



UX 아웃사이드를 위한 UX 인사이더의 가이드: 탁월한 UX란

사용자 경험(UX)은 이 시대에 피할 수 없는 단어입니다. 왜냐하면 뛰어난 UX는 소비자의 마음에 가깝게 다가가, 다른 어떤 것도 제공할 수 없는 많은 것들을 줄 수 있기 때문입니다. UX 라는 단어에 대한 평가가 너무 과장된 듯 느껴진다면, Apple 과 Tesla 같은 최고 기업의 성공에 항상 UX 가 있었다는 점을 상기해 볼 수 있습니다. 긍정적인 사용자 경험은 충성도 높은 소비층을 만들며, 해당 브랜드의 열렬한 지지자들을 만들어낼 힘을 보여주기도 합니다.

UX가 제품 개발과 관련되기 때문에 이 백서는 UX가 무엇이고, 왜 중요하며, 무엇을 할 수 있는지 등 UX의 모든 것을 살펴볼 것입니다. 여러분의 제품에서 탁월한 UX를 제공할 수 있는 몇 가지 기본적인 모범 사례도 제시합니다.



목차

UX란 무엇인가?	3
눈에 보이지 않는 디자인	4
사용자.....	5
UX와 문화	7
UX와 감성	7
최초 사용자 경험	8
UX와 플로우.....	9
경험	9
기본 구성.....	10
오류 관리.....	11
즉각적인 피드백.....	14
UX와 퍼널(Funnel)	14
가장 중요한 일관성.....	15
UX와 KISS	16
효과적인 UX 프로세스의 구축.....	16
반복하고, 반복하고, 또 반복하라	17
시간에 따른 발전	18
UX 테스트	18
요약	20

UX란 무엇인가?

UX가 정확히 무엇인지 잘 모르는 사람은 여러분만이 아닙니다. UX의 정확한 의미는 UX 전문가들 사이에서도 의견이 분분하지만 ISO는 최종적으로 '제품, 시스템 또는 서비스를 사용하거나 혹은 예정된 사용과정에서 발생하는 사용자의 인식과 반응'이라는 표준적인 정의를 내렸습니다.

UX에 대한 ISO의 완벽한 정의

UX는 제품, 시스템 또는 서비스를 사용하거나 예정된 사용과정에서 일어나는 사용자의 인식과 반응입니다. 사용자 경험은 사용자의 사용 전, 사용 중, 사용 후의 모든 감정, 믿음, 선호, 인식, 물리적/심리적 반응, 행동, 성취감을 포함합니다.

사용자 경험은 브랜드 이미지, 표현, 기능, 시스템 성능, 상호작용 행위, 상호작용 시스템의 지원 기능, 이전 경험에서 비롯된 사용자의 내적/심리적 상태, 태도, 능력, 인성, 사용 환경 등의 결과입니다.

사용성은 사용자의 개인적 목표의 관점에서 해석할 경우, 일반적인 사용자 경험과 관련된 일종의 인지적, 감성적 측면이 포함될 수 있습니다. 사용성의 기준은 사용자 경험의 여러 측면을 평가하는 데 활용될 수 있습니다.

스트리밍 음악 서비스가 항상 기대를 충족시키는 것은 아닙니다. 찾고 있는 음악을 쉽게 찾을 수 있다면 UX를 즐겁게 받아들이겠지만, 원하는 음악을 계속해서 찾을 수 없다면 뛰어난 UI에도 불구하고 최종 사용자 경험은 만족스럽지 못할 수 밖에 없습니다.

UX 디자이너는 즐겁게 사용할 수 있는 제품을 만듦으로써 사용자의 니즈를 충족하려 하지만 경험이란 것은 다양한 측면을 가진 개념이기 때문에 쉬운 일은 아닙니다. 모든 사람의 경험은 개인의 인식, 행동, 동기, 이해에 의해 형성되기 때문에 서로 다릅니다. 따라서 하나의 상호작용에 대해서도 다수의 사용자는 다양한 인상을 가질 수 있습니다. 경험은 상호작용 이전의 사용자의 기대에 따라 큰 영향을 받기도 합니다. 한 가지 예를 들면 아름답고 우아하며 직관적인 사용자 인터페이스를 가진



사용자 인터페이스(UI)는 사람이 소프트웨어 애플리케이션이나 하드웨어 장치를 제어하는 수단입니다(그래픽 사용자 인터페이스, 키보드, 마우스, 버튼, 스위치 등). 사용자가 제품과 상호작용하기 위한 수단으로서 UI는 제품 UX의 필수적인 부분입니다.

또 다른 중요한 문제는 UX가 사용자의 느낌과 감정과 같은 간단히 측정하기는 어려운 특성들에 의해 결정된다는 것입니다. 좋은 사용자 경험은 열정, 흥분 또는 호기심을 고취해야 합니다. 심미적인 면과 단순성을 개선하는 데에만 집중하는 제품 디자이너는 사실상 UX에 아무런 영향도 미치지 못하며 어떤 경우에는 부정적인 영향을 끼치기도 합니다. 좋은 UX란 뛰어난 사용성에 의해서만 결정되는 것이 아니기 때문입니다. 사용성(제품의 사용 편의성 및 학습 용이성)은 UX의 중요한 부분이지만 유일한 요소는 아닙니다.

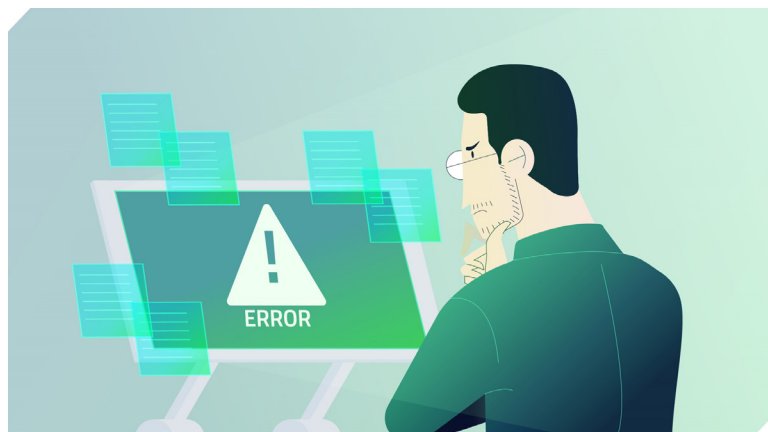
상대적으로 복잡한 사용자 인터페이스를 가진 제품도 사용자의 우월감을 고취하거나, 새로운 발견의 기회를 제공하거나, 비싼 구매가격을 부각시키면 실제로 더 나은 UX를 제공할 수 있습니다. UX가 좋은지 나쁜지는 사실상 보는 사람의 눈에 달려 있습니다.

사용자의 인식, 동기, 기대는 고정되어 있지 않다는 점을 이해하는 것 또한 중요합니다.

이것들은 사용자의 환경에 대한 이해, 다양한 기술에 대한 노출, 경쟁과 시장 원리, 변화하는 니즈에 따라 달라집니다.



UX가 좋은지 나쁜지는 사실상 보는 사람의 눈에 달려있습니다.



