

UX 디자인

7주차: UX/UI 디자인 프로세스

1차시: 기본 프로세스와 발견 단계
(목표 수립, 관련 UX 분석, 이슈 제기, 데스크 리서치)





기본 프로세스

- ✓ UX/UI 디자인이 기본프로세스는
발견(discover) → 도출(define) → 구체화(develop) → 산출(deliver)의
4단계를 거침

발견(discover)

- 목표 수립
- 관련 UX 분석
- 이슈 제기
- 데스크 리서치
- 필드 리서치

도출(define)

- 키파인딩
- UX 모델링
- 인사이트

구체화(develop)

- UX 전략
- 아이디어 도출
- 아이디어 평가
- 시나리오 설계

산출(deliver)

- IA 및
User Flow 설계
- Interaction 설계
- 프로토타이핑
- UX 테스트
- UX 가이드라인

UX/UI 디자인 프로세스



발견(discover)단계

- ✓ 여러가지 트렌드와 경쟁 현황을 분석하고, 사용자들의 실제 경험을 관찰해 문제 정의에 필요한 단서들을 찾는 작업을 수행한다.
- ✓ 발견 단계에서는 상향식(bottom up)방식으로 문제를 찾음
- ✓ 발견 단계에서의 활동
 - ▣ 목표수립
 - ▣ 관련 UX 분석
 - ▣ 이슈제기
 - ▣ 데스크 리서치
 - ▣ 필드 리서치



발견 (discover) 단계



목표 수립

- ✓ 현재 당면한 문제와 비즈니스적으로 가능한 해결책, 서비스의 구조적 취약점 등을 검토하고 그 해결방법을 가설로 수립하는 활동
- ✓ 목표 수립의 방법
 - ▣ 체계적인 검토
 - ▣ 새로운 기술도입의 필요성 인식
- ✓ 시장변화에 민감하고 고객불만에 발빠르게 대응하는 기업들은 상시로 UX팀을 두기도 함



발견 (discover) 단계



목표 수립

- ✓ 국내 주요 기업/조직들의 UX조직 구성
 - 기존 조직 전환: 직원들에게 UX 교육을 하거나 경력직 Uxer를 채용해 기존 GUI 디자인, UI 기획, 서비스 기획, 마케팅 조직에 UX 역량을 추가하는 유형. 실제 하는 업무는 예전과 동일하고 이름만 'UX'로 바꾸는 경우도 많다.
 - 테스트 전담: 별도의 팀(주로 UT, 사용성 테스트팀이라고 명명)을 꾸려서 상시로 테스트나 운영 모니터링을 맡기는 유형, 사용성테스트 외에 통계분석, 설문조사, 표적그룹인터뷰(FGI) 등도 수행함.
UX 구성요소 중 '고충'에 초점을 맞추고 있다고 볼 수 있음.



발견 (discover) 단계



목표 수립

- ✓ 국내 주요 기업/조직들의 UX조직 구성
 - ▣ 조직 외부 별도대: 기존 기업 조직 구성이나 서비스 운영 프로세스는 그대로 유지한 채 별도대처럼 UX 조직을 운영하면서 신규 사업 아이디어나 시장 기회 발견 등의 업무를 맡기는 유형.
 - ▣ 기존 조직 내 선도자(Frontier): 기존 조직 구성이나 서비스 운영 프로세스의 앞단에 위치하면서 서비스의 전략이나 운영방침, 경쟁사/트렌드/신기술 대응 방안 등을 마련한다. 기업의 문화 자체에 UX적인 사고가 완전히 스며든 경우에 해당한다. 북미권에는 이런 기업이 많이 존재하나, 국내에는 아직 많지 않다.



발견(discover)단계



관련 UX 분석

- ✓ 대상 서비스(제품)의 경험요소, 맥락, 예상되는 고충을 파악한다.
- ✓ 실제 사용자들이 어떤 환경에서 어떤 방법으로 서비스(제품)를 이용하며 그 가운데서 어떤 것들이 영향을 미치는지를 분석하는 것은 UX관점에서 서비스를 이해하는데 도움이 된다.

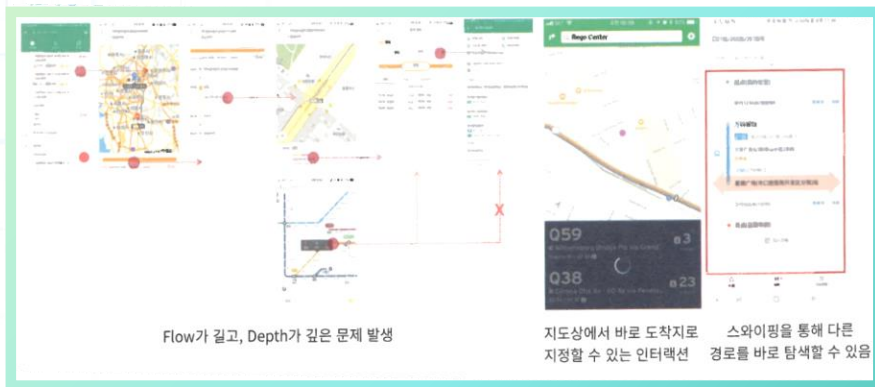


발견 (discover) 단계



관련 UX 분석 예시

- ✓ 현 서비스의 이용흐름이 사용자들의 이용 동기와 맞물리지 않음
 - ▣ 사용자의 사용 맥락에 따르면, 서있거나 이동 중 사용하는 경우가 많기 때문에 빠르게 정보를 찾을 수 있는 단축성과 정보의 연결성이 중요하다고 판단됨



관련 UX 분석 예시

- ✔ 차량을 처음 시승하는 사회초년생들의 시승 경험 시뮬레이션





발견(discover)단계



관련 UX 분석

- ✓ 관련 UX 분석의 목적
 - ▣ 서비스의 경험요소 및 이용 맥락 파악이 가장 중요
 - ▣ 경험요소, 이용 맥락, 실제 UX 간의 관계 시뮬레이션 → 필드 리서치 이어짐
 - ▣ 시장, 경쟁사, 트렌드, 기술 등에서 주목해야 할 부분 파악 → 데스크 리서치로 이어짐



발견 (discover) 단계



이슈 제기

- ✓ 관련 UX 분석 내용을 토대로 서비스(제품)에서 파악하고자 UX 이슈들을 정의한다.
 - ▣ 예시 1) 홈 화면의 구성이 지나치게 복잡하다고 분석되면 ‘그것을 어떻게 해결하면 좋을지’ 이슈를 제기한다.
 - ▣ 예시 2) 제품의 사용이 지나치게 어렵고 복잡하다고 분석되면 ‘보다 쉽게 사용할 수 있는 방법은 없는지’ 이슈를 제기한다.
- ✓ 좋은 질문이 좋은 디자인을 낳기 때문에 이슈 제기는 매우 중요한 활동이다.



