

PORTFOLIO

Contents

01.

ORG Application Design

ORG

02.

BALMUDA Web Design

BALMUDA

03.

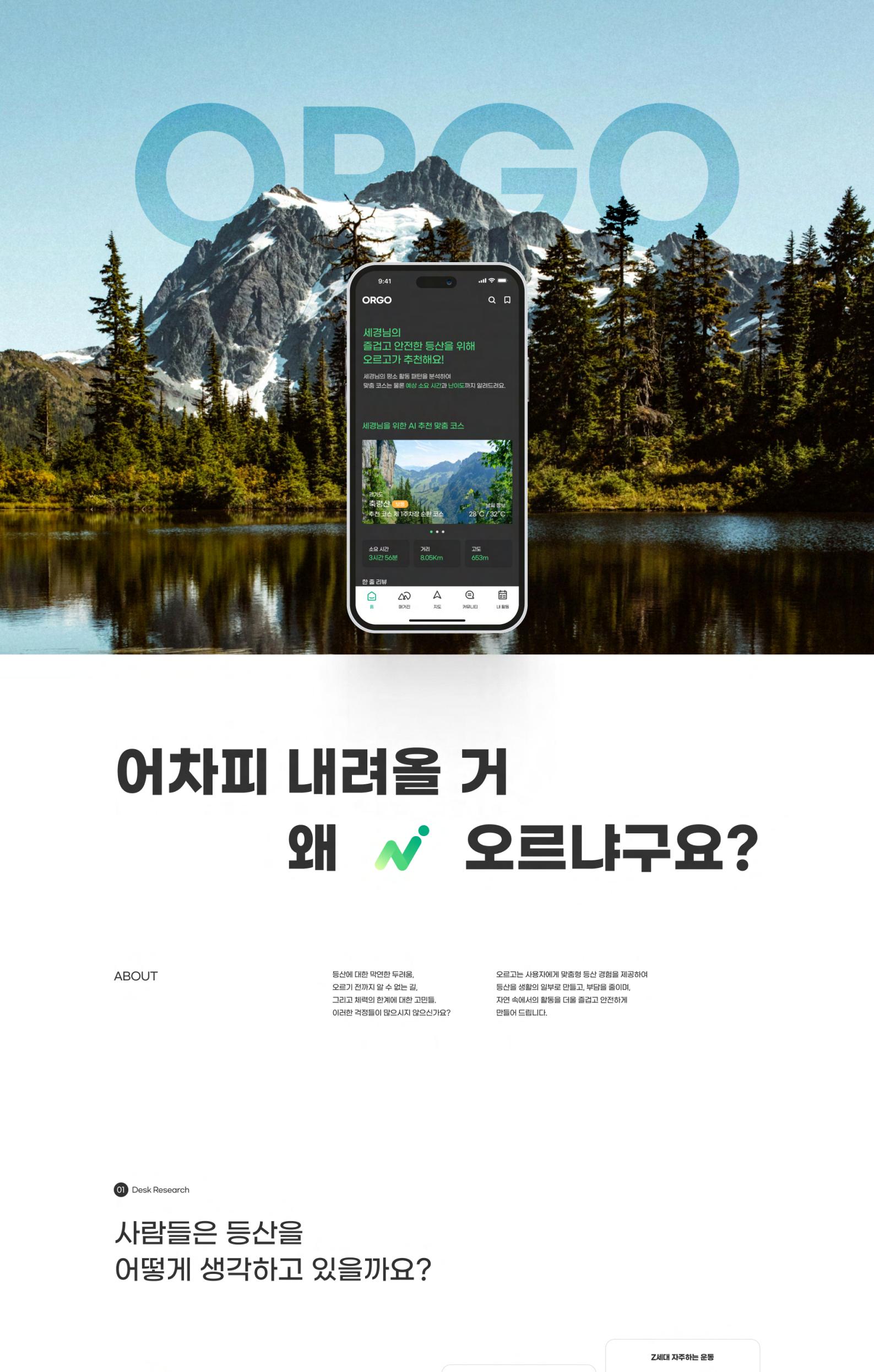
ETRI Open Source Web Design

ETRI OPEN SOURCE

04.

GC Portal Web Design

G-portal



어차피 내려올 거 왜 오르냐구요?

ABOUT

등산에 대한 막연한 두려움,
오르기 전까지 알 수 없는 꿈,
그리고 체력의 한계에 대한 고민들.
이러한 걱정들이 많으시지 않으신가요?

오르고는 사용자에게 맞춤형 등산 경험을 제공하여
등산을 생활의 일부로 만들고, 부담을 줄이며,
자연 속에서의 활동을 더 즐겁고 안전하게
만들어 드립니다.

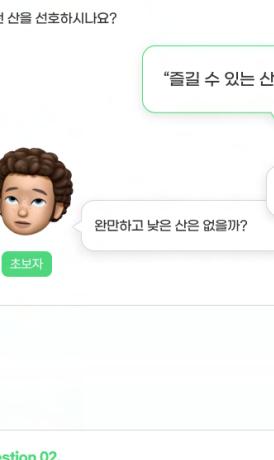
01 Desk Research

사람들은 등산을 어떻게 생각하고 있을까요?

Research 01

증가하는 젊은층의 등산객

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.
비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.



Research 02

‘여가 활동’으로 낳아진 주목도

하지만 ‘등산’에 대해 긍정적인 태도를 보이면서도, 실제 등산 활동에
대해서는 의구심이 커리는 모습을 보았습니다. 등산에 대한 관심이
다소 낮아지면서, 전반적으로 등산을 즐기는 반도가 줄어드는 경향도
확인되었습니다.

등산 활동 자체에 대한 호불호

등산은 긍정적인 경험을 제공할 잠재력이 있지만, 동시에 체력적
부담과 고통을 확보할 수 있는 양면성이 있습니다. 이런 한 쪽에 대한
반응은 개인의 성격, 경험, 그리고 환경적 요인에 따라 등산에 대한
만족도가 크게 달라질 수 있을 것을 보여줍니다.



IN SIGHT

젊은 등산객의 증가

낮아진 여가 활동으로의 주목도

신체적 부담

그렇다면,

실제로 사람들이 등산을 하면서 느끼는 불편함은 무엇일까요?

02 User Research

25명의 등산인과 비등산인을 대상으로 등산 활동에서의 선호도와 불편 사항, 그리고 향후 바라는 등산에 대해 설문해보았어요.

25명의 등산인을 대상으로 설문을 해보았습니다.
8명의 등산 조언자와 17명의 등산 전문가가 선호하는
등산 스타일이 확연히 다르다는 걸 알 수 있었어요.

Question 01.

어떤 산을 선호하십니까?

“즐길 수 있는 산이 좋아! 하지만...



체력의 한계를 경험해보실까?



양안하고 낮은 산은 없을까?

Question 02.

등산 정보를 얻는 과정에서 힘든 점은 무엇인가요?

장시간 등산에도 피로하지 않았으면 좋겠어요

산에서 실시간 날씨를 알 수 없을까?

거리 측정이 되면 좋을텐데...

불편해도 그러려니 해요

Question 03.

등산을 다니며 불편했던 점을 알려주세요.

등산 정보가 더 많았으면 좋겠어요

산에서 실시간 날씨를 알 수 없었어요

거리 측정이 되면 좋았을텐데...

불편해도 그러려니 해요

개인 경험에 특화된 서비스가 필요하다!

03 Problem & Solution

그리하여 오르고가 나아갈 방향을 정했어요.

Problem

체력부족으로
등산에 대한 두려움

정확한 정보를 얻기까지
오랜 시간이 소요됨

등산 활동에 대한
소극적 태도

Solution

사용자 맞춤
등산 코스 추천

쉽고 직관적인
인터랙션 제공

꾸준한 등산 활동을
위한 동기 부여 제공

Our Mission

경험에 경험을 더한 나만의 등산

향후 바라는 등산 활동으로 장시간 등산에도
피로감이 없으면 좋겠다는 의견이 많았어요.

25명의 등산인을 대상으로 설문을 해보았습니다.
8명의 등산 조언자와 17명의 등산 전문가가 선호하는
등산 스타일이 확연히 다르다는 걸 알 수 있었어요.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나 즐길 수 있는 운동이라는 점에 대한 관심과
형성되고 있습니다. 특히 자전거를 선택하는 노년 수 있는 운동으로서
높은 평가를 받고 있으며, 비슷기대로 힐링하는 운동 중에는
등산이 꼽았습니다.

코로나19 이후 젊은 층의 등산에 대한 거부감이 줄어들면서,
젊은 등산객의 수입이 증가하고 있는 것으로 조사되었습니다.

비록 등산이 어렵거나 중장년층의 이유로는 인식 강화되었지만
남녀노소 누구나

03 스타일 가이드

오늘고에서 사용한 서체는 단순하지만 직관적인 디자인을 높은 G.Sans을 사용하였습니다.
편경하고 정밀된 느낌을 주어 사용자와 민관인 사용을 고려하여 작업하였습니다.

