

# Tesla 웹사이트 사용자 리서치 보고서

제출자: 박민주

제출일자: 2025년 9월 16일

## 1. 수행 개요

본 보고서는 테슬라 웹사이트(tesla.com)의 주요 사용자를 AI 기반 조사 기법을 활용하여 분석하고, 웹사이트 및 서비스 개선을 위한 사용자 니즈를 도출하며, 향후 사용자 리서치 계획을 수립하는 것을 목적으로 합니다. 이 분석은 SpaceX 웹사이트 사용자 리서치 보고서의 형식을 참고하여 작성되었습니다.

## 2. AI 프롬프트를 활용한 주요 사용자 분석

### 2.1 사용한 프롬프트 예시

- 프롬프트 1: 사용자 세그먼트 파악**
  - "테슬라 웹사이트를 방문하는 주요 사용자 유형을 분석해주세요. 각 사용자 유형의 특성, 방문 목적, 관심사를 구체적으로 설명해주세요."
- 프롬프트 2: 사용자 여정 분석**
  - "테슬라 웹사이트에서 각 사용자 유형이 어떤 정보를 찾고, 어떤 행동을 취하는지 사용자 여정을 단계별로"

분석해주세요."

- **프롬프트 3: 사용자 니즈 도출**

- "분석된 사용자 유형별로 현재 충족되지 않는 니즈와 웹사이트 개선이 필요한 영역을 식별해주세요."

## 2.2 주요 사용자 유형 분석 결과

- **A. 전기차 구매 예정자 (40%)**

- **특성:** 테슬라 전기차 구매를 고려하는 일반 소비자
- **방문 목적:** 차량 모델 정보, 가격, 사양, 시승 신청, 구매 절차 확인
- **주요 관심사:** 주행 거리, 충전 편의성, 차량 성능, 디자인, 보조금 정보

- **B. 기존 테슬라 차량 소유자 (25%)**

- **특성:** 이미 테슬라 차량을 보유한 사용자
- **방문 목적:** 소프트웨어 업데이트 정보, 서비스 센터 예약, 액세서리 구매, 커뮤니티 활동
- **주요 관심사:** 차량 관리 팁, 충전소 위치, 새로운 기능, 보증 및 수리 정보

- **C. 투자자 및 비즈니스 관계자 (20%)**

- **특성:** 기관투자자, 벤처캐피털, 파트너십 담당자
- **방문 목적:** 재무 정보, 사업 성과, 미래 계획 파악, 지속 가능성 보고서 확인

- **주요 관심사:** 수익성, 시장 전망, 경쟁 우위, 신규 사업 동향
  - **D. 테크/자동차 미디어 및 애호가 (15%)**
    - **특성:** 자동차 전문 기자, IT 전문 블로거, 기술 애호가
    - **방문 목적:** 최신 뉴스, 보도자료, 기술적 혁신, 고해상도 이미지/영상
    - **주요 관심사:** 자율주행 기술(FSD), 신제품 발표, 배터리 기술, 일론 머스크의 발언
- 

### 3. 웹사이트 방문 목적 분석

- **정보 탐색 목적:** 차량 모델 정보, 기술 사양, 가격, 재무 정보, 회사 연혁 및 비전
  - **실시간 정보 확인:** 소프트웨어 업데이트, 충전소 위치, 최신 뉴스 및 공지사항
  - **비즈니스 목적:** 투자 정보 파악, 파트너십 탐색, 기업용 솔루션(예: Powerwall, Solar Roof) 문의
- 

### 4. 주요 사용자 니즈 분석

#### 4.1 현재 충족되고 있는 니즈

- 차량 모델별 기본적인 정보 제공
- 시각적으로 매력적인 콘텐츠 (고품질 이미지, 영상)

- 구매 옵션 및 가격 정보 제공

## 4.2 개선이 필요한 영역

- **A. 구매 과정의 개인화**

- **문제점:** 복잡한 구매 절차와 옵션 선택에 대한 가이드 부족
- **니즈:**
  - 개인 맞춤형 차량 추천 및 견적 시스템
  - 시승 신청 및 상담 과정 간소화
  - 대기 기간 및 출고 진행 상황에 대한 실시간 알림

- **B. 기존 소유자를 위한 지원 강화**

- **문제점:** 차량 소유자를 위한 정보와 서비스가 분산되어 있어 접근성이 떨어짐
- **니즈:**
  - 차량 관리, 충전, 문제 해결을 위한 통합 대시보드
  - 서비스 센터 예약 및 수리 이력 조회 기능 개선
  - 소유자 커뮤니티 활성화 및 정보 공유 플랫폼 구축

