Complex Systems, Simple Experiences

Enterprise Product Architecture & System Design

Portfolio v.2026

Boin Kim
Senior Product Designer

좋은 UX는 설명이 필요 없습니다.
복잡한 정책과 구조를
누구나 쉽게 사용할 수 있게 설계합니다.



Boin Kim

17 Years of Expertise
B2B / Admin UX / Policy-driven System Design

저의 성장 동력은 생소한 도메인을 두려워하지 않고 비즈니스 결과로 증명해 내는 것입니다.
새로운 환경에서 느끼는 생소함과 부담감은 당연하지만, 스스로가 확신을 가질 수 있는 가장 올바른 방식으로 현장과 시스템을 탐구하고 학습합니다. 온라인 광고, 이커머스, 교육, O2O, 배달, 엔터테이먼트, 숙박 B2B, 항공까지 복잡하고 파편화된 도메인을 끊임없이 확장해 왔으며, 언제나 정성·정량적 성과로 디자인의 가치를 입증하는 것이 일하는 방식입니다.

NOL (Yanolja)
Product Designer

2020 — Present

파트너센터 및 어드민 UX 총괄
요금제·판매·세그먼트 시스템 구조 고도화
운영 정책 기반의 확장성 있는 B2B UX 설계

HYBE Weverse
Product Designer

2020

글로벌 커뮤니티 및 프로필 경험 설계 리드
팬 활동 기반의 상호작용 구조 최적화
콘텐츠 소비 및 관계 형성 중심의 경험 확장

Woowa Brothers
UX Designer

2018 — 2020

배민상회 커머스 UX 리뉴얼 리드
반복 구매 중심의 구매 흐름 효율화
탐색에서 구매 중심으로의 정보 구조 재설계

Additional Experience

FORSNAP / GABIA / YBM / Research Ad / Illustration(Freelance)

Content Platform, Branding, Commerce Web UI, Solution UX, Education Platform, Admin UX Promotion, Marketing, SNS, Publishing Brand Illustration & Graphic Artworks

Baemin Mart UX Renewal

배민상회(커머스) 구매 여정 최적화 및 UX 리뉴얼

Date

2018. 10 ~ 2020. 03

Participation

100% (메인 디자인 및 UX 설계)

Type

PC & Mobile Web

문제 정의

비효율적인 탐색 구조로 인한 재구매 허들
기존 서비스는 체계적인 카테고리 분류 없이 상품이 나열되어 있어, 목적이 분명한 사용자가 원하는 상품을 찾는 과정에 과도한 시간이 소요되었습니다. 특히 반복 구매가 필수적인 B2B 환경임에도 불구하고, 매번 초기 단계부터 상품을 다시 찾아야 하는 구조적 결함으로 인해 구매 전환 효율이 낮았습니다.

인사이트

탐색보다는 '반복'에 집중된 B2B 사용자 행태
데이터 확인 결과, 사용자는 새로운 상품을 탐색하기보다 기존에 구매했던 품목을 빠르게 다시 담으려는 경향이 압도적이었습니다. 사용자에게 필요한 것은 '풍부한 탐색'이 아니라 '최소한의 뎁스(Depth)로 과업을 완료하는 것'이었으며, 검색과 최근 구매 이력이 구매 결정의 핵심 트리거임을 발견했습니다.

역할

구매 구조 설계: 발견 중심에서 과업 완결 중심의 효율적 구조 전환
IA 체계화: 카테고리 재설계 및 리스트-결제 흐름 최적화
Quick-Path 구축: 반복 구매 Shortcut 및 바로 담기 UI 설계

사용자 인터뷰 기반 문제 정의 및 해결 전략

Field Research & Insight: Beyond Data to Real Voice
데이터 너머 현장의 목소리에서 발견한 핵심 구매 패턴

조사 방법 및 대상

주기적 대량 구매를 수행하는 헤비 유저 및 배민상회 신규 전환 그룹 타겟팅
업장 운영 시간 내 실제 주문 프로세스 및 사용 환경 현장 관찰
정성적 데이터 확보를 위한 5개 업장 현장 방문 및 심층 인터뷰 진행

주요 인사이트

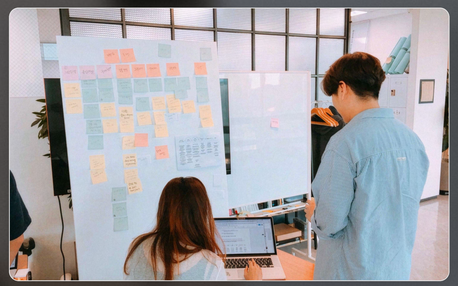
목적이 뚜렷한 반복 구매: 즐기는 쇼핑이 아닌 업무를 위한 정확하고 빠른 구매 지향
브랜드 신뢰도 기반의 선택: 배민 브랜드 자체에 대한 신뢰가 구매 결정의 핵심 요소
효율적인 데이터 노출 필요: 불필요한 탐색보다 익숙한 품목의 재구매 접근성 선호

현장 조사 회고

데이터 수치만으로는 파악하기 힘든 업장 현장의 긴박함을 확인
사장님들에게 서비스는 단순한 쇼핑 플랫폼이 아닌 함께 일하는 파트너임을 인지
현장에서 발견한 비효율을 제거하는 것이 비즈니스 성장으로 직결됨을 확인

해결 전략

카테고리 계층화: 단층 구조를 대·중·소 분류체계로 재정립하여 상품 탐색 직관성 강화
재구매 편의성 극대화: 최근 구매 상품 노출 및 장바구니 상시 보관 기능 도입으로 탐색 과정 단축
신규 구매 행동 유도: PB 상품 샘플 신청 UX 설계를 통한 브랜드 경험 제공 및 첫 구매 전환 유도
상품 노출 최적화: 리스트 내 핵심 정보 중심의 UI 설계 및 홈 화면 초특가 상품 배치로 시인성 확보
디자인 시스템 도입: 서비스 전반의 일관된 위계와 컴포넌트 정돈을 통한 정교한 사용자 경험 구축
긍정적 대기 경험 설계: 로딩 인터랙션 적용을 통해 진행 상태를 시각화하고 심리적 대기 시간 완화
직배송 신뢰도 제고: 직매입 상품의 신뢰감을 높이는 전용 뱃지 및 시각적 강조 요소 설계








목적 중심의 구매 여정으로 재설계

From Task-agnostic to Goal-oriented Journey
공급자 중심에서 사용자 중심으로 개선



기존 구조: 사용자 특수성을 배제한 공급자 중심의 정보 나열

신상품 및 프로모션 위주의 배치로 인해 사장님의 업무 루틴이 고려되지 않은 설계입니다.
목적이 뚜렷한 재구매 사용자에게 불필요한 탐색 피로를 유발하며 주문 완료까지의 여정을 지연시킵니다.

상품 탐색 → 리스트 (상품 찾기) → 상세 (정보 재확인) → 장바구니 (임시 저장) → 결제 → 다시 탐색 (과정 반복)

개선 방향: 재구매 흐름을 끊지 않는 구매 중심 구조 설계

반복적인 구매 패턴을 최우선으로 고려하여 홈 화면에서 즉시 장바구니 담기가 가능한 직관적인 구조로 개편합니다.
불필요한 이동 단계를 제거하여 사장님의 주문 시간을 단축하고 업무 편의성을 극대화합니다.

빠른 재구매 (최근 구매 상품) → 즉시 구매 (바로 담기) → 결제 (구매 단계 축소)

홈 재구성
구매가 시작되는 지점으로 전환

Home → Purchase Entry Point

사용자의 반복 구매 행동을 기반으로
즉시 구매가 가능한 홈 구조 설계

최근 구매 상품 및 초특가 상품 바로 담기 도입으로 주문 단계 최소화
불필요한 화면 이동 없는 장바구니 연결로 사장님의 주문 시간 단축
핵심 프로모션 및 주요 상품 전면 배치로 탐색 없이 즉시 구매 가능한 환경 구축

기존 구조

불필요한 탐색이 반복되는 구조

원하는 상품 탐색 → 재구매 시 동일 과정 반복 → 구매까지 긴 탐색 과정 필요

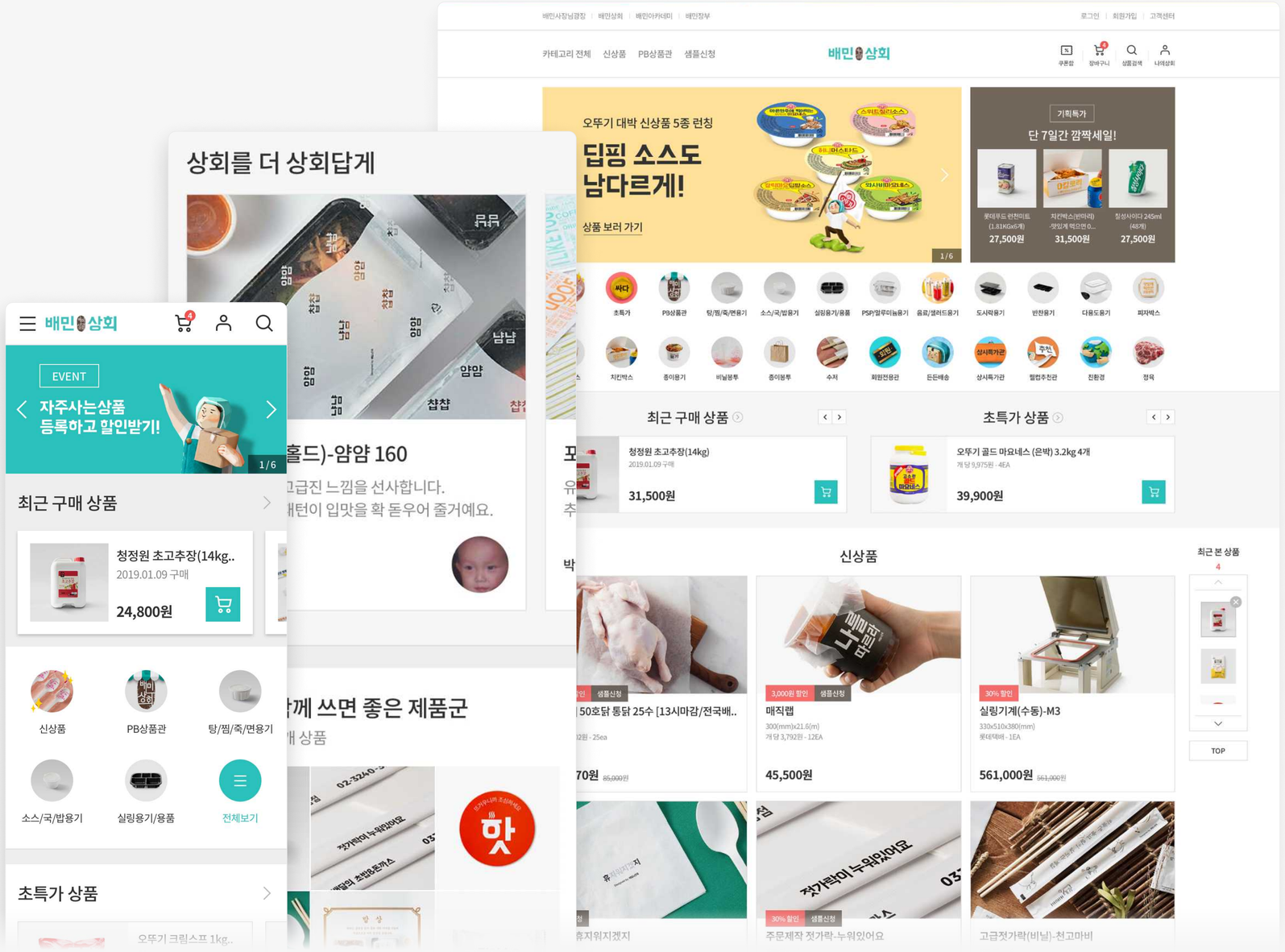
개선 방향

홈에서 즉시 완결되는 구조

구매 이력 기반 (최근 구매 상품) → 탐색 편의 제공 (최근 본 상품) → 바로 담기 가능 (홈에서 장바구니 담기)

