

[디자인전문기업의 서비스디자인 활용안내서]

① 디자인 역할의 확장과 서비스디자인 이해

■ 디자인전문기업의 ■ 서비스디자인 활용안내서 ■

① 디자인 역할의 확장과 서비스디자인 이해

발행처 한국디자인진흥원

연구진

서울대학교 미술대학 디자인학부

정의철 부교수

서울대학교 대학원 박사과정

이덕찬

이영은

송가형

서울대학교 대학원 석사과정

조지희

최지민

한국디자인진흥원 서비스디자인기획PD

강필현 PD

김상열 책임연구원

신영준 선임연구원

안나영 선임연구원

심혜림 연구원

문의 Tel. (031)780-2237

E-mail. hyerim1011@kidp.or.kr

www.kidp.or.kr

© 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시 출처를 명기하여 주시기 바랍니다.

본 보고서의 저작권은 한국디자인진흥원에 있습니다.

【 디자인전문기업의 서비스디자인 활용안내서 】

① 디자인 역할의 확장과 서비스디자인 이해

CONTENTS

I	서론	05
1.	필요성 및 목적	06
2.	접근 방법	06
3.	교육 내용	07
4.	기대 효과	08
II	Overview	09
1.	Overview 1 - 서비스기반 디자인 비즈니스의 이해와 접근	10
2.	Overview 2 - 사물이 아닌 행위를 디자인해라	29



【 디자인전문기업의 서비스디자인 활용안내서 】

① 디자인 역할의 확장과 서비스디자인 이해



I — 서론



1 필요성 및 목적

McDonald는 초기 문어발식 확장에 따른 여파로 2003년 주가가 13달러 아래로 추락하게 된다. 이때, 경영진은 “Plan to Win”이라는 성장 전략을 세우게 된다. 혁신 부사장인 Ken Koziol은 “사물을 현대적이고 관련성 있게 만드는 방법”의 일환으로, 메뉴혁신, 매장혁신, 주문 경험의 업그레이드라는 세 가지 Plan to Win 전략을 수립하여 이 후, 주식 가치는 437% 상승하게 된다. 이 전략의 핵심은 McDonald를 단순히 음식을 때우는 곳이 아닌, 식사를 할 수 있는 커뮤니티 공간으로 대중의 인식을 변화시키려 하였으며, ServiceScape 개념을 도입하고, 현지 지역출신의 디자이너와의 협업을 통해 현지 문화에 맞춘 환경을 제공하는 것이었다. McDonald는 혁신센터를 설립하여, 핵심 서비스를 해치지 않는 차원에서 다양한 서비스 디자인 아이디어를 점검하고 각 점포에 적용하면서 서비스디자인을 통한 새로운 진화를 진행하였다. Denis Weil (McDonald's VP of concept and design)는 “디자인과 비즈니스를 통합하는 방법을 알아내려고 노력했습니다.”라는 말로 이 서비스디자인의 가치를 설명하고 있다. 이는 제조 산업이 서비스디자인과 어떻게 결합할 수 있는지를 보여주는 사례라고 할 수 있다.

최근 서비스 디자인을 활용한 공공디자인 프로젝트, 새로운 디자인 비즈니스 창출을 위한 kidp의 연구 과제가 많이 있는데, 서비스 디자인에 대한 깊이 있는 이해 없이 형식적 방법론을 차용하는 것에 그치는 경우가 많다. 따라서, 디자인전문기업 맞춤형 서비스디자인 교육 프로그램을 개발하고, 이를 CEO와 실무자를 대상으로 진행하였다. 이를 통해 디자인 전문회사가 전통적인 비즈니스모델을 확장하고 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 가능성을 탐색할 수 있도록 하였다. 본 교육 프로그램을 통해 ‘서비스 디자인의 의미를 이해하여, 디자인 컨설팅 역량을 확장/강화할 수 있는가?’가 질문의 출발점이다. 전통적 제품, 시각물 디자인 및 제작에서, 디자인 컨설팅의 범위를 서비스디자인으로 확대하려는 디자인 전문회사의 CEO, 실무자와 함께 이 질문에 대한 해답의 다양한 방향성을 같이 고민하였다.

2 접근 방법

CEO 교육과 실무자 교육의 개념과 접근 방법은 아래와 같이 설명할 수 있다.

- ① **CEO 교육** : 서비스디자인에 대한 전반적인 이해를 얻고, 서비스디자인을 통한 비즈니스 확장의 기회와 가능성을 파악한다.
- ② **실무자 교육** : 서비스디자인의 프로세스와 방법들을 이해한다. 나아가, 주어진 비즈니스와 프로젝트에 따라 프로세스와 방법을 운용할 수 있는 기획능력을 제고한다. 이를 위해, 실습에 적합한 주제를 선정하고, 서비스디자인의 몇가지 방법에 대해 집중적 실습을 진행한다.

CEO 교육과 실무자 교육 목표를 달성하기 위한 구체적 교육 전략은 크게 아래의 세가지로 설명할 수 있다.

- **전통적 디자인 접근과 서비스 디자인의 관계 이해**

→ 제품, UI, UX, 서비스 디자인 이해와 기존 역량을 활용한 서비스 디자인 접근의 가능성 탐색

- **프로젝트 성격에 따른 프로세스 구성 및 방법 활용 원리 이해**

→ 프로세스는 원하는 결과를 얻기 위한 사고 과정이며, 방법은 각 사고 과정에서 필요한 Toolkit이라는 개념을 이해

- **온라인 툴 활용 방법 이해**

→ 디자인 단계의 주요 목적 및 활동, 참여자, 재현 형식에 따른 적절한 Tools 활용 방법의 이해

3 교육 내용

교육 일정 및 장소, 그리고 교육 프로그램 상세 내용은 아래와 같다.

① CEO 교육

- 발표주제 : 서비스기반 디자인 비즈니스의 이해와 접근

② 실무자 교육

- 주제 : 건강한 행위 디자인/Healthcare(A팀), 먹는 행위 디자인/Food(B팀)

- 교육내용

< A팀 >

1 회차 : 프로그램 주제 강연 (2h)

2 회차 : Persona / Ideation (2h)

3 회차 : Customer Journey Map (3h)

4 회차 : LEGO Serious Play & Wrap-up (3h)

< B팀 >

1 회차 : 프로그램 주제 강연 (2h)

2 회차 : Persona / Ideation (2h)

3 회차 : LEGO Serious Play (3h)

4 회차 : Service Blueprint & Wrap-up (3h)

4 기대 효과

본 교육 프로그램의 기대 효과는 다음과 같이 세 가지이다.

첫째, 서비스 디자인 특성에 대한 이해를 바탕으로, 현재 디자인 업무에 서비스 디자인을 적절하게 활용하여 업무 범위가 넓어지고 성과가 향상될 것이다.

둘째, 프로젝트 목적에 따라 효과적인 프로세스 구성을 위한 사고 능력이 향상될 것이다.

셋째, 디자인 프로젝트에서 예측하기 어렵지만 항상 발생하는 어려운 문제 상황에서, 적절한 서비스 디자인 방법을 적용할 수 있는 유연성 있는 프로젝트 관리 능력이 향상될 것이다.

II

|

Overview

- ❶ Overview 1 : 서비스기반 디자인 비즈니스의 이해와 접근
- ❷ Overview 2 : 사물이 아닌 행위를 디자인해라

1 Overview 1 : 서비스기반 디자인 비즈니스의 이해와 접근

서비스 디자인 접근을 통한 새로운 비즈니스 창출을 위한 시도가 많이 있으나, 서비스 디자인에 대한 이해없이 형식적 방법론만 차용하여 실패하는 경우가 많다.
앞으로 10시간의 워크샵을 통해 서비스 디자인으로 어떻게 새로운 비즈니스를 창출 할 수 있는가?에 대한 고민과 논의의 시간을 가지고자 한다.

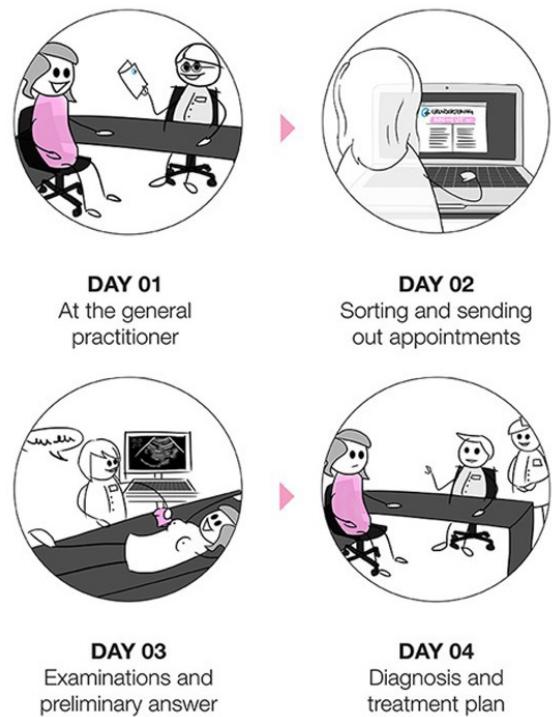
서비스디자인의 형성과정 (국내)

2008. 서비스디자인 시대(표현명, 안그라피스), 2009. 서비스디자인 측면에서 공공서비스 평가 방향 연구(한수련, 이대디자인대학원)
2009. 서비스산업 선진화 방안(기재부), 2010. 서비스 R&D 활성화 방안(교육과학기술부)
- 2010~. 산자부/KIDP 주도 각종 시범사업 진행(정형외과 외래진료실 SD, 전통시장 활성화, 학습효과 개선, 범죄예방 SD···)
2011. 대한병원협회의 서비스디자인 국제회의 개최, 2013 서울아산병원 디자인 이노베이션센터 개소
2014. 헬스케어디자인학회 창립, 삼성서울병원 미래혁신센터 개소
2011. 서비스디자인협의회 발족, 서비스디자인 워킹그룹 design dive 활동
2014. Service Design Night 개최
- 2014~. 국민디자인단 운영. 2016년 iF 서비스디자인 Gold Award 수상
- 정부/공공 영역 주도로 출발. 의료, 사회문제 해결 등에 집중

Re-designing breast cancer diagnostics

오슬로대학 병원(노르웨이), designit, Merket of God Design상, Service Design Award, IXDA상 수상

- 유방암 환자의 대기 시간(검사와 진단을 예약하기까지)을 3개월에서 7일로 줄임. (90% 단축)
- 과거의 진단과정: 전문가만으로 이루어졌고, 절차가 분절적이었음.(약속 확인이 어려움 등)
- 환자의 진단과정을 파악하기 위해 전 부서에 걸친 40명의 직원을 대상으로 워크샵을 진행했고 이를 통해 전형적인 환자의 고객 여행을 시각화함.
- 종양 전문의, 방사선 전문의, 무선 기술자, 간호사, 환자 조정자, 비서 등 환자의 여정에 관여되는 여러 역할자들과 대화하고, 백스테이지의 역할과 기능을 새롭게 디자인함.



지구상에서 가장 상징적인 레스토랑에 대한 생각을 바꾸는 24억 달러 계획

McDonald는 초기의 문어발식 확장에 따른 여파로 주가는 2003년 13달러 아래로 추락하였다.

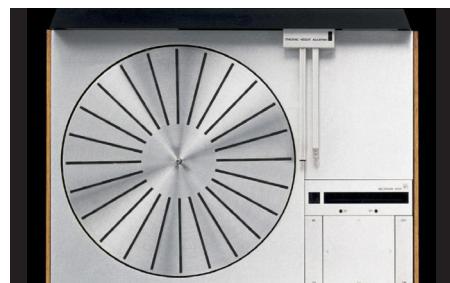
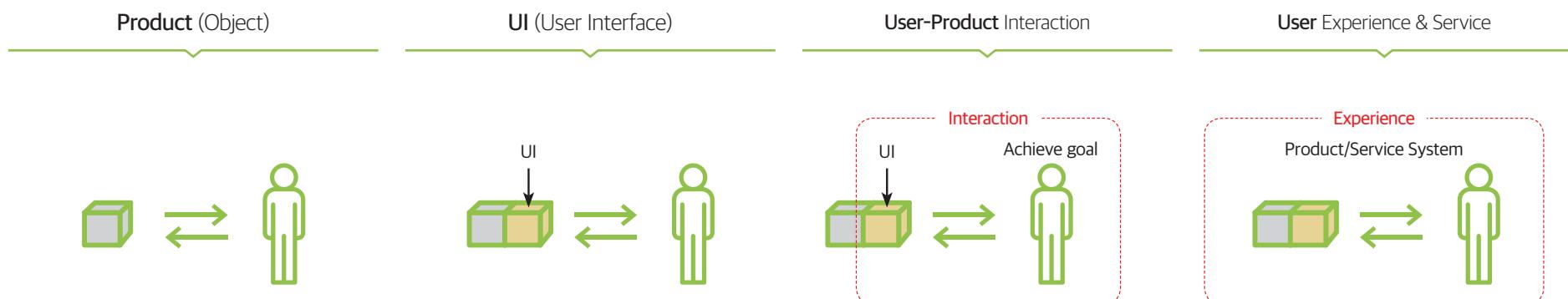
McDonald의 디자인에 대한 생각은 2003년에 경영진이 핵심 시장의 확장을 위한 "Plan to Win" 성장 전략의 일환으로 시작 되었다. "우리는 사물을 현대적이고 관련성있게 만드는 방법을 찾지 못했습니다."라고 혁신 부사장인 Ken Koziol은 말했고, 그 이후로 Plan to Win은 세가지 혁신 전략 (메뉴혁신, 매장혁신, 주문 경험의 업그레이드)을 세우며 주식을 437 % 올리는 데 도움이 되었다.

맥도날드를 단순히 음식을 때우는 곳이 아닌 식사를 할 수 있는 커뮤니티 공간으로의 인식의 변화를 꾸렸으며 각 지역출신의 디자이너와의 협업을 통해 현지 문화에 맞춘 환경을 제공하기 시작했다. 이는 맥도날드의 핵심 서비스를 해치지 않는 차원에서 이루어지며 혁신센터 설립을 통해서 다양한 서비스 디자인 아이디어를 점검하고 각 점포에 적용하면서 맥도날드의 진화는 계속 진행되고 있다.

"나는 디자인과 비즈니스를 통합하는 방법을 알아내려고 노력했습니다." - Denis Weil (McDonald's VP of concept and design)



1 사물에서 경험, 서비스로의 확장



Play Music

BANG & OLUFSEN | BEOGRAM 4000
TURNTABLE | 1973 by jacob jensen

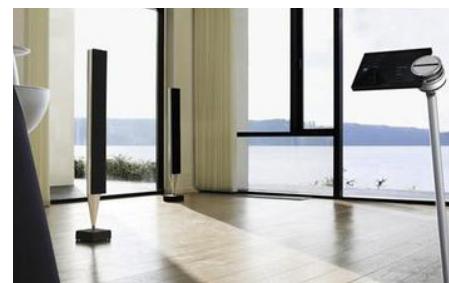
B&O의 대표적인 디자인으로 Jacob Jensen이 디자인 하였다. 그의 디자인 작업을 통해 선명한 라인과 높은 기능성을 특징으로하는 Bang & Olufsen만의 제품 디자인을 만들어 냈다.



