

대분류 / 20
정보통신

중분류 / 01
정보기술

소분류 / 02
정보기술개발

세분류 / 07
UI/UX엔지니어링

학습모듈 / 03

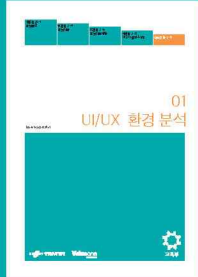
03

사용자 리서치

LM2001020703_14v1

UI/UX엔지니어링 학습모듈

01. UI/UX 환경 분석



02. UI/UX 계획 수립



03. 사용자 리서치



04. UI/UX 요구 분석



05. UI/UX 콘셉트 기획



06. UI 아키텍처 설계



07. UI 디자인



08. UI 구현



09. UI 테스트



10. UI/UX 가이드 제작

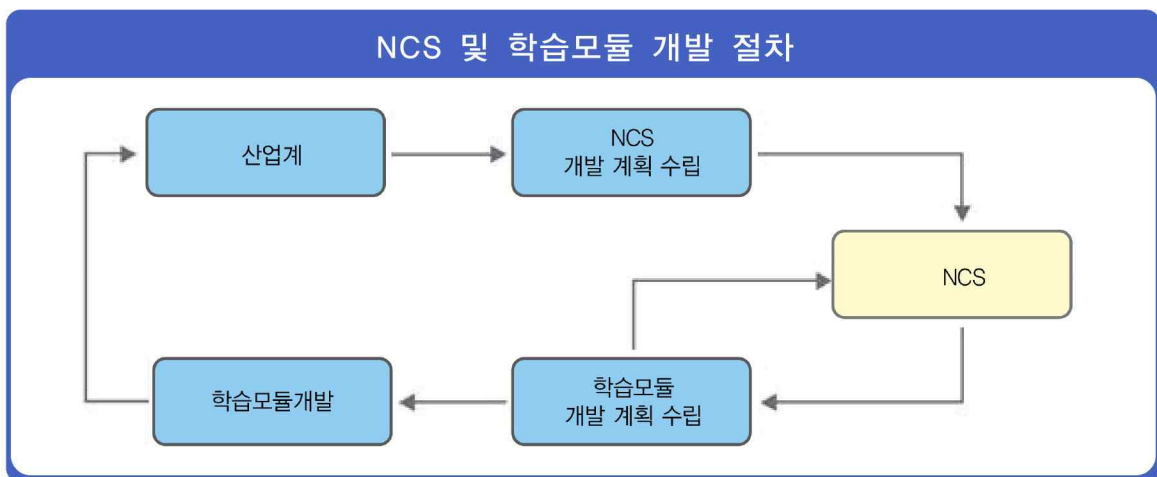


NCS 학습모듈의 이해

※ 본 학습모듈은 「NCS 국가직무능력표준」 사이트(<http://www.ncs.go.kr>) 에서 확인 및 다운로드 할 수 있습니다.

(1) NCS 학습모듈이란?

- 국가직무능력표준(NCS: National Competency Standards)이란 산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식·기술·소양 등의 내용을 국가가 산업부문별·수준별로 체계화한 것으로 산업현장의 직무를 성공적으로 수행하기 위해 필요한 능력(지식, 기술, 태도)을 국가적 차원에서 표준화한 것을 의미합니다.
- 국가직무능력표준(이하 NCS)이 현장의 ‘직무 요구서’라고 한다면, NCS 학습모듈은 NCS의 능력단위를 교육훈련에서 학습할 수 있도록 구성한 ‘교수·학습 자료’입니다. NCS 학습모듈은 구체적 직무를 학습할 수 있도록 이론 및 실습과 관련된 내용을 상세하게 제시하고 있습니다.

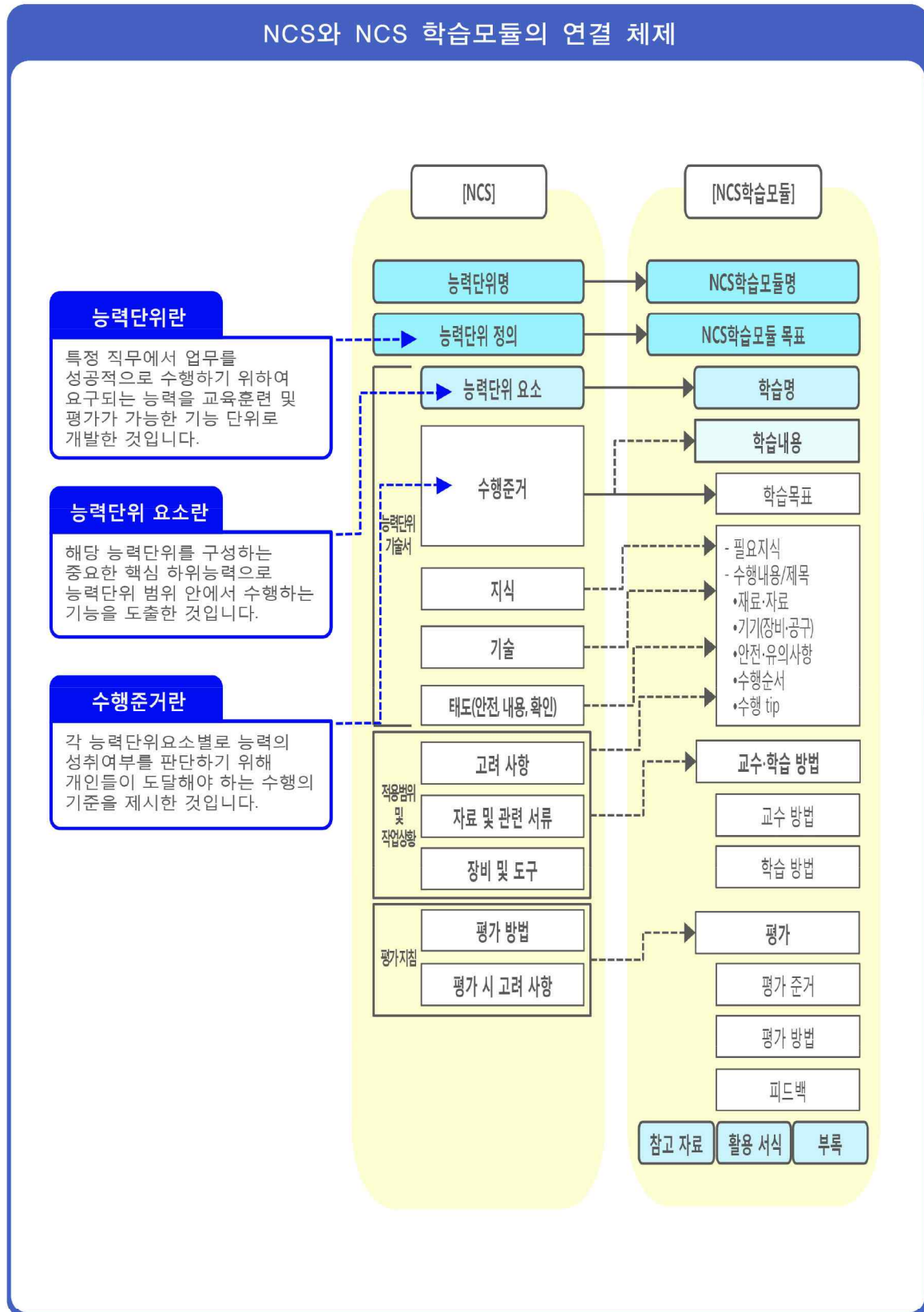


- NCS 학습모듈은 다음과 같은 특징을 가지고 있습니다.

첫째, NCS 학습모듈은 산업계에서 요구하는 직무능력을 교육훈련 현장에 활용할 수 있도록 성취목표와 학습의 방향을 명확히 제시하는 가이드라인의 역할을 합니다.

둘째, NCS 학습모듈은 특성화고, 마이스터고, 전문대학, 4년제 대학교의 교육기관 및 훈련기관, 직장교육기관 등에서 표준교재로 활용할 수 있으며 교육과정 개편 시에도 유용하게 참고할 수 있습니다.

- NCS와 NCS 학습모듈 간의 연결 체제를 살펴보면 아래 그림과 같습니다.



(2) NCS 학습모듈의 체계

- NCS 학습모듈은 1.학습모듈의 위치, 2.학습모듈의 개요, 3.학습모듈의 내용 체계, 4.참고 자료, 5.활용 서식/부록 으로 구성되어 있습니다.

1. NCS 학습모듈의 위치

- NCS 학습모듈의 위치는 NCS 분류 체계에서 해당 학습모듈이 어디에 위치하는지를 한 눈에 볼 수 있도록 그림으로 제시한 것입니다.

예시 : 이·미용 서비스 분야 중 네일미용 세분류

NCS-학습모듈의 위치

대분류	이용·숙박·여행·오락·스포츠
중분류	이·미용
소분류	이·미용 서비스

세분류	능력단위	학습모듈명
헤어미용	네일 샵 위생 서비스	네일샵 위생서비스
피부미용	네일 화장물 제거	네일 화장물 제거
메이크업	네일 기본 관리	네일 기본관리
네일미용	네일 랩	네일 랩
이용	네일 팁	네일 팁
	젤 네일	젤 네일
	아크릴릭 네일	아크릴 네일
	평면 네일아트	평면 네일아트
	융합 네일아트	융합 네일아트
	네일 샵 운영관리	네일샵 운영관리

학습모듈은

NCS 능력단위 1개당 1개의 학습모듈 개발을 원칙으로 합니다. 그러나 필요에 따라 고용 단위 및 교과단위를 고려하여 능력단위 몇 개를 묶어서 1개의 학습모듈로 개발할 수 있으며, NCS 능력단위 1개를 여러 개의 학습모듈로 나누어 개발할 수도 있습니다.

2. NCS 학습모듈의 개요

구 성

- NCS 학습모듈 개요는 학습모듈이 포함하고 있는 내용을 개략적으로 설명한 것으로서 **학습모듈의 목표**, **선수 학습**, **학습모듈의 내용 체계**, **핵심 용어**로 구성되어 있습니다.

학습모듈의 목표	해당 NCS 능력단위의 정의를 토대로 학습목표를 작성한 것입니다.
선수 학습	해당 학습모듈에 대한 효과적인 교수·학습을 위하여 사전에 이수해야 하는 학습모듈, 학습 내용, 관련 교과목 등을 기술한 것입니다.
학습모듈의 내용 체계	해당 NCS 능력단위요소가 학습모듈에서 구조화된 방식을 제시한 것입니다.
핵심 용어	해당 학습모듈의 학습 내용, 수행 내용, 설비·기자재 등 가운데 핵심적인 용어를 제시한 것입니다.

활 용 안 내

예시 : 네일미용 세분류의 ‘네일 기본관리’ 학습모듈

네일 기본관리 학습모듈의 개요

학습모듈의 목표

고객의 네일 보호와 미적 요구 충족을 위하여 효과적인 네일 관리로 프리에지 형태 만들기, 큐티클 정리하기, 컬러링하기, 보습제 도포하기, 마무리를 할 수 있다.

선수학습

네일숍 위생서비스(LM1201010401_14v2)

학습모듈의 내용체계

학습	학습내용	NCS 능력단위요소		
		코드번호	요소명칭	수준
1. 프리에지 형태 만들기	1-1. 네일 파일에 대한 이해와 활용 1-2. 프리에지 형태 파일링	1201010403_12v2.1	프리에지 모양 만들기	3
2. 큐티클 정리하기	2-1. 네일 기본관리 매뉴얼 이해 2-2. 큐티클 관리	1201010403_14v2.2	큐티클 정리하기	3
3. 컬러링하기	3-1. 컬러링 매뉴얼 이해 3-2. 컬러링 방법 선정과 작업 3-3. 젤 컬러링 작업	1201010403_14v2.3	컬러링	3
4. 보습제 도포하기	4-1. 보습제 선정과 도포 4-2. 각질제거	1201010403_14v2.4	보습제 바르기	2
5. 네일 기본관리 마무리하기	5-1. 유폴기 제거 5-2. 네일 기본관리 마무리와 정리	1201010403_14v2.5	마무리하기	3

핵심 용어

프리에지, 니퍼, 푸서, 플리시, 네일 파일, 스웨어형, 스웨어 오프형, 라운드형, 오발형, 포인트형

학습모듈의 목표는

학습자가 해당 학습모듈을 통해 성취해야 할 목표를 제시한 것으로, 교수자는 학습자가 학습모듈의 전체적인 내용흐름을 파악할 수 있도록 지도하는 것이 필요합니다.

선수학습은

교수자나 학습자가 해당 모듈을 교수 또는 학습하기 이전에 이수해야 할 학습내용, 교과목, 핵심 단어 등을 표기한 것입니다. 따라서 교수자는 학습자가 개별 학습, 자기 주도 학습, 방과 후 활동 등 다양한 방법을 통해 이수할 수 있도록 지도하는 것이 필요합니다.

핵심 용어는

학습모듈을 통해 학습되고 평가되어야 할 주요 용어입니다. 또한 당해 모듈 또는 타 모듈에서도 핵심 용어를 사용하여 학습내용을 구성할 수 있으며, 「NCS 국가 직무능력표준」 사이트(www.ncs.go.kr)에서 색인(찾아보기) 중 하나로 이용할 수 있습니다.

3. NCS 학습모듈의 내용 체계

구 성

- NCS 학습모듈의 내용은 크게 **학습**, **학습 내용**, **교수·학습 방법**, **평가** 로 구성되어 있습니다.

학습	해당 NCS 능력단위요소 명칭을 사용하여 제시한 것입니다. 학습은 크게 학습 내용, 교수·학습 방법, 평가로 구성되며 해당 NCS 능력단위의 능력단위 요소별 지식, 기술, 태도 등을 토대로 학습 내용을 제시한 것입니다.
학습 내용	학습 내용은 학습 목표, 필요 지식, 수행 내용으로 구성하였으며, 수행 내용은 재료·자료, 기기(장비·공구), 안전·유의 사항, 수행 순서, 수행 tip으로 구성한 것입니다. 학습모듈의 학습 내용은 업무의 표준화된 프로세스에 기반을 두고 실제 산업현장에서 이루어지는 업무활동을 다양한 방식으로 반영한 것입니다.
교수·학습 방법	학습 목표를 성취하기 위한 교수자와 학습자 간, 학습자와 학습자 간의 상호 작용이 활발하게 일어날 수 있도록 교수자의 활동 및 교수 전략, 학습자의 활동을 제시한 것입니다.
평가	평가는 해당 학습모듈의 학습 정도를 확인할 수 있는 평가 준거, 평가 방법, 평가 결과의 피드백 방법을 제시한 것입니다.

활 용 안 내

예시 : 네일미용 세분류의 ‘네일 기본관리’ 학습모듈의 내용

학습 1	프리에지 형태 만들기(LM1201010403_14v2.1)
학습 2	큐티를 정리하기(LM1201010403_14v2.2)
학습 3	컬러링하기(LM1201010403_14v2.3)
학습 4	보습제 도포하기(LM1201010403_14v2.4)
학습 5	네일 기본관리 마무리하기(LM1201010403_14v2.5)

학습은

해당 NCS 능력단위요소 명칭을 사용하여 제시하였습니다. 학습은 일반교과의 '대단원'에 해당되며, 모듈을 구성하는 가장 큰 단위가 됩니다. 또한 완성된 직무를 수행하기 위한 가장 기본적인 단위로 사용할 수 있습니다.

학습내용은

요소 별 수행준거를 기준으로 제시하였습니다. 일반교과의 '중단원'에 해당합니다.

학습목표는

모듈 내의 학습내용을 이수했을 때 학습자가 보여줄 수 있는 행동수준을 의미합니다. 따라서 일반 수업시간의 과목목표로 활용할 수 있습니다.

필요지식은

해당 NCS의 지식을 토대로 해당 학습에 대한 이해와 성과를 높이기 위해 알아야 할 주요 지식을 제시하였습니다. 필요지식은 수행에 꼭 필요한 핵심 내용을 위주로 제시하여 교수자의 역할이 매우 중요하며, 이후 수행순서 내용과 연계하여 교수·학습으로 진행할 수 있습니다.

3-1. 컬러링 매뉴얼 이해

학습목표

- 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 침착을 막기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다.
- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 얼룩 없이 균일하게 도포할 수 있다.
- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다.

필요 지식 /

□ 컬러링 매뉴얼

컬러링 작업 전, 이세론 또는 네일 폴리시 리무버를 사용하여 손톱표면과 큐티를 주변, 손톱 밑 부분까지 깨끗하게 유분기를 제거해야 한다. 컬러링의 순서는 Base coating 1회 → Polishing 2회 → 컬러수정 → Top coating 1회 → 최종수정의 순서로 한다. 베이스코트는 착색을 방지하고 발림성 향상을 위해 가장 먼저 도포하며 컬러링의 마지막에 컬러의 유지와 광택을 위해 톱코트를 도포한다. 네일 보강제(Nail Strengthner)를 바를 시에는 베이스코트를 도포하기 전에 사용한다.

수행 내용 / 컬러링 매뉴얼 실습하기

재료·자료

- 컬러링 관련 네일 미용 자료들
- 정리바구니, 베이스코트, 네일 폴리시, 튜코트, 오렌지우드스틱, 탈지면, 폴리시리무버, 디스펜서 등

기기(장비·공구)

- 컴퓨터, 빔 프로젝터, 스크린 등

안전·유의사항

- 컬러링 재료들의 분체를 직접적으로 받지 않도록 유의한다.
- 컬러링 제품들이 대부분 유리병에 들어 있기 때문에 깨지지 않도록 각별히 조심한다.
- 컬러링 제품들은 상온에 마르기 때문에 개봉 후 뚜껑을 잘 닫도록 한다.

수행 순서

1) 네일 폴리시를 바르게 잡는다.

1. 손바닥에 네일 폴리시를 놓고 약지 소지를 이용하여 네일 폴리시를 잡는다.
2. 폴리시를 왼 손의 엄지와 검지로 고객의 작업손가락을 잡는다.
3. 폴리시를 왼 손의 중지 손가락을 굳게 펴서 받침대가 되도록 한다.
4. 반대편 손으로 네일 폴리시의 뚜껑을 열고 소지 손가락을 펴서 네일 폴리시를 왼 중지 손가락 위에 받쳐놓는다.
5. 다양한 형태의 폴리시를 잡아본다.

수행 tip

- 흰색이 많이 섞인 네일 폴리시의 경우는 붓의 각도를 높이 세워 빠르게 브러시 작업을 해야 붓 자국이 나지 않는다.
- 컬러링은 기본 2회 정도이나 컬러에 따른 도포량과 컬러감에 따라 1~3회 사이로 증감할 수 있다.

수행 내용은

모듈에 제시한 것 중 기술(Skill)을 습득하기 위한 실습 과제로 활용할 수 있습니다.

재료·자료는

수행 내용을 수행하는데 필요한 재료 및 준비물로 실습 시 필요 준비물로 활용할 수 있습니다.

기기(장비·공구)는

수행 내용을 수행하는데 필요한 기본적인 장비 및 도구를 제시하였습니다. 제시된 기기 외에도 수행에 필요한 다양한 도구나 장비를 활용할 수 있습니다.

안전·유의사항은

수행 내용을 수행하는데 안전상 주의해야 할 점 및 유의사항을 제시하였습니다. 수행 시 유념해야 하며, NCS의 고려사항도 추가적으로 활용할 수 있습니다.

수행 순서는

실습과제의 진행 순서로 활용할 수 있습니다.

수행 tip은

수행 내용에서 수행의 수월성을 높일 수 있는 아이디어를 제시하였습니다. 따라서 수행tip은 지도상의 안전 및 유의사항 외에 전반적으로 적용되는 주안점 및 수행과제 목적에 대한 보충설명, 추가사항 등으로 활용할 수 있습니다.

학습3 교수·학습 방법

교수·학습 방법은

학습목표를 성취하는데 필요한 교수 방법과 학습 방법을 제시하였습니다.

교수 방법

- 컬러링 제품의 성분과 컬러별 정도의 차이, 베이스코트와 튜코트의 역할, 폴리시 잡는 방법, 큐어링 시간 등의 내용을 화면 자료와 함께 설명한다.
- 서식지를 활용하여 네일 컬러링 방법을 그림으로 그려 보게 한 뒤, 다양한 컬러링의 매뉴얼을 그려서 숙지하도록 한다.
- 겔 컬러링 시 주의사항을 계속 숙지시키도록 하며, 큐어링 시간에 대해 작성하도록 한다.

교수 방법은

해당 학습활동에 필요한 학습내용, 학습내용과 관련된 학습 자료명, 자료 형태, 수행내용의 진행 방식 등에 대하여 제시하였습니다. 또한 학습자의 수업참여도를 제고하기 위한 방법 및 수업진행상 유의사항 등도 제시하였습니다. 선수학습이 필요한 학습을 학습자가 숙지하였는지 교수자가 확인하는 과정으로 활용할 수도 있습니다.

학습 방법

- 컬러링을 위한 재료의 필요성과 사용방법을 숙지하고 컬러링 매뉴얼 과정에 맞추어 작업 내용을 이해한다.
- 컬러링의 다양성에 대한 용어를 숙지하고 진행과정에 맞추어 내용을 작업한다.
- 겔 컬러링 시 적합한 큐어링 시간을 선택해서 큐어링 해본다.

학습 방법은

해당 학습활동에 필요한 학습자의 자기주도적 학습 방법을 제시하였습니다. 또한 학습자가 숙달해야 할 실기능력과 학습과정에서 주의해야 할 사항 등으로 제시하였습니다. 학습자가 학습을 이수하기 전에 반드시 숙지해야 할 기본 지식을 학습하였는지 스스로 확인하는 과정으로 활용할 수 있습니다.

학습3 평가

평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표 및 평가 항목에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
컬러링 매뉴얼 이해	- 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 칠착을 막기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다.			
	- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 일찍 얹어 균일하게 도포할 수 있다.			
	- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다.			

평가 방법

- 작업장 평가

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
컬러링 매뉴얼 이해	- 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 칠착을 막기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다.			
	- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 일찍 얹어 균일하게 도포할 수 있다.			
	- 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다.			

피드백

1. 작업장 평가
 - 작업 결과물을 확인하여 수정사항을 제시하고 수정 부분을 인지하도록 한다.

평가는

해당 NCS 능력단위 평가방법과 평가 시 고려 사항을 준용하여 작성하였습니다. 교수자 및 학습자가 평가항목 별 성취수준을 확인하는데 활용할 수 있습니다.

평가 준거는

학습자가 해당 학습을 어느 정도 성취하였는지를 평가하기 위한 기준을 제시하고 있습니다. 학습목표와 연계하여 단위수업 시간에 평가항목 별 성취수준을 평가하는데 활용할 수 있습니다.

