

Hyundaiicard Inspiration Center

프로젝트 기획자
선은혜 교수님

21861035 김재환
21861046 김혜인
21861080 유상혁

목차

1.프로젝트 배경 및 목적

1-1. 프로젝트 배경 및 목적

2.프로젝트 분석

2-1. 현대카드 자사 조사

2-2. 사용자 조사

3.컨셉트 도출

3-1. 컨셉트 도출

3-2. 컨셉트 실행 방향성

4.상세 전략 수립

4-1. 웹사이트 트렌드 조사

4-2. 벤치마킹

5.웹사이트 구축 실행방향

5-1. IA

5-2. 메인 UI/UX

5-3. 주요 서비스

5-4. 프로젝트 일정

1. 프로젝트 배경 및 목적

1-1. 프로젝트 배경 및 목적

1. 프로젝트 배경 및 목적

1-1. 프로젝트 배경 및 목적

Hyundaicard Inspiration Center

Hyundaicard는 현재 뮤직, 트래블, 디자인, 쿠킹 네 가지의 Library를 만들어 운영하고 있으며, 모든 Library는 회원제로 제한되어 있다. 우리는 Hyundaicard Inspiration Center를 통해 Hyundaicard Library에서 지금까지 모아온 수많은 데이터를 회원 뿐만 아니라 20-30세대를 중심으로 종합적인 공간을 제공하며 더 나아가 영감이 필요한 현대인들에게 다양한 경험을 선사 하고자 한다.



1.프로젝트 배경 및 목적

1-1. 프로젝트 배경 및 목적

PROJECT GOAL

Hyundai card Inspiration Center를 대한민국의 대표 문화 공간으로 자리매김하기 위해
홍보를 중심으로 하며 한편으로 정보를 효율적으로 제공하는 웹사이트를 설계한다.



WEB SITE
EXPERIENCE

PROMOTION

INFORATION

2.프로젝트 분석

2-1. 현대카드 자사 조사

2-2. 사용자 조사

Hyundai Card

2. 프로젝트 분석

2-1. 현대카드 자사 조사

회원들에게 도시를 통한 영감 획득의 경험 제공

도시의 빠른 속도에서 벗어나 일상을 사유하고, 몰입을 통해 잊혀졌던 감성과 영감을 회복하는 것이 바로 HyundaiCard가 Library를 통해 제안하는 새로운 라이프스타일이다.

Travel

발견, 영감

Design

삶의 가치 회복, 몰입, 영감

Music

울림, 영감

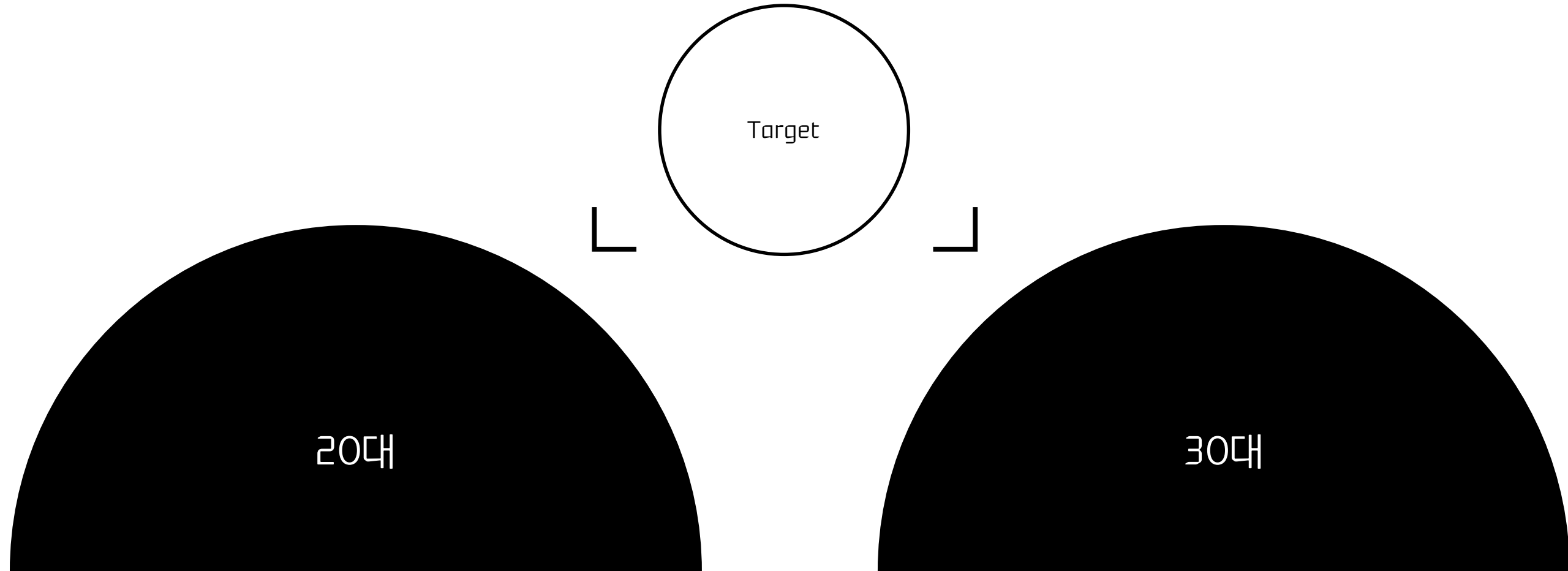
Cooking

새롭고 흥미로운 대화, 경험, 영감

2. 프로젝트 분석

2-2. 사용자 조사

제일 영감(Inspiration)이 필요할 20~30대



2. 프로젝트 분석

2-2. 사용자 조사

문화적 따로, 같이 20대

'디지털 원주민' Z세대

포모(FOMO): Fear Of Missing Out.

Z세대는 *포모(FOMO)를 두려워하고 개인정보에 민감하다. 문화적 소속감을 중요하게 여기는 반면 독립적으로 업무를 해결한다. 그들은 아무리 좋은 프로모션 행사라도 개인 정보를 요구하는 것에 대해 대다수가 부정적인 반응을 보였다. 예를 들어 SNS에 콘텐츠를 공유하는 것을 즐기면서도 '내 정보'만은 철저히 지키려는 경향을 보인다는 특징이 있다.

신뢰와 진정성을 중시하는 세대

Z세대는 무조건적으로 개인의 이익만을 위한 소비를 지향하지 않는다. 그들은 제품 뿐 아니라 그 제품을 생산하는 회사의 윤리의식과 사회적 역할 등에 의미를 부여한다. 10대 청소년의 60%가 사회적 역할에 충실한 브랜드를 소비하겠다고 답하는 등 신뢰와 진정성을 기반한 소비가 주를 이뤘다.

