

# UX RESEARCH PLAYBOOK

— 리서치 기법 설계하기  
— 심층 인터뷰

2024.03.30

# 리서치 기법 설계하기

시절심연(時節尋緣), 모든 리서치에는 맺어지는 시기가 있습니다

본인이 좋아서 노력하는데도 자꾸 힘들다고 느껴지면 적절한 시기가 아니다.  
될 리서치는 그렇게 몸부림치지 않아도 좋은 결과를 만든다.

1. 🌟 리서치 기법 설계

2. 🤖 리서치 유형

1)데이터 성격에 따른

2)데이터 수집 방법에 따른

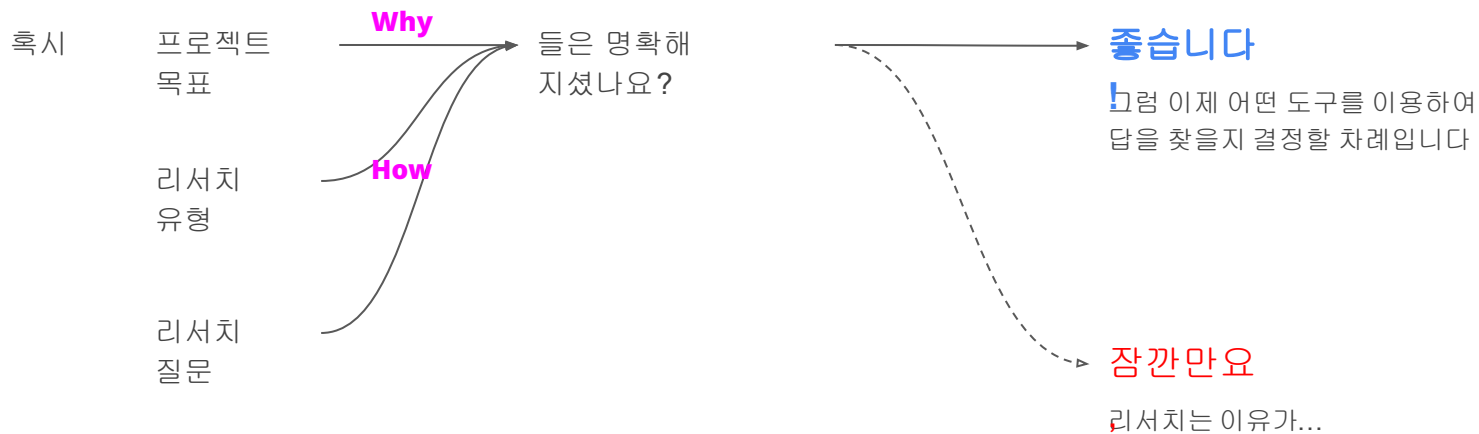
3)리서치 목적(개발 단계)에 따른

3. 📁 리서치 기법 아카이브

시절인연(時節因緣), 모든 리서치에는 맺어지는 시기가

있습니다.  
본인이 좋아서 노력하는데도 자꾸 힘들다고 느껴지면 인연이 아니다. 될 인연은 그렇게 몸부림치지 않아도 이루어진다.

## 리서치 기법(What)을 선택하기 전에,



## 리서치 기법을 택할 때는 전략적인 설계가 필요하다

다수의 기법을 숙지하고 있다고 해도 실제 프로젝트에 적용할 리서치 기법을 고르는 것은 생각보다 어렵습니다.  
모든 기법에는 장단점이 있기 때문에 프로젝트 목표와 리서치 질문에 따라 전략적인 설계가 필요합니다.

### Explore

새로운 아이디어 개발하고 발전시키는 초기/전략 단계

#### UX 리서치

##### 프로덕트 전략 수립

아이디  
어      콘셉트  
         디자인

사회학, 심리학, 인류학 등 사람과 문화를 대상으로 이루어지는 사회과학에 기반을 두는 기법들이 주로 사용

### Test

개발 단계와 출시 이후, 세부적인 피드백과 사용성 문제 진단

#### 프로덕트 개발

##### 프로덕트 개발

프로토타  
입      개발

##### 프로덕트 출시

출시

HCI에서 시작된 리서치 기법이 주로 사용

## 리서치 기법을 택할 때는 전략적인 설계가 필요하다

다수의 기법을 숙지하고 있다고 해도 실제 프로젝트에 적용할 리서치 기법을 고르는 것은 생각보다 어렵습니다.  
모든 기법에는 장단점이 있기 때문에 프로젝트 목표와 리서치 질문에 따라 전략적인 설계가 필요합니다.

