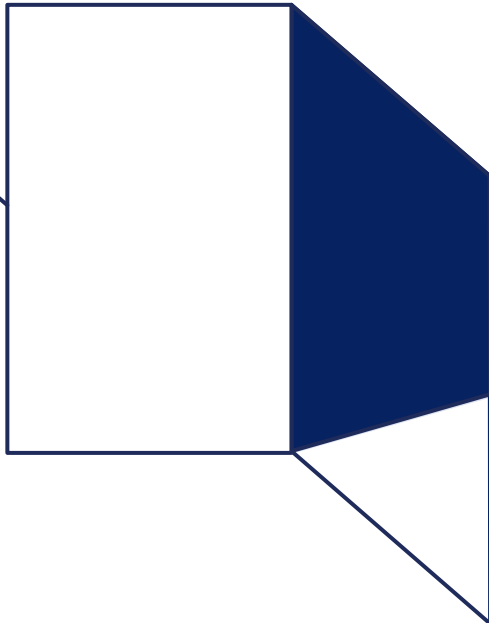


# RESEARCH, ANALYSIS

복잡함과 단순함의 대명사,  
은행 웹 사이트 분석

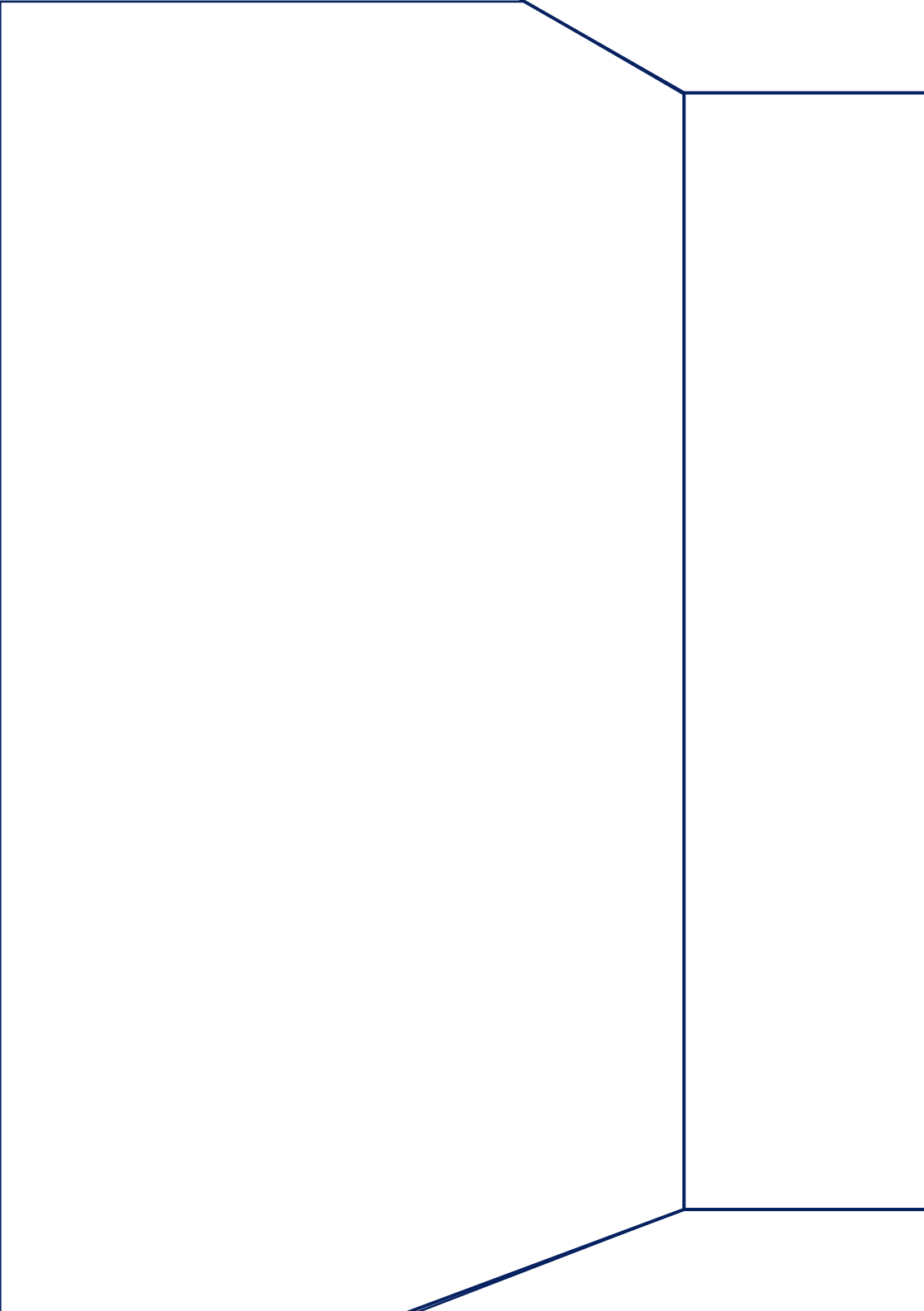


2019. 09-10

박희영 Park Hee Yeong







---

## 여는 말

제 4차 산업혁명으로 인하여 정보 기술이 기존의 정보통신 기술을 배경으로 급속도로 발전하면서 기하급수적으로 증가하는 정보는 다각화 되어가고 있다. 이러한 상황 속에서 사용자 요구를 뒷받침할 수 있는 근본적인 시각의 차이, 접근법의 차이, 그리고 차별화 된 분석 능력을 어떻게 가질 수 있을까 고민하였다. 내가 생각하는 가장 어렵고 복잡한 사용자 패턴으로 인한 많은 정보의 양을 담고 있는 모형은 은행사이트 라고 생각하였다. 그 많은 정보를 어떤 식으로 정보를 분류하는 지에 대해 다음 연구를 통하여 웹, 앱 금융 사이트 모형 분석을 하고, 비 대면 채널의 은행 서비스 이용 시 정보 설계 분야에 대한 구조를 파악하여 전반적인 프로세스 이해에 대한 분석연구를 실시하였다.

---

---

# 01

## UI ≠ UX

올바른 개념을 가지고  
체계적으로 접근하자

