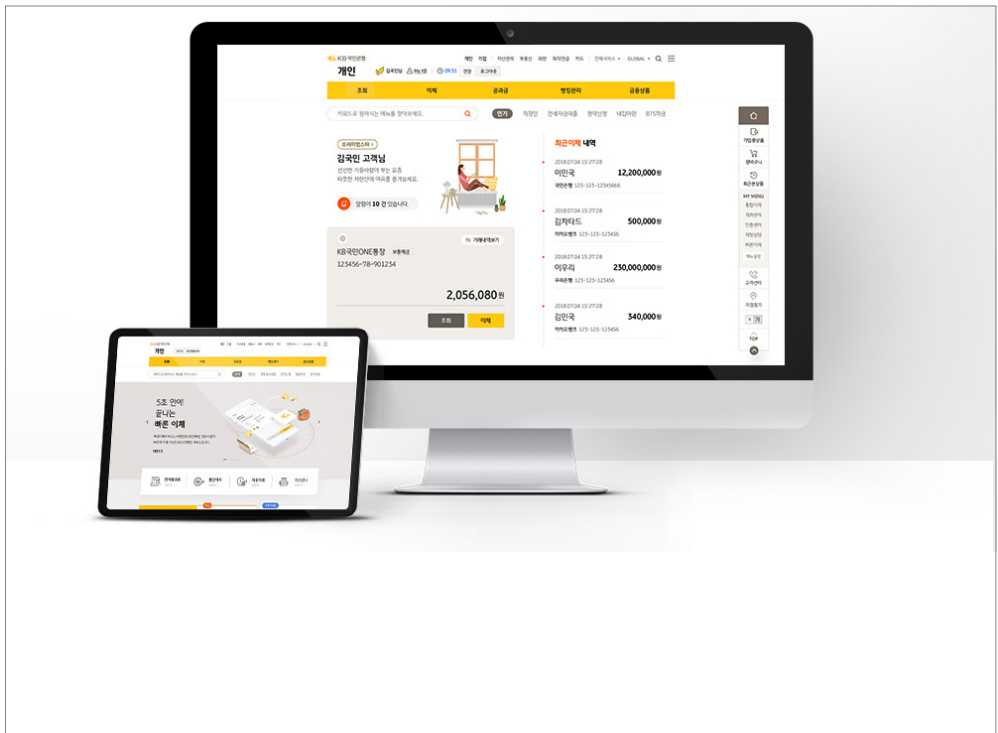


웹어워드 PC웹 최고대상



KB국민은행 개인 인터넷뱅킹

프로젝트 기획의도

모바일 중심의 시대적 흐름에서 인터넷뱅킹은 어떤 모습이어야 할까?

고객 행동의 중심이 PC에서 모바일로 옮겨감에 따라 모바일뱅킹은 고객이 더 쉽고, 더 편리하게 금융 생활을 할 수 있도록 진화하고 있다. 그렇다면 인터넷뱅킹은 어떤 모습이어야 할까? 많은 고객이 모바일웹 서비스로 이동하였지만, 그래도 여전히 사이트는 기업을 방문하는 첫 관문의 역할을 수행하고 있다. 모바일뱅킹만큼의 편의성과 인터넷뱅킹이 갖는 장점을 활용하여 모바일시대에 어울리는 새로운 얼굴의 인터넷뱅킹으로 다시 태어나야겠다고 생각했다.

디자인 및 UX/UI

심플하고 직관적인 고객 중심 UI/UX 구성

간결하고 명확한 정보를 전달하기 위해 불필요한 요소를 배제했다. 시각적으로 쉽게 인지하고 직관적으로 이해할 수 있도록 일관된 시각적 언어와 균형 잡힌 레이아웃으로 UX와 시각적인 신뢰감을 강조했다. 딱딱한 금융 이미지를 탈피할 수 있도록 감성적인 메시지와 이에 어울리는 일러스트를 50여 개 제작하여 시의적절하게 제공함으로써 친근함을 더했다.

소속사 I KB국민은행

제작사 I 인픽스

제작기간 I 2018. 6.25 ~ 2018. 11. 23

서비스오픈 I 2018. 11. 17

제작진 I PM
임지수
기획
김주현, 권성연, 김준식,
양재일
디자인
추아영, 유아름, 김희수,
심준연, 이지현, 정하은



ui design



visual design



marketing



technic



service



contents

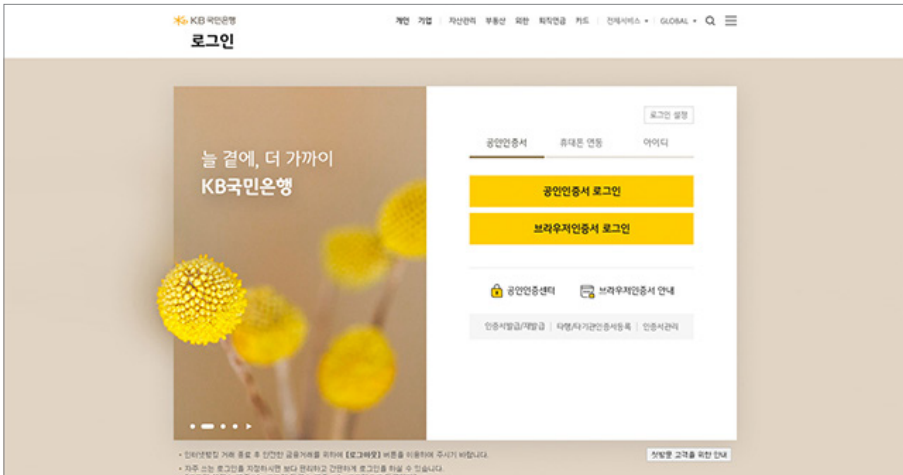
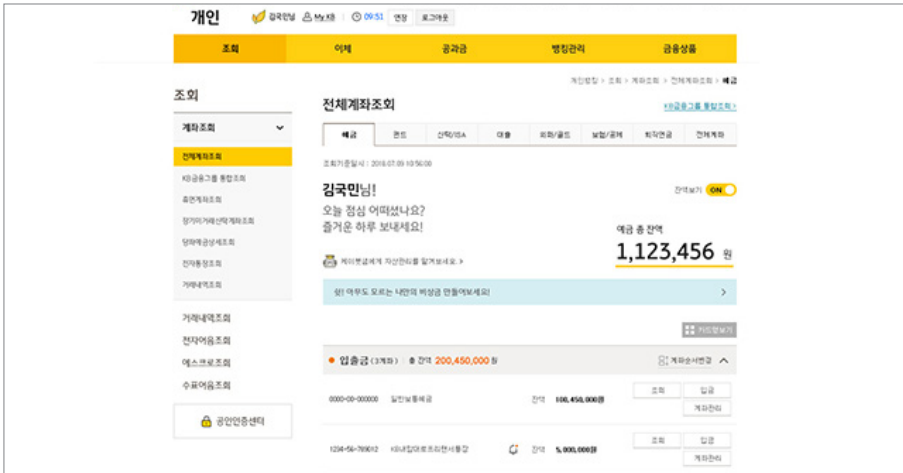
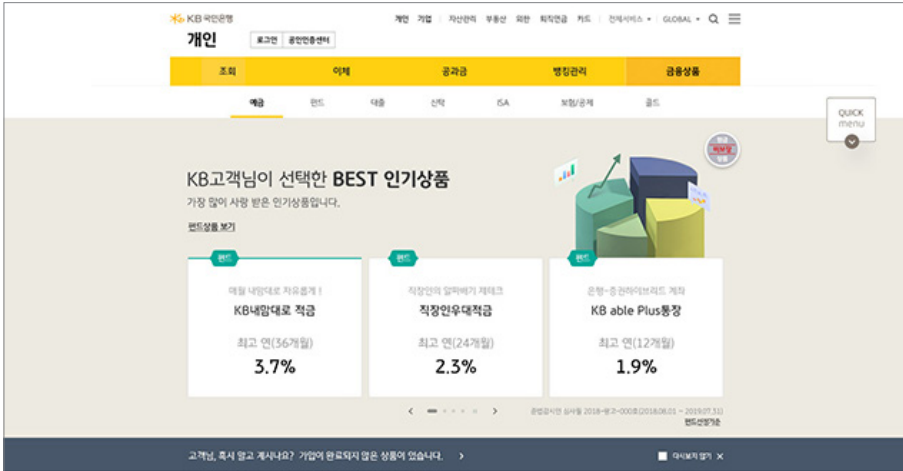
차별화 서비스

KB스타뱅킹 앱과 유기적인 연결로 PC와 모바일 간 끊김 없는 사용자 경험 제공
PC에 공인인증서가 없어도 KB스타뱅킹에 있는 공인인증서와 연동해 별도 인증 프로그램 설치 없이 인터넷뱅킹을 쉽게 이용할 수 있게 했고 ▲출금계좌 등록방법 변경 ▲계좌비밀번호 변경/오류 해제 ▲입출금 통장 신규 ▲외화입출금 통장 신규 등 4가지 업무를 KB스타뱅킹 앱에서 할 수 있도록 연계 편의성을 높였다. 또한, 비교적 상품 가입 단계가 복잡한 펀드와 퇴직연금 상품의 경우 PC와 모바일 어디서든 해당 단계에서 바로 상품에 가입할 수 있도록 이용 편의성을 높였다.

