

2023.03.24 ~ 2023.06.12

나다운 공간, 더 나은 일상을 꿈꾸다

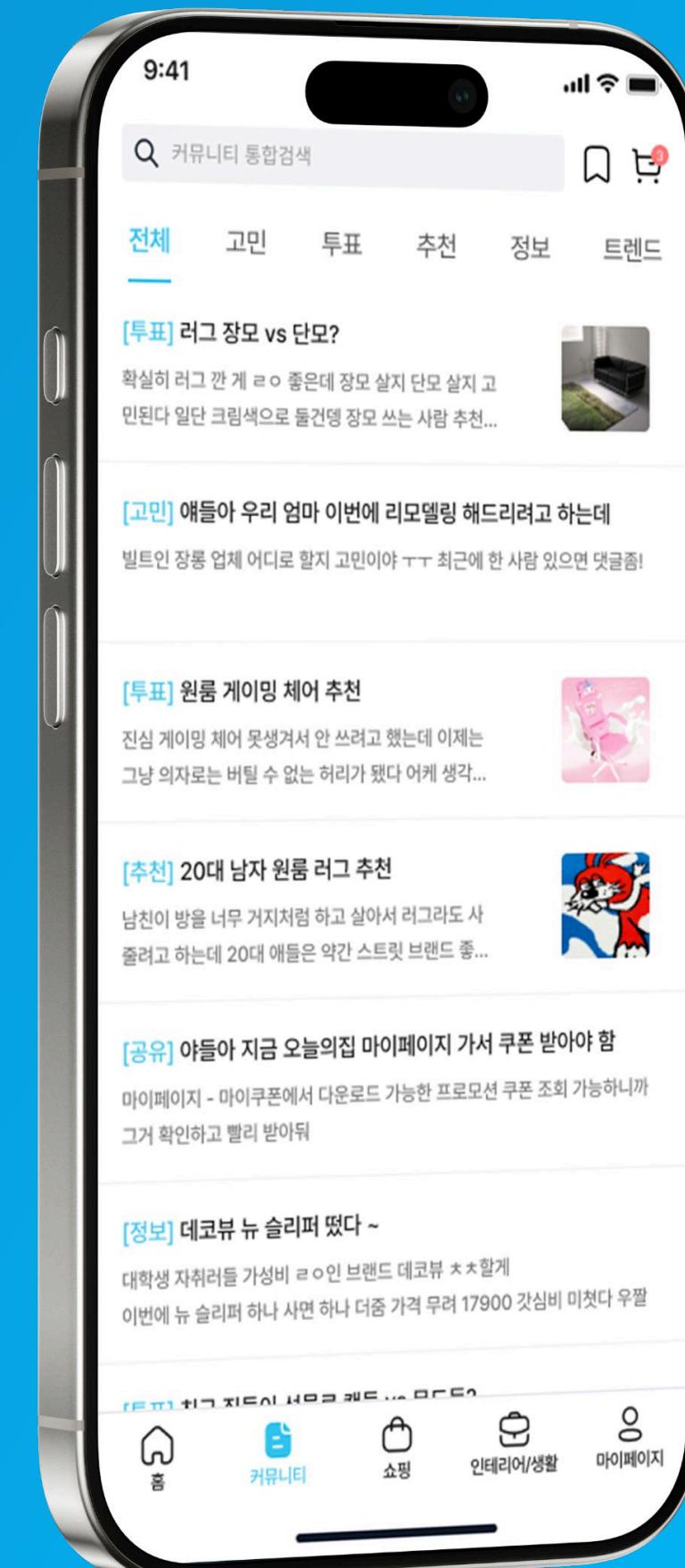
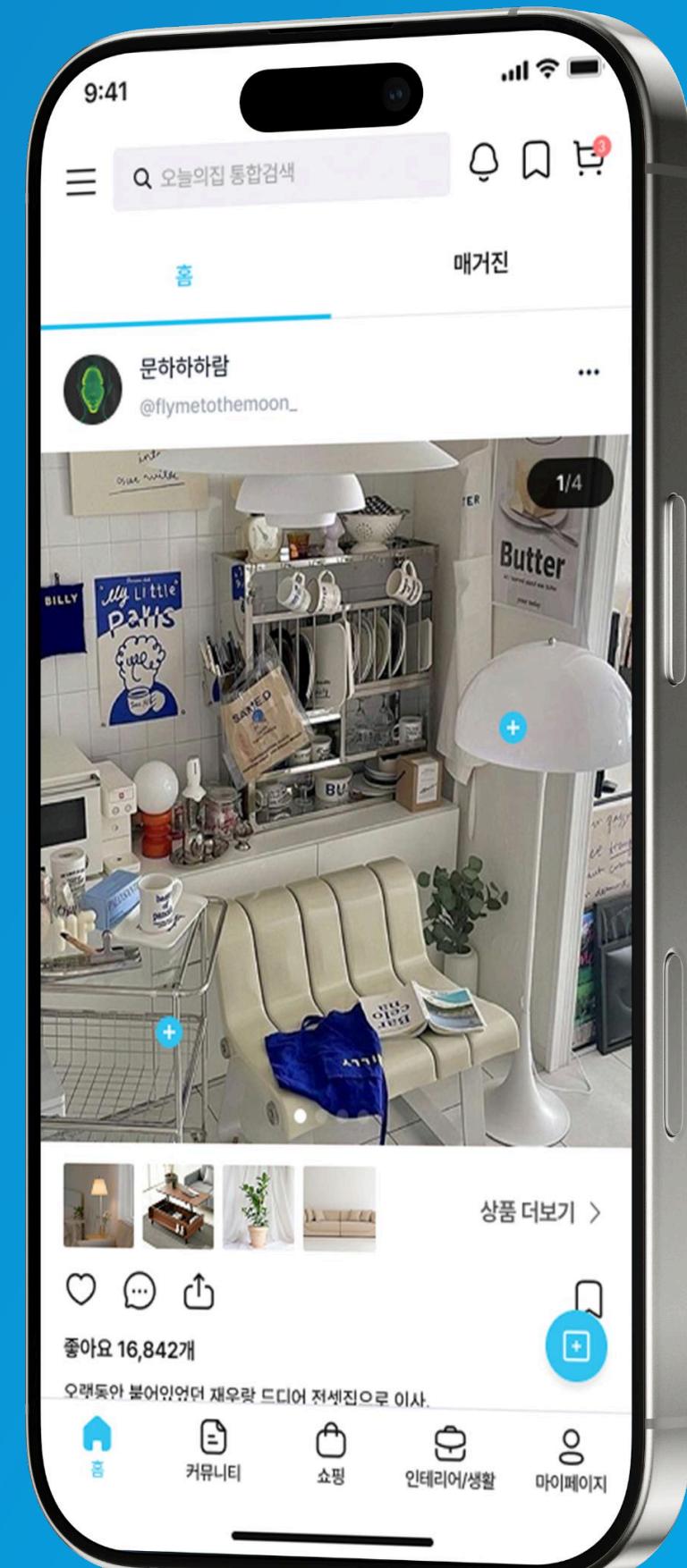
Member 4

