

PULIP COMMUNICATIONS COMPANY BRIEF

Digital Expert Group

We exist for the purpose of connecting and harmonizing Internet Technology with the world we live in.



We are a total digital consulting company

플립커뮤니케이션즈는 고객의 요구를 단순 수행하는 역할을 넘어, 성공적인 비즈니스 목표에 대해 함께 고민하고, 가장 적합한 방법을 제시하며, 그것을 실제로 실현해 내는 것을 목표로 합니다.

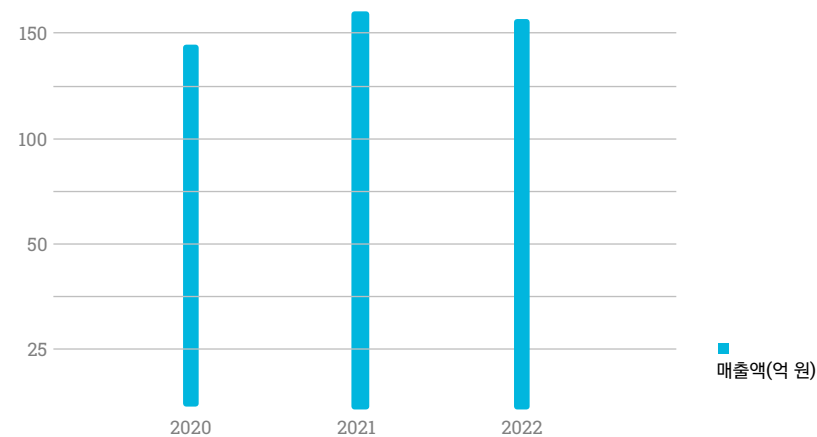
Company Information

회사명	(주)플립커뮤니케이션즈 (PULIP COMMUNICATIONS Co.,Ltd)
대표이사	이병하
주업종	서비스, 제조
주종목	e-비즈니스 전략 컨설팅, UX 컨설팅, 웹 서비스 구축 및 운영, 스마트 미디어 서비스 구축 및 운영, 오픈 웹 서비스 구축, 온라인 광고/마케팅, 디지털 영상 제작, 소프트웨어 개발 및 공급 등
직원수	100명(2023년 8월 현재)
설립일	1998년 11월 20일
주소지	서울특별시 강남구 학동로11길 20-7 플립타워
Tel/Fax	02-541-4642 / 02-544-4106
Contact	Home - www.pulip.com Blog - blog.naver.com/pulip_plog Facebook - www.facebook.com/pulip.comms E-mail - hi@pulipinc.com

인증·선정



Annual turnover



keyword

Successfully complete your digital business with expertise and accountability

전문성과 책임감은 플립커뮤니케이션즈가 빠르게 변하는 디지털 미디어 업계를 선도하는 기업으로 거듭나게 한 동력입니다.

100여 명의 전문가 집단으로
이루어져 있습니다.

experts
100

다년간의 업력으로 442개의
누적 고객사를 보유하고
있습니다.

clients
442

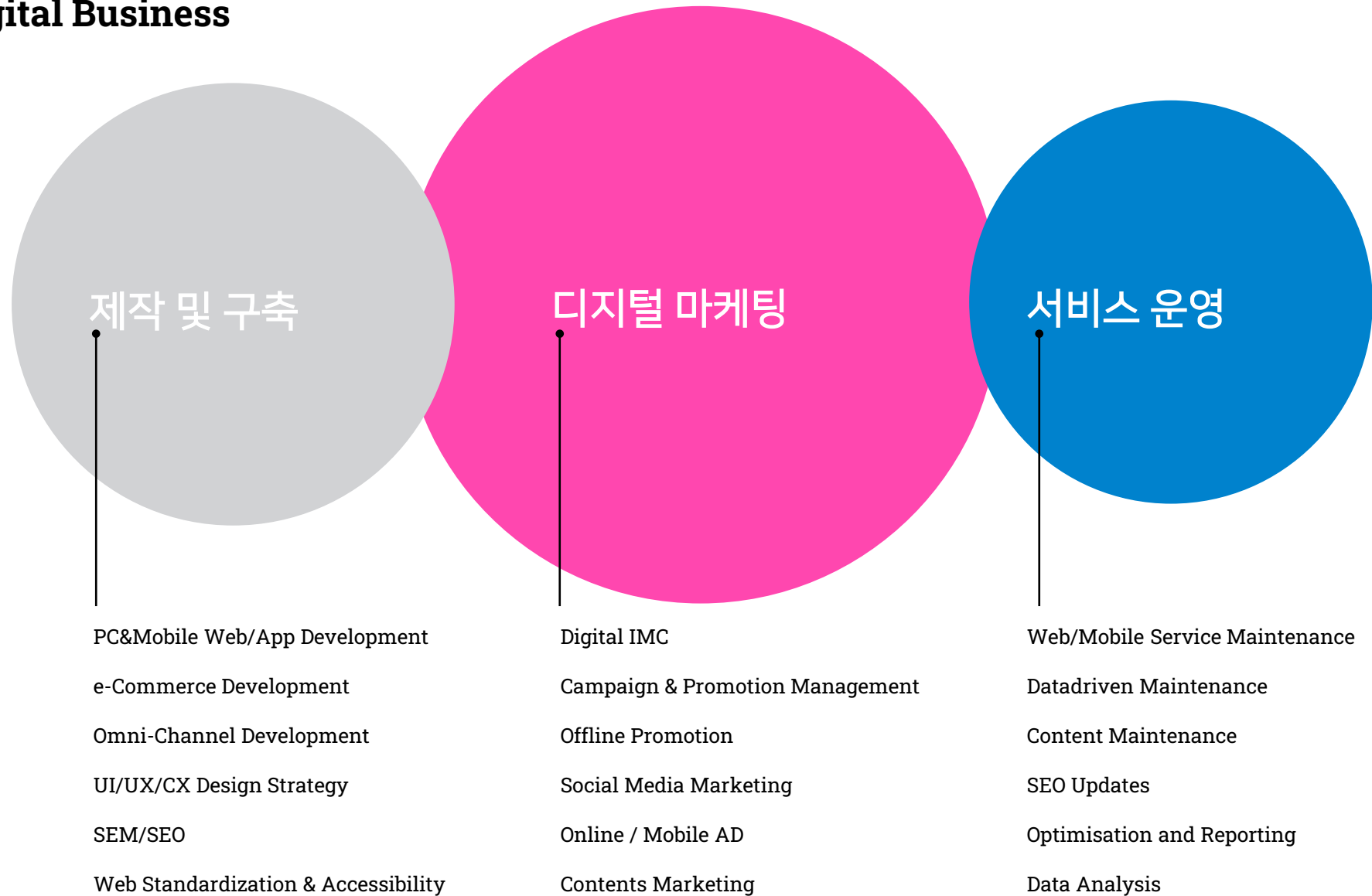
172개에 달하는 국내외
수상경험은 플립의 전문성을
증명합니다.

awards
172

연평균 150여 개의 프로젝트를
진행하고 있습니다.

projects
157

Digital Business



We are maintaining the right corporate goals through our core values.

핵심가치 '4 Fore PULIP'은 플립커뮤니케이션즈의 모든 사고와 행동, 가치판단의 기준입니다.

핵심가치의 실천을 통해 기업과 직원의 목표와 가치를 합치시키고, 서로 간 발전과 목표달성을 도모하는 자양분을 만듭니다.

'4 Fore PULIP'



¹ Foresight (선견)

빠르게 변화하는 디지털 세상을 언제나 주의 깊게 관찰하며 먼저 인식하고 바라볼 수 있는 안목



² Foremove (선행)

현재에 만족하기보다는 세상을 위한 더 나은 가치를 향해 쉬지 않고 나아가는 발걸음



³ Forepossession (선점)

안목(眼目)과 선행(先行)을 바탕으로 도전하여 이루어낸 가치



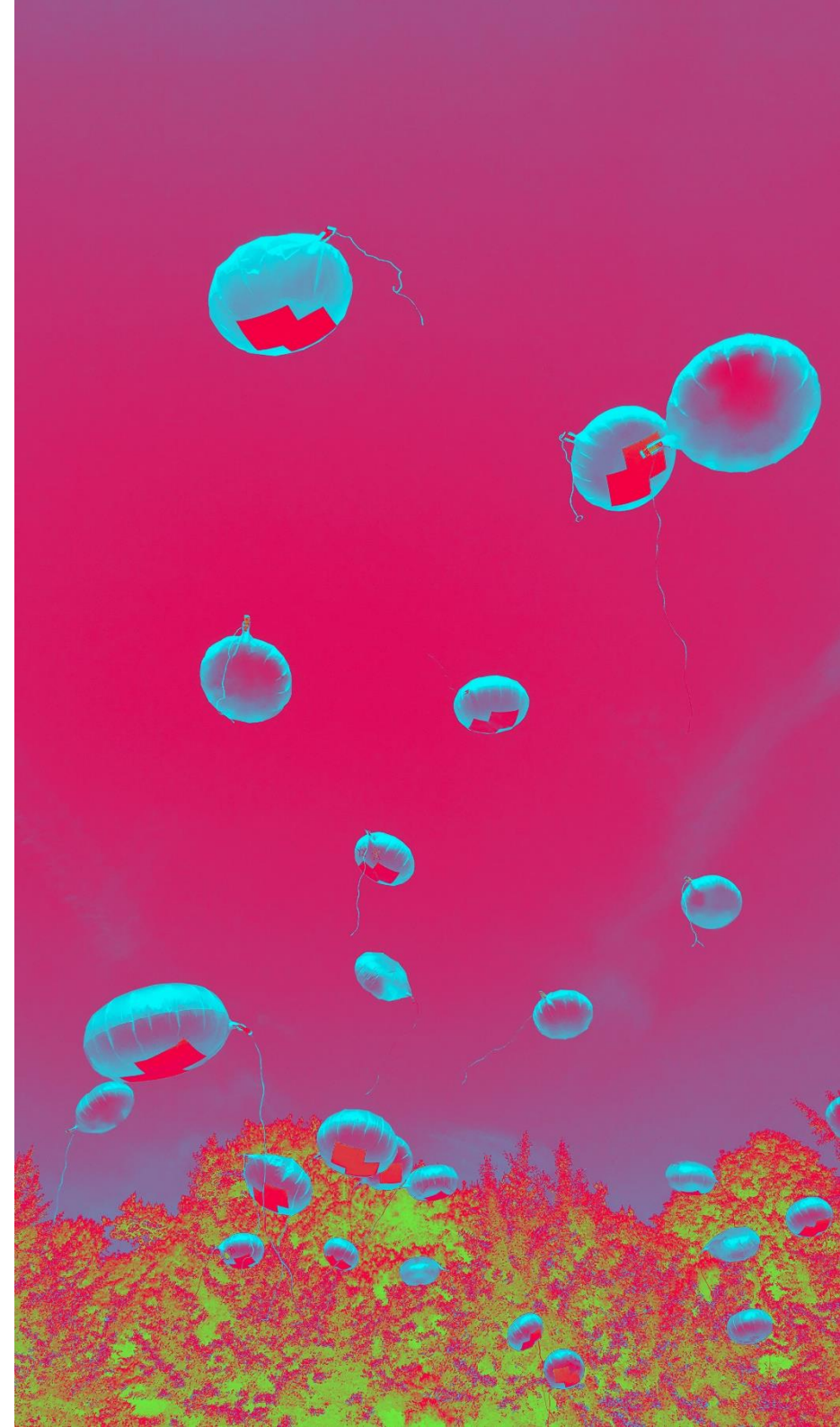
⁴ Foremost (선도)

조화로운 디지털 세상에 대한 책임의식을 가지고 IT산업을 선도

Communication between employees and customers based on a corporate culture creates the best synergy.

플립커뮤니케이션즈의 기업문화는 구성원들의 노력과 회사의 투자가 조화를 이뤄 직원 모두가 행복한 근무환경에서 개인의 역량을 발휘할 수 있는 선순환 구조를 만들어가기 위해 최선을 다합니다.

Communication (소통)	공감과 배려를 바탕으로 한 열려있는 마인드
Belief (믿음)	동료에 대한 무한신뢰를 바탕으로 실패를 두려워 하지 않는 정신
Gratitude (감사)	만들어낸 가치에 대한 기쁨과 그에 대한 나눔의 모습
Action (실행)	말이 아닌 행동으로 결과물을 만들어 가는 창의적인 과정



awards

2022 awards



교보생명 모바일 통합 구축	스마트앱어워드 &어워드	금융 부문 보험 분야 SECURITIES/INSURANCE/CREDIT CARD 분야	대상 Grand Prix
----------------	-----------------	--	------------------

2021 awards



IBK기업은행 i-ONE Bank Global	ICT 어워드 코리아	디지털 인사이트 부문	통합대상
---------------------------	-------------	-------------	------

KB국민은행 KB스타뱅킹	스마트앱어워드		최고대상
	&어워드	DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 BANKING/CAPITAL SERVICES 분야	Grand Prix

키움증권	웹어워드	금융 부문 증권 분야	대상
------	------	-------------	----

한국투자증권 TRUE ETN	&어워드	DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 SECURITIES/INSURANCE/CREDIT CARD 분야	Grand Prix
-----------------	------	---	------------

삼성웰스토리 미디어플랫폼	&어워드	DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 FOOD & BEVERAGE 분야	Winner
---------------	------	--	--------

awards

2020 awards



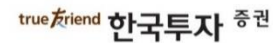
삼성생명	웹어워드		웹접근성 이노베이션 대상
	&어워드	DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 FINANCIAL SERVICES 분야	Winner
라운시큐어	웹어워드	기업일반 부문 보안 분야	대상
버즈빌	웹어워드	기업일반 부문 웹/광고에이전시 분야	대상
KB저축은행 키위뱅크	스마트앱어워드	저축은행 분야	최우수상
스타필드 모바일	&어워드	DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 LIFESTYLE SERVICES 분야	Winner

clients

PARTNERSHIP CLIENTS

발전적인 커뮤니케이션과 고객에게 감동을 주는 서비스로, 수많은 브랜드와 기업들이 플립커뮤니케이션즈와 함께합니다.

FINANCE



clients

OFFICIAL & BRAND

SAMSUNG

SAMSUNG 삼성웰스토리

LG LG전자

LS 엠트론



SK telecom

SK hynix

SK planet

SK 에너지

한화갤러리아

11

Starfield

오리온

arena

Titleist

AMORE PACIFIC
GROUP

gsk GlaxoSmithKline

서울특별시
세종문화회관

금융결제원

posco
포스코경영연구원

KGC 인삼공사

maum.ai
MINDs Lab

alchera

HDC 신라면세점

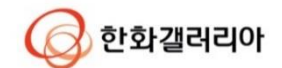
OUTBACK
STEAKHOUSE

Digital Channel Maintenance

Maintenance value creation

플립커뮤니케이션즈에게 고객은 단순 클라이언트가 아닌 성공을 향해 함께 가는 파트너입니다.

고객의 브랜드를 나의 브랜드처럼 여기는 파트너사로서의 확고한 철학과 가치를 기반으로 효과적인 운영 서비스를 제공합니다.

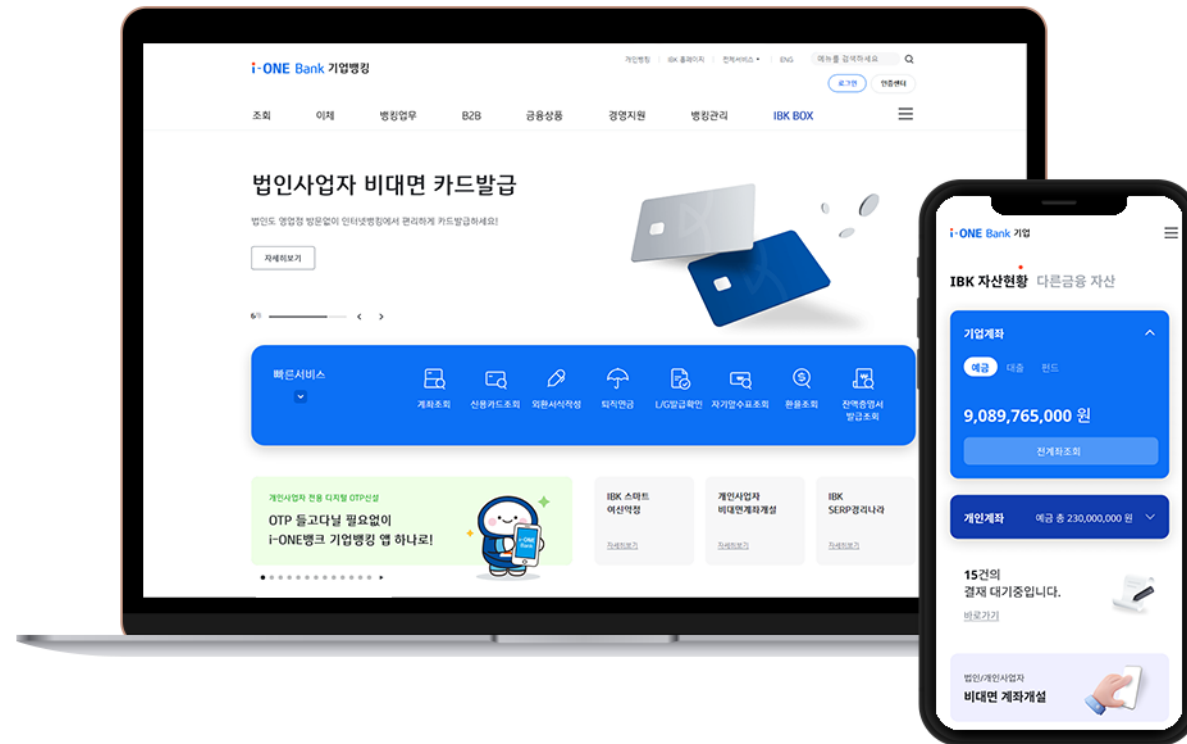


portfolio

Finance Development

IBK기업은행 기업인터넷/스마트뱅킹

kiup.ibk.co.kr



기업은행은 디지털 전환을 가속화하고 고객 경험을 혁신하기 위해 기업 인터넷뱅킹과 스마트뱅킹 서비스를 동시 개편했다. 기존에는 영업점을 방문해야만 처리할 수 있었던 업무를 비대면으로 신청할 수 있게 해 디지털 채널에서의 업무 영역을 확장했으며, 기업 자산 관리 서비스, 이용 시간 제어 기능, 통합 알림 서비스 등 기업 업무 특성에 맞춘 서비스와 기능을 도입했다. 대표이사, 실무자, 소상공인 등 사용자 유형에 따라 맞춤 화면으로 설계된 첫 화면에서는 주요 계좌 정보를 우선 노출하고, 대기 중인 결재와 진행 현황 등을 빠르게 확인할 수 있다. 또한, 외부 채널에서 제공하던 경영 지원 서비스를 기업뱅킹과 연계해 한 번의 로그인만으로 이용할 수 있게 됐다.

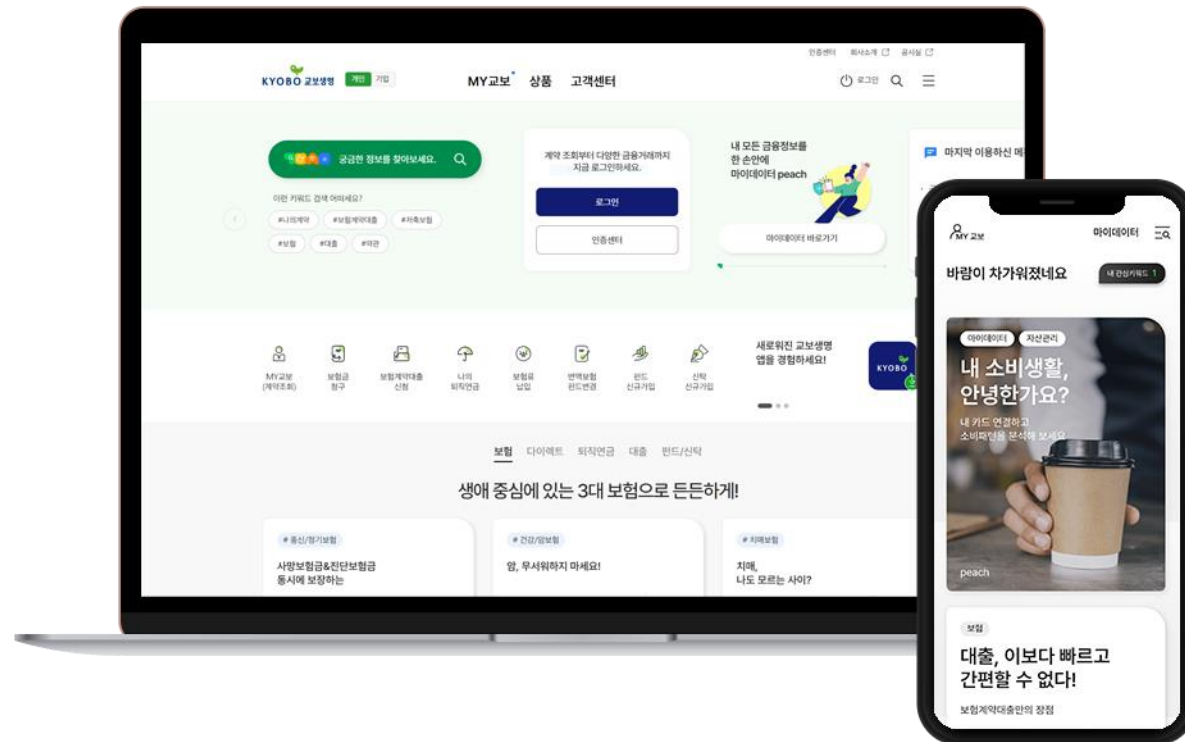
교보생명

www.kyobo.com



2022 스마트앱어워드 금융 부문 보험 분야 대상

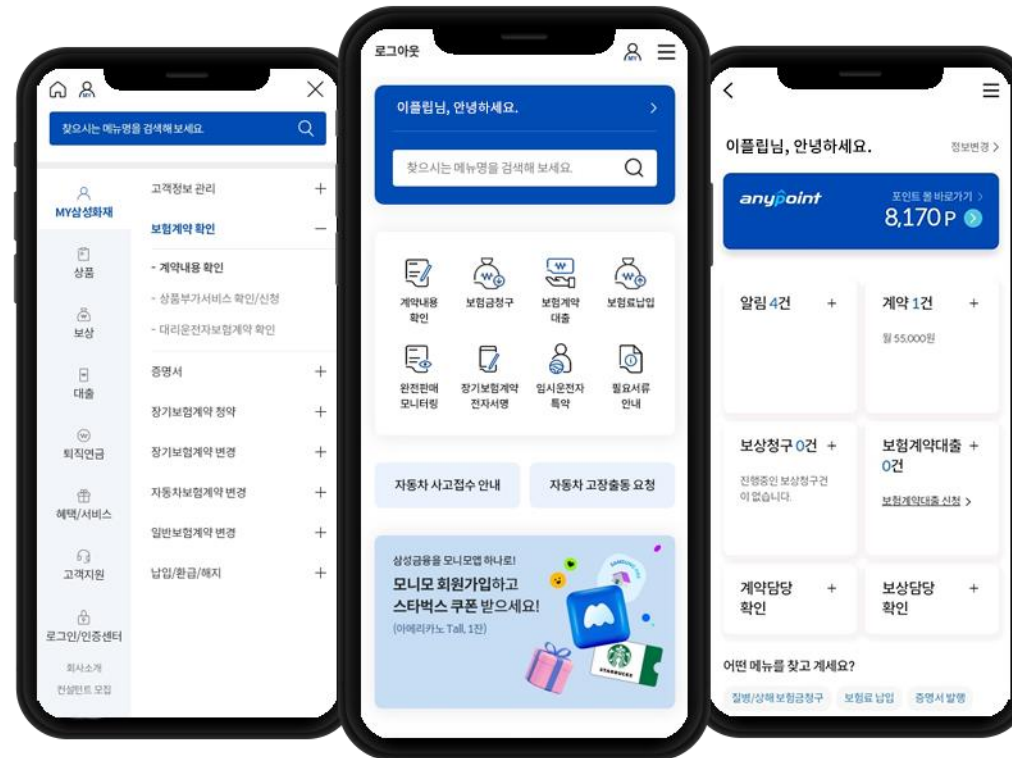
2022 &어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 SECURITIES/INSURANCE/CREDIT CARD 분야 GRAND PRIX



교보생명은 자사 고객 채널(PC, Mobile Web, App) 전반의 대대적인 개선을 통해 일관된 고객 경험과 확장된 서비스를 제공하고자 '차세대 프로젝트'를 진행했다. 고객 여정별 10대 개선 과제를 선정하고 이를 토대로 IA 및 UI/UX 전략을 수립했으며, 일관적인 사용자 경험을 구현하기 위해 공통 UI 정의에 집중했다. '3 Step 내 모든 서비스 완료'를 모토로 사용성 강화를 위한 프로세스 최적화를 통해 고객 중심의 편의성을 확보했다. 또한, 모바일 앱을 중심으로 향후 다양한 제휴를 통해 '보험을 넘어선 금융 플랫폼'으로 나아가기 위한 기반을 마련하기 위해 자사 및 마이데이터 활용 서비스, 계열사 및 제휴사 서비스 등을 연계한 마켓플레이스 개념을 도입, 적용했다.

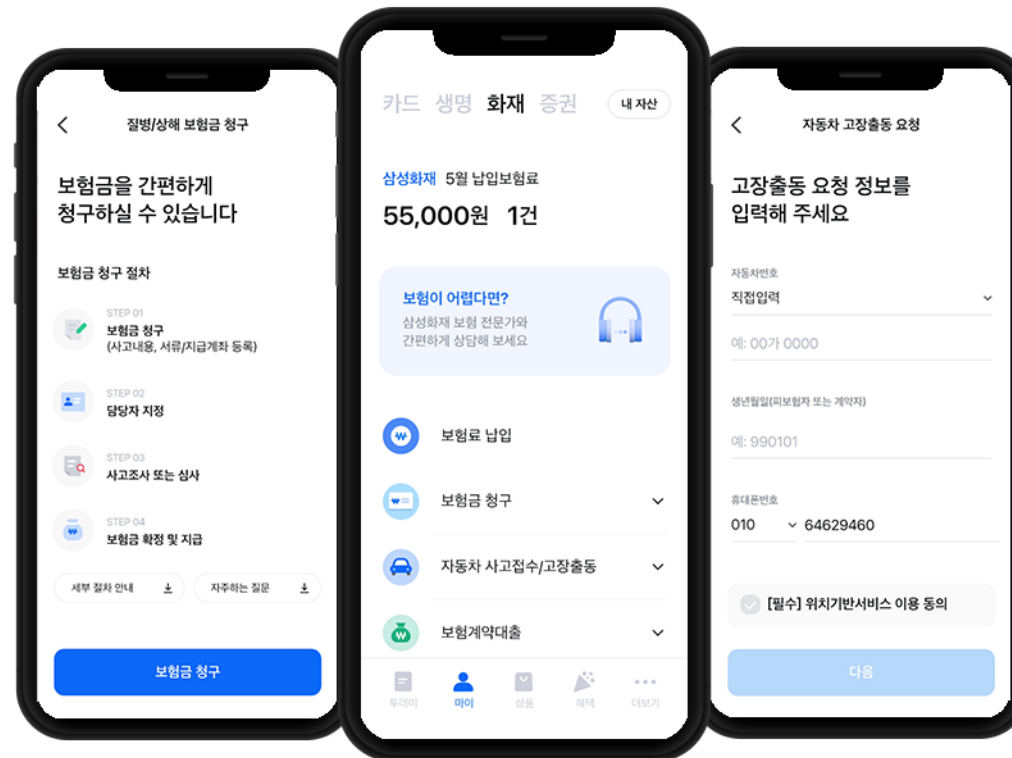
삼성화재 대표 홈페이지

m.samsungfire.com



삼성화재는 기존 삼성화재 앱에서만 처리할 수 있었던 보험 업무를 모바일 웹에서도 원스톱으로 처리할 수 있는 모바일 웹 완결형 프로세스를 구축했다. 이제 별도의 앱 설치 없이 모바일 웹에서 보험 계약 확인 및 변경, 보험료 납입, 보험금 청구 등 삼성화재의 모든 업무를 처리할 수 있게 됐다. 보험 상품 조회와 가입 상담 신청은 물론이고 장기보험 가입 시 모바일 웹에서도 전자 서명이 가능해졌으며, 계약 관련 서류까지 바로 다운로드할 수 있다. 이에 더해 회원가입과 로그인 절차를 간소화하고 본인 인증 수단을 확대해 신규 고객의 보험 가입 절차도 개선했다. 이로써 최근 디지털 업계의 화두인 '굼김없는 고객 경험'이 가능한 홈페이지를 완성했다.

삼성금융네트웍스 통합 플랫폼 모니모

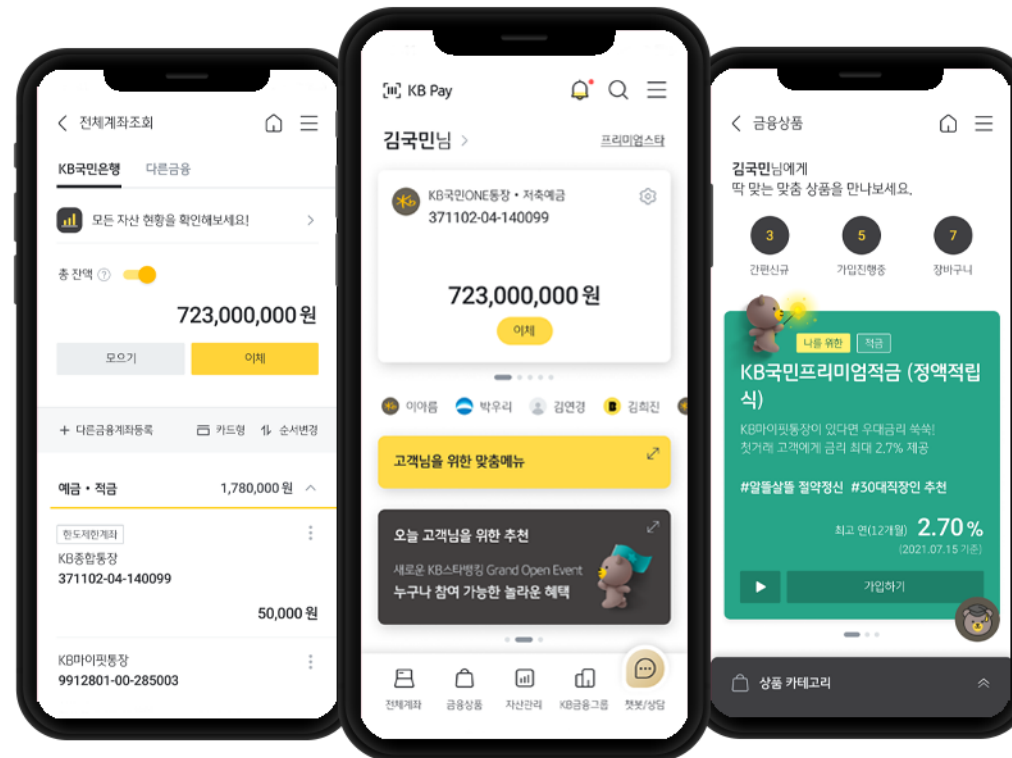


삼성화재, 삼성생명, 삼성카드, 삼성증권 등 삼성그룹의 4개 금융 계열사는 공동 브랜드 '삼성금융네트웍스'를 출범하고 금융 통합 플랫폼 '모니모'를 선보였다. 모니모와 삼성화재 간 회원 연계 프로세스를 구축하고, 삼성화재의 보험 업무 및 상품 판매 페이지를 모니모 앱에서도 제공한다. 보험료 납입, 보험금 청구, 자동차 고장 출동, 보험계약대출 등 주요 업무를 처리할 수 있으며, 가입된 보험 현황에 대한 요약 정보를 제공해 한눈에 계약 정보를 파악할 수 있다. 또한 삼성화재 대표 및 다이렉트 홈페이지에서 이루어졌던 상품 판매를 연계해 일관된 고객 경험 및 상품 가입을 유도했다.

KB국민은행 KB스타뱅킹



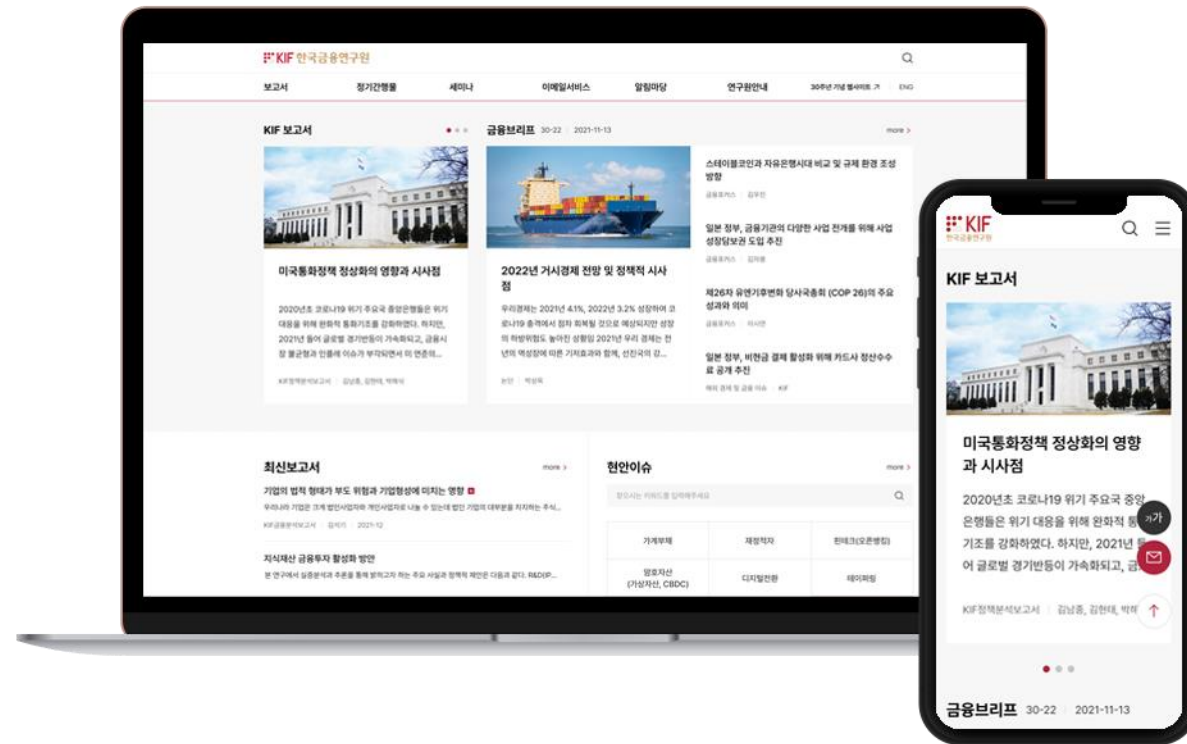
2021 스마트앱어워드 최고대상
2021 &어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 BANKING/CAPITAL 분야 GRAND PRIX



KB국민은행은 8년 만에 모바일 뱅킹 서비스를 전면 개편한 'New KB스타뱅킹'을 선보였다. 기존 별도 앱으로 제공했던 'KB스타알림'을 스타뱅킹 앱 내에 통합했으며, 계열사와 제휴사 서비스를 앱 내에서 이용할 수 있는 확장형 플랫폼을 도입했다. 이는 주식 매매, KB Pay 등 거래 업무까지 가능하도록 기능을 확장한 형태로, 이후에도 지속해서 서비스를 추가할 수 있는 기반을 만들었다. 이와 함께 마이데이터 시행에 발맞춰 여러 금융권에 산재한 데이터를 자산, 투자, 세테크, 은퇴로 구분해 간편하게 볼 수 있는 '마이자산관리'를 신규 구축했으며, 자동 로그인과 홈 화면 개인화 등의 기능을 적용해 사용자 편의성을 높였다.

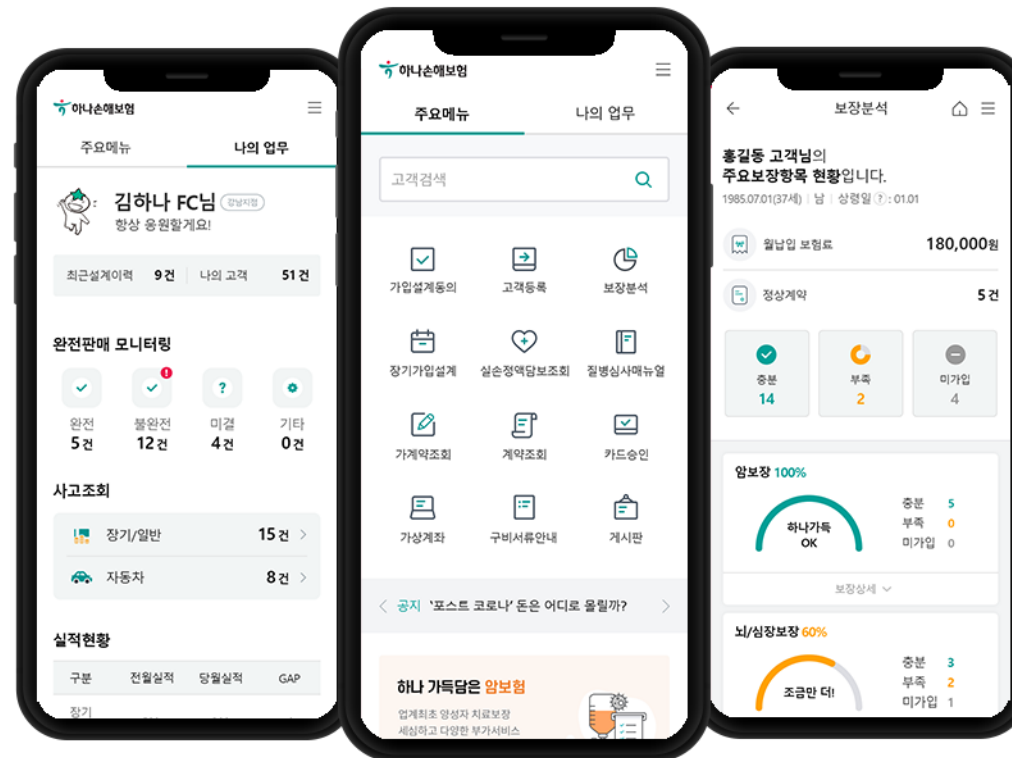
한국금융연구원 홈페이지

www.kif.re.kr



한국금융연구원은 금융 전반에 걸친 전문 연구 정보를 쉽게 찾고 활용할 수 있도록 검색 기능 강화와 콘텐츠 연결성 향상에 주안점을 두고 홈페이지를 개편했다. 방대한 연구 정보를 연구 주제와 자료 유형별로 분류하고, 사회 트렌드를 반영한 현안 이슈 메뉴를 추가해 각각의 이슈와 관련된 자료를 모아볼 수 있다. 또한 검색이 자동 완성, 검색 결과 정렬, 상세 검색 등의 기능을 추가해 검색 환경을 개선했다. 연구 자료는 요약보기를 통해 내용을 미리 확인할 수 있으며, 연관된 자료로 바로 이동할 수 있는 링크를 함께 제공해 정보의 연결성을 높였다. 또한 금융 연구 정보를 제공하는 이메일 서비스는 회원 가입 없이 원하는 분야만 구독할 수 있도록 개선했다.

