

성공적인 Web Site 구축 Process  
Web Agency Team, 2002. 박수철(watertiger@channel.net)



#### Chapter 1. 기획 Item의 제작

- Monkey Theory
- 기획의도를 실린다는 것
- 기획자의 Style
- 단서포착
- 포착의 비법
- 차별화 Point Catch
- 구체화 시 유의점
- 검증
- 전문가 검증의 의미
- 기획서 초안 작성
- 개발 Part와의 입장차이
- 개발 시 유의사항
- 마무리의 중요성
- 기획의 Key
- 기획자의 자격제한
- Job Qualification
- 안 할거면 하지말자
- 윗사람의 역할

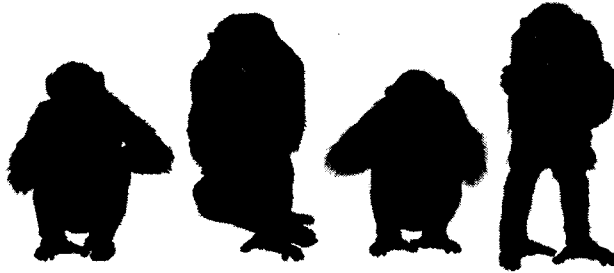


1/34



### Monkey Theory

장터에서 사람을 모으기 위해서는 원숭이가 필요함. 같은 원리로 눈길을 끄는, 재미있는, 차별화 된 Contents가 없으면 Site는 생명력을 유지할 수 없으므로 Killer Application을 보유하는 것은 매우 중요함



### 기획의도를 살린다는 것

Site를 기획함에 있어 기획의도라는 것은 스키일관 잊지 말아야 할 가장 중요한 원칙임. 기획에 관한 모든 Process는 기획의도를 충실히 구현하는데 집중되어야 함



- 어떤 의도로 기획되었는가?
- 이용자가 이 Site에 와서 무엇을하기를 기대하는 것인가?
- 그 의도대로 잘 기획 되었는가?
- 이 Site를 통해서 회사가 얻고자 하는 것은 무엇인가?



### 기획자의 Style

기획자의 스타일을 분류해 본다면 크게 좌뇌형과 우뇌형이 있으며, 딱히 어느 스타일이 바람직하다고 보다는 기획하여야 할 Site의 성격에 따라 좌뇌형이 적합할지 우뇌형이 적합할 지가 있을 것임



좌뇌형(논리적)

우뇌형(창조적)

창조적인 면은 비록 약하지만, Idea에 대한 Hint를 잡으면, 잘 풀어나갈 수 있는 Style

무에서 유를 창조하는데 강하나, 쉽게 실증을 내고 인내력이 약하며, 치밀성이 부족하여 주위의 도움이 필요함



### 단서포착

아이디어의 시발점은 단순하고도 보잘 것 없거나, 누구든지 생각할 수 있거나, 기발하지만 황당해서 실제로 구현하기는 힘들어 보이는 경우가 많으며, 가장 중요한 것은 '포착'임

- 적극적인 자세
- 감수성
- 다양한 매체접촉
- 열린 마음
- 건강한 신체
- 메모
- 독서
- 관찰력
- 대화
- 취미활동



- 항상 새로운 아이디어의 단서를 찾으려는 노력!
- 작은 것이라도 가벼이 하지 않는 태도!

단서가 보인다



저해 요인

- 과도한 업무
- 예기치 않은 돌연성 업무의 과다
- 스트레스
- 피로/건강악화
- 구태의연한 태도





### 포착의 비법

재미있었거나, 특이했거나, 기록에 도움이 될 만한 아이디어는 꼭 메모해 놓음  
주요 - 관찰하거나 생각할 때 아이디어를 기록하는 것

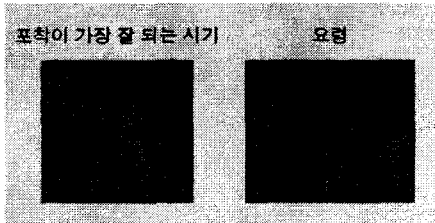
#### Example

- 결혼유무, 남녀노소에 관계없이 사람은 이상 교제에 관심을 가진다
- 동호회에서 채팅 할 때 말을 거꾸로 타이핑 하는 사람이 있었다
- 답이 달걀을 많이 낳게 하는 스크린 세이버가 있다는 얘기를 들었다
- 카페에는 쪽지를 붙여 놓는 곳이 있다
- 공포영화의 핵심은 갑작스럽게 놀래키는거다