### Explore

사용자가 겪고 있는 불편과 프로젝트를 사용하는 컨텍스트를 이해하는 것이 목표

#### 탐색적 리서치

→ 개념 평가

#### 프로덕트 전략 수립

아이디

어  
심층 인터뷰

설문조사

에스노그라  
피

컨셉트

디자인  
컨텍스트별 인쿼리

다이러리 스터디

포커스 그룹  
디스커션

### Test

사용자가 프로젝트를 어려움 없이 쉽게 쓰도록 하는 것이 목표

#### 평가적 리서치

→ 사용성

테스트

#### 프로덕트 개발

프로토타

입  
컨셉트 평가

사용자 참여

디자인  
소팅

개발

형성적 사용성  
테스트  
타이밍 평가

#### 프로덕트 출시

출시

총괄적 사용성  
테스트  
AB 테스트

아이 트래킹

다이러리 스터디

카드소팅

## +1) 데이터 성격에 따라

### 질적 리서치 Qualitative Research

적은 수의 사용자에게

'왜', 어떻게 와 같이 **이유나 방법**을  
직접적으로 문의

→ 텍스트(**언어**)로 표현

직접적  
데이터

### 양적 리서치 Quantitative Research

많은 수의 사용자에게

'얼마나 많이'와 같이 **빈도나 양**을  
간접적으로 문의

→ 숫자나 그래프로 표현

간접적  
데이터

## +2) 데이터 수집 방식에 따라

### 태도적 리서치 Attitudinal Research

사용자의 생각, 의견, 동기 등을 물어보기

→ **What They Say** 포커스

### 행동적 리서치 Behavioral Research

사용자 행동을 관찰하기

→ **What They Do** 포커스

## 부록. 리서치 방법론 매트릭스

초기 결과

<https://datawrapper.dwcdn.net/7cLDB/1/>

신규 데이터셋

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ridvtzKflUKYFZcxDQbWKS WLpsol01kWGXLQhCNz31Y/edit#gid=0>

\*리서치 기법은 다양하지만 실제로 업무에서 유용하게 자주 쓰이는 기법은 10가지 내외이다. 리서치를 처음 시작한다면 **심층 인터뷰**와 **사용성 테스트** 이 두가지 기법을 먼저 경험해보는 것을 권장한다,



# 심층 인터뷰

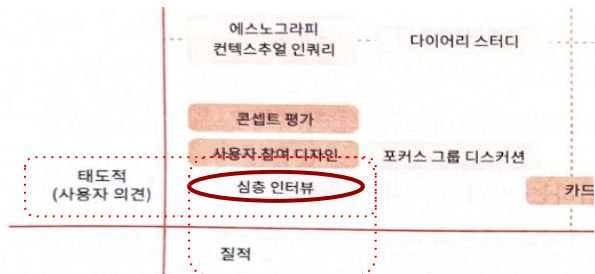
인터뷰가 강력한 리서치 기법 중 하나인 이유는 바로 '왜'라는 질문에 대답하기 때문이다.

사용자가 왜 그렇게 생각하는지, 왜 특정한 행동을 하는지 파악하면 사람들이 겪는 문제에 근본적으로 접근할 수 있기 때문입니다.

1. 심층 인터뷰?
2. 심층 인터뷰 장단점
3. 주의할 점과 팁(4/4)
3. 단계별 수행 항목(2/2)
4. 부록: 1)필드워크, 2)데이터 분석

# 1)심층인터뷰 is

대략적인 위치



특징

의견을 조금 더 세밀하고 깊게 이끌어내고 싶다면, **Why**라고 물으며 근원에 접근하기

참가자와 {주로 일대일}로 마주 앉아 주제와 연결되는 경험, 의견, 태도 등에 대해 질문하고 대답과 반응을 데이터로 수집

요약

리서치 유형	샘플링	소요 시간
태도적 vs 행동적	8~15명	4~6주
질적 vs 양적		
탐색적 vs 평가적	사용자 배경과 주변 환경까지 총체적인 접근 <del>구체적인 질문이나 특정 디자인 연구(사용성 테스트)</del>	

그럼, 언제  
사용하나요  
?

