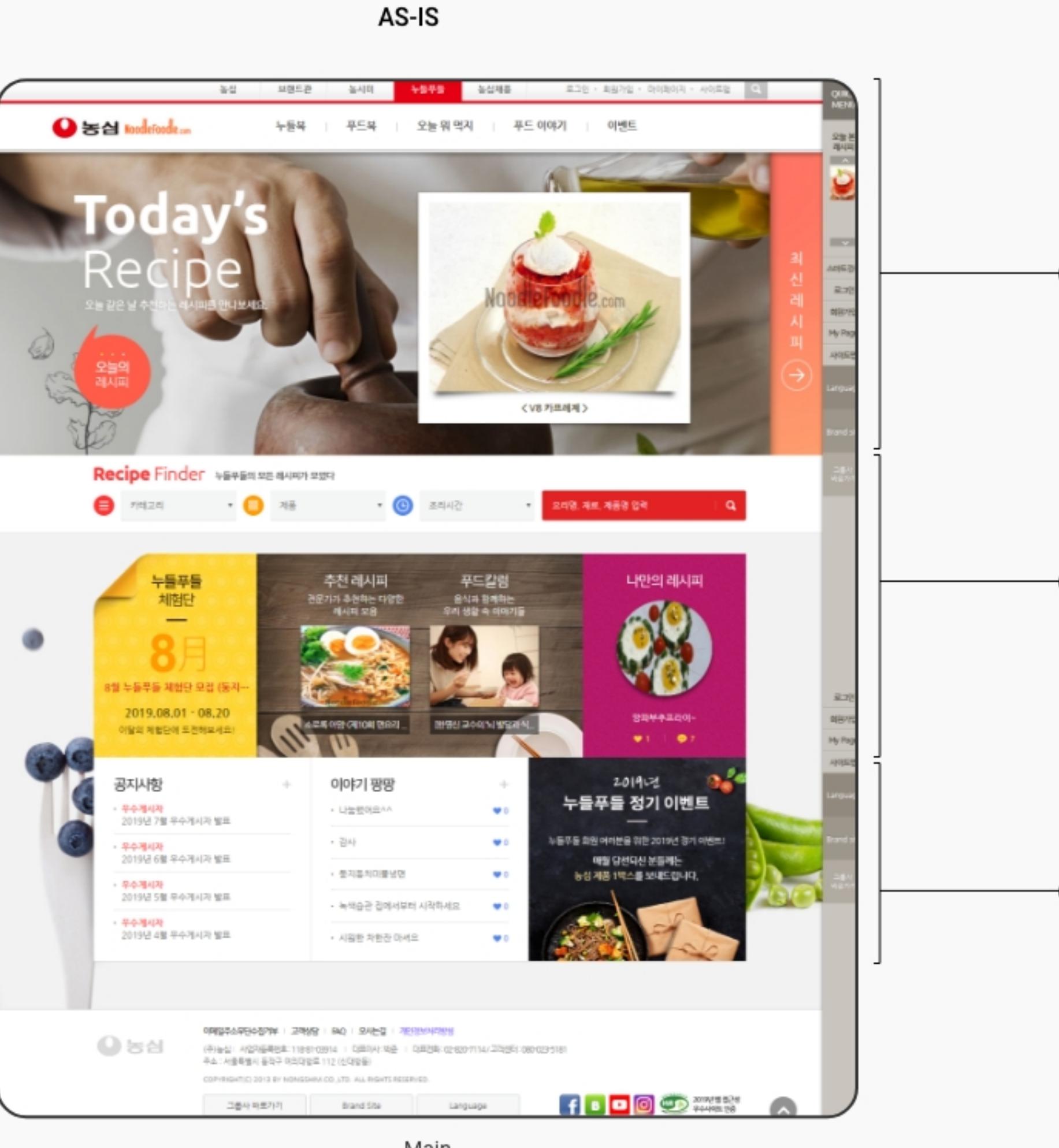
패밀리 사이트인 누들푸들의 AS-IS 분석 과정을 통하여 사용자로 하여금 어떤 목적으로 이 사이트에 접근해야하는지에 대하여 생각하였고 메뉴 및 컨텐츠의 재 정립이 필요한 것으로 문제해결방안을 제시하였습니다.

분석 및 문제점

- 메뉴 컨텐츠 구조 복잡함
- 레시피 메뉴 통합과 검색강화 필요성
- 컨텐츠 운영 부족 및 고객참여 활성화

해결 방안 도출

- 농심제품으로 고객이 다양한 레시피를 활용할 수 있는 정보접근성 및 기능성 강화한 UX/UI 개선



Solution

메뉴 및 컨텐츠 구조 복잡함

우선순위에 따른 재설계

가독성이 떨어지는 레시피 파인더와
계절별 레시피 등 컨텐츠 운영 부족

레시피 파인더의 노출 우선순위와
레시피 컨텐츠 재정립

고객참여 컨텐츠의 비활성화

고객참여 서비스 유도

Research



30대 직장인 최지현

예전에 우연하게 농심의 패밀리사이트 누들푸들을 보게 되었는데 농심 제품들을 이용해서 여러가지 레시피로 다양하게 먹을 수 있다는 것을 보고 재밌다고 생각하였고 몇번 따라해보려고 한 적이 있습니다. 그렇지만 단순하게 일회성 레시피를 보는 게 아니라면 나중에 원하는 레시피를 찾기가 어려워서 활용을 제대로 해본 적이 없는 것 같습니다.



40대 주부 권미혜

주부로서 이용하고 즐겨찾는 사이트인데 레시피를 볼 때 컨텐츠가 한눈에 들어오지 않아 결국 다른 사이트로 빠지게 되는 일이 종종 있었습니다. 그리고 직접 참여하여 능동적으로 흥미를 갖게 하는 컨텐츠나 프로그램의 컨셉이 확실하면 좋을 것 같습니다.



20대 자취생 김태식

SNS를 보면 기업의 제품을 이용하여 재밌는 레시피를 만들어서 흥미를 이끄는 레시피들을 본적이 있는데, 여기도 농심의 제품들로 재밌고 흥미 가득한 레시피를 제공하는 것 같지만 그에 반해 홈페이지 분위기가 다소 지루합니다. 흥미를 유발하는 아이덴티티를 가졌으면 좋겠습니다.

Process

시장조사 및 경쟁사 분석

농심의 레시피 사이트인 누들푸들과 같은 성질을 가지고 있는 사이트들을 국내외로 조사하여 장단점을 분석하였고 이를 통하여 레시피를 보기 위해 사이트에 방문하고 싶어질 만한 컨텐츠를 어떻게 설계할 것인지에 대해 고찰하였습니다. 좋은 컨텐츠는 사용자로 하여금 직접 기업의 제품을 활용하고자 하는 심리를 갖게 합니다.

UX INSIGHT

문제 해결을 위해 시장조사 및 경쟁사를 분석하여 알게된 강점을 활용할 수 있는 방안으로 인사이트 키워드를 도출해보았습니다.

Keyword

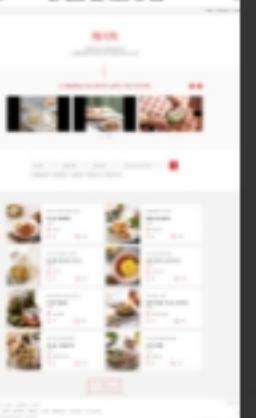
모바일 퍼스트 & 반응형

모듈형 리스트 레이아웃

컬러, 폰트 및 Identity 적용

사용자 참여 유도

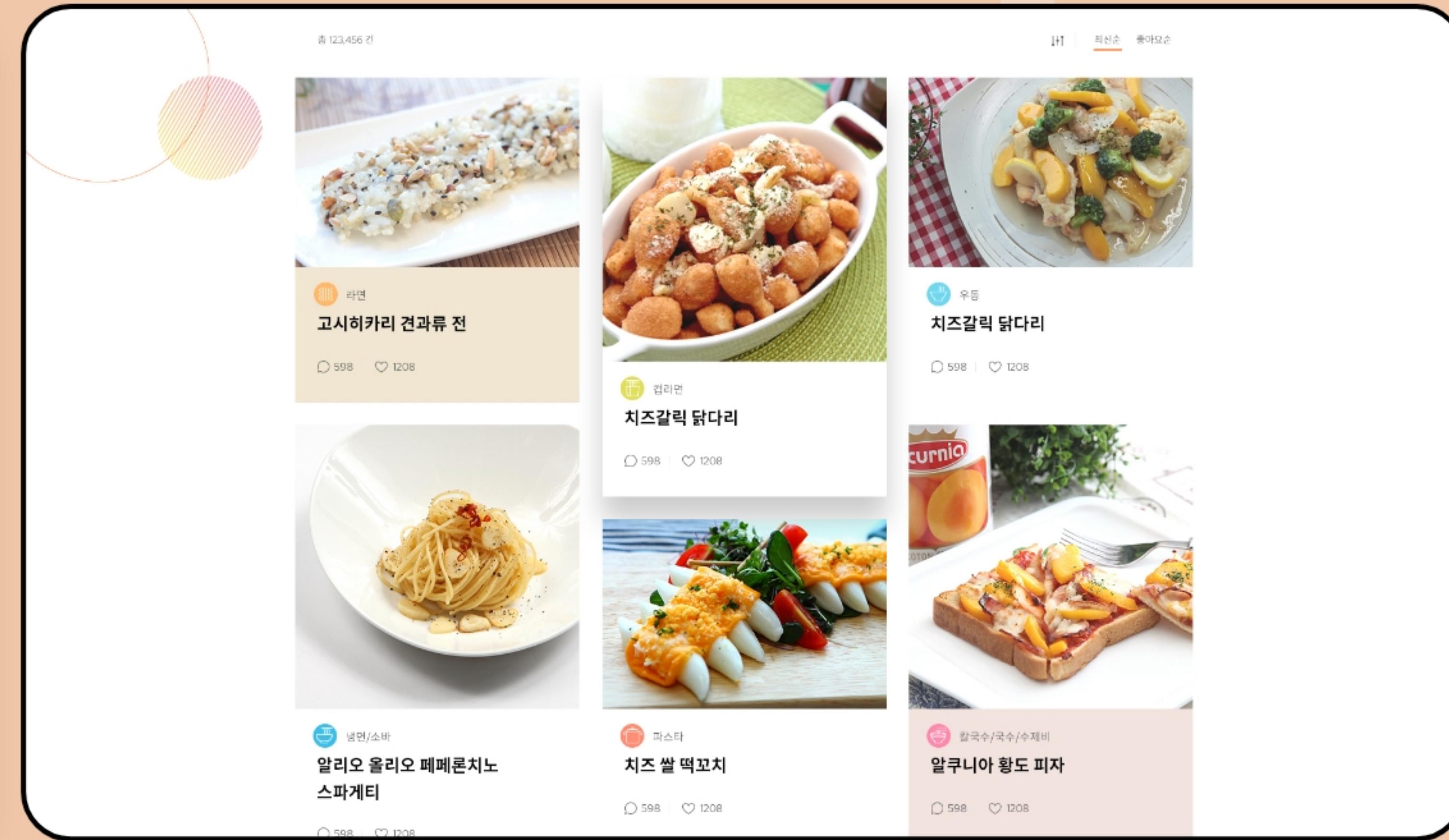
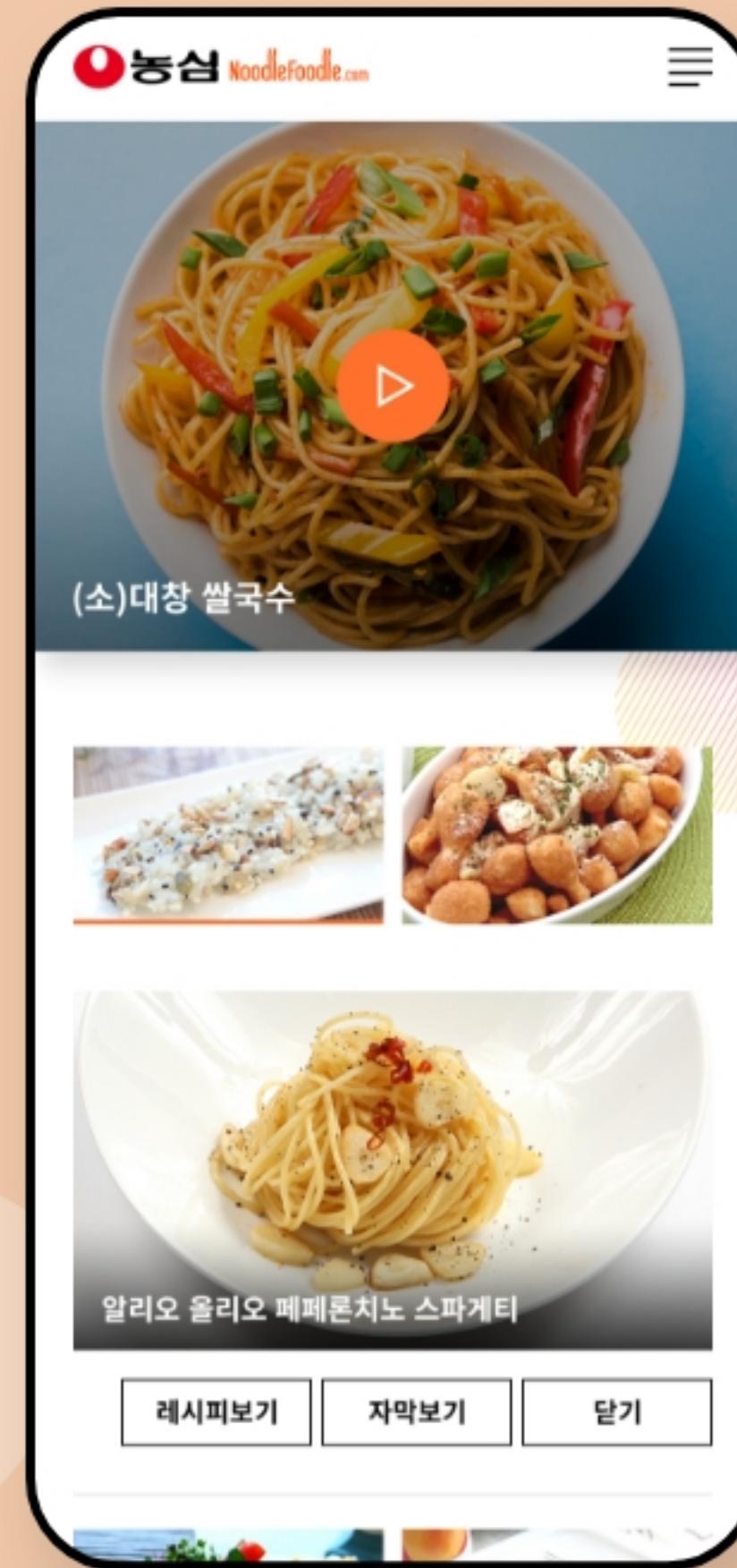
구매를 이끄는 컨텐츠

Point	Apply To
 <p>이밥차 http://2bob.co.kr</p> <ul style="list-style-type: none">· 2,000원으로 밥상 차리기 레시피 제공 서비스· 최신 레시피 및 시즈널 요리 정보· 동영상을 활용한 미디어 요리 채널	▶ 고객이 흥미를 가질 만한 레시피 컨텐츠를 제공하며 영상 미디어를 활용한다.
 <p>제일제당 더키친 https://www.cj.co.kr</p> <ul style="list-style-type: none">· 제일제당의 연구와 노하우가 담긴 레시피 스토리· SNS 레시피 스토리, 키친다이어리(인스타그램, 유튜브)· 메뉴별 레시피 검색· 레시피 섬네일과 요약정보의 리스트 형태	▶ 제품별 레시피 검색 기능 강화와 키워드 해시태그를 통해 유입한다.
 <p>BBC FOOD https://www.bbc.co.uk</p> <ul style="list-style-type: none">· BBC의 FOOD 채널에서 제공하는 미디어 레시피· 레시피 이미지+영상 플랫폼을 활용한 미디어 레시피· 재료 리스트 정보 및 SNS 기능, 프린트 기능을 제공하여 온라인 레시피 활용 편리	▶ 기업이 직접 개발한 레시피와 사용자가 능동적으로 볼 수 있는 레시피 페이지를 구축한다.

Output 4 Features

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 키워드를 통해 클라이언트와 사용자 모두의 니즈를 읽어 목표를 설정해 디자인 하였습니다.

모듈형 앨범 형식의 직관적인 레이아웃을 활용



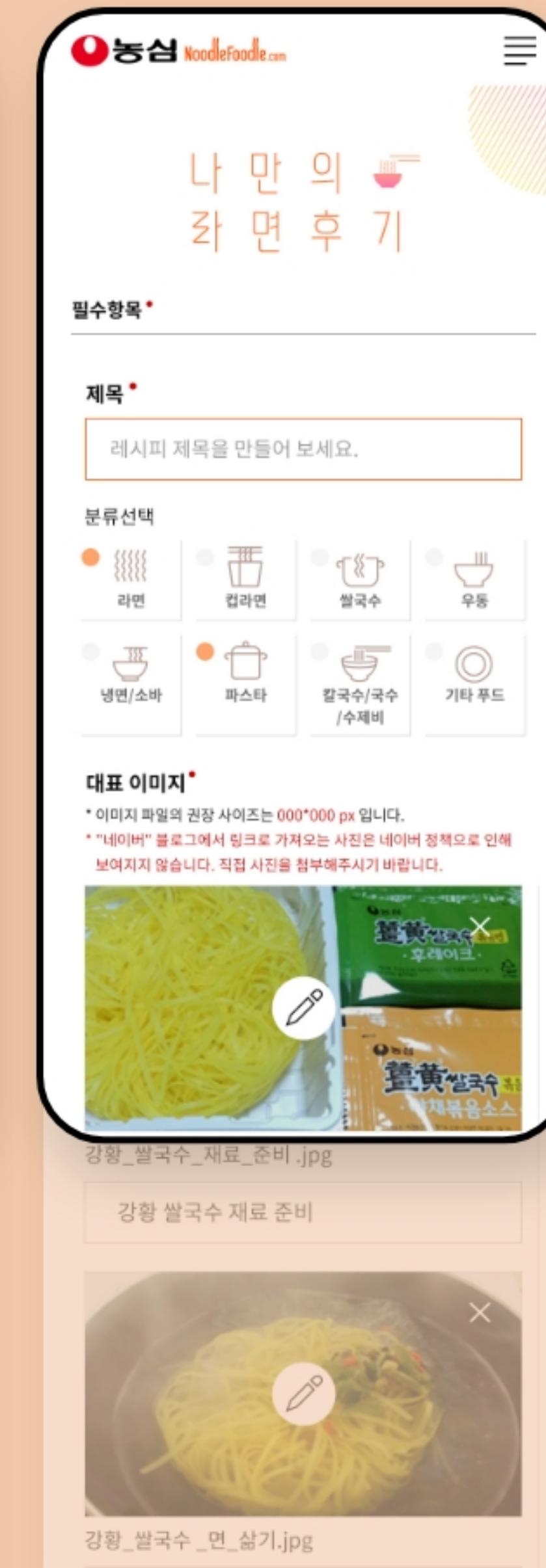
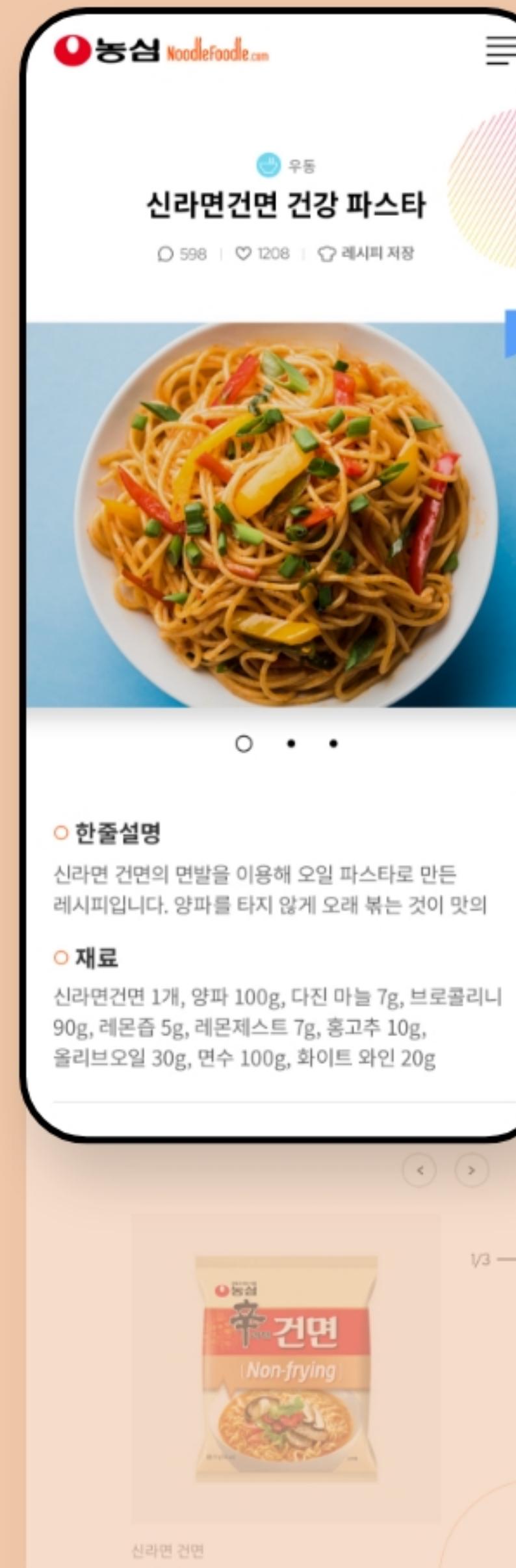
레시피를 이용한 영상 플랫폼

Output 4 Features

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 키워드를 통해 클라이언트와 사용자 모두의 니즈를 읽어 목표를 설정해 디자인 하였습니다.

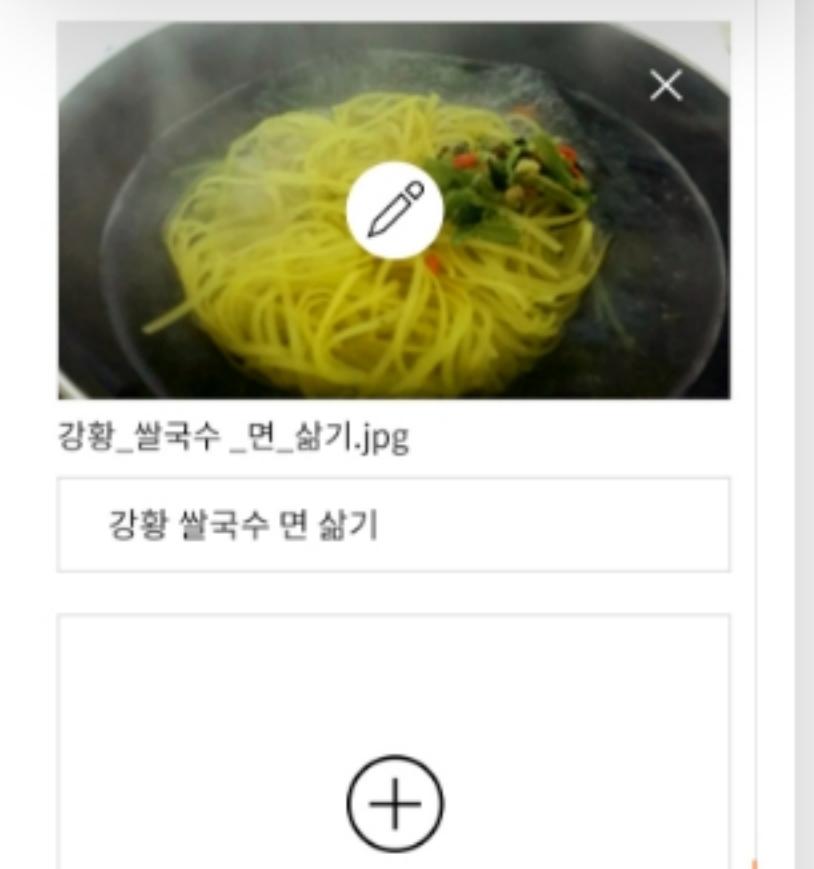
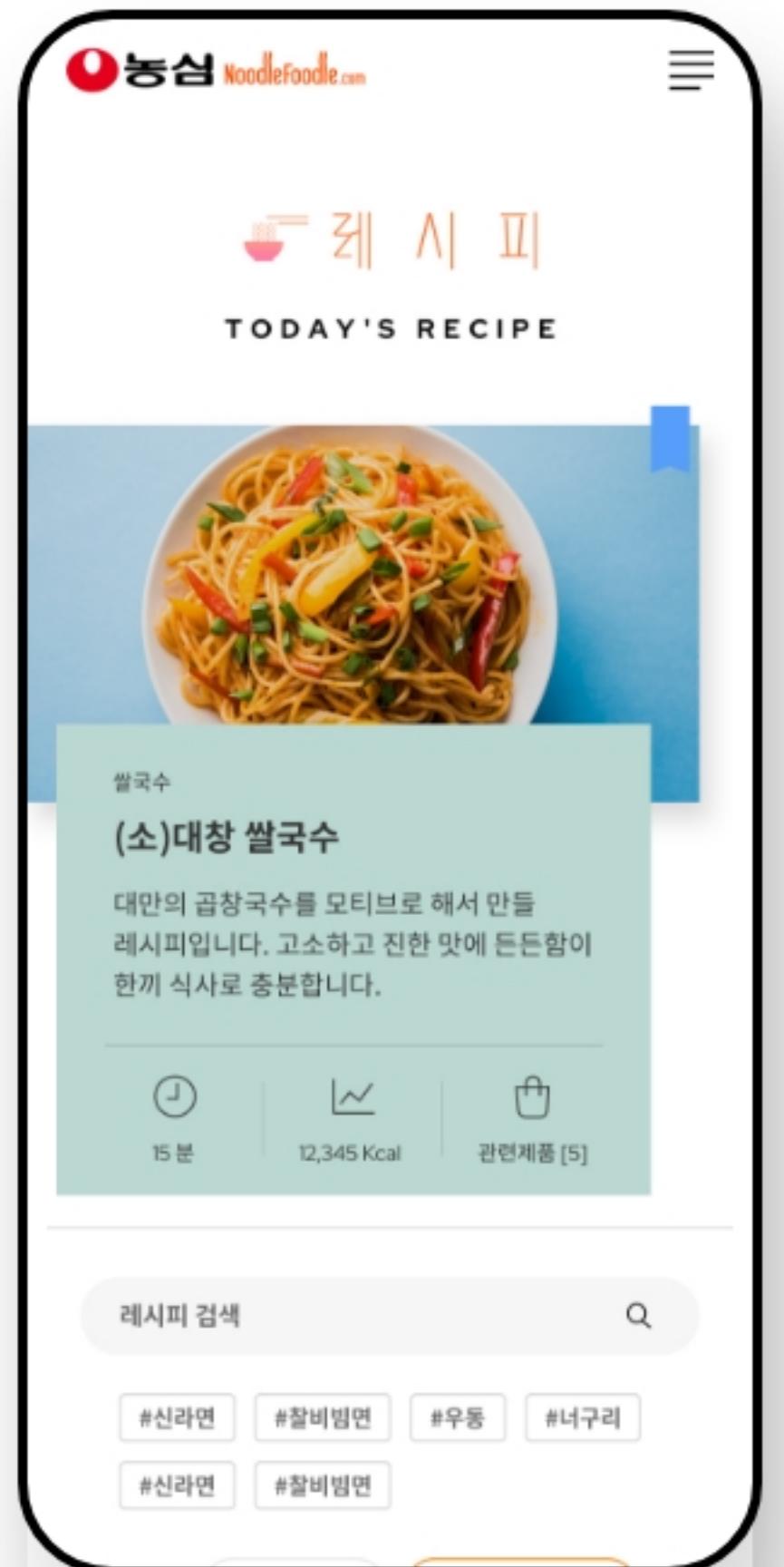
3

