

홈페이지 제작을 위한 사용자 조사 분석

김민주

의류 쇼핑몰 웹사이트 제작에 앞서 잠재 사용자층의 성향을 파악하기 위한 페르소나 작성

1. 사용자 유형 선발

성명	김 나 영
연령대	20 ~ 30대
성별	여성
선호도	편안함 / 간결함 / 신속함 / 디자인적 요소
숙련도	새로 나온 디지털 기기도 어려움 없이 쓸 만큼 숙련되어 있음
태도 및 특성	아침부터 저녁까지 스마트폰을 항상 손에 쥐고 있으며, sns를 통해 최신 유행 정보를 빠르게 섭렵하며 유행에 민감한 mz 세대의 특성을 가지고 있다.
주 사용기기	스마트폰 / 태블릿PC / 데스크탑 / 노트북
주요 방문 의류 쇼핑몰 사이트	무신사 / 29cm / w컨셉
경험 여부	유행하는 옷을 구경하기 위해 자주 접속했던 경험이 있음
의류 쇼핑몰 외 방문 사이트	유튜브 / sns / 포털 사이트 / OTT 플랫폼 사이트 / 핀터레스트

2. 페르소나 작성

기 본 정 보
나이 : 25세 수입 : 월 200 결혼여부 : 미혼 직업 : 디자이너 가족관계 : 부모님, 여자 형제 취미 : 쇼핑 및 드라마 감상

행 동
<ul style="list-style-type: none">• 직업 특성상 컴퓨터를 자주 다루기 때문에 이를 활용하는 데 있어서는 어려움을 느끼지 않는다.• 쇼핑몰 사이트나 sns 등에 자주 방문하여 최신 트렌드를 알고 있으며 유행에 맞추려고 한다.• 여가 시간에는 집에서 혼자 쉬는 것을 즐기는 편이며, 주로 그 시간에 웹서핑을 하는 편이다.• 실무에 도움이 될 만한 여러 레퍼런스 자료가 있는 핀터레스트 등의 사이트를 통해 다양한 이미지를 참고한다.• 주소를 직접 입력해 사이트에 바로 들어가거나, 간편하게 바로가기 어플을 깔아 접속하는 편이다.

니즈 / 불편사항

- 어디서든 간편하게 접속할 수 있도록 바로 접속할 수 있는 어플이 생겼으면 한다.
- 한눈에 보아도 어떤 옷인지 알 수 있을 정도로 이미지 크기가 조금 더 컸으면 한다.
- 모델컷 위주의 썸네일이 아닌, 옷만 보일 수 있는 썸네일이 대표 이미지였으면 한다.
- 디자인적 요소도 중요하지만, 가독성 좋게 눈에 잘 읽힐 수 있는 폰트를 쓰면 좋겠다.
- 모든 메뉴에 영어를 쓰지 말고 한글로 써 주었으면 좋겠다. 어떤 카테고리인지 한눈에 들어오지가 않는다.

가치 목표

- 메뉴는 한눈에 들어올 수 있도록 간단하면서도 가독성이 좋아야 한다.
- 모델컷이 아닌 옷 그 자체에 중점을 두는 이미지들을 썼으면 한다.
- 어디서든 접근하기 쉬운 바로가기 기능이 요구된다.

해결 방안

- 한글로 구성된 읽히기 쉬운 가독성 좋은 폰트에 자간, 행간 등에 신경 써야 한다.
- 주로 깔끔한 배경에 옷 사진만 보이는 이미지 등을 썸네일로 등록한다.
- 사이트 내에서 바로 바탕화면에 바로가기 아이콘을 등록할 수 있는 버튼을 추가하거나 어플을 제작한다.

맥락 시나리오

김나영 씨는 25살의 디자이너로 직업 특성상 여러 디지털 기기를 잘 다룰 수 있으며 최신 트렌드를 빠르게 읽어낸다. 또한 mz 세대인 만큼 유행에 민감한 편이다. 자주 sns를 탐방하거나 쇼핑몰 사이트에 들어가 어떤 것들이 트렌드인지 알아보는 편이다. 급한 성격 탓에 주소란에 사이트 주소를 바로 입력하여 들어가는 편이나, 영어에 능숙하지 않아 요즘처럼 대부분이 영어로 구성된 쇼핑몰 사이트에 접속했을 때 어려움을 겪는다. 여러 번 메뉴를 클릭하고서야 어떤 카테고리인지 알 수 있었던 적이 많다. 또한, 옷 하나를 구경하려 해도 모델의 셀카만 줄줄이 나오는 썸네일 탓에 어떤 옷인지 한눈에 보기가 힘들다. 바로가기 기능, 한글로 구성된 메뉴, 옷만 나오는 간단한 썸네일 등이 필요하다고 생각한다.