UX Insight

즐거운 미식생활의 시작

Catch Table 앱 리뷰

분석 시점: 2023년 1분기

목차:

3-9p **파인다이닝 큐레이션 및 예약** by 최수진 프로덕트 디자이너

10-18p **레스토랑 함께 고르기** by 한해원 대학생

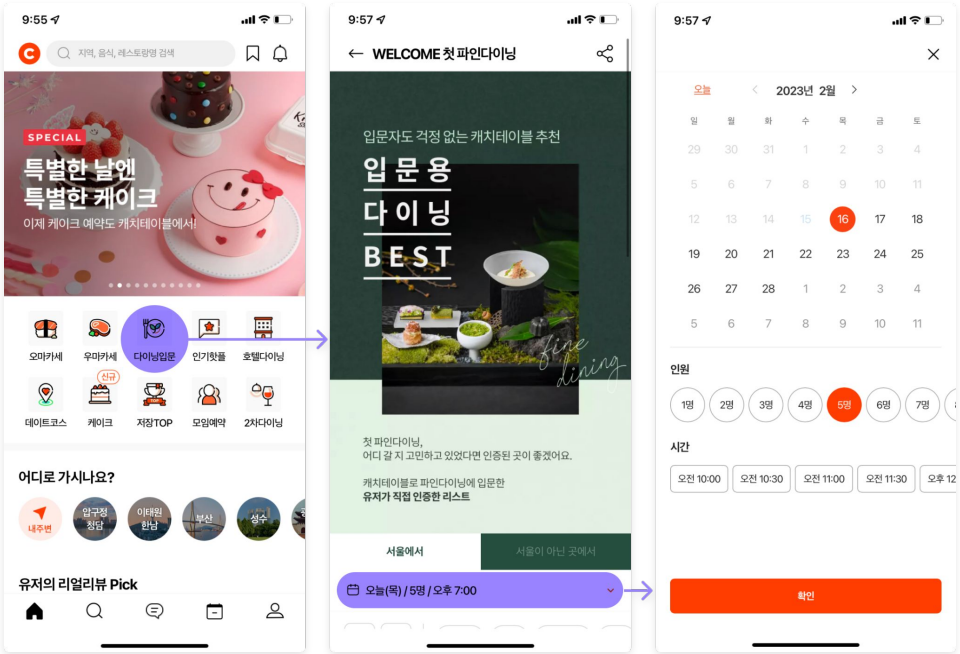
19-29p **검색기능 속 필터링** by 김대영 프로덕트 디자이너

파인다이닝 큐레이션과 예약 기능 리뷰

분석자 소개: 인문학과 자유, 다양성을 중시하는 그래픽 및 프로덕트 디자이너, 최수진

자유와 다양성을 존중하며 세계와 문화에 무한한 관심을 가진 디자이너입니다. 주로 집중해온 것은 프로덕트 디자인과 그래픽 디자인이며, 현재 토론토를 기반으로 활동하고 있습니다. 세계를 여행하고 경험한 것을 기반으로 항상 좋은 디자이너가 되기 위해 노력합니다.

인상깊었던 부분



❶ Fine dining curation & ❷ reservation process

파인다이닝이 낯선 사람들을 위해서 '다이닝 입문' 이라는 큐레이션 항목을 두고,
파인다이닝 레스토랑 정보와 예약을 동시에 제공한다.

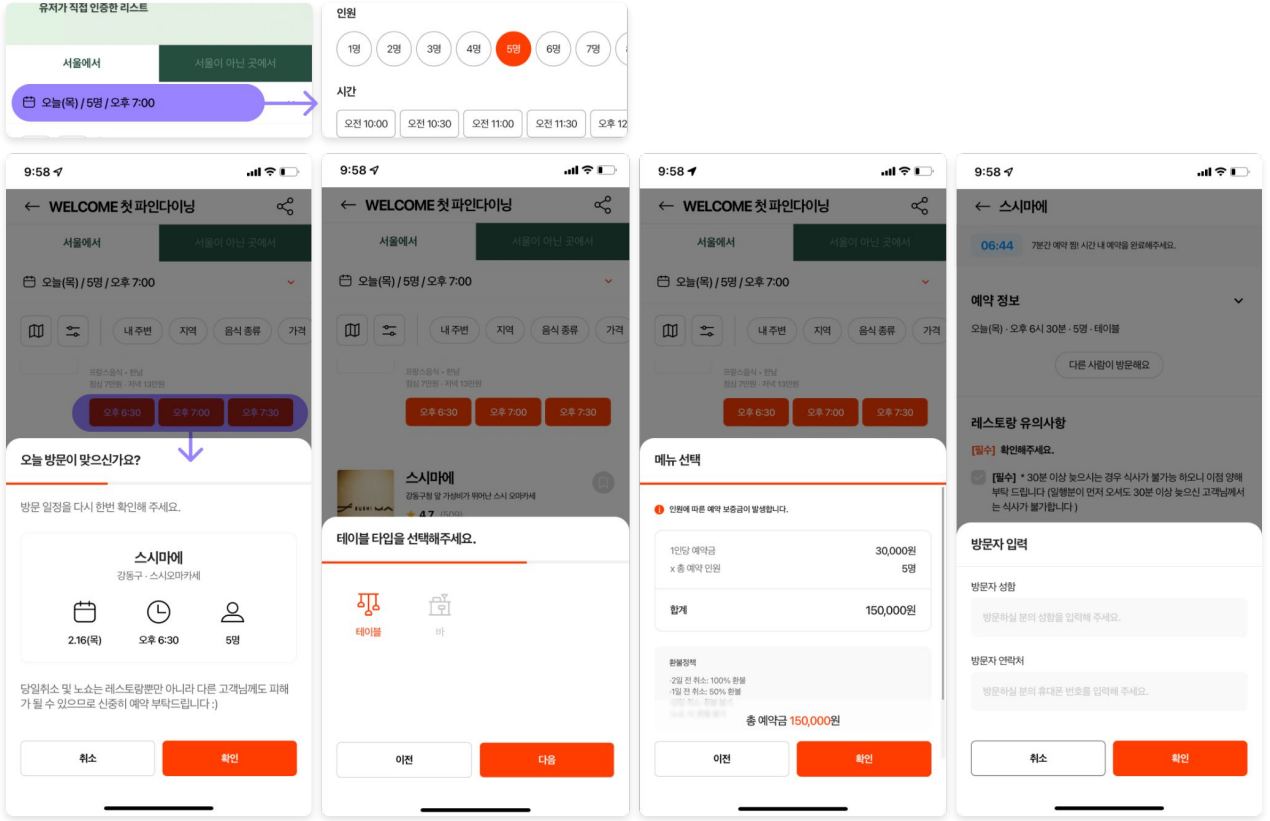
인상깊었던 부분

Hassle-free, easy fine dining

큐레이션된 리스트에 들어갔을 때 유저가 부담을 느끼지 않도록, 그리고 쉽게 접근할 수 있도록 설계된 화면. 화면에 처음 입장했을 때 뜨는 화면에는 인원과 날짜, 가장 사람들이 흔하게 저녁을 먹는 시간으로 맞춰져 있다.

변경을 하고 싶을 때는 눌러서 날짜와 인원, 시간대를 한번에 설정할 수 있도록 한다. 동시에, 스테이터스 바+바텀 시트를 동시에 사용함으로써 유저에게 중요한 정보를 집중시켜 보여주고 컨펌하도록 한다.

또한, 예약자가 아닌 사람이 방문하는 경우를 위해 '다른 사람이 방문해요'가 secondary CTA로 위치해있다..