하나손해보험 모바일 영업 지원 시스템(SFA)



하나손해보험은 영업, 고객 관리, 계약 관리 등 보험설계사의 업무 전반을 지원하는 모바일 영업 지원 시스템(SFA)을 개편했다. 이동하며 영업 활동을 하는 설계사의 업무 특성을 고려해 언제 어디서나 쉽고 편리한 사용에 중점을 두고 UX를 개선했으며, 기존 더케이손해보험에서 하나금융그룹으로 인수되며 변경된 사명과 기업 아이덴티티를 디자인에 반영했다. 상담부터 설계, 청약에 이르는 가입 프로세스마다 필요한 주요 기능과 함께 완전 판매 모니터링, 사고 조회, 실적 현황 등 실시간 정보를 제공한다. 이와 함께 고객마다 차별화된 재무 컨설팅을 제공하는 보장 분석 기능을 강화해 설계사의 영업 활동을 지원한다.

IMM Investment 홈페이지

imm.co.kr



IMM Investment는 오랜 기간 노후화된 웹사이트의 리뉴얼을 진행했다. 다양한 멀티 디바이스의 효과적인 대응과 더불어 효율적인 운영을 위해 워드프레스를 기반으로 리뉴얼을 진행하는 기술적 전략을 수립했으며, 텍스트 중심의 지루한 페이지 형식에서 벗어나 인포그래픽과 이미지를 효과적으로 활용하여 이전보다 한층 개선된 콘텐츠를 구성했다. IMM의 비주얼 커뮤니케이션은 콘텐츠가 설명하는 상황을 가장 직관적으로 표현할 수 있는 리얼리티 이미지로 구성하여 사용자의 콘텐츠 이해도를 증진시켰으며, 이러한 콘텐츠 위에 감성을 더해줄 마이크로 인터랙션을 적용해 클라이언트의 니즈를 충족시켰다.

마이다스에셋자산운용 웹사이트

midasasset.com

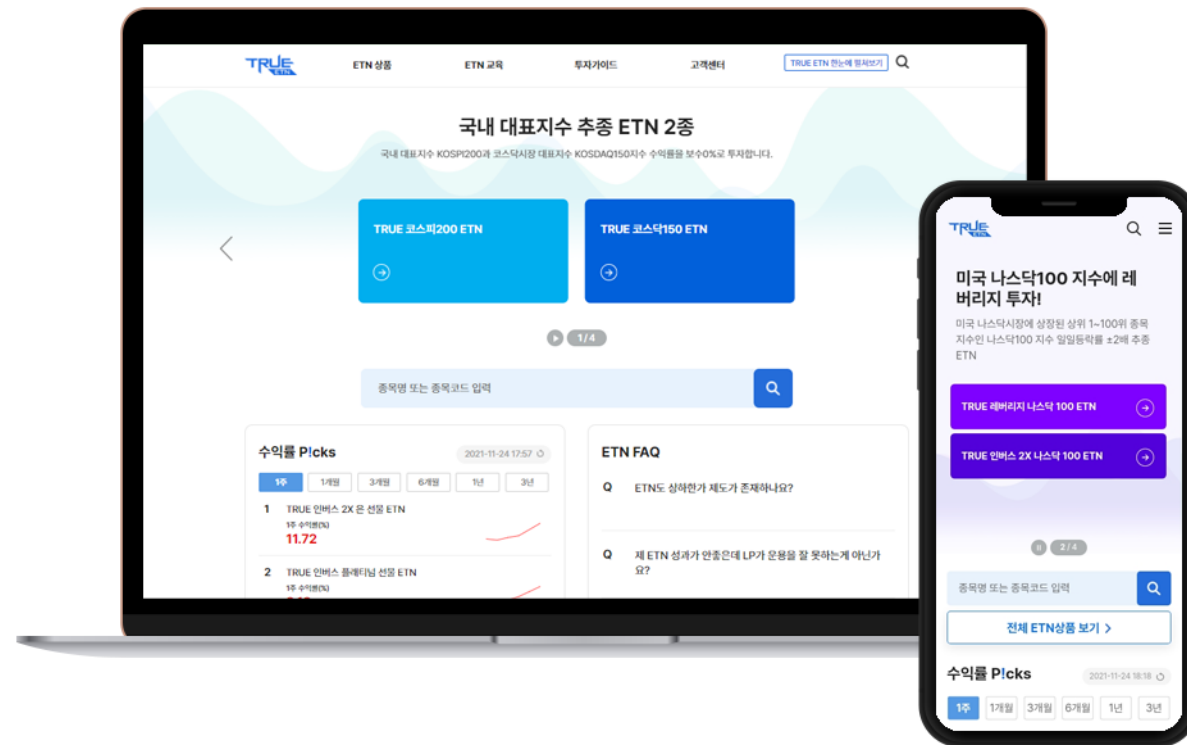


마이다스에셋자산운용은 국제적 이미지 제고 및 글로벌 투자 사업 확대의 일환으로, 최신 트렌드에 맞춘 디자인 구성과 영문 사이트로의 확장을 통해 해외 투자 고객을 유치, 확보하기 위해 자사 웹사이트 리뉴얼을 진행했다. 플랫 디자인을 기본으로 한 풀화면 영상 및 이미지의 활용을 통해 최신 트렌드에 부합하도록 메인 페이지를 구성했으며, 적응형 웹 기술의 적용을 통해 PC, 태블릿, 모바일 등에 각기 최적화된 UI를 제공했다. 콘텐츠 특성에 따른 카테고리 작업을 진행해 메시지에 대한 직관성을 높였으며, 개별 상품과는 별도로 상품 유형에 따라 콘텐츠를 배치해 추천 상품 및 서비스를 고객이 쉽게 확인할 수 있도록 노출했다.

한국투자증권 TRUE ETN 홈페이지

www.trueetn.com

2021 & 어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 SECURITIES/INSURANCE/CREDIT CARD 분야 GRAND PRIX



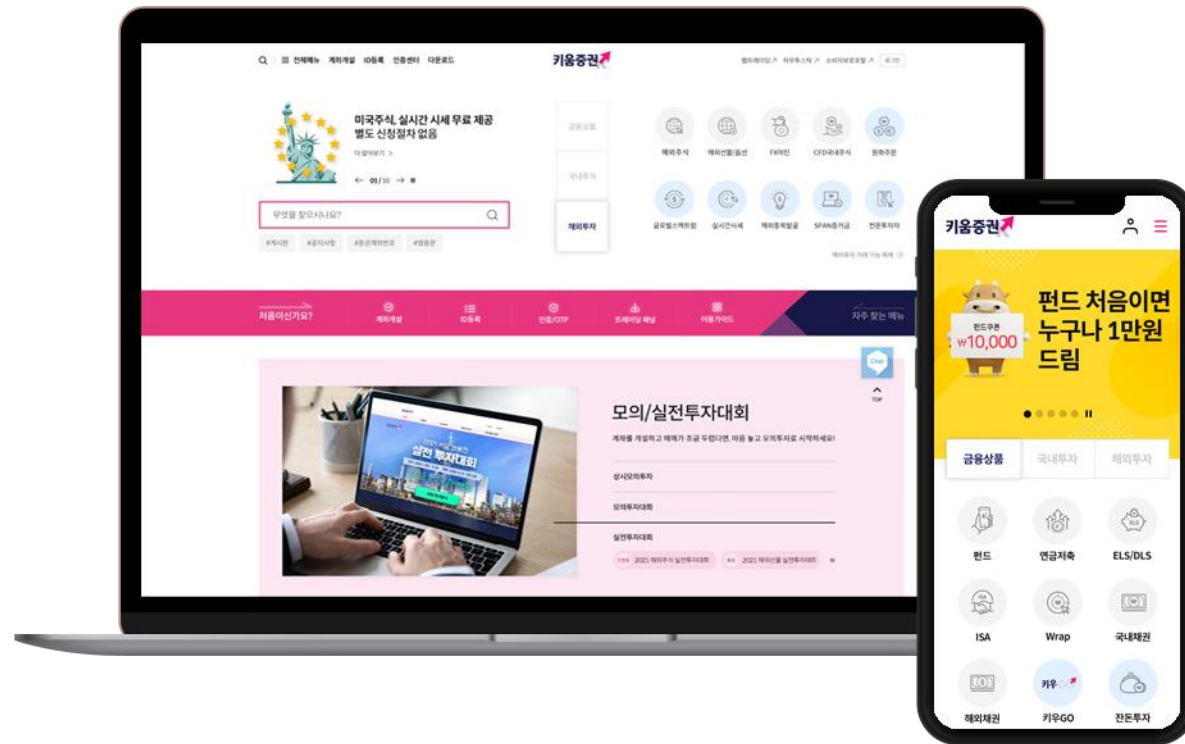
한국투자증권은 빠르게 성장하는 ETN 시장의 흐름에 발맞춰 ETN 전용 홈페이지인 TRUE ETN의 개편을 진행했다. 빠른 상품 정보 탐색을 위해 'TRUE ETN 한눈에 펼쳐보기'에 상품을 국가별/주제별로 모아 배치하고, 상품별 상세정보로 연결해 구성했다. 아울러 검색 창이 따로 없어 겪었던 불편을 줄이기 위해 상품 검색과 더불어 통합 검색, 카테고리 검색 기능을 신설해 공지, 공시, 뉴스/시황 등 관련 정보까지 적극적으로 탐색할 수 있도록 개선했다. '수익률 계산기'에서는 투자 기간과 금액을 입력하면 예상 수익률을 산출해 투자 성과를 예측해 볼 수 있다. 또한 ETN 상품에 대한 이해도가 낮은 신규 투자자들을 위해 개념 소개 서비스를 함께 제공한다.

키움증권 홈페이지

www.kiwoom.com

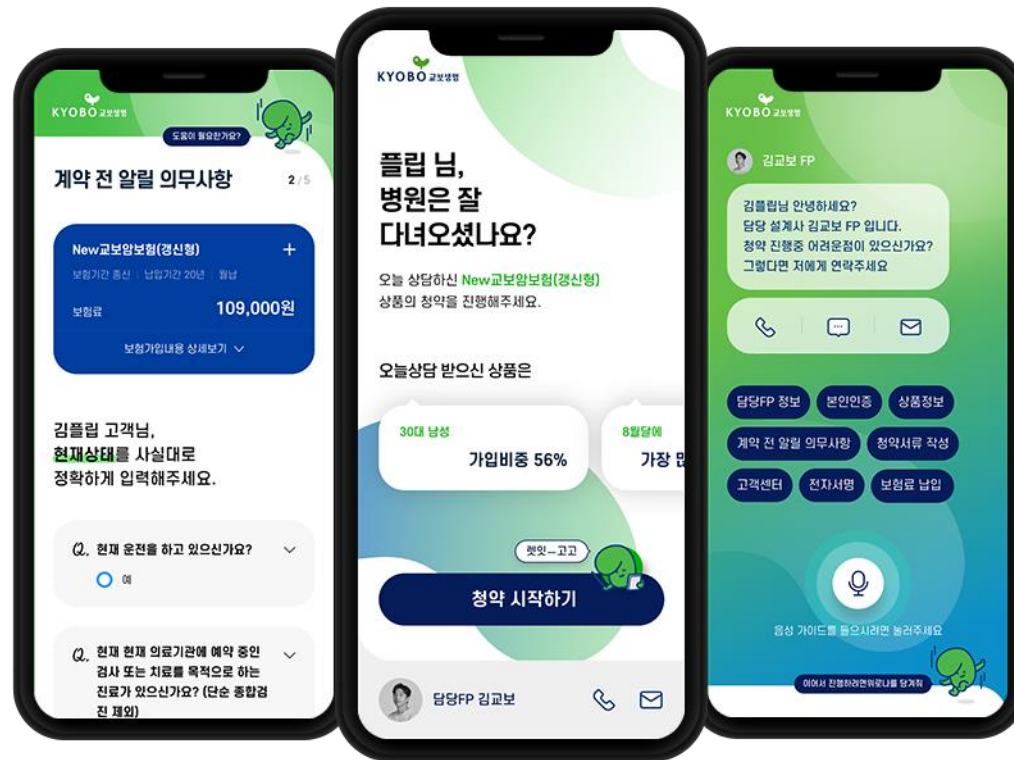


2021 웹어워드 금융 부문 증권 분야 대상



키움증권은 모든 환경에서 쉽게 이용할 수 있는 간편 투자 플랫폼으로 거듭나기 위해 대표 홈페이지를 비롯한 6개 채널에 대한 대대적인 웹서비스 개편을 진행했다. 기존 운영 중인 채널마다 분산되어 있던 정보를 통합해 중복을 최소화하고, 고객 이용 패턴을 분석해 이용도가 높은 기능과 메뉴를 우선 배치해 정보의 접근성을 높였다. 또한 복잡하고 어려운 금융 상품에 대한 정보를 투자 단계별로 분류한 '이용가이드'와 FAQ 제공과 상담원 연결 기능을 탑재한 '채팅 상담'은 반응형으로 제작하여 매끄러운 이용이 가능한 환경을 만들었다. 이외에도 투자에 꼭 필요한 리서치센터의 기능을 확대해 폭넓은 분야의 리포트를 모든 디바이스에서 확인할 수 있게끔 구현했다.

교보생명 모바일 청약 및 고객 제안내 시스템 UI/UX

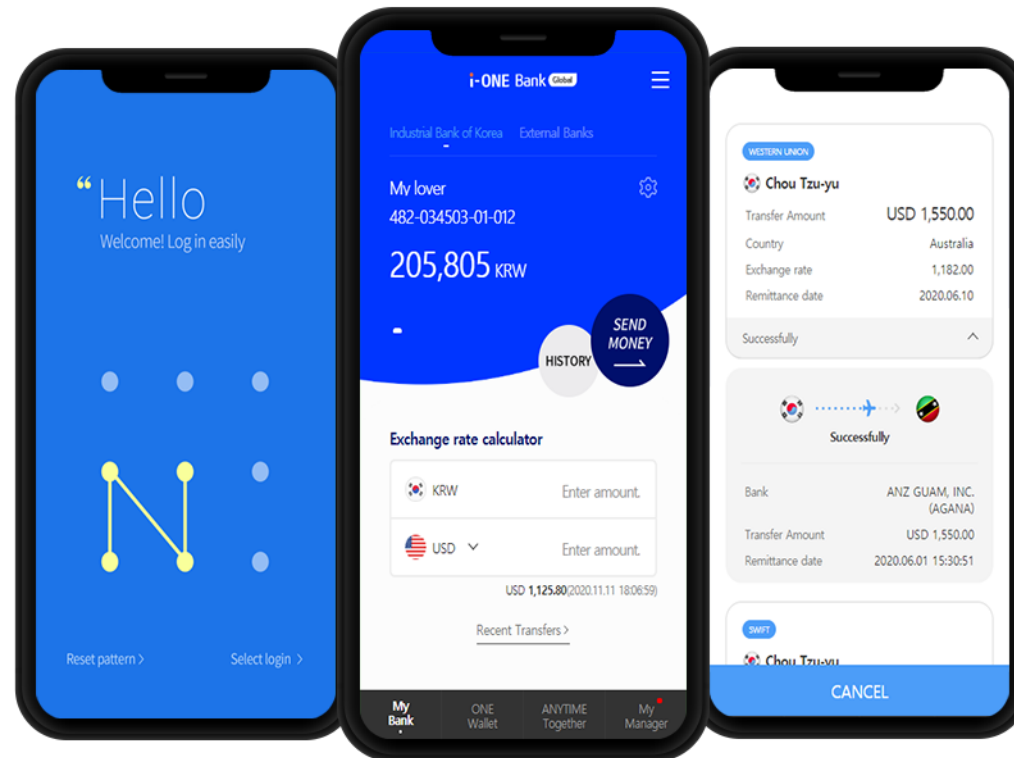


교보생명은 독창적인 고객 경험과 가치를 창출하는 혁신 기업으로 발돋움하기 위해 자사 모바일 청약 및 고객 제안내 시스템을 구축했다. '고객 만남에서 청약까지 좋은 경험의 연속성을 만드는 서비스'라는 UX 콘셉트 아래 청약 단계별로 디지털 캐릭터인 '교보러버스'를 활용한 안내 멘트를 제공해 친근함을 더하고, 궁금한 내용은 즉시 설계사에게 문의할 수 있도록 구성해 서비스 연결성을 확보했다. 또한 어려운 금융 용어를 최대한 쉽게 전달하기 위해 설계 시 작성한 콘텐츠를 검토하고 개선했으며, 인터랙션 요소를 통해 고객이 인지해야 할 정보를 강조하고, 행동해야 할 기능에 오류 방지 장치를 마련함으로써 자연스러운 단계 이동을 가능케 했다.

IBK기업은행 i-ONE Bank Global



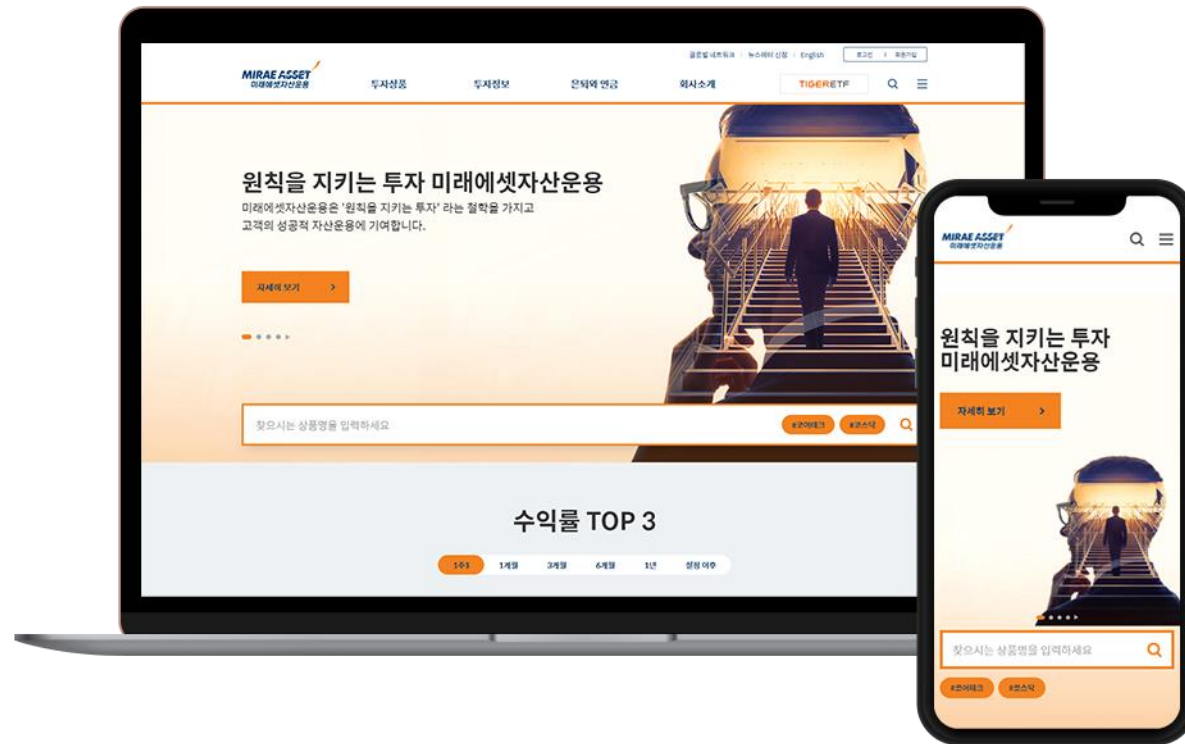
2021 ICT 어워드 코리아 과학기술정보통신부 장관상



IBK기업은행은 최근 국내 체류 외국인 수가 지속해서 증가하고 있는 추세를 반영해 글로벌 금융 서비스 앱에 대한 리뉴얼을 시행했다. 기존 오프라인을 통해서만 가능했던 회원가입과 인증 절차를 'O2O 회원가입 프로세스'로 재편해 처리 시간을 대폭 감소시켰고, 외국인 대상 앱으로는 선제적으로 '사설 인증서' 시스템을 도입하여 로그인 방식을 개선했다. 더불어 친구 초대 등의 친목 활동으로 환율 우대, 이체 수수료 인하 혜택을 받을 수 있는 'Anytime Together' 서비스와 자국어로 상담 및 알림을 제공해주는 'My Manager' 서비스를 통해 보다 친숙하고 편리한 금융 서비스 이용이 가능하도록 했다.

미래에셋자산운용 홈페이지

investments.miraeasset.com



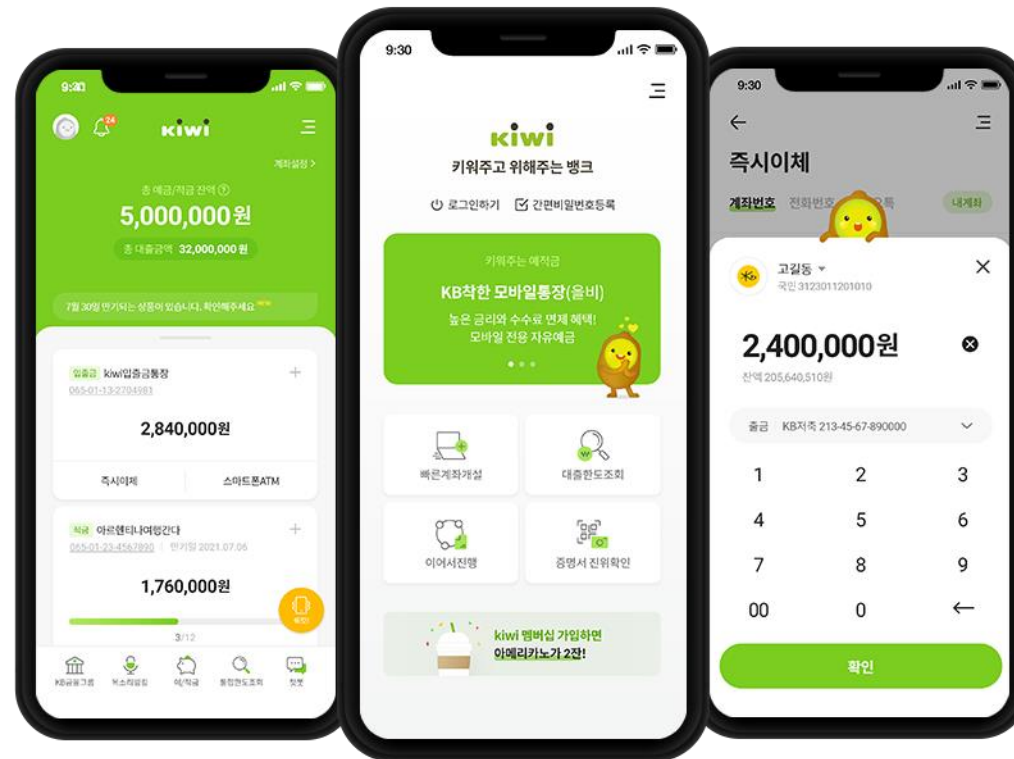
미래에셋자산운용은 기존 노후된 홈페이지의 사용성을 개선하고, 많은 상품 정보와 신뢰할 수 있는 브랜드 이미지를 사용자들에게 효과적으로 전달하기 위해 개편을 진행했다. 새로운 사이트에서는 펀드부터 ETF까지 통합 상품 정보를 제공하고 있으며, 수많은 상품 정보를 직관적인 펀드 유형값으로 정밀하게 구분하고, 테마키워드, 인기키워드, ETF 통합 검색 등 검색 기능을 확대했다. 또한 테마키워드를 활용한 테마 상품관을 새롭게 도입함으로써 사용자가 상품을 다양한 방법으로 탐색하고 정보에 빠르게 도달할 수 있도록 설계했다.

KB저축은행 스마트뱅킹 kiwibank

m.kiwibank.com



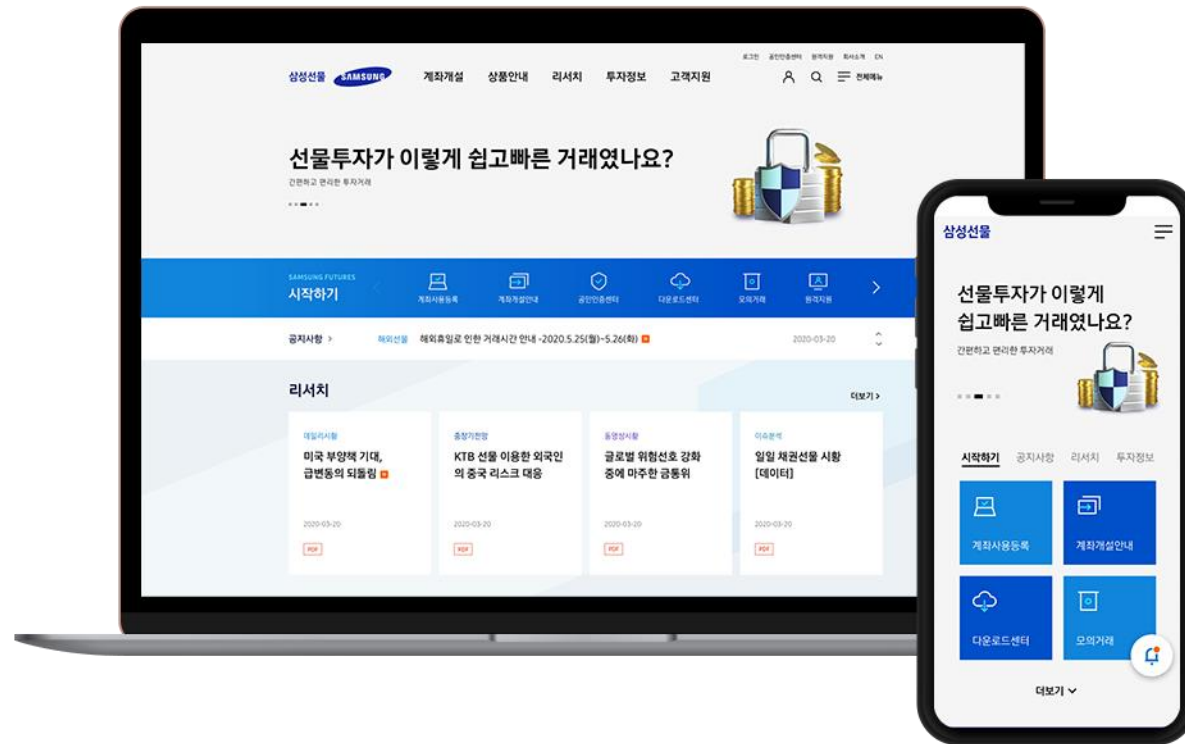
2020 스마트앱어워드 저축은행 분야 최우수상



KB저축은행은 저축은행이 가진 다소 불편하고 딱딱한 이미지를 개선함과 동시에 한 단계 진화한 스마트뱅킹 시스템을 구축하는 것을 목표로 스마트뱅킹 kiwibank를 구축했다. 자산을 '키워주고' 서비스로 '위'해준다는 의미를 담은 'kiwibank' 브랜드를 새롭게 론칭하고 '키위' 캐릭터를 제작해 어렵지 않은 금융 채널, 친숙한 금융 브랜드의 이미지를 구축했다. 아울러 고객이 대출 통합 한도를 조회하는 데 필요한 서류를 국세청과 국민건강보험공단에서 자동으로 가져오는 스크래핑 기술을 도입하고, 신분증 인증 방식을 인증 기관 서버에 저장된 데이터와 실시간으로 비교해 확인하는 방식으로 개선해 24시간 365일 금융 서비스를 이용할 수 있도록 했다.

삼성선물 홈페이지

www.ssfutures.com



계속해서 모바일 서비스 이용이 증가하고 있는 상황에서 삼성선물은 이러한 비합리적인 사용자 경험을 개선하고, 상품 안내 및 투자 정보 콘텐츠를 고객에게 보다 쉽게 제공하기 위해 해당 프로젝트를 진행했다. 사용자가 원하는 핵심 정보인 '시작하기', '공지사항', '리서치', '투자정보' 등을 4개의 그룹으로 메인 화면에 배치하고, 국내선물, 해외선물, FX마진 등 상품 위주로 구성됐던 기존 대메뉴를 상품 안내로 통합했다. 또한 이용 빈도가 높은 계좌개설과 투자정보를 대메뉴로 신설하고, 실시간 시장 서비스로 국내·외 주요 뉴스와 웹 브라우저 PUSH Alarm 기능을 제공한다.

삼성생명 홈페이지

www.samsunglife.com



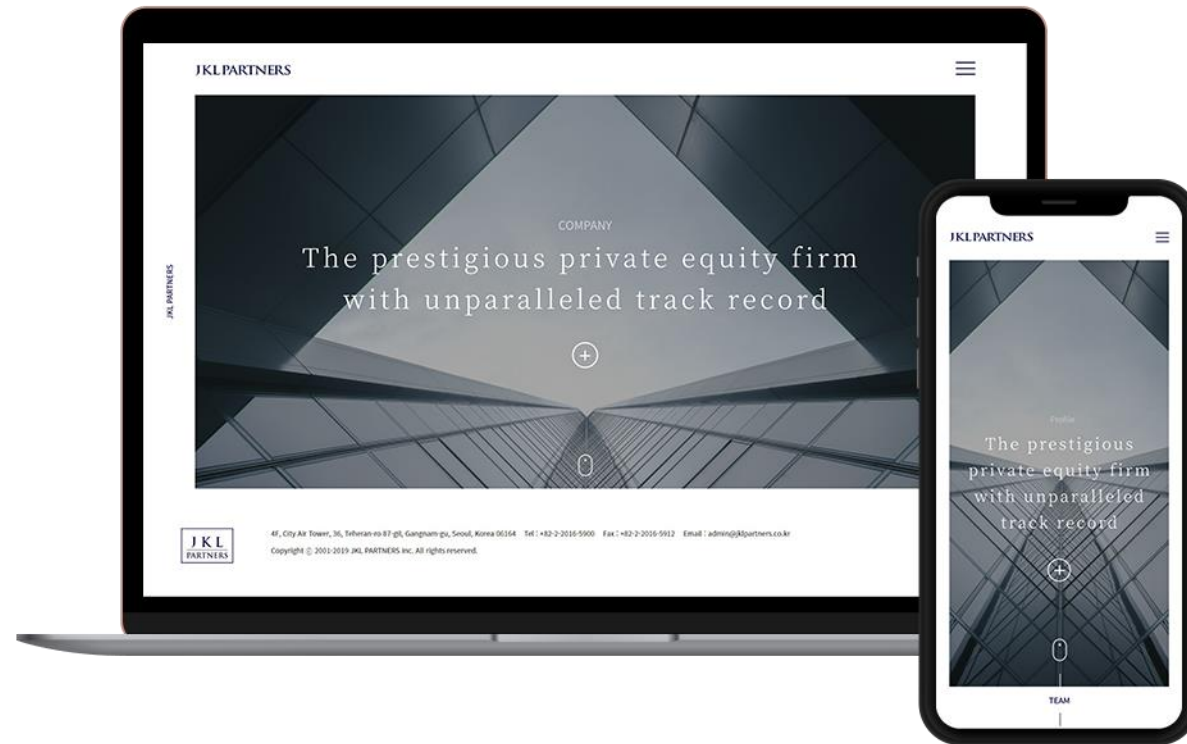
2020 웹어워드 웹접근성 이노베이션 대상
2020 & 어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 FINANCIAL SERVICES 분야 Winner



보험업계에서도 디지털 서비스에 대한 고객의 요구 사항이 다양해지고 있는 만큼 삼성생명은 그간 쌓아온 디지털 역량을 바탕으로 디지털 채널의 선진화를 위한 프로젝트를 진행했다. 보험 상품군의 메뉴 구조는 고객의 라이프 스토리와 탐색 경험을 고려해 보험 메인 페이지에서 보험 카테고리 페이지, 그리고 상품 상세 페이지까지 자연스럽게 이어지도록 설계했다. 상대적으로 정보가 부족하고 활용도가 낮았던 모바일 웹 개편을 선행하고 개선된 UI를 PC에 적용했다. 또한 비대면 인증 체계를 활용해 이용할 수 있는 금융 서비스의 범위를 확대해 모바일 웹에서도 PC와 App의 90% 수준으로 금융 서비스를 제공할 수 있게 됐다.

JKL파트너스 홈페이지

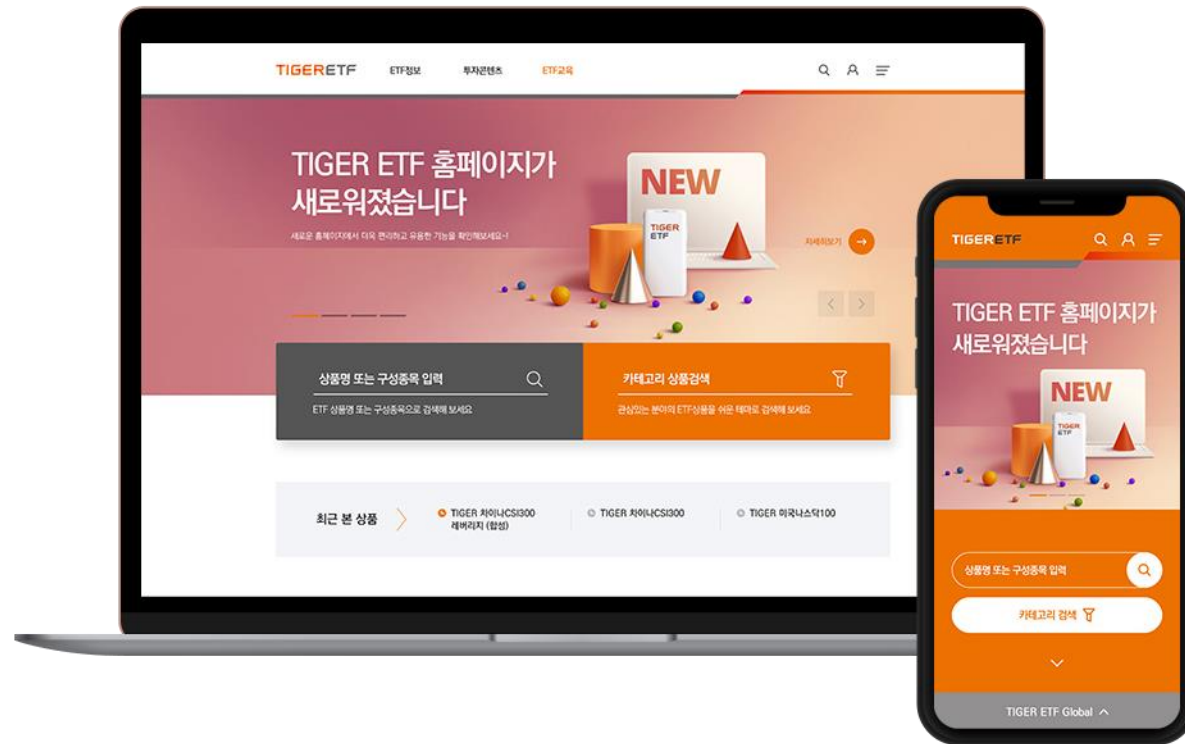
www.jklpartners.co.kr



(주)제이케이엘파트너스는 최근 높아진 대외 주목도에 대응하기 위해 대외적 기업 이미지를 제고하고, 반응형 웹 개발을 통해 다양한 디바이스에서도 능동적으로 서비스를 제공할 수 있도록 개선하기 위해 자사 홈페이지를 리뉴얼했다. 콘텐츠가 많지 않은 사이트였음에도 불구하고 기존 메뉴 구조가 정돈되지 않은 점을 감안해 메뉴 및 콘텐츠를 재구조화하고 한층 더 간소화함으로써 원하는 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 개선했다. 또한 멀티 디바이스에 대한 효과적인 대응 및 효율적인 운영을 위해 워드프레스를 기반으로 사이트를 구축했으며, 관리자 사이트를 커스터마이징함으로써 관리 효율성을 개선했다.