Role User Research, UX/UI Design, UX Strategy, Prototype

Contribution User Research 40%, Design 70%, Prototype 70%

Platform iOS

Link [Figma Prototype](#)



01 Overview

서로 나누고 도움을 주고받는 콘텐츠 공유 서비스로 출발했습니다

코로나19로 인해 집에서 생활하는 시간이 많다 보니 자연스레 집을 꾸미는 수요가 폭발하여 오늘의 집은 대표적인 인테리어 플랫폼으로 자리 잡았습니다. 더 나아가 현재에는 인테리어 시공 중개 서비스까지 포함된 앱으로 전문가의 포트폴리오를 확인하고 인테리어 상담 신청까지 손쉽게 할 수 있습니다.



02 War room setup

가고 싶은집 만들기

포스트잇을 활용해 서비스에 대한 다양한 의견을 팀원끼리 공유해 시각적으로 바로 인지할 수 있도록 했습니다. 제한을 두지 않는 아이디어 수집을 통해, 이를 정리하여 '시드 아이디어'를 도출했습니다.

소통공간 부재

인테리어 시공의 실효성

찜 삭제, 과한 추천 등 불편 해소필요

브랜드 정체성

과도한 정보량

카테고리가 주는 부담감과 낮은 접근성

Seed Ideas

Solution

인테리어 러버들만의 커뮤니티

접근성 떨어지는 기능은 따로 분리

과감한 리브랜딩



03 Behavioral mapping

사용자의 서비스 이동 동선 관찰

실제 사용 방식을 그대로 녹화하여 사용자가 목표하는 기능을 수행하는 과정을 관찰했습니다. 이 과정에서 발생하는 문제점을 파악하고 해결하고자 하였습니다.

설정

26세 자취 2개월차 대학생, 여성, 침대 옆에 둘 협탁 구매하고자 함

조건

1. 노란색 플라스틱 혹은 나무 재질 / 2단 협탁을 원함

오늘의 집 접속 > 하루특가 이벤트 팝업 > 홈화면 > [이동] 쇼핑 카테고리 > 카테고리 상세 >

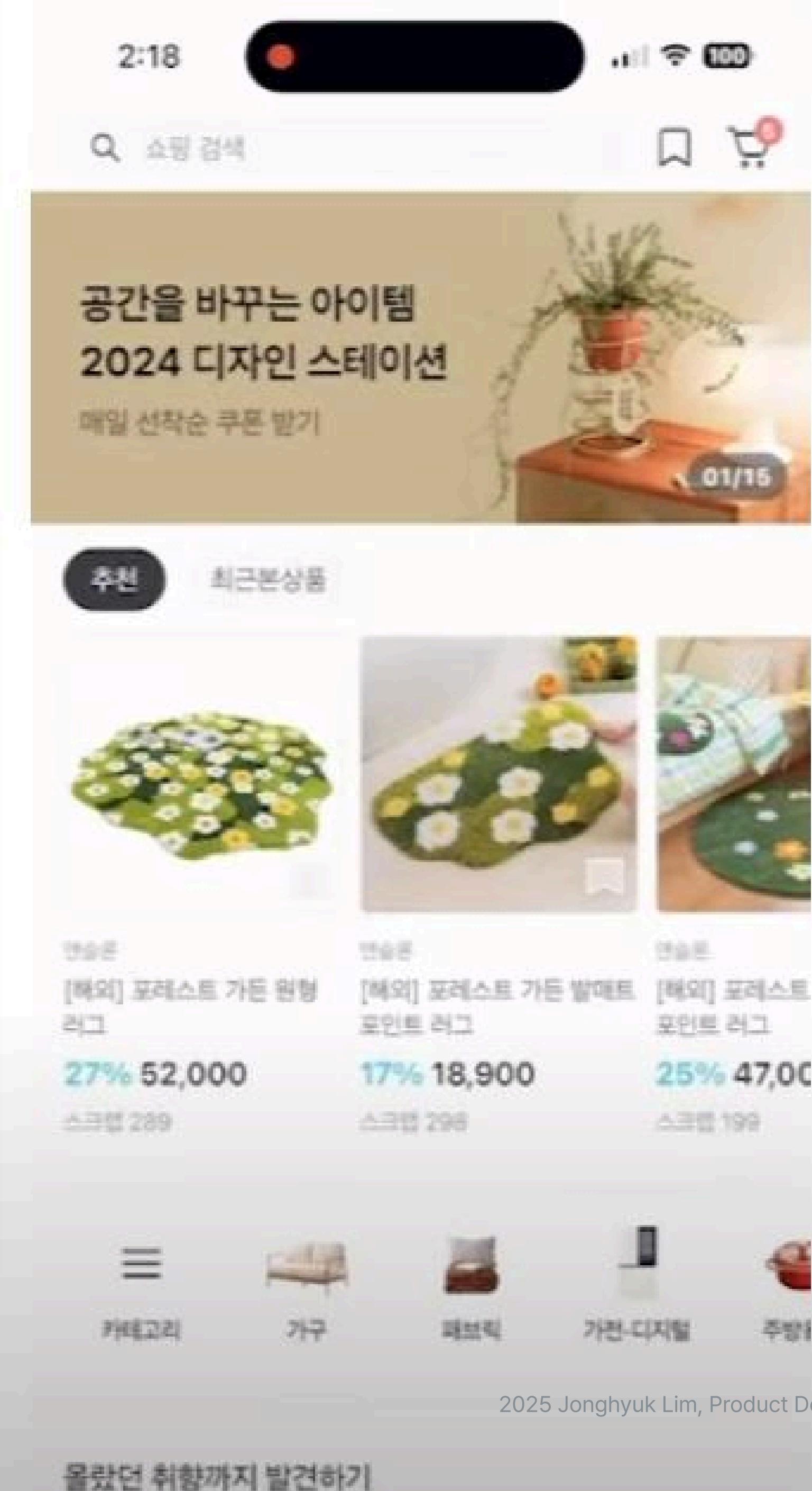
'협탁' 상세를 찾기 위해 '화장대/콘솔', '행거/옷장', '진열장/책상', '거실장/TV장', '서랍/수납장' 차례대로 클릭 >

