

디자인

서비스경험디자인시나리오개발

UI.UX웹디자인_웹퍼블리셔 [과정평가형]

평가 일시 2022년 4월 8일(금)

평가 방법 포트폴리오

훈 련 생 강 윤 화 (인)

2022.04.08

서비스 경험디자인
시나리오 개발

분석 대상 : MEGABOX

contents

[문항 1]

- 1) 페르소나 프로필

[문항 2]

- 1) 시나리오
- 2) 사이트의 문제점&불편사항
- 3) 개선사항

[문항 1]

【문항1】 임의의 사이트를 한가지 선정하여 사이트 리뉴얼을 위한 페르소나 프로필을 작성하세요. 【50점】

평가유형	포트폴리오
평가 요구사항	<p>사이트 리뉴얼을 위한 사용자 조사로 아래의 조건에 맞춰 페르소나를 작성한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이름, 성별, 사는 곳, 직업 등 간단한 신상 정보 - 인터넷 사용 패턴과 숙련도 - 해당 분야에 대한 능숙도(초보자 또는 중급자) - 해당 분야에 대한 요구 - 웹 사이트를 방문하는 목적
제출방법	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 작성양식 : 파워포인트 등을 사용하여 자유형식으로 작성 ▶ 파일명 : 이름_서비스경험디자인시나리오개발

[문항 1] - 1) 페르소나 프로필



이정훈 (32세, 남)

서울시 중구 거주 / 現 중소기업 재무팀 대리

성격 : 자신의 시간을 효율적으로 사용하는 것을 선호한다. 하지만 타인과 관련된 일이라면 효율적이지 않더라도 상대방이 원하는 것을 최대한 맞춰 주려고 한다. 상대방의 입장에서 기분 나쁘지 않을지 고민하고 신중하게 행동하는 편이다.

인터넷 사용 : 능숙하게 사용하며, 자는 시간을 제외하고 늘 인터넷과 함께한다.

해당 분야에 대한 능숙도 : 초급자 - 영화는 종종 보는 편이나 현장에서 사거나, 동행자가 대신 예매해 주는 경우가 대다수였다. 영화관 사이트나 앱으로 직접 예매하는 경우는 손에 꼽는다. 자주 사용하지 않으므로 회원도 아니다.

해당 분야에 대한 요구 : 현재 상영 중인 영화의 간략한 정보를 얻고, 회사 근처의 극장에서 퇴근 후에 볼 영화를 최대한 빠르게 예매하고 싶다.

