

공공 기부 웹사이트의 UX 방향성 논의 (4회 UX Camp Seoul)



2012.7.14
InnoUX CEO 최병호
InnoUX@InnoUX.com, @ILOVEHCI

Table of Contents

- 화두
- 분석 및 제언
- 토의



화두:

- **공공기관의 기부
웹사이트
UX에서는
무엇이 가장
중요한가?**

질문을 바꿔라!

기부로 세상을 바꿀 수 있는가?
지속가능한 기부란 가능한가?
기부자의 자존감을 어떻게 높일 수 있는가?
기부 받은 단체는 어떻게 자력으로 경쟁력을
갖출 수 있는가?



분석 및 제언: 문화나눔포털 웹사이트

기부안내

기부참여

기부도우미

지원신청

크라우드펀딩

기부이야기

정보마당

찾아오시는길

공지사항

자유게시판

자료실

관련사이트 링크



CROWD FUNDING
크라우드펀딩

일반대중의 십시일반, 소액기부를 통한 예술창작활동 지원을 위한 기부사업입니다.



CASH
금전기부

문화예술분야 기부를 통해 아름다운 결실을 맺는 사업입니다.



SPOT
현물기부

기부금 아닌 다양한 방법으로 '아름다운 기부' 만들어를 갑니다.



TALENT
재능기부

재주와 능력은 문화예술의 기부에 있어 가치있는 기부입니다.



LDP무용단 <NO COMMENT II>

5,000,000 / 5,000,000

2012년 펀딩 완료 100.0%



제 14회 서울변방연극제

1,129,545 / 7,000,000

[참여하기](#)

펀딩기간이 종료되었습니다. 16.0%

크라우드펀딩 현황

[자세히보기](#)

기부참여 | 크라우드펀딩

공지사항 | 자유게시판

[더보기](#)

기부안내

기부참여

기부도우미

지원신청

크라우드펀딩

기부이야기

정보마당

ARKO안내

기부금제도 안내

세제혜택 안내

통계자료(현황)



한국문화예술위원회 문화나눔포털

문화예술 사회공헌 활동의 최고의 파트너
문화와 예술이 공존하는 곳으로 여러분을 초대합니다.

크라우드펀딩

2012 크라우드펀딩 참여하기

HOME > 크라우드펀딩 > 펀딩 참여하기

크라우드펀딩 소개 >

2011 프로젝트 추진내역 >

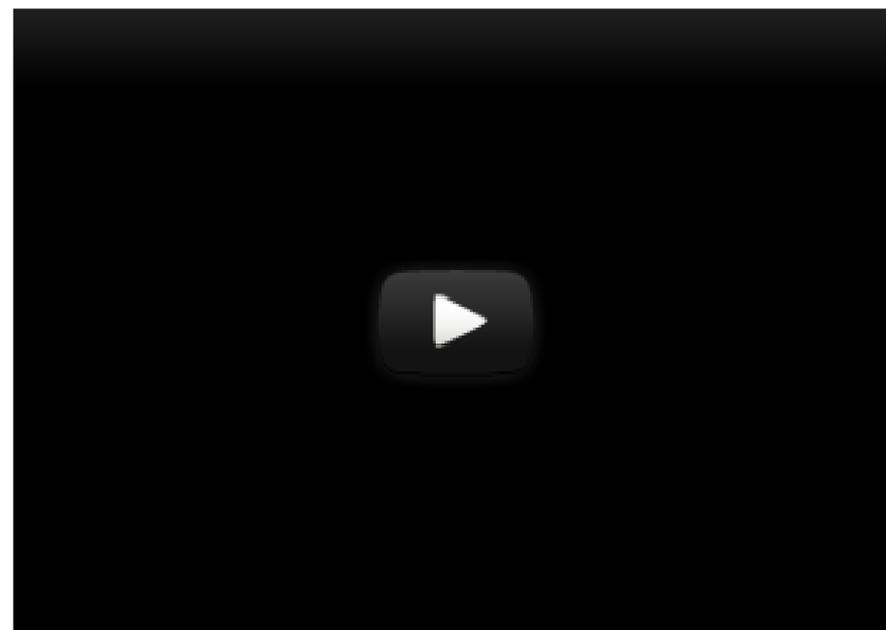
2012 크라우드펀딩 참여하기 >

공지사항 >

프로젝트 신청하기 >

질문사항(Q&A) >

자주하는 질문(FAQ) >



LDP무용단 <NO COMMENT II>

5,000,000 / 5,000,000

100.0%

▶ 현재 총 기부액	5,000,000 원
▶ 목표 기부액	5,000,000 원
▶ 기부 참여자수	68 명
▶ 기부기간	2012-06-01 ~ 2012-07-13

