

# UX/UI 웹 디자인 (디지털 디자인) 구직자과정

교과목 : 시각디자인 리서치

# 시각디자인 리서치

- 교육 기간 : 8/21 ~ 8/24(4.x일)
- 교육 내용
  - 시장 환경 조사하기
  - 디자인 트렌드 분석하기
  - 사용자 분석하기
- 교육 결과
  - 벤치마킹
  - SWOT 분석
  - 페르소나 모형

# 리서치

- 연구(研究, 영어: research)는 지식에 대한 탐구를 기반으로 한 인간의 활동이며 세상의 여러 측면에 대하여 인간이 새롭게 알게 되었거나 이미 존재하던 지식의 발견, 해석, 정정, 재확인 등에 초점을 맞추는 체계적인 조사를 일컫는 말이다.
- 문헌조사
  - 출판물, 논문, 신문·잡지 기사
- 측정 조사
  - 사물의 속성을 수치화하는 대상물을 측정하는 조사
- 사용자 조사
  - 사람들의 행동과 생각

# 리서치 자료

- 정량적 자료
  - 정부나 연구기관, 기업의 공시 자료 등의 수치화된 데이터
- 정성적 자료
  - 사회적 현상이나 사람의 감정과 같이 수치화하지 못하는 자료

# 디자인 방법론

- 전통적인 시장 조사
- 문화 기술적인 연구
- 사용자 경험 연구
- 전형적인 디자인 연구
- 혼합 리서치

# 웹과 웹 기획

- 월드 와이드 웹(WWW, World Wide Web)
  - 세계 규모의 거미집 또는 거미집 모양의 망이라는 뜻으로, 하이퍼텍스트(hypertext)라는 기능에 의해 인터넷에 분산되어 존재하는 온갖 종류의 정보를 통일된 방법으로 찾아볼 수 있게 하는 광역 정보 서비스 및 소프트웨어를 일컫는다.
  - WWW 또는 웹(Web)이라고 부르며, 1989년 스위스 제네바에 있는 유럽 원자핵 공동 연구소(CERN)의 [팀 버너스 리\(Tim Berners-Lee\)](#)가 제안한 것으로, 인터넷을 이용하기 쉽게 만들어 인터넷을 크게 활성화한 주역으로 각광받고 있다. 그 이유는 웹이 문자 정보가 대부분이었던 이때까지의 통신에 의한 정보 전달 방법과는 달리 문자, 화상, 음성에 더하여 다양한 표현 방법을 가능하게 만들었기 때문이다.

# 웹과 웹 기획

- 웹 사이트(Web Site)
  - 인터넷에서 사용자들이 정보를 필요로 할 때 언제든지 그것을 제공할 수 있도록 웹 서버에 정보를 저장해 놓은 집합체를 말한다.
  - 사용자들은 인터넷을 통해 정보를 제공하는 프로그램인 웹 서버에 접속한 다음 특정 웹 사이트에 들어가서 정보를 검색한다.

# 웹과 웹 기획

- 웹 호스팅(Web Hosting)
- 도메인(Domain)
- 닷홈([www.dothome.co.kr](http://www.dothome.co.kr))
  - 회원가입 후 무료 호스팅 신청



# 웹과 웹 기획

순서	능력단위	일정	산출물
계획 수립 및 분석	디지털디자인 프로젝트 분석	5	페르소나 SWOT
콘텐츠 구성	프로토타입 기초데이터 수집 및 스케치	5.x	벤치마킹 섬네일 스케치
설계	디자인 구성요소 설계	9.x	정보 구조 스토리 보드
	프로토타입 제작 및 사용성 테스트	5.x	프로토타입
	UI 디자인	11.x	화면 디자인
개발/제작	디자인 구성요소 제작	13.x	스타일 가이드
	구현	5.x	HTML 코딩
	구현응용	5.x	프로그래밍
테스트/런칭	수정 보완	7.x	유효성 검사

# 요구 분석 - 요구사항 정의서

프로젝트의 개요, 목표, 예산, 업무 흐름, 시스템 필수 요소, 기능적 요구 등 클라이언트의 요구 사항과 프로젝트의 범위를 규정짓기 위해 클라이언트가 작성하게 되는 문서

