ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 통권 29호, 2023. Vol.8 No.4

성과관리(Growth Management) 프레임워크 이해를 위한 데이터 UX 디자인 교육 방법에 관한 연구

A Study on the Data UX Design Training Method for Understanding the Growth Management Framework

주 저 자 : 윤미령 (Youn, Mi Ryeong) 서울여자대학교 일반대학원 디자인학과 인터렉션디자인전공 석사

교 신 저 자 : 이지현 (Lee, Ji Hyun) 서울여자대학교 산업디자인학과 교수 jihyunlee@swu.ac.kr

https://doi.org/10.46248/kidrs.2023.4.415

접수일 2023. 11. 24. / 심사완료일 2023. 12. 04. / 게재확정일 2023. 12. 11. / 게재일 2023. 12. 30.
본 논문은 2023년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구입니다.
(2023S1A5A2A03084950)

Abstract

Since the Fourth Industrial Revolution, when creating services and products and earning revenue, there has been an emphasis on not just focusing on sales, but on the rationale for the revenue and efforts to attract customers in an attractive way. To address this, the ability to quantitatively and qualitatively analyze data throughout the service process has been emphasized, and companies that collect data want their employees to test hypotheses and draw conclusions based on data. As a result, data is applied in a variety of jobs, but there are difficulties in learning data for non-professionals who have never worked with data. In this study, we interviewed junior-level incumbents who are working with data to find out when they started learning data and what kind of experiences they had during the learning process, so that non-experts can learn data-driven UX design more easily, and educators who provide data-driven learning services can provide education that meets the needs of users.

Keyword

데이터기반, 성과관리(Growth Management), 데이터 UX(Data UX), 디자인 교육, 질적 연구, 심층인터뷰

요약

4차 산업 혁명 이후 서비스와 제품을 제작하고 수익을 얻을 때, 단순히 판매에만 집중하는 것이 아니라 수익에 대한 근거와 매력적으로 고객을 유입시키기 위한 노력이 강조되었다. 이를 해결하기 위해 서비스 프로세스 전반에 걸친 데이터를 정량적 그리고 정성적으로 분석하는 역량이 강조되면서 데이터를 수집하는 기업에서는 직원들에게 데이터를 기반으로 한 가설 검증과 결과를 도출하기 원했다. 이에 다양한 직무에서 데이터를 적용한 업무가 진행되는데, 데이터를 학습해 본 경험이 없는 비전문가들에게는 데이터를 학습하는데 있어서 어려움이 존재했다. 본 연구에서는 데이터를 기반으로 업무를 진행 중인 주니어 레벨의 현직자들을 대상으로 인터뷰를 진행하여 데이터 학습을 시작했을 때, 그리고 학습하는 과정에서 어떤 경험이 있었는지 파악하여 비전문가들이 데이터 기반 UX 디자인을 좀 더 쉽게 학습하고, 데이터 기반 학습 서비스를 제공하는 교육자들이 사용자의 니즈를 충족하며 교육을 진행할 수 있는 방안을 마련하고자 하였다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적
1-2. 연구 방법 및 절차

2. 이론적 배경

2-1. 데이터 기반 UX디자인의 이해
2-2. 데이터 기반 UX디자인의 중요성
2-3. 데이터 기반 UX디자인의 요소 및 필요 역량
2-4. 데이터 기반 UX디자인 사례

3. 심층 인터뷰

3-1. 심층 인터뷰에 대한 이해
3-2. 연구 방법

4. 심층 인터뷰 결과 분석

4-1. 트랜스크립션(Transcription)
4-2. 인 비보 코드(In-vivo-codes) 도출
4-3. 페인 포인트, 경험 별 카테고리(Category) 도출
4-4. 대표 페인 포인트, 경험 별 테마(Themes) 정의
4-5. 인사이트(Insight) 도출

5. 결론 및 향후 연구

참고문헌

---

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

기술의 발달로 인해 데이터 수집의 폭이 늘어나면서 다양한 분야에서 데이터를 활용하며 의사결정을 진행하는 경우가 많아지고 있다. 신뢰할 수 있는 데이터는 고객의 니즈를 충족하고, 기업이 나아가야 할 방향성을 전략적으로 제시하는 역할을 하며, 추상적으로 서비스에 대한 해결책을 제시하기보다 정확한 근거를 기반으로 서비스 개선을 실행할 수 있다[1].

