

포트폴리오

김수민 디자이너



안녕하세요 김수민 디자이너 입니다.

저는 디자인을 '잘 보이게 만드는 일'보다는, 사람이 헛갈리지 않고 자연스럽게 쓰게 만드는 일이라고 생각합니다. 아이디어나 개념이 말로만 끝나지 않고 실제로 작동하는 제품이 되는 과정에 강하게 끌리고, 그 흐름을 설계하는 데서 가장 큰 보람을 느낍니다.

프로젝트를 하다 보면 화면보다 먼저 '이게 왜 필요한지', '이 선택이 사용자랑 비즈니스에 어떤 영향을 주는지'를 먼저 고민하게 됩니다. 그래서 기획과 디자인의 경계에서 일하는 시간이 많았고, 전환율·사용 흐름·의사결정 같은 것들을 디자인 언어로 풀어내는데 익숙해졌습니다.

저는 예쁜 결과물보다 이유 있는 결과를 만드는 디자이너이고, 제품이 실제로 앞으로 나아가게 만드는 역할을 하고 싶습니다.

Experience

런던, 영국 | 04. 2025 – 11. 2025

와일드 큐리어시티 — 디자이너

- 지속가능한 라이프스타일 앱의 제품 비전 및 UX 로드맵을 정의
- 사용자 리서치, 정보 구조(IA), 고해상도 프로토타입까지 엔드투엔드 UX 설계
- 시장 인사이트, 우선 기능, 수익화 전략을 포함한 피치덱 제작
- 엔지니어링 팀과 협업하여 MVP 범위 및 기술적 타당성 정교화

런던, 영국 | 09. 2024 – 06. 2025

영국 왕립 서베이어 협회 — UX 디자이너 / 팀 리드 & 스페셜리스트

- 브랜드 표준과 일치하도록 Training & Events 페이지용 통합 스타일 가이드 구축
- 분쟁 해결 서비스(DRS)를 위한 사용자 리서치 리드, UX 개선 방향 도출
- 프로덕트, 콘텐츠, 개발 팀 간의 디자인 워크플로우 조율

런던, 영국 | 11. 2023 – 08. 2024

헤븐 홀리데이 — 프로덕트 디자이너

- 검색→예약 전환 여정을 재설계하여 전환율 6% 향상 기여
- Caravan Sales 신규 UX 플로우 제안 및 2024 제품 기획 지원
- 라이프스타일 중심 콘텐츠 강화 전략 수립, 유기적 참여도 향상 유도
- 타이포그래피 및 컬러 시스템을 포함한 브랜드 리프्रेस 작업 참여

런던, 영국 | 02. 2023 – 11. 2023

리와일드 — 주니어 UX 디자이너

- CEO, CTO와 함께 제품 요구사항 및 사용자 흐름 정의
- MVP 방향과 기술 타당성을 검증하는 프로토타입 제작
- 린(lean) 환경에서 효율적 일정 관리 및 비용 절감에 기여

Education

09. 2021 – 09. 2022

골드스미스 런던 대학원

디자인 창의적 기업가정신 석사 과정

Mar 2013 – Feb 2019

울산과학기술대학교

경영학 학사, 산업디자인 전공 (융합전공)

Volunteer

04. 2024 – 03. 2025

호스트, Wicked Design Club

UX 워크숍을 매주 진행하며
UX 경력 이야기 공유, 디자인 토론, 네트워킹을 도모합니다.

05. 2024

멘토, UX 해커톤, DubsTech, 워싱턴 대학교

UX 해커톤 참가자(650명 이상)들을 대상으로 9명의 멘토 중 한 명으로 활동하며 연구, UX 전략, 프레젠테이션 및 UI 과제 해결을 지원했습니다.

Publication

06. 2024

From visuals to emotions: the power of design stories

"디자인에서의 스토리텔링이 어떻게 감정을 변화시키고 행동을 고무할 수 있는가"라는 주제로 기사를 썼습니다.

Portfolio List

Search Squad – Funnel & UX 개선 프로젝트

- 검색에서 예약으로 이어지지 않던 사용자 이탈 지점을 데이터와 UX 관점에서 재정의하고, 모바일 중심의 플로우 개선으로 실제 예약 전환율을 약 6% 끌어올린 프로젝트입니다.

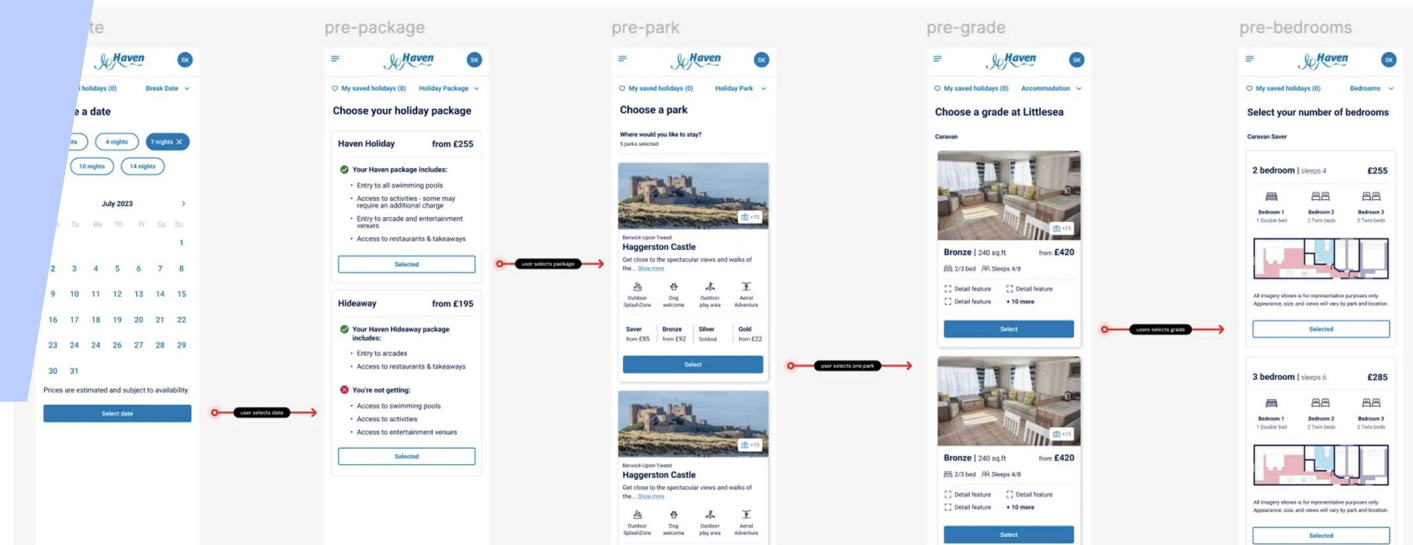
영국 왕립 서베이 협회 - Styleguide and Brand Consistency

- RICS Training & Events 전반의 디자인과 콘텐츠 기준을 정립하고, 유관 팀과 긴밀히 협업해 일관된 사용자 경험과 브랜드 정합성을 갖춘 제품으로 완성했습니다.

Wild Curiosity – Sustainable Lifestyle App

- 지속가능한 삶을 부담이 아닌 일상의 습관으로 만들기 위해 사용자 리서치부터 UX 설계, UI 디자인, 프로토타입까지 전 과정을 단독으로 진행한 앱 프로젝트입니다.

