

서비스디자인을 위한 래피드퍼소나 수립방법의 유효성 검증

An Empirical Test for Applying the Rapid Persona Method for the Service Design

하광수

한밭대학교 시각디자인학과

Kwang Soo Ha(haks@hanbat.ac.kr)

요약

최근 서비스디자인이 국민대상 공공서비스의 질을 향상시키기 위해 도입되면서 다양한 공공서비스의 개선이 시도되고 있다. 그 과정에서 일반국민을 포함한 다양한 이해관계자가 서비스디자인 방법론을 통한 디자인개선 활동에 참여하고 있으나, 전문적 서비스디자인 방법론을 기반으로 한 프로세스와 활동을 계획하면서 제한된 시간과 비용, 그리고 구성원의 부족한 전문성에 따른 진행의 어려움을 겪고 있다. 같은 이유로 서비스디자인 과정에서 주로 사용되는 퍼소나 방법론도 여러 한계에 봉착하고 있다. 또한 서비스디자이너 및 UX디자이너 사이에서도 퍼소나의 한계점을 이해하고, 한계를 극복하고자 여러 가지 대안적 연구방법론을 적용하려는 시도가 지속적으로 일어나고 있다. 이에 본 논문은 전통적 퍼소나 도출 방식에 대한 한계를 인식 하고, 이를 극복하면서도 사용자의 목표를 대변할 수 있는 빠르고 경제적 방법의 래피드퍼소나 제작 방법을 새롭게 제안 하였다. 또한 제안된 래피드퍼소나 제작방법을 실제 통계청 공공 서비스디자인 프로젝트에 응용하여 적용함으로써 실증적 연구를 통한 검증을 시도하였다. 이는 구체적인 사례를 통해 연구방법론을 적용함으로써 교과서적인 논의에서 벗어나 실 적용측면에서의 논의를 진행 하고자 하는 목적으로 수행 되었다. 본 연구에서 제안된 연구방법론을 통해 제한된 시간과 부족한 재화를 극복하고 빠르고 쉽게 퍼소나를 수립함으로써 이를 기반으로 하는 다양한 서비스디자인 및 UX디자인 과정에서 활용 될 수 있을 것으로 기대 된다.

■ 중심어 : | 퍼소나 | 서비스디자인 | 사용자 가치 | 사용자 경험 |

Abstract

Recently, as service design was introduced to improve the quality of public service, there have been many attempts to improve various public service. In the process, various stakeholders including general citizens are participating in the design improvement activity through a method of design service but the parties are facing a difficulty in the progress because of a limitation of time and budget and a lack of professionalism among the member while the parties are planning the process and activities based on the professional service design method. Persona method that is usually used in the process of service design is encountering a limitation as well. Also, there are continuous attempts to understand the limitation of persona and apply an alternative research method among service and UX designers. For this reason, this thesis is to recognize the limitation in deduction method of traditional persona and suggests a fast and economical production method of Rapid Persona speaking for the goal of users and overcoming the limitation. Furthermore, by applying the suggested method of making Rapid Persona to an actual public service design project of National Statistical Office, the test through an empirical study was conducted. This was conducted with the purpose of progressing a discussion in the respect of actual application beyond a banal discussion. Through the research method suggested in this study, it is expected to overcome the limitation of time and a lack of professionalism and, based on these, can be used in the process of various service design and UX design as establishing persona in a fast and easy way.

■ keyword : | Persona | Service Design | User Value | User Experience |

* 본 논문은 2015년도 한밭대학교 신임교수연구비의 지원을 받았음.

접수일자 : 2016년 01월 19일

심사완료일 : 2016년 02월 29일

수정일자 : 2016년 02월 11일

교신저자 : 하광수, e-mail : haks@hanbat.ac.kr

I. 서론

1. 연구배경

최근 서비스디자인을 통한 공공서비스혁신이 사회 전반에 걸쳐 시도되고 있다. 서비스 디자인이란 수요자 중심의 디자인적 방법을 통해 문제를 해결함으로써 서비스의 질을 향상 시킬 수 있는 방법이다. 이런 서비스 디자인을 통한 문제 해결과정에서 가장 강조되고 있는 것은 서비스 수요자의 경험에 대한 깊은 이해와 공감에서부터 출발해야 한다는 점이며 해결책도 서비스 수요자 뿐 아니라 서비스와 관련된 다양한 이해관계자가 협업을 통해 찾는 다는 점이다[1].

서비스디자인과정에서 디자이너는 여러 방법을 통해 수요자의 경험을 파악하고 이를 통한 해결안을 도출하게 된다. 그 과정 중 사용되는 퍼소나(Persona)방법론은 사용자의 전형적인 행동 유형을 대표 특성별로 통합해놓은 것으로, 보다 인간 중심적인 관점에서 시나리오를 실험하고, 디자인 관련 의사소통이 이루어지도록 하는 방법론[2] 으로 UX디자인 방법론에서 출발하여 현재 서비스디자인을 포함한 디자인 전반에 널리 사용되고 있다. 또한 잠재적 사용자 및 구매자들의 다양한 목적과 관찰된 행동패턴을 응집시켜 놓은 원형으로 주로 귀납적인 근거들을 활용한 교차사례분석을 통해 특화된 복합 모델 유형을 의미한다[3]는 점에서 그 의미가 크다. 앨런 쿠퍼(Alan Cooper)에 의해 시작된 퍼소나는 디자인 과정의 도구로 사용함으로써 목표 지향적 디자인의 기초가 된다고 보았다. 또한 퍼소나는 디자인 문제의 방향과 본질을 밝혀줌으로써 디자인결과의 목표를 명확히 할 수 있는 기준을 제시하게 된다고 주장[4]하였다. 이런 퍼소나의 장점을 살리기 위해서는 사용자를 빠르게 관찰하고 이해한 내용을 바탕으로 정밀하게 구성된 퍼소나제작이 필수적으로 필요하다. 결국 퍼소나는 분명한 니즈를 가진 특정한 사용자를 대변함으로써 의미를 갖는다고 할 수 있을 것이다.