기업에서는 다양한 데이터를 확인하며 업무를 진행하는데, 그중에서도 서비스와 밀접한 연관이 있는 고객 데이터를 올바르게 분석해야 고객을 만족시킬 수 있는 디자인을 할 수 있다. 이렇게 고객의 경험을 수집하고 분석하는 연구는 이미 많이 진행되고 있었는데, 대표적으로 3가지로 분류할 수 있다. 첫째로는 설문조사를 통한 소비자 경험 연구, 둘째로는 로그 분석을 통한 소비자 경험 연구, 마지막으로 셋째로는 인터뷰 및 관찰을 통한 소비자 경험 연구이다[2].

이렇게 다양한 방법을 통해 고객 데이터를 수집하는 방법이 있는데 그중에서도 로그 분석을 통한 소비자 경험 연구는 데이터를 통한 서비스 분석 방법으로서, 고객에 대한 정보를 면밀하게 파악할 수 있다는 장점은 있지만, 비전문가들이 데이터를 파악하고자 했을 때는 이해하기 어렵고, 자유롭게 활용하기에는 한계가 있는 경우가 많다.

이에 본 연구는 비전문가들이 데이터 기반 UX디자인을 학습할 때 어떤 경험을 가지고 있는지 파악하여 앞으로 데이터 UX디자인 교육을 진행 할 때 어떤 방향성을 가지고 진행해야 하는지 제시하고자 한다.

1) Pamela Pavliscak, Data-Informed Product Design. United States of America, O'Reilly Media, 2015, p.49.

2) Ahn, J., & Lee, J, A Study on the Reliability and Validity of the Collection of the Ethnography Method of Service Experience Data - Focusing on I know You_AI Service -, Journal of Service Research and Studies, 2020, pp.43-55.

1-2. 연구 방법 및 절차

연구는 그림 1과 같이 현재 데이터 분석이 실무에서 어떻게 활용되고 있는지 파악하기 위한 문헌 연구를 진행 후 Job Discription 그리고 사례연구를 통해 전체적인 데이터 분석에 대한 배경을 이해한다. 그리고 비전문가들이 데이터 기반 UX를 실무에서 진행할 때 어떤 경험을 겪었는지 파악하여 데이터 기반 서비스에 대한 분석을 쉽게 학습할 수 있는 방안을 모색하기 위한 심층 인터뷰와 주제 분석 기법을 활용하여 연구를 진행하고자 한다.

[그림 1] 연구 프로세스

2. 이론적 배경

2-1. 데이터 기반 UX 디자인의 이해

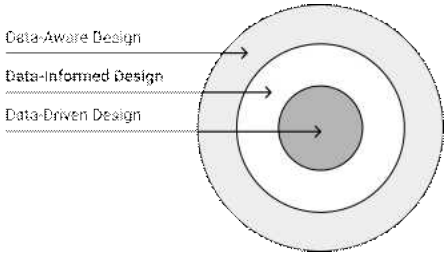
데이터 기반 서비스는 인터넷과 같은 기술의 발달로 인해 정보가 급격하게 증가하게 되었고, 이에 정보를 선택할 때 효과적으로 정보를 보고 해석하는 역량이 필요하게 되었다[3]. 이에 제품의 데이터 기반 성장에

3) 이지선, 빅데이터를 위한 정보디자인의 시각화 방법

집중하여 서비스의 성장을 위해 다양한 과정을 거치는 그로스해킹이 시작되었다.

로셜 킹은 디자인과 관련된 정량화 데이터를 디자인 설계와 의사결정의 근거로 활용하는 방법론 및 정량화 테스트를 통해 결과물을 평가, 검증하는 기법을 데이터 기반 디자인(Data-Driven Design)으로 정의하였다[4].

또한 킹의 저서 “Designing with Data”에서는 데이터 기반 디자인이 업계에서는 어떻게 위치하고 있는지 파악할 수 있도록 세가지 단계를 통해 정의하고 있다. 그림 2와 같이 Data aware design은 정량적, 정성적 데이터와 인식이 합쳐져 여러 테스트를 통해 통계적으로 도출된 결과로부터 결정을 내리는 것이다. Data informed design은 정량적 데이터를 넘어 정성적인 데이터와 그 이상의 인풋으로 작업하는 것으로 A/B 테스트와 사용성 테스트를 가장 대표적인 리서치 방법으로 예를 들 수 있다. 마지막으로 Data driven design은 정량적으로 하나의 목표에 초점을 맞춰 효율성 있는 니즈를 도출하는 것이다.



