

면접 이미지메이킹 컨설팅 경험 향상을 위한 디자인 제언

Design Proposal for Improving Interview Image Making Consulting Experience

동의대학교 산업ICT기술공학

김민범 | 박수진 | 심재은 | 김성희 (sh.kim@deu.ac.kr)



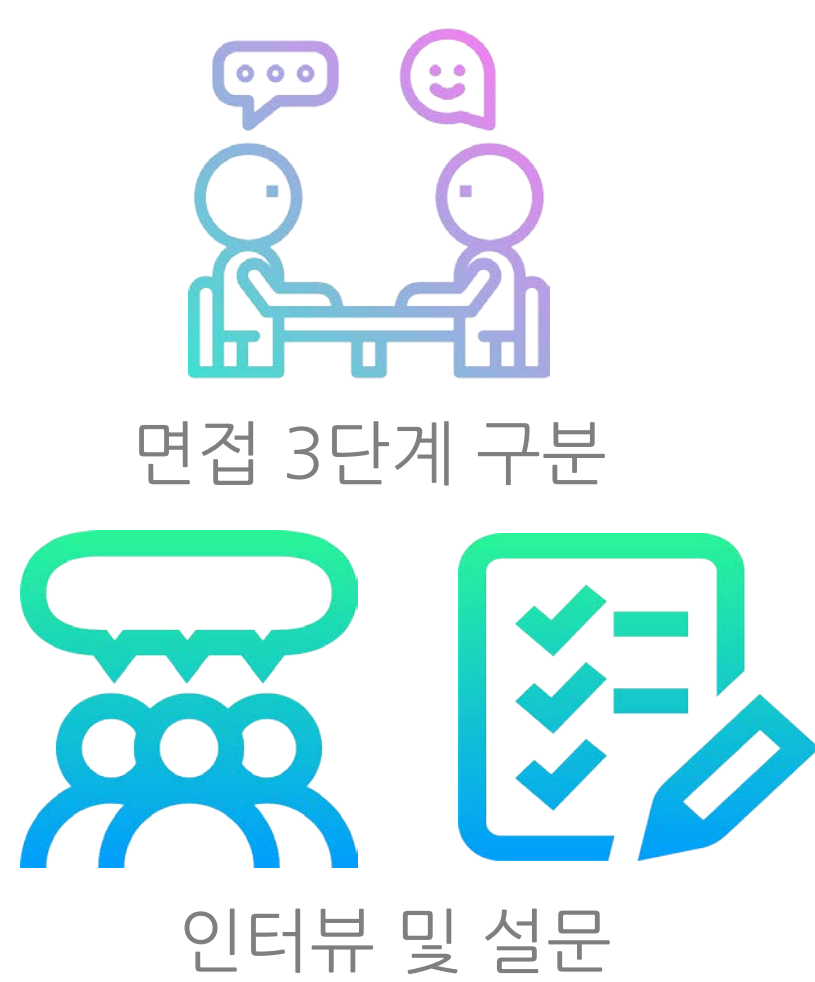
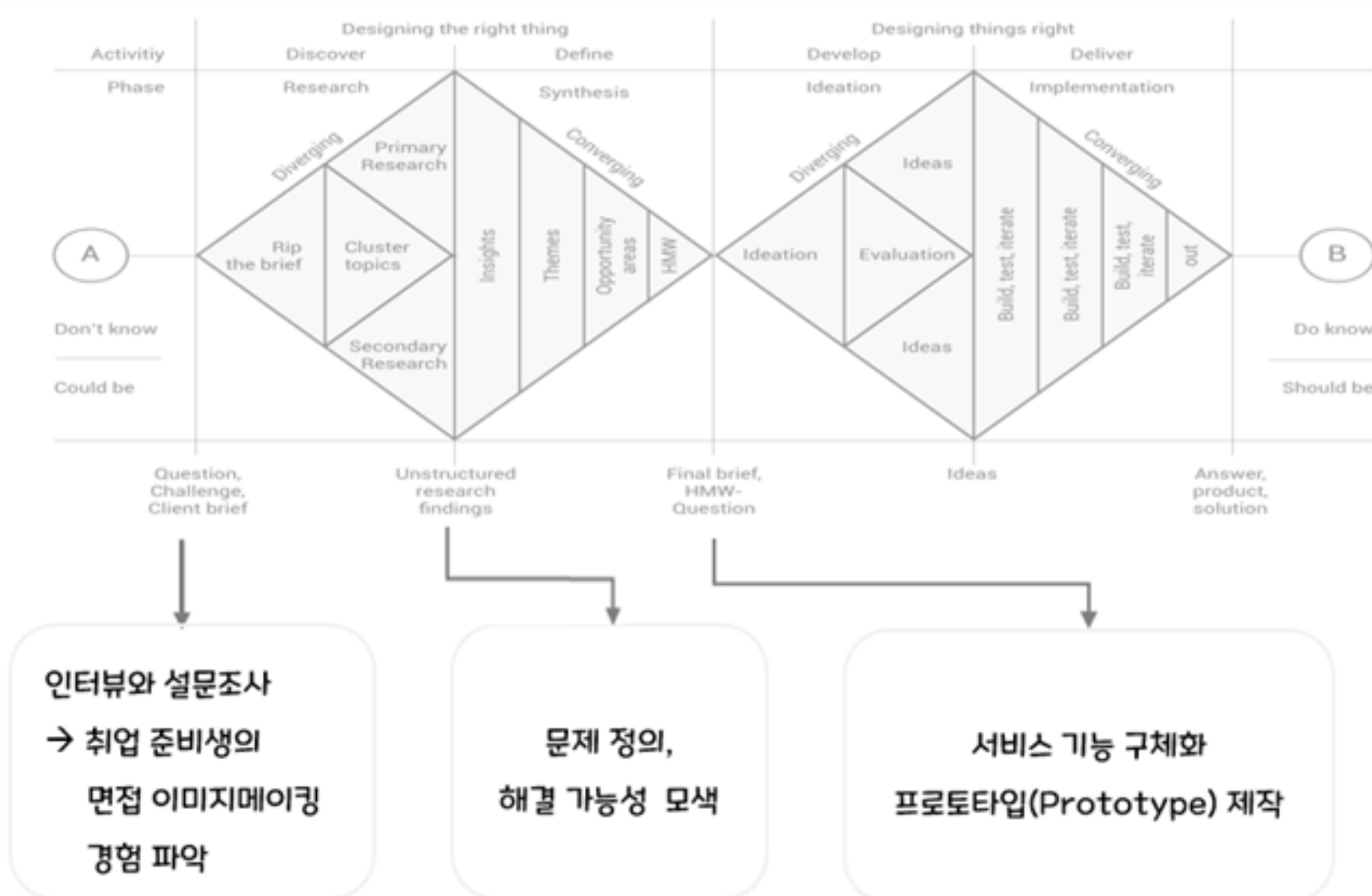
HCI Korea 2020