눈에 보이지 않는 디자인

사람들은 나쁜 디자인은 금방 알아차리지만, 아주 뛰어난 디자인은 쉽게 알아차리지 못합니다. 많은 디자인 분야는 어떤 것을 아름답게 만드는 데 집중하지만 UX 디자인의 핵심적인 가치는 눈에 띄지 않게 만드는 것입니다. UX 전문가인 [Don Norman](#)이 그의 저서 [The Design of Everyday Things\(모든 것의 디자인\)](#)에서 언급한 것처럼 “좋은 디자인은 우리의 요구에 잘 맞는 것입니다. 그러한 디자인은 눈에 띄지 않고 스스로 주목을 끌지 않으면서 우리를 도와줍니다.” 눈에 띄지 않는 것은 때때로 시각적 형태를 취하기도 합니다. 이때 디자인은 감각적 과부하를 줄여 사용자가 작업에

집중할 수 있도록 단순화됩니다. 어떤 때는 예상되는 사용자의 요구를 그대로 받아들이거나, 유용하게 사용할 수 있는 옵션을 도입하여 불필요한 상호작용을 줄여줍니다. 어떤 형태든 눈에 띄지 않는 디자인의 특성은 제품이 사용자의 자연스런 일부가 되게 합니다. UX 디자이너는 디자인 능력과 제품에 대한 지식, 인간의 속성, 그리고 세계를 능숙하게 융합해 이를 하나로 완성시킵니다. 눈에 띄지 않는 디자인이 주는 단순하면서도 자연스러운 느낌은 뛰어난 제품에서 뛰어난 UX 디자이너의 역할이 얼마나 중요한가를 그대로 보여줍니다.

사용자

사용자 경험은 사용자를 중심으로 이루어져야 한다는 데 모두가 동의할 것입니다. 그러나 누가 사용자이고, 이들이 제품을 어떻게 사용하는지 파악하는 것이 중요합니다. 여러분이 자신의 타겟 고객을 잘 알고 있다고 생각하더라도 사용자를 설명할 수 있는 프로필을 만들면 그들의 니즈를 더욱 잘 파악하고 그에 초점을 맞추는 데 도움이 될 수 있습니다. 이러한 사용자

프로필(페르소나라고도 함)은 사용자의 행동을 예측하고 이에 맞추어 나갈 수 있는 길잡이가 될 것입니다.

UX 사용자 페르소나를 만들기 위한 [예시 템플릿](#)은 여러 곳에서 찾아볼 수 있습니다.

그러나 가장 정확하고 설득력 있는 것은 자신의 잠재 고객을 확인하고 설문조사, 현장 인터뷰, 표적집단 면접을 실시하는 것입니다.



나이
30

성별
남성

학력
학사 + 자격증

전문성
공장 유지보수
책임자

사용자 페르소나

Maintenance Mike

니즈
가동중지 사건에 대한 실시간 알림. 사용하기 편리한 리포팅 소프트웨어와 통합적이고 간결하며 직관적인 UI를 갖춘 자동화된 솔루션.

고충
예측 유지보수 수단이 없음, 긴 공장 가동중지, 오래된 구식 설비, 복잡한 공정 흐름 파악

목표 및 동기
활동을 감독하고 직무에 대해 다른 사람을 교육하는 책임자가 되길 원함

활동
데이터를 기록하고 운영 효율성을 모니터링하며 규제 보고 요건을 달성하기 위해 공정을 관찰 및 기록하고, 기계와 기계식 설비를 검사하여 운영상의 결함과 장애를 발견하고, 간단한 수리를 진행함.

사용자가 제품을 사용하는 방식
계량기, 계측기, 눈금을 읽고 상세한 운영 차트를 기록함. 주요 설비 수선에 대해 보고서가 필요함.

사용자가 사용/선호하는 다른 제품
Nintendo Switch 및 기타 게임 콘솔, iPhone, iPad.

사용자가 선호하지 않는 다른 제품(이유)
조절기 개수와 이해할 수 없는 기호가 많은 세척기. 복잡하고 사용하기 쉽지 않음

페르소나를 만들 때는 기민한 통찰력을 바탕으로 충분한 조사를 하는 것이 필요합니다. 사용자에게 필요한 것이 무엇인지에 대해 수백 가지 질문을 하는 것은 생산적이지 않습니다. 사용자가 언제나 자신에게 필요한 것을 알고 있는 것은 아니며, 그것을 표현하지 못하거나 자신이 원하는 것에 대해 상충되는 생각을 갖고 있을 수도 있습니다. 그 대신 사용자에게 그들의 목표와 현재 그러한 목표를 어떻게 달성하고 있는지, 그리고 그런 과정에서 힘든 부분은 무엇인지 물어보십시오. 가능하다면 현실 상황에서 사용자가 여러분의 제품이나

프로토타입과 상호작용하는 것을 관찰하면서 제품이 어떻게 사용되는지, 사용 환경에서 다른 중요한 것은 무엇인지에 대한 통찰력을 길러야 합니다. 예를 들어 제품이 대부분 시끄러운 환경에서 사용된다는 점을 발견했다면 페르소나에 "시끄러운 환경에서 근무"라는 내용을 추가할 수 있습니다.

사용자 프로필에 이와 같은 상황적 단서가 들어있으면 피상적인 피드백을 바탕으로 디자인을 하는 것이 최선의 접근방식이 아닐 수 있다는 것을 알게 될 것입니다.



UX와 문화

어떤 사람의 문화는 지역적인 선호 이상으로 큰 영향력을 가지고 있습니다. 사용자의 동기는 보편적이고 성별이나 문화와 관련이 없는 경우가 있지만 사용자 인식은 다릅니다. 실제로 서로 다른 문화를 가진 사람들은 **UX의 사용성을 서로 다르게 인식합니다.** 문화적 관점에 영향을 미치는 요인에는 사회적 평등에 대한 인식, 개성의 표현, 불확실성에 대한 안도, 변화에 대한 수용, 방종에 대한 태도 등이 있습니다. 완전한 맞춤형 커스텀 사용자 로그인을 지원함으로써 개성을 충족시키는 애플리케이션은 한 문화에서는 바람직할 수 있지만 다른 문화에서는 그렇지 않을 수 있습니다. 문화적 성향은 사용자의 세계관에 대한 정보를 제공하기 때문에 사용자의 주된 문화를 이해하는 것은 고객에게 최고의 서비스를 제공하는 UX를 만드는 데 있어 매우 중요합니다. 이는 사용자가 더 많은 옵션을 찾는 것이 바람직한 것인지 아니면 과도한 것인지, 사용자가 안내 받는 것을 좋아하는지 아니면 스스로 찾아내는 것을 좋아하는지, 또는 인터페이스가 최첨단이어야 하는지 아니면 완전히 전통적이어야 하는지와 같은 기본적인 특성을 파악하는 데 있어 UX 디자이너에게 많은 도움을 줍니다.