발견 (discover) 단계



이슈 제기

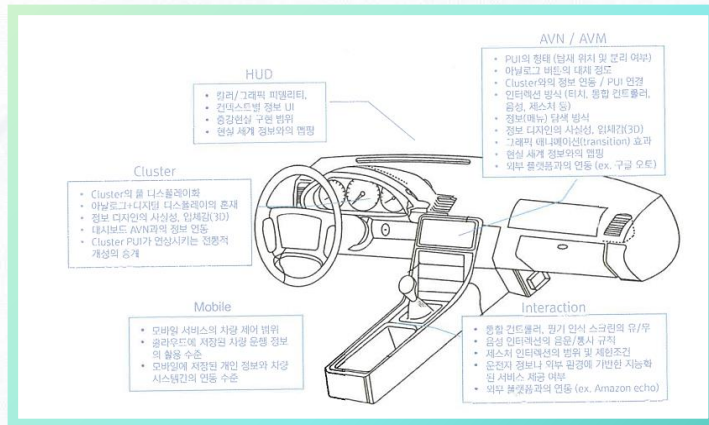
✓ 사례) 차량 내의 각종 디지털 표시장치에 대한 이슈

❑ HUD에서 컬러/그래픽 피델리티에 대한

이슈에서 어느 정도의 그래픽을
띄울 것인가의 결정.

너무 사실적이면 운전 방해,

너무 단순하면 매력이 떨어짐



이슈 제기의 예시(1)



발견 (discover) 단계



이슈 제기

✓ 사례) 스마트 워치의 UX/UI 디자인에 대한 이슈



제품 디자인적 관점

스마트워치는 어떤 외형과 물리적인 특성을 지니는 것이 가장 바람직할까? 시계와 똑같다고 보면 될까?

인터랙션 디자인적 관점

사용자들은 스마트워치를 통해 어떻게 인터랙션을 하는 게 가장 편리할까? 스마트워치가 가져야 할 인터랙션 디자인 요소들은?

정보 디자인적 관점

스마트워치에 표현되는 정보들은 어떤 체계와 흐름, 형태로 구성되는 것이 바람직한가?

서비스 디자인적 관점

스마트워치가 시장성을 지니려면? 스마트워치는 어떤 상황에서 어떻게 활용될 수 있을까?

이슈 제기의 예시(2)



발견 (discover) 단계



이슈 제기

✓ 이슈 제기의 목적

- ❑ 서비스(제품)에 내재된 여러 가지 UX 문제를 어떻게 해결/디자인하면 좋을까? 라는 관점에서 질문을 제기하는 것
- ❑ 여기서 제기한 이슈는 데스크 리서치, 필드 리서치의 조사 항목이 된다.
- ❑ 모든 이슈를 성공적으로 해결했을 때 최종 결과가 우리가 원하는 것일지 고민한다.



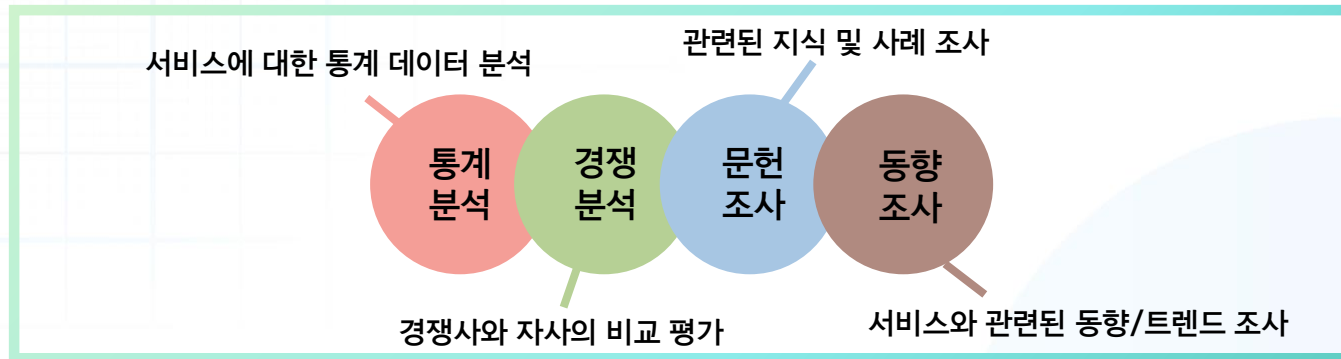
발견(discover)단계



데스크 리서치

✓ 데스크 리서치란?

- ❑ 시장, 경쟁사, 트렌드, 기술과 관련된 이슈들을 조사하기 위해서 수행하는 활동
- ❑ 현장을 다니며 실제 사용자들을 만나는 필드 리서치와 대비
- ❑ 디자인 리서치 활동 가운데 하나이며, 아래와 같이 4가지의 유형으로 구분함





발견(discover)단계



데스크 리서치

✓ 통계분석

- ❑ UX 디자인에서 통계분석은 사용자들이 웹 등을 이용하면서 남기는 로그데이터를 가지고 진행한다.
- ❑ 제품인 경우 사용성 평가, 설문조사 등을 통하여 수집한 자료 등을 분석한다.
- ❑ 이를 이용하면, 서비스(제품)을 이용하는 사용자들의 행동을 보다 세부적으로 파악할 수 있다.

❑ 사례

- 이용 로그 데이터 원본과 통계분석(교재 101p)



발견(discover)단계



데스크 리서치

✓ 경쟁분석

- ❑ 경쟁분석은 UX품질 측면에서 자사와 경쟁사 수준을 상호 비교 분석하는 활동이다.
- ❑ 일반적으로 자사의 UX품질은 세밀하게 분석하고, 타사는 주요 장/단점만 참고하는 방식으로 진행한다.
- ❑ 사용성 평가는 경쟁분석에서 많이 활용하는 방법이다.
- ❑ 어림평가(Heuristic Evaluation), 이슈 별 비교 분석 방법을 사용하기도 한다.