구성 요소	내용
기업 일반 사항	회사명, 인원, 해당 산업군, 주요 서비스 등
프로젝트 개요	구축 목적, 구축 배경, 기대 효과, 예산, 일정 등
기능적 요구 사항	H/W, S/W, OS, Data Base, 서비스 환경, 필수 요소 등
디자인 제약 조건	기업 CI 사용 규정, 기업 선호 색상, 디자인 콘셉트 등
업무 흐름	의사 결정권자 및 프로젝트 매니저, 업무 흐름도 등

# 사용자 성향 및 행동 패턴 분석

- 사용자 분석은 인터랙션을 기반으로 하는 디지털 디자인 과정의 첫 번째 단계이자 가장 중요한 단계로, 반복적이면서 지속적으로 이루어져야 한다.
- 사용자 성향을 분석할 때에는 사용자의 해당 매체 사용성, 숙련 정도, 개인적인 특성 등을 고려하여야 한다.
- 사용자 조사 방법
  - 관찰, 설문 조사, 인터뷰, FGI, 민족지학 방법

# 사용자 성향 및 행동 패턴 분석

- FGI(Focus Group Interview)
  - FGI는 정성적 조사의 대표적 방법 중 하나로, 집단 심층 면접 조사 또는 표적 집단 면접 조사라고 한다.
  - FGI는 특정 목적을 위해서 준비한 주제로 그 목적에 따라 모인 소수(5-8인) 그룹을 인터뷰하여 집단 반응과 개인 반응 등을 통합해 분석하여 가설을 추출하고 검증하는 등 목적에 따라서 대상을 관찰하고 분석하는 방법이다.
  - 참조 : <http://servicedesignplatform.com/archives/331>

# 사용자 성향 및 행동 패턴 분석

- 민족지학 방법(Ethnography Methods)
  - 현지 조사 방법의 하나로, 실제 환경에서 대화, 질문 등을 통해 조사 대상자와 상호 작용을 하면서 그의 행동, 신념, 선호 등을 자세하고 깊이 있게 관찰하며 조사한다.
  - 에스노그래피 조사는 다양한 장소와 상황에서 이루어지기 때문에, 조사 대상자의 의식주 양식뿐만 아니라 일하고 여가를 즐기는 모든 방식을 보다 정확하게 파악할 수 있다.

# 페르소나 모형

- 정의
  - 디자인 프로젝트상에서 실제 사용자를 대표하는 가상의 인물
- 목적
  - 핵심 사용자층에 속하는 대표적인 사용자의 행동 패턴 및 라이프 스타일 등 사용자 경험(User Experience)을 예측하는 것이므로, 가상의 인물일지라도 구체적이고 자세하게 정의되어야 한다.
- persona는 평균적으로 20~30명의 사용자를 대상으로 개별 리서치를 하면 4~6가지의 'persona'가 작성된다.
- 주요 구성요소
  - 사진, 이름, 개인 설명 등의 몰입을 도와주는 요소들
  - 목표, 태도, 행동, 환경, 숙련도, 불만족도, 니즈 등

# 페르소나 모형 (예시1)

## persona



이름 : 정다운(이태균) - 여자  
나이 : 20  
직업 : 학생, 피팅모델  
사는곳 : 서울특별시  
취미 : 남자쇼파물 서핑하기, 남성잡지보기,  
사진찍기

## behavior

평소 자신이 좋아하는 보이쉬한 스타일로 개성을 표현하며 살아가고 있다. 그러나 일상생활에서 그녀는 남자로 오해받기 쉽상이다. 사람들의 시선때문에 사람이 많은 곳을 피하게 되고, 개성을 인정받고 싶어한다.

## attitude

여자가 멋있으면 안되지?  
개성 인정받고 싶어!

## keyword

개성

오픈마인드

## purpose

개인의 자유와 인권을 보장하는 사회이지만 보수적인 편견때문에 불편함을 겪고 있는 사람들을 위해 한 사람의 자유와 개성을 인정하고 표현할 수 있는 마인드를 갖도록 하는 것이 목표!

