

UX/UI 웹디자인 (디지털디자인) 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 수치화 하지 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, 하이パーテ克斯트(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 베너스 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)
 - 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, 패팅모델
사는곳 : 서울특별시
취미 : 남자쇼핑몰 서핑하기, 남성잡지보기,
사진찍기

behavior

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

attitude

여자가 멋있으면 안되?
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.

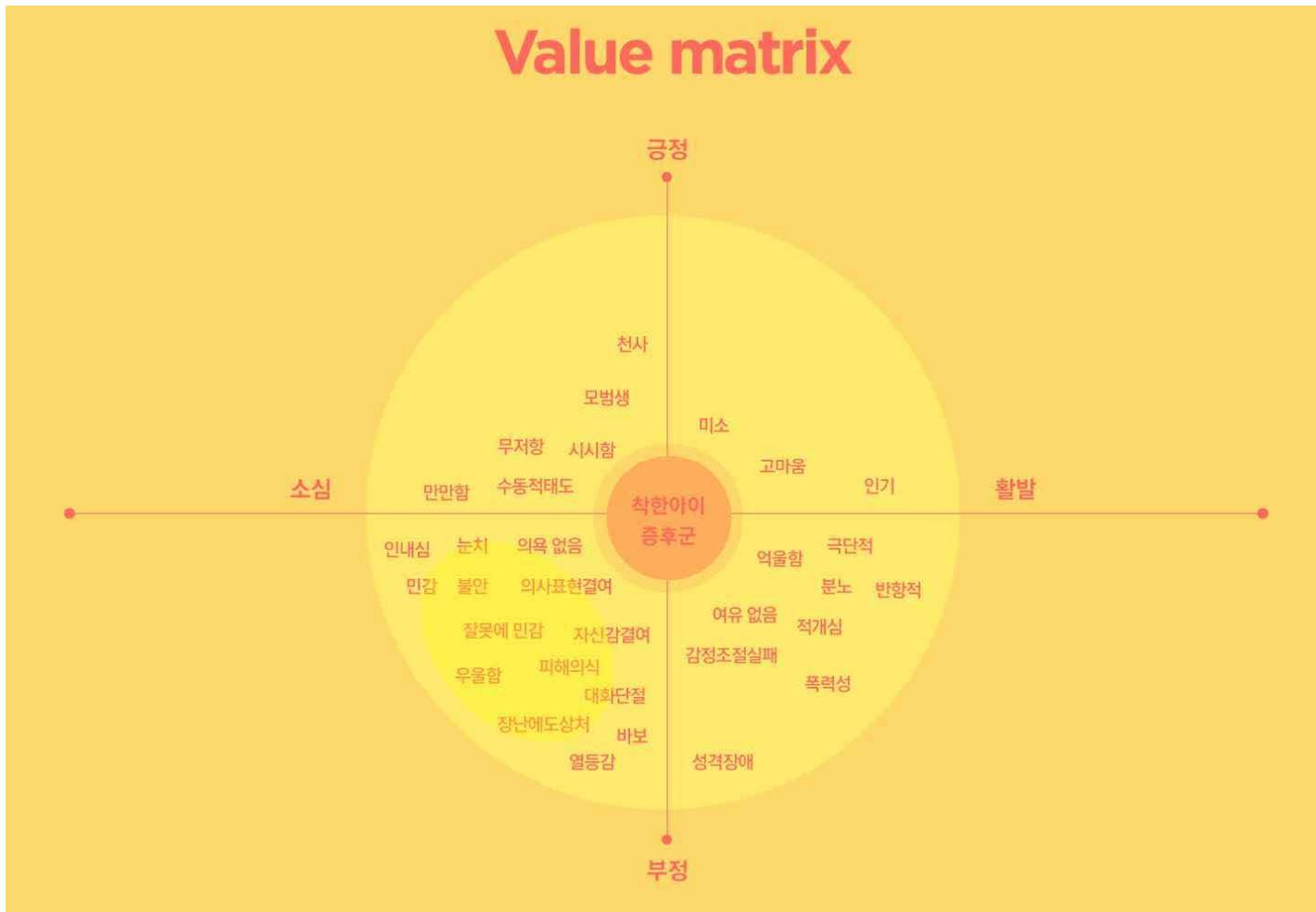
SWOT 분석 - 예시1

<ul style="list-style-type: none">소비자 성향의 고급화주 5일 근무제 실시로 레저문화 확산 -> 캐주얼 의류 소비 증가자신이 좋아하는 브랜드에 매니아층 형성많은 유명 연예인들이 000 의류 착용백화점과 대리점의 확대	<ul style="list-style-type: none">이미테이션 상품의 범람국내 중저가 브랜드의 강세청바지 전문 브랜드 이외의 인기 브랜드 증가이라크 전쟁 전후로 반미 감정 고조
Opportunity	Threat
Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">높은 인지도와 신뢰도000 고유의 제품 차별화효과적인 전국적 유통망 형성	<ul style="list-style-type: none">비교적 높은 가격고객과의 커뮤니케이션 부족서비스의 부족

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.

