

Think Aloud 수행 과정과 사용자 경험 분석

: 에어비앤비 앱을 사용하여 제주도에서 3월 7-8일에 10만원이하이고 수영장 있는

숙소를 찾아봤을 때 제일 상단에 위치한 숙소 카카오페이로 예약하기



과목	UX와 서비스개발
담당 교수	이민섭 교수님
학과	경영학부 회계세무학전공
학번	202337251
이름	오채연
제출일	2025.03.09

Think Aloud 수행 과정과 사용자 경험 분석

1. Think Aloud의 개념

Think Aloud 기법은 사용자가 특정 과제를 수행하는 동안 자신의 생각을 소리 내어 표현하는 방법론입니다. Think Aloud 기법의 기본 원리는 사용자가 자신의 사고 과정을 외부로 드러내는 것입니다. 사용자가 작업을 수행하면서 느끼는 감정, 생각, 의사결정 과정을 소리 내어 말함으로써, 사용자가 어떤 부분에서 어려움을 겪고 있는지, 어떤 요소가 긍정적이고 부정적인 경험을 제공하는지를 파악하는데 유용합니다.

2. Task 설명

에어비앤비 앱을 사용하여 제주도에서 3월 7-8일에 10만원이하이고 수영장 있는 숙소를 찾아봤을 때 제일 상단에 위치한 숙소 카카오페이로 예약하기입니다. 동료가 어떤 생각을 하며 작업을 진행하는지 기록하고, **사용자 경험**을 분석했습니다.

3. 동료의 수행 과정

- 1) 에어비앤비 앱을 실행합니다.
- 2) 검색 시작하기 – 여행지 검색에 '제주도'를 검색합니다.
- 3) 그 다음에 자동적으로 나오는 '여행 날짜는 언제인가요?' 화면에 날짜를 2025년 3월 7-8일로 선택합니다.
- 4) 다음 버튼을 누르면 '게스트는 누구인가요?'라는 질문에 성인, 어린이, 유아, 반려동물 인원을 선택할 수 있는 창이 나오고, 성인 2명을 선택합니다.
- 5) 3월 7-8일에 성인 2명이 제주도에서 예약할 수 있는 숙소들이 뜨고, 상단 오른쪽에 위치한 필터에서 가격범위를 10만원으로 설정하고 스크롤을 하면 편의시설에 수영장이 뜨면, 수영장 버튼을 클릭해줍니다.
- 6) 검색한 후 제일 상단에 있는 숙소를 누르면 예약하기 버튼이 바로 뜨고, 결제 수단을 카카오페이로 설정한 후 예약을 완료합니다.

4. 사용자 경험(UX) 분석

에어비앤비 앱을 사용하면서 동료가 겪은 수행 과정을 분석한 결과, 몇 가지 긍정적인 요소와 불편한 점들을 발견했습니다. 이를 통해 사용자 경험을 개선할 수 있는 방향에 대해 탐색해보았습니다.

4-1. 긍정적 반응

에어비앤비 앱을 사용하면서 가장 긍정적인 부분은 광고가 거의 없다는 점입니다. 사용자 입장에서 광고가 적다는 것은 중요한 요소입니다. 대부분의 앱에서는 사용자가 검색을 하거나 서비스를 이용하

는 동안 빈번하게 광고가 표시되지만, 에어비앤비 앱에서는 광고의 비중이 적어 사용자가 집중할 수 있는 환경을 제공합니다. 이는 사용자 경험에서 광고로 인한 불필요한 경험을 최소화해주었습니다.

4-2. 불편한 점

검색을 진행하며 가시성의 부족을 경험했습니다. 구체적으로, 숙소를 찾을 때 검색 결과가 직관적이지 않다는 점에서 불편함을 크게 경험하였습니다. 검색한 숙소들이 한 화면에 한 숙소정도만 보였기에 여러 숙소들을 검색하는데 시간이 많이 걸린다는 점이나, 숙소의 주요 정보(가격, 시설 등)가 명확히 구분되지 않아, 한 번에 여러 요소를 고려하는 데 어려움이 있어 다양한 숙소를 보기 위해서는 많은 시간이 필요했습니다. 숙소 가격이나 후기가 한눈에 드러나지 않아 추가적인 필터링이나 정렬이 필요했지만, 이를 바로 조정할 수 있는 옵션이 부족했습니다.

또한, 많은 숙소들을 가격이나 후기 많은 순으로 숙소를 정렬할 수 없는 점이 불편하게 다가왔습니다. 검색 후 제공되는 숙소들이 너무 많고, 사용자가 원하는 특정 조건을 빠르게 찾을 수 있는 방법이 부족했습니다. 편의시설이나, 건물 유형들을 설정할 수 있는 필터 기능이 있긴 하지만, 가격과 후기 등 특정 기준으로 숙소들을 정렬하는 것이 불가능한 것은 많은 사용자들이 공감할 수 있는 불편한 점입니다. 이는 숙소 선택에 있어 불필요한 시간을 소모하게 만들었습니다.

5. 결론 및 제언

Task 설정을 구체적으로 했다고 생각했지만, 수행 과정에서 task 자체에서 놓친 부분들이 많았음을 깨달았습니다. 평소 앱을 사용할 때는 자연스럽게 하던 행동들이, 처음 사용하는 이용자에게는 어려울 수 있다는 점을 발견했습니다. 이를 통해, 앞으로는 사용자의 입장에서 생각하는 것이 우선되어야 한다는 중요한 깨달음을 얻었습니다.

에어비앤비 앱은 사용자에게 광고가 적다는 장점을 제공하고 있음과 동시에, 가시성 부족과 필터링 옵션의 한계를 발견할 수 있었습니다. 이런 불편함을 해결하기 위한 개선 방안을 제시할 수 있습니다.

검색된 숙소의 정보를 더 명확히 표시하여 사용자가 필요한 정보를 빠르게 확인할 수 있도록 개선해야 합니다. 예를 들어, 숙소의 가격, 후기 개수 등이 각 숙소를 한눈에 보일 수 있도록 강약을 조절하여 디자인을 변경하는 방법이 있습니다. 이런 방법을 도입하면 사용자가 한 번에 여러 요소를 비교하고 결정을 내릴 때 도움이 될 것입니다. 더불어, 숙소들을 가격, 후기 개수, 평점 순으로 정렬할 수 있는 기능을 추가하는 것이 필요합니다. 이로 인해 사용자가 원하는 숙소를 더 효율적으로 찾을 수 있을 것입니다. 사용자들이 자주 언급하는 불편한 점들에 대해 지속적으로 개선하고, 피드백을 반영하는 방식으로 앱의 기능을 개선해 나가는 것이 중요합니다. 사용자 경험이 향상되면 자연스럽게 앱에 대한 만족도가 높아지고, 장기적으로 사용자 유지율도 증가할 것입니다.

종합적으로, 에어비앤비 앱은 적은 광고에서 장점을 가지고 있지만, 검색 및 필터링의 개선이 필요합니다. 사용자의 불편함을 적극적으로 수용하는 과정을 거치면 향후 사용자의 경험을 보다 원활하고 만족스럽게 만들 수 있을 것으로 예측됩니다.