http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2015.13.1.463

UX 관점에서의 스마트 런처 특징연구

이정애*, 정진헌**
동국대학교 영상대학원 멀티미디어학과 박사과정*, 멀티미디어학과 교수**

A study on smart launcher features in terms of UX

Jung-Ae Lee*, Jean-Hun Chung**
Dongguk Graduate School of Digital Image and Contents the doctor's course*
Dongguk Graduate School of Digital Image and Contents professor**

요 약 모바일 플랫폼시장이 확산함에 따라 홈화면의 확보는 기업의 브랜드커뮤니케이션 활동에 있어서 중요한 의미로 받아들여지고 있다. 이에 본 연구는 디바이스 브랜드별 UI차별화를 위해 기본으로 탑재했던 런처의 기본 기능을 넘어서 브랜드 커뮤니케이션 기능을 수행하는 어플리케이션의 확대된 기능으로 변화될 수 있는 특징적 요소를 도출함으로써 스마트폰 어플리케이션으로서의 런처가 브랜드커뮤니케이션으로 어떻게 활용되어지는지를 연구하였다. 런처 구성요소를 속성에 따라 홈구성요소와 개인화기능요소로 구분하여 각 상세 항목에서 나타나는 브랜드 커뮤니케이션의 항목과 특징을 분석한 결과 (1)브랜드 이미지 통합적 요소 (2)서비스마케팅 몰입적 요소로 도출 되었다.

주제어 : 애플리케이션, 스마트런처, 사용자경험, 브랜드커뮤니케이션

Abstract A study on how a launcher as smart phone application was utilized as brand communication by deriving a characteristic element that could be changed into an extended function which carried out brand communication function going beyond the basic function of launcher pre-installed for the purpose of UI differentiation according to each device brand. In the results of analyzing the items and features of brand communication shown in each detailed item after classifying properties of launcher components into that of home component and personalization function element, (1) brand image identity element and (2) service marketing commitment element was derived.

Key Words : Application, Smart Launchers, User experience, Brand communication,

1. 서론

국내 스마트폰 가입자 수가 4000만명을 넘어설 것으로 전망되고 있다. 전체 인구 10명 중 7명은 스마트폰을 사용하고 있다[1]. 이는 곧 국내에서만 4000만명의 사람들이 언제 어디서나 온라인에 접속한 상태에 있음을 의미한다. 또한 스마트폰의 다양한 애플리케이션(application)의 출시는 사용자로 하여금 스마트폰으로 일상 생활에 도움이 되는 보다 많은 일을 수행할 수 있도록 하고 있다.

Received 17 November 2014, Revised 24 December 2014
Accepted 20 January 2015
Corresponding Author: Jean-Hun Chung
(Dongguk Graduate School of Digital Image and Contents)
Email: evengates@gmail.com

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

2013년 모바일인터넷이용실태조사서에 따르면 최근1개월내 모바일앱 다운로드 및 이용빈도에 대한 조사결과를 보면 스마트폰 이용자 중 66.1%가 최근 1개월 이내 모바일앱을 다운로드 받은 '모바일앱 다운로드 이용자'로 나타났다. 또한 최근 1개월 이내 모바일앱을 다운로드 받은 스마트폰 이용자의 65.9%가 다운로드 받은앱을 이용한 적이 있으며, 그 중에서도 17.8%는 '하루에도 여러 번' 이용하는 것으로 나타났다. 하지만 개인의 스마트폰에 다운로드 받아놓은 앱의 개수는 평균 35.22개 이지만 주로 이용하는 앱의 개수는 9.93개로 10개 미만인 것으로 조사되었다[2].

스마트폰의 초기 확산시기에 SNS 및 기업을 홍보하는 독립적인 브랜드 앱을 출시 함으로써 사용자와 커뮤니케이션을 시도했지만 다운로드 횟수, 지속적인 사용자의 비율, 브랜드와의 연결성 등에서 그 효과가 뚜렷하게 드러나지 않았다.

하지만 최근에 들어서 스마트폰의 홈화면을 확보하는 것이 자사의 브랜드를 경험 하도록 할 수 있는 관문으로 인식되어짐에 따라 별도의 앱을 개발하기보다 런처를 개발하여 사용자의 홈화면을 확보하고자 경쟁이 심화되고 있다.