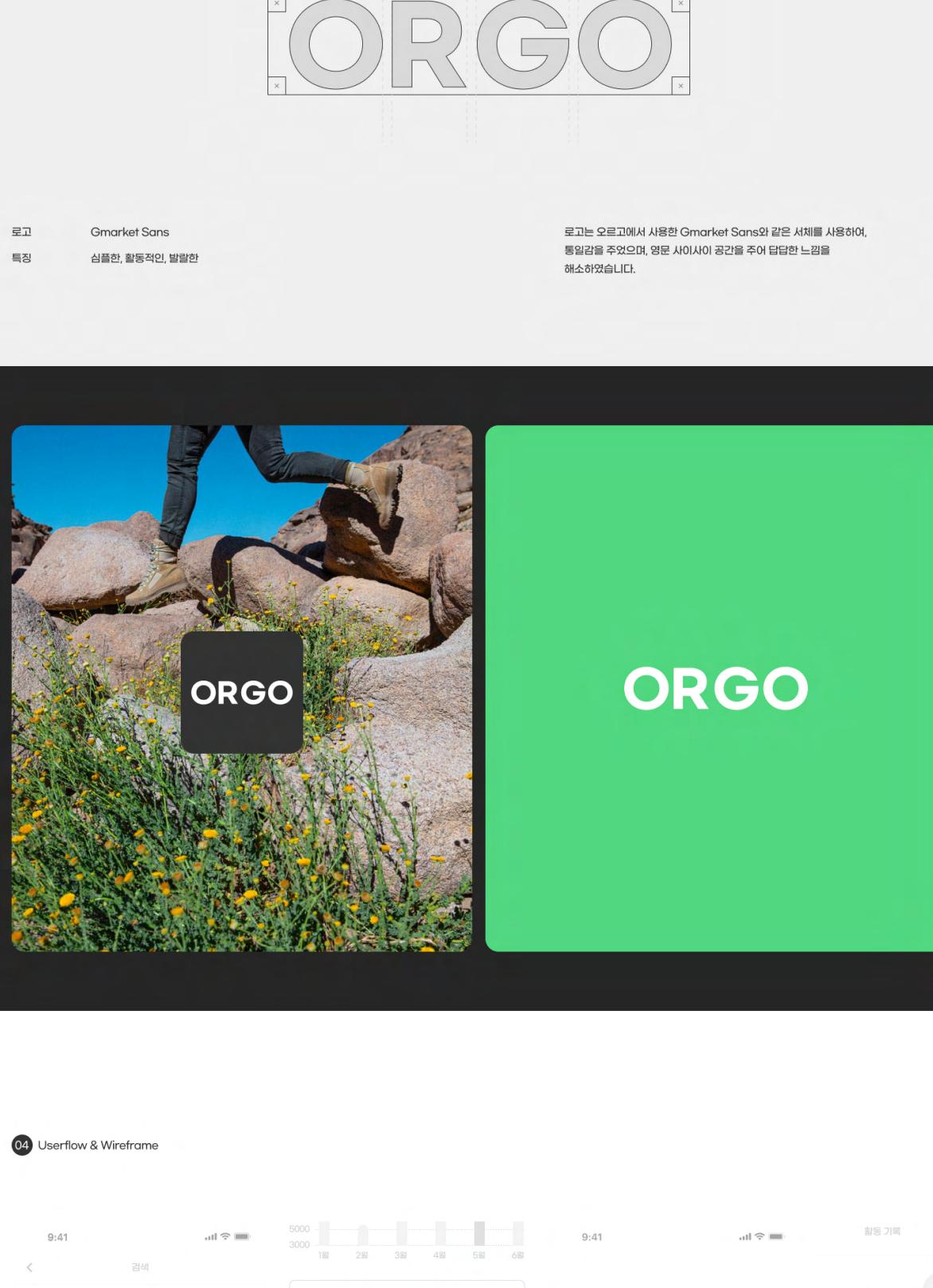
G.Sans
G.Sans
G.Sans

G.Sans

G.Sans

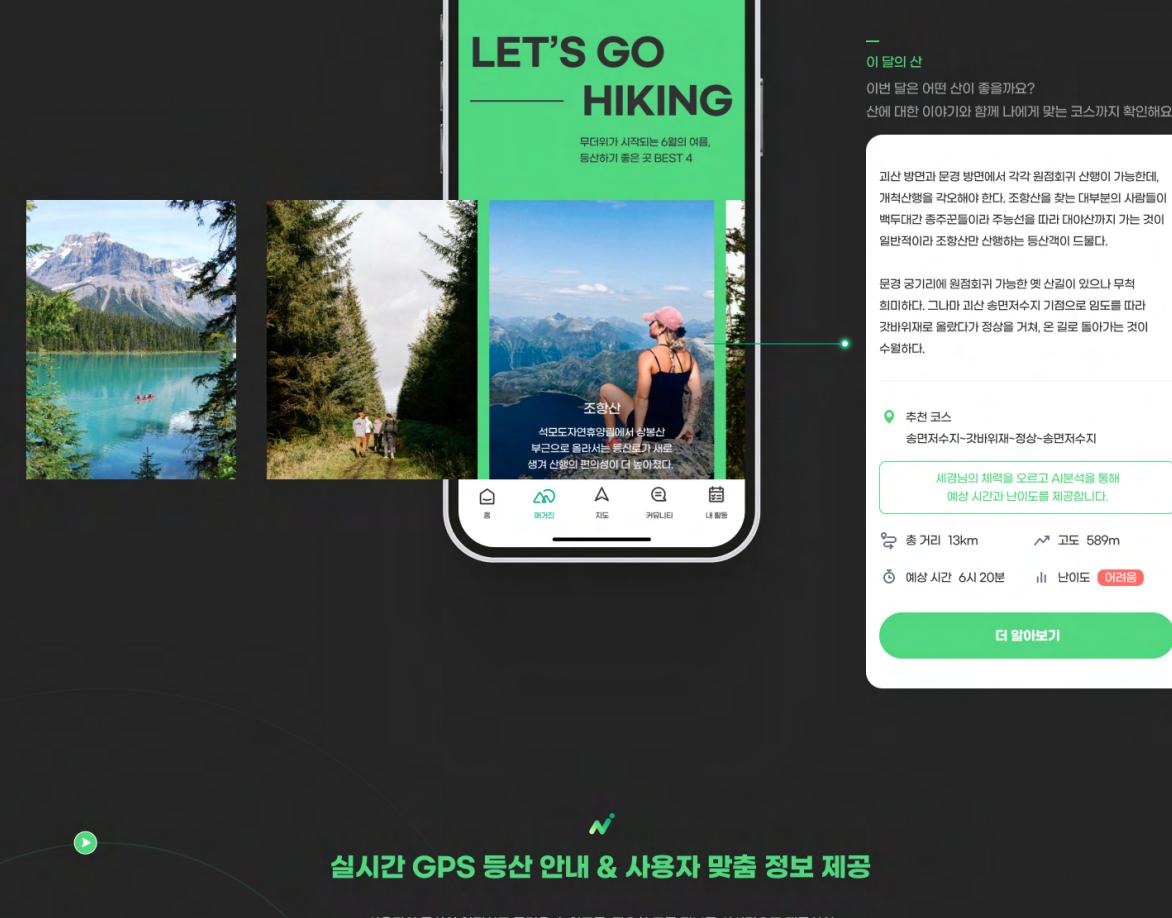
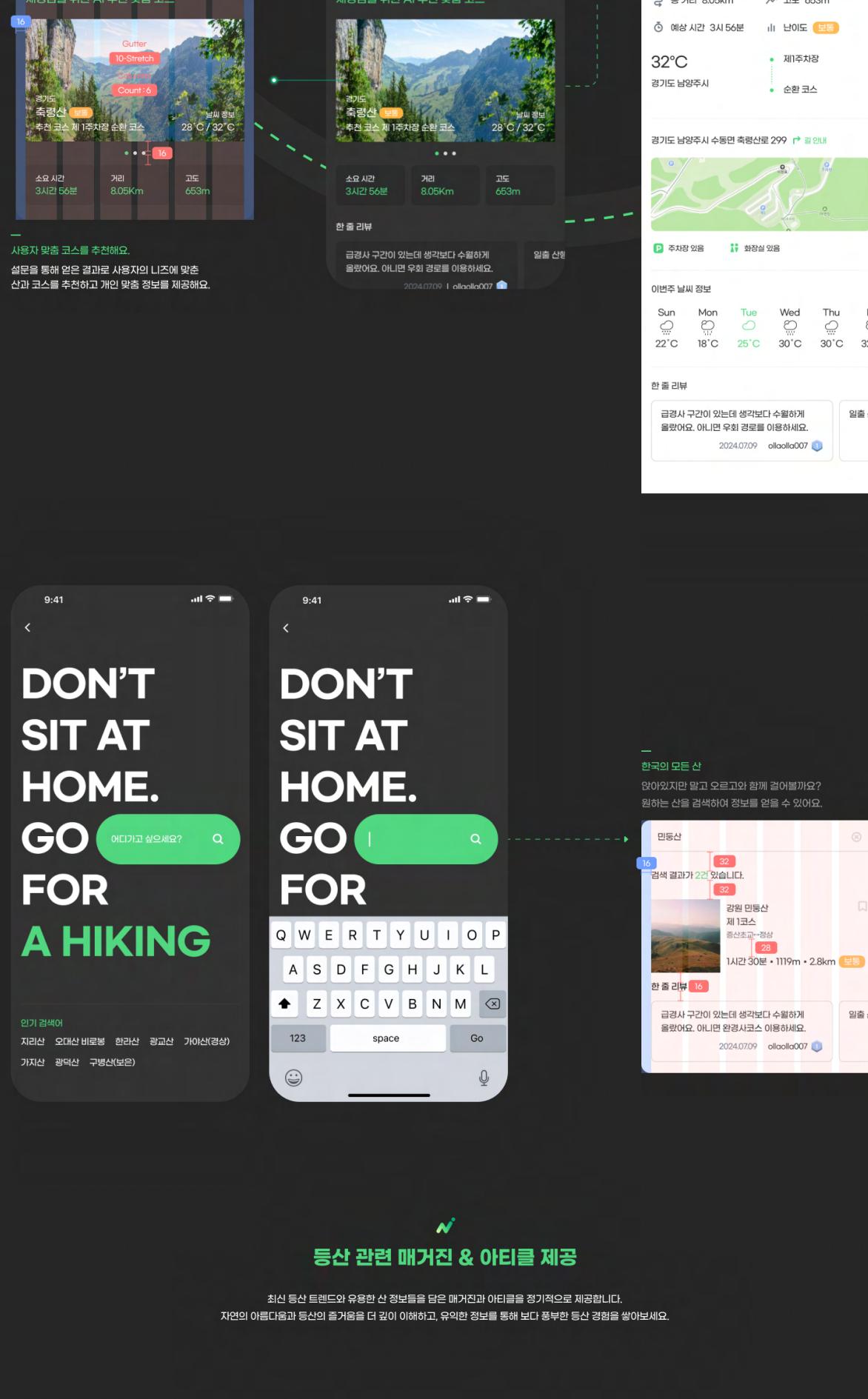
Aa