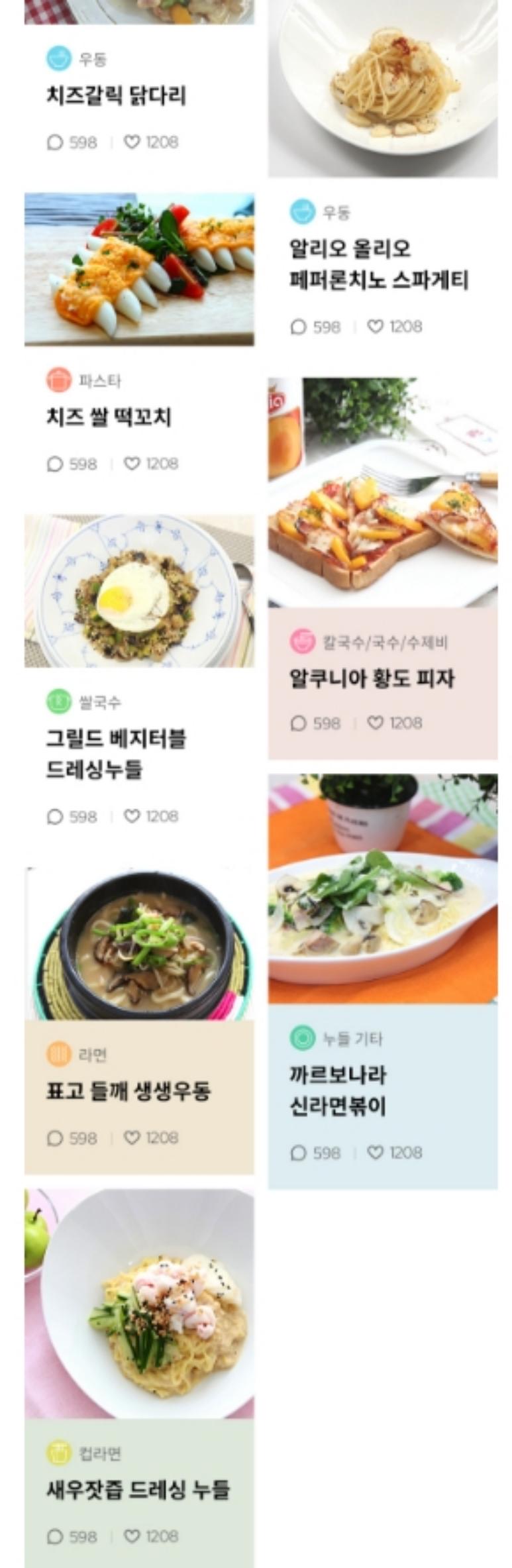
제품 구매 욕구를 불러일으키는 컨텐츠



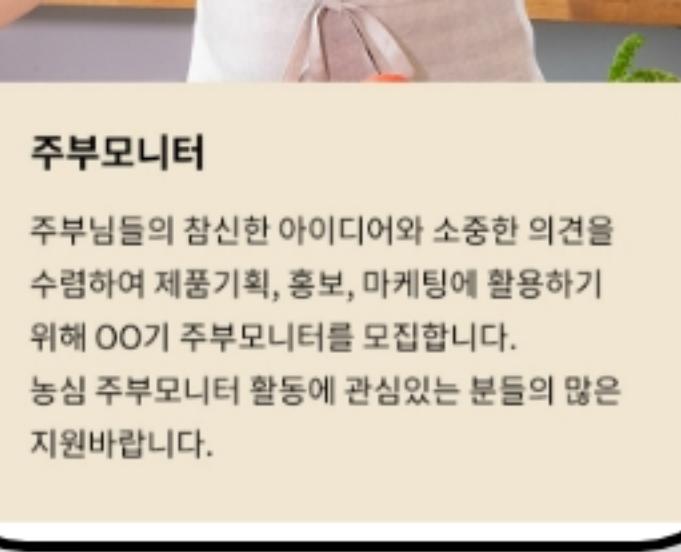
4

소비자의 능동적인 참여 유도





리스트 더 보기
(1/10)



내용 및 혜택

활동내용

- 활동기간 8개월



- 매월 1회 정기모임



- 설문조사 / 매장조사



- 온라인 홍보활동



혜택

01



매월 정기모임 참석 시

사례비 지급

과제물 수행시

사례비 추가 지급

03

매월 당사 제품을
답례품으로 지급

농심 공장 견학

02



04



jpg, jpeg, gif, bmp, png 형식 최대 10MB

설명

참고 레시피 없음 있음

한줄설명*

이 레시피의 특별한 점을 간단하게 입력해 주세요.

재료*

필요한 재료를 자세하게 입력해 주세요.

요리법*

* 글쓰기 영역 둘째에서 ENTER를 클릭하면 글쓰기 영역으로 들어갈 수 있습니다.

* 글쓰기 영역에서 ALT+0 (키보드 위쪽 0)을 누르면 도움말을 보실 수 있으며, 도움말 창을 닫으면 다시 글쓰기 영역으로 갑니다.

* ALT+.를 누르면 글쓰기 영역에서 빠져나갈 수 있습니다.

요리 TIP*

요리 TIP 이 있다면 알려주세요.

취소

등록

패밀리 사이트

이메일주소무단수집거부 | 고객상담 | FAQ | 오시는길

이용약관 | 개인정보처리방침

(주)농심 | 서울특별시 동작구 여의대방로 112 (신대방동)

대표이사 : 박준 | 사업자등록번호 : 118-81-03914

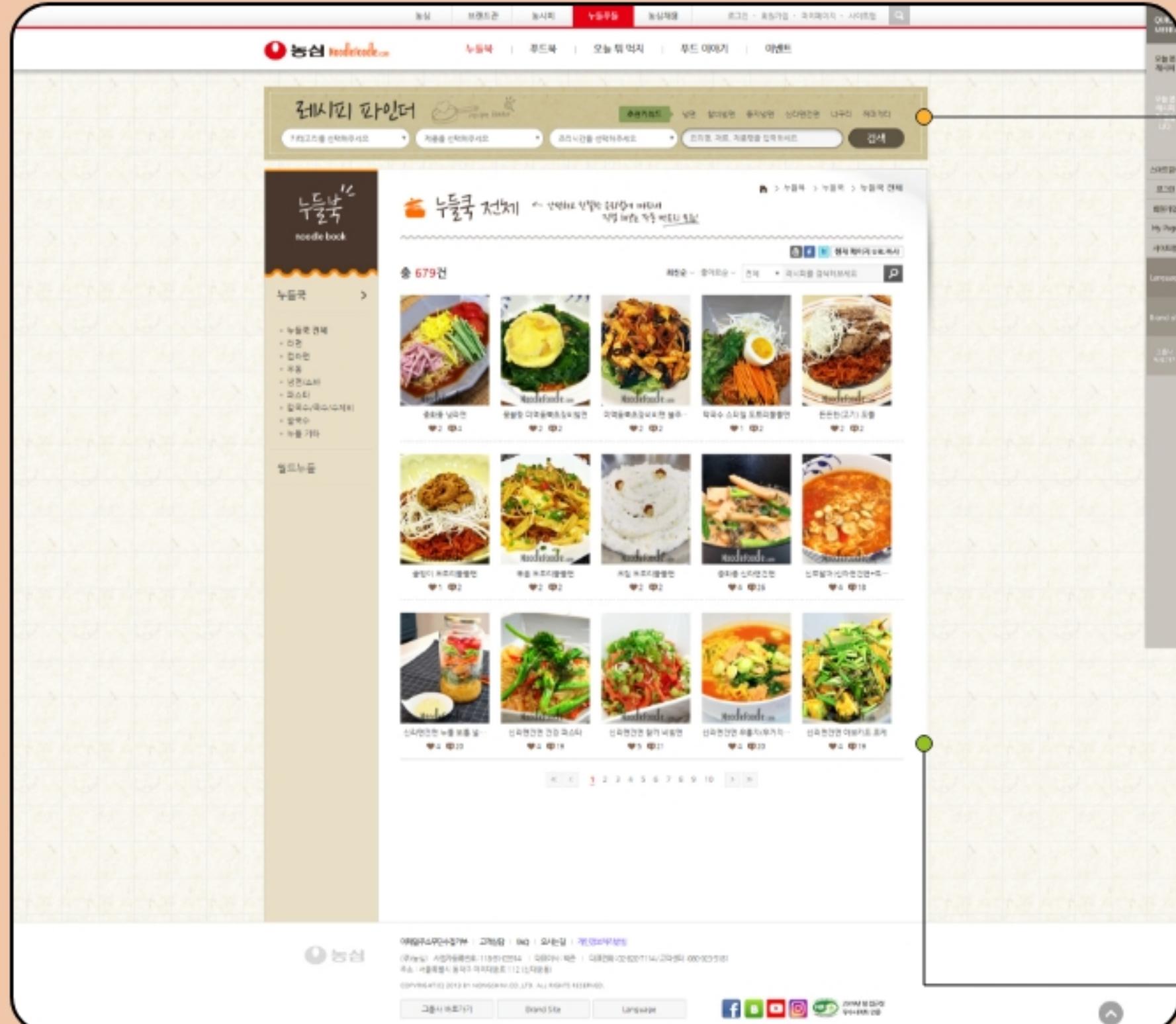
대표전화 : 02-820-7114 | 고객센터 : 080-023-5181



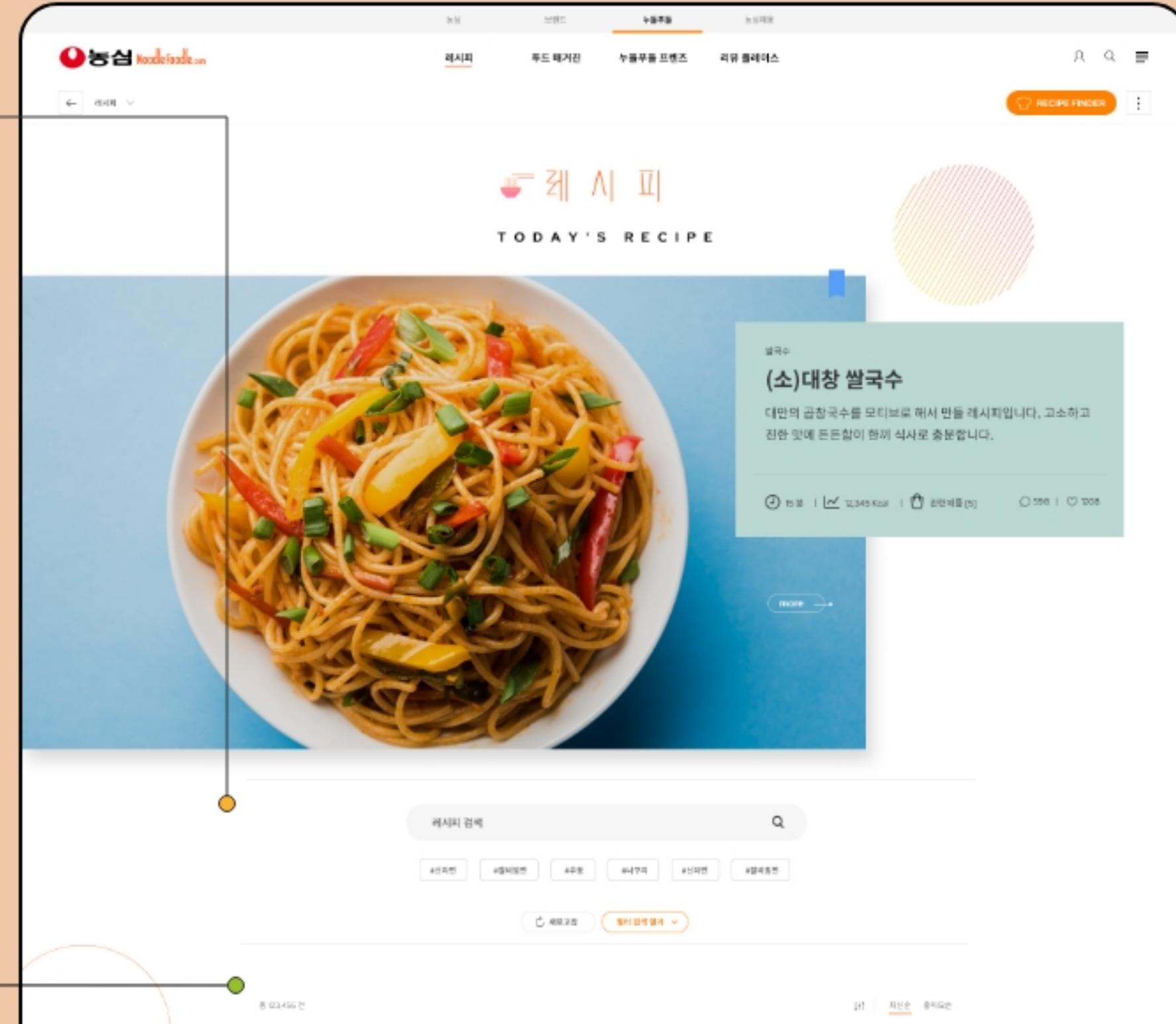
COPYRIGHT(C) BY NONGSHIM CO.,LTD.
ALL RIGHTS RESERVED.

Compare A to B

AS-IS

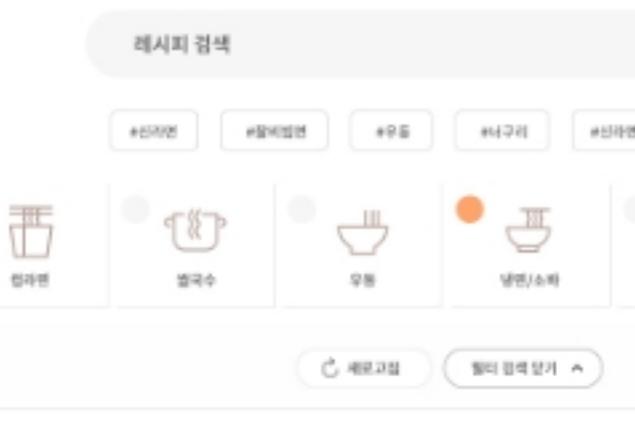


TO-BE



- 사용자가 레시피를 검색하는 데에 불편함이 없게 파인더 모듈을 배치하였으며, 아이콘과 함께 카테고리 항목 및 해시태그를 배열하여서 직관적인 검색이 가능하도록 디자인하였습니다.
- 계단형의 단차가 있는 앨범 형태의 모듈 리스트로 디자인하여 전보다 조금 더 확장된 시야로 레시피를 볼 수 있으며 사용자로 하여금 시야의 이동이 비교적 흥미로워 레시피에 대한 클릭 유도를 높였습니다.

Recipe Finder - Filter



Compare A to B

AS-IS

TO-BE

● 레시피 상세페이지로 들어왔을 때, 음식에 대한 사진을 페이지 롤링을 통해 여러장 보여주어 작게 보던 썸네일의 음식 이미지를 크게 볼 수 있습니다. 설명과 재료 그리고 관련제품에 대한 배치도 따로 빼어 시선이 가도록 하였습니다.

● 2열로 보여주던 이미지를 확장시켜 1열에 한장씩 두어 보다 반응형으로 구축하였을 때 웹과 모바일 둘 다 좋은 사용성을 가질 수 있도록 디자인하였습니다.

Style Guide

FONT

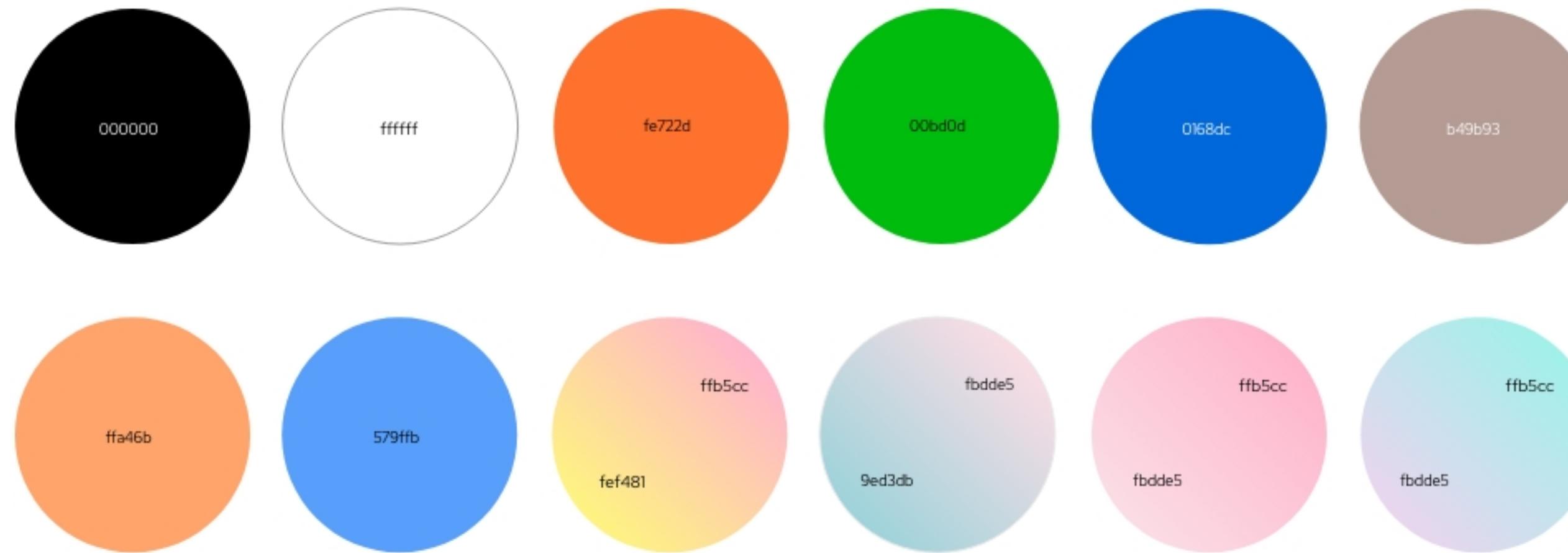
Noto Sans CJK KR

가나다라마바사아자차카타파하 0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Rix별빛

가나다라마바사아자차카타파하 0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

COLOR



과정을 통한 결과 및 기대

1. 레시피 사이트에서 원하는 컨텐츠를 검색하고 이용할 수 있게 되었다.
2. 패밀리 사이트이지만 누들푸들 만의 자체적인 브랜딩이 되어 아이덴티티가 뚜렷해졌다.
3. 고객이 먼저 찾고 기업의 제품을 구매하고자 하는 욕구를 촉진 시켰다.

이 프로젝트를 통하여

농심 오피셜 사이트와는 다르게 패밀리 사이트 누들푸들은 서비스 이용 목적이 뚜렷한 플랫폼이기 때문에 기업의 제품을 어떻게 홍보하면서 아이덴티티를 부여 할 수 있을까 하는 디자이너의 생각을 가지고서 작업하였고, 고객이 직접 작성하고 이용하는 컨텐츠들이 있기 때문에 소비자의 입장에서 다시금 생각하여 생각의 전환을 통해 조금 더 능동적인 설계를 할 수 있지 않았나 싶습니다. 이를 통해 브랜딩이 얼마나 중요하고 기업에게 있어서 내놓는 서비스의 퀄리티가 소비자로 하여금 얼마나 영향을 끼칠 수 있는지에 대해 알 수 있었고 소비자가 능동적인 주체가 되게 하는 것이 디자이너로서 하는 일이란 생각을 가지게 되어 보다 뜻 깊은 작업이 된 것 같습니다.



KBSTAR ETF



Overview

KBSTAR ETF의 새로운 이미지를 위해 웹사이트를 구축하였습니다.
정보성 페이지이니만큼 깔끔하고 간결하지만 새로운 브랜드 이미지 부여를 위하여
이덴티티 컬러를 활용하여 이미지를
보다 더 돋보이게 만들고자 생각하여 디자인하였습니다.

My Role

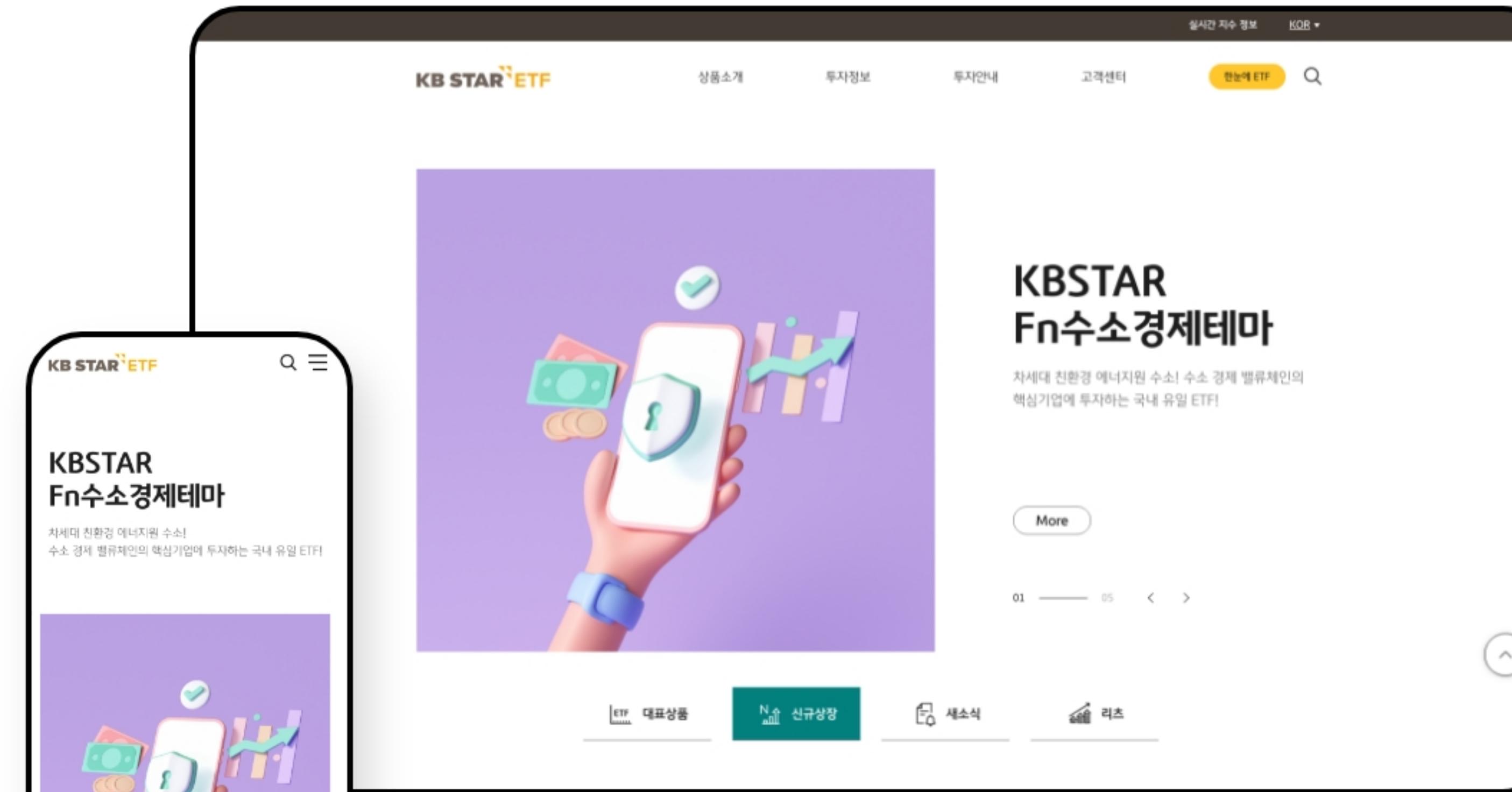
- Problem solving
- UX Strategy
- UX design
- UI design and branding

Date

2021.07 - 2021.11

정보의 중요도에 따라 메인 상단 영역을 재구성할 수 있습니까?

원페이지 스크롤 형식으로 영역별 충분한 레이아웃 구조 확보와 포인트 컬러로 나누면서 중요도에 따른 명확성을 나타내었습니다.



내가 원하는 상품을
손쉽고 빠르게!

펀드명 또는 구성종목을 입력해 주세요.



Background

패밀리 사이트인 누들푸들의 AS-IS 분석 과정을 통하여 사용자로 하여금 어떤 목적으로 이 사이트에 접근해야하는지에 대하여 생각하였고 메뉴 및 컨텐츠의 재 정립이 필요한 것으로 문제해결방안을 제시하였습니다.

