



I.N.X Introduction

Design Your Tomorrow.



in-x.kr

 inx2015@naver.com

 02 6223 6003

Why We?

아이엔엑스는 고객의 미래를 디자인한다는
비전과 디자인 전략에 대한 책임을 지고
고객의 니즈에 적합한 솔루션을 제공하는
디자인 전문회사이자 지식서비스 컨설팅 회사입니다.

Insight

사용자 중심 리서치를 통한
고객 지향 문제해결 역량 보유

사용자 중심의 심층적인 니즈, 선호도 등
조사분석 역량 보유

Needs

고객사 현황 맞춤 전략으로
프로세스 최적화, 최선의 솔루션 제공

다년간 다양한 클라이언트와 협업 경험을 바탕으로
최적화된 전략 및 디자인솔루션 제공

eXperience

기획에서 실행까지 풍부한 경험과
전문성이 있는 우수한 연구진

20년 이상의 책임 연구원과 풍부한 경험과
우수한 연구진 참여

Index

| overview | part 1 | portfolio | part 2 |
|---------------|--------|---|--------|
| Business area | 03 | 01. 전기차 충전 중개 플랫폼 UX/UI | 06 |
| Our Process | 04 | 02. 공용 시설물 사용 시나리오 및 사용자 경험 전략 개발 | 13 |
| Our portfolio | 05 | 03. 스마트폰을 이용한 반려동물 개체 식별용 생체인식 기술 고도화 및 제품화 | 23 |
| | | 04. 개인정보보호위원회 온라인 웹사이트 '개인정보 포털' 서비스 개선 | 34 |
| | | 05. 극미량 유해물질 현장 분석용 질량 분석기 개발 | 43 |
| | | 06. 디지털 사이니지를 구비한 스마트 벤딩머신의 중국시장 진출에 따른 지재권 확보 및 디자인 역량 강화 | 43 |
| | | 07. 자사 사업경쟁력 강화를 위한 초등학교 고학년(9~13세) 친화적인 코딩로봇 디자인 개발 | 53 |

Business Area

우리의 프로세스를 기반으로 사용자 공감 리서치/ 맥락 리서치, 서비스 컨셉 및 UX/UI 디자인, 디지털 프로덕트 서비스 기획 개발 등 진행하였습니다.

UI/GUI DESIGN



산업, 기업, 사용자, 서비스 간의 상호 관계를 고려한
디지털 제품 및 서비스의 UX/UI 디자인을 개발

UI Senario App Design

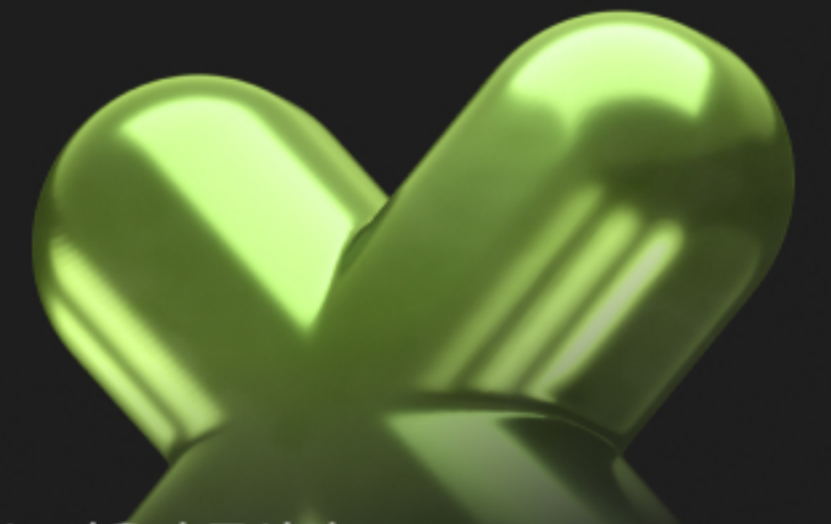
DIGITAL PRODUCT CONSULTING



학제적인 지식 서비스 컨설팅 및 콘텐츠 개발

Research Consulting Business Model

SOLUTION

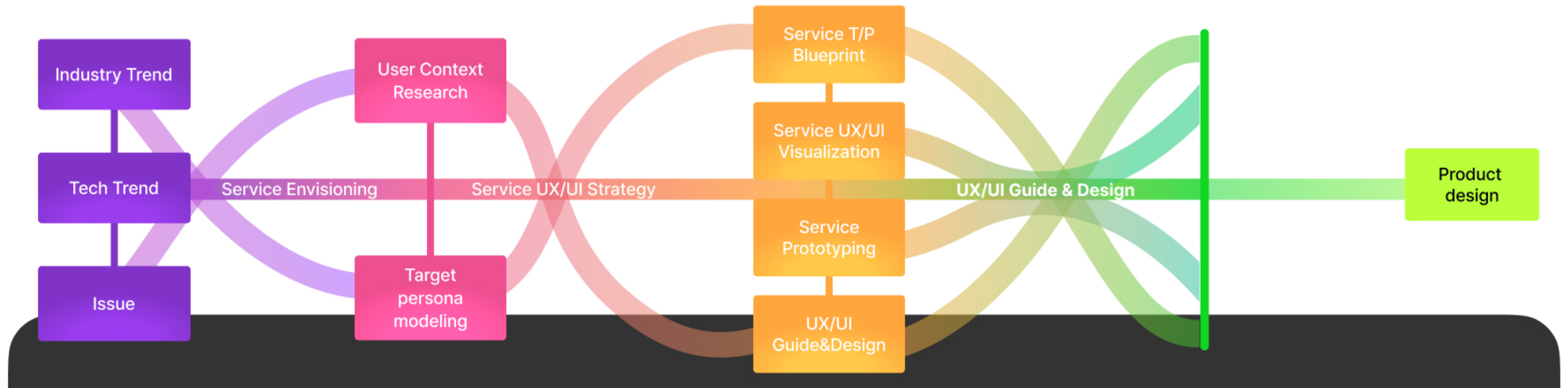


산업과 기술에 변화에 대응하는 사용자 중심의
디자인 씽킹 접근 방식을 통해 미래지향적인 솔루션 제공

Service Design Design Thinking

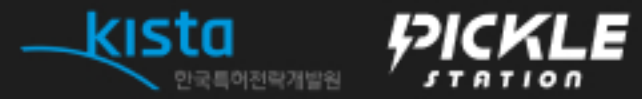
Our Process

우리의 프로세스를 기반으로 사용자 공감 리서치/ 맥락 리서치, 서비스 컨셉 및 UX/UI 디자인, 디지털 프로덕트 서비스 기획 개발 등 진행하였습니다.



Our Portfolio

| YEAR | PROJECT | CLIENT & PARTNERS |
|------|--|------------------------|
| 2025 | 단기 채권투자 플랫폼, 선정산 Embedded app 선행연구 | Billycrew |
| 2024 | 배터리 진단 및 안정성 확인이 가능한 스마트 충전기의 사용자 친화 인터페이스 개발 | KISTA, A-PRO |
| | loMT 기반의 스마트 병원 DX+AI 솔루션 | KISTA, P&T |
| | 서울시 중소기업 산업디자인 개발 지원사(책 읽어주는 벤치 UX 전략 개발) | 서울디자인재단, 엔쓰 |
| 2023 | 스마트폰 기반 반려동물 개체 식별용 생체인식 기술 고도화 UX 전략 개발 | KISTA, 펫나우 |
| | 개인정보보호위원회 온라인 웹사이트 '개인정보 포털' 서비스 개선 | 개인정보보호위원회, 한국디자인진흥원 |
| | 노약자 등 보행약자를 위한 자율주행 로봇 서비스 시나리오 개발 | KORAIL, 트위니 |
| 2021 | 자율주행로봇 IP개발 및 사용처별 디자인 개발 | KISTA, 트위니 |
| | IoT 기반의 코로나 대응 공간 소독 전문 장비 IP 융합 개발 UX/UI 전략 제안 | KISTA, 엠케이 |
| 2020 | 신남방 저온 배송 시장을 겨냥한 지능형 스마트 배송 서비스 패키지 솔루션 개발 UX/UI 전략 | KISTA, 탭스인터내셔널 |
| 2019 | 극미량 유해물질 현장 분석용 질량분석기 제품 디자인 개발 | KISTA, 영인크로매스 |
| | 빅데이터 AI 알고리즘 기반 개인 맞춤형 화장품 제공 서비스 및 제품 개발 UX/UI 전략 | KISTA, 아미코스메틱 |
| 2018 | 고령세대 치매 조기예측, 치료제 및 환자 케어로봇 디자인 IP 전략개발 | KISTA, KIST |



전기차 충전 중개 플랫폼 UX/UI

배터리 진단 및 안정성 확인이 가능한 스마트 충전기의
사용자 친화 인터페이스 개발

Client KISTA(한국특허전략개발원), A-pro (에이프로)

Work Research
UX strategy
UI Guidelines
app/display Design

Period 2024.07.26 - 2025. 12.12 (20W)



Goal

에이프로: 자사의 제조 중심의 핵심 신제품(전기차 충전기)를 기반으로 주요 서비스 및 특징을 반영할 수 있는 서비스를 기대하였으며, 실질적인 충전기 사용자 중심 서비스 앱/디스플레이 UX/UI 디자인 개발이 가장 중요한 이슈였다.

아이엔엑스: 에이프로의 충전기는 충전 중 배터리 **안전진단**을 할 수 있는 기술은 보기힘든 제품이자 서비스라는 점이 가장 큰 특징이자 차별점이다. 따라서 안전 진단을 진행한 후, **복잡한 데이터**를 제품을 이용하는 사용자, 사용 환경 그리고 맥락을 고려하여 적합하고 최적의 정보를 전달하는 **인터페이스 개발**이 주요 이슈였다.



사용자 니즈와 시장 환경 분석

- 산업, 동향 경쟁 서비스 사용자 이용환경을 조사하여 서비스가 해결해야할 과제 탐색

1 산업환경 및 이슈 조사분석

산업환경_글로벌

1 산업환경 분석_글로벌

- 1 글로벌 충전인프라 동향: 글로벌 충전인프라 동향, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향
- 1 글로벌 EV 판매: 글로벌 EV 판매 동향, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향
- 1 EV Charging Index 2024 survey: EV 충전인프라 동향, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향

산업환경_미국

1 산업환경 분석_미국

- 1 미국 전기차 충전인프라 현황 및 전망: 미국 전기차 충전인프라 현황, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향
- 1 미국 전기차 충전인프라 보급 확대에 따른 영향: 미국 전기차 충전인프라 보급 확대에 따른 영향, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향
- 1 미국 전기차 충전인프라 동향: 미국 전기차 충전인프라 동향, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향

2 주요 경쟁사 및 앱 기초조사 분석

1 경쟁사 분석: 경쟁사 분석, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향

2 앱 기초조사: 앱 기초조사, 주요 시장 동향, 이를 기반으로 충전 인프라 투자 동향, 주요국별 충전인프라 동향

2 경쟁사분석 | 소결

- 충전 인프라 및 솔루션 기업: 충전 스테이션 및 앱 등 기업들간의 적극적인 파트너십을 통해 서비스가 진행
- 다양한 차량 유형, 충전 장소 및 충전 레벨을 기반으로 충전 설정 등의 맞춤 서비스 제공 기반적 기능으로 보유
- 충전소 찾기 예약 기능들은 물론 실시간 대안 충전소 제시, 즉시 결제, 보상 제공, 사용자 선호 충전소 제공 등 다양한 기능이 제공되고 있음
- 다양한 기업과의 협업, 기본 기능에 충실한 서비스는 물론 사용자 중심의 편의성과 맞춤형 서비스 제공이 점차 중요해짐으로써 파악

3 산업환경 및 이슈 조사분석

1 사용자 기초조사 개요

2 사용자 기초조사

3 사용자 기초조사

4 사용자 기초조사

5 사용자 기초조사

6 사용자 기초조사

7 사용자 기초조사

8 사용자 기초조사

9 사용자 기초조사

10 사용자 기초조사

11 사용자 기초조사

12 사용자 기초조사

13 사용자 기초조사

14 사용자 기초조사

15 사용자 기초조사

16 사용자 기초조사

17 사용자 기초조사

18 사용자 기초조사

19 사용자 기초조사

20 사용자 기초조사

21 사용자 기초조사

22 사용자 기초조사

23 사용자 기초조사

24 사용자 기초조사

25 사용자 기초조사

26 사용자 기초조사

27 사용자 기초조사

28 사용자 기초조사

29 사용자 기초조사

30 사용자 기초조사

31 사용자 기초조사

32 사용자 기초조사

33 사용자 기초조사

34 사용자 기초조사

35 사용자 기초조사

36 사용자 기초조사

37 사용자 기초조사

38 사용자 기초조사

39 사용자 기초조사

40 사용자 기초조사

41 사용자 기초조사

42 사용자 기초조사

43 사용자 기초조사

44 사용자 기초조사

45 사용자 기초조사

46 사용자 기초조사

47 사용자 기초조사

48 사용자 기초조사

49 사용자 기초조사

50 사용자 기초조사

51 사용자 기초조사

52 사용자 기초조사

53 사용자 기초조사

54 사용자 기초조사

55 사용자 기초조사

56 사용자 기초조사

57 사용자 기초조사

58 사용자 기초조사

59 사용자 기초조사

60 사용자 기초조사

61 사용자 기초조사

62 사용자 기초조사

63 사용자 기초조사

64 사용자 기초조사

65 사용자 기초조사

66 사용자 기초조사

67 사용자 기초조사

68 사용자 기초조사

69 사용자 기초조사

70 사용자 기초조사

71 사용자 기초조사

72 사용자 기초조사

73 사용자 기초조사

74 사용자 기초조사

75 사용자 기초조사

76 사용자 기초조사

77 사용자 기초조사

78 사용자 기초조사

79 사용자 기초조사

80 사용자 기초조사

81 사용자 기초조사

82 사용자 기초조사

83 사용자 기초조사

84 사용자 기초조사

85 사용자 기초조사

86 사용자 기초조사

87 사용자 기초조사

88 사용자 기초조사

89 사용자 기초조사

90 사용자 기초조사

91 사용자 기초조사

92 사용자 기초조사

93 사용자 기초조사

94 사용자 기초조사

95 사용자 기초조사

96 사용자 기초조사

97 사용자 기초조사

98 사용자 기초조사

99 사용자 기초조사

100 사용자 기초조사

개선대상 논의 및 선정

- 전기차 소유 사용자를 인터뷰하여 불편 요소를 다각도로 검토하여 퍼소나 선정
- 우선 개선이 필요한 영역을 선정하고 방향성 설정

4 산업환경 및 이슈 조사분석

| 이슈 | Charlita Scott (7) | Rick Semash (7) | Jim Selge (8) | Patric Zwickler (8) |
|----------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 사용자 사진 | | | | |
| 전기차 모델 및 번호 | Hyundai IONIQ 5 (2023년 1월 20일) | Nissan Ariya (2023년 1월 20일) | Hyundai IONIQ 5 (2023년 1월 20일) | Hyundai IONIQ 5 (2023년 1월 20일) |
| 전기차 구매 이유 및 방법 | 환경 보호 및 미래 기술, 회사에 지급된 보조금, 정부 보조금 | 환경 보호 및 미래 기술, 회사에 지급된 보조금, 정부 보조금 | 환경 보호 및 미래 기술, 회사에 지급된 보조금, 정부 보조금 | 환경 보호 및 미래 기술, 회사에 지급된 보조금, 정부 보조금 |
| 주요 불편 사항 | 충전 속도, 충전 시간, 충전 비용 | 충전 속도, 충전 시간, 충전 비용 | 충전 속도, 충전 시간, 충전 비용 | 충전 속도, 충전 시간, 충전 비용 |



5 국내 사용자 관찰 및 설문

6 퍼소나 시나리오 검토

여정별 세부 인사이트 및 UI 화면정의

- 도출된 인사이트를 기반으로 와이어프레임을 설계하고 시각화된 UI를 통해 실제 사용자 경험 구현함

7 서비스 아이디어 및 콘텐츠 검토

4 인사이트 및 UX/UI전략 도출

4. APP/DISPLAY UX 전략 도출

| | | | |
|--------------------|--------------|-----------------------|--|
| 충전소 검색 및 충전까지의 불편함 | APP, DISPLAY | 검색부터 완료까지 일관된 경험 제공 | <ul style="list-style-type: none"> 편의성이 있는 기기외 경우, 사용자 친화적 경험과 인포메이션 버튼 설계 모바일 앱과 디스플레이에서의 충전소 검색 가능 여부, 대기 시간, 고장 여부 등 실시간으로 제공하여 대기 시간이나 고장으로 인한 불편 줄임 사용자의 위치, 충전 가능 여부, 목적지를 분석해 최적의 충전소 및 경로 추천 뒤로 가기 및 홈 버튼 없는 충전기 DISPLAY |
| 충전 과정에서의 번거로움 | APP, DISPLAY | 빠르고 직관적인 사용 위한 UI 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 충전 시작 / 충전 중 / 충전 완료 등의 중요한 사용자 행동을 M표할 수 있는 CPT인 유지 충전기에 시각적, 청각 및 촉각으로 충전과 연결 상태 제공하도록 채택할 수 있도록 지원 충전 완료 시 즉시 사용자에게 시각적, 청각적 제공 디스플레이의 밝기, 색상으로 충전 상태 및 충전량 표시 가능하도록 지원 |
| 멤버십 혜택 부족 | APP | 앱 사용 유도를 위한 멤버십 혜택 제공 | <ul style="list-style-type: none"> 충전소가 위치한 유통매장, 기밀정보와 연계한 고객 혜택 및 서비스를 강화 충전 실적에 따른 포인트 적립, 충전 금액에 따른 할인 혜택 제공 추가적인 이벤트, 마케팅으로 신규 회원 유치 및 유지 함 충전 중 대기 시간 최소화를 통한 충전 경험 개선 |
| 충전 중 사고 및 오류 방지 | APP | 충전 외 전가차 이용 경험 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 충전할 때의 안전을 위한 알림 및 사용자 선택권 강화 MYCAR 앱으로 차량에 대한 상태 충전 여부 등을 확인할 수 있는 개인 맞춤형 관리 충전 중인 차량이 충전 중인 충전소로 자동 연결되는 알림 제공 |

8 IA, 인터페이스, 기능 검토

3 영상 관찰/서비스 벤치마킹(Service benchmarking)

3. 영상 별 세부 인사이트, 전가차 충전 예상 USER FLOW/기능

4 여정별 세부 인사이트, 전가차 충전 예상 User Flow

전가차 충전 예상 USER FLOW(TO-BE) 상세도로

03. 차량 충전 FLOW

디자이너 화면 자세히보기 → 2024.12.12 v1.0

디자인 고도화 및 IP 창출

- 최종 결과물을 점검하고 완성도를 높여 개발에 연동하며 기술과 디자인을 자산화하여 서비스 확장의 기반을 마련합니다.

* 본 프로젝트는 현재 개발 중인 서비스로, 전체 시안은 보안상 공개가 제한됩니다.

Brand UX

PICKLE STATION

Brand UX goal
진보적이고, 스마트한 충전 경험

Brand UX Keyword

- Calm**
#까지 충전 #심플한 충전
Eco 친환경, Friendly 친근한, Clean 맑은
- Enhanced**
#하이테크 #에너지
Electricity 전기, Trust 신뢰, Professional 전문적인
- Intuitive**
#원칙 #직관적 #새로운
Intuitive 직관적인, Neo 새로운, Trendy 트렌디

Design concept

- Concept A**
Calm
차분한
PICKLE STATION
안전한 충전, 미래
- Concept B**
Enhanced
강화/향상된
PICKLE STATION
- Concept C**
Intuitive
직관적인
Hello, PICKLE STATION

Concept A

Calm

사용자에게 안전과 신뢰감의 가치 제공

- 필수이그린 개념의 차별한 색상은 안전을 연상시키는 색상
- 동근 모서리와 이미지는 신뢰감 향상
- 대비가 큰 디자인 요소를 사용하여 중요한 인식을 강조 명확하게 표기함

Concept B

Enhanced

사용자에게 역동성과 에너지 효율성을 강조하는 일관된 브랜드 경험 제공

- 로그오 표현된 컬러 그라데이션을 사용하여 일관된 인식을 제공
- 아이코닉한 형태를 그대로 사용하여 강렬한 디자인은 영의 역동성과 에너지 효율 강조
- 충전과 배터리의 관리가 편리함을 주는 경험으로 다가감에 사용자가 전기차를 더욱 강력하게 관리할 수 있다는 인식 제공

Concept C

Intuitive

사용자에게 직관적 미학으로 신규 앱으로서 접근성 제공

- 불필요한 디자인 요소를 제거한 직관적 디자인은 일 사용자에 학습 부담을 줄여줌
- 직관적 정보 제공으로 필요한 정보와 기능을 신속하게 접근할 수 있어, 충전과 배터리의 진단 과정에서의 효율성 극대화

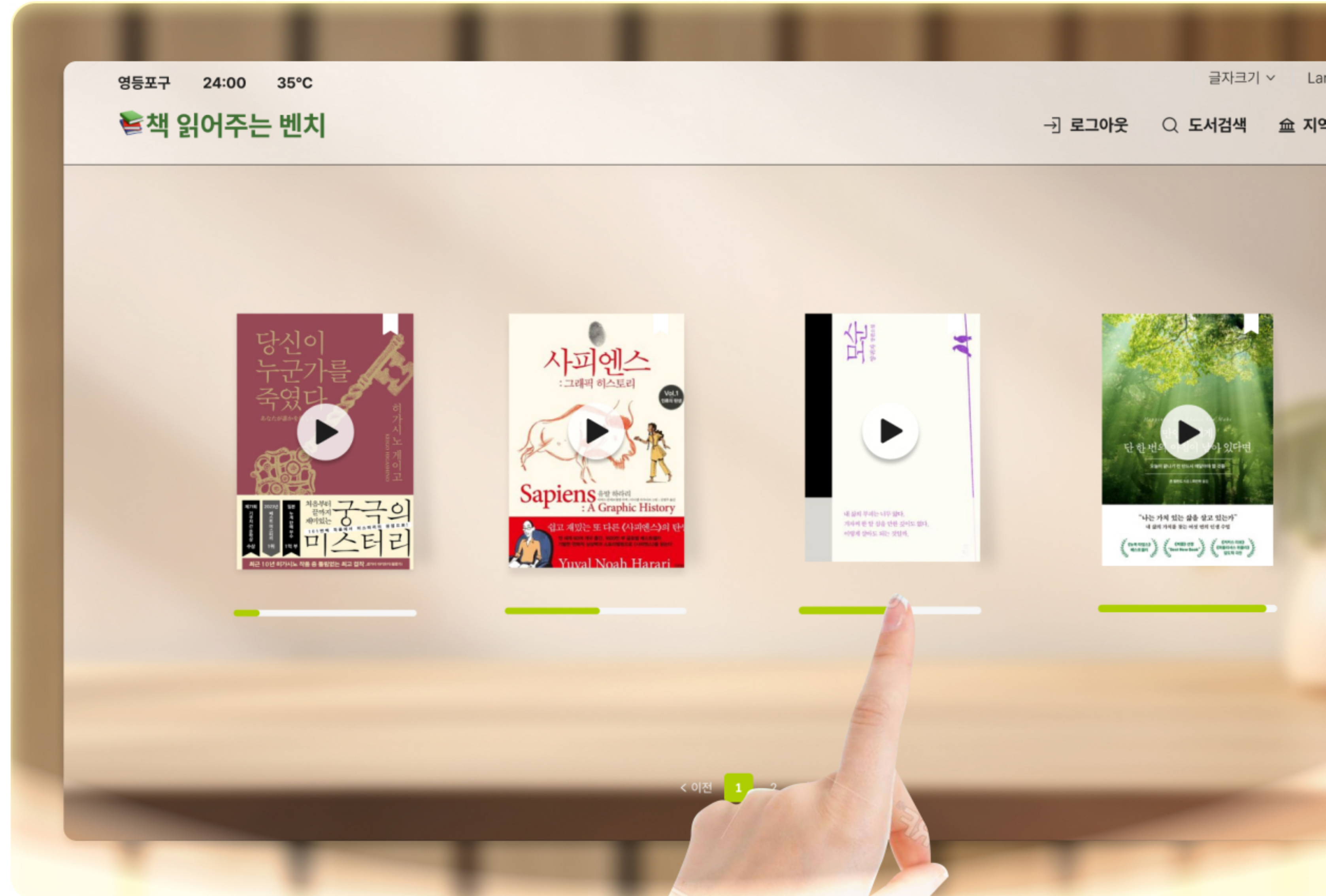
“전기차 이용자를 위해, 안전하고 직관적인 **충전 경험**을 제공하는
기능 설계와 **신뢰 기반**의 UX 개발이 핵심이었던 과제였습니다.”



