

Think Aloud Task 수행 보고서

도시계획학 전공 202332838 김서윤

개요

본 보고서는 사용자가 Think Aloud 방법론을 활용하여 과업(Task)을 수행하는 과정을 분석하여 사용자 경험의 질을 높이는 것을 목표로 한다. Think Aloud 방법론은 사용자가 주어진 과업을 수행하며 실시간으로 자신의 행위를 설명, 보고하는 방법이다. 사용자에게 지시한 과업의 거시적 목적은 “조강화할 때, 불편함을 느끼지 않을 조강화를 구매하는 것”이고, 해당 목적의 달성을 위해 사용자에게 지시한 구체적 수행 과정은 다음과 같다.

수행 과정

1. 네이버에 들어가 검색창에 '조강화'를 검색한다.
2. 네이버 스토어 가격비교 탭을 눌러 제품을 본다.
3. 상단에 뜨는 3가지 제품을 차례로 살펴본다.
4. 제품의 후기를 '착용감' 키워드 위주로 살펴본다.
5. 사용자가 원하는 임의의 색상을 고르고, 사용자의 발사이즈에 맞는 제품을 장바구니에 담는다.
6. 이 과정을 세 번 반복하여 마침내 장바구니에 3가지의 제품이 담겼다면, 지금까지 본 후기(내용, 후기 개수 등)와 가격, 사용자의 디자인 기호를 고려하여 구매할 제품 한 가지를 제외한 나머지 제품들은 장바구니에서 삭제한다.
7. '주문하기' 탭을 누르고 배송지 등록 후, 카드사 할인을 받아 결제하도록 한다.

사용자경험(UX) 분석

우선 검색단계에서 검색창에 '조강화' 입력 시 '네이버 가격비교' 란의 상단에 노출되는 관련 광고들로 인해, 사용자가 '네이버 가격비교' 란까지 도달하는 데에 헤매는듯 스크롤

을 움직인 부분에서, 사용자가 불편함을 느꼈을 것으로 예상된다.

후기를 살펴볼 때 키워드별로 분류하여 사용자별로 각자 확인하고 싶은 정보에 대해 보다 쉽게 접근할 수 있도록 설정한 점이 해당 서비스의 강점이다.

각 제품의 브랜드마다 제품 상세설명 양식이 다르다는 점에서 사용자가 디자인을 고르는 데에 혼선을 주었다. A 브랜드는 다른 색상의 제품사진을 나열하는 데에서 그친 반면, B 브랜드는 서로 다른 색상의 제품사진을 나열한 후, 한 눈에 비교할 수 있도록 차트를 사용하고 있었다. 사용자는 후자의 경우에 색상 선택을 편하게 하였다.

개선점 제안

사용자가 검색창에 제품 검색 시 상단에 노출되는 광고의 수를 줄이거나, 광고 칸의 전반적인 사이즈를 작게 하여, '네이버 가격비교' 란에 이르기까지 사용자가 내려야 하는 스크롤의 길이를 줄여야 한다. 또한, 광고란과 '네이버 가격비교' 란의 UI가 뚜렷하게 차이 나도록 하여 사용자가 보다 쉽게 구별할 수 있다면 질 높은 사용자 경험을 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

제품 상세정보는 네이버 스토어 측에서 양식을 일관적으로 정하여 각 브랜드에게 가이드라인을 정해준다면 사용자가 제품 선택을 하는데 있어 불편함을 줄일 수 있을 것이다.