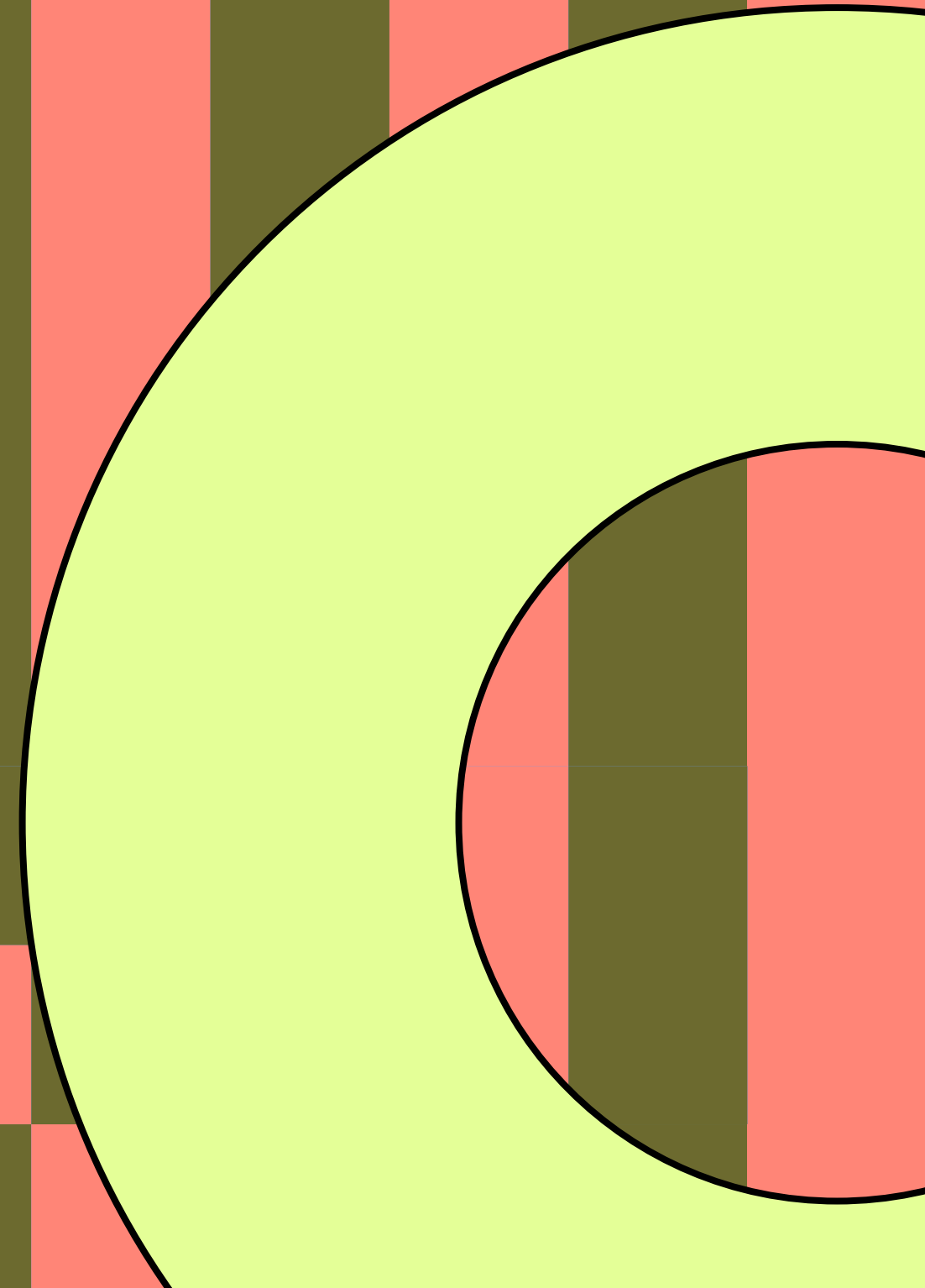
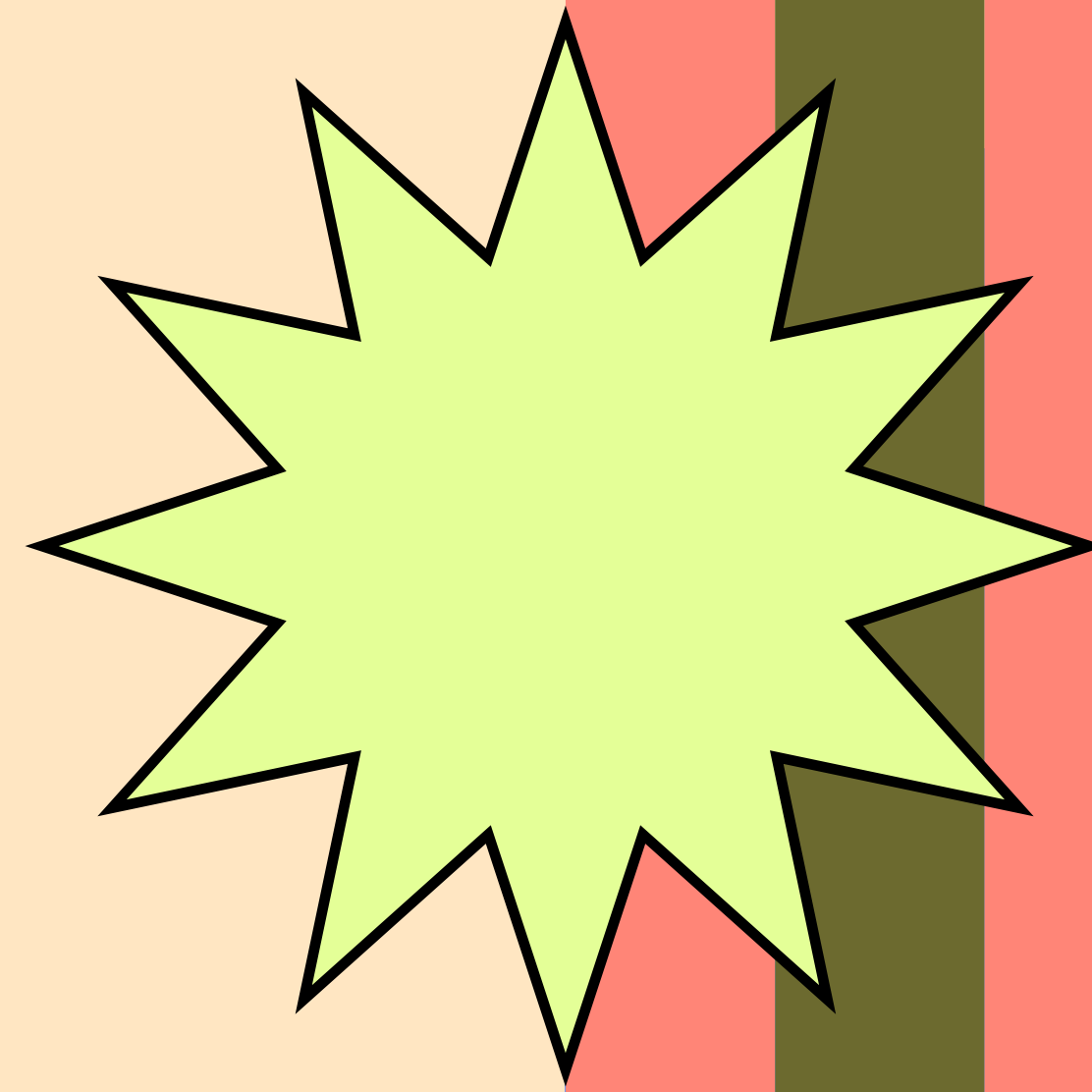
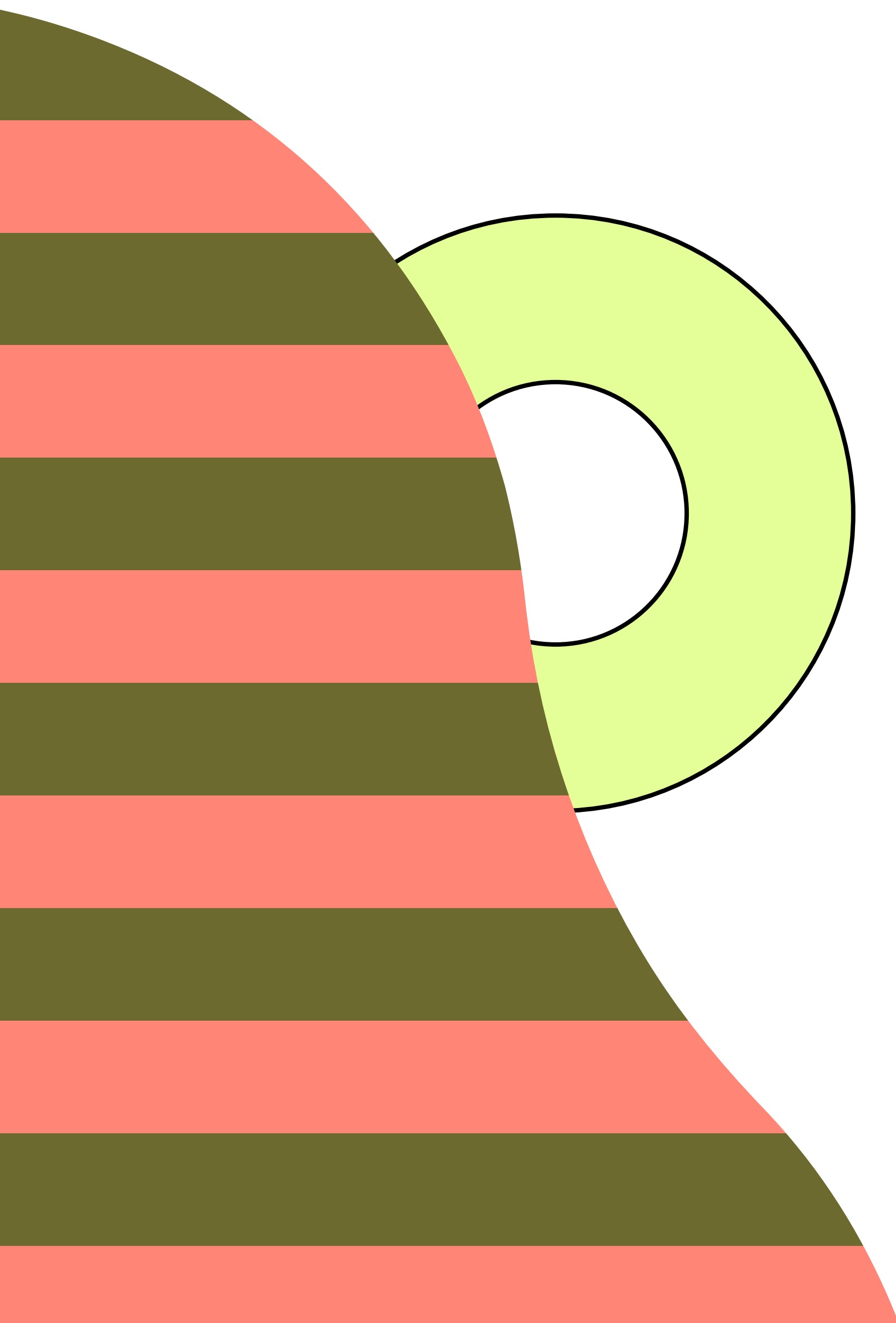