#### 구체화 예

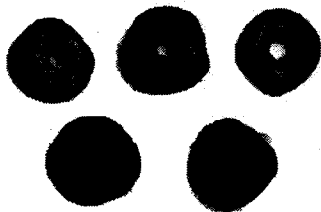
- 화면을 뒤집는다?
- 생각도 거꾸로?
- 채팅도 타이핑이 거꾸로
- 퀴즈도 답을 내고 문제를 맞추게
- 제목도 아예 로꾸거로!



### 차별화 Point Catch

Site에는 서비스에 필요한 기본적인 요소와 타 Site대비 경쟁력 있는 차별화 요소가 있으며, 차별화 요소를 Catch하는 것과 기본적인 요소에 차별화 요소가 매몰되지 않도록 부각시키는 것이 중요하다

#### 기본 요소



당연히 차별화 요소 부각시키는 시나리오로 기획안은 설계 되어야 함

#### 차별화 요소



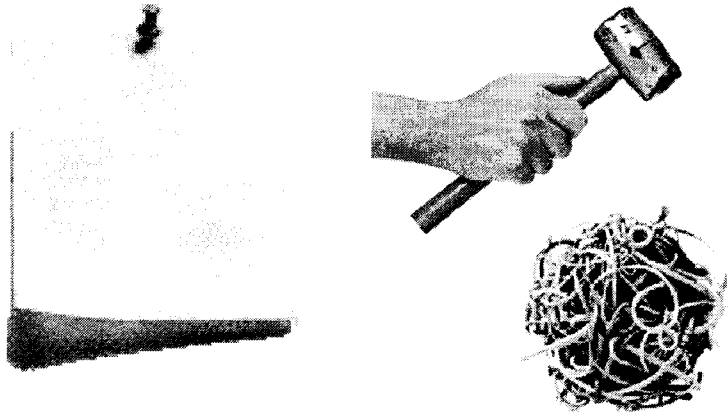
- 기획
- 기술
- Design





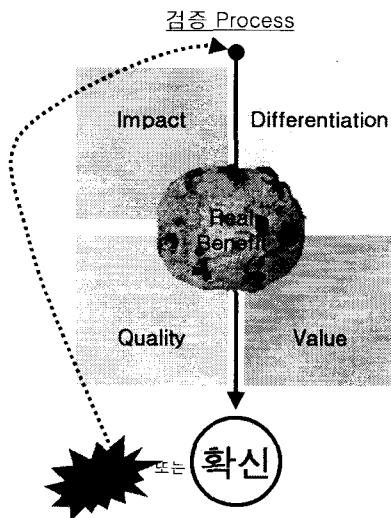
### 구체화 시 유의점

기획 시 가장 큰 유혹은 복잡성에 대한 유혹임. 공급자관점이 아니라 이용자 관점에서 최대한 간결하고 차별화 된 아이디어를 가진 기획을 하는 것이 중요함. 불필요한 요소는 과감히 버림



### 검증

어느 정도 구체화 된 아이디어는 본격적인 기획에 앞서 검증절차를 거쳐야지만 좋은 Concept으로 기획 될 수 있음



### Check List

- 독특성이 있는가?
- 그것만 가지고는 약하지 않은가?
- User들한테 어필할 요소를 분명히 내포하고 있는가?

Impact

- 유사한 서비스가 자체에 있는가?
- 유사한 서비스가 다른 통신사에 있는가?
- 있다면 그것보다 Concept이 좋은가?
- 차별화 포인트가 확실한가?(단순한 me too는 곤란)

Differentiation

- 개발이 어렵지는 않은가?
- 전체 서비스와의 조화는 잘 이루어 질 것인가?
- 생산성은 고려하였는가? 운영 부담이 너무 크지는 않은가?
- 지속적인 Community를 유발할 수 있는가?
- 한철 유행만 탈 서비스는 아닌가? 그래도 실익이 있는가?