2. 프로젝트 분석

2-2. 사용자 조사

나를 위한 라이프스타일 30대

밀레니얼 세대 속 30대

라이프 스타일 - 보다 멋진 삶을 제안하는 오프라인

'제품 판매를 위한 기술보다 기업이 세상에 제시하려는 삶의 방식'.

결국 라이프 스타일 비즈니스의 성공을 위해서는 사람들이 중요하게 여기는 가치와 일상의 욕망을 잘 해석하는 것이 필요하다.

얼리힐링족

치열한 경쟁과 사회적 경제적 불안에 지쳐 여유있는 시간을 보내려는 욕구가 강한 30대를 지칭한다.

최근 30대의 새로운 라이프스타일 소비 데이터를 조사한 결과 자기계발 업종, 여행 업종이 증가하는 추세이다.

“우리는 개개인의 관심이 모인 문화적 공동체”

타겟 분석결과 결론 키워드



자신의 발전을 위해서 그리고 개개인의 관심으로 인하여 한 공동체로 모여 우리는 문화적 공동체를 이룬다.
Hyundaicard Inspiration Center는 사람들이 중요하게 여기는 가치와 일상의 욕망을 잘 해석하는 것이 필요하며
SNS 공유를 좋아하는 타겟들의 니즈를 충족시켜주되, 그들의 정보들을 지켜주어야한다.

그리고 사회적 역할에 충실하는 진정성 있는 모습을 보여줘야한다.

3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

3-2. 프로젝트 실행 방향성

Hyundai Card

3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

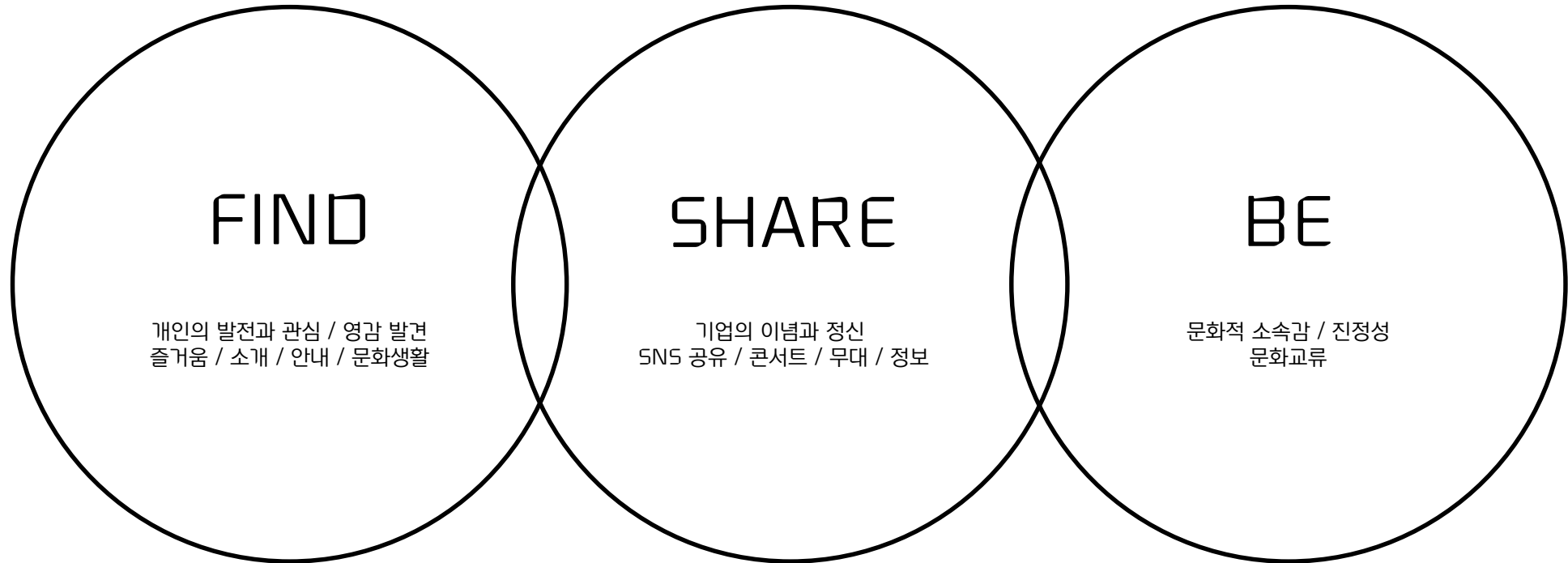
콘셉트 키워드 도출



3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

콘셉트 키워드 정리



3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

슬로건 도출 (콘셉트 키워드 + 영감)

