

대분류 / 08  
문화·예술·디자인·방송

중분류 / 03  
문화콘텐츠

소분류 / 02  
문화콘텐츠제작

세분류 / 09  
스마트문화앱콘텐츠제작

학습모듈 /

# UX/UI 전략수립

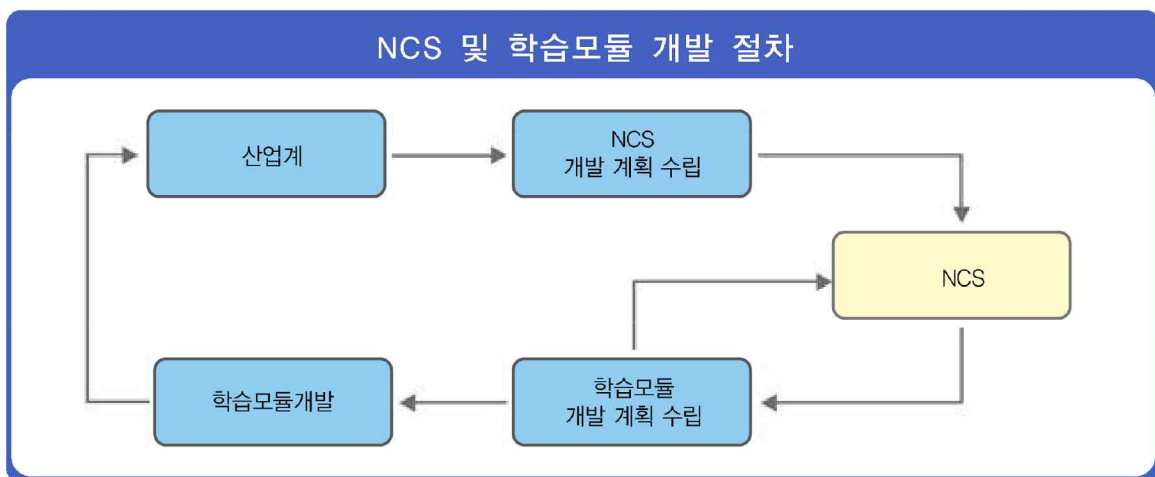
LM0803020910\_16v2

## NCS 학습모듈의 이해

※ 본 학습모듈은 「NCS 국가직무능력표준」 사이트(<http://www.ncs.go.kr>) 에서 확인 및 다운로드 할 수 있습니다.

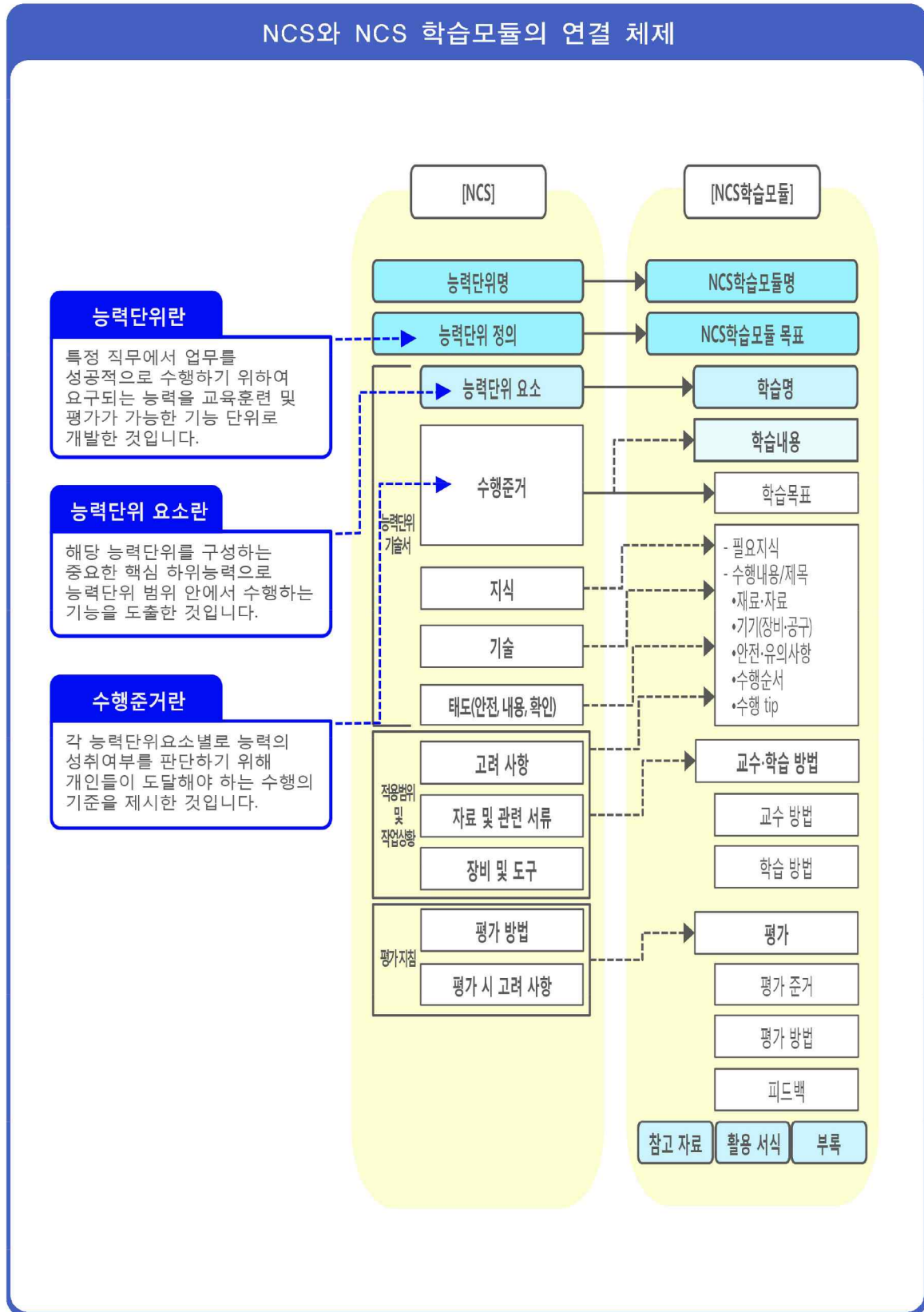
### (1) NCS 학습모듈이란?

- 국가직무능력표준(NCS: National Competency Standards)이란 산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식·기술·소양 등의 내용을 국가가 산업부문별·수준별로 체계화한 것으로 산업현장의 직무를 성공적으로 수행하기 위해 필요한 능력(지식, 기술, 태도)을 국가적 차원에서 표준화한 것을 의미합니다.
- 국가직무능력표준(이하 NCS)이 현장의 ‘직무 요구서’라고 한다면, NCS 학습모듈은 NCS의 능력단위를 교육훈련에서 학습할 수 있도록 구성한 ‘교수·학습 자료’입니다. NCS 학습모듈은 구체적 직무를 학습할 수 있도록 이론 및 실습과 관련된 내용을 상세하게 제시하고 있습니다.



- NCS 학습모듈은 다음과 같은 특징을 가지고 있습니다.
- 첫째, NCS 학습모듈은 산업계에서 요구하는 직무능력을 교육훈련 현장에 활용할 수 있도록 성취목표와 학습의 방향을 명확히 제시하는 가이드라인의 역할을 합니다.
- 둘째, NCS 학습모듈은 특성화고, 마이스터고, 전문대학, 4년제 대학교의 교육기관 및 훈련기관, 직장교육기관 등에서 표준교재로 활용할 수 있으며 교육과정 개편 시에도 유용하게 참고할 수 있습니다.

- NCS와 NCS 학습모듈 간의 연결 체제를 살펴보면 아래 그림과 같습니다.



## (2) NCS 학습모듈의 체계

- NCS 학습모듈은 1.학습모듈의 위치, 2.학습모듈의 개요, 3.학습모듈의 내용 체계, 4.참고 자료, 5.활용 서식/부록 으로 구성되어 있습니다.

### 1. NCS 학습모듈의 위치

- NCS 학습모듈의 위치는 NCS 분류 체계에서 해당 학습모듈이 어디에 위치하는지를 한 눈에 볼 수 있도록 그림으로 제시한 것입니다.

예시 : 이·미용 서비스 분야 중 네일미용 세분류

### NCS-학습모듈의 위치

대분류	이용·숙박·여행·오락·스포츠
중분류	이·미용
소분류	아·미용 서비스

세분류	능력단위('17.4. 고시)	학습모듈명
헤어미용	네일 샵 위생 서비스	네일샵 위생서비스
피부미용	네일 화장물 제거	네일 화장물 제거
메이크업	네일 기본 관리	네일 기본관리
네일미용	네일 랩	네일 랩
이용	네일 팁	네일 팁
	젤 네일	젤 네일
	아크릴릭 네일	아크릴 네일
	평면 네일아트	평면 네일아트
	융합 네일아트	융합 네일아트
	네일 샵 운영관리	네일샵 운영관리

#### 학습모듈은

NCS 능력단위 1개당 1개의 학습모듈 개발을 원칙으로 합니다. 그러나 필요에 따라 고용 단위 및 교과 단위를 고려하여 능력단위 몇 개를 묶어서 1개의 학습모듈로 개발할 수 있으며, NCS 능력단위 1개를 여러 개의 학습모듈로 나누어 개발할 수도 있습니다. 또한 보완 개발 세분류의 경우 일부 보완된 능력단위에 한해 학습모듈을 보완 개발하는 경우가 있으며, 이는 학습모듈명 우측에 있는 \*표기로 확인할 수 있습니다.

## 2. NCS 학습모듈의 개요

### 구 성

- NCS 학습모듈 개요는 학습모듈이 포함하고 있는 내용을 개략적으로 설명한 것으로서 **학습모듈의 목표**, **선수 학습**, **학습모듈의 내용 체계**, **핵심 용어**로 구성되어 있습니다.

학습모듈의 목표	해당 NCS 능력단위의 정의를 토대로 학습목표를 작성한 것입니다.
선수 학습	해당 학습모듈에 대한 효과적인 교수·학습을 위하여 사전에 이수해야 하는 학습모듈, 학습 내용, 관련 교과목 등을 기술한 것입니다.
학습모듈의 내용 체계	해당 NCS 능력단위요소가 학습모듈에서 구조화된 방식을 제시한 것입니다.
핵심 용어	해당 학습모듈의 학습 내용, 수행 내용, 설비·기자재 등 가운데 핵심적인 용어를 제시한 것입니다.

### 활 용 안 내

예시 : 네일미용 세분류의 ‘네일 기본관리’ 학습모듈

#### 네일 기본관리 학습모듈의 개요

##### 학습모듈의 목표

고객의 네일 보호와 미적 요구 충족을 위하여 효과적인 네일 관리로 프리에지 형태 만들기, 큐티를 정리하기, 컬러링하기, 보습제 도포하기, 마무리를 할 수 있다.

##### 선수학습

네일습 위성서비스(LM1201010401\_14V2)

##### 학습모듈의 내용체계

학습	학습 내용	NCS 능력단위 요소	
		코드번호	요소 명칭
1. 프리에지 형태 만들기	1-1. 네일 파일에 대한 이해와 활용 1-2. 프리에지 형태 파일링	1201010403_12v2.1	프리에지 모양 만들기
2. 큐티를 정리하기	2-1. 네일 기본관리 매뉴얼 이해 2-2. 큐티를 관리	1201010403_14v2.2	큐티를 정리하기
3. 컬러링하기	3-1. 컬러링 매뉴얼 이해 3-2. 컬러링 방법 선정과 작업 3-3. 쉘 컬러링 작업	1201010403_14v2.3	컬러링
4. 보습제 도포하기	4-1. 보습제 선정과 도포 4-2. 각질제거	1201010403_14v2.4	보습제 바르기
5. 네일 기본관리 마무리하기	5-1. 유분기 제거 5-2. 네일 기본관리 마무리와 정리	1201010403_14v2.5	마무리하기

##### 핵심 용어

프리에지, 니퍼, 퓨서, 폴러시, 네일 파일, 스웨이형, 스웨이 오드형, 라운드형, 오발형, 포인트형

##### 학습모듈의 목표는

학습자가 해당 학습모듈을 통해 성취해야 할 목표를 제시한 것으로, 교수자는 학습자가 학습모듈의 전체적인 내용흐름을 파악할 수 있도록 지도하는 것이 필요합니다.

##### 선수 학습은

교수자나 학습자가 해당 모듈을 교수 또는 학습하기 이전에 이수해야 할 학습내용, 교과목, 핵심 단어 등을 표기한 것입니다. 따라서 교수자는 학습자가 개별 학습, 자기 주도 학습, 방과 후 활동 등 다양한 방법을 통해 이수할 수 있도록 지도하는 것이 필요합니다.

##### 핵심 용어는

학습모듈을 통해 학습되고 평가되어야 할 주요 용어입니다. 또한 당해 모듈 또는 타 모듈에서도 핵심 용어를 사용하여 학습내용을 구성할 수 있으며, 「NCS 국가 직무능력표준」 사이트([www.ncs.go.kr](http://www.ncs.go.kr))에서 색인(찾아보기) 중 하나로 이용할 수 있습니다.



### 3. NCS 학습모듈의 내용 체계

구 성

- NCS 학습모델의 내용은 크게 **학습**, **학습 내용**, **교수·학습 방법**, **평가**로 구성되어 있습니다.

학습	해당 NCS 능력단위요소 명칭을 사용하여 제시한 것입니다. 학습은 크게 학습 내용, 교수·학습 방법, 평가로 구성되며 해당 NCS 능력단위의 능력단위 요소별 지식, 기술, 태도 등을 토대로 학습 내용을 제시한 것입니다.
학습 내용	학습 내용은 학습 목표, 필요 지식, 수행 내용으로 구성하였으며, 수행 내용은 재료·자료, 기기(장비·공구), 안전·유의 사항, 수행 순서, 수행 tip으로 구성한 것입니다. 학습모듈의 학습 내용은 업무의 표준화된 프로세스에 기반을 두고 실제 산업현장에서 이루어지는 업무활동을 다양한 방식으로 반영한 것입니다.
교수·학습 방법	학습 목표를 성취하기 위한 교수자와 학습자 간, 학습자와 학습자 간의 상호작용이 활발하게 일어날 수 있도록 교수자의 활동 및 교수 전략, 학습자의 활동을 제시한 것입니다.
평가	평가는 해당 학습모듈의 학습 정도를 확인할 수 있는 평가 준거, 평가 방법, 평가 결과의 피드백 방법을 제시한 것입니다.

## 🔍 활용 안내

예시 : 네일미용 세분류의 ‘네일 기본관리’ 학습모듈의 내용

학습 1	프리에지 형태 만들기(LM1201010403_14v2.1)
학습 2	큐티를 정리하기(LM1201010403_14v2.2)
<b>학습 3</b>	<b>컬러링하기(LM1201010403_14v2.3)</b>
학습 4	보습제 도포하기(LM1201010403_14v2.4)
학습 5	너일 기본관리 마무리하기(LM1201010403_14v2.5)

## 학습은

해당 NCS 능력단위요소 명칭을 사용하여 제시하였습니다. 학습은 일반교과의 '대단원'에 해당되며, 모듈을 구성하는 가장 큰 단위가 됩니다. 또한 완성된 직무를 수행하기 위한 가장 기초적인 단위로 사용할 수 있습니다.

## 학습내용은

요소 별 수행준거를 기준으로 제시하였습니다. 일반교과의 '중단원'에 해당합니다.

## 학습목표는

모듈 내의 학습내용을 이수했을 때 학습자가 보여줄 수 있는 행동수준을 의미합니다. 따라서 일반 수업시간의 과목목표로 활용할 수 있습니다.

### 3-1. 컬러링 매뉴얼 이해

### 학습목표

- 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상과 착치를 익기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다.
- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 일찍 없이 균일하게 도포할 수 있다.
- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다.

## 필요 지식 /

## ① 컬러링 매뉴얼

킬러링 작업 전, 아세톤 또는 네일 폴리시 리무버를 사용하여 손톱표면과 큐티클을 주변, 손 밑 부분까지 깨끗하게 유분기 제거해야 한다. 칠할수있는 순서는 Base coating 1회 → Polishing 2회 → 킬러수정 → Top coating 1회 → 컬러링의 순서로 한다. 베이스코트는 착색을 방지하고 발림성 향상을 위해 가장 먼저 도포하며 킬러링의 마지막에 킬러의 유지와 광택을 위해 톱코트를 도포한다. 네일 보강제(Nail Strengthen)를 바를 시에는 베이스코트를 도포하지 않고 사용한다.

필요지식은

해당 NCS의 지식을 토대로 해당 학습에 대한 이해와 성과를 높이기 위해 알아야 할 주요 지식을 제시하였습니다. 필요지식은 수행에 꼭 필요한 핵심 내용을 위주로 제시하여 교수자의 역할이 매우 중요하며, 이후 수행상 내용과 연계하여 교수-학습으로 진행할 수 있습니다.

## 수행 내용 / 컬러링 매뉴얼 실습하기

### 재료·자료

- 컬러링 관련 네일 미용 자료들
- 정리마구나, 베이스코트, 네일 폴라시, 톱코트, 오렌지우드스틱, 탈지면, 폴라시러버, 디스펜서 등

### 기기(장비·공구)

- 컴퓨터, 빔 프로젝터, 스크린 등

### 안전·유의사항

- 컬러링 재료들의 냄새를 직접적으로 맡지 않도록 유의한다.
- 컬러링 제품들이 대부분 유리병에 들어 있기 때문에 깨지지 않도록 각별히 조심한다.
- 컬러링 제품들은 상온에 마르기 때문에 개봉 후 뚜껑을 잘 닫도록 한다.

### 수행 순서

#### ① 네일 폴라시를 바르게 잡는다.

1. 손바닥에 네일 폴라시를 놓고 약지 소지를 이용하여 네일 폴라시를 잡는다.
2. 폴라시를 왼 손의 엄지와 검지로 고객의 작업손가락을 잡는다.
3. 폴라시를 왼 손의 중지 손가락을 굳게 펴서 받침대가 되도록 한다.
4. 반대편 손으로 네일 폴라시의 뚜껑을 열고 소지 손가락을 펴서 네일 폴라시를 왼 중지 손가락 위에 받쳐놓는다.
5. 다양한 형태의 폴라시를 잡아본다.

#### 수행 tip

- 흰색이 많이 섞인 네일 폴라시의 경우는 붓의 각도를 높이 세워 빠르게 브러시 작업을 해야 붓 자국이 나지 않는다.
- 컬러링은 기본 2회 정도이나 컬러에 따른 도포량과 컬러감에 따라 1~3회 사이로 증감할 수 있다.

## 수행 내용은

모듈에 제시한 것 중 기술(Skill)을 습득하기 위한 실습 과제로 활용할 수 있습니다.

## 재료·자료는

수행 내용을 수행하는데 필요한 재료 및 준비물로 실습 시 필요 준비물로 활용할 수 있습니다.

## 기기(장비·공구)는

수행 내용을 수행하는데 필요한 기본적인 장비 및 도구를 제시하였습니다. 제시된 기기 외에도 수행에 필요한 다양한 도구나 장비를 활용할 수 있습니다.

## 안전·유의사항은

수행 내용을 수행하는데 안전상 주의해야 할 점 및 유의사항을 제시하였습니다. 수행 시 유념해야 하며, NCS의 고려사항도 추가적으로 활용할 수 있습니다.

## 수행 순서는

실습과제의 진행 순서로 활용할 수 있습니다.

## 수행 tip은

수행 내용에서 수행의 수월성을 높일 수 있는 아이디어를 제시하였습니다. 따라서 수행tip은 지도상의 안전 및 유의사항 외에 전반적으로 적용되는 주안점 및 수행과제 목적에 대한 보충설명, 추가사항 등으로 활용할 수 있습니다.

## 학습3 교수·학습 방법

## 교수·학습 방법은

학습목표를 성취하는데 필요한 교수 방법과 학습 방법을 제시하였습니다.

### 교수 방법

- 컬러링 제품의 성분과 컬러별 질도의 차이, 베이스코트와 톱코트의 역할, 폴라시 잡는 방법, 큐어링 시간 등의 내용을 화면 자료와 함께 설명한다.
- 서식지를 활용하여 네일 컬러링 방법을 그림으로 그려 보게 한 뒤, 다양한 컬러링의 매뉴얼을 그려서 숙지하도록 한다.
- 셀 컬러링 시 주의사항을 계속 숙지시키도록 하며, 큐어링 시간에 대해 작성하도록 한다.

## 교수 방법은

해당 학습활동에 필요한 학습내용, 학습내용과 관련된 학습 자료명, 자료 형태, 수행내용의 진행 방식 등에 대하여 제시하였습니다. 또한 학습자의 수업참여도를 제고하기 위한 방법 및 수업진행상 유의사항 등도 제시하였습니다. 선수학습이 필요한 학습을 학습자가 숙지하였는지 교수자가 확인하는 과정으로 활용할 수도 있습니다.

### 학습 방법

- 컬러링을 위한 재료의 필요성과 사용방법을 숙지하고 컬러링 매뉴얼 과정에 맞추어 작업 내용을 이해한다.
- 컬러링의 다양성에 대한 용어를 숙지하고 진행과정에 맞추어 내용을 작업한다.
- 셀 컬러링 시 적합한 큐어링 시간을 선택해서 큐어링 해본다.

## 학습 방법은

해당 학습활동에 필요한 학습자의 자기주도적 학습 방법을 제시하였습니다. 또한 학습자가 숙달해야 할 실기능력과 학습과정에서 주의해야 할 사항 등으로 제시하였습니다. 학습자가 학습을 이수하기 전에 반드시 숙지해야 할 기본 지식을 학습하였는지 스스로 확인하는 과정으로 활용할 수 있습니다.

학습3 평가

## 평가

해당 NCS 능력단위 평가방법과 평가 시 고려 사항을 준용하여 작성하였습니다. 교수자 및 학습자가 평가항목 별 성취수준을 확인하는데 활용할 수 있습니다.

## 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

학습내용	평가 항목	성취 수준
		상 중 하
캘리빙 매뉴얼 이해	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 실작을 하기 위한 베이스코트를 아주 세상의 질작을 한다.</li> <li>- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 열작 없이 균일하게 도포할 수 있다.</li> <li>- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다.</li> </ul>	

평가 준거는

학습자가 해당 학습을 어느 정도 성취하였는지를 평가하기 위한 기준을 제시하고 있습니다. 학습목표와 연계하여 단위수업 시간에 평가항목 별 성취수준을 평가하는데 활용할 수 있습니다.

## 평가 방법은

NCS 능력단위의 평가방법을 준용하였으며, 평가 준거에 따른 평가방법을 2개 이상 제시하였습니다. 평가방법으로는 포트폴리오, 문제제기 시나리오, 서술형 시험, 논술형 시험, 사례연구, 평가자 체크리스트, 작업장 평가 등이 있으며, NCS의 능력단위 요소 별 수행 수준을 평가하는데 가장 적절한 방법을 선정하여 활용할 수 있습니다.

## 평가 방법

- 작업장 평가

학습내용	평가 항목	성취수준 상 중 하
컬러링 매뉴얼 이해	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고객의 요구에 따라 네일 컬러시 색상의 질적완 략 기 위한 베이시크트를 지도, 설명에 포함 할 수 있다.</li> <li>- 작업 매뉴얼에 따라 네일 컬러시를 얼룩 없이 균일 하게 도포할 수 있다.</li> <li>- 작업 매뉴얼에 따라 네일 컬러시 도포 후 컬러 보호 와 광택 부여에 위한 토폴코트를 바를 수 있다.</li> </ul>	

이동복

평가 후에 학습자들에게 평가 결과를 피드백하여 부족한 부분을 알려주고, 학습 결과가 미진한 경우, 해당 부분을 다시 학습하여 학습목표를 달성하는 데 활용할 수 있습니다.

[피드백](#)

1. 작업장 평가

## 4. 참고 자료

## 참고 자료

## 참고자료는

해당 학습מוד의 필요지식에 대한 출처와 인용한 참고 자료 및 사이트를 제시하였습니다.

- 김미원(2011). 『Nail Study』. 서울: 사)한국네일지식서비스협회.
- 민방경(2015). 『비용사(네일)펠기』. 서울: 예문사.
- 박은주(2014). 『네일마용』. 서울: 정담미디어.

## 5. 활용 서식/부록


## 활용서식

## 활용서식은

평가 서식, 실습시트 등 교수·학습 시 활용 가능한 다양한 서식들로 구성하였습니다. 과제 진행에서 평가에 이르기까지 필요한 서식을 해당 학습מוד의 특성에 맞춰 개발하거나 기존의 양식을 활용하여 제시하였습니다.

### 프리에지 형태 실습지

### 1. 프리에지 형태의 이해

모 양	이 름	특 징
	( Square nail	광활 느낌의 사각형태 네일의 안쪽 모서리 부분이 90° 사각의 형태이다. ( 발톱의 형태 활용 4에서 박티는 보정시에 적용

## 부록

## 부록은

활용서식 이외에 교수·학습과정에서 참고할 수 있는 자료가 있는 경우 제시하였습니다.

## 네일 기본관리 도구와 재료 목록

목록	비고	준비
위생가운	흰색	작업자 착용
위생 마스크	흰색	작업자 착용
보호안경	투명한 렌즈 (안경으로 대체 가능)	작업자 착용
재로정리함	제철, 색상 무관	직업대



# [NCS-학습מוד의 위치]

대분류	문화 · 예술 · 디자인 · 방송
중분류	문화콘텐츠
소분류	문화콘텐츠제작

세분류	능력단위('17.4. 고시)	학습מוד명 (*표시는 17년 개발)
방송콘텐츠제작	스마트 문화 콘텐츠 발굴	스마트 문화 콘텐츠 발굴
영화콘텐츠제작	프로젝트 기획	프로젝트 기획
음악콘텐츠제작	문화 콘텐츠 기획	문화 콘텐츠 기획
광고콘텐츠제작	앱 개발 환경분석	앱 개발 환경분석
게임콘텐츠제작	시스템 설계	시스템 설계
애니메이션 콘텐츠제작	UX/UI 전략수립	UX/UI 전략수립*
만화콘텐츠제작	UI 디자인	UI 디자인*
캐릭터제작	GUI 디자인	GUI 디자인*
스마트문화앱 콘텐츠제작	앱 프로그래밍	앱 프로그래밍*
영사	디바이스 최적화하기	디바이스 최적화*
	마케팅 전략기획	마케팅 전략기획*
	홍보 마케팅	홍보 마케팅*
	서비스 운영	서비스 운영

---

# 차 례

---

학습모듈의 개요	1
----------	---

## 학습 1. 사용자 조사하기

1-1. 사용자 조사 방법 수행	3
1-2. 타겟 사용자 선정	8
1-3. 사용자 조사 내용 설계	15
1-4. 사용자 조사 수행	23
• 교수·학습 방법	31
• 평가	33

## 학습 2. 사용자 분석하기

2-1. 사용자 조사 결과 분석	35
2-2. 사용자 요구 분석 및 핵심 이슈 파악	41
2-3. 앱 개발 방향성 수립 및 보고서 작성	46
• 교수·학습 방법	52
• 평가	54

## 학습 3. UX 전략 도출하기

3-1. UX 전략의 포지셔닝 방향 선정	56
3-2. UX 차별화 전략 수립	63
3-3. 앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트 도출	75
• 교수·학습 방법	79
• 평가	81



# UX/UI 전략수립 학습모듈의 개요

## 학습모듈의 목표

최적의 사용자 경험을 제공하기 위하여 사용자에게 관한 다양한 자료를 조사하고 분석하여 UX/UI 전략을 도출할 수 있다.