AS-IS

Solution



Mobile

KB STAR ETF

상품안내 투자방법 투자정보 고객지원

KB STAR 비메모리반도체액티브 (종목코드 : 388420) 국내 반도체 기업에 투자하는 국내 최초 비메모리 반도체 ETF. 상세정보 보기 > 풍향표 소개 >

개인/퇴직연금 투자 가능 KBSTAR ETF 종목안내 자세한 사항은 공지사항에서 확인하실 수 있습니다. 바로가기 >

신규상장 ETF 정보

KB STAR KIS종합채권 (A~이상)액티브 ETF 신용등급 A 이상인 국내 채권시장에서 활동하는 회사에 대한 전략적인 투자입니다! 바로가기 >

KB STAR Fn원택트대표 (종목코드 : 388298) KB STAR Fn수소경제테마 (종목코드 : 387778) 분배금 현황 KBSTAR ETF의 분배금 현황을 확인하실 수 있습니다. 바로가기 >

KB STAR Fn수소경제테마 (종목코드 : 387778) ETF에 관한 FAQ 고려한 투자기준에 부합하는 ETF에 대한 질문과 답변을 모아놓았습니다. 바로가기 >

KB STAR 기관가격 (90)

종목	가격/가격	증가율	시총액	가격/가격	증가율	시총액	가격/가격	증가율
KBSTAR 코스피중주	10,666 ▲5	▲5%	KBSTAR 국고채인본	113,703 ▲9	▲9%	KBSTAR 증거금영업자사체	105,385 ▲6	▲6%
KBSTAR 수출주	13,758 ▲45	▲45%	KBSTAR 우수형 환대포주	13,280 ▲20	▲20%	KBSTAR 300	43,230 ▲30	▲30%
KBSTAR 중국본토대형주C0100	21,856 ▲25	▲25%	KBSTAR 차관초합	64,585 ▲50	▲50%	KBSTAR 주식혼합	45,515 ▲25	▲25%
KBSTAR 단기채권	105,405 ▲5	▲5%	KBSTAR 미국S&P500 유선신사업	3,800 ▲50	▲50%	KBSTAR 원자재트렌드	16,350 ▲55	▲55%
KBSTAR VES마크트밸류케이션합	12,660 ▲6	▲6%	KBSTAR 차이나HICO09	11,500 ▲25	▲25%	KBSTAR 300전략밸류리밸리	25,815 ▲15	▲15%
KBSTAR 200년한국증권	4,848 ▲45	▲45%	KBSTAR 20년 플라스틱	1,915 ▲40	▲40%	KBSTAR 오멘팅파워	15,370 ▲20	▲20%
KBSTAR 모멘텀우주	17,345 ▲225	▲225%	KBSTAR 젤스케어	16,340 ▲25	▲25%	KBSTAR 젤스케어온존플	12,470 ▲30	▲30%
KBSTAR 미국스타100	13,225 ▲55	▲55%	KBSTAR 차이나힐링테크	9,370 ▲75	▲75%	KBSTAR 차이나힐링테크	12,175 ▲60	▲60%
KBSTAR 미국상장500	10,970 ▲6	▲6%	KBSTAR 유로스탁스500	18,315 ▲25	▲25%	KBSTAR 미국종합채권A~여성기여	101,400 ▲100	▲100%
KBSTAR 미국기금화합제국AA~여성기여	99,965 ▲5	▲5%	KBSTAR 미국고채30년Enhanced	188,300 ▲75	▲75%	KBSTAR 바란액티브대표	9,830 ▲75	▲75%
KBSTAR 비메모리반도체내보	10,496 ▲240	▲240%						

실시간 ETF정보

KBSTAR 증기우량화폐ETF	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이	KBSTAR KIS종합채권A~이상액티브	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이
한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	1.69%	1.69%	970일	한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	1.57%	1.57%	2603일
2021년07월23일 10:23				2021년07월23일 10:23			
결제일자: 65일전 결제일자				결제일자: KBSP금융자			

KBSTAR 단기국공채액티브 ETF	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이	KBSTAR KIS단기증권(500) 실시기준자산별보기 >	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이
한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	0.98%	0.98%	271일	한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	1.07%	1.07%	247일
2021년07월23일 10:23				2021년07월23일 10:23			
결제일자: 65일전 결제일자				결제일자: KBSP금융자			

KBSTAR 증기국공채액티브 ETF	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이	KBSTAR KIS국고채30년Enhanced	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이
한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	1.02%	1.02%	1016일	한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	1.07%	1.07%	1317일
2021년07월23일 10:23				2021년07월23일 10:23			
결제일자: 65일전 결제일자				결제일자: KBSP금융자			

KBSTAR 금금액액티브 ETF	실시간 YTM	전일 YTM	잔액변이	KBSTAR ETF 실시간자수정보	자세히보기 >		
한국증권(500) 실시기준자산별보기 >	1.58%	1.58%	995일				
2021년07월23일 10:23				상세정보 실시간 자수정보를 확인하실 수 있습니다.			
결제일자: 65일전 결제일자							

실시간 자수정보

CSI 100 INDEX 지수	GSI Palladium BR 지수	황금 데크지수
5,019.75 ▲374	1,826.45 ▲534	7,405.42 52%
2021.07.22 20:59 (한국시간기준)	2021.07.22 10:04 (한국시간기준)	2021.07.23 10:24 (한국시간기준)

기준일 2021-07-22

Web

다양한 정보의 밀집으로
중요 정보에 대한 집중력 하락 및
중요도 파악의 어려움

정보의 중요도에 따라
메인 상단 영역 재 구성 필요

검색 기능의 부재로
원하는 정보를 빠르게 찾기 어려움

메인에 상품 검색 기능 추가를
통해 빠른 정보 탐색이
이루어지도록 구성 필요

Mobile 최적화가 되어있지 않은 구조

PC와 동일한 구조로 Mobile 화면이
설계되어 Mobile로 사이트 접근 시
정보 탐색의 어려움이 있음

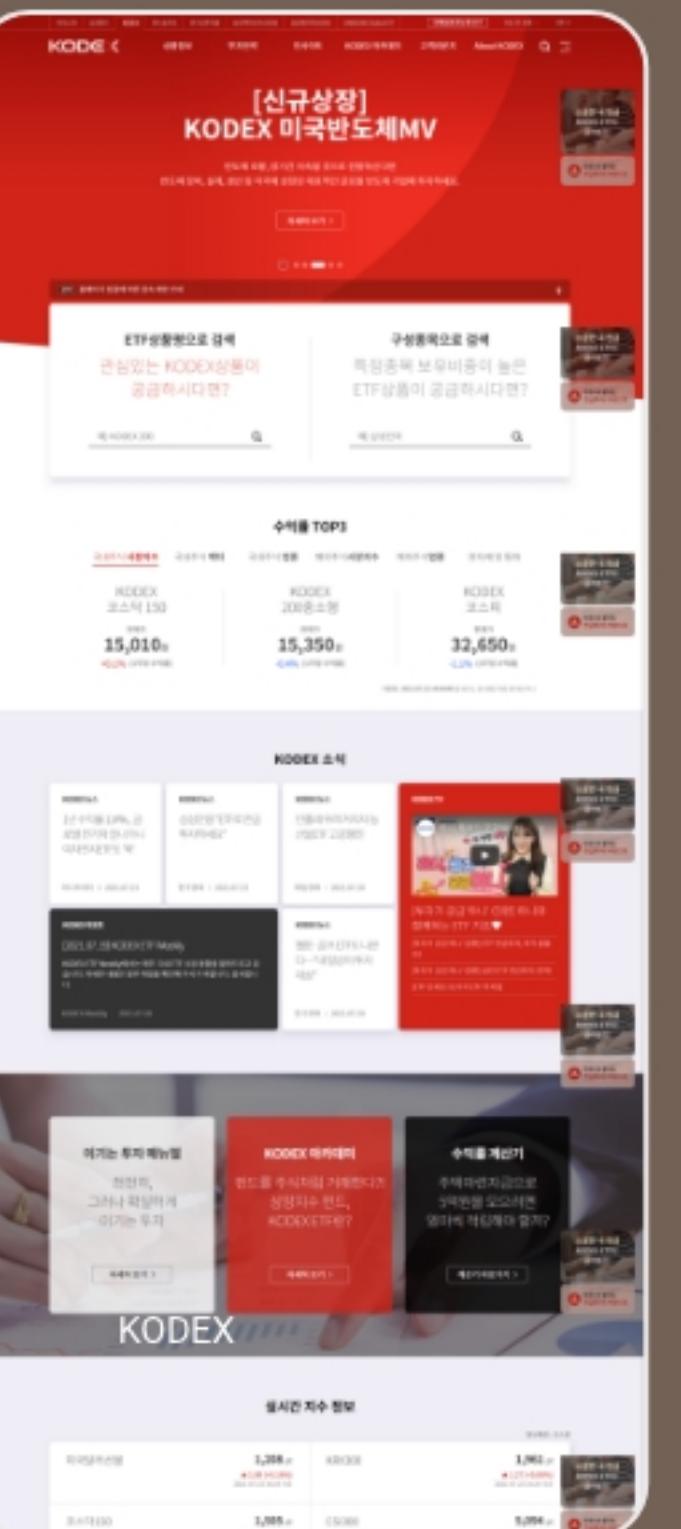
Research

	Goal	Needs	Pain point	
김미현 (26세) 	<ul style="list-style-type: none">· 출퇴근 길에 ETF에 대해 공부하여 장기 투자 목적의 정보를 얻고 싶어요.	<ul style="list-style-type: none">· 내가 원하는 분류의 정보를 얻고 싶어요.· 상품을 누르면 바로 정보를 보고 싶어요.	<ul style="list-style-type: none">· 모바일로 이용하지만 해상도가 맞지 않아 볼 수 없어요.	
강지환 (32세) 	<ul style="list-style-type: none">· 광고기획자· 내 집 마련이 꿈· 틈틈이 이용	<ul style="list-style-type: none">· 현재 실시간으로 뜨고 있는 ETF 정보를 바로 확인할 수 있었으면 좋겠어요.	<ul style="list-style-type: none">· 실시간 ETF 현황을 바로 보고 싶어요.· 남들 보다 빠른 정보력을 갖추고 싶어요.	<ul style="list-style-type: none">· 홈페이지로 확인할 때에 원하는 정보의 우선순위가 하단에 있어 불편해요.
김지현 (30세) 	<ul style="list-style-type: none">· 기획자· 쇼핑이 취미· 주말 가끔 이용	<ul style="list-style-type: none">· 언젠가 투자하게 될 것을 대비하여 기초지식부터 쌓아가고 싶어요.	<ul style="list-style-type: none">· 눈에 띄는 흥미로운 디자인이면 좋겠어요.· ETF의 기초적인 개념을 알고 싶어요.	<ul style="list-style-type: none">· 기계적인 컨텐츠들로 흥미를 유발하지 않아 접근하기 어려워요.

Process

시장조사 및 경쟁사 분석

주식 및 EFT 시장에서는 어떠한 방식으로 정보를 풀어내고 소비자들의 접근성을 높이는 컨텐츠가 무엇인지 파악을 하는 데에 토대가 되는 시장조사를 진행하여 익숙하지 않은 개념에 조금 더 자연스럽게 이해할 수 있도록 경쟁사를 분석하였습니다.



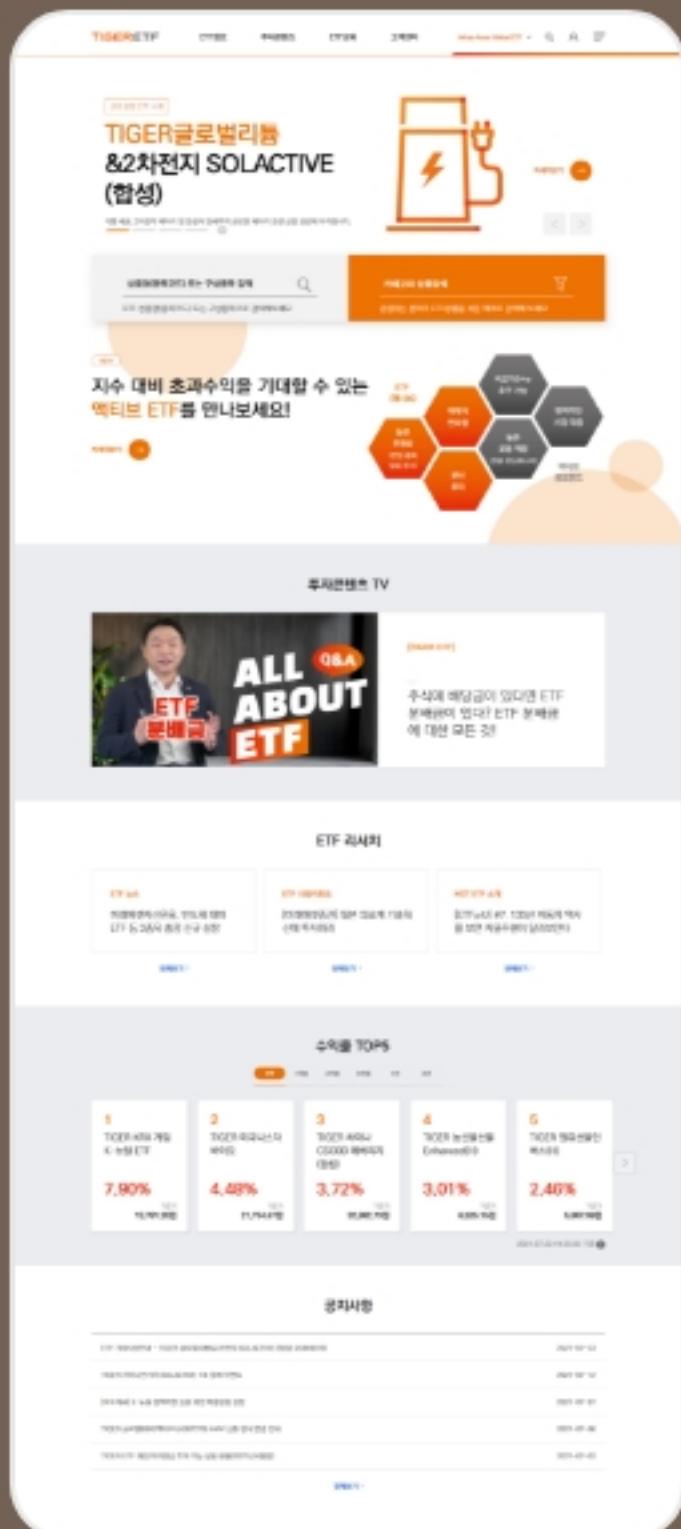
<https://kodex.com/>

일러스트와 적절한 여백 활용으로 정보 전달력 향상 -
키워드 검색과 필터 검색 기능을 모두 사용하여 빠른 정보 탐색을 도움 -

INSIGHT

정보의 중요도에 따라 UI 강/약 조절
상품 검색 영역 및 사용자의 편의기능
상세 페이지 게이트웨이 적극 활용

- 정보의 흐름을 방해하지 않는 UI 적용
- 사용의 편의성을 제공하는 UX 구조 활용
- 추가 정보로 이어지는 게이트웨이 적극 활용
- 카드 UI를 활용하여 정보 전달력 강화
- 아코디언 UI를 활용하여 정보 확인의 피로도를 줄임



TIGERETF <https://tigeretf.com/>

Insight For Direction

차별화 Point

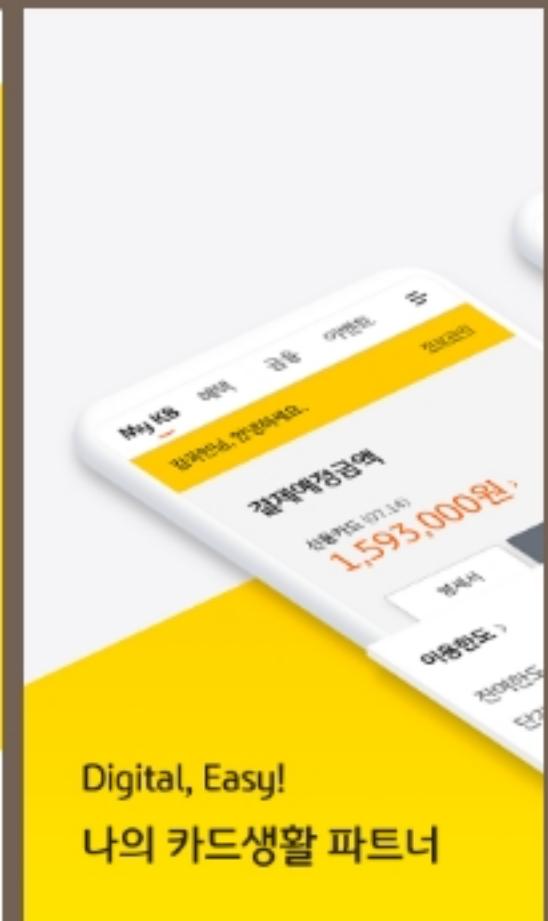
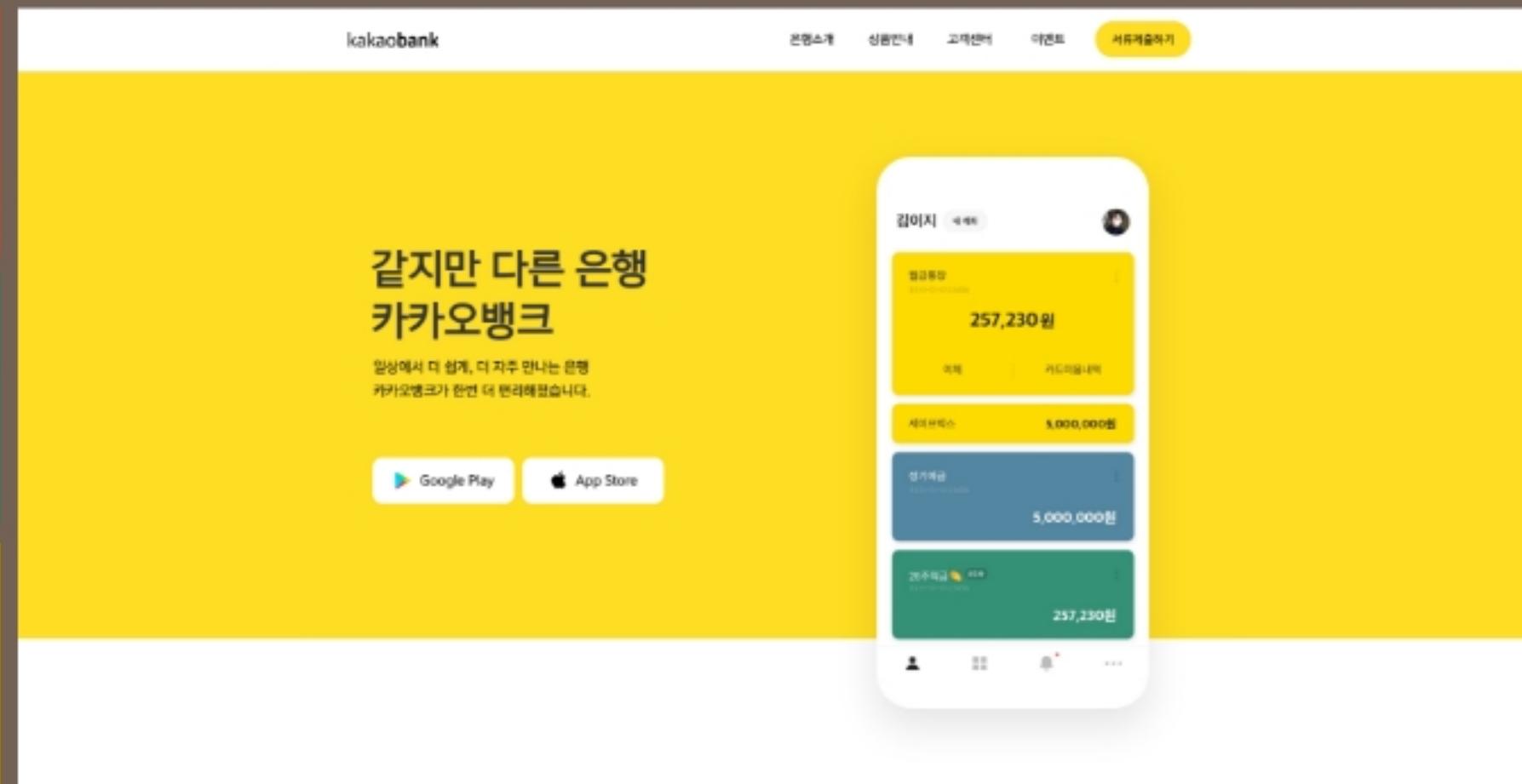
1. 다양한 ETF 트렌드를 효과적으로 홍보할 수 있는 탭 구조의 마케팅 배너
2. ETF의 정보를 한 눈에 확인 가능한 대시보드
3. 자사 홍보 영역 추가로 KBSTAR 상품에 대한 신뢰도 상승 효과 기대
4. 수익률 계산을 활용하여 상품 구매 욕구를 자극하는 영역 추가

AS-IS 개선 Point

1. 영역 별로 해당 영역에 대한 정확한 정보 인식에 도움을 주는 UX Writing 사용
2. 상품 검색 기능을 추가하여 상품 탐색 과정 강화
3. 수익률 TOP3, 시장리프트와 같이 유입률을 높여줄 게이트웨이 영역 추가
4. 모바일 최적화를 통해 사이트 이용 시 PC와의 이질감이 느껴지지 않도록 구조 설계
5. 기업의 신뢰도를 높여줄 수 있는 소개 영역 추가

Design Strategy

본사에서는 KB 디자인 스타일 가이드와 같도록 지시하였으므로, KB자산 금융 사이트처럼 아이덴티티 컬러를 사용하기로 하였습니다. 이를 토대로 KB만의 브랜드 이미지를 명시할 수 있으며, 최신트렌드의 앱과 KB자사 앱까지 어울려 디자인 할 수 있었습니다. 웹접근성에 준수해달라는 지침에 따라 모든 정보는 텍스트화 하되 필요한 정보만 아이콘 혹은 배경 컬러를 사용하여 심플하고 깔끔하게 나타내고자 하였습니다.

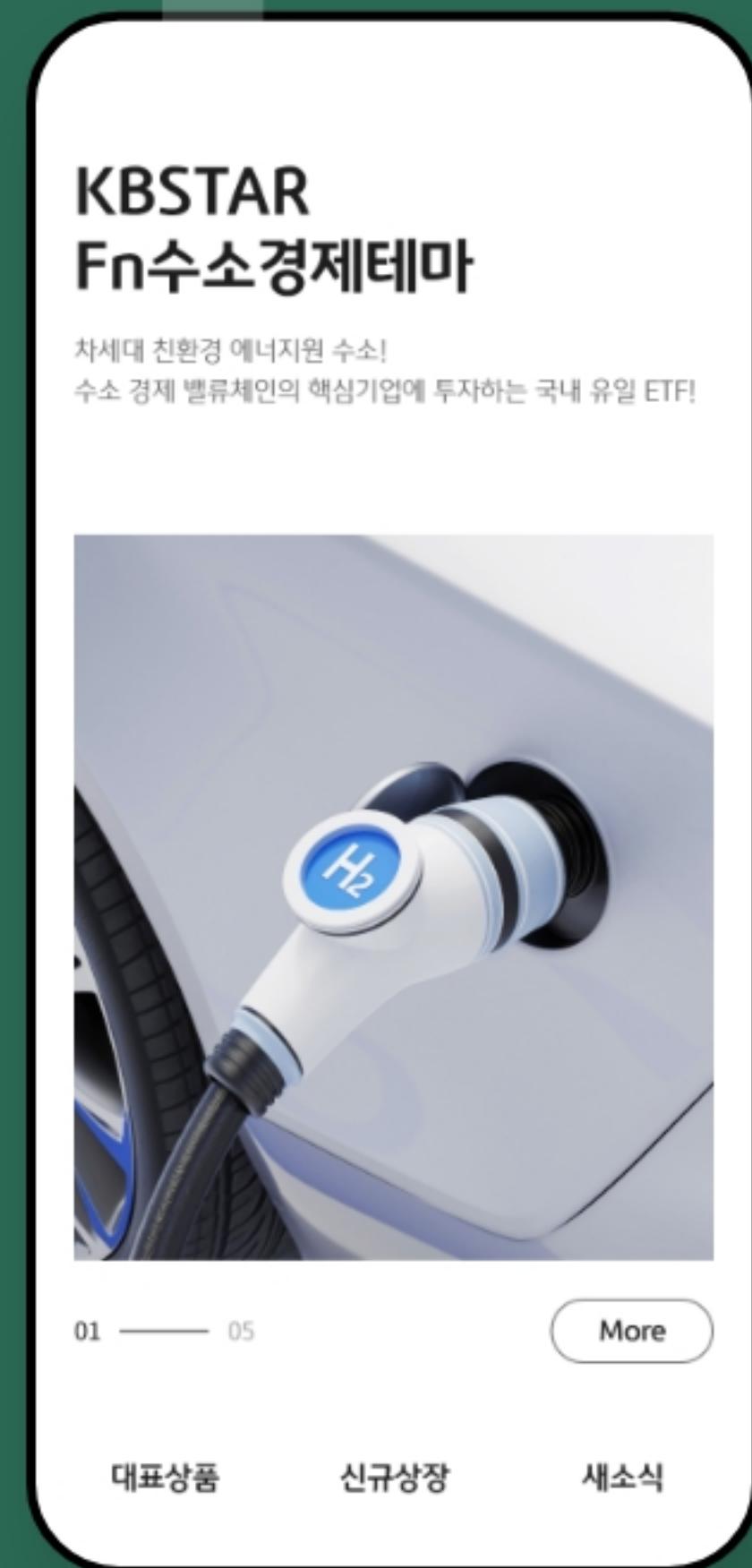


Output 6 Features

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 방안을 통해 사용자를 위한 편의성과 접근성을 트렌드에 맞는 디자인으로 풀어냈습니다.

