

UX World Fall 2017

금융서비스 스타트 포인트 설계하기



Human centered design & innovation consultancy
Inspired By Essence

Notice: Proprietary and Confidential

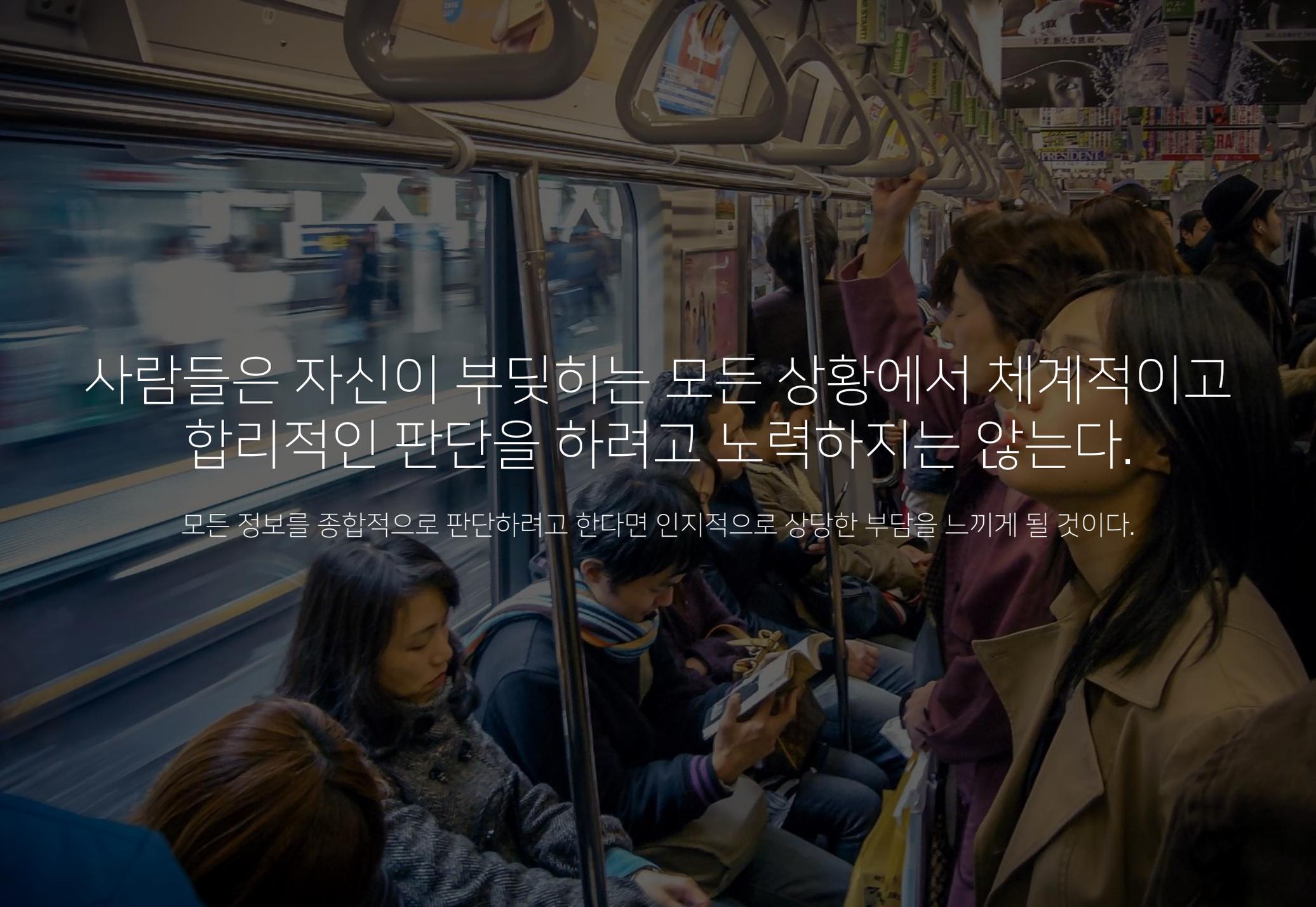
This material is proprietary to U PLEAT

It contains trade secret and confidential information which is solely the property of U PLEAT

This material is for client's internal use only. It shall not be used, reproduced, copied, disclosed,

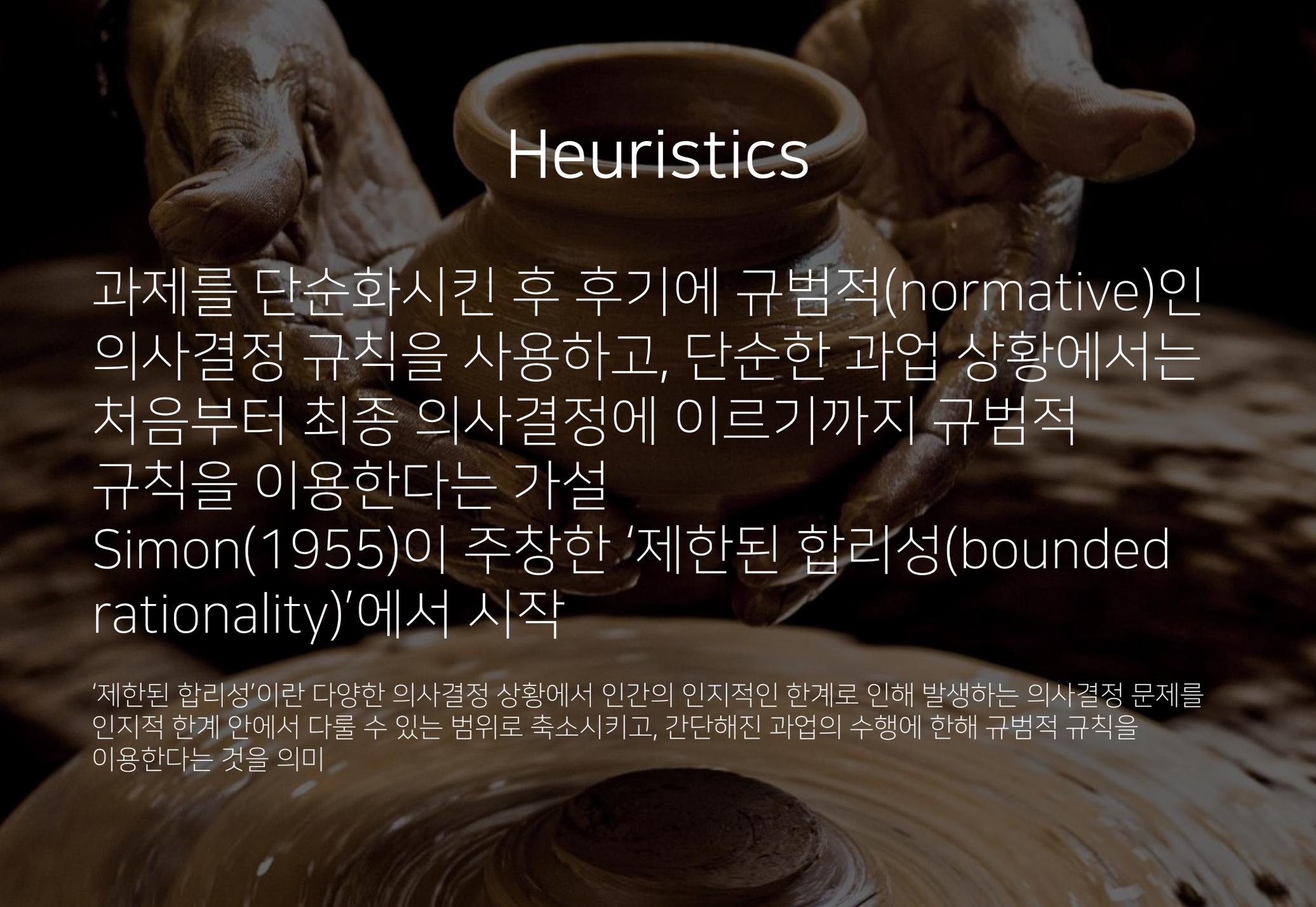
Transmitted in whole or in part, without the express consent of U PLEAT

© 2017 U PLEAT. All rights reserved



사람들은 자신이 부딪히는 모든 상황에서 체계적이고
합리적인 판단을 하려고 노력하지는 않는다.

모든 정보를 종합적으로 판단하려고 한다면 인지적으로 상당한 부담을 느끼게 될 것이다.



Heuristics

과제를 단순화시킨 후 후기에 규범적(normative)인 의사결정 규칙을 사용하고, 단순한 과업 상황에서는 처음부터 최종 의사결정에 이르기까지 규범적 규칙을 이용한다는 가설

Simon(1955)이 주창한 '제한된 합리성(bounded rationality)'에서 시작

'제한된 합리성'이란 다양한 의사결정 상황에서 인간의 인지적인 한계로 인해 발생하는 의사결정 문제를 인지적 한계 안에서 다룰 수 있는 범위로 축소시키고, 간단해진 과업의 수행에 한해 규범적 규칙을 이용한다는 것을 의미

최근 노벨경제학상 수상자들,
2002년 심리학자 출신의 대니얼 카너먼 / 2013년 로버트 실러 / 2017년 리처드 탈러

일반인의 사고에서 자주 발생하는
편향과 오류를 지적하고
인지 · 행동을 설계,
또는 더 나은 가치를 가져가도록 선택을 설계

행동경제학은 대상의 표현을 어떻게 제시하고 강조하고 위치시키는가
에 따라 선택과 의사결정이 달라진다는 관점에 주목

Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein
and Expanded Edition

UX

설계자와 사용자 간의 가치 공유

사용자의 가치를 능동적으로 발견하고 반영해 실제 사용에서 그 가치가 적극 활용되며
사용자 간 선순환 구조를 통해 새로운 가치를 확대·재생산하는 것이 중요해질 것.
즉, 가치 공유는 상호작용의 구조에서 사람과 사회의 시스템이 기술 발달에 영향을 미치며,
새로운 기술이 다시 개인의 행동과 가치, 그리고 사회적 시스템을 구체화시키는 것이 가치의 선순환 구조