[이동] 협탁 상세 카테고리 > 필터 선택 (흰색, 노란색, 갈색 선택) > 아래로 스크롤하며 여러개의 협탁 스크랩 >

뒤로 가기 > 뒤로 가기 (홈 화면에 도달) > 광고 팝업 > [이동] 마이페이지 > [이동] 스크랩북 > [이동] 상품 상세 카테고리 >

스크랩한 상품 중 마음에 드는 상품 1 선택, 상세페이지로 이동 > 상품 사진 보기 > 장바구니 담음 > 추천 상품 팝업 >

[이동] 장바구니 > 전체상품 체크 끄기, 협탁 상품 체크 켜기 > [이동] 결제하기 > 결제수단 선택 > 결제 진행



04 User survey

사용자들이 말하는 불편함

팀원들 간 역할분담 후, 서베이 폼을 제작하여 '오늘의집' 사용자의 이용후기를 청취하였습니다. 수집한 데이터를 통해 보다 다양한 사용자가 느끼는 장단점, 문제점을 취합 후 파악하고자 하였습니다.

대상 20,30대 (1993~2005년생) 대학생, 직장인 및 자취인 대상

응답기간 2024.03.26. 20:30 ~ 2024.03.27. 11:00

응답자 수 27명

이용현황 오늘의집(69.2%), 당근(53.8%), 집꾸미기(26.9%)

그 외 건빵, 집닥, 원룸 만들기, 쿠팡 등 이용

이용목적 가구, 소품 구매(88.5%), 지인 선물(30.8%), 커뮤니티 이용(19.2%)

그 외 낮은 비율로 시공 의뢰, 웹 서핑 목적으로 이용

장점 원하는 상품 구매(65.4%), 가격 비교(53.8%), 선물(30.8%)

단점 필터링, 많은 기능, 결제방식, 카테고리, 찜 관리

인테리어, 라이프스타일 앱 '오늘의집' 사용 설문

B I U ⊖ X

커머스 앱 '오늘의집' 사용자의 의견 청취를 위한 설문입니다.
이 설문의 취지는 다음과 같습니다.

1. 서비스의 장단점, 해소하고자 하는 점을 파악
2. 사용자의 사용 후기를 청취, 문제를 해결 / 더 나은 서비스를 제공하고자 함

이 설문은 한경국립대학교 시각미디어디자인전공 3학년 전공 수업 '미디어 인터렉션' 3~4주차 강의 실습 과제의 일환으로 진행되는 설문입니다.

이 양식은 모든 응답자의 이메일을 자동으로 수집합니다. [설정 변경](#)

1. 사용하시는 인테리어 관련 어플을 알려주세요.*

- 오늘의집
- 집꾸미기
- 건빵
- 집닥
- 당근
- 기타...

2. 어플의 주된 사용 목적을 알려주세요.*

05 Desk Research / Review

앱스토어 리뷰를 통해 실제 사용자들의 평가 분석

추가적으로 설문과 인터뷰만으로 파악하기 어려운 점이 있는지 확인하고자 앱스토어에서 실제 사용자들의 리뷰를 확인하였습니다. 총점 5점 중 4.8점을 기록했으며, 별점 5점을 주고 상단에 리뷰가 노출될 수 있게끔 하여 개선사항, 불만을 리뷰한 작성자들도 있었습니다.

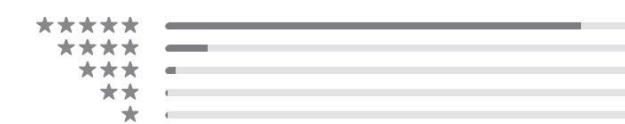
업데이트가 될 때마다 자잘한 오류가 발생하는 것을 알 수 있었으며, '최근 본 상품','친구에게 선물하기'처럼 사용자들의 추가의견도 확인할 수 있었습니다.

< 뒤로

평가 및 리뷰

4.8

5점 만점



58만개의 평가

탭하여 평가하기:



상품 리뷰 좀 볼 수 있게 해주세요

★★★★★

3월 17일

참새야 새참먹자

긴 리뷰들 글자 다 짤려서 모바일로는 보이질 않는데
왜 이러는 건가요..

스크랩 제품 볼 때

★★★★★

3월 6일

꺄오알루

오늘의 집 정말 좋습니다! 유용하게 잘 쓰고 있구용.
다만 스크랩 제품 보고 뒤로 돌아가면 다시 목록 맨
위로 올라가서 그 점이 불편해요ㅠㅠ 이것만 개선
되면 너무 좋을 것 같아요!

