
사용자 중심의 제품 개발을 위한 사용자 연구 소개

User Experience Research for User Centered Product Development

최 영 완 (ywchoi@yahoo-inc.com)

야후! 코리아 리서치팀

1. 서론

미국전산학회의 SIGCHI 는 올해로 25주년이 되었고, 산업계에서도 사용자 중심의 제품이 시장 성공에 핵심이 되는 사례들이 늘어감에 따라서 ‘사용자 중심’ 또는 ‘고객 중심’ 의 모토는 우리에게 낯설지 않게 되었다. 기업의 사용자 인터페이스를 설계할 수 있는 인력 채용이 늘고 있고, 사용자 인터페이스 설계를 서비스로 제공하는 업체도 생겨나는 등 사용자 중심의 제품 개발을 위한 산업계의 노력들이 가시적으로 보이고 있다.

그러나 사용자 중심의 제품이 시장 성공의 핵심이 되고 있지만, 많은 기업들은 마케팅을 위한 시장 조사 이외에 제품 개발과정에서 사용자로부터 통찰을 얻고 제품 개발에 사용자를 참여하게 하는 사용자 연구를 하지 않은 경우가 많고, 사용자 연구라면 사용성 테스트만을 생각하는 경우가 많다.

본 튜토리얼에서는 사용자 연구가 무엇이고, 사용자 중심의 제품 개발과정에서 사용자 연구가 어떤 역할을 하는지 알아본다.

2. 사용자 중심의 제품 개발

사용자가 사용할 제품을 사용자 중심으로 만드는 것은 당연한 것이라고 생각할 수 있다. 그러나 역사적으로 보면 이 당연하다고 생각할 수 있는 것이 당연한 것이 아니었다. 그 유명한 1933년 시카고 세계박람회의 모토인 “과학은 발견하고, 산업은 응용하고, 인간은 이를 수용한다” 는 그 시대에서는 과학기술이 먼저이지 결코 그 사용자인 사람이 우선하는 것이 아니라는 단적으로 보여주는 예이다. 지금도 사용하기 불편한 제품이 솔하게 존재하고, 사용자에게 유용하지 않거나 사용하기 어려운 제품들이 시장에서 사라져가는 것을 볼 수 있다.

‘사용자 중심’은 기술 또는 제품을 만드는 입장이 아닌 사용자 입장이라는 의미로 HCI분야의 기본이 되는 개념중의 하나이다. 사용자 중심의 제품은 사용자에게 유용하고, 사용하기 쉽고, 사용하고 싶은 제품으로 결국 사용자에게 가치 있는 제품을 말한다. 이는 HCI 의 목표

이기도 하다.

사용자 중심의 제품 개발의 요소로는 사용자 경험, 기술, 마케팅의 세가지를 들 수 있다. 사용자 경험 측면에서는 무엇을 할 수 있는 지에 대한 제품의 기능 또는 콘텐츠, 이 기능과 콘텐츠를 사용하는 과정인 인터랙션, 그리고 이러한 것들이 어떻게 표상되는지에 대한 프리젠테이션으로 구성되고, 이것들을 가능하게 하고 안정하고 빠르게 동작하는지에 대한 엔지니어링으로 구성된다.

3. 사용자 연구

제품 개발에서 사용자 연구는 사용자에게 가치 있는 제품을 제공할 수 있도록 사용자와 비즈니스를 이해하고, 이를 통해 사용자의 대변인으로 제품 개발과 비즈니스에 인사이트를 주는 역할을 한다.

사용자 연구는 개발팀과 사용자간의 다리 역할로 사용자의 행태를 이해하고, 제품에 대한 사용자의 피드백을 제품 개발에 전달하고 이를 통해 사용자가 제품 개발에 참여하게 하게 한다.

사용자 연구를 크게 목적별로 나눈다면, 제품을 혁신하거나 전략수립을 위해서 제품이나 시장에서의 새로운 아이디어를 찾는 탐색적인 연구와 제품을 만들어 가는 형성적인 연구, 그리고 제품을 평가하는 총괄적 연구로 나눌 수 있다.