스마트런처시스템은 사용자의 라이프 스타일과 개성을 반영함과 동시에 홈화면을 통하여 주로 사용하는 앱으로의 접근을 용이하게 해줌으로써 플레이스토어에서 다운로드 횟수가 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다.

스마트폰을 자신을 표현하는 도구로 사용하고 있다는 측면에서 볼 때 사용성 및 감성적 UX를 개인화 관점으로 연구해야할 필요성이 드러나고 있다.

1.1 연구범위 및 방법

본 연구는 2014년 09월 플레이 스토어에 등록되어 있는 다운로드 순위 5위내의 버즈런처, 런처플래닛, 고런처, 도돌런처, Google Now 런처를 분석대상으로 선정하였다.

먼저 문헌조사를 통하여 스마트폰에서의 브랜드커뮤니케이션의 경험요소를 도출 한 후 각 런처의 속성별 화면을 홈 구성요소와 개인화기능적요소로 분류 하고 요소 본연의 특징과 UX적 특징을 도출하였다.

홈구성요소의 속성별 세부요소는 잠금화면과 배경화면, 홈화면,아이콘과 위젯, 독바로 분류하고 개인화기능요소의 세부속성별요소는 테마, 폴더, 화면전환, 아이콘 모음, 그룹관리, 편의기능설정, 시스템설정 으로 분류하여 각 요소에서 어떠한 경험을 제공하는지를 도출하였다.

2. 본론

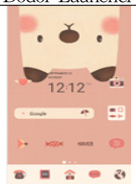
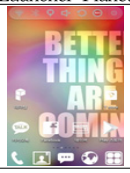
2.1 모바일 런처의 정의 및 환경

런처(Launcher)는 윈도나 매킨토시 등에서 응용 소프트웨어를 등록하여 아이콘 등으로 일람하는 소프트웨어로써[3] 스마트폰의 앱, 아이콘, 배경이미지, 테마, 위젯 등의 홈 화면을 사용자의 취향에 맞게 꾸밀수 있는 애플리케이션이다.

초기의 런처의 기능에 대한 이해는 아이콘이나 배경화면을 개인의 취향에 맞추어 바꿀 수 있는 기능이 있는 애플리케이션이었다. 개방형인 안드로이드폰에서만 사용이 가능하여 구글 플레이스토어에는 이미 다양한 런처가 배포되고 있으나 몇 개의 런처를 제외하고는 큰 다운로드를 기록하지 못하고 있다.

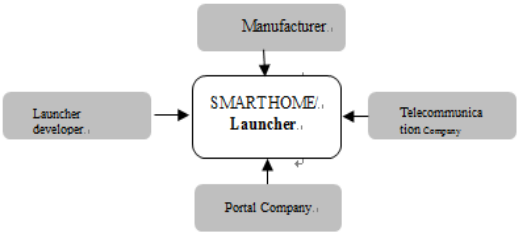
이동통신사, 제조사, 포털, 모바일 메신저 및 SNS 등 모바일 생태계의 모든 구성원들의 홈화면 장악을 위한본격적인 경쟁이 시작되었다. 즉, 모바일 서비스플랫폼을 둘러싼 경쟁의 축이 모바일 OS 에서 모바일메신저를 거쳐 홈화면(런처)으로 이동하고 있다. 사용자와 스마트폰의 최초 접점인 홈 화면은 스마트폰의 문으로 어떠한 경험을 제공하느냐에 따라 사용자의 그 다음 서비스 또는 앱 사용 경험을 결정하므로 업자들에게 매우 중요한 의미를 가진다.[4] 또한 런처는 스마트폰의 여러 가지 편의기능 제공뿐 아니라 개인의 개성까지 현하는 등 그 범위가 점차 증가되고 있다.

〈Table 1〉 Home Screen of Each Launcher Brand

	Buzz Launcher	Dodol Launcher	Dodol Launcher
Home screen			
	Launcher Planet	Now Launcher	
			

2.2 런처시장의 경쟁구도

구글 플레이마켓의 런처시장은 디바이스 제조사와 포탈업체, 이동통신사, 자체 개발사 간의 치열한 경쟁을 하고 있는 추세이다.이는 런처가 단순히 홈화면의 디자인을 변경하는 기능뿐만이 아니라 브랜드 서비스를 경험할 수 있는 자연스러운 관문으로 인식 되어짐에 따라 타겟별로 차별화된 UX를 제공하여 브랜드 마케팅을 할 수 있는 기회가 자연스럽게 주어지기 때문이다.



