SERVICE DESIGN TOOLKIT



SERVICE DESIGN TOOLKIT

모듈별 Index

Usage Tool

서비스 이해하기	역할자 맵 (Actors Map)	40
	마인드맵 (Mind Map)	18
서비스 분석 및	고객여정지도 (Customer Journey Map)	03
원칙 수립하기	친화도법 (Affinity Diagram)	51
	그룹 스케치 (Group Sketching)	10
	이슈 카드 (Issue Cards)	44
	상호작용 테이블 (Interaction Table)	25
	동기 매트릭스 (Motivation Matrix)	13
서비스 컨셉 및	퍼소나 (Persona)	55
아이디어 개발하기	레고시리어스플레이™(Lego Serious Play™)	16
	스토리텔링 (Storytelling)	31
	프로토타입 (Prototype)	62
	증명하기 (Evidencing)	48
	경험 프로토타입 (Experience Prototype)	01
	역할극(Role Playing)	35
	무드보드 (Moodboard)	22
	업무 분석 그리드 (Task Analysis Grid)	33
서비스 평가 및 실행하기	프로토타입 (Prototype)	62
2011	역할 스크립트 (Role script)	38
	서비스 프로토타입 (Service Prototype)	28
	포스터 (Poster)	60

서비스디자인 툴킷 레퍼런스 북 구성

서비스디자인컨설팅을 위한 툴킷 체계

서비스디자인 컨설팅 프레임워크는 8가지 모듈과 39 가지의 방법론으로 이루어져 있다. 각 모듈은 서비스디자인 개발과정에서 프로세스에 따라 순차적으로 적용할 수 있도록 구성되어 있다. 본 툴킷 레퍼런스 북에서는 39가지 툴킷 중, 서비스디자인에 특화된 기법 또는, 일반 디자인 방법론이 지만 서비스디자인에서도 필요한 기법을 중심으로 총 20가지의 툴들을 소개하고자 한다. 또한, 서비스 디자인 방법론의 특성에 맞게 가능한 많은 시각물을 포함하고자 했다. 마지막으로, 오늘 날 서비스디 자인 방법론은 전세계적으로 빠른 속도로 연구가 진행되고 있으며, 따라서 본 툴킷 레퍼런스 북에 소개되지 않는 방법들이 지금 이 순간에도 개발되고 있음을 알린다.

		서	비스디자인 4S	tep / 8 Modul	es		
서비스 0	1 기해 단계	서비스	2 분석 및 립 단계	서비스	3 컨셉 및 개발 단계	서비스	4 평가 및 단계
Module 1	클라이언트 분석 Client Audit	Module 3	서비스 맥락 분석 Service Context Audit	Module 5	서비스 컨셉 개발 Service Concept Development	Module 7	서비스 평가 Service Evaluation
인터뷰 (Internormal 설문조사 (Questionnai 벤치마킹 (Benchmarki 상태지도 (Ecology ma 이해관계자만 (Stakeholder 비즈니스모델 (Business marki)	ing) ip) I s map) I캔버스	에스노그라피 (Ethnograph 에도우잉 (Shadowing) 이 에너를 인터뷰 (In-depth In 고객경험지도 (Customer is map) 터치포인트 (Touchpoint)	yy)) terview) E purney 맵핑	• 마인드맵 (Mi • 이슈카드 (Iss • 레고 플레이 (Lego seriou • 그룹 스케칭 (Group sketo • 브레인스토밍 (Brain stormi • 서비스 이미기 (Service ima	sue cards) as play) ching) l ing)	• 서비스 프로토 (Service pro • 유즈 케이스 (Use cases) • 휴리스틱 분선 (Heuristic ev • Oz 마법사 (Wizard of O • 사용성 테스트 (Usability tes	totype) 역 valuation) Iz) 트
Module 2	서비스 대외요소 분석 Service Providers Audit	Module 4	서비스 원칙 수립 Service Principle Development	Module 6	서비스 아이디어 구체화 Service Idea Generation	Module 8	서비스 실행 Service Delivery
• 인터뷰 (Internon Internon Political	 map) 0 프 pes)	• 친화도 분석 (Affinity diag • 동기 분석틀 (Motivation r • 인터랙션 테((Interaction t • 그룹스케치 (Group skete	natrix) 이블 able)	 터치포인트 대 (Touchpoint 시스템 맵 (System mar 서비스블루프 (Service blue 스토리보드 (Storyboard) 과업 분석 그 (Task Analys 경험 프로토트 (Experience 증거 만들기 (Evidencing) 	matrix) b) 로린트 eprint) 리드 sis Grid) 타입 prototype)	 가이드라인 (Guideline) 템플릿 (Tem 서비스 상세 (Service spe 역할 대본 (Role script) 과업분석표 (Task analys 	ecification)

서비스디자인컨설팅 모듈 개요 (Service Design Consulting Module)

서비스디자인컨설팅 프레임워크는 4단계의 서비스디자인 프레임워크와 8단계 서비스디자인 모듈을 기반으로 다음과 같은 프로세스를 수행하게 된다.

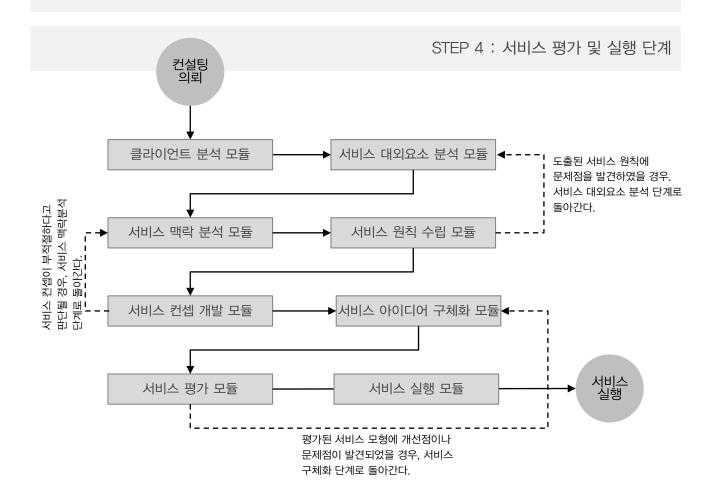
Step		Module	Description
01	모듈01	클라이언트 분석 (Client Audit)	클라이언트의 서비스 내부 조직, 프로세스, 협업 구조 등의 파악을 통해 서비스 내부 환경을 분석하고 서비스(조직) 개선 및 신규 서비스 개발 방향 수립에 활용한다.
서비스 이해 단계	모듈02	서비스 대외요소 분석 (Service Providers Audit)	서비스 이해관계자들의 현황과 요구사항 분석을 통해 쟁점사항을 도출한다. 원활한 서비스환경을 위해 이해관계 자들의 관계를 조정하여 서비스 프로세스 등 신규 서비스 모델에 반영한다.
02 서비스 분석 및	모듈03	서비스 맥락 분석 (Service Context Audit)	고객들이 경험하는 서비스 환경 분석 및 숨겨진 니즈를 분석하여 쟁점사항을 도출한다. 고객의 서비스 이용행태를 분석하여 차후 서비스 전략 및 컨셉개발 단계에 반영한다.
원칙 수립 단계	모듈04	서비스 원칙 수립 (Service Principle Development)	서비스 맥락 분석을 통해 도출된 내용을 바탕으로 서비스 전략적 원칙 수립한다. 서비스 맥락 분석 기법과는 달리 수렴적, 통합적 접근이 필요하며, 고객 경험 데이터 뿐 아니라 서비스 조직에 대한 총체적인 이해가 필요하다.
03 서비스 컨셉 및 아이디어 개발	모듈05	서비스 컨셉 개발 (Service Concept Development)	이전 단계에서 분석된 인사이트와 서비스 원칙을 기준으로 서비스 컨셉을 개발한다. 서비스 고객 관점과 서비스 제공 자 관점의 통합적 반영이 필요하다.
단계	모듈06	서비스 아이디어 구체화 (Service Idea Generation)	서비스 디자인의 아이디어 개발은 짧은 시간 내 반복적으로 아이디어 검증을 할 수 있는 창의적인 방법으로 수행하며, 서비스 맥락을 고려한 실현가능성이 높은 환경을예측한다.
04 서비스 평가 및 실행단계	모듈07	서비스 평가 (Service Evaluation)	개발된 서비스가 실제 환경에서 고객에게 실행되기 이전 단계로 이해관계자들로부터 최종 점검을 받는다. 소비자 반응의 예측 및 최종 수정을 통해 성공적인 서비스 실행을 준비한다.
	모듈08	서비스 실행 (Service Delivery)	최종 결정된 서비스 질의 변형을 막기 위해 서비스 실행 방법을 문서화한다. 이때 서비스 실행 방법은 가능한 구체 적이고 정확히 설명되어야 한다.

서비스디자인컨설팅 프레임워크 활용체계 (Service Design Consulting Framework)

STEP 1: 서비스 이해 단계

STEP 2: 서비스 분석 및 원칙 개발 단계

STEP 3: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발 단계





Design Activities: Experience Prototype

경험 프로토타입 (Experience Prototype)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형 : Skill & Technique 목적 : 서비스 아이디어 구체화

Overview | 목적 및 기대효과

디자이너, 클라이언트 또는 사용자가 다른 사람의 경험의 시범을 목격하는 것 보다는 "그것을 스스로 체험"하도록 하는 것이 목적이다. 사용 맥락, 특별 요구 사항 및 잠재적인 우려 등의 측면에서 발견된 새로운 서비스 요소를 바탕으로 서비스 모델을 수정한다.

시간의 흐름에 따라 체험함으로써 사람, 장소와 개체 사이의 관계 시뮬레이션이 가능하다. 경험 프로토타입을 진행하는 과정에서 가상의 상황에 대한 피드백을 생산하는 과정을 탐구한다. 또한 이해관계자 간의 공유 지점을 제공하고, 다른 제안된 새로운 서비스 아이디어에 대한 직접적 참여를 통한이해도 가능하다.

Preparation | 실행 준비

참가자(사용자) / SPES(Situated Participative Enactment of Scenarios)시나리오, Role Playing, 시뮬레이션 세션 / 제품, 공간, 서비스 또는 시스템 / 메모지 또는 촬영도구

Process | 실행 과정

Step 1	기존의 사용자 경험과 맥락의 이해
Step 2	탐색 및 평가
Step 3	결과정리
Step 4	아이디어 커뮤니케이션

Step 1 | 기존의 사용자 경험과 맥락의 이해

서비스 디자이너 자신이 직접적 경험을 선행함으로써 고객이 직면할 수 있는 기존의 서비스 환경에 대한 맥락을 이해한다.

Step 2 | 탐색 및 평가

실제 참가자(사용자)가 서비스를 경험하는 단계이다. 이 과정에서 서비스 디자이너들은 경험 시뮬레이션을 가상의 사회적 상황 하에서 재연한다. 특히 복잡한 사회적 문제를 실제와 비슷한 모형을만들어 제공함으로써 그 특성을 파악한다. 또는, 자연스러운 설정에서 프로토타입을 이용하는 사람들을 관찰하고 이후 인터뷰 또는 설문을 병행하여 사용자 경험을 측정하기도 한다.

Step 3 | 결과 정리

경험 프로토타입을 이용한 사용자 서비스 이용 패턴 관찰 및 평가를 통해 생성된 데이터를 시각화한다.

Step 4 | | 아이디어 커뮤니케이션

클라이언트, 디자인 동료, 또는 사용자가 직접 서비스의 가치를 이해하게 한다.

Case





경험 프로토타입은 참가자가 경험 프로토타입과 상호 작용하는 방법을 이해하기 위해 실제 이루 어지는 서비스 시나리오 사용한다.

예) 공항에 오래된 창고를 설정하여 시뮬레이션 참가자의 실제 반응 관찰하고 평가한다.













(출처: http://www.franknoz.com/experience-prototyping)



Design Activities: Customer Journey Map

고객여정지도 (Customer Journey Map)

분류: 서비스 이해하기 유형: Skill & Technique

목적: 서비스 경험의 상위 요소 및 구조 이해

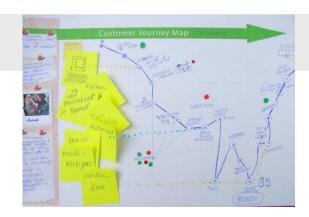
Overview | 목적 및 기대효과

고객여정지도는 서비스와 인터랙션 개선을 위한 뼈대로서 서비스를 이용하는 고객의 경험을 시간의 흐름에 따라 기술한다. 고객여정지도를 통해 총체적인 서비스 사용자 경험을 조망하고 각 터치포인 트 파악할 수 있다. 또한 특정한 상황(context)과 연관된 사람,자원,조직에 관한 효과적인 서비스 인터페이스를 파악하게 한다.

고객여정지도는 눈에 보이지 않는 무형의 서비스를 흐름에 따라 정밀하게 분석할 수 있다. 고객의 관점에서 기존 서비스환경의 성장 가능성을 파악하며, 각 서비스 채널 간의 시너지에 대한 통찰력 확보한다. 이러한 분석을 바탕으로 서비스 환경에 대한 고객의 인식에 효과적인 대응이 가능하며, 혁신적인 서비스 컨셉을 개발하고 최적의 고객 경험을 제공하기 위해 효과적인 분석 방법이다.

Preparation | 실행 준비

참가자 / 작업공간 / 스틱노트(Post It)/ 필기구



Process | 실행 과정

Step 1	고객 유형 이해
Step 2	초기 가설 만들기
Step 3	고객 여정, 요구사항 및 인식 조사
Step 4	고객 조사 데이터 분석 - 터치포인트 및 상호작용 분석 - 기쁨 포인트(가능성) / 고통 포인트(서비스 장벽) 분석
Step 5	고객여정지도 작성 - 터치포인트에 관한 고객 경험(감성) 기술

Step 1 | 고객 유형 이해

고객에 관한 데스트 리서치를 통해 인사이트를 도출하고, 터치포인트를 작성한다. 이 단계는 이해관계자에 대한 폭넓은 이해가 아직 부족한 단계이기 때문에 이해관계자의 특성이나 역할 또는 커뮤니케이션 과정을 놓치기 쉽다. 또한 실제 서비스가 이루어지는 환경의 구성원들에 대한 정확한 이해도 부족함을 주의하여야 한다.



