



UX 디자인 개론

🕒 작성일시	@January 3, 2023 4:21 PM
📅 강의날짜	@2023/01/03
🕒 편집일시	@January 6, 2023 9:38 AM
📁 분야	UX/UI
📁 공부유형	특강
☑ 복습	<input type="checkbox"/>
⋮ 태그	

UX 디자인의 이해와 프로젝트 도입

- 이종원 대표 (jwleee@wedesignx.com)

UX 디자인의 정의

1. 사용자에게 선택되는 서비스를 만드는 UX 디자인

- 음식 주문 → 택시 호출 → 호텔 예약 → 물건 구매 → 송금
- 일상의 많은 부분들이 Digital로 대체
- 쓰기 어렵고 불편한 것? 사용하기 편리한 것? 복잡하고 어려운 것? 간단하고 쉬운 것?
- → 선택되는 서비스와 선택되지 않는 서비스
- ⇒ 궁극적인 차이점 = UX 디자인에 있다

영향력 범주

- Technology : 실현가능성 : Feasibility
- Business : 지속성(사업타당성) : Viability
- Design (Human Values) : 적합성(사용자가치) : Usability, Desirability

- ⇒ 혁신으로 이어짐

UX 디자인

- 기업에게 의미있으면서도 사용자에게 가치있는 경험을 제공해줄 수 있도록 기업이— 제품/서비스를 만들고 운영하는 활동

2. 사용자 경험 디자인의 정의와 사용자 가치 = User Experience Design

✓ User

1. 구매 전 단계 : 소비자 Consumer
 - a. 시장 관점
 - b. 효과적 구매 제공
 - c. 거래 과정 중심
2. 구매 이후 단계 : 고객 Customer
 - a. 관계 관점
 - b. 충성 고객 전환 노력
 - c. 관계 과정 중심
3. 제품 사용 단계 (경험) : 사용자 User
 - a. 제품과 상호작용
 - b. 기능/콘텐츠 직접 사용
 - c. 경험 중심

소비자 행동 방식이 변화 = AIDMA → AISAS 패러다임 변화

1. AIDMA : 미국 경제학자 롤랜드 홀의 전통적 소비자 행동 이론 (1920)
 - a. Attention 주의 → Interest 관심 → Desire 욕구 → Memory 기억 → Action 행동
2. AISAS : 일본 광고대행사 덴츠의 인터넷 시대 소비자 행동 양식 이론 (2005)
 - a. Attention 주의 → Interest 관심 → Search 검색 → Action 행동 → Share 공유

✓ User Experience

- 긍정적 사용경험

- 부정적 사용경험

✓ Design

	Design	Art
대상	사용자	-
이슈	문제, 이슈, 제약	컨셉
상호작용	사용(use, interact)	관람(watch)
구성	기능, 형태	스타일, 미
가치	사용성, 편리, 쉬움 ...	아름다움, 재미, 흥미
미디어	모바일, PC, 웹, 앱 ...	영상, 인쇄, 페인팅

- 특정 분야의 서비스/제품 가치를 사용자/고객에게 전달
- 기업 (제품/서비스) → 사용자 (선택/사용)
 - 대상, 의도, 분야, 관점
 - 대상 : 사용자를 위해
 - 가치 : 편리하고 쉬운
 - 미디어 : 모바일 앱을 만들어서
 - 목적 : 쇼핑을 할 수 있게 한다

✓ User Experience Design

- 사용자 시나리오, 사용자 여정 지도, 스토리보드 등 UX 디자인 방법 활용
- 기업의 의도를 가지고 사용자에게 경험 가치를 주는 제품/서비스를 만드는 활동

2. 디지털 프로덕트와 사용자 경험 디자인

1. 용어 정의

디지털 프로덕트

- 과거 : 웹, 앱
- 현재 : 앱, 웹, IoT, 워치, PC 애플리케이션 ... = 디지털 프로덕트로 호칭 Digital Product

UX 디자인 vs 프로덕트 디자인

- UX 디자인 : 신규 제작, 사용자 정의, 경험 정의, 제품 컨셉 구체화
- 프로덕트 디자인 : 기존 디지털 프로덕트, 고도화, 유지 보수, 관리, 이슈 해결, 개선