UX와 감성

감성적 디자인은 제품을 만들 때 중요한 고려요소입니다. Don Norman이 처음 도입한 개념인 감성적 디자인은 사용자에게 좋은 경험을 하게 하는 긍정적 감성을 이끌어내는 제품을 만들게 합니다. Norman에 따르면 제품이 감각에 호소할 때 사용자는 제품과 감성적으로 연결됩니다. 결과적으로 사용자는 그것에 더 많은 가치를 부여하게 됩니다. CNC 공작기계나 의료용

인공호흡기와 같은 실용적 제품보다 물리적으로 편안한 원격 제어 구축 과정을 떠올리는 것이 훨씬 더 쉬울 수 있습니다. 그러나 ‘감성에 기반한 결속’이라는 개념을 이해한다면 그것이 무엇이든 감탄할 만한 물건을 만드는 데 도움이 될 수 있습니다. 감성은 사물에 대한 감각적 경험에서만 발생하지 않는다는 것을 이해하는 것이 중요합니다. 사용자는 사용자 경험 전반에 걸쳐 여러 가지 감성을 느낍니다. 예를 들어 게임에는 디자이너가 분투, 평온, 불안 또는 승리와 같은 느낌의 스토리 전개를 강조하는 감성을 살릴 수 있는 중요한 단계와 경로가 있습니다. 그러나 생산성 애플리케이션에는 투쟁, 두려움 또는 혐오와 같은 부정적 요소를 넣지 않습니다. 적어도 의도적으로는 그렇게 하지 않습니다. 게임 외의 애플리케이션에서는 긍정적인 감정을 이끌어내기가 정말 어렵고 정의하기조차 힘듭니다. 산업용 기계 제어 애플리케이션을 사용할 때 즐거움이란 무엇일까요? 위험한 일이 곧 발생할 수 있다는 것을 기계가 경고해준다는 것을 알면 사용자가 안전하다고 느낄까요? 의료용 장비는 어떨까요? 장비가 믿을 수 있는 결과를 만들어낸다는 것을 알면 사용자가 좋은 느낌을 받을까요? 자동차는 어떨까요? 장치가 정보 시스템에 원활하게 연결되면 사용자가 즐겁다고 느낄까요? 중요한 것은 여러분의 시장과 사용자, 그리고 제품을 사용할 때 이들이 어떻게 느끼길 원하는지를 이해하는 것입니다. 앱에는 반드시 페인 포인트(pain point)가 있다는 것을 알고 있다면 이를 최소화하는 방법뿐만 아니라 부정적인 느낌을 보상하는 방법까지 생각해야 합니다. 예를 들어 여러분의 앱이 사용자에게 여러 가지 복잡한 매개변수를 입력하도록 요구할 수 있습니다. 이러한 경우 매개변수를 표시하는 화면을 시각적으로 매력적이고 흥미롭게 구성하여 입력 과정의 고통을 이겨낼 수 있도록 함으로써 사용자에게 보답하는 방법을 고려해야 합니다.

감성적 설계의 또 다른 어려움은 사용자가 제품 경험에 익숙해질 수 있다는 것입니다. 이를 **쾌락 적응(hedonic adaptation)**이라고 하며 제품이 더 이상 사용자의 주목을 끌지 못할 때 발생합니다. 우리 모두는 새로움을 추구하며 제품 사용자도 다르지 않습니다. 일단 사용자가 제품에 적응해 익숙해지고 나면 제품을 사용할 때 행복을 느끼지 못하게 되고 그때까지 가졌던 긍정적인 경험은 서서히 사라지게 됩니다. (이러한 현상의 좋은 점은 부정적인 느낌 또한 사그라든다는 것입니다. 나쁜 경험은 영원히 지속되지 않습니다.) 쾌락 적응 과정을 극복하기 위해 새로운 기능과 새로운 콘텐츠를 2개월마다 주기적으로 제공해 제품을 신선하고 매력적으로 유지할 수 있습니다.



Tesla는 디지털 계기판에 크리스마스 모드를 추가해 쾌락 적응을 극복하고 있습니다.

최초 사용자 경험

사용자가 제품과 상호작용하는 첫 순간은 최초 사용자 경험(FTUE)이라는 약어가 생길 정도로 중요하고, 앞선 모든 상호작용과 다릅니다. FTUE 디자인이 중요한 이유는 제품을 사용하는 방법을 사용자에게 안내하고 제품의 기능과 작동 방식을 이해할 수 있도록 도와주기 때문입니다. 잘못된 FTUE는 새로운 사용자를 등돌리게 하거나, 사용법을 배우는 시간이 길어지게 만듭니다. 최악의 경우는 사용자가 제품에서 아예 등돌리게 만들어 버립니다.. 기억해야 할 점은 여러분의 FTUE가 제품에 대한 사용자 이해의 기반을 만들게 되며, 첫 사용에서 학습한 바가 앞으로의 이해와 경험을 형성하게 된다는 것입니다. 다음은 FTUE에서 주의를 기울여야 할 몇 가지 특성을 설명하고 있습니다.

직관성 - 초보자의 관점에서 직관적인 제품을 디자인할 것. 예를 들면 자연과 환경에 대한 이해를 바탕으로 물건이 떨어지고 튀어 오르는 등 실제 사물에서 일어나는 것과 유사하게 반응하도록 하는 것입니다.

친숙함 - 페르소나를 이용해 설계 또는 테스트한 UI패턴이 이미 사용자들에게 익숙하게 사용되어지고 있다면 그것을 사용할 것. 모든 사용자가 iPhone을 갖고 있다고 예상할 경우 iPhone과 같은 컨트롤과 제스처를 만들면 새로운 사용자라 할지라도 편안하게 느끼게 될 것입니다.

일관성 - 독특한 기능이나 디자인 메타포를 적용할 때 제품 전반적으로 이를 일관되게 사용할 것. 일단 사용자가 UI의 작동 방식을 이해하게 되면 어떤 것이 예상되고 어떻게 사용할지를 향시 파악할 수 있습니다.

낮은 진입 장벽(또는 가까이하기 쉬움) - 사용자가 처음에 제품을 쉽게 사용할 수 있도록 할 것. 로그인/등록/설정 단계에서 요구되는 정보가 적을수록 더 좋습니다. 이 조언은 초기 학습 곡선에도 적용됩니다. 몇몇 연구에서는 높은 진입 장벽이 헌신적인 사용자를 만들 수 있다는 점을 보여주기도 하지만 이는 새로운 사용자를 쫓아내는 대가를 치러야 합니다.

UX와 플로우

플로우(Flow)의 개념은 감성과 밀접한 관련이 있습니다. 이는 “몰입(being in the groove)” 또는 “열중(in the groove)”이라고도 합니다. 헝가리계 미국인 심리학자인 Mihály Csíkszentmihályi가 처음 정의한 플로우는 주변의 세계를 의식하지 못할 정도로 작업에 열중하게 되는 몰입적인 경험을 말합니다. 우리는 모두 우리가 하는 일과 하나가 되는 경우가 있습니다. 비디오 게임을 하거나, 산을 내려가며 스키를 타거나, 기타를 연주하거나, 저녁을 준비하거나 할 때 우리는 일에 100% 몰입하게 됩니다. 우리가 플로우 상태에 있게 되면 시간의 흐름, 우리 신체의 느낌이나 자기 의식을 잊어버리고 집중력, 만족감, 통제감을 느끼게 됩니다.