(출처: http://informaat.com)

Step 2 | 초기 가설 만들기

데스크 리서치 및 내부 스터디에 기초한 고객경험지도에 관한 가설을 세운다. 가설을 만들 때 주의할 점은 이해관계자들이 다양한 고객경험에 대한 정보를 공유하고 있다고 추측하는 것이다. 가설을 세우기 위해 확보 되어야 하는 기본적인 데이터는 다음과 같다. 1) 내부 자료의 통합: 고객 여정, 고객 요구사항, 고객 인식; 해당 서비스에 대한 고객 경험의 강점과 기회; 고객 유형. 2) 현존하는 고객리서치와 결과 비교 및 장단점 분석.



(출처: http://www.siliconafrica.com)

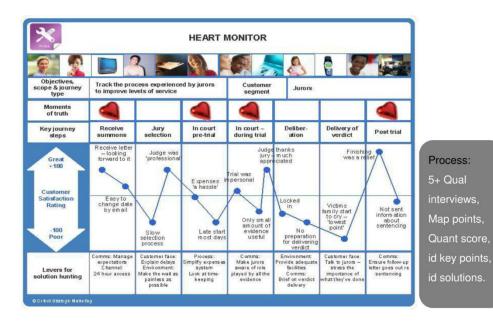
Step 3 | 고객 여정, 요구사항 및 인식 조사

실제 서비스 환경에서의 고객경험 관찰을 통해 앞 단계에서 정리된 고객여정에 관한 분석자료를 보완 또는 수정을 한다. 새로운 인사이트를 구하기 위해 복수의 기법이 동시에 사용되기도 한다. 이 단계에서 주의할 사항은 리서치 기법에 있어서 인류학 또는 비즈니스 기반의 전통적인 리서치 기법보다는 에스노그라피 등의 공감기법을 통해 고객의 의견을 취합해야 한다는 점이다.



Step 4 | 고객 조사 데이터 분석

앞서 조사된 고객 여정, 요구사항 및 인식으로부터 명확한 인사이트를 구하는 단계이다. 인사이트를 도출하기 위해 다양한 고객 데이터에 대한 종합적 분석과 수렴과정을 통해 다양한 터치포인트와 서비스 인터랙션이 분석된다. 또한, 이 단계를 통해 초기 개발한 고객여정에 대한 가설을 증명하고, 고객 유형 분석을 통한 리서치 기반의 퍼소나를 만든다. 이 단계에서 주의할 점은 분석된 데이터의 논리적 타당성이 간과되는 경우이다. 그리고 통계적으로 무의미할 수 있는 정황데이터 (context data)를 놓칠 수 있다는 점이다,



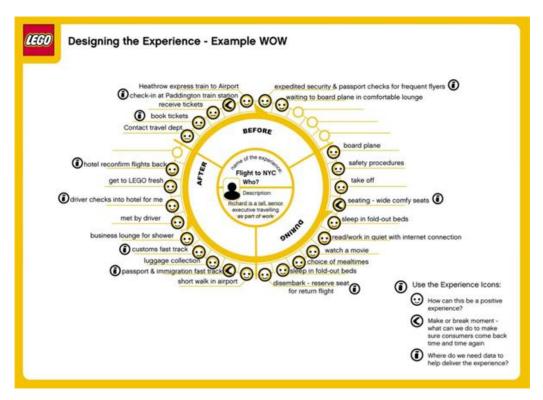
Step 5 | 고객 여정 지도 만들기

서비스에 대한 고객 경험을 다양한 정보를 바탕으로 여정을 따라 기술한다. 최종 결과물에는 고객과 서비스간의 인터랙션을 고객의 여정, 요구사항 및 서비스에 대한 인식 등의 표현으로 기술되며, 각 터치포인트들은 현재 고객의 경험이 그들의 요구사항에 얼마나 적합한지 구체화하여 기술한다. 이 단계에서 주의할 점은 너무 많은 데이터를 한번에 넣는 것이다. 또한, 효과적인 인포그래픽이 아닌 경우 시각적인 표현은 오히려 정보인식을 방해하는 요소가 된다.



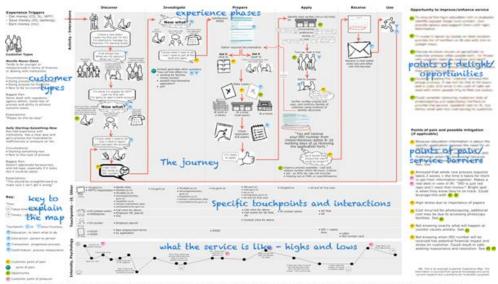
(출처: https://sites.google.com/site/journeymapping/)

고객여정지도를 통해 서비스 터치포인트를 찾아내고, 그 특징 (기쁨/고통의 순간)을 구분한다. 이러한 고객 경험 분석을 통해 서비스의 가능성과 장벽을 확인할 수 있다.



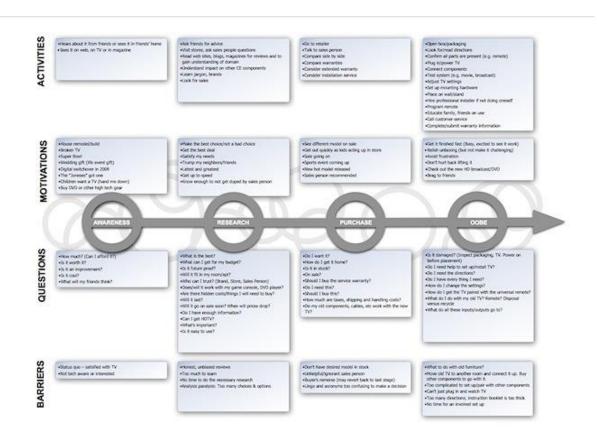
(Legowheel Experience Map, 출처: 레고 2009)

고객여정맵을 통해 서비스 조직, 경험, 구성과 같은 내용을 정밀하게 분석할 수 있다.



I don't advocate one look or a template for maps but I do advocate representing elements of all of the above regardless of presentation mode

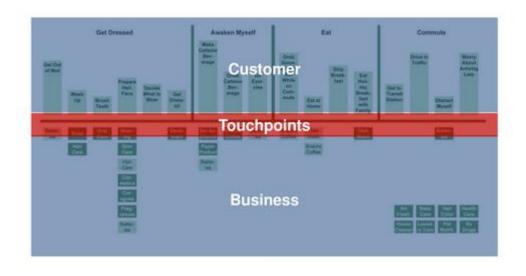
(Service Operation, 출처: 멜 에드워즈 2010)

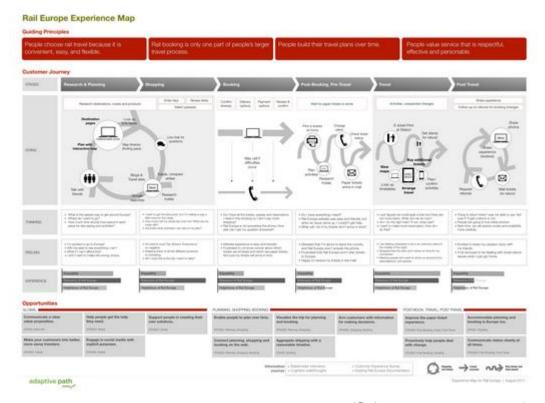


(출처: http://blogs.hbr.org)

고객여정맵을 통해 서비스 조직, 경험, 구성과 같은 내용을 정밀하게 분석할 수 있다.

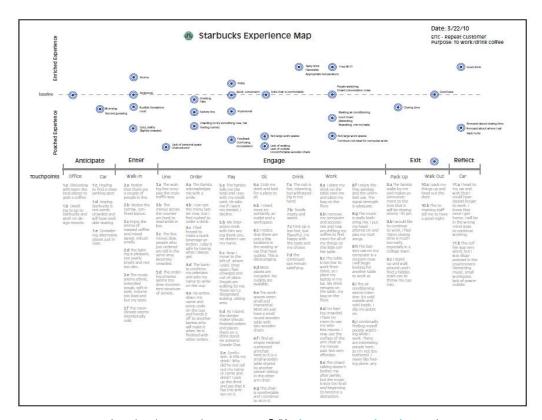
Mental Models



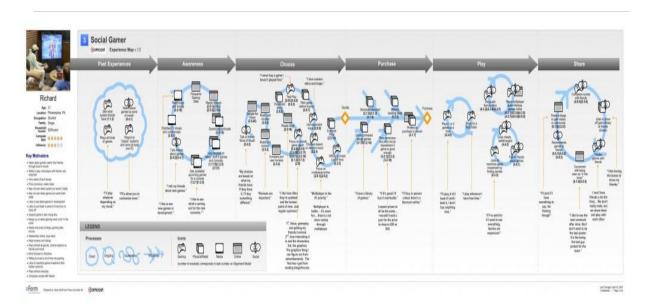


(출처 : http://adaptivepath.com)

고객여정맵을 통해 서비스 조직, 경험, 구성과 같은 내용을 정밀하게 분석할 수 있다.



(Starbucks Experience Map, 출처 : http://www.shmula.com)



(Zynga, Social Gaming Customer Experience, 출처: http://www.shmula.com)



Design Activities: Group Sketching

그룹 스케치 (Group Sketching)

분류 : 서비스 분석 및 원칙 수립 유형 : Skill & Technique

목적: 서비스 아이디어 구체화를 통한 고객반응 확인

Overview | 목적 및 기대효과

목적: 그룹 스케치는 직원의 창의성을 촉진하기 위해 사용된다.

- 효과:
 - 스케치는 아이디어 발상, 협력 촉진, 의사소통 간결화 가능
 - 디지털 환경에서 벗어난 창의적 공간 창출
 - 아이디어 개발의 시간과 비용 절감
 - 직원들의 모국어가 같지 않은 글로벌 업무환경에서 특히 유용
- 준비도구: 참가자, 그림과 글을 쓸 수 있는 것(종이, 포스트잇, 화이트보드, 유리,칠판 등), 스케치 도구(펜, 매직 등)

Preparation | 실행 준비

Mind map
Affinity diagram
Issue cards



Process | 실행 과정

Step 1	스케치보드 설정
Step 2	팀별 영역 설정
Step 3	스케치 및 흐름도 작성
Step 4	선택 및 수정
Step 5	평가 및 디자인 아이디어 통합

Step 1 | 스케치보드 설정

메모 및 스케치를 붙일 수 있는 커다란 캔버스를 준비하거나 공간을 확보한다.

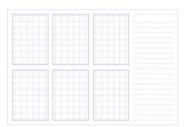
Step 2 | 팀별 영역 설정

사이트맵, 플로우차트(Affinity diagram 참조), 범위항목, 사용자의 요구사항 등을 스케치보드의 왼쪽에 적거나 이것에 관한 내용을 팀에 전달하고 팀 별 영역을 할당한다.



Step 3 | 스케치 및 흐름도 작성

서비스의 주요 순간을 파악하고 문제를 해결하기 위한 아이디어를 가능한 많이 작성한다. 예를 들어, 최대 6개의 템플릿에 문제 해결 방안을 스케치 시간을 약 10~15분 정도 제공한다. 텍스트 주석, 메모 등 아이디어를 전달하는데 도움이 되는 내용은 페이지의 오른쪽에 영역을 사용한다. 스틱노트를 활용하여 디자인 옵션 또는 서비스 흐름도를 그린다.

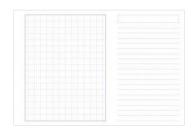






Step 4 | 선택 및 수정

모든 팀들과 토론을 거쳐 선택된 1~2 가지 템플릿의 아이디어를 상세 개발한다. 고객 경험에 대한 명확한 방향설정에 의해 스케치보드의 내용이 수정되기도 한다.





Step 5 | 평가 및 디자인 통합

스케치보드를 최종적으로 정리하고 서비스 구성 내용을 조정하여 팀 구성원 간 재공유를 실시한다. 이때, 이해관계자들에게 프레젠테이션을 함으로써 원활한 소통을 만들어낸다.

Facilitating Collaborative Design Workshops (출처: http://vimeo.com/17067825)







이해 관계자간 프레젠테이션

Case Study 1

Wall of Sketches from a Workshop



모든 사람들이 그들의 아이디어를 시각적으로 만들 수 있도록 함으로써 그룹의 공유에 대한 생각이 더 쉽게 그리고 더 빨리 이해할 수 있다. 그룹에서 아이디어를 공유하는 것은 그때보다 신속하게 아이디어를 개발하고 그것이 성장, 또는 새롭고 더 나은 아이디어를 만들 수 있도 록 도움이 될 수 있습니다.

출처 :

http://gsjleeds.wordpress.com/2011/02/13/service-design-techniques-sketching

출처1 : http://goo.gl/5saku

출처2: http://goo.gl/RY2kj과 http://goo.gl/eP0Wt step 을 토대로 정리하였습니다.

출처3: https://vimeo.com/17068349#at=6 timelapse video of setting up and using a Design Sketchboard)



Service Design Tools 동기 매트릭스 (Motivation Matrix)

분류: 서비스 이해

유형 : Skill & Technique 목적 : 서비스 이해관계자 분석

Overview | 목적 및 기대효과

동기 매트릭스는 이해관계자들의 관심과 그것들 간의 관계를 매트릭스 상의 시각화를 통해 서비스 시스템 상의 이해관계자 간의 상호관계를 이해할 수 있다. 이 매트릭스에서 모든 이해관계자 간에 발생되는 동기요인, 이득, 그리고 기여도 등을 체크한다. 시스템 상의 역할자들 각각에게 시스템의 일부가 되도록 동기를 부여하는 방식으로 만들어진다.