[Fig. 1] Competitive Composition in the Launcher Market

또한 런처를 통하여 차별화된 브랜드의 UI와 UX를 제공함으로써 시장 내에서의 마케팅의 중심이 변화하고, 새로운 비즈니스의 시도 되며, 새로운 서비스의 기회를 얻을 수 있다. 이로써 안드로이드의 점유율이 확대 되게 됨과 동시에 태블릿 시장으로의 기회가 확대되게 되는 런처기반의 플랫폼이 영향력을 가지게 된다.

2.3 사례분석

사례분석은 각 브랜드의 런처의 속성별 요소 화면을 기준으로 UX특징을 살펴보았다.

2.3.1 버즈런처

버즈런처는 사용자의 홈스크린 업로드를 통하여 개인이 속한 그룹과의 공유를 할 수 있는 상호작용성이 특징이었다. 홈화면의 단일페이지의 편집이 가능하여 홈 화면마다 각기 다른 테마를 지정할수 있음으로써 또다른 홈테마의 생산이 용이하도록 하였고 아이콘, 설정정보 등을 묶어 놓은 홈팩과 연계하여 브랜드 커뮤니케이션을 시도한 특징이 있다.

〈Table 3〉 UX Feature of the Main Screens of Buzz Launcher

Main Category	Main Category	Features	User Experience
Home-organizing elements	Lock screen	Group sharing	Interaction
	Background screen	Multi-backgrounds	Interaction
	Home screen	Group sharing 3D space organization	Interaction Brand communication
	Icon, widget	Expandability	Self realization
	Dockbar	Unit editing	Self-realization
Individualized functional elements	Theme	Expandability	Interaction
	Folder	Multi-grids	Self-realization Brand communication
	Screen conversion	Manufacture gesture	Brand communication
	Icon collection	Recommend similar application	Interaction
	Group management	Group sharing	Interaction
	Setup for convenient functions	Editing a single page	Interaction Brand communication
	System setup	Manufacture gesture	Brand communication

2.3.2 도돌런처

도돌런처는 사진을 잘라 사용자만의 아이콘을 쉽게 만들 수 있으며 메모리클리너 및 초성으로 만으로도 앱을 검색할 수 있는 사용자 편의를 제공하여 편리한 사용자 경험을 제공하고 있다. 네이버 검색창이 홈화면에 설치 됨으로서 브랜드 커뮤니케이션을 적극적으로 실행하는 것이 특징이다.

〈Table 4〉 UX features of each screen of Dodol Launcher

Main Category	Main Category	Features	User Experience
Home-organizing elements	Lock screen	Editing function	Self-realization
	Background screen	Connect with brand contents	Self-realization, Brand communication
	Home screen	Group sharing, Install Naver search window	Brand communication
	Icon, widget	Immediate editing	Brand communication
	Dockbar	Default	Self-realization

Individualized functional elements	Theme	Connect with brand contents	Brand communication
	Folder	Integrate brand	Brand communication
	Screen conversion	Multi-functions	Brand communication
	Icon collection	Indicated on the top area	Self-realization, Brand communication
	Group management	Connect with additional , Naver functions	Brand communication
	Setup for convenient functions	Connect with brand service	Interaction Brand communication
	System setup	Default	Brand communication

2.3.3 고런처

고런처는 최고의 다운로드 횟수를 기반으로 다양한 버전의 런처를 사용하고 있고 독바 및 아이콘,위젯등을 자유롭게 편집할 수 있다는 자아발현의 기회를 자유롭게 도와주는 특징이 있다. 또한 런처와 함께 사용할 수 있는 위젯 및 어플리케이션,테마 등을 다운받을 수 있는 Go앱스 및 Go마켓이 따로 있을 정도로 풍부한 콘텐츠와 사용자간의 상호작용이 특징이었다.

더 나은 기술을 갖은 사용자가 더 욱 다양한 폰화면을 관리할 수 있는 특징이 있다.