1



Search Squad – Funnel & UX 개선 프로젝트

DURATION

04.2024 - 06.2024, 12 weeks

ROLE

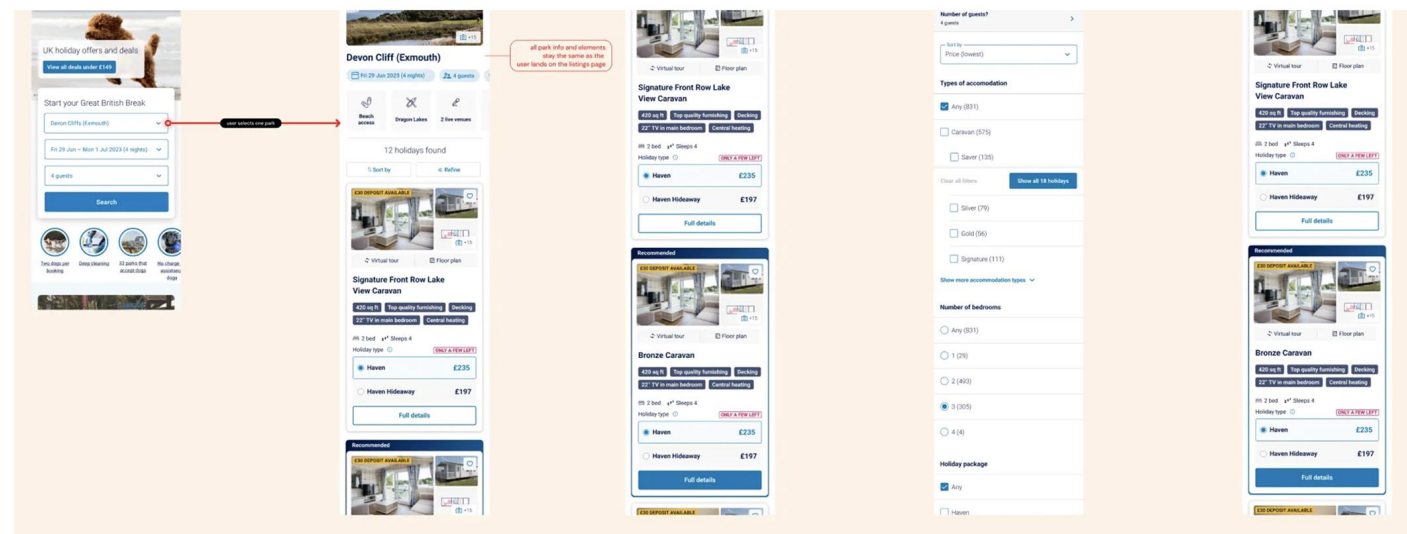
헤븐 홀리데이

COVER AREA

검색 → 예약 여정 재구조화를 통해 예약 전환율 약 6% 증가

사용성 개선으로 모바일 흐름의 직관성과 전환 촉진 효과 확보

기여도 100%

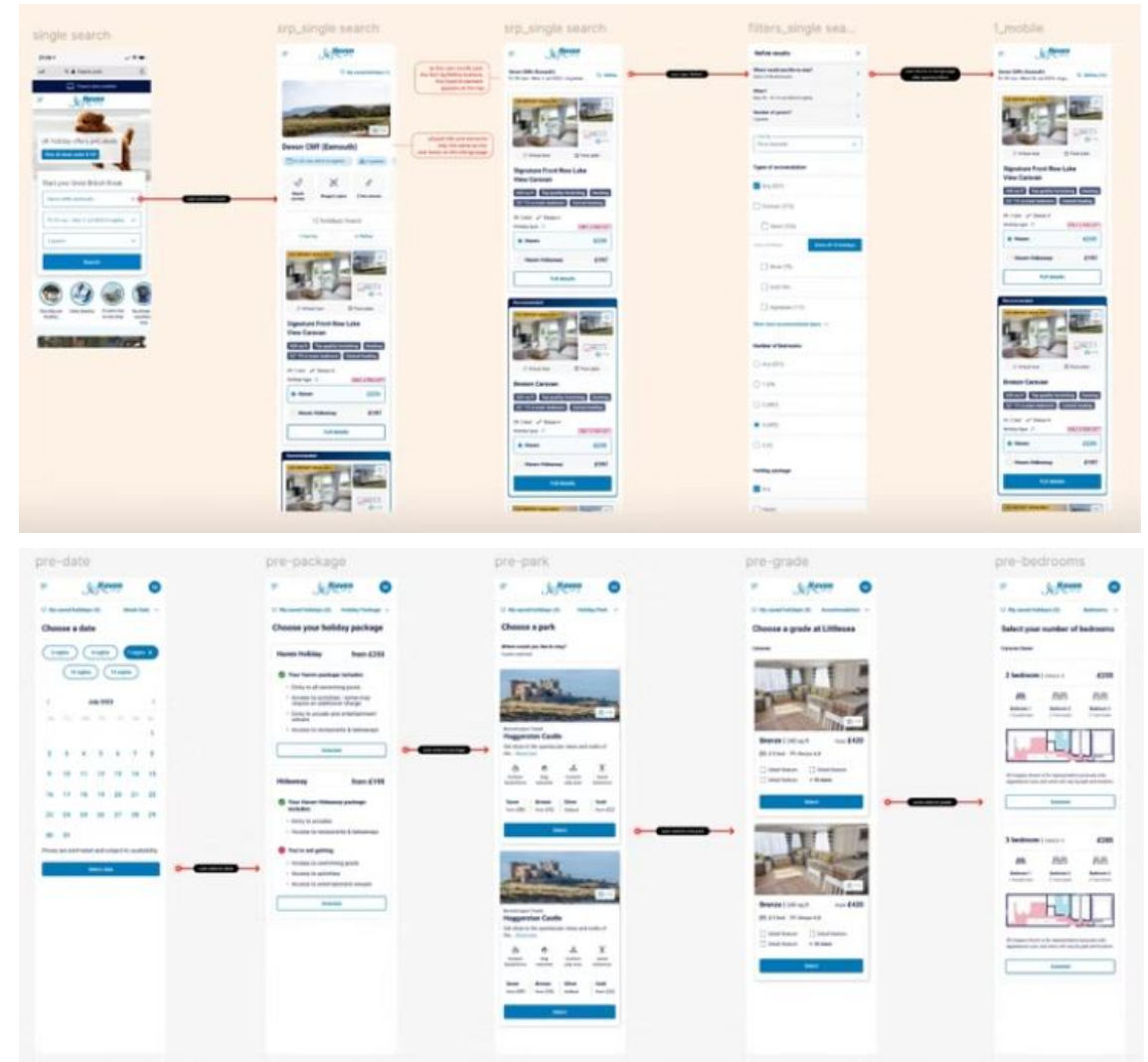


BACKGROUND

서치팀은 Haven Holidays의 검색 섹션에서, 사용자를 단계별로 안내하기 위해 전체 검색 여정의 사용자 흐름을 새롭게 설계했습니다.

기존 사용자 흐름에서는 검색 위젯에서 시작하여, 사용자가 PLP 페이지로 이동한 뒤 상단의 탭을 사용해 옵션(파크, 패키지, 등급, 침실 수)을 변경하는 방식이었습니다.

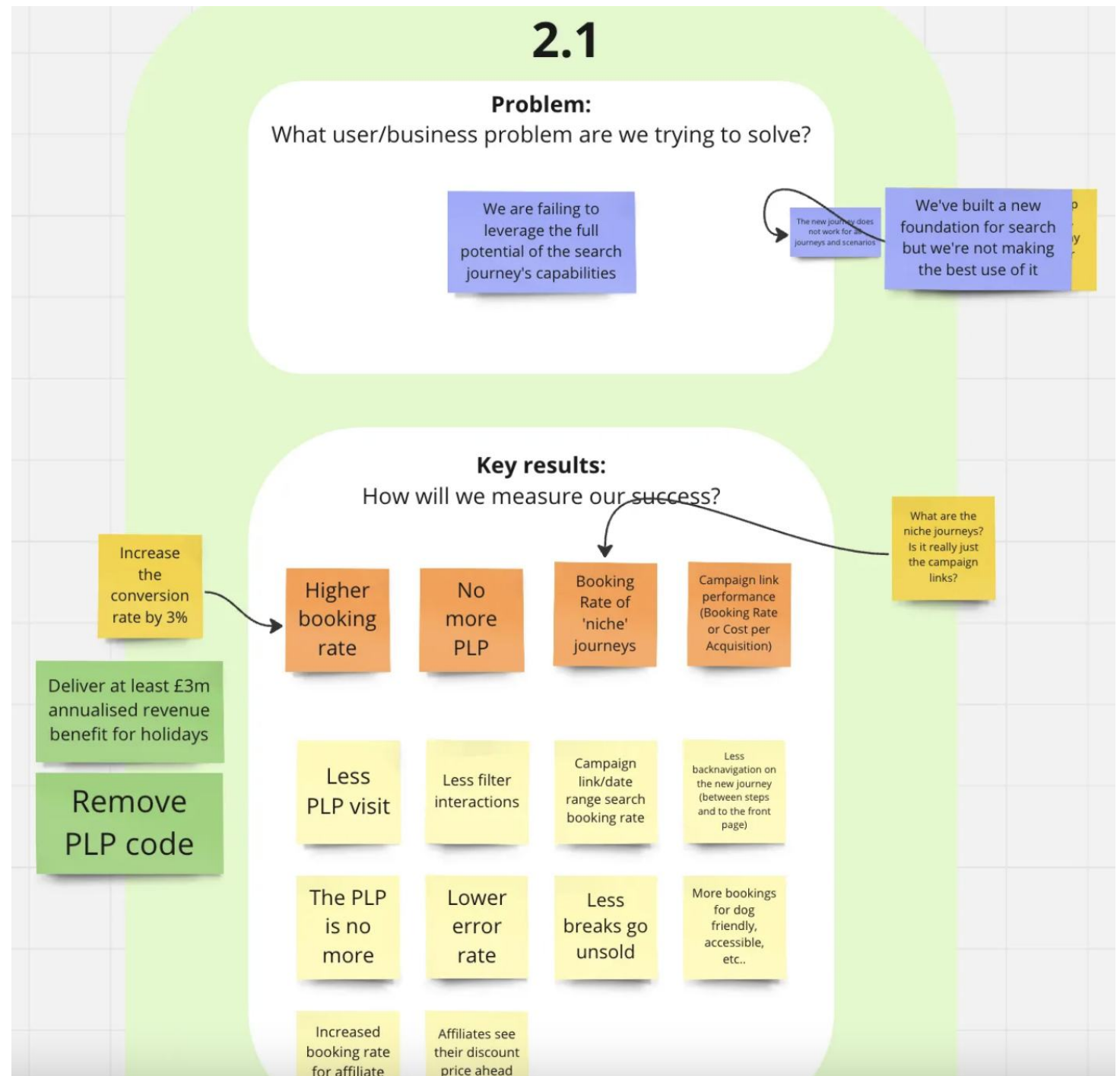
새로운 사용자 흐름은 총 5단계로 구성되어 있으며, 사용자가 원하는 상품을 정의하기 위해 각 옵션(날짜, 패키지, 파크, 클래스, 침실 수)을 순차적으로 선택하도록 설계되었습니다.