“플로우란 그 자체를 위해 활동에 완전히 빠져드는 것을 말합니다. 자아는 멀어집니다. 시간은 빠르게 지나갑니다. 모든 행동, 동작, 사고가 재즈를 연주하는 것처럼 앞의 연주를 그대로 이어갑니다. 당신의 모든 존재가 빠져들고 능력을 최대한 발휘하게 됩니다.”
- Mihály Csíkszentmihályi

UX 디자이너의 궁극적 목표는 플로우 상태를 만드는 것입니다. 이 개념은 게임 디자인에서 널리 사용되고 있지만 게임이 아닌 애플리케이션에도 많이 적용되고 있습니다. 우리는 사용자 자신과 그들의 목표 사이에 애플리케이션이 있다는 것을 눈치채지 못하기를 원합니다. 플로우 상태가 되려면 과제의 난이도가 너무 쉽지도(또는 사용자가 지루해하지도), 너무

어렵지도(또는 사용자가 혼란스러워 하지도) 않게 적절해야 합니다. 게임 디자이너가 이러한 목표를 달성하는 방법에 관한 참고자료를 읽어보면 지루한 애플리케이션을 만들고 있는 우리가 제품의 플로우를 달성할 수 있는 몇 가지 아이디어를 얻을 수 있습니다.

경험

지금까지 사용자에게 대해 다루었다면 이제 경험에 대해 논의해보겠습니다. UI는 일반적으로 제품에 대한 사용자 경험에서 큰 부분을 차지합니다. 그러나 UX는 UI가 아니라는 점을 기억하는 것이 중요합니다. 경험은 애플리케이션의 외관이나 제품의 모양을 훨씬 넘어서는 것입니다. 소비자의 전체 구매 여정 동안 시작부터 끝까지 사용자가 통제감을 느낄 수 있는 경험을 제공해야 합니다. 이는 여러분의 제품과 회사, 서비스, 그리고 UI가 모두 UX의 일부이며, 사용자와 긍정적인 관계를 구축하는 데 도움이 될 수 있도록 이 모든 것들이 조화를 이루어야 한다는 것을 의미합니다.



UX는 UI가 아닙니다. 경험은 인터페이스를 훨씬 넘어서는 것입니다.

UI는 언제나 사용자 경험이라는 더 큰 전체의 일부라는 것을 전제로, 이제 다음 섹션에서 UI와 UX를 포괄하는 제품 디자인 관점을 살펴보겠습니다.

기본 구성

소프트웨어 엔지니어는 애플리케이션을 개발할 때 더 많은 기능을 추가할 것인지, 아니면 사용성을 위해 단순하게 할 것인지를 놓고 많은 시간 고민합니다. 종종 이 문제에 대한 해결책으로 구성 옵션을 만드는 방법이 고려됩니다. 이런 방식으로 대부분의 사용자는 기본 설정을 사용할 수 있고, 고급 사용자는 원하는 대로 애플리케이션을 구성하고 애플리케이션의 기능을 확장할 수 있습니다.

넘쳐나는 구성 옵션의 덩어리 속에서 빠지기 전에, 여러 연구에서 실제로 **5% 미만의 사용자**만이 기본 설정을 변경한다는 것이 드러났다는 사실을 기억해야 합니다. 사용자가 무엇을 하는지 확인한 후 개념적 팁을 제공하거나 사용자의 기능 수준을 고려한 다음 새 옵션을 표시하는 것이 훨씬 더 낫습니다. Adobe Photoshop과 Illustrator는 그래픽 디자인과 일러스트레이션을 위한 매우 정교한 프로그램입니다. 그 방대한 기능 때문에 어쩔 수 없이 학습에 많은 시간이 소요됩니다. 그러나 Adobe는 애플리케이션이 가진 많은 복잡성을 일관적으로 배치한 툴바, 원할때 확인할 수 있는 툴팁과 힌트, 그리고 지능적으로 선택된 사전 설정으로 줄일 수 있었습니다.

앞서 언급했듯이 애플리케이션의 복잡성은 단순히 UI의 문제가 아닙니다. 최고의 사용자 경험을 제공하려면 사용자가 앱을 실행하기 전에 이들의 기능 수준을 예상하여 전문가, 고급 사용자, 또는 초보자를 위해 앱이 자동으로 구성되도록 해야 합니다. 이를 달성하는 방식은 어떤 데이터를 이용할 수 있는가에 따라 달라집니다. 예를 들어, 동일한 포트폴리오의 유사한 제품과 사용자가 어떻게 상호작용했는지, 사용자가 과거 이력을 갖고 있는 시스템이나 업그레이드에 대한 기존 로그인을 보유하고 있는지에 대한 데이터 등입니다. 여러분의 제품을 개별적으로 사용자의 경험에 맞출 수 있다면 사용자는 훨씬 더 행복해질 것입니다.



5% 미만의 사용자만이 기본 설정을 변경한다는 점을 감안해 구성 설정에 너무 많은 옵션을 추가하지 마십시오. 그 대신 개념적 팁을 제공하거나 사용자의 기능 수준에 따라 옵션을 표시하는 것이 좋습니다.

오류 관리

하드웨어 고장, 불량 데이터나 부적절한 입력 없이 모든 것이 원활히 진행될 때 우수한 애플리케이션 작업 흐름을 설계하기가 훨씬 쉽습니다. 좋은 UI 디자인과 뛰어난 UI 디자인의 실제적인 차이는 문제를 관리하는 방식에 있습니다.

오류 관리를 수용할 수 없는 수준에서 수용할 만한 수준으로 바꿀 수 있는 몇 가지 팁을 드립니다.

사용자가 복구할 수 있도록 할 것.

오류 메시지는 사용자에게 문제를 시정하는 방법을 설명하거나, 사용자가 문제를 시정할 수 있는 방법이 없다는 것을 알려주어야 합니다. 예를 들어 온라인 서비스에서 연결 문제가 있는 경우 사용자가 WiFi 연결을 수정할 수 있도록 설명해 주는 것입니다. 그러나 백엔드 서비스가 다운되었다면 사용자에게 이를 알려주어 인터넷 연결을 손보느라 시간을 허비하지 않도록 해야 합니다.

사용자를 파악할 것.

사용자가 IT 전문가라면 "RAID로 스와핑하는 중에 /dev/hd3을 찾지 못함"과 같은 메시지는 가치가 있거나 중요한 어떤 것을 의미할 수 있습니다. 그러나 사용자가 가정 보안 시스템을 사용하고 있는 중이라면 이러한 메시지는 매우 당황스러울 수 있으며 시스템을 불신하게 만들 수 있습니다. 복구에 대한 사용자의 지식과 능력 수준을 이해하는 것은 얼마나 많은 세부 사항을 표시해야 하는지, 어떤 경고나 오류를 표시해야 하는지를 파악하는 데 있어 중요합니다. 그리고 언제나 사용자의 입장에서 말하려고 해야 합니다. 즉, 사용하는 용어는 사용자의 어휘를 사용해야 하며 그들의 지식과 전문성을 바탕으로 해야 합니다.

사용자에게 고칠 수 없는 문제에 대한 짐을

지우지 말 것.