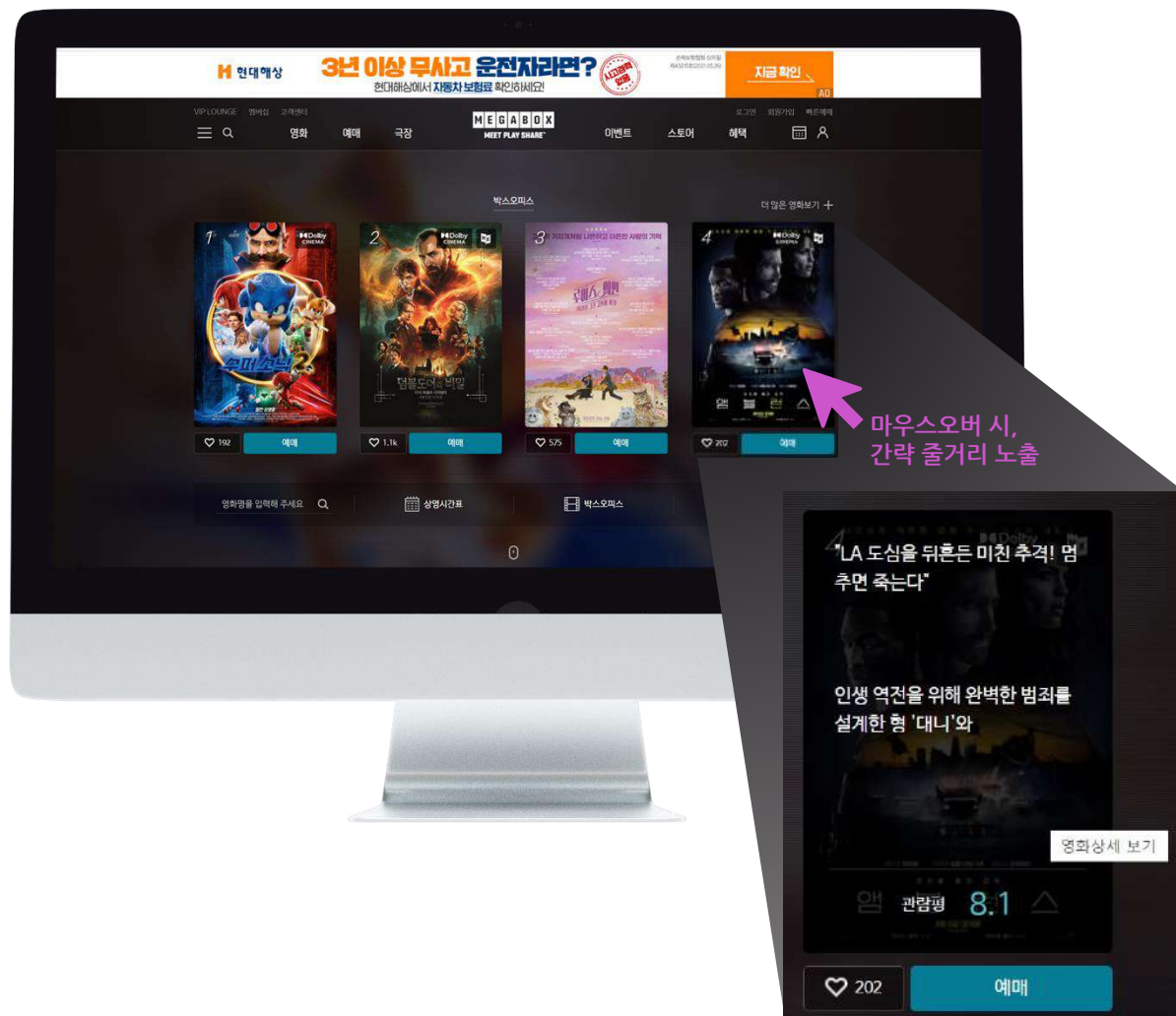
웹 사이트 방문 목적 : 영화 정보 획득 및 영화 예매

[문항 2]

【문항2】 “문항1”에서 작성한 페르소나에 대한 시나리오를 작성하고, 페르소나를 기준으로 사이트의 문제점과 불편사항을 파악하여 사용자의 문제 해결을 위한 개선방향을 작성하세요. [50점]

평가유형	문제해결시나리오
수행내용	<ol style="list-style-type: none"> 1 사용자의 웹사이트에서의 행동 패턴을 예측하여 스토리를 작성한다. 2 사이트의 관련 분야에 중점, 지나치게 개인적인 내용에 치중하지 않는다. 3. 작성한 시나리오 내용을 토대로 사이트 리뉴얼 시 개선할 사항을 작성한다. <ul style="list-style-type: none"> - 사이트의 문제점과 불편사항 작성 - 개선방향 (적용할 내용과 이유) 작성
제출방법	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 작성양식 : 파워포인트 등을 사용하여 자유형식으로 작성 ▶ 파일명 : 이름_서비스경험디자인시나리오개발

[문항 2] - 1) 시나리오



#1

정훈씨는 최근 감사 등의 이슈로 야근을 밥 먹듯이 하는 바쁜 나날을 보냈다. 얼마 전 힘들어하는 정훈씨에게 친구 A씨가 기프트콘을 보내주었다. 야근이 끝나면 영화라도 보면서 힐링하라는 의미에서 영화 관람권을 준 것이었다. 마침내 정시 퇴근이 예정되어있는 날. 정훈씨는 점심시간에 영화 예매를 하려고 '메가박스' 사이트에 접속했다.

#2

정훈씨는 일이 바빠서 어떤 영화가 개봉했는지조차 모르는 상태이다. '메가박스' 사이트에 접속했지만, 박스오피스 1위에서 4위까지만 보여주는 메인 페이지에서는 끌리는 영화를 찾지 못했다. 간략 줄거리를 확인했으나, 내용은 잘린 채로 보여서 제대로 된 정보를 얻을 수 없었다.