Quality

- 사용자가 필요로 하는 서비스인가?
- 시급성을 요하는 다른 서비스보다 우선순위가 높은가?
- 투자한 만큼 효과가 있을지 의문이 들지는 않은가?
- 주위사람을 대상으로 설명해 보았는가? 설득이 가능했는가?
- 지속적인 인기를 유지할 수 있을 것인가?

Value



### 전문가 검증의 의의

기획서는 다양한 시각을 가진 전문가들의 검증을 받음으로써 완성도를 매우 향상시킬 수 있음

관련 전문가들

감성적인 사람

논리적인 사람

냉소적인 사람

기술을 잘 이해하는 사람

기획서 초안

전문가의 주요 활용범위

- 관련 서비스/업계의 전반적인 흐름 파악
- 새로운 아이디어 Catch
- 향후 발생할 수 있는 시행착오의 최소화

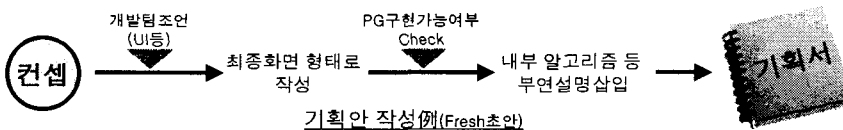


10/34



### 기획서 작성

기획안은 단순 문구위주로 작성하는 것이 아니라 User가 접하는 최종 화면 형태로 작성하여 Programmer나 디자이너가 이해하기 쉽도록 해야 함



기획안 작성예 (Fresh초안)

| 화면ID | 화면명    | 프로필 확인 | link | From | T3 | Component 설명  |
|------|--------|--------|------|------|----|---|
| 3-1  | 프로필 확인 |        |      |      |    | ① 개인 Profile Display<br>② 점수환산시 여자는 10인 이상, 남자는 5인 이상 체점시 평균값을 표시함 (소수점이하는 절상)<br>③ 그래픽카의 한마디 게시판 모듈 활용.<br>④ 프로필당사자, 글작성자, 운영자는 삭제 가능하게<br>⑤ 메일보내기에 필요한 별도창은 다음 페이지 참조<br>⑥ 3-1-1 메시지 박스 Display |



11/34



### 개발 Part와의 입장차이

기획자와 개발Part(개발자, 디자이너) 사이에는 미묘한 입장차이가 있으며, 개발 Part는 특히 자신의 능력에 대한 한계를 쉽게 인정하지 않으려는 경향이 있음



- 개발 Part의 우선 고려요소
- 기술적인 구현 가능성
  - 개발상의 난이도
  - 자신의 역량
  - 동원할 수 있는 Resource



본의 아니게 아이디어를 제약하는 요인으로 작용할 수 있음



### 개발 시 유의사항

기획 안을 잘 구현하여 개발에 성공하기 위해서는 개발과정에서 기획자의 Project 관리력이 개발조기부터 완료까지 지속적으로 잘 발휘되어야 함

#### 개발 시 문제 발생 유형

#### 해결 방법



인간관계의 악화

- 1일 1회 이상 PG, CG와 이야기한다
- 납기에 쫓기다 보면 신경이 날카로워지는 만큼 인간관계에 각별히 유의한다
- PG와 CG는 일에 있어서 동료일 뿐, 내가 감독자가 아니다 (지시는 없고 협조요청이 있을 뿐이다)
- 결과에 대한 찬사는 꼭 나누어 가진다



납기 지연

- 납기는 당기는 것이 능사가 아니라 합리적으로 산정하는 것이 중요하다
- 납기개념을 항상 머리에 두고 일한다
- 중간중간 수시로 짚는다
- 상황이 어려워질수록 전의를 다진다

기획자의 의도왜곡



- 아쉬움이 남아서는 안 된다. 양보할 수 없는 부분은 꼭 관철시킨다
- 개발자가 귀찮아 하더라도 필요하다면 끈기 있게 달라붙는다
- Communication은 구두로만 하지 말고 가급적 문서나 메일을 같이 보낸다
- 품질을 높이기 위한 Spec변경이라면 과감하게 변경한다