평가 방법은

NCS 능력단위의 평가방법을 준용하였으며, 평가 준거에 따른 평가방법을 2개 이상 제시하였습니다. 평가방법으로는 포트폴리오, 문제해결 시나리오, 서술형 시험, 논술형 시험, 사례연구, 평가자 체크리스트, 작업장 평가 등이 있으며, NCS의 능력단위 요소 별 수행 수준을 평가하는데 가장 적절한 방법을 선정하여 활용할 수 있습니다.

피드백은

평가 후에 학습자들에게 평가 결과를 피드백하여 부족한 부분을 알려주고, 학습 결과가 미진한 경우, 해당 부분을 다시 학습하여 학습목표를 달성하는 데 활용할 수 있습니다.

4. 참고 자료

참고자료

- 김미원(2011). 『Nail Study』. 서울: 사)한국네일저서서비스협회.
- 민방경(2015). 『미용사(네일)평가』. 서울: 예문사.
- 박은주(2014). 『네일미용』. 서울: 정담미디어.

참고자료는

해당 학습모듈의 필요지식에 대한 출처와 인용한 참고자료 및 사이트를 제시하였습니다.

5. 활용 서식/부록


활용서식

활용서식은

평가 서식, 실습시트 등 교수학습 시 활용 가능한 다양한 서식들로 구성하였습니다. 과제 진행에서 평가에 이르기까지 필요한 서식을 해당 학습모듈의 특성에 맞춰 개발하거나 기존의 양식을 활용하여 제시하였습니다.

프리에지 형태 실습지

t. 프리에지 형태의 이해

모양	이름	특징
	() Square nail	-강한 느낌의 사각형태 -네일의 양끝 모서리 부분이 90° 사각의 형태이다. () -발톱의 형태 활용 -내인성 발톱의 보정시에 적용

부록

부록은

활용서식 이외에 교수학습과정에서 참고할 수 있는 자료가 있는 경우 제시하였습니다.

네일 기본관리 도구와 재료 목록

목록	비고	준비
위생가운	흰색	작업자 착용
위생 마스크	흰색	작업자 착용
보호안경	투명한 렌즈 (안경으로 대체 가능)	작업자 착용
재료관리함	재질, 색상 무관	작업대

[NCS-학습מוד의 위치]

대분류	정보통신
중분류	정보기술
소분류	정보기술 개발

세분류

SW아키텍처	능력단위	학습מוד명
응용SW 엔지니어링	UI/UX 환경 분석	UI/UX 환경 분석
시스템 엔지니어링	UI/UX 계획 수립	UI/UX 계획 수립
DB 엔지니어링	사용자 리서치	사용자 리서치
NW 엔지니어링	UI/UX 요구 분석	UI/UX 요구 분석
보안 엔지니어링	UI/UX 콘셉트 기획	UI/UX 콘셉트 기획
UI/UX 엔지니어링	UI 아키텍처 설계	UI 아키텍처 설계
	UI 디자인	UI 디자인
	UI 구현	UI 구현
	UI 테스트	UI 테스트
	UI/UX 가이드 제작	UI/UX 가이드 제작

차 례

학습모듈의 개요	1
----------	---

학습 1. 사용자리서치 계획하기

• 1-1. 사용자리서치 계획수립	3
• 1-2. 필드리서치 수행 가이드 작성	22
• 교수·학습 방법	27
• 평가	29

학습 2. 사용자리서치 수행하기

• 2-1. 피험자 모집 및 선별	31
• 2-2. 사용자리서치 수행	40
• 교수·학습 방법	57
• 평가	59

학습 3. 사용자리서치 분석하기

• 3-1. 니즈 분석 및 결과 보고서 작성	61
• 3-2. 페르소나 작성	76
• 교수·학습 방법	79
• 평가	81

참고 자료	83
-------	----

사용자리서치 학습מוד의 개요

학습מוד의 목표

체계적인 방법으로 제품과 서비스를 이용하는 사용자를 정의하고 사용자의 맥락(Context), 니즈(needs)와 목표, 이용행태에 관한 자료를 수집하기 위한 활동들을 계획하고 수행하여 이의 결과에 대해 분석, 해석할 수 있다.

선수학습

통계학, 사회조사방법론, 프로젝트관리

학습מוד의 내용체계

학습	학습내용	NCS 능력단위요소		
		코드번호	요소명칭	수준
1. 사용자리서치 하기	1-1. 사용자리서치 계획수립 1-2. 필드리서치 수행 가이드 작성	2001020703_14v1.1	사용자리서치 계획하기	5
2. 사용자리서치 수행 하기	2-1. 피험자 모집 및 선별 2-2. 사용자리서치 수행	2001020703_14v1.2	리서치 수행하기	4
3. 사용자리서치 분석 하기	3-1. 니즈 분석 및 결과 보고서 작성 3-2. 페르소나 작성	2001020703_14v1.3	리서치 분석하기	5

핵심 용어

UI, UX, 사용자 니즈(needs), 맥락(Context), 페르소나(Persona), 포커스그룹(Focus Group), 브레인스토밍(Brainstorming), 프로젝트 관리

학습 1

사용자리서치 계획하기 (LM2001020703_14v1.1)

학습 2 사용자리서치 수행하기(LM2001020703_14v1.2)

학습 3 사용자리서치 분석하기(LM2001020703_14v1.3)

1-1. 사용자리서치 계획수립

학습 목표

- 리서치의 목적과 목표 고객, 내용, 범위, 방법, 일정 등을 포함한 리서치 실행계획을 수립할 수 있다.
- 조사목적과 얻고자 하는 자료의 특성 및 가용시간과 예산에 따라 자체 수행 또는 아웃소싱을 선정할 수 있다.

필요 지식 /

① 사용자리서치

사용자리서치는 사용자와의 직/간접적인 접촉을 통해 사용자의 식별을 포함하여 사용자에 대한 정보, 사용자가 갖는 정보를 조사하는 활동이다. 일반적인 마케팅 차원의 사용자리서치와 UI/UX와 관련한 사용자 리서치는 다음과 같은 특성을 갖는다. (Tulathimutte, Tony and Nate Bolt)

1. 마케팅리서치

통계분석이나 설문조사를 통하여 현상적인 정보를 조사한다. 사람들의 의견, 선호도를 알 수 있다.

(1) 마케팅 리서치의 주안점

- 브랜드와 서비스/제품에 대한 사용자들 반응 조사
- 서비스/제품의 사용자유형별 선호도 파악
- 새로운 서비스/제품에 대한 사용자의 반응 파악
- 사용자들이 좋아하는 것, 싫어하는 것 파악

2. UI/UX 관련 리서치

사용자들의 상황에 대한 인지와 심리상태 등 정량화 하기 어려운 정성적 가치를 살펴볼 수 있는 정보를 조사, 수집한다. UI/UX에 대한 니즈와 디자인에 대한 발상, 영감을 얻는 원천이 되는 정보를 얻을 수 있다.

(1) UI/UX 관련 리서치의 주안점

- 어떤 사용자가 어떤 맥락에서 우리 제품/서비스를 사용하는가?
- 제공하는 제품/서비스에 대해 사용자는 어떻게 인지하고 있는가?
- 제품/서비스의 구매, 사용시 사용자가 범하는 실수는 무엇인가?
- 사용자가 특정한 태스크를 성공적으로 완수하는가?

② 사용자 세그멘테이션(Segmentantation)

정보기술이 접목된 상품이 사용자 고객에게 제공될 때, 특정 기준에 따라 구분되는 집단(group)별로 이에 대한 이해와, 반응의 차이가 있을 수 있다. 또한 상품자체가 특정 집단의 수요를 목적으로 만들어 지는 경우도 있을 수 있다. 제품을 사용하게 될 사용자의 UI/UX에 대한 태도, 반응을 조사하기 위해서는 제품을 사용할 것으로 예상되는 사용자 집단을 한정하고, 한정된 집단 안에서 발생하는 또 다른 집단별 특성을 고려할 필요가 있다.

또한 이러한 집단에 대한 구분을 사전에 나누어야 특정 집단에 대한 중요도를 부여하고, 누락되는 집단 없이, 해당 집단의의 대표성을 나타낼 수 있는 사용자들을 사용자리서치의 대상으로 한정할 수 있다. 이렇게 사용자들을 특정 기준을 가지고 집단으로 구분하는 작업이 사용자 세그멘테이션이다. 사용자리서치 계획단계에서의 사용자 세그멘테이션은 주로 사전에 예상되는 사용자를 예상되는 특정 집단별로 구분하는 하향식(Top-Down) 접근을 따르게 된다.

1. 인구통계적 방법에 따른 사용자 세그멘테이션

상품을 실제로 사용하는 대상이 사람이 아닌 경우도 있지만, 구매하는 경우 사용자는 사람으로 한정되게 된다. 사람들을 모집단으로 한정하는 타 통계와 마찬가지로 연령, 성별, 거주지역, 소득, 교육수준, 직업 등에 따라 예상되는 사용자 집단을 구분할 수 있다.

(1) 인구통계적 구분의 한계

일반적으로 집단의 인구통계적 특징은 남성-여성과 같이 상대적으로 명확히 구분되는 특성을 지니고 있는 경우도 있으나, 10대, 20대, 30대... 와 같은 연령대 구분이 유년층-청소년층-청년층-중년층.. 과 같은 분석을 위한 가치와 일치하지 못하는 경우도 있다. 청년에 가까운 반응을 보이는 60대와 같은 경우와 29, 30세와 같은 경계연령대에 대한 구분 적용의 모호성이 있을 수 있다. 많은 경우 인구통계적 구분은 타 구분에 따른 영향과 구분 분석결과에 따라 이의 보다 명확한 경계를 찾는 작업을 이후에 수반하게 된다.



출처: 국제적십자사

[그림 1-1] 종교라는 문화인류학적 특성을 반영하여 종교권에 따라 구분되어 사용되는 국제적십자위원회(ICRC)의 대표 표장, 좌로부터 적십자, 적신월, 적수정 (국제적십자사)

2. 문화인류학적 방법에 따른 사용자 세그멘테이션

일반적으로 ‘문화인류학적 접근’이라 함은 문화인류학에서 사용되는 문화, 인종, 사용언어, 종교 등에 따라 구분되는 행동특성을 이런 구분에 따른 선입관과 영향을 최소화하거나 이로부터 중립적인 방법으로 관찰하는 방법을 따르는 것을 의미하나 사용자리서치의 계획단계에서는 이러한 관찰에 알려진 집단의 구분을 사용하는 방법이다.

숫자 ‘4’를 죽음과 연관 지어 금기시 하는 ‘한자 문화권’과 같은 문화권 구분, 사용자의 종교에 따른 특성, 엄격한 존댓말과 존칭이 존재하는 특정 언어의 특성 특정 지역의 역사적 배경에 따라 사용자의 경험이 다를 수 있으며 특정 색상, 기호에 대한 거부감 사용자와의 상호작용 과정에 사용되는 단어, 문구 등의 요소에 대한 반응이 다를 수 있고, 수치, 환율, 요일, 날짜 등의 표기에 있어서도 다른 규칙이 적용될 수 있다. 사용자 집단을 구분하는 특성으로 이러한 문화인류학적 구분을 적용할 수 있다.

(1) 문화인류학적 구분의 한계

종교적 특성과 역사적 배경을 이유로 십자가형 기호에 대해 거부감을 보이거나 수학의 덧셈기호에 대해서는 거부감을 느끼지 않는 경우와 같이 유사한 조건 아래에서 이러한 문화인류학적 특징이 발현되는 경우와 그렇지 않은 경우도 있을 수 있다. 사용자리서치를 계획하는 단계에서 하향식으로 적용된 이러한 문화인류학적 구분이 결과에 반영되었는지, 이러한 구분에 우선하여 영향을 준 다른 요인이 있었는지도 사용자리서치 결과 분석 시 검증되어야 할 사항일 수 있다.

3. 사용자 그룹 구분의 중복과 누락

사용자리서치 대상 집단의 ‘거주지역’이라는 인구통계적 구분이 ‘종교’라는 문화인류학적 구분과 일치하는 경우 등이 발생할 수 있으며, ‘OO도 거주자’, ‘△△시 거주자’와 같은 행정 구분에 따른 거주지역 구분보다 ‘도시거주자’, ‘농촌거주자’와 같은 구분이 UI/UX 관련 사용자리서치 결과에 더 큰 영향을 줄 수도 있다. 사용자 세그멘테이션은 이러한 중복을

고려하여 보다 높은 대표성을 보일 것으로 예상되는 요인을 선택하는 작업과 보다 대표성 있는 구분이 누락되는 경우가 없는지 면밀히 검토하여 반영하는 과정과 사용자리서치를 통해 수집된 데이터에 기반한 구분이 적절하였는지에 대한 검증이 수반되어야 한다.

③ 사용자 맥락(Context)

맥락(Context)는 어떤 대상을 둘러싼 그 대상이 의미를 부여하거나 그 대상에게 영향을 주는 모든 요소를 의미한다. UI/UX 엔지니어링에서의 사용자 맥락은 사용자들이 디지털기기인 상품, 또는 서비스를 이용하는 제반의 포괄적인 환경을 의미한다.

1. 사용자 맥락의 구분

사용자 맥락은 사용자가 접하고 있는 환경의 물리적, 사회적, 문화적 특성 등에 따라 구분할 수 있으며, 개별적인 사례로부터 파악된 맥락 자료를 수집하여 모형을 만드는 ‘개별 모형’과 이렇게 모인 개별모형들을 취합해 만들어지는 ‘통합모형’으로도 구분이 된다.

<표 1-1> 사용자 맥락의 구성요소 구분

구분	물리적 맥락	사회적 맥락	문화적 맥락
시간적요소	사용 시간, 사용 요일, 사용 계절 등	업무시간, 시간에 대해 압박감을 느끼는 정도	시간지각
공간적요소	좌표, 고도, 위치한 공간의 구성과 분할 특성 공간내의 동선 등	집(휴식)/직장(업무), 사생활 보호, 정보를 제공받는 원천 등	권력거리
기타요소	조명, 온도, 습도, 소음, 먼지 등	계층구조, 업무분담, 권력, 준수하여야 할 표준 등	불확실성에 대한 회피/수용 정도, 개인/집단주의, 남성/여성주의, 암시적/명시적 문화특성

(1) 물리적 맥락

사용자가 위치한 환경의 물리적인 환경의 정보 그 자체만을 고려한 맥락

(가) 물리적 맥락모형 - 개별모형

사용자가 관찰되는 시간, 위치한 환경-물리적 공간의 이름, 공간 내부의 배치와 사용자의 동선과 같은 물리적 환경과 이의 변화에 해당하는 맥락을 기록한 모형

(나) 물리적 맥락모형 - 통합모형

수집된 개별모형의 들의 공통적인 특성을 기준으로 사용자가 위치하였던 시간(근무 시간, 여가시간)의 구분과 장소의 유형을 구분하고(사무실, 버스 정거장, 지하철 승강장 등) 장소의 기구배치, 일반적으로 발생하는 동선과 사용자의 의도, 애로사항 등을 포함하여 통합한 모형

(2) 사회적 맥락

사용자와 다른 사람과의 사회관계를 반영한 맥락

(가) 사회적 맥락모형 - 개별모형

사용자가 위치한 사회적 환경에 해당하는 맥락을 기록한 모형으로 사용자의 사회 생활 중 의미가 부여되는 특정 시간, 특정 공간(집-휴식을 취하는 곳, 사무실-일을 하는 곳과 같은 사회활동에 따른 공간 구분), 사용자 또는 제품에 대한 사회적 인식, 타 사용자 또는 타인과의 상호작용이 일어나는 상황, 이러한 상황과 환경 하에서의 장애요인 등 맥락을 담은 모형

(나) 사회적 맥락모형 - 통합모형

수집된 개별모형들로부터 사용에 영향을 주는 요인들을 취합하여 유사 요인들을 통합하고 파급효과를 취합하여 특징 있는 파급효과를 식별하고, 장애요인을 취합하여 통합한 모형

(3) 문화적 맥락

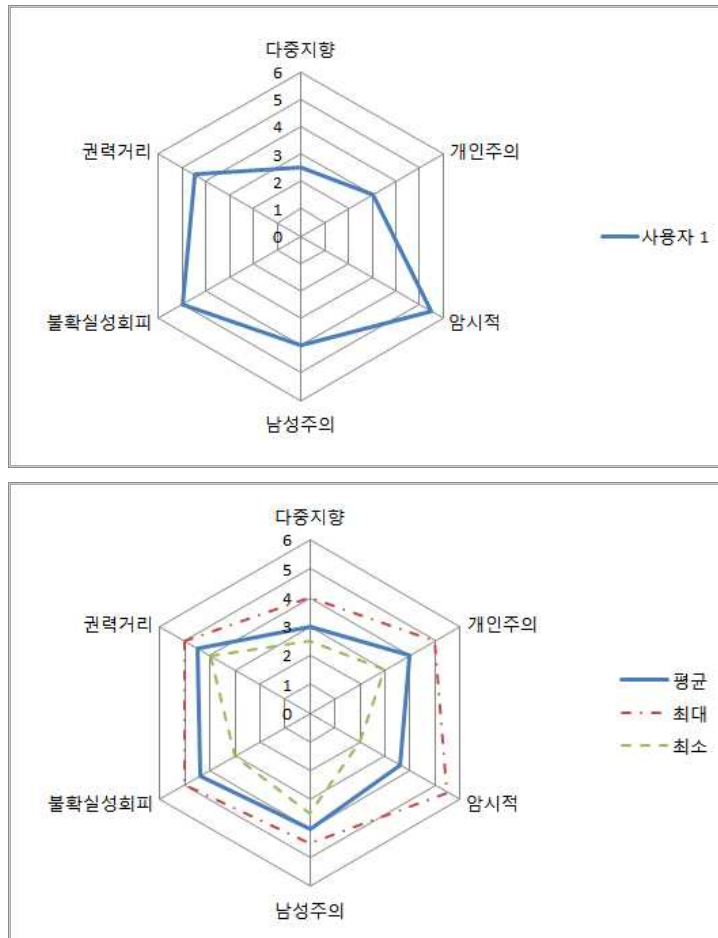
사용자의 갖는 문화적인 가치/신념 등 문화적 특성을 반영한 맥락

(가) 문화적 맥락모형 - 개별모형

사용자가 노출되어 온 문화적 환경을 고려한 시간/공간과 기타 문화적인 특성으로 구분되는 맥락을 담은 모형으로 시간에 대한 다중/단일지향(참여성 있게 반응을 기다리는가 아니면 즉시성이 있는 반응을 보이는가 등) 특성, 개념적 공간으로서 권력거리(불공평한 상황과 권위에 대해 순응하는 정도), 기타 불확실성에 대한 회피 성향, 개인/집단주의적 성향, 남성/여성주의적 성향, 명시적/묵시적 성향 등 6개 요인을 담은 모형이다 일반적으로 6개 요인을 꼭지점으로 둔 육각형안에 거미줄 형태로 그 정도를 표현하는 핑거프린트(Finger-Print) 도형을 사용하여 작성한다.

(나) 문화적 맥락모형 - 통합모형

개별모형들로부터 수집된 값들의 평균을 핑거프린트(Finger-Print) 도형으로 표시한 모형



[그림 1-2] 사회적맥락 모형 핑거프린트 도형. 개별모형(상), 통합모형(하)의 예

4 페르소나(Persona)

그리스 어원의 ‘가면’을 나타내는 용어로 ‘가면을 쓰고 겉으로 드러나는 인격’을 지칭하는 용어로 외적으로 드러나는 집단의 행동규범, 역할을 따르는 상정을 따르는 인격을 의미한다.

UI/UX엔지니어링에 있어서는 구분되는 집단의 대표성을 가진 가상의 인격체가 제품/서비스의 사용자의 모습을 담은 것을 의미하며 사용자/고객프로파일, 사용자 역할정의 라고도 한다.

페르소나를 규정하기 위한 작업 자체가 별도의 작업으로 수행되어 명확한 페르소나를 가지고 사용자리서치를 수행하는 경우도 있으나, 사용자리서치 계획단계에서는 일반적으로 고객집단들을 잘 표현해줄 것으로 예상되는 역할을 정의하고 이를 활용해 이후 UI/UX 관련 업무를 진행하기위한 사용자 기준으로 삼게 된다.

1. 페르소나의 내용

페르소나의 설정 시 반드시 포함되어 있어야 하는 내용이 정해져 있지는 않다. UI/UX 관련 분석 결과와 업무의 필요성이 반영되는 수준으로 그 항목의 가감이 이루어질 수 있다.

다음은 일반적으로 페르소나에 포함되는 내용들의 예이다.

(1) 이름과 사진

페르소나의 인격에 부여할 이름과 그 모습을 담은 사진

- 이름은 실제 생활에서 사용되는 이름과 사용자의 특징, 역할을 보여주는 이름을 부여한다. (예: 김철수 - 집보다 기원으로 퇴근하는 바둑광, 재야의 바둑고수)
- 타 페르소나와 시각적으로 바로 식별할 수 있는 실제 인물의 사진, 해당 페르소나의 특징을 유추할 수 있는 영화속 배우 사진, 만화 속의 캐릭터 이미지 등을 사용하는 것도 방법이다.

(2) 인물의 배경

나이, 성별, 직업, 학력, 거주지 등 인구통계적 구분을 포함한 사용자의 특성을 유추할 수 있는 배경.

(3) 제품/서비스의 사용 동기와 니즈

사용자의 사용동기와 니즈를 보여주는 문장, 단순한 설명보다는 인상 깊은 문장으로 기록하는 것이 페르소나들의 식별과 인식에 도움이 된다.

- 사용 동기는 사용자가 얻으려 하는 것-목표를 기록한다.
- 니즈는 사용자가 목표 수행을 위해 필요로 하는 것을 기록한다.

(예: 사용자의 말을 인용하는 듯 기록하는 예 : 나는 땀 흘리는 바둑 승부를 즐기고 싶다.-동기-, 내 수준에 맞는 도전자와 도전 대상을 만날 수 있는 곳이 필요하다.-니즈-)

(4) 시나리오

- 제품/서비스 접근에 대한 시나리오 - 사용자가 해당 제품/서비스를 접하는 실세계에서의 과정에 대한 시나리오
- 제품/서비스를 사용에 대한 시나리오 - 니즈를 달성하기 위해 제품/서비스를 사용하는 과정에 대한 시나리오

(5) 기술숙련도

해당 제품/서비스 사용에 필요한 기기 활용 능력, 유관 기술 등의 숙련도

(6) 페르소나 사이에서의 위치

페르소나 간의 관계를 식별할 수 있는 내용을 기술한다.

(예: 아마추어 수준을 넘어 프로와의 시합도 가능한 준프로)

⑤ 프로젝트 관리

UI/UX의 개발은 일상적이고 반복적인 생산 과정을 거치는 것이 아니라 관찰된 문제를 해결하는 것을 목적으로 하는 프로젝트 형태로 진행되는 것이 일반적이다. 프로젝트는 한시적인 노력을 통해 제한된 자원(인력, 시간, 예산 등)을 가지고 목표를 달성하기 위한 활동을

의미한다.