이런 퍼소나의 순기능에도 불구하고 퍼소나 방법론은 크게 다음 4가지 정도의 이유로 부정적인 시각이 존재하고 있다. 첫째, 의미가 너무 모호하다. 둘째, 방법론을 시행하는데 많은 비용과 시간이 필요하다. 셋째, 직

접적인 UX디자인 및 서비스 디자인의 도구가 아니다. 넷째, 디자인의 결과물을 구속하게 되거나, 혁신적 콘셉트를 도출하는데 부적합한 경우가 많다[5].

이런 논란의 중심에는 현실적으로 디자인프로젝트 전반에서 퍼소나 제작이 차지하는 시간적 그리고 비용 부담이 존재한다. 설사 프로젝트 내에서 이런 난관을 극복 하였더라도 퍼소나의 제작된 결과가 좋지 못했을 경우 퍼소나의 도입과 관련한 의사결정이 이후 프로젝트에 부정적인 영향을 미치게 되기도 한다. 또한 일부 프로젝트의 경우 제품 또는 서비스의 특성상 실 사용자로 부터 데이터를 수집하기에 어렵거나 불가능한 상황이 발생하기도 하는데 이런 여러 현실적 장벽이 퍼소나를 실제 프로젝트에 적용하는데 걸림돌이 되고 있는 실정이다. 그러나 수요자 경험에 대한 깊은 이해를 기반으로 하는 UX 또는 서비스 디자인의 특징을 고려할 때 퍼소나를 비롯한 사용자 및 수요자를 이해하는 방법과 프로세스의 중요성과 효과는 무시할 수 없을 것이다.

본 연구에서는 앞에서 살펴본 바와 같이 전통적 퍼소나 도출 방식에 대한 한계를 인식 하고, 이를 극복하면서도 사용자의 목표를 대변할 수 있는 빠르고 경제적 방법의 퍼소나 제작 방법을 도출하고 제안 하고자 한다. 또한 제안된 퍼소나 제작방법을 실제 통계청 공공 서비스디자인 프로젝트에 응용하여 적용함으로써 실증적 연구를 통한 검증은 시도하였다. 이를 통해 서비스 디자인 측면에서 수요자의 경험에 대한 이해와 공감을 바탕으로 빠르게 주요 수요자의 퍼소나를 수립함으로써 이를 서비스 디자인 프로젝트에 적용할 수 있는 방법을 제시하였다.

2. 연구방법 및 범위

본 연구는 전통적인 퍼소나 제작방식의 문제점을 개선할 수 있는 빠르고 경제적 방법의 퍼소나 제작방법을 제안하기 위해 다음 4단계 연구 과정으로 진행되었다. 첫 번째, 문헌을 통한 전통적 퍼소나 방법론에 대해 조사하고 퍼소나 제작 방법론을 둘러싼 장점과 단점에 대해 관련된 연구 및 기준들을 조사 하였다. 두 번째, 본 연구를 위해 빠르고 경제적인 방법의 개선된 퍼소나 제작방식을 개발 제안 하였다. 새롭게 제안된 퍼소나 제

작 방법은 짧은 서비스디자인 프로젝트 기간과 부족한 예산에서도 고객들이 경험하는 서비스 환경의 분석과 서비스 이용행태분석을 기반으로 고객의 요구(wants)와 필요(needs)를 반영 하도록 제안 되었다. 세 번째 제안된 새로운 퍼소나 제작방법을 통해 통계청 공공 서비스디자인 프로젝트를 위한 수요자 퍼소나를 실제로 제작 하였다. 이후 제작된 퍼소나가 객관적으로 주요 수요자를 대표할 수 있는지 여러 검증데이터를 통해 검증/보완함으로써 수요자 목표 대변정도와 새롭게 제안된 방법론의 효율에 대해 규명하였다. 네 번째, 실증 규명된 결과를 기반으로 실제 통계청 공공 서비스디자인 프로젝트에 적용하고 개선된 퍼소나 제작방법을 적용하는 개선 서비스디자인 프로세스를 제시하였다.

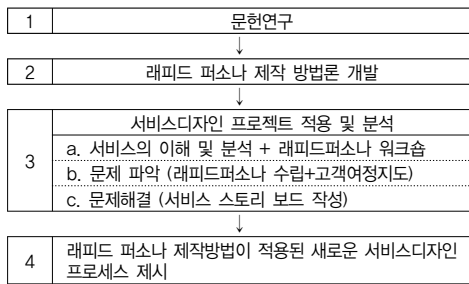


그림 1. 연구 프로세스

II. 퍼소나에 대한 이론적 고찰

1. 문헌 연구

퍼소나의 개념은 1990년대 후반 앨런 쿠퍼에 의해 제안되었다. 그는 새로운 제품개발이 실패 하는 주요한 원인을 개발자를 비롯한 여러 관여하는 사람들이 일반적인 사례중심으로 사용자를 추상적으로 다루는데 있다고 분석 하였다. 이런 모호함을 불식시키고 구체적인 사용자를 퍼소나를 통해 정의하고 이를 중심으로 디자인 의사결정하기 위한 도구로 사용할 것을 제안 하였다 [6]. 퍼소나를 통해 디자이너와 개발자는 UX디자인 전반에서 원활한 의사소통을 통한 디자인을 할 수 있으며, 디자인결과의 적절성을 판단할 수 있는 기준을 제공할 수 있다. 이후 퍼소나는 2000년 초반에 UPA 등

전문가 모임에서 구체적 적용 방법론이 논의되고 다양한 기업들의 성공사례를 통해 사용자 경험디자인을 위한 효과적인 방법으로 각광받게 되었다[7]. 이런 퍼소나의 장점을 살리기 위해서는 사용자를 바르게 관찰하고 이해한 내용을 바탕으로 구성된 퍼소나 제작이 필수적이다. 결국 퍼소나는 분명한 니즈를 가진 특정한 사용자를 대변 할 수 있어야 하는 것이다.

