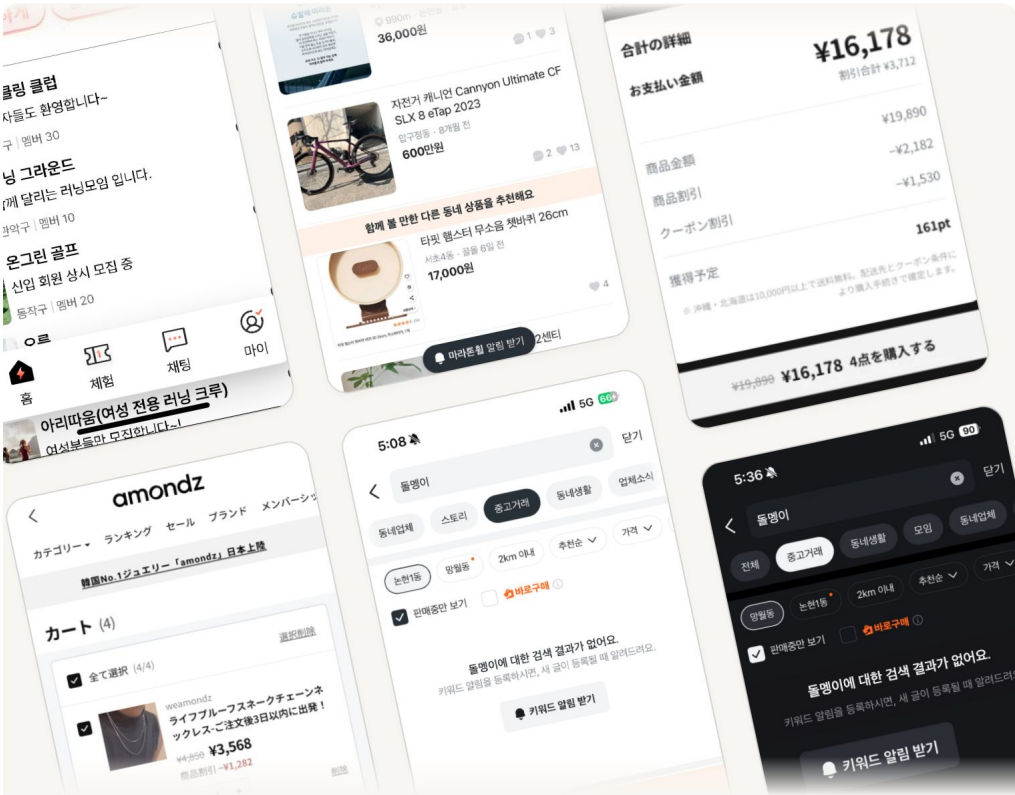


변준화

사용자 문제를 찾고 기획한 기능을 직접 배포합니다.

사용자 문의와 구매 데이터에서 문제를 찾습니다.
동료와 해결 방향을 맞추고 AI를 활용해 구현합니다.



아몬즈 / 당근 / 핏플 / 알리콘

4.31% → 18.52%

장바구니 추가 대비 구매 전환율

약 1만 건

검색 VOC 분석과 개선안 기획

반복 업무 자동화

업무 발굴부터 구현과 운영 적용

- 01장바구니 개선
- ↗02당근 검색 개선안
- ↗03핏플 MVP 기획
- ↗04반복 업무 자동화
- ↗05출입 QR 기능
- ↗

ABOUT

경력

2026.07 - 현재	아몬즈랩 Product Operations Manager
2025.09 - 2025.12	알리콘 Product Manager 인턴
2025.02 - 2025.05	당근마켓 검색 운영 매니저 인턴
2024.09 - 2025.01	알체라 프로젝트 관리자 인턴

교육

2026.05	이스트소프트 PM 부트캠프 수료
2025	PM 직장인반 부트캠프 수료
2022	UI/UX 반응형 웹디자인 직장인반 수료

사용하는 도구

화면 설계와 문서화

-  **Figma**
화면 설계와 와이어프레임
-  **Figma Make**
프로토타입 제작
-  **Obsidian**
업무 기록과 자료 정리

협업과 일정 관리

-  **Jira**
요구사항과 작업 관리
-  **Linear**
개발 이슈와 일정 관리
-  **Notion**
기획 문서와 협업 기록

사용자 행동 분석

-  **GA4**
구매 퍼널과 전환 확인
-  **Clarity**
사용자 행동 확인
-  **Google Sheets**
VOC 분류와 데이터 정리

코드 구현과 자동화

-  **Claude Code**
기능 구현과 오류 수정
-  **Codex**
코드 구현과 배포 작업
-  **Python**
데이터 처리와 업무 자동화

01

아몬즈랩
서비스 개선 / 라이브 배포

구매를 망설이게 하던 장바구니 경험 개선

WHY

왜 이 프로젝트를
시작했나요?

