

7주제: User Analysis

사용자 분석 및 분석 기법

강의 주제

아이디어들의 창출과 발전을 통하여
결정된 결과물을 실행의 목적은 무엇인지?
그 목적을 달성하기 위하여
어떠한 과정들이 포함되어야 할까?
위의 과정을 수행하기 위하여
어떠한 방법들이 있으며,
그 과정을 통하여
어떠한 Output을 제시할 수 있을까?



목 차

01 사용자 분석

02 사용자 분석

- 인터뷰 기법
- 관찰 조사법
- 페르소나 모형

1. 사용자 분석

사용자 분석

◆ 사용자 분석 개념

- 상호작용(Interaction)을 기반으로 하는 디지털 콘텐츠를 설계할 때, 반드시 포함되는 중요한 과정
- 프로젝트의 시작에서 종료까지 반복적이면서 지속적으로 이루어져야 함

◆ 사용자 분석의 중요성

- 사용자를 이해한다는 것은 특정 상황(Context)에서 사용자들이 나타내는 인지적, 감성적, 행위적 특성을 발견하는 것
- 이를 통해 사용자의 Needs를 도출할 수 있기 때문에 매우 중요
- 도출된 사용자의 Needs를 서비스나 콘텐츠에 어떻게 반영하여 만족시킬 것인지가 바로 사용자 경험 디자인의 최종 목표

사용자 분석

◆ 사용자 Needs

- 사용자 Needs는 시스템으로부터 특정한 만족감을 얻으려는 사용자들의 기대를 의미
- 이를 식별하기 위해서는 아래와 같은 특성을 고려하여야 함
 - 표면적인 사용자 Needs 의 이면에는 사용자경험을 좌우하는 일정한 범주들이 자리잡고 있음
 - 직접적으로 드러난 것도 있지만 말하지 못하는 것과 숨겨진 것도 있을 수 있음
 - 사용자들의 Needs를 제대로 파악하기 위해서는 그들의 전반적인 '경험'의 파악이 필요
 - 사용자들의 인지하고 있으나 표현하지 않는 Needs나 숨겨진 Needs까지 명확하게 규명하기 위해서는 Needs 이외에 이용동기(Motives)나 태도(Attitudes), 이용행태(Behavior)에 대한 분석이 필요

사용자 분석

◆ 요구사항

- 사용자가 제품에 대해 요구하는 기능 또는 서비스 및 제약 사항에 대한 기술을 의미
- 요구사항은 사용자 차원에서 추상적으로 기술되어 명세화되며 이를 시스템 차원에서 상세적으로 명세화 하는 과정을 거쳐 식별

◆ 사용자 요구 사항 추상적 명세

- 사용자가 이해할 수 있도록 작성한 것
- 시스템이 제공할 서비스와 수행될 때의 제약 조건을 자연어, 그림 등을 이용해서 표현한 것

◆ 시스템 요구 사항 상세적 명세

- 개발자를 위해서 작성한 것
- 시스템이 제공하여야 할 서비스, 제약조건이 무엇인지 구체적으로 자세히 적은 것
- 발주자와 개발자 간의 계약 내용

사용자 분석

◆ 요구사항 추출

- 요구분석담당의 업무는 신문, 방송의 기사를 취재하는 기자의 일과 유사함
- 면담, 실제 업무 수행 등의 기법을 사용하여 요구사항을 추출함
 - 분석 대상 업무에 누가 관련되는가? (관계자들의 작업, 사용자 수준)
 - 현재의 상태는 무엇? (문제를 일으킨 상태, 제안된 시스템, 콘텐츠, 서비스의 기능)
 - 새로운 시스템, 콘텐츠, 서비스는 언제 완성되어야 하나?
 - 새로운 시스템, 콘텐츠, 서비스는 어떤 환경에 놓일 것인가?
(새 시스템, 콘텐츠, 서비스에서의 조직, 환경)
 - 왜 새로운 시스템, 콘텐츠, 서비스를 고려하게 되었나?
 - 새 시스템, 콘텐츠, 서비스의 어떻게 작동할 것인가? (제약, 하드웨어 요구, 비용, 사용 언어)