Manipulate to Play Music

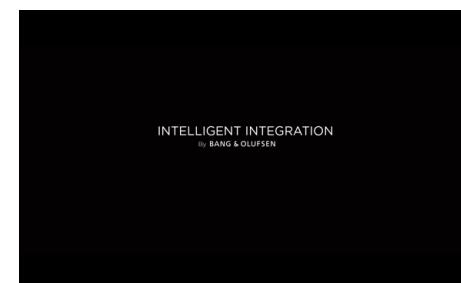
BANG & OLUFSEN | BeoSound 5 controller

오른쪽의 알루미늄 휠에 손가락을 대고 움직이면 저장되어 있는 음악목록과 앨범 재킷 사진이 표시된다. 또한 주인의 음악적 취향을 파악해 스스로 음악을 선곡해주는 MOTS(more of the same)라는 인공지능 재생기술이 탑재되었다.



Listen to Music

인공지능 기술로 음악과 교감을 나눌 수 있게 되었다.



Live with Music

사람과 제품과의 교감을 통해 새로운 경험을 만들어 냈다.



Product (Object)

Make Sushi
맛있는 음식 만들기



UI (User Interface)

Order Sushi
음식 주문하기



User-Product Interaction

Enjoy Sushi
회전 레일, 일인용 접시를 활용해 원하는 스시 즐기기
* 1958년 오사카부 동쪽의 공장지대에서 처음 시작된
겐로쿠회전초밥집의 2호점



User Experience & Service

Serve Sushi
기차 등 회전 레일의 특성을 활용한 재미있는
트레이로 주문 스시 배달 즐거움의 고객 경험



Product (Object)

move from one point to another
초기의 자동차는 단지 '이동수단'



UI (User Interface)

to control the car overall
테슬라 model3의 터치스크린은 자동차의 모든 조작을 할 수 있으며 화면은 사용자의 편의에 따라 얼마든지 분할 가능함. 또한 커스터마이징으로 '나만의 인터페이스' 구성



User-Product Interaction

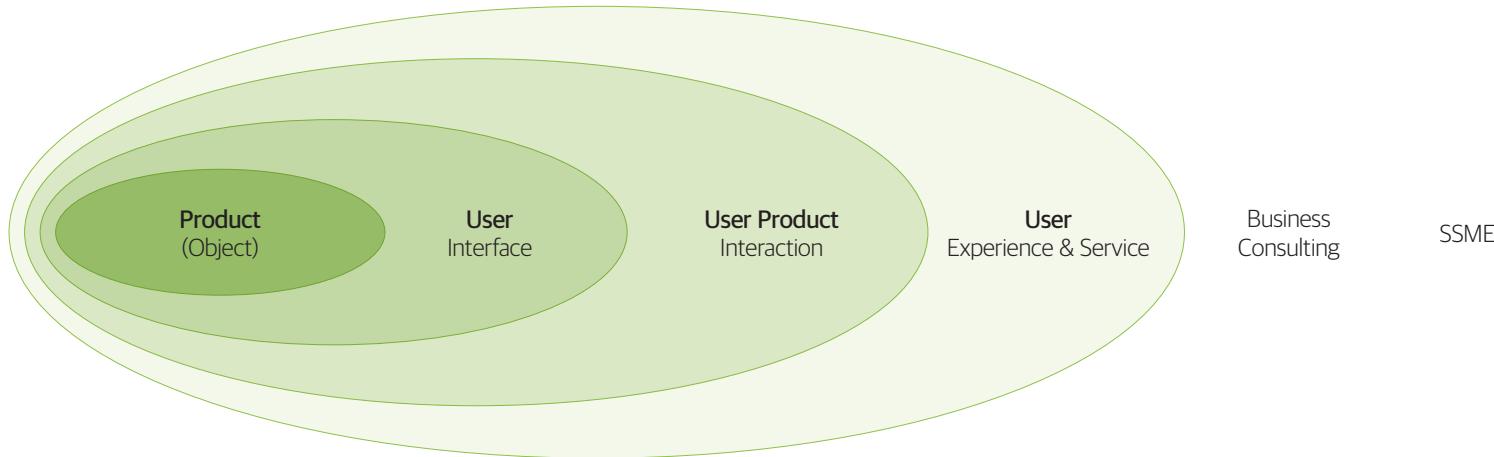
to drive car safely
volvo사의 city safety '안전한 드라이빙'을 위해 다양한 센서와 후방 카메라를 이용하여 사고를 미연에 방지



User Experience & Service

own the trip, not the car
내가 필요한 시간 만큼만 소유, 공유하는 자동차
'own the trip, not the car' - zipcar 슬로건

2 서비스를 고려한 디자인 접근 Frame



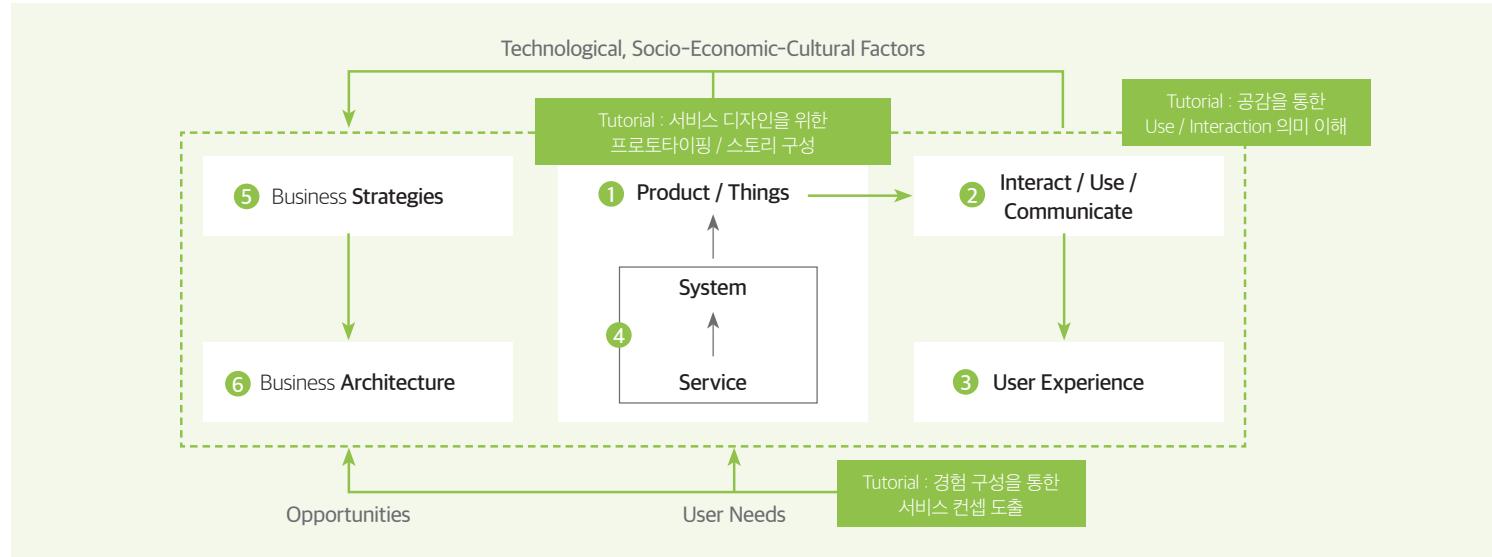
경험(UX)디자인		서비스 디자인	경영컨설팅
Focus	고객 중심	기업 + 고객 중심	기업중심
Perspective	고객의 잠재 니즈 발견, 고객 경험 향상	고객의 잠재 니즈 발견, 이해관계자의 욕구 발견, 표준화	경영자원의 선택과 집중을 통한 경쟁 우위 확보, 프로세스의 효율화, 표준화
Methods	고객 관찰, 스토리보드, 페르소나, 유저빌리티 테스트, 포커스 그룹 인터뷰 등	고객 관찰, 스토리보드, 페르소나, 고객 여정 지도, 서비스 블루 프린팅 등	3C 분석, 5 focus model BPR (Business process re-engineering), 6 Sigma 등
Thinking	디자인 사고	디자인 사고	논리적 사고
Output	정량/정성의 논리적 근거가 있는 디자인 결과물	시각화된 보고서(report) Prototype 즉시 적용 가능한 결과 도출	보고서(report) 적용을 위해서는 추가 개발 필요
Company	Copper U, Adaptive path, PXD	IDEO, Engine, Livework, Design thinkers, Cyphics, Team interface	Mckinsey, Boston consulting group, Accenture 등

SSME:
Service science, management,
and engineering
서비스 사이언스, 경영, 엔지니어링

- 분석(analysis)적 방법
- 통제(control)적 방법
- 과학적, 논리적 방법
- 정량적 조사를 토대로 함
- (사용자보다는)공급자측의 기술, 프로세스, 시스템 중심의 혁신
- 추구하는 목표는 효율성과 표준화 (standardization)
- 사용자와 제공자가 직접 대면하지 않거나 고객 경험과 관련이 적은 서비스에 강점. 사례도 인프라나 단순한 유형의 서비스들이 많음

*출처 : 엔진 서비스 디자인 워크샵 참가 결과 보고서. 2010, 한수련

Product / UX / Service Design



*출처 : 미국 iit의 Keiichi Sato 교수의 제시 모델

Definition of Service Design

한국디자인진흥원(2012. 8)

서비스를 설계하고 전달하는 과정 전반에 디자인 방법을 적용함으로써 사용자의 생각과 행동을 변화시키고 경험을 향상시키는 분야. 사용자(고객) 중심의 리서치가 강화된 새로운 디자인 방법으로 제조에 서비스를 접목하거나 신서비스 모델을 개발함으로써 새로운 부가가치를 창출함.

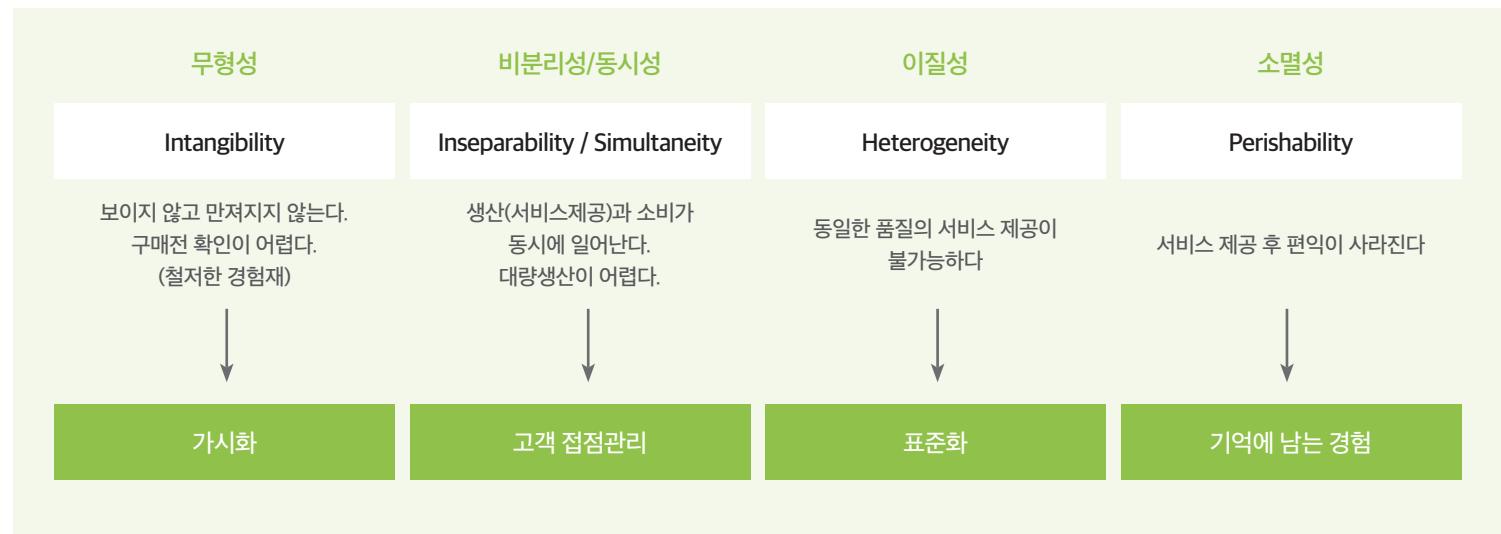
서비스디자인협의회(2011.11)

서비스디자인이란 고객이 서비스를 통해 경험하게 되는 모든 유·무형의 요소(사람, 사물, 행동, 감성, 공간, 커뮤니케이션, 도식 등) 및 모든 경로(프로세스, 시스템, 인터랙션, 감성로드맵 등)에 대해 고객 중심의 맥락적인(Contextual) 리서치 방법을 활용하여 이해관계자간에 잠재된 요구를 포착하고, 이것을 창의적이고 다학제적·협력적인 디자인 방법을 통해 실체화(Embodiment)함으로써 고객 및 서비스 제공자에게 효과·효율적이며 매력적인 서비스 경험을 향상시키는 방법 및 분야를 의미한다.

Service Design Network(SDN) / Wikipedia

the activity of planning and organizing people, infrastructure, communication and material components of a service in order to improve its quality and the interaction between the service provider and its customers.

Properties of Service



3 서비스 디자인에 대한 잘못된 생각

결과물을 물리적/시각적 실체로 오해

< 잘못된 가정 >

- 멋지고 예쁜 물건은 누구나 좋아한다
- 다양한 기능을 복합적으로 넣어 신기한 물건을 만든다

< Product / UX / Service Design 비교 >

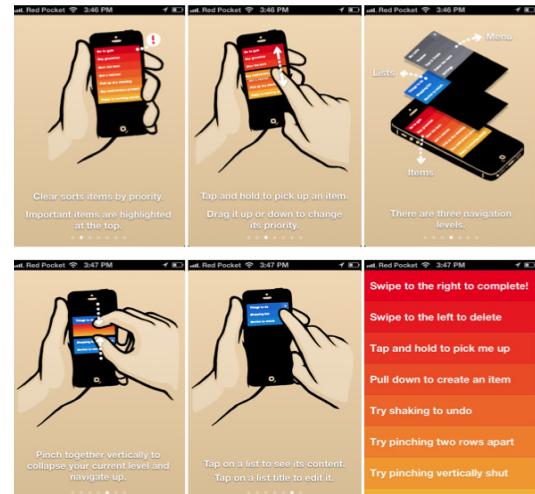
좋은 디자인은	좋은 경험디자인은	좋은 서비스 디자인은
혁신적		
유용한		
미적		
이해하기 쉬운	직관적	쉬운
눈에 띠지 않는		
정직한		
지속적	일관적	
마지막 디테일의 철저함		
환경 친화적		
최소한의 디자인		
	제한(차별성)이 없는	
	적절한 피드백	장비를 갖춘 / 시기적절한
	사용자 고려	개인화된 / 보살피는 / 민첩한
	실수 방지	믿을만한
	주변 상황 고려	조화로운 / 통합
		즐거운

< Clear app >

스케줄 관리 어플리케이션. 새로운 할일 리스트 만들기, 우선순위 정하기 등의 모든 작업을 제스쳐로 할 수 있다. 그러나 사용자에게 익숙하지 않은 인터페이스로 대부분의 유저들이 튜토리얼이 끝나고 나서도 사용법의 10퍼센트 이상도 기억하지 못했다.

오해 : 결과물을 멋지고 신기한 기능으로 오해

모든 작업을 제스쳐로 한다는 야심찬 인터페이스였으나 실제 사용자들에겐 생소한 모션으로 사용법 숙지가 어려워 실패.