[문항 2] - 1) 시나리오

#1

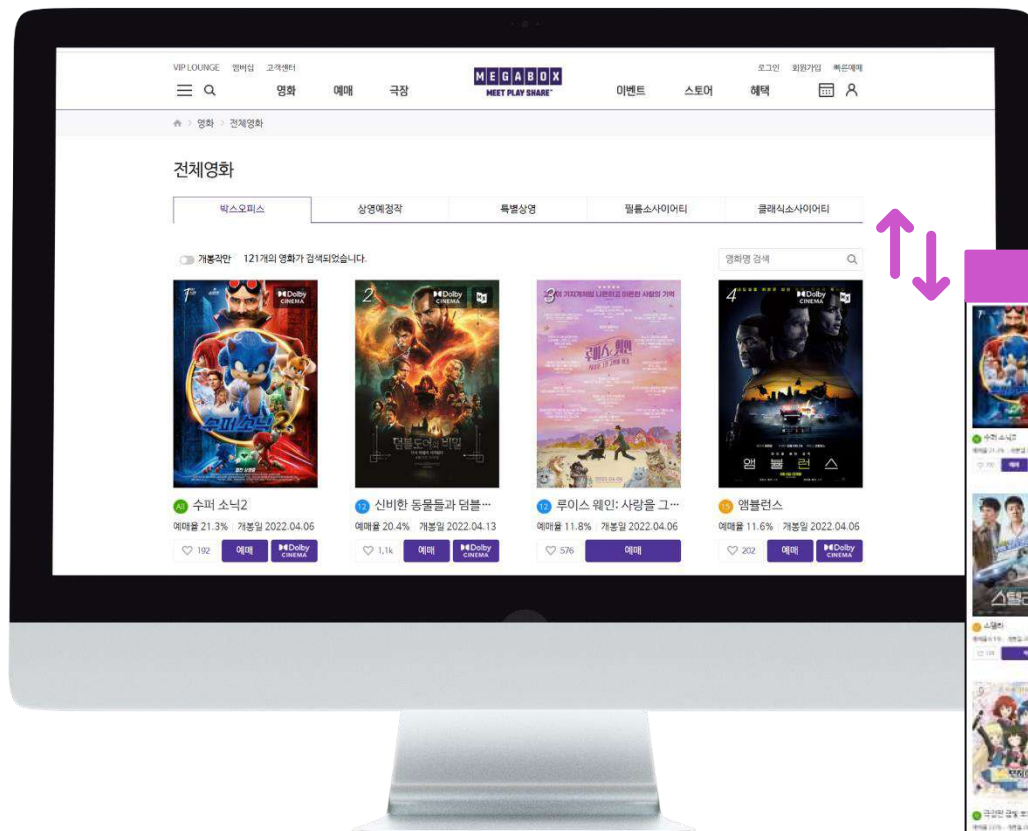
#2

#3

#4

#5

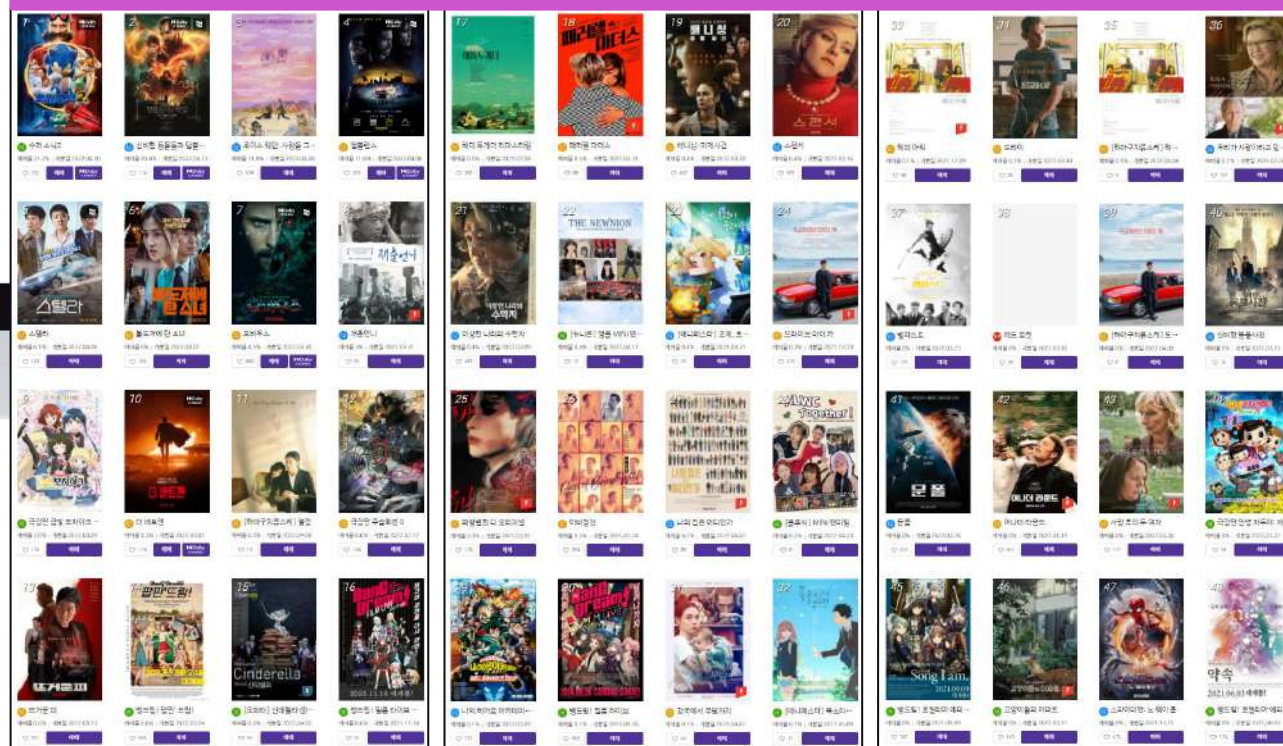
#6



#3

더 많은 영화를 찾아보기 위해 전체영화 페이지로 들어갔다. 개봉작만 해도 수십 작품이었지만, 별다른 필터를 적용할 수 없어서 포스터만 보고 골리는 영화를 클릭해서 하나하나 읽어 나갔다. 너무 많은 정보에 지친 정훈씨는 마음에 쏙 들지는 않지만 적당한 영화를 하나 골라 예매하기로 한다.

스크롤을 내리면 나타나는 수많은 영화 정보