## 선수학습

사회조사 방법론, 문화 콘텐츠

## 학습모듈의 내용체계

학습	학습 내용	NCS 능력단위 요소	
		코드번호	요소 명칭
1. 사용자 조사하기	1-1. 사용자 조사 방법 수행	0803020910_16v2.1	사용자 조사하기
	1-2. 타겟 사용자 선정		
	1-3. 사용자 조사 내용 설계		
	1-4. 사용자 조사 수행		
2. 사용자 분석하기	2-1. 사용자 조사 결과 분석	0803020910_16v2.2	사용자 분석하기
	2-2. 사용자 요구 분석 및 핵심 이슈 파악		
	2-3. 앱 개발 방향성 수립 및 보고서 작성		
3. UX 전략 도출하기	3-1. UX 전략 포지셔닝 방향 선정	0803020910_16v2.3	UX 전략 도출하기
	3-2. UX 차별화 전략 수립		
	3-3. 앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트 도출		

## 핵심 용어

UI, UX, 사용자 조사(research), 정황(context), 작업(task), 사용자 분석(analysis), 브레인스토밍(brainstorming), 페르소나(persona), 전략(strategy)



## 학습 1

# 사용자 조사하기 (LM0803020910\_16v2.1)

학습 2 사용자 분석하기(LM0803020910\_16v2.2)

학습 3 UX 전략 도출하기(LM0803020910\_16v2.3)

## 1-1. 사용자 조사 방법 수행

**학습 목표** • 다양한 사용자 조사 방법의 이해를 통하여 개발할 앱 UI/UX 조사를 수행할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 사용자 조사(user research)

사용자 조사는 제품 및 서비스와 관련된 사용자의 다양한 정보를 조사하는 활동으로서, 크게 마케팅 조사 차원의 시장 조사와 사용자의 행동이나 태도, 이유 등 심리상태를 파악하기 위한 차원의 UI/UX와 관련된 사용자 경험 조사로 분류할 수 있다. 사용자 경험과 사용자 인터페이스에 대한 개념 정의는 다음과 같다.

#### 1. 사용자 경험과 사용자 인터페이스

##### (1) 사용자 경험(User Experience, UX)

사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직·간접적으로 이용하면서 느끼고 축적하게 되는 총체적 경험을 말한다. 단순히 기능적 만족뿐만 아니라, 대상과 상호작용을 하면서 지각·인지하는 과정을 통해 반응, 행동 등을 불러일으키는 사용자의 주관적인 만족이나 감정을 의미한다.

##### (2) 사용자 인터페이스(User Interface, UI)

사용자 인터페이스는 컴퓨터, 시스템, 기기, 도구 등과 사용자의 의사소통을 목적으로 하며, 사용자가 보고 상호작용할 수 있는 환경 또는 장치를 의미한다. 앱의 UI를 구성하는 요소에는 시각적 구조인 레이아웃 요소와 버튼, 체크박스 등과 같이 앱을 사용하고 제어하는데 필요한 대화형 구성 요소인 컨트롤 요소가 있다.

#### 2. 사용자 조사 방법

사용자 조사는 구체적인 조사 대상과 조사 목적에 맞는 사용자 조사 기법을 선정하고 조사 결과가 도출되기까지 소요되는 준비과정·인력·시간·비용을 고려하여 계획적으로 이

루어져야 한다. 사용자 조사 방법은 설문 조사(questionnaire), 포커스 그룹 인터뷰(focus group interview) 등과 같은 시장 조사가 있으며, UX 조사에는 포토 다이어리(photo diary), 에스노그래피(ethnography), 정황적 인터뷰(contextual interview) 등의 다양한 방법이 있다. 사용자 조사는 조사의 목적과 환경에 맞게 여러 가지 방법을 복합적으로 수행하는 것이 보다 더 효과적이다.

#### (1) 시장 조사(market research)

시장 조사 기법은 시장에 관한 정보를 수집하여 더 나은 의사결정을 내릴 수 있도록 하기 위한 것으로서, 제품 및 서비스에 대한 시장의 요건이나 소비자의 선호도 등을 수집하는 조사이다. 주로 설문조사나 인터뷰를 이용해 질문하고 응답자가 직접 혹은 서면으로 답하는 방식이다. 제품이나 서비스가 어떻게 구입되며 사용되고 있는가, 소비자로부터 어떤 평가를 받고 있는가, 등 시장에 관한 조사를 목적으로 수행된다.

##### (가) 설문 조사(questionnaire)

설문 조사는 조사 대상자로부터 필요한 정보를 획득하기 위하여 구조화된 설문지를 사용하는 대표적인 정량조사 기법이다. 다수의 응답자에게 같은 질문을 수행하는 대규모 설문조사는 쉽게 질문을 배포할 수 있고 통계적 검증이 가능하며 조사 결과의 객관화와 일반화가 가능하다는 장점이 있다. 시장규모나 적정 가격, 이용실태 파악, 선호도, 인지도, 시장 점유율 등 수치화된 결과를 원하는 경우에 적합한 조사 방법이다. 하지만 응답자의 기억과 말에 의존한 방법이기 때문에 인과성 측정이나 잠재니즈 발굴에는 한계가 있을 수밖에 없다는 단점이 있다.

##### (나) 표적 집단 면접법(Focus Group Interview)

FGI는 비교적 운용이 쉽고 비용이 적게 들기 때문에 가장 널리 사용되고 있는 정성조사 기법이다. 일정한 자격기준에 맞는 사용자 그룹을 인구통계 자료를 바탕으로 하여 약 6~12명 정도 선발한 후, 한 장소에 모여 토론하는 면접조사 방법이다. 제품 및 서비스에 대한 사용자의 동기나 태도, 의견에 대한 다양하고 심층적인 정보를 파악할 수 있다. FGI 조사는 사회자(moderator)의 진행 능력과 경험에 따라 조사결과가 크게 달라질 수 있기 때문에 숙련된 사회자의 선정이 매우 중요하다.

#### (2) UI/UX 관련 조사

사용자 경험(UX) 조사는 사람들이 실제 제품 및 서비스를 사용하는 환경으로 찾아가 그들을 직접 만나거나 행동을 관찰하고 문제점 발견 및 숨겨진 니즈를 조사, 수집하는 특성이 있어, 이를 필드 리서치(field research)라고도 한다. 사용자 경험 조사의 목표는 “사용자가 어떤 정황(context)에서 제품 및 서비스를 이용하는가,” “어떻게 UI를 인지하고 사용하며 어떤 오류를 범하는가,” “사용자가 특정한 작업(task)을 성공적으로 수행할 수 있는가.” 등의 정량화하기 어려운 정성적 조사 내용을 얻기 위한 것으로 주로 인터뷰와 관찰 방법을 이용한다.

(가) 포토 다이어리(photo diary)

포토 다이어리는 사용자의 행동을 관찰하는 조사 기법으로서 사용자의 라이프스타일 및 심리적 태도를 이해할 수 있다. 사용자 자신이나, 또는 주변인의 일상이나 서비스 이용환경, 이용 시 자주 보이는 행동, 특징 등을 카메라로 직접 촬영하고 일기를 작성하게 하여 수집된 다이어리를 분석하는 방법을 사용한다. 이 조사법은 직접 사용자를 따라다니지 않고 사진 촬영이나 일기 형태의 기록을 통해, 제품 및 서비스의 정황(context)과 이용 행태들을 파악할 수 있다는 장점이 있다.

(나) 에스노그래피(ethnography)

에스노그래피는 인류학 분야와 인간의 사회와 다양한 문화 현상을 연구하는 민족지학(ethnography) 분야에서 주로 사용하는 연구 방법이다. 에스노그래피는 사용자 관찰과 인터뷰를 병행하여 사용자가 실제 행동하는 장소에서 사용자의 행동에 대해 질문하고 기록하는 방법을 사용한다. 최근에는 조사의 효율성을 고려하여 시간과 장소에 관계없이 진행할 수 있는 모바일 에스노그래피(mobile ethnography)가 활용되고 있다. 이 조사법은 조사 대상자에게 스마트폰을 제공함으로써 원거리에 있는 사용자가 직접 서비스 이용환경에서 음성과 문자, 사진과 동영상 등을 이용해 자신의 태도나 행동 등을 기록하게 하여 조사자에게 전달하는 방식을 이용한다.

(다) 정황적 인터뷰(contextual interview)

정황적 인터뷰는 인터뷰 대상자에 대한 통찰(insight)과 제품 및 서비스를 둘러싼 사회적 물리적인 환경을 이해할 수 있도록 도와준다. 이 조사법은 인터뷰와 관찰 조사가 결합된 형태로서 서비스와 인터뷰 대상자가 실제 상호작용하고 있는 환경 속에서의 특정 상황이나 정황에서 이루어진다. 따라서 자칫 놓칠 수 있는 서비스와 사용자 간의 중요한 사항들을 발견할 수 있다는 장점이 있다.

## 수행 내용 / 사용자 조사 방법 이해하기

### 재료 · 자료

- 필기도구, 노트, 문서 작성 소프트웨어, 개발 대상 문화 콘텐츠, 프로젝트 기획서

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터, 스마트 폰
- 문서 작성 소프트웨어
- 메모지, 포스트 잇

### 안전 · 유의 사항

- 5~7인 이내의 팀을 구성하고 브레인스토밍 회의 진행자(facilitator)와 기록자를 정한다.
- 진행자는 참가자들에게 브레인스토밍을 통해 무엇을 달성하고자 하는지에 대한 목표를 정확하게 알려야 하며, 회의의 규칙을 공지한다.
- 팀별로 앱 개발 UI/UX 조사 수행을 위한 대상 스마트문화콘텐츠 앱을 설정한다.
- 개발 대상 앱 UI/UX 프로젝트 목표를 달성하는데 적합한 사용자 조사 방법에 대해 토론하여 각 조사 방법의 특성과 장단점을 이해한다.
- 브레인스토밍 진행 시 모든 참가자들의 아이디어를 자유롭게 개진하고 토론할 수 있도록 분위기를 조성하고, 다른 사람의 의견에 대하여 비판하지 않도록 한다.

### 수행 순서

#### ① 개발 대상 스마트문화콘텐츠앱의 UI/UX 조사 방법을 이해한다.

##### 1. 개발 대상 스마트문화콘텐츠앱의 기획서 내용을 검토한다.

팀별로 개발하고자 하는 스마트문화콘텐츠앱의 기획서 내용을 검토한다. 프로젝트 기획안을 토대로 하여 대상 앱의 UI/UX 프로젝트 목표를 이해한다.

##### 2. 비즈니스 목표와 사용자의 목표를 이해한다.

비즈니스 목표는 기업의 스마트문화콘텐츠 앱 UI/UX 개발 목표와 범위를 말한다. 앱 UI/UX와 관련된 기업의 요구사항들을 검토하여 요구사항들을 확인한다. 또한, 개발 대상 스마트문화콘텐츠 앱 UI/UX에 대한 사용자 요구사항에 대해 토론하여 사용자 요구사항을 정의한다. 이러한 비즈니스 측면에서의 UX와 사용자 측면에서의 UX를 조화시킬 수 있도록 통합

하여 정의한다.

3. 조사의 범위를 설정한다.

개발 대상 앱의 UI/UX 조사에서 수행해야 할 사안들에 대해 토론하여 참가자들로부터 나오는 다양한 사안들은 메모지나 포스트잇에 기록한다. 여러 가지 사안들을 조합하여 사용자 조사 범위를 설정한다.

4. 스마트문화콘텐츠앱 UI/UX 조사 목적에 적합한 사용자 조사 방법에 대해서 토론한다.

선정한 스마트문화콘텐츠앱 UI/UX 조사에서 고려해야 할 사항들은 다음과 같다.

<표 1-1> 사용자 경험 조사에서의 핵심 내용

· 어떤 사용자가 어떤 상황에서 해당 스마트문화콘텐츠앱을 사용하는가?
· 사용자가 스마트문화콘텐츠앱에 대해 어떠한 인식을 갖고 있는가?
· 사용자가 실제 스마트문화콘텐츠앱을 어떻게 사용하는가?
· 스마트문화콘텐츠앱 사용 시 사용자가 범하는 실수는 무엇인가?

5. 사용자 조사 방법론을 이해하여 조사 목적에 맞는 사용자 조사 기법을 선정한다.

스마트문화콘텐츠앱의 UI/UX 조사를 위해서 원하는 자료를 수집할 수 있는 방법에 대해 토론한다. 위의 <표 1-1> 내용과 같이 사용자 조사로부터 얻고자 하는 내용들이 어떠한 접근 방식을 통해서 가능한 것인지에 대해 토론한다.

수행 tip

- 사용자 조사 방법은 조사 내용에 적합한 형태로 여러 가지 기법을 적용해 볼 수 있다. 선정한 조사 범위에 적합한 방법론을 브레인스토밍을 수행해본다.



## 1-2. 타깃 사용자 선정

### 학습 목표

- 조사의 목적과 구체적인 대상을 파악하여 타깃 그룹을 설정할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 타깃 그룹의 정의

사용자(user)란 해당 제품 및 서비스를 현재 사용 중인 사람은 물론이고, 관심을 가지고 있는 사용자나 사용할 계획이 있는 사람, 이미 사용 경험이 있는 사람 등 모든 사용자를 의미한다. 이렇게 방대한 사용자들 중에서 타깃 사용자 그룹은 해당 프로젝트를 실제로 이용하게 될 대상을 말한다. 프로젝트의 목표가 신규 스마트문화콘텐츠앱 출시나 기존 시장에서의 고객 유치 증대, 새로운 문화 콘텐츠 보급 확대 등 정의되었다면 사용자 조사를 통해 얻고자 하는 조사 목적과 구체적인 대상을 파악하여 타깃 그룹을 정해야 한다. 타깃 그룹은 프로젝트의 성격에 따라서 특정 타깃 연령층이 존재할 수도 있고, 또는 여러 타깃 그룹이 몇몇 존재할 수도 있으며 보편적 다수를 대상으로 할 수도 있다. 타깃 그룹을 설정하기 위해서는 사용자 유형(type)을 규정하는 대표적인 특성들을 선정하고, 사용자가 프로젝트를 사용하는 이유에 영향을 끼치는 요인들을 도출하여 기준으로 삼는다. 그 기준에 따라 대표성을 가지는 사용자들의 집합체를 타깃 그룹으로 선정할 수 있다. 타깃 그룹을 정의하는 방법에는 다음과 같은 접근 방식들이 있다.

#### 1. 시장 세분화(market segmentation)

시장 세분화는 마케팅 분야에서 많이 사용하는 용어로 동일한 제품이나 서비스를 이용하게 만드는 한 가지 이상의 공통된 특징을 가진 동질적인 집단을 분류하는 것을 의미한다. 인구통계학적 세분화는 주로 사람들의 인구통계학적인 특성을 기준으로 시장을 나누는 방법이다. 나이, 성별, 결혼 여부, 거주 지역, 소득, 직업, 교육수준, 지역, 연령대 등 인구통계학적 특성에 따라 사용자 그룹을 구분할 수 있다. 이러한 마케팅 관점에서의 시장 세분화는 사용자의 인구통계학적 정보나 구매정보, 구매패턴과 구매의사 등에 의해서 시장을 나누고 타깃 그룹 선정을 고려한다. 사용자 조사 계획을 수립하는 단계에서 어떤 사용자를 대상으로 해야 할 것인가를 결정할 때에는 이와 같은 인구통계학적 특성으로 세분화한 자료가 도움이 될 수 있지만, UI/UX 관련 타깃 사용자 그룹을 정의할 때에는 보다 명확하고 구체적으로 타깃 그룹을 규정하는 후반 작업을 병행해야 한다.

#### 2. UX 프로젝트에서의 타깃 그룹 정의

UI/UX 관련 프로젝트에서는 마케팅 조사와는 달리, 인구통계학적 구분만으로 타깃을 설정

하지 않고 서비스에 대한 사용자의 행동과 태도 등 사용자 특성을 함께 고려한다. 사용자의 UI/UX 관련 경험을 조사하기 위해서는 개발하고자 하는 스마트문화콘텐츠앱 프로젝트의 특성에 따른 사용자 유형(type)을 분류하는데 이를 위해, 인구통계학적 특성이나 사용자의 서비스 이용 특성, 서비스에 대한 요구, 서비스에 대한 태도 등을 대표적인 요인으로 선정한다. 사용자가 프로젝트를 사용하는 이유에 영향을 끼치는 이러한 요인들을 기준으로 삼고, 그 기준에 따라 대표성을 가지는 사용자들의 집합체를 타깃 그룹으로 선정할 수 있다.

### 3. 타깃 그룹 선정 방법

사용자가 프로젝트를 이용하는 목적을 크게 몇 가지로 분류한다. 인구통계학적 특성을 기준으로 남, 여의 구분이나 연령대, 전문적인 수준의 문화 콘텐츠를 원하는 사용자와 관심 기반으로 접근하는 사용자, 이용 빈도 등을 고려해 사용자 그룹을 추출하고, 그 중에서 우선순위를 통해 실제로 프로젝트를 사용하게 될 타깃 그룹을 선정할 수 있다.

<표 1-2> 사용자 유형(type) 선별 기준

· 연령대 및 성별
· 자사 및 경쟁사 서비스 경험 여부
· 서비스에 대한 경험 정도와 이해 정도
· 서비스 디바이스에 대한 숙련도 정의
· 서비스 이용 태도(월, 주 단위별 이용 횟수)
· 서비스 이용 특성(콘텐츠 민감도, 서비스 비용 중시 등)

신규 프로젝트이거나 특정 대상만을 타깃으로 하는 목적이 분명한 프로젝트일 경우에는 프로젝트팀에서 특정 연령과 성별을 임의로 정의할 수 있다. 예를 들어 초기부터 젊은 층을 겨냥한 콘셉트의 문화 콘텐츠라면 10~20대 초반의 연령층을 타깃으로 한 것이기 때문이다. 하지만, 현재 제공되고 있는 스마트문화콘텐츠앱의 경우라면 전략적 타깃을 임의로 선정하기보다는 실제 사용자를 대상으로 UI/UX 전략을 수립할 수도 있다. 타깃 그룹을 선별할 때에는 우선 데스크 리서치 자료나 로그 분석, 이용자 데이터 등의 수집을 통해 해당 스마트문화콘텐츠앱을 주로 이용할 것으로 생각되는 성별 및 연령대를 조사한다. 그 중에서 10대와 50대는 이용률이 낮으므로 타깃 선정에서 제외한다. 그리고 20, 30, 40대의 이용률을 바탕으로 연령대를 초반과 후반으로 나눠 더욱 자세히 분류하고 우선순위를 통해 실제 프로젝트를 사용하게 될 타깃 그룹을 설정할 수 있다.

## 수행 내용 1 / 타겟 사용자 그룹 식별하기

---

### 재료 · 자료

- 인구통계학, 개발 대상 문화 콘텐츠, 프로젝트 기획서
- 사용자 조사 대상 스마트문화콘텐츠앱
- 데스크 리서치 자료나 로그 분석, 이용자 데이터 등의 수집 자료

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터
- 문서 작성 소프트웨어
- 포스트잇, 스케치 도구
- 빔 프로젝트 등 프레젠테이션 장비
- 디지털 카메라 또는 사진 촬영 가능한 스마트 기기

### 안전 · 유의 사항

- 회의의 진행 결과를 문서로 기록하여 프레젠테이션할 수 있는 것과 더불어 포스트잇, 스케치 도구를 활용한 기록 등 도출된 결과물들을 사진 등으로 기록하여 활용한다.
- 브레인스토밍은 자유로운 분위기에서 모든 참여자가 자유로운 의견, 발상 등이 오갈 수 있도록 하고, 진행 중 타인의 의견을 무시하거나 비판하는 행동이 발생하지 않도록 유의한다.

### 수행 순서

#### ① 목표 사용자 그룹 선별을 위한 회의를 개최한다.

사용자의 범위 설정은 본격적인 UI/UX 관련 조사에 앞서 가장 우선적으로 해야 할 일이다. 이를 파악하기 위해서는 프로젝트 목적과 대상을 명확하고 구체적으로 정의해야 한다. 특히, 조사 대상의 사용자 정의가 구체적이지 않다면 정확한 대상을 조사할 수 없고 기대하는 결과를 얻기 힘들게 된다. 스마트문화콘텐츠앱에 대한 사용자를 정리하여 토론한다.

#### 1. 효율적인 회의 진행을 위해 프로젝트의 목표를 공유한다.

- (1) 10인 이내의 팀을 구성하여 조사의 대상이 될 스마트문화콘텐츠앱을 선정한다.
- (2) 진행자는 타겟 그룹을 선별하기 위한 회의 참여자들에게 주의사항을 공지한다.

(3) 프로젝트 목적을 구체적으로 정의하여 공유한다.

(4) 타깃 그룹 설정 시 소수 집단이 아닌 여러 집단을 대상으로 수행하려는 태도를 유지하고 특정 집단으로 초점이 맞춰지지 않도록 균형을 가져야 한다.

## 2. 사용자 유형 분류 기준에 대해 토론한다.

연령, 성별, 직업, 기술적 숙련도, 기타 서비스 이용 특성을 고려한 요소 등 목표와 기준에 따라 그룹별로 사용자를 세분화해야 한다. 분류된 사용자 유형 중 스마트문화콘텐츠앱을 가장 빈번하게 사용할 것으로 예측되는 사람들이 타깃 사용자(target users)가 된다.

만약 개발 예정인 스마트문화콘텐츠앱을 대상으로 할 때에는 가장 사용 가능성이 높은 사용자가 타깃 사용자가 된다.

### (1) 사용자 그룹을 분류한다.

인구통계학적 구분 외에 사용자의 스마트문화콘텐츠앱 이용의 특성 등 다른 요인들을 함께 고려하여 조사 목적에 맞는 분류 기준을 가지고 사용자 그룹을 분류한다.

- 조사의 목적: 선호하는 문화 콘텐츠 분야에 대한 조사, 어떤 경로로 사용자가 스마트문화콘텐츠앱을 처음 접하는가, 어느 정도의 비용을 지불하기를 원하는가 등
- 사용자의 성별, 나이, 직업, 취향
- 사용 목적, 이용 동기
- 사용 형태(시간과 이용 빈도, 기능사용, 정보 이용 행태)
- 사용 경험과 숙련도(초보자/전문가)
- 사용자의 기대와 인식

### (2) 사용자의 그룹별 특성을 기록한다.

사용자의 성별, 연령대, 선호도 등은 가장 기본적인 사용자 유형을 구분하는 특성이다. 분류된 사용자 그룹별로 분류에 사용된 기준을 적용한 목록을 문서로 정리한다. 같은 스마트문화콘텐츠앱 서비스일지라도 때로는 성별이나 연령대에 따라 세부적 기능에 대한 요구나 디자인적인 요구사항 등이 나타나기도 한다. 이와 같은 특정 그룹과 관련된 기대나 감성적인 특성들도 함께 기록한다. 사용자 그룹에 대한 특성은 인구 통계 데이터나 트렌드 분석 기관의 조사 자료, 기타 데스크 리서치 자료를 종합하여 토론을 통해 구체화할 수 있다. 이렇게 작성된 사용자 그룹별 특성 목록은 타깃 그룹을 설정 하는데 중요한 조건이 될 수 있다.

### (2) 타깃 그룹을 설정한다.

이와 같은 사용자 그룹별 특성 목록 작성을 통해서 나타나는 그룹 중 조사의 목적에 부합될 것으로 예상되는 타깃 그룹을 선정하여 구체적인 목록을 작성한다.

조사 목적에 타당성이 높은 사용자 그룹이 여러 그룹으로 나타날 경우에는 조사에 소요 되는 예산과 인력, 시간적인 측면에서 실행 가능한지 그 여부를 점검해야 한다.

더불어 스마트문화콘텐츠앱 콘셉트에 대한 사용자 그룹의 선호 취향과 욕구 등을 모

색 하는 것이 조사 목적에 부합할 경우에는 추가적 조사에 대한 논의가 이루어질 수 있다.

## ② 결과를 리뷰한다.

브레인스토밍 진행을 위해 정의한 프로젝트 목적과 특성, 사용자 유형 분류 기준의 정립, 사용자 그룹 분류 과정과 타깃 그룹의 설정 결과 등을 정리한 문서를 발표하여 학습자들 간의 다양한 의견과 제안 등이 활발하게 이루어지는 토의를 진행한다.

### 수행 tip

- 프레젠테이션은 조사의 목적 정의부터 타깃 그룹을 선정하기까지의 과정에 대한 자료이기 때문에 프로젝트 진행 중에도 중요한 자료가 되므로 참여자들이 쉽게 이해할 수 있도록 구성한다.
- 타깃 그룹에 대한 조사의 일정과 예산이 부족한 문제가 발생할 경우에는 어떻게 대응할 수 있는지 대안 마련을 위해 토론해본다.
- 타깃 그룹에 대한 조사를 위해 조사 대상자의 규모 선정 및 어떻게 어떠한 경로를 통해 리쿠르팅이 가능할 지를 토론해본다.
- 사용자 그룹 분류 기준으로 선정한 내용 외에, 포함되어야 할 추가 분류 기준이 발견될 경우에는 조사 내용의 질적 향상을 위해 제안 및 토론해본다.



