



Lessons From Web Planning Session II

콘텐츠의 관점에서 본

# 웹 기획과 벤치마킹

- 부제 : UI를 무시하라!! -

---

최준호 | YES24.COM

[www.yamestyle.com](http://www.yamestyle.com)

---

보통...  
두 번째 세션은 버리는 카드죠?

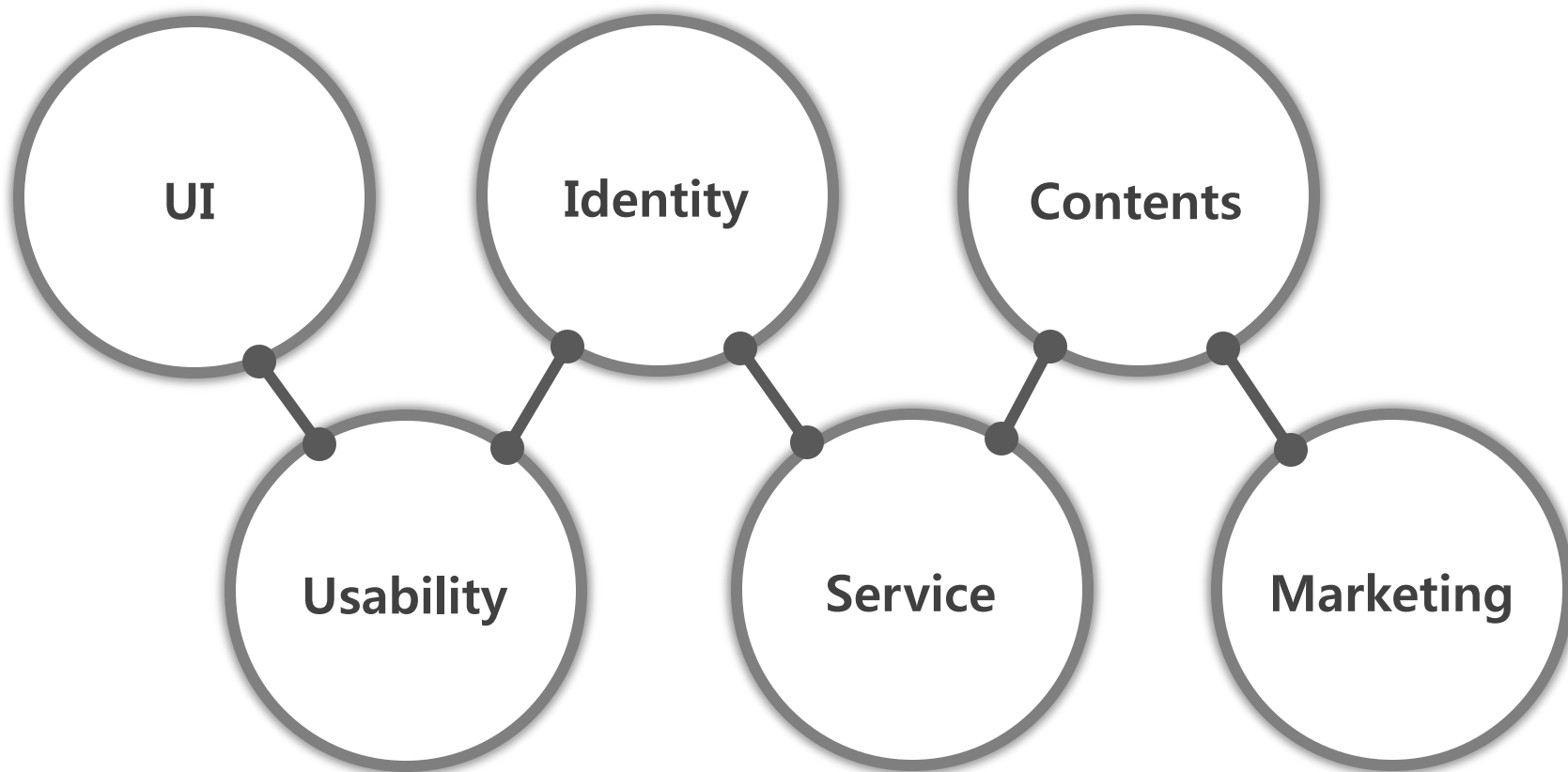
# Benchmarking?