[문항 2] - 1) 시나리오

#1

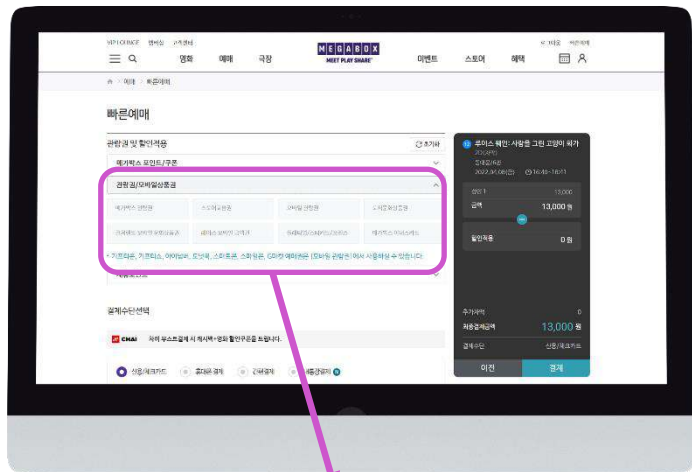
#2

#3

#4

#5

#6



항목이 비활성화되어 클릭하지 못하는 상태

관람권/모바일상품권

메가박스 관람권

스토어교환권

모바일 관람권

도서문화상품권

컬처랜드 모바일 문화상품권

페이지 모바일 금액권

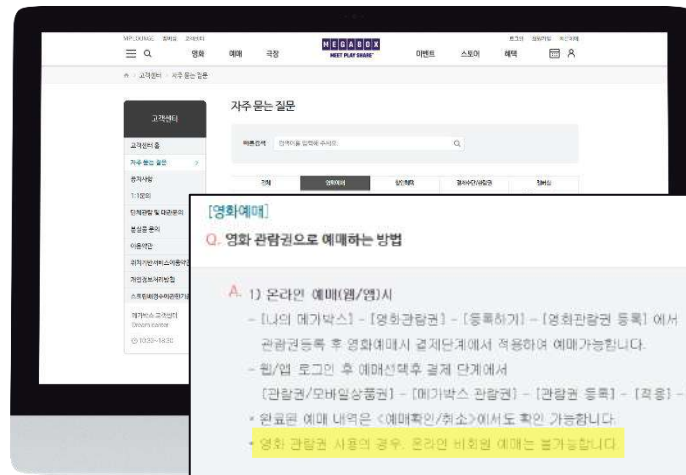
플래티넘/스타카드/프렌즈

메가박스 아너스카드

* 기프트콘, 기프트쇼, 아이넘버, 도넛북, 스마트콘, 스마일콘, G마켓 예매권은 [모바일 관람권]에서 이용하실 수 있습니다.