제품에 심각한 오류가 발생한 경우 사용자에게 16진수 숫자로 된 긴 문자열이나 지원 기술자가 읽을 수 있는 전문 용어를 제시하는 것은 좋은 해결책이 아닙니다. 기술자가 사용자의 불편함 없이 제품을 원격으로 접속할 수 있다면 좋고, 성능이 저하되어 단순한 오류가 낫거나 무선 소프트웨어 업데이트를 통해 수정할 수 있다면 더 양호한 상황입니다. 단순한 고장의 예는 인터넷 연결이 항상 활성화되어 있는 제품에서 연결이 끊어졌는데 실시간 업데이트 없이 업무를 계속하면서 끊어진 연결을 처리하고 복원 시 재동기화하는 경우입니다. 사용자가 아무 것도 할 수 없는 오류를 보고하는 경우에도 동일한 조언이 적용됩니다. 사용자가 문제를 해결할 수 있는 방법이 없다면 사용자가 이용할 수 없는 기술 보고서를 제시하기 보다 빨간색의 "경고등"을 표시하는 것이 차라리 낫습니다. 자동차에 빨간색 엔진 경고등이 표시되면 산소 센서가 정상적으로 작동하지 않는다는 경고를 보는 것보다 대부분의 사용자들이 더 크게 받아들입니다. 빨간색 경고등은 정비소를 방문하라는 것을 알리는 것인 반면, 고장난 산소 센서 같은 것은 사용자가 무슨 뜻인지 이해할 수 있을지도 만무할 뿐더러, 스스로 뭔가 고쳐볼 수도 없을 것이기 때문입니다.

사용자에게 통제권을 줄 것.

사용자가 통제감을 상실하면 부정적인 반응을 나타냅니다. 제품이 예측하지 못한 상황에 놓였는데 오류를 피할 수 있는 여러 방안이 있다면 최선의 방법은 사용자가 결정하도록 하는 것입니다. 예를 들어 문서에 글꼴이 없는 경우 글꼴을 다운로드하고 설치할 것인지, 아니면 기존의 낮은 품질의 글꼴로 대체할 것인지 물으면 사용자가 더 나은 선택을 할 수 있습니다. 사용자는 자신이 하려는 것이 무엇인지, 또는 언제 해야 하는지에 따라 서로 다른 선택지를 고를 수 있습니다.

정보가 손실되지 않게 할 것.

사용자의 정보가 손실되는 것은 발생 가능한 최악의 경우 중 하나이므로 다른 선택지가 없는 경우에만 그렇게 해야 합니다. 이러한 종류의 문제는 종종 사용자 양식의 오류를 처리할 때 나타납니다. 사용자가 양식을 작성하는 데 데이터베이스, 권한 또는 연결 오류가 발생한 경우 오류를 수정한 후 모든 정보를 다시 입력해야 하는 것만큼 사용자를 낙담하게 하거나 짜증나게 하는 일은 없습니다. 사용자가 같은 일을 반복하지 않도록 해야 합니다.

누구도 무시당하는 것을 좋아하지 않습니다. 사용자 정보를 완전하게 관리하는 방법의 좋은 예로 Microsoft Office를 들 수 있습니다. Office 제품군의 자동 복구 기능은 어려움에 직면했을 때 사용자의 좌절을 막아줄 수 있습니다. 애플리케이션이 완벽했다면 충돌은

발생하지 않았을 것입니다. 여러분은 자동 저장과 자동 복구 기능을 구현하는 것이 낭비라고 주장할 수 있지만 현실에서는 자동 저장이나 자동 복구 기능으로 파일을 저장했던 경험이 있는 누구나 앱이 자신의 작업 결과물을 손상시키지 않았다는 사실에 매우 감사해 합니다.

사용자를 애플리케이션 버그로부터 보호함으로써 Microsoft는 구현해야 할 일이 더 많아졌지만 대단히 부정적인 경험이 될 수 있었던 것을 긍정적인 경험으로 바꿀 수 있었습니다.

작업 흐름을 방해하지 말 것.

사용자가 생산적으로 작업하고 있다면 절대적으로 필요치 않은 한 간섭하지 마십시오. 사용자의 시간은 소중하기 때문에 업무 흐름 밖에서 오류를 처리할 수 있다면 그렇게 하는 것이 좋습니다. 그리고 오류가 동일한 이유로 1회 이상 발생한다면 이들을 묶어서 사용자 간섭을 최소화하십시오.



*사용자가 생산적으로 작업하고 있다면
절대적으로 필요치 않은 한 간섭하지
마십시오.*

다음은 이러한 오류 처리 원칙이 실제로 유효한 몇 가지 예입니다.

대량의 파일 복사 시 대상 디렉터리에 기존 파일들이 있는 경우:



각각의 파일에 대해 사용자에게 "덮어쓰기: 예 또는 아니오"라는 메시지를 표시합니다.

덮어쓰기 할 첫 번째 파일이 나타나면 사용자에게 동일한 답을 이후의 모든 파일에 적용할지 묻습니다.

충돌하는 전체 파일 목록을 표시하고 사용자가 덮어쓸 파일을 선택하거나 선택 취소하도록 한 뒤에 새로운 대상에 복사될 파일에 대한 미리 알림 표시를 합니다.

암호 재설정 시 새 암호를 사용자에게 묻기:



사용자에게 암호가 이전 버전과 같거나, 특수 문자가 부족하다거나, 길이가 충분하지 않다거나, "새 암호가 안전하지 않습니다. 다시 시도하세요"라는 오류 메시지를 표시합니다.

사용자에게 미리 암호 기준을 보여주고, 사용자의 암호가 기준을 충족하지 못하는 경우 사용자에게 잘못된 점을 설명하고 다시 입력하도록 요청합니다.

사용자에게 미리 암호 기준을 보여주고, 사용자가 입력할 때 녹색 확인 표시를 사용해 각 기준이 충족되었다는 것을 나타내고, 암호가 완전히 허용 가능할 때에만 계속 진행할 수 있도록 합니다.

즉각적인 피드백

최선의 방법은 사용자에게 가능한 빨리 실행에 대한 피드백을 제공하는 것입니다. 사용자는 피드백을 통해 실행했던 어떤 행동으로 인해 특정한 상황이 발생했는지 파악하고, 과도한 작업을 실행 취소하거나 재수행하지 않고 필요한 대로 수정하고 조정할 수 있습니다. 암호의 예를 다시 생각해 보면, 암호 보안 강도를 표시하는 막대가 길어지거나 빨간색에서 녹색으로 변화하는 과정을 보여주면 사용자가 자신이 충분히 강력한 암호를 만들었다는 것을 정확히 알 수 있습니다. 즉각적인 피드백은 또한 사용자에게 민감하고 반응성 좋은 제품을 사용하고 있다는 느낌을 주어 전반적으로 긍정적인 경험을 더할 수 있습니다.



학습 심리학에 대한 연구들은 행동과 관련 사건 사이의 작은 지연은 150-500밀리초 안에 행동에 대한 피드백이 일어날 때 가장 강한 심리적 연결이 이루어진다는 것을 보여줍니다. 소프트웨어가 사용자를 특정 자극(오류를 피하거나 보상을 제공하는 등)에 반응하도록 조건화하려 한다면 우리의 타고난 학습 회로에 자연스럽게 다가가기 위해 피드백을 제공하기 전에 약간의 지연을 두는 것이 좋습니다.

