

yofill

회사소개서

Company Introduction

Version 2023

필요를 창조하는 기업, 요필

Overview

- 한국과학기술연구원 KIST 연구노트 및 연구 플랫폼, 분석시스템 다수 개발
- 한국데이터산업진흥원 데이터바우처 '데이터가공' 공급기업 지정
- 식약처 공공데이터활용 창업 경진대회 대상 수상
- 벤처기업(혁신성장형) 인증 획득 및 소셜벤처기업 인증



Business
사업영역



업무 시스템 및 B2C 플랫폼

업무 생산성과 리소스 효율 추구,
수익을 창출하는 기관 및 기업용
시스템 및 플랫폼 개발



온라인 커머스, 복지몰

수년간 고도화를 통해 안정적인
퍼포먼스를 구현하는 PC/Mobile
온라인 커머스 개발 및 복지몰 공급



기업 및 제품 홈페이지

고객에게 각인되는 기업의 DNA 기반
브랜딩 기법으로 기업과 제품 홍보에
효과적인 홈페이지 개발 및 운영



온라인 홍보/콘텐츠 마케팅

기업 커뮤니케이션 전략에 기반한
콘텐츠 제작과 온라인 멀티 채널 운영,
다양한 온라인 마케팅 및 PR 수행

Platform
자사 플랫폼

정부사업정보포털, 따본

[홈페이지 바로가기](#)

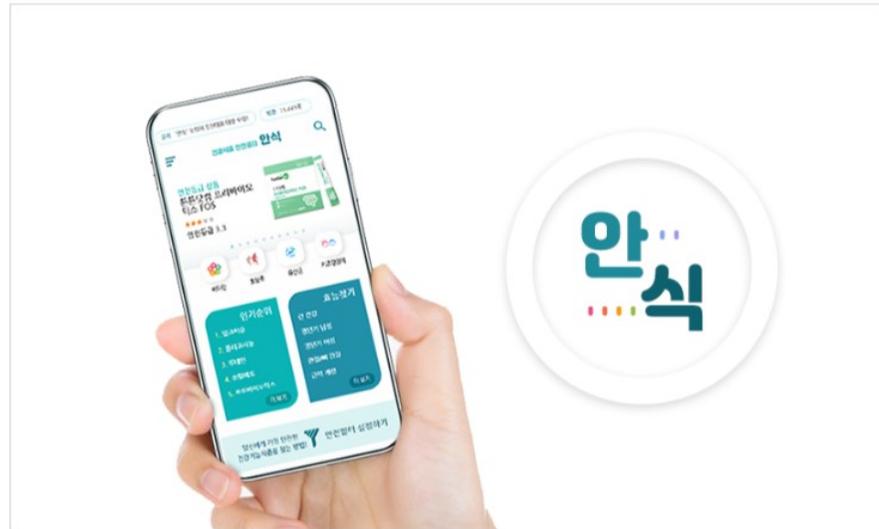


Platform
자사 플랫폼

건강기능식품 안전필터, 안식

수상내역 식약처 창업경진대회 대상 수상

[홈페이지 바로가기](#)

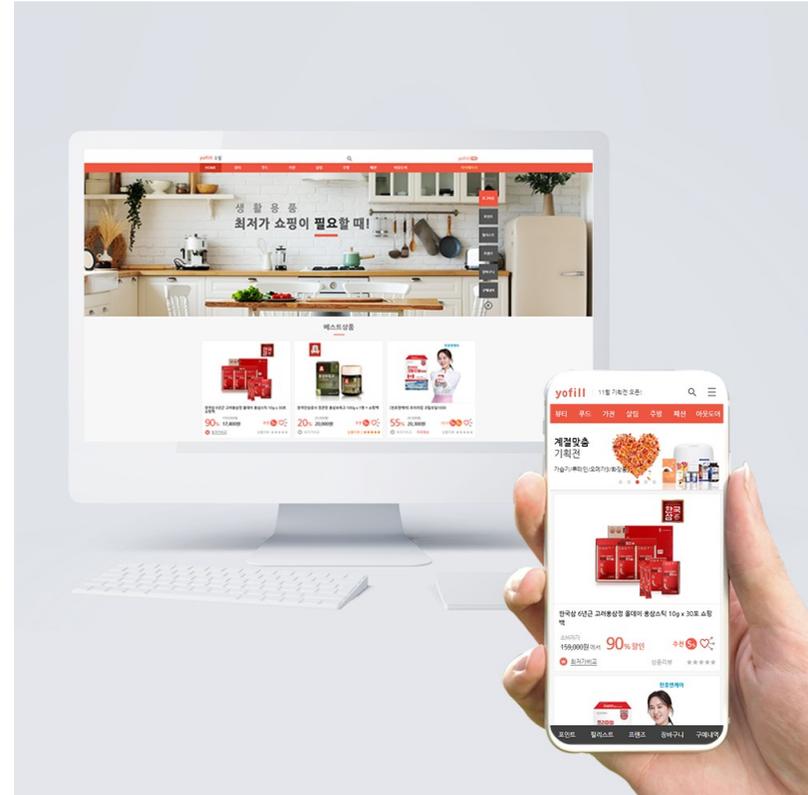


Platform
자사 플랫폼

생활용품 공동구매 커머스, 요필

- PC Web
- Mobile Web / APP

홈페이지 바로가기



Organization

개발 조직

백엔드 개발	프론트 개발	디자인	기획/전략/운영
Back-end Development	Front-end Development	UI / UX Design	UX / Strategy / Consulting
<u>풀스택 개발(백엔드+프론트):</u> 백엔드 PHP + 프론트 SVELTE, JS, 안드로이드 15 years of experience		<u>UX 디자이너</u> 3 years of experience	<u>기획 총괄</u> 15 years of experience
<u>풀스택 개발(백엔드+프론트):</u> 백엔드 JAVA + 프론트 JSP 5 years of experience		<u>UX 디자이너</u> 2 years of experience	<u>기획 리더</u> 14 years of experience
<u>백엔드 리더:</u> JAVA, IOS 25 years of experience	<u>프론트 리더 :</u> VUE, NUXT, Javascript, JSP, HTML5, CSS 17 years of experience		<u>기획 수석</u> 10 years of experience
<u>백엔드 수석:</u> JAVA 22 years of experience	<u>프론트 수석 :</u> VUE, NUXT, Javascript, JSP, HTML5, CSS 14 years of experience		Total : 12명
	<u>프론트 수석 :</u> VUE, NUXT, Javascript, JSP, HTML5, CSS 13 years of experience		



Location

찾아오시는 길

주소: 성남시 수정구 성남대로 1189, 4층

* 8호선 모란역 9번 출구, 전방으로 도보 1분

E-Mail | yofill@naver.com

Contact | 031-523-9775



yofill

주요 포트폴리오

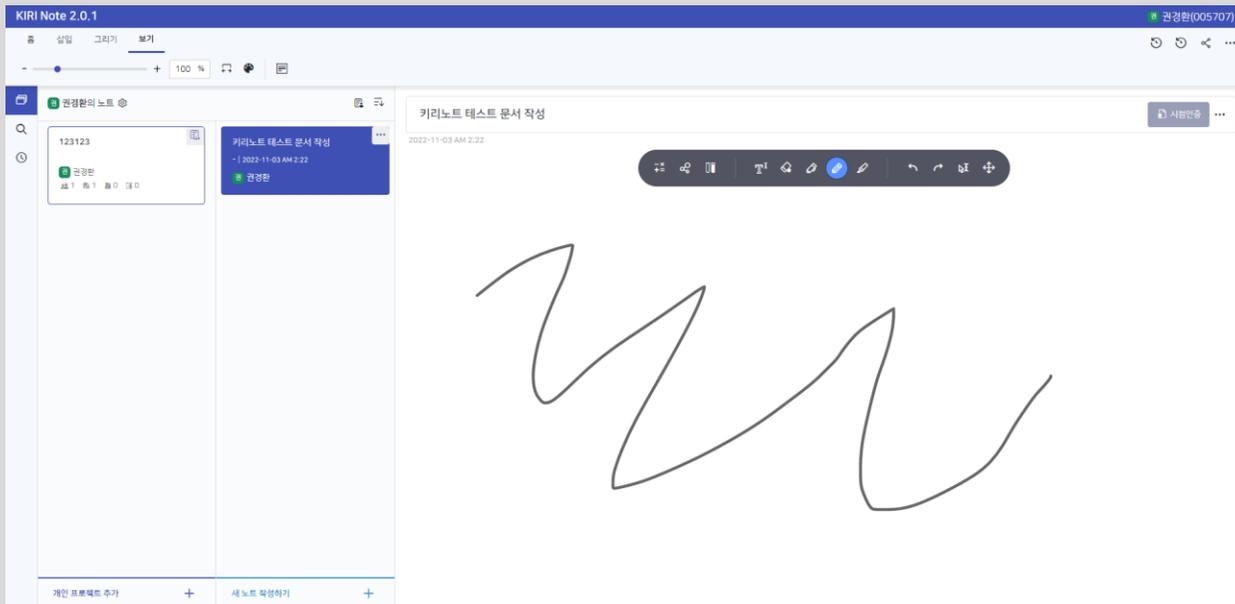
Portfolio

Version 2023

KIST 한국과학기술연구원 KIRI NOTE

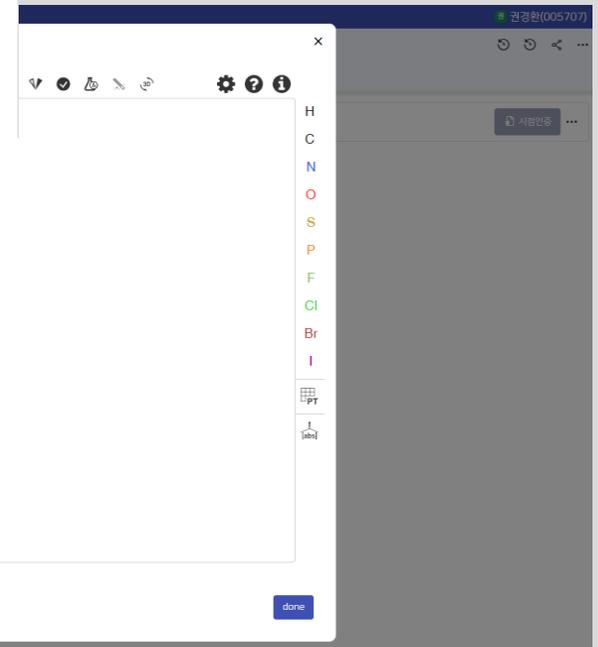
성과

한국과학기술연구원의 공식 연구노트인 KIRI NOTE 2.0 개발 및 사용성 및 품질 향상을 위한 유지보수를 수행, 2.0 정식 오픈을 위한 개발사 매니지먼트 수행과 샘플 분석, 프로젝트메뉴 관리 등 기본 기능의 오류 개선 및 고도화 개발



[노트 입력 및 필기 입력 화면]

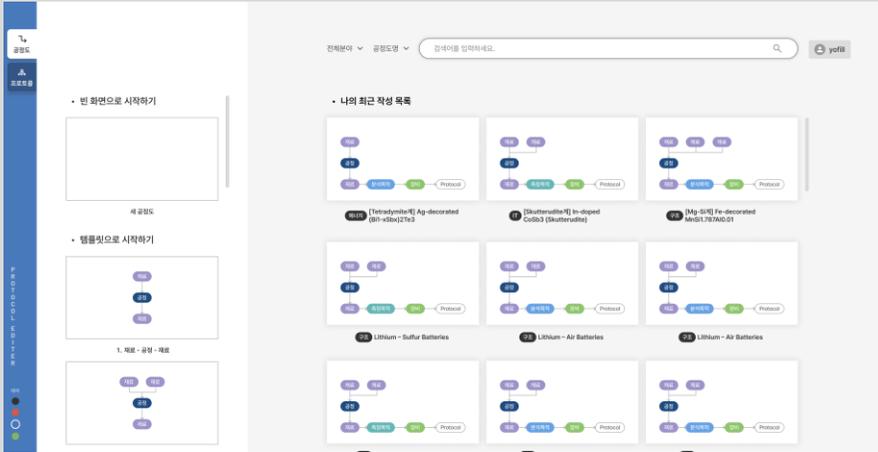
[연구자 노트 화학식 부가 기능 화면]



