

In-Context Research_1

👤 생성자	㉔ 재환 김
🕒 생성 일시	@2024년 10월 2일 오후 1:43
🏷 태그	

사례 1: 가전제품 사용성 개선 (Dyson 청소기)

배경: Dyson은 새로운 무선 청소기를 개발하는 과정에서 사용자들이 실제로 가정에서 청소기를 어떻게 사용하는지 파악하고자 했습니다. 기존 설문조사나 실험실 테스트만으로는 사용자가 일상에서 느끼는 불편함이나 요구 사항을 모두 파악하기 어려웠기 때문입니다.

In-Context Research 수행:

- Dyson 연구팀은 여러 가정에 직접 방문하여 사용자가 청소기를 사용하는 장면을 관찰했습니다.
- 사용자들이 집 안의 다양한 장소(카펫, 바닥, 소파, 계단 등)를 청소하는 과정에서 어떤 어려움을 겪는지, 청소기를 사용하는 방식에 어떤 습관이 있는지를 세세히 기록했습니다.
- 특히, 사용자들이 청소기를 들고 이동할 때 불편함을 느끼거나 배터리 수명이 부족해 중간에 충전을 해야 하는 문제 등을 확인했습니다.

결과 및 적용:

- 이 연구를 통해 Dyson은 사용자가 청소기를 들고 이동할 때 무게와 균형이 매우 중요하다는 것을 파악했고, 이를 반영하여 더 가벼운 무선 청소기를 개발했습니다.
- 또한, 배터리 수명을 개선하고 손잡이 부분을 사용하기 편리하게 디자인함으로써 사용자 경험을 크게 향상시켰습니다.

사례 요약: 실제 사용 환경에서의 관찰을 통해 사용자의 불편함과 요구 사항을 직접 파악함으로써 제품의 사용성 개선에 성공한 사례입니다.

사례 2: 식품 패키지 디자인 개선 (밀키트 회사)

배경: 한 밀키트(Meal Kit) 회사는 제품을 구매한 고객들이 실제로 제품을 조리하고 섭취하는 과정을 관찰함으로써, 고객의 조리 경험을 개선하고자 했습니다.

In-Context Research 수행:

- 연구팀은 고객들이 밀키트를 구매하고 실제로 요리를 하는 가정에 직접 방문했습니다.

- 밀키트의 개봉 과정, 조리 순서, 필요한 도구를 사용하는 방식 등을 관찰하고 고객과 대화를 통해 밀키트 사용 시 느끼는 불편함과 개선 사항을 수집했습니다.
- 일부 고객은 패키지 안에 포함된 조리 지침서의 글씨가 너무 작거나, 조리 순서가 직관적이지 않아 혼란을 겪고 있었습니다.

결과 및 적용:

- 이 연구를 통해 밀키트 회사는 패키지에 포함된 조리 지침서의 글씨를 더 크게 하고, 그림이나 아이콘을 사용하여 조리 과정을 직관적으로 이해할 수 있도록 개선했습니다.
- 또한, 각 재료에 숫자 스티커를 붙여 조리 순서를 쉽게 파악할 수 있도록 하여 고객의 조리 경험을 크게 향상시켰습니다.

사례 요약: 실제 조리 과정을 관찰함으로써 제품 사용 중 발생하는 문제점을 파악하고, 이를 개선하여 고객 만족도를 높일 수 있었습니다.

사례 3: 모바일 앱 UX/UI 개선 (은행 앱)

배경: 한 은행은 모바일 뱅킹 앱의 사용자 경험을 개선하기 위해 고객들이 실제로 앱을 사용하는 상황을 관찰하는 In-Context Research를 실시했습니다.

