

페르소나 조사보고서

PERSONA REPORT

페르소나 작성 목적



페르소나는 소비자들이 **제품이나 서비스를 구매하도록 공감과 감성을 깨우는 도구**라고 할 수 있다.

때문에 소비자가 누구이고 소비자의 니즈가 무엇인지를 정확히 아는 것이 가장 중요.

소비자 니즈를 찾는 최상의 방법은 목표 고객 안에서 다양한 사용자 유형들을 대표하는 **가상인물을 설정**하는 것으로
구성원들이 의사결정 할 때 기준을 제시하여 다양한 의견이 하나로 모아질 수 있고, 주관적 예측을 줄일 수 있다.

페르소나는 어떤 제품이나 혹은 서비스를 개발하기 위하여 시장과 환경 그리고 사용자들을 이해하기 위해
사용되는 것으로써 어떤 특정한 상황과 환경 속에서 **어떤 전형적인 인물이 어떻게 행동할 것인가를
예측 하기 위해서 페르소나를 만들어낸다.**

페르소나 구성 요소



이름, 나이, 직업 등 개인 정보 (인물적 배경)

페르소나를 그리기 전,
무의적으로 편견을 가지는 것
을 방지하기 위해 임의의 이
름과 사진으로 정체성을 만드
는 것이 좋다.



사진

페르소나의 이름을 짓고, 그를
대표하는 이미지를 업로드하는
것을 잊으면 안된다. 사진을 이
용하면 페르소나를 하나의 인
격으로 대할 수 있고, 그 페르
소나를 쉽게 알아볼 수 있다는
장점이 있다.



목적, 니즈, 동기

페르소나가 제품/서비스를 이
용하면서 얻고자 하는 목표와
원하는 것들을 정의하기. 이 인
물이 여러분의 서비스나 도구
를 이용하려는 주된 목적은 무
엇인가?를 요약해보면 원하는
바를 더 명확하게 알 수 있다.



문제점

모든 페르소나는 다양한 문제
점들을 대변하고 있다. 각각의
페르소나가 대변하고 있는 문
제점들을 요약해서 정리해두면
제품을 더욱 완벽하게 만들 수
있다.

페르소나 기법의 장점

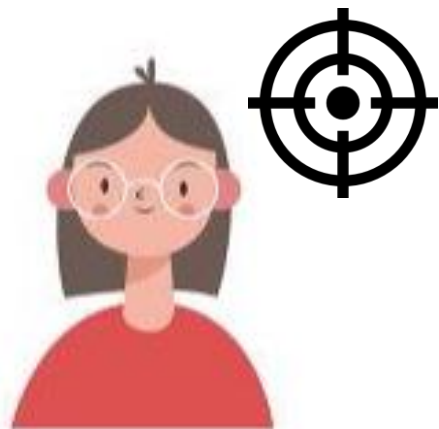


페르소나를 평가하면 사용자 인터페이스 또는 사용자 경험을 시작하기 전에 기능적으로 가장 필요한 정보들을 얻을 수 있으며, 페르소나를 설정하고 분석함으로써 사용자들에 대해 보다 더 잘 이해할 수 있다.

페르소나들을 다양한 시나리오에 투입해서 여러 다양한 시각에서 그들이 어떻게 느끼고, 생각할지 살펴보다 보면, 제품은 점차 사용자 친화적이며 사용자 중심적인 방향으로 발전해 나갈 수 있다는 장점이 있다.

다양한 프로젝트의 구성원들의 의사결정에 기준이 세워진다. 주관적인 예측을 줄일 수 있으며, 시각 차이를 좁힐 수 있다. 특정한 사람을 위해 디자인한다는 느낌을 가질 수 있고 사용자의 대한 관점을 여러 부서 사이에서 계속 일치시킬 수 있다.