OKR

새로운 검색 여정의 잠재력을
어떻게 더 극대화할 수 있을까?

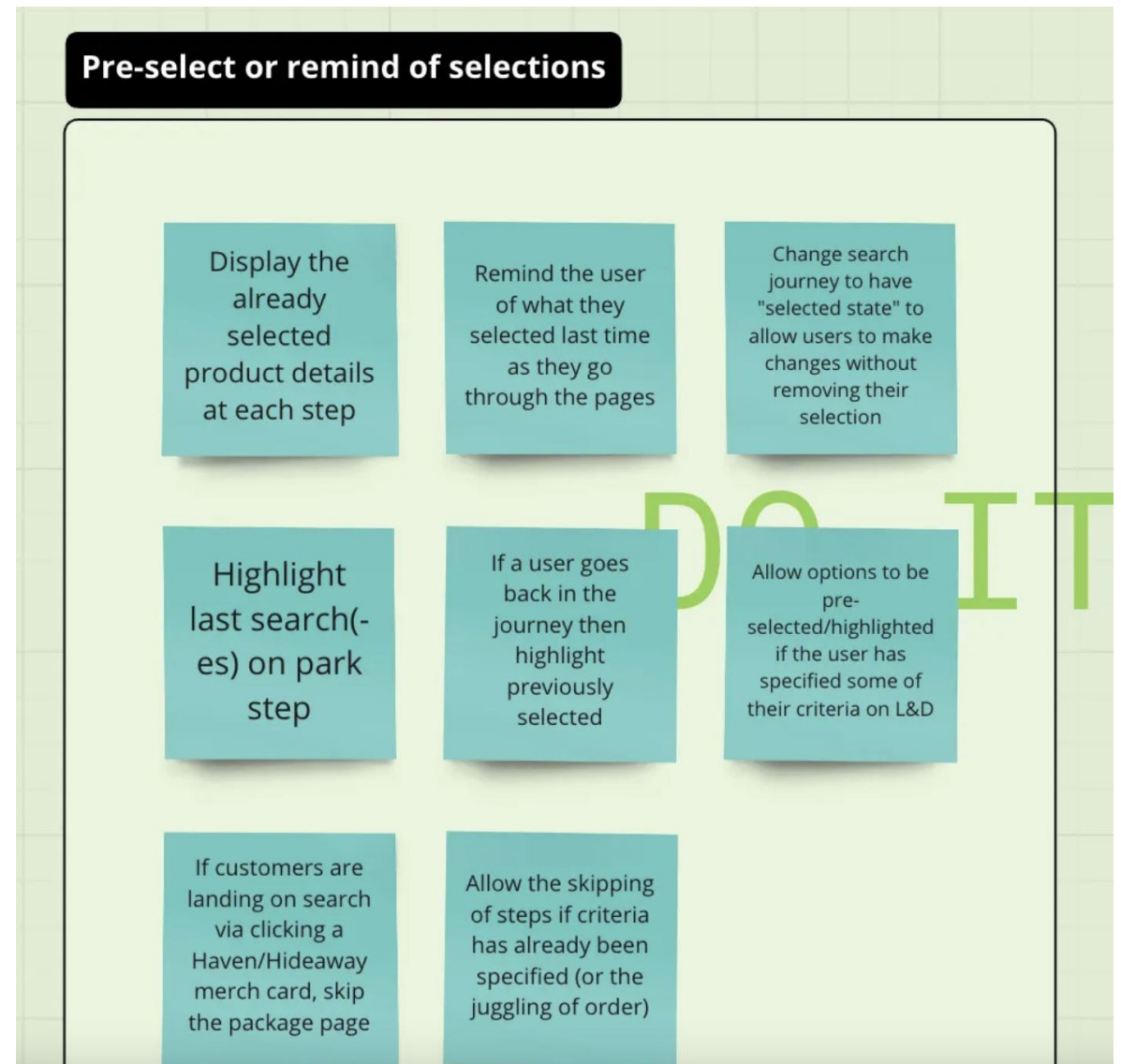
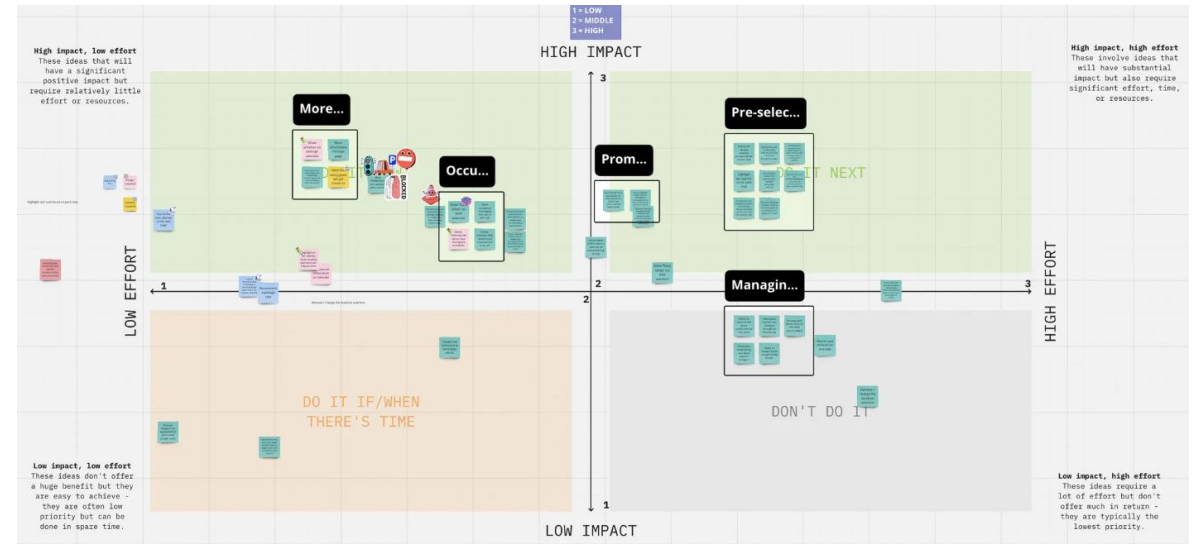
이번 변화는 전체 예약 전환율
을 5% 이상 향상시키며 긍정적
인 성과를 거두었지만, 우리는
이 새로운 검색 여정이 사용자
와의 상호작용 측면에서 아직
충분히 활용되지 못하고 있다
고 판단했습니다.



PRIORITIZATION

사용자의 망설임을 줄이기 위한 사전 선택 옵션 제공

내부 브레인스토밍을 통해, 모바일 여정 전반에 걸쳐 사전에 선택된 옵션을 노출하는 것이 사용자의 의사결정을 돕고 주요 성과 개선으로 이어질 수 있다고 판단했습니다.