Figma

AI를 향한 기대와 실험: 디자인 트렌드 보고서





디지털 디자인 팀은 중요한 순간을 직면하고 있습니다. 텍스트, 동영상, 이미지 생성 등과 같은 생성형 AI 기능이 업무에 큰 변화를 가져올 것이라는 것은 알고 있지만 그 변화가 언제, 어떻게 일어날지는 알 수 없습니다.

Apple, AirBnB, Zoom과 같은 기업의 초기 투자자인 벤처 캐피털 회사 Sequoia Capital은 2024년 Sequoia AI Ascent 행사에서 40~50개 이상의 기업이 AI로 10억 달러의 매출을 달성할 것으로 예상한다고 밝혔습니다*.

이들 중 상당수는 아직 성공하지 못한 스타트업일 가능성이 높지만, AI는 우리의 모든 미래에 큰 영향을 미칠 것입니다. 스마트폰이 그랬던 것처럼 AI는 모든 디자인과 개발 관련 일자리에 파문을 불러올 잠재력이 있습니다.

하지만 Sequoia의 파트너인 소냐 황(Sonya Huang)은 최근 다음과 같은 사실을 인정했는데,* 많은 사람이 2024년에 '캠브리아기 생물 대폭발' 수준으로 AI 앱이 늘어날 것을 예상했지만, 올해 상반기에 대성공을 거둔 애플리케이션이 아주 많지는 않습니다

*Sequoia AI Ascent, 2024년 3월

이럴 때 우리는 Institute for the Future를 이끈 로이 아마라(Roy Amara)가 처음 제시한 원칙을 떠올립니다.



"우리는 단기적으로는 기술의 효과를 과대평가하고 장기적으로는 그 효과를 과소평가하는 경향이 있다."

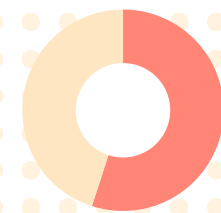
이러한 현상은 아마라의 법칙이라 불릴만큼 여러 번 반복되었습니다.

AI가 실현될 가능성은 아직 멀었지만, 디자이너, 엔지니어 등이 사이트, 앱, 디지털 제품을 디자인하고 제작하는 방식에는 이미 AI가 영향을 미치고 있습니다. 그리고 모바일이 부상할 때 경험했던 것과 유사하게 많은 브랜드가 AI의 애플리케이션 계층을 활용할 겁니다.