# 02

## 정보설계

많은 정보를 보다 쉽게  
접근할 수 있는 체계

# 03

## 사용성분석

3개 은행사 웹사이트 분석을  
중심으로



**UX**는 보이지 않는 것을 연구하는 것

**UI**는 그것을 보이게 만드는 것

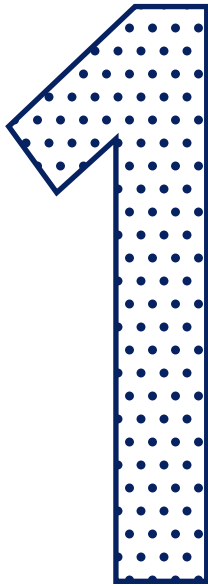
**UX**는 사용자가 느끼는 느낌, 태도, 행동

**UI**는 사용자가 인터페이스를 대면하는 환경

**UX**는 보이는 것에 대한 경험

**UI**는 사용자에게 보이는 인터페이스 그 자체





UX  $\neq$  UI

---

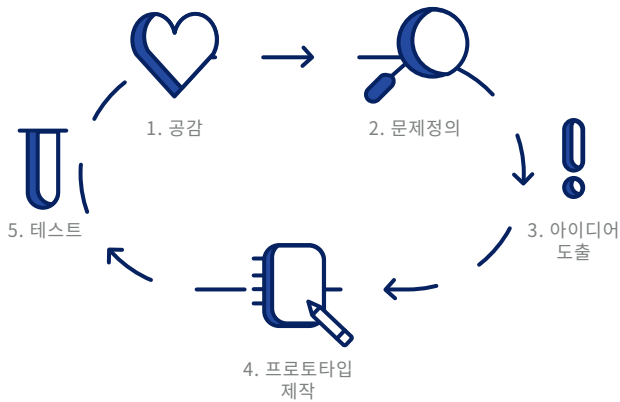
올바른 개념을 가지고자 체계적으로 접근하자



디자인과 혁신 연구는 기능(기술)과 감각의  
두 가지 측면에서 사람들의 니즈와  
직접적으로 연결될 수 있다

## 사용자 중심 설계

사용자 중심 설계 (UCD: User Centered Design) 또는 사용자 중심 디자인에서는 **사용자 입장에 맞추어** UX, UI, 인터랙션 등을 고려해 기획해야 하며, 심플, 심미적 통합, 일관성, 직접 조작, 피드백, 메타포, 색상, 사용자 조작, 등과 같은 요소를 고려해야 한다.