개선 성과

재구매 주문 완료 리드타임: 42초 → **19초 (약 54% 단축)**



카테고리 재구성
빠른 선택을 위한 구조로 전환

Exploration → Selection → Purchase

사용자가 원하는 상품을
빠르게 찾을 수 있는 구조로 개선

분산된 카테고리를 의미 기준으로 재구성하여 그룹화
유사 상품을 유형 기준으로 통합하여 탐색 효율 향상
탐색 중심 흐름을 선택 중심 UX로 전환

기존 구조

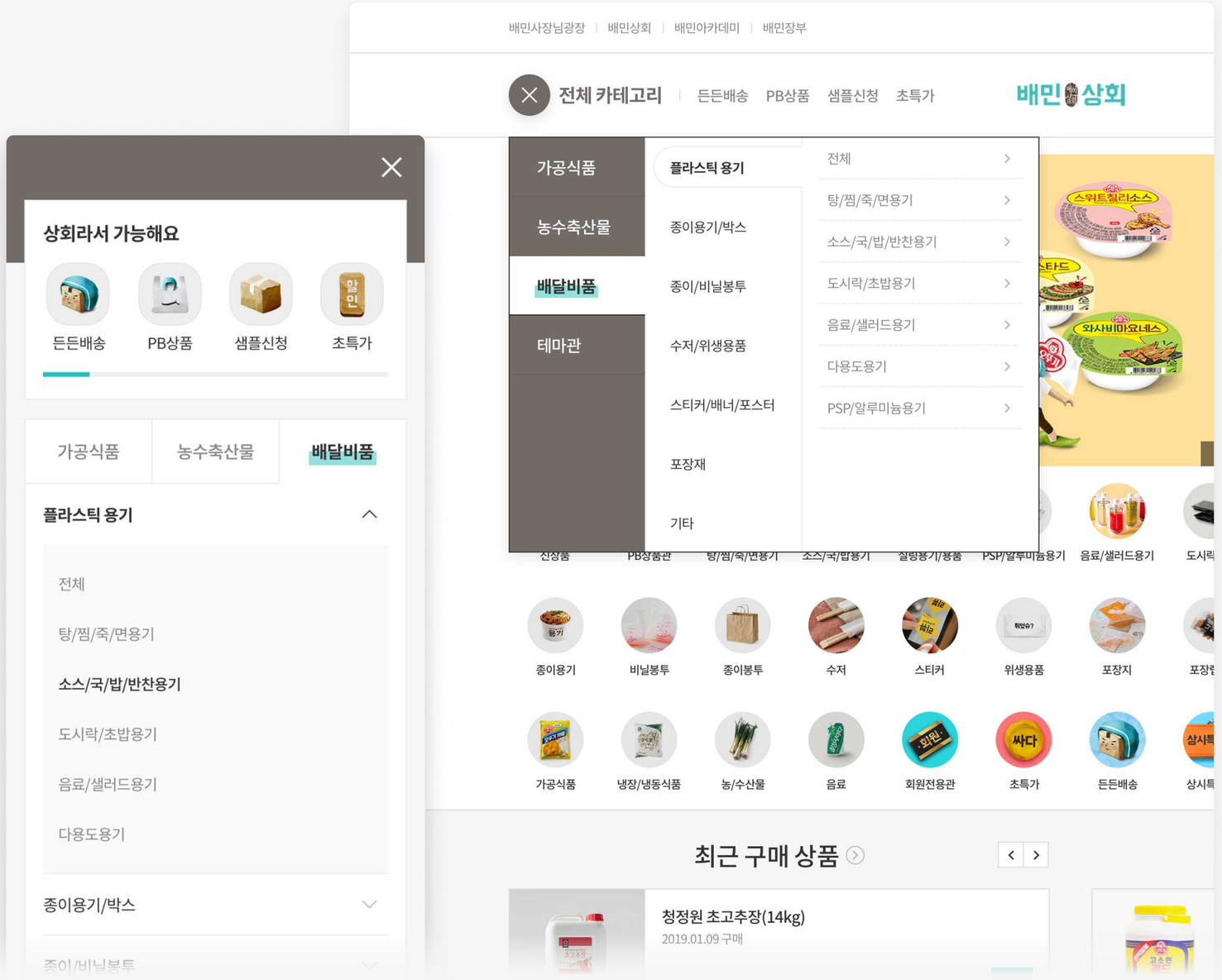
소분류 단위 단층 구조 → 분류 기준의 부재 → 유사 품목의 산발적 배치

개선 방향

대·중·소 분류 체계 확립 → 상품군 기준 계층화 → 직관적인 탐색 뎁스 설계

개선 성과

상품 탐색 및 선택 소요 시간: 14.2초 → **6.8초 (약 52% 단축)**
카테고리 개편 및 주요 타겟 배너 구좌 증설 후 전체 구매 전환율: **기존 대비 18.6% 상승**
배너 및 추천 구좌를 통한 상품 상세 진입 후 구매 전환율: 9.4% → **16.8% (+7.4% 상승)**



리스트 재구성
선택을 완료하는 구조로 전환

Selection → Action

리스트를 단순 비교 화면이 아니라
선택이 이루어지는 단계로 재정의

방대한 정보 나열을 가독성 높은 핵심 구조로 개선
상세 페이지 진입없이 리스트 화면에서 바로 담기 기능 설계
비교 중심 탐색 UX를 최단 경로의 선택 구조로 전환

기존 구조

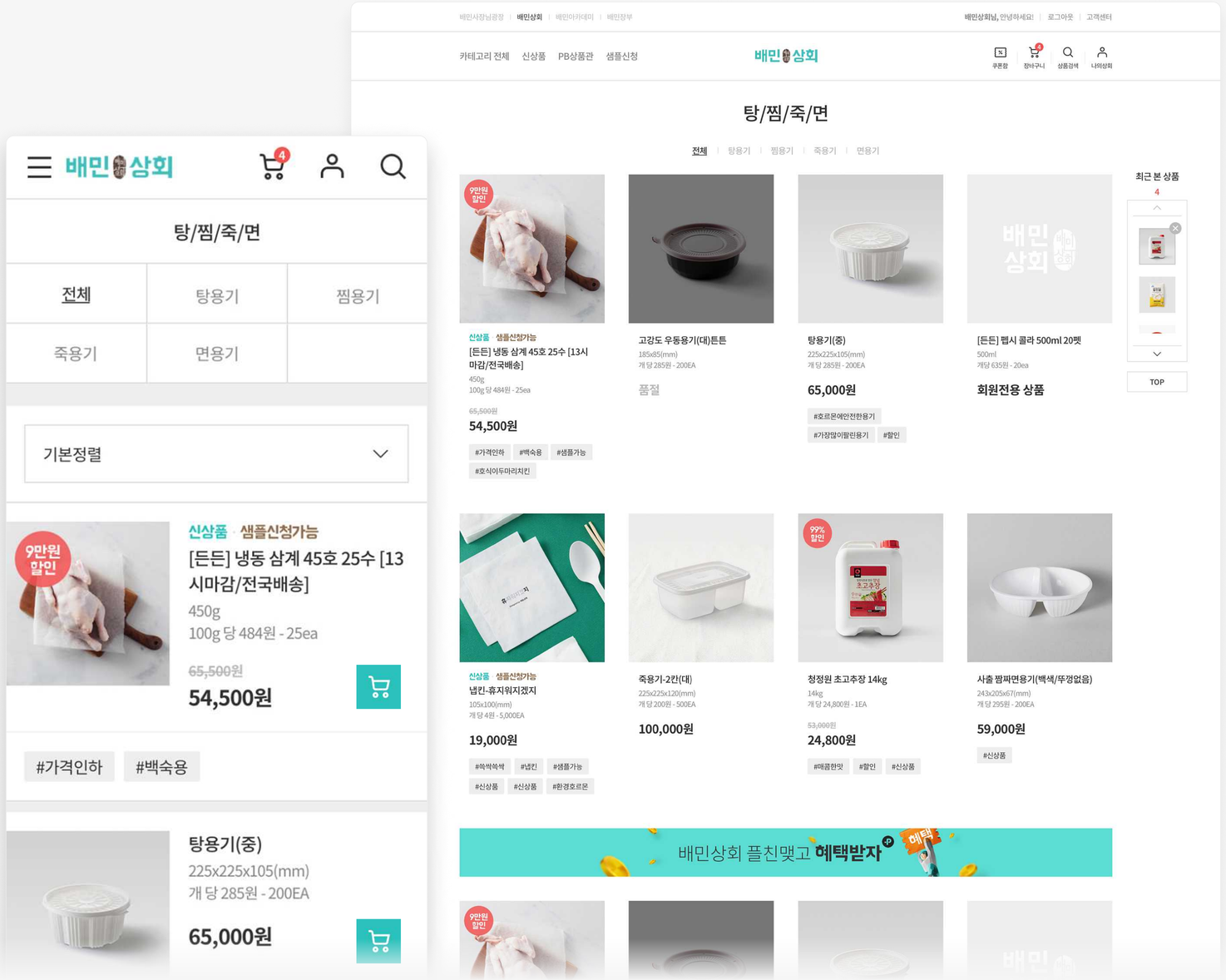
방대한 정보 기반 탐색 → 상세 페이지 진입 → 상품 담기 → 장바구니 이동