[그림 2] 데이터 기반 디자인 3가지 모델

2-2. 데이터 기반 UX디자인의 중요성

데이터 기반으로 서비스를 바라볼 때 가장 대표적으로 활용되는 방법론 중 하나는 데이브 맥클루어가 제시한 AARRR 기법이다. AARRR은 각 부서의 업무를 기반으로 한 과업 기반 지표가 아니라 사용자가 서비스에 진입하고, 핵심 기능을 사용하고, 결제하고, 이탈하는 사이클 전반에 걸친 핵심 지표를 찾고 관리하도록 하는 방법이다. 그래서 그림 3과 같이 서비스 이용 흐름에 따라 단계별로 주요 지표를 전체 서비스 관점에서 정의한다는 특징이 있다[5].

[그림 3] AARRR 프레임워크

다양한 기업에서 AARRR 기법을 바탕으로 한 서비스 설계를 진행하는데, 최소 비용으로 도달할 수 있는 초기 이용자를 성장의 토대로 활용할 수 있기 때문이다. 그래서 표 1, 2, 3, 4, 5를 통해 AARRR 기법을 진행할 때, 고객 데이터를 확보할 때 어떤 정보를 활용하는지, 고객 정보 기반 활용 및 개선을 하기 위해서는 어떻게 하는지, 성과 지표는 주로 어떤 것을 보는지 그림 3을 기반으로 정리하였다.

[표 1] 구매 여정별 데이터 활용 방법 - 고객 유치

단계	고객 유치 (Acquisition)
고객 데이터 확보	- 인구 통계학적 정보 (위치, 연령 등) - 주요 마케팅 채널 정보
고객 정보 기반 활용 및 개선 예시	- 유입 현황과 경로를 분석하여 집중 홍보 채널 파악
성과 지표 예시	- 신규 고객 수 - 트래픽 - 경로별 유입률 등

및 표현 연구, 기초조형학연구, 2013, pp. 261-269

4) R. King, E. F. Churchill, and C. Tan, Designing with data, O’reilly, 2017, pp.3-6

5) 양승화, 그로스 해킹 – 데이터와 실험을 통해 성장하는 서비스를 만드는 방법, 위키북스, 2021

[표 2] 구매 여정별 데이터 활용 방법 - 활성화

단계	활성화 (Activation)
고객 데이터 확보	- 사이트 이동 경로 - 주요 관심 제품/서비스 - 고객 선호 가격대 등
고객 정보 기반 활용 및 개선 예시	- 데이터 기반의 랜딩 페이지 UI/UX 최적화 - 제품/서비스 다양화
성과 지표 예시	- 회원 가입률 - 조회/검색 수 - 재방문율, 체류시간

[표 3] 구매 여정별 데이터 활용 방법 - 리텐션

단계	리텐션 (Retention)
고객 데이터 확보	- 고객 유형별 기대 제품 - 고객 유형별 실제 선호 제품 - 이용 만족도
고객 정보 기반 활용 및 개선 예시	- 구매 고객 만족도 및 상품 경쟁력 분석 - 고객별 구매 트랜드 (지불예상금액, 선호도 등)
성과 지표 예시	- 구매율 - 평균 구매 객단가 - 구매 전환율 등

[표 4] 구매 여정별 데이터 활용 방법 - 수익화

단계	수익화 (Revenue)
고객 데이터 확보	- 재구매 고객 유형 - 교차 판매 가망 고객 유형 - 시즌별 이슈 파악
고객 정보 기반 활용 및 개선 예시	- 양질의 고객 확보 및 개인화 서비스 제공 - 맞춤형, 정기 서비스 교차 제안 및 테스트
성과 지표 예시	- 재구매율/ 재구매율 주기 - 고객 보유율 등

[표 5] 구매 여정별 데이터 활용 방법 - 추천

단계	추천 (Referral)
고객 데이터 확보	- 바이럴 지수 - 고객 문의
고객 정보 기반 활용 및 개선 예시	- 고객 만족 요소 정량화 및 개선 - 소개, 홍보에 대한 리워드 방안 수립
성과 지표 예시	- 고객 만족 지수 - 고객 추천 지수 - 고객 생애 가치 등

AARRR을 활용하는 방법은 첫째, 각 단계별로 풀어야 하는 문제를 확인한다. 둘째, 각 단계의 핵심이 되는 주요 지표를 선정하고 수준을 측정한다. 셋째, 측정된 지표가 가진 의미를 이해한다. 넷째, 개선해야하는 목표 수준을 선정하고 실험을 통해 단계적으로 개선하는 방식으로 진행된다.