담은 상품이 실제 구매로 이어지게 하려면?

구매 전환율을 높이기 위해 구매 퍼널의 이탈 데이터를 분석했습니다.
장바구니에서는 쿠폰을 직접 입력해야 했고 보유 포인트와 잔액 이용 방법도 충분히 안내하지 않고 있었습니다.
선택을 해제한 상품까지 합계에 포함돼 실제 구매 대상과 결제 금액이 맞지 않는 문제도 있었습니다.
사용자가 할인 금액을 신뢰하고 구매를 결정할 수 있도록 장바구니 UI/UX부터 개선했습니다.

목표 할인 확인과 금액 확인의 불편을 줄여 최종 구매로 연결

4.31% → 18.52%

장바구니 추가 대비 구매 전환율

+14.21%p

구매 전환율 변화

분석부터 구현과 배포까지

담당 범위

CONTEXT

아몬즈랩 / 일본 커머스 서비스

MY ROLE

퍼널 분석 / 화면과 정책 기획 / 개발 협업 / AI 구현과 배포

OUTPUT

라이브 배포와 구매 지표 확인

SCREEN DESIGN

쿠폰 적용부터 구매 금액까지 바꾼 부분

화면의 번호와 아래 설명을 함께 보실 수 있습니다.

01 / 쿠폰 적용

BEFORE / 쿠폰



1 직접 입력하던 쿠폰

쿠폰 코드를 직접 입력해야 했고 적용 결과와 할인 금액도 따로 확인해야 했습니다.

AFTER / 쿠폰



1 쿠폰 자동 적용과 내역 안내

적용 가능한 쿠폰을 자동으로 적용하고 상품별 할인 내역을 확인할 수 있게 했습니다.

02 / 포인트와 입력 영역

BEFORE / 포인트



- 1

보유 포인트와 전액 이용 안내 부재

얼마의 포인트를 보유했는지
알기 어려웠고 전액을 한 번에 적용하는
버튼도 없었습니다.

AFTER / 포인트



- 1

보유 포인트 안내와 전액 이용

사용할 수 있는 포인트를 확인하고 전액 이용
버튼으로 한 번에 적용하도록 했습니다.
- 2

필요할 때 여는 메모와 유의사항

주문 메모와 유의사항을 아코디언으로 바꿔 기본
화면의 길이를 줄였습니다.

03 / 총 금액과 구매 버튼

BEFORE / 총 금액

포인트를

適用

※ ポイントはカートページでのみご利用いただけます

購入金額

商品金額

¥19,890

送料

無料

割引金額

-¥3,712

商品割引

-¥2,182

クーポン

-¥1,530

ポイント

¥0

合計 (税込)

¥16,178

1

獲得予定ポイント161ポイント

ご注意事項

▼

注文メモを追加

お困りですか？

4点選択中

¥16,178 JPY

購入手続きに進む

- 1

선택 해제한 상품까지 포함된 합계
- 선택하지 않은 상품도 합계에 포함돼 실제 구매 대상과 금액이 맞지 않았고 할인 금액을 신뢰하기 어려웠습니다.

AFTER / 총 금액

クーポンコードを入力

↑

コードを

適用

ポイントを利用する

ログインが必要です

ログインしてポイントを確認

ポイント

pt

全額利用

適用

利用するポイントを入力してください。

合計の詳細

送料無料クーポン適用

合計の詳細

お支払い金額

¥16,178

割引合計

-¥3,712

商品金額

¥19,890

商品割引

-¥2,182

クーポン割引

-¥1,530

獲得予定

161pt

※ 沖縄・北海道は10,000円以上で送料無料。配送先とクーポン条件により購入手続きで確定します。

1

¥19,890 ¥16,178 4点を購入する

- 1

선택 상품의 합계와 구매 버튼 통합
- 선택한 상품만 금액에 반영했습니다. 할인 내역과 최종 금액을 구매 버튼과 같은 영역에서 확인하도록 했습니다.

DESIGN

문제에서 개선
기준으로

할인 내역과 구매 금액을 쉽게 확인하도록 바꿨습니다.

쿠폰 자동 적용

사용 가능한 쿠폰을 자동 적용하고 상품별 할인 내역을 표시했습니다. 코드 입력이 필요한 경우에만 입력 영역을 펼치도록 했습니다.

포인트 확인과 입력 영역 정리

보유 포인트와 잔액 이용 버튼을 안내했습니다.
메모와 유의사항은 필요할 때만 펼치도록 바꿨습니다.