미래에셋 TIGER ETF 웹사이트

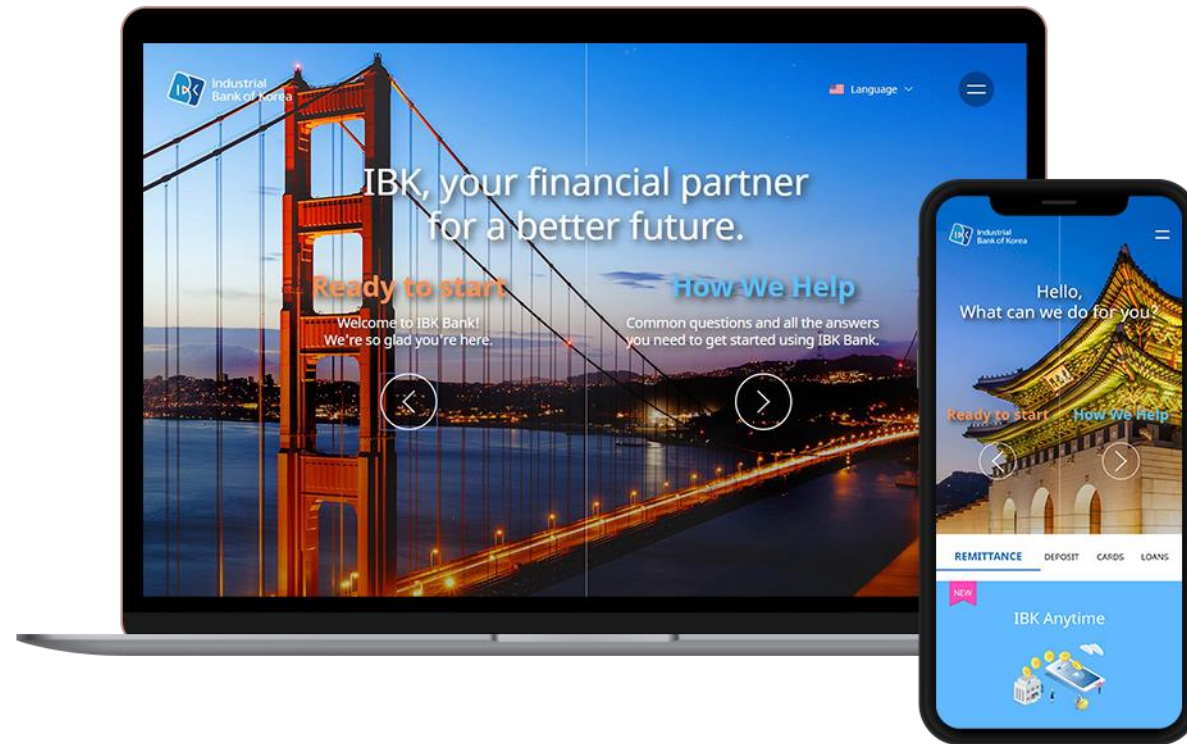
www.tigeretf.com



미래에셋자산운용(주)는 변화하는 고객 이용 환경(PC, Mobile 등)을 반영한 UI/UX 개선을 통해 사이트 사용성을 강화하고, 고객 개인별 맞춤 정보를 빠르고 안정적으로 제공하고자 TIGER ETF 웹사이트를 개편했다. ETF 상품의 관심 정보에 기초해 고객이 실질적으로 원하는 정보를 우선 노출할 수 있도록 구성했으며, 주요 정보를 직관적으로 파악할 수 있도록 강조하는 데이터 시각화를 진행했다. 사용자별 상품 조회 및 ETF 시장 리포트 조회 등에서 데이터를 산출해 이를 향후 연계 상품 개발 및 마케팅에 활용할 수 있도록 개발했으며, 기간별 페이지 뷰 현황 및 상품 추이를 파악할 수 있도록 구글 애널리틱스를 적용했다.

IBK기업은행 다국어 사이트

global.ibk.co.kr

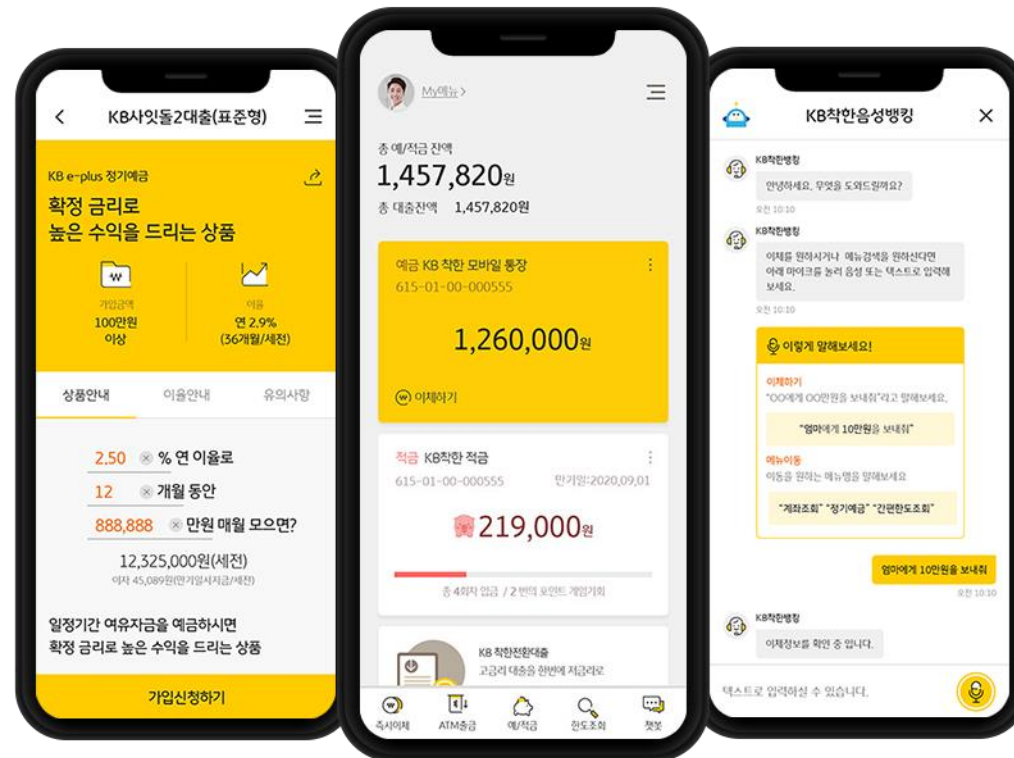


IBK기업은행은 지속적으로 증가하는 재한외국인 고객들을 대상으로 은행 및 금융에 대한 실질적인 정보를 제공해 창구 업무의 효율을 높임과 동시에, 국내 생활에 유익한 정보를 제공함으로써 사이트 이용률을 높여 은행 인지도 강화 및 영업 채널 확대를 이루고자 자사 글로벌 사이트를 개편했다. PC에 비해 Mobile에서의 서비스 이용률이 월등히 높은 외국인 고객들의 이용 현황을 반영하여 사이트를 반응형 웹으로 개선했다. 또한 기존 6개 언어로 지원됐던 랭귀지 서비스를 총 12개 언어로 확대, 제공해 더욱 다양한 언어권의 고객들이 사이트를 이용할 수 있도록 개선했다.

KB저축은행 착한뱅킹 모바일 앱



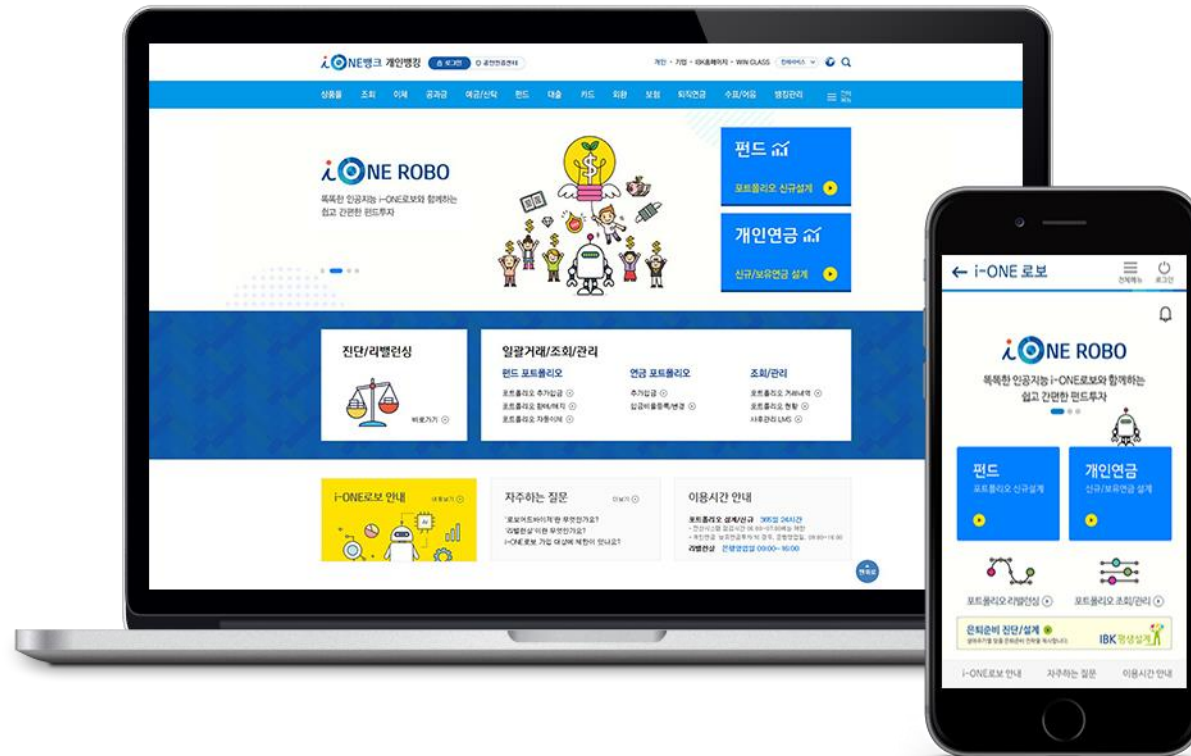
2019 스마트앱어워드 금융 부문 저축은행 분야 대상
2019 &어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 BANKING/CAPITAL 분야 GRAND PRIX



KB저축은행은 디지털 저축은행으로서 자사 금융 서비스에 대한 디지털 트랜스포메이션 확대를 통해 차별화된 마케팅 역량을 확보하고, 주요 타깃층인 시니어 고객들에게 보다 편리한 모바일 뱅킹 서비스를 제공할 수 있도록 해서 고객에 위한 '착한 금융'의 이미지를 강화하고자 자사 모바일 앱인 'KB 착한뱅킹' 앱을 구축했다. 고객 정보와 앱 이용 상황을 즉각적으로 인지해 개인화 맞춤형 서비스를 제공함으로써 고객과의 커뮤니케이션을 강조하는 차별화된 앱 서비스를 구현했으며, 모바일에 익숙하지 않은 시니어 고객을 위해 목소리 인증 로그인 서비스와 음성 명령을 통한 계좌이체 서비스를 구축했다. 또한 다양한 KB 계열사 서비스를 연계해 고객이 다른 앱을 실행시키지 않고도 해당 앱 내에서 즉시 조회 업무를 처리할 수 있도록 개선했다.

IBK기업은행 로보어드바이저 플랫폼

mybank.ibk.co.kr/uib



IBK기업은행은 최근 비대면 금융 거래의 증가로 온라인 자산 관리에 대한 수요가 확대되고 있는 추세를 반영하고, 점차 늘어나는 대중 고객의 유입에 대응하기 위해 로보어드바이저 플랫폼을 신규 구축했다. IBK기업은행의 로보어드바이저 플랫폼인 'i-ONE 로보'는 AI가 고객 정보와 투자 성향, 시장 환경 등을 분석해 고객별 맞춤 포트폴리오를 추천하고, 정기적으로 포트폴리오를 진단해 자동으로 리밸런싱을 제안하는 서비스다. '로보어드바이저'는 그 적용 분야가 투자형 상품에서 개인 연금, 퇴직 연금 등으로 급속도로 확대되고 있는 만큼 그 중요성이 점차 강조되고 있으며, 특히 'i-ONE 로보'는 국내 은행권 유일의 기업 고객용 로보어드바이저 서비스라는 데에 의의가 있다.

IBK기업은행 기업 전용 모바일 알림 서비스



IBK기업은행은 중소기업의 디지털 비즈니스 역량 강화를 지원하고, 자사에서 추구하는 동반자 금융을 실현하기 위해 AI 경영 컨설팅을 탑재한 핀테크 서비스인 'IBK알파브리핑'을 구축했다. 'IBK알파브리핑'은 소상공인, 자영업자, 중소기업들을 대상으로 각종 경영 정보를 자동으로 수집, 선별해 제공하는 모바일 알림 서비스로, 기존 'IBK 모바일 자금관리'에서 제공하던 경영 정보 브리핑 기능을 당행 기업스마트뱅킹 시스템에 내재화한 것이다. 이 서비스는 스크래핑 기술을 이용해 해당 고객이 거래하는 모든 은행의 계좌 정보와 카드 매출, 세금계산서 및 현금영수증의 매입·매출 정보 등을 대시보드 형태로 간결하게 제공하고 있는 것이 특징이다.

KB국민은행 연금 로보어드바이저

omoney.kbstar.com



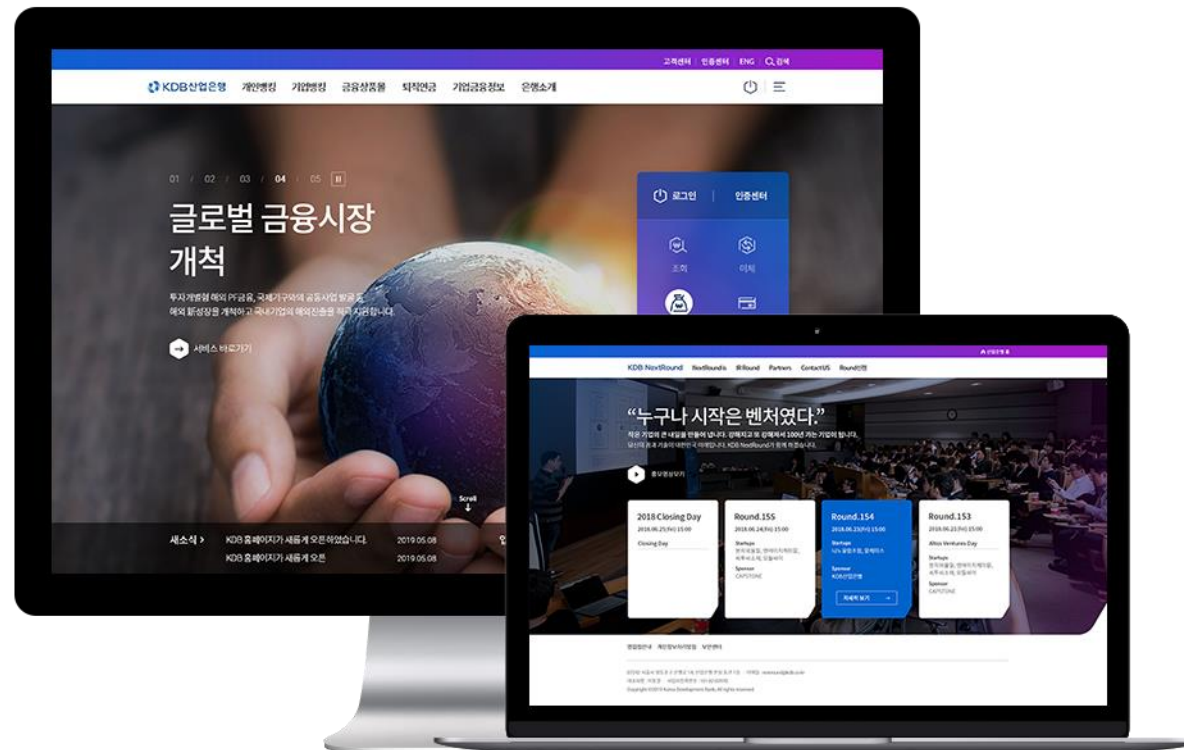
2019 웹어워드 금융 부문 자산관리 분야 대상



KB국민은행은 로보어드바이저 시장에서의 서비스 경쟁력 우위를 확보하고 체계적인 연금 자산 관리에 대한 수요 증가에 대응하기 위해 자사 로보어드바이저 서비스인 '케이봇 쌤'을 확대 구축했다. 케이봇 쌤은 직접 투자 시 발생할 수 있는 리스크를 최소화해 고객의 자산을 안정적으로 지키고, 지속적인 시장 분석을 통해 최적화된 자산 배분 계획을 포트폴리오 형태로 제안해 수익률을 확보해주는 자산 관리 서비스다. KB국민은행은 기존 펀드 위주로 구축된 케이봇 쌤 알고리즘을 활용해 퇴직연금 및 연금저축펀드까지로 로보어드바이저 기술을 확대 적용했으며, 자사의 대면 및 비대면 채널이 효과적으로 연계될 수 있도록 업무 프로세스를 새롭게 설계했다.

KDB산업은행 차세대 채널

www.kdb.co.kr



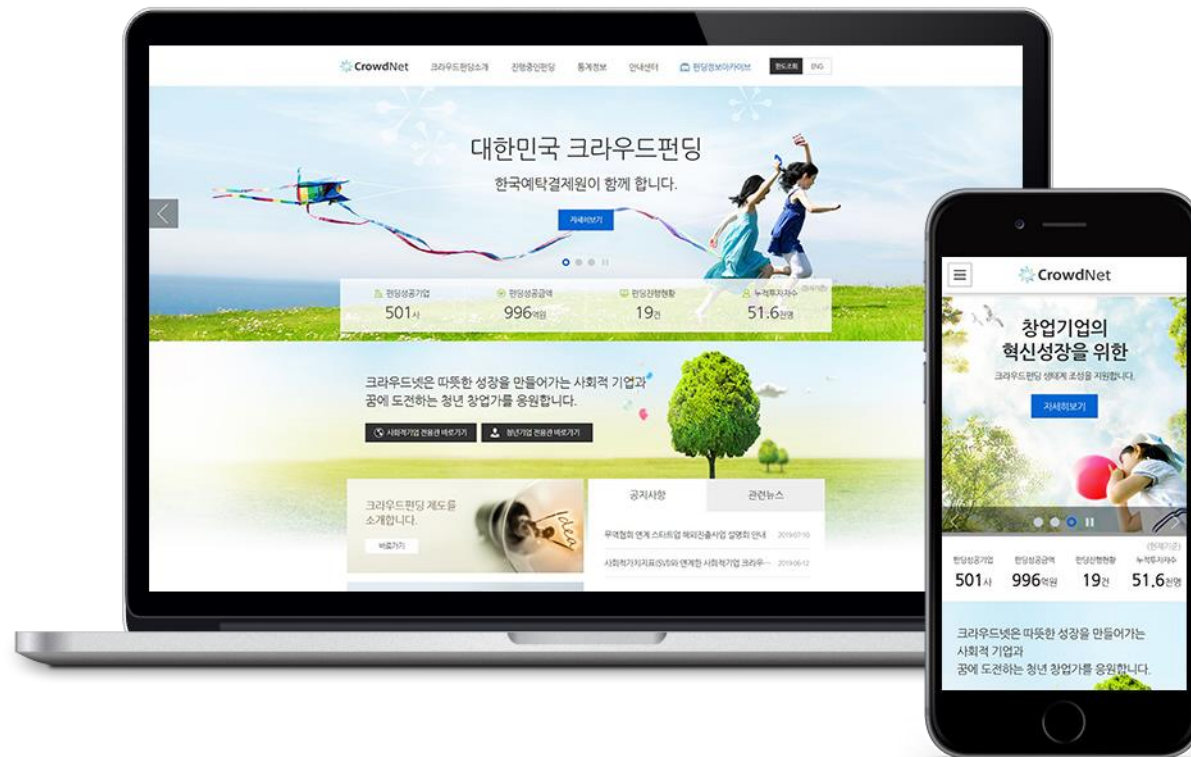
KDB산업은행은 UX/UI 리서치 데이터를 기반으로 고객 친화적인 브랜드 이미지를 강화함과 동시에 다양한 환경에서도 일관되고 지속 가능한 UI를 통해 긍정적인 사용자 경험을 제공하고 비대면 및 맞춤형 금융 서비스를 확대함으로써 고객 만족도를 높이기 위해 'KDB산업은행 차세대 채널'을 통합 구축했다. 홈페이지와 인터넷뱅킹 외 패밀리 사이트, 글로벌 사이트, 스마트폰 뱅킹, CMS, ATM, UMS까지 자사의 모든 서비스 채널을 새롭게 구축하는 만큼 다양한 환경에서도 일관성을 유지할 수 있도록 쉽고 유연한 공통의 기준을 수립했으며, 영업점 방문 없이 다양한 뱅킹 업무를 수행할 수 있도록 비대면 서비스를 확대했다.

한국예탁결제원 클라우드넷 반응형 웹

www.crowdnet.or.kr



2018 웹어워드 공공/의료 부문 공공서비스 분야 최우수상



한국예탁결제원은 크라우드펀딩 시장의 핵심 인프라로서 발행인, 투자자, 중개업자 및 정책감독당국에 대한 원활한 서비스 제공을 통해 해당 시장의 발전을 지원하기 위해 크라우드펀딩 전용 홈페이지인 CrowdNet을 개편했다. 다양한 디바이스에서 동일한 사용자 경험을 제공하기 위해 반응형 웹 방식으로 사이트를 구축했으며, 현재 진행 중인 크라우드펀딩 정보를 한눈에 확인할 수 있도록 펀딩 메뉴를 별도 구성해 사용자에게 실제 필요한 정보를 명확히 제공했다. 또한 크라우드펀딩의 특징인 Social 기능을 강화하기 위해 SNS 공유 기능을 적용하여 관심 펀딩 정보를 손쉽게 전파할 수 있도록 개발했다.

한국예탁결제원 전자투표·전자위임장 모바일 서비스

evote.ksd.or.kr/m



2018 웹어워드 모바일웹 서비스 부문 공공서비스 분야 최우수상
2018 & 어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 PUBLIC SERVICES 분야 GRAND PRIX



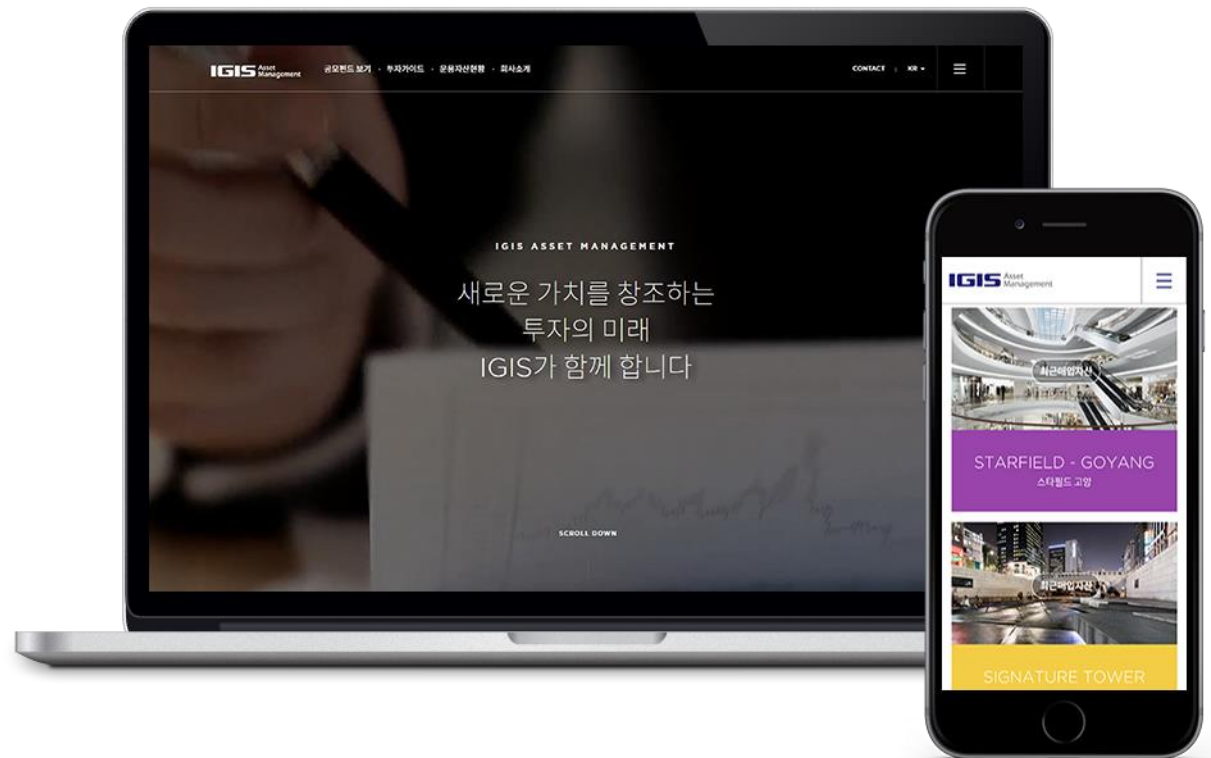
한국예탁결제원은 주주 의결권 행사 및 경영 참여 기회를 더욱 증대시키고, 향후 도입될 전자 주주총회의 제반을 다지기 위해 전자투표·전자위임장 모바일 서비스를 구축했다. 멀티 디바이스에서 각기 적합한 서비스를 제공하기 위해 적응형 웹 방식을 채택하여 최적화된 인터페이스를 제공했다. 발행회사 주주총회 운영 지원을 위해 업무이용신청 진행 정도와 단계별 KSD 처리 여부를 반영한 업무진행현황을 모니터링할 수 있도록 화면을 구성했으며, 주주 의결권 행사 지원을 위해서는 전자투표 행사, 전자위임장 수여, 결과 조회 등을 중심으로 PC·모바일 듀얼 전자투표 의결권 서비스를 제공하는 방식으로 제작됐다.

이지스자산운용 홈페이지

www.igisam.com



2018 웹어워드 금융 부문 자산관리 분야 대상



이지스자산운용(주)는 기관 및 기업 투자 고객뿐만이 아닌 일반인 투자 고객의 확보 및 증대를 위해 자사 브랜드 사이트를 개편했다. 다양한 디바이스에서도 최적화된 서비스를 제공하기 위해 적응형 웹 방식으로 사이트를 개발했으며, 정보성 콘텐츠 내에 인포그래픽을 적절히 사용해 해당 정보를 보다 쉽게 인식할 수 있도록 구성했다. 당사의 핵심 가치인 운용자산규모 등의 데이터 수치를 시각화하기 위해 차트 라이브러리를 사용했으며, Google Map을 연동한 운용자산탐색 기능을 제공해 세계지도 상에 표시된 자산의 위치를 클릭할 경우 미리 보기 및 해당 자산 정보의 상세 페이지로 랜딩되도록 개발했다.

한화생명보험 홈페이지

www.hanwhalife.com



2017 웨어워드 금융 부문 생명보험 분야 최우수상



한화생명보험은 마케팅 채널로서의 역할을 강화하고, 디지털 대고객 서비스 및 IT 인프라를 개선하기 위해 자사 홈페이지를 개편했다. 실제 사이트를 이용할 고객의 관점에서 사용성을 점검하고, 개별 사용자의 경험을 중심으로 서비스를 혁신하고자 Customer experience(CX)를 적용해 사이트를 설계했다. 관련 정보에 대한 고객의 이해를 돕기 위해 일상의 언어로 정리된 Simple Language Contents를 적극 활용했으며, 성별, 연령 등의 기본 정보와 지역, 소득 수준, 직업 등의 선택 정보를 활용해 보험 가입 내역과 보장 자산 현황 등을 비교, 제공하고, 마이페이지를 통해 고객 데이터 기반의 맞춤형 서비스 제공했다.

KB손해보험 홈페이지

www.kbinsure.co.kr



2017 웹어워드 금융 부문 손해보험 분야 대상



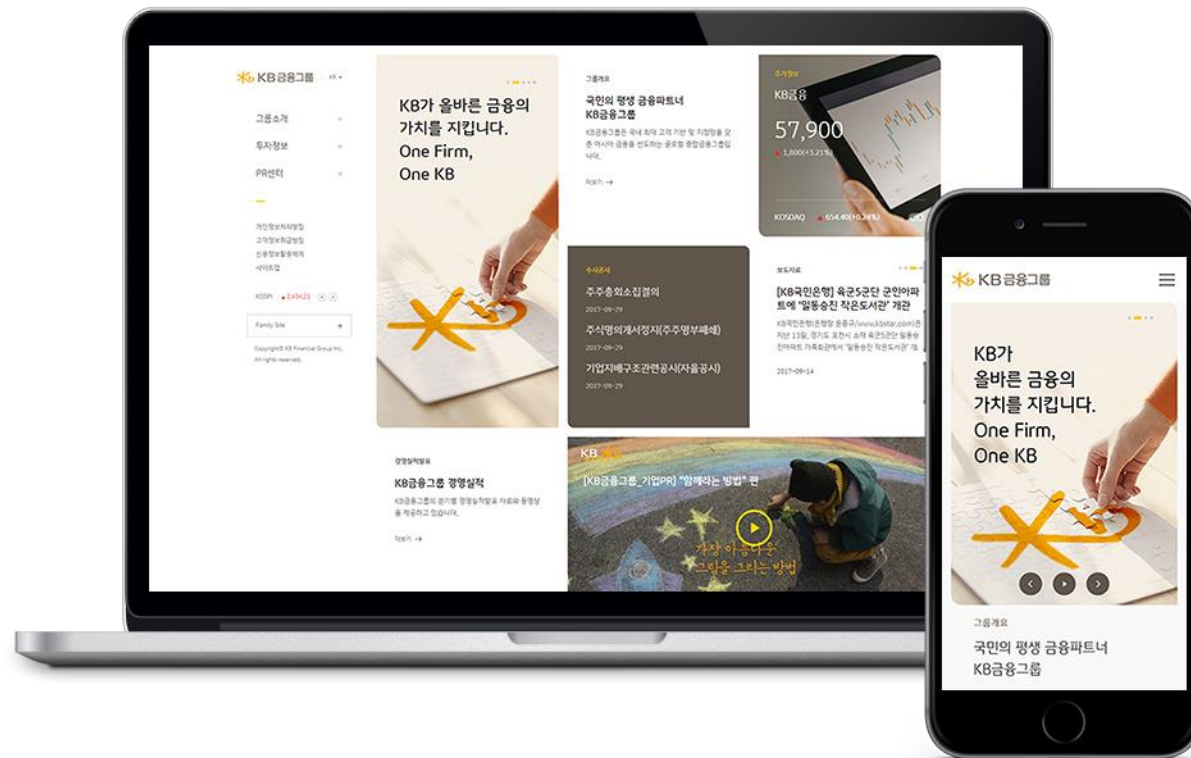
KB손해보험은 디바이스와 관계 없이 일관성 있는 서비스를 제공하고, 서비스 채널 간의 통일성을 확보하기 위해 자사 홈페이지를 개편했다. 시네마 그래프 기법을 반영해 키 비주얼 배너를 제작했으며, 사용자 반응에 따른 Tiny Animation 및 인터렉션 구현을 통해 콘텐츠 집중도를 향상시켰다. 또한 주요 서비스 메뉴들은 킷 메뉴 영역에 배치하고, 주요 메뉴마다 의미와 특성을 살리고자 일러스트 아이콘을 배치했다. MY KB 진입 시, 고객의 연령에 따라 콘텐츠 배열 및 텍스트 크기 등을 개별적으로 조정할 수 있는 기능을 추가했으며, 고객 이용패턴과 다양한 보장 분석을 통해 고객에게 최적화된 상품을 추천하는 서비스를 제공했다.

KB금융지주 홈페이지

www.kbfg.com



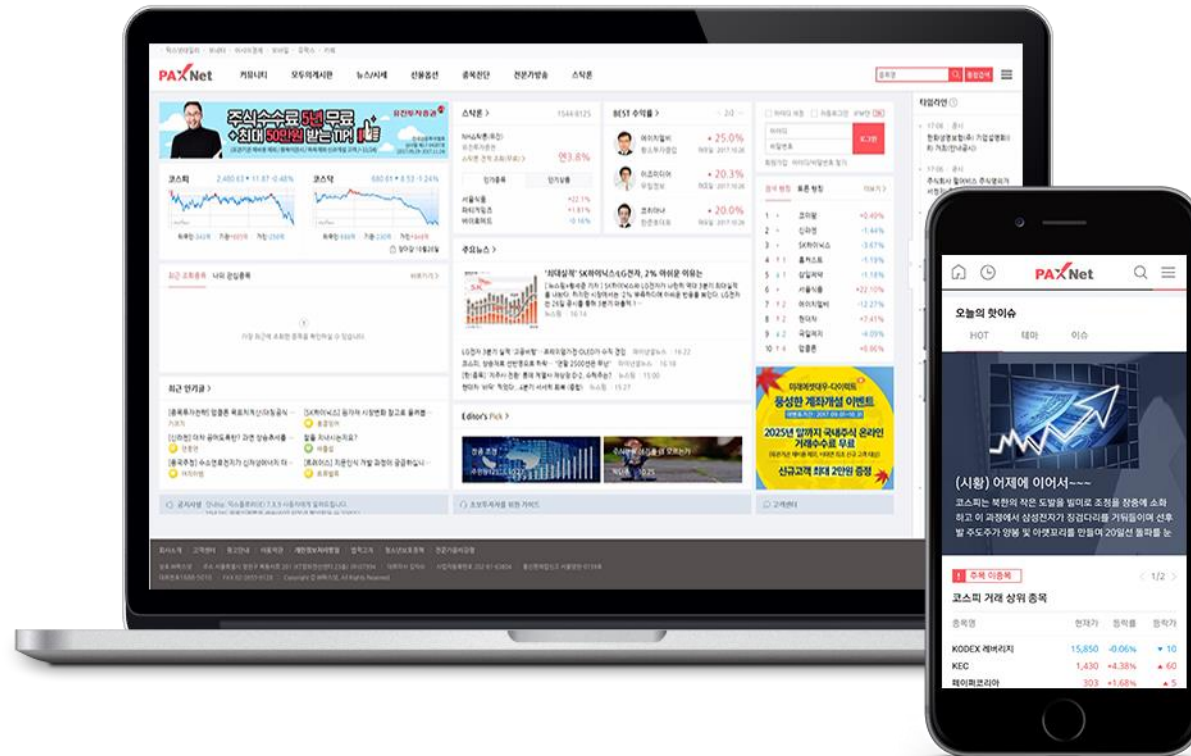
2017 웨어워드 웹접근성 이노베이션대상



KB금융그룹은 홈페이지 이용자의 편의성 향상을 위해 웹사이트 사용성 개선 및 모바일 서비스 신규 구축을 목적으로 자사 웹사이트 구축을 진행했다. KB금융그룹 중심의 아이덴티티를 표현할 수 있도록 웹에 최적화된 온라인 스타일 가이드(WSG)를 정비했으며, 접근 디바이스별로 최적화된 콘텐츠 화면 구성을 위해 웹과 모바일 사이트를 별도 구축하고, 콘텐츠별 접속량 및 패턴 등을 분석해 이용자의 접근 빈도가 높은 정보를 손쉽게 확인할 수 있도록 콘텐츠를 구분, 배치했다. 또한 모바일 디바이스를 통해 사이트에 접속하는 글로벌 이용자를 위해 국/영/중/일본 모바일 사이트를 신규 구축하고 그룹 소개 콘텐츠를 확대 제공했다.

팩스넷 웹사이트

paxnet.moneta.co.kr



팩스넷은 Mobile로의 서비스 이전에 대한 사용자의 요구에 대응함과 동시에 분산된 Source의 효율적인 관리, 운영을 위한 PC-Mobile 일원화의 대안으로 반응형 웹을 구축하고, 기존 별도 운영되고 있던 관리자 페이지를 통합해 업무 효율을 개선하고자 자사 웹사이트를 개편했다. 기존 각기 운영했던 Admin들을 통합, 재분류해 웹사이트 관리, 뉴스 CMS 관리, 카페 관리, CS 관리 등으로 정리하고, 분산되어 있던 WEB, WAS, DB Server 등 Infra를 개선해 관리, 운영상의 편의성을 제공했다. 또한 사용자 행동 분석을 통해 각 종목에 대한 접근 경로를 저장하여 연관된 종목을 쉽게 파악할 수 있도록 하는 개인화 서비스를 제공했다.

한국투자증권 홈페이지

www.truefriend.com



한국투자증권은 홈페이지를 통한 금융상품 거래, 자산관리 및 연금 서비스를 강화하고, 비대면 계좌개설 및 바이오 인증 등을 포함한 핀테크 활성화에 대응하기 위해 자사 홈페이지 리뉴얼을 진행했다. 자산관리 및 간접투자를 위한 금융상품 거래 기능을 강화하고, 펀드검색 기능 및 펀드를 포함한 금융상품 매매 프로세스 UI를 개선해 좀 더 쉽게 상품을 매매할 수 있도록 개발했다. 로그인 시 본인의 자산현황을 조회하고 주요 메뉴로 손쉽게 접근할 수 있도록 메인화면을 개선했으며, My자산 메뉴를 통해 고객의 자산을 Dashboard 형태로 시각화함으로써 자산 모니터링을 용이하게 수행할 수 있도록 개발했다.

IBK기업은행 i-ONE뱅크 인터넷 뱅킹

mybank.ibk.co.kr / kiup.ibk.co.kr



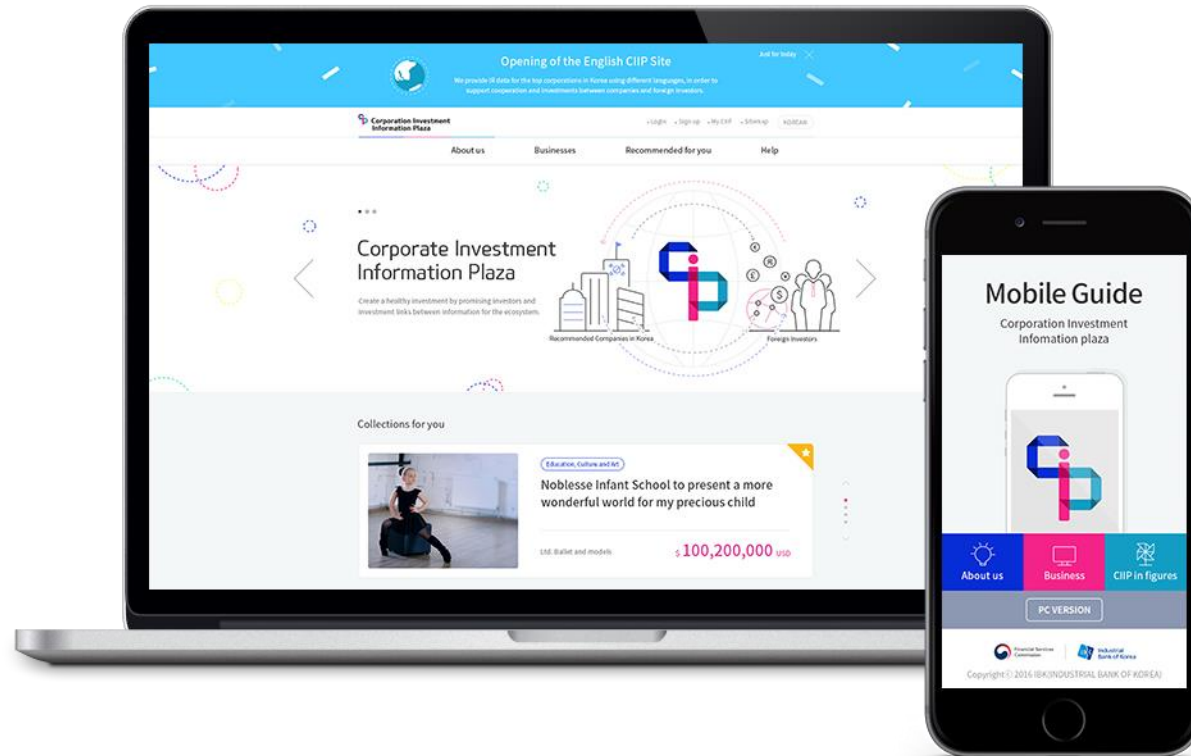
2017 웹어워드 금융 부문 은행 분야 최우수상



IBK기업은행은 이용자가 보다 쉽고 편리하게 비대면 채널을 이용할 수 있도록 자사 서비스를 확대, 개편하고, 마케팅 및 대고객 서비스를 위한 옴니채널 서비스를 구축하고자 i-ONE뱅크 인터넷 뱅킹 사이트를 리뉴얼했다. 금융권 서비스의 주요 현안인 보안 취약성 개선을 위해 보안 정책 재정비 및 보안 프로그램 설치 간소화를 진행했으며, 사이트 내 Active X를 제거했다. 또한 모든 OS 및 Browser 환경에 대응하고, 시각 장애인들의 이용 환경을 고려해 웹 접근성을 강화하는 등 보다 안전하면서도 편리한 금융 서비스를 제공했다. 그 밖에도 비대면 채널을 비롯한 은행의 모든 이용자 채널을 아우르는 옴니채널 서비스를 구축했다.