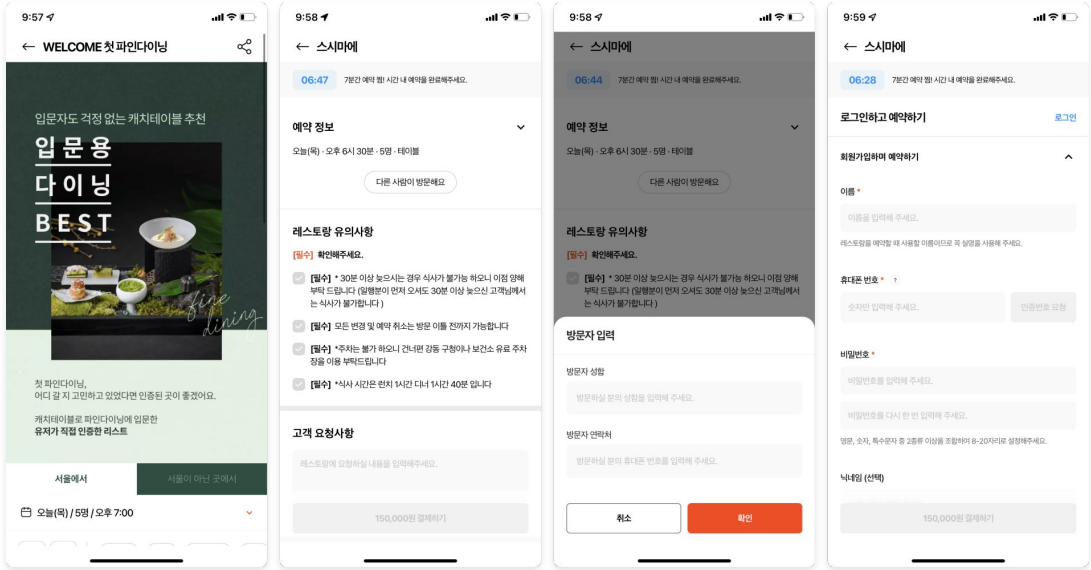


인상깊었던 부분

캐치테이블의 문제 해결

1. 다이닝이 낯선 유저층을 위해 파인다이닝이라는 카테고리로 특정 레스토랑을 묶는다.
2. 처음부터 가격대나 인원수, 요리 종류 등을 정하는 지루한 화면을 보여주기보다, 먼저 인기 있는 순으로 보여주면서 유저가 탐색하고 고민하도록 한다.
3. 음식점의 메뉴와 가격대를 쉽게 확인할 수 있게 함으로써 버짓을 계획할 수 있도록 한다.
4. 예약은 간단한 과정으로 컨펌이 가능하도록 하고, 동시에 유저가 명심해야할 부분은 명심하도록 한다.
5. 파인다이닝이 선물이 될 수 있다는 특성을 고려해 예약자 본인이 아닌 이가 선물로 받아 방문하는 것을 가정한 UX를 설정한다.

이를 통해, A. 유저는 만들어진 리스트에서 각각의 레스토랑과 메뉴, 가격 정보 등에 쉽게 접근하여 결정을 내리고 예약을 할 수 있다. B. 유저는 타인을 대신하여 예약해줄 수 있다



성과 측정 지표

파인다이닝을 통해 파인다이닝 예약이 잡힌 수

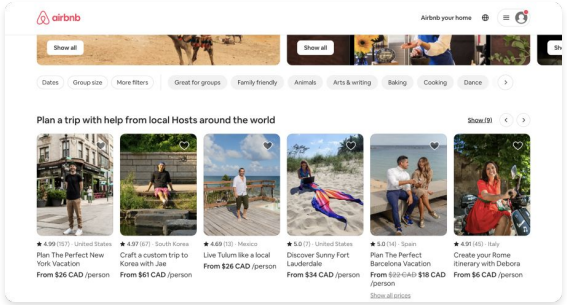
파인다이닝 큐레이션 외의 경로로 예약이 잡힌 수

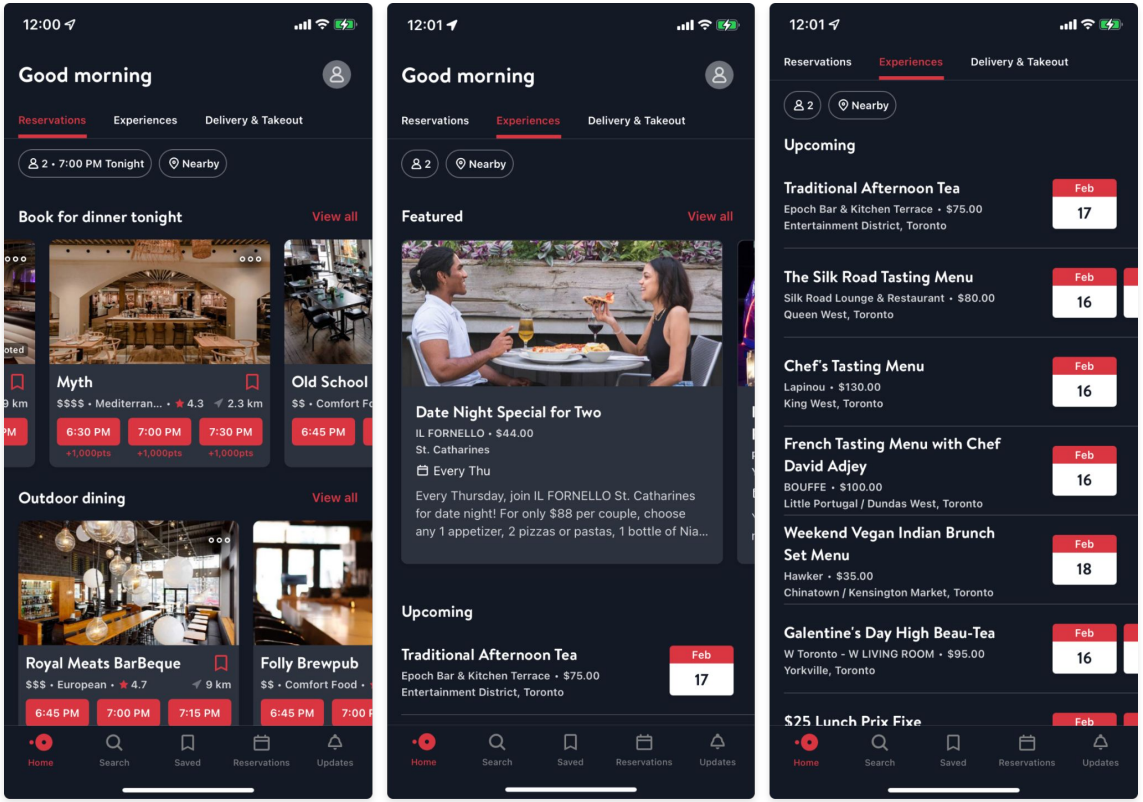
큐레이션 자체가 활용이 되는가에 대한 실험을 진행하기 위해서 어떠한 경로로 더 많이 예약이 진행이 되는지를 본다. 이 때에, *우마카세*와 같은 다른 큐레이션 항목들에서 만들어지는 예약의 수와도 비교하도록 한다.

비슷한 사례: 오픈테이블

오픈테이블은 북미에서 레스토랑 예약에 사용되는 앱으로, 캐치테이블처럼 날짜 및 시간대, 인원 수를 설정하여 예약을 하는 서비스이다.

차이점으로는 이곳에선 큐레이션을 제공한다기보단 에어비앤비의 'Experience' 처럼 특정한 테마로 구성된 패키지를 보여준다는 점이다.