메뉴 소개 및 개발부문

슬림화된 메뉴 구조(AI)

'고객이 인터넷뱅킹에 접속하여 원하는 곳으로 빠르고 쉽게 이동할 수 있도록 정보 탐색 시간을 최소화하는 것'을 목표로 메뉴 구조를 개선했다. 기존 메뉴 및 고객의 메뉴 이용 행태를 분석하고, 메뉴 뎀스별로 원칙을 수립하여 슬림화를 추구했다. 새롭게 그룹핑된 메뉴는 이용 빈도와 중요도에 따라 순서를 조정했다. 새로운 메뉴 구조에 대한 고객의 의견을 청취/검증하고 해당 결과를 바탕으로 이해관계자를 설득했다. 그 결과, 총 747개에서 251개가 감소한 496개 메뉴로 슬림화됐다.



EPILOGUE

KB국민은행 디지털금융부 주현우 과장

'모바일 중심의 시대적 흐름에 맞는 새로운 인터넷뱅킹'을 만들기 위해 프로젝트 팀원들간 치열한 논의와 고민의 시간이 있었습니다. 고민은 '만약 이 상황에서 고객이라면 어떻게 생각하고 요구할까?' 한 줄로 귀결되며, 이 고민이 의사결정의 기준이었습니다. '2019년 최고의 웹'으로 선정해 주셔서 감사합니다. 앞으로도 KB국민은행은 고객 여러분의 작은 소리에도 귀를 기울이고, 고객 여러분이 더 쉽고 편하게 금융서비스를 이용하실 수 있도록 최선을 다하겠습니다.



인픽스 임지수 부장

국내를 대표하는 인터넷 전문평가에서 최고의 상인 대상을 받게 되어 진심으로 영광입니다. 특히 이번 프로젝트는 모두가 만족할 수 있는 전문성과 함께 활발한 커뮤니케이션으로 좋은 방향성을 만들어갈 수 있는 사례였다고 생각합니다.



등 록 분 야	금융 부문 > 은행		
분야내 순위	1	웹어워드평가총점	1855
최고평가위원 점수	510	일반평가위원점수	1345

항목별 평가내역

평가항목	점수	분야평균	전체평균	절대평가	상대평가
비주얼 디자인	81.79	75.78	73.29	우수	매우우수
UI디자인	80.16	74.33	71.52	우수	매우우수
기술	71.62	70.36	69.84	약간우수	약간우수
콘텐츠	80.7	74.83	72.89	우수	매우우수
서비스	76.79	73.5	72.49	약간우수	우수
마케팅	72.93	71.26	70.55	약간우수	약간우수

* 상대평가란 동일분야 평균대비 해당 후보의 평가점수를 비교한 상대적 평가결과를 의미합니다.



점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

점수
분야평균
전체평균

SMART APP AWARD 2019

스마트앱어워드 최고대상



용평리조트

▣ 프로젝트 기획의도

용평리조트는 국내 최초의 스키장으로 잘 알려져 있고, 오랜 전통을 자랑하는 리조트이지만 사계절 즐길 수 있는 휴양지라는 것은 젊은 세대와 대다수가 잘 모르고 있다. 애플리케이션에서 구현해야 하는 기능적인 측면도 당연히 중요하지만, 이번 프로젝트에서는 사계절 휴양지 리조트를 강조할 수 있는 용평리조트만의 브랜딩을 구축하여 접하지 못한 소비자뿐만 아니라 이미 기존에 용평리조트를 경험해본 소비자들에게 새로운 이미지를 각인하는 것이 주요 목표였다.

▣ 디자인 및 UX/UI

용평리조트에는 우리나라에서 12번째로 높은 해발 1,458m 발왕산이 있다. '왕이 날 자리가 있다'는 의미의 발왕산을 직접 보게 되었는데, 이름이 말해주듯 정상에서 보는 풍경이 한 폭의 수묵화를 보는 듯한 감동을 받았다. 메인 화면 디자인은 이 감동의 느낌을 그대로 애플리케이션에 전달하기 위해 충분한 여백의 미를 강조한 한국적인 정서를 담아 표현하였고, 버튼 하나하나에 도화지에 먹을 입힌 듯한 느낌으로 전체 UI 디자인을 그렸다.

소속사

I HJ매그놀리아
용평호텔앤리조트

제작사

I 이트라이브

제작기간

I 2018. 9. 17 ~ 2019. 7. 12

서비스오픈

I 2019. 8. 5

제작진

I PM
이광호
기획
추승휘
디자인
김도현, 이운유, 엄미정
황인영, 박희영
퍼블리싱
이해진, 이명주
스크립트
김소이
개발
정진석, 장일영, 이태일,
김천기, 오충렬, 박창석
앱개발
이민근, 문관영, 이제원

▣ 차별화 서비스

기능적으로 가장 변화가 있었던 것은 리조트 내의 모든 시설물에 대한 예약과 티켓 구매, 사움을 통합하였다는 점이다. 언제든 찾아가서 무엇이든 할 수 있어야 하는 통합적인 경험을 제공하는 것이 리조트 서비스의 가장 핵심 기능이라고 생각했다. 그래서, 리조트 서비스와 같은 맥락으로 애플리케이션 안에서 쉽게 보고, 쉽게 예약 구매하며 쉽게 이용할 수 있는 본질적인 기능을 구현하였다.

▣ 메뉴 소개 및 개발부문

사계절 휴양지 리조트의 경험을 애플리케이션에서도 전달하기 위해 각 테마 콘텐츠를 메인 화면뿐만 아니라 서브 화면에서도 메인처럼 보여주는 것이 가장 중요했다. 그러기 위해서는 용평리조트의 모든 시설에 대한 정보를 소비자에게 방만하고 싶을 정도로 감성적으로 시각화하는 콘텐츠가 필요했다. 테마별 타이틀, 설명 내용, 요소 등을 모두 자료 조사를 통하여 직접 편집하고, 최적의 이미지를 선택하여 디자인 밸런스를 맞추고, 자연스럽게 예약, 구매로 버튼을 누를 수 있도록 콘텐츠 하나하나에 스토리텔링을 했다. 하지만 이 모든 통합적인 경험은 복잡한 기간제 시스템 운동 개발 작업이 기반이 되어있지 않았다면 구현될 수 없었을 것이다.

