문서번호	홍보팀-2140
결재일자	2015.11.12.
공개여부	부분공개(6)
방침번호	대표이사방침 제(1916)호

팀원	홍보팀장	본부장	대표이사	
협 조				

함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

2015년 서울디자인재단 홈페이지 및 SNS 이용자만족도 조사 결과보고

2015. 11

추 진 근 거	- 홈페이지 및 SNS 이용자만족도 조사계획(경영본부장방침제791호,'15.9.21)		
대 내 외 협 력 현 황	부서(단체)명	협의내용	협의결과
	기획경영팀	DDP공간네이밍 설문조사	온라인조사 설문실시(홍보팀)
사 업 비	(2015년) 960천원		

※ 문서내용을 위와 같이 간단히 요약하세요.

서울디자인재단

경영본부 홍보팀

서울디자인재단 홈페이지 및 SNS 이용자 만족도 조사 결과보고

서울디자인재단 홈페이지 및 SNS 에 대한 사용자의 만족도를 조사하고, DDP 네이밍 이용실태에 대한 의견을 수렴, 개선과제를 도출코자 실시한 만족도 조사 결과를 보고드림

Ⅰ 개요

☐ 근거 : 홈페이지 및 SNS 이용자만족도 조사계획(경영본부장방침제791호,'15.9.21)

※ 조사개요

❍ 기간 : 2015. 9.22(화) ~ 10.4(일) [13일간]

❍ 내용 : 재단 및 DDP온라인매체 이용 전반적 사항, 이용만족도

- 매체별 : 이용목적, 이용행태, 이용결과 등 이용현황
- DDP공간 네이밍 : 네이밍의 적절성, 인지도, 개선의견

❍ 참여대상 : 총52,787명

구분	매체	설문대상	URL	설문대상
1	홈페이지	재단홈페이지	www.seouldesign.or.kr	회원(9,013명) 및 방문자
2		DDP홈페이지	www.ddp.or.kr	회원(약1056명) 및 방문자
3	SNS	재단페이스북	www.facebook.com/designseoul	회원(5,056명)
		재단 블로그	blog.naver.com/iloveddp	회원(1,932명)
4		DDP페이스북(국문)	www.facebook.com/ddp.or.kr	좋아요(32,264명)
		DDP 인스타	instagram.com/DDP_seoul	팔로워(1,305명)
5		DDP페이스북(영문)	www.facebook.com/ddp.eng	좋아요(2,161명)

❍ 방법 : 무료설문사이트활용

☐ 경과사항

◯ '15. 9.21 : 방침수립

◯ '15.9.22~10.4 : 이용자 만족도 설문조사 실시

◯ '15.10.15 ~ 10.23: 경품구매, 추첨 및 배송

◯ '15.10.5 ~ 11.3 : 조사결과 분석

Ⅱ 결과 요약

☐ 참여자현황 : 1,491명

분포순위	연령대		성별		직업		거주지역	
1위	**20대**	964명	**여**	1141	**직장인**	364	**서울**	795
2위	30대	216	남	350	대학생	**771**	경기	525

☐ 만족도 조사결과 ('만족도'값은 '보통' 이상 답한 비율의 합)

구분	만족도	매우만족	만족	보통	불만족	매우불만족
재단홈페이지	86.6%	9.1	28.7	44.8	7.9	5.5
DDP홈페이지	88.5%	11.5	46.2	30.8	7.7	3.8
재단페이스북	88.2%	0	29.4	58.8	11.8	0
재단블로그	**76.5%**	0	35.3	41.2	23.5	0
DDP페이스북	**96.0%**	18.8	52.2	25.0	3.2	0.3
DDP인스타그램	88.0%	11.7	26.9	49.4	4.7	1.0

☐ 분석결과

◯ 대외인지 : 재단은 디자인전문 공공기관, DDP는 전시문화복합공간

- **이용자의 유형 및 방문 목적, 기대하는 콘텐츠 등도 차이가 있음**

◯ 콘텐츠 : 전시행사정보, 디자인정보를 중점적으로 제공 필요

- 재단의 경우 사업정보 및 교육정보 등 **디자인계 학생 및 종사자를 위한 콘텐츠**
- **DDP는 방문자가 궁금해 하는 DDP에 대한 호기심을 충족**시킬 수 있는 콘텐츠

◯ 서비스관리 : 매체별 특성을 최대한 살려 서비스 제공 필요

- 가장 많이 이용하는 매체는 DDP 페이스북과 DDP홈페이지,
- **현재 트랜드에 따라 사용이 많은 매체에 집중할 필요**

◯ 이용자 이용행태 : 홈페이지는 정보의 정확성을 SNS는 콘텐츠 유용성 중요

- **수요자 중심으로 유용한 콘텐츠를 정확하게 전달 필요**.
- 특히 **SNS는 일 1회 이상의 신규소식에 대한 기대**가 있는것로 판단됨.

◯ 홈페이지 개선과제 : 정보가 충분치 않거나 정보찾기가 어렵다는 점

- 시민소통기능 및 개인맞춤서비스, 디자인, UI, 서비스, 기능 등 **전반적**

◯ SNS 개선과제 : 매체별 시간대별 적정 콘텐츠를 선별하여 제공

- SNS 사용행태 및 **이용자 연령대, 직업 등에 따라**
- **재단 SNS의 경우 만족도가 상대적으로 낮으므로 중장기적으로 개선**이 필요함.

