

Gachon University GCS

REPORT

UX와 서비스기획 과제



학과	경영학과
학번	202131650
이름	안성환

Contents

1. 서론	-----	0
-------	-------	---

2. 수행과정	-----	0
---------	-------	---



3. 사용자 경험(UX) 분석 및 주요 시사점	----	0
---------------------------	------	---

4. 결론	-----	0
-------	-------	---

1. 서론

본 보고서는 사용자의 사고과정을 관찰하여 UX(사용자 경험)를 평가하는 방법인 Think Aloud Task를 활용하여 사용자가 특정 작업을 수행하며 겪는 어려움, 혼란, 그리고 특정 행동이 일어나는 이유를 파악하고, 이를 기반으로 Task 설정 자체의 적절성 또한 검토하였다. 본인이 설정한 Think Aloud Task는 '노트북, 태블릿, 책 한 권 이상이 들어가는 학교에 들고 다닐 새 백팩을 무신사, KREAM에서 구매하기'이다.

2. 수행과정

사용자에게 '노트북, 태블릿, 책 한 권 이상이 들어가는 학교에 들고 다닐 새 백팩을 무신사, KREAM에서 구매하기'라는 과제를 제시한 결과, 사용자는 다음과 같은 반응을 보였다:

- **KREAM 앱 사용**

사용자가 KREAM 앱을 열었을 때, "시작하자마자 일단 이런 거 뜨는 게 거슬리긴 하지만 일단 없애고 알림 허용 여부 묻는 게 좀 불편하다"라고 언급했다. 사용자는 앱을 시작하면서 여러 알림 창이 떠 불편하다고 느꼈다. 이를 끄고 나서 본격적으로 제품을 찾기 시작했다.

- **백팩 검색**

사용자가 KREAM에서 백팩을 바로 찾지 못하자, "백팩을 검색해서 밑에 여러 연관 검색어가 떴지만 이는 불필요해서 넘어가겠다"라며 바로 백팩에 집중하는 모습을 보였다. 이후 백팩 가격이 예상보다 높아, 가격을 중시하는 사용자는 KREAM에서 구매를 포기하고 무신사로 이동했다.

- **무신사 탐색**

무신사로 이동한 후, 사용자에게 여러 스토어와 상품이 떴서 불편함을 느꼈다. "무신사에 들어가서도 여러 스토어가 많아서 좀 불편하다"며 다시 백팩을 찾기 위한 검색을 시작했다. 그 후 비교적 저렴한 가격대의 백팩을 발견하며, "가격이 괜찮네"라고 긍정적으로 평가하며 상품을 탐색했다.

- **성별 설정 문제**

가방을 고를 때 사용자에게 "제품 대표 사진에 여성 모델이 맨 가방도 많아 성별을 설정해야겠다"라며 성별 설정을 진행했지만, "성별을 남성으로 눌렀는데 이게 너무 눈에 띄지 않아서 헤매는 모습"이 보였다. 사용자는 성별 설정을 한 후에도 여전히 여성 모델 사진을 발견하면서 혼란스러움을 느꼈다.

- **사이즈 문제**

사용자는 원하는 제품을 클릭했지만, 사진만으로는 가방 사이즈를 파악할 수 없었고, "사이즈가 안 보여서 실착용 사진을 찾고 싶다"라고 불만을 표시했다. 하지만 착용 사진을 찾는 과정에서도 어려움을 겪었다.

- **최종 결론**

사용자는 최종적으로 "저렴하기에, 그리고 본인의 노트북 크기가 작아서 이 가방을 사지만 이 브랜드의 가방을 다시 이용할 거 같지는 않다"라고 결론지었다. 가격이 중요한 요소였지만, 가방에 대한 전반적인 만족도는 낮았다.

3. 사용자 경험(UX) 분석 및 주요 시사점

사용자의 UX 분석을 통해 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있었다:

- **탐색의 비효율성:** 사용자는 원하는 정보를 찾는 데 시간이 많이 소요되었고, 불필요한 항목을 넘기는 데 불편함을 느꼈다. 검색 기능과 카테고리 탐색의 효율성을 높여야 한다. 사용자가 목적을 빠르게 찾을 수 있도록 필터링 기능이나 직관적인 카테고리 설정을 개선할 필요가 있다.
- **성별 설정 문제:** 성별 설정 후에도 여전히 여성 모델 사진이 보였고, 이는 가방의 크기를 잘못 인식하게 했다. 사용자 경험의 일관성을 위해, 성별에 맞는 모델 이미지를 사용하고 성별 설정에 따른 정확한 제품 정보를 제공해야 한다.
- **사이즈 정보 부족:** 사진만으로 사이즈를 정확히 파악할 수 없어 실착용 사진을 찾기 어려웠다. 실제 착용 사진을 제공하거나 사이즈 정보를 더 명확히 제시할 필요가 있다. 사용자가 직관적으로 사이즈를 확인할 수 있는 방법을 마련해야 한다.
- **가격 중시:** 사용자는 가격을 가장 중요한 요소로 삼았고, 가격 대비 만족도가 높지 않았다. 사용자는 가격에 비해 추가적인 가치(예: 품질, 디자인)를 충분히 느끼지 못했다. 가격 외에도 사용자가 만족할 수 있는 추가적인 가치를 제공해야 한다. 예를 들어, 구매 후 만족도를 높이기 위한 품질 보증이나 브랜드 가치를 강조할 수 있다.

4. 결론

이번 **Think Aloud Task**는 사용자가 '노트북, 태블릿, 책 한 권 이상이 들어가는 학교에 들고 다닐 새 백팩을 무신사와 KREAM에서 구매하기'라는 과제를 수행하며 겪은 문제들을 통해, **설정된 과제가 전반적으로 적절했음을 확인할 수 있었다.** 사용자의 행동을 통해 **UI 디자인과 정보 접근성**의 중요성을 잘 도출할 수 있었다.

하지만 일부 예상하지 못한 문제도 발생했다. 예를 들어, **성별 설정**과 **사이즈 정보**에서 불편을 겪었고, 이는 과제 설정 시 좀 더 세부적으로 고려했어야 할 부분이었다. 또한, **가격**에 지나치게 집중한 점도 개선이 필요했다.

결론적으로, 본인이 설정한 **Think Aloud Task**는 사용자의 경험을 더 고려한 자세하고 세심한 과제 설정이 필요하다는 점을 알게 되었다.