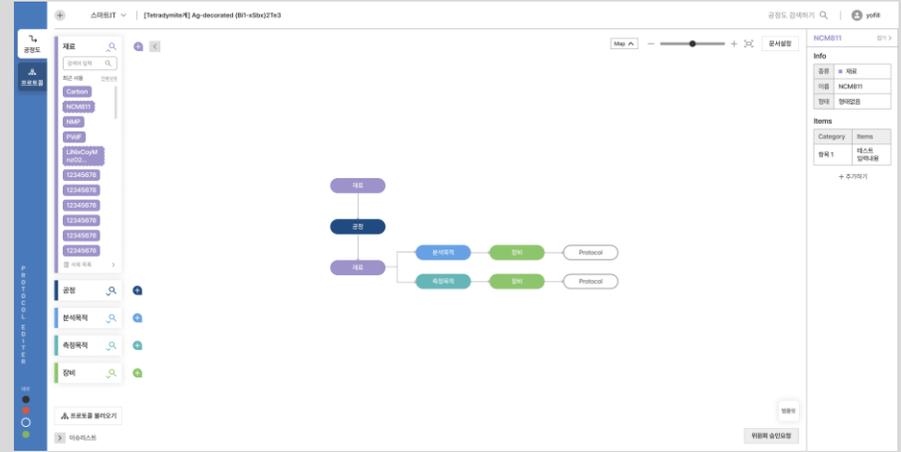
KIST 한국과학기술연구원 프로토콜 에디터

성과

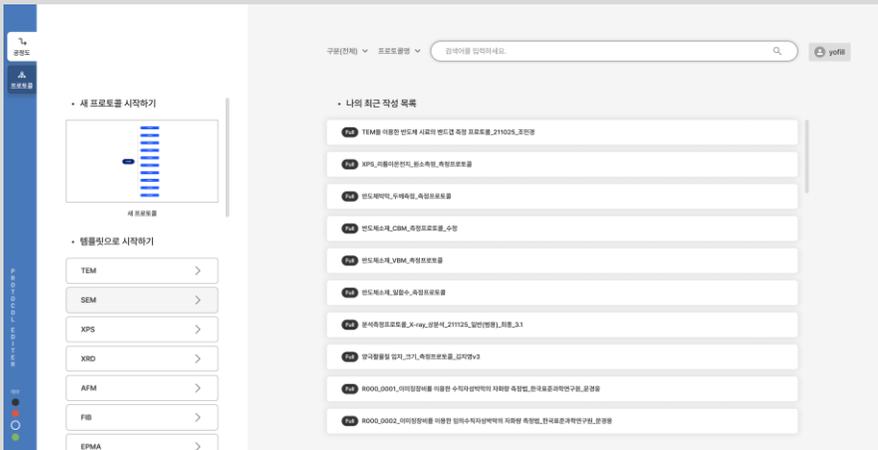
한국과학기술연구원이 주관하며, KRICT, KRISST와 함께 진행하는 소재측정분석프로토콜 사업단의 연구물 공유 플랫폼을 구축, 공정도와 프로토콜의 저작 및 관리, 공유의 기능과 재료, 공정, 분석 DB 구축을 진행, 등록된 공정도와 프로토콜의 승인/배포 프로세스를 정립



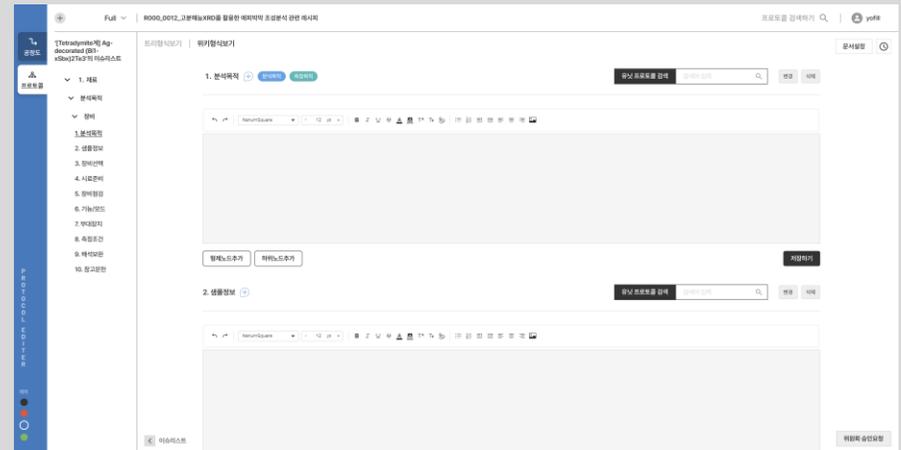
[공정도 시작하기/ 불러오기]



[공정도 저작 화면]



[프로토콜 시작하기/ 불러오기]

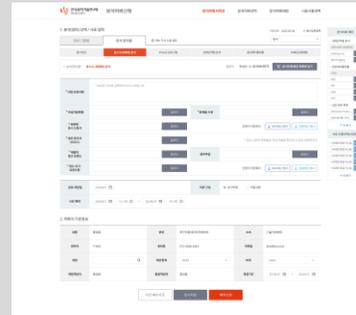
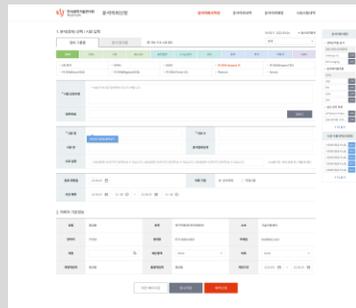
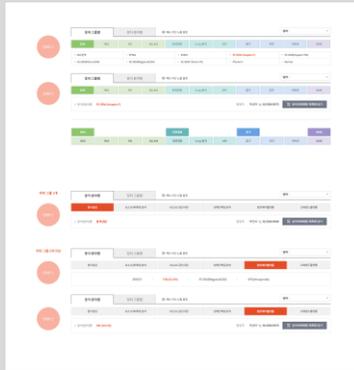


[프로토콜 에디터 화면]

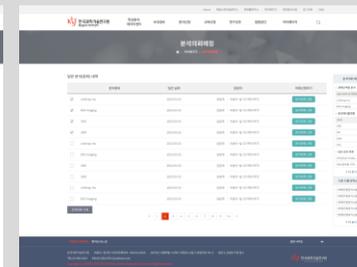
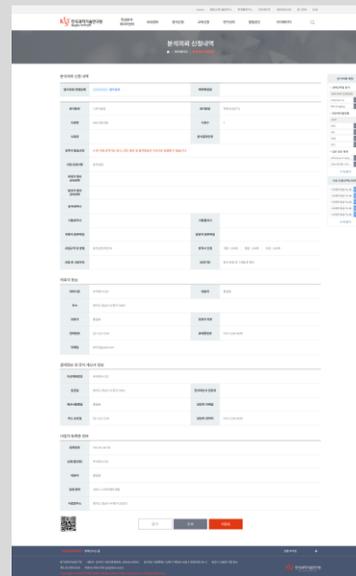
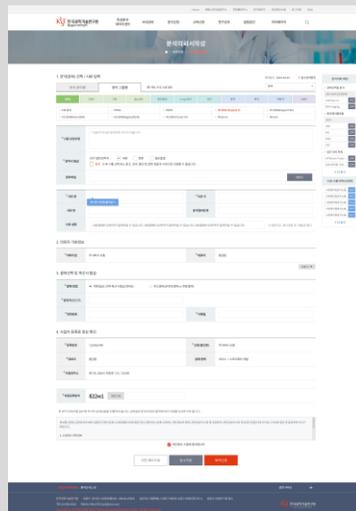
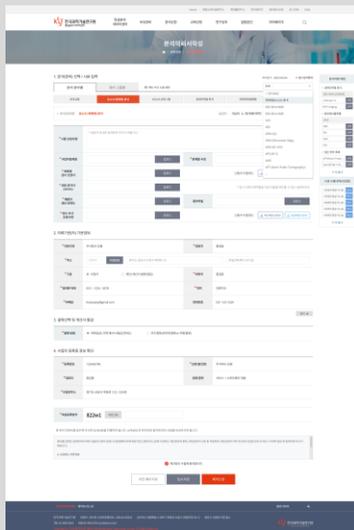
KIST 한국과학기술연구원 분석장비에약 고도화

성과

한국과학기술연구원의 분석장비에약 관련 시스템 고도화 프로젝트 수행(내부 예약, 외부 예약), 분석장비에약 회전율을 증진시키는 UX 개선 및 다양한 분석 장비를 연구자의 행태 중심으로 장비 분류 체계를 수립



[내부 예약 시스템]

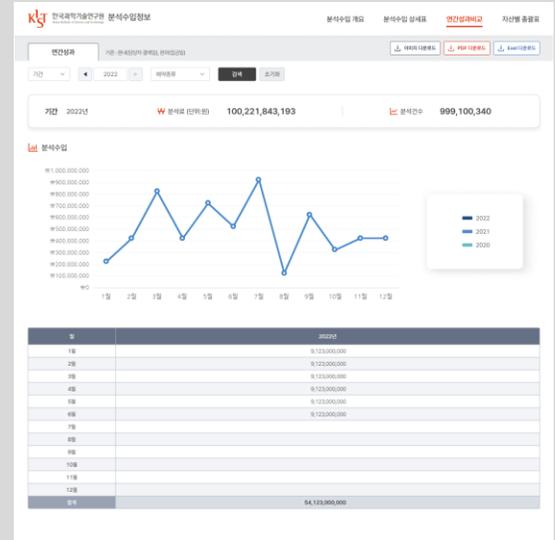
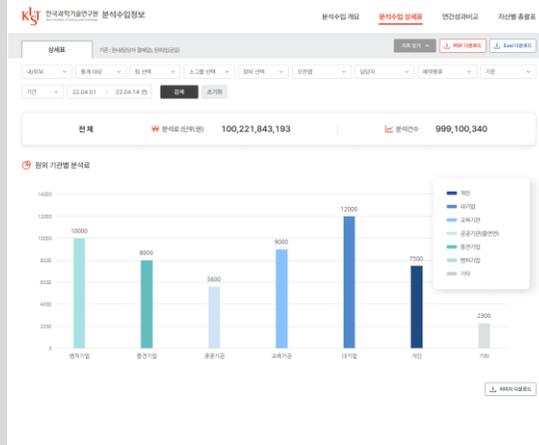
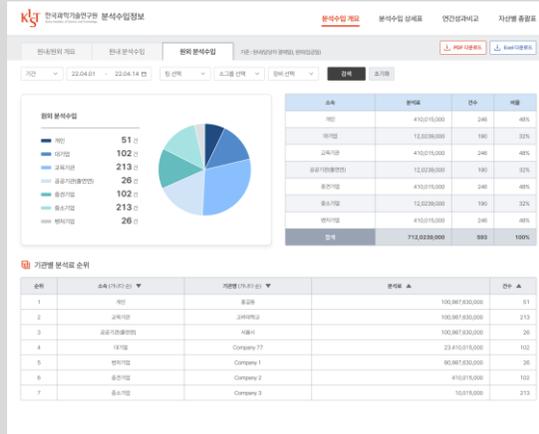
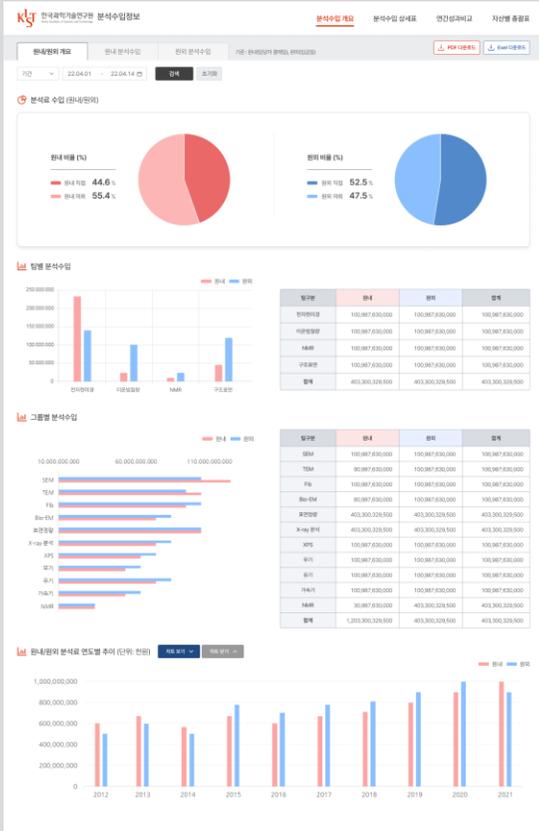


[외부 예약 시스템]

KIST 한국과학기술연구원 분석수입관리 시스템

성과

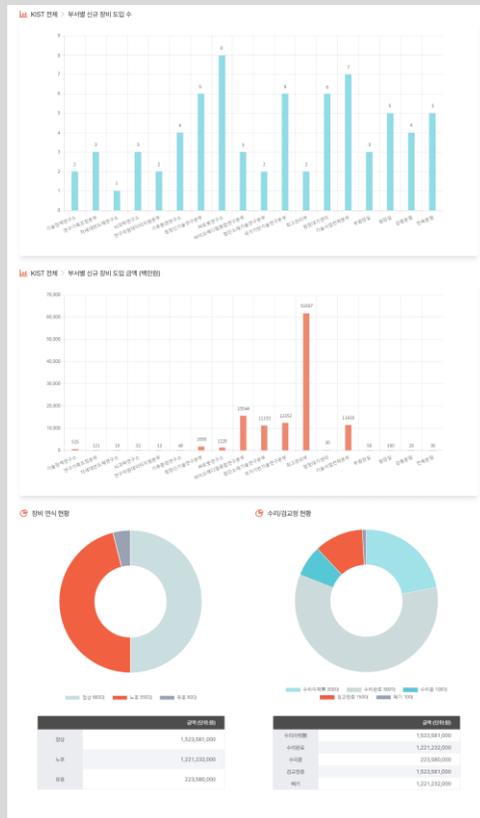
한국과학기술연구원의 분석장비의 수입 관련 전방위적 통계 제공(내부, 외부, 기관별, 연도별, 장비별 다각적 통계 제공) 다양한 차트와 그래프로 분석수입의 추이 및 레포트 시스템 개발