영 감 의 발 견 은
계 속 됩 니 다
@ 현 대 카 드 라 이 브 러 리

3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

FIND YOUR INSPIRATION

3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

SHARE YOUR INSPIRATION

3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

BE YOUR INSPIRATION

3. 콘셉트 도출

3-1. 콘셉트 도출

SLOGAN

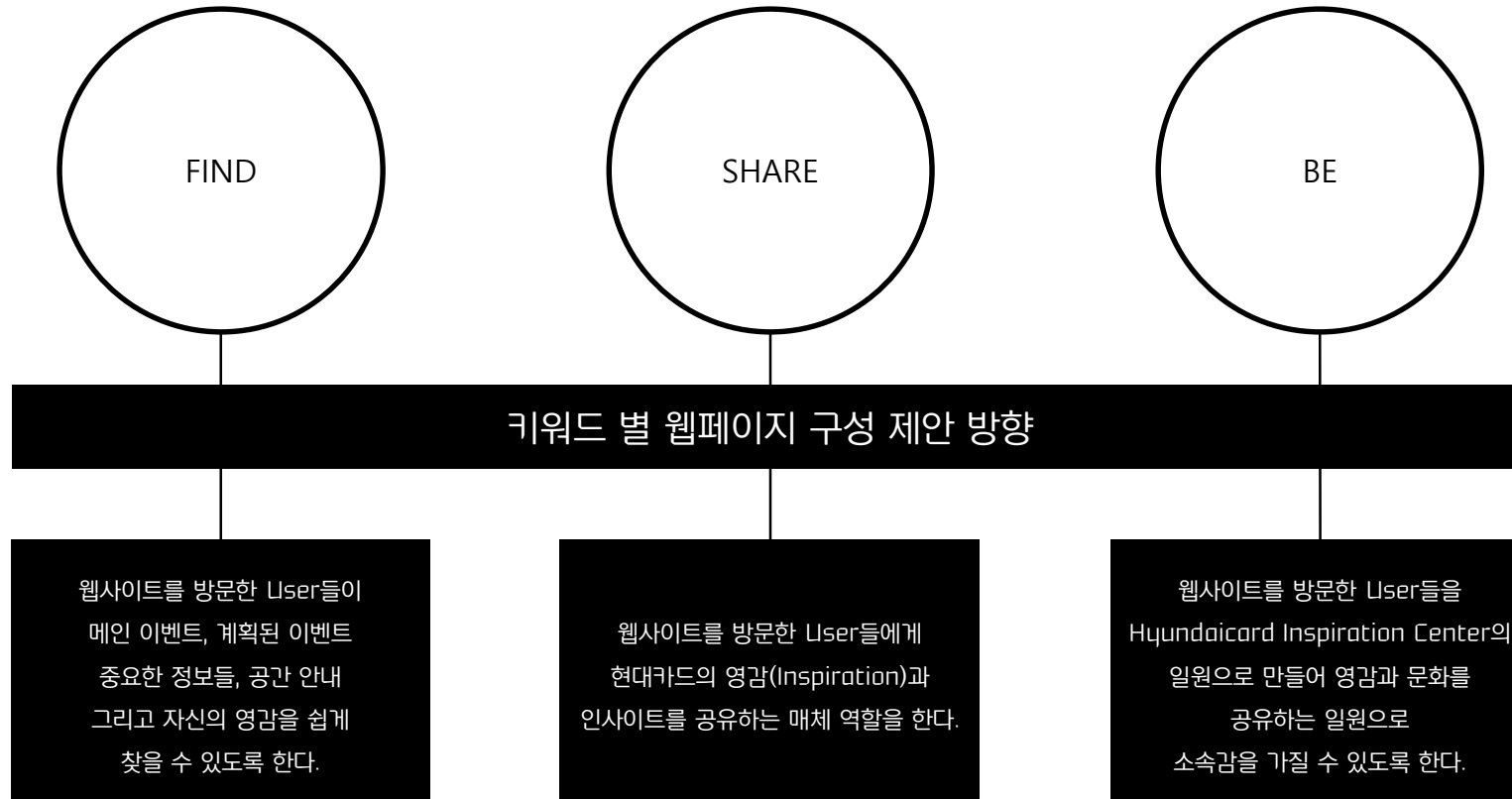


FIND, SHARE, And BE YOUR INSPIRATION

3. 콘셉트 도출

3-2. 프로젝트 실행 방향성

“찾고, 공유하고, 되어라”



4. 상세 전략 수립

4-1. 웹사이트 트렌드 조사

4-2. 벤치마킹

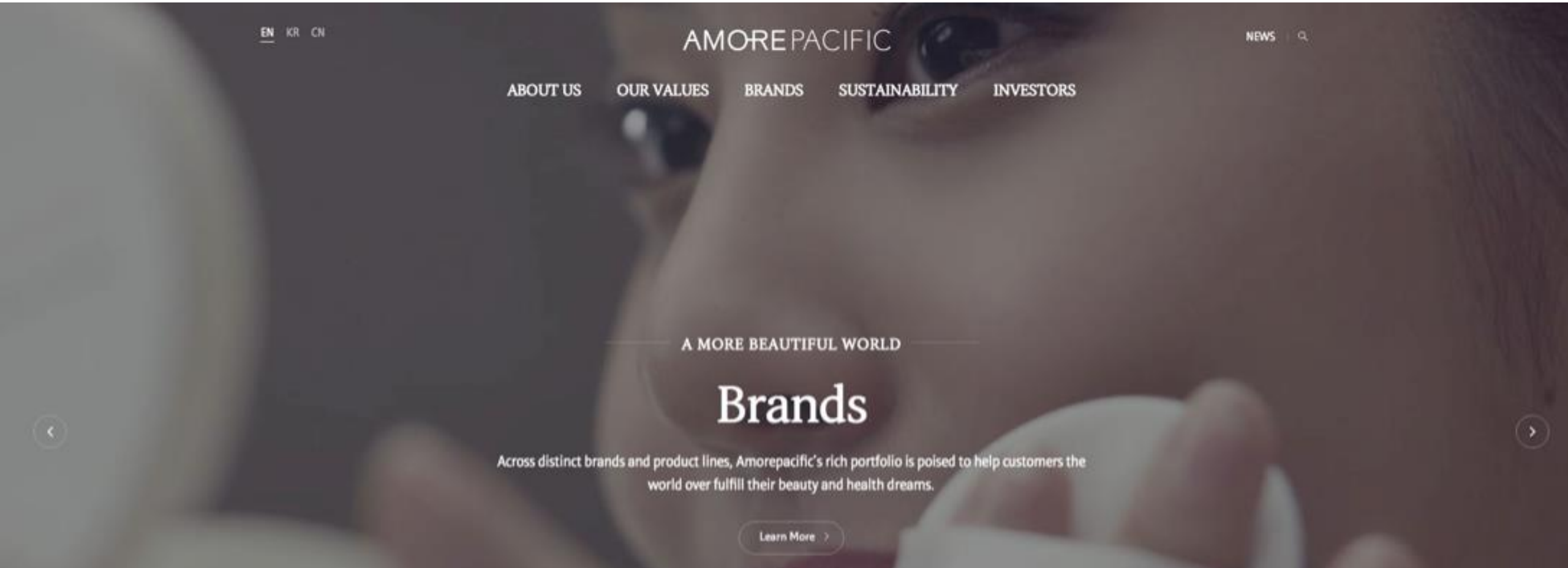
Hyundai Card

4. 상세 전략 수립

4-1. 웹사이트 트렌드 조사

풀 스크린 비디오 배경 (Full screen video background)

연구 결과에 따르면 웹사이트 메인에서 활용되는 비디오 콘텐츠가 전환율을 높일 수 있으며, 다른 콘텐츠와 비교했을 때 초 단위의 짧은 시간 내에 중요한 메시지를 효과적으로 신속하게 전달할 수 있다.

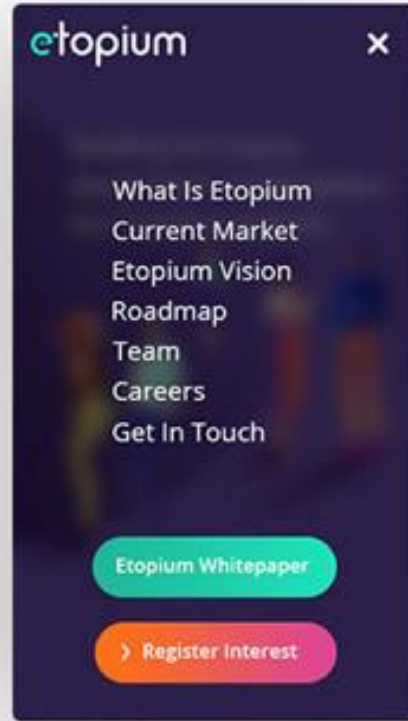


4. 상세 전략 수립

4-1. 웹사이트 트렌드 조사

모바일 우선주의 (Mobile first)

대부분의 사용자가 PC보다 Mobile을 사용하여 웹에 접근하는 것을 고려하여 Mobile로 웹 사이트에 접근하는 사람들을 우선적으로 생각해야 한다.

