

## Samsung Bixby Review

IFA 2018에 따르면 삼성은 AI 플랫폼인 빅스비를 단독 체제로 주도권을 잡겠다는 계획을 갖는 반면에 LG는 AI 플랫폼인 딥씽큐 뿐만 아니라 구글 어시스턴트, 아마존 알렉사 등과 자유로운 협업하는 열린 생태계를 구축하겠다고 선언했습니다. 단독적으로 빅스비를 밀고 있는 삼성의 AI 서비스를 테스트하기 위해 8월에 구매한 S9의 빅스비를 이용해봤습니다.



Figure 1 - S9 버튼 위치

기본적으로 S9 빅스비 버튼 위치는 좌측 중간에 위치하고 있어서 빅스비를 사용하기에 매우 편한 곳에 버튼을 뒀다고 생각이 듭니다. 하지만 빅스비에 대한 사람들의 반응이 좋지 않아서 그런지 구글에 “s9 빅스비”를 검색하면 다음과 같이 기능을 제거하려는 검색이 먼저 뜹니다. 삼성 입장에서 많은 돈과 시간을 투자해서 만든 AI를 사람들이 왜 싫어하는지 알기 위해서 빅스비를 직접 사용해 봤습니다.

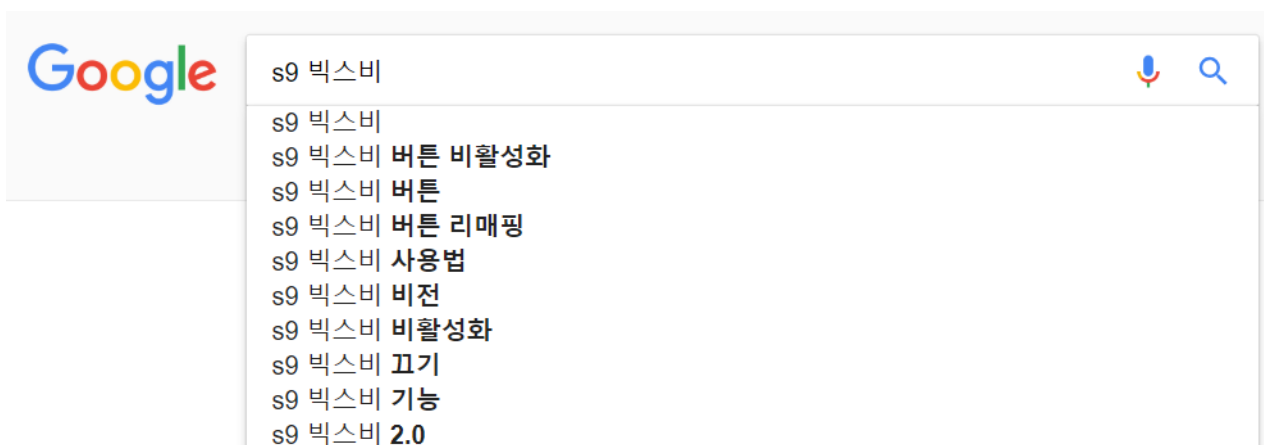
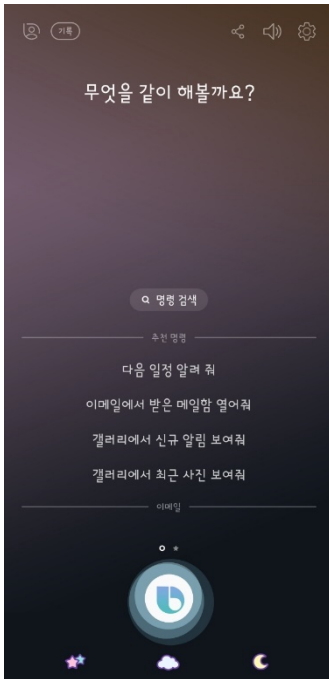


