

1. 개요

아이패드 구매라는 주제로 Think Aloud Task를 진행하였으며, 동료에게 신학기 특전과 쿠팡 등 다양한 플랫폼을 활용하여 **아이패드 에어를 구매하는 과제**를 수행하도록 했다.

2. 동료 수행 과정

a. 애플 공식 홈페이지 탐색

- 1) 구글에서 '애플 공식 홈페이지' 검색
- 2) 홈페이지에서 아이패드 에어 모델 선택
- 3) 제품 설명을 넘기고 가격(94만원)부터 확인

b. 신학기 할인 확인

- 4) 애플 홈페이지 검색창에서 '신학기 이벤트' 검색
- 5) UNIDAYS 인증이 필요하다는 창이 뜸
- 6) 인증 과정이 복잡해 보여 쿠팡으로 이동

c. 쿠팡 탐색

- 7) 쿠팡에서 '아이패드 에어 11' 검색
- 8) 최저가를 찾는 것에 집중
- 9) 약간 스크롤 후, 관련 케이스와 액정 제품이 나옴
- 10) 가장 랭킹이 높은 제품으로 이동

d. 최종 구매 결정 과정

- 11) 쿠팡에서 애플 공식 판매 여부 확인
- 12) 학습용이니깐 비싸지 않고, 가성비 좋은 제품으로 찾고자 함
- 13) 제품 디테일을 자세히 보지 않고 빠르게 스크롤
- 14) 상품평(후기) 확인
- 15) 첫 번째 후기에서는 오래 머물렀지만, 나머지는 흘려보며 무난하다고 판단
- 16) 쿠팡에서는 83만원 가격에 무료배송 옵션 확인
- 17) 애플 공식 홈페이지보다 더 저렴하기 때문에 쿠팡에서 구매 결정

3. 사용자 경험 분석

a. 가격이 제품 정보보다 우선 순위

1) 관찰된 행동

- 애플 공식 홈페이지에서 제품 설명을 넘기고 바로 가격(94만원)부터 확인
- 제품 디테일은 자세히 보지 않고 빠르게 스크롤
- 최종적으로 더 저렴한 제품 선택

2) 분석

- 사용자는 제품의 스펙 정보보다는 가격을 가장 중요한 요소로 고려
- 제품 정보보다는 최종 결제 가격을 강조하는 UI 개선 필요

b. 복잡한 과정을 싫어함

1) 관찰된 행동

- 애플 공식 홈페이지에서 UNIDAYS 인증이 복잡해 보여 탐색 중단
- 할인 금액을 확인하지 않고 바로 쿠폰으로 이동

2) 분석

- 사용자는 할인 정보보다 절차의 간편함을 더 중요하게 생각
- 인증을 완료하기 전에 할인 금액을 미리 확인할 수 있도록 UI 개선 필요

c. 신학기 이벤트 정보 접근성 부족

1) 관찰된 행동

- 애플 공식 홈페이지에서 신학기 이벤트를 검색했지만 상시 진행되는 대학생 할인 페이지로 잘못 이동
- 신학기 이벤트가 3월 13일까지 진행된다는 사실을 모름
- 신학기 이벤트 페이지를 들어가지 않아 애플펜슬 무료 증정 혜택을 인지하지 못함

2) 분석

- 신학기 이벤트와 상시 대학생 할인 페이지의 구분이 명확하지 않아 정보 탐색이 어려움
- 사용자가 이벤트 정보를 검색하지 않아도 홈페이지 첫 화면에서 쉽게 볼 수 있도록 UI 개선 필요
- '현재 진행 중인 이벤트' 배너를 추가하여 혼란을 줄일 필요가 있음

d. 상품평(후기)에서 첫 번째 후기의 영향력이 큼

1) 관찰된 행동

- 후기 중 첫 번째 후기에 오래 머물렀음
- 이후 후기들은 대충 훑어보면서 대체로 무난하다고 판단

2) 분석

- 사용자는 후기를 모두 꼼꼼히 읽기보다는 상단에 노출된 첫 후기가 중요한 역할을 함.
- 첫 번째 후기는 실제 구매자의 리뷰가 되도록 해야 함
- '가장 도움된 후기'를 최상단에 배치하여 신뢰도 높은 정보 제공

4. 결론

Think Aloud Task를 통해 사용자가 아이패드 에어를 구매하는 과정에서 어떤 요소를 중요하게 고려하는지, 어떤 점에서 불편함을 느꼈는지를 분석할 수 있었다. 사용자는 제품의 정보보다는 가격을 우선시했으며, 복잡한 인증절차와 신학기 이벤트 정보 부족으로 인해 할인 혜택을 받지 못했다. 또한, 상품평에서 첫 번째 후기가 구매 결정에 큰 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.