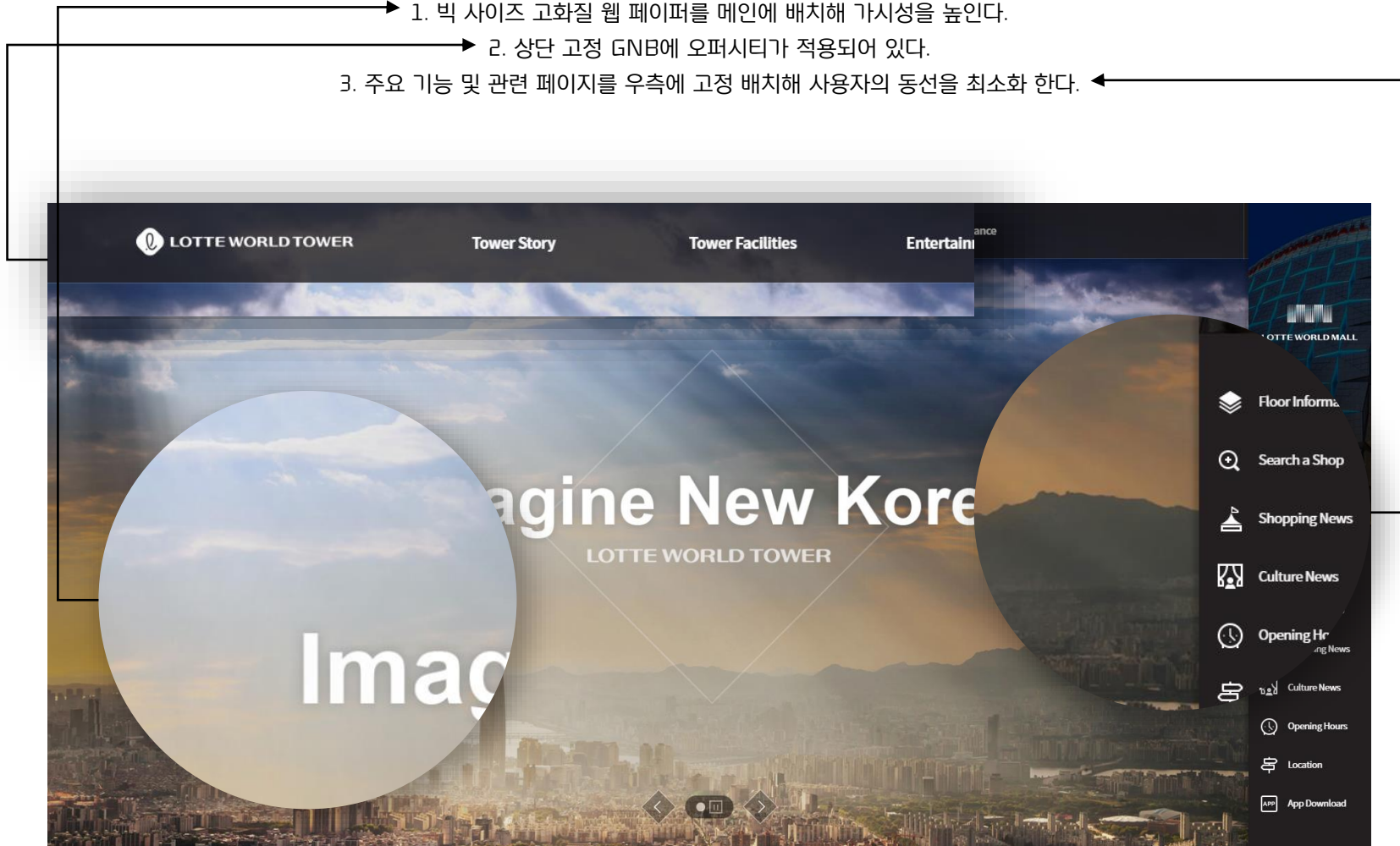


4. 상세 전략 수립

4-2. 벤치마킹

Lotte World Tower

1. 빅 사이즈 고품질 웹 페이퍼를 메인에 배치해 가시성을 높인다.
2. 상단 고정 GNB에 오퍼시티가 적용되어 있다.
3. 주요 기능 및 관련 페이지를 우측에 고정 배치해 사용자의 동선을 최소화 한다.



4. 상세 전략 수립

4-2. 벤치마킹

Cheil

1. 풀 스크린 영상을 이용해 사용자들의 시선을 사로잡고 홍보 효과를 극대화한다.

2. GNB가 전형적인 상단/좌측 배치가 아닌 화면 중앙 빅 타이포로 되어있어 사용자들로 하여금 흥미를 유발한다.

3. GNB 이동이 메뉴 텍스트 클릭 뿐만 아니라 화면 좌우에 버튼으로 가능해 편리성이 높다.

Cheil

Ideas that Move

새로운 생각으로 차원이 다른 솔루션을

제일기획은 지금까지 없던 새로운 Services & Networks를 제공합니다.

CEO · Company · Business

전체화면보기 >

Korea ▾ KO | EN ☰

▶ Ideas

About Cheil

삼성전자 | Galaxy Watch Active2

4. 상세 전략 수립

4-2. 벤치마킹

트렌드 분석, 벤치마킹 결론

사용자들이 PC환경보다 더 자주 경험하는 모바일 환경에서의 웹을 제작한다.
전달하고자 하는 메시지를 효과적으로 전달할 수 있는 풀 스크린 배경화면을 제작한다.
심플하지만 높은 접근성의 버튼을 활용해 사용자의 동선을 최소화한다.
콘텐츠를 노출하는 새로운 방법을 통해 사용자의 흥미를 유발한다.

모바일 웹 제작

풀 스크린 배경 화면

편리성 극대화

흥미 유발

5. 웹사이트 구축 실행방향

5-1. Information Architecture

5-2. 메인 UI/UX

5-3. 주요 서비스

5-4. 프로젝트 일정

Hyundai Card

5. 웹사이트 구축 실행방향

5-1. Information Architecture

메뉴 레이블링 및 소개

LIBRARY

현대카드에서 현재 운영중인 네가지 라이브러리를 통합한 INSPIRATION CENTER의 프로그램을 소개한다.

BRAND STORY

현대카드가 다양한 매체를 통해 제작 제공하고 있는 콘텐츠들을 담아 웹 방문자들에게 현대카드의 이야기와 영감을 나눈다.

