

Portfolio

HSAD 2026년 하반기 신입사원 채용
디지털 기획

배근찬
Keunchan Bae

PHONE 010-5309-0164
E-MAIL sgi06010@yonsei.ac.kr

세상을 밝히는 배근찬입니다.



배근찬 Keunchan Bae

BIRTH 1999.03.01
PHONE 010-5309-0164
E-MAIL sgi06010@yonsei.ac.kr

EDUCATION	2018.03 - 2025.08	연세대학교 언더우드국제대학 정보인터랙션디자인학과 (GPA 3.55/4.3)
	2018.03 - 2025.08	연세대학교 언더우드국제대학 창의기술경영학과 (복수전공)
CAREER	2024.12 - 2025.03	Boston Consulting Group Research Analyst (Intern) 고객사 내부 앱 UX 디자인, 서비스기획, 개발부서 소통, QA
	2023.08 - 2024.01	Kearney Korea Research Analyst (Intern) 고객사 내부용 대시보드 UX 디자인, 사용자 매뉴얼 작성, QA
	2021.03 - 2021.07	Eusu Holdings UX Designer (Freelancer) 신규 앱 출시 참여, UX 기획/디자인, QA, 법인 로고디자인
ACTIVITIES	2019.12 - 2020.06	연세대학교 UX/HCI 학회 <UXIM> 회장
	2018.11 - 2019.11	제7대 정보인터랙션디자인학과 학생회 <LUCIID> 부회장
	2021.08 - 2023.05	대한민국공군 공보정훈실 미디어콘텐츠과 그래픽디자인병
AWARD	2023.04.13	iF Design Award 2023 Winner (ROKAF Typeface)
	2018.12.04	2018 B'lossom 청소년 영상제 대학생부문 최우수상 (SK브로드밴드사장상)
CERTIFICATE	2026.08.28	서비스경험디자인기사 국가기술자격 한국디자인진흥원

Table of Contents

MR Assistant	국내 제약사 영업사원을 위한 모바일 CRM 앱	실무/개인	4
ttida	라벨프리 제품을 위한 AR 라벨 플랫폼	교과/개인	14

MR Assistant

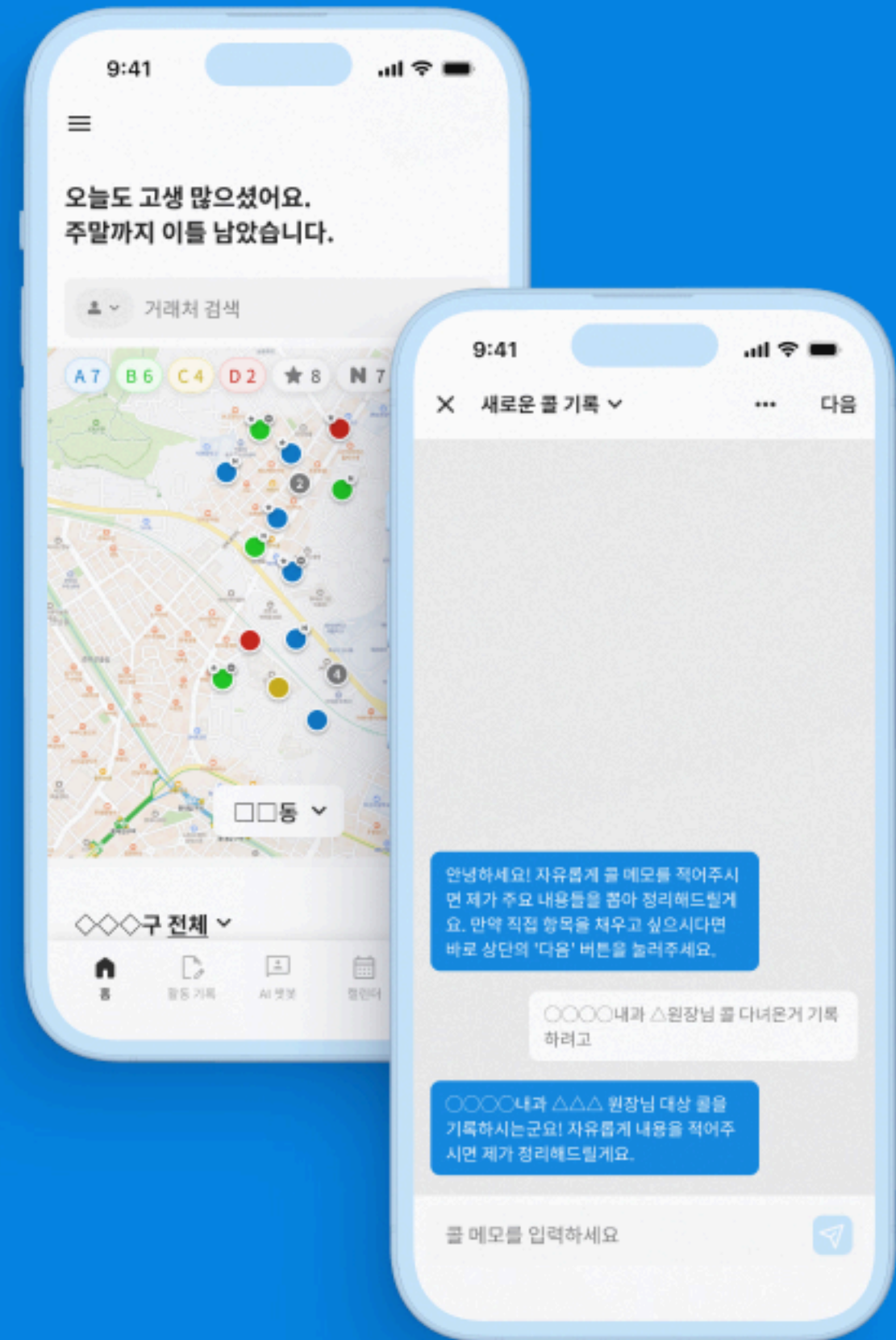
국내 제약사 영업사원을 위한 모바일 CRM 앱

기간: 2024.12 – 2025.03

프로젝트 유형: 전략컨설팅 AX 프로젝트

팀 구성: 본인, 컨설턴트 1, 외주 개발사 (FE 2/BE 2), 컨설팅 측 AI 개발모듈 3

UX 디자인 90% | IA 설계 80% | 프로토타이핑 100% | 화면설계서 100% | QA 50% | 이벤트 설계 100%



* 재구성한 화면

고수의 비법을 모두에게

제약회사 영업사원("MR")의 영업 활동을 지원하고 전반적인 매출 상승효과로 이어질 수 있도록 돕는 **모바일 CRM 앱**을 개발하는 프로젝트입니다 (가칭 'MR Assistant'). 고성과자의 주요 행동 패턴을 다른 MR들에게도 유도할 수 있는 6가지 핵심 기능이 도출되었고, 저는 MR Assistant에 이 기능들을 잘 녹여내는 역할을 담당했습니다.



핵심은 AI 기반 콜 기록

6가지 기능에 대하여 전체적인 정보구조를 직접 설계했지만, 그 중에서도 가장 중요했던 기능은 바로 '콜 기록' 기능이었습니다. 기존에 불편했던 사내 시스템을 보완하면서도 고성과자들의 특징을 벤치마킹 할 수 있도록 AI 챗봇 기능을 콜 기록 단계에 도입하는 쪽으로 진단이 내려졌습니다.



이탈에 대한 우려

하지만, 기존 방식에 대한 **관성**과 강제성에 대한 **반발**로 인해 해당 툴 역시 기존 시스템과 같이 이용률이 저조할 것이 우려되었습니다. 따라서, AI 챗봇 기능에 대한 **유저의 주요 이탈 원인**을 고민해 보았고, 가장 중요한 요소는 **AI 기능에 대한 신뢰도 하락**이라는 결론을 내렸습니다.