〈Table 5〉 UX features of each screen of Go Launcher

Main Category	Main Category	Features	User Experience
Home-organizing elements	Lock screen	Diversity	Self-realization
	Background screen	Diversity	Interaction
	Home screen	Group sharing	Interaction
	Icon, widget	Expandability Editing	Self realization Interaction
	Dockbar	Expandability	Self-realization
Individualized functional elements	Theme	Expandability	Interaction
	Folder	Expandability	Self-realization
	Screen conversion	3D	Brand communication
	Icon collection	Expandability	Self-realization
	Group management	Expandability	Self-realization
	Setup for convenient functions	Editing a single page	Self-realization
	System setup	Expandability	Self-realization

2.3.4 런처플래닛

기존의 위젯으로 실행하던 서비스를 카드형태의 비주얼과 제스처를 이용하여 사용자가 직접 끼워넣을 수 있으며 빠르게 정보에 접근할 수 있는 경험을 제공하고 있다.이러한 서비스카드는 사용자가 기존에 사용하던 서비스와의 호환성 또한 우수한것으로 나타났다.이러한 서비스 카드 및 위젯의 커스트마이징을 통해 사용자의 개성을 연출할 수 있는 것이 주요한 특징으로 나타났다.

또한 이러한 서비스 카드를 통한 정보의 접근성을 강화함으로써 제휴 비지니스와의 연계성을 높일 수 있는 장점이 있다.

〈Table 6〉 UX features of each screen of Launcher Planet.

Main Category	Main Category	Features	User Experience
Home-organizing elements	Lock screen	Integrated diversity	Self-realization Brand communication
	Background screen	Expandability Integrated diversity	Brand communication
	Home screen	Group sharing	Interaction
	Icon, widget	Various setups	Self-realization Brand communication
	Dockbar	Expandability	Self-realization
Individualized functional elements	Theme	Convenience of usage	Self-realization
	Folder	One-touch management	Self-realization Brand communication
	Screen conversion	Gesture approaching	Brand communication
	Icon collection	One-touch management	Self-realization Brand communication
	Group management	Expandability	Self-realization
	Setup for convenient functions	Service card setup Gesture approaching	Self-realization Brand communication
	System setup	Convenience of usage	Brand communication

2.3.5 나우런처

구글의 검색엔진을 쉽게 이용할 수 있도록 음성인식 서비스로 다양한 기능을 실행할수 있는 차별적 경험을

제공하고 있다.

구글 관련제품의 UX와 연장된부분으로 검색브랜드의 커뮤니케이션을 시도하고 있음이 특징이다.

구글의 나우런처는 다른 런처에 비하여 사용자 편의적 관점에서의 UX는 크게 제공되지 않는 반면 구글 OS 및 연계제품과의 통합적인 UX제공에 특징이 있다.

〈Table 7〉 UX features of each screen of Now Launcher.

Main Category	Main Category	Features	User Experience
Home-organizing elements	Lock screen	General	Brand communication
	Background screen	General	Brand communication
	Home screen	Group sharing	Interaction
	Icon, widget	Emphasize platform	Brand communication
	Dockbar	General	Brand communication
Individualized functional elements	Theme	Emphasize platform	Brand communication
	Folder	General	Brand communication
	Screen conversion	General	Brand communication
	Icon collection	Gesture approaching App filtering	Interaction Brand communication
	Group management	Emphasize platform	Brand communication
	Setup for convenient functions	Edit a single page	Brand communication
	System setup	Emphasize platform Gesture setup	Brand communication

2.4 사례분석 결과

본 연구는 사용자의 경험적 관점에서 스마트폰 런처의 특징을 알아내고자 했다.

각 서비스가 가진 강점이 다르므로 사용자가 많이 사용하고 선호하는 기능 별로 선택하여 런처 시장이 세분화 되고 있는 특징이 보였다.

(1)버즈런처는 사용자의 홈스크린 업로드를 통하여 개인이 속한 그룹과의 공유를 할 수 있는 상호작용성의 특징이 있었다. 홈팩을 통하여 컨텐츠를 공유하고 제안하는 팔로우 를 통하여 사용자 자신을 상징할수 있는 경험을 제공하였다.

(2)도돌런처는 네이버의 브랜드커뮤니케이션을 경험할 수 있도록 유도하는 특징이 있다.