CONCERT

INSPIRATION CENTER에서 진행되는 콘서트에 대해 소개한다.

BE INSPIRATION

직접 INSPIRATION CENTER의 콘텐츠를 구성하며 소속감을 느낄 수 있도록 한다. 클래스 강의 신청을 통해 자신만의 특별한 노하우를 나누며 타인에게 영감의 주체가 될 수도 있다.

OPEN FORUM

INSPIRATION CENTER에서 진행되는 포럼에 대해 소개한다. 토크쇼, 낭독회, 발표회 등이 예로 들 수 있다.

VISIT

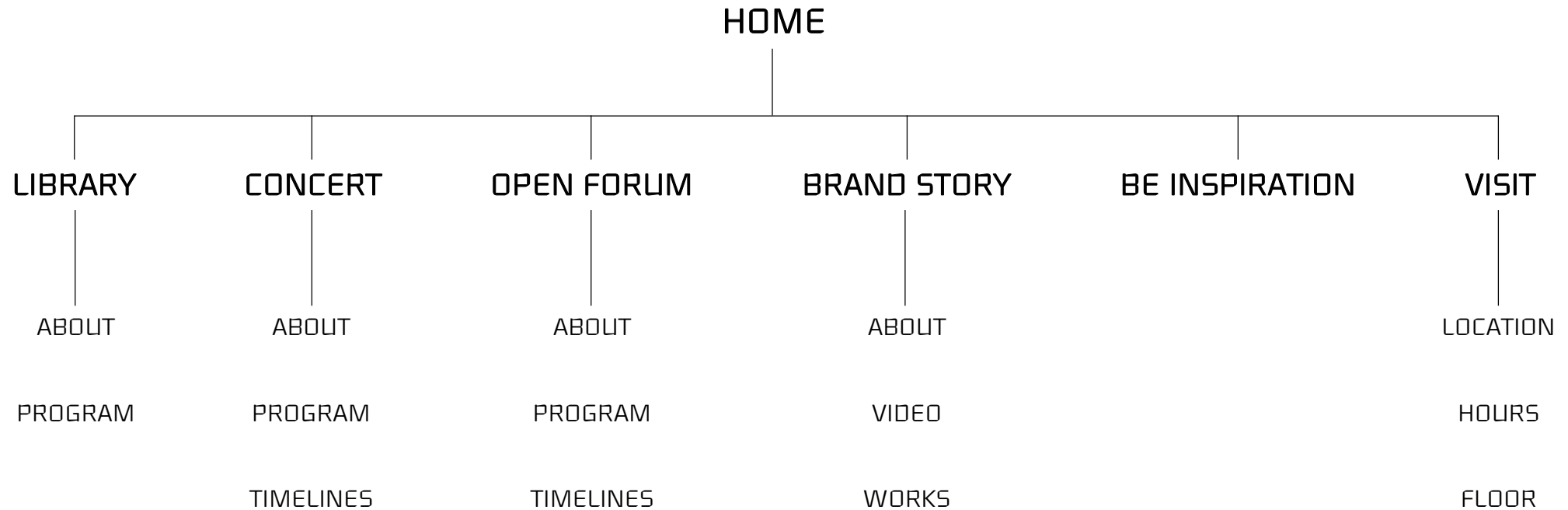
INSPIRATION CENTER의 위치, 운영시간, 층별안내 등 기본적인 정보를 제공한다.

5. 웹사이트 구축 실행방향

5-1. Information Architecture

심플하며 직관적인 IA

현대 INSPIRATION CENTER가 제공하고자 하는 미션을 심플하며 직관적인 메뉴 레이블링을 통해 웹 방문자들이 확인할 수 있게 한다.