KIST 한국과학기술연구원 연구자산관리 시스템

성과

한국과학기술연구원의 분석장비 관리를 위한 통계 및 장비 관리 시스템 구축(센터/분원/연도별 통계, 장비 노후화, 금액별 관리 등 다각적 통계), 장비의 고장신청 및 검교정 신청 관리 시스템 개발



고장신청

장비 정보: 부서: 연구지원데이터지원본부, 소속: 기술지원센터, 연차: 71000, 품목: KIST-KIST.kr, 계명: abcc1234, 등록(원): 000, 비품: 000, 검교정일자: 22.04.01 - 22.04.01

고장 증상

22.04.01 - 22.04.01

2022 1월: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

고장 신청 현황

22.04.01 - 22.04.01

2022 1월: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31

상장사 바이오인프라기업 웹사이트 구축

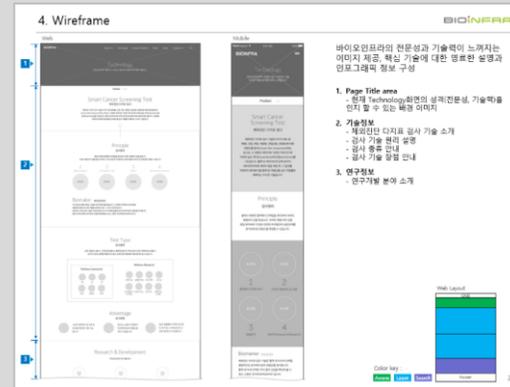
성과

글로벌 헬스케어 기업인 바이오인프라(상장사)의 기업 웹사이트 UX/UI기획 및 홈페이지 구축 수행
 혈액 다중 표지자 검사 및 다중 유전자 진단, 질량분석기 다중 반응 검지법 등 기술 소개

• 디자인



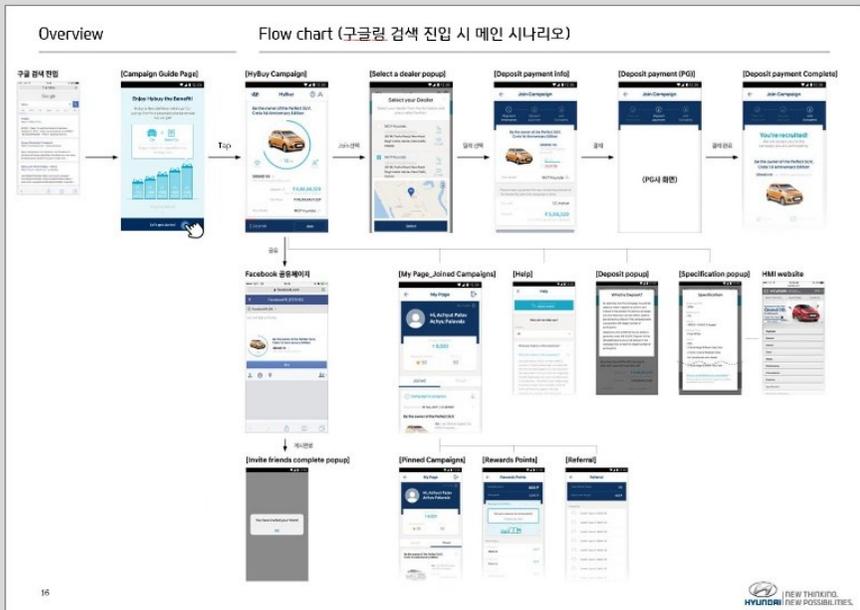
• 기획



현대자동차 인도 공동구매플랫폼 HyBuy UX/UI

성과

현대차 내외부 Biz. 환경, 고객트렌드와 인적판매방식의 급격한 변화 대응을 위해 채널마케팅 고객경험 선진화로 SNS 연동을 지원하는 공동구매 플랫폼 HyBuy 구축 프로젝트의 UX/UI기획 설계 디자인 파트 PM역할 수행, 사용자단 모바일 웹과 관리자단 PC 웹 요건정의 및 IA와 UI설계, 디자인개발 관리 수행



Key Screen

HyBuy Campaign (1/4)

1. Invite your friends and get more benefits!
2. Available customer benefit
3. Deposit
4. Car Price
5. Invite friends
6. Be the owner of the Perfect SUV, Creta 1st Anniversary Edition
7. Creta 1.4L CRDi 6-Speed Manual E
8. Car Price
9. Refund policy
10. Legal Privacy Terms and Conditions
11. Refund policy details
12. Campaign share & share details
13. Refund policy details

13 Key Screen Requirements:

1. Campaign 혜택 팝업
 - Tap 시 [Invite friends popup] 노출
 - 타이틀 영역과 혜택인 상세 영역 사이에 위치
 - [닫기] 버튼 Tap시 팝업 사라지며 팝업인 영역 올라감 (GUI 참고)
 - 해당하면 처음 진입 시에만 제공
2. Campaign 저장하기
 - Tap시 해당 Campaign [Pinned Campaigns]에 저장
 - 비로그인 상태에서 Tap시 [Sign in] 페이지로 이동
 - 선택 후 [♡] → [애니메이션과 함께 변경]
 - 한번더 Tap시 [♡] 변경, 저장 취소됨
3. 공동구매 상태 그래픽
 - 참여할 인원에 따라 그래픽 상태 변경 (GUI 참고)
4. 공동구매 상태 텍스트
 - Campaign 참여율 인원수 / 참여 가능 최대 인원수
 - 디파짓 결제 완료한 회원 수가 참여율 인원수로 노출
5. Campaign 친구 초대
 - 선택 시 페이스북 게시하기 페이지로 이동
6. Campaign명
7. model name / engine
8. 차량 스펙정보 더보기
 - 선택 시 [Specification popup] 호출
9. 디파짓
 - 디파짓 가격 노출, [버튼] Tap시 [Deposit popup] 호출
10. Campaign 차량 가격
 - 선택 시 [Select a dealer popup] 호출
11. 딜러 선택
 - 선택 시 [Select a dealer popup] 호출
12. Campaign 상세 & share 혜택 안내
 - 선택 시 [Campaign Guide Page] 화면에 재시작 Benefit 안내 그래픽 노출되도록 함
13. 환불 정책
 - 선택 시 상세 혜택, 상세 내용 TDD

Level1	Level2	The highest value of 1000 HyBuy Service	1000 HyBuy service value	A motor from dealer who participates HyBuy service
Sign In				
My Page				
Campaign	Detail Info	E	E	E
	Car Specifics	C/E	C/E	O
Participants	Detail Info	C/E	C/E	O
	Campaign	O	O	O
Friends	Detail Info	C/E	C/E	O
	Campaign	O	O	O
Deposit	Payment	O	O	O
	Campaign	O	O	O
Statistics	Friends	O	O	O
	Campaign	O	O	O
FAQ/Mail	Help	C/E	C/E	O
	Mail	C/E	C/E	O
Dealer	Detail Info	E	E	O
	Campaign	E	E	O
Campaign Manager	Detail Info	C	O	O
	Campaign	O	O	O

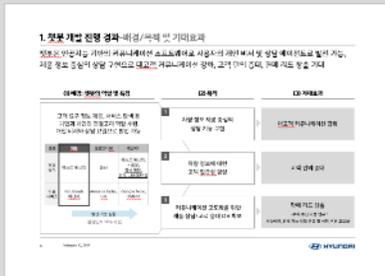
* Short Notation Meaning → C/E : possible to Create or Editing O : Only Checking (Do not editing) E : Not available

Campaign Manager

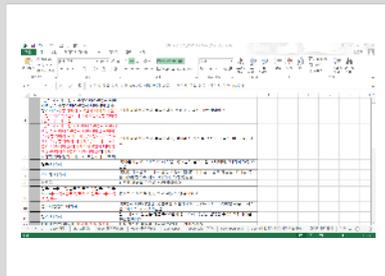
Dashboard showing campaign details, filters, and a list of campaigns.

현대자동차 KONA 챗봇 구축_서비스 기획, 질의응답 시나리오, UX 설계/구축, 테스트, SNS 홍보관리

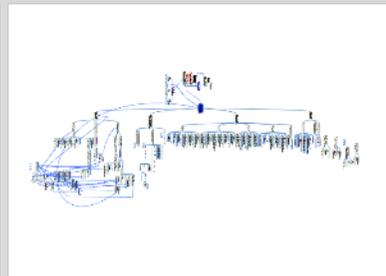
- 과제** 현대자동차의 신차 KONA 출시를 앞두고 신차 마케팅을 위한 이슈 라이징 및 고객 응대 강화, 챗봇의 전 차종 적용과 해외 법인 지원에 대한 과제를 수행
- 성과** 인공지능 도입을 위한 경쟁사 조사, 사업 계획, 업체 선정 등의 과정을 현업과 함께 진행, 고객 응대 강화와 고객 친화도 향상을 위해 서비스 자체의 캐릭터를 부여하고 친근한 어투를 사용, 사적인 질문 대응 및 핵심 기능 사용유도, 흥미적인 멀티미디어 콘텐츠 제공으로 체류 시간 증대 달성



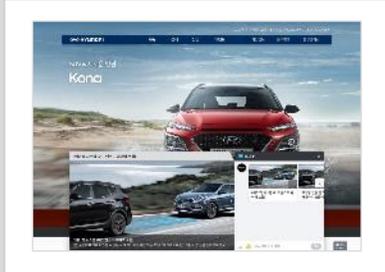
1. 서비스 방향성 기획



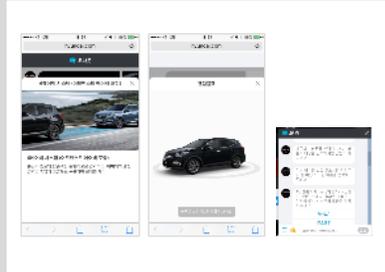
2. 질의응답 시나리오 작성



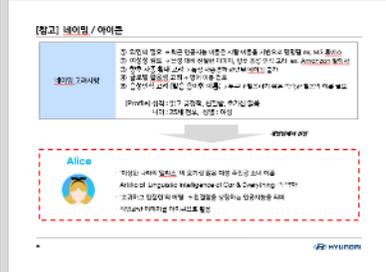
3. IA 정의



4. PC 화면 설계/구축



5. Mobile 화면 설계/구축



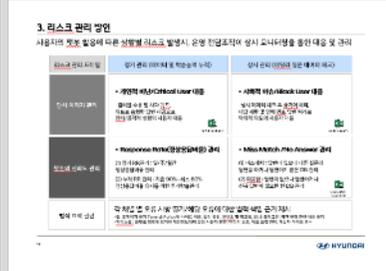
6. 서비스 브랜딩



7. 콘텐츠 기획



8. SNS 홍보 진행



9. 리스크 관리 방안

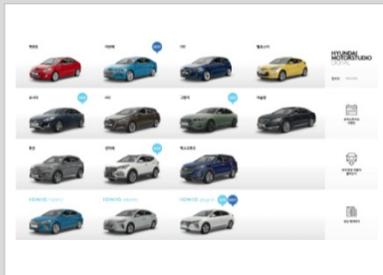
업무 범위

시나리오 및 정보 구조, 콘텐츠 기획, 서비스 기획/구축, 테스트, SNS 홍보 이벤트 기획/관리

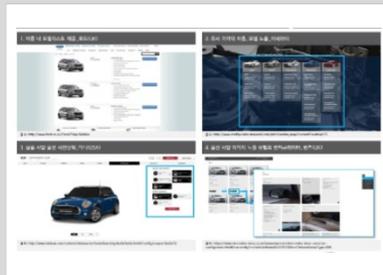
- 서비스 방향성 기획
- 질의응답 DB 구성
- 정보구조 및 Flow 설계
- 기능 및 콘텐츠 정의
- 화면 기획
- 디자인 관리 및 유지보수
- 서비스 브랜딩
- 이벤트 기획
- SNS 홍보 콘텐츠 관리
- 리스트 관리 방안 마련
- 응답율 관리