Figure 2 - “s9 빅스비”로 구글 검색



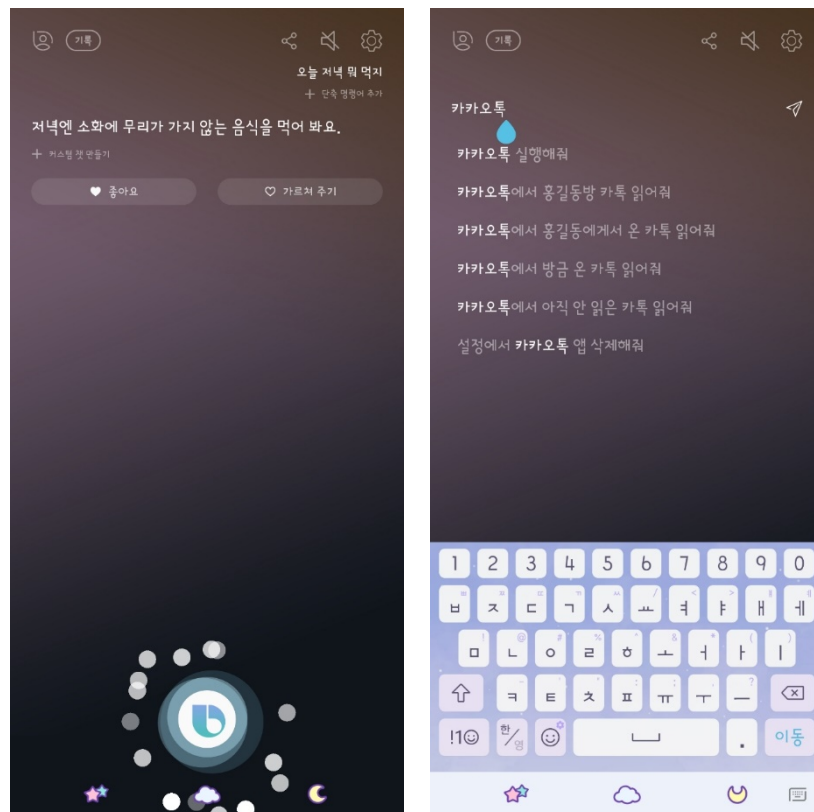
빅스비 화면에서 다음과 같이 간단한 명령을 내릴 수 있었습니다. 다만, 조금이나 복잡한 명령, 즉 STT 혹은 음성이 제대로 인식이 안될 경우 실패하는 경우가 있었습니다. 특히, 보통명사가 아닌 이름을 부를 경우 제대로 인지를 못 했습니다. 예) 김지희 전화해하면 김지혜에게 전화가 걸어집니다.

또한, 1차원적인 명령, 그리고 시스템의 기본적인 부분들만 가능하고 다른 어플 내에서 사용할 수 없는 불편함이 있었습니다. “오늘 저녁 뭐 먹지”로 했을 때 음식을 추천하지 않고 “저녁엔 소화에 무리가 가지 않는 음식을 먹어 봐요.”라는 문구만 답변 와서 크게 도움이 되지 않았습니다.

AI 같은 경우 “똑똑한” 도우미 역할을 제대로 수행하고 있는지 잘 모르겠습니다. 똑똑한 도우미의 기준이 제대로 정의되지 않았지만 제 생각으로는 단순히 명령을 수행하는 것이 아니라 한 단계 더 나아가서 사용자 패턴을 분석해서 추천을 할 수 있어야지 똑똑한 AI라고 생각합니다. 50년전에 나온 기계 학습 기법과 크게 차이가 없다고 느껴집니다.

**Figure 3 - 빅스비 명령들**

하지만, 현재 빅스비는 음성인식율도 떨어지고 단순한 명령만으로 수행할 수 있어서 사용자 입장에서는 필요성을 느끼지 못하고 있습니다. 현재 기술 및 데이터 축적하는데 제한이 많아서 실용성이 많이 떨어져서 사용자의 호감을 못 얻고 있다고 생각합니다. 하지만, 궁극적으로 다양한 방면으로 데이터가 쌓이고 사용자 패턴 분석을 통해 보다 정확한 업무를 수행할 수 있는 AI가 개발이 될 경우 많은 사람들의 관심을 갖고 이용할 것입니다.



**Figure 4 - “오늘 저녁 뭐 먹지” 및 “카카오톡” 검색 결과**

## Expedia.com vs Hotels.com Comparative Interface Review

각 사이트에 처음 방문했을 때 두 사이트 어느정도 일관성 있는 색깔을 이용했다는 것을 한번에 알 수 있었습니다. Expedia 같은 경우 노란색, 파란색, 검은색을 주로 이용해서 전체적으로 느낌을 잘 살렸습니다.