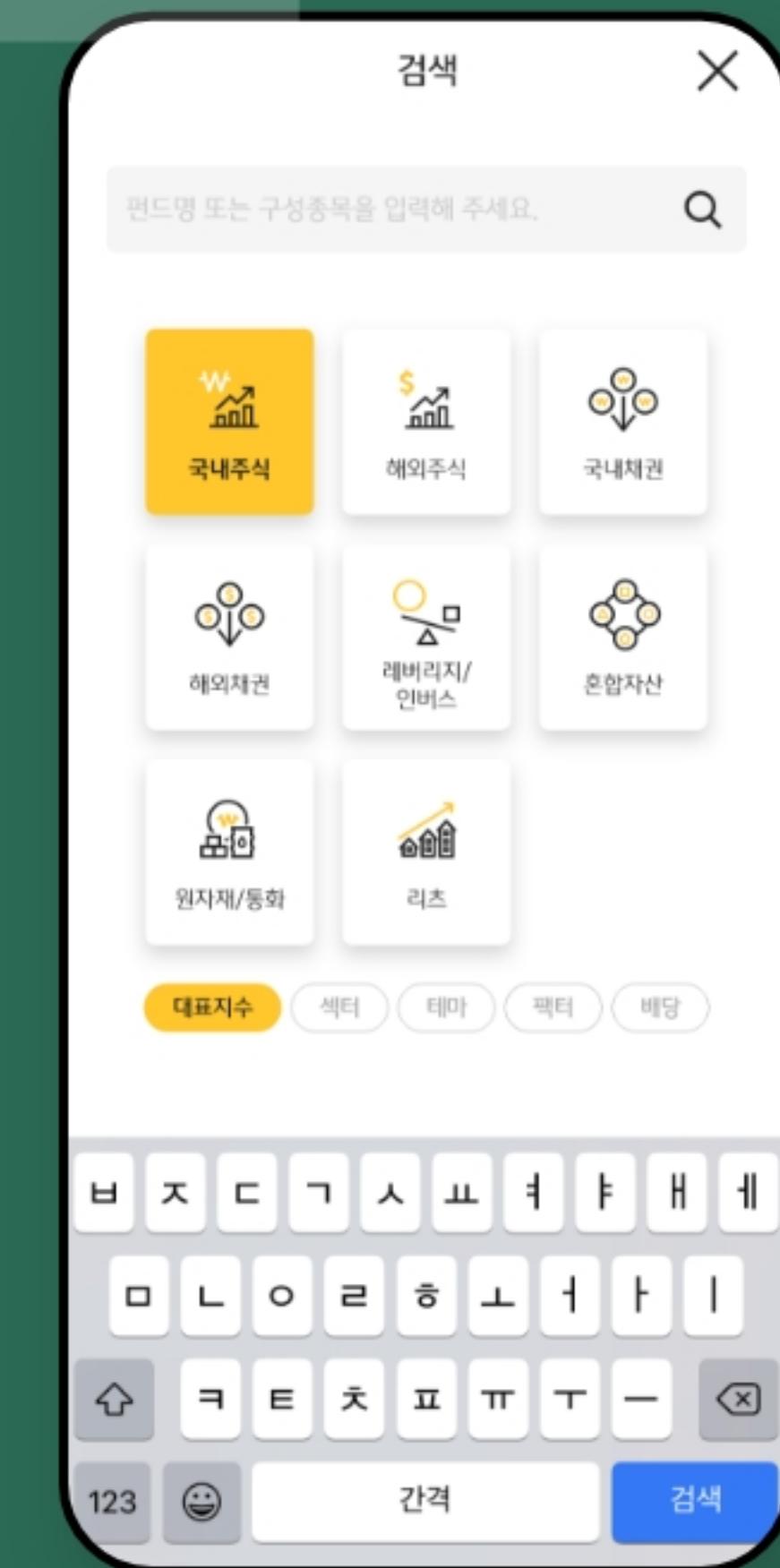
1

모바일 최적화



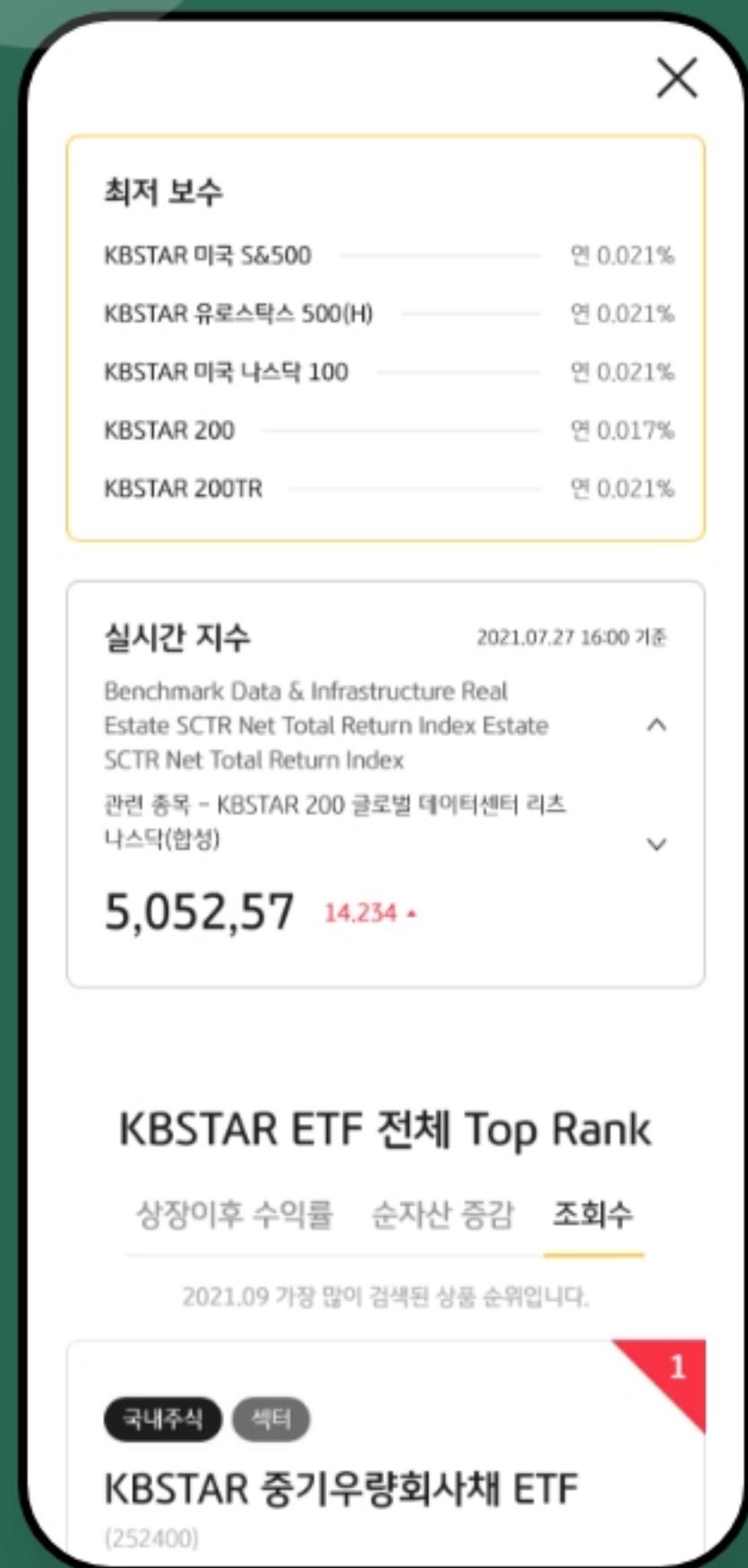
2

상품별 쉽고 빠른 검색기능



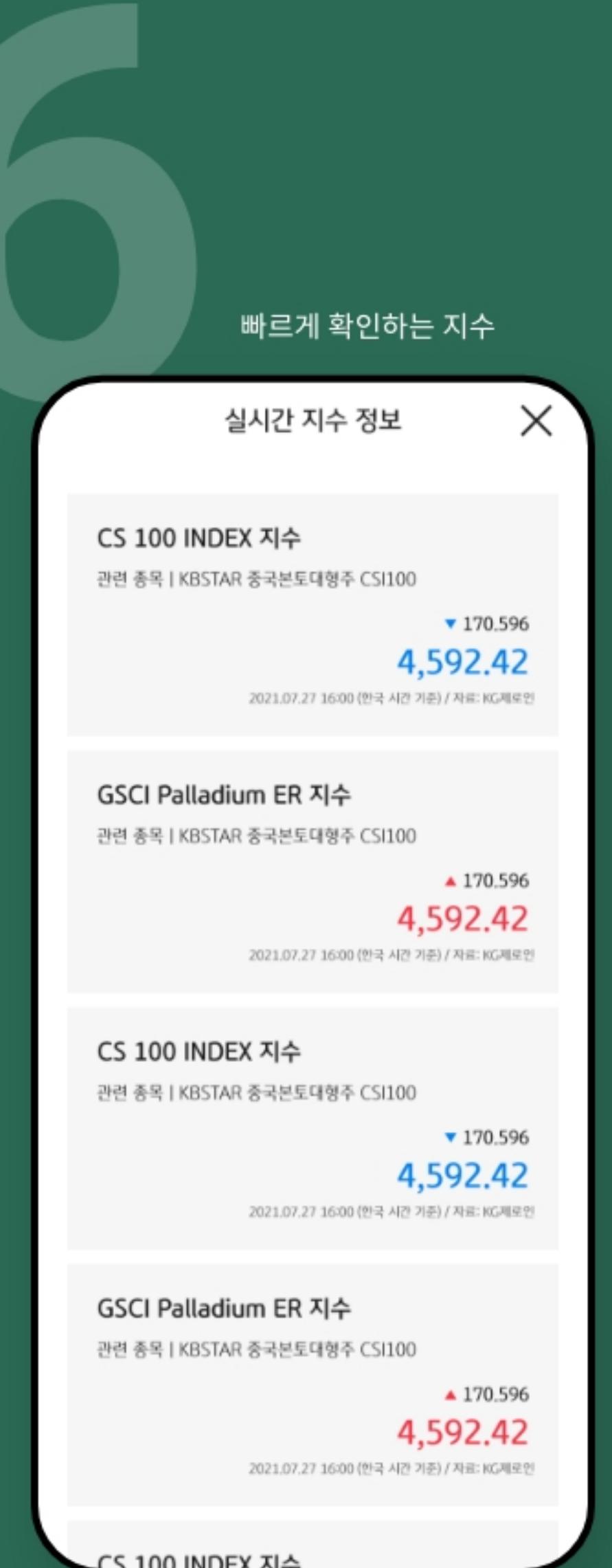
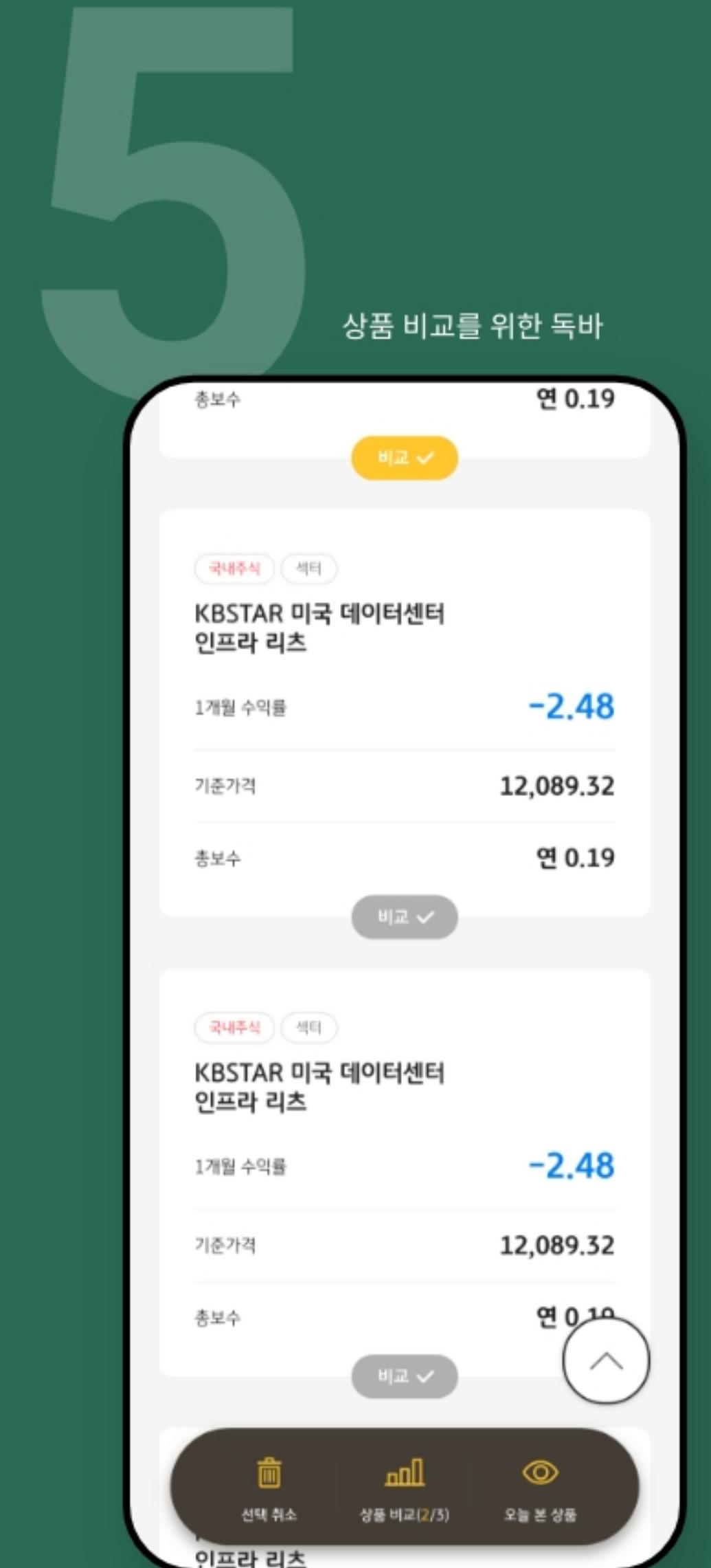
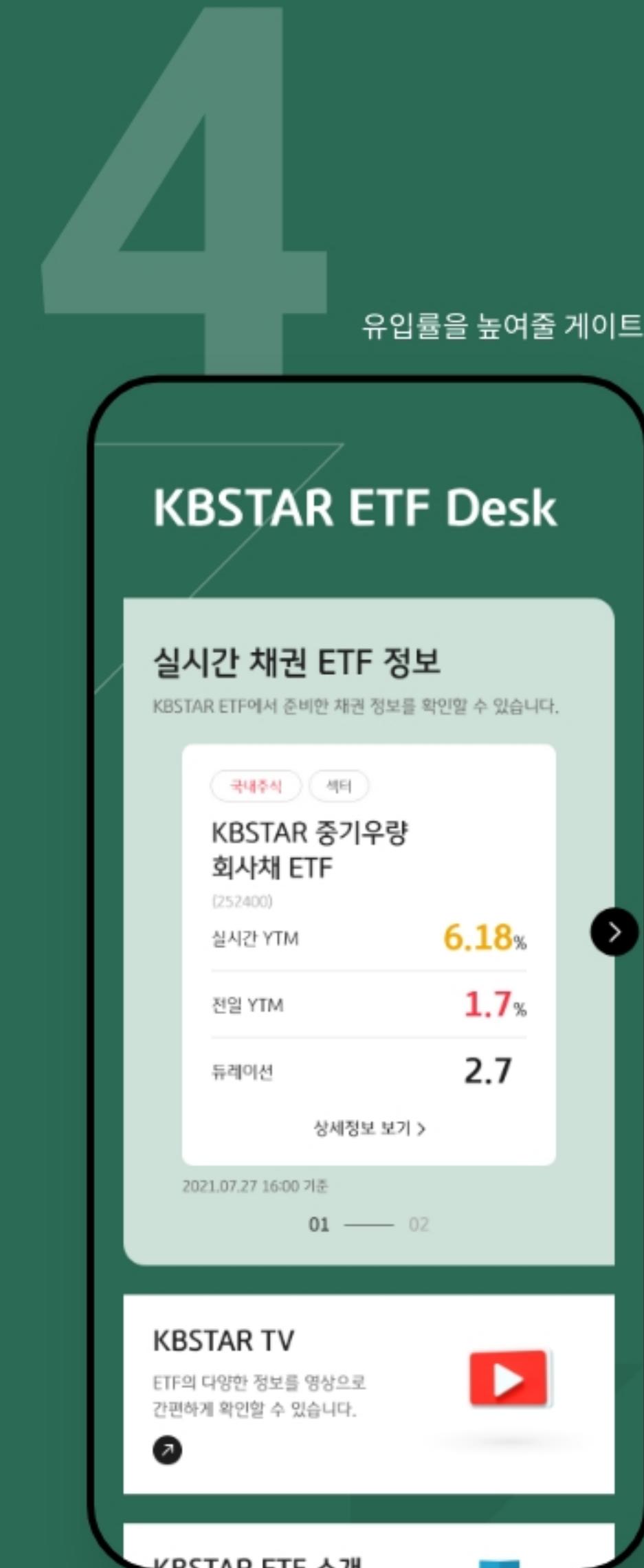
3

한눈에 보는 ETF 풀팝업

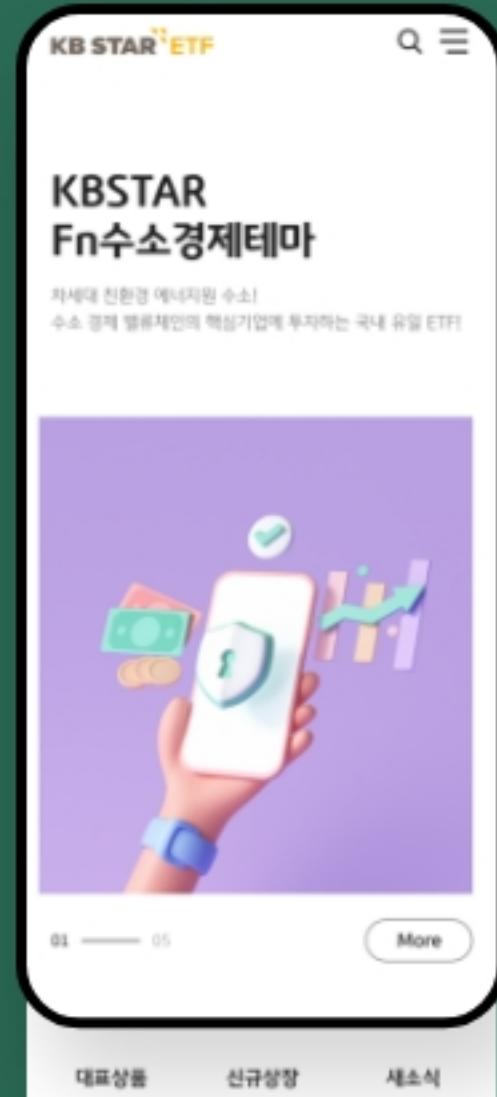


Output 6 Features

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 방안을 통해 사용자를 위한 편의성과 접근성을 트렌드에 맞는 디자인으로 풀어냈습니다.



Mobile



내가 원하는 상품을
손쉽고 빠르게!

펀드명 또는 구성종목을 입력해 주세요.



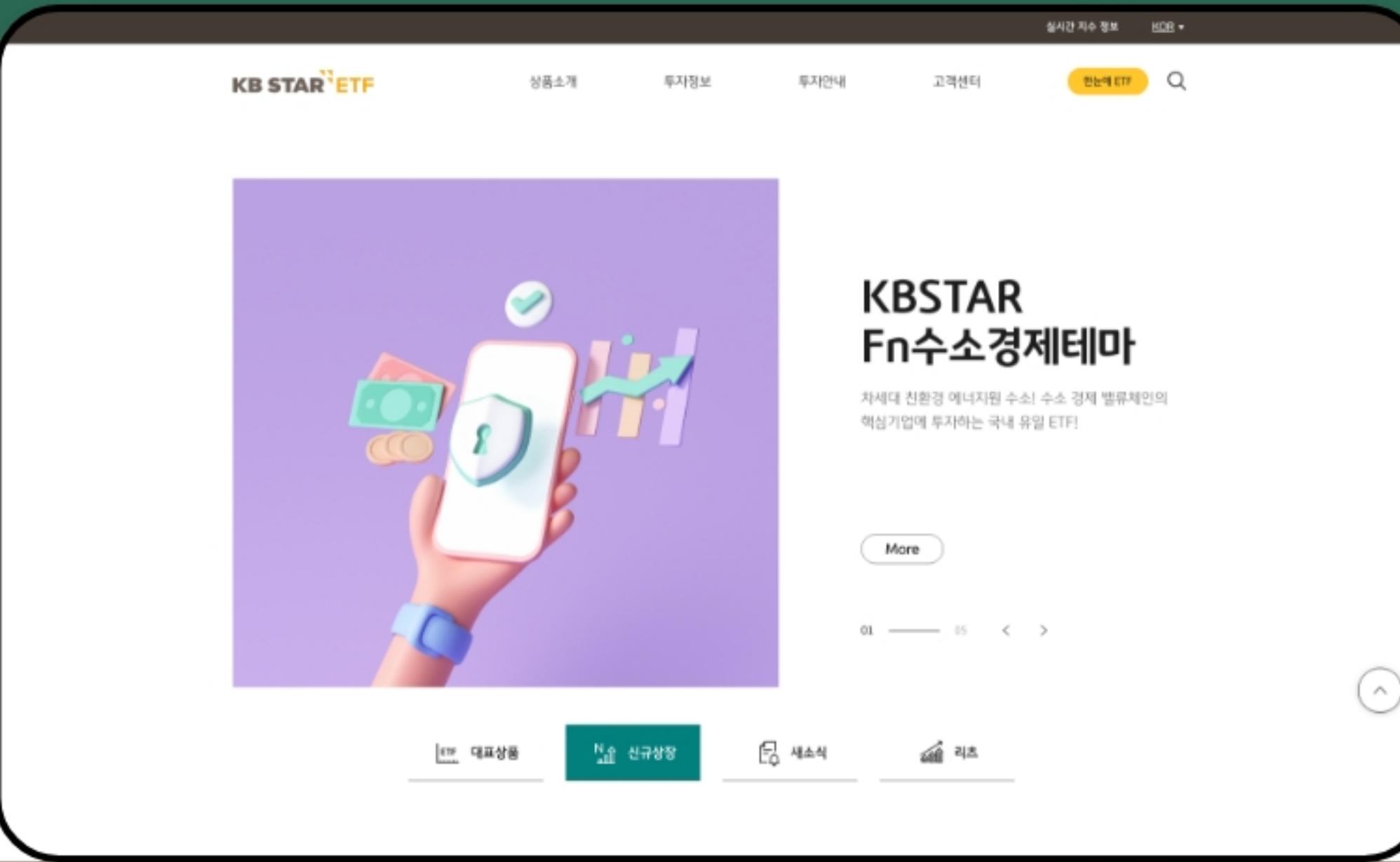
전체 대표자수 빠른 대표자수 빠른
빠른 빠른 빠른 빠른

KBSTAR ETF HOT Rank

수익률 순자산 증감률 조회수

상장이후 *

Web



내가 원하는 상품을
손쉽고 빠르게!

펀드명 또는 구성종목을 입력해 주세요.



전체 대표자수 빠른 대표자수 빠른
빠른 빠른 빠른 빠른

KBSTAR 미국 데이터센터 인프라 리츠
(252000)

현재가 **21,785 원**
1개월 수익률 **5.28%**

KBSTAR 게임 테마
(252400)

현재가 **522,115 원**
1개월 수익률 **3.28%**

KBSTAR 차이나항생테크
(252400)

현재가 **34,586 원**
1개월 수익률 **1.60%**

2021.07.27 16:00 기준

KBSTAR ETF HOT Rank

수익률 순자산 증감률 조회수

상장일후 1개월 5개월 6개월 1년

순위	ETF명	종목코드	현재가	1개월 수익률	1개월 수익률
1	KBSTAR 미국 데이터센터 인프라 리츠	(252000)	21,785 원	5.28%	5.28%
2	KBSTAR 게임 테마	(252400)	522,115 원	3.28%	3.28%
3	KBSTAR 차이나항생테크	(252400)	34,586 원	1.60%	1.60%

2021.07.27 기준

KBSTAR ETF Desk

실시간 채권 ETF 정보

KBSTAR ETF에서 즐비한 채권 정보를 확인할 수 있습니다.

KBSTAR 종기우량 회사채 ETF
(251400)

실시간 YTM **6.18%**
전월 YTM **1.7%**
화폐여신 **2.7**

2021.07.27 16:00 기준

01 — 02

실시간 채권 ETF 정보

KBSTAR ETF에서 즐비한 채권 정보를 확인할 수 있습니다.

KBSTAR 종기우량 회사채 ETF
(251400)

실시간 YTM **6.18%**
전월 YTM **1.7%**
화폐여신 **2.7**

2021.07.27 16:00 기준

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 — 02

01 —

공지사항

ETF 시장에 대한 소식을 전달드립니다.

ETF 운용 방식 및 유형 변경에 대한 안내
2021.06.16

BMW 산출방식의 변경 안내
2021.06.16

ETF 충북형 변경 안내
2021.06.16

개인 / 회사
2021.06.16

개인 / 회사
2021.06.16

FAQ

가장 많이 문의하신 질문을 토대로
작성된 의문답입니다.

Q1. ETF 운용 방식 및 유형 변경에 대한 안내

Q2. ETF의 최소 매매 단위는 어떻게 되나요?

Q3. ETF 투자 시 투자사항은 무엇인가요?

Q4. ETF의 배당은 언제 받을 수 있나요?

Q5. ETF의 최소 매매 단위는 어떻게 되나요?

한 눈에 확인하는 실시간 지수

CS 100 INDEX 지수

관련 총액 | KBSTAR 충국분호대행주 CS100

▼ 170.596
4,592.42

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

GSCI Palladium ER 지수

관련 총액 | KBSTAR 548그룹주

▲ 34.899
1,758.48

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

CS 100 INDEX 지수

관련 총액 | KBSTAR 충국분호대행주 CS100

▲ 170.596
4,592.42

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

CS 100 INDEX 지수

관련 총액 | KBSTAR 충국분호대행주 CS100

▼ 170.596
4,592.42

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

더보기 (12 / 82)

한 눈에 확인하는 실시간 지수

CS 100 INDEX 지수

관련 총액 | KBSTAR 충국분호대행주 CS100

▼ 170.596
4,592.42

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

GSCI Palladium ER 지수

관련 총액 | KBSTAR 548그룹주

▲ 34.899
1,758.48

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

CS 100 INDEX 지수

관련 총액 | KBSTAR VSS클릭트랩주

▲ 541.31
6,249.65

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

CS 100 INDEX 지수

관련 총액 | KBSTAR VSS클릭트랩주

▼ 541.31
21,201.31

2021.07.27 16:00 (한국 시간 기준) / 자료: KCG제작인

실시간 지수 더보기



스마트폰 코드 개인정보처리방침 고객정보취급방침 신용정보활용체계 협약회사 금리행동지침 CCTV 운영 권리 치침 금융감독원 전자공지 시스템 지분사장통계포털

KB자산운용

[07526] 서울시 영등포구 국제금융로 19(여의도동, 쓰리아이타워) 40~41층

* 집합투자증권을 취득하시기 전에 투자대상, 보수 수수료 및 험재방법 등에 관하여
[관이] 투자설명서를 반드시 알아보시기 바랍니다.

* 집합투자증권은 운용결과에 따라 투자증금의 손실이 발생할 수 있으므로,
고 손실은 투자액에 관계없이 발생합니다.

KB자산운용 훈련증사전 실사일 제2019-694호 (2019.11.05)

Copyright 2021 KB ASSET MANAGEMENT. ALL RIGHT RESERVED.

매입사이트

→

금융사기 피해예방

민족정보 One-Click 시스템

SITE MAP

1:1 문의하기

단락구분을 통한 정보의 명확성

사용자로 하여금 원하는 정보의 우선순위대로 단락구분을 통해

나열하여 보다 더 정보의 범주를 명확하게 하였습니다.