현대자동차 HYUNDAI Motor Studio Digital _사업 계획 수립 및 Digital Contents 기획/운영

- 과제** 현대자동차 마케팅사업부에서 운영하는 고객경험 Lab은 마케팅 신 사업 발굴 및 콘텐츠 운영 부서로 미래 고객 경험 관련 사업을 기획하고 모터스튜디오디지털 내부의 콘텐츠 운영의 수행
- 성과** 경쟁사 동향과 글로벌 트렌드를 바탕으로 전사적 디지털 방향성을 수립, 특히 인공지능 및 가상현실, 매장 내 세일즈 지원을 위한 모바일 서비스, 온라인 판매모델에 대한 컨셉으로 마케팅 사업의 방향성 수립을 지원, HMSD 컨피규레이터의 마케팅 역량강화를 위한 콘텐츠 및 UX 유지 보수



1. HMSD 컨피규레이터 UX 유지보수



2. 해외경쟁사 온라인 서비스 동향 조사



3. 인공지능 소름 서비스 사업 기획



4. 글로벌 모터쇼 콘텐츠 기획



5. 고객 유입용 모바일 서비스 사업 기획



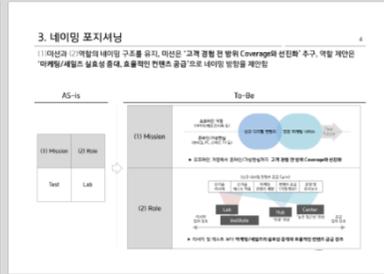
6. 인공지능 Chabot 사업 기획



7. 자동차 온라인 판매 모델 프로토타이핑



8. 자동차 온라인 판매모델 기능 정의



9. CX Lab 사업 방향성 기획 및 명칭 변경

업무 범위

마케팅 사업부 신 사업 기획
현대모터스튜디오 디지털 UX 기획
콘텐츠 기획 및 유지보수 PM

- 현황 분석
- 해외 사례 분석
- 경쟁사 동향 분석
- 신규 사업 및 서비스 기획
- 서비스 기능 정의
- UX 기획 및 디자인
- 신규 서비스 컨셉 기획
- 유지보수 회의 주간
- 유지보수 협력업체 매니징

노루홀딩스 Website Renewal_PC, Tablet, Mobile 반응형웹 구축

과제 글로벌 기업, 종합 화학 기업으로 위상 강화를 목표로 구체적인 요건을 역으로 사이트 기획 필요, 체계적인 이미지 전달 및 계열사 및 관계사와 이미지 연계를 위한 방안 수립

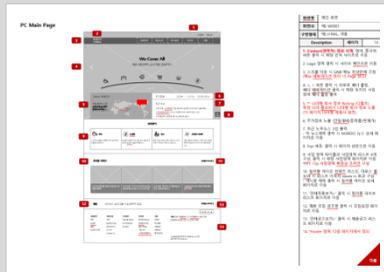
성과 글로벌 대기업 유형의 정보구조, 커뮤니케이션 전략, 투자, 채용 기능을 기획 및 구축, 사회 활동 관련 멀티미디어 콘텐츠 기획을 통해 고객 친화적인 기업 이미지로 제고, 홀딩스 예하의 노루페인트 등의 화학 분야, 유통, 농생명의 계열사 사이트 구축을 위한 웹 디자인 가이드 제작



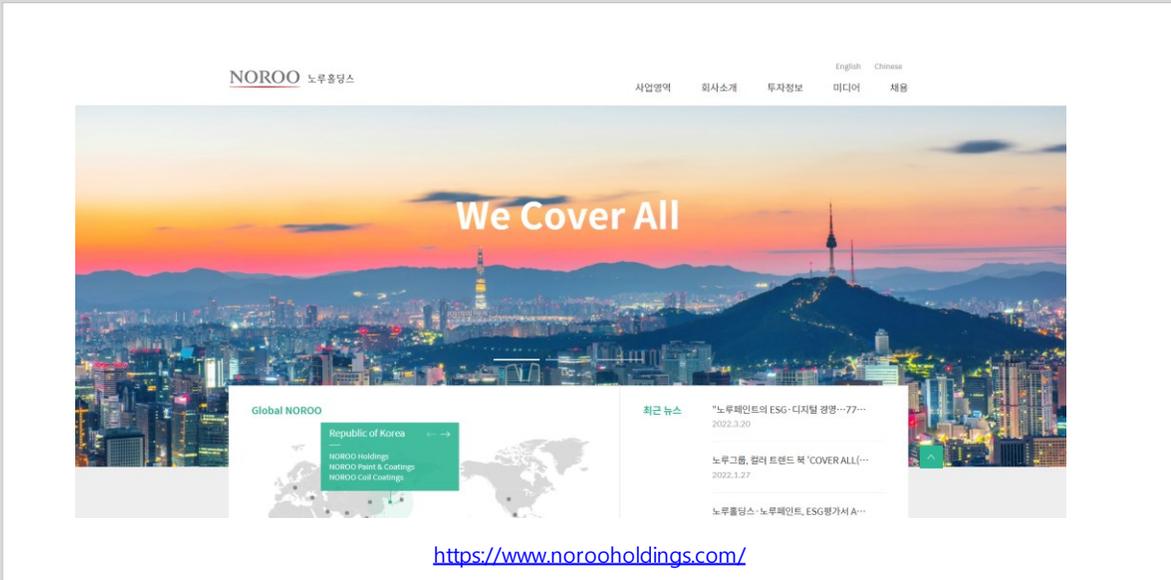
1. 리뉴얼 방향성 기획



2. 정보구조 설계



3. 화면 wireframe 및 기능 정의



업무 범위

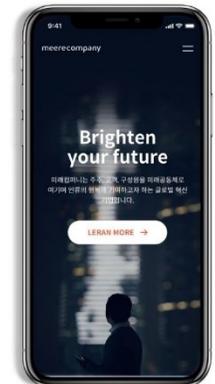
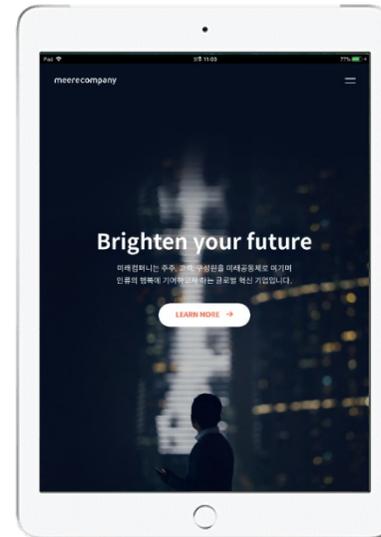
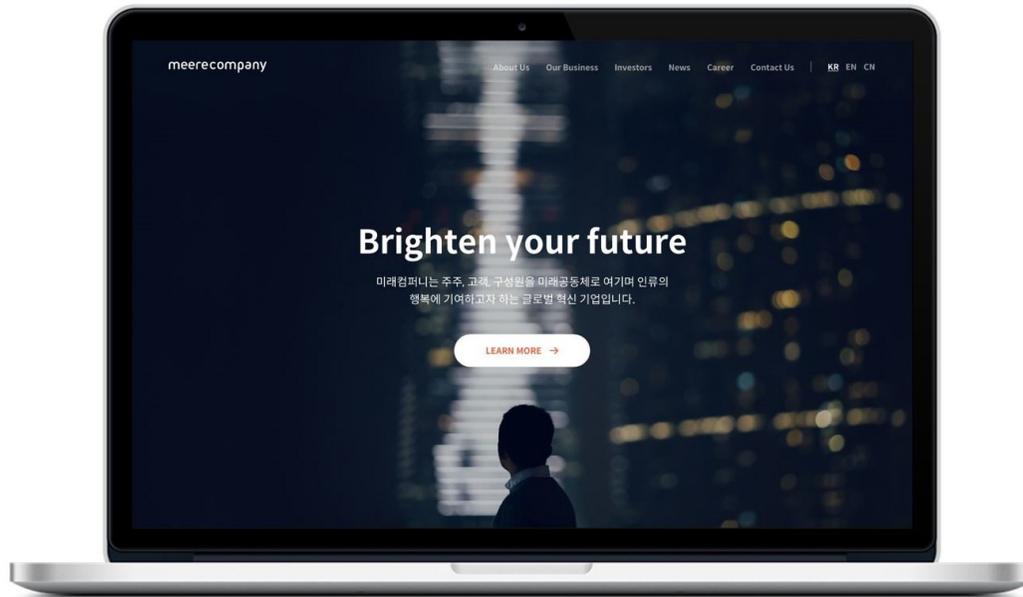
- PC/Tablet/Mobile Web Renewal
- 콘텐츠 기획/제작
- 웹 디자인 가이드
- 퍼블리싱, 서버 구축

- Communication 방향성 수립
- 정보 구조 및 기능 설계
- 화면 UX 설계
- GUI Design 관리
- 개발 관리

상장사 미래컴퍼니 기업 웹사이트 구축

성과

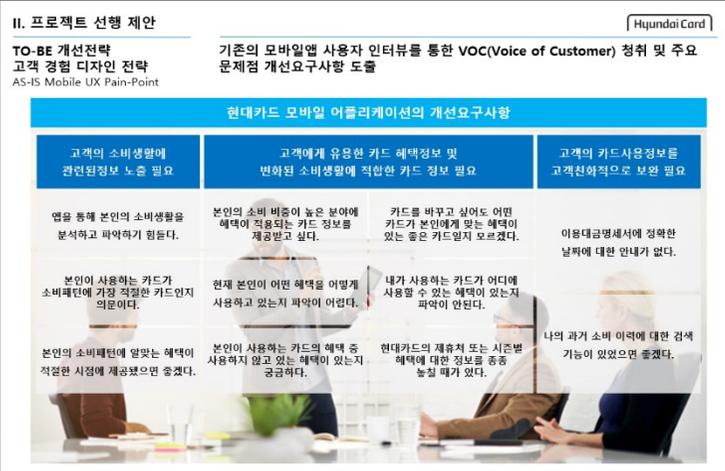
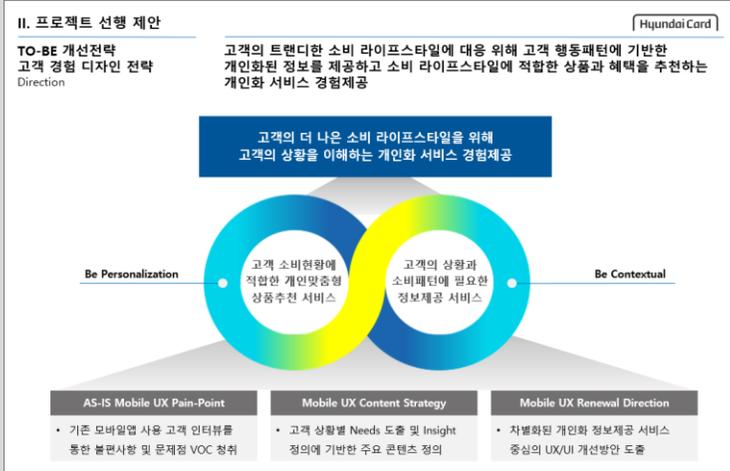
상장기업인 미래컴퍼니의 기업 웹사이트 UX/UI기획 및 디자인 구축 수행
PC, Tablet, Mobile 플랫폼 반응형 웹사이트 개발



현대카드 Next Generation App UX

성과

고객의 소비 라이프스타일 변화에 따른 고객 맞춤형 개인화 서비스 제공으로 차별화된 현대카드 Next Generation App 방향성을 정의하고 고객 소비생활속 니즈분석을 통해 발굴한 인사이트를 기반으로 기존 앱의 개선 방향수립 및 화면기획 디자인 InVision을 활용한 프로토타입 제안



TO-BE 개선전략
고객 경험 디자인 전략
Mobile UX Content Strategy

고객의 소비생활 속 각 상황별 Needs 분석 및 Insight 도출에 기반한 개인화 콘텐츠 요소를 발굴하여 Mobile UX/UI 개선방안으로 반영

	One Year											
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Situation	편의점에서 카드 사용이 지속적으로 늘어날 경우	차량 구매로 라이프 스타일의 변화가 크게 생겼을 경우										
Needs	내가 보유한 현대카드에 편의점에서 사용할 수 있는 혜택이 있었는데, 알지 못하고 종종 다른 카드를 사용하는 경우 발생	이용감동이 적은 자잘한 혜택이 내 카드에 포함되어 있었는지 알기 어렵고, 어떤 카드가 자당 이용이 유용한지 궁금										
Insight	지속적으로 발생한 지출에 대한 혜택 서비스 활용 유도	고객 라이프스타일의 변화에 따른 서비스 안내										
Content	이달에 편의점에서 사용한 카드를 건수 및 카드지출금액 정보 제공, 보유 카드의 편의점관련 혜택 서비스 안내정보 제공	주유관련 내 카드로 사용 가능한 주유소 혜택 정보 안내 및 현대/기아/공시 서비스 센터 할인 혜택 안내정보 제공										