기업투자정보마당 영문 사이트

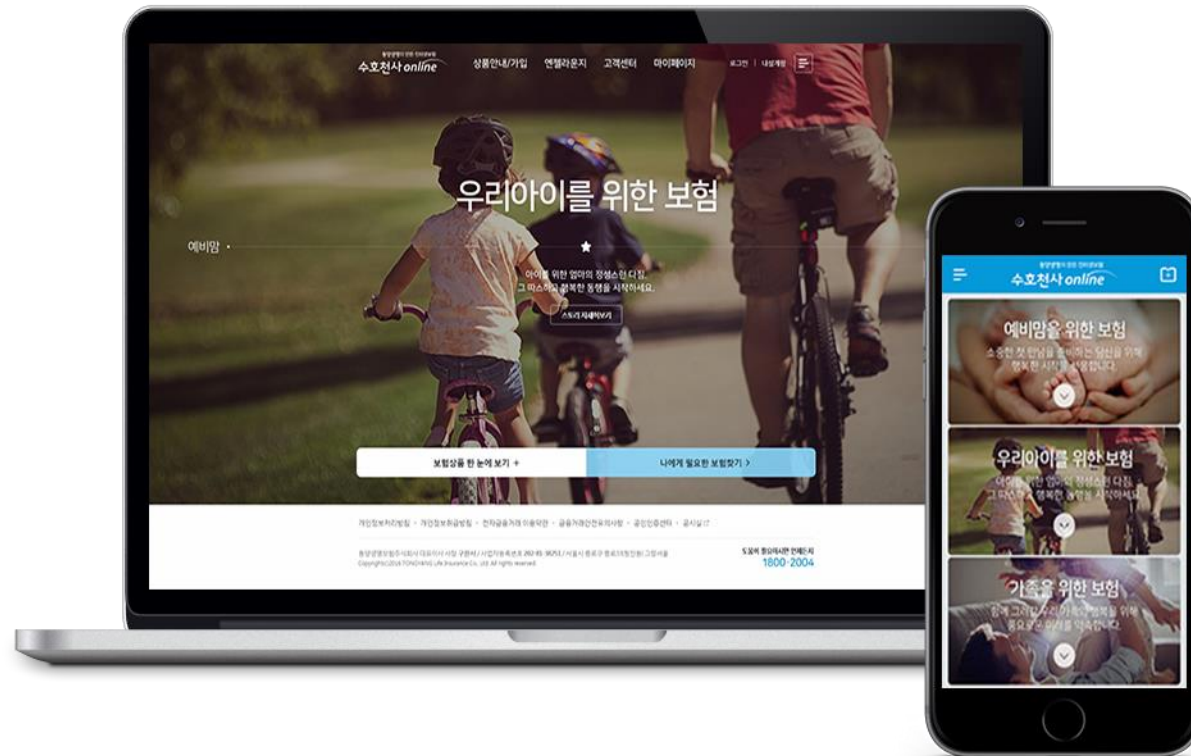
global.ciip.or.kr



IBK기업은행은 투자 수요 기업과 투자자를 연계하는 정보 중계의 장으로서, 투자 수용 범위를 국외로 확대하여 중소·벤처기업의 외국 투자 유치를 지원하기 위해 기업투자정보마당 영문 사이트를 구축했다. 이용자를 크게 정보 제공자와 투자 희망 기업, 정보 이용자 등 총 세 가지 유형으로 구분해 각 유형에 맞는 서비스를 제공하고, 특히 투자 희망 기업의 경우, 각 사업 및 기업 개요, 투자 브리프 및 투자 포인트 등을 게시해 외국인 투자자와의 매칭을 지원함으로써 실질적인 투자로 이어질 수 있도록 설계했다. 외국인 투자 유치를 위한 맞춤형 컨설팅 진행 및 투자 계약 이후 금융 서비스를 지원하여 정보 중계 사이트로서의 실효성을 제고했다.

동양생명 온라인 보험

online.myangel.co.kr



동양생명보험주식회사는 고객이 쉽고 편리하게 보험 가입을 직접 진행할 수 있도록 온라인 서비스를 제공함으로써 빠르게 변화하는 보험 시장 및 온라인 환경과 고객의 다양한 니즈에 대응하기 위해 인터넷 보험 수호천사 온라인 웹사이트를 구축했다. PC와 Mobile에서 모두 보험 가입이 원활하게 이어질 수 있도록 동일한 UI를 제공해 고객의 혼란을 최소화했으며, 다양한 어린이보험상품 간의 차이점을 고객들이 명확하게 인지할 수 있도록 카테고리 세분화를 진행했다. 또한 보험상품의 특성상 한 번에 구매를 결정하기 어려운 점을 보완하기 위해 고객이 입력한 기본정보를 토대로 적합한 상품을 추천해주는 맞춤형 서비스를 마련했다.

한화손해보험 다이렉트 CM

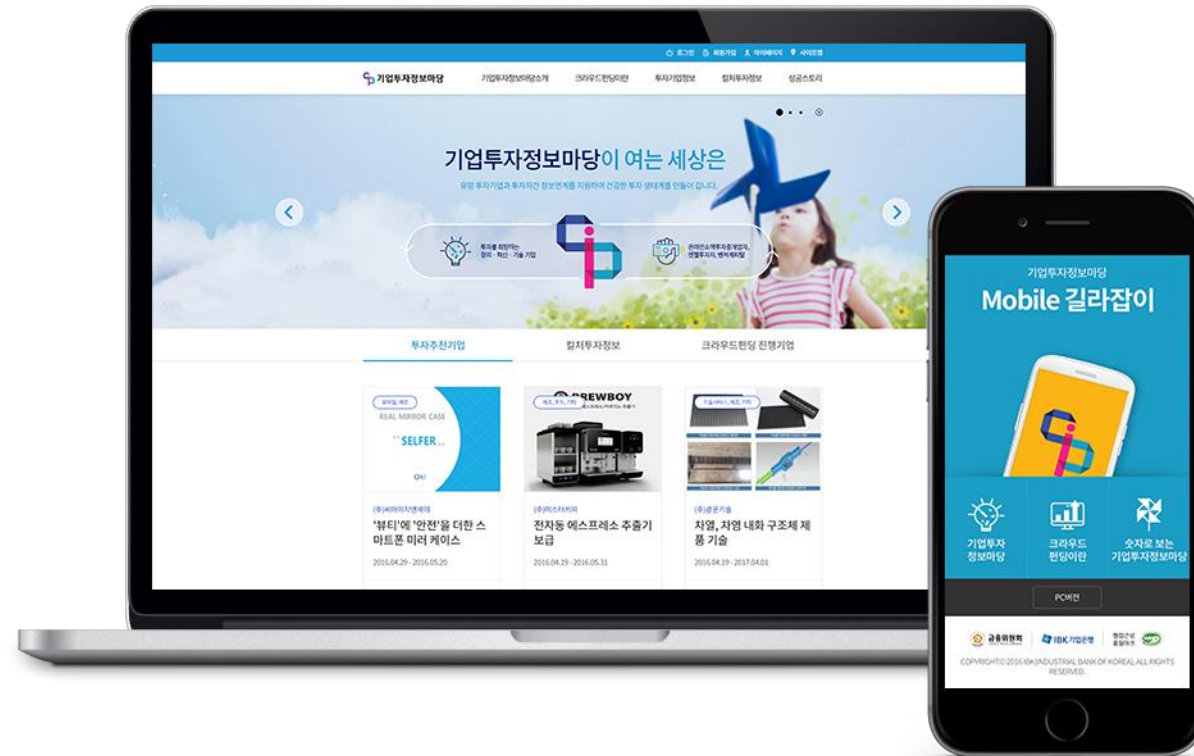
www.hanwhadirect.com



한화손해보험은 국내 금융시장 변화에 적극적으로 대응하기 위해 자사 다이렉트 상품 홈페이지를 개편했다. 고객이 스스로 상품을 비교, 선택하고 가입하기까지의 전 단계를 완료할 수 있는 완결형 온라인 마케팅 채널을 구축하고자 했으며, PC 웹이나 모바일 등 고객이 사용하는 디바이스에 관계없이 동일한 콘텐츠와 프로세스를 경험할 수 있도록 반응형 웹으로 구현했다. 고객이 스스로 상품 정보를 습득하고 선택해야 하는 다이렉트 보험의 특수성을 고려하여, 고객의 행동 패턴을 분석해 동선에 따라 필요한 콘텐츠를 적소에 배치함으로써 별도의 학습 단계가 없이도 사용이 편리하도록 서비스를 구성했다.

기업투자정보마당 웹사이트

www.ciip.or.kr



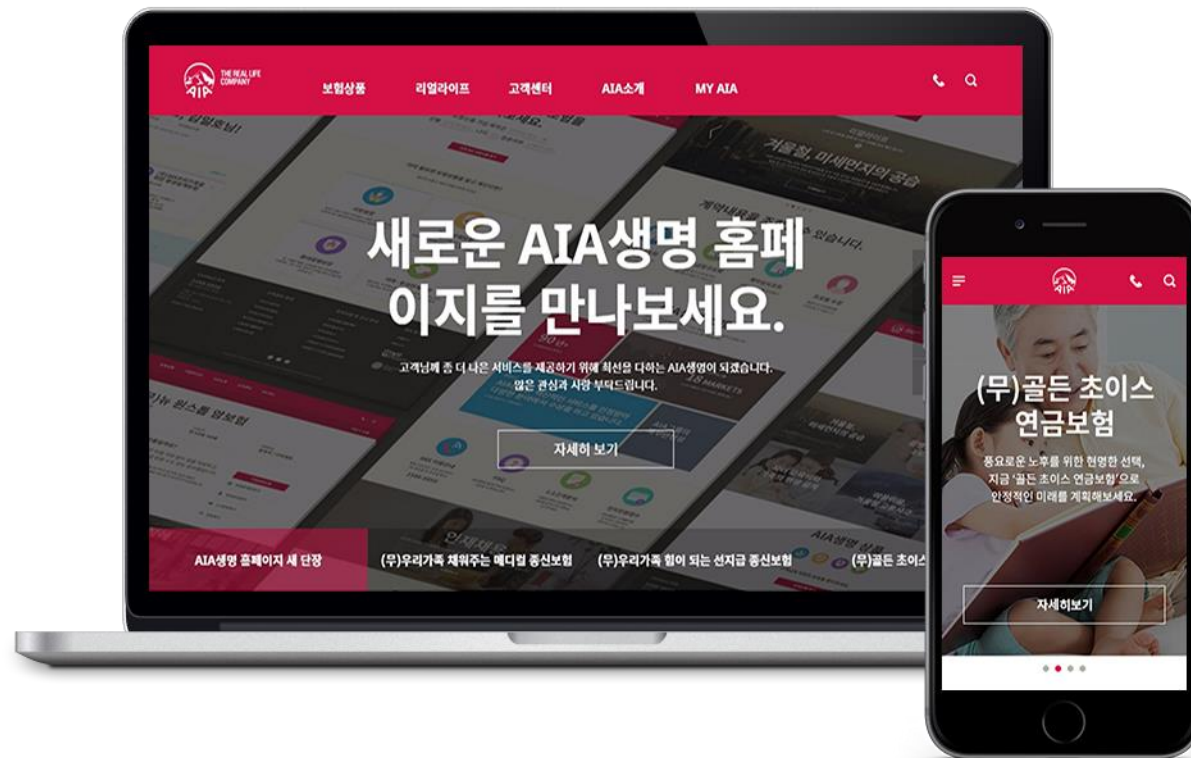
금융위원회와 IBK기업은행은 민간의 창의적 아이디어에 대한 사업화 및 적극적 투자 활성화와 더불어 크라우드펀딩 제도에 대한 대중의 인지 확장과 참여 기업의 브랜딩 강화에 기여하고자 기업투자정보마당 웹사이트를 구축했다. 기업투자정보마당은 지분투자방식의 증권형 크라우드펀딩 서비스를 제공하는 사이트로, 창업 및 성장 단계의 우수·혁신 중소기업에 자금 조달에 필요한 금융 서비스를 제공하고, 투자자 연계를 통한 비금융 서비스를 제공하기 위해 마련됐다. 투자희망기업의 상세 정보 및 사업 아이템 정보를 제공하며, 투자 현황, 펀딩 진행 및 공동 투자 여부, 투자 결과 등 역시 사이트 내에서 직접 확인할 수 있도록 제작했다.

AIA생명 웹사이트 리뉴얼

www.aia.co.kr



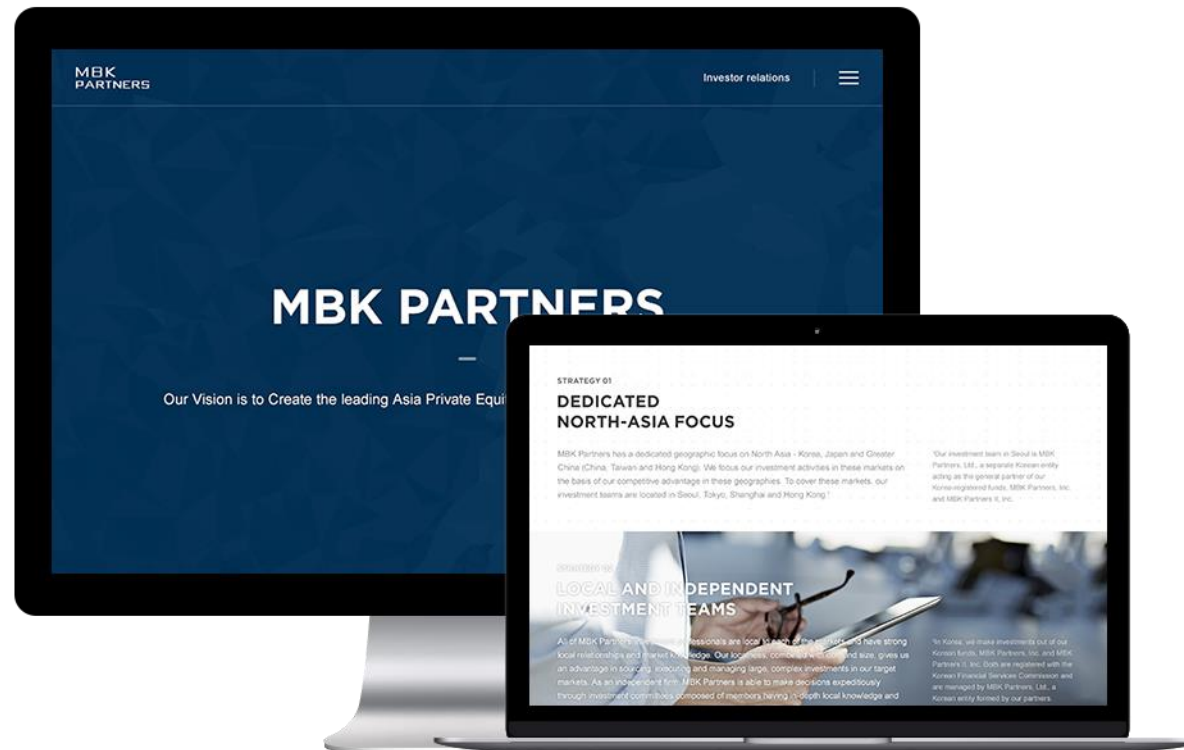
2016 웨어워드 금융 부문 생명보험 분야 최우수상



AIA생명 한국지점은 본사에서 제공하는 글로벌 가이드인 Design Language System을 지점 온라인 채널에 적용시킴으로써, 타국 채널(Asia-Pacific 지역, 총 18개국)과의 통일성을 구현하기 위해 웹사이트 리뉴얼을 진행했다. Adobe의 Marketing Cloud 중 하나인 Adobe Experience Manager(이하 AEM)을 기반으로 홈페이지를 구축함으로써 온라인 마케팅 역량을 강화시키고자 했으며, AEM에서 기본적으로 지원하는 반응형 웹 기술을 통해 하나의 사이트에서 여러 채널을 지원할 수 있도록 제작해 일관된 고객 경험을 제공하고자 했다.

MBK파트너스 홈페이지

www.mbkpartnerslp.com



MBK파트너스는 기업의 국제적 위상 및 이미지에 걸맞은 대표 홈페이지를 마련하고, 반응형 웹 기술을 적용함으로써 다양한 디바이스에 능동적인 대응이 가능하도록 하기 위해 웹 사이트 리뉴얼을 진행했다. 사용자가 원하는 각 정보를 그리드에 따라 정렬하여 노출함으로써 반응형 구조에 적합하도록 디자인했으며, 콘텐츠가 많지 않은 사이트의 특성상 메뉴 구조를 간소화하여 원하는 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 개선했다. 또한 내비게이션을 페이지 상단에 고정시켜(Fixed Navigation) 콘텐츠 간의 이동을 용이하게 하고 브랜드 로고를 지속적으로 노출시킴으로써 브랜드 인지도를 향상시켰다.

AIA생명 모바일 웹

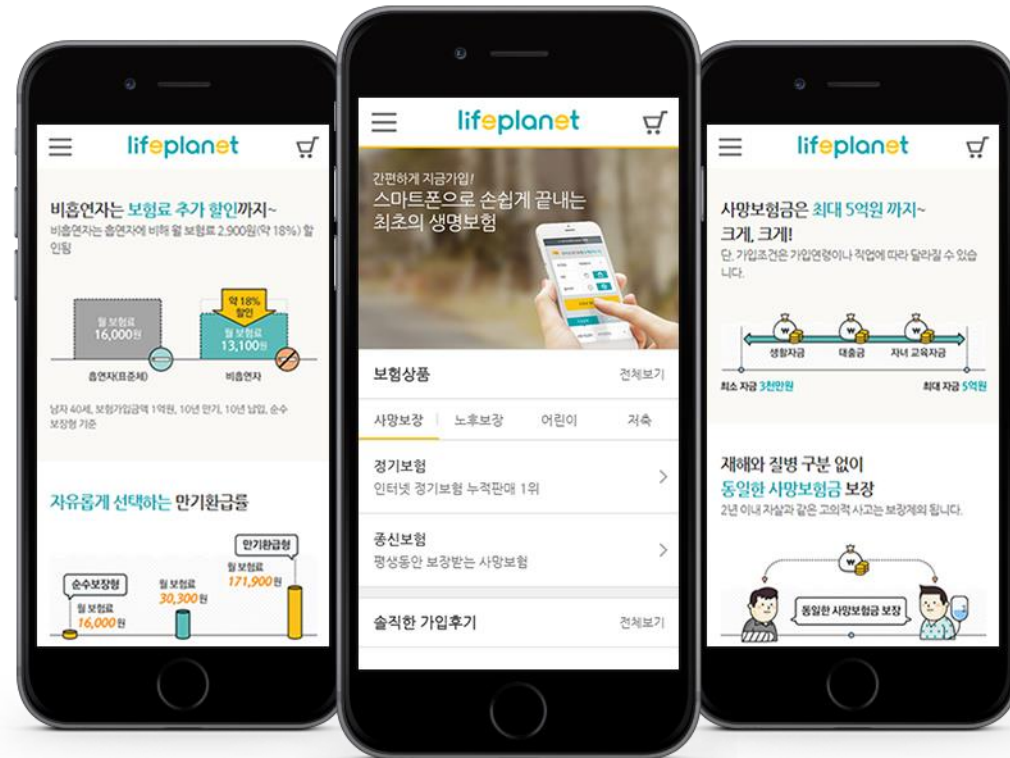
www.aia.co.kr/mobile



AIA생명은 고객 접점 강화 및 사용자 경험 개선을 통해 잠재 고객을 발굴하여 실제 영업증진에 기여하기 위해 AIA생명 모바일 웹을 구축했다. 간편조회 서비스 도입을 통해 공인인증서 없이 ID/Password만으로 사용자 본인의 계약 내용, 보험금 청구, 계약 심사 등을 조회할 수 있도록 개발했으며, 잠재 고객에게는 '내게 맞는 보험 찾기' 기능을 제공해, 고객에게 적합한 보험 상품을 추천하고, 해당 보험료를 계산해볼 수 있도록 제작했다. 또한 심사 절차 프로세스, 펀드 할당 내역, 보험 설계 상황 등을 한눈에 알 수 있게 육각형의 레이더 차트(Radar Chart)로 구현해 콘텐츠의 이해도를 높였다.

교보라이프플래닛 모바일 웹 마케팅 시스템

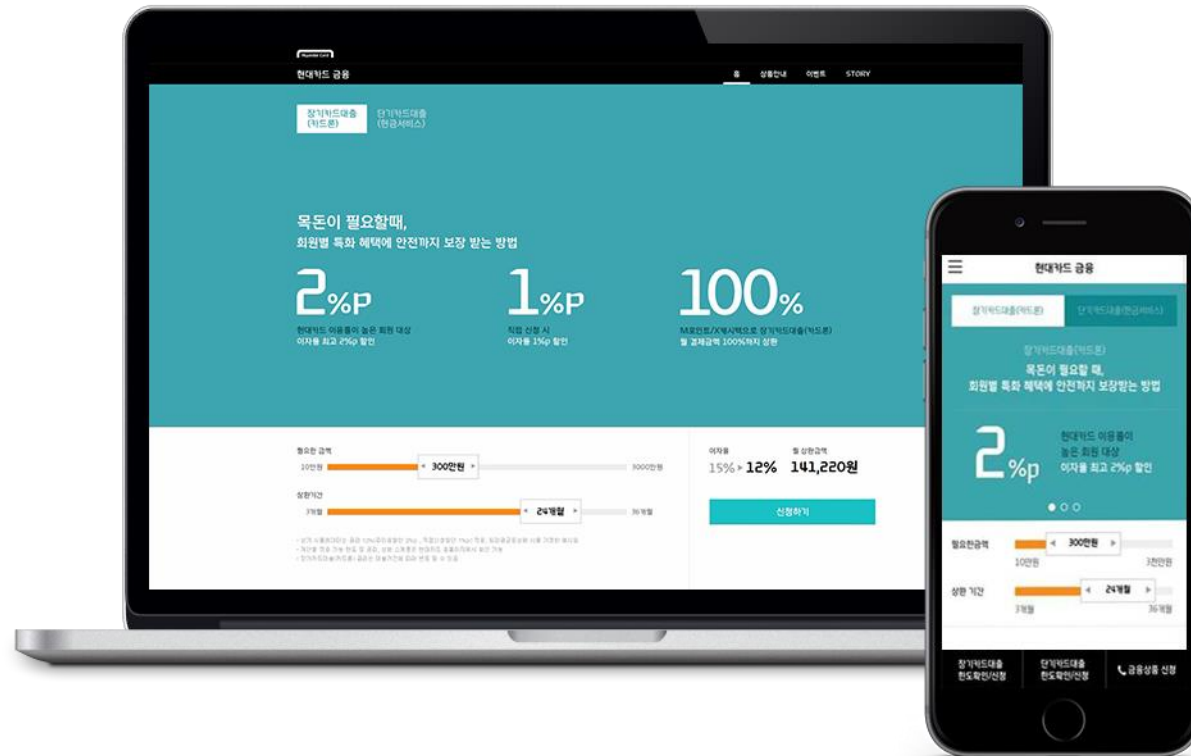
m.lifeplanet.co.kr



교보라이프플래닛생명은 PC와 동일한 모든 서비스를 경험할 수 있도록 하는 독립적인 모바일 채널인 교보라이프플래닛 모바일 웹 마케팅 시스템을 구축했다. 기존 손해보험에 한정되어 있던 모바일 보험가입 및 결제 서비스를 최초로 생명보험 상품에 적용하여 서비스를 진행했으며, Card 형태로 페이지 내 정보를 모듈화시켜 보험가입 프로세스를 최대한 단순하게 제공했다. 또한 모바일(또는 PC)에서 가입을 진행하다 중간 저장 후 PC(또는 모바일)에서 마무리할 수 있도록 '마이채널'이라는 저장기능을 제공했으며, 다양한 결제방식을 제공하기 위해 카카오페이를 도입하여 최초 1회 보험료를 결제할 수 있도록 개발했다.

현대카드 금융 마이크로사이트

finance.hyundaicard.com



현대카드는 기존 정적인 단일 UI 구조의 홍보 페이지를 마이크로사이트 수준으로 확장시켜 마케팅 전문 사이트로 이용함으로써 매출 증대와 마케팅 성과의 극대화를 이루기 위해 금융 마이크로사이트를 구축했다. 단일 페이지 UI의 배경이나 콘텐츠의 움직임에 시차를 적용하고 영역별 슬라이드 구조를 제공함으로써 콘텐츠의 집중도를 극대화시켜 마케팅 콘텐츠임에도 E-Book을 보는 듯한 편안하고 안정적인 UI를 제공했으며, 콘텐츠의 직관적 배치를 통해 원하는 정보에 대한 접근성을 높였다. 특히 금융 시뮬레이션 기능을 탑재함으로써 서비스 기간과 금액을 설정하는 것만으로 목표금액에 따른 상환 기간을 확인할 수 있도록 설계했다.

대신증권 홈페이지 개편 및 대신그룹 홈페이지

www.daishin.com



2015 웨어워드 금융 부문 증권 분야 대상



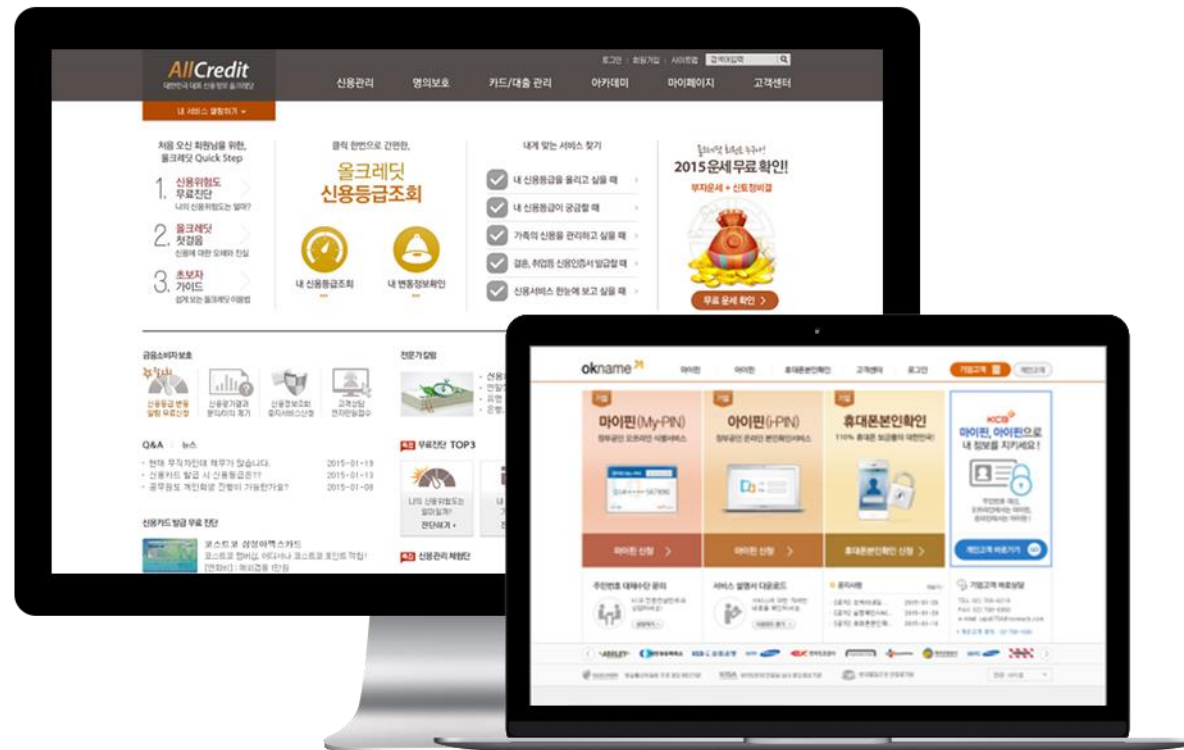
대신증권은 급변하는 온라인 환경에 대응하고, 급증하는 증권업계의 변화에 대비하기 위해 자사 홈페이지 리뉴얼 및 대신그룹 홈페이지 구축을 진행했다. 대출신청, 펀드매매 등의 지속적인 연계 서비스 제공함으로써 사용자 편의성을 배려했으며, 자산관리 강화를 위해 MY자산 메뉴를 신설하여 투자성향별 전문가 진단을 통한 맞춤형 상품 추천 서비스를 제공했다. 특히 금융상품 매매강화를 위해 '데일리 펀드 소개', '펀드 랭킹 TOP 10', '펀드용어사전' 등 펀드상품에 대한 서비스 제공과 온라인 펀드 매매 프로세스 개선을 중점적으로 진행함으로써 고객이 쉽고 간편하게 펀드에 가입하고 서비스를 이용할 수 있도록 설계했다. 이와 더불어 PC 홈페이지와 동일한 콘셉트의 모바일 서비스를 제공하고, 정보약자를 위한 웹 접근성 정책에 따른 웹 접근성 인증마크 획득도 함께 진행했다.

KCB 서비스 웹접근성 개선

올크레딧 : www.allcredit.co.kr

하우머니 : howmoney.allcredit.co.kr

오케이네임 : okname.allcredit.co.kr



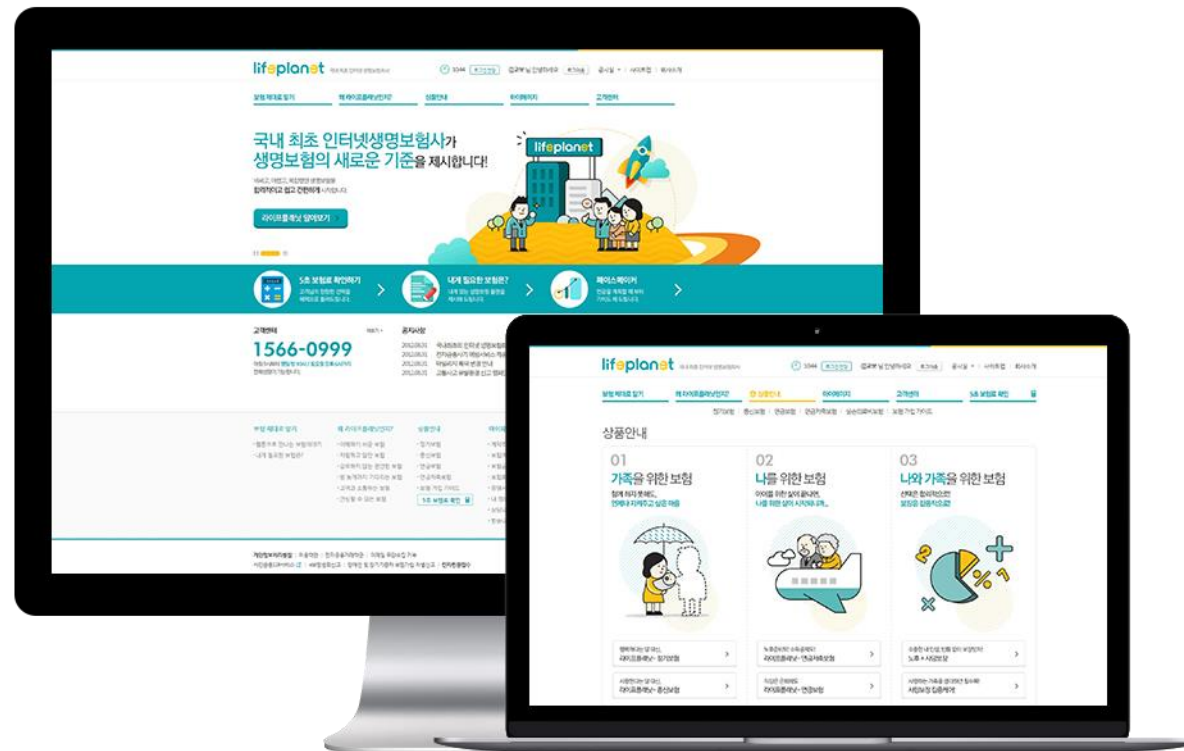
KCB(코리아크레딧뷰로)는 고객 만족도 및 신뢰도를 고취시키기 위한 일환으로 서비스의 주요 3개 웹사이트(올크레딧, 하우머니, 오케이네임 웹사이트)에 대한 웹접근성 개선 작업을 진행했다. 본 프로젝트에서는 웹접근성 인증심사 가이드에 맞춰 디자인/퍼블리싱/개발코딩 등을 진행하였으며, 사용성 개선을 위해 이미지 콘텐츠를 텍스트화하고, 차트를 패턴으로 구분하는 등 시/청각 요소를 보완했다. 이를 통해 KCB 서비스의 주요 3개 사이트 모두 웹접근성 인증마크를 획득하는 쾌거를 이뤘으며, '웹접근성 운영매뉴얼'을 제작하여 서비스 사용성을 지속 개선에 함으로써 사용자가 원활하게 웹사이트를 이용할 수 있도록 개발했다.

교보라이프플래닛생명 웹사이트

www.lifeplanet.co.kr



2014 웹어워드 금융 부문 보험 분야 대상
2014 대한민국 GOOD DESIGN 선정



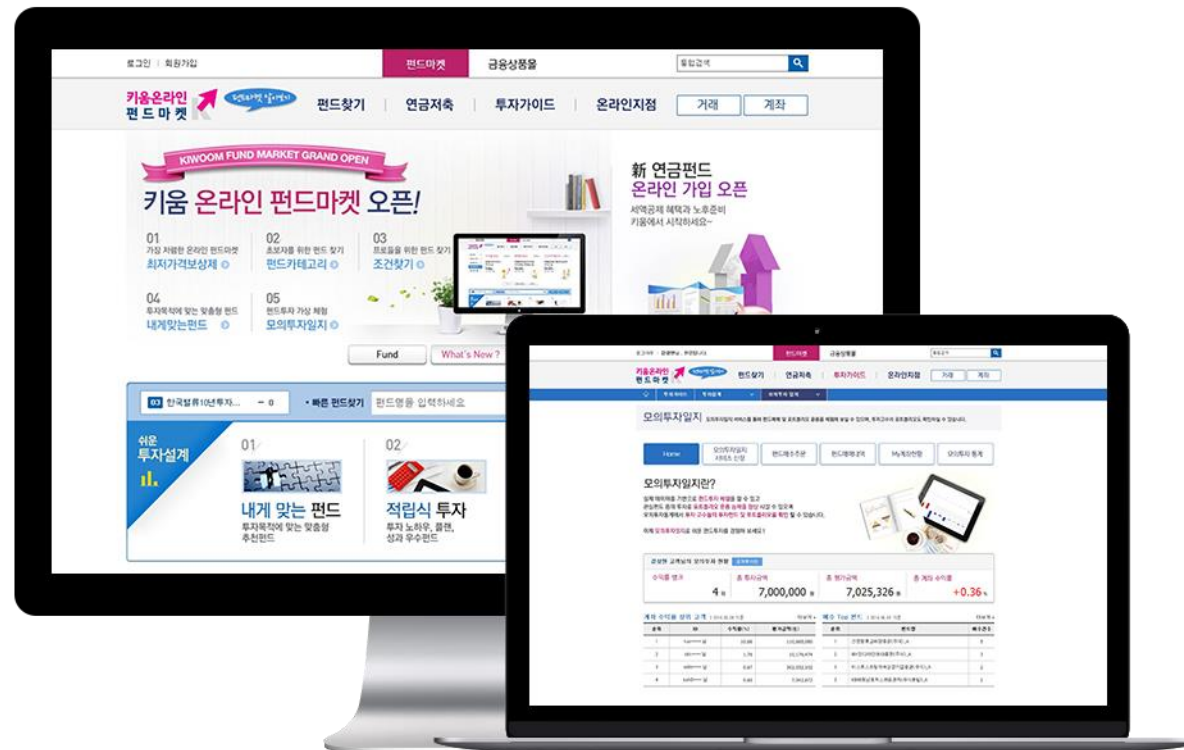
국내 최초 인터넷 생명보험사 '교보라이프플래닛생명'은 보다 쉽고 간편한 서비스 사용성을 위해 웹사이트 리뉴얼을 진행했다. 라이프플래닛 사이트는 상품 접근성을 향상시켰으며, '보험료 설계'와 '가입 단계' 프로세스의 분리로 보다 손쉬운 보험료 계산이 가능해졌다. 상품 상세 설명 영역에 다른 고객들의 가입 후기나 용어 사진을 탑재하는 한편, 다소 어려운 보험 개념을 친근한 느낌의 일러스트와 인포그래픽을 활용해 쉽게 표현함으로써 상품 이해도를 한층 끌어올렸다. 뿐만 아니라 절차에서 상품 보험료 및 설계 과정을 상시 인지할 수 있도록 구현하고 가입 시 유의 사항, 계약자 길라잡이 등의 친절한 가입 안내 콘텐츠를 함께 배치했다.

