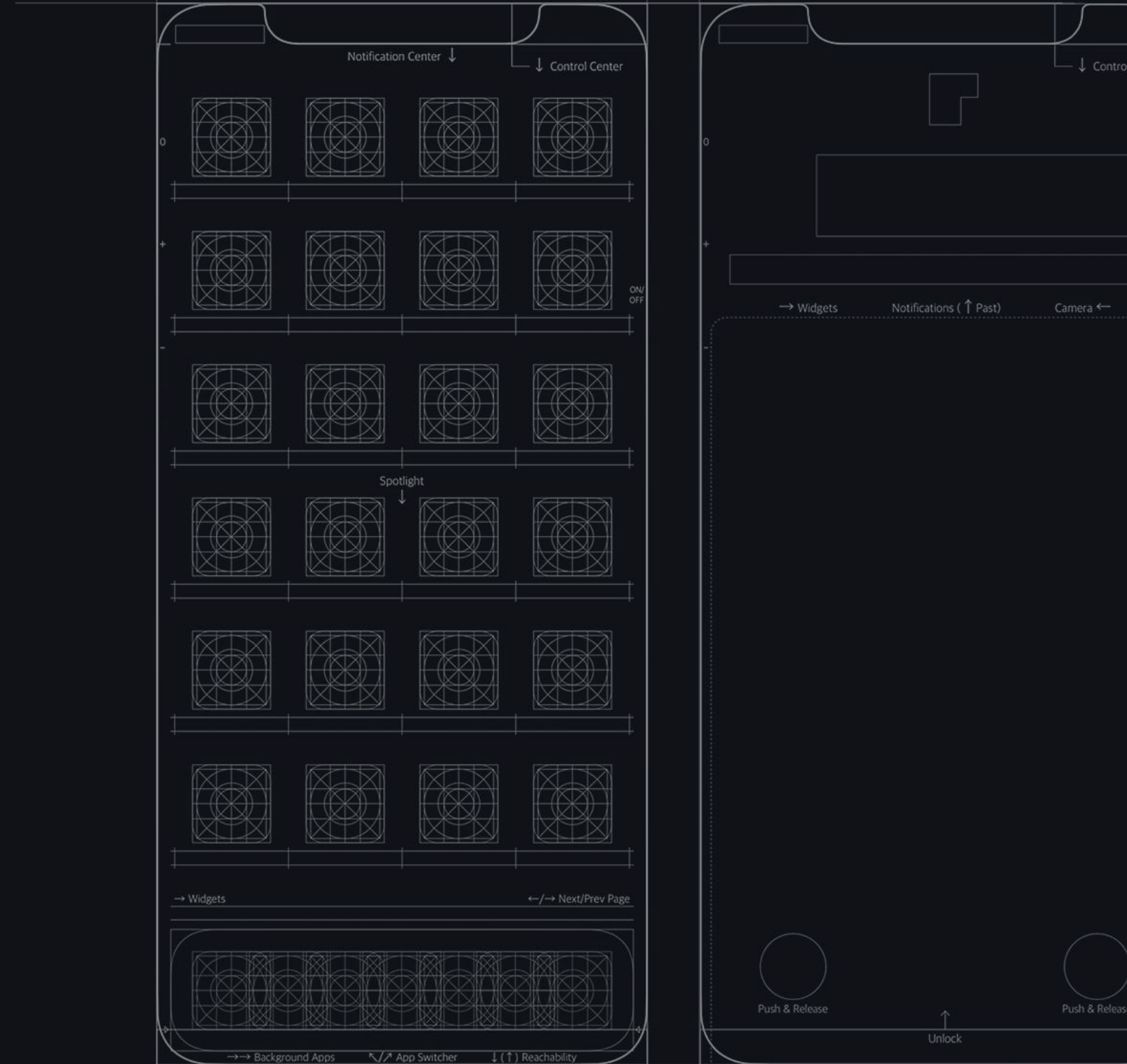


# 성공적인 UX 솔루션을 위한 Key Things

김선일



전공은 산업디자인,  
 첫 회사는 광고대행사,  
 현재는 UX Team Lead를 맡고 있는  
 김선일입니다.





사 배운  
최적 디자인 규칙은  
다 있어야.  
이 책에 실린 것까지.  
  
좋은 디자인은 어떻게  
만드는 법을 알려라.  
어제 좋은 디자인은

여기어디.  
UX Center

3 Teams

21 Owners

BX/UX/UXW

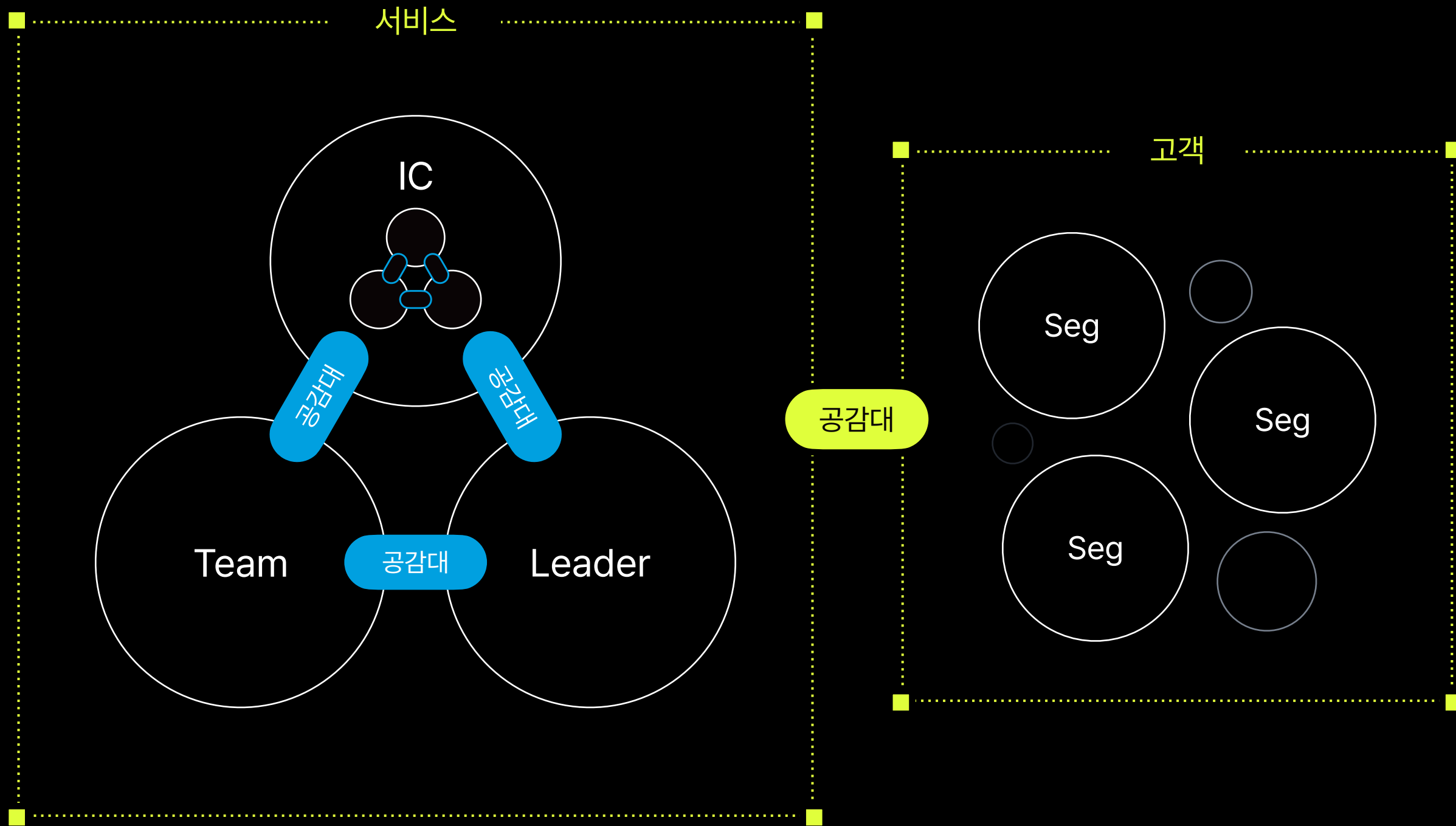
뾰족한 문제 정의?

폭풍 벤치마크?

무엇이 **성공적인 UX** 를 만들까요?

넘쳐흐르는  
정량/정성 데이터?