사용자 분석

◆ 사용자 분석 기법

- 인터뷰
 - 설문 조사
 - 심층 인터뷰
 - 포커스 그룹 인터뷰
- 관찰 조사
 - Shadow Tracking
 - Photo Diary
 - 사용자 여정 지도
- 페르소나 모형

2. 사용자 분석 기법

사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 설문조사

- 다수의 사용자에게 조사자가 필요로 하는 사항에 대한 동일한 질문을 제시하여 그 회답이나 의견을 조사 대상자가 스스로 응답하는 방식
- 설문조사의 문항은 객관적이고 체계적으로 구성이 되어야 함
- 설문조사의 대상은 일반적으로 주제와 관련된 인물
- 설문 조사는 많은 수의 사용자에게 쉽게 질문을 배포하고 결과를 수집할 수 있다는 장점
- 질문지가 제대로 구성되지 않거나 조사 대상자가 성실히 응답하지 않을 경우, 오류 데이터가 발생하여 응답 내용의 정확성이 떨어질 수 있다는 단점
- 설문조사 만들기: 구글이나 네이버 설문조사 폼 사용 가능

사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 네이버 설문조사 작성 예

The screenshot shows a Naver Form editor interface. The title is "유니티 엔진을 활용하여 3D 콘텐츠 제작 - 가상 환경과 상호작용 요소 구현". The form content includes a description of a 3D content survey, a survey period of "2022.04.09(토) ~ 2022.04.23(토)", and four questions with text input fields:

- 3D 콘텐츠에 필요한 인터랙션 요소는 무엇입니까?
- 3D 콘텐츠의 가상 환경 구성 요소는 무엇입니까?
- 경쟁 콘텐츠에 비해서 어떤 점을 차별화 하여야 할 것으로 보이십니까?
- 경쟁 제품에 비해서 가장 아쉬운 점은 무엇입니까?

At the bottom, there are buttons for "저장" (Save), "미리보기" (Preview), and "항목추가" (Add Item).

사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 심층 인터뷰

- 일대일 면접을 통해 사용자의 욕구, 행동, 태도, 인식, 심리를 파악하는 인터뷰 기법
- 심층 인터뷰 질문은 객관적이고 체계적으로 구성이 되어야 함
- 심층 인터뷰 대상은 일반적으로 주제와 관련된 전문가
- 주제에 대한 자유로운 문답을 통해 응답자의 깊이 있는 생각이나 풍부한 의견을 수집할 수 있다는 장점.
- 정성 조사 방법의 한계인 개인의 의견을 전체 사용자의 의견으로 일반화하기 어렵다는 단점.

사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 심층 인터뷰



사용자 분석 기법 - 인터뷰

FGI ♦ 포커스 그룹 정의: 인구통계학적으로 유사한 소수의 사람들이나 다른 공통된 특성이나 경험을 가진 참가자를 포함하는 그룹 (출처: 위키백과)



사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 포커스 그룹 인터뷰

- 표적 집단 심층 인터뷰로, 질의와 응답이 일대일로 이루어지는 심층 인터뷰와 구별
- 다양한 의견을 청취하여 평소 사용자들이 불편하게 느꼈던 문제의 실체와 구체적인 Needs 및 의견 수집이 가능.
- 자유로운 토론 분위기에서 제시될 수 있는 예기치 않았던 사실을 발견하고 아이디어까지 도출할 수 있음
- 저비용으로 빠르게 소비자의 반응을 볼 수 있고, 그룹으로 진행되기 때문에 그룹 시너지 효과를 낼 수 있는 장점
- 진행자의 능력에 따라 조사결과가 영향을 많이 받고, 조사의 결과가 특정집단의 의견에 불과할 수 있어 일반화가 어렵다는 단점

사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 포커스 그룹 인터뷰

- 때에 따라 반투명 유리(One-way Mirror)가 설치된 관찰실에서 진행
- 이때, 관찰자는 포커스 그룹 인터뷰 참석자의 반대편의 보이지 않는 방에서 대화 내용을 청취하거나 참석자의 반응을 생동감 있게 실시 간으로 분석
- 대화의 내용은 음성 녹음기로 녹음하거나 필요한 경우에는 동영상 녹화를 통해 차후 분석 단계에서 활용