과다한 에러 발생

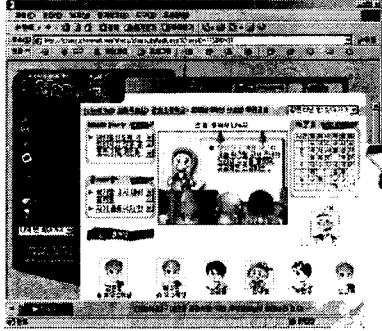
- 항상 내가 챙긴다. 개발자가 먼저 이야기 해 주기를 기대해서는 안 된다
- 조금이라도 이상한 징후가 보이면 절대 간과해서는 안 된다
- 째뻍하게 넘어간 부분은 나중에 반드시 문제가 된다
- 초기에 에러가 많으면 사소한 에러처리에 급급할 수 있다
- 큰 줄기부터 세세한 에러까지 철저히 검수한다
- 어떤 형태건 에러가 발견되면 절대 출시 하지 않는다
- 출시 후 발견된 에러는 최대한 기간 내에 처리한다





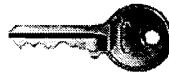
### 마무리의 중요성

마무리 작업에서 가해지는 수정과 추가는 비록 시소한 것 일지라도 매우 중요한 작업일 가능성이 큼. 마무리가 제대로 되지 않은 경우에는 오류가 많거나 완성도가 낮아져서 결국에는 재작업으로 이어지는 경우가 많음



### 기획의 Key

기획에서 가장 중요한 것을 기획자의 역량이며, 기술력과, 자금력, 유능한 제휴업체 등이 잘 뒷받침되어야지만 최고수준의 Site를 제작할 수 있음



Key는 기획자의 역량

Ex>세계최고 수준을 만들기 위해서는

- 세계최고수준의 기획력
- 그 기획을 소화할 수 있는 기술력/자금력/제휴업체...







### 기획자의 자격제한

모든 사람이 처음부터 Site기획을 할 수 있는 것은 아니며, 시행착오를 통해 경험을 쌓은 Trainer에게 교육을 받고, 이를 통해 아이디어나 UI설계 능력 등 기획에 대한 감수성이 검증된 사람에게 기획을 맡겨야 함

면허증이 없는 사람에게 운전을 시켜서는 안 됨



- 천부적인 감수성(아이디어)
- 시행착오를 통해 얻은 경험
- 흐름도 작성능력
- UI설계 능력
- 화면 Design에 대한 이해
- 기술적인 이해



### Job Qualification

기획자는 기획 Item을 잘 만들 수 있어야 하고, 만들어진 서비스를 잘 운영할 수 있어야 하고, 고객의 반응과 시장 Trend를 파악하여 적절한 시점에 서비스를 잘 Upgrade할 수 있는 역량을 보유하여야 함



잘 만들 수 있어야 한다



잘 운영할 수 있어야 한다

- 고객응대
- Update관리
- 오류최소화
- 적절한 Promotion



잘 Upgrade할 수 있어야 한다





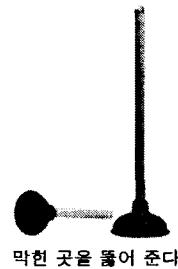
### 안 할거면 하지말자

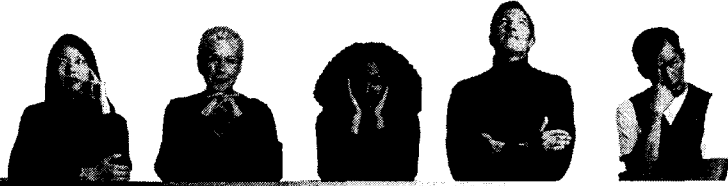
Site기획은 운영 시나리오를 사전에 염두에 두지 않으면 나중에 관리가 안 되는 쓰레기 Site가 될 가능성이 큼



### 윗 사람의 역할

Site기획에 있어 PM의 역할은 담당자가 큰 방향에서 어긋나지 않도록 하는 것과 난관에 부딪히거나 문제가 생겼을 때 신속히 해결해 주는 것임





## Chapter 2. Easy to Use의 구현

- Easy to use의 4가지 기본속성
- 상호작용의 7단계 모델
- Interface Design의 기본원칙
- Place Guideline
- Page Layout
- 이용자의 재방문 因果모형
- 태도의 Decision Tree
- Designer가 빠지기 쉬운 함정



## Easy to use의 4가지 기본속성

Easy to use의 구현은 Easy to Understand/Find/Execute/Navigate 등 네 가지 관점에서 접근하여야 함

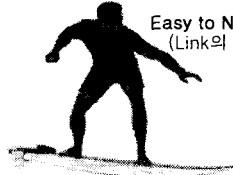
Easy to Understand  
(내용의 이해)