린 UX 프로세스

오늘날, 모든 프로젝트에 UCD를 수행하는 제대로 된 방법으로 분석한다면 거기에 필요한 시간과 자원이 어마어마하기 때문에 UCD를 기존 프로세스에 적용하는 전략이 다양하다. 그중 **다분야 융합적인 방법**을 강조로 하는 린 UX는 사용자에게 가치 있는 제품을 만들기 위해 ‘제작-측정-학습’ 순환 피드백을 기본으로 더 빠르고, 협력적인 결과물을 만든다. 이를 위해서는 **기획자, 디자이너, 개발자 간의 커뮤니케이션을 필요로** 하는데, 전반적인 프로세스 이해는 커뮤니케이션 간의 오류를 줄여주는 역할을 한다.



# 2

정보설계

정보설계는  
Information Architecture

조직체계와  
organization  
네비게이션 체계를  
navigation  
설계하여  
design

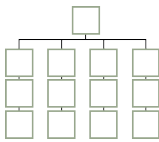
사용자들이 정보를  
검색 및 운영하도록 한다.

## 정보구조도

정보구조는 제공되는 서비스를 성격, 유형, 우선순위, 위계에 따라 **분류하고 배치하여 구조화하는 것이다**. 정보구조를 통해 전체 서비스의 뼈대를 설계하여 **서비스 내에 제공되는 많은 정보를 한눈에 파악**할 수 있도록 하며, **사용자가 원하는 정보를 보다 쉽게 접근**할 수 있도록 한다.

정보구조의 형태는 매체나 정보 유형에 따라 달라지며, 매체가 같더라도 정보의 양에 따라서도 달라진다.

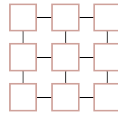
대표적인 정보구조의 형태는 계층 구조, 계열 구조, 그리드 구조, 네트워크 구조로 분류할 수 있다.



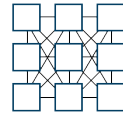
계층 구조



계열구조



그리드 구조



네트워크 구조

정보구조 형태

계층구조에서 사용되는 내비게이션 구조는 다음과 같다

### GNB: Global Navigation Bar

- Main 메뉴, 대분류 메뉴, 전체 사이트에서 사용하는 공통 네비게이션
- 어떠한 메뉴를 누르더라도 변화 없이 고정되어있는 메뉴
- 모든 페이지에 나타나는 전역적인 내비게이션

### LNB : Local Navigation Bar

- 서브메뉴, 중분류 메뉴, 각 서브 분류 별 사용되는 메뉴바
- GNB에 속한 Menu Bar를 누를 경우 나타나는 종속적인 Sub Menu
- 현재 서비스 영역에만 나타나는 지역적인 내비게이션.

### SNB : Side Navigation Bar

- 메인메뉴, 서브메뉴를 제외한 나머지 사이드 메뉴, 기타 메뉴바



## 사용성분석

3개 은행사 웹사이트  
분석을 중심으로



## 은행 웹사이트 분석



---

웹과 앱의 정보구조도를 분석하기 위하여 국가 고객만족도(NCSI)의 조사 대상 선정 기준을 참조하여 스마트폰 뱅킹 가입자 수 상위 3개 은행을 선정, 제1금융권의 국민은행, 신한은행, 우리은행을 그 대상으로 선정하였다.

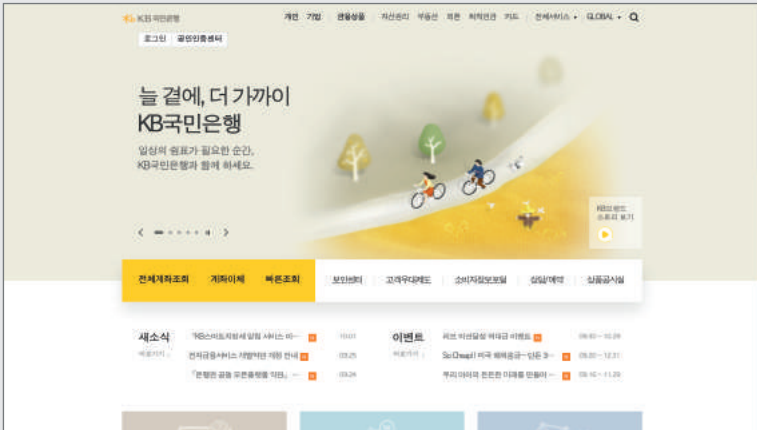
웹사이트와 앱에서의 정보구조도를 작성하고 분석하여 세 은행의 공통점과 차이점을 분석해 보았다.





