

홈페이지 제작을 위한 사용자 조사 분석

이소현

남성 쇼핑몰 홈페이지 제작에 앞서 잠재 사용자층의 성향을 파악하기 위한 페르소나 작성

1. 사용자 유형 선발

성명	이 정 연
연령대	30대
성별	여성
선호도	디자인적 요소 / 유니크함 / 편리함
태도 및 특성	남들과는 다른 유니크함을 추구하며 최신 유행이라면 무조건 본인이 알아야 한다.
주요 방문 쇼핑몰 사이트	쿠팡 / 아이디어스 / 무신사 / 지그재그
쇼핑몰 외 방문 사이트	유튜브 / 넷플릭스 / 티빙 / 주식

2. 페르소나 작성

기 본 정 보
나이 : 30세 수입 : 월 250 결혼여부 : 미혼 직업 : 생산직 가족관계 : 부모님, 여자 형제 3 취미 : 영화보기, 온라인 쇼핑하기

행 동
<ul style="list-style-type: none">• 나이대를 고려해보면 스마트 기기를 접할 기회가 많아 이를 활용하는데 있어서는 큰 어려움이 없다.• 여가시간에 웹서핑하며 정보를 얻는 것을 좋아한다.• 주변 사람에게 선물해주는 것을 좋아해 온라인으로 쇼핑을 많이 한다.• 평소에 옷에 관심이 많으며 패션센스가 뛰어나다.• 디테일한 정보를 중요시 하기때문에 쇼핑 시 상품에 대한 상세페이지를 꼼꼼하게 본다.

니즈 / 불편사항

- 사이트 접속시 배너와 화면 컬러가 너무 다양해 시선이 분산되어 옷 디자인에 눈길이 가지 않았다..
- 최근 본 상품 목록이 뜨지 않아 장바구니에 넣지 않으면 다시 찾아야 해서 번거로움이 있었다.
- 상세페이지에 제품에 대한 정보가 글씨 크기도 뒤죽박죽으로 되어 있고, 정리되어 있지 않아 한눈에 알아보기 어려웠다.
- 제품 결제 후, 이벤트 창이 화면 구석에 작게 있는 것을 보고 할인받을 수 있는 쿠폰을 미리 받지 못해 아쉬웠다.

가치 목표

- 사이트 접속시 전체적인 배너와 디자인이 조화를 이루었으면 한다.
- 최근 본 상품 목록을 만들어 다시 원하던 제품을 쉽게 찾을 수 있도록 한다.
- 상세페이지에 제품에 대한 정보가 보기 좋게 깔끔하게 담겨있어야 한다.
- 이벤트 창을 충분히 눈에 띄게 만들어 고객들이 이벤트에 참여할 수 있게 한다.

해결 방안

- 사이트 배너와 디자인 컬러를 최대한 비슷하게 조성해 눈을 편안하게 하여 제품에 더 눈길이 가도록 한다.
- 화면 왼쪽 스크롤 바에 최근 본 상품 목록 바를 따로 만들어 항상 볼 수 있게 해준다.
- 상세 페이지에 옷에 대한 정보를 한눈에 보기 쉽게 사이즈는 표를 만들어 작성해두고, 컬러들은 색을 모아 첨부하여 한번에 볼 수 있게 한다.
- 사이트 접속 시 이벤트를 한다는 걸 알 수 있게 따로 이벤트 창을 먼저 띄워주고 배너의 색도 눈에 띄게 하여 화면 중앙에 구성해준다.

맥락 시나리오

이정연씨는 30세의 여성으로 평소 온라인으로 쇼핑하는 것을 좋아한다. 남들에게 선물하는 것을 좋아해 본인이 필요한 제품만 있는 사이트를 찾지는 않는다. 나이 특성상 전자기기를 잘 다룰 줄 알고, 까칠하고 꼼꼼한 성격 탓에 하나의 제품도 상세페이지를 다 들여다보며 확인하고 구매한다. 제품에 시선이 가지 않을 만큼 복잡하고 시선이 분산되는 디자인으로 불편함을 겪은 적이 많고, 디자인을 중요시 여겨 사이트 접속 시 전체적인 분위기로 해당 브랜드의 이미지를 생각하여 구매를 결정한다. 남자친구의 선물을 사기 위해 해당 사이트에 접속했지만 전체적인 컬러감과 구성으로 제품에 눈길이 가지 않았고, 상세페이지의 구성 또한 뒤죽박죽으로 되어있어 알기 어려웠다. 이벤트 창은 눈에 띄지 않아 참여하지도 못해 불편함을 겪었다. 이와 같이 쇼핑몰 사이트에서도 전체적인 디자인을 중요시 여겨 조화를 이루게 하고, 이벤트 창 역시 쉽게 접근 할 수 있게 하면 구매자들이 더 늘어날 것이라고 생각한다.