공용 시설물 사용 시나리오 및 사용자 경험 전략 개발

콘텐츠를 통한 힐링 휴게 공간, '책 읽어 주는 벤치'의 시나리오 및 UX 전략 개발하였으며, 실제 적용 현장에서의 심층 리서치를 통해 가장 효과적인 솔루션 도출

| | |
|--------|---|
| Client | 서울특별시, 서울디자인재단, 엔쓰컴퍼니 |
| Work | Research(desk, field) Persona modeling User senario UT |
| Period | 2024.08 - 2025. 12 (4M) |



Goal

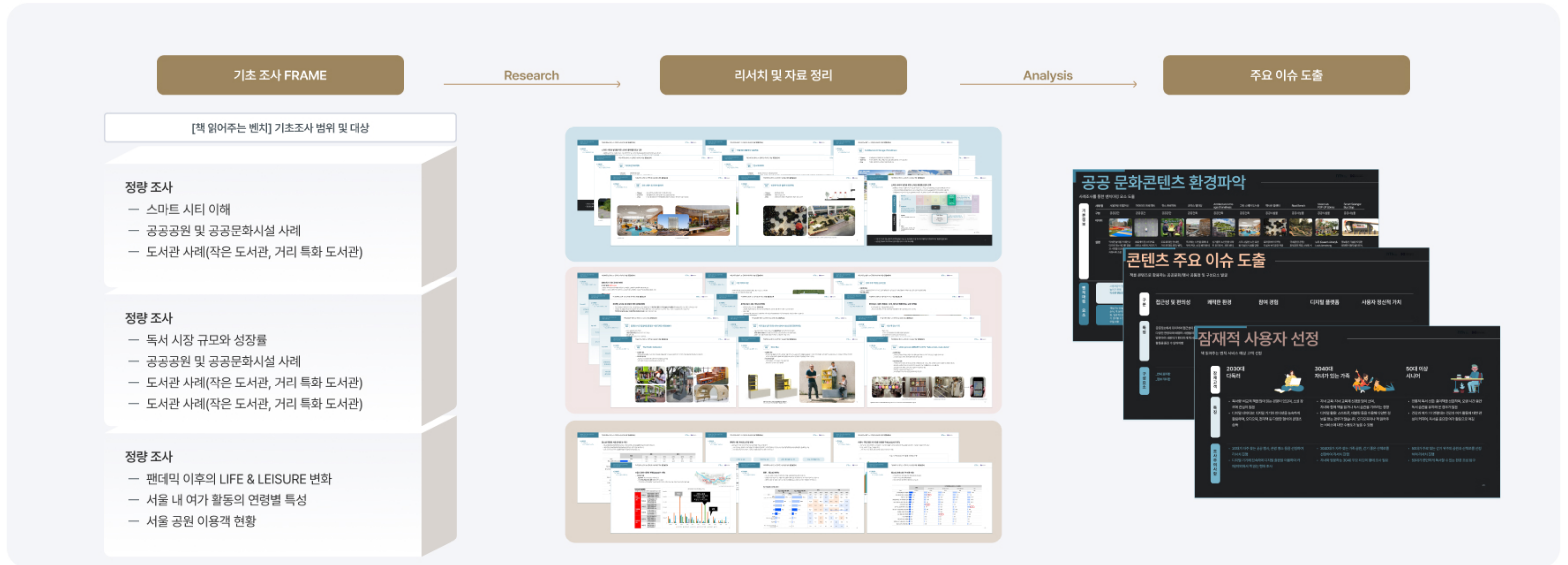
엔스컴퍼니 '책 읽어주는 벤치'는 공원 및 도심 등에 설치해 시민들에게 문화 콘텐츠를 제공해주는 제품이다. 따라서 문화 콘텐츠 전달이라는 **본연의 기능**에 적합하도록 제품 설계 단계부터 기술적인 고려가 필요했다. 또한 시민들이 편리하게 이용할 수 있도록 이용 동선까지 고려한 **스마트한 UX**를 개발해 설계하는 것이 목표였다.

아이엔엑스 '책 읽어주는 벤치'는 국내외에서 보기 힘든 최초의 제품이자 서비스라는 점이 가장 큰 특징이자 차별점이다. 따라서 제품을 이용하는 **사용자, 사용 환경** 그리고 **사용 맥락**을 고려해 가장 적합한 **서비스와 UI/UX 전략**을 개발하는 것이 가장 중요한 이슈였다.



사용환경 및 고객조사를 통한 잠재고객 설정

- 공공 환경 분석 : 벤치와 같은 공공 시설물의 특징과 환경에 대한 이해를 통해 벤치의 실제 사용 가능성과 효과를 파악
- 책 / 도서 콘텐츠 시장 현황 분석 : 독서와 관련된 현재 시장의 트렌드와 경쟁 상황을 파악
- 사회적 인식 및 사용 환경 : 다양한 사용자 그룹의 독서 습관 및 트렌드, 선호 콘텐츠, 독서 환경에 대한 니즈를 파악하여 잠재 고객 설정



모든 리소스를 활용해 사용자 의견 모으기

- **관찰 조사**: 실제 사용 환경에서 사용자의 행동을 직접 관찰하여, 사용자가 어떤 상황에서 이 서비스를 필요로 하는지 이해. 벤치가 설치될 가능성이 있는 공공 장소(시청 야외 광장, 도서관 주변 등)에서 사람들의 활동을 관찰. 잠재적 사용자가 주로 어떤 활동을 하는지, 어떤 시간대에 가장 많이 모이는지 등을 기록함
- **설문 조사**: 잠재적 사용자 집단의 독서 습관, 오디오북 사용 경험, 공공장소에서의 콘텐츠 소비에 대한 의견을 수 집함

사용환경 조사 (관찰조사)

사용자 조사 (설문 조사)

Analysis

사용자 조사 INSIGHTS

서울 시청 광장 · 청계천 · 광화문 일대

일자: 2024. 06. 15(토) 오후 4:00 ~ 7:00 (3H) / 현장 사용자 관찰 및 5명 러프 인터뷰



서울숲

일자: 2024. 06. 18(화) 오후 3:00 ~ 5:00 (2H) / 현장 사용자 관찰



니즈 클러스터링으로 사용자 유형별 이슈 검토

- UX 피라미드 : UX/UI 디자인 에이전시에서 제안한 최상의 결과를 내기 위한 UX 주요 규칙 중 하나.
- 다양한 수준에서 충족해야 하는 UX 디자인을 요구사항 목록으로 제시함
- 메슬로 욕구 계층 구조에 따라 UX 피라미드 맨 아래에는 기본 요구사항이, 위쪽에는 상위 요구사항이 존재함 (1~6단계가 우열을 나타내지는 않는다)

사용자 NEEDS & INSIGHTS

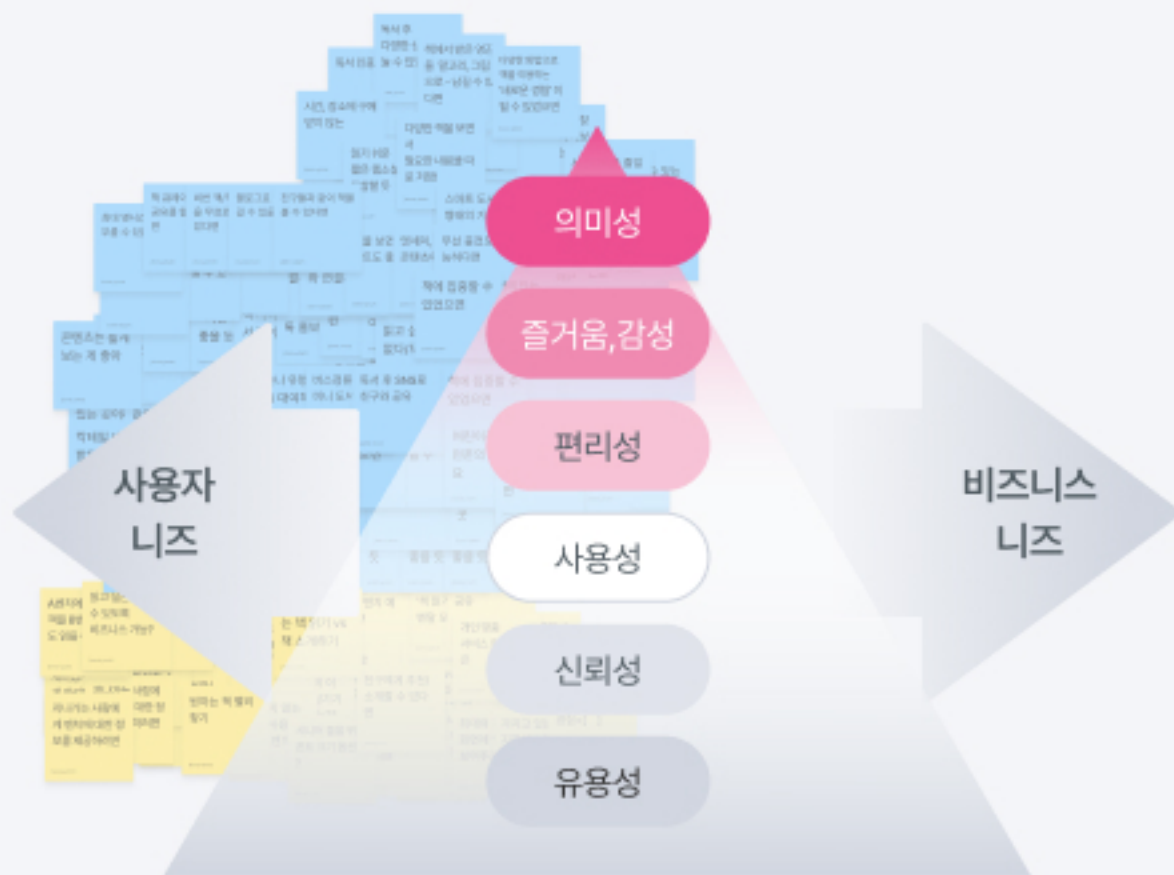
×

니즈 클러스터링

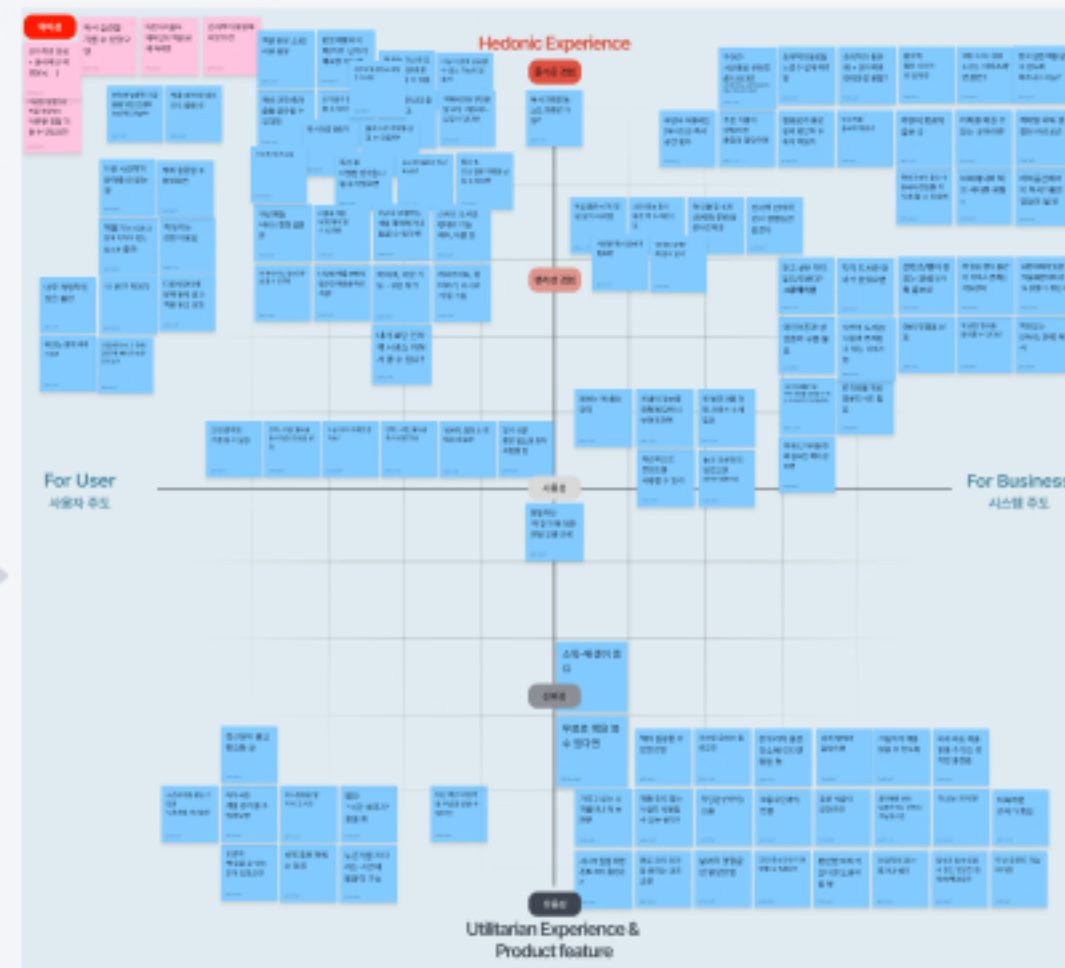
Analysis

퍼스나 유형별 이슈 정리

니즈 클러스터링 및 분석 프레임 설정
[UX 니즈 피라미드] X [기업-사용자 니즈]



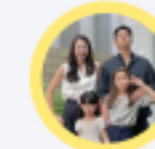
니즈 클러스터링



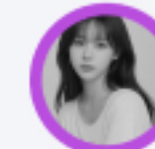
니즈 클러스터링



"저는 60대 호전입니다. 이런 불편함과 Needs를 가지고있어요."
① 오디오북이나 전자책이 익숙하지 않아요.
② 짐이 있지만, 오롯이 혼자 있을 수 있는 개인공간이 부족해요.
③ 책을 접하는건 언제나 즐거워요.



"저는 40대 전교입니다. 이런 불편함과 Needs를 가지고있어요."
① 자녀의 풍부한 독서 경험을 위해 책에 대한 즐거움을 알려주고 싶은데 강요에 의해서가 아닌 효과적인 방법을 모르겠단다.
② 가족과 일 사이에 나만의 시간을 내기가 어렵다.



"저는 20대 만평입니다. 이런 불편함과 Needs를 가지고있어요."
① 친구들에게 책을 많이 소개해주는데 소극적 반응이 아쉬워요.
② 독서 경험을 널리/쉽게 공유하고 싶어요.
③ 대중교통 환승하거나, 기다릴 때 책을 읽는데 전자책이 가벼워서 좋아요.

우리동네 주민의 일상을 위한 '책 읽어주는 벤치'

- 서비스 퍼소나 3명이 책 읽어주는 서비스를 각각 이용하는 씬을 1개의 시나리오로 제시
- 전문가 평가를 반영하여 실제 서비스에 가까운 시나리오 개선

PERSONA 1, 오전 10시

PERSONA 2, 오후 4시

PERSONA 3, 오후 7시

2024 홀스기립 2.2D-19인
개발 시나리오

'책 읽어주는 벤치' UX 전략 및 시나리오 개발 최종 보고서

2. 진행현황
2.2 디자인개발 현황 및 전략

호진씨, 60대, 오전 10시
집에서 가까운 산책로에서

| | | | | |
|---|--|---|---|---|
| <p># Scene 1 호수공원 산책로 벤치에 착석</p> <p>시뮬레이션 호수공원 산책로 벤치에 착석하여 앉는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 벤치 및 산책로 주변 환경을 인식하여 위치 기반 추천 콘텐츠를 제공하기 - 추천 콘텐츠에 따라 관련 정보 제공</p> | <p># Scene 2 음성 안내 및 오디오 스트림</p> <p>시뮬레이션 음성 안내를 통해 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 3 자율 서비스 이용</p> <p>시뮬레이션 권장 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 4 서비스 종료 후 QR 정보 스캔</p> <p>시뮬레이션 서비스 종료 후 QR 코드를 스캔하여 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 5 휴먼 모드로 전환</p> <p>시뮬레이션 휴먼 모드 전환을 통해 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> |
|---|--|---|---|---|

2024 홀스기립 2.2D-19인
개발 시나리오

'책 읽어주는 벤치' UX 전략 및 시나리오 개발 최종 보고서

2. 진행현황
2.2 디자인개발 현황 및 전략

민정씨, 20대, 오전 4시
집으로 가는 길, 근처의 가로

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| <p># Scene 1 환승구간 근처 책 읽어주는 벤치로 이동</p> <p>시뮬레이션 환승구간 근처 책 읽어주는 벤치로 이동하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 2 벤치 착석 후 추천 도서 선택</p> <p>시뮬레이션 벤치 착석 후 추천 도서를 선택하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 3 오디오북 서비스 이용</p> <p>시뮬레이션 오디오북 서비스를 이용하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 4 책이름을 통한 MY책장 이동</p> <p>시뮬레이션 책이름을 통한 MY책장을 이동하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 5 SNS 공유를 위한 QR스캔 후 종료</p> <p>시뮬레이션 SNS 공유를 위한 QR 코드를 스캔하여 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> |
|--|---|---|---|--|

2024 홀스기립 2.2D-19인
개발 시나리오

'책 읽어주는 벤치' UX 전략 및 시나리오 개발 최종 보고서

2. 진행현황
2.2 디자인개발 현황 및 전략

교진씨, 40대, 오후 7시
집 근처의 근반공원

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| <p># Scene 1 이러한 단지 내 놀이공간</p> <p>시뮬레이션 이러한 단지 내 놀이공간에서 책을 읽어주는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 2 책판 조절</p> <p>시뮬레이션 책판 조절을 통해 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 3 키즈 메뉴 진입</p> <p>시뮬레이션 키즈 메뉴를 진입하여 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 4 키즈 전용 콘텐츠 경험</p> <p>시뮬레이션 키즈 전용 콘텐츠를 경험하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> | <p># Scene 5 오프라인 도서관 연결</p> <p>시뮬레이션 오프라인 도서관을 연결하여 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하는 장면 촬영</p> <p>기능 및 목표 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠의 오디오 스트림을 재생하고, 관련 정보 제공 - 추천 콘텐츠에 따라 추천 콘텐츠 제공</p> |
|--|--|---|---|---|

사용자 18명 사용성 평가(UT)

- 서비스가 사용자가 쉽게 이해하고 사용할 수 있는지를 평가하고 개선하기 위한 UT(User Test) 진행

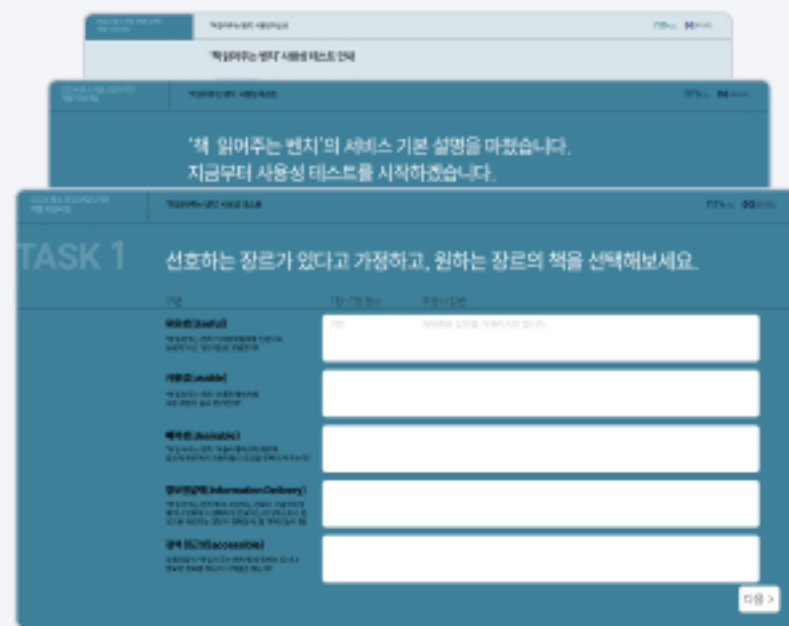


● 여성 50%
● 남성 50%



● 20대 28%
● 30,40대 39%
● 50세이상 33%

UT 설계

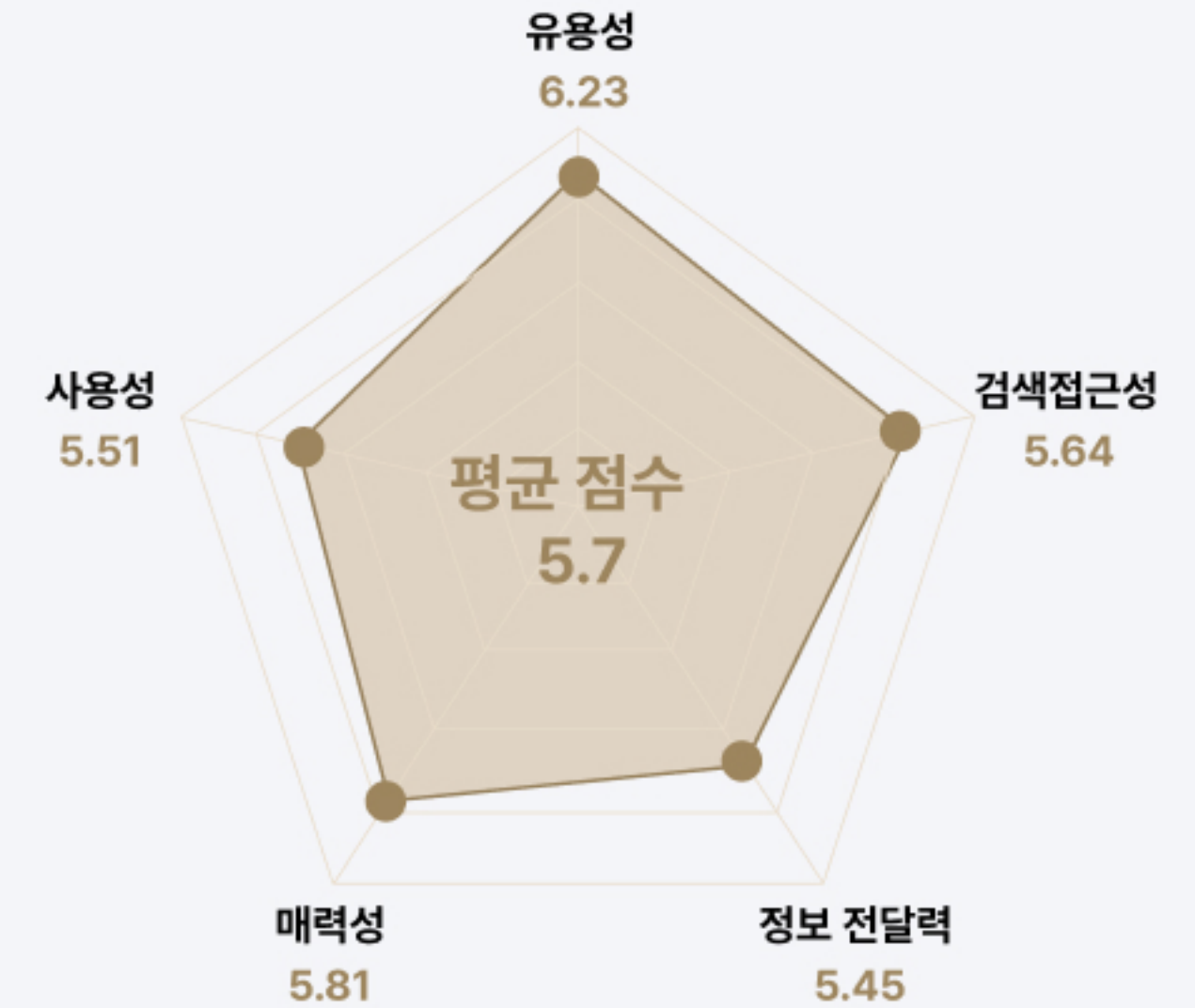


- UT는 응답자를 선별하여 데스크탑으로 프로토타입을 진행하고, 7점 척도 및 주관식 답변을 준비된 답변지에 서술하는 방식으로 진행
- 서비스 시나리오에 해당하는 20~60대 다양한 연령층을 대상으로 진행
- UT를 통해 전반적인 서비스 FLOW 이해도 파악 및 추가적인 인사이트 수집을 목표로 진행
→ TASK를 수행하여 서비스 주요 기능 이해

사용자 정성적, 정량적 평가 및 UT 참여 사진



평가 점수(5.7 / 7점 만점)





책 읽어주는 벤치가 추천 하는 오디오북을 만나보세요.