특가할인으로 저렴하게 구매합니다

★★★★★

3월 18일

아이고두야배야

구매할려고 알아보던중에
오늘의집 특가할인떠서 망설임없이 구매합니다^^

쇼핑히스토리 볼수있으면 좋겠어요

★★★★★

2월 20일

한결이네집

검색했던 상품 그때마다 장바구니 담기도 하지만 깜빡
잊고 못담은 상품 내가 봤던 상품들 다시 볼 수 있는
히스토리 기능 있으면 좋겠어요

w컨셉몰이 그게 있어 편했던 기억이 있어서 남깁니다

오늘의 집도 선물하기 가능있었으면 좋겠...

★★★★★

1월 26일

루호소리솟

간단하게 카톡으로 전송할 수 있게 자취하는 친구들
한테 서프라이즈로 선물해주고 싶은 게 많은데 일일이
주소 물어보기도 좀 그렇구

앱만 무조건 받으라는 불친절

★★★★★

3월 18일

알수없는에러

웹페이지에서 좀 볼려하면
무조건 앱 받으라고 하고
브랜드 브랜딩에 신경 좀 쓰세요.
반감만 생깁니다

06 Project Goal

공간에서 느낄 수 있는 행복감 느끼기

앞선 리서치들을 통해 오늘의집을 이용하는 사용하는 20-30대 청년들은 대부분 인테리어에 관심이 있는 사람들로, 이들에게 단순히 물건을 사고파는 플랫폼에서 벗어나 공간을 가꿈으로써 행복감을 느낄 수 있는 방법을 고민하였습니다.

다양한 컨텐츠

다양한 컨텐츠를 통해 나만의 취향 찾기

오늘의 매거진

다리 부러지고 1층 마당
이느 지으르 이너하 써

블랙 컬러 인테리어로
모드 이거!

연결

각자의 생각을 공유하며 마음으로 이어지기

전체 고민 투표 추천 정보 트렌드

[투표] 러그 장모 vs 단모?
확실히 러그 깐 게 ㄹㅇ 좋은데 장모 살지 단모 살지 고민된다 일단 크림색으로 들�建네 장모 쓰는 사람 추천...

[고민] 얘들아 우리 엄마 이번에 리모델링 해드리려고 하는데
빌트인 장롱 업체 어디로 할지 고민이야 ㅜㅜ 최근에 한 사람 있으면 댓글좀!

[투표] 원룸 게이밍 체어 추천
진심 게이밍 체어 못생겨서 안 쓰려고 했는데 이제는 그냥 의자로는 버틸 수 없는 허리가 됐다 어케 생각...

[추천] 20대 남자 원룸 러그 추천
남친이 방을 너무 거지처럼 하고 살아서 러그라도 사

동기부여

기존의 라이프스타일을 바꾸기 위한 동기부여 제공하기

지금 진행중인 챌린지

마음에 드는 챌린지를 골라 참여해 보세요!

100만 포인트
#감사일기
30일동안 감사일기 인증하면 100만 포인트 주인공!

참여하기

300명에게 1만 포인트
#식물키우기

06 A/B Test

개선된 디자인, 유저들은 더 편하게 느껴질까?

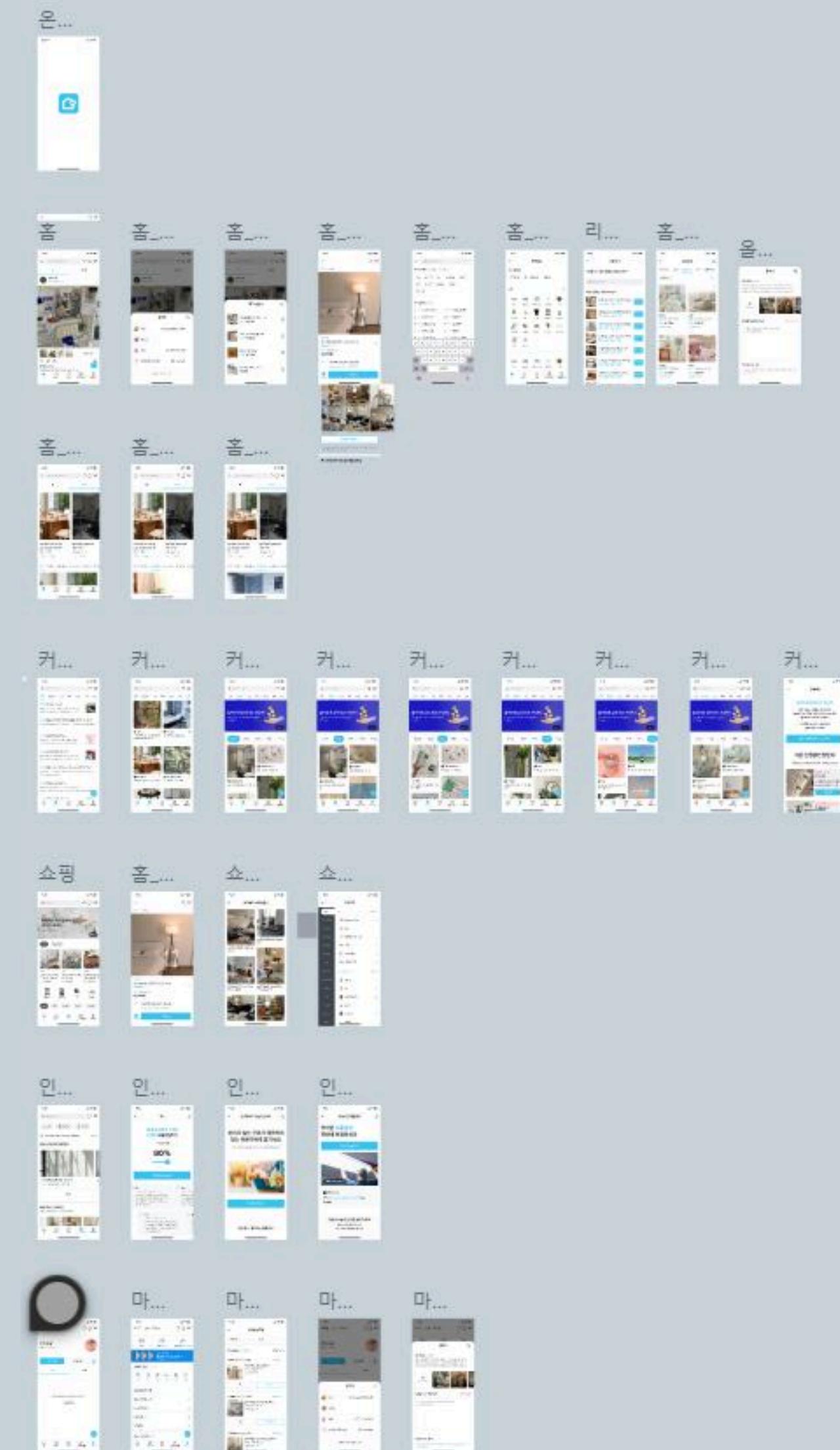
기존 버전과 개선된 버전을 비교 분석하는 A/B 테스트를 피그마 프로토타입을 통해 진행했습니다. 새롭게 4명의 테스터를 선정했으며, 선호도 조사를 실시하였습니다.