TO-BE 개선전략
고객 경험 디자인 전략
Mobile UX Renewal Direction

카드 사용 패턴 분석을 통해 고객의 라이프스타일에 적합한 개인화 혜택 정보 및 카드 추천 정보를 제공하여 지속적인 카드 사용과 신규 발급을 유도

AS-IS

카드 내역 확인

카드 패턴에 따른 개인화 혜택 추천

카드 생활에 적합한 카드 추천

직관적인 카드이용 정보 파악을 위해 카드 내역 및 기간 정보 추가

App 사용 시기와 고객의 소비행동 고려한 개인화한 혜택 정보 제공

소비 생활 분석을 통해 라이프스타일에 적합한 혜택을 받을 수 있는 카드 추천

SamsungWA Content Experience Concept

성과

삼성WA 자사분석 및 고객여정분석 통한 분석결과를 기반한 타겟 고객별 유입과정부터 구매단계까지 삼성WA 모바일앱 서비스의 콘텐츠 경험 전반의 UX/UI기획 수행, 주요화면 기획 디자인 Prototype 과 Customer Journey Scenario 도식화 수행

3. Contents Layout

3.2 To-Be Direction - Overview

각 시사점에 대한 개선방향을 기반으로 "지속적 탐색 유도", "검색편의 강화", "공유 활성화 유도", "호응도 정보강화"를 TO-BE 개선 전략으로 제시

TO-BE Requirement	TO-BE Strategy
백인 홈 화면 • 고객별 맞춤을 제공할 수 있는 콘텐츠에 유망성 있는 콘텐츠가 시계열로 노출될 수 있도록 • 고객별 맞춤을 제공할 수 있는 콘텐츠에 유망성 있는 콘텐츠가 시계열로 노출될 수 있도록	Explores • 신규 색역분석 화면구성과 백색에 맞는 배경으로 계층으로 사이클을 이탈 방지 및 지속적 탐색 유도
카테고리 리스트 화면 • 카테고리별 특색 있는 콘텐츠가 시계열로 노출될 수 있도록 • 카테고리별 특색 있는 콘텐츠가 시계열로 노출될 수 있도록	Active User • 정보 검색 편의를 강화하여 정보 습득과정의 편의성을 높이고, 제품 리뷰 등록 및 공유를 활성화
PDP 화면 • 제품 상세 정보 제공을 위한 콘텐츠가 시계열로 노출될 수 있도록 • 제품 상세 정보 제공을 위한 콘텐츠가 시계열로 노출될 수 있도록	Followers • 실시간 호응도 정보를 제공하고 고객관영의 제품 리뷰 정보를 강화하여 구매전환 유도
이벤트/메가진 화면 • 이벤트/메가진 정보 영역에 관련된 콘텐츠를 제공하여 방문객의 흥미를 유발	

4. Contents Design

4.1 As-Is Analysis - Overview

Brand 관점의 Brand Identity, Image Mood, Color System과 Visual 관점의 Grid, Typography, Elements 항목별 Pain-point 분석 및 시사점 도출

Design	Brand Communication	Visual Style
	Brand Identity • Brand Personality 가 App에 내츨분화 • Brand Identity 가 App에 내츨분화	Grid/Layout • 콘텐츠의 비율, 그리드 분할이 불균형 부족
	Image Mood • 제품 중심의 이미지 사용의 다양성 부족 • 색상/문양/패턴의 다양성 부족	Typography • 폰트의 크기 차이, 굵기 등 타이포그래피 조의 경우의 수가 많음
	Color System • 삼성WA의 사이트 로고와 콘텐츠, 이미지, 글꼴의 색상 일치 여부 확인 필요	Elements • System Icon에서 Link와 Solid가 혼재되어 있음 • Service Icon의 크기와 모양의 통일성이 부족함
	Pain-Point • Indicator 리 브랜딩을 사용하지는 않음 • 유사하지 않은 콘텐츠의 유사성을 높임	• 콘텐츠 내용과 Illustration의 연관성이 부족함
	• 사용자 중심 이미지의 사용 필요 • 노출 정도 View Point를 달리하게 사용 필요	• 콘텐츠 위계에 따른 타이포그래피의 일관성 부족 • 사이트의 혼재현상을 위한 비주얼 가이드 사용 필요

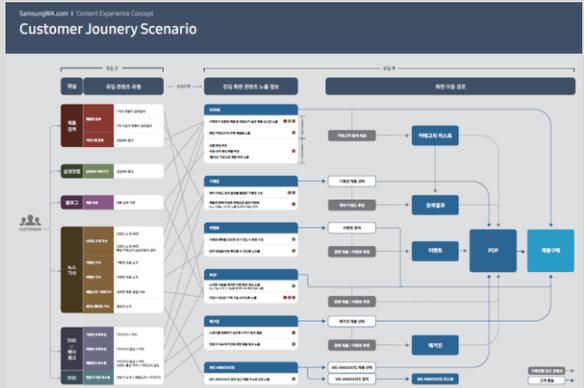
Content Experience Concept

1. Information Architecture

1.1 Content Delivery Concept

고객유입 Contents에 따라 고객에게 선택적 Product Content를 제공하여 제품선택 구매 과정에 몰입할 수 있는 환경을 제공하고 제품 정보 비교 용이성 개선 및 정보 추가 탐색 유도

고객 상태	고객 상태	고객 상태
• 특정 정보에 대한 목적을 가지고 있지 않은 상태 • 삼성WA 내의 모든 정보	• 카테고리 및 검색을 통한 목적의 구체화가 진행중인 상태 • 선택한 카테고리/카워드를 범위	• 의사결정을 위한 상세정보를 필요로 하는 상태 • 선택한 제품/콘텐츠 관련 정보
• 유입 콘텐츠 기반의 제품정보 Push	• 직관적인 제품 정보 비교 탐색 강화	• 제품 특징 강조 및 신규 콘텐츠 추천



Content Experience Concept

3. Contents Design

3.1 Home (1/2)

고객 생활 속 제품의 Scene을 강조한 공감형 Image 변경, 제품의 특징을 감성적으로 전달하는 카피 메시지를 통해 고객에게 제품의 가치를 전달

The three screens show a sequence of content on the Samsung WA app. The first screen features a watch with the text '견디. 달라다 기록하다' and '기록하다' below it. The second screen shows a close-up of a watch with the text '오직 음악에만 집중할 수 있게' and '오직 음악에만 집중할 수 있게' below it. The third screen shows a watch with the text '공간에 더 하는 가치' and '공간에 더 하는 가치' below it.

Content Experience Concept

3. Contents Design

3.4 PDP (1/3)

제품 디자인 이미지와 스타일을 강조하는 Image를 사용하여 기능중심의 디지털제품 판매 사이트의 이미지 탈피

The three screens show a sequence of content on the Samsung WA app. The first screen shows a watch with the text 'CLASSIC WATCH DESIGN' and 'CLASSIC WATCH DESIGN' below it. The second screen shows a watch with the text 'WATCH-FACE and STRAP' and 'WATCH-FACE and STRAP' below it. The third screen shows a watch with the text 'URBAN CLASSIC MOOD' and 'URBAN CLASSIC MOOD' below it.

삼성전자 Premium Communication 전략_ 온라인 채널(브랜드사이트, SNS), 오프라인 매장

- 과제** 가전 제품 전반에서 경쟁사 대비 프리미엄 가치를 보유하기 위해 온라인/오프라인 전략 유형 도출, 전략에 따른 온라인/오프라인 접점의 세부 방향성 제시 및 컨셉 예시
- 성과** 프리미엄 가치 전달을 위해 프리미엄 결정 요소에 따라 Product, Sales, After Sales Service로 구분하고 관련 유형에 따라 사례분석 및 벤치마킹을 수행, 고객 인터뷰와 정량조사 결과 기반으로 Premiumness를 정의, 방향성에 따라 온라인 주요 Contents 및 매장 전시물 가이드 수립

1. 접근 방식

Desk Research → Insight → Direction

고객 중심의 프리미엄 결정 요소 분석 (1) 경쟁사 대비 차별화 (2) 고객 니즈/행동/가치 분석 (3) 경쟁사 대비 차별화 (4) 고객 니즈/행동/가치 분석)

고객 중심의 프리미엄 결정 요소 분석 (1) 고객 니즈/행동/가치 분석 (2) 경쟁사 대비 차별화 (3) 경쟁사 대비 차별화 (4) 고객 니즈/행동/가치 분석)

프리미엄 결정 요소에 따라 Premiumness를 정의, 방향성에 따라 온라인 주요 Contents 및 매장 전시물 가이드 수립

2. 수행방안 (1) 사례 분석

Product의 프리미엄 결정 요소를 Image + Design, Design + Function, Function으로 세부 구분하여 해당 브랜드를 선정, 브랜드 별 온라인(오프라인) 주요 접점 중심으로 분석하고, 소통 전략 유형을 도출

Brand	Image + Design	Design + Function	Function
Cartier	www.cartier.com		
GUCCI			
DEVAILET			
dyson			

1. TV Commercial
2. Brand Site
3. Social Media
4. After Sales Service
5. Premium Content

2. 수행방안 (2) 벤치마킹

Sales의 After Sales Service 분야의 프리미엄을 추구하는 브랜드를 선정하여 벤치마킹을 진행, 사례분석(서비스)의 주요 특징과 Human war, 관련 오프라인 공간에 대한 인사이트를 도출

Brand	After Sales Service
SALEO	
WILLER	
THE LIBRARY	

1. Concept & Goal
2. Key Features
3. Insight

1. 접근방식 정의

Case Analysis: Devilet Brand Overview

드요일렉은 프리미엄의 영안테드 스피커 제조사로 성장하고 정교한 음질을 공진, 뛰어난 스페이스 그로 음향에 적용 디자인과 사용자의 라이프 스타일, 적용하는 것이 특징, 최첨단/기술/공도, 가치, 제품과 연결가치 등 여러 측면을 포함, 가전 스타일, 컨트롤, 홈의 가치, 액세서리와 최첨단 서비스를 적용할 수 있는, 유로, 로컬, 모바일, 유튜브를 활용

2. 전략 유형 도출을 위한 사례분석

Case Analysis: Devilet Online Channel Brand Site

주요 정보 구조를 파악하고 제작하다 스펙,진행,구분,브랜드,스펙,제품,스펙,채널의 기능성을 반영하는 이미지와 영상으로 제시

3. 매장/세일즈 컨셉 도출을 위한 벤치마킹

Case Analysis: Devilet Online Channel Key Features

광고는 주로 제품 이미지 전달, 브랜드 사이트는 이미지 전달과 제품 정보를 구성하고 있으나 이미지 전달에 높은 비중으로 구성, 콘텐츠는 90%는 텍스트, 영상, 사진의 이미지와 고품스리움, 콘텐츠 구성은 90%는 어떤 컨셉의 방향과 이미지를 구성

4. 해당 전략 유형 브랜드 조사

Case Analysis: Devilet Offline Store Key Features

드요일렉은 프리미엄의 영안테드 스피커 제조사로 성장하고 정교한 음질을 공진, 뛰어난 스페이스 그로 음향에 적용 디자인과 사용자의 라이프 스타일, 적용하는 것이 특징, 최첨단/기술/공도, 가치, 제품과 연결가치 등 여러 측면을 포함, 가전 스타일, 컨트롤, 홈의 가치, 액세서리와 최첨단 서비스를 적용할 수 있는, 유로, 로컬, 모바일, 유튜브를 활용

5. 브랜드 사이트 및 온라인 채널 분석

2. 수행방안 (3) Insight/Direction

고객 조사 결과를 통해 프리미엄 결정 요소에 따라 Premiumness를 정의, 방향성에 따라 온라인 주요 Contents 및 매장 전시물 가이드 수립

6. 온라인 채널 전략 방향성 도출

2. 수행방안 (4) Premium Comm. 적용 예시

오프라인 매장의 신규 컨셉 가이드와 공간 방문 및 주요 전시 방향에 대한 예시를 제공

7. 오프라인 매장 및 세일즈 방향성 도출

Case Analysis: Devilet Offline Store Key Features

드요일렉은 프리미엄의 영안테드 스피커 제조사로 성장하고 정교한 음질을 공진, 뛰어난 스페이스 그로 음향에 적용 디자인과 사용자의 라이프 스타일, 적용하는 것이 특징, 최첨단/기술/공도, 가치, 제품과 연결가치 등 여러 측면을 포함, 가전 스타일, 컨트롤, 홈의 가치, 액세서리와 최첨단 서비스를 적용할 수 있는, 유로, 로컬, 모바일, 유튜브를 활용

8. 전략 키워드 정의 및 소통 주제 선정

2. 수행방안 (3) Insight/Direction

고객 조사 결과를 통해 프리미엄 결정 요소에 따라 Premiumness를 정의, 방향성에 따라 온라인 주요 Contents 및 매장 전시물 가이드 수립

9. 온라인 및 매장 전시 컨셉 예시

2. 수행방안 (4) Premium Comm. 적용 예시

오프라인 매장의 신규 컨셉 가이드와 공간 방문 및 주요 전시 방향에 대한 예시를 제공

- ## 업무 범위
- Premiumness 정의
 - Comm. Strategy 방향성 도출
 - 주요 컨셉 도출
 - 고객 조사 분석 리뷰
 - Case Analysis / Benchmarking (온라인:브랜드사이트, Youtube, SNS) (오프라인:매장 공간 구성, 전시, 부각전시)
 - Comm. Direction
 - Comm. Theme & Storytelling Guide
 - 온라인 콘텐츠 및 이미지 방향성 도출
 - 오프라인 공간 구성 및 전시 컨셉 도출

삼성증권 온라인채널 UX/UI 컨설팅 및 구축

성과

삼성증권의 시장변화와 경쟁을 넘어서고 Fin. Tech 혁신을 앞장서기 위한 노력의 일환으로 MTS, Website, HTS 전체 3개 온라인 채널의 UX/UI 컨설팅 진행, mPOP Mobile App 채널 통합 컨설팅을 수행, IA설계 UX/UI 표준가이드 정의 및 주식 트레이딩 인터넛뱅킹 UI설계, 임원보고 및 개발 대응 수행

4-1. 주문형 레이아웃 규칙

▶ 레이아웃 개요

- 중복 정보와 중복에 대한 수분 방식 및 카테고리 및 컨텐츠 영역을 구성하는 화면 레이아웃이다.
- 컨텐츠 영역 영역은 카테고리 별 정보 및 설정의 종류에 따라 구성요소를 달리 한다.

