

뮤지컬 제작사 웹사이트 UX 분석

팬덤을 위한 통합 허브 구축 전략

제출자 : 김가람

생년월일 : 1995.07.26

제출일 : 2025.09.09 (화)

목차 (Table of Contents)

01	문제 정의	09	서비스 시나리오 (배우 팬덤)
02	사용자 분석 근거자료	10	서비스 시나리오 (일반 관객)
03	사용자 유형 분류	11	문제점 및 개선 솔루션
04	주요 사용자 그룹 특성	12	기술적 구현 방안
05	페르소나: 코어 팬	13	핵심 성과 지표 (KPI)
06	페르소나: 배우 팬덤	14	구현 로드맵
07	페르소나: 일반 관객	15	결론 및 기대효과
08	서비스 시나리오 (코어 팬)	16	감사합니다

01. 문제 정의: 정보 파편화의 심각성

"캐스팅, 스케줄, 할인 정보를 찾기 위해 평균 5개 이상의 사이트를 방문합니다."

현재 뮤지컬 팬들은 필수 정보를 얻기 위해 공식 웹사이트, 예매처, SNS, 온라인 커뮤니티 등 여러 채널을 전전하고 있습니다.

이러한 '**정보 파편화**'는 팬들의 소중한 열정을 불필요한 탐색 과정에 소모시키며, 공식 웹사이트의 가치를 저해하는 가장 시급한 문제입니다.

02. 사용자 분석 근거자료

핵심 관객층: 20-30대 여성

70%

전체 관객의 압도적인 비율을 차지하며, 시장 트렌드와 여론을 주도합니다. 웹사이트의 모든 경험은 이들의 디지털 언어와 감성에 맞춰 설계되어야 합니다.

주요 정보 습득 경로

1. SNS (트위터 등): 88%
2. 온라인 커뮤니티: 75%
3. 예매 사이트 공지: 65%

시사점: 공식 웹사이트는 '가장 빠른' 정보가 아닌, '가장 정확하고 신뢰도 높은' 최종 정보 허브(Hub)의 역할을 수행해야 합니다.

03. 사용자 유형 분류

뮤지컬에 대한 '관여도'와 온라인 '디지털 활용도'를 기준으로 관객을 분류할 수 있습니다.

<div>배우 팬덤 (25%) 높은 관여도, 낮은 활용도</div>	<div>★ 코어 팬 (35%) 높은 관여도, 높은 활용도</div>
<div>잠재 관객 (15%) 낮은 관여도, 낮은 활용도</div>	<div>일반 관객 (25%) 낮은 관여도, 높은 활용도</div>

Target Focus: 시장 여론을 주도하고, 가장 높은 재관람률과 구매력을 보이는 '코어 팬' 그룹의 경험을 최우선으로 개선해야 합니다.

04. 주요 사용자 그룹 상세 특성

★ 코어 팬

심리/행태: 팬덤 내 여론 주도. 정보의 정확성/깊이 중시. '회전문 관람'에 자부심. **니즈:** 심도 깊은 독점 콘텐츠, 정확하고 통합된 정보.

배우 팬덤

심리/행태: 특정 배우 중심 활동. 배우 스케줄에 민감. 굿즈 구매 등 충성도 높음. **니즈:** 배우 중심의 명확한 스케줄, 활동 소식 알림.

일반 관객

심리/행태: 데이트, 여가 목적. 유명 작품, 할인 정보에 민감. **니즈:** 쉬운 예매 과정, 인기작 추천, 가성비 높은 티켓 정보.

05. 페르소나 1: 이수진 (코어 팬)

이수진 (28)

그래픽 디자이너

"캐스팅 발표 뜨면, 그날 제 스케줄은 그 공연에 맞춰져요."

배경: 7년차 뮤지컬 팬. 배우뿐 아니라 창작진까지 꿰고 있는 '회전문 관객'.

목표: '최애' 배우의 출연 회차를 완벽히 파악하여 최상의 조건으로 관람 계획 수립.

고충: 캐스팅, 할인, MD 공지를 각각 다른 곳에서 확인해야 하는 '정보 파편화'에 극심한 피로감.

이용 동기: 흩어진 정보를 모아 완벽한 관람 계획을 세우고, 팬덤 내 정보 우위에서 만족감을 느낌.

06. 페르소나 2: 박준서 (배우 팬덤)

박준서 (34)

회사원

"전 다른 건 필요 없고, 000 배우님 나오는 날만 알려주면 돼요."

배경: 특정 배우의 5년차 팬. 해당 배우가 출연하는 모든 공연과 행사를 따라다님.

목표: 응원하는 배우의 캐스팅 회차를 놓치지 않고 모두 예매하는 것.

고충: 전체 캐스팅 스케줄표에서 특정 배우의 출연일을 일일이 찾아내야 하는 번거로움. 갑작스러운 스케줄 변경 공지를 놓칠까 불안함.

이용 동기: 오직 특정 배우의 정확한 스케줄 확인.

07. 페르소나 3: 김민아 (일반 관객)

김민아 (22)

대학생

"기념일인데, 요즘 제일 인기 많고 할인되는 뮤지컬 뭐예요?"