SNS공유하기 | f t u

기부참여하기

크라우드펀딩

크라우드펀딩 소개 >

2011 프로젝트 추진내역 >

2012 크라우드펀딩 참여하기 >

공지사항 >

프로젝트 신청하기 >

질문사항(Q&A) >

자주하는 질문(FAQ) >

2012 크라우드펀딩 참여하기

HOME > 크라우드펀딩 > 펀딩 참여하기



LDP무용단 <NO COMMENT II>

5,000,000 / 5,000,000

100.0%

현재 총 기부액	5,000,000 원
목표 기부액	5,000,000 원
기부 참여자수	68 명
기부기간	2012-06-01 ~ 2012-07-13

SNS공유하기 |

[기부참여하기 >](#)

▣ 격려 및 응원의 한마디를 남겨 주세요

작성자 :

0 bytes / 1000bytes (한글 500자 / 영문 1000자)

LDP무용단 <NO COMMENT II>

세계가 열광하는 LDP무용단의 새 버전
2012년 7월 <강수진과 친구들> 무대에서 만난다!

LDP 무용단 NO COMMENT II

세계가 열광하는 LDP무용단의 새 버전
2012년 7월 <강수진과 친구들> 무대에서 만난다!



기존 남성무용수 중심의 군무에서 여성무용수들과 함께하는 새 버전, 올해 12월 오스트리아 프리미어 前 7월 <강수진과 친구들> 무대에서 먼저 만난다!

LDP의 <No Comment>를 눈여겨본 오스트리아 인스부르크발레단 예술감독 Enrique Gasa Valga는 최근 신창호 안무가에게 러브콜을 보내 올해 12월 1일 오스트리아에서 인스부르크발레단 남성무용수들과 여성무용수들로 구성된 색다른 매력을 가진 <No Comment II>의 해외 프리미어를 진행하기로

김남선 2012-07-13 18:15:25.0
LDP무용단 많이 응원하고 있습니다 좋은공연 되시길바랍니다^^

강봉국 2012-07-12 15:22:40.0
멋진 LDP 화이팅!!!^^

브니엘예고 2012-07-12 12:13:47.0
브니엘예고 화이팅♥

다인 2012-07-11 13:54:57.0
몰라서 늦게 찾아왔습니다..저와같은분들이많은텐데...LDP 무용단을 사랑하는분이 많아요 화이팅입니다..

스타벅스 2012-07-10 16:06:08.0
LDP무용단 항상 발전하는 모습 기대하겠습니다.

박병훈 2012-07-09 14:07:52.0
5일밖에 안남았는데 목표액의 절반도 안되어 약간 걱정되네요. 혹시 무산되면 아래분처럼 저도 무용단 후원계좌로 보낼게요.^^ 7월 22일 거제에서 만나요. 몹시 두근거리는 마음으로 많은 사람들이 기다리고 있습니다.

IGNITE 2012-07-06 09:00:29.0
언제나 아쉽고,기대 이상의 가슴을 뛰게하는 LDP

임소영 2012-07-05 09:14:51.0
LDP 무용단 후원구좌 알려주세요. 크라우드펀딩 무산되면 후원받은 금액을 LDP 무용단 후원구좌로 직접 보내겠습니다.