UX와 퍼널(Funnel)

제품을 구입하는 전체 과정이 UX의 일부입니다. 마케팅은 웹, 온라인, 광고, 이메일, 무역전시회, 소셜 미디어 등에서 잠재적 사용자가 자신의 제품을 찾을 수 있도록 만드는 것입니다. 잠재적 사용자가 제품을 알게 된 후에는 그것을 평가하게 됩니다. 제품이 어떻게 묘사되고, 평가되고, 논의되는지가 사용자 기대치의 일부를 형성합니다. 이는 영업 사이클에 필요한 것이 영업 팀 방문이든, 다운로드된 제품의 브로슈어이든, 온라인 조사 및 비교 자료이든 관계 없습니다. 제품 구입 단계 중에 형성되는 기대는 사용자가 새로 구매한 제품을 사용하기 시작하면서 현실화됩니다. 신규 사용자의 기대가 충족된다면 멋진 사용자 경험을 갖게 될 수 있습니다. 그러나 예상이 빗나간다면(그와 달리 제품이 아주 뛰어나다 하더라도) 사용자는 실망하게 됩니다.

예고편은 코미디 같아 보였지만 실제로는 심각한 드라마였던 영화를 본 적이 있나요? 영화가 좋다 하더라도 예상에서 벗어남으로 해서 부정적인 사용자 경험을 남기게 됩니다. 실망을 방지하려면 마케팅과 제품이 서로 일관되어야 합니다. 마케팅 단계 중에 형성되는 사용자의 기대와 제품을 사용할 때 마주하게 되는 경험을 조율하는 데 도움이 되는 한 가지 방법은 작업 분석을 실시하여 여러분이 사용자에게 도움이 되는 주요한 지점에 확실히 집중하는 것입니다. 그런 다음 마케팅에서 이러한 지점이 제품 사용 시에 충실히 드러나도록 하는 것입니다. 만약 휴대용 스피커가 "모든 휴대장치에서 작동"한다고 광고했는데, 블루투스가 Android 전화기에서 작동하지 않는다면 제품은 사용자의 기대를 충족하지 못할 것입니다.

사용자의 페인 포인트(pain point)를 해결하는 작업 흐름을 만들어내고 이를 바탕으로 마케팅 캠페인을 전개하는 동시에 제품의 고유한 셀링 포인트를 엮어내는 것이 중요합니다. 사용자가 자신에게 가장 힘든 문제가 제품을 통해 해결될 것이라는 점을 알게 된다면 제품을 사용하기도 전에 벌써 마음 속에 긍정적인 느낌이 형성될 것입니다. 최소한의 설치, 구성, 문제해결로 사용자가 그들의 문제를 신속히 해결할 수 있다면 여러분이 예상한 기대에 부응할 수 있게 될 것입니다.

가장 중요한 일관성

일관된 UX가 좋은 UX입니다. 제품이라는 것은 안정적으로 작동해야 하는 것이 당연한 만큼이나, 사용자는 매번 일관된 경험을 얻을 수 있으리라는 기대를 가질 수 있어야 합니다. 이러한 일관성에 대한 요구는 UX의 일부뿐인 UI에도 분명히 적용됩니다. UI가 일관된 디자인 언어와 메타포를 사용하면 사용자는 인터페이스에서 새로운 부분을 발견하더라도 어떻게 해야 할지를 알 수 있습니다. 사용자가 일단 무언가를 배우면 그 지식은 애플리케이션의 어느 곳이나 적용되어야 합니다.

대부분의 사용자에게는 디자인 요소와 이들이 작동되는 방식에 대한 기존의 바탕 지식이 있습니다. 그러한 지식을 낭비하지 말고 장점으로 활용하십시오. Apple, Microsoft, Google과 같은 기업들은 자신의 디자인 패턴을 널리 알리고 대중화했습니다. 플랫폼 규약, 디자인 패턴 또는 디스플레이 스타일을 새삼스럽게 다시 만들지 마십시오. 만약 여러분이 Mac 애플리케이션을 만든다면 OSX 스타일의 위젯, 제스처, 패러다임을 활용하십시오. Windows, Android 또는 iOS에서 실행되는 애플리케이션도 마찬가지입니다. 가능하다면 고유의 디자인 언어를 사용하십시오.

제품이 아주 널리 보급되었다면 플랫폼 간에 일관성을 유지하는 자체적인 UI/UX를 구축하려고 할 수 있습니다. 이러한 예에는 Netflix가 있습니다. Netflix는 Android 전화, 스마트 TV 또는 Xbox든 어떤 장치에서 사용하더라도 유사한 경험을 기대할 수 있습니다. 일관성은 아직도 유효한 규칙입니다. 다수의 플랫폼에서 제품을 제공하는 서비스들은 사용자 경험에 있어서의 차이를 최소화하려고 노력합니다. 일관된 크로스 플랫폼 UX인지, 아니면 플랫폼 적응형 UX인지는 사용자의 기대에 달려 있습니다. 제품을 여러 다양한 플랫폼에서 사용할 수 있고 사용자가 제품을 한 번 이상 적극적으로 사용한다면 제품 일관성 접근방식이 최선일 수 있습니다. 사용자가 한 플랫폼에서 한 번만 사용하는 제품이라면 플랫폼에 맞게 UX를 수정하는 것이 더 나을 수 있습니다.

애플리케이션 안에서는 유사한 요소와 활자체, 아이콘이 사용되어야 합니다. 애플리케이션이 시각적 계층구조를 주로 활용한다면 프로그램 메뉴 트리 또는 애플리케이션 안의 어떤 곳에 있든 이러한 계층구조가 동일하게 유지되어야 합니다. 다른 기업의 하위 구성 요소나 서비스를 이용하는 경우에도 브랜딩은 앱 안에서 변해서는 안 됩니다.

일관성은 전반적인 UX에도 적용됩니다. 기업과의 상호작용은 사용자와 제품의 상호작용 전반에 걸쳐 일관되어야 합니다. 여러분의 제품, 영업팀, 지원 스태프는 모두 손발을 맞추어 브랜드의 약속을 지키고 사용자의 경험을 뒷받침해야 합니다.

UX와 KISS

사용자 경험의 상당 부분은 KISS(keep it simple, stupid: 단순하게 만들기) 원칙에 관한 것입니다. 진정한 제품의 본질과 있으면 좋을 법한 부수적인 기능들 사이에서 결정을 해야 하는 것입니다 아무리 엔지니어들, 영업팀 또는 경영진이 추가적인 기능을 넣자고 하더라도, UX 팀과 제품 팀이 협력하여 기능의 과도한 확대를 막아야 합니다. 한 가지 방법은 제품을 차별화하는 아이템에 집중하는 것입니다. 경쟁 환경과 타겟 고객을 파악하고 있다면 제품을 명확하고 분명하게 나타내는 기능에 집중할 수 있어야 합니다. 목적의 단순함은 사용자가 제품을 사용할 때 간결한 경험을 갖게 하는 데 큰 도움이 됩니다.