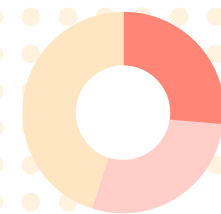
애플리케이션 계층은 무엇을 의미할까요? 우리 대부분은 매일 애플리케이션 계층을 확인하고 상호 작용합니다. 모바일의 경우 Uber를 생각해 보세요. AI의 경우 AI 음악 생성기인 Suno, 동영상 생성기인 Sora, 챗봇인 Claude 등이 해당합니다. 서버, 클라우드, 네트워크와 같은 인프라 계층과는 달리 애플리케이션 계층은 사용자 경험이 가장 중요한 곳으로, 인터페이스와 제품의 디자인에 따라 성공과 실패가 결정됩니다.

따라서 AI는 제품개발팀에게 큰 기회를 제공합니다. Figma는 이제 그 흐름을 읽고 결과를 공유할 때가 되었다고 판단했습니다. Figma는 4개 대륙, 약 1,800명의 디자이너와 개발자를 대상으로 2024년 생성형 AI가 업무에 미칠 영향과 향후 계획에 대해 설문조사를 실시했습니다.

그 결과 생성형 AI는 아직 초기 실험 단계에 있지만, 많은 부분이 구체화되기 시작했음을 알 수 있었습니다.



일례로 절반이 넘는 응답자가 이미 AI 제품과 기능을 구축하고 있다고 답했습니다.



반면에 실제로 무언가를 시작했다고 답한 사람은 절반도 채 되지 않았습니다.

이 전자책은 디지털 제품 디자인 및 개발 분야의 동료들이 이미 생성형 AI를 어떻게 사용하고 있는지, 그리고 앞으로의 미래에 대한 그들의 견해를 살펴볼 수 있는 단초를 제공합니다.

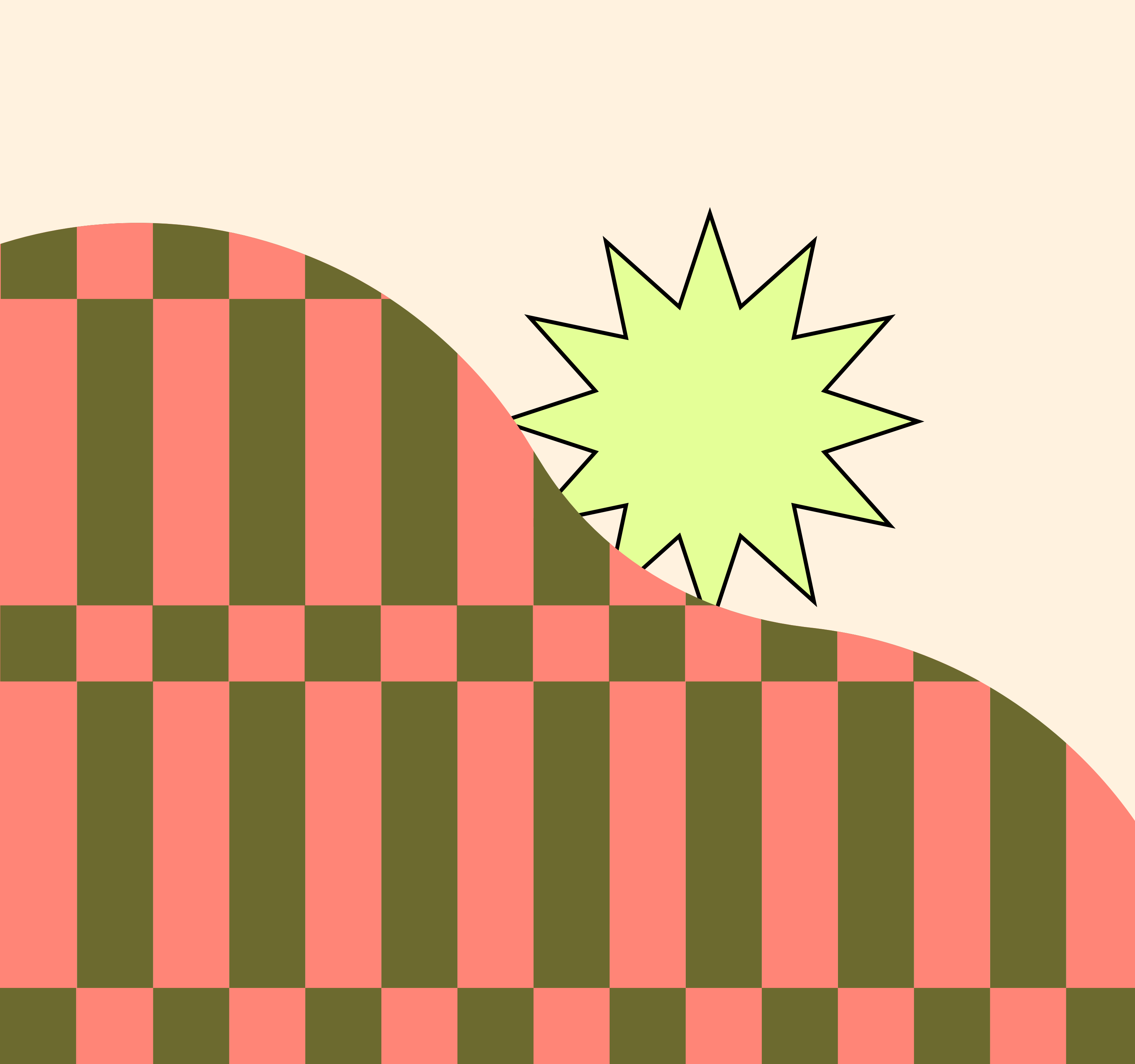
콘텐츠

현재 보고서: 누가 무엇을 위해 생성형 AI를 사용하고 있을까? →

출시 예정된 새로운 제품, 기능, 서비스 →

미래 보고서: 급변하는 AI 환경에서 앞으로 나아가는 방법 →





현재 보고서: 누가 무엇을 위해 생성형 AI를 사용하고 있을까? →

AI가 일상에 미치는 영향은 개인의 직무에 따라
다릅니다.

연구 단계에서 디자이너의 보다 분명한 초기 AI 사용 사례가
존재합니다. Bentley University의 강사이자 UserTesting의 전
최고인사이드책임자였던 자넬 에스테스(Janelle Estes)는 **다음과
같이 말했습니다.** "[생성형 AI를 사용하여 연구 계획을 작성하면]
시간을 엄청나게 절약할 수 있습니다. AI의 계획서를 확인하면서 '
좋아, 70~80%는 완성되었네'라고 말하죠."



하지만 다음 단계로 나아가는 것은 또 다른 문제입니다. **에스테스는 "저는 좋은 것을 파악할 수 있는 감각이 있기 때문에 약간의 안전망을 갖추고 있다고 느껴요. 하지만 무엇이 좋은지 알 수 있는 경험이나 교육이 없는 사람이라면 부족한 30%를 어떻게 알아차릴 수 있을까요?"** 라고 설명했습니다.

이미 많은 직무에서 AI는 특정 업무와 그 업무 수행에 필요한 기술을 대체하고 있습니다.