프로젝트 관리는 아래와 같은 9 영역의 활동들로 구분된다. (Project Management Institute, Inc.: PMI, 2015, PMBOK)

- 통합관리 : 프로젝트의 여러 요소들을 적절하게 통합하기 위한 관리
- 범위관리 : 프로젝트에 필요한 모든 작업들이 포함되도록 하는 관리
- 일정관리 : 주어진 시간 안에 프로젝트를 종료하기 위한 관리
- 원가관리 : 주어진(승인된) 예산 안에서 프로젝트를 완료하기 위한 관리
- 품질관리 : 프로젝트에 대한 요구사항을 만족하는 결과를 얻기 위한 관리
- 인적자원관리 : 프로젝트 참여 인력들을 효율적으로 활용하기 위한 관리
- 의사소통관리 : 프로젝트에 대한 정보를 적시에 파악 관계자들에게 전달하기 위한 관리
- 위험관리 : 프로젝트에서 예상되는 위험을 식별하고 분석 대응하기 위한 관리
- 조달관리 : 조직외부로부터 프로젝트에 필요한 물품/서비스를 조달하는 관리

수행 내용 1 / 사용자리서치 목표 고객 식별하기

재료 · 자료

- 인구통계학, 문화인류학 자료 및 서적
- 사용자리서치 대상 제품/서비스

기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터
- 스케치 도구
- 점착식 메모지
- 화이트보드 등 회의 장비
- 문서작성 소프트웨어
- 사진기 또는 사진기 기능이 포함된 스마트 기기

안전 · 유의사항

- 회의의 진행 결과를 회의록으로 기록하는 것과 더불어 화이트보드, 점착식 메모지를 활용한 내용 등 중간의 결과를 사진 등으로 기록하여 활용한다.
- 브레인스토밍은 자유로운 분위기에서 자유로운 의견, 발상 등이 오갈 수 있어야 한다. 진행 중 타인을 제약하는 행동이 발생하지 않도록 유의한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 목표 고객 식별을 위한 회의를 수행한다.

사용자리서치는 고객의 니즈를 도출해내기 위해 데이터를 수집하고 분석하는 일련의 과정을 거치게 된다. 제품/서비스의 대상이 되는 적절한 사용자그룹을 예상하고 기준을 수립하는 것은 이후 사용자리서치 전체 과정에 걸쳐 분석을 수행하고, 협업하는 기준이 되어 준다. 목표 고객의 식별 기준은 조직 내외부의 전문가만이 참여하는 하향식 접근을 통해 정의될 수도 있으며, 제품/서비스 개발과정에 참여하는 업무별 인력의 다수 또는 전체가 참여하여 자유로운 분위기 속에서 사용자 구분을 어떻게 할 것인가를 토론하는 브레인스토밍을 수행하여 아이디어를 수집하여 결정될 수 있다.



출처: https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedia_Signpost/Single/2014-04-23#/media/File:Day_02_-_FDC_Feedback_Session_03.jpg(업로더 3BRBS, 2014, CC BY-SA 3.0에 따름).

[그림 1-3] 브레인스토밍을 통한 아이디어 취합

1. 제품/서비스를 선정하고 회의 참여 대상을 식별한다.

- 10인 이내의 팀을 구성하여 사용리서치의 대상이 될 제품/서비스를 선정한다.
- 사용자리서치 목표 고객을 식별하기 위한 회의에 참여하여야 할 대상자-직무, 역할을 선정한다.
- 이 때 직무뿐 아니라 해당 직무에서 발생할 법한 담당자의 특징도 함께 고려하여 본다.
- 이러한 직무의 특성과 이에 따른 입장의 차이가 목표 고객 식별 시에 특정 집단으로의 과도한 편중 또는 과소/무시로 이어지지 않도록 균형을 갖도록 해야 한다.
- 편중, 과소/무시의 예로 제품/서비스에 대해 기존에는 청년층이 주 사용자층이었으나 최근 노년층의 관심이 커지고 있다는 사실이 알려진 경우 입장에 따라 이의 과도한 반영을 요구하거나 이의 무시 또는 언급 자체를 회피하는 입장이 있을 수 있으며 이는 사용자리서치 또는 의의 결과가 갖는 적절성에 영향을 미치는 요인이며 큰 틀의 프로젝트 관리 차원의 이슈로 관리되어야 한다.
- 자유로운 토론을 통해 제품/서비스를 제공하는 직무와 담당자, 담당자와 고객간의 상호 작용 내용, 빈도 등도 예상하여 보고 결정한다.

(1) 회의 참여 대상 직무의 예

다음은 목표 고객 식별과 관련한 담당 직무의 예이다.

- UI 디자이너
- SW 개발자
- 마케팅 담당자
- 고객관리 담당자
- 웹사이트 관리자
- 사용자리서치의 예산, 참여 인력 등을 결정할 수 있는 위치의 임원
- 이전 사용자리서치를 수행한 외주업체 직원

(2) 직무/개인특성, 입장을 고려한 회의 참여대상 예

다음과 같이 직무, 부서별 업무에 대한 입장-진행에 장애가 되는 요소를 중심으로 예측하여 설정해 본다.

- 본인이 만든 UI의 수정을 자신의 창의성을 인정받지 못하는 것이라 생각하는 UI 디자이너
- 주어진 예산안에서 계획보다 이른 종료를 기대하고 있는 임원
- 고객의 피드백을 전해주지 않는, 또는 과다하게 즉각적 수용을 바라는 고객관리 담당자
- 전임자 퇴직에 따라 갓 입사한 웹사이트 관리자

- UI/UX 변경보다 홍보에 비용을 더 들이자는 주장을 하는 마케팅 담당자

2. 사용자 세그멘테이션을 통해 목표 고객을 식별한다.

- 선정된 제품/서비스의 공급자 웹사이트의 고객의 소리(VOC: Voice Of Customer) 페이지 또는 이와 관련한 커뮤니티 등을 검색하여 주 사용자들의 관찰 가능한 특성을 조사하여 기록한다.
- 위 조사 결과에 따라 관찰되지 않은 특성을 예상하여 해당 제품/서비스의 사용자특성을 예상하여 본다.
- 사용자 집단을 인구통계적, 문화인류학적 방법에 따라 여러 기준을 가지고 구분하고 식별하여 본다.
- 예상되는 전체 사용자 집단에 대해 사용자리서치를 진행하는 것은 현실적인 시간, 예산 등의 제약이 있으므로 사용자리서치의 내용에 대해 적절한 반응을 보일 것으로 예상되는 집단(핵심 사용자 집단)을 식별을 수행한다.

(1) 사용자 집단 구분

인구통계적, 문화인류학적 세그멘테이션 외에 아래와 같은 추가적인 요인들과 사용자리서치 실행 목적에 맞는 추가 기준을 가지고 집단을 구분하여 본다.

- 리서치의 목적 (예: 제품/서비스에서 대량의 정보처리를 일괄작업으로 수행하는 기능이 리서치의 대상인 경우 이러한 대량 처리를 하고 있는가를 기준으로 집단을 구분한다.)
- 제품/서비스 또는 유사 상품 서비스의 사용 경험 (초보자/숙련자, 교육수준 등)
- 제품/서비스의 사용 목적 (왜 사용하고 있고, 어떤 목적으로 사용하는가)
- 제품/서비스 사용자의 상태(예: 구직관련 제품/서비스의 경우 구직자, 이직희망자, 재직자와 같은 상태)

(2) 사용자(집단)들의 속성 목록 작성

구분된 사용자 집단별로 구분에 사용된 속성을 부여한 목록을 작성한다. 이 때 특정 집단에 대한 기대와 발생 또는 관찰 될 것으로 예상되는 해당 집단만의 고유한 특성도 속성으로 기록한다. 아래는 이러한 속성의 예이다.

- 10대 사용자는 원색이 사용된 대비가 큰 화면 요소를 원한다.
- 20대 여성은 마케팅 부서에서 제품/서비스를 홍보중인 주요 신규 고객층이다.
- 도시지역 거주자는 제품/서비스에 대한 불만이 즉각적으로 해결되기를 원한다.
- 남성은 본 제품/서비스 외에 유사 제품/서비스를 동시에 사용하는 경우가 많다.
- 10대와 20대는 친구와, 30대 이상은 직장 동료와 함께 이용하는 경우가 많다.
- 남성은 기본 버전, 여성은 전문가 버전을 선택하는 경우가 많다.

- 40대 이상은 주로 PC용 웹브라우저를 이용해 서비스에 접근하고, 40대 미만은 스마트폰 앱을 사용해 접근하는 사용자가 더 많다.

(3) 핵심 사용자 집단 식별

위와 같은 식별과정을 통해 얻어진 사용자 속성 목록에 나타나는 집단 중 리서치의 목적에 부합될 것으로 예상되는 핵심사용자 그룹을 식별하여 목록을 작성한다.

- 리서치의 목적에 부합되는 정도가 높은 그룹이 다수 발생할 경우 주어진 예산과 인력 등 제약사항 안에서 이를 모두 수용하는 사용자리서치를 수행하기는 어려우므로 이러한 외부의 제약요건 또한 사용자리서치 대상으로서 핵심 사용자 집단을 선별하는 요인으로 작용하게 된다.
- 경우에 따라서는 하향식 예측에 따라 사용자가 특정 맥락에 일정 정도 이상 노출되는가가 리서치 목적에 부합하는가가 기준이 되는 경우도 있다.

② 결과를 리뷰한다.

수행을 위해 선정한 제품/서비스의 특성과 사용자의 식별 과정, 회의 참석자의 식별 및 특성 등 환경과 획득한 사용자에 대한 정보, 세그멘테이션 결과 등을 문서화 하여 발표하고 학습자간에 소감, 의견, 제안 등을 주고받는 토의를 진행한다.

수행 tip

- 회의 참석자와 회의의 주제가 되는 사용자-고객집단을 예상해보는 브레인스토밍을 수행해 본다.
- 예상하는 고객집단을 대표하는 사용자가 얼마나 일반적인지(쉽게 찾을 수 있는지)를 예상해본다.
- 하향식접근으로 리서치 목적에 사용자가 특정 맥락에서 제품/서비스를 사용하는 경우와 그런 사용자를 한정해 리서치에 참여하게 하는 경우를 예측해본다.
- 특정 사이트, 어플리케이션 또는 스마트폰용 앱(APP)을 지정해 사용해보고, 특정사용자 집단에서는 어떤 반응을 보이게 될지 예상해보는 토의를 진행한다.

수행 내용 2 / 사용자리서치 실행계획 수립하기

재료 · 자료

- 프로젝트관리에 대한 자료 서적
- 사용자리서치 목적, 내용에 대해 기술된 정의서

기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터
- 프린터
- 스케치 도구
- 점착식 메모지
- 화이트보드 등 회의 장비
- 문서작성 소프트웨어
- 사진기 또는 사진기 기능이 포함된 스마트 기기
- 프로젝트관리 소프트웨어

안전 · 유의사항

- 온라인상에서 사용자리서치를 수행하는 것을 전제로 전체 프로젝트 일정과 세부 업무(워크 패키지: Work Package)의 식별을 수행한다.
- 조직 내부의 인력만을 활용하는 것이 아니라 외부의 전문 인력/기업의 도움을 받는 경우도 있을 수 있음을 유의하여 계획을 수립한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 프로젝트계획을 수립한다.

사용자리서치는 그 자체가 하나의 프로젝트로 수행되거나 제품/서비스의 개발/개선 이라는 큰 규모의 프로젝트를 구성하는 부분업무로 수행될 수도 있으며, 경우에 따라서는 페르소나만을 식별하는 사용자리서치의 부분업무가 별도의 프로젝트로 진행되기도 한다. 이러한 사용자리서치 또한 주어진 목적에 부합되는 결과를 제한된 시간, 인력, 예산안에서 적절히 수행해야 하는 프로젝트로서 프로젝트관리에 필요한 일반적인 활동들을 수반하게 된다.

1. 프로젝트 관리 대상을 식별한다.

프로젝트 관리의 9개 영역에 대해 어떤 활동이 수반되어야 할지를 예측하고 토의하여 본다. 특정 관리 영역에 추가되는 활동은 다른 관리 영역의 변경을 필요로 할 수 있음에 유의하여 수행하여야 할 활동들을 식별하여 정리한다.

2. 사용자리서치 필요 자원을 고려한다.

사용자리서치의 범위는 이의 목적에 부합되는 적절한 참여 사용자의 규모, 조사기법/방법들, 수집되는 데이터의 규모 등 다양한 요인과 함께 주어진 예산과 시간, 프로젝트 수행 인력, 외주 수행을 위한 비용 등 타 관리 요소의 영향을 받기도 한다. 이러한 한정된 조건을 고려하여 한정된 사용자를 식별하고 한정된 조사연구방법을 적용해 프로젝트 계획을 수립하게 된다. 프로젝트 계획은 프로젝트의 목적에 부합하는 결과를 얻기 위해 수행해야 할 업무들을 세분화 한 WBS(Work Breakdown Structure)를 작성하고 WBS를 구성하는 업무들의 선후관계 병행 수행 여부들을 고려한 일정을 부여하고, 해당 업무를 수행할 자원을 배분하는 작업을 통해 만들어지게 된다.

② 사용자리서치 계획을 수립한다.

사용자리서치는 그 자체가 하나의 프로젝트로 수행되거나 제품/서비스의 개발/개선 이라는 큰 규모의 프로젝트를 구성하는 부분업무로 수행될 수도 있으며, 경우에 따라서는 페르소나만을 식별하는 사용자리서치의 부분업무가 별도의 프로젝트로 진행되기도 한다. 이러한 사용자리서치 또한 주어진 목적에 부합되는 결과를 제한된 시간, 인력, 예산안에서 적절히 수행해야 하는 프로젝트로서 프로젝트관리에 필요한 일반적인 활동들을 수반하게 된다.

1. 사용자리서치의 목적과 목표를 설정한다.

사용자리서치의 목적은 상위의 비즈니스 목표를 달성하기 위해 UI/UX 차원의 목표를 세우고 UI/UX에 대한 당면과제를 해결하기 위해 사용자의 니즈를 도출해내는 것이다.

이러한 목적에 부합하는 사용자리서치의 목표를 설정하여 본다. 아래는 이와 같은 목표 설정과정의 예이다. 이와 같은 상황을 설정하고 사용자리서치의 목적과 목표를 설정하여 본다.

OO 자동차는 자사의 상품에 대한 홍보를 위해 자사의 차량들이 캐릭터로 등장하는 사용자가 직접 수행할 수 있는 차량관리/정비 상식과 관련한 멀티미디어 학습기능을 홈페이지에서 제공하고 있다.

겉으로 드러나지 않는 부품을 찾기 위해 이를 둘러싼 다른 부품을 하나씩 분해하는 과정을 화면상에서 따라해 보는 학습내용의 조작이 불편하고, 화면에서는 마우스 클릭만으로 조작이 이루어지나 실제로는 드라이버, 렌치, 스패너 등 부품별로 분해시 다른 공구가 필요해 크게 도움이 되지 않는다는 고객의견이 다수 접수되었다.

이를 해결하기 위해 필요 공구에 대한 정보를 학습하고 확인할 수 있으며, 실제 공구를 이용하는 모습과 유사한 사용자 경험을 제공하는 디자인 구성을 하고자 한다. 이를 위해 사용자들의 해당 학습 서비스 사용 행태와 고객의견으로 접수된 내용들에 대해 보다 확실한 정보를 얻을 수 있는 관찰을 수행하고 니즈를 도출하기 위한 사용자리서치를 수행한다.

2. 일정계획을 수립한다.

상기 프로젝트관리의 특성을 이해하고 예상되는 사용자리서치 참여 고객규모를 중심으로 다음의 예와 같은 업무들을 포함하여 일정계획을 세워본다.

- 대상선정
- 리쿠르팅
- 태스크와 측정치 정의
- 리서치 가이드라인 작성
- 다양한 사용자리서치 방법/기법에 따른 리서치 실행일정
- 결과 분석
- 니즈 도출
- 피드백

3. 예산을 추정한다.

일정계획을 기준으로 다음의 예와 같은 항목에 소요되는 비용을 고려하여 사용자리서치 프로젝트에 소요될 예산의 규모를 추정한 후 본다.

- 사용자리서치 참여자에 대한 보상책

- 리서치 참여자 조건의 특수성을 고려한 리쿠르팅에 필요한 비용
(30대 여성보다는, OO지역에 거주하는 기술직에 종사하는 OO업무 숙련자와 같이 리서치 참여 조건이 특수할수록 리쿠르팅이 어려워진다.)
- 리서치 참여자에 대한 리쿠르팅을 외부 업체에 의뢰하는 경우
- 리서치의 수행을 외부 업체에 의뢰하는 경우
- 태스크 작성, 리서치 가이드 작성 등 내부업무를 수행할 인력의 규모와 이의 비용
- 사용자리서치에 적용될 기법/방법들에 따라 추가적으로 요구되는 시설과 장비의 구입/운용비
- 기타 비용이 소요될 것으로 예상되는 활동

③ 필요시 온라인 기반의 사용자리서치를 진행하여 본다.

온라인상에서 사용자에게 설문을 하거나 특정 태스크를 주어 이를 모니터링 하는 방법 또한 사용자리서치를 수행하는 방법으로 고려되고 선택할 수 있다.

또한 상품, 서비스가 온라인을 기반으로 하고 사용자리서치의 대상 고객이 기존 사용자에게 국한하는 경우라면 사용자가 회원 가입 등 시점에 제공한 정보와 사용자의 트래픽 기록을 통해 사용자의 행위에 대한 모니터링이 가능하다. 사용자가 제공한 정보를 기준으로 사용자 세그멘테이션과 한정이 가능하고, 트래픽 기록을 통해서 상품 서비스를 사용하면서 발생한 사용자의 행위가 모니터링된다. 아래와 같은 장점과 한계를 고려해 온라인 기반의 사용자리서치 일정계획을 작성해 본다.

1. 온라인 사용자리서치의 장점을 숙지한다.

- 리쿠르팅에 대한 부담이 상대적으로 적다.
- 큰 규모의 사용자들을 대상으로 수행할 수 있다.
- 트래픽 기반의 상시적인 모니터링과 분석이 가능하다.
- 상품, 서비스와 관련된 사용자가 호감을 가질 수 있는 보상책 제공이 가능하다.

(Albert, William (2013))

2. 온라인 사용자리서치의 한계를 숙지한다.

- 리서치에 필요한 세그멘테이션 기준의 적용이 사용자 정보에 없을 수 있다. (가입시 사용자가 제공한 정보를 신뢰할 수 없거나, 추가 사용자 정보에 대한 기입 요청, 이에 따

른 보상책이 필요한 경우가 발생)

- 트래픽 기반의 경우 기존 사용자들에 대해서만 조사가 가능하다.
- 트래픽 기반의 경우 모니터링 되는 사용자의 행동이 제한적이다.
- 상품, 서비스가 제공되기 시작한 초기 단계에는 부적합하다.
- 사용자의 행동에 대해 제약이 어렵다. (태스크 수행을 타 업무를 위해 중지한후 시간이 경과한 후 재개하는 경우 등)

④ 결과를 리뷰한다.

수행 결과를 프로젝트 수행 계획서로 문서화하고 수행 과정 중의 의사결정을 포함한 주요 사안을 메모로 추가한 결과물을 작성하여 발표하고, 학습자간에 소감, 의견, 제안 등을 주고받는 토의를 진행한다.

수행 tip

- 패널모집, 조사 대행전문 업체 종사자를 초빙해 실제 리서치 수행과 이에 소요되는 비용 사례를 듣는 시간을 갖는다.
- 수행을 통해 작성된 일정과 예산을 기준으로 일정과 예산이 예측보다 한정된 경우 어떻게 대처할지, 예측보다 여유가 있다면 사용자리서치의 질적 향상을 위해 활용할지를 토론했다.
- 학습 2-2의 ‘사용자리서치 수행 기법’의 기법들을 참조하여 세부 업무를 구분하고 계획을 수립하여 본다.

수행 내용 3 / 리서치 아웃소싱 정보 수집하기

재료 · 자료

- 패널모집, 조사 대행전문 업체에 대한 정보
- 사용자리서치 목적, 내용에 대해 기술된 정의서
- 프로젝트 수행 계획서

기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터
- 프린터
- 문서작성 소프트웨어
- 스프레드시트

안전 · 유의사항

- 보유 패널에 대한 정보, 비용 등은 기업의 대외비일 수 있다. 검색, 간단한 전화 문의 등으로 업체에 폐가 되지 않는, 조사 가능한 범위 내에서 조사를 수행한다.
- 아웃소싱의 실행은 이를 위한 관리하기 위한 추가적인 활동과 자원이 소모되는 업무이며 단순하게 아웃소싱이 없는 경우 예상되는 업무 중 일부를 해당 예산을 떼어내 진행하는 업무가 아님을 유의한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 리서치 대행 업체를 조사한다.

인터넷 검색 등을 통해 리서치를 대행할 업체들을 다음을 포함해 조사하여 본다.

- 업체의 UI/UX 관련 리서치 대행 사례
- 업체의 보유 시설, 장비 (통신, 인터넷 자원, 실험실 등)
- 업체가 보유한 패널의 규모
- 업체 보유 패널 중 조사 대상이 되는 패널의 규모

② 소요 자원을 조사, 추정한다.

조사된 업체 중 2~3개 업체를 대상으로 하여 업체가 제공하는 온라인 정보, 전화 문의 등을 통해 앞서 작성된 프로젝트 수행 계획서의 사용자리서치 관련 일부 또는 전체 활동에 대해 비용, 시간 등 소요되는 자원을 추정하여 예측하여 본다.

③ 업체를 평가하고 이를 프로젝트 계획에 반영한다.

복수의 업체에 대한 조사 결과를 바탕으로 업체의 신뢰도, 예상되는 서비스의 질, 비용, 소요 시간 등의 기준을 설정해 업체를 평가하여 보고, 업체별 우선순위를 부여한 뒤 그 사유를 기록한다.

1순위로 선정된 업체에 해당 업무를 위탁하는 사전, 사후 과정을 포함한 일정과 비용 등에 따른 변경 사항을 프로젝트 수행 계획서에 반영하여 수정한다.

④ 결과를 리뷰한다.

리서치를 의뢰하는 경우와 직접 수행하는 경우를 비교한 결과와 의견을 추가하여 변경된 프로젝트 수행 계획서를 중심으로 발표하고, 학습자간에 소감, 의견, 제안 등을 주고받는 토의를 진행한다.

수행 tip

- 패널모집, 조사 대행전문 업체 종사자를 초빙해 실제 리서치 수행과 이에 소요되는 비용 사례를 듣는 시간을 갖는다.