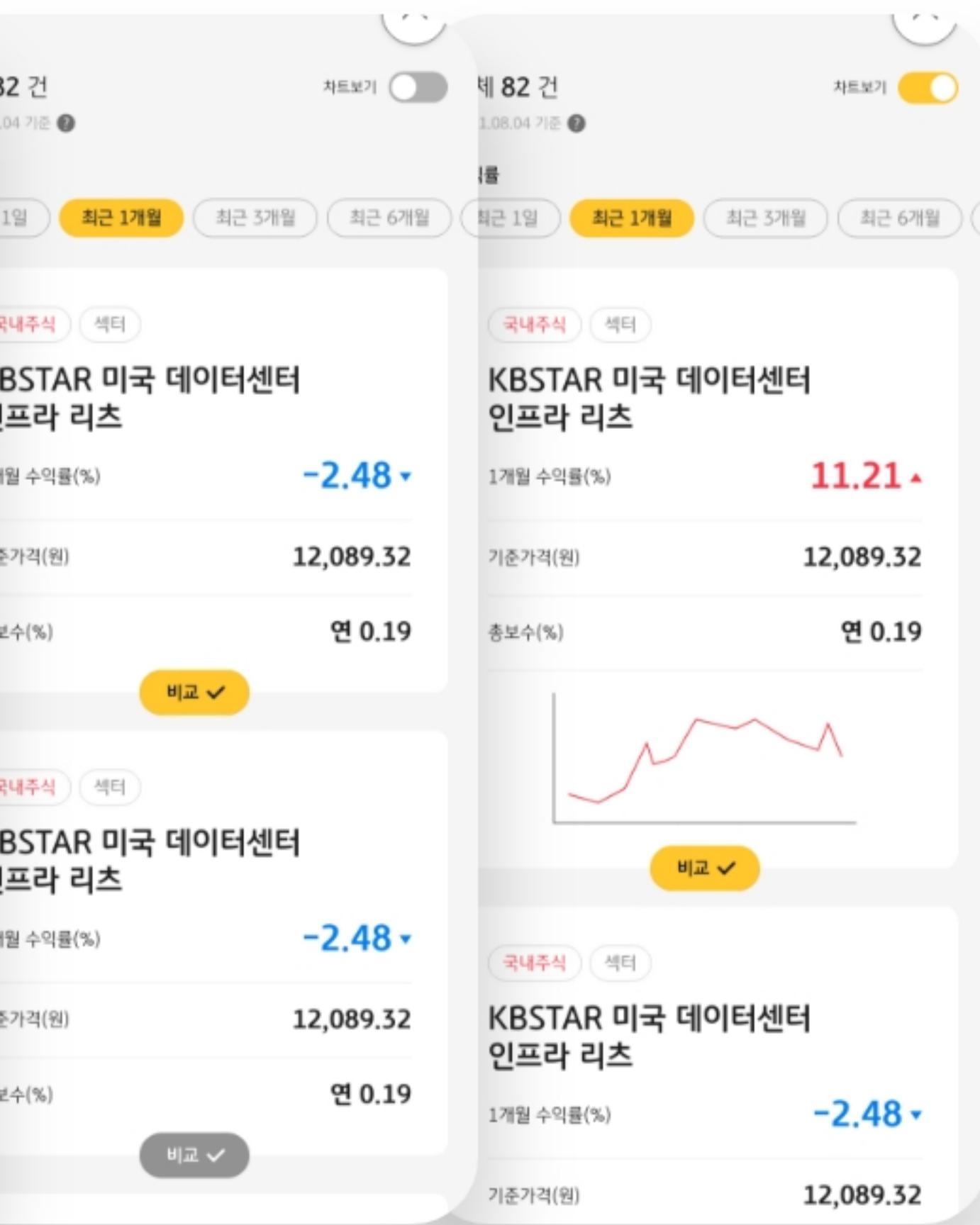
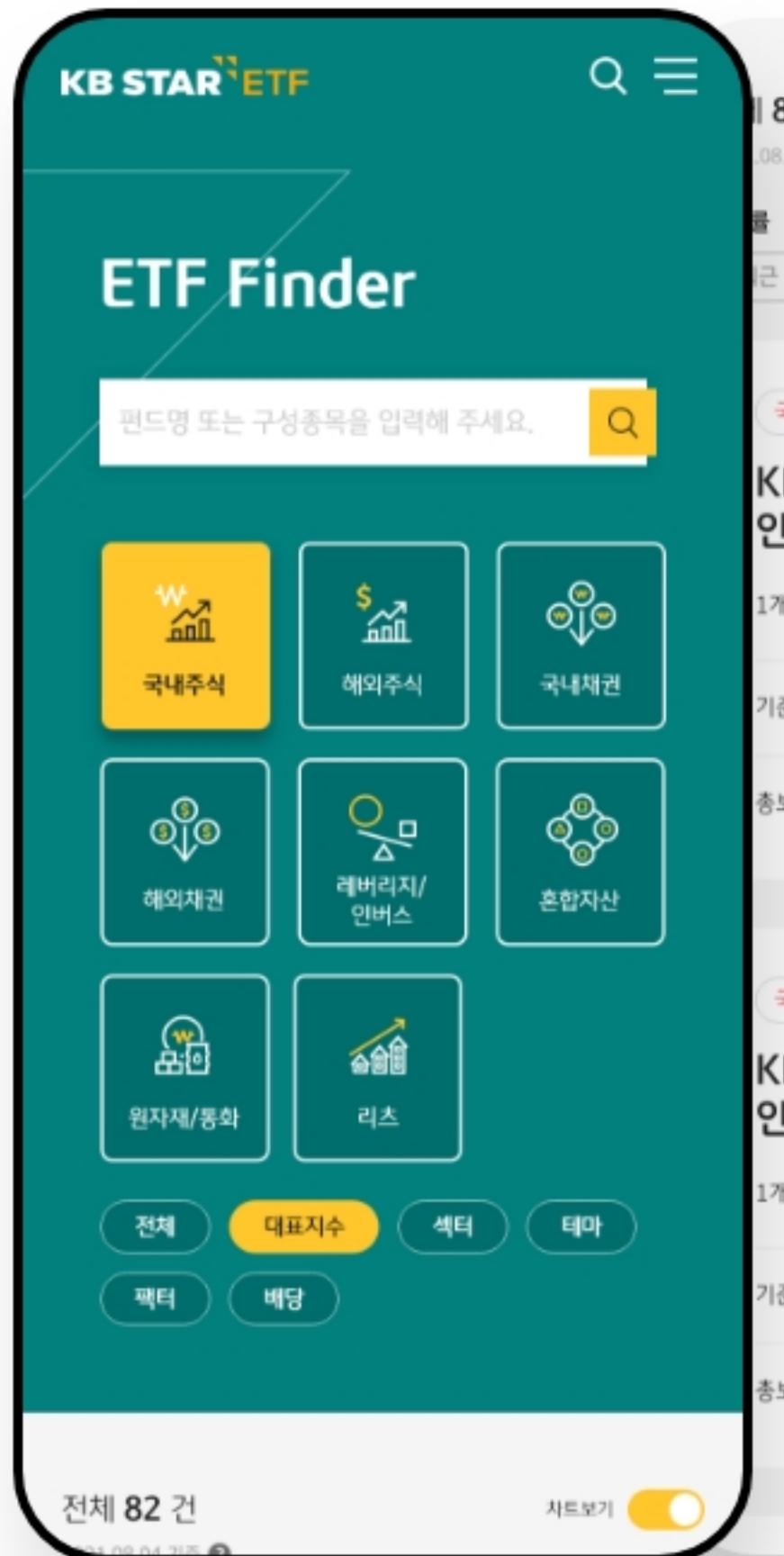
긴 내용이지만 지루하지 않게 아이덴티티 포인트와 컬러를 이용

하였기 때문에 흥미유발 하며 스크롤을 할 수 있습니다.

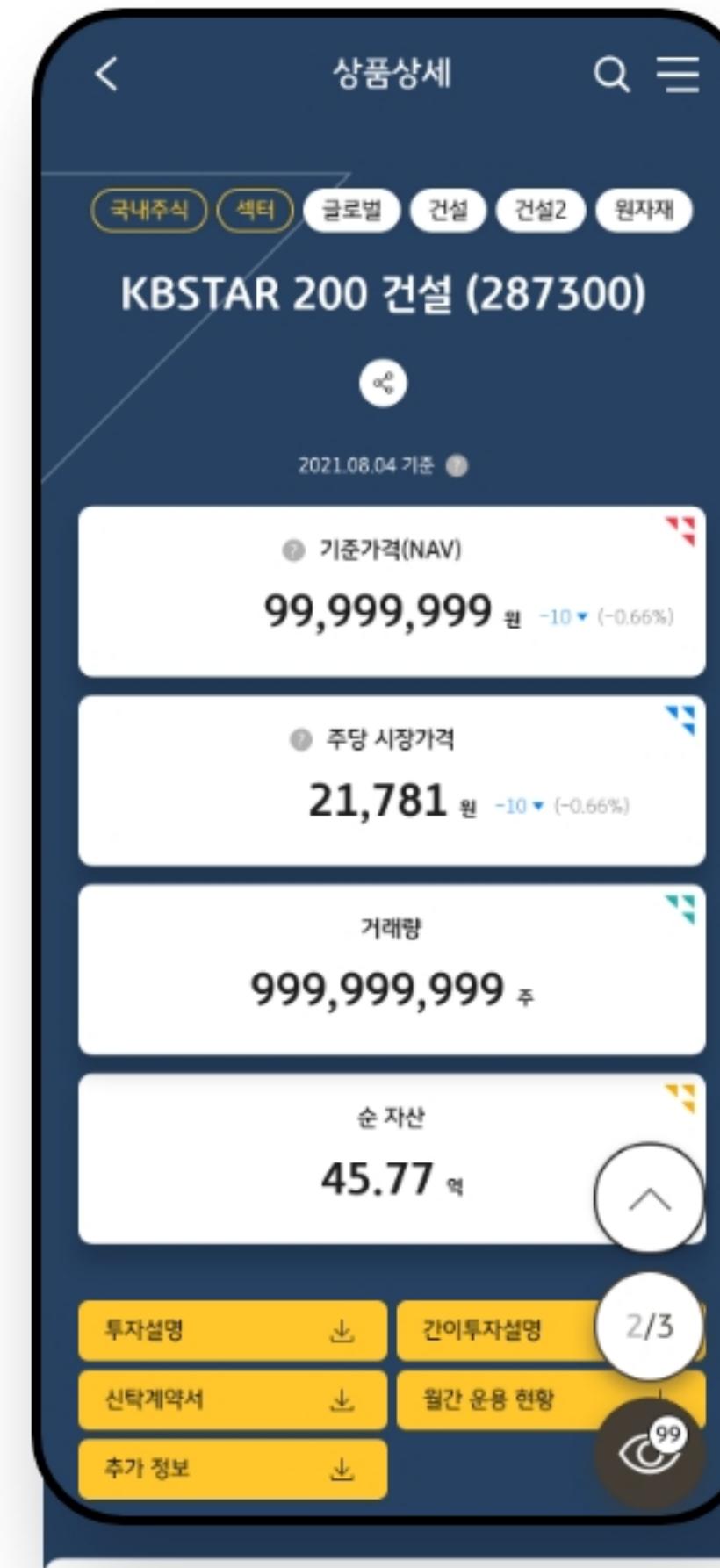
상품소개

차트보기

차트보기



상품상세



차트보기 기능

토글 버튼을 ON 하면 그래프와 함께 볼 수 있고,
OFF 하면 숫자만으로 확인할 수 있다.



상품선택

선택 취소

상품 비교(2/3)

오늘 본 상품

상품비교함

KBSTAR 미국 데이터센터 인프라 리츠		KBSTAR 5대 그룹주		KBSTAR 단기 통안채	
1개월 수익률	-2.48	1년 수익률	75.00%	1년 수익률	45.43%
기준가격	12,089.32	순자산	68.79억원	순자산	21.15억원
총보수	연 0.19	기준가	1,234,680원	기준가	21.15억원
		설정일	2017.12.21	설정일	2017.12.07
		총보수	연 0.68%	총보수	연 0.25%

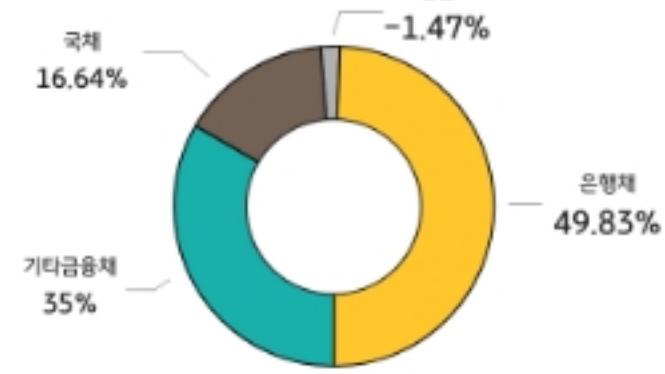


수익률 비교

20.07 20.08 20.09 20.10 20.11 20.12

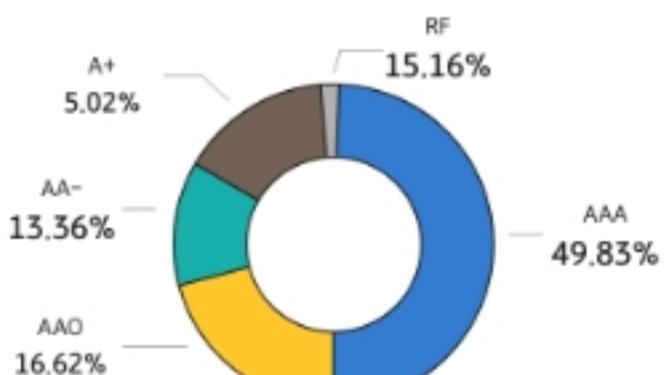
상품명 1 상품명 2 상품명 3

업종별비중



순위	업종	비중(%)
1	국내	16.64
2	기타금융체	35
3	은행체	49.83
4	현금	-1.47

업종별비중



순위	업종	비중(%)
1	A+	5.02
2	AA-	13.36
3	AAO	16.62
4	AAA	49.83
5	RF	15.16

Dock Bar

비교를 원하는 상품을 복수 선택해 상품비교함에 담아서 세부적으로 내용을 확인할 수 있다.

Compare A to B

AS-IS

구분	상품명	기준가격(원)	총보수(%)	수익률(%)						설정일	월간 수익률 운용현황그래프
				1일	1개월	3개월	6개월	1년	설정 이후		
주식배당	KBSTAR 200 관설	11,921.50	연 0.19	-0.00	3.47	11.24	31.95	75.00	45.83	2017.12.21	
주식배당	KBSTAR 200 경기소비재	12,089.41	연 0.19	-0.00	-2.31	0.78	3.19	62.41	28.91	2017.12.21	
주식배당	KBSTAR 200 고배당커버드ATM	5,311.38	연 0.4	-0.00	1.61	10.17	21.29	19.25	-10.68	2018.02.27	
주식배당	KBSTAR 200 금융	8,453.42	연 0.19	-0.00	-3.64	4.39	12.11	45.43	-4.35	2017.12.07	
주식배당	KBSTAR 200 산업재	11,415.33	연 0.19	-0.00	-1.53	15.36	33.02	85.09	28.99	2017.12.21	
주식배당	KBSTAR 200 생활소비재	9,253.66	연 0.19	-0.00	-3.99	2.85	4.90	22.99	-4.56	2017.12.21	
주식배당	KBSTAR 200 에너지화학	14,043.33	연 0.19	-0.00	0.09	-1.23	2.21	73.93	46.24	2017.12.07	
주식배당	KBSTAR 200 통공업	11,777.41	연 0.19	-0.00	-1.49	15.96	29.90	70.02	27.79	2017.12.07	
주식배당	KBSTAR 200 철강소재	9,306.34	연 0.19	-0.00	1.08	7.01	34.22	88.32	4.98	2017.12.07	
주식배당	KBSTAR 200 커뮤니케이션서비스	22,574.30	연 0.19	-0.00	4.94	12.27	34.72	53.06	132.02	2019.01.15	

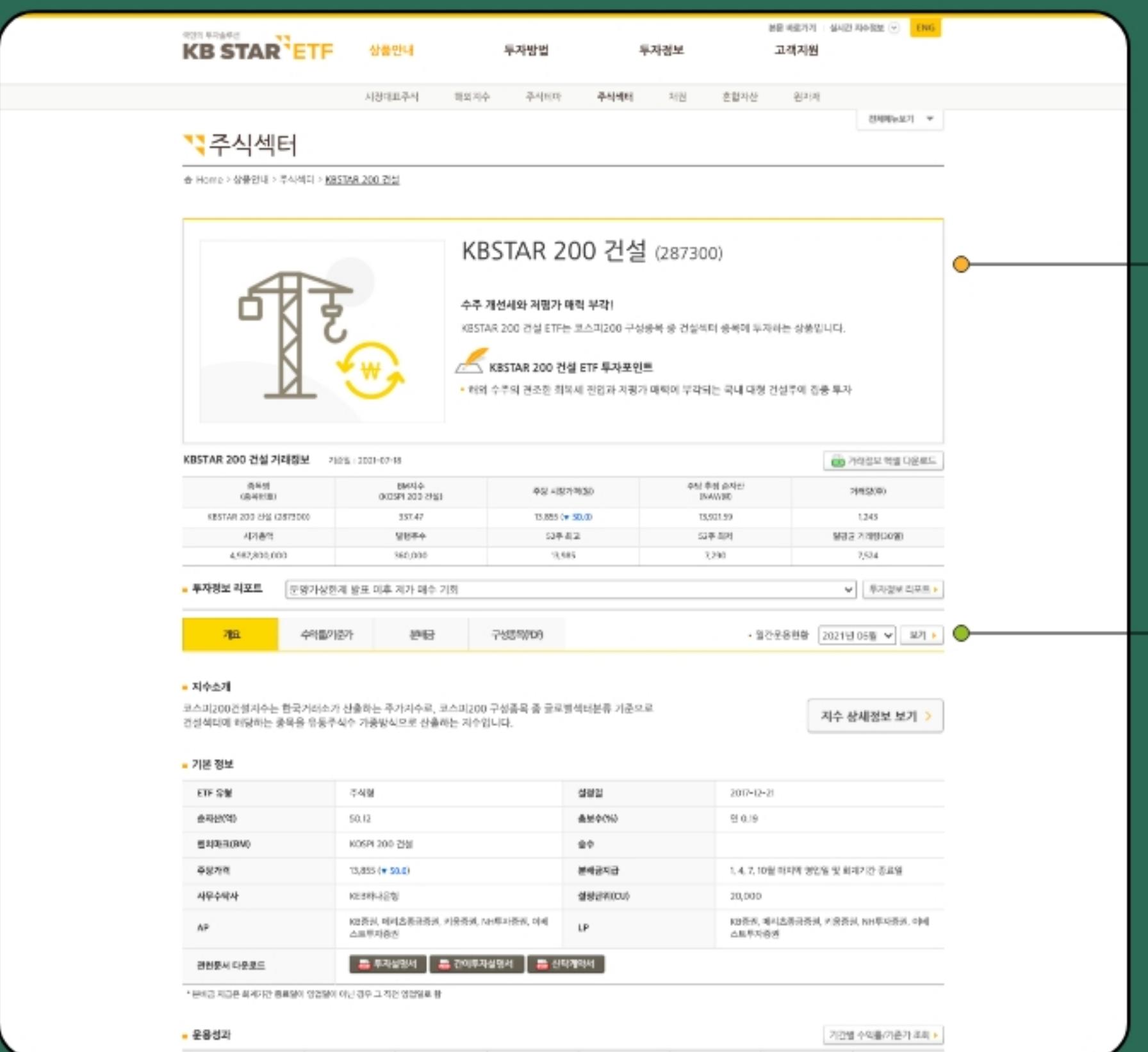
TO-BE

상품명	기준가격 (원)	총 보수 (%)	최근 1일 *	최근 1개월 *	최근 3개월 *	최근 6개월 *	최근 1년 *	설정 일	선택
KBSTAR 200 관설	13,592.41	연 0.19	-0.00	-0.00	-0.00	-0.00	-0.00	2017.12.21	
KBSTAR 544 그룹주	13,592.41	연 0.19	-0.00	-0.00	-0.00	-0.00	-0.00	2017.12.21	

- KBSTAR ETF 상품에 대한 검색을 바로 할 수 있게 최상단에 서치바를 배치하였으며, 카테고리별 아이콘을 직관적이 되 KB브랜딩 가이드에 맞추어서 제작하였습니다.
- 사용자가 페이지를 보았을 때 수익률 그래프를 바로 확인하고 싶다면 차트보기 토글 버튼을 클릭하여 그래프를 열었다가 닫았다가 할 수 있는 기능을 추가하였습니다.

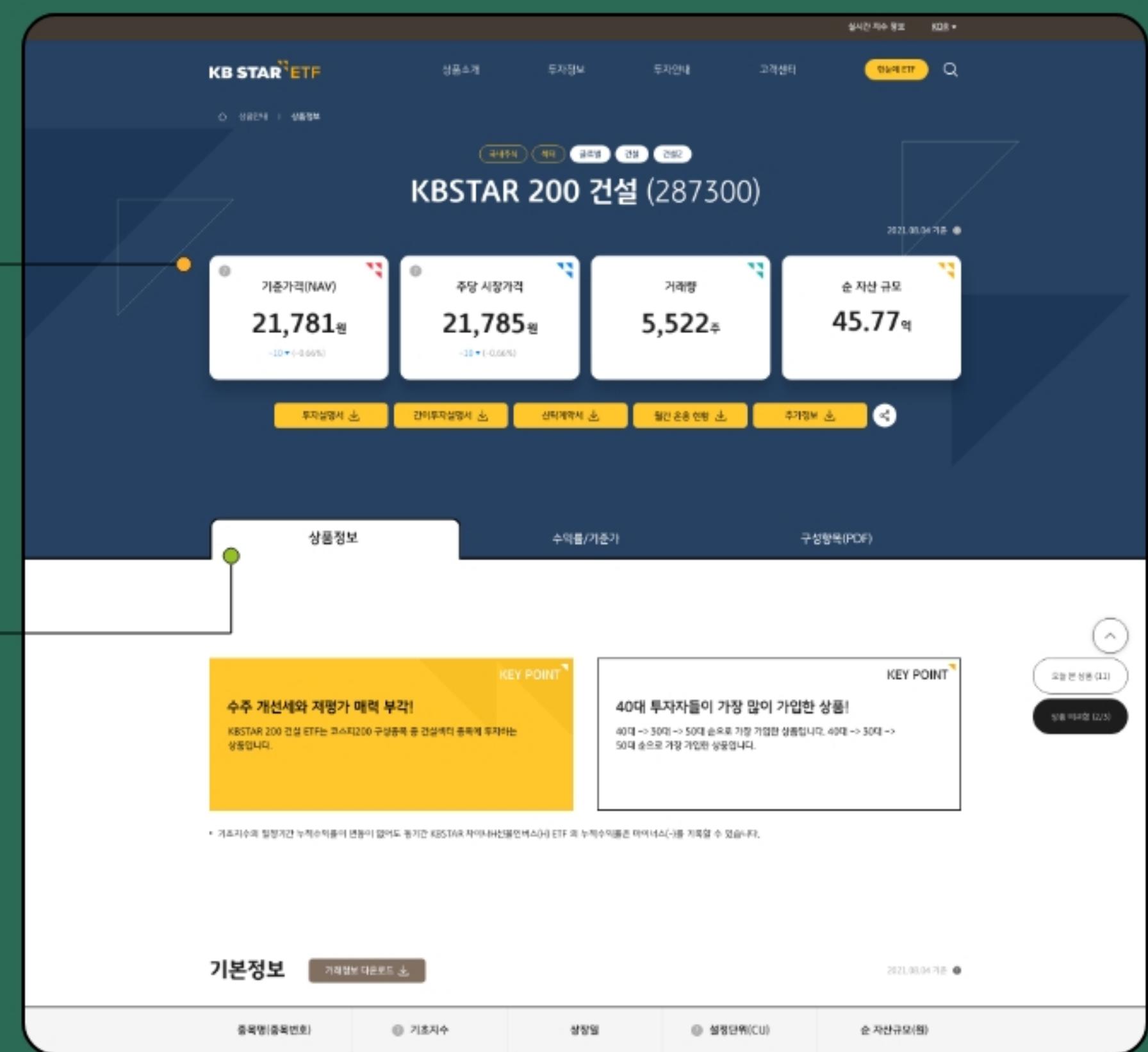
Compare A to B

AS-IS



The AS-IS product page displays a detailed grid of information including current price, previous day's price, change, and percentage change. It also includes sections for '주식소개' (Stock Introduction) and '기본 정보' (Basic Information).

TO-BE

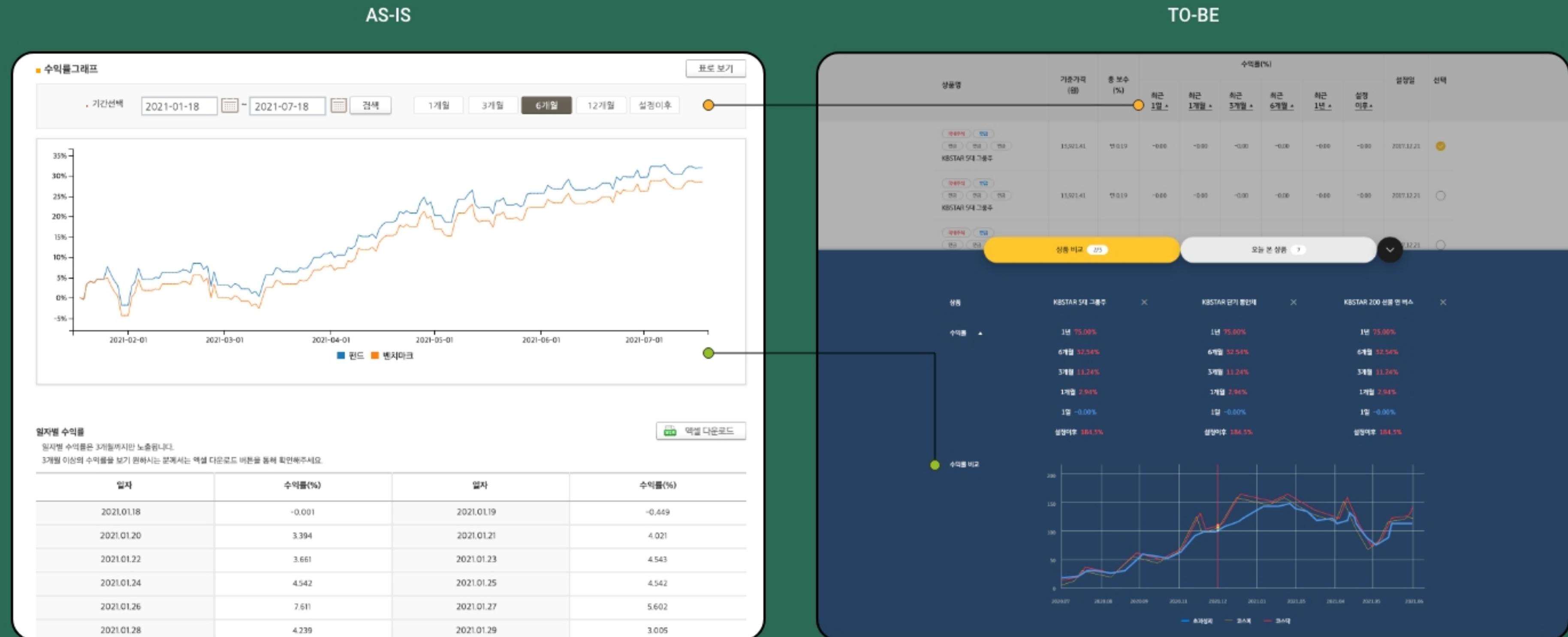


The TO-BE product page uses a card-based layout to present key information such as NAV, current price, trading volume, and total assets under management. It also includes sections for '상품정보' (Product Information), '수익률/가증가' (Return/Risk), and 'KEY POINT'.

- 상품에 대한 상세 설명을 상단에 카드 칩을 통하여 보다 더 직관적으로 기준가격 / 주당 시장가격 / 거래량 / 순 자산 규모의 내용에 대해 확인할 수 있도록 하였습니다.

- 상품정보에 대한 내용을 상단에서 정리하면서 그로 인해 보다 더 간략하게 재정립한 탭메뉴를 둘 수 있었고 사용자가 확인하고자 하는 상품내용을 바로 볼 수 있도록 탭을 디자인하였습니다.

Compare A to B



- 1일 / 1개월 / 3개월 / 6개월 / 1년 / 설정이후에 대한 버튼을 표에 직접적으로 추가하여 확인할 수 있도록 하여 직관적으로 표에 대한 해석을 할 수 있게 작업하였습니다.

- 웹에서는 상품 비교를 위해 상품을 복수 선택하면 토스트 레이어 팝업을 통하여 최대 3개까지 비교를 할 수 있고, 수익률에 대한 그래프를 비교할 수도 있습니다.