Day.1

목표를 크게 그리고
문제점 찾아보기

- 장기목표 및 타겟 설정



- 실패요인과 핵심질문



Day.2

주어진 과제에 대한
해결책 찾기

- 다른 분야 서비스 공유



- 아이디어 스케치



Day.3

중요한 결정 내리기

- 핵심 시나리오선택



- 솔루션 스케치

Day.4

Prototype 만들기

- 구체 화면 연결



- Prototype 제작



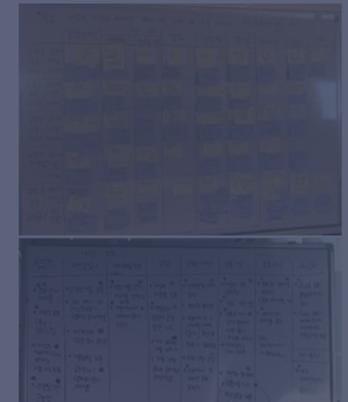
Day.5

사용자 테스트

- 인덱스 인터뷰

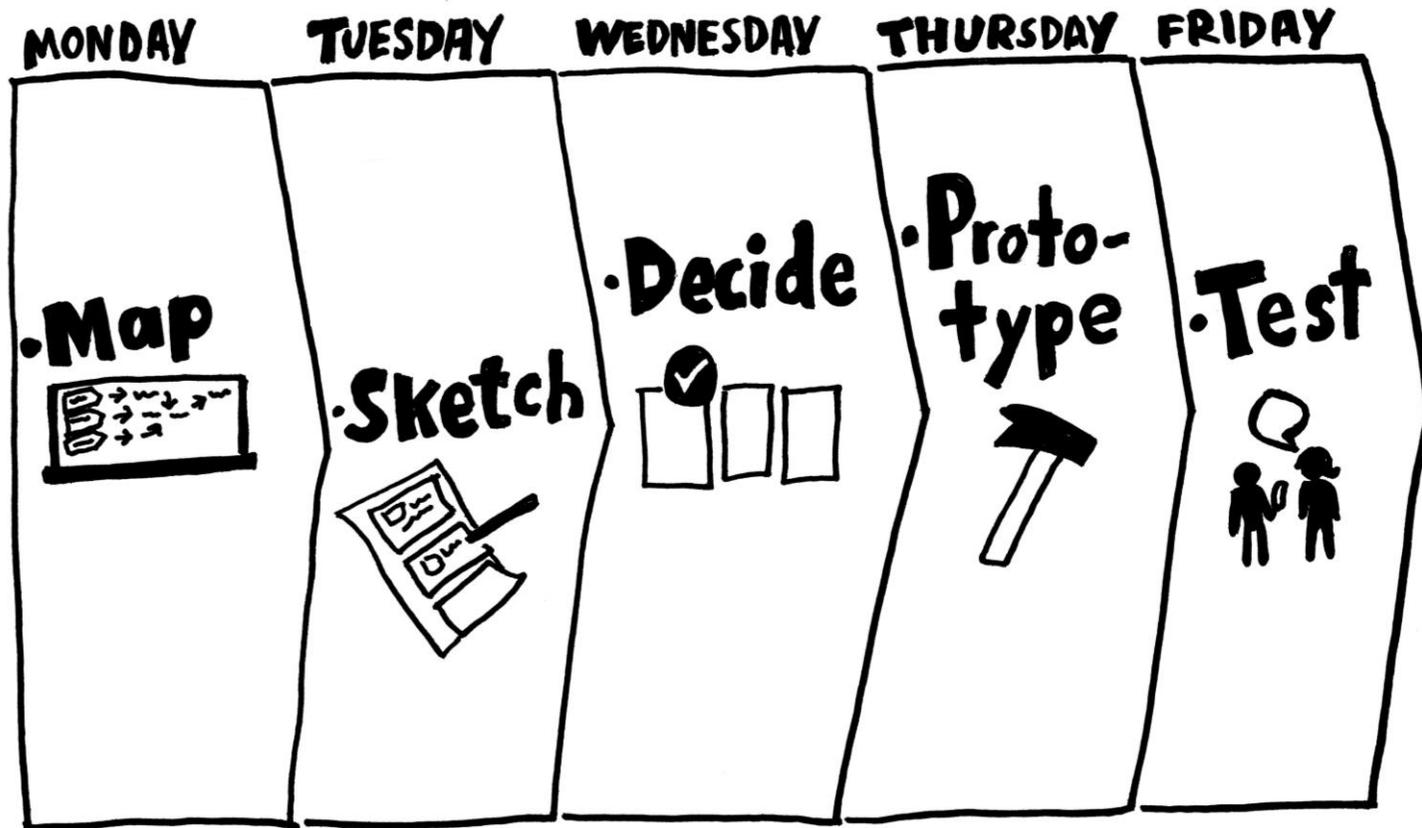


- 긍/부정 요인과 패턴 정리



'스프린트' 설계자와 사용자 간의 가치 공유점을 찾기 위한 휴리스틱한 5일간의 여정

* 디자인 스프린트란? - 의사결정을 빠르고 신속하게 진행하는 Google의 디자인 워크숍



스프린트 주요 요소

= 팀워크숍 + 개인적으로 작업에 집중하기, 프로토타입 제작과 테스트, 피할 수 없는 마감 시간

Day.1

1. 도착점에서 출발하기 : 장기 목표에 합의하기

2. 지도 : 문제를 도표로 나타내기

3. 전문가들에게 의견 구하기

: 팀원들, 다른 전문가들 인터뷰하기

4. 타깃 : 스프린트에서 초점을 맞출 부분 선택하기



Day.2

5. 조합하고 발전시키기

: 예전의 아이디어들과 영감을 주는 아이디어들찾기

6. 스케치 : 종이에 상세한 솔루션 표현하기

Day.3

7. 결정 : 집단사고에 빠지지 않고 최상의 솔루션들 선택하기
8. 혈투 : 아이디어들을 경쟁시키기
9. 스토리보드: 프로토타입 제작 계획 세우기

1. 상품탐색

2. 상담내역 환기

3. 상품가입

4. 마이리포트

1. 서비스 진입

2. 오프라인 모드

상품비교 → 상품상담 → **Day.4**

알림 → 상담내역 → 상품가입 → 마이리포트 이체결과 추가

로그인전 메인 → 영업점 안내 → 환율조회 → 결제



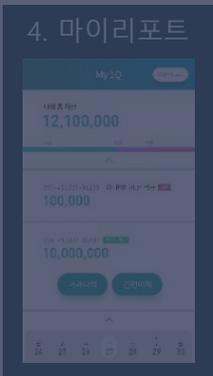
10. 진짜처럼 보이게 만들기 : 제품이 아니라 외관 만들기

11. 프로토타입: 적절한 도구를 찾은 뒤 나누어서 정복하기

- 전화상담, 특상담을 통한 다채로운 상담 지원

- 상담이력을 토대로 고객의 관심상품 정보 알림을 통하여 환기
- 해당 상품 내역 페이지 연계

- 로그인 전 오프라인 연계 서비스 노출



- 추가 가입된 상품 이력 노출

- 사용자가 소유한 부가 혜택 내역 노출

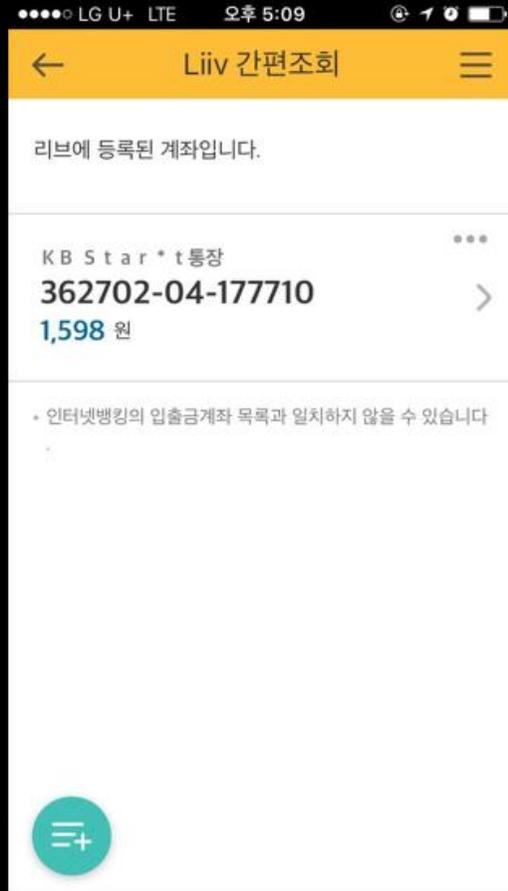
- 사용자 근처/ 지정 영업점 관련 정보 노출
- 환율 조회 및 환전정보 노출
- 바코드를 통하여 비 로그인시에도 결제 가능

Day.5

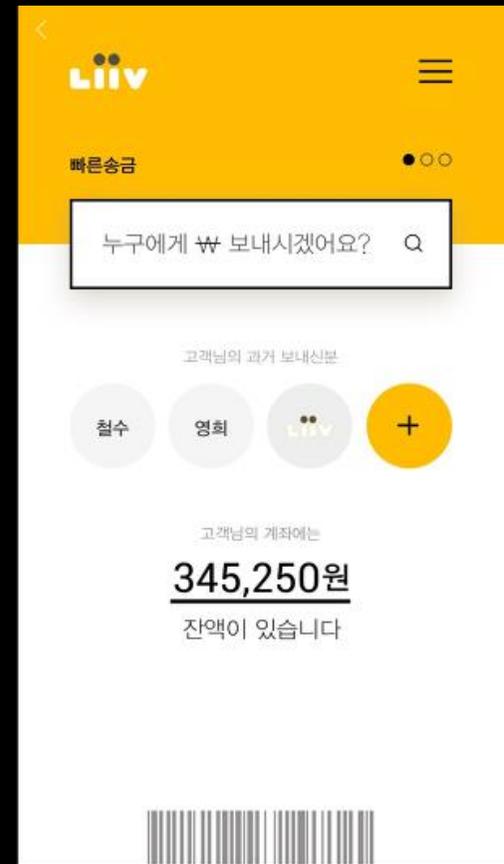
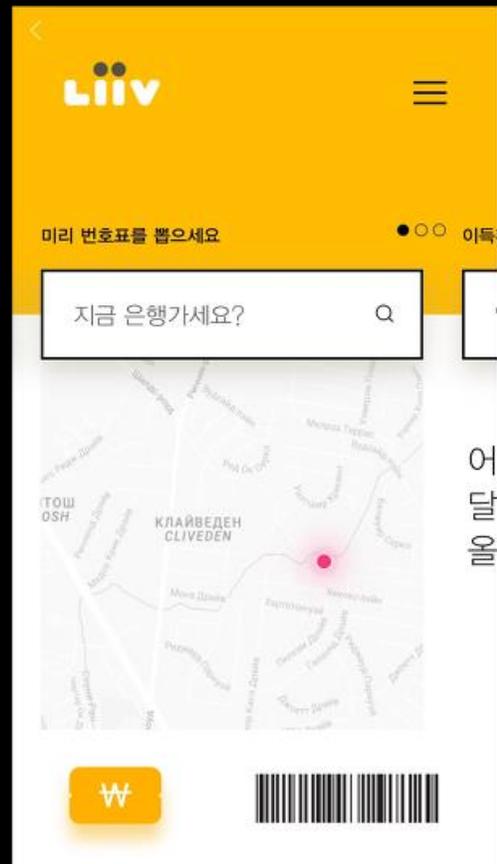
12. 소규모 데이터 : 단 다섯 명의 고객들에게서 중요한 통찰력
얻기