연관개념

Actors Map Character Profiles System Map

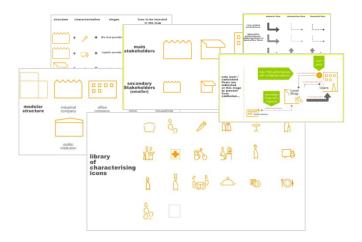
Process | 실행 과정

Step 1 시스템 조직도를 통해 시스템 상의 모든 이해관계자 리스트 및 역할 정리

Step 2 동기 매트릭스 작성

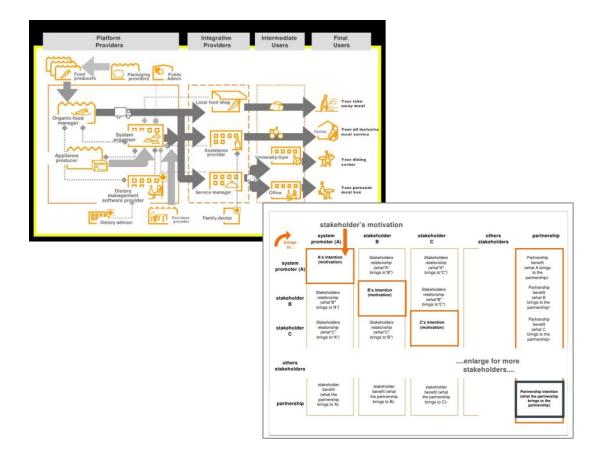
Step 1 | 시스템 상의 모든 이해관계자 리스트 및 역할 정리

매트릭스를 만들기에 앞서 시스템 상에 존재하는, 혹은 잠재적인 모든 이해관계자들의 리스트와 역할들이 우선적으로 정리되어야 한다.



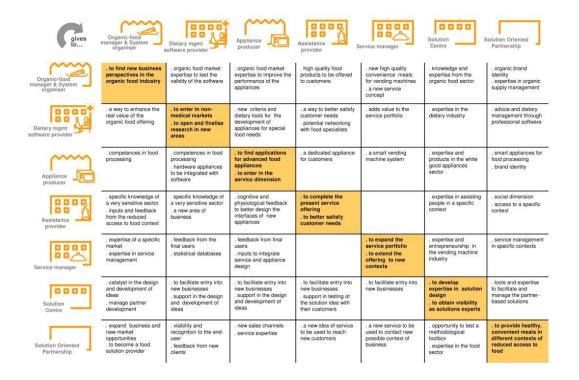
Step 2 | 동기 매트릭스 작성

시스템 상에 존재하는 모든 이해관계자(Stakeholder, Actor)들을 각각의 동기요인으로 정리한다. 해당 시스템의 모든 관계자들이 나열된 대칭형 매트릭스를 작성하며, 왼쪽 상단으로 부터 오른쪽 하단으로 이어지는 대각선에는 각 이해관계자들의 동기를 정리한다. 다음으로 서로 다른 이해관계자가 만나는 각 지점에 상호간에 발생할 수 있는 충돌, 제약사항 또는 장점 등을 정리해 기술한다.



E-Meal System Organizational Map + Motivation Matrix by François Jégou, Ezio Manzini, Anna Merino

EU의 연구 프로젝트, HICS (고도로 맞춤화 된 솔루션) 이다. 이 프로젝트의 목적은 고도로 맞춤화된 솔루션 개발 업체 간 네트워크를 지원하기 위한 방법론적인 툴을 정의하는 것이다. 샘플에서보다시피, 동기 매트릭스는 해당 솔루션 및 기대되는 이익과 관련된 이해관계자를 분석하여시너지 효과와 잠재적인 충돌 등 이해관계자 간의 상호 작용을 분석하는 것이다.



출처: 'Visualization tool for design plan' p.49-65 by Francesca Valsecchi http://www.slideshare.net/urijoe/visualization-tool-how-communicate-the-service-design-concepts-presentation)



Design Activities: Lego Serious Play

레고시리어스플레이™ (Lego Serious Play™)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형 : Skill & Technique 목적 : 서비스 컨셉 및 전략 개발

Overview | 목적 및 기대효과

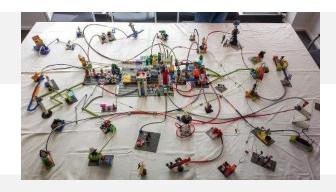
레고시리어스플레이™는 놀이를 통해 창의적 서비스 아이디어 도출하며, 동시에 기업 전략과 혁신을 창출하고, 이해관계자들 간의 커뮤니케이션 구조를 시각화한다.

연관개념

역할게임 (Role Play) 디자인 게임 (Design Game)



스토리 개발 이해관계자 간의 소통 및 접점 시각화 구성원 개인 및 그룹에 대한 이해도 향상 서비스 이미지 아이디어 개발 서비스 원칙 아이디어 개발

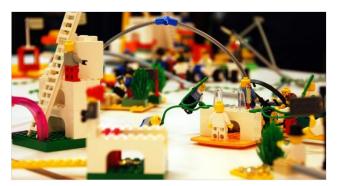


'LEGO REAL TIME WEB' by Trivioquadrivio

Trivioquadrivio(밀란의 콘서트 운영기관)와 USI(Università della Svizzera Italiana) 의 NewMinE Lab이 개발한 레고시리어스 플레이를 활용한 새로운 방법론이다.

2008 년까지 기존의 방법론은 '레고 실시간 아이덴티티'와 '레고 실시간 전략'. 전자는 조직 멤버 개개인의 역할 등을 인식시켜 서로를 연결하는 것이고, 후자는 조직 자체의 특정 프로젝트 등과 같은 상황에서 전략을 찾을 수 있도록 지원하는 것이었다.

Trivioquadrivio과 NewMinE Lab에 의해 개발된 새로운 방법론은 서비스 개발 초기 단계에서 디자이너와 클라이언트간 커뮤니케이션을 중개하기 위해 레고를 비유적인 언어로 활용한다. 또한, 디자인의 목적에 대한 명확성, 상황 혹은 시장에서의 포지션, 잠재 소비자, 콘텐츠와 규칙 및 기능에 대해 정의하고 이해관계자 간의 공유를 돕는다.





'트리비오꽈드리비오'의 LSP (출처: http://www.triq.it/lspunit_eng/file/01.htm)

Case Study 2

LSP-Powered Stakeholder Consultation Workshop on Energy Efficiency Policy in Indonesia 에너지 효율 향상을 통해 온실가스 배출의 감소를 목적으로 하는 인도네시아의 정부 프로젝트이다.





LSP-Powered Stakeholder Consultation Workshop on Energy Efficiency Policy in Indonesia (출처: http://seriousplaypro.com/2012/03/14/indonesia/#comments)



Service Design Tools 마인드맵 (Mind Map)

분류: 서비스 분석 및 원칙 수립

유형 : Skill & Technique

목적: 서비스 분석

Overview | 목적 및 기대효과

- 마인드맵은 사람들의 생각들을 시각적으로 구조화하고 조직화하는 툴이다.
- 1970년대 Tony Buzan에 의해 세상에 소개되었다.
- 마케팅 전략, 조직 경영, 네트워킹, 인터뷰 준비, 사업계획, R&D 등 생산적인 목적을 비롯하여, 언어학습, 시험공부, 논문 구조짜기, PT 준비, 수업준비, 브레인스토밍 등의 학습적인 목적 등으로 매우 다양하게 활용될 수 있다.
- 마인드맵은 큰 그림과 상세한 정보들을 동시에 볼 수 있게 함으로써, 아이디어에 대한 인사이트를 제공한다.
- 복잡하게 얽힌 수많은 정보들을 이해할 수 있게 정리하고 기억하기 용이하게 한다.
- 프로젝트의 목표와 행동지침, 연관된 아이디어들을 보다 명확하게 한다.

연관개념

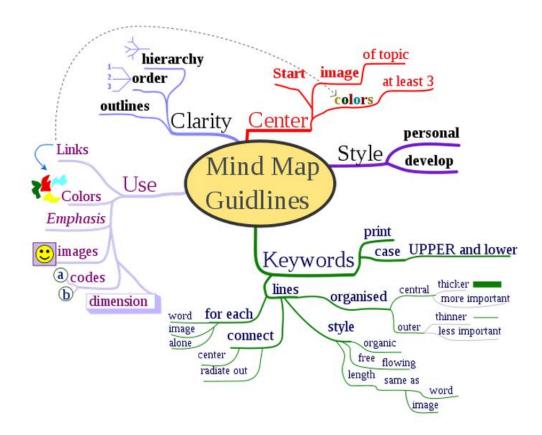
- 연관성 다이어그램 (Affinity Diagram)
- 시스템 맵 (System Map)
- 그룹스케칭 (Group Sketching)
 - 전개도 방식의 인포그래픽스 (infographics)

Process | 실행 과정

Step 1	중심 아이디어 배치
Step 2	아이디어 확산
Step 3	확산의 반복
Step 4	마인드맵 룰 적용 및 활용

마인드맵 룰

- 1. 다른 타입의 생각과 아이디어들을 분류하기 위해 심볼 활용한다.
- 2. 라인에 키워드를 삽입한다. (짧은 문장이 좋다.)
- 3. 다양한 색상, 크기, 스타일, 규모의 화살표 다발을 사용한다.
- 4. 맵의 중요한 섹션들에 대한 주목성을 높이는 부호를 활용한다.
- 5. 토픽과 아이디어 사이 공간이 적절하도록 배치한다.
- 6. 맵 곳곳에 흥미를 유발하는 이미지나 색상을 배치한다.
- 7. 은유적이거나 비슷한 소리, 혹은 직접적인 태도 등의 단어를 표현한 이미지 활용한다.
- 8. 가지들을 명확하게 구별하기 위해 영역이나 경계를 그린다.
- 9. 정돈된 소스들을 계층화한다. (발산구조에 따라 선 굵기나 글씨 사이즈 등을 다르게 표현)
- 10. 기억하기 좋고 연상효과가 높은 중앙 이미지를 만든다.
- 11. 맵에서 아이디어와 세그먼트는 다른 형태로 표현한다.
- 12. 상하위 개념이나 중요도에 따른 표현을 다양화한다.
- 13. 아이디어와 토픽은 다른 글꼴로 표현한다.
- 14. 토픽을 구별하기 위해 다른 색상을 사용한다.
- 15. 단어나 문장을 강조하기 위해 가지의 끝을 다양하게 표현한다.
- 16. 중요한 아이디어를 강조할 목적으로 가지의 두께를 다양하게 표현한다.
- 17. 기억과 상기를 향상시키기 위해 다양한 이미지 색상, 강조법, 크기 등을 활용한다.



Step 1 | 중심 아이디어 배치

(커다란) 캔버스 한 가운데에 문제나 아이디어를 배치한다. 문제나 아이디어는 글이나 그림 등 어떠한 형식으로든 표현되어 질 수 있으며, 이는 프로세스 전반에 하나의 맥락으로 작용한다. 공동으로 마인드맵 툴을 수행할 경우, 확산이 용이하도록 충분히 큰 사이즈로 중심 이미지 (혹은 문장)을 배치한다.

Step 2 | 아이디어 확산

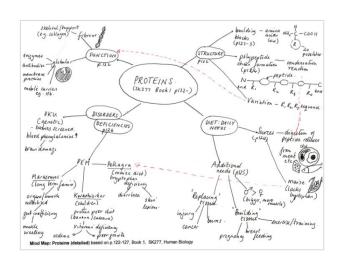
최소한 4개 정도의 큰 가지를 중심 이미지(혹은 문장) 주위로 배치하고, 이 가지들을 따라 주요 토픽들을 적거나, 이미지로 표현한다. 이때, 마인드맵이 종료되었을 때 각 지점에 해당하는 아이디어들을 재확인하기 용이하도록 하기 위해 각기 다른 색상을 사용할 수 있다.

Step3 | 확산의 반복

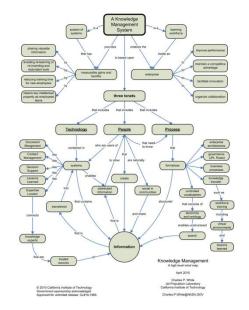
큰 주제(가지)로부터 작은 하위 주제(가지)들을 글 또는 이미지로 계속해서 도출해 나갑니다. 이와 같은 방식으로 더 이상의 하위개념을 도출할 수 없을 때까지 계속해서 가지를 확장해나갑니다.

Step 4 | 마인드맵 룰 적용 및 활용

만들어진 마인드맵을 프로세스의 다음 단계에서 정보나 맥락을 상기시키거나 향상시키기 위해 참고합니다. 효과를 극대화시키기 위해 아래와 같은 마인드맵 룰을 참고하여 다시 정리할 수 있습니다.



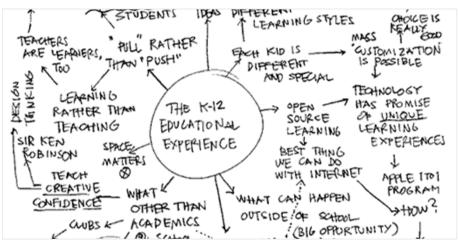
출처: http://www.open.ac.uk/skillsforstudy/image-drawn-map.php

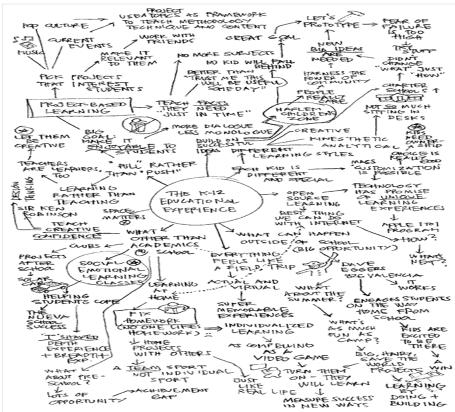


출처: http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/?id=27464

'D-SCHOOL MIND MAP' by David Kelley, IDEO

2004년 IDEO의 데이비드 캘리는 디자인을 중심으로 제품 / 경험 / 서비스 / 공간 개발을 위한학제간 프로그램을 제공하는 것을 목표로 새로운 디자인 스쿨을 설립했다. 이 마인드맵은 D-School을 위한 교육적 체험에 대한 그의 아이디어들을 보여주고 있다.