2. 퍼소나 방법론의 한계

여러 퍼소나와 관련된 지속적인 개선과 디자인 적용에도 불구하고 여러 사용자모델링 방법론의 실 프로젝트 적용은 쉽지 않다. 이는 제한된 프로젝트 시간 안에 퍼소나 수립을 위한 시간적 여유를 두기 쉽지 않을뿐더러, 예산 또한 디자인 결과물을 만들어 내는데 대부분 사용되기 때문에 퍼소나제작을 위해 확보하기가 쉽지 않기 때문이다. 이는 퍼소나가 디자인결과물을 내는 직접적인 도구가 아니라 인식으로부터 출발 한다고 보여 진다. 앞에서 언급한 것처럼 여러 퍼소나의 단점을 극복하기 위해 개선된 퍼소나 제작 방법론의 경우 또한 리서치와 인터뷰를 진행하고 분석을 통해 퍼소나를 도출하는 과정에서 소요되는 시간과 비용 한계는 극복하지 못하고 있는 현실이다. 결국 퍼소나는 타겟 사용자의 데이터를 수집해 특정패턴을 분석함으로써 분명한 니즈를 갖는 특정한 사용자그룹을 모델링하는 방법이 기 때문에 데이터의 수집과 분석에 많은 시간을 사용하게 된다는 점이 적용의 걸림돌이 되고 있는 것이다. 김용(2009)의 연구에서는 기본적으로 퍼소나 생성까지 소요되는 시간을 4주에서 3달, 길게는 6개월 이상 소요되는 것으로 조사/분석하기도 하였다[8]. 비용과 시간에 대한 물리적 제약 외에도 퍼소나 방법론은 앞에서 살펴본 여러 부정적 이유를 중심으로 UX디자인 프로젝트 또는 서비스디자인 프로젝트에 도입하는 것에 대한 회의적인 의견이 지속적으로 대두되고 있다. 채프만의 연구(Christopher N. Chapman, 2006)에서 퍼소나의 한계에 대하여 정의 하고 있다[9]. 다른 퍼소나의 프로젝트 적용과 한계에 대한 연구로는 Kari Rönkkö (2005)의 연구가 있으며 이 연구에서 퍼소나의 사용을 둘러싼 사태와 상황을 3가지 프로젝트를 통해 도출함

으로써 그 한계에 대해 논의 하였다[10].

이런 여러 논란 속에서도 퍼소나는 사용자 또는 수용자의 실생활의 상황 속 행동을 모델링 할 수 있는 유일한 방법이라는 점에서 문제점을 보완하는 방향으로 연구가 지속되고 있는데 Rashmin sinha(2003)의 정량리서치(5점 척도 설문 후 공통패턴을 발견하는 연구)를 기반으로 한 퍼소나 수립방법[11]과, Jen McGinn(2008)의 데이터기반 퍼소나 수립방식(선 정량리서치 후 인터뷰를 통한 보완 연구) 등이 있다[12].

표 1. 퍼소나의 문제점

검토된 관점	단점
방법론	퍼소나가 정확하지 확인하기 어렵거나 불가능 함
	일부 제한된 범위의 사용자를 대변함
	퍼소나의 정밀도가 높아지면 대변해야하는 사용자의 수가 급격히 적어짐
	이론에 대한 과학적 검증과 평가가 불가능 함
현실적 제약	예찬론자들로부터 검증이 가능하다는 주장이 있지만 명확한 데이터를 제시하거나 정확도를 증명한 예가 없음
	퍼소나가 다른 데이터 소스와 자주충돌을 일으키는 경향이 있음
	각각의 팀 구성원이 하나의 퍼소나로부터 다른 추론을 할 때 해결할 수 있는 방법이 없음

III. 래피드퍼소나 제작 계획

1. 래피드퍼소나 제작방법의 목표와 개요

본 사례연구는 제한된 시간과 예산의 범위에서 공공 서비스를 디자인하는 과정에서도 퍼소나 기법을 활용해 수요자의 경험에 대한 이해와 공감을 바탕으로 디자인을 수행할 수 있는 효과적인 방법을 도출하기 위한 일환으로 실시되었다.

공공서비스디자인은 공공정책 및 서비스를 구상하고 개발 전달하는 과정 전반에 서비스디자인 방법을 적용한다는 의미이다[13]. 이런 공공서비스디자인 측면의 여러 움직임 중 최근 소통과 참여를 통한 국민 중심 정책을 실현하기 위한 활동이 ‘정부 3.0 국민디자인단’이다[14]. 본 연구는 ‘정부3.0 국민디자인단’활동을 통한 공공서비스디자인 과정에서 래피드퍼소나 방법을 고안하여 프로젝트에 실 적용해 봄으로써 향후 제한적인 프로젝트 환경에서도 퍼소나를 이용할 수 있는 디자인방법을 수립하고자 하였다. 본 프로젝트를 위해 새롭게

제안된 래피드퍼소나 방법론은 제한된 환경에서 빠르고 경제적으로 퍼소나를 수립하기 위한 여러 방법을 연구하고 그중 퍼소나의 수립을 위해 효율적인 방안을 도출하기 위하여 다음의 가설을 수립하고 검증 하였다.