UX - UI - GUI 디자인

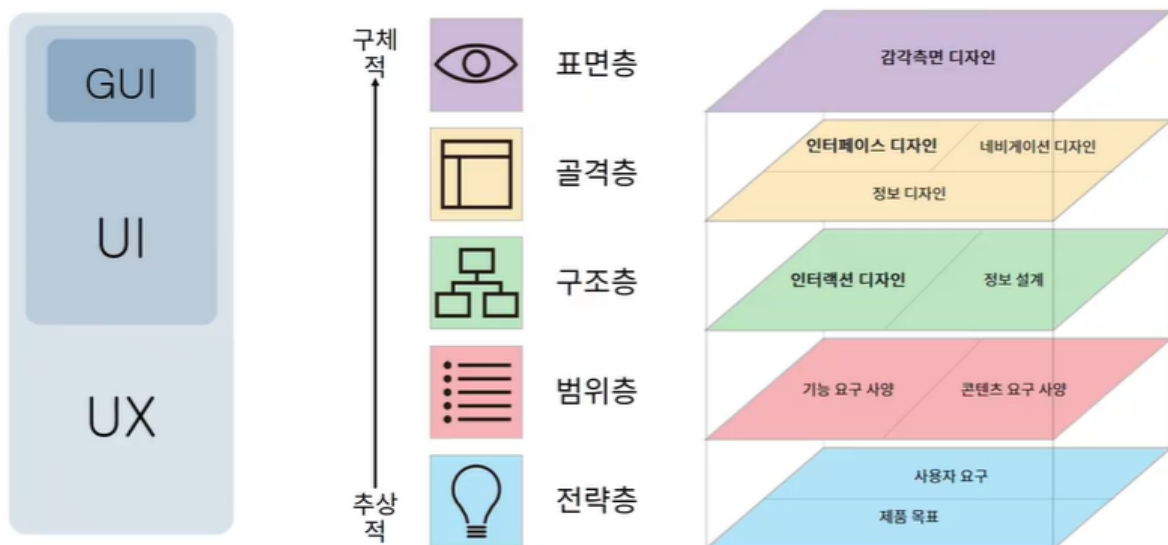
	UX 디자인	UI 디자인	GUI 디자인
주요 업무	사용자 요구사항 비즈니스, 내부 이슈 조율	디바이스 지정 구조, 구성 기획	비주얼 디자인 브랜드 반영
형태	추상적 목표 가치 수립	구체화 디바이스 지정 구조, 구성 기획안	구체적 비주얼 디자인 브랜드 반영
산출물	UX 전략 (방향성) 주요 기능, 주요 콘텐츠안	인포메이션 아키텍처 네이게이션, 레이아웃 디자인	디자인 이미지 스타일 가이드

UI/UX, UX/UI 디자인

과거			현재
UI 디자인	UI/UX 디자인	UX/UI 디자인	프로덕트 디자인
일반 디자인과 차이점을 두기 위해 표기	UX 디자인을 반영한 UI 디자인	UX 디자인을 먼저 진행한 후 UI 디자인	프로덕트의 지속적인 개선 = 일반 UX와 성격이 다름