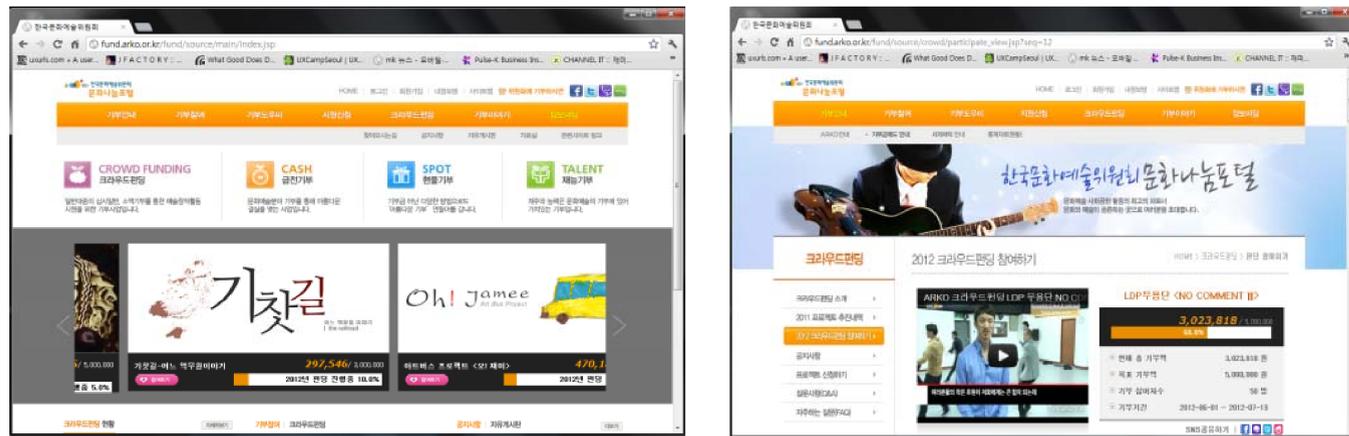
이사벨라 2012-07-01 09:36:16.0
절대 후회하지 않을 공연이 될 거라 확신해요...가장 자랑스러운 한류공연이 되기를!!

장용석 2012-06-18 14:29:58.0
LDP 무용단!!! 멋진 작품을 기대하겠습니다!

1. '기부 우선' 콘셉트에서 '기부 쇼핑몰' 콘셉트로

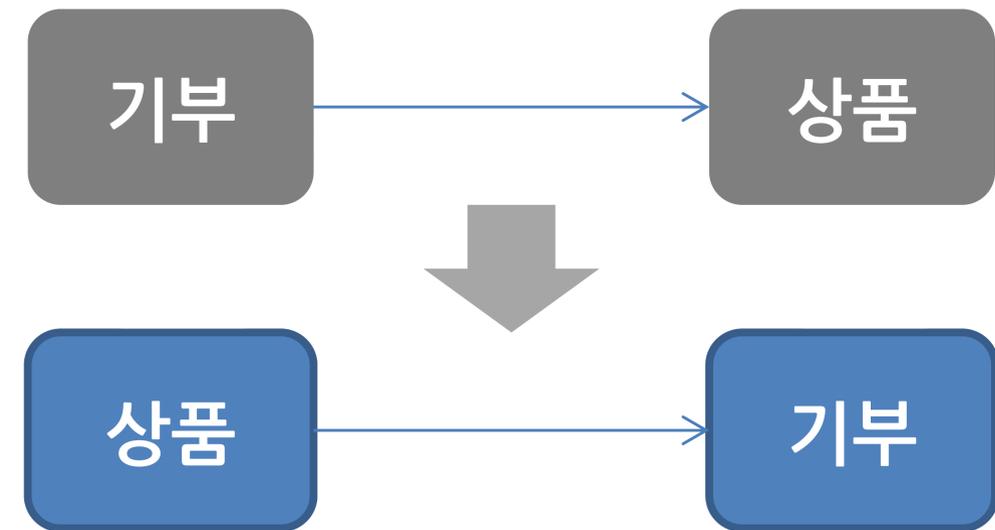
사용자가 매력적인 상품을 확인하고, 동기 유발이 되어서 기부할 수 있는 흐름으로 혁신할 필요가 있음. 즉 '기부 우선' 콘셉트에서 '기부 쇼핑몰' 콘셉트로의 전환이 필요함

AS-IS 분석



1. 사이트 구조(site structure), 메인 페이지 정보 구조(home page structure), 상품 페이지 정보 구조(product page structure)는 '상품'의 매력을 확인한 후 '기부'를 유도하기보다는 '기부'부터 수행하라는 흐름으로 구성됨
2. '기부 우선'의 방향성은 사용자를 우선적으로 고려하기보다는 한국문화예술위원회의 메시지를 우선 전달하고 수용하라는 운용 위주의 접근 때문에 발생함