개선 방향

핵심 정보 기반 탐색 → 리스트 내 바로 담기 → 장바구니 이동

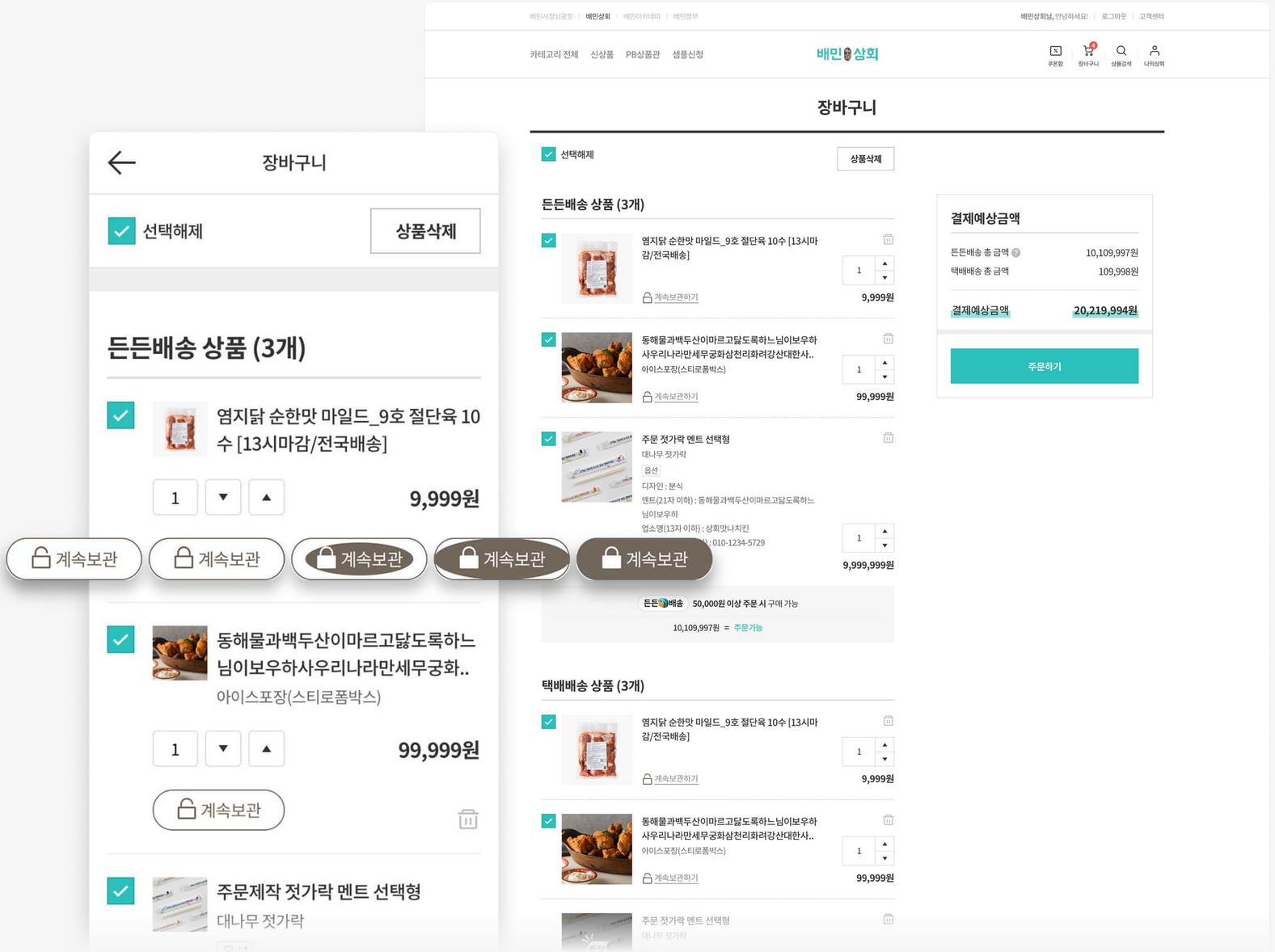
개선 성과

목록 내 바로 담기 이용률: 기존 대비 **28.4% 상승**



장바구니 재구성
구매 루틴을 최적화하는 구조로 전환

Review → Routine



장바구니를 단순한 검토 단계가 아닌
반복 구매를 즉시 실행하는 발주 단계로 재정의

구매 후 상품 자동 삭제 구조에서 '계속 보관' 기반의 루틴 구조로 개선
매번 반복되는 재탐색 과정을 생략하여 정기 구매 편의성 극대화
단순 확인 중심에서 지속적 구매가 가능한 상태 유지형 UX로 전환

기존 구조

상품 확인 및 수정 → 결제 완료 후 장바구니 내 상품 삭제 → 재구매 시 상품 재탐색 필수

개선 방향

상품 상태 유지 가능 (계속보관) → 결제 완료 후 장바구니 품목 유지 → 탐색 생략 및 즉시 결제 가능

개선 성과

장바구니 재탐색 이탈률: 21.4% → **8.2% (-13.2%p 감소)**

구매 경험을 보조하는 UX 설계

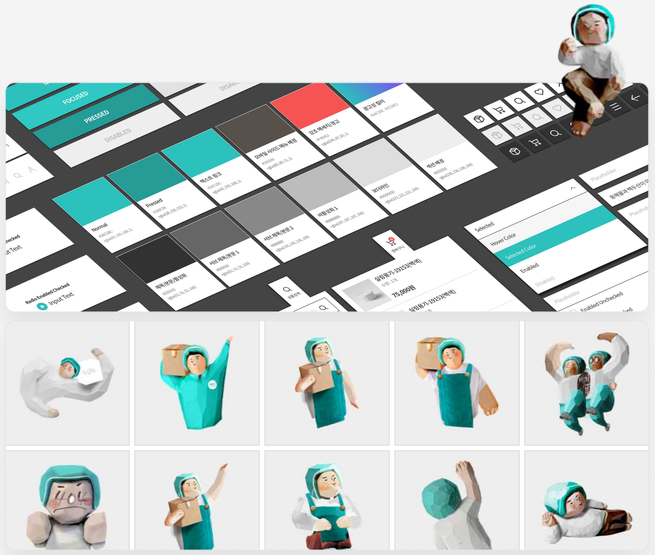
Supporting Purchase Experience

핵심 구매 흐름을 방해하지 않으면서
사용자의 행동이 자연스럽게 이어지는 보조 시스템 구축

샘플 신청 등 부가 서비스 이용 시에도 메인 구매 흐름이 끊기지 않도록 탐색 중단 없는 유연한 정보 확인 구조 정립
단순 구매를 넘어 담기, 보관, 체험 등 사용자 의도에 따른 멀티 액션을 매끄럽게 지원하는 시스템 구축
브랜드 정체성을 담은 인터랙션과 디자인 시스템을 통해 별도 학습 없이 즉각적 이해가 가능한 직관적 UX 구현







샘플 신청 UX

신규 진입 장벽 완화 및 PB 상품 경험 확대
상품 신뢰도를 높여 첫 구매 유도
사장님의 구매 행동을 저해하지 않는 자연스러운 PB 상품 노출 및 전환 구조 설계
PB 상품 무료 샘플 신청 후 첫 구매 전환율: 11.2% → **23.5% (+12.3%p 상승)**

인터랙션 설계

서비스 전반에 끊김 없는 브랜드 경험 및 행동의 연속성 유지
로딩, 퀵버튼, 상태 전환 등 브랜드 아이덴티티를 투영한 유기적 움직임 도입
시각적 단절 없는 부드러운 화면 전환으로 탐색부터 결제까지의 중단 없는 흐름 제공

디자인 시스템

인지 부하 최적화 및 일관성 확보
단순 정보 전달을 넘어 행동의 직관적 이해를 돕는 시각 가이드라인 수립
일관된 시각 언어 제공으로 인지 부담 감소 및 주문 효율성 증대

Weverse 팬 아티스트 UX/UI Design

팬과 아티스트 간의 관계 형성을 강화하기 위해 '프로필' 개념을 새롭게 정의하고 도입한 프로젝트

Date

2020. 05 ~ 2020. 08

Participation

100% (메인 디자인 및 UX 설계)

Type

ios & Android

문제 정의

파편화된 활동 이력과 개인 정체성 표현 공간의 부재
위버스는 풍부한 팬덤 콘텐츠를 제공해 왔으나, 사용자가 자신의 취향을 투영하거나 커뮤니티 내 정체성을 형성할 수 있는 구조는 존재하지 않았습니다. 활동 데이터와 콘텐츠 이력이 곳곳에 분산되어 있어 개인의 개성을 드러내기 어려웠으며, 이는 팬과 팬 사이는 물론 아티스트와 팬 사이의 깊이 있는 유대감 형성을 저해하는 요인이 되었습니다.

인사이트

'단순 소비'에서 '증명과 소통'으로의 팬덤 UX 전환
현대 팬덤은 콘텐츠를 단순히 소비하는데 그치지 않고, 자신의 취향과 활동을 시각적으로 증명(Proof of Love)하며 커뮤니티 내에서 존재감을 인정받길 갈망합니다. 개인의 정체성을 드러낼 수 있는 명확한 구조가 제공될 때, 커뮤니티 내의 자발적 참여와 상호작용은 비약적으로 증가합니다.

역할

개념 정의: 프로필 가치 정의 및 UX 방향성 수립
구조 설계: 사용자 분석 기반의 IA 및 정보 구조 설계
인터랙션 설계: 프로필 전용 인터랙션 및 주요 UI 디자인
프로토타이핑: 핵심 경험 검증을 위한 고도화된 모델 제작

프로필 UX/UI 설계

From Content Consumption to Identity & Interaction
콘텐츠 소비를 사용자 정체성과 관계 형성으로 확장

구조 설계

활동 축적 기반의 상호작용 및 관계 형성 구조 설계
사용자 콘텐츠 소비 및 참여 이력의 프로필 내 축적 구조 구축
닉네임, 소개, 취향 등 정체성 표현을 위한 개인화 요소 제공
휘발성 콘텐츠 소비에서 활동 축적 기반의 정체성 형성 구조로 개선
사용자 활동 기록의 개인 피드 아카이빙 및 정체성 시각화
팬 간 팔로우 및 아티스트 스토리 기능을 통한 실시간 소통 강화