주문형 기본 레이아웃

구성	설명
1. 헤더 영역	• Depth 메뉴 노출됨 • 구성 요소 및 구성 방법은 헤더(Header) 페이지 참조
2. 종목 정보 영역	• 종목의 요약정보와 기본 task 수행을 위한 액션 버튼 제공
3. 계획선택 영역	• 주문 관련 task 수행을 위한 계획 선택 및 비비번호 입력 제공 • 구성 방법은 컨트롤러(Controller) > 계약선택 페이지 참조
4. 탭(Tab) 영역	• 주식 주문에 하위 카테고리 • 구성 방법은 탭(Tab) 페이지 참조
5. 컨텐트 영역	• 카테고리 별 상세정보의 주문을 위한 설정 및 액션버튼 제공

주문형 기본 레이아웃

- 주식주문
- 해외수익수분
- K-OTC 주문
- ELW 주문
- 선물옵션주문

1. MTS > ②트레이딩 > 주식주문

- 종목 / 시세 / 계좌 정보의 위계에 따른 정보 위치구성
- 매매 동선을 고려한 계좌번호 위치 및 메뉴 배치, 컨트롤 디자인 개선
- 불필요한 디자인 컬러요소 제거

AS - IS

To - Be

Re-balancing

Account

Level 2 : 구매, 체결 Process

Level 3 : 개인 업무 Flow

공통 주문 Contents

CKSM Customer Experience

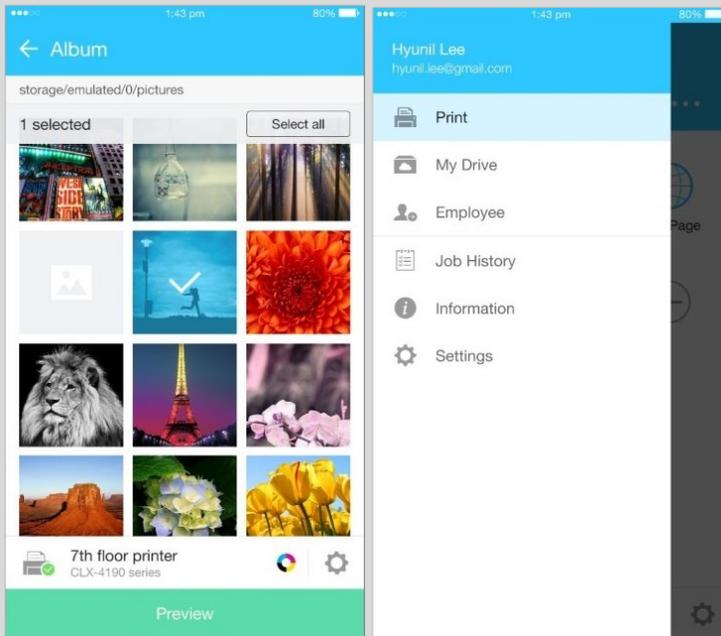
항목	내용
주식주문	주식주문
해외수익수분	해외수익수분
K-OTC 주문	K-OTC 주문
ELW 주문	ELW 주문
선물옵션주문	선물옵션주문

삼성 클라우드 프린트 Hosted

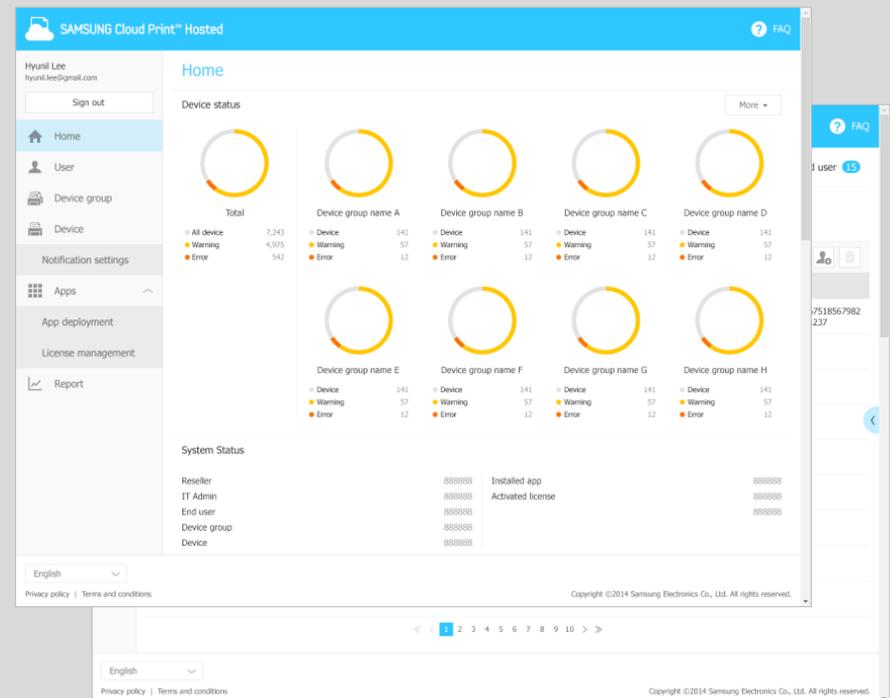
성과

사용자간에 문서/사진 등을 공유하며, 인쇄 자료를 클라우드를 활용해 저장 공유하여 프린트할 수 있도록 편의를 제공하는 Samsung Cloud Print 프로젝트의 UX/UI 기획 Project Manager 수행, 사용자단(Front-end) Mobile App과 관리자단(Back-end) PC Web 기능정의 기반의 UI설계, 디자인 개발 수행

사용자단 Mobile App



관리자단 PC Web

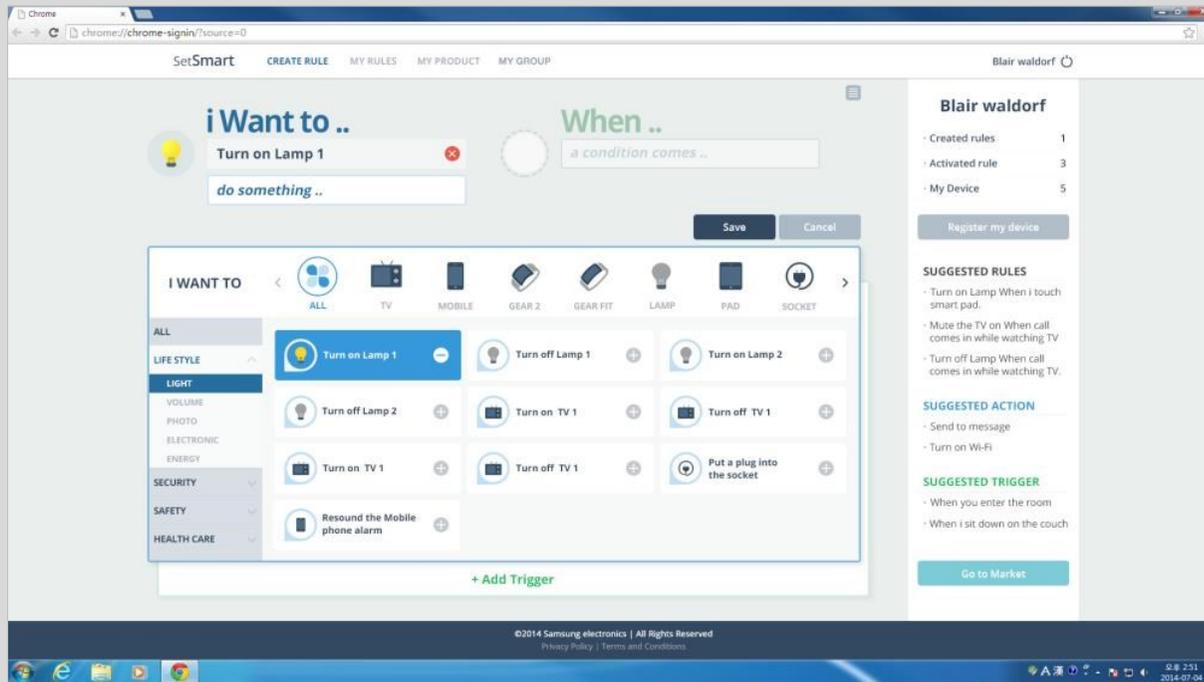


삼성 Set Smart UX/UI (IoT)

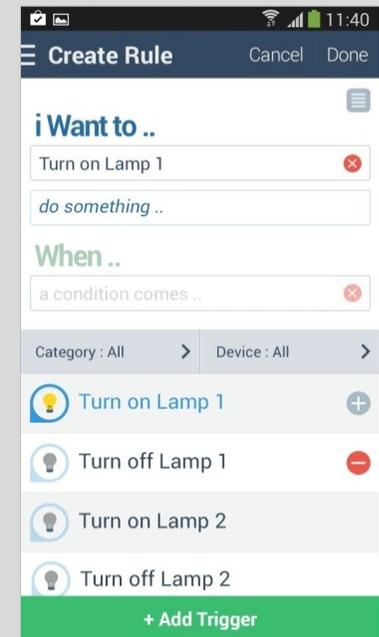
성과

사물인터넷(IoT) 환경이 현실화되는 상황에 맞추어 사용자가 미리 시간/장소/상태 조건에 따른 기기간 상호작용을 Rule*로 설정하여, 자신만의 Smart한 공간을 생성하는 Set Smart 프로젝트의 UX/UI기획업무 수행 UX컨셉 제안 및 요건정의 사용자 시나리오 도출, 웹/모바일웹 UX 설계 수행

PC Web (Create Rule)



Mobile Web (Action list)



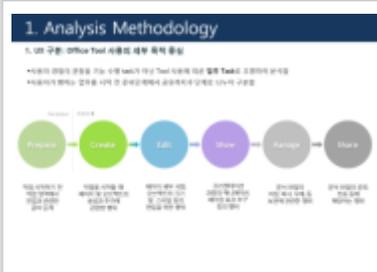
Samsung Office Tool 차별화 방안을 위한 사용성 평가

과제

삼성이 단말에 탑재하는 모바일 오피스 툴인 폴라리스를 대체하기 위한 모바일 오피스 툴 개발을 위해 애플의 키노트, 페이지스, 넘버스와 폴라리스의 모바일 오피스 툴의 사용성 평가를 진행하고 차별화 방안 마련

성과

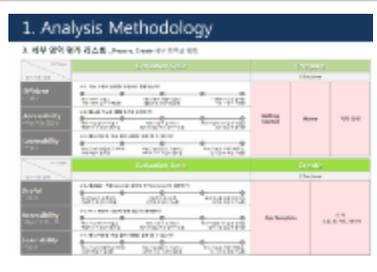
모바일 오피스 업무를 위한 일련의 주요 프로세스를 정의하고 프로세스 별 중요한 업무 및 기능을 전문가적 관점에서 평가 요소를 선정, 정의된 기준으로 애플의 키노트, 페이지스, 넘버스와 폴라리스의 모바일 오피스 툴의 사용성 평가를 진행하고 차별화 방안 도출



