

사용자 분석에 따른 Mobile SNS Application 개발 프레임워크에 관한 연구

A study on mobile SNS application development Framework according to user analysis

*조백현, 황민철, 박찬식, 이보람, 장모아, 황신하
상명대학교 디지털 미디어학과

Key words : Design Framework, Persona, User analysis

1. 서론

애플에서 출시한 iPhone4 는 발매 후 3 일만에 170 만대 판매라는 진기록을 세웠다. 전문가들은 이를 ‘사용자경험(UX)’의 힘이라고 말한다. 기술과 단순 기능에 집중하는 패러다임을 넘어 사용자를 정확하게 분석한 뒤 매력적인 경험을 제공하는 전략이 IT 분야의 화두라는 것을 의미한다.[2] 사용자를 관찰하고 사용자에게 멋진 경험을 주기 위해 구체적으로 구상하고 만들어줄 수 있는 것이 UX 디자인이라고 말할 수 있다.[3] 사용자 경험을 향상시키기 위한 가장 중요한 요인은 사용자의 Needs 를 파악 후 분석하여 사용자에게 긍정적인 경험을 제공하는 것이다. 그것은 사용 동기로 이어지게 될 것이며, 브랜드나 제품에 대한 충성도에 기여 할 것이다.[1]

2. 연구목적

본 연구의 목적은 사용자 분석을 통해 사용자 경험을 구체적이고 체계적인 방법으로 도출 할 수 있는 방법론을 제안하고자 함이다. 또한 방법론을 통해 SNS Application 사용자 분석을 수행하여 Needs 를 파악한 후 사용자에게 향상 된 긍정적 SNS Application 의 사용자 경험을 제공하고자 함을 목적으로 한다.

3. 연구 방법

본 연구의 개발 Framework 는 총 9 단계로 구성되어 있다. Framework 순서는 다음과 같다.

3.1. Raw data gathering

사전적인 의미로 Raw data 란 처리되지 않은 또는 가공되지 않은 자료를 의미하며 설문조사와 같은 Data gathering 으로부터 얻어진 자료를 의미한다.[4] 본 연구의 Framework 에서는 기존의 SNS 사용자들을 대상으로 주어진 Task 에 대해 설문, 인터뷰, 관찰을

통해 Raw data 를 생성하였다. Raw data 의 구성은 다양한 성별과 나이의 SNS 사용자들의 SNS 사용에 대한 간단한 개인정보와 18 개의 Tasks 수행 후의 인터뷰와 행동관찰 결과가 포함 되어있다. 수행된 Task 는 아래 <표-1>과 같다. 총 18 개의 Tasks 에서 사용자의 행동 패턴 판단이 본 연구의 Application 과 연관성이 없는 Task 는 제외한다.

Task	내용	행동패턴(Target 6,7)
Task0	다운로드/설치/둘러보기	개인 맞춤 환경 설정
Task1	친구검색 후 추가/그룹 추가	하단 추가 아이콘 사용
Task4	공개사진 변경	아이콘을 통한 수행
Task5	쪽지 확인/답장전송	주요 기능만 사용
Task8	뮤직앨범 확인/뮤직앨범 재생	아이콘으로 인지하여 수행
Task10	미니대화로 변경 후 대화	대화 창 실행 후 미니대화
Task11	투명도 설정	제공되는 아이콘으로 실행
Task15	파일방 개설	제공되는 마법사 이용
Task16	친구 파일방에 접근 후 다운	인터페이스의 지시대로 수행

<표-1> Raw data gathering 을 위한 Tasks

3.2. Raw data modeling

Raw data 를 바탕으로 사용자들의 행동 변수를 찾아내고 행동패턴을 찾아 낸다. 도출된 행동 패턴에 대해 7 명의 Target 들이 어떤 행동 패턴에 속하는지 분석하고 행동 패턴이 동일한 Target 별로 Grouping 한다.

본 연구에선 Task 에 대해 동일한 행동 패턴을 보이는 Target 들의 그룹 중에 Target6, Target7 의 그룹을 선정하였다.

3.3. Persona

도출된 실존 사용자들의 Data 를 이용하여 대표 사용자인 페르소나를 제작할 수 있다. Persona 가상의

사용자로서 사용자의 Needs 를 효과적이고 쉽게 묘사할 수 있으며 페르소나는 사용자의 다차원적인 모습을 묘사해줌으로써 기획 및 디자인의 유효성에 대해 판단할 수 있는 근거를 제공한다.[5]

본 연구에서 페르소나는 이서아라는 이름을 가진 직장 여성이다. 이서아의 SNS 사용 목적(Goals)은 '원하는 소수의 사람들과만 사생활을 공유하고 싶고, 일시적이고 사무적인 관계의 사람들에게는 사생활을 노출하고 싶지 않다. 하지만 깊은 관계의 지인들과는 자신의 모든 감정과 생각을 공유하고 싶다.' 이다.