< 고려해야 할 사항 >

- ① 행복을 생각해야 한다
- ② 롱테일 마켓과 스타트업의 특성(한사람을 만족시켜라)
- ③ 의미/스토리를 발굴해라
- ④ 경험과 의미는 결국 남는다

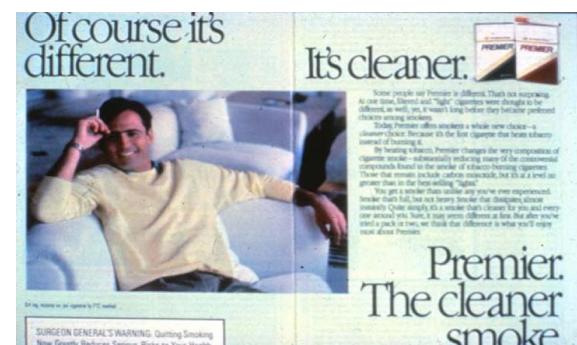
① 행복을 생각해야 한다

< Premier Smokeless Cigarette >

담배 연기를 통한 간접흡연이 사회적 이슈가 되자 레이놀즈 사에서는 무연 담배를 출시하였다. 그러나 흡연자들이 연기 바라보기를 즐긴다는 심리적 만족감을 간과하였고, 맛이 없으며 흡입이 어렵다는 점으로 소비자들에게 외면받았다. 또한 '깨끗한 즐거움'을 강조한 마케팅은 흡연자의 금연 의지를 약화시킬 수 있다는 점에서 건강단체들로부터 비난 받았다. 또한 비흡연자를 새로운 소비자로 끌어들이지 못하였다.

오해 : 대상 시장/고객과 제품 사용자의 불일치

결국 5개월만에 큰 손실을 얻고 판매 중단에 들어감.



*출처 : <https://venturebeat.com/2013/03/23/mobile-design-4-common-user-experience-fails/>

② 롱테일 마켓과 스타트업의 특성 (한사람을 만족시켜라)

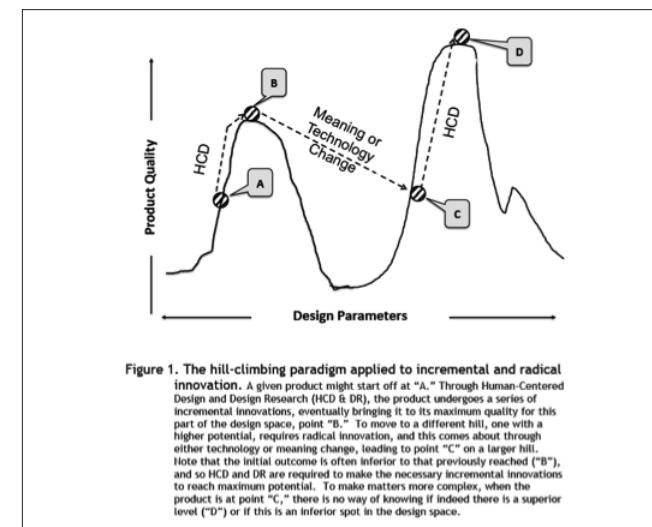
여성들을 위해 작은 플라스틱 트레이를 도입하였다. 간식을 먹고 싶을 때 서랍을 열고 트레이에서 먹을 수 있다. 칩이 덜 시끄럽기도 하다.

썬칩의 경우, 포커스 그룹에서 너무 크다는 평가를 받았다. 금형이 1인치로만(크게) 자를 수 있다는 것은 상관없다고 생각하고 줄이기로 결정하였다. 제조방식에 따라 제품 판매하는 것이 아니라 고객의 입장에서 생각하여 판매전략을 세운다.



③ 의미/스토리를 발굴해라

혁신은 기술의 독자적 개발과 함께, 그 기술이 사람들에게 특별한 의미 변화를 가능하게 하였을 때 탄생한다.



④ 경험과 의미는 결국 남는다

American Girl Place

- 미국 역사를 바탕으로, 다양한 인종의 소녀들을 소재로 하여 이들의 성장과정을 책으로 엮은 아메리칸 걸 서적 시리즈, 그 책들의 주인공 인형과 인형 옷, 액세서리 등이 주요상품이다.
- 상품 판매에 그치는 것이 아니라, 인형과 함께 하는 cafe나 인형 헤어 살롱, 뮤지컬 공연장 등의 독특한 서비스 공간을 통해 판매의 효과를 더욱 극대화시키며 새로운 형태의 경험을 제공한다.



조대호, 기억과 상기 - 아리스토텔레스의 「기억과 상기에 대하여」 2장에 대한 분석, 철학연구회

상기는 종종 감각기관에 흔적을 남긴 과거 경험의 재현이며, 아리스토텔레스는 '일종의 탐구' 혹은 '일종의 추론'이라고 부른다. 아리스토텔레스의 상기 이론에서 습관적인 연상을 통해서만 과거와 관계하는 동물들과 달리 인간에게는 과거에 접근하는 또 다른 방식이 주어져 있으며 인간은 이를 통해 자신의 미래 지향적 행동을 계획하면서 과거의 경험을 의식적으로 불러내는 유일한 존재임을 주장한다.

아리스토텔레스는 기억을 과거에 속하는 경험과의 연관성 속에서 상상물을 소유하는 상태(hexis)라고 정의한다.

기억과 상상의 대상은 모두 감각 경험의 잔상(殘像)이라는 점에서 동질적이다.

기억을 하는 사람은 기억의 대상인 상상물을 단순한 상상물이 아니라 **과거에 자신이 경험한 감각대상의 모방물(eikōn)**로 떠올린다.

아리스토텔레스는 플라톤의 선형적 기억 이론이 상정하는 기억-상기-배움(혹은 감각 경험)의 관계를 감각 경험(배움)-기억-상기의 순서로 뒤바꾼다.

Why We Design?

1987년 영국 런던에서 발생한 킹스크로스 화재, 31명의 사망자를 기록한 지하철 화재 사건.

각각의 전문가가 있었지만 정작 승객들을 안전하게 이동시키는 사람은 없었다.

인간한테 진짜 필요한 것은 무엇인가? 우리는 왜 디자인을 하는가?



Why Design Thinking?

맥킨지 - 세계 최고의 컨설팅 회사로 인정 받는 회사

1990년대 후반 맥킨지는 직접 경영에 시도하였으나, 실패하였다. 자신감과 고정관념이 실패의 원인이였으며, 끊임없이 시도하는 과정이 중요하다는 교훈을 얻었다.

‘경영은 과학이 아니라 실천이다.’

2015년, 맥킨지가 디자인 에이전시 루나를 인수하였다.

컨설팅 회사들은 복잡한 문제해결의 실마리를 찾기 위해 새로운 문제해결 접근법으로서 디자인 회사의 역량이 필요했던 것이며 사람에 대한 이해와 통찰력이 더욱 중요해진 것이다.

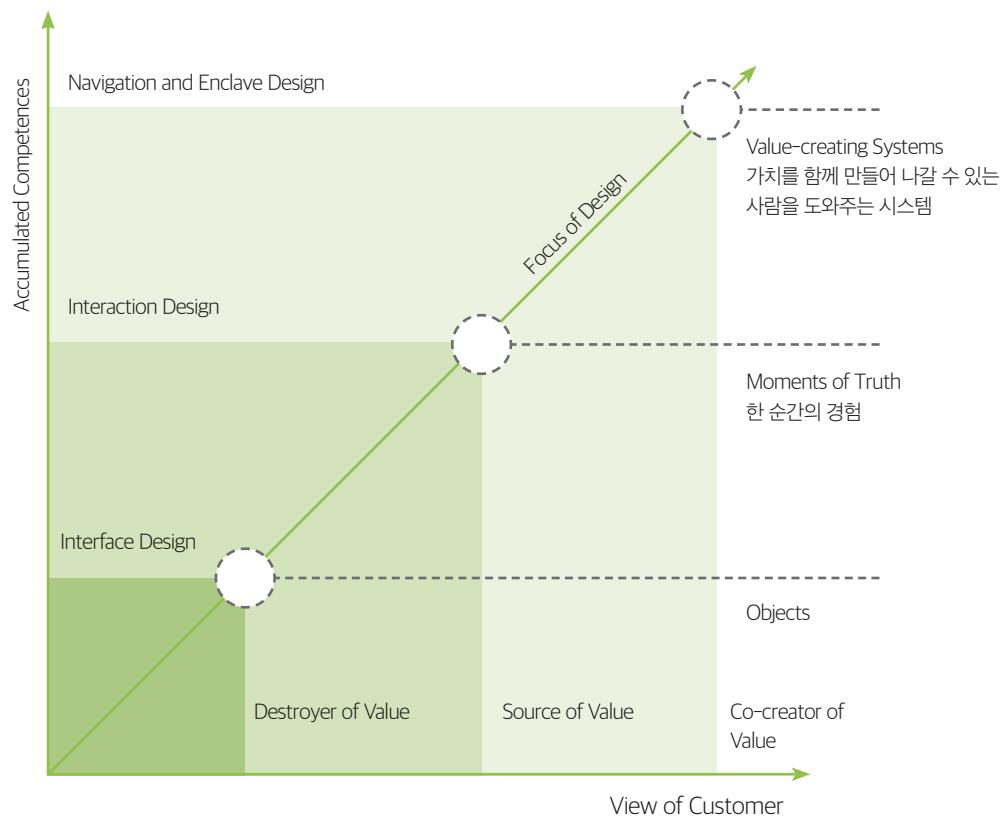


4 디자인사고 필요성 및 방법

고객 관점으로
세상을 재구성하는
디자인사고 필요

- 사람들은 항상 바뀐다. 새로운 눈을 가져라
- 우리 주변을 재구성하는 상상력을 키워라

< 디자인 역할과 영역의 변화 : 시각적 표현에서 경험과 가치 중심의 디자인으로 개념확장 >



*출처 : 라미네즈(Ramirez + Mannervik) Designing value-creating systems Design for services-multidisciplinary Perspectives, University of oxford 2008

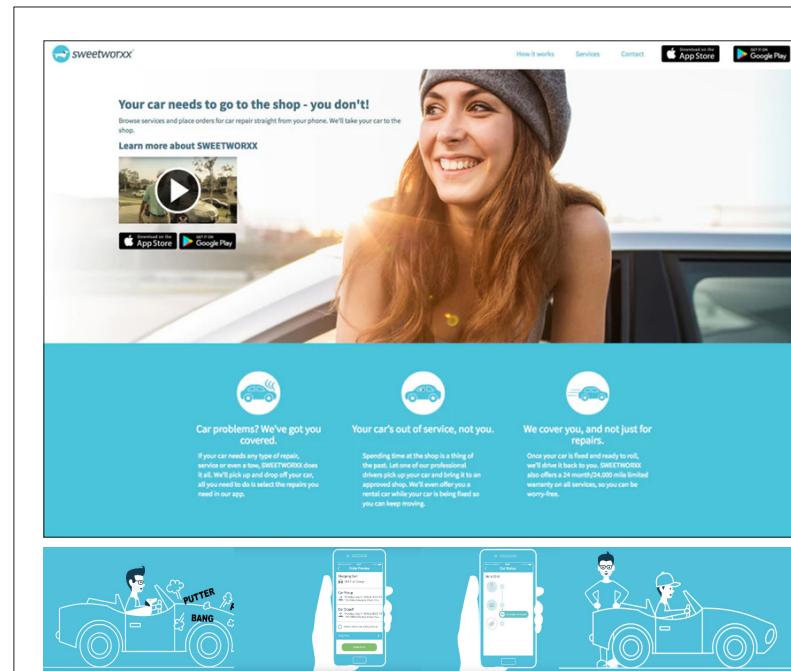
본질적 가치를 생각해라

사람들이 원하는 것은 **세탁**이지 **세탁기**가 아니잖아요. - 백준상 교수, UNIST -

가치/서비스 제품

A Product-Service System can be defined as the result of an innovation strategy, shifting the business focus from designing and selling physical products only, to selling a system of products and services which are jointly capable of fulfilling specific client demands.

*출처 : UNEP, Product-Service Systems and Sustainability: Opportunities for sustainable solutions, 2002



sweetworxx

by IDEO & Bosch

“Your car needs to go to the shop - you don't!”

스마트폰 앱을 통해 정비 서비스를 예약하면 정비소에서 자동차를 픽업해가고 수리가 끝나면 다시 원하는 장소로 돌려준다. 또한 진행상황과 요금 등을 온라인으로 확인 가능하다. 정비가 필요한 것은 '자동차' 이지 '사람'이 아니기 때문에 정비소에 굳이 갈 필요가 없다는 아이디어에서 시작한 것이다.

새로운 시각으로
재구성해라



보르도 TV

Innovation 삼성은 어떻게 디자인 강자가 됐을까

2003년에 에스노그라피(민족지학)방식의 연구를 통해 대부분의 가정에서 TV가 켜져 있는 시간보다
꺼져 있는 시간이 훨씬 많다는 사실에 주목한다.

보르도 TV는 스피커를 하단으로 내리고, TV 모서리를 곡선으로 처리하였으며 디자인은 와인잔을
연상하게 만들어 엄청난 인기를 끌었다.

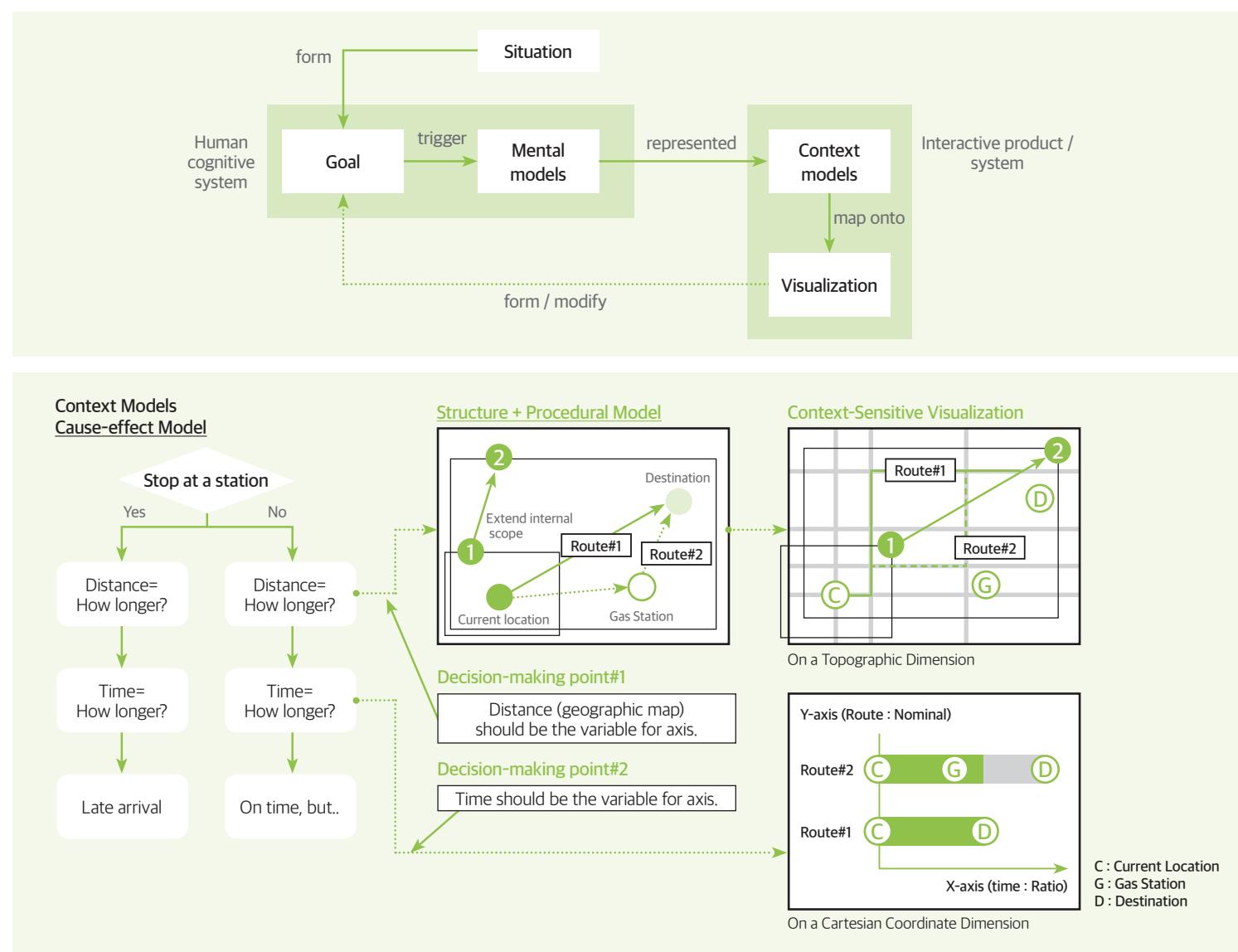
갤럭시 Tab

너무 크다는 반대에 부딪혔으나 문제의 프레임을 재설정하였다.
커버를 닫았을 때 작은 스크린을 통한 새로운 인터랙션을 하는 경험을 주고,
휴대용 다이어리처럼 보이는 효과를 주었다. 대화의 프레임을 재설정하여
성공적으로 론칭하였다.



