

# ‘플랫폼’ 직관적·손쉬운 사용… IT업계, UI·UX 전면 개편

기업·앱 브랜드 정체성 재정립  
배달의민족, 개인별 맞춤 화면 제공  
고객 선호도·업주 지속성장 중점  
스마트스코어, 토탈 플랫폼 도약  
개발에 200억 이상 예산 투입도

B2C 서비스 IT 업계의 UI/UX(사용자 경험 디자인) 개편이 잇따르고 있다. 세분화·고도화 해 복잡한 서비스를 직관적으로 제공해 이용자를 붙잡고 기업과 앱(APP)의 브랜드 정체성을 재정립하기 위한 시도다.

16일 메트로경제 취재에 따르면 배달의민족과 스마트스코어 등 주요 B2C IT 기업들이 이달 UI/UX 전면 개편을 진행했다.

배달의민족(우아한형제들)은 이달 UI/UX를 개편을 시작하면서 서비스별 탭 도입과 이용자 최적화에 중점을 뒀다. 음식 배달 서비스뿐 아니라 장보기·쇼핑, 배민 선물하기 등 서비스가 확장하면서 복잡해진 서비스를 한결 쉽게 이용할 수 있도록 했다. 고객 개인별 맞춤형으로 노출 화면을 제공해 편의성을 높일 계획이다.

배달의민족은 이와 같은 골자에 맞춰 다양한 UI/UX 개편 방안을 마련하고 각각의 효과에 대한 테스트를 진행할 예정이다. 최대한 신속히 개편을 완료해 새로운 UI·UX를 선보이겠다는 방침이다.

우아한형제들 이국환 대표는 “배민에 가장 중요한 파트너인 사장님의 성장, 배민을 이용하는 고객의 편의성 강화를 위해 홈 화면과 고객 이용경험을 계속 발전시켜 나가고 있다”며 “고객의 선호도와 편의성, 업주의 지속적인 성장에 도움이 될 수 있는 서비스가 되도록 업주분들의 의견도 경청하며 노력해나갈 것”이라고 말했다.

스마트스코어도 지난 11일 UI/UX를 전면 개편하고 골프 토탈 플랫폼으로 도약을 선언했다. 개편을 통해 서비스 메뉴를 홈 화면을 중심으로 MY스



UI/UX 개편을 위해 사용자의 이용에 대해 고민하는 모습. UI/UX는 사용자의 사용방식과 경험을 고려한 디자인 분야다. /PEXELS

코어, 골프예약, 쇼핑 등 3개로 통합했다. 데이터 중심으로 25가지 서비스가 나열된 상태에서 쉽고 직관적으로 앱을 사용할 수 있도록 바꿨다.

스코어 중심 서비스에서 벗어나 골프의 모든 것을 한번에 이용할 수 있는 슈퍼앱으로 도약하겠다는 의미를 담았다. 이번 개편은 1년 이상의 투자와 노력을 통해 이뤄졌다. 개발 전담 인원만 300명 이상, 200억원 이상 예산을 투입했다.

앱 개편을 담당할 박종철 CTO는 “골프의 모든 것을 스마트스코어 앱 하나로 통해 쉽고 편하고 재미있게 즐길 수 있도록 기존 UI와 UX를 완전히 바꿨다”며 “스마트스코어의 지향점인 개인의 라이프스타일에 맞춘 서비스를 데이터 기반으로 구현해 갈 것”이라고 밝혔다. 또 “한국 버전을 시작으로 글로벌 국가별을 대상으로 순차적으로 론칭할 예정”이라며 글로벌 시장 내 공격적인 확장 의지를 드러냈다.

사용자 경험 디자인을 뜻하는 UI/UX는 제품, 서비스 또는 시스템의 이용자와의 상호교감적 모델을 개발하는 디자인의 한 분야다.

기술 발전으로 앱 서비스가 고도화하고 복잡해지면서 UI/UX는 이용자

를 록인(Lock-in)하기 위한 가장 중요한 요소 중 하나로 떠올랐다. 앱 사용 화면 형태 자체가 기업의 이미지와 브랜드가 되면서 기업의 피벗(Pivot)에 UI/UX 개편이 유용한 수단이 되기도 했다.

팬데믹 이후부터는 중노년층 이용자들의 B2C 서비스 앱 사용이 계속 늘면서 직관적이고 손쉬운 사용을 위한 디자인 개편이 계속 늘고 있다. 인공지능(AI) 발전에 따른 이용자 개인화를 위한 변화도 이어지고 있다.