선택 상품 기준의 합계

선택을 해제한 상품은 합계에서 제외했습니다.
최종 금액과 할인 상세를 하단 구매 버튼에 함께 배치했습니다.

COLLABORATION

개발 협업과 구현

개발자와 협업하던 중 구현과 배포까지 맡게 됐습니다.

처음에는 개발자와 함께 장바구니 개선을 진행했습니다.
진행 도중 프론트 개발자분이 퇴사하면서 기획한 화면의 코드 개발과 배포도 직접 맡게 됐습니다.

Claude Code와 Codex를 활용해 기능을 구현하고 오류를 수정하며 라이브 배포까지 마쳤습니다.
기획했던 화면을 서비스에 반영하기 위해 AI의 도움을 받았습니다.

RESULT

결과와 회고

할인율을 낮추면서 구매 전환율을 높였습니다.

핵심 전환 지표

지표	개선 전	개선 후	변화
장바구니 추가 대비 최종 구매 전환율	4.31%	18.52%	+14.21%p

함께 확인한 구매 지표

구매 지표	결과
평균 주문 금액	36.7% 증가
주문당 구매 수량	18.8% 증가
최대 할인율	48% → 20%

최대 할인율을 48%에서 20%로 낮춰 판매이익을 남기면서 장바구니 추가 대비 구매 전환율은 4.31%에서 18.52%로 높였습니다.
평균 주문 금액과 주문당 구매 수량도 함께 늘었습니다.

할인을 늘리는 것뿐 아니라 구매 전 불편한 부분을 고치는 것도 중요하다는 점을 배웠습니다.
분석과 기획에서 끝내지 않고 직접 배포해 결과를 확인한 경험이었습니니다.

02

당근마켓
VOC 분석 / 검색 개선 제안

검색 결과가 없을 때도 탐색을 이어갈 수 있도록

WHY

왜 이 프로젝트를
시작했나요?

같은 물건인데 왜 회사에서는 보이고 집에서는 안 보일까?

검색이 잘 안 된다는 문의를 확인해보니 실제로는 사용자가 설정한 동네에 해당 매물이 없어 노출되지 않는 경우였습니다.
사용자는 중고거래라면 대부분의 상품을 찾을 수 있을 것이라 기대했고 그 기대에 못 미치는 결과를 검색 오류로 받아들이고 있었습니다.

비슷한 문의를 분류해보니 전체 검색 VOC 약 1만 건 중 약 17%가 같은 유형이었습니다.
현재 동네의 결과는 유지하면서 가까운 다른 동네의 매물로 탐색을 이어주는 방법을 제안했습니다.

목표 지역 기반 검색을 유지하면서 결과 부족으로 끊기는 탐색을 보완

약 1만 건

분석한 검색 VOC

약 40%

지역 기반 검색 관련 VOC

VOC 분석과 목업 기획

담당 범위

CONTEXT

당근마켓 / 검색팀 인턴

MY ROLE

검색 VOC 분석 / 원인 정의 / 개발자와 목업 제작 및 발표

OUTPUT

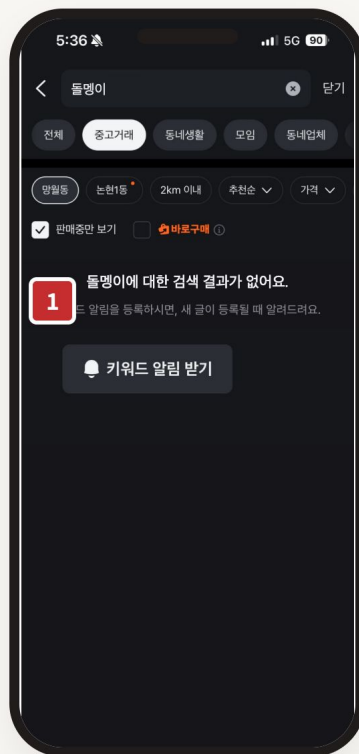
검색 개선안 제안과 팀 피드백

SCREEN DESIGN

검색 결과가 부족할 때 보여줄 다른 동네 매물

결과 수에 따라 다른 동네 매물을 보여주는 위치를 나눴습니다.