제작사

I HJ매그놀리아
용평호텔앤리조트

제작사

I 이트라이브

제작기간

I 2018. 9. 17 ~ 2019. 7. 12

서비스오픈

I 2019. 8. 5

제작진

I PM
이광호
기획
추승휘
디자인
김도현, 이운유, 엄미정
황인영, 박희영
퍼블리싱
이해진, 이명주
스크립트
김소이
개발
정진석, 장일영, 이태일,
김천기, 오충렬, 박창석
앱개발
이민근, 문관영, 이제원

제작사

I HJ매그놀리아
용평호텔앤리조트

제작사

I 이트라이브

제작기간

I 2018. 9. 17 ~ 2019. 7. 12

서비스오픈

I 2019. 8. 5

제작진

I PM
이광호
기획
추승휘
디자인
김도현, 이운유, 엄미정
황인영, 박희영
퍼블리싱
이해진, 이명주
스크립트
김소이
개발
정진석, 장일영, 이태일,
김천기, 오충렬, 박창석
앱개발
이민근, 문관영, 이제원

제작사

I HJ매그놀리아
용평호텔앤리조트

제작사

I 이트라이브

제작기간

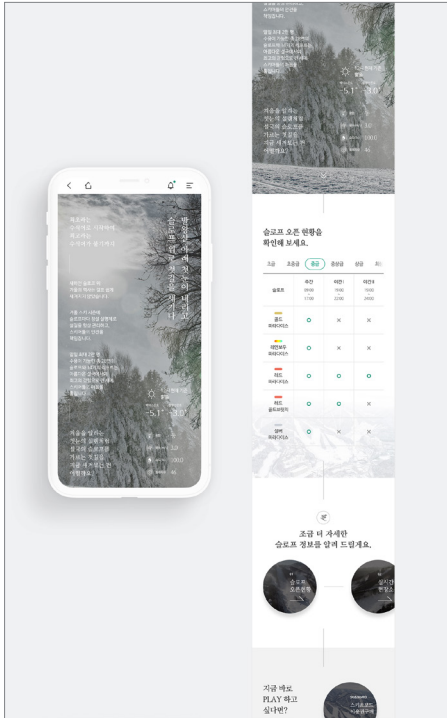
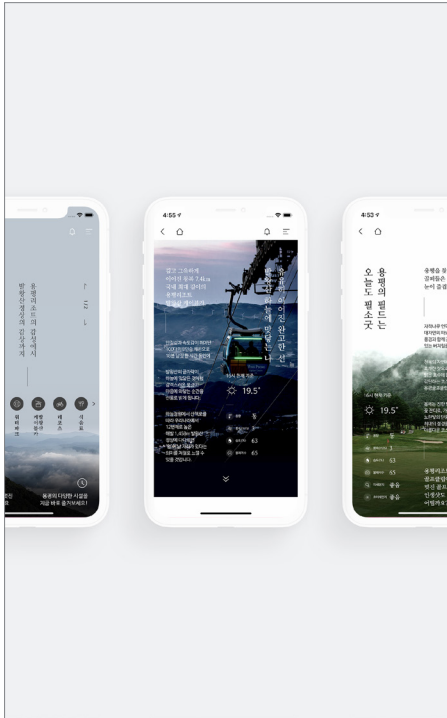
I 2018. 9. 17 ~ 2019. 7. 12

서비스오픈

I 2019. 8. 5

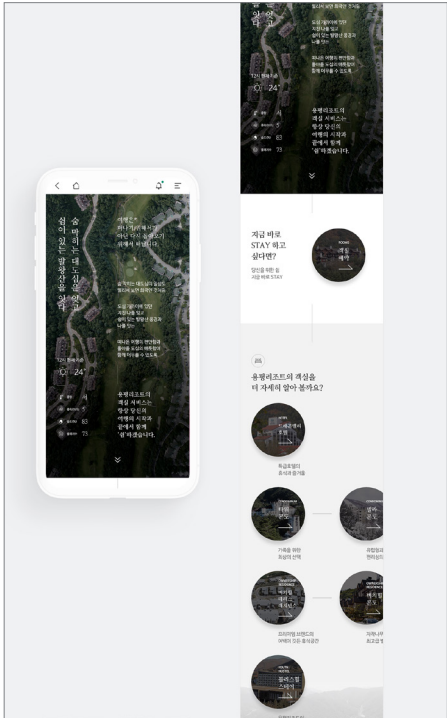
제작진

I PM
이광호
기획
추승휘
디자인
김도현, 이운유, 엄미정
황인영, 박희영
퍼블리싱
이해진, 이명주
스크립트
김소이
개발
정진석, 장일영, 이태일,
김천기, 오충렬, 박창석
앱개발
이민근, 문관영, 이제원



용평리조트 마케팅 유승준 팀장

용평리조트가 자리 잡은 발왕산을 테마로 수채화처럼 녹여내는 작업이 까다로웠고, 종합 리조트의 특성상 계절별 다양한 사업들을 하나의 앱에 구성한다는 것도 큰 부담이었습니다. 다행스럽게도 팀 모든 분들의 노력과 정성으로 정보노출과 상품구매, 편안하고 독특한 디자인 등으로 '고객 만족과 매출 기여'라는 두 마리 토끼를 다 잡게 되었습니다. 더불어 금번 스마트앱어워즈 최고대상이라는 큰상까지 받게 되어 기쁨이 세 배가 되었습니다. 본 프로젝트에 수고를 아끼지 않으신 이트라이브 관계자 여러분께 다시 한번 감사합니다.



용평리조트 마케팅 유승준 팀장

용평리조트가 자리 잡은 발왕산을 테마로 수채화처럼 녹여내는 작업이 까다로웠고, 종합 리조트의 특성상 계절별 다양한 사업들을 하나의 앱에 구성한다는 것도 큰 부담이었습니다. 다행스럽게도 팀 모든 분들의 노력과 정성으로 정보노출과 상품구매, 편안하고 독특한 디자인 등으로 '고객 만족과 매출 기여'라는 두 마리 토끼를 다 잡게 되었습니다. 더불어 금번 스마트앱어워즈 최고대상이라는 큰상까지 받게 되어 기쁨이 세 배가 되었습니다. 본 프로젝트에 수고를 아끼지 않으신 이트라이브 관계자 여러분께 다시 한번 감사합니다.

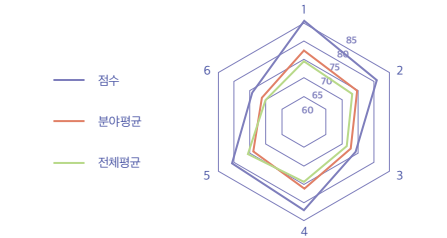
인터넷서비스 프로젝트 트렌드 2020

등록분야	생활서비스 부문 > 레저/숙박		
분야내 순위	1	웹어워드평가총점	1595
최고평가위원 점수	735	일반평가위원점수	860

항목별 평가내역

평가항목	점수	분야평균	전체평균	절대평가	상대평가
비주얼 디자인	86.46	77.81	74.76	우수	매우우수
UI/디자인	81.44	74.97	73.35	우수	매우우수
기술	74.47	72.8	71.71	약간우수	약간우수
콘텐츠	82.69	76.09	74.49	우수	매우우수
서비스	80.88	74.18	75.69	우수	매우우수
마케팅	74.5	71.75	70.01	약간우수	약간우수

* 상대평가란 동일분야 평균대비 해당 후보의 평가점수를 비교한 상대적 평가결과를 의미합니다.



스마트앱어워드 평가의견

ID. pa**bugs

기존의 레이아웃을 벗어나 신선하고 독특한 레이아웃, 4계절의 이미지와 감성적 문구 등 여행의 설렘과 여유, 휴식의 이미지가 전달된다.

ID. ym**rk

서비스 성격에 맞게 용평리조트의 아늑한 분위기와 편안함을 느껴볼 수 있게 하며, 앱 이용자들이 한 번쯤 가보고 싶게 만드는 디자인이다.

ID. sa**sami

숙박/레저에 대한 내용이 다양하게 잘 들어가 있으며 신뢰도가 높고 다양한 콘텐츠들이 들어가 있어 핵심적인 부분이 많이 들어갔다.

소셜아이어워드 최고대상



한화투자증권 공식블로그 ‘Life Portfolio’

프로젝트 기획의도

삶을 더 살기 위한 경제와 금융 이야기가 있는 한화투자증권 공식 블로그! 금융에 대한 이해도를 높이는 다양한 콘텐츠를 제작하여, 디지털 커뮤니케이션도 FL(Financial Literacy)과 연계한 활동을 추진하고자 하였다.