키움증권 온라인 펀드마켓

fundmarket.kiwoom.com



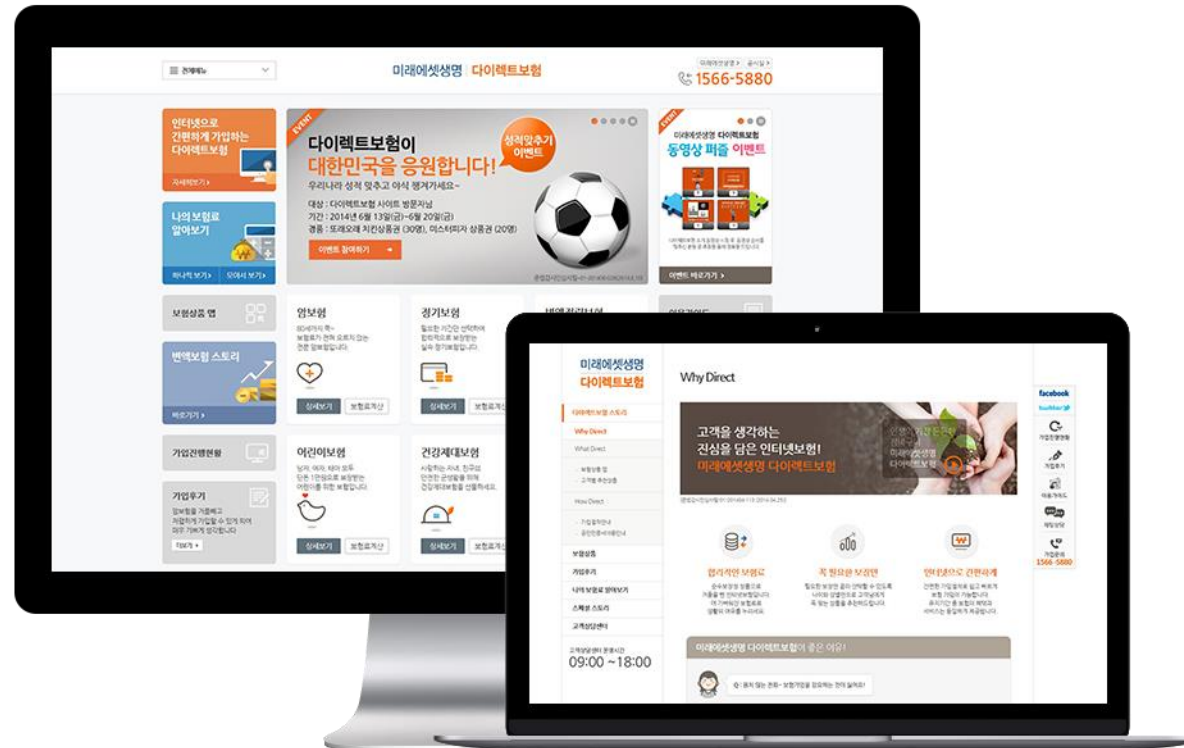
2014 웹어워드 금융 부문 증권 분야 대상



키움증권은 여러 자산운용사의 펀드 상품들을 하나의 사이트 내에서 거래할 수 있는 열린 펀드 투자 플랫폼, 온라인 펀드마켓을 구축했다. 키움 펀드마켓은 업계 최초로 가입한 펀드의 수수료가 최저가격이 아니면 그 차액을 고객에게 100% 현금으로 보상해 주는 '최저가격보상제'를 실시해 보다 합리적인 펀드 매매가 가능하다는 것이 특징이다. 이번 키움 펀드마켓 구축은 펀드마켓을 통한 온라인 펀드시장 활성화를 위해, 오프라인 거래 고객들이 온라인 펀드 거래를 이용하는 데 불편함이 없도록 하는 것이 관건이었다.

미래에셋생명 다이렉트보험 웹사이트

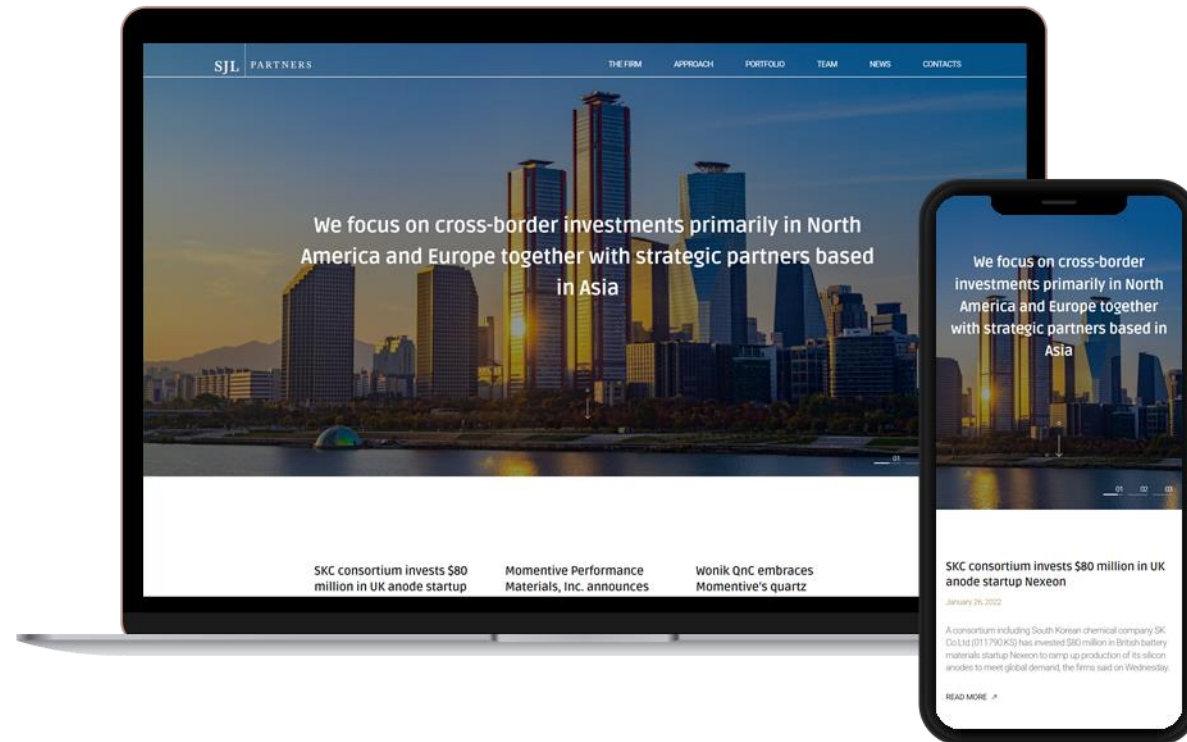
direct.miraeasset.com



미래에셋생명은 다이렉트보험의 고객 이용 편의성 향상을 위해 사이트의 기능 및 콘텐츠를 새롭게 개편했다. 리뉴얼된 사이트는 가입 고객뿐 아니라 미 가입 고객 누구라도 이용 가능하도록 구현됐으며, 이번 개편으로 태블릿 PC를 통해서도 공인인증서로 가입이 가능해졌다. 설계부터 성향 진단, 펀드 선택, 문서 확인 방법까지 가입 절차를 상세히 안내하고 변액보험 특성 및 펀드 기본정보, 용어설명을 담은 '변액보험 스토리'를 구성해 서비스 이용에 대한 고객 이해를 높이는 한편 건강, 경제, 문화 관련 유용한 정보가 업데이트되는 '스페셜 스토리' 메뉴를 신설해 제공 콘텐츠를 확장했다.

SJL파트너스 홈페이지

sjlpartners.com



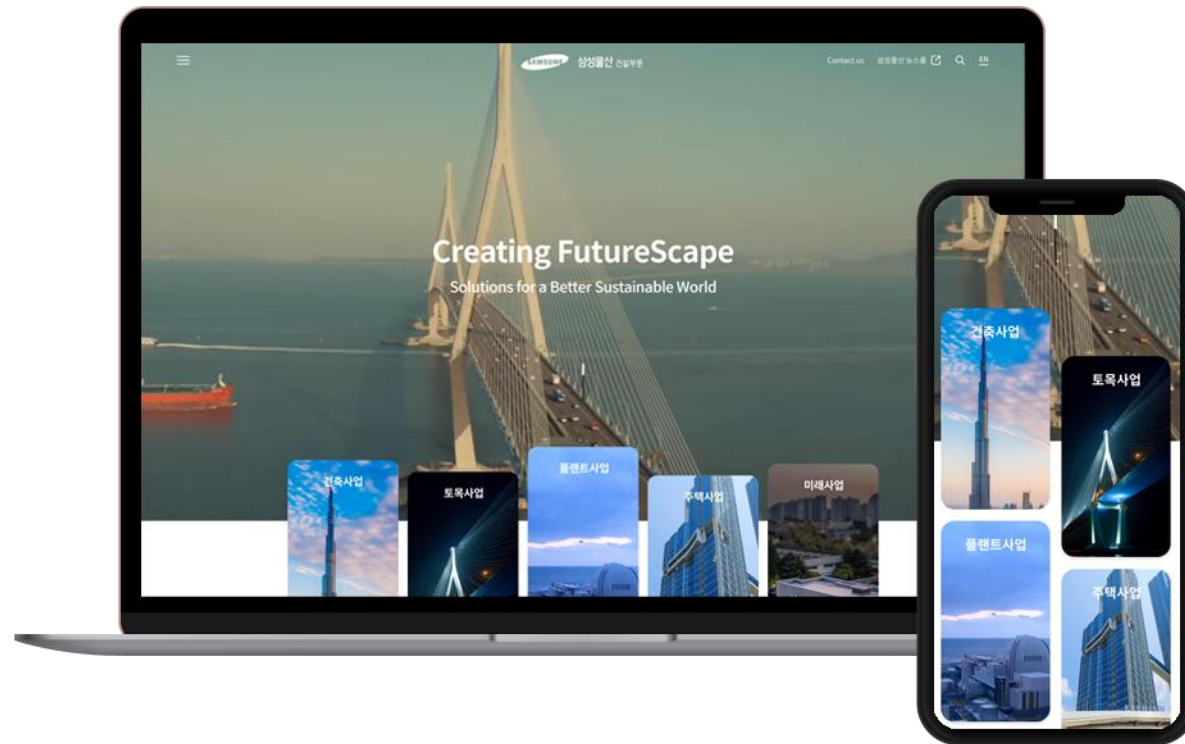
사모펀드 운용사 SJL파트너스는 기업의 정체성과 추구하는 가치를 효과적으로 전달하고자 대표 홈페이지의 UI와 UX를 전면 개편했다. 이용자가 사이트를 방문하는 목적에 따라 원하는 정보를 빠르게 찾을 수 있도록 접근성과 가독성 향상에 초점을 맞춰 메뉴 구조를 개편하고 이에 맞게 콘텐츠를 재배치했다. 또한 모든 디바이스에서 안정적으로 정보를 보여줄 수 있도록 호환성이 높은 반응형 웹으로 제작됐으며, 감각적인 이미지를 전면에 활용하고 로고의 라인을 모티브로 헤더 영역을 구성한 점이 특징적이다. 이와 함께 관리자 사이트에서 연혁, 뉴스 기사 등을 업데이트 할 수 있는 기능을 신설해 향후 유지 보수가 용이하도록 개선했다.

portfolio

Official & Brand Development

삼성물산 건설부문 홈페이지

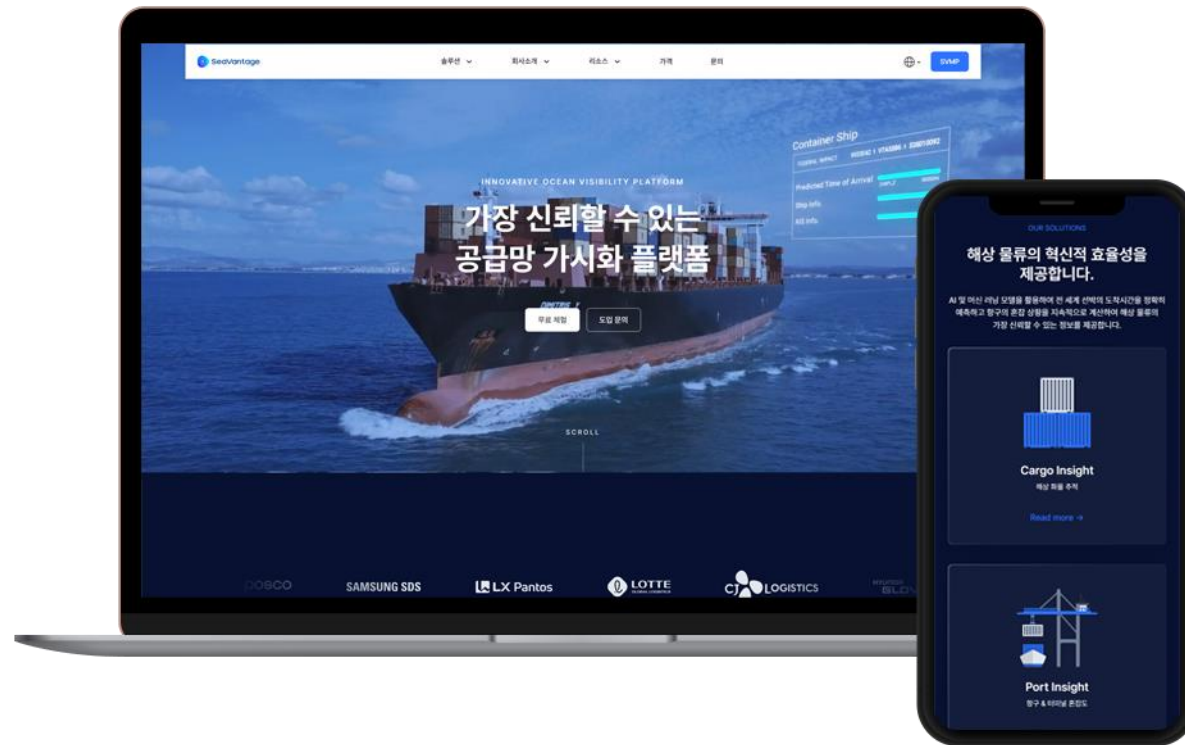
www.secc.co.kr



삼성물산 건설부문은 변화하는 시장과 기술에 맞추어 확장된 비즈니스 모델을 소개하고 미래지향적인 기업 이미지를 제고하기 위해 기업 사이트를 리뉴얼했다. 기존 사업 포트폴리오 업데이트와 함께 신사업 관련 콘텐츠를 신설해 주요 사업 분야를 한눈에 둘러볼 수 있게 개편했으며, 안전 최우선 경영 방침에 따라 안전 경영 관련 내용을 전면 배치했다. 기술 및 사업실적, 설계 안정성 등에 대한 데이터베이스를 통합하고 재구성해 누구나 쉽게 찾아볼 수 있는 라이브러리 형식으로 구축했으며, 공식 SNS 채널의 콘텐츠 등 다양한 홍보 자료를 추가했다. 이로써 B2B 고객과 B2C 고객에게 동일한 수준의 경험을 제공하고, Owned Media로서의 기능을 강화했다.

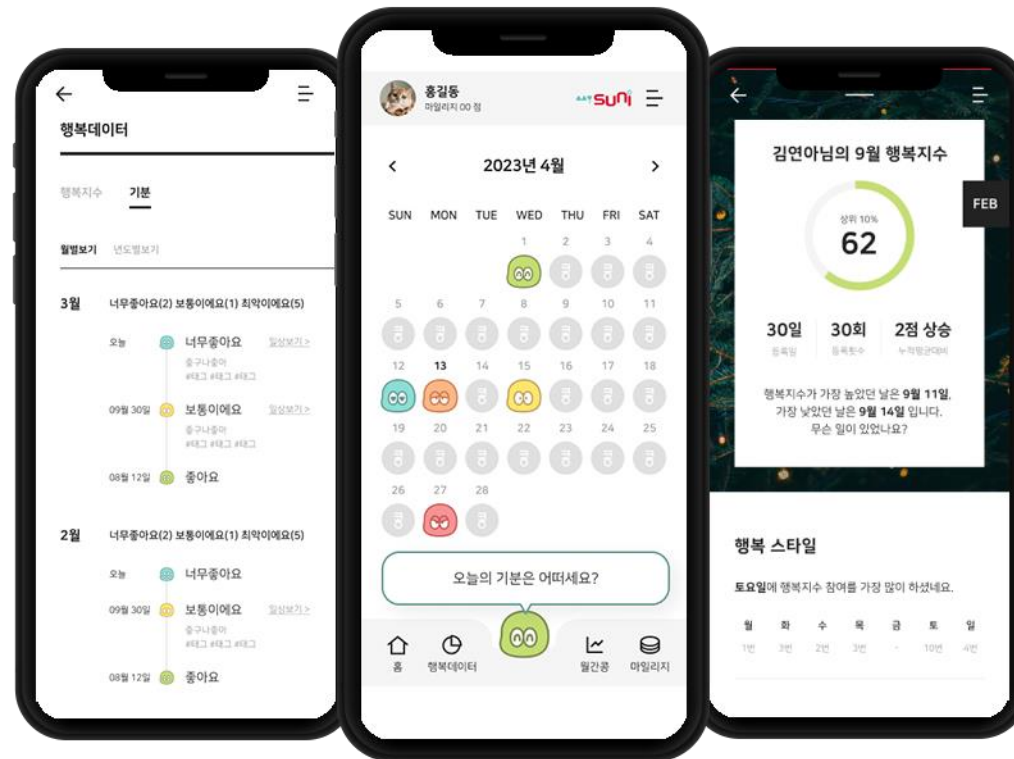
씨벤처지 홈페이지

www.seavantage.com



해상운송 정보 솔루션 개발 기업 씨벤처지는 빅데이터와 머신러닝 기반의 기술과 서비스를 사용자가 알기 쉽게 소개하는 데 중점을 두고 홈페이지를 리뉴얼했다. 직관적인 인터페이스와 모듈 형태의 간결하고 심플한 레이아웃의 반응형 웹으로 제작됐으며, 중요한 콘텐츠 영역을 전면에 배치해 사용자가 원하는 정보를 쉽게 인지하고 접근할 수 있다. 기업 이미지를 시각적으로 나타낼 수 있도록 CI 컬러를 활용하고, 콘텐츠의 이해도와 몰입도를 높이기 위한 맞춤형 일러스트 및 아이콘, 영상 등을 제작했다. 또한, 솔루션 무료 체험 신청과 도입 문의 등을 통해 홈페이지 진입에 그치지 않고 영업 및 구매까지 이어질 수 있도록 구성했다.

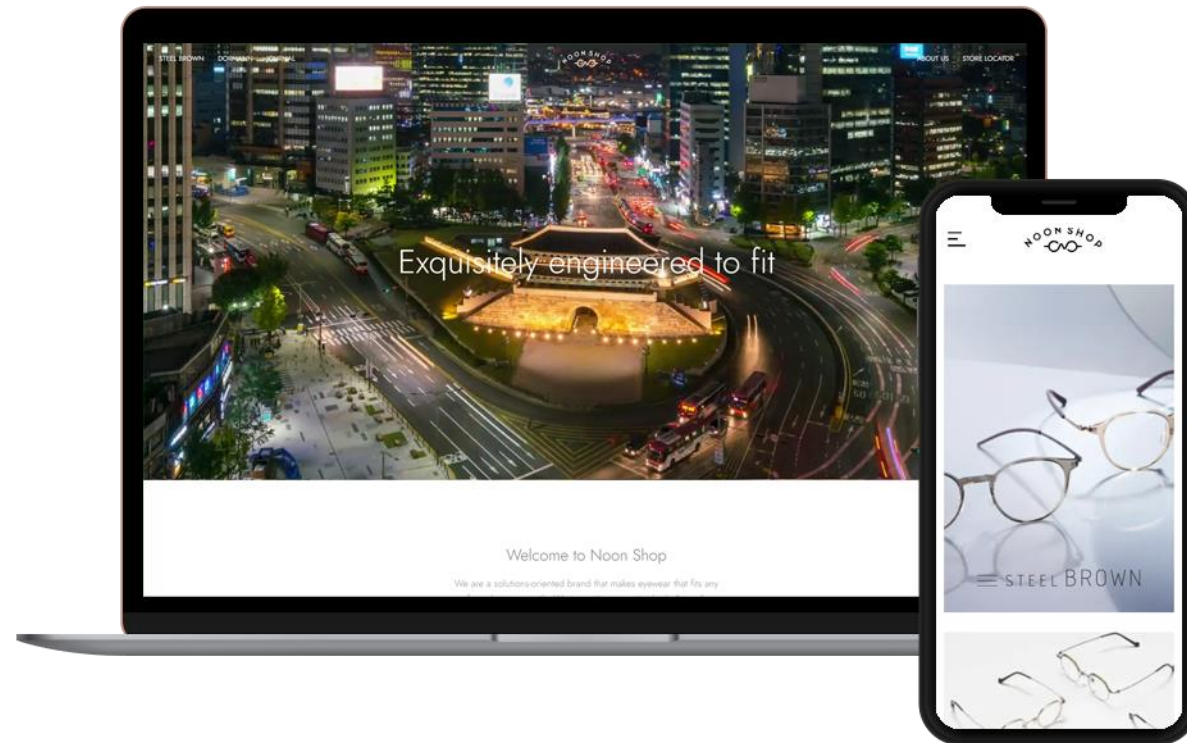
SK 구성원 행복 DATA 플랫폼



SK 구성원의 행복을 측정하고 관리할 수 있는 행복 데이터 플랫폼 '콩'은 기존 앱 서비스에서 반응형 웹으로 전환과 함께 낮은 사용률을 높이는 것을 목표로 고도화 프로젝트를 진행했다. 기존 서비스의 불필요한 메뉴를 제거하고, 6개의 멤버사로 운영되던 앱 서비스를 하나의 모바일 웹으로 통합하고, 주요 서비스인 행복 데이터 측정은 캘린더 형식으로 재구성했다. 5개의 감정을 '콩콩이' 아이콘으로 제작하고 이를 캘린더에 등록하는 재미 요소를 더해 딱딱한 사내 앱의 이미지를 벗어나 구성원에게 친근하게 다가갈 수 있게 됐다. 또한, 행복 DATA 수집을 위한 입력 프로세스를 단순화하고, 시각화 요소를 사용해 데이터 수집 중 이탈률을 최소화했다.

Noonshop 홈페이지

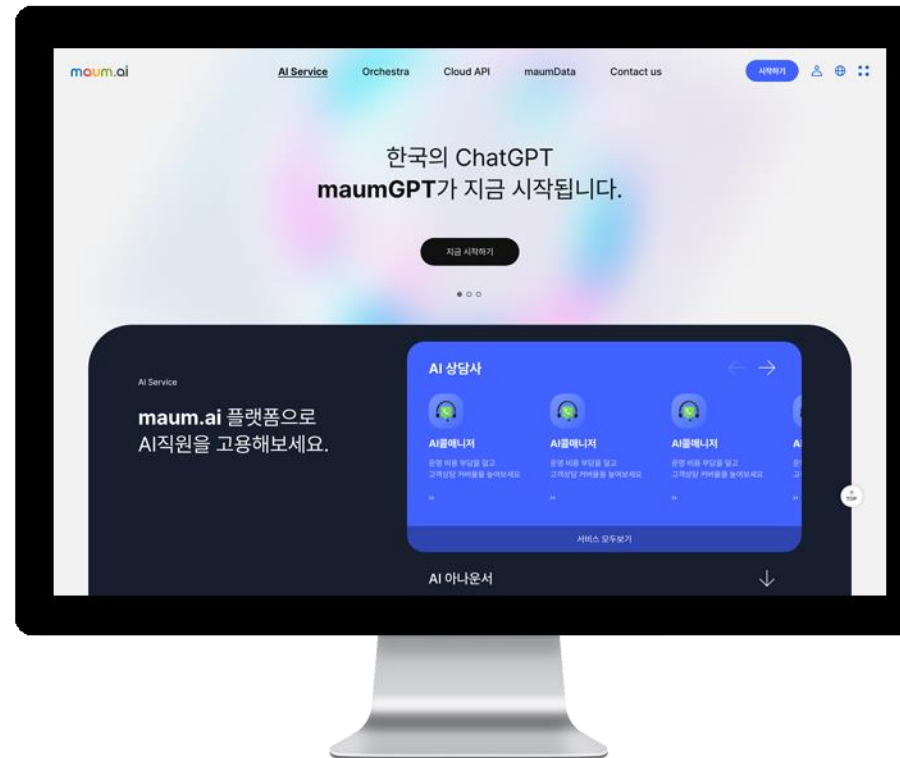
www.noonshop.com



선글라스, 안경테 제조·판매 업체인 Noonshop은 감각적인 디자인과 쉬운 UI를 갖춘 홈페이지를 구축했다. 다양한 디바이스와 해상도를 고려한 반응형 웹으로 개발해 모든 환경에서 동일한 사용자 경험을 제공하고, 트렌디한 이미지와 모션을 적극 활용해 생동감 있는 콘텐츠를 배치했다. 주력 브랜드의 대표 제품은 고객의 시선을 사로잡을 수 있도록 상단에 배치하고, 제품 브로슈어는 다운로드 없이도 홈페이지 내에서 바로 볼 수 있도록 매거진 형태의 뷰어 기능을 제공했다. 이와 함께 브랜드별 매장을 한눈에 볼 수 있는 지도를 구축했으며, 쉽게 매장을 조회할 수 있도록 국가 및 스토어 검색 등 필터 기능을 추가했다.

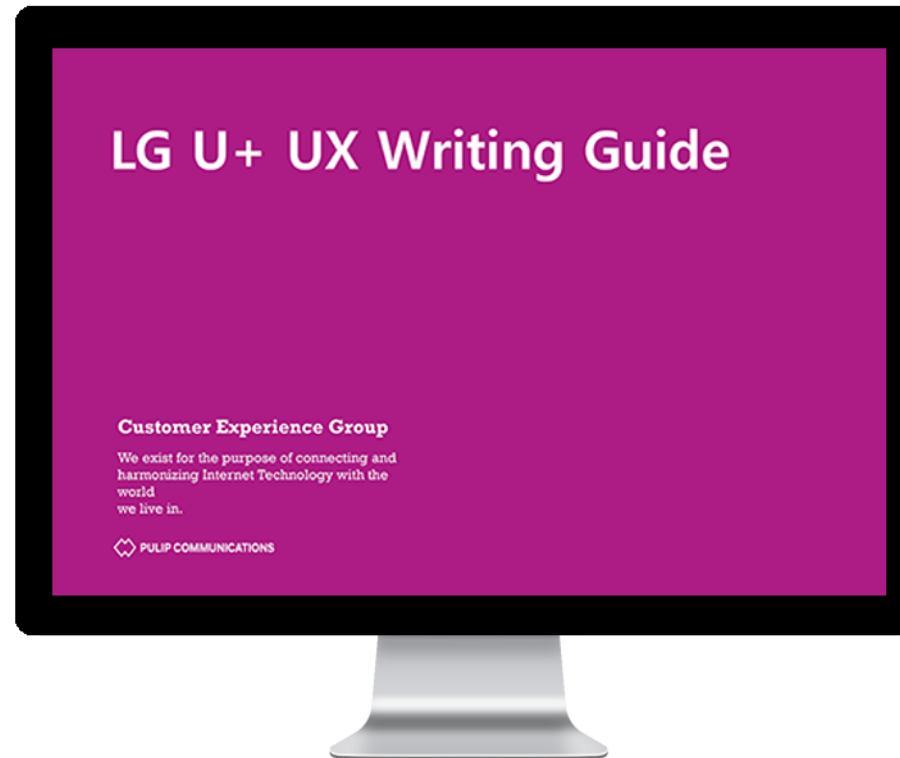
마음AI 플랫폼

www.maum.ai



인공지능 전문 기업 마음AI는 홈페이지 진입부터 솔루션 이용까지 모든 사용자 과정을 개선하는 플랫폼 혁신 프로젝트를 진행했다. 배경지식이 없는 사용자도 UI/UX의 리드만 따라가면 누구나 손쉽게 AI 서비스를 이용할 수 있도록 유저 플로우를 개선하는 데 집중했다. 이를 위해 플랫폼에 처음 접속했을 때 해야 할 행동을 안내하는 온보딩 요소를 제공하고, 다양한 인공지능 모델과 서비스에 대한 정보를 이해하기 쉽게 직관적으로 소개하는 한편, 서비스 간 연결성을 높여 자신만의 AI 서비스 개발까지 바로 이어질 수 있게 구성했다. 또한, 대표 서비스인 '마음오케스트라'는 드래그&드롭으로 간단하게 API를 연동할 수 있도록 GUI를 개선해 사용성을 높였다.

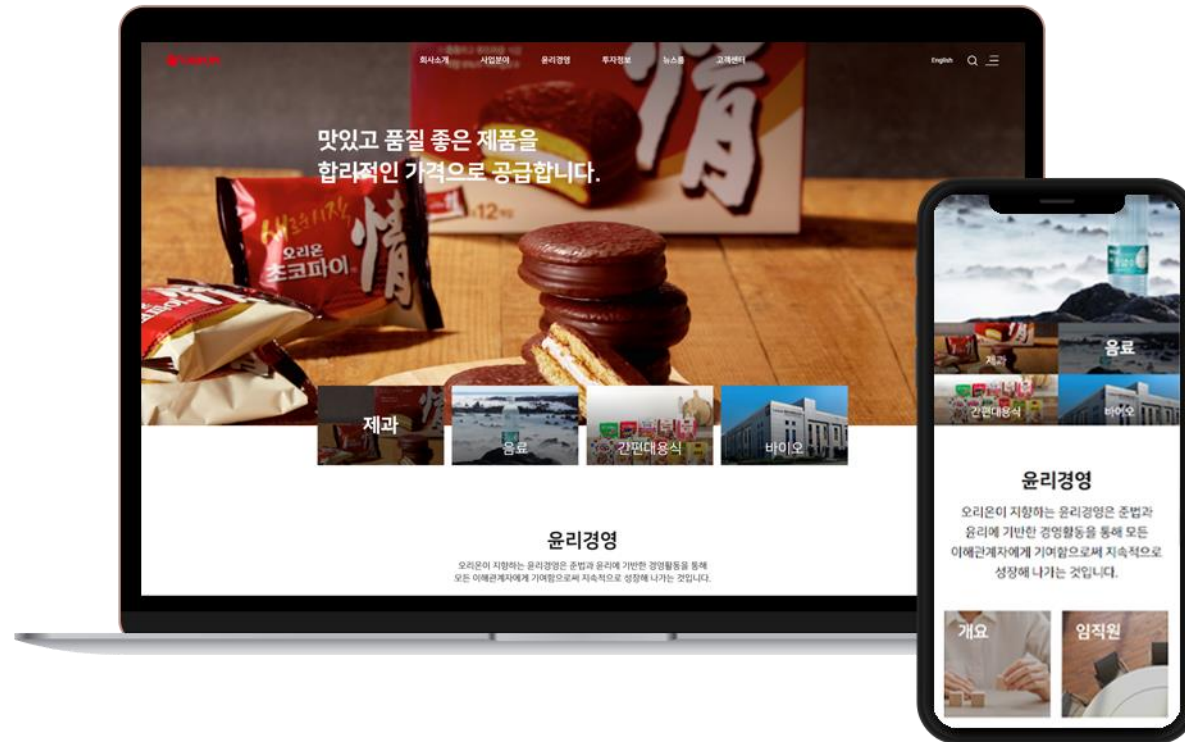
LG유플러스 UX 라이팅 가이드



LG유플러스는 대표 채널을 기반으로 자신들만의 특별한 보이스&톤을 수립하기 위한 초석으로 UX 라이팅 가이드를 제작했다. 브랜드 비전과 미션, 핵심 가치를 분석해 브랜드 개성을 도출하고 이에 맞는 페르소나를 설정하는 의인화 과정을 거쳤다. 이를 통해 수립된 보이스&톤을 실제 업무에 적용할 수 있도록 원칙과 고객 여정에 따른 적용 예시, 이에 따른 구체적인 글쓰기 가이드라인을 제작했다. 이로써 일관된 목소리로 쉽고 친근하게 정보를 전달해 고객의 이해를 돕는 동시에 서비스 만족도를 높일 수 있는 기반을 마련했다. 또한, 새로 출시된 e-SIM 가입 프로세스에 UX 라이팅 가이드를 선제적으로 적용하며 독자적인 보이스&톤을 고객에게 전달했다.

오리온 홈페이지

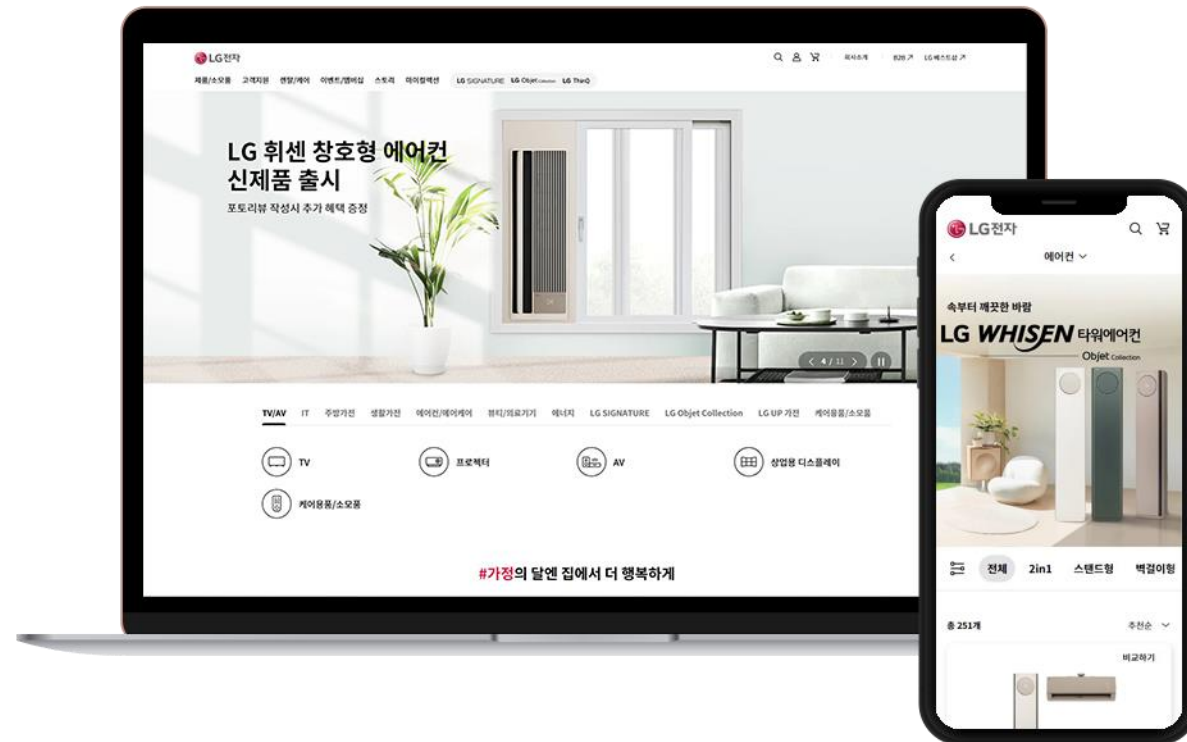
www.orionworld.com



오리온은 사업 영역별 제품 소개와 더불어 윤리 경영, 투자 정보 등 경영 전반에 걸친 다양한 정보를 편리하게 제공하고자 대표 홈페이지를 개편했다. 식품과 헬스케어 분야를 아우르는 방대한 제품 정보는 사업 분야와 제품 군에 따라 구분했으며, 윤리 경영 활동 역시 임직원, 고객, 협력사, 주주 등 이해관계자별로 세분화해 제공했다. 더불어 실시간 주가, 주주총회 정보 등 투자 정보와 유튜브, 인스타그램, 보도자료 등 다양한 유형의 최신 콘텐츠를 모아 볼 수 있게 됐다. 또한, 상담 접수, 자주 묻는 질문 등의 고객센터 메뉴를 개편해 기존 홈페이지의 불편을 해소하고 사용자 경험을 개선하는 한편, 확장된 홈페이지 관리가 용이하도록 관리자 기능을 강화했다.

LG전자 홈페이지

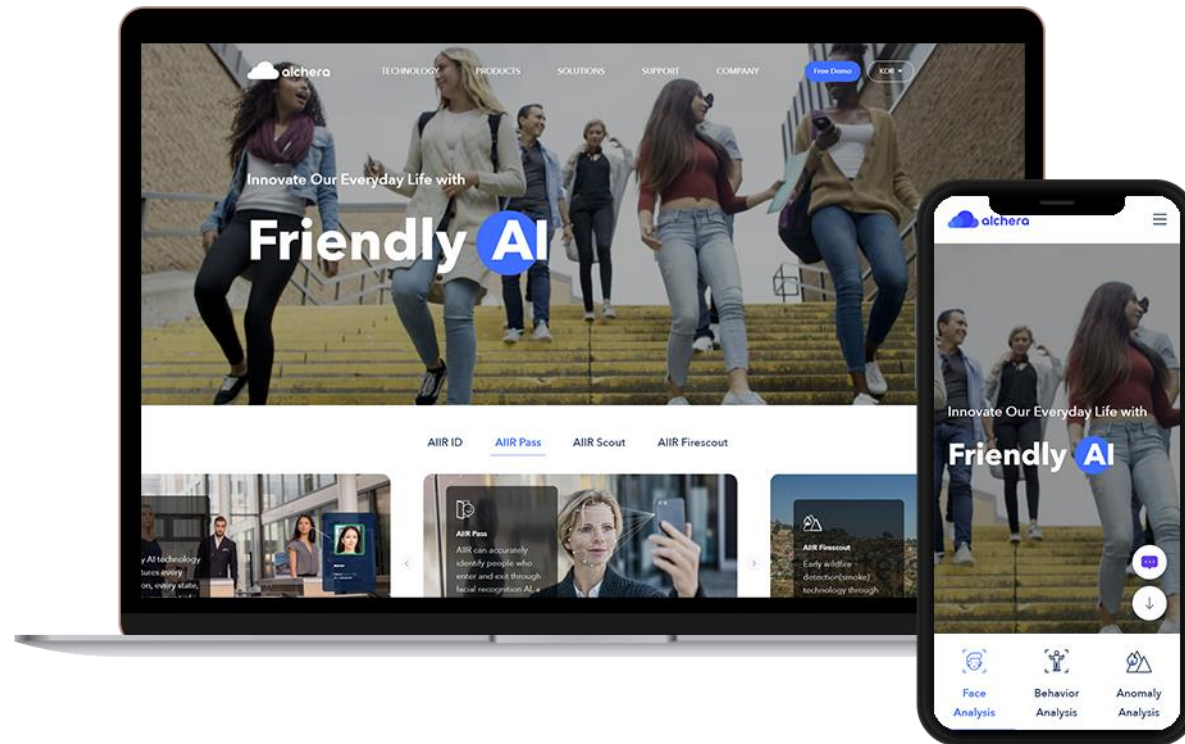
www.lge.co.kr



LG전자는 고객이 언제 어디서나 편리하게 제품을 체험하고 구매할 수 있는 온라인 브랜드샵을 선보였다. 오프라인 매장에 방문하지 않아도 제품을 접하고 소비자 경험을 누릴 수 있도록 정보를 직관적으로 전달하는 동시에 제품 가치를 돋보이게 하는 공간을 만드는 데 집중했다. 제품별 기능과 사양은 고객의 시선에 맞춰 쉬운 언어로 소개하고, 제품의 특징을 시각적으로 강조할 수 있는 이미지와 동영상상을 적극적으로 활용했다. 또한 소비자와 실시간으로 소통하며 제품을 판매하는 라이브 커머스 '엘라쇼' 역시 생생한 제품 경험과 함께 특별한 혜택을 제공해 좋은 반응을 얻었다.