- H1. 여러 이해관계자의 경험을 통해 퍼소나 유형을 빠르게 유추 해 낼 수 있을 것이다.
- H2. 인터넷을 중심으로 다양한 매체를 통한 정성/정량 데이터 수집을 통해 퍼소나제작을 위한 인터뷰 과정을 대체 할 수 있을 것이다.
- H3. 사전에 조사된 여러 통계기반 정량지표를 통해 래피드퍼소나가 대변하는 사용자의 정확도를 높이거나, 분석해 낼 수 있을 것이다.

2. 래피드퍼소나 적용 프로젝트 개요

본 연구의 대상이 된 ‘통계청 정부3.0 국민디자인단 _S-GIS 오픈플랫폼 서비스’는 통계청 공간 자료와 공공 및 민간의 데이터를 위치기반으로 연계 융합 할 수 있는 개방형 서비스 플랫폼으로 기획 되었으며 맞춤형 공간통계서비스를 제공하는데 목적이 있다. 그중에서도 주거지 분석과 관련하여 통계데이터를 일반국민에게 효과적으로 제공하고자 주거지 분석맵을 인터넷 서비스로 개발하고자 하였다.

프로젝트는 2015년 5월 12일 부터 6월 30일 까지 약 8주간 진행 되었으며, 서비스디자인 진행을 위해 구성된 국민디자인단(6명)에 기타 이해관계자(5명)를 포함하여 총 11명의 인원이 참여 하였다.

표 2. 프로젝트팀 구성

구분	상세
국민디자인단 (6명)	서비스디자이너(1)
	IT 전문가(1)
	주부(2), 대학생(1)
	통계청 공무원(1)
이해관계자 (5명)	통계청 공무원(3)
	서비스개발자(2)

주거지 분석 서비스를 위한 서비스 아이디어를 도출하기 위해 [그림 2]와 같은 프로세스를 수립 하였다.

이는 프로세스 측면에서 제한된 기간에 서비스디자인을 효과적으로 수행하기 위한 것이었다. 상세하게는

서비스디자인 전단계에 국민디자인단 외에 통계청 공무원과 서비스개발자를 프로젝트에 추가로 포함시켜 서비스 내부조직의 프로세스와 협업구조등의 파악을 원활하게 하였다. 이러한 프로젝트 팀의 구성과 연구 프로세스 수립은 서비스 이해단계에서는 서비스 이해와 분석과정을 효율적으로 수행 할 수 있게 하였으며, 본연구의 주제가 포함된 문제 파악단계에서는 고객 경험데이터를 포함에 서비스 조직에 대한 총체적 이해를 가능하게 하는 기본 구조가 되었다. 이런 프로세스 준비를 통해 래피드 퍼소나수립과 고객여정지도의 수립이 효과적으로 이루어 질 수 있었다. 그중 본연구의 주제인 래피드퍼소나 수립은 2주차에 수행되었으며 최종 퍼소나 수립까지 7일이 소요 되었다.

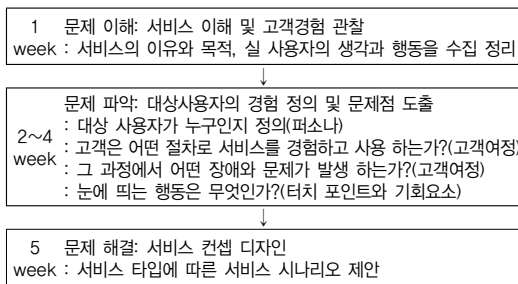


그림 2. 프로젝트 프로세스

3. 래피드퍼소나 수립 프로세스

본 연구에서는 퍼소나를 빠르게 수립하고 프로젝트에 적용하기 위해 3단계의 과정으로 래피드퍼소나 수립프로세스를 고안하고 프로젝트에 적용하였다. 고안된 3단계 래피드퍼소나 수립 프로세스는 퍼소나 수립을 위한 데이터를 효과적으로 정리/분석하고 검증하기 위해 실행되었다.

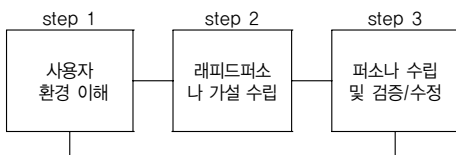


그림 3. 래피드퍼소나 수립 3단계

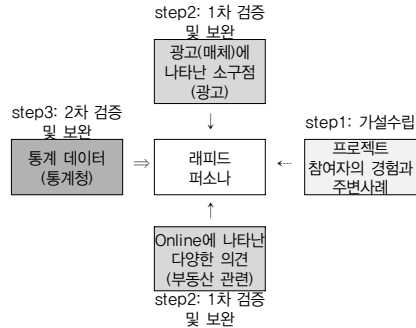


그림 4. 래피드퍼소나 수립 모델

래피드퍼소나 수립 모델은 앞에서 언급한 래피드퍼소나 프로세스 3단계를 구체화하여 반영할 수 있는 형태로 제안되었다. 우선 프로젝트를 위한 대상 사용자를 프로젝트 팀에서 가설을 통해 정의 하고 1차/2차에 걸쳐 다양한 각도에서 검증함으로써 래피드퍼소나의 오류를 빠르게 줄여가는 방식의 구조로 제안 되었다.