Benchmarking:

우수한 웹 사이트의 웹 서비스와 사용자의  
경험 등을 면밀히 분석하여 웹 사이트의 차별성을  
강화시켜 나가는 것.

- 웹사이트 벤치마킹의 9가지 패턴 / 전민수 저. -

# 벤치마킹을 구성하는 요소는?



## 현업에서의 벤치마킹은...



시각적인 관점을 중심으로 한 벤치마킹이 주를 이루고 있으며,  
이 같은 방식이 벤치마킹의 정석으로 일반화

## 왜 일까요?



시각적인 변화와 개선은 기획자의 체감적 경험으로도 쉬운 접근이 가능한 영역이며, 큰 고민 없이도 이용자에게 어필하기 쉬운 영역이라 생각하기 때문.

≠

시각적인 관점에 많은 비중의 시간을 투자함으로써, 상대적으로 아이덴티티나 서비스, 콘텐츠 등 실질적으로 벤치마킹이 필요한 요소에 적은 시간을 할애하여 웹 사이트의 활성화와 거리가 먼 결과물 산출.

## 하지만 고객은...



사용자는 과거 인터넷 초창기 시절과는 달리  
질(quality)적인 가치를 판단할 수 있을 뿐만 아니라,  
자신만의 명확한 Needs를 갖게 됨.

시각적인 관점에 국한된 벤치마킹은 보기 좋은 웹 사이트를  
만들 수 있을지 몰라도, 결코 기대만큼의 방문자 트래픽(Traffic)이나  
충분한 수익적인 가치는 기대할 수 없다.

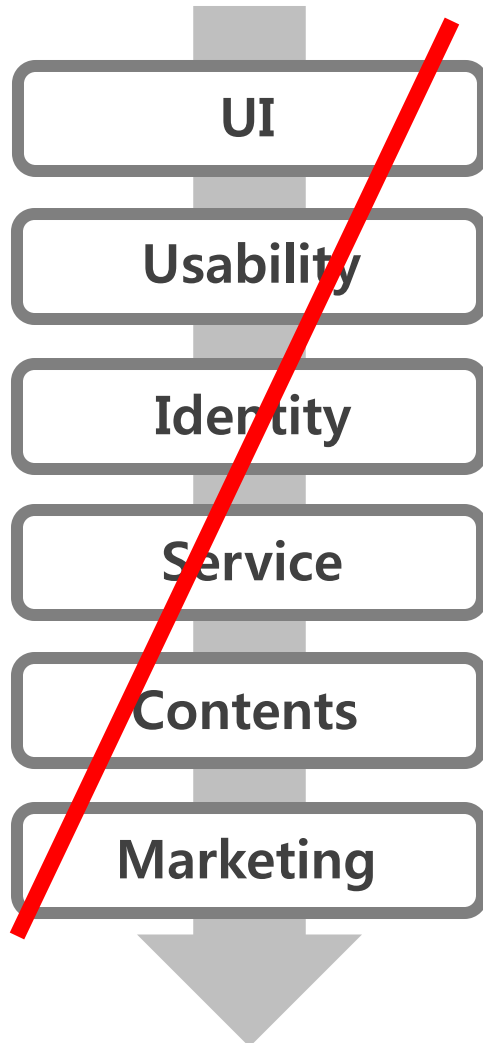
## 그렇다면...



우리가 사용자에게 기대하는 만큼, 사용자의 욕구나 가치를 충족시켜 주어야 하며, 이를 위해서는 벤치마킹에 있어서도, 지금과는 다른 방식의 접근이 필요.



## 다른 접근 방식?

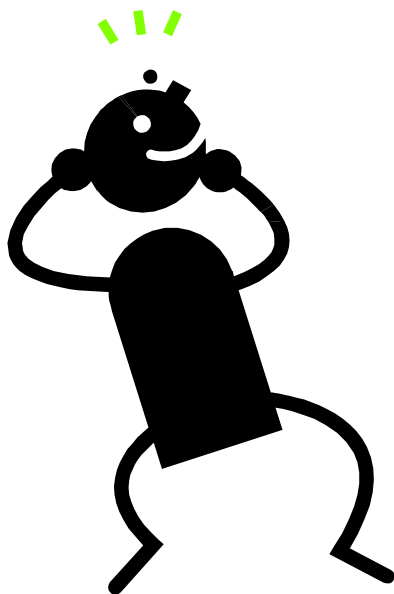


복잡한 지표나 법칙, 목표는  
다 접어두고 일단 단순하게..  
직관적으로 생각해보자.