Easy to Find  
(정보의 검색)



Easy to Execute  
(기능의 실행/활용)

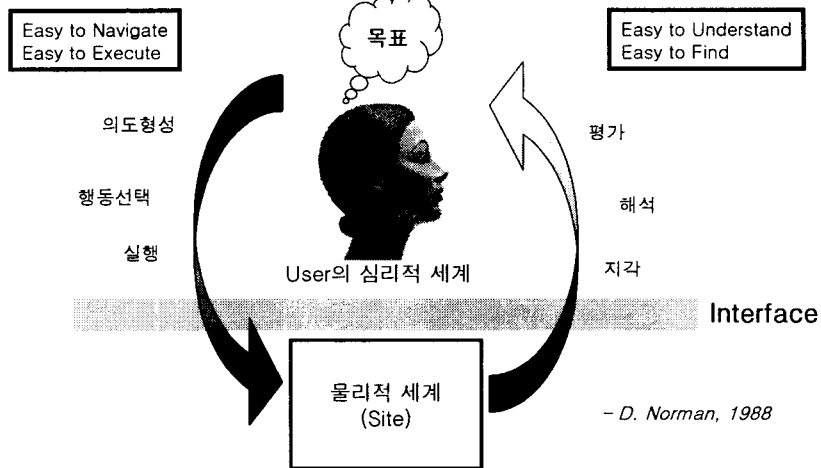


Easy to Navigate  
(Link의 항해)



### 상호작용의 7단계 모델

Norman에 의하면 이용자의 관념적 세계에서 물리적 세계인 Site를 연결해 주는 고리는 Interface이며, 따라서 Easy to use는 Interface를 통해 구현하는 것임



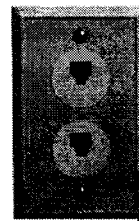
22/34



### Interface Design의 기본원칙

Shneiderman은 Interface Design의 기본원칙을 7가지로 정의하였음

1. 일관성(Consistency)과 표준화(Standardization)
2. 유용한 피드백의 제공
3. 실수에 대한 대응책(Easy Error Handling )
4. 자기 위치정보의 제공(Internal Locus of Control )
5. 단기 기억부담의 최소화(Minimal Memory Load )
6. 단순화(Simplicity)와 가독성(Readability )
7. 가시성(Visibility)과 상응성(Compatibility)



- Shneiderman, 1998



23/34



### Place Guideline

User의 시선은 왼쪽에서 오른쪽으로, 위에서 아래로 움직이며, 화면에서 가장 중요하게 인식하는 공간은 왼쪽 상단과 오른쪽 중간 부분임

#### Page Object 순위

1. Title(Heading)
2. Link menu
3. 추천서비스
4. 공지
5. Navigation toolbar
6. 광고
7. Copyright

+

#### Place 순위

|   |   |
|---|---|
| 1 | 2 |
| 2 | 1 |
| 3 | 3 |

=

#### Place Guideline

|           |           |
|-----------|-----------|
| Title     | 공지사항      |
| 추천 서비스    | Link Menu |
| Copyright | 광고        |



### Page Layout

화면에 나타나는 내용의 Grouping은 최대 9개로 하며, 인간이 단기 기억에 저장하고 분간할 수 있는 최대의 양인 7 ±2 Chunks를 넘지 않도록 함. 1개의 Group내의 Item 수 역시 7 ±2로 하는 것이 좋음