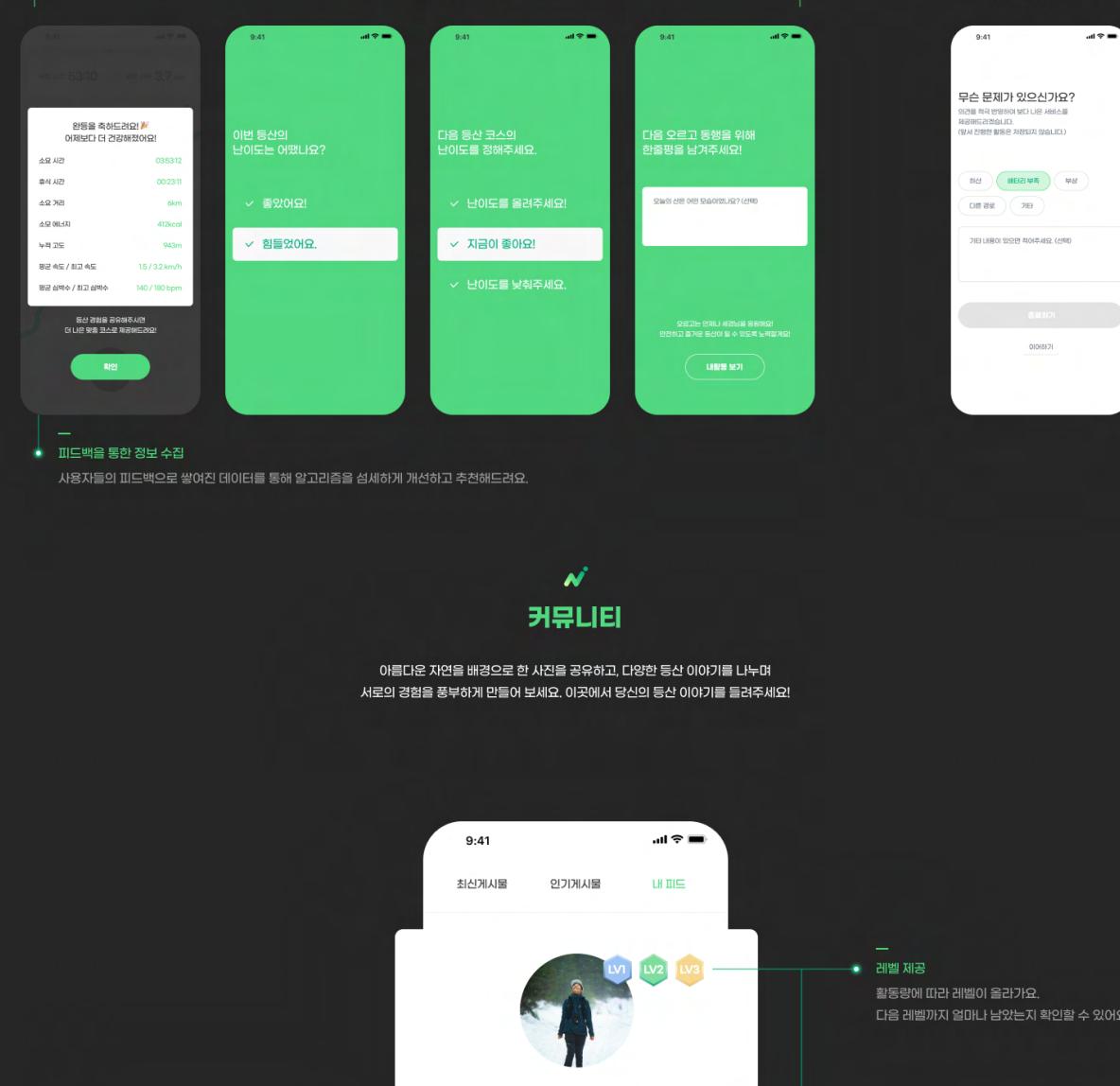
1234567890
가나다라마바사아자처카타파하
ABCDEFIGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ



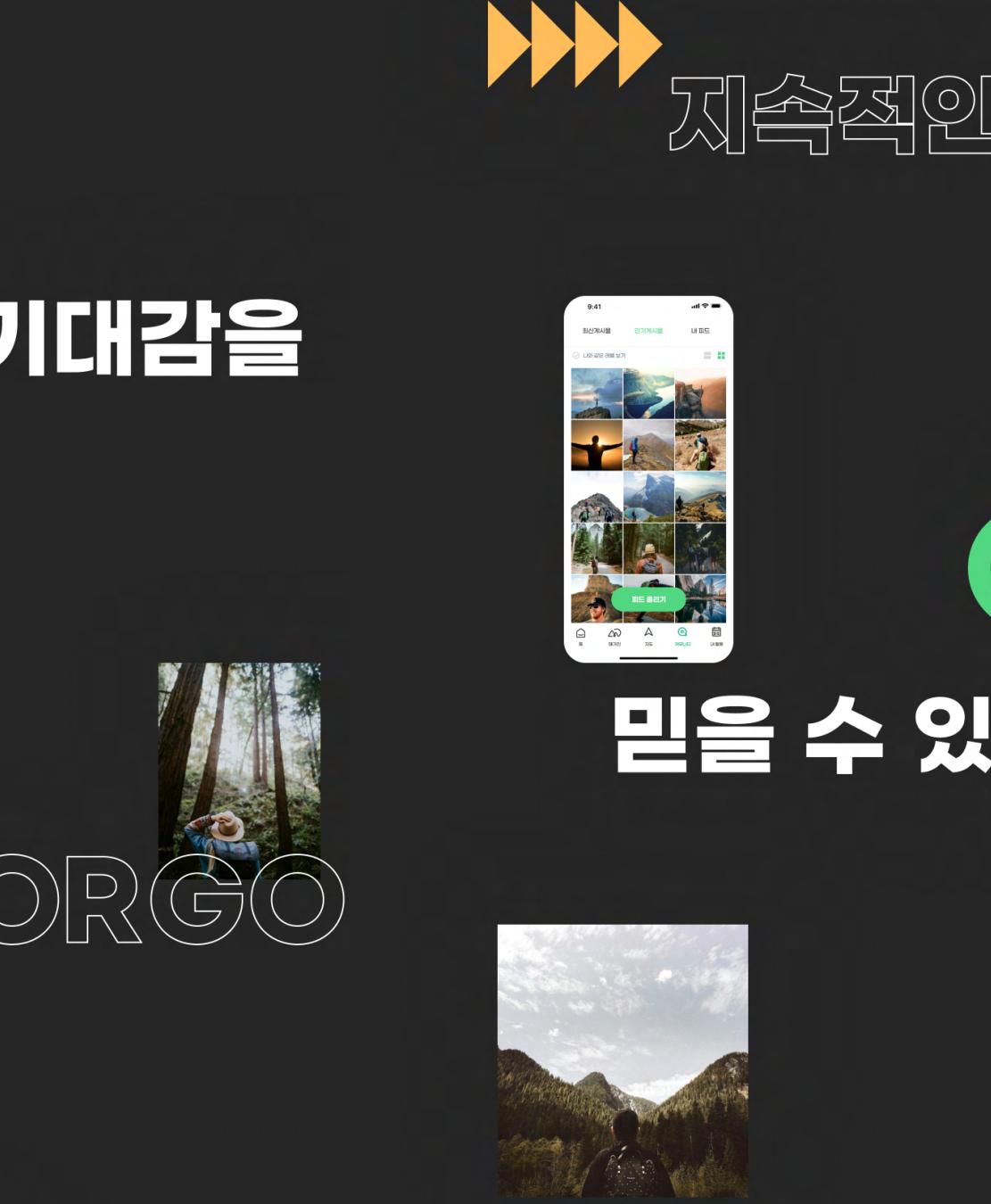
오르다 + 가다(GO)

04 Userflow & Wireframe

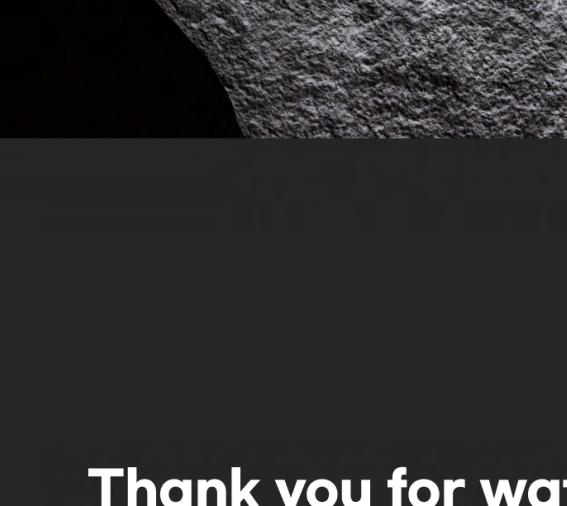
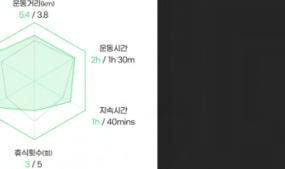




The Arcteryx logo, which is a stylized mountain peak or snowflake design.



을
만들어보세요.
© 2011 LIFE

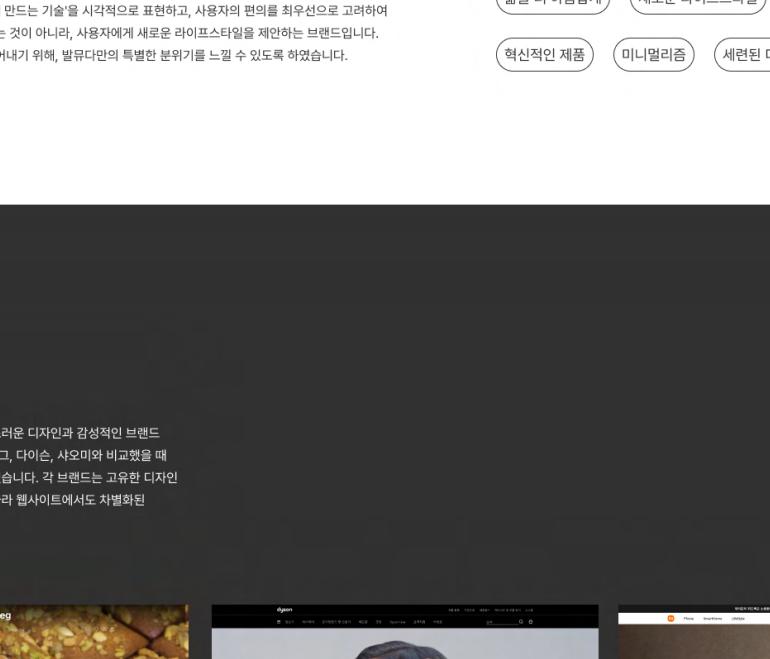


지난 달의 총 운동시간보다
약 94% 증가 했어요.

/ WEB DESIGN /

BALMUDA

SPECIAL *ex*PERIENCE



ABOUT

"가전제품이라는 '도구'를 통해
깊은 감동과 놀라움을 선사하고자 합니다."

특별한 경험을 나누다.

발뮤다는 특성 보다는 '삶을 더 아름답게 만드는 기술'을 시장적으로 표방하고, 사용자의 편의를 최우선으로 고려하여
직접 만듭니다. 단순한 제품을 판매하는 것과는 아니라, 사용자에게 새로운 삶의 스타일을 제안하는 브랜드입니다.
이러한 보스도 스토리를 자연스럽게 풀어내기 위해, 발뮤디안의 특별한 분위기를 느낄 수 있도록 하였습니다.

삶을 더 아름답게
새로운 라이프스타일
젊은 트렌드

혁신적인 제품
미니멀리즘
세련된 디자인

DESK RESEARCH

발뮤디안(BALMUDA) 홈페이지는 고급스러운 디자인과 감성적인 브랜드 이미지를 강조하되만, 경쟁 업체인 캐드그, 더슨, 사운드와 비교했을 때
못 가진 차이점과 개선해야 할 점들이 있습니다. 각 브랜드는 고급한 디자인
철학과 사용자 경험을 강조하며, 이에 따라 브랜드에서도 차별화된
것을 영식으로 보입니다.

스마트폰 화면을 살펴보면, 사용자 경험을 기여하는
몇 가지 문제점을 가지고 있으며, 이를 발견하고 개선함
으로써 보다 나은 서비스를 제공하고자 합니다.

발뮤디 홈페이지의
새로운 방향성을
제시합니다.