Explore

새로운 아이디어 개발하고 발전시키는 초기/전략 단계

UX 리서치

프로덕트 전략 수립

아이디어

컨셉트 디자인

사회학, 심리학, 인류학 등 사람과 문화를 대상으로 이루어지는 사회과학에 기반을 두는 기법들이 주로 사용

Explore

사용자가 겪고 있는 불편과 프로덕트를 사용하는 컨텍스트를 이해하는 것이 목표

탐색적 리서치

→ 컨셉트 평가

프로덕트 전략 수립

아이디어

컨셉트 디자인

심층 인터뷰

설문조사

에스노그래피

컨텍스트추일 인쿼리

다이러리 스테디

포커스 그룹 디스커션

## 2) 심층인터뷰의 특징

사용자와의 대화를 통해 수집

### 장점

‘왜’라는 근본적 문제에 접근

사용자의 멘탈모델을 파악

: 사용자 니즈, 습관, 태도 뿐만 아니라  
그 배경과 맥락도 이해할 수 있다

양적 데이터 해석을 위한 자료

: 양적 데이터나 애널리틱스에서  
보이는 현상이 일어난 이유를  
설명한다

다른 리서치 기법과 함께 사용할 수 있는  
유연성이 있다.

### 고려사항

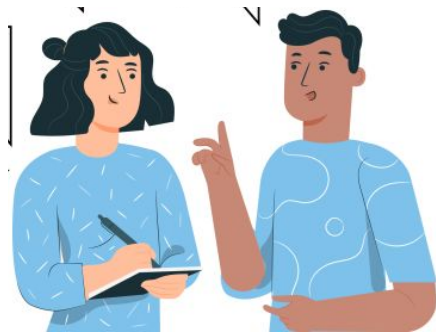
사용자의 행동이 아닌,  
대답(주관적 기억)에  
의존

인터뷰어의 능력에 따라  
결과물의 편차가 크다

질적 조사의 특성상 샘플 크기가 작아

- 1) 인터뷰 참가자 모집뿐만 아니라
- 2) 최종 결과의 수치화와 일반화가  
어렵다

분석에 시간이 오래  
걸린다.



### 3) 주의할 점과 팁

(1/3)

최대한 **현재**에 가까운 경험에 집중한다.

#### 어려운 상황

명확한 답이 아닌 경우,

#### 주의할 점



사람은 보통 **기억력**이 생각보다 좋지 않다

사람들은 **미래**를 예측할 수 없다

#### 팁

최대한 **현재**에 가까운 경험에 대해 질의하고

그로부터 합리적으로 추측한다

### 3) 주의할 점과 팁(2/3)

질문 전에 배경과 의도에 대해 충분히  
공유한다

#### 어려운 상황

명확한 답이 아닌 경우,

원하는 답을 얻기 힘든  
경우,

사용자가

질문을 이해하지 못한다?

제대로 답변을 못한다?

#### 주의할 점

사람은 보통 기억력이 생각보다 좋지 않다

사람들은 미래를 예측할 수 없다

➤ **유저불량?**이 아니라, 오히려  
다짜고짜 **의도를 알 수 없는 질문만** 하고있기  
때문이다



#### 팁

최대한 현재에 가까운 경험에 대해 질의하고  
그로부터 합리적으로 추측한다

단순히 질문만 던지지 말고  
**질문의 배경과 의도를 함께 공유**하고  
충분한 시간을 기다리기

### 3) 주의할 점과 팁

(3/3)

~~앗!! 기다려..~~ 인터뷰는 내가 말하기 위함이 아닌, 참가자의 말을 듣기 위한 자리이다.