막상 앱에 들어가면 뭘 해야할지 몰랐는데 인테리어 초심자를 위한 컨텐츠가 있는 것이 좋았어요

저 같은 사람은 남의 게시물을 염탐만 했었는데 이젠 커뮤니티로 글을 쓸수 있어서 좋아요!

원래는 남이 추천하는 상품만 구매하다 이제는 저의 취향에 맞는 상품을 보기 편하겠네요

단순히 가구를 구매하는 서비스에서 벗어나 공간을 가꾸고 삶을 변화시키려는 목적이 보여요



Home

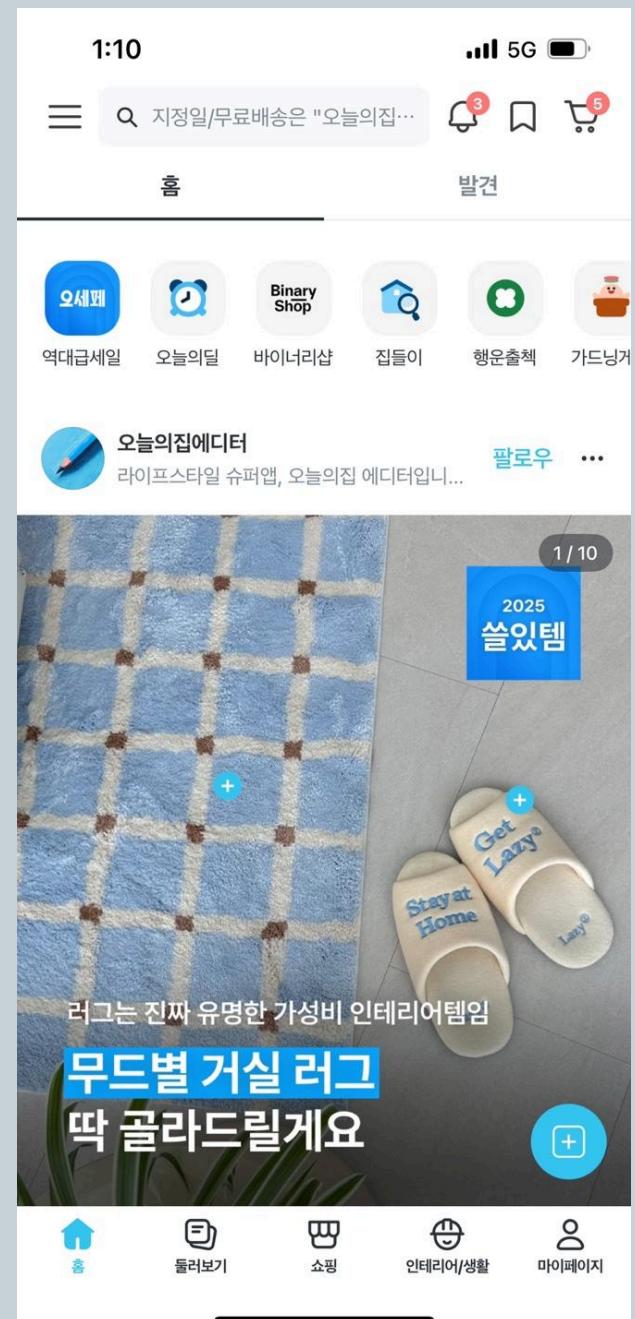
상단 이벤트 제거, 이미지의 가시성 강화

상단의 쇼핑하기, 프리미엄, 가이드북, 시공업체찾기등의 메뉴는 유저가 하단 메뉴바에서도 쉽게 찾을 수 있기 때문에 과감하게 삭제하고 타인의 게시글이 우선 노출되도록 하여 보다 효율적으로 인테리어 사진들을 넘기며 볼 수 있도록 하였습니다.