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 사례) 경쟁분석 예시-자사 앱 분석



출/퇴근 경로 즐겨찾기 확인



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 사례) 경쟁분석 예시-자사 앱 분석
 - ▣ 출/퇴근 경로 등록과정은 직관적인 편으로 어렵지 않았음.
복수의 경로를 비교해 볼 수 있는 것도 좋은 UX라고 판단됨
 - ▣ 다만 적극적인 출/퇴근 경로 추천이 필요해 보임. agony, near future prediction.
예를 들어 비가 많이 내릴 경우, 예상되는 정체를 감안하여 조금 더 걸리더라도 버스 대신 지하철을 추천
 - ▣ 또한 출/퇴근과 같은 반복적인 경로 이용 시 사용자가 중요시 여기는 대중교통 내 혼잡도 정보를 제공하는 것도 필요해 보임(서울시 BIT 참조)



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

❑ 사례) 경쟁분석 예시-경쟁사 앱 분석



- 다수 Modal 비교를 타임 라인으로 표현하여 도착시간, 경유시간, 도보시간 등을 직관적으로 파악할 수 있음
- Modal의 분류 기준이 아닌, 짧은 시간 순으로 제공함으로써 직관성이 높음
- 그러나 시간 외에 노선명, 정류장명, 기타 부가정보는 표시하기 어려운 구조임

Transit_길 찾기 상세



- 버스, 지하철 이외의 수단을 상단에 간략하게 제공
- 추천경로, 더위 피하기, 버스만 이용, 지하철만 이용 등 카테고리 제공함으로써 선택 지가 많아 유용성은 높으나, 일부 사용자에게 다소 혼란스러울 수 있음

City mapper_길 찾기 상세



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 사례) 경쟁분석 예시-경쟁사 앱 분석
 - ▣ Transit과 같은 시간 기준 길 찾기 상세 정보는 다른 정보들을 표시하기 어렵게 만들어서 호불호가 명확하게 갈림
 - ▣ 인터랙션의 도움이나 별도의 UX적인 장치 없이 UI 상에 다양한 정보를 나열할 경우, 유용성이 높아지는 만큼 이용 복잡도도 올라감 (trade-off)
 - ▣ 교통 수단별 요약 정보를 제공하여 각 Modal간 비교를 먼저 하고 특정 교통수단 내에서 구체적인 정보를 조회하도록 유도

UX 디자인

7주차: UX/UI 디자인 프로세스

2차시: 발견 단계(데스크 리서치)





발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 사용성 평가

▣ 장점

- 정해진 사용성의 원칙을 가지고 진행하기 때문에, 체계적으로 평가를 진행할 수 있다.

▣ 단점

- 프로젝트 이슈나 서비스 경험요소와 그다지 상관없는 부분까지 다룰 수 있고, 시간과 노력이 다소 많이 소요된다.



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

사례) 사용성 평가 예시

✓ 유연성 > 대체성

- ❑ 품질상품 선택 시, 재입고 알림 신청 권유 팝업 열림
- ❑ 취소 Tab 시, 선택했던 품질상품이 옵션 선택창에 선택됨
- ❑ 바로 주문 선택 시 옵션을 선택하라는 pop up 열림
- ❑ 품질상품에 대한 2가지 대안을 제시하지만,
옵션 바 내의 재입고 알림 신청은 인지하기 미미함



옵션 바에서 품질 상품 선택 시(좌)
재입고 알림 신청 취소 후(우)



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 정확성 > 오류 발생 감지성
 - ❑ 품질된 상품을 선택 후 바로 주문 선택 시, pop up 제공하지만 해당 상품이 품질 상품임을 알리는 팝업이 아님
 - ❑ 상세 옵션 선택 창에서 품질된 상품이라는 것을 인지하기 어려움
 - 해당 상품을 구매 할 수 없다는 것을 인지하기 어려움



품질상품 바로 주문 Tab 후

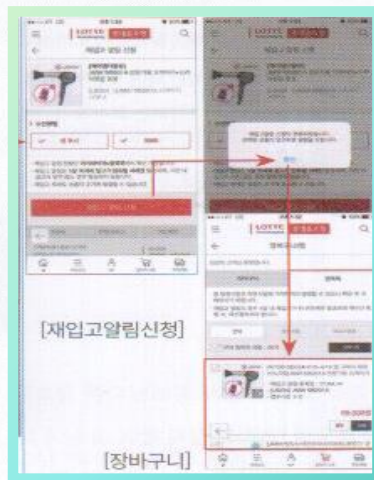


발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 의미성 > 이해 가능성
 - ❑ 재입고 알림 신청 완료 후 장바구니 > 찜목록으로 이동
 - ❑ 상품 상세에서 구매로 이어질 수 있는 flow에서 페이지 이탈 발생



재입고 알림 신청 및 장바구니



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 효율성 > 단축성
 - ▣ 다양한 옵션을 가진 상품의 경우 상품 상세 정보를 전면 팝업으로 제공하여 긴 세로 스크롤 방지





발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 어림 평가(Heuristic Evaluation)

▣ 장점

- IA부터 GUI에 이르기까지 UX 디자인 영역별로 평가를 하기 때문에 프로젝트 이슈나 서비스의 특징적인 경험요소의 반영이 가능하다.
- 평가 수위를 상황에 맞게 조절할 수 있다.
- 정량적인 결과(점수)로도 산출이 가능하다.

▣ 단점

- 신뢰할 수 있는 전문가들이 필요하고, 평가 양식을 만드는 데 많은 시간이 소요된다.



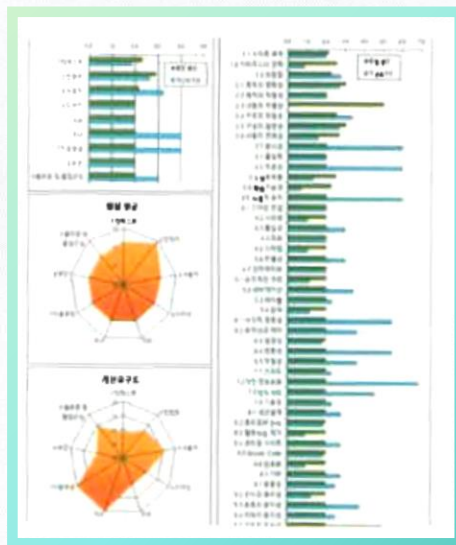
발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 사례) 어림 평가 예시

평가항목	평가내용	평가결과
1. 목적성	목적성	높음
2. 유용성	유용성	높음
3. 신뢰성	신뢰성	높음
4. 타당성	타당성	높음
5. 정확성	정확성	높음
6. 효율성	효율성	높음
7. 편리성	편리성	높음
8. 안전성	안전성	높음
9. 유연성	유연성	높음
10. 확장성	확장성	높음





발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 이슈별 비교분석
 - ▣ 프로젝트 이슈에 따라서 보고 싶은 부분만 분석할 수 있는 방법
 - ▣ 장점
 - 분석 항목을 임의로 선택할 수 있다.
 - 형식이나 내용조절이 자유롭다.
 - ▣ 단점
 - 분석자의 능력에 대한 의존도가 높다.
 - 명확한 근거를 제시하여야 한다.