사용자 분석 기법 - 인터뷰

◆ 포커스 그룹 인터뷰



사용자 분석 – 관찰 조사

◆ Shadow 트래킹

- 마치 그림자처럼 따라다니며 사용자의 일상을 관찰하고 기록하는 리서치 기법

◆ 포토 다이어리

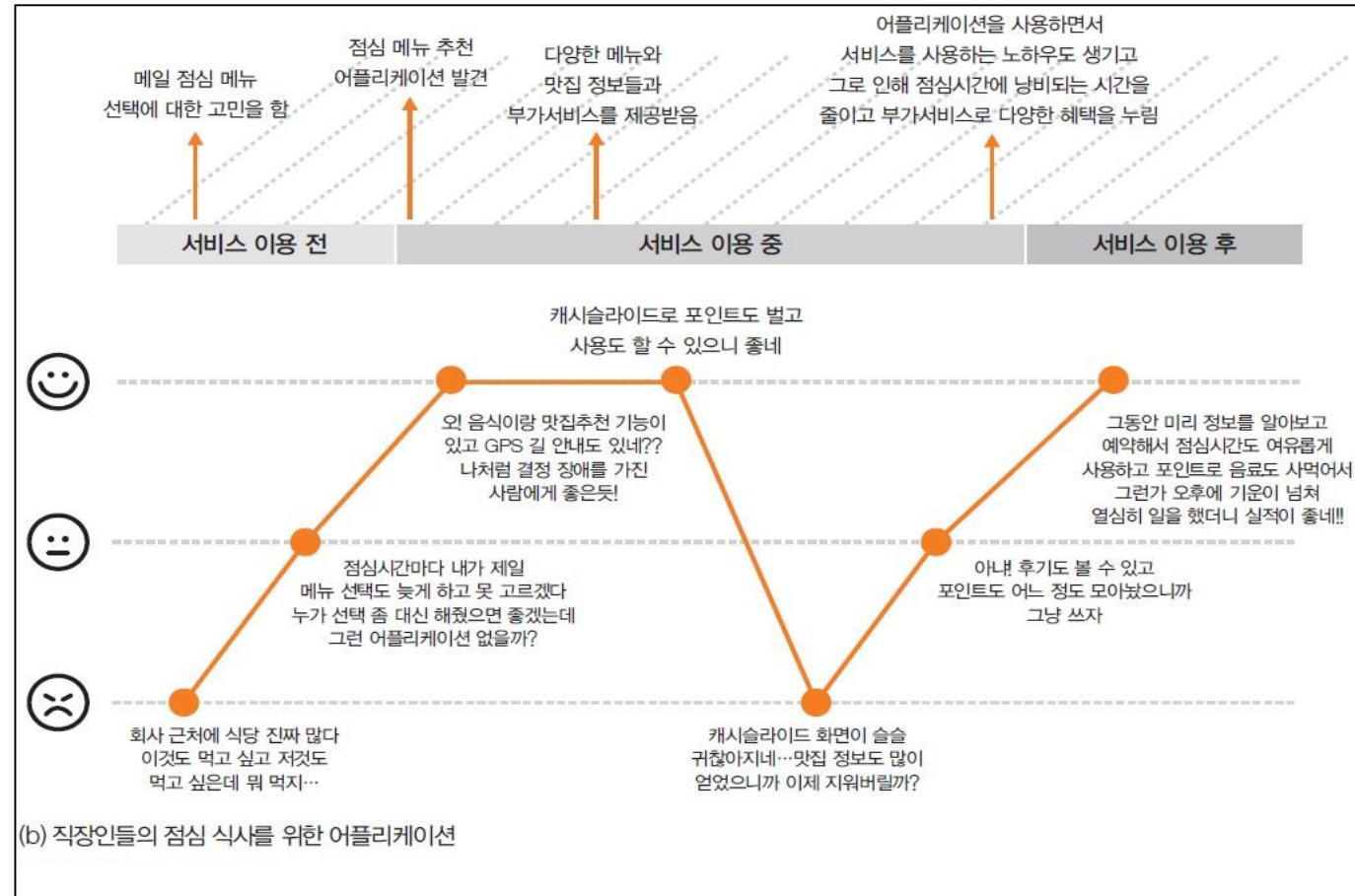
- 사용자가 콘텐츠를 이용할 때 발생하는 다양한 상황들을 특정 시간이나 간격을 통해 사진을 찍어 기록하게 하여 서비스의 이용 동기, 경로, 행위를 파악하는 사용자 맥락 분석 방법