기존 구조

단방향 소비 : 이용 내역이 남지 않아 관계가 단절되는 구조

콘텐츠 탐색 → 일회성 소비 → 활동 휘발 → 관계 단절

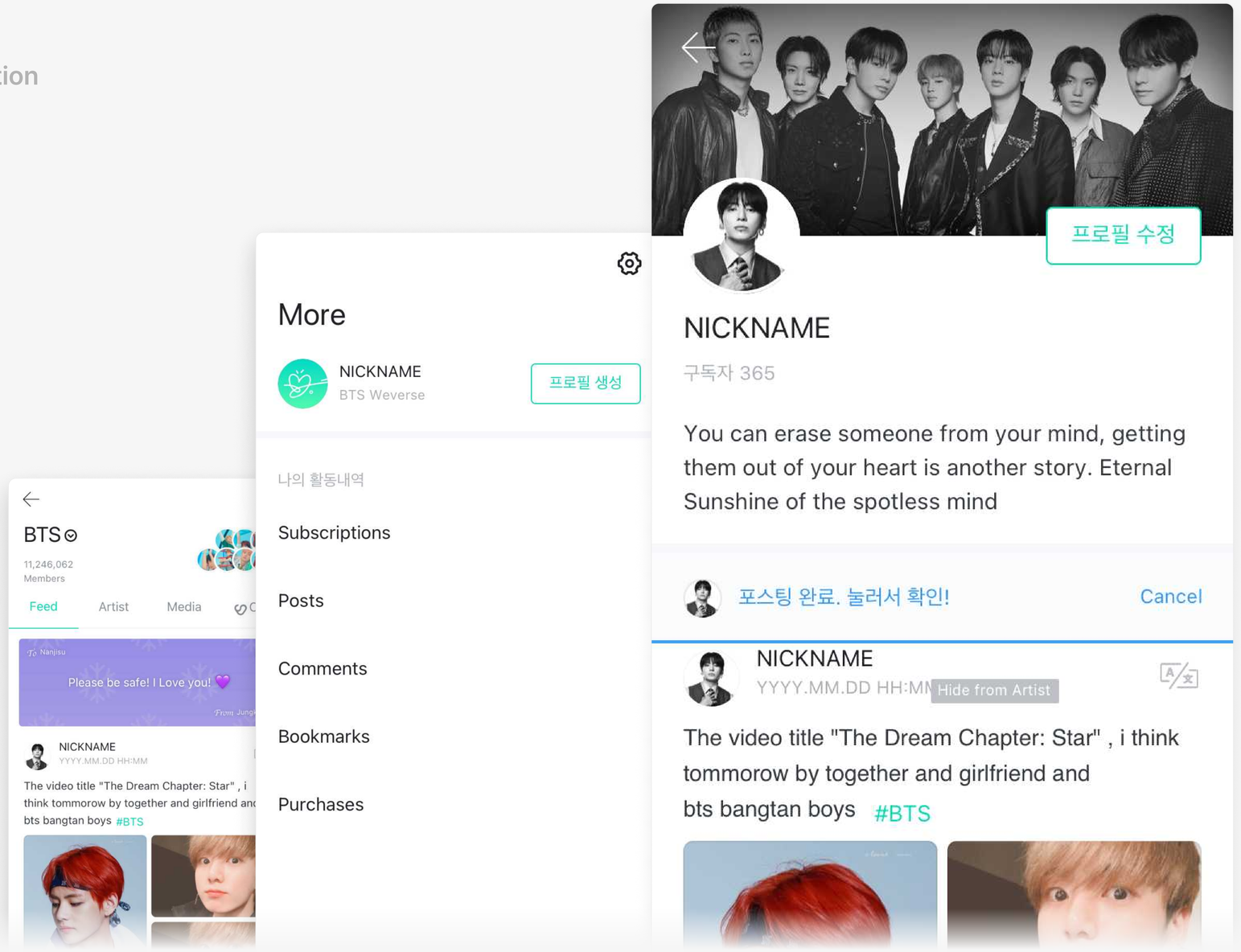
개선 방향

관계 선순환 : 활동이 이력으로 남고 이를 통해 상호작용이 형성되는 구조

콘텐츠 참여 → 이력 축적 → 정체성 형성 → 상호작용 확장

개선 성과

프로필 생성 및 활동 이력 아카이빙을 통해 커뮤니티 재방문율 및 자발적 참여도 증가



모먼트 UX/UI 설계

Beyond Consumption: Shared Daily Interaction
단방향 소비를 넘어 일상을 공유하는 인터랙션으로 확장

구조 설계

텍스트와 이미지 결합만으로 완성되는 감각적인 콘텐츠 제작 환경 제공
브랜드 컬러 반영 배경 팩 및 커스텀 폰트 제공을 통한 표현력 강화
아티스트의 찰나를 즉각 공유할 수 있는 실시간 공유 환경 구축
24시간 제한 콘텐츠를 통한 아티스트와 팬 사이의 특별한 유대감 형성
휘발성 콘텐츠를 아티스트 프로필 내 활동 흔적으로 연결한 디지털 정체성 구축
프로필 및 피드 상단 배치를 통한 팬들의 즉각적인 반응 유도
모먼트 소통의 활동 이력 축적을 통한 장기적 관계 형성의 기반 마련

기존 구조

연속성 부족 : 이용 내역이 남지 않아 아티스트 정체성 축적이 어려운 구조

아티스트 게시물 → 단순 조회 → 종료 (활동 연속성 부족)

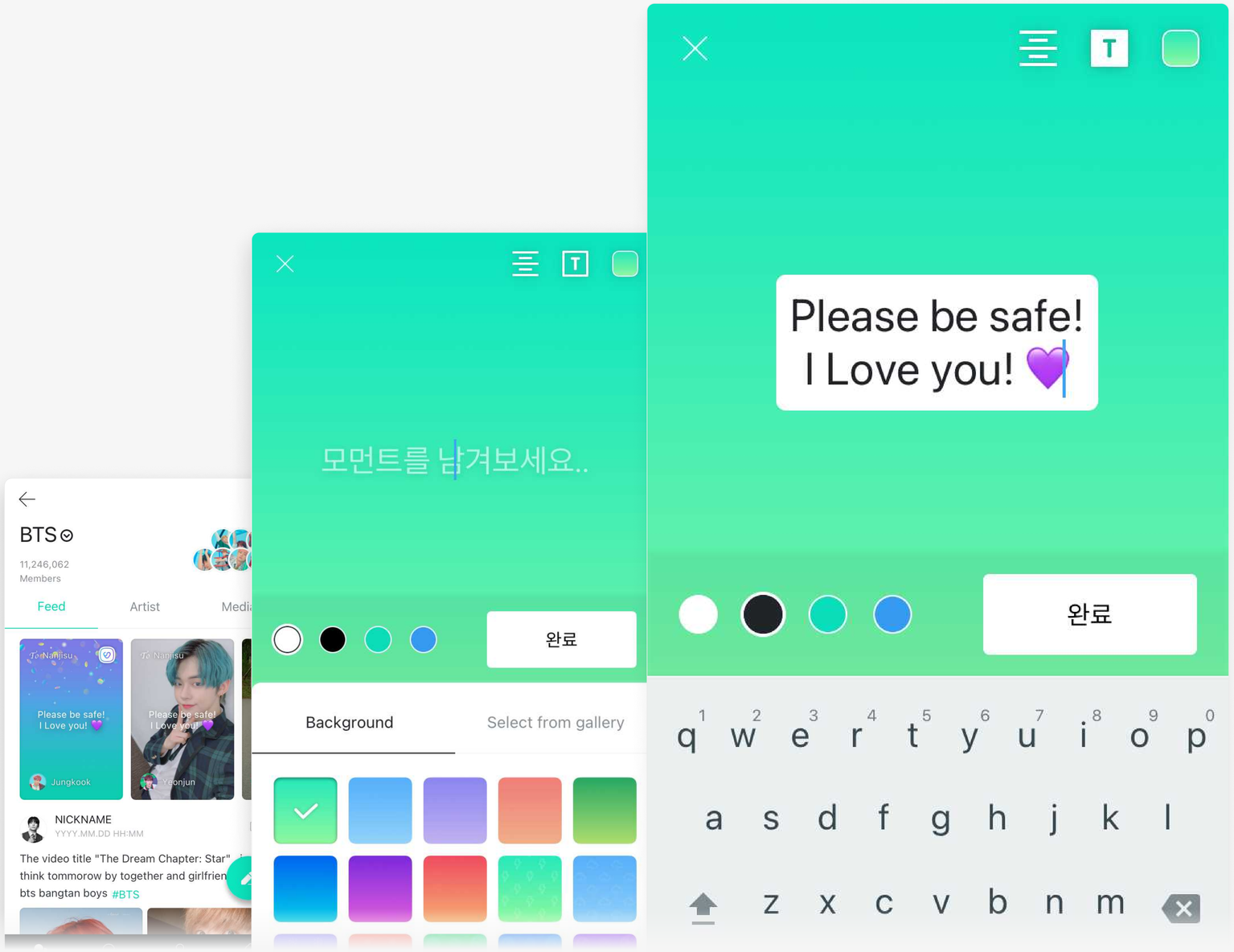
개선 방향

유대감 강화 : 휘발성 포맷으로 소통 문턱을 낮추고 활동 이력을 축적하는 구조

모먼트 게시 → 즉각적 반응 → 프로필 이력 축적 → 유대감 강화 (선순환 구조)

개선 성과

모먼트 피드 상단 배치를 통해 아티스트 게시글 작성 시 팬 반응 속도 단축 및 소통 활성화



Yanolja 국내숙소 B2B Rate Plan: 1:N 구조 전환

요금제 관리 구조 개선을 통한 운영 효율 및 확장성 확보

Date

2025. 01 ~ 2025. 12

Participation

100% (메인 디자인 및 UX 설계)

Type

PC & Mobile Web / APP

문제 정의

객실과 요금제의 1:1 결합으로 인한 요금 전략 및 확장성 부재
기존 구조는 객실 하나에 단 하나의 요금제만 생성할 수 있는 1:1 결합 방식으로 설계되어 있었습니다. 업주가 다양한 요금제를 유연하게 설계하고 운영할 수 없는 구조적 한계가 존재했으며, 동일한 조건을 여러 객실에 적용하려 해도 매번 새로 생성해야 하는 운영 비효율과 관리 비용 상승이 지속되는 상태였습니다.

인사이트

다양한 판매 전략 수립을 위한 유연한 요금제 연결 구조 필요
사용자는 하나의 객실에 시즌별, 타겟별로 다양한 요금 조건을 구성하여 판매 효율을 높이길 원합니다. 따라서 요금제는 특정 객실에 종속된 하위 개념이 아니라, 필요에 따라 여러 객실에 자유롭게 매칭하고 재사용할 수 있는 독립적인 시스템 구조로 설계되어야 합니다.

역할

요금제 관리 구조 설계 및 1:N 전환 전략 수립
판매 관리 및 요금 설정 프로세스 UX 고도화
파트너센터 전반의 End-to-End UX 설계 및 표준화

운영자 중심의 요금 관리 시스템 고도화

From New Concept to Intuitive Operational Experience
복잡한 1:N 유통 구조를 숙박 운영자의 직관적 경험으로 설계

프로젝트 개요

배경 : 확장성이 높은 1:N(단일 객실 - 다중 요금제) 방식의 신규 요금 관리 체계 수립
과제 : '객실=상품'이라는 기존 고착된 인지 모델을 넘어 새로운 요금제 개념을 직관적으로 전달하기 위한 설계 전략 수립
역할 : 사용자 심층 인터뷰 및 프로토타입 UT를 통한 사용성 검증, 현장 피드백 기반 판매 캘린더 및 요금제 관리 화면 최적화

주요 인사이트

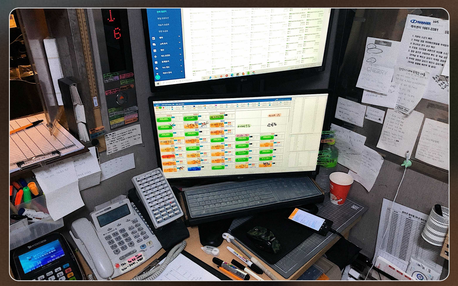
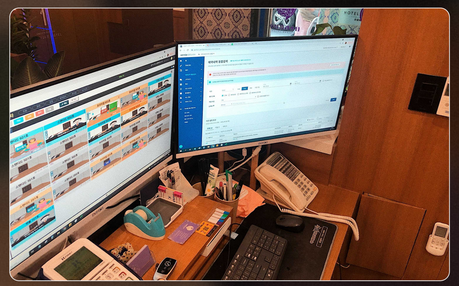
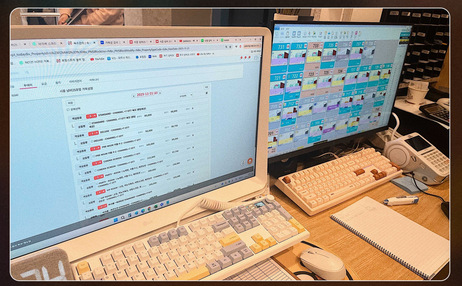
1:N의 생소한 요금 연결 구조와 현장 운영자의 기존 운영 방식 사이의 간극으로 인한 초기 학습 부담을 확인
당일 예약 비중(80%)이 높은 모텔 환경 특성상, 신규 시스템에서도 요금 수정의 즉각성이 최우선 가치임을 파악
정보 밀도가 높아진 신규 시스템 내에서 고연령층 운영자가 요금을 오인지하지 않도록 시각적 명확성 강화 필요