Q 책, 이름, 작가, 테마 검색

추천도서 소설 시 문학 에세이 자기계발 경제 키즈랜드 연담시 낭독 지역 도서관

Today pick!

책 읽어주는 벤치가 추천하는 오늘의 책

< 이전 2024.08.16 다음 >

소설



멜로베이스
R. F. 구암 · 문학사상

평범한 소설가가 흥행 작가가 된다. 직접 쓰지 않은 작품으로! 창조와 표절, 문학계 진유, 차별/역차별 등 첨예한 이슈를 끌어들이 흥미로운 이야기로 창조했다.

시·에세이



나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다
피트릭 보일리 · 문진지혜하우스

뉴욕 메트로폴리탄 미술관의 경비원으로 10년, 인류의 위대한 걸작들을 가장 가까이서 지켜본 한 남자의 ...

시·에세이



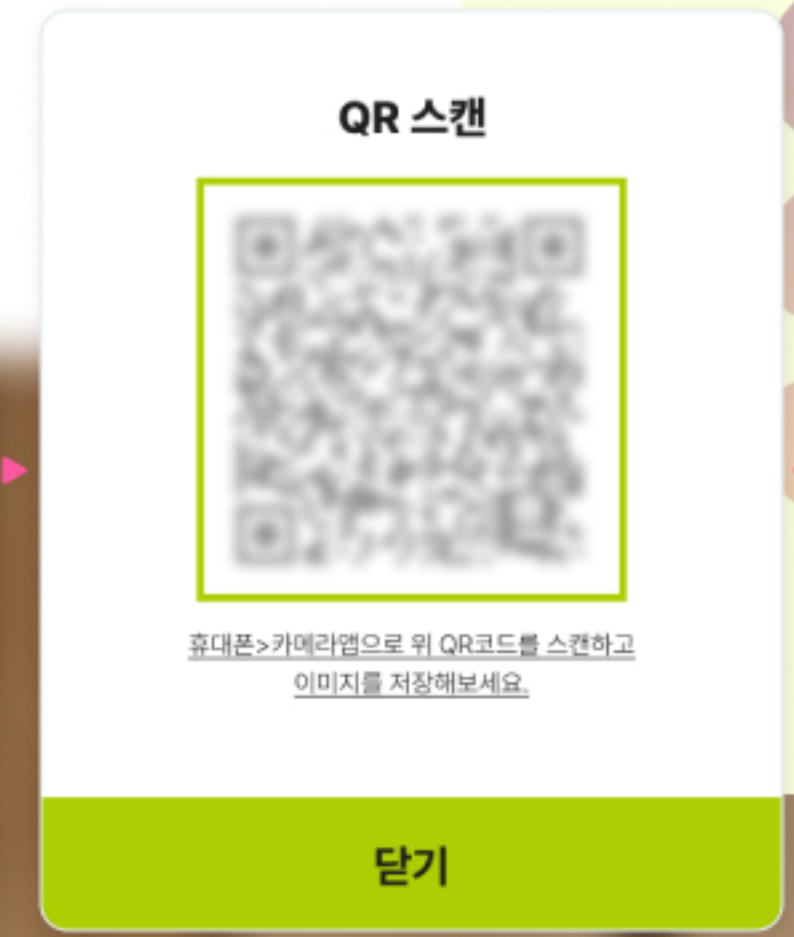
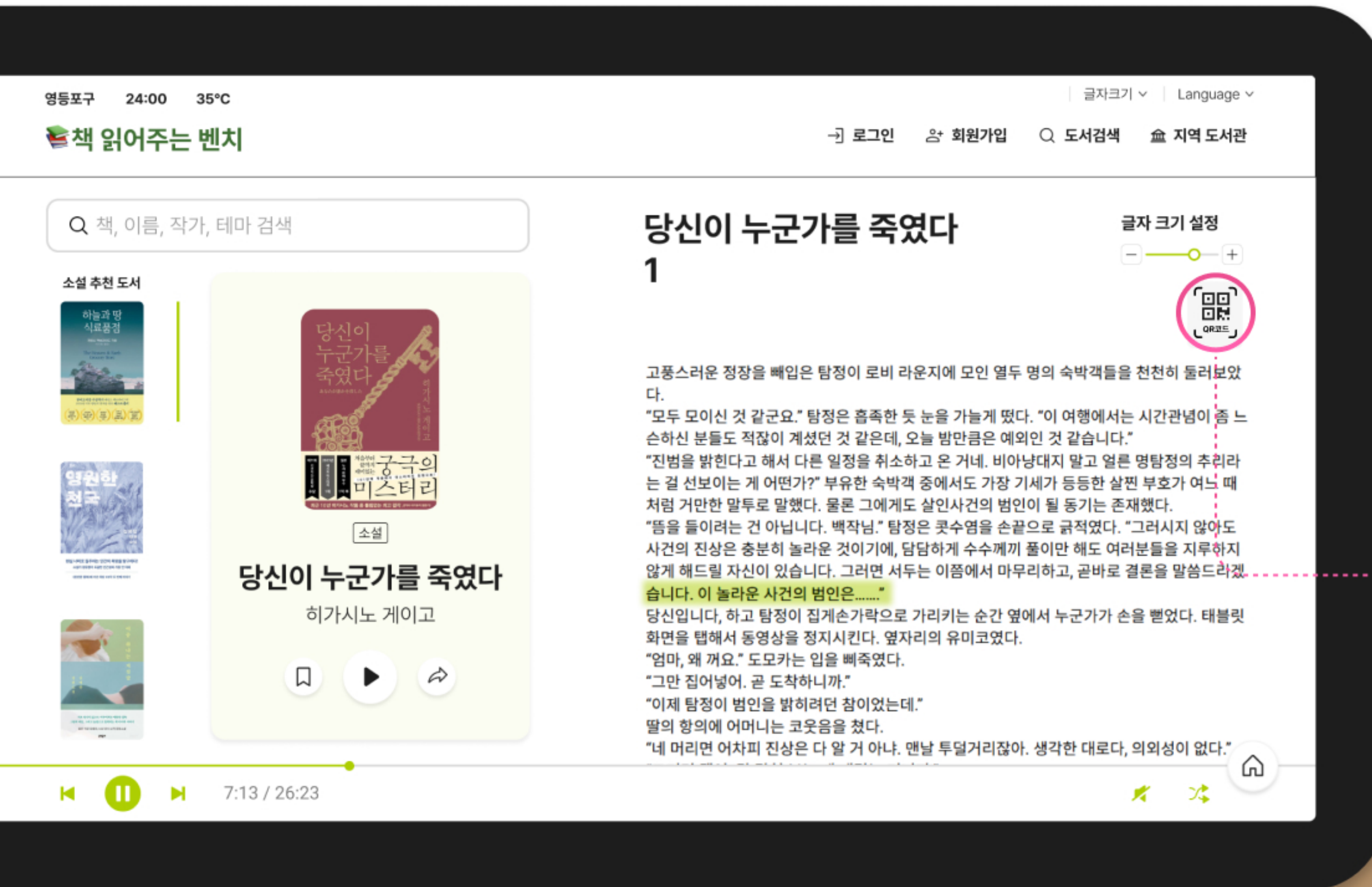
꽃을 보듯 너를 본다
나태주 · 지혜

블랙핑크(BLACKPINK)의 지수와 세계적인 보컬 그룹인 방탄소년단(BTS)의 RM, 송혜교와 박보검 등은 물론 한국인의 예술시인 [꽃꽃]이 수록되어있는 ...

TOP 10

꾸준한 상승! 책 읽어 주는 벤치가 추천하는 TOP 10 도서

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|  |  |  |  |  |
| 만화로 읽는 수능 고전시가 공명당은출 편집부 · 공명당은출 | 모순 양귀자 · 스타 | 3분 철학 1: 서양 고대 철학편 김재문 역 · 카시오메카 | 돈의 심리학 모건 하우스 · 인문류앤앤 | 사피엔스 유형 허버트 · 김명서 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|  |  |  |  |  |
| 김필리의 신비마트 | 만일 나에게 단 하나의 | 승승 읽히는 군주론 | THE MONEY BOOK | 당신이 누군가를 죽였다 |



도서마다 QR코드를 활용하여 도서 완료 카드 이미지를 휴대폰에 저장 SNS 업로드, 개인 소장 등 20대의 생활 습관에 맞는 독서 기록 기능 카드에는 도서의 썸네일, 제목, 작가 정보가 포함되어 있으며 이러한 공유 기능은 자연스러운 마케팅 효과를 기대할 수 있음

“다양한 사용자를 위해 진짜로 필요한 서비스,
즉 사용자를 중심으로 한 콘텐츠와
UX 시나리오를 개발하는 것이 가장 중요한 과제였습니다.”

INX



스마트폰을 이용한 반려동물 개체 식별용 생체인식 기술 고도화 및 제품화

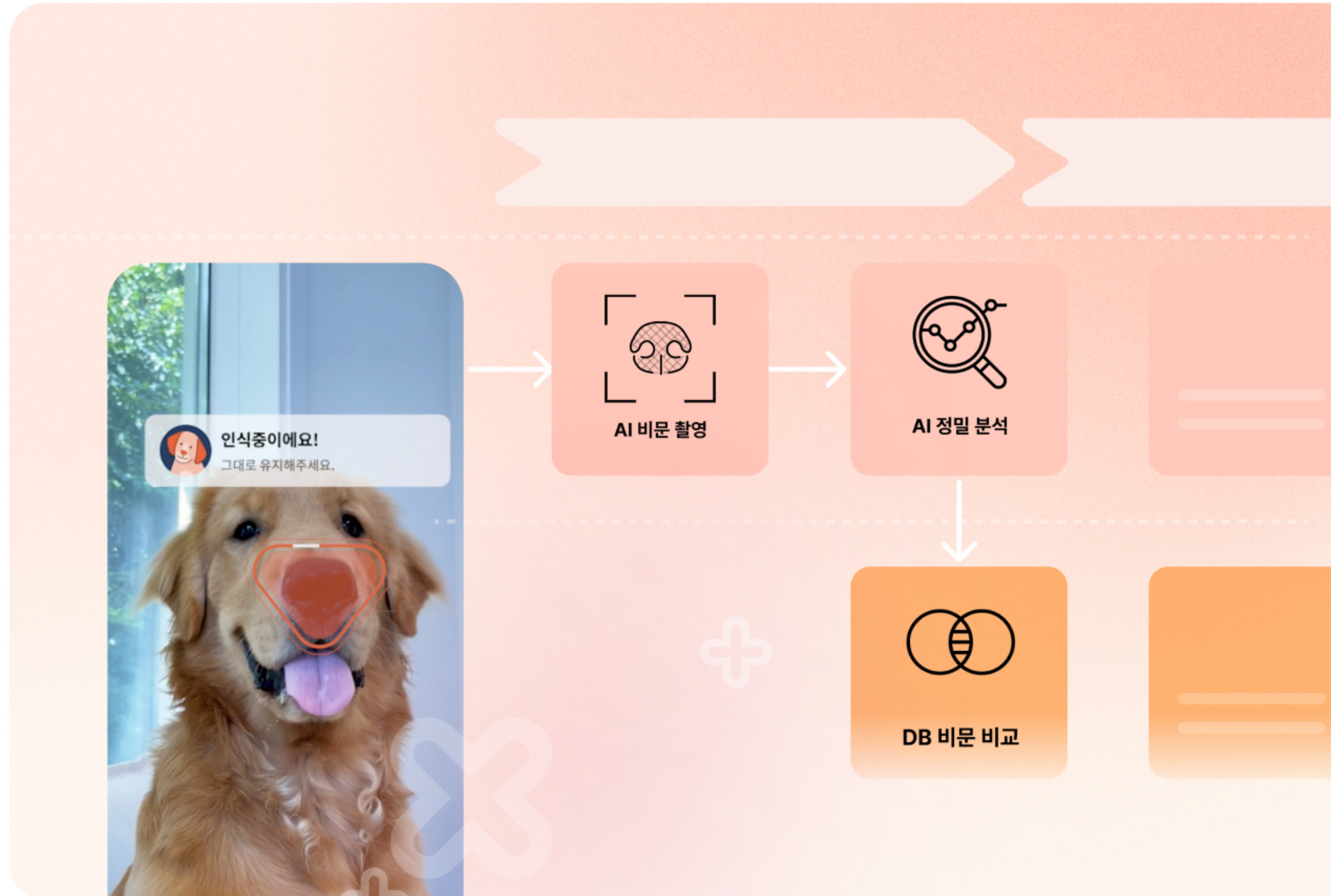
반려견주가 겪는 심리적·경제적 부담에 주목하여, 생체 인식이 효과적으로 활용될 수 있는 사용 시나리오를 도출하고, 이를 비문 인식(코무늬 인식) 기반의 보험 서비스와 연계한 UX/UI로 구현하여 실질적인 매출 성과로 이어지는 결과를 창출했습니다.

[보도자료](#)

Client KISTA(한국특허전략개발원), petnow(펫나우)

Work Research
UX Strategy, Blueprint
UI flow, GUI
Prototype

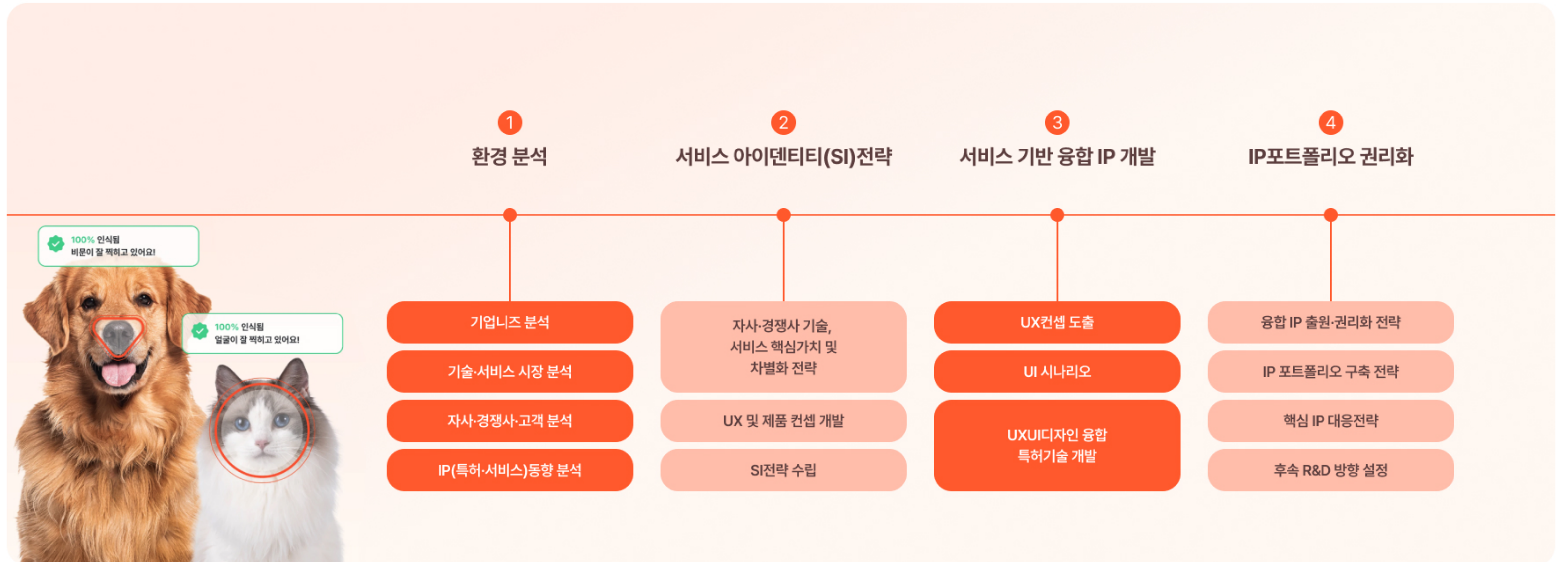
Period 2023.08 - 2023. 12 (4M)



Goal

펫나우는 반려동물 비문 인식 기술을 기반으로 보험, 헬스케어 등 서비스 확장을 통해 펫 라이프 케어 플랫폼으로의 도약을 목표로 하였다.

아이엔엑스는 사용자의 실질적 니즈를 반영한 UX 전략 및 시나리오 설계를 통해 기술과 서비스 간의 연결고리를 강화하고, 제품화 가능성을 극대화하는 것을 목표로 하였다.



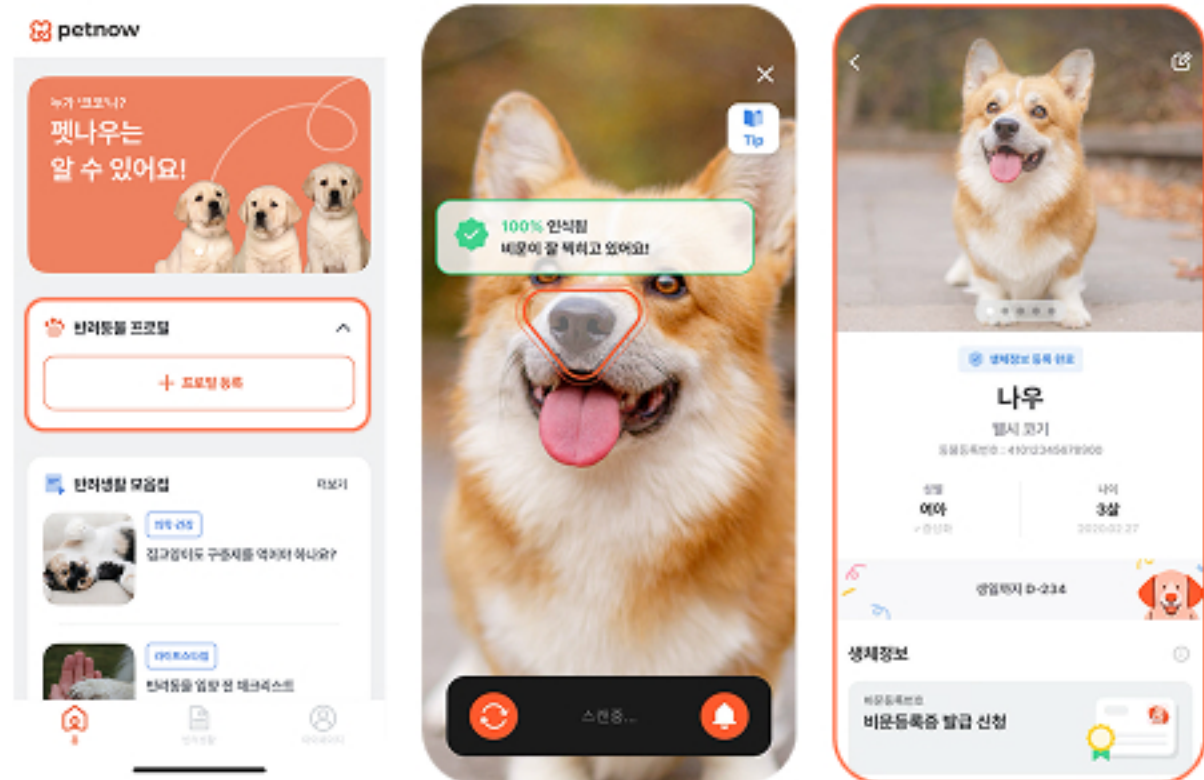
반려동물 생체인식 서비스 기반 시장 및 사용자 환경 탐색

- 펫나우의 비문 인식 기술 서비스 구조를 분석하고, 플랫폼화 가능성을 중심으로 서비스 방향성을 정리
- 글로벌 및 국내 펫케어 산업의 구조적 성장 동향 파악

