



APP 사용성 개선 프로젝트

2024.4.19

올리브영? 지금 어때?

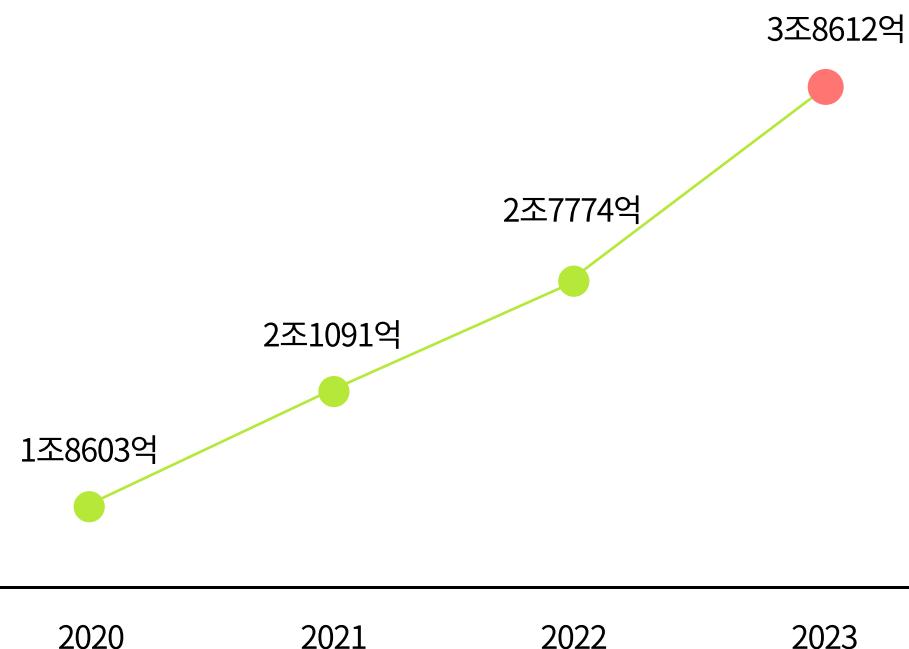
overview

올리브영 앱 사용성 프로젝트는 앱 사용성을 더욱 나은 방향으로 개선하고자 하는 목적의 프로젝트로 시장 환경과 사용자 경험의 데이터를 분석하며 진행했습니다.

background

H&B 유통채널의 강자

2022년 3조원에 육박한 매출을 기록한 올리브영은 1년여 만에 1조원 이상을 벌어들이며 4조원에 가까운 매출을 기록한 것이다. 당기순이익은 3473억원으로 2022년 2080억원 대비 1400억원이나 증가했다. CJ올리브영의 입지도 확대됐다.



현재 올리브영의 상황

desk Research

온라인 뷰티 왕좌 아직 비었다..?!

성장의 과제는 '화장품 대전'이 본격화되고 있는 온라인 시장에 남아 있다. 올리브영은 오프라인 시장에서 '최강자' 자리를 차지하고 있지만, **온라인까지 시장을 확장할 경우 점유율은 10%대에 머문다.**

CJ의 '원픽'된 올리브영... 쿠팡과의 '화장품 대전'서 던질 승부수는

조유빈 기자(you@sisajournal.com) | 승인 2024.01.15 15:35



업계 최초 '화장품 즉시 배송'으로 성장... 매장온라인 연계
LG생활건강 손잡은 쿠팡... 고급화 라인업 늘려 경쟁 돌입
쿠팡-CJ간 경쟁 구도 지속... '옴니채널' 시너지 확대 나서

이재현 CJ그룹(CJ) 회장이 5년 만의 계열사 방문 첫 번째 목적지로 CJ올리브영(올리브영)을 택하면서 올리브영의 성장세가 주목을 받고 있다. 그룹의 캐시카우로 올라선 데다 '공정위 리스크'라는 난제까지 떨쳐낸 올리브영이 올해 상장 작업에 속도를 낼 것이라는 전망도 나온다.

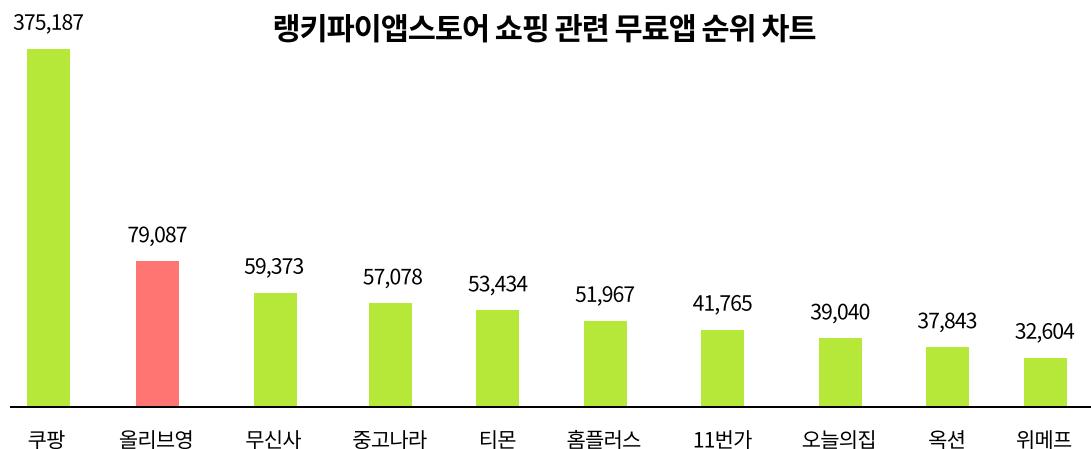
오프라인 화장품 시장에서 '날던' 올리브영은 이제 '고급화', '가성비' 등 각각의 장점을 무기로 쥐고 화장품 전쟁에 참전한 이커머스 플랫폼들을 맞닥뜨렸다. 특히 쿠팡이 최근 LG생활건강(LG생활건강)과 손을 잡고 화장품 라인업을 대폭 늘리면서 본격적인 '대전'이 시작될 것으로 전망된다. 화장품 전쟁에서 최초의 승기를 잡았던 올리브영이 어떤 승부수를 띠울지도에도 관심이 모인다.

출처 | 시사 저널 1800 조유빈 기자
<https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=281121>

출처 | 시사 저널 1800 조유빈 기자
<https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=281121>

그럼 왕좌를 얻어야지!

온라인 뷰티 왕좌 대결



<https://www.stardailynews.co.kr/news/articleView.html?idxno=441141>



Project Goal

온라인 뷰티 왕좌,
오르기 위해선 App을 사용하기에
당연히 사용성 개선이 필수

하지만! 현실은..

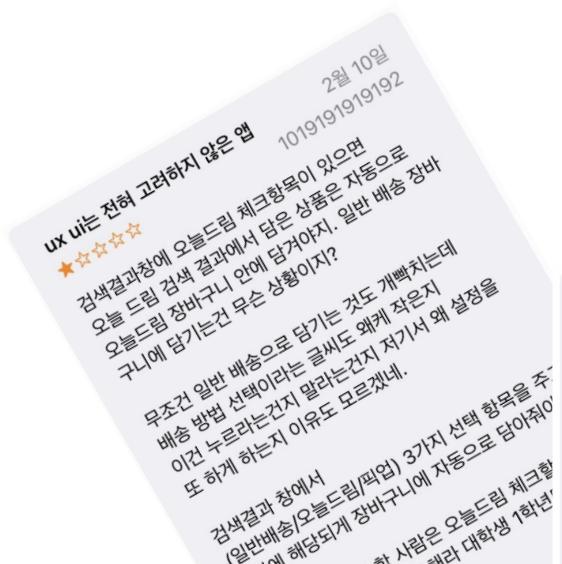
사용자 사전 VOC분석

앱 댓글을 조사하여 **고객의 의견과 피드백**을 수집하였습니다.

UX UI는 고려하지 않은 앱

정신없는 UI 😡

제품 찾기 너무 힘들어요 ..