중요한 것은 공감대의 형성

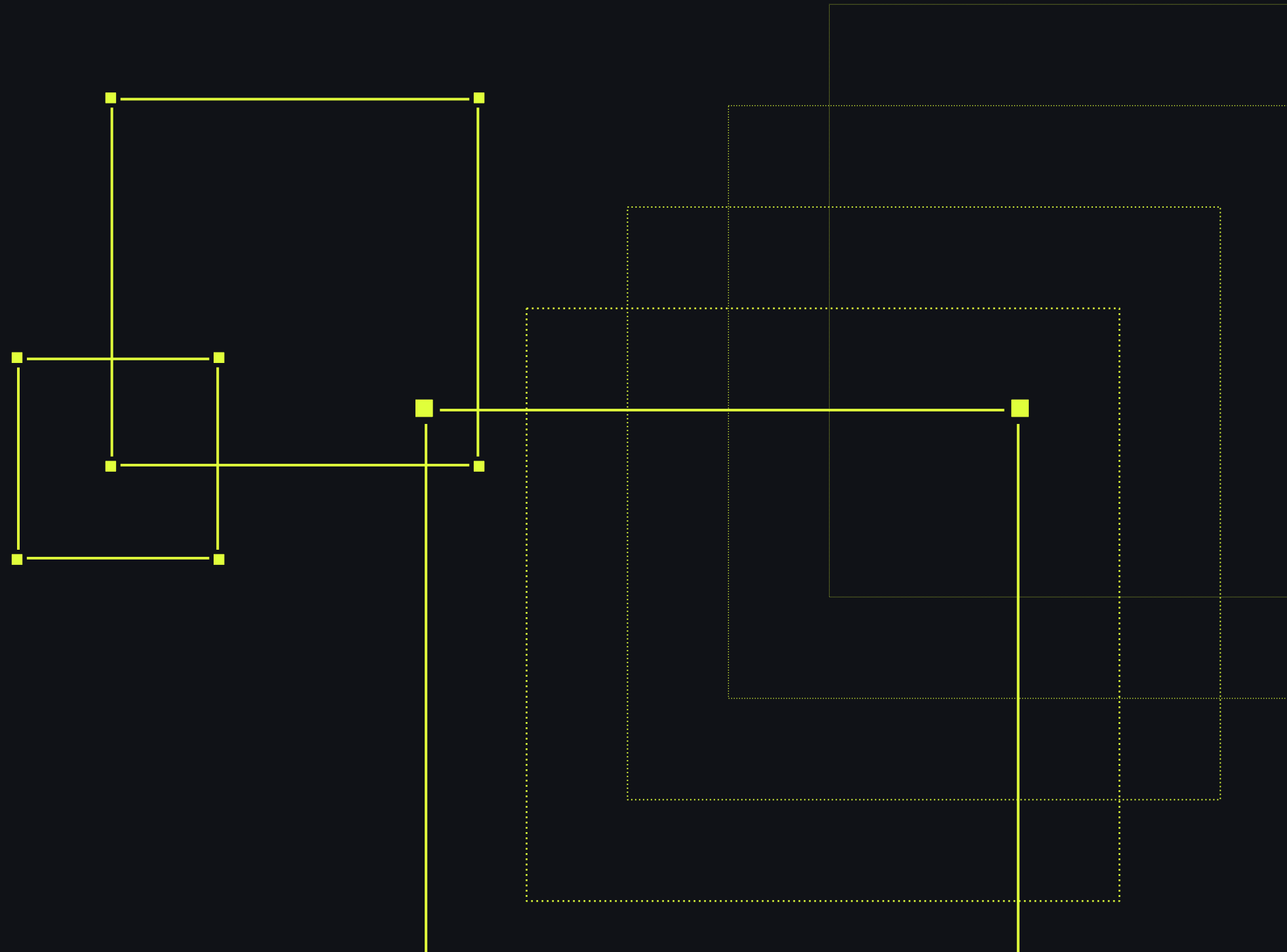


공감대가 탄탄한

UX 솔루션을 위한 3가지

01

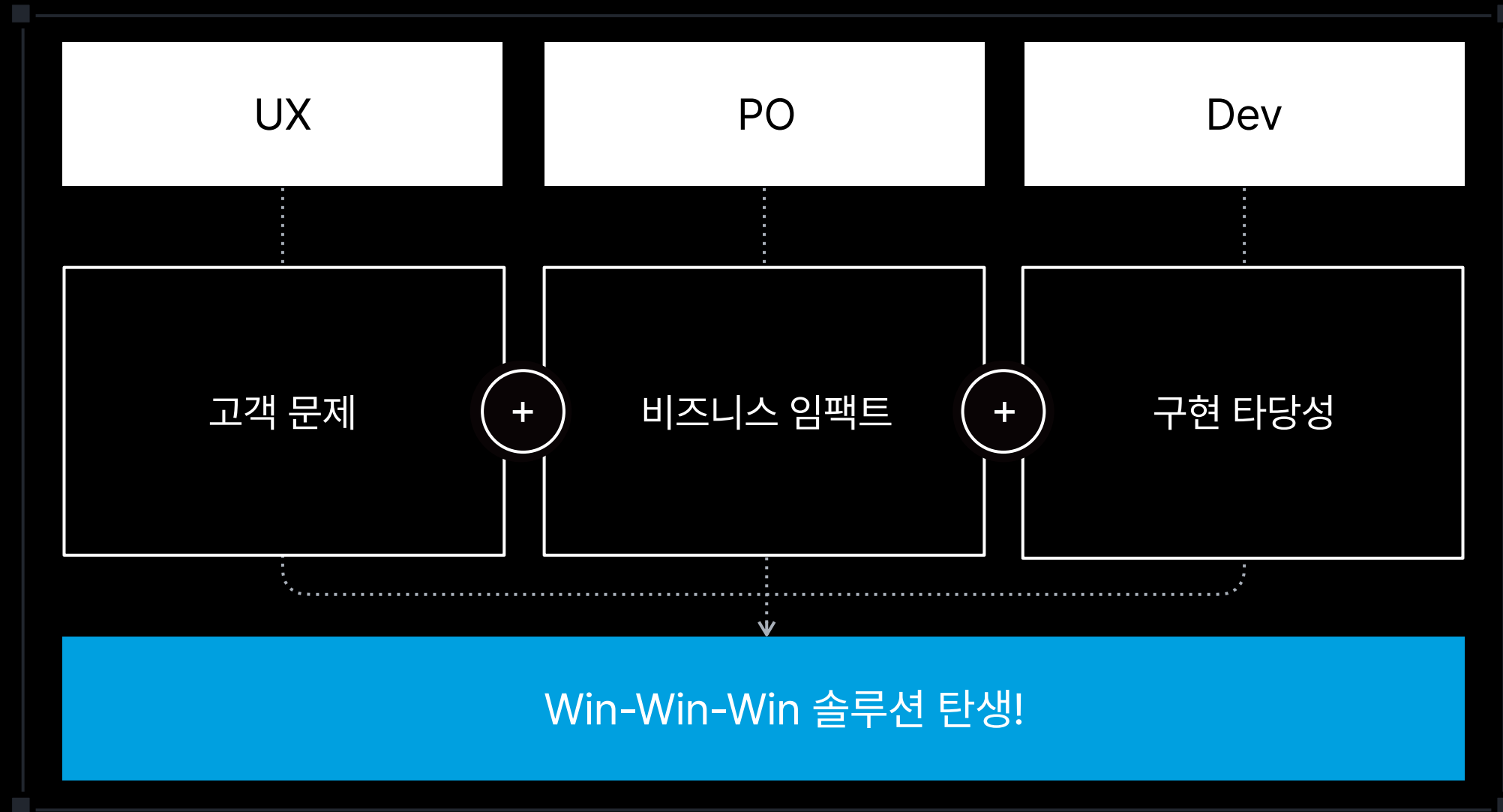
# UX-PO-Dev 다방면으로 접근하여 공감대 만들기









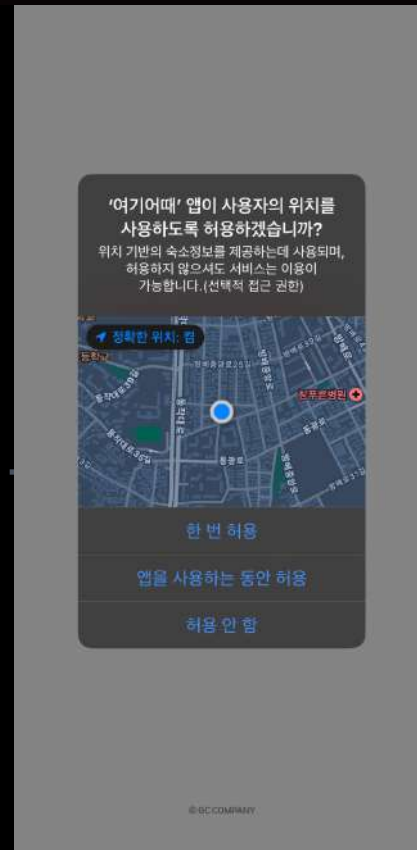


## Before

### 스플래시



### 권한 요청

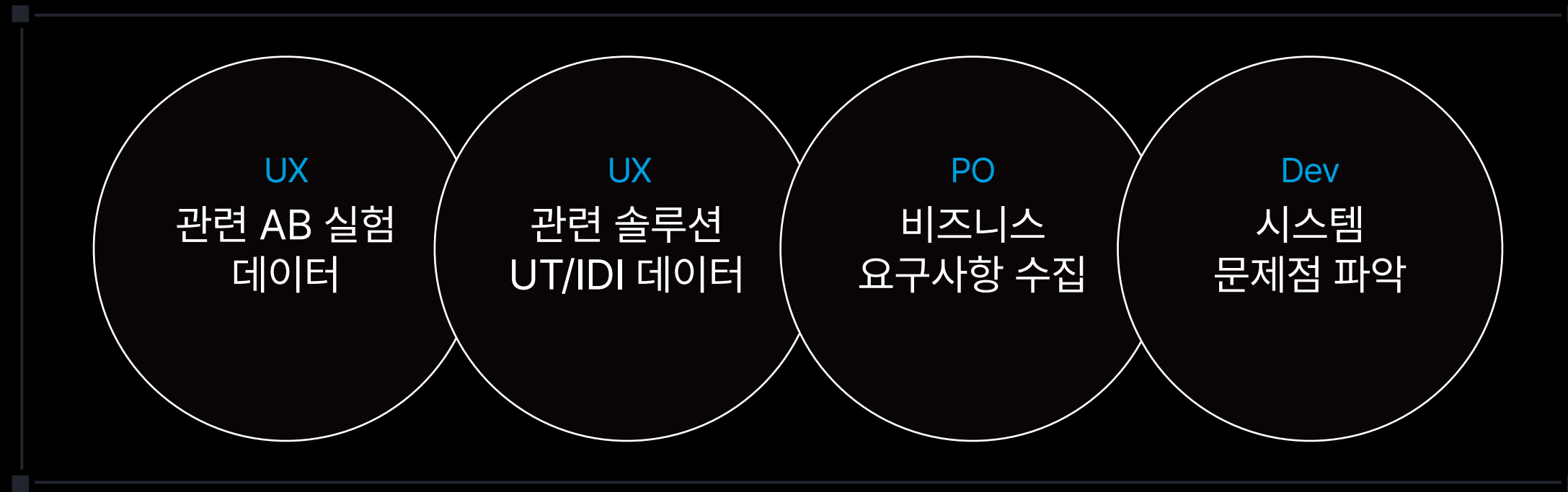