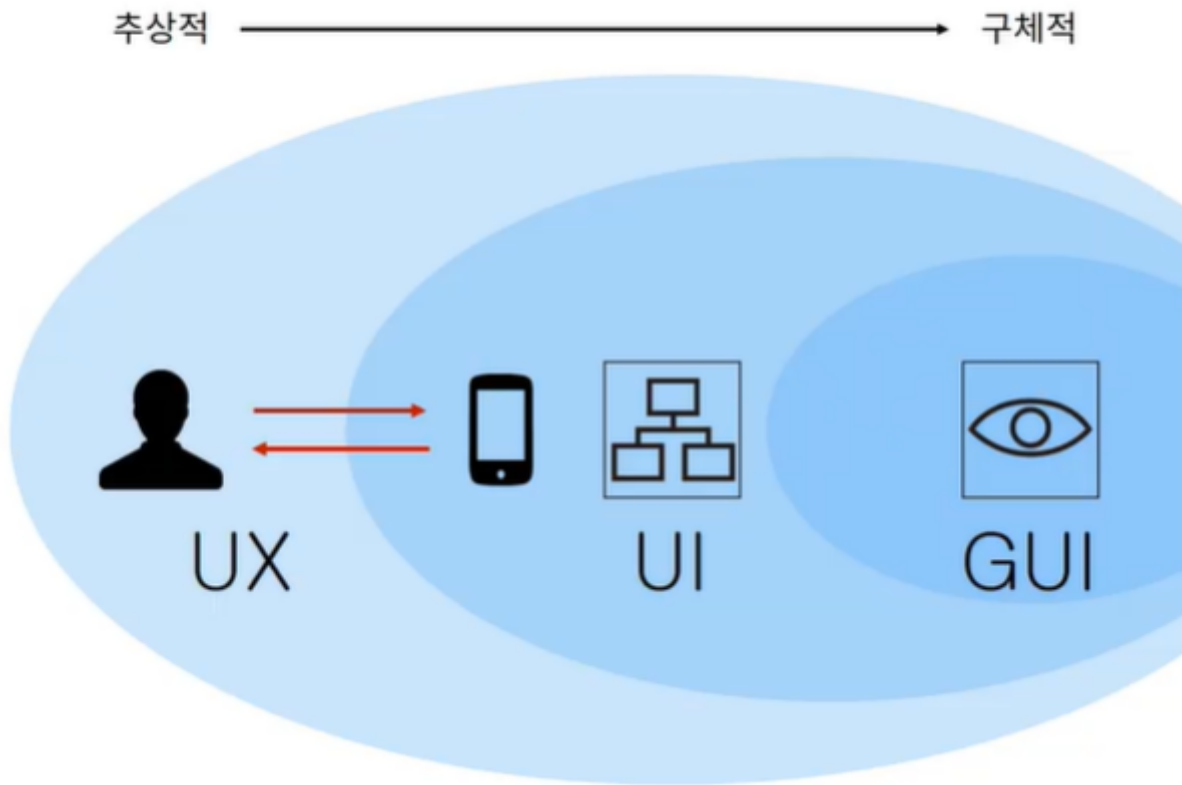


디자인은 개발과 관련이 있다





추천 도서 : 사용자 경험의 요소



2. 디지털 프로덕트의 특징

- 작은 반복과 개선이 병행된다
- 중간에 방향을 잃기 쉽다 (보이지 않는 특성)
- 어느 정도 진행된 후에는 바꾸는 데에 공이 많이 들어간다
- 개별 작업도 중요하지만, 팀 공동 작업임을 명시
- 사용자 경험 요소 모델을 기반으로 언제 무엇을 해야하고,
- 다른 파트와 어떠한 부분의 결정을 해야 하는지 체크

3. 디자인의 인식과 디자인 리더 모델



디자인 없음(유명 제품 모방) → 스타일링(겉치장 디자인) → 절차로의 디자인(업무 프로세스) → 혁신 도구의 디자인

- 디자인은 팀/기업 내에서 어떻게 인식되느냐에 따라 역할과 성과는 다르게 나올 수 밖에 없다
- 대표적으로 설명하고 있는것이 디자인 리더 모델
- 단순히 치장에 그치는 디자인이 될 것인지, 혁신의 도구로 활용되는 디자인이 될 것인지는 팀/기업 내에서 어떻게 인식하느냐에 달려있다