# 정보 수집

- 온라인 매체를 이용하는 방법
  - 인터넷 검색, 소셜 네트워크 서비스 분석, 통계, 학술 자료, 설문 조사 등
- 오프라인 매체를 이용하는 방법
  - 관찰, 인터뷰, 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview), 신문, 비즈니스 트렌드 잡지 및 도서 등



# 거시·미시 환경 분석

- 거시 환경(STEEP) 분석, p23
  - 사회적(Social) 환경, 기술적(Technological) 환경, 경제적(Economic) 환경, 생태학적(Ecological) 환경, 정치적(Political) 환경의 5가지 요소
  - 기업의 활동에 영향을 주는 외부적 요인을 파악하는 방법을 말한다.
  - 5가지 요소의 영문 첫 글자를 조합하여 STEEP 분석법이라고도 한다.

# 거시·미시 환경 분석

- 미시 환경(Internal) 분석, p24
  - 기업의 내부적 환경과 공급자, 클라이언트, 경쟁자들, 관계자들의 상황과 동향 등을 파악하는 방법을 말한다.
  - 대표적인 방법으로 소비자(Customer), 경쟁사(Competitor), 자사(Company)를 분석하는 3Cs 분석법이 있다.

# SWOT 분석

- SWOT분석은 프로젝트 전략 수립의 필수 기법
- 분석하고자 하는 대상 기업의 내부 요인 상황과 경쟁자와 비교한 강점(Strength), 약점(Weakness),
- 그리고 자사를 제외한 외부 환경인 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 네 가지를 분석한다.
- SWOT 분석 전략 4가지
  - SO, ST, WO, WT

# SWOT 분석

- SO(Strength, Opportunity) 전략
  - 내부도 강하지만 외부의 기회에도 강한 SO분석법은 기존 시장 장악은 물론 신규 시장 진출에 용이하다.
- ST(Strength, Threat) 전략
  - 내부는 강하지만 외부의 위협이 도사리고 있는 ST분석법은 기존 시장 침투 및 확장의 장점과 단점을 각각 가지고 있다.

# SWOT 분석

- WO(Weakness, Opportunity) 전략
  - 내부는 약하지만 외부의 기회가 있는 WO분석법은 핵심 역량 강화라는 장점과 시장을 선도하고 있는 서비스와의 제휴를 통해 발전의 여지가 있는 전략이다.
- WT(Weakness, Threat) 전략
  - 내부가 약할뿐더러 외부의 위협도 존재하는 WT분석법은 내, 외부 모두 각각의 위험이 도사리고 있으므로 시장 철수를 어느 시점에 어떠한 방식으로 진행할지를 분석하는 전략이다.