13. 인터뷰 : 적절한 질문 던지기

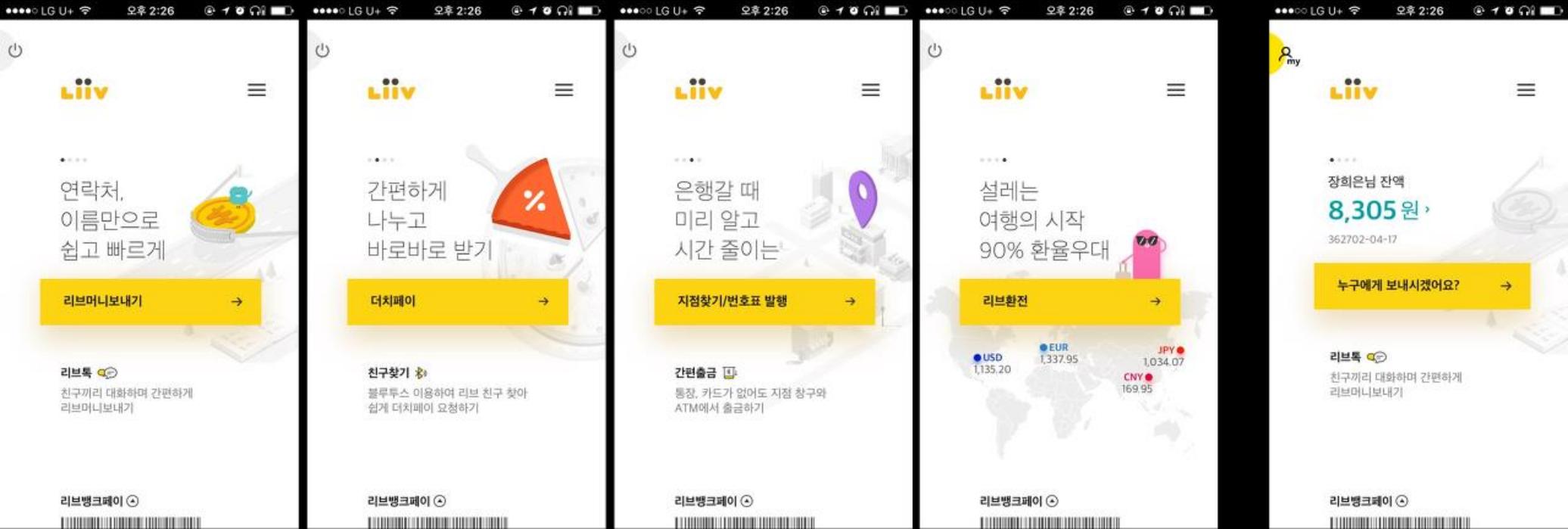
14. 학습 : 패턴을 찾고 다음 단계의 계획 세우기



리브 1.0 버전: 왼쪽부터 로그인전 메인, 조회, 캘린더, 외환



리브 2.0 스프린트 프로토타입 : 왼쪽 3 페이지는 로그인 전 메인, 오른쪽은 로그인 후 메인



리브 2.0 실제 화면: 왼쪽 4페이지는 로그인 전 메인, 오른쪽은 로그인 후 메인

퍼실리테이터



Case Study

KEB하나은행

UX Guide Report.

I. 배경 및 분석

1. 금융시장 환경 분석
2. In-depth Interview (정성조사)
3. As-is 분석
4. 종합 - 전략적 방향성

II. UX전략 도출 및 시행방안

1. 스프린트 워크샵
2. 정보 맵과 우선기능
3. UX전략 및 시행방안
4. 핵심 와이어프레임 및 가이드

III. 디자인 선호도 조사

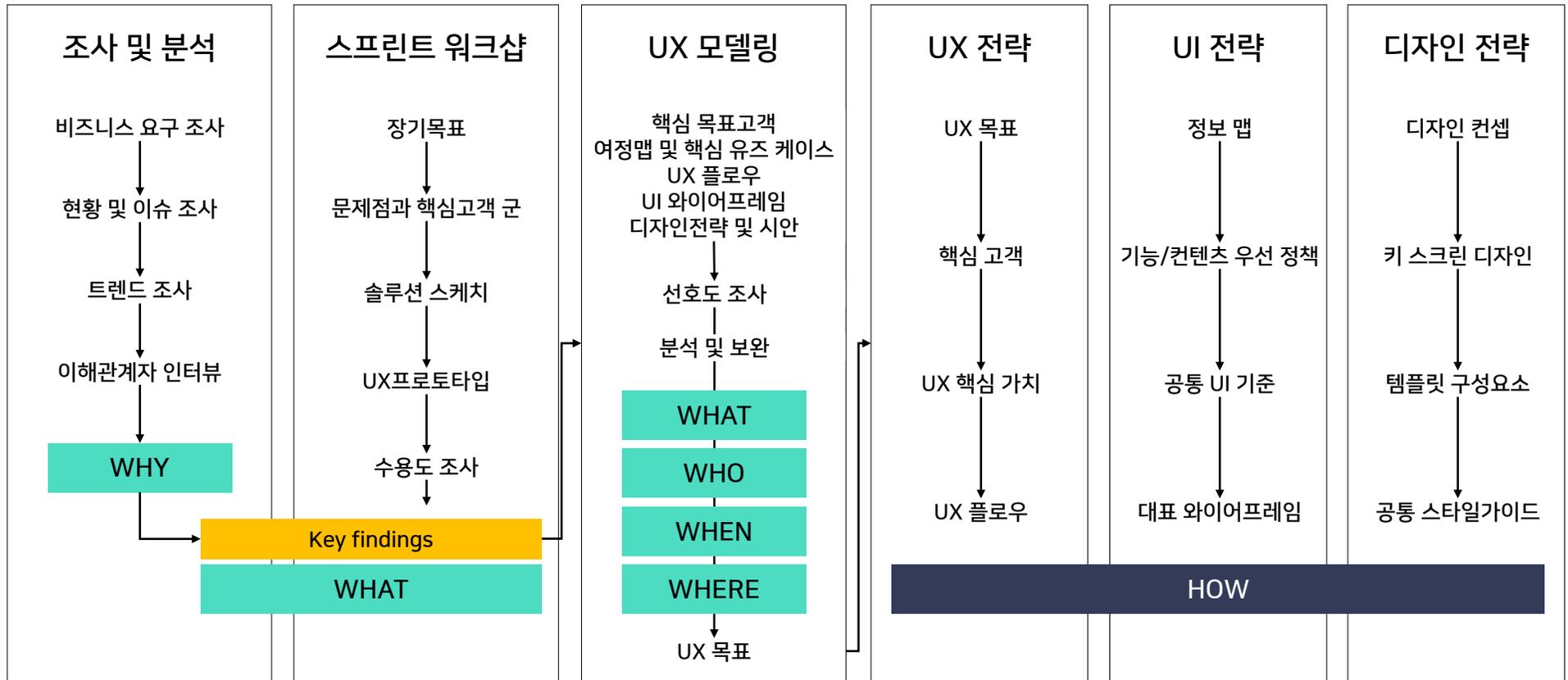
1. 디자인 전략
2. 선호도 조사
3. 선호도 조사 결과분석

UX 목표 수립

Biz목표 및 방향성 확인 → UX 솔루션 유용성 검증 → UX 목표 및 전략 수립

UX 디자인 가이드

서비스 측면 → UI 측면 → GUI 측면



UX컨설팅 단계별 주요 활동 및 예상 산출물

1W	2W	3W	4W	5W	6W	7W					
조사/분석		워크샵		UX모델링		선호도 조사		UX가이드		최종 보고	
1.비즈니스 요구 분석 <ul style="list-style-type: none"> RFP기준 비즈니스 요구 분석 이해관계자 조사 2. 내/외부환경 조사 <ul style="list-style-type: none"> 현행서비스 이슈 및 문제 관련 서비스 및 동향 3.인덱스 인터뷰 <ul style="list-style-type: none"> 인터뷰 설계 시행 및 분석 4. 워크샵 설계 <ul style="list-style-type: none"> 워크샵 준비 환경 세팅 킷 세팅 	0.워크샵 킷오프 <ol style="list-style-type: none"> 핵심문제 핵심 고객 피험자 리크루팅 솔루션스케치 UX 프로토타입 수용조 조사 설계 수용도 조사 결과 분석 	<ol style="list-style-type: none"> 핵심 목표고객 핵심 유즈 케이스 UX 플로우 UI 와이어프레임 디자인 시안 <ul style="list-style-type: none"> 키 스크린 중심 선호도조사 설계 <ul style="list-style-type: none"> 대상 채널 및 장소 수행 팀 구성 킷오프 	<ol style="list-style-type: none"> 선호도조사 시행 결과 분석 개선점 도출 UX목표 정의 	<ol style="list-style-type: none"> UX 전략 <ul style="list-style-type: none"> UX목표 핵심고객 핵심가치 UX플로우 UI 전략 <ul style="list-style-type: none"> 정보맵 기능/컨텐츠 우선순위 공통 UI 정책 대표 와이어프레임 디자인 전략 <ul style="list-style-type: none"> 디자인 컨셉 키스크린 디자인 템플릿 요소 도출 공통 스타일가이드 	<ol style="list-style-type: none"> 경과보고 이관 						
주요 산출물(해당 테스크 종료 후)											
▪ 수행 계획서		▪ 워크샵 결과 및 리서치 브리프		▪ UX 모델링 ▪ 조사 계획서		▪ 조사 결과서 ▪ 경과 보고		▪ UX 모델 및 가이드		▪ 최종 보고서	
수행 팀 산출물 및 컨설팅 코워 영역 (진행률에 따라 조정)											
[기획] <ul style="list-style-type: none"> 요구사항정의 1차 현행시스템 분석 		[기획/디자인] <ul style="list-style-type: none"> 요구사항정의 2차 		[기획] <ul style="list-style-type: none"> 메인 및 코어서비스 UI화면설계 [디자인] <ul style="list-style-type: none"> 시안화면설계 		[디자인] <ul style="list-style-type: none"> 시안화면설계 시안화면 고도화 					