기본런처에서 사용되던 검색창을 바꾸어 설치함으로서 사용자의 검색브랜드를 자연스럽게 유도하고 있다. 향후 네이버의 브랜드 커뮤니케이션 채널을 홈화면에서 어필하는데에 효과적일 수 있다.

(3)고런처는 최고의 다운로드 횟수를 기반으로 다양한 버전의 런처를 사용하고 있고 독바 및 아이콘,위젯등을 자유롭게 편집할 수 있다는 자아발현의 기회를 자유롭게 도와주는 특징이 있다.

또한 런처와 함께 사용할 수 있는 위젯 및 어플리케이션,케마 등을 다운받을 수 있는 Go앱스 및 Go마켓이 따로 있을 정도로 풍부한 콘텐츠와 사용자간의 상호작용이 특징이었다.

(4)런처플래닛은 홈화면과 서비스카드를 통하여 다양한 애플리케이션으로의 정보접근을 flaking을 통하여 용이하게 제공한다는 특징이 있다.

사용자들이 기존에 사용하고 있던 어플리케이션과의 호환성을 고려하고 자사의 칼라맵을 이용하여 브랜드 커뮤니케이션을 시도하고 있다.

테마와 관련된 아이콘 및 위젯을 제외한 서비스카드, 최근전화서비스 등의 화면은 런처플래닛의 통합아이덴티티를 잘 반영하고있으며 사용자는 브랜드에서 제공하는UX와 개방된 UI사이에서 편의에 따라 홈화면을 선택적으로 관리 할 수 있는 특징이 있다.

(5)구글나우런처

구글의 검색엔진을 쉽게 이용할 수 있도록 음성인식 서비스로 다양한 기능을 실행할수 있는 차별적 경험을 제공하고 있다.

구글 관련제품의 UX와 연장된 부분으로 검색브랜드의 커뮤니케이션을 시도하고 있음이 특징이나 다른 런처에 비하여 사용자 편의적 관점에서의 UX는 크게 제공되지 않는 반면 구글 OS및 연계제품과의 통합적인 UX제공에 특징이 있다.

3. 결론

구글나우런처 처럼 브랜드 커뮤니케이션의 기능을 강화했지만 타 애플리케이션과의 호환성이 떨어지거나 시스템효율이 떨어지는 런처도 있었다. 반대로 시스템퍼포먼스 분야에서 월등히 우수하거나 다양한 커스트마이징이 특징인 런처도 있었다. 최근들어 보다 유니크한 화면 및 관리 기능에 대한 사용자의 욕구가 높아지면서 다양한 독립형 런처가 등장하고 있으나 사용자들의 스마트폰의 최초접점 역할 을 하는 홈화면에 대한 차별적인 UX를 제공해야 할 것으로 판단된다.

다양하고 새로운 경험에 대한 개발과 함께 좀더 안정적이고 편안한 UX가 선행되어야 하며 성급히 강제적인 브랜드커뮤니케이션을 시도하기보다는 개인의 lifecare service차원에서 차별화될 수 있는 요소를 제공해야 할 것으로 보인다.

본 연구에 이어서 개인화 타겟팅된 사용자들이 런처를 선택하는 요인에 관한 구체적인 실증연구가 지속되어야 할 것이다.

REFERENCES

[1] Yonhapnews TV, 2014.08.23
[2] Mi-sun Sim, Korea Communications Commission, “Research on using pattern of Smart media service”, pp55~60, 2011
[3]terms.naver.com/entry.nhn?docId=827301&cid=50376&categoryId=50376
[4] A Study on the Trend of Smartphone Launcher, Strategies and Effect on Mobile Ecosystem, Yu Ji Eun, 2013
[5] Launcherplatform,Kim jeehyun, 2013
[6] A Study on Android Launcher Use Behavior and Consideration Factor to Use an Android Launcher, hci2014, Soo-chanJee, 2014

이 정 애(Lee, Jung Ae)

・2014년 8월 : 동국대학교 영상대학원 멀티미디어학과 박사과정 수료
・관심분야 : 사용자경험, 스마트러닝, 인터페이스디자인
・E-Mail : famousis@naver.com

정 진 헌(Chung, Jean Hun)

・2001년 3월 ~ 현재 : 동국대학교 영상대학원 멀티미디어학과 교수
・관심분야 : 3D Computer Graphic, Contents Design, Visual Effects
・E-Mail : evengates@gmail.com