디자인 R&D가 중요하다

주어진 상황에서 사용자가 그 상황을 이해하고 주어진 문제(Task)를 해결하려는 생각을 Mental model화하여 디자인에 반영해야 한다.



*출처 : 정의철 (2010), Methodology for context-sensitive system design by mapping internal contexts into visualization mechanisms, Design Studies

5 10시간 튜토리얼 소개

디자이너 CEO

디자이너 CEO가 필요한 이유

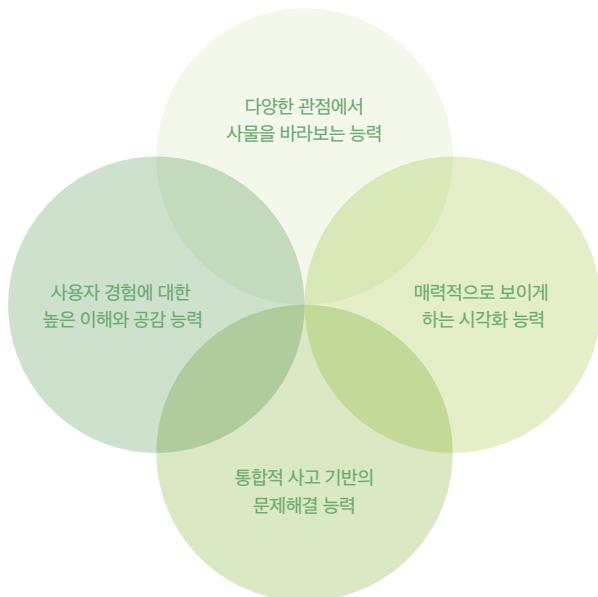
기술적인 측면이 중시되던 '노하우(know how)의 시대'에서 '노필(know feel)의 시대'로 변화

예술주도혁신의 '6E Keywords'

Experience (경험)	Environment (환경)
Energy (에너지)	Ethics (윤리)
Emotion (감정)	Engagement (관계)

▶ '예술주도혁신 이론'에 따르면 기존 기술로는 혁신이 어려움.
예술적 감수성과 창의력이 필요.
따라서 **"예술을 조직의 DNA에 접목시키는 경영인이 미래의 승자가 될 것"**

디자이너 CEO의 특징



디자이너 공동 창업 기업



2005년 플리커(Flickr), 2006년 유튜브(Youtube), 비메오(Vimeo), 2009년 민트(Mint)에 머물렀던 디자이너 공동 창업 기업은 2010년 이후 크게 늘어나 팹(Fab), 텀블러(Tumblr), 인스타그램(Instagram) 등 27여 개의 회사가 설립



IDEO 인간중심 디자인툴킷



1. 결과물을 물리적/시각적 실체로 오해

- 멋진 물건을 만든다.
- 다양한 기능을 복합적으로 넣는다.
- 예쁘면 모두가 살 것이라고 생각한다.

2. 대상 시장/고객과 제품 사용자의 불일치

- 행복을 생각해야 한다
- 롱테일 마켓과 스타트업의 특성
(한사람을 만족시켜라)
- 의미/스토리를 발굴해라
- 경험을 머리 속에 오래 남는다.

3. 고객 관점으로 세상을 재구성하는 디자인사고 필요

- 사람들은 항상 바뀐다. 새로운 눈을 가져라
- 우리 주변을 재구성하는 상상력을 키워라

Prototyping

Role Playing 등을 통한 경험·서비스 개념 이해 /
Story Telling

공감기반 퍼소나 구성

인터렉션의 의미 이해를 통한 퍼소나와
제품·서비스 컨셉 연결

저니맵을 통해 사용자 경험

퍼소나에 기반한 현재 제품·서비스 재구성 및
컨셉 연결

< A팀 >

- 1 회차 : 프로그램 주제 강연 (2h)
- 2 회차 : Persona / Ideation (2h)
- 3 회차 : Customer Journey Map (3h)
- 4 회차 : LEGO Serious Play & Wrap-up (3h)

< B팀 >

- 1 회차 : 프로그램 주제 강연 (2h)
- 2 회차 : Persona / Ideation (2h)
- 3 회차 : LEGO Serious Play (3h)
- 4 회차 : Service Blueprint & Wrap-up (3h)

2 Overview 2 : 사물이 아닌 행위를 디자인해라

※ 해당 내용은 서울대학교 정의철 교수의 강의 자료를 편집한 것입니다.

1 Theme : FOOD



Marje Vogelzang
eating designer

먹는 것을 디자인하지 않고
먹는 것을 둘러싼 행위를
디자인한다.

먹는 경험 디자인의 4요소

1. 기획의도

지역에서 나는 음식물을 “사냥”하거나 “구해” 와서 그 재료들을 모아
셰프가 요리를 만들어 나눠먹는 음식 모험 프로젝트

2. 먹는 음식 자체

4코스(풀코스) 메뉴로서 재료가 참석자에 따라 달라지는 정해져 있지
않는 즉흥적 메뉴

3. 그것이 만드는 분위기

즉흥성이 가져오는 흥분/매력

4. 그 ‘특별한’ 경험

본인에게 할당된 재료의 근원을 알아가고 자신만의 독특한 해석을
더하는 재미

(참석자에게 재료에 대한 추상적인 설명과 재료를 “사냥”할 수 있는 가이드 라인이
적힌 쪽지가 담긴 특별한 에코백이 주어진다. 예: 푸르다, 잎이 무성하다, 쓰다 등)

feed love tokyo



Volume

사람은 먹는 양을 눈으로 보고 시각적으로 판단한다는 이론을 이용하여 그릇에 부피감 있는 오브젝트를 더해서 덜 먹게 해주는 프로젝트.



VEGGIE BLING BLING

야채를 먹기 싫어하는 아이들을 위해 야채를 팔찌, 반지 등 여러가지 액세서리처럼 만들어 갖고 놀게 하여 거부감을 없앰. 이후에는 샐러드 등 음식에 이용할 수 있음.



SHARING DINNER

네덜란드의 Droog Design의 의뢰를 받고 새로운 경험을 주는 크리스마스 디너 디자인. 늘어뜨린 천 사이로 얼굴과 손만 내밀고, 옷을 가리고 서로의 신분이나 차림새를 보지 못하게 하며 평등하고 서로 연결된 느낌을 갖게 해 서로 음식을 나누는 것에 거부감을 없앰.



Proef

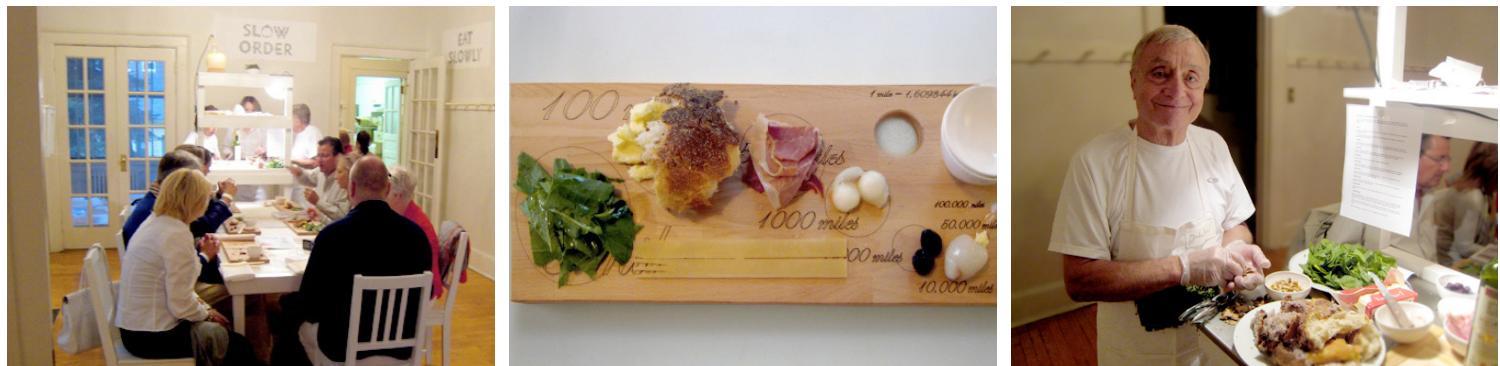
Marije Vogelzang이 운영하는 디자인 스튜디오로 시작하여 여러가지 실험적인 식사 컨텐츠를 제공하는 장소로서 이용됨. 평소 친근한 분위기를 조성하고, 담요와 바구니를 제공하여 가까운 공원에서 풀밭에 앉아 먹을 수 있게 함.

셰어링에 초점을 두어, 모든 음식은 타파스처럼 작게 조리되어 나눠먹기 편하게 되어있고, 수프도 주전자로 서빙됨.



GO SLOW Cafe

Droog의 팝업 레스토랑. 밀라노, 도쿄, 로테르담, 런던, 뉴욕에 개점. 노인들이 직접 모든 음식을 만들고 서빙함. 음식들은 모두 손으로 짜고, 누르고, 섞는 과정으로 만들며 손님들이 앉은 테이블에서 이루어짐.



DANS LE NOIR

ENJOY A UNIQUE HUMAN AND SENSORY EXPERIENCE. WELCOME TO A WORLD OF SENSE!

사업가 에두아르 드 브로글리가 시각장애인을 위한 폴 귀노 재단의 지원으로 개점한 레스토랑.

폴 귀노 재단은 90년대 여러가지 시각장애인들의 불편함을 체험하게 하는 이벤트를 열었지만 적자만 보고 있었음. 하지만 에두아르 드 브로글리가 이러한 컨셉을 레스토랑에 적용하는 사업을 제안하여 수익을 창출하게 됨. 사람이 눈에 보이지 않기 때문에 어떤 예상이나 편견이 없기 때문에 한 번도 만난 적 없는 사람들의 목소리를 친근하게 느끼게 해주고, 어둠 속에서의 불안도 가시게 해줌. 식사가 끝난 후 메뉴를 보여주면, 시각적인 정보가 없는 상태에서 먹었던 음식을 전혀 다르게 느끼고 깜짝 놀라기도 함. 시각장애인 고용창출과 수많은 자선 단체들과 협력하여 사회 공익적 사업을 진행하기도 함.



달콤한 발자국



2015년 2학기 기초제품디자인2 - 웨어러블 디자인 프로젝트. 지도교수 정의철. 디자인 윤요섭.

달콤한 발자국

sweet footprints

72x42x83, 40x45x104, 83x41x83, 65x53x82 (mm)
plastic, alias, 3D printing



CONCEPT : SMALL FUN LINK BETWEEN US

“카페에서 커피를 시켜는데 커피잔과 ‘꼴이 짹난걸’이 나온다니?”
이 아이디어는 파우더 슬기에서 눈을, 마스코바도에서 모래를 연상한 데서 시작했다. 마치 모래장을 하듯이 설탕을 갖고 놀 수 없을까? 신발을 손가락에 가워서 발자국을 찍고, 손으로 퍼서 커피에 넣어 먹는다면 재밌을 것 같았다.
너무 친해서, 너무 오랜만에 봐서, 처음 봐서 할말 없는 사이에 할말이 생기는 제품, 정말 끔모같아 보이는데 뭇간디게 기아운 제품, 아무 생각없이 계속 만지작거릴수 있는 제품, 사건 봐고 싶어서는 제품을 만들고자 했다.
이 작은 장난감이 우리를 사이에 차지한 재밌는 연결고리가 되기를 바란다.

FEET & FOOTPRINTS



Dining Toys collection

Roxanne Brennen

네덜란드의 아인트호벤 디자인 아카데미 졸업생인 Roxanne Brennen이 디자인한 Dining toys Collection은 여러가지 접시와 테이블웨어들을 디자인하여 그것으로 음식을 장난감 처럼 갖고 놀며 먹도록하고, 특이한 모양의 접시에 놓여진 음식들을 훑어먹는 등 센슈얼한 행위를 하게 함으로써 음식에 대한 감각적 경험을 유도.