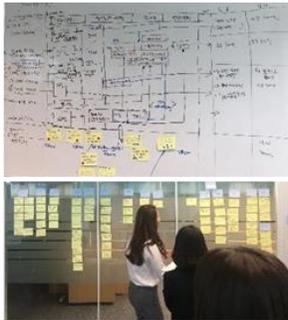
UX가이드 리포트 - 스프린트 워크샵 사례 (KEB하나은행)

: 핵심 문제도출과 해결방안 검증

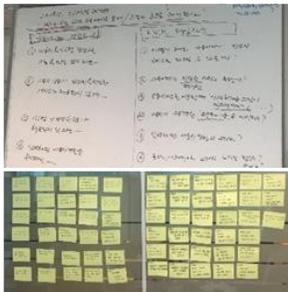
Day.1

목표를 크게 그리고
문제점 찾아보기

- 장기목표 및 타겟 설정



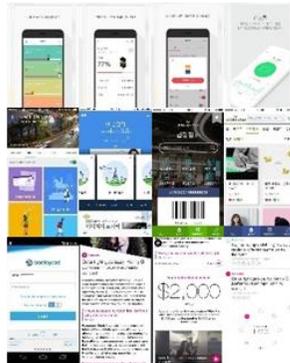
- 실패요인과 핵심질문



Day.2

주어진 과제에 대한
해결책 찾기

- 다른 분야 서비스 공유



- 아이디어 스케치



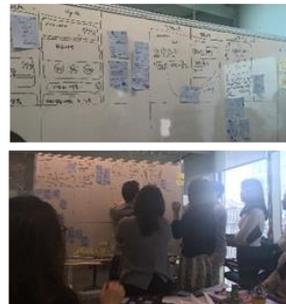
Day.3

중요한 결정 내리기

- 핵심 시나리오선택



- 솔루션 스케치



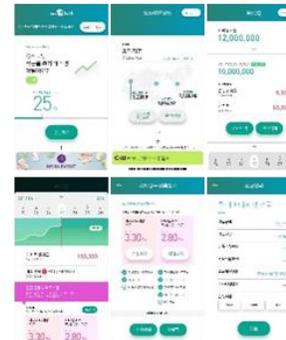
Day.4

Prototype 만들기

- 구체 화면 연결



- Prototype 제작



Day.5

사용자 테스트

- 인덱스 인터뷰



- 공/부정 요인과 패턴 정리



* 디자인 스프린트란? - 의사결정을 빠르고 신속하게 진행하는 Google의 디자인 워크숍

2018년, 하나은행 비대면은
 빠르고 쉬운 스마트 금융서비스를 통해 / 고객의 경험을 개선한다 / 친절하고 착한
 → 적절한 피드백, 조언/자언/괴칭/개인화 (고객 친화적) 인터랙션

실패 요인

- ① 제공자 온 시스템 환경에서
기능과 요구를 맞추려면 -
- ② 사용자 환경의 편리함 & 친절한
서비스가 제공되지 않으면 -
- ③ 시스템의 안정성 & 속도가
향상되지 않으면 -
- ④ 일반화된 사용자 경험이
무시되면 -

핵심 질문

- ① 어떻게 하면 사용자에게
친절한 서비스를 제공할 수 있을까?
- ② 사용자에게 친절한 서비스는 무엇인가?
편리한
- ③ 금융서비스를 이용할 때 '안락하다'는
느낌이 필요할 때는?
- ④ 사용자가 수용 가능한 '기능과 요구'는 어디까지?

전문가 인터뷰

- ① 정교한 상품 안내가 필요하다
↳ 보다 / 맞춤화
- ② 간편한 로그인 이 필요하다
- ③ 친절함 상당 (대면/비대면) 영동이
- ④ 마케팅이 가능해야 자율화
- ⑤ 사용자의 다양한 탐색을 인정해야

- * ⑤ 일반화된 사용자 경험의
수치는?
- ⑥ 물리적 & 심리적으로
'빠르다'고 느끼는 정도의
단계는?

* 10:00 ~ 10:15 커피

* 10:15 ~ 11:15 도착전 준비

* 11:15 ~ 30분 휴식

* 11:30 ~ 12:30 핵심 질문

* 12:30 ~ 13:30 점심식사
DD

* 13:30 ~ 14:30 지도 작성

* 14:30 ~ 15:30 전문가 인터뷰

* 16:10 ~ 17:30 HW
데모 정리 & 투표

* 17:30 ~ 18:00

* 핵심 고객문의 가장 중요한 T.P 점의

전문가 인터뷰 >

김영호 부장님

옥윤상 부장님

김현석 책임님

- ② 최형관 과장님 + 김중환 책임님
- ① 김문영 차장님 + 정현희 차장님 (온라인 마케팅)

1) D-1. 장기 목표

2018' KEB 하나은행 비대면채널의 장기목표

**“ 빠르고 쉬운 금융서비스로
고객의 금융생활을 지속적으로 케어한다. ”**

KEB 하나은행 비대면 개편의 실패 요인

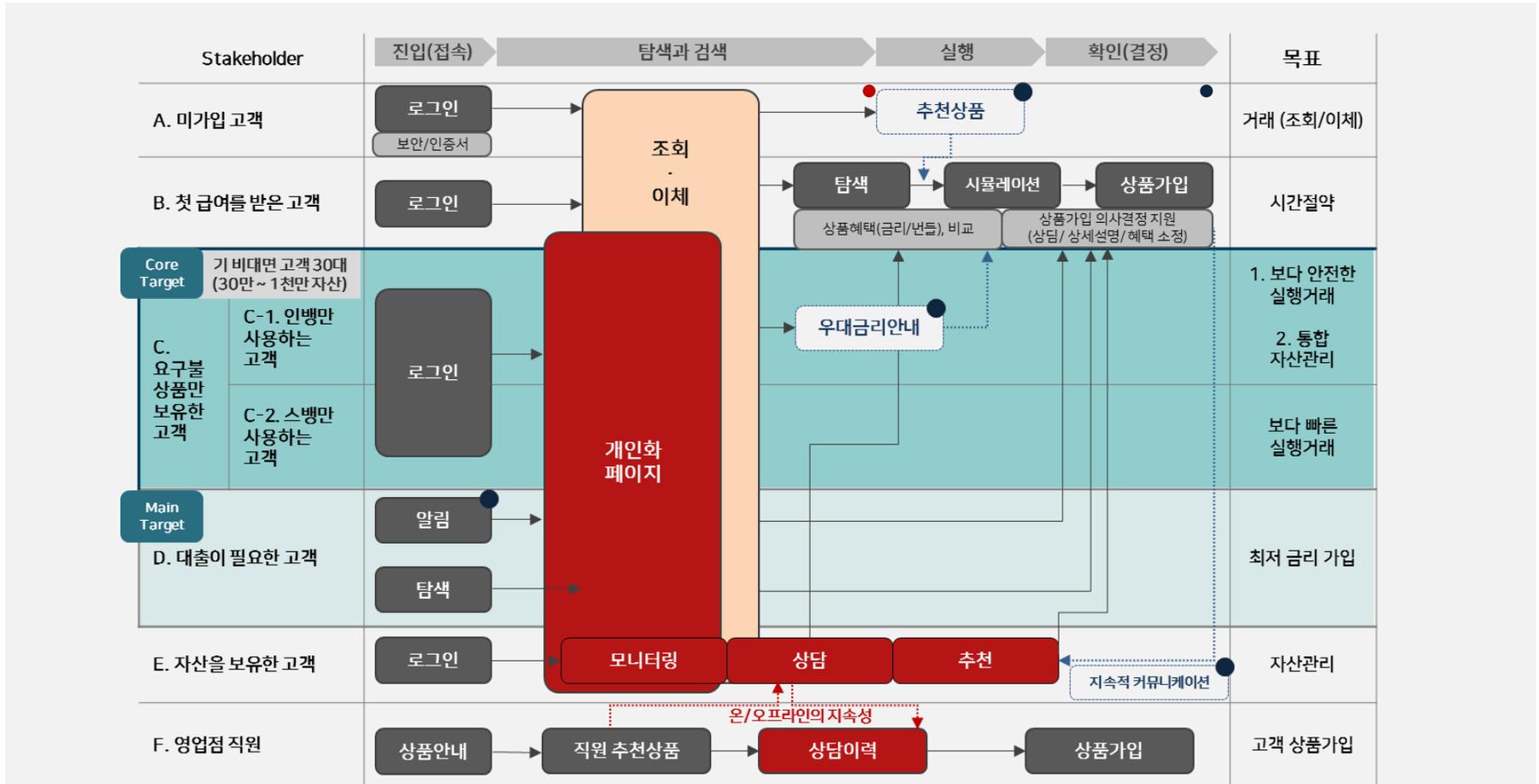
- ① 제공자와 시스템관점에서 기능과 요구가 많아지면 실패한다.
- ② 사용자관점의 친절함(편리한) 서비스가 제공되지 않으면 실패한다.
- ③ 시스템의 안정성과 속도가 확보되지 않으면 실패한다.
- ④ 일반화된 사용자 경험이 무시되면 실패한다.

KEB 하나은행 비대면 개편의 성공을 위한 핵심 질문들

- ① 어떻게 하면 사용자에게 친절한 서비스를 제공할 수 있을까?
- ② 사용자에게 친절한(편리한) 서비스는 무엇일까?
- ③ 금융서비스를 이용할 때 '안전하다'는 느낌이 필요할 때는 언제인가?
- ④ 사용자가 수용 가능한 '기능과 요구'는 어디까지인가?
- ⑤ 일반화된 사용자경험의 수위는 어디까지인가?
- ⑥ 물리적, 심리적으로 '빠르다'라고 느끼는 정도의 단계는 어디까지인가?