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 이슈별 비교 분석 예시



메인 화면

- > 차량 매물 상세 화면
- > 성능 상태 점검 기록부



메인 화면

- > 차량 매물 상세 화면
- > SK엔카 직영 진단결과



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 문헌조사
 - ▣ UX프로젝트에서 서비스 또는 제품과 관련된 지식이나 사례를 조사
 - ▣ 디자인 영역이 아닌, 서비스 또는 제품의 기술과 관련된 문헌을 조사

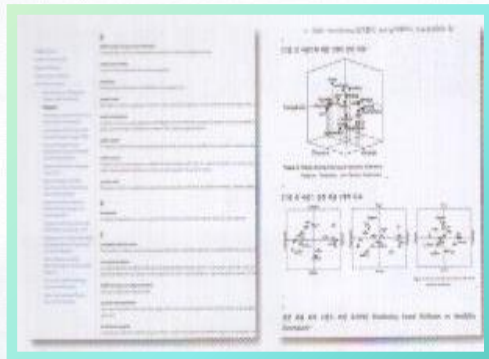


발견 (discover) 단계



데스크 리서치

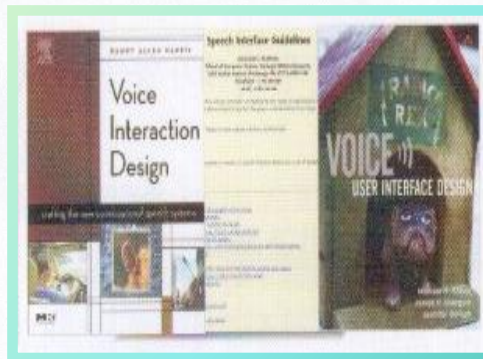
- ✓ 사례) 음성인식 스피커 프로젝트 수행에서의 문헌조사



언어학과 관련된 문헌 연구



타사 제품 분석



기존 VUI 문헌 연구



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 사례) 음성인식 스피커 프로젝트 수행에서의 문헌조사
 - ▣ 2015년 당시 아마존 에코를 제외하고는 음성인식 스피커가 대중화되기 전이어서 참고할 만한 자료가 없었음
 - ▣ 따라서, 언어학을 조사하고 유사한 스마트폰 음성비서를 분석하였으며, 콜 센터 자동응답기를 기준으로 논문들도 찾아봄
 - ▣ 그 결과 점차 ‘음성 인식’ UX에 다가갈 수 있었음



발견 (discover) 단계

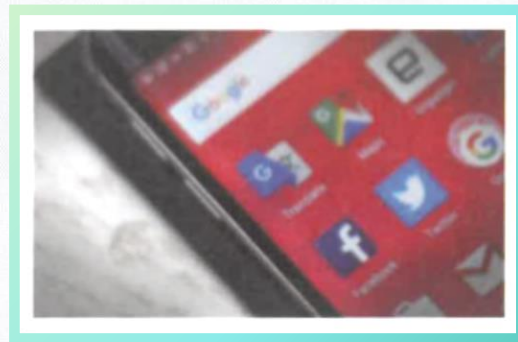


데스크 리서치

✓ 사례) 서비스와 관련된 특허, 논문, 기술요소 등을 찾는 작업 (1)

□ 소개

- 해당 언어에 대한 학습을 별도로 하지 않아도,
다른 언어 간 연결점을 이용해 번역이 가능함
- 예를 들어, A-B, A-C 번역이 가능하면
B-C 번역이 가능함



Google Translate



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 사례) 서비스와 관련된 특허, 논문, 기술요소 등을 찾는 작업 (2)

□ 소개

- 페이스북 메신저를 통해 인터랙티브한 인지행동치료를 교육하고 진행함으로써 우울한 사람들을 도움

□ 관련 기술

- 언어이해 기술(자연어 처리, 질의응답, 음성처리),
상황이해 기술(감정이해)



Woebot



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 사례) 서비스와 관련된 특허, 논문, 기술요소 등을 찾는 작업 (2)

▣ 착안점(증폭)

- 음성대화 방식으로 더 실제적인 인지행동치료를 시행 할 수 있어 약간의 우울감을 가진 사람들에게 도움이 될 수 있음
- 현재 삼성 헬스가 제공하고 있는 신체 건강 케어와 기본적인 스트레스 측정 외에 정신건강 관리 측면까지 헬스케어 서비스를 넓힐 수 있음



Woebot



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

✓ 사례) 서비스와 관련된 특허, 논문, 기술요소 등을 찾는 작업 (3)

□ 소개

- 문자 내역과 대화 톤(음정/음 높이/음 강도), 심박수, 혈압, 혈류 등의 신체 신호를 활용하여 감정 파악

□ 관련 기술

- 상황이해 기술(감정이해)



Samsung Simband를
이용한 감정 인식



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

- ✓ 사례) 서비스와 관련된 특허, 논문, 기술요소 등을 찾는 작업 (3)
 - ▣ 착안점(확장, 증폭)
 - Wrist Wearable 형태보다 생체 데이터 외에 음성 데이터의 수집이 더 원활한 Hearable Device/Clip Accessory 형태가 목소리 톤을 이용한 감정 인지가 더 수월할 것이며, Hearable Device의 경우 즉각적인 피드백이 가능하여 사용자의 감정 케어에 도움을 줄 수 있음



Samsung Simband를
이용한 감정 인식



발견 (discover) 단계



데스크 리서치



동향조사



동향조사의 유형

- 디자인 영역에 대해 경쟁사나 시장의 동향을 조사
- 사회적 트렌드를 조사
 - » 특정 서비스군 조사
 - » 전체적인 사회적 변화나 특정 세대의 문화적인 동향을 조사



발견 (discover) 단계



데스크 리서치

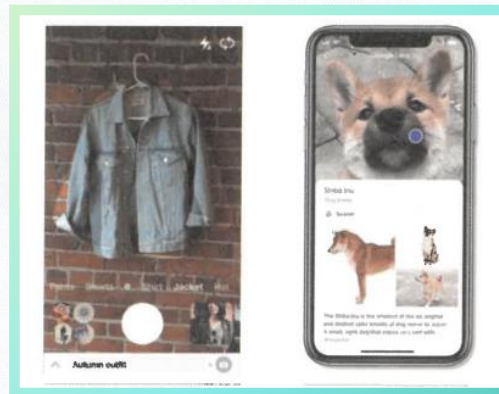
✓ 사례) 라이트 브레인 발간 UX Discovery 로 동향조사

▣ Pinterest Lens

- 유사한 상품 이미지를 찾아준다.