#### 어려운 상황

명확한 답이 아닌 경우,

원하는 답을 얻기 힘든  
경우,

아무말 대잔치를 하고 있는  
경우,

#### 주의할 점

사람은 보통 기억력이 생각보다 좋지 않다

사람들은 미래를 예측할 수 없다

유저불량이 아니라, 오히려  
다짜고짜 의도를 알 수 없는 질문만 하고있기  
때문이다



어색한 침묵이 주는 **부자연스러움**을 견디지 못하고  
원래 계획(방향)과 다른 질문을 하거나  
답변을 듣기도 전에 다음 질문으로 넘어가기 때문이다

#### 팁

최대한 현재에 가까운 경험에 대해 질의하고  
그로부터 합리적으로 추측한다

단순히 질문만 던지지 말고  
질문의 배경과 의도를 함께 건네고  
충분한 시간을 기다리기

**대답할 시간을 충분히** 주는 것  
뿐만아니라,  
대답 후에도 추가적으로 덧붙이는 내용은  
없는지 **한번 더 기다리기**

## 4) 단계별 수행 항목

### 준비하기 (1~2주)

인터뷰 대상과 방법 정하기

{어떤 상황}에서 {누구}  
와

리서치 계획서 쓰기(리서치  
질문) **17장**

부가적인 활동과 도구  
(선택사항)

참가자 조건 확정보고 스크리너 쓰기, 참가자  
모집하기

디스커션 가이드 **17장**  
작성하기

파일럿 테스트

### 필드워크 (2~5일)

인터뷰 진행, 현장 리뷰

{어떤 방법}으로  
진행하고

인터뷰 셋업  
(비밀유지계약서 작성, 레코딩 기기 설치,  
참가자 인센티브 안내)

인터뷰하기 (30~90분)

관찰자들과 간단하게 리서치를 정리하는  
디브리핑하기

(+입체적인 데이터를 얻기위한 계획과 준비)

### 분석하기 (2~3주)

인터뷰 결과 분석, 공유

{어떻게} 회고하면 될까?

인터뷰 리뷰, 데이터 코딩하기 패턴 찾기,  
추론하기  
리포트 준비하기, 발표하기

## 4) 단계별 수행 항목

준비하  
기 > >  
필드워크 분석하기

리서치 질문 작성

맥락과 디테일을  
이해하기  
추가 질문

사용자의 멘탈모델

나쁜 질문

과정 묻기

"회사에서 하루를  
어떻게  
보내시나요?"

아침 출근  
준비부터 회사에  
도착해 퇴근할  
때까지 순서대로  
설명해 주세요."

구체적인 과거  
예시 묻기

"마지막으로  
구입한 주방  
가전제품은 무엇  
인가요?"

수량 묻기

"어제 하루 동안  
주식 투자 앱에 몇  
번 들어갔나요?"

예외사항 묻기

"온라인 주문에  
불편을 겪은 적이  
있다면 말씀해  
주세요."

관계 묻기

"친구 여러 명과  
여행 갈 때는  
어떻게 함께  
계획을 세우나  
요?"

전체사항 묻기

"핸드폰에  
내려받은 쇼핑  
앱을 전부 말씀해  
주세요."

조직 구조 묻기

"마케팅 캠페인  
결과는 누구에게  
보고 하나요?"



## 4) 단계별 수행 항목

준비하  
기 > >  
필드워크 분석하기

### 리서치 질문 작성

맥락과 디테일을  
이해하기  
**추가 질문**

사용자의 멘탈모델

나쁜 질문

#### 이유 묻기

"왜 흥미를 느끼기  
시작했나요?"

"왜 구입을  
취소하게  
되었나요?"

#### 세심하게 묻기

"이 정책을 바라보는  
태도를 바꾸게 된  
힘들었던 상황을  
언급하셨는데요.  
괜찮다면 구체적으로  
말해 주실 수 있을까요?"

**상황적인 단서  
묻기**  
"방금 페이지를

보면서 왜  
웃었는지 설명해  
주실 수  
있을까요?"

#### 설명 요청하기

"지금 말씀하신 그  
단어는 무슨  
뜻인가요?"

#### 외부인에게

**설명하기**  
"긴 휴가를 가게

되었습니다. 이  
업무를 임시 담  
당자에게 어떻게  
설명하시겠어요?"

#### 용어 묻기

"왜 00을 00이라고  
표현하시나요?"

#### 다른 사람에게

**알려 주기**  
"다섯 살 조카에게

이 콘셉트를  
전달해야 한다면  
어떻게  
설명하시겠어요?"

## 4) 단계별 수행 항목

준비하  
기 > >  
필드워크 분석하기

### 리서치 질문 작성

맥락과 디테일을  
이해하기  
추가 질문

### 사용자의 멘탈모델

나쁜 질문

### 과정 비교하기

"최신 뉴스를 접할  
때 신문, 팟캐스트,  
유튜브에 어떤  
차이가 있나요?"