UX 혁신 방향성



1. 사이트 구조(site structure), 메인 페이지 정보 구조(home page structure), 상품 페이지 정보 구조(product page structure)를 '상품'의 매력을 확인한 후 '기부'를 유도하는 방향으로 혁신함
2. '상품 우선'의 혁신 방향성은 웹사이트를 '기부 우선 콘셉트'에서 '기부 쇼핑몰 콘셉트'로 전환하는 것임

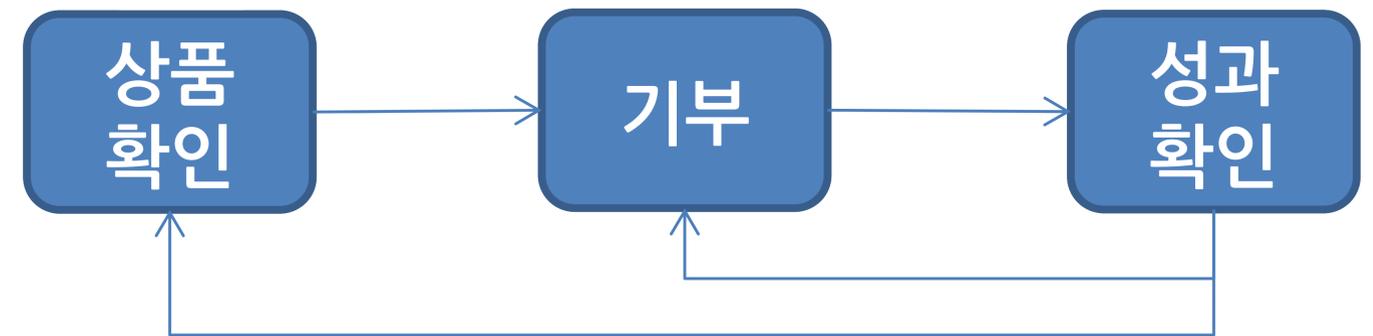
기부 이후 성과를 투명하게 공개함으로써, 기부자에게 자기효능감(Self-efficacy)을 강화시켜 자존감(self-esteem)을 촉발하고 지속적인 기부 몰입을 유도할 필요가 있음

AS-IS 분석



1. 기부 이후 성과가 있었는지를 확인할 수 있는 장치가 없음

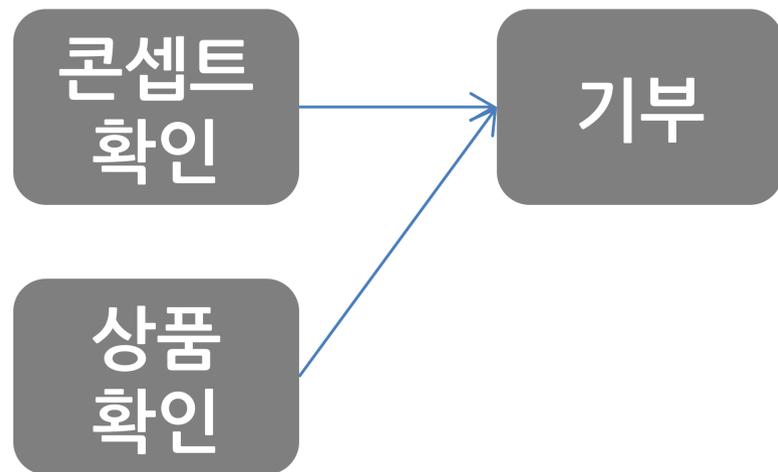
UX 혁신 방향성



1. 지속 가능한 기부를 유도하기 위해서는 기부 이후의 성과를 투명하게 공개해야 함
2. 성과 확인은 기부자에게 자기효능감(self-efficacy)을 강화시켜 자존감(self-esteem)을 촉발하고, 지속적인 기부 몰입을 유도할 수 있음
3. 지속적인 기부 몰입은 동일한 상품에 기부를 지속적으로 하거나 기부 대상을 확대하는 효과를 기대할 수 있음