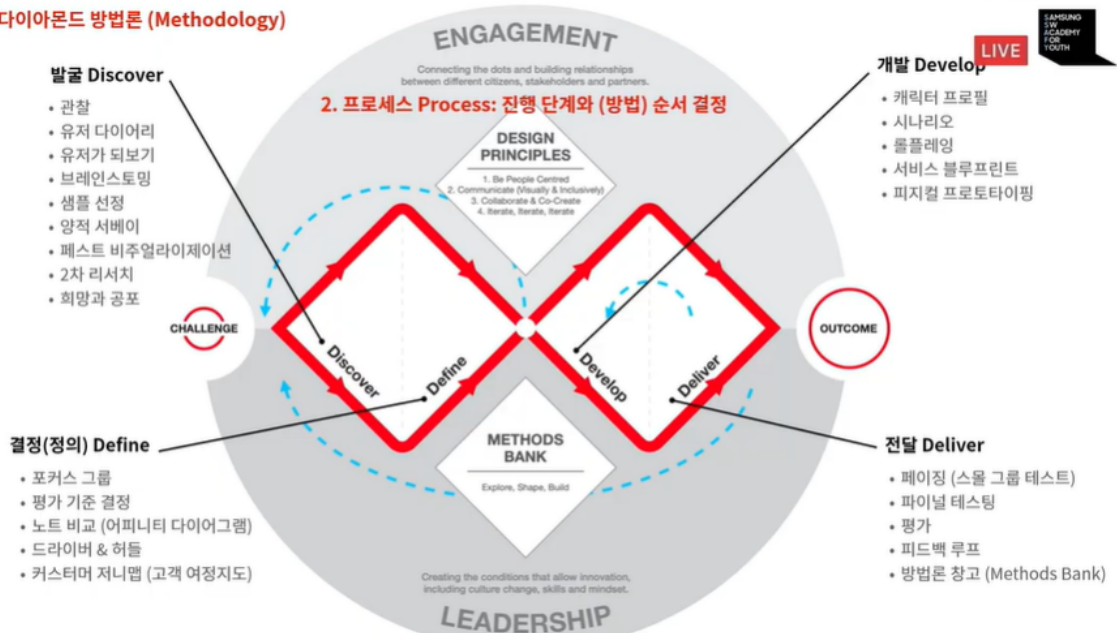
3 실무 UX 디자인 : 방법론 - 프로세스 - 방법

1. UX 디자인 구성 요소 : 방법론 - 프로세스 - 방법

- UX 디자인은 사용자 경험 요소 모델 중 제일 바닥에 있음(즉, 초기에 진행)
- 이 때 결정될 것이, 구체적으로 어떠한 서비스가 될 것인지 등을 결정
- 디지털 프로덕트의 컨셉, 전략, 방향 수립 등을 결정
- 전체의 방향을 수립하는 중요 단계 이를 결정하기 위해 **방법론 - 프로세스 - 방법**을 활용해서 진행한다

더블 다이아몬드 방법론

1. 더블 다이아몬드 방법론 (Methodology)



- 방법론 : 한 기업이 여러 프로젝트를 반복적으로 수행하면서 연속적인 성과를 얻어낸 업무의 진행 단계와 그 세부 작업의 내용
- 기본적으로 초기 기획은 보이지 않는 사용자 경험을 제품/서비스로 구체화하는 것이기에 이러한 방법론 - 프로세스 - 방법을 통해 업무를 진행한다

2. 주요 방법론 소개

- 디자인 씽킹, 더블 다이아몬드, 린 UX, 구글 디자인 스프린트, 벨류 프로포지션
- 디자인씽킹 (Design Thinking)
 - 정의하기 어려운 문제나 찾아내기 어려운 문제를 해결하고자 할 때 효과적으로 해결할 수 있도록 도와주는 프로세스로 각 단계가 유기적으로 반복되는 특징을 지님
 - 1. 공감 (Empathize) : 해결하고자 하는 문제와 사용자에 대해 파악하고 이해하는 단계
 - 2. 문제 정의 (Define) : 공감 단계에서 수집한 정보들을 바탕으로 핵심 문제를 정의하는 단계
 - 3. 아이디어 찾기 (Ideate) : 브레인스토밍을 통해 아이디어를 창출해내는 단계
 - 4. 시제품 만들기 (Prototype) : 도출된 아이디어 중 최선의 해결책을 찾고 아이디어가 제대로 작동하는지 확인하는 것을 목표로 프로토타입을 제작하는 단계
 - 5. 시험하기 (Test)
- 더블다이아몬드 (Double Diamond)
 - 직면한 하나의 이슈를 깊고 넓게 탐구한 후 하나의 인사이트로 생각을 좁혀나가고, 다시 한 번 더 생각을 확장하여 아이디어를 찾고 가장 적합한 하나의 아이디어로 좁혀나가는 특징을 지님
 - 1. DISCOVER : 사용자나 이해관계자를 이해하는 단계
 - 2. DEFINE : 인사이트를 얻고 문제를 정의하는 단계
 - 3. 해결해야하는 문제와 방향 정립
 - 4. DEVELOP : '잠재적인' 아이디어를 탐색하고 구체화하는 단계(프로토타이핑과 검증)
 - 5. DELIVER : 개발- 테스트를 반복
- 린 UX (Lean UX)
 - 순환적이고 반복적으로 개선해나가는 프로세스로 빠르게 변화하는 시장의 흐름과 다양해지는 고객의 니즈 변화에 대응하기 위한 대안책으로 떠오른 프로세스
 - 1. 아이디어 : 문제기술 / 가설설정 / 테스트할 가설 결정
 - 2. 구현 : 최소 존속 제품 (MVP) 제작 최소한의 기능을 구현한 제품
 - 3. 검증 : 사용자에게 제품 검증 / 인사이트 도출
- 디자인스프린트 (Design Sprint)