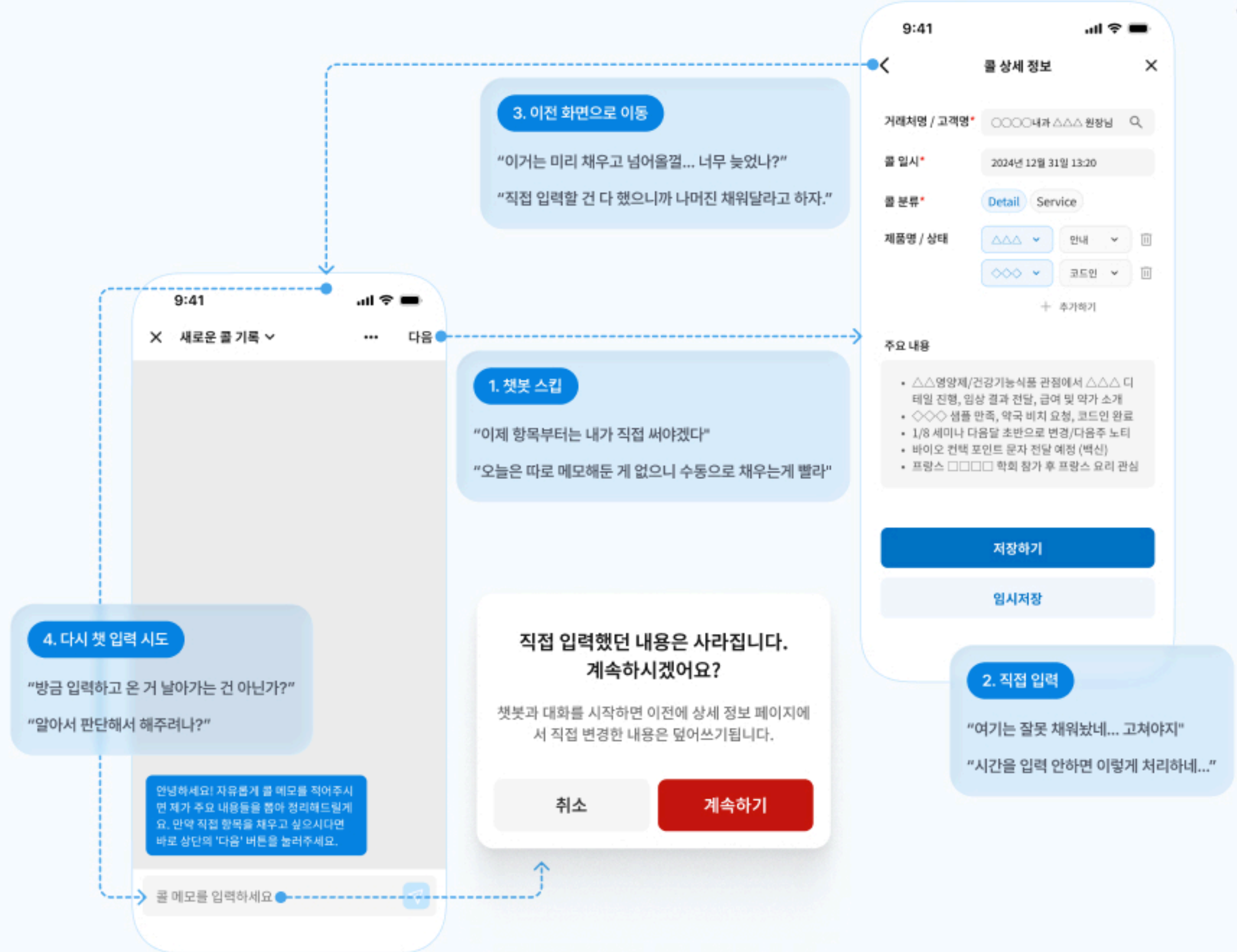


AI 챗봇이 사용자들의 예상과 다르게 작동하여 **신뢰도가 저하되고 이탈할** 수 있다.

현 도구가 새로운 정책으로 자리잡지 못하여 매출 성장에 **부정적 영향**을 미친다.

언제든 직접 개입할 수 있도록

챗봇 과정을 언제든 스킵하고 바로 직접 입력 단계로 넘어갈 수 있도록 했습니다. 기존 요구사항은 **AI 챗봇으로만** 콜 기록이 가능하도록 하는 것이었습니다. AX 프로젝트라는 맥락은 이해하지만, AI 기능이 완벽하게 작동할 수 없고, 유저가 계속 재시도를 해야 하는 상황이라면 쉽게 **이탈**할 가능성이 높습니다. 따라서 AI 기능과 직접 입력 기능을 **병행**하고 언제든지 AI 결과물을 **수정**할 수 있도록 제안해 실제 개발에 반영되었습니다.

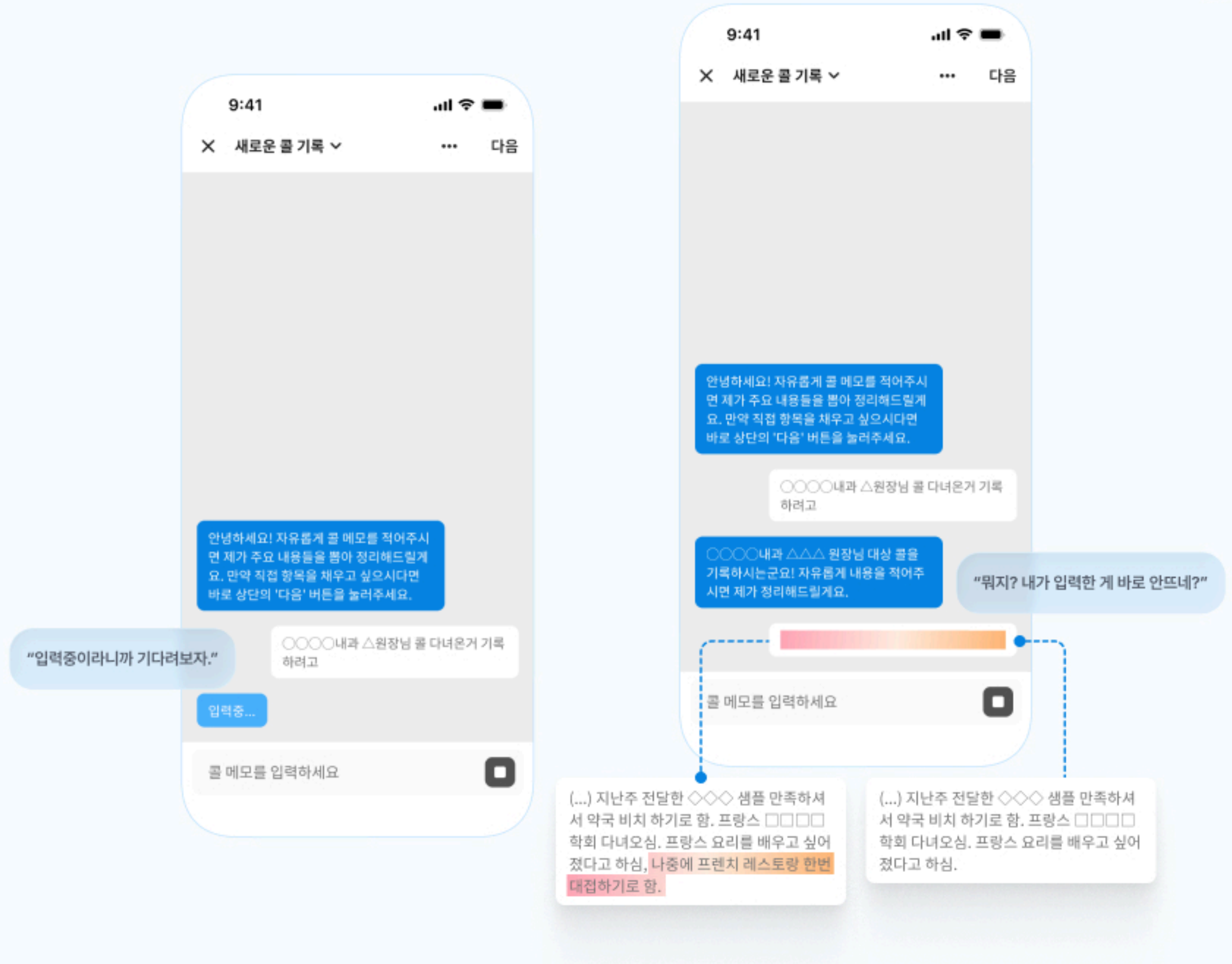


무슨 일이 일어나는 중인지 알도록

AI가 무언가를 처리중인 상황에서 **현재 어떤 상태**인지 사용자가 알 수 있도록 했습니다. 오류가 아니라는 사실을 인지시키는 것이 중요했습니다.

특히 AI 챗봇의 응답에 시간이 많이 소요되는 경우들이 잦았는데, 이런 경우 **입력중 상태**를 알려주고 **언제든 중단**할 수 있도록 버튼을 두었습니다.