① 콘텐츠별 그룹핑과 메뉴 계층화의 시각화를 통해 금융 전문 매거진으로 블로그 포지셔닝

② 4가지 페르소나를 활용해 꼭 필요한 양질의 금융 지식, 재테크 노하우 제공

디자인 및 UX/UI

내가 원하는 정보만 쏙쏙 골라

나의 라이프스타일에 맞는 정보에 손쉽게 접근할 수 있도록 블로그 상단에 모든 메뉴를 계층화하여 바로가기로 배치하였다. 또한 여타 복잡한 비주얼 사용을 절제하고, 페르소나별 성격을 반영한 일러스트를 개발하여 아이덴티티를 집중적으로 드러내고자 하였다. 콘텐츠 내에서는 내용과의 연계성 높은 이미지를 사용하여 사용자의 피로감을 덜고, 하이라이트, 서브타이틀 등을 통한 문장 강약조절을 통해 효율적인 정보 습득이 용이하도록 했다.

차별화 서비스

한화투자증권 공식블로그 Life Portfolio는 재테크와 삶에 관한 트렌디하고 흥미로운 이슈를 선정한다. 포털 검색을 통해 유입된 사용자들에게는 친절한 해답을 제공하고, 구독자에게는 자산관리에 대한 새로운 관점을 제공한다. 또한, 스낵성 콘텐츠가 아닌 깊이 있는 콘텐츠로 투자스토리라는 큰 카테고리 안에 투자전략, 기업분석, 산업분석, 해외주식의 최신 리포트를 제공한다. 1962년 설립 이래 투자자들에게 전문 리서치 보고서를 제공해 온 한화투자증권의 노하우가 담겨있다.

메뉴 소개 및 개발부문

콘텐츠별 그룹핑과 메뉴 계층화의 시각화를 통해 금융 전문 매거진으로 블로그를 포지셔닝 하고 ▲사회초년생 ▲일하는엄마 ▲은퇴준비자 ▲1인생활자 등 페르소나별 성격을 반영한 일러스트를 개발하여 아이덴티티 강화를 했다. 또한, 상단메뉴 구성을 통한 방문자의 콘텐츠 접근성 역시 강화했다.

소속사 | 한화투자증권 주식회사

제작사 | ㈜지어소프트
콘테타

제작기간 | 2018. 6 ~

서비스오픈 | 2018. 6. 1



ui design



marketing



service



visual design



technic



contents

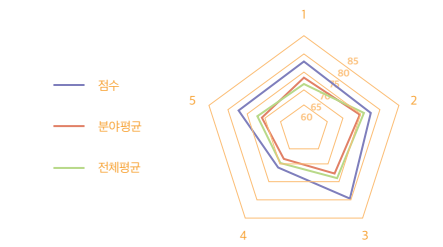


등 록 분 야	블로그 > 금융		
분야내 순위	1	웹어워드평가총점	440
최고평가위원 점수	90	일반평가위원점수	350

항목별 평가내역

평가항목	점수	분야평균	전체평균	절대평가	상대평가
비주얼	78.14	74.31	73.44	약간우수	우수
브랜딩	72.89	70.08	70.78	약간우수	우수
콘텐츠	79.65	73.09	73.46	우수	매우우수
마케팅	71.87	68.83	70.64	약간우수	우수
서비스	77.73	72.13	72.49	약간우수	매우우수

* 상대평가란 동일분야 평균대비 해당 후보의 평가점수를 비교한 상대적 평가결과를 의미합니다.



소셜아이어워드 평가의견

ID. ym**rk

전체적으로 통일된 디자인의 썸네일로 깔끔한 인상을 주며, 글 내용에서는 다양한 이미지를 활용하여 글의 이해도를 높여주고 있습니다.

ID. co**800

메인페이지에 사용자가 원하는 빠르게 찾을수 있도록 콘텐츠를 잘 정리하고 통일성 있게 정리한거 같다. 복잡하지 않으면서 심플하다.

ID. pk**912

한화투자증권이 하고 있는 분야에 대해서 거부감 없이 가볍고 정확한 정보를 얻을수 있어 한화투자증권에 대해서 거부감이 감소 되었다.

*함께 보면 좋은 콘텐츠 시리즈:

특별한 순간 (1) - [아이의 성장일기를 저축일기로 기록하자](#)

특별한 순간 (2) - [끝 없는 양육비 고민, 정확히 알고 준비하자](#)

특별한 순간 (3) - [우리 아이 진로고민, 제대로 알고 비용 설계하자](#)

특별한 순간 (4) - [우리 아이 부자되는 습관 만들어주자](#)

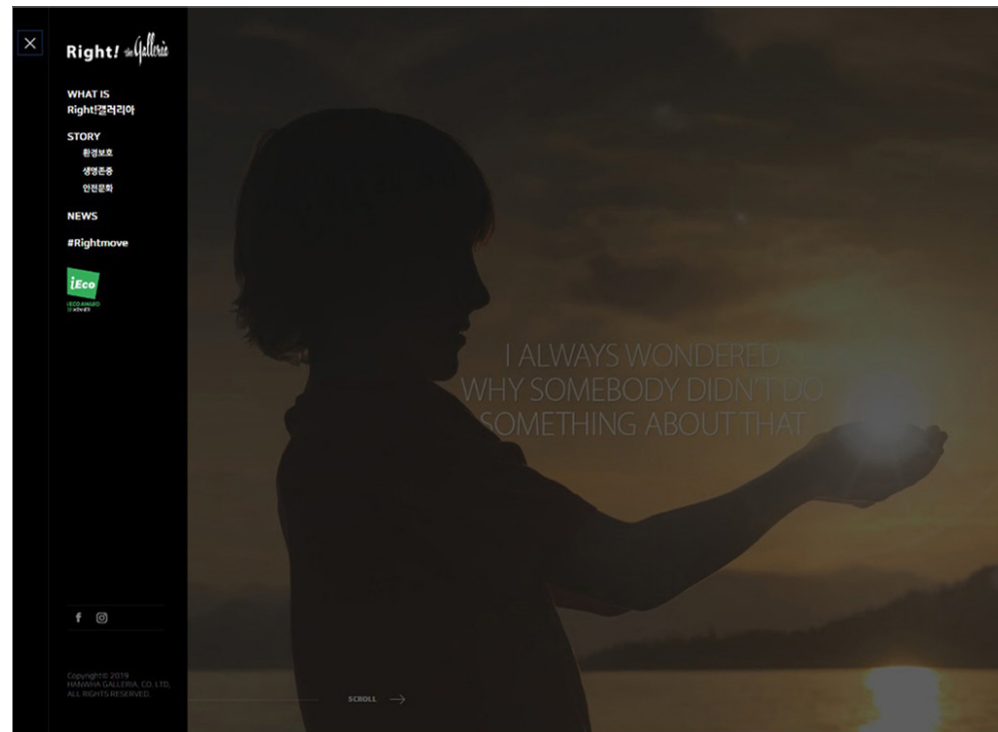
특별한 순간 (5) - [어릴 적 경제 교육으로 미래의 리더로 키워자](#)

특별한 순간 - [아이의 특별한 순간을 준비하는 5가지 방법](#)

🏠 [한화투자증권 홈페이지](#)

📘 [한화투자증권 페이스북](#)

인터넷에코 최고대상



소속사	I 한화갤러리아
제작사	I ㈜플립커뮤니케이션즈
제작기간	I 2019. 4. 1 ~ 2019. 6. 10
서비스오픈	I 2019. 8. 30
제작진	I PM 이훈구 기획 이재성 디자인 김난숙, 장해미 퍼블리싱 이상민

Right!갤러리아 캠페인 마이크로사이트

프로젝트 기획의도

한화갤러리아는 고객과의 접점을 넓혀 'Right!갤러리아' 캠페인을 효과적으로 알리고, 캠페인 철학과 지향점을 명확하게 전달하고자 마이크로사이트를 구축했다. Right!갤러리아는 보다 나은 삶을 위한 한화갤러리아의 가치 지향 캠페인으로, '환경보호', '생명존중', '안전문화'라는 세 가지 키워드를 통해 갤러리아 내부 모든 구성원이 캠페인의 주체이자 대상이 되어 전개하는 갤러리아의 브랜딩 캠페인이다. 이를 통해 일방향적으로 고객에게 캠페인 메시지를 던지는 형태에서 벗어나 일상 속 작은 '실천'을 바탕으로 메시지를 자연스럽게 전달하고자 했다

디자인 및 UX/UI

어떻게 하면 사이트 방문자들이 캠페인에 공감할 수 있을지를 가장 중점적으로 고려해, Right!갤러리아의 메시지를 스토리텔링 형태로 전하고자 했다. 이를 위해 메인 페이지에서부터 가로 형태의 UI를 적용하고, 마우스의 스크롤 위치에 따라 이미지가 시간차를 두고 나타나는 패럴럭스 스크롤 효과를 활용했다. 이로써 고객은 Right!갤러리아만의 스토리를 마치 책장을 넘기며 읽는 듯이 경험할 수 있다. 또한, 캠페인의 핵심가치인 '환경보호', '생명존중', '안전문화'에 대한 적합한 콘텐츠 설정을 위해 감성적이면서도 매력적인 비주얼을 집중했으며, 성격이 다른 가치를 통일성 있게 연결하는 것에 중점을 뒀다.