3.4. Scenario 와 Menu structure

페르소나와 일치하는 실제 사용자들을 찾아가 그들의 라이프 스타일과 SNS 사용 방식 및 응용에 대해 설문, 인터뷰, 에스노그래피를 조사하여 시나리오를 작성한다. 작성된 시나리오는 페르소나에 대한 시나리오다.

시나리오를 통해 도출된 주요 기능은 <표-2>와 같다.

기능	내용
비밀 모드 접속	원하는 사람들에게만 상태표시 및 대화
사생활 보호 대화모드	타인으로부터 자신의 사생활 보호
공유 다이어리	깊은 관계의 지인과 모든 감정과 생각 공유

<표-2> 시나리오를 통해 도출 된 주요 기능

시나리오를 통해 Menu structure 를 구성 함으로써 기능이 수행되는 흐름을 쉽게 파악하고 기능들과의 연관성 또는 독립성을 명확하게 구분 지을 수 있게 된다.

3.5. Storyboard 와 Heuristic evaluation

스토리보드는 기본적인 UI 의 구성을 나타내어 가시적으로 주요 Task 의 흐름을 분석할 수 있게 해준다.

스토리보드에서 표현 된 주요 기능에 대해 사용자 경험이 만족스러운지 점검하기 위해 Heuristic evaluation 을 수행하게 된다. Heuristic evaluation 은 발견적 평가법으로 사용자 전문가들이 서비스를 사용하면서 어려움을 겪은 영역이나 향후 문제가 될 수 있는 영역을 찾는 것이다. [6]

본 연구에서는 제이콥 닐슨의 10 가지 사용자성 원칙에 의거하여 평가지를 만들고 전문가 그룹에게 평가를 받았다. 문제점으로 지적 된 부분은 각각의 Task 는 수행에 있어서 Depth 가 많고 다른 Task 와의 통일성이 떨어지는 메뉴의 구성이었다.

3.6. Prototype 과 Usability test

Heuristic evaluation 에서 전문가 그룹으로부터 1 차적인 평가를 받고 사용자 경험을 좀 더 최적화 시켰다면 사용자성 테스트를 위해 Prototype 을 제작하여야 한다. Prototype 은 UI 의 기본적인 구성만을 갖춘 것이 아니라 GUI 까지 포함하여 사용자 경험에 영향을 줄 수 있는 요소들이 모두 포함되는 실제적인 개발 직전의 모델이라고 할 수 있다.

완성된 Prototype 을 통해 사용자성 테스트는 한 번에 한명의 참가자를 대상으로 수행되며, 사전질문과 사후질문으로 나뉜다. 사전질문으로는 일반적인 사용자 경험 수준을 설정할 수 있다. 사후질문에서는 Prototype 에 대한 전반적인 느낌을 측정할 수 있고 일반적인 불편 사항과 제안 사항들을 도출 할 수 있다.[5]

본 연구에서 도출된 사용자성 테스트를 통해 기능의 지나친 세분화로 인한 기능 수행 불편함과 영문 사용으로 인한 어휘해석의 문제, 사용자 경험에 맞지 않는 그래픽적 요소가 지적되었다.

4. 결론

사용자 분석을 통해 사회생활에 지쳐 있는 여성들의 사생활 보호와 깊은 관계 유지에 대한 Needs 가 파악되었고 본 연구의 Framework 를 통해 수집된 정보를 분석하여 행동패턴과 주요 관심사를 알아낸 후, 필요 기능을 제공하였다. 제공된 기능에 대하여 발견적 평가와 사용자성 평가를 거쳐 문제점을 파악하고 수정 및 보완하여 체계적이고 검증 된 긍정적 사용자 경험을 본 연구의 SNS application 사용자들에게 제공할 수 있다.

참고문헌

- [1] 이진이(2009), 사용자 경험 요소를 중심으로 한 휴대폰 정보 디자인 통일화 방안 연구, 한양대학교 석사학위 논문.
- [2] 인터넷 뉴스 포털 사이트 '매일경제', "보이지 않는 디지털 권력, UX(사용자 경험), 남혜연 기자, 2010. 07. 14.
- [3] UX(User eXperience) 특성을 갖춘 디자인 발전 방향성에 대한 연구, 이동민, 전후현, 경희대학교 산업디자인과 일반 대학원 (2010)
- [4] 위키백과
- [5] UX design communication, 덴 브라운, 위키북스, 2009
- [6] Mobile User Experience, 미카 힐투넨, 마르쿠 라우카, 야리 루오말라, 한빛미디어(2007)