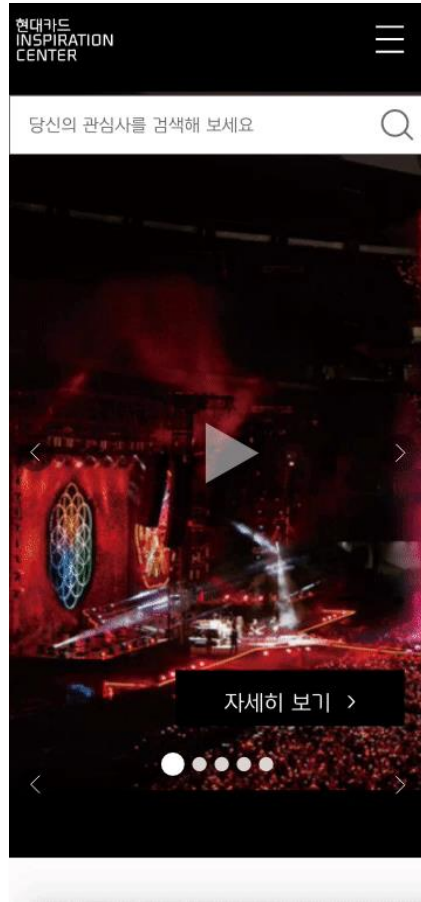


5. 웹사이트 구축 실행방향

5-2. 메인 UI/UX

Mobile Web UI/UX

메인화면



메인화면_콘텐츠 스크롤



콘텐츠_상세페이지

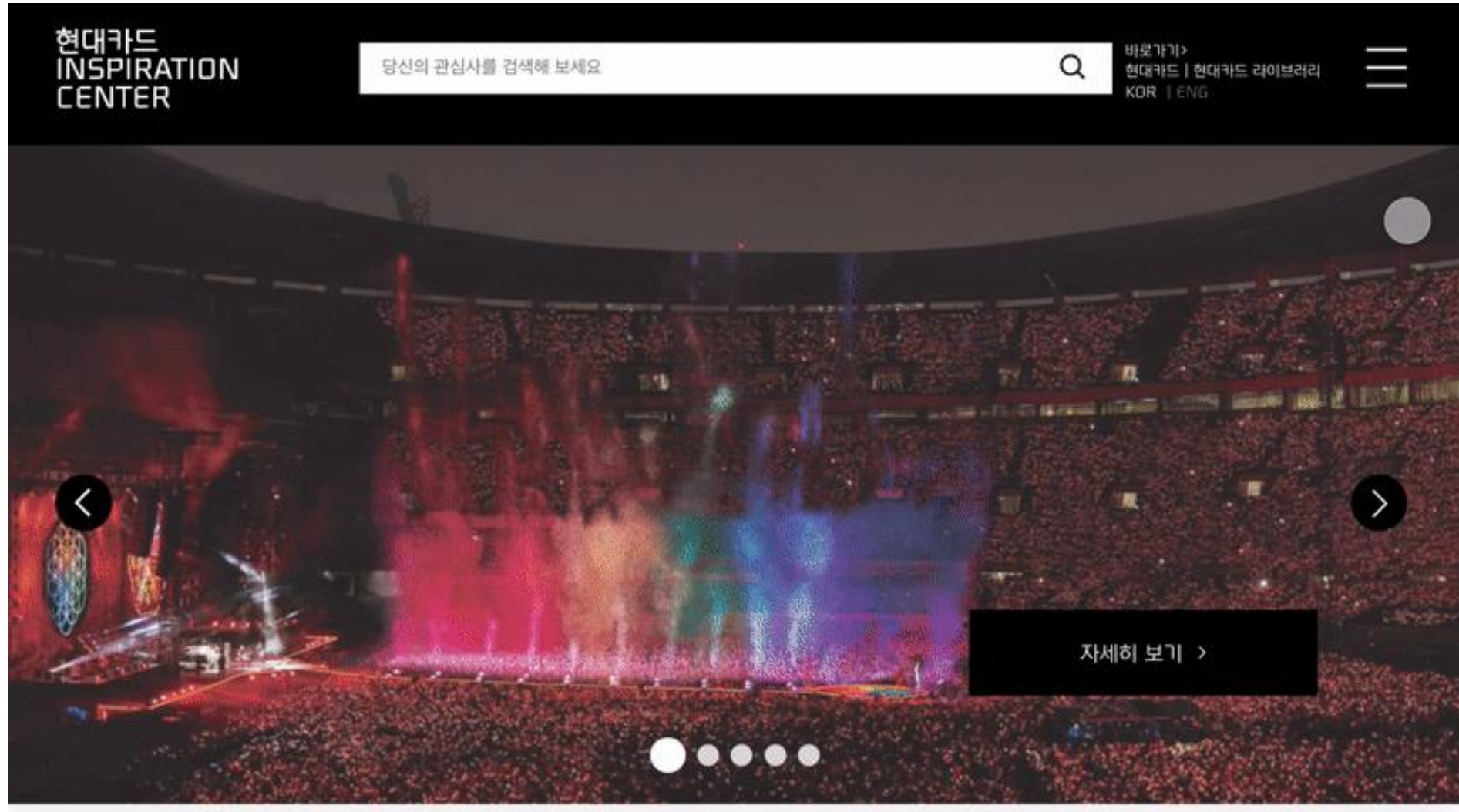


5. 웹사이트 구축 실행방향

5-2. 메인 UI/UX

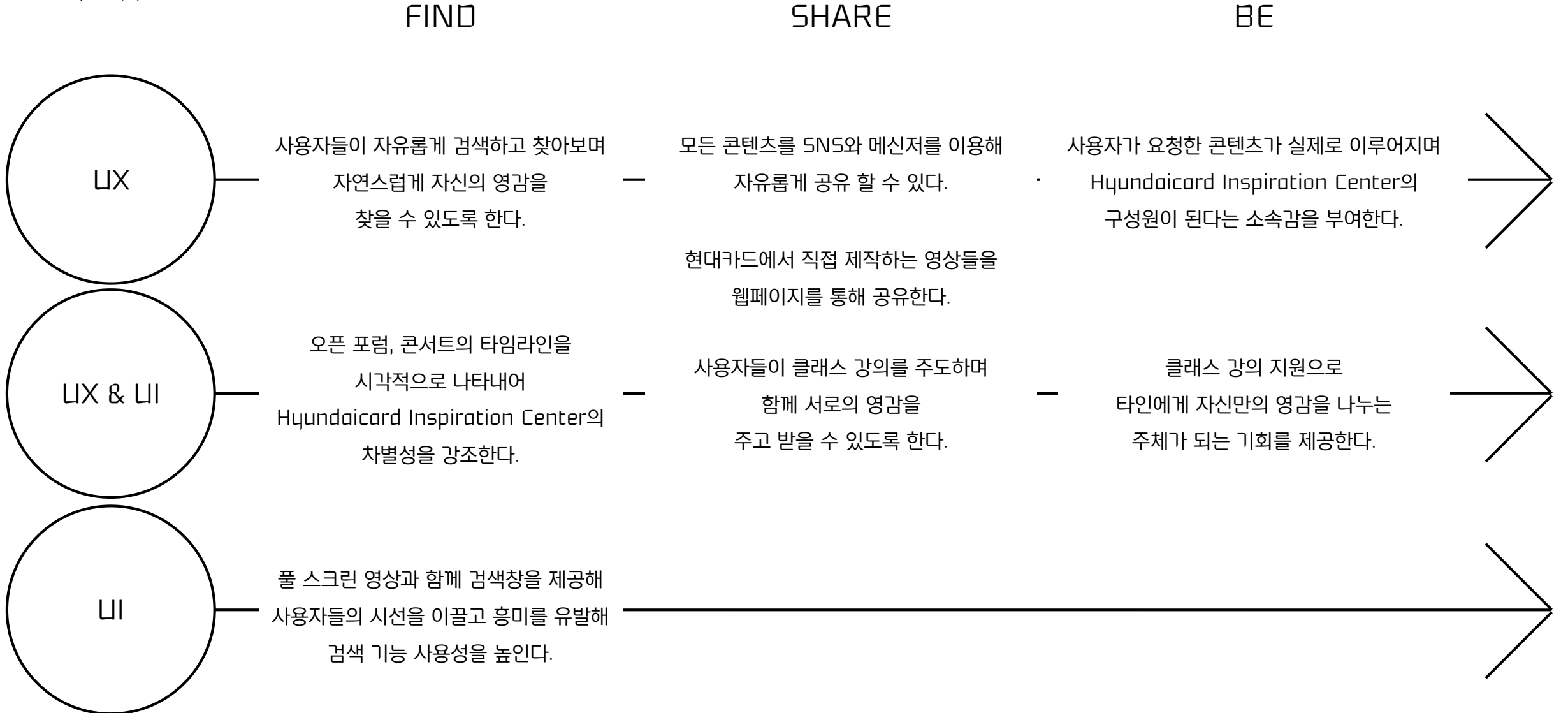
PC Web UI/UX

메인화면



5. 웹사이트 구축 실행방향

5-3. 주요 서비스



5. 웹사이트 구축 실행방향

5-3. 주요 서비스

FIND : Main page search bar

사용자가 자신이 원하는 요소에 대해 쉽게 접근하고 영감을 얻을 수 있도록
메인 페이지 상단에 서치바를 배치한다.