3.1 Step1: 퍼소나 가설수립

래피드퍼소나 가설수립을 위해 국민디자인단 구성원과 서비스이해관계자가 참여하는 래피드퍼소나 워크숍을 수행하였다. 래피드퍼소나 워크숍은 구성원 각자의 이사 및 주거지 선택 경험과 주변사례를 공유/토의하는 것을 기본으로, 서비스 내부조직, 프로세스, 협업구조등을 동시에 논의 함으로서 서비스 내부 환경을 이해하는 것을 포함 하여 진행 되었다. 이러한 논의 구조는 서비스를 중심으로 서비스를 구성하는 사람과 시스템을 이해한 상태에서 고객을 이해하기 위해 도입 되었다. 워크숍은 кей제이기법(KJ Technique)[15]과 친화도법(Affinity Diagramming)[16]두 개의 방법론을 결합한 형태로 진행되었다. 참가자는 본인의 이사 및 주거지 선택 경험과 주변사례를 кей제이기법(KJ Technique)에 따라 포스트잇에 칩목 속에서 작성하도록 하여 각자의 경험을 바탕으로 균등하게 제시 할 수 있도록 하였다. 이 과정을 15분씩 3차례 반복하여 짧은 시간에 다양하고 풍부한 경험을 제시하게 하였다. 그 다음 수집된 의견을 친화도법을 통해 분류하고 토의함으로써 다양하게 펼쳐진 의견을 의미 있는 경험의 군집으로 분류하고 래피드퍼소나 가설을 위한 패턴을 도출 하였다. 마지막으로 도출된 패턴을 래피드퍼소나 유형으로 분류

하여 정리하였다. 본 프로젝트에서는 4인가족의 주부와 1인 가구 직장인 남성의 두 가지 대표 유형을 도출하여 정리 하였다.



그림 5. 래피드퍼소나워크숍

래피드퍼소나 워크숍 과정에서 사용된 케이제이기법(KJ Technique)과 친화도법(Affinity Diagramming)은 퍼소나 가설 수립과정에서는 국민디자인단 모임의 성격상 많은 시간을 디자인작업에 몰입할 수 없고 전문가와 비전문가, 사용자, 운영자, 관리자가 모두 참여한다는 측면에서 의견의 민주적인 개진과 다양한 의견을 반영하고 분류 하는데 효과적으로 사용되었다.

표 3. 수집경험 분류 및 래피드퍼소나 유형 도출

구분	상세	
학생이 있는 3~4인 가족	주요 기준점	현재 살고 있는 곳에 대한 만족과 불만요인이 가장 객관적인 판단 기준 직접 가서 판단하는 것이 매우 중요 자녀중심 판단
	환경	편의시설(쇼핑, 의료, 주차 등)의 근접성 마을간, 차이척가 커뮤니티형성이 원활한곳 여가 생활을 위한 기반이 잘 갖춰진 곳 녹지 비율과 도심으로부터의 거리 협오시설과 유흥시설로부터의 거리 도심으로부터의 거리(먼곳, 적당한 거리) 교육과 관련한 인프라 구축정도(학교, 학원, 학습과 관련한 동선)
	인식	지역에 대한 평판 비슷한 경제수준 및 생활패턴을 갖는 사람들이 사는 곳 고려 범죄율이 낮고 안전한 곳
	경제성	구입 또는 이주 가능한 범위의 가격 재테크 수단으로써의 경제적 가치고려 관리비를 포함한 유지/부대비용의 정도
	기타	건물의 완공 시점 아파트의 경우 단지의 규모 풍수지리적 조건
	주요 기준점	직장과의 관계를 중심으로 하는 판단 기준 금전적 여유 범위
	환경	직장과의 근접성(적정거리 유지 또는 초근접 위치) 편의시설(쇼핑, 주차 등)의 근접성 대중교통 접근성
	인식	비슷한 생활패턴을 갖는 사람들이 사는 곳 범죄율이 낮고 안전한 곳
	경제성	구입 또는 이주 가능한 범위의 가격 관리비를 포함한 유지/부대비용의 정도
	기타	빌트인 옵션이 풍부하곳 예쁜여자들이 많이 사는곳 전세로 계약이 가능하곳

3.2 Step2: 1차 검증 및 보완

래피드퍼소나 워크숍을 통해 도출된 래피드퍼소나 유형을 1차적으로 검증하기 위해 주택구입 및 이주와 관련된 광고 사례(서울/수도권 및 광역시 분양광고 분석48건, 인터넷원룸, 오피스텔 임대 전문 서비스 광고(직방, 다방 서비스)와 온라인 부동산 사이트에 표출된 다양한 의견(네이버 부동산[17] 내 서울 서초구, 동작구 5개 아파트 단지)의 의견을 [표 4]와 같이 수집하고 분석하여 이전단계에서 도출된 래피드퍼소나 유형의 적합성을 판단함과 동시에 내용을 보완 하였다.

표 4. 광고매체분석 및 온라인 의견 수집 분류

구분	상세	
광고매체에 나타난 주택 구입 및 이주관련 의견	환경	교육환경우수(학교, 단지외 가까운 학교 수와 종류) 자연환경과 여건이 우수(숲과 인접, 자연조망이 좋은곳) 교통여건 강조(역세권, 서울까지의 거리) 대형 백화점, 쇼핑타운, 마트, 시장 등 편의시설과의 근접 거리 주변 편의시설 강조(수영장, 헬스클럽, 커뮤니티, 골프장 등) 조망권, 일조권 강조를 통한 쾌적성 강조 신축, 인테리어와 옵션 강조
	인식	지역의 상징 건물이 될수 있는지 강조(랜드마크 타워) 건설사의 신뢰성(대형건설사, 우수아파트 브랜드) 특정 입지의 사전 인식을 강조(강남, 잠실, 해운대)
	경제성	시세대비 저렴한 가격 임대수요 강조를 통한 재테크 수단강조(주변 대형 기업체 입주)
온라인에 나타난 주택 구입 및 이주관련 의견	기타	생활권/상권의 성장가능성이 얼마나 되는지 강조 분양가 인하/투자목적의 구입 유도전매가능, 중도금 무이자 도심(서울)과의 거리 강조(시간, 역 개수) 직지만 크게 나온 평수준중형, 준대형, 가격대비 큰 평수 조경면적의 크기비교(실평수, 조경면적) 건강관련 인프라가 포함된(온천, 병원단지)특수 목적 실 매물과 사진을 중심으로 하는 매물 확인(허위매물 근절) 임대기간(초단기 임대, 장기임대)조건
	환경	주변교육 환경에 대한 우려와 자부심(특목고, 대학진학율, 학원근접) 아파트의 조망과 자연환경과의 조화(뒷산, 내려다 보이는) 시설의 특성, 보유여부, 노후화에 대한 우려(충간소음, 시설 수리여부) 주변환경 개선 계획(도로확장 및 인프라 확충계획) 교통인프라 우려(역세권, 역까지의 거리, 향후 교통시설 개선계획)
	인식	주인간 소통 및 갈등(이권관련 갈등, 각종 의견충돌) 같은지역에 거주하는 사람들(원주민, 이주율)의 성향과 연령대 입지에 따른 성격부여
20~30대 직장인 (1인가구)	경제성	인프라 대비 주변시세에 대한 불안 또는 경제성 획득 임대가 비율을 통한 임대수익 재건축/리모델링에 대한 기대 와 우려
	기타	주변시세와의 비교를 통한 수익창출 의견 및 갈등 온라인내부의 의견에 대한 다양한 불신과 갈등