▣ Google Lens

- 카메라를 갖다 대면 곧바로 검색이 된다.





발견 (discover) 단계

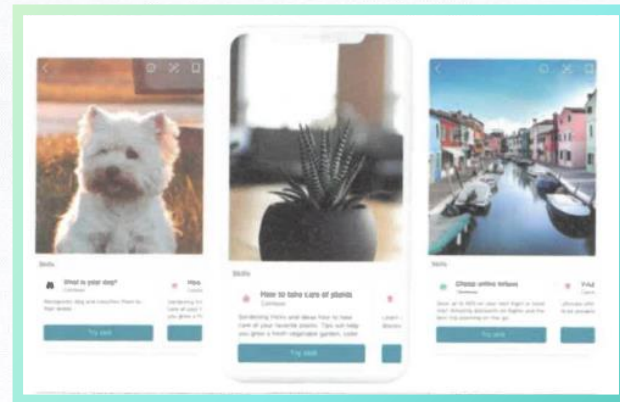


데스크 리서치

✓ 사례) 라이트 브레인 발간 UX Discovery 로 동향조사

▣ Bing Visual Search

- 사진을 통해서 사용자의 의도를 파악한 다음, skill로 연결해 준다.



발견 (discover) 단계

데스크 리서치

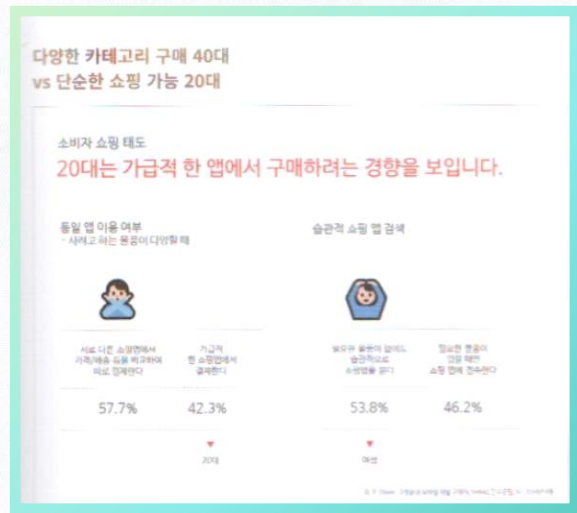
✓ 사례) 사회적 트렌드 조사 (1)

▣ 연령층에 따른 선호 구매 방법

- 40대: 다양한 카테고리 구매
- 20대: 단순한 쇼핑 가능

▣ 소비자 쇼핑 태도

- 20대는 가급적 한 앱에서 구매하려는 경향





발견 (discover) 단계



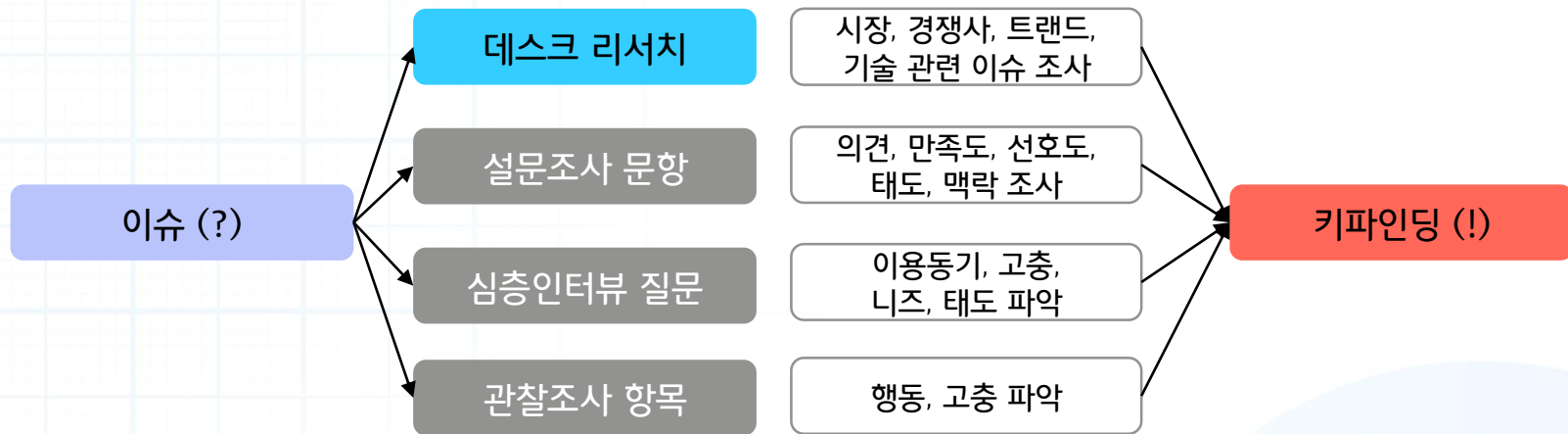
필드 리서치

- ✓ 제기된 이슈들에 대해서 실제 사용자들의 경험을 UX 경험단위로 파악하는 작업
- ✓ 데스크 리서치를 통해서 미처 해결하지 못한 이슈들을 다음과 같은 방법 등으로 파악하고, 그 결과를 이슈에 대한 해답인 *키파인딩으로 연결함
 - ▣ 설문조사
 - ▣ 심층 인터뷰
 - ▣ 관찰조사

* 키파인딩(key findings): 이슈와 연관 있고 디자인에 영감을 주는 데이터를 모아 정리한 것

발견 (discover) 단계

필드 리서치



필드 리서치와 전후 활동 간의 관계



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 좋은 키판인딩을 얻기 위해서는 필드 리서치를 잘 진행하여야 함
- ✓ 이미 알고 있는 사실을 확인하는 것이 아니라, 모르는 사실, 새로운 사실을 파악하여야 함
- ✓ 사용자의 경험을 공감하고, 사용자의 입장에서 서비스(상품)을 바라봐야 함