제품 개발에서 많이 사용하는 사용자 연구의 방법의 종류는 기법별로 보면 크게 인터뷰, 설문조사, 관찰, 로그 분석으로 나눌 수 있다. 물론 이러한 연구 방법들은 양적인 측면에서 정량과 정성으로 나눌 수 있고, 장소에 따라서 실험실 환경과 실제 환경으로 나눌 수 있다. 수집하는 데이터의 시간에 따라서 구별할 수도 있다.

4. 제품 개발 단계별 사용자 연구

제품 또는 서비스를 개발하는 일반적인 과정은 사람들의 니즈를 만족시켜 줄 수 있는 기능 또는 콘텐츠를 생각해내고, 이에 대한 개념을 만들고, 그 개념에 대한 구체적인 기능 사양을 정의한다. 그리고 사용하는 과정에 대한 인터랙션을 설계하고, 디자인을 하고 엔지니어링을 하고 출시를 하게 된다. 마케팅에서는 사용자와 어떻게 커뮤니케이션을 하고 제품을 포지셔닝하기 위한 전략을 수립하고 제품 론치시에 판촉활동, 홍보 활동을 하게 된다.

사용자 중심의 제품개발은 사용자에게 유용한 기능과 콘텐츠, 그리고 사용자에게 사용하기 쉬운 인터랙션 설계, 사용자가 사용하고 싶게 하는 프리젠테이션을 디자인하게 되는데, 여기에 사용자를 대변하는 사용자 연구가 참여함으로써 비로소 사용자 중심의 제품을 만들수 있는 확률이 높아지게 된다. 사용자 중심의 제품 개발은 바로 사용자가 제품 개발에 참여하는 데 있다.

사용자 중심의 제품을 개발하기 위해서 각 단계별로 사용자 연구가 어떤 역할을 하는지 알아보기 위해서 전형적인 폭포수 모형의 제품 개발 과정의 적절한 사용자 연구를 살펴보면 다음과 같다.

4.1 조사 단계

제품 개발은 사람들의 니즈를 충족시켜줄 수 있는 어떤 기능 또는 콘텐츠를 발굴해서 사람들에게 어떤 유용함을 줄 것인지를 찾고, 시장 상황을 파악하는 것으로 시작한다. 제품 기획은 시장 상황, 기술, 사용자의 행태 이해로부터 나오게 되는데, 사용자 연구는 이 단계에서 탐색적인 연구들을 수행하게 된다.

조사 단계에서 유용한 연구 방법은 필드 리서치와 포커스그룹 인터뷰, 설문 조사, 경쟁적 사용성 테스트 등이다. 특히 필드 리서치는 포커스그룹 인터뷰 등과 같이 사용자가 사용자의 니즈를 말로 표현하지 못하는 것을 알아내는 방법으로 최근에 많이 사용되고 있다. 마이크로소프트는 스몰비즈니스 사업에서 스몰비즈니스 사업자의 요구를 만족시키기 위해서 인류학자를 필드로 보내고 있고, IDEO 라는 회사도 필드 리서치를 자사의 디자인 방법론에서 매우 중요한 기능으로 위치시키고 있다. 조사 단계에서 사용자의 행태를 연구한 결과는 제품 개발에서 사용할 수 있는 퍼소나를 만들게 된다.

예를 들어, 야후! 쇼핑의 경우 필드 리서치를 통해서 인터넷 쇼핑 과정이 전통적인 쇼핑 과정과 다른 상품 구매 과정과 사람들이 구매 결정에 영향을 주는 요인 및 사용하는 사이트 및 툴 등을 조사하여 비즈니스 모델을 확인하고, 야후! 쇼핑이 제공해야 하는 기능 및 콘텐츠와 인터랙션 디자인 설계에 대한 의사결정을 하고 이를 제품에 반영했다.

그리고 경쟁 제품에 대한 경쟁적 사용성 테스트를 통해서 제품을 사용하는 사용자의 멘탈 모델이나 기능, 인터랙션, 비주얼 디자인 등의 경쟁 요인들을 도출할 수도 있다. 야후! 거기의 경우에도 사용자의 입장에서 경쟁제품과의 비교 사용성 테스트를 통해서 강점과 약점을 도출하고, 이를 통해 개편을 하였다.