2) D-2.서비스 해결방안 - 고객 여정지도

데스크리서치에서 도출된 키워드를 바탕으로 서비스 여정 지도를 작성합니다. 앞서 도출된 핵심질문 및 전문가 인터뷰 내용을 바탕으로, 각각의 단계에서 우리가 집중해야 할 주요 포인트를 찾아냈습니다.



Core Point : 공감을 통한 동기부여와 쉬운 진입 확보

Touch Point : 이용맥락에 맞는 피드백으로 서비스 연계



2) D-3.서비스 해결방안 - 핵심지표 도출

서비스 여정 지도에서 나타난 주요 포인트를 고도화하는 방향으로 'How Might We'를 진행하였습니다. 이를 통해 사용자 인터뷰에서 증명할 실제 주요 과제를 설정했습니다.

어떻게 하면 자주 들어올 수 있는가? (S★)	어떻게 하면 상품탐색과 상담이 자연스럽게 연결될까? (S★)	어떻게 하면 안전하고 빠르다고 느낄까? (S★)	각 채널별 고객의 상담내역을 효과적으로 연계하여 보여 줄 수 있는가? (S★)	고객 케어(개인화) 서비스는 어떻게 하면 유용하게 제공할 수 있을까? (★★★★★)	어떻게 하면 상품 가입을 편리하고 유용하게 제공할 수 있을까? (★★★★★)	어떻게 하면 상품탐색과 상담이 자연스럽게 연결될까? (★★★★★)	어떻게 하면 고객이 상품을 손쉽게 탐색하고 비교할 수 있는가? (★★★★★)	전체 메뉴 구조 및 그룹핑은 어떻게 일관성있게 정리(재편성)할 수 있을까? (★★★★)	어떻게 하면 자산 모니터링 내용과 피드백을 개인화 할 수 있을까?(★)
---------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---	--	--	--------------------------------------	--	--	---

- 자주 들어올 수 있게(확인) 할 수 있을까?
- 안전하고 빠른 인상을 받게 할 수 있을까?
- 거래와 가입을 편리하게 할 수 있을까?
- 상품 탐색과 비교를 편리하게 할 수 있을까?
- 상품과 상담의 연결을 자연스럽게 할 수 있을까?
- बैं킹을 개인 맞춤화 할 수 있을까?

어떻게 하면

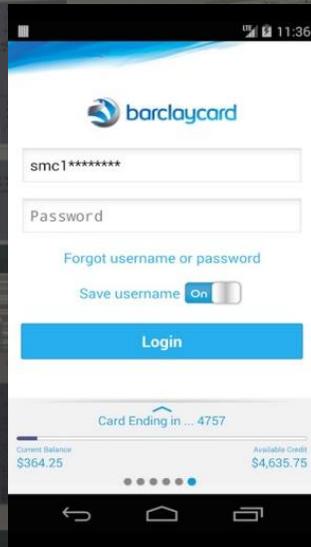


UX가이드 리포트 - 스프린트 워크샵 사례 (KEB하나은행)

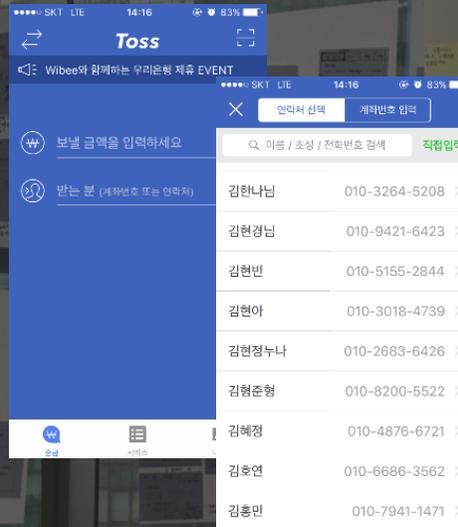
2) D-3.서비스 해결방안 - 아이디어(Good case)

도출된 핵심 과제를 통해 고객 접점을 고도화 할 수 있는 아이디어션을 진행하였습니다. BarclayCard, Toss, 교보문고 등의 타 서비스(비은행권) 레퍼런스를 통해 KEB 하나은행 비대면 채널에서 적용할 수 있는 아이디어로 발전시켰습니다.

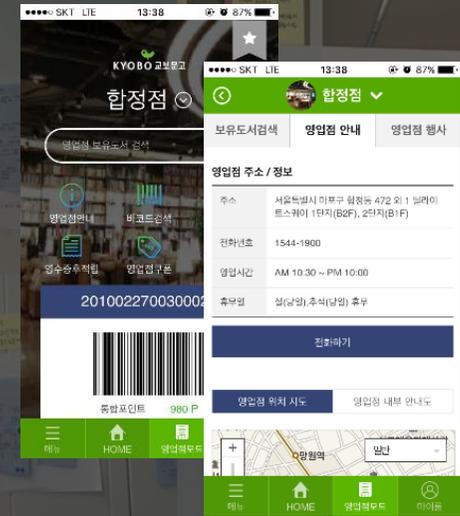
Barclaycard (Main)



Toss (전화번호송금)



교보문고 (영업점모드)



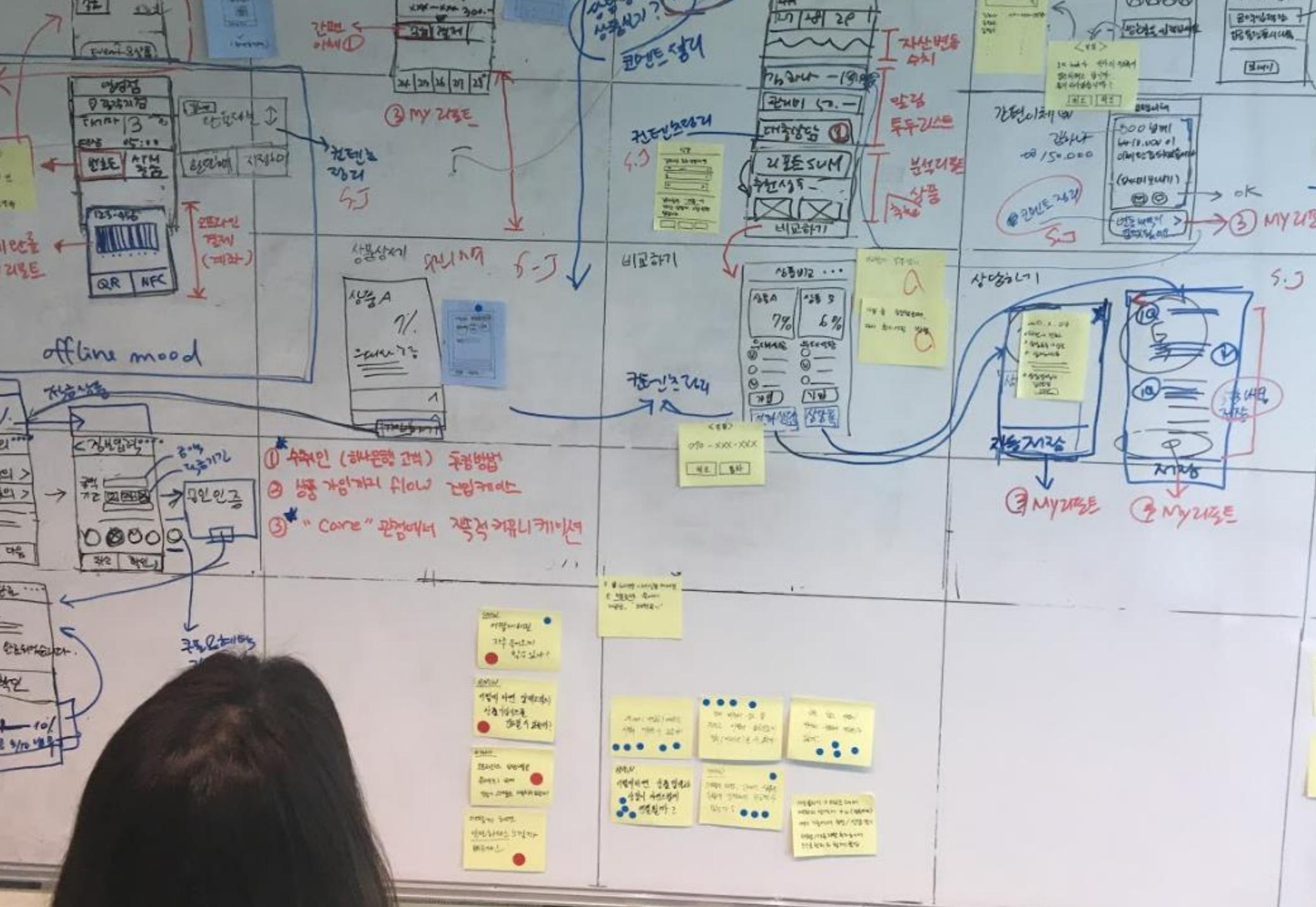
사전에 설정해놓은 정보를 통해 로그인 전 메인에서 설정된 계좌의 잔액을 확인할 수 있으며, 이를 통해 좀 더 빠르고 유용한 접근이 가능합니다.

계좌번호를 통한 송금이 아니라, 전화번호를 통한 송금으로 사용자들이 최대한 빠르고 편리하게 이용하도록 합니다.

해당 서비스의 영업점 모드는 지점을 선택하여, 책을 보유하고 있는지 여부를 확인하기도 하며, 지점 고유의 행사나 이벤트 및 영업점 특화 정보를 알 수 있습니다.