Style Guide

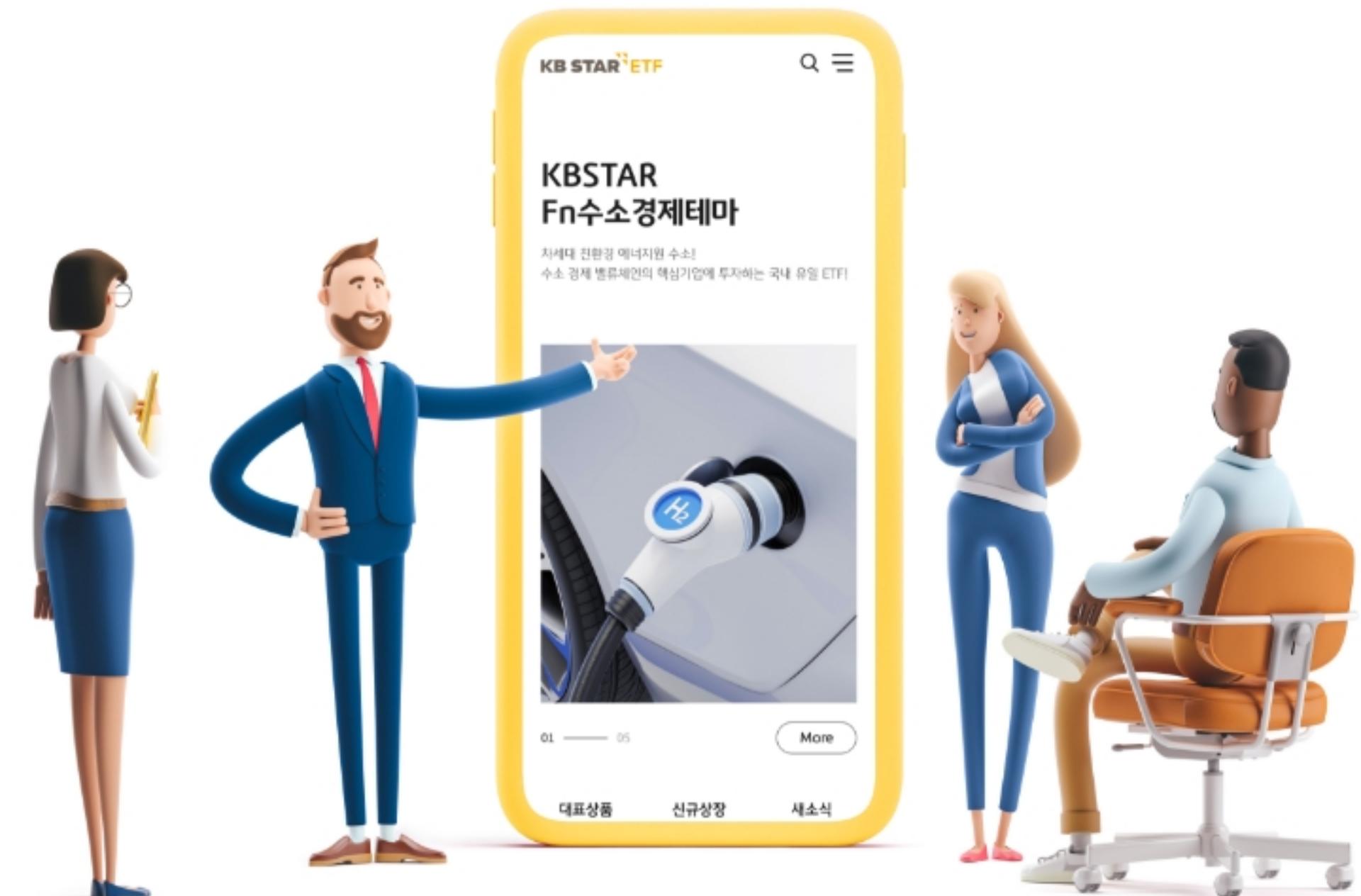
Font	가나다	ABC	123	Color	Main Color	Select #FFC72C	#F2A900	#2B6A55	#4D4641					
	KB금융 제목체	KB금융 제목체	KB금융 제목체			#F93345	#0081F0	#19AFAB	#B95800					
	KB금융 본문체	KB금융 본문체	KB금융 본문체			Unselect #929292	Line & Font #CDCDCD	Line #EAEAEA	Box #F6F6F6					
	Ligt Medium Bold	Ligt Medium Bold	Ligt Medium Bold			상황 #F93345	하항 #0081F0	#726154						
Card	Main Category	Point Color												
	[default]													
	국내주식	해외주식	국내채권	해외채권	레버리지/ 인버스	혼합자산	원자재/동화	리츠	Unselect #929292	Line & Font #CDCDCD	Line #EAEAEA	Box #F6F6F6		
	전체	대표지수	섹터	테마	락너	비당								
	[selected]	국내주식	해외주식	국내채권	해외채권	레버리지/ 인버스	혼합자산	원자재/동화	리츠	상황 #F93345	하항 #0081F0	#726154		
	전체	대표지수	섹터	테마	락너	비당								

과정을 통한 결과 및 기대

- 기존에 모바일에서 접근하기 힘들었지만 최적화되어서 모바일로 유입되는 사용자가 많아졌다.
- KBSATR ETF만의 브랜드 아이덴티티가 조금 더 뚜렷해져 ETF시장에서의 특징이 되는 사이트가 되었다.
- 고객이 원하는 상품을 한눈에 볼 수 있고 찾을 수 있어서 사용성이 좋아졌다.

이 프로젝트를 통하여

은행권 프로젝트는 이번이 세번째인데 확실히 확실히 처음 한두번 접했을 때 보다 모듈 단위로 작업을 하는 것에 대한 요령이 생겨서 보다 더 능숙하게 진행할수 있었던 거 같다. KB의 브랜드 아이덴티티를 잃지 않으면서, 획기적인 디자인 방향으로 이끌기 위해서 요소를 조합하는 것 이 헷갈리기도 했지만 협업과 의사소통하면서 니즈를 바로 캐치할 수 있어서 풀어내는 과정이 재미있었습니다. 정보를 확인하는 사이트이니 만큼 조금 더 깔끔하게 하면서 일목요연하게 정리가 되는 것이 필요했는데 가이드를 세워가면서 하나하나 차근차근 풀어나갈 수 있었습니다. 이번 KBSTAR ETF 프로젝트를 통해 평소 관심이 있었던 주식과 ETF에 대해서 사용자의 입장에서도 생각해보고 디자이너로서 어떤 부분을 채워주어야 하는지 생각하였고 프로젝트가 마무리 되었을 때에는 큰 성취감을 얻을 수 있었습니다.



HANSOME



Overview

한섬 브랜드 기존 소비자의 니즈와 신규 소비자의 유입을 위한 이커머스 플랫폼의 역할로 미니멀하고 함축적으로 간소화시켜 최소한의 UI컨셉으로 다채로운 콘텐츠를 제공하는 목적에 중심을 둔 디자인 컨셉입니다.

My Role

- Problem solving
- UX Strategy
- UX design
- UI design and branding

Date

2021.06 - 2021.09

제안 성공 / 중도 철회

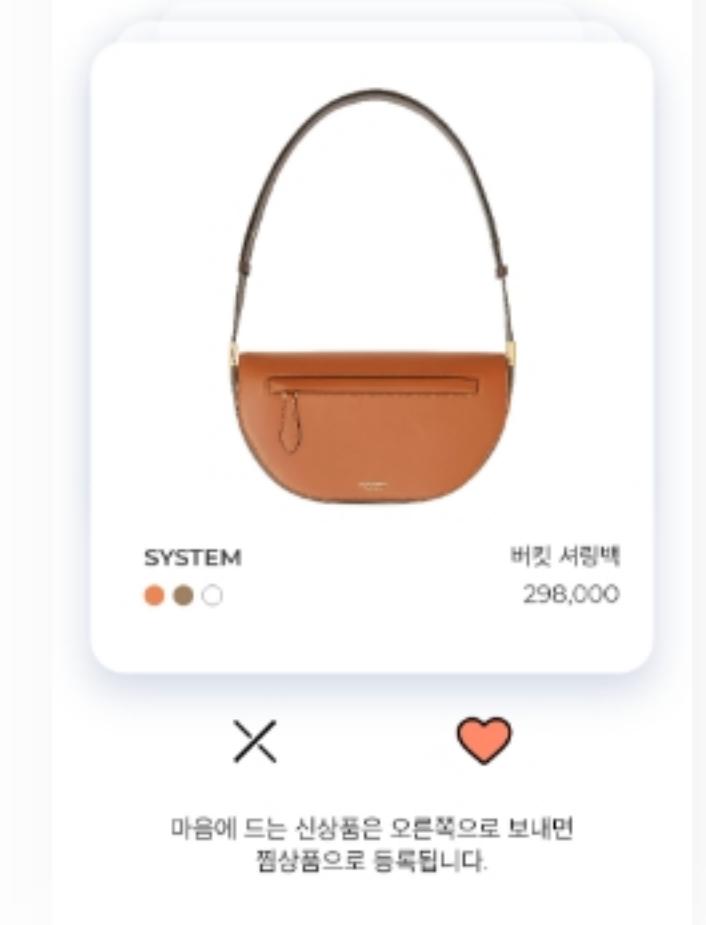
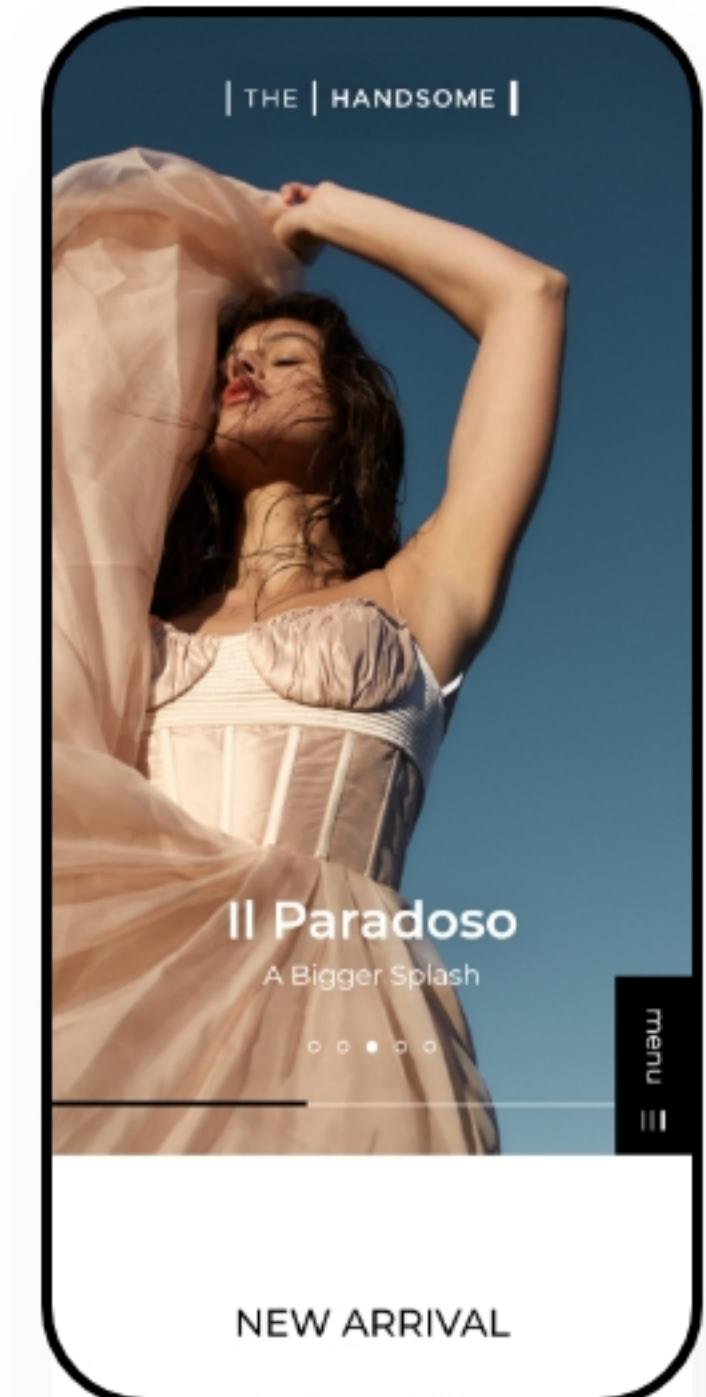
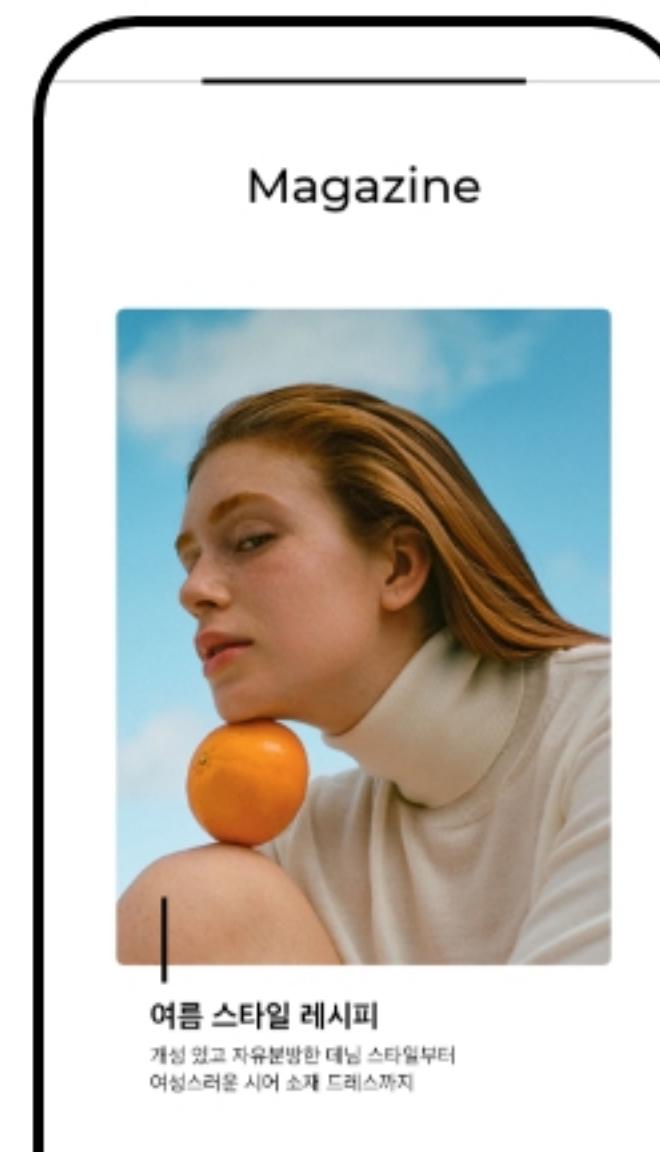
level of contribution : 100%

[View](#)

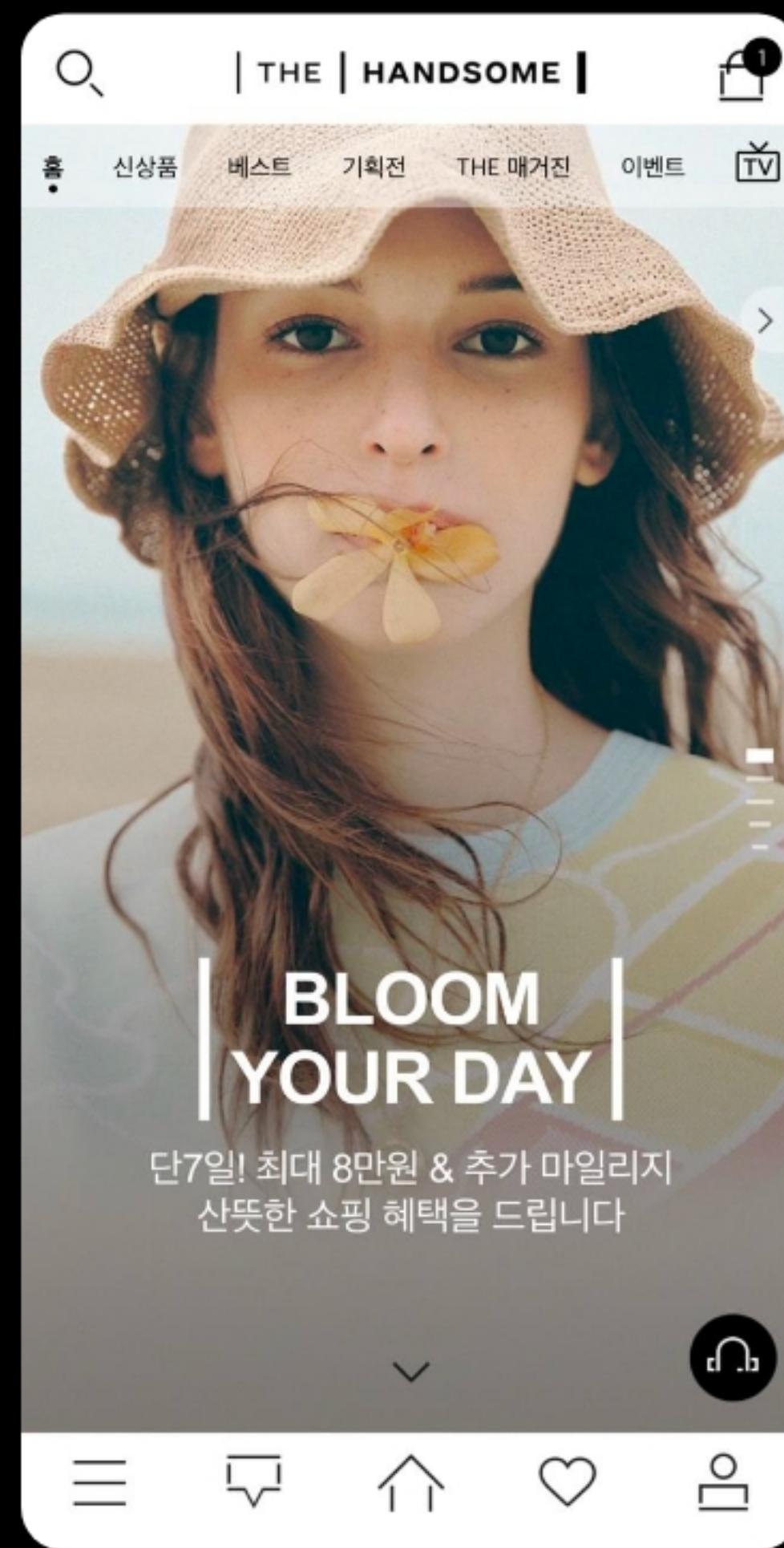
THE
HANDSOME

고객에게 편리하고 차별화된 쇼핑 경험을 제공해줄 수 있습니까?

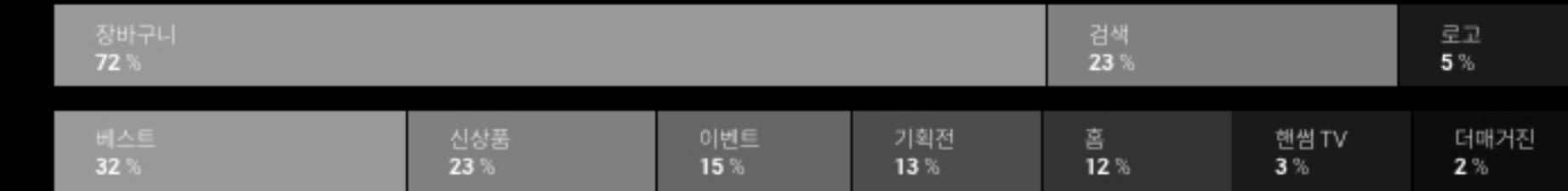
한섬에서만 경험할 수 있는 차별화된 기능과 서비스를 제공하며,
사용성을 고려한 색다른 UX기능을 통하여 디자인 할 수 있습니다.



Background



하단 네비게이션 바 : 73 %



더한섬닷컴 플랫폼의 고객 행동 패턴

샵(LNB) / 장바구니 / 베스트&신상품에 대한 고객 니즈

구매를 위한 '탐색형' 행동 패턴



Research

	Goal	Needs	Pain point
 김지현 (34세) · 기획자 · 쇼핑이 취미 · 퇴근 후 이용	· 신상품을 취향대로 분류해 위시리스트에 넣어두고 신중하게 구입하는 편이에요.	· 처음 들어갔을 때 제가 원하는 신상품을 한눈에 보고 싶어요. · 제가 찜한 상품을 빠르게 보고 싶어요.	· 신상품에 대한 영역이 모호하고 영역별 컨텐츠 구분이 뚜렷하지 않아요.
 강승연 (25세) · 대학원생 · 패션전공 · 조사할 때 이용	· 국내의 큰 브랜드가 소속되어 있는 곳이니 만큼 트렌드에 대해 읽어가고 싶어요.	· 상의/하의 별로 원하는 아이템을 미리 매치해서 확인해보고 싶어요. · 매거진을 빠르게 확인하고 싶어요.	· 매거진이 단일화되어 있어서 한번에 여러가지를 스크롤 하기 부담스워요.
 문선미 (32세) · 디자이너 · 트렌드 조사 · 틈틈이 이용	· 제가 찾는 브랜드가 있고 원하는 스타일이 확고해 가격보다 디자인이 중요해요.	· 상품을 클릭하기 전에 미리 상품들을 빠르게 둘러보고 싶어요.	· 메인에 나와있는 각 개별 상품에 대한 리스트가 없어서 접근이 불편해요.

Solution

Pain Point	Insight	Solution
<ul style="list-style-type: none">신상품에 대한 영역이 모호하고 영역별 컨텐츠 구분이 뚜렷하지 않아요.	<p>▶ 신상품을 바로 볼 수 있는 영역을 만들어 위시리스트로 골인시키는 확률을 높인다.</p>	<ul style="list-style-type: none">사용자가 흥미를 가질 수 있도록 신상품을 바로 보고 위시리스트에 넣는 컨텐츠를 만든다.

UX Challenges

UX Vision을 달성하기 위한 프로젝트 목표 수립 (해결과제) / 가치 제안 캔버스(Value Proposition Canvas)에서 도출한 '더 한섬 닷컴'의 리뉴얼 방향 최종 도출

<ul style="list-style-type: none">매거진이 단일화되어 있어서 한번에 여러가지를 스크롤 하기 부담스워요.	<p>▶ 많은 양의 매거진에 질리지 않도록 미리 볼수 있는 기능을 만든다.</p>	<ul style="list-style-type: none">매거진을 스와이프하여 미리 볼수 있는 썸네일을 만들고 백그라운드에서 바로 확인할 수 있게 한다.
--	---	---

Keyword

차별화된 쇼핑경험

편리한

개인 맞춤형

세심한 고객관리

필요한 정보 제공

<ul style="list-style-type: none">메인에 나와있는 각 개별 상품에 대한 리스트가 없어서 접근이 불편해요.	<p>▶ 브랜드 매거진 보다는 상품을 개별로 나열하여 볼수 있는 레이아웃이 필요하다.</p>	<ul style="list-style-type: none">상의 / 하의 / 잡화를 미리 코디 해볼 수도 있으며 많은 양을 스와이프 해서 볼 수 있도록 한다.
---	---	---

UX Vision

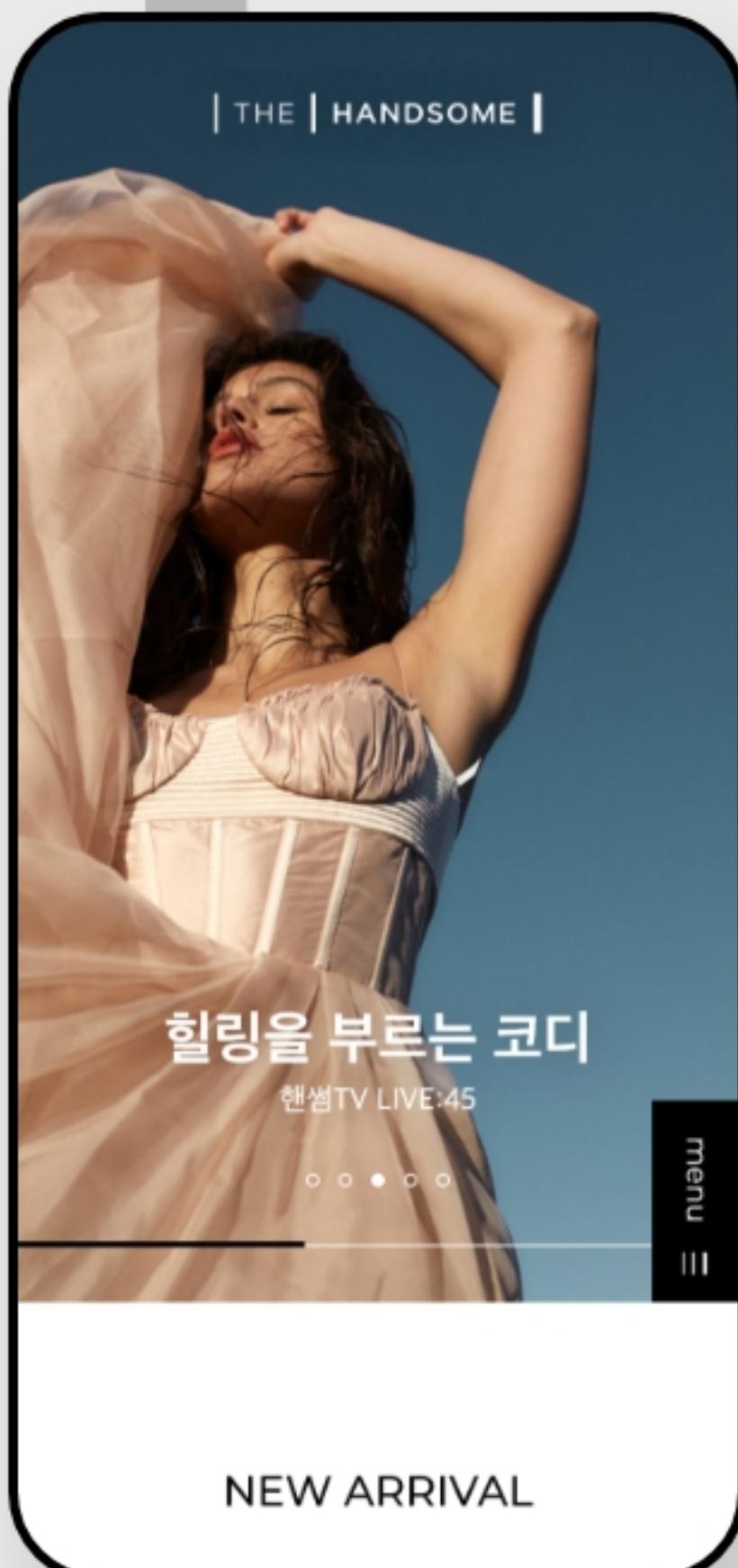
고객에게 편리하고 차별화된 쇼핑 경험을 제공해주는 '더 한섬닷컴'

Output 3 Direction

AS-IS 분석과 문제해결과정 중에 도출한 방안을 통해 사용자를 위한 편의성과 접근성을 트렌드에 맞는 디자인으로 풀어냈습니다.