연구 배경 및 필요성

성공적인 취업을 위해 취업 준비생들은 오프라인에 이어 온라인 컨설팅 서비스를 통해 면접에 대한 도움을 받고있지만, 서비스를 활용하면서 관련 문제점 또한 경험하고 있다. 본 연구에서는 댄 네슬러(Dan Nessler)가 제안한 개정된 더블 다이아몬드 모형을 적용하여 인터뷰와 설문조사를 통해 취업준비생들의 컨설팅 경험의 특징 및 문제를 발견하여 경험 전략을 수립해보고자 하였다. 연구 결과 오프라인 컨설팅 서비스에 대한 시공간적 및 경제적 불만족, 그리고 컨설턴트에 대한 불만족을 나타내고 있었다. 이에 온라인 컨설팅 방법 중 인공지능 기반 면접 이미지메이킹 컨설팅 서비스를 통해 사용자의 불만족을 해소시킬 수 있도록 응답자 주요 행동패턴과 페르소나를 구체화하여 멀티모달 답러닝 기반 개발 방향성을 제언 하였다. 이를 통해 면접 이미지메이킹 컨설팅 경험 향상에 기여할 수 있기를 기대한다.

연구 방법

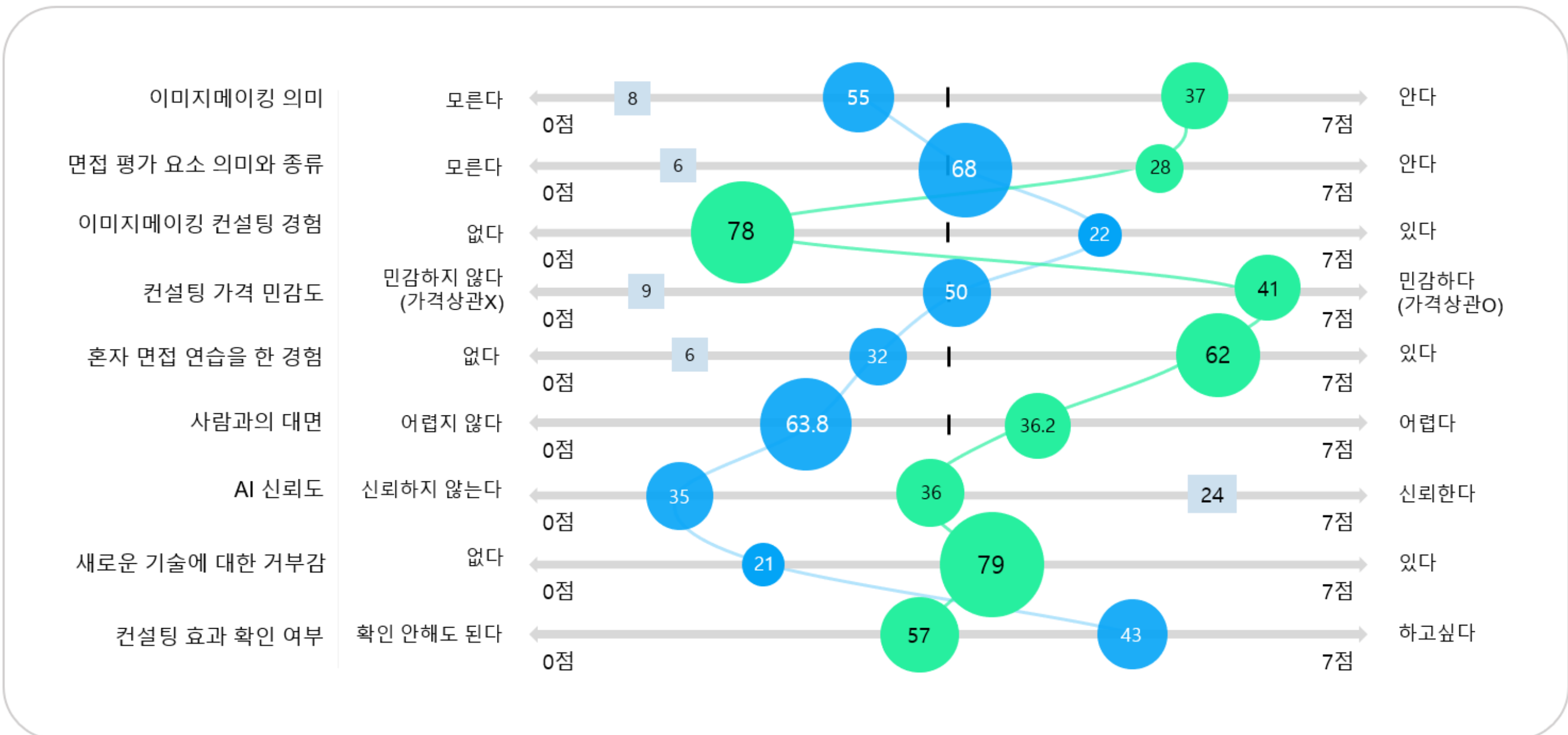
이미지메이킹 컨설팅을 받은 적 있거나 면접 경험이 있는 20대 남녀 5명을 선정하여 설문 문항 설계를 위한 인터뷰를 개별 또는 그룹으로 진행하여 문항 유형을 분류하였다.



구분		인터뷰 의견 및 설문 문항 의도
경험적 (A)	면접 준비 및 컨설팅 경험(AA)	- 질의응답 위주로 연습했을 것임 - 컨설팅 경험이 적은 것 같음 - 어떻게 시작할지가 가장 힘들었음 - 개선되고 있는 것 같지만 어느 정도 개선되었는지 모르겠음
	면접 경험(AB)	- 의사 결정권이 높은 면접관이 응시생의 합격 여부를 수신호로 알려주는 경우 존재
이미지 메이킹 (AB)	인식(BA)	- 뜻을 알지만 용어 자체를 모름
	평가 요인(BB)	- 어떤 면에서 이미지메이킹이 잘 되는지 모르겠음
AI 컨설팅 서비스 인식 (C)	사례(BC)	- 정형화된 면접 예절이 있음 사람들이 잘 모르는 것들이 있음
	신규 고객 유입 요인(CA)	- 면접 연습하는 영상을 찍고 보는 게 어색함 - 정형화된 것을 인공지능이 잘 하므로 이 부분 집중
	AI 컨설팅과 면대면 컨설팅 인식 차이(CB)	- 인공지능에 대한 신뢰도를 잘 모르겠음 - 사람이 잘할 것 같은 것과 인공지능이 잘할 것 같은 것을 체크해볼 것 - 시공간적인 부분이 클 것