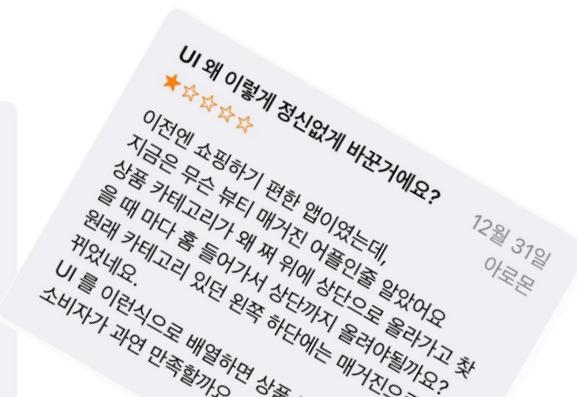
진짜 다좋은데

★★★★☆

1월 4일

so_onGu

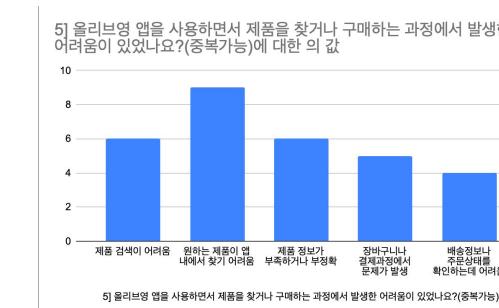
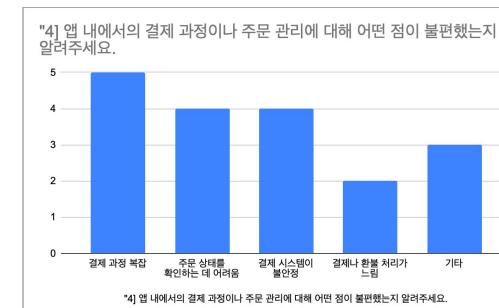
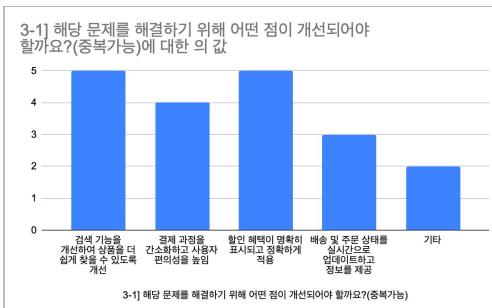
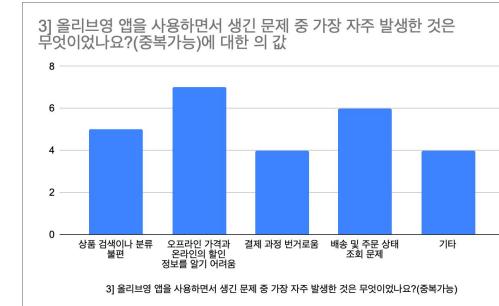
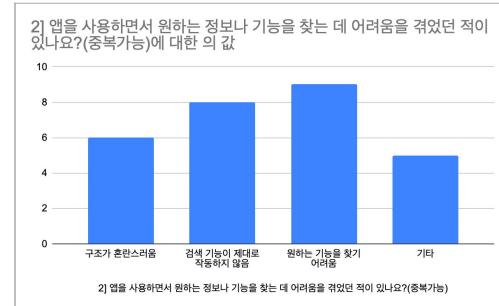
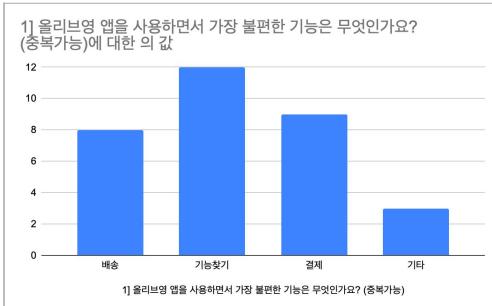
단점은 일단 은근 없는 제품이 좀 있었고... 또 좋아요한 제품들 보는데 뒤로가기 하면 화면이 자꾸 맨 위로 올라가서 제가 찾던 제품 찾기가 힘들었어요. 이런 건 좀 개선해주셨으면 합니다.. ㅠㅠ 그리고 좋아요 해 놓아도 120일 되면 사라지는 것도 은근



사용자 사전 설문조사

총 20명을 대상으로 올리브영 앱 사용자의 니즈를 파악하기 위해
사용자 사전 설문조사를 진행했습니다.

설문조사 요약 | 대체적으로 앱 내에서 기능 찾기와 제품 비교가 어렵다는 문제 도출



Behavioral Mapping+Narration 기법을 위한 계획

BehavialMapping+Narration에서 진행할 Task를 도출하기
위해 사용자 사전 리서치를 통해 기존 앱의 문제를 정의했습니다.

사용자 사전 리서치를 통한 문제 정의

검색창에서 원하는 물건에 대한 정보가
애매(오타, 유사 단어 등)하면 찾을 수 없다.

내 좋아요를 확인하는 기능의 이름
'히스토리'가 어색해요

멤버십 바코드를
확인하기까지 너무 오래걸린다.

픽업 바코드를 찾고 사용하기가
불편해요

장바구니에 담기까지의
과정에 문제가 있어요

오늘 드림을 이용할 제품이
오늘 드림에 안 담겨요

제품이 있는 가까운 지점
빨리 찾기 어려워요

Behavioral Mapping+Narration 기법을 위한 계획

BehavialMapping+Narration에서 진행할 Task를 도출하기
위해 사용자 사전 리서치를 통해 기존 앱의 문제를 정의했습니다.

- 검색창에서 원하는 물건에 대한 정보가
애매(오타, 유사 단어 등)하면 찾을 수 없다.
- 내 좋아요를 확인하는 기능의 이름
'히스토리'가 어색해요
- 픽업 바코드를 찾고 사용하기가
불편해요
- 오늘 드림을 이용할 제품이
오늘 드림에 안 담겨요
- 제품이 있는 가까운 지점
빨리 찾기 어려워요
- 멤버십 바코드를
확인하기까지 너무 오래걸린다.
- 장바구니에 담기까지의
과정에 문제가 있어요



Task

Behavioral Mapping+Narration 기법 계획

사용자가 시간 흐름에 따라 보이는 이동 경로나 흐름을 파악합니다.

사용자에게 특정한 **태스크**를 실행시킨 다음, 그들이 생각하는 바를 말하게 합니다.

Task 시나리오

장바구니 관련

구매 매장 조회 관련

바코드 관련

내 기록 관련

검색 기능

Behavioral Mapping+Narration 기법 계획

사용자가 시간 흐름에 따라 보이는 이동 경로나 흐름을 파악합니다.

사용자에게 특정한 **태스크를 실행시킨** 다음, 그들이 **생각하는 바를 말하게** 합니다.

Task 시나리오 계획 : 장바구니

테스트 시나리오

mainIssue	subIssue	Task	예상 이동경로	조사 포인트	소요시간	주석
장바구니	'일반배송'에 담기	원하는 제품을 검색/선택하여 '일반배송'에 담은 후 '장바구니'에서 확인해 보세요	홈 > 추천상품 > 더보기 > 제품 선택 > 장바구니btn 선택 > 다른 고객이 함께 구매한 상품 담기 > 장바구니 아이콘 선택	장바구니에 담기까지의 과정의 문제점 발견	60초	
	'오늘 드림'에 담기	원하는 제품을 검색/선택하여 재생한 후 '일반배송'에 담은 후 '오늘드림'에서 확인해 보세요	홈 > 추천상품 > 더보기 > 제품 선택 > 장바구니btn 선택 > 다른 고객이 함께 구매한 상품 담기 > 장바구니 아이콘 선택 > 배송방법 변경	오늘 드림을 이용할 제품이 오늘 드림 에 담기는지 확인	30초	오늘드림 태그가 붙어있는 상품을 장 바구니에 넣을 경우 오늘 드림 화면에 담기지 않고 일반 배송에 담긴다. 그렇 다면 오늘 드림에 제품을 담기 위해선 어떻게 해야하는가?
	픽업 담기		홈 > 제품 선택 > 오늘드림 체크 > 장바구니 담기 > 장바구니 이동 > 오늘드림 파널 > 제품 선택 > 배송방법 변경 btn > 픽업 ra선택 > 확인		60초	상품 미리보기에서 픽업 여부 확인 어 려움

Behavioral Mapping+Narration 기법 계획

사용자가 시간 흐름에 따라 보이는 이동 경로나 흐름을 파악합니다.

사용자에게 특정한 **태스크를 실행시킨** 다음, 그들이 **생각하는 바를 말하게** 합니다.