일례로 AI로 이미지를 빠르게 생성할 수 있다면 많은 사람이 이를 활용하여 무드 보드, 인터페이스 이미지, 기타 다양한 시각 자료를 생성할 수 있습니다. 이 시점에서는 이미지 생성이 아니라 올바른 이미지 선택을 위한 기술과 전문 지식이 필요합니다.

AI 덕분에 모든 사람이 더 빠르게 작업할 수 있지만, 가장 중요한 것은 디자이너, 개발자, 사용자 연구원 등이 결과물을 어떻게 활용하느냐입니다. 예를 들어, 디자이너는 이해관계자에게 특정 이미지가 적합한 이유 또는 어떻게 인터페이스가 문제를 해결하는 데 가장 적합할 수 있는지를 설명할 수 있는 설득 기술이 필요합니다.

변하지 않은 것이요? 제품디자인팀은 사용자 및 이해관계자의 동기와 관심사를 이해할 수 있어야 합니다. 즉, 컨텍스트(맥락)를 파악해야 합니다.

Figma의 인사이트 책임자 앤드류 호건(Andrew Hogan)은 "업무 수행 방식이 달라진다면 설득 또는 맥락화 능력이 더욱 중요해질 수 있어요."라며 "스토리를 전달하고 올바른 옵션을 선택할 수 있는 자신감과 전문성을 갖추는 것이 더 중요해질 겁니다. 최상의 결과를 얻기 위해 사람들과 어떻게 협력해야 할까요?"라고 설명했습니다.



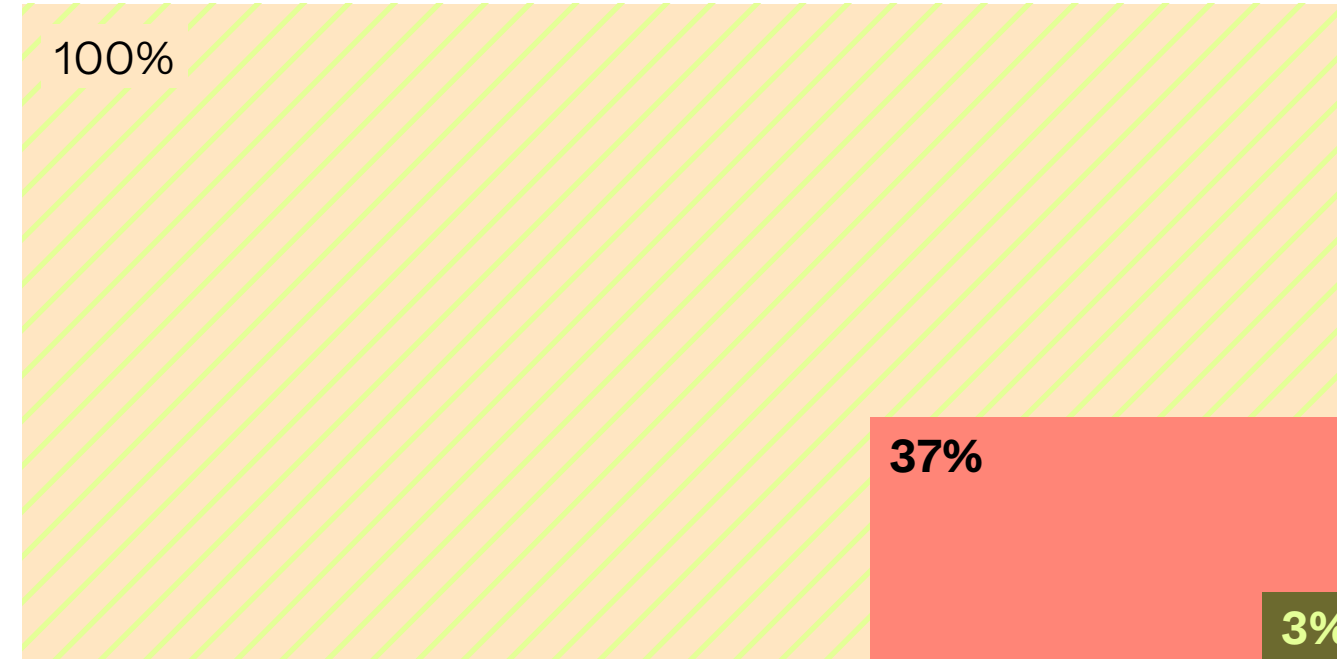
AI 영향력의 첫 번째 물결

Figma 연구 결과에 따르면 디자이너는 개발자보다 AI 혁신의 효과를 더디게 느끼는 것으로 나타났습니다. AI가 자신의 업무에 "상당한 영향을 미쳤다" 또는 "혁신적"이라고 답한 엔지니어의 비율은 두 배 이상 높았습니다.

개발자가 생산성과 효율성이 향상되었다고 응답한 비율은 훨씬 더 높았으며, AI 작업 결과물을 신뢰할 수 있다고 답한 비율도 더 높았습니다. 업무의 변화에 대해 질문했을 때 개발자들은 매일 수행하는 작업에 대규모 언어 모델(LLM)의 지원을 받는다고 답했습니다.

하지만 이는 도구에만 국한되지 않습니다. AI가 자신이 작업하는 제품에 혁신적인 영향을 미쳤다고 답한 개발자의 응답률은 60%에 달합니다.

그러나 가장 큰 영향력과 시급함을 느끼고 있는 것은 경영진입니다.
표 참조 - 지위에 따른 AI 영향력, 7쪽.



AI가 업무에 영향을 미치지 않았다고 답한 임원은 3%에 불과했으며, 37%는 지난 12개월 동안 이미 '상당한' 또는 '혁신적인' 영향을 미쳤다고 응답했습니다.

이는 가격을 낮추거나 제품과 서비스를 개선하는 등 AI가 어떻게 기업의 효율성과 수익성, 경쟁력을 높일 수 있는지 알아내려는 노력이 반영된 것으로 보입니다. AI에 대한 경영진의 관심을 고려할 때, AI를 업무에 통합하라는 상부의 압력이 있을 것으로 예상되지만, 실제 사용 사례의 대부분은 각 실무자에 의해 구체화될 것입니다.

이로 인해 디자이너, 엔지니어, 기타 개별 실무자에게 현재 많은 권한과 큰 기회가 주어졌습니다.

"AI 활용 디자인에 대한 새로운 관점"이란 Config 2023 프레젠테이션에서 Great Question의 수석 연구원 제인 데이비스 (Jane Davis)는 자신의 비전을 공유했습니다.



"실무자로서 이러한 도구가 우리 업무에 사용되는 조건을 설정하는 것이 우리의 책임이자 우리가 가진 기회예요. 지금은 기술 변화의 순간이자 패러다임의 엄청난 전환기입니다.

총체적으로 이뤄져야 해요. 우리는 그러한 결정을 내릴 수 있고 그러한 조건을 설정할 수 있지만 집단적 차원에서 그리고 신중하게 이루어져야 합니다."

지위에 따른 AI 영향력

AI에 대한 압박은 위에서 아래로 흘러내리고 있습니다.