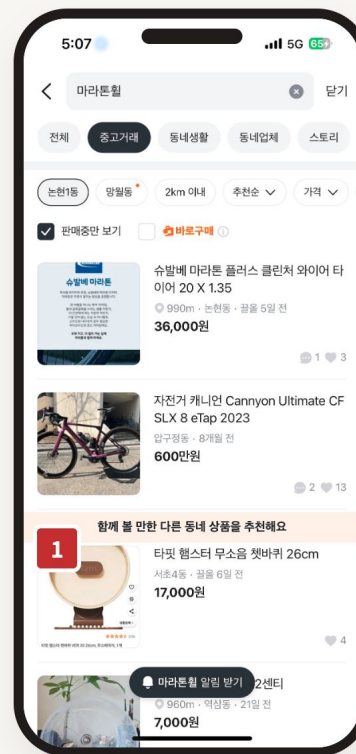
BEFORE / 기존 검색



1 결과 없음 안내

현재 동네에 매물이 없으면 다른 상품을 찾아볼 방법이 마땅치 않았습니다.

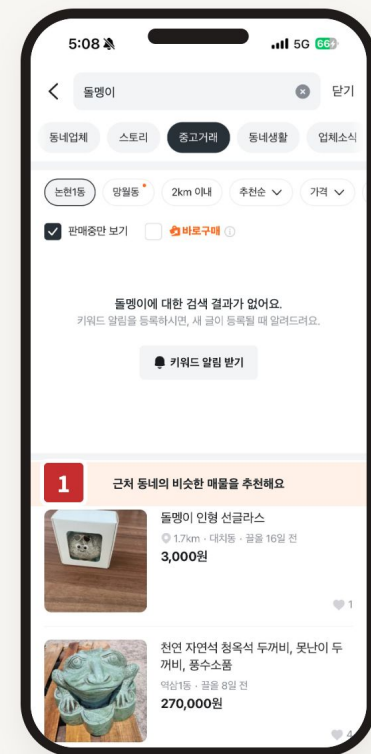
PROPOSAL / 결과 1~4개



1 기존 결과 아래에 추천

현재 결과를 유지하면서 다른 동네 상품을 구분해 보여줍니다.

PROPOSAL / 결과 0개



1 근처 동네 매물로 연결

결과 없음 안내 아래에 비슷한 매물을 보여줘 탐색을 이어줍니다.

RESEARCH

분석과 문제 정의

검색 오류라는 문의 뒤에는 동네별 매물 차이가 있었습니다.

VOC에서 확인한 유형	비중	해석
동네 범위 설정 불편	23%	현재 두 동네 외에도 가까운 매물을 보고 싶음
검색 결과 부재를 오류로 오인	17%	검색 범위 안에 매물이 없다는 사실을 알기 어려움

두 유형을 합친 지역 기반 검색 관련 문의가 약 40%였습니다.

결과가 적거나 없는 순간에 탐색이 끊긴다는 공통점이 있었습니다. 검색에 문제가 없다고 설명하기보다 가까운 다른 동네의 매물을 보여주는 편이 낫다고 생각했습니다.

DECISION

가설과 설계 선택

현재 동네 결과 아래에 다른 동네 매물을 보여주기로 했습니다.

매물이 없을 때 다른 선택지 제안

결과가 적거나 없을 때 주변 동네의 유사 매물을 함께 보여주면
검색 오류라는 인식과 화면 이탈을 줄일 수 있다고 봤습니다.

기존 결과와 추천 결과를 구분

현재 동네의 검색 결과를 먼저 보여주고 주변 동네 매물은
별도 영역으로 구분했습니다. 추천 문구로 노출 기준도
알리도록 했습니다.

검색 범위를 무조건 넓히는 대신 현재 동네 결과를 유지했습니다.

사용자가 설정한 동네의 결과와 추가로 추천하는 매물이 섞이지 않게 하려는 이유였습니다.

SPEC

노출 조건

검색 결과가 적을 때와 없을 때를 나눠 노출 위치를 정했습니다.

검색 VOC에서 동네 범위 설정의 불편과 매물 부재를 오류로 받아들이는 문의가 약 40%를 차지했습니다.
기존 결과를 없애기보다 결과가 부족한 순간에 다음으로 볼 매물을 제시하는 방향을 잡았습니다.

결과 1~4개 / 기존 결과를 먼저

결과가 적어도 현재 동네에 살 수 있는 상품은 남아 있습니다. 그
상품을 먼저 확인하게 한 뒤 다른 동네 매물을 이어 보여주도록
1~4개를 초기 노출 조건으로 정했습니다.

결과 0개 / 안내 아래에 바로

선택할 상품이 없는 상태이므로 결과 없음 안내와 키워드 알림
아래에 주변 매물을 보여주도록 했습니다. 검색이 안 된다고 느껴
화면을 나가는 상황을 줄이고 싶었습니다.