## 수행 내용 2 / 타깃 사용자 그룹 설정하기

---

### 재료 · 자료

- 인구통계학, 개발 대상 문화 콘텐츠, 프로젝트 기획서
- 사용자 조사 대상 스마트문화콘텐츠앱
- 사용자 조사 목적과 내용에 대해 기술한 문서
- 타깃 그룹 구분을 위한 자료

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 인터넷, 프린터
- 스케치 도구
- 포스트잇, 메모지 등
- 한글, 워드, 엑셀, 파워포인트 등의 문서 작성 소프트웨어

### 안전 · 유의 사항

- 타깃 그룹 선정 시, 조사 대상을 세부적으로 분석하려는 자세를 유지한다.

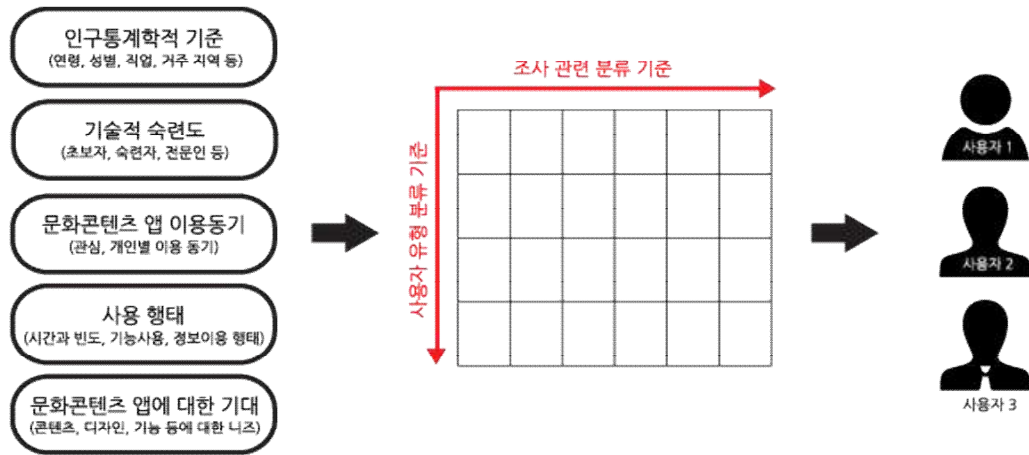
### 수행 순서

#### ① 사용자 경험 조사의 목적을 도출한다.

다양한 사용자 조사 방법의 이해를 바탕으로 하여 조사의 목적을 명확하게 도출하고 적합한 대상을 찾을 수 있도록 토론했다. 구체적인 타깃 그룹을 선정하는 과정에서 조사 대상의 인구통계학적 분류 외에, 사용자들이 어떤 동기로 해당 앱을 이용하며, 어떻게 사용하며, 무엇을 기대하는지를 찾을 수 있도록 한다. 이 과정은 팀으로 회의를 진행하며, 컴퓨터를 활용하거나 종이 등을 이용하여 자유롭게 아이디어를 기록한다.

#### 1. 사용자를 구분하고 타깃 그룹을 정의한다.

개발 대상 스마트문화콘텐츠앱 프로젝트의 특성에 따라서 사용자를 어떻게 구분할 것인지 분류 기준을 정의한다. 인구통계학적 분류 기준을 중심으로 하여 좌측면에 기술하고, 조사 이슈와 관련된 핵심적이고 세부적인 내용을 정리하여 우측 상단 부분에 작성한다. 분류 과정 중 나타나는 중요한 조사 내용 부분은 더 세밀하게 나누고, 중요하지 않은 조사 부분은 병합 또는 삭제하는 방법으로 정리하여 대표 사용자 타깃 그룹을 설정한다.



[그림 1-1] 타겟 사용자 그룹 선정 과정

## 2. 적절한 타겟 그룹이 설정되었는지 검토한다.

조사 대상으로 설정한 타겟 그룹이 사용자 유형을 충분히 포함하는지 검토하고, 또는 중복되거나 누락된 것이 없는지, 그 범위가 너무 광범위하지 않은지 확인한다.

### ② 타겟 그룹의 프로파일을 작성한다.

타겟 그룹을 대표할 수 있는 3~4명을 선택하여 사용자 프로파일을 작성한다. 프로파일의 내용은 이름, 성별, 거주 지역, 직업 등 간단한 신상정보와 이용 동기, 기술적 숙련도, 사용 형태, 해당 분야에 대한 기대와 요구 등 사용자 그룹의 분류 기준으로 구성된다.

#### 수행 tip

- 본격적인 사용자 조사 이전에 타겟 그룹을 정의하는 이유는 고품질의 조사 결과를 도출하여 사용자 니즈를 충족할 수 있는 앱을 만들기 위한 것이라는 점을 명심하여야 한다.

## 1-3. 사용자 조사 내용 설계

### 학습 목표

- 사용자 경험을 조사하기 위한 구체적인 조사 내용을 작성할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 사용자 조사 계획 수립

사용자를 조사하기 위해서는 먼저, 철저하게 조사 계획을 세우는 것이 비용절감 및 돌발 상황에 대한 대처와 시행착오를 줄일 수 있다. 앞서 조사 대상인 타깃 그룹을 설정하였다면 조사의 핵심 내용을 정리하여 명확한 이슈를 정의하고, 구체적인 조사 내용을 설계하여 사용자 조사 수행 가이드를 작성해야 한다.

##### 1. 조사 방식의 선택

사용자 조사 방법은 조사의 규모와 목적에 따라 정량적, 정성적 리서치를 적절히 사용해야 한다. 각각의 방법론에는 장단점이 있으며, 프로젝트나 서비스의 성격에 따라 더 적합하거나 그렇지 않은 방법론들이 존재할 수밖에 없다. 프로젝트를 진행하는데 있어서 시간과 비용 상의 제약을 가지고 있기 때문에 모든 사용자 조사 방법론들을 다 경험해 볼 수는 없다. 따라서 사용자 조사를 수행할 때는 효과적인 방법을 선택해서 명확한 성과를 내야 한다. UI/UX 관련 조사에서는 인터뷰나 관찰 조사와 같은 정성적 리서치 기법을 통해 정량적 리서치만으로는 밝히기 어려운 사용자 행동이나 태도 등의 주관적인 측면을 발견하고자 한다. 정성적 리서치를 사용한다고 해도, 사용자로부터 어떠한 정보를 수집하려고 하는 것인지, 그 목적에 따라 적절한 조사 방법론을 선택하여야 원하는 결과를 얻을 수 있다. 대표적인 인터뷰 기법과 관찰조사 기법의 특징 및 종류는 다음과 같다.

##### (1) 인터뷰 기법

인터뷰 기법은 개별 사용자에게 깊이 있는 정보의 수집이 가능하고 설문 조사에 비해 더 심층적인 조사를 할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 하지만 어떤 인터뷰 진행자(moderator)의 진행 능력에 따라서 결과의 질적, 양적 수준이 달라질 수 있기 때문에 훈련된 진행자의 역할이 매우 중요하다. 대표적인 인터뷰 기법의 종류는 다음과 같다.

- 심층 인터뷰(in depth interview)
- 포커스 그룹 인터뷰(focus group interview)
- 정황적 인터뷰(contextual interview)
- 일상의 하루(a day in life)
- 다섯 단계의 ‘왜’ (the five whys)

## (2) 관찰조사 기법

관찰조사 기법은 사용자를 대상으로 그들의 실제 사용 환경 내에서 일어나는 다양한 상황을 포괄적으로 관찰하는 방법으로 사용자를 깊이 있게 이해할 수 있는 기회를 제공해 준다. 즉, 사용자가 스마트문화콘텐츠앱을 어떻게 사용하는지, 앱이 요구하는 작업들을 사용자가 어떻게 수행하는지 등의 행동을 관찰함으로써 니즈를 파악하는 방법이다. 대표적인 관찰조사 기법의 종류에는 다음과 같은 방법들이 있다.

- 포토 다이어리(photo diary)
- 모바일 민족지학(mobile ethnography)
- 장소 조사법(town watching)
- 문화 검사법(cultural probes)
- 섀도잉(shadowing)
- 사용성 테스트(usability test)
- 나레이션(narration)

## ② 조사 프로세스 이해

조사의 일반적인 수행 순서를 이해하여 본 조사 이전에 꼼꼼하게 조사에 소요되는 시간과 인력, 비용, 기술적 지원 등 필요 자원을 고려하여 일정계획을 수립해야 한다. 또한 조사 내용 설계 및 조사 가이드라인을 작성하여 무엇을 어떻게 질문, 또는 발견할 것인지를 설정해본다.

### 1. 인터뷰 조사의 프로세스

예상되는 인터뷰 참여 사용자 규모를 중심으로 다음과 같은 인터뷰 조사 프로세스에 따라서 일정계획을 수행한다.

- (1) 주제 설정
- (2) 대상 선정
- (3) 인터뷰 내용 설계, 인터뷰 가이드라인 작성
- (4) 인터뷰 진행과 기록
- (5) 결과 분석
- (6) 결과 보고서 작성

### 2. 관찰조사의 프로세스

관찰조사법은 사용자의 실제적 환경에서 자연스럽게 사용자의 행동과 경험을 관찰하는 방법으로 다음과 같은 프로세스로 진행된다.

- (1) 타겟 사용자 연구

## (2) 체크리스트 작성

일정, 관찰지, 사용자의 예상되는 행동, 예상되는 환경, 문제를 정리한 체크리스트 목록 작성

## (3) 관찰 및 기록기법, 기록을 위한 장비 및 설치 장소 점검

사용자, 관찰 장소, 관찰 일정 계획 수립

## (4) 관찰 기법 선택

## (5) 분석 요소 및 방법 설정

상호작용, 시간, 사용자, 사회 문화적 정황 등)

## (6) 현장 관찰

## (7) 결과 분석 및 명세서 작성

# 3. 설문조사의 프로세스

설문조사는 사용자로부터 객관적인 정보를 파악하기 위한 방법으로, 쉽게 측정할 수 없는 자료를 질문으로 만들어 설문지(질문지) 척도를 통해 측정하는 조사 기법이다. 통계 분석을 위해서는 설문조사를 이용한 계량화(data)가 중요한 사항이지만 사용자의 생각, 의도, 태도 등을 측정할 수는 없다. 하지만, 비교적 객관적인 사용자 만족도 조사나 요구 파악, 중요도나 만족도에 대한 우선순위 조사, 서비스 측정 등이 비교적 쉽게 수집이 가능하다는 장점이 있어 조사 목적에 따라 유용하게 사용될 수 있다. 설문조사는 일반적으로 다음과 같은 프로세스로 진행된다.

## (1) 대상 선정

## (2) 조사 기획 및 설계

## (3) 조사 방법 결정

## (4) 설문지 작성(조사 도구)

## (5) 데이터 분석

## (6) 보고서 작성

# 4. 조사에 필요한 자원

적절한 대상 선정과 규모, 조사 기법 선택, 조사 도구, 데이터 분석 등 조사 프로세스에 대한 계획과 함께 고려해야 할 것은 조사 기간과 예산, 인력 등의 할당된 자원이다. 주어진 조건 안에서 조사연구에 필요한 활동들을 효과적으로 수행할 수 있도록 조사 계획을 세워야 한다.

# 5. 조사 도구 작성의 일반적인 프로세스

조사법에 따라 조사 도구(설문지, 인터뷰 질문, 체크리스트)는 그 형식에는 차이가 있지만, 조사 목적에 맞는 유용한 자료를 수집하는 중요한 수단이라는 공통점이 있다. 조사 도구



작성 작업이 중요한 이유는 바로, 재조사가 현실적으로 어렵기 때문이다. 따라서 꼼꼼한 사전 조사를 필요로 하며, 조사 도구가 완성되기까지 여러 단계의 검토 과정을 거쳐야 한다.

## 수행 내용 1 / 설문조사 내용 설계하기

---

### 재료 · 자료

- 사용자 조사 정의서
- 조사 대상 스마트문화콘텐츠앱
- 조사 관련 자료(문서, 사진 등)

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터, 문서 작성 소프트웨어
- 스케치 도구
- 노트 등 필기도구
- 디지털 카메라 또는 사진 촬영 가능한 스마트 기기

### 안전 · 유의 사항

- 조사 내용 작성은 조사의 성공여부를 결정할 수 있는 중요한 작업인 만큼, 세심하고 철저하게 검토하고 수정 및 보완하려는 자세로 임한다.
- 조사 프로세스에 소요되는 자원 외에, 외부 업체의 인력/장비 등의 추가 자원이 필요한지 점검하여 계획을 수립한다.

### 수행 순서

#### ① 설문지의 구성 요소를 파악한다.

설문지나 인터뷰 기법은 작성된 조사 도구를 활용하여 다수의 사용자에게 같은 질문을 함으로써 결과의 비교 가능성을 높이는 방법이다. 따라서 조사 시간 단축과 측정 도구 변화에 따른 오류를 최소화할 수 있으며, 핵심적인 정보만을 선별할 수 있는 조사 도구로 활용할 수 있다.

## 1. 조사 도구의 구성 요소를 파악한다.

- 응답자에 대한 협조 요청
- 식별 자료: 응답자 프로필, 조사자 이름, 조사 일시
- 지시 사항: 응답에 관련된 일반적인 사항을 공지하고, 별도로 안내가 필요한 경우에는 문항별 답변 요령을 명시해야 함
- 핵심 정보 획득을 위한 문항
- 응답자 분류를 위한 자료: 응답자에 대한 인구통계학적 자료를 얻기 위한 문항을 말하는 것으로, 이 문항은 주로 설문지의 마지막 부분에 배치함

## 2. 설문지의 작성 과정을 숙지한다.

### (1) 필요한 정보의 범위를 결정한다.

### (2) 자료 수집 방법을 결정한다.

특정 장소에 일정한 규모의 응답자를 모이게 하여 설문지를 이용할 경우에는 조사가 끝난 후, 일괄적으로 수거가 가능하다. 설문조사에서 유의해야 할 사항은 소요되는 시간으로 일반적으로 30분 이상의 설문은 응답자에게 심리적 부담감과 집중력 저하 등을 초래하므로 설문 내용을 가능한 간결하게 줄이고 누구나 쉽게 이해할 수 있도록 구어체를 이용해 작성해야 한다. 또한, 인터뷰 내용을 작성할 때에는 면접 시간을 1시간 이내로 하여 내용을 작성하는 것이 바람직하며, 일대일 심층 인터뷰나 그룹 인터뷰 형태에 따라서 소요되는 시간이 달라질 수 있으므로 이 점을 고려해야 한다.

### (3) 개별 항목의 내용을 결정한다.

조사 내용을 작성하고 나면 다음의 체크 사항들을 기준으로 개별 항목의 내용들을 점검하여 체계적으로 구성하였는지 살펴보아야 한다.

- 꼭 필요한 내용인가?
- 응답자가 필요한 정보를 알고 있는가?
- 응답자가 그 정보를 제공해 줄 수 있는가?
- 한 문항으로 충분한가?

### (4) 질문의 형태를 결정한다.

설문지의 경우에는 질문 형태에 따라서 예, 아니오, 식의 양자 택일형이나 척도를 이용한 질문 형식을 흔히 이용한다. 혹은, 여러 항목 중에서 가장 적당한 답을 고르는 다지 선다형의 형식을 취하기도 하는데 이 경우에는 응답의 순서를 적절하게 조절해야 한다.

(5) 개별 항목을 완성한다.

질문 항목은 가능한 한 쉽고 의미가 명확하게 구분되는 단어를 이용하여 작성한다.

(6) 질문의 순서를 결정한다.

첫 번째 질문은 가능한 한 쉽게 응답할 수 있고 연구의 주제로 응답자를 끌어들이 수 있는 문항으로 구성해야 한다. 질문 항목 간의 관계를 고려하여 전체적인 흐름이 자연스럽게 이어질 수 있도록 전반부에서는 일반적인 문항으로 시작하여 구체적인 문항으로 배치하도록 한다.

(7) 질문의 포맷을 결정한다.

설문지의 크기, 페이지 수, 인쇄 품질 등을 결정한다.

(8) 조사 도구 사전 조사를 실시한다.

사전 조사(pilot test)를 실시하여 작성된 조사 도구의 문제점을 찾아내어 수정 및 보완 작업을 수행한다.

(9) 설문지를 완성한다.

질문 항목은 가능한 한 쉽고 의미가 명확하게 구분되는 단어를 이용하여 작성한다.

② 조사 도구 작성 결과물을 검토한다.

조사 도구에 사용되는 언어는 응답자의 언어를 이용해야 하며, 지나치게 자세한 응답을 요구하거나, 응답자가 대답하기 곤란한 질문은 없는지 점검해야 한다. 또한, 한 번에 한 가지씩만 질문해야 하고, 대답을 유도하는 질문을 하여서는 안 되며, 전체적으로 질문은 간단하고 명료하게 사용해야 한다. 조사 도구는 조사 내용의 충실도와 적절성에 따라서 결과에 큰 영향을 끼치기 때문에 도구를 검토하는 과정에서 완성하기까지 최소한 1~2주 정도의 시간이 소요된다는 점을 충분히 고려해야 한다.

수행 tip

- 설문조사를 위한 조사 도구를 작성한 후 파일럿 테스트를 거쳐 완성이 되면, 실제로 한정된 대상에게 설문지를 배포하고 결과를 분석해본다.
- 인터뷰를 위한 조사 도구는 일대일 면접조사나 표적 집단 면접조사 기법을 이용하여 보다 심층적인 정보를 수집하고 결과를 분석해본다.

## 수행 내용 2 / 필드리서치 내용 설계하기

---

### 재료 · 자료

- 타깃 그룹 조사 계획서
- 타깃 그룹 조사 데이터 목록

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터
- 필기도구, 포스트 잇
- 문서작성 소프트웨어

### 안전 · 유의 사항

- 필드리서치 수행 중 어떤 것을 조사할지, 어떻게 조사할지 등의 수행할 작업을 담은 가이드를 작성하여 준비한다.
- 사용자로부터 얻고자 하는 정보를 효과적으로 도출할 수 있는 조사 방법에 대해 숙지하여 가이드에 기록한다.

### 수행 순서

#### ① 필드리서치 수행 가이드라인을 작성한다.

필드리서치의 목적은 사용자가 제품 및 서비스를 이용하는 현장으로 찾아가 직접 사용자의 태도를 알아보거나 작업(task)들을 어떻게 수행하는지 관찰하여 기록, 분석함으로써 사용자들이 드러내지 않는 니즈를 발견하기 위한 것이다. 따라서 구체적인 사용자 조사 설계 과정을 통해 구체적인 조사 계획과 조사 시 주의해야 할 사항들에 대해 명시한 조사 지침(research guideline) 문서가 마련되어야 한다.

##### 1. 필드리서치 대상을 선정한다.

타깃 그룹 정의를 바탕으로 하여, 조사에 적합한 참여자의 조건과 인원을 설정한다.

##### 2. 리크루팅 가이드라인을 작성한다.

타깃 그룹 정의서를 바탕으로 하여 조사 참여자 모집 조건, 모집 기간과 장소 등의 일정 계획을 기록한 조사 리크루팅(recruiting) 가이드라인을 작성한다. 필드리서치의 목적에 따라서 다음과 같이 참여자의 조건을 제한하거나 세분할 수 있다.

- 제품 및 서비스 이용 경험 및 이용 빈도(light user 및 heavy user)

- 제품 및 서비스 특성에 따른 인구통계학적 변수(성별, 연령대, 직업 등)

### 3. 필드리서치 수행 내용을 작성한다.

사용자의 행동을 분석하기 위해서는 특정한 제품이나 서비스를 이용하는 과정을 관찰하는 방법을 이용하는데, 이 때 참여자에게 수행해야 할 과업(task)을 제시해야 한다.

#### (1) 과업(task) 및 과업 분석(task analysis)의 정의

과업은 제품 및 서비스를 통해 사용자가 특정한 목적을 달성하기 위해서 수행하는 활동을 말하는 것이며, 과업 분석(task analysis)은 사용자의 행동 절차와 사고방식을 이해하기 위해 수행된다. 즉, 사용자가 목적을 달성하기까지 행동은 어떠한 순서로 진행되며 어떤 단계가 중요한지를 살펴보기 위한 목적을 갖는다.

#### (2) 과업(task) 선정 시 유의사항

과업 분석은 측정 항목을 미리 정해 놓지 않고 자연스럽게 관찰하는 방법을 사용하기도 하며, 사용자가 과업을 수행하는 과정에서 어떤 불편을 경험하는지, 사용성 문제가 발생하는 영역을 찾기 위한 목적으로 사용된다. 분명한 조사 목적과 대상을 가지고 필드리서치를 수행하는 경우에는 주로 과업(task)을 측정하는 항목들을 선정하는데, 이 때 다음의 사항들을 유의해야 한다.

- 제품 및 서비스에서 핵심적인 영역 선정
- 사용성 문제 발생 가능성이 높은 기능 영역
- 측정 항목의 수
- 과업의 순서
- 측정 방법(수행 시간, 에러 측정 등)
- 기록 방법(녹음, 비디오 촬영 등)

### 4. 필드리서치 가이드라인을 작성하여 리뷰한다.

필드리서치 내용을 정리하여 필드리서치 가이드라인을 작성하고 발표하는 시간을 갖는다. 다른 토론자의 다양한 의견이나 새로운 아이디어 등을 통해 반영할 수 있는 내용들은 수렴하여 가이드라인에 적용해본다.

#### 수행 tip

- 필드리서치 가이드라인은 실제 현장에서 파일럿 테스트를 수행하여 봄으로써 문제점을 찾아본다.

## 1-4. 사용자 조사 수행

### 학습 목표

• 조사 결과 도출의 과정 · 소요 시간을 고려하여 사용자 조사를 수행할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 관찰 중심의 사용자 조사 방법

UI/UX 관련 조사 목표에 최적화된 결과를 얻기 위해서는 다양한 조사 기법별 특성을 이해하여야 한다. 프로젝트에 한정된 조사 예산 및 조사 일정을 고려하여야 하며 특히, 사용자를 둘러싼 환경의 다변화, 연구 방법론의 발달 등으로 인하여 어느 한 가지 조사 기법을 사용하기보다는 다양한 방법들을 서로 융합하여 사용하기도 한다.

##### 1. 관찰 조사 방법(observation method)

관찰 조사는 조사 대상자와 상호작용 하지 않고 대상자의 행동패턴을 관찰하고 기록하여 정보를 얻는 조사 기법이다. 관찰 조사법의 종류는 크게 두 가지로 조사자가 직접 조사대상의 행동을 관찰하는 인적 관찰법이 있으며, 사진 촬영이나 비디오 관찰법(video ethnography), 섀도우 트래킹(shadow tracking), 사용자 추적법(shadow tracking)과 같이 기록하는 도구를 이용하는 기계적 관찰법이 있다.

##### (1) 관찰 조사(observation)의 특징

- 관찰 대상이 되는 사용자에 대해 연구자가 개입하지 않는다.
- 특정 상황의 기록이나 혹은 과거의 사건에 대한 기록을 통하여 정보를 얻는다.

##### (2) 행동 관찰에 대한 정의

환경심리학자인 존 지셀(Zohn Zeisel, 1981)은 행동관찰에 대해 “사람들이 그들 주변의 환경들을 다루는 것을 체계적으로 관찰하는(context) 것을 의미한다.” 고 하면서 다음의 내용으로 정의하였다.

- 개인, 한 쌍, 소그룹, 대그룹, 그들은 무엇을 하는가
- 공간상 행동이 또 다른 행동과 상호 어떤 관련이 있는가
- 그리고 그러한 공간적 관련이 관련자에게 어떤 영향을 미치는가
- 동시에 환경적 행동의 관찰자는 물리적 환경의 그 안에서 일어나는 행동을 어떻게 지지 혹은 방해하는가
- 특히 세팅(setting)이 구성원간 혹은 그룹 간 관계에 미치는 부수효과(side effects)는 무엇인가

앞선 관찰 조사법의 특징과 기록할 수 있는 현상들에서 살펴보았듯이 관찰 조사법은 사용자 환경에서의 특정 상황에서 사용자의 행동에 대한 선택과 그에 영향을 주는 요인들을 수집하여 사용자를 분석하는 방법이다. 사용자의 행동을 더욱 직접적으로 관찰할 수 있는 사용자 조사 방법들의 예는 다음과 같다.

#### (가) 작업 관찰(task observation)

사용자가 목표(goal)를 달성하기까지 어떤 작업(task)과 행위(action)를 통하여 수행하는지 관찰하는 기법으로 정성·정량적 조사가 혼합된 방법이다. 사용자의 작업 수행을 중심으로 어떠한 특정한 방법이나 절차, 요인 등을 가지고 작업을 수행하는지, 어떠한 부분에서 어려움을 겪는지를 관찰하고 기록하여 분석 결과를 통해 문제를 개선하기 위해 사용된다.

#### (나) 쉐도우 트래킹(shadow tracking)

사용자의 일상을 그림자처럼 따라다니면서 현장에서 사용자의 사용법(usage)과 이용 행태를 관찰, 기록하여 통찰을 얻는 정성적 조사방법이다. 사용자의 정황(context) 및 사용 패턴, 사용 장소, 이동 경로 등에 따른 행동 특성을 파악하기 위해 관찰하는 방식이다. 제품/서비스에 대한 사용자의 요구 파악과 라이프스타일, 사용의 행태를 이해할 수 있을 뿐 아니라, 새로운 제품/서비스 개발의 아이디어를 도출하는데 사용된다.

## 2. 면접 조사 방법

면접 조사법은 사용자와 직접, 또는 간접 대화(interview)를 통해 사용자의 내면을 파악하는 조사법이다. 조사 이슈에 대해 사용자의 일상생활 등 정황(context) 이해와 함께 사용자의 숨겨진 내면의 욕구·태도·감정 등 양적 연구(quantitative research)를 통해서 발견할 수 없는 정보를 획득할 수 있으며 일반적으로 관찰과 병행하여 수행하는 질적 연구(qualitative research) 방법이다.

### (1) 면접 조사의 특징

한정된 정보만을 다루는 설문조사에 비해, 면접 조사법은 더욱 다양하고 깊이 있는 정보를 얻을 수 있다는 장점이 있다. 면접 조사법의 특징을 요약하면 다음과 같다.

- 언어적 소통이 가능한 모든 사용자들 대상으로 할 수 있다.
- 조사자와 응답자 간 긴밀한 소통이 가능하다.
- 추가 정보를 얻을 수 있다.
- 조사 환경을 통제할 수 있다.
- 설문조사에 비해 복잡한 질문을 할 수 있고 정확한 응답을 얻어낼 수 있다.
- 사용자 행동과 태도의 원인을 파악할 수 있다.

### (2) 면접 조사의 종류

조사자가 표본으로 선정된 응답자를 상대로 직접 대면하여 조사하는 방법으로 조사원

의 면접 기술이 중요한 관건이 된다. 면접 조사의 종류에는 객관식 형태의 표준화 방식과 주관식 형태의 비표준화 방식, 그리고 표준화와 비표준화의 중간 형태로서 융통성 있게 면접 내용을 조정하는 반 표준화 방식이 있다.