지난 12개월 동안 AI가 업무에 어느 정도 영향을 미쳤나요?			
	지위		
	실무자	중간 관리자	경영진
혁신적으로	2.3%	3.7%	10.2%
상당히 많이	12.4%	18.2%	26.5%
보통	32.7%	33.2%	28.6%
약간	43.5%	41.2%	32.7%
영향 없음	9.2%	3.7%	2.0%
총합	100.0%	100.0%	100.0%

AI가 혁신적인 수준 또는 상당한 수준으로 영향을 미친다고 응답한 사람 중 경영진의 비율이 가장 높았습니다.

산업별 AI 영향력

금융 서비스 및 보험 업계는 다른 업계보다 더 신중하게 AI에 접근하고 있지만, AI의 영향력은 다양한 분야에서 매우 유사하게 나타나고 있습니다.

산업	평균
광고 및 마케팅	42.9
헬스케어	42.8
미디어	42.3
테크 및 테크 서비스	42.1
통신 서비스	41.7
리테일	41.3
전문가 및 비즈니스 서비스	40.1
금융 서비스 및 보험	34.9
에너지, 유틸리티 및 폐기물 관리 서비스	32.6
총합 (9)	41.1

해당 점수는 AI가 응답자의 업무 생활에 미치는 전반적인 영향력에 따라 가중치를 부여한 평균입니다.



DIY AI의 시대

DIY AI 현상은 아마도 대다수의 사람들이 즉시 변화를 느낄 수 있는 기회일지 모릅니다.

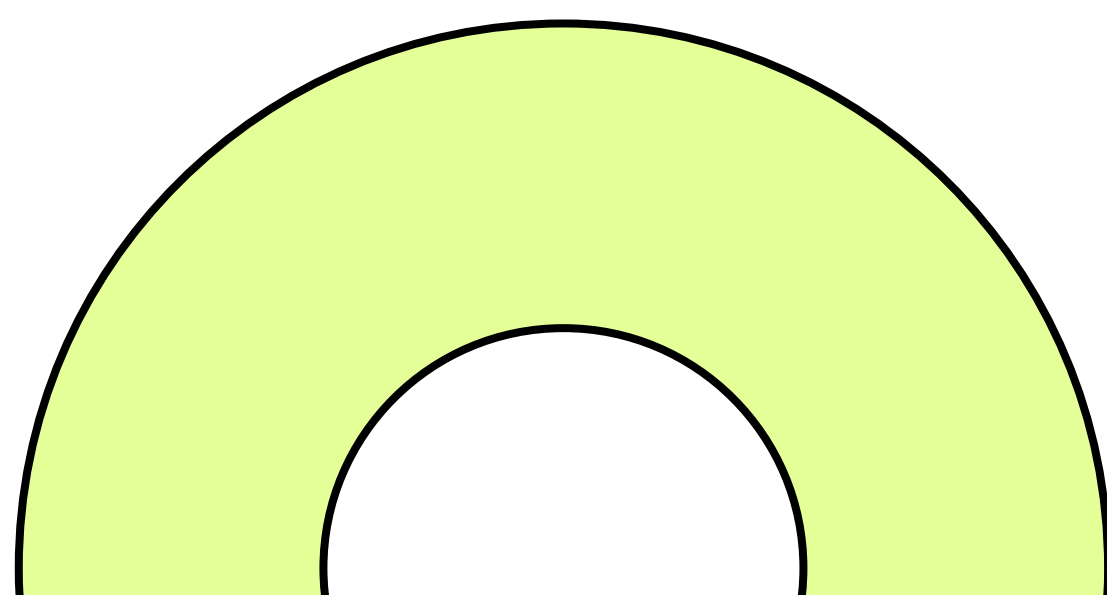
생성형 AI로 코딩이나 자동화 기술을 몰라도 자신만의 자동화 보조 도구를 만들 수 있습니다.

한 가지 예로, 일일이 콘텐츠 변경 사항이 반영되지 않은 부분이나 리플로우 복제를 추적하는 것에 지친 한 에이전시 디자이너의 이야기도 있습니다. 이 디자이너는 챗GPT로 소스 문서의 변경 사항을 확인할 수 있는 간단한 도구를 만들어 시간을 절약하고 오류를 줄였습니다.

진취적인 디자이너와 엔지니어가 DIY AI 프로젝트를 활용해 작업의 효율성을 높인 사례는 수백만 개에 달할 겁니다. 하지만 여전히 적합한 도구, 플러그인, 프롬프트 등을 발견하기 위해 연구와 노력, 시행착오를 거쳐야 하는 경우가 많습니다.

물론 많은 회사에서 이러한 이니셔티브를 직접 후원합니다. 실제로 Figma에서는 **AI를 FigJam에 통합** 하여 제품팀이 보다 효과적으로 회의를 진행하고, 아이디어와 계획을 시각화하며, 모범 사례를 제안하고, 지루한 작업을 자동화하여 더 큰 그림에 집중할 수 있도록 지원합니다.

Figma의 디자인 부문 부사장 노아 레빈(Noah Levin)은 "바닥을 낮추고 천장을 높인다는 것은 보다 쉽게 접근할 수 있으면서도 활용 범위를 확장하는 제품을 만든다는 뜻입니다."라고 설명했습니다.



협업 및 주의사항

AI로 인해 조직 전반에서 함께 일하는 방식을 개선할 수 있는 기회가 생겼지만, 아직 우리는 그 영향력을 체감하지 못하고 있습니다.

설문조사에 따르면 AI는 협업보다 개인의 워크플로우에 더 많은 영향을 끼친 것으로 나타났습니다. **단 6%의 응답자만이 AI가 협업에 중대한 또는 혁신적인 영향을 미쳤다고 답했으며, 개인 업무에 변화를 가져왔다고 답한 응답자는 그보다 3배 더 많았습니다.**

대부분의 조직이 팀 전체에서 아직 AI 사용법을 제대로 파악하지 못한 것은 당연합니다. 멀티플레이어 워크플로우를 업데이트하려면 더 많은 고민과 노력, 기대치 설정이 필요합니다. 이러한 과정에 시간을 투자하는 것은 도구 전환에 더 많은 비용이 든다는 것을 의미하기 때문에 조직은 도구를 출시하기 전에 시간을 들여 도구를 선택하고 테스트해야 합니다.

다가올 AI의 물결: 새로운 제품, 기능 및 서비스


FOMO가 빠른 대응의 원동력이 됩니다.


설문조사에 따르면 많은 기업이 AI 기능 및 제품을 출시하기 위해 빠르게 움직이고 있으며,, 대다수인 **89%**가 향후 12개월 내에 AI가 자사 제품과 서비스에 영향을 미칠 것이라고 답했습니다.


많은 증거가 오늘날 사용자의 요구가 아닌 기술이 AI 기능 및 제품 개발을 주도하고 있다고 설명합니다. 현재 일부 조직에서는 문제를 해결하기 위한 혁신이 이루어지고 있습니다.

하지만 그 이면에서 많은 일이 벌어지고 있습니다.