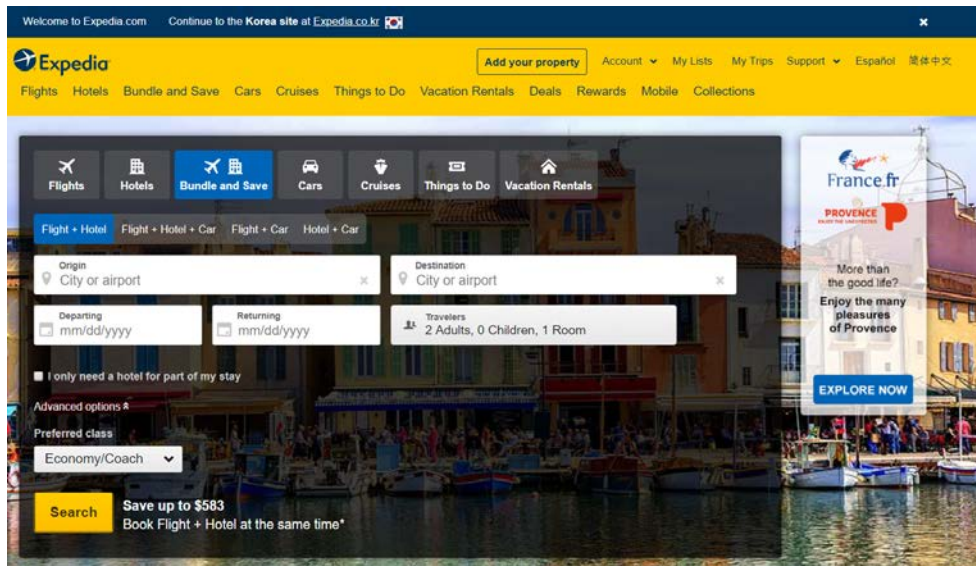


Figure 5 - Expedia 랜딩 페이지

반대로, Hotels.com은 빨간색, 검은색, 연한 회색을 혼용했지만 그 외에 색깔인 보라색, 초록색 등을 이용해서 사용자 입장에서 다소 거리감을 느꼈습니다. 둘다 깔끔한 느낌의 GUI를 갖췄지만 색깔의 조합으로 인해 다양한 색감과 잘 융합되지 않은 Hotels보다는 Expedia를 더 선호가 갑니다.



Figure 6 - Hotels 랜딩 페이지

반대로, 한국 IP 주소로 접속을 했기에 Hotels 경우 한국어로 된 페이지로 자동으로 넘어 갔지만, Expedia 경우 영어로 된 페이지에서 상단에 한국어로 된 사이트를 알려주는 방식이였습니다. 영어로 모든 페이지가 보여지고 비록 화면 상단에 작게나마 한국어 사이트 링크를 알려줘도 영어에 익숙하지 않은 이용자들이 입장에서는 불편할 것이라고 생각합니다.