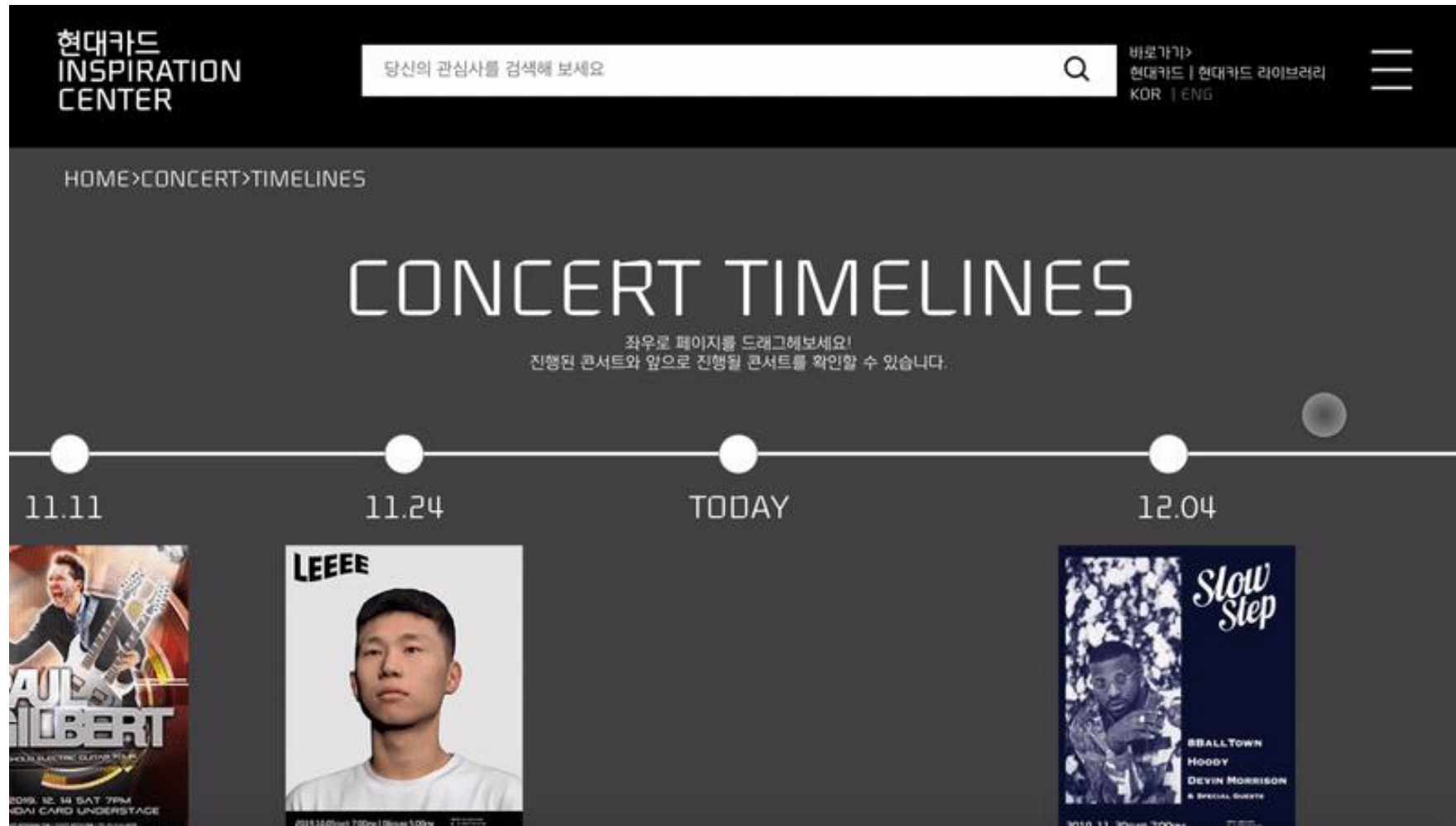


5. 웹사이트 구축 실행방향

5-3. 주요 서비스

FIND : Timeline 기능 제공

Hyundaicard Inspiration Center가 제공하는 오픈 포럼, 콘서트의 타임라인을 시각적으로 나타내어 차별성을 강조한다.