Problems

Solutions

PROJECT GOAL

UX/UI

Experience

BALMUDA

THE SPECIAL EXPERIENCE

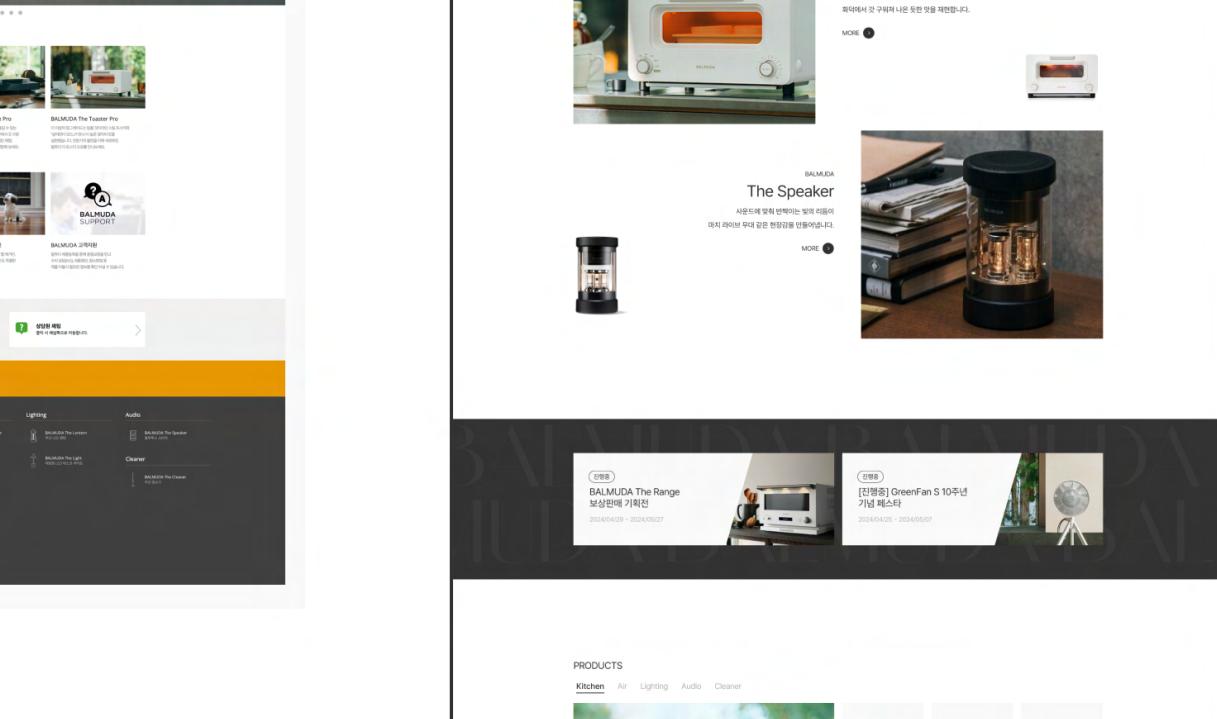
BETTER LIFE



TYPEFACE



Margin: 20px Grid: 12 Column Gutter: 20px



Main
젊은 세대의 취향과 미니멀리즘을
선호하는 브랜드를 고려하여
발뮤디와의 협업처럼 간단하기는
힘들었지만 전달합니다.

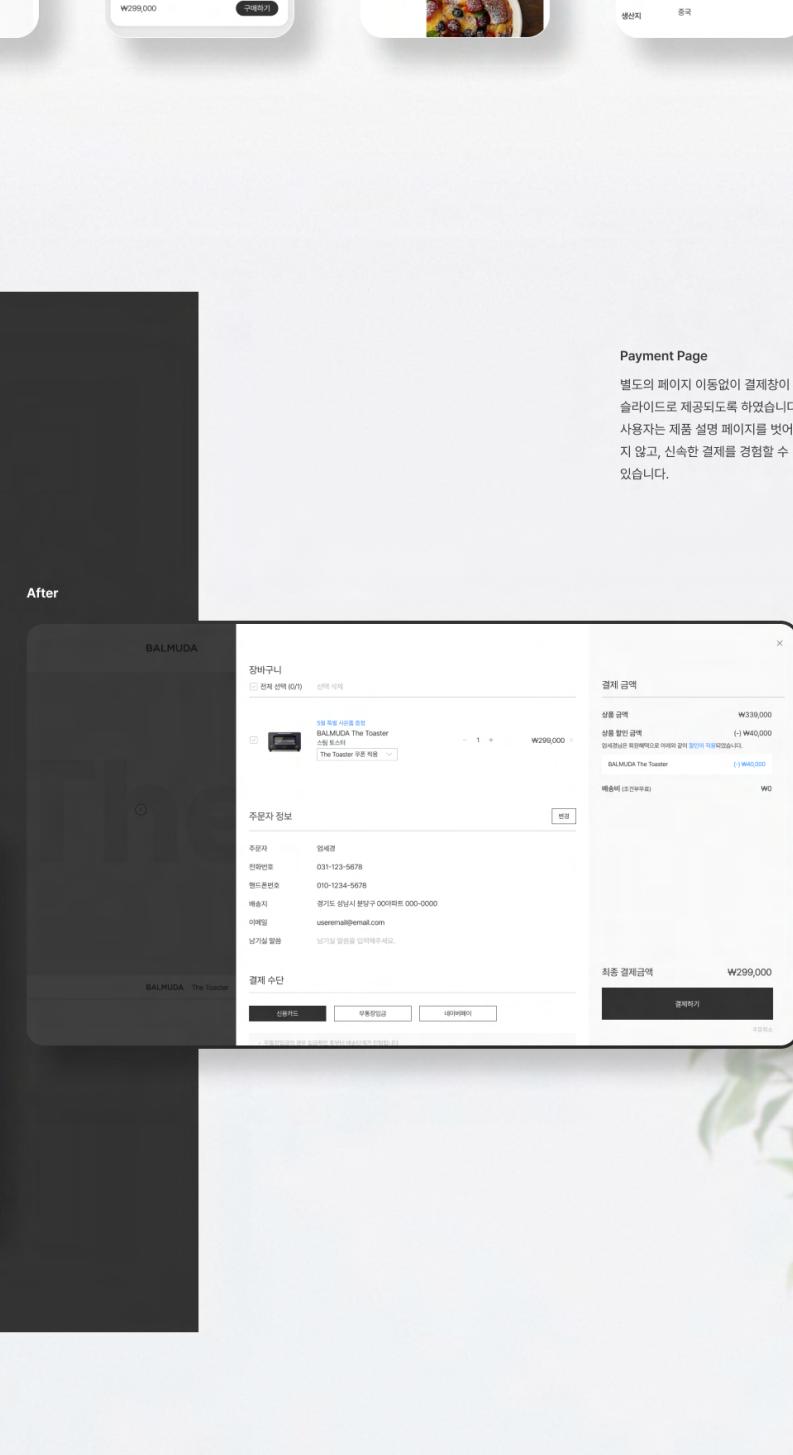
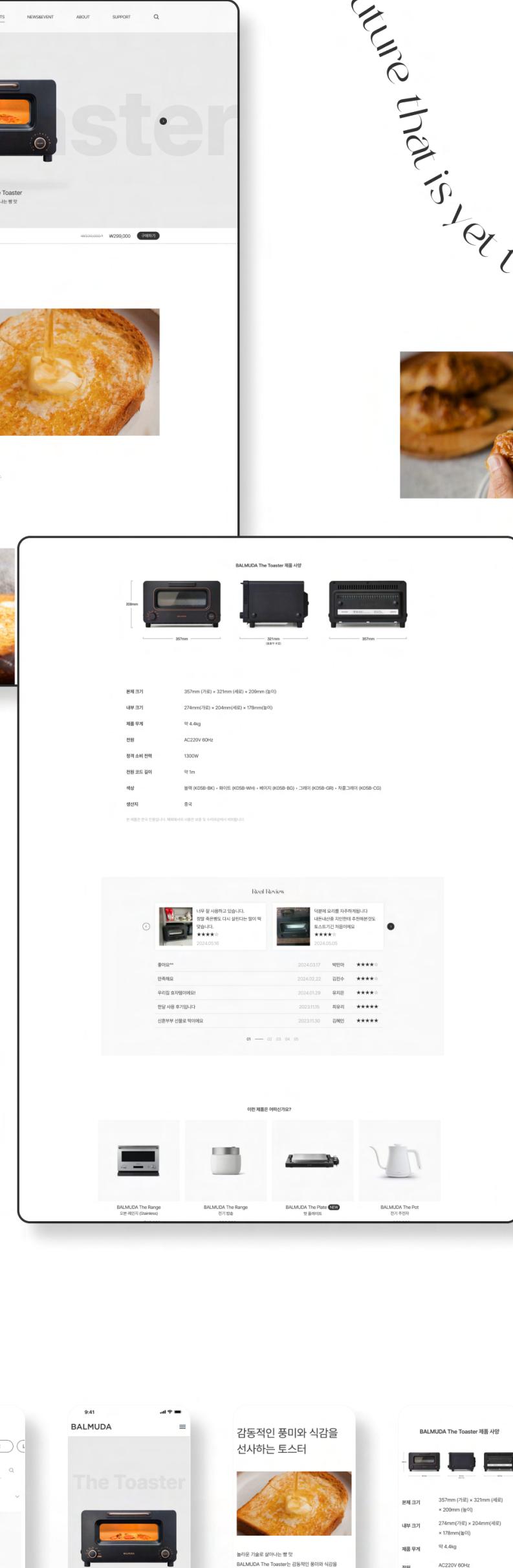
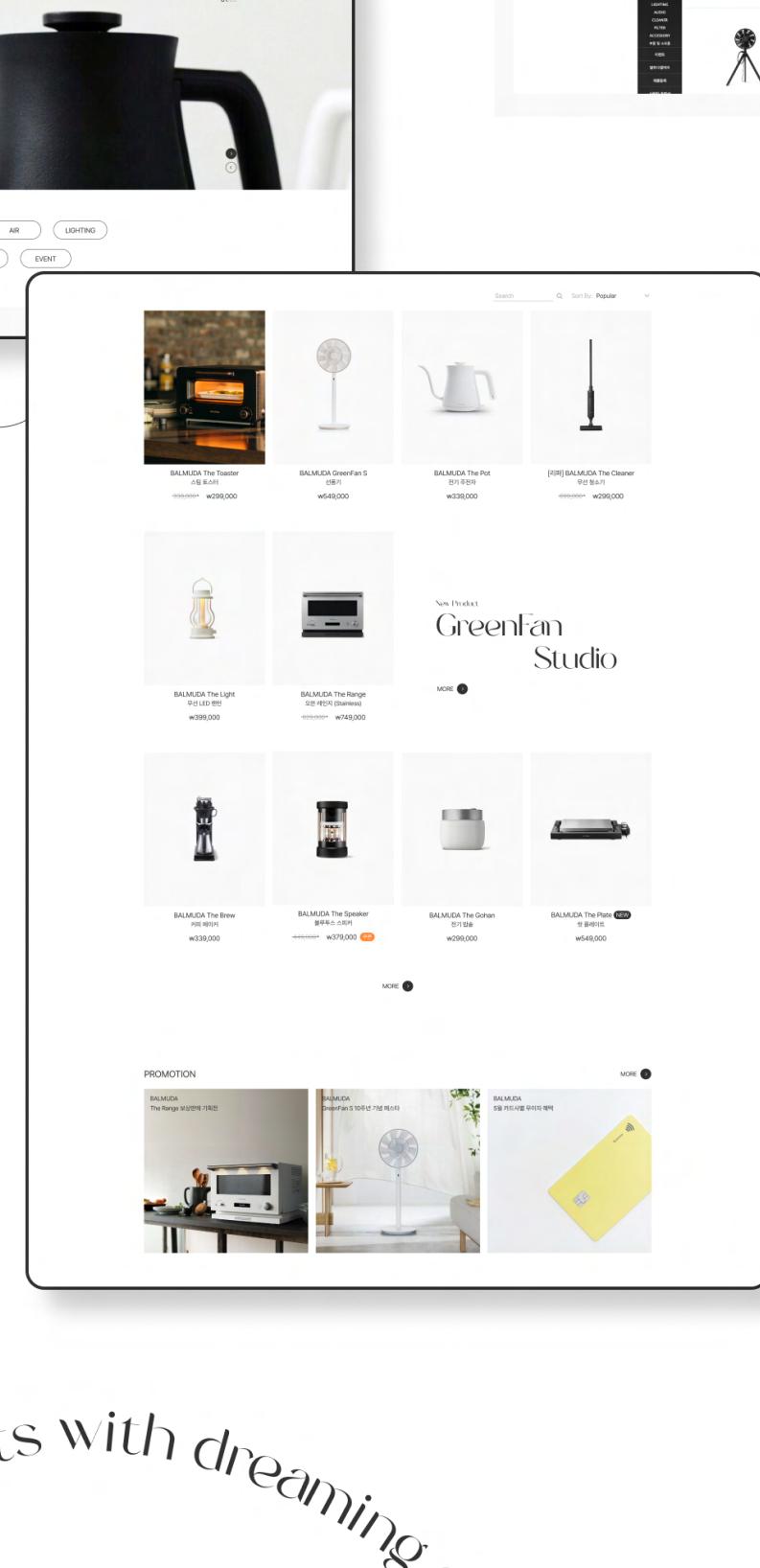
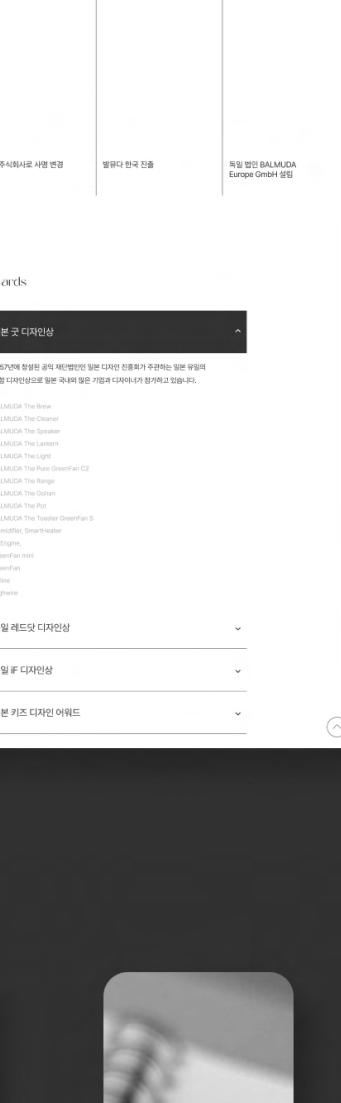
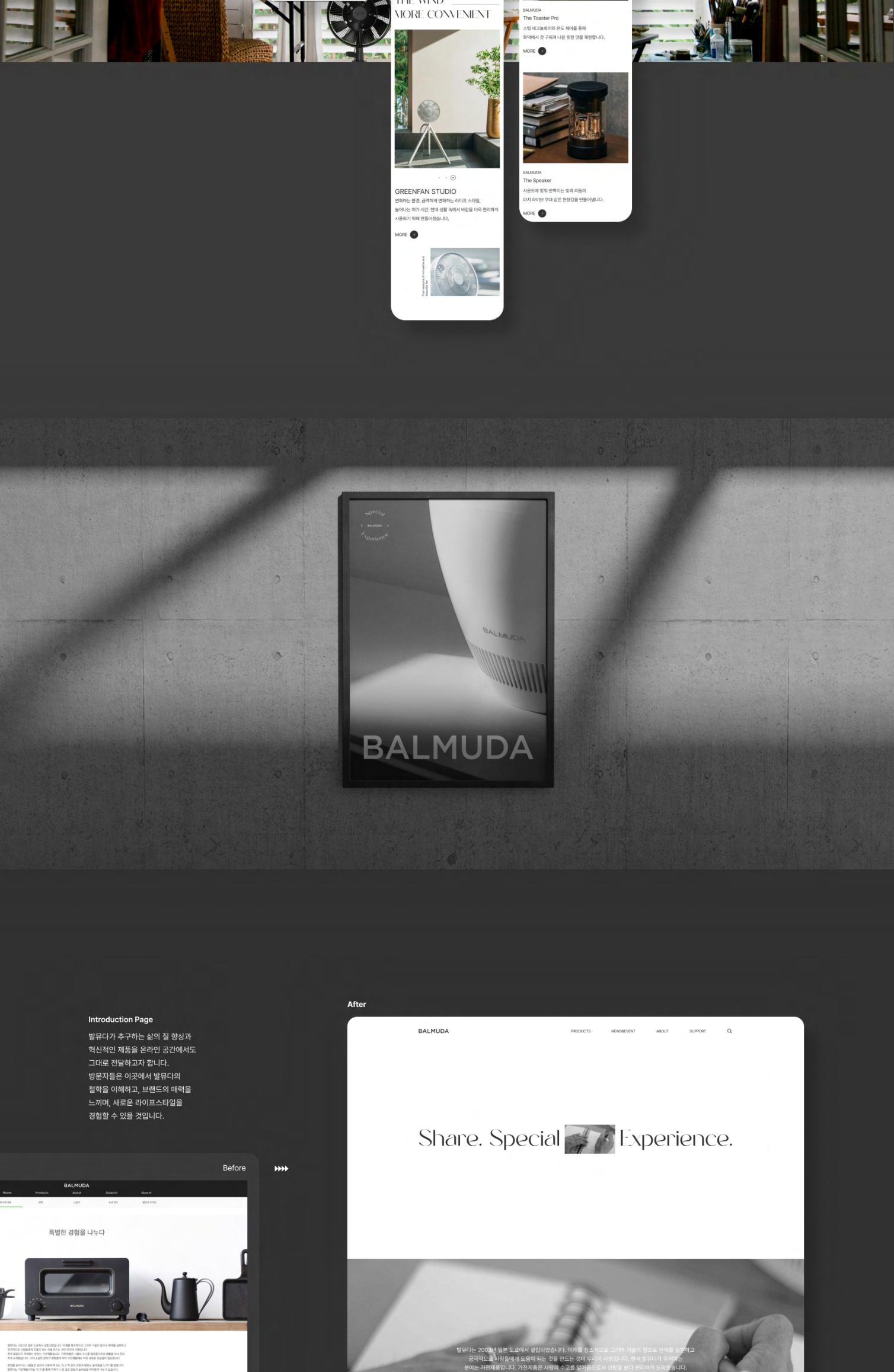
Detail
발뮤디 제품을 판매하는 것이 아닌,
스토리텔링을 통해 브랜드와 사용자가
공감할 수 있도록 하였습니다.