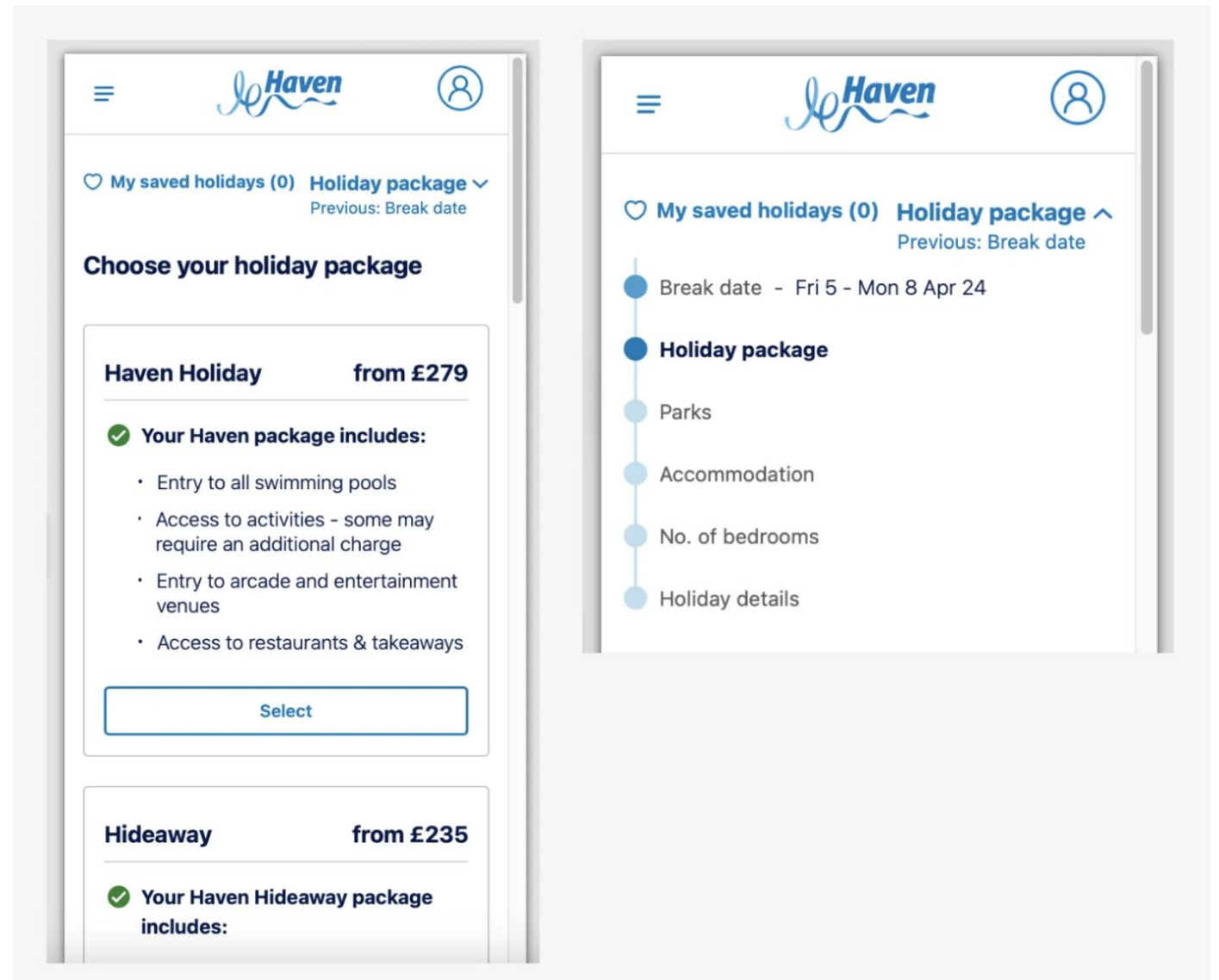


PROBLEM

기존 모바일 네비게이터는 새로운 사용자 흐름에 충분히 적합하지 않았습니다

전체 사용자 중 70% 이상이 데스크톱보다 모바일을 사용하고 있었기 때문에, 새로운 사용자 흐름을 모바일 인터페이스에 최적화하는 것은 매우 중요했습니다.

하지만 모바일 페이지의 사용자 여정에서 기존 스텝퍼(stepper) UX는 전체 여정을 통틀어 사용자를 효과적으로 안내하기에는 충분히 유연하지 못했습니다.



SETBACK

모바일 인터페이스에서 새로운 사용자 여정을 최적화하는 내비게이터를 어떻게 설계할 수 있을까?

사용자 목표 (User Goals)

- 검색 여정 중 언제든지 예약 정보를 쉽고 빠르게 변경할 수 있도록 한다
- 각 단계에서 현재 선택된 예약 정보를 명확히 전달하고, 사용자를 효율적으로 다음 단계로 안내한다

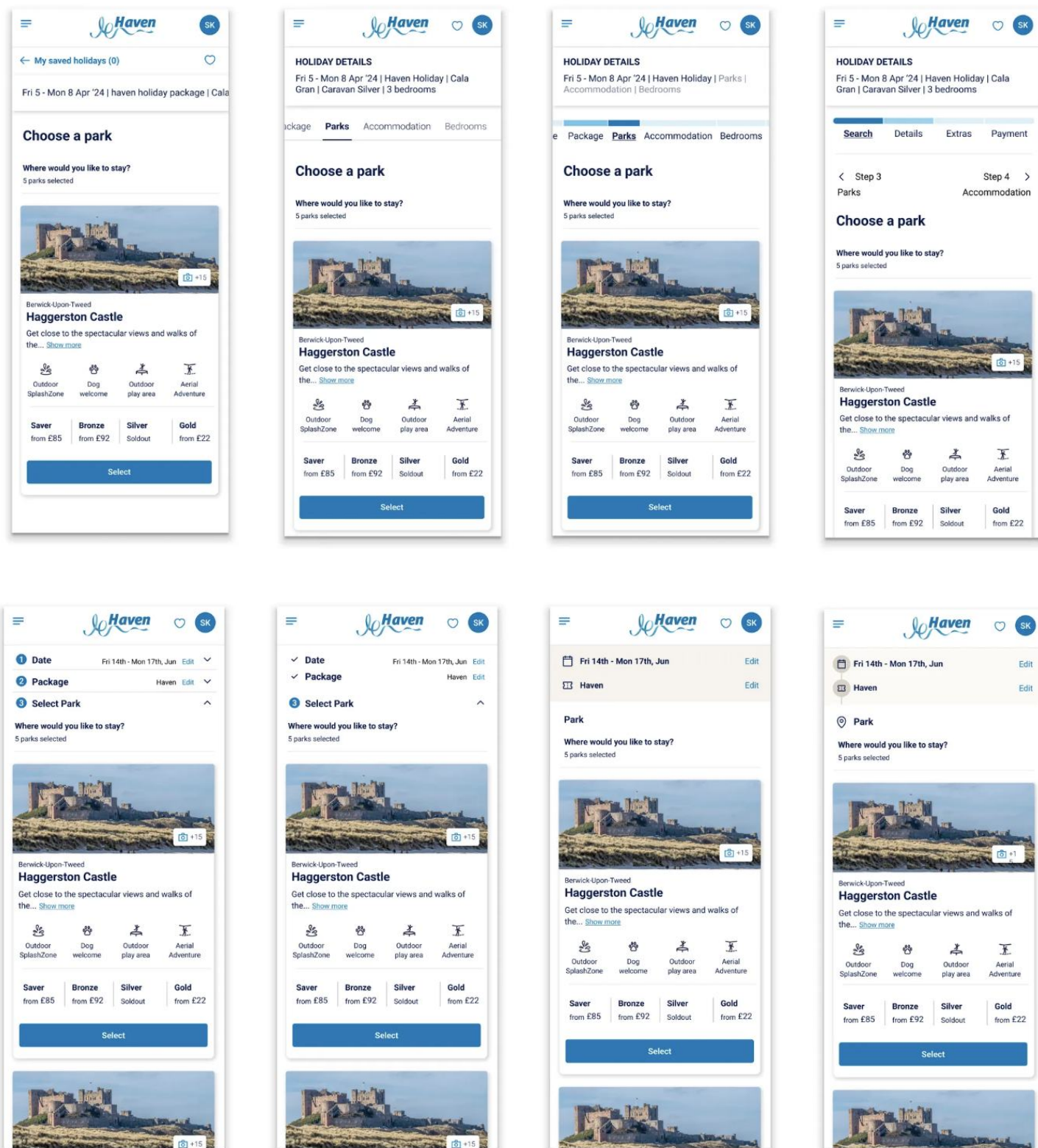
비즈니스 목표 (Business Goals)

- 검색 여정이 가진 기능과 잠재력을 최대한 활용한다
- 검색 과정에서 발생하는 오류와 소요 시간을 줄인다

고려 사항 (Considerations)

- 여섯 단계에 걸친 모든 정보를 어떻게 단순한 스텝퍼 UI로 표현할 수 있을까?
- 각 단계에서 사용자가 올바른 선택을 하고 있다는 확신을 어떻게 제공할 수 있을까?
- 전체 여정 동안 사용자가 체크아웃 과정과 유사한 경험을 느끼도록 하려면 어떻게 해야 할까?

IDEATION



페이지네이션을 세로 흐름으로 변경

총 6단계로 이루어진 여정은 모바일의 제한된 화면 너비에 모두 담기에는 다소 길었기 때문에, 페이지네이션 방향을 기존의 가로 흐름(좌 → 우)에서 세로 흐름(상 → 하)로 변경했습니다.

이 변경을 통해 페이지 상단에 사전에 선택된 옵션을 노출할 수 있었고, 사용자가 검색 여정 전체에 걸쳐 언제든지 해당 옵션을 확인하고 변경할 수 있는 공간을 확보할 수 있었습니다.