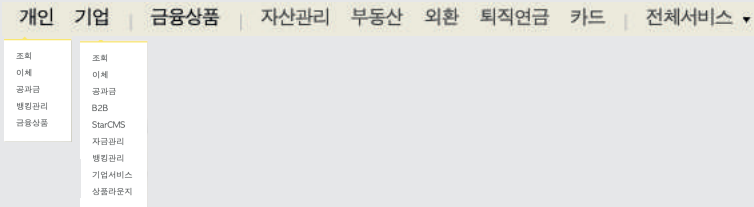
## 국민은행 내비게이션 분석

이미지 출처 : 국민은행 홈페이지



▲ 국민은행 웹 메인화면

국민은행은 총 8개의 메인메뉴로 구성되어 있으며 글로벌 내비게이션 영역에서 8개, 메인화면 내 바로가기 내비게이션에서 8개의 메뉴를 제공하고 있다.



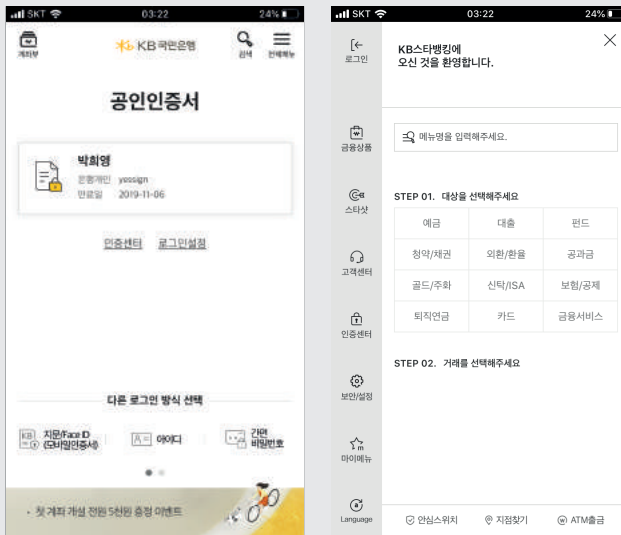
▲ 국민은행 글로벌 내비게이션

글로벌 내비게이션에서는 **개인 / 기업 내비게이션에서만** 팝업 형식으로 하위 메뉴를 표시하여 주 이용 콘텐츠에 대한 접근을 용이하게 하였다. 또한, 타 은행에 비해 글로벌 내비게이션에 은행 계좌 정보 뿐만 아니라 **KB금융그룹의 각 계열사의 국민은행의 서비스 또한 볼 수 있도록** 배치한 것이 특징이다.



#### ▲ 국민은행 바로가기 내비게이션

8개의 바로가기 내비게이션중 전체 계좌조회, 계좌이체, 빠른 조회 버튼 **3가지 버튼에 색의 차이**를 주어 강조하였다. 또한 가장 많이 노출되는 이미지 영역의 하단에 배치하여 주목성을 높였다.



#### ▲ 국민은행 앱 메인 / 메뉴화면

앱 화면에서는 타사 아이디, 전화번호 그리고 공인인증서를 통한 로그인을 동등한 선에 배치한 것과는 달리 **공인인증서를 통한 로그인**을 우선으로 메인 화면에 배치하였다. 전체 메뉴는 우측 상단에 있는 메뉴바를 통해서는 볼 수 있으며 좁은 화면에서 **두 단계의 템스를 한눈에 볼 수 있도록** 구성하였다.

## 국민은행 정보구조도





국민은행은 타 은행에 비해 내비게이션에서 주력상품을 뚜렷하게 나타내지 않는다. 하지만 8개의 내비게이션의 서비스는 특징별로 구분이 잘 되어 있어 원하는 서비스를 찾기 쉽다. 앱의 글로벌 내비게이션은 하단에 고정되어있고 로컬내비게이션이 비교은행 중 가장 적었다.