#4

'메가박스'의 회원이 아닌 정훈씨는 비회원으로 예매를 진행한다. 기프트콘을 사용하려고 했으나, 관람권 버튼이 비활성화되어 있는 것을 발견한다. 페이지 오류인가 싶어 새로 고침도 해봤지만 그대로이다.



[영화예매]

Q. 영화 관람권으로 예매하는 방법

A. 1) 온라인 예매(웹/앱)시

- [나의 메가박스] - [영화관람권] - [등록하기] - [영화관람권 등록] 에서 관람권등록 후 영화예매시 결제단계에서 적용하여 예매가능합니다.
- 웹/앱 로그인 후 예매신청후 결제 단계에서 [관람권/모바일상품권] - [메가박스 관람권] - [관람권 등록] - [적용] - [결제] 차례로 선택합니다.
- 완료된 예매 내역은 <예매확인/취소>에서도 확인 가능합니다.
- **영화 관람권 사용의 경우, 온라인 비회원 예매는 불가능합니다.**

2) 무인발권기 예매시

- 멤버십에 등록완료한 관람권의 경우 결제단계에서 [멤버십 조회] 후 보유목록 내에서 적용하여 예매가능합니다.
- (회원 등록된 관람권의 경우 무인발권기에서 [바코드/년수번호]로 조회하여 사용불가)
- 미등록관람권의 경우 관람권 번호 12자리와 인증번호4자리를 입력하여 조회 후 예매가능합니다.
- 멤버십 등록된 영화관람권의 경우 한장태포소에서는 사용불가능합니다.

[할인혜택]

Q. 통신사 할인혜택은 어떻게 되나요?

A. 1) SKT

- 1-1) T멤버십
 - 메가박스 홈페이지 및 모바일, 웹에서 1월 3회 (최대) 각 2,000원 할인
 - 포포/신미/우대/메리미/문화대박/특별관객도 할인 불가
 - 순천(수요일), 전주(수요일) 및 차세대포인트와 중복할인 적용 불가
 - SKT 멤버십 할인시 CHC계좌로 직접 불가

1-2) T멤버십 VIP

- VIP 본인에 한하여 월 1회 50% 할인 가능
- 특별관, 특별관객도, 특별관 제외
- 순천(수요일), 전주(수요일), 이화나인 등 일부 상영관 제외
- T멤버십 홈페이지 및 모바일, 웹에서 최대 50% 할인 가능하며 메가박스 홈페이지 및 모바일, 웹에서는 적용 불가
- 3D 영화 5,000원 관람 (T멤버십 홈페이지에서만 적용 가능)

2) KT VIP

- VIP 본인에 한하여 VIP 코드로 6월(월) 1회 50% 할인 가능
- 일반관/특별관객에서 상영하는 3D 영화제 참여이름 가능
- 생도원/일반회원(비회원)의 부가(가), 생도원(전국 특별관), 이화나인 및 특별관, 특별관객도 동일 불가
- 할인금액만큼 KT 멤버십 포인트 적립
- KT 멤버십 홈페이지 및 모바일, 웹에서 최대 50% 할인 가능
- VIP 및 일반회원 모두 메가박스 멤버십 포인트 적립 불가

#5

고객센터의 자주 묻는 질문을 통해 비회원은 관람권 예매가 불가능하다는 걸 알게 되었다. 이 정보를 예매 페이지에서 바로 알려주지 않은 것에 대해 의문을 가진다. 할인혜택 내용도 눈에 띄어 살펴보니, 통신사 멤버십을 통해 무료로 볼 수 있다고 했다. 그러나 통신사 홈페이지에 들어가 보니, 해당 혜택은 사라진 상태였고, 무료가 아닌 일부 금액 할인이 가능한 것이었다.

누락되거나 잘못된 정보로 불필요한 시간을 소요한 것에 기분이 언짢아졌지만, 기프트콘을 준 사람의 성의를 무시할 수 없어 결국 회원가입을 하기로 한다.