Task 시나리오 계획 : 구매 가능 매장 조회

mainIssue	subIssue	Task	예상 이동경로	조사 포인트	소요시간
구매 가능 매장 조회하기	구매 가능 매장 조회	원하는 제품을 검색/선택하고 구매 가능 매장 조회하기를 통해 온오프라인에서 구매 가능한 매장을 확인해 보세요.	상품선택 > 구매가능 매장 조회하기> 매장 선택	구매가능 매장을 조회하기까지 얼마나 시 간이 걸리는지 가까운 지점 상단배치 환경의 스크롤을 이 용한 매장 목록 인지 영향	30초

Behavioral Mapping+Narration 기법 계획

사용자가 시간 흐름에 따라 보이는 이동 경로나 흐름을 파악합니다.

사용자에게 특정한 **태스크를 실행시킨** 다음, 그들이 **생각하는 바를 말하게** 합니다.

Task 시나리오 계획: 바코드

mainIssue	subIssue	Task	예상 이동경로	조사 포인트	소요시간
바코드	멤버십 바코드 찾기	멤버십 바코드 화면을 열어보세요	홈>마이페이지>우측상단 멤버십버튼	멤버십 바코드를 확인하기까지의 걸린 시간	15초
	픽업 바코드	상품을 픽업하고 수령하기 위한 픽업 바코드 화면을 열어보세요	홈>마이페이지>주문/배송조회의 배송준비 중 선택>픽업 제품 선택 > 픽업 바코드 선택	픽업 바코드를 인지하고 확인하기까지의 걸린 시간	15초

Behavioral Mapping+Narration 기법 계획

사용자가 시간 흐름에 따라 보이는 **이동 경로나 흐름을 파악합니다.**

사용자에게 특정한 **태스크를 실행시킨 다음, 그들이 생각하는 바를 말하게 합니다.**

Task 시나리오 계획: 내 좋아요 기록/최근 상품 보기

mainIssue	subIssue	Task	예상 이동경로	조사 포인트	소요시간
히스토리	내 좋아요 기록 / 최근 상품 보기	내가 누른 좋아요 기록을 찾아보세요	홈>히스토리> 좋아요 한	내 좋아요를 확인하기까지, 히스토리 기능의 인지 -> 키워드 변경 내 기 록 등	10초

Behavioral Mapping+Narration 기법 계획

사용자가 시간 흐름에 따라 보이는 이동 경로나 흐름을 파악합니다.

사용자에게 특정한 테스크를 실행시킨 다음, 그들이 생각하는 바를 말하게 합니다.

Task 시나리오 계획 : 검색기능

mainIssue	subIssue	Task	예상 이동경로	조사 포인트	소요시간
검색기능	원하는 상품 검색하기	원하는 상품을 검색해 보세요	홈>검색창	검색창에서 원하는 물건에 대한 정보가 애매 해도 잘 찾을 수 있는가?	10초

누구한테?

사용자 사전 인터뷰

리서치 대상 선정

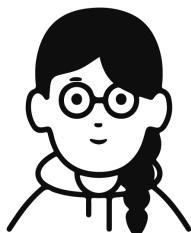
한 주 동안 올리브영 앱 이용량을 연령대별로 조사 후 시간대별 중요한 등급을 정리

Segment별 대상자 선정

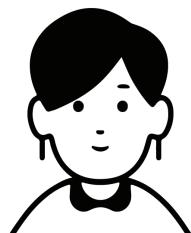
	5M - 30M	30M - 1H	1H - 2H	2H 이상
초딩	베피 ~ 핑크 그린 ~ 블랙 블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 ~ 블랙 블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 ~ 블랙 블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 블랙 ~ 골드
중고딩	베피 ~ 핑크 그린 ~ 블랙 블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 ~ 블랙 블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 ~ 블랙 블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 블랙 ~ 골드
대학생	블랙 ~ 골드	블랙 ~ 골드	블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 블랙 ~ 골드
직장인	블랙 ~ 골드	블랙 ~ 골드	블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 블랙 ~ 골드
무직(직장인X)	블랙 ~ 골드	블랙 ~ 골드	블랙 ~ 골드	베피 ~ 핑크 그린 블랙 ~ 골드

사용자 사전 인터뷰

리서치 대상 선정



공보경



유지호



유지민



이유경

공보경은 직장인으로 올리브영 앱

유지호는 고등학생으로 올리브영 앱

유지민은 대학생으로 올리브영 앱

이유경은 대학생으로 올리브영 앱

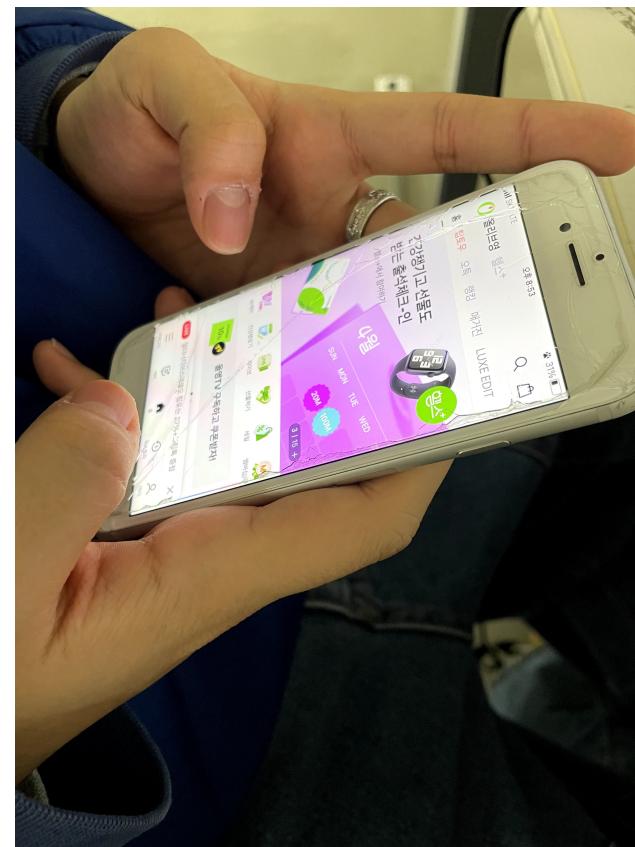
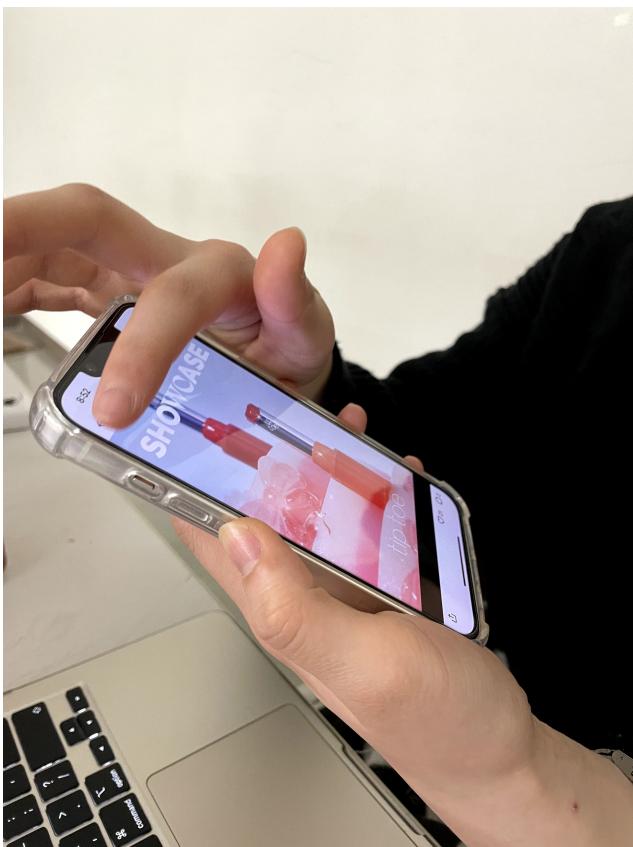
- 직업: 직장인
- 등급: 그린
- 이용 시간: 1H