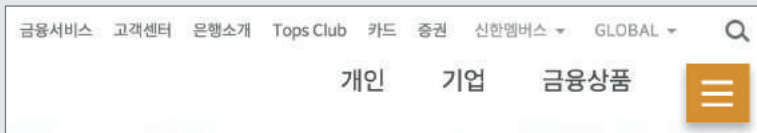
## 신한은행 내비게이션 분석

이미지 출처 : 신한은행 홈페이지



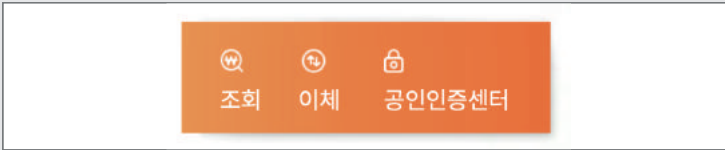
### ▲ 신한은행 웹 메인화면

신한은행은 글로벌 내비게이션이 11개로 세 은행 중 가장 많은 메뉴를 배치하였다. 타 은행어에 비해 스크롤 시 금융상품을 보이는 것에 비해 신한은행은 스크롤을 하지 않아도 금융 서비스 아이콘이 보일 수 있도록 하고, 글로벌 내비게이션에 금융 상품, 금융 서비스를 두개나 배치함에 있으므로 **타 은행에 비해 상대적으로 금융 상품에 대한 정보를 많이 노출시키고 있는 것**이 특징이다.



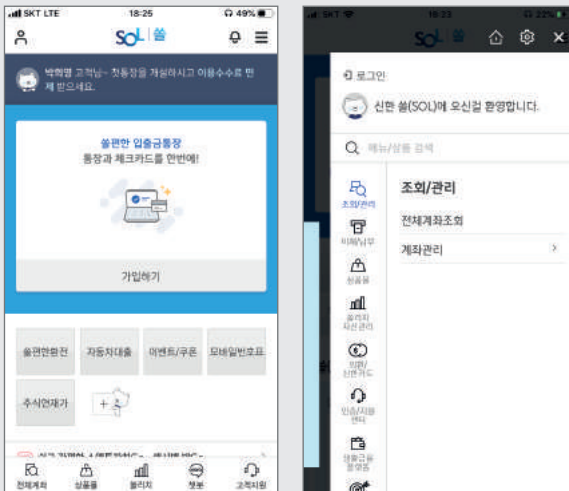
### ▲ 신한은행 글로벌 내비게이션

11개의 글로벌 내비게이션을 상단과 하단으로 나누어색, 크기, 그리고 위치의 차이를 주어 **이용률이 가장 많은 메뉴를 강조**하였다. 개인, 기업, 금융상품의 메뉴는 하단에 나머지 메뉴는 상단에 작게 배치하였다.



▲ 신한은행 바로가기 내비게이션

메인화면 바로가기 내비게이션은 가장 많이 노출되는 이미지 영역 안에 바로가기 메뉴를 배치하여 주목성을 높였다. 조회, 이체, 공인인증센터를 배치하여 타 사 은행과 달리 **공인인증센터를 로그인과 동일선상에 두지 않아 주목성을 높였다.**



▲ 신한은행 앱 메인 / 메뉴화면

앱 화면에서는 개인 계좌정보를 요약하여 한눈에 볼 수 있도록 하였고 이어지는 **하단에 사용자가 직접 맞춤 메뉴를 설정** 할 수 있도록 하였다. 이를 통해 많은 정보를 제공하기 한정적인 사이즈의 **매체에서, 사용자가 자주 이용하는 서비스의 접근성**을 높였다.

## 신한은행 정보구조도





신한은행은 글로벌 내비게이션에서 주요내비게이션과 보조 내비게이션으로 차등을 두었다.  
 보조 내비게이션은 작게 배치 하였고, 바로가기에서도 3가지 주요서비스만 강조하였다.  
 앱에서는 세 은행 중 글로벌 내비게이션의 갯수가 가장 많았고, 로컬내비게이션의 수가 많았다.