다만 이용자의 사용 경험에 주안점을 두는 만큼 UI/UX 개편은 점차적으로 진행된다. 이용방식 변화에 따른 이용자의 학습 속도와 경험, 반응을 고려하며 진행되기 때문이다.

IT 업계 관계자는 “UI/UX는 기업 입장에서 한 번 교체하는 데에 굉장한 큰 부담이 되는 게 사실”이라면서 “기업 내 개발자와 디자이너 뿐 아니라 마케팅과 기획자 등 거의 모든 영역이 함께 머리를 맞대는 작업인 만큼 인력 활용에 따른 비용이 크다. 대신 단기적으로 개편 직후 이용자가 느끼는 효과와 장기적인 충성 이용자 확보 효과가 있다”고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## LG CNS, 기업용 ‘생성 AI 플랫폼’ 확대

‘디에이피 젠AI 플랫폼’ 강화

LG CNS는 기업용 생성형 인공지능(AI) 플랫폼 ‘디에이피 젠AI 플랫폼’을 대폭 강화했다고 16일 밝혔다. 지난 10월 출시한 언어 생성형 AI 솔루션인 젠AI 텍스트에 ▲놀리지 레이크(Knowledge Lake) ▲젠AI 이미지 ▲젠AI 톡 등 3개 솔루션을 추가하며 전면 고도화했다.

기업 고객은 자체 서버, 클라우드 등 보유 중인 인프라에 ‘디에이피 젠AI 플랫폼’을 설치해 비즈니스에 필요한 생성형 AI 서비스를 만들고 활용할 수 있다. 생성형 AI가 거짓이나 왜곡된 내용을 생성하는 정보 왜곡현상(할루시네이션)은 고객이 보유한 문서나 데이터와 같은 내부 정보자산을 활용함으로써 해결한다.

‘디에이피 젠AI 플랫폼’은 새롭게 등장하는 생성형 AI 기술들을 바로 탑재할 수 있어, 고객이 항상 최신의 AI

를 사용할 수 있다는 장점도 갖췄다.

‘놀리지 레이크’를 활용하는 기업 고객은 생성형 AI로 사내 필요한 데이터를 찾아 임직원들의 업무 효율성을 극대화할 수 있다. 업무 관련 수십만 페이지의 문서를 확인할 필요없이 질문을 입력하면 생성형 AI가 지식화된 내부 문서를 분석해 답변을 제공하기 때문이다.

기업 고객은 ‘젠AI 텍스트’를 통해 원하는 언어 생성형 AI 서비스를 개발할 수 있다. AI 서비스를 활용하면 문서 요약, 상품 추천, 보고서 작성 등의 다양한 생성형 AI 서비스를 구현하고 즉시 배포해 사용할 수 있다. LG CNS는 사전 검증을 마친 수십 여종의 AI 서비스와 AI 프롬프트를 ‘젠AI 텍스트’에 탑재했다. LG CNS는 선점제되는 AI 서비스와 AI 프롬프트의 종류를 지속 확대해 나갈 예정이다. 또 고객이 초거대 언어모델(LLM)을 미세조정(파인튜닝)해 비즈니스에 특화된 LLM을 만들 수 있도록 한다. /김서현 기자

## LGU+, ‘틈byU’ 열흘간 감성 카페로 탈바꿈

‘데일리 링크드 커피’ 팝업 전시

LG유플러스는 이달 21일까지 커피 리브레와 손잡고 ‘일상비밀상의틈byU+’에서 커피와 고객을 연결한다는 콘셉트의 팝업 전시 ‘데일리 링크드 커피’를 연다고 16일 밝혔다.

LG유플러스는 고객에게 고품질 커피를 경험할 수 있는 기회를 제공하기 위해 ‘한국 스페셜티 커피의 자부심’으로 알려진 커피 리브레와 틈byU+에서 이달 21일까지 팝업 전시를 진행한다. 이는 커피에 대한 국내 소비자의 관심이 높아지는 트렌드를 반영한 것이다. 실제로 지난해 국내 1인당 연간 커피 소비량(405잔)은 전 세계 평균(152잔) 대비 2배 이상 높은 것으로 나타났다.

2009년 연남동에서 한 카페로 시작

한 커피 리브레는 현재 세계 16개국 200여 농장과 직거래한 생두를 볶아 국내 600여개 카페에 공급하는 스페셜티 커피 전문 브랜드다. 세계 커피 로스팅 대회 ‘월드 로스터스 컵’에서 2012~2013년 연속 우승하고 작년에는 직영 농장 ‘핀카리브레’가 세계 최고 권위의 커피 품질 경쟁대회 ‘컵 오브 엑셀런스’에서 8위에 들었다.