효과적인 UX 프로세스의 구축

이 즈음에서 좋은 사용자 경험과 기업의 업무 흐름을 통합할 수 있는 방법이 궁금해질 수 있습니다. 제품의 UX는 내부의 협력과 그 중심인 UX 디자이너에 따라 성패가 갈리기 때문에 여러분은 UX 원칙에 대한 지식을 조직 전체에 주입해야 합니다.



UX는 내부의 협력에 그 성패가 달려 있습니다.

UX 디자이너는 사용자의 목소리에 따라 행동하며 사용자의 니즈와 사용자가 제품에 어떻게 접근하는가를 다른 부서가 이해하도록 하는 데 도움을 줍니다. UX 디자이너는 다음과 같은 방식으로 전체 조직에 도움을 줍니다.

사용자의 이야기와 사용자의 구매 여정을 제품 관리자에게 제공해 긍정적인 UX를 지향하는 방식으로 제품 요구사항을 구체화하는 데 도움을 줍니다. 그래픽 디자이너와 협력하여 UI의 외관을 다듬고 혼란스러운 요소를 확인하는 데 도움을 줍니다. 연구개발 팀의 핵심이 되어 개발자와 협력하면서 개선을 위해 기술적인 한계와 가능성을 파악하고, UI의 느낌을 다듬는 데 도움을 주며, 디자인이 구현될 때 디자인의 의도가 제대로 표현되는지 확인합니다.

UX 디자이너가 사용자에게 대해 올바른 통찰력을 가지려면 자신과 다양한 페르소나를 가진 사람들이 서로 친숙해지는 데 많은 시간을 들여야 합니다. 이렇게 하려면 산업과 분야에 대한 적절한 수준의 지식이 필요합니다. 이러한 지식의 일부는 경쟁 환경과 시장을 분석하여 얻을 수 있지만 사용자와 그들이 직면하는 문제를 진정으로 이해하려면 시간이 필요합니다. 여러분이 이제 막 새로운 시장에 들어선 UX 디자이너라면 처음부터 사용자와 그들의 니즈, 그들의 동기를 이해할 수 있다고 생각해선 안 됩니다.

반복하고, 반복하고, 또 반복하라

디자인은 점진적으로 발전해 나가며, UX를 포함해 어떤 것도 처음부터 완벽할 순 없습니다. 이터레이션(iteration)이 디자인 프로세스에서 그렇게 중요한 것은 바로 이 때문입니다. 어떤 것이 효과적이고, 효과적이지 않은지를 밝혀야 어떤 것에 개선이 필요하고, 어떤 것을 그대로 유지할지를 결정할 수 있습니다. 디자인은 이전의 디자인과 지속적인 학습 과정 속에서의 결정을 기반으로 이루어지는 것입니다.

UX 디자인 프로세스를 시작하기 위해 초기 단계에서 아이디어를 낼 때 오래된 방식인 연필과 종이를 사용하는 것이 매우 유용할 수 있습니다. 전문적인 UX 디자인 도구와 달리 종이는 저렴하고 누구나 사용할 수 있습니다. 또한 종이는 새로운 컨셉에 대한 빠른 이터레이션이 가능하며, 다시 시작해야 할 때 버리면 그만입니다. 종이를 사용한 간단한 스케치는 기본적인 아이디어를 사용자 경험으로 전환하는 가장 빠른 방법이 될 수 있습니다.

간단히 말해 종이 디자인이 그 목적을 다하면 UX 아이디어를 시험할 더욱 견고한 무언가가 필요하게 됩니다. 인터랙티브 프로토타입의 제작은 개발 단계로 전환하기 전에 실제 최종 사용자와 다른 이해관계자를 통해 컨셉을 검증할 수 있는 최선의 방법입니다. 프로토타입은 미래의 사용자에게 실제 제품과 비슷한 느낌을 주어야 합니다. 제품을 실제로 개발하는 데 드는 시간을 허비하고 싶지 않겠지만 제대로 된 프로토타입이 있어야 그로부터 정확한 결론을 도출할 수 있습니다. 제품에 대한 프로토타입의 충실성은 다음의 세 가지 구성요소로 이루어집니다.

시각적 요소: 스케치와 비슷해 보이는지, 또는 실제 제품과 유사한 스타일인지 여부
 콘텐츠: 프로토타입 내의 데이터가 현실적인지 여부
 기능적 요소: 작업 흐름이 실제 제품의 상호작용을 제대로 묘사하는지 여부

프로토타입의 기능적 부분에 대해 여러분은 몇 가지 주요 기능을 테스트하기 위해 주된 흐름을 표현하는 화면을 구성하고 더 세부적인 상호작용을 포함시키길 원할 것입니다. 프로토타입의 실제화된 작업 흐름은 개선에 필요한 피드백을 얻는 데 필수적입니다.

시장에는 UX를 쉽게 구축할 수 있는 다양한 프로토타입 도구가 있으며, 이 중에 다수는 실제 제품 사용에 맞게 쉽게 개조할 수 있습니다. 인터랙티브 프로토타입은 핵심적인 사용자 여정에 맞춰 디자인을 검증하고, 사용자의 고충을 파악하며, 사용자의 제품 탐색 흐름을 이해하는 데 도움을 줍니다. 프로토타입은 또한 제품 UI/UX에 대한 자신의 생각을 공유하기 위한 유용한 도구가 됩니다. 인터랙티브 프로토타입을 통해 여러분은 자신의 디자인 의도를 개발자, 관리자, 고객에게 전달할 수 있습니다.

디자인 이터레이션과 개발을 병행하며 애자일 개발 모델에 적합하게 프로세스의 속도를 높일 수 있습니다. 이중 트랙(dual-track) 접근방식은 구현 단계를 시작하기 전에 디자인에 대한 이터레이션을 시작하며, 일반적으로 한 번에 한 사용자의 이야기에 집중합니다.

초기 UX 프로토타입이 유효하다면 개발을 시작하는 동시에 프로토타입을 테스트하고 개선합니다. UX 디자인/프로토타입/테스트 루프 동안 드러난 모든 변경 사항은 개발 스크럼에 반영될 수 있습니다. 이러한 것들은 디자인 활동을 합리적으로 관리하고, 낭비되는 개발 활동을 최소화하는 데 도움을 주는 한편, 병행 방식은 개발 시작에 필요한 시간을 최소화합니다. 이는 또한 디자인이 개발 루프에 긴밀히 결합되도록 하여 추후에 만들어진 디자인을 폐기할 가능성을 최소화합니다.

시간에 따른 발전

프로토타입은 시간이 지남에 따라 애플리케이션의 사용이 어떻게 변화하는지를 집중적으로 분석하는 데 도움이 될 수 있습니다. 사용자가 제품을 사용하는 방식은 첫 사용에서 우연한 사용으로, 다시 정기적인 사용으로 발전합니다. 사용자의 니즈 변화에 따라 제품도 변화해야 합니다. 1년이 지난 후에도 여전히 사용자를 만족시키는 제품을 만들려면 신규 사용자와 기존 사용자 모두에 대한 사용 패턴을 만들어야 합니다. 예를 들어 이메일 프로그램을 처음 사용하는 사람은 계정을 만들고, 많은 스크롤 없이 소수의 이메일을 관리합니다. 1년이 지나 이 사용자는 수천 개의 이메일을 검색하고, 처리 상태에 따라 이메일을 읽은 상태와 읽지 않은 상태로 표시하고, 쉽게 찾을 수 있도록 우선 항목을 표시해야 합니다. 이러한 프로그램에 대한 테스트는 10개 이메일뿐만 아니라 10,000개 이메일에서도 긍정적인 경험을 검증해야 합니다.