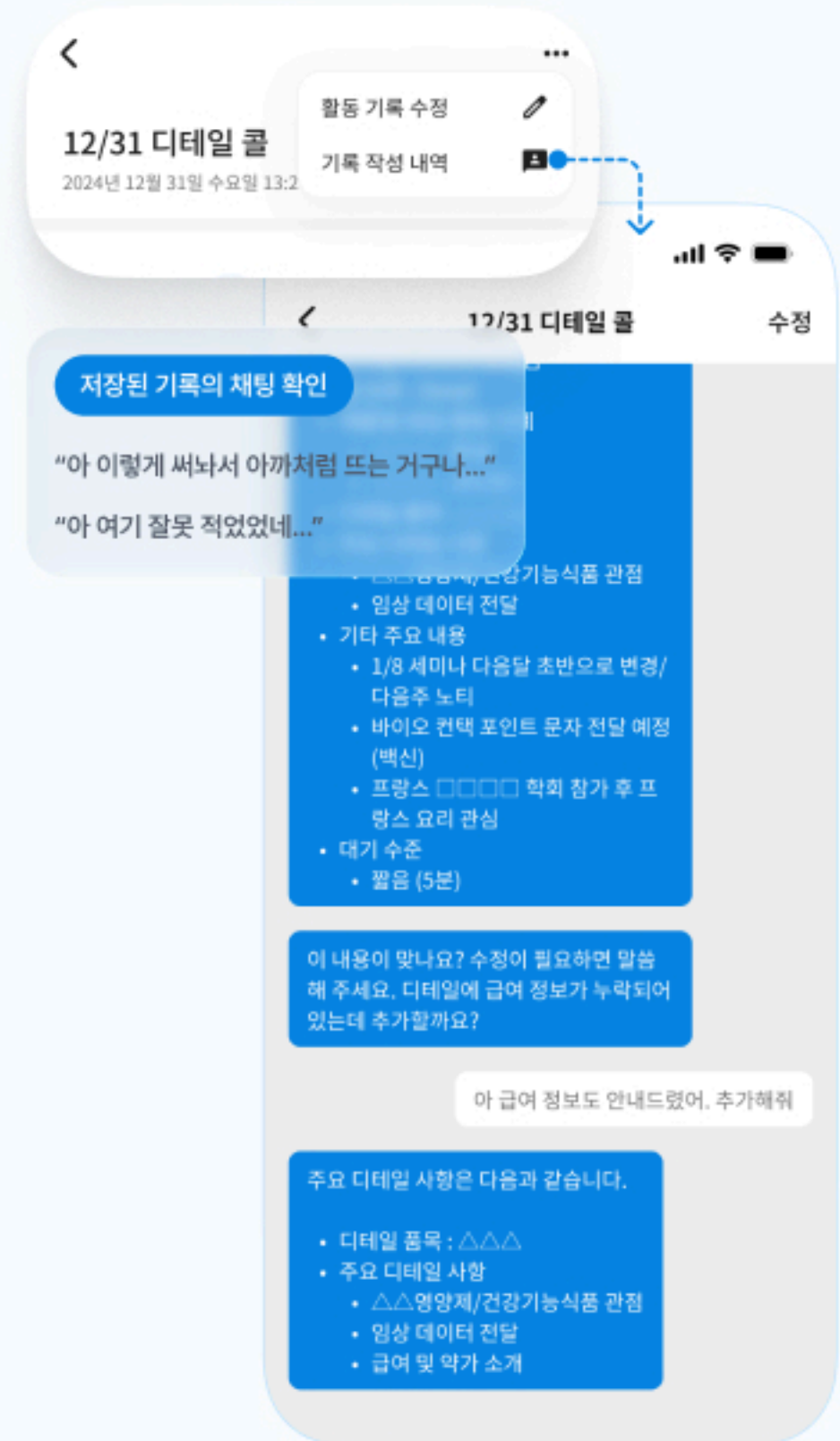
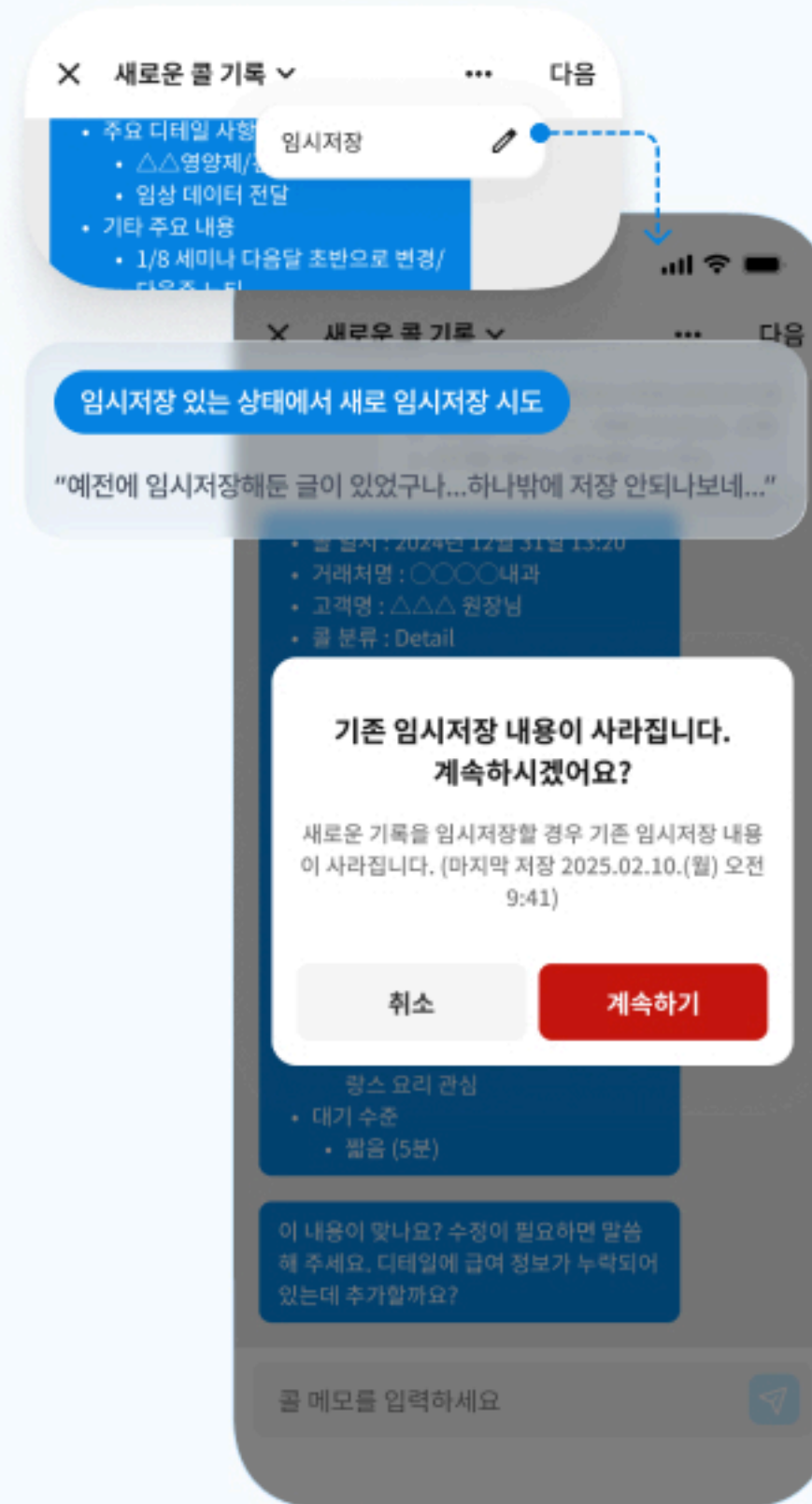
또한, **CP(Compliance) 필터링** 기능이 있었는데, 유저의 인풋 화면에 표시하고 결과물에 반영하기 전, CP에 저촉되는 내용을 판단하여 자동으로 해당 부분을 제외하는기능입니다. CP 필터링이라는 사실을 공개적으로 드러내지 않으면서도 유저가 자신의 인풋이 그대로 보이지 않는다는 사실에 **당황하지 않도록** 스켈레톤 애니메이션을 보여주도록 했습니다.



언제든 다시 확인할 수 있도록

MR의 업무 환경을 보면 갑자기 거래처의 전화를 받거나 급한 콜을 가는 경우들이 있습니다. 이렇게 바쁜 일정 중에 콜 기록을 하다 보면 중간에 갑자기 입력을 중단할 상황이 생깁니다. 이런 경우를 위해 **임시저장 기능**을 제안했습니다. 하지만 이런 임시저장 내용이 여러개 쌓일 경우 관리 기능이 필요하고, 유저의 **부담**이 늘어난다는 점, 콜 기록 특성상 매일 입력 완료해야 한다는 점을 감안하여 임시저장 개수를 1개로 제한했습니다.

또한, 이미 저장한 콜 기록에 대해 해당 기록을 작성할 때의 **챗봇 내역**을 확인할 수 있도록 제안했습니다. 이미 저장한 후에 AI 오류를 확인하고 싶은 경우, 이미 오류가 발생한 부분을 명확히 하고 싶은 경우를 위해 **불확실성**을 줄이고자 이러한 기능을 추가했습니다.



성과 측정

데이터 수집 이벤트를 설계했어요

사용자를 직접 대면하는 것이 제한된 환경에서, 앞서 제시한 해결 방안들을 검증하기 위한 **30개 이상의 이벤트를 정의**하여 **개발사에 공유**했습니다. '챗봇이 채운 필드 수 vs 사용자가 직접 채운 필드 수', 'AI가 미리 채운 필드의 수정 비율과 수정 강도', '저장 성공/이탈 시점의 화면과 모드' 등을 이벤트로 정의해 AI 개입이 실제로 업무 시간을 줄이고 신뢰를 얻는지 A/B 테스트가 가능하도록 구상했습니다. 프로젝트 참여기간 내에 실제 데이터를 볼 수는 없었지만, **추후 검증과 개선을 위한 자원**으로 활용될 수 있게 했습니다.

activity_record_abandoned

더티 상태 이후 저장 없이 이탈한 세션을 추적, 어떤 화면/타이밍에서 콜 기록 작성이 끝나는지 파악

activity_step_next_clicked

챗봇 단계에서 상세 정보 단계로 넘어갈 때 챗봇이 채운 필드수 (chatbot_field_count)와 사용자가 직접 채운 필드 수 (manual_field_count)를 같이 기록