2-3. 데이터 기반 UX디자인 요소 및 필요 역량

데이터 기반 UX디자인은 학문적으로 연구가 진행되고 있지만 산업계에서는 어떻게 적용되고 있는지 명확하게 규명한 학술 자료가 없기 때문에 본 연구에서는 취업, 이직, 커리어 성장을 돕는 원티드(Wanted)라는 플랫폼에서 제공하고 있는 기업의 직무 설명(JD, Job Descriptions) 자료를 분석하여 결과를 표 6과 같이 도출하고자 했다. 업무는 데이터 기반 UX 전문가가 맡아서 하는 일을 의미한다. 필요 역량은 데이터 기반 UX 디자인을 진행하기 위해 요구되는 기본기와 능력을 의미한다. 구성 요소는 데이터 기반 UX 디자인에 대한 요소들로, 해당 직무 전문가의 역할을 의미하고, 구성 요소는 업무와 필요 역량을 묶어 도출하였다. 본 연구의 직무 설명 선정을 위해 2023년 9월 한 달 동안 원티드에 업로드 된 데이터 분석 역량을 요구하는 PM, PO, 디자이너, 기획자 등의 구인 현황을 파악하였다.

데이터 기반 UX디자인 전문가에게 필요한 역량을 도출하기 위해 직무 설명 자료에 기입 된 내용을 기반으로 그룹화하였다. 이를 통해 총 7개의 업무를 도출하게 되었다. 그리고 이를 기반으로 총 10가지의 데이터 기반 역량을 도출하였다. 이는 데이터 기반 UX디자인 전문가가 핵심적으로 갖추어야 할 역량과 업무를 이해하기 위한 기초 자료로 활용될 수 있다.

[표 6] 데이터 기반 UX 디자인 전문가 필요 역량 및 업무

업무	필요 역량	구성 요소
데이터 지표 분석	논리적인 커뮤니케이션	- 서비스 기획 - 데이터 기반 - 커뮤니케이션 능력
	데이터 분석 능력	- 분석적 사고 - 데이터 분석 - 서비스 설계
주요 지표 설정 및 관리	논리적 소통	- 프로젝트 관리 - 프로덕트 기획
	지표 분석 능력	- 서비스 기획 - 데이터 분석 - 커뮤니케이션 능력
	분석적 사고 능력	- 서비스 기획 - 커뮤니케이션 능력
정량/정성적 데이터 기반	데이터 분석 능력	- 원활한 커뮤니케이션 - 데이터 설계 - 데이터 기반
	프로덕트 관리	- 전략적 사고 - 프로덕트 기획
프로젝트 관리 역량	운영 관리 능력	- 분석적 사고 - 클라우드 경험 - 서비스 기획 - 데이터 중심 - PMP 자격증 - 원활한 커뮤니케이션
서비스 기획	데이터 분석 능력	- 기획 경험 - 데이터 분석 - 논리적 사고 - 서비스 기획 - 원활한 커뮤니케이션 - 데이터 기반
프로덕트 기획	데이터 기반 의사결정	- 비즈니스 관점에서 상황을 이해 - 고객 중심적 - 논리적인 사고 기반
	서비스 설계	- 데이터 분석
	논리적인 커뮤니케이션	- 데이터 분석
서비스 기획 및 전략 수립	데이터 기반 분석적 사고	- 서비스 기획 - 원활한 커뮤니케이션 - 데이터 분석

2-4. 데이터 기반 UX 디자인 사례

2-4.1 톡투미(퀄슨)의 그로스해킹 사례

퀄슨은 사람들이 틈틈이 어학 공부를 할 수 있도록 도와주는 서비스를 제공하고 있다. 톡투미는 2시간 마다 푸시 알림을 통해 질문을 받아 볼 수 있으며, 실제 원어민 선생님들에게 첨삭과 코멘트를 받으면서, 모바일 기기를 통해 영어 개인 과외를 받는 느낌을 얻을 수 있는 서비스이다. B2B서비스인 톡투미는 인원이 적은 스타트업이기 때문에 많은 리소스를 투입하지 못하고, 운영 비용 책정의 오류로 인해 제품 판매 시 적자가 계속 발생하는 상황이었다. 그래서 소비자들의 가격 지불 의사를 확인하기 위해 가격을 올리는 모험을 감행했다. 우려와는 달리 전체 매출이 상승하였다[6].

2-4.2 에어비앤비의 그로스해킹 사례

에어비앤비는 유기적 성장과 입소문을 통한 성장이 잘 이뤄지고 있는 제품 중 하나이다. 사진사를 고용하여 대상이 되는 숙소의 사진을 찍어 올렸을 때 숙소의 예약 수가 2~3배씩 증가한다는 사실을 알게 되어, 호스트와 사진사를 연결 시켜주는 사진 촬영 프로그램을 도입하게 되었다. 또한 실제로 방이 임대되는 것을 경험한 방 주인들과 만족스러운 숙박을 경험한 사용자들에 의해 입소문이 많이 퍼지게 되었고, 이를 뒷받침 하기 위해 '실물 보상 기반 추천 시스템'을 개발하여 행동 패턴을 분석하고, 각 사용자들이 친구들을 초대하면 실물 보상을 받을 수 있는 개인화 된 추천인 시스템을 구축하였다[7].