### 온보딩

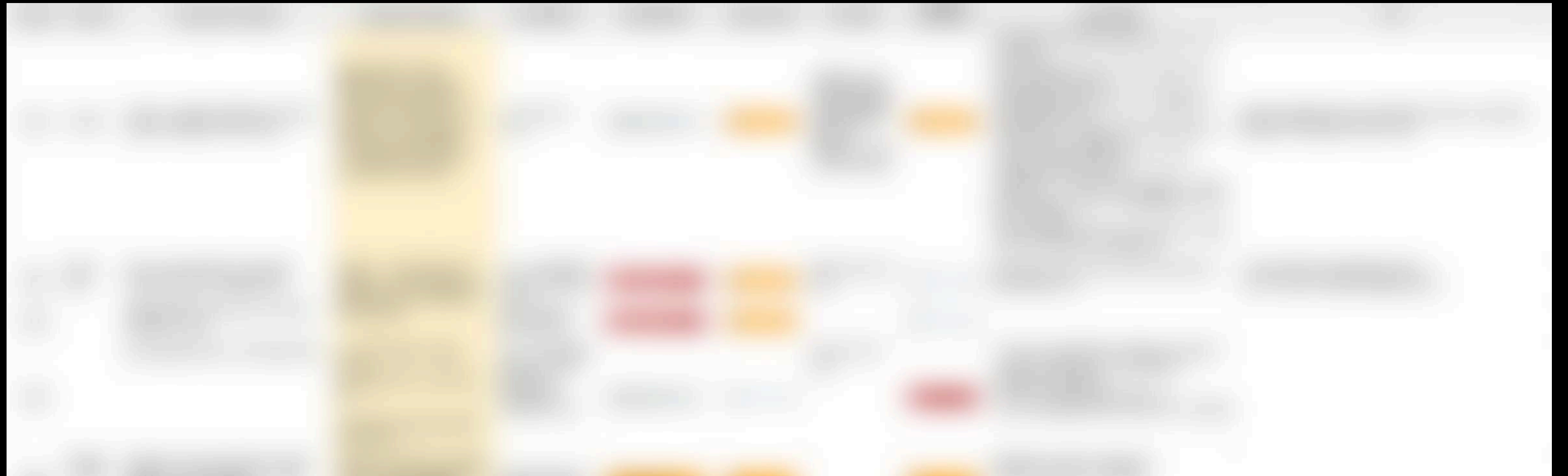


### 홈









Reduce

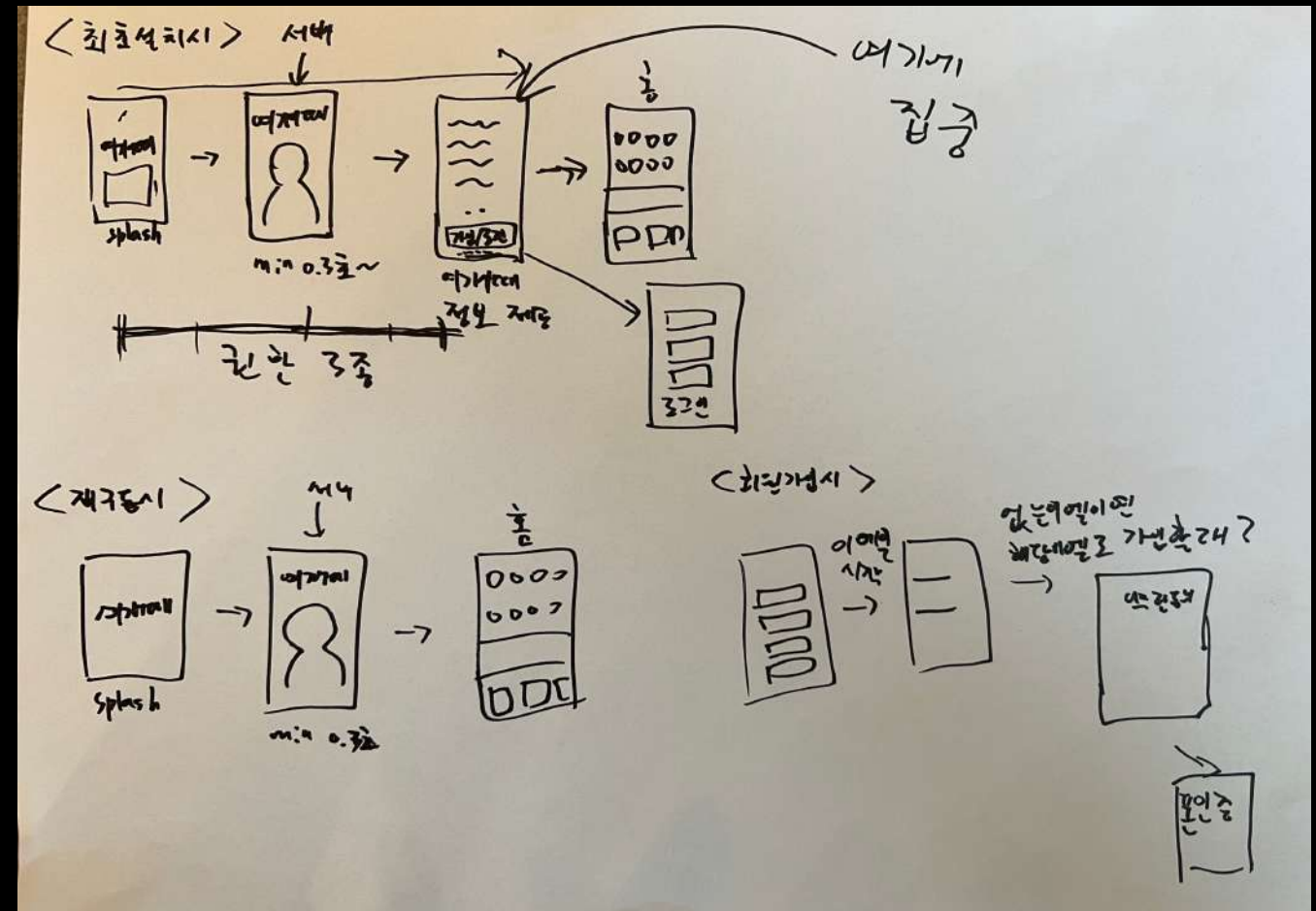
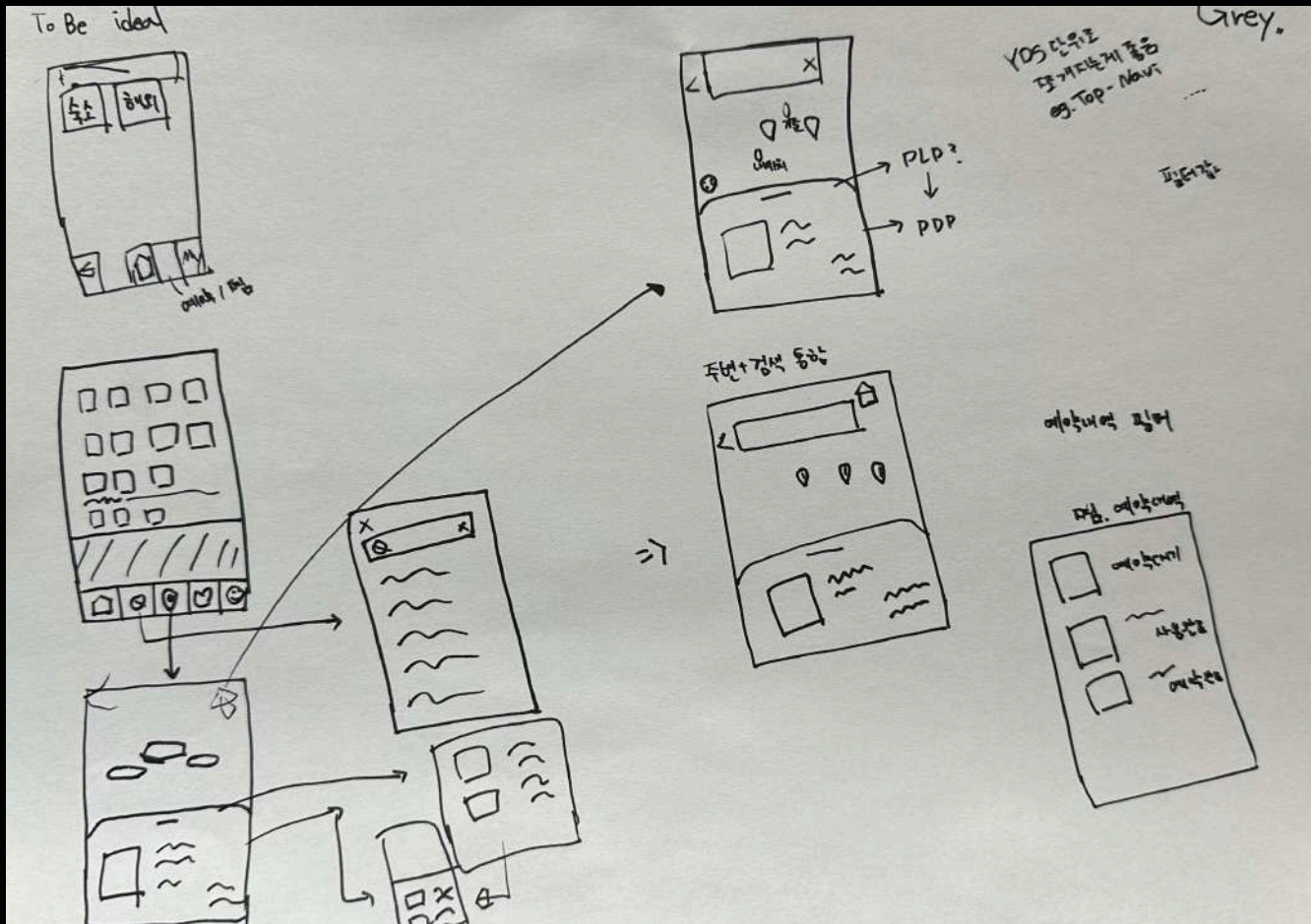
전체 퍼널의 물리적 단계를 축소하여 로그인 완료까지의 시간을 단축하고, 가입 경험의 유지보수 비용을 최소화합니다.