MR Assistant | 제약사 모바일 CRM 앱

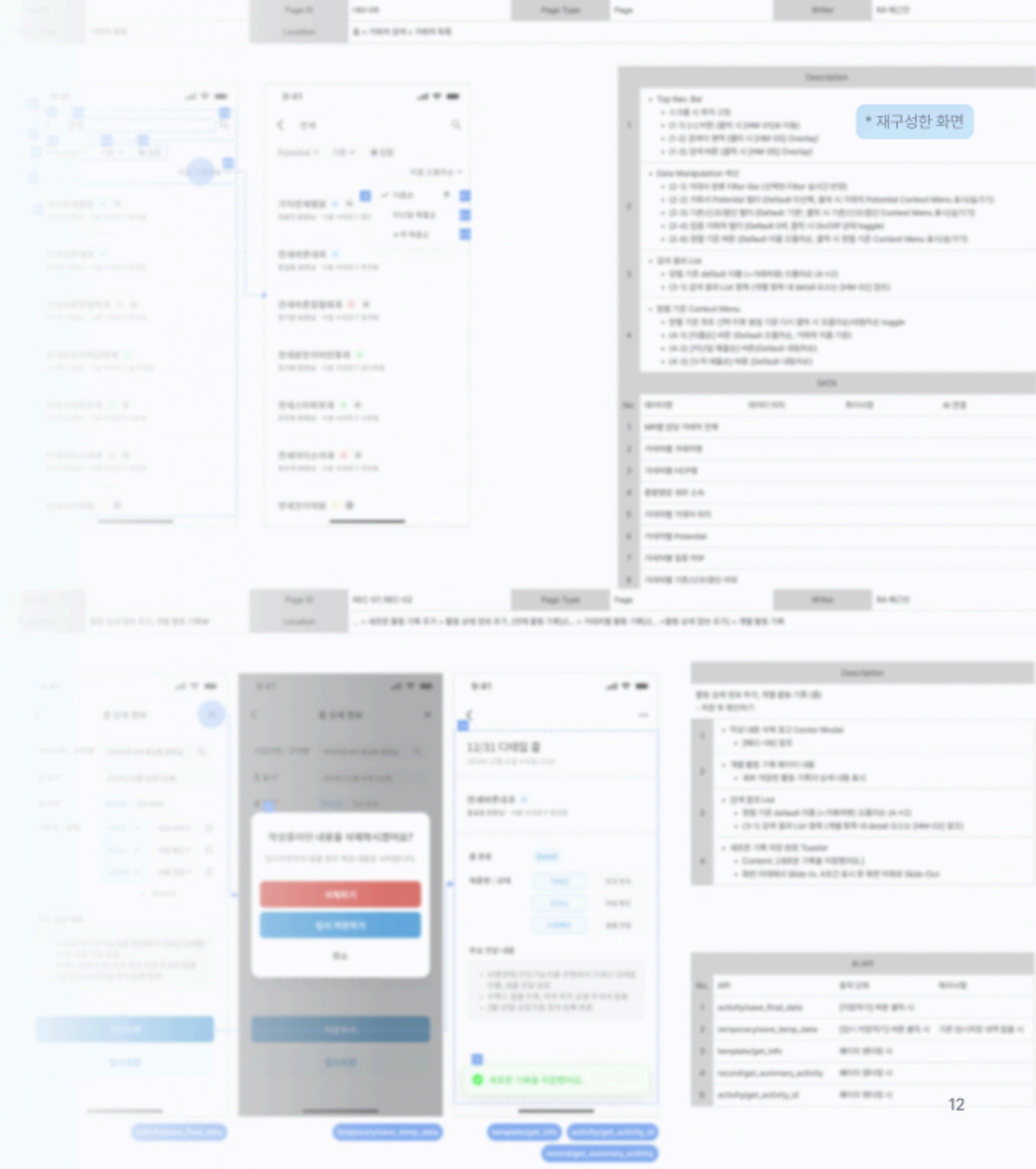
	source_id	screen	priority	metric_name	metric_definition	source_events	key_properties	metric_type	description_use
구글	기록지 검색 입력하기	src-01	기록지 검색	Medium	전체 기록지 검색 사용률	전체 기록지 검색 시작 및 종료된 상태에서 검색을 실행하거나 검색 결과로부터 기록지 기록지를 선택하는 사용자 행동	client_search_submitted, client_list_item_selected	search_scope, submit_method, selection_surface, result_count	검색 검색율 관련 분석에 주로 사용되며 전체 검색어 기록지
구글	일시저장하기	src-06, src-07	새로운 활동 기록, 활동 상세 정보	Medium	일시저장 사용률	작성 중인 문서의 일일이 저장한 활동 기록 세션 중 일시저장을 실행한 세션 비율을 본다.	activity_record_dirty_state_entered, activity_draft_saved	save_surface, has_pending_draft, draft_list_count	Conversion rate 기록 일시저장 도입 대비 1개월 후 전환
구글	일시저장 불러오기	src-08	새로운 활동 기록	Medium	일시저장 불러오기 CTR	불러오기 요청을 받은 세션 중(불러오기를 클릭한 비율)을 본다.	modal_present, activity_draft_loaded	modal_name, draft_count, draft_age_bucket	CTR 불러오기 요청 대비 1주일 후 전환
구글	기록 작성 내역 확인하기	src-09	기록 작성 내역	Low	기록 작성 내역 페이지 진입 비율	기록 관련 페이지 진입 중 doc-as 방문 비율을 본다.	screen_view	page_id, previous_page_id	* 재구성한 화면 기록 기능 유지
구글	활동 요약 주요 업데이트 알림하기	src-01	전체 활동 기록	Low	활동 요약 주요 업데이트 알림 수신 수	누가 생성한 활동 요약 주요 업데이트를 사용자가 수월하게 확인할 확률을 본다.	daily_summary_update_saved	edit_source, field_names, changed_char_count	Count 기능 유지/변경 대비 알림 전환
구글	기록지 상세 히스토리를 알림하기	cl-01	개별 기록지 상세 조회	Low	기록지 히스토리의 요약	누가 생성한 기록지 상세 히스토리의 요약을 사용자가 수월하게 확인할 확률을 본다.	client_history_summary_saved	edit_source, field_names, changed_char_count	Count 기능 유지/변경 대비 알림 전환
구글	활동 기록 주요 전달 내용 알림하기	src-01, src-08	활동 상세 정보, 기록 수집하기	Low	활동 기록 주요 전달 내용	누가 생성한 활동 기록 주요 전달 내용을 사용자가 수월하게 확인할 확률을 본다.	activity_key_message_saved	edit_source, new_message, changed_char_count	Count 기능 유지/변경 대비 알림 전환
구글	이전 활동 진행 내역 확인하기	src-06	새로운 활동 기록	Medium	이전 활동 진행 내역	doc-as 진입 세션 중 이전 활동 진행 내역 액션을 열고 일정 시간 이상 확인한 비율을 본다.	screen_view, previous_activity_section_opened	section_name, section_view_duration_ms	Engagement rate 세션 중지 여부 및 리포지트 구조 조정 판단
구글	전회/후전시간 추가하기	cl-01	개별 기록지 상세 조회	Medium	전회/후전시간 신규	전회/후전시간이 새 있는 기록지 상세 조회 노출 후 신규 입력 후 저장한 비율을 본다.	screen_view, clinic_hours_added	has_clinic_hours_before_view, hours_source, before_view	Conversion rate 기본값 제공, 외부 데이터 확보 판단
구글	전회/후전시간 수정하기	cl-01	개별 기록지 상세 조회	Medium	전회/후전시간 수정률	기본 전회/후전시간이 있는 기록지 상세 조회 노출 후 수정 후 저장한 비율을 본다.	screen_view, clinic_hours_updated	has_clinic_hours_before_view, hours_source, before_view	Conversion rate 기본값 제공, 외부 데이터 확보 판단
구글	기록지 목록 필터 적용하기	src-06	기록지 목록	Low	필터 적용 후 기록지 조회 비율	하나 이상의 필터가 적용된 상태에서 기록지를 선택한 비율을 본다.	client_list_filter_applied, client_list_item_selected	filter_type, filter_value, active_filter_ids, selection_surface	Conversion rate 필터 기능 유지/변경 대비 판단
구글	정보 입력 작성할 임시하기	src-06	새로운 활동 기록	Low	정보 입력 중단률	정보 입력이 생성된 세션 중 사용자가 출력 장단을 누른 비율을 본다.	checkbox_output_started, checkbox_output_stopped	response_id, output_step, output_length_bucket	Conversion rate 출력 중단 기능 유지/변경 대비 가능성 평가 판단
구글	구분 주요 저산 제품 목록 열기	src-01	구분 주요 저산 제품군	Low	구분 주요 저산 제품 목록 CTR	doc-as 방문 중 제품 목록 항목 클릭 비율을 본다.	screen_view, district_product_item_clicked	product_id, product_rank, product_type	CTR 목록 노출 최적성 보장 대비
구글	구분 주요 저산 제품 목록 자세히 보기 버튼 클릭하기	src-01	구분 주요 저산 제품군	Low	자사 제품 자세히 버튼 CTR	doc-as 방문 중 자사 제품(자세히) 버튼 클릭 비율을 본다.	screen_view, district_product_detail_clicked	product_id, product_rank, button_name	CTR 자사 제품 상세 진입율 지
구글	구분 주요 저산 제품 자세히 보기 그래프 필터 적용하기	src-01	구분 주요 저산 제품군	Medium	그래프 필터 사용률	doc-as 방문 중 그래프 필터를 조작한 비율을 본다.	screen_view, district_chart_filter_selected	filter_type, filter_value, previous_filter_value	CTR 그래프 필터는 직관성 보
구글	활동 기록 상세 정보 입력 할도 입력하기	src-07	활동 상세 정보	Low	선택 입력 할도 입력률	저장한 활동 기록 중 선택 입력 할도가 실제로 처리된 비율을 본다.	activity_record_saved, activity_detail_field_completed	field_name, field_group, input_source	Completion rate 선택 입력 할도 는 보완 할
구글	구분 주요 저산 제품 도넛 차트 상호작용하기	src-01	구분 주요 저산 제품군	High	도넛 차트 상호작용률	doc-as 방문 중 도넛 차트를 클릭/선택한 비율을 본다.	screen_view, district_donut_chart_interacted	segment_name, segment_rank, interaction_type	CTR hooking 등 상호작용 보장
구글	구분 주요 저산 제품 자세히 보기 그래프 상호작용하기	src-01	구분 주요 저산 제품군	High	선 그래프 상호작용률	doc-as 방문 중 자세히 보기 선 그래프를 클릭/선택한 비율을 본다.	screen_view, district_line_chart_interacted	series_name, point_period, interaction_type	CTR hooking 등 상호작용 보장