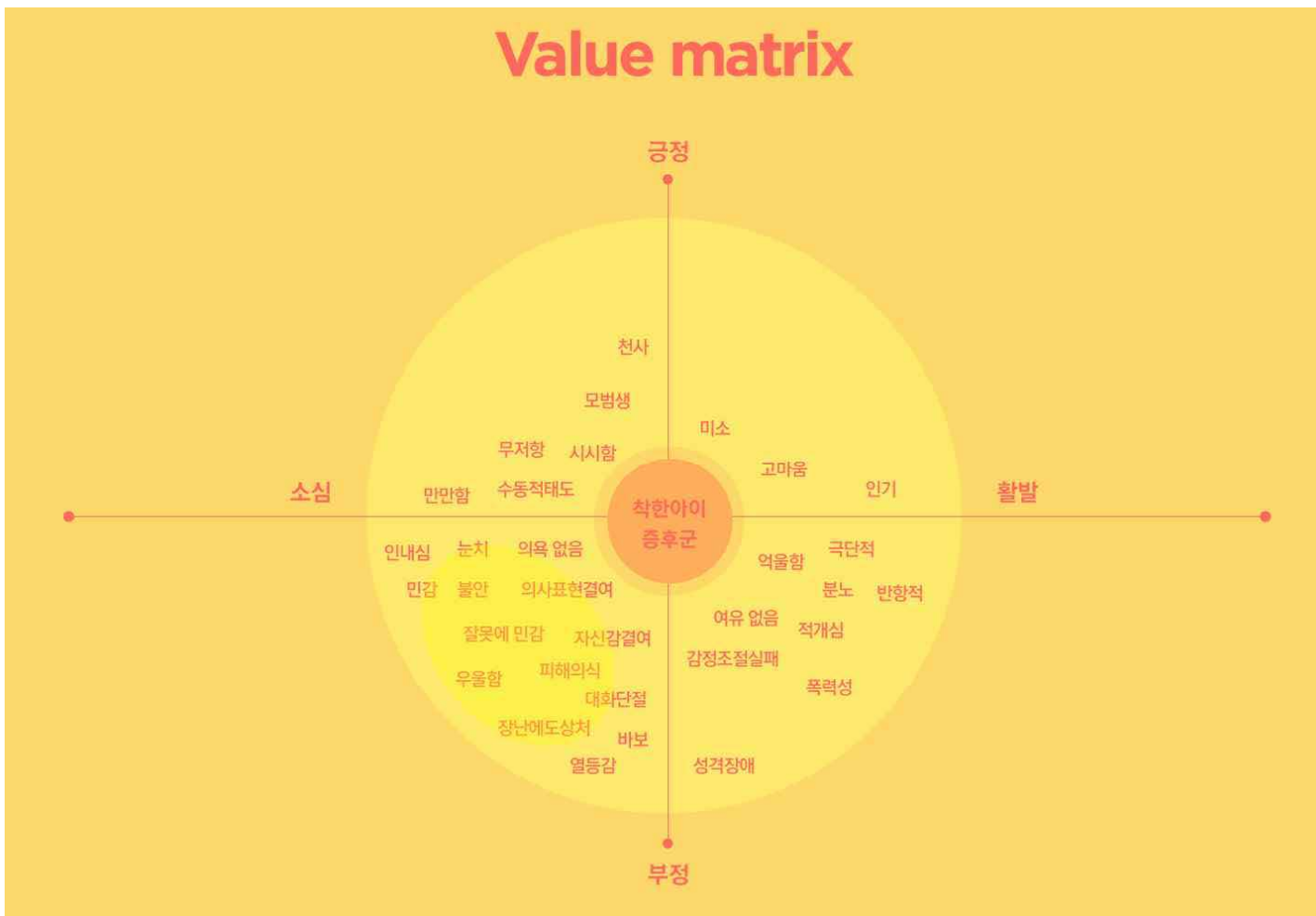
# SWOT 분석 - 예시1

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 성향의 고급화</li> <li>• 주 5일 근무제 실시로 레저문화 확산 -&gt;캐주얼 의류 소비 증가</li> <li>• 자신이 좋아하는 브랜드에 매니아층 형성</li> <li>• 많은 유명 연예인들이 ooo 의류 착용</li> <li>• 백화점과 대리점의 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이미테이션 상품의 범람</li> <li>• 국내 중저가 브랜드의 강세</li> <li>• 청바지 전문 브랜드 이외의 인기 브랜드 증가</li> <li>• 이라크 전쟁 전후로 반미 감정 고조</li> </ul>
Opportunity	Threat
<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 높은 인지도와 신뢰도</li> <li>• ooo 고유의 제품 차별화</li> <li>• 효과적인 전국적 유통망 형성</li> </ul>	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비교적 높은 가격</li> <li>• 고객과의 커뮤니케이션 부족</li> <li>• 서비스의 부족</li> </ul>

# 내부 환경 분석

- 밸류 매트릭스(Value Matrix) 분석
  - 기업의 아이덴티티와 서비스 포지셔닝 및 핵심 가치를 설정하기 위한 방법으로,
  - 각각 상반되는 키워드를 X축과 Y축으로 구분하여 기입하며, 제공하고자 하는 서비스의 포지셔닝을 통해 프로젝트의 가치 및 콘셉트를 도출하고 가중치를 어디에 둘 것인지를 규정한다.
  - 프로젝트 전체를 대상으로 수행하기도 하고 사용자 타깃별, 콘텐츠 및 기능별 등 세부적인 항목을 도출하여 각각의 가치 포지셔닝을 수행할 수 있다.