- **C. 기술 정보의 심화 및 시각화**

- **문제점:** 일반인과 전문가 모두에게 적합한 기술 정보 제공 부족

- **니즈:**
    - 자율주행, 배터리 기술 등 핵심 기술에 대한 상세 설명 및 비교 분석 도구
    - 인터랙티브한 기술 데이터 시각화 (예: 주행 거리 시뮬레이터)
    - 기술 백서 및 연구 자료 제공
- 

## 5. 사용자 리서치 계획

### 5.1 조사 대상

- **1차 대상:** 테슬라 웹사이트의 핵심 사용자층 4개 그룹
  - 전기차 구매 예정자 (100명)
  - 기존 테슬라 차량 소유자 (80명)
  - 투자자 및 비즈니스 관계자 (30명)
  - 테크/자동차 미디어 및 애호가 (50명)
- **2차 대상:** 잠재적 사용자층
  - 전기차에 관심 있는 일반인 (50명)
  - 학생 및 교육자 (30명)

### 5.2 조사 목적

1. **사용성 평가:** 현재 웹사이트의 사용 편의성 측정
2. **만족도 조사:** 각 사용자 그룹별 만족도 및 개선점 파악

3. **니즈 검증:** AI 분석으로 도출된 니즈의 실제성 검증
4. **개선 우선순위:** 사용자 중심의 개선 우선순위 도출

### 5.3 조사 방법

- **정량적 조사:**
  - 웹 분석: Google Analytics를 통한 사용자 행동 패턴 분석
  - 온라인 설문조사: 각 사용자 그룹별 맞춤형 설문
  - A/B 테스트: 구매 과정의 레이아웃 및 기능 테스트
- **정성적 조사:**
  - 심층 인터뷰: 각 그룹별 대표 사용자 1:1 인터뷰
  - 포커스 그룹: 그룹별 FGD 진행
  - 사용자 여정 맵핑: 실제 구매 및 사용 과정 관찰

### 5.4 조사 내용

- **웹사이트 사용성 평가:** 네비게이션 구조의 직관성, 정보 탐색의 용이성, 모바일 반응형 디자인
- **콘텐츠 만족도 조사:** 기술 정보의 충분성 및 정확성, 업데이트 빈도, 콘텐츠 품질
- **기능적 요구사항:** 개인화 기능, 알림 및 구독 서비스, 커뮤니티 기능 개선

- **미래 서비스 수요:** 가상현실(VR) 체험 콘텐츠, 차량 시뮬레이션 서비스, 교육용 콘텐츠 확장

## 5.5 조사 일정 및 예산

- **조사 일정 (총 12주):**
    - 1~2주차: 조사 설계 및 도구 개발
    - 3~4주차: 참가자 모집 및 스크리닝
    - 5~8주차: 정량적 조사 실시
    - 6~9주차: 정성적 조사 실시
    - 10~11주차: 데이터 분석 및 인사이트 도출
    - 12주차: 최종 보고서 작성 및 발표
  - **예산 추정:**
    - 총 예산: 약 \$28,000 (설문조사 플랫폼, 참가자 인센티브, 전문 조사원 및 분석가 비용 등 포함)
- 

## 6. 기대 효과 및 활용 방안

### 6.1 기대 효과

- **사용자 경험 개선:** 데이터 기반의 UX 개선으로 구매 전환율 및 고객 만족도 향상
- **비즈니스 성과:** 구매 과정 간소화로 인한 매출 증대, 기존 고객 유지율 개선

- **브랜드 강화:** 사용자 중심의 서비스로 브랜드 이미지 제고
- **혁신 기회:** 미래 서비스 개발을 위한 아이디어 발굴

## 6.2 활용 방안

- **웹사이트 리뉴얼:** 리서치 결과를 반영한 전면적인 웹사이트 개선
  - **모바일 앱 개발:** 기존 소유자를 위한 통합 서비스 제공을 위한 모바일 앱 개발
  - **콘텐츠 전략:** 사용자별 맞춤형 콘텐츠 및 교육 자료 개발
  - **마케팅 전략:** 타겟 그룹별 차별화된 마케팅 접근
- 

## 7. 결론

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

1. **구매 과정의 개인화 및 간소화**
2. **기존 소유자를 위한 통합 서비스 지원**
3. **기술 정보의 심화 및 시각화**

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



