

홈페이지 제작을 위한 사용자 조사 분석

양정민

수제 맥주 홈페이지 제작에 앞서 잠재 사용자층의 성향을 파악하기 위한 페르소나 작성

1. 사용자 유형 선발

성명	백 여 울
연령대	20대 중반~ 20대 후반
성별	여성
선호도	트렌디/뚜렷함/편리함/디자인적 요소
숙련도	유행에 민감하며, SNS 활동을 활발히 하는 인플루언서
태도 및 특성	SNS 알림에 즉각적인 반응을 하며, 수제 맥주 팝업스토어 또는 펍을 자주 방문하며, 수제 맥주 품평을 좋아하여 지인들과 주말에 품평회를 열어 SNS에 올려 반응을 보는 것을 좋아한다.
주 사용기기	아이폰/아이패드/애플워치/맥북
주요 방문 맥주 사이트	제주 맥주/카브르/아트몬스터/고릴라브루잉
경험 여부	주로 SNS로 접속함
수제 맥주 외 방문 사이트	유튜브/맥주 축제/캠핑

2. 페르소나 작성

기 본 정 보
나이 : 26세 수입 : 월 210 (인플루언서 부수입 포함) 결혼여부 : 미혼 직업 : 웹디자이너 가족관계 : 부모님, 2남 1녀 막내 취미 : 캠핑가서 맥주 먹기

행 동

- 직업이 웹디자이너라서 맥주라벨 디자인에 관심이 많아 작업할 때 색감을 참고하는 편이다.
- 유튜브와 Zara 사이트를 자주 방문하는 것을 보아 본인이 추구하는 뚜렷한 취향이 있다.
- 활동적인 것을 좋아해서 주말을 이용하여 다른 지역의 수제 맥주를 먹으러 가며, 집에서 시간을 보내는 것을 좋아하지 않는다.
- 주로 인스타그램에 새로운 소식들이 올라오기 때문에 핸드폰을 손에서 놓지 않는다.
- 맥주 홈페이지를 들어가면 기본적으로 회사소개와 상품 소개밖에 없어서 좀 더 자세한 정보를 인스타그램이나 주변 지인들을 통해서 얻는 편이다.

니즈 / 불편사항

- 홈페이지 메인을 보게 되면, 색감을 주로 어두운 계열을 사용하여 답답함이 느껴져 밝은 색상의 계열을 사용하여, 시선을 사로잡을 수 있었으면 좋겠다고 한다.
- 맥주에 대해서 잘 아는 사람들은 상품의 간결한 설명만 봐도 '어떤 맛이겠구나' 알 수 있지만 잘 모르는 사람들은 알기가 어려우므로 맛에 대한 설명이 좀 더 풍부하고, 누가 봐도 이해하기가 쉬운 단어로 작성해주었으면 한다.
- 사이트에 검색하면 블로그, 홈페이지, SNS 중 선택해서 보게 되는데, 홈페이지 보다는 SNS로 확인하는게 더 편하고 익숙하기 때문에, 홈페이지에 방문해서 상품을 구매하거나 양조장 투어 방문을 예약하게 되면 거기에 따른 혜택이 있었으면 한다.
- 자기가 좋아하는 맥주 취향을 선택하게 되며, 거기에 맞는 추천 맥주와 음식을 확인할 수 있는 부분이 있었으면 좋겠다고 한다.

가치 목표

- 메인화면은 어두운 색상보다는 밝은 계열을 사용해야 한다.
- 상품의 설명은 너무 전문적인 단어보다는 이해하기 쉬운 단어를 사용해야 한다.
- 글로서만 상품을 선택해야 하므로 좀 더 사용자의 취향에 맞는 상품을 이용하실 수 있게 하는 여러 개선 방안이 요구된다.

해결 방안

- 밝은 계열의 색상을 사용한다.
- 상품의 주된 포인트의 부분을 폰트 크기 조절로 강조하고, 같이 먹으면 좋은 음식을 추가적으로 명시해놓는다.
- 사용자의 취향에 맞는 상품을 알 수 있도록 사용자의 취향을 선택하면, 별도의 창을 만들어 비슷한 계열의 상품을 알려드리는 기능을 제공한다.

맥락 시나리오

백여울씨는 20대 중반의 웹디자이너 회사원으로써 여러 홈페이지를 보게 되는데, 그 중 본인이 제일 좋아하고 관심 있는 수제 맥주 홈페이지를 회사에 있을 때 자주 접속하는 편이다. 디자이너다 보니 보기 편안하고 색감에 민감한편이라서, 수제 맥주 홈페이지가 다 비슷하고, 어두운 계열의 색상을 쓰다 보니 무엇을 말하고 싶은지, 우리는 이런 맥주가 주된 특성이라는 걸 알기가 어려웠으므로 홈페이지보다는 인스타그램으로 주로 소식을 접하는 편이다. 돈을 소비한 만큼 만족감을 얻고 싶으므로 손해 보는 걸 싫어해서 새로운 맥주를 먹으러 가지 못했을 때 상품을 홈페이지로 주문하기도 하는데 맛을 파악하기 어려운 단어로 적어 놓으면 맛이 상상이 되지않고, 어떠한 음식과 같이 먹어야 할지 어려워 좀 더 자세한 정보가 적혀있었으면 좋겠다고 생각한다.