2-4.3 드롭박스의 그로스해킹 사례

드롭박스는 유기적 성장과 입소문을 통한 성장이 아주 강한 제품이다. 드롭박스에서는 친구를 추천했을 때, 추천한 사람과 추천받은 사람 모두에게 500mb 저장용량을 제공하는 등의 초대 프로모션을 통한 혜택을 줘서 가입자 수가 60% 이상 증가하게 되었고, 280만 명의 신규 가입자가 유입하게 되어 빠른 성장을 이루게 되었다. 또한 어느 정도 성장을 달성했을 때 구글 키워드 광고 등을 통해 유기적 성장과 입소문을 통한 성장, 그리고 유료 마케팅을 통한 성장을 적절히 조합하여 꾸준히 성장하고 있다[8].

3. 심층 인터뷰

3-1. 심층 인터뷰에 대한 이해

사용자 인터뷰는 사회 과학, 시장 리서치, 유저 리서치, 인간과 컴퓨터 간의 상호작용 등에서 사용되는 기법 중 하나로, 사용자들과의 대화를 통해 전반적인 연구의 맥락과 사람들이 경험하고 있는 이슈 등에 대한 기본적인 이해를 얻을 수 있는 인터뷰 방법 중 하나이다[9]. 본 연구에서 심층 인터뷰를 진행하는 이유는

6) 조민희, 그로스 해킹 – 성장의 시대를 위한 안내서, 디지털북스(아이생각), 2017, PP. 223-228

7) 조민희, 그로스 해킹 – 성장의 시대를 위한 안내서, 디지털북스(아이생각), 2017, PP. 220-222

8) 조민희, 그로스 해킹 – 성장의 시대를 위한 안내서, 디지털북스(아이생각), 2017, PP. 219-220

인터뷰를 통해 데이터 분석을 하고 싶어 하는 비전문가들이 학습 과정에서 어떤 부분 가장 많은 어려움을 겪는지 모색하기 위해 진행했다.

3-2. 연구 방법

심층 인터뷰는 총 4단계로 진행되었다. 먼저 스크리닝을 기준으로 사전 설문 폼을 구성하고, 모집된 사용자들을 리크루팅 후 최종 참여자를 선정하였다. 그리고 심층 인터뷰를 통해 현업에서 일을 하고 있는 참여자들이 겪은 경험 보이스를 수집하는 단계로 진행 후 주제분석 기법을 통해 도출된 보이스들을 분석하였다.

3-2.1 사전 설문 및 리크루팅

사전 설문은 연령대, 담당 업무, 예전 담당 업무, 연차 정도, 학습 시작 시기, 학습 이유, 학습 경로, 학습 경험 총 8개의 질문으로 구성하여 배포하였다. 그리고 모집된 10명의 사용자 중에서 데이터 분석 학습 경험이 있는 경력 5년 미만 참여자와 데이터 분석 학습 시 어려움을 겪은 경험이 있는 PO, 기획자, 디자이너 등 데이터 분석을 업무에 활용하는 사용자로 리크루팅을 진행하여 표 7과 같이 총 6명의 참여자를 대상으로 화상 회의 서비스인 줌(Zoom)을 활용하여 비대면 인터뷰를 진행하였다.

[표 7] 인터뷰 참여자

	연차	학습 시작 시기	업무 담당	학습 이유
1	1~3년차	6개월 이내	기획, PD	PM역량 향상을 위해
2	4~7년차	2년	기획, PM	서비스 운영 및 신규 기획
3	1~3년차	1년	PM	실무에 필요
4	1~3년차	1년	기획, PM	업무 도움
5	1~3년차	2~3년	PM	서비스 오픈 후 검증 등
6	1~3년차	약 6개월	기획, PD	데이터의 중요성을 깨닫고

3-2.2 사용자 인터뷰 진행

사용자 인터뷰는 표 8과 같이 아이스브레이킹을 시작으로 데이터 학습 경험, 데이터 분석 시 경험을 끝으로 총 1시간 30분 가량 시간을 소요하여 진행하였다. 인터뷰 전반에 대한 내용은 음성녹음과 화면 녹화를 통해 인터뷰 참여자의 보이스를 수집하였고, 인터뷰 참여자들의 의견은 그림 4와 같이 파워포인트에 로우데이터와 인터뷰 참여자별 특징을 정리하였다.