하지만 Designing with AI의 창립자 미아 블룸(Mia Blume)은 이런 일이 드문 현상은 아니라며 "기술은 항상 우선시 됩니다." 라고 **Figma의 최근 웨비나**에서 답했습니다. 또한 "AI는 새로운 기회를 보여줍니다. 우리는 여전히 무엇이 가능한지 알아가고 있으며, 이러한 실험과 놀이, 발견과 연구가 이루어지고 있기 때문에 제품과 디자인 영역은 조금 시간이 흐른 뒤에 발전할 겁니다. 네, 디자인에서 혁신은 일어날 겁니다. 그렇다고 해서 지금 디자인에서 혁신이 일어나지 말아야 한다는 뜻은 아닙니다." 라고 덧붙였습니다.

 AI 기능을 개발하는 사람 중 실제로 어떤 것이든 출시한 적이 있는 사람은 절반도 되지 않습니다.

 AI 기능을 제공한다고 답한 응답자 중 1/3만이 자랑스럽다고 답했습니다.

 AI 기능을 제공하는 응답자 중 72%가 AI는 사소하거나 필수적이지 않은 역할만 수행한다고 답했습니다.

그렇다면 AI가 그렇게 많은 일을 하고 있고 그토록 중요함에도 불구하고 초기의 많은 노력은 왜 실패했을까요?

AI 기능에 대한 피로감

AI 기능을 가장 먼저 출시하고 싶거나 따라잡기 위해 노력하는 많은 기업이 AI 제품과 기능이 넘쳐나는 시장을 직면합니다.

Figma 연구진은 AI 제품의 최종 사용자와 수십 차례 인터뷰를 진행한 결과, '또 하나의 AI 기능'에 대한 무관심, 즉 'AI 기능에 대한 피로감' 현상이 점점 커지는 것을 발견했습니다.

왜 그럴까요? 제품과 기능을 개발하는 사람들조차도 AI의 필요성에 대해 회의적입니다. 응답자의 20% 이상이 사용자 문제 해결이 가장 큰 과제라고 답했습니다.

몇 가지 중요한 장애물이 그들을 가로막고 있습니다.

- **예측할 수 없는 AI 모델과 결과물:** 생성형 AI는 때때로 부정확하거나 심지어 말도 안 되는 결론을 내리기 때문에 결과를 검증할 수 없는 경우에는 사용이 적합하지 않습니다.
- **데이터 개인정보 보호 및 보안 문제:** 데이터를 개방형 AI 모델에 넣으면 예측할 수 없는 결과를 초래할 수 있습니다. 그러나 회사 내 폐쇄형 프라이빗 AI를 사용하더라도 올바르게 않은 액세스 권한을 가진 직원과 데이터를 공유하는 등의 보안 위험이 존재합니다.
- **새로운 기능을 일관적으로 혼합:** 많은 기업이 기존 제품, 사이트, 앱에 생성형 AI를 추가하고 있습니다. AI를 새로운 탭이나 마술봉, 또는 일종의 베타 기능으로 추가해야 할까요? 기능 부풀리기와 복잡한 정보 아키텍처는 언제나 위험하지만, 새로운 기능의 경우에는 더욱 그렇습니다.
- **인터랙션 디자인:** 생성형 AI는 챗봇과 같은 다양한 인터랙션 디자인을 구축하도록 장려하지만, 이런 새로운 경험은 혼란스러울 수 있습니다. 사용자는 어디서부터 시작해야 할지, 어떤 질문을 해야 할지 모를 수도 있습니다. 또한 사용자가 무엇을 할 수 있는지 이해시키고 해당 도구가 확실하게 정답을 제공할 수 있다고 알려주어야 합니다. 그 다음은 상담원입니다. 상담원 역시 사용자를 대신하여 작업을 완료하지만 관리와 지침이 필요합니다.

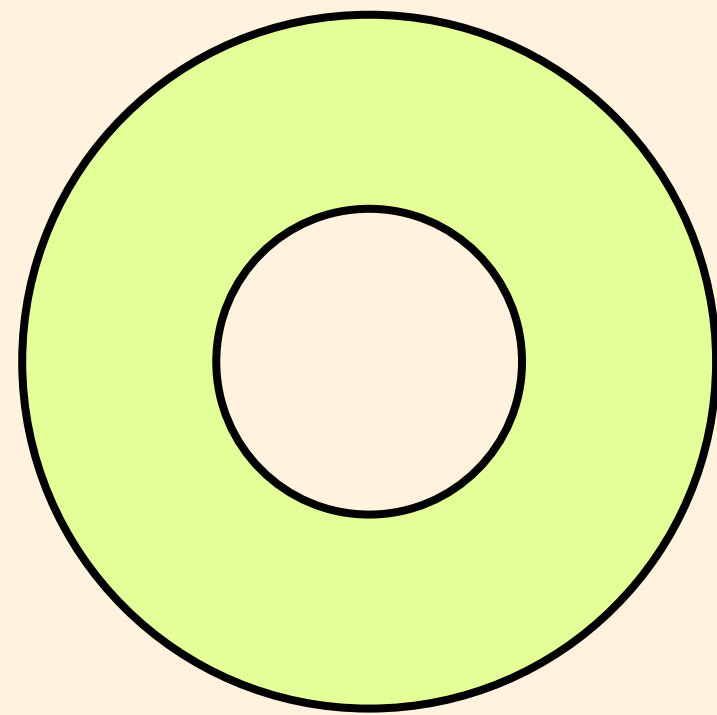
모든 AI 제품 개선 사항이 특정한 기능으로 나타날 필요는 없습니다. 기술을 위한 기술이 아니라 고객의 니즈를 선도함으로써 기업은 제품에 큰 가치를 더할 수 있습니다.

Duolingo의 제품 매니저 잔 길라니(Zan Gilani)는 자신의 AI에 대한 관점을 **최근에 실시한 라이브스트리밍**에서 밝혔습니다.

길라니는 이미 콘텐츠 제작 등의 기존 프로세스를 확장하는 데 AI가 도움이 되고 있다고 말했습니다. 또한 다양한 타겟 사용자에게 맞춰 일련의 광고를 제작하는 경우 AI를 사용하여 훨씬 더 세분화하여 재생산할 수 있다고 덧붙였습니다.

AI 기능이 강화된 제품과 서비스를 시장에 출시하기 위해 경쟁 중인 기업은 AI를 시급하게 구축해야 한다고 느낄 수 있습니다. 그러나 사용자는 AI 그 자체에 관심이 있는 게 아닙니다. 특히 서비스가 제대로 설계되지 않은 경우에는 더욱 그러할 것입니다. 이러한 차이는 2024년과 2025년에 극에 달할 것으로 보입니다.

쇼타임: AI로 피봇하는 방법



급변하는 AI 환경 속에서 앞으로 나아가기

현재 생성형 AI는 마치 새로운 기술처럼 과대 포장됐습니다. 새로운 기술이 출시될 때 그 기술이 어떻게 사용될지 명확하지 않은 경우가 많습니다. 기술을 사용자의 니즈와 연결하는 것은 주로 디자인이 담당합니다.