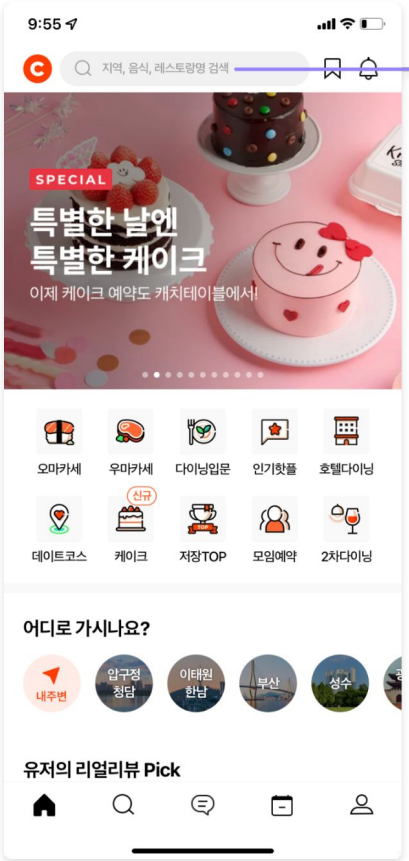


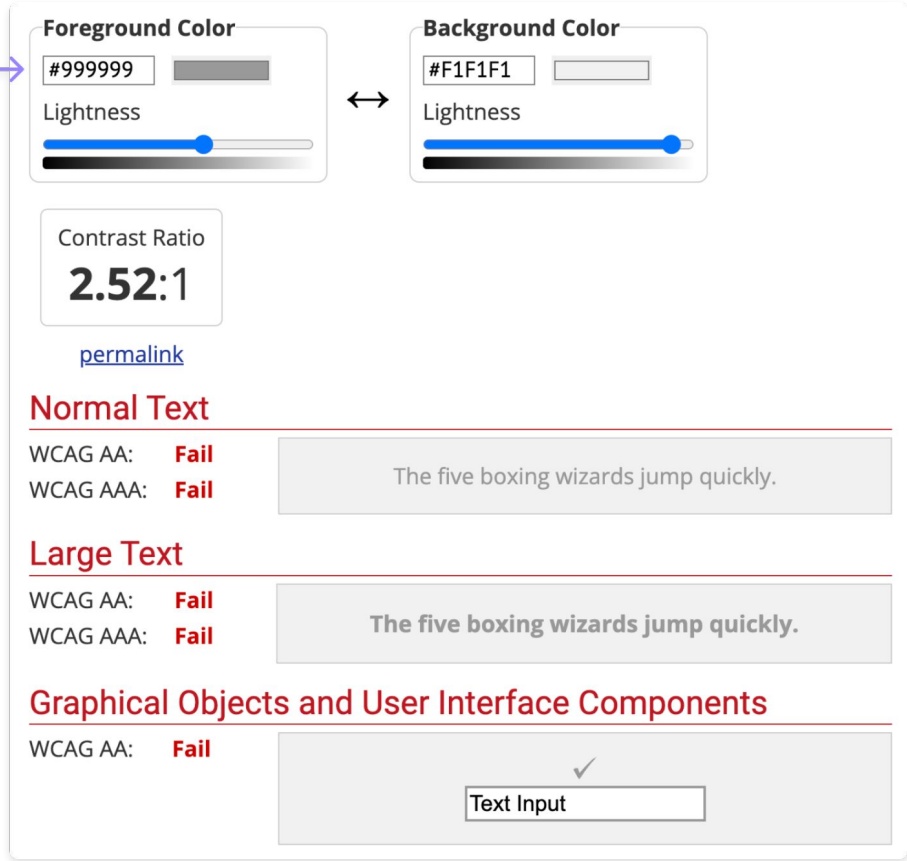
문제점 및 개선 아이디어

색 대비도 – 접근성 관련

전반적으로 아기자기하고 오밀조밀하게 잘 이루어진 UI지만, 폰트 사이즈 증가폭 허용 정도를 높이는 게 좋을 것 같다. 너무 작은 편에 속한다.

특히 윗쪽 search bar 안의 ghost text 및 아이콘은 contrast test를 통과하지 않은 대비다. 글씨가 매우 작은 데에 모자라 대비도가 크지 않아 보기가 힘들다. 전반적으로 시각장애가 있는 경우 (시력이 안 좋거나 난시인 경우를 포함), 사용하기 어렵게 디자인된 느낌이 강하다.

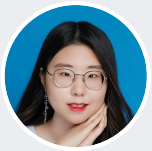




레스토랑 함께 고르기

기능 리뷰

분석자 소개: 세상에 긍정적 변화를 만들어내고자 하는 대학생, 한해원



창업심화전공으로 경영학을 공부했고 졸업을 앞두고 있습니다. 변화에 대한 민첩한 시선으로 세상에 긍정적 영향력을 미치고자 노력하며, 꾸준한 기록과 회고, 성장을 즐기는 탐험가입니다. 비즈니스와 유저 측면에서 중요한 문제를 정의하고 풀어내는 일과 변화를 앞당길 혁신적인 스타트업을 발굴해 힘을 보태는 일에 관심이 큽니다. 연세대학교 IT 경영전략학회에서 다양한 산업의 IT 기업과 서비스기획 프로젝트를 진행했고, 마케팅 인턴과 VC 투자팀 인턴을 경험했습니다.

인상깊었던 부분

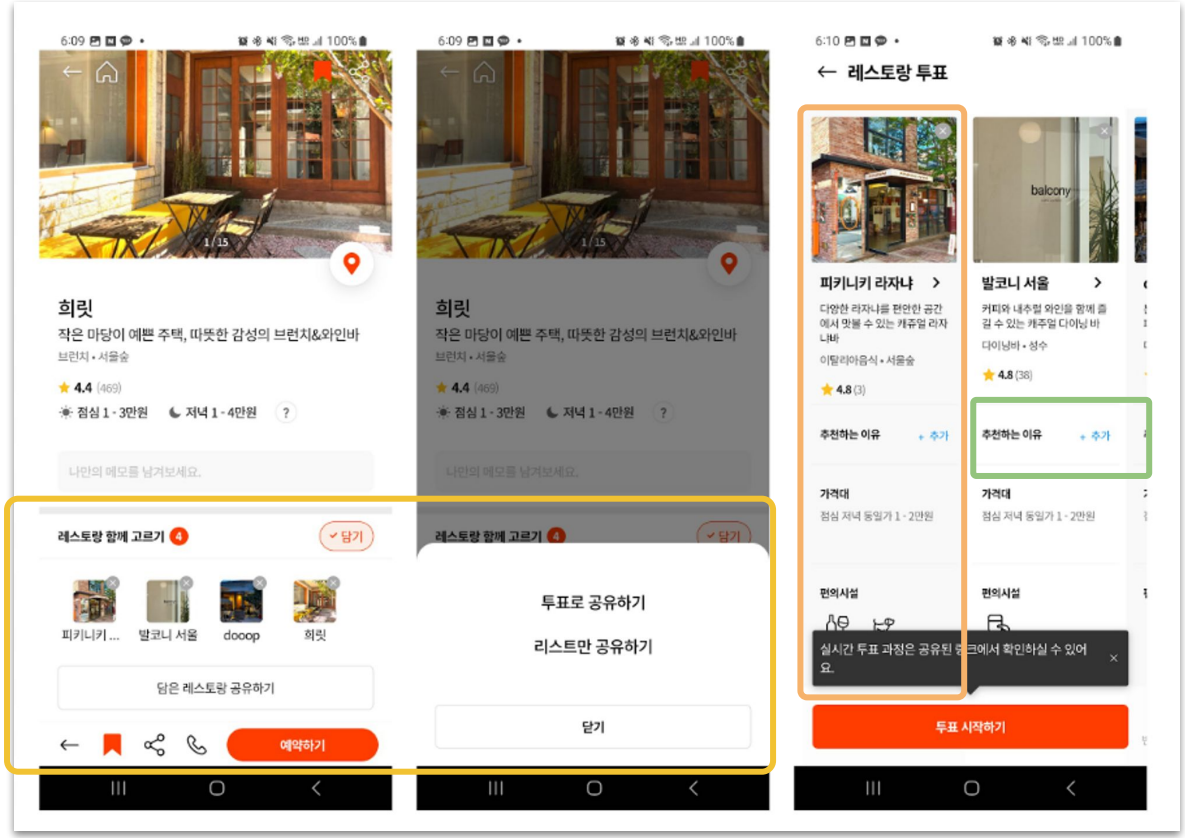
레스토랑 비교 및 투표 기능

기본적으로 예약의 니즈는 혼밥보다 단체 방문일 경우가 더 많은데 다른 사람과 함께 갈 식당을 고르는 상황에서 실제 유저의 행동 양식과 페인 포인트를 잘 짚어내 추가된 신기능

레스토랑 상세 페이지에서 '담기' 버튼을 클릭해 추가(최대 10곳) - 후보군 레스토랑을 모두 담았다면 '담은 레스토랑 공유하기' 버튼 클릭 - 투표로 공유하기 vs 리스트만 공유하기 선택