◆ 사용자 여정 지도

- 사용자가 제품이나 서비스를 이용하는 과정을 순차적으로 나타내어 사용자 경험을 추적하고 시각화하기 위해 사용하는 방법

사용자 분석 - 관찰 조사

◆ 사용자 여정 지도: 직장인 점심 식사 애플리케이션



사용자 분석 – 관찰 조사

◆ 사용자 여정 지도를 사용한 웹사이트 사용자의 UX 분석 예

- 뷰저블 웹사이트 <https://brunch.co.kr/@beusable/40>
- 웹사이트 개선을 위한 사용자들의 웹 데이터 분석
- 분석 단계
 - '사용자 여정 지도'를 통한 '사용자 시나리오 시각화'
 - 작성한 시나리오를 보며 '측정할 사용자 지표' 및 '행태' 결정
 - 지표의 수치 또는 행태가 지니는 의미를 사용자 경험 관점에서 고민
 - 보고서 작성

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 모형 개념

- 그리스의 고대극에서 배우들이 쓰던 가면을 일컫는 말



- 제품이나 서비스 개발에 체계적으로 사용할 수 있는 형태로, 사용자를 모형화하여 실제 사용자의 유형을 대표할 수 있도록 창조된 가상의 인물을 의미
- 어떤 제품 혹은 서비스를 사용할 만한 목표 인구 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하는 가상의 인물을 구체화하는 것

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 인물 구성

- 페르소나는 사용자를 상세히 묘사한 것으로 사용자 유형 프로필
- 페르소나는 일반적으로 80% 정도의 사용자를 커버할 수 있는 3~5명의 대표 사용자를 대상으로 구성
- 페르소나는 디자인 개발 결과물에 대한 평가 척도로, 페르소나의 인물 자체는 가상이지만 실제 사용자들에게서 얻어진 자료를 바탕으로 만들어져야 함

사용자 분석 - 페르소나 모형



장민희씨는 현재 수도권에 있는 백화점에서 판매 직원으로 일하고 있는 30대 초반의 기혼여성이다.

결혼 전부터 백화점에서 일을 해왔고 영업시간의 특성상 사람을 만나기가 힘들어 지인들은 모두 백화점 내의 동료 뿐이다.

바쁜 생활 탓에 동료들을 챙겨본 것도 백화점 내에서만 대충 해결한 탓일까, 결혼 후 친정을 챙기려다 보니 막막하기만 하다.

장민희

나이 : 32세

성별 : 여성

직업 : 백화점 판매직

수입 : 연수입 3,000만+

태도

시부모님을 잘 챙겨드려서 점수를 얻고 싶어함. 일이 너무 바빠 일정관리에 소홀해질까 노심초사함 친척들과 잘 지내고 있음.

"일도 바쁜데 식구들 기념일까지 챙기려니 너무 힘드네요. 뭘 드려야 할지 고민하는 것도 머리 아프고 적당한 걸로 골라서 주고 싶은데... 다른 사람들은 어떻게 챙기는지 궁금해요. 친척이 많아 일일이 기념일 등록하기도 힘들어요."

사용자 니즈	다른 새댁들은 친정 식구들을 어떻게 챙기는지 궁금하다. 일이 바쁜 사람들을 위해 시간을 너무 오래 투자하지 않게 기념일에 맞는 상품 추천 서비스가 있으면 좋겠다. 초면에 이것저것 물어보기가 어색하므로 알아서 정보 등을 기록해줬으면 좋겠다.
Business Goal	다른 사람들과의 공유기능을 통해 정보를 교환하고, 일정에 등록된 키워드를 종합해 특정 상품 또는 행사 등을 소셜을 통해 자동으로 추천해준다. 페이스북 등을 연동하여 주변 사람들의 기본 정보를 자동으로 입력되게한다.