차별화 서비스

Right!갤러리아 캠페인 마이크로사이트는 갤러리아가 진행하는 작은 실천 활동을 서부터 대형 캠페인 프로젝트까지 다양한 레벨의 많은 활동을 다큐멘테이션하고, 그것을 고객들이 쉽게 찾아볼 수 있도록 했다는 점에서 의미가 있다. 이는 향후 갤러리아의 가치 지향 여정을 큐레이션하는 허브로서의 확장성까지 고려한 것인데, Right!갤러리아가 담고 있는 진정성과 지속성을 잘 담아냈다는 평을 받고 있다.

메뉴 소개 및 개발부문

해당 사이트는 고객이 PC, 스마트폰, 태블릿 PC 등 어느 디바이스를 사용하더라도 최적화된 형태로 콘텐츠를 접할 수 있도록 반응형 웹사이트로 구축됐다. 또한, 퍼블리싱 측면에서는 다양한 디바이스 종류 및 화면 크기는 물론이고 다수의 브라우저 및 브라우저별 버전까지 고려한 크로스 브라우징을 통해 더욱 견고한 사이트를 완성하는 데 집중했다. 가로 스크롤과 고해상도 이미지, 동영상 처리, 애니메이션 인터랙션으로 인해 자칫 사이트가 무거워질 수 있는 점도 고려해 최신 자바스크립트와 CSS 애니메이션을 이용한 최적화 작업을 진행했다.



ui design



marketing



service



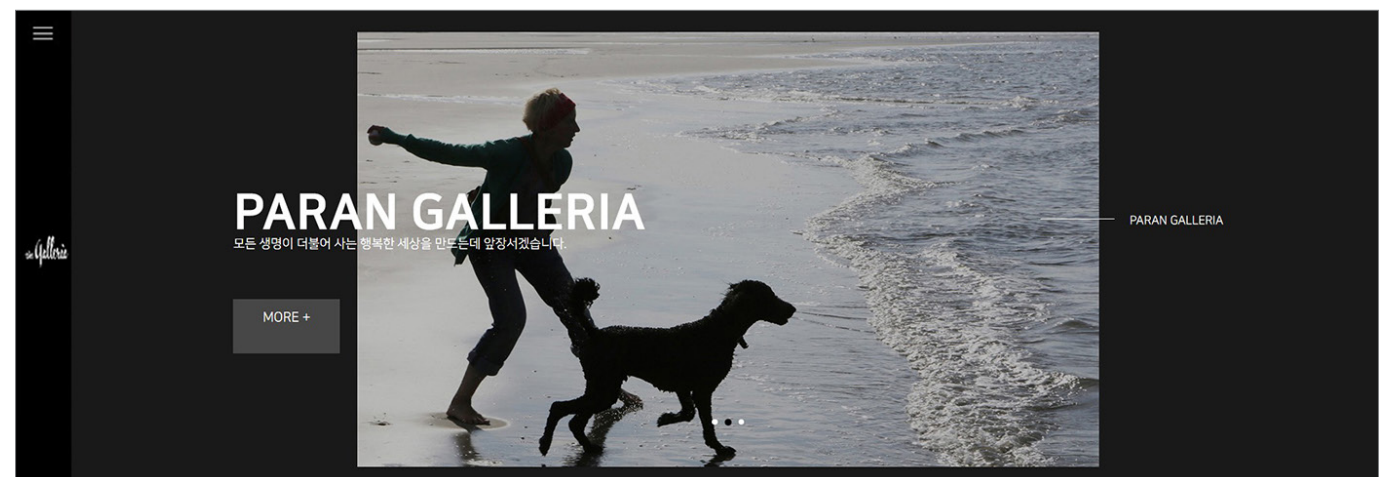
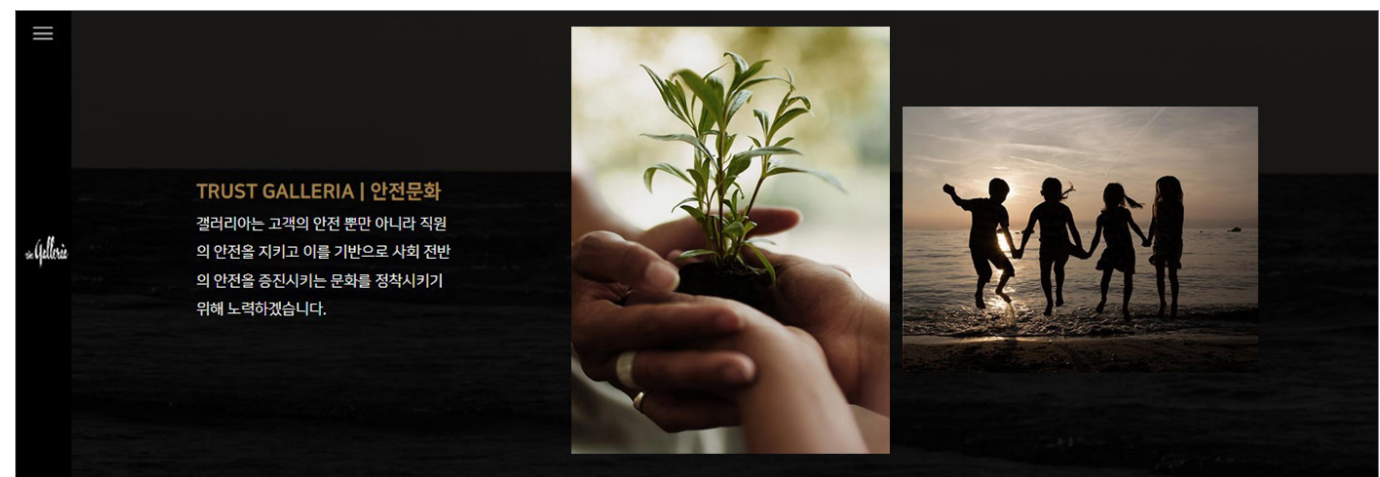
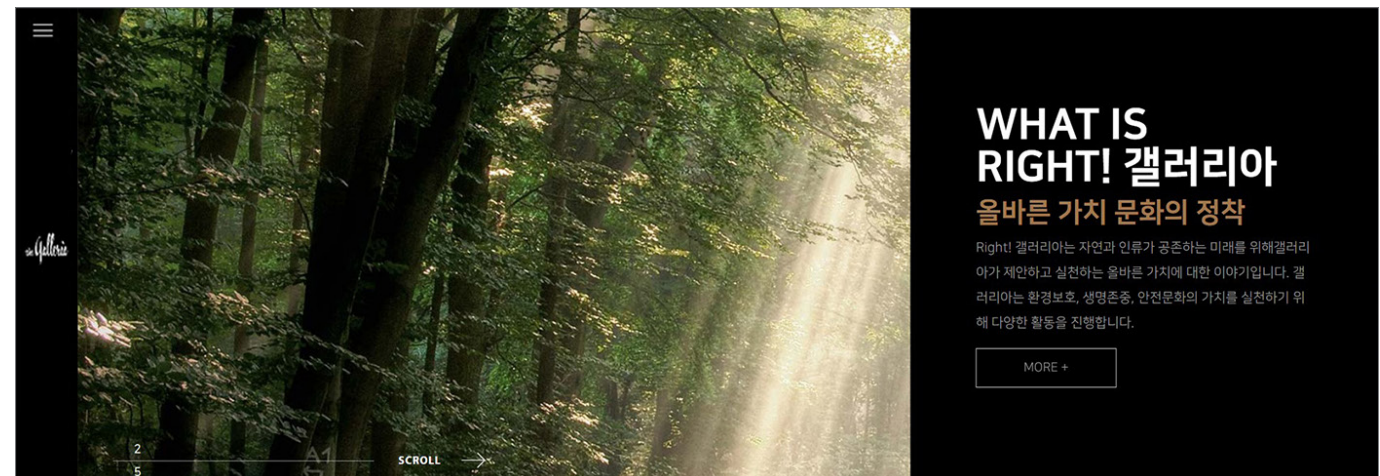
visual design