레스토랑 상세 페이지로 연결되는 버튼, 간단한 레스토랑 소개 문구, 별점, 추천하는 이유, 가격대, 편의시설, 주차정보, 주류 및 콜키지 정보가 **세로로 간략히 정리된 비교 화면**이 생성됨

이때 **추천하는 이유**는 리스트를 만드는 유저가 직접 추가 가능



인상깊었던 부분

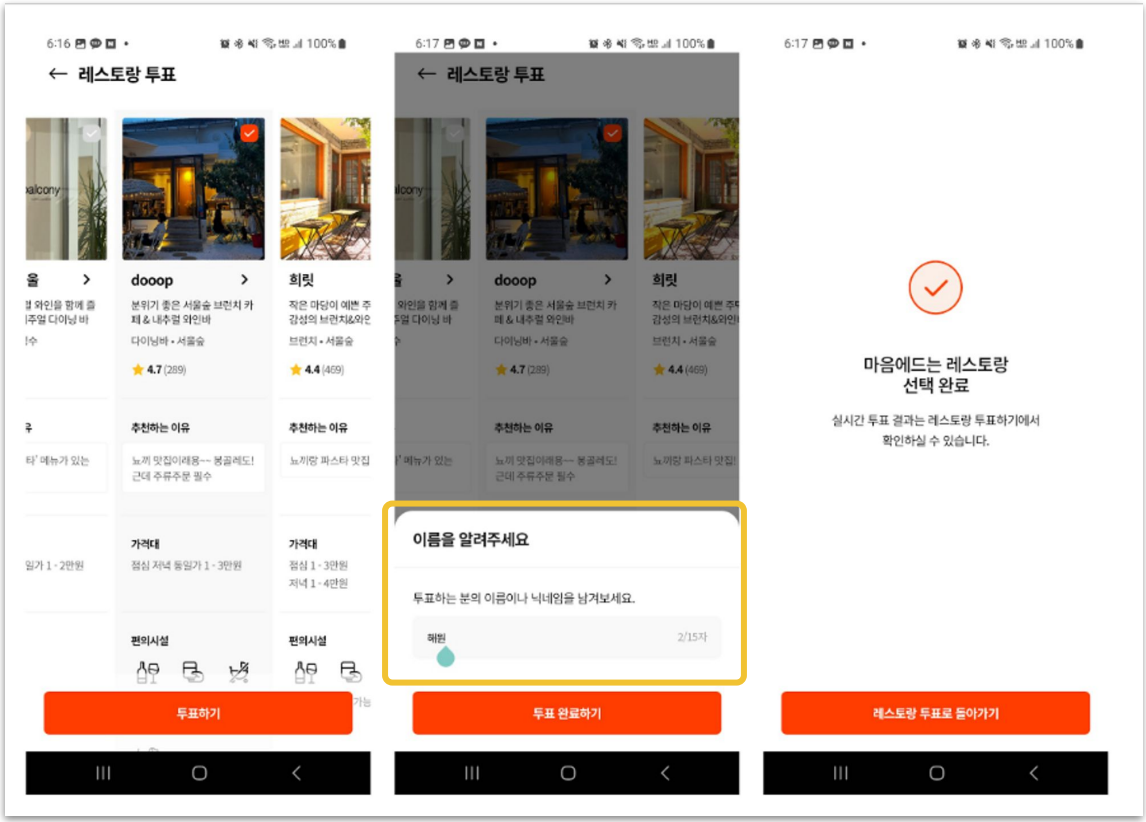
투표 시작하기 클릭 시 친구에게 공유할 수 있는 링크가 생성됨

투표 링크를 공유받은 유저가 마음에 드는 레스토랑에 투표할 수 있음

투표할 때 투표자 이름/닉네임을 기재해야 함

투표 링크를 공유받은 유저가 마음에 드는 레스토랑에 투표할 수 있음

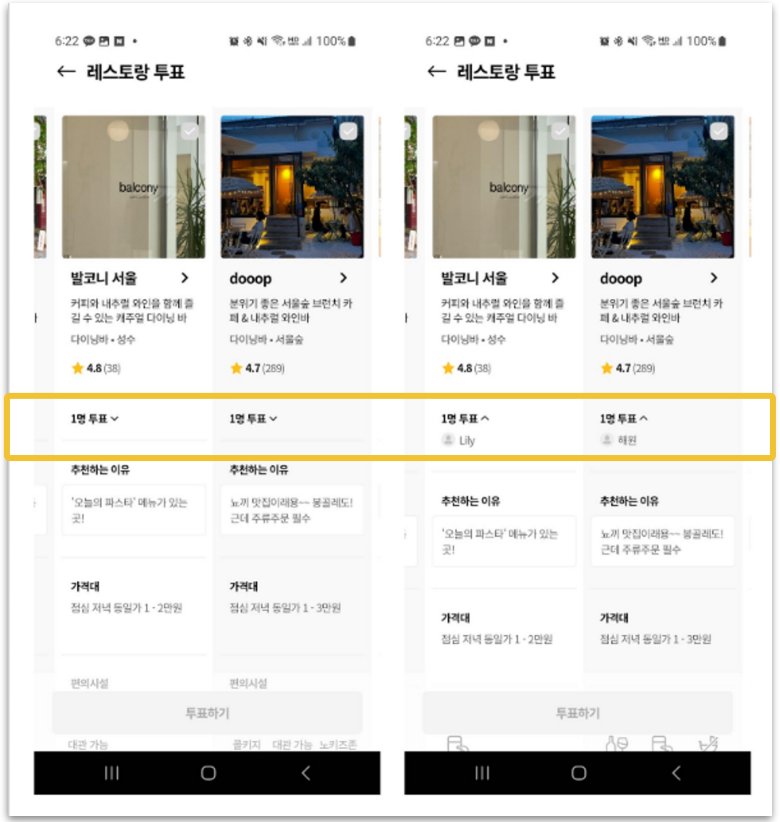
투표할 때 투표자 이름/닉네임을 기재해야 함



인상깊었던 부분

실시간 투표 결과는 공유된 링크에서 바로 확인할 수 있음

기본적으로 몇 명이 어느 레스토랑에 투표했는지 나와있고, 토글을 열면 어떤 유저가 어디에 투표했는지 확인해볼 수 있음



인상깊었던 부분

유저 특이점

상황: 친구들과의 모임에서 식사 장소를 미리 결정해야 함

유저 특성: 아무거나 대충 먹기는 싫고, 맛집을 찾고 싶음

AS-IS

- #1 맛집 검색
  - 확인할 요소: 위치, 메뉴, 가격, 후기, 영업시간, 특이사항, 예약 가능 여부 등
  - 네이버 통합검색(블로그 리뷰), 네이버 지도, 카카오맵, 캐치테이블, 카카오톡 # 검색 등 활용
- #2 공유
  - 여러 서비스를 넘나들며 발견한 맛집을 친구들에게 공유하기 위해 다음과 같은 방법을 사용함
  - “얘들아 알아서 검색해봐” 형: 찾은 식당 이름들만 카톡으로 공유
  - “얘들아 링크 클릭해서 봐” 형: 식당 리뷰가 담긴 블로그 링크 혹은 식당 지도 링크를 공유
  - “얘들아 카톡에서 바로 봐” 형: 찾은 식당 이름을 카카오톡 # 검색으로 공유
- #3 비교
  - “얘들아 알아서 검색해봐” 형 → 모든 레스토랑을 직접 포탈 혹은 지도 서비스 등에 검색해보고 머릿속으로 비교
  - “얘들아 링크 클릭해서 봐” 형 → 공유된 링크를 개별적으로 클릭해보면서 머릿속으로 비교
  - “얘들아 카톡에서 바로 봐” 형 → # 검색을 각각 클릭해보면서 머릿속으로 비교
- #4 결정
  - 카톡 대화를 통해 논의 후 결정
  - 카톡 투표 기능을 통한 결정
  - 예약이 가능한 레스토랑이라면 미리 예약 진행
- Pain point
  - 맛집 검색 – 공유 – 비교 – 결정의 단계가 길고 복잡함
  - 최종 결정까지 여러 앱을 자주 넘나들어야 함

인상깊었던 부분

TO-BE (캐치테이블 사용 시)