1-2. 필드리서치 수행 가이드 작성

학습 목표

- 선정된 목표 시장 내의 사용자를 대상으로 리서치 내용을 설계하고 필드리서치 수행을 위한 가이드를 작성할 수 있다.

필요 지식 /

① 데스크(Desk)리서치와 필드리서치

일반적으로 데스크리서치는 실제 필드리서치 수행에 앞서 관련 문헌을 연구하거나 인터넷 검색 등을 통해서 정보를 수집, 분석하는 작업을 의미한다.

UI/UX와 관련한 경우에 실제 사용자와의 접촉 없이 디자이너 개인 또는 내부 구성원 차원에서 수행되는 데스크리서치(Desk Research)와 실제 환경(필드)에서 사용자의 맥락을 함께 조사하는 필드리서치로 구분된다.

② 필드리서치와 이의 구분

필드리서치 계획은 제품/서비스 사용 맥락에 대한 분석 진행과 함께 해당 맥락에 어떻게 접근할지-누구를, 어떻게 만날지, 어떻게 리서치를 수행할지-를 포함하여 수립하게 된다.

필드리서치는 무엇을 알 수 있는가를 찾는 작업이 아니라 현 상황에서 확신할 수 없는 것들에 대한 확인을 하는 과정이다.

필드리서치의 방법은 크게 설문(Survey), 관찰(Observation), 인터뷰(Interview)로 구분된다. UI/UX와 관련한 사용자리서치는 이러한 필드리서치를 수반하며 이는 아래와 같은 기준들로도 구분할 수 있다.

- 정량적(통계, 설문), 정성적(에스노그래피(Ethnography)) 필드리서치로 구분
- 행태중심, 태도중심 필드리서치로 구분
- 태스크중심, 장소(맥락)중심, 라이프스타일 중심 필드리서치로 구분

1. 태스크중심 필드리서치

UX와 관련한 대부분의 필드리서치는 태스크중심 필드리서치에 해당하며, 사용자에게 상품, 서비스와 관련된 태스크를 부여하여 사용자를 관찰하고 그 결과를 수집하여 니즈를

파악하는 방법이다.

- 보편적인 사용자들의 보편적인 니즈 조사에 적합한 방법
- 상품, 서비스를 접하게 된 경로 조사
- 상품, 서비스를 이용하는 동기 조사
- 상품, 서비스를 사용하는 일상적인 행태 조사
- 상품, 서비스에 대한 사용 평가

2. 장소(맥락)중심 필드리서치

특정한 맥락(장소, 시간)하에서의 불특정 사용자를 관찰하는 방법으로 사용자의 개별적 특성보다는 상품, 서비스가 맥락과 어떠한 관계를 가지고 사용되는지를 중심으로 수행하는 방법이다.

- 맥락과 상품, 서비스간의 관계 파악
- 제품이 갖는 평균적인 문제점 파악
- 구매관찰 분석
- 피실험자에게 노출되지 않은 상태에서 관찰을 수행하는 문화인류학적 연구 방법-게릴라 에스노그래피(Guerrilla Ethnography)-을 차용한 조사방법

3. 라이프스타일중심 필드리서치

특정한 사용자에 대해 장기간 포괄적인 관찰을 하는 방법으로 사용자에 대한 깊은 이해를 가능하게 한다.

- 문화연구
- 일상
- 사용자의 소비행위(구매)에 동행

수행 내용 1 / 필드리서치 수행가이드 작성하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획
- 식별된 사용자(집단) 속성 목록

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 프린터
- 점착식 메모지
- 화이트보드 등 회의 장비
- 문서작성 소프트웨어

안전 · 유의사항

- 필드리서치의 수행을 위한 계획을 담은 계획서가 아닌 필드리서치 수행 중 하여야 할 일, 하지 말아야 할 일을 담은 가이드를 작성한다.
- 사용자가 거부감, 불쾌감을 느낄 수 있는 상황을 피하는 경우 외에 필요시 이러한 거부감, 불쾌감을 완화하고 정보를 얻어내는 방법도 고민하여 가이드에 기록하여 본다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 필드리서치 수행가이드를 작성한다.

필드리서치는 사용자와의 직접적인 접촉을 수반하는 업무이다. 성공적인 필드리서치 수행을 위해서는 사용자와의 접촉을 통해 반드시 수행되어야 하는 업무와 사용자의 태도 등에 대한 관찰 기록 사용자의 참여 유도를 위해 하지 말아야 할 행동, 사용자가 태스크 수행에 어려움을 겪는 경우 조사자가 제공하는 조력의 범위와 한계, 조사와 조사 참여에 대

한 법적 제약 등 조사자가 조사 시 수행해야 할 업무와 태도 등 가이드가 제공되어야 한다. 아래의 예와 같은 항목을 포함하여 조사자에게 제공되어야 할 필드리서치 수행가이드를 작성하여 본다.

1. 조사자의 주의 사항을 숙지한다.

- 조사자가 사용자로부터 직접 대면하고 대화하며 조사하여야 한다. 제3자가 사용자를 접하며 조사한 내용을 간접 기록하지 않는다.
- 사용자가 조사에 부적합한 대상이라는 인상을 갖지 않도록 한다.
- 사용자가 불쾌감을 느낄 문화적, 사회적 배경을 언급하지 않도록 주의한다.
- 사용자의 태스크에 대한 이해를 돕는 수준 이상의 노력을 제공하거나, 특정 답변을 유도할 대화는 피하도록 한다.

2. 법적, 윤리적인 리서치 제약을 숙지한다.

- 리서치 참여 사용자의 개인정보 보호에 대한 설명
- 리서치 참여 사용자에게 대한 보상 설명
- 리서치 참여에 대한 동의서 작성
- 리서치의 목적과 위험요소에 대한 설명
- 데이터 활용, 소유권에 대한 동의

3. 리서치를 통해 수집될 관찰 항목과 기록방법을 숙지한다.

- 사용자에게 요청할 질문, 행동, 과업
- 사용자의 답변, 행동, 과업의 수행과정을 관찰하고 기록하는 방법

4. 패턴과 현상에 대한 관찰과 이의 기록방법을 숙지한다.

(1) 패턴

리서치 수행 중 3회 이상 지속, 반복되는 사용자의 행동/반응/이야기 등을 기록하여야 함을 명시한다.

(2) 현상

예상에서 벗어나는 사용자의 특이한 행동을 관찰하고 기록하여야 함을 명시한다.

5. 리서치 현장정보에 대한 기록 대상 및 기록방법을 숙지한다.

- 리서치 참여 사용자의 이름, 날짜, 시간, 장소 기록
- 리서치가 이루어진 장소에 대한 관찰정보
- 사용자에게 대한 관찰 결과, 사용자와의 대화 중 특이사항
- 사용자들이 사용하는 용어
- 리서치 진행 중 갑작스레 떠오르는 아이디어, 느낌 생각
- 사진, 녹음 등의 기록방법

② 결과를 리뷰한다.

수행 결과를 정리하여 필드리서치 수행가이드를 만들고 이의 내용을 발표하는 시간을 갖는다. 타 발표자 발표 결과에 대한 의견, 제안 자신이 발표한 내용에 대해 반영할 수 있는 타 발표자의 아이디어 등을 토론하고 그 결과를 수행가이드에 추가로 반영하여 본다.

수행 tip

- 결과물을 가이드 형태로 작성한 후 타 학습자를 사용자로 가정하여 의견을 들어본다.
- 실제 필드에서 해당 가이드를 적용해 필드리서치가 수행되는 경우의 제약을 예측하고 토론하여 본다.

학습 1 교수·학습 방법

교수 방법

- UI/UX 엔지니어링의 타 능력단위와 사용자리서치 능력단위와의 관계를 이해하고 사용자리서치의 수행과정 뿐 아니라 UI/UX와 관련한 활동들 사이의 상호작용과 절차에 대해서 이해할 수 있도록 사전 정보를 제공한다.
- 사용자리서치의 목적은 리서치를 하는 행위자체가 아니라 이를 통해 의미를 갖는 고객의 니즈를 도출함에 것이 목적임을 명확히 전달한다.
- 학습자들이 사용자리서치 대상을 식별해보는 과정에서 다양한 세그멘테이션 기준을 떠올리고, 이에 따른 맥락을 예상할 수 있도록 유도한다.
- 사전에 예상 가능한 사용자의 행동 외에 사용자리서치를 통해 얻어지는 예상하지 못한 결과가 가지는 가치를 학습자에게 전달할 수 있어야 한다.
- UI/UX 엔지니어링을 위한 목적 외에 일반적으로 사용자를 접하며 조사활동을 수행하는 과정의 절차와 유의사항, 이를 준비하는 과정에서의 내부 업무 등도 비중 있게 다루어야 한다.
- 사용자 리서치 참여 대상자의 모집 과정부터 사용자의 참여 과정에 이르기까지 사용자가 항상 협조적이지는 않음을 이해하도록 정보를 제공한다.
- 사용자의 참여를 높이기 위해 실무에서 사용되는 인센티브들 실제 현업에서 정보를 얻기 위해 참여 사용자 1인당 예상하거나 산정하고 있는 비용 등을 조사하여 알려준다.
- 계획서, 가이드 등의 문서는 영구적 또는 장기적으로 확정되는 것이 아니라 리서치 수행 환경의 변화, 제품/서비스 및 시장의 변화, 기업의 전략, 새로운 아이디어 등을 반영하기 위해 지속적으로 개선되고 변경되어야 하는 문서임을 인식시킨다.
- 필요시 사용자리서치, UX 디자인, 프로젝트 관리 등 관련된 업무를 실제 수행하고 있는 현업의 인력들이 실무상의 제약, 어려움을 포함한 정보를 전달할 수 있는, 실무자와의 만남 시간을 제공한다.
- 공개에 문제가 없는 학습내용과 관련된 실제 문서들을 수집하여 학습자에게 사례로 전달해 학습수행과정 중에 참조자료로 활용할 수 있도록 하고 실무에서의 문서의 구성, 수준, 내용, 규모를 평가해 볼 수 있도록 한다.

학습 방법

- 제품/서비스를 제공하기 위한 제조/제작/개발 과정보다 이를 접하는 고객의 입장을 이해해 보고 이를 제품에 반영하는 이유와 상품이 가지게 될 가치를 고려해 본다.
- 사용자 그룹을 식별하고 한정하는 학습과정에 적극적으로 참여하며, 타인의 아이디어에 대한 즉각적인 판단보다 우선 이를 수용하고 이후 도출된 여러 아이디어와 복합적으로 판단하는 태도로 임한다.
- 디지털기기 형태의 상품과 서비스를 접하면서 가졌던 학습자 본인과 주변의 니즈, 상황에 따른 반응 등 경험을 사용자리서치의 대상이 되어 본다는 접근방법으로 학습 시에 반영해 본다.
- 학습의 내용이 UI/UX 엔지니어링에 특화된 부분뿐 아니라 타 업무, 타 조사활동에도 적용될 수 있는 부분이 적지 않게 포함됨을 이해한다.
- 학습과정과 관련해 작성되는 문서들은 필요에 의해 빈번한 변경이 일어날 수 있고, 이 변경을 관리하는 것도 업무의 일부분임을 이해하고 주의 깊게 문서화에 임한다.
- 수행의 결과물 뿐 아니라 수행과정에 재해서도 면밀하게 기록하여 수행 결과 발표와 토의 진행시에 보다 많은 정보가 발표될 수 있도록 한다.
- 결과물에 대한 발표와 토의는 결과물의 질을 평가하는 것이 아니라 진행한 과정에 주안점을 두고, 답을 구하는 시간이 아니라 자유로운 분위기 속에서 다양한 발상, 의견, 소감이 오갈 수 있도록 하여야 함을 기억하고 참여한다.
- UI/UX 와 관련한 사용자리서치는 정량적이고, 특정된 답만이 구해지는 과정이 아님을 이해하고 학습의 각 단계를 사용자의 입장에서 평가하고 이를 이해해보도록 한다.

학습 1 평 가

평가 준거

- 평가자는 학습자가 수행 준거 및 평가 시 고려사항에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음사항을 평가한다.

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
사용자리서치 계획수립	- 리서치의 목적과 목표 고객, 내용, 범위, 방법, 일정 등을 포함한 리서치 실행계획을 수립하고, 제품/서비스의 특성을 고려한 사용자 집단을 식별할 수 있다.			
	- 조사목적과 얻고자 하는 자료의 특성 및 가용시간과 예산에 따라 자체 수행 또는 아웃소싱을 선정할 수 있다.			
필드리서치 수행가이드 작성	- 선정된 목표 시장 내의 사용자를 대상으로 리서치 내용을 설계하고 필드리서치 수행을 위한 가이드를 작성할 수 있다.			

평가 방법

- 일지/저널

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
사용자리서치 계획수립	- 제품/서비스의 특성을 고려하여 목표 고객이 될 사용자 집단 식별을 적절하게 수행			
	- 사용자리서치의 목적에 부합하는 계획을 수립.			
필드리서치 수행가이드 작성	- 사용자리서치의 목적, 계획에 대한 이해가 반영된 필드리서치 수행 가이드를 작성			

• 문제해결 시나리오

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
사용자리서치 계획수립	- 제품/서비스의 특성을 고려한 적절한 사용자 집단 식별을 수행			
	- 사용자리서치의 목적을 반영하고 이를 실행하는 데에 적합한 계획을 수립			
필드리서치 수행가이드 작성	- 사용자리서치의 목적, 계획에 대한 이해가 반영된 필드리서치 수행 가이드를 작성			

• 사례연구

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
사용자리서치 계획수립	- 사례의 사용자 세그멘테이션에 상황에 대한 이해도와 사례의 제품/서비스와 사용자(집단)과의 관계에 대한 이해도			
	- 사례의 계획과 실제 수행간의 차이를 파악하고 이해도			
필드리서치 수행가이드 작성	- 사례의 필드리서치 가이드에 대한 의견제시의 적절성			

피드백

1. 일지/저널
 - 수행결과로 작성된 문서를 검사하여 부족한 점과 잘된 점을 표시하여 돌려준다.
2. 문제해결 시나리오
 - 수행결과로 작성된 문서를 검사하여 누락된 점과 필요이상으로 과도한점을 표시하여 돌려준다.
3. 사례연구
 - 사례에 대한 이해, 의견, 평가의 적절성을 평가하여 부족한 점과 잘된 점을 표시하여 돌려준다.

학습 1	사용자리서치 계획하기(LM2001020703_14v1.1)
학습 2	사용자리서치 수행하기 (LM2001020703_14v1.2)
학습 3	사용자리서치 분석하기(LM2001020703_14v1.3)

2-1. 피험자 모집 및 선별

학습목표

- 리서치 수행하기 위하여 목표 고객을 모집(recruiting)할 수 있다.
- 모집된 목표 고객에 대해서 적합한 피험자를 선별(screening)할 수 있다.

필요 지식 /

① 피험자 모집

사용자리서치에 참여하는 목표 고객(피험자)을 모집하는 방법은 직접 모집하거나 리서치 대행사에 의뢰를 하는 방법의 구분이 있을 수 있다. 또한 자사 또는 리서치 대행사의 조사에 참여하겠다는 의사를 표명하였던 패널을 대상으로 하거나 신규 고객을 대상으로 하는 경우 또는 이 두 집단 모두를 대상으로 모집을 수행할 수 있다. 리서치에 참여 하는 목표 고객 모집에는 아래와 같은 통계적 특성 등을 고려하여야 한다.

1. 피험자의 규모

수집된 데이터로부터 통계적으로 유의한 데이터를 추출하기 위해서는 많은 피험자-참가자를 필요로 할 수 있다. 하지만, 사용자가 통계적으로 처리될 설문을 제출하는 경우 외에 사용자의 행동 모니터링, 인터뷰 등 리서치 결과 분석자의 역량에 따라 목표로 한 니즈를 도출할 수 있는 경우도 적지 않다. 리서치가 목표로 하는 결과를 보여주는 수준의 피험자 수는 경험에 따른 판단이 필요한 부분이고, 이러한 판단에 따른 피험자의 규모가 충족되더라도 충분한 판단이 가능한 데이터가 수집되지 않을 수도 있음을 유념한다. 다음의 요인들을 고려하여 피험자의 규모를 결정한다.

(1) 효과의 규모

피험자가 두 가지 이상의 대상을 비교하는 경우 비교 대상간의 수준 차이가 직관적으로도 명확하게 큰 차이를 보인다면 이 둘 간의 중요한 차이점을 식별할 데이터의 수집이 힘들 수 있다.

(2) 신뢰 수준

수집된 데이터에 오류가 어느 정도까지 허용되는지를 보여주는 통계적 수준이다.
“95% 신뢰구간“, “99% 신뢰구간”과 같이 표현되기도 한다.

(3) 표본이 갖는 특성의 분산에 대한 예상

사용자간의 특성 차이가 클 것으로 예상되는 고객들을 대상으로 피험자들을 선정한 경우 유의한 결과 도출을 위해 많은 피험자를 필요로 할 수 있다.

(4) 반복적 측정과 짝(pairing) 비교

상호 비교하여 측정을 수행하는 대상이 여러 가지인 경우 전체 속에서 해당 대상의 수준을 결정하는 방식이 아닌 복수의 비교대상들과 1:1로 짝을 지은 비교를 반복 수행하고, 한 건의 비교 결과를 독립적인 하나의 데이터로 취급하여 적은 참여자로 높은 효과를 얻어낼 수도 있다.

2. 피험자 표본 추출

리서치를 수행하는 방법에 따라 특정 조건을 만족하는 부류의 고객들만을 대상으로 리서치가 수행되며 적정 수준의 피험자 수가 충족되면 피험자 모집을 완료하고 다음 단계로 진행되는 경우도 있으며, 위와 같은 조건이 없거나 또는 다수의 리서치 참가 희망자로부터 실제 참여할 일부만을 추출하는 작업이 필요한 경우도 있다. 다음은 사전에 참여 희망자들에 대해 세부적인 정보를 알지 못하는 경우(비확률 표본) 대상자를 추출하는 방식의 예이다.

(1) 편의에 따른 추출

같은 회사의 직원, 같은 학교의 학생, 같은 지역 거주자들과 같이 리서치에 참여하는 목표 고객 모집을 모집의 편의를 우선하여 모집/추출하는 경우.

(2) 눈덩이 추출

참가자가 다른 참가자를 모집하게 하고 참여 대상을 추출하는 방법.

(3) 임의-무작위 추출

프로그램을 이용한 임의(random) 추출이나 제비뽑기와 같은 방법을 이용해 참가자를 추출하는 방법.

(4) 계층화(Stratified) 추출

전체 참가희망자를 의미를 부여할 수 있는 계층(strata)를 부여하여 그룹을 구분하고 그룹별로 해당 그룹을 대표할 참가자를 추출하는 방법.

(5) 체계적(Systematic) 추출

전체 참가희망자가 100명이고 리서치 대상으로 50명의 참여만 필요하다면 참가 희망자를 나열한 표의 순번이 짝수(또는 홀수)인 참가 희망자만을 대상으로 추출하는 식의 규칙-체계에 따르는 추출 방법.

(6) 다단계(Multistage) 추출

편향된 표본 추출을 피하기 위해 무작위로 표본을 추출하고 이후 이를 대상으로 계층화 추출을 하는 등의 여러 단계를 거쳐 추출하는 방법.

3. 참가자에 대한 인센티브

사용자가 리서치에 적극 참여하도록 유도하기 위해서 적절한 인센티브 제공을 고려한다.

금전적 인센티브는 이를 목적으로 하는 악의적인 참여자를 유발하는 역효과가 있을 수 있음도 고려하여야 하며, 참여자 규모에 따른 사회 기부, 게임 사용자를 대상으로 하는 게임 내 아이템 제공 등과 같이 사용자의 성격 제품의 성격에 따라 인센티브로 제공되는 재화에 대해서도 여러 경우를 고려할 수 있다.

② 피험자 선별(Screening)

피험자를 모집하는 단계에서 리서치의 기준에 적합하지 않은 대상을 식별하여 걸러내는 선별 작업을 수행한다. 이러한 선별은 사용자에게 선별을 위한 질문을 제시하고 해당 질문에 적합한 답변을 한 사용자만을 대상으로 사용자 리서치를 진행하는 방법, 사전에 수집된 사용자에 대한 정보의 검토를 통해 선별하는 방법 등을 이용할 수 있다. 선별 질문을 이용해 선별을 하는 경우 이러한 질문이 인종, 성별, 소득 등과 관련한 민감한 질문인 경우 특정 집단에 대한 차별로 오해하지 않도록 충분한 설명과 안내를 필요로 할 수 있으며, 수집된 사전 정보를 바탕으로 선별하는 경우에도 선별자의 편견이 반영되지 않도록 유의하여야 한다.

필요에 따라서는 선별된 대상과 그렇지 않은 대상으로의 구분 외에 선별되지 않은 대상의 전체 또는 일부를 특정 기준에 따라 분류하는 방법을 적용할 수 있으며, 이는 선별된 대상자가 선별되지 않은 대상자에게 노출되는 경우 등에 개인이 아닌 그룹의 특성을 고려한 결과이며 개인에 대한 편견, 차별이 없었음을 반증해 주기도 한다. 다음은 선별을 통해 걸러야 하는 대상자의 예이다.

1. 리서치 대상에 명백하게 포함되지 않는 경우

10대 여성을 대상으로 패션 정보를 제공하는 웹사이트 사용성을 평가하는 경우 등에 50대 남성이 참가한 경우와 같이 리서치 대상에 명백하게 포함되지 않는 경우. 이 때 10대 남성, 또는 경계 연령에 있는 여성들은 어떻게 할 것인가 등에 대해서도 고려한다.

2. 리서치 및 이의 결과에 편견을 가질 개연성이 높은 경우

UI/UX 개발 업무를 직업으로 가진 전문가, 리서치 대행사 직원 등과 같이 UI/UX 관련 사용자 리서치에 편견을 가질 개연성이 높거나, 위와 같이 10대 여성 대상 패션 정보 제공 사이트의 사용성을 평가하기 위한 경우에 패션관련 업무 종사자, 패션관련 학과 학생 등과 같이 평균적인 사용자로 보기 힘든 경우 등

수행 내용 1 / 피험자 모집 이메일 작성 및 배포하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 리서치 참여 희망자 모집 관련 사례 자료

기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터, 프린터
- 문서작성 소프트웨어
- 이메일 소프트웨어/서비스 및 계정

안전 · 유의사항

- 피험자는 현재 또는 미래의 고객이라는 점을 고려하여 정중한 태도의 문장을 작성한다.
- 실제 이메일 발송 시 스팸필터 등에 의해 스팸메일로 인식되지 않도록 사용하는 이메일 서비스의 사용 규정, 스팸메일 기능 안내 등을 살펴본다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 리서치 대상 제품/서비스를 선정한다.

사용자리서치를 수행할 대상이 될 제품/서비스를 선정하거나 가상의 제품/서비스를 가정하여 제품/서비스에 대한 특성을 기록한다.