[표 8] 인터뷰 참여자

	카테고리		질문
1	아이스브레이킹		현재 어떤 직무에서 어떤 일을 하고 계신가요?
2			언제부터 데이터 분석 UX 디자인 학습을 하셨나요?
3			데이터 분석을 통한 UX를 하게 된 계기가 있으신가요?
4			지금까지 데이터 분석 UX를 진행할 수 있었던 원동력은 무엇인가요?
5	데이터 학습 경험	학습 과정	데이터를 어떻게 학습하시는지 전반적인 과정을 한번 떠올려서 알려주시겠어요?
6		평균 학습량	데이터 분석 학습 활동에 어느 정도 시간을 쏟는 편인가요?
7		학습 목표 양	일주일 중에서 평균 몇 시간 이상 학습 하려고 목표를 세우나요?
8		학습 플랫폼	업무 능력 향상을 위해 학습하실 때 사용하는 서비스가 있으신가요?
9		학습 강의	데이터 분석 UX강의를 수강해 본 적 있으신가요?
10		데이터 학습 시 어려움	현재 데이터 분석 UX 전문가로 역량을 쌓는데 드는 가장 큰 고민은 무엇인가요?
11		데이터 정보 수집	주로 데이터 관련 정보는 어디서 수집하시나요?
12			여러 경로/서비스에서 수집하는 정보를 비교하는 나만의 기준이 있나요?
13	데이터 분석 시 경험	커뮤니티 이용	정보를 얻기 위해 참여하는 커뮤니티가 있으신가요?
14			타인에게 정보를 공유하는 경우가 있나요?
15		지인 학습 경험	주변 지인 중에서도 데이터 분석 UX 전문가가 있으신가요?
16		데이터 분석 플랫폼	데이터 분석을 진행하고자 할 때, 사용하는 서비스나 플랫폼은 무엇인가요?
17		업무 시 데이터 활용 경험	업무를 진행하실 때 주로 어떤 데이터를 보시나요?
18			데이터를 해석할 때 특별히 주의하는 점이 있나요?
19		기업의 노력	회사에서는 데이터 관련 교육을 진행하거나 지원해주고 있나요?
20			기업에서는 직원들을 데이터 전문가로 거듭나게 하기 위해 어떤 노력을 하고 있다고 생각되시나요?
21	마무리		앞으로 어떤 데이터 분석 UX 전문가가 되고 싶으신가요?

9) 스테파니 마시, 유저 리서치: UX를 위한 사용자 조사의 모든 것, 유엑스리뷰, 2021

[그림 4] 인터뷰 기록지 예시

4. 심층 인터뷰 결과 분석

인터뷰의 분석 방법은 사용자 경험 측면에서 새롭게 고려되어야 하는 맥락을 파악하기 위해 정성적인 연구 자료인 심층 인터뷰에서 도출된 보이스를 통해 표 9와 같이 주제 분석 기법(Thematic Analysis)을 활용하여 분석을 진행하였다. 주제 분석은 빅토리아 클라크(Victoria Clarke)에 의해 제시되었으며 데이터에 익숙해지기, 코드 생성하기, 초기 테마 생성하기, 테마 검토하기, 테마 정의 및 이름 지정하기, 보고서 작성하기로 총 6단계로 진행 될 수 있다[10].

[표 9] 브라운과 클라크의 주제 분석 기법 6단계

단계	내용
1단계 데이터에 익숙해지기	필요한 경우 데이터를 전사하고, 읽고 다시 읽어 내용에 몰입
2단계 코드 생성하기	데이터의 흥미로운 특징을 중요한 기능을 식별하는 간결한 코드로 생성하고, 각 코드와 관련된 데이터를 취합
3단계 초기 테마 생성하기	만든 코드를 살펴보고 패턴을 식별하여 잠재적 테마로 결합하여 잠재적 테마 형성 후 관련 데이터 수집
4단계 테마 검토하기	잠재적 초기 테마 확인 후 테마가 데이터를 유용하고 정확하게 표현하고 있는지 검토
5단계 테마 정의 및 이름 지정하기	지속적인 분석을 진행하여 각 테마의 세부사항과 분석에서 제공하는 전체 스토리 개선 후 각 테마에 대한 명확한 정의 설정 및 이름 생성
6단계 보고서 작성하기	추출된 데이터를 최정분석 후 보고서 작성

본 연구는 브라운과 클라크의 주제 분석 기법을 바탕으로 총 5가지 과정을 통해 진행되었다. 트랜스크립션(Transcription), 인 비보 코드(In-vivo-codes)를 통해 페인 포인트(Pain points), 경험 별 카테고리(Category)를 도출하고, 각각의 테마(Themes)를 정의 후 교차 분석하여 데이터 기반 UX 디자인 학습 방법을 위한 인사이트를 도출시키는 과정을 피그마(Figma) 툴을 활용하여 그림 5에서의 예시 자료와 같이 진행하여 분석하였다.