4.2 설계 단계

기능이 정의되고, 그 기능을 사용하게 하는 인터랙션 설계와 비주얼 디자인과 같은 프리젠테이션 디자인이 진행된다. 이 단계에서는 제품을 구체적으로 설계하는 단계로 사용자연구의 기능중 형성적 연구에 해당한다. 보통 이 단계에서는 설계한 것에 대한 사용자의 피드백을 받아서 설계를 개선하는 작업을 하게 된다. 페이퍼 목업이나 프로토타입 등을 가지고 주로 실험실 연구가 진행된다. 사용성 테스트, 아이트래킹 스터디, 카드소팅, 비주얼디자인 탐색, 설계를 위한 필드 리서치, 포커스그룹 인터뷰 등의 방법이 사용된다.

제품 개발의 효율적 측면에서 조사 단계와 설계 단계가 가장 중요하다. 왜냐하면 이 두 단계에서 사용자의 니즈를 제대로 만족시켜 주는 기능과 인터랙션, 프리젠테이션을 만들지 못하면 개발 단계와 론치 후 문제점이 발견되면 그동안 HCI 분야에서 알려진 바와 같이 제품을 고치는데 많은 비용이 들어가게 된다.

야후! 회원 가입 재디자인의 경우에 HTML 목업으로 사용성 테스트를 통해서 론치 전에 발생할 수 있는 사용자 입장에서의 문제점을 사전에 발견하여 개발하고 론치하였다.

컨셉 테스트에서 어느 정도 구체적인 내용이 있어야 하는 경우에는 설계 단계에서 목업을 만들어서 테스트를 할 수도 있다.

4.3 개발 단계

엔지니어링으로 제품을 구현하는 단계이다. 이 단계에서는 알파, 베타 버전에서 설계 단계보다 더 구체성이 있는 제품을 가지고 사용자의 피드백을 받는다. 주로 사용성 테스트나 벤치마킹 사용성 테스트, 아이트래킹 스터디, 라이브 테스트 등을 진행하게 된다. 이 단계는 제품을 실제 사용자에게 론치하기 전에 마지막으로 피드백을 받을 수 있는 단계이다.

출시전에 마지막으로 사용자의 피드백을 받을 수 있는 단계로 시스템의 응답 속도 등까지도 볼 수 있어서 실제 제품과 유사한 형태를 평가를 할 수 있는 장점이 있다. 그리고 베타 버전 단계에서는 실제로 제품의 로깅을 할 수 있으므로 웹 사이트 같은 경우에는 실제 운영되고 있는 사이트에 재디자인하는 부분만을 일부 실제 사용자에게 노출하여 현재와 바뀐 것에 대해서 실제 사용을 로깅하여 문제점을 찾을 수도 있다.

야후! 코리아의 홈페이지의 경위 라이브 테스트를 통해서 일부 사용자에게만 재디자인된 페이지를 사용하게 해서 사용자의 로그를 분석하고, 사용자의 자발적인 보고를 할 수 있는 설문을 노출하여 디자인의 문제점을 찾아서 개선하였다. 라이브 테스트는 로그 분석이기 때문에 사전에 설계 단계나 개발 단계에서 실험실 연구를 통해서 이유를 밝혀 내야 한다.

4.4 출시

제품을 론치하고 나서는 사용자의 피드백을 수집하게 된다. 보통 사용자 만족도 조사, 제품 품질 평가, 로그 분석, 모니터링 사용자 그룹 운영 등의 연구를 하게 된다.

제품 품질 평가를 통해서 제품 마다 어떤 요소들이 더 필요한지를 발견하여 제품 로드맵에 방향을 제시하게 된다. 출시후 운영 단계에서는 로그분석과 고객창구등을 통해서 상황을 이해하게 된다.

5. 결론

이상과 같이 사용자 중심의 제품을 개발하기 위해서 제품 개발과정의 각 단계의 목적을 달성하기 위한 사용자의 연구의 역할과 적합한 방법들을 살펴 보았다. 시장 성공의 확률을 높이기 위해서는 기술과 만드는 사람 입장이 아닌 사용자에게 가치 있는 제품을 제공해야 하고, 이를 위해서는 사용자 연구를 통해서 제품 개발 전 단계에 사용자를 참여시켜야 한다.