1. Concept 정의



2. 벤치 마킹 기준 구축 과정



3. 기준 평가 및 분석



4. Stage 별 분석 항목



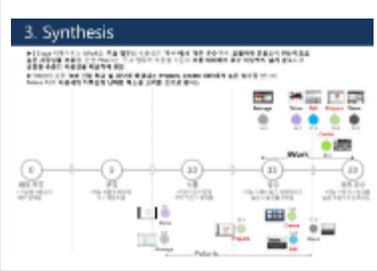
5. Stage 별 분석



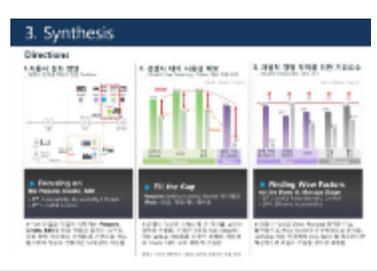
6. 경쟁사 별 분석 종합



7. 주요 요소 추출 1



8. 주요 요소 추출 2



9. 주요 요소 추출 3

업무 범위

- 평가 기준 마련
- 평가 요소 선정
- 요소 별 평가
- 분석
- UX 방향성 도출

방법론

Cognitive Walkthrough

Samsung Family Story Renewal 프로젝트



1. Concept 정의



2. 벤치마킹 기준 구축 과정



3. 개선 방향 도출



4. 요소 별 벤치마킹



5. Concept Frame



6. Frame 별 사례 분석



7. 주요 요소 추출 1



8. 주요 요소 추출 2



9. 주요 요소 추출 3

진행 방식

방법론

- 평가 및 분석
- 벤치마킹 기준 마련
- 컨셉 정의
- 핵심 요소 추출

KT olleh TV 웹 서비스: 미디어포털 서비스 기획 컨셉 컨설팅

과제 올레TV를 미디어포털의 형태로 구성하며, 현업의 업무 분석 및 고객 정성, 정량 조사를 실시, 고객에게 어필가능하며, 실제로 제공 가능한 기능 구성을 통해 서비스 기획 및 컨셉 도출

성과 현업의 운영 업무 분석을 통한 마케팅 및 상품 기획방안 마련, 미디어 메타 Tag를 구성할 수 있는 협력사 연계방안 제시, 트렌드 리서치를 통한 방향성 설정, 정량 조사를 통한 주요 기능군 도출, 정성 조사를 통한 고객 니즈 도출로 서비스 아이덴티티 및 기능군 별 컨셉 정의, 와이어프레임과 주요 기능의 워킹 프로토타입 제작



1. 이해관계자 인터뷰 (내부 직원 인터뷰)



2. 국내외 유사 서비스 분석



3. 유사 서비스 Key Screen 분석



4. 트렌드 조사



5. 정량 조사



6. 정성 조사



7. 분석 및 인사이트 도출



8. 전략 및 기능 정의



9. 주요 화면 디자인

업무 범위

PC Web용 VOD Service

- 자사 분석 (매출, 디자인, 이해관계자 인터뷰)
- 경쟁사 분석
- 트렌드 조사
- 정량 조사
- 정성 조사
- 전략 및 기능 정의
- Key Concept 시각화

방법론

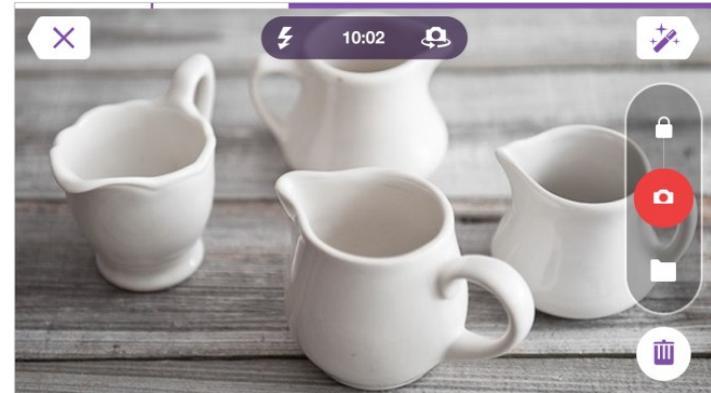
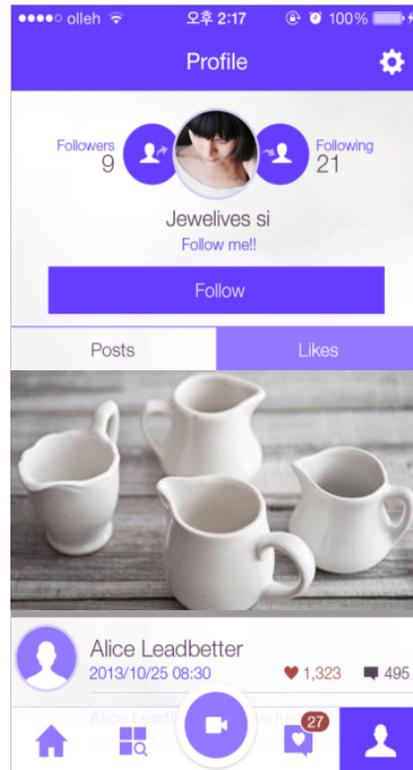
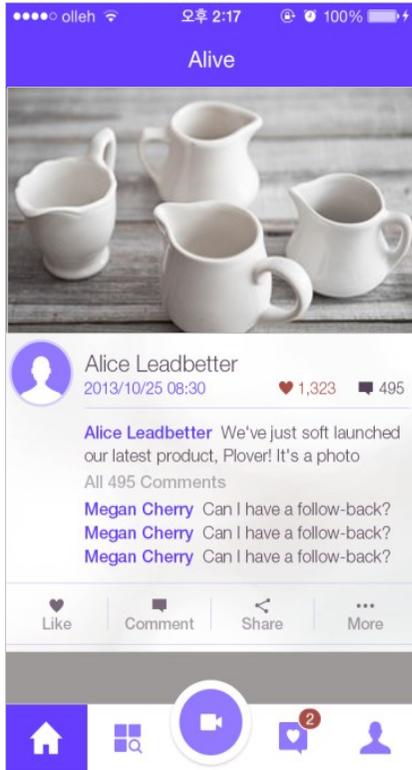
- Online Survey
- IDI
- FGI
- Check List
- Creative Workshop
- A/B Test

KT ALIVE UX/UI

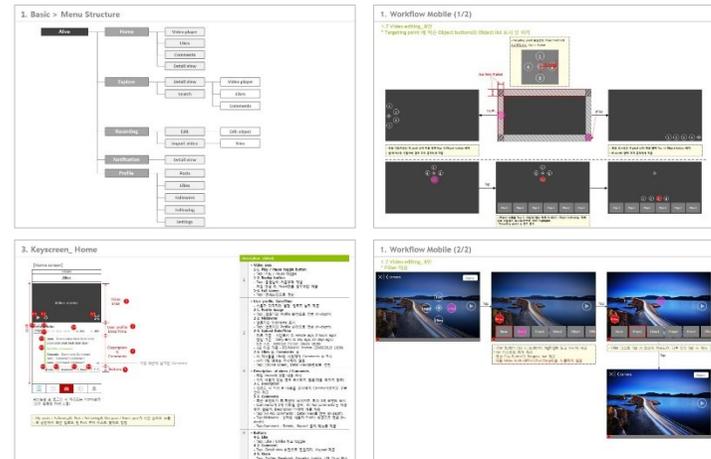
성과

동영상을 간단하게 합성 편집하여 사용자들간에 공유하고 시청하는 동영상 중심의 SNS Alive의 UX/UI기획 Project Manager 역할을 수행, 사용자단(Front-end)의 Mobile App과 PC Web의 서비스 정책정의, IA UI설계, CMS개발요건협의 및 디자인개발 관리 수행

사용자단 Mobile App



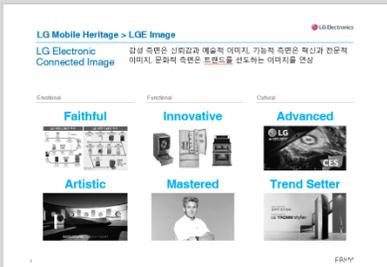
사용자단 Mobile App UI설계 Storyboard _ sample



LG Mobile Product Identity _브랜드 DNA, 신규 Identity 수립, UX Concept

과제 LG Mobile은 과거의 성공 재현을 위해 Identity를 재 수립하고 향후 방향성 및 컨셉을 도출하는 과제를 설정

성과 LG 전자의 브랜드 이미지와 부합하며, LG Mobile이 유지하며, 계승할 DNA를 발굴했으며, 고객과 기술 트렌드에 변화에 LG Mobile이 추구할 포지셔닝을 추진, 관련하여 기존 기능 및 UX에서 차별 가능한 컨셉을 도출, 상품 기획적, 브랜드 포트폴리오 관점의 가치 제안을 제안



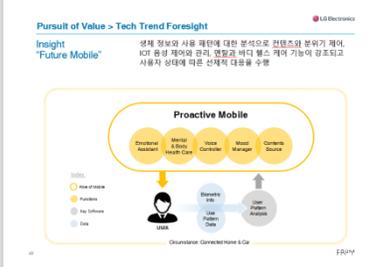
1. LG 브랜드 헤리티지



2. 브랜드 자산 분석



3. 고객 트렌드/니즈 분석



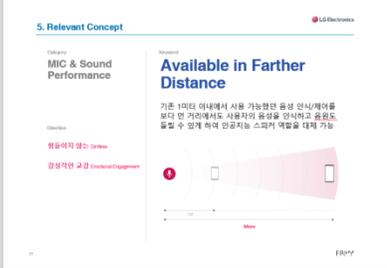
4. 기술 트렌드 분석



5. 브랜드 DNA 정의



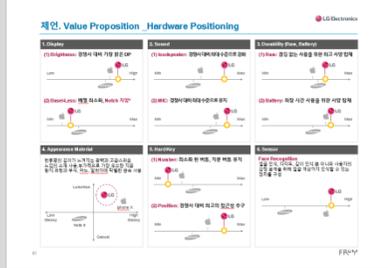
6. Product Identity 정의



7. 방향성 유관 컨셉 기획



8. 시각화 작업



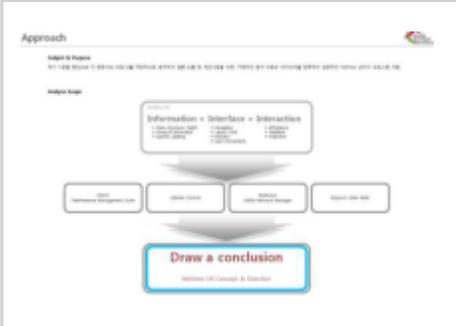
9. 세부 요소 Value Propositioning

업무 범위

- 현황 분석 Brand Heritage, Asset 분석
- 미래 가치 추구 도출
- Product Identity 정립
- 관련 컨셉 도출

- Brand Heritage, Asset 분석
- Pursuit of Value 도출 (기술 및 고객 트렌드 기반)
- Product Identity 정의
- 컨셉 및 기능 정의
- Prototype UX 설계
- Prototype Visualization
- Value Proposition

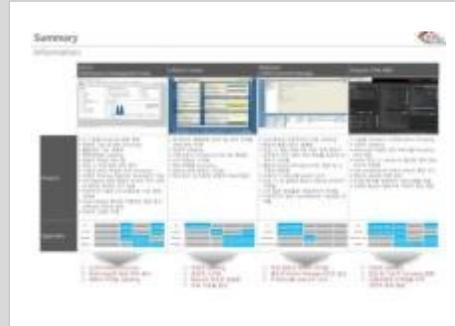
LG VCS UX Concept



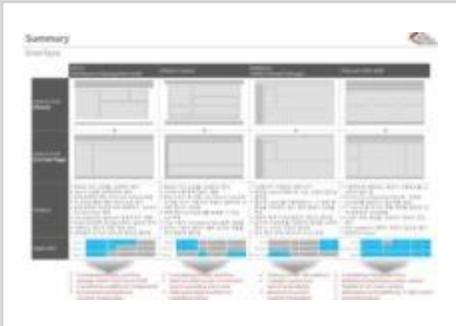
1. 접근 방향



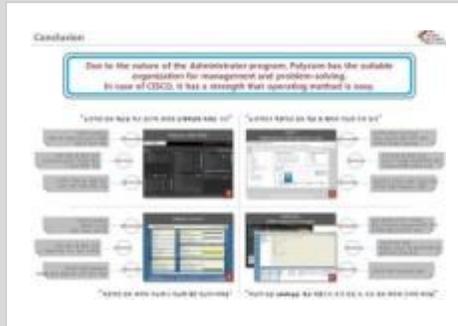
2. 벤치 마킹 기준 정의



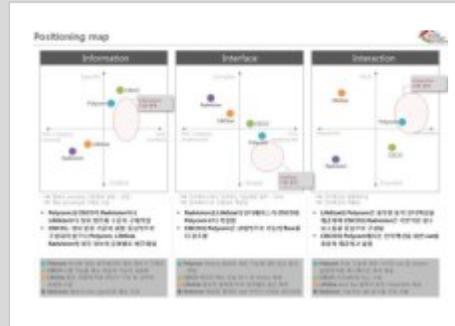
3. 경쟁사 인포메이션 분석



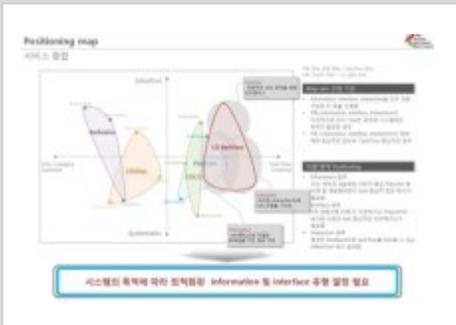
4. 경쟁사 인터페이스 분석



5. 벤치마킹 분석



6. 범주 별 포지셔닝



7. 서비스 포지셔닝



8. UX 전략 도출



9. IA, label Card Sorting

진행 방식

방법론

- 경쟁사 벤치마킹
- Interface
- Information
- Interaction
- Positioning

롯데백화점 모바일백화점 서비스 기획_O2O 서비스+쇼핑몰

과제 온라인 쇼핑몰로 고객이 이동하는 현상을 극복할 수 있는 O2O 서비스를 기획하고 고객, 매장의 매니저, 백화점 직원의 관리, 3가지 측면에서 시너지를 낼 수 있는 방안 모색

