

Mobile App 서비스에 특화된 Out of Box Experience의 연구

Out of Box Experience for Mobile App Services

김 예 슬

국민대학교 테크노디자인 전문대학원

Kim ye-seul

Graduate School of Techno Design, Kookmin University

요약

제품/서비스의 전체 사용 경험 주기에서 사용자 인지와 수용에 영향력을 행사하는 첫 단계에 해당하는 OOBE(Out of Box Experience)를 Mobile App 서비스에 맞게 재구성하였다. 본 연구는 “사용자가 서비스를 획득하고(Acquire), 서비스 사용을 준비하다(Prepare), 어느 시점에서 본격적으로 서비스를 사용하기 시작(First Use)”하는 3단계를 제시한다.

I. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

제품 및 서비스의 수명 주기는 출시 후 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기 순으로 시간의 흐름에 따라 성숙기까지 상승했다가 쇠퇴기에 감소한다[1]. App 서비스의 경우 기술이 지속적으로 발전하고 유사한 수준의 경쟁 서비스들이 다양하게 출시되기 때문에 수명 주기가 빠르게 돌아간다. 특히 출시 후 도입기에서 사용자의 선택을 받지 못해 다음 단계로 넘어가지 못하고 소멸하는 경우도 많다. 서비스 제공기업에서는 수명 주기를 연장하고자 하는 노력을 많이 하고 있다. 본 연구는 전체 사용 경험 주기 중 도입기에서 성숙기로 넘어가는 데에 있어 중요한 다리역할을 하는 OOBE(Out of Box Experience)단계에 집중하여 제품관점의 OOBE를 App 서비스에 맞게 재구성하여 새로운 Mobile App 서비스용 OOBE의 단계를 제시한다.

1.2 연구 절차

기존의 제품 수명 주기에 대해 연구한 OOBE의 이론적 고찰을 선행하여 제품 사용 단계에 대해 알아보았다. 그 후 4개의 App 서비스를 선정하고 해당 서비스 사용 경험이 없는 사용자를 대상으로 사용행태를 관찰하고 In-Depth interview를 시행하여 사용 행태에 대한 데이터를 수집하였다. 수집한 데이터를 기존의 OOBE단계에 대입하여 문제점을 도출하고 App 서비스만이 가지는 특징을 정리하여 App 서비스에 맞는 OOBE 단계를 재정의하였다.

II. 기존 이론 고찰

2.1 Out of Box Experience(OOBE)

OOBE는 제품의 개봉에서부터 첫 사용까지의 일련의 과정에서의 사용자 경험(User Experience-UX)를 말한다. OOBE는 제품과 기술의 사용자 인식과 수용에 기여하는 중요한 요인이다[2]. IBM에서 제시한 제품 수명 주기는 Identify need, Research product, Acquire, Unpack, Setup/Configure, First use, Ongoing use, Discard/replace 순으로 구성되어 있다. 그 중 OOBE에 해당하는 것은 Unpack(개봉), Setup/Configure(설정), First use(첫 사용)이다[3]. IT 서비스 수명주기에 대해 연구된 기존 이론이 없고 IBM에서 제시한 OOBE는 제품과 서비스를 포함하는 이론이기 때문에 제일 근접하다고 판단하여 IBM에서 제시한 OOBE를 Mobile App 서비스에 맞도록 재구성하였다.

III. Mobile App 서비스용 OOBE의 연구

3.1 제품용 OOBE의 정리

기존 제품 관점의 OOBE는 Unpack - Setup/Configure - First Use의 3구간을 제시하였다. 이를 바탕으로 각 구간의 정의를 정리하였다.



▶▶ 그림 1. 제품관점의 OOBE

- ◆ Unpack(개봉) : 제품/서비스를 구매하고 패키지를 개봉하는 단계
- ◆ Setup/Configure(설치, 설정) : 제품/서비스를 설치하고 세부 옵션을 설정하는 단계

- ◆ First use(첫 사용) : 제품/서비스의 기능을 첫 사용하는 단계

3.2 사용자 조사

서비스 사용주기 중 초기의 사용경험을 다루기 때문에 서비스 사용 경험이 전혀 없는 사용자 4명을 선정하여 서비스를 처음 접하는 시점부터 첫 사용까지를 관찰하였다. 관찰 후 In-depth interview를 시행하였다. 서비스는 외부 요인이 아닌 UX요인에 의해 해당 서비스의 이용이 좌우되는 서비스로 다음과 같은 4가지의 서비스를 선정하였다.