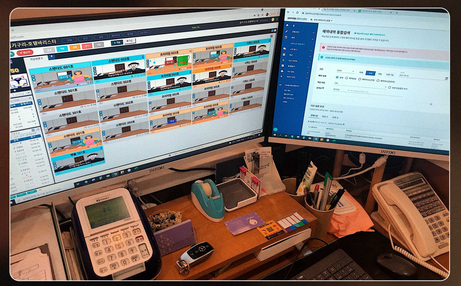
현장 조사 회고

별도 교육 없이도 운영자가 판매 캘린더 내에서 요금제를 수정할 수 있음을 프로토타입 UT를 통해 확인
당일 예약 및 빠른 대응이 필수적인 운영 환경에서 판매 캘린더 중심의 통합 관리 방식의 효율성이 높음을 입증
직관적인 UI를 통해 신규 시스템 도입 시 발생할 수 있는 요금 오설정 리스크를 최소화하여 시스템 안착 가능성을 확인

해결 전략

요금제별 상세 현황을 캘린더 내 레이어로 펼쳐보고 즉시 수정 가능한 구조 설계를 통해 불필요한 메뉴 이동 제거
운영 흐름을 방해하지 않는 짧은 툴팁을 통해 신규 요금 관리 시스템 도입에 따른 심리적 저항감 완화
익숙한 달력형 UI에 판매 상태를 시각화하여 직관적 조작 유도
대비가 명확한 컬러 시스템과 강조된 폰트 사이즈 적용을 통해 복잡한 정보 속에서 시각적 인지 속도 개선



요금제 관리 구조 설계

RatePlan Management Structure Design
1:N 구조를 효율적으로 관리하기 위한 요금제 관리 UX 설계

문제 상황

요금제 간 유기적 관계 파악이 어렵고, 단순 수정 및 관리 작업이 반복적으로 발생합니다.
객실 하나에 다수의 요금제가 연결되는 1:N 구조의 특성상
데이터가 누적될수록 관리 복잡도가 급격히 상승하여 운영 효율이 저하됩니다.

설계 방향

요금제 관리 체계를 단순 리스트 방식에서 구조 기반의
직관적 관리 방식으로 재정의합니다.

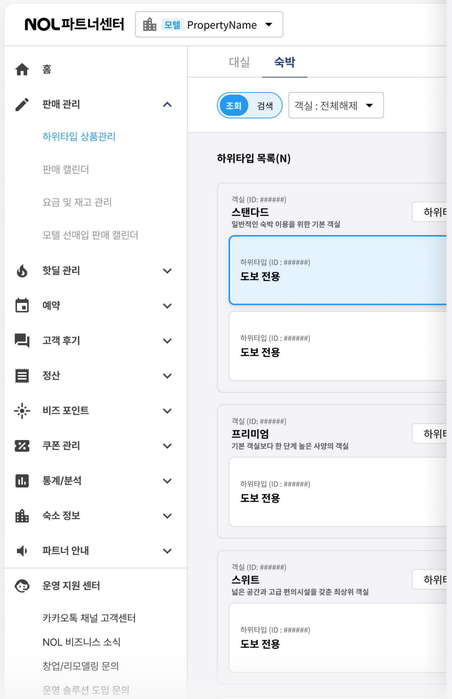
- 단위 그룹화: 객실 중심에서 요금제 중심의 그룹핑 체계 구축
- 액션 통합: 리스트 내 상태 확인 및 핵심 제어 액션 단일화
- 탐색 최적화: 별도 이동 없이 리스트 내에서 완결되는 UX 설계

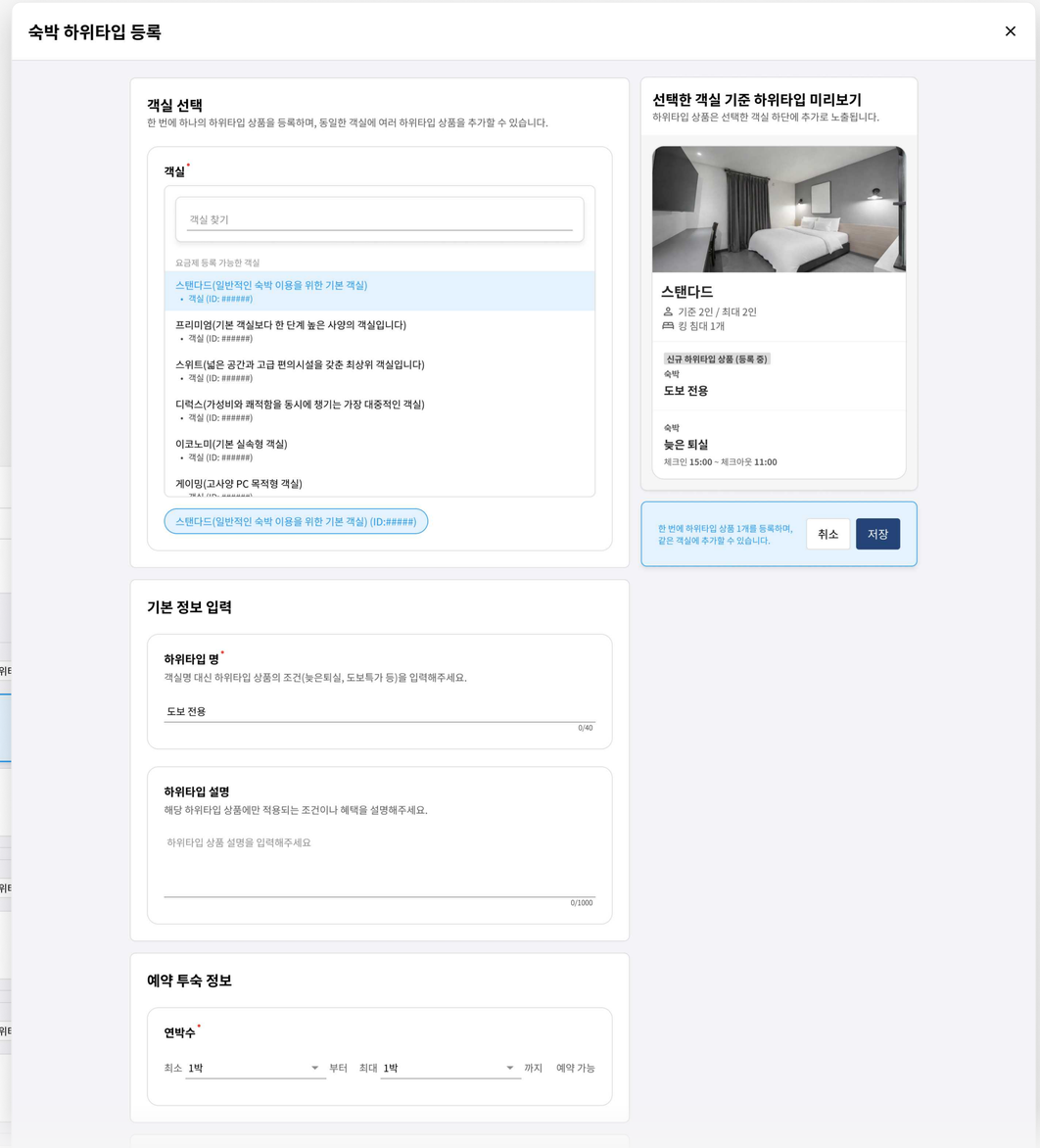
핵심 설계 포인트

1:N 구조를 시각적으로 그룹화하여 객실과 요금제 간의 관계성 명확화
요금제별 판매 상태 및 주요 정보를 리스트 내에서 즉각적으로 인지 가능
상세 페이지 진입을 최소화하고 인라인 수정이 가능한 작업 흐름 설계
불필요한 반복 태스크를 제거하고 관리 편의성을 극대화한 UX 구조 적용

개선 성과

신규 요금제 생성 및 객실 연결 클릭 수: 평균 12회 → **4회 (66% 감소)**
동일 요금제 중복 생성 및 관리 공수: **기존 대비 -45% 단축**