- #1 맛집 검색 - 캐치테이블에서 지역 설정 후 맛집 탐색
- #2 공유 - 캐치테이블 레스토랑 함께 고르기 기능으로 투표 링크 생성 후 단톡방에 공유
- #3 비교 - 링크를 공유받은 유저는 생성된 투표 링크로 접속해 레스토랑 비교 후 투표
- #4 결정 - 메신저로 논의하거나, 카카오톡에서 투표를 직접 생성할 필요 없이 캐치테이블 링크에서 한번에 투표 및 결과 확인 가능

성과 측정 지표

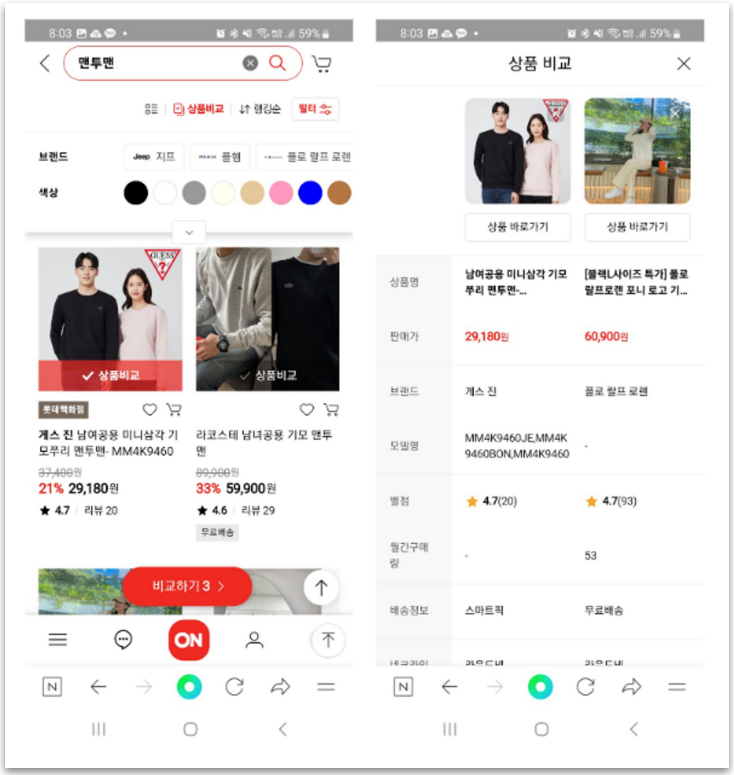
투표/리스트 링크 생성 건수

투표 링크를 통해…

- 신규 다운로드, 가입이 발생한 건수
- 예약이 발생한 건수

인상깊었던 부분: 롯데 ON 과 네이버 지도

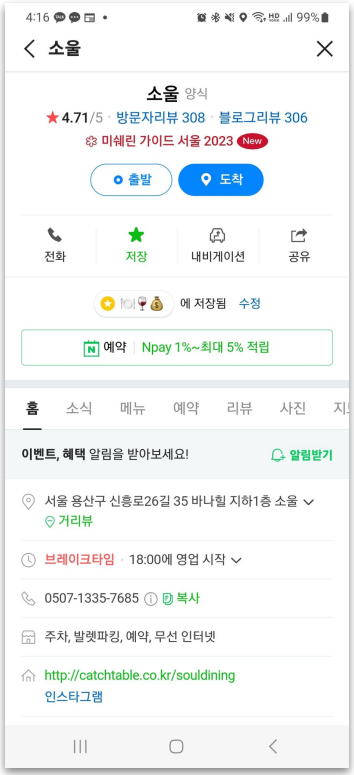
비교기능 레퍼런스: 롯데 ON



국내 레스토랑 예약 관련 서비스

네이버 지도(예약)

- 강력한 지도 기능 + 예약 기능
- 지도 탐색 후 서비스 이탈할 필요 없이 한번에 예약까지 가능
- But 다른 사람들과 함께 비교할 수 있는 기능 X
- 레스토랑이 네이버예약만 제휴 / 네이버예약 & 캐치테이블 동시 제휴 / 캐치테이블만 제휴 case 有
    - 보통 캐치테이블 링크가 네이버지도에 노출됨



문제점 및 개선 아이디어

개선 아이디어를 보기 위한 현 UX의 장점

1. 맛집 결정 과정의 간소화

비교&투표 기능의 신설로 맛집 검색 – 공유 – 비교 – 결정의 전 과정에서 모두 캐치테이블 앱을 사용할 수 있게 되었고, 다른 앱을 넘나들 필요성이 줄어듬

깔끔하게 정리된 리스트를 제공해, 링크를 공유받는 유저 입장에서 비교와 결정 자체가 훨씬 용이해짐

2. 캐치테이블 앱 체류시간 증대

기존에는 #1 맛집 검색 단계에서 캐치테이블을 사용하더라도, #2 공유 단계에서 쉽게 이탈이 발생했으나, 이제는 공유, 비교, 결정이 하나의 링크에서 가능하기에 이탈이 줄고 앱 체류시간이 증대될 것임

또한 이 기능을 한번 써본 유저의 경우, 기능의 편리함을 경험하고 애초에 #1 맛집 검색 단계에서 타 서비스에 먼저 들어가는 게 아니라, 캐치테이블을 켜서 모든 과정을 진행할 가능성이 커짐

3. 예약 건수 증가

타 서비스가 아닌 캐치테이블 앱을 사용해 맛집 링크가 공유된다면, 캐치테이블의 중요 지표일 것으로 예상되는 '예약'이라는 event가 발생될 가능성이 더 높아질 것임

4. **신규 유저 수 증가**

해당 투표 링크를 공유받은 사람이 아직 캐치테이블 앱을 설치하지 않았다면, 이때 앱을 설치할 가능성이 생길 것임

5. 타 서비스 대비 Edge로 작용

네이버지도(예약) 대비 Edge로 작용할 수 있을듯. 특히 하이엔드 레스토랑 예약의 경우 캐치테이블이 독점 가능.

> **결론으로, 이 UX가 성공적으로 유저 진입을 유치하고 체류 시간을 증대시키기 위해서는 아래와 같은 부분에서 개선과 분석이 필요하다:**
>
> 1. 해당 기능 관련 마케팅
>
> 2. 클릭해보고 싶게 하는 UI : 첫 접속 시 담기 버튼이 흔들린다거나…
>
> 3. 타 서비스로의 이탈이 발생하는 지점이 어딘지 지속적 파악 및 제거 필요

검색기능 속 필터링

기능 리뷰

분석자 소개: 일상 속 작지만 큰 변화들을 만드는 프로덕트 디자이너, 김대영

사용자의 니즈와 프로덕트의 가능성을 항상 연구하며 뉴욕에서 활동하는 작가 겸 프로덕트 디자이너입니다. 스타트업에서 대기업까지 여러 프로젝트에 참여하며 컨셉에서 론칭, 그리고 발전까지 사용자 경험을 설계 및 디자인하고 있습니다. 심리학과 인지과학을 공부하며 사용자 니즈의 보다 정확한 분석을 기반으로 한 프로덕트의 전략과 디자인을 만들기 위해 한 발 한 발 더 나아가려 노력합니다.

들어가며

코비드상황에 맞추어 발달된 미식의 소비문화는 사용자의 외식에 대한 인식을 “오늘 뭐먹지?” 에서 “##날 @@와 뭐먹지/어디가 적당하지?”로 변모 시켰다고 생각됩니다.

기존의 외식 서비스는 사용자가 원하는 조건을 맞추기가 어렵거나 관심가는 음식점을 찾더라도 예약을 확인하는 과정에서, 또는 전반적인 음식점 방문과정에서 다른 점을 발견하는 등 제한된 경험들이 많았어요. 장소선정부터 시작되는 **즐거운 미식생활** 사용자 경험과 이 경험이 프로덕트의 발전에 있어 중요한 역할을 하고 있다 생각되어 이 노트를 작성했어요.