조건	기본 결과	보조 탐색 영역
검색 결과 1~4개	현재 동네 결과를 우선 노출	기존 결과 아래에 다른 동네 상품 추천
검색 결과 0개	결과 없음 안내와 키워드 알림 유지	안내 아래에 근처 동네의 비슷한 매물 추천

현재 동네 결과와 주변 동네 추천은 영역과 문구로 구분합니다.
추천 영역의 클릭과 화면 이탈을 확인해 노출 조건을 조정할 수 있도록 지표도 함께 정했습니다.

REVIEW

결과와 회고

개발자와 목업을 만들고 개선 방향을 발표했습니다.

검색 VOC를 분석하고 개선 방향을 정리한 뒤 개발자분들과 협업해 목업을 만들고 발표했습니다.
팀에서 긍정적인 피드백을 받았고 서비스 반영 가능성을 검토해보겠다는 의견을 들었습니다.

퇴사 후 제안한 방향과 비슷한 기능이 서비스에 반영된 것을 보고 뿌듯했습니다.
오류라는 문의도 그대로 받아들이기보다 사용자가 어떤 결과를 기대했는지 확인해야 한다는 점을 배웠습니다.

확인하려고 정한 지표	확인할 변화
검색 결과 페이지 이탈률	추천 매물이 탐색을 이어주는지
검색 결과 없음 관련 VOC	검색 실패나 오류라는 인식이 줄어드는지
동네 설정 관련 VOC와 정성 피드백	우리 동네와 주변 동네 결과 구분을 이해하는지

03

핏플 Fitple
사이드 프로젝트 / MVP 기획

내 수준에 맞는 모임을 가입 전에 확인하는 핏플

WHY

왜 이 프로젝트를
시작했나요?

관심은 있지만 내 수준에 맞을지 몰라 가입을 망설였습니다.

직접 운동 모임을 운영하며 초보자가 모임의 강도와 분위기를 몰라 참여를 망설이는 모습을 봤습니다.
모임장은 모집 후 공지와 참석 관리 및 정산을 여러 채널에서 따로 처리하고 있었습니다.

57명 설문과 서비스 비교로 문제를 확인했습니다.
첫 MVP는 가입 전 불안을 줄이는 참여자 경험에 집중하고 수준별 탐색과 1일 체험 신청을 설계했습니다.

목표 내게 맞는 모임인지 판단하고 정식 가입 전에 가볍게 체험

57명

사용자 설문 응답자

86%

1일 체험권 사용 의향

문제 정의와 MVP 설계

담당 범위

CONTEXT

핏플 / 운동 모임 사이드 프로젝트

MY ROLE

문제 정의 / 설문과 벤치마킹 / MVP 범위 / IA와 화면 정책

OUTPUT

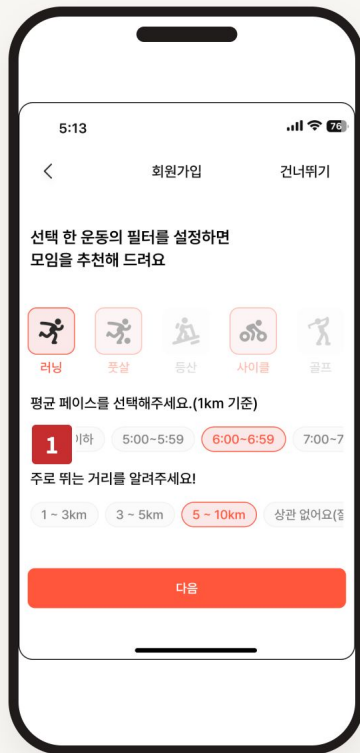
수준별 탐색과 1일 체험 중심의 MVP 설계

SCREEN DESIGN

내 수준에 맞는 모임을 찾고 하루 먼저 체험하기

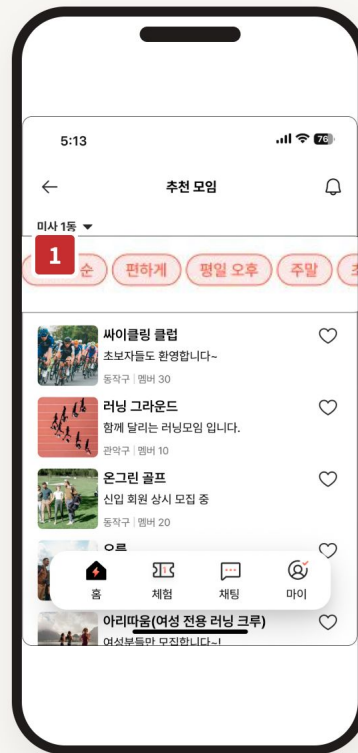
내 수준과 모임 정보를 비교한 뒤 체험을 신청하도록 구성했습니다.