1 펫나우 서비스 개요

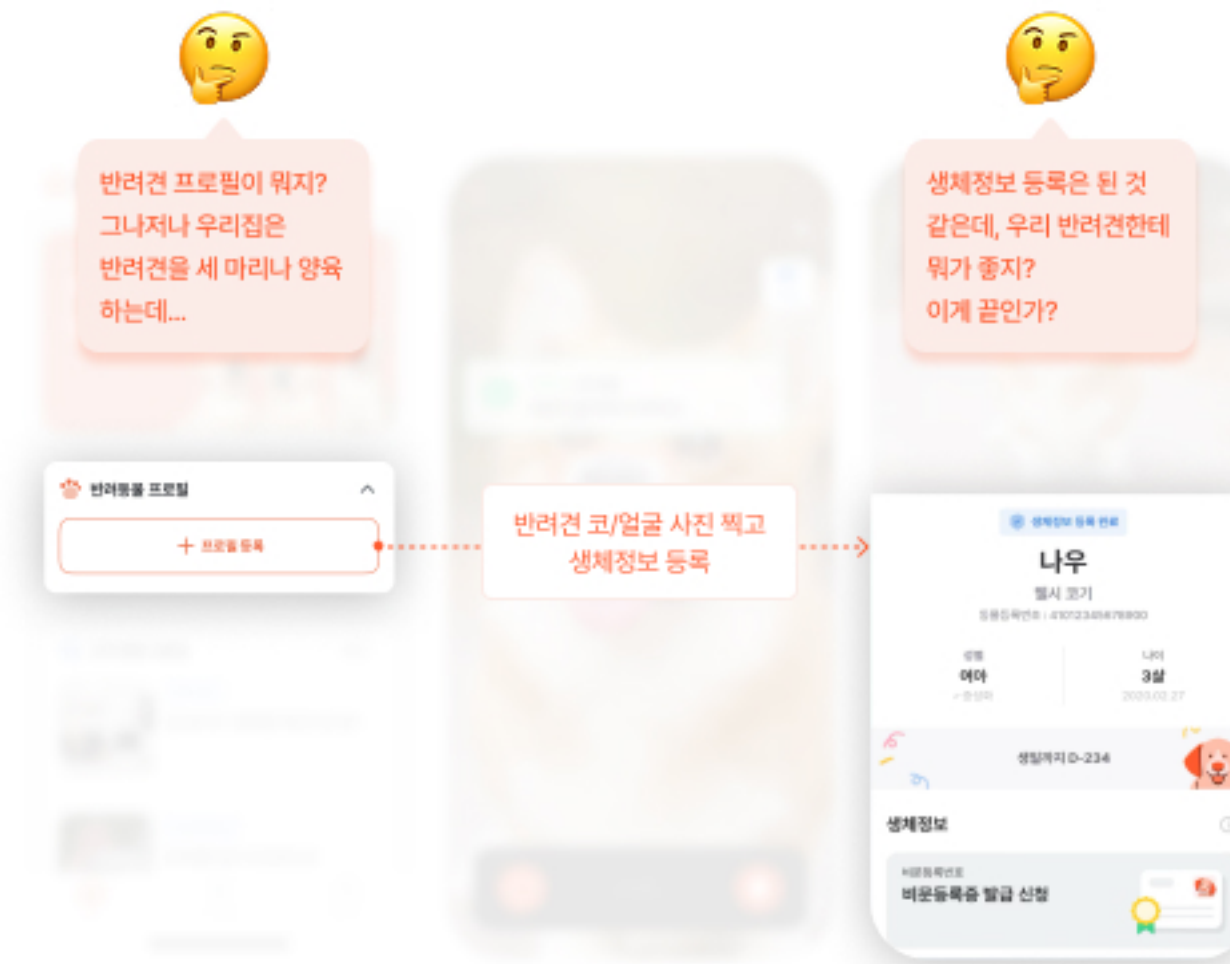
유기동물 없는 세상, '펫나우'가 만들어요

- AI 기술을 이용한 무료 반려동물 생체 정보 등록 서비스
- 반려동물 프로필 등록 사용자 경험



2 서비스 문제 발굴

1. 반려동물 프로필 등록 유저가 없어요.
2. 기업의 온라인 매출이 없어 비즈니스 성장이 없어요



3 글로벌 및 국내 펫케어 산업의 구조적 성장 분석

반려동물 문화(펫휴머니제이션), 반려동물 노령화가 펫 케어 시장 키워

- ① 반려동물 문화 진화 / ② 인플레이션 / ③ 프리미엄 시장 수요 / ④ 반려동물의 노령화가 펫시장 키워
- 반려동물의 건강한 관리, 의료 서비스에 대한 수요로 '펫 헬스케어'와 '펫 테크' 시장 가파른 상승
- 비상장 기업/스타트업을 중심으로 펫테크 시장 규모, 투자가 증가, 산업의 성숙 단계

→ 신속하고 성공적인 시장진입 매우 중요

펫 케어 시장(푸드,헬스,테크) 중,
펫 테크 산업 가장 가파른 성장률



(단위:조원) 고정환율 1,250원 적용
출처: 산업자료, 밸류파인더

펫 노령화와
반려동물 의료비 지출 증가



(단위:달러) 고정환율 1,250원 적용
출처: petfinder.com, 밸류파인더

시장 · 사용자 조사 기반 핵심고객 퍼소나 선정

- 펫테크 산업, 펫 보험, 원격의료 반려동물 생체인식 등과 관련된 국내외 사례를 중심으로 데스크 리서치를 수행하여, 기술 및 시장 트렌드를 종합적으로 분석
- 반려동물 양육자를 대상으로 한 심층 인터뷰 및 라이프스타일 조사 등 필드 리서치를 통해, 서비스 수용성, 니즈, 불편 경험등 사용자 관점 정보 확보

4 데스크 리서치 (Desk Research)

경력을 갖춘 40대, 공동 양육자 20대 여성은 반려동물 카테고리 모바일 앱, 커머스를 통해 **적극적 소비 및 활동을 하면서 반려동물의 건강과 복지, 주권 서비스 지향**



5 필드 리서치 (Field Research)

2 사용자 조사 계획

사용자 리서치 대상 유형 정의 프로젝트워크

핵심 사용자는 반려동물물 양육하는 여성으로

2 사용자 조사 계획

리서치 문항 검토

| 조사 항목 | 세부 항목 | 내용 |
|-------|---|----|
| 1차 사항 | 이름, 성별, 연령, 가족 구성, 가족 구성원 수, 양육 중인 반려동물 | |

3 사용자 조사 결과

사용자 인터뷰 진행

| 구분 | A | B | C | D | E | F |
|-----------|------------------------|----------------------|-------------------|------------------|------------------|---------|
| 이름 | 김이 | 박은 | 신은 | 이은 | 박지 | 이은 |
| 연령 | 30대 초반 / 여 | 20대 후반 / 남 | 30대 초반 / 여 | 40대 / 남 | 20대 / 여 | 40대 / 여 |
| 가족구성 | 2세대 / 이혼(주) / 1인가 (주주) | 1명 가구 | 2세대 / 이혼 | 2세대 / 기혼 | 2세대 / 기혼 | 연립형 주택 |
| 근거리 | 서울시 강남(주) / 수문시 동남(주) | 의왕시 고천 | 수문시 무안동 | 인천 청라 | 동대문구 | 여의도 |
| 반려동물 양육형태 | 반려견 (수) | 반려묘 (수) | 반려묘 (수) + 반려견 (수) | 반려견 (수) | 반려묘 (수) | 반려견 |
| 직업 | 회사원/ESG 컨설턴트 | 시진원 | 카페 운영 | 디자인회사 운영 | 프리랜서/HR 디자인 | 전업주부 |
| 인터뷰 일시 | 2023년 9월 10일 14시 | 2023년 9월 11일 18시 30분 | 2023년 9월 14일 15시 | 2023년 9월 15일 16시 | 2023년 9월 19일 15시 | 자주 예정 |
| 사진 | [Interview Photos] | | | | | |

6 퍼소나 정의

3 사용자조사결과 | 퍼소나 A

"우리를 반려인은 내가 책임져!"

목표: 적극적 소비, 40대 이상, 반려동물 건강 관심, 주권 서비스 지향

인사: "반려동물은 내가 책임져!"

주요 관심사: 반려동물 건강, 주권 서비스, 적극적 소비

3 사용자조사결과 | 퍼소나 B

"반려동물이라는 말도 처음은 하얏던 동물 애호가"

목표: 적극적 소비, 40대 이상, 반려동물 건강 관심, 주권 서비스 지향

인사: "반려동물이라는 말도 처음은 하얏던 동물 애호가"

주요 관심사: 반려동물 건강, 주권 서비스, 적극적 소비

3 사용자조사결과 | 퍼소나 D

"코로나에 힘입어 지난 3년간 반려견을 3마리 키우는 중입니다"

목표: 적극적 소비, 40대 이상, 반려동물 건강 관심, 주권 서비스 지향

인사: "코로나에 힘입어 지난 3년간 반려견을 3마리 키우는 중입니다"

주요 관심사: 반려동물 건강, 주권 서비스, 적극적 소비

3 사용자조사결과 | 퍼소나 E

"반려는 저의 존재 이유라고도 하는 게 무척 좋아요"

목표: 적극적 소비, 40대 이상, 반려동물 건강 관심, 주권 서비스 지향

인사: "반려는 저의 존재 이유라고도 하는 게 무척 좋아요"

주요 관심사: 반려동물 건강, 주권 서비스, 적극적 소비

3 사용자조사결과 | 퍼소나 C

"코로나에 힘입어 지난 3년간 반려견을 2마리 키우는 중입니다"

목표: 적극적 소비, 40대 이상, 반려동물 건강 관심, 주권 서비스 지향

인사: "코로나에 힘입어 지난 3년간 반려견을 2마리 키우는 중입니다"

주요 관심사: 반려동물 건강, 주권 서비스, 적극적 소비

UX인사이트 도출부터 비즈니스모델 설계까지의 통합 기획

- 사용자 유형 및 니즈를 계층화하며 이해관계자분석을 통해 서비스 설계 기초 인사이트를 도출하였음
- 도출된 니즈 기반의 아이디어를 클러스터링하고, 이를 바탕으로 실행 가능성 있는 비즈니스모델로 구체화

7 UX 피라미드를 사용한 사용자 니즈 위계 설정

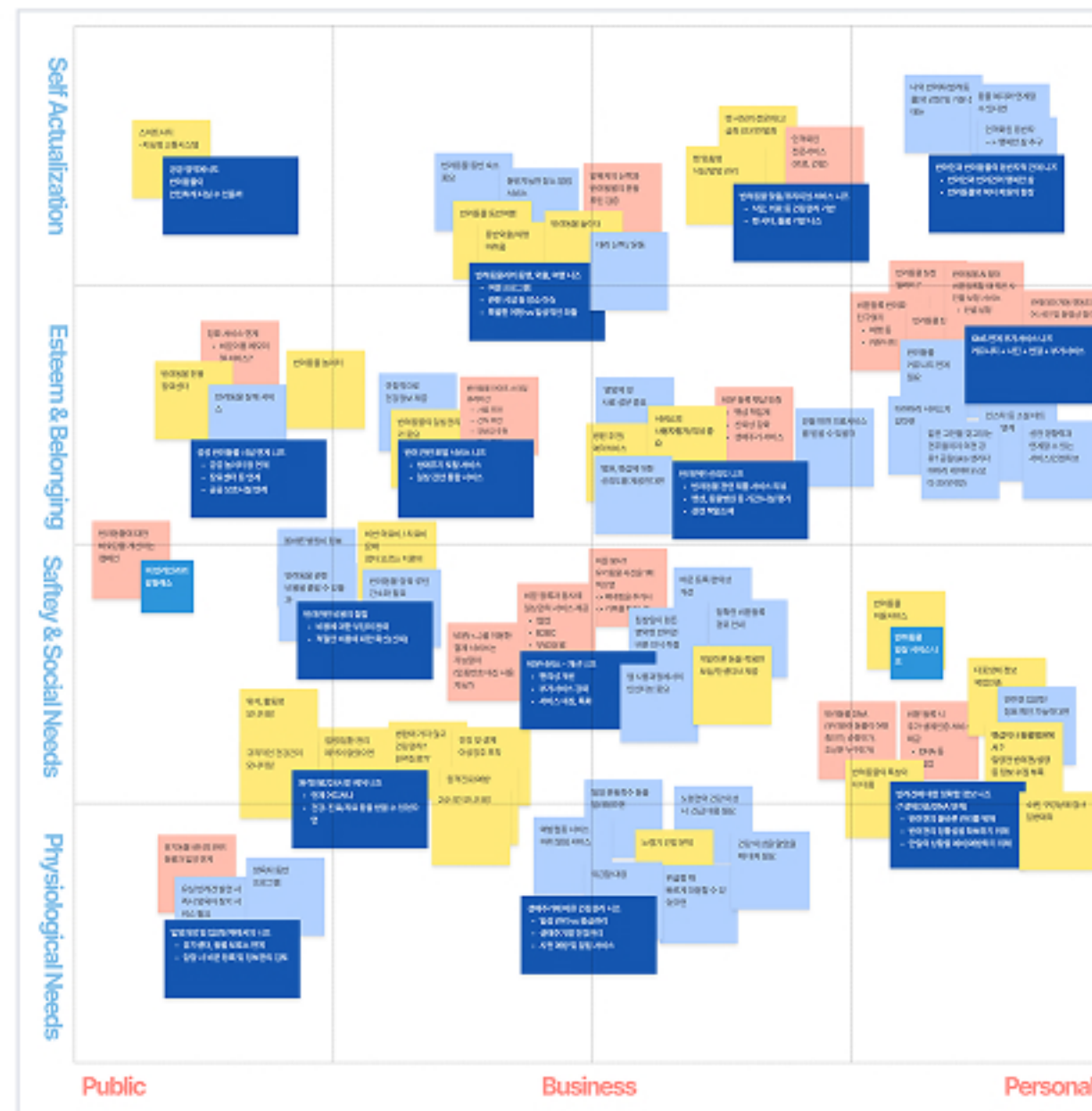
반려 생활 니즈 단계 HIERARCHY OF PET NEEDS



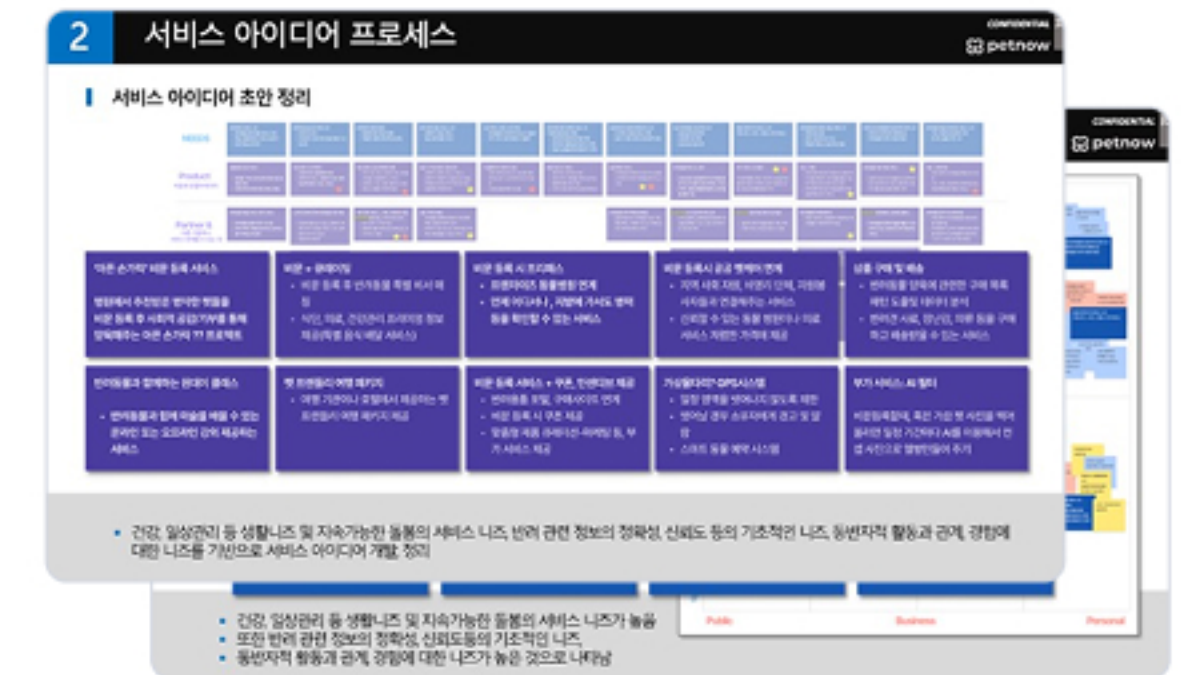
이해관계자 유형



8 퍼소나 니즈를 기반으로한 서비스 아이디어 클러스터링



9 아이디어를 기반으로한 비즈니스모델 초안



AI기반 플랫폼 서비스 고도화 및 구현 전략

- 반려동물 생체정보(AI 비문 인식 등)을 기반으로한 사용자 참여형 생태계 설계
- 개인 맞춤형 기능(e.g. 포인트, 파트너사 연계, 멤버십 등)을 통해 수익모델 및 이용자 경험 강화
- 고객 여정 전반에 걸친 서비스 접점과 프로세스를 시각화하여 서비스 실행 전략 구체화

10 펫나우 플랫폼 서비스/비즈니스 모델 제안

AI 인식기술 생체 등록



반려동물 생체정보를 등록하여 프로필 생성
기본 정보, 주인 정보가 포함된 QR 생성

AI 인식기술 생체 등록



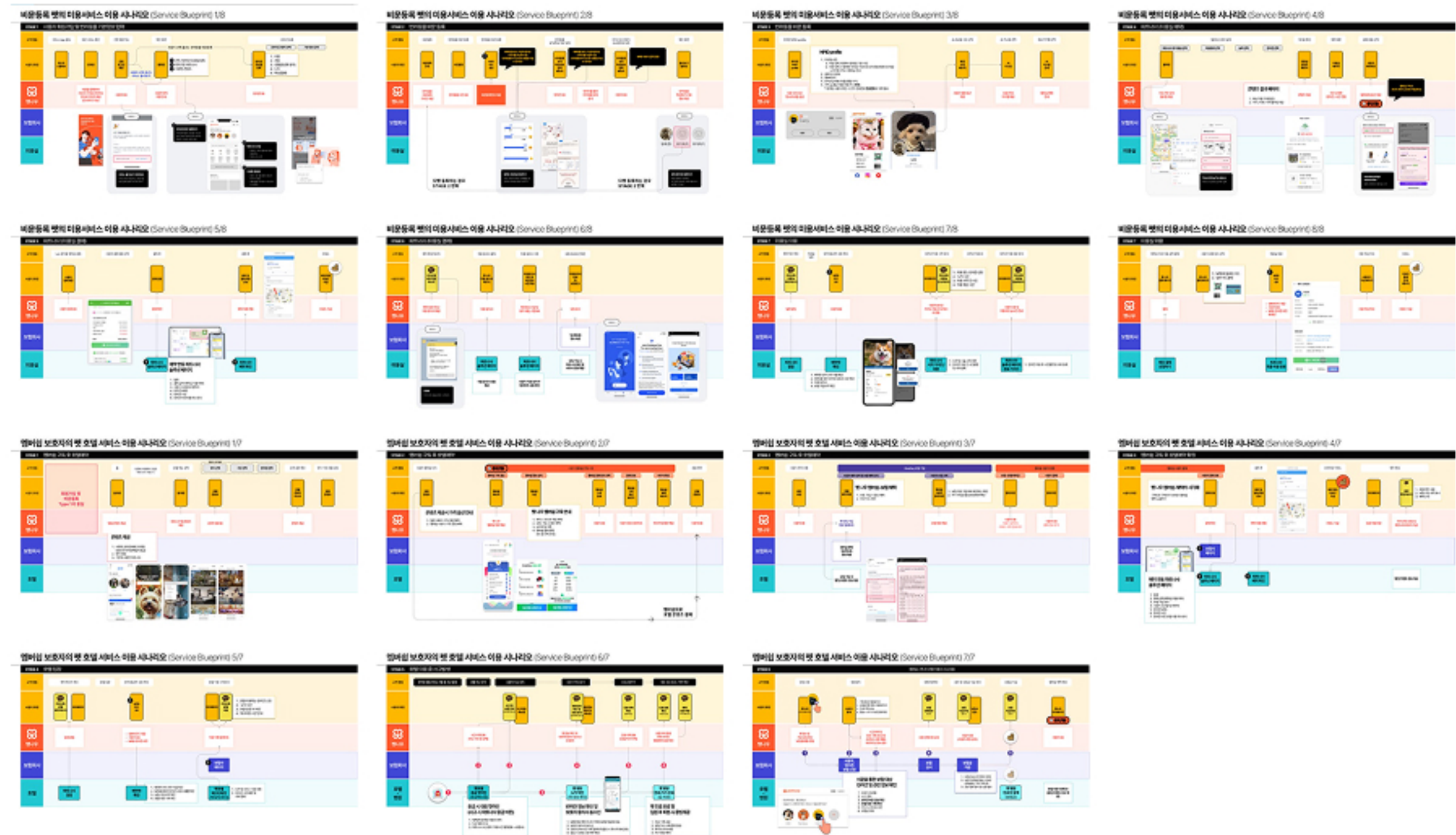
사고가 없는 사용자에게 포인트를 제공하고,
포인트를 다시 서비스 내에서
사용할 수 있도록 재사용 촉진

AI 인식기술 생체 등록



반려견의 예방/사전적 건강 관리를 통한 진료비 절감
보험금 가입과 청구 편의성
멤버십 혜택

11 서비스 블루프린트



반려동물 생체인식 기술을 활용한 생애주기 건강 플랫폼

AS-IS



반려동물의 **현재** 위험관리를
편리하게 하고싶다

보험사기와 관련된 **리스크**를 관리하고
운영의 **효율**을 높이고싶다

TO-BE



안전하게 보험에 가입할 수 있으며,
사고발생 여부와 관계없이 **가입의 가치**를 느낄 수 있음

생체인식 기반 데이터로
운영 **효율성**과 **신뢰도**를 동시에 확보!