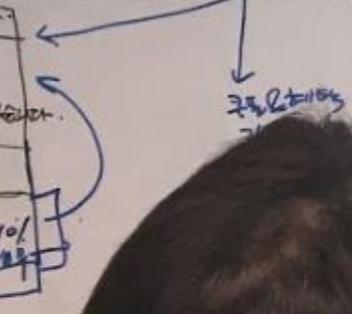
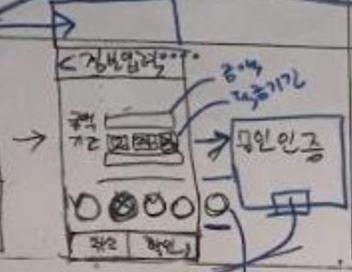
2) D-3.서비스 해결방안 - 솔루션 포인트





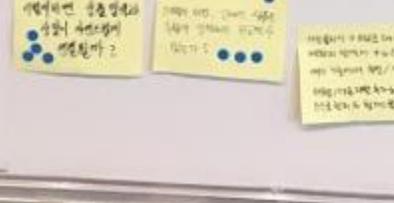
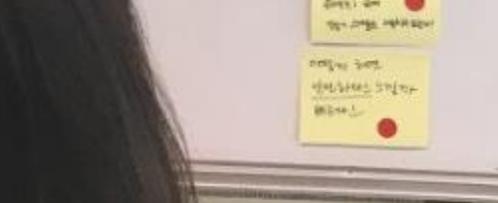
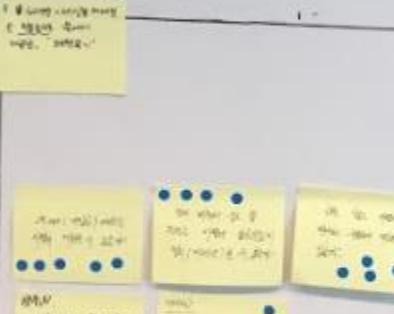
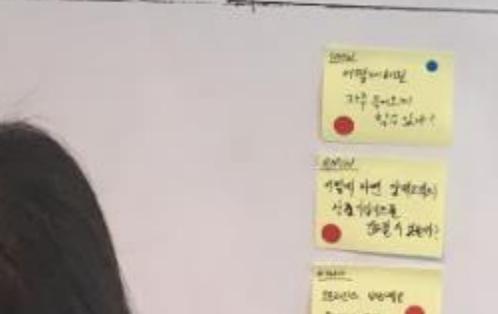
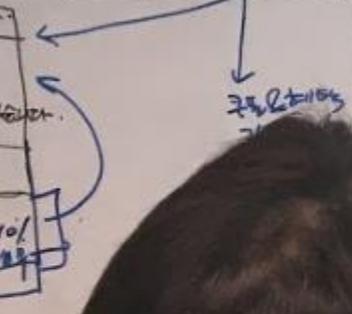
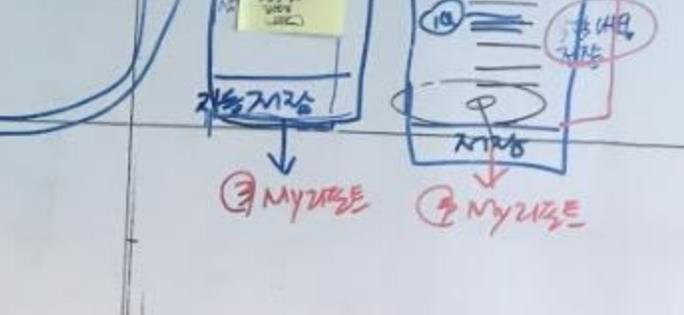
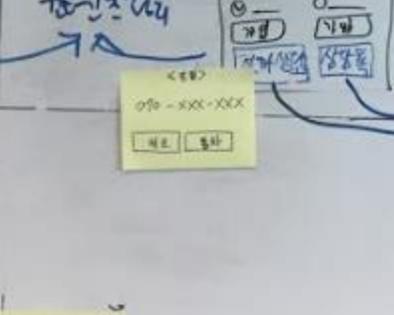
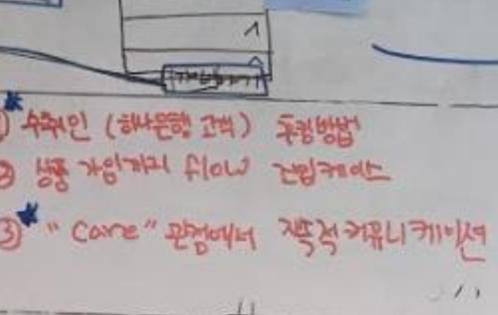
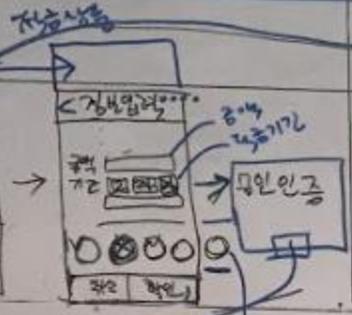
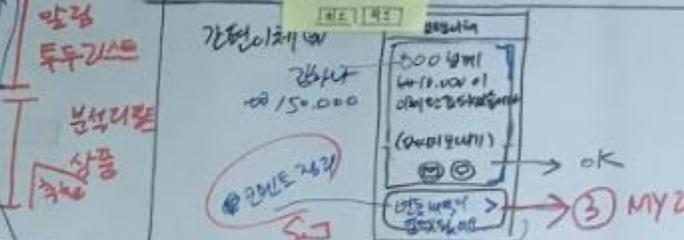
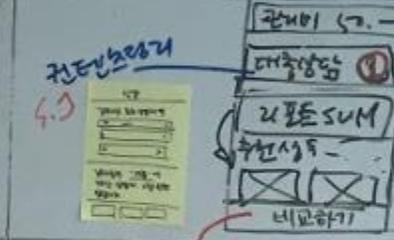
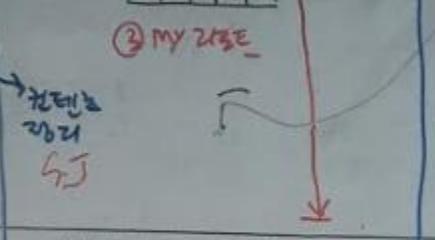
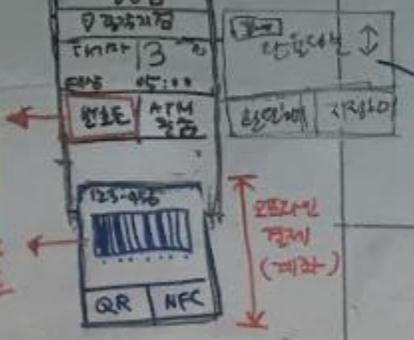
offline mood

자음상자



- ① 확인 (확인) 인쇄
- ② 구매완료 및 구매완료
- ③ "완료" 버튼

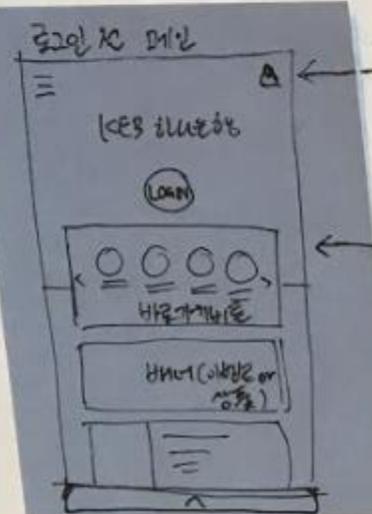
확인
확인
확인



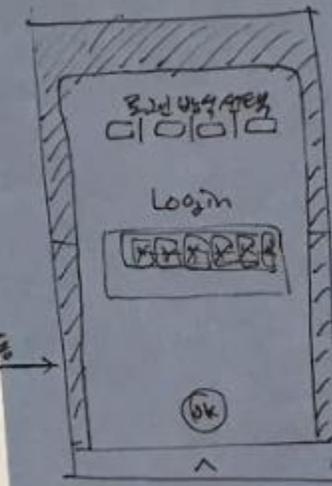
로그인 화면

로그인 (비밀번호, 인증번호, 비밀번호 등...)

로그인 후 장바구니 및 결제 (결제 화면)



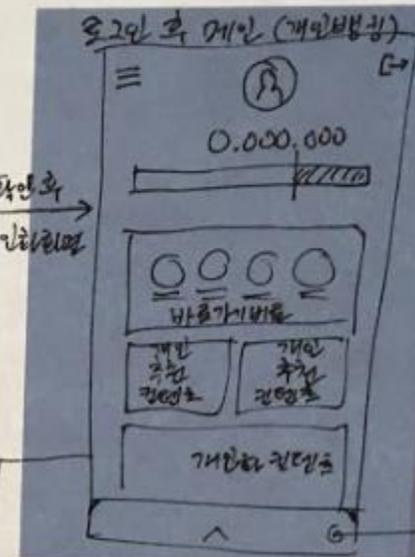
로그인이동



로그인완료

로그인 시 나타나는 알림 (피드백)에서 변경된 행동을 피드백하고 바로 적용 가능하게 버튼 노출 (예, 1,000,000 만원이 입금되었습니다. 바로 확인하시겠습니까?)

로그아웃

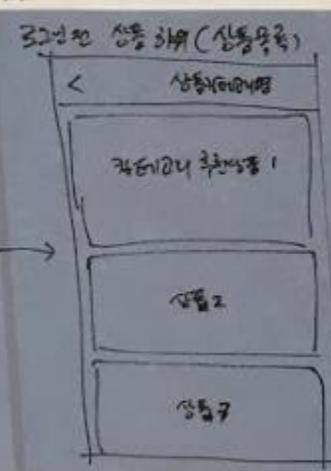
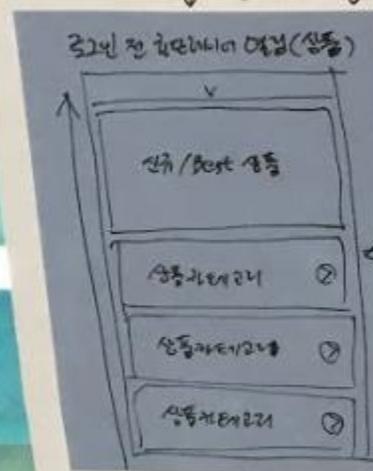


로그인 후 메인 화면 디자인 개인이 맞춰 선택된 기능 구성. → 로그인 된 개인화 화면 방향이니 맞춤! 화면이 더 좋아 보이게 하는 것도 개인 추천 상품 버튼 추가

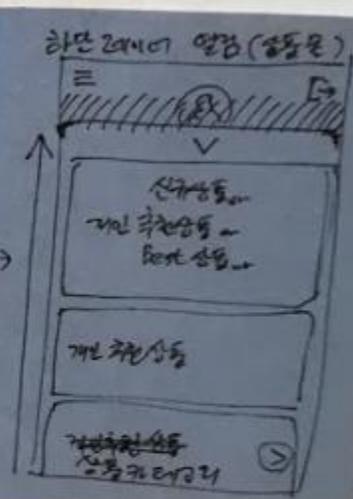
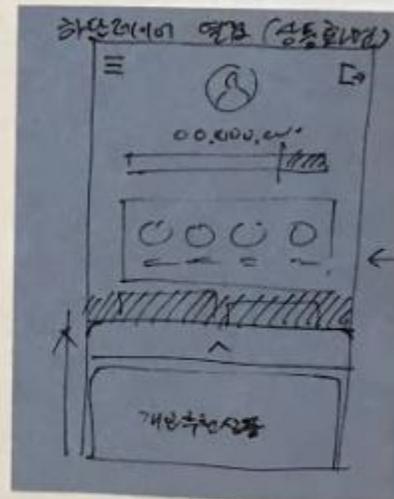
(상품 추천은 화면 디자인이 아니라 * 이럴 때는 가입 후 어떤 상품이나 상품들이든 노출도 이따갈 수 있을 것임.)