\* Channel i Top화면 예>

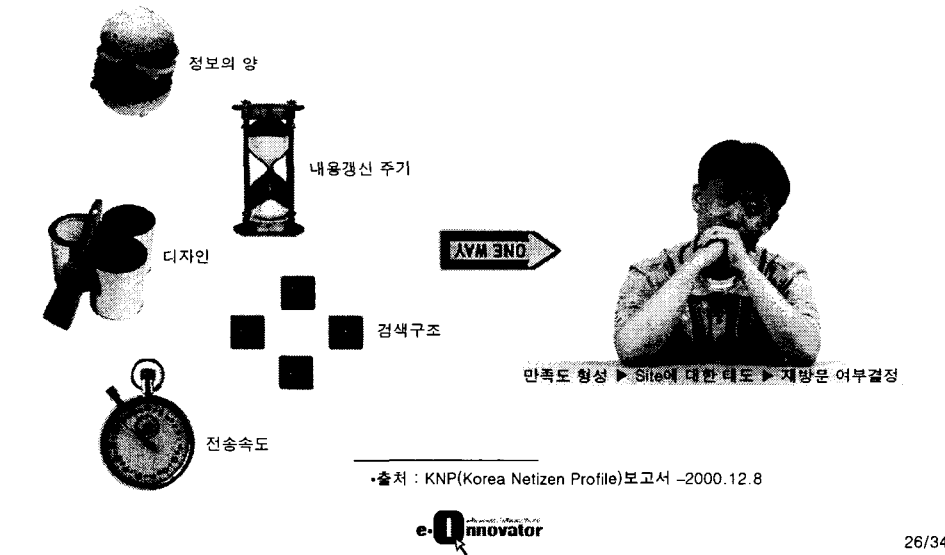


- 9 Grouping
- 1 Group당 Item 수Max 9개



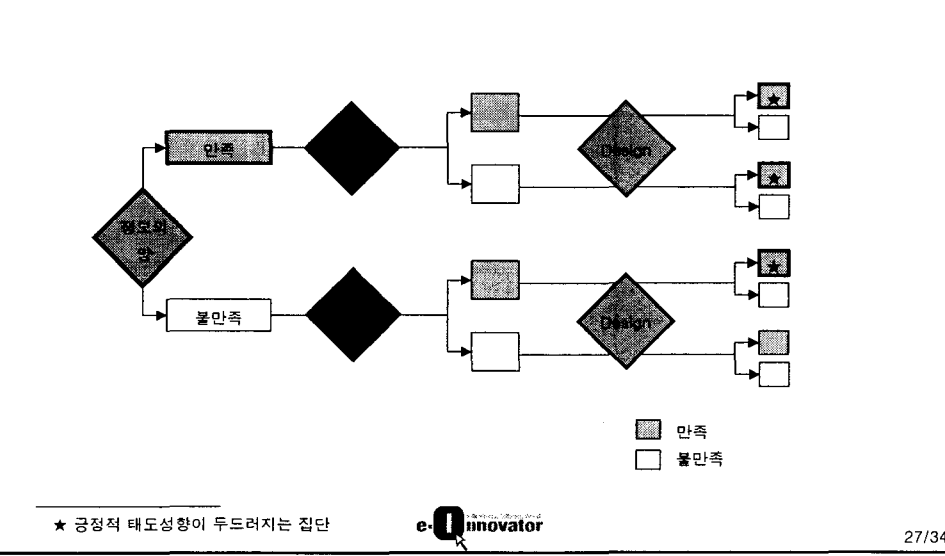
**이용자의 재방문 因果모형**

Site에 대한 이용자의 만족도는 다섯 가지 요소로 이루어지며, 만족도는 이용자의 태도에 영향을 미치고, 그 태도가 다시 재방문 의사에 영향을 미치는 구조임



**태도의 Decision Tree**

Site에 대한 이용자의 태도를 결정하는 가장 중요한 변수는 정보의 양임. 정보의 양 다음으로는 Update, Design의 순서에 의해 Web Site에 대한 태도를 형성함





### Designer가 빠지기 쉬운 함정

Designer는 은연중에 예술적 가치를 추구하게 되며, 이는 User에게 초기에는 매우 감각적으로 Appeal할 수 있지만 자주 드나들기에는 매우 싫증나는 곳이 될 가능성을 내포하는 것임

회려한 Design



절제된 Design



28/34



### Chapter 5. 고객정보의 관리

- User Profile의 중요성
- GIGO(Garbage In Garbage Out)
- User Profile의 활용
- User DB의 설계
- Traffic의 분석



29/34



### User Profile의 중요성

User Profile은 정확한 사용자분석과 개인정보의 활용이라는 측면에서의 매우 중요하며, User가 자신의 정보를 수시로 Update하여 정확성을 유지시키기 위해서는 Accessibility의 확보와 User에게 주는 Benefit이 있어야 함

#### 사용자 입장에서의 Value

- 자신을 표현
- 타인과 Communication수단
- 원하는 사람과 만남이 용이

#### 운영자 입장에서의 Value

- 정확한 사용자분석 가능
- 개인정보의 활용(전자상거래 등)