[문항 2] - 1) 시나리오

#1

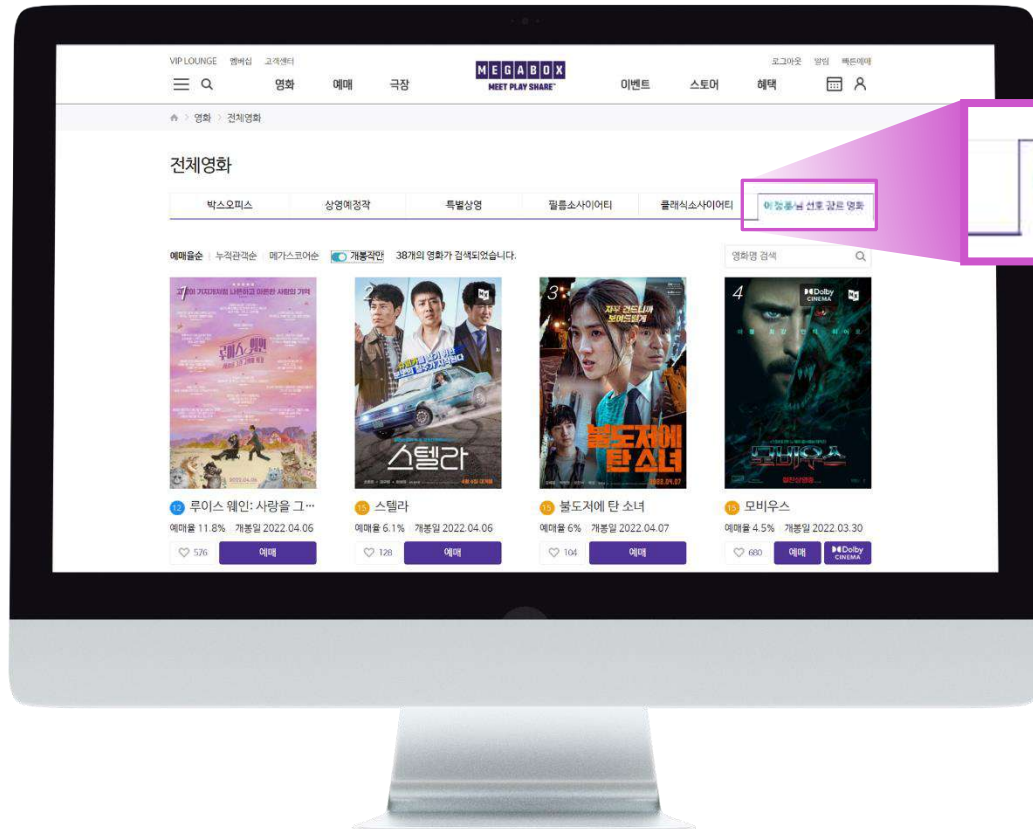
#2

#3

#4

#5

#6



#6

회원가입을 하고, 무사히 예매를 마쳤다.

회원가입을 하고 나니, 회원은 선호 장르를 설정하고 개봉작 중 해당 장르의 영화만 모아서 볼 수 있음을 알게 되었다. 이런 정보를 미리 알았더라면 일찍 회원가입을 했을 텐데 하는 아쉬움을 가진 채 업무를 다시 시작한다.

[문항 2] - 2) 사이트의 문제점&불편사항

1. 메인 화면의 단조로움

: 브랜드의 이미지를 각인시키는 요소가 부족하다.

영화를 보고 싶게 유도하는 장치가 부족하다.

2. 초급 사용자를 고려하지 않은 사용성

: 원하는 결과(영화 정보 획득 및 영화 예매)를 얻기까지의 과정이

초급 사용자에게 효율적이지 않았다.