- 직업: 고등학생
- 등급: 베이비
- 이용 시간: 5M-30M

- 직업: 대학생
- 등급: 블랙 골드
- 이용 시간: 2H

- 직업: 대학생
- 등급: 베이비 핑크
- 이용 시간: 30M-50M

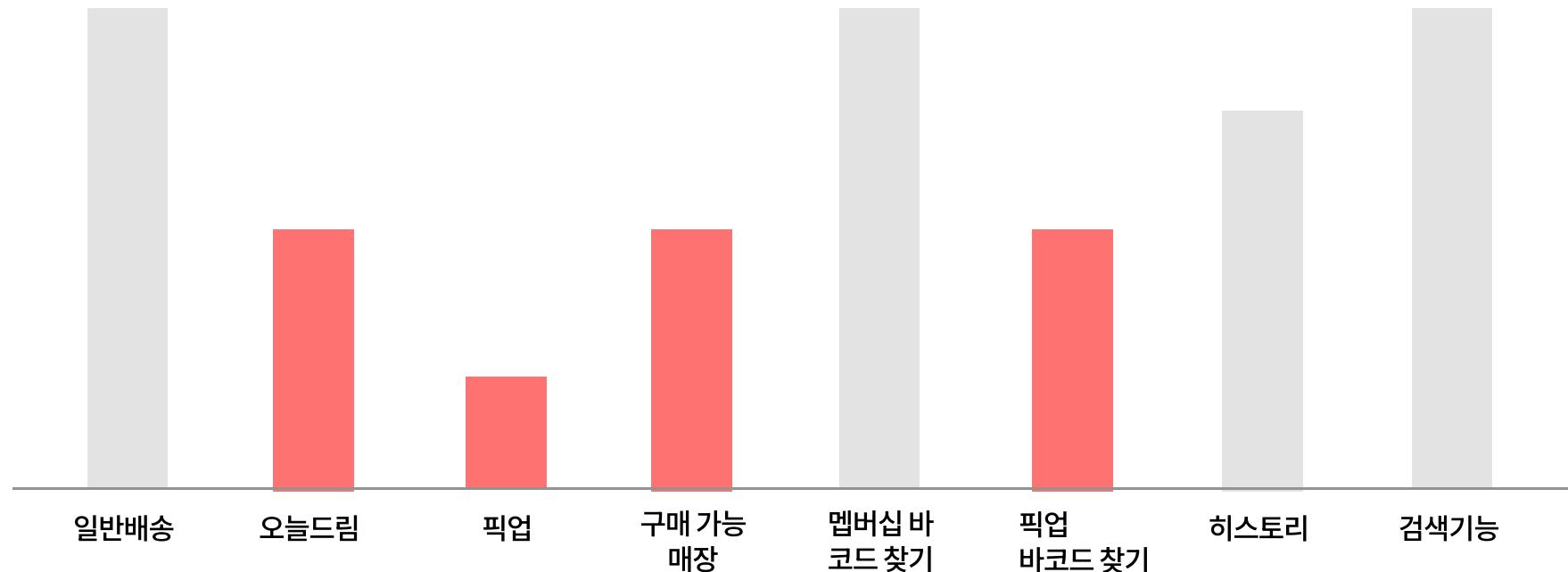
Behavioral Mapping+Narration 기법 진행



해보니까 어때?

리서치 결과

앱 사용성 테스트 Task 성공률



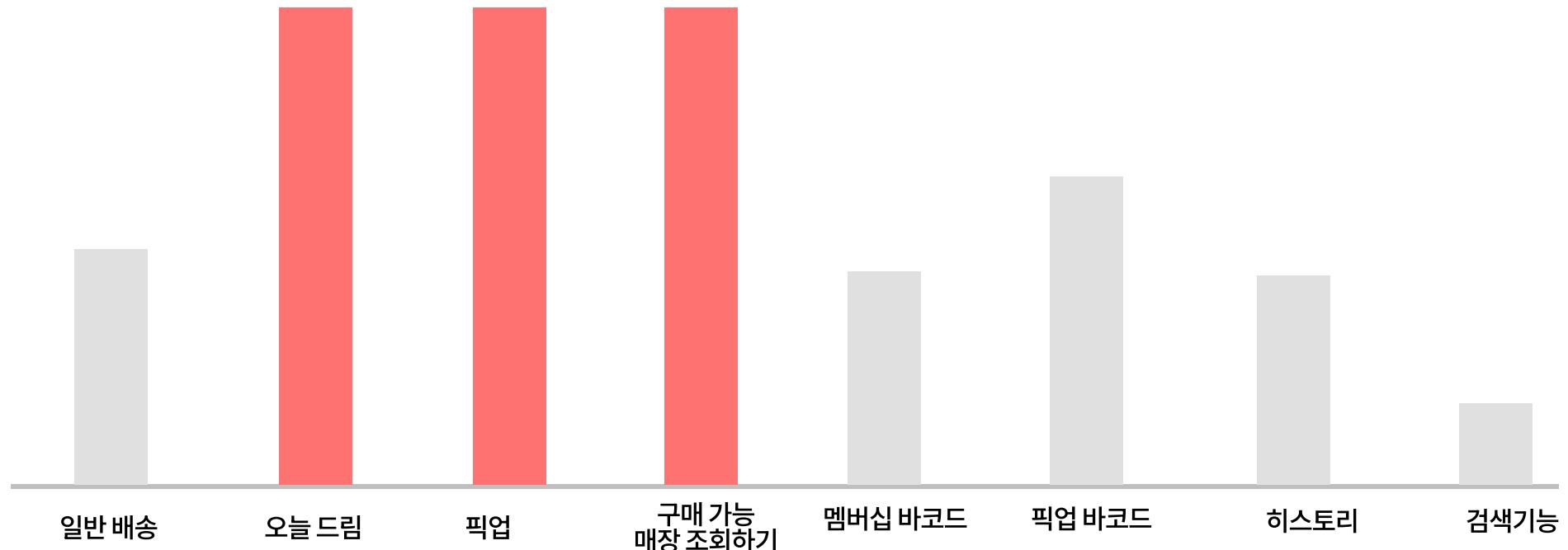
위 그래프는 올리브영 앱 사용성 테스트 중 Task 성공률을 나타낸 결과이다.

일반 배송에 담기 T1, 멤버십 바코드 찾기 T5, 원하는 상품 검색하기 T8 등은 100%의 성공률을 보인 반면,

픽업에 담기, 픽업 바코드 찾기, 오늘 드림에 담기, 구매 가능 매장 찾기 성공률이 떨어진다는 것을 확인할 수 있다.

리서치 결과

앱 사용성 테스트 Task 수행시간

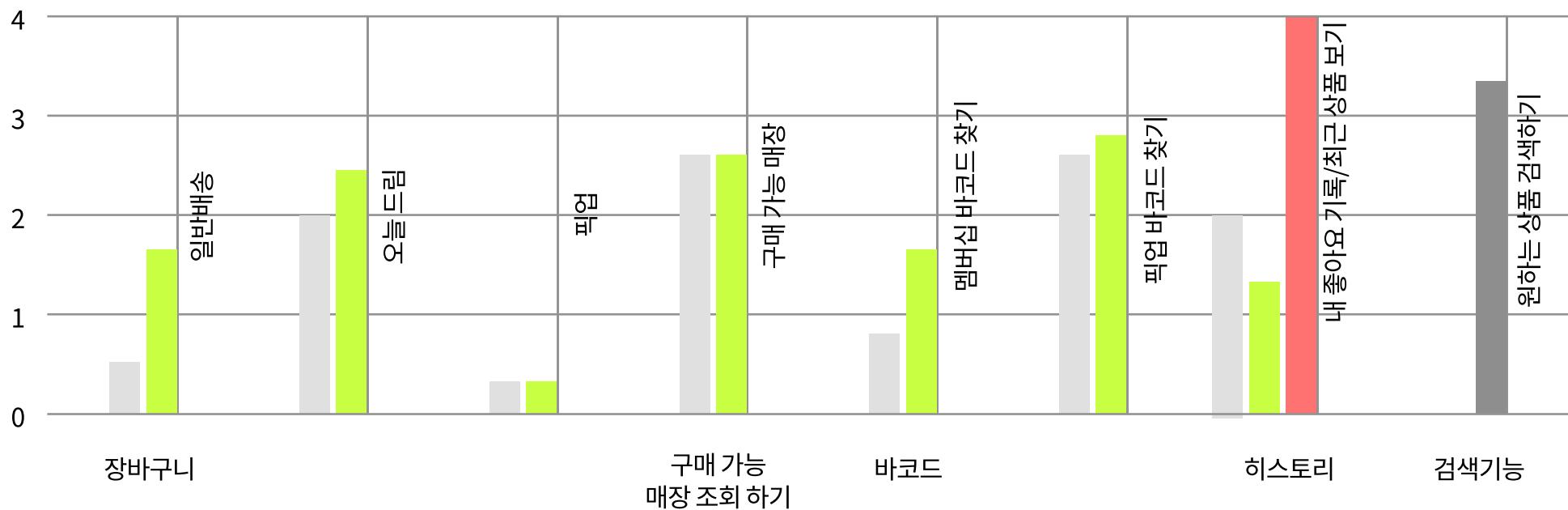


멤버십 바코드 찾기 T5와 원하는 상품 검색하기 T8는 Task 수행 시간이 초기에 예상했던 시간보다 낮은 반면, 오늘 드림, 픽업 그리고 구매 가능 매장 조회하기는 오류 그리고 찾기 어려움으로 많은 수행 시간이 소요되었다.