페르소나 및 주요 기능 설정

응답자 주요 행동 패턴



주요 기능

면접 과정 선택	* 면접 과정(전반, 중반, 후반) 중 어떤 과정을 컨설팅 받을 것인지 설정 * 과정 중 반드시 하나 이상 선택해야 하며, 부분 과정 선택 / 전체 과정 선택으로 나눌 수 있음
컨설팅 성격	* 컨설팅의 성격이 어느 정도였으면 좋겠는지 사용자가 직접 선택 * 솔직담 + 냉정함, 공감, 칭찬 등 옵션 선택 (전이 학습을 이용한 모달 생성 후 사람의 목소리와 억양을 추가로 더하는 방식의 음성합성 기술)
화면 조정	* 사용자가 느끼는 민망함(부끄러움) 해소 * 사용자의 표정을 본인이 직접 확인 가능한 거울 모드(실사 영상) * 휴대용 이미지 기능이 적용된 모드(AR 부가 서비스, 인공지능 활용하여 얼굴, 행동 특성을 파악하여 사용자와 유사한 캐릭터 생성)
히스토리 저장 및 분석	* 컨설팅 서비스를 이용한 날짜와 일개 기록 및 저장 * 컨설팅 결과 및 피드백 조정 가능
사례 제공	* 컨설팅 성향 및 결과가 유사한 사용자들 간 정보 공유 (군집화 알고리즘 또는 KNN 알고리즘 필터링) * 면접 합격 사례와 불합격 사례 제공
컨설팅 전후 효과 비교	* 전후 대비 개선된 점 알려주기 * 과거 데이터 대비 과정 별 변화 사항 체크 - 멀티모달 데이터 → 프레임 단위로 인공지능 활용 가능

결론 및 고찰

본 연구에서는 취업 준비생들이 면접 이미지메이킹 컨설팅 서비스에 대한 경험을 분석하여 컨설팅 과정에서 직면하는 문제점을 발견하고 개선 방향을 제시함으로써 사용자 경험을 향상시킬 수 있는 디자인적 제언을 하였다. 사용자 조사를 통해 도출한 두 페르소나 모두 면접 평가 요소에 대해 인지하고 있으며, 전문적 지식 및 개인 맞춤형 서비스를 제공받기를 원하지만 욕구를 충족하지 못하고 있었다. 취업 준비생의 경제적 부담이 증가하고 있는 추세로 오프라인 컨설팅의 불만족이 늘어나고 있는 만큼 온라인 컨설팅 방법 중 하나인 인공지능 기반 컨설팅 서비스의 관심이 부각될 것이다. 이러한 컨설팅 서비스의 질적인 측면이 강화되어야 하며, 인공지능 컨설팅 서비스를 이용하고자 하는 사용자의 의식과 태도에 대해서 연구가 필요하며, 취업 준비생들의 면접 이미지메이킹 컨설팅 경험을 향상하는데 기여할 수 있기를 기대한다.

서비스 타겟(페르소나)

서비스 타겟

Primary Persona

Key Characteristics

- 면접 경험이 부족하여 면접에 대한 두려움을 다소 가지고 있음
- 컨설팅의 비용부담이 커 혼자 기술을 보며 면접준비를 하는 편
- 부족한 면접 경험을 해소시키기 위해 이미지 메이킹과 면접 평가 요소를 찾아 연습함
- 새로운 기술에 대한 거부감이 적음

Behaviors

- 면접 경험 0%
- 이미지메이킹에 대한 경험 0%
- 컨설팅 비용에 대한 민감도 0%
- AI 컨설팅에 대한 신뢰도 0%

Goals

- 시공간적 제약을 받지 않고 유연하게 서비스를 받기 원함
- 개인 맞춤형 서비스를 받기 원함
- 전문적인 지식을 제공 받기 원함

서비스 타겟

Second Persona

Key Characteristics

- 면접 경험이 있고 사람과의 대면을 어려워하지 않는 편
- 스스로 면접준비를 하며 자신의 모습을 체크하는 편
- 이미지메이킹을 알고 있고 면접 평가 요소를 생각하며 연습함
- 컨설팅 비용에 민감하고, 시를 신뢰하지 않음

Behaviors

- 면접 경험 100%
- 이미지메이킹에 대한 경험 100%
- 컨설팅 비용에 대한 민감도 100%
- AI 컨설팅에 대한 신뢰도 100%

Goals

- 전문 지식과 개인 맞춤형 서비스를 제공 받기 원함
- 시공간적 제약을 받지 않고 유연하게 서비스를 받기 원함
- 컨설팅 받은 전후 효과를 확인하는 것을 목표로 함
- 사용 마지막까지 컨설팅을 받기 원함
- 공감을 받을 수 있길 원함