② 제품/서비스 사용자의 특성을 기록한다.

대상이 되는 제품/서비스의 사용자에 대한 알려진 특성 또는 예상되는 특성을 추정하여 기록한다.

③ 사용자리서치 계획을 작성한다.

제품/서비스의 어떤 면에 대해 니즈를 파악할 것인지, 대상으로 하는 사용자의 특성, 사용자가 노출되는 맥락은 어떠한 경우인지 등 사용자리서치의 목적과 사용자리서치 참여를 의뢰할 목표 고객의 특성을 중심으로 계획을 기록한다.

④ 이메일 문구를 작성한다.

다음은 포함하여 이메일 문구를 작성한다. 이메일 내부에 이미지 등을 포함시키는 경우 텍스트(Text)가 아닌 HTML형태의 이메일 문구가 작성되어야 함을 유의한다.

- 인사말
- 제품/서비스에 대한 안내
- 사용자리서치의 목적 및 참여대상에 대한 안내
- 사용자리서치 수행 일정
- 사용자리서치 수행에 소요되는 예상 시간, 질문 개수 등 사용자의 참여 규모에 대한 안내
- 참여자(피험자)/참여희망자에 대한 인센티브
- 해당 사용자리서치에 대한 참여/참여거부 의사를 표명하는 방법에 대한 안내
- 지속적인 사용자리서치 참여 모집 이메일 수신에 대한 의사 확인
- 지속적으로 사용자리서치에 참여하는 패널 등록에 대한 의사 확인

⑤ 이메일을 발송한다.

교수를 포함하여 학습자간에 해당 이메일을 교환 발송한다.

⑥ 이메일 내용을 평가한다.

상호 교환한 이메일을 대상으로 아래와 같은 사항들과 기타 사용자리서치의 특성에 따른 고려사항이 적절히 반영되었는지 토론하고 평가하여 본다.

- 정중한 문구로 이메일이 작성되었는가?
- 오타 등 문장의 오류는 없는가?
- 세분화된 특정 사용자집단을 대상으로 선정한 경우 해당 집단의 수준 특성을 고려한 용어 사용을 하고 있는가? (친근감을 주기 위해 특정 집단 내에서만 사용되는 신조어, 약어 등을 사용할 수도 있으나 참여 의뢰의 정중함을 해치지 않는 범위 내에서 사용되어야 한다.)

- 제품/서비스 및 사용자리서치에 대한 안내는 적절한 내용을 이해하기 쉽게 전달하고 있는가?
- 수신자가 참여대상에 해당됨을 가정한 경우 목적, 참여대상에 대한 안내는 적절한가?
- 수신자가 참여대상에 해당됨을 가정한 경우 참여를 희망할 것이라면 그 이유는?
- 수신자가 참여대상에 해당됨을 가정한 경우 참여를 거부할 것이라면 그 이유는?
- 사용자리서치의 일정과 사용자가 참여해야 하는 규모에 대한 의견
- 참여자/참여희망자에 대한 인센티브의 적절성은?
- 이메일에 안내된 인센티브 외에 더 적절할 것으로 예상되는 인센티브 등에 대한 의견
- 기타 의견

수행 tip

- 실제 이메일 발송과정 없이 학습자별로 작성된 이메일 내용을 발표하고 이에 대해 토론하는 방식으로 진행할 수 있다.
- 대량의 이메일 발송시에는 스팸메일이 거부되는 환경 수신자가 스팸필터 등을 사용하는 환경을 고려한다.
- 인센티브에 대해서는 너무 부족하거나 과하지 않은지, 이를 제공하기 위한 예산은 어느 정도 소요될지를 추정해 본다.
- 토의의 대상이 되는 이메일 작성자는 예상하는 참여자의 규모를 포함한 본인의 리서치 계획과 제품/서비스, 특정한 참여 대상에 대한 정보를 발표하고 토의를 진행한다.
- 사용자 선별을 위한 질문, 참여하는 사용자리서치의 법률적 적법성 등에 대한 안내, 고지 등을 이메일 내용에 추가하여 본다.

수행 내용 2 / 피험자 선별하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 사용자리서치 패널 명단

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 프린터
- 문서작성 소프트웨어
- 스프레드시트

안전 · 유의사항

- 유의할 만한 정보가 얻어질 사용자의 규모에 대해 예측/평가하는 과정에서 정량적인 피험자의 수뿐 아니라 정성적인 피험자의 특성을 고려하여 본다.
- 가상의 피험자 명단 수집 등에 있어서 보호되어야 할 개인정보가 포함되는 등의 제도를 위반하는 행위기 발생하지 않도록 유의한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 사용자리서치 패널 명단을 작성한다.

실제 UI/UX관련 사용자리서치를 대상으로 한 패널 명단을 구해보거나 가상의 패널 목록을 작성하여 본다. 실제 패널목록을 구하는 경우 개인의 신상정보 등을 제외한 통계적 분류로 사용될 정보들만을 대상으로 수집하여 개인정보보호와 관련한 법률에 위배되는 자료가 본래의 목적 외에 사용되지 않도록 유의 한다. 가상의 목록을 대상으로 하는 경우 학습 참여자들이 앞서 작성한 사용자리서치 계획에 따라 충분한 수량의 가상 참여희망자 목록을 나누어 작성하고 필요한 인구통계적 정보와 사용자리서치 수행 시 고려하여야 할 정보들을 추가하여 기록한다.

수집/작성된 패널 명단을 통합하여 배포한다.

② 비확률 표본 추출을 수행한다.

아래의 방법들을 적용해 사용자리서치 계획 시 예상한 규모의 패널을 추출하여 본다. (편의적 추출은 생략한다.)

- 눈덩이 추출
- 임의-무작위 추출
- 계층화(Stratified) 추출
- 체계적(Systematic) 추출
- 다단계(Multistage) 추출

③ 피험자를 선별한다.

패널 명단으로부터 사용자리서치 목적과 계획에 맞추어 다음의 방법으로 피험자 선별을 진행하여 본다.

1. 참여자 사전 정보에 의해 선별한다.

패널 명단의 패널 속성을 기준으로 직접 선별을 진행하여 본다.

2. 선별 질문에 의해 선별한다.

사용자리서치의 목적에 부합하는 피험자를 선별할 수 있는 질문들을 작성한 후 이를 기준으로 추출된 참여자 명단의 참여자 속성을 기준으로 선별을 진행하여 본다.

3. 선별 결과를 리뷰한다.

- 비확률 표본 추출방법들에 따른 결과와 피험자 선별 결과의 차이를 살펴보고 각각의 경우가 어떤 특성의 사용자리서치를 진행하는 때에 적합할지 토론하여 본다.
- 추출 후 선별을 하는 경우와 추출 또는 선별만을 하는 경우에 대해서 사용자리서치 계획에 따른 최종적인 피험자의 규모를 충족시키는 규모를 확보하기 위해 초기 참여 희망자의 규모가 어느 정도 규모여야 하는지 토론하여 본다.

- 계획한 조건을 충족하는 피험자가 일반적인 패널 목록에서 얼마나 자주 나타나는지 피험자 식별 조건의 일반성에 대해 토론하여 본다.

수행 tip

- 임의 추출을 위한 스프레드시트의 랜덤함수 등의 사용법을 사전에 숙지한다.
- 가상의 사용자리서치 참여희망자 목록을 나누어 작성하는 경우 사용자리서치에 필요한 특정 속성을 갖는 사용자가 식별되고, 인구통계적으로 충분한 분포가 나타나게 작성할 수 있도록 협의 후 작성한다.
- 학습자 개인의 식별결과와 동일한 기준을 발표한 후 타 학습자의 식별 결과, 식별 질문 등 의견을 토의하여 본다.

2-2. 사용자리서치 수행

학습 목표 • 리서치 실행계획의 방법론에 따라서 리서치를 수행할 수 있다.

필요 지식 /

① 사용자리서치 수행 기법

다음은 사용자리서치 수행에는 적용하는 대표적인 기법들의 예이다.

목표한 사용자리서치 결과를 도출하기 위해 여러 기법이 혼용되기도 하며, 사용자리서치를 수행한 조직과 제품/서비스의 특성에 따라 고유의 기법을 개발하고 사용하기도 한다. 경우에 따라서는 사용자리서치의 진행에 따라 계획한 기법 외에 보다 적합할 것으로 예상되는 기법을 적용하면서 계획을 수정해 진행하거나, 이를 반영하여 반복/점진적 프로세스에 따라 추가적인 사용자 리서치를 수행하기도 한다.

1. 개별 인터뷰

사용자와의 1:1 대화를 통해 조사를 수행하는 방법. 대화는 직접대면 또는 유선상의 대화일수도 있으며 사용자의 업무, 일상생활 등 맥락과 경험, 태도, 희망사항 등의 정보를 얻을 수 있다.

사전에 질문목록을 만들고, 인터뷰 진행을 얼마나 엄격하게 지킬지 정한 후, 보통 1시간 이내로 인터뷰를 진행한다. 이 때 특정 방향의 답변을 유도하는 질문이 제시되지 않도록 유의하며 주관식으로 간단명료하고 중립적인 질문을 준비한다.

2. 맥락 인터뷰

일상적이고 자연스러운 업무 환경에서 사용자를 관찰하면서 업무에 대해 이야기를 듣는 방식으로 진행되는 인터뷰로 별도의 태스크나 시나리오를 필요로 하지 않는 경우가 일반적이나 시나리오를 가지고 통제된 실험실이 아닌 일상 환경에서 진행되는 사용성 테스트와 함께 병행하는 기법으로 적용할 수도 있다.

3. 설문조사

대규모의 집단을 대상으로 패턴을 찾기 위한 방법으로 사용자리서치 목적에 맞게 설문지를 설계하여 진이를 배포 하고 결과를 수집하는 방식으로 진행한다. 설문의 내용은 주로 객관식 질문으로 구성된다. 정량적인 결과를 얻을 수 있으며, 타 기법에 비해 다수의 참여자를 필요로 한다.

4. 포커스그룹 인터뷰(Focus Group Interview)

중립적인 사용자들을 대상으로 진행자가 특정 주제에 대한 질문을 하고 이에 대해 그룹토의를 진행하는 기법. 사용자들의 태도, 아이디어, 제품/서비스에 대한 요구 등을 파악할 수 있다.

5. 카드 소팅(Card Sorting)

사용자리서치 대상이 되는 제품/서비스에 대한 항목 단위의 정보를 담은 카드들을 사용자에게 나누워 주고 유사하다고 생각한 항목들을 묶어 그룹으로 분류하도록 하는 기법으로 제품/서비스가 제공하는 정보의 구조를 사용자의 사고에 가까운 방식으로 설계하기 위한 정보 등을 파악할 수 있다.

6. 사용성 테스트(Usability Test)

사용자에게 제품/서비스의 사용과 관련한 태스크를 부여 하고 이를 수행과정을 관찰하는 기법으로 태스크의 성공 여부, 태스크의 수행에 걸리는 시간 등을 관찰해 이후 사용자의 사용 효율을 높일 수 있는 방향으로의 제품/서비스에 대한 변경, 개선점에 대한 정보 등을 파악할 수 있다.

7. 휴리스틱 평가/전문가 리뷰(Heuristic Evaluation/Expert Review)

UI/UX 전문가 그룹이 기존의 기준을 가지고 제품/서비스에 대한 평가를 수행하는 기법으로 비교적 신속한 진행이 가능하다는 장점이 있으나 적절한 평가를 수행할 전문가를 찾기 어려울 수도 있다. <표2-1>은 Nielsen, Jakob (1994)이 제시한 기준이다.

<표 2-1> 휴리스틱 평가 기준의 예

제이콥닐슨 10대 사용성 리스트	
시스템 상태의 가시성	시스템은 사용자가 무엇이 진행되고 있는지 알 수 있도록 적절한 시점에 정보를 제공하고 있다.
실제 세계와 시스템의 일치	시스템은 시스템 기준이 아닌 사용자를 기준으로 사용자의 언어, 사용자가 친숙한 단어, 구문 등으로 사용자에게 이야기하고 있다.
사용자 통제와 자유	사용자는 실수로 원치 않는 조작을 할 수 있고, 이때 복잡한 중간과정 없이 명확하게 원치 않는 상황을 벗어날 수 있도록 취소하기(Undo), 되돌리기(Redo) 등과 같은 통제가 가능하다.
일관성과 표준의 준수	사용자가 같은 의미를 갖는 조작, 상황, 단어 등에 의해 혼란을 겪지 않도록 이에 대해 일관성을 유지하고 있다.
오류방지	사용자의 오류를 방지할 수 있도록 오류가 발생할 수 있는 조건이 제거되거나 최종적인 동작이 수행되기 전에 옵션 등을 확인하게 하고 있다.
기억 보다는 인식	사용자의 기억력에 대한 의존을 최소화 하도록 객체, 동작, 옵션 등을 가시화 하고 있다. - 사용자가 특정 부분의 조작을 위해 다른 부분의 조작에 사용된 정보를 기억할 필요가 없다.

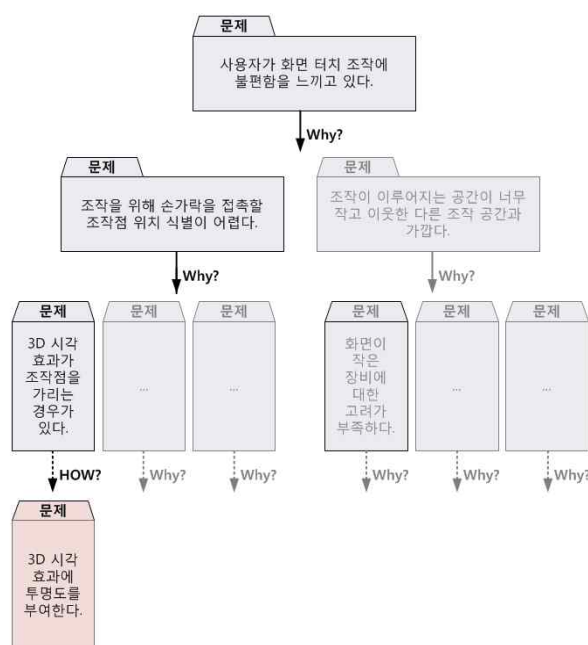
사용의 유연성과 효율성	초심자와 숙련자를 구분하여 초심자에게는 노출되지 않은 숙련자가 보다 신속하게 작업할 수 있는 기능 등을 제공하거나 자주 취하는 조작을 사용자가 설정 관리할 수 있는 기능 등을 제공한다.
심미적인 최소화(Minimal)의 설계	사용자에게 제공되는 정보의 내용에 관련이 없거나 사용될 가능성이 낮은 비 핵심 정보들이 포함되어 있지 않다.
오류를 인지하고 식별하고 이로부터 복구 가능함	오류에 대한 메시지는 일반적인 용어들로 명확하게 오류 상황을 알려주고 명료하게 해법을 제시하고 있다.
도움말과 매뉴얼	사용자가 수행하고자 하는 작업을 중심으로 쉽게 검색할 수 있고, 구체적으로 수행하여야 할 작업과정을 안내하며, 해당 내용이 너무 많지 않은 형태의 도움말, 매뉴얼이 제공되고 있다.

8. 페르소나(Persona)

기존의 사용자 리서치 등을 통해 얻어진 정보에 기반하여 제품/서비스의 사용자를 잘 표현할 수 있는 페르소나를 작성하여 피험자 선별의 기준과 개발참여자간에 사용자에 대한 기준 등으로 활용할 수 있다.

9. 5 Whys

문제의 원인을 파악하기 위해 “왜(Why)?” 라는 질문을 5번 반복하여 질문한다는 의미로 5번이라는 숫자는 상징적 의미이다. 근본적 원인 파악을 위해서는 더 적은 질문만으로 가능하거나 더 많은 질문이 필요할 수도 있다. 이후 문제 해결책에 대해 “어떻게(How)?” 라는 질문을 필요로 하므로 5WHY 기법이라고도 한다. 사용자를 대상으로 5 Whys 기법을 적용하는 경우 사용자가 추궁 당한다는 느낌 등 참여에 부정적인 감정을 갖지 않도록 유의한다.



[그림 2-1] 5 Whys 기법을 적용해 문제와 해결책을 식별한 결과를 담은 Why-Why 다이어그램의 예

10. 쉐도잉(Shadowing)

일정 기간 동안 사용자의 일상과 행동을 그림자처럼 밀착해 관찰/녹화하여 분석하는 기법으로 일상 속에서 사용자가 제품/서비스를 사용하는 맥락과 이를 통해 사용자가 사용에 어려움을 겪는 요소, 사용자의 니즈, 제품/서비스에 대한 아이디어 등을 파악할 수 있다. 사용자가 처한 맥락이 제품/서비스에 미치는 영향을 파악할 수 있으며 즉각적인 사용자 피드백을 수집할 수 있는 장점이 있다. 타 리서치 방법에 비해 시간이 오래 걸리고, 이동이 많은 사용자의 경우 관찰 수행이 힘들 수 있다.

쉐도잉은 관찰을 수행하는 관찰자가 누구냐에 따라 다음과 같이 구분할 수 있다.

(1) 쉐도우 트래킹(Shadow Tracking)

별도의 관찰자가 사용자의 일상을 쫓아다니면서 이용행태를 기록하는 기법이다. 사용자의 생활상, 사용 패턴, 사용 장소, 이동 경로 등에 따른 행동 특성을 파악하기 위해 사용자의 일상적인 생활을 촬영하여 관찰하는 기법. 신규 제품/서비스를 파악하거나 사용자의 요구를 깊이 있게 파악하려 할 때 주로 사용된다.

일반 사용자들보다는 영업사원이나 택배기사, 운전기사처럼 이동이 잦은 사용자의 행태를 분석할 때 주로 사용한다.

(2) 피어 쉐도잉(peer shadowing)

쉐도우 트래킹 기법과 다르게 별도의 관찰자 없이 사용자 본인이나 가족, 친지, 동료 등 일상 속 지인이 사용자의 행동을 관찰, 기록하는 기법. 별도의 관찰자가 따라다니지 않으므로 사용자가 심리적으로 편안한 상태에서 참여가 가능해 신뢰성 높은 자료를 수집할 수 있다. 별도의 관찰자가 촬영하기 어려운 부분까지 촬영할 수도 있다. 전문성을 갖추지 못한 사용자와 그 주변의 인물들이 관찰을 수행하므로 사전 교육과 훈련이 중요하며 사후 개별 인터뷰나 포커스그룹 인터뷰를 통해 보다 상세한 행동에 대한 이유 및 동기를 파악하기도 한다.

11. 다이어리 스터디(Diary Study)

포토 다이어리(Photo Diary), 셀프 다큐멘터리 스터디(Self Documentary Study)라고도 한다. 사용자가 카메라나 비디오 등으로 자신의 일상, 행동, 주변 환경 환경을 스스로 촬영해 기록한 다이어리를 작성하게 하고 이를 회수해 분석하는 기법이다. 관찰자가 동행할 수 없거나 동행을 해서는 안되는, 동행이 조사에 심각한 영향을 줄 경우에 유용한 관찰 기법이다. 사용자의 참여도에 따라 수집되는 데이터의 질이 좌우되므로 피어 쉐도잉의 경우와 사진에 주변 환경이 최대한 담기도록, 노트에 맥락과 관련한 정보가 최대한 기술되도록 하는 것과 같은 훈련, 교육이 병행되는 경우도 있다.

수행 내용 1 / 설문지 작성하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 설문을 통해 UI/UX 비교 의견을 물을 두 개 이상의 제품/서비스
- 설문지 작성에 대한 안내를 담고 있는 자료

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 스프레드시트
- 이메일 또는 온라인 설문조사 소프트웨어/서비스 및 계정

안전 · 유의사항

- 유의할 만한 정보가 얻어질 사용자의 규모에 대해 예측/평가하는 과정에서 정량적인 피험자의 수뿐 아니라 정성적인 피험자의 특성을 고려하여 본다.
- 가상의 피험자 명단 수집 등에 있어서 보호되어야 할 개인정보가 포함되는 등의 제도를 위반하는 행위가 발생하지 않도록 유의한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 설문 대상 제품/서비스를 선정한다.

UI/UX에 대한 설문조사를 수행할 제품/서비스를 선정한다.

유사, 경쟁 제품/서비스들을 대상으로 두 개 이상의 제품/서비스를 선정하거나, 동일 제품/서비스의 다른 버전 또는 동일한 작업에 대해 제공되는 두 종 이상의 화면 등을 선정한다.

② 문제, 이슈를 식별하고 사용자리서치 계획을 작성한다.

선정된 제품/서비스들에 대해 이들이 갖는 어떤 특성을 비교할 것인지를 정하여 문제, 이슈를 도출하여 기록한다.

이러한 문제, 이슈를 다루는 내용으로 중심으로 우선 사용자리서치 계획을 작성한다.

③ 설문 대상을 식별한다.

식별된 문제, 이슈에 대한 설문 응답자가 갖추어야 할 조건, 필요한 응답자의 수 등을 예상하여 보고 이를 사용자리서치 계획에 추가 기록한다.

위와 같은 설문 응답자들을 모집하기 위한 방법, 모집에 예상되는 시간, 응답자에게 제공할 인센티브 등을 고려한 예산 등을 사용자리서치 계획에 추가한다.

④ 설문 문항을 작성한다.

문제, 이슈와 관련하여 비교 대상이 되는 제품/서비스를 직접 비교하여 우열을 묻는 질문, 문제, 이슈에 내포된 특성에 대해 각각의 상품에 대한 의견을 묻는 질문 등을 5점 척도로 답변할 수 있게 작성한다.

그 외 인구통계적 통계 등을 수집하기 위한 질문을 작성한다.

필요시 부적절한 응답자를 선별해 내기 위한 질문을 포함할 수도 있다. 이러한 예로 세 가지 상품의 특정 속성에 대해 비교를 한 경우 A보다는 B가 우수, B보다는 C가 우수, C보다는 A가 우수하다는 순환적인 답변을 한 응답자의 설문지는 논리적인 오류가 있거나 성실히 설문에 응하지 않은 경우로 판단하여 결과 분석에서 제외할 수 있다.

⑤ 설문지를 작성한다.

인사말, 설문 및 이의 목적에 대한 안내, 응답자 인센티브에 대한 안내, 법적 고지 등을 포함하고, 위에 작성된 문항들을 문제, 이슈의 특성 등에 따라 분류하여 분류한 특성에 대한 질문임을 안내하는 문구와 함께 설문지에 포함시킨다. 온라인 설문조사 서비스 등을 이용하는 경우 해당 서비스 내에서 설문지를 작성한다.

⑥ 예상 결과를 기록한다.

설문 항목에 대해 예상하는 정량적, 정성적 결과를 별도로 기록하여 본다.

7 가상 설문을 수행한다.