효과1. 빠르게 성장하는 **펫 테크** 시장에서의 **점유율**

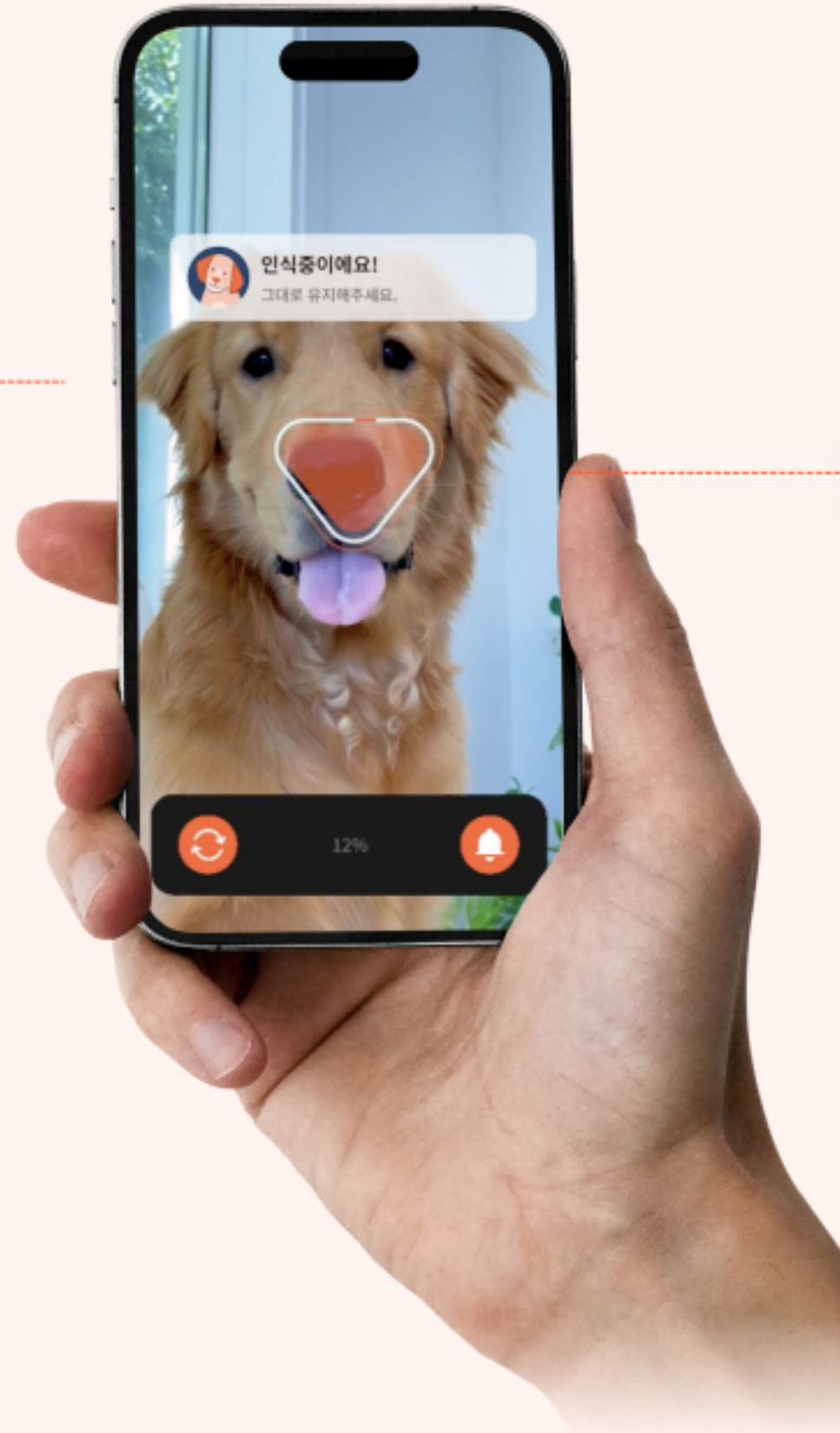
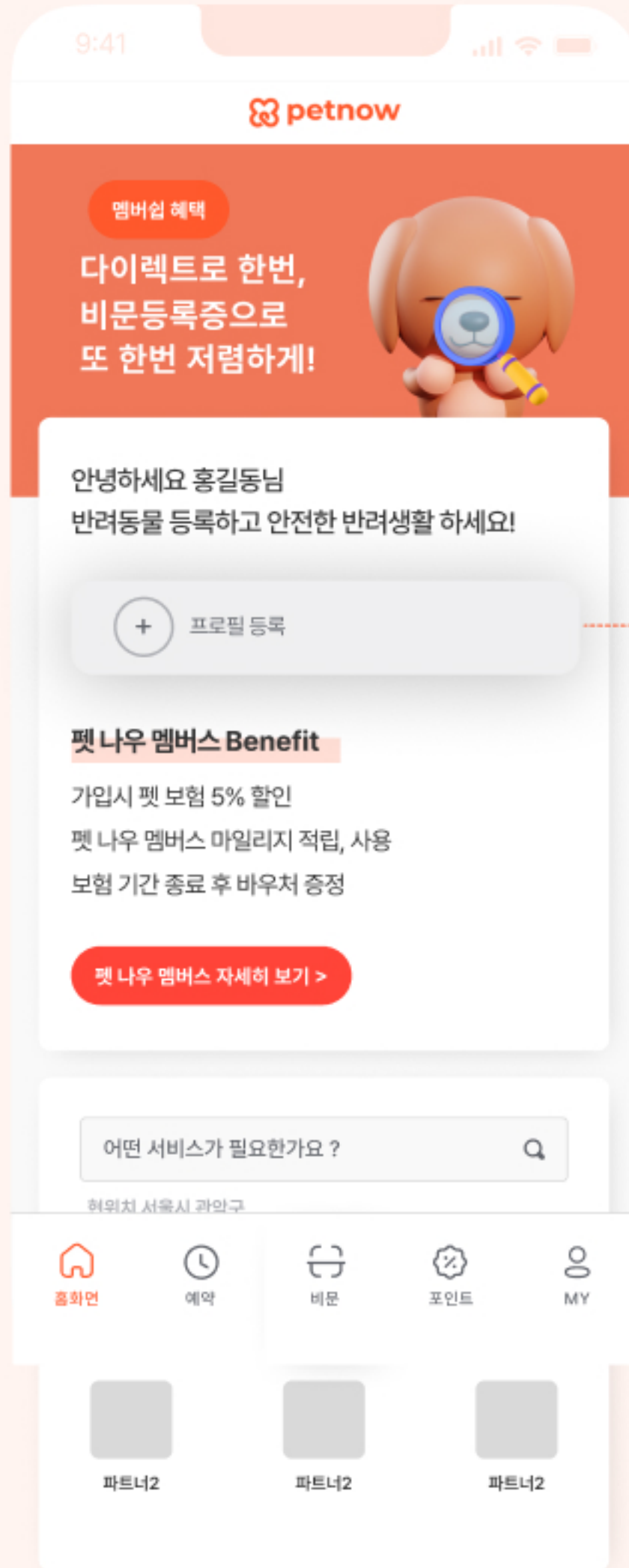
효과2. 보험사에게 반려동물 생체인식/등록 기술 제휴 통한 **매출 상승** 기대

효과2. 반려동물 건강 플랫폼으로의 컨셉 확정 및 시장 **우위**



Registration

비문 등록
편하고
빨라집니다.



마이페이지

- 다(多)펫 한 번에, 한 눈에 관리
- 예약 현황 및 견주 정보 연동

펫 나우 멤버십

- 비문 등록 패밀리 멤버십 부여
- 보험가입 시 멤버십 혜택 부여
- 보험 2달 가입 후 멤버십 혜택 부여

바우처 사용처

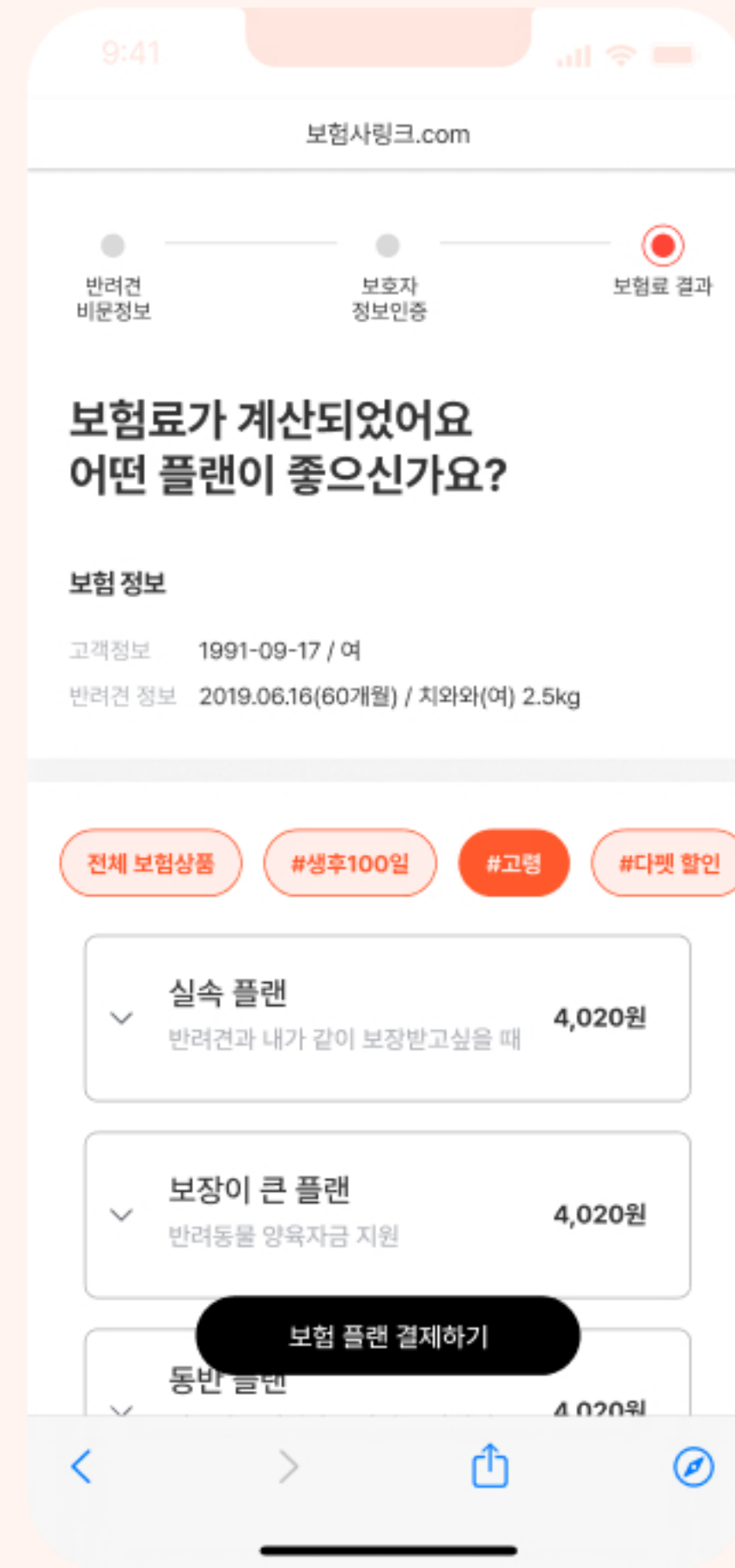
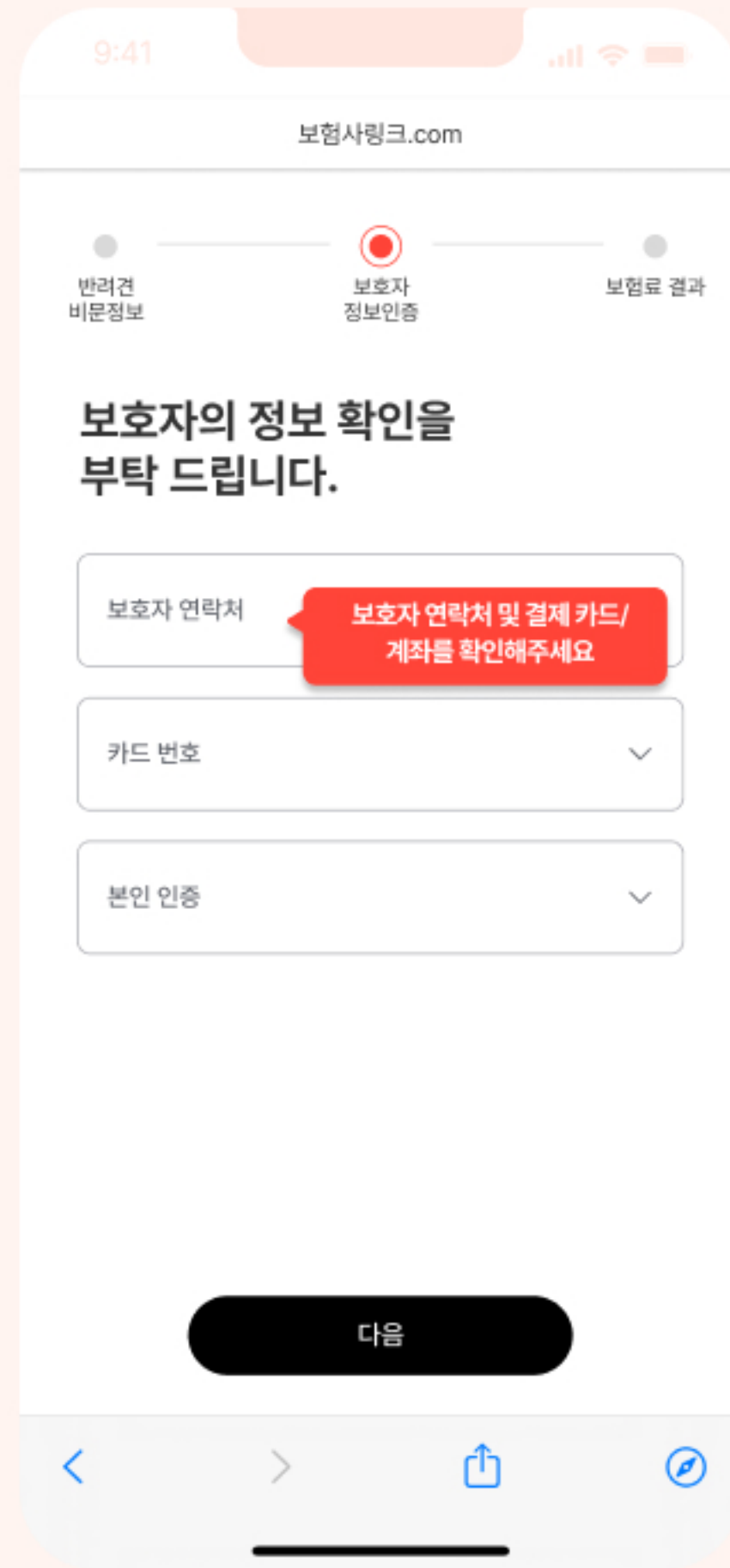
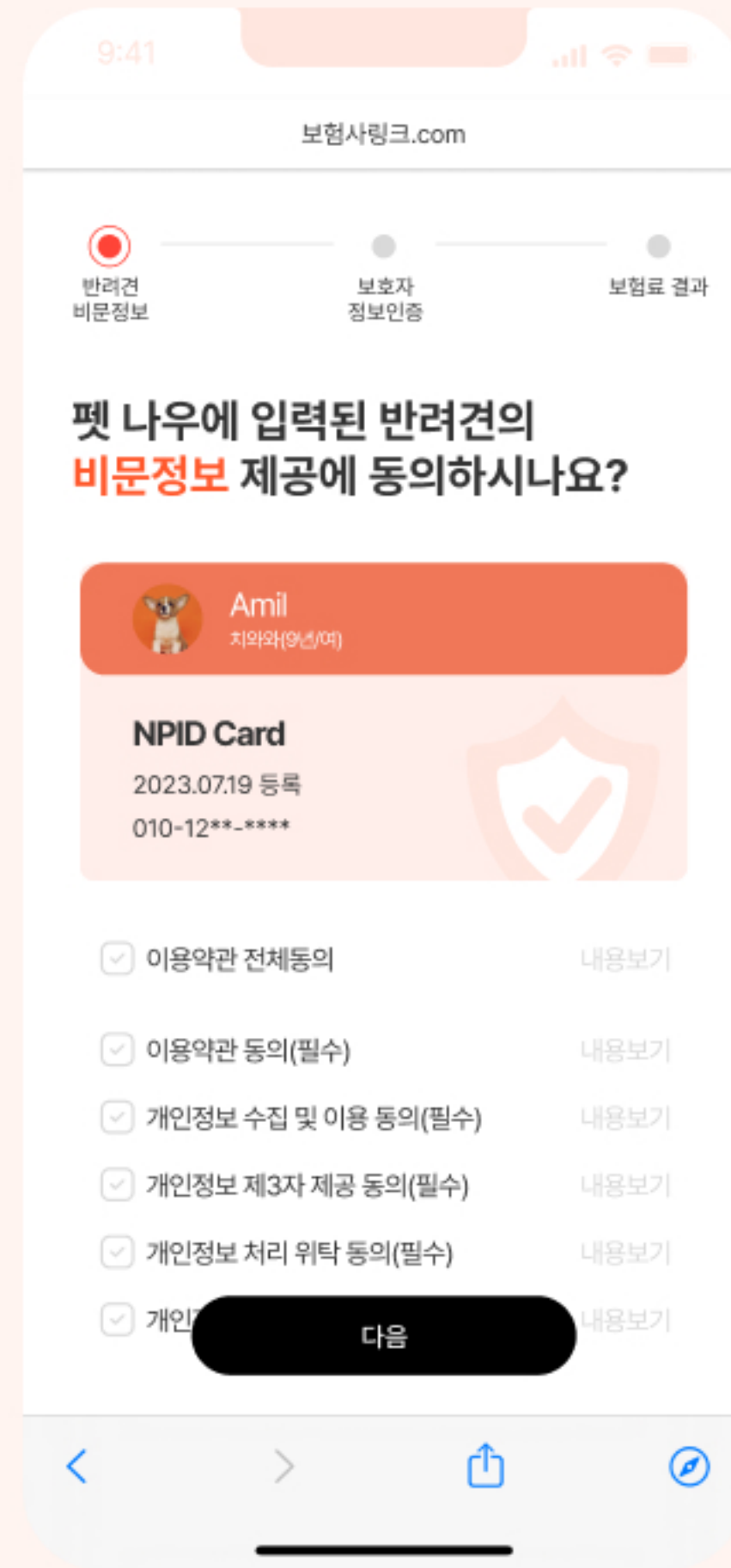
- 30초 비문 등록
- 다(多)펫 한 번에, 한 눈에 관리
- 우수고객이 되기 위한 문턱(등급) 조정

Convenient

보험 SNS 간편 가입

비문 DB 제공

반려동물 비문을 제공함으로써 시간 단축으로 사용자 편의성을 높였습니다.



FUN한 사용자 경험

보험에 가입한 사용자에게 리워드를 제공함으로써 혜택을 제공합니다.

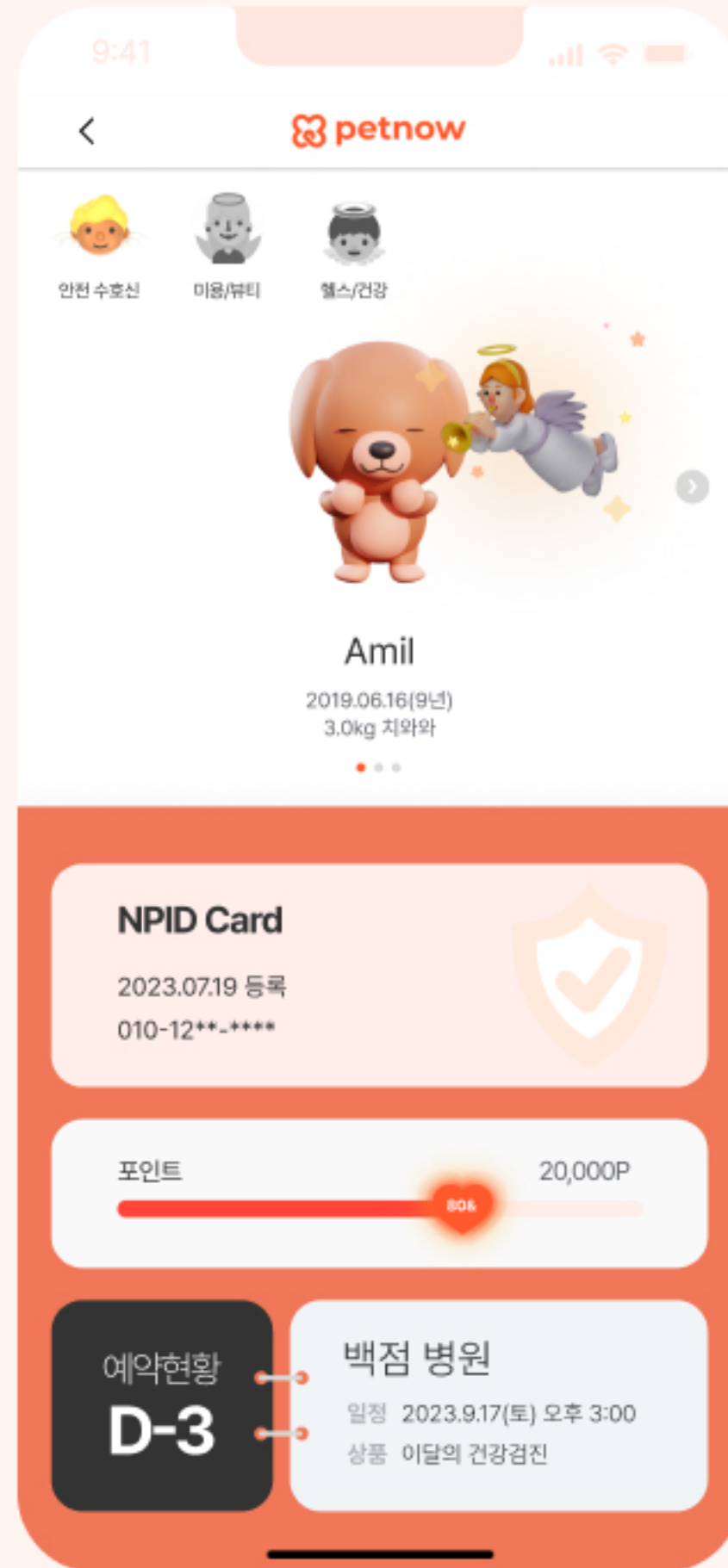


Benefit

무사고 고객 포인트 콘텐츠 사용

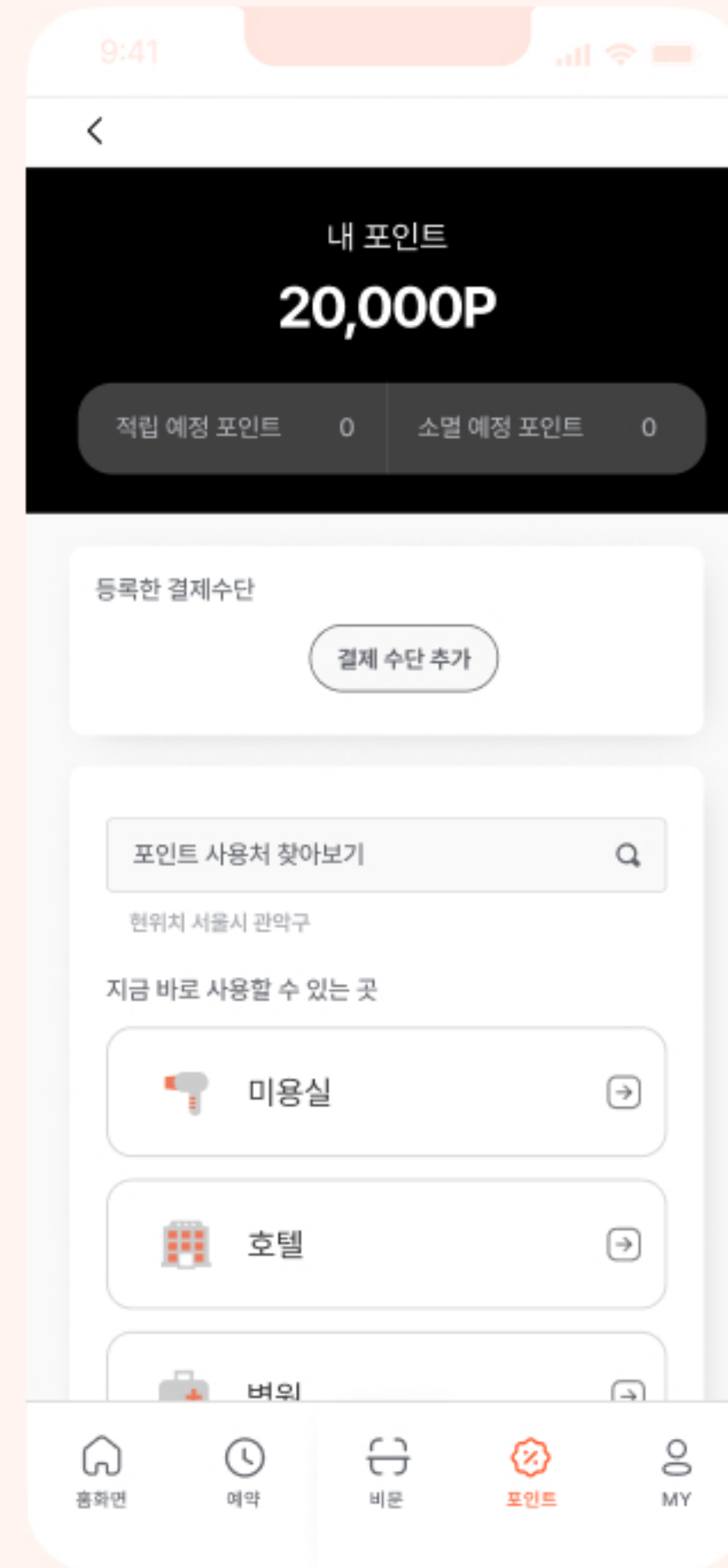
반려견 상세페이지

비문등록 정보와 보유한 포인트 수,
예약한 내역 등을 요약해서 볼 수 있습니다.