## 유저가 보는 웹의 관점과 가치



유용한 웹인가?



재미있는 웹인가?



기획자 역시도 유저와 동일한 시각으로 웹을 보아야 한다.



## 여러분들도 이미...

- Blog를 운영하고 계시죠?
- 여러분의 Blog는 유용함을 주나요? 재미를 주나요?
- Blog 방문자들이 자주 찾는 포스트는 무엇인가요?
- 방문자들이 원하는 포스트를 올리고 있나요?
- 유입 키워드나 태그를 신경 쓰나요?

의식적으로.. 혹은 무의식적으로 이미 사용자가 요구하는 방향,  
즉, '유용'하거나 '재미' 있거나를 고려하고 있음.

# 벤치마킹도 좀 더 직관적으로..



유용한 웹

재미있는 웹

지식iN  
(kin.naver.com)

전자정부  
(korea.go.kr)

마이클럽  
(miclub.com)

신한은행  
(shinhan.com)

디시인사이드  
(dcinside.com)

아고라  
(agora.media.daum.net)

위키피디아  
(wikipedia.org)

아이러브스쿨  
(iloveschool.co.kr)

지식쇼핑  
(shopping.naver.com)

쇼핑하우  
(shopping.daum.net)

루리웹  
(ruliweb.com)

비즈델리  
(bizdeli.com)

지디넷  
(zdnnet.co.kr)

펀샵  
(funshop.co.kr)

판도라TV  
(pandora.tv)

# 예시 - 재미를 주는 웹



**트위터 - 팔로우된 지인들과의 커뮤니티**

Location Everywhere  
 Web <http://twitter.com>  
 Bio Top Tweets algorithmically selects and retweets some of the most interesting tweets spreading across Twitter. Enjoy!  
 everyone! 76,895 1,372 following followers listed

- ChuckNorritz** #ChuckNorritz doesn't bowl strikes, he just knocks down one pin and the other nine faint.  
about 2 hours ago via Twitter4J
- SallyBercow** You "must" see this fab poster - going down a storm (incl with LibDems!) <http://twitpic.com/1mm1tu> - thx to @an...
- boysnightout899** patience is a virtue... waiting in a line for 6 hours isn't that bad rather than waiting for another 6 years f...
- TeamJosephJonas** Hating on an 8 year old is just SICK! #WeLoveMaddie we love you @maddielovesyou1 you're be...
- demicalcom** Go to @MadisonFATASS and on their pr... press "report for spam" to get them deleted. It's rude to mak...
- chrisbrown** new #fanofafan song on Monday.. called "due breezy, Tyga and Kevin McCall.. DJ ill will ..

## 디자인사이드 - 비주류와 흥미를 위한 다양한 갤

**새로운 광고 플랫폼 DC@TAG**

디자인으로 내만의 광고를 만들고 수익도 누리세요!

실시간 북마크 순위	주간 인기 갤러리
1. 핀미디 프로그...	0
2. 국내야구	0
3. WOW	0
4. 주식	0
5. 단편연필아트	0

**이런 노트를 보았나**

이런 노트를 보았나

- 어둠 속의 흰 <black bump>
- 플러그 플러드 아트 <사랑의 각종 Art Cube>
- 우리가끼리 플레이카드가 스피클은 <WPT playing cards>
- 악마의 기계 (이미지 업데이트) <다빈치의 오토노트터>
- 아 너의 입술을 다오 <The Kiss (1907) by Gustav Klimt>
- 정말 본적이 있으십니까? <초소형 비활성체 OFO>
- beyond the space <外星人 陳露輝 (외계인 두개골)>
- 창의적인 인제가 놀게요 <Multitech with BOSCH>
- 간단한 재미 <Fun Mechanics Kit>