작성된 설문지를 이메일, 온라인 설문조사 서비스 등을 이용해 타 학습자들에게 배포하고 결과를 수집하여 결과 값의 통계와 분석을 수행한다. 설문 응답자는 설문 내용에 대한 답변과 더불어 설문지의 구성에 대한 의견, 소감을 함께 기록하여 설문지 작성자에게 제출한다.

8 설문지 리뷰를 진행한다.

아래와 같은 질문들을 포함하여 학습자 각각의 설문을 평가하는 토의를 진행한다.

- 제품/서비스의 특성이 충분히 반영되고 있는가?
- 설문지의 내용은 사용자가 고려하여 작성되었는가?
- 설문 목적과 설문의 내용에 대해 쉽게 이해할 수 있는가?
- 설문지 내의 질문은 중립적이고 쉽게 답변할 수 있었는가?
- 사용자가 무례하다고 느끼거나 거부감을 가질 수 있는 질문이 있는가?
- 해당 설문에 응할 사용자는 얼마나 쉽게 모집할 수 있는가?
- 기타 의견

수행 tip

- 온라인 설문조사 사이트, 이메일 등을 이용해 설문지를 학습자간에 배포하고 결과를 살펴본다.
- 설문 참여를 요청하는 이메일 문구를 작성하고 평가하여 본다.
- 설문 결과가 아닌 설문지 자체에 대한 의견과 평가를 토의하는 리뷰를 진행한다.

수행 내용 2 / 인터뷰 질문지 작성 및 가상 인터뷰 수행하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 인터뷰 대상 제품/서비스
- 인터뷰 질문지 작성과 진행에 대한 안내를 담고 있는 자료

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 스프레드시트
- 녹음기
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비

안전 · 유의사항

- 인터뷰 진행자는 인터뷰 참여자에게 심리적인 거부감, 압박을 주어 참여자가 왜곡된 답변, 행동을 취하지 않도록 세심하게 행동하여야 한다.
- 인터뷰 결과의 도출 뿐 아니라 녹음, 사진/비디오 촬영 결과물을 통해 진행과정에 대한 분석과 평가도 수행하여 본다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 인터뷰 대상 제품/서비스를 선정한다.

사용자의 인터뷰 참여를 가정하여 인터뷰 질문을 작성하여 볼 제품/서비스를 선정한다.

② 문제, 이슈를 식별하고 사용자리서치 계획을 작성한다.

선정된 제품/서비스들에 대해 어떤 문제, 이슈에 대한 인터뷰를 수행할 것인지를 사용자리서치 계획을 작성한다. 앞서의 설문조사를 위해 선정된 제품/서비스를 대상으로 선정하였다면 기존에 작성된 사용자리서치 계획에 인터뷰 수행에 대한 내용들을 추가한다.

③ 인터뷰 대상을 식별한다.

식별된 문제, 이슈에 대한 정보 수집을 위해 적합한 인터뷰 참여자가 갖추어야 할 조건, 인터뷰 참여자의 수 등을 예상하여 보고 이를 사용자리서치 계획에 추가 기록한다. 인터뷰 참여자들을 모집하기 위한 방법, 모집에 예상되는 시간, 응답자에게 제공할 인센티브 등을 고려한 예산 등을 사용자리서치 계획에 추가한다.

④ 인터뷰 시나리오 및 질문지를 작성한다.

문제, 이슈와 관련하여 제품/서비스에 내포된 특성과 사용자의 반응, 의견을 물을 수 있는 질문과 사용자의 사용 맥락을 알아볼 수 있는 질문 등을 포함해 질문 목록을 작성한다. 예상되는 사용자의 반응, 제품 사용을 위한 순차적인 조작 등에 따라 주어진 인터뷰 시간 내에 질문을 하고 사용자의 답변과 반응을 관찰하는 과정을 예상하여 인터뷰 진행 시나리오를 작성하여 보고 이러한 진행 순서에 맞게 질문을 재배치한 질문지를 작성한다. 본 수행내용 진행을 위한 인터뷰 시간은 15~20분 정도를 기준으로 하고 이에 따른 시나리오와 인터뷰 질문지를 작성한다.

⑤ 가상 인터뷰를 수행한다.

질문지를 작성한 학습자가 인터뷰를 진행하고 타 학습자가 인터뷰에 참여하는 사용자 역할을 수행하는 방식으로 가상의 인터뷰를 수행한다. 이 때 인터뷰에 주어지는 시간은 앞의 질문지 작성 시 기준으로 한 시간을 넘기지 않도록 한다. 가상 인터뷰 시간이 이러한 시간을 초과한 경우 초과한 시점에서 인터뷰를 종료한다.

⑥ 가상 인터뷰 수행 결과 리뷰를 진행한다.

가상 인터뷰 수행과정과 결과에 대해 인터뷰 진행자, 인터뷰 참여 사용자, 인터뷰 과정을 관찰한 제삼자의 시각을 구분하여 평가와 의견을 나누는 토의를 진행한다.

1. 인터뷰 진행자

- 질문 작성 시 의도한 예상 범위 안에서의 답변 또는 행동을 관측하였는가?
- 인터뷰 참여 사용자는 우호적이고 적극적으로 인터뷰에 응해 주었는가?

- 질문을 전달하는 데에 어려움이 없었는가?
- 사용자는 질문에 대해 쉽게 답변할 수 있었는가?
- 예상한 시간 내에서 준비된 질문을 모두 제시하고 답변을 얻을 수 있었는가?
- 인터뷰 시나리오와 크게 다르게 진행되었다면 그 원인은 무엇인가?
- 이후 적절한 인터뷰 수행을 위해 수정, 개선되어야 할 사항들은 무엇인가?
- 기타 가상 인터뷰 진행에 대한 소감

2. 인터뷰 참여 사용자

- 인터뷰 진행자는 친근하고 사용자를 존중하고 있다는 느낌을 주었는가?
- 전체 인터뷰 과정 또는 특정 질문을 전달할 때 진행자가 특정한 답변을 유도하거나 중립적이지 못한 태도를 보인 경우가 있는가?
- 사용자 입장에서 불편함을 느끼는 질문이 있었는가?
- 질문에 대해 쉽게 이해하고 답변할 수 있었는가?
- 이후 인터뷰 수행 시 수정, 개선되어야 할 사항들은 무엇인가?
- 기타 가상 인터뷰 진행에 대한 소감

3. 가상 인터뷰 관찰자

- 인터뷰 진행자, 인터뷰 참여 사용자의 태도에 문제점은 없었는가?
- 전체 인터뷰 과정 또는 특정 질문을 전달할 때 진행자가 특정한 답변을 유도하거나 중립적이지 못한 태도를 보인 경우가 있는가?
- 사용자 입장에서 불편함을 느낄 수도 있을 질문이 있었는가?
- 질문에 대해 쉽게 이해할 수 있었고 적절한 답변이 있었는가?
- 인터뷰 진행자, 인터뷰 참여 사용자의 평가는 적절하였는가?
- 이후 인터뷰 수행 시 수정, 개선되어야 할 사항들은 무엇인가?
- 기타 가상 인터뷰 진행에 대한 의견

수행 tip

- 인터뷰 진행/참여시의 태도, 상대방으로부터 느끼는 감정, 기분 등을 중심으로 관찰과 토론을 진행한다.
- 인터뷰 진행자, 인터뷰 참여 사용자 양측의 역할을 모두 수행하고 그 결과와 소감, 입장에 따른 차이 등에 대해 토론하여 본다.

수행 내용 3 / 포토 다이어리 작성하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 포토다이어리 작성 대상 제품/서비스

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 그래픽 프로그램
- 녹음기
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비

안전 · 유의사항

- 포토다이어리 작성을 위해 의도적인 맥락을 설정하거나 제품/서비스를 사용하는 경우 또는 의도적으로 사용하지 않는 경우가 없이 사용자의 자연스러운 상태를 반영할 수 있도록 유의한다.
- 사진/비디오 등을 촬영하는 경우 타인의 사생활을 침해하거나, 촬영에 제약이 있는 장소인 경우에 유의한다. 이러한 경우 촬영을 대신할 만한 메모 등의 기록을 상세히 작성한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 포토다이어리 작성 대상 제품/서비스를 선정한다.

피험자의 입장에서 포토다이어리를 작성하여 볼 제품/서비스를 선정한다. 이 때 한정된 기간 내에서 사용자의 사용 맥락 등을 충분히 살펴볼 수 있는 자주 사용하고 있는, 사용될 법한 제품/서비스를 선정한다.

② 문제, 이슈를 식별하고 사용자리서치 계획을 작성한다.

선정된 제품/서비스들에 대해 어떤 문제, 이슈에 대한 관찰이 수행될 것인지 예상하여 사용자리서치 계획을 작성한다. 앞서의 수행내용 진행을 위해 선정된 제품/서비스를 대상으로 선정하였다면 기존에 작성된 사용자리서치 계획에 포토다이어리 작성에 대한 내용들을 추가한다.

③ 포토다이어리 작성자 조건을 설정하고 기록한다.

식별된 문제, 이슈에 대한 정보 수집을 위해 적합한 포토리서치 작성자가 갖추어야 할 조건을 예상하여 보고 이를 사용자리서치 계획에 추가 기록한다. 포토다이어리 작성 기간은 1주 이내로 하여 수행내용을 진행하고 이에 대한 예산, 필요 장비 등을 사용자리서치 계획에 반영하여 본다.

④ 포토다이어리 작성을 수행한다.

계획된 기간 동안 선정된 제품/서비스를 사용하고 있는 시간, 장소, 사용의 목적, 사용하면 서 느끼는 기분, 주변의 특이 사항 등을 기록한 다이어리를 작성한다. 이때 사용자 리서치 계획을 작성한 조사자의 입장이 아니라 사용자의 입장에서 기록이 진행되도록 한다.

⑤ 포토다이어리 작성에 대한 리뷰를 진행한다.

포토다이어리 작성 과정의 제약, 문제, 포토다이어리 작성에 대한 부담감을 포함한 작성 소감, 결과물로부터 도출되는 사용자의 특성과 니즈 등을 포함하여 수행 결과물과 과정에 대해 발표하고 발표한 내용에 대해 의견, 소감, 제안 등을 주고 받는 토의를 진행한다.

수행 tip

- 학습자들이 동일한 제품/서비스에 대해 포토다이어리를 작성하고 이후 이를 비교해보는 방식으로 수행할 수도 있다.
- 학습자간에 선정한 제품/서비스를 교환하여 포토다이어리를 작성해 보고 이를 해당 제품/서비스 선정자가 회수하여 분석하여 본다.
- 사진 공유, 그룹계정 확보가 가능한 SNS를 이용하여 사진과 상황에 대한 설명 등을 업로드하여 포토다이어리를 작성할 수도 있다.

수행 내용 4 / 카드소팅 카드 작성 및 수행하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 카드소팅 수행 대상 제품/서비스
- 카드 작성 용지

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비

안전 · 유의사항

- 카드의 색깔, 기입된 문자의 색깔, 폰트, 크기 등을 동일하게 작성하여 카드를 분류하는 참여자가 모든 카드를 동등하게 인식하고 분류를 수행할 수 있도록 카드를 작성한다.
- 다수가 선택한 카드소팅 결과뿐 아니라 특이한 소팅 결과에 대해서도 기록하고 그 원인, 소팅자의 의견 등이 검토될 수 있도록 한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 카드소팅 대상 제품/서비스를 선정한다.

학습자를 적당한 규모의 그룹으로 나누어 피험자의 입장에서 카드소팅을 수행해 볼 제품/서비스를 선정한다.

② 그룹별 문제, 이슈를 식별하고 사용자리서치 계획을 작성한다.

그룹별로 선정된 제품/서비스들에 대해 어떤 문제, 이슈에 대한 관찰이 수행될 것인지 예상하여 사용자리서치 계획을 작성한다.

③ 카드 항목을 식별하여 카드를 작성한다.

선정된 제품/서비스의 메뉴 구조, 콘텐츠 분류 등 정보 구조에 기반하여 카드로 작성할 항목을 식별하고 카드를 작성한다. 이 때 카드에 담는 항목 정보가 균일하게 담길 수 있게 구성한다. 특정 항목은 최상위 메뉴 항목의 메뉴명으로 다른 항목은 최상위 항목의 몇 단계 아래의 세분류로 식별하는 경우가 없는지, 이러한 수준이 다른 경우 카드소팅 수행자에게 같은 수준으로 제공되어도 문제가 없을지 등을 고려한다.

카드에 기록된 항목이 “~하기”와 같이 행위를 나타낸다면 가급적 전체 카드가 이러한 행위를 나타내는 형식으로, 특정 콘텐츠 명, 분류명 등 명사를 담고 있는 경우라면 전체 카드를 명사 형태로 통일하는 것도 카드소팅 참가 사용자가 보다 쉽게 카드의 내용을 이해하고, 적절한 분류를 수행하는 데에 도움이 된다.

④ 카드소팅을 수행한다.

학습자별로 해당 그룹이 작성한 카드를 유사하다고 생각하는 내용별로 분류를 수행하고 결과를 기록한다. 결과의 기록은 문서로 작성하는 대신 분류된 결과를 사진으로 기록할 수도 있다.

특정 학습자의 결과가 기록되면 다시 카드를 섞어 이후 카드소팅을 수행하게 하여 먼저 수행된 카드소팅 결과에 영향을 받지 않은 상태에서 분류를 수행하도록 한다.

⑤ 카드소팅 결과 리뷰를 진행한다.

학습자별로 소팅결과를 비교하여 보고 원래의 제품/서비스의 구조와 비교하여 본다. 본인을 포함한 학습자들의 소팅 결과물로부터 최선의 결과라 판단되는 소팅 결과물을 제시하여 서로 비교하여 보고 그 사유에 대한 토의를 진행한다.

수행 tip

- 카드에 담기는 항목이 갖는 정보의 균일성이 확보될 수 있도록 유의한다.
- 그룹 간에 카드를 교환하여 카드 소팅을 수행해 보고 결과를 비교하여 본다.
- 카드소팅 결과가 원래의 제품/서비스와 많이 다른 경우 원래의 제품/서비스가 그런 정보 구조를 채택한 사유를 추측하여 보고 토의한다.



출처: <http://cardsort.us/CardSort/img/simpleSort.png>

[그림 2-2] 웹기반 카드소팅 오픈소스 소프트웨어

- wisc-card-sort. 간단한 조작으로 카드 소팅이 가능한 웹기반 카드 소팅 서비스 또는 전용 소프트웨어를 이용해 카드소팅을 수행할 수도 있다.

수행 내용 5 / 가상의 쉐도잉으로 사용 맥락 관찰하기

재료 · 자료

- 사용자 리서치, 필드 리서치 관련 교재
- 사용 맥락을 관찰할 제품/서비스들

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 스프레드시트
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비

안전 · 유의사항

- 카드의 색깔, 기입된 문자의 색깔, 폰트, 크기 등을 동일하게 작성하여 카드를 분류하는 참여자가 모든 카드를 동등하게 인식하고 분류를 수행할 수 있도록 카드를 작성한다.
- 다수가 선택한 카드소팅 결과뿐 아니라 특이한 소팅 결과에 대해서도 기록하고 그 원인, 소팅자의 의견 등이 검토될 수 있도록 한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 제품/서비스를 선정한다.

5인 내외의 팀을 구성하여 팀원 다수가 사용하고 있는 제품/서비스를 선정한다. 가상의 사용 맥락 관찰을 수월하게 진행할 수 있도록 가급적이면 사용빈도가 높은 제품/서비스를 선정한다.

② 제품/서비스 사용 맥락을 기록한다.

1. 과거 사용 맥락을 기록한다.

선정된 제품/서비스에 대해 최근에 이를 사용하였던 상황을 다음의 내용을 포함하여 기록한다.

- 제품/서비스를 사용한 시각, 요일 등 물리적 구분
- 제품/서비스를 사용한 일과 시간, 휴식 시간 등 사회적 구분
- 제품/서비스를 사용한 공간의 구조적 특성, 동선 등 물리적 정보
- 제품/서비스를 사용한 공간에 대한 집-휴식, 사무실-업무, 카페-개인, 사고 등 사회적 특성
- 해당 시간, 공간에서의 제품/서비스 사용에 대한 소감, 기분 등 심리적 정보

2. 실제 사용 맥락을 기록한다.

1~3일간의 시간을 두고 선정된 제품/서비스를 사용하게 된 실제 상황에 대해 앞서의 시간/공간, 물리적/사회적 특성과 아래의 내용을 기록한다.

- 현재 사용 상황을 알 수 있는 주변의 사진
- 현재의 소감, 기분 등에 대한 녹음, 메모 등의 기록
- 기타 사용에 있어서의 특이사항

③ 맥락 기록 통합 및 분석을 진행한다.

팀원별로 작성한 기록을 팀 단위로 통합하고 팀 토의를 통해 아래의 내용 등을 토의하고 결과를 기록한다.

- 해당 제품/서비스의 주된 사용 목적은 무엇인가?
- 해당 제품/서비스의 사용이 주는 기분, 느낌 등은 무엇이었나?
- 해당 제품이 사용되는 시간/공간의 물리적/사회적 특성은 무엇인가?
- 해당 제품은 어느 때, 어느 곳, 어떠한 때, 어떠한 곳에서 사용되는가?
- 해당 제품의 사용에 제약이 되는 시간/공간의 물리적/사회적 특성은 무엇인가?
- 해당 제품을 사용하는 것이 보다 유쾌한 것이 되게 할 해법, 아이디어가 있다면 무엇인가?

④ 결과 발표 및 전체 토의를 진행한다.

팀원 토의 결과를 발표하고 다음의 내용 등을 포함한 토의를 진행한다.

- 조사된 맥락들로부터 사용자에게 대해 알아낸 것은 무엇인가?
- 맥락을 조사하는 과정에 대한 소감
- 실제 사용자를 대상으로 하는 경우 준비되어야 할 것과 유의하여야 할 것들은 무엇인가?
- 실제 사용자를 대상으로 하는 경우 결과물이 갖게 될 제약은 무엇이며 이를 극복하기 위해 수행될 법한 활동들은 무엇인가?

수행 tip

- 실제 사용 맥락을 관찰하는 것과 기억에 의존한 기술의 차이를 검토하여 본다.

학습 2 교수·학습 방법

교수 방법

- 사용자리서치의 수행의 결과가 아니라 과정을 수행해보고 과정으로부터 얻어지는 경험이 중요한 과정임을 명확히 인식하도록 전달한다.
- 사용자리서치의 기법은 주어진 상황에 적합할 것으로 예상하는 기법을 선정하는 과정이 중요하며, 특정 기법에 따라 수행하는 것이 필수적이지는 않음을 전달한다.
- 사용자리서치의 기법의 장점과 단점, 제약사항 등을 이해할 수 있도록 학습을 진행하고, 이러한 단점, 제약을 극복하기 위해서 선택할 수 있는 다른 기법의 혼용에 대해서 정보를 전달하여 기법 간의 관계에 대해서도 이해할 수 있도록 지도한다.
- 수행내용에 포함된 기법 외의 기법에 대해 안내하고 필요하다고 판단되는 경우 이에 대한 실습을 진행한다.
- 수행 과정에서 사용자리서치를 수행하는 조직의 구성원으로서의 입장, 이에 참여하는 사용자로서의 입장이 혼동되지 않고 수행하고 있는 단계에서 필요한 입장을 명확히 인식하도록 지도한다.
- 통계, 개인정보보호 등 실제 업무에 있어서 사용자리서치 실행 시 고려하여야 할 외부의 제약들에 대한 정보를 제공한다.
- 정보 수집 과정에서 위와 같은 법적 제약을 위반하는 경우가 없도록 지도한다.
- 학습자들이 참여할 수 있는 외부의 실제 사용자리서치가 있는 경우 이러한 실제 사용자 리서치에 학습자들이 사용자로서 참여할 수 있도록 정보를 제공한다.
- 필요시 학습내용과 관련된 업무를 실제 수행하고 있는 현업의 인력들이 실무상의 제약, 어려움을 포함한 정보를 전달할 수 있는, 실무자와의 만남 시간을 제공한다.
- 공개에 문제가 없는 학습내용과 관련된 실제 업무에 따른 결과물들을 수집하여 학습자에게 사례로 전달해 학습수행과정 중에 참조자료로 활용할 수 있도록 하고 실무에서의 자료의 구성, 수준, 내용, 규모를 평가해 볼 수 있도록 한다.
- 반복적으로 학습과정이 개설되는 경우 선배 학습자들이 수행하며 작성한 결과물들을 참고자료, 토의 자료로 활용한다.

학습 방법

- 제품/서비스를 제공하는 조직의 입장과 이를 사용하는 사용자의 입장이 혼동되지 않도록 수행의 단계별로 필요한 입장을 명확히 인지하고 참여한다.
- 질문자 관찰자의 태도 또한 사용자리서치의 결과에 영향을 미침을 명확히 인지하고 피험자의 모집을 위한 안내 문구, 인터뷰 등 피험자와 대면을 하는 경우 등에 사용자에게 친근하지만 정중한 느낌을 줄 수 있도록 하여야 함을 유념하여 수행에 임한다.
- 수행 결과 리뷰를 위한 토의 과정은 수행의 과정, 결과에 대한 지적이 아니라 보다 나은 개선사항 도출을 위한 생산적 과정임을 이해하고 적극적으로 토의에 참여한다.
- 결과물에 대한 발표와 토의는 결과물의 질을 평가하는 것이 아니라 진행한 과정에 주안점을 두고, 답을 구하는 시간이 아니라 자유로운 분위기 속에서 다양한 발상, 의견, 소감이 오갈 수 있도록 하여야 함을 기억하고 참여한다.
- 수행의 준비, 진행, 리뷰의 전 과정에서 적합한 기록을 적합한 시점에 적절한 수준으로 남기는 것이 결과에도 중요한 영향을 미친다는 것을 이해하고 문서 및 기록을 성실하게 작성한다.
- 디지털기기 형태의 상품과 서비스를 접하면서 가졌던 학습자 본인과 주변의 니즈, 상황에 따른 반응 등 경험을 사용자리서치의 대상이 되어 본다는 접근방법으로 학습 시에 반영해 본다.
- 학습 1의 수행 결과 문서들에 학습 2 수행의 경험을 반영한 변경을 적용하여 본다.
- 사용자리서치의 기법들에 대해 학습하는 경우 결과에 대한 예상과 수행의 결과를 비교하면서 사전 계획과 결과의 차이에 대해 검토하여 본다.
- 보다 수준 높은 결과를 얻기 위해 사용자리서치의 반복은 어느 수준으로 수행되어야 하는지를 고민하여 본다.
- 다른 팀이 선정한 제품/서비스에 대한 결과물도 주의 깊게 검토하여 제품/서비스가 갖는 특성이 사용자에게 미치는 영향 등 제품/서비스별 특성을 파악해 본다.

학습 2 평 가

평가 준거

- 평가자는 학습자가 수행 준거 및 평가 시 고려사항에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음사항을 평가한다.