하단레이어 탭/오프 (로그인 후)

하단레이어 탭/오프 (로그인 전)



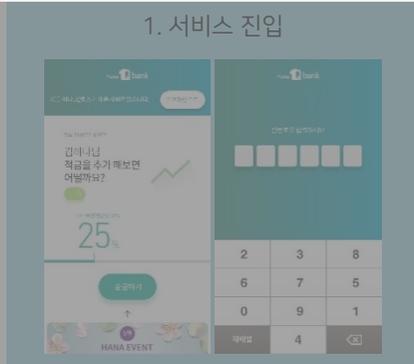
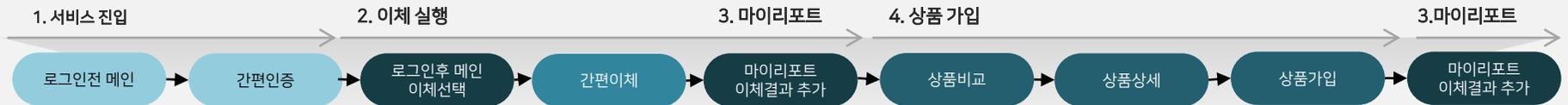
로그인 전 상품 하위 탭은 신규 또는 Best/추천 상품만 상품카테고리 이동 버튼 노출



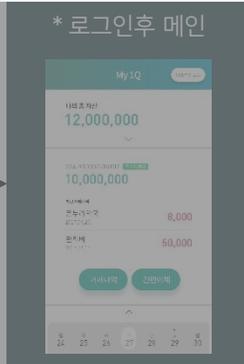
UX가이드 리포트 - 스프린트 워크샵 사례 (KEB하나은행)

3) Prototype - Use flow

- Case A : 이체 니즈 발생



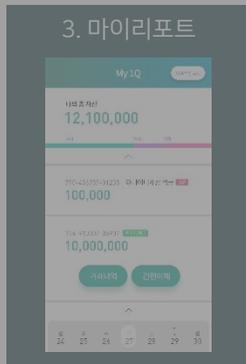
- 개인 금융리포트를 통한 실시간 동기부여
- 사용자 설정에 따른 간편인증 진행



- 보유 계좌 잔액, 최근 입/출입 내역 조회
- 사용 빈도 높은 기능 연계



- 최근 이체내역 리스트 제공
- 전화번호/계좌번호로 이체방법 선택 가능
- 이체 완료 후 추이인 메시지 전송



- 차트를 통한 자산현황 시각화 제공



- 추천상품 우대사항 선택으로 실시간 금리 비교 가능
- 사용자가 소유한 부가 혜택 내역 노출

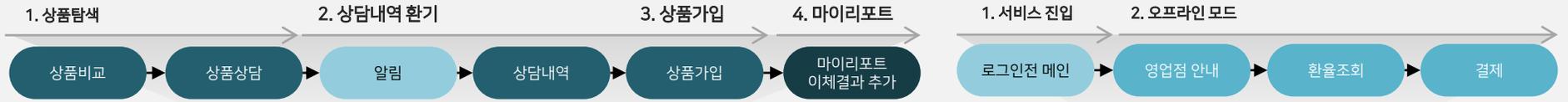


- 주간 지출내역 시각화 정보 제공
- 월간 자산현황 금융리포트를 제공

3) Prototype - Use flow

- Case B : 상품가입 니즈 발생

- Case C : 온/오프라인 연계



- 전화상담, 특상담을 통한 다채로운 상담 지원



- 상담이력을 토대로 고객의 관심상품 정보 알림을 통하여 환기
- 해당 상품 내역 페이지 연계



- 로그인 전 오프라인 연계 서비스 노출



- 추가 가입된 상품 이력 노출



- 사용자가 소유한 부가 혜택 내역 노출



- 사용자 근처/ 지정 영업점 관련 정보 노출
- 환율 조회 및 환전정보 노출
- 바코드를 통하여 비 로그인시에도 결제 가능

이동통신, 모바일 서비스, 클라우드 서비스, 빅데이터 서비스, IoT 서비스, 인공지능 서비스

구분	이동통신	모바일 서비스	클라우드 서비스	빅데이터 서비스	IoT 서비스	인공지능 서비스	기타
주요 서비스	4G/LTE, 5G	스마트폰, 태블릿	AWS, Azure, GCP	데이터 분석, 머신러닝	스마트 홈, 스마트 시티	딥러닝, 자연어 처리	AR/VR
주요 기업	SKT, KT, LG U+	삼성전자, LG전자	삼성전자, 네이버, 카카오	삼성전자, 네이버, 카카오	삼성전자, LG전자	삼성전자, 네이버, 카카오	삼성전자, LG전자
주요 기술	5G, SD-WAN	모바일 앱, 모바일 웹	클라우드 컴퓨팅, SaaS	데이터 분석, 빅데이터	IoT 플랫폼, 스마트 기기	딥러닝, AI	AR/VR



4) D-5. 사용자 검증

테스트 플로우 인덱스인터뷰 데모 시연 1시간 소요	메인		이체	마이 리포트	상품 가입		알림		
	로그인 전 메인	오프라인 모드	로그인 후 메인	송금 완료	마이 리포트	추천상품/상품비교	상품 가입	상담	푸시알림
	로그인 전 메인	오프라인 모드	로그인 후 메인	송금 완료	마이 리포트	추천상품/상품비교	상품 가입	상담	푸시알림
P1  32세, 여, 주부 타행 / SB 주 사용자	+ 간편이제잔에 들어옴 / 간편인증이 있다던 편리할 것. 무소견 로그인 할 하는 것이 부정적.	+ 결제는 편리할 것. 기능을 예상하기 어렵고 유용하긴 하지만 자주 쓰진 않을 것.	송금(간편이제) 버튼 클릭.	+ 전화번호를 활용한 이체는 편리. + 자주쓰는 이체 유용. + 금융 사고시 신고할 수 있는 기능이 필요. 단계가 빨라 불안. 이체확인 단계가 필요.	+ 변동내역 보다 거래 혜택이 나오면. + 잔액을 확인하고 싶은. + 로그인을 했을 때 나오면 편리. 알림업을 쓴다면 불필요.	+ 추천 상품은 2~3개 정도가 적절. + 비교하기 보다 우대상황 확인을 위해 상품상세 화면을 클릭. 우대혜택 감소가 필요.	+ 필수약관과 약관 선택 구분 필요. + 이체와 다르게 가입이 간편해서 좋다. 약관이 너무 많음. 현재 잔액 노출이 필요.	+ 재팅상담을 선호. + 담당자 정보 및 상담관련 정보가 노출되길 바람. 전화상담은 부담.	+ 나와 인관된 정보라면 긍정적. + '대출'했을 때, 관련 서류에 대해 안내해주면. + 푸시 알림은 부정적. 전화로 푸시알림이 오는 것보다, 필요한 정보만 알려주었으면. 알림앱과 '뱅킹앱' 통합되면.
P2  34세, 여, 주부 당행 / SB 주 사용자	+ 소셜/이제잔 할 경우 유용. 내용이 많지 않아, 불안. 인증서 등록 등 기능이 필요. 광고성 배치는 부정적. 기능이 명확해야.	+ 방문전 할 수 있는 기능이 있어 유용. 기능을 바로 확인할 수 있어서 긍정. 영업점 찾기 강화 필요.	송금(간편이제) 버튼 클릭.	+ 자주쓰는 이체 유용. + 단계가 빠르면 긍정. 입금은행 선택이 필요. + 인방적이지 않아 불편. 이체확인 단계가 필요.	+ 자산관리를 해주는 기본. + 가계부갈은 인상. + 신용카드에 관련된 정보는 나오면 편리. + 인형 비교정보 유용. 변동내역을 이해하기 어려움.	+ 정보가 깔끔하게 노출되면. + 타행 금리 비교가 되면. 시뮬레이션 기능 필요. + 맞춤보다, 베스트 상품 선호.	+ 약관 체크가 자동으로 되어 있으면. + 가입 후 만기 정보 안내 필요. 상품 정보 상세 안내 강화 필요.	+ 대출의 경우, 상담 안내가 긍정적. + 신속하게 상담 신청할 수 있어 유용. + 적금 상담은 부정적. + 대면상담을 신뢰.	+ 고정지출 및 특판 상품 알림이 있으면. + 내 실적 알림이라면 선호. + 뱅킹 앱과 멤버스 앱을 통합하면.
P3  37세, 여, 주부 당행 / SB 주 사용자	+ 상품추천이 예. + 간편 인증 편리. + 인관없는 정보 노출은 부정적. + 로그인 및 소셜 기능 버튼 필요.	+ 바코드를 결제는 유용할 것. + 대기표발급 기능 유용. + 기능을 예상하기 어려움. (명칭 보호) + 메인에서 노출 필요. + 영업점 특징 필요.	송금(간편이제) 버튼 클릭.	+ 최근 이체정보는 유용. + 완료 확인 메시지 전송은 긍정. + 단계가 간단해 불안. + 이체 확인 단계가 필요. + 변동내역 알림은 부정적.	+ 보유 계좌 추가적으로 노출되면. + 리포트 분석 내용은 불필요. + 알림 대신 상품 정보를 더 선호. + 시뮬레이션이 더 유용할 것.	+ 추천상품 5개 정도가 적절. + 맞춤추천상품을 신뢰. + 최저에서 최고 금리로 노출 필요.	+ 온라인가입을 선호. + 약관을 하나씩 노출해 단계를 빠르게. + 가입 후 만기 정보 안내 필요. + 스마트폰보다는 PC에서 가입을 선호.	+ 특상담을 선호. + 상담했던 상품은 감소 필요. + 영업점관련기능 필요. + 전화상담은 대기 시간으로 부정적. + 상담 내역 히스토리 부정적.	+ 자주가는 영업점의 특판 정보가 있으면 좋을 것. + 자주오면 광고 같아서 부정적.
P4  30세, 남, 자영업 타행 / IB, SB 주 사용자	+ 메인에서 상품 추천은 부정적. + 소셜버튼 필요.	+ 대기시간 및 번호표 발행이 유용. + 기능을 예상하기 어려움. + 보안 때문에 바코드는 부정적.	송금(간편이제) 버튼 클릭.	+ 이체 과정이 간단해서 편리. + 완료 확인 메시지 전송은 긍정. + 거래내역을 더 확인하고 싶은. + 리포트 분석 내용은 불필요. + 비교정보가 나오면, 부정적.	+ 지출/수입 그래프로 정보가 표현되면 긍정. + 타은행 금리 비교 가능하면, 가입시 전화상담이 필요. + 대면 가입을 선호. + 비교하기가 바로 노출되면 좋을 것.	+ 추천상품은 2개 정도가 적절. + 타은행 금리 비교 가능하면, 가입시 전화상담이 필요. + 대면 가입을 선호. + 비교하기가 바로 노출되면 좋을 것.	+ 가입과정은 간단. + 자동이체설정 필요. + 약관이 너무 많음. + 가입완료 후 정보는 잘 확인하지 않을 것.	+ 상담이 어려워 나오는 것은 긍정. + 전화상담을 선호.	+ 입출금 알림은 긍정적. + 맞춤정보 알림은 긍정적. + 푸시 알림 수신 설정 필요. + 푸시 알림은 부정적.
P5  46세, 여, 주부 당행 / IB 주 사용자	+ 보안 알림이 지속적으로 필요. + 주식 시세 및 금융정보가 나오면, 간접해 보여보안 불안. + 뱅킹과 멤버스 기능 분리 필요.	+ 대기시간 및 번호표 내가 커서 긍정. + 시간예약기능 필요. + 영업점 찾기 강화 필요. + 기능을 예상하기 어려움. + 바코드는 기능이 어울리지 않음. + 행내별 대기번호 구분 필요.	송금(간편이제) 버튼 클릭.	+ 전화번호를 활용한 이체는 편리. + 온라인보다 과정이 편리. + 단계가 빨라 불안해 추가 인증단계가 필요. + 이체확인 단계가 필요. + 전화번호 추가하는 것은 선택적으로.	+ 내 금융정보와 상품 추천은 구분 필요. + 분석 리포트 기능을 이해하기 어려움. + 그래프는 정보를 이해할 수 있어서 부정적.	+ 상품군별로 5개 정도 추천 적절. + 상품비교가 메인에 더 적절. + 타인과 비교 원함. + 추가 상품 비교 원함. + 상담하기 필요.	+ 약관 확인은 익숙. + 간단히 확인을 선호. + 가나다순을 이용한 가입 긍정. + 너무 간단한 것은 불안. + 완료 후 전체계좌 소회를 원함.	+ 대면보다 비대면 (특상담)상담을 선호. + 상담 내역 긍정적. + 추가 정보때문에 상담 필요. + 대출관련 내역은 민감.	+ 상담관련 알림은 긍정. + 나와 직접 인관된 정보는 긍정. + 알림 수신 설정 필요. + 푸시 알림이 많으면 부정적.