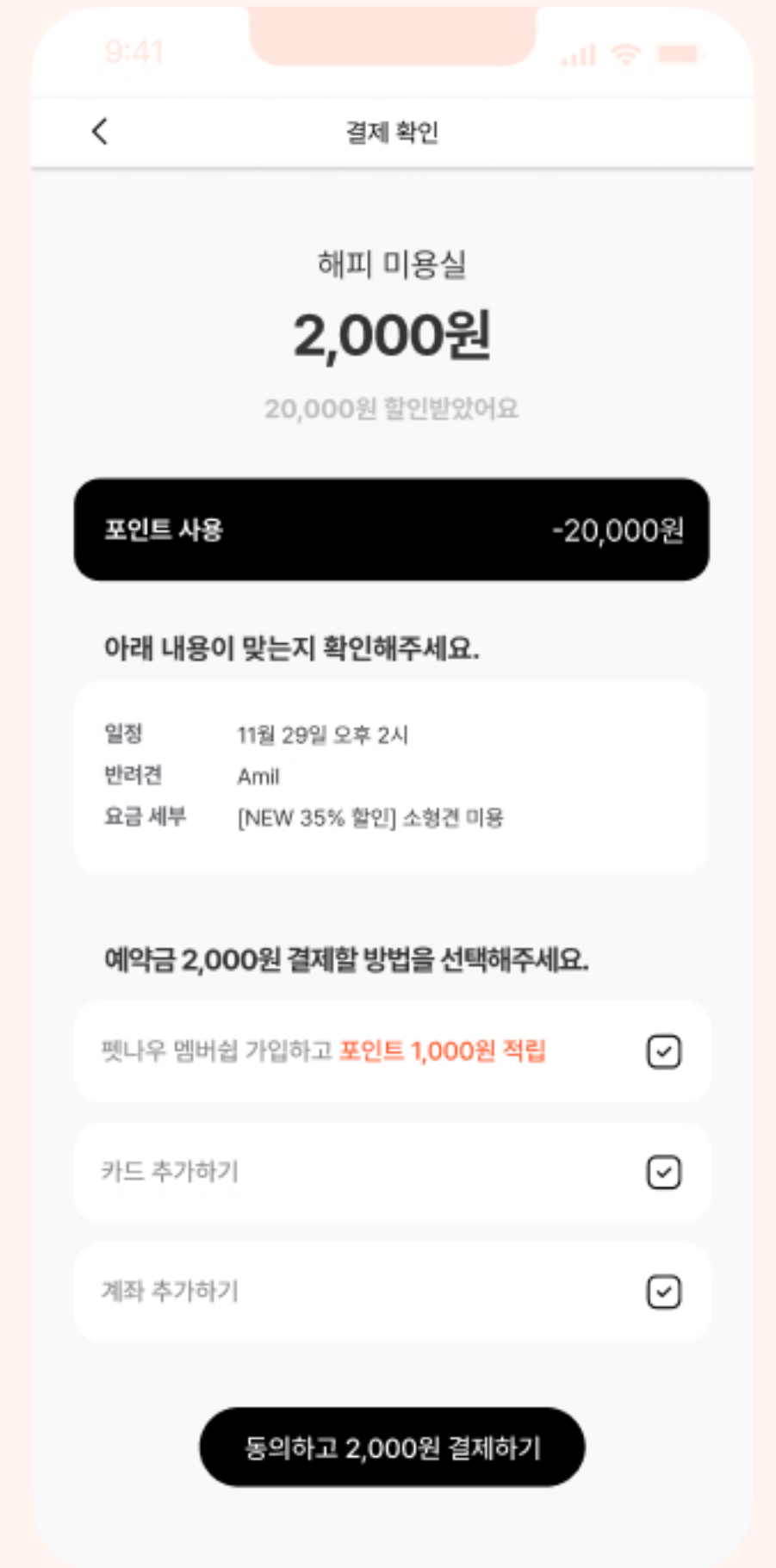
사용 가능한 포인트

적립된 포인트는 누적하여 보관되고
사용자가 원할 때 선택적으로 사용할 수 있습니다.



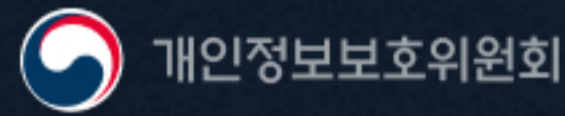
포인트 사용

보험 가입을 2개월 이상 유지한 고객은
실질적으로 포인트를 사용하여 다양한 혜택을
누릴 수 있습니다.



“비문이라는 기술이, 사용자 경험과 보험·헬스케어라는
실질적 가치를 연결하는 접점이 되었던 프로젝트였습니다.”





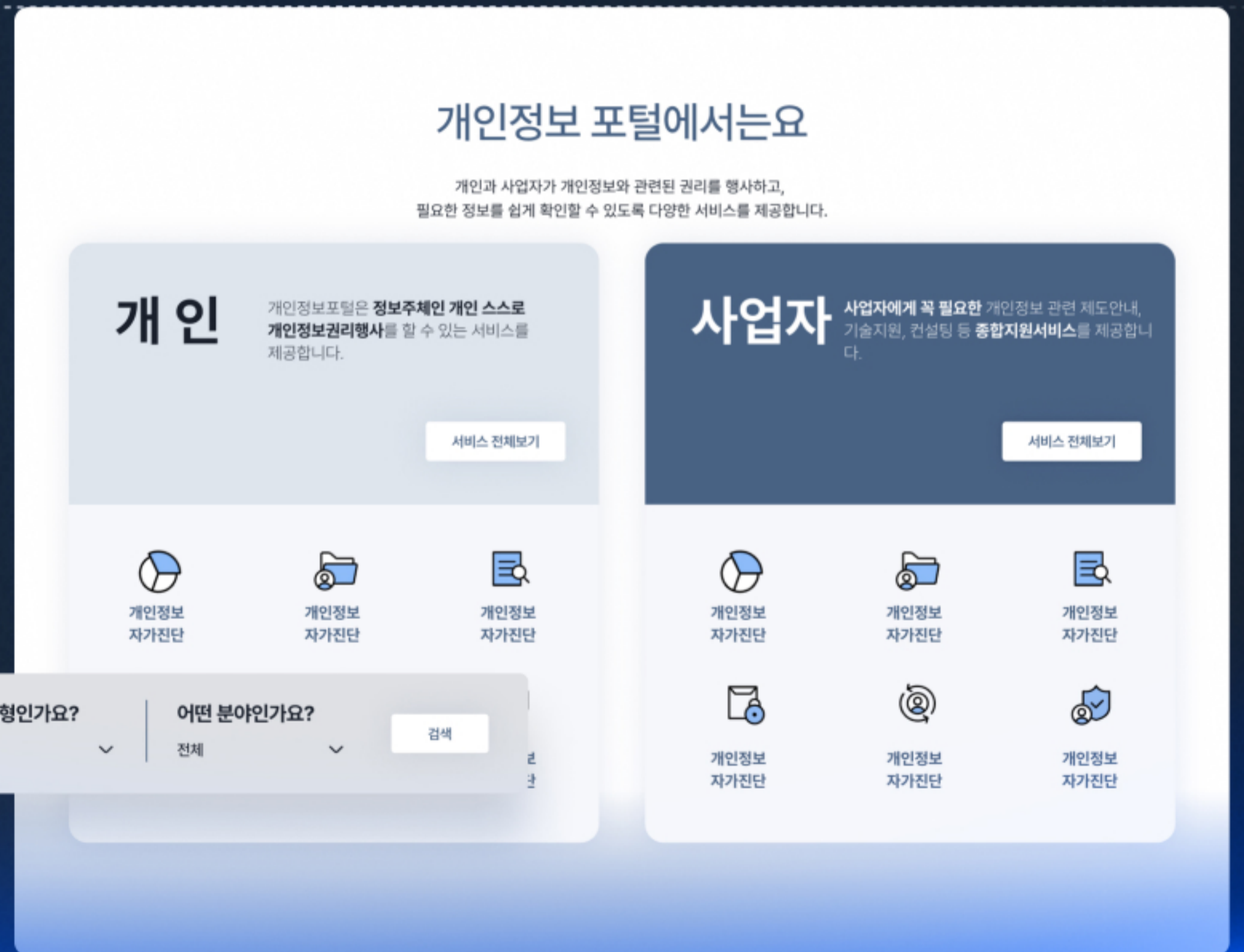
개인정보보호위원회 온라인 웹사이트 '개인정보 포털' 서비스 개선

개인정보보호위원회의 '개인정보 포털' 웹사이트
신뢰도 향상을 위한 안전한 서비스 경험 개선 프로젝트

Client 개인정보보호위원회

Work Desk Research
In-depth Interview
UX/UI Strategy
Ideation Workshop

Period 2023.07 - 2023. 09 (2M)



Goal

개인정보보호위원회 위원회는 국민들이 개인정보의 중요성을 인식하고 일상에서 이를 안전하게 관리할 수 있도록 기능을 보다 쉽게 접근할 수 있도록 포털을 개선하고자 합니다. 궁극적으로는 누구나 직관적으로 정보를 찾고 활용할 수 있는 사용자 중심의 서비스를 통해 정책의 접근성과 활용도를 높이는 것을 목표로 하였다.

아이엔엑스 포털의 전반적인 이용 경험을 향상시키는 것을 목표로 합니다. 특히 비전문가도 쉽게 이해할 수 있도록 설계하고, 다양한 사용자가 불편 없이 이용할 수 있는 접근성을 확보하는 데 중점을 두었습니다.

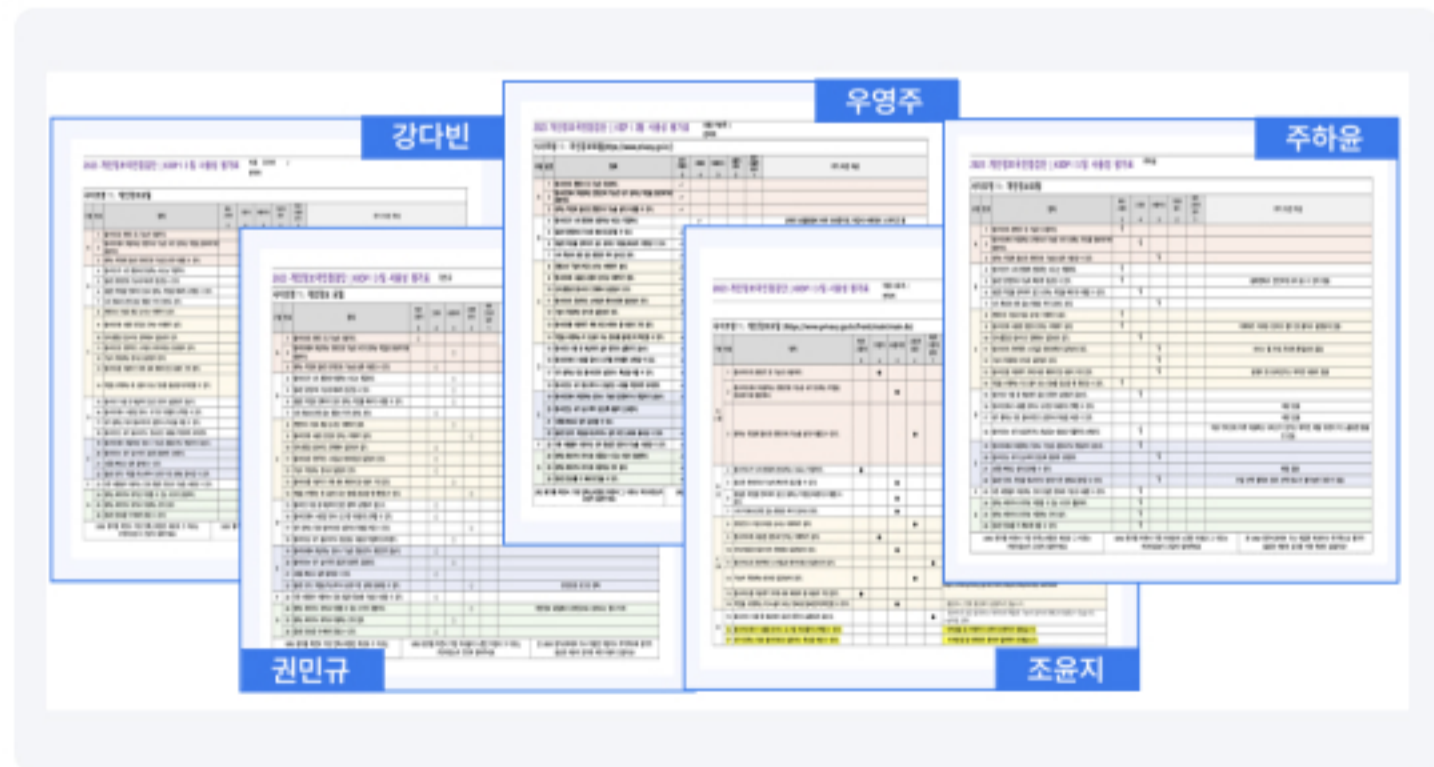


개선대상 논의 및 선정

- 웹사이트 전자 정부 UXUI 가이드 기반 체크리스트 평가지를 통해 수치와 주관적 의견을 통합 도출하였습니다.
- 검토 결과 국민과 일부 기업인을 타겟으로 교육, 탈퇴지원 서비스, 유출신고, 침해신고 등 다양한 서비스를 포함하며, 팀원이 리서치가 가능한 '개인정보 포털 사이트' 를 개선 대상으로 선정하였습니다.

2-1 개인정보보호위원회 5개 사이트 대상 사용성 평가 진행

- 개인정보포털 개인정보 포털 (privacy.go.kr)
- 개인정보 온마당 개인정보 온(On)마당 (privacy.go.kr)
- 도서관 사례(작은 도서관, 거리 특화 도서관)
- 가명정보결합중정보지원시스템 가명정보결합중합지원시스템 (privacy.go.kr)
- 개인정보위원회 개인정보보호위원회 (pipc.go.kr)



2-2 국민점검단 개선대상 선정 논의

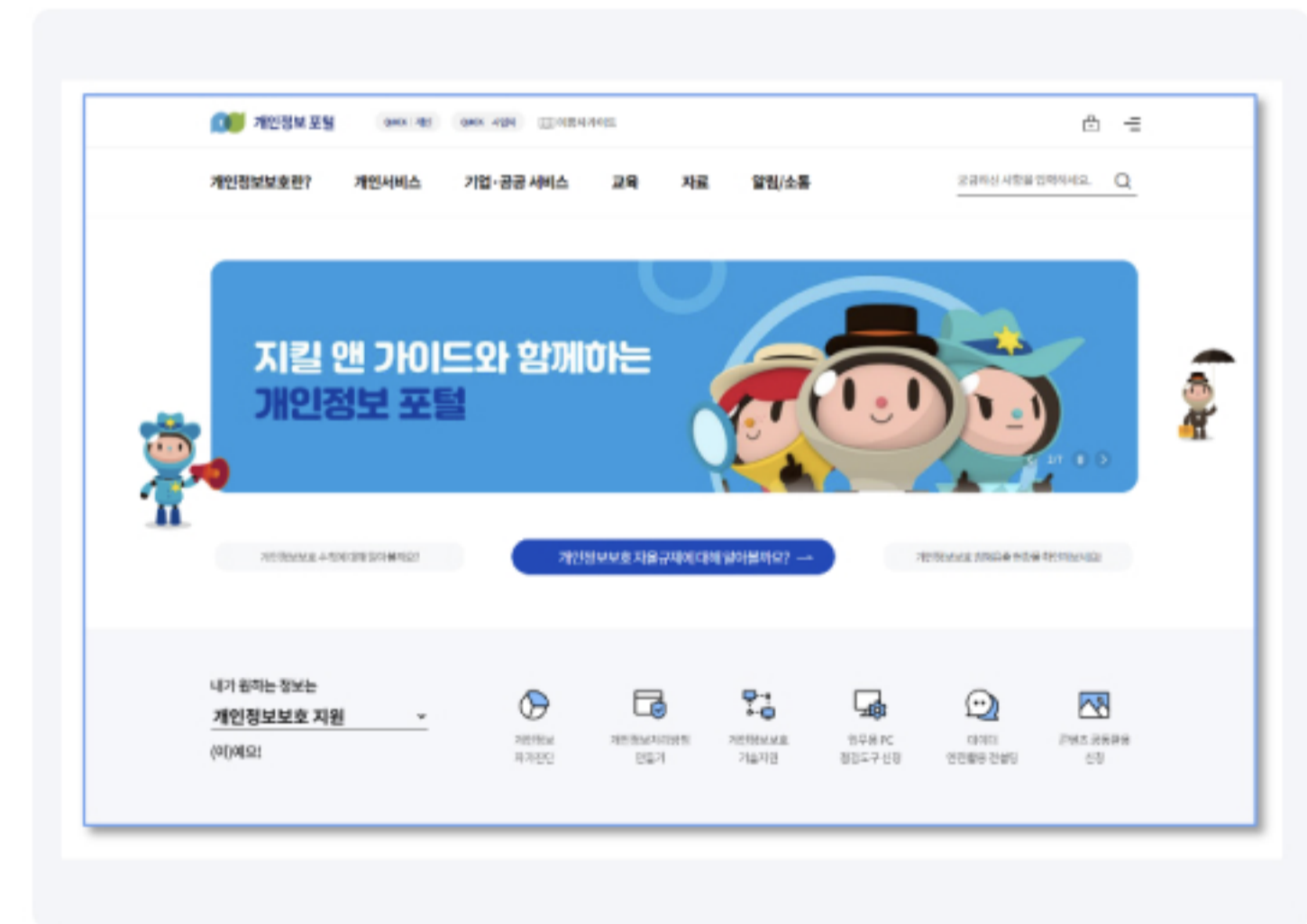
1. 국민의 사용빈도가 높은가
2. 우리가 접근하기 쉬운 콘텐츠로 구성되었나
3. 사용자 리서치가 가능할 수 있나
4. 실제 개선안을 도출할 수 있는 내용인가
5. 우리 팀이 실제로 평가할 수 있는가

사이트명 1 : 개인정보포털(https://www.privacy.go.kr/)

| 구분 | 번호 | 내용 | 인식 | 인지 | 지각 | 적용 | 평가 | 총합 |
|----|----|--|----|----|----|----|----|----|
| A | 1 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| | 2 | 원시자료에 대해 설명하는 설명자료가 부족하다. (원시자료 설명자료가 부족하다.) | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 19 |
| | 3 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 18 |
| B | 4 | 원시자료가 너무 방대한 양이다. (원시자료가 너무 방대한 양이다.) | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| | 5 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 19 |
| | 6 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 19 |
| C | 7 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 19 |
| | 8 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 19 |
| | 9 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| D | 10 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 22 |
| | 11 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 4 | 1 | 3 | 5 | 16 |
| | 12 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 14 |
| E | 13 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 19 |
| | 14 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 18 |
| | 15 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 4 | 1 | 4 | 5 | 17 |
| F | 16 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 4 | 1 | 5 | 5 | 17 |
| | 17 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 2 | 3 | 1 | 5 | 5 | 16 |
| | 18 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 19 |
| G | 19 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| | 20 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 18 |
| | 21 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| H | 22 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| | 23 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| | 24 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 20 |
| I | 25 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 20 |
| | 26 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 19 |
| | 27 | 원시자료의 원본을 알지 못하는 불편하다. | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |

2-3 최종 개선 대상 [개인정보포털] 선정

- 개인정보포털 개인정보 포털 (privacy.go.kr)



핵심 고객 퍼소나 모델링 및 여정맵

- 퍼소나 모델링을 통해 인상깊은 주요 고객을 메인 퍼소나로 선정할 수 있었습니다.
- 주요 퍼소나의 여정맵을 통한 서비스 인사이트 및 서비스 개선안 문제를 도출할 수 있었습니다.