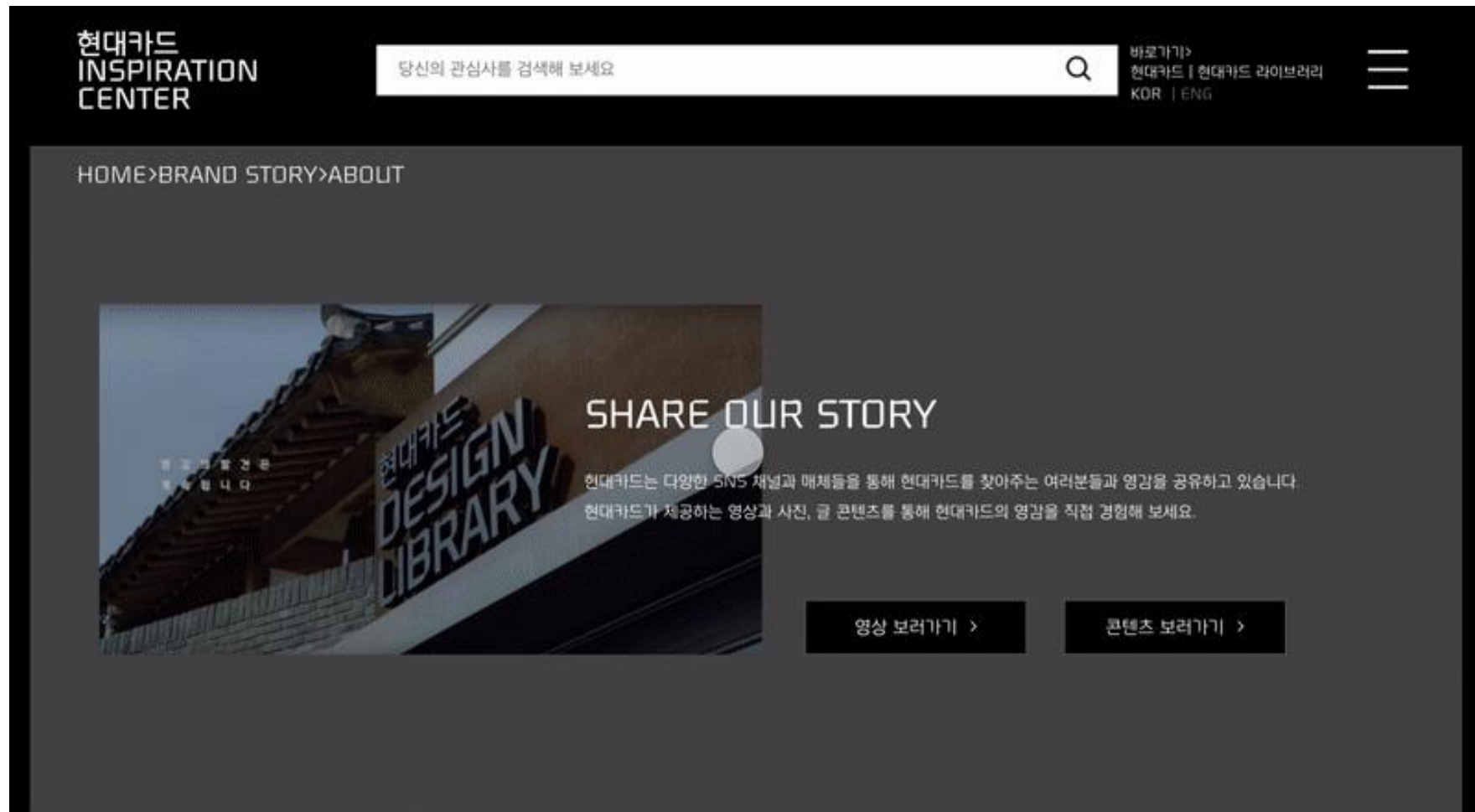


5. 웹사이트 구축 실행방향

5-3. 주요 서비스

SHARE : 현대카드의 모든 이야기 공유

현대카드가 영감과 인사이트를 사용자들과 소통하고 공유하는 모든 매체들의 업로드 상황을 이 곳에서 공유하고 확인할 수 있다.



5. 웹사이트 구축 실행방향

5-3. 주요 서비스

BE : 클래스 강의 지원 / 콘텐츠 요청 서비스

클래스 강의 지원 및 콘텐츠 요청 서비스를 통해
타인에게 자신만의 영감을 나누는 주체가 되고 함께 HyundaiCard Inspiration Center를 만들어 갈 기회를 제공한다.

The screenshot displays the website's header with the logo '현대카드 INSPIRATION CENTER' on the left, a search bar with the text '당신의 관심사를 검색해 보세요' in the center, and navigation links '바로가기 > 현대카드 | 현대카드 라이브러리 KOR | ENG' on the right. Below the header, the breadcrumb 'HOME > BE INSPIRATION' is visible. The main content area features two promotional cards. The first card, titled 'Be Class Master', includes an image of a chef preparing food and the text 'Hyundaicard Inspiration Center의 Class를 통해 당신의 영감을 나눠보세요!' with a '신청하러 가기 >' link. The second card, titled 'Be Our Inspiration', includes an image of a lecture hall and the text '당신의 선택으로 Hyundaicard Inspiration Center가 만들어집니다.' with a '신청하러 가기 >' link.

5. 웹사이트 구축 실행방향

5-4. 프로젝트 일정

| 구분 | 기간 | 1M | | | | 2M | | | | 3M | | | | 4M | | | | 5M | | | | | |
|------------|---------|----------------------|----|----------------|----|---------------------|----|----------------|----|---------------------|-----|----------------|-----|----------|-----|--------------|-----|------------|-----|-------------|-----|------|--|
| | | 1W | 2W | 3W | 4W | 5W | 6W | 7W | 8W | 9W | 10W | 11W | 12W | 13W | 14W | 15W | 16W | 17W | 18W | 19W | 20W | | |
| 관리 | 주요 마일스톤 | ● 콘텐츠 수급 완료 | | ● 적용 디자인 확정 | | | | | | ● 스토리보드 1차 검수 완료 | | | | | | | | ● 1차 구현 완료 | | ● 접근성 검수 완료 | | ● 오픈 | |
| | 보고 및 행사 | 착수 보고 | | | | | | 중간 보고 | | | | | | | | | | | | 완료 보고 | | | |
| 공통 | | ● 제안 요청사항 공유 | | ● 수집 및 분석자료 공유 | | ● 홈페이지 개선방안 Idea 공유 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 기획 | | 요구 사항 정리 확정 | | 기획(화면 단위 설계) | | | | 콘텐츠 보완 | | | | 단위 검수/테스트 시나리오 | | | | 통합 테스트/수정 보완 | | 다국어 테스트 | | 오픈 대응 | | 안정화 | |
| 디자인 | | 5B 가이드 | | 콘텐츠 구성 가이드 | | | | 콘텐츠 워싱 | | | | 콘텐츠 검수 | | | | 다국어 번역 | | | | | | | |
| 디자인 | | 디자인 가이드 | | 단위 화면 디자인 | | | | 퍼블리싱과 협의/수정 보완 | | | | 테스트/수정 | | | | 오픈 대응 | | 산출물 정리 | | | | | |
| 디자인 | | 주요 시안 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 퍼블리싱 /스크립트 | | 코딩 가이드 | | | | 스크립트 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 퍼블리싱 /스크립트 | | 단위 화면 퍼블리싱 | | | | 수정보완 | | | | 테스트/수정 | | | | 다국어 테스트 | | 오픈 대응 | | 산출물 정리 | | | | | |
| 개발 | | 업무 분석/DB, Program 설계 | | | | 단위 화면/개발 화면 개발 | | | | 단위, 통합 테스트 | | | | 다국어 테스트 | | 오픈 대응 | | 산출물 정리 | | | | | |
| 개발 | | 개발 환경 분석/구축 | | | | 서버 운영 분석 | | | | 운영 서버 준비/Data 이관 개발 | | | | 운영 서버 구성 | | 운영 소스 반영 | | | | | | | |

Thank you.

- 4p <http://www.zdnet.co.kr/view?no=20160217144027&from=Mobile>
- 7p <https://cahierdeseoul.com/ko/music-library-understage/>
<https://seheintheworld.tistory.com/entry/소소하게-나들이-현대카드-트래블-라이브러리와-장사랑-저녁>
<https://blogview.hyundaicardcapital.com/1539>
- 10p <https://brunch.co.kr/@doglee/11>
<https://iropke.com/archive/z-generation.html>
- 11p <http://www.openads.co.kr/nTrend/article/1647/안녕잘지내-2017년-30대-마케팅-트렌드-모음집>
<http://www.donga.com/news/article/all/20161028/81046593/1>
<http://www.donga.com/news/article/all/20161028/81046593/1>
- 16p <https://www.youtube.com/channel/UC6ZHTAY56DsfN5DipUEMnug>
- 20p <http://library.hyundaicard.com/main.hdc>
- 23p <https://www.apgroup.com/int/ko/>
- 24p <https://brandwave.co.kr/2019-웹-디자인-트렌드-분석과-전망/>
- 25p <https://www.lwt.co.kr/tower/en/main/main.do>
- 26p <https://www.cheil.com>
- 27p <https://www.cheil.com>
- 28p <https://www.lottemuseum.com/>
- <http://understage.hyundaicard.com/show/showPastList.do>

Hyundaicard Inspiration Center