2 Theme : HEALTH / HOSPITAL

정형외과 외래 진료실

지경부, 산기평, KIDP / 사이픽스 / 2012

목적 : 지역거점병원 정형외과 외래진료실 서비스 개선

방법 : Service safari, Shadowing, In-depth Interview



Core value

김승범 의사
제너럴 닥터

병원인테리어

노미경 대표
㈜ 위아카이

의료가구

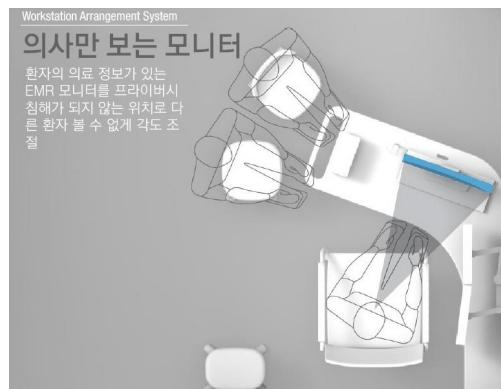
공석만 팀장
파시스 케어 사업부

운영진

이왕준
명지병원 이사장

IT융합

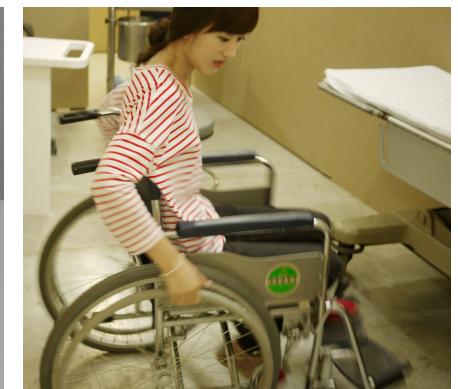
정지훈 박사님
명지병원 IT융합연구소장



< Solution - 공간 디자인 >



< Solution - 가구(제품) 디자인 >



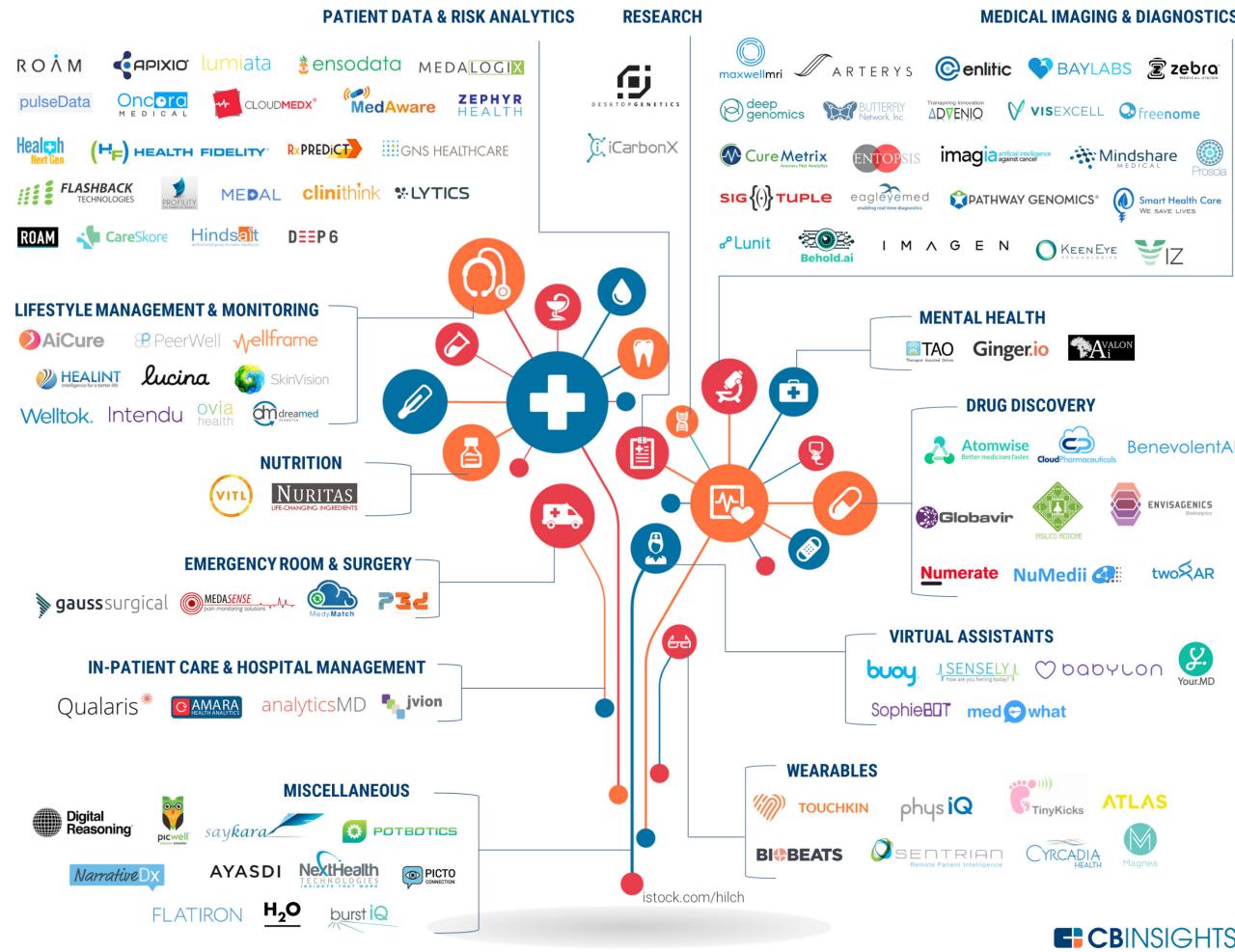
< Verification - Real scale prototyping >

⇒ 환자의 관점으로 공간, 가구를 디자인하고 실제로 실험을 통해 디자인을 검증해냄

106 STARTUPS
TRANSFORMING
HEALTHCARE WITH AI



106 STARTUPS TRANSFORMING HEALTHCARE WITH AI



⇒ 106개의 스타트업이 AI로 헬스케어 사업을 운영중

*출처 : <https://www.cbinsights.com/blog/artificial-intelligence-startups-healthcare>

An enterprise grade Data-as-a-Service for risk-bearing organizations.



Health Plans

Improve your top and bottom lines with precise disease predictions that pinpoint your highest risk members for risk management.



ACOs

Code more accurately, and capture and report your Quality Measures earlier, to operationalize value from risk-sharing agreements.



Partners

Integrate the Lumiata Matrix Suite to help your clients contain costs, minimize risk, improve quality and deliver more targeted care.

AI for Data Preparation : Reduced data latency.

We integrate disparate sources of data in a variety of formats, including claims, labs, EHRs and more, to create a more accurate and enriched longitudinal member record.

AI for Prediction : Improved data accuracy.

By combining data science and medical science, our predictive AI produces more accurate results to inspire confidence, while continuously learning and improving with each new dataset.

AI for Engagement : Faster time-to-action.

Our Clinical Rationale provides the medical reasoning behind every prediction, driving better and more efficient engagement with clinicians to inspire action and intervention.

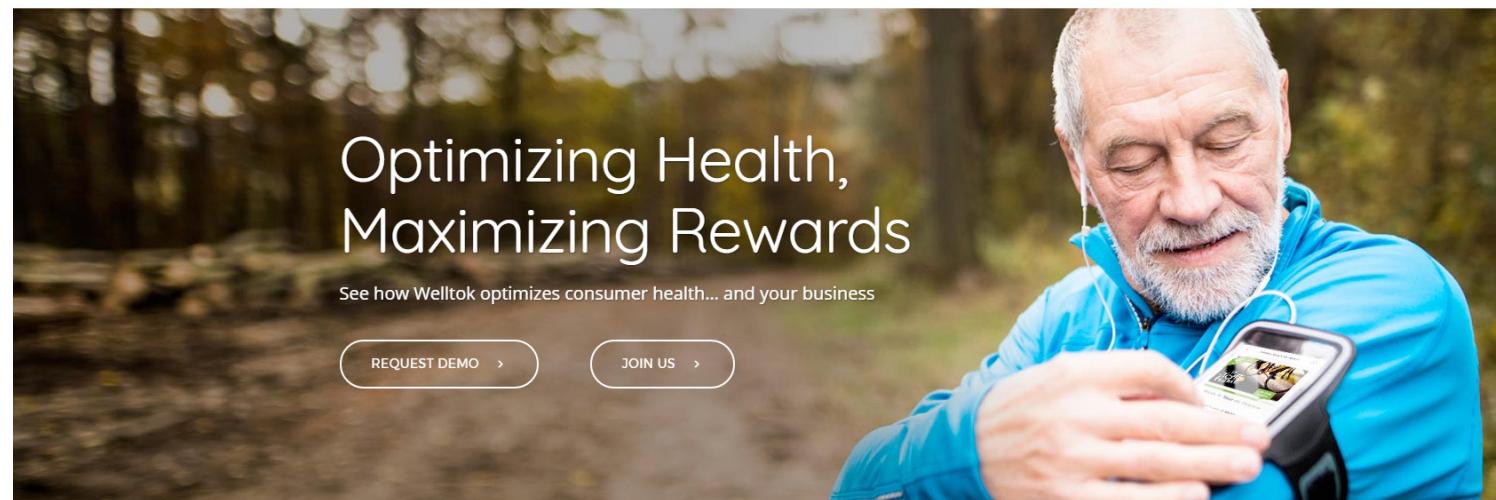
⇒ AI로 개인의 건강지도를 작성해 질병을 예측하는 근거 제공

*출처 : www.lumiata.com

Lifestyle Management &
Monitoring
- Welltok

Welltok. Optimizing Health,
Maximizing Rewards.

About Platform Services Markets Resources Blog



Engagement



Analytics



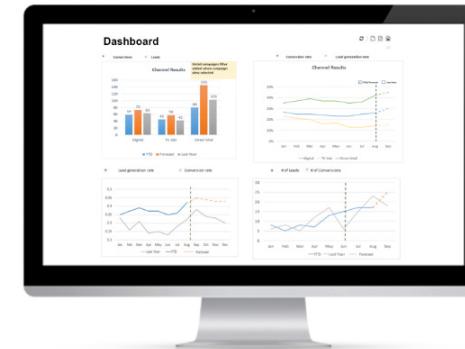
Rewards



Ecosystem

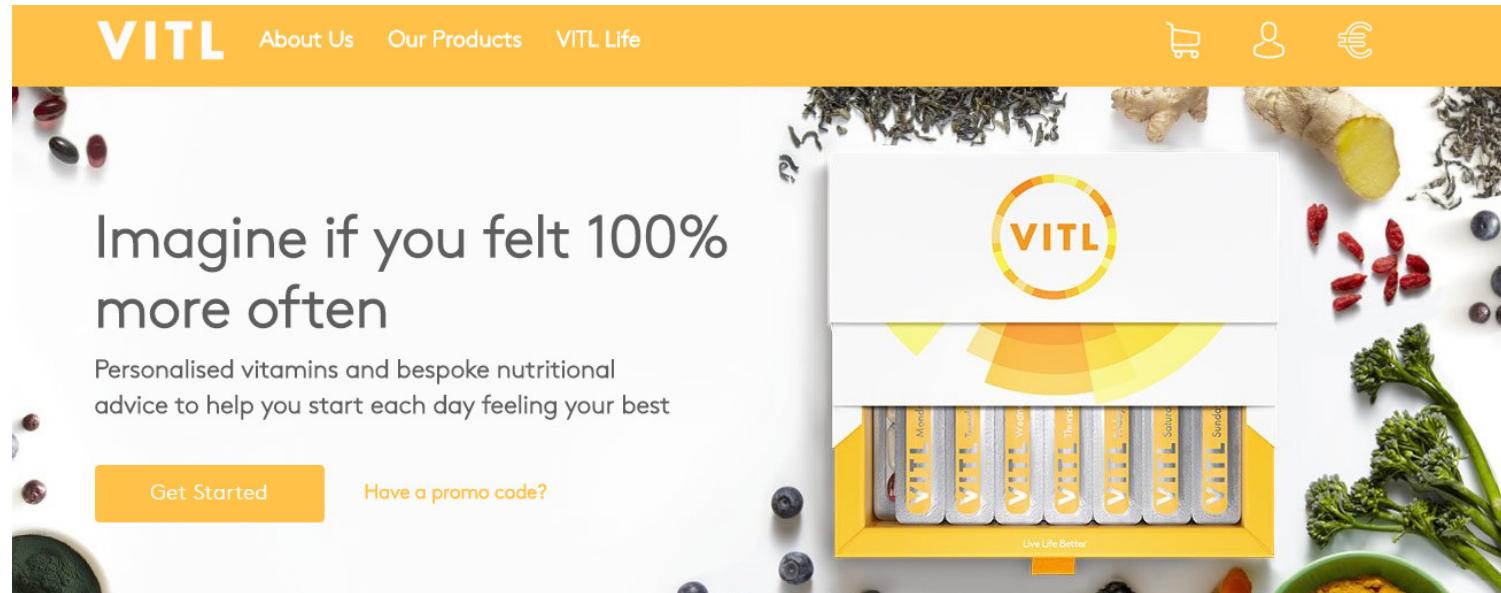


Proserv



⇒ 빅데이터를 통한 건강관리 프로그램 제공

*출처 : <https://welltok.com/services>



VITL About Us Our Products VITL Life

Imagine if you felt 100% more often

Personalised vitamins and bespoke nutritional advice to help you start each day feeling your best

Get Started Have a promo code?

How It Works



Choose Your Plan

Select the product and format that's right for you



Save Every Time

Save up to 30% compared to buying your vitamins individually

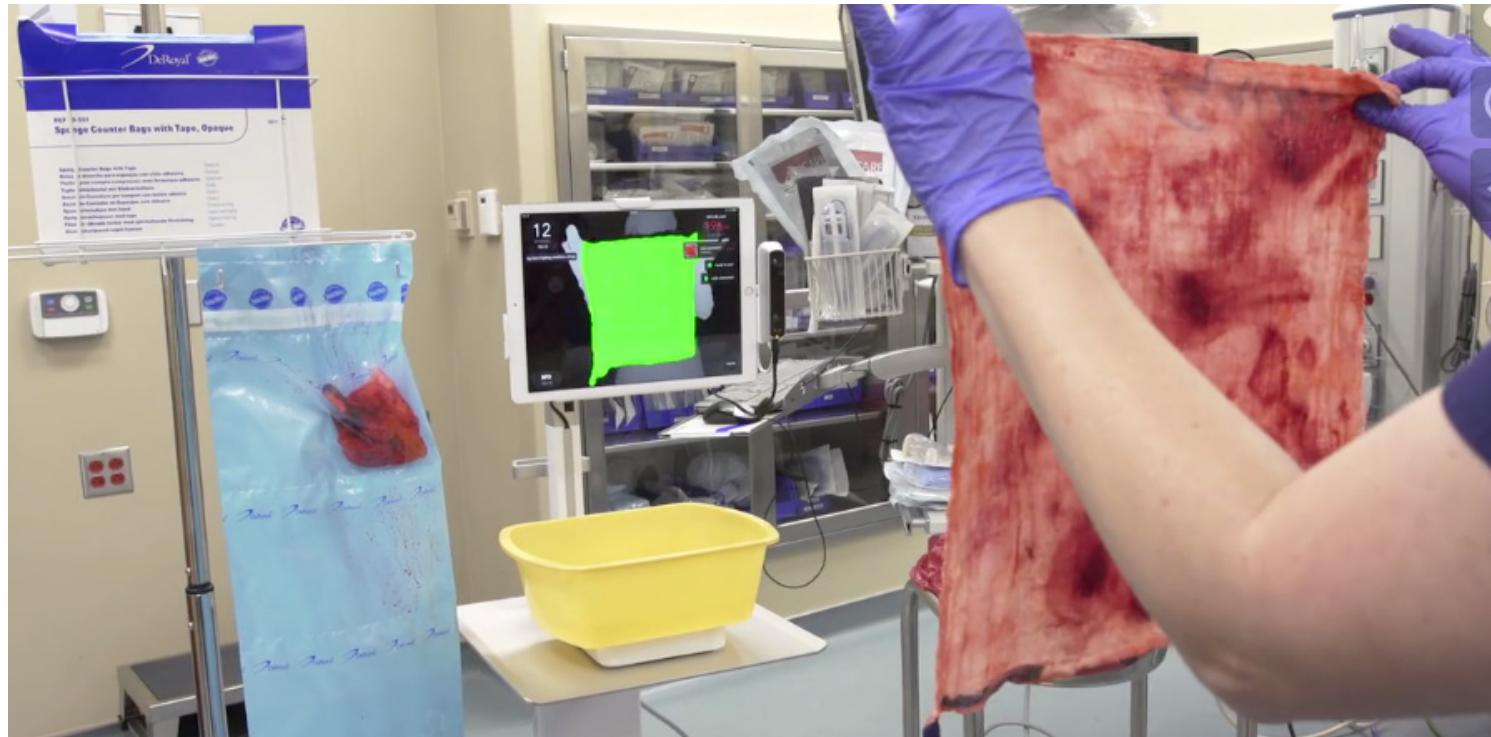


You're In Control

You can update or cancel your plan whenever you want

⇒ 본인 건강정보를 통해 맞춤형 영양제 제작·공급

*출처 : <https://vitl.com>



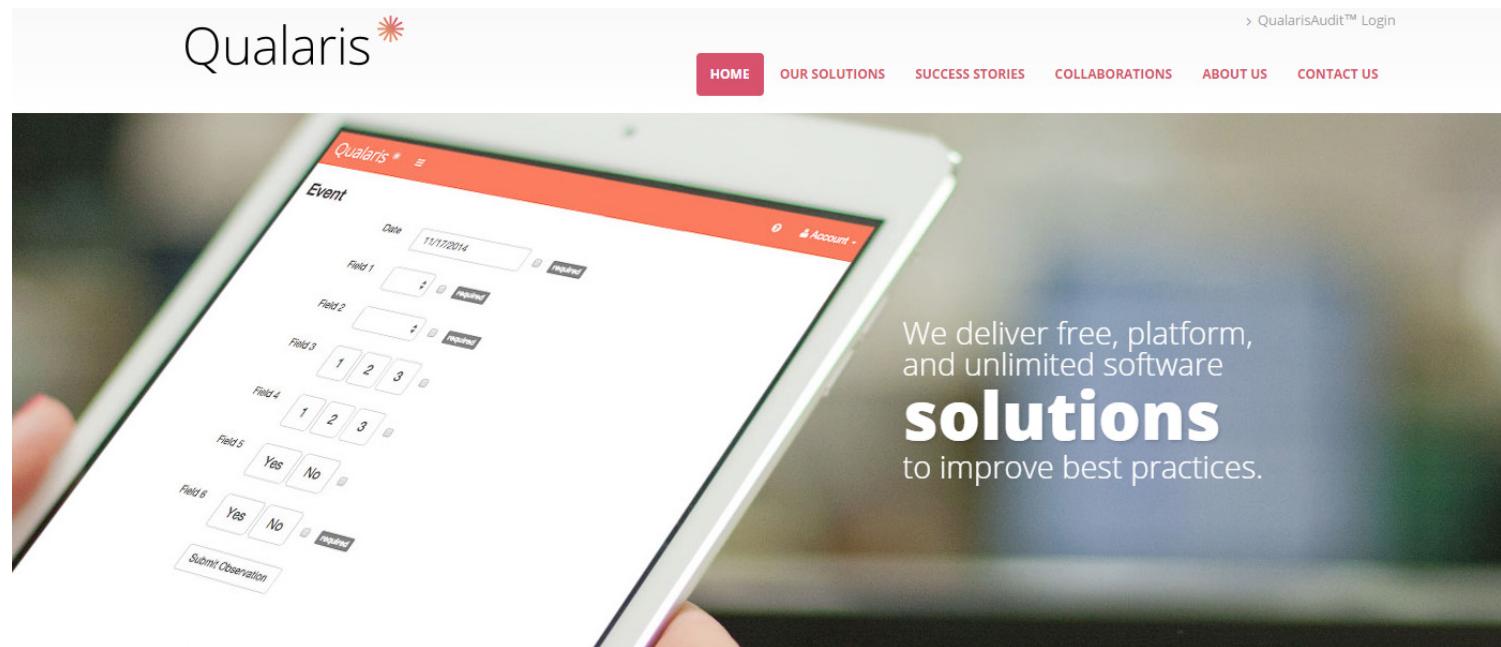
A comprehensive solution for obstetrics departments