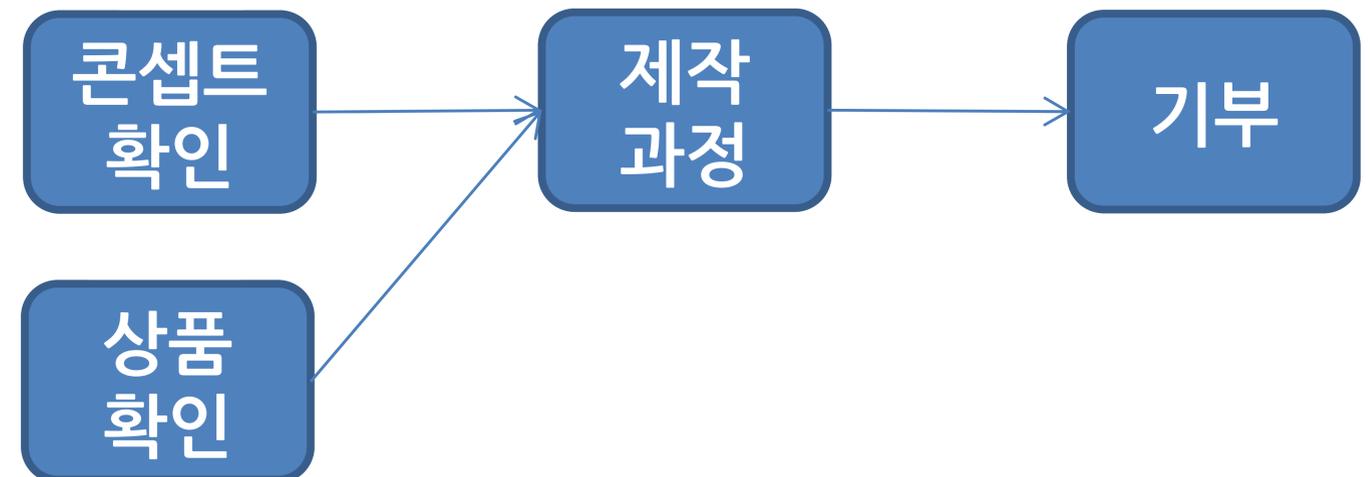
콘셉트나 기존에 제작한 완제품(문화예술 작품)으로 홍보/판매를 하는 것에 '제작 과정'을 포함하여 기부 및 충성도를 강화하는 등 총체적인 경험을 판매하는 이점을 발생시킬 수 있음

AS-IS 분석



1. 콘셉트만 있거나 기존에 제작한 완제품(문화예술 작품)만을 홍보하여 기부를 받고 있음

UX 혁신 방향성



1. 콘셉트 또는 완제품으로 홍보하여 기부를 받았다면, 제작 과정까지 포함한 홍보로 기부를 받도록 하는 방향이 필요함
2. 제작 과정은 기부의 실질적인 효과를 직접 확인할 수 있고, 살아 숨쉬는 스토리가 있기 때문에 최종 작품을 더욱 감동적으로 느끼고, 적극적인 팬으로 자리매김할 가능성이 높음

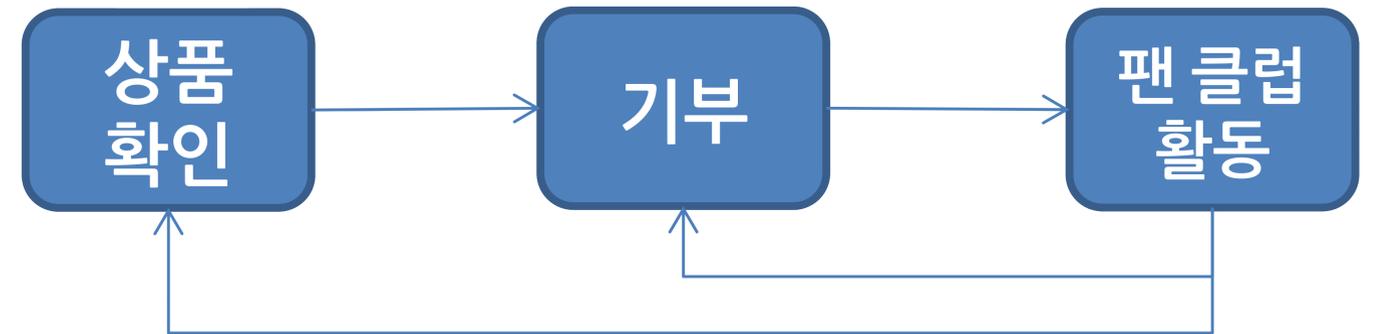
상품별로 팬 클럽을 도입하여 지속적인 기부 및 상품의 역량을 극대화하고, SNS와 연계하여 자발적인 마케팅 효과를 공략할 필요가 있음