technic



contents



EPILOGUE

한화갤러리아 김윤식 팀장

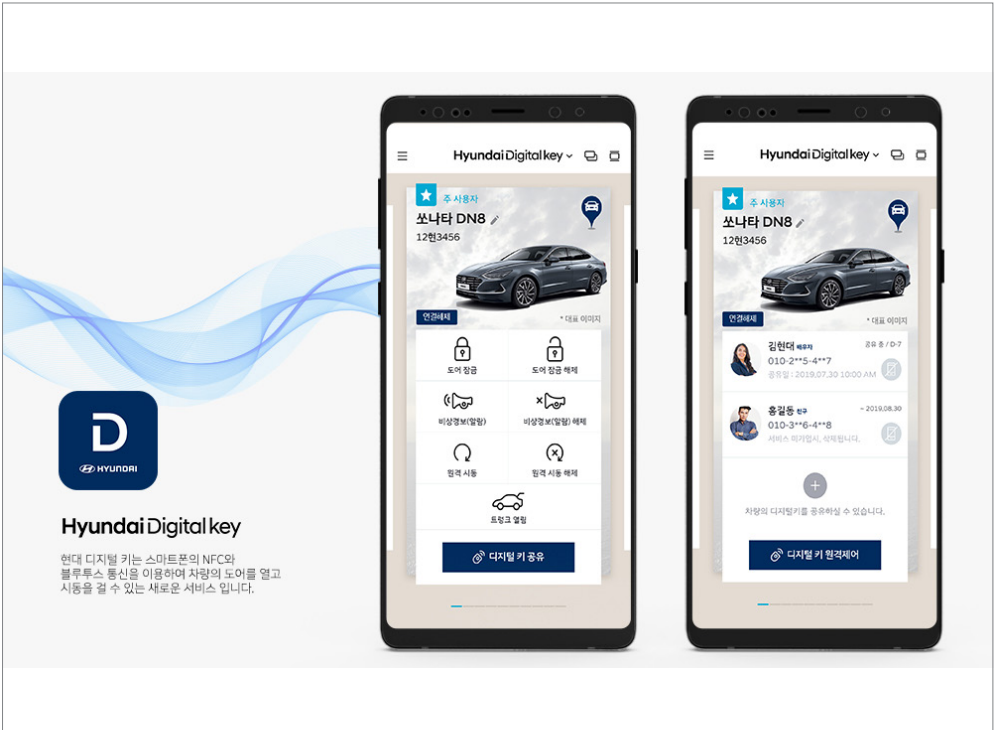
아이에코어워드에서 최고대상을 수상하게 되어 영광입니다. 지속 가능한 가치를 찾는 일에 노력하는 갤러리아의 'Right!갤러리아' 캠페인은 단순한 CSR 활동이 아니라, 자사의 브랜드 가치를 높이기 위해 시작된 활동입니다. 앞으로도 꾸준히 캠페인을 전개해 나가 갤러리아의 가치를 더 많은 고객들에게 알릴 수 있도록 노력하겠습니다.



플립커뮤니케이션즈 이훈구 이사

이번 수상의 영광을 디지털 비즈니스 산업 내의 모든 운영 인력들과 함께 나누고 싶습니다. 운영 인력들은 기업 활동의 첨병 역할을 하지만, 상대적으로 조명을 덜 받는 게 사실이기도 한데요, 그래서 이번 수상이 더욱 의미 있다고 생각합니다. 플립은 앞으로도 DevOps의 실현을 통해 기업의 가치를 높이는 일을 해 나가겠습니다.





현대 디지털 키(Hyundai Digital Key)

프로젝트 기획의도

자동차 산업이 IT 기술 발전과 함께 융합하여 다양한 서비스를 출시하고 있다. 스마트 디바이스가 가진 특징을 활용해 신개념 서비스를 구축하고자 했고, 일상에서 사용 빈도가 높은 스마트폰에 자동차 키를 저장, 관리함으로써 키를 소지하지 않고 앱만 다운로드하면 차량 제어 기능을 사용할 수 있는 디지털 키 서비스를 구축했다. 차량과 스마트폰을 연결하면서 발생할 수 있는 예외사항에 유연하게 대응한다는 것은 큰 과제였으나, 고객이 모바일 환경에서 쉽게 접근하고 이용할 수 있도록 익숙한 키 기능을 담아 탄탄한 디지털 키를 구성하는 데 노력을 기울였다.

디자인 및 UX/UI

현대 디지털 키는 스마트 키 기능을 모바일 환경에 새롭게 재구성한 신개념 서비스이다. 고객이 다양한 스마트폰 환경에서 기존의 자동차 스마트 키와 같이 동일한 UX에 쉽게 접근할 수 있도록 어떻게 제공할 것인지 UX/UI를 고려했다. 간결하고 일관성 있는 디자인은 물론, 사용자 연령대가 다양하다는 점을 고려하여 추가 학습 없이 누구나 익숙하게 서비스를 이용할 수 있도록 직관적인 자동차 키 인터페이스 UI를 구현하는 데에 집중했다. 특히, 화면 터치를 최소화하는 데 노력을 기울였다. 세부 메뉴 진입을 줄여 메인화면에서 한눈에 차량 상태를 확인하고, 키 기능을 바로 사용할 수 있도록 단순한 UI를 구현했다.

차별화 서비스

차량 소유주는 타인 3명에게 디지털 키를 공유할 수 있어 차 키를 주고받는 번거로움까지 해소한다. 공유받은 사용자는 스마트폰 앱을 통해 동일하게 키 사용이 가능하다. 소유자는 타인에게 키 공유 시 사용 기간을 설정 및 특정 기능만 공유할 수 있도록 제한할 수 있다. 저전력 블루투스(BLE) 통신을 통해 차량 원격 제어가 가능하며, 근거리 무선 통신(NFC)으로 도어에 태깅하여 도어 잠금 또는 도어 잠금 해제가 가능하고 차량 시동을 걸 수 있다. 더불어 주행 정보 및 차량 상태를 볼 수 있어 디지털 키 애플리케이션에서 차량 점검까지 가능하다.

메뉴 소개 및 개발부문

▲디지털 키 등록 차량 내 무선 충전 패드를 통해 신규 차량의 키를 3단계를 거쳐 등록한다. 디지털 키가 등록된 차량만 차량 제어 및 서비스 이용이 가능하다. ▲차량 제어 차량 스마트키를 대신하여 차량의 도어 잠금/해제, 시동 ON/OFF, 경보음 ON/OFF, 트렁크 열림, 원격 스마트 주차 보조 등 차량 제어가 가능하다. ▲디지털 키 공유 가족 혹은 지인 최대 3명에게 등록된 디지털 키를 공유할 수 있으며, 소유주는 공유한 차량 제어 권한을 회수할 수 있다. ▲차량 정보 확인 BLE 통신을 통해 선택한 차량의 주행 정보 및 연비, 도어 상태, 트렁크 상태를 확인 가능하다.

소속사 | 현대자동차

제작사 | ㈜케이스타텍

제작기간 | 2017. 12 ~ 2019. 3

서비스오픈 | 2019. 3. 19

제작진 | PM
황재형
기획
김광원
디자인
이준국
개발
안준철, 이지은, 박민기
기타
김성원, 최승일

.....