## 우리은행 내비게이션 분석

이미지 출처 : 우리은행 홈페이지



▲ 우리은행 웹 메인화면

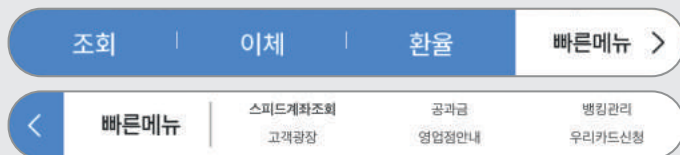
우리은행은 타 은행에 비해 글로벌 내비게이션에서 보이는 메뉴의 수가 적고 **다른 서비스는 전체 메뉴에서 볼 수 있다**. 대체적으로 타 사이트에서는 글로벌 내비게이션에 보험, 연금 등의 금융 상품들을 배치한 거에 비해, 우리은행에서는 **글로벌 내비게이션의 메뉴를 최소화**하고, 금융 관련 서비스는 메인화면에 아이콘 형태로 배치하였다.



▲ 우리은행 글로벌 내비게이션

우리은행의 글로벌 내비게이션에서는 페이지 별 로컬 내비게이션을 전부 팝업 형식으로 구성하여 **전 페이지 로컬 내비게이션을 메인화면에서 전부 접근할 수 있도록** 하였다.





#### ▲ 우리은행 바로가기 내비게이션

메인 페이지 내 바로가기 내비게이션에서 **타 은행들과 다르게 환율정보를** 제공하고 있다는 것이 다른 은행들과의 차별점이다. 빠른 메뉴 버튼을 클릭할 시 보다 더 많은 **개인 계좌에 대한 서비스 메뉴**를 볼 수 있도록 하고 둥근 형태로 배치하여 딱딱하지 않은 느낌을 준다.



#### ▲ 우리은행 앱 메인 / 메뉴 화면

우리은행 앱 메인화면은 **가장 정보를 많이 담고 있었으며**, 광고 배너 화면 중앙에 위치하고 있었다. 전체 메뉴가 타 앱과는 다르게 왼쪽 하단에 위치하고 있었고, **메뉴 안에서의 서비스 이동 버튼 또한 가장 많이** 구성되어 있었다.

## 우리은행 정보구조도



조회

이체

환율

빠른메뉴



우리는행은 주요 상품이 글로벌 내비게이션에서 강조가 잘 되어있는 반면, 그 외 상품들은 전체메뉴의 로컬내비게이션에 배치되어 있어 목표 서비스에 도달하기 어렵다. 앱 또한 로컬내비게이션에 치중되어 있는 것을 확인할 수 있었다.

### 3사 은행사이트 분석결과

은행명	GNB	갯수	
국민은행	개인, 기업, 금융상품, 자산관리, 부동산, 외환, 퇴직연금, 카드, 전체서비스	8	
신한은행	개인, 기업, 금융상품, 전체메뉴 /그 외 7	3	7
우리은행	개인, 기업, 자산관리, 금융상품, 카드, 전체메뉴	6	

세 개의 모델을 분석한 결과, 웹 메인화면에서는 세 은행 전부 개인, 기업 서비스를 글로벌 내비게이션에 배정하였고, 본인이 보유한 은행의 계좌 현황 정보를 메인화면 내 로컬 내비게이션에 고정되게 배정하여 사용자의 핵심 정보를 쉽게 접근하도록 설계되어 있다.

8개의 GNB

다양한 계열사

바로가기메뉴의 개인서비스 초점



국민은행은 계열사의 다양한 상품이 세분화되어있음을 내비게이션을 통해 확인할 수 있었다. 전반적으로 국민은행만의 아이덴티티를 살려 콘텐츠를 구성하였으며, 카테고리별로 글로벌 내비게이션을 분류하고 바로가기 내비게이션에서는 개인 서비스의 사용성에 초점을 두었다.



3개의 주요 내비게이션과  
7개의 보조 내비게이션

금융상품

신한은행은 타 모델에 비해 여러 내비게이션에서 **금융상품을 배치해 주력 상품을 강조**하였다. 글로벌 내비게이션은 11가지의 서비스를 분류하여주요 서비스와 보조 서비스의 내비게이션으로 나누었다. 주요서비스는 크기, 위치, 굵기의 차이를 통해 강조하였다.