대표적인 면접 조사 기법에는 면접하는 사람의 수에 따라 심층 인터뷰, 표적 집단 면접법이 있으며, 에스노그래피 기법의 하나로 정황 인터뷰가 있다.

#### (가) 심층 인터뷰(in depth interview)

1명의 사용자와 일대일 인터뷰를 통해 사용자의 내면을 면밀하게 파악하는 조사법이다. 조사 이슈에 대해 사용자의 일상생활 등 정황(context) 이해와 함께 사용자의 숨겨진 내면의 욕구·태도·감정 등에 대한 정보를 획득할 수 있다.

#### (나) 표적 집단 면접법(focus group interview)

표적 시장으로 예상되는 소비자를 일정한 선발 기준에 따라 6~12명 정도 모집하여 한 장소에 모이게 한 후 진행자(moderator)의 주도 하에, 특정 목적과 주제에 따라 이야기하여 사용자의 정보를 수집하는 방법이다. 표적 집단 면접법은 제품/서비스 개발과 디자인 초기 단계에서 사용자로부터 다양한 품평, 개선사항이나 새로운 아이디어를 도출하기 위한 목적으로 사용되며 정량적 조사에 앞서 탐색 조사로도 이용된다.

#### (다) 정황 인터뷰(contextual interview)

일상적이고 자연스러운 제품/서비스 환경에서의 특정 상황이나 정황에서 이루어지며, 인터뷰를 진행하면서 조사자는 사용자의 특정 행동을 관찰하고 조사할 수 있는 방법이다. 인터뷰 시나리오를 반드시 필요로 하지는 않지만, 조사의 효율성을 높이기 위해 시나리오를 활용할 수도 있다.

### (3) 면접 조사 수행 시 유의사항

면접 조사는 사용자 정황(context) 파악이 가능하고, 작은 표본 및 대상자에게도 적용이 가능하며 사용자의 실제 행동을 관찰하는 관찰조사와 함께 활용할 수 있다. 성공적인 면접 조사를 위해 유의해야 할 사항들은 다음과 같다.

- 편안한 분위기에서 대화를 나누듯이 진행할 것
- 사용자의 이야기에 공감하고 경청할 것
- 기본적인 질문을 하고 유도 질문을 삼가할 것
- 드러나지 않는 부분에 대해서는 구체적인 이야기를 요청할 것
- 인터뷰 도중 문제를 해결하려 하지 말고 해결책에 대해 묻지 말 것
- 비언어적 신호에 주의를 기울일 것



## 수행 내용 1 / 심층 인터뷰 수행하기

---

### 재료 · 자료

- 사용자 조사 계획서
- 조사 대상 스마트문화콘텐츠앱
- 인터뷰 질문지
- 인터뷰 팀 구성원(인터뷰 관찰자, 진행자, 대상자)
- 조사 결과 분석 방법 및 예상 결과를 정리한 문서

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터, 문서 작성 소프트웨어
- 기록지, 필기도구
- 녹음 장비
- 비디오 등 녹화 촬영 장비

### 안전 · 유의 사항

- 인터뷰 진행자는 인터뷰 대상자가 질문에 대해 진솔하게 답변할 수 있도록 자연스럽게 편안한 분위기를 조성하여야 한다.
- 인터뷰 수행 전 기록지나 녹음, 사진/비디오 녹화 촬영 장비 등을 꼼꼼히 점검하고, 수행 후에는 인터뷰 결과물에 대하여 분석과 평가를 수행하여 본다.

### 수행 순서

- ① 인터뷰 수행 전에 인터뷰 질문지, 인터뷰 대상자 목록, 장비 등 준비물을 점검한다.

인터뷰 조사 팀은 조사를 수행하기 전에 인터뷰 수행에 문제가 일어나지 않도록 준비물들을 꼼꼼히 점검하여야 한다. 인터뷰 대상자들이 편안하고 안정된 분위기에서 응답할 수 있도록 정리 정돈하고, 인터뷰 도중에 발생할 수 있는 여러 가지 변수들에 대해 사전에 논의하여 문제가 발생했을 경우 대응할 수 있도록 준비하여야 한다.

1. 식별 자료(인터뷰 대상자 프로파일)를 검토한다.

특정한 장소에서 인터뷰를 실행할 경우에는 파일럿 테스트를 통해 예상되는 조사 수행 시

간을 고려하여 인터뷰 대상자를 섭외하여야 한다. 조사 대상자의 피로도를 고려하여 조사 수행 시간은 1시간 30분 내외로 정하는 것이 바람직하며, 조사 대상자가 확정된 경우에는 조사 전 인터뷰 대상자 프로파일을 확인하여야 한다.

<표 1-3> 인터뷰 대상자 목록

인터뷰 대상자	나이	성별	직종	거주지	문화콘텐츠앱 이용 빈도
P1	25세	여자	출판	서울시 서초	월 2회 이상
P2	28	남자	건축	경기도 광명	월 12회 이상
P3	32	남자	자영업	인천치 남구	월 4회 이상
P4	23	여자	사무	서울시 마포	월 8회 이상
P5	35	여자	공무원	경기도 분당	월 16회 이상

## 2. 심층 인터뷰를 수행한다.

다음의 심층 인터뷰 문항 예시 자료는 사용자가 문화콘텐츠앱을 이용하는 목적과 이유, 사용 빈도, 니즈를 알아보기 위해 구성되었으며 사용자가 문화콘텐츠앱을 이용하기 전에서부터 선택 하까지의 경험에서 무엇이 어떠한 영향을 끼쳤는지, 사용자의 태도와 감정을 파악하기 위해 선정한 사례이다.

<표 1-4> 심층 인터뷰 질문지

문항	질문
1	평소 문화콘텐츠앱을 얼마나 사용하시나요? (월 이용 횟수)
2	문화콘텐츠앱을 이용하시는 이유는 무엇인가요? - 문화콘텐츠앱을 자주 이용하시는 이유는 무엇인가요? - 문화콘텐츠앱을 자주 이용하지 않는 이유는 무엇인가요?
3	사용하시는 문화 콘텐츠앱에서 개선되었으면 하는 점이 있다면 무엇이 있나요? - 있다면 그 이유는 무엇인가요?
4	해당 문화콘텐츠앱을 선택하게 된 이유는 무엇인가요?
5	현재 이용 중이신 문화콘텐츠앱을 앞으로도 이용하실 의향이 있으신가요? - 없다면 그 이유는 무엇인가요?

## 3. 인터뷰 내용 기록 및 녹음, 촬영기기를 활용해 원고(script)를 작성한다.

녹음, 녹화 및 기록자는 인터뷰 내용을 있는 그대로 빠짐없이 기록해야 하며, 각 응답별 응답자를 구분해서 기록하여야 한다.

## 4. 조사 결과 정리 및 분석을 수행한다.

응답 내용을 기록한 녹취록 및 녹화 파일을 정리하고, 질문에 대한 사용자의 견해 일치도

가 어떤 수준으로 형성되어 있는지와 주요 키워드 도출 및 응답자 니즈를 분석하여 본다. 이와 더불어 진행 가이드별 특이사항을 정리하여 심층 인터뷰 조사 결과 보고 내용의 구체화 및 도식화 작업을 진행한다.

<표 1-5> 인터뷰 응답자의 견해 일치도 및 조사 내용의 중요도 분석

응답자의 견해 일치도	조사 내용의 중요도 (관련 내용 빈도 기준)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사용 목적</li> <li>· 사용 빈도</li> <li>· 사용 이유/사용하지 않는 이유</li> <li>· 개선해야 할 점/ 이유</li> <li>· 문화콘텐츠앱에 대한 사용자 태도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 전혀 중요치 않음</li> <li>② 중요하지 않은 편임</li> <li>③ 보통 수준</li> <li>④ 중요한 편임</li> <li>⑤ 매우 중요함</li> </ul>

##### 5. 최종 조사 보고서를 작성한다.

선행 작업을 통해서 심층 인터뷰 조사 결과 보고서를 작성한다. 보고서 내용은 전체 결과에 대한 요약과 조사 항목별 결과 분석 내용, 조사 내용과 중요성의 일치도 분석을 정리한 내용으로 구성해본다.

##### ② 심층 인터뷰 결과를 리뷰한다.

심층 인터뷰 수행 과정에서 나타난 제약이나 돌발 상황, 도출된 문제, 소감에 대해 발표하여 팀원 및 다양한 이해 관계자들과 공유 및 토론을 진행한다.

##### 수행 tip

- 인터뷰 진행 과정에서 발견한 대상자들 간의 차이점이나 특이점 등을 중심으로 토론을 진행한다.
- 인터뷰 진행 팀은 조사에서 도출된 문제들을 공유할 수 있도록 내용을 정리하여 전달하고, 심층 인터뷰 결과와 느낀 점, 시사점에 대하여 토론해본다.

## 수행 내용 2 / 작업 관찰 조사 수행하기

### 재료 · 자료

- 사용자 관찰 조사 계획서
- 조사 대상 스마트문화콘텐츠앱

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 인터넷, 프린터
- 문서 작성 소프트웨어
- 기록지, 필기도구
- 비디오 등 녹화 촬영 장비

### 안전 · 유의 사항

- 관찰 조사의 한 방법인 작업 관찰 조사는 사용자의 동의를 얻어 사용자의 행동을 모니터링 해야 하는 과정이기 때문에 사전에 조사의 목적과 개인정보 보호 등에 대한 내용을 알려야 한다.
- 작업 관찰 조사를 성공적으로 수행하기 위해서는 조사 대상자가 심리적 부담을 느끼지 않도록 촬영 장비를 일정 거리를 유지해 배치하여야 하고, 모니터링에 문제가 생기지 않도록 거리를 유지해야 한다.

### 수행 순서

#### ① 태스크(task)를 설계한다.

조사 대상자가 문화콘텐츠앱을 실행하고부터 완료하기까지 중요한 부분이 되는 작업 구간을 나누어 태스크를 설계한다. 사용자 별로 어떤 부분에서 리스크가 발생하는지, 어떤 부분에서 혼란스러워하는지 등의 문제점들을 살펴봄으로써 조사 대상자의 앱 사용 경험에 대해 알아볼 수 있다.

사용자 입장에서 태스크 순서가 어긋나지 않는지 검토하여 관찰 조사 준비를 완료하여야 하며, 촬영 장비 등을 점검하여 조사에 문제가 발생하지 않도록 한다.

#### 1. 태스크 수행 목록을 작성한다.

다음의 예시와 같이 태스크를 선정하여 사용자가 태스크를 수행하는 절차와 관찰 과정을 녹음 및 녹화 장비를 이용하여 기록한다.

<표 1-6> 태스크 선정 목록

Task	수행 내용
1	문화콘텐츠앱 실행하기
2	로그인하기 (아이디, 비밀번호 제공)
3	문화콘텐츠 선택하기 (검색 가능 여부)
4	문화콘텐츠 분류에서 특정 주제 선택하여 보기
5	신규 및 베스트 문화콘텐츠 리스트 확인하기
6	관심 있는 문화콘텐츠 책갈피 목록에 넣기/확인하기
7	메인 화면으로 돌아가기

## 2. 사용자의 태스크 수행을 관찰한다.

태스크 수행과정에서 사용자의 행동과 태도에 대해 구체적으로 조사하기 위해 “사용자가 생각을 소리 내어 말하기(think aloud)” 기법을 적용하면 효과적이다. 또 같은 효과를 얻기 위하여 태스크 관찰 조사가 끝난 후 2차 심층 인터뷰를 수행하기도 한다.

## 3. 태스크 결과를 분석한다.

앞선 태스크 사례의 목적은 문화콘텐츠앱의 키워드 검색, 카테고리 검색 등 전반적인 콘텐츠 검색 서비스를 분석하기 위해 선정하였다. 그리고 사용자가 어떤 이용 절차에서 어려움을 겪는지 사용성의 문제를 발견하고자 하였다. 추가적으로 관찰 조사 목적에 따라 태스크 성공 여부나 수행 시간을 측정할 수도 있다. 태스크 수행 단계에서 발견된 개선해야 할 기능이나 오류 등 사용자 경험에 부정적인 영향을 미치는 요소들을 추출하고 요소 간의 관계를 파악하여 결과를 분석한다.

## ② 작업 관찰 조사 결과를 리뷰한다.

태스크 관찰 조사에서 나타난 대상자들 간의 차이점이나 특이사항, 조사에서 발생한 문제점 등에 대해 발표하여 팀원 및 다양한 이해 관계자들과 토론한다.

### 수행 tip

- 심층 인터뷰 진행과 관찰 조사로부터 얻은 사용자의 언어적 표현과 행동 및 태도의 차이를 논의하여 본다.

## 교수 방법

- 사용자 조사는 각각의 기법마다 특징이 있고 장점과 단점이 있다는 것을 학습자가 이해할 수 있도록 설명한다. 사용자 조사는 자칫 형식적으로 흐를 수 있기 때문에 조사 방법별로 무엇을 얻을 수 있는지 명확하게 지도한다.
- 사용자 조사 기법에 있어서 정량적 조사와 정성적 조사 기법의 차이를 명확히 구분하여 조사의 목적에 따라 조사 기법을 선택하는 방법을 지도한다.
- 마케팅 조사와 UI/UX 관련 조사 기법의 차이점을 학습자가 구분할 수 있도록 각각의 조사 목적 선정과 실습을 조별로 진행한다.
- 사용자 조사를 위해 사용자에게 대한 기본적인 이해와 함께 프로젝트 타깃이 되는 대상을 세심하게 이해하고 선별할 수 있는 실습을 진행한다.
- 타깃 그룹의 선정방법에 대한 실습 이후, UI/UX 프로젝트와 관련된 조사의 대상과 목적, 얻고자 하는 정보를 명확히 정의하여 구체적인 조사 방법과 내용을 설계하는 조사 프로세스를 수행할 수 있도록 지도한다.
- 수행 내용에 제시된 기법 외의 다른 조사 기법에 대해 학습이 필요하다고 판단되는 경우 이에 대한 추가적 학습을 진행한다.
- 사용자 조사 프로세스를 이해하는 것 외에, 조사에 필요한 인력과 장비, 예산, 시간 등의 자원에 대한 고려가 있어야함을 학습자가 인지할 수 있도록 설명한다.
- 사용자 조사 결과 분석 방법 및 결과 보고서 작성법을 지도하여 실제 업무에서 학습자가 조사를 수행하는데 문제가 발생하지 않도록 지도한다.
- 조별로 사용자 조사 실습이 완료된 이후에는 전체 인원이 참여한 가운데 발표하는 시간을 가지고 결과를 리뷰하고 토론하는 시간을 갖도록 한다.
- 토론을 통해 계획했던 대로 사용자 조사가 잘 이루어졌는지, 그렇지 않다면 어떠한 요인으로 조사에 어려움이 발생했는지 학습자가 분석할 수 있도록 지도한다. 이러한 시간을 통해 학습자 스스로가 질문지를 수정해보거나 진행 과정에서의 부족했던 부분들을 보완해 나갈 수 있도록 지도한다.

- 관찰 조사 기법은 조사 계획 수립에서부터 완료까지 상당한 고민과 시간, 그리고 실습이 필요한 부분이므로 조별로 수업에서 진행해보는 시간을 갖도록 지도한다.
- 태스크 관찰 조사 시, 태스크 측정이 필요한 조사에 대해 학습자가 경험을 통해 이해할 수 있도록 지도하고 조사 목적에 따라 달라지는 태스크 측정 항목 선정과 분석 방법에 따른 조사 기법을 지도한다.
- 관찰 조사 수행 시, 조사 대상자에게 녹음이나 사진 촬영에 대한 동의를 사전에 구해야한다는 점을 명확히 설명한다.
- 조사 과정에서 만들어진 결과물들을 수집하여 정리, 문서화하는 방법을 지도하고, 자료의 시각화 방법을 교수하여 학습 자료로 활용할 수 있도록 지도한다.

## 학습 방법

- 사용자 조사는 조사 방법의 이해를 바탕으로 하여, 앱 UI/UX 관련 조사에서 수행하여야 하는 내용들을 정확히 이해한다.
- 시장 분석 조사의 목적과 사용자 조사의 목적을 명확히 인지하고, 제품 및 서비스를 제공하는 기업의 측면과 사용자의 측면의 입장을 구분한다.
- 실제 사용자 조사에서 조사자가 가져야 하는 태도와 사용해야 하는 언어가 조사 결과에 크게 영향을 끼칠 수 있음을 고려하여, 조사 실습 시 이를 숙지하여 수행한다.
- 사용자 조사 설계는 수업 중, 조별로 질문을 만들고 토론하여 질문지를 수정해보는 형식으로 수업을 진행하고 실제 실습을 통하여 문제점을 보완해 이해한다.
- 조사의 목적을 파악하여 타깃 사용자를 선별해나가는 학습을 통하여, 학습자는 제품 및 서비스와 사용자 간의 니즈와 충족의 중요성에 대해 학습하여 통찰력을 배양한다.
- 학습 1의 수행 경험을 토대로 학습 2를 수행하여 사용자 조사 기법의 다양한 활용 방법을 체득하고 더욱 세밀한 조사 방법을 응용한다.
- 사용자 조사 결과에 대한 예측과 수행의 결과를 비교하면서, 발생한 차이의 요인에 대해 검토한다.
- 관찰 조사는 사용자의 세밀한 부분까지 관찰하는 방법이기 때문에 조사 과정에서 고려해야 할 사항들이 많이 있다. 조사 대상자가 편안한 상태에서 진지하게 조사에 임할 수 있도록 배려해야 하는 여러 가지 사항들에 대해 미리 파악할 수 있도록 준비한다.

## 학습1      평    가

### 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

학습 내용	학습 목표	성취수준		
		상	중	하
사용자 조사 방법 수행	- 다양한 사용자 조사 방법의 이해를 통하여 개발할 앱 UI/UX 조사를 수행할 수 있다.			
타겟 사용자 선정	- 조사의 목적과 구체적인 대상을 파악하여 타겟 그룹을 설정할 수 있다.			
사용자 조사 내용 설계	- 사용자 경험을 조사하기 위한 구체적인 조사 내용을 작성할 수 있다.			
사용자 조사 수행	- 조사 결과 도출의 과정·소요 시간을 고려하여 사용자 조사를 수행할 수 있다.			

### 평가 방법

- 일지/저널

학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
사용자 조사 방법 수행	- 시장 조사와 UI/UX 관련 조사 기법 차이 이해를 통한 조사 방법 분류 작업			
	- 조사의 목적과 조사 기법의 특성에 맞는 사용자 조사 방법 선정			
	- 여러 가지 조사 기법을 복합적으로 수행하는 계획 수립			
타겟 사용자 선정	- 인구통계학적 세분화 자료 도출			
	- 조사 목적에 부합하는 사용자 유형 도출			
	- 조사 목적과 조사 대상 파악을 통한 타겟 그룹 식별			
사용자 조사 내용 설계	- 조사 목적에 부합하는 조사 계획 수립			
	- 조사 프로세스를 고려한 조사 내용 설계			
	- 설문조사 및 필드리서치의 내용			
사용자 조사 수행	- 관찰 중심의 사용자 조사에 대한 이해가 반영된 조사			
	- 면접 중심의 사용자 조사계획에 따른 조사			



학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
	- 조사 기법의 특성 이해를 반영한 병행 조사			

• 문제해결 시나리오

학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
사용자 조사 방법 수행	- 시장 조사와 UI/UX 관련 조사의 목적과 차이점 도출 작업			
	- 조사의 목적에 부합하는 사용자 조사 방법 선정			
	- 다양한 조사기법의 특성을 반영한 조사 계획			
타깃 사용자 선정	- 인구통계학적 세분화 자료를 정리한 문서			
	- 사용자 유형 선별과정을 정리한 자			
	- 타깃 그룹 선정과정 보고서			
사용자 조사 내용 설계	- 조사 목적에 맞는 조사 방법 선정과 이유의 문서화			
	- 구체적인 조사 내용을 설계한 조사계획서			
	- 구체적인 설문조사 및 필드리서치 내용 설계서			
사용자 조사 수행	- 관찰 조사 수행 결과의 적절성			
	- 면접 조사 수행결과에 대한 적절성			
	- 조사 기법 응용 결과에 대한 적절성			

## 피드백

1. 일지/저널

- 수행 결과로 작성된 문서를 검토하여 수정해야 할 부분과 이유를 서술하여 돌려준다.

2. 문제해결 시나리오

- 수행 결과로 작성된 문서를 검사하여 추가되어야 할 사항과 제거해야 할 사항들을 표시하여 돌려준다.

학습 1	사용자 조사하기(LM0803020910_16v2.1)
<b>학습 2</b>	<b>사용자 분석하기</b> (LM0803020910_16v2.2)
학습 3	UX 전략 도출하기(LM0803020910_16v2.3)

## 2-1. 사용자 조사 결과 분석

### 학습 목표

- 앱 디자인에 대한 사용자의 불편사항과 니즈 조사 결과를 분석하여 이를 충족시킬 수 있는 전략과 디자인 개발의 방향을 예측할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 사용자 조사 결과 분석

사용자 조사는 설문조사나 인터뷰, 관찰 조사 중에서 한 가지를 수행하거나, 또는 두 가지 이상 혼용해 사용하기도 한다. 인터뷰 조사 분석의 내용에는 일반적으로 사용자에 대한 정의, 사용자의 니즈 및 동기, 사용자의 이용 행태 등으로 분류할 수 있다. 또한, 태스크 수행을 통한 관찰 조사를 시행한 경우에는 관찰을 통해 파악된 태스크 단계별 문제점들을 분석하여 정리할 수 있다. 그리고 인터뷰와 관찰조사를 병행하여 실시하기도 하며, 사용자 조사 결과 분석에 포함되는 내용은 일반적으로 다음과 같다.

##### 1. 사용자에 대한 정의

사용자들의 구체적인 유형과 특성을 정의한다. 사용자의 기술적 숙련도나 콘텍스트, 조사 대상 앱에 대한 태도, 선호도 등에 따라 분류하여 분석할 수 있다.

##### 2. 사용자의 니즈 및 이용 동기

사용자가 해당 앱에 대해 갖는 니즈, 이용 동기, 이용 동기별 니즈 등으로 나눠 분석할 수 있다. 질문에 대한 응답자의 태도·감정 등에 대한 정보를 각각 기록한 후, 내용을 정리하면 몇 가지의 공통적인 내용을 도출할 수 있다.

##### 3. 사용자의 이용 행태

사용자의 이용 행태란 사용자가 해당 앱을 이용하면서 보이는 몇 가지 특징적인 패턴을 말한다. 이것은 사용자가 실제 앱의 이용 환경에서 보이는 반복적인 습관이라고도 말한다.

##### 4. 태스크 단계별 문제점

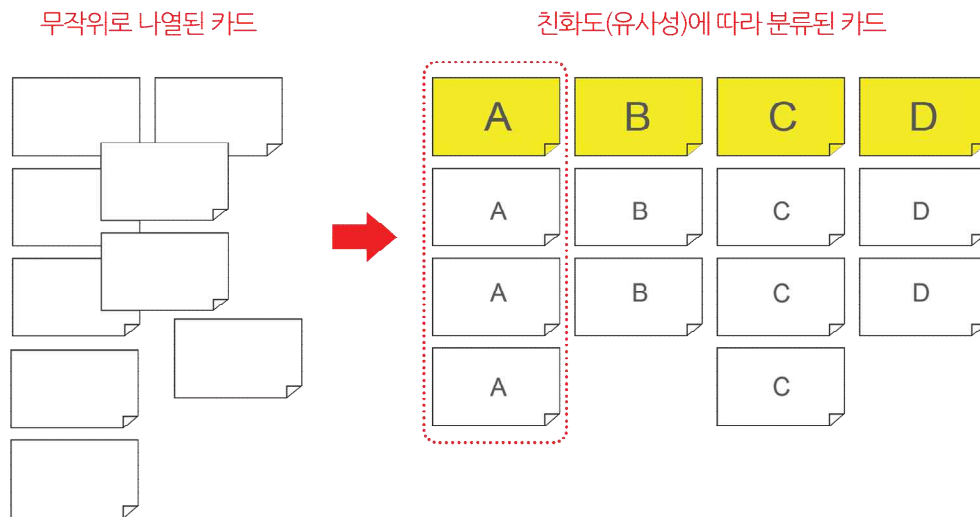
사용자가 해당 앱의 이용 단계별 태스크를 수행하는 동안 나타나는 문제점들을 단계별로

분석한다. 결과 분석을 통해 어떠한 태스크 단계에서 문제점이 가장 많이 나타났는지, 비교적 적게 문제점이 발생한 단계는 어떤 단계인지 등의 사용자들로부터 문제의 영역들을 파악할 수 있다.

## ② 친화도법을 이용한 결과 분석

### 1. 친화도법(affinity diagram)

친화도법은 심층인터뷰나 포커스 그룹 인터뷰와 같이 정성적 조사 수행 결과로 얻은 질적인 데이터를 분석(qualitative data analysis)하는 기법이다. 설문조사와 같은 정량적 조사가 비교적 간단히 통계 분석을 이용해 데이터를 처리하는 것과 다르게 정성적 조사 결과를 통해 얻는 데이터들은 통계 처리가 불가하다. 정성적 조사 결과를 통해 나온 많은 양의 인터뷰 내용 기록, 음성 기록, 사진, 촬영 기록물 등의 데이터는 이로부터 도출된 추가적 발견사항이나 시사점 등이 더해지게 되는데, 이러한 방대한 자료를 분석하기 위해서는 상당한 인력과 시간이 소요될 수밖에 없다. 친화도법은 이러한 광범위한 데이터를 모으고 카드화하여 도해화하는 과정을 거치는데 카드 간의 친화성을 근거로 방향성을 밝힐 수 있게 하도록 고안된 기법이다.



[그림 2-1] 친화도법의 적용 방법

1960년대에 일본의 문화 인류학자 가와키타 지로(川喜田二郎)는 이러한 혼돈된 상태에서 사실 또는 의견, 아이디어 발상 등을 수집한 언어 데이터를 상호의 친화성에 의해서 정리하는 기법을 고안하였다. 친화도법은 가와키타 지로의 약어를 사용하여 K-J 기법이라고도 불린다. 친화도법은 다음과 같은 문제 해결을 도와주는 기능을 수행한다.