관찰 조사 결과

앱 사용성 테스트
Task 에러 발생률

UI IA labeling interaction



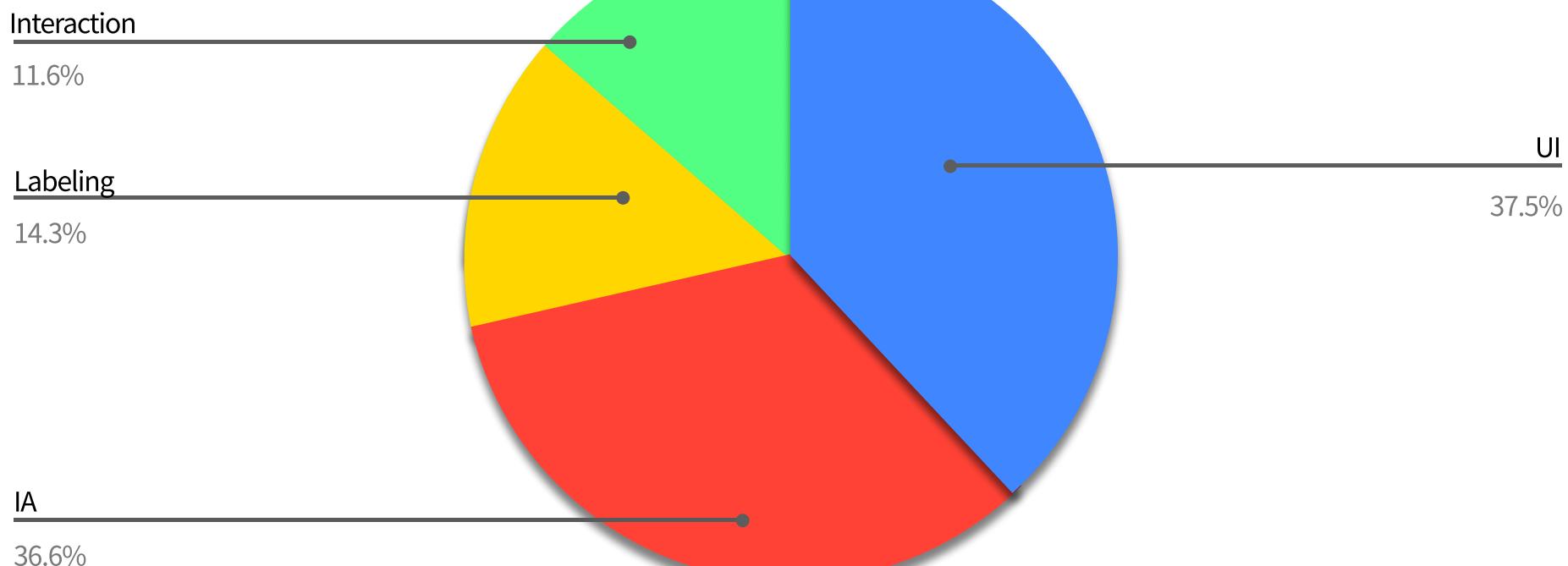
사용성 테스트시 나타났던 에러들을 UI/ IA/ 레이블링/ 인터렉션 등 총 4개 부문에서 분석한 결과,

UI 및 IA 상에서의 문제가 가장 심각한 것으로 나타난다.

내 좋아요 기록/최근 상품보기 (T7)는 labeling 문제가 두드러진다는 점을 알 수 있다.

관찰 조사 결과

디자인별 오류 분포



가시성이 좋지 않은 UI가 가장 큰 문제점으로 나타났으며, IA, LABELING, INTERACTION 순으로 오류 발생률이 높음, 명확한 UI, 시스템 정 보구조와 사용자의 기대 간의 차이에 사오는 문제, 명확하지 않은 버튼명 등 순으로 개선이 요구됨.

TOBE Solution

더욱 빠르게 기능을 사용하기 위해 QR바코드 기능을 눈에 띠는 곳에 배치합니다.

픽업 QR 바코드 기능을 사용자가 쉽게 찾을 수 있도록 눈에 띠는 위치에 배치하여, 사용자가 더 편리하고 빠르게 이용할 수 있도록 사용성을 개선했습니다.



우측 상단 멤버십 바코드를 통해 멤버십 혜택을 쉽게 사용할 수 있게 개선합니다.

마이페이지에 가서 멤버십 바코드를 찾는 대신, 어플 홈 화면의 눈에 띠는 위치에 배치하여 사용자들이 더욱 편리하게 사용할 수 있도록 개선하고자 했습니다.



더욱 빠른 사용성을 위해 아이콘의 상징을 직관적으로 나타내어 리디자인합니다.

사용자들이 이전에 좋아요를 눌렀던 상품을 더 쉽고 빠르게 찾을 수 있도록, 히스토리를 제거하고 직관적인 아이콘을 사용하여 사용성을 향상시켰습니다.



장바구니의 불필요한 기능을 없애고 더욱 간단하게 사용할 수 있도록 리디자인합니다.

장바구니의 불필요한 기능을 제거하고 중요한 기능을 강조하여 리디자인하여, 사용자들이 헷갈리지 않게 하였고 결제 페이지에 기존의 중요한 기능을 포함하여 사용성을 향상시켰습니다.



비슷한 키워드로 검색해도 원하는 상품을 찾을 수 있도록 개선합니다.

사용자들이 비슷한 키워드로 검색해도 찾기 어려웠던 제품들을 개선하여, 연관 검색어로 더 쉽게 발견할 수 있도록 했습니다.



원하는 상품을 주변 지점에서 구매 할 수 있는지 쉽고 빠르게 확인할 수 있도록 리디자인합니다.

사용자들이 원하는 거리와 상품 보유량을 쉽게 확인할 수 있도록, 상단에 거리순과 보유순 버튼을 배치하여 사용성을 향상시켰습니다.

보유순

거리순



UX Improvement.

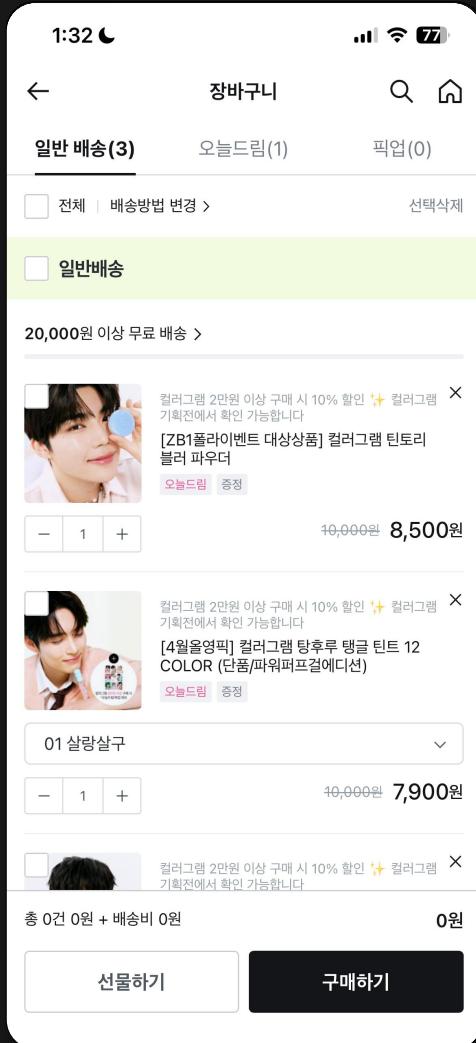
발견한 문제점을 바탕으로 개선하기.

앞서 진행한 리서치 데이터를 토대로 본격적인 개선을 진행했습니다. 기존의 올리브영이 의도했던 방향성과 톤앤매너를 최대한 해치지 않고, 오로지 발견된 문제점을 위주로 개선하는 것을 목표했으며 전체적인 화면설계와 더불어 사용성 테스트를 위한 Hi-fidelity 프로토타입 제작이 진행되었습니다.