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ UX/UI 디자인의 목적은 '리서치'가 아닌 '디자인'
 - ❑ UX/UI 디자인의 목적은 당연히 좋은 디자인에 있다.
 - ❑ 우리는 '좋은 디자인 = 좋은 UX'라고 믿고 있을 뿐이다.
 - ❑ 디자인 리서치는 학문을 위한 리서치나 조사 자체가 목적인 리서치와는 달라야 한다.
 - ❑ UX가 전 세계적으로 붐을 일으키면서 우후 죽순처럼 UX 리서치 업체가 생겨나고 있는데, 디자인 적인 고민을 담지 않은 리서치는 공감 능력이 떨어질 수밖에 없다.
 - ❑ 따라서 실제 UX/UI를 디자인할 사람이 리서치도 진행하는 것이 가장 좋다.

UX 디자인

7주차: UX/UI 디자인 프로세스

3차시: 발견 단계(필드 리서치)



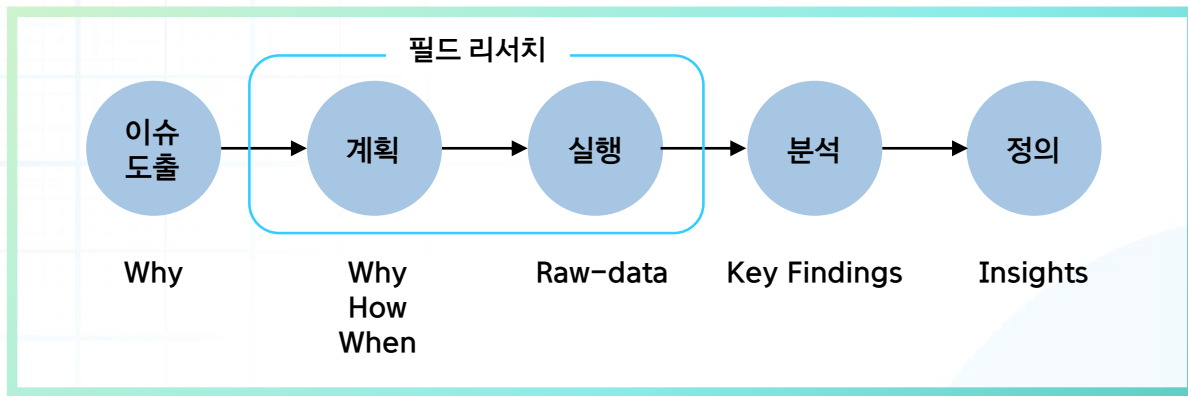


발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 필드 리서치는 제기된 이슈를 가지고 ‘누구(who)를 만나서 어떤 방식(how)을 사용해서 언제(when)까지 어떤 사용자경험(what)을 수집 할 지’에 대해서 계획하고 실행하는 것이다.



필드 리서치와 그 전후의 진행절차



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 필드 리서치 계획
 - ▣ 제기된 이슈들에 대해서 실제 사용자들의 경험(맥락, 동기, 행동, 고충, 니즈, 태도)을 수집할 수 있는 구체적인 계획 수립이 필요
 - ▣ 대상자 선정, 진행 방식 정의, 내용 설계, 리쿠르팅 및 일정 계획 순으로 전개



발견 (discover) 단계



필드 리서치

1. 리서치 대상자 선정 WHO	2. 리서치 진행 방식 정의 HOW	3. 리서치 내용 설계 HOW	4. 리쿠르팅 및 일정 계획 WHEN
<ul style="list-style-type: none"> 사용자 분류 기준 정의 사용자 표본 선정 참여자 선정 	<ul style="list-style-type: none"> 사용자 분류 기준 정의 사용자 표본 선정 참여자 선정 	<ul style="list-style-type: none"> 이슈 리스트 협의 구체적인 질의 내용 설계 필드 리서치 가이드 작성 	<ul style="list-style-type: none"> 필드 리서치 참여 요청 필드 리서치 진행 방식 설명 구체적인 대상자 선정 필드 리서치 일정 계획
1~2일	1~2일	4~5일	7~10일
<ul style="list-style-type: none"> 사용자 분류 테이블 	<ul style="list-style-type: none"> 진행 시 필요한 여러 가지 보조도구 	<ul style="list-style-type: none"> 리서치 질의 내용 필드 리서치 가이드 	<ul style="list-style-type: none"> 리서치 계획서 필드 리서치 참여 요청서 필드 리서치 사전 교육자료