3. 정보의 누락 및 잘못된 정보 제공

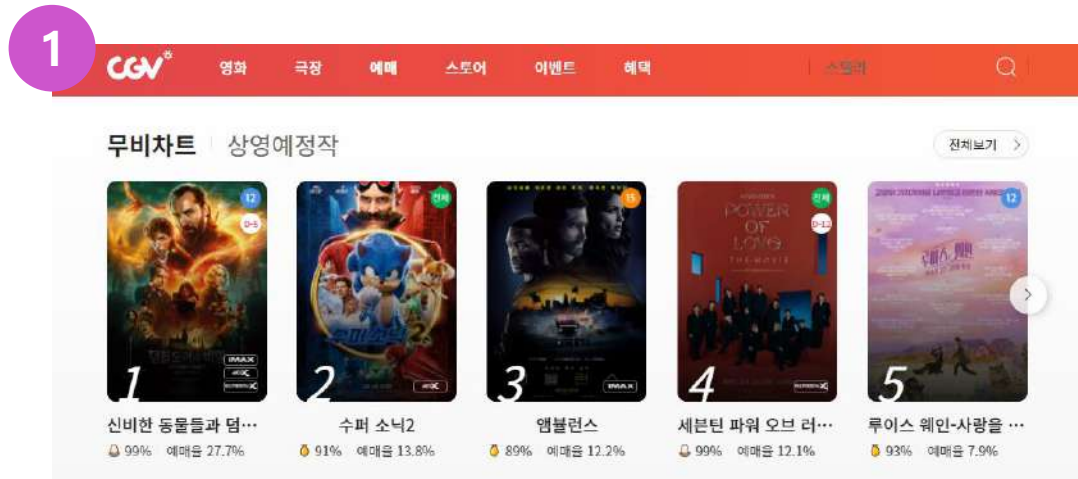
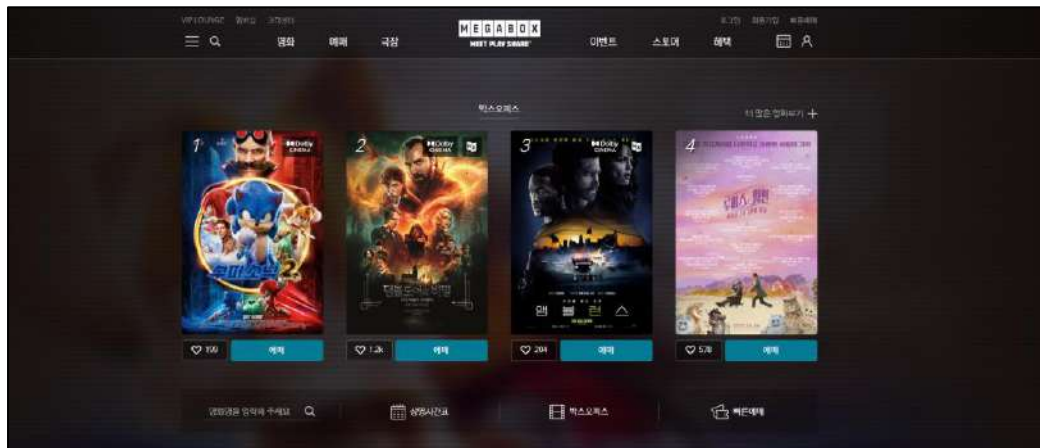
: 간략 줄거리가 잘려서 내용을 정확하게 확인할 수 없었다.

비회원으로 예매할 경우 관람권 예매가 불가능하다는 사실을 바로 인지하기 어려웠다.

할인 혜택에 대한 잘못된 정보를 제공하여 사용자의 혼란을 야기했다.

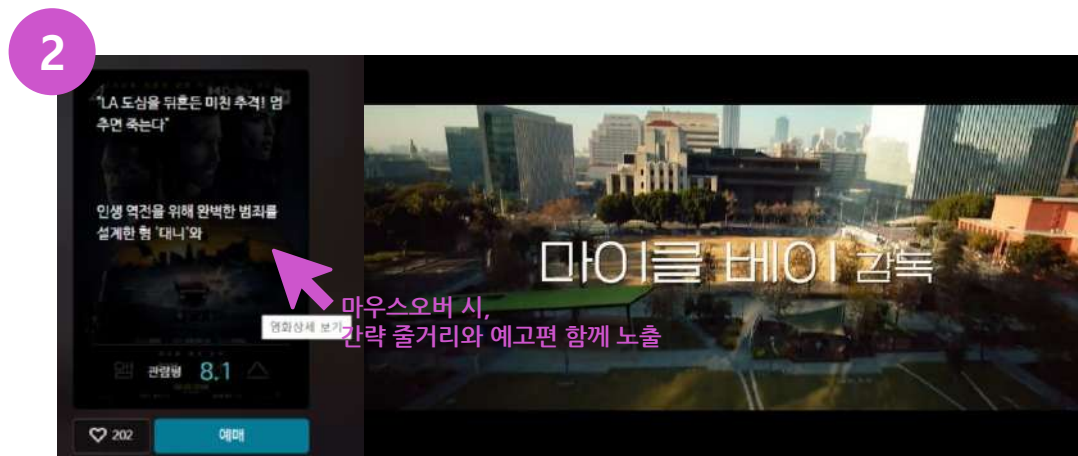
[문항 2] - 3) 개선사항

1. <메인 화면의 단조로움>에 대한 개선사항



1) 브랜드의 색상을 메인 페이지의 상단부에도 넣어, 브랜드를 각인시킨다. 단, 배경은 흰색과 같은 단색으로 하여, 영화 포스터가 눈에 띄도록 한다.