- UI/UX와 관련한 조사로부터 발견된 내용들의 분석
- 사용자 니즈를 설계 요구조건으로 변환하기 위해 필요한 기능들을 식별하고 분류

- 사용성 평가로부터 조사대상 앱의 개선을 위한 핵심 아이디어를 찾으려 할 때
- 수집된 아이디어와 정보를 새로운 형태로 조직화하여 문제를 더 나은 관점에서 정의하고자 할 때
- 앱 이용의 목적, 기능, 방법 등 다양한 이슈에 대해 사용자가 경험하거나 하게 될 상황을 규명하고 분류하고자 할 때

## 2. 친화도법 작성 순서

친화도법을 적용하는 기본적인 절차는 다음과 같다.

### (1) 주제 결정

해당 앱을 이용하는 사용자는 어떠한 기능을 필요로 하는가, 앱을 이용하는 데 있어서 문제가 되는 사항들은 무엇인가 등 사용성 테스트 결과를 통해 발견사항을 찾거나 또는, 브레인스토밍을 통해 아이디어를 수집하고자 하는 주제를 결정하는 단계이다.

### (2) 워크숍 참가자 모집

사용자들을 모집하여 조사 대상인 앱의 콘텐츠, 기능, 디자인과 관련된 다양한 진술을 수집하거나, 문제에 대한 참가자의 태도를 알기 위해 워크숍을 열 수 있다.

### (3) 카드 작성을 통한 데이터 수집

참가자 각자 아이디어를 카드나 포스트잇에 적는다. 다수의 아이디어를 도출하는 브레인스토밍을 이용하여 직접 아이디어를 기록할 수도 있다. 이때 추상적 표현은 피하고 최소한의 의미가 있는 문장으로 간단명료하게 카드에 작성한다.

### (4) 카드 수집

작성된 카드나 포스트잇을 모아서 모든 참가자가 볼 수 있도록 테이블 위에 펼쳐놓거나, 혹은 벽에 무작위로 붙여 놓는 방법을 이용한다.

### (5) 카드 분류

참가자들은 유사한 진술이 작성된 카드끼리 서로 가깝게 배치하는 작업을 수행한다. 분류 작업 중에 영향을 끼칠만한 대화는 삼가야 하며, 모든 카드가 분류될 때까지 반복해서 수행한다. 어떤 그룹에도 속하지 않는 카드가 나오는 경우에는 이후에 검토하여 특정 그룹에 포함하거나, 혹은 과감히 제외하기도 한다. 또한, 분류된 카드 그룹 내에서 또 다른 유사성에 따른 구분이 가능한 경우에는 다시 세분류할 수도 있다. 다른 참가자가 수행한 분류를 재구성하는 데 있어서 편안하게 할 수 있도록 자유로운 워크숍 분위기를 유지하도록 한다.

### (6) 제목(header) 작성

그룹이 형성되면 브레인스토밍을 통해 제목만 보아도 하위 내용을 알 수 있도록 적합한 그룹의 표제를 붙인다. 그룹 간에 또다시 그룹핑을 하여 최상위 표제를 붙이기도 한다. 이러한 단계가 필요한 것은 아니지만, 분류된 그룹이 여러 개이고 그들 사이에

관련성이 있는 것들이 발견된다면 유사한 그룹들을 묶어서 더 큰 그룹을 만들 수도 있다. 이러한 방법으로 모든 카드가 사용될 때까지 반복한다. 일반적으로 표제를 만드는 일은 쉽지 않은 것이 사실이지만, 다음과 같은 방법을 이용하면 더욱 쉽고 명확하게 작성할 수 있다.

- ① 그룹핑된 카드의 내용을 반복해서 읽는다.
- ② 복수의 카드에서 나타나는 단어들을 종이에 메모한다.
- ③ 그룹핑된 카드에 적힌 내용에 추가해야 할 단어가 있는지 생각해보고, 떠오르는 단어가 있다면 모두 메모해둔다.
- ④ 메모한 내용을 서로 연결하여 단문을 만들어본다.
- ⑤ 완성된 단문이 나올 때까지 반복한 후, 합당한 단문을 선정하여 첨삭한다.



[그림 2-2] 친화도법의 작성 사례

#### (7) 토의 및 워크숍

친화도법 결과를 공유하고 이상의 분류 결과에 대해 문제를 제기하는 참가자가 있는지를 확인한다. 필요할 경우에는 친화도법을 재수행하기도 하며, 그렇지 않은 경우에는 친화도법 수행과정을 통해 느낀 경험들에 대해 토의하고 워크숍을 종료한다.

## 수행 내용 / 친화도법 수행하기

---

### 재료 · 자료

- 친화도법 적용 대상 앱
- 태스크(task) 설계서
- 친화도법 참가자

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 문서작성 소프트웨어
- 사진/녹화 촬영 장비
- 스틱 노트(빈 카드, 포스트잇)
- 화이트보드(board)

### 안전 · 유의 사항

- 브레인스토밍 과정에서 여러 참가자의 다양한 의견과 아이디어를 수렴하려는 태도를 가져야 하며, 다른 사람과 의견을 달리해도 그들의 제안, 의견 제시를 제약하지 않도록 한다.
- 친화도법 수행 시 합리적인 방법에 대한 토론보다는 직관적으로 느끼는 대로 빠르게 행동하는 자세가 도움이 된다.
- 다른 분류 방식을 취할 경우 독자적으로 작업 할 수 있는 환경을 제공해야 한다.
- 친화도법을 적용한 결과물의 기록 및 보존을 위해서 수행과정을 녹화하거나, 또는 수행 종료 후 사진으로 기록한다.
- 스틱 노트, 혹은 어피니티 노트(빈 카드, 포스트잇)를 작성할 시 한 장에 한 가지 태스크 관련 내용이나 한 가지 이슈 등을 간단하고 명료하게 기록한다.
- 그룹핑 수행 시 특정 참가자에게 편중되거나 몇몇 참가자가 주도하는 작업이 되지 않도록 해야 하며, 그룹핑 리뷰 후 재분류가 필요하다고 판단될 경우에는 반복해서 진행한다.

### 수행 순서

- ① 친화도법 적용 대상 앱 선정과 태스크 내용을 설계한다.

1. 태스크 수행 항목을 선정한다.

5~7인 정도로 팀을 구성하여 친화도법 적용 대상 앱을 선정하고, 앱의 이용 단계별 태스크 수행 항목과 내용, 순서를 설계하여 확정한다.

2. 친화도법 수행 순서와 주의사항을 안내한다.

전체 참가자에게 친화도법 수행 절차와 규칙, 카드 분류 시 주의사항에 관해 설명한다. 각 태스크에 몇 분 정도의 시간을 할애할 것인지 정하고, 태스크 수행 후 각각의 태스크에 대해 느끼는 대로 빠르게 스틱 노트(빈 카드, 포스트잇)에 작성하도록 안내한다.

3. 작성한 카드를 진열한다.

참가자들이 카드나 포스트잇에 적은 아이디어를 무작위로 벽이나 창문, 문, 화이트보드 등에 붙여 모두 볼 수 있게 한다.

4. 카드를 분류한다.

작성된 카드 중에서 유사한 속성을 가진 아이디어끼리 그룹핑하고, 배치가 적합하다고 생각될 때까지 반복해서 수행한다. 그룹핑이 완료된 시점일지라도 다른 아이디어와 관련 있는 그룹이 발견되면 새로운 그룹을 생성할 수도 있다. 또한, 카드 분류 작업 시 직관대로 신속하게 행동하는 것이 좋으며, 모든 참가자가 고르게 참여하는 것이 중요하다.

5. 카드 제목을 생성한다.

카드 그룹 내에서 하위 개념을 모두 포함하는 의미를 지닌 대표 제목(header title)을 찾아 작성하고, 의견이 다른 참가자가 있을 경우에는 몇 개의 후보 제목을 두고 팀원들과 논의하여 대표 제목을 선정한다. 둘 이상의 카드 그룹 사이에 새로운 친화성이 발견되거나, 그룹 간 상위에 최상위(super header) 제목이 필요하다면 이를 작성하도록 한다.

6. 공통된 패턴을 확인한다.

완성된 친화도 다이어그램을 통해 사용자들이 경험하는 상황을 규명하고 일련의 규칙을 발견하게 된다. 이를 통해 나타난 관찰점과 시사점, 디자인 아이디어 등을 도출한다.

7. 친화도법 수행 결과를 평가한다.

완성된 친화도 다이어그램 결과물은 사진 촬영이나 문서화하여 기록하고, 각 팀별로 결과물을 발표하여 평가하여 본다.

### 수행 tip

- 참가자는 자유롭게 적극적으로 수행에 임하고 다른 참가자의 의견을 존중하는 태도를 유지하여야 한다.

## 2-2. 사용자 요구분석 및 핵심 이슈 파악

### 학습 목표

- 사용자의 경험 분류별 분석 결과를 통해 핵심 이슈를 도출할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 사용자 요구사항 도출

##### 1. 퍼소나(persona)

퍼소나란 개발하고자 하는 제품/서비스를 사용할 만한 타깃 그룹 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하는 가상의 인물이다. 제품/서비스의 어떤 특정한 상황과 환경 속에서 어떤 전형적인 인물이 어떻게 행동할 것인가에 대한 예측을 위해 실제 사용자 조사 자료를 바탕으로 만들어진다. 즉, 실제 사용자들이 제품/서비스를 이용하는 것을 관찰함으로써 그들의 행동 패턴과 목표 등 경험 특성이 갖는 공통점에 근거하여 사용자 유형을 대표할 수 있도록 만들어진 전형적이고 가상적인 인물을 말한다.

##### 2. 퍼소나의 활용

퍼소나는 UI/UX 프로젝트에 참여하고 있는 이해관계자들이 사용자의 니즈 및 경험 특성을 이해할 수 있게 해주는 분석 결과물이자 핵심 이슈를 알려주고 프로젝트가 올바른 방향으로 가고 있는지 확인하기 위한 도구로 활용된다. 퍼소나의 활용 범위를 정리하면 다음과 같다.

- 사용자 그룹의 주요 가치를 찾고 제품/서비스의 목적과 방향성을 찾게 도와준다.
- 사용자 니즈를 이해하여 UI/UX 디자인과 관련된 핵심 요구사항을 파악하게 해준다.
- 사용자 그룹의 라이프스타일에 대한 자세한 이해를 도와준다.
- 대표 사용자 유형을 통해 프로젝트를 일관된 방향으로 이끌어준다.
- 제품/서비스가 실제 어떻게 작동되어야 하는지에 대한 사용자 시나리오로 발전시키기 위해 활용된다.

##### 3. 퍼소나의 장점

###### (1) UI/UX 디자인 의사 결정

사용자에게 어떤 기능과 콘텐츠를 제공해야 하는지에 대한 결정을 도와준다.

###### (2) 커뮤니케이션의 도구

퍼소나는 프로젝트와 관련된 다양한 이해관계자들 사이에서 원활한 소통의 도구가 된다. 특히, 개발자와 디자이너 사이에서 의사소통이 수월해지며 UX 디자인과 관련된 결



정 사항에 대해 공감과 이해를 끌어내도록 한다.

(3) UI/UX 디자인 컨셉 이해

퍼소나가 UI/UX 디자인의 방향성을 예측할 수 있게 함으로써 팀원들이 사용자와 UI/UX 디자인 컨셉트를 쉽게 이해할 수 있도록 도와준다.

(4) 디자인 컨셉트의 검증 도구

UI/UX 디자인 컨셉트의 적절성, 부합하는 정도를 판단할 수 있는 기준으로 사용할 수 있다. 퍼소나의 관점에서 UI/UX 디자인 컨셉트가 올바른 방향으로 설정된 것인지 판단 해봄으로써 디자인 시안의 제작과 이후, 사용성 테스트의 과정을 단축할 수 있다.

(5) 디자인 의사결정을 위한 근거

퍼소나는 이후, 기능 결정과 인터랙션 디자인, 인포메이션 아키텍처 디자인, 비주얼 디자인 등을 수행하면서 주요한 의사결정 근거로 활용할 수 있다.

#### 4. 퍼소나의 구조

(1) 요구사항 정의

요구사항 정의에 할 담겨야 정보로는 첫째, 퍼소나의 특징을 잘 나타내는 이름이 있어야 한다. 그리고 퍼소나를 묘사할 때 사용할 수 있는 척도를 만들어 적용해야 한다. 이 척도를 기준으로 퍼소나의 특징 및 차별 요소, 관심사항, 목표와 동기, 그리고 퍼소나 데이터의 출처를 작성하여야 한다. 일반적으로 가장 기본적인 퍼소나는 요구사항 정의 단계까지의 정보만을 가지며, 다음 단계의 정보가 추가될수록 퍼소나는 구체화되지만 추가적인 정보 수집을 필요로 한다.

(2) 관계의 전개

퍼소나가 제품/서비스의 이용에서 고민하는 것이 무엇인지를 나타내어야 하며, 이용 정황, 계기, 행위, 입력정보, 기대사항 등을 기준으로 제품/서비스와 사용자의 상호작용을 실제처럼 묘사하여야 한다.

(3) 인간화

가상의 대표 사용자 퍼소나를 실제처럼 표현하기 위한 단계로서 제품/서비스와 관련된 퍼소나의 개인적인 배경 정보, 사진, 제품/서비스의 특징, 인구통계적 정보, 기술 활용도에 관한 정보를 나타내어야 한다.

#### 5. 퍼소나 완성본 체크리스트

- 사용자 조사에서 발견된 중요한 사용자 특징이 빠지지 않았는지 검증한다.
- 각 퍼소나가 명확히 구별되는 특징을 가지고 있는지 검증한다.
- 현실적으로 전형적인 사용자를 묘사하는지 타당성을 검증한다.

## 수행 내용 / 퍼소나(persona) 작성하기

---

### 재료 · 자료

- 사용자 조사 자료
- 조사 대상 제품/서비스
- 친화도법 결과

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 인터넷, 프린터
- 문서작성 소프트웨어
- 사진/녹화 등 촬영 장비
- 스케치 도구
- 가위, 칼, 접착제, 종이 등 수작업 도구


### 안전 · 유의 사항

- 퍼소나는 사용자 조사 자료를 통해 사용자를 분석하기 위한 단계라는 점을 명심해야 한다.
- 인터뷰, 관찰 등 다양한 사용자 조사 기법을 통해 발견한 사용자의 행동, 니즈, 특징 등의 데이터를 기반으로 작성해야 한다.
- 퍼소나는 UX 프로젝트 내의 다양한 관계자들과의 커뮤니케이션을 원활하게 할 수 있는 도구이며, 프로젝트가 올바른 방향으로 가고 있는지 확인할 수 있는 도구임을 숙지한다.
- 퍼소나는 사용자 조사 결과를 정리해주고 사용자 요구 사항의 정의를 도와줄을 유념한다.
- 사용자 그룹의 주요 가치를 찾고 제품/서비스의 목적과 UI/UX 디자인의 방향을 잡기 위한 사용자 모델링이라는 점을 유념한다.
- 퍼소나는 대표 사용자 특성을 표현하는 것이 목적이므로 그래픽 소프트웨어를 사용해 작성하거나, 또는 수작업을 이용하여도 무방하다.

### 수행 순서

- ① 사용자 모델, 퍼소나를 작성한다.

사용자 인터뷰나 관찰 등의 조사 자료를 기준으로 제품/서비스의 대표 사용자 퍼소나를 모델링 하여 본다. 제품/서비스에 있어서 중요도가 높은 사용자, 인구통계적 특성, 경험 특성 등을 고려하여 3~5인 정도의 핵심 사용자 유형을 도출하고 퍼소나를 모델링한다. 퍼소나를 만드는 방법에는 표준화된 형식이 없으나, 다음 예시와 같이 퍼소나 작성을 위한 필수적인 구성 요소들이 몇 가지 존재한다. 퍼소나의 작성 예시는 다음과 같다.

	<u>역할</u>	<u>시장 특성</u>
	<u>숙련도(Skill)</u>	
	<u>사용환경(Context)</u>	
	<u>라이프스타일 및 성격, 세대</u>	
	<u>문제점(pain points) 및 기타</u>	
	<u>특징</u>	
<u>목표(Goal)</u>		

[그림 2-3] 퍼소나 템플릿

#### 1. 특징

사용자의 이름, 그림(사진), 나이, 성별, 짧은 묘사 등을 기술한다.

#### 2. 목표

제품이나 서비스를 이용하는 목적, 요구, 행태는 중요한 근거가 된다.

#### 3. 역할

사용자의 직업과 업무, 책임, 특정 활동(취미) 등을 기술한다.

#### 4. 시장 특성

관련 시장 제품/서비스의 환경(시장의 특성과 크기 등)에 대해 기술한다.

#### 5. 숙련도

지식이나 숙련도, 친숙도에 따라 디자인의 기준이 달라지므로 반드시 기술해야 하는 사항이다. 컴퓨터나 인터넷의 사용 기간이나 활용 능력 등이 포함될 수 있다.

#### 6. 사용 환경

퍼소나의 인간화를 통해 실제 인물과 같이 현실감 있게 표현하기 위한 것으로, 퍼소나의

직업이나 일상에 관련된 배경 이야기가 기술되어야 한다.

#### 7. 라이프스타일 및 성격, 세대

사용자의 성격적인 특성이나 태도 등, 어떤 가치를 느끼고 있는지에 대한 이야기를 포함한다. 일반적으로 세대 특징은 제품/서비스에 대한 숙련도나 행동 특성, 이용 빈도, 사용 편의성이나 접근성 등에 큰 영향을 끼치는 요소이며, 이에 따라 디자인의 기준이 달라질 수 있으므로 반드시 고려해야 한다.

#### 8. 문제점(pain points) 및 기타

퍼소나가 제품/서비스를 경험하는 과정에서 겪는 다양한 문제점들을 기술하고, 그 외에 사용자가 원하는 감성적인 요구 등을 기술한다.

### ② 작성된 퍼소나에 대해 리뷰를 진행한다.

#### 1. 완성된 퍼소나를 점검한다.

퍼소나를 작성하는 방법은 작성자마다 조금씩 차이가 있을 수 있으나, 앞선 퍼소나의 구성 요소 여섯 가지는 작성 시 없어서는 안 되는 중요한 요소이다. 퍼소나를 완성하였으면, 다음의 사항을 점검해야 한다.

- 각 퍼소나는 서로 명확하게 다른가?
- 사용자 조사 자료를 기반으로 만들어졌는가?
- 어떤 기능을 갖춰야 하는지 의사결정을 가이드할 수 있는가?
- 각 퍼소나를 통해서 핵심 이슈가 충분히 나타나는가?
- 문제점을 통하여 새로운 기능이나 새로운 디자인의 방향성이 예측되는가?

#### 2. 작성된 퍼소나에 대한 리뷰를 진행한다.

퍼소나별 특성이 명확하게 전달되는지 타 학습자들의 발표를 통해 점검하여 보고, 퍼소나로부터 나타난 니즈와 문제점 등을 어떻게 해결할 수 있을지를 토의해본다.

#### 수행 tip

- 퍼소나들은 하나의 템플릿에 맞춰서 작성해야 개별 퍼소나를 쉽게 파악하고 서로 비교할 수 있다.
- 퍼소나의 개수는 5개를 초과하지 않아야 하며 매우 구체적이고 명확하게 정의되어야 이후, 의사결정 단계에서 혼선을 일으키지 않는다는 점에 유의한다.

## 2-3. 앱 개발 방향성 수립 및 보고서 작성

### 학습 목표

- 사용자 분석 결과를 통해 개발할 앱 디자인에 대한 방향성을 도출하고 분석 결과 보고서로 작성할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 사용자 요구사항 정의

##### 1. 사용자 시나리오(user scenario)

사용자 시나리오란 퍼소나를 주인공으로 인터랙션을 기술하는 방법으로 미래 시점의 상황에서 사용자의 이용 상황이나 경험을 보다 구체화하기 위한 도구이다. 제품/서비스의 특정한 상황에서 퍼소나가 목적을 달성하기 위해서 어떻게 행동하는지, 인터랙션을 어떻게 하는지를 이야기로 풀어봄으로써 미래 사용자의 경험을 예상해보는 것이다. 사용자 경험과 행동에 영향을 끼치는 요소를 파악하고 기능에 대한 요구 및 기능들의 우선순위를 알 수 있으며, 사용자가 그 기능들을 어떻게 이용하는지 사용자의 행태를 예측하고 분석할 수 있다.

##### 2. 사용자 시나리오의 구성 요소

###### (1) 사용자(user)

제품/서비스를 이용하는 가상의 대표 사용자인 퍼소나가 있어야 한다.

###### (2) 작업(task)

제품/서비스를 이용할 퍼소나가 언제, 어디서, 무엇을 어떻게 행동하는지에 대한 사건이나 과업이 있어야 한다.

###### (3) 정황(context)

언제 어디에서 라는 배경을 설명해주는 정황, 또는 환경 정황(context)이 필요하다.

#### ② 정황 시나리오(contextual scenario) 제작 및 요구사항 도출

##### 1. 정황 시나리오

정황 시나리오란 사용자가 제품/서비스를 사용하는 특정 환경에서 사용자의 니즈를 만족하게 하는 과정을 이야기 형식으로 표현한 것을 말한다.

##### 2. 정황 시나리오 제작 목적

정황 시나리오는 요구사항 정의에 사용되는 시나리오 초안을 말하며, 개발 후 사용자가 제품/서비스를 사용하는 미래 특정 정황에서의 사용자와 시스템 동작에 초점을 맞춰 작성한

다. 제품/서비스가 어떤 모습을 가져야 하는지 그려보는 단계로, 대표 사용자인 퍼소나(persona) 관점에서 시나리오를 작성해보는 것이 목적이다.

### 3. 정황 시나리오 구성 요소

#### (1) 퍼소나의 중요도에 따른 우선순위와 범위 결정

일반적으로 퍼소나는 5개 이하로 제작하기를 권장하고 있는데, 주요한 퍼소나를 중심으로 제품/서비스를 만들며 기타 퍼소나의 니즈도 만족시킬 수 있는 방법을 고민해야 한다. 퍼소나의 종류는 1순위 퍼소나(primary persona), 2순위 퍼소나(secondary persona), 추가 퍼소나(supplemental persona), 구매자 퍼소나(customer persona), 접대 받는 퍼소나(served persona), 부정적 퍼소나(negative persona)로 나눌 수 있다.

#### (2) 주인공 퍼소나의 주요 행동

주요한 1순위 퍼소나의 행동 패턴과 주요 특징을 중심으로 상세 시나리오를 작성한다.

### 4. 정황 시나리오 기능

정황 시나리오는 사용자에게 일어날 수 있는 상황이나 정황을 고려하여 사용자의 중요한 행동패턴을 서술해 사용자 경험을 가시화하기 위해 사용된다.

퍼소나의 과업과 목표에 필요한 콘셉트(concept)를 도출할 수 있으며 UI/UX 디자인 요구사항을 도출하기 위해 사용할 수 있다. 정황 시나리오를 통해 퍼소나의 유형을 분석하고 우선순위에 따른 결과를 도출함으로써 디자인 개발 콘셉트 및 방향에 적용할 수 있는 핵심 이슈를 파악할 수 있다.

### 5. 정황 시나리오 작성 시 유의사항

가장 서술적인 이야기 형식으로 작성한다. 정황 시나리오의 범위는 넓고 깊이는 얇게 작성하는데 퍼소나가 사용하는 기능에 대한 상세한 묘사는 피해야 하며, 세세하게 인터랙션을 설명하지 않아야 한다.

### 6. 요구사항 도출

퍼소나와 정황 시나리오를 기반으로 요구사항을 도출함으로써 앱 UI/UX 디자인에 대한 방향성을 예측할 수 있다.

시나리오의 내용으로부터 관련 요구사항을 도출할 수 있으며 정황 시나리오 외에 사업적 요구나 이해관계자, 정보, 기능, 환경 등으로 부터 요구사항을 도출하기도 한다.

요구사항 도출을 위해서는 정황 시나리오에 퍼소나가 어떻게 제품/서비스를 이해하고 있는지, 제품/서비스는 어떻게 만들어져 있는지, 퍼소나는 어떻게 행동하는지가 표현되어 있어야 한다.

## 수행 내용 / 시나리오 작성 및 보고서 작성하기

---

### 재료 · 자료

- 사용자 모델(페르소나) 설정
- 조사 대상 제품/서비스
- 사용자 조사 자료

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터, 인터넷
- 문서작성 소프트웨어
- 사진/녹화 등 촬영 장비
- 스케치 도구
- 가위, 칼, 접착제, 종이 등 수작업 도구

### 안전 · 유의 사항

- 정황 시나리오를 작성할 때에는 제품/서비스의 이용 정황에서 페르소나가 목표를 달성하기 까지 페르소나와 제품/서비스의 인터랙션을 중심으로 기술해야 한다.
- 시나리오 작성 시 페르소나의 여러 가지 상황을 고려한다.
- 시나리오는 각 페르소나별로 작성되어야 하며, 초안 작성 후 시나리오를 점검하여 수정 및 보완 작업을 거쳐야 한다.
- 시나리오는 제품/서비스를 통한 사용자의 욕구, 동기, 사용자 유형을 결정하며, 이후 UI/UX 디자인에 대한 방향성을 정하는 과정이라는 점을 숙지한다.
- 시나리오는 가상의 사용자 모델, 페르소나의 이야기를 통해서 UI/UX 디자인의 의사 결정 기준을 정하는데 중요한 역할을 하므로, 가능한 한 현실에 가깝게 사용자 시나리오를 작성하도록 한다.

### 수행 순서

- ① 정황 시나리오를 작성한다.

1. 퍼소나 모델링을 바탕으로 정황 시나리오 작성을 준비한다.

정황 시나리오는 사용자가 목표를 달성하기 위해 제품/서비스 이용을 시작하는 시점의 정황에서부터 목표를 달성하기까지, 사용자의 모든 행동이 이야기 형태로 표현되어야 한다. 정황 시나리오를 작성할 때 유의해야 할 사항들을 다음과 같다.

- (1) 퍼소나가 제품/서비스를 사용하는 일상을 자연스럽게 서술한다.
- (2) 일상에서 제품/서비스를 어떻게 이용하든지, 중요하게 여기는 점이 무엇인지 시나리오에 나타나야 한다.
- (3) 사용자가 제품/서비스를 이용해 자신의 목표를 어떻게 달성하는지 나타나야 하고, 이 과정에서 어떤 기능을 어떻게 사용하는지 표현해야 한다.

2. 상황을 설정한다.

퍼소나가 어떤 정황에서 제품/서비스를 이용하든지 퍼소나를 이해하고, 작성 시 유의해야 할 사항들을 고려하여 퍼소나 별 시나리오를 제작한다. 시나리오는 퍼소나 목표를 중심으로 이야기가 전개되어야 하며, 퍼소나 니즈 및 기능적 요구사항들이 표현되어야 한다.