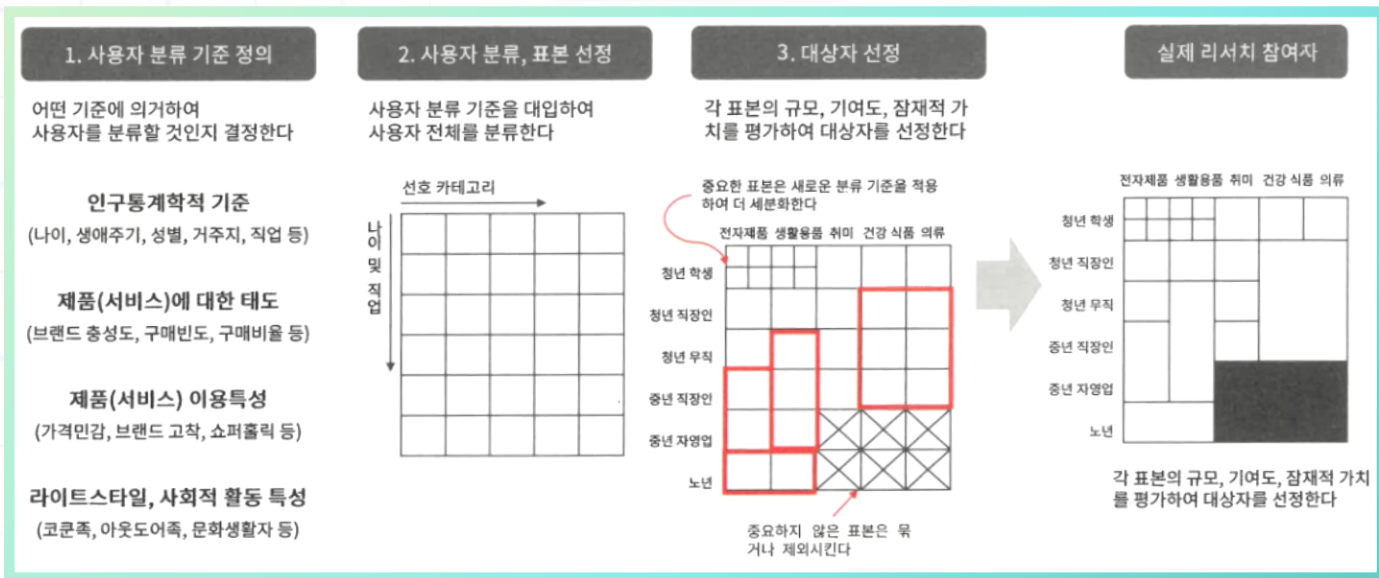
필드 리서치 계획 단계의 진행절차



발견 (discover) 단계



필드 리서치



필드 리서치와 참여자 선정 방법



발견 (discover) 단계



필드 리서치

✓ 참여자 선정 과정

- ❑ 여러 가지 사용자 분류 기준 중에 ‘나이 및 직업’과 ‘선호하는 핑 카테고리’로 분류
- ❑ 이 중에서 중요한 표본은 더 나누고, 중요하지 않은 표본을 묶거나 제외함
- ❑ 리서치 대상자를 선정하였다면 실제 사용자를 찾기 위해서 리쿠르팅을 시작
 - 예시) 전자제품을 좋아하는 청년 직장인이 대상자 중 하나라면
실제 그런 사람을 찾아야 함



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 대상자를 선정한 다음
사용자를 대상으로 어떻게
경험을 수집할 것인지
진행방식을 정해야 함

현 서비스 평가

Cognitive Mapping
A/B Test
Artifact Analysis
Remote Research
Cognitive Walkthrough
Desirability Testing
Time-aware Research
Usability Testing
Guided Tour

콘셉트 만들기

Card Sorting
Design Charette
Experience Prototyping
Flexible Modeling
Generative Research
Collage
Design the Box
Role Playing
Simulation Exercises
Speed Dating
Triangulation
Word-Concept Association
UnFocus Group Interview
Extreme User Interview
Social Network Mapping

선행 연구

Critical Incident Technique
Crowdsourcing
Cultural Probes
Ethnography
Diary Studies
Directed Storytelling
Experience Sampling
Fly-on-the-Wall Observation
Graffiti Walls
Laddering
Personal Inventories
Semantic Differential
Shadowing
Triading
Long-range Forecast
Wizard of Oz

필드 리서치 기법들



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 대표적인 기법 소개
 - ▣ 심층 인터뷰(In-depth Interview): 사용자 대상 1:1 인터뷰
 - ▣ 관찰조사(Observation): 이용과정 관찰
 - ▣ 카드소팅(Card Sorting): 메뉴나 주요기능을 카드로 제시, 사용자가 분류
 - ▣ 설문조사
 - ▣ 표적그룹인터뷰
 - ▣ 빅데이터분석
 - ▣ AI 활용 리서치

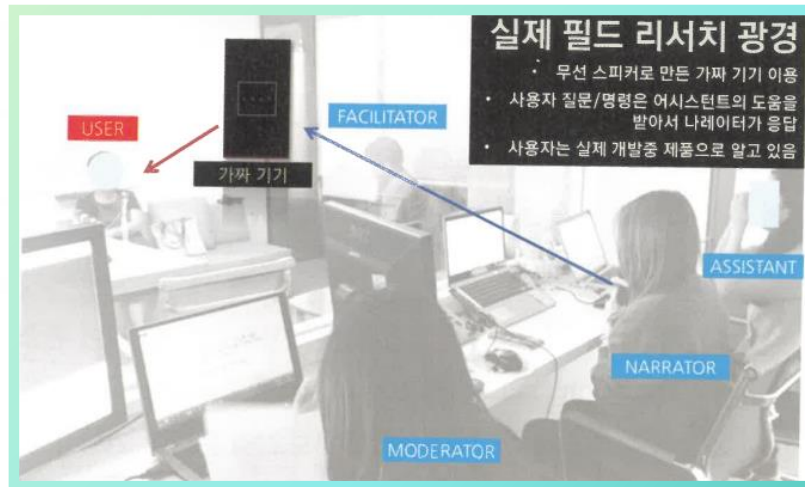


발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 오즈의 마법사(Wizard of Oz)기법
 - 가짜 제품/서비스를 가지고
사용자에게 진짜처럼 속인 다음
사용자가 어떻게 반응하는지를
관찰하는 기법
 - 주로 선행연구에 사용



오즈의 마법사를 활용한 필드 리서치 장면



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 서비스(상품) 이미지 조사 기법
 - ▣ 서비스(상품) 이미지를 구성하는 여러 기준을 제시하고
사용자에게 해당 서비스(상품)와 경쟁 서비스(상품)들의 이미지
조사하는 기법
 - ▣ 리서치 대상자와 진행 방식이 정해진 다음에는
리서치 내용 설계가 필요함
 - ▣ 지나치게 상세한 질문보다는 대략적인 조사포인트를
작성하는 것이 효과적



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 필드 리서치 실행
 - ❑ 필드 리서치에서 가장 많이 하는 활동은 심층 인터뷰이다
 - ❑ 심층인터뷰는 열려 있는 질문에서 시작해서 점차 구체적이고 세부적인 질문으로 진행



심층 인터뷰 진행 패턴



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 열린 질문에서 닫힌 질문으로 넘어가는 것은 대부분의 사람들이 이러한 사고방식에 익숙하기 때문
- ✓ 이와 반대인, 세부적인 것에서 큰 그림으로 나아가는 것은 어려움



열린 질문에서 닫힌 질문으로의 전개



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 심층 인터뷰의 5 Whys 재질문 기법
- ✓ 리서치 참여자들이 간단하게 답변한 의견, 느낌, 만족도에 대해 왜 그렇게 이야기하는지 연속적으로 질문
 - ▣ 근본적인 사용자의 니즈와 태도를 밝히는 기법

