

## Think Aloud 방법론을 활용한 사용자 경험 분석

### 202035253 최지웅

#### 1. 개요

이 보고서에서는 Think Aloud 방법론을 적용하여 사용자의 행동을 분석하고 이를 정리하였다. 선정된 Task 는 "금요일 저녁에 학교 친구와 식사 장소를 결정하기 위해 인스타그램을 이용하여 파스타 맛집을 찾는 과정"이다. 사용자는 1인당 최대 식대를 2만원으로 설정하고, 네이버 지도에서 최신순으로 5개의 긍정적인 리뷰가 연속으로 확인될 때까지 진행하도록 하였다.

#### 2. 참가자의 수행 과정

실험에서 관찰된 사용자의 주요 수행 과정은 다음과 같다.

1. 인스타그램을 실행한다.
2. 검색 기능을 이용해 "파스타맛집"을 입력한다.
3. 검색 후 지역이 필요함을 인지하고, 다시 "성남파스타맛집"으로 재검색한다.
4. 추천 릴스 중에서 맛있어 보이는 식당을 선택한다.
5. 1인당 2만 원의 예산을 고려하여 할인 이벤트가 있는 식당을 찾는다.
6. 음식 사진을 확인한 후, 댓글을 검토한다.
7. 긍정적인 댓글이 많은 식당을 찾은 후, 네이버 지도를 실행한다.
8. 네이버 지도에서 해당 식당을 검색한다.
9. 메뉴 탭에서 가격을 확인하고, 기본 파스타가 1만 원대임을 확인한다.
10. 리뷰 탭으로 이동하여 사용자 리뷰를 확인한다.
11. 최신순 정렬을 선택한다.
12. 연속 5개의 긍정적인 최신 리뷰가 확인되면 해당 식당을 선택한다.

#### 3. 사용자 경험 분석

##### 3.1 어려움을 겪은 부분

###### 3.1.1 검색 과정에서 지역 설정 문제

처음에는 "파스타맛집"을 검색하였으나, 지역을 고려해야 함을 늦게 깨닫고 "성남파스타맛집"으로 재검색하였다.

이 문제를 해결하기 위해 검색 단계에서 위치 정보를 자동으로 추천하는 자동완성 기능을 추가하거나, Task 에서 "학교 근처" 대신 "가천대학교 근처"와 같이 명확한 위치 정보를 포함할 필요가 있다.

### 3.1.2 네이버 지도 최신순 리뷰 확인 과정

사용자가 최신순 리뷰 정렬 버튼을 찾는 데 어려움을 겪었다. 기본적으로 추천순 리뷰가 먼저 보이는 구조 때문에 최신순 리뷰를 확인하는 과정이 직관적이지 않았다.

최신순 정렬 버튼이 더 눈에 잘 띄도록 UI 를 개선하거나, 기본 정렬 방식을 사용자가 설정할 수 있도록 옵션을 제공하는 방식을 고려할 수 있다.

## 3.2 원활하게 수행한 부분

### 3.2.1 인스타그램을 이용한 맛집 검색

사용자는 자연스럽게 인스타그램에서 맛집을 찾았으며, 음식 사진과 할인 이벤트를 비교하는 방식이 효과적이었다.

### 3.2.2 네이버 지도 검색 및 메뉴 가격 확인

식당명을 검색한 후 메뉴 탭에서 가격을 확인하는 과정이 직관적으로 이루어졌다.

## 4. 결론 및 개선 방안

Task 수행 과정에서 사용자는 인스타그램과 네이버 지도를 활용하여 맛집을 찾는 동안 일부 불편함을 겪었다. 주요 개선 방안은 다음과 같다.

### - 검색 과정에서 지역 자동 추천 기능 추가

인스타그램에서 사용자가 검색할 때 GPS 기반으로 지역을 자동 추천하는 기능을 제공한다.

### - 네이버 지도 리뷰 정렬 UI 개선

최신순 정렬 버튼의 가시성을 높이거나, 기본 정렬 방식을 사용자가 설정할 수 있도록 한다.

## 5. 느낀점

Think Aloud 기법을 활용하여 사용자의 행동과 사고 과정을 보다 깊이 이해할 수 있었다. 단순한 관찰만으로는 알기 어려운 무의식적인 흐름과 Task 수행 중 겪는 어려움을 직접 들을 수 있어 유익했다. 이를 통해 단순한 UI 디자인이 아니라 사용자의 행동 패턴을 고려한 UX 설계가 필요하다는 점을 알 수 있게 되었다.