한때 책은 새로운 기술이었습니다. 인쇄기, 컴퓨터, 전화기. 모두 시간이 지남에 따라 더 유용해졌습니다.

아이폰이 출시될 당시만 해도 앱 스토어가 없었지만 불과 몇 년 후 다양한 니즈를 충족하는 수백만 개의 앱이 등장했고 스마트폰은 우리 생활의 중심이 되었습니다.

Figma의 인사이트 책임자 앤드류 호건은 다음과 같이 설명했습니다.

"2010년에 Apple은 '그런 앱이 있다'를 상표로 등록했습니다. 2014년 앱이 너무 많아 경쟁이 치열해지면서 좋은 앱을 만들어야 한다는 압박감이 더욱 커졌죠. 앱이 있다는 것만으로는 충분하지 않았습니다. 디자인을 우선순위로 삼는 기업이 유리했는데 모바일은 많은 기회를 창출했지만 동시에 모든 것을 더 복잡하게 만들었기 때문이었죠."

이런 사실이 제품과 서비스를 만드는 사람에게 주는 교훈은 우리는 기술을 파는 것이 아니라는 점입니다. 인간의 니즈를 이해함으로써 얻을 수 있는 솔루션과 기회를 판매해야 합니다.



지금 바로 AI 직접 활용하기: 간단한 시작 단계

AI 도구와 사용 사례가 급속도로 확산되면서 분석 작업에 갇히기 쉽습니다. 우유부단함을 극복하고 업무, 협업 방식, 심지어 회사의 제품까지 점검할 수 있는 몇 가지 방법을 소개합니다.

개인 업무에서

지금 AI를 직접 사용해 보면 인공지능의 잠재력과 한계를 이해하고, 인공지능이 점점 더 큰 역할을 하게 될 미래를 대비할 수 있습니다. 뿐만 아니라 업무에 새로운 활력을 불어넣을 수도 있습니다.

- 직장에서 어떤 도구를 사용할 수 있는지 알아보세요.
- 동료에게 AI를 어떤 용도로 사용하고 있는지 물어보세요.
- 작은 것부터 시작하세요. 이미지 크기 조정처럼 자주 하는 작업이든 브레인스토밍처럼 일상적이지 않은 작업이든 새로운 유형의 작업에 AI를 적용할 수 있는 방법을 찾아보세요.
- 문제에 적합한 빠른 가이드를 찾아보세요. 이미 누군가 AI를 사용하여 같은 문제를 해결하는데 많은 시간을 투자했을 가능성이 높습니다.

팀 협업에서

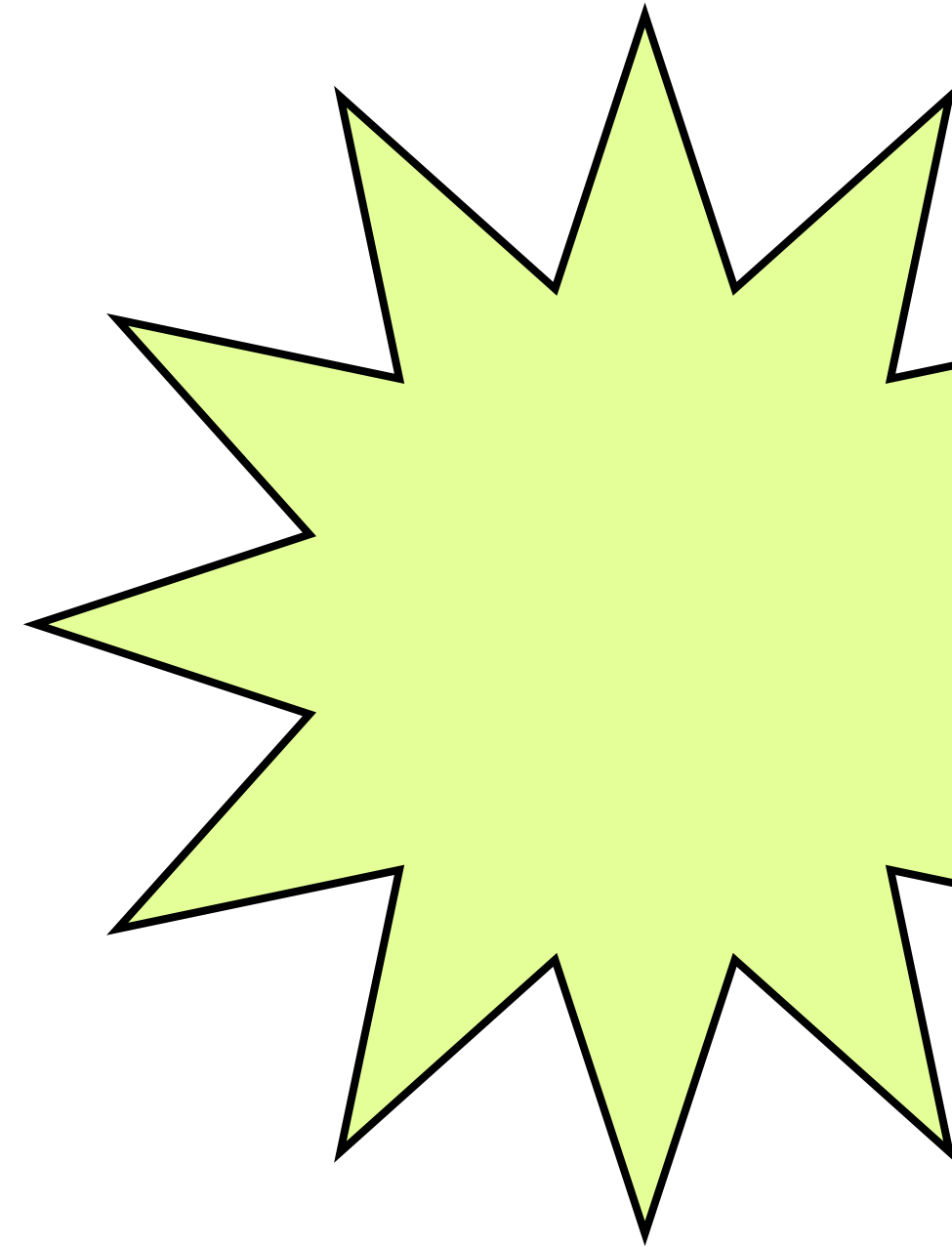
강력한 협업에는 많은 것이 필요합니다. 때로는 회의 노트, 브레인스토밍 보조 도구, 다른 사람의 도움이 필요할 때도 있습니다. AI를 사용하여 협업의 수준을 높이면 새로운 아이디어와 긴밀한 팀워크를 이끌어낼 수 있습니다.