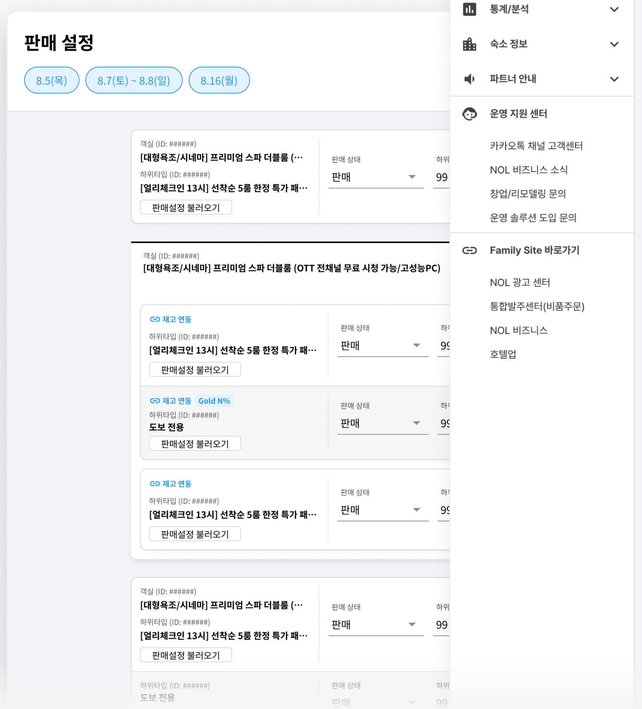


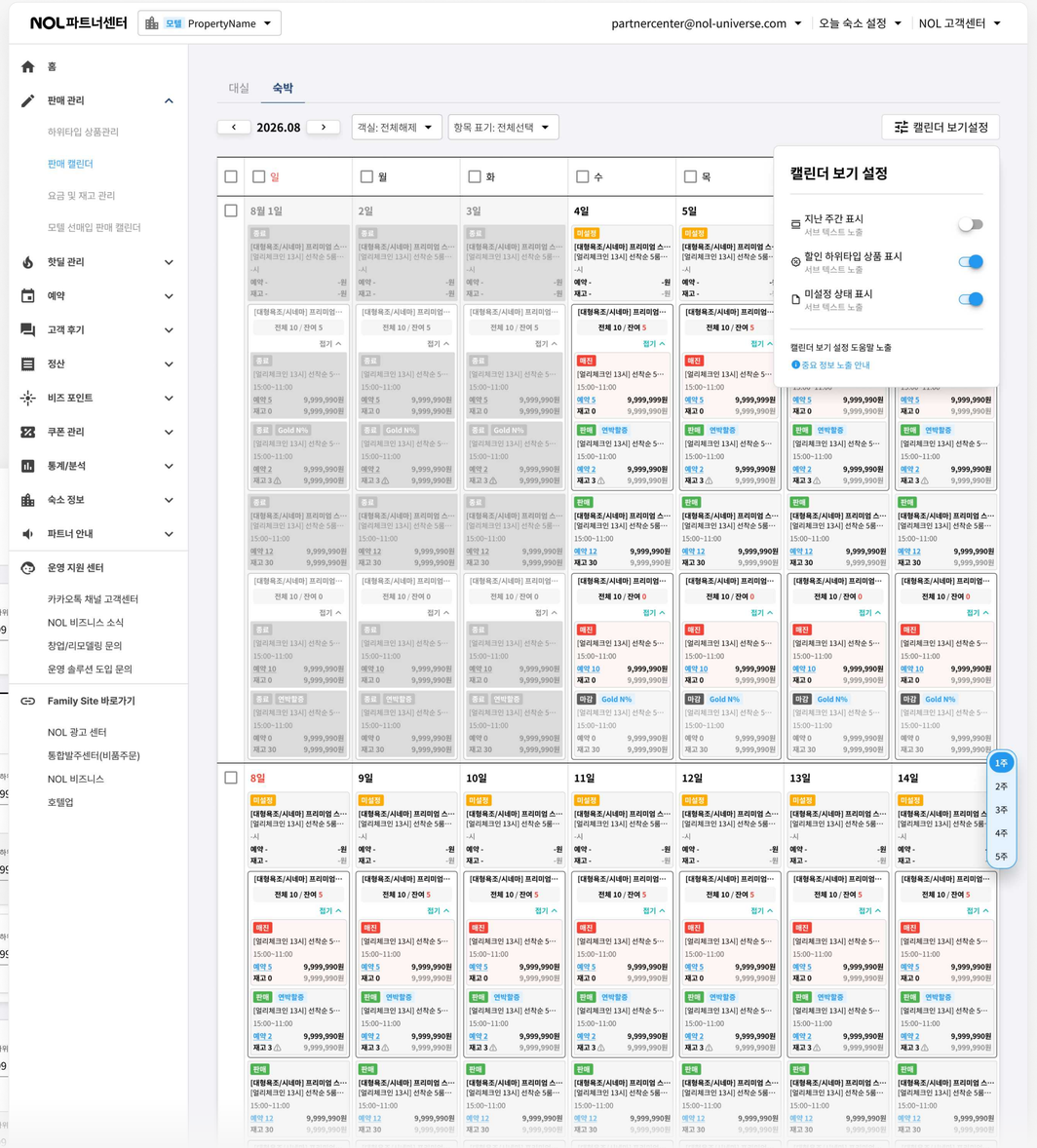


판매 캘린더 UX 설계

Sales Calendar Control Interface

요금제와 날짜 단위 판매 상태를 직관적으로 제어하기 위한 운영 UX 설계





문제 상황

요금제는 날짜 단위로 판매 상태가 상이하게 설정되어
대량의 데이터를 관리해야 하는 특수한 운영 환경이 요구됩니다.
하지만 기존 구조는 특정 날짜와 요금제를 일일이 탐색하고
수정하는 과정이 반복되어 상태 확인과 변경 액션이 파편화되고
작업 효율이 저하되는 구조였습니다.

설계 방향

판매 캘린더를 단순 조회 화면이 아닌 대량의 요금제와 날짜 상태를
직접 제어할 수 있는 운영 중심 인터페이스로 설계했습니다.

- 단위 그룹화 (객실 → 요금제)
- 상태 확인 및 액션 통합
- 탐색 없이 관리 가능한 구조 설계

핵심 설계 포인트

캘린더 기반 구조로 시간 흐름과 판매 상태를 직관적으로 표현
요금제 정보를 카드 단위로 시각화하여 정보의 가독성을 높이고
빠른 인지가 가능하도록 설계
선택 기반의 일괄 수정 기능을 제공하여 불필요한 반복 태스크 최소화
날짜 단위 필터 및 범위 선택 기능을 통해 대량 작업의 효율 극대화

개선 성과

당일 긴급 요금 수정 완료 시간 (당일 예약 80% 환경): 25초 → **9초 (약 64% 단축)**
고연령층 운영자 화면 인지 오류율: 14.5% → **2.1% (-12.4%p 감소)**
프로토타입 UT 내 교육 없는 과업 성공률: **95% 달성**

NOL B2B
Segment Admin UX 설계

유연한 세그먼트 조건 구조 및 생성 경험 설계

Date

2026. 02 ~ 2026. 04

Participation

100% (메인 디자인 및 UX 설계)

Type

PC Web

문제 정의

유연한 타겟 정의를 위한 세그먼트 조건 구조의 복잡성 해결
세그먼트는 다양한 조건 조합을 통해 타겟을 정의하는 특성상, 복잡한 논리 구조를 직관적인 UI로 구현해야 하는 과제를 안고 있습니다. 조건이 정교해질수록 시각적 복잡도가 가중되어, 사용자가 의도한 대로 정확한 타겟 세그먼트를 설계하고 검증하는 데 어려움이 발생했습니다.

인사이트

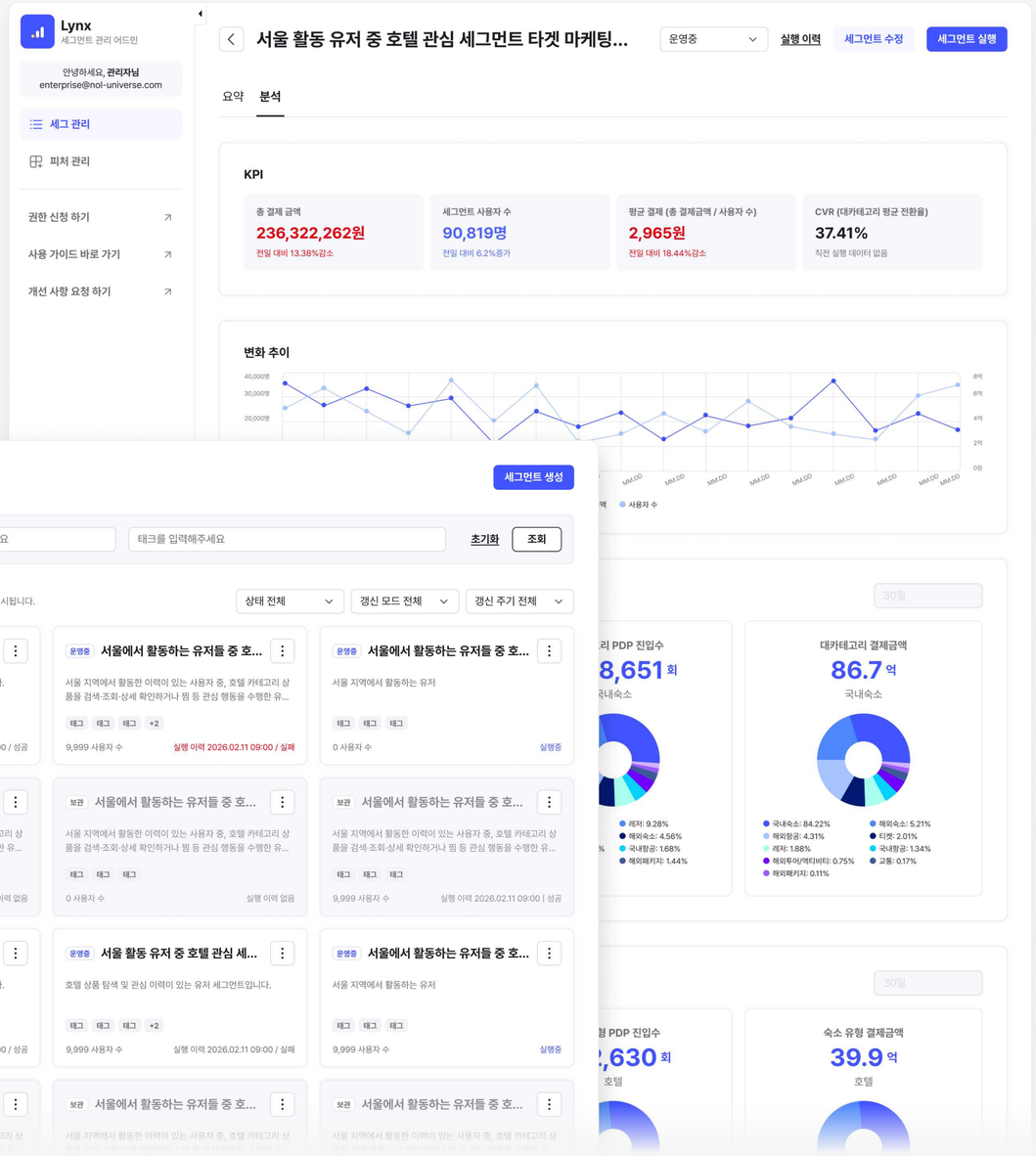
논리 구조 중심에서 사용자 인지 기준의 설계로 전환
사용자는 복잡한 논리 연산(AND/OR)을 기술적으로 이해하기보다, 실제 대상에 포함할 그룹과 제외할 그룹을 구분하는 방식으로 사고합니다. 따라서 시스템 중심의 논리 구조가 아닌, 사용자의 목적과 인지 흐름에 맞춘 직관적 구조 설계가 필수적이었습니다.

역할

세그먼트 생성 및 관리 UX 고도화
조건부 논리 구조 및 인터랙션 정책 정의
피처 기반 설정 경험 설계 및 표준화

세그먼트 관리 구조 설계

Segment Management Structure Design
세그먼트를 효율적으로 관리하고 활용하기 위한 어드민 UX 설계



문제 상황

세그먼트는 다양한 조건 조합을 기반으로 생성되며
마케팅 목적에 따라 지속적으로 추가 및 수정되는 구조를 가집니다.
데이터가 축적될수록 세그먼트 수가 급격히 증가함에 따라
각 세그먼트의 상세 정의와 활용 목적을 직관적으로 식별하기 어려워지며
적절한 세그먼트를 비교하고 선택하는 과정에서 탐색 비용이 가중되는 문제가 발생합니다.

설계 방향

세그먼트 관리를 단순 리스트 나열 방식에서 벗어나
구조적 탐색과 활용 편의성에 최적화된 관리 체계로 재정의합니다.