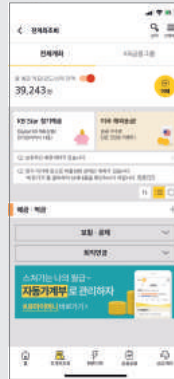
6개의 GNB

외환, 환율

주력콘텐츠 집중

우리은행은 **외환, 환율** 서비스를 강조하였으며, 위비 캐릭터를 사용하여 메인화면에서 **몇몇 상품만을 주목**하도록 하였고 웹/앱 모두 **주력 외 서비스는 전체 메뉴에** 담는 등 주된 콘텐츠에 대한 집중도를 높였다.

## 모바일 계좌이체 프로세스 분석



국민은행 계좌이체

로그인

이체버튼

출금계좌

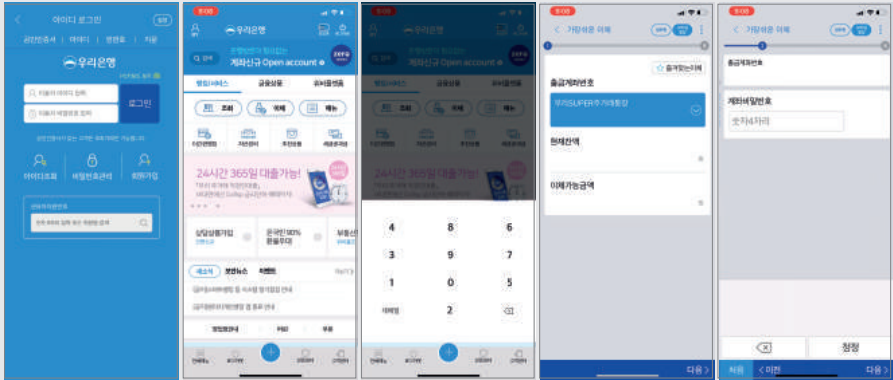


신한은행 계좌이체

이체내역

비밀번호  
입력

완료

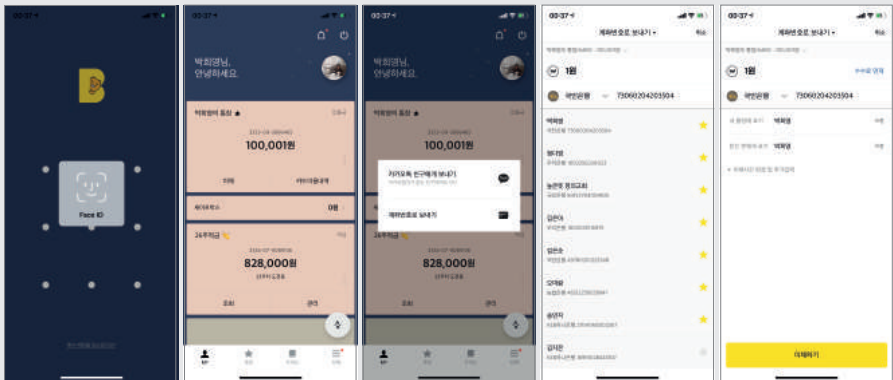


우리은행 계좌이체

로그인

이체버튼

출금계좌



카카오뱅크 계좌이체



이체내역

비밀번호  
입력

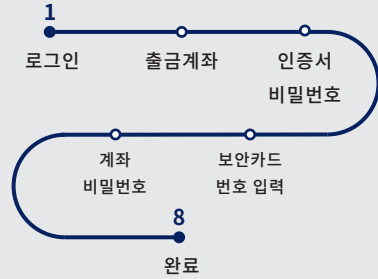
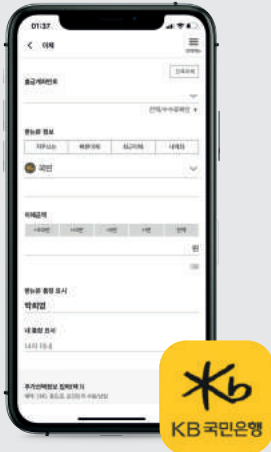
완료