Persona A
맥락 시나리오(Context Scenario)
김나래는 45세의 회사원으로 평소 여가생활 및 문화콘텐츠를 즐기는 편이다. 스마트폰이 보급되기 이전에는 주말마다 연극을 보기 위해 현장 발권을 해왔었는데 스마트폰이 보급된 후 각종 앱을 통한 예약/예매 시스템이 만들어져 이를 사용하고 있다. 그런데 최근 들어 앱의 글자가 작아서 읽기 힘들어 하고 예매 시 좌석선택을 하는 과정까지 고생을 하였다. 또한, 예매 후 확인 차 앱을 실행했는데 나의 예약보기 메뉴가 어디 있는지 찾기를 헤매다 그만 포기하였다. 그래서 앱을 통한 예약에 시간을 많이 쓸 수 없을 때에는 주말에 연극 보기를 포기하는 편이다.

[그림 2-4] 정황 시나리오(context scenario)

3. 시나리오를 바탕으로 사용자의 요구사항을 정리한다.

정황 시나리오에는 퍼소나가 제품/서비스에 대해 필요로 하는 정보나 기능적 요구사항, 기술적 문제점 등 퍼소나의 요구사항들이 자연스럽게 드러나게 된다. 정황 시나리오 초안을 작성하였다면 그다음에는 그것을 수정, 보완해가면서 완성도를 높인다. 그리고 시나리오를 분석하여 제품/서비스에 대한 퍼소나의 요구사항들을 도출하고, 각 내용이 무엇과 관련된 것인지 분류한 후 요구사항을 정리해본다.

4. 요구사항을 도출한다.

퍼소나 유형별로 정황 시나리오 초안을 작성하고 개선하는 과정을 거쳐 요구사항을 도출



한다. 사용자의 경험별 분석 결과를 통해, 사용자 니즈가 파악되면 그에 따른 인터랙션을 예측할 수 있고 기능과 콘텐츠에 대한 정의, 디자인에 대한 방향을 예측할 수 있다.

<p align="center"><b>Persona A</b></p> <p align="center"><b>맥락 시나리오(Context Scenario)</b></p> <hr/> <p>김나래는 45세의 회사원으로 평소 여가생활 및 문화콘텐츠를 즐기는 편이다. 스마트폰이 보급되기 이전에는 주말마다 연극을 보기 위해 현장 발권을 해왔었는데 스마트폰이 보급된 후 각종 앱을 통한 예약/예매 시스템이 만들어져 이를 사용하고 있다. 그런데 최근 들어 앱의 글자가 작아서 읽기 힘들어 하고 예매 시 좌석선택을 하는 과정까지 고생을 하였다. 또한, 예매 후 확인 차 앱을 실행했는데 나의 예약보기 메뉴가 어디 있는지 찾기를 헤매다 그만 포기하였다. 그래서 앱을 통한 예약에 시간을 많이 쓸 수 없을 때에는 주말에 연극 보기를 포기하는 편이다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 글자가 작아서 읽기 어려움 &gt; 글자를 더 크게 볼 수 있도록 확대 기능 필요</li> <li>• 좌석 선택을 하는 절차가 길고 복잡 &gt; 직관적이고 시각적으로 명료한 예매 절차 필요</li> <li>• 예매 확인 시 “마이페이지” 메뉴를 찾기 힘들 &gt; “마이페이지” 메뉴의 시각적 강화</li> </ul>
---

[그림 2-5] 정황 시나리오를 통해 요구사항을 도출한 사례

## 5. 디자인 방향성 도출 및 결과 보고서를 작성한다.

이상의 요구사항 도출 결과로부터 디자인에 대한 방향성을 파악할 수 있다.

### ② 분석 결과보고서를 작성한다.

학습 2의 친화도법, 퍼소나, 정황 시나리오 단계별 수행 결과물들을 종합하여 다음과 같은 내용을 포함해 발견내용 보고서를 작성한다.

#### 1. 친화도법(affinity diagram) 보고서를 작성한다.

##### (1) 수행 목적

제품/서비스에서 사용자의 경험을 통해 수집한 방대한 자료를 분류하기 위한 것이다.

##### (2) 참가자 프로파일(사용자별 분류)

##### (3) 수행 방법과 절차

아이디어 기록, 유사한 속성을 가진 아이디어끼리 그룹핑하고, 그룹핑 된 상위 제목 도출 및 콘텐츠 분류 작업 순으로 수행한다.

##### (4) 결과 요약(발견된 핵심 이슈)

이슈들에 대해 그룹핑 된 상위 제목 도출 및 분류체계를 수립한다.

(5) 시사점(핵심 이슈, 문제, 니즈, 아이디어 등)

## 2. 퍼소나(persona) 보고서를 작성한다.

### (1) 수행 목적

모든 사용자를 포괄하기 위해 가상의 대표 사용자를 모델링한다.

### (2) 사용자 조사 자료(인터뷰, 관찰 조사 수행 데이터)

### (3) 수행 방법과 절차

퍼소나 작성 템플릿 구성 요소에 따라 퍼소나를 5개 이하로 작성한다.

### (4) 결과 요약(발견된 핵심 이슈)

퍼소나별 특징과 이용 동기, 니즈와 고민점(pain points) 등을 정리한다.

### (5) 시사점(핵심 이슈, 문제, 니즈, 아이디어 등)

## 3. 정황 시나리오(contextual scenario) 보고서를 작성한다.

### (1) 수행 목적

제품/서비스가 어떤 모습을 가져야 하는지 퍼소나 활동을 통해 요구사항을 도출한다.

### (2) 퍼소나

### (3) 수행 방법과 절차

제품/서비스의 이용 상황에서 퍼소나의 주요 활동과 인터랙션에 기반을 두고 서술적으로 작성한다.

### (4) 결과 요약(발견된 요구사항 및 핵심 이슈 도출)

### (5) 시사점(핵심 이슈, 문제, 니즈, 아이디어 등)

## 4. 보고서 리뷰를 진행한다.

UI/UX 프로젝트 관계자들의 참여 아래, 작성된 보고서의 내용을 발표하고 핵심 요구사항에 따른 디자인 방향성에 대해 의견, 아이디어 등을 토의한다. 시각디자인, 인터랙션 디자인, 접근성, 사용 편의성 등 디자인에 반영해야 할 사항들을 정리하여 본다.

### 수행 tip

- 수행 활동 결과 외에, 추가로 발견된 주요 이슈들을 분류한 후 그 내용을 평가하여 적용 여부에 대해서 토의해본다.

### 교수 방법

- 사용자 분석 방법에 관한 학습에 있어서 이론과 실습을 병행하여 효율성을 극대화할 수 있도록 지도한다.
- 사용자 조사 및 사용자 분석을 하는 과정에서 객관성을 유지하고 있는지 항상 점검하도록 지도한다.
- 친화도법 적용을 위한 워크숍 진행에 있어서 모든 참가자가 적극적으로 참여하는 분위기에서 자유로운 의견 교류가 이루어질 수 있도록 지도한다.
- 피소나는 제품/서비스에서 사용도가 높은 사용자, 제품/서비스가 차지하는 중요도가 높은 사용자 등을 중심으로 핵심 사용자의 특성을 도출하는 것임을 숙지시킨다.
- 피소나 작성 시 피소나별 특성과 행태가 명확하게 드러나 차별점이 있어야 하며, 서로 중복되지 않게 작성될 수 있도록 지도한다.
- 사용자 분석 결과를 향후 UI/UX 업무에 어떻게 반영할 것인지, 현실적으로 반영이 가능한 것인지에 대해 충분한 검토와 기록이 수행되도록 지도한다.
- 사용자 분석 결과 도출 단계에서 새롭게 발견되는 기능이나 콘텐츠, 디자인 등의 아이디어는 별도로 분류하여 정리해두고, 그것이 어떻게 활용될 수 있을지 자료의 평가를 해 볼 수 있도록 한다.
- 사용자를 대상으로 행하는 다양한 조사, 실험, 자료 분석 시 사용자의 행동 관찰뿐만 아니라, 심리적인 부분도 함께 주의하여 관찰할 수 있도록 지도한다.
- 시나리오 작성 시 피소나의 유형별로 작성하고 피소나의 우선순위에 따라 결과를 도출하여야, 향후 디자인 개발 콘셉트 및 방향에 적용할 수 있다는 것을 숙지시킨다.
- 사용자의 행동 특성과 심리적 특성 등을 이해하고 분석할 수 있는 능력을 지닌 상태에서 학습자들에게 다양한 사용자 분석 방법과 제작 방법을 지도한다.
- 그룹 실습과 개인 실습 과정을 나누어 효율성을 확보하고, 학생들의 능력에 맞게 단계별 학습이 이루어지도록 지도한다.

## 학습 방법

- 사용자에게 대한 기본적인 지식과 사용 환경, 제약 요소 등이 경험에 끼치는 영향에 대해 실질적으로 지식을 습득할 수 있도록 노력한다.
- 사용자 분석을 위한 실습 과정에서 다양한 분석 방법론을 체득하여 실제 프로젝트에서 활용할 수 있도록 학습한다.
- 친화도법을 수행하는 과정에서 다양한 참가자들의 의견을 수렴하고 이후 도출된 다량의 데이터를 분류하고 그룹핑하여 봄으로써, 개인 작업뿐 아니라, 공동 작업의 중요성을 경험해본다.
- 특정 사용자 그룹의 사회적, 문화적 특성이 사용자에게 끼치는 영향을 이해하고, 그들의 요구를 제품/서비스에 반영한다.
- 실습 과정에서 사진 촬영, 녹화, 녹음, 메모 등 다양한 방법을 이용하여 수행 과정과 중요한 발견 사항들을 기록하고, 결과를 정리하는 습관을 기른다.
- 피소나 제작 시 먼저, 시각적 완성도에 집중하기보다는 올바른 작성 방법, 내용 구성, 표현 방법에 중점을 두어 학습한다.
- 피소나는 팀원들 간의 공통적인 이해도를 높이고, 전반적인 프로세스에서 어떤 디자인적인 의사 결정을 하는 중요한 단계라는 것을 유념하여 제작한다.
- 정황 시나리오 작성 시 각 피소나의 개별 상황에 서술적으로 해당 상황을 표현하되 육하원칙으로 서술하여 전달력 있게 작성할 수 있도록 노력한다.
- 정황 시나리오 작성 능력을 향상하기 위해서 작성 결과를 팀 리더 혹은 토의를 통해 다른 사람에게 평가를 받아본다.
- 사용자 분석 방법 결과를 취합하여 분석 결과 보고서를 작성하고 향후 디자인 진행 방향에 대해 팀원들과 토의하여 봄으로써 프로젝트 단계별 수행 목표와 활동들을 이해한다.
- 수행 결과 리뷰의 목적은 수행의 과정과 결과에 대한 문제의 수정과 개선을 위한 기회임을 이해하고 결과물을 수정, 보완하는 작업을 수행한다.

## 학습2      평      가

### 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

학습 내용	학습 목표	성취수준		
		상	중	하
사용자 조사 결과 분석	- 앱 디자인에 대한 사용자의 불편사항과 니즈 조사 결과를 분석하여 이를 충족시킬 수 있는 전략과 디자인 개발의 방향을 예측할 수 있다.			
사용자 요구 분석 및 핵심 이슈 파악	- 사용자의 경험 분류별 분석 결과를 통해 핵심 이슈를 도출할 수 있다.			
앱 개발 방향성 수립 및 보고서 작성	- 사용자 분석 결과를 통해 개발할 앱 디자인에 대한 방향성을 도출하고 분석 결과 보고서로 작성할 수 있다.			

### 평가 방법

- 일지/저널

학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
사용자 조사 결과 분석	- 앱 디자인에 대해 사용자의 불편사항과 니즈 조사			
	- 사용자 조사 결과 데이터에 대해 분석의 적절성			
	- 분석 결과에 따른 전략과 디자인 개발 방향 보고서의 적절성			
사용자 요구 분석 및 핵심 이슈 파악	- 사용자의 경험별 분류 작업			
	- 사용자의 경험 분류별 분석 작업			
	- 분석 결과에 따라 핵심 이슈 도출			
앱 개발 방향성 수립 및 보고서 작성	- 사용자 시나리오 이해를 통해 정황 시나리오 작성			
	- 정황 시나리오를 분석하여 요구사항 도출			
	- 디자인 방향성 도출 및 결과 보고서의 적절성			

• 문제해결 시나리오

학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
사용자 조사 결과 분석	- 앱 디자인에 대해 사용자의 불편사항과 니즈 도출			
	- 사용자 조사결과를 분석한 보고서			
	- 전략과 디자인 개발의 방향성을 정리한 보고서			
사용자 요구 분석 및 핵심 이슈 파악	- 사용자의 경험별 분류 도출			
	- 사용자의 경험 분류별 분석 결과를 정리한 보고서			
	- 분석 결과를 정리하여 핵심 이슈 도출			
앱 개발 방향성 수립 및 보고서 작성	- 사용자 시나리오에 따른 정황 시나리오			
	- 정황 시나리오의 분석을 통한 요구사항			
	- 디자인 방향성 도출 및 결과 보고서			

## 피드백

1. 일지/저널
  - 수행 결과로 작성된 문서를 검사하여 잘된 점과 수정해야 할 점을 표시하여 돌려준다.
2. 문제해결 시나리오
  - 수행 결과로 작성된 문서를 검사하여 추가해야 할 점과 제거해야할 점을 표시하여 돌려준다.

학습 1	사용자 조사하기(LM0803020910_16v2.1)
학습 2	사용자 분석하기(LM0803020910_16v2.2)
<b>학습 3</b>	<b>UX 전략 도출하기</b> (LM0803020910_16v2.3)

## 3-1. UX 전략의 포지셔닝 방향 선정

### 학습 목표

- 사용자 조사 결과를 통해 도출된 방향성을 바탕으로 UX 전략의 포지셔닝을 결정할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① 퍼소나 요구사항 정리

앞서 학습해본 바와 같이, 퍼소나에 따른 정황 시나리오 분석을 통하여 도출된 요구사항을 바탕으로 개략적인 디자인 방향성을 예측할 수 있다. 이에 따라, 가상의 대표 사용자 퍼소나의 요구사항 구분은 다음과 같은 기준으로 정리될 수 있다.

##### 1. 목표 대상에 따른 구분

- (1) 시스템 요구사항
- (2) 사용자 요구사항

##### 2. 요구사항의 특성에 따른 구분

###### (1) 기능적 요구사항

사용자가 앱을 이용하는 목적에 따른 기능적 요구를 충족할 수 있을 만큼, 충분하게 기능이 제공되고 있는지 사용자를 통하여 확인해볼 수 있다. 현재 서비스 중인 앱의 경우에는 사용자들로부터 추가로 제공되었으면 하는 기능이나, 또는 현재 시스템에서의 변경이나 제거 등 불필요하다고 느끼는 기능에 대해서 직접 사용자들을 대상으로 하여 평가를 수행해 알아볼 수 있다.

###### (2) 비기능적 요구사항

앱의 UI/UX에 대하여 사용자가 갖는 요구사항은 대부분 사용 경험을 통해 형성되는 것으로 사용성과 관련된 비기능적 요구사항이 주를 이룬다. 사용자가 앱의 사용 전, 그리고 사용 경험 이후 전반적으로 앱에 대해 갖게 되는 요구사항들을 말한다.

## ② 퍼소나 목표를 반영한 UX 디자인 전략 포지셔닝

모든 사용자의 니즈를 앱 개발에 수용할 수 없는 것처럼, 퍼소나 또한 유형별 특성에 따라 퍼소나를 구분하고 요구사항 및 니즈를 정리하여 퍼소나의 최종 목표와 요인 등 그 결과를 분석하여야 한다.

### 1. 최종 퍼소나(persona) 유형

퍼소나를 주 퍼소나(primary persona)와 부 퍼소나(secondary persona)로 구분하는 경우를 예를 들어 살펴보면 다음과 같다.

#### (1) 주 퍼소나(primary persona)

주 퍼소나는 사용자 경험 디자인의 대상이 되는 주요 그룹을 말하며, UX 디자인의 주요 내용을 결정하게 되는 핵심 사용자 그룹의 개념이다.

#### (2) 부 퍼소나(Secondary Persona)

부 퍼소나는 추가적으로 특정 니즈를 갖고 있으며 잘 드러나지 않지만, 중요한 니즈를 가진 사용자 그룹의 개념이다.

### 2. 최종 퍼소나(persona) 목표 분석

퍼소나의 최종 목표를 분석하는 방법은 주 퍼소나의 니즈를 중심으로 하면서, 부 퍼소나의 추가적 니즈를 만족하게 하는 방향으로 퍼소나의 니즈를 통합할 수 있다. 이들의 요구사항 중에서 중복되는 내용은 제외하고 정리하여 퍼소나의 최종 목표를 분석할 수 있다.

#### (1) 주 퍼소나의 목표

예를 들어, 주 퍼소나가 앱의 실용성과 관련된 기능적 부분에 대한 니즈가 높은 사용자라고 하였을 때, 앱을 이용하는 목적을 얼마나 효율적으로 달성할 수 있는지에 대한 내용이 매우 중요할 것이다. 단순하고 이해하기 쉬운 인터페이스, 별도의 학습이 필요 없고 쉽게 원하는 콘텐츠를 이용하여 목표를 달성할 수 있는 앱을 통해 기능적 만족을 추구한다고 할 수 있다.

#### (2) 부 퍼소나의 목표

부 퍼소나에 대하여 추가적으로 특정 니즈를 갖고 있으며 잘 드러나지 않지만, 중요한 니즈를 가진 사용자 그룹으로 정의하여 본다. 예를 들어, 부 퍼소나를 원하는 기능적 목적 외에 앱의 비주얼 디자인을 통해 전달 받는 감성적 느낌을 중요시하며, 개인적이고 심리적인 만족감을 중요시여기는 사용자 그룹으로 정의할 수 있다. 그리고 이들은 기본적인 사용성(usability) 외에 콘텐츠의 유용성이나 감성에 맞는 디자인, 컬러디자인, 인터랙션 디자인 등에 대한 니즈가 강한 감성적 사용자 그룹으로 나누어 볼 수 있다.

### 3. 퍼소나 목표를 반영한 UX 디자인 요구사항

퍼소나의 최종 목표를 분석하여 UX 디자인 전략의 포지셔닝을 결정할 수 있다. 앞서 학습한 바와 같이, 대표 사용자인 퍼소나의 몇 가지 유형의 요구사항으로부터 다음과 같이 앱



의 UX 디자인 요구사항을 정리하여 도출하여 본다.

(1) 주 퍼소나의 기능적 만족

- (가) 단순하고 이해하기 쉬운 인터페이스
- (나) 쉽고 빠른 콘텐츠 검색 및 보기 환경
- (다) 메뉴의 깊이(Depth) 축소
- (라) 손쉬운 사용
- (마) 콘텐츠 공유 기능

(2) 부 퍼소나의 감성적 만족

- (가) 깔끔하고 간결한 디자인
- (나) 선명하고 조화로운 배색
- (다) 양질의 콘텐츠 제공 및 무료보기 기능 제공
- (라) 다시보기 기능 제공
- (마) 글과 그림의 적절한 콘텐츠 제공

(3) 기타 퍼소나의 니즈

- (가) 글자 크기 확대 기능 제공
- (나) 가독성을 고려한 배경과 글자 명확한 명도 대비
- (다) 이해하기 쉬운 메뉴 레이블 제공

4. 퍼소나 목표를 반영한 UX 디자인 전략 포지셔닝(positioning) 방향성 도출

UX 디자인 요구사항을 정리하면, 다음과 같이 “고객 편의 집중” 앱 서비스 전략 포지셔닝 방향으로 도출된 것을 알 수 있다. 포지셔닝 전략은 앱이 제공하는 가치를 타 서비스와 어떻게 차별화해서 사용자에게 제공할 것인지를 정의하는 것이라 할 수 있다.

1. 주 퍼소나 니즈	2. 부 퍼소나 니즈	3. 기타 니즈
기능적 니즈	감성적 니즈	기타 다양한 니즈
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 단순하고 이해하기 쉬운 UI</li> <li>- 쉽고 빠른 콘텐츠 검색 및 보기환경</li> <li>- 메뉴의 깊이(Depth) 축소</li> <li>- 손쉬운 사용</li> <li>- 콘텐츠 공유 기능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 깔끔하고 간결한 디자인</li> <li>- 선명하고 조화로운 배색</li> <li>- 양질의 콘텐츠 &amp; 무료보기 기능</li> <li>- 다시보기 기능 제공</li> <li>- 글과 그림의 적절한 콘텐츠 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 글자 크기 확대 기능 제공</li> <li>- 가독성을 고려한 배경과 글자 대비</li> <li>- 이해하기 쉬운 메뉴 레이블 제공</li> </ul>

[그림 3-1] 퍼소나의 UX 디자인 방향 선정

## 수행 내용 1 / UX 포지셔닝 전략 이해하기

---

### 재료 · 자료

- 퍼소나 데이터
- 정황 시나리오 분석 자료

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 문서작성 프로그램
- 스프레드시트

### 안전 · 유의 사항

- 사용자 경험은 사용성이나 유용성 등의 제공만으로 충족되는 것이 아니라, 앱에 대한 물리적, 감정적 반응 등 전체 사용자의 경험을 고려해야 한다는 것을 이해한다.
- UX 포지셔닝 전략은 마케팅적 관점에서의 포지셔닝이 아니라, 사용자에게 전달하고자 하는 전략의 방향성을 선정하는 과정임을 이해한다.
- UX 가치란 앱의 차별화된 가치 요인을 말하는 것으로, 특별로 개발하고자 하는 문화 콘텐츠의 디자인 측면, 사용성 관련 측면, 콘텐츠의 풍부함이나 유용성 등 측면에서 접근하여 가치 요인을 발굴해본다.

### 수행 순서

#### ① UX 전략(strategy)을 이해한다.

사용자 경험은 단순히 사용성이나 유용성, 접근성 등에 기반을 둔 품질로서의 경험에 그치는 것이 아니라, 심미성, 신뢰성, 가치성 등 사용자에게 전달되는 정신적인 만족감까지도 아우르는 것임을 이해한다.

##### 1. UX 전략을 이해한다.

사용자 경험 전략은 기술, 기능, 디자인, 인터페이스에 대한 모든 결정에 영향을 미치는 요인을 이해하는 기준이라 할 수 있다. 즉, 사용자와 앱의 상호작용을 통해 얻게 되는 사용자 경험을 사업적 차원에서는 어떤 것을 제공할지를 결정하고, 디자인 차원에서는 어떤 느낌을 어떻게 표현하여 전달할지, 앱 서비스를 전반적으로 어떻게 이끌어 갈 것인지에 대한 방법을 결정하는 것을 말한다.

##### 2. UX 포지셔닝 전략을 이해한다.

UX 포지셔닝 전략은 앱이 제공하는 가치(value)를 경쟁사들과 어떻게 차별화해서 사용자에게 제공할 것인지가 곧 앱의 성공 여부를 결정짓는 관건이 된다. 포지셔닝 전략을 결정한 후 이를 혁신적인 사용자 경험으로 이끌기 위해 어떻게 기술과 디자인 역량을 결합하여 차별화되고 지속해서 사용 가치를 창출할 것인가를 고려하여야 한다.

### 3. UX 포지셔닝 전략의 고려 조건을 이해한다.

경쟁사들과는 다른 차별적인 UX를 사용자의 마음속에 어떻게 각인하게 할 것인지 전략을 설정할 때 다음의 사항들을 고려하여야 한다.

#### (1) 시장

문화콘텐츠앱 시장의 규모, 경쟁사 분포 및 현황, 사업 분야의 성장 전망 등의 내용을 파악하여야 한다.

#### (2) 사용자

문화콘텐츠앱에 대하여 서로 비슷한 욕구나 필요를 느끼는 타겟 사용자 그룹에 대한 이해 및 요구사항들을 파악하여야 한다.

#### (3) 경쟁사

타사와 비교하여 자사의 강점과 약점, 기회, 위협 요인을 분석함으로써, 경쟁사와 차별되는 서비스를 발굴하여야 한다.

#### (4) 가치 전달의 방법

사용자에게 어떻게 최적의 앱 서비스를 제공하여 가치를 전달할 것인지 구체적인 기술, 디자인 등 물리적이고 심리적인 경험을 연결하는 방법에 대한 고민을 말한다.

### 4. UX 포지셔닝 전략의 사례를 통해 포지셔닝을 설정해본다.

다음의 UX 포지셔닝 전략의 예시를 통하여 해당 앱의 UX 포지셔닝 전략을 설정해본다.

#### (1) 특정 마니아 사용자층을 위한 서비스 전략(틈새시장 공략)

#### (2) 차별화된 개인화 서비스(사용자의 취향과 편의 집중 서비스 제공)

#### (3) 비용 절감 서비스(사용자에게 제공하는 혜택을 최고 수준으로 올려 유용성 강조)

#### (4) 부가 기능 확대 서비스(디지털 아카이빙 서비스)

### 수행 tip

- 차별화된 UX 포지셔닝 전략 수립에 대한 실습을 통해 어떻게 하면 사용자들의 삶을 보다 편리하고 풍부하게 할 수 있을지, 어떻게 전달할 것인지 토의를 진행해본다.

## 수행 내용 2 / UX 디자인 전략 포지셔닝 방향 선정하기

### 재료 · 자료

- 퍼소나 데이터
- 정황 시나리오 분석 자료

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 문서작성 프로그램
- 스프레드시트

### 안전 · 유의 사항

- 퍼소나의 몇 가지 유형 중에서도 대표 퍼소나가 선별되어야 함을 이해하고, 퍼소나의 우선순위를 결정하는 방법론을 이해한다.
- 퍼소나의 UI/UX 니즈에는 기능적인 것뿐만 아니라, 감성적이고 정성적인 니즈가 있음을 이해하고 이에 대한 도출 방법을 이해한다.
- 팀별로 퍼소나의 유형 분류 및 요구사항, 디자인 방향성 정의 등에 대한 토론을 진행함에 있어, 모든 학습자가 고르게 참여할 수 있도록 진행한다.
- 퍼소나의 디자인 요구사항으로부터 도출된 내용을 정리하여, 이를 앱의 UI/UX 디자인 전략의 핵심으로 전개해나갈 수 있도록 실습한다.

### 수행 순서

#### ① 퍼소나의 UI/UX 요구사항 선별한다.

앞서 작성된 퍼소나의 정황 시나리오를 통해 요구사항을 도출하였던 자료를 토대로 퍼소나에 대한 식별 작업을 토론을 통해 수행한다.