알체라 홈페이지

alcherainc.com

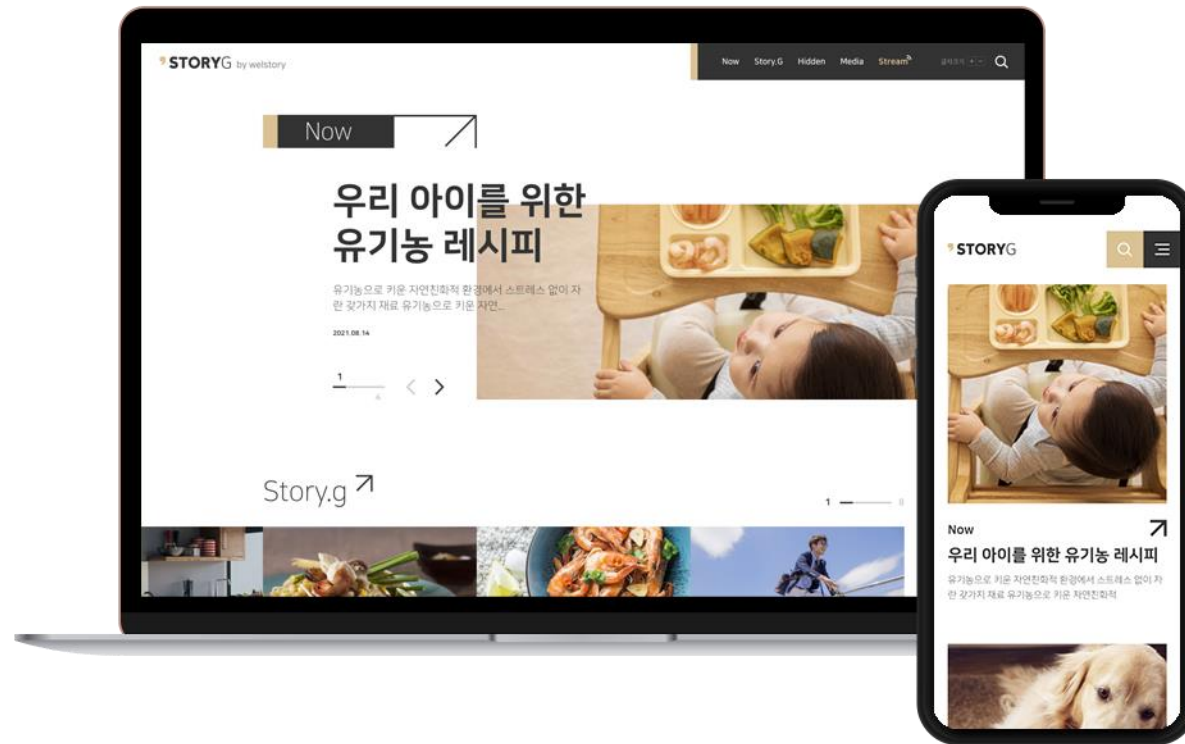


얼굴인식, 영상인식 AI 전문 기업 알체라는 인공지능 서비스와 기술을 알기 쉽게 소개하고, 기업 아이덴티티를 직관적으로 보여주기 위해 홈페이지 개편을 진행했다. 이번 개편은 리브랜딩 및 상품 구조 개편과 함께 진행됐으며, 서비스의 이해도를 높이는 데 중점을 두고 비주얼 강화 및 인터랙션을 가미한 UI를 구성했다. 기술 섹션에서는 이해도가 낮은 일반 사용자도 얼굴인식 등의 기술에 대해 쉽게 이해할 수 있도록 상세한 설명을 추가했다. 이와 함께 자사 솔루션에 대한 개별 소개 페이지를 신설해 솔루션별로 심도 있는 정보를 제공했다. 또한 AI 얼굴인식 기술을 사용자가 직접 체험해볼 수 있는 데모 신청을 통해 온라인 영업 지원을 강화했다.

삼성웰스토리 미디어 플랫폼

www.story-g.co.kr

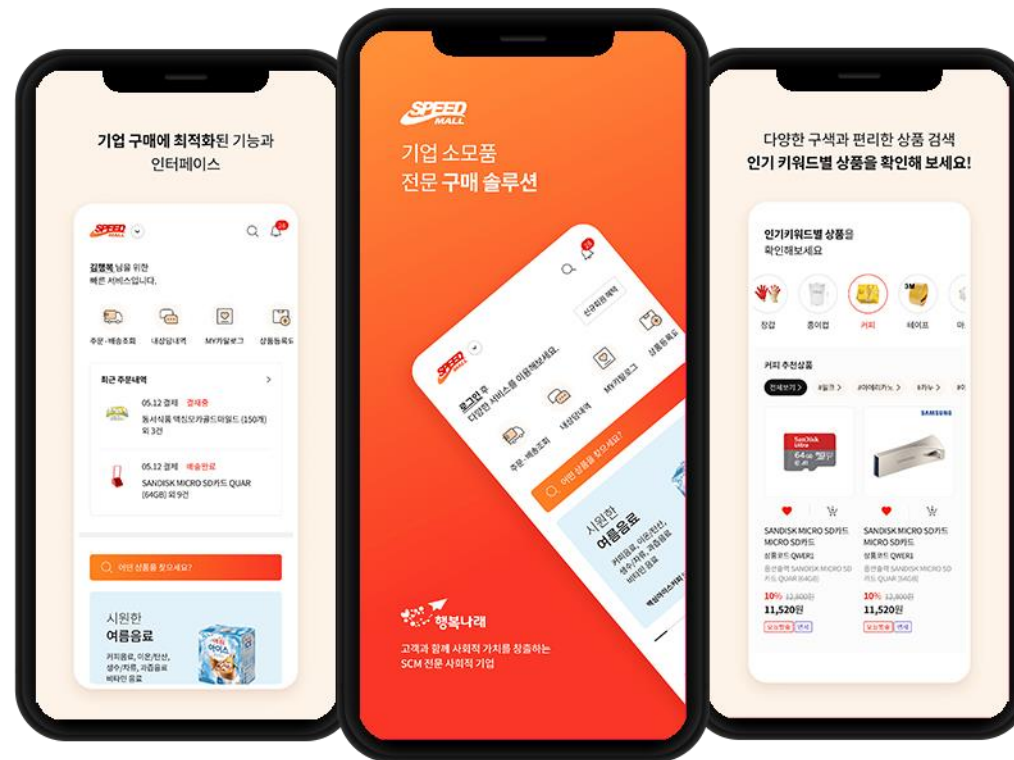
2021 &어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 FOOD & BEVARAGE 분야 WINNER



삼성웰스토리는 방문자 중심으로 최적화된 미디어 플랫폼 'Story.G'를 신설하고, 기존 소셜과 미디어 채널에 흩어져 있던 콘텐츠를 통합했다. PC와 모바일 디바이스에서 최적화된 콘텐츠를 제공하도록 적응형 웹과 반응형 웹의 장점을 모두 살린 하이브리드 반응형 웹을 구축하고, 모바일에서는 Card UI를 강조한 메인 화면으로 신규 콘텐츠에 바로 접근할 수 있게 구성했다. 각 메뉴 페이지마다 별도의 레이아웃을 배치해 색다른 UX를 제공함과 동시에 글, 매거진, 영상 등 다양한 형태로 시각화된 콘텐츠를 주제별로 큐레이션했다. 또한 검색창에 추천 키워드 바를 배치해 방문자의 관심을 유도하는 해시태그를 제공한다.

SK행복나라 스피드몰 모바일

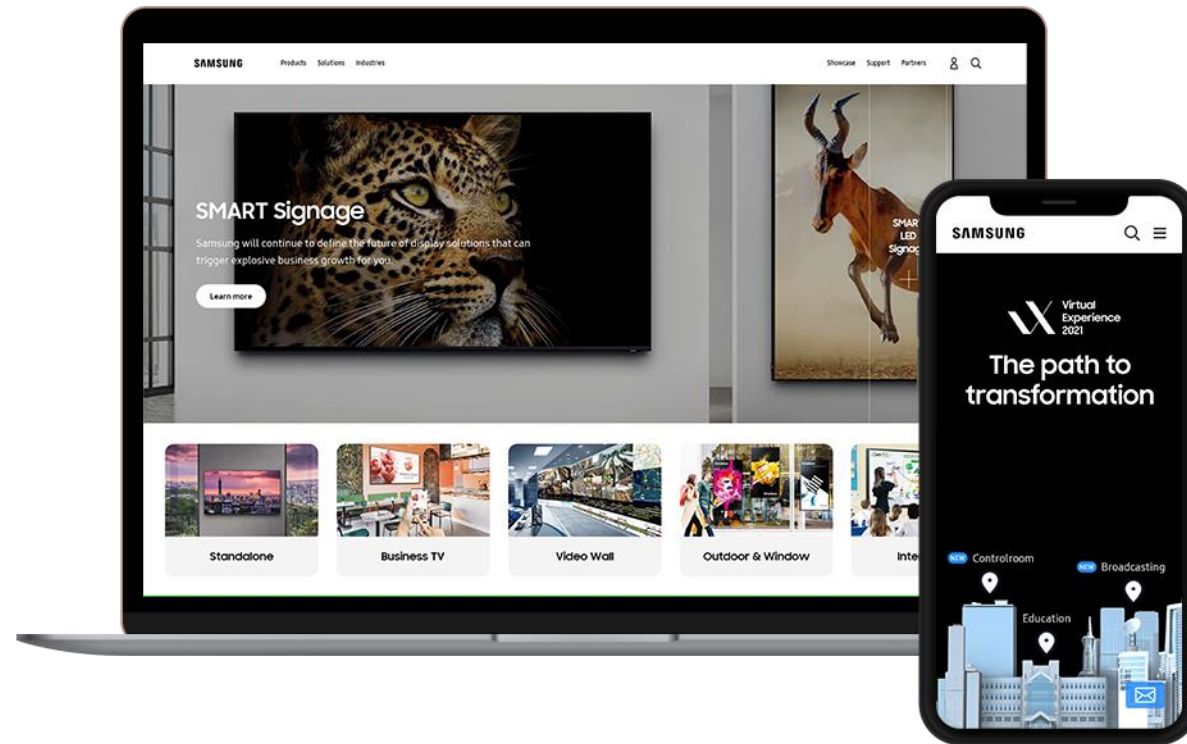
m.speedmall.co.kr



SK행복나라는 모바일 채널에 대한 수요 확대에 대응하고자 기업 자체 온라인 구매 전문 서비스를 제공하는 스피드몰의 모바일 앱과 웹을 구축했다. 기존 PC 웹의 아이덴티티를 승계함과 동시에 디바이스 이용 특성을 반영한 모바일 맞춤형 인터페이스를 적용해 편의성을 향상시켰으며, 특히 앱 서비스는 효율적인 플랫폼 구축 및 운영을 고려해 하이브리드 앱 형태로 구축했다. 메인 화면에서 빠른 서비스 메뉴를 제공해 접근성을 높이고, 후불 결제와 결제 승인 등 기업 고객을 위한 기능을 탑재해 간편한 주문이 가능케 했다. 또한 기존 구매 내역과 이용 행태 등의 데이터를 기반으로 고객 유형별로 맞춤 상품을 제안하는 개인화 서비스를 제공한다.

삼성전자 Display Solutions Virtual Experience

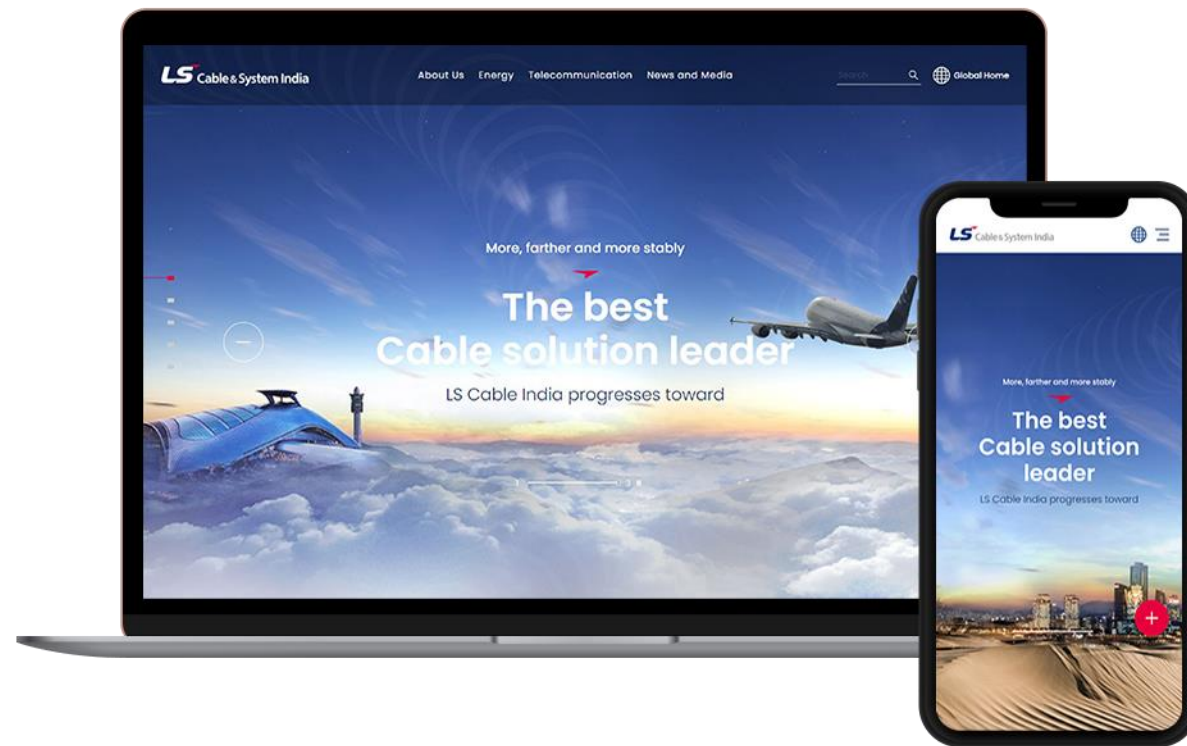
displaysolutions.samsung.com



삼성전자는 자사 표준 디자인 가이드 확립을 통해 사이트 UX/UI를 개선하고, 고객 맞춤형 서비스 및 체험용 콘텐츠를 제공하기 위해 Samsung Display Solutions 웹사이트 리뉴얼을 진행한 바 있으며, 이에 따라 해당 PC/Mobile 채널의 UX/UI 연간 운영을 지속 진행하고 있다. 주 타겟인 파트너를 대상으로 마케팅 및 세일즈 활용 리소스와 다양한 Configurator, Simulator Tool 서비스를 제공하고 있으며, 특히 최근에는 코로나로 인해 오프라인 전시회가 불가능해진 상황을 감안해 가상현실 전시회 플랫폼인 Samsung 2021 Virtual Experience 서비스를 론칭하여 삼성의 신규 제품을 홍보하고 있다.

LS전선 웹사이트

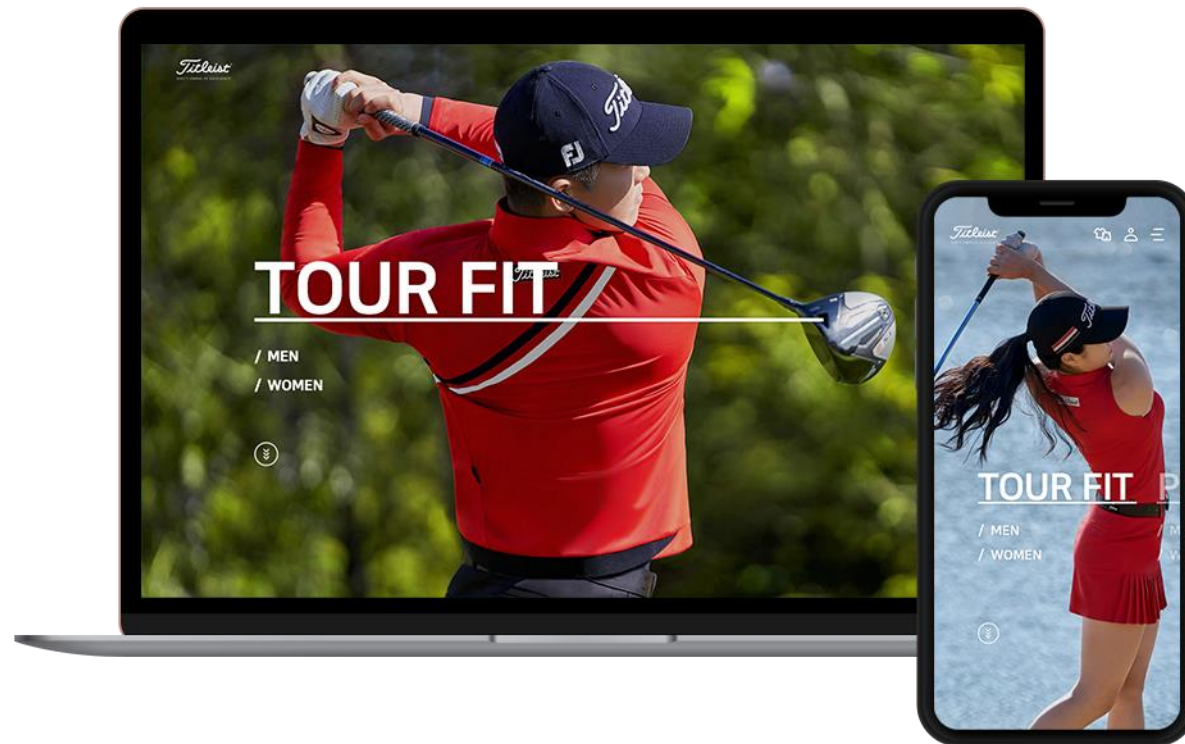
lscable.in/front



LS전선은 최신 웹 디자인 트렌드를 반영한 스크롤 효과를 적극 활용하여 페이지 탐색 기능뿐만 아니라 레이아웃의 전체적인 변화와 함께 핵심 메시지 전달에 대한 시각적 피드백을 높였다. 메인 비주얼에는 수평으로 연결되는 지구, 하늘, 땅, 바다의 이미지를 사용하고 이에 스토리텔링 구성을 가미함으로써 세상을 잇는 전선을 표현했다. 또한 수직으로 연결되는 콘텐츠에 따라 자유롭게 흘러가는 바람과 우뚝 솟은 산맥, 넘실거리는 파도를 라인으로 형상화해 세상 어디나 만날 수 있고 세상 곳곳에 깊숙이 자리잡고 있음을 표현하고자 했다. 서브 콘텐츠는 와이드 이미지 및 핵심 내용을 바탕으로 미니멀하게 제작함으로써 전달력과 집중도를 높였다.

타이틀리스트 어패럴 홈페이지

titleistapparel.co.kr

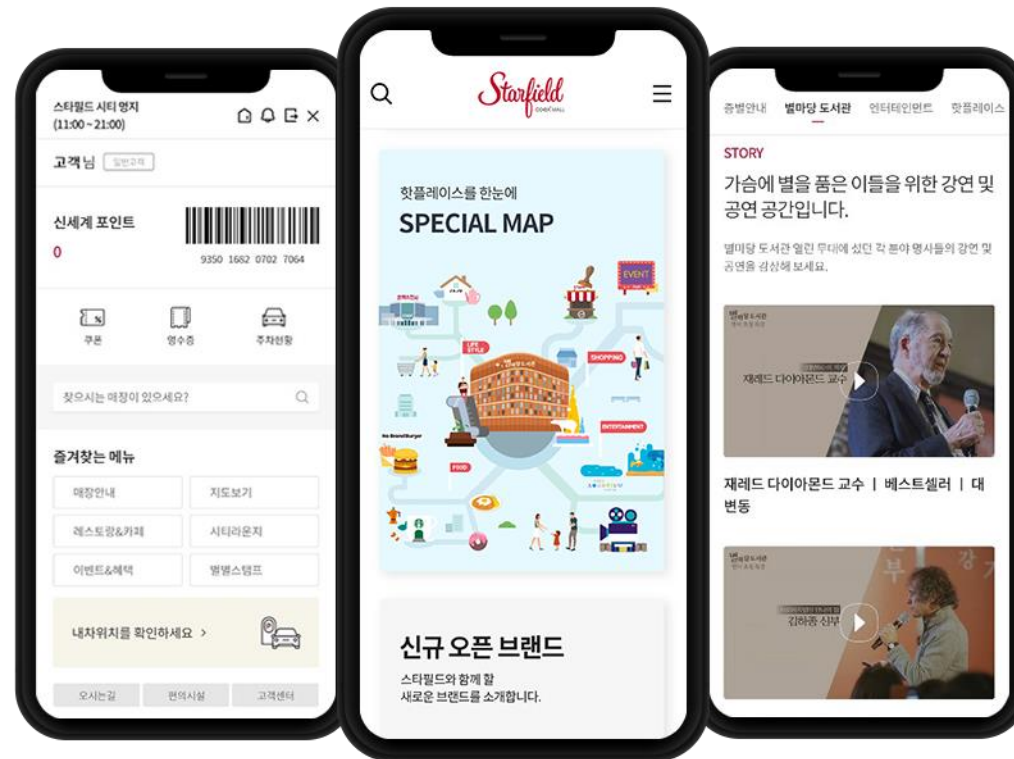


타이틀리스트 어패럴은 2021년 S/S시즌의 신제품 출시에 발맞춰 소비자의 접근성 향상과 브랜드 스토리의 효과적인 전달을 위해 홈페이지를 리뉴얼했다. 가로 방향으로 스와이프 되는 구조의 UI 방식을 적용해 4가지 메인 섹션 (TOUR FIT, PLAY, EXPLORE, STORE)의 주요 콘텐츠들이 유기적으로 연결될 수 있도록 배치하여 브랜드 카달로그를 보는 듯한 사용자 경험을 제공했다. 또한, 고객의 이용 형태를 분석하여 메뉴 체계를 개편하고, 오프라인 지점의 실시간 재고 현황과 입고 알림 기능을 추가해 이용자의 UX 환경을 개선했다. 더불어 셀프 스타일링 서비스를 마련해 사용자가 구매 전에 희망 제품들을 미리 코디해볼 수 있는 기회를 제공했다.

스타필드 모바일

m.starfield.co.kr

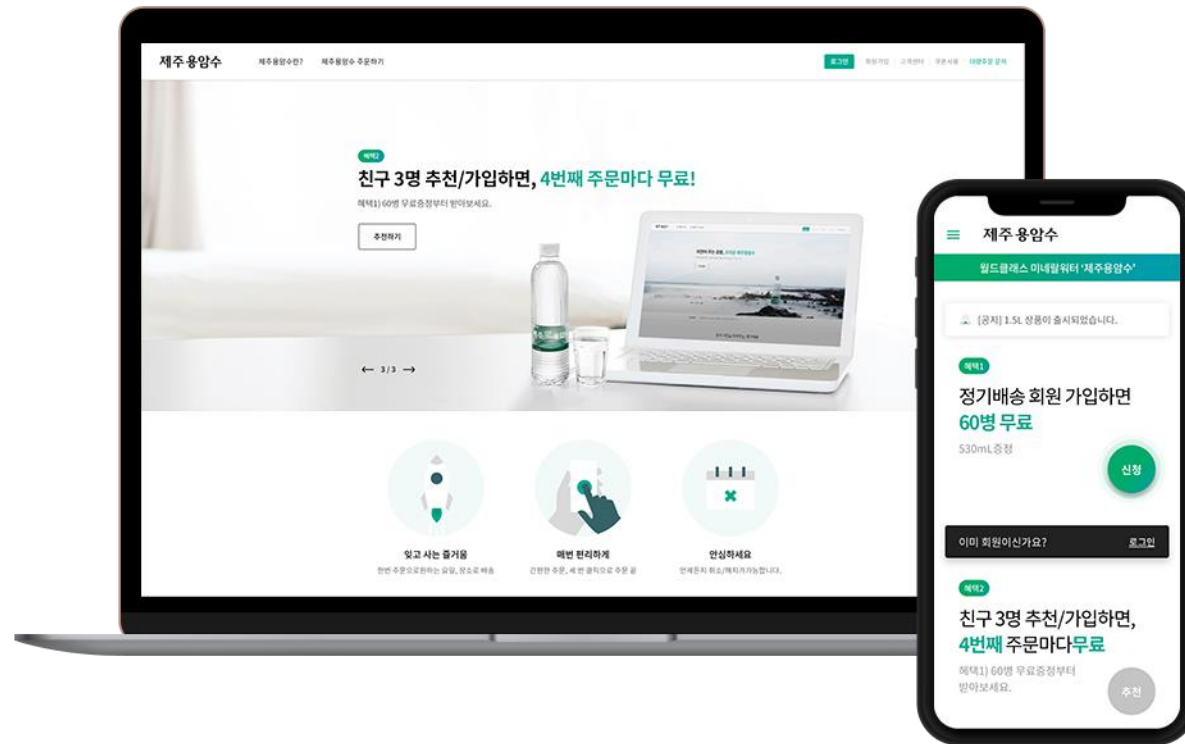
2020 &어워드 스타필드 모바일 Digital Media & Service 부문 Lifestyle Services 분야 Winner



스타필드는 오프라인 비즈니스에서 디지털 채널의 영향력이 확대됨에 따라 고객의 관점의 향상된 브랜드 경험을 제공하고자 모바일 채널을 개편했다. 의미 없는 이미지 사용을 최소화하고, 주요 정보를 텍스트 중심으로, 지도 서비스를 기능 위주로 개편해 최적화된 모바일 환경을 구현했다. 이벤트, 할인정보, 핫플레이스 등 매장 관련 모든 정보를 한눈에 확인할 수 있도록 개선하고, 고객이 카테고리·혜택·방문 형태별 원하는 콘텐츠에 접근할 수 있도록 검색 서비스를 개편했다. 차량관리 시스템, 강연/공연 예약 시스템, SPECIAL MAP 등 다양한 기능을 모바일 채널에 내재화함으로써 온·오프라인 연계성을 높이고 브랜드 경험을 강화했다.

오리온 제주용암수 온라인 플랫폼

m.jejuongamsoo.com



(주)오리온은 프리미엄 미네랄워터 브랜드인 '오리온 제주용암수'를 출시함에 따라 성공적인 시장 진입을 도모함과 동시에, 사용자로 하여금 해당 제품을 지속적으로 이용하고 자발적으로 홍보할 수 있도록 리드하기 위해 제주용암수 전용 홈페이지 및 모바일 앱을 신규 구축했다. 사용자가 제한된 시간 안에서 가치 있는 소비를 할 수 있도록 개인의 소비 패턴과 변화에 맞춘 가정 배달 서비스를 도입하고자 했으며, 온라인 상에서 제품을 원활하게 주문, 결제, 판매할 수 있도록 최적화된 주문 프로세스를 구성했다. 또한 정기 배송 예약 서비스, 예약 온·오프 시스템 등을 통해 각 개인 고객별로 맞춤화된 서비스를 제공했다.

LG CNS 홈페이지

www.lgcns.co.kr



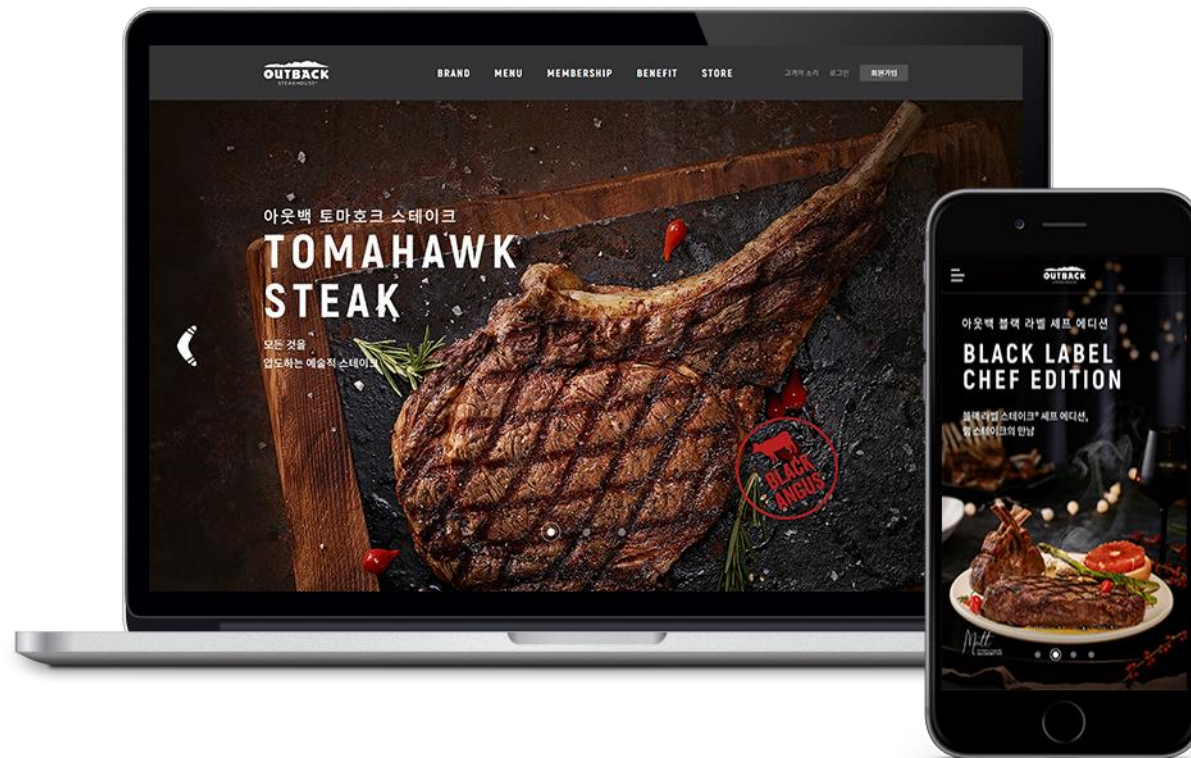
LG CNS는 자사 및 IT 기술에 대한 정보를 단순 제공하는 역할을 넘어, 사업 기회 창출에 기여할 수 있도록 사이트 활용 범위를 넓히고자 자사 홈페이지를 개편했다. 브랜딩 및 마케팅 최적화를 주요 골자로, 솔루션 중심의 IT 서비스 전문기업으로의 리포지셔닝과 잠재 고객에 대한 리드 확보에 집중했으며, 고객 중심의 콘텐츠 개선, 통합 마케팅 채널로의 활용, 긍정적 고객 경험을 통한 접점 확대를 목표로 사이트를 기획했다. 동일 주제 페이지 및 마이크로 사이트 등 홈페이지 내외에 산재되어 있던 콘텐츠들을 통합, 재구성하고, 콘텐츠와 연관된 뉴스, 솔루션, 주제 등에 교차 링크를 제공해 사용자의 정보 접근성 및 사용성을 증대시켰다.

아웃백 스테이크하우스 홈페이지

www.outback.co.kr



2018 웹어워드 생활브랜드 부문 프랜차이즈 분야 대상
2018 &어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 FOOD & BEVERAGE 분야 GRAND PRIX

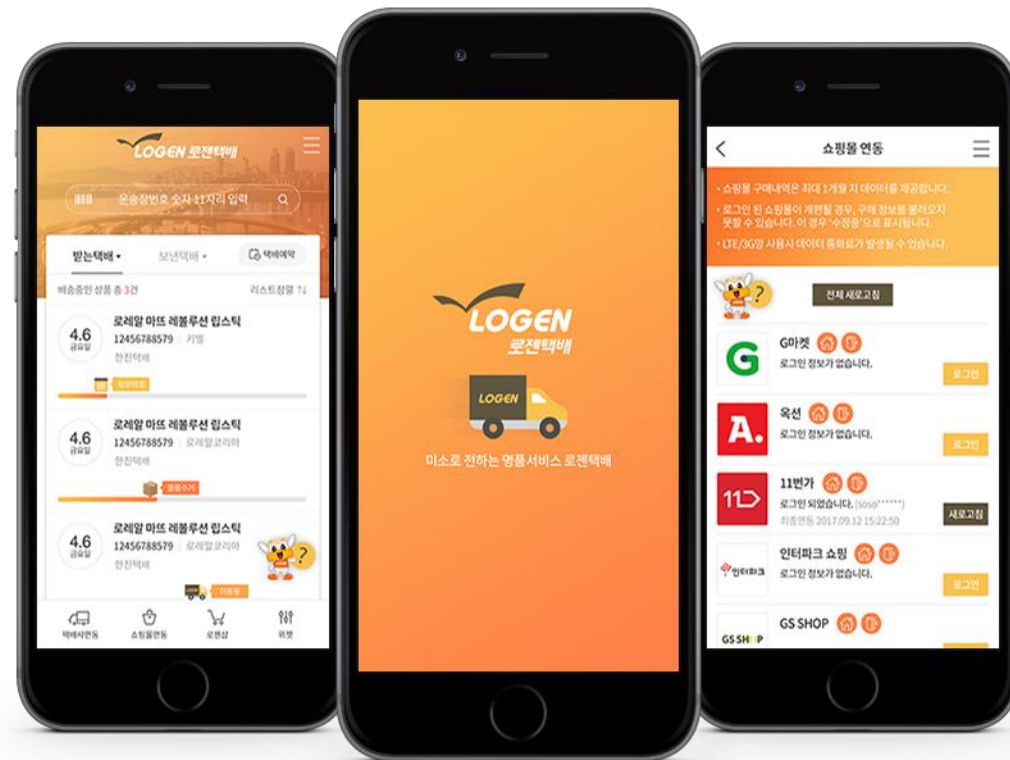


아웃백 스테이크하우스 코리아는 누적된 이용자 로그 분석 결과를 기반으로 주요 사용 메뉴를 선별해 강조하고, 이용자의 혼란 및 이탈이 주로 발생하는 경로 및 메뉴의 데이터를 분석해 원활한 사이트 이용이 가능하도록 개선하기 위해 자사 홈페이지를 리뉴얼했다. 신규 시즌별 메뉴 및 비정기적 제공 메뉴가 지속적으로 론칭됨에 따라 메뉴의 업데이트를 원활히 진행할 수 있도록 개선하기 위해 맞춤형 관리자 페이지를 개발했다. 또한 '매장안내' 메뉴에 지도 및 위치 정보 제공 기능을 탑재해 매장 위치를 직관적으로 안내했으며, '네이버 예약' 서비스와의 연동을 통해 즉각적인 예약을 가능케 했다.

로젠택배 모바일 앱



2018 스마트앱 어워드 브랜드/쇼핑 부문 고객서비스 분야 대상



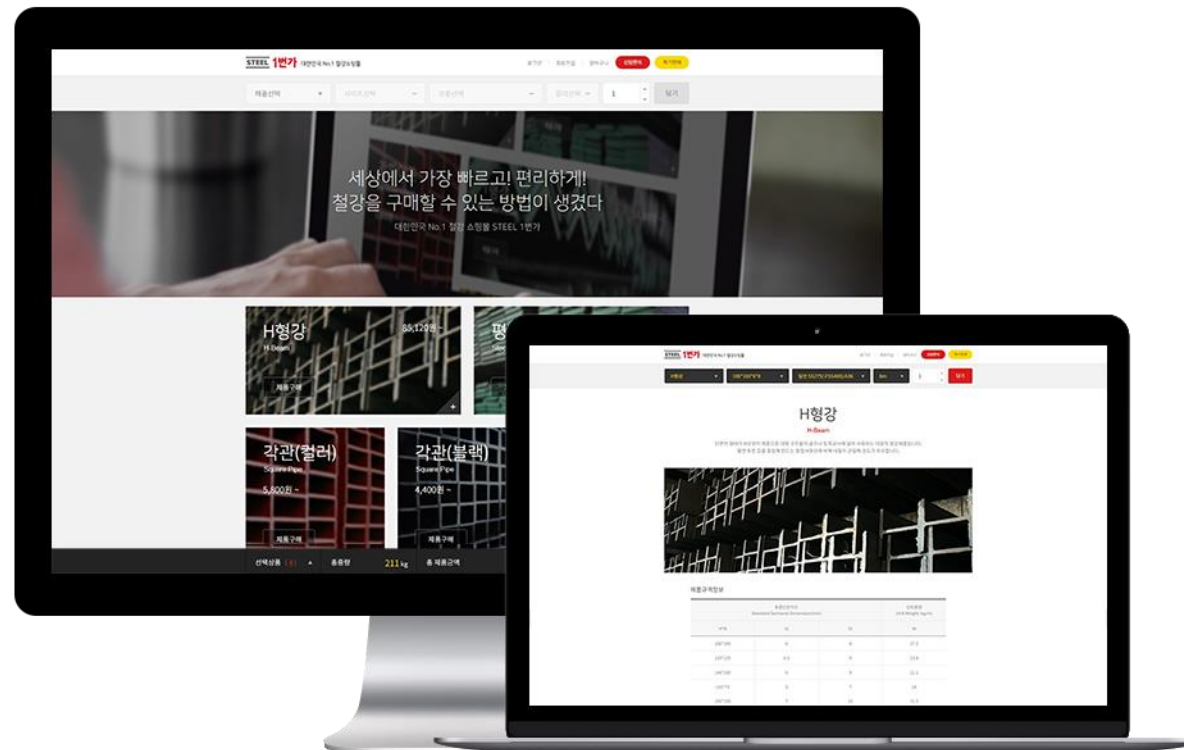
로젠주식회사는 모바일에 최적화된 쉽고 편한 앱 서비스를 제공함으로써 고객 만족도를 증대시키고, 신규 서비스 도입 및 앱 시스템 고도화를 통해 브랜드 가치 및 마케팅 효과를 제고하고자 로젠택배 모바일 앱을 리뉴얼했다. 배송 현황 등을 그래픽 요소를 활용해 직관적으로 표현함으로써 서비스 상태 변화를 수월하게 인지할 수 있게 했으며, 고객이 앱 내에서 필요한 정보를 직접 검색해 확인하는 방식의 범용 서비스에서 벗어나 고객이 원하는 정보를 알아서 찾아주는 개인화 서비스를 제공하고자 했다. 정보 제공 범위 역시 타 택배사 및 국내 주요 쇼핑몰의 택배 정보까지로 확장해 편의성을 높였다.