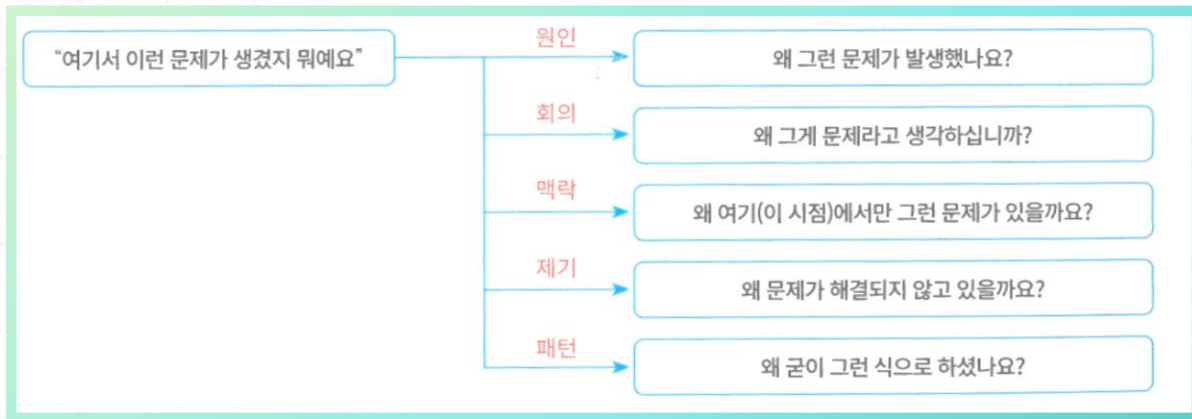


발견 (discover) 단계



필드 리서치

- 무조건 '왜요?' 라고 질문하기 보다는 5 Whys의 형식을 이용함



5 Whys 유형들

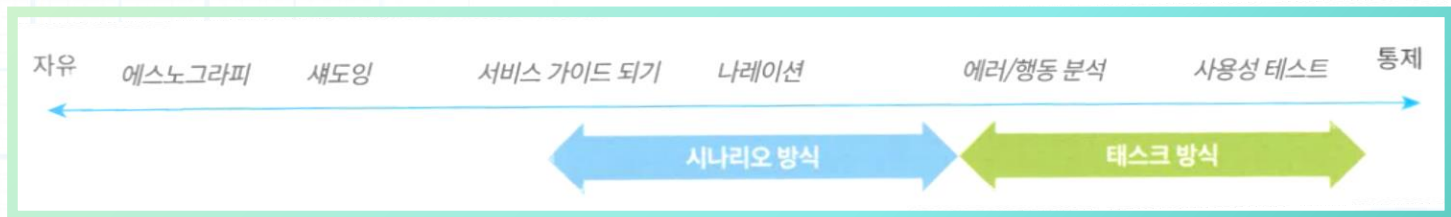


발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 에스노그래피: 오랜 기간 다른 문화 속에서 같이 살면서 관찰
- ✓ 새도잉: 그림자처럼 사용자들 조용히 뒤따르면서 어떤 행동을 하는지 관찰



대표적인 관찰조사 기법들



발견 (discover) 단계



필드 리서치

✓ 사례) 새도잉 예시

사용자 여정	집-공항간 이동(자가용)			
	주차장까지 이동	가방 실기	주차장에 도착/공항 입구까지 이동	출국 게이트 찾기
터치포인트	길거리, 계단	차 트렁크	차 트렁크, 주차장 지면	횡단보도, 자동문, 무빙워크
				



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 서비스 가이드 되기(Guided Tour), 내레이션 기법
 - ▣ 사용자가 리서치 진행자에게 본인이 서비스를 이용하는 경로와 행동을 주도적으로 설명하게 하는 기법
 - ▣ 이 기법은 사용자가 평소와 가까운 상황을 떠올림으로써 인터뷰보다 맥락에 따른 이용흐름과 고충, 니즈를 더 구체적으로 파악할 수 있게 한다.
- ✓ 에러/행동 분석, 사용성 테스트
 - ▣ 사용자가 범하는 실수를 미묘한 이상 행동이나 표정변화, 불편한 듯한 제스처 등을 조사하여 그것이 무엇 때문인지 파악하는 기법



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 자유로운 관찰조사
 - ▣ 자연스러운 일상생활이나 서비스 이용과정을 아무런 조건 없이 관찰
 - ▣ 시나리오나 작업(Task)를 수행
 - ▬ 예시) 앱을 통한 길 찾기 과정을 보여달라,
OTT서비스에서 A라는 영화를 찾아서 보여달라

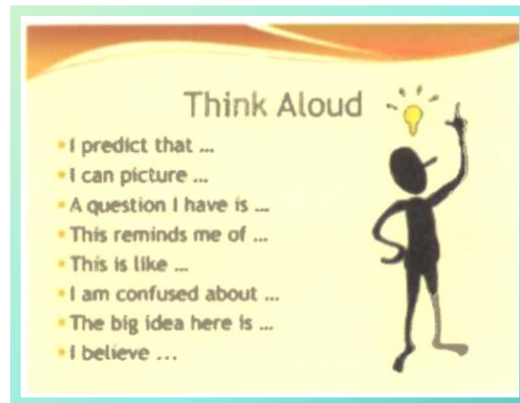


발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 통계적인 관찰조사
 - ▣ 말로 생각 표현하기 기법을 사용
 - ▣ 진행자가 사용자 근처에서 관찰
- ✓ 말로 생각 표현하기 기법
 - ▣ 생각, 감정, 행동을 모두 말하게 한다.



말로 생각 표현하기 기법



발견 (discover) 단계



필드 리서치

- ✓ 카드 소팅
 - ▣ 사용자의 심성모형을 끄집어내는 기법
 - ▣ 카드 소팅은 심층 인터뷰와 함께 매우 강력한 리서치 기법
 - ▣ 카드 소팅의 3가지 방법
 - 구조, 흐름, 가치



발견 (discover) 단계



필드 리서치

✓ 사례) 카드 소팅의 3가지 방법의 예 (2)

▣ 흐름

- 서비스 메뉴나 이용 여정을 카드로 만들어서 섞어 놓고
본인이 이용하는 순서대로 나열하라고 하는 카드 소팅 방법
- 맥락별로 순서를 다르게 구성해도 좋다.
- 기능적인 심성 모형과 관련 있다.





발견 (discover) 단계



필드 리서치

✓ 사례) 카드 소팅의 3가지 방법의 예 (3)

▣ 가치

- 서비스의 특징적인 정보, 기능들을 카드로 만들어서 섞어 놓고 선호하는 것과 그렇지 않은 것을 분류한 다음에 선호하는 것들을 다시 3단계로 구분하라고 하는 카드 소팅 방법
- 가치적인 심성 모형과 관련 있다.