.....



ui design



visual design



marketing



technic



service

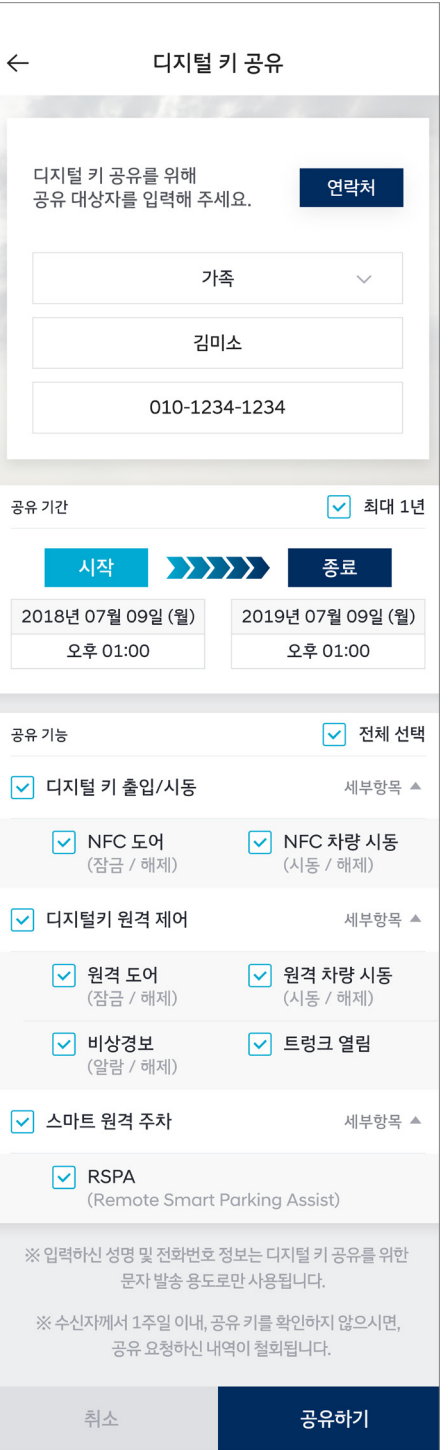
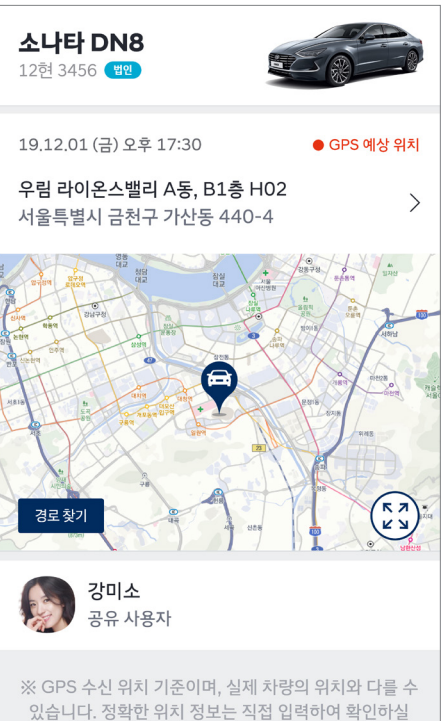
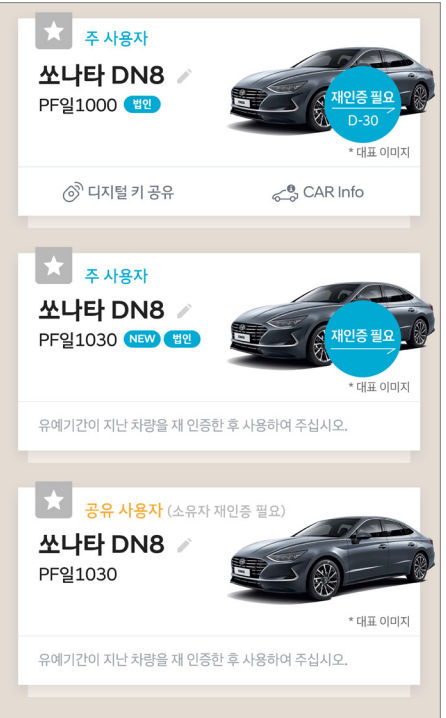
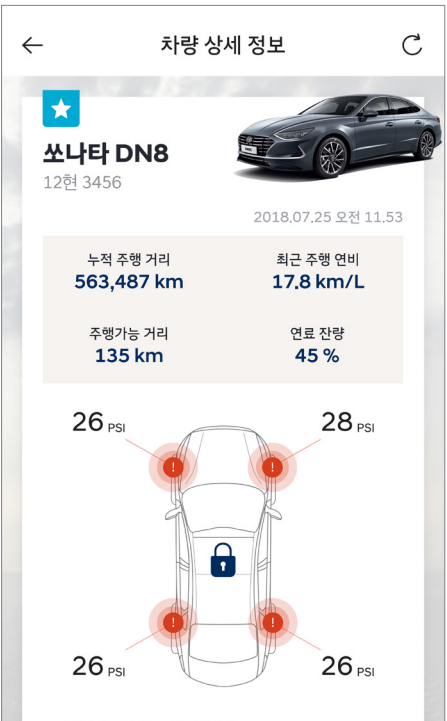
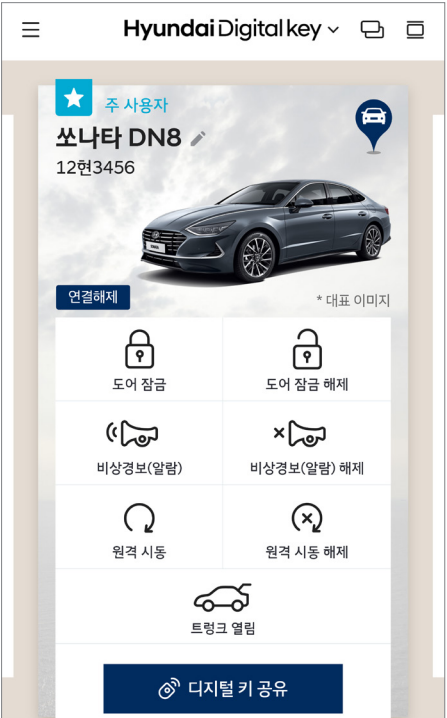


contents

.....



.....



EPILOGUE

현대자동차 진규환 책임연구원

첨단 신기술을 탑재한 현대 소나타를 기준으로, 현시대를 대변하는 하이테크 기술을 선보여 미래가 기대되는 국내 최초 신개념 서비스를 구축할 수 있었습니다. 이번 프로젝트는 디지털 키 서비스를 확장해 나가는데 중요한 단초를 제공한 핵심 역량입니다. 앞으로 구축해 나갈 기술 발전에 도움이 되길 바라며, 프로젝트에 참여해주신 모든 분들에게 감사 말씀 전합니다.



㈜케이스타텍 황재형 팀장

항상 가능성을 열고 개방적인 자세로 관심을 가져주신 모든 담당자분들 덕분에 너무나 많은 예외 상황들로 유연한 대응이 어려운 프로젝트였음에도 불구하고, 국내 최초로 자동차 기술이 빛나는 디지털 키 서비스를 론칭을 할 수 있었습니다. 모두 감사 말씀드립니다. 가까운 미래에 상용화되고 발전되는 기술에 기여한 것 같아 설레는 시간들이었습니다.



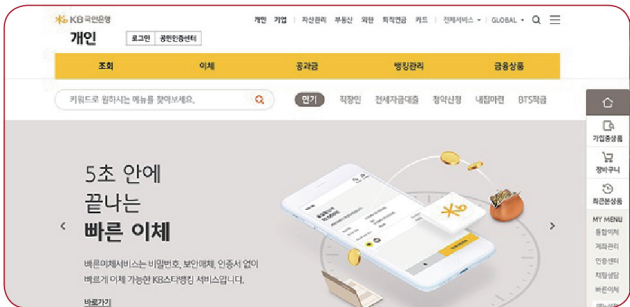


2019년 한 해 동안 새롭게 구축된 웹사이트 및 모바일 앱 가운데 가장 우수한 서비스를 선정해 시상하는 '아이어워즈 2019(웹어워드코리아, 스마트앱어워드 통칭)'의 시상식이 지난 12일 잠실 롯데호텔 월드에서 진행됐다. 뛰어난 성과로 이번 어워즈를 빛낸 서비스와 제작사를 살펴본다.