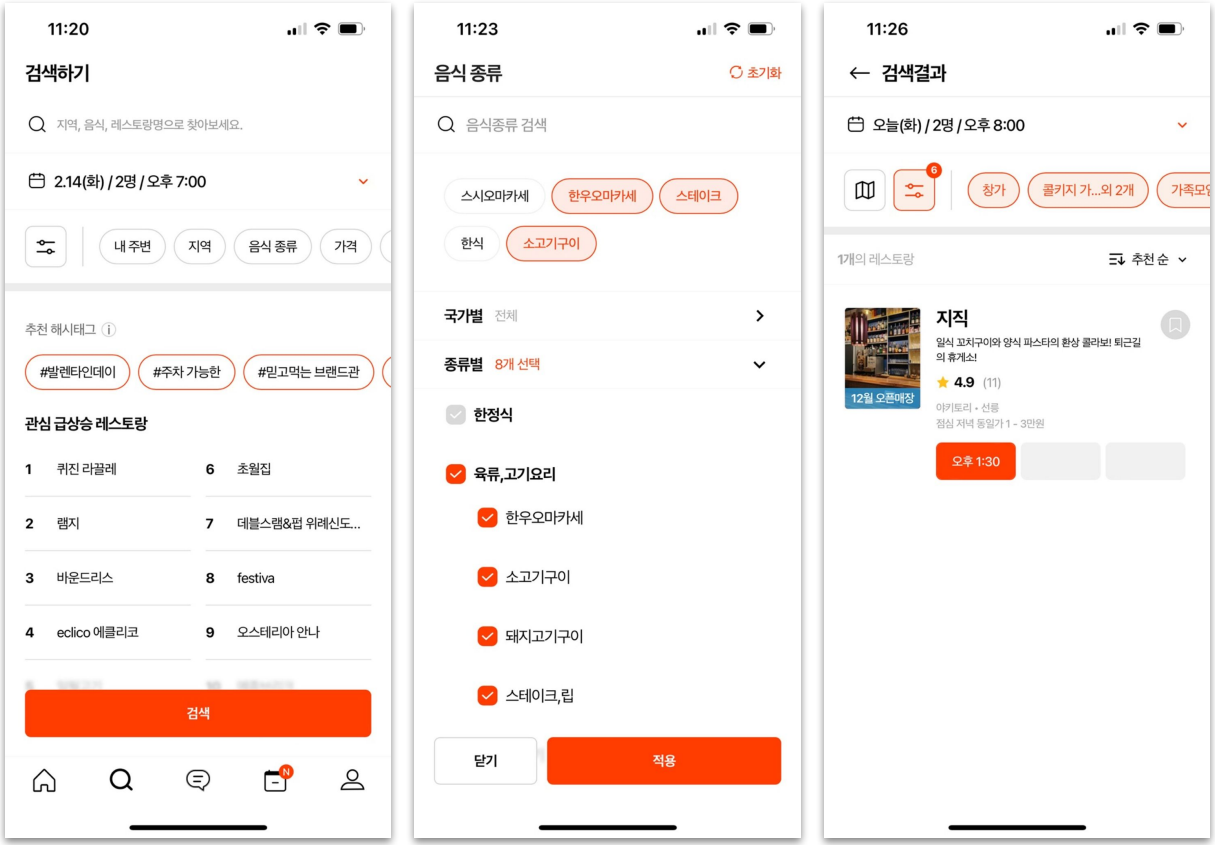
인상깊었던 부분

다양한 필터 기능을 통해서 사용자가 본인의 세세한 (혹은 특수한) 조건에 부합하는 레스토랑을 쉽게 찾을 수있어요.

예약을 전제조건화 시켜 언제, 몇명이서 모이는지를 설정하고 예약이 가능한 레스토랑들을 보여줘요.

각 필터당 간접적 표현이 아닌 직접적인 표시를 통해 사용자가 보다 쉽게 필터들을 적용할 수 있어요.

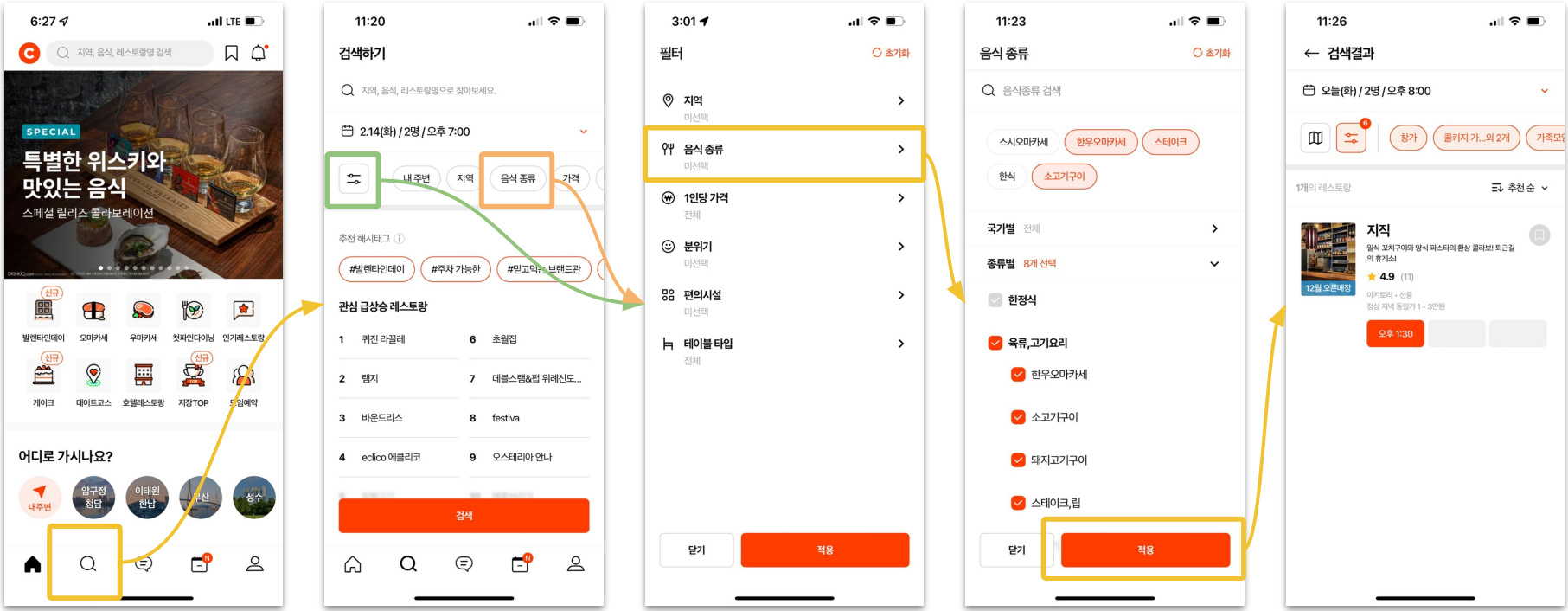
검색화면에서 필터 Drawer을 열지않아도 쉽게 필터설정을 변경할 수 있도록 하여 사용자의 인터랙션을 간편화시켰어요.



인상깊었던 부분

홈 >> 화면 하단 검색 아이콘 탭 >> 필터 아이콘 선택 >> 필터값 선택뒤 적용

홈 >> 화면 하단 검색 아이콘 탭 >> 각 필터 칩 탭 >> 필터값 선택뒤 적용

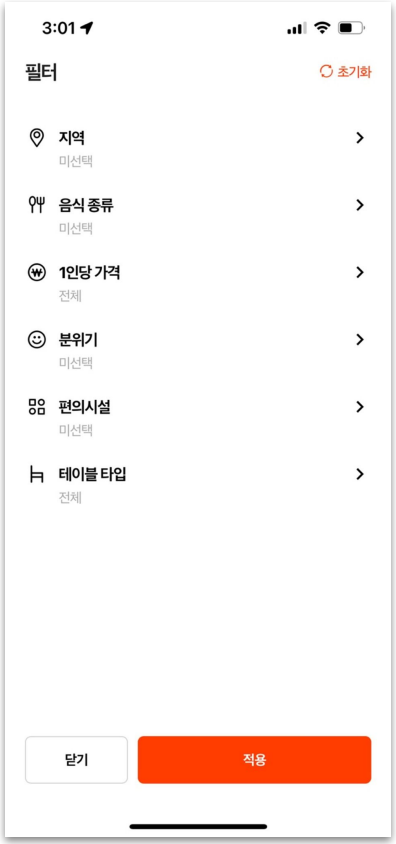


인상깊었던 부분

음식 종류, 가격에서 그치는것이 아닌 많은 종류의 필터를 통해 더욱 사용자의 조건에 가까운 검색 결과값을 내어주고있어요.