OUTCOME

해당 개선을 통해 예약 전환율은 6%, 평균 객단가는 5% 상승



2



RICS®

Style Guide

Training and Event

영국 왕립 서베이 협회 - Styleguide and Brand Consistency

DURATION

12.2024 - 2. 2025, 3 months

ROLE

UX 디자이너 / 팀 리드 & 스페셜리스트

COVER AREA

Training 및 Event 페이지 전반에서 디자인 비일관 요소 20+ 항목 식별 및 표준화

공통 UI 컴포넌트 정의를 통해 페이지 제작 및 수정 소요 시간 약 30% 단축

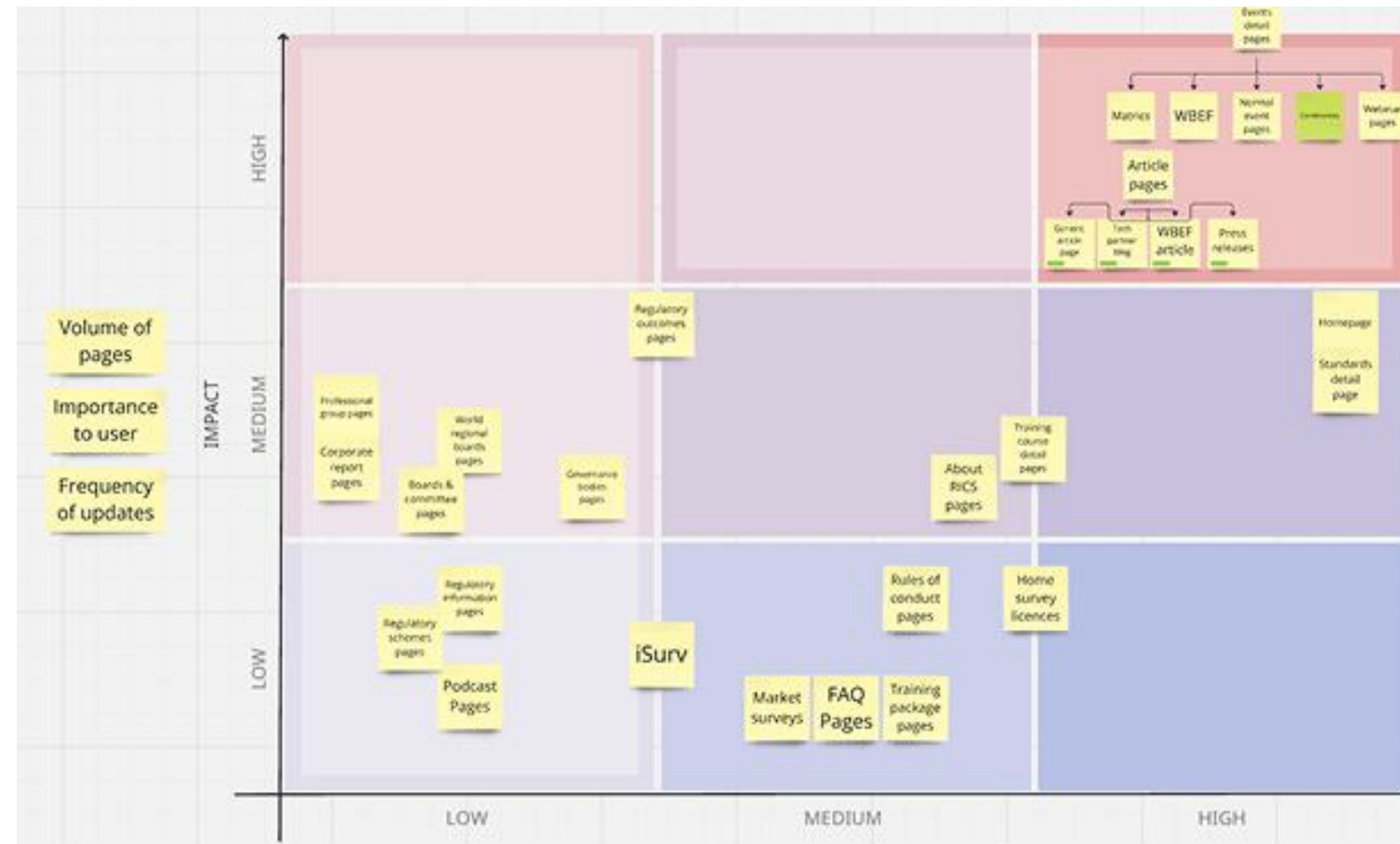
기여도 70%

BACKGROUND

제가 프로젝트에 합류할 당시, RICS 웹사이트에는 Training 및 Event 페이지를 제작하기 위한 통합된 가이드나 표준 규칙이 마련되어 있지 않았습니다.

웹세미나, 컨퍼런스, 웹 클래스, 이러닝, 온라인 트레이닝 등 다양한 유형의 페이지가 존재하지만, 이를 일관되게 아우르는 공통된 페이지 구조나 디자인 프레임워크는 부재한 상태였습니다.

이로 인해 페이지의 기획, 디자인, 제작 방식이 부서별·섹션별로 상이하게 운영되고 있으며, 전반적인 사용자 경험과 콘텐츠 구성 측면에서 일관성이 떨어져 있었습니다.



페이지별 영향력과 트래픽

STARTING POINT

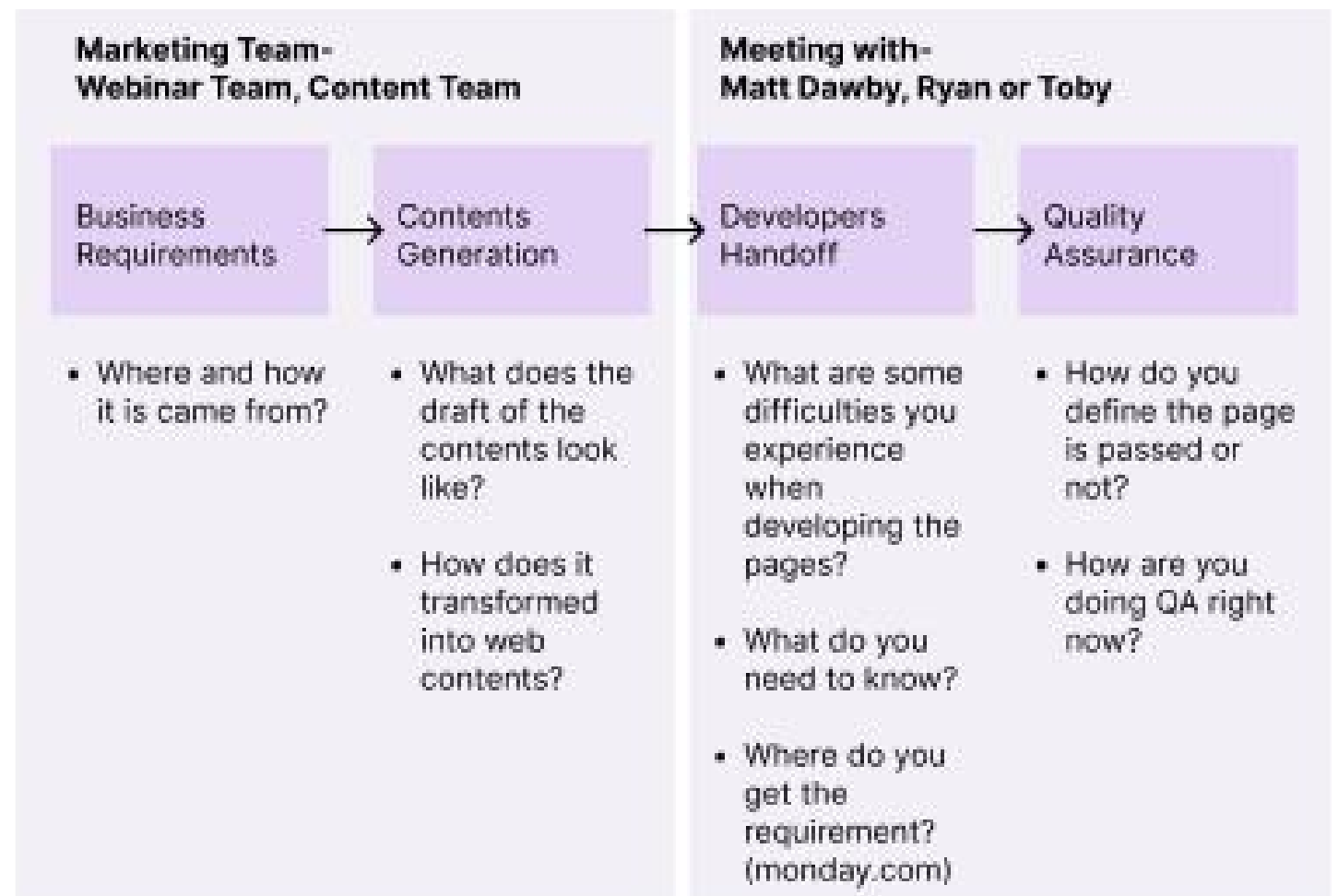
RICS 각 부서는 어떻게 협업하여 제작 효율성을 높이면서도, 사용자에게는 더 익숙하고 읽기 쉬운 통합 Training & Events 페이지 구조를 구축할 수 있을까요?

PROBLEM DEFINITION

프로젝트를 장기적으로 성공시키기 위해, 우리가 실제로 만들어야 할 가치에 대한 관점을 재정립했습니다. 그 결과 콘텐츠 스타일 가이드 제작에 집중하기보다, 문제를 탐색하고 정의하는 디스커버리 단계에 더 많은 리소스를 투입하는 방향으로 전환했습니다.

비즈니스 요구사항 정의와 콘텐츠 제작부터 개발자 핸드오프, 품질 검증에 이르기까지 팀 간 End-to-End 프로세스를 맵핑하여, 오너십·명확성·정렬 측면에서 발생하는 공백을 식별했습니다.

이는 페이지 제작과정에서 전반적인 일관성이 유지되어야 함을 강조했습니다.