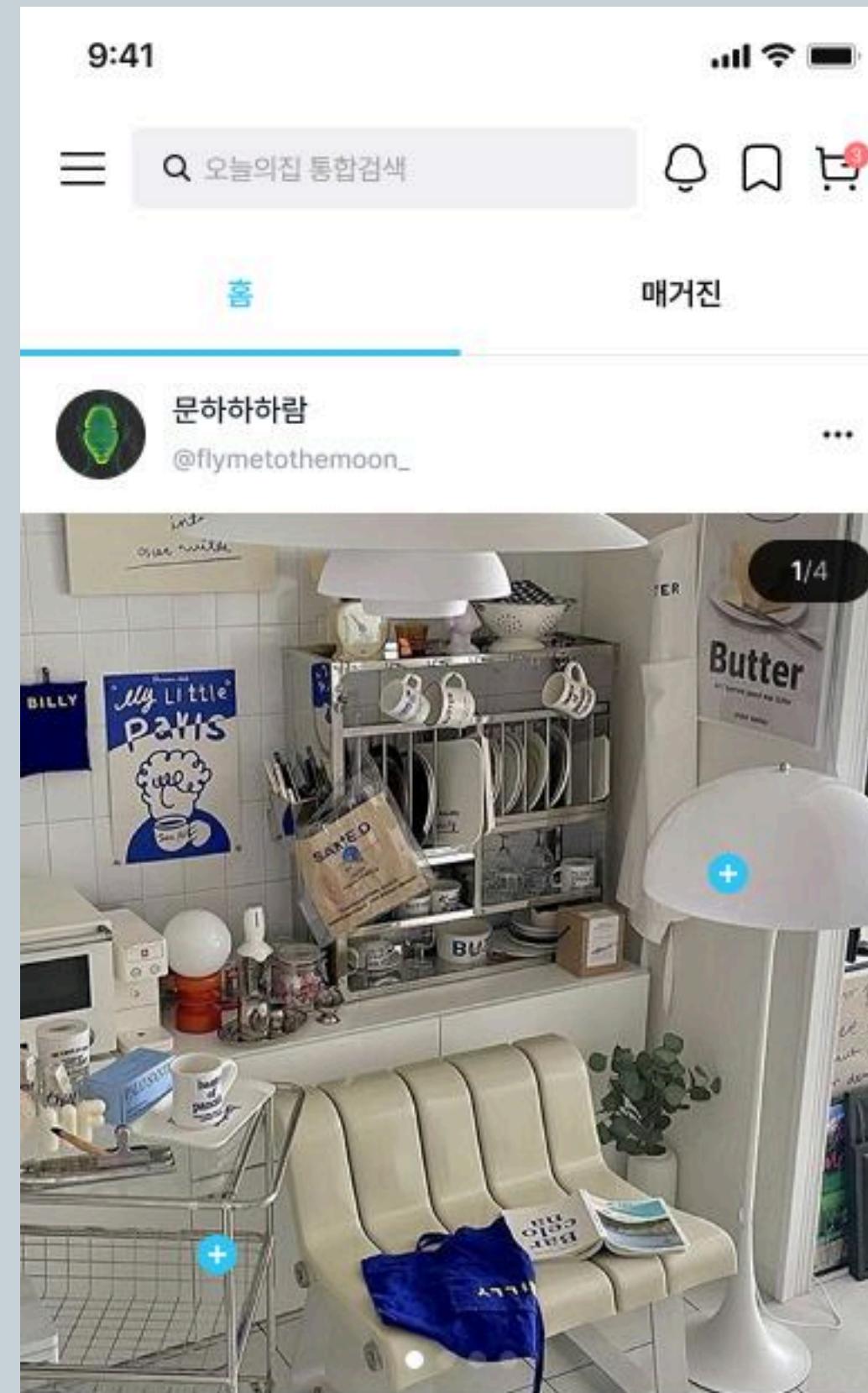
기존의 둘러보기와 중복되는 기능 '발견'

홈에 있는 '발견'탭 또한 기존의 메뉴에 있는 '둘러보기'와 유사한 기능임과 동시에 홈에 있는 이미지들을 정렬하여 보는 것에 불과했습니다. 따라서 기존의 기능을 삭제하고 '매거진'으로 변경 후 유저의 니즈에 맞는 취향을 발견하는 컨텐츠를 추가하였습니다.