10) Braun, V&Clarke, V. Using thematic analysis in psychology. Qualitative research in psychology. 2006. PP. 77-101

[그림 5] 주제분석기법을 활용한 분석 예시

4-1. 트랜스크립션(Transcription)

트랜스크립션(Transcription)은 녹음된 사용자 인터뷰 음성 데이터를 글로 변환하여 분석을 진행하는 과정이다. 이를 기반으로 전반적인 분석을 진행하였다.

4-2. 인 비보 코드(In-vivo-codes) 도출

인 비보 코드(In-vivo-codes)는 인터뷰에서 중요 문구나 키워드에 주목하여 문장을 요약하는 과정이다. 이 과정에서 80개의 인 비보 코드 문장을 도출하였다.

4-3. 페인 포인트, 경험 별 카테고리(Category) 도출

해당 단계에서는 데이터 기반 UX디자인 학습 경험 시 발생한 페인 포인트와 경험들을 14개 도출하였다.

4-4. 대표 페인 포인트, 경험 별 테마(Themes) 정의

이전 단계에서 도출한 14가지의 페인포인트와 경험 테마에서 해당 연구에서 벗어나지 않는 테마들을 선정해 카테고리를 공통으로 그룹핑 할 수 있는 대표 테마 두가지를 표 10과 같이 경험 테마와 표 11과 같이 페인포인트 테마로 설정 후 선정된 테마에 맞추어 총 9개의 테마를 도출했다.

[표 10] 경험 테마 정리

	테마 정리
1	다양한 경로를 통해 데이터를 학습하고, 실무에 적용하고자 한다.
2	강의는 기본기를 다지기 위해 학습한다.
3	데이터를 학습하기 위해서는 실무 데이터 및 사례를 통해 학습을 해야 업무에 적용하기 용이하다.
4	데이터 친화적인 업무 환경을 통해 데이터 분석을 진행해야 학습 시 효율이 상승된다.
5	전반적인 맥락을 이해해야 효과적으로 데이터를 볼 수도 있고, 심도 있는 데이터를 보기 위해서는 데이터 리터러시 능력이 필요하다.

[표 11] 페인 포인트 테마 정리

	테마 정리
1	사용자 친화적이지 않은 툴로 인해 끊임없이 데이터 툴을 학습해야 한다는 한계가 발생한다.
2	인사이트가 좋은 학습을 하기에 한계가 있다.
3	데이터 업무 환경이 잘 조성되지 않으면 학습하는데 어려움을 겪는다.
4	강의 만으로는 데이터 분석을 진행하기엔 한계가 있기 때문에 실무에 적용할 수 있는 학습 내용이 필요하다.

4-5. 인사이트(Insight) 도출

경험 테마와 페인 포인트 테마 내용을 서로 교차 분석 및 그룹핑 하여 데이터 기반 UX디자인 학습 경험에 관한 인사이트를 표 12와 같이 총 6개 도출하였다.

[표 12] 인사이트 도출 정리

	테마 정리
1	사용자 친화적이지 않은 툴로 인해 독학을 하기에는 한계가 발생하여 툴 관련 강의를 통해 기본기를 다지고자 한다.
2	업무 환경이 데이터 친화적이냐 아니냐에 따라 학습의 효율성이 달라지고, 업무 환경이 데이터 기반 환경이 아닌 경우에는 인사이트가 좋은 학습을 하기에 한계가 발생한다.
3	강의는 툴을 학습 하는 것에만 유용하고 전반적인 데이터 업무 환경에서 적용하기 용이한 학습은 제공하지 않는다.
4	전체적인 맥락을 이해하는 방법을 학습시켜야 업무 진행 시 추출되는 다양한 데이터를 해석하는 역량이 발전한다.
5	사용자 별 각기 다른 경로를 통해 데이터를 학습하고 실무에 적용하기 때문에 개인별로 어느정도의 데이터 분석 역량을 갖췄는지 파악하기 모호하다.
6	도메인별로 추출되는 데이터가 다르기 때문에 각 분야에 적합한 데이터 리터러시 학습이 제공되어야 한다.

5. 데이터 기반 UX디자인 학습 과정에서의 기회 요인 도출

주제 분석 기법을 통해 도출 된 경험 테마, 페인 포인트 테마를 연관지어 분석하여 인사이트를 도출했다. 이를 통해 도출된 인사이트를 각각 분석하여 총 ~개의 기회 요인 리스트를 제시하고자 한다.