##### 1. 퍼소나 데이터를 준비한다.

퍼소나의 정황 시나리오로부터 자연스럽게 퍼소나의 요구사항이 도출되었다면, 퍼소나 1, 2, 3 또는 주 퍼소나, 부 퍼소나 및 기타 퍼소나 유형 중 가장 핵심이 되는 퍼소나를 선별한다. 핵심이 되는 퍼소나를 선별하는 기준은 조사 데이터에서 가장 비중이 높은 사용자 그룹으로 결정하는 것이 일반적이다.

##### 2. 퍼소나 별 UI/UX 요구사항을 식별한다.

(1) 퍼소나별 정황 시나리오 작성 문서와 요구사항 도출 자료를 수집하여, 핵심 퍼소나

를 중심으로 우선순위를 부여한다.

- (2) 우선순위에 따라 퍼소나를 분류하고 개발 가능한 요구사항인지 검토하여 본다.
- (3) 퍼소나별 요구사항의 특성을 파악하여 각 퍼소나가 지향하는 앱의 가치 유형을 분류하여 본다.
- (4) 퍼소나 요구사항에 대해 복수의 내용이 도출된 경우 이에 대한 토론을 통해 기타 니즈에 분류한다.
- (5) 요구사항의 중요도는 높으나 실제 적용이 어렵거나 많은 자원이 필요할 것으로 예상하는 경우 별도의 이슈사항으로 분류한다.
- (6) 퍼소나 별 요구사항 목록을 작성하고 기록한다.

### 3. 퍼소나 별 디자인 요구사항을 정의하여 앱 디자인 전략의 포지셔닝을 선정한다.

퍼소나의 목표를 반영한 디자인 요구사항 분류를 통해 요구사항별 대표 니즈를 선별한다. 예를 들어, 앞서 작성된 사례와 같이 퍼소나의 니즈별 속성을 분류하거나 앱을 이용하는 퍼소나의 목적에 따른 요인을 기준으로 분류할 수도 있다. 이에 따른 대표 키워드를 다음과 같이 선정하여 봄으로써 앱 UX 디자인 전략의 포지셔닝을 파악할 수 있다. 다음의 앱 UX 디자인 전략의 포지셔닝 방향은 사용자 맞춤형 콘텐츠 제공 및 공유 서비스로 선정한 사례이다.

- 쉬운 콘텐츠 검색
- 맞춤형 문화 콘텐츠 알림 서비스
- 콘텐츠 공유 서비스 기능
- 디지털 아카이빙 서비스 제공

### ② UX 전략 포지셔닝 방향 선정 결과를 리뷰한다.

팀별로 수행 결과를 발표하여 학습자들 간의 다양한 의견과 제안 등이 활발하게 이루어질 수 있도록 토의를 진행한다.

#### 수행 tip

- 퍼소나의 UI/UX 요구사항 모두를 그대로 적용하는 것이 아니라, 정리하고 선별하는 작업을 통해서 핵심 내용을 토대로 디자인 방향을 수립하게 됨을 숙지한다.

## 3-2. UX 차별화 전략 수립

### 학습 목표

- 결정된 포지셔닝에 따라 경쟁 환경 · 기술적 측면 · 사용자 요구사항을 반영하여 차별화된 UX 전략을 수립할 수 있다.

### 필요 지식 /

#### ① UX 전략 수립 시 고려해야 할 조건

앞서 선정한 UX 전략 포지셔닝 방향에 따라 전략을 수립할 시 고려해야 할 조건들을 분석하여 실현 가능하며 차별화된 UX 전략을 수립한다. 비즈니스 측면에서의 UX 전략의 고려와 기술적 측면, 사용자 측면에서의 고려를 통하여 UX 디자인 전략의 명확성 및 타당성을 검토하여야 한다.

#### 1. 경영 전략 및 경쟁 환경에서 UX 전략

##### (1) 경영 관점에서의 UX 전략

전략 경영 분야의 최고 권위자인 제이 바니(Jay B. Barney)와 윌리엄 헤스텔리(William S. Hesterly)는 경영(business)이란 선택과 실행의 연속된 과정이라고 정의하고 있다. 기업의 경쟁력은 시장에 소구되어야 할 제품/서비스가 경쟁 우위를 얻을 수 있도록, 가능한 대안 중에 가장 효과적인 방안을 선택하고 선택한 전략을 효율적으로 실행하는 능력에 있다고 한다. 급변하는 모바일 앱 시장의 경쟁 환경에서 경쟁사들보다 경쟁적 우위를 얻으려는 방법을 경영 전략이라고 한다. 기업의 경영 관점에서 바라보는 전략에 대한 논점(issue)과 접근은 첫째, 사용자 경험을 어떻게 정의해야 할 것인가, 둘째, 차별적인 사용자 경험의 내용을 어떻게 앱의 서비스 품질로 연결할 것인가, 셋째, 어떻게 지속 가능한 경쟁우위를 유지할 것인가, 넷째, 지속적인 사용자 경험의 향상을 위하여 기업 내의 조직을 어떻게 구성해야 하는 지로 요약할 수 있다.

##### (2) 경쟁 환경 관점에서의 UX 전략

앱의 UX/UI 기획 초반, 타 경쟁사의 전략과 서비스의 세부사항들을 파악하는 것이 중요한 요건이 된다. 이는 앱 개발 후, 시행착오에 걸리는 시간을 최소화할 수 유용한 방법이다. 경쟁 환경의 분석은 시장을 차지하는 자사와 경쟁사들의 앱 서비스에 대한 분석을 말한다. 이러한 분석을 통해 경쟁사들이 사용자들에게 제공하고 있는 세부 가치들을 자사와 상호 비교하여 공통점이나 차별점, 중요 논점들에 대한 통찰을 얻을 수 있다. 이를 통하여, 사용자에게 어떤 가치를 제공해야 하는지 어떤 부분을 간과하면 안 되는지에 대한 명확한 기준을 가지고 UX 전략을 수립하는 것이 바람직하다. 정성

적인 접근으로서 경쟁사의 앱을 분석할 때, 대표적인 분석 대상은 다음과 같다.

(가) 사이트 맵 분석(주요 기능과 콘텐츠 구성을 파악)

경쟁사 앱의 사이트 맵을 통해서 서비스의 주요 기능과 콘텐츠를 빠르게 분석할 수 있다. 중요도가 높은 상위 레벨의 기능성과 콘텐츠 분석을 통해 경쟁 서비스의 주요 항목들을 빠르게 상호비교 분석하고 자사의 앱 서비스의 콘텐츠 항목과 기능들을 어떻게 정의해야 하는 지, UX 디자인 전략에 대한 통찰을 얻을 수 있다.

(나) 콘텐츠의 분류와 레이블 분석

경쟁사 앱의 콘텐츠 성격과 그에 따른 분류 기준이 명확한지 분석하고, 적절한 레이블이 적용되어 있는지 분석한다. 사용자가 쉽게 인지할 수 있는 분류와 이름이 부여되어 있는지에 대한 사용자 조사를 수행하여 볼 수도 있다.

(다) 디자인 분석

앱의 시각적 디자인에 사용자 경험이 충분히 고려되어 있는지 분석한다. 경쟁 앱의 디자인 분석을 통해 사용자의 경험을 얼마나 세심하게 고려하여 시각적 요소들을 반영하였는지, 사용성, 접근성 등이 적절히 반영되어 있는지를 평가할 수 있다.

(라) 논점 정리

이와 같은 분석을 통하여, 경쟁사 앱이 보유하고 있는 강점 요소들을 기록하고 개선해야 할 범위를 목록으로 작성한다. 이는 사용자 조사를 수행하여 봄으로써 더욱 명확한 결과와 추가적인 통찰을 얻을 수 있다.

## 2. 기술적 측면의 고려

UX 디자인 전략 수립 과정에서 고려해야 할 기술적 측면은 자사가 개발하고자 하는 앱에 실제로 구현이 가능한 것인지, 기술적 측면에서 실현 가능한 것인지를 고려해야 하는 것을 말한다. 또한, 사용자로부터 발굴해 낸 혁신적인 아이디어일지라도 그것의 경제성이나 유용성을 따져 보아야 하며, 개발 이후 지속가능성, 확장성, 호환성 등을 점검해야 한다.

## 3. 사용자 요구사항 측면의 고려

사용자 조사 및 사용자 경험 모델링을 통해 앱에 대한 개념적인 설계를 수행하여 피소나의 최종 목표 및 UX 디자인 전략의 포지셔닝을 설정하였다. 이로부터 나온 사용자 경험 가치(UX value)는 넓은 관점에서의 개발하고자 하는 앱의 가치와 디자인의 방향성을 명시하는 것이며, 요구사항의 내용을 수렴하는 큰 범주의 기준이 되는 것이다. 즉, 사용자 경험 가치(UX value)는 타깃 사용자 그룹을 위한 UX/UI 디자인 전략의 근간을 연결하는 매개가 된다고 할 수 있다. 이와 같은 실제 사용자의 경험을 고려하여 인터페이스 디자인에 구현하기 위해서는 분석된 사용자 경험 가치의 내용을 통합, 정리하여 각각의 디자인 측면으로 나누어 세밀하게 분석해볼 수 있다. 이를 통하여, 사용자 조사 과정으로부터 도출된 사용자의 경험 가치에 부합하는 디자인의 원칙과 방향을 세워 발견된 여러 가지 디자인의 문

제들을 통합하고 조정할 수 있는 차별화된 UX 디자인 전략을 수립할 수 있다.

## ② 문화콘텐츠앱 UX 디자인 전략

앞서, 학습한 내용과 같이 디자인 분야별로 사용자가 추구하는 가치와 니즈를 반영할 수 있도록 다음과 같이 인터랙션 디자인 전략, 정보디자인 전략, 비주얼 디자인 전략을 수립하여 본다.

### 1. 인터랙션 디자인 전략

퍼소나가 앱과의 상호작용 과정에서 경험할 수 있는 대표적인 인터랙션 디자인의 문제점들에는 다음과 같은 것들이 있을 수 있다.

#### (1) 복잡한 입력, 출력 환경

퍼소나가 원하는 콘텐츠에 접근하고자할 때 많은 단계의 입력과 조작을 요구하거나 콘텐츠 출력 과정이 간단, 명료하지 않을 경우, 너무 많은 선택지를 제공하는 등의 상호작용 방식은 사용 편의를 떨어뜨리는 요인이 될 수 있다.

#### (2) 조작 방법의 어려움

퍼소나가 한눈에 보고 조작법을 알 수 있도록 해야 하고, 인터랙션 방식을 쉽게 이해할 수 있어야 한다. 사용자에게 별도의 학습을 요구해서는 안 된다.

#### (3) 지나치게 긴 동선과 많은 조작의 요구

한 화면상에서 필요한 입력을 완료할 수 있도록 가능한 한 짧은 동선과 단순한 조작 방식을 제공하여야 한다. 하나의 기능을 이용하는 데 있어서 지나치게 긴 깊이(depth)와 단계는 결국 사용성을 떨어뜨릴 뿐 아니라, 사용자의 불만을 유발할 수 있는 요인이 된다.

#### (4) 명확하지 않은 피드백

퍼소나가 원하는 작업을 수행할 때 해당 영역을 터치, 또는 드래그 등의 입력에 대한 피드백이 명확하지 않거나, 시간의 지연, 인식 영역의 범위가 충분하지 못해 일어나는 여러 상황에서 사용자는 혼란을 겪게 된다. 사용자의 조작에 대해 즉각적인 피드백은 필수적인 조건이 된다.

### 2. 정보 디자인 전략

앱에서 정보 디자인은 타겟 사용자 그룹이 쉽게 이해할 수 있는 방식으로 콘텐츠 요소를 배치, 그룹핑하여 정보에 쉽게 접근할 수 있는 체계를 만드는 것이 중요하다. 타겟의 연령층이 20대부터 50대에 이르기까지 폭넓게 분포된 경우에는 시각적으로 더욱 명확하게 콘텐츠를 분류하여 제공하여야 한다. 상위 레벨의 기능과 콘텐츠 분류 등의 정보체계를 명확하게 구축하는 것이 바람직하다. 사용자가 앱의 정보를 이용하는 과정에서 경험할 수 있는 대표적인 정보디자인의 문제점들에는 다음과 같은 것들이 있을 수 있다.



#### (1) 명확하지 않은 아이콘이나 레이블링

그래픽 요소 중 아이콘은 많은 양의 텍스트로 표현해야 하는 정보를 줄이고 디자인적으로 심미적 인상을 전달할 수 있는 장점을 가진다. 하지만 일반 사용자가 그 의미를 이해하기 어렵거나 모호한 경우에는 혼란을 초래하는 원인이 되기도 한다. 아이콘의 지시적 기능이 다소 명확하지 못한 경우에는 아이콘과 함께 직관적인 레이블을 함께 제공하면 사용자의 실수를 예방할 수 있다.

#### (2) 네비게이션의 표현 방식

퍼소나는 앱의 메인 화면에서 네비게이션을 따라 정보를 탐색하며 앱과 지속해서 상호작용을 하게 된다. 네비게이션의 구조와 표현 방식에서 나타날 수 있는 복잡성의 문제를 제거하여 퍼소나가 앱에서 수행하는 작업을 모두 완료하기까지 네비게이션은 사용자의 길잡이 역할을 충실히 수행할 수 있어야 한다.

#### (3) 텍스트 중심의 콘텐츠 구성

콘텐츠의 유용성에 앞서, 문화 콘텐츠 상세 페이지에서 콘텐츠의 표현 방식이 적절하게 글과 그림, 또는 사진 등으로 구성하는 것이 바람직하다. 퍼소나가 텍스트 위주의 정보를 보기 위해 계속 스크롤링을 하게 되면 정보에 대한 흥미를 떨어뜨리고 시각적 피로도를 높하게 되므로, 결국 사용자 경험을 나쁘게 만드는 요인으로 작용할 수 있다.

#### (4) 일관성 없는 콘텐츠 분류 방식

정보디자인 측면에서 정보 분류 체계와 그룹핑이 제대로 구축되지 않았을 경우, 퍼소나가 예측하는 위치와 콘텐츠 위치가 어긋날 수 있다. 사용자 멘탈 모델과 유사한 방식으로 콘텐츠를 분류하여 제공하여야 사용자의 실수를 방지할 수 있다.

### 3. 비주얼 디자인 전략

앱에서 비주얼 디자인은 인터페이스 요소의 시각적인 배치를 의미하며, 컬러, 레이아웃, 타이포그래피, 버튼, 아이콘 등의 주요 요소를 다룬다. 이러한 시각요소는 퍼소나의 즉각적인 반응을 일으키는 경험 요소로 작용한다. 퍼소나의 니즈에는 기능적인 측면과 아울러, 감성적이고 심리적인 니즈도 존재한다. 비주얼 디자인은 단순히 표면으로 드러나는 것뿐만 아니라, 사용성과 접근성, 감성 등에 밀접하게 영향을 끼치며 결과적으로 사용자 경험에 영향을 끼치게 되는 디자인 분야라는 것을 간과해서는 안 된다. 퍼소나가 앱의 정보를 이용하는 과정에서 경험할 수 있는 대표적인 비주얼 디자인의 문제점들에는 다음과 같은 것들이 있을 수 있다.

#### (1) 복잡한 레이아웃

복잡한 화면 구성과 명확한 구분 없이 정보를 나열하는 방식의 레이아웃 구성은 퍼소나가 편안하게 콘텐츠를 이용하기 어려우며, 많은 실수를 유발할 수 있다. 특히, 장시간 앱 이용을 지속하기 어려울 뿐만 아니라, 시간이 지나 다시 콘텐츠를 이용할 때에도 학습을 해야 하는 상황을 초래할 수 있다.

## (2) 타이포그래피의 가독성

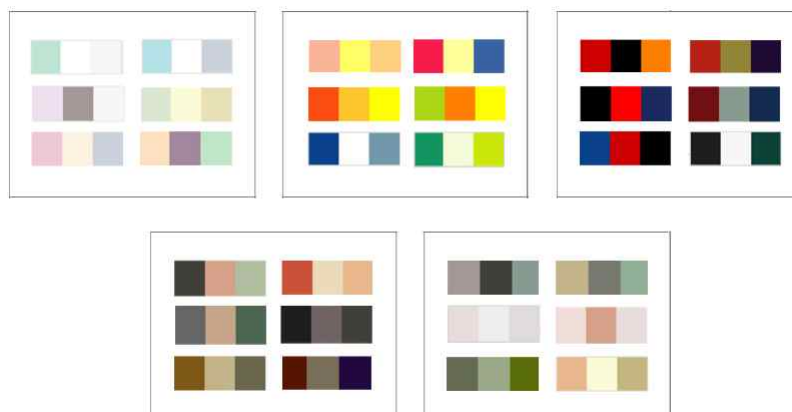
타이포그래피는 네비게이션이나 아이콘, 콘텐츠의 본문 등 널리 분포되어 사용되는 디자인 요소이다. 네비게이션이나 아이콘 레이블에서의 타이포그래피는 시인성이 확보되어야 하는데, 배경색과의 색상, 명도, 채도 대비를 명확히 구분할 수 있도록 적절하게 구성하여야 한다. 저 시력의 퍼소나도 불편 없이 이용할 수 있도록 컬러디자인을 하여야 하고 콘텐츠의 본문에서는 배경과의 명도대비를 충분히 고려하여 가독성에 문제가 없도록 하는 것이 바람직하다.

## (3) 이해하기 어려운 아이콘

아이콘은 보편적 퍼소나가 이해하기 쉬운 형태를 사용하여야 한다. 디자인의 외관에만 치중하여 무엇을 의미하는지 알 수 없는 아이콘은 사용자들로부터 가장 많은 불만을 일으키는 요소 중 하나로 알려져 있다. 간결하고 단순하게 지시적 의미를 전달할 수 있는 아이콘의 표현을 선택하거나, 또는 쉽게 이해할 수 있는 레이블을 함께 사용하여 혼동을 일으키지 않도록 해야 한다.

## (4) 조화롭지 않은 컬러 배색

앱의 컬러는 첫째, 앱의 목적과 연관성이 높은 것을 선택하는 것이 좋다. 예를 들어, 공공기관의 앱의 경우에는 파란색을 주조색으로 적용하여 신뢰감을 전달하는 경우가 대부분이다. 또한, 특정 브랜드의 앱은 브랜드 고유의 아이덴티티 컬러를 사용하여 일관된 브랜드 이미지를 전달하며, 쇼핑 앱 등에서는 강렬한 빨간색을 주조색으로 적용하여 강한 인상을 전달하는 경우도 있다. 특히, 화면의 배색은 주조색, 보조색, 강조색의 구분을 통해 콘텐츠의 구분성과 강조, 정보의 위계질서를 표현하는 것으로서 사용성과 깊은 관련이 있다. 장시간 앱을 이용하는 퍼소나의 경우 화면은 차분하고 시각적 자극을 주지 않는 범위에서 강조 요소와 그렇지 않은 내용에 차별적으로 컬러를 적용하는 것이 바람직하다.



[그림 3-2] 컬러 이미지별 배색 사례

## 수행 내용 1 / UX 디자인 전략 수립하기

---

### 재료 · 자료

- 사용자 작업(task) 분석 결과
- 퍼소나 데이터

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 문서작성 프로그램
- 그래픽 소프트웨어

### 안전 · 유의 사항

- UX 디자인 전략은 기술, 기능, 인터페이스에 대한 모든 결정에 영향을 미치는 요인들을 이해하는 기준이라는 것을 숙지한다.
- UX는 사용자와 앱 서비스와의 상호작용을 통해 얻게 되는 총체적 경험임을 이해한다.
- 디자인 분야별 분석 결과로부터 도출된 문제점들을 정리하여, 이를 해결할 수 있는 UX 디자인 전략을 수립하는 방법을 실습한다.
- 인터랙션 디자인은 사용자의 기능 요구사항의 세부 작업에 대한 동작을 설계하는 분야로써 사용자 경험을 이루는 중요한 분야임을 이해한다.
- 정보디자인은 사용자의 이해를 위해 콘텐츠 요소들을 배치하고, 의미에 맞게 콘텐츠를 그룹화하여 사용자들의 멘탈 모델을 배치에 반영하는 중요한 분야임을 이해한다.
- 비주얼 디자인은 인터페이스 요소들과 GUI 구성 요소들을 시각적으로 배치하고, 이에 대하여 시각적인 강조로서 시선 유도, 통일성, 일관성 등을 부여하는 최종적인 디자인 분야임을 이해한다.

### 수행 순서

#### ① UX 디자인 전략 수립을 위한 문제를 정의한다.

앞서 작성된 퍼소나의 사용자 경험 가치와 그에 따른 인터랙션 디자인 전략, 정보디자인 전략, 비주얼 디자인 전략을 수립해본다.

#### 1. 인터랙션 디자인의 문제를 정의한다.

퍼소나로부터 도출된 인터랙션 디자인의 문제점들을 정리하여 본다.

<표 3-1> 인터랙션 디자인 문제 정의

No	인터랙션 디자인의 문제점
1	복잡한 입력, 출력 환경
2	조작 방법의 어려움
3	지나치게 긴 동선과 많은 조작의 요구
4	명확하지 않은 피드백

## 2. 정보디자인의 문제를 정의한다.

퍼소나로부터 도출된 정보디자인의 문제점들을 정리하여 본다.

<표 3-2> 정보디자인 문제 정의

No	정보디자인의 문제점
1	명확하지 않은 아이콘이나 레이블링
2	네비게이션의 표현 방식
3	텍스트 중심의 콘텐츠 구성
4	일관성 없는 콘텐츠 분류 방식

## 3. 비주얼 디자인의 문제를 정의한다.

퍼소나로부터 도출된 비주얼 디자인의 문제점들을 정리하여 본다.

<표 3-3> 비주얼 디자인 문제 정의

No	비주얼 디자인의 문제점
1	복잡한 레이아웃
2	타이포그래피의 가독성
3	이해하기 어려운 아이콘
4	조화롭지 않은 컬러 배색

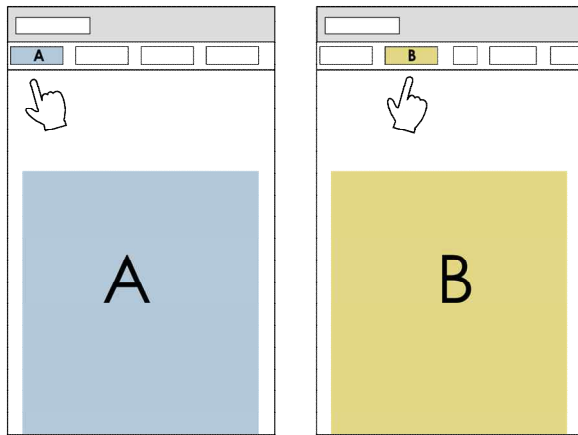
## ② 문제 해결을 위한 UX 디자인 전략을 수립한다.

정의된 문제점을 바탕으로 하여 학습자들 간의 다양한 의견과 제안 등을 통해 인터랙션 디자인 전략, 정보디자인 전략, 비주얼 디자인 전략을 수립해본다.

### 1. 인터랙션 디자인 전략을 수립한다.

복잡한 입력, 출력 환경과 조작 방법의 어려움, 긴 동선과 많은 조작의 요구, 명확하지 않은 피드백에 대한 문제 정의에 따라, 인터랙션 디자인 전략은 한 공간에서 작업을 수행하

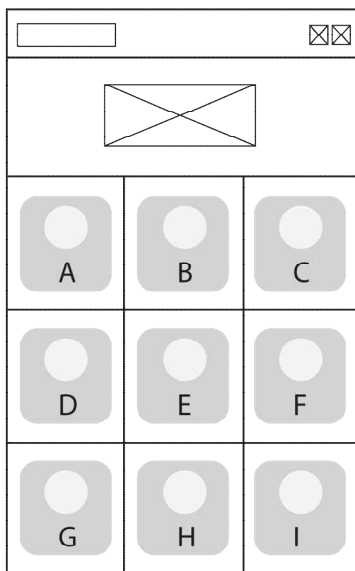
고 완료할 수 있도록 하여 인터페이스 조작 문제를 해결하고 자연스러운 작업 흐름, 명확한 피드백을 제공하는 것으로 계획할 수 있다.



[그림 3-3] 단순 조작과 짧은 동선 제공 사례

## 2. 정보 디자인 전략을 수립한다.

명확하지 않은 아이콘, 레이블, 네비게이션과 텍스트 중심의 콘텐츠 구성, 일관성 없는 콘텐츠 분류 방식에 대한 문제 정의에 따라, 정보 디자인 전략은 명확성을 높일 수 있는 아이콘, 레이블, 네비게이션 및 글과 사진의 적절한 적용을 통해 콘텐츠 전달력을 높이고 정보 구조를 체계화하는 것으로 계획할 수 있다.

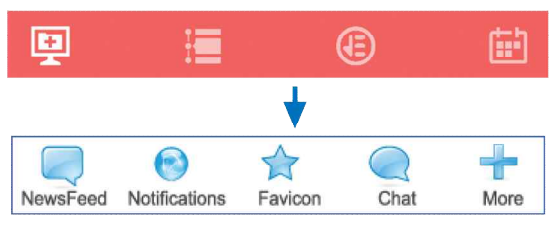


아이콘+텍스트

[그림 3-4] 명확한 아이콘 사례

### 3. 비주얼 디자인 전략을 수립한다.

복잡한 레이아웃, 타이포그래피의 가독성, 이해하기 어려운 아이콘, 조화롭지 않은 컬러 배색에 대한 문제 정의에 따라, 비주얼 디자인 전략은 간결한 레이아웃 구조와 한눈에 이해할 수 있는 아이콘, 기능을 명확하게 전달할 수 있는 레이블, 앱의 목적에 부합하는 컬러 및 식별성을 높일 수 있는 컬러디자인을 수행하는 것으로 계획할 수 있다.



[그림 3-5] 의미전달을 위한 아이콘 사례

### 4. UX 디자인 전략 수립 결과를 리뷰한다.

팀별로 수행 결과를 발표하여 디자인별 문제 정의와 문제 해결을 위한 UX 디자인 전략 수립의 방법을 검토하여 본다. 사용자의 앱 경험을 통해 수집된 디자인의 문제점들에 대한 정보와 해결 방안 등을 문서로 작성하여 학습자간에 의견, 평가, 제안 등을 주고받는 토의를 진행한다. 토론 후 수정 보완에 대한 의견 수렴을 통해 팀별로 개선사항을 검토하고 협의하여 수정 작업을 진행한다.