**분위기 필터를 통해 사용자가 원하는 상황에 맞는 레스토랑을 보여줘요.

기존의 레스토랑 추천, 검색 서비스는 데이터베이스의 폭이 제한된 반면 분위기, 예약인원, 등은 새로운 지표의 데이터를 추가함으로써 관점을 다양화시킵니다.



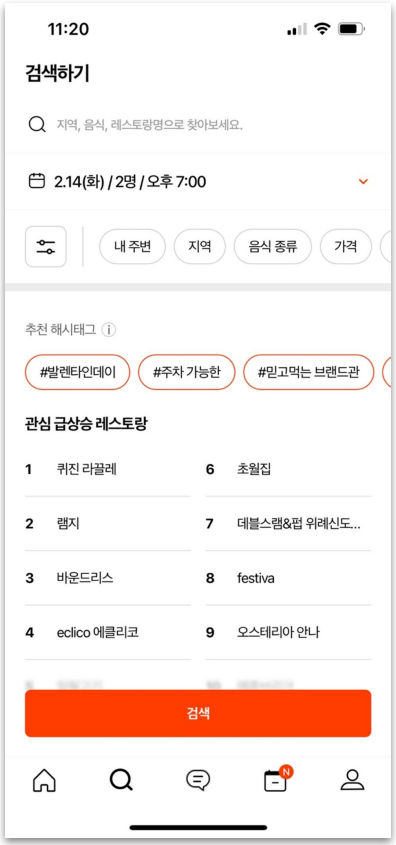
인상깊었던 부분

예약을 전제조건으로 하여 언제, 몇명이서 모이는지를 설정하고 예약이 가능한 레스토랑들을 보여줌으로써 예약실패의 확률이 적어져요.

공들여 찾고 기대했던 레스토랑의 잦은 예약실패는 소비자들의 피로감을 증가시키며 즐겁지 않은 경험이 되요.

- 예. 전화 무응답, 예약만석, 비동시성의 예약확인 불가

전화 예약에서 서비스를 통한 예약으로 바뀐 방식으로 인해 실시간으로 정확한 예약확인이 가능해졌어요.

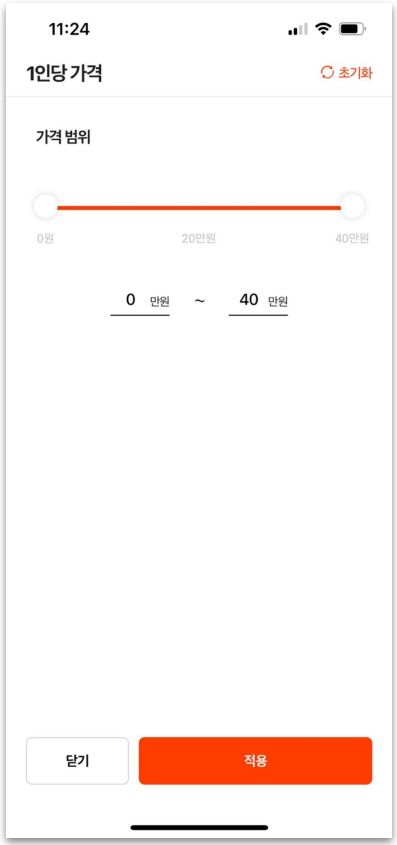


인상깊었던 부분

심볼을 이용한 비유적이고 비직관적인 표현이 아닌 특정된 값을 표시함으로써 각 파라미터를 조정하는 경험을 더 직관적으로 만들었어요.

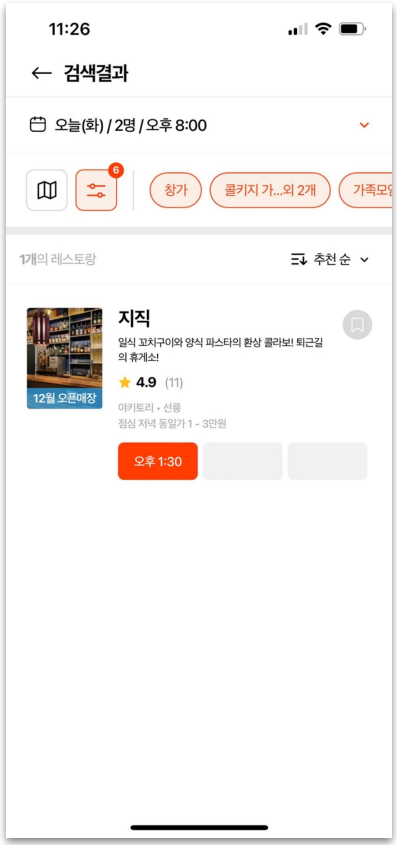
[Behavior] 사용자의 번거로움 vs. 사용자의 깐깐(?)함

- 본인의 취향을 적극적으로 소비하는 MZ세대가 리드하는 사회적 움직임이 반영되어있어요. 취향을 적극적으로 표현하는 소비자는 간편함과 정확함 중 정확함을 더 중요하게 여기는 경향이 있습니다. 이 사용자들에게 있어 조금 번거롭더라도 디테일한 값을 정할 수 있는 경험은 간편하지만 정확도가 낮은 경험보다 큰가치가 있다고 생각해요.



인상깊었던 부분

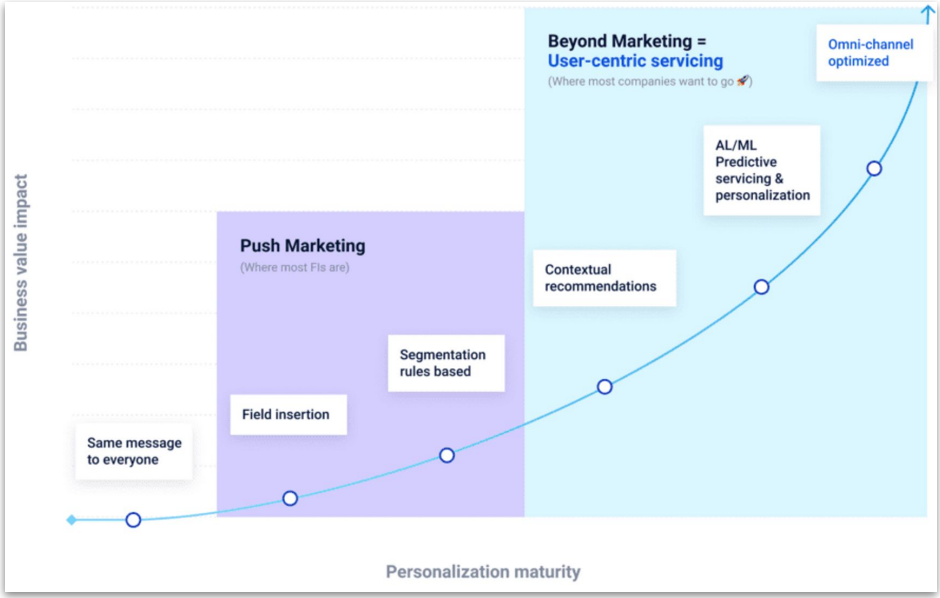
필터 Drawer 바깥, 검색화면 메인 스크린에서도 필터를 조정을 가능하게한 UI는 사용자 인터랙션을 간편화 시켰어요.



성과 측정 지표

캐치테이블은 B2B2C모델의 앱이며 사용자의 데이터를 수집하여 인기 레스토랑의 쿠폰, 정확한 추천등, 더 많은 사용자가치를 창출하고 그를통해 더 많은 사용자를 모으는 플랫폼 서비스에요. **얼마나 많은 데이터를 수집할 수 있고, 그 데이터는 캐치테이블이라는 서비스에 있어 어떠한 가치를 창출하는가**를 생각해보았어요.