01 / 수준 입력

**1** 운동 수준과 선호 조건

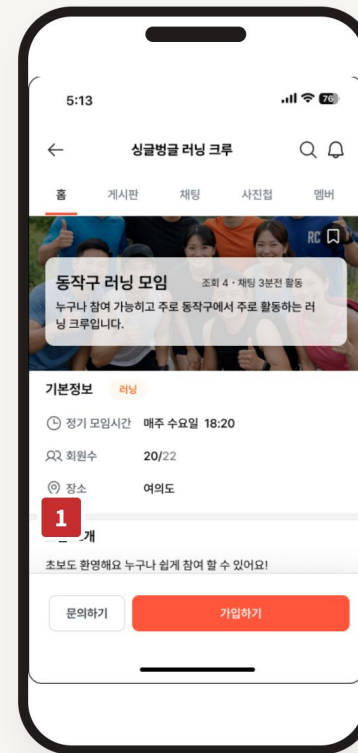
종목과 페이스 및 거리로 추천 기준을 정합니다.

02 / 맞춤 모임 탐색

**1** 추천과 조건 필터

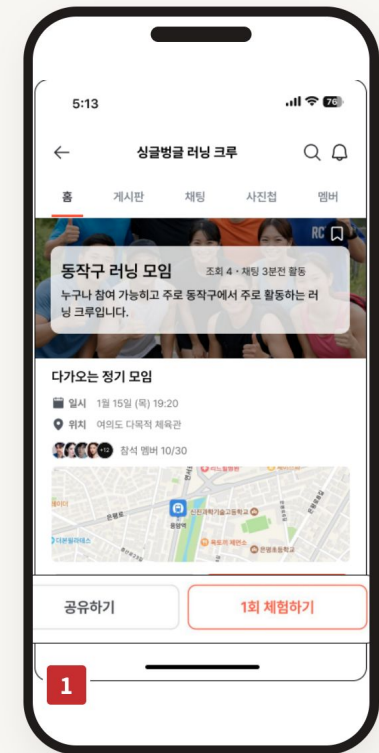
내 조건에 맞는 모임을 목록에서 찾습니다.

03 / 상세 정보 확인

**1** 가입 전에 모임 정보 확인

운동 강도와 장소를 보고 모임 분위기도 확인합니다.

04 / 1일 체험

**1** 가입 전에 하루 체험

정식 가입 전 모임을 체험할 수 있게 했습니다.

RESEARCH

리서치에서 확인한 점

57명 설문으로 가입 전 불안과 체험 수요를 확인했습니다.

설문에서 확인한 내용	응답 비중	기획에 반영한 방향
가입 전 분위기와 수준 확인 필요	58%	모임 상세 정보로 참여 판단 지원
비슷한 수준의 모임 매칭 필요	54%	운동 수준과 선호 조건으로 탐색
1일 체험권 사용 의향	86%	정식 가입 전 체험 경로 설계

설문은 일반인과 운동 모임 참여 경험자 57명을 대상으로 진행했습니다. 가입 전 정보 부족과 수준 매칭 및 체험 필요성을 확인하는데 사용했습니다.

SCOPE

MVP 범위 선택

기존 서비스의 기능을 비교해 핏플에서 먼저 풀 문제를 정했습니다.

프로젝트 당시 서비스 비교와 핏플 기획 방향

비교 기준	NRC	런데이	소모임	당근모임	오픈채팅	핏플 기획안
핵심 기능	러닝 기록 / 페이스 분석	음성 코칭 / 목표 달성 코스	지역 기반 모임 개설과 참여	동네 기반 모임 탐색과 참여	채팅 기반 모임 운영	수준에 맞는 모임 탐색과 체험
커뮤니티	없음	없음	게시판 / 공지 / 참여	모임 가입 / 참여글	채팅 중심	크루 채팅 / 일정 / 공지
매칭 기능	없음	없음	없음	없음	없음	필터 기반 모임 매칭
통합 관리	없음	없음	제한적 / 운영은 주로 오픈채팅	제한적 / 운영은 주로 오픈채팅	채팅으로 관리	운영 통합은 후속 범위
개인화	러닝 통계 제공	코스 추천	없음	없음	없음	러닝 수준과 시간 기반 추천
포지션	기록과 성능 중심	초보자 코칭 중심	모임과 소셜 중심	동네 기반 소셜	모임 운영 도구	모임 탐색과 체험부터 설계

비교에서 MVP 선택으로

기존 운동 앱은 기록과 코칭에 집중했고 모임 플랫폼은 탐색 이후 운영을 외부 채널에 의존하고 있었습니다.

운동 수준에 맞는 모임을 찾고 참여 여부를 판단하는 과정을 연결하고 싶었습니다.