## 편잡 - 위트있는 리뷰와 재미있는 상품들

**필립스 퀵 초경량 초정밀 클래식 지팡이**

200g 무게부터 220g  
 최신 출시한 약 160g  
 초경량 클래식 지팡이 : 약 154g  
 engineered by DAC

이런 노트를 보았나

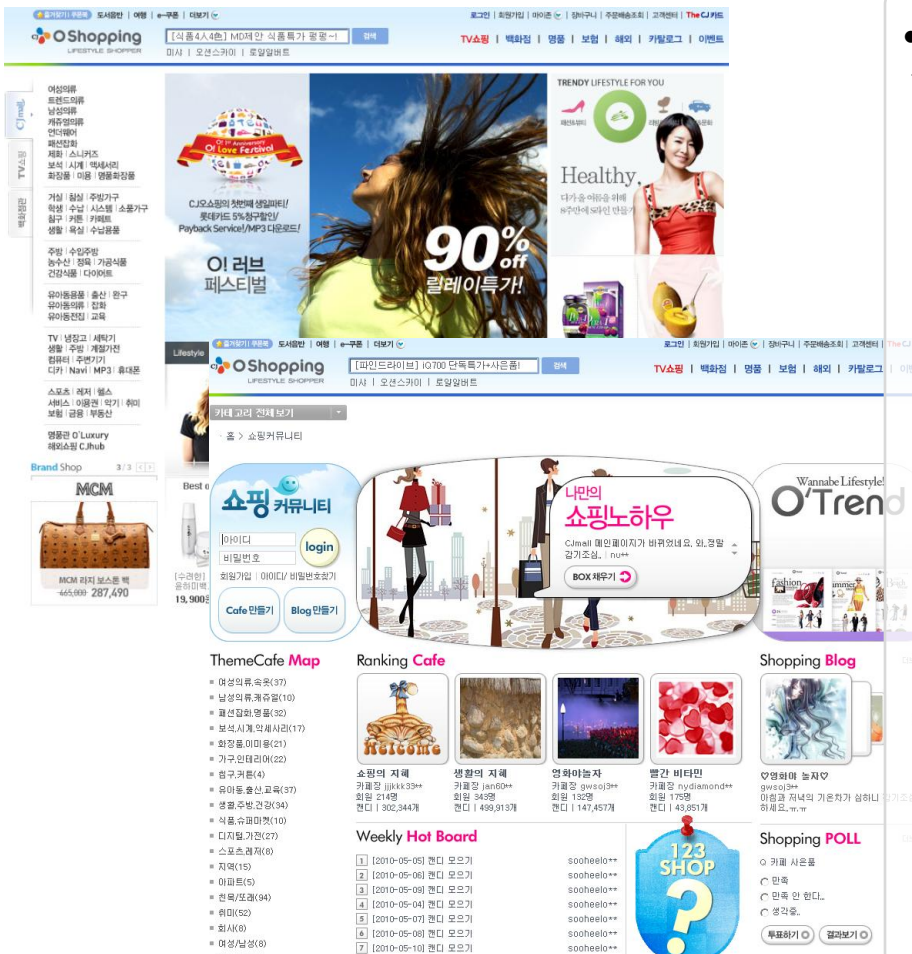
**New Features of This Week**

스마트 접기	다기능 냉풍선 - 미스트 플러
종류일시: 2010-05-25 01:15:00 ₩169,000 ▶ ₩120,000	종류일시: 2010-05-25 01:15:00 ₩169,000 ▶ ₩149,000
사이드 플립	편하이저커큐니케이션즈 MMS0 earset
플래그가 있다고 마음 먹었습니다 ₩59,000	아이폰을 위한 편하이저 커넥터 ₩299,000 ▶ ₩289,100





# 예시 - CJ는 무슨 즐거움을 줬을까?



## • CJ Mall

과거 '쇼핑의 즐거움(재미)' 이란 슬로건으로 다양한 서비스적인 요소를 도입했는데, 과연 우리에게 어떤 즐거움을 주었을까?

### 저렴한 가격이나 다양한 할인?

유용함에 가까운 요소.

### 지르는 재미?

개인에게 단기적인 즐거움을 줄 수 있을지는 모르지만, 결과적으로 카드영수증을 보면, 급 후회...

### 쇼핑 커뮤니티?

유용함을 주는 듯 하지만, 기획자만 생각하는 유용함일 뿐, 고객이 원하는 유용함을 주지는 못함.