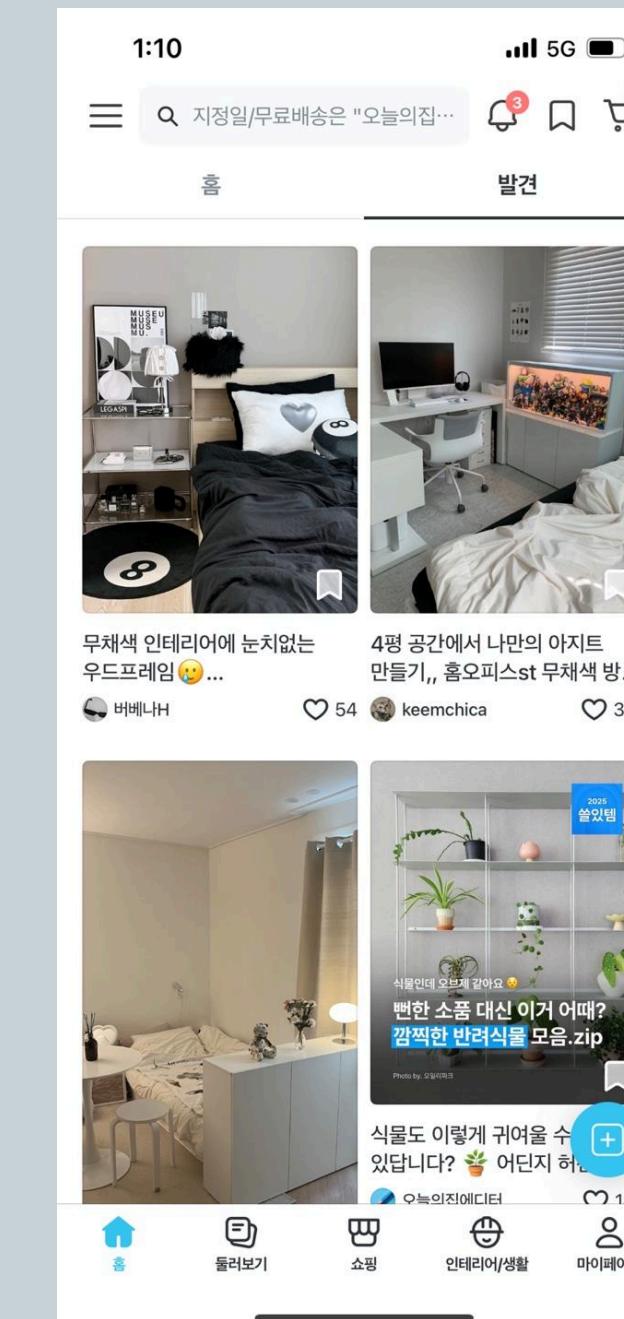
AS-IS



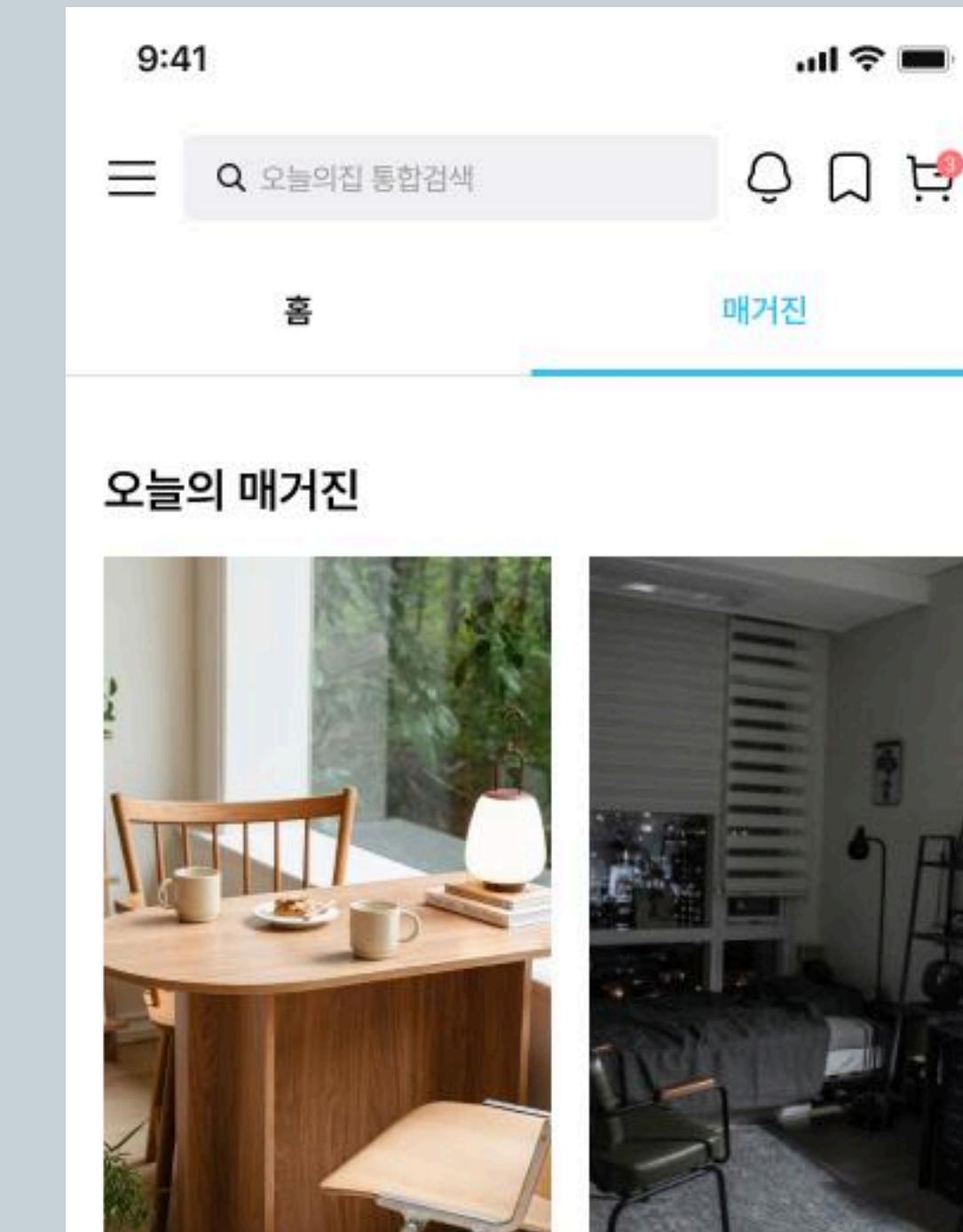
TO-BE



AS-IS



TO-BE



다리 부러지고 1층 마당
있는 집으로 이사한 셀

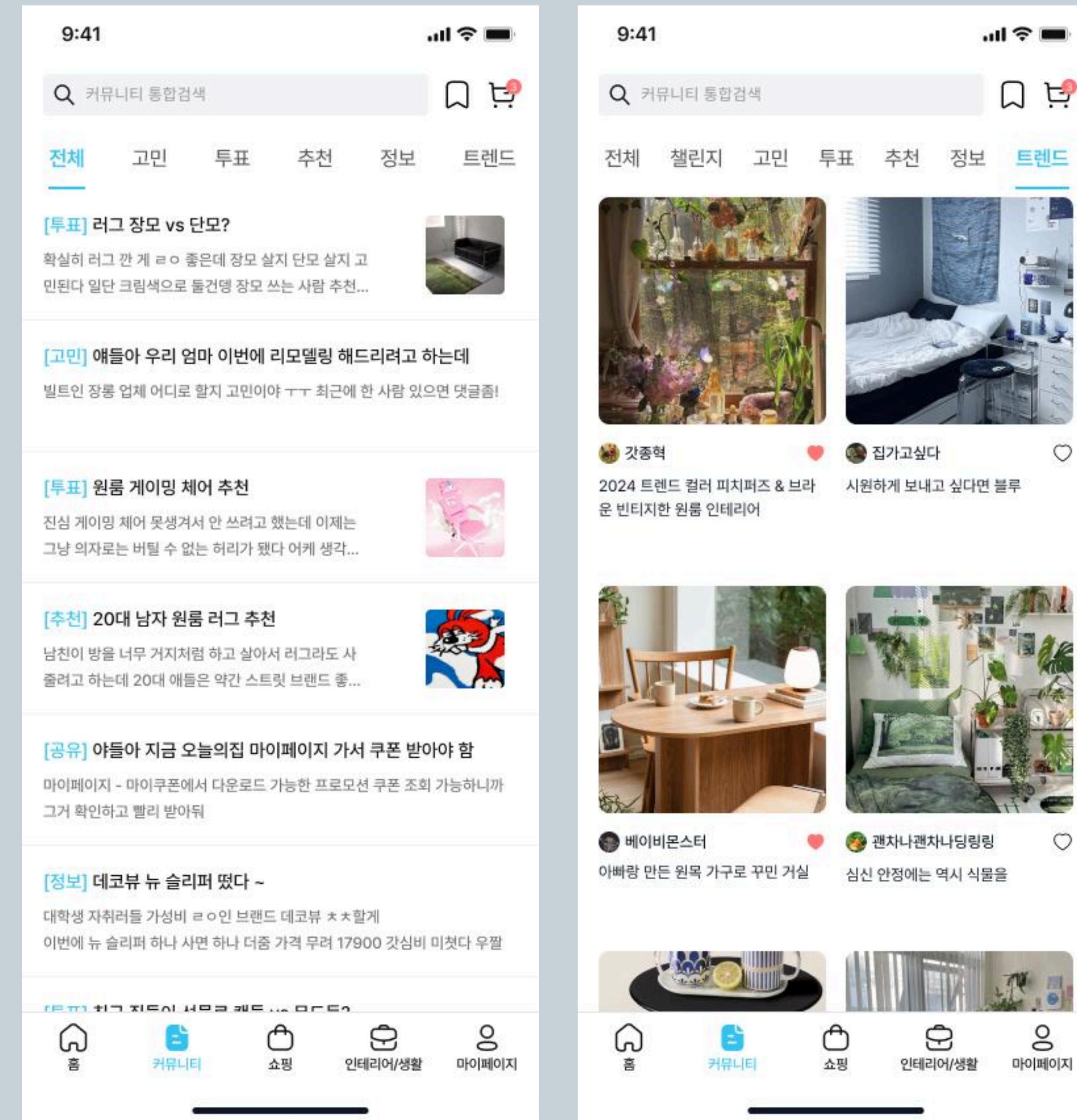
방.침.소 - EP 13

블랙 컬러 인테리어로
무드 있게!

시즌 에딧 - EP 4

커뮤니티 기능추가

리서치와 인터뷰 결과 인테리어 게시물들은 본인의 방을 전문적으로 꾸미는 인플루언서이거나 방을 꾸민지 오래된 유저였습니다. 방을 꾸미기 시작하는 대부분의 자취생들은 각자의 고민과 생각을 고민하기 어려운 시스템이었습니다. 따라서 이러한 문제를 해결하기 위한 커뮤니티 기능을 추가하였습니다.



공간을 가꾸며 사람들과 같이 성장하기

단순히 상품 구매 플랫폼에서 벗어나 공간을 가꾸며 이와 함께 사람들과 더불어 성장하는 서비스로 발전시키고자 '챌린지' 탭을 추가하였습니다.

The left screenshot shows the main challenge feed. At the top, there's a search bar with '커뮤니티 통합검색' and tabs for '전체', '챌린지' (highlighted in blue), '고민', '투표', '추천', '정보', and '인기'. Below is a large image of a living room with the text '참여하면 쏟아지는 포인트!' and a note about earning 1,000P for the first upload. Below the image are five circular tags: '전체보기', '#청소', '#일기', '#환경', and '#건강' (highlighted in blue). Underneath are two cards: one for 'cashwalk' showing 11467 steps and another for '여름' showing 33.12 km walked. The bottom navigation bar includes icons for '홈', '커뮤니티' (highlighted in blue), '쇼핑', '인테리어/생활', and '마이페이지'.