- 디자인적 사고 (Design Thinking)에 기반을 두고 있으며 5일 안에 의사결정을 빠르고 신속하게 처리하는 프로세스로 짧은 기간 내에 중요한 비즈니스 질문에 대한 통찰력을 확보하는 데에 초점을 맞추는 것이 특징
- Day 1 : 이해(Understand) : 비즈니스의 문제점과 기술 능력, 사용자 니즈를 공유하는 단계
- Day 2 : 발산(Sketch) : 가능한 많은 아이디어를 모으는 단계
- Day 3 : 결정(Decide) : 아이디어를 검토하고 대상의 아이디어를 선별하는 단계
- Day 4 : 시제품 제작(Prototype) : 사용자에게 제품 검증
- Day 5 : 평가(Test) : 최종 사용자, 전문가, 이해관계자들이 사용하는 모습을 관찰
- 가치제안캔버스
 - 고객이 기업의 제품 또는 서비스에서 기대할 수 있는 이점들을 요약 기술하는 디자인 방법론
 - 가치 제안 캔버스 작성을 통해 **고객에게 제공할 수 있는 이익과 가치를 시각적으로 명확하게 표현**할 수 있고 **특정 고객에게 부합하는 실질적 가치를 창출**할 수 있다는 이점이 있음

▼ 가치 제안 캔버스 작성 시점

- 기존 제품 / 서비스를 개선 또는 처음부터 개발해야할 때
- 특정 범주의 사용자 니즈를 위해 제품의 특징과 기능에 대한 이해가 필요할 때

1. 고객 프로필(Customer Profile)

- a. 고객이 주요 작업을 수행할 때 얻을 수 있는 혜택, 불만, 경험을 정리해서 보여주는 맵으로 제품/서비스와 관련된 고객의 행동과 특징을 한 눈에 확인하기 위해 작성
 - i. 고객 : 서비스를 이용하는 고객 세그먼트를 정의하는 영역
 - ii. 혜택 : 고객이 추구하는 이익 또는 이익을 달성하기 위한 목표를 기술하는 영역
 - iii. 불만 : 고객이 느끼는 불만, 문제점, 장애물 요소를 기술하는 영역
 - iv. 고객활동 : 고객이 일상 속에서 수행하거나 해결하고자 하는 문제를 기술하는 영역

2. 가치맵(Value Map)

- a. 제품/서비스에 내재된 가치와 특징을 체계적이고 상세하게 설명한 맵으로 고객 니즈에 따라 새로운 제품/서비스를 정의하고 기업이 제공할 수 있는 기능과 이

점을 정리하기 위해 작성

- i. 제품/서비스 : 제품/서비스의 주요 속성 정의
- ii. 혜택 창출 방안 : 제품/서비스가 고객에게 제공할 수 있는 혜택 방안 기술
- iii. 불만 해소 방안 : 고객의 불만을 경감시키기 위한 방식 기술

4. 프로젝트 UX 도입

1. 프로젝트 UX 도입

- 현 상황에 맞추어 진행함 / 크게 3가지를 고려 : 과업, 기간, 투입 인력 ⇒ 주요 해결 과제 등을 리스트업
- 해당 과제, 이슈, 업무 등을 두고 어떠한 순서로 어떻게 진행할 것인지 (프로세스, 방법, 계획) 미리 계획, 기획
- 수행, 수체화, 시각화, 프로토타입 제작, 테스트, 수정 및 개선 진행
- 인사이트, UX 비전 수립, UX 챌린지 도출

2. 프로젝트 도입 시 주의점

- 팀에서 UX 디자인의 필요성에 공감하는가?
- 생각보다 불편한 경험이 될 수있다
- 답을 정하고 가던 방식과 달라진다
- 구체적인 안이 나왔다면 최대한 빨리 만들어서 대고객/사용자에게 테스트해본다
- 커뮤니케이션이 중요하다
- 핵심 가치를 주는 경험을 구체화하라

권장 주요 UX 방법

- 사용자 시나리오와 스토리보드의 작성
- 와이어프레임 스케치, 프로토타이핑
- 대고객 테스트 - 어떤 형태든 좋다