구글	기록지 전체 제품을 주어진 그래프 상호작용하기	cl-01	기록지 제품들 주어진	High	기록지 제품을 주어진 상호작용률	cl-01 방문 중 제품을 주어진 그래프를 클릭/선택한 비율을 본다.	screen_view, client_pane_brand_chart_interacted	series_name, point_period, interaction_type	CTR hooking 등 상호작용 보장
구글	지도 기록지 필터 선택하기	src-01	홈	High	홈 지도 필터 사용률	홈 지도 세션 노출 홈 지도 필터를 조작한 비율을 본다.	home_map_interacted, home_map_filter_changed	filter_type, filter_value, interaction_type	CTR 홈 지도 필터 는 직관성 보
구글	구분 채널 편집 채널 선택하기	src-01, src-01	홈, 구분 주요 저산 제품군	High	채널 선택 사용률	src-01/src-01 방문 중 채널 선택 버튼을 조작한 비율을 본다.	screen_view, channel_filter_selected	channel_name, previous_channel, component_context	CTR 채널 선택 는 직관성 보
구글	새로운 활동 기록 활동 유형 변경하기	src-06	새로운 활동 기록	High	활동 유형 변경 사용률	doc-as 진입 중 활동 유형을 변경한 비율을 본다.	screen_view, activity_type_changed	previous_activity_type, new_activity_type	CTR 활동 유형 선택 는 직관성 보
구글	기록지 목록 필터링 옵션 추가할 것 선택하기	src-06	기록지 목록	Low	필터링 옵션 추가 기록지 조회	기록지를 선택해 목록에 있던 필터링 옵션이 포함되어 있다.	client_list_sort_changed, client_list_item_selected	active_sort_option, previous_sort_option, collection_size	Distribution 기본 필터링 옵션 변경 대비
구글	새로운 활동 기록 추가 시 정보 공유하기 는 상세 정보 직접	src-06, src-07	새로운 활동 기록, 활동 상세 정보	Medium	정보 공유 진입률 및 입력 소스 구성	활동 기록 생성 완료 세션 중 정보를 한 번이라도 사용한 비율과, 저장 사항 입력 할도의 소스 구성을 본다.	activity_record_started, checkbox_dirty_state_entered, activity_key_message_saved	input_source, checkbox_field_count, page_id, previous_page_id, previous_page_name, entry_point	Conversion + composition 정보 입력과 상세 정보 입력 Flow 조정 판단
구글	새로운 활동 기록 추가하기	src-06	새로운 활동 기록	High	doc-as 진입 종료 분포	새로운 활동 기록 추가 페이지 진입 직후 종료 분포를 본다.	screen_view	page_id, previous_page_id, previous_page_name, entry_point	Path 진입 이후 이탈, hooking, 외부 판단
구글	기록지 히스토리에서 기록지 선택하기 는 기록지 선택	src-01, src-08	기록지 검색, 기록지 목록	High	기록지 히스토리 는 기록지 선택	기록지 상세 진입 직후 선택 surface가 검색 히스토리에서, 검색 결과 히스토리에서 비율을 본다.	client_list_item_selected, screen_view	selection_surface, source_screen_id	Path share 검색 Flow 개편 대비 판단
구글	개별 기록지 상세 조회	cl-01	개별 기록지 상세 조회	High	기록지 상세 button click 진입 종료 분포	cl-01 진입 직후 종료 분포를 본다.	screen_view	page_id, previous_page_id, previous_page_name, entry_point	Path 전환 동선 단순화 및 주요 전환
구글	새로운 활동 기록 추가 시 정보 공유하기 의 세부 내용	src-06, src-07	새로운 활동 기록, 활동 상세 정보	High	정보 사전 입력 할도	정보의 세부 할도 중 doc-as에서 사용자가 수월하게 할도 비율을 본다.	activity_detail_field_updated	field_name, previous_source_id, preferred_by_channel	Sdk rate 누 호환 만족도 간접 판단
구글	일시저장 관련 리포트 활동 참여	src-06, src-07	새로운 활동 기록, 활동 상세 정보	Medium	무대용 하일 비율	작성 도중 버릴한 세션 중 작성 내용 삭제 하고 없이 종료된 비율을 본다.	activity_record_abandoned, modal_present	dirty_state, warning_modal_shown	Drop-off rate 기록 일시저장 도입 대비 1개월 후 전환
구글	일시저장 항목이 여러 있는 상태 에서 일시저장	src-06, src-07	새로운 활동 기록, 활동 상세 정보	Low	기본 일시저장 대체 않고 노출	작성 중 입력이 발생한 세션 중 기본 일시저장 삭제 하고 가 노출된 비율을 본다.	activity_record_dirty_state_entered, modal_present	last_reason_of_modal_name, warning_draft_count	Warning rate 일시저장 최대 개수 줄이기
구글	새로운 활동 기록 추가 시 정보 공유하기 의 세부 내용	src-07	활동 상세 정보	Medium	상세 정보 는 정보 제공	doc-as 진입 직후 페이지가 doc-as인 세션 비율을 본다.	screen_view	page_id, previous_page_id, entry_point	Path share 정보 제공 비율을 외부로 전달
구글	일시저장 활동 유형 변경 시도	src-07	활동 상세 정보	Medium	일시저장 활동 유형 변경 시도	일시저장된 기록 활동 유형을 변경한 세션 비율을 본다.	activity_record_dirty_state_entered, modal_present, modal_type_clicked	modal_name, old_name, last_input, before_change	Conversion + warning 일시저장 변경 비율을 알릴 수 있는 방법
구글	Page Click	전체	전체	Medium	Page Click 발생 수	1초 미만 동안 클릭 1회 이상 클릭한 Page Click 발생 간수와 위치를 본다.	page_click_detected	page_id, component_name, click_x, click_y, click_count, click_reason, ref	Diagnostic 사용성 리소스 할지
구글	Dead Click	전체	전체	Medium	Dead Click 발생 수	간격이 없는 연속 클릭을 클릭한 Dead Click 발생 간수와 위치를 본다.	dead_click_detected	page_id, component_name, click_x, click_y, target_id	Diagnostic 사용성 리소스 할지
구글	페이지 첫 방문 Count	전체	전체	High	페이지 방문 수	기록지/화면의 방문 수를 본다.	screen_view	page_id, page_name, previous_page_id	Count 주요 사용 기능 및 화면의
구글	페이지 첫 Dead Time	전체	전체	High	페이지 체류 시간	기록지/화면의 체류 시간 또는 평균 체류 시간을 본다.	screen_view, screen_exit	page_id, dwell_time_ms, exit_type, Duration	Count 주요 사용 기능 및 화면의
구글	새로운 활동 기록 추가하기	src-06, src-07	새로운 활동 기록, 활동 상세 정보	Medium	활동 기록 작성 완료 시간	doc-as 진입부터 doc-as/doc-as 저장 완료까지 소요된 시간을 본다.	activity_record_started, activity_record_saved	task_session_id, start_time, timestamp, end_time, new_mode	Completion time Flow 간소화 및 단계 구조