첫 MVP는 수준 입력 → 맞춤 모임 탐색 → 상세 확인 → 1일 체험 신청으로 좁혔습니다.

설문에서 확인한 가입 전 불안을 먼저 줄이기 위해서입니다. 크루 채팅과 일정 및 공지를 통합하는 운영 기능은 후속 범위로 남겼습니다.

REVIEW

결과와 다음 과제

첫 버전에서 풀 문제를 좁히는 연습이 됐습니다.

수준 입력부터 맞춤 모임 탐색과 상세 확인 및 체험 신청까지 MVP 화면과 흐름을 정리했습니다.
AI로 설문 응답을 분류하고 사용자 시나리오와 와이어프레임 초안을 만들었습니다.

모임 운영까지 한 번에 담기보다 가입을 망설이는 이유부터 해결하는 것이 중요하다고 봤습니다.
그래서 내 수준에 맞는 모임인지 확인하고 가입 전에 체험하는 과정부터 정리했습니다.

후속 설계와 검증	확인할 내용
체험권 운영 정책	가격과 노쇼 및 환불과 정산 방식
프로토타입 사용성 테스트	수준 설정과 탐색 및 체험 신청 흐름을 이해하는지
체험 신청률과 가입 전환율	체험이 실제 참여 결정으로 이어지는지
모임장 운영 관리	공지와 참석 관리 및 정산을 연결하는 후속 기능

반복 업무 자동화

WHY

왜 이 프로젝트를
시작했나요?

매일 주문을 모으고 여러 화면에 같은 정보를 입력해야 했습니다.

운영팀 담당자들의 업무를 함께 해보고 처리 과정과 불편한 점을 들었습니다.
자동화를 적용하면 좋은 일과 당장 자동화가 필요한 일을 구분하고 반복 처리 부담이 큰 업무부터 우선순위를 정했습니다.

반품 승인과 발주 처리 및 기획전 등록을 선정했습니다.
업무 순서와 예외를 정리한 뒤 AI로 구현했고 담당자와 처리 결과를 확인하며 운영에 적용했습니다.

목표 반복 처리는 줄이고 예외 확인과 결과 검수에 시간을 사용

85% 단축

발주 처리 시간

약 88% 단축

반품 승인 처리 시간

업무 선정과 구현 및 적용

담당 범위

CONTEXT

아몬즈랩 / 반복 운영 업무

MY ROLE

업무 절차와 예외 정리 / AI 코드 구현 / 운영 적용과 유지보수

OUTPUT

발주와 반품 승인 및 일본 기획전 등록 자동화

OPERATIONS / AI

반품 승인과 발주 처리 및 기획전 등록 자동화

반품 승인

약 25분 → 3분

처리 시간 약 88% 단축

01 기존 업무

반품 건마다 사유와 환불 금액을 확인하고 브랜드 정산 금액을 대조한 뒤 승인했습니다.



02 자동화한 과정

정해진 시간에 실행해 승인 기준에 맞는 건을 처리합니다. 기준에 맞지 않는 건은 미승인으로 남겨 CS 팀이 확인하도록 하고 전체 건수와 카테고리별 처리 건수를 Slack으로 보냅니다.



03 AI 활용

업무 승인 기준과 예외를 정리해 AI에 설명했습니다. 생성한 코드의 판단 결과를 대조하며 오류를 수정했습니다.

발주 처리

20분 → 3분

처리 시간 85% 단축

01 기존 업무

여러 어드민과 WMS에서 주문 정보를 모으고 엑셀 시트와 파일에 흩어진 주문을 합쳐 업로드해야 했습니다.



02 자동화한 과정

암호화해 저장한 계정으로 각 어드민과 WMS에 자동 로그인해 주문 정보를 수집합니다. 주문을 하나의 통합 시트로 합쳐 일괄 업로드합니다. 스케줄러로 매일 오전 9시 30분과 오후 3시에 실행합니다.



03 AI 활용

로그인과 주문 수집부터 파일 통합과 업로드까지 AI의 도움을 받아 코드로 구현했습니다. 실제 주문 파일로 실행 결과를 확인하며 수정했습니다.

기획전 등록

45분 → 5분

등록 시간 약 89% 단축

01 기존 업무

기획전 하나를 등록하려면 총 6개 메뉴에서 기획전 페이지와 전용 할인 쿠폰 등을 각각 만들고 연결해야 했습니다.



02 자동화한 과정

Shopify 내부에서 사용하는 서드파티 앱을 제작했습니다. 6개 메뉴의 정보를 한 화면에서 보며 편집하고 버튼 한 번으로 기획전 페이지와 쿠폰 등을 등록할 수 있게 했습니다.