Ideo's David Kelley on "Design Thinking" (http://www.fastcompany.com/magazine/132/a-designer-takes-on-his-biggest-challenge-ever.html)



Service Design Tools

무드보드 (Moodboard)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형 : Skill & Technique 목적 : 서비스 아이디어 구체화

Overview | 목적 및 기대효과

서비스가 사용자에게 일반적인 제공하는 분위기를 경험할 수 있도록 만든 그래픽 결과물로서 사진이나 재료를 모아서 시각화한다. 무드보드는 그래픽디자인의 요소들인 타이포그라피, 그림, 사진, 색상, 레이아웃, 스타일 등이 강조된다. 또한, 무드보드는 개발자들의 서비스에 대한 인식이 하나로모일 수 있도록 유도한다.

말로 표현하기 힘든 서비스 시스템을 무드보드로 정리하여, 개발자간 커뮤니케이션에 활용할 수 있다. 또는 광고에서 디자인 기획단계에서 시안의 제작방향 (룩앤필+컨셉)을 보다 명확하게 설명할 때유용하다.

연관개념

Context panorama

Poster

Service image

Process | 실행 과정

무드보드는 기획 프로세스의 일부로써 디자인 개발이 시작되기 전에 컨셉과 연관성 있는 이미지, 텍스트, 스타일시트 등을 한군데 모아서 시각화의 용도로 사용되기 때문에 특정 프로세스를 가지 고 있는 것은 아니다. 제작 툴로는 주로 포토샵이나 일러스트레이터, 인디자인과 같은 간단한 그래 픽 편집툴이 사용된다.

'Mobile Embodiments Project' by Interaction Design Institute Vireo



Personal Technologies 2002 - Mobile Embodiments
Using the mobile phone as a remote control to activate technology
(http://projectsfinal.interactionivrea.org/web/d escription/pt_mobileembodiments_02.html)

Case Study 2

'Blue & Yellow Moodboard' by Breanna Rose

미국 미니애폴리스에서 활동하고 있는 프리랜서 그래픽 디자이너, 브레나 로즈는 무드보드를 활용하여 다양한 컨셉이나 스타일들을 정리하고 있다. 그녀의 블로그에서 그녀가 만든 무드보드들을 핀터레스트 를 활용해 스크랩할 수 있다.



(http://blog.imbreannarose.com/blue-yellow)

'Mobile Embodiments Project' by Interaction Design Institute Vireo

Douceurs는 우편 서비스의 분실 사고 증가를 극복하기 위해 사람들이 자신의 미래로 편지를 보낼 수 있게 하는 서비스 솔루션이다. 이것은, 아름다움, 단순함, 전통적인 소통 방식의 개인적인 터치를 아우르는 감성적인 서비스로서 다른 이미지와 재료에 의한 꼴라쥬는 서비스 경험과 서비스가 제공되는 환경을 모두 고려하여 프로젝트의 분위기와 무드를 시각적으로 묘사하기 위해 구축되었습니다.

"이것(무드보드)은 서비스가 가지고 있는 무의식적이고, 관능적이면서도 무형적인 말로는 파악하기 어려운 가치를 창조합니다. 어떤 이미지는 개념적이며, 또 어떤 것들은 구체적이고, 몇몇은 상징적(은유적)입니다."(Lauren Carrie)



(http://douceurs.wordpress.com/development)



Service Design Tools 상호작용 테이블 (Interaction Table)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형: Skill & Technique

목적: 서비스 컨셉 개발 및 아이디어 구체화

Overview | 목적 및 기대효과

상호작용 테이블은 서비스시스템 상에서 발생하는 상호작용을 중재하고 발전시키기 위한 툴이다. 서비스 프로세스 상의 상호작용을 단계별로 묘사하는 기법으로 블루프린트와 유사한 역할을 하는 스토리보드의 형태이다. 수많은 개별 정보 상태를 다음 단계로 가공시키기 위해 활용될 수 있으며, 툴을 이용하기 위한 전문 지식 없이 쉽게 사용할 수 있다.

연관개념

고객여정지도 (Customer Journey Map) 스토리보드 (Storyboard) 블루프린트 (Blueprint)

Preparation | 준비사항

데이터 분석 스킬 / 필요한 소프트웨어나 양식 / 연구원 / 타임테이블

Process | 실행 과정

Step 1	서비스 기회 탐색 (Exploring Opportunities)
Step 2	서비스 시스템 아이디어 개발 (Service System Idea Development)
Step 3	서비스 시스템 개발 (Service System Development)

Step 1 | 서비스 기회 탐색

인터랙션 테이블을 작성하기 위해서는 우선 서비스 시스템에 대한 아이디어 시각화와 사용자 관점의 서비스 상호작용에 대한 개념들을 단순화하여 정리한다. 이 단순화 과정에서는 서비스 시스템이 제공하는 핵심적인 퍼포먼스가 시각화되어야 하며, 사용자들이 어떤 방식으로 미래의 서비스시스템과 상호작용할 수 있는지에 대한 힌트가 제공되어야 한다.

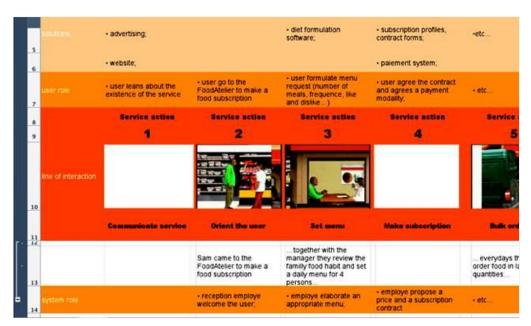
상호작용 테이블은 간단하게 스케치 되거나 또는 이미지와 상세 설명이 포함된 엑셀 형태로 정교화될 수 있다.



드래프트한 상호작용 테이블의 예제

Step 2 | 서비스 시스템 아이디어 개발

선택된 서비스 아이디어들은 상대적으로 핵심적인 가치 정보를 기술하는 기능 영역과 서비스 시스템을 활용한 잠재적 사용자 상호작용 모드로 구분된다. 서비스 디자이너는 사용자의 프로필을 고려한 서로 다른 상호작용 목적 및 장점과 상호 연관성을 가진 잠재적 사용자의 서비스 이용 경로들을 정의한다.

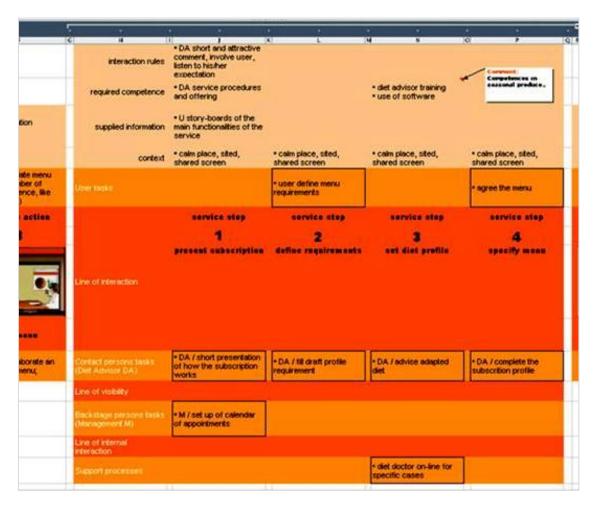


구체화된 상호작용 테이블의 예제. 분명하게, 엑셀의 행들이 주요 의견들을 구별하기 위해 다른 방식으로 컬러링 되어 있다. (시스템 역할, 상호작용 묘사 및 시각화, 사용자 역할, 상호작용 모드)

엑셀 시트 안에 사용자가 서비스의 목적에 도달하는 과정에서 행하는 주요 행동들을 스케치하거나 간단히 묘사한다. 각각의 사용자 행위 안에서 사용자와 시스템의 역할을 명확하게 구별하고 기술한다. 결과적으로 어떻게 어떤 컨텍스트 내의 서비스가 인터렉션이 될 수 있는지에 대해 탐구하고 개선된 서비스 방식을 제안한다.

Step 3 | 서비스 시스템 개발

서비스 아이디어가 선택되고, 사용자 상호작용 경로가 정의된 후, 서비스 실행 단계를 위해 요구되는 정보를 가공하기 위해 보다 깊고 상세한 기술과 시각화가 필요하다.



servicedesigntools.rog 와 Mepss.nl 웹사이트의 W22 - Interaction Table (http://www.mepss.nl/index.php?p=tool&l4=W22) 를 활용하여 재정리 한 내용입니다.

Design Activities: Service Prototype

서비스 프로토타입 (Service Prototype)

분류: 서비스 평가 및 실행 유형: Skill & Technique

목적 : 서비스 실행 전 검증 평가

Overview | 목적 및 기대효과

서비스가 실제로 존재하는 장소, 상황, 상황을 고려한 프로토타입 개발을 통해 사용자의 상호 작용을 관찰 테스트한다. 아직 구체화 되지 않은 제품, 시스템, 서비스를 사용자에게 실제로 사용하는 것과 같은 경험을 제공한다.

서비스의 바람직한 상황과 사용성, 실행가능성 까지 다양한 측면에서 통찰력을 제공한다. 시간적 제약 또는 보이지 않는 측면과 같은 다루기 힘든 상황에 효과적이다.

연관개념

- · Low-fidelity Prototyping
- High-fidelity Prototyping
- Horizontal Prototyping

- Vertical Prototyping
- Scenarios Prototyping

Process | 실행 과정

Step 1	서비스 검증을 위한 프로토타입 방법의 적합성 여부 결정 (Define)
Step 2	기본 요구사항의 정의 (List UP)
Step 3	프로토타입 제작
Step 4	서비스 프로토타입 기법의 적용 및 평가
Step 5	서비스 프로토타입의 수정

서비스 프로토타입 진행 시 도움이 되는 질문들

서비스는 실용적인가?

서비스는 고객 또는 사용자를 위해 바람직한가? 가치가 있는가?

서비스는 고객 또는 사용자들이 사용하기에 쉽나?

서비스를 제공하는 것이 전략적으로 바람직한가?

서비스를 실행하는 것이 비용 측면에서 또는 논리적으로 타당한가?

Case Study 1

LA PERLA, INTERACTIVE TOOL FOR STAFF TRAINING- Domus Academy Research Center

1999년 La Perla는 프렌차이즈 프로젝트에 착수하였고, 도무스 아카데미 연구소는 소매점 직원 교육 프로그램을 위한 멀티미디어 시스템 개발을 요청 받았다. 이 프로젝트를 위해서 La Perla의 직원들은 판매자에 대한 올바른 판매 방법과 태도를 교육하는 비디오 제작 참여하였다.

La Perla 매장 내에서 실제 경험을 시뮬레이션 할 수 있는 이 영상은 서로 다른 상황에서 고객에게 어떻게 행동하여야 하는지에 대해 직원 교육용으로 사용되었으며, 현실성 있는 서비스 프로토타입은 문서로 전달하기 어려운 정보를 시각화하고 그로부터 경험된 결과를 공유하는데 효과적이다.



LA PERLA : 직원 교육을 위한 상호작용 도구 (출처 : Domus Academy research Center)

Case Study 2

TRAVEL GLOBAL | READ LOCAL (Copenhagen Institute of Interaction Design

소책자나 주문서, 작은 카탈로그를 제작하여 호텔에 체크인하는 손님에게 배포하여 서비스에 대한 고객의 의견 수집하였다. 디자이너는 하루 동안 체크인 시, 소책자를 받는 손님 모습을 관찰하고 서비스 개선 여부를 점검하였다.



세계 여행 | 지역 읽기 - Eilidh Dickson, Adam Little, Siddharth Muthyala (Copenhagen Institute of Interaction Design)

Case Study 3

Service Design Workshop- Service design methods in Arctic Circles Arts

지역 독립 회사가 어떻게 서로를 추천하고 공동 작업을 할 수 있는지에 관한 서비스 개발 프로젝트이다. 참가자들은 서로 다른 4개의 상점(예를 들어, 그림, 지역음식, 수공예로 전문화된)을 방문하여 미스터리 쇼퍼를 수행하고, 동일한 서비스 경로에 대한 사진을 기록하여 분석하였다.



(출처: http://sinco.fi/2012/06/service-design-methods-in-arctic-circles-art-design-summer-school-at-rovaniemi)

Case Study 4

The Design Charrette-Innovation Workshop

각 팀은 좋아하는 아이디어를 선택하여 싼 미술 재료들을 가지고 프로토타입을 만들었다. 프로토 타입은 빠르고, 아이디어를 시각화하고, 만질 수 있는 형식으로서 직관적인 감각을 사용한 문제해 결 방법이다. 서비스 프로토타입을 통해 서비스 개발 및 공유, 토론 등이 가능하다.



(출처: http://sinco.fi/2012/06/service-design-methods-in-arctic-circles-art-design-summer-school-at-rovaniemi)



Service Design Tools

스토리텔링 (Storytelling)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

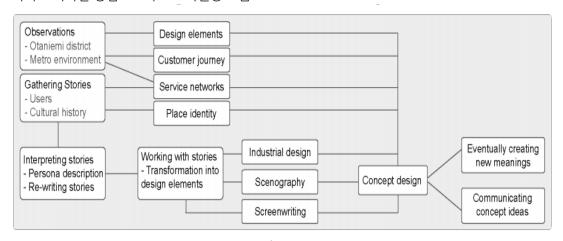
유형: Skill & Technique 목적: 서비스 아이디어 구체화

Overview | 목적 및 기대효과

스토리텔링은 서비스 스타일과 전체적인 디자인을 용이하게 하는 디자인 드라이버(design driver)를 만들어내기 위한 의미로 사용된다. 이야기는 건축과 환경디자인부터 커뮤니케이션, 마케팅 및 고객경험까지 다양한 정보를 연결하는 나사의 역할을 제공한다.

스토리텔링을 사용하는 것은 경험이 일어나는 정황(contexts)을 창조하고 관리하는 것과 연관이 있다. 스토리텔링은 기타 유사한 서비스로부터 차별화와 서비스의 매력을 만들고 유지하고 상상력을 유발하는 경험을 위해 특정 이미지를 만드는 도구이다.