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
피험자 모집 및 선별	- 리서치를 수행하기 위하여 목표 고객을 모집 (recruiting)할 수 있다.			
	- 모집된 목표 고객에 대해서 적합한 피험자를 선별 (screening)할 수 있다.			
사용자리서치 수행	- 리서치 실행계획의 방법론에 따라서 리서치를 수행 할 수 있다.			

평가 방법

- 일지/저널

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
피험자 모집 및 선별	- 사용자리서치를 수행하기 위한 목표 고객을 모집과정에 대해 이해하고 결과물에 반영			
	- 모집된 목표 고객에 대해서 적합한 피험자를 선별하여야 하는 필요성을 이해			
	- 피험자 선별과정에 대해 이해하고 결과물에 반영			
사용자리서치 수행	- 사용자리서치 기법에 대한 특성을 이해하고 결과물에 반영			

• 문제해결 시나리오

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
피험자 모집 및 선별	- 목표 고객 모집 절차에 대한 이해를 바탕으로 피험자 수행내용 진행에 있어서 적절한 피험자 모집을 수행			
	- 목표 고객 모집 절차에 대한 이해를 바탕으로 피험자 수행내용 진행에 있어서 적절한 피험자 선별을 수행			
사용자리서치 수행	- 사용자리서치 기법에 따른 수행결과에 대해 적절한 평가를 수행			

• 평가자 질문

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
피험자 모집 및 선별	- 목표 고객의 식별과 모집 방법에 대해 이해			
	- 모집 절차에 대해 이해			
	- 주어진 피험자 목록으로부터 적절한 피험자 선별을 수행			
사용자리서치 수행	- 개별적인 사용자리서치 기법을 적용하는 절차에 대해 이해			
	- 개별적인 사용자리서치 기법이 갖는 제약에 대해 이해			

피드백

1. 일지/저널
 - 수행결과로 작성된 문서를 검사하여 부족한 점과 잘된 점을 표시하여 돌려준다.
2. 문제해결 시나리오
 - 수행결과로 작성된 문서를 검사하여 누락된 점과 필요이상으로 과도한 점을 표시하여 돌려준다.
3. 평가자 질문
 - 평가자 질문에 대한 답변의 적절성, 보다 깊은 이해를 필요로 하는 내용과 평가 사유를 기록하여 돌려준다.

학습 1	사용자리서치 계획하기(LM2001020703_14v1.1)
학습 2	사용자리서치 수행하기(LM2001020703_14v1.2)
학습 3	사용자리서치 분석하기 (LM2001020703_14v1.3)

3-1. 니즈 분석 및 결과보고서 작성

학습 목표

- 리서치를 통해 얻은 구체적인 사용자 데이터에 따라서 이용자들의 행태를 분석하고 숨겨진 니즈를 도출할 수 있다.
- 조사결과를 분석하여 이슈 단위로 리서치 결과를 정리하고 보고서를 작성할 수 있다.

필요 지식 /

① 더블 다이아몬드 모델

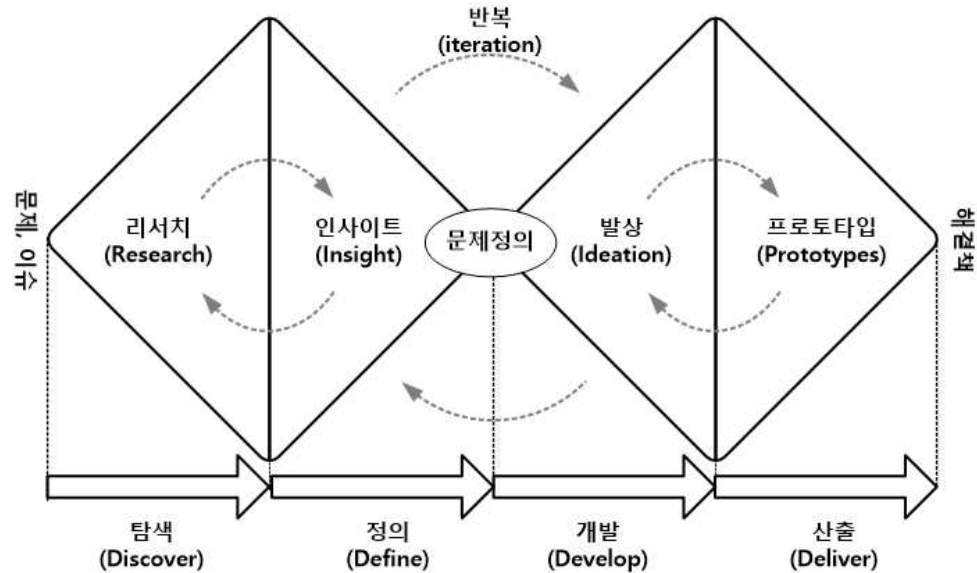
UX의 설계는 제품, 서비스의 특성, 회사의 의도 등에 따라 다양한 프로세스가 적용될 수 있으나 일반적으로 그림[3-1]과 같은 탐색(Discover)-정의(Define)-개발(Develop)-산출(Deliver)의 단계를 거치는 더블 다이아몬드(Double Diamond) 형태의 프로세스 패턴을 가지는 것이 일반적이다. 더블 다이아몬드 모델은 이와 같이 4단계를 구분한 형태로 UX와 관련한 사고, 활동, 대상 등의 폭을 넓혀 가는 탐색, 개발의 발산 단계와 선행단계에서 얻어진 결과물로부터 이의 폭을 좁혀 가는 정의, 산출의 수렴 단계를 다이아몬드 형태로 배치하여 발산과 수렴을 시각화한 모델이다. 사용자리서치는 사용자가 당면한 문제, 이슈, 니즈를 “발견” 해 나가는 탐색 단계의 활동에 해당된다.

(Design Council 2005, <http://www.designcouncil.org.uk/designprocess>)

1. 탐색(Discover)

발산 단계의 활동, 조사, 분석, 발상과 관련한 활동들을 수행

- 조사 : 사용자리서치, 시장조사, 기술조사 등을 수행하여 정보를 수집한다.
- 분석 : 조사결과로부터 니즈(Needs)를 도출한다.
- 발상 : 추가적인 아이디어, 영감 등을 도출한다.



[그림 3-1] 더블다이아몬드 모델

2. 정의(Define)

수렴 단계의 활동, 탐색 단계에서 발견된 결과들로부터 인사이트를 도출하는 단계이다. 사용자 및 마케팅과 관련한 정의, 기능 및 사용자 분류 활동들을 수행한다.

- 사용자 관련 정의 : UI/UX 업무의 목표, 사용성(Usability) 목표를 정의한다.
- 마케팅 관련 정의 : SWOT분석, 4P분석 등 마케팅 관련 분석 수행 및 제품/서비스에 대한 시장 포지셔닝(Positioning), 시장 세그멘테이션(Segmentantation)을 설정한다.
- 분류 : 탐색 결과에 따라 사용자(군) 및 제품 서비스가 제공하는 기능을 분류한다.

3. 개발(Develop)

발산 단계의 활동, 정의 단계에서 얻어진 목표를 충족시키기 위한 발상들을 수집하고 프로토타이핑, 시나리오 작성, 정보 시각화 등 활동을 수행한다.

- 발상(Ideation) : 정의단계에서 얻어진 개념, 목표를 충족하기 위한 해결책, 아이디어들을 도출하고 수집한다.
- 프로토타이핑 : 발상이 적용된 프로토타입을 제작하고 사용자와 함께 평가하고 이를 반영하여 개선하는 작업을 반복 수행한다.
- 시나리오 작성 : UX 설계에 대한 발상을 보다 명확하고 구체적으로 전달할 수 있도록 제품/서비스가 사용되는 미래의 모습을 반영해 스토리보드, 만화(Design Comic) 등 시각적 전달이 가능한 형태로 제작하고 공유하여 활용한다.
- 정보 시각화 : 정보들에 대해 이해를 높이고 이를 쉽게 인지할 수 있도록 정보들이 효

율적으로 조직화된 구조를 시각적으로 보여주는 플로우차트, 사이트맵 등으로 표현하여 공유하여 활용한다.

4. 산출(Deliver)

수렴 단계의 활동, 설계 결과물에 대한 완성도를 높이기 위해 결과물을 평가가하는 활동들을 수행한다.

- 사용평가 : 개발참여자 또는 사용자가 결과물을 직접 사용하고 사용기록, 의견을 분석하여 검증 및 개선사항 도출을 수행한다.
- 기준평가 : 표준, 지침 등 객관적 기준에 따라 결과물을 분석하여 검증 및 개선사항 도출을 수행한다.

② 친화도법(Affinity Diagramming)

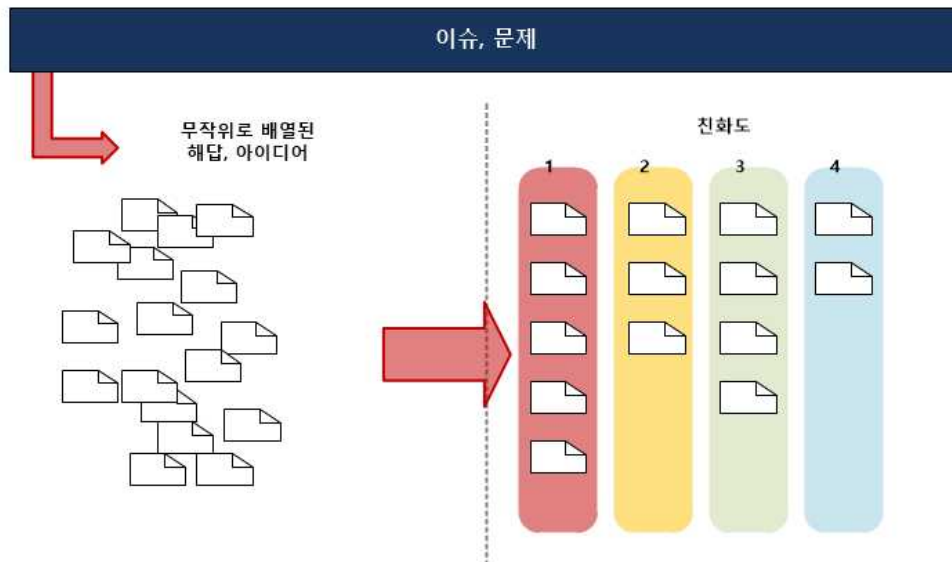
사용자리서치의 수행 결과로 방대한 양의 노트, 사진, 음성 기록, 영상 기록 등 자료가 사용자로부터 수집되고 이로부터 추출된 팩트, 시사점 등에 대한 기록이 더해지게 된다. 이렇게 방대한 자료를 분석하는 데는 수개월에서 수년의 시간이 필요하게 된다.

친화도법은 이러한 결과물들을 체계적으로 정리하고 시각화 하여 이후 데이터에 기반을 둔 UI/UX 관련 업무를 가능하게 하는 해법이 되어 주는 기법이다. 1960년대에 이러한 기법을 고안한 Jiro Kawakita의 이름을 따 K-J 기법이라고도 불린다.

친화도법은 사용자리서치의 결과로 얻어진 정량적 데이터를 작은 덩어리로 만들고 그 덩어리들을 특정 주제나 문제와 관련된 분류와 해당 분류의 하위분류로 구분하는 귀납적 방법이다.

이러한 분류는 사용자리서치 및 UI/UX와 관련한 업무를 수행하는 관계자들이 한 장소에 모여서 사용자리서치의 결과 데이터를 세분한 덩어리의 내용의 특성을 문장으로 적은 카드(점착식 메모지를 사용하는 것이 일반적이다.)를 주제, 문제에 따라 분류하는 워크숍 형태로 진행되는 것이 일반적이다.

상품/ 서비스에 대한 지속적인 사용자리서치의 결과에 대해서는 이러한 워크숍을 통해 기존의 결과물에 해당 사용자리서치로부터 얻어진 결과를 추가하거나 기존의 일부를 대체하는 방법을 사용하기도 한다.



[그림 3-2] 친화도법의 적용. 이슈, 문제에 대한 해답, 아이디어를 무작위로 배열해 놓은 후 가까운 관계에 있다고 보이는 것들끼리 그룹을 나누어 분류하고 이후 그 분류를 대표할 개념을 식별한다.

1. 친화도법의 특징 (<http://www.usabilitybok.org/affinity-diagram>)

친화도법은 다음과 같은 기능을 수행한다.

- 필드리서치로부터 발견된 내용들의 분석
- 개별 사용자가 사용하고 있거나 필요로 기능들을 식별하고 분류
- 사용성에대한 평가로부터 발견된 내용들의 분석

친화도법은 사용자리서치 결과 데이터로부터 다음과 같은 것들을 도출 해석하는 수단이 되어 준다.

- 문제의 범위
- 다수 사용자들로부터 도출된 문제들의 유사성
- 문제의 범위, 경계
- 이후 사용자리서치에 필요한 정보

2. 친화도법 적용 절차

다음은 친화도법을 적용하는 일반적인 절차이다.

(1) 핵심 질문을 결정한다.

다음의 예와 같이 친화도법 적용의 목적이 되는 핵심 질문을 결정한다.

- 사용자리서치의 결과로부터 배울 수 있나?
- 우리의 제품/서비스를 사용하는 사용자는 누구인가?
- 사용자는 어떠한 기능을 필요로 하는가?

- 사용자는 어떠한 결과를 얻기 위해 우리 제품/서비스를 사용하는가?
- 제품/서비스의 사용에 있어서 방해, 제약이 되는 요소는 무엇인가?

(2) 워크숍에 참여할 관계자들을 선정한다.

UI/UX 업무와 관련된 다양한 시각을 반영하기 위해서는 개발자 집단, 디자이너 집단, 기획자 집단 등 특정 집단에만 편중된 구성을 피한다.

이후 일정을 공지하고 워크숍을 연다.

(3) 카드를 작성한다.

사용자리서치 결과로부터 세분화한 특성을 얻어내고 이를 카드(점착식 메모지)에 적는다. 카드에 적힌 내용에 대해서는 담당 업무별 입장에 따른 의견을 제시하는 브레인스토밍 방식으로 진행한다.

(4) 카드를 모아 펼쳐 놓는다.

작성된 카드를 모두가 볼 수 있도록 한 장소에 펼쳐 놓는다. 점착식 메모지를 사용해 벽의 워크숍이 진행되는 공간의 한 쪽 벽에 정해진 순서 없이 무작위로 카드를 붙여 놓는 방법을 이용하기도 한다.

(5) 작성된 카드를 분류한다.

- 워크숍 진행자(Facilitator)는 워크숍 참가자들에게 가장 가까운 성격을 가지고 있다고 생각하는 두 개의 카드를 선택하게 하고 이를 분류할 공간으로 옮겨 놓게 한다.
- 참가자들이 번갈아 가면서 이러한 쌍을 찾거나 기존의 분류에 가깝다고 생각하는 카드를 옮겨 놓는 작업을 모든 카드가 옮겨 질 때 까지 반복한다.
- 참가자들은 다른 사람이 옮겨 놓은 카드의 위치를 본인이 생각하는 이유를 제시하면서 다른 분류로 자유롭게 이동할 수도 있다.
- 특정 분류로 옮겨진 카드들 중 해당 분류 내에서 또 다른 친밀도에 따른 구분이 가능한 카드들이 있으면 이를 하위분류로 구분할 수도 있다. 이 때 특정 참가자가 일방적으로 분류를 주도하거나 본인이 분류한 카드를 다른 참가자가 타당한 이유를 제시하면서 옮기는 것에 대해 거부감을 느끼지 않도록 자유로운 분위기가 유지되도록 진행하여야 한다. 진행자는 카드 이동시에는 주변에 위치한 분류와 공간이 확보 되도록 주의하여 이동해주도록 요청한다.



출처: <https://wiki.fluidproject.org> (CC BY-SA 3.0에 따름).

[그림 3-3] 점착식 메모지를 사용하여 친화도 벽 (Affinity Wall)을 구성한 사례

(6) 분류별 명칭을 결정한다.

모든 카드가 분류할 공간으로 옮겨지고 어떤 분류로 분류가 확정되면 해당 분류를 대표할만한 카드 그룹의 명칭 또는 주제문장을 브레인스토밍을 통해 도출한다.

(7) 투표를 통해 가장 중요하다고 판단하는 그룹을 식별한다.

복수의 최우선 중요도 그룹이 식별될 수도 있다. 진행자는 특정 참가자들이 속한 부서의 업무와 이에 따른 입장에 의한 분류가 진행되고 이후 중요도 투표에서 부서별 표 분산에 따른 동점그룹이 발생하는 일은 없도록 앞의 과정 진행시에 유의하여야 한다. 계속 나머지 그룹들에 대한 중요도를 부여하여 본다.

(8) 결과 공표 및 워크숍 종료.

투표 결과를 공개하고 투표결과, 분류 결과에 이의가 있는 참가자가 있는지를 확인한다. 참가자들이 이러한 이의가 타당하다고 받아들이는 경우 이에 따른 분류와 투표를 재수행하고 이의가 없는 경우 현재의 분류가 참가자들이 타당하다고 인정한 결과이고 합의에 따른 결과물임을 환기한 후 워크숍을 종료한다.

② 발견내용(탐색결과) 보고

친화도법 적용을 통해 사용자리서치 결과 데이터들에 대한 분석과 향후 활용을 위한 기준

을 설정하고 공유할 수는 있으나 사용자리서치로부터 얻어진 시사점, 아이디어 등과 같은 발견내용 들은 향후 반영을 위해 고려되고 평가되어야 할 요소들이다. 사용자리서치의 어떤 과정, 어떤 데이터로부터 발견되었는지, 제품/서비스의 어떤 요소에 반영할 수 있는지 발견원천과 적용대상을 기술하여 별도의 보고서로 기록하여 보고한다.

③ 설계 도구 제작

사용자리서치의 결과물 또는 이에 대한 분석, 보고 결과로부터 향후 UI/UX 설계에 활용될 설계 도구들을 제작한다. 일반적으로 다음의 설계도구 등이 제작된다.

1. 페르소나

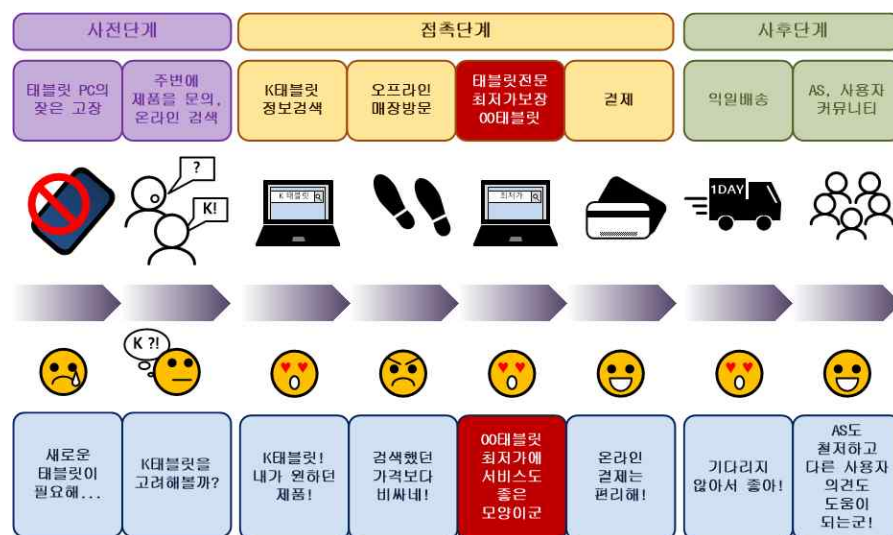
제품/서비스 및 사용자리서치 결과로부터 제품 사용자 및 고려사항의 특성을 반영한 가상의 인물들에 대한 페르소나를 작성한다.

2. 사용자 시나리오(User Scenario)

페르소나 속 사용자가 목표한 결과를 얻기 위해 어떻게 제품/서비스를 사용하는지를 예상하여 작성한 시나리오로 사용동기, 목표, 맥락, 방해요소 등을 함께 기록한다. 향후 사용성 테스트 수행에 사용될 수도 있다.

3. 사용자 여정(User Journey)

사용자 여정은 일반적으로 페르소나가 제품/서비스를 발견하는 시점/위치와 맥락에 따른 사용하는 행태까지 제품/서비스가 사용되는 전체 과정을 담고 있으며, 페르소나의 니즈에 기반한 디자인 요구사항을 보여주는 설계 도구이다. 페르소나별, 또는 전체 페르소나의 여정을 시각화 한 맵 형태로 시각화 하여 작성하기도 한다.



[그림 3-4] 사용자의 심리를 표현해 작성된 사용자 여정 맵의 예

수행 내용 1 / 발견내용 보고서 작성하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 학습 2 수행 결과물

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 스프레드시트
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비
- 문서작성 소프트웨어

안전 · 유의사항

- 사용자리서치를 수행한 결과로부터 유의할 만한 내용들을 발견해 내는 탐색단계의 발산에 해당하는 업무임을 고려하여 사용자리서치 수행 결과의 내용이 누락되지 않도록 유의한다.
- 이후 친화도법, 페르소나 등 정의 단계의 기법을 적용하여 발견된 내용들에 대한 분석과 문제 파악이 다각적으로 이루어짐을 유념하여, 보고서 작성 중 발견된 내용의 원인, 대안 등을 무리하게 유추하거나 정의하지 않도록 유의한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 발견내용 보고서를 작성한다.

학습 1, 2의 수행결과물들을 종합하여 다음과 같은 내용을 포함해 발견내용 보고서를 작성한다. 수행 과정 중 다수의 대상 제품/서비스에 대한 분석을 수행한 경우 단일 제품/서비스에 대한 조사로 가정하여 내용을 기입하고, 실제 조사에 포함되지는 않았으나 보고서의 형식을 맞추기 위한 내용들은 가상의 내용을 적어 본다. (아래 보고서는 수행 내용의

진행과정을 기준으로 한 보고서이며 일반적으로는 식별된/해결해야될 이슈를 중심으로 이슈별/사용자별/맥락별 분류와 사용자의 니즈/동기/행태/태도에 따라 보고서의 내용을 구성하는 것이 일반적이다.)

1. 사용자리서치 개요를 이해한다.

- 리서치 명, 일정 등 개요(사용자리서치, 프로젝트 수행 계획서의 내용을 참조)

2. 수행활동 및 내용을 이해한다.

(1) 설문

- 설문 개요 (설문 목적, 참여자, 설문지 배포/회수 수량 등)
- 설문자 모집 및 선별 내용(계획한 설문자 규모, 모집 규모, 모집 방법, 선별 기준, 선별 결과 등)
- 정량적 설문 결과
- 결과 리뷰 및 발견된 이슈 (토의 내용 및 토의를 통해 얻어진 이슈, 문제, 니즈, 아이디어 등)

(2) 인터뷰

적용한 인터뷰 기법별로 작성한다.