In-Context Research 수행:

- 연구팀은 여러 고객을 대상으로 직접 스마트폰을 사용하면서 은행 앱을 이용하는 장면을 관찰하고, 그 과정에서 발생하는 어려움이나 불편함을 기록했습니다.
- 특히, 고객이 송금, 잔액 확인, 이체 등의 주요 기능을 수행하는 데 얼마나 시간이 걸리는지, 어떤 부분에서 혼란을 겪는지 관찰했습니다.
- 많은 사용자가 작은 아이콘이나 메뉴를 잘못 눌러 원하는 기능을 찾는 데 어려움을 겪거나, 여러 번의 터치가 필요한 복잡한 과정에서 불편함을 느꼈습니다.

결과 및 적용:

- 연구 결과를 바탕으로 은행은 앱의 주요 기능을 메인 화면에 배치하고, 사용 빈도가 높은 기능을 간편하게 접근할 수 있도록 디자인을 개선했습니다.
- 또한, 각 기능을 설명하는 짧은 톨팁과 안내 메시지를 추가하여 사용자가 앱을 더 쉽게 이용할 수 있도록 했습니다.

사례 요약: 실제 사용자의 행동을 관찰함으로써 사용자 인터페이스(UI)와 사용자 경험(UX)을 개선하여 고객이 앱을 더욱 편리하게 사용할 수 있도록 했습니다.

사례 4: 자동차 운전 경험 개선 (자동차 제조사)

배경: 한 자동차 제조사는 새로운 차량의 인포테인먼트 시스템을 개발하면서 운전자가 실제 주행 중 어떻게 시스템을 사용하는지 파악하기 위해 In-Context Research를 수행했습니다.

다.

In-Context Research 수행:

- 연구팀은 운전자의 차량에 동승하여 실제 운전 중에 인포테인먼트 시스템을 어떻게 사용하는지 관찰했습니다.
- 운전자가 네비게이션, 음악 재생, 블루투스 통화 등을 사용하는 동안 발생하는 불편함과 위험 요소를 분석했습니다.
- 운전 중 메뉴를 변경할 때 시선을 도로에서 떼거나 여러 번 버튼을 눌러야 하는 등 사용상의 어려움이 발견되었습니다.

결과 및 적용:

- 연구 결과를 통해 시스템의 UI를 간소화하고, 자주 사용하는 기능에 대한 음성 명령어를 추가하여 운전자가 운전 중에도 안전하고 편리하게 시스템을 사용할 수 있도록 개선했습니다.
- 또한, 터치스크린의 크기를 키우고 버튼 간 간격을 넓혀 운전 중에도 쉽게 조작할 수 있도록 했습니다.

사례 요약: 운전 중 인포테인먼트 시스템 사용을 직접 관찰함으로써 운전자에게 더 안전하고 편리한 경험을 제공할 수 있도록 시스템을 개선했습니다.

In-Context Research의 장점과 중요성

- **실제 상황에서의 행동 파악:** 위 사례들처럼 In-Context Research를 통해 사용자들이 실제로 제품이나 서비스를 어떻게 사용하는지 관찰하면, 사용자의 숨겨진 니즈와 불편함을 파악할 수 있습니다.
- **제품 개발 및 개선에 직접적 활용:** 관찰을 통해 얻은 인사이트는 제품의 디자인, 기능, UX/UI 개선 등에 직접적으로 적용할 수 있어 제품 경쟁력을 높일 수 있습니다.
- **다양한 산업에서 활용 가능:** 위의 사례들에서 보듯이 In-Context Research는 가전제품, 식품, 금융 서비스, 자동차 등 다양한 분야에서 적용되어 제품 및 서비스의 사용성을 향상시킬 수 있습니다.

결론

In-Context Research는 사용자의 실제 행동과 경험을 관찰함으로써 제품 및 서비스의 개선점을 발견하는 매우 효과적인 방법입니다. 이 방법을 통해 얻은 인사이트는 소비자의 진짜 니즈를 반영하고, 제품의 사용성을 높이는 데 큰 도움을 줄 수 있습니다. 이러한 관점에서 In-Context Research는 사용자 중심의 혁신을 이끄는 핵심적인 도구로 활용되고 있습니다.