Flexibility

회원가입을 시도할 경우 로그인 플로우로 자연스럽게 유도하여 유연한 비즈니스 대응을 가능하게 합니다.

Focus

프로세스에 집중하여 사용자 참여를 향상시키고, 적절한 상호작용을 통해 한 번에 완료할 수 있도록 합니다.



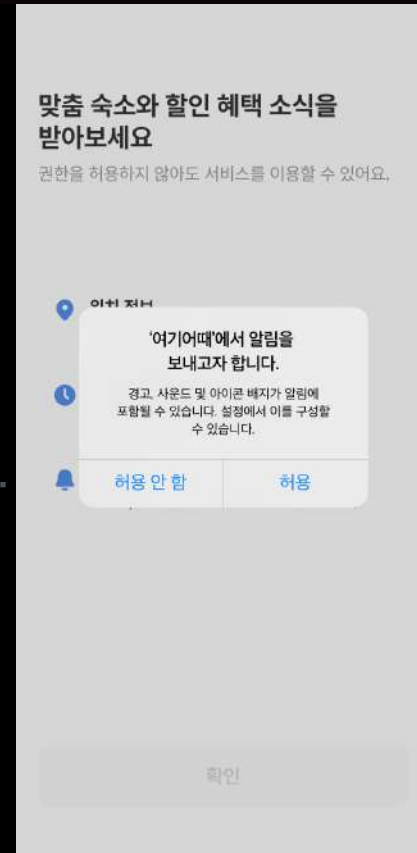
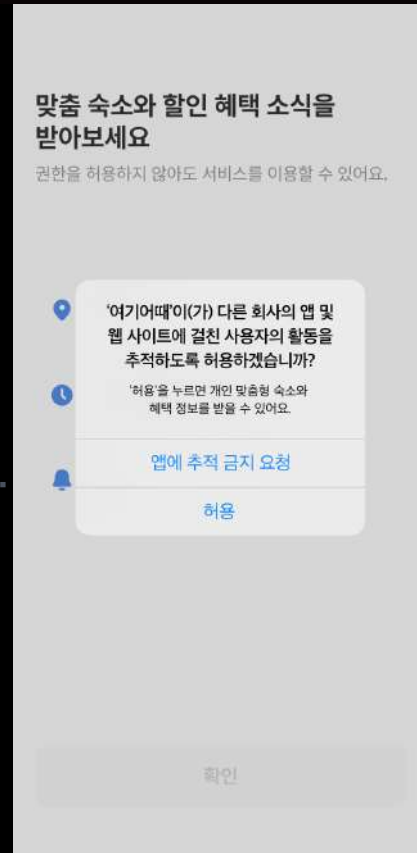
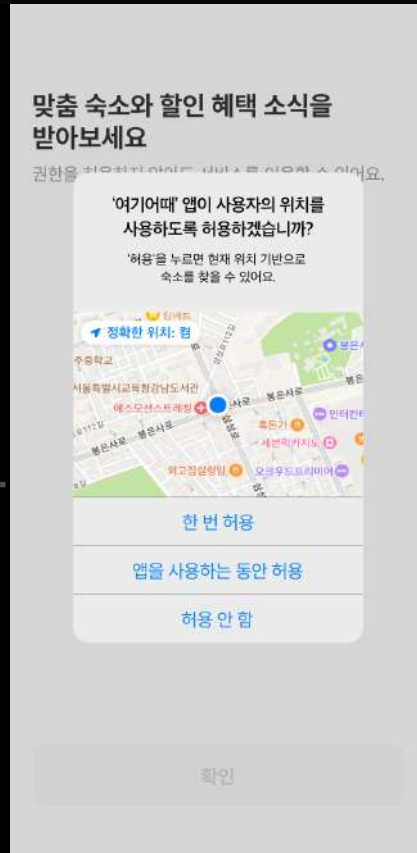
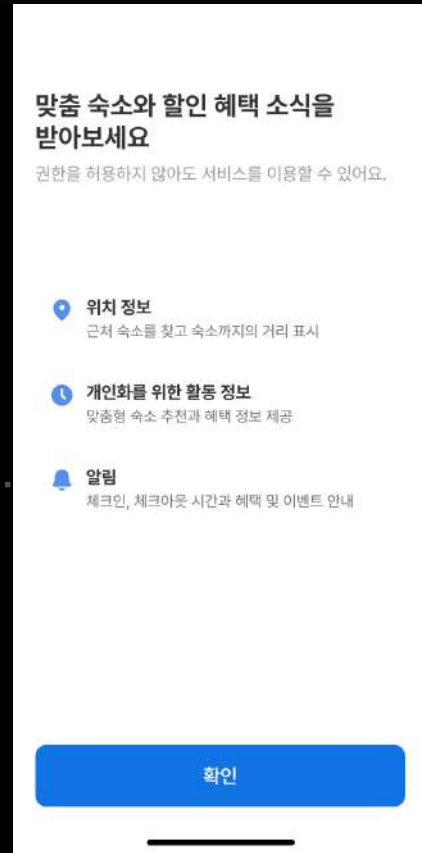


