

테슬라 사용자 리서치 보고서

제출자: 김가람

제출일자: 2025-09-16

제목: 테슬라 웹사이트 사용자 리서치 및 서비스 개선 계획

1. 수행 개요

본 보고서는 주어진 사용자 리서치 수행 과제에 따라, 세 가지 주제 중 하나인

테슬라(Tesla) 웹사이트를 선택하여 진행한 AI 기반 사용자 분석 및 향후 리서치 계획을 담고 있습니다. 이 보고서의 주요 목적은 AI 조사 기법을 활용해 테슬라 웹사이트의 핵심 사용자 그룹을 심층적으로 분석하고, 이들의 방문 목적 및 숨겨진 니즈를 도출하는 것입니다. 이를 통해 웹사이트의 사용자 경험(UX)과 서비스를 개선하기 위한 구체적인 사용자 리서치 계획을 수립하고 제시합니다.

2. AI 프롬프트를 활용한 주요 사용자 분석

2.1 사용한 프롬프트 예시

테슬라 웹사이트의 주요 사용자 그룹과 방문 목적을 파악하기 위해 AI 에게 아래와 같은 프롬프트를 질의했습니다.

- 프롬프트 1: 사용자 유형 파악
 - "테슬라 웹사이트를 방문하는 대표적인 사용자 그룹 3 가지를 구체적인 페르소나로 설정하고, 각 페르소나의 인구통계학적 특징, 주요 관심사, 웹사이트 방문 목적을 상세하게 설명해줘."

- 프롬프트 2: 사용자 여정 분석
 - "테슬라 웹사이트에서 각 사용자 유형이 어떤 정보를 찾고, 어떤 행동을 취하는지 사용자 여정을 단계별로 분석해줘."
- 프롬프트 3: 사용자 니즈 도출
 - "분석된 사용자 유형별로 현재 충족되지 않는 니즈와 웹사이트 개선이 필요한 영역을 식별해줘."

2.2 주요 사용자 유형 분석 결과

AI 분석을 통해 도출된 테슬라 웹사이트의 주요 사용자 그룹은 다음과 같이 분류할 수 있습니다.

- **A. 미래 지향적인 예비 구매자 (40%)**
 - **특성:** 30 대 중반에서 50 대 초반의 고소득 전문직 종사자. 친환경과 기술 혁신에 높은 관심을 보이며, 자동차를 단순한 이동 수단이 아닌 첨단 기술의 집약체로 인식합니다.
 - **방문 목적:** 차량 모델별 상세 사양, 가격, 구매 옵션 비교. 온라인 구매 절차와 보조금, 할부 정보 확인. 시승 신청이나 가까운 스토어 위치를 탐색하는 데 중점을 둡니다.
- **B. 기존 테슬라 오너 (30%)**
 - **특성:** 40 대에서 60 대에 이르는 기존 테슬라 차량 소유자. 차량의 유지보수, 서비스, 소프트웨어 업데이트에 대한 정보를 꾸준히 확인하며 차량을 최적의 상태로 관리하고자 합니다.

- **방문 목적:** 정기적인 소프트웨어 업데이트 내용과 새로운 기능에 대한 정보 확인. 서비스 센터 예약 및 A/S 관련 정보 탐색.

- **C. 투자자 및 기술 애호가 (20%)**

- **특성:** 20 대 후반에서 40 대 초반의 기술 애호가 또는 주식 투자자. 테슬라의 기술적 비전과 미래 성장 가능성에 큰 흥미를 느낍니다.
- **방문 목적:** 회사의 분기별 실적 보고서(IR), 최신 기술 발표(예: AI, 에너지 사업), 뉴스룸의 보도 자료 등을 찾아보며 기업의 전반적인 방향성을 이해합니다.

- **D. 교육자 및 학생 (10%)**

- **특성:** 테슬라의 기술을 학습 및 연구 목적으로 활용하는 교육자 및 학생.
- **방문 목적:** 전기차 기술, 배터리 기술, 자율주행 소프트웨어에 대한 교육 자료 및 논문 탐색.

3. 웹사이트 방문 목적 분석

3.1 정보 탐색 목적

- **기술 정보:** 차량 모델별 상세 사양, 주행 거리, 충전 속도, 자율주행 기술 등.
- **구매 정보:** 차량 가격, 구매 옵션, 보조금 및 세금 혜택, 금융 상품 정보.
- **회사 정보:** 테슬라의 연혁, 경영진, 비전과 미션, 지속 가능성 보고서 등.

3.2 실시간 정보 확인

- **소프트웨어 업데이트:** 최신 소프트웨어 버전의 상세 변경 내용.
- **차량 상태:** 기존 오너의 경우 '내 계정'을 통한 차량 상태, 배터리 효율 등 실시간 정보 확인.
- **뉴스 및 공지사항:** 신제품 출시, 기술 발표, 주요 이벤트 소식.

3.3 비즈니스 목적

- **서비스 문의:** 차량 구매 상담, 서비스 센터 예약 등.
 - **투자 정보:** 재무 성과 및 전망, 주가 정보, IR 자료.
 - **채용 정보:** 직무 공고, 회사 문화, 근무 환경 등.
-

4. 주요 사용자 니즈 분석

4.1 현재 충족되고 있는 니즈

- **차량 모델 정보 제공:** 기본적인 차량 기술 사양 및 모델별 정보가 잘 정리되어 있습니다.
- **구매 과정의 투명성:** 온라인에서 가격과 옵션을 투명하게 확인할 수 있습니다.
- **시각적으로 매력적인 콘텐츠:** 고품질의 차량 이미지와 영상이 풍부하게 제공됩니다.