- 세그먼트 정의 정보 구조화 (조건, 대상, 목적 등)
- 주요 정보 요약을 통한 데이터 이해도 제고
- 비교 및 선택이 용이한 탐색 중심 구조 설계
- 생성부터 사후 관리까지 고려한 UX 확장성 확보

핵심 설계 포인트

세그먼트 핵심 정보 요약을 통해 리스트 내 가독성 및 가시성 확보 (조건 구성, 대상 규모 등)
다양한 세그먼트 간의 속성 비교를 고려한 일관성 있는 정보 구조 설계
상세 진입이나 별도 탐색 없이 리스트 내에서 즉각적인 판단이 가능한 UX 구축
불필요한 반복 생성을 방지하고 재사용성을 고려한 관리 중심 인터페이스 적용

개선 성과

타겟 규모(예: 8,651명 / 1,630명) 및 예상 결제액(86.7억 원 / 39.9억 원) 즉시 실시간 비교 지원

세그먼트 생성 구조 설계

Segment Builder Structure Design

복잡한 조건 조합을 직관적으로 설계하기 위한 세그먼트 생성 UX 설계

문제 상황

세그먼트 생성은 다층적 조건 조합과 논리 연산 구조(AND/OR)를 기반으로 설계됩니다.
조건이 정교해질수록 시스템의 시각적 복잡도와 논리적 위계는 급격히 가중됩니다.
특히 포함(Include)과 제외(Exclude) 조건의 경계가 모호할 경우
의도치 않은 데이터 도출이나 구조적 오해를 불러일으킬 위험이 존재합니다.
또한 조건 확장에 따른 수직적 뎁스의 심화는 전체 구조의 가시성을 저해하며
반복적인 탐색과 수정 과정에서 과도한 운영 피로도를 유발하는 구조적 한계를 가집니다.

설계 방향

세그먼트 빌더의 구조를 시스템의 논리 중심이 아닌,
사용자의 목적 지향적 인지 모델로 재구성합니다.

- 조건(포함)과 예외(Exclude) 구조의 명확한 분리
- 조건의 확장성을 고려한 그룹 구조 설계 및 예외의 단일 조건 기반 필터 정의
- 연산자 중심의 그룹 구성을 피처 기반의 의미 단위 묶음 구조로 전환

핵심 설계 포인트

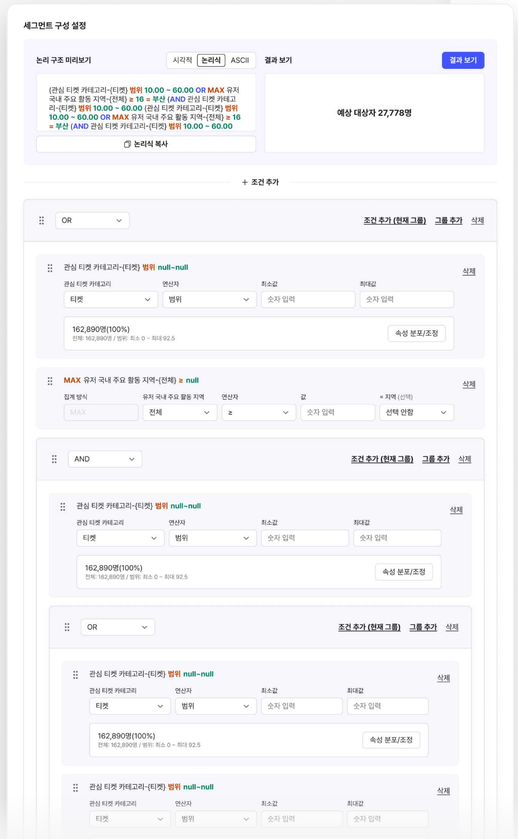
포함(Include)과 제외(Exclude) 구조의 시각적 분리를 통한 각 속성별 역할 명확화
제외 영역의 독립적 레이아웃 구성을 통한 인지적 간섭 최소화 및 인지 유도
피처 기반의 설정 경험 구조 강화

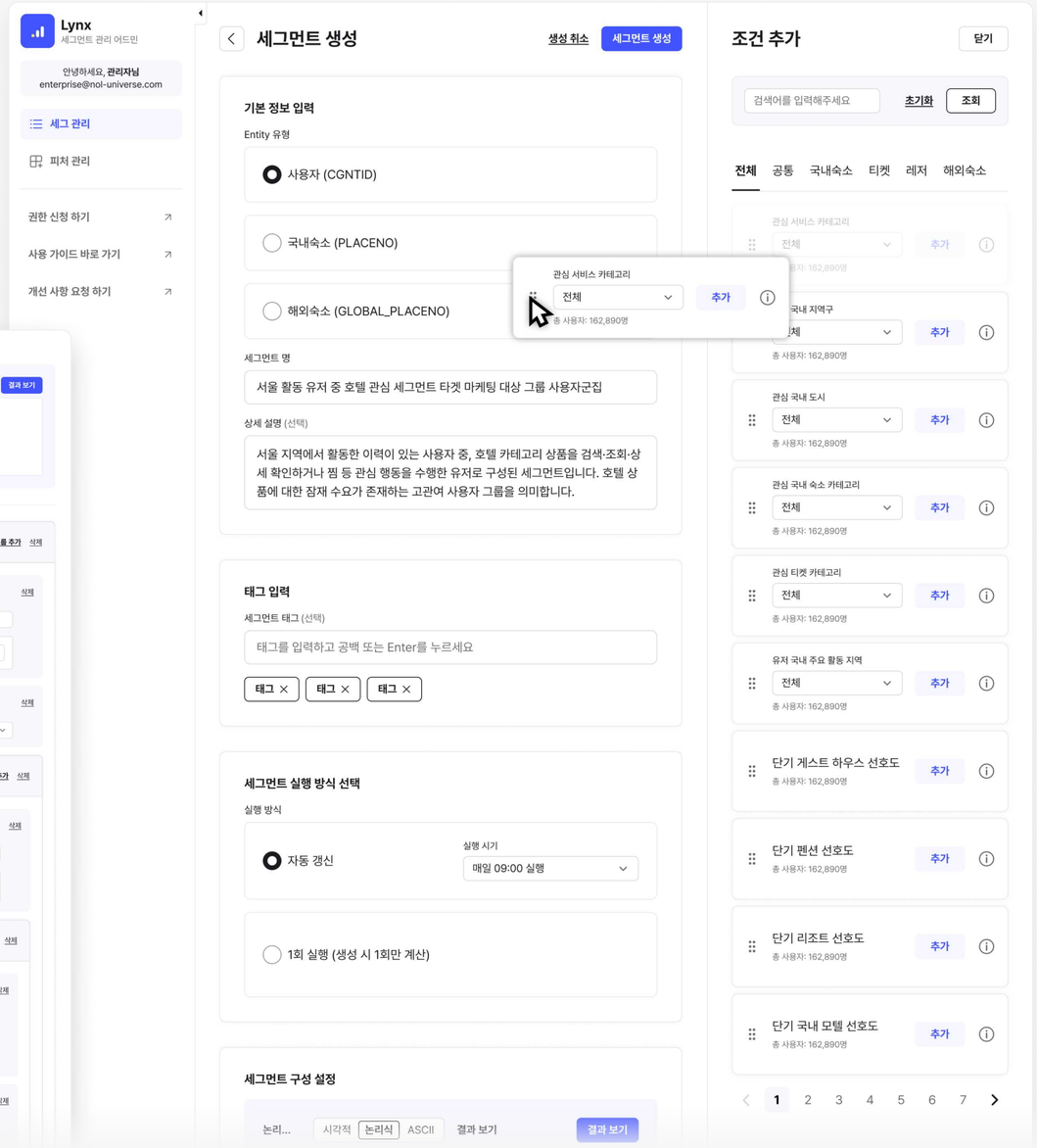
- 분포 기반 피처의 정확한 값 입력을 지원하기 위한 참조 데이터 제공
- 단순 피처의 경우 최소 정보 중심의 컴팩트한 구성 적용

정보 중복 제거 및 설정 흐름의 단순화를 통한 태스크 완결성 향상

개선 성과

세그먼트 빌딩 완료 리드타임: 평균 8분 30초 → **3분 10초 (약 62% 단축)**
조건 설정 오작동 및 데이터 추출 오류 발생률: 12.8% → **1.4% (약 -11.4%p 감소)**
리스트 요약 정보 제공을 통한 타겟 규모(예: 8,651명) 및 예상 결제액(86.7억 원) 실시간 비교 가능
핵심 요약 탐색으로 중복 세그먼트 생성 방지 및 재사용률 **+34.2% 증가**





NOL 항공 B2B 홀세일 어드민 UX 설계

기존 레거시 시스템의 복잡한 정책과 수동 중심의 업무 프로세스를 개편하여, 파트너사와 백오피스 운영자 모두의 업무 피로도를 낮추는 B2B 통합 플랫폼으로의 전환

Date

2026.08 ~

Participation

100% (메인 디자인 및 UX 설계)

Type

Responsive Web

문제 정의

레거시 이원화로 인한 운영 한계
발권과 정산 프로세스가 분리된 기존 레거시 어드민(에이어드민/더트래블)의 구조적 한계로 인해 외부 솔루션 도입에도 업무 효율 저하 및 확장성 제약이 발생했습니다.

반복 입력으로 인한 실무 공수 과중
소규모·중소형 여행사 실무자가 단체 항공권 발권 요청 시, 다수 탑승객마다 동일한 결제 정보(카드 번호, 할부 등)를 개별 입력해야 하는 비효율 구조로 인해 오입력 및 피로도가 높은 상태로 확인했습니다.

인사이트

현장 중심의 업무 패턴 분석
1:1 인터뷰 및 UT를 통해 실제 대리점 실무자들이 법인 카드 한도 제약으로 인해 여러 장의 카드와 현금을 쪼개어 혼합 결제하는 빈도가 높음을 확인했습니다.