동기	시나리오	기능/콘텐츠	이용 행태
너무 많은 식구들로 인해 친해지기가 쉽지 않아 정보를 입력할 수 없음.	직접 물어보는 것이 어려하므로 SNS 등을 타고 들어가며 정보를 따로 입력. 가까운 친척에게 물어봄.	페이스북이나 트위터 등을 타고 들어가 검색.	기본적인 정보가 바탕이 되어 다음에 있을 만남에서 말 걸기가 좀 더 수월해짐
기념일을 챙기고 싶어도 일이 너무 바빠 고민할 시간이 부족하여 관련 상품을 추천받고 싶음.	관련 키워드를 검색하여 블로그 등 추천을 받음. 비슷한 사람들이 모인 카페에 가입.	SNS(트위터, 페이스북), 네이버 지식검색, 블로그 검색, 카페 가입.	가입한 카페나 지식in에 문의글을 올림. 검색을 통해 가장 많이 추천하는 상품으로 고름.
현재 잘 하고 있는건지 궁금하고 다른 사람들은 어떤 일들을 겪는지 알고싶어함	비슷한 사람의 블로그를 방문하거나 카페에 가입하여 활동. 그곳에서 친해진 사람과 꾸준히 연락하기도 함.	블로그 방문, 카페 가입 및 활동, 그룹의 형성	다양한 사례 및 참고사항을 공유할 수 있음. 공감대가 형성되어 꾸준히 활동.

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 목적 및 역할

• 목적:

- 핵심 사용자층에 속하는 사용자의 행동 패턴, 동기, 기대, 라이프 스타일과 같은 사용자 경험(UX)을 예측하는 것
- 따라서, 비록 가상의 인물일지라도 구체적이고 자세하게 정의되어야 함

• 역할:

- 목표 사용자 그룹들의 이해를 돕는 역할
- 제품과 시스템이 얼마나 적합할지, 만족도를 향상 시키도록 유도하는 가이드 역할
- 사람의 개성을 부여함으로써 보다 인간적인 접근을 하고 동감을 느끼는 것이 가능

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 활용

- UI/UX 방법론에서 페르소나는 어떤 제품이나 서비스를 개발하기 위하여 시장, 환경, 사용자들을 이해하기 위해 사용
- 페르소나는 특정한 상황과 환경 속에서 인물의 행동을 예측하기 위해 실제 사용자의 자료를 바탕으로 개인의 개성을 부여하여 만듦
- 페르소나는 가상의 인물을 묘사하고 인물의 배경과 환경을 설명하는 문서로 꾸며지는데, 가상의 이름, 목표, 평소에 느끼는 불편함, 해당 인물의 Needs 등으로 구성
- 소프트웨어 개발, 가전제품 개발, 상호작용 디자인(Interaction Design) 개발 등의 분야에서 사용자 연구와 마케팅 전략 수립을 위한 자료로 많이 이용되고 있음

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 장점, 단점

• 장점:

- 사용자를 인간의 얼굴을 가진 한 개인적 인격체로서 인간적으로 가깝게 이해 가능
- 자신이 아닌 사용자의 시각을 통해 바라보면서 그들의 태도나 행위에 대한 구체적인 모습을 생생하게 구현
- 사용자의 Needs와 욕구, 목표 달성을 극대화할 수 있는 다양한 방법을 모색
- 빠른 시간 내에 최소한의 자원으로 사용자 분석 가능
- 프로젝트 구성원들이 의사결정을 할 때 동일한 기준을 가질 수 있음
- 일관된 소통의 도구로써 팀 내의 공통어가 되어 유용하게 이용

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 장점, 단점

• 단점:

- 개인 사용자에게 초점이 맞추어져 있어 사회적 관계나 조직적인 관점을 자세히 분석하는 것이 어려움
- 선정된 페르소나에 따라 기획자 개인의 주관적인 해석이 가능

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 구성 요소

- 기본 사항: 사진, 이름, 개인 설명 등의 몰입을 도와주는 요소들
- 목표: 경험적 목표, 궁극적 목표, 인생의 목표
- 계기/동기: 제품과 서비스를 사용하게 된 주된 이유
- 태도/관점: 제품과 서비스를 바라보는 생각과 관점
- 행태의 흐름: 사용 내역 (얼마나 자주)
- 환경: 라이프스타일
- 숙련도: 기술 활용 능력
- 불만족도: 기존 제품, 서비스 사용 경험의 문제점
- Needs: 기대하고 바라는 바