첫 번째로, 래피드퍼소나 워크숍과정에서 도출된 래피드퍼소나 유형 분류 및 상세내용과 광고 분석에서 도출된 소구유형간 상세 내용의 유사성을 확인 할 수 있었다. 그중 환경추면(단지 내 편의시설에 대한 강조, 조망권과 일조권에 대한 강조) 부분과, 인식부분(지역의 상정건물 가능성 여부), 기타의견(실 매물과 사진을 통한 매물 확인 강조)등은 이전단계에서 충분히 고려되지 못한 추가적으로 고려되어야 할 사항으로 도출 되었다.

특히 허위매물과 관련된 내용은 1인가구를 대상으로 하는 광고에 두드러지게 나타난 특징 이었다. 두 번째로 온라인에 나타난 의견 분석 또한 광고 분석내용과 유사한 결과를 보였다. 다만 온라인의 경우 의견개진이 자유롭다는 특성에 따라 다양한 원주민, 이주민, 세입자, 부동산업자 등 다양한 이해관계자간 갈등양상을 두드러지게 확인 할 수 있었다. 이는 기타의견(온라인 내부 의견에 대한 불신과 갈등)으로 정리 되었으며, 이전 단계에서 충분히 고려되지 못한 온라인의 특징으로 서비디자인과정에서 고려되어야 할 사항으로 퍼소나에 반영 되었다.

3.3 Step3: 2차 검증 및 보완

마지막과정으로 지금까지 정리된 래피드퍼소나 유형 데이터와 정량적 데이터와의 비교를 통해 내용의 검증 및 보완을 시도하였다. 본 프로젝트에서는 통계청에서 매년 발표하는 연간 국내인구이동통계 보도자료[18]를 이용하였다. 연간 국내인구이동통계는 주민등록법에 따라 거주지 변경 시에 읍면동사무소에 제출한 전입 신고서를 기초로, 읍면동 경계를 넘어선 거주지 이동을 집계한 결과를 정리한 데이터로 통계청서비스를 통해 누구나 열람할 수 있는 데이터 이다. 앞에서 논의한 것처럼 퍼소나수립의 과정에서 단점으로 지적된 관련 데이터 수집과 분석을 위한 시간과 비용을 줄이는데 효과적으로 이용되었다.

통계데이터를 통해 래피드퍼소나의 인구통계학적 특성을 보다 명확히 규명하고 확실히 할 수 있었으며, 통계데이터와 래피드퍼소나 워크숍과정에서 정리된 분류와 내용을 확인하여 퍼소나유형의 정합성을 확인 할 수 있었다.

표 5. 통계 데이터 분석


구분	상세
이동률*	연령별 이동률은 25~34세가 가장 높고, 연령이 높아질수록 감소 25~29세 인구는 100명 중 25.3명, 30~34세 인구는 25.4명이 이동
연령	이동자의 중위연령은 2014년 33.1세로 전년보다 0.5세 증가 이동자의 남자 중위연령은 32.8세, 여자 33.5세
사유	전체이동(시도내+시도간)의 원인은 주택(44.3%), 가족(23.3%), 직업(20.8%) 순
	시도 경계를 넘는 이동(시도간)의 경우 직업(33.5%), 가족(28.1%), 주택(25.6%) 순
	순 유입률이 높은 세종, 제주, 충남의 주된 사유는 직업, 경기와 인 천은 주택,가족
	순유출률이 높은 서울의 주된 사유는 주택과 가족, 부산과 대구는 직업임

총 이동자수 7,629,098(남: 3,869,608, 여: 3,759,490)
*이동률(전입률, 전출률, 순 이동률)=(이동자수(전입자수, 전출자수, 순이동자수)/연양인구)X100

IV. 래피드퍼소나 결과 및 프로젝트 적용

1. 래피드퍼소나 수립

김민정(34세, 여)



“여기저기 꼼꼼하게 살펴보고, 남들의 의견도 들지만 직접 확인하고 경험한것을 중요하게 생각해요”

인태(본질)나, 주변의 명만, 천문가의 의견도 중요하지만 직접 따져보고 살펴보는것이 무엇보다도 중요하게 생각함.