서비스 디자인 방법으로서 스토리텔링 흐름도

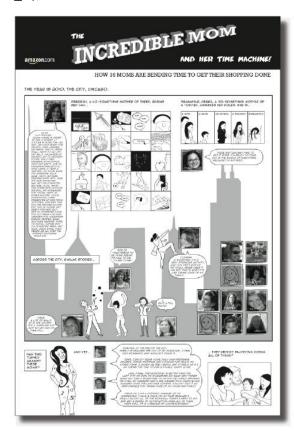


(http://www.uxmatters.com/mt/archives/2011/07/the-css-of-design-storytelling-context-spine-and-structure.php)

Case Study 1

내러티브 (The narrative)

이야기하고자 하는 스토리를 보다 효과적으로 전달하기 위해 다양한 시각적 요소들이 사용되어 진다.





Case Study 2

NARRATIVE DESIGN TOOLKIT-Marco Zamaratt

마르코 잠마라토는 이야기 (Narrative)를 더 잘 이해하고 창조적인 방식으로 활용하기 위해, 이야 기를 구축할 때 디자이너에게 도움을 주는 키트를 개발했다. 일단, 디자이너가 키트의 주어진 형식에 따라 등장인물과 플롯의 기본 요소를 확인하면, 스토리텔링의 가장 어려운 측면 중 하나인, 서술 구조 (narrative structures) 속에서 등장인물과 플롯 요소가 움직이면서 이야기를 풍성하게 한다



(http://www.pidublu.com/projects/narrative_design)



Service Design Tools

업무 분석 그리드 (Task Analysis Grid)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형: Skill & Technique 목적: 서비스 아이디어 구체화

Overview | 목적 및 기대효과

업무분석그리드는 디자이너가 이해관계자와 의사결정에 대해 소통해야 할 때 사용하는 요구사항 문서이다. 업무분석 그리드는 요구사항 문서에 대한 기준이 될 수 있다.

업무분석 그리드의 목적은 동일한 하나의 페이지에서 도식개념도를 통해 프로젝트의 전체 범위와 처음부터 향후 미래의 모든 기능을 확인하는 것이다. 또한, 많은 양의 요구사항 문서를 정수만 뽑아한 페이지로 정리함으로써 많은 내용을 한번에 보기 쉽고 이해관계자의 빠른 이해를 돕고 현재의 작업 과정을 세분화해서 분석한 후에 어디를 개선하면 좋을 지 알아보는 것이 가능하다.

업무분석그리드의 각 열은 시나리오와 함께 작업을 설명하고, 작업을 완료하는데 필수적인 모든 하위작업을 나열한다. 하위작업은 색으로 표현하고 우선순위화 된다. 전체설명을 완성하기 위해 작업마다 다른 작업에 영향을 주는 것이나 걸리는 점은 강조된다.

연관개념

Specification

Process | 실행 과정

Step 1	프로젝트 문제 또는 목표 정의	
Step 2	실행 전과 이후 장면 정의	
Step 3	기능적 맵 작성	
Step 4	우선순위 설정	

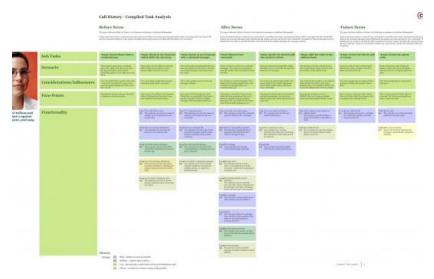
업무 분석 그리드를 작성하기 위해서는 문제를 정의하고, 사용자에 대한 정보를 얻은 다음에는 시스템 (서비스, 제품 등)을 통해 수행되어야 할 작업들을 정의한다. 업무 분석은 항상 해결해야 할 문제를 정제하고 사용자의 특징들을 세부화한다. 업무 분석의 목적은 해야 할 것을 확인하고, 사용자의 심성모형, 하드웨어 특성 등 환경적인 요소와 일치시킴으로써 업무 영역을 구조화한다. 이 작업이 끝난 다음에는 사용자가 서비스를 이용해 수행해야 할 구체적인 업무과 개념이 나와야 한다.

(http://www.docstoc.com/docs/39260697/Task-Analysis-Grid)

Case Study 1

Call History- Compiled task analysis by Todd Zaki Warfel

그리드의 좌측에는 사용자 한 명의 프로필 사진과 그녀의 작업, 역할에 따라 요구하는 사항에 대해 간략하게 기술되어있다. 그리고 그리드에서 가로축은 Before Scene, After Scene, Future Scene 으로 나뉘어있고, 세로축은 Sub Task, Scenario, Consideration/ Influencers, Pain- Points, Functionality로 나누어져 있다. 또한, 기능성은 평점에 따라 색깔 별로 다르게 표시해 두었다.

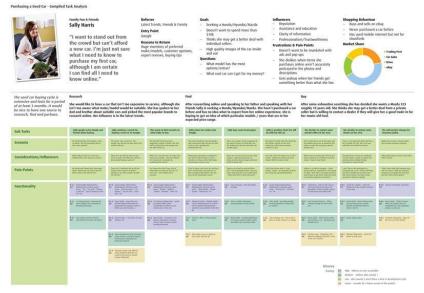


(출처: http://zakiwarfel.com/dl/TaskGrid_Sample.pdf)

Case Study 2

Task Analysis Grid - Gia

그리드의 상단은 페르소나에서 얻은 사람의 개요를 나타낸다. 그 다음이 바로 업무 테이블의 작성으로 각각의 세로단은 시나리오와 함께 업무를 설명한다. 그리고 작업을 완료하는데 필요한 모든하위작업이 따른다. 하위작업은 색으로 분류되고, 1(반드시 가진)-4(미래 언젠가)까지 우선순위로나뉜다.



(출처: http://www.site-optimiser.com.au/user-experience/task-analysis-grid)



Design Activities : Role Play 역할극 (Role Play)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형: Skill & Technique

목적: 서비스 아이디어 구체화를 통한 고객반응 확인

Overview | 목적 및 기대효과

서비스가 실존한다는 가정 하에 해당 서비스의 기능 일부를 가상 체험함으로써 다른 사용자가 동일 한 상황에서 어떻게 행동하는지 관찰하고 이해한다. 역할배우, 소비자, 또는 디자이너 자신이 역할을 수행하며 가상의 서비스를 체험한다.

Preparation | 실행 준비

Experience Prototype Informance Design Games Lego Serious Play ™



(출처: http://www.wearesnook.com/snook/)

Process | 실행 과정

Step 1	서비스 시스템 개발
Step 2	프로토타입을 활용한 현실적 서비스 인터페이스 제작
Step 3	필요 시 사전에 전문가로부터의 해당 상황에 필요한 연기지도
Step 4	보다 정확한 이해를 위해 역할을 변경하여 같은 상황 반복 연기

'Designing a Medical Service' by IDEO

의료 서비스를 디자인하는 동안, 몇몇 IDEO의 디자이너들은 수술실 직원들의 상호의존 수요를 시뮬레이션 하기 위해 의사와 간호사, 마취과 의사와 환자 등으로 관련된 상황에서 각각 역할극을 수행했다. 팀의 각 구성원은 특정 역할을 추측하고 역할에 따라 상황에 맞게 연기했다. 이렇게 하여이 팀은 특정 상황과 실제 사용자의 공감을 일으키는 기재를 보다 효율적으로 상상하고, 어떤 것이 관련 문제를 해결 및 개선하는지 발견할 수 있었다.





(출처 : Design Method Cards for IDEO http://blog.hugeflow.com/attachment/cfile8.uf@1451A3404D6A847621605D.pdf))

Case Study 2

'Go PROD - Role Games to Design Product Concepts for Mobile Communication' by Giulio lacucci, Kari Kuutti and Mervi Ranta

이 프로젝트는 미래의 유목민 형태의 인터넷 사용자를 위한 서비스 아키텍처를 조사하기 위해 헬 싱키 공과 대학에 무선 네트워크를 구현하는 것이다. 역할 게임에는 예상되는 사용자들과 전문가들, 그리고 상상 속에서 디자인하기 등이 활용되었으며, 사용되었으며 3가지 기본적인 측면을 고려해 새로운 제품 컨셉을 도출하고자 하였다. 세 가지 측면은 다른 그룹과의 상호 작용, 상호 작용하는 동안 참가자의 기동성, 인공물, 도구, 환경의 관점에서 본 각 참가자들의 맥락이다. 연기자들은 어떤 서비스가 자신들의 이동성과 커뮤니케이션을 돕는지 상상하기 위해서 주어진 설정과 역할을 활용했다.

이 프로젝트에 활용된 롤플레잉 방식은 장난감(플레이모빌)과 지도를 활용한 것으로 레고씨리어 스플레이와 유사한 방식이다.



출처 : 'Visualizing Context, Mobility and Group Interaction: Role Games to Design Product Concepts for Mobile Communication' By by Giulio Iacucci, Kari Kuutti and Mervi Ranta

^{*} pdf 다운로드 http://users.tkk.fi/~giulio/iacucci-coop.pdf



Design Activities: Role script

역할 스크립트 (Role script)

분류: 서비스 평가 및 실행 유형: Skill & Technique

목적: 서비스 실행을 위한 평가 및 가이드 작성

Overview | 목적 및 기대효과

역할 대본은 서비스에 대한 순서와 적절한 행동을 기술한 템플릿으로 서비스의 평가 및 구현과정에 서 사용된다. 역할대본은 스토리보드와 함께 이해관계자들 간의 의사소통을 검증하는 증명하기 (Evidencing) 기법으로 활용된다.

터치포인트들과 고객 사이의 관계 조망함으로써 타인의 경험을 이해하고 소통하는데 효과가 있다. 또한, 다양한 상황에서 발생하는 사용자의 행위 및 테스크를 점검하는데 용이하다.

연관개념

Storyboard

Evidencing

Templates

Process | 실행 과정

Step 1	서비스 스토리 제작 (스토리보드)
Step 2	역학 대보 작성

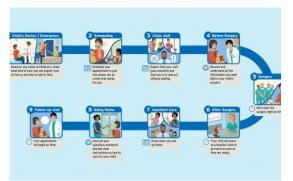
Role-play Toolkit Committee Script Set: Senate

COMMITTEE CHAIR SCRIPT		
Instructions	Script	
Lead the committee senators into the room and sit down. Say:	I declare open this meeting of the Senate committee on(topic) at(time) on(date).	
Then say:	The committee will now hear from three witness groups who have expressed interest in this bill.	
	I welcome representatives from the group. Please come to the table.	
Once the first group has taken their seats say:	Please state your name for the <i>Hansard</i> record.	
When each member of the group has given their name say:	Please read your statement to the committee.	
When the statement has been read say:	Do any senators have any questions for these witnesses?	
Repeat until the questioning is over, then say:	I thank the representatives from the group for the attendance.	
When the first group has left the table, call the second witness group. Say:	I welcome representatives from the group. Please come to the table.	
Once the second group has taken their seats say:	Please state your name for the <i>Hansard</i> record.	
When each member of the group has given their name say:	Please read your statement to the committee.	
When the statement has been read say:	Do any senators have questions for these witnesses?	
Repeat until the questioning is over, then say:	I thank the representatives from the group for their attendance.	
When the second group has left the table, call the third witness group. Say:	I welcome the representatives from the group. Please come to the table.	
Once the third group has taken their seats say:	Please state your name for the <i>Hansard</i> record.	
When each member of the group has given their name say:	Please read your statement to the committee.	
When the statement has been read say:	Do any senators have questions for these witnesses?	
Repeat until the questioning is over, then sav:	I thank the representatives from the group for their attendance.	

Produced by the Parliamentary Education Office, Located at www.peo.gov.au/teachers/toolkit/tk_script.html

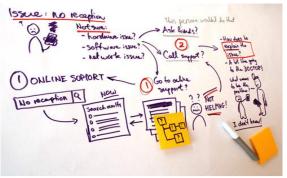
Step 1 | 서비스 스토리보드 제작

Storyboard는 서비스의 그림이나 사진의 연속을 통해 사례를 표현하는 것으로 역할 스크립트를 진행하기 전 먼저 선행되어지거나 함께 진행되어야 한다.



서비스 상황 스토리보드

(출처: http://www.xplane.com)



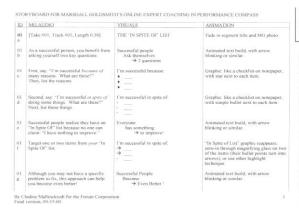
서비스 상황 스토리보드

(출처 :

http://johnnyholland.org/2011/10/storyboard ing-ux-part-1-an-introduction)

Step 2 | 역할 스크립트 짜기

사용자가 서비스를 활용하는 과정을 자세하게 기술한다. 각 서비스 단계별 서비스 제공자의 대사 나 행동 등을 기술한다.



상황에 대한 설명과 함께 대본을 적는 경우

(출처 : http://www.webwoman.tv/demos/
ForumMG.html)



상황에 대한 시각적 표현과 함께 대본을 적는 경우 (출처: http://thinkpublic.com/news)



스토리 보드 아래 대본을 적은 경우

(출처 : http://wahoofilms.com/our-video-production-process/write)



Design Activities : Actors Map 역할사맵 (Actors Map)

분류: 서비스 분석

유형: Skill & Technique

목적: 서비스 구성요소간의 상호관계 분석

Overview | 목적 및 기대효과

생태지도 (Ecology map)의 하나인 역할자맵은 서비스 구성원 간의 이해관계를 시각화하는데 요긴하다. 역할자맵은 시스템 관점의 서비스 바라보기와 서비스 컨텍스트의 이해를 돕는다.

인터뷰 기반의 매핑 도구로서 특정 관점 (예: 고객 또는 서비스 스텝)으로부터의 관찰을 통해 분석된 관계를 분석한다. 결과적으로 서비스 시스템 내에서 각 역할의 이해를 돕고 이해관계의 시각화한다.

사람, 그룹 및 기관의 역할이 충돌하는 경우 효과적이며, 상호 관계에 대한 이해를 향상시키고 서비스 기획 및 모니터링, 서비스 개선 및 다중 이해관계자 간의 관계 조정 및 프로젝트 팀의 실무개입 및 서비스 실행 전략 분석에 효과적이다.