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 작성 프로세스

- 1) 사용자 컨텍스트 분석(Context Analysis) 및 요구사항(Requirement Analysis) 분석
- 2) 주요 행동 패턴으로 부터 전형적인 특성들을 결정
- 3) 매핑법을 통해 인터뷰 대상자를 특성에 매치하고 패턴을 도출
- 4) 주요 패턴으로 부터 '페르소나'를 결정하고 '페르소나' 목적을 설정
- 5) '페르소나'를 정교하게 다듬고 실질적 모델을 완성

사용자 분석 – 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 작성 시 주의점

- 사용자 설문이나 사용 후기의 양식을 통해 얻은 자료로 사용자의 과거 경험을 파악하여 Needs를 분석하고 최종적으로 가상의 사용자를 설정
- 사용자 분석을 통해 얻은 정성, 정량 조사 자료를 기반으로 만들어지는 것이 때문에 신뢰성 있는 리서치가 진행되어야 함
- 사실에 기반을 둔 사용자 조사 자료를 통해 얻은 신뢰할 수 있는 데이터라는 사실을 항상 인지
- 최대한 다양한 요구사항을 고려한 제품, 서비스에 대해 하나 이상의 페르소나가 존재한다는 사실을 충분히 인지

사용자 분석 - 페르소나 모형

◆ 페르소나(Persona) 예

A 탐색형



이름 : 나심심
나이 : 36
직업 : 회사원
취미 : 없음

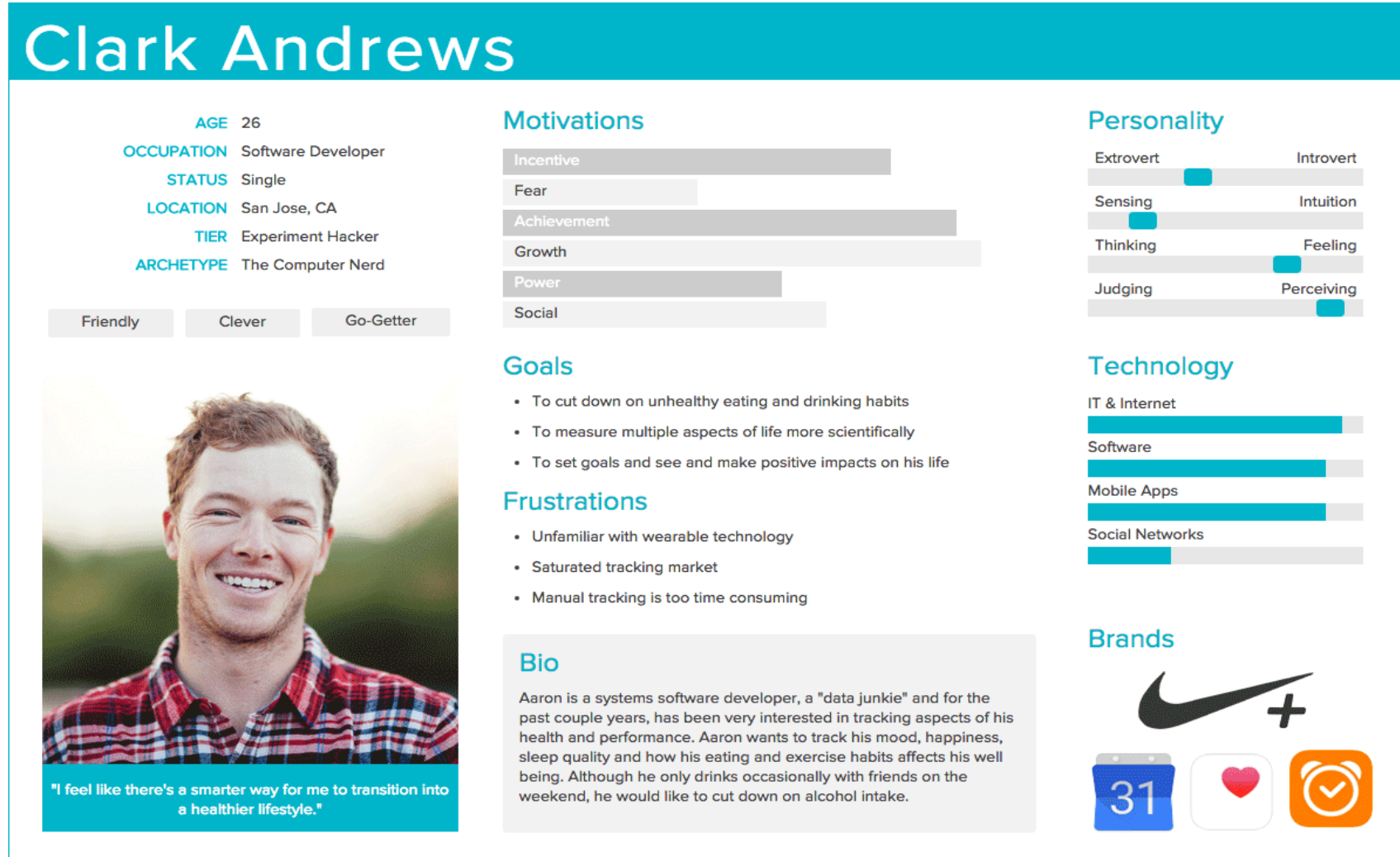
지루한 일상을 벗어나 나만의 특별한 취미를 찾고 싶다

“다양한 취미 분야를 탐색해보고 나의 성향, 관심사, 상황에 맞는 취미를 갖고 싶어요”