현재사는곳이 좋지만...
아이들이 자라면서 아쉬운 편의시설들이 있음
살기전에 들었던내용과 실제는 정은 조금 다른
경제적 여유가 허락한다면 더 좋은곳으로 이주할 생각이 있음
집을 구입하고 싶어서 알지못했던 불편함이 발생함

만족도를 높일 수 있는 요인들은...
현재의 불편하고 아쉬운 부분을 해결 할 수 있는 환경이라면
지금보다 새롭고 다양한 편의시설이 곁집한 환경이라면
현재는 유사하지만 가격이 좀더 저렴할 수 있는 지역이라면
아주서 비동대비 후자가 크게 낫 수 있는 지역이라면
우의 가족과 비슷하거나 나은 사람들과 살 수 있다면
도심과 근접하고 쾌적한 환경을 갖춘 지역이라면

아이와 관계된 다양한 태인관계를 유지하며 정밀적이고 합동적임

- 나이: 34
- 성별: 여자
- 직업: 전업주부
- 거주지: 대전시 유성구
- 가족관계: 남편(37 회사원), 아들(8), 딸(6)

박상현(32세, 남)



“딱히 이곳이 좋다고 보다는 직장생활을 하는데 편리하기 때문에 선택한거죠”

직장생활을 하기 위한 편리함이 최우선조건
직접 따져보고 살펴보는것이 무엇보다도 중요하게 생각함.

현재사는곳이 좋지만...
직장을 위해서는 이사가 필수직업
혼자 산다는 것에 대한 기대와 두려움이 공존함

만족도를 높일 수 있는 요인들은...
직장과 가까워서 교통비와 시간을 절약 할 수 있는 환경이라면
바쁜시간에 이용할 수 있는 빠르고 편의시설이 근접한 환경이라면
집과 관련된 부담비용이 최소화 될 수 있는 곳이라면
혼자살지만 깨끗하고 정리된 환경이었으면
인천하고 이주할때도 빠르고 편하게 결정 할 수 있는 곳이라면

직업과 관련된 비중이 높고 중요하게 생각하며 적극적이고 합리적임

- 나이: 32
- 성별: 남자
- 직업: 직장인
- 거주지: 서울시 동대문구
- 가족관계: 1인가구

그림 6. 최종 제작된 퍼소나

래피드퍼소나 수립프로세스와, 수립모델을 통해 도출된 퍼소나 유형에 캐릭터 성격을 부여 하여 최종 퍼소나를 수립하였다. 수립된 퍼소나는 총 2인으로 34세 가정주부(김민정)와, 32세 직장인 남성(1인가구_박상현)으로 작성되었다. 내용은 간략한 인구통계학적 개인 정보와 함께 퍼소나의 주된 관심사와 행동 양식, 주거지와 관련된 긍정적/부정적 요인, 주요 만족도 상승요인 등을 중심으로 구체화 하여 작성 하였다.

2. 프로젝트 적용

제작된 퍼소나는 통계청의 맞춤형 공간통계서비스 제공 정책에 따라 계획된 주거지 분석 서비스디자인을 진행하는 과정에 사용되었다. 퍼소나는 다양한 이해관계자의의견을 통합하고 대표 한다는 측면에서 국민디자인단 운영과 서비스디자인 과정에서 적극적으로 이용되었다. 그 과정에서 통계청 주거지 분석서비스가 지향해야 할 4가지 서비스 전략과, 서비스 아이디어(8개)를 통계서비스에 적용할 것을 제안 하였다. 이중 1차년도 적용으로 3개의 아이디어(스무고개, 비교항목/순서 선택, 생활동선 비교)가 실질적으로 서비스에 반영되어 구현 되었다. 현재 서비스는 개발 완료 되었으며 2016년 상반기 오픈을 준비하고 있다.

표 6. 제안된 서비스 아이디어

구분	상세
Idea Group 1	"기준과 비교할 수 있는 상대적 가치"
	스무고개: 적정 주거지를 선택하기 위한 질문과 답변을 통한 적정 주거지 추천
	비교항목 순서/선택하기: 현 주거지를 기준으로 사용자가 생각하는 우선순위 가치를 선정하면 적정 주거지 추천
	생활동선 비교하기: 현 주거지의 주요 동선을 설정하고 유사 또는 더 효율적인 동선을 확보 할 수 있는 적정 주거지 추천
Idea Group 2	로드뷰 비교하기: 현주거지와 이주예정 주거지간 로드뷰와 통계 데이터를 함께 제시함으로써 시각적으로 쉽게 비교 분석
	"정보/서비스간 결합을 통한 개인화"
Idea Group 3	레이어 서비스: 사용자가 원하는 정보/통계지도를 겹쳐서 추천지역에 보여 줌으로써 개인화된 정보 제공
	링크 스크랩: 사용자가 활용할수 있는 각종 관련 정보로 연결될 수 있도록 링크를 추천지역에 맞추어 보여줌으로써 풍부한 정보 제공
Idea Group 4	"직접 방문한 것 같은 경험"
	로드뷰, 포토뷰, 동영상: 사진, 동영상 정보를 동시 제공함으로써 현장감을 느낄 수 있도록 한다.
Idea Group 4	"참여와 소통을 통한 정보 확장"
	통계 지식인/통계피디아/통계리틀텔레비전: 지역/개인의 직접참여를 통한 데이터 축적과 소통하는 데이터 커뮤니티 형성