Preparation | 실행 준비

네트워크 지도 시트 / 네트워크 표시를 위한 펜 (다양한 링크 표현 / 역할 카드가 적힌 스틱노트 / 역할에 따라 다양한 색상 / 영향력 타워를 구축 하기 위한 평면 원형 디스크 / 역할 인형 / 게임 또는 레고 등 의 캐릭터등의 이용가능)



Process | 실행 과정

Step 1	역할 선택
Step 2	링크 그리기
Step 3	영향력 타워 만들기
Step 4	목표 선정
Step 5	토론

(출처: http://netmap.wordpress.com/about)

Step 1 | 준비

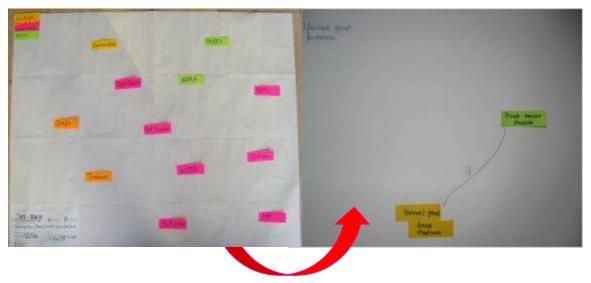
역할자 맵을 만들기 위해서 다음과 같은 인터뷰 질문을 준비한다. (예: "누가 우리 프로젝트의 성공에 영향을 미칠 수 있습니까?") 인터뷰를 통해 우선 확인해야 할 사항은 다음 두 가지이다.

1. 링크 특성 정의 (예 : 금융 자원, 인적 자원, 물적 자원, 정보 자원 등)

2. 목표 정의 (예 : 서비스 환경 개선)

Step 2 | 역할 선택

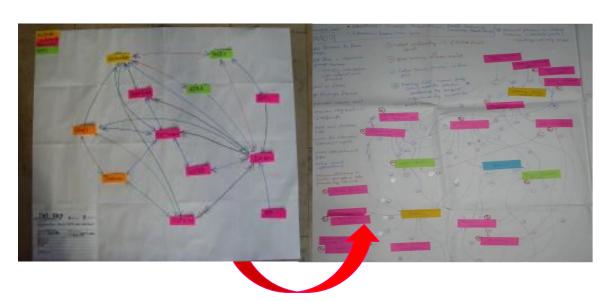
서비스 시스템을 구성하는 이해관계자를 파악하기 위해 다음과 같은 인터뷰 질문을 진행 할 수 있다. (예: "이 과정에 참여하고 있는 사람들은 누가 있습니까?") 인터뷰를 통해 확인된 역할들에 대해 역할카드를 작성하고 시트에 표기한다.



Step 3 | 링크 시각화

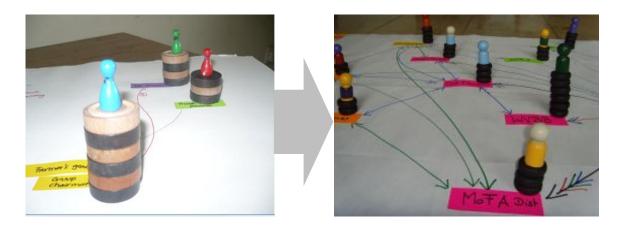
위 단계를 거쳐 분석된 역할들의 상호관계를 분석하는 단계이다. 역할 간의 네트워크 연결과 영향력의 흐름방향을 표시한다. 다음과 같은 종류의 인터뷰 질문이 가능하다.

(예: "역할 간 관계가 존재하는가?")



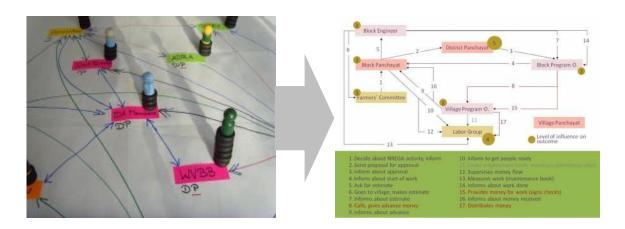
Step 4 | 영향력 타워 시각화

각 역할간의 상호관계성을 파악하는 단계이다. 인터뷰 이전 영향력에 대한 정의를 설명하고 인터 뷰를 통해 각 역할의 관계성을 파악한다. 인터뷰를 통해 분석된 영향력은 타워 높이로 시각화된다. 영향력에 관한 데이터는 최종 문서화 작업 이전 분석된 정보에 따라 수정이 가능하다. 본 단계에서는 다음과 같은 인터뷰 질문이 가능하다. (예: "역할 X 는 역할 Y 에게 얼마나 영향을 미치는가?")



Step 5 | 역할자 목표 선정

역할 카드에 적힌 목표를 참고로 한가지 이상의 목표를 선정한다. 각 역할이 지닌 목표에 따라 과업을 수행하며 영향력 및 네트워크 흐름을 표기한다. 본 단계를 진행하기 위해 다음과 같은 인터뷰 질문을 통해 상황을 유도한다. (예: "자신의 목표가 무엇입니까?")

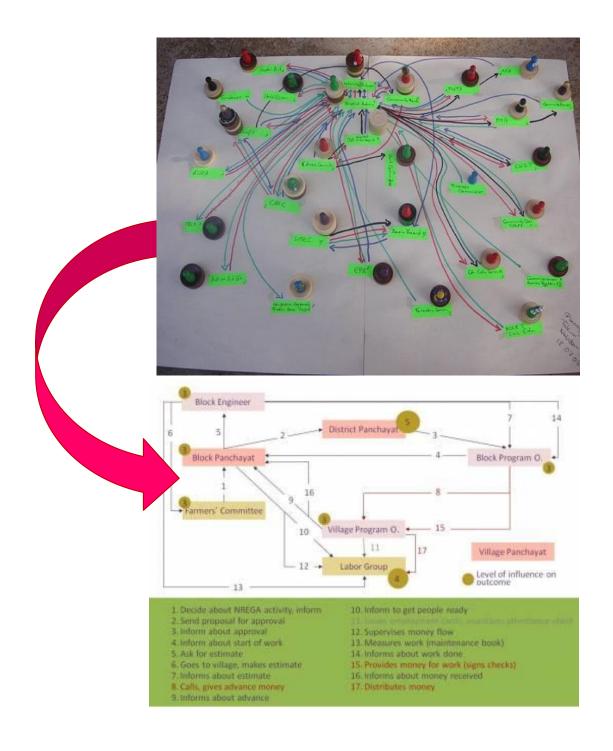


Step 6 | 토론

위 단계의 분석을 거쳐 시각화된 역할자 맵 상의 서비스 네트워크 안의 상호관계성을 분석한다.

Case Study | Net-Map

Net-Map 은 2006년 Eva Schiffer 박사가 만든 Social network analysis 툴이다. 인터뷰를 통해 분석된 다양한 역할자 간의 영향력과 그 결과를 시각화한다. 각 역할자들은 네트워크 맵에 영향을 미치며, 네트워크 라인은 역할자 간의 관계도를 알수 있다. Net-Map 의 특징 중 하나인 "영향력 타워"는 역할자간의 상대적인 영향력의 정도를 나타낸다. (출처: http://netmap.wordpress.com/)



(출처: Individual Net-Map 3, White Volta Basin Board, Ghana (Schiffer 2007))



Service Design Tools

이슈 카드 (Issue Cards)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형 : Skill & Technique 목적 : 서비스 컨셉 개발

Overview | 목적 및 기대효과

이슈카드는 팀 내 커뮤니케이션을 유발하고 다양한 관점을 유도하기 위해 사용되는 도구이다. 각 카드에는 해당 이슈에 대한 인사이트, 사진, 그림, 설명 등이 담겨있으며, 이슈카드들을 통해 문제에 대한 새로운 해석을 제시하고 다른 관점에서의 가정을 유도할 수 있다. 이 도구는 간단하면서도, 다양한 관점을 유발하기 때문에 쉽게 효과를 거둘 수 있다.

연관개념

연관성 다이어그램(Affinity Diagram) 디자인 게임(Design Game)

Process | 실행 과정

Step 1	연관성 다이어그램 기법을 활용하여 몇 개의 디자인 지침 도출 (Affinity Diagram 참조)
Step 2	각 지침에 대한 컨셉 아이디어들을 구체화하여 이슈카드로 정리 - 인사이트, 스케치, 사진, 설명
Step 3	이슈카드를 활용한 이슈 공유 및 논의

출처: Servicedesigntools.org / 카네기 멜론대학의 TSA 서비스디자인 / 엔진의 SILK 사례들을 활용하여 재정리한 내용입니다.

Step 1 | 디자인 지침 도출

이슈카드를 만들기 위해서는 반드시 선행되어야 하는 프로세스가 있는데, 서비스 개선 및 개발의 주목적을 규정하는 디자인 지침이 그것이다. 이를 정리하기 위해서는 브레인스토밍이나 인터뷰, 리서치 등을 통해 해당 서비스에 대한 다양한 아이디어나 인사이트들을 뽑아내고, 이를 연관성 있는 덩어리들로 정리해내는 '친화도 분석 (Affinity Diagram)' 프로세스가 선행되어야 한다.





SILK 아이디어 회의 장면

TSA 흐름개선을 위한 아이데이션

Step 2 | 컨셉 아이디어 구체화 및 이슈카드 정리

앞 과정을 통해 정리된 아이디어들을 카테고리 별로 구체화하여 이슈카드로 정리하는 단계이다. 이슈카드를 만드는데 특별한 양식이 마련되어 있는 것은 아니지만, 일반적으로 논의하고자 하는 영역별로 컬러를 활용하여 이슈를 분류하는 방식으로 제작된다. 각각의 아이디어들은 논의 상에서 직관적인 활용이 가능하도록 이슈카드 상에 이해하기 쉬운 설명이나, 스케치, 사진 등과 함께 정리 한다.



TSA 흐름개선을 위한 아이디어 정리 과정



SILK Method Deck 중 하나 (Communicate 부문의 Exhibit 이슈카드)

Step 3 | 도출된 이슈 공유 및 논의

이렇게 만들어진 이슈카드는 각 이슈에 대한 아이디어들이 시각적으로, 혹은 텍스트를 통해 구체화되어 있기 때문에 서비스디자인 프로젝트를 진행하는 팀 멤버들간의 커뮤니케이션은 물론이고, 디자인에 대한 숙련도나 전문지식이 부족한 서비스시스템 관리자나 이해관계자들 간에도 이를 활용한 논의를 용이하게 하며, 궁극적으로는 직원들간에 혁신적인 실천을 촉진하고 지원하기 위한용도로도 활용되어질 수 있다.



SILK Method Deck 을 회의에 활용하는 모습



SILK 웹사이트 (http://socialinnovation.typepad.com/silk)

Case Study 1

'Service Design for Airport Security' by Jamin Hegeman, 이기쁨, Kara Tennant (카네기 멜론 대학)

이 프로젝트는 공항에 있는 교통안전국의 보안 검사소를 지나는 여행자의 흐름을 원활하게 하기 위한 아이디어 도출과정을 다루었다. 팀은 가장 먼저 프로젝트를 이끌어 나갈 디자인 지침들(승객과 소통, 컨트롤, 작별인사하기)을 정하고 난 후, 각 지침 별로 여러 개의 컨셉 아이디어를 개발했다. 그 아이디어들은 이슈 카드에 기술하여 교통안전국과 아이디어를 공유하고, 교통안전국 내에서도 그 경험에 대해 의미있는 대화를 자체적으로 가질 수 있도록 진행되었다.

카드의 색상은 디자인 지침의 연관성을 나타내며, 각 카드에는 아이디어를 표현한 스케치와 설명이 담겨 있다.





프로젝트 상세소개 : http://jamin.org/service-design-for-tsa/ 프레젠테이션 자료 다운로드 : http://jamin.org/portfolio/service-design/tsa_FINAL.pdf

'SILK Method Deck' by Engine

켄트 지방의회는 지역을 위해 SILK라고 불리우는 사회혁신연구소(Social Innovation Lab for Kent)를 만들기로 결정했다. 혁신적인 디자인기업 엔진은 이 프로젝트를 지원하기 위해 시민들이 프로젝트의 모든 단계에 개입할만한 창의적인 기술들과 사람들이 요구하는 것들에 촛점을 맞춘 강력한 데크 세트를 개발하고 테스트했다. 카드들은 의회 직원들간에 혁신적인 실천을 촉진하고 지원하기 위한 목적을 가진 SILK 툴킷 들이다.



SILK 웹사이트(http://socialinnovation.typepad.com/silk)



참고링크 1:

Engine http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs_page/building_a_social_innovation_lab참고링크 2:

SILK Method Deck http://socialinnovation.typepad.com/silk/silk-method-deck.html



Design Activities : Evidencing 증명하기 (Evidencing)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형: Skill & Technique

목적: 서비스 구체화를 통한 고객반응 확인

Overview | 목적 및 기대효과

이해 관계자와 의사소통을 쉽게 하고 향후 서비스 개선에 관한 아이디어 공유하는 것이 목적이다.

디자인된 터치포인트를 통해 서비스 방식을 탐구하고 관련 이미지를 개발한다. 카드, 웹사이트 스크 린샷, 그래픽 커뮤니케이션, 제품 모델, 환경과 삽화 등 총체적인 서비스 요소를 시각화한다.

증명하기 기법을 통해 서비스와 사람들 간의 상호 작용 관계에 대한 빠른 파악이 가능하다. 또, 디자이너들의 마음속에 있는 서비스에 대한 초기 질적 판단 가능하다. 서비스 아이디어 구체화 단계에서 효과적인 기법이며 서비스 경험 프로토타입이 주로 사용된다.

Process | 실행 과정

Step 1	계획된 서비스에 대한 시뮬레이션 방식 선정
Step 2	가상 서비스 시뮬레이션 준비
Step 3	가상으로 구현된 서비스에 대한 경험 공유 및 논의

Service



511





연관개념

Role play Poster

Storyboard

Step 1 | 서비스 시뮬레이션 방식 탐구

스토리보드나 포스터를 통해 시각화된 서비스를 가상 시뮬레이션 해보기 위해 적합한 기법을 선정하는 단계이다. 서비스 요소의 시각화와 프로토타입을 이용하여 서비스 시뮬레이션에 가장 적합한 방식을 선택한다.