AS-IS 분석



- 1. 상품에 매력을 느껴 팬 활동을 하고 싶을 때 지원하는 장치가 없음

UX 혁신 방향성



- 1. 상품별로 팬 클럽을 조성하여 지속적인 기부 활동 및 상품의 역량을 극대화할 수 있는 견인차 역할을 수행할 필요가 있음
- 2. 팬 클럽은 다양한 SNS와 연계하여 기부 유도 및 상품 마케팅의 유도를 자연스럽게 이끌 수 있음
- 3. 팬 클럽 활동에 정책적인 지원이 필요할 수 있음

상품을 신청하고 심사를 거쳐 기부를 하는 느리고 통제 위주의 프로세스에서 개방, 참여, 공유의 웹 2.0 사상을 도입한 오픈 마켓으로의 진화로, 새로운 패러다임을 주도할 필요가 있음

AS-IS 분석



1. 상품을 신청하면, 문화예술위원회의 심사를 거쳐 기부를 받을 수 있도록 지원하는 프로세스임

UX 혁신 방향성



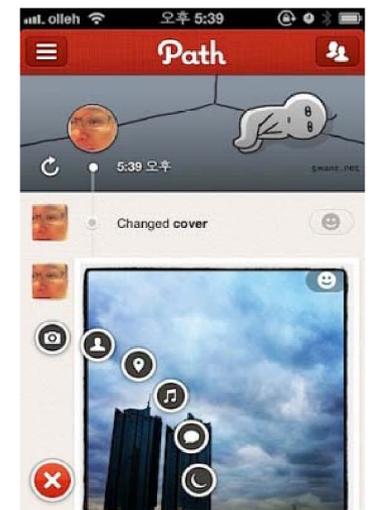
1. 개방, 참여, 공유의 웹 2.0 사상을 도입하여 사이트의 활성화를 촉진시킬 필요가 있음
2. 상품을 신청하는 것이 아니라 상품을 자유롭게 스스로 등록하도록 하여 빠른 시일 내에 지속적으로 양질의 상품을 확보하고, 기부자의 선택 폭을 확대시킴
3. 오픈 마켓의 방식처럼 문화예술위원회의 역할을 '심사'에서 '중개'로 변화시킬 필요가 있음
4. 오픈 마켓의 모델은 쇼핑몰의 다양한 모델을 응용할 수 있음. (예) 경매 모델 등

모바일은 기부 쇼핑몰의 콘셉트를 적용하고, 상품별로 팬클럽 활동이 용이하도록 구성하며, 텍스트보다 비주얼과 동영상 중심으로, 행위 단위(activity)로의 접근으로 모색할 필요가 있음

AS-IS 분석

1. 모바일 접근이 불가능함

UX 혁신 방향성



1. 모바일은 기부 쇼핑몰의 콘셉트를 적용함 (예) G마켓 모바일 앱
2. 상품별로 팬클럽 활동이 용이하도록 지원이 필요함. 모바일 커뮤니티는 텍스트보다 비주얼과 동영상 위주로 구성하고, 행위 단위(activity)로의 접근을 모색할 필요가 있음 (예) Pinterest, Path

문화나눔포털 웹사이트는 총 6개의 UX 방향성으로 혁신할 필요가 있음. 6개의 UX 방향성은 기부 쇼핑몰 콘셉트, 성과 확인 프로세스, 과정 판매, 팬 클럽, 기부 오픈마켓, 모바일 연계임