성과 고객이 선호하는 스타일에 따라 롯데백화점의 샵 매니저들이 직접 추천 하는 서비스 구성
 (1)업무 환경을 이해하고 세일즈 노하우를 반영, (2)고객이 백화점을 방문하는 목적에 따른 기능 구성,
 (3)샵 매니저들의 신규 고객 창출 기회 확보, (4) 고객의 단품 쇼핑 시간을 감소시켜서 더 많은 상품 쇼핑을 할 수 있는 기능 구성



1. 차별화 전략



2. 고객 전략(기능 중심)



3. 주요 타겟별 Persona



4. 인터뷰(질문작성, 진행, 결과 분석)



5. User Journey Map



6. 차별화 기능 도출



7. 서비스 기능 구현 컨셉



8. 기능 구현 Flow(Service Blueprint)



9. UX컨셉

업무 범위

오프라인 쇼핑 O2O 서비스와 쇼핑몰, 간편결제, L-point 결제 및 회원 연동, 간편회원, 전자영수증, 사은행사, 주차정산, 푸드코트, 매장안내 등 차세대시스템과 연동하는 서비스 기획 및 개발

- 자사/경쟁사 분석
- 트렌드 분석
- 인터뷰
- 전략 및 기능 정의
- 서비스 정책 및 서비스 기획
- 기능 구현 방안
- UX컨셉

방법론

- Target Segmentation(CRM 기반)
- Persona
- Function 도출
- 1:1 Interview(Preference)
- Service Blueprint (Working Flow)

CJ ONE App: 간편결제(CJ ONE Pay), 선불카드(CJ ONE Cash) 서비스 기획 및 UX 설계

과제

기존 CJ ONE App에 신용카드 간편결제와 선불카드 서비스를 구축에 간편한 등록 및 구매 프로세스, 높은 접근성 및 활용도 보유, 앱스, 투썸플레이스, 올리브영과 같은 오프라인 매장과 CJ 오쇼핑, 온마트 등 온라인몰에서 사용하기 용이한 서비스구현

성과

주 사용층인 여성과 CJ ONE의 아이덴티티를 반영한 신용카드, 선불카드 기능 및 UX 구성, 신용카드 등록, 편집, 사용 프로세스 정의, 선불카드 구매에 용이한 쇼핑 및 전시 UX 도입, 회원 정책 및 서비스 가입 유도 및 탈퇴 방안 정의, 결제 및 구매, 선물 시 Push 정책 정의



1. 경쟁사 분석



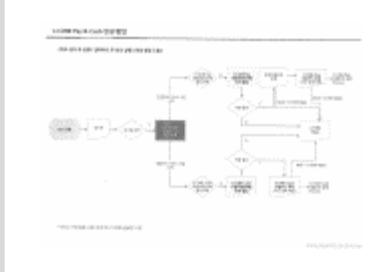
2. UX Flow Insight



3. Branded UX



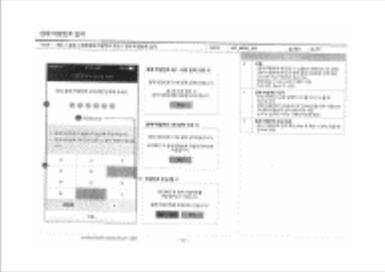
4. IA



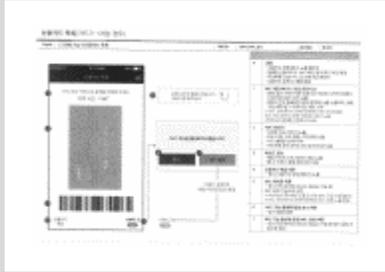
5. Service Flow



6. Main UX 설계



7. 결제비밀번호 등 서비스 정책 일부 정의



8. 간편결제 화면UX설계



9. 선불카드 화면 UX 설계

업무 범위

CJ ONE App에 간편결제 서비스와 선불카드 서비스 추가 개발

***간편결제**
서비스 가입 및 탈퇴 프로세스
신용카드등록 및 카드 결제/편집 프로세스

***선불카드**
선불카드 구매, 등록, 선물하기, 선물함,
결제 프로세스, 현금영수증, Push 알림

- 경쟁사 분석
- 해외 사례 분석
- 서비스 기능 도출
- 기능 Flow 정의
- UX 컨셉
- IA 정의
- 화면설계

도시철도공사 직원건강관리시스템 서비스 기획 및 UX 설계

과제 도시철도공사 직원들의 건강을 지속적으로 관리할 수 있는 서비스를 기획하며, 각종 건강측정장비와 체력단련장비, 웨어러블 활동량계와 연동하여 건강정보의 자가 관리의 용이성 추구

성과 게임화를 통해 방문과 건강개선 정도에 따라 리워딩을 제공하였으며, 활동량계를 통한 평소 칼로리 소모와 걸음 수를 주 단위로 평가, 개인화 기능을 구성하여 동영상 학습, 건강주의보 정보 노출, 기초체력과 질병예방 2가지 측면으로 종합 현황을 제공하였으며, 향후 출퇴근 확인용 기능 구성에 대한 기획 및 모바일을 고려한 정보 구성 및 단일 측정 정보의 모듈화 구성으로 UX를 설계



1. 서비스 기획, 콘텐츠 기획 컨셉



2. IA



3. 로그인 정책 및 화면 UX 설계



4. 동영상 학습 화면 UX 설계



5. Gamification 기획 및 화면 UX설계



6. 건강 현황판 화면설계



7. 대리증후군 관리 화면설계



8. 신체능력 측정 현황 화면설계



9. 종합 건강관리 기능 및 리워딩 기획

업무 범위

도시철도공사 전사 건강관리 시스템 구축
-혈압, 당뇨, 기초신체정보, 체력측정장비의 IOT 시스템 연동, 개인별 활동량계 연동, 개인건강관리 서비스 기획 및 개발

- 서비스 기획
- 컨텐츠 기획
- 서비스 기능 도출
- 기능 Flow 정의
- UX 컨셉
- IA 정의
- 화면설계

(주)유라클, 헬스케어 서비스 App “Bang” 서비스 기획 및 UX 설계

과제 웨어러블 활동량계와 연동하는 헬스케어 서비스 구축을 목표로 사용자에게 어필 가능하며, 지속적으로 사용할 수 있는 서비스 개발

성과 개인 목표 설정과 목표 달성에 따른 피드백 제공, 측정 정보를 월별로 관리할 수 기능 제공, 친구와 경쟁할 수 있는 SNS 기반 기능 구성, 누적된 측정치를 성과로 전환할 수 있는 콘텐츠 기획, 칼로리 소모 및 수면 정보를 직관적이고 친근하게 표현할 수 있는 UI 구성



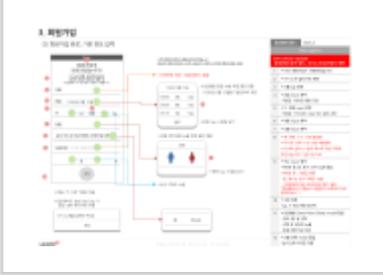
1. 서비스 역할 정의



2. 기능 도출



3. IA 정의



4. 회원가입 정책 및 화면설계



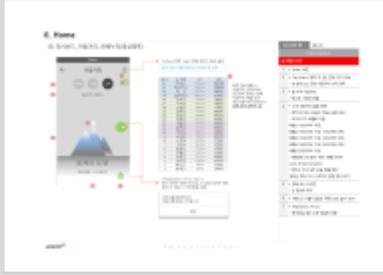
5. Main 화면 설계



6. 월별 관리 기능 기획 및 화면 설계



7. 활동량 미션 기획 및 UX설계#1



8. 활동량 미션 기능 기획 및 UX설계#2



9. 칼로리 소모 UX설계

업무 범위

활동량계를 이용한 Healthcare 서비스, 서비스 기획 및 콘텐츠 기획, App 화면 및 시스템 개발

- 서비스 역할 모델
- 해외 사례 분석
- 서비스 타겟 분석
- 서비스 기능 정의
- 기능 Flow 정의
- IA 정의
- UX 컨셉
- 화면설계



BANG
건강에 생활을 더하다.

Wearable Device
주 4세 공인회계사 Tricore가 개발한 웨어러블 기어(밴드)인 “Bang”은 헬스케어 서비스 분야
에.이.리.다양한 애플리케이션의 기능을 제공합니다. 개인 및 기업의 건강관리로 돕고 보다 스마트한
생활을 할 수 있도록 합니다.

신한금융그룹 모바일 UX 표준화 컨설팅

과제 신한금융그룹의 그룹사, 계열사의 App을 진단하고 브랜드 아이덴티티와 UX를 고객에게 일관성있게 제공할 수 있는 표준화 작업을 진행

성과 정량조사 및 정성조사를 통해 신한금융그룹의 각 계열사의 브랜드 이미지 조사, 사용성 조사, 이미지와 컬러, 그룹사별 UI 아이덴티티 정의, 카드, 은행, 증권, 생명의 UX 표준화 영역 정의, 이미지 테마 가이드 및 로그인부터 거래까지 업무별 UX Pattern 정의



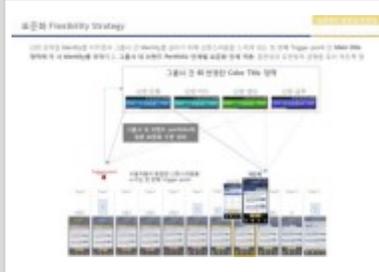
1. Brand Image Index



2. Brand Image



3. 계열사별 컬러 범주



4. 표준화 범주



5. 계열사 별 표준화 범주



6. UX 선호도



7. User Diary



8. Image Theme / Guide



9. UX Guide

업무 범위

신한은행, 신한카드, 신한증권, 생명보험

- 사용성, 브랜드 이미지 고객 조사
- UX 표준화 전략
- UI /GUI 가이드

방법론

- Online Survey
- IDI
- FGI
- Creative FGI
- User Diary
- Image, Color Card

SK Smart Branch Service 컨설팅

과제 스마트 브랜치 서비스를 위해 제품, 공간, 거래 서비스 플로우의 3가지를 범위로
제품, 공간, 서비스 Flow 전반의 고객의 Needs 및 심리적으로 안정되고 인체적으로 편안한 UX를 제시

성과 프로토타입을 제작하여 실제 사용자와 인터뷰 및 사용성 조사 진행,
스마트 브랜치 내에서 고객이 요구하는 서비스의 니즈를 도출하고 업무 Flow 제시,
제품의 PUI, 어고노믹스 측면의 제품 사이즈 제안, 공간 구성 및 제품의 Look & Feel 제안



1. Research Framework



2. Service Needs Finding



3. 업무 Flow 정의



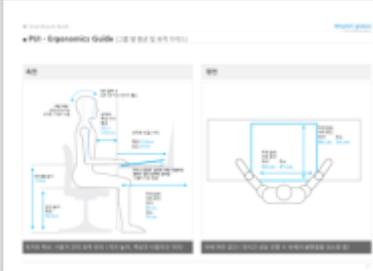
4. PUI(MMI) Lay-out



5. Research Analysis



6. PUI Suggestion



7. PUI (ergonomics)



8. Design Preference



9. Visual Direction

업무 범위

- Service Needs Finding
- PUI (MMI), Ergonomics
- Design Preference

방법론

- Visual Trend
- FGI / FGD
- Usability Test (task based)

감사합니다.

Contact Info.

CEO 김경도

E-Mail bluesysky@gmail.com

Mobile 010 3113 4418

Tel 031-523-9775

Address 경기도 성남시 수정구 성남대로 1189, 4층

사업자 번호: 639-87-01337