#### 수행 tip

- 특정 문화콘텐츠앱을 2, 3가지 정도 선정하여 사용해보고, 사용자의 입장에서 앱의 UX 디자인 분석을 수행하여 토의를 진행한다.
- 사용자가 만족할만한 UX의 제공은 디자인별 모든 구성 요소를 복합적으로 분석하여야 한다는 것에 유념한다.
- UX 디자인의 목적은 사용자에게 최대한 자연스러운 경험을 제공하는 것으로서, 화려한 외관 디자인이 목적이 아님을 명심하도록 한다.

## 수행 내용 2 / 휴리스틱(Heuristic) 평가 수행하기

---

### 재료 · 자료

- 휴리스틱 평가를 위해 선정된 앱(App)
- 제이콥 닐슨이 제시한 10가지 사용성 리스트

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 문서작성 프로그램
- 그래픽 소프트웨어
- 스프레드시트
- 디지털 카메라

### 안전 · 유의 사항

- 앱 서비스 전반의 사용성에 대한 문제를 찾아내기 위해 사용성 공학 방법으로 전문가에 의한 휴리스틱 평가를 수행하는 것이므로 평가 대상 앱이 그러한 규칙들을 잘 준수하고 있는지 평가를 수행하여 본다.
- 디자인 결과물이 사용성 원칙 또는 휴리스틱 가이드라인에 비추어볼 때, 문제점을 발견하고 디자인에 반영하는 방법임을 이해한다.
- 휴리스틱 평가 외에 여러 가지 디자인에 대한 평가 기준이 있음을 이해하고, 다양한 평가를 수행해본다.

### 수행 순서

#### ① 휴리스틱 평가(heuristic evaluation)를 수행한다.

휴리스틱 평가는 반복적인 디자인 개발 프로세스를 가지는 앱과 웹사이트에 대한 사용성과 관련된 문제를 개발 초기에 발견해내기 위한 발견적 평가 방법론이다. 사용성 전문가인 ‘제이콥 닐슨의 10대 사용성 리스트(Jacob Nielsen, 1994)’를 기준으로 문화콘텐츠앱 서비스에 대해 평가를 수행해본다.

#### 1. 평가 대상 문화콘텐츠 앱을 3가지 정도 선정한다.

문화콘텐츠앱 선정 시 앱 간의 유사성이 높은 대상을 선정하는 것이 적합하다. 예를 들어 앱이 제공하는 문화 콘텐츠의 분야와 범위가 유사한 경우에는 비교 대상으로 적합하다고

할 수 있다. 하지만 하나의 문화 콘텐츠 분야만을 전문적으로 제공하는 앱과 다양한 분야를 제공하는 문화콘텐츠앱은 대상 선정 조건에 부합하지 않는다. 이러한 대상 선정 방법에 유의하여 평가 대상을 선정해본다.

## 2. 평가 대상 문화콘텐츠앱의 현황 자료를 수집한다.

문화콘텐츠앱을 통해 사용자가 수행할 것으로 예측되는 작업을 간략한 문장으로 작성하여 목록을 만든다, 예를 들어, 사용자가 로그인한다. 사용자가 설정 메뉴를 찾아 앱의 기본적인 알림 설정을 이용한다. 등의 작업(Task) 목록을 작성해본다. 선정한 작업 목록에 해당하는 화면을 수집하고 순서별로 나열한다. 캡처 화면의 저장 시 흐름에 따라 순차적으로 번호를 기재하여 혼동을 방지하도록 하고, 화면상의 UI 요소들과 그 기능을 직접 이미지에 표기하거나 목록으로 작성한다.

## 3. 휴리스틱 평가에 사용되는 문항을 검토한다.

다음의 ‘제이콥 닐슨이 제시한 10가지 사용성 리스트’를 기준으로 하여, 해당 문화콘텐츠앱을 일정시간 사용해본 후 사용성을 평가하여 본다.

### (1) 가시성

사용자에게 시스템의 현재 상태를 시각화하여 보여준다. 사용자가 무엇이 진행되고 있는지 알 수 있도록 적절한 시점에 앱이 정보를 제공해 준다.

### (2) 정확성

현 시스템에 잘 부합되도록 시스템을 설계한다. 시스템 기준이 아닌 사용자를 기준으로 사용자가 이해할 수 있는 익숙한 단어를 제시하고 있다.

### (3) 만족성

사용자에게 적절한 통제권을 부여한다. 앱에서 사용자가 실수로 어떤 조작을 하던 중, 언제든지 원치 않은 상황을 벗어날 수 있도록 취소하거나 되돌리기 등과 같은 통제권을 제공한다.

### (4) 일관성

일관성과 표준성을 높인다. 사용자가 같은 의미를 갖는 기능의 조작, 상황, 단어 등에 의해 혼란을 겪지 않도록 일관된 규칙을 적용하고 있다.

### (5) 에러

사용자의 실수를 미연에 방지할 수 있도록 설계한다. 사용자의 오류를 범할 수 있는 조건을 제거하거나 최종 작업을 완료하기 전에 옵션 등을 통해서 확인하게 한다.

### (6) 효율성

사용자가 적은 인지적 노력으로 시스템을 사용할 수 있도록 한다. 초보 사용자도 신속하게 원하는 작업을 수행할 수 있도록 필요한 기능을 제공하거나, 자주 사용하는 조작을 사용자가 직접 설정 및 변경할 수 있는 기능을 제공한다.



(7) 신속성

사용자가 시스템을 유연하게 사용할 수 있도록 한다. 사용자가 기억보다 인식할 수 있도록 앱의 기능 조작 방법을 시각화하고 있다.

(8) 심미성

심미적이고 간결한 시스템 디자인을 제공한다. UI의 복잡성을 제거하거나 사용 빈도가 낮은 기능 및 정보들이 포함되어 있지 않다.

(9) 역조작

에러 발생 시 사용자 스스로 문제를 파악하고 수정할 수 있도록 설계한다. 오류 메시지는 한눈에 이해할 수 있는 명확한 용어를 사용하고 있으며, 오류 상황 및 결과를 제시해주고 있다.

(10) 이해성

사용자에게 충분한 도움말을 제공한다. 사용자가 수행하여야 할 작업과정을 알기 쉽게 안내해주는 도움말과 메뉴얼이 제공되고 있다.

4. 사용성 평가를 진행한다.

작성된 사용자의 작업 목록에 대하여 휴리스틱 평가를 수행한다. 하나의 대상 앱의 평가가 완료된 후, 다음 대상 앱에 대하여 평가하는 방식으로 진행해본다. 평가 방법은 휴리스틱 검사법 문항에 따라 O, X 평가를 진행하거나, 또는 리커트 척도 방식으로 1~5 점과 같이 균일한 척도를 기준으로 평가하여 본다.

② 평가 결과를 분석한다.

1. 사용성 평가 결과를 비교, 분석한다.

평가 대상 앱별로 항목별 평가 결과 및 전체 평균 점수를 내어 기록한다. 기록이 완료되면, 대상들을 비교하여 항목별로 어떠한 차이가 있는지, 전체 평균 점수와의 연관성이 있는지 등의 세부 분석을 수행해본다. 또한, 평가자들 간의 평가 결과에서 차이점을 비교하여 보고 발견된 사항에 대해서 토론하여 본다.

2. 평가 보고서를 작성한다.

팀별로 발견된 이슈를 취합하여 개선 방향을 논의한 후 평가 보고서를 작성해본다.

수행 tip

- 사용성 평가는 앱의 UX를 측정하기에는 부족한 점이 있지만, UX를 구성하는 요소 중 기본적인 사용성에 대한 문제를 조기에 발견할 수 있는 평가임을 숙지한다.

## 3-3. 앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트 도출

### 학습 목표

- 수립된 UX 전략과 사용자 요구사항을 반영하여 구체적인 앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트를 도출할 수 있다.

## 필요 지식 /

### ① UX 디자인 목표 수립

UX 디자인 전략이란, 사용자 경험 디자인의 원칙과 방향을 말하는 것으로 본 학습에서는 문화콘텐츠앱 디자인의 세부 전략을 바탕으로 UX 디자인 목표를 수립한다. 다음 예시와 같이, 명확한 목표 수립을 통해 사용자에게 전달할 UX 디자인 콘셉트를 정의할 수 있다.

#### 1. 문화콘텐츠앱 UX 디자인 원칙

사용자 경험을 이루는 앱 디자인의 핵심 분야로서 인터랙션 디자인, 정보 디자인, 비주얼 디자인의 세 가지 디자인 분야의 원칙을 이해하고, 이를 바탕으로 사용자의 니즈를 충족시킬 수 있는 디자인 방향성을 도출하여 본다.

##### (1) 인터랙션 디자인

인터랙션 디자인의 목적은 사용자와 시스템과의 상호작용을 원활하게 하는 것이다. 특히, 작업 중심의 앱과 같이 사용자가 분명한 목적을 갖고 접근하는 경우에는 앱의 특정 요소를 보고 사용자가 바로 무언가를 해야 한다는 생각을 가지는 순간부터 인터랙션이 시작된다고 할 수 있다. 따라서 인터랙션 디자인은 비주얼 디자인과 연관성이 깊으며, 사용자가 목표 달성을 위해 어떤 행위를 하기 전에 무엇을 해야 하는지를 인식할 수 있도록 해야 한다. 문화콘텐츠앱에서 기본적인 인터랙션은 입력과 출력, 사용자 터치 등에 대한 반응 및 영역, 기능의 조작 방식과 반응, 공간, 피드백, 움직임 등이 있다. 이러한 인터랙션 디자인 요소들을 타깃 사용자 그룹의 특성에 맞게 하여 최소한의 인지적 노력과 움직임, 정확하고 빠른 피드백 등이 이루어지도록 해야 한다.

##### (2) 정보 디자인

정보 디자인의 목적은 사용자가 앱을 이용하는 목적에 따라 정보를 쉽게 이해하고 효율적으로 사용할 수 있도록 정보를 조직화하고 구조화하여 이용하기 편리한 정보구조를 제공하는 데 있다. 특히, 타깃 사용자 그룹의 특성을 고려하여 인지적 과부하가 걸리지 않도록 디자인 대상의 인지 능력을 고려하는 것이 중요하다. 또한 앱 이용의 맥락(context)에서 디자인의 인지적인 요소와 사용자의 기억 능력을 함께 고려하여 타깃에게 적절한 정보 구성과 흐름, 네비게이션, 레이블링의 이해, 정보 검색에 어려움이 없도록 고려해야 한다.

### (3) 비주얼 디자인

비주얼 디자인은 앱의 타이포그래피, 컬러, 레이아웃 등 눈에 보이는 디자인 요소 간의 위계질서, 조화, 통일성, 일관성과 같은 개념을 가지고 있으며, 가장 먼저 시선을 사로잡는 디자인 분야이다. 특히, 디자인 대상의 시각적, 인지적 특성을 가장 고려해 계획하고 실행해야 하는 중요한 분야이다. 따라서 타깃 사용자 그룹의 니즈를 만족하게 하면서도 통일성과 일관성을 유지하여 정보를 쉽게 이해하고 사용할 수 있게 해야 하며, 컬러 표현과 같은 사용자 감성을 자극하는 요소의 활용을 통해 사용자와의 정서적 유대감을 높일 수 있도록 해야 한다.

## 2. 문화콘텐츠앱 UX 디자인 목표 및 방향성

앞서 사용자의 핵심 니즈를 토대로 UX 차별화 전략을 수립하였다. 이에 따라, 문화콘텐츠앱의 UX 디자인 목표를 수립하여 다음의 간단한 표어 형식으로 정리하여 작성해본다.

### (1) 직관적인 입출력 환경

인터랙션 디자인의 문제 정의를 통합하여 문화콘텐츠앱 사용자를 위한 UX 디자인의 첫 번째 목표를 직관적인 입출력 환경으로 설정하여 본다.

### (2) 사용자 중심의 콘텐츠 제공

두 번째 목표는 정보디자인의 문제 정의를 통합하여 명확하고 체계적인 콘텐츠 분류 방식으로 정하여 본다. 이를 통해, 사용자 편의를 높일 수 있는 사용자 중심의 콘텐츠를 제공하는 앱으로 설정하여 본다.

### (3) 문화콘텐츠앱의 감성 전달

세 번째 목표는 비주얼 디자인의 문제 정의를 통합하여 문화콘텐츠앱의 감성을 시각적으로 전달할 수 있는 앱으로 설정하여 본다.

## ② 문화콘텐츠앱 디자인 콘셉트(design concept)

디자인 콘셉트에 사용자에게 전달해야 할 가치와 니즈를 반영할 수 있도록 다음과 같이 UX 디자인 콘셉트를 수립하여 본다.



[그림 3-6] 문화콘텐츠앱 디자인 콘셉트

## 수행 내용 / 앱 UX 디자인 방향성과 콘셉트 도출하기

---

### 재료 · 자료

- 사용자 니즈 분석 자료
- 사용자 관찰을 통해 도출된 아이디어 자료
- 대상 앱 디자인 분석 자료
- 사용자 관찰을 통해 도출된 아이디어 자료

### 기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 문서작성 프로그램
- 그래픽 소프트웨어

### 안전 · 유의 사항

- UX 디자인 콘셉트는 개발 이후의 앱 가치에 대한 가설이므로 유동적인 특성을 가지므로, 세부 선택 사항들에 대해서 지속적인 피드백과 평가를 통하여 수정 및 개선하여 신뢰성을 향상해야 한다.
- UX를 디자인한다는 의미는 단순히 색다른 경험을 제공하려는 것뿐만 아니라, 효과적으로 사용자 목표를 달성할 수 있어야 하고 사용자들이 부담 없이 사용 가능한 수준으로 디자인을 제공하기 위한 것임을 이해한다.
- UX 디자인 방향 설정 및 디자인 콘셉트는 앱 사용자의 경험 분석을 통해서 발견한 여러 가지 디자인 문제점의 해결할 수 있는 방향을 명확하게 정의하는 것임을 이해한다.
- 다른 디자인 프로젝트와 다르게, UX 디자인 방향 설정 시 타깃 사용자 니즈 주도형으로 개발 과정이 진행되는 특성이 있음을 이해한다.
- 디자인 전략 수립을 바탕으로 디자인 방향을 설정하는 것이 필요한 이유는, 사용자가 기대하는 가치 수준에 부합하는 디자인의 접근이 필요하기 때문이라는 점을 이해한다.
- UX 디자인은 시각적으로 멋진 제품/서비스를 만들기 위한 방법론이 아니라, 타깃 사용자의 핵심 니즈를 발견하여 그들에게 최적의 사용자 경험을 제공하는 것에 목적을 둔다는 것을 숙지한다.

## 수행 순서

- ① 인터랙션 디자인, 정보 디자인, 비주얼 디자인의 UX 디자인 전략을 토대로 디자인 방향성을 도출한다.
- ② 수립된 UX 디자인 방향성을 경쟁 환경, 기술적 측면, 타깃 사용자 그룹의 니즈 등과 부합하는지 종합적 개념을 다시 한 번 조정·조율한다.
- ③ 검토한 UX 디자인 방향성에 따라, 문화콘텐츠앱의 UX 디자인 목표를 수립하여 간략한 표어 형식으로 작성해본다.
- ④ 디자인 콘셉트를 알기 쉽게 표현하여 프로젝트에 참여하는 다양한 구성원들과 쉽게 공유할 수 있게 문서로 만든다.
- ⑤ 문화콘텐츠앱의 UX 디자인 콘셉트를 평가한다.

디자인 콘셉트를 앱의 목적 및 사용자의 관점에서 객관적으로 평가하고 토론한 후 수정 보완에 대한 의견 수렴을 통해 팀별로 개선사항을 검토, 협의하여 수정 작업을 진행한다. 검증 작업은 디자인 콘셉트의 목표를 효율적이고 효과적으로 달성하기 위해 필수적이라는 것에 유념하여야 한다. 디자인 콘셉트를 도출하기까지 상세한 단계를 거쳤을지라도 완벽할 수는 없기 때문에 반복해서 검증하고 수정하는 태도를 유지하도록 한다.

### 수행 tip

- 디자인 콘셉트는 UX 디자인 방향의 궁극적인 목표가 될 뿐만이 아니라, 이후의 작업에 대한 내용을 규정하는 중요한 것임을 이해한다.
- 문화 콘텐츠 UX 디자인 전략 설정 과정에서 디자인 콘셉트 도출까지 주변 관련 부서 구성원들과의 소통을 원활히 하는 것이 바람직하다.
- 디자인 콘셉트 내용은 명확한 목표를 가지고 있어야 하며, 애매하거나 불확실한 내용을 명시해서는 안 된다는 점에 유의한다.

### 교수 방법

- 사용자 경험 디자인 전략의 시작은 문제점의 파악으로부터 시작되며, 사용자의 경험 분석을 통해서 발견한 여러 가지 디자인 문제점의 해결 방법을 제시하는 것, 그리고 새로운 사용자 경험 디자인 결과물로 제시하는 것이라는 점을 명확하게 지도한다.
- UX 전략의 포지셔닝에 대한 이해를 통하여 포지셔닝을 결정하고 경쟁 환경 · 기술적 측면 · 사용자 니즈를 분석하여 차별화된 UX 디자인 전략을 수립할 수 있도록 지도한다.
- 수립된 UX 전략과 사용자 요구사항을 반영하여 앱 UX/UI 디자인 방향성을 정의하고, 중요한 분야별 디자인 방향성에 대해 검토·평가 단계를 수행할 수 있도록 지도한다.
- 팀별로 앱 개발 실습을 수행하여 이의 결과물에 대해 사용성에 대한 휴리스틱 평가, UI/UX 요구사항 및 UI/UX 디자인 콘셉트 아이디어 도출을 수행하여 본다.
- UX 디자인 전략 수립 과정 및 디자인 콘셉트에 따른 실무의 성공적인 앱 UX 프로젝트의 사례 연구를 제시한다.
- 휴리스틱 평가에 사용되는 기준과 각각의 특징을 소개하고, 이를 응용하여 다른 평가 방법의 장단점을 이해함으로써 적절한 평가 방법을 적용할 수 있는 학습이 되도록 지도한다.
- UX 디자인 전략은 조직이 처한 환경, 업종의 차이, 그리고 전략을 통해 얻고자 할 필요에 따라 다양하게 정의될 수 있음을 지도한다.
- UX 디자인 콘셉트 아이디어 도출을 위한 브레인스토밍 등 아이디어 발상법을 토론 시 활용하여 자유로운 토론이 가능하도록 유도한다.
- 디자인 콘셉트를 정의 시 콘셉트는 명확하게 전달될 수 있어야 하며, 개인적 · 주관적인 의견이 개입되지 않도록 지도한다.
- 디자인 콘셉트의 키워드는 디자인 전략과 방향성을 수립하는 함축적인 언어로 구성되어야 함을 명확하게 지도한다.
- 디자인 콘셉트 수립 후 발표를 통하여, 내용에 대해 활발하게 피드백이 이루어질 수 있도록 하고 검증평가 단계를 통하여 반복적으로 수정하는 태도를 유지할 수 있도록 지도한다.

## 학습 방법

- 출시된 앱 서비스 중 몇 가지를 선정하여 사용해보고 학습자와 타인의 의견을 공유하여 토론하여 UX 전략 수립 시에 반영하는 방법을 습득한다.
- UX 전략이 독창적이고 혁신적인 것일지라도 실제 개발에 그대로 적용하는 것이 아니라, 서비스 제공자의 기술적 능력, 경쟁 환경 분석, 사용자 요구사항 제고 등의 과정을 거쳐 실현 가능한 범위에서 수립됨을 학습한다.
- 앱 서비스 제공자보다 이를 접하는 사용자의 입장에서 서비스를 바라보고, 평가 후 사용자 니즈를 반영하는 목적과 이후 앱 서비스가 가지게 될 가치를 예측한다.
- 사용자로부터 도출된 요구사항이 여러 가지 단계를 거쳐 최종적으로 앱 서비스에 반영될 때까지의 과정을 이해하고, 각 단계별로 어떤 통찰력을 제시해주는지에 대해 토의한다.
- 사용자 중심의 디자인을 이해시키고 물리적·심리적·정신적 특성을 반영한 디자인의 실현을 위해 적합한 UX/UI 디자인 콘셉트를 도출한다.
- 분석 대상 앱의 비주얼 디자인보다는 앱의 정보 콘텐츠 구조, 인터랙션 디자인을 분석하고 이러한 계층 구조가 타겟에 맞추어 구축되어 있는지에 주의하며 분석을 수행한다.
- 사용자 리서치를 통해 수집하는 요구사항의 도출과 실제 앱 개발 계획 시 디자인 콘셉트 도출에 어떤 차이가 있고 그 이유가 무엇인지 파악할 수 있도록 UX 디자인 프로세스에 대해 전체적으로 학습한다.
- 디자인 콘셉트 시트를 작성하고, 독창적인 디자인 콘셉트 시트를 개발하여 도출 결과를 발표한다.
- 학습자간에 자유로운 의견과 제안 등이 오갈 수 있도록 모두가 참여하여 토론한다.
- 일반적인 소프트웨어 개발의 프로세스와 UI/UX 디자인 개발 프로세스의 차이를 이해할 수 있도록 관련 자료와 정보를 통해 명확히 이해한다.

## 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

학습 내용	학습 목표	성취수준		
		상	중	하
UX 전략의 포지셔닝 방향 선정	- 사용자 조사 결과를 통해 도출된 방향성을 바탕으로 UX 전략의 포지셔닝을 결정할 수 있다.			
UX 차별화 전략 수립	- 결정된 포지셔닝에 따라 경쟁 환경·기술적 측면·사용자 요구사항을 반영하여 차별화된 UX 전략을 수립할 수 있다.			
앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트 도출	- 수립된 UX 전략과 사용자 요구사항을 반영하여 구체적인 앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트를 도출할 수 있다.			

## 평가 방법

- 일지/저널

학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
UX 전략의 포지셔닝 방향 선정	- 퍼소나 별 요구사항 정리를 바탕으로 퍼소나 유형별 분류			
	- 퍼소나 최종 목표를 분석하여 퍼소나별 목표 정의			
	- 퍼소나 목표를 반영한 UX 디자인 전략의 포지셔닝 수립			
UX 차별화 전략 수립	- UX 전략 수립 시 고려해야 할 경쟁 환경·기술적 측면·사용자 요구사항 파악			
	- 분야별 디자인 분석 후 문제 정의			
	- 분야별 디자인 문제해결을 위한 UX 디자인 전략 수립			
앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트 도출	- 디자인 분야별 앱 UX 디자인 원칙 수립			
	- 앱 UX 디자인 목표 및 방향성 수립			
	- 문화콘텐츠앱 디자인 콘셉트 도출			



• 평가자 질문

학습 내용	평가 항목	성취수준		
		상	중	하
UX 전략의 포지셔닝 방향 선정	- 퍼소나별 요구사항 정리를 바탕으로 퍼소나 유형별 분류 작업			
	- 퍼소나 최종 목표를 분석하여 퍼소나별 목표 정의 방법			
	- 퍼소나 목표를 반영한 UX 디자인 전략의 포지셔닝 수립 방법			
UX 차별화 전략 수립	- UX 전략 수립 시 고려해야 할 경쟁 환경·기술적 측면·사용자 요구사항 파악			
	- 분야별 디자인 분석 후 문제 정의			
	- 분야별 디자인 문제해결을 위한 UX 디자인 전략 수립 방법			
앱 UX/UI 디자인 방향성 및 콘셉트 도출	- 디자인 분야별 앱 UX 디자인 원칙 수립 방법			
	- 앱 UX 디자인 목표 및 방향성 수립 방법			
	- 문화콘텐츠앱 디자인 콘셉트 도출 방법			

## 피드백

1. 일지/저널

- 수행 결과로 작성된 문서를 검사하여 부족한 점과 잘된 점을 표시하여 돌려준다.

2. 평가자 질문

- 답변 내용이 학습에 대한 충분한 이해를 담고 있는지 평가하여 개선하여야 할 점과 잘된 점을 표시하여 돌려준다.



- 김경홍(2014). 『좋아 보이는 것들의 비밀, UX 디자인: 제품과 서비스, 기획부터 개발까지』. 길벗.
- 김영삼(2014). 『눈길을 사로잡는 스마트폰 앱 UX&UI 디자인』. 위키북스.
- 박지수 · 김현(2013). 『UX 디자인의 7가지 비밀』. 안그라픽스.
- 반준철(2013). 『오래가는 UX 디자인: 모바일 시대의 제품 디자인 기본 원칙』. 한빛미디어.
- 정승호 · 윤정희(2011). 『모바일 애플리케이션 UX & UI 디자인 프로젝트: 디자인 플래닝과 디자인 프로세스를 통한 사용자 중심의 앱 디자인』. 정보문화사.
- 현호영(2015). 『UX 디자인 이야기: 모든 디자이너를 위한 사용자 경험의 본질』. 유엑스리뷰.
- ALISTAIR COCKBURN ([1970] 2002). 『유스케이스 바로 쓰기 (Writing Effective Use Case』. 송태국 외(역). 피어슨에듀케이션코리아.
- “Heuristic Evaluations and Expert Reviews” . <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/heuristic-evaluation.html>/에서 2017. 8. 10. 검색
- Zeisel, J. (1984). *Inquiry by Design: Tools for Environmental-Behavior Research*. Cambridge University Press.
- Peter Morville and Louis Rosenfeld([2003] 2011). 『인포메이션 아키텍처 (Information Architecture)』. 이지현 · 이춘희(역). 위키북스.
- Russ Unger and Carolyn Chandler([2010] 2013). 『UX 디자인 프로젝트 가이드 (A PROJECT GUIDE TO UX DESIGN)』. 이지현 · 이춘희(역). 위키북스.



---

## NCS학습모듈 개발진

---

### (대표집필자)

구승희 (주)코인스티튜트

### (집필진)

이미경(중앙대학교)\*

이은숙(한국산업기술대학교)\*

채정병(한국산업기술대학교)

### (검토진)

이재훈(한국산업기술대학교)

지병준(한림성심대학교)\*

### (공동개발기관)

조아라(한국디자인진흥원)

### (연구기관)

김상진(한국직업능력개발원)

김지영(한국직업능력개발원)

김미재(한국직업능력개발원)

황혜영(한국직업능력개발원)

\*표시는 해당 NCS 개발진임

※ 이 학습모듈은 자격기본법 시행령(제8조 국가직무능력표준의 활용)에 의거하여 개발하였으며,  
NCS 정보시스템(<http://www.ncs.go.kr>)에서 다운로드 할 수 있습니다.



[www.ncs.go.kr](http://www.ncs.go.kr)