2) 예고편은 정보 제공뿐만 아니라 시각적 관심도 끌 수 있기 때문에 예고편을 메인 페이지에서 확인할 수 있도록 한다. 마우스 오버를 하면 간략 줄거리가 나오는 것을 유지하면서 예고편도 함께 띄워준다. 단순히 예고편을 무작위로 재생하는 것보다는 사용자가 원하는 예고편을 쉽고 빠르게 볼 수 있다는 장점이 있다. 해당 기능을 사용자가 알 수 있도록 안내하는 것 역시 필요하다.

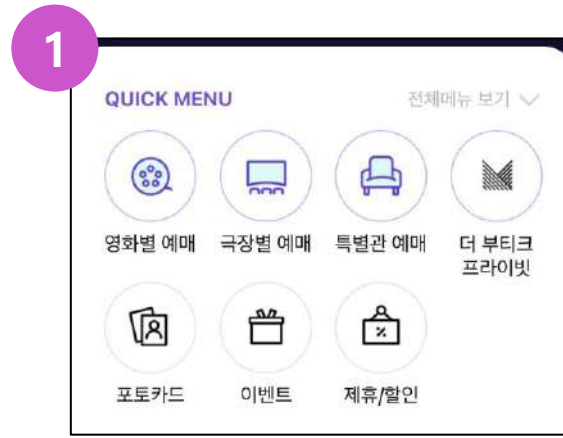


[문항 2] - 3) 개선사항

2. <초급 사용자를 고려하지 않은 사용성>에 대한 개선사항

1) 초급 사용자도 알기 쉽도록 '퀵 메뉴바'를 만든다. 사용자가 원하는 결과를 얻는 과정이 더 빨라져 사용의 효율성을 극대화할 수 있다. 앱의 '퀵 메뉴바'와 최대한 비슷하게 구성하여 일관성을 준다. 단, 상단 내비게이션에서 확인할 수 있는 이벤트, 제휴/할인 항목이나 앱에서 진행할 수 있는 포토카드 항목은 제외한다.

2) 상단 내비게이션 바의 항목별 간격을 좁혀 공간을 확보한 뒤, 명확하지 않은 픽토그램에 설명을 추가한다. 초급 사용자의 접근성을 향상시킬 수 있다.



[문항 2] - 3) 개선사항

3. <정보의 누락 및 잘못된 정보 제공>에 대한 개선사항

- 1) 필요한 정보를 누락한 채로 제공하는 것은 아예 주지 않는 것과 다름없다. 간략 줄거리를 제공할 수 있는 텍스트의 길이가 제한적이라면, 그에 맞게 편집해서 제공한다.
- 2) 비회원 예매 시, 관람권 예매가 불가능하다는 사실을 먼저 안내한다. 비활성화된 버튼을 클릭할 때 안내 팝업을 띄운다. 오류가 발생했을 때, 사용자가 바로 인지할 수 있게 하여 사용자가 불필요한 시간을 쓰지 않도록 한다.
- 3) 할인, 혜택, 이벤트 등 정보가 수시로 업데이트되는 경우 정보 업데이트에 유의한다. 사용자의 혼란을 야기하지 않도록 모든 곳에서 올바른 정보를 제공해야 한다.

2

빠른예매

관람권 및 할인적용

초기화

메가박스 포인트/쿠폰

관람권/모바일상품권

메가박스 관람권

스토어교환권

모바일 관람권

도서문화상품권

컬처랜드 모바일 문화상품권

페이지 모바일 금액권

플래티넘/스타카드/프렌즈

메가박스 아너스카드

클릭 시, 안내 팝업 노출

• 기프트콘, 기프트쇼, 아이넘버, 도넛북, 스마트콘, 스마일콘, G마켓 예매권은 [모바일 관람권]에서 이용하실 수 있습니다.

제휴포인트

알림

영화 관람권/모바일상품권 사용의 경우, 온라인 비회원 예매는 불가능합니다.

확인

결제수단선택

CHAI 차이 부스트결제

신용/체크카드

휴대폰 결제

간편결제

내통장결제

카드사선택

카드선택

앱카드

일반결제

THANK YOU