Now

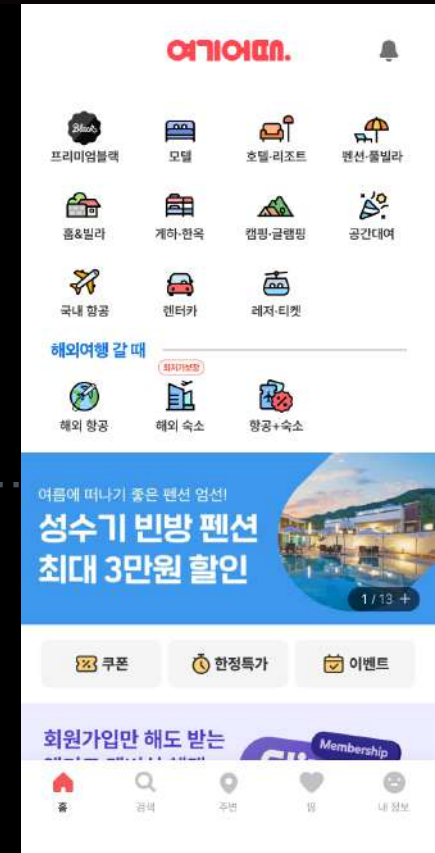
스플래시



권한 안내/요청



홈



Step 1  
문제점/요구사항 수집

Step 2  
Alignment

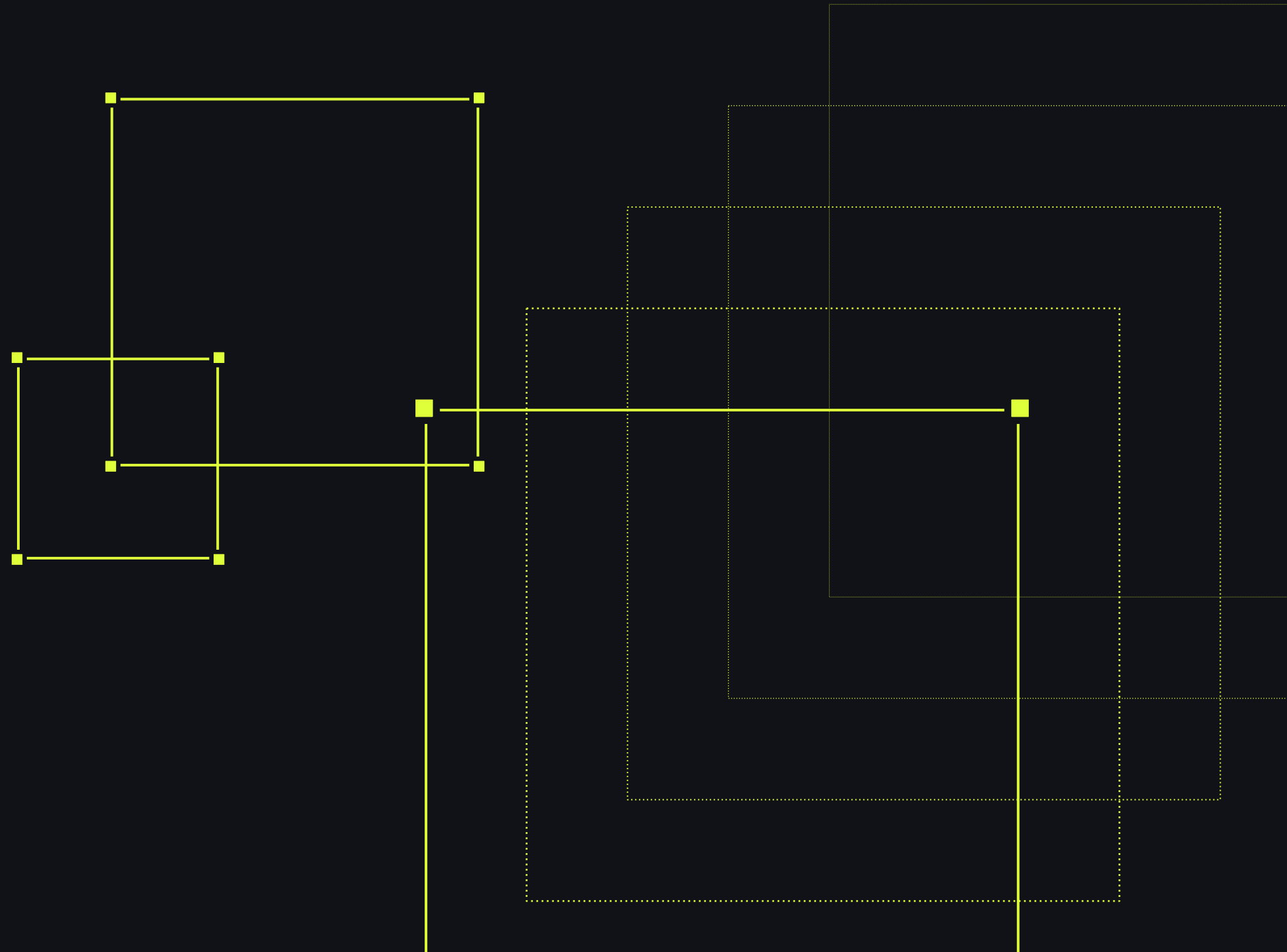
Step 3  
컨셉 3 Phrases 정의

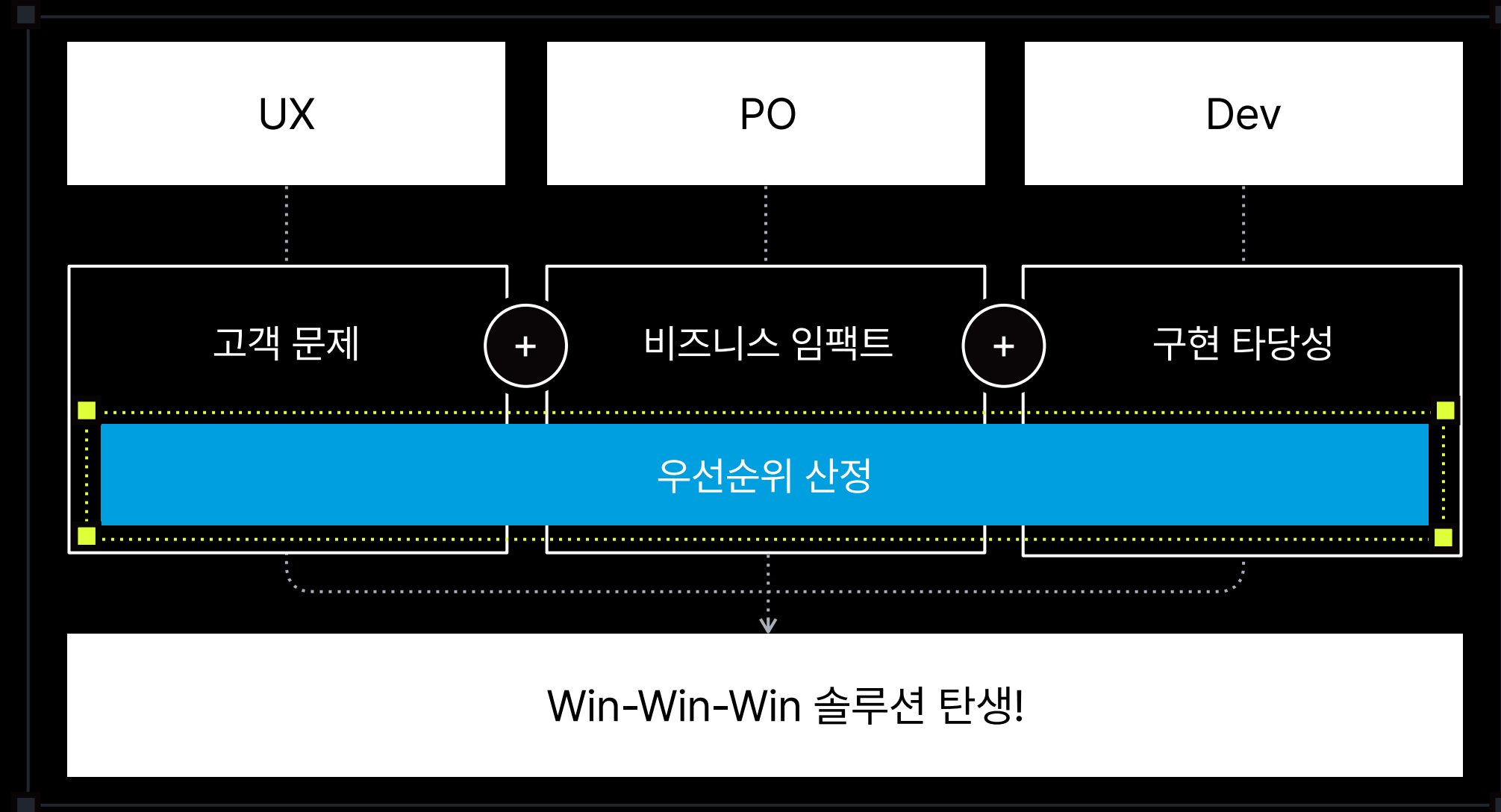
Step 4  
Crazy 1 아이디어션

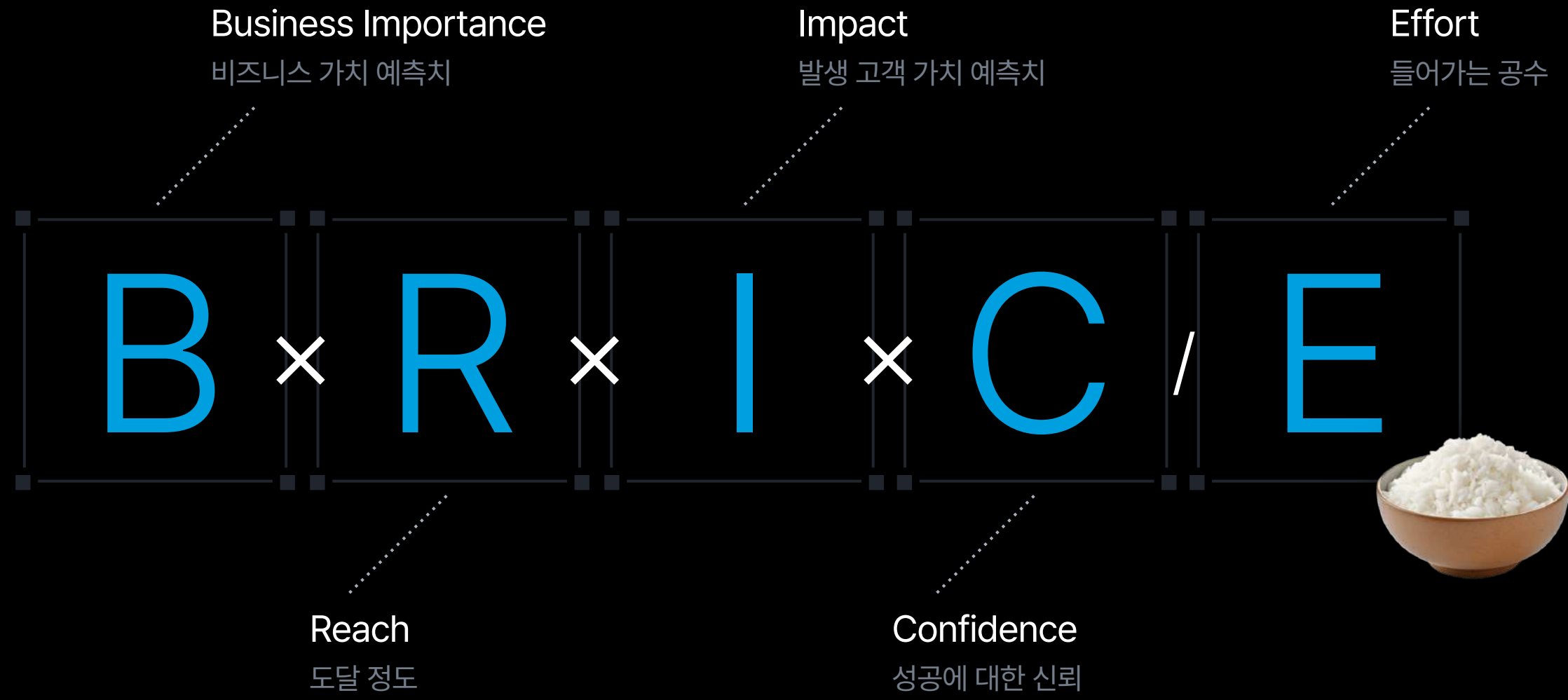
Step 5  
솔루션 Finalize

# 02

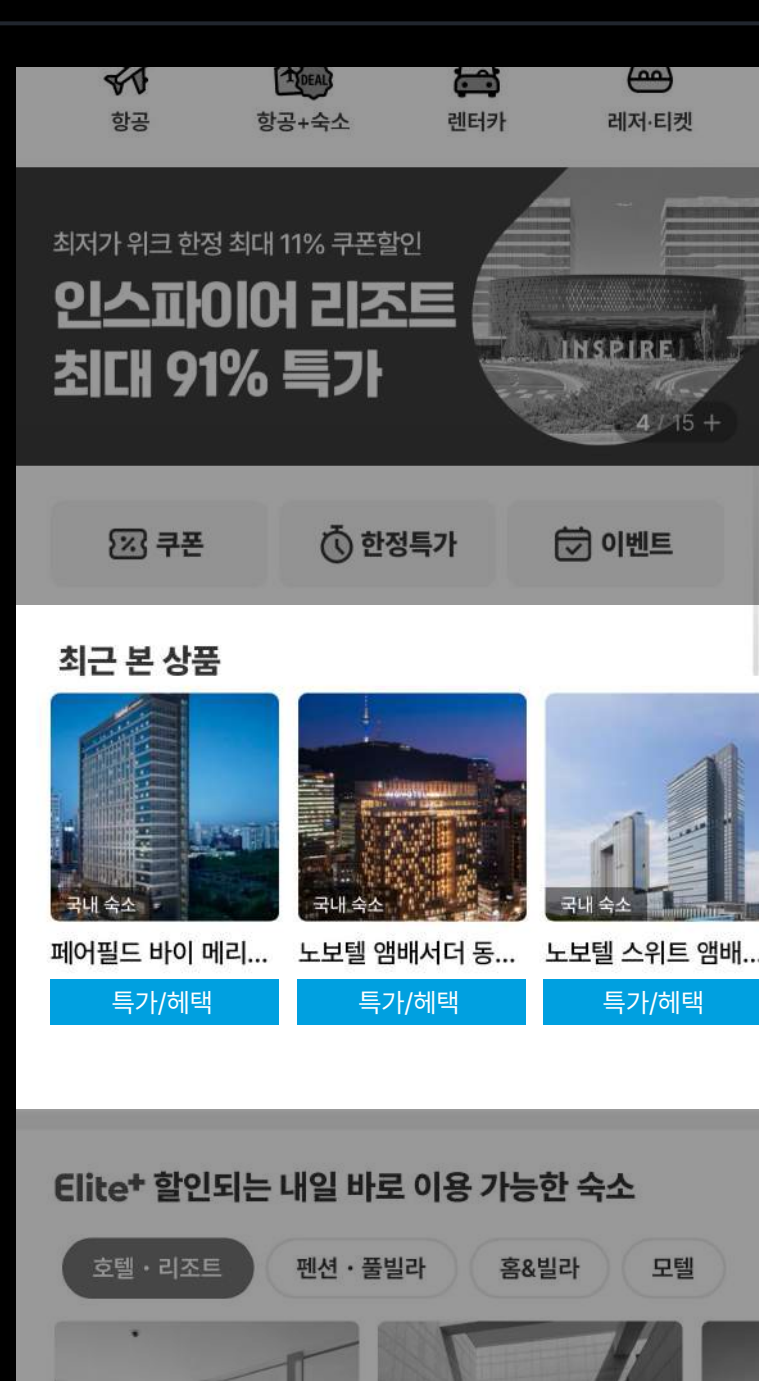
## 고객 문제에서부터 공감대 만들기







Step 1



Step 2



Step 3

54,545

Items	Problem/Hypothesis	Solution Idea	B	R	I	C	E	Score	Priority
최근 본 상품에 특가/혜택 노출	고객은 최근 본 상품에서 탐색시 제공되는 혜택을 인지 하지 못해 특가 상품을 놓침	특가/혜택 정보를 제공하여 탐색시 인지하도록 함	3	400,000	1.5	1	33	54,545	P1
██████████ ██████████	██████████ ██████████	██████████ ██████████	2	400,000	2	0.8	66	19,394	P3
██████████ ██████████	██████████ ██████████	██████████ ██████████	2	300,000	1.5	0.5	33	13,636	P4
██████████ ██████████	██████████ ██████████	██████████ ██████████	2	150,000	2	1	20	30,000	P2
██████████ ██████████	██████████ ██████████	██████████ ██████████	1	150,000	1	1	90	1,666	P5

⋮

BRICE로 우선순위를 정했는데 **솔루션이 달라진다면?**

**치명적인 문제** 가 발견된다면?

# BRICE의 딜레마

Items	Problem/Hypothesis	Solution Idea	B	R	I	C	E	Score	Priority
최근 본 상품에 특가/혜택 노출	고객은 최근 본 상품에서 탐색시 제공되는 혜택을 인지하지 못해 특가 상품을 놓침.	특가/혜택 정보를 제공하여 탐색시 인지하도록 함.	3	400,000	1.5	1	33	54,545	P1
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	2	400,000	2	0.8	66	19,394	P3
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	2	300,000	1.5	0.5	33	13,636	P4
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	2	150,000	2	1	20	30,000	P2
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	1	150,000	1	1	90	1,666	P5