협업 방식

개발자들과 문서로 소통했어요

앱 구현 과정에서 작동 방식과 구조를 명확하게 전달하기 위해 두 개의 메인 기능에 대한 80장 이상의 파워포인트 **화면설계서**를 작성했습니다. 물론 화면 디자인과 디자인시스템, 화면의 다양한 variation, 그리고 프로토타입 등은 기본적으로 Figma를 통해 공유했습니다.

하지만 방대하고 복잡한 데이터들과 AI 챗봇이라는 특수한 기능이 만나서 이해해야 할 것들이 많아지게 되었고, 기획에 충실한 결과물이 나오기 위해선 **명확한 커뮤니케이션**이 중요했습니다. 이러한 상황에서 각 기능의 플로우를 가장 잘 아는 사람이 저였기에, 플로우마다 **필요한 데이터**, 호출해야 하는 **AI API**를 화면설계서와 함께 정리하여 전달했고, 개발에 많은 도움이 되었다는 이야기를 들었습니다.



리뷰

돌아보며

이 프로젝트를 진행하며 가장 크게 얻은 것은 사용자를 직접 만나지 못하는 환경에서도 간접적인 자료들과 이해를 바탕으로 **고객의 요구사항**에 맞춰 설계하는 역량입니다. 사용자와 저를 잇는 고객이라는 주체가 있는 B2B 환경이기에 가능했고, 만약 다시 이 프로젝트에 투입된다면 포커스 그룹을 작게라도 선정해서 **필드 테스트**를 진행하고 싶습니다. 실제로 어떤 맥락에서 이 앱을 사용할지, 한 거래처를 방문하기 위해 이 앱을 얼마나 활용하는지 등을 관찰하고 인사이트를 도출할 것입니다.

또한, **개발자와 소통**하며 개발 언어에 대한 이해도를 조금 더 높일 수 있었다는 점도 큰 도움이 되었습니다. 기획한 화면과 기능이 매력적인 것에서 끝나면 안되고, **실제로 구현이 가능한지**에 대한 빠른 파악도 중요하다고 생각합니다. 이 프로젝트를 겪으면서 개발자들과 직접 커뮤니케이션하는 경험을 쌓았고, 이를 통해 앞으로 협업을 진행하면서 더 효율적인 팀워크를 이끌어낼 수 있을 것이라고 생각합니다.

ttida

라벨프리 제품을 위한 AR 라벨 플랫폼

기간: 2024.03 – 2024.12

프로젝트 유형: 전공 과목 (Senior Project) / 개인 프로젝트

UX 리서치 100% | UI 디자인 100% | 프론트엔드 80% | 백엔드 20%



배경

라벨프리 제품, 어떻게 소비하고 계신가요?

올해부터 먹는샘물에 대한 라벨프리 의무화가 시작되었습니다. 하지만, 아직 오프라인 날개 판매 상품은 논외입니다. 이를 포함한 완전한 라벨프리를 위해선 기존 라벨의 역할을 충분히 대체할 무엇인가가 있어야 합니다.

먹는샘물 라벨프리 의무화

26.01.01

프로젝트 진행: 2024년

플라스틱 절감 효과

2,270톤

라벨프리 정책 완전 시행시

라벨프리 의무화의 현실

온라인



오프라인



전환 안내 기간 (~2027)



날개

묶음

완전한 라벨프리의 조건

어디서든

어떤 단위로든

최대한 많은
종류에 대해

기존 라벨의 역할

필수 정보 제공

기업 상품 차별화

전산용 코드 표기

소비자들에게 물어보았어요

인터뷰와 설문을 통해 현재 소비자들이 라벨프리 제품을 어떻게 소비하고 있는지, 그리고 그러한 소비 환경이 실제 소비 행동에 어떤 영향을 미치는지 알아보았습니다.

1. 날개 구매가 일반적인 채널에서도 라벨프리 구매 수요는 충분히 발생하고 있다.

Survey

라벨프리 제품을 실제로 어디서 보셨나요?

* 전체 응답자, 중복응답 가능 (N=117)



Survey

라벨프리 제품은 어디서 구매하셨나요?

* 라벨프리 구매 경험자, 중복응답 가능 (N=106)



Interview

편의점 구매 행태와 날개 제품에 대한 니즈

본가 거주 대학생

25세 (여)

편의점은 아무래도 먹고싶은거만 딱 사겠죠? 필요한거만 딱 소량으로 사는 것 같아요.

자취 대학생

25세 (여)

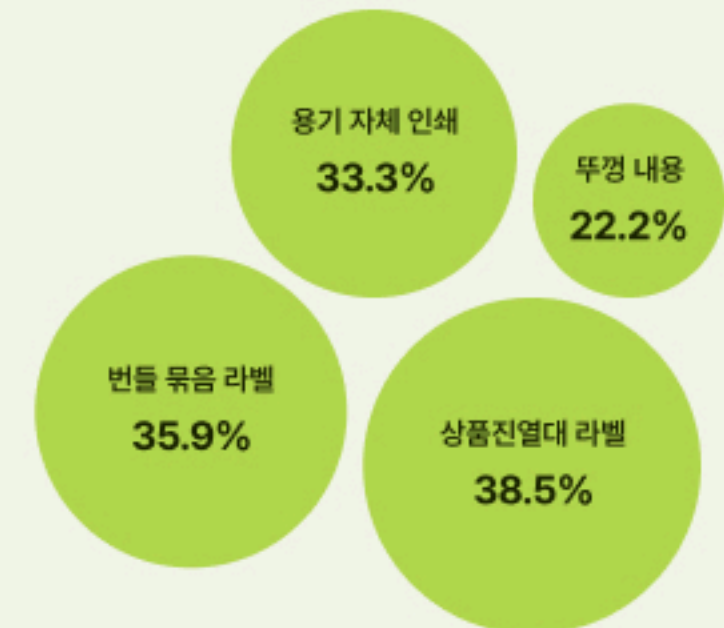
개인적으로 많은 사람을 위해서 사는 경우가 별로 없어서 날개로 사는 거를 더 선호를 하는 것 같아요.

2. 현재는 상품 정보의 위치와 형태가 파편화되어 있다.

Survey

라벨프리 제품의 상세 정보는 어떻게 확인하셨나요?

* 전체 응답자, 중복응답 가능 (N=117)



소비자들에게 물어보았어요

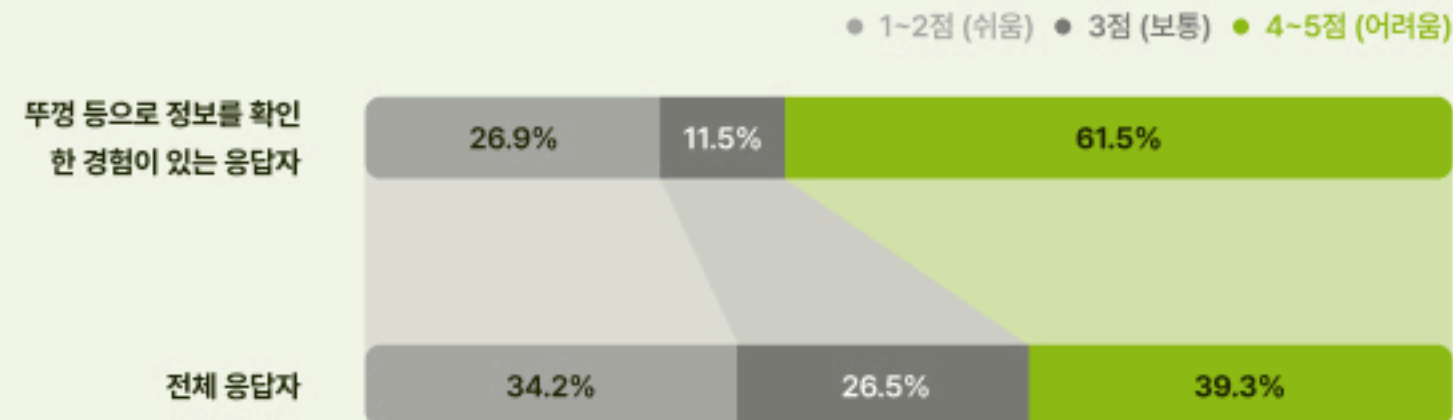
인터뷰와 설문을 통해 현재 소비자들이 라벨프리 제품을 **어떻게 소비**하고 있는지, 그리고 그러한 소비 환경이 실제 소비 행동에 **어떤 영향**을 미치는지 알아보았습니다.

3. 뚜껑 표기 등과 같은 현재의 임시방편은 오히려 정보 탐색 과정을 어렵게 한다.

Survey

라벨프리 제품의 정보를 확인하는 것에 대해서 어떻게 생각하시나요?

* 1~5 스케일, 전체 응답자 (N=117)



4. 정보 탐색이 어려워지면 소비자는 결국 익숙한 제품으로 회귀한다.

Interview

상품 구매 시 상품 정보를 확인하는 것과 실제 구매의 연관성은?

자취 직장인

24세 (남)

온라인에서는 상세 페이지를 보며 성분을 비교해 더 나은 상품을 고르지만 오프라인에서는 그런 게 **확인하기 좀 어렵다** 보니까 항상 사던 걸 사게 되는 것 같아요.

자취 대학생

25세 (여)

저는 웬만해서 식품 관련해서는 다 확인을 하고 사요. 뭔가 특히 '이거를 꼭 사야지' 라고 결심했을 때를 제외하고는 그런 **상세 정보를 보고 결정하기도 해요**. 식품은 정보를 확인하고, 그 정보에 따라 살지 말지가 결정되는 것 같아요.

문제 정의

탐색 과정부터 막히는 구매 여정

유저 리서치를 통한 인사이트를 바탕으로 문제 상황을 정의하였습니다.

1. 날개 구매가 일반적인 채널에서도 라벨프리 구매 수요는 충분히 발생하고 있다.

2. 현재는 상품 정보의 위치와 형태가 파편화되어 있다.

3. 뚜껑 표기 등과 같은 현재의 임시방편은 오히려 정보 탐색 과정을 어렵게 한다.

4. 정보 탐색이 어려워지면 소비자는 결국 익숙한 제품으로 회귀한다.