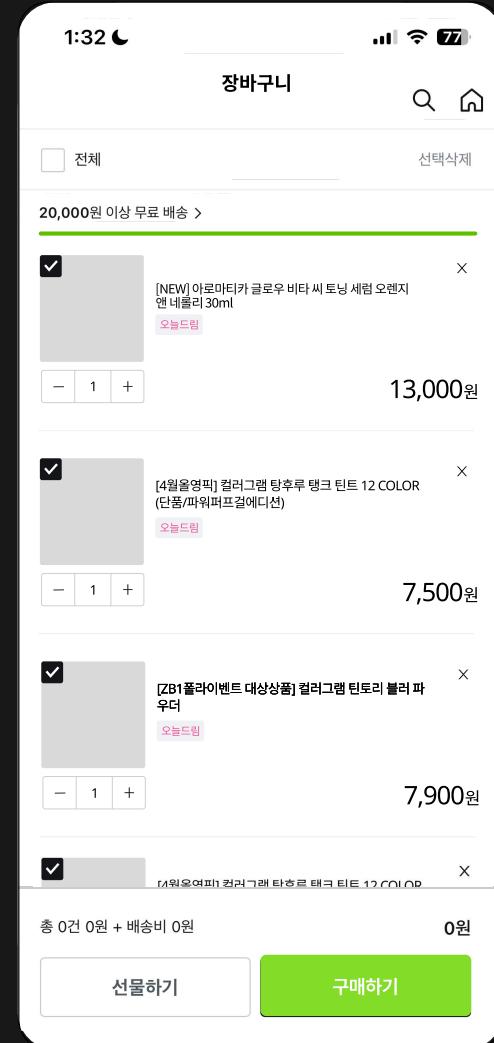
• 장바구니 창

AS_IS



UI의 문제: 불필요하게 과도한 정보를 보여줌
중복되는 정보와 불필요한 정보들을 상단에
배치해 놓음

TO-BE



불필요한 정보와 중복되는 정보를 제거

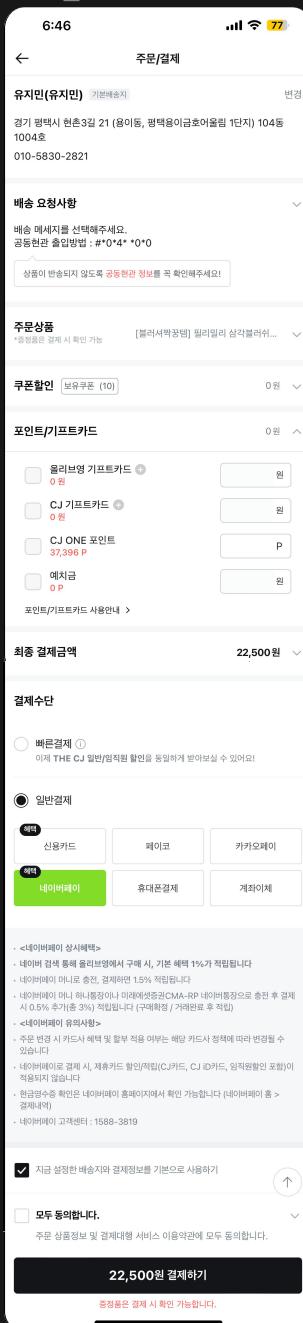
올리브영 브랜드 컬러를 이용



UX IMPROVEMENT

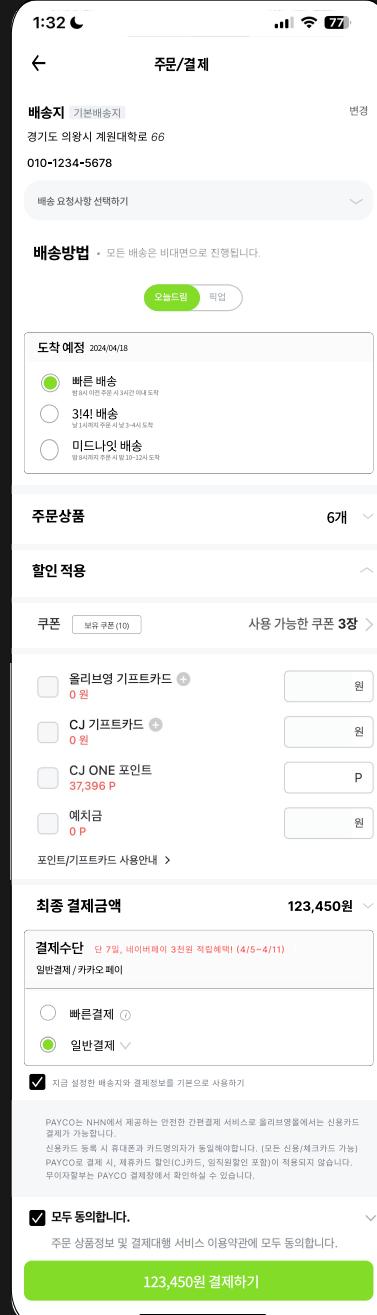
• 결제창

AS_IS



UI의 문제: 과도한 정보로 인해 원하는 정보를
쉽게 찾기가 어려움.
여러 정보를 나열해 놓아서 스크롤의 길이 길어짐.

TO-BE



기존에 장바구니 창에 있던 배송방법 선택창
을 주문/결제창으로 이동

배송 요청사항 간략화

주문 상품에서 종류가 아닌 개수를 보여줌

쿠폰이랑 포인트/기프트카드를 할인 적용
창으로 모음.

결제수단 선택창 간략화

올리브영 브랜드 컬러를 이용





• 구매 가능 매장 조회 창

AS_IS



정보 구조의 문제: 사용 연결성 떨어짐
구매하고자 하는 제품을 파는 지점을
찾기 위해 직접
스크롤 해서 찾아야 함.