Triton OR⁵ is an FDA cleared system that enables real time monitoring of surgical blood loss, integrated into the workflow of the operating room. Triton accurately estimates blood content independent of non-sanguineous fluids on sponges and suction canisters by applying a proprietary algorithm to images captured by an iPad.

⇒ 혈액 모니터링을 통해 수혈에 관한 의사결정을 도움

*출처 : www.gausssurgical.com/

In-patient Care & Hospital Management
- Qualaris



The image shows the Qualaris website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, OUR SOLUTIONS, SUCCESS STORIES, COLLABORATIONS, ABOUT US, and CONTACT US. The HOME link is highlighted with a red box. In the top right corner, there is a link to 'QualarisAudit™ Login'. The main content area features a large image of a mobile device displaying a form titled 'Event'. The form includes fields for 'Date' (11/17/2014), 'Field 1' (with a required indicator), 'Field 2' (with a required indicator), 'Field 3' (with three sub-options 1, 2, 3), 'Field 4' (with three sub-options 1, 2, 3), 'Field 5' (with two sub-options Yes, No), and a 'Submit Observation' button. To the right of the mobile device image, there is a promotional message: 'We deliver free, platform, and unlimited software **solutions** to improve best practices.'

At Qualaris, we deliver secure, cloud-based software for **improving best practices** in healthcare

Our responsive, mobile tools allow you to collect data on compliance with best practices throughout a healthcare organization to focus on driving improvement efforts. The result is less paper, huge time savings, more accountability, and better patient care.

QualarisAudit™

QualarisAudit™ is a secure, cloud-based software platform for improving best practices in healthcare. Responsive, mobile tools work across many applications to create massive efficiencies.

⇒ 환자를 소프트웨어 클라우드를 통해 관리

*출처 : <http://qualaris.com/>

CRISPR GENOME EDITING MADE EASY

Desktop Genetics walks you through every aspect of your genome editing experiment, guiding you from design to data and allowing you to fully realize the utility of CRISPR technology.

AI-POWERED GENE EDITING FROM DESIGN TO DATA

Whether you are manipulating a single gene or a hundred pathways, our specialists have the latest expertise in CRISPR to help you with anything from designing guides to analyzing and interpreting your data.



DESKGEN CLOUD

Everything you need to get started using CRISPR in your lab

- Easily design efficient guides for knockout and knockin
- Compare 10 sgRNA design parameters in Guide Picker
- Design guides for dozens of reference genomes
- Adjust donor length and symmetry to introduce SNPs
- Private servers available for custom strains or cell lines

CRISPR LIBRARY SERVICES

Your cells | Your targets | Your experiment

- Custom library design of any size and complexity
- Design the right sgRNAs targeting any gene or regions
- Have your library manufactured by our trusted partners
- Dedicated in-house gene editing bioinformatics support
- Take your CRISPR experiment from design to data

CRISPR GENOTYPING

High-throughput analysis & followup validation

- Improve sgRNA design with NGS genotyping before editing
- Validate edits with targeted & multiplexed deep sequencing
- Verify all edits for genotype-phenotype association
- Support from in-house bioinformaticians for expert analysis
- Ensure standardized and reproducible CRISPR experiments

⇒ 생물학자들이 어떤 종이나 세포의 유전자든 컴퓨터에서 편집해볼 수 있게 하는 소프트웨어

*출처 : <https://www.deskgen.com/landing>

Medical Imaging &
Diagnostics
- **imajia**



Our Artificial Clinical Intelligence Platform enables us to provide critical information and timely imaging insights for primary tumors and metastasis for each cancer patient thus personalizing their cancer care continuum.

Deep Radiomics™ — uniting radiomics and deep learning — utilizes existing routine clinical imaging data to discover robust imaging biomarkers that predict cancer patient outcomes.



Artificial Clinical Intelligence

Imajia has built an end-to-end Artificial Intelligence (AI) driven imaging biomarker discovery and validation platform upon advances in unsupervised learning and AI safety.



Deep Radiomics

Imajia's Deep Radiomics solution uniquely leverages advances in deep learning to address the specific AI challenges of patient data hetero-modality and disease progression.

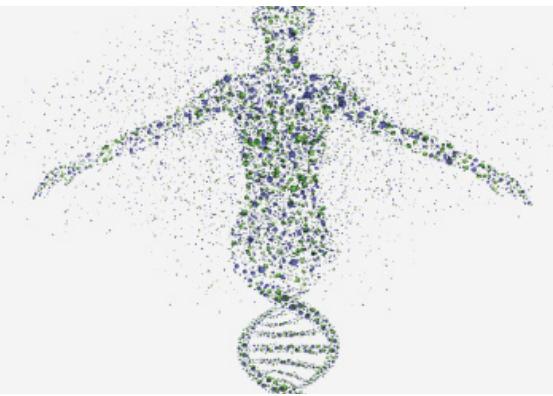
⇒ AI로 개인 의료 서비스 제공

*출처 : <https://www.imajia.com>



Your DNA will guide you

DNA holds the blueprint to how your body responds to the world around you. Because you're unique, the traditional "one-size-fits-all" approach simply doesn't work. Together, we'll uncover your personal path to a healthier lifestyle.



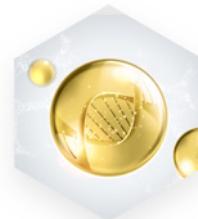
A lifetime of insight...

We start by mailing you an easy-to-use collection kit with prepaid postage. Then we process your sample in our CAP accredited lab. In less than 6 weeks, your results will be available.



1. Collect Sample

Collect your DNA at home with our easy-to-use cheek swap.



2. Analyze DNA

We analyze your sample and build your genetic profile.



3. Get Your Results

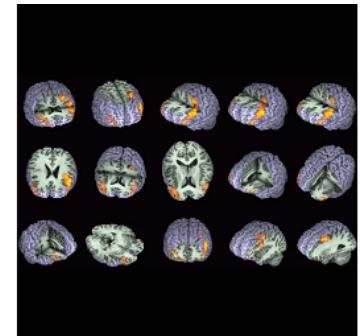
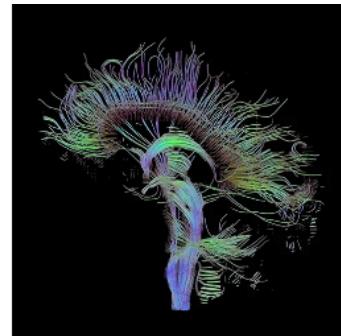
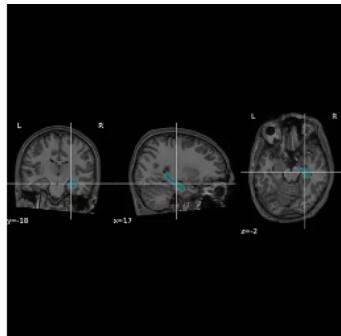
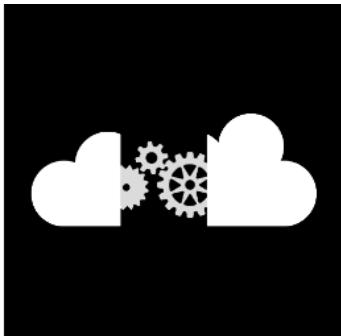
Read your results and begin your journey.

⇒ 의사처방중심 서비스 (5만 여개의 유전자를 중심으로 서비스 시행 / 앱을 통해 유전자 서비스 이해를 높임 / 유전자에 따른 맞춤 식단, 비타민 권고)

*출처 : www.pathway.com

Our founding mission is to accelerate the development of a cure for ageing.

Product: Automated cloud-based analysis for structural, diffusion and functional MRI scans



Fast Cloud-based Analysis

You upload your scans to our secure HIPAA-compliant server, and 30 minutes later you receive a report containing measurements and visualisations that are relevant to you.

Structural Imaging Report

We process your structural MRI scans to measure the volumes of important cortical (e.g. grey matter), sub-cortical (e.g. hippocampus) and fluid-filled (e.g. inferior lateral ventricles) regions. We compare the measurements to a normative population to help assess the cause and magnitude of brain atrophy.

Diffusion Imaging Report

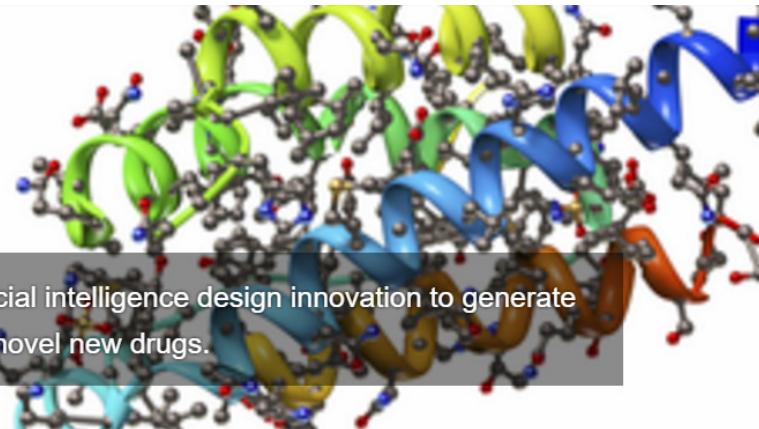
We provide white matter tractography (3D visualisation) and we automatically measure functional anisotropy and mean diffusivity. This will facilitate neurosurgery planning and help identify white matter pathologies.

Functional Imaging Report

We automatically analyse functional MRI scans (task-based and resting-state). This will improve the accuracy of neurosurgery planning and help identify various brain abnormalities.

⇒ 노화를 위한 치료법 개선 / MRI 스캔을 통한 자동화된 클라우드 기반 분석

*출처 : avalonai.strikingly.com



Cloud-based Drug Design and Development

Cloud Pharmaceuticals is committed to improving health and well-being through the computational design and rapid development of new therapies. Our proprietary design process combines artificial intelligence (AI) and cloud computing to search virtual molecular space and design novel drugs. These drugs are excellent candidates for further development and have novel composition of matter IP. The process enables faster drug development progress at lower cost and a higher success rate and better targeting of hard-to-drug indications.

Technology

Cloud Pharmaceuticals delivers novel molecular designs of ligands to your druggable targets using our Quantum Molecular Design process deployed on cloud-based high performance computing platforms. The process is run by Cloud Pharmaceuticals' experts in a high-throughput production environment and has three components :

- An artificial Intelligence search of virtual chemical space
- Highly accurate binding affinity prediction
- Chemical property filters for drug-like properties, safety, and synthesizability

⇒ 인공지능을 통한 신약개발

*출처 : www.cloudpharmaceuticals.com

Background

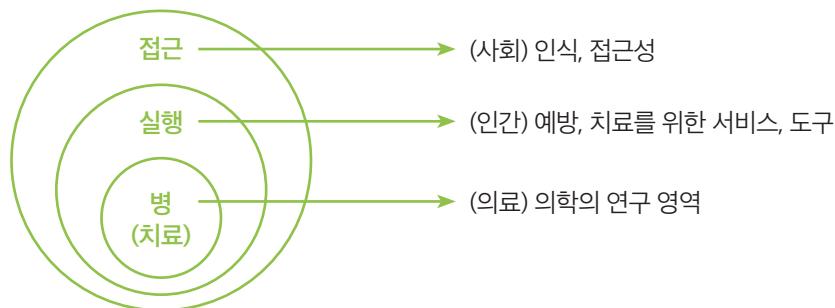
디자인은 사용자와의 공감을 통해, 정보와 지식을 창의적으로 해석하고 디자인을 통해 인간 삶의 행태와 문화를 만들어 가는 것.

2019년부터 하버드 의과대학의 교과과정이 “이론 기초 > 이론 심화 > 실습”에서 “이론 기초 > 실습 > 심화 탐구”로 바뀜. 의사는 의사와의 관계 경험을 축적하여(컴퓨터와 인공지능이 제공할 것으로 예상되는) 의학 지식을 잘 활용하여 의료-인간-사회적 관계를 이해하여 새로운 정보와 지식을 입력하는 전문가가 될 것임.

Last Mile Problem: 많은 의학적, 기술적 연구와 해결책이 존재함에도 여전히 사람들은 이 혜택을 제대로 이해하지 못하거나, 활용하지 못하고 있음. 사람들을 이해하고, 의학적, 기술적 성과를 활용할 수 있는 디자인 연구가 필요함(참고: https://www.ted.com/talks/sendhil_mullainathan). 예를 들어 당뇨를 극복할 수 있는 인슐린이 있지만 여전히 75%만 투약하여 설명하거나 간을 앓고, 설사는 탈수로 인한 죽음을 유발하여 여전히 많은 30~35%의 인도 여성들은 ‘구강수분보충염’ 대신 물을 많이 먹고 있는 사례가 발생함.

Understand People

서울대학교 의과대학도 진료 우선의 철학으로 환자를 진료하고 있으나, 한 차원 높은 의료서비스를 위해서는 환자와의 교감에 대한 고민이 필요한 것으로 생각됨



디자인학부 및 공대, 경영대 학생들이 실제 사용자(환자 등)와의 대화를 통해 공감 능력을 향상하고 이를 바탕으로 디자인 해결안을 제시하는 능력 향상. 실제 서울대 학생들이 책상에 앉아서 지식을 습득하는 것에 더 익숙한 것이 문제임. 특히, 디자인은 경험적 지식이 중요하므로 이 수업을 통한 역량 향상을 목표로 함.

3 주요 성공 사례

McDonald's



Denis Weil
Vice President Innovation
and Concept



Julia Vander Ploeg
Vice President of digital in US

1999년 맥도날드는 디자이너들이 새로운 아이디어를 시험할 수 있는 이노베이션 센터 건립.