The right screenshot shows a detailed view of a challenge. It features a header '전체메뉴' and a title '참여하면 쏟아지는 포인트'. Below is a note encouraging users to participate in challenges they care about. A large blue button at the bottom says '챌린지 계정 팔로우하고 소식받기'. Further down, it says '지금 진행중인 챌린지' and '마음에 드는 챌린지를 골라 참여해 보세요!'. It lists two challenges: '100만 포인트 #감사일기' (with a note about 30 days of gratitude journaling) and '300명에게 1만 포인트 #식물키우기' (with a note about growing plants for 300 people).

회고

프로덕트에서 중요한 또 하나의 핵심 '전달력'

팀원들과 함께 열심히 만든 결과물을 남들 앞에서 설명할 때 '아 이것도 말하고 싶은데..' '이렇게 말하면 설득력이 떨어지지 않을까?' 등 수많은 고민을 했습니다. 결과적으로 의도한 것과는 다르게 전달이 되기도 하고 청중을 이해시키기 위해 추가적인 설명을 하기도 했습니다.

이를 통해 서비스를 표현하는 하나의 '핵심 키워드'를 설정하고 전달해야 한다는 교훈을 얻었습니다. 구구절절한 설명보다 서비스를 관통하는 '핵심가치'를 표현함으로써 프로젝트의 뚜렷한 목표를 전달해야 합니다.

아직 실무경험은 없지만, 실무에서도 비슷할 것이라 생각합니다. 서비스를 만들어내기 위해 수많은 사람들의 설득이 필요할 때 이러한 '전달력'이라는 역량을 잘 길러내야겠다고 느끼게 된 프로젝트였습니다.



읽어주셔서 감사합니다!

긴 호흡의 포트폴리오를 바라봐 주셔서 감사합니다. 새로운 팀을 찾아 떠나는 앞으로의 여정이 얼마나 두렵고 떨리는지 모릅니다. 그러나 결코 실패할 수 없는 노래를 부를 것이라 믿습니다.

새로운 동료들과 함께 동시대를 살아가는 이들에게 에너지를 불어 넣어주는 꿈을 꿍니다.
또한 그에 걸맞는 동료가 될 수 있도록 노력을 거듭할 각오를 되새깁니다.

어쩌면 평생 동료가 될 수 있을 것입니다.

다시 한 번 감사드리며 마칩니다.

whd1232132@gmail.com
010-9958-8781