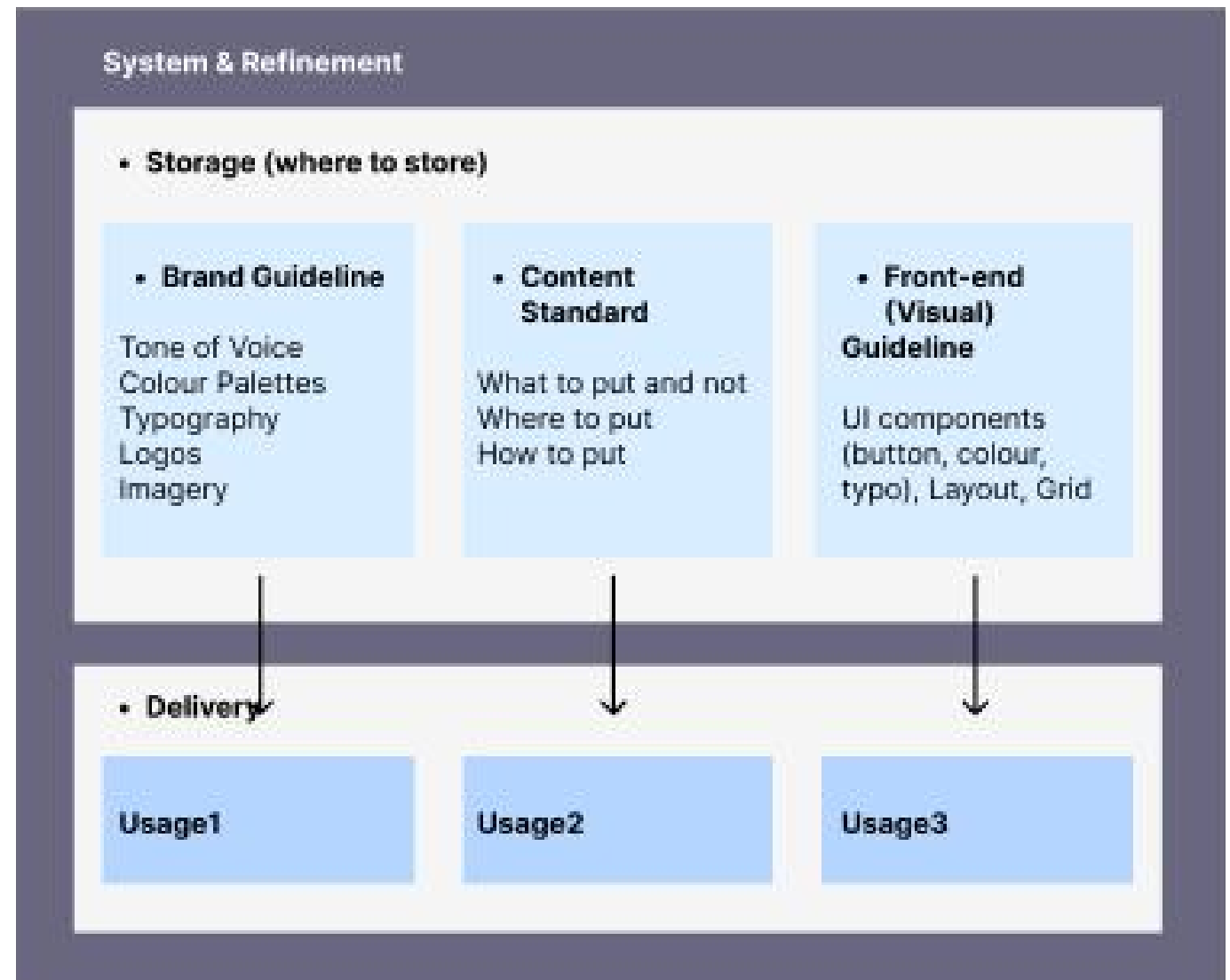


페이지 개발 단계에 따른 UX 질문

PROBLEM DEFINITION

또한 브랜드 가이드라인, 콘텐츠 규칙, 프론트엔드 UI 컴포넌트를 아우르는 중앙화된 기준의 중요성을 명확히 드러내기 위해 해당 테이블을 설계했습니다.

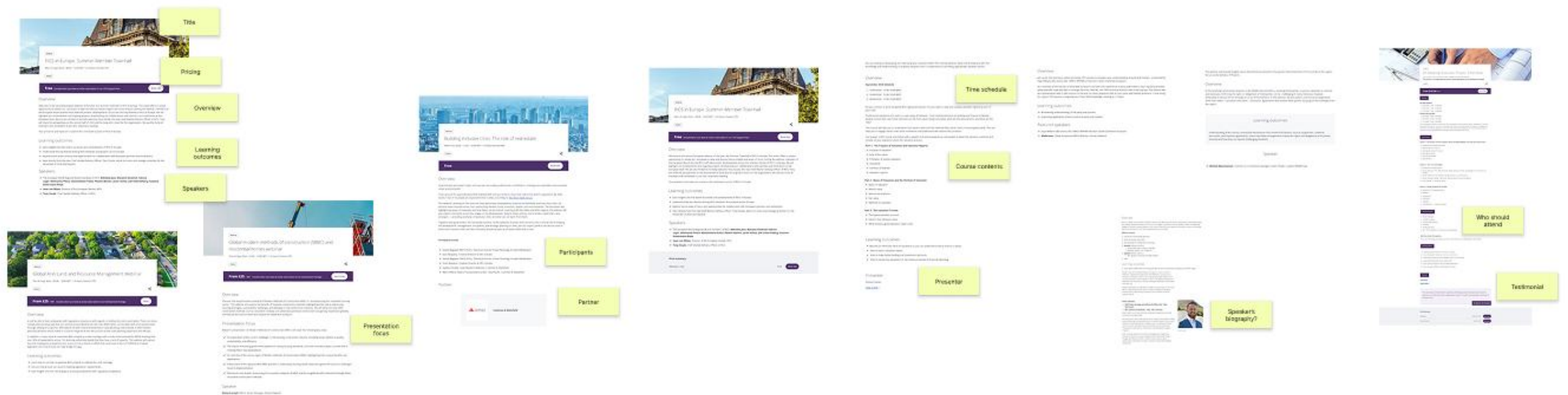
이러한 프로세스 매핑을 통해 Training 및 Event 페이지 전반에서 효율성, 품질, 일관성을 개선하기 위해서는 공통 프레임워크와 보다 강력한 크로스팀 협업이 필요하다는 점을 명확히 할 수 있었습니다.



각 단계별 스타일가이드 양식과 공통 프레임워크

ASIS ANALYSIS

이전에 제작된 큰 구조를 바탕으로 Training 및 Event 페이지 전반을 대상으로 휴리스틱 분석을 수행하며, 제목·부제·본문 텍스트·버튼·라벨 등 핵심 UI 컴포넌트를 중심으로 구조적으로 검토했습니다. 각 컴포넌트에 대해 사용자의 인지과 행동에 어떤 영향을 미치는지, 페이지 및 맥락에 따라 어떻게 다르게 활용되고 있는지, 그리고 그 차이가 발생한 이유를 분석했습니다.



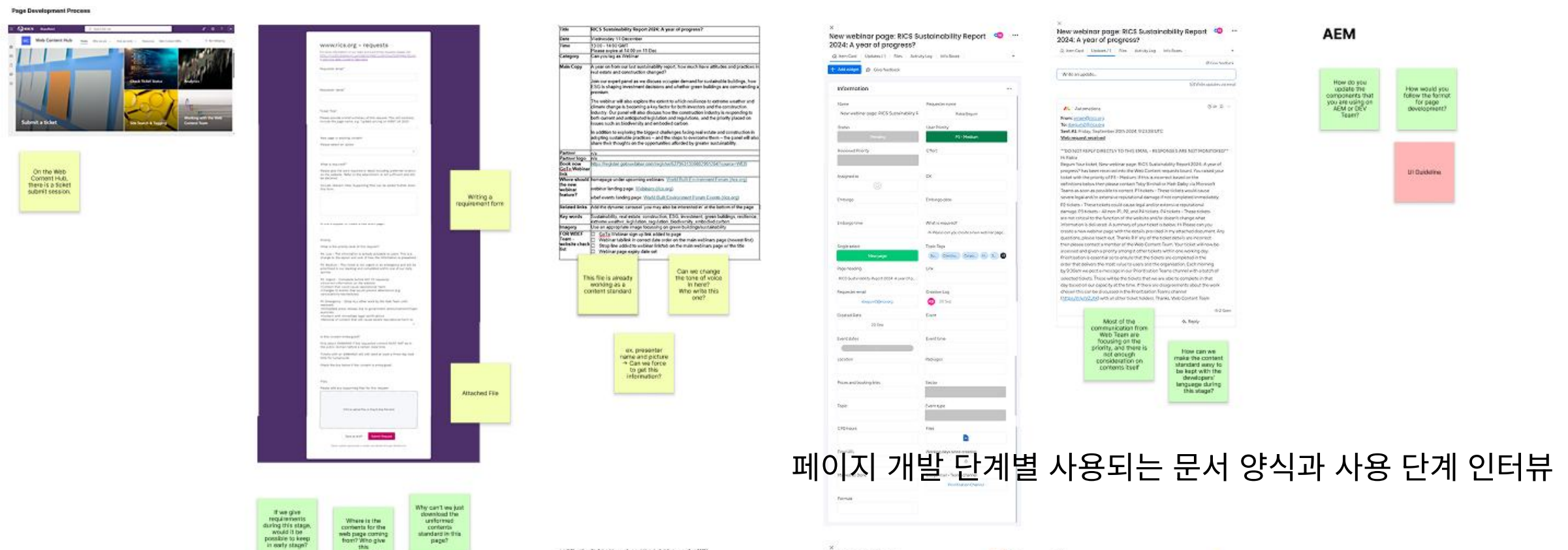
Training & Event 페이지를 구성하고 있는 컴포넌트 분석

STAKEHOLDER RESEARCH

다음 단계에서는 각 부서 리드들과 긴밀히 협업하며 Training 및 Event 페이지를 제작하는 실제 업무 흐름을 심층적으로 이해하는 데 집중했습니다. 이를 통해 페이지 제작 과정 전반에서 반복적으로 나타나는 공통 패턴과 구조적 제약, 그리고 부서별 운영 방식의 차이를 도출할 수 있었으며, 이러한 인사이트는 스타일 가이드의 형식과 포함해야 할 정보 범위를 정의하는 핵심 기준이 되었습니다.