누군가 취미가 뭐냐고 물어보면 딱히 얘기할 게 없는 나. 취미 생활을 꾸준히 즐기며 자랑하는 동료들이 부럽지만 뭘 어떻게 시작해야 할지 너무 막막하다. 악기, 그림 등 인터넷에 검색도 해본 적이 있지만 너무 알아볼 것도 많고 매번 귀차니즘 때문에 포기하게 된다. 나도 다양한 취미들을 실제로 참여해보고 그 중에 나에게 맞는 취미 활동을 찾아 앞으로는 여가시간을 풍요롭게 보내고 싶다.

동기	상황	목표	기능
새로운 취미 활동을 찾고싶다	막상 취미 활동을 하고자 하는 경우, 모임을 어떻게 찾아야 할지 망설여진다.	내가 관심있고 좋아할만한 수업을 빠르고 편하게 찾고 싶다	성향/관심분야 설정 (버킷리스트)
많은 시간을 들이지 않고 즐길 수 있는 다양한 취미들에 대해 알아보고 싶다	내가 원하는 취미 수업을 찾았지만 막상 거리가 멀고 교통이 불편해 참여하기 힘들다	내 상황(위치)에 맞춰 쉽게 시작할 수 있는 취미를 알아본다.	"지금 바로" (사용자 위치 기반 추천 취미 제공)
기존에 알지 못했던 새로운 분야의 취미 정보를 알고 싶다	추천이 한정적이어서 원하는 결과를 찾기가 어렵다	여러 분야의 취미를 다양하게 탐색한다.	"이러면 이런 취미" (주제 및 테마별 추천 취미 제공)
기존에 알지 못했던 새로운 분야의 취미 정보를 알고 싶다	추천이 한정적이어서 원하는 결과를 찾기가 어렵다	여러 분야의 취미를 다양하게 탐색한다.	"추천 마법사" (활동로그+인기순 기반 추천 취미 제공)
추천 취미를 제공받고 싶다	추천 정보가 제공되었으나 사용자가 원하는 정보가 아니다	추천 정보에 대해 피드백을 통해 정확도가 높은 정보를 제공받고 싶다.	추천마법사 평가 기능

사용자 분석 - 페르소나 모형



사용자 분석 연습

- ◆ 학기 실습'의 주된 사용자를 분석한 보고서를 작성하기
 - 이번 학습 주제 중 어떠한 기법을 사용하여도 무방하나
 - 1) 인터뷰 기법 사용자는 사용자에 대한 짧은 보고서를,
 - 2) 관찰 조사법 사용자는 사용자 여정지도를,
 - 3) 페르소나 모형 기법 사용자는 페르소나 모형을 결과물로 준비

Questions?