UX 테스트

사용자 경험을 어떻게 테스트할까요? 세 가지 필수 요소는 제품, 사용자, 측정지표입니다.

개발 주기의 어느 단계에 있는가에 따라 제품은 프로토타입이나 실제 하드웨어가 될 수 있습니다. 어떤 것이든 여러분은 프로토타입이 동일한 색상, 글꼴, 응답성, 촉감 정보로 UX 디자인에 가능한 한 가깝게 되기를 바랄 것입니다. 사용자 테스트는 좋은 부분을 검증하고 나쁜 부분을 배제하는 데 도움을 주며, 이를 통해 제품이 유용하고 바람직한지를 판단하게 됩니다. 마지막으로 UX 개선이 성공적인지, 아닌지를 측정하기 위해서는 기준선을 바탕으로 비교 측정을 할 수 있는 성능 측정지표가 필요합니다. 다음은 이러한 측정지표의 예입니다.

총작업시간, 필요한 클릭 횟수, 작업 완료율 또는 발생한 오류 수와 같은 사용자 작업의 기능적 품질. 사용자가 제품 사용 중에 경험하는 즐거움, 좌절 또는 지루함과 같은 감정적 측면. 사용자 경험의 초반 부분을 추적하는 데 도움이 되는 페이지 조회수, 다운로드 횟수, 설치 횟수 및 사용자가 애플리케이션을 설치하는 진입 시점에서 충분히 관심을 갖는지 여부. 사용자가 좋아하거나 싫어하는 지점을 엿볼 수 있는 별점, 리뷰 또는 고객 피드백.

UX 테스트는 정성적이거나 정량적일 수 있습니다. 정성적 테스트에서 목표는 작은 포커스 그룹에서부터 전세계 고객에 대한 온라인 설문에 이르기까지 모든 방법을 통해 사용자의 니즈와 동기에 대한 통찰력을 얻는 것입니다. 정량적 테스트에서는 사용성을 검증하고, 사용자 조사 결과를 얻고, 사용자로부터 직접 피드백을 받습니다. 사용자 설문 결과, 사용 사례 테스트, 동영상 기록, 관찰 보고서는 디자인의 문제를 파악하고 사용자 경험에 대한 통찰력을 얻는 데 도움을 줍니다. 정량적 테스트는 UX 테스트 방정식의 수적인 측면에 관한 것입니다. 이는 사용자의 행동을 통해 디자인의 사용성을 판단할 수 있는 간접적 방법을 제공합니다. 정량적 테스트에서 얻은 로그, 이벤트, 시간, 횟수를 통해 사용자의 동기를 이해할 수는 없지만 사용자가 제품을 어떻게 사용하고 있는지를 이해하는 데 도움을 받을 수 있습니다. 측정값은 프로세스를 통해 사용자에게 강제적이지 않은 방식으로 수집할 수 있기 때문에 정량적 데이터를 수집하는 것은 정성적 데이터를 수집하는 것보다 훨씬 쉬운 경우가 많습니다.

그러나 정량적 데이터는 사용자의 "이유"를 말해줄 수 없기 때문에 최선의 방법은 기준선과 비교해 UX 성능을 측정하거나, 시간에 따른 사용성을 추적하거나, 사용자 행동에 대한 통계를 도출하는 것입니다. 정량적 데이터에서 지속적인 UX 문제가 있는 것으로 드러난다면 언제나 사용자 조사를 통해 얻은 정성적 데이터를 통해 문제의 근본 원인을 알아내고 이를 보완해야 합니다.

"대부분의 엔지니어가 갖고 있는 디자인에 대한 문제는 너무 논리적이라는 것입니다. 우리는 인간의 행동을 우리가 그렇게 되기를 원하는 방식이 아니라 있는 그대로를 받아들여야 합니다.

- Don Norman

요약

이 백서를 읽은 후에는 UX에 크게 투자하는 기업이 Amazon, Apple, Costco, Disney 등과 같은 시장의 리더들이라는 사실이 더 이상 놀라운 일이 아니길 바랍니다. 이 기업들은 UX가 더 나은 제품을 통해 기업의 경쟁력을 높이고, 개발 비용을 줄이며, 소비자를 더욱 행복하게 하고, 평균을 뛰어넘는 수익 성장을 가져다 주기 때문에 UX에 투자하는 것입니다.

Forrester의 조사(Adobe에서 의뢰)는 사용자 경험을 주도하는 기업은 브랜드 인지도가 1.6배 더 높고, 평균 주문가가 1.9배 높으며, 고객 유지율이 1.7배 높고, 투자수익률이 1.9배 높으며, 고객만족률이 1.6배 높다고 밝혔습니다.

사용자의 니즈에 주의를 기울이지 않고 있는데 경쟁업체가 그렇게 한다면 머지않아 여러분의 사업은 심각한 타격을 입게 될 것입니다.

제품의 UX에 투자하는 것은 시간이 걸릴 수 있지만 지금보다 시작하기 좋은 순간은 없습니다. 사용자 경험을 선도하는 제품을 만드는 데 Qt가 도움이 될 수 있다면 당사에 문의하시기 바랍니다. 친절히 자문해드립니다.



The Qt Company는 상업 및 오픈 소스 라이선스 하에서 Qt 개발 프레임워크를 개발하여 제공하고 있습니다. Qt는 데스크톱부터 임베디드 시스템, 그리고 웨어러블 장치와 모바일 장치에 이르기까지 모든 운영 시스템, 플랫폼, 화면 유형 전반에서 소프트웨어 코드의 재사용을 지원합니다. Qt는 전세계에서 약 100만 명의 개발자가 사용하고 있으며, 차량내 디지털 운전석, 자동화 시스템, 의료 기기, 디지털 TV/STB 및 약 70개 산업의 다른 비즈니스 핵심 애플리케이션에 선택된 플랫폼입니다. 전 세계에 250여 명의 직원을 둔 Qt는 핀란드 에스푸에 본사가 있고 나스닥 헬싱키 주식거래소에 상장되어 있습니다.
<http://qt.io>

© All rights reserved

저자 정보

Dr. Antti Aaltonen

Antti Aaltonen 박사는 Qt Company의 사용자 경험 부문 책임자로서 UI/UX 디자이너를 위한 도구의 설계를 이끌고 있습니다. 그는 언제나 디자인, 기술, 제품 개발이 교차하는 지점에서 일하기를 좋아했고, 유용하고, 즐거우며, 세련된 제품 경험을 제공하는 데 20년의 경력을 갖고 있습니다. Qt Company에 합류하기 전 그는 7년 동안 앵그리 버드 게임의 제작사인 Rovio의 UX를 이끌었습니다. 그 전에 Antti는 노키아에서 십년 이상을 보냈으며 Nokia N9 UX 팀의 설립 멤버 중 한 명이었습니다. 그는 2007년에 네덜란드의 흐로닝언 대학교에서 컴퓨터 과학 박사 학위를 취득했습니다.