대덕강업 스틸1번가

steelst.co.kr



2018 &어워드 DIGITAL MEDIA & SERVICE 부문 CONSTRUCTION BRAND 분야 GRAND PRIX



대덕강업은 철강 유통 업계 최초로, 기존 업계 전반에서 이뤄지고 있던 오프라인 기반의 재래식 구매, 발주 방식을 온라인 기반으로 전환하고, 최적화된 제품 구매 서비스를 제공하기 위해 철강 전문 온라인 쇼핑몰인 스틸1번가를 구축했다. 이용자에게 One-Stop 쇼핑 서비스를 제공하기 위해 단계별 제품 선택과 화면 이동을 동시에 수행할 수 있는 바(Bar)를 개발하고, 이를 통해 제품을 장바구니에 담아 즉시 구매를 신청할 수 있도록 구현했다. 또한 업계 최초로 제품 단가를 온라인상에 공개하고, 이용자가 해당 제품의 품목, 사이즈, 재질, 길이, 수량 등을 선택하면 제품의 총 금액과 총 중량을 실시간으로 확인할 수 있도록 개발했다.

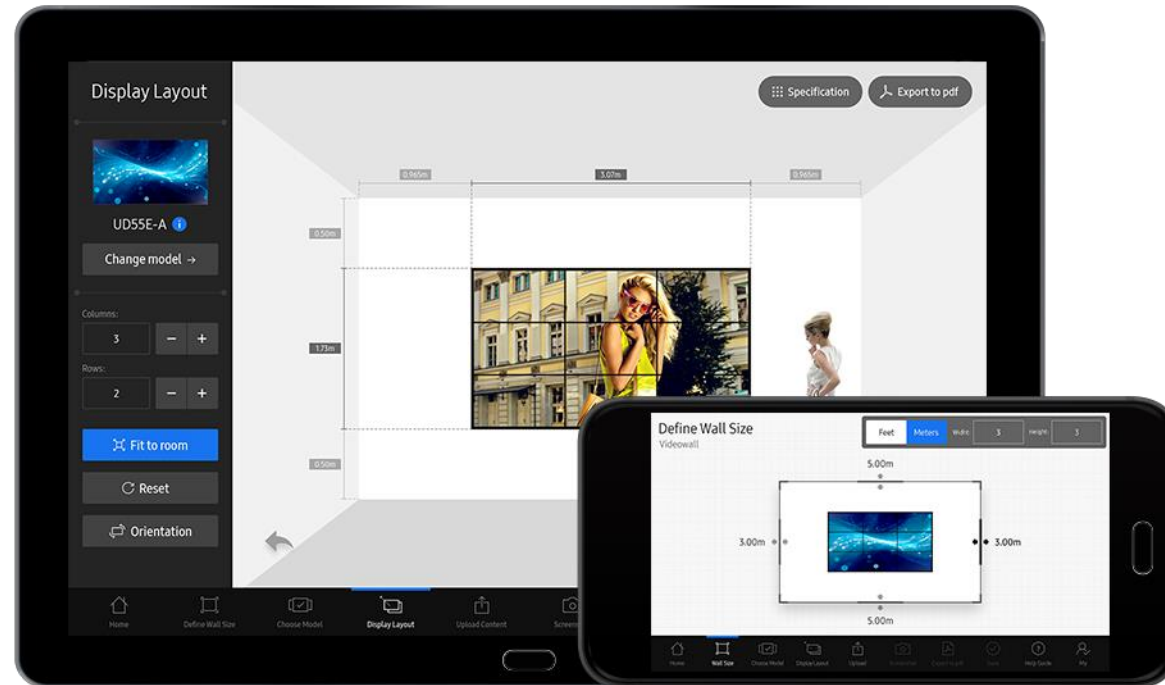
타이틀리스트 클럽 피팅 데이터 센터



타이틀리스트는 자사 멤버십을 비롯, 피팅 센터 및 피팅 데이 서비스 등 기존 산재된 경로를 통해 수집, 관리됐던 정보를 통합해 보다 효율적으로 클럽 피팅 데이터를 조직함으로써 피팅 서비스의 명확한 성과 측정 및 향후 서비스 개선을 도모하기 위해 '타이틀리스트 클럽 피팅 데이터 센터 웹사이트'를 구축했다. 골프 클럽의 경우 재구매율이 높은 제품이며, 클럽 피팅의 경험이 구매 결정을 위한 핵심 요소로 작용한다는 점을 고려해 체험 고객의 일반 정보, 보유 장비, 이용 행태 등 피팅 서비스 이용 고객의 정보와 함께 지역, 피팅 결과, 클럽 구매 전환 등 피팅 서비스 현황을 관리자가 실시간으로 확인, 상세 관리할 수 있도록 시스템을 구성했다.

삼성디스플레이솔루션즈 컨피규레이터

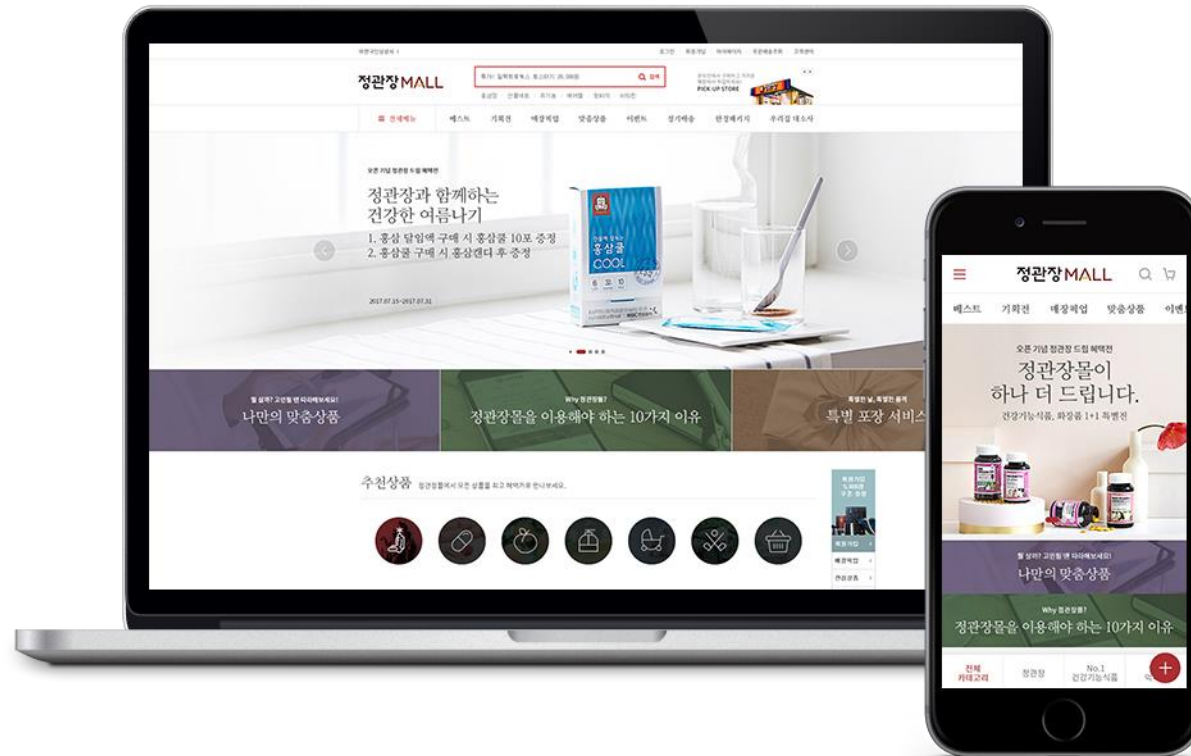
2017 스마트앱어워드 정보서비스 부문 전문정보 분야 대상
2017 Mobile Web Award Electronics Best Electronics Mobile Application
2017 Mobile Web Award Manufacturing Best Manufacturing Mobile Application



삼성DS는 현장 영업 지원을 강화하고자 삼성의 Video Wall, LED Display 제품을 가상의 공간에 직접 배치해 볼 수 있는 시뮬레이션 툴인 Configurator 앱을 구축했다. 현장 활용도가 높은 서비스인 만큼 장소의 제약 없이 이용할 수 있도록 모바일 기반의 서비스 플랫폼을 구축했으며, 태블릿 및 모바일 앱을 별도 구축하여 다양한 디바이스를 통해서도 최적화된 서비스를 제공할 수 있도록 했다. 네트워크가 취약한 지역을 고려하여 오프라인 상태에서도 앱 이용이 가능하도록 구현했으며, 탭 메뉴에 주요 기능을 풀어 배치함으로써 메뉴의 순서만으로도 가상 설치 Flow를 모두 인지할 수 있도록 구성했다.

정관장몰

www.kgcshop.co.kr

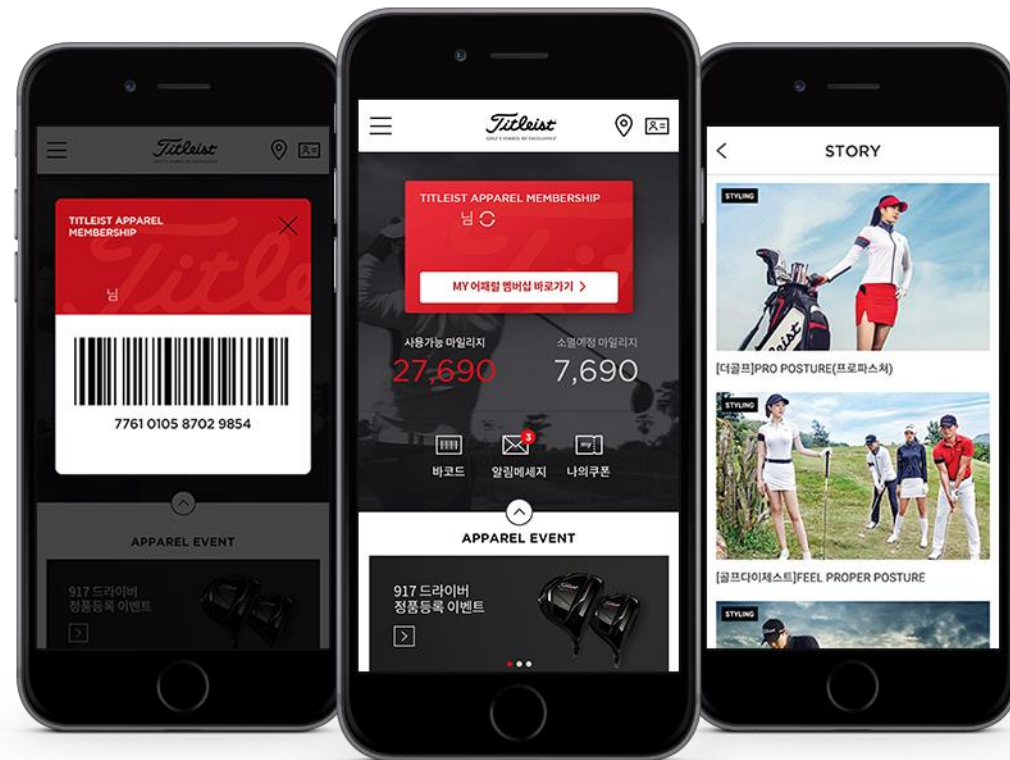


한국인삼공사는 고객의 온라인, 모바일 소비 트렌드에 대한 전략적 대응을 통해 시장 패러다임 변화를 반영한 시스템을 구현함으로써 고객 유입을 활성화하고 자사 매출을 증대시키기 위해 건강종합몰인 장관장 쇼핑몰을 구축했다. 정관장 멤버십 고객을 대상으로 차별적 혜택을 부여해 브랜드 로열티를 제고함과 동시에 구매를 유도하고자 했으며, 온라인 종합 건강 포털 구축을 통해 기존 오프라인을 기반으로 한 홍삼 제품 중심 기업에서 글로벌 종합 건강 기업으로 기업 비전을 확대하고 사업 영역을 확장시키고자 했다. 또한 온오프라인을 연계, 통합하는 시스템을 구현해 이용 및 구매 시 편의성을 증대시켰다.

타이틀리스트 어패럴 멤버십 APP



2017 스마트앱어워드 브랜드/쇼핑 부문 고객센터 서비스 분야 대상



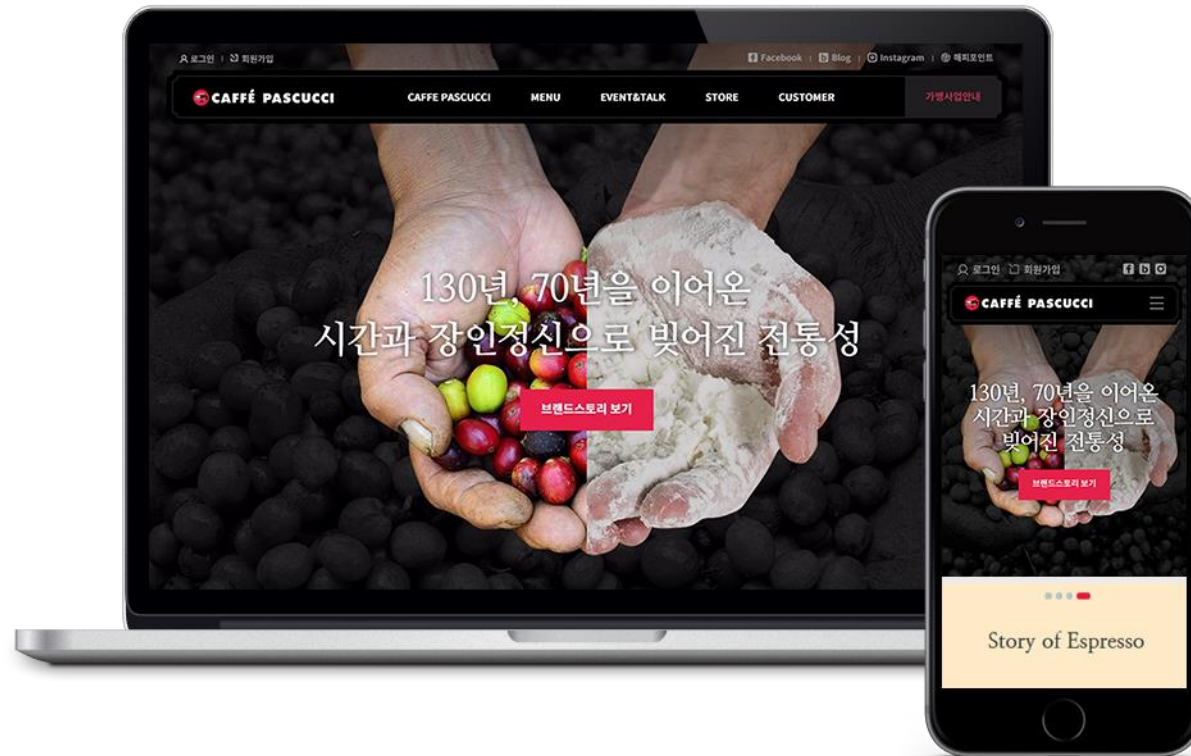
타이틀리스트는 어패럴 멤버십 고객과의 지속적인 관계 유지를 통해 장기적인 브랜드 로열티를 강화하기 위해 릴레이션십 마케팅의 일환인 멤버십 APP 서비스를 구축했다. 앱 내에서 쉽고 빠르게 멤버십 카드를 발급 받고, 가입 시 자동 생성된 바코드를 통해 브랜드 스토어에서 마일리지를 즉시 적립, 이용할 수 있도록 개발했다. 또한 오프라인 매장 방문 및 구매 활성화를 유도하기 위해 고객 위치를 기반으로 가장 가까운 매장의 정보를 제공하는 매장 검색 기능과 더불어, 앱이 설치된 디바이스와 전국 브랜드 스토어에 설치된 비콘을 연동해 매장 방문 시 다양한 멤버십 혜택 및 신상품 정보 등의 메시지를 자동 전송하는 기능을 적용했다.

파스쿠찌 홈페이지

www.caffe-pascucci.co.kr



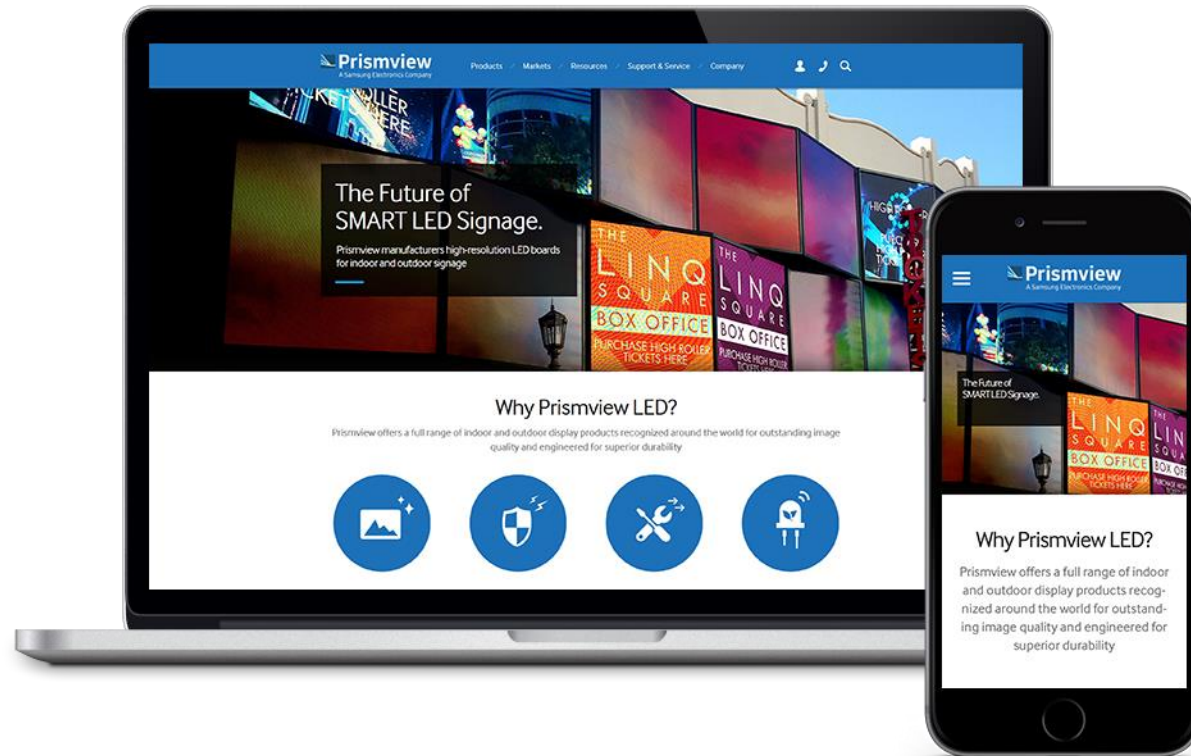
2016 &어워드 DIGITAL MEDIA 부문 Food Beverage Brand 분야 Grand Prix



SPC그룹은 다양한 디바이스에서도 고객에게 동일한 브랜드 메시지와 콘텐츠를 제공하고, 브랜드 콘셉트에 부합하는 특화 콘텐츠를 제작함으로써 제품 신뢰도를 높이기 위해 파스쿠찌 홈페이지를 리뉴얼했다. 콘텐츠 영역을 확장시켜 주요 콘텐츠와 상품 정보를 효과적으로 전달했으며, sticky navigation을 통해 원하는 정보로의 접근성을 높였다. 메인 페이지에서는 주요 콘텐츠인 브랜드스토리, 프로모션, 상품소개 등을 One page로 구성해 원하는 카테고리 쉽게 접근할 수 있도록 하고, 페이지 전반에 실사 이미지와 함께 클래식한 스케치 일러스트를 활용하여 유럽의 클래식한 감성을 녹여냈다.

삼성전자 Prismview 홈페이지

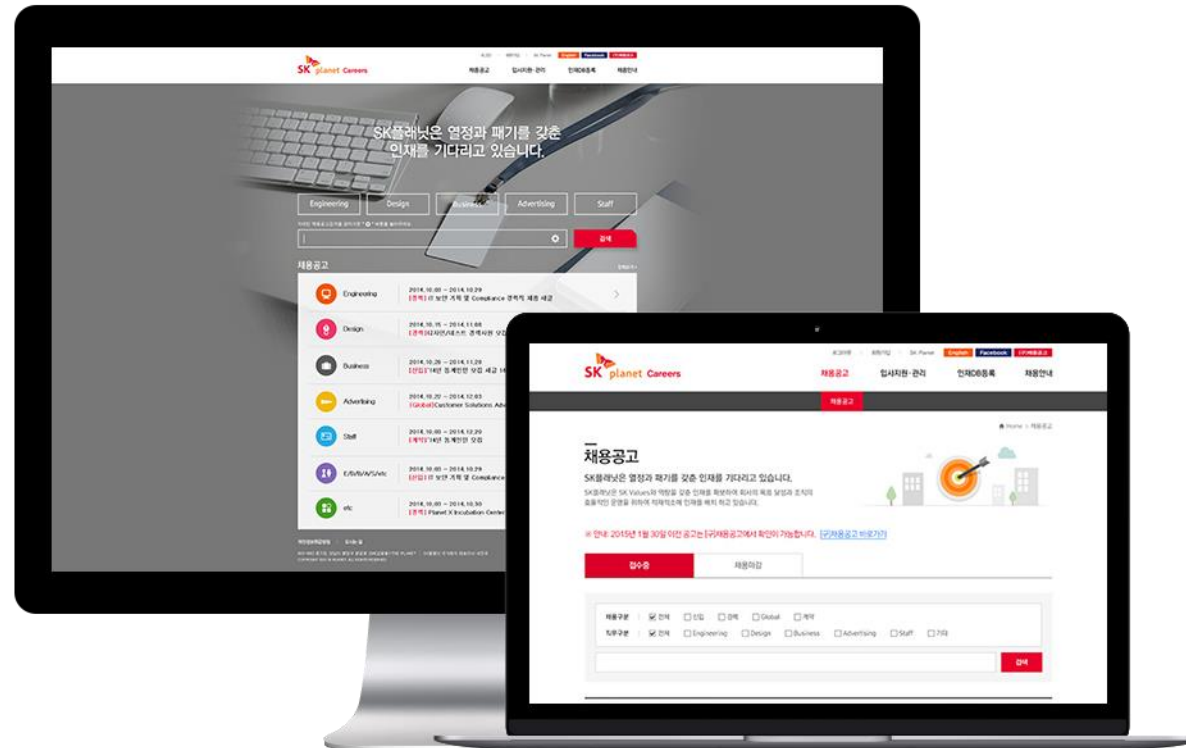
www.prismview.com



삼성전자주식회사는 미국 최고의 LED Digital Signage 업체인 에스코 일렉트로닉스를 인수함에 따라, 그의 자회사인 Prismview의 웹사이트를 삼성전자 Display Solutions 사이트와 병합시키고, B2B 사이트로서의 기능을 강화하기 위해 Prismview 홈페이지 리뉴얼을 진행했다. 기존 워드프레스 테마 기반의 반응형 사이트를 유지했으며, 동일 콘텐츠를 제공하는 메뉴는 통합시켜 업무 중요도 및 프로세스 중심으로 각 목적성에 맞게 재분류하고, 설치 사례 및 제품 소자의 퀄리티와 맞춤형 커스터마이징 프레임의 우수성을 강조하기 위해 B2B에 최적화된 그리드 시스템을 기반으로 레이아웃을 구성했다.

SK플래닛 채용시스템

careers.skplanet.com



SK플래닛은 각 채널별 사이트와 글로벌 지원자를 위한 영문 사이트를 구축하기 위해 채용 시스템을 리뉴얼했다. 채용 사이트를 독립적인 사이트로 구성함으로써 국/영문 사이트를 통합하여 국/영문의 구별 없이 입사지원을 진행할 수 있도록 구성했다. 또한 채용절차의 표준화 및 간소화 작업을 통해 자기소개서와 Pre-Test 항목을 편집/등록할 수 있도록 통합관리 기능을 제공하고, 모집직군 및 면접유형별로 면접평가지 등을 편집할 수 있는 기능을 구현했다. 이와 더불어 지원자의 정보와 인사시스템 간 데이터 연동 시에 오작동을 방지하고자 인터페이스 항목과 코드를 통일하였으며, SK그룹사의 채용과도 연계될 수 있도록 시스템 데이터를 표준화시켰다.

SK플래닛 T멤버십 컬처 모바일 웹

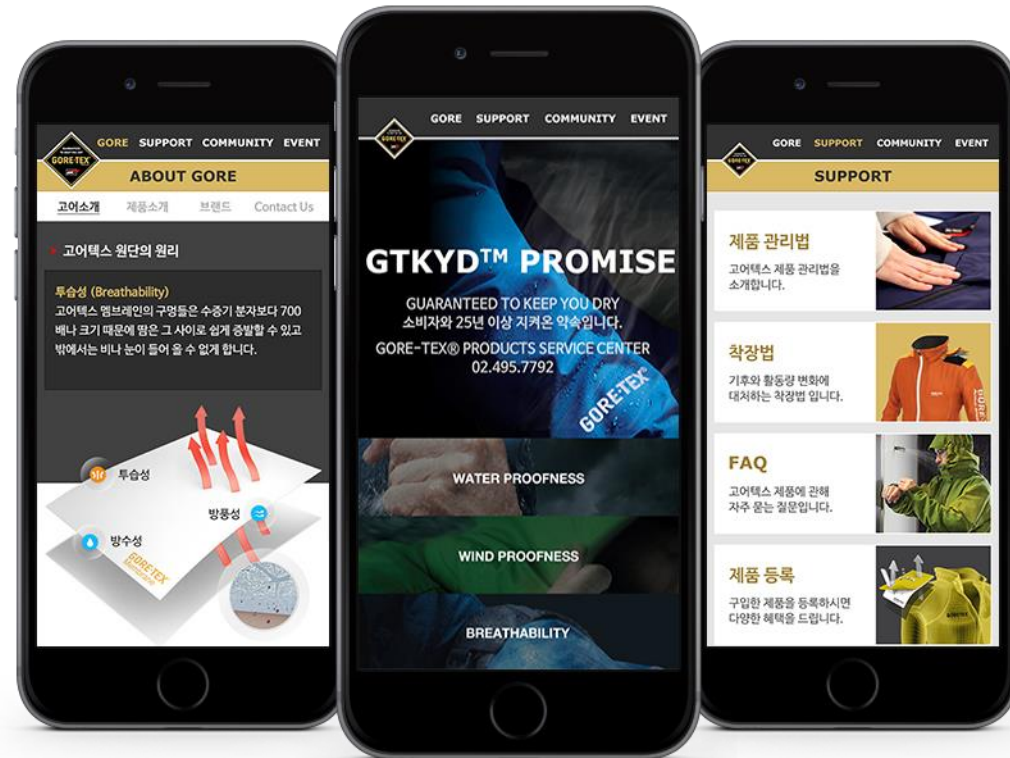
skt.culturecube.co.kr



SK플래닛은 T멤버십 고객에게 보다 합리적인 문화 체험을 제공하고자 'T멤버십 컬처'의 모바일 웹을 구축했다. 다양한 장르의 엄선된 공연을 저렴하게 관람할 수 있는 티켓 예매 서비스인 'T멤버십 컬처'는 온라인 할인 혜택을 제공하던 '초콜릿' 서비스와 병합돼 보다 저렴하고 간편하게 공연 예매를 할 수 있게 됐다. 더불어 보유한 OK캐쉬백 포인트를 사용해 예매가 가능하며, 무료 초청 이벤트를 비롯 다양한 문화 콘텐츠를 제공한다. 뿐만 아니라 인터페이스 구조를 단순화하고 킷메뉴를 상시 배치해 고객 편의성을 부여했으며, 예매 및 이벤트 응모 시 보안을 높이기 위해 ICAS 인증 절차도 추가했다.

고어텍스 모바일 웹

m.gore-tex.co.kr

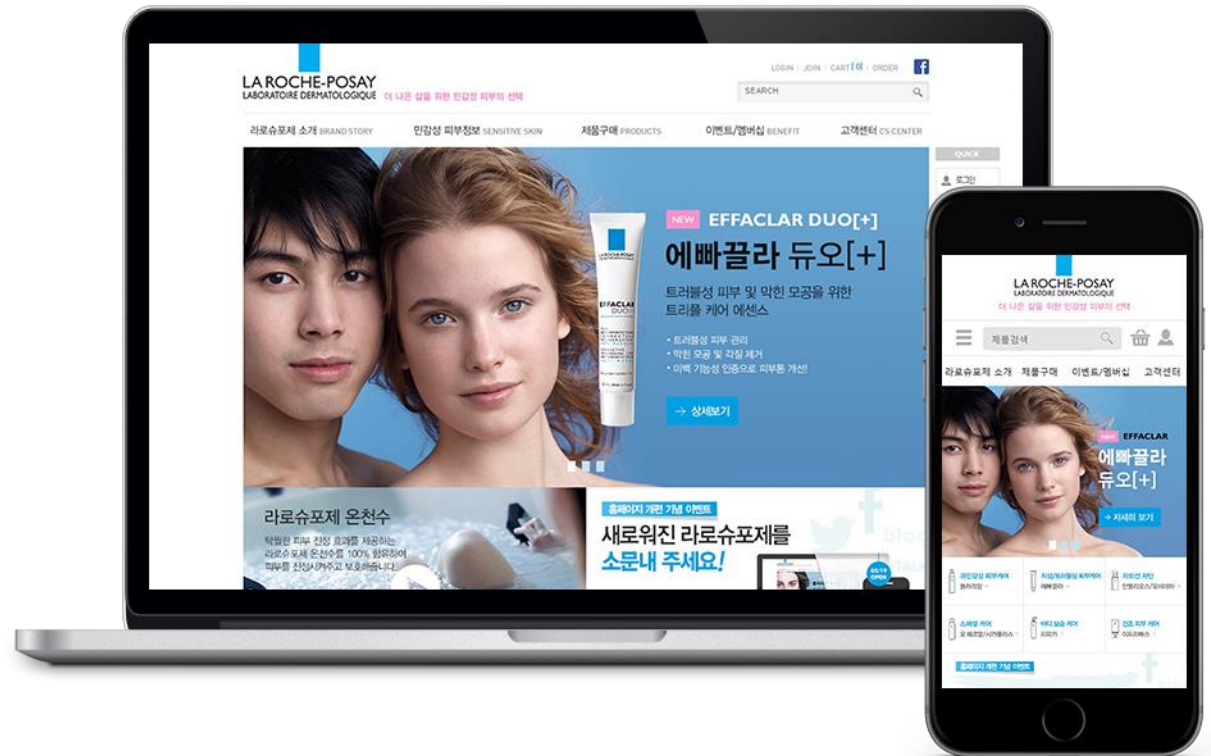


아웃도어 리딩 브랜드 고어텍스는 고객 접근채널을 확장하고 신속한 정보 접근성을 위해 모바일 웹을 구축했다. 모바일 웹은 고어텍스 제품의 특징점과 종류, 공식 제휴 브랜드의 소개를 담은 'About GORE'를 비롯해 제품 관리법, 착장법, 제품관련 질문, 서비스 센터 등의 'SUPPORT' 콘텐츠 등 사용자가 고어텍스 제품을 이용하는 데 빠르고 간편하게 습득할 수 있는 유용한 콘텐츠로 구성됐다.

라로슈포제 웹사이트 리뉴얼 & 모바일 커머스

웹사이트 www.laroche-posay.co.kr

모바일웹 m.laroche-posay.co.kr



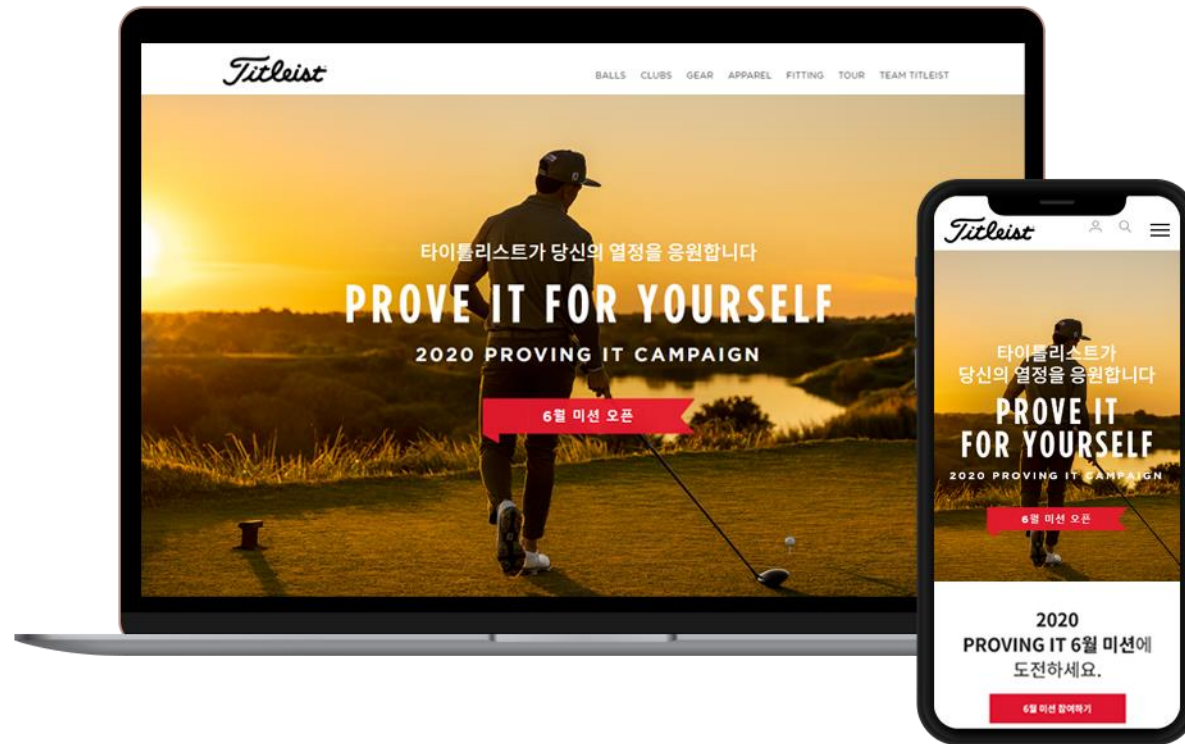
더모 코스메틱 브랜드 라로슈포제는 폭넓고 안정적인 고객층을 확보하고 일반 고객들에 대한 브랜드 인지도 향상 및 구매 서비스 개선을 목적으로 웹사이트를 새로이 개편하고 더불어 모바일 커머스를 함께 구축했다. 피부고민, 제품라인, 사용단계 등 원하는 제품을 빠르게 찾을 수 있도록 제품 카테고리를 구분하고 피부상태 진단 결과에 맞춰 맞춤 정보를 제공하는 '피부민감도 자가진단', 생생한 사용후기를 통해 제품을 간접 체험할 수 있는 '베스트 포토 리뷰' 등 고객에게 유용한 콘텐츠를 구성했다. 또한 주문/결제 단계에서 마일리지 보유현황 및 교환 제품을 확인할 수 있도록 해 리워드 혜택의 사용성을 강화했다.

portfolio

Digital Marketing

타이틀리스트 2020 PROVING IT 캠페인

team.titleist.co.kr/2020-proving-it



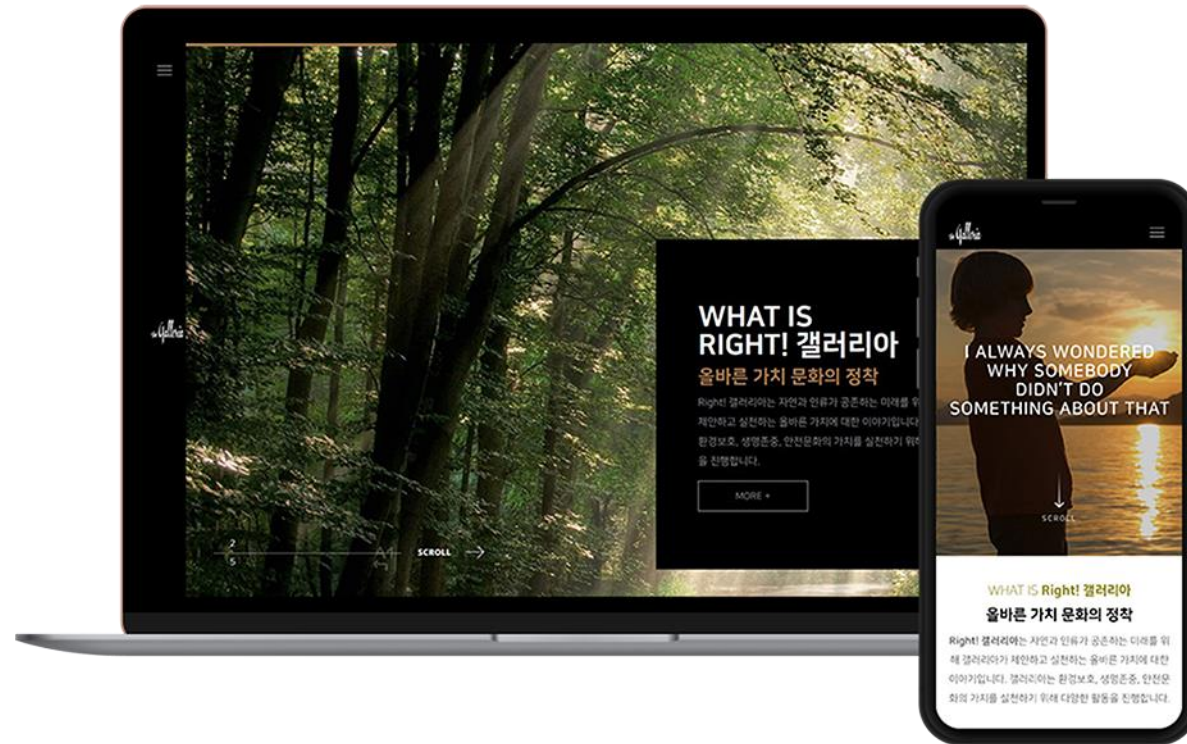
아쿠쉬네트의 대표 글로벌 골프 브랜드인 타이틀리스트는 장기간 이어진 코로나19로 사기를 잃은 골퍼들이 다시금 활기를 찾고, 목표 설정을 통해 개인의 퍼포먼스를 향상시킬 수 있도록 동기 부여하고자 '2020 Proving It' 캠페인을 진행했다. 캠페인은 참여자들이 2020년 이루고자 하는 개인의 골프 버킷 리스트를 직접 설정하고 매달 공개되는 다양한 미션을 달성해 나가는 방식으로, 매달 미션을 달성할 때마다 특별한 리워드가 지급된다. 2020년 버킷 리스트와 함께 작년 우승자의 스토리를 볼 수 있는 Winner's Day 영상, 골프볼 교육 콘텐츠, 퀴즈 등을 통해 캠페인 참여를 고취시키고 고객과의 커뮤니케이션 기회를 확대했다.