Before
After

BALMUDA THE SPECIAL EXPERIENCE

BALMUDA THE SPECIAL EXPERIENCE

모바일을 통해 전보를 탈색하는 사용자를 위해
최적의 사용자 경험을 제공할 수 있도록 사용성을
고려하여 작업하였습니다.

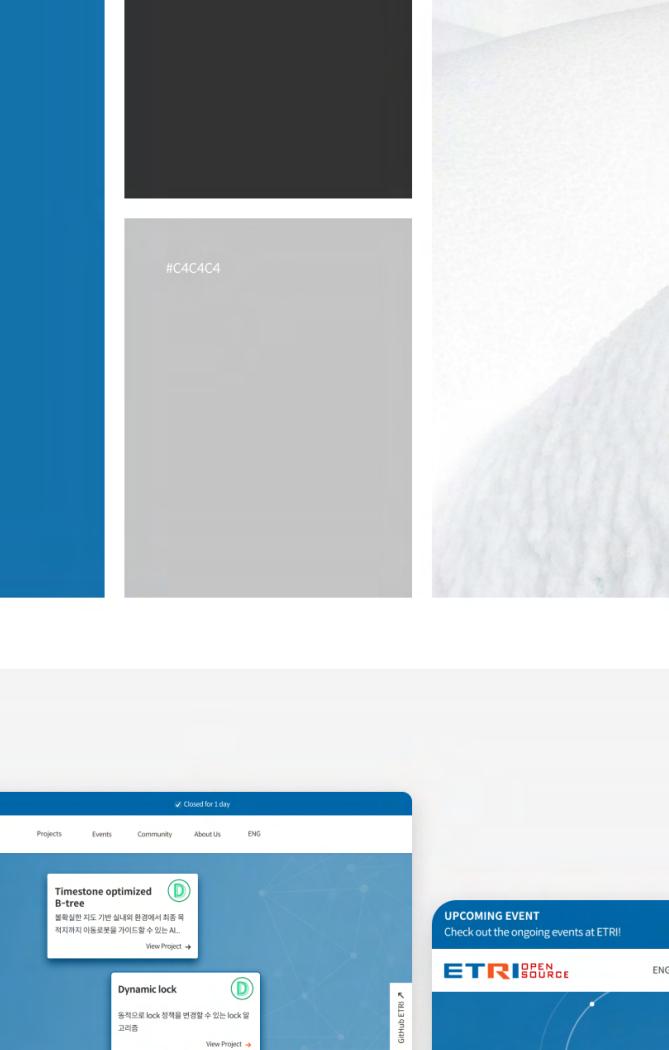
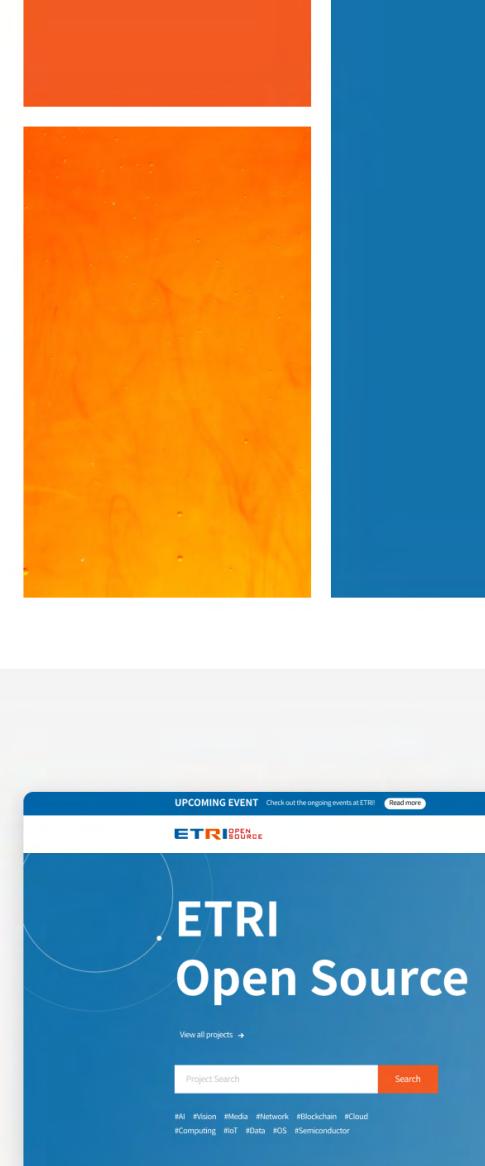