# 경쟁사의 포지션 분석 예시



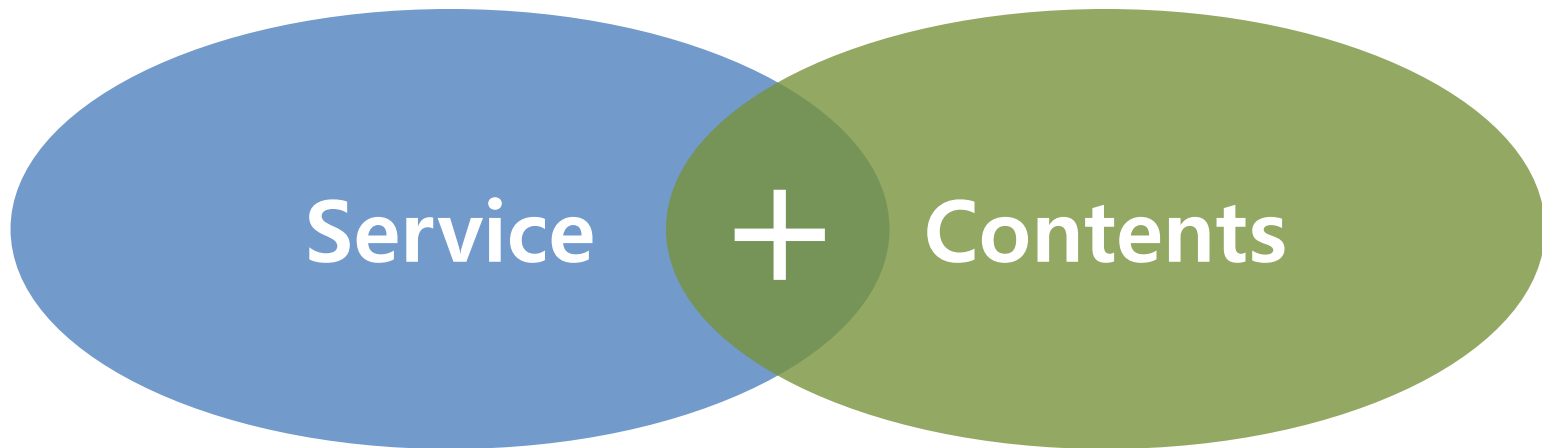
<p><b>대상 웹</b></p>	<p>위키피디아 (wikipedia.org)</p>
<p><b>웹 분류</b></p>	<p>유용함과 흥미의 공존 (유용한 웹 ▶ 재미있는 웹)</p>
<p><b>타겟 층</b></p>	<p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주 소비자 : 20대~30대 초~후반의 남성</li> <li>• 주 생산자 : 30대 초~중반의 남성</li> </ul> </p>
<p><b>무엇에 흥미를 느끼는가?</b></p>	<p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정치/경제/사회/문화를 망라하는 방대한 정보 DB. (콘텐츠)</li> <li>• 정보와 정보와의 무한(수평적인) 링크. (IA)</li> <li>• 누구나 참여 가능한 현재진행 형 정보. (서비스)</li> </ul> </p>
<p><b>사용자 인식</b></p>	<p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신뢰성이 높은 정보</li> <li>• 생동감 넘치는 살아있는 정보</li> </ul> </p>

- 기부 안내
- 도구모음
  - 여기를 가리키는 문서
  - 가리키는 글의 바깥
  - 특수 문서 목록
  - 인쇄용 문서
  - 고유링크
- 다른 언어
  - ...

**분류로 찾기**  
 인문학 : 교육학 · 논리학 · 문학 · 미학 · 신학 · 언어학  
 · 역사학 · 윤리학 · 종교학 · 철학 ...  
 사회과학 : 경영학 · 경제학 · 법학 · 사회학 · 심리학 ·  
 ...