V. 결론

최근 서비스디자인이 다양한 분야에 적용되면서 디자인적 사고가 사회전반 기반을 개선하는데 큰 역할을 하고 있다. 정부 또한 국민 중심 정부 실현을 목표로 빠르게 서비스디자인을 공공서비스에 적용함으로써 국민 대상 공공서비스의 질을 향상시키기 위해 노력하고 있다. 이런 경향에 맞추어 본 연구에서는 제한된 비용과 짧은 시간이 주어진 서비스디자인과정 중에도 빠르고 경제적으로 퍼소나를 구축하고 서비스디자인에 적용할 수 있는 효과적인 방법론을 제시하고, 이를 통계청 국민디자인단 활동에 적용하였다. 또한 그 과정에서 나온 서비스디자인 결과물을 실질적 서비스에 적용할 수 있었다. 이 과정에서 제한된 시간안에서 서비스를 구성하는 사람과 시스템 그리고 고객간의 상호작용을 파악하고 이를 새롭게 제안하는 서비스 디자인에 반영하기 위해 퍼소나를 통한 문제해결을 시도 하였다. 특히 퍼소나를 구성하는데 있어서 서비스디자인 주체인 국민디자인단 외에도 서비스이해관계자를 다양하게 포함시켜 래피드퍼소나 워크샵을 수행함으로써 효과적인 결과를 도출 할 수 있었다. 퍼소나 측면에서는 그간의 방법론이 갖고 있던 여러 가지 단점 중 많은 비용과 시간이 필요하다는 경제성에 대한 단점을 상당부분 해소할 수 있다는 결과를 얻었다. 또한 수립된 새로운 방법론을 통해 효과적인 서비스해결을 도출하고 실 서비스에 적용함으로써 서비스디자인 방법론으로서의 효과를 확인할 수 있었다.

본 연구를 통해 제안된 래피드퍼소나 방법의 효과와 가능성은 다음과 같다. 첫째 제안된 래피드퍼소나 프로세스 방법론에서 래피드퍼소나 워크숍은 사용자의 다양한 경험을 통해 퍼소나 모델을 빠르게 이끌어낼 수 있는 경제적인 방법이다. 또한 이 과정에서 다양한 이해관계자가 참여할수록 퍼소나 유형이 다양해 질 수 있다. 둘째, 광고와 온라인 커뮤니티 등 사용자의 의견을 반영할 수 있는 형태의 보조 데이터는 수립된 래피드퍼소나 유형을 1, 2차적으로 검증하고 보완하는데 효율적으로 사용 할 수 있다. 셋째, 전문가와 비전문가, 사용자, 운영자, 관리자 등 다양한 이해관계자를 퍼소나수립

과정에 참여시킴으로써 서비스에 대한 이해를 바탕으로 향후 서비스디자인프로세스에서 피소나를 효과적으로 이용하고 서비스디자인을 원활하게 수행 할 수 있다.

본 연구는 그간 논란의 대상이 되었던 피소나 방법론을 서비스디자인에 효과적으로 적용하기 위해 수정된 방법론을 통해 실질적으로 적용 가능한 형태가 되도록 수정된 피소나 수립모델을 제안하고 검증 하였다는데 의의를 갖는다. 다만 서비스의 종류와 상황에 따라 피소나 가설을 검증할 대안적 연구방법론이 다양하지 못해, 특정 서비스의 경우 적용이 쉽지 않을 수 있다는 점은 추가적인 연구를 통해 보완해야 할 것이다. 결국 다양한 서비스디자인 사례를 통해 래피드피소나 가설 유형을 보완 할 수 있는 다양한 대안채널 검증을 위한 연구가 추가적으로 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 한국디자인진흥원 서비스디지털융합팀, 공공정책 책상에서 현장으로, 한국디자인진흥원, p.21, 2013.
 [2] Alan Cooper, *The Inmates Are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*, Indianapolis, IN: Sams - Pearson Education, 2004.
 [3] Kim Godwin, *Designing for the digital age*, Wiley Publishing, Inc, p.299, 2009.
 [4] 앨런 쿠퍼, *정신병원에서 뛰쳐나온 디자인*, 안그라픽스, pp.217-218, 2004.
 [5] Elizabeth Bacon and Steve Calde, "Death to Personas! Long Live Personas!, Catalyze," p.21, 2008. <http://www.slideshare.net/>
 [6] 앨런 쿠퍼, *정신병원에서 뛰쳐나온 디자인*, 안그라픽스, pp.211-214, 2004.
 [7] 이지현, "사용자경험디자인을 위한 피소나 기반 브레인스토밍기법의 활용에 관한 연구," 디지털디자인학연구, Vol.13, No.1, p.84, 2012.
 [8] 김용, 정지홍, 반영환, "피소나 특성 분류를 통한 프레임워크에 관한 연구," 한국HCI학회 학술대회,

p.914, 2009.

[9] Christopher N. Chapman and Russell P. Milham, "The Personas' New Clothes: Methodological and Practical Arguments against a Popular Method," CHI 2008, p.2, 2006.
 [10] Kari Rönkkö, "An empirical study demonstrating how different design constraints, project organization and contexts limited the utility of personas," System Sciences, p.229, 2005.
 [11] Rashmi Sinha, "Persona Development for Information-rich Domains," CHI 2003, p.831, 2003.
 [12] Jen McGinn, "CHI bits on persona development form CHI 2008," CHI 2008, pp.6-15, 2006.
 [13] 한국디자인진흥원 서비스디지털융합팀, 공공정책 책상에서 현장으로, 한국디자인진흥원, p.30, 2013.
 [14] <http://www.me.go.kr/>
 [15] 벨라 마틴, 브루스 해닝턴, *디자인 방법론 불변의 법칙 100가지*, 고려문화사, p.104, 2013.
 [16] 벨라 마틴, 브루스 해닝턴, *디자인 방법론 불변의 법칙 100가지*, 고려문화사, p.12, 2013.
 [17] <http://land.naver.com/>
 [18] 통계청, "2014 연간 국내인구이동통계 보도자료," 2015. <http://kostat.go.kr/>

저 자 소 개

하 광 수(Kwang Soo Ha)

정희원



- 2002년 2월 : 한밭대학교 시각디자인학과(학사)
- 2004년 2월 : 성균관대학교 디자인학과(석사)
- 2014년 9월 : 삼성전자
- 2015년 현재 : 국민대학교 테크노 디자인대학원 인터랙션전공(박사과정)
- 2013년 현재 : 한밭대학교 시각디자인학과 조교수 <관심분야> User Experience Design, Service Design, Interaction Design