전시 기간 동안 고객은 틈byU+에서 커피 리브레 바리스타가 현장에서 직접 내린 커피를 경험할 수 있다. 원두 종류는 싱글오리진 3종이며 최대 2종 시음 가능하다. 시음 후 지하 1층으로 내려가면 준비된 그라인더를 활용해 볶아진 원두를 갈고 여과지를 활용해 핸드드립 커피를 내리며 직접 만들어 볼 수도 있다. /구남영 기자 koogija\_tea@

## SK C&C, 화성시 수출기업에 ESG 컨설팅

21개 기업에 기초·특화컨설팅  
종합 ESG경영관리플랫폼 제공

SK C&C가 화성상공회의소가 주관하는 ‘2024년 화성지역 ESG 경영 컨설팅 수행 사업자’로 선정됐다.

16일 SK C&C에 따르면 이번 사업은 관내 기업들이 유럽연합(EU) 공급망실사법과 같은 ESG 수출 규제에 적극 대응하며 경쟁국 기업들 대비 우수한 ESG 경쟁력을 확보함으로써 수출 시장을 더욱 확대하는 기회로 활용하기 위해 추진했다.

SK C&C는 화성상공회의소가 선정하는 기업 21곳에 맞춤형 디지털 ESG 컨설팅을 진행한다.

ESG 관리 체계 확보가 우선인 16곳에는 ▲ESG 경영 수준 진단 ▲개선 과제 도출 ▲현장 이행 가이드



등 디지털 ESG 기초 컨설팅을 지원한다.

즉각적인 수출 규제 대응이 필요한 5곳에 대해서는 디지털 ESG 기초 컨설팅에 더해 ▲개선 이행 모니터링 ▲실행 밀착 지원을 통한 추가 개선 지원 ▲온실가스 목표관리 서비스 등 특화 컨설팅도 제공한다.

특히 SK C&C는 빠른 ESG 컨설팅 서비스 전개를 위해 국내 2600여곳이 넘는 기업 및 단체에서 활용 중인 종합 ESG 경영관리 플랫폼 ‘클릭 ESG’를

제공한다. 이에 맞춰 화성상공회의소는 자체 운영중인 ESG경영지원센터 플랫폼에 클릭 ESG를 연동해, 화성시 관내 기업들이 보다 편리하게 윈스톱 ESG 서비스를 지원받을 수 있도록 할 계획이다.

기업들은 클릭 ESG에 접속해 각각 관련 항목 데이터를 입력하면 ▲산업별 ESG 핵심 지표 평가 ▲동종 업계 비교 ▲세부 개선 영역 제시 등을 포함한 ESG 진단 결과 자료를 받아볼 수 있다.

방수인 SK C&C 디지털 ESG그룹장은 “이를 통해 화성시 관내 기업들이 글로벌 수준에 부합하는 ESG 경영 체계를 갖추고 글로벌 수출 시장 개척에 더욱 박차를 가할 수 있도록 적극 지원하겠다”고 말했다.

/김서현 기자

## KT, AICT로 달라지는 일상 속 변화 선포

오늘부터 19일까지 WIS 2024 참여

KT가 일상의 변화를 불러올 차세대 인공지능통신기술(AICT) 서비스를 공개한다. KT는 오는 17일부터 19일까지 서울 강남구 코엑스에서 열리는 월드IT쇼 2024(WIS 2024)에 참여한다고 16일 밝혔다.

KT는 ‘AICT 컴퍼니, KT’를 주제로 부스를 마련하고 학교, 일터 등 고객이 일상생활 속에서 체험하는 AICT 기술을 선보일 예정이다. 부스 입구에 마련한 스페셜 존에서는 거대언어모델(LLM) 기반 챗봇 서비스를 제공하는 ‘AI 인사이트 플랫폼’과 AI가 만들어주

는 이미지 생성기술 ‘AI 크리에이터’, AI 지도 검색 서비스인 ‘GIS AI 검색 서비스’ 등을 공개한다.

KT는 2020년부터 콜센터 운영을 통해 확보한 노하우와 AI 기술을 바탕으로 발전한 AI컨택센터(CC) 기술도 공개한다. AICC 셀프 가입과 구축, 상담이 가능한 클라우드 콘택트 센터 ‘KT 에이센(A’ Cen) 클라우드 서비스’와 ‘똑똑한 AI 보이소봇’을 활용한 업종별 챗봇 체험 공간을 마련한다.

이밖에도 KT는 이동 테마존에서 미래 네트워크 관련 혁신 기술을 소개한다.

/구남영 기자