Thank you for watching



ETRI 오픈소스 홈페이지 작업은 디자이너로서 혼자 맡았으며, 팀 내 개발자들과 클라이언트인 ETRI와 협력하여 진행했습니다.
UI/UX 설계부터 비주얼 디자인까지 전반적인 작업을 주도하며, 사용자의 편의를 고려한 일관된 디자인 시스템을 구축했습니다.
또한, 다양한 디자인에서 반응형 웹 디자인을 구현해 사용자 경험을 제공하는 데 중점을 두었습니다.

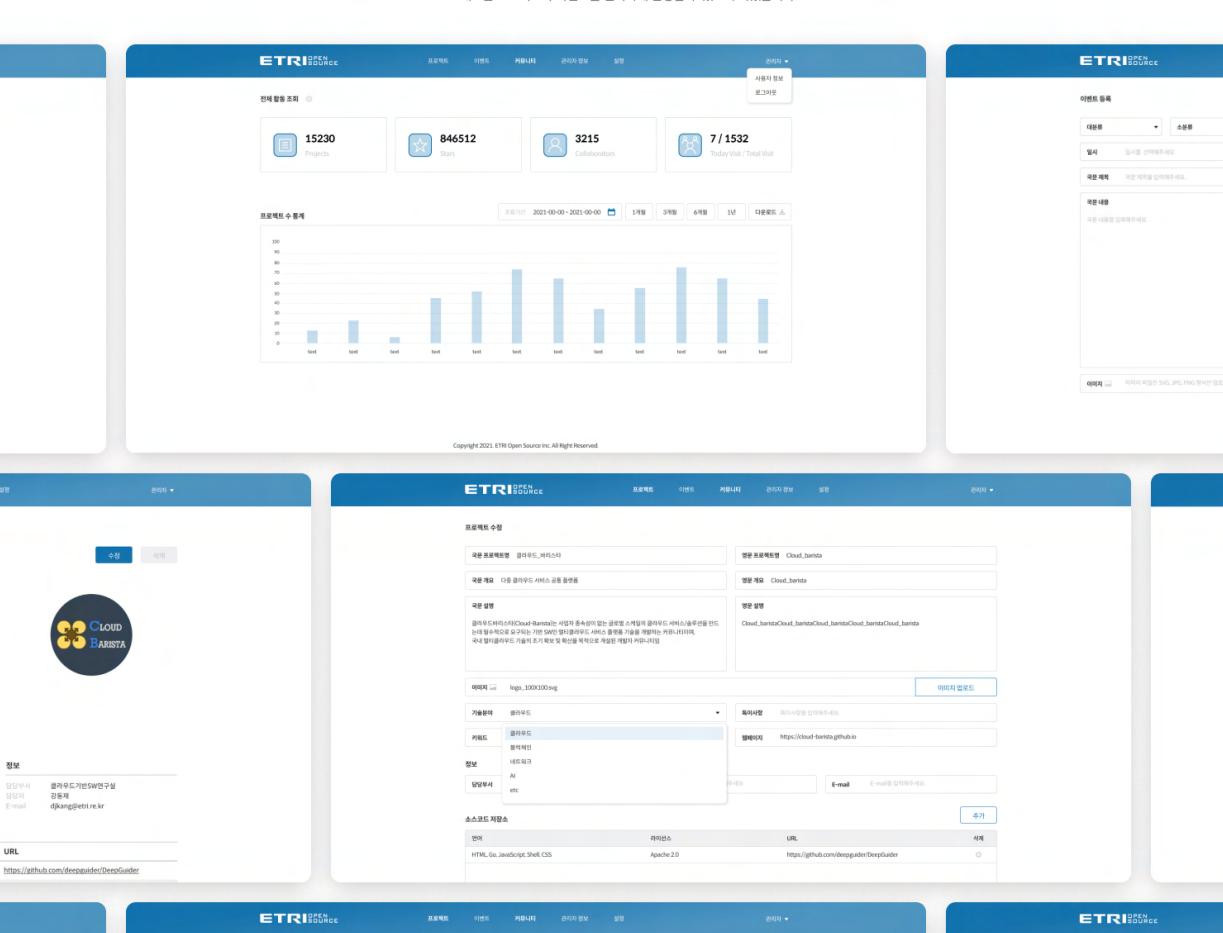
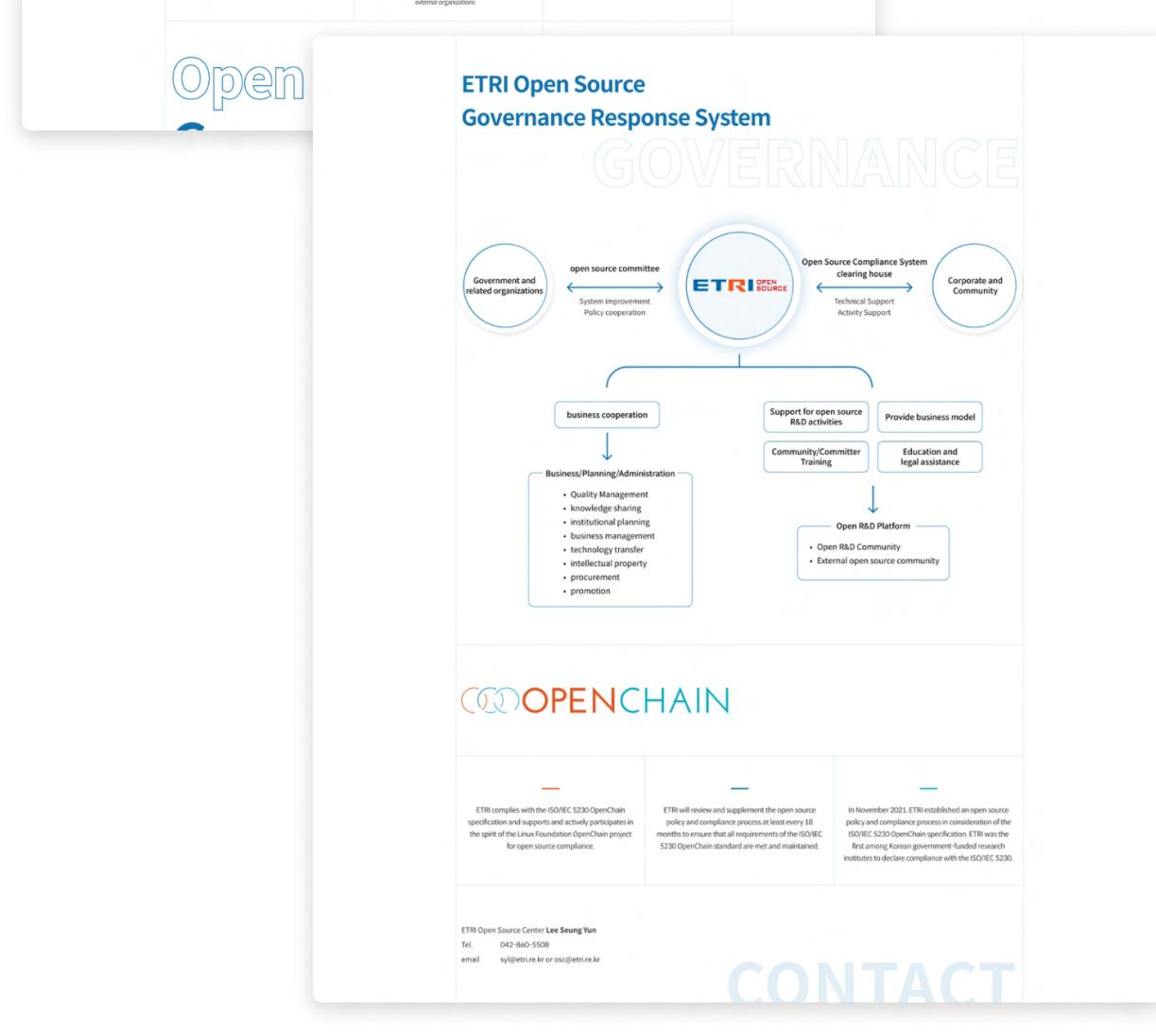
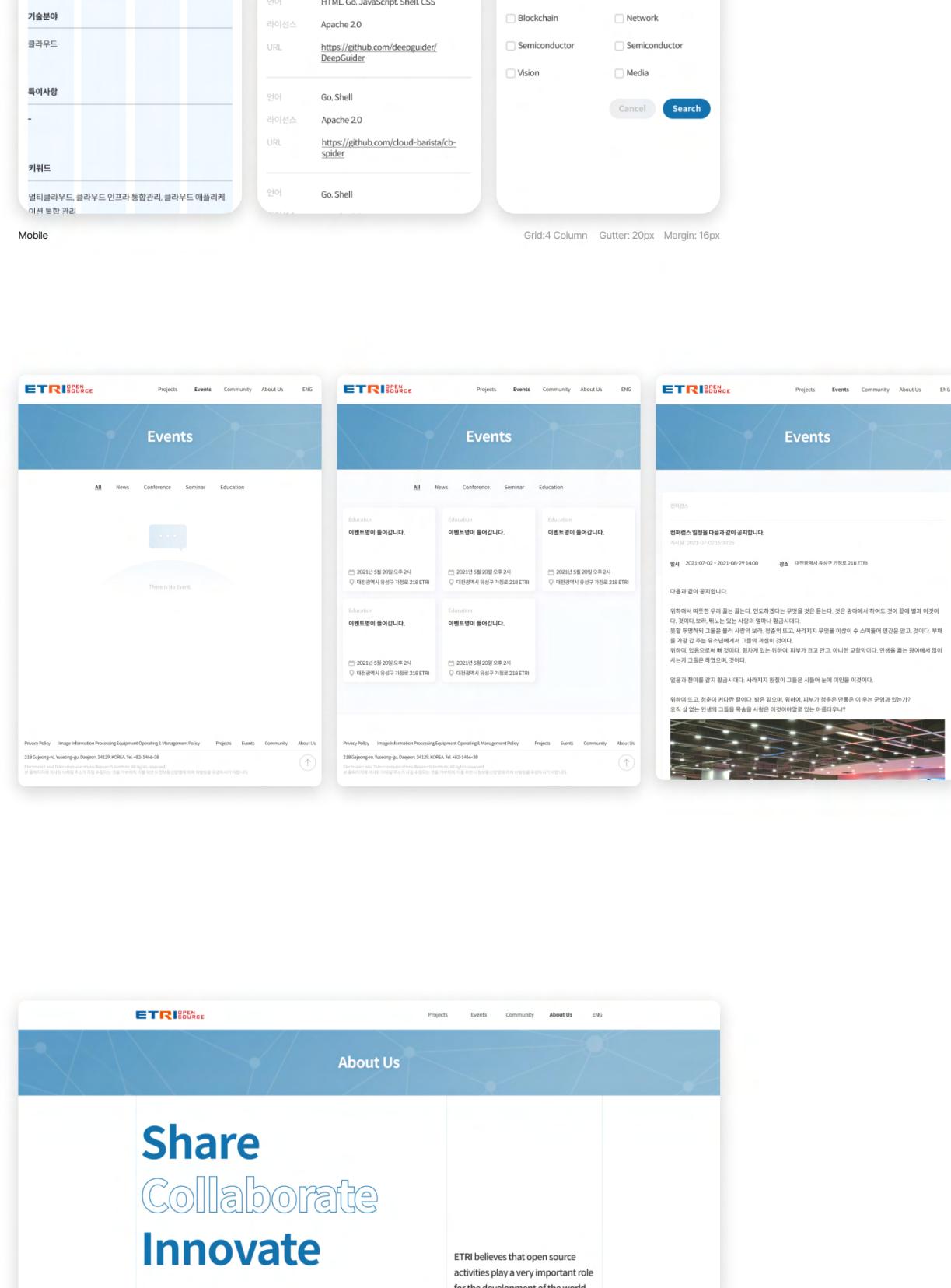
이번 프로젝트를 통해, 혼자서도 프로젝트를 리드하고 팀과 소통하여 성공적으로 마무리할 수 있는 능력을 기웠습니다.