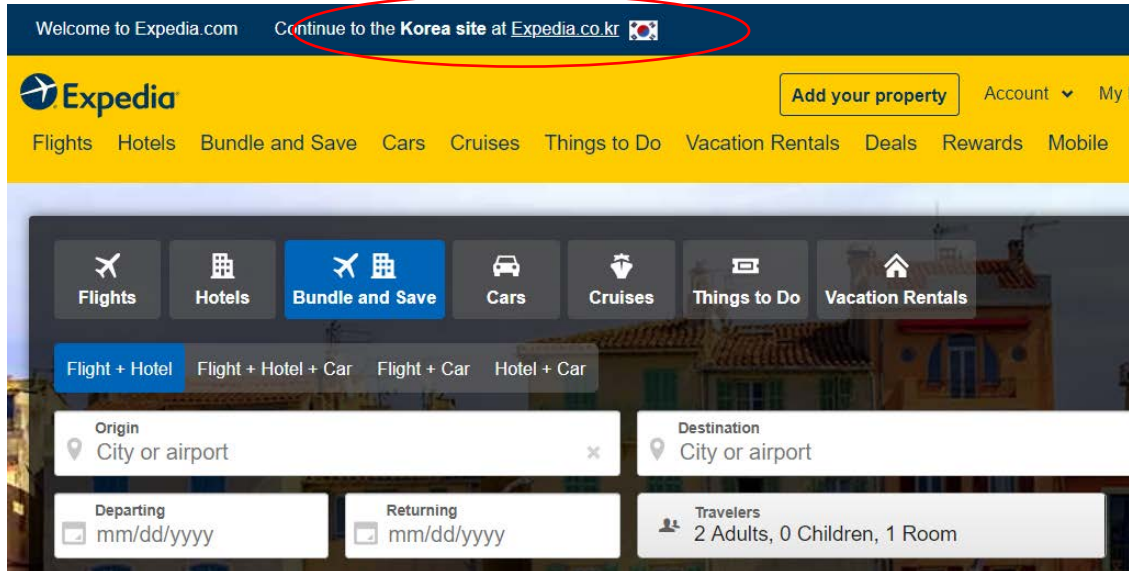


Figure 7 - Expedia 한국어 페이지 링크

양쪽 모두 다국어 지원 기능은 똑같이 갖췄지만 사용자 입장을 고려하지 않았기에 영어가 편하지 않는 사람 입장에서는 Expedia 사이트에 처음 방문했을 시에 좋은 경험을 갖기 힘들 것입니다. 낯선 언어 밖에 없어서 한국어 사이트를 찾는데 애를 먹을 것입니다. 더군다나 작게 구석진 곳에 위치해서 더욱더 찾기 힘듭니다. 만약에 번역이 아직 미숙해서 지원을 제대로 안 하더라도, Hotels처럼 사용자가 보기 익숙한 언어를 바로 보여주고 색깔은 Expedia처럼 보다 일관성 있게 사용했으면 좋을 것 같습니다.

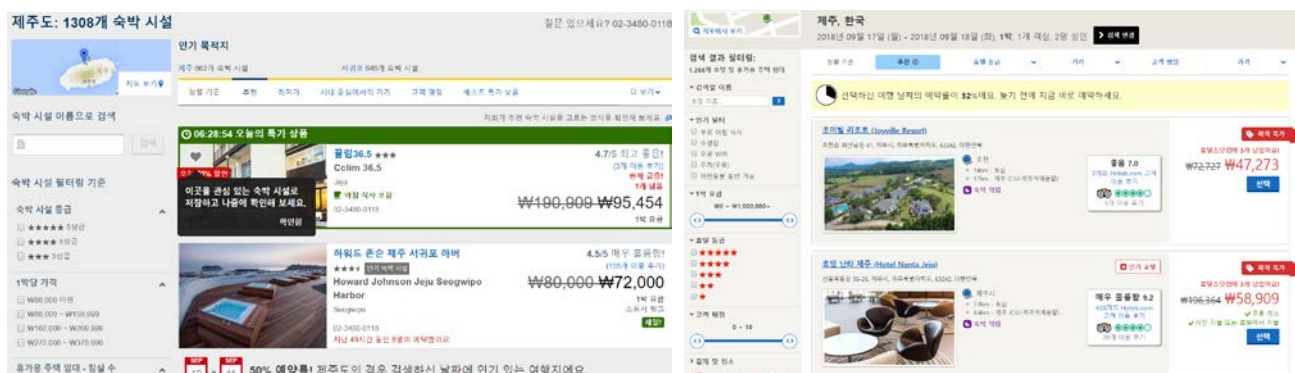


Figure 8 - (왼쪽) Expedia (오른쪽) Hotels

검색 페이지는 위와 같습니다. 보다 자세히 비교해보면, 가격 범위를 Hotels에서는 Sliding 형식으로 가격을 선택할 수 있는 반면에 Expedia 경우 사이트에서 정한 대략적인 가격 범위를 사용해야 합니다. 인터페이스를 이렇게 만든 이유가 간편하게 한번의 버튼으로 선택한다는 장점이 있을 수 있어도 세부적으로 범

위를 선정할 수 없기에 개인적으로는 Hotels 방식을 더 선호합니다.

또한, 검색 화면에서 객실에 대한 리뷰/평가에 대해서 Hotels 경우 구분을 지었습니다. 한번에 보면 이 부분이 다르고 강조하는 듯이 연한 회색 배경위에 흰색 배경을 갖은 텍스트 박스가 화면 가운데에 있습니다. 정확히 가운데는 아니지만, Expedia처럼 우측으로 치우치지 않고 가격과 분리해서 보다 직관적으로 구별할 수 있습니다. Hotels 경우 사람들이 가격처럼 리뷰에 보다 민감하고 “매우 훌륭함” 등의 글씨로 강조하는 반면에 Expedia 경우 리뷰가 존재하지만 작은 글씨 크기이고 글보다는 별을 준 평가가 더 중요한 것 같습니다.

두 사이트 모두 사용자가 예약을 완료했을 시 혹은 외부 페이지로 연결시켜줄 때 사용자에게 잘 알려주고 있습니다. 또한, 검색할 때 검색 에러를 최소화하기 위해서 사용자 입력한 내용에 비슷한 키워드를 추천해주면서 좋은 HCI를 갖고 있습니다. 하지만, 전반적으로 보면 Expedia가 보다 색감을 잘 이용했지만, 서비스 면에서는 Hotels가 사용자 경험을 더 중시해서 개인적으로 더 선호합니다. 사용자가 선호하는 페이지 자동 전환, 슬라이더 형식의 가격 범위 선정, 방문 후기를 보다 가시적으로 표현하는 방식 등을 고려하면 개인적으로 Hotels를 이용할 것입니다.