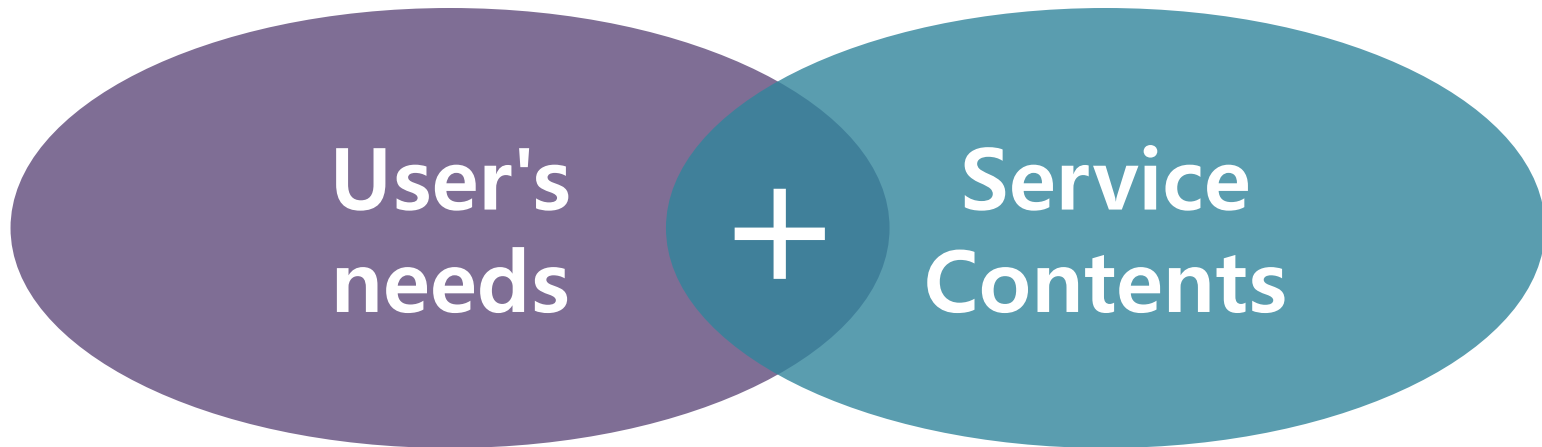
자세히 읽기...

## 유용함과 재미요소는... ①



유용함과 재미를 제공하기 위해서는 서비스와 콘텐츠가 유기적인 틀로 묶여있어야 하며, 독립적인 구성만으로는 결코, 유용함과 재미를 부여할 수 없거나, 단기적인 흥미거리로 그치게 됨.

## 유용함과 재미요소는... ②



유용함과 재미요소는 기획자의 의지가 아닌 사용자의 필요성이나 사용자의 의지에 따라 확산되며, 이를 위해서는 사용자의 니즈를 충분히 파악하고 분석해야 함.

## Positioning에 대한 고민...



1. 웹에 대한 포지션 고민. (유용한 웹? 재미있는 웹?)
2. 경쟁사의 포지션 분석.
3. 경쟁사 이용고객의 흥미유발 요소 분석.
4. 우리 웹 사이트를 이용할 주요 타깃 층의 예상.
5. 우리 고객 층에게는 어떤 흥미요소를 제공할 것인가?

## 실 적용의 걸림돌...



이렇게 해도 괜찮을까?

그건 이전에 실패했던 거잖아?

에이.. 그건 좀 그렇다..

**부정적인 인식으로 인한 자의적인 제한!!**  
우리의 아이덴티티와 맞질 않아..

고객의 반응은 불 보듯 뻔 할거야.

이미 경쟁사에서 하고 있잖아?

그런 걸 살 사람이 있겠어?

## 마인드의 변화...

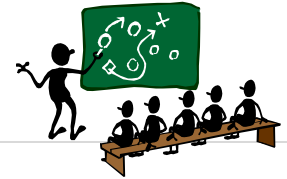


경험과 틀에 박힌 가치관으로 성공하는 서비스를 만들 수 없다. 기획자의 머리는 늘 비워져 있어야 하고, 단지 자신의 직관적인 감각을 믿고 감각에 따라 움직여야 한다.

**재미있으면 그만이야, 우기는데 장사 없어!!**

유용함과 재미요소를 갖추고 있다면, 그 무엇도 장애물이 될 수 없다.

## 기획자의 생명력 & 가치...



- 안타깝게도 기획자의 생명력(Cycle)은 매우 짧다.
- 기획자의 삶을 원한다면, 다양한 시각으로 웹을 봐야 한다.
- 웹 사이트를 만드는 것은 중요하지 않다.

웹에 생명력을 불어넣을 수 있는 기획해 낼 수 있는 것..  
기획자의 가치상승과 생명연장의 꿈을 실현할 수 있는 유일방법이다.