글. 전찬우 기자 jcw@ditoday.com
자료. 한국인터넷전문가협회 제공

지난 2004년부터 개최되어 올해로 제16회를 맞이하는 대한민국 웹 이노베이션대상 시상식 '웹어워드코리아 2019'에는 총 13개 부문 74개 분야에 699업체(제작사 포함)가 참여, 총 457개의 웹사이트를 등록했다. 또 올해로 제10회를 맞이하는 대한민국 앱 이노베이션대상 시상식 '스마트앱어워드 2019'에는 총 7개 부문 33개 분야 349업체(제작사 포함)가 참여해 총 179개의 모바일앱을 등록했다. 공정하고 치열하게 이뤄진 심사를 거쳐 각 어워드에서 최고 대상을 수상한 서비스를 먼저 살펴보자.

2019 웹어워드 코리아 PC웹 최고대상 KB국민은행 개인 인터넷뱅킹



클라이언트: KB국민은행, 제작사: 인픽스

많은 고객이 모바일 앱 서비스로 이동했지만, 여전히 웹사이트가 기업에 방문하는 첫 관문이듯, KB국민은행 인터넷뱅킹은 언제나 고객이 편안하고 기분 좋은 느낌이 들게 하는 비대면 채널의 메인 접점이라고 생각했다. 이에 모바일뱅킹만큼의 편의성과 인터넷뱅킹의 장점을 결합해 모바일 시대에 어울리는 '새로운 얼굴로의 변화'를 핵심 콘셉트로 설정하고 구축을 진행했다.

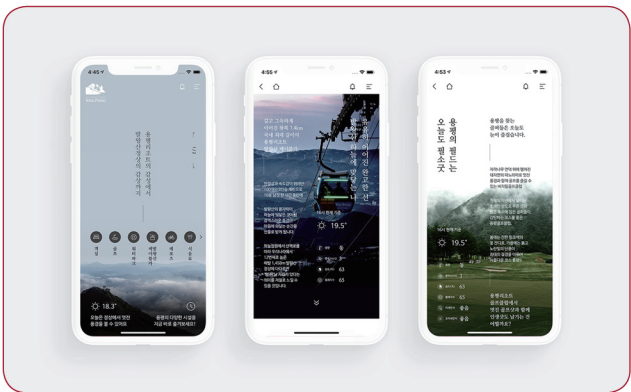
2019 웹어워드 코리아 모바일웹 최고대상 하나카드 LIFE MUST HAVE



클라이언트: 하나카드, 제작사: 프레임아웃

하나카드 'LIFE MUST HAVE'는 생활에 밀접한 국내 생활 맞춤형 서비스로, 실생활에 필요한 여러 가지 콘텐츠를 제공해 사용자들의 편의성을 제고하고 있다. 이번 모바일 웹사이트 리뷰어에서는 트렌디한 디자인을 통해 브랜드 가치와 인지도를 상승시키고, '쇼핑', '여행', '보험', 'FUN(놀이문화)' 등 콘텐츠에 쉽게 도달할 수 있는 메뉴 구조와 효율적인 UI로 편의성을 높였다.

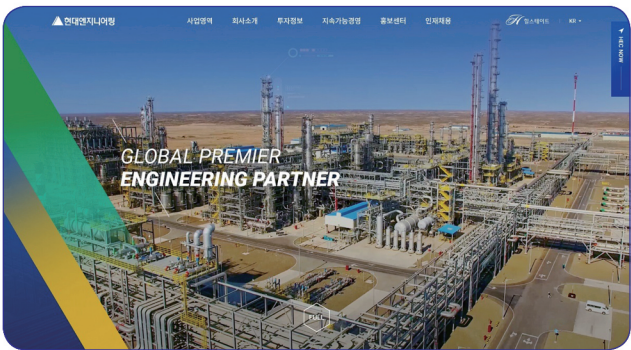
2019 스마트앱어워드 최고대상 용평리조트



클라이언트: 용평리조트, 제작사: 이트라이브

용평리조트 앱 구축 프로젝트는 사계절 휴양지 리조트로 발전하고 있는 용평리조트의 다양한 시설 및 콘텐츠를 앱으로 구현해 용평리조트를 방문하는 소비자들에게 통합적인 경험과 서비스를 제공하고자 시작되었다. 또한, '사계절 휴양지 리조트'를 강조할 수 있는 용평리조트만의 브랜딩을 구축함으로써 소비자들에게 새로운 이미지를 각인시켰다.

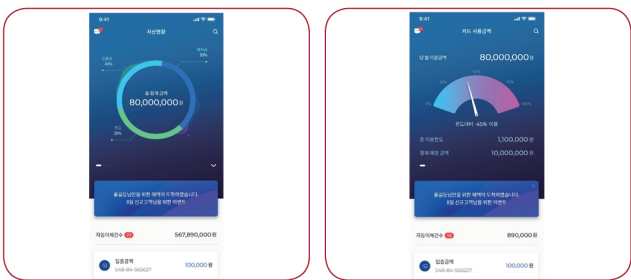
2019 웹어워드 코리아 디지털 인사이트 특별대상 현대엔지니어링 웹사이트



클라이언트: 현대엔지니어링 제작사: 펜타브리드

현대엔지니어링 웹사이트는 현대엔지니어링의 브랜드 아이덴티티를 공고히 하고, 현대엔지니어링이 보유한 프로젝트 수행 능력 및 기업 활동을 고객들이 더욱더 잘 이해할 수 있도록 돕는 채널로 구축되었다. 특히 기업 오피셜 웹사이트에서는 이례적으로 '사용자 맞춤 기능'을 제공함으로써, 사이트의 방문자와 관리자 모두 만족할 수 있도록 했다.

2019 스마트앱어워드 디지털 인사이트 최고대상 SC제일은행 모바일뱅킹



클라이언트: SC제일은행, 제작사: 와일리

고객이 앱을 마주할 때 기존 은행 앱이라고 생각되는 공식을 깨고자 '모바일뱅킹을 새로 디자인하다'라는 프로젝트 목표를 수립, SC제일은행 모바일뱅킹만의 차별화된 금융 생활 서비스를 구현했다. 은행 앱과 핀테크 앱 간의 밸런스를 최적화하여 고객 중심의 새로운 풀뱅크 서비스를 제공하고, 시중 은행권 앱 최초로 통합계좌정보 서비스를 구현함으로써 개인의 총자산을 쉽게 관리하도록 구축했다.

2019 웹어워드 코리아 BEST CLIENT TOP3

이번 웹어워드 코리아에서 가장 눈에 띄는 브랜드는 KB국민은행이었다. 그 어느 때보다 금융 분야의 경쟁이 치열했던 올해 어워드에서 무려 7관왕에 오르며 해당 분야의 강자임을 다시 한번 입증했다. 그 다음은 아모레퍼시픽으로, 이번 웹어워드 코리아에서 가장 출품작이 많았던 분야인 화장품분야에서 4관왕에 올랐다. 한편, 현대자동차는 출품작 모두 이노베이션 대상, 부문 통합대상, 분야 대상 등 고르게 우수한 성적을 거뒀다.

1. KB국민은행	
웹어워드 PC웹 최고대상	KB국민은행 개인 인터넷뱅킹
기업뱅킹분야 대상	KB국민은행 기업 디지털금융
자산관리분야 대상	KB국민은행 케이봇 앱
부동산분야 대상	KB부동산 플랫폼 서비스 Liv ON
문화분야 대상	KB 청춘마루
금융분야 최우수상	KB국민은행 스마트대출
기업브랜딩분야 최우수상	KB 청춘마루
2. 아모레퍼시픽	
프로모션 이노베이션 대상	리리코스 마린에너지 인터내셔널
화장품분야 대상	브로앤טיפ스
화장품분야 최우수상	비레디
제품브랜딩분야 최우수상	프리메라
3. 현대자동차	
브랜드 이노베이션대상	현대자동차 N브랜드 글로벌 공식 웹사이트
프로모션부문 통합대상	현대자동차 i'm DOgNOR 캠페인
자동차분야 대상	현대상용차 공식 웹사이트