- 포털 사이트(NATE), 음악 스트리밍 서비스(MelOn), 개인용 클라우드 서비스(Google Drive), 지도 서비스(다음지도)

3.3 제품용 OOB에 맞춘 사용자 조사 분석

사용자 조사로부터 수집한 데이터를 제품 중심의 OOB 단계에 대입해 보며 기존의 OOB에 App 서비스 데이터를 그대로 적용했을 때의 문제점을 찾아보고자 했다. 사용 행태를 시간의 흐름에 따른 태스크로 분류 한 후 제품용 OOB 프레임워크의 구간에 대입하였다. 이 과정에서 상당수 사용 행태가 제품용 OOB의 어느 구간에든 대입되기 어렵다는 걸 발견할 수 있었다. 이들을 대입하기 위해 기존의 세 구간 사이에 중간 단계들을 두게 되었다.

3.4 분석 결과

제품용 OOB에 사용행태 데이터를 대입하면서 각 서비스에서 찾은 문제항목들은 다음과 같다.

표 1. 분석 결과

서비스	분석내용
Google drive	-Unpack 단계가 미비하게 존재 하나 사용 경험에 별 영향을 미치지 않음 -OOBE의 단계가 순차적이지 않고 사용자의 행태에 따라 역행할 수 있음 -설정, 튜토리얼 등의 태스크는 서비스 성격에 따라 다중적인 속성을 가질 수 있음
MelOn	-OOBE의 단계가 순차적이지 않고 사용자의 행태에 따라 역행할 수 있음
다음지도	-단계의 skip이 가능하고 설정 같은 경우 주요 기능의 커스터마이징 속성이 강해 첫 사용 전에 이루어지지 않을 수 있음
NATE	-Unpack단계가 존재하지 않음 -설정, 튜토리얼 등의 태스크는 서비스의 성격에 따라 다중적인 속성을 가질 수 있음

3.5 Mobile App 서비스 관점의 OOB 재정의

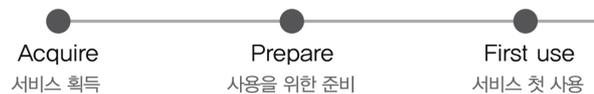
분석결과 App서비스는 Unpack 단계가 존재하지 않거나 있어도 그 경험이 미미한 수준이었다. 또한 중간 단계

1의 속성은 Unpack 단계와 Setup/Configure 단계 어디에도 속하지 않았다. App 서비스의 특성상 제품처럼 직접 구매하고 포장을 개봉하는 형태가 아닌 주로 웹 또는 app마켓에서 다운로드를 받는 형태이기 때문이다. 이런 특성을 반영하고자 Unpack 보다는 서비스의 획득을 뜻하는 Acquire로 재정의 하였다.

Setup/Configure는 서비스의 속성에 따라 단계를 생략하는 경우도 있었고 필요하지 않은 서비스도 있었다. 중간 단계 2는 Setup/Configure와 유사한 속성이지만 First use 단계와는 명확히 구분되었다. '서비스 주요 기능 둘러보기'나 '튜토리얼이 이에 해당하며 서비스에 따라 Setup/Configure과 중간단계 2는 단계가 순차적이지 않고 사용자의 행태에 따라 순환하거나 역행하는 모습을 보이기도 했다. 서비스를 원활하게 이용하기 위하여 서비스를 둘러보고 알아가는 단계라는 점에서 Prepare로 재정의 하였다.

First Use는 본격적으로 서비스를 사용하기 시작하는 시점으로 제품 OOB와 큰 차이가 없어서 동일한 명칭인 First Use를 유지하였다.

새롭게 정의한 Mobile App 서비스 관점의 OOB의 세부 구간은 다음과 같다.



▶▶ 그림 2. Mobile App 서비스 관점의 OOB 세부 구간 재정의

Acquire(획득): 서비스로 진입하는 단계
Prepare(준비): 서비스의 이용을 위해 준비하는 단계
First Use(첫 사용): 서비스 사용을 시작하는 단계

IV. 결론

4.1 결론 및 향후 연구 과제

제품 관점 OOB를 Mobile App 서비스에 그대로 적용하기에는 한계가 있었다. 본 연구에서는 문헌연구와 사용자 조사를 바탕으로 Mobile App 서비스에 맞는 OOB 구간을 재정의 하였다. 향후 연구에서는 지속적인 사용자 경험을 위해 각 구간의 주요 사용자 경험 요소를 도출하여 OOB 프레임워크를 개발하여야 할 것 이다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] Philip Kotler, Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson Educacion, Chapter8, 2010.
- [2] T. Serif, G.Ghinea, "HMD versus PDA:a comparative study of the user out-of-box experience", Personal and Ubiquitous Computing, Vol 9, Issue 4, pp. 238-249, 2005.
- [3] IBM, "Out-of-box experience - guidelines and insights to help other software and hardware companies design out-of-box experiences", ease of Use, 2001.