Step 2 | 서비스 가상 시뮬레이션

서비스를 가상 시뮬레이션 하기 위해 준비하는 단계로 선택한 기법에 따라 작업 방법이 달라진다.





(출처 http://www.namahn.com/news/2011/11/service-design-workshop-creativity-world-forum)

Step 3 | 가상으로 구현된 서비스 공유 및 논의

시뮬레이션된 서비스를 자체적으로 논의하여 문제점을 찾아내는 단계이다. 일반인들에게 테스트를 하기 전 디자이너와 이해 관계자들이 그것에 대해 논의하고 문제점을 찾아내는 과정이 선행되어야 한다.



(출처: http://steveleedesign.blogspot.kr)

Case Study

CROSSING BUDDY

(A Service Design "Evidencing" project from CIID Summer School Intensive 2011) 건널목 버디는 도시의 소외와 불안감의 감정을 완화하기 위해, 드라이버의 동작을 바탕으로 교차로에서 보행자에게 empathetic 피드백을 제공한다.





(출처: http://antlersandanchors.ca/crossing-buddy), https://vimeo.com/28127928)

HEALTH CONNECT

영국의 서비스디자인 회사 '엔진'의 프로젝트이다. 의료와 사회복지를 주제로 전화나 웹사이트 또는 우편을 이용한 효과적인 정보접근 방법을 고민한 서비스디자인 프로토타입이다. 이 프로젝트는모든 터치포인트 과정을 현실적인 시각물을 구현함으로써 서비스가 어떻게 이루어지고 개선되는지 쉽게 이해시킨다.



(출처 : http://www.enginegroup.co.uk)



Design Activities: Co-Designing

친화도법 (Affinity Diagram)

분류 : 서비스 분석 및 원칙 수립

유형 : Skill & Technique 목적 : 컨셉 및 아이디어 개발

Overview | 목적 및 기대효과

친화도법은 대량의 데이터나 아이디어, 인사이트 등의 상호연관성 입증을 통해 정보를 수렴하고 조직화하는데 사용된다.

서비스의 목적, 기능, 방법 등 다양한 주제에 대해 이해관계자들의 경험 또는 예측 경험 상황들을 분석할 수 있다. 또한, 브레인스토밍 등을 통해 나온 정리되지 않은 아이디어들을 프로젝트의 목적이나 주제의 연관성에 따라 구체화시키는데 효과적이다.

Preparation | 실행 준비

참가자(이해관계자) / 큰 스크린(칠판이나 벽면 활용) /스틱노트(포스트 잇) / 필기구

Process | 실행 과정

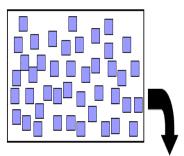
Step 1	아이디어 생성 및 전개
Step 2	연관된 아이디어들의 그룹화
Step 3	그룹별 대표단어 (Header card) 도출
Step 4	완료 다이어그램 만들기 및 결과 정리

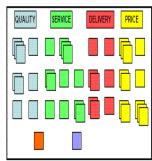
Process | 주의사항!

오랜 시간이 걸리는 심층적 토론보다는 생각나는 아이디 어를 빠르게 옮겨내는 것이 중요하다.

다양한 의견을 공유할 수 있는 환경이 중요하다.

분류 방식이 다른 접근의 경우 독자적으로 분석작업을 시도 할 수 있는 환경 제공되어야 한다.

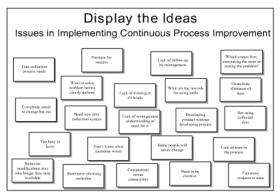




Step 1 | 아이디어 작성 및 게재

친화도법은 서비스디자인 이외 다양한 디자인 영역에서 자주 등장하는 방법이다. 또한, 서비스 분석에서부터 컨셉개발까지 다양한 목적의 활용이 가능한 유용한 기법이다. 결론적으로 친화도법을 효과적으로 활용하면 다른 기법에 비해 상대적으로 쉽게 문제의 본질을 이해하고 인사이트를 도출해낸다.

친화도법의 활용을 위해서는 우선 섭외된 참여자들 또는 프로젝트 이해관계자들에게 주제에 대한 이슈를 적을 수 있는 카드나 스틱노트를 한 묶음씩 나눠 준다. 참가자들에게 최근에 경험했던 시스템이나 제품, 서비스의 사용 목적, 방법, 솔루션 등에 관련된 내용을 주제에 맞게 각각의 카드나 스틱노트 (주로 포스트잇을 활용한다.)에 적는다. 각 참여자들은 서비스 분석 단계 또는 컨셉 개발 단계별정보들을 스틱노트에 기록하여 지정된 벽면에 무작위로 붙인다. 때때로 제로베이스 상태에서 아이디어를 적기 시작하는 경우도 있으며, 상황에 따라 사전에 브레인스토밍을 통해 사고를 증폭시키기도 한다.





Step 2 | 연관된 아이디어들의 그룹화

참가자들은 진행과정 동안 서로 간의 대화나 토론을 가급적 자제한다. 작성된 스틱노트는 속성에 따라 빠르게 그룹핑한다. 진행과정 중, 그룹간의 관계성을 발견될 경우 해당 그룹들을 서로 가깝게 재배치한다. 또한, 그룹핑이 잘못 되었다고 판단될 경우 스틱노트들을 재구성하며 재배치를 반복 하다

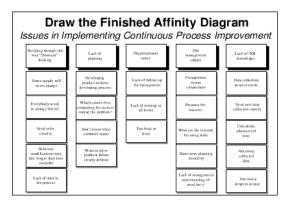




Step 3 | 그룹별 대표단어 도출

이 단계에서는 각각의 아이디어 그룹으로부터 대표단어를 도출한다. 대표 단어는 하위개념들을 모두 포함하는 의미를 지닌 것으로 그룹 내 모든 아이디어들과 본질적으로 연결성을 지닌다. 다른 아이디어들과 구별되도록 다른 컬러의 스틱노트에 적어서 각 그룹의 상단에 붙인다. 두 개 이상의 스틱노트가 그룹핑되면 대표단어를 만들 수 있다.

또한, 연관성을 지닌 두 개 이상의 그룹들이 각각의 대표단어 (Header card)를 가진 경우, 두 개 이상의 대표단어에 대한 상위개념의 대표단어를 작성하여 계층구조를 만든다.

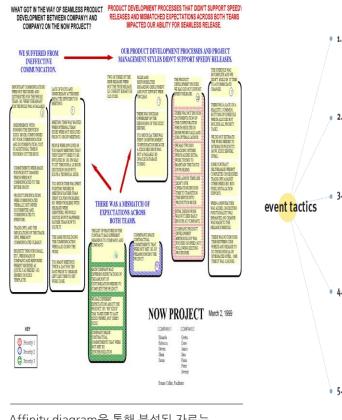




Step 4 | 결과 정리

대표 단어 등을 통해 그룹간의 관계를 연관시켜 조직화된 아래와 같은 최종 결과물을 얻는다. 각 아이디어 및 아이디어 그룹에 대한 리뷰 그룹간 상관관계 등을 보다 명확하게 정리한 도표 과정 및 결과를 정리한 도큐먼트가 최종 결과물이 된다.

How to get an unprecedented share of attention in Beijing:



Affinity diagram을 통해 분석된 자료는 각 그룹간의 상관관계를 명확하게 조망할 수 있다. (출처 : http://jamin.org/service-design-for-tsa/)



Case Study | Foster flow at the airport security screening stations

다음 사례는 2007년 CMU에서 1주일간 진행된 "공항 안전서비스 개선"을 위한 서비스디자인 프로 젝트의 예시이다. 자세한 내용은 다음 사이트에서 확인할 수 있다. (출처 : http://jamin.org/service-design-for-tsa)



Affinity Diagram은 종합적으로 정보를 조망할 수 있는 기회를 준다.



Affinity Diagram 로부터 Insights 를 발견하고, 그로부터 Design principles를 도출한다.



Principles와 연계된 아이디어 스케치가 정리된 컨셉 카드를 만든다.



Principles와 연계된 컨셉카드에는 디자인 정보가 포함되며 색상 등을 활용하여 직관적으로 구분할 수 있도록 한다.



Design Activities : Persona 퍼소나 (Persona)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형: Skill & Technique

목적: 서비스 사용자 대표 그룹 개발

Overview | 목적 및 기대효과

유사한 사용 패턴을 지닌 고객 그룹의 대표 정의를 위해 사용한다. Market segments와 달리 고객의 사용(소비)에 집중하며 사용자 행위를 분석을 통해 소비자 행동과 주변 정황의 상세 전달하고 소비자의 드러나지 않은 행동 동기 분석한다.

퍼소나는 서비스의 특성과 필요 요소에 대한 판단 기준 제공함으로써 디자인 의사 결정에 도움이 된다. 또한 개발자, 디자이너 및 임직원 간의 원활한 의사소통의 매개역할을 한다.

연관개념

퍼소나와 연관된 개념은 다음과 같다.

사용자 프로파일 (User Profiles)

사용자 프로파일은 인구통계학적 정보, 사진, 이름, 직업, 자녀 유무 등 짧은 소개글로 구성되며, 디 자이너가 생각하는 전형적인 사용자 타입에서 비롯된 경우가 많다. 퍼소나 개발과정에 사용되는 경 우, 더 중요한 정보를 생생하게 전달하기 위한 보조 장치 역할을 한다.

사용자 역할 모델 (User Role Model)

사용자 역할 모델은 특정 사용자 그룹의 특성을 일반화하는 분석하는 기법이다. 소비자 니즈, 관심사, 기대, 행동패턴 등 일반적인 특성을 나열한다. 사용자 역할 모델은 사용자의 목표를 포함하지 않으며, 사용 동기와 서비스가 활용되는 주변 정황 등의 중요한 정보의 전달이 어렵다. 퍼소나처럼 실제 소비자로 표현되지 않기 때문에 실제감이 떨어진다.

시장 세분화 (Market Segments)

시장 세분화는 마케팅영역에서 주로 사용된다. 사용자의 인구통계학적 정보를 중심으로 제작하며, 구매 패턴과 제품 구매의사에 초점을 둔다. 반면, 퍼소나는 사용자의 목표와 동기, 행동 패턴이 더 중 요 정보이다.

Preparation | 실행 준비

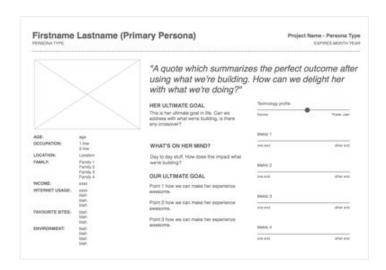
사용자 관찰 데이터와 인터뷰 데이터를 기반으로 퍼소나 가설 작성

퍼소나 가설이란?

- 퍼소나 가설을 세울 때, 인구 통계학적 정보만 포함해서는 안된다.
- 실제로 제품을 이용할 법한 사용자의 행동 패턴을 바탕으로 제작해야 한다.
- 각 퍼소나의 행동 패턴은 명확히 구분돼야 한다.

퍼소나를 위한 기본 질문 사항

- 어떤 특성을 가진 사람이 이 서비스를 사용하는가?
- 각 소비자 그룹의 니즈와 행동 패턴은 어떻게 다른가?
- 어떤 종류의 소비자 행동을 관찰해야 하는가?
- 어떤 타입의 환경을 조사해야 하는가?



Process | 실행 과정

Step 1	행동 변수 파악	
Step 2	Step 2 인터뷰 참여자와 행동 변수 관계 파악	
Step 3	중요 행동 패턴 분석	
Step 4	특성과 목표 설정	
Step 5	Step 5 정보의 완결성 - 누락된 정보는 없는가?	
Step 6	행동 패턴과 주요 특징을 중심으로 상세 설명 작성	
Step 7	퍼소나 종류 결정	

주의사항!

- 반드시 리서치 과정에서 관찰한 사용자의 행동을 바탕으로 목표를 도출해야 한다.
- 퍼소나는 특정 제품과 특정 상황에 따라 다르게 제작해야 한다.

Step 1 | 행동 변수 파악

사용자 행동 방식을 관찰한 내용을 토대로 행동 변수를 구성한다. 관찰 행동 변수를 나열한 후, 미리 제작한 퍼소나 가설을 바탕으로 내용을 추가하거나 삭제한다. 자료를 정리하면서 주의를 기울여야 할 변수는 다음과 같다.

- 1. 활동내역 (사용자가 어떤 행동을 하는가?)
- 2. 태도(사용자가 제품의 기술과 전문 영역에 대해 어떻게 생각하는가?)
- 3. 동기(제품의 전문 영역에 발을 들인 이유가 무엇인가?), 기술(제품의 기술과 전문 영역과 관련된 사용자의 능력과 기술이 무엇인가?)

Step 2 | 인터뷰 참여자와 행동 변수 관계 파악

행동 변수 별로 인터뷰 참여자의 위치를 도식화한다. 이 때 정확한 위치보다는 서로간의 상대적인 위치가 더 중요하다. 이 과정을 마치고 나면 유사한 행동을 보인 사용자끼리의 그룹을 확인 할 수 있게 되며, 중요한 행동 패턴이 무엇인지 파악 할 수 있다.

Step 3 | 중요 행동 패턴 분석

각 행동 변수마다 사용자 그룹을 확인한다. 6개~8개 정도의 행동 변수에서 항상 같은 그룹에 속한 사용자들을 찾는다. 이들의 행동은 중요한 행동패턴으로 간주할 수 있다.

Step 4 | 특성 파악 및 목표 설정

찾아낸 행동 패턴의 세부적인 내용을 결정한다. 하루의 업무나 환경을 묘사하거나, 기존 사용하는 제품의 특성과 문제점 설명한다. 주변 사람들과의 관계를 설명하기도 한다.

Step 5 | 정보의 완결성 - 누락된 정보는 없는가?

2단계에서 작성된 관계도를 바탕으로 퍼소나의 특징과 목표 중에 빠진 정보가 없는지 검토한다. 각 퍼소나가 명확하게 다른 특성을 지니고 있는지 확인한다.

Step 6 l 행동 패턴과 주요 특징을 중심으로 상세 설명 작성

퍼소나의 특징을 글로 풀어 서술한다. 상세설명과 함께 퍼소나를 대표하는 사진도 찾는다.