# 밸류 매트릭스


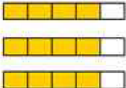
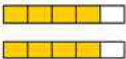
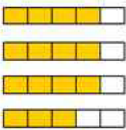
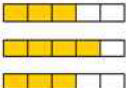
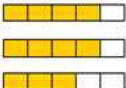
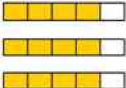




# 벤치마킹(Benchmarking)

- 경쟁 상품 사례 조사(Benchmarking)란, 경쟁 상품이나 우수한 상품을 대상으로 삼아 자기 상품과 성과 차이를 비교하고, 경쟁력 있는 차별화 전략을 수립하는 마케팅 기법이다.
- 디지털 디자인 분야에서는 경쟁 상품 사례 조사를 통하여 기술, 디자인, 마케팅 등 다양한 관점에서의 차별화된 가치를 도출할 수 있다.

# 벤치마킹(Benchmarking)

분석대상	분석 기준	주요내용 및 평가방법
	<b>Contents</b> <p>연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가? 서비스에 적당한 콘텐츠인가? 차별화 된 콘텐츠는 만족스러운가?</p>	 <p>주요 콘텐츠의 효과적인 배열 각 산하병원 통합화가 돋보임</p>
	<b>UI</b> <p>사용성이 높은 UI구조인가? 네비게이션은 효율적인 구조인가?</p>	 <p>타 사이트와 차별성 있고 손쉬운 UI 구조와 네비게이션</p>
	<b>Visual</b> <p>디자인은 세련되었는가? 동적요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띄는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?</p>	 <p>이전의 비주얼 영역의 극대화로 브랜딩 도모 의도가 엿보임.</p>
	<b>Marketing</b> <p>마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가? 고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?</p>	 <p>특화콘텐츠 등과 이벤트 등을 등 하여 고객 유대를 형성하고자 함</p>
	<b>Theme &amp; Message</b> <p>주제 및 사이트 컨셉이 명확한가? 말하고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 매뉴가 존재하는가?</p>	 <p>비주얼적 메시지 이외, 브랜드에 서 느낄 수 있는 핵심 메시지 모호</p>
	<b>Support</b> <p>고객지원 요소는 충분한가? 고객지원 정보의 접근성은? 정보의 비교 및 습득이 용이한가?</p>	 <p>방문객을 위한 세심한 배려 흔적 눈에 뵈</p>

# 콘셉트 시각화

- 정의
  - 광고·디자인 등에서, 그 속에 담고자 하는 기본적인 생각.
- 콘셉트를 시각화할 수 있는 디자인 요소
  - 컬러, 이미지, 타입, 레이아웃

# 콘셉트 시각화

- 컬러(Color)
  - 사용자에게 해당 상품에 대한 첫 인상으로서 연상 작용을 일으키는 매우 중요한 요소이다.
- 이미지(Image)
  - 해당 상품에 대한 키워드를 시각적으로 구체화시키는 요소로서 사진, 그림, 동영상 등으로 표현된다.