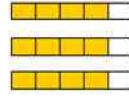
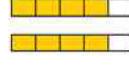
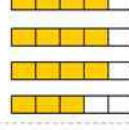
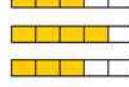
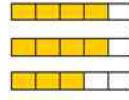
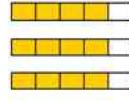
밸류 매트릭스



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
	Contents 연계성이 높고 소개 컨텐트로써 성실한가? 서비스에 적당한 컨텐트인가? 차별화 된 컨텐트는 만족스러운가?	 주요 컨텐트의 효과적인 배열 각 산하병원 통합화가 돋보임
	UI 사용성이 높은 UI구조인가? 네비게이션은 효율적인 구조인가?	 타 사이트와 차별성 있고 손쉬운 UI 구조와 네비게이션
	Visual 디자인은 세련되었는가? 동적요소가 있는가? 주요 요소가 눈에 띄이는가? 이벤트 및 홍보 영역이 있는가?	 만의 비주얼 영역의 극대화로 브랜딩 도모 의도가 엿보임.
	Marketing 마케팅 지원 가능한 컨텐트가 있는가? 고객 로열티를 높일 컨텐트가 있는가? 이벤트 및 프로모션 정도는?	 특화컨텐츠 등과 이벤트 등을 통 하여 고객 유대를 형성하고자 함
	Theme & Message 주제 및 사이트 컨셉이 명확한가? 말하고자 하는 요소 파악이 분명한가? 메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?	 비주얼적 메시지 이외, 브랜드에 서 느낄 수 있는 핵심 메시지 모호
	Support 고객지원 요소는 충분한가? 고객지원 정보의 접근성은? 정보의 비교 및 습득이 용이한가?	 방문객을 위한 세심한 배려 혼자 눈에 띌

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.

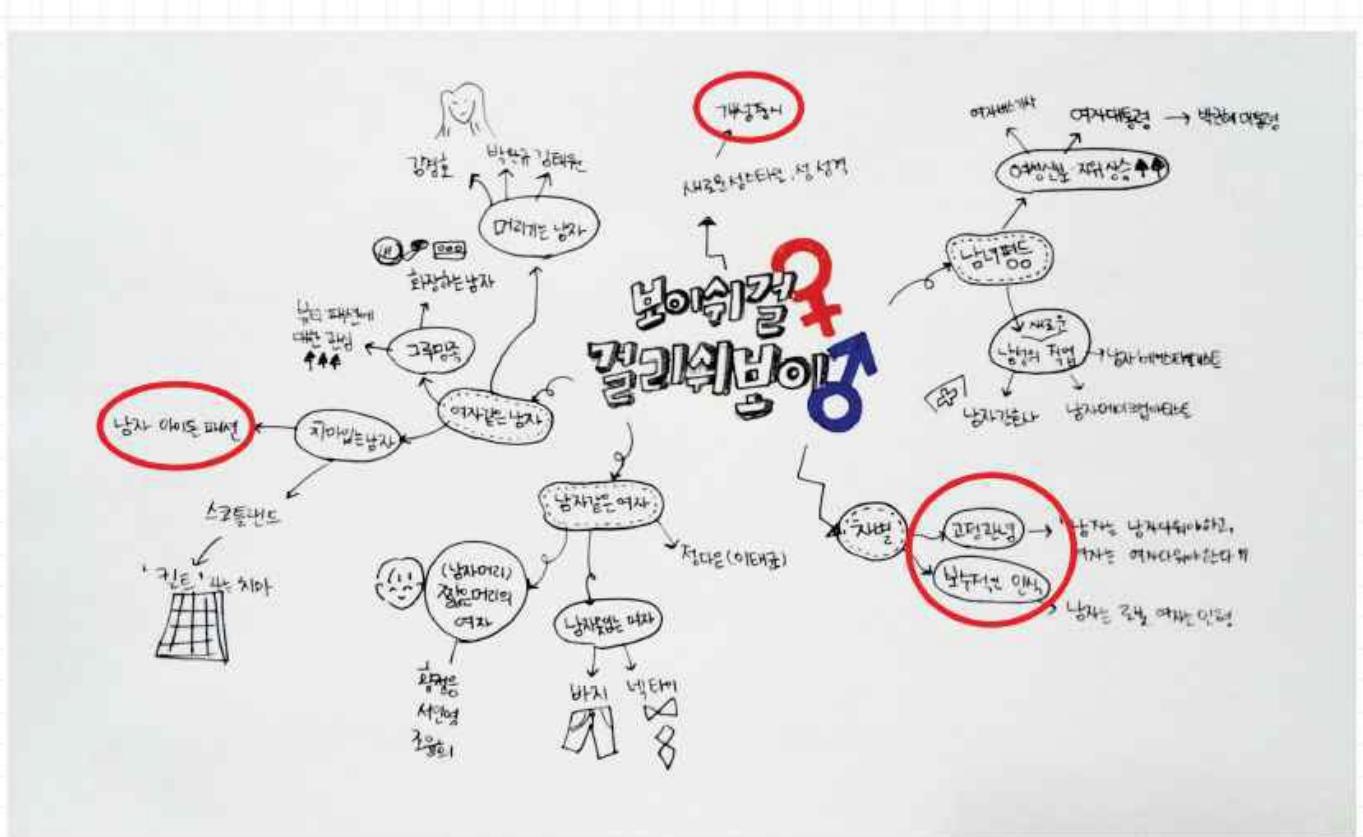
콘셉트 시각화

- 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 이해 하며 정리하는 방법이다.

마인드 맵(Mind Map) – 예시1



보수적 인식, 고정관념, 개성중시, 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 트랜드 자료의 시각화 능력?