Problem Statement

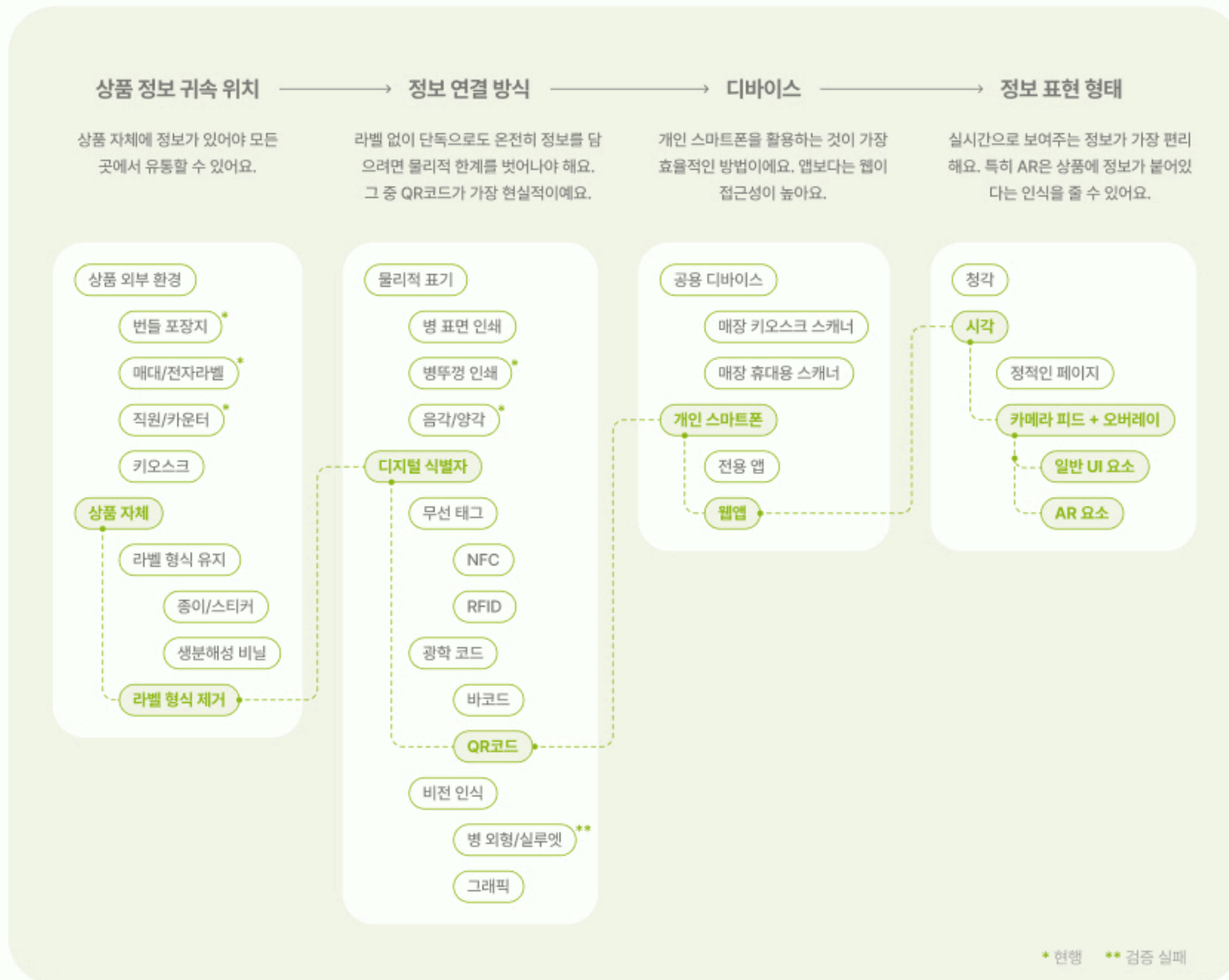
현재의 방식은 날개 단위로 판매될 때 기존 라벨의 역할을 충분히 대체하지 못하여
새로운 제품을 탐색하는 소비자가 상품 비교와 구매까지 이어지는 과정을 어렵게 만든다.

따라서 탐색 기반 구매 유도가 어려워지고, 기업도 라벨프리 판매를 날개 단위까지 안정적으로 확대할 수 없다.

라벨 없이 라벨 정보를 어디에?

기존의 플라스틱 라벨이 담고있던 정보들을 이제 어디에 귀속시킬 수 있을지 고민해보았습니다. 상품이 **단독으로 있어도** 온전히 정보를 담고 있으면 결국 물리적 한계를 극복해야 했습니다. 가장 효과적인 방법은 **디지털 영역**으로 라벨을 가져오는 것이었습니다.

또한, 상품 탐색 과정에서 연속적으로 여러 상품을 확인할 수 있도록 실시간 **카메라 피드** 위에 상품 정보를 오버레이하는 방식을 선택했습니다. 팝업과 같은 UI 요소를 매 스캔마다 보여줄 수도 있지만, 일단 진입한 후에는 사용자의 액션을 최소화하면서 정보 탐색을 도울 수 있도록 **AR 라벨**이라는 방법을 선택했습니다.



해결 방안

정보 구조

실제로 구매를 하는 환경에서 사용자가 빠르게 원하는 정보까지 다다를 수 있도록 홈이 아닌 QR 스캔 페이지(AR 카메라)를 메인 진입점으로 설정하였습니다.



QR 코드 하나면 충분합니다

오프라인 매장에서 디지털로 정보를 확인하는 것은 충분히 익숙하지 않을 수 있습니다. 따라서, 탐색 경험이 중간에 끊기지 않도록 사용자의 **액션을 최소화**할 수 있는 방법으로 플로우를 짰습니다. 일단 휴대폰 카메라를 열어 QR코드로 링크에 한번만 접속하면 상품 **스캔 페이지**로 곧바로 이어지고, 이후에는 원하는 상품 정보를 탐색하는 과정에서 **화면 조작없이** 휴대폰을 가져다 대기만 하면됩니다.

이후 이 QR 코드는 **두번째 역할**을 하게 되는데, AR 요소가 표시되는 지점이자 AR 요소를 불러오는 트리거인 '**마커**'로 사용됩니다. AR 구현을 위해서는 마커가 필요한데, 상품마다 다른 QR 코드의 모양 자체를 고유의 마커로 활용하여 휴대폰을 움직일 필요 없이 AR 요소가 표시되게 했습니다.

더 상세한 정보를 탐색하거나 추가적인 액션은 bottom sheet에서 이어지도록 했습니다. 이렇게 함으로써 정보가 상품과 분리되지 않고 '**내가 지금 들고 있는 물건의 정보**'라는 인식이 유지되도록 했습니다.



현실과 이어지는 디지털 장바구니

상품 정보를 탐색하는 단계 뿐만 아니라, 이후의 상품 비교와 구매 단계도 라벨의 부재로 인해 자연스럽게 이어지지 않았습니다. 이를 해결하기 위해 **장바구니** 개념을 도입했습니다. AR은 모바일 기기의 한계로 인해 비교 단계에서 여러 제품의 정보를 한번에 확인하기는 쉽지 않습니다. 이를 보완하고자 장바구니를 **상품 비교 목적**으로 활용할 수 있습니다.

또한, 장바구니에 담긴 상품을 POS에서 한 번에 스캔할 수 있는 **장바구니 QR**을 도입했습니다. 계산대에서 일일이 스캔하거나 직접 갯수를 세어 가며 상품을 등록하는 것보다, 이미 탐색했던 상품을 실물 장바구니에 담으면서 동시에 웹에서도 담으면 구매 단계가 훨씬 효율적이게 됩니다.

거기에 더해, 개별 상품의 QR 코드가 세 번째 역할을 하는데 바로 **POS 날개 스캔용 코드**의 역할입니다. 바코드 역시 기존 라벨이 제공하던 정보였고, 상품을 하나씩 스캔해야 하는 경우 QR 코드가 이를 대체할 차세대 옵션입니다. 스캔을 위한 인프라가 더 보급되어야 한다는 장벽이 남았지만, 2026년 현 정부에서도 QR을 추진하고 있는 만큼, 가능성이 많습니다.