Prototyping

새로운 키친 디자인과 레스토랑 레이아웃들을 프로토타이핑하여 진짜 고객들이 시뮬레이션에 참여하여 테스트하도록 함.

Digital

디지털 시장에서의 서비스를 위해 노력. e-commerce, service delivery and digital content 분야.

모바일 주문-고객이 McDonald's에 언제 어디서나 연결하여 주문할 수 있도록 물리적 경계선을 제거함으로써 고객과 상호 작용하는 방식을 혁신.
music and entertainment 고객에게 디지털 뮤직과 엔터테인먼트 콘텐츠 제공 위한 서비스 고려중.

해피밀 세트

동화책과의 콜라보레이션.

- 아동 서적 전문 출판사 'Kids Can Press'와의 협업, 맥도날드 캐나다는 해피밀 세트에 2권의 동화책을 포함시킴
- 고객이 원하는대로 장난감과 책 중에 하나를 고르면 됨
- 부모에게도 친화적인 브랜드가 되고자 노력



해피고글

- 스웨덴서 해피밀 상자를 이용해 가상현실을 체험할 수 있는 '해피고글' 첫 선보임
- 상자에 렌즈끼워 스마트폰서 체험
- 가상현실 스마트폰 게임 '슬로프 스타스' 개발도 진행



Food Design

- 밀라노 공대는 푸드 디자인 학위과정을 개설함
- 식품 분야와 관련 분야의 기업의 혁신 목적
- 음식 디자인에서 브랜드 정체성과 디자인에 이르기까지 광범위하고 총체적인 방식으로 식품의 영역에 디자인을 적용

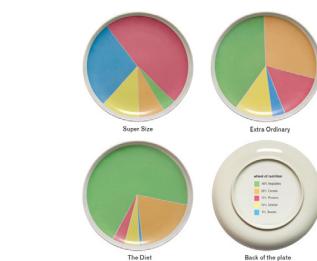
< SPD의 졸업생 작품들 >



Alessandro Stabile과 Isaac Piñeiro Kostantia Manthou | Kira bakeware



wheel of nutrition for HAF | Rui Pereira / SPD Alumni



The Lapin Kulta Solar Kitchen Restaurant | Milan, Stockholm and Helsinki



*출처 : <https://www.dezeen.com/2014/11/25/milan-universities-ilum-spd-design-school-launch-food-design-masters-degree/>

Food Revolution

제이미 올리버와 food revolution 그룹의 캠페인

설탕 음료의 소비를 줄이고, 건강 식품을 더 쉽게 구입할 수 있게 하고, 정크 푸드 마케팅에서 어린이를 보호. 라벨링을 명확하게 하여, 음식에 대한 교육을 어린이와 성인을 대상으로 하는 것을 목적으로 함.



A LOVE LETTER TO LONDON
런던시장에게 런던시민들이 건강
식품을 싸고 쉽게 구입할 수 있는
정책을 펴도록 트위터 보내는
캠페인



건강한 레시피 가르치기,
학교의 급식의 건강한 제공 캠페인
정크푸드 마케팅 반대 캠페인



Dinner in the Sky

Dinner in the Sky는 벨기에에 기반을 둔 새로운 레스토랑 서비스로 크레인을 사용하여 식당, 테이블 및 직원을 150 피트 높이로 올려 서비스를 제공함. 2007년, 마케팅 및 통신 회사의 소유자인 David Ghysels는 벤자 점프 주최자인 Stefan Kerkhofs와 파트너 관계를 맺고 Jeunes Restaurateurs d' Europe 협회의 공중 기반 저녁 식사를 이벤트식으로 진행함. 그 직후 Ghysels와 Kerkhofs는 전세계 사람들로부터 공중 저녁 식사 개념을 재현하자는 연락을 받았고 마침내 두 사람은 그들의 생각을 프랜차이즈하기로 결정함. Ghysels는 “조금 초현실적이지만 우리는 사람들이 똑같은 구식 레스토랑에 가서 지루해한다는 것을 깨달았고 뭔가 다른 것을 시도하기를 원했기 때문에 경계를 넓히기로 결심했다. 하늘이 한계다”고 말함.



현대카드 COOKING LIBRARY

맛을 경험하는 다양한 방법을 제안하면서 새롭고 흥미로운 대화에 불을 지피고자 제안한 공간.

새로운 레시피를 탐색할 수 있는 도서관이자 미식의 즐거움을 한껏 누리게 해주는 레스토랑이며, 직접요리 과정까지 체험하도록 돋는 친절한 주방임. 종이책에만 납작하게 간하지 않는 입체적이고 공감각적인 경험을 제공하는 공간.



Takeout Drawing

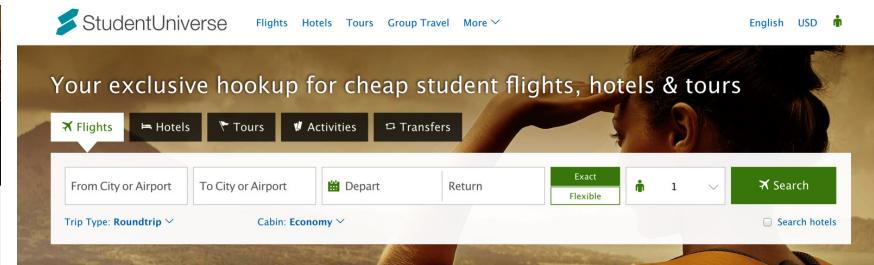
문화공간을 그 자체로 “자가발전” 시키기 위한 새로운 방식의 브랜드. 예술가들을 테이크아웃드로잉으로 초대해 작업을 준비할 수 있는 “카페 레지던시 Cafe Residency”의 기회를 제공. 역사 속 많은 카페들이 예술가들의 작업구상의 중요한 장소이자 토론장이었듯이, 방문자들은 카페 레지던시에 참여하는 작가의 작품세계 속에서 함께 커피와 차를 마시며 동시대 현대미술의 목격자가 됨. 멤버들이 함께 일하는 공동체가 되며, 카페의 손님들은 현대미술을 경험하고, 그에 따른 수익금은 작업을 발표하는 예술가들에게 지원.



STUDENT UNIVERSE

학생들 대상 여행 예약 사이트/블로그

사용자가 누구인지 분명히 알고 그들의 필요를 충족시켜줌. 학생의 생활 방식을 근본적으로 이해하고 그들에게 최고의 거래를 찾는데 전념. 특정 고객, 특정 마인드를 위해 설계됨. 해외에서 쉽게 공부하는 방법, 해외 친구 사귀기, 추천할 만한 해외 자원봉사 등의 이야기로 블로그 운영.



RIMOWA Electronic Tag

세계 최초로 시도 되는 디지털 수하물 체크인 시스템. 리모와 여행가방과 'E Ink®'(전자 잉크) 디스플레이가 탑재된 'Electronic Tag(전자 태그)', 그리고 항공사 앱으로 구성 되어 있으며, 이를 활용하여 여행자들은 집에서나 이동 중에 간편히 티켓팅 및 수하물 체크인을 할 수 있음. 또한, 라벨 기능 외에도 이용자 본인이 원하는 사진, 이니셜, 이모티콘을 디스플레이 할 수 있는, 프로필 설정 기능도 주목할만한 기능임.

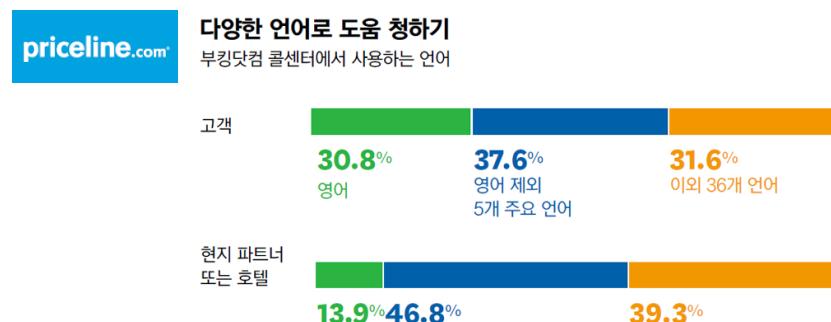


Priceline 고객서비스

프라이스라인 CEO는 어떻게 42개 언어 고객서비스센터를 만들었나?

42개 언어로 24시간 고객 상담전화에 응대하는 일은 인력 수급과 관리 측면에서 큰 과제지만, 프라이스라인 그룹의 부킹닷컴 브랜드는 그럴 만한 가치가 있음을 발견함.

‘우리는 서비스센터가 고객 경험의 매우 중요한 부분이라고 생각한다. 만일 고객의 여행에서 어떤 일이 잘못됐을 때 그것을 우리가 해결해줄 수 있다면 그 고객은 우리의 평생 고객이 될 것이라 믿는다. 이는 우리의 데이터가 증명하고 있다’ - Darren Huston



Skyteam

원활한 여행 경험을 위하여 이용하는 항공사나 상용 고객 프로그램에 관계없이 간편한 공항수속을 제공하고, SkyPriority를 통하여 전 세계 1,000여개 공항에서 우선 서비스를 누릴수 있음. 스카이팀은 대한항공을 비롯하여 아에로멕시코, 에어프랑스, 델타항공 등 세계 유수의 항공사들이 2000년 구축한 국제 항공동맹임. 현재 20개 회원사가 가입해 광범위한 노선망을 구축, 전세계 178 개국 1,064개 도시로 매일 15,723편 이상의 항공편을 운항하고 있음. 고객을 위한 서비스로는 스카이팀패스, 스카이팀 글로벌미팅, 스카이팀 글로벌 상용 계약등이 있음.



AEROFLOT

Aerolíneas Argentinas

AEROMEXICO

AirEuropa

AIRFRANCE

Alitalia

CHINA AIRLINES

CHINA EASTERN

CHINA SOUTHERN

CZECH AIRLINES

DELTA

Garuda Indonesia

Kenya Airways

KLM

KOREAN AIR

MIA

SAUDIA

TAROM

VietnamAirlines

XIAMENAIR

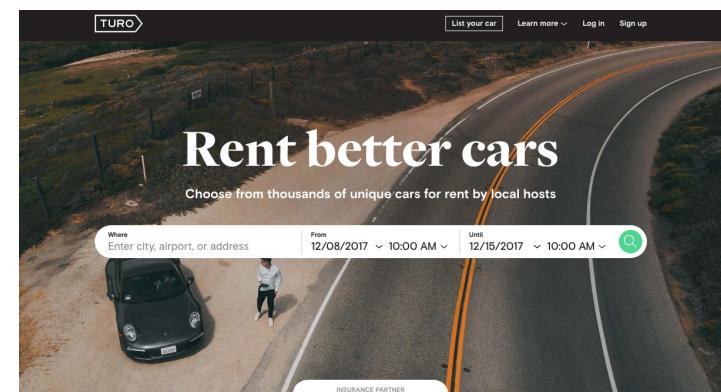
여행과 숙소를 연결 Airbnb

독특한 여행 경험을 원하는 이들은 공장에서 찍어낸 듯한 전형적인 관광을 원하지 않음. 전형적인 관광지에 위치해 있는 대형 호텔보다는 남들이 잘 모르는 골목길 안에 있는 에어비앤비 숙소에 들어가 그 지역 사람들이 즐기는 로컬 문화를 즐기려 함. 에어비앤비를 이용하면 집 주인인 호스트로부터 잘 알려져 있지 않은, 주변의 특별한 곳을 소개 받을 수 있음. 밀레니얼 트렌드를 기반으로 세계 관광의 트렌드는 빠르게 변화하고 있고, 에어비앤비가 그 흐름을 타고 있는 셈임.



자동차판 에어비앤비 TURO

에어비앤비의 자동차버전. 내가 자동차를 사용하지 않는 시간 동안 다른 수요자에게 내 자동차를 이용하도록 하고 그에 상응하는 대가를 받으며, 나와 수요자를 이어준 플랫폼이 그 대가의 일부를 떼어갖는 형태로 운영.



핸드메이드 전문쇼핑몰 ETSY

자신이 만든 핸드메이드 물건을 직접 올려 판매하는 사이트. 판매자가 올려둔 상품을 구매할 수도 있지만 판매자에게 개인적으로 커스텀메이드를 주문할 수도 있음.

작가들의 창의적인 작품에 상업적 기회를 제공하고자 한 서비스이며 구매자들은 대량생산된 물건이 아닌 유니크한 자신만의 아이템을 구매할 수 있음.



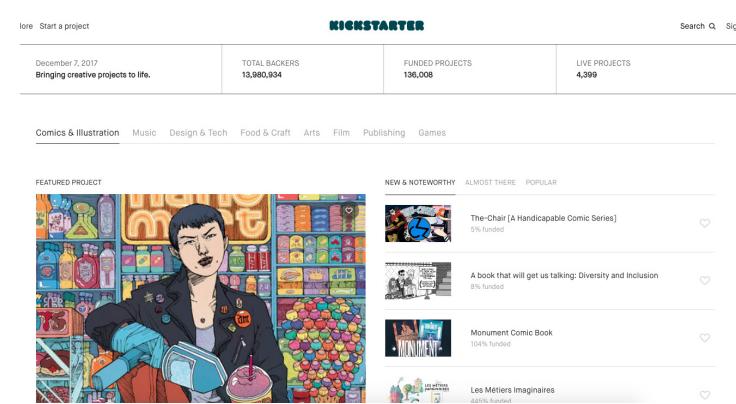
사람이 번역하는 번역어플 Flitto

플리토는 집단지성을 활용한 번역 플랫폼을 제공함으로써 사용자들이 자유롭게 번역을 요청하고 받을 수 있는 공간임. 번역이 필요할 때는 요청자로서 유료포인트를 이용해 번역 요청할 수 있고, 외국어를 할 수 있다면 직접 번역가가 되어 포인트를 벌 수도 있음. 또한 이런 유저들의 번역 데이터베이스를 기반으로 인공지능 번역도 지원하며 전문번역가와의 1:1 매칭 서비스도 지원함.

사용자가 직접 번역하기 때문에 기계번역보다 자연스러운 번역을 받을 수 있고, 특히 유행어나 방언, 혹은 구어체 및 속담도 자연스럽게 번역됨. 국제결혼이 많아지면서 가족과의 커뮤니케이션을 위해 이용하는 사람들이 많아짐.

Kickstarter

킥스타터는 개인이나 기업이 상품 아이디어, 모금 목표액, 개발 완료 예정 시점 등을 사이트에 올려놓으면 프로젝트를 지원하는 킥스타터 회원이 후원자로 나서는 시스템이며 킥스타터는 대가로 수수료를 가져가는 형태로 운영되고 있음.



대학생 공동구매 사이트 TOWN US

학교 별로 공동구매를 진행해 전국단위로 대량주문하여 훨씬 저렴한 가격에 주문하여 학교에서 주문한 상품을 받을 수 있음. 학과 점퍼 뿐만 아니라 각종 생활용품도 플랫폼을 통해 공동구매를 열거나 공동구매에 참여하여 저렴한 가격에 구매할 수 있음.



네이버 프로젝트 꽃

프로젝트 꽂은 스몰비즈니스, 크리에이터와 같은 콘텐츠 창작자들의 도전과 지속 가능한 성공을 지원하는 캠페인으로, 전국 각지의 소상공인과 창작자를 대중에게 소개하거나 이들의 서비스 및 상품을 중계하는 등의 활동을 하고 있음. 2021년까지 1천억원을
중소 상공인과 콘텐츠 제작자에게 투자할 계획.