03 AI 활용

각 메뉴에 입력할 정보와 연결할 항목을 정리해 AI와 함께 앱 코드를 작성했습니다. 등록 결과를 확인하며 기능을 수정했습니다.

COLLABORATION

업무 선정과 개발 협업

운영팀과 업무를 함께 살펴보고 자동화 우선순위를 정했습니다.

관련 업무를 맡은 운영팀 담당자들과 실제 업무를 함께 해보고 반복되는 절차와 불편한 점을 들었습니다.
자동화를 적용하면 좋은 업무와 당장 자동화가 필요한 업무를 구분해 필요한 업무부터 진행했습니다.

업무 순서와 처리 조건을 AI에 설명해 구현하고 담당자와 결과를 확인하며 수정했습니다.
개발자분들과도 협업했고 반품 승인 자동화는 내부 어드민 기능으로 넣기로 결정했습니다.

SCOPE

처리 범위와 예외

자동 처리와 사람이 확인할 일을 나눴습니다.

업무	자동화한 내용	사람이 확인할 부분
발주 처리	각 어드민과 WMS 자동 로그인 → 주문 수집과 통합 시트 생성 → 일괄 업로드	통합된 주문 데이터와 업로드 결과 확인
반품 승인	사유와 환불 및 정산 기준에 맞는 건 처리 → 결과 리포트	기준에 맞지 않거나 별도 검토가 필요한 건
기획전 등록	Shopify 앱에서 6개 메뉴 정보 편집 → 버튼 한 번으로 등록	이미지 제작과 테마 편집 및 고객 화면 검수

05

알리콘
B2B / 기능 진입 개선

필요할 때 바로 찾는 출입 QR 발급 기능

WHY

왜 이 프로젝트를
시작했나요?

QR 발급 버튼이 드롭다운 안에 있어 찾기 어려웠습니다.

고객 VOC를 수집하며 QR 발급 버튼을 찾기 어렵다는 문제를 확인했습니다.
첫 사용자는 드롭다운 안에 있는 기능의 위치를 몰랐고 자주 쓰는 고객도 매번 메뉴를 열어야 했습니다.

프론트 개발자와 QR 발급 버튼을 드롭다운 밖으로 꺼낼 위치와 필요한 기능을 조율했습니다.
출입 링크 관리 옆에 발급 CTA를 두고 설정은 토글로 켜고 끌 수 있도록 기획했습니다.

목표 QR 발급 진입 단계를 줄이고 설정을 쉽게 확인

약 30% 이상 감소

QR 코드 관련 VOC

CTA로 바로 발급

개선한 진입 방식

VOC 분석과 기능 기획

담당 범위

CONTEXT

알리콘 / B2B 출입 관리

MY ROLE

고객 VOC 정리 / 기능과 화면 기획 / 프론트 개발 협업

OUTPUT

QR 코드 관련 VOC 약 30% 이상 감소

SCREEN DESIGN

QR 발급 버튼을 드롭다운 밖으로

새 기능을 더하기보다 자주 쓰는 기능의 진입 위치부터 바꿨습니다.

개선 전

출입 링크 관리

+ 링크 만들기

방문자 출입

1 더보기 ▾

링크 수정

2 QR 코드 ▾

3 QR 발급

이용 내역

협력사 출입

더보기 ▾

- 1 드롭다운을 연다
- 2 카테고리 안으로 들어간다
- 3 그 안에서 QR 발급 버튼을 찾는다

개선 후



- 1 출입 링크 관리 옆 QR 발급 버튼
- 2 QR 설정 / 유효 기간 제한, 사용 횟수 제한, 만료 안내 문구 토글

B2B 서비스라 실제 화면 대신 기능 구조를 재구성한 예시 화면입니다.

REVIEW

결과와 배운 점

버튼 위치와 필요한 설정을 프론트 개발자와 함께 정했습니다.

프론트 개발자와 QR 발급 기능을 드롭다운 밖 어디에 둘지 논의했습니다.

출입 링크를 관리하면서 바로 발급할 수 있는 위치를 정하고 발급과 설정에 필요한 기능도 함께 조율하며 진행했습니다.

개선 이후 QR 코드 관련 VOC가 약 30% 이상 줄었습니다. 자주 쓰는 기능일수록 사용자가 쉽게 찾을 수 있는 위치에 두어야 한다는 점을 배웠습니다. 새 기능을 더하기 전에 자주 쓰는 기능을 쉽게 찾을 수 있는지부터 살펴보게 됐습니다.

변준화 Product Manager

quswnsghk12@naver.com ↗