User



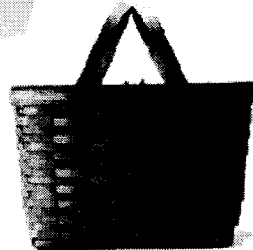
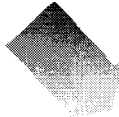
개인정보관리 Tool

개인 정보 Open  
(수시 Update & 정확성유지)



### GIGO(Garbage In Garbage Out)

불성실하게 작성되어 있는 User Profile로는 아무리 좋은 분석 Tool을 쓴다 하더라도 좋은 분석결과를 얻을 수 없음







### User Profile의 활용

기본개인신상정보와 Contents에서 입력된 추가정보를 활용하여 개인의 특성에 맞는 광고나 Event, Community의 자극 등 OSP와 User간의 Interaction을 활발히 하여 Cared SVC를 구현할 수 있음

기본개인신상정보  
(가입 시 입력)

- 성
- 연령
- 직업
- 거주지
- 취미
- 연락처 등



초기 신상입력은 최소화 할 것!

Contents에서 입력

- 신장
- 체중
- 학력
- 졸업학교
- 전공
- 기념일
- 결혼여부
- 흡연여부
- 주량
- 성격
- 경력
- 원하는 이성 Type
- 원하는 직장
- 본인사진



User DB

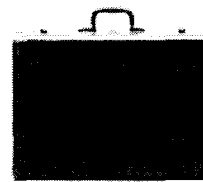


Filtering

List의 추출



활용



### User DB의 설계

개인이 각각의 단위 Contents에서 입력하는 개인정보는 통합 관리하여 User가 중복 입력하는 불편을 해소하여야 하며, User 개개인의 이용행태와 관련된 정보도 관리 및 분석이 가능하여야 함

User가 남기는 정보

개인신상입력정보

- 성, 연령, 직업, 거주지, 취미 등

Contents에 User가 입력한 개인정보

- 신장, 체중, 학력, 졸업학교, 전공, 기념일 등

Contents 사용 History정보

Visitor수준

- Contents를 단순히 보는 것

Participant수준

- 특정 Contents를 반복해서 방문
- 유료정보를 보는 것
- 특정 게시판에 글을 씀
- 동호회에 가입(동호회의 정 회원)
- Commerce활동을 함
- 자료실의 자료를 Download/Upload



User Profile DB 활용방향

개인신상입력정보와 Contents에 User가 입력한 개인정보는 통합 관리하여 활용도를 높여야 함

- 운영자측면 : 활용의 용이성 확보, Cared SVC의 기초
- User측면 : 중복입력의 번거로움 해소



CRM

(Customer Relationship Management)





### Traffic의 분석

Web의 특성상 Traffic분석 시 일부 Contents를 제외하고는 이용시간을 분석하는 것은 불가능하거나 의미가 없으며, Page View는 Contents 특성에 따라 Hit특성이 다른 것을 염두에 두어야 함. 가장 좋은 분석기준은 이용자 수임



### Traffic

- Unique 이용자수
- 누적 Unique이용자수
- 이용률  
(단위 Contents이용자수/전체 Site이용자수)
- Page View(Hit수) ▶ History분석
- 평균방문일수  
(Unique이용자의 Sum/누적Unique이용자)
- 이용시간
- 등록자수
- Upload/Download수
- 찬/반 Hit수
- 게시물 수
- 조회 수
- 구매 수



이용시간의 측정은 Web을 이용하는 User의 특성이 Multi Screen으로 Surfing한다는 점과 화면을 커놓은 상태에서 반드시 화면에 몰입하지는 않는다는 점 때문에 일부 Contents (채팅, 게임, 시간제 Billing Site등)를 제외하고는 무의미함



Page View는 Contents특성 상 Click을 적게 하여도 되는 경우(Ex>동영상)와 미세계가 잘못되거나 Contents가 Click을 많이 하여야 하는 경우가 있으므로 특성이 다른 Contents 간의 Page View 비교는 무의미함. 다만 동일 Contents의 History관리 측면에서는 매우 유효한 수단이 될 수 있음 (Hit수의 추이, 1인당 Hit수 추이 등)