특히 이 과정에서 산출물의 가시성과 접근성을 높이는 것이 무엇보다 중요하다는 점이 부각되었습니다. RICS 내부 팀들이 결과물을 쉽게 인지하고, 자발적으로 수용하며, 기존 워크플로우에 자연스럽게 통합할 수 있어야만 스타일 가이드가 실질적인 도구로 기능할 수 있기 때문입니다.

→ 디자인 비일관 요소 20+ 항목 식별 및 표준화



페이지 개발 단계별 사용되는 문서 양식과 사용 단계 인터뷰

OUTCOME

공통 UI 컴포넌트를 정의·적용함으로써 페이지 제작 및 수정에 소요되는 시간을 약 30% 단축했으며, 반복 작업과 불필요한 커뮤니케이션 비용을 크게 줄였습니다. 이를 통해 디자인 비일관성과 개발 재작업을 구조적으로 해소하고, 전반적인 전달 속도와 결과물의 신뢰도를 동시에 개선했습니다.



Wild Curiosity

Wild Curiosity – Sustainable Lifestyle App

DURATION

4. 2025 - 11. 2025, 8 months

ROLE

스타트업 디자이너

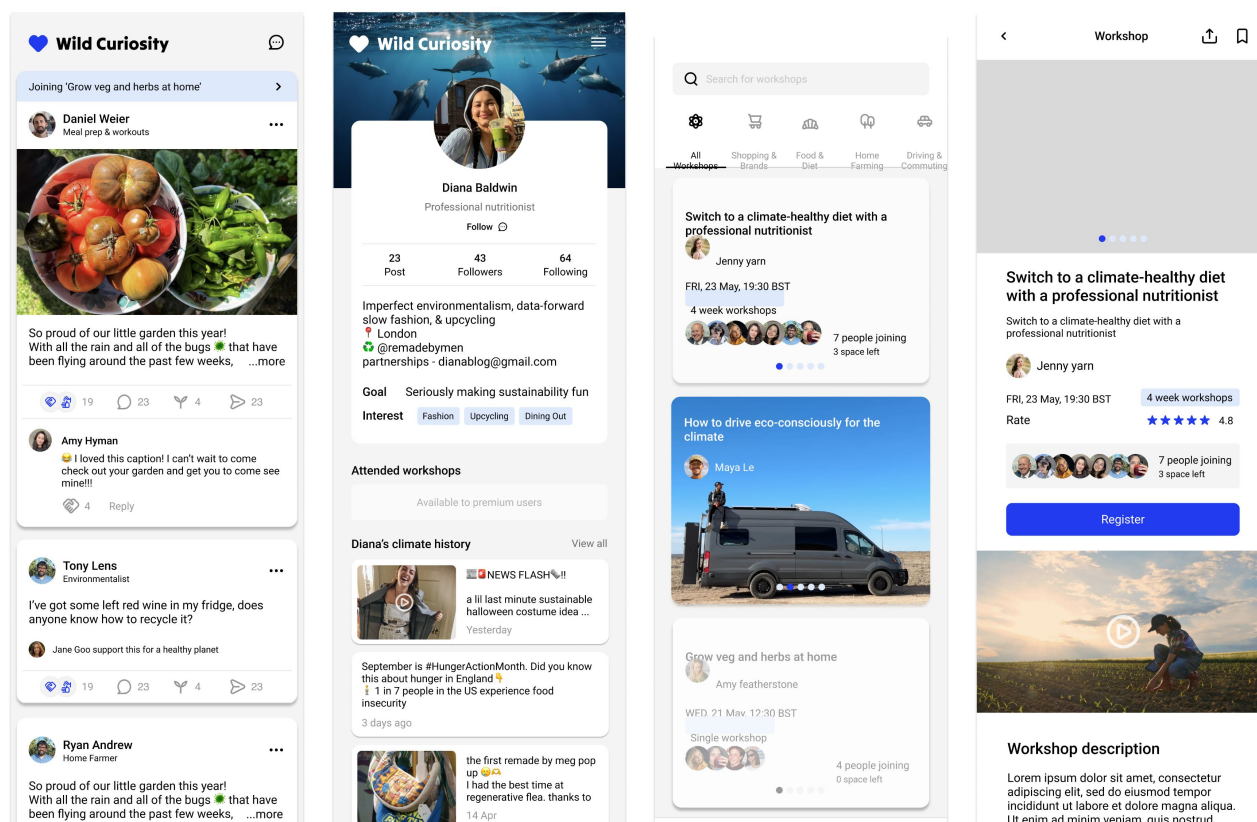
COVER AREA

핵심 사용자 니즈 3개 및 초기 타깃 세그먼트 정의

MVP 범위를 핵심 기능 8개로 압축하여 개발 효율성 확보

투자자·파트너 간 제품 및 비즈니스 방향성 정렬

기여도 100%



BACKGROUND & STARTING POINT

대기업 환경에서의 경험을 바탕으로, 린 스타트업이라는 전혀 다른 실행 맥락에 처음 진입하게 되었습니다. 개인적인 아이디어를 LinkedIn에 공유한 계기로 글로벌 VC를 대상으로 한 피칭 기회를 얻게 되었고, 이 과정에서 실리콘밸리 중심의 스타트업 생태계와 투자 관점에 직접 대응해야 하는 역할을 맡게 되었습니다.

명확한 레퍼런스나 내부 자원이 없는 상황에서, 단순한 아이디어 제안이 아닌 사용자 인사이트, MVP 학습 결과, 그리고 제품 비전을 하나의 설득력 있는 투자 스토리로 구조화하는 것이 핵심 과제로 떠올랐습니다. 특히 투자자의 리스크와 불확실성을 어떻게 낮출 것인가가 이 프로젝트의 출발점이었습니다.

RESEARCH STAGE

정부 조사 자료와 산업 리포트 등 공신력 있는 데이터 소스를 기반으로 시장 리서치를 수행하고, 환경 산업 내 유사 서비스와 기업들의 현재 전략과 운영 방식을 분석했습니다.

영국 성인의 대다수는 지속가능성과 기후 변화에 대해 높은 관심과 문제의식을 가지고 있지만, 이를 일관된 행동으로 이어가는 경우는 많지 않습니다.

Public and business attitudes to the environment and climate change, Great Britain: 2024

Insights on individuals' and businesses' attitudes towards climate change and the environment using data from our Opinions and Lifestyle Survey (OPN) and Business Insights and Conditions Survey (BICS).

This is the latest release.

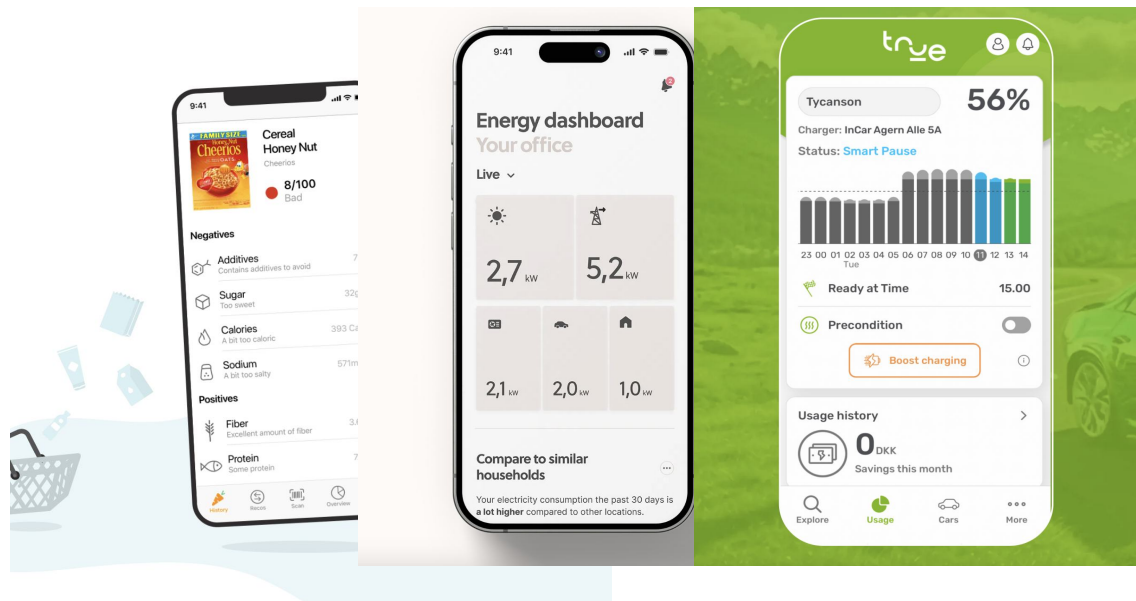
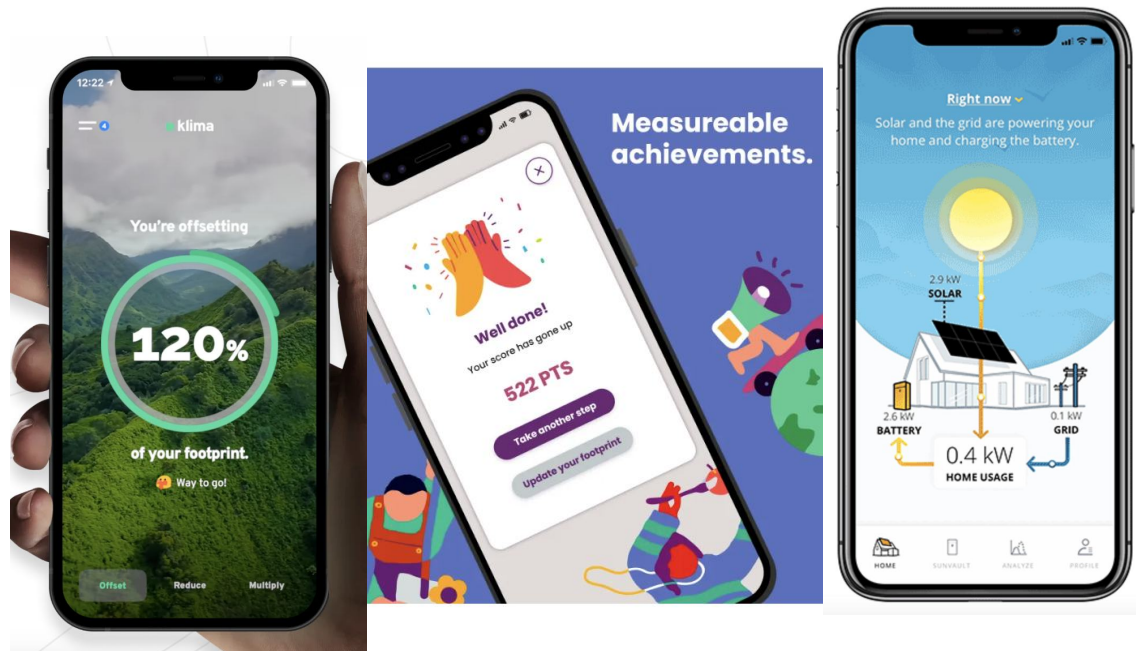
[View previous releases](#)