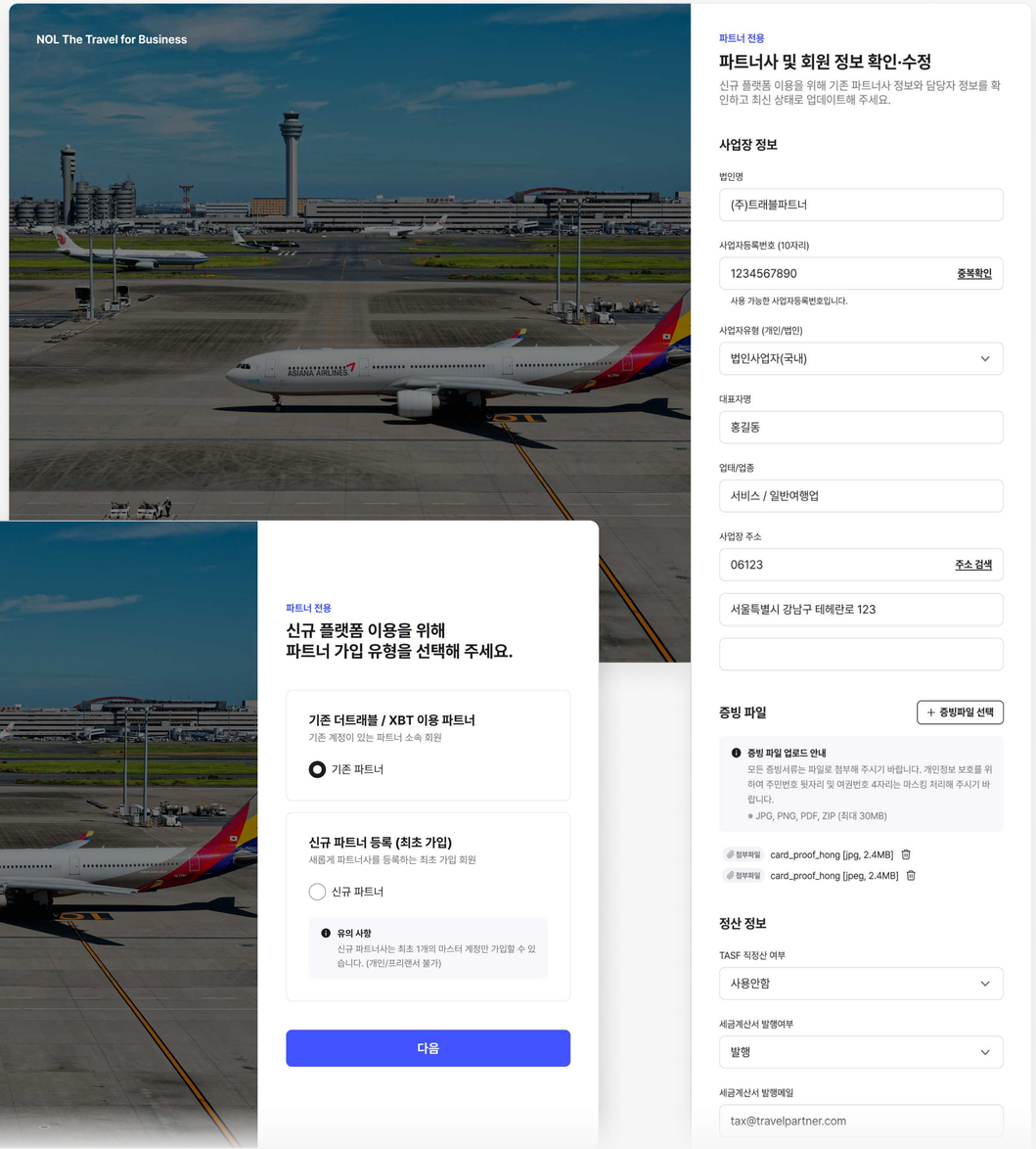
패러다임 전환의 필요성
개별 '탑승객 중심'의 입력 방식에서 '결제 수단'에 다수의 탑승객을 일괄 매칭하는 구조로 전환할 경우 반복 입력 공수를 줄이고 업무 속도를 단축할 수 있음을 도출했습니다.

역할

UX 설계 및 서비스 프로세스 재구조화
결제 수단 중심의 탑승객 다중 매칭 플로우 설계
광고 구좌 디자인 가이드

파트너 온보딩 프로세스

더트래블 신규 B2B 플랫폼 통합 회원가입 및 로그인 UX/UI



문제 상황

레거시 인증 체계의 한계와 마이그레이션 장벽
기존 레거시 시스템의 비표준 ID 체계로는 통합 회원 서비스 연동 제약이 발생했습니다.
서비스 오픈 시점의 대규모 파트너 유입이 예상됨에 따라,
레거시 계정 검증 및 회원가입 과정에서 발생할 수 있는 운영 혼잡과
이탈 리스크를 사전에 방지해야 했습니다.

해결 방안 및 플로우 설계

이메일 점유 인증 및 매칭 플로우 도입
기존 비표준 ID 대신 NOL 비즈니스 회원 기반의 이메일 점유 인증 체계를 도입하고,
서비스 전환 안내 팝업과 [신규 회원가입] 진입점을 직관적으로 보여줘서
레거시 전환 과정에서의 사용자 이탈을 최소화하도록 했습니다.

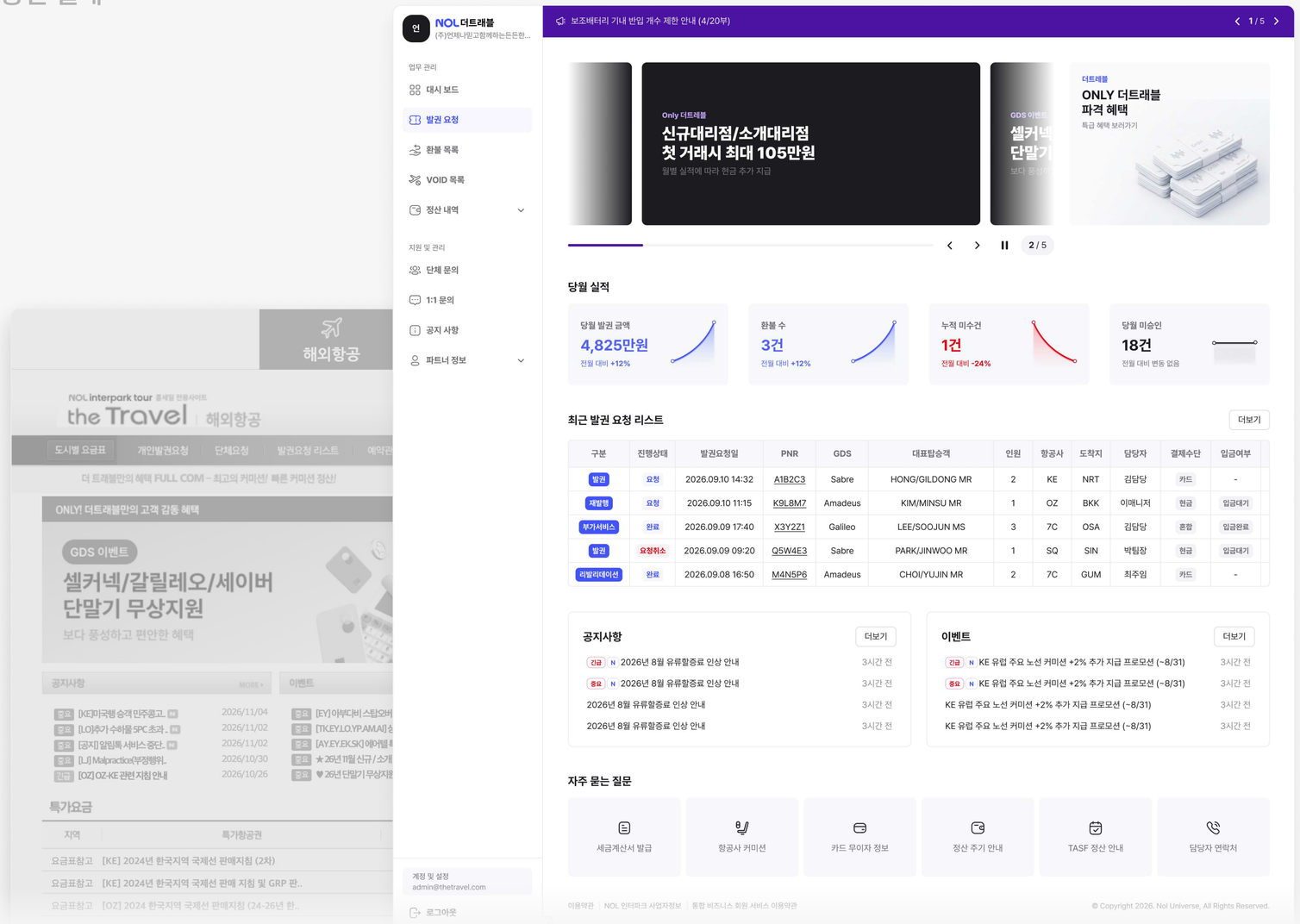
유형별 맞춤형 온보딩 프로세스 구축
기존 파트너는 기존 레거시 계정 검증 및 거래처 코드 매칭 과정을 거쳐
자연스럽게 전환되도록 설계했습니다.
신규 파트너는 1개 마스터 계정 등록 후 필수 회사·정산 정보를 입력하고,
백오피스 승인 프로세스를 거치도록 체계화하여
오픈 초기 대규모 유입 시 발생할 수 있는 운영 혼잡을 선제적으로 방지했습니다.

개선 성과

레거시 마이그레이션 이탈률: **0% (달성률 100%)**
신규 파트너 가입 승인 및 검증 소요 공수: **기존 대비 -50% 단축**

파트너 대시보드

데이터 시각화를 통한 당월 실적 현황 파악 및 빠른 실무 진입 동선 설계



문제 상황

산발적인 팝업 공지
화면 전면에 다수의 레이어 팝업(세금계산서, 주요 공지 등)이 동시에 노출되어,
접속 직후 실무 업무 파악을 방해하고 시각적 피로도를 유발합니다.

비효율적인 정보 구조
당월 실적과 최근 발권 요청 리스트가 분산되어 있어,
실무자의 빠른 업무 파악과 핵심 동선 진입이 지연됩니다.

낮은 가시성
텍스트 위주로 빽빽하게 배치되어 있습니다.

설계 방향

모듈형 전환
방해 요소가 많은 팝업을 제거하고,
상단 고정형 띠배너(다건 롤링)를 통해 공지 및 프로모션을 통합 관리하게 제안했습니다.

액션 중심의 KPI 시각화
당월 누적 실적과 발권 요청 리스트를 직관적으로 배치하여
실무자의 업무 생산성에 도움을 줬습니다.

멀티 디바이스 반응형 표준화
PC와 모바일 환경에서 텍스트 잘림 없는 일관된 레이아웃 제공합니다.

개선 성과

대시보드 실무 탐색 및 자금 현황 파악 리드타임: **대폭 단축**

발권 요청 프로세스 설계

결제 정보 입력 개선을 통한 업무 리드타임 단축

문제 상황

탑승객 중심 입력 방식의 반복 공수 과중
소규모·중소형 여행사 실무자가 단체 항공권 발권 요청 시,
다수의 탑승객 각각마다 동일한 결제 정보(카드 번호, 할부 정보 등)를
개별 입력해야 하는 구조로 인해 반복 입력 공수가 높고 오입력 및 피로도가 급증했습니다.

분할 결제 및 혼합 결제 환경 미지원
현장 실무에서 법인카드 한도 제약이나 예산 분산으로 인해 여러 장의 카드나 현금을 쪼개어 혼합 결제하는 경우가 빈번하나, 기존 시스템은 이에 대한 유연한 입력 구조를 제공하지 않아 운영 제약이 컸습니다.

핵심 설계 포인트

결제 정보 일괄 입력 및 다중 매칭 인터페이스

1. 결제할 카드 개수를 선택하고
2. 동일한 결제 수단으로 결제할 탑승객들을 선택하여
3. 동일한 카드를 쓰는 인원이 3명이든 4명이든 카드 정보 입력은 단 한번만 수행하고 탑승객만 묶어주는 방식으로 개선하였습니다.

혼합 결제 최적화 UX
복수의 결제 수단(예: 카드 A + 카드 B)을 등록하고 각각에 해당하는 탑승객 그룹을 나누어 매칭할 수 있는 분할 결제 관리 영역을 설계했습니다.



개선 성과

발권 요청 및 결제 입력 소요 시간: **기존 대비 약 -65% 단축**
다수인원 단체 발권 시 반복 입력 공수 및 오입력 오류: **대폭 감소**
결제 수단 중심 매칭 구조 도입을 통한 실무자 피로도 최소화 및 정산 정확도 향상