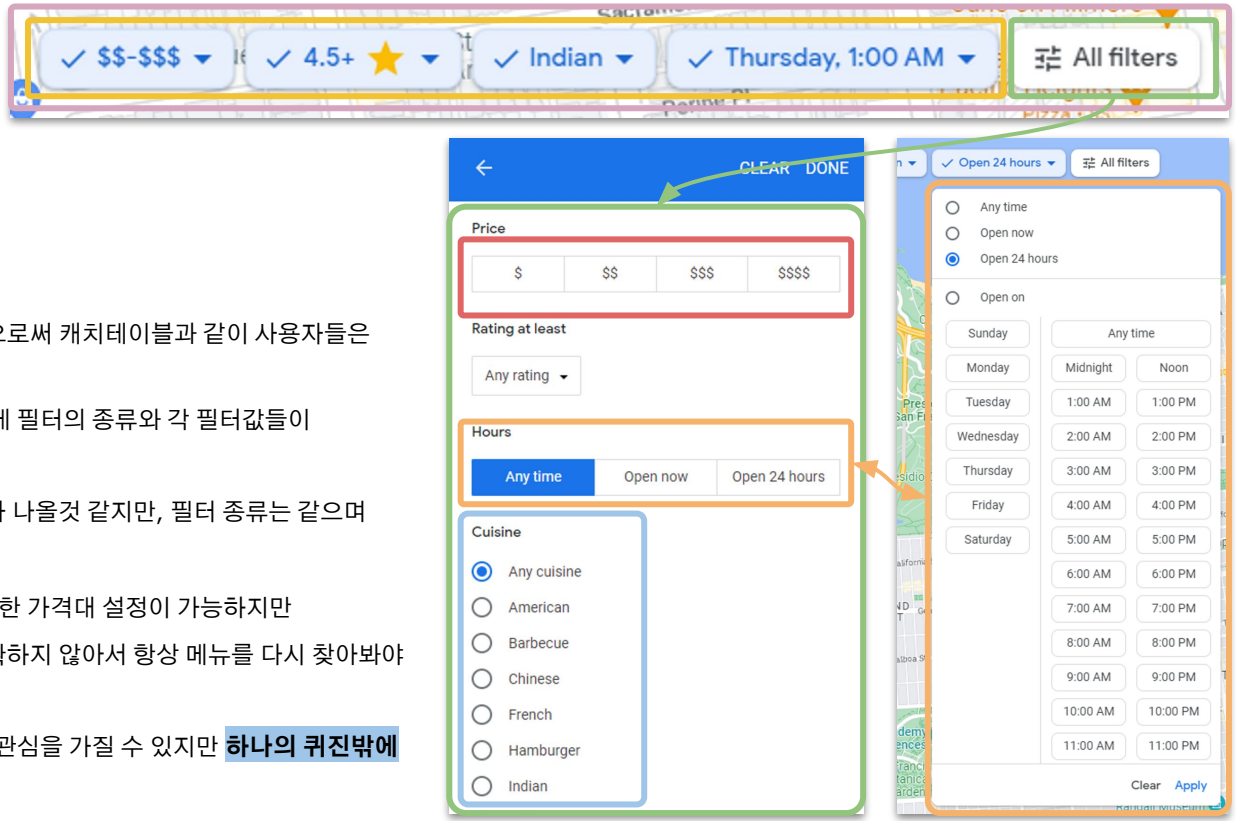
[B2B] 사용자가 연중 특정 기간동안 레스토랑 검색에 사용한 필터값들의 데이터 기반으로 사용자들의 관심을 보다 정확히 파악할 수 있으며, 보다 구체적인 오퍼레이션 플래닝이 가능해요. (예. 발렌타인데이에 프로모션하기 적당한 레스토랑 – 2인석이 많으며, 조용하고, 8-12만원 가격대, 오마카세, 이탈리안… 인 레스토랑들) **정확한 분석을 통하여 효율적인 비즈니스 오퍼레이션이 가능해요.**



[B2C] 사용자가 자주 사용하는 필터값들을 기반으로 사용자의 취향에 맞게 추천 레스토랑들의 Curation 을 Personalize 할 수 있어요. Personalized 된 추천 시스템은 사용자가치를 높여주며 사용자 Retention 을 높여줍니다.

비슷한 사례: Google Map – web

레스토랑 검색시 Google map을 자주 사용하는데, 이때 적용할 수 있는 Advanced Filter 입니다.
사용자가 자신이 원하는 레스토랑을 정하는 중 구글맵에서 레스토랑 옵션을 선택하고 그에 따른 필터를 사용할 수 있습니다. 하지만 레스토랑에 집중된 기능임에도 불구하고 그 필터가 제한적이며 Intuitive 하지 않은 점들이 보여 비교하고자해요.



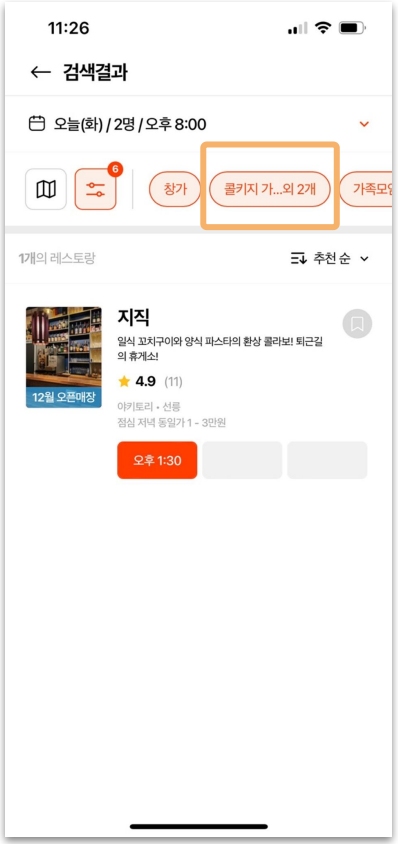
1. **각 필터가 메인 화면에서 조작이 가능**하게 함으로써 캐치테이블과 같이 사용자들은 간략화된 인터랙션을 경험해요.
2. 웹의 특성상 모바일보다 넓은 너비의 화면덕분에 필터의 종류와 각 필터값들이 캐치테이블보다 **한눈에 쉽게 파악**할 수 있어요.
3. "**All filters**" 를 열면 보다 상세한 레벨의 필터가 나올것 같지만, 필터 종류는 같으며 **오히려 제한적인 필터**가 제공되고 있어요.
4. 캐치테이블에서는 Range Input 을 이용한 정확한 가격대 설정이 가능하지만 구글맵에서는 **$, $$, $$$, $$$$**등 의미가 명확하지 않아서 항상 메뉴를 다시 찾아봐야 정확한 가격대 파악이 가능해요.
5. 퀴진의 경우 사용자가 여러가지 종류의 음식에 관심을 가질 수 있지만 **하나의 퀴진밖에 선택**하지 못하고 있어요.

문제점 및 개선 아이디어

[Product] 미식생활을 즐기는 대부분 사용자의 경우, 배우자, 가족, 미식 모임등, 자주 미식을 함께하는 인원들이 있을것이라 예상됩니다. 현재는 하나의 검색을 마치고 각 상황에 맞추어 다시 필터를 설정해야하는데, **이때 사용자가 필터 및 조건을 저장하고 필요시에 다시 사용할 수 있다면 조금 더 간편한 조작이 가능하지 않을까 생각됩니다.**

[UI, Heuristics] 화면크기의 제한 때문에 많은 정보가 생략되고있으며, 사용자는 자신이 검색하고있는 설정에 대해 단기기억력에 의존하고 있어요. **단기 기억력에 대한 의존은 사용자의 사용중 스트레스를 높히며 사용성에 좋지않은 영향을 미칩니다.**

(예: “콜키지가...외 2개”에서 “외 2개”는 무엇인지?)



UX Insight

UX Insight 스터디 그룹은 원하시는 서비스를
분석해드리고 있습니다 🚀

웹사이트 방문하기

다른 서비스들에 대한 분석
노트들을 열람하실 수 있어요

분석 의뢰하기

원하시는 서비스들에 대한 분석
노트들을 열람하실 수 있어요