한화갤러리아 'Right!갤러리아' 캠페인 마이크로 사이트

dept.galleria.co.kr/rightgalleria



2019 인터넷에코어워드 인터넷에코 최고대상

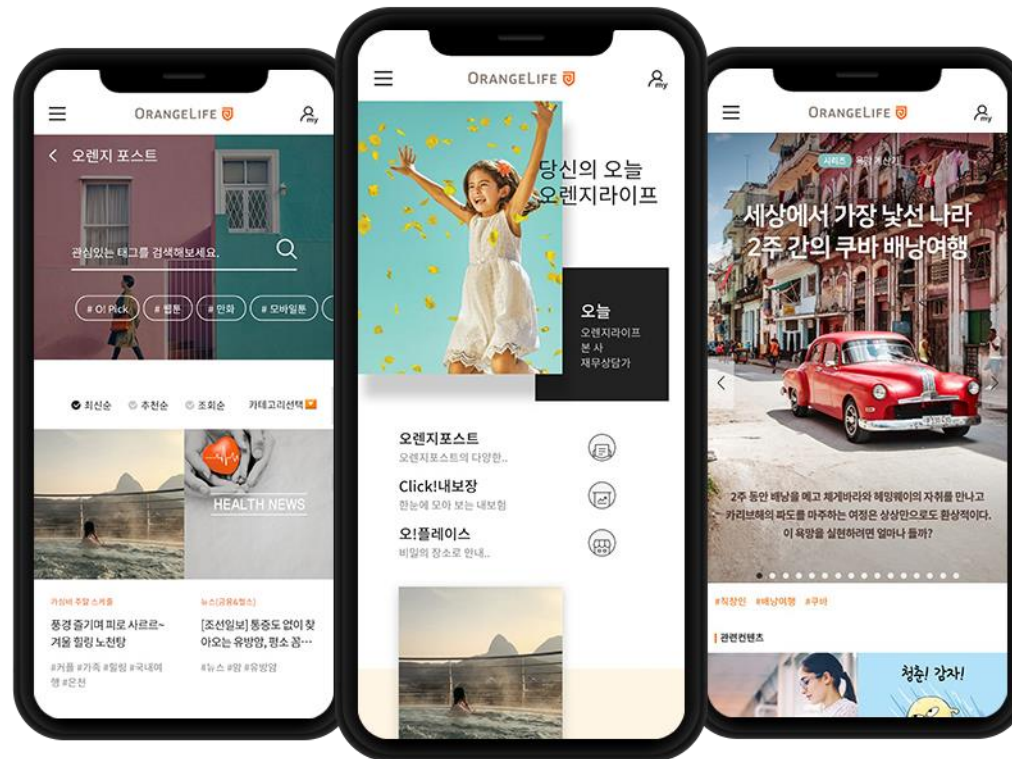


(주)한화갤러리아는 고객과의 접점을 넓혀 'Right!갤러리아' 캠페인을 효과적으로 알리고, 해당 캠페인의 철학과 지향점을 더욱 명확하게 전달하고자 마이크로 사이트를 신규 구축했다. Right!갤러리아는 '환경보호', '생명존중', '안전문화' 등 총 세 가지 키워드를 중심으로 보다 나은 삶을 위한 올바른 가치를 제시하는 한화갤러리아의 가치 지향적 브랜딩 캠페인이다. 해당 사이트에 자사의 실천 활동에서부터 대형 캠페인 프로젝트까지 다양한 레벨의 활동들을 게시하고 이를 쉽게 찾아볼 수 있도록 해 원하는 정보에 대한 접근성을 높임과 동시에 향후 자사의 가치 지향 여정에 대한 큐레이션 허브로서의 확장성을 확보하고자 했다.

오렌지라이프 옴니 플랫폼 '오늘' 콘텐츠 마케팅



2019 웹어워드 모바일웹 마케팅 부문 마케팅 분야 최우수상



오렌지라이프생명보험(株)는 재정설계사의 비대면 영업 활동이 급격히 증대되고 모바일을 통한 고객 관리의 필요성이 강조됨에 따라 고객 커뮤니케이션을 위해 독자적인 콘텐츠 플랫폼인 '오늘'을 통한 콘텐츠 마케팅을 진행했다. 보험의 본질에 20~30대에게 소구할 수 있는 흥미를 연결한 주제를 바탕으로 브랜드와 고객 간의 시의적절한 균형감을 갖추고 모바일에 적합한 콘텐츠를 개발하는 데 중점을 뒀다. 또한 콘텐츠의 희소성을 중요 가치로 보아 기존 포털에서는 찾아볼 수 없는 독창적인 콘텐츠를 제작함과 동시에 주요 해당 고객층의 감각에 어필할 수 있는 비주얼 중심의 전달력 높은 콘텐츠를 제공하고자 했다.

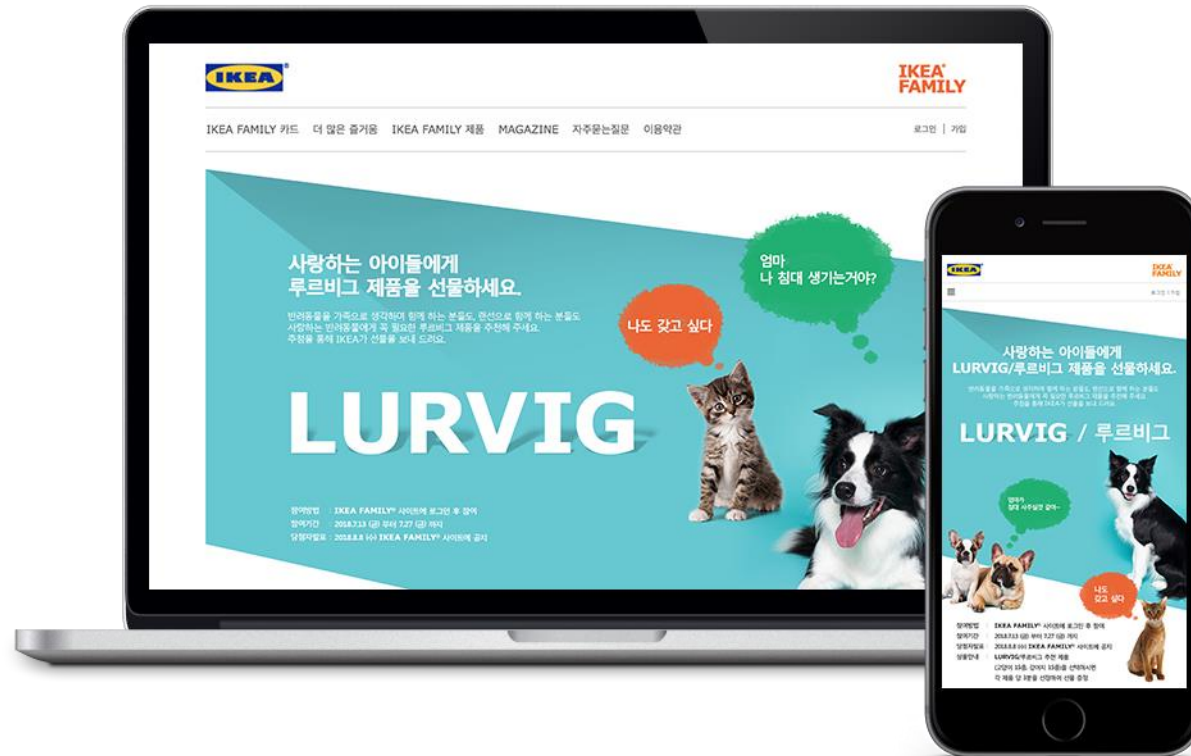
제22회 동아제약 대학생 국토대장정

www.kukto.co.kr



동아제약(주)는 이용자 데이터 분석을 통한 사이트 내 콘텐츠 재정비 및 모바일 서비스 최적화를 진행함으로써 사이트 활용도를 높이기 위해 '대학생 국토대장정' 홈페이지를 개편하고, 올해 22주년을 맞이한 해당 행사를 기념하기 위해 '국토대장정 역사관' 마이크로사이트를 신규 구축했다. 구글 애널리틱스를 통해 도출된 분석 결과를 바탕으로, 기존 혼재되어 있던 메뉴 구조를 목적에 맞게 각기 구분하고, 새롭게 업데이트되는 콘텐츠를 재배치해 원하는 정보로의 접근성을 높였다. 역사관 사이트는 국내에서는 보기 드물게 장기 진행된 해당 행사의 내역을 두루 살펴볼 수 있게 제작된 사이트로, 이를 통해 과거의 행사 기록을 재정리하고 데이터를 체계적으로 축적해 나갈 수 있는 구간을 마련했다.

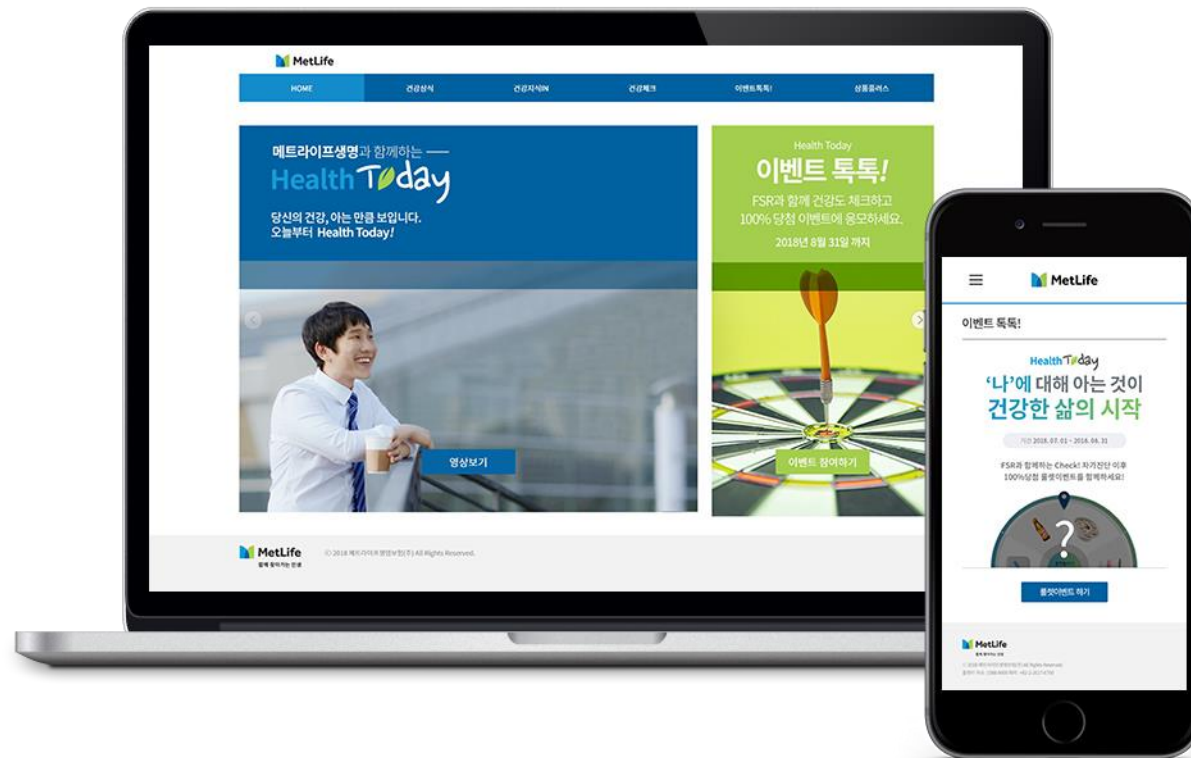
IKEA 펫 론칭 캠페인



이케아 패밀리리는 반려동물 전용 제품군인 LURVIG/루르비그 컬렉션이 출시됨에 따라 자사 멤버십 회원들을 대상으로 신제품 론칭 캠페인을 진행했다. 타겟층을 명확히 선별하기 위해 GDN을 통한 리타게팅 광고 및 유효 채널 내 배너 광고 등을 집행해 제품 홍보 및 이벤트 참여도를 높였다. 반려인 대상 이벤트는 반려동물의 정보를 선택, 입력한 후 원하는 제품을 선택해 응모할 수 있게 구성했으며, 랜선집사 대상 이벤트는 애정하는 동물의 이름과 해당 동물이 소개되는 주요 SNS URL을 기재 후 응모를 진행할 수 있도록 했다. 응모 완료 시에는 SNS 채널로 해당 제품을 공유할 수 있도록 해 자발적인 바이럴 홍보가 이뤄질 수 있게 했다.

메트라이프생명 연간 마케팅

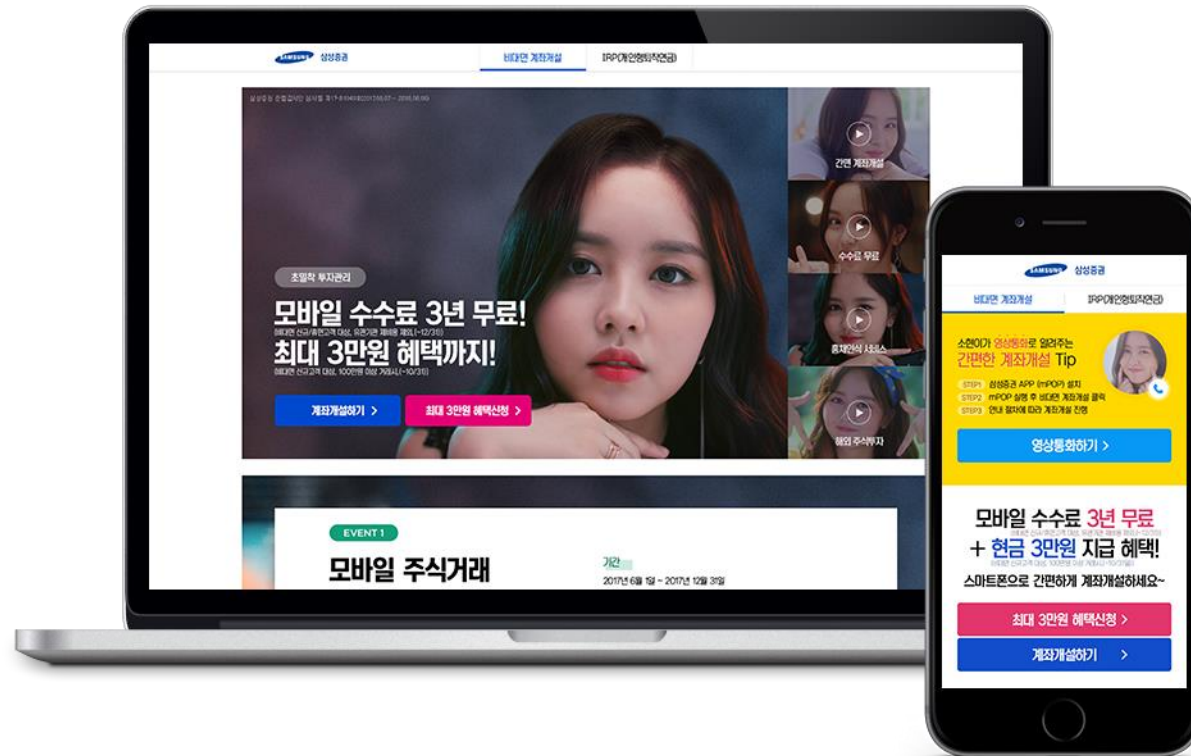
www.health-today.co.kr



메트라이프생명은 헬스케어에 대한 고객 관심도를 높이고, 대면 조직인 FSR(Financial Services Representative)이 고객과의 접점을 자연스럽게 형성할 수 있도록 지원하기 위해 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC) 활동을 진행했다. 'Health Today'를 콘셉트로 마케팅 커뮤니케이션 채널을 구축해 서비스 활용도를 향상시켰으며, 바이럴 영상을 제작해 상품 홍보 효과를 높였다. 또한 FSR이 상담 고객에게 증정하는 세일즈 키트를 신규 제작하고, FSR과의 오프라인 미팅 시 참여 가능한 전용 온라인 이벤트를 마련해 흥미 요소를 부여함과 동시에 고객에게 추가적인 혜택을 제공하고자 했다.

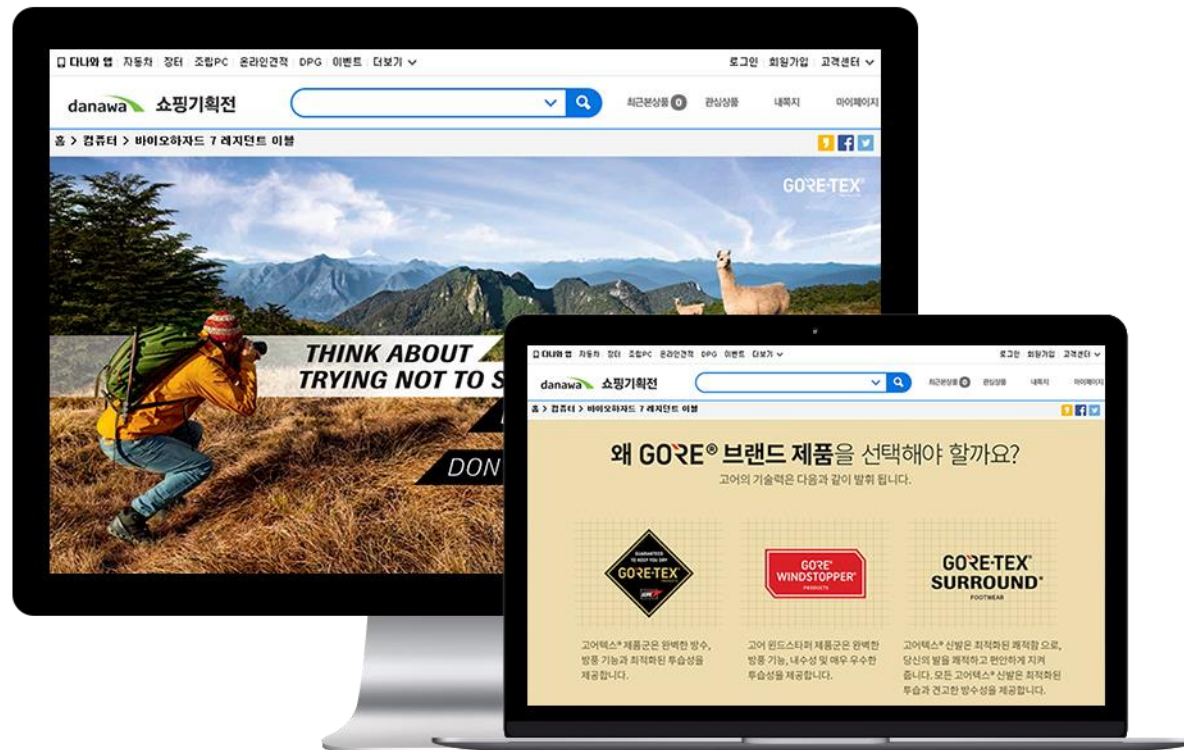
삼성증권 온라인 계좌개설 캠페인

www.onestopsamsungpop.co.kr



삼성증권은 비대면 계좌개설 및 개인형퇴직연금(IRP) 가입을 활성화하기 위해 하반기 온라인 계좌개설 캠페인을 진행했다. 당사가 보유한 여러 채널을 통해 수집된 고객의 누적 데이터를 분석, 추적하여 해당 서비스에 최적화된 마케팅 활동을 수행하기 위한 미디어믹스를 설계했다. 또한 고객에게 관련 상품 및 서비스의 특징점을 보다 친숙하게 전달하기 위해 인기 셀럽(김소현)을 모델로 한 홍보 영상을 다양한 콘셉트로 제작했다. 각 영상의 콘셉트에 따라 강조하고자 하는 핵심 메시지를 직관적으로 전달했으며, 광고에 지루함을 느끼지 않도록 지속적으로 소재와 콘셉트를 변경하여 광고 효율성을 증대시켰다.

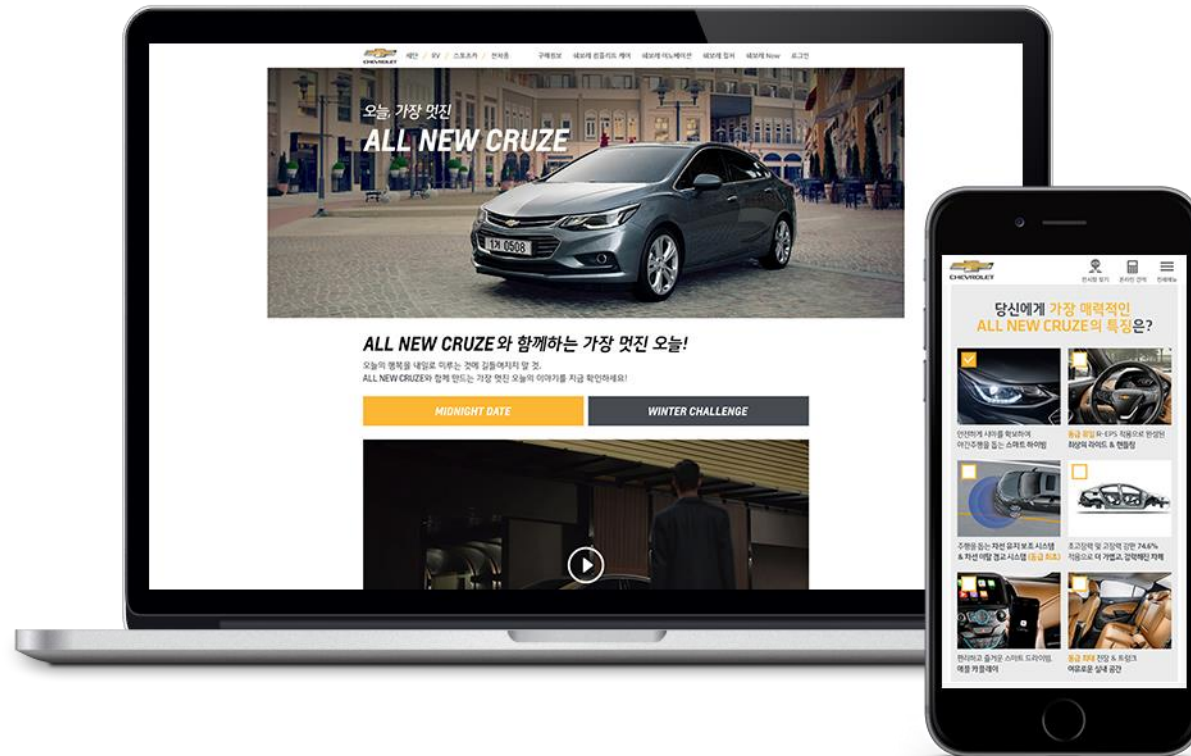
고어텍스® 브랜드 스튜어드십



고어코리아는 소비자가 자신에게 최적화(FIT FOR USE)된 제품을 선택할 수 있도록 고어텍스® 제품의 특징, 고어의 핵심 기술, 엄격한 품질 보증 제도인 Guaranteed To Keep You Dry™ 등의 정보를 제공하기 위해 고어텍스® 브랜드 스튜어드십 프로젝트를 진행했다. 극한 환경에 최적화된 고어텍스® 프로 제품, 다양한 일상적 활동을 위한 고어텍스® 제품, 빠르고 격한 활동을 위한 고어텍스® 액티브 제품 등 용도별로 최적화된 제품을 소개함으로써 고객이 원하는 제품을 정확히 선택, 구매할 수 있도록 했으며, 절대적인 기능성의 추구보다는 소비자의 활동에 최고로 적합한 기능성을 제공하고자 하는 자사의 의지를 어필했다.

쉐보레 올 뉴 크루즈 디지털 캠페인

www.chevrolet.co.kr



한국지엠주식회사는 올 뉴 크루즈의 한국 출시에 맞춰 디지털 캠페인을 진행했다. 본격적인 캠페인 오픈에 앞서 Live Show 및 마네킹 챌린저 등의 사전 행사를 페이지 내에 노출해 관심을 증대시켰다. 이후 “오늘, 가장 멋진”이라는 키 메시지와 함께 올 뉴 크루즈의 여덟 가지 주요 특징을 소개하고, 고객이 직접 가장 매력적인 특징에 대해 투표를 진행하는 이벤트를 추가했다. 또한, 올 뉴 크루즈의 장점 및 혜택에 대한 온라인 광고 영상을 제작, 게시해 고객에게 강조하고자 하는 핵심 메시지를 보다 직관적으로 전달했다. 그 밖에도 모바일 디바이스를 통해서도 쉽게 해당 서비스를 이용할 수 있도록 모바일 최적화를 진행했다.

삼성증권 in NAVER 투자원정대



삼성증권은 네이버증권과의 제휴를 통해 모든 투자자들이 투자 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 서비스를 제공함으로써 주식 투자에 대한 실제 진입장벽을 낮추고, 투자 활성화를 도모하기 위해 투자원정대 서비스를 오픈했다. 실투자 정보와 보유종목, 매수/매도종목 등의 빅 데이터를 바탕으로 투자자들에게 적합한 투자 가이드를 제공했으며, 투자 정보에 대한 연령, 성별, 직업, 별자리 등 세부 조건별 검색을 가능케 하여 투자에 관심이 많은 적극 투자자, 투자 정보가 많지 않은 일반 투자자, 초보 주부, 관련 전공의 학생, 투자 고수, 시장을 자주 보기 어려운 자영업자 등 모든 투자자들이 쉽게 주식투자를 진행할 수 있는 여건을 마련했다.

고어텍스® 브랜드 프로모션



2016 웨어워드 모바일웹 마케팅 부문 마케팅 분야 대상
2016 &어워드 DIGITAL MEDIA 부문 Fashion Brand 분야 Grand Prix

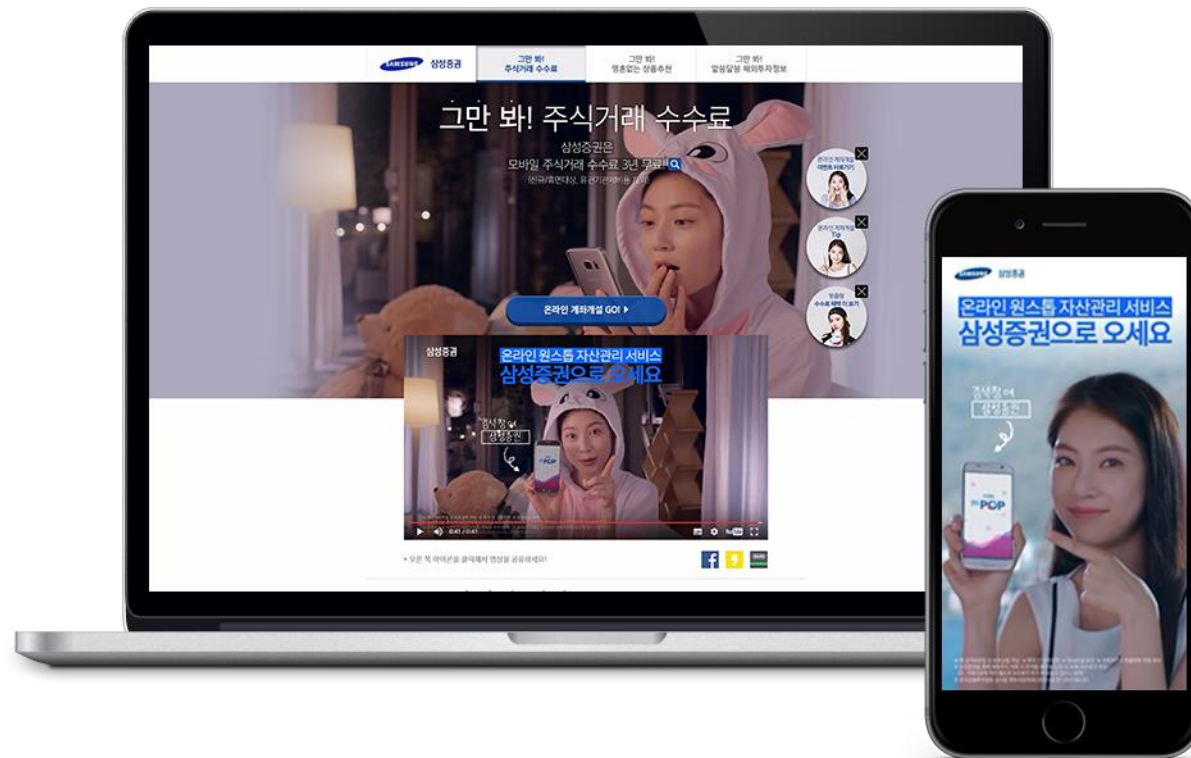


고어텍스모멘트 캠페인은 'EXPERIENCE THE DIFFERENCE'라는 새로운 글로벌 슬로건과 생활 속에 녹아 드는 감성적 접근 등을 통해 새롭게 바뀐 글로벌 전략을 국내 소비자들에게 전하기 위한 목적으로 기획/제작됐다. 야외활동 중 행복했던 순간을 해시태그와 함께 자신의 인스타그램에 올리도록 하는 1차 이벤트에 이어, 네티즌들의 투표와 내부심사로 진행되는 2차 이벤트를 통해 최종 우승자를 선발했다. 그 결과, 인스타그램 내 총 1,700장 이상의 사진이 응모됐으며, 안전산행캠페인 및 고어텍스(R) 영상 공유 이벤트의 병행 진행으로 콘텐츠의 활발한 공유를 유도했다.

삼성증권 원스톱 자산관리 서비스



2016 웹어워드 광고/프로모션 부문 이벤트 프로모션 분야 최우수상



삼성증권은 최적화된 미디어믹스 및 콘텐츠 설계를 진행함과 더불어 비대면 계좌 개설 서비스를 통한 신규 투자자 유치 증대 및 광고의 효용성 향상을 위해 '그만 봐' 캠페인을 진행했다. 캠페인의 주요 영상 콘텐츠는 스마트 디바이스에 익숙한 소비자들의 성향에 맞춰 세로 형태로 제작했으며, 기업의 메시지는 후반부로 배치하고 전반부는 광고 모델(공승연)과 영상통화를 하거나, 폰카를 찍거나, 동영상을 찍는 남자친구의 시점으로 구성해 스낵커블 콘텐츠(Snackable Contents)의 형태를 띠도록 하고, 영상이 노출되는 지면에 따라 각각 다른 트레일러를 배치해 마지막까지 소비자들의 눈에서 벗어나지 않도록 제작했다.

제11회 청소년 환경사랑 생명사랑 교실 캠페인

www.dongagreenhand.co.kr



동아ST는 청소년의 환경 인식을 제고하고, 생명존중의 정신을 함양할 수 있도록 환경보호 활동 및 교육의 기회를 제공하기 위해 환경사랑 생명사랑 교실 캠페인을 운영하고 있다. 행사에 앞서 전국 중학생 및 학부모를 대상으로 참가자 모집 프로모션을 진행했으며, 홍보 효과의 극대화를 위해 두 타겟층에 대한 예상 유입 경로를 구분하여 광고를 집행했다. 또한 관리 페이지에 신청자 유입 광고 확인 기능을 탑재해 향후 보다 적합한 광고 매체를 선정할 수 있도록 개발했다. 신청자 증대의 일환으로, 모바일 웹을 별도 제작해 해당 행사 최초로 모바일 참가 신청을 가능케 했으며, 원활한 참가 신청을 위해 신청 내역을 간소화시켜 신청자의 편의를 도모했다.

정관장 알파 프로젝트 프로모션



알파프로젝트 특정 효능에 대한 바이럴 영상을 온라인 내 홍보 및 제품 이벤트를 통한 온라인 내 모임 인원들의 참여 유도를 기획한 프로모션이다. 브랜드사의 주요 성분을 기초로 한 5가지 제품을 홍보하기 위한 프로모션으로 '알파'라는 키워드를 공통으로 하되, 각 제품의 특성 또한 살려야 하는 프로모션이다. 먼저 디자인에 있어서 메인 페이지에 핵심 콘텐츠인 동영상을 배치하고 제품을 좀 더 상세하게 보여줄 수 있는 안내 페이지를 연결하도록 구성하여 같지만 다른, 다른 듯 하지만 하나의 브랜드 시너지를 낼 수 있는 이미지를 살리는 데 중점을 둔 작업물로 작업이 이뤄졌다. 이벤트 프로세스는 좀 더 많은 타겟 소비자의 참여 유도를 위해 5명이 함께 응모하고 혜택 또한 함께 받을 수 있도록 구성하여 타겟 소비자들 스스로의 바이럴을 유도할 수 있도록 진행되었다.

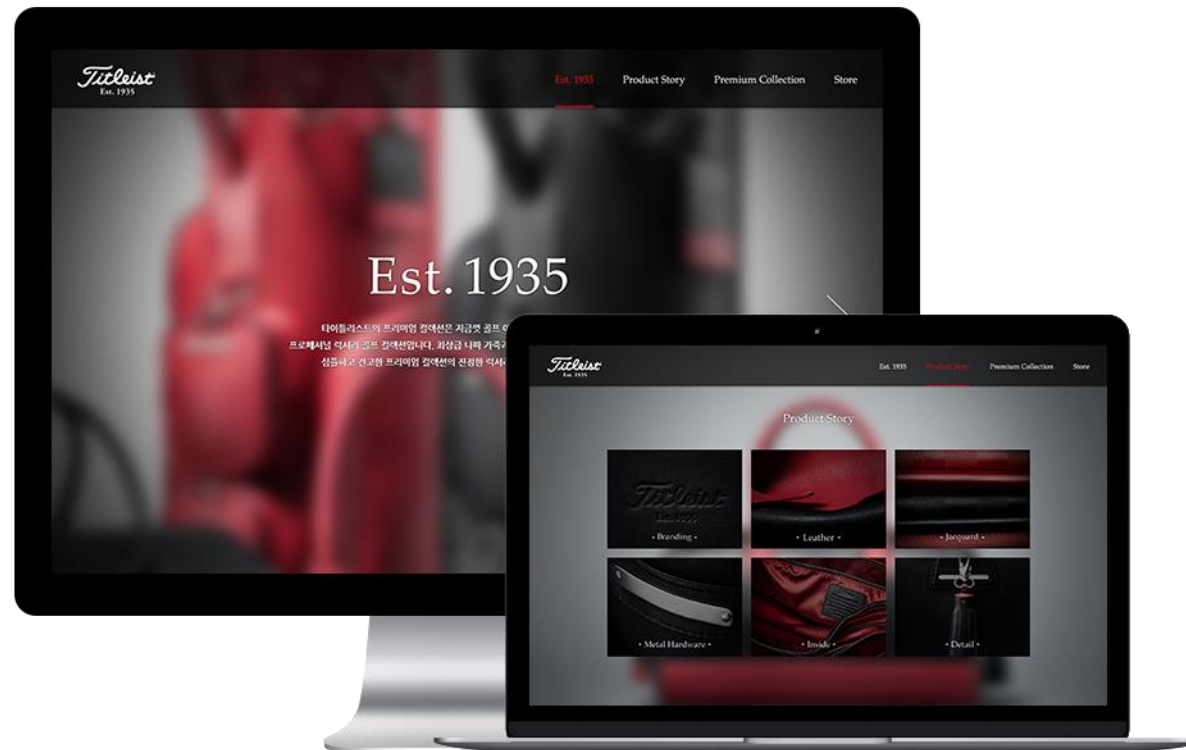
IBK기업은행 흔들어예금 이벤트



IBK기업은행은 금융 상품에 오락적 요소를 가미한 IBK흔들어예금 스마트폰 앱을 개발했다. 예금 상품의 주 고객층인 중장년층의 관심사인 건강과 상품 리워드를 접목하여, 만보기 기능이 탑재된 앱을 통해 걸음 걸이와 상품 가입방법 등에 따라 우대금리를 받을 수 있다. '흔들면 흔들수록, 걸으면 걸을수록'이라는 메시지를 전달하여 폭넓은 고객에게 IBK흔들어예금의 건강한 콘셉트와 고금리 혜택을 제공하는 특징점을 긍정적으로 확산시키는 데 중점을 뒀다. 이벤트는 IBK흔들어예금 상품의 특징을 자연스럽게 인지하고 경험할 수 있도록 만보기 실행 인증샷 업로드를 통한 참여형 이벤트 등으로 구성됐다.

타이틀리스트 프리미엄 컬렉션 마이크로사이트

est1935.titleist.co.kr



타이틀리스트는 골프업계 최초로 최고급 캐디백과 보스턴백, 토트백 등의 프리미엄 컬렉션을 출시, 골프 업계의 선두주자로서 타이틀리스트 브랜드 헤리티지를 반영한 Est.1935라는 새로운 브랜드를 선보임에 따라 마이크로사이트를 함께 오픈했다. Est.1935 마이크로사이트는 수준 높은 디자인과 최상의 품질, 여기에 합리적인 가격까지 겸비한 타이틀리스트의 프리미엄 컬렉션의 가치를 그대로 사이트 표현해내는데 중점을 뒀다. 타이틀리스트의 80여 년의 전통과 혁신을 대변하는 클래식하면서도 모던한 '모던 레트로'를 콘셉트로 했으며 시작의 의미를 담아 브랜드 컬러인 블랙과 딥레드를 채택했다.

플립커뮤니케이션즈
PULIP COMMUNICATIONS

서울특별시 강남구 학동로11길 20-7 플립타워
T. 02 541 4642
F. 02 544 4106

문의 hi@pulipinc.com

www.pulip.com www.blog.naver.com/pulip_plog www.facebook.com/pulip.comms

Copyright (C) PULIP COMMUNICATIONS Co.,Ltd All Right Reserved.