이체내역

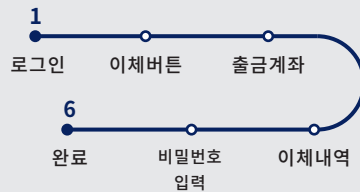
비밀번호  
입력

완료

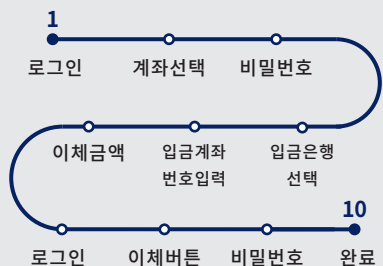
## 모바일 계좌이체 프로세스 분석결과



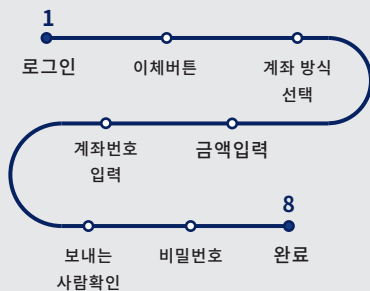
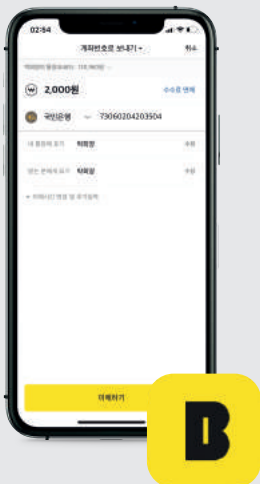
출금 계좌의 입력 단계 완료 시, 다음 정보 입력 단계가 한 화면 내에 추가되는 형식으로 수정이 자유롭고 타 은행에 비해 UI가 간단하지만 공인인증서 인증과정이 많다.



출금 계좌의 입력 단계 완료 시, 다음 정보 입력 단계가 한 화면 내에 추가되는 형식 수정이 자유롭고 선택지가 팝업형식으로 나타나 정보확인을 한눈에 할 수 있다.



계열구조 형태로 입력 시 다음 화면으로 넘어간다. 전 단계를 수정하고 싶을 때는 뒤로가기 버튼을 눌러 화면을 이동해야 한다. 상단에 현재 이체단계가 표시된다.



출금 계좌의 입력 단계 완료 시, 다음 정보 입력 단계가 한 화면 내에 추가되는 형식. 팝업으로 정보를 확인하고 선택하게 하여 단계가 복잡하지 않은 것처럼 보인다



## 총 분석결과

앞 장에서, 국민은행, 신한은행, 우리은행 3사의 정보 구조 특징과 프로세스를 분석해 보았다. 이를 통해 사용성에 대한 지표를 설정하고 순위를 선정하였다.

	국민	신한	우리
정보인식이 단순한가?	1	2	3
주요 콘텐츠가 돋보이는가?	2	1	3
목표한 기능에 직관적으로 도달할 수 있는가?	1	2	3
레이블링이 적절한가?	2	1	3
심미성이 있는가?	1	2	3
메인화면 내 LNB의 서비스 배치는 적절한가?	2	1	3
하위메뉴 배분이 적절한가?	2	1	3
서비스 별 이동이 자유로운가?	1	2	3

### 앱

계좌이체 단계의 화면 배치는 일관성이 있는가?	3	1	2
뒤로가기 버튼이 쉽게 발견할 수 있도록 설계되어 있는가?	1	2	3
메뉴의 내용과 계층구조는 알기 쉽게 표시 되었는가?	2	1	3

3사 बैं킹 메인 콘텐츠를 분류하여 살펴본 결과, 모든 은행은 주요 콘텐츠로 조회, 이체 및 금융 서비스를 메인에 제공 하고 있었으며 각 은행별로 **주력상품에 따라 제공하고자 하는 핵심 정보에 차이점**이 있어 제공 콘텐츠의 내용 및 분류체계는 각 은행마다 차이가 있었다.

---

## 맞는 말

국민은행, 신한은행, 우리은행의 정보구조를 토대로 각 사이트 별 현황을 분석 및 평가해 보았다. 연구모형을 분석하기 위하여 세개의 은행계좌를 개설하였는데, 공인인증서의 차질이 있어 친구에게 이체과정 화면 녹화를 부탁하여 친구의 계좌정보를 의도치 않게 보는 등 연구과정에서의 다양한 우여곡절이 있었지만, 연구과정을 통해 많은 정보를 효율적으로 분류하기 위한 다양한 방법이 있음을 확인하였고, 이를 통해 사용자에게 효과적으로 정보를 전달하기 위해서는 체계적인 정보 설계가 필요함을 깨달았다.