4) D-5. 사용자 인터뷰 - 주요 키워드

메인	이체	마이 리포트
<ul style="list-style-type: none"> • ‘간편 이체’ 외 추가적인 기능 버튼 노출이 필요. • 메인 화면에서 상품노출은 부정적. • 영업점 관련 기능이 매우 유용할 것 • 명칭 때문에 기능을 예상하기 어려워, 직관적인 레이블 필요. • 바코드 결제는 보안상의 이유로 부정적. 	<ul style="list-style-type: none"> • 이체 단계가 너무 간결하면 불안한 인상. • 자주 쓰는 이체 및 전화번호 이체 등 부가 기능 유용. • 이체 정보 입력 후, 이체 정보를 확인 할 수 있는 단계 필요. 	<ul style="list-style-type: none"> • 분석 리포트 기능을 더 쉽게 안내. • 거래 내역 알림 시 잔액도 함께 노출 희망. • 알림 앱을 사용한다면 마이 리포트 기능은 효용성이 낮을 것. • 추천 상품 노출은 3~4개 정도가 적절. • 타행 상품 금리 비교 기능이 있다면 유용. • 내 정보를 기반으로 하는 시뮬레이션 기능 필요.
<ul style="list-style-type: none"> • 거래 바로가기 추가 노출 • 상품노출 최소화 • 직관적 레이블 사용 • 영업점 기능 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 급진적 거래 프로세스 개선은 지양 • 거래를 쉽게 할 수 있는 부가기능 강화 • 거래내용의 최종확인 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 분석리포트는 쉬운 정보디자인 필요 • 금리 비교 기능 강화 • 시뮬레이션 기능 추가 검토
상품 가입	알림	
<ul style="list-style-type: none"> • 필수 약관 및 선택 약관 노출 방식 개선. • 이체와 다르게 간편한 상품 가입이 편리. • 가입 후 만기 정보에 대한 안내 필요. 	<ul style="list-style-type: none"> • 나와 연관된 정보의 푸시 알림은 긍정적. • 알림 앱과 बैं킹 앱이 통합되어 한 곳에서 정보 제공을 희망. • 자주 가는 영업점의 특판 상품 안내 알림 유용 	
<ul style="list-style-type: none"> • 간편한 상품가입 강화 • 상품에 대한 베네핏 정보 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • बैं킹에 통합된 알림에 대한 니즈 • 연관된 알림만 긍정적 • 영업점 관련 알림 검토 	

* 목표 : 2018년, 하나은행 비대면은 비대면은 빠르고 쉬운, 고객의 흥미를 자극한다. * 인생행복을 위한

고객 1 33세
주부 / 여성
BK / 우리은행

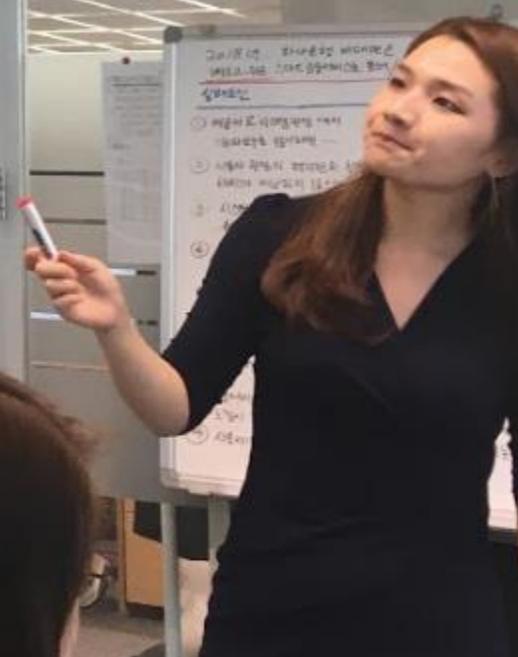
고객 2 34세
부 / 여성
B / 우리은행

고객 3 37세
 / 여성
B / 국민은행

고객 4 30세
 / 남성
 / 우리은행

46세
 / 여성

| 로그인/저택인 | 마이 IQ |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>마이 IQ</p> <p>마이 IQ</p> <p>마이 IQ</p> |



하나은행 비대면은 빠르고 쉬운, 고객의 흥미를 자극한다.

1. 고객 1 33세 주부 / 여성 BK / 우리은행
2. 고객 2 34세 부 / 여성 B / 우리은행
3. 고객 3 37세 / 여성 B / 국민은행
4. 고객 4 30세 / 남성 / 우리은행
5. 46세 / 여성

5) UX 고도화 목표

2018년
KEB 하나은행의 장기목표

‘빠르고 쉬운 금융서비스로 고객의 금융생활을 지속적으로 케어한다.’

✓
접근성
Accessibility

✓
개인화
Personalization

✓
맥락화
Contextualization

Solution Point 1.
간편 진입 · 탐색 집중

Solution Point 2.
개인 맞춤화에 집중

Solution Point 3.
**온 · 오프라인의
연계에 집중**

사용자 검증을 통한 고도화 내용

거래 관련 바로가기 니즈 반영

영업점 연계 기능 강화

쉬운 거래를 위한 부가기능 강화

맞춤화된 알림과 분석리포트 니즈 반영

개인화 된 시뮬레이션 및 상품 비교 기능 강화

간편한 상품가입 및 베네핏 정보 강화

뱅킹과 통합된 알림서비스 니즈 반영

WEBAWARD KOREA

The Sincerity

Grand Prize

웹어워드 PC웹 최고대상

The Grand Prize

서비스명 : KB국민은행

수상기관 : 유플리트(주)

2007년

국민은행은 유플리트에게 KB카드 디자인 컨설팅을 의뢰했습니다
그 후로 10년간, 국민은행 스마트금융부의 파트너로써 KB금융그룹의
온라인 서비스 30여개를 런칭 및 리뉴얼 하였습니다
하나의 고객을 10년간 유지한다는 것은 좀처럼 쉽지가 않았습니다
현상 유지는 없습니다. 계속되는 자기혁신을 필요로 했습니다
스스로를 재창조하고자 하는 의지를 고객은 높이 샀습니다
유플리트는 성실합니다

대한상공회의소가 주최하고 웹어워드위원회가 주관하는

U



안종혁 이사 / 010-8876-9980 / pagebugs@upleat.com

유플리트는

기존의 틀을 깨는 것의 가치를 믿습니다.

우리가 기존의 틀을 깨는 방식은 당신의 삶이 조금더 편안
해지고 행복해지도록 유려한 디자인, 편리한 사용법, 사용
친화적인 서비스를 만드는 것입니다.

당신의 삶에 닿기위해 유플리터들은 수많은 생각과 노력을
합니다. 그것이 저희의 가치이기 때문입니다.