- 인터뷰 개요 (참여자, 회차 등)
- 참여자 모집 및 선별 내용(모집 방법, 회차별 참여자 규모, 선별 기준/결과 등)
- 인터뷰 준비, 계획 내용
- 인터뷰 내용(참여자의 의견, 발언, 제안 등 인터뷰 내용 중 유의할 만한 내용)
- 결과 리뷰 및 발견된 이슈 (토의 내용 및 토의를 통해 얻어진 이슈, 문제, 니즈, 아이디어 등)

(3) 관찰

적용한 관찰 기법별로 기록한다.

- 관찰 개요(기법, 참여자, 관찰자 등)
- 조사 준비, 계획 내용
- 정량적 설문 결과
- 결과 리뷰 및 발견된 이슈 (토의 내용 및 토의를 통해 얻어진 이슈, 문제, 니즈, 아이디어 등)

(4) 결과 종합

조사된 결과를 종합하여 아래의 내용과 같이 이후 문제를 정의하는 단계에 필요한 내용들을 식별하여 기록한다.

- 제품/서비스에 사용자의 특성
- 주요한 용도, 목적

- 주요 사용 맥락
- 사용에 따른 심적 상태
- 사용자가 느끼는 불편함, 제안
- 발견된 주요 이슈, 문제, 니즈 등

② 보고서 리뷰를 진행한다.

작성된 보고서의 내용을 발표하고 사용자 리서치 수행 결과를 종합하여 본 소감, 여러 사용자리서치 기법이 적용된 결과를 종합하는 경우에 얻어지는 정보 등이 주는 시사점과 의견, 아이디어 등을 토의하여 본다.

수행 tip

- 향후 동일한 수행을 하는 경우 어떻게 개선할 것인지, 제품/서비스의 개선은 어떻게 수행되어야 할지를 기록하여 본다.
- 사용자리서치 수행 계획서를 기준으로 계획된 내용이 어떻게 수행되었으며 어떤 결과를 얻었는지를 추가로 기록하여 본다.
- 위와 같은 수행 활동 중심의 발견 내용 분류 외에 이슈별/사용자별/맥락별 분류, 사용자의 니즈/동기/행태/태도에 분류 등 발견 내용을 분류하여 정리할 수 있는 방법들과 이의 적용에 대해서 토의하여 본다.

수행 내용 2 / 친화도법 적용 수행하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 친화도법 적용 대상 제품/서비스

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 문서작성 소프트웨어
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비
- 점착식 메모지, 카드용지
- 카드 분류 공간으로 활용할 벽면 또는 화이트보드

안전 · 유의사항

- 브레인스토밍 과정 중 다른 참여자의 의견이 적합하지 않아 보이더라도 이는 다른 발상, 해법의 시발점이 될 수 있다. 브레인스토밍과정 중 타 참여자의 제안, 의견 발언을 제약하지 않도록 한다.
- 수행과정의 사진을 포함해 친화도법을 적용한 결과를 장기간 유지할 수 없는 - 공간에 제약이 있는 - 경우 이후 이를 공유하고 참조할 수 있도록 사진으로 기록한다.
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 대상 결과물을 수집/선정한다.

5인 정도로 팀을 구성하여 외부의 사용자리서치수행 결과물을 수집하거나 또는 앞서 팀원들이 수행내용에 따라 작성하고 수집한 중 결과물 중 한 건을 선정하여 친화도법 적용 대상을 확정한다.

② 참여자별 역할을 배분/지정한다.

워크숍 진행자를 선출하고 다음의 예와 같이 팀원별로 역할을 배분하여 이후 진행에 있어서 해당 역할을 대변하는 입장에서 수행에 참여한다.

- UI 디자이너
- SW 개발자
- 제품/서비스 기획자
- 마케팅 담당자
- 고객관리 담당자
- 웹사이트 관리자
- 예산, 참여 인력 등을 결정할 수 있는 위치의 임원

③ 가상 워크숍을 수행한다.

필요지식의 친화도법 적용 절차에 따라 가상 워크숍을 수행하고 카드에 적힌 내용을 읽을 수 있는 수준으로 결과에 대한 사진을 촬영하고 전체 팀원에게 배분한다.

④ 가상 워크숍 및 친화도에 대한 리뷰를 진행한다.

작성된 친화도 결과물과 상위 분류명의 식별과정, 분류가 명확하지 않다고 판단되는 카드와 그 사유 가상 워크숍 수행에 대한 소감을 발표하고 이에 대한 의견을 수집하는 토의를 진행한다. 토의 결과 보다 명확한 분류 방법이 제시되었다고 판단되는 경우 이를 반영하여 친화도를 수정하여 본다.

수행 tip

- 분류 결과가 차지하는 공간을 고려하여 워크숍 진행 공간을 준비한다.
- 워크숍 진행자는 개방적이고, 중립적인 태도를 유지하여야 한다.
- 가상 워크숍 참여자는 가상의 업무에 따른 입장을 예상하며 이에 따라 의견을 제시하며 참여한다.
- 브레인스토밍 과정에서 자유롭게 다양한 의견이 오갈 수 있어야 함을 유의하며 적극적으로 의견을 제시하고 타인의 의견 제시를 제약하는 일이 없도록 한다.
- 학습자의 수준을 고려하여 필요시 교수가 진행자 역할을 맡을 수도 있다.

수행 내용 3 / 사용자 여정 맵 제작하기

재료 · 자료

- 학습 2 수행 결과물
- 발견내용 보고서

기기(장비 · 공구)

- 컴퓨터
- 프린터
- 문서작성 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비
- 스케치도구
- 페이퍼 프로토타입 작성 도구 (종이, 칼, 가위 등)

안전 · 유의사항

- 미려한 결과물을 그려내는 것이 목적이 아니며, 사용자의 특성과 행태를 한눈에 알 수 있는 표현방법을 찾는 것이 결과물의 목적임을 유념한다.
- 그래픽 소프트웨어를 사용해 그리는 방법이 익숙하지 않은 경우, 종이와 연필을 이용한 스케치, 그림 오려 붙이기 등 다양한 시각화 방법을 고민하여 본다.
- 칼, 가위 등 페이퍼 프로토타입을 위한 도구를 사용하는 경우 안전에 유의 한다..
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 주요 사용자를 구분한다.

사용자 구분에 사용 행태가 달라질 수 있도록 주요 사용자(군)을 구분한다.

예를 들어 교육 관련 서비스의 경우 학생, 학부모, 교사의 서비스 사용 목적과 사용 행태가 다를 수 있다. 이러한 내용이 식별도록 사용자 여정의 경로들이 구분되어야 한다.

② 사용자별 경로를 식별한다.

앞서의 조사 결과를 바탕으로 다음과 같은 단계구분에 따라 사용자 여정의 경로를 식별하여 본다. 이러한 단계의 구분이나 경계의 활동이 정해져 있지는 않으며 보다 명료하게 정보를 전달할 수 있는 구분이 있는 경우 해당 구분을 사용하여 본다.

- 사용 이전단계, 제품/서비스를 모르고 있거나 필요하지 않은 단계
- 제품/서비스를 접하게 되는 단계, 제품/서비스에 대한 필요성을 느끼고 제품/서비스를 찾고 사용을 시작하게 되는 단계
- 제품/서비스를 사용하는 단계
- 제품/서비스의 지속적인 사용이 불필요해지는 단계

이러한 단계의 구분 안에서 사용자가 당면하는 상황 및 맥락들과 그 때의 심적 상태를 관찰 결과에 따라 세분하여 기록한다. 예외적인 사용자의 예외적인 행동이 아닌 주요 사용자의 주요 니즈에 따른 내용을 기록하는 것이 목적임을 고려한다.

③ 사용자 여정 맵을 작성한다.

식별된 결과들을 시간의 변화, 사용자의 이동 맥락이 변화하는 흐름에 따라 배치하고 사용자의 행동, 그 행동의 의도, 심적 상태 등을 표현할 수 있는 시각적 표현, 단어, 문장 등을 선정하여 본다.

④ 작성결과 발표 및 토의를 진행한다.

작성된 사용자 여정 맵에 대해 사용자가 제품/서비스에 자체에 대한 니즈를 갖는 과정, 제품/서비스를 사용하여 니즈를 충족하는 과정을 중심으로 발표를 수행하고, 결과물에 담긴 표현 방법에 대한 이견, 소감, 제안 등을 포함한 토의를 수행한다. 토의 결과 유의할만한 변경 내용이 있는 경우 이를 반영하여 본다.

수행 tip

- 미적으로 탁월한 결과물을 만들어 내는 것이 목적이 아님을 유의하여, 주요 사용자 정보에 대해 한 눈에 알 수 있도록 정보를 전달하는 방법을 고민하여 본다. 수행결과물에 사용하고자 하는 이미지를 반영하기 어려운 경우 해당 이미지를 설명하는 문장을 기입하는 수준으로 작성되어도 무방하다.
- 주말에 집에서 사용하는 경우, 평일에 업무시간에 사용한 경우, 출퇴근 시간에 이동 중에 사용하는 경우 등 맥락에 따른 경로상의 단계를 식별하여 본다.
- 작성된 사용자 여정 맵으로부터 발견 내용 보고서에 포함되지 않은 발견 사항, 결과물을 보고서 도출된 니즈, 아이디어 등이 있는 경우 일괄 중점적으로 토의하여 본다.

3-2. 페르소나 작성

학습목표

- 사용자의 니즈와 기능을 정리하여 이들의 경험 특성이 갖는 공통점에 따라 페르소나를 작성할 수 있다.

필요 지식 /

① 페르소나의 활용

페르소나는 UI/UX 개발에 참여하고 있는 인력들이 사용자의 특성에 대해 정보를 쉽게 기억하고 관리할 수 있게 해주는 분석 결과물이자 설계 도구로 UI/UX 개발 과정에 명료성을 부여하고, 더 나은 생산성을 이끌어 내기도 한다. 개발 참여 인력들이 공통적으로 알고 있는 소셜, 영화, 드라마, 만화, 게임 등에 등장하는 등장인물을 차용하는 것도 쉽게 기억될 수 있다는 점에서 도움이 될 수 있다. 다음은 이러한 페르소나를 도출해 페르소나를 작성할 때 기록되는 내용들이다. 이러한 내용들은 제품/서비스의 특성 등에 따라 필요한 내용이 추가되거나 생략될 수 있다.

수행 내용 1 / 페르소나 작성하기

재료 · 자료

- 사용자리서치 계획서
- 사용자리서치 수행 결과물

기기(장비 · 도구)

- 컴퓨터
- 프린터
- 문서작성 소프트웨어
- 사진/비디오 촬영이 가능한 장비

- 스케치도구
- 페이퍼 프로토타입 작성 도구 (종이, 칼, 가위 등)

안전 · 유의사항

- 미려한 결과물을 그려내는 것이 목적이 아니며, 사용자의 특성과 행태를 한눈에 알 수 있는 표현방법을 찾는 것이 결과물의 목적임을 유념한다.
- 그래픽 소프트웨어를 사용해 그리는 방법이 익숙하지 않은 경우, 종이와 연필을 이용한 스케치, 그림 오려 붙이기 등 다양한 시각화 방법을 고민하여 본다.
- 칼, 가위 등 페이퍼 프로토타입을 위한 도구를 사용하는 경우 안전에 유의 한다..
- 수행 종료 후 사용한 전자장비들의 전원을 관리한다.

수행 순서

① 페르소나를 작성한다.

기존 사용자리서치 수행과정과 사용자 식별 등의 결과물을 기준으로 수행 대상으로 선정 하였던 제품/서비스에 대한 페르소나를 작성하여 본다. 앞서 사용자 여정 맵 작성 시의 사용자 구분, 사용자리서치 계획서에 포함된 목적, 사용도가 높은 사용자, 제품/서비스가 일 상에서 차지하는 중요도가 높은 사용자, 인구통계적 특성 등을 고려하여 3~5인 정도의 핵심 사용자의 특성을 담은 가상의 인물을 도출하고 페르소나를 기술한다.

다음은 [그림3-5]의 페르소나에 포함된 페르소나 구성 내용들이다.


- 페르소나의 이름과 특징을 잘 나타낼 수 있는 별칭 (예: 스쿠르지-검약한 노신사)
- 제품/서비스와 관련된 페르소나의 대사, 좌우명 (예: “필요하면 산다. 하지만 비쌀 때 사는 것은 최악이다”)
- 시각적 연상을 돕는 사진, 이미지
- 사용자의 직업
- 인구통계학적 특성
- 제품/서비스의 사용 목적
- 사용자의 생활, 활동 모습 등 일상의 모습
- 다른 사용자와의 차별점

② 작성된 페르소나에 대한 리뷰를 진행한다.

작성된 페르소나의 특성, 선정 사유, 작성된 페르소나들 간의 차이점, 페르소나들을 기준으로 한 문제 해결방법, 니즈, 아이디어 등을 어떻게 반영할 것인지에 대한 의견 등을 타 학습자들에게 발표하고 토의하여 본다.

수행 tip

- 깊은 인상을 주어 쉽게 기억되는 페르소나와 그렇지 못한 페르소나에 대해 그 특성과 이유에 대해 토의하여 본다.

	<p>스크루지 : 검약한 노신사</p> <p>"비쌀 때 사는 것은 최악이다."</p> <p>학력 : 경영학 석사 직업 : 부동산 임대업 / 사장 IT 장비 사용 수준 : 상</p>
<p>연령 : 62세</p> <p>성별 : 남</p> <p>거주지 : 경기도 성남시</p> <p>장비 : 노트북 <input type="checkbox"/> 데스크탑 <input checked="" type="checkbox"/> 스마트폰 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>취미 : 낚시</p>	<p>· 주요 사용 목적 손자, 손녀에게 선물로 줄만한 완구와 세일 중인 낚시 용품이 있는지 상품 검색을 하는 용도로 앱을 사용하나 앱을 이용한 결제에 어려움을 느껴 결제는 회사에 있는 데스크탑을 이용한다.</p> <p>· 일상 생활 모습 주 중에는 매일 새벽 지하철을 이용하여 출근하고, 늦은 시간 지하철을 이용해 퇴근한다. 주말은 매주 가까운 거리의 낚시터로 낚시를 하러 간다. 자주 방문하는 낚시터들 인근에는 임대해 주고 있는 건물들이 있다. 멀리 떨어져 사는 손자, 손녀들을 위한 선물을 구매해 놓고 명절 때 방문하면 선물하는 것이 생활의 즐거움이다. 출퇴근 시간과 물고기를 기다리는 시간에 앱을 이용해 상품을 살펴보는 것이 습관이 되었다.</p> <p>· 차별점 나보다는 손자, 손녀를 위한 구매</p>

[그림 3-5] 쇼핑앱 사용자를 가정한 페르소나 예

학습 3 교수·학습 방법

교수 방법

- 사용자에게 리서치 참여를 요청하는 단계에서부터 사용자와 직접 대면하거나 사용자에게 전달되는 설문지의 내용 등이 사용자에게 전달하는 느낌, 태도 등을 신중하게 고려하고 반영하여야 함을 전달한다.
- 사용자리서치 과정과 결과에 대한 작은 노트 등도 누락되지 않고 다루어야 하는 자료임을 이해하고 수행을 진행하도록 지도한다.
- 친화도법 적용을 위한 워크숍 진행 등에 개방된 분위기에서 자유로운 의견 교류가 이루어 질 수 있도록 안내한다.
- 분석 결과를 향후 UI/UX 업무에 어떻게 반영할 것인지에 대해 충분한 검토와 기록이 수행되도록 지도한다.
- 분석 결과가 향후 보존되고 팀에서 공유되는 방법에 대해서도 의견을 나누어 보도록 지도한다.
- 외부의 사용자리서치 결과를 수집해 사용하는 경우 법적으로 문제가 없는지 검토하고 문제가 없이 수집되고 사용될 수 있도록 안내한다.
- 탐색 단계의 결과물들이 이후의 정의 단계에서 어떻게 활용되는지 학습자가 이해할 수 있도록 지도한다.
- 학습자들이 참여할 수 있는 외부의 실제 사용자리서치가 있는 경우 이러한 실제 사용자 리서치에 학습자들이 사용자로서 참여할 수 있도록 정보를 제공한다.
- 필요시 학습내용과 관련된 업무를 실제 수행하고 있는 현업의 인력들이 실무상의 제약, 어려움을 포함한 정보를 전달할 수 있는, 실무자와의 만남 시간을 제공한다.
- 공개에 문제가 없는 학습내용과 관련된 실제 업무에 따른 결과물들을 수집하여 학습자에게 사례로 전달해 학습수행과정 중에 참조자료로 활용할 수 있도록 하고 실무에서의 자료의 구성, 수준, 내용, 규모를 평가해 볼 수 있도록 한다.
- 반복적으로 학습과정이 개설되는 경우 선배 학습자들이 수행하며 작성한 결과물들을 참고자료, 토의 자료로 활용한다.

학습 방법

- 수행 결과 리뷰를 위한 토의 과정은 수행의 과정, 결과에 대한 지적이 아니라 보다 나은 개선사항 도출을 위한 생산적 과정임을 이해하고 적극적으로 토의에 참여한다.
- 수행의 준비, 진행, 리뷰의 전 과정에서 적합한 기록을 적합한 시점에 적절한 수준으로 남기는 것이 결과에도 중요한 영향을 미친다는 것을 이해하고 문서 및 기록을 성실하게 작성한다.
- 친화도법 적용 등을 진행하는 과정에서 타인의 의견에 대한 즉각적인 판단보다 우선 이를 수용하고 이후 도출된 여러 아이디어와 복합적으로 판단하는 태도로 임한다.
- 분석 결과가 향후 UI/UX 업무에 어떻게 영향을 주고 반영되어야 하는지를 고려하여 본다.
- 사용자 여정 맵, 페르소나 등 시각적으로 표현되는 결과물 작성 시 결과물의 미적 완성도 보다는 내용과 표현방법을 중심으로 고민하여 결과물을 작성한다.
- UI/UX 와 관련한 디자인 방법론은 반복을 기본으로 하는 프로세스를 갖는 활동임을 이해하고 이전 단계의 결과물에 현 단계의 결과물에 담긴 변경을 반영하는 작업을 수행해 본다.
- 인터넷 검색 등을 활용하여 사용자 여정 맵, 페르소나 사례를 조사하여 참조하고, 이에 담긴 시각적인 표현법, 단어, 문장에 의한 표현법 등에 대한 자료를 모아 본다.
- 다이어그램 도구, 그래픽 편집 소프트웨어 등 시각적인 표현이 포함된 결과물 작성에 사용되는 어플리케이션들을 조사하고 그 사용법을 학습한다.
- 결과물들이 이후 단계의 업무에서 어떻게 활용되고 이후 단계의 업무에 의해 어떻게 변경될지를 예측하고 토의하여 본다.

학습 3 평가

평가 준거

- 평가자는 학습자가 수행 준거 및 평가 시 고려사항에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음사항을 평가한다.

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
니즈 분석 및 결과보고서 작성	- 사용자리서치 결과 데이터를 분석하고 숨겨진 니즈를 도출할 수 있다.			
	- 조사결과를 분석하여 이슈 단위로 리서치 결과를 정리하고 보고서를 작성할 수 있다.			
페르소나 작성	- 사용자의 경험 특성이 갖는 공통점에 따라 페르소나를 작성할 수 있다.			

평가 방법

- 일지/저널

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
니즈 분석 및 결과보고서 작성	- 사용자리서치 결과 데이터에 대해 적절한 분석과 니즈 도출을 수행			
	- 사용자리서치 결과에 대해 적절한 내용을 담은 보고서를 작성			
페르소나 작성	- 사용자의 경험 특성이 갖는 공통점에 따라 적절한 페르소나를 작성			

• 문제해결 시나리오

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
니즈 분석 및 결과보고서 작성	- 사용자리서치 결과 데이터를 분석하고 숨겨진 니즈를 도출			
	- 조사결과를 분석하여 이슈 단위로 리서치 결과를 정리하고 보고서를 작성			
페르소나 작성	- 사용자의 경험 특성이 갖는 공통점에 따라 페르소나를 작성			

• 평가자 질문

학습내용	평가항목	성취수준		
		상	중	하
니즈 분석 및 결과보고서 작성	- 주어진 사용자리서치 사례 데이터로부터 숨겨진 니즈를 도출			
	- 주어진 사용자리서치 사례 데이터로부터 이슈 단위로 리서치 결과를 정리하고 보고서를 작성			
페르소나 작성	- 주어진 사용자의 특성을 페르소나에 적절히 반영			

피드백

1. 일지/저널
 - 수행결과로 작성된 문서를 검사하여 부족한 점과 잘된 점을 표시하여 돌려준다.
2. 문제해결 시나리오
 - 수행결과로 작성된 문서를 검사하여 누락된 점과 필요이상으로 과도한 점을 표시하여 돌려준다.
3. 평가자 질문
 - 평가자 질문에 대한 답변의 적절성, 보다 깊은 이해를 필요로 하는 내용과 평가 사유를 기록하여 돌려준다.



- Affinity diagramming. <http://www.usabilitybok.org/affinity-diagram>.
- Albert, William · Tullis, Thomas · Tedesco, Donna (2013). 『알기쉬운 UX 디자인평가-대규모 온라인 사용성 조사 가이드(Beyond The Usability Lab)』. 유호석 · 이지훈 · 김도균(역). 지앤선
- Albert, William · Tullis, Thomas (2008). Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics. Interactive Technologies. New Riders Publishing.
- Design Council 2005, <http://www.designcouncil.org.uk/designprocess>
- Kuniavsky, Mike (2003). Observing the User Experience Knowledge.
- Nielsen, Jakob (1994). Usability Engineering. New Riders Publishing.
- Nielsen, Jakob (1999). Designing Web Usability. New Riders Publishing.
- Nielsen, Jakob (2012). Mobile Usability. New Riders Publishing.
- Project Management Institute, Inc. A Guide to the Project Management Body of Knowledge(5th)(2013).
- Tulathimutte, Tony and Nate Bolt (2011). Remote Research. Rosenfeld Publishing.
- Unger, Russ · Chandler, Carolyn (2012). A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making (2nd Edition). New Riders Publishing.
- usability.gov. User Experience Basics. <http://www.usability.gov>

NCS 학습모듈 개발진

(대표집필자)

(집필진)

(검토진)

(공동개발기관)

김제호(밸류원컨설팅)

(연구기관)

옥준필(한국직업능력개발원)

김상진(한국직업능력개발원)

김성남(한국직업능력개발원)

김지영(한국직업능력개발원)

문한나(한국직업능력개발원)

김나래(한국직업능력개발원)

*표시는 NCS 개발진임

※ 본 학습모듈은 자격기본법 시행령 제8조 국가직무능력표준의 활용에 의거하여 개발하였으며
저작권법 25조에 따라 관리됩니다.

※ 본 학습모듈은 <http://www.ncs.go.kr>에서 확인 및 다운로드할 수 있습니다.



www.ncs.go.kr