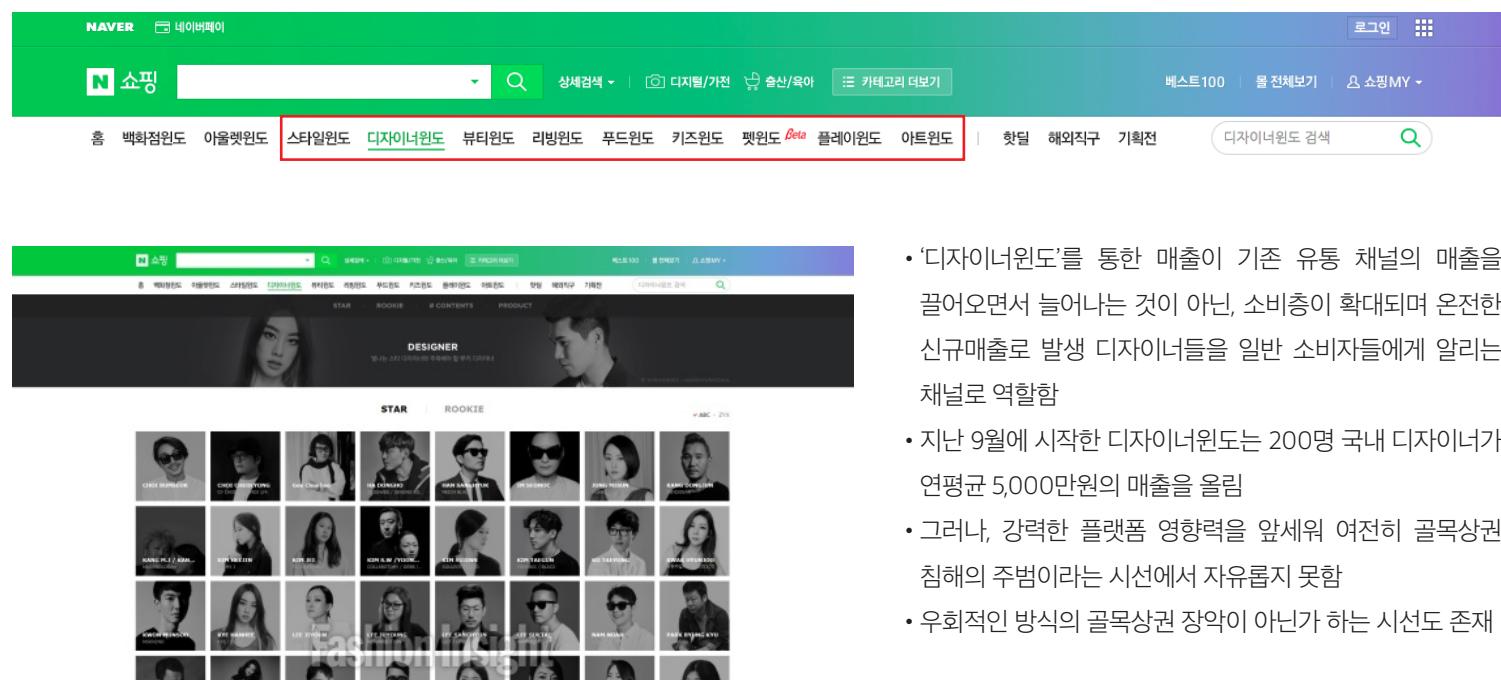


- 네이버 쇼핑의 한 카테고리인 00윈도에 크리에이터나 스몰비지니스가 입점
 - 네이버 플랫폼을 활용한 홍보와 판매로 매출 증대 효과
 - 디자이너 브랜드 생태계가 조성되고 활성화될 수 있는 방안을 마련하고자 함

“‘네이버’ 노출을 통해 소비자들이 좋아하는 디자이너가 생기고 개별 소비자의 취향이 문화가 되면 디자이너 브랜드도 자생력이 생길 것이라는 생각에 여러 가지 지원을 하고 있다” - 김지훈 ‘네이버’ 플랫폼커머스센터 패션사업 매니저

“디자이너는 혼자서 홍보, 유통,
가게 운영까지 모든 걸 다 해야
하는 1인 기업인데 그 중 가장
힘든게 홍보예요 이번 기회를
통해 제 브랜드가 알려지기
시작했으니 앞으로 더 열심히
홍보 하려구요.”

“제 의상을 디자이너원도에서
접하고 패션위크가 기대 된다는
연락을 주신 분들이 많았어요
디자이너들이 대형 유통망, 카페
상품에 밀려 힘든데 앞으로도
신진 디자이너들이 꽃 피울
수 있도록 이런 기회가 계속
있었으면 좋겠어요.”



- ‘디자이너윈도’를 통한 매출이 기존 유통 채널의 매출을 끌어오면서 늘어나는 것이 아닌, 소비층이 확대되며 온전한 신규매출로 발생 디자이너들을 일반 소비자들에게 알리는 채널로 역할함
 - 지난 9월에 시작한 디자이너윈도는 200명 국내 디자이너가 연평균 5,000만원의 매출을 올림
 - 그러나, 강력한 플랫폼 영향력을 앞세워 여전히 골목상권 침해의 주범이라는 시선에서 자유롭지 못함
 - 우회적인 방식의 골목상권 장악이 아닌가 하는 시선도 존재

공감 공유 공생을 위한 디자인, 000간

아티스트로서 사회적으로 가치 있는 일을 할 수 있을지에 대한 고민에서 시작. 긍정적인 사회적 변화는 공감과 공유를 통해서 만들어지며, 결국은 '공생의 관계를 만드는 디자인'을 통해 실현할 수 있다고 생각함. '낭비 없는 삶'을 주제로 제품을 제작하는 ZERO DESIGN, 공공디자인 설치를 하는 ZERO CAMP, 마켓 브랜드인 ZERO MARKET 영역이 있음.



반진고리는 노원구 지역 주민들이 직접 봉제 제품을 제작하고 판매하는 브랜드임. 공공공간의 브랜딩 프로젝트는 모든 구성원이 참여하는 '커뮤니티 워크숍' 과정을 통해 만들어짐.



창신동 봉제사, 사회적 기업가, 예비 디자이너 등 패션제작 지역에 다양한 변화를 가져올 10명을 선정하여 3D 스캔, 주인공 조각상 설치.

“거대한 하나의 조형물이 아닌, 각 사람들이 주인공일 수 있는 조각을 거리 곳곳에 만들고자 했습니다.”



우리나라의 근대화를 이끈 산업의 주역들인
봉제산업 제작자들, 그 거리의 제작자들이
당연히 그 주인공입니다.

청소년을 위한 문화공간을 청소년들이 스스로 디자인해 보는 청소년 아지트 스스로 만들기 프로젝트 진행.

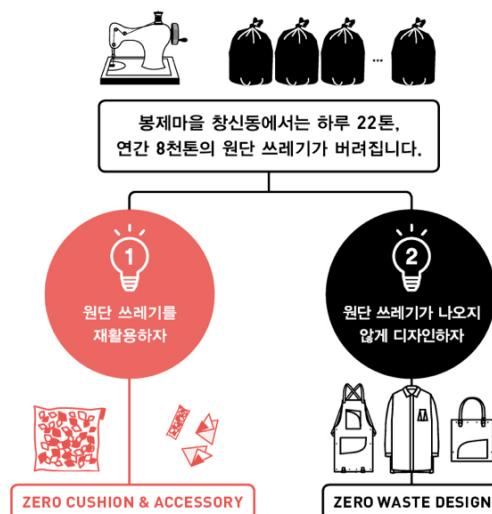


‘공공공간’ 대표와의 밀착형 만남. ‘만나고싶데이’ 진행. 고민을 공감하고, 노하우를 공유하고, 사회적 이슈에 대해 논의해 보는 시간.



창신동 봉제 마을의 자투리 원단으로 만든 제로 쿠션, 옷을 제작할때는 원단의 폐기량을 줄이려는 노력을 함.

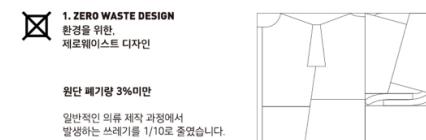
LOCAL PROBLEM & SOLUTION



SIZE INFO



ZERO CHECK-LIST



1913 송정역 시장

지역경제가 상생할 수 있는 방법을 모색하기 위해, 기존 상인들과 더불어 청년 상인 유치에 적극 지원.

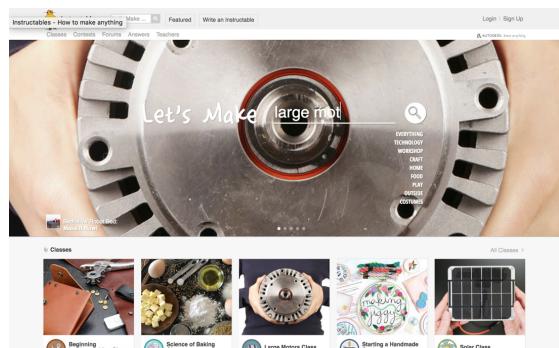


Instructables

인스트럭터블스는 2005년 8월 설립된 DIY 커뮤니티.

메이커 들의 대표적인 온라인 플랫폼으로, 각종 DIY 정보를 담은 사진과 동영상 등이 올라오고, 첨단 과학 기술, 간단한 디자인 및 요리까지 다양한 레시피를 소개함. 네덜란드 브라반트 지방의 한 직업학교에서 인스트럭터블스 레스토랑의 아이디어를 현실로 이어 실제 인스트럭터블스 레스토랑을 세운 사례도 있음. 학생들은 다운로드 받은 청사진에 기초해 가구를 만들고, 온라인 조리법에 따라 음식을 만듦.

인스트럭터블스 레스토랑에서는 요리 레시피는 물론 가게 안에서 사용하는 테이블과 의자의 제작 정보도 얻어 갈 수 있음.



KAIR
(Kamiyama Artist
in Residence)

급속한 노령화와 인구 급감으로 쇠퇴하던 일본 카미야마마을의 문제를 해결하고자 진행된 KAIR(Kamiyama Artist in Residence)라는 커뮤니티비즈니스 사업. 민간 NPO 법인 그린밸리(Green Valley)를 중심으로 진행, 예술인이 일정 기간 체류하며 작품을 제작하고, 교통비와 재료비 등을 지원한 프로그램. 현재는 한적한 시골 풍경을 즐길 수 있는 숙소 'Week Kamiyama'와 방적공장을 수리한 코워킹스페이스(협업공간)까지 확장됨. 주민과 예술가 간 교류뿐만 아니라 새로 유입된 사람들과 교류의 질을 높여가며 마을의 활기를 되찾음.



현대카드
TRAVEL LIBRARY

최첨단의 구글 버추얼 지도와 아날로그 지도라는 상반된 소재로 창조적인 여행의 방식을 제안하는 동시에 숍과 북 카페를 통해서는 여행이 인간의 오감을 자극하는 가장 공감각적 경험의 집합체임을 보여줌.

현대카드 트래블 라이브러리는 남과 다른 자신만의 발견을 통해 삶의 방식은 물론 세계를 바라보는 시각까지 변화할 수 있는 공간임.



IDEO
INTERCONTINENTAL
HOTELS GROUP
Modern Work Experience
for Business Travelers

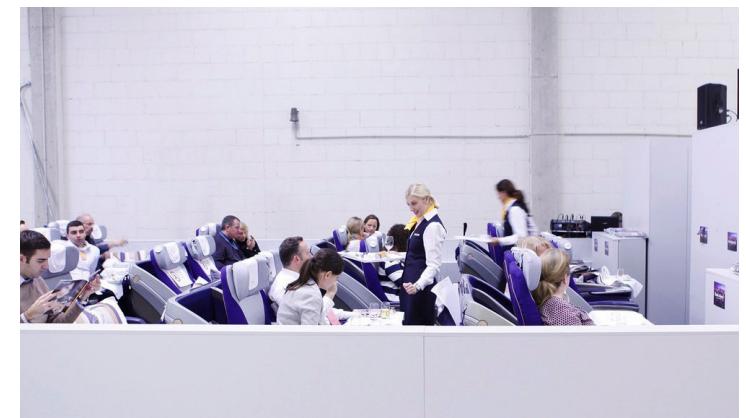
Crowne Plaza Hotel의 로비, 객실, 미팅룸 등 다양한 환경을 비즈니스 트립을 위한 여행객들을 위해 미팅과 작업에 편리한 공간으로 재구성하였으며, 타겟층을 젊은 비즈니스맨으로 잡고 딱딱하지 않고 편안한 캐주얼한 환경을 조성함. 전자제품을 사용하기 위한 공간부터 소규모- 대규모 그룹을 위한 회의 공간, 10인이 동시에 뭉을 수 있는 아파트공간, 일하는 근무자를 위한 음료와 식사 제공(쏟아지지 않고, 한손에 들고 먹는 등) 등 여러가지 서비스를 제공함.



IDEO
LUFTHANSA
Elevating Business Class
Travel with Personal
Connection

go beyond “champagne and fancy food.”

Lufthansa의 비즈니스 클래스가 하이 엔드 비즈니스 클래스 항공 여행 시장에서 우위를 차지하기 위하여 IDEO에 서비스 디자인을 의뢰함. 항공기의 각 부분에 대한 1:1 모형을 만들어 프로토 타이핑함. 승객과 승무원간의 개인적인 관계에 초점을 맞추고 비행기내에서 일어나는 여행 순간의 touchpoint에 주목함.



Amazon Destinations

Amazon Destinations는 사용자가 집 근처의 호텔을 예약 할 수있는 서비스를 제공하여 짧은 휴가를 위한 “local getaways”를 목적으로 2015년 4월에 시작함. 시애틀, 뉴욕, LA에서 처음 출시 된 후 샌프란시스코, 애틀랜타와 같은 도시로 확장되었으나 5개월만에 서비스를 접음. 아마존의 시도가 실패한 것은 여러 서비스 범주에 걸쳐 너무 다양화 된 것이 원인으로 보임. 현재 재공되는 대부분의 Online Travel Agency 여행 관련 서비스의 단순성을 염격히 준수함.



VERY STREET KITCHEN 디자이너 오준식의 연구소

VERY, 길거리 음식을 연구하다

오준식은 디자인 전문 그룹 이노디자인의 크리에이티브 디렉터, 현대카드 디자인실 이사, 아모레퍼시픽 브랜드&디자인랩을 거치며 대중의 새로운 문화 트렌드를 이끌어온 크리에이터임. 그런 그가 이번에는 서울 중구 만리동 언덕길에 작은 식당을 엮. 이곳에서 이제까지와는 전혀 다른 흥미로운 프로젝트를 진행 중이라고 함.

“음식을 만들고 손님을 맞고 있지만, 궁극적으로는 일반적인 식당이라기보다 연구소에 더 가까워요. 가장 한국적인 음식을 만들어 그것이 세계적으로 공감을 얻을 수 있도록, 한국 음식에 특별한 이야기와 색을 부여하는 브랜딩 작업을 하기 위한 연구 장소인 거죠.”



WEWORK 공유오피스

2010년 2월 미국 뉴욕에서 시작한 위워크는 세계 최대 사무실 공유 서비스 기업으로 성장함.

“WeWork는 사람과 기업이 함께 성장할 수 있는 글로벌 업무공간 네트워크입니다. WeWork가 있는 곳은 언제나 독창성과 집중 그리고 사람들 간의 교류가 가득한 활기 있는 공간이 됩니다. WeWork의 일은 최적의 업무 환경을 제공하는 것을 넘어서, ‘일’을 인간적으로 변화시켜나가는 과정입니다. 우리는 CEO들이 서로를 도울 수 있고, 사무실이 내집처럼 편안할 수 있으며, 우리가 하고 있는 일이 진정으로 의미 있는 일이라면 월요일이 항상 기다려지는 날이 될 수 있으리라 믿습니다.”