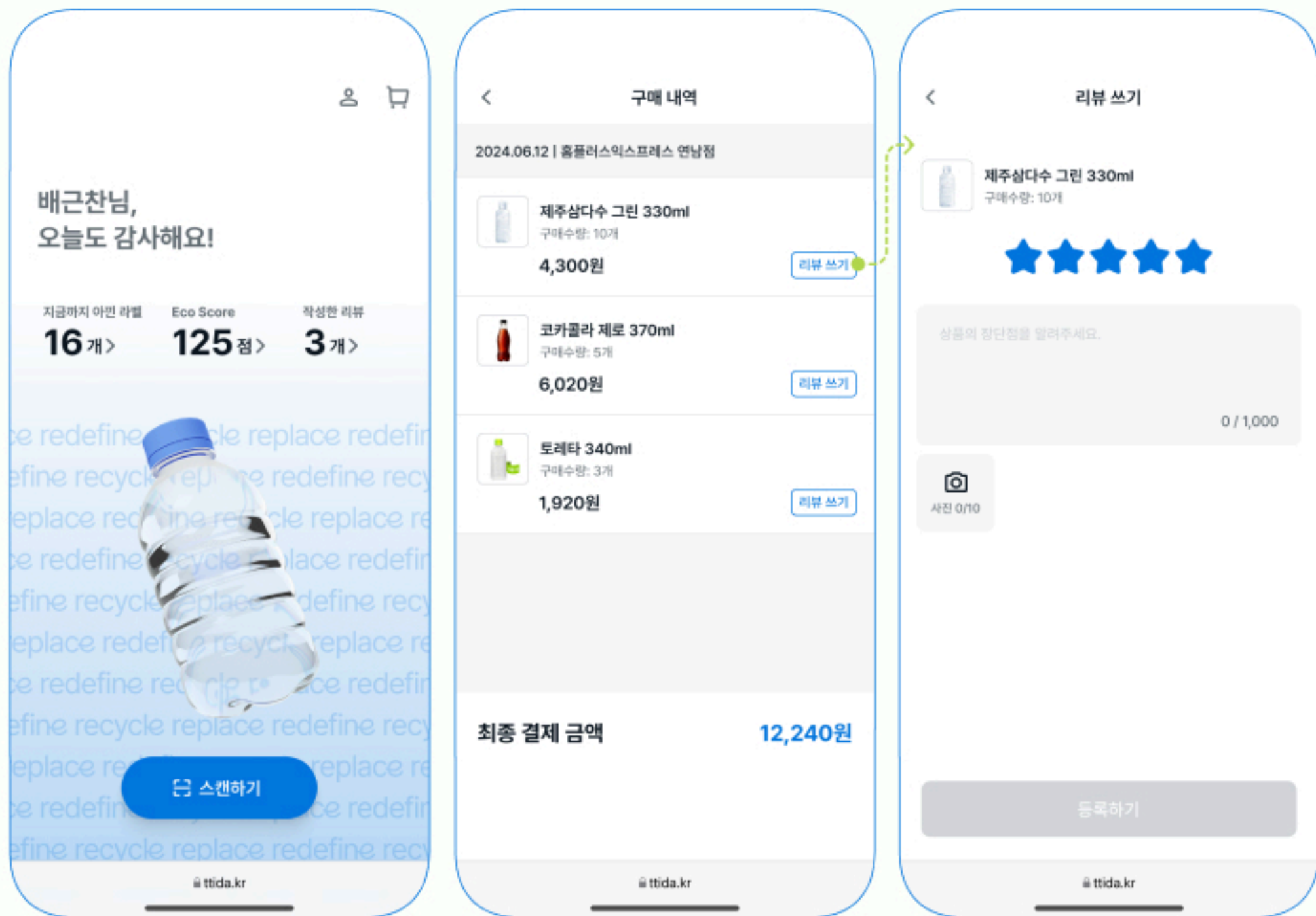


라벨프리를 위한 필수 플랫폼으로

오프라인 매장에서만 사용되는 서비스로 자리 잡아버린다면, 아무리 이 서비스로의 접점인 QR 코드가 주변에 많아도 **사용자들이 이탈**할 수 있습니다. 특히, 탐색형 구매가 아니라 늘 사던 제품을 구매하는 경우 그럴 가능성이 더 높아질 것입니다.

설문조사 결과, 라벨프리 제품 구매 경험자 106명 중 78.3%가 **친환경성** 또는 **분리수거 용이성**을 구매 이유로 선택했습니다. 이를 보면 라벨프리 소비에는 **분명한 가치 동기**가 이미 존재합니다. 저는 이 동기가 단발성 정보 확인에서 끝나지 않고 **반복적인 사용**으로 연결될 수 있는 장치가 필요하다고 생각했습니다.

지금까지의 라벨프리 소비 **히스토리**를 볼 수 있게 해서 지속적인 라벨프리 소비를 유도하고, **리뷰** 작성을 통해 **리워드**를 제공함으로써 또 다른 소비로 이어지게 하는 것을 목표로 이러한 기능들을 구상했습니다.

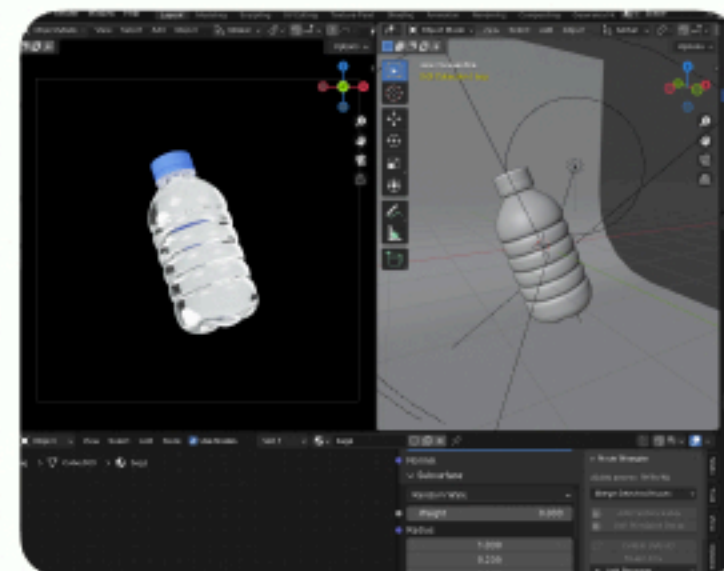
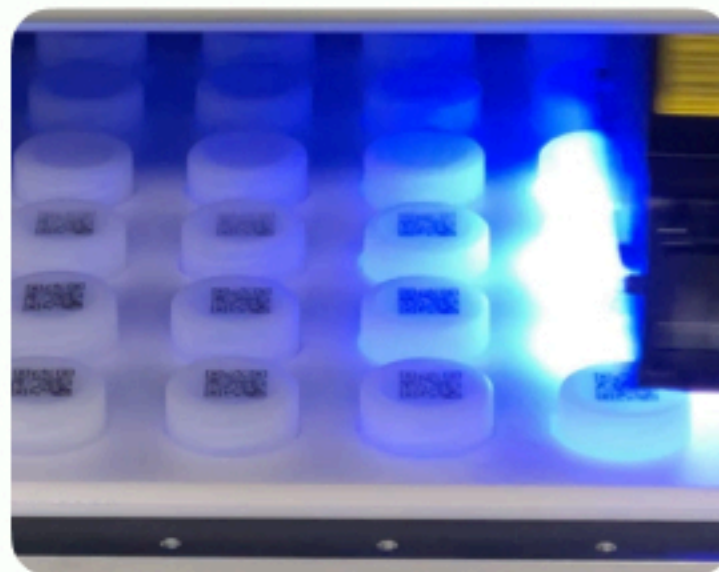
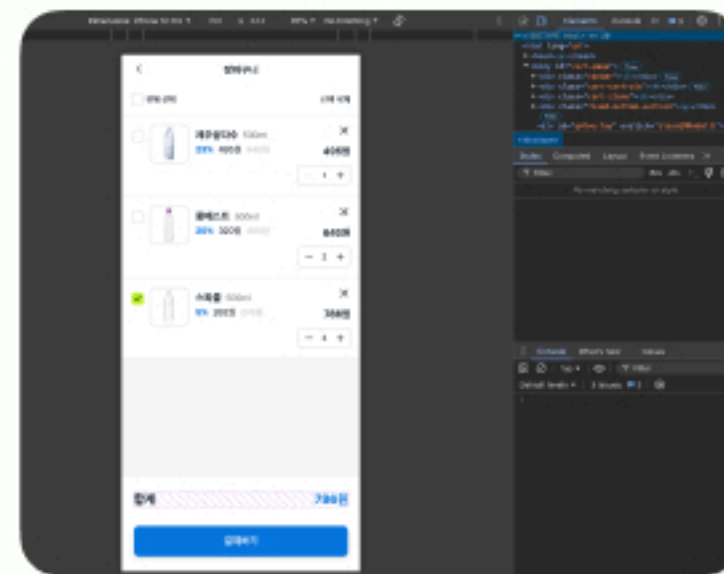


프로토타입

증명해 보이기 위한 시도

AR이라는 솔루션이 충분히 간단히 구현 가능하다는 사실을 증명하기 위해 직접 웹 앱을 구축했습니다. 기본적인 HTML, CSS, JavaScript 코딩을 하여 실제로 동작하도록 만들었습니다. AR 기능은 여러 옵션을 시도한 끝에 최적의 무료 JS 라이브러리를 발견하여 활용했습니다. AR 스캔 기능 시연에 필요한 스캔페이지, 상품 상세 페이지, 그리고 장바구니 페이지를 우선 구현했습니다.

또한, 전시회에서 데모 시연을 하기 위해 데모용 물병을 만들고 전시 공간을 구성했습니다. 병뚜껑을 따로 구매하여 UV프린터로 8종류의 QR코드를 인쇄한 후, 서로 다른 8개 브랜드의 라벨프리 생수를 구매하여 뚜껑을 교체했습니다. 이외에도 크고 작은 브랜드 요소, 공간 기획과 함께 성공적으로 전시회에서 데모를 선보일 수 있었습니다.



리뷰 돌아보며

이 프로젝트는 **솔루션 도출**과 **기술적 구현가능성**에 초점을 두었지만 추후 이 프로젝트를 계속하게 된다면, 우선 개발된 프로토타입을 가지고 **필드테스트**를 진행할 것입니다. 전시회에서 데모용 병과 웹앱 프로토타입을 성공적으로 시연했지만, 실제 환경에서 사용자에게 단순 화면조작을 넘어 어떤 **행동을 유도**하는 것은 결코 쉬운 일이 아니라고 생각합니다. **실제 소비 환경**과 동일한 곳에서 테스트함으로써 AR이라는 다소 낯선 솔루션을 어떻게 받아들이고 적응하는지 연구하겠습니다.