# 콘셉트 시각화

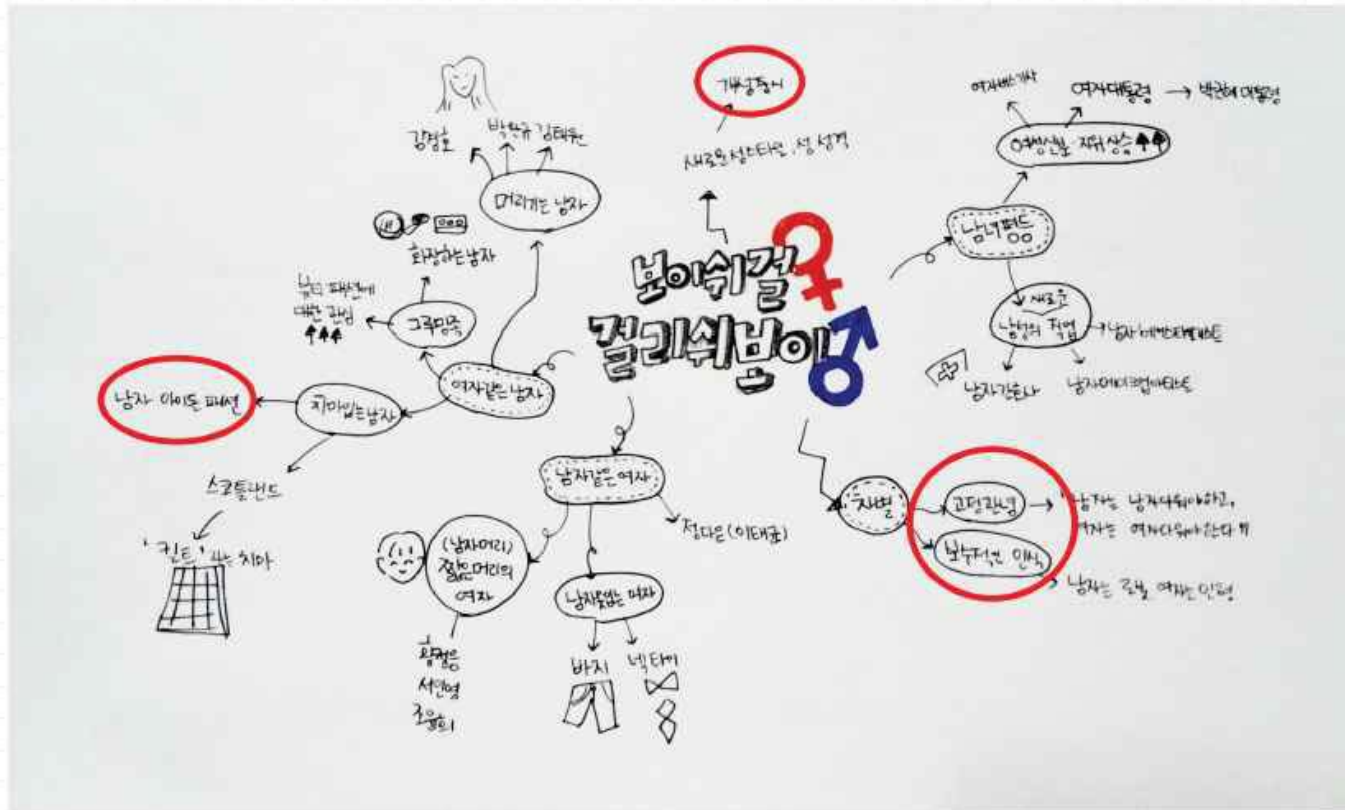
- 타입(Type)
  - 가독성을 중심으로 본문 내용에서 주로 다루어지는 요소이나, 시각적 이미지로 사용되기도 한다.
- 레이아웃 (Layout)
  - 앞 3가지 요소의 조화에 의한 결과로, 디지털 디자인 분야에서는 주로 사용성을 중심으로 이루어지는 요소이나 때로는 실험적인 시도도 가능하다.

# 마인드 맵(Mind Map)

- 정의

- 마인드 맵'은 직선적 노트하기에 대한 대안으로 제시된 기법으로 보편적인 브레인스토밍 툴인 동시에 정보, 데이터들 간의 연결고리 구축을 위해 활용된다.
- 이 기법은 마음속에 지도를 그리듯 줄거리를 이해하며 정리하는 방법이다.

# 마인드 맵(Mind Map) – 예시1



보수적 인식, 고정관념, 개성증시, 아이돌 패션

# Quiz

- 리서치 자료란?
- 디자인 리서치 방법론?
- 트렌드와 유행을 비교?
- 사용자 조사 방법?
- 포지셔닝의 의미?
- 디자인 리서치의 의미?
- 디자인 리서치 방법론?
- 경쟁자 및 수요 조사 분석 방법?
- 에스노그래피 인터뷰?
- 디자인 스타일 트렌드 자료의 시각화 능력?