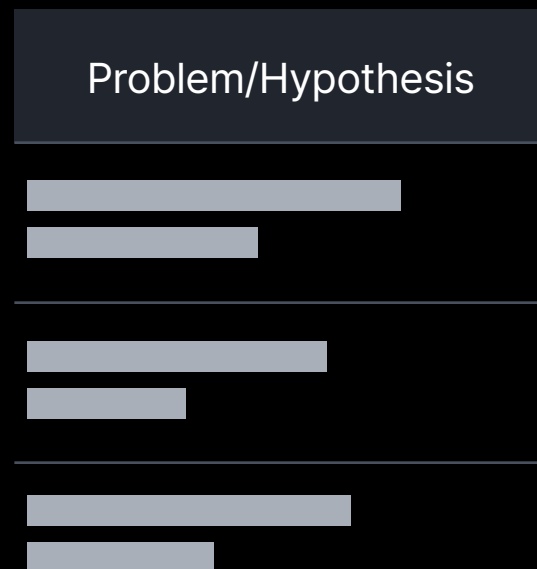


Items	Problem/Hypothesis	Solution Idea	B	R	I	C	E	Score	Priority
최근 본 상품에 특가/혜택 노출	고객은 최근 본 상품에서 탐색시 제공되는 혜택을 인지하지 못해 특가 상품을 놓친다.	특가/혜택 정보를 제공하여 탐색시 인지하도록 한다.	3	400,000	1.5	1	33	54,545	P1
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	2	400,000	2	0.8	66	19,394	P3
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	2	300,000	1.5	0.5	33	13,636	P4
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	2	150,000	2	1	20	30,000	P2
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	1	150,000	1	1	90	1,666	P5