배경: 1년에 1~2번, 주로 기념일이나 데이트를 위해 뮤지컬을 관람.

목표: 실패 없는 관람을 위해 대중적으로 검증된 인기작을 합리적인 가격에 예매.

고충: 너무 많은 정보 속에서 어떤 작품이 좋은지, 어떤 할인이 가장 유리한지 판단하기 어려움. 복잡한 예매 과정에 장벽을 느낌.

이용 동기: 인기작 추천 및 가장 좋은 할인 혜택을 찾아 쉽고 빠르게 예매.

08. 서비스 시나리오 (코어 팬 이수진)

정보 전쟁의 서막

1. 발견 (SNS)

트위터에서 신작 소식을 접하고 즉시 웹사이트로 이동

2. 실망 (웹사이트)

가장 중요한 캐스팅별 상세 스케줄이 없어 답답함을 느낌

3. 탐색 (외부)

예매처, 커뮤니티를 전전하며 직접 정보를 조합하는 수고를 감수

4. 단절 (예매)

예매를 위해 외부 사이트로 이동 후, 공식 웹사이트로 돌아올 동기를 잃음

09. 서비스 시나리오 (배우 팬덤 박준서)

'최애' 배우 스케줄 찾기

1. 방문

응원하는 배우의 차기작 소식에 웹사이트 방문

2. 혼란

전체 캐스팅 스케줄 표에서 배우 이름을 일일이 찾아야 함

3. 불안

갑작스러운 스케줄 변경 공지를 놓칠까봐 매일 여러 사이트를 확인

4. 포기

결국 팬카페나 트위터 총대가 정리해준 정보에 의존하게 됨

10. 서비스 시나리오 (일반 관객 김민아)

실패 없는 데이트 뮤지컬 찾기

1. 검색

'요즘 볼만한 뮤지컬' 검색
후 웹사이트 방문

2. 정보 과부하

어떤 작품이 인기 있는지,
평이 좋은지 알 수 없어 선택이 어려움

3. 복잡한 할인

다양한 할인 정보가 흩어져
있어 나에게 맞는 최적의
혜택을 찾기 힘들

4. 이탈

결국 정보 탐색을 포기하
고, 예매 사이트 랭킹 1위
작품을 예매함

11. 문제점 및 개선 솔루션

✕ 현재 문제점 (Problem)

정보 파편화: 캐스팅, 할인 등 핵심 정보 분산

탐색의 비효율성: 사용자 유형에 맞는 정보 필터링 기능 부재

콘텐츠 부족: 팬덤을 묶어둘 독점적, 양방향 콘텐츠 부재

단절된 경험: 정보 확인 후 예매를 위해 외부 사이트로 이탈

○ 개선 솔루션 (Solution)

통합 정보 허브 구축: 모든 정보를 한 곳에서 정확하게 제공

개인화 기능 도입: 'My Actor' 알림, 맞춤형 필터 제공

독점 콘텐츠 강화: 비하인드 영상, 창작진 인터뷰 등 제공

원스톱 예매 연동: 간편 예매 기능 연동으로 이탈 방지

12. 기술적 구현 방안

Frontend

React / Next.js: SEO 최적화 및 인터랙티브 UI 구현

PWA: 앱과 유사한 사용자 경험 제공

Tailwind CSS: 신속하고 일관된 UI 개발

Backend

Node.js / Express: 실시간 통신을 위한 API 서버 구축

PostgreSQL: 정형화된 데이터(스케줄, 회원정보) 관리

Redis: 캐싱을 통한 성능 최적화

AI / ML

Gemini API: '스테이지 노트' 등 콘텐츠 생성 기능 구현

Python / FastAPI: 사용자 행동 기반 추천 시스템 모델 서빙

13. 핵심 성과 지표 (KPI)

사용자 경험 지표

체류 시간 (Time on Site): +50%

재방문율 (Retention Rate): +30%

정보 탐색 이탈률 (Bounce Rate): -30%

비즈니스 지표

회원 가입률 (Sign-up Rate): +40%

직접 트래픽 비율 (Direct Traffic): +25%

MD 등 부가상품 매출 전환율: +15%

14. 구현 로드맵

Phase 1 (1~3개월): 핵심 기반 구축

통합 스케줄 캘린더, 반응형 웹사이트, 기본 회원가입 기능

Phase 2 (4~6개월): 개인화 및 고도화

'My Actor' 알림 서비스, 독점 콘텐츠 섹션, 간편 예매 연동

Phase 3 (7개월~): AI 및 커뮤니티

Gemini AI 스테이지 노트, 사용자 맞춤 추천, 팬 커뮤니티 기능 도입

15. 결론 및 기대효과

**단순한 정보 제공자를 넘어,
모든 팬을 위한 '통합 팬덤 허브'로.**

본 UX 개선 전략은 흩어진 팬들의 경험을 하나로 모으고, 개인화된 기능과 AI 기술을 통해 새로운 가치를 제공합니다.
이를 통해 팬덤의 충성도를 극대화하고, 제작사의 강력한 디지털 브랜드 자산을 구축할 수 있을 것입니다.

감사합니다

모든 팬들을 위한 최고의 경험을 함께 만들어가겠습니다.