### 다른 프로덕트와 비교하기

"OO 프로덕트  
구독을  
취소하셨는데요.

대 신 구독한  
다른 프로덕트가  
있나요?"

있다면 그 이유는  
무엇인가요?"

### 다른 사람과 비교하기

"함께 게임을 하는

친구들과  
비교했을 때

레벨 업 전략에  
차이점이 있나요?"

### 시점 비교하기

"인스타그램에서  
사진을 편집할 때

전과 바뀐 부분이  
있나요?"

1년 전에는 어떻게  
편집했나요?"

## 4) 단계별 수행 항목

준비하  
기 > 필드워크 > 분석하기

### 리서치 질문 작성

맥락과 디테일을  
이해하기  
추가 질문

사용자의 멘탈모델

나쁜 질문

### 유도하기

"이 회사의 **친절한** 고객  
응대를 어떻게 생각하세요?"

"이 회사의 고객 응대에서  
가장 큰 **문제점**은  
무엇이라고 생각하세요?"

긍정적이거나 부정적인 인상을  
주는 단어 사용

### 리서치 주제 직접적으로 묻기

"레스토랑을 고를 때 가장  
중요한 정보는 무엇입니까?"

"레스토랑을 고를 때 가장  
불편한 점은 무엇입니까?"

리서치 주제를 실제 인터뷰에서  
곧이곧대로 물어보면 안 된다.

참가자 개개인의 경험에 맞추어  
구체적으로 질문한다

### 대답 미리 제공하기

“구직 사이트에서 본인에게  
맞는 채용공고를 어떻게  
찾나요?,  
**필터를 통해 직함을  
고르나요, 아니면 희망하는  
회사를 먼저 검색하나요?**”

생각할 시간을 갖기도 전에  
선택지를 미리 제공하여  
참가자의 대답을 제한하지 않  
도록 한다

나쁜 질문..

미래 시제 묻기

"이 서비스가 출시되면 돈을 내고 유료로  
사용하시겠어요?"

누구에게나 미래를 예측하기란 쉽지 않다. 이런 질문은 인터뷰 참가자가 답하기 어려울 뿐만 아니라 대답을 듣더라도 신뢰하기 어렵다.

일반적인 행동 묻기

"자동차 내비게이션을  
사용할 때 어떤 생각이  
드나요?"

운전을 몇 년 한 사람이라면 내비게이션을 최소 수백 번 이용했을 것이다. 보다 구체적인 행동에 관해 물어보도록 하자.

한 번에 두 가지 이상 묻기

"현재 소유한 자동차 **성능과 안정성**에 만족하나요?"

한 질문에 서로 다른 두 가지 주제를 포함하면 참가자는 어디에 집중해서 답해야 하는지 헷갈린다. 하나의 질문에 한 주제만 묻는다.

참가자 지식 테스트하기

"영상촬영 기능 중 화이트 밸런스가 **무엇인지 알고** 있나요?"

질문자의 의도는 그렇지 않다고 해도 참가자가 특정 지식을 아는지 모르는지 테스트받는 것 같다고 느낄 수 있는 질문은 피하도록 한다.

## 단계 #1) 준비하기

인터뷰 대상과 방법  
정하기

참가자 조건 확정하기  
스크리너 쓰기  
참가자 모집하기

심층 인터뷰는 일대일  
인터뷰를 기본으로 한다

### 인터뷰의

#### 규모

##### 일대일 인터뷰

기본적인

방법

1:1 상호 질문과

추가 질문을 통해

인사이트 발견

가능

##### 포커스 그룹 인터뷰

그룹 또는 상호 이용을

하는 제품의 경우

사용자 그룹간

이해관계자들의 역할과

관계에 대한 조사가 필요한

경우 참고 레퍼런스

예) 메신저 기프트콘, B2B

프로덕트

### 인터뷰

#### 진행방식

##### 원격 인터뷰

지역에 국한하지  
않고 여러 지역의  
참가자가 필요한  
경우

특정 지역에 국한하지  
않는 여러 지역에서의  
참여

##### 현장 인터뷰

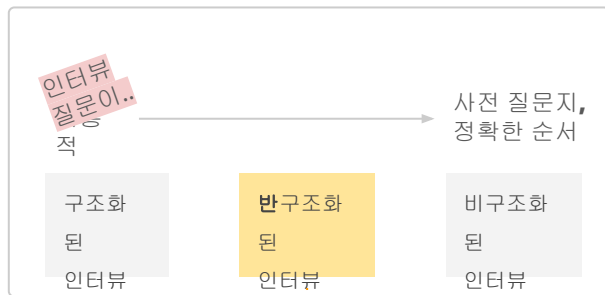
참가자의 주요한 환경  
(집, 사무실, 차.. 등)  
에서 이뤄지는 인터뷰