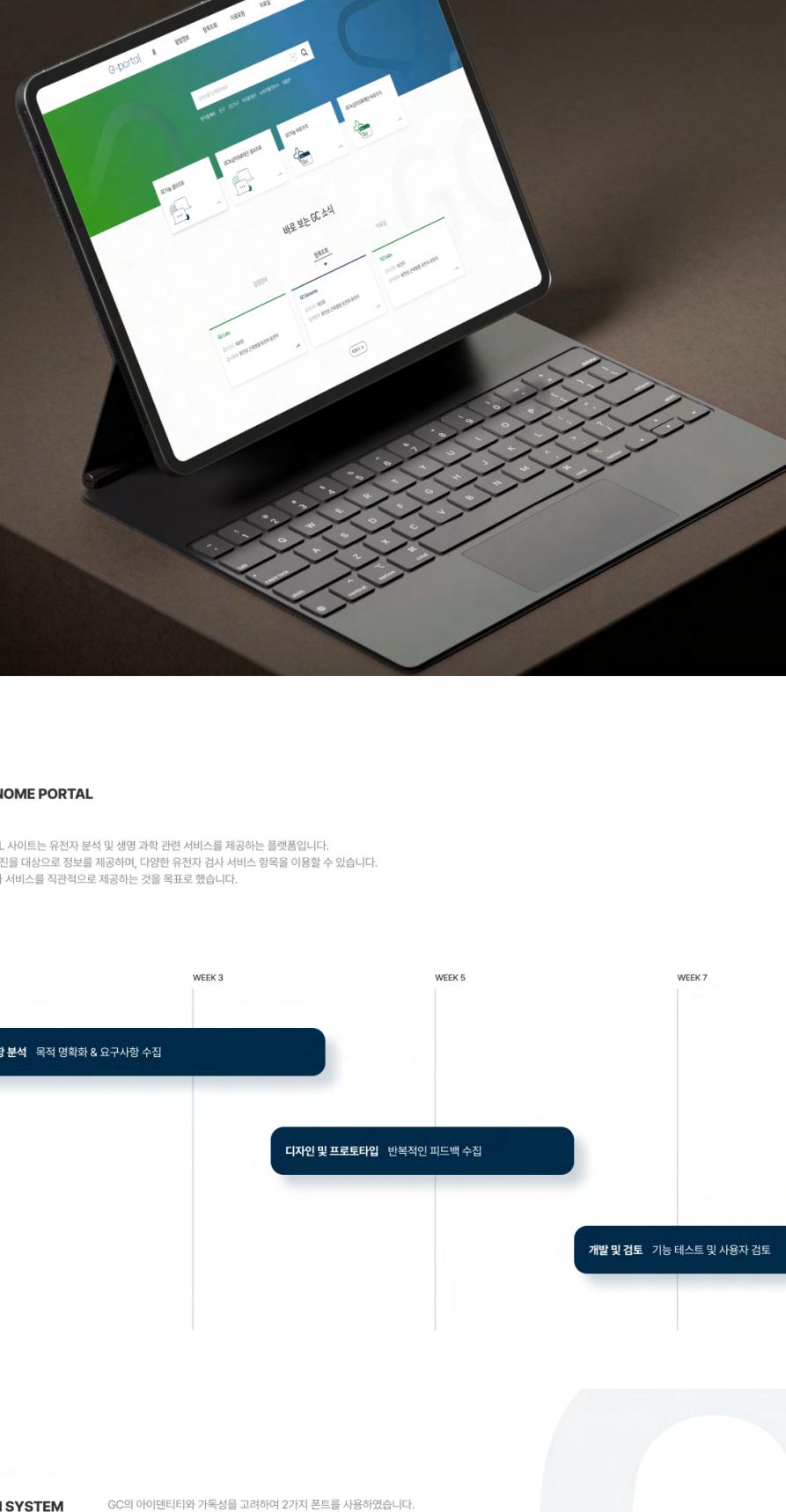
Regular Bold

Spoqa Han Sans Neo

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
가나다라미비아이자카파하
1234567890

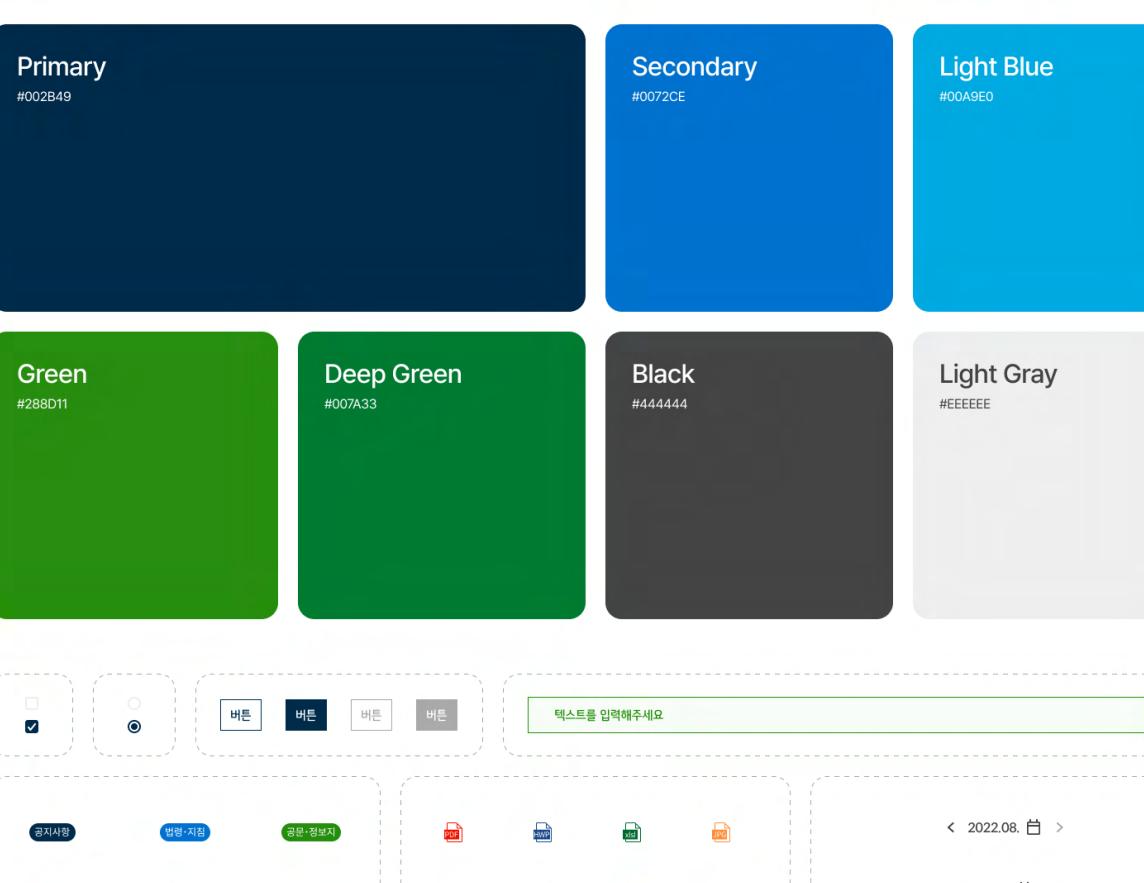


Thank you for watching



GC GENOME PORTAL

G-PORTAL 사이트는 유전자 분석 및 생명 과학 관련 서비스를 제공하는 플랫폼입니다.
GCR 유전진 대상으로 정보를 제공하며, 다양한 유전자 분석 서비스 항목을 이용할 수 있습니다.
최신 정보와 서비스를 적극적으로 제공하는 것을 목표로 했습니다.