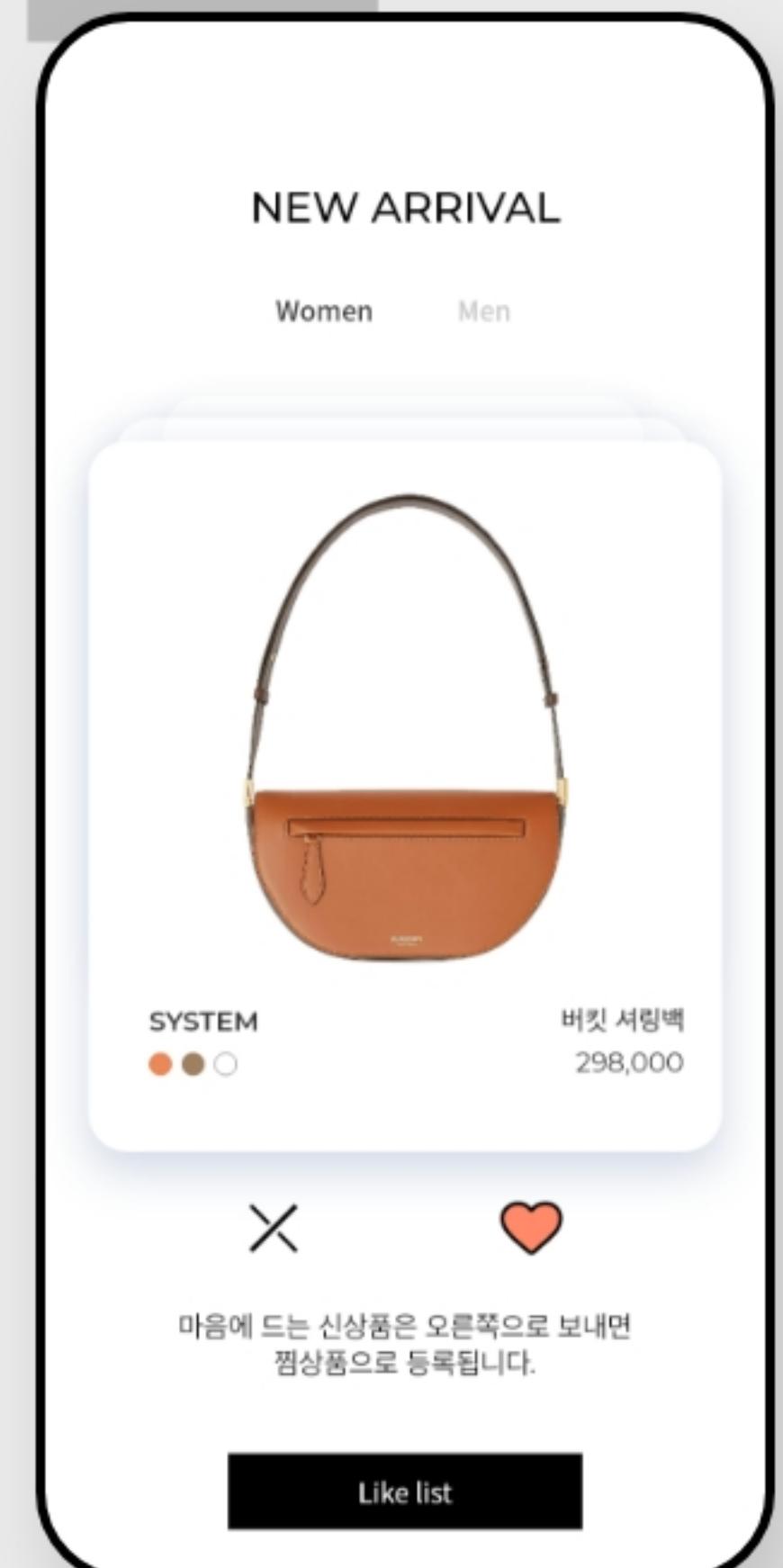
1

국내 패션 앱과 차별화된 UI



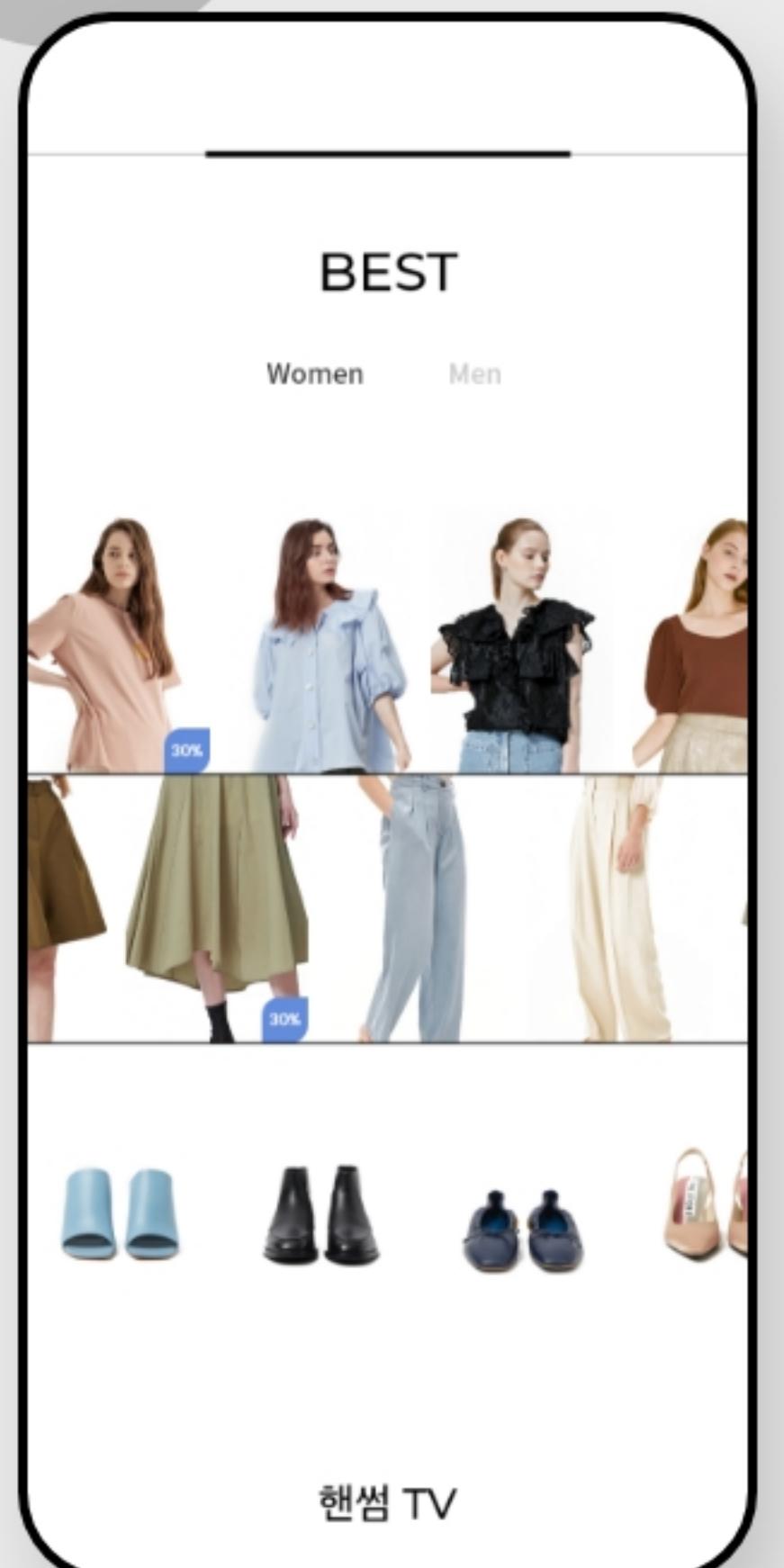
2

사용자 행동 유도를 위한 뉴모피즘



3

썸네일 우선의 터치를 유도하는 Swipe 워장



Design Output

Type 01



옷장에 차곡차곡 서랍에서 옷을 꺼낸다

새로운 형식의 Menu UI로 구성을 하기 위한 기획안을 위해 새로형식의 타입을 선정하였습니다. 한섬로고와 커머셜이라는 특성을 대입하여 옷장에 차곡차곡 쌓여진 의류를 서랍에서 꺼내는 동작을 착안하여 구성해보았습니다.

Motive





MINE

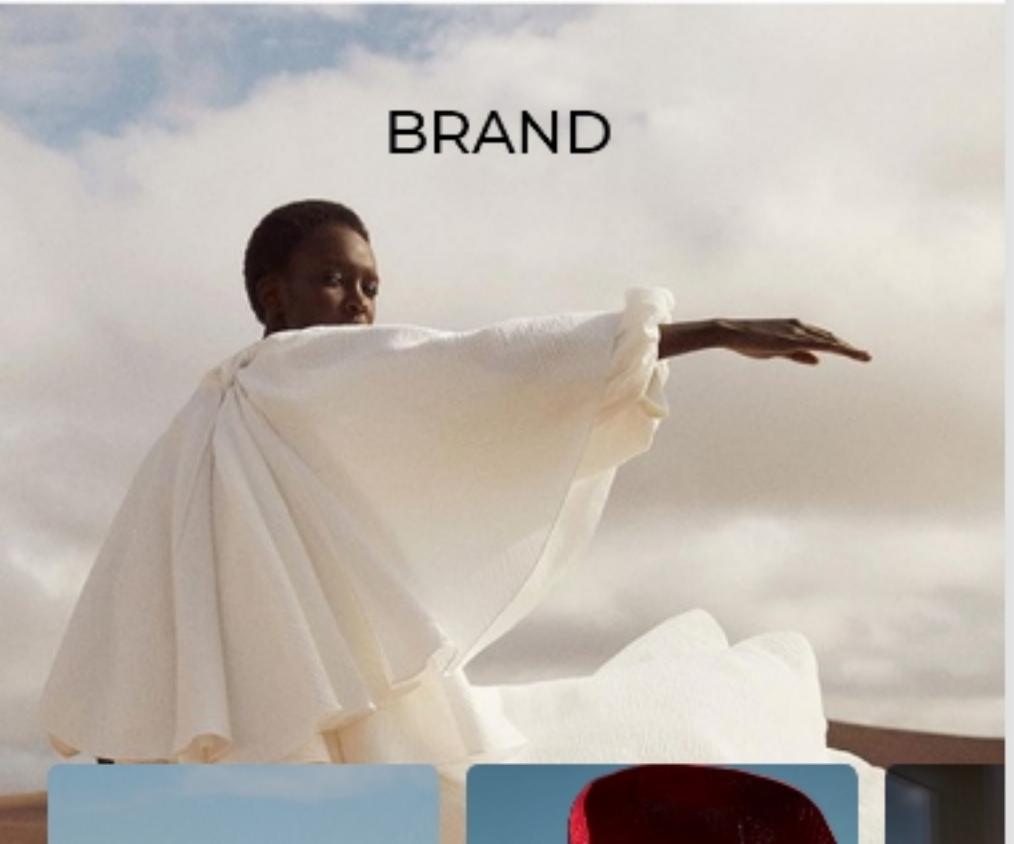


SYSTEM
● ● ○

버킷 셔링백
298,000



마음에 드는 신상품은 오른쪽으로 보내면
찜상품으로 등록됩니다.

[Like list](#)


LIKE ! HATE !

신상품 구역에서 마음에 드는 상품이 있다면 Heart가 있는 우측으로 슬라이드를 하면 되고 원치 않다면 좌측으로 슬라이드를 하면 되는 재미있는 짐상품 기능을 만들어보았습니다.

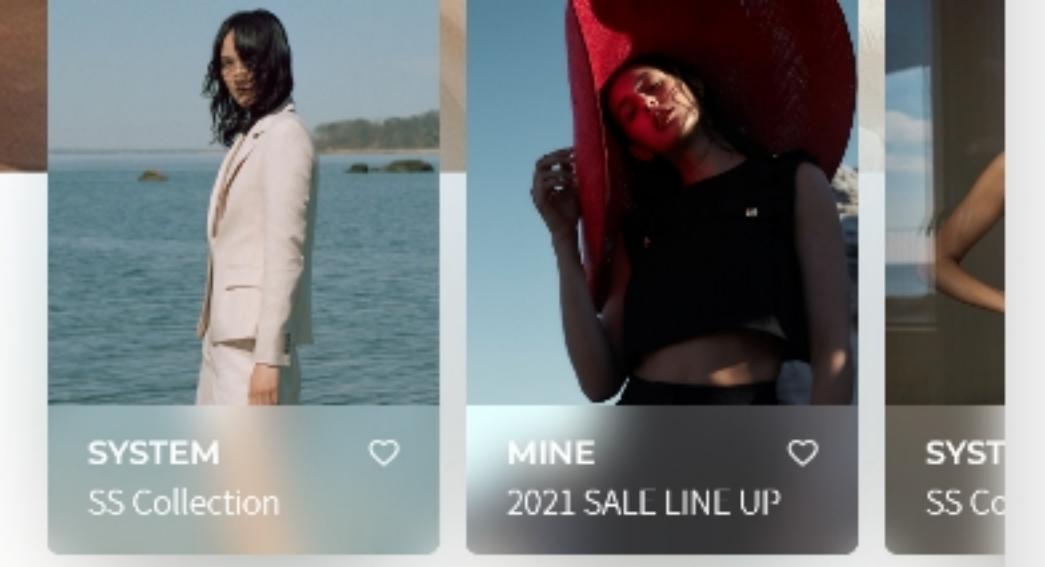


마음에 드는 신상품은 오른쪽으로 보내면
찜상품으로 등록됩니다.

Brand Swipe

브랜드 별 매거진을 Cover Flow 형식으로 Swipe하여
볼 수 있도록 레이아웃을 잡았습니다. 매거진 한장을
클릭하면 배경 이미지가 움직이는 형태로 생동감 있는
미리보기를 통해 선택할 수 있습니다.

한섬 기존 고객의 쇼핑 행동 패턴을 보았을 때에 지향
하는 브랜드가 있기 때문에 마이페이지 항목에서 원하
는 브랜드를 미리 선택할 수 있습니다.



○ ○ ● ○ ○

BEST

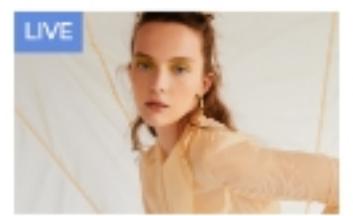
Women Men



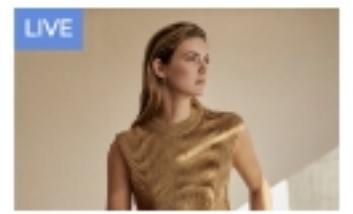
OTT 서비스에서 착안하다

소비자가 옷을 고를 때에 매치를 해보고 싶을 때가 있는데 그러한 점을 넷플릭스의 포스터들이 붙어있는 것을 보고 상의 / 하의 / 잡화에 대한 정보를 버리고 바로 대치해서 볼 수 있도록 레이아웃을 구성해보았습니다. 기존 고객들에 대한 소비 컨디션을 파악하면 가격보다는 디자인을 우선으로 하는 동태가 파악되기에 과감하지만 적절한 시도라는 평을 받았습니다.





여름 스타일 레시피
01:09:18



힐링을 부르는 여름 코디
01:09:18



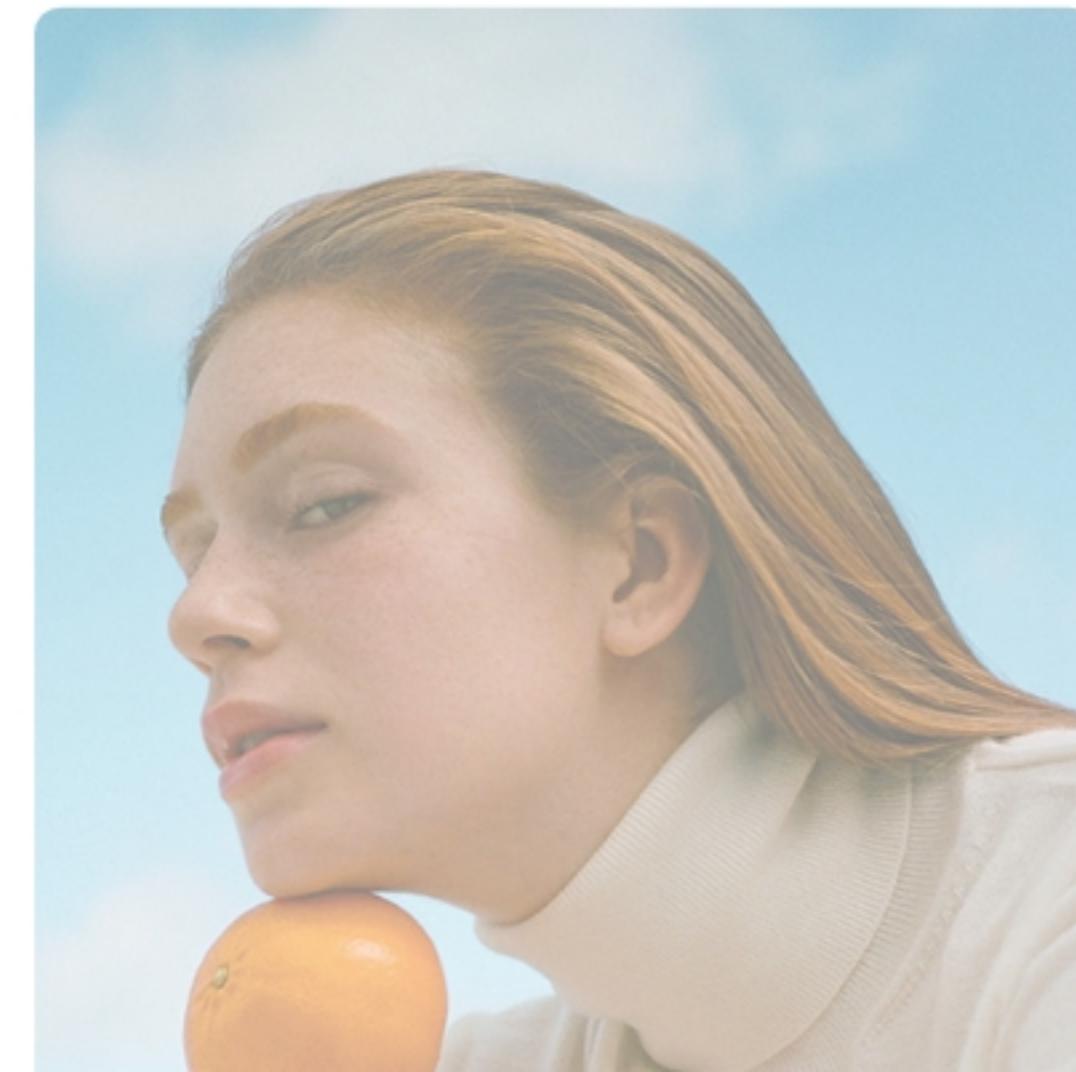
More +

HANDSOME TV

기존에는 메인에 노출하지 않고 있던 영상 컨텐츠를 바로 노출시키면서 보다 빠른 컨텐츠 보기 가능합니다.

Magazine

Magazine





시스템의 우아한 터치

개성 있고 자유분방한 데님 스타일부터
여성스러운 시어 소재 드레스까지



여름 스타일 레시피

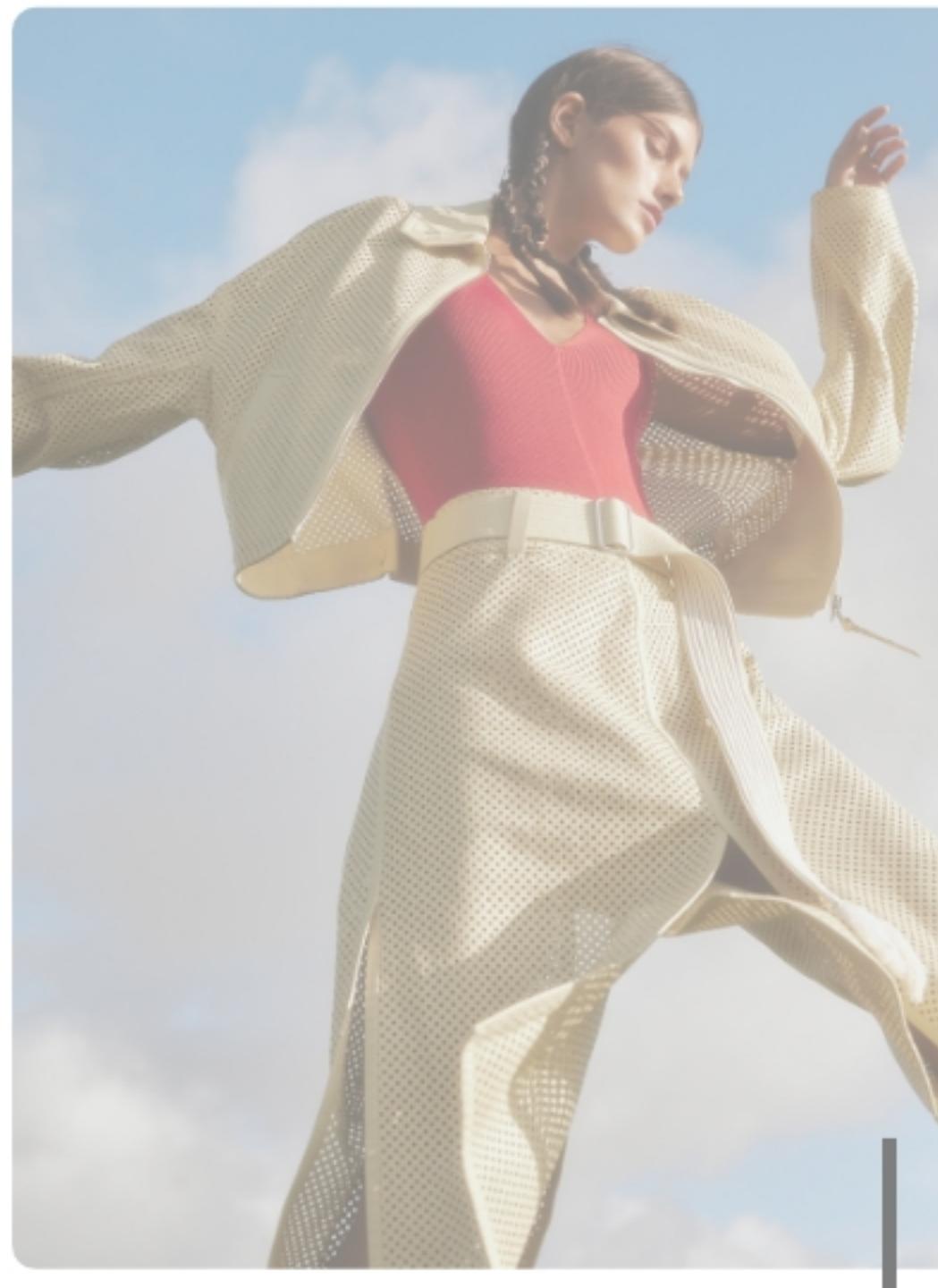
개성 있고 자유분방한 데님 스타일부터
여성스러운 시어 소재 드레스까지

More



여름 스타일 레시피

개성 있고 자유분방한 데님 스타일부터
여성스러운 시어 소재 드레스까지



힐링을 부르는 여름 코디

개성 있고 자유분방한 데님 스타일부터
여성스러운 시어 소재 드레스까지

More

FAMILY SITE ▾



로그인

고객센터

매장안내

1800-5700

한섬 회원 혜택

평일 (월~금)

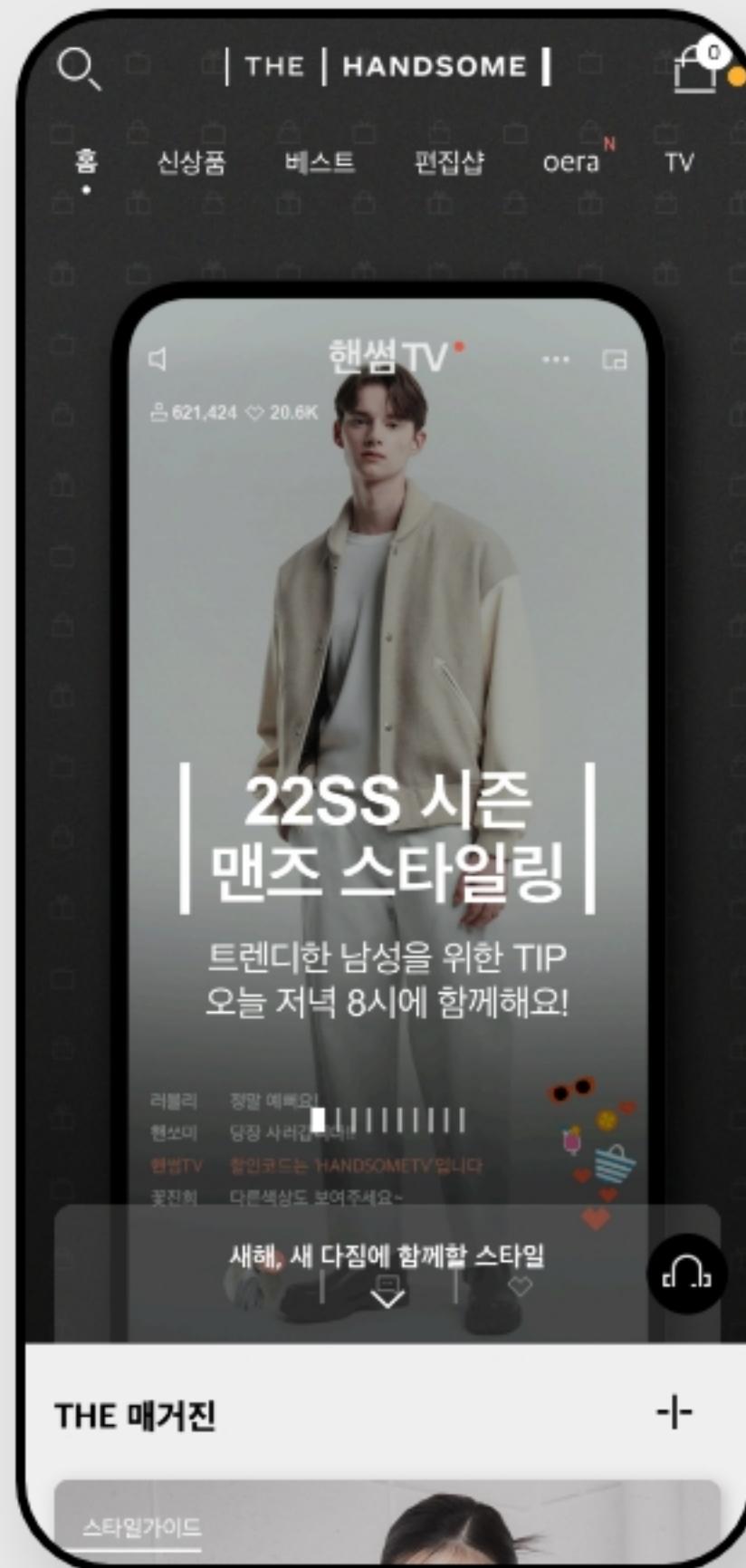
09:00 ~ 18:00

회사소개

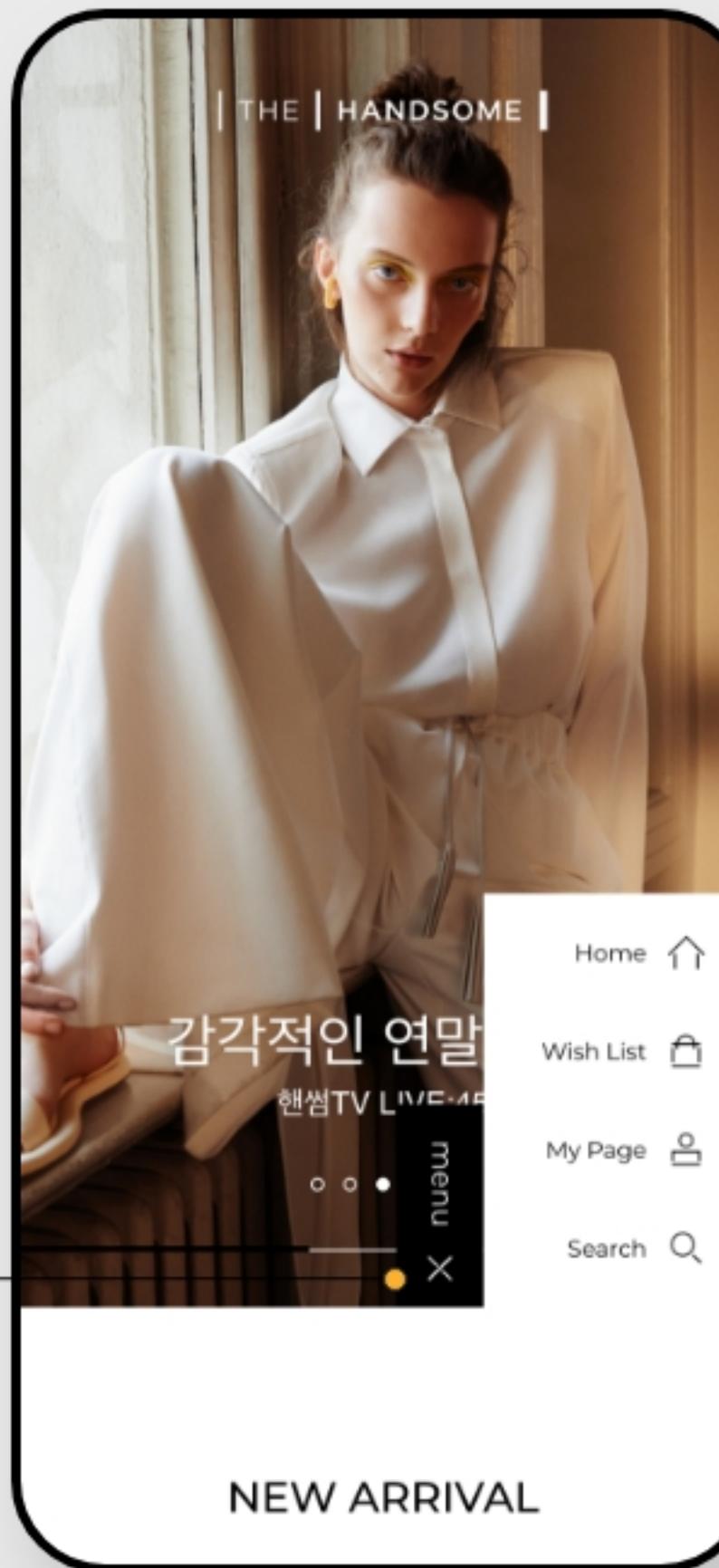
(토/일 공휴일 휴무)