본 연구의 기회 요인은 데이터 기반 UX디자인 학습 경험에 관한 페인 포인트, 인사이트를 묶어 향후 데이터 학습을 진행할 비전문가들을 대상으로 학습 프로그램을 제작하거나, 비전문가들이 어떻게 학습을 시작해야 하는지 파악하고자 할 때 도움이 될 요소들을 표 13과 같이 작성하고자 하였다.

[표 13] 기회 요인 목록

	기회 요인 리스트
1	데이터 분석 학습을 진행할 때 본인이 어느 단계까지 성장하고 있는지 파악할 수 있는 구체적인 가이드가 필요하다.
2	데이터 분석 교육 시 제공 된 내용이 얼마나 실무에 적용 가능한지, 실무 데이터의 어떤 부분에 적용하여 어떤 결과값을 도출할 수 있는지 학습자가 파악할 수 있도록 정보를 제공해야 한다.
3	도메인 별로 각기 다른 데이터가 제공되고, 도메인별로 해석하는 방식이 다름을 인지하여 학습자가 처한 환경을 이해하는 것이 필요하다.
4	데이터 기반 UX디자인을 진행할 때 근본적인 것은 도구가 아니라 데이터를 해석하는 것이다. 툴에만 매몰된 학습을 하는 것이 아니라 전체적인 데이터 문해력을 기를 수 있도록 해야 한다.
5	데이터 툴을 교육할 때는 학습자가 이해하기 쉽도록 사용자 친화적인 UX라이팅을 제공해야 한다.
6	연차별, 직무별로 데이터의 학습 능력과 필요도가 다르기 때문에 교육을 제공할 때 타겟군을 정해서 정보를 제공해야 한다.
7	데이터는 정성적/정량적 둘 다 조화롭게 분석되어서 적용되어야 좋은 서비스를 도출시킬 수 있다. 이에 데이터 친화적인 업무 환경을 조성하여 직무에 상관없이 데이터 기반 업무를 진행할 수 있도록 유도해야 한다.

6. 결론 및 향후 연구

본 연구는 주니어 레벨의 실무자들을 대상으로 사용자들이 데이터 기반 UX디자인을 어떻게 학습했는지 파악하여 앞으로의 데이터 기반 UX디자인 교육에 대한 방향성을 제시하고, 비전문가들이 데이터를 학습 할 때에 어떻게 진행하면 좋을지 제시하기 위한 목적으로 진행되었다. 연구 결과 실무에서 일하고 있는 디자이너 및 기획자들이 데이터를 학습하기 위한 과정에서의 경험과 페인포인트와 앞으로 데이터 기반 UX디자인 교육 개발을 위한 기초 자료들을 도출할 수 있었다. 따라서 본 연구는 사용자 경험 디자인 관점에서 앞으로 데이터를 교육하고 학습하기 위한 서비스 개발 및 강의 제작 시 기초 자료로 활용될 수 있다. 또한 기획자와 디자이너들의 학습 경험을 기반으로 새로운 서비스 기회 요인들을 정의했다는 점에서 의의가 있다. 이에 후속 연구에서는 도출된 기회요인을 기반으로 서비스 혹은 교육 프로그램을 비전문가가 학습하기 용이하게 제공되기 위한 후속 연구를 진행하고자 한다.

참고문헌

1. 스테파니 마시, 유저 리서치: UX를 위한 사용자 조사의 모든 것, 유엑스리뷰, 2021
2. 양승화, 그로스 해킹 - 데이터와 실험을 통해 성장하는 서비스를 만드는 방법, 위키북스, 2021
3. 조민희, 그로스 해킹 - 성장의 시대를 위한 안내서, 디지털북스(아이생각), 2017
4. Pamela Pavliscak, Data-Informed Product

Design, O'Reilly Media, 2015

5. R. King, E. F. Churchill, and C. Tan, Designing with data, O'reilly, 2017

6. 박유선 & 이지현, 데이터 분석 도구 활용을 기반으로 한 Data-Informed 디자인 프로세스 제안, 한국디자인리서치, 2021

7. 이지선, 빅데이터를 위한 정보디자인의 시각화 방법 및 표현 연구, 기초조형학연구, 2013

8. Ahn, J & Lee, J, A Study on the Reliability and Validity of the Collection of the Ethnography Method of Service Experience Data - Focusing on I know You_AI Service -. Journal of Service Research and Studies, 2020

9. Braun, V&Clarke, V, Using thematic analysis in psychology, Qualitative research in psychology, 2006

10. www.community.growthhackers.com