컨텍스트추얼 인쿼리  
기법을 적절히 활용하기

## 단계 #1) 준비하기

인터뷰 대상과 방법  
정하기

디스커션 가이드  
작성하기



### 질문지 구성

- 인사말,
- 지시사항
- 인터뷰 질문,
- 관찰 포인트,
- 맺음말

### 사용법

프로토콜 아님, 길잡이  
사전에 꼼꼼히 작성  
사전에, 파일럿 인터뷰  
실전 인터뷰에서는

**참고만**

구성의 자연스러운  
연결성, 질문이 의도 맞게  
적절히 작성되었는지  
확인하고 수정

## 부록 단계 #2) 필드워크

인터뷰 진행과정

### 인터뷰 준비와 시작

인터뷰에 들어가기 전  
준비사항과 참가자에게  
전달해야 하는 내용을 미리  
챙긴다

인터뷰를 시작하면서

- 참가자 전달 사항
- 리서처와 관찰자 소개
- 리서치 목적과 내용,
- 세션 시간 및 기타 사항안내  
(솔직한 참여를 부탁함과 동시에  
평가적 리서치의 경우 참가자는  
평가대상이 아님을 강조)
- 시작 전 질문 받기

### 인터뷰 초반

라포르 형성하기  
본격적인 주제에 들어가기에 앞서  
라포르를 쌓기 위해 배경  
인터뷰를 짧게 진행한다

- 직업, 가족관계, 취미, 최근 관심사  
등 참가자를 파악할 수 있는 질문을  
한다

- 이때 주제와 관련된 가벼운  
개인적인 질문을 하되 불편하게  
느끼지 않을 정도로 진행한다

### 인터뷰 중심주제

리서치 기법에 따라 진행 방식을  
달리한다

탐색적 리서치

- 보편적인 질문에서 시작해서  
세부적인 내용으로 진행한다
- 인터뷰의 흐름이 자연스럽게  
논리적으로 이어지도록 한다

평가적 리서치

- 시나리오와 태스크를 전달한 후  
관찰하고 태스크 중간 혹은 완료  
후에 참가자 행동들에 대해 추가  
질문을 한다

### 마무리

전체적인 평가와 의견을  
공유한다

- 관찰자가 전달한 질문을  
물어본다

- 리서처에게 궁금한 점이  
있는지 확인한다

- 참가자에게 감사 인사를 전한  
후 참가 인센티브를 지급한다.

## 단계 #2) 필드워크

인터뷰 진행과정

입체적인 데이터를  
얻기위한 계획과 준비

질문과 대답만으로 구성된 인터뷰  
형식으로 제한하지 않고

참가자의 동의하에  
프로덕트를 실제 사용하는 모습을  
관찰하는 과정을 포함함으로써  
더 풍부한 대화를 이끌어 낼 수  
있다.

### 도구

실제 사용하는 과정을 통해, 사용자의 기억에 의존한 대답보다 훨씬 더 구체적인 이야기를 들을 수 있게  
됩니다

#### 이미지/단어 카드

카드를 보면서  
대화하거나 간단한  
카드소팅을 한다

#### 사용자 여정 지도

사용자 행동이나 주변  
환경을 연결하는 여정을  
함께 그린다

#### 콘셉트 스토리보드

인터뷰가 끝난 뒤  
프로덕트 아이디어나  
콘셉트를 보여 주며  
의견을 듣는다.

#### 디바이스

참가자가 평소 사용하는  
디바이스를 쓰는 모습을  
관찰한다.



## 부록 단계 #3) 분석하기

결과 분석, 리뷰 그리고  
업데이트

? 인터뷰 리뷰, 데이터  
코딩하기 패턴 찾기, 추론하기

준비보다 더 오랜 시간이 필요하다

# Q&A

www.

2024.03.30