UX 혁신 방향성	설명	핵심 가치
1. '기부 우선' 콘셉트에서 '기부 쇼핑몰' 콘셉트로	사용자가 매력적인 상품을 확인하고, 동기 유발이 되어서 기부할 수 있는 흐름으로 혁신할 필요가 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 사용자 중심 콘셉트로 혁신
2. 성과 확인 프로세스 도입	기부 이후 성과를 투명하게 공개함으로써, 기부자에게 자기효능감(Self-efficacy)을 강화시켜 자존감(self-esteem)을 촉발하고 지속적인 기부 몰입을 유도할 필요가 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 자기효능감/자존감 강화 • 지속가능한 기부 강화
3. 콘셉트/완제품 판매에 과정 포함 판매	콘셉트나 기존에 제작한 완제품(문화예술 작품)으로 홍보/판매를 하는 것에 '제작 과정'을 포함하여 기부 및 충성도를 강화하는 등 총체적인 경험을 판매하는 이점을 발생시킬 수 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 과정 판매로 총체적인 경험 가치 상승
4. 팬 클럽 도입	상품별로 팬 클럽을 도입하여 지속적인 기부 및 상품의 역량을 극대화하고, SNS와 연계하여 자발적인 마케팅 효과를 공략할 필요가 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 팬덤 강화 • 상품 역량 극대화 • 마케팅 효과
5. 기부 오픈 마켓으로의 진화	상품을 신청하고 심사를 거쳐 기부를 하는 느리고 통제 위주의 프로세스에서 개방, 참여, 공유의 웹 2.0 사상을 도입한 오픈 마켓으로의 진화로, 새로운 패러다임을 주도할 필요가 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 사이트 활성화 • 거래 촉진
6. 모바일 연계	모바일은 기부 쇼핑몰의 콘셉트를 적용하고, 상품별로 팬클럽 활동이 용이하도록 구성하며, 텍스트보다 비주얼과 동영상 중심으로, 행위 단위(activity)로의 접근으로 모색할 필요가 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 접근성 강화 • 시간점유율 강화

문화나눔포털 웹사이트의 UX 혁신 업무는 크게 11가지임. 새로운 콘셉트를 적용하여 사이트 구조, 주요 페이지의 정보구조, 콘텐츠, GUI, 관리 솔루션 등을 변경함

UX 혁신 업무	설명
1. 콘셉트 변경	'기부 우선' 콘셉트에서 '기부 쇼핑몰 콘셉트로 혁신함
2. 성과 확인 프로세스 디자인	기부자 대상으로 기부 성과 확인 프로세스를 설계하고, 기부 잠재고객 대상으로 기부 및 기부 성과를 총체적으로 확인할 수 있도록 설계함
3. 제작 과정 콘텐츠 및 운용 솔루션 개발	작품 제작 과정을 손쉽게 공유하기 위해서는 모바일로 손쉽게 촬영/편집할 수 있는 툴을 설계하고 개발하며, 공유된 콘텐츠를 적절한 위치에 자동으로 배포할 수 있는 체계를 구축함
4. 팬 클럽 커뮤니티 및 운용 솔루션 개발	팬 클럽 커뮤니티를 기획 및 설계하고, 커뮤니티 관리 솔루션을 개발함
5. 기부 오픈 마켓 및 운용 솔루션 개발	쇼핑몰 오픈 마켓 모델을 응용하여 기부 오픈 마켓을 기획 및 설계하고, 오픈 마켓 및 관리 솔루션을 개발함
6. 모바일 앱 및 운용 솔루션 개발	스마트폰 및 스마트패드용 모바일 앱을 기획 및 설계하고, 관리 솔루션을 개발함
7. 사이트 구조 변경	새로운 콘셉트를 적용한 사이트 구조(site structure)로 변경함
8. 주요 페이지 정보구조 변경	주요한 페이지의 정보 구조를 새로운 콘셉트로 변경함
9. 주요 콘텐츠 변경	주요한 콘텐츠를 새로운 콘셉트로 변경함
10. GUI 변경	GUI를 새로운 콘셉트로 변경함
11. 기타 관리 솔루션 개선	기타 관리가 용이하도록 기존 솔루션을 개선함



토의:

- **공공에서 하는 기부 패러다임은 무엇인가?**
- **어떻게 해야 공공 기부는 성공할 수 있는가?**

경청해주셔서
고맙습니다!