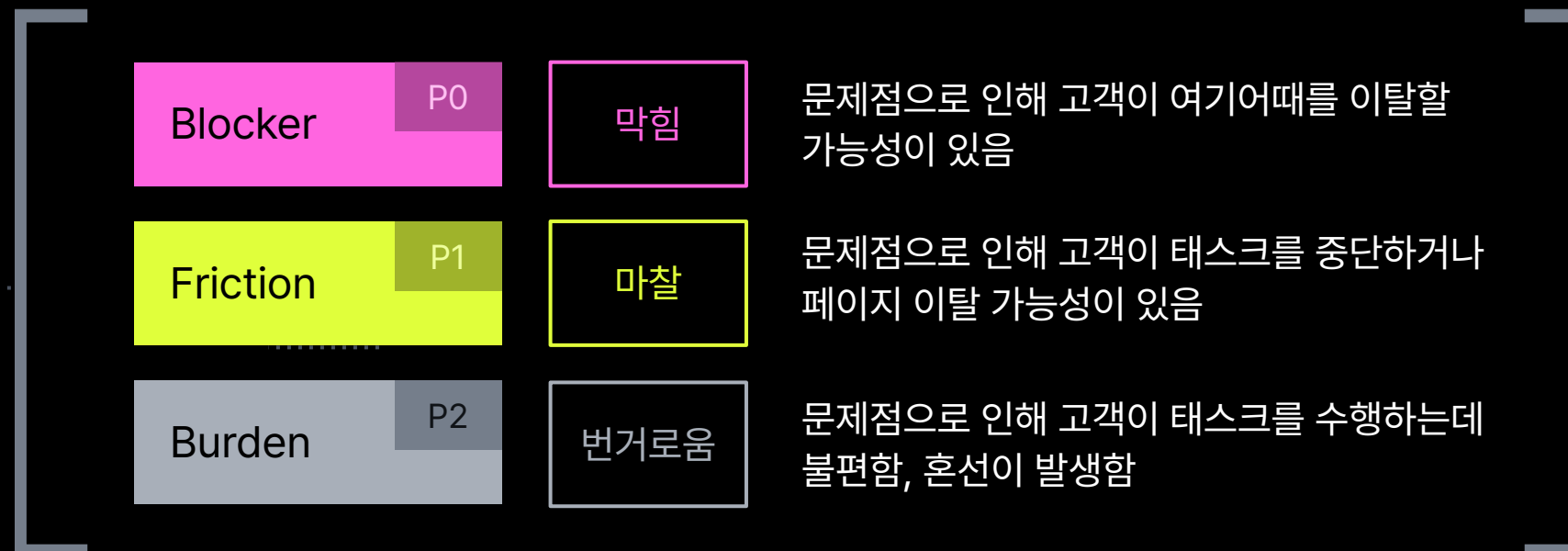
고객 문제부터 치명성을 판단하여 공감대를 만들어보자! → PPF

# PPF: Problem Prioritization Formula 1.0

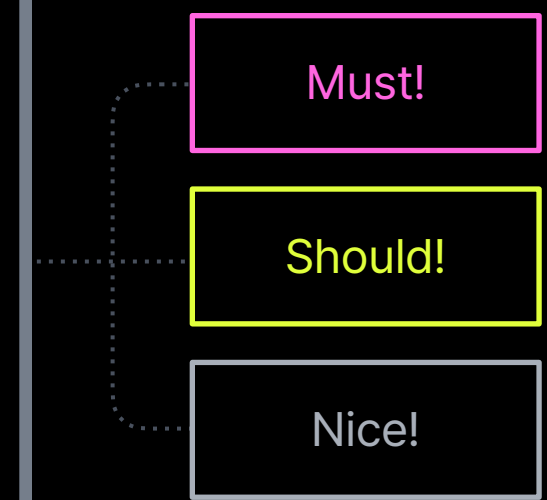
Step 1



Step 2

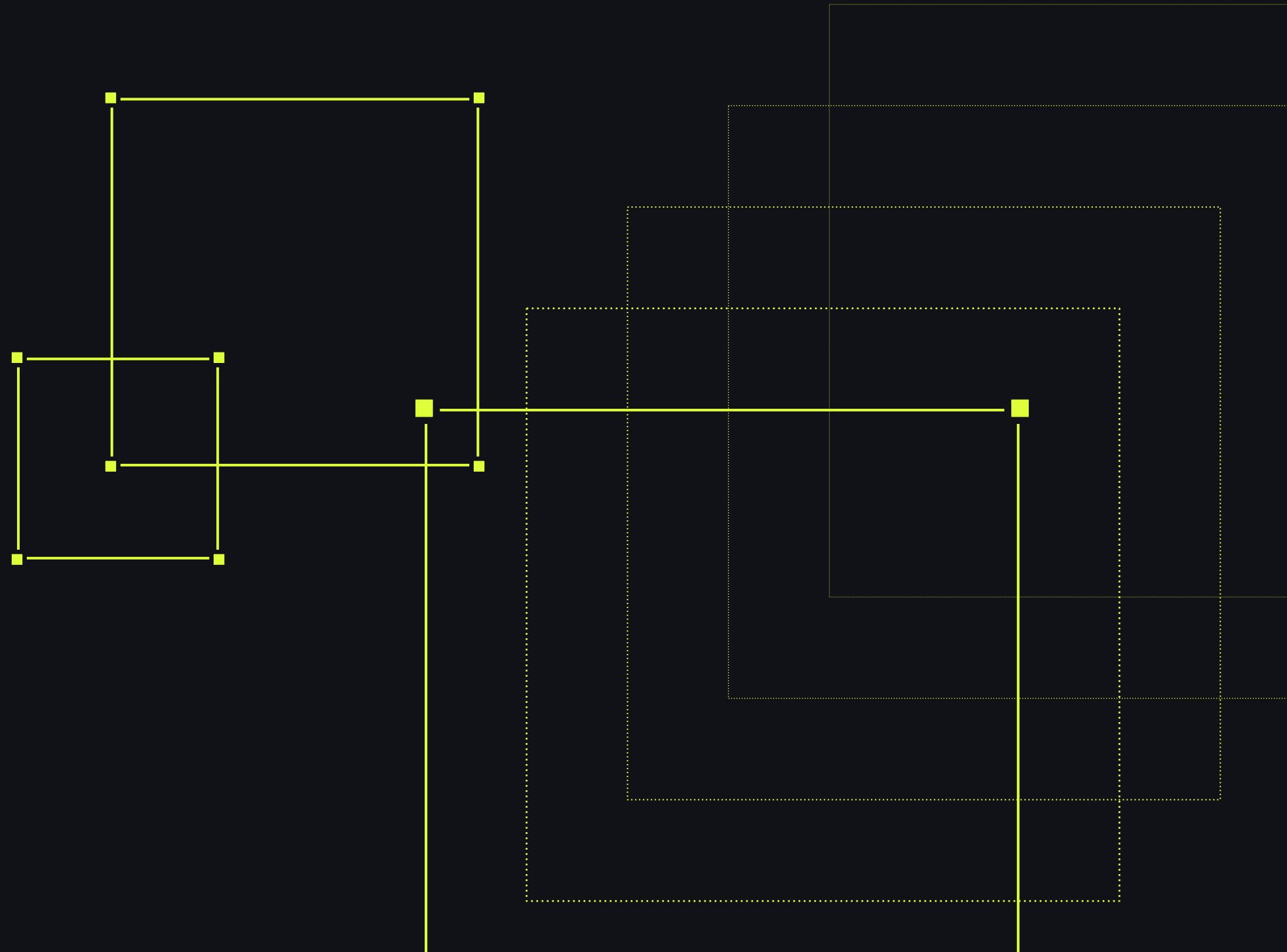


Step 3

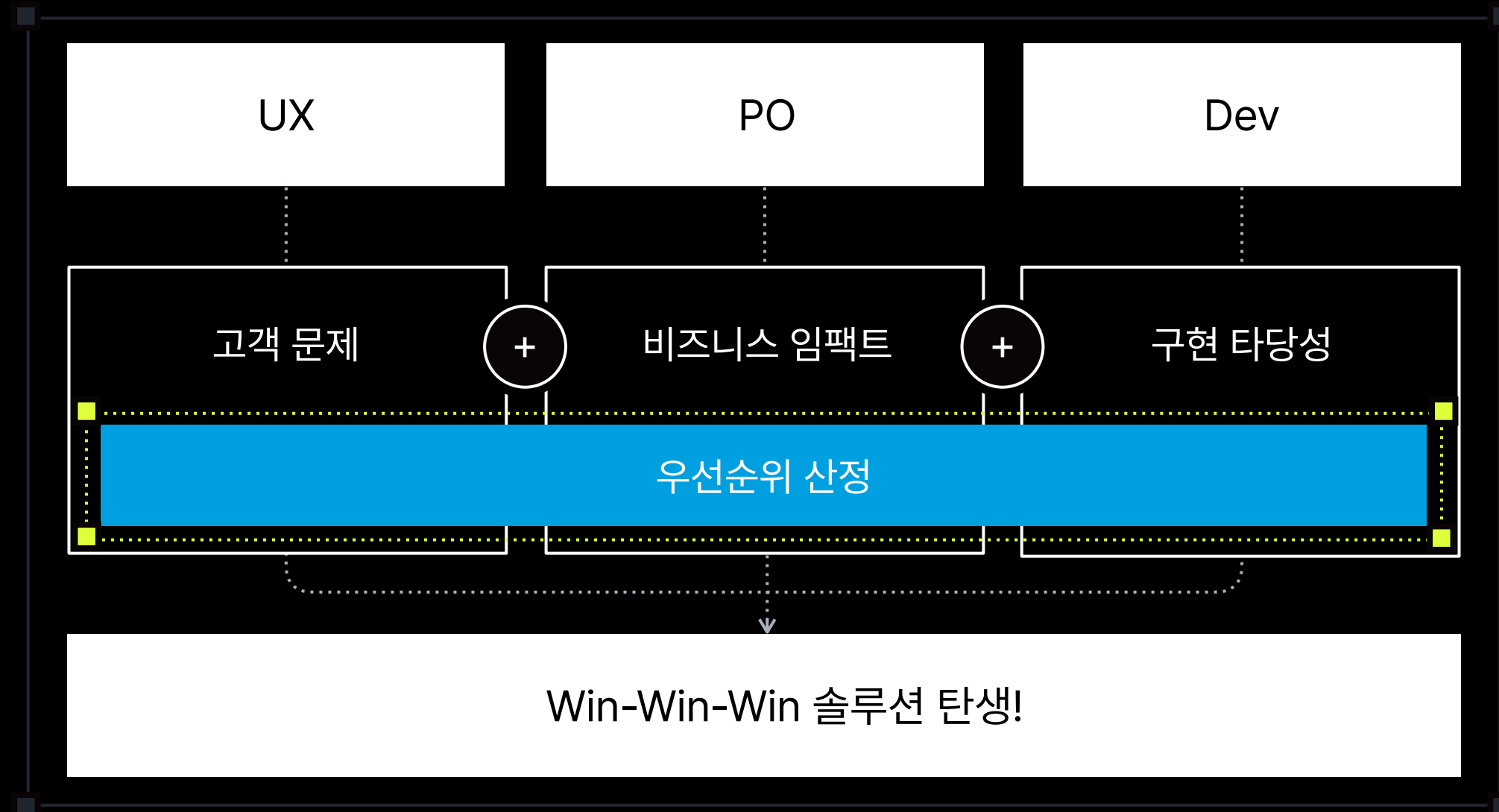


# 03

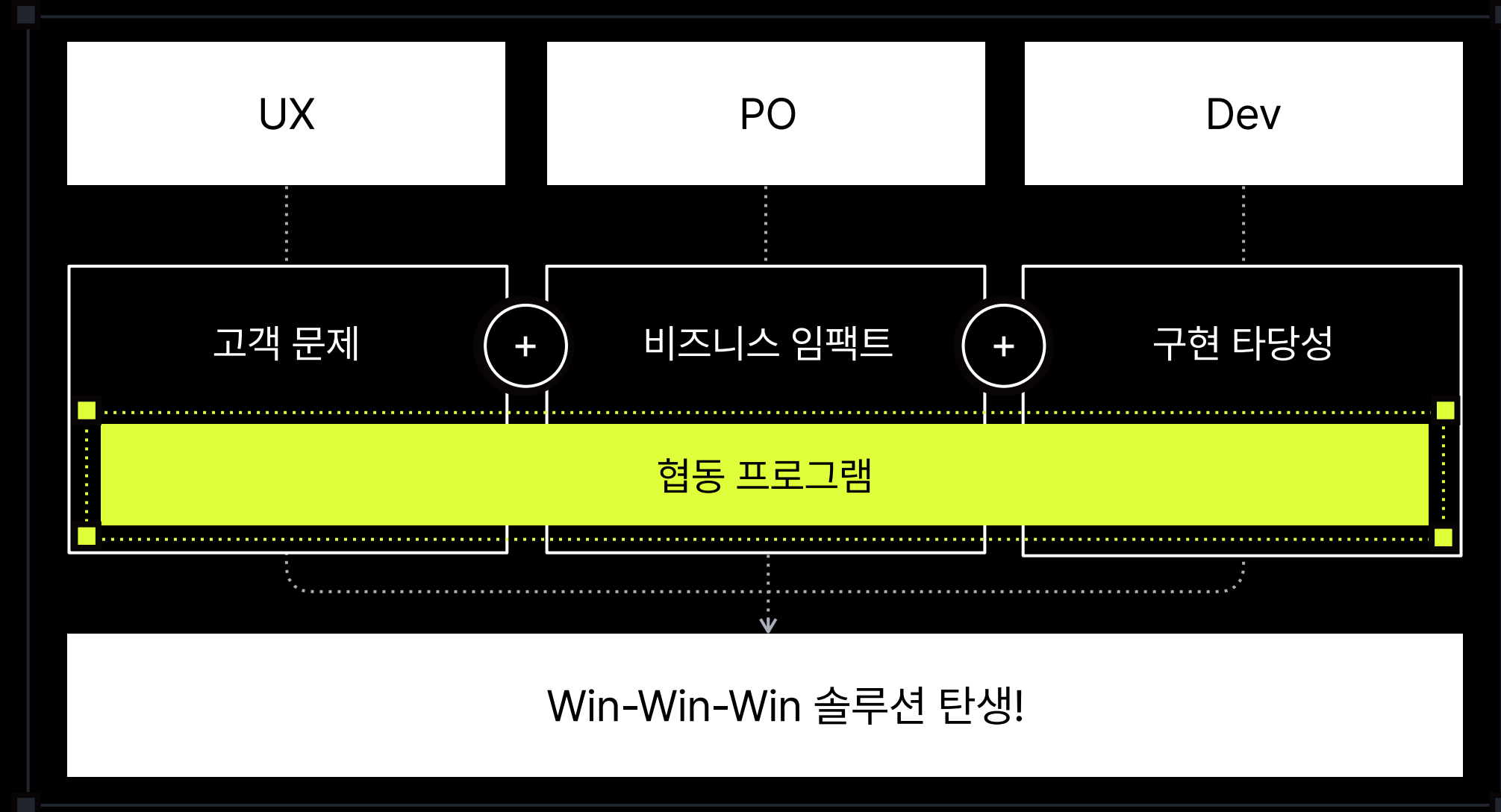
## 협동 프로그램으로 공감대 만들기



또 다른 방법은?



또 다른 방법은?



```
int main(){  
    printf("code_prototype_sprint");  
    return 0;  
}  
  
schedule(){  
    ("1/10-25");  
}
```

Jin, Nathan | UX Center, App Dev | 2024

```
text("topic");
```

new tech  
new experience



ai tech



platform  
features



hyper  
personalization

etc

("8")



# 사례 - Code Prototype Sprint



고객 문제 - 비즈니스 임팩트 - 구현 타당성까지, **다방면으로 접근**  
고객 문제에서 부터 **치명성 기준으로 우선순위화**  
공감대 형성의 또다른 방법, **협동 프로그램**



# 감사합니다.