Compare A to B

AS-IS



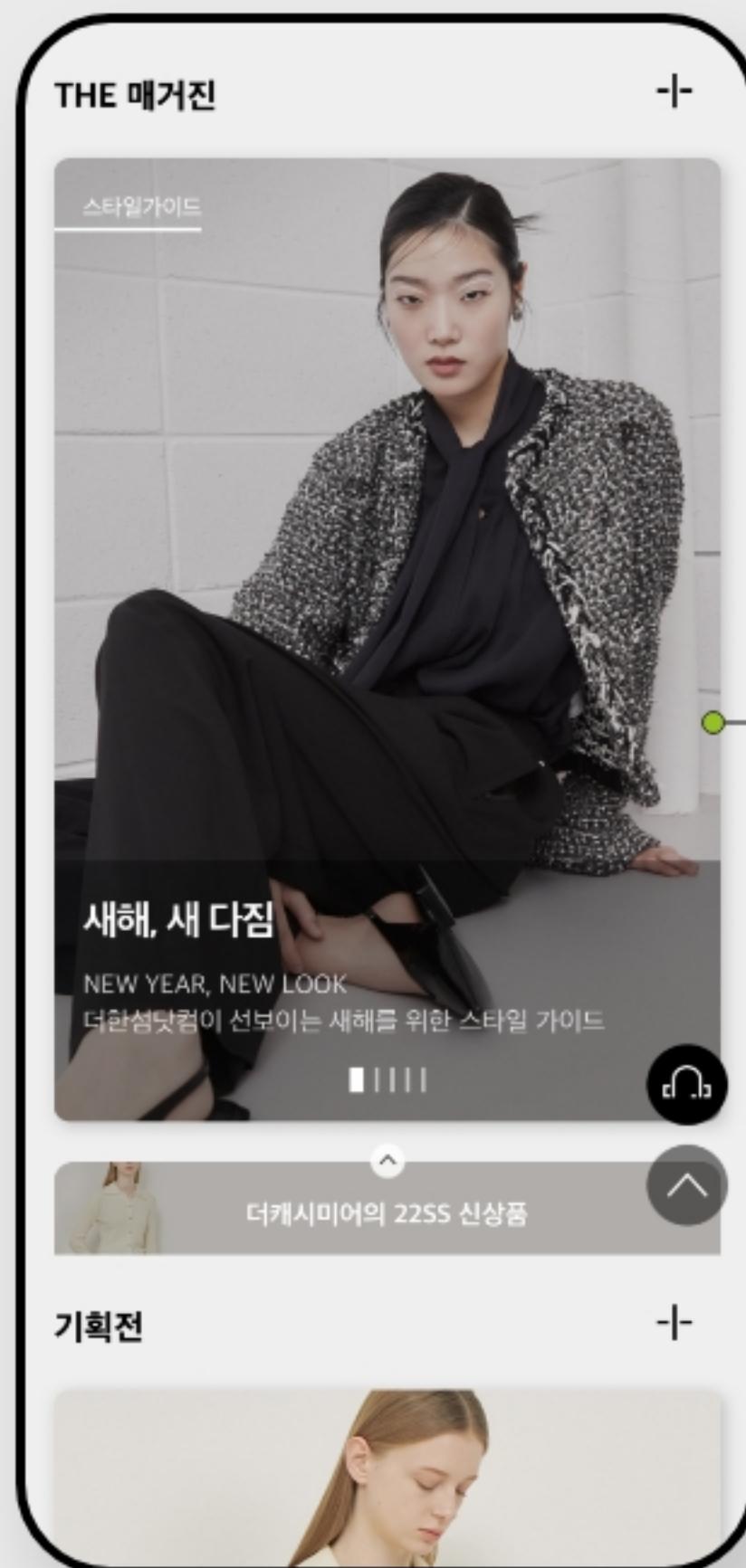
TO-BE



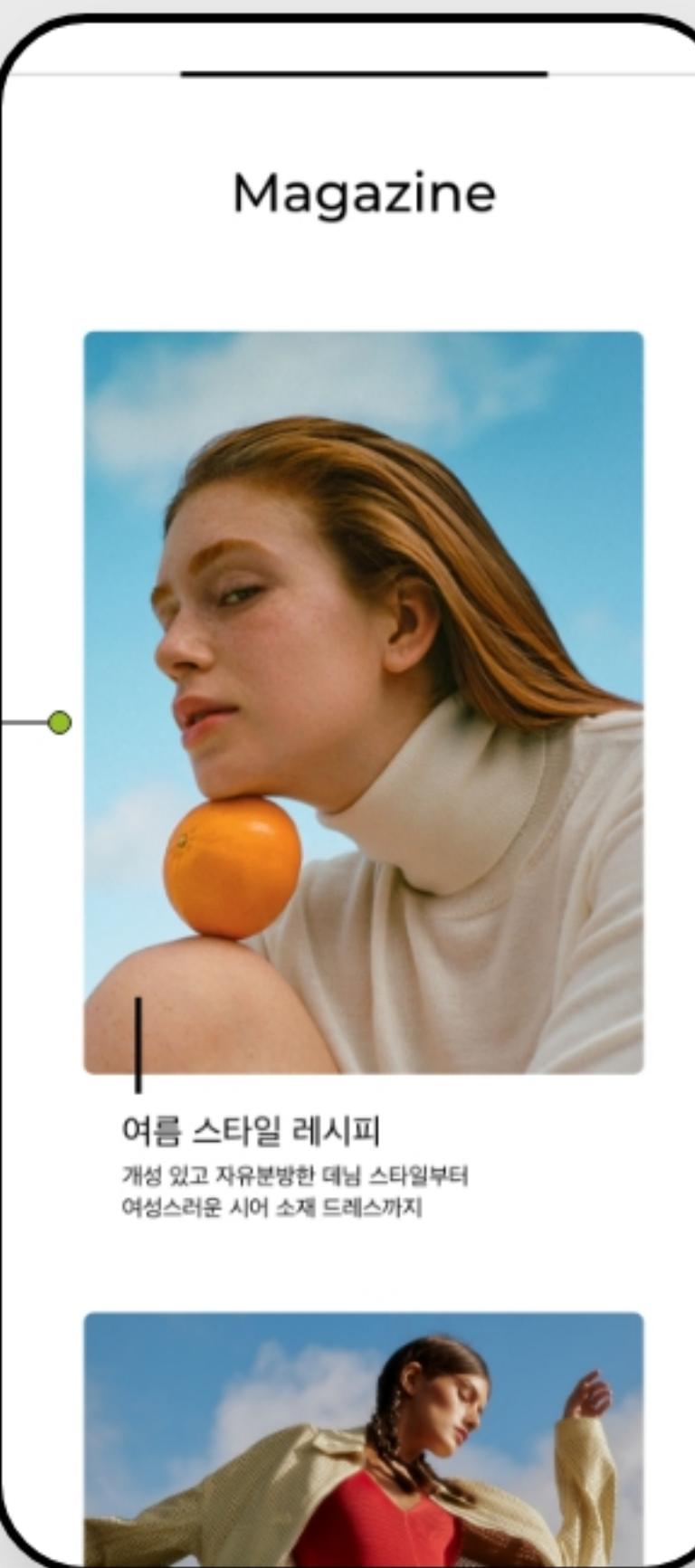
- AS-IS에서 Home / Wish List / My Page / Search 의 메뉴가 분산되어 있었으므로 세로 형식의 Menu를 클릭하였을 때 좌측으로 나와 한번에 볼수 있게 하였습니다.

Compare A to B

AS-IS



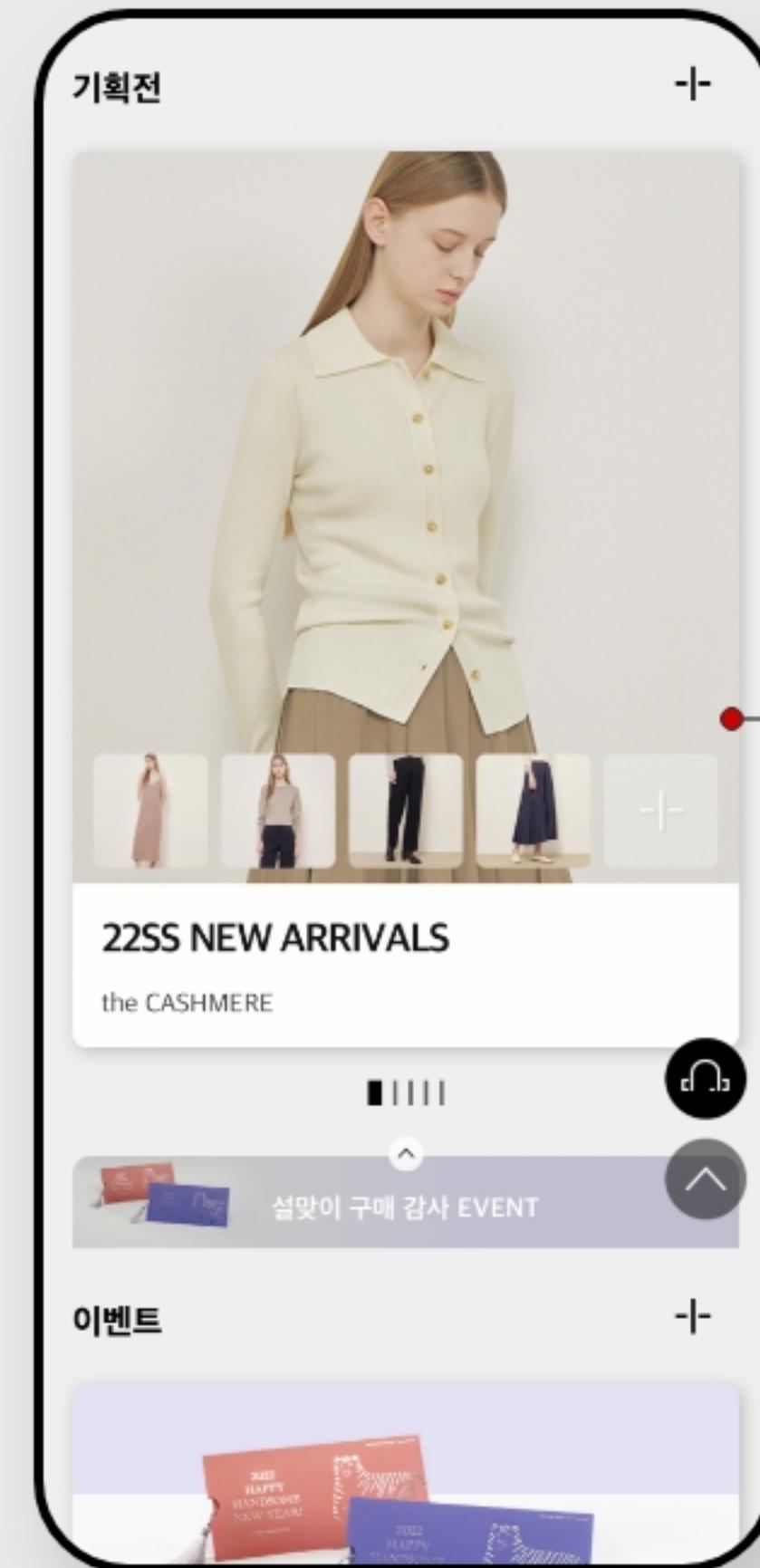
TO-BE



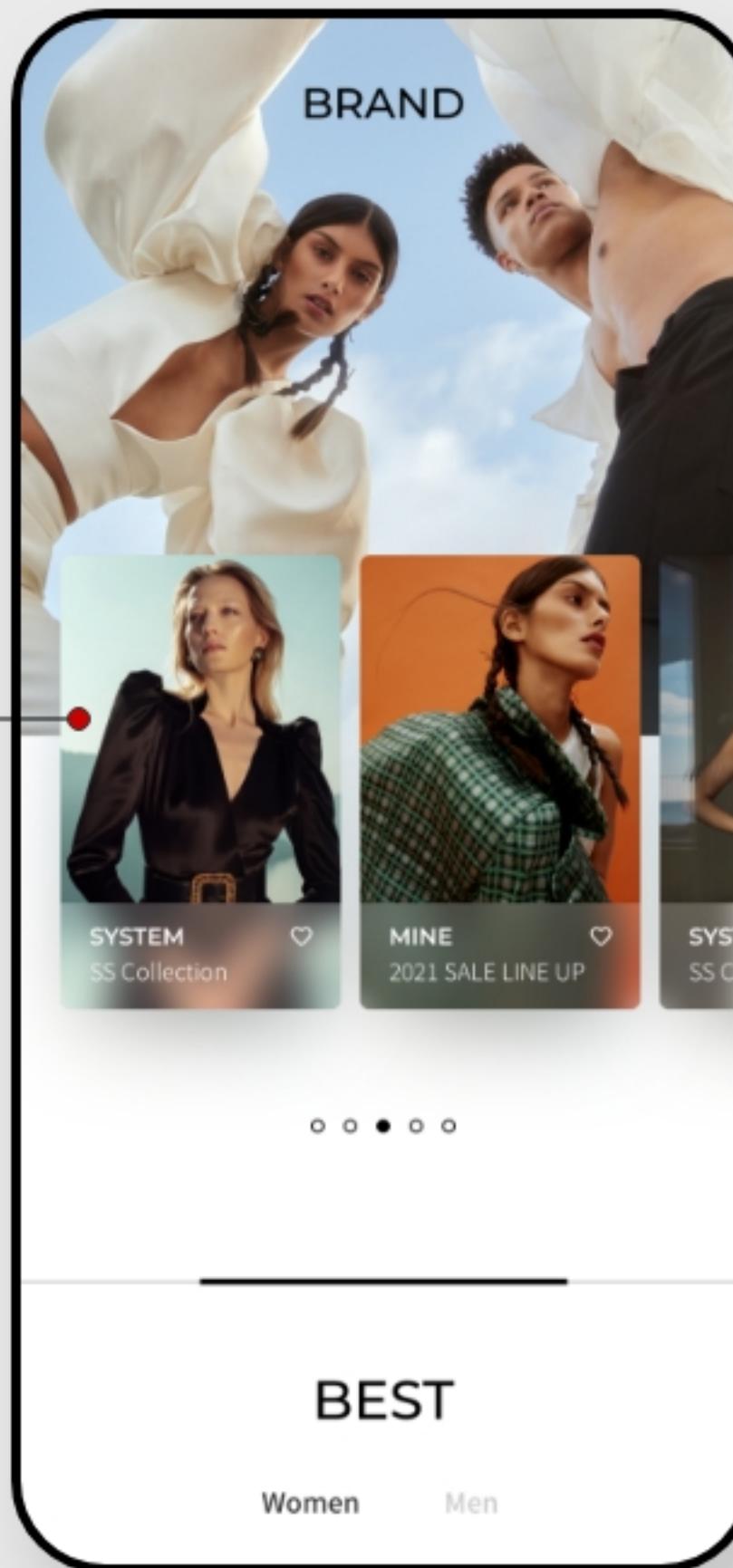
- 소비자의 행동패턴을 보았을 때 신상품에 먼저 접근하여 상품을 확인하려고 하기 때문에 하단에 배치하여 스크롤 마지막에 원하는 매거진을 볼 수 있도록 하였습니다.

Compare A to B

AS-IS



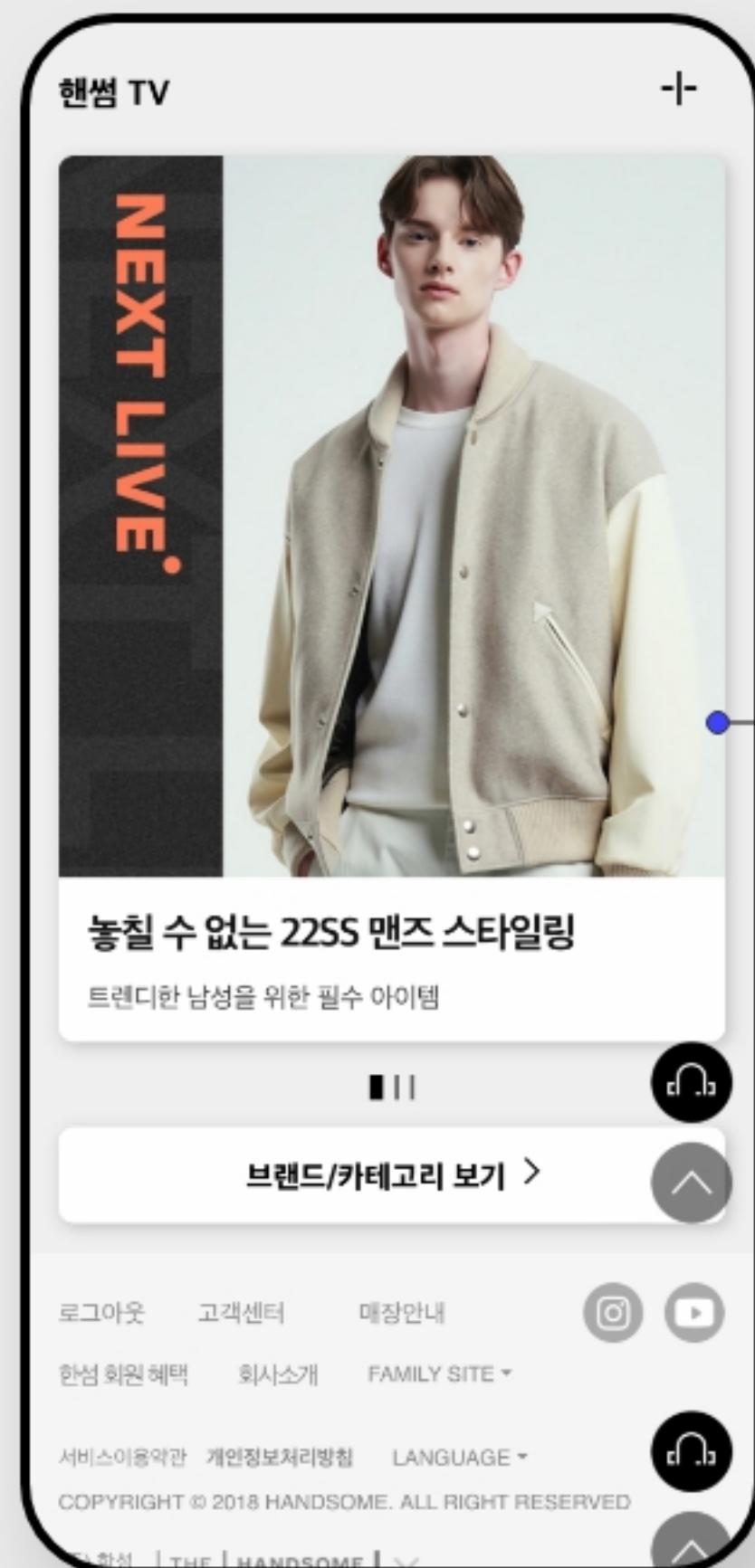
TO-BE



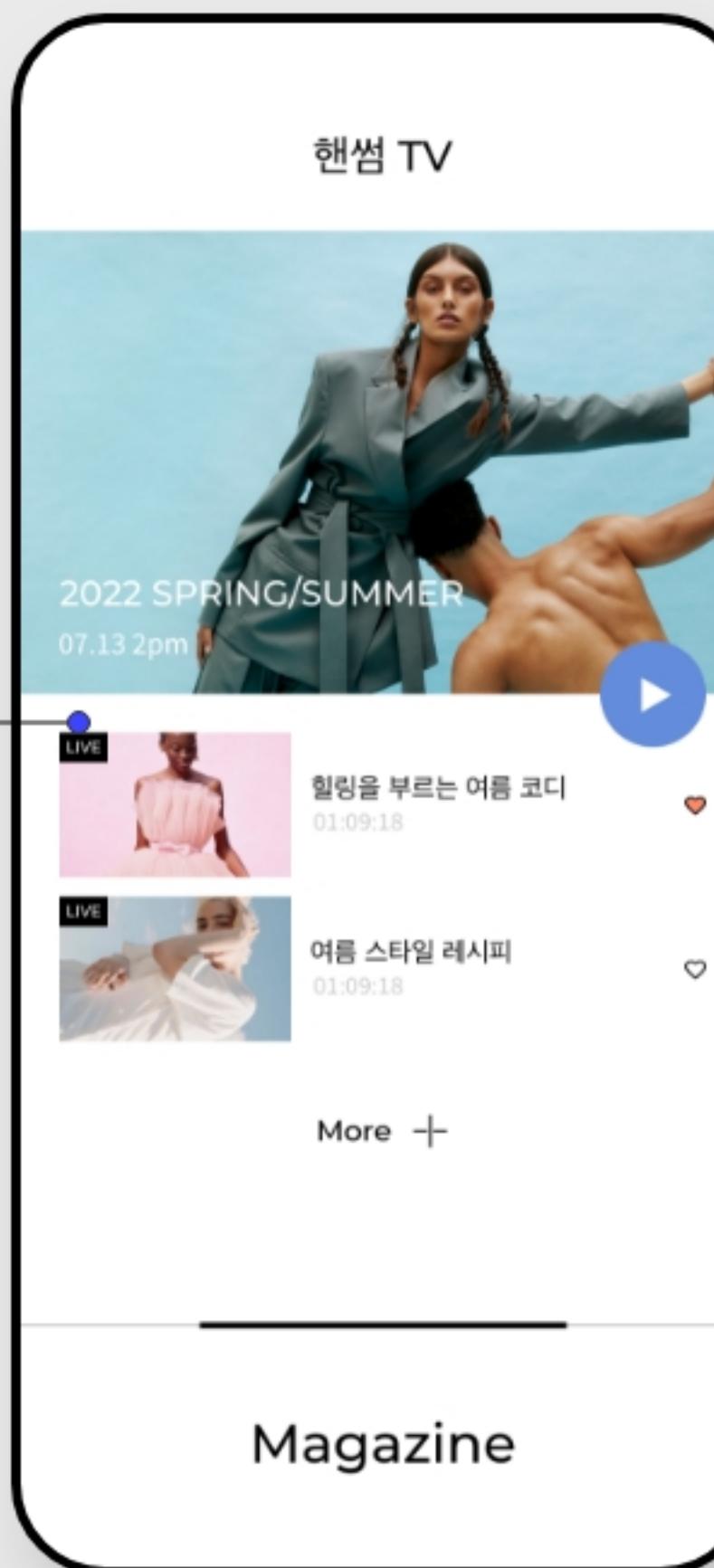
- 한섬의 기존 고객들은 찾고자 하는 브랜드를 지향하기 때문에 원하는 브랜드매거진을 바로 볼 수 있도록 보다 더 직관적인 스와이프 형태로 선택해 볼 수 있습니다.

Compare A to B

AS-IS



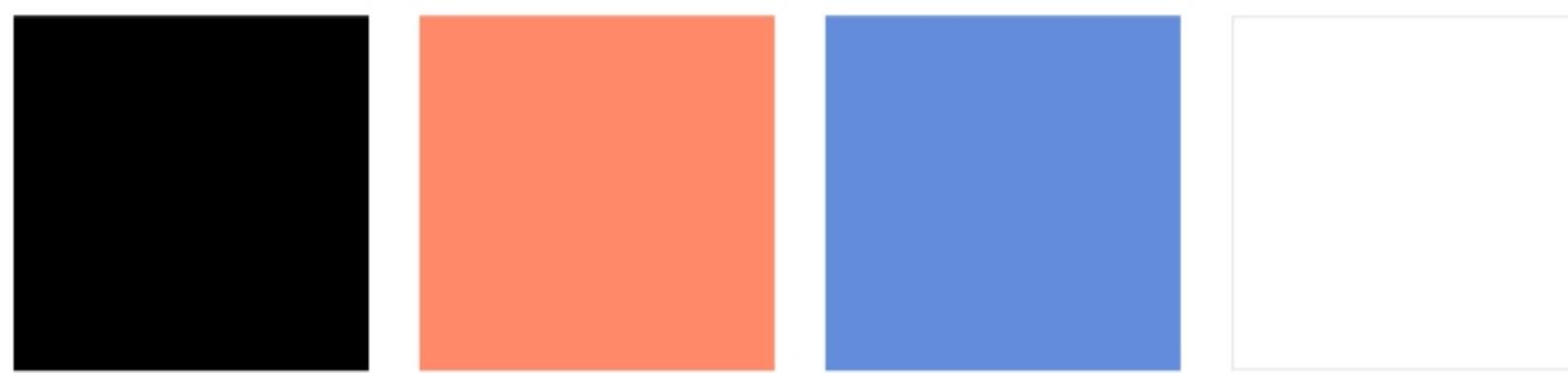
TO-BE



- 기존에는 화보 썸네일 형식으로 어떤 영상인지 예측하기 어려웠는데 TO-BE에서는 영상 썸네일과 리스트업을 해두어 직관적인 컨텐츠 흥미를 유발하도록 했습니다.

Style Guide

COLOR



Typography

가 가

Apple SD 산돌고딕 Neo
Regular / Semibold

A a

Montserrat
Regular / **Bold**

A a

Noto Sans KR
Regular / **Bold**

과정을 통한 결과 및 기대

1. 샵 / 장바구니 / 베스트 / 신상품에 대한 고객의 탐색형 행동 패턴에 맞게 되었다.
2. 최신 UI/UX 트렌드가 반영되었고 개발 로직이 추가되면서 차별화 된 쇼핑경험을 제공할 수 있다.
3. 컨텐츠 노출이 강화되어 소비자로 하여금 클릭을 유도하기 좋아졌다.

이 프로젝트를 통하여

예전부터 패션 분야에 관심이 많았는데 이 프로젝트를 통해 우리나라에서 가장 큰 패션 브랜드의 쇼핑 커머셜 앱을 직접 디자인 해볼 수 있어서 좋았습니다. 클라이언트 한섬과 카카오기획 및 개발사와 미팅도 진행하게 되어 초기 작업 중 A,B,C,D 시안을 발표할 때의 기억이 나면서 떨리지만 설레는 작업이었습니다. 소비자의 행동패턴과 국내외로 레퍼런스를 조사하면서 해외에는 정말 직관적이기에 과감한 디자인들이 많다는 것을 보게 돼 신선한 충격을 받으면서 국내 앱에도 대입해보려고 하는 과정에서 디자이너로서 성장할 수 있는 고난의 시간들이 아닌가 싶습니다. 본사 파견까지 정해져 있었지만 클라이언트사와 협업사의 내부 사정으로 인해 중단되어 매우 아쉬웠습니다. 그렇지만 해보고 싶었던 분야의 커머셜 디자인이기도 하였고 큰 협업사들과 함께 하면서 조금 더 디자인 업무 영역의 스펙트럼을 넓히기에 충분했다고 생각하며 만족합니다.