페르소나 분류 방식 및 이유



목표 지향 페르소나

(Goal-directed Personas)

목표 지향적 페르소나의 용도는 사용자들이 자신들의 목적을 달성하기 위해서 선호할 것으로 생각되는 작업의 프로세스와 흐름을 검토하는 것이다. 이에 대한 연구가 충분히 이루어졌다면, 그 목표에 맞게 디자인을 시작할 수 있다.

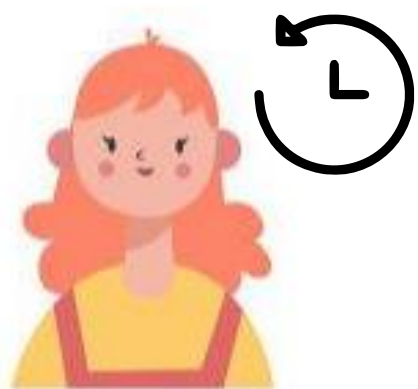


역할 기반 페르소나

(Role-Based Personas)

사용자들이 실제 상황에서 일반적으로 수행하는 역할을 조사하는 것으로, 제품의 디자인을 결정하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

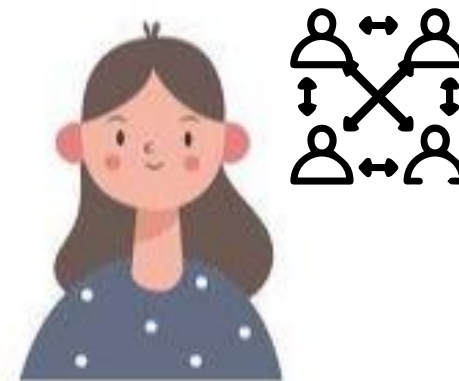
페르소나 분류 방식 및 이유



가상 페르소나

(Fictional Personas)

가상의 페르소나는 사용자에 대한 연구가 아니라
UX 디자인 팀의 경험을 기반으로 만들어진다.
UX 디자이너들은 과거 제품에서의 사용자 반응을 기반으로
가상 페르소나를 만들어낸다



관계지향 페르소나

(Engaging Personas)

관계지향 페르소나는 사용자의 감정, 심리, 배경을 조사해
서 만들어진 것이기 때문에, 제품의 디자인과 관련한 업무
에 사용자 경험을 더 잘 반영될 수 있도록 해준다.



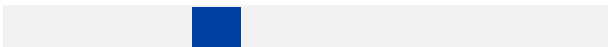
맛집앱 페르소나

강지은 | 여성 | 25세

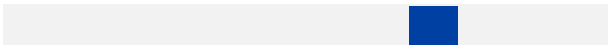
대한민국, 서울 (학원 주변 자취)

알뜰하고 합리적인 소비를 지향하는 학생

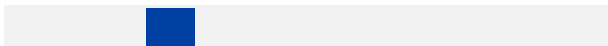
내향적 외향적



분석적 창의적



수동적 활동적



까다로운

알뜰함

준비성

얼리어답터

라이프스타일

- 강지은씨는 조용하지만 성실한 학생이다.
- 학원 주변에서 자취를 하므로 알뜰하게 살려고 노력한다.
- 짧은 시간 내에 결정을 내리는 것을 어려워한다.
- 식사를 중요하게 생각하여 맛집을 돌아다니는 것이 취미이다.
- 인터넷, 앱 사용이 능숙하며 대면보다 비대면을 좋아한다.

동기

- 학원의 주변 맛집 정보가 필요하다.
- 저렴한 구매를 원한다.
- 식당에서 하는 이벤트 정보(할인쿠폰 여부)를 알고 혜택을 받고 싶다.

목적 / 니즈

- 자신의 입맛에 맞는 식당을 찾기.
- 무엇을 먹을지 고민하는 시간과 음식이 나오는 시간을 단축하기.
- 맛집에 대한 다양한 리뷰를 보고 싶음.

Pain Points

- 점심시간에 식당에 사람들이 몰려 시간이 오래 걸린다.
- 작은 식당에서 하는 이벤트나 정보를 확인할 수 있는 방안이 없다.
- 다양하고 독특한 맛집을 알고 싶다.