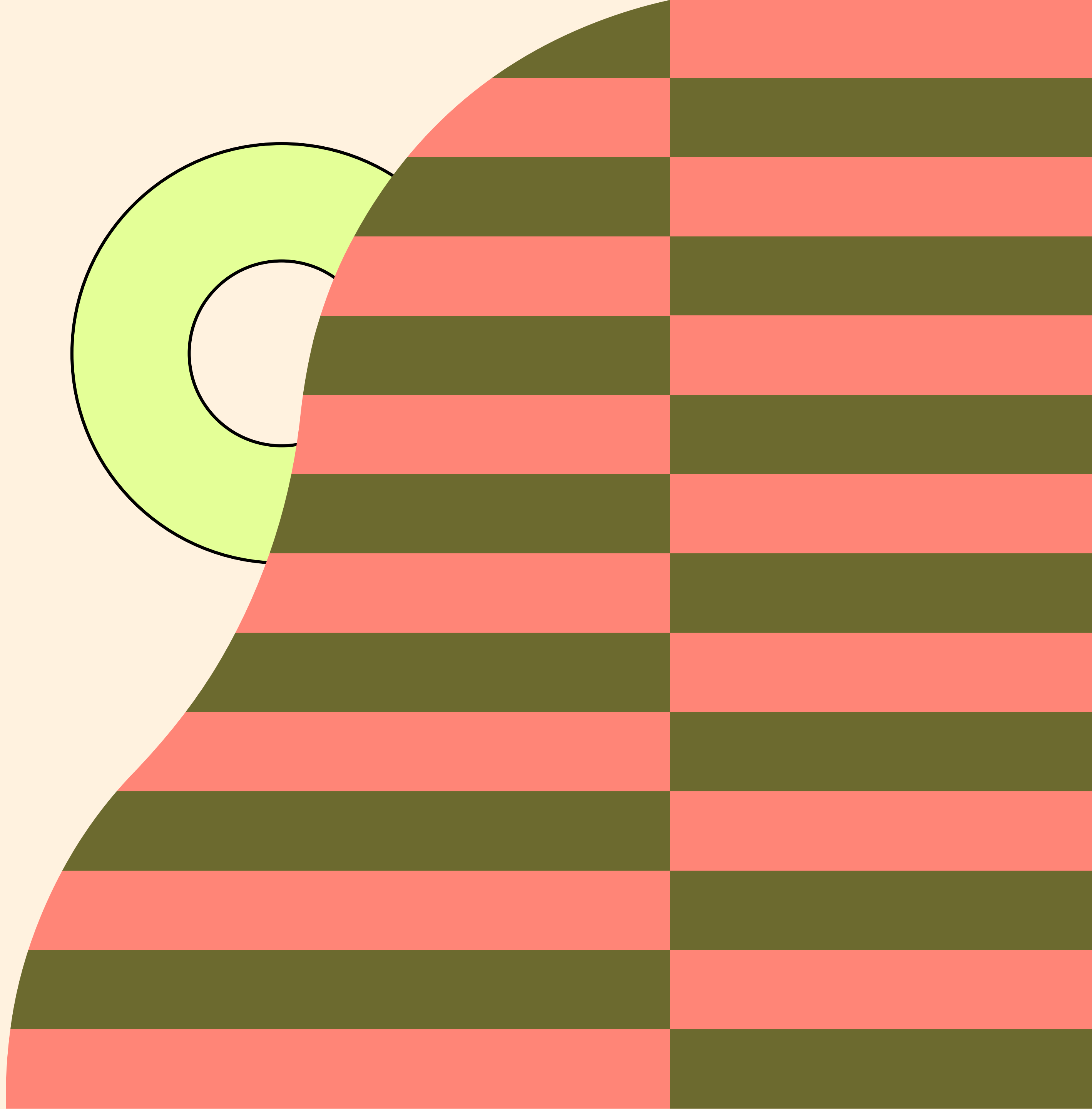
- 회의는 혼란을 야기할 수 있습니다. AI를 활용해 시각적 협업을 위한 브레인스토밍 및 회의 템플릿을 생성해 보세요. Figma의 디자인 매니저 제니 웬(Jenny Wen)은 "빈 문서로 시작하면 어떻게 채워야 할지 막막할 수 있어요."라며 "자신이 시각적 사고력이 부족하다고 느낄 수도 있지만, 모든 사람이 디자이너는 아니기 때문에 이런 걱정은 하지 않아도 됩니다."라고 말했습니다.
- 놀이를 접목하여 함께 AI를 학습하는 부담을 덜어주세요. 단체 내에서 어떻게 하면 재미를 포착할 수 있는지 물어보세요. 예를 들어, 많은 사람이 AI로 가장 먼저 하는 건 "햄 샌드위치는 어떻게 만들까?"와 같은 우스꽝스러운 질문을 던지는 겁니다. 이런 유형의 게임과 파티 농담은 실제 업무에서 사용되는 AI 도구를 상상하는데 도움이 됩니다. 따라서 단체 내에서 어떻게 게임을 하고 실험할 수 있을지 생각해 보세요. 모두 '햄 샌드위치 만들기'를 한 다음 답을 비교해 보실래요? 아니면 AI와 함께 오프라인 행사를 계획해 보세요.
- 화이트보드 세션을 AI로 요약하여 다음 단계를 계획하기 전에 댓글을 살펴보고 의견을 조율하세요.
- AI를 새로운 사고방식에 영감을 줄 수 있는 또 다른 협력자로 활용하세요. Figma의 제품 디자이너 아오성 란(Aosheng Ran)은 "뛰어난 AI 파트너는 최종 결과물을 제시하지 않고 유형의 로우 피델리티(low-fidelity) 형태로 제안을 공유하여 사용자가 이를 토대로 작업을 구축하도록 유도합니다."라고 설명합니다.

기업의 제품 및 서비스에서

AI는 대부분 가능성이 무궁무진한 분야이며, 최고의 아이디어는 윗선에서 나오는 것이 아니라 디자이너, 엔지니어, 고객센터팀 등 최전선 근무자에게서 나올 가능성이 높습니다. 이 영역은 대부분 여러분에게 달려있지만 그래도 고려해야 할 몇 가지 사항이 있습니다.

- 자주 접하는 고객 문의사항은 어떤 것이 있나요?
- 과거에 대규모로 진행하기에 너무 비용이 많이 들거나 비효율적이어서 추진하지 못한 비즈니스는 어떤 것이 있나요?





이제 막 시작된 AI 시대

AI는 변화와 성장통을 유발하고 있습니다. 그러나 기회가 될 수 있으며 특히, 조기에 뜻을 갖고 참여하는 사람에게는 더욱 그러하리라 생각합니다.

아이폰이 등장하며 디자이너와 엔지니어에게 새로운 기회를 창출한 것처럼 AI는 완전히 새로운 도전과 기회를 창출할 것입니다.

즉, 디자이너와 엔지니어는 앞으로 몇 년 동안 몹시 엄청나게 바쁠 겁니다.

AI가 점점 더 디자인과 코딩의 일상적인 작업을 해내는 동안 디자이너와 엔지니어는 업무와 삶을 변화시킬 차세대 혁신을 이뤄내기 위해 더 높은 수준의 사고가 필요합니다.

이 보고서는 2024년 5월에 작성되었습니다.
2024년 6월 Config에서 Figma가 출시한 새로운 AI 기능에 대해 알아보세요.

Figma가 AI 활용하는 법 더 알아보기

[자세히 보기 →](#)