Contact:
Public Policy and Social Insights team

Release date:
13 November 2024

Next release:
To be announced

RESEARCH STAGE



지표와 수치 중심의 기존 앱

다수의 소비자 대상 지속가능성 앱은 지표와 수치 중심의 인터페이스에 집중하고 있으며, 이는 사용자에게 규제적이고 평가받는 느낌을 주어 사회적 참여를 약화시키고 이탈률을 높이는 결과로 이어집니다.

PROBLEM STATEMENT

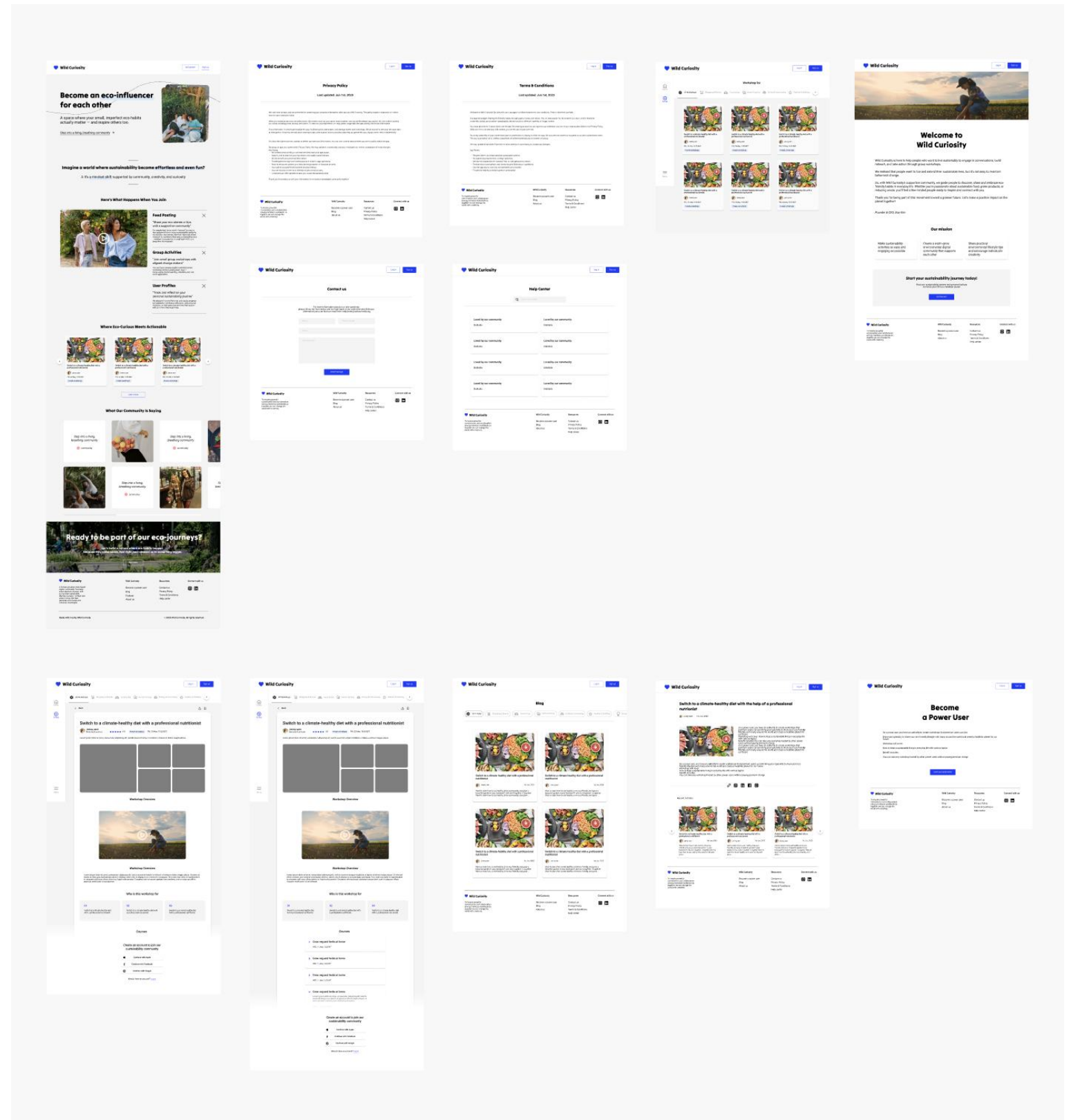
1. 많은 사람들에게 친환경적인 행동은 비용과 시간, 정보 측면에서 부담스럽게 느껴지며 쉽게 접근하기 어렵습니다.
2. 두려움과 죄책감에 기반한 담론은 행동을 촉진하기보다 오히려 거리감을 만들어냅니다.
3. 실제로 문화 변화를 이끌고 있는 교육자, 환경 크리에이터, 지역 커뮤니티 활동가들은 충분한 가치 평가나 지속 가능한 보상을 받지 못한 채 윤리적인 경제 구조 밖에 머물러 있습니다.

MVP DEVELOPMENT

MVP 범위를 핵심 기능 8개로
압축하여 개발 효율성 확보

- 1/ Social networking
- 2/ Group Activities
- 3/ Profile Setting
- 4/ On-boarding
- 5/ Messaging
- 6/ Posting
- 7/ Workshop Setting
- 8/ Article

>> Figma File 보기



MVP DEVELOPMENT

외부 개발 파트너와 함께 린한 셋업에서 작업하며, 디자인 복잡도와 기술 구현 가능성, 사업 목표를 기준으로 기능 범위를 구조적으로 판단하고 조정했습니다.



app_cake's message

Dear Soo,

I hope this message finds you well.

I'm pleased to let you know that we've successfully completed the design phase of your project, covering the Mobile App, Website, Admin Dashboard, and Figma.

It has been a pleasure collaborating with you, and your valuable feedback has played an important role in shaping the final outcome.

We are now ready to deliver the designs as per your specifications.

Please review the following links and let us know if any adjustments are required:

Website Live Link:

<https://wild-curisity-webiste.vercel.app/>

Mobile App (Drive Link):

<https://drive.google.com/drive/folders/16pSduW8XEvh0KRvdUsT1A91HFIO5a2Su>

Figma Link :

<https://www.figma.com/design/RXP77IxQnkkhbggaf8rNsU/sooooooookim-%7C%7C-Wild-Curiosity-app%7C%7C--6500...>

INVESTOR PITCH DECK



Pre-Seed Stage, July 2025
Become an eco-influencer for each other

SEQUOIA 红

Soo,

Thank you for taking the time to share your company story with us through the Arc open call. While we enjoyed learning about what you're building, we've decided not to move forward with an investment at this time.

There's no such thing as "one shot" with Sequoia. We don't always get it right from the start—in fact, we passed on DoorDash at the seed before partnering at the Series A and beyond.

Sequoia Capital을 대상으로 한 투자자 피치덱 (다운로드) 의 기획 및 디자인을 총괄하며, 제품 비전과 시장 인사이트, MVP 전략을 설득력 있는 투자 내러티브로 정제했습니다.

본 프로젝트는 제품 완성도나 초기 성과와 무관하게, Microsoft 등 주요 산업 플레이어가 얹힌 외부 정치적 이슈로 인해 중단되었습니다

감사합니다

syum.kim@gmail.com

<https://www.linkedin.com/in/soo-kim-503820142/>

www.sookim.net

김수민 디자이너