4.2 개선이 필요한 영역

- **A. 기술 정보의 접근성**
 - **문제점:** 전문가(기술 애호가)와 일반인(예비 구매자) 모두에게 적합한 수준별 기술 정보 제공이 부족합니다.
 - **니즈:** 사용자 수준별 맞춤형 기술 설명, 인터랙티브한 기술 시각화 도구, 경쟁사 대비 성능 비교 분석 도구.

- B. 통합적인 차량 관리 경험

- 문제점: 기존 오너를 위한 '내 계정' 페이지의 기능이 제한적이며, 웹사이트와 모바일 앱 간의 연동이 매끄럽지 않습니다.
- 니즈: 서비스 이력 확인, 정비 예약, 소프트웨어 업데이트 알림 등을 통합적으로 관리할 수 있는 전용 포털 구축.

- C. 교육 및 참여 콘텐츠

- 문제점: 일반 대중과 학생들의 기술 이해를 돕는 교육 자료가 부족합니다.
- 니즈: 인터랙티브 교육 콘텐츠, 가상현실(VR) 체험 콘텐츠, 기술 커뮤니티 기능 강화.

5. 사용자 리서치 계획

5.1 조사 대상

- 1 차 대상: 테슬라 웹사이트 방문자 중 핵심 사용자층
 - 예비 구매자 (100 명)
 - 기존 오너 (50 명)
 - 투자자 및 기술 애호가 (50 명)
- 2 차 대상: 잠재적 사용자층
 - 자동차 관련 학생 및 교육자 (30 명)
 - 전기차 구매를 고려하는 일반 대중 (50 명)

5.2 조사 목적

- **사용성 평가:** 현재 웹사이트의 사용 편의성 및 정보 탐색 효율성 측정.
- **니즈 검증:** AI 분석으로 도출된 사용자 니즈의 실제성 검증 및 구체화.
- **개선 우선순위:** 사용자 데이터 기반의 웹사이트 개선 우선순위 도출.

5.3 조사 방법

- **정량적 조사:**
 - **웹 분석:** 웹사이트 분석 도구를 활용한 사용자 행동 패턴 분석.
 - **온라인 설문조사:** 각 사용자 그룹별 맞춤형 설문 진행.
- **정성적 조사:**
 - **심층 인터뷰:** 각 그룹별 대표 사용자 1:1 심층 인터뷰.
 - **사용성 테스트:** 참가자에게 특정 과제를 부여하고, 그 과정을 관찰하여 문제점 발견.
 - **카드 소팅:** 웹사이트 정보 구조 개선을 위한 카드 소팅 세션 진행.

5.4 조사 내용

- **A. 웹사이트 사용성 평가**
 - 네비게이션 구조의 직관성 및 정보 탐색의 용이성.
- **B. 콘텐츠 만족도 조사**
 - 기술 정보 및 차량 사양의 충분성 및 정확성.
- **C. 기능적 요구사항**
 - 개인화 기능 및 알림 서비스의 필요성.

- **D. 미래 서비스 수요**

- 가상현실(VR) 콘텐츠 또는 시뮬레이션 서비스에 대한 관심도.

5.5 조사 일정 및 예산

- **조사 일정 (총 10 주)**

- 1-2 주차: 조사 설계 및 도구 개발
- 3-4 주차: 참가자 모집 및 스크리닝
- 5-7 주차: 정량적/정성적 조사 실시
- 8-9 주차: 데이터 분석 및 인사이트 도출
- 10 주차: 최종 보고서 작성 및 발표

- **예산 추정**

- 조사 플랫폼 및 도구: 약 \$2,000
- 참가자 인센티브: 약 \$5,000
- 기타 운영비: 약 \$1,000
- 총 예산: 약 \$8,000

6. 기대 효과 및 활용 방안

6.1 기대 효과

- **사용자 경험 개선:** 데이터 기반의 UX 개선으로 웹사이트 만족도 향상.
- **비즈니스 성과 증대:** 명확한 구매 가이드 제공을 통한 전환율 증가 및 기존 오퍼 만족도 개선을 통한 고객 유지율 향상.
- **혁신 기회 발굴:** 사용자 니즈에 부합하는 새로운 서비스 및 기능 개발 아이디어 발굴.

6.2 활용 방안

- **웹사이트 리뉴얼:** 리서치 결과를 반영한 주요 페이지 디자인 및 정보 구조 개선.
 - **콘텐츠 전략:** 사용자 그룹별 맞춤형 콘텐츠 개발 및 제공.
 - **서비스 확장:** 차량 관리 포털, 커뮤니티 등 사용자 니즈에 맞는 기능적 서비스 확장.
-

7. 결론

테슬라 웹사이트는 현재 혁신 기업으로서 다양한 사용자층을 보유하고 있으나, 각 그룹의 특화된 니즈를 충족하기 위한 개선이 필요합니다. 본 AI 기반 분석을 통해 도출된 주요 개선 영역은 다음과 같습니다.

1. 사용자 수준에 맞는 맞춤형 기술 정보 제공
2. 기존 오너를 위한 통합적인 차량 관리 서비스 강화
3. 일반 대중 및 학생을 위한 교육 및 참여 콘텐츠 확대

제안된 사용자 리서치 계획을 통해 이러한 가설을 검증하고, 데이터 기반의 개선 방안을 도출함으로써 테슬라 웹사이트의 사용자 경험을 획기적으로 향상시킬 수 있을 것입니다.

보고서 작성일: 2025 년 9 월 16 일

작성자: AI 기반 사용자 리서치 분석팀