TO-BE

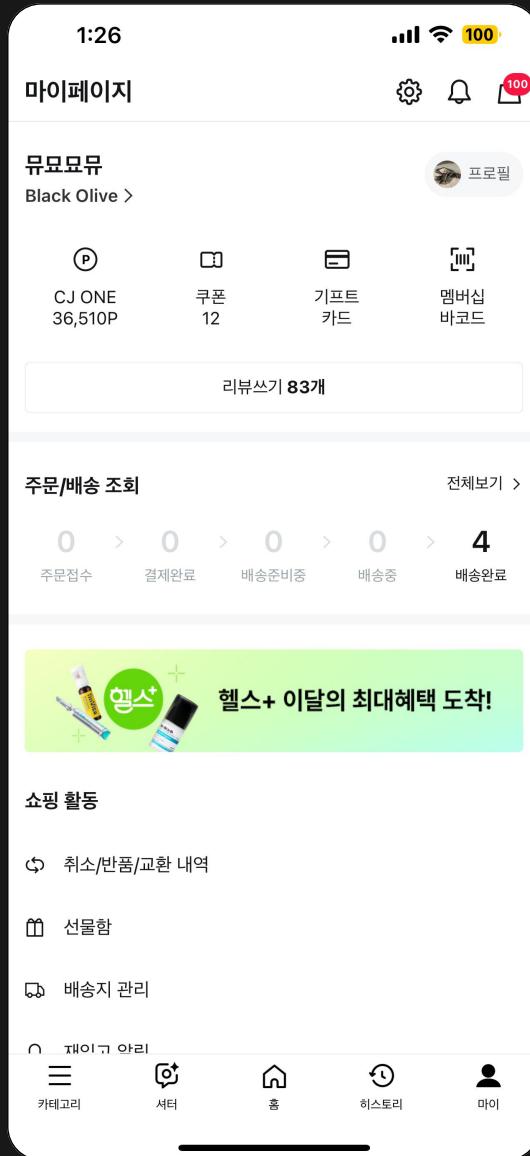


사용자의 거리순이 아닌
제품의 재고를 보유하고 있는
지점 순으로 배치

UX IMPROVEMENT

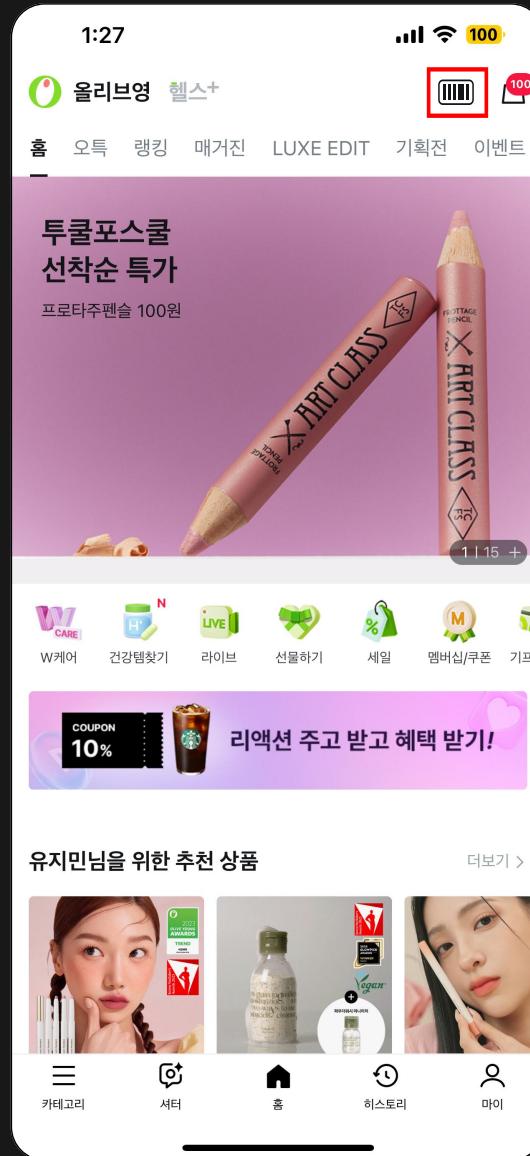
• 멤버십 바코드

AS_IS



UI의 문제: 작업 수행에 필요한 버튼 배치 부적절
버튼이 식별하기 어려운 위치에 배치되어 찾기 힘듦.

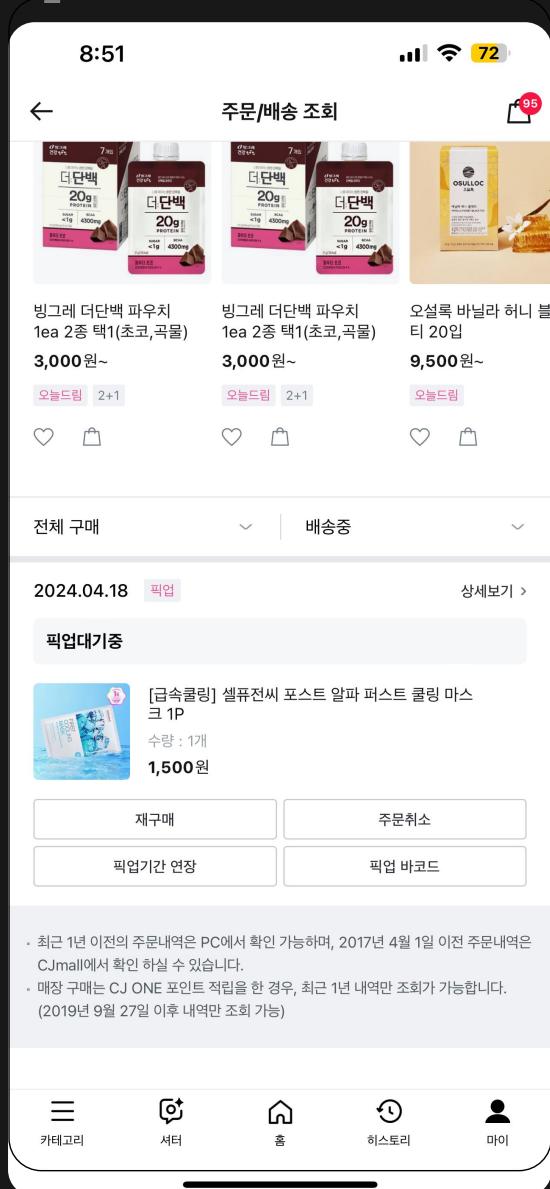
TO-BE



마이 페이지에 있던 멤버십 바코드를 흡화면 우측 상단에 재배치
바코드 이모티콘을 만들어서 바코드 위치 식별 용이하게 함

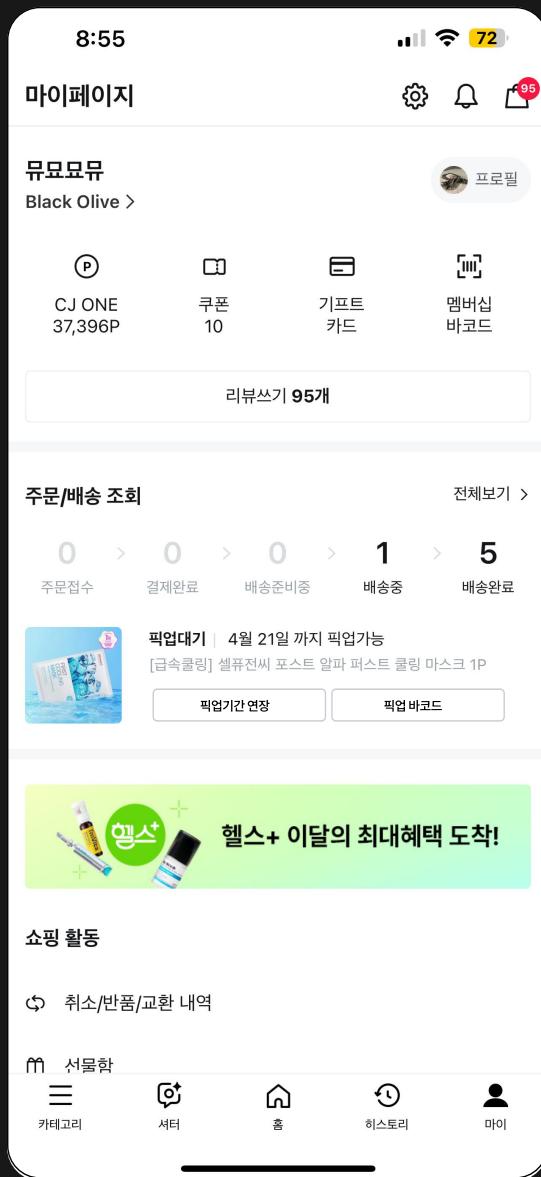
• **픽업 바코드**

AS_IS

**UI의 문제: 작업 수행에 필요한 버튼 배치 부적절**

상품의 수가 많아질수록 픽업 바코드 버튼이 하단으로 내려가 스크롤을 해야함.
버튼이 식별하기 어려운 위치에 배치되어 찾기 힘듦.

TO-BE



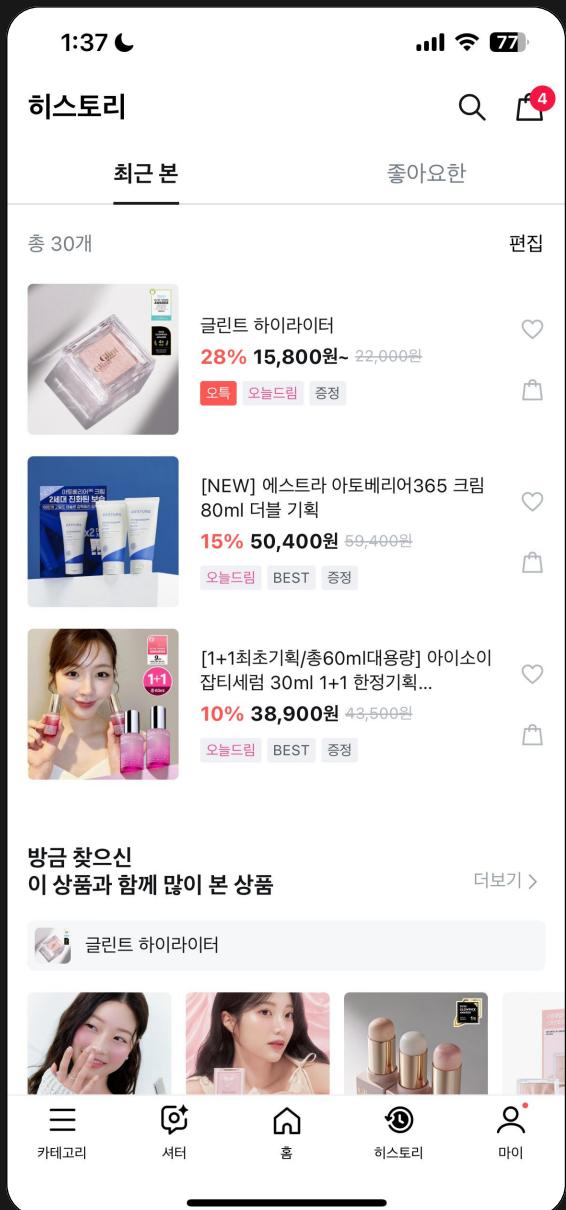
주문/배송 창에 들어가야만 확인이 가능했던 **픽업 기간 연장과 픽업 바코드 버튼을 주문/배송 조회에서 확인 가능하게 함.**