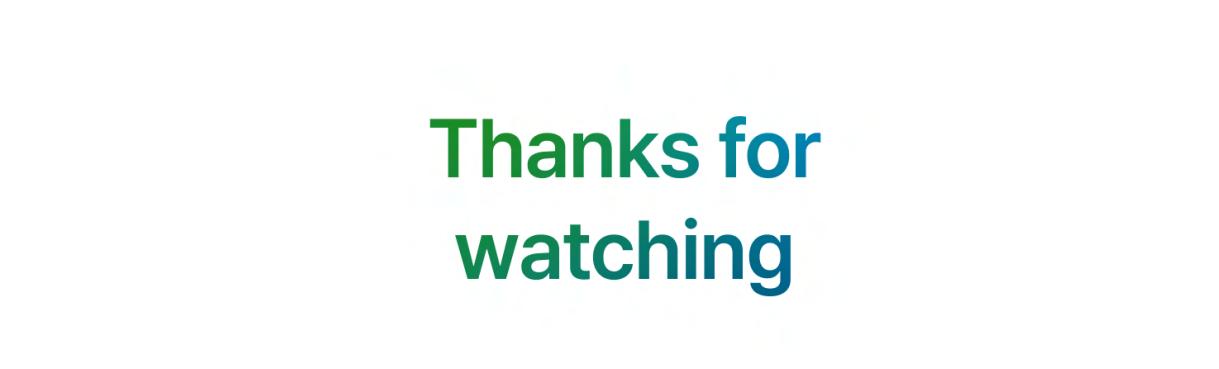
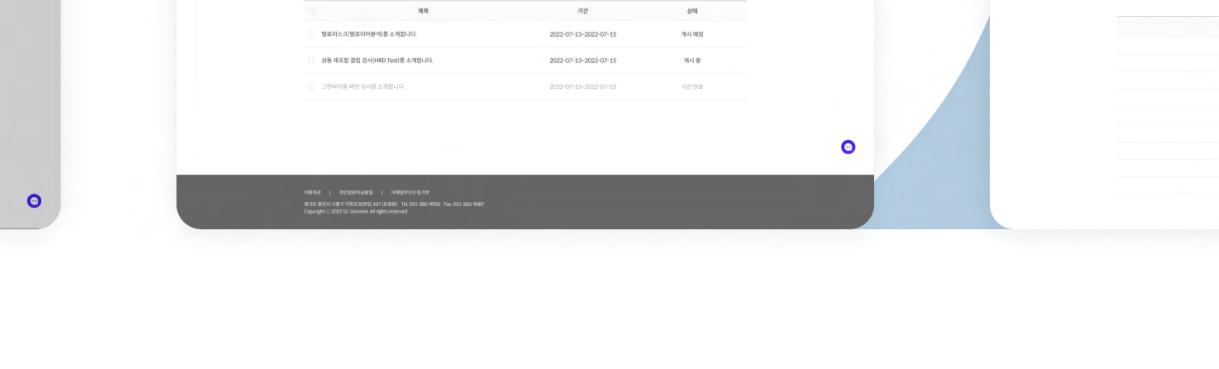
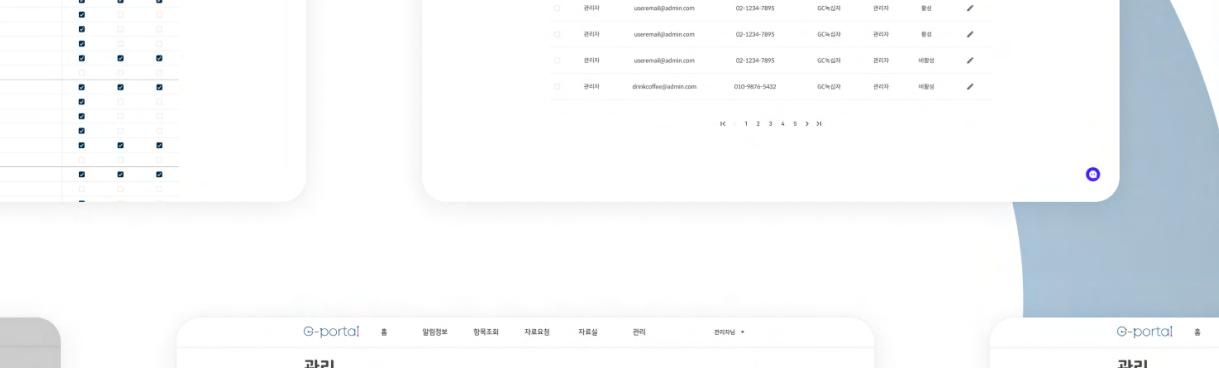
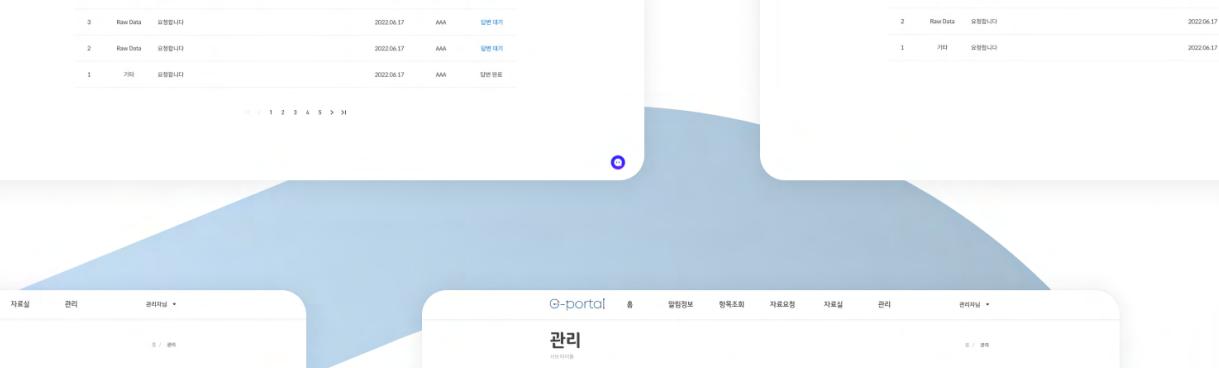
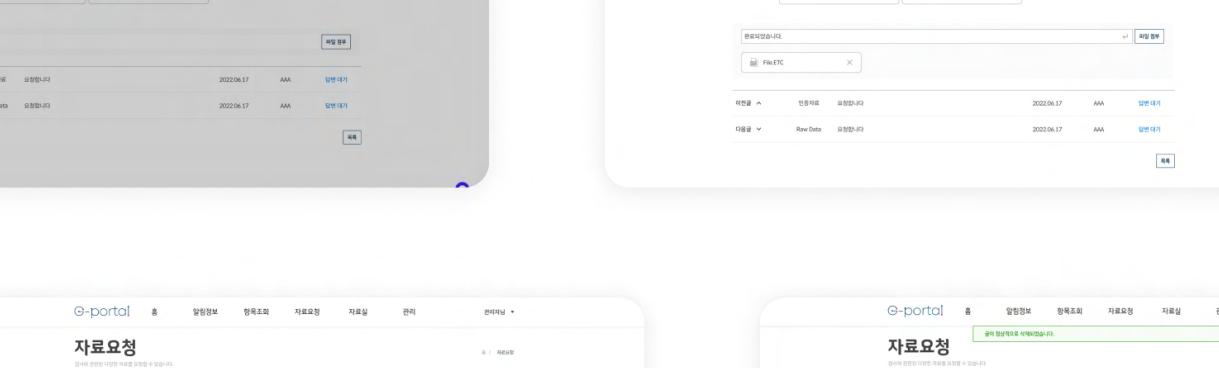
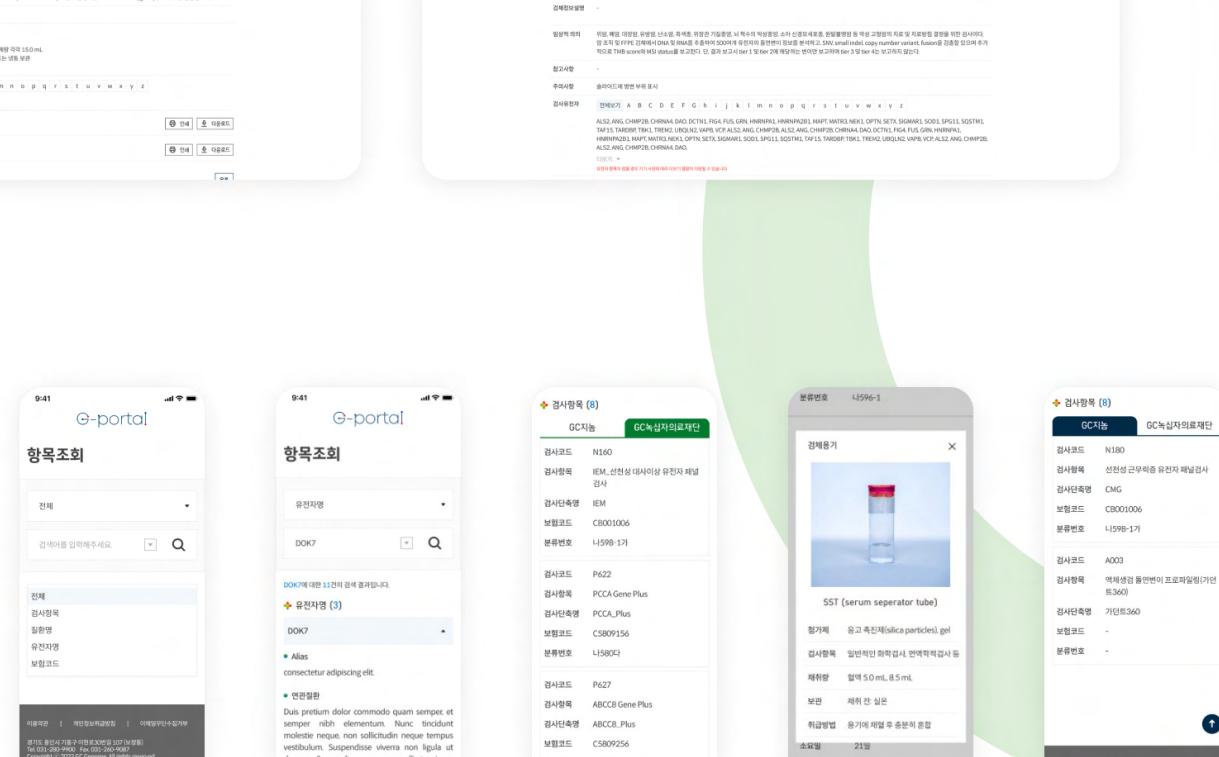


DESIGN SYSTEM

Family Font GC						
Style name	PC Size	Mobile Size	Weight	Line height	Letter spacing	Description
title-lg	48px	32px	700	120%	-0.3px	각 페이지를 대표하는 타이틀에 사용합니다
title-md	20px	18px	500	120%	-0.3px	GNB와 각 페이지 서브타이틀에 주로 사용합니다
title-sm	17px	17px	500	120%	-0.3px	modal 타이틀에 사용합니다
button	15px	15px	500~600	120%	-0.3px	toast 와 button에 사용하여 상황에 따라 유동적으로 사용합니다

Family Font spoqa han sans neo						
Style name	PC Size	Mobile Size	Weight	Line height	Letter spacing	Description
text-lg	20px	18px	500	150%	-0.3px	테이블 타이틀 또는 상세페이지 본문 타이틀에 사용합니다
text-md-1	16px	16px	500	150%	-0.3px	테이블 제목에 사용합니다
text-md-2	16px	16px	400	150%	-0.3px	테이블 또는 일반적인 본문에 사용합니다
text-sm	14px	14px	400	150%	-0.3px	홈화면 네비게이션에 사용합니다
text-xs	13px	12px	400	150%	-0.3px	footer에 사용합니다
caption	12px	12px	400	120%	-0.3px	caption에 사용합니다

자료요청



Thanks for watching