Step 7 | 퍼소나 종류 결정

지금까지 제작한 퍼소나를 중요도에 따라 구분한다. 서비스 디자인의 대상이 되는 가장 중요한 사용자 그룹을 1순위 퍼소나로 정한다. 1순위 퍼소나가 만족되면 2순위 퍼소나의 요구사항도 대부분해결된다. 하지만, 2순위 퍼소나는 추가적으로 특정 니즈를 갖고 있을 수 있다. 이 경우, 1순위 퍼소나의 니즈를 방해하지 않으면서 2순위 퍼소나의 추가적인 요구사항을 만족시켜야 한다. 또한, 1순위, 2순위 퍼소나가 아닌 나머지 사용자 모델은 추가 퍼소나가 된다. 추가 퍼소나의 개수는 필요한 대로 만들 수 있다. 그 외 다음과 같은 퍼소나가 있을 수 있다.

- 구매자 퍼소나: 구매자 퍼소나는 사용자가 아닌 구매자의 니즈를 대변한다. 구매자 퍼소나는 2순 위 퍼소나와 비슷한 수준으로 다뤄야 한다.
- 접대받는 퍼소나 : 제품을 사용하는 사람으로부터 직접적인 영향을 받는다.
- 부정적 퍼소나: 디자인할 때 피해야 하는 사용자를 말한다. (출처: 퍼소나로 완성하는 인터랙션 디자인 About face 3)

고객여정맵을 통해 서비스 조직, 경험, 구성과 같은 내용을 정밀하게 분석할 수 있다.



(출처: http://userpathways.com/2008/02/user-stories-or-personas)





(http://wiki.fluidproject.org/display/fluid/Persona +Format)

(http://wiki.fluidproject.org/display/fluid/Persona +Format)

Case Study | Format (Summary)

	Nam	ne - Primary Persona	
	Tagline		
Photo	* Age * Role * Field of Study * Level of Computer Expertise	Main Points	
Goals .			
Frustrations and Pain Points	Narrative (A few personal details and "a day in the life" in relation to our domain, course administration and content management. Probably will include quite a bit of info on LMS use initially, but later on may include more abut uPortai)		
Scenarios (Titles)			

http://wiki.fluidproject.org /display/fluid/Persona+For mat

Case Study | Format (More Detail)

.0		Name - Primary Persona
		Tagline
Photo		Persona Scales
***		Scenarios (Expanded Version)
•	Teaching (or Studying)	Organization (or Class Structure) Working with Colleagues (or Working in Groups)

http://wiki.fluidproject.org /display/fluid/Persona+For mat



분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형 : Skill & Technique 목적 : 서비스 아이디어 구체화

Overview | 목적 및 기대효과

포스터는 종이 위에 시각적 표현을 통해 강렬한 메시지를 전달하는 기법이다. 포스터는 보다 현실적이고 다양한 해결책을 구상하는 데 효과적인 방법으로 서비스 아이디어와 현실 사이의 관계를 이해하는 기회를 제공한다.

서비스 "포스터"는 서비스가 앞으로 해 나갈 일종의 프로모션 광고 시뮬레이션으로 서비스의 이정표 역할을 할 수 있다는 점에서 Tomorrow Headlines와 유사한 역할을 한다. 또한, 포스터의 정교화를 통해 새로운 제품을 어떻게 시장에 투입하고 소비자들에게 좋은 인식을 심어줄지를 상상할 수 있다.

연관개념

Tomorrow Headlines
Evidencing
Moodboard

Process | 실행 과정

형식적으로는 일반적으로 알고 있는 포스터와 동일하다. 컨셉 및 프로젝트 목표가 수립되면 디자인이 진행된다. 컨셉을 도출하는데 필요한 여러 다양한 서비스디자인 툴이나 방법론이 선행될 수 있으며, 특히 무드보드와 같이 컨셉을 보다 정교화하기 위한 방법이 포스터 제작 이전 단계에 수행 될 수 있다.

Case Study 1

'SHARE WAY' by Valentina Novello and Peggy Thoeny at Interaction Design Institute Ivrea

SHARE WAY는 지역 당국에 의해 무료로 안전한 합승 서비스가 시민들에게 제공되도록 하는 프로젝트이다. 이 서비스의 목적은 대중 교통을 보완하기 위해 개인 차량이라는 대안을 제공하는 것이다. 디자이너에 의해 만들어진 포스터들은 서비스 아이디어를 설명하거나, 잠재적인 고객들에게 서비스를 설명하는 데 도움이 되었다.



(http://www.designinginteractions.com)

Case Study 2

'Visualization tool for design plan' p.17-23 by Francesca Valsecchi

- 이 슬라이드에서 설명하는 포스터의 정의는 다음과 같다.
- 포스터는 간결하고 감정적인 방법으로 스토리를 묘사한 기억하기 쉬운 이미지이다.
- 포스터의 제작에는 시각적인 연상 능력과 텍스트로 된 이야기의 주제 및 분위기를 스케치를 통해 묘사하는 능력을 사용한다.
- 포스터는 제공되어야 할 서비스에 대한 약속이자 홍보 이미지이다.
- 포스터는 서비스의 특성을 예로 보여주기 위해서 시각적인 것과 쓰여진 메시지를 통합한다.



(http://www.slideshare.net/urijoe/visualization-tool-how-communicate-the-service-design-concepts-presentation)



Design Activities : Prototype 프로토타입 (Prototype)

분류: 서비스 컨셉 및 아이디어 개발

유형: Skill & Technique

목적: 서비스 구체화를 통한 고객반응 확인

Overview | 목적 및 기대효과

개발 과정에서 도출된 아이디어를 시각화하여 실행 전 점검하고, 서비스 모델을 구축하는 과정으로 서 소비자 데이터 분석이 목적이다. 서비스 개발 프로세스 내 반복적인 이용이 가능하다. 목업 (Mock-up)과 유사하나 목업과 같은 Low-Fidelity 만 있는 것은 아니다.

프로토타입을 통해 무형의 서비스에 대한 구체화를 통해 이해관계자 및 소비자의 반응을 관찰할 수 있다. 따라서, 서비스 디자인 과정 중 필요에 따라 다양한 프로로타입을 적용함으로써 즉각적인 서비스 모델의 수정이 가능하다. 또한, 프로토타입은 개발자(디자이너, 엔지니어, 마케터)들과 사용자(고객) 간의 소통 원활하게 한다. 서비스 이해관계자 및 고객의 추가적인 니즈와 불편 등 파악하고서비스를 개선하는데 활용된다.

프로토타입의 장점	프로토타입의 단점
 서비스 개발 기간 단축 서비스 개발 비용 단축 소비자 참여를 통한 양질의 피드백 소비자 기대사항 확인 소비자 만족도 충족 서비스 개선점 도출 	 불충분한 데이터 분석 야기 소비자의 높은 기대치 (프토로타입임에도 불구하고 최종 결과물의 기대) 서비스 디자이너의 프로토타입 과신으로 인한 오류 최종 결과물 없이 프로토타입 단계에서 실행의 오류 세밀한 서비스 개발과정일수록 시간단축 효과 없음

연관개념

- Low Fildelity Prototype
- High Fidelity Prototype
- Paper Prototype
- Rough Prototype

- Mock Up
- Sketching Prototype
- Interactive Prototype
- Experience Prototype

'Townplace Suites for Merriott' by IDEO

"메리어트의 장기투숙호텔인 'Town Place Suite'는 투숙객의 출장이 갑자기 연장되었을 때고객의 니즈를 충족시키는 것이 문제였다. IDEO는 '경험에 대한 블루프린트'를 제공함으로써 출장이 연장되었을 때의 투숙객의 행동에 대한 로드맵을 제공하였다. 이것을 통해 고객의 여행 여정의 주요 Touchpoint 들이 정리되었고, 서비스와 필요 공간을 개발할 수 있었다. 예로, 로비의 경우 호텔이라는 느낌보다 '집'과 가깝게 느끼도록 개조하였다. 이 로비는 투숙객들이 직접 추천한 지역 명소들의 지도를 벽에 걸었고, 그와 더불어 DIY Concierge가 가능하고 각종 음식이 저장되어 있는 저장고가 로비에 놓였다. 객실은 변형이가능한 work/live 레이아웃을 디자인하여 비즈니스와 휴식이 모두 가능한 공간을 디자인하였다.

IDEO는 Marriot의 고객과 매니저들과 함께 Rapid Prototyping을 개발함으로써, 'early feedback loop'와 실행 비용을 줄이는 방법을 사용했다. 1:1 실사이즈의 MDF Mockup을 통해 주요 기능들을 색상으로 주목시키고, 실제 경험과 같은 서비스를 제공함으로서 최종 설계시의 비용 부담을 줄였다. 이러한 프로토타입은 아이디어에 의해 생길 수 있는 문제점들을 해결하고, 투숙객과 매니저들이 직접 경험을 가능케 할 뿐 아니라 그것들을 어떻게 향상시킬 수 있을지에 대해 의견을 나눌 수 있게 했다.







'Townplace Suites for Merriott' 목업 및 결과물

프로토타입은 디자인 팀과 클라이언트 사이에서 만들어질 수 있는 잘못 될 수 있는 상황을 미리 파악할 수 있게 한다. 이 과정이 디자인 초기과정에 서 소개가 된다면 스피드 있게 진행됨과 동시에 실수들을 정의할 수 있고 새로운 다른 시도를 할 수 있는 자신감을 심어준다. 이런 것들을 살펴볼 때 첫 주에 만들어낸 값싼 MDF Mockup을 통해 우리는 더 많은 것을 배울 수 있었다."

출처: 디자이너가 더 나은 서비스를 만들 수 있을까? (Designing Services with Innovative Methods 2009, Fran Samalionis, 전 IDEO 서비스 디자이너)

*번역본 전문 http://cafe.naver.com/usable/1283

Toolkit Index 한글 가나다 순

```
\neg
경험 프로토타입 (Experience Prototype) ··· 01
고객여정지도 (Customer Journey Map) ··· 03
그룹 스케치 (Group Sketching) ··· 10
동기 매트릭스 (Motivation Matrix) ··· 13
2
레고시리어스플레이™ (Lego Serious Play™) ··· 16
마인드맵 (Mind Map) ··· <u>18</u>
무드보드 (Moodboard) ··· 22
人
상호작용 테이블 (Interaction Table) ··· 25
서비스 프로토타입 (Service Prototype) ··· 28
스토리텔링 (Storytelling) ··· 31
0
업무 분석 그리드 (Task Analysis Grid) ··· 33
역할극(Role Playing) ··· 35
역할 스크립트 (Role script) ··· 38
역할자 맵 (Actors Map) ··· 40
이슈 카드 (Issue Cards) ··· 44
天
증명하기 (Evidencing) … 48
大
친화도법 (Affinity Diagram) ··· 51
П
퍼소나 (Persona) ··· 55
포스터 (Poster) ··· 60
프로토타입 (Prototype) ··· 62
```

Toolkit Index

Alphabetical Order

```
Α
Actors Map (역할자 맵) ··· 40
Affinity Diagram (친화도법) … 51
С
Customer Journey Map (고객여정지도) · · · 03
F
Evidencing (증명하기) ··· 48
Experience Prototype (경험 프로토타입) ··· 01
G
Group Sketching (그룹 스케치) ··· 10
Interaction Table (상호작용 테이블) ··· 25
Issue Cards (이슈 카드) ··· 44
Lego Serious Play™ (레고시리어스플레이™) ··· 16
М
Mind Map (마인드맵) ··· 18
Moodboard (무드보드) ··· 22
Motivation Matrix (동기 매트릭스) … 13
Р
Persona (퍼소나) ··· 55
Poster (포스터) ··· 60
Prototype (프로토타입) ··· 62
R
Role Playing (역할극) ··· 35
Role script (역할 스크립트) ··· 38
S
Service Prototype 서비스 프로토타입) ··· 28
Storytelling (스토리텔링) ··· 31
Т
Task Analysis Grid (업무 분석 그리드) ··· 33
```

Reference (자료 출처)

인터넷 자료

- 2010 서비스디자인사례 엔진 ANA 런던 워크숍
- http://www.ticsi.org
- www.livework.co.uk
- http://www.visualcomplexity.com
- http://lovelearn.wordpress.com
- http://cargocollective.com
- Arnold Tukker & Ursula Tischner(2006), New Business for Old Europe.
- www.designcouncil.org.uk
- http://wiki_fluidproject.org/display/fluid/Persona+Format
- https://gcn.civilservice.gov.uk
- http://hbr.org/
- http://www.site-optimiser.com.au/user-experience/tas k-analysis-grid
- Illinois Institute of Technology, http://www.id.iit.edu
- https://www.gov.uk/designprinciples
- http://en.wikipedia.org/wiki/Mind_map
- http://jamin.org/service-design-for-tsa
- http://www.seriousplay.com/
- http://jasonfurnell.wordpress.com/
- · Interaction Design Institute Ivrea
- http://www.servicedesign.net.au/page/banking-servic es-by-neoteny
- How to prototype and influence people, Aza Raskin, C reative Lead for Firefox, 2010 via slideshare
- http://www.franknoz.com/experience-prototyping
- http://www.namahn.com/news/2011/11/service—design—workshop—creativity—world—forum
- http://sva.isotope221.com/streamline.html
- http://soldierant.net/archives/2005/10/flickr_user_mod.html
- IDEO / The Design Charrette
- http://www.enginegroup.co.uk/service_design/m_pag e/service_specification_document
- http://wearesnook.com

문헌 자료

- 서비스 모델 개발 표준 가이드라인, 베타리서치앤컨설팅, 2009
- 오동우, 주재우(2012) 사용자 경험조사를 위한 입장 바꾸기 방법
- 유민호(2010), 서비스디자인 사례연구, 커뮤니케이션디자인학연구
- Arnold Tukker & Ursula Tischner(2006), New Business for Old Europe.
- Gupta, (1995) "A stakeholder analysis app roach for interorganizational systems
- Ulrich and Eppinger (1995), distinguish fou r steps in the process of establishing the t arget specifications
- http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/1999/ wa/fo_service_specifications.pdf