이슈 클러스터링으로 구체적인 방향성 살펴보기

4-1 퍼소나 모델링 및 핵심 퍼소나 선정 및 주요 여정맵을 통한 페인포인트 수집



4-2 성격과 가치를 구분한 어피니티다이아그램



- Hierarchy of UX
functional&reliable
convenient & usable
pleasurble & meaningful
- Design strategy ladder
implementation level
tactics level
strategy level

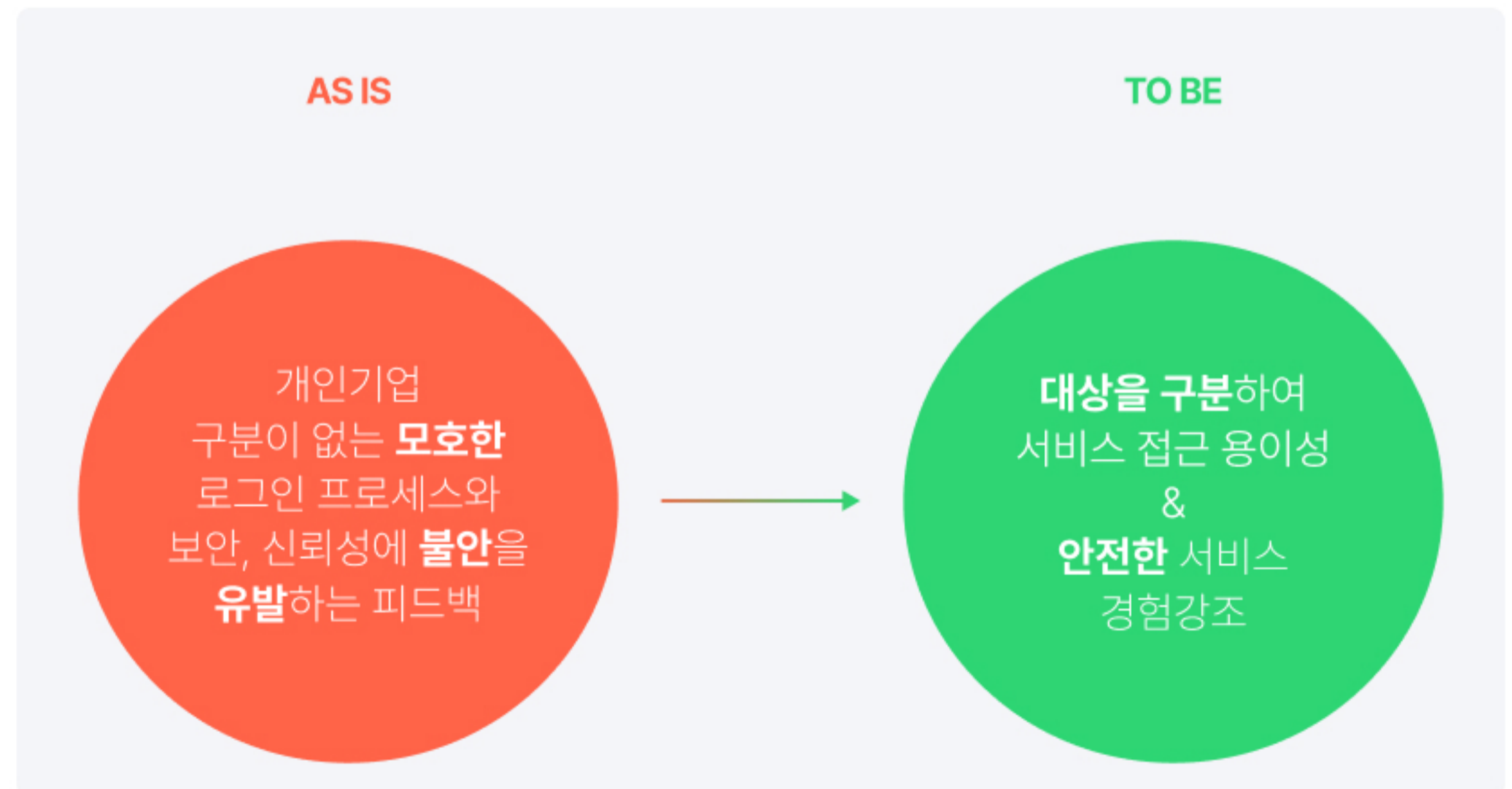
아이디어이션과 컨셉 및 전략 도출

- 6개의 도출된 과제를 퍼소나들을 만족시키기 위한 'Might'질문을 통해 아이디어이션을 구상하였습니다.
- 브레인 라이팅과 브레인 드로잉 시간을 통해 아이디어를 수집하였습니다. 팀원들 개인별로 시간을 갖는동안 브레인 라이팅을 통해 아이디어를 작성해보고 팀원들과 공유 시 브레인 드로잉을 통한 아이디어를 발산하였습니다.
- 개인정보 포털을 사용하는 국민 누구나 만족할 수 있는 UXUI 성공 방정식

5-1 HMW를 통한 아이디어이션

| | | |
|---|---|---|
| <p>개인 이용자별로 맞춤 서비스를 제공할 수 있으려면</p> <p>subject 개인 이용자별로 맞춤 서비스를 제공할 수 있으려면</p> <p>how might we 개인화 기능/서비스를 구제할 수 있을까?</p> <p>for 개인정보포털 및 사이트를 이용하는 시간/단계</p> <p>in order to 개인과 관련한 내용을 쉽게 알아보고 지속적으로 통시이런을 사용할 수 있게 하기 위해</p> | <p>사용자에게 쉽고 친절한 서비스가 될 수 있도록</p> <p>subject 사용자에게 쉽고 편리한 서비스가 될 수 있도록</p> <p>how might we 제공하는 서비스 환경에 접근성을 부여하고 세부적인 서비스를 한 단계 제공할 수 있을까?</p> <p>for 개인정보포털 및 사이트를 이용하는 시간/단계</p> <p>in order to 서비스 환경 최적에서 도움을 받기 쉽고 효과적으로 문제 해결을 할 수 있도록 하기 위해</p> | <p>개인정보포털 사이트의 신뢰도 이미지를 주려면</p> <p>subject 개인정보포털 사이트의 신뢰도 강화</p> <p>how might we 개인정보 포털 자체의 신뢰도를 높일 수 있을까?</p> <p>for 포털의 사용 서비스를 이용하는 시간/단계</p> <p>in order to 서비스 이용을 위한 입력한 개인정보 복기의 용이 조치 행사를 통해</p> |
| <p>이용자 누구나 쉽게 활용할 수 있는 웹사이트 정보 계급/구조 개선</p> <p>subject 이용자 누구나 쉽게 활용할 수 있는 웹사이트 정보계급/구조 개선</p> <p>how might we 웹사이트에서 위주일 계급도를 투명하게 보여줄 수 있을까?</p> <p>for 웹사이트를 잘 사용하지 않는 사용자/개인/단체</p> <p>in order to 페이지 구조의 사용 투명하게 보여줌에 활용도와 인지도를 높이기 위해</p> | <p>소상공인 누구나 간편하고 쉽게 작성할 수 있는 개인정보처리방침</p> <p>subject 소상공인 누구나 간편하고 쉽게 작성할 수 있는 개인정보처리방침</p> <p>how might we 판매로 도움이 되는 개인정보처리방침 가이드와 작성도움 문 수 있을까?</p> <p>for 소상공인이나 홈 기업/개인/단체</p> <p>in order to 맞춤형으로 쉽고 간편하게 개인정보처리방침을 작성할 수 있도록 도와줄 수 있도록 하기 위해, 문제를 해결할 수 있을까?</p> | <p>디지털 약자나 자주 이용하는 사용자들을 위한 개인인증 절차 간소화</p> <p>subject 디지털 약자나 자주 이용하는 사용자들을 위한 개인인증 절차 간소화</p> <p>how might we 개인인증 절차를 간소화하고 서비스를 이용할 수 있을까?</p> <p>for 개인정보 포털 및 사이트, 웹 사이트에 (각각) 사용자/개인/단체</p> <p>in order to 서비스를 잘 못 사용할 수 있고 불편한 개인인증 절차를 받을 수 있도록 시, 새로운 본인인증 방식 도입을 검토하기 위해</p> |

5-2 전체적인 컨셉



개인

일반 국민이 가장 많이 사용하는 [털린 내정보 찾기] 서비스 여정을 중심으로



기업 기업이 직접 작성할 수 있도록 개선하는
[개인정보처리방침 만들기]를 중심으로



“사용자 중심의 서비스 설계를 통해 복잡한 정보 체계를 직관적으로 개선하고, 공공 포털에 대한 신뢰도를 높인 UX 프로젝트였습니다.”



극미량 유해물질 현장 분석용 질량 분석기 개발

제품의 품질과 기능 향상을 위한 디자인 개발 및 특허 융합 전략을 수립하는 '특허·디자인 창출 전략 지원사업'으로 진행. 사용자 경험과 사업 관리 측면을 강화한 신규 제품 스펙 기반의 [Renovation] 디자인 개발과, 비즈니스 플랫폼으로 진화하는 새로운 스펙 혁신 형태의 [Advanced] 디자인 개발을 추진.

Client KISTA, 영인크로매스
Work External Research
Internal Research
UX Strategy
Design Concept Sketch
3D Rendering
Period 2019.07-2019.12



거시환경 및 관련 동향 분석

- 자사현황 분석 및 내부이해관계자 리서치를 통해 강점과 약점을 파악

1 내부환경 분석

기업 및 관련 산업 현황 분석

자사현황, 경쟁사 분석, 시장 동향, 주요 이슈, 2019년 Top 10 (ICMS 2019), RDXE, Ultrastor, Puckin Ener, New TriageTDP™ 8000-16 480MB/s system, Amplified Block Spectrometry 8000 Series, ADMS

이해관계자 FGI

이해관계자 FGI, 이해관계자 FGI, 이해관계자 FGI

2 거시환경 및 관련 동향 분석

거시환경분석

과학기술에 영향을 미치는 글로벌 환경변화

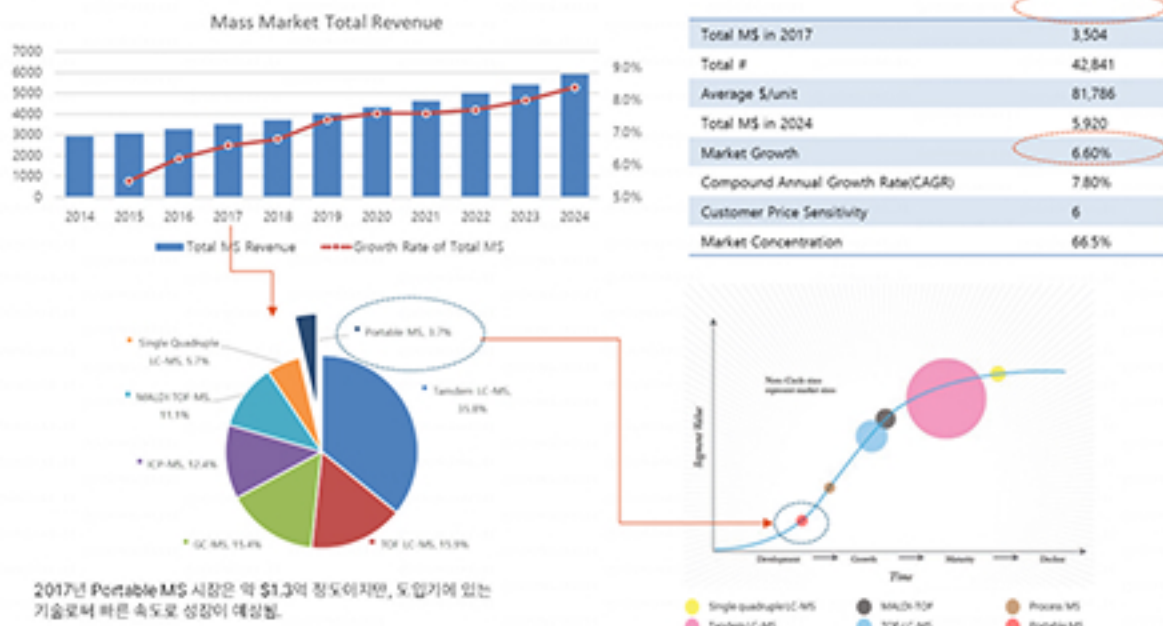
메가트렌드: 주요이슈, 과학기술 시사점, 과제 의의/시시점

산업환경 분석

글로벌 질량분석기 시장 현황 및 특성

산업환경 분석

글로벌 질량분석기 시장 현황 및 특성



세계 질량 분석기 시장은 2017년 36억달러에서 연평균 성장률 7.4%로 증가, 2022년에는 52억 달러로 전방 미주 지역이 46%, 유럽 지역이 24%, 아시아-태평양 지역이 23%, 중동-아프리카 지역이 6% 선도국의 시장진출을 위한 접근성 이슈, 계도국의 시장확대에 대비하는 수출정책 등 고려 필요

3 글로벌 경쟁사 현황 및 경쟁/유사 제품 디자인 분석

경쟁사 분석, 경쟁사 분석, 질량분석기 제품동향, 질량분석기 제품분석, PRODUCT IDENTITY ANALYSIS, 경쟁사 제품/안정성 분석, 1.CONTROL PANEL, 2.IN-PUTING, 3.Front Mask (panel), 4.Cabinet

제품 분석 및 인사이트 기반 개발 컨셉 정의

- 경쟁제품의 구조 및 디자인 요소 분석을 통해 종합적인 시사점 정리
- 제품의 아이덴티티 구축을 위한 종합 분석 및 인사이트 발굴
- 제품 디자인 컨셉을 정리하고 필요한 기능 등 추가 발굴

4 제품전략 개발-Idea 전개

Perkin Elmer _제품라인업 분석

Point
- 인접적인 분석카테고리
- 모방적인, 일반적인 제품
- Base Design Model - 4시점

Keyword
Universel, Conservative, Rounding
보편적인, 보수적인, 라운드 라인

Main Color & Main Material

Design Issue

Perkin Elmer사는 과거-초기 모델들이 가지고 있는 미니멀한 라인을 부드럽고 둥근 라인을 도입
그린라인을 통해 제품의 다양성에도 불구하고 일관된 통일성을 추구
특히 저사 관련제품과 연결하는 경우 통상적인 라인업을 주고 있음

Main Color & Main Material

Design Issue

수평적 수직적 평정형상으로 사용중심형 제품
타사대비 다양한 디자인으로 부분적 통일된 아이덴티티구축

5 컨셉 정의 및 구체화 방안 마련

명인기업의 특장점(강점, 약점) 분석에 의한 P.I.방향

명인기업의 특장점(강점, 약점) 분석에 의한 P.I.방향

제품디자인 컨셉 구체화 방안

전략 실행과제 실천방향

제품디자인 컨셉 구체화 방안

전략 실행과제 실천방향

제품디자인 컨셉 구체화 방안

전략 실행과제 실천방향

6 디자인 개발 가이드 정리

제품전략개발 -- IDEA

제품디자인 컨셉 구체화요소

컨셉전개요소

IDEA1 IN LINE, IDEA2 CIPANEL, IDEA3 FRONT MASK, IDEA4 김기타기름

PI Design Guideline

PI의 항목별 실천 가이드 상세

Design Concept A STANDARD
- Universal Innovation
- Unique & Stylish
- Simple & Functional

Design Concept B CLASSY MODERN
- Security & Solid Style
- Smart & Modern Style
- Clean & Neat

Design Concept C NEO SMART
- Ergonomics
- Safety & Convenience
- Innovation Design

Renovation
Renovation Design
UX Accused Design

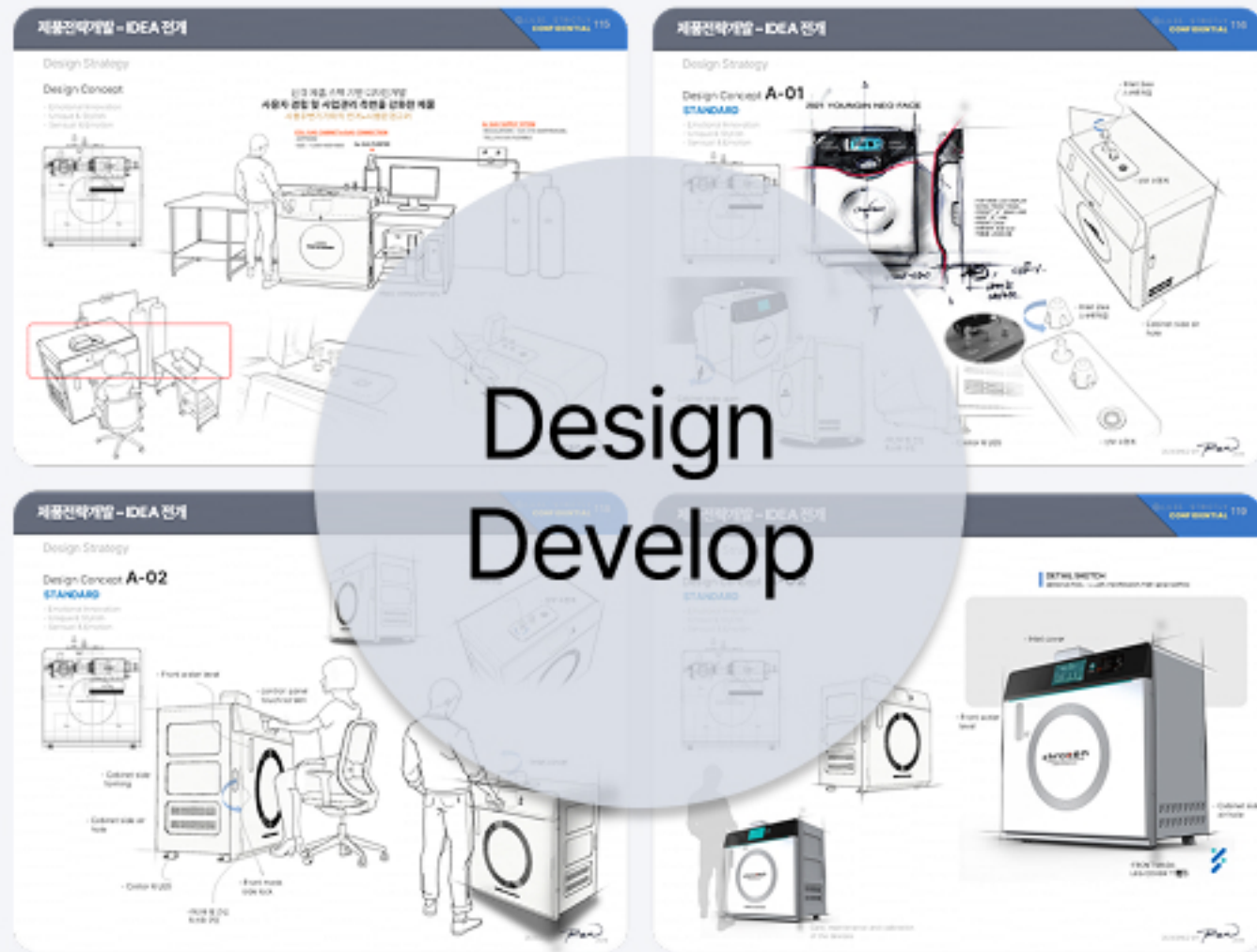
Advanced
Innovation + Transformed Design
Business Platform Design

항목별 실천 가이드 기준 디자인 → 아이디어발전 | 디자인언어 반영

제품 디자인 개발 및 렌더링, 완료

- 제품 디자인 개발과 관련하여 아이디어이션 진행
-

7 제품 디자인 Idea 전개



8 New Design 3D RENDERING



9 제품개발 로드맵, 추가 제안



"기기 디자인의 혁신을 통해 사용자 경험을 개선하고,
고기능 분석장비의 산업 경쟁력을 한층 끌어올린
전략적 프로젝트였습니다"



디지털 사이니지를 구비한 스마트 벤딩머신의 중국시장 진출에 따른 지재권 확보 및 디자인 역량 강화

Client KISTA, 에어리코리아
Work External Research
Internal Research
UX Strategy
Design Concept Sketch
3D Rendering
Period 2018.08-2018.12



융복합분석

- 대상기술 파악 및 요구사항이해
- 3C분석 및 경쟁사/제품 분석

1 대상기술 파악 및 요구사항이해

1 대상기술개요

스마트 벤딩머신을 통한 기존 제품과의 차별성 획득

2 기업연구현황

위로벤 RUE-2016 Model

Dimension: 820(W) x 1830(H) x 777(D)mm
700(Door)

에어컨/보일러의 통합된 기능 및 외부 디자인부분

1 대상기술개요

디지털 사이니지를 구비한 스마트 벤딩머신의 글로벌 시장진출에 따른 지재권 확보 및 디자인 역량강화

"매출 실"과 "자판기도 스마트 시대"

- 중국회계과제가 야남에 따라, 중국 시장 진출에서 -> 글로벌 시장 진출로 변경
- 광고 플랫폼 역할을 하는 디지털 사이니지를 구비한 스마트 벤딩머신의 신규시장 진출 및 시장 선도를 위한 제품개발
- 글로벌시장에서의 저사 제품 특허 + 디자인 대응 전략 수립 및 지재권 확보
- 제품과 디자인이 융합된 지재권 확보와 해외시장 진출을 위한 혁신 디자인 개발 및 사용자 중심의 디자인 구축 및 핵심 용품 IP 관리와 확보

2 3C분석(자사, 경쟁사, 고객)

자사분석

1 자사분석 | 기업 브랜드

1 자사분석 | 핵심역량

1 자사분석 종합

Com KeyWord | 신원 / 그룹 / 위빙 / 스마트 / 고객중심

경쟁사, 고객분석

2 신원환경분석

3 경쟁사 분석 (EVOCAT)

5 소비자분석

3 경쟁환경 및 디자인 분석

4 디자인트렌드

스마트가전 트렌드 | CES 2018 MOBILITY

1 디자인동향분석

제품디자인 변화 동향 | 기술의 진보와 제품의 변화 동향

3 국가별 디자인분석 | 미국

4 디자인트렌드

스마트제품 트렌드 | SOCIETAL SHIFTS

LESS BUT BETTER | THE SHARED ECONOMY | CRAVING CALM

- 사용자 가치가 생활변화 계층(중년/이른노년)에 잘 나타나 있음
- 사회적인 가치가 중요시되는 계층(미/노년)이 적어 형태, 소재 등에 있어서도 전반적으로 개방화가 되어 있음

융복합전략

- Ideantity 구축 및 Design 융합전략

4 제품 구조 및 사용 플로우 심층분석

5 제품 아이덴티티 및 전략 갱발

1 PI 제안 | 핵심 키워드 도출

2 융합개발전략 | 개발방향제안

2 융합개발전략 | 실행가이드

Outstanding for me
최고의 가치를 주는 머스크

| 융합목표 | 전략방향 | 기능 실행가이드 | 디자인 실행가이드 |
|------------------------|---------------------|--|--|
| 품질 & 완성성 (공급/제조/품질/리빙) | 프리미엄 커베 | 탄산수 기능 탄산수 기능 세분화/정밀화 탄산수 기능 세분화/정밀화 탄산수 기능 세분화/정밀화 | 투입커버, 인쇄형 디자인 액자/드럼 위젯/스크린 커넥션 안정된 원동기/중동기 트렌드 감각 디자인 |
| 사용자 편의성 (편의/서비스/리빙) | 신속한 인터랙션과 유니버설디자인 | 필터가능 세분/정밀화 도어락 기능 접사/비접사/접사/비접사 필터가능 세분/정밀화 필터가능 세분/정밀화 | 투입커버, 인쇄형 디자인 액자/드럼 위젯/스크린 커넥션 안정된 원동기/중동기 트렌드 감각 디자인 |
| 관리자 편의성 (편의/서비스/리빙) | 운영저양전과 편의성이 고려된 시스템 | 필터가능 세분/정밀화 도어락 기능 접사/비접사/접사/비접사 필터가능 세분/정밀화 필터가능 세분/정밀화 | 투입커버, 인쇄형 디자인 액자/드럼 위젯/스크린 커넥션 안정된 원동기/중동기 트렌드 감각 디자인 |
| 다양/적용용 용이성 (편의/서비스/리빙) | Part 모듈화 디자인 | 필터가능 세분/정밀화 도어락 기능 접사/비접사/접사/비접사 필터가능 세분/정밀화 필터가능 세분/정밀화 | 투입커버, 인쇄형 디자인 액자/드럼 위젯/스크린 커넥션 안정된 원동기/중동기 트렌드 감각 디자인 |