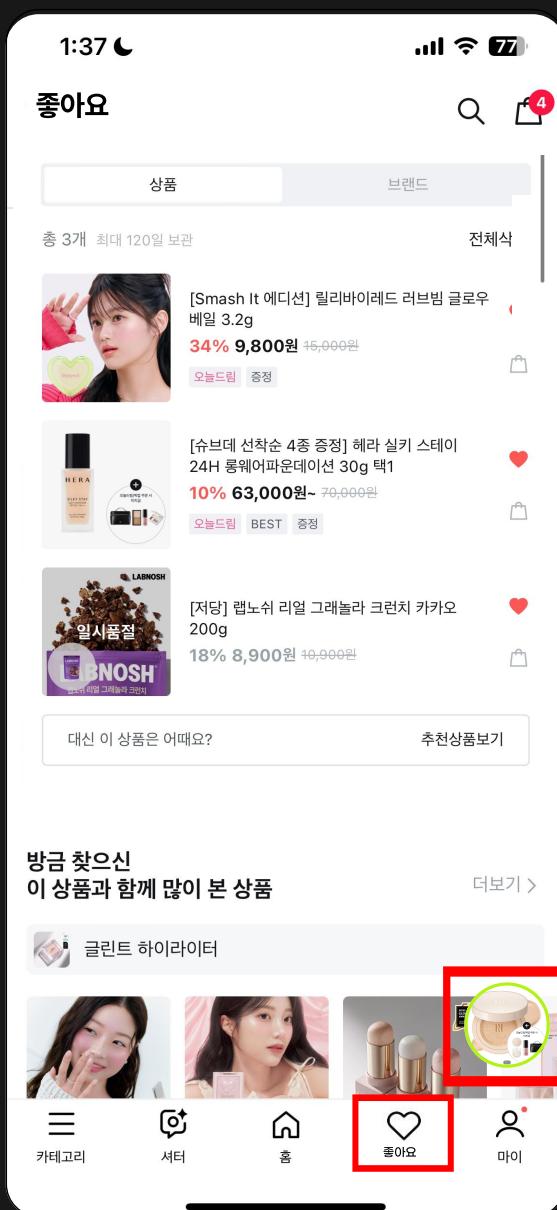
UX IMPROVEMENT

• 좋아요

AS_IS



TO-BE

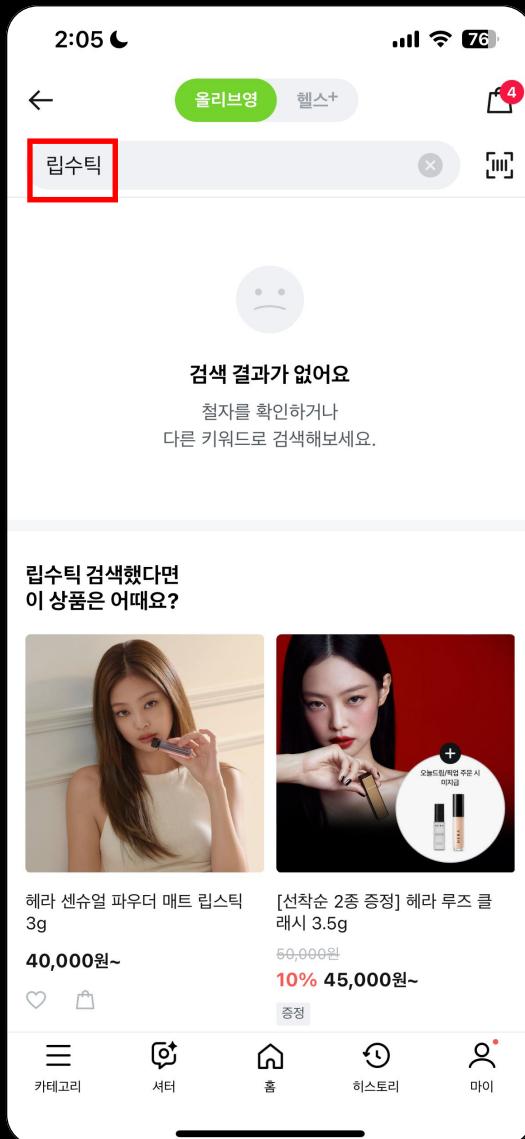


좋아요 버튼을 알아보기 쉽게 히스토리를 좋아요로 바꾸고 히스토리 안에 있던 최근 본 상품을 화면 하단에 새로운 버튼으로 만들어서 식별하기 쉽게 보여줌

UX IMPROVEMENT

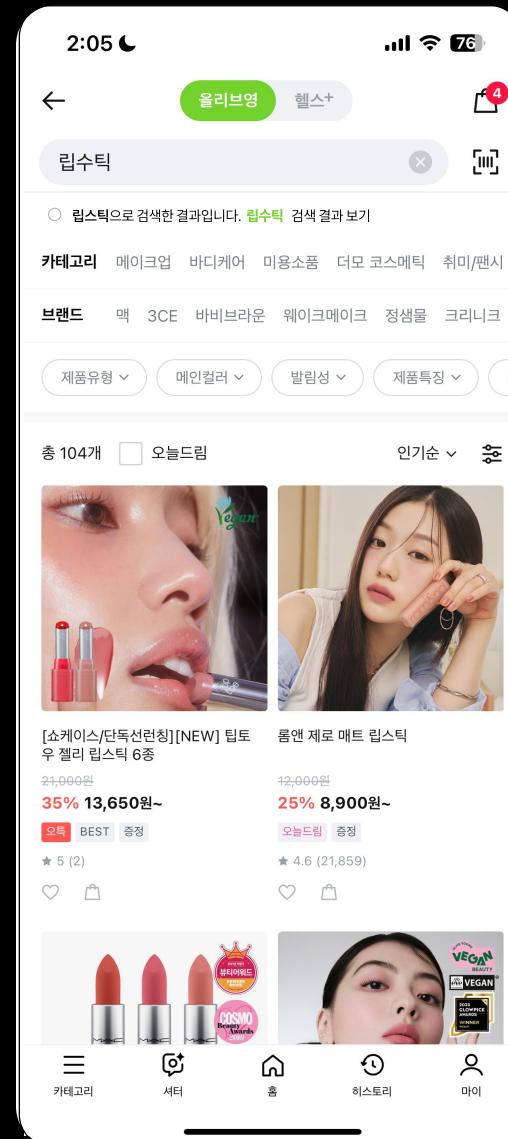
- 검색창

AS_IS



UI의 문제: 검색 오류
비슷하지만 다른 키워드로 검색하면
제품이나오지 않아 제품을 찾기 힘듦.

TO-BE



검색 오류일 경우
가장 비슷하고 연관성 있는 단어로 검색
된 상품들을 나열해서 보여주고 오타난
단어에 대한 결과도 볼 수 있게 보여줌.



A/B 사용성 테스트

A/B 테스트 요약

대상자: 김연우, 공현수, 유지민, 이유경

TASK

원하는 제품을 검색/선택
하여 일반배송에 담은 후
장바구니에서 확인하세요

원하는 제품을 검색/선택하여 재생한 후 '일반 배송'에 담은 후 '오늘드림'에서 확인해 보세요

원하는 제품을 검색/선택하고 구매 가능 매장 조회하기를 통해 온오프라인에서 구매 가능한 매장을 확인해 보세요

멤버십 바코드 화면을 열어보세요

상품을 픽업하고 수령하기 위한 픽업 바코드 화면을 열어보세요

내가 누른 좋아요 기록을 찾아보세요

원하는 상품을 검색해 보세요

테스크 성공률

성공(S)

제한 시간 초과

실패(F)

기준 올리브영 개선 올리브영

검색과 이동은 빠르게

구매는 간단하게

OLIVE  **YOUNG**

감사합니다.