

## 홈페이지 제작을 위한 사용자 조사 분석

김재영

쇼핑몰 제작에 앞서 잠재 사용자층의 성향을 파악하기 위한 페르소나 작성

### 1. 사용자 유형 선발

성명	한은별
연령대	20대
성별	여성
선호도	신속함/정확함/트렌디함/디자인적 요소
숙련도	각종 sns에 활동하는데 필요한 제반지식 및 미적 감각
태도 및 특성	유행에 뒤처졌다는 평가를 받지 않기 위해 부단한 노력을 기울인다. 인플루언서라는 특성 때문에 새로 생기는 브랜드에 관심이 많다 sns를 적극 활용하여 유행하는 의류나 소품에 대한 서치를 하고 따라 구매하는 편이다.
주 사용기기	스마트폰/노트북 컴퓨터
주요 방문 공공서 사이트	브랜드홈페이지/인터넷 매거진/유튜브/SNS
경험 여부	주요 20대를 타겟팅한 쇼핑몰을 이용한 경험
공공서 외 방문 사이트	언론사(연예계)/쇼핑몰/유튜브/디자인 관련/sns

### 2. 페르소나 작성

행 동
<ul style="list-style-type: none"><li>직업 특성상 컴퓨터를 자주 다루기 때문에 이를 활용하는데 있어서는 어려움을 느끼지 않는다.</li><li>패션 사이트나 음악 사이트를 자주 방문하여 최신 트렌드를 따라가고자 노력하는 편이다.</li><li>개인적인 시간을 중시하며, 직업 특성상 자유로운 출퇴근 시간을 유지하고 있다</li><li>오래 전부터 자신에게 예술가적인 기질이 있음을 굳게 믿어왔으며, 예술 및 디자인에 관련된 유튜브를 자주 시청한다.</li><li>사이트에 직접 들어가서 검색하기보다 sns에 관련 내용을 검색한 후 나오는 링크를 타고 들어가는 것을 선호한다.</li><li>보는 안목만큼은 탁월하다고 자부한다.</li></ul>

기 본 정 보
나이 : 25세 수입 : 월 800 결혼여부 : 미혼 직업 : 인플루언서 가족관계 : 부모님, 남자 및 여자 형제 취미 : SNS활동 및 정보 검색

### 니즈 / 불편사항

- 포털 사이트에 해당쇼핑몰을 검색하면 원하는 쇼핑몰 보다 광고가 떠있는 쇼핑몰이 많이 떠 찾는데 어려움이 있다.
- 사이트 내부에 들어갔을때 직관적으로 상품이 정렬되어있으면 한다.
- 사이트는 최신 유행하는 디자인으로 설계 되어있되 사용자가 상품을 찾기 힘들만큼 복잡하지 않게 단순하게 작업해야한다.
- SNS와 연동하여 상품 업로드가 되면 사용자가 바로 알 수 있게 했으면 한다.

### 가치 목표

- 메뉴 화면은 단순하되 최대한 많은 메뉴를 만들어서 이용자가 선택할 수 있는 폭을 넓혀야 한다.
- 검색창은 메인화면에서 가장 잘 보이는 오브젝트여야 한다.
- 흥미를 쉽게 잃는 20대를 위한 쇼핑몰이라 다른 쇼핑몰보다 상품의 회전율이 좋아야 한다.

### 해결 방안

- 메뉴 화면은 단순하게 제작하여 영상이나 사진을 이용해 브랜드 아이덴티티 를 보여준다
- 검색창을 상단이 아닌, 모니터를 기준으로 하여 사이트를 방문한 사람의 눈이 가장 먼저 보게 될 곳에 배치한다.
- 품질된 상품을 상품 정렬 페이지에 상단에 두어 상품 구입의 흥미를 유발한다.
- 연계되어있는 인플루언서의 우리 쇼핑몰 상품 홍보 페이지를 연동하여 구매자의 구매의욕을 높인다.

### 맥락 시나리오

한은별씨는 25살의 인플루언서로 여러 패션 매거진 홈페이지나 SNS에 자주 접속하는 편이다.  
직업과 나이 특성상 컴퓨터와 휴대폰 어플을 사용하는데 어려움이 없다.  
직업과 관련하여 최신 패션 트렌드에 뒤처지지 않기 위해 리서치를 많이 하는 편이다.  
주소창에 주소를 쳐서 접속하기 보다는 인스타그램이나 페이스북에 연동된 주소로 접속하는 편이다.  
개인쇼핑몰 사이트를 메뉴를 클릭했을때 정돈 되지 않고 길게 나열되어 있고 검색창은 작게 숨겨져 있어서 주로 상품 정렬이 심플하고 홈페이지 메인도 트렌디하게 꾸며진 SPA브랜드를 주로 이용한다.  
메인 메뉴들이 직관적인 SPA브랜드 홈페이지 처럼 여타 홈페이지도 직관적으로 만들어져 있으면 좋겠다고 생각한다