6 디자인 방향성 제시

1 IP 정립에 따른 컨셉전거

1 컨셉 아이디어선 | 디자인 방향성

2 IP 정립에 따른 컨셉전거

2 IP 정립에 따른 컨셉전거

Design Develop

융복합 디자인

- 디자인.특히 융복합 디자인

7 IP가치도출 설계 및 융합디자인 아이디어 창출

Design concept - A
Emotional Innovation
Unique & Stylish
Sensual & Emotion

융합개발전략 | 실행가이드

Client: Incheon Airport
Color Variation: Dark series, Gray

Design Deliver

| NO. | PART LIST | COLOR NO. | material | finishing | ETC |
|-----|--------------|-------------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | 상부속출물통 | SILVER | AL | 아노다이징 | 공물 |
| 2 | 중부속출물통 | SILVER | AL | 아노다이징 | 공물 |
| 3 | 내부속출물통 | MILKY | SAN | 무광분사 | |
| 4 | TOUCH SCREEN | 32인치 화이트 | AL | 아노다이징 | 공물 |
| 5 | 수출 인출구 | SILVER | ABS | 유광사출 | LG or SAMSUNG |
| 6 | 상부드 인출구 | SILVER | ABS | 유광사출 | |
| 7 | 내수출물통(내측) | MILKY | SAN | 무광분사 | |
| 8 | 커피 인출액스(내측) | BLACK | SUS(PCMC) | 분체도장 | |
| 9 | 커피 투입장치 | SILVER | AL | 아노다이징 | |
| 10 | 전반도어 프레임 | 지형색상 | SUS(PCMC) | 분체도장 | |
| 11 | LEG 프레임 | 지형색상 | ABS | 사출 | |
| 12 | 중합체 | SUS NATURAL | SUS | NATURAL | 가공물 |
| 13 | 이동체 | BLACK | N/W | NATURAL | 가공물 |
| 14 | AIR HOLE | GRAY | TPU | 무광재질 | |
| 15 | 커피 투입용 호퍼 | SMOG | SAN | 유광사출 | |
| 16 | 커피 투입용 베이스 | GRAY | ABS | 유광사출 | |
| 17 | 커피 투입용 | SILVER | SUS | NATURAL | |
| 18 | 커피 투입용 | SILVER | STAINLESS | NATURAL | |
| 19 | 물류 인출통 | GRAY | ABS | 유광사출 | |
| 20 | 물류 인출통 | GRAY | ABS | 유광사출 | |
| 21 | 카드 결제기 | GRAY | ABS | 유광사출 | |
| 22 | 자동 기계 버튼 | SILVER | SUS(PCMC) | 분체도장 | |
| 23 | 무수출물통 | SILVER | AL | 아노다이징 | |
| 24 | 물류 인출통 | GRAY | PP | 유광사출 | |
| 25 | 브랜딩 인쇄 | WHITE | 1도 인쇄 | 무제팅일체감도 | |
| 26 | 물류 투입구(후) | SILVER | AL | 아노다이징 | 공물 |

MEMO 색상 및 재질은 제품 설계 및 LPP/OPP 단계 변경 요청 가능함

8 융합 디자인 시각화

3 IP 등록가능성 검토(4)

※ 최종 설계안 4

| 평가항목 | 평가 결과 |
|---------|--|
| 1. 디자인 | 본 설계안은 아래와 같은 디자인적 특징으로 포함하고 있음. |
| 2. 디자인성 | <p>1 특허-디자인 융합 결과(투명 패널)</p> <p>기존 제품 문제점 및 개선방향 분석</p> <p>특허분석</p> <p>[기존제품 분석] - 자판기 전체가 불투명 - 내부를 볼 수 없음.</p> <p>[문제점] - 내부를 볼 수 없음</p> <p>[개선방향 검토] - 사용자 내부 볼 수 있는 투명도 적용방향 검토</p> <p>Design Feature Guide</p> <p>투명 패널 자체는 공기기술로 확인됨. - 사용자 접근시 투명도 조절 방식은 핵심특허 분석 필요.</p> |
| 3. 선행조사 | <p>제품안 도출</p> <p>추후 적용 예정.</p> <p>단, 제품 추후 적용시 국내특허출원 제10-2012-0084860호는 유사한 특허로 판단되므로 핵심특허 분석이 필요하다고 판단됨.</p> <p>핵심특허 분석 결과, "사용자가 디스플레이에 일정간격 이내로 접근시에 투명하게 변화"하도록 할 경우, 희망실적이 가능할 것으로 판단됨. (2. 핵심특허 분석 및 대응전략 서술)</p> |
| 4. 디자인성 | <p>기업 협의 결과</p> <p>사용자 접근시 투명패널 전환 방식에 대한 설계안 추후 적용 예정</p> |

“중국 시장 진출을 위한 커스터마이징 UX설계와
시각적 정체성 확보를 통해, 제품의 브랜드 파워와
시장 적응력을 동시에 높였습니다”



자사 사업경쟁력 강화를 위한 초등학교 고학년(9~13세) 친화적인 코딩로봇 디자인 개발

Client 더케이볼트(주)

Work Desk Research
In-depth Interview
Design Develop
Mock-up & Specification

Period 2019.04-2019.07

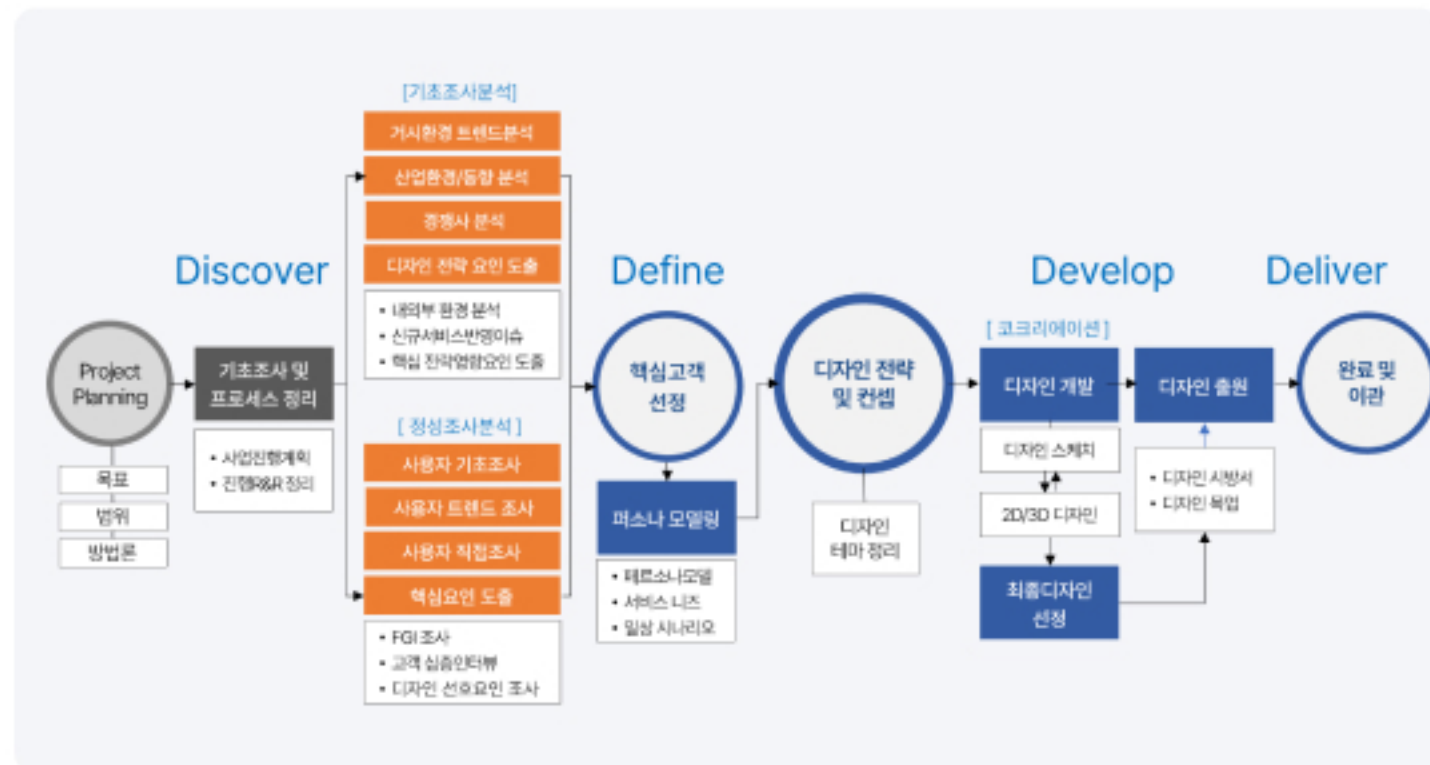


코딩로봇의 디자인 리서치

- 기업-케이볼트의 기업역량을 기반으로 개발한 소프트웨어 및 핵심기술/부품을 활용하여 초등학생이 즐겁게 활용할 수 있는 로봇 놀이 및 코딩교육이 가능한 제품으로 개발하고자 하는 기업의 목표 기반으로 진행하였습니다.
- 이를 위한 기획단계에서 이해관계자 조사 및 경쟁사 조사 등을 수행하였습니다.

1-1 코딩로봇을 위한 디자인 프레임워크 정리

- 기업의 니즈를 중심으로 디자인 프레임워크 정리
- 흥미 유발과 교육 효과를 고려한 로봇코딩 제품으로 사용자적화 중심 고객 검토
- 제품 컨셉 및 디자인의 차별화 전략 매우 중요하여 이를 중점으로 프레임워크 정리



1-2 산업-경쟁사-고객군 리서치 진행

- 대상제품과 관련된 산업을 중심으로 조사분석
- 시장 및 사용자 타겟을 중심으로 기초조사- 타겟 고객 선정 기반 정리
- 시장 및 경쟁사, 자사의 3C관점으로 분석 정리



1-3 코딩 로봇 경쟁사 및 트렌드 리서치

- 주요 경쟁사 및 경쟁 제품을 중심으로 조사분석, 차별화 요소 발굴
- 관련 디자인 트렌드 조사분석을 통해 디자인 개선과제 및 컨셉 도출 진행



초등학생이라는 특수성을 고려, 타겟 고객에 대한 심층인터뷰로 인사이트 발굴

사용자 조사 방법 :

사용자가 가장 편안하고 심도있게 자신을 표현할 수 있도록
1:1 심층 인터뷰 기법을 활용

사용자 조사 대상 :

11~13세 초등학교 고학년 남녀, 5명
부모님의 IT숙련도에 대한 정도를 고려하고 사용자(user)와구매자(customer)인 부모에 대한 검토를 통해 리서치 대상 설정

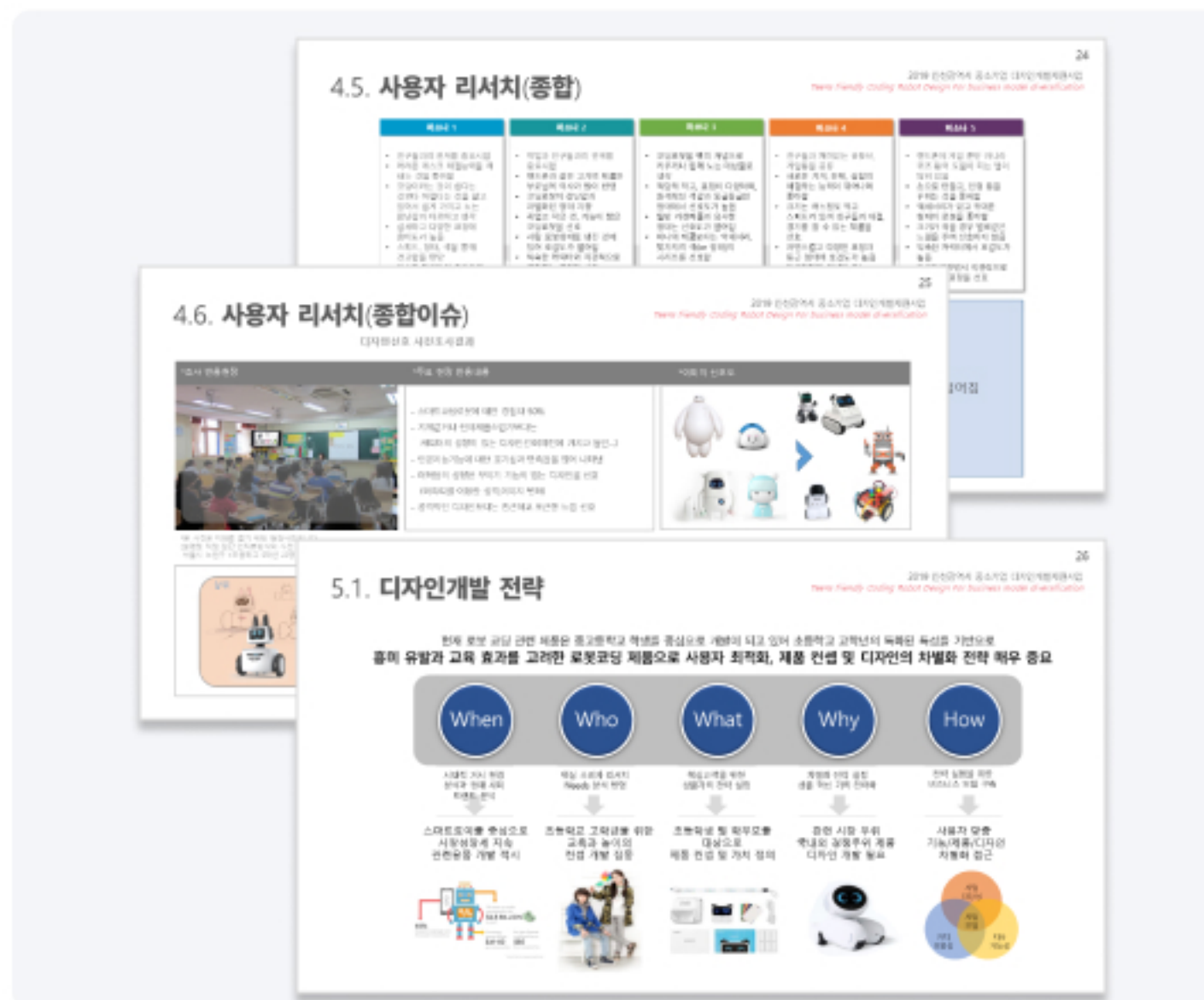
조사 목표 :

코딩로봇에 대한 인식 및 니즈 파악
제품 디자인 등 외형에 대한 선호도 조사
제품 착용 및 앱 사용을 통한 사용성 조사

2-1 사용자 방문 인터뷰 진행

- 핵심 고객군, 11~13세 초등학교 고학년 어린이 대상으로 사용자 리서치 진행
- 실제 가정방문을 통해 사용자의 선호성향과 유사제품을 활용해 사용성 평가 진행
- 코딩로봇에 대한 인식 및 니즈 파악, 제품 디자인 등 외형에 대한 선호도 조사, 제품 착용 및 앱 사용을 통한 사용성 조사를 통해 인사이트 도출

2-2 사용자 리서치 기반 디자인 전략 도출



2-3 사용자 니즈-전략 기반 디자인 개발 진행



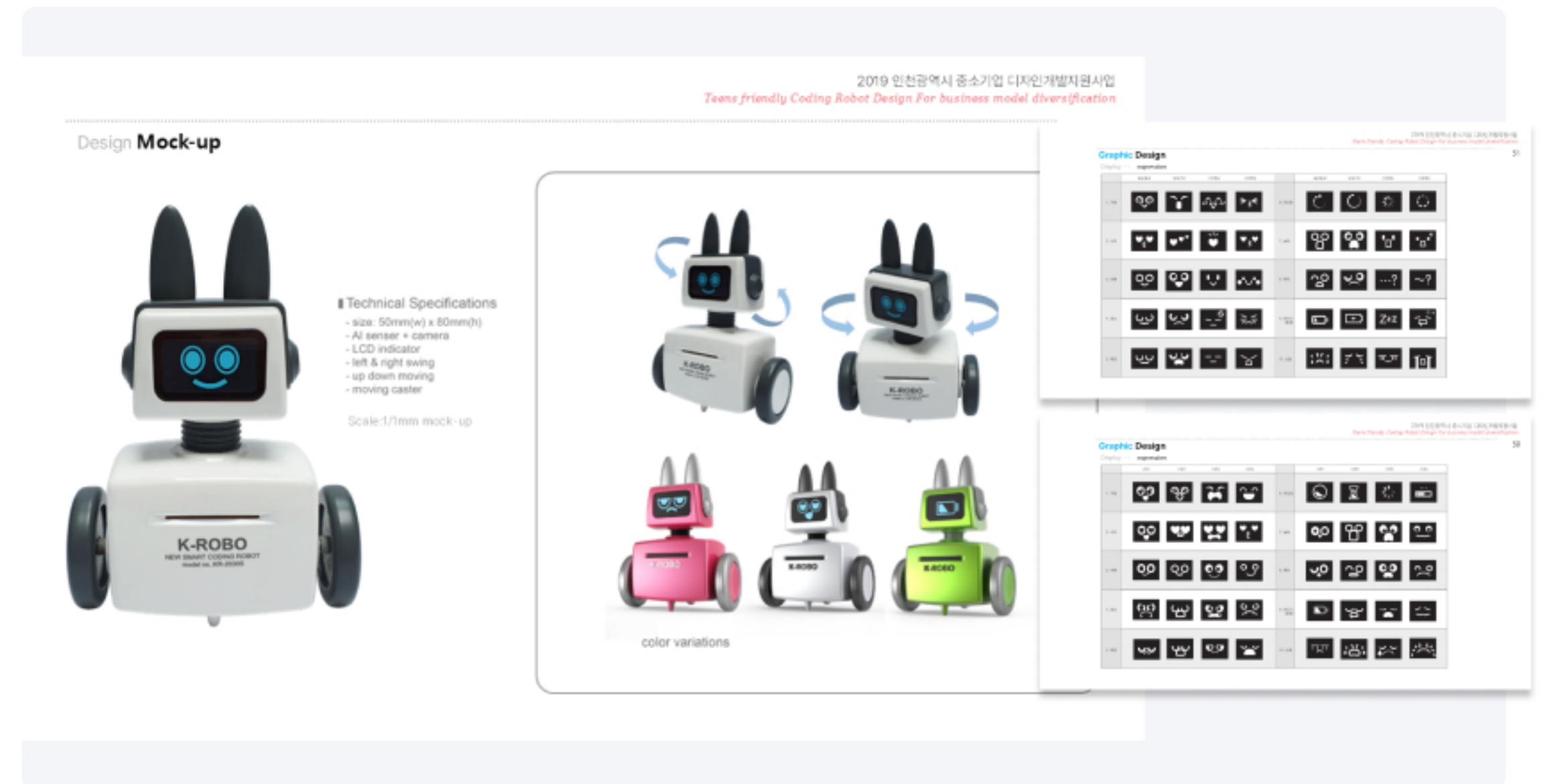
디자인 개발 완료 및 전달

- 초등학생의 특징, 코딩 로봇의 인사이트-결과를 기반으로 디자인 개발
- 최종 디자인 완료, 목업 개발, 디자인 출원 등 진행

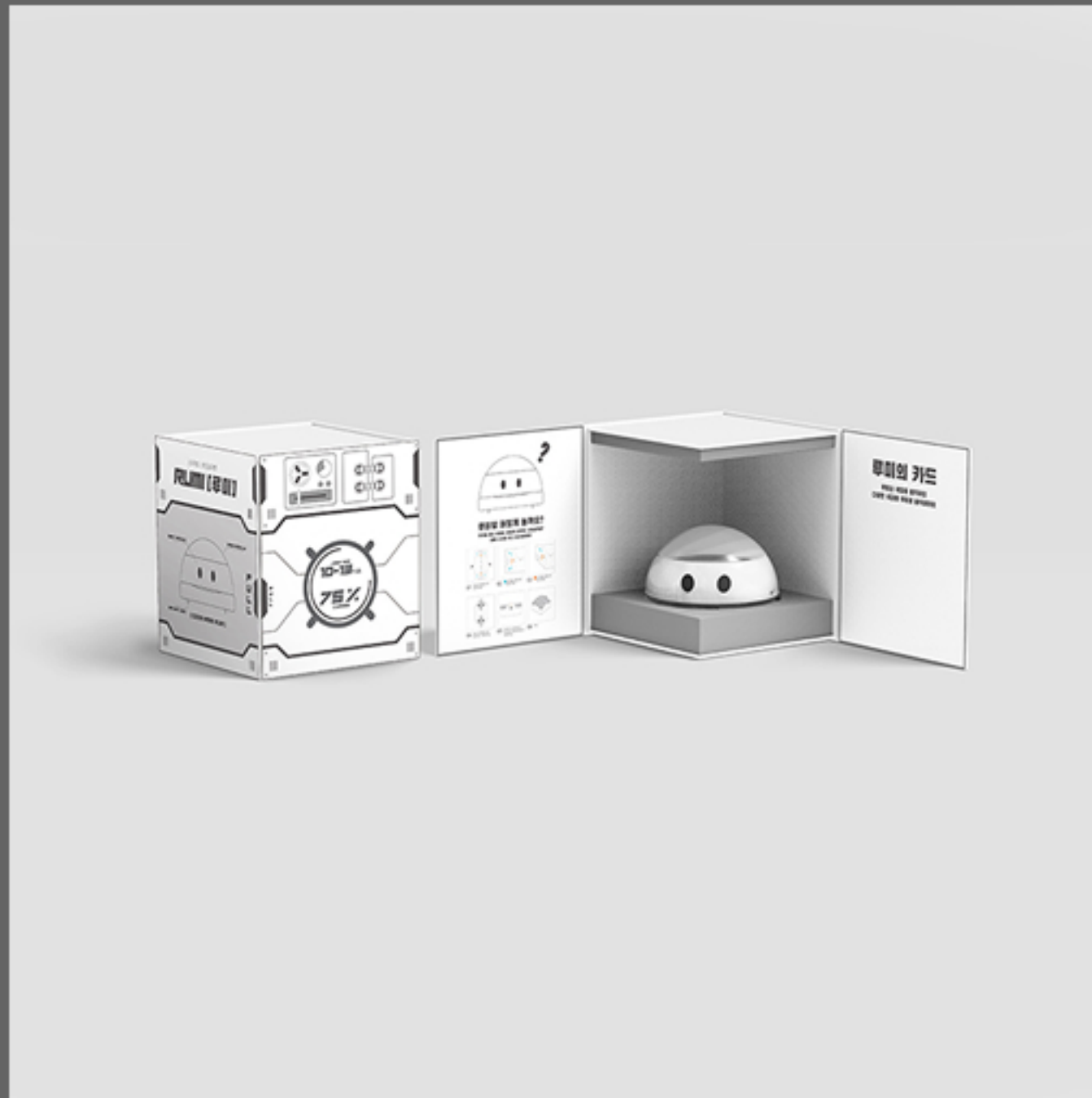
3-1 초등학생을 위한 핵심니즈를 반영하여 디자인 완료



3-2 목업 등 디자인 완료/전달, 디자인 출원 등




본 과제외 추가 진행을 통해 개발한 대상기업의 코딩로봇







Introduction

Design Your Tomorrow.

 in-x.kr

 inx2015@naver.com

 02 6223 6003