☐ 개선과제 및 개선방향

◒ 기본방향

1. 각 매체별 고유특성을 최대한 살려 서비스 제공 필요
2. 현재 트렌드에 따라 사용이 많은 매체에 집중
3. 수요자 중심의 콘텐츠를 정확하게 전달할 수 있도록 노력
4. 정보의 정확성과 콘텐츠 유용성 강조

◒ 매체별 개선방안

구분	개선과제	추진방안	주요내용
재단 홈페이지	- 정보를 쉽게 찾을수 있도록 개선 - 시민소통기능 및 개인맞춤서비스, 디자인, UI, 서비스 등 전반적 개선 필요 - 다양한 디자인정보와 해외트렌드, 아카이빙 등 콘텐츠 강화 의견	홈페이지 통합 개선사업 추진 (사이트 전반적 리뉴얼 추진)	- 디자인 전면 개편 - 콘텐츠 통합관리 기능 구축 - 홈페이지 정보구조 개선 - 콘텐츠 지속 개선
DDP 홈페이지	- 정보를 쉽게 찾을수 있도록 개선 - 시민소통기능, UI, 콘텐츠 등 기능 지속적 개선 필요 - 전시문화복합공간으로서 신속한 정보제공 필요	홈페이지 통합 개선사업 추진 (사이트 전반적 기능개선 추진)	- 회원 가입 및 로그인, 시민 참여기능 개발 - 메인 및 정보구조 지속개선 - 다국어 이용편의 개선 - 콘텐츠 지속 개선
재단 SNS	- 재단 SNS 운영체계 정비 필요 - 재단만의 특화된 SNS콘텐츠 필요 - 신속한 정보 업데이트	재단 SNS서비스 중장기 개선 및 운영 방안 마련 후 개선추진	- 페이스북, 블로그 운영 등 개선방안 수립 - 매체별 콘텐츠 및 수요자 중심 콘텐츠 개발 - 콘텐츠 지속 개선 및 운영체계
DDP SNS	- 포스팅 규격화, 타 SNS와의 연계, 톤&매너 차별화 등 - 페이스북과 인스타그램 콘텐츠의 차별화 필요 - 전시문화복합공간으로서 신속한 정보제공 필요	DDP SNS만의 특화되고 차별화된 서비스 개발	- SNS 서비스 지속적 강화 - DDP 매체별 차별화된 고유 콘텐츠 개발 - Globalization 및 신규 SNS홍보매체 개발

Ⅲ 결과종합

☐ 참여자현황 : 1,491명

◒ 응답자 기본정보 : **여성-20대-직장인/대학생- 서울거주** 비율이 높았음

◒ SNS(재단,DDP) 및 DDP홈페이지는 **젊은층(20대) 대학생**의 이용비율이 높고

◒ 재단 및 홈페이지는 **30대, 직장인, 남성, 서울거주**의 비율이 상대적으로 높음

구분	연령대		성별		직업		거주지역	
1위	**20대**	964명	**여**	1141	**직장인**	364	**서울**	795
		45.6%		**73.4%**		**44.3%**		**64.4%**
2위	30대	216	남	350	대학생	**771**	경기	525
		27.2%		26.6%		28.3%		25.0%

※ 비율 : 각 매체별 참여자수가 동일하다고 가정한 상태에서의 항목별 응답 비율로 표기

☐ 만족도

◒ DDP매체의 만족도가 전반적으로 높고, 재단매체는 상대적으로 낮음

- DDP페이스북(96%), 재단 블로그(76%)

◒ 홈페이지(재단, DDP)와 재단 SNS 부분의 불만족 비율이 높음

※ 만족도조사결과 ('만족도'값은 '보통' 이상 답한 비율의 합)

구분	만족도	매우만족	만족	보통	불만족	매우불만족
재단홈페이지	86.6%	9.1	28.7	44.8	7.9	5.5
DDP홈페이지	88.5%	11.5	46.2	30.8	7.7	3.8
재단페이스북	88.2%	0	29.4	58.8	11.8	0
재단블로그	**76.5%**	0	35.3	41.2	23.5	0
DDP페이스북	**96.0%**	18.8	52.2	25.0	3.2	0.3
DDP인스타그램	88.0%	11.7	26.9	49.4	4.7	1.0

❑ 문항별 응답 요약

구분	문항
1-1)	질문) 평소 **전시문화기관(미술관, 전시관, 복합문화시설 등)을 자주 방문하십니까?** 응답) **자주 방문한다(56%), 관심은있지만 자주방문하지는 않는다(43%)** ※ DDP매체 이용자가 재단 이용자보다 전시문화기관 이용율이 더 높음.
1-2)	질문) **온라인에서 전시/문화행사 정보를 어디에서** 주로 접하십니까? 응답) **관련기관 SNS매체(31%), 포털검색(26%)** ※ 홈페이지 이용자는 포털검색과 기관홈페이지, SNS이용자는 포털검색과 기관의 SNS 또는 지인의 공유된 정보
1-3)	질문) 현재 회원가입 되어 있는 매체 및 **가장 자주 이용하는 매체**? 응답) **DDP 페이스북(26%)과 DDP홈페이지(18%)**의 이용률이 가장 높음 ※ 그러나, 각 매체별로 해당 매체를 가장 많이 이용한다고 응답함
1-4)	질문) 현재 가장 자주 이용하는 매체를 **방문하는 가장 큰 이유**? 응답) **평소에 많이 사용하는 매체이기 때문에(38%)**
1-5)	질문) 온라인매체를 통한 **정보습득에서 가장 중요하게 생각하는 것**은? 응답) **콘텐츠유용성(33%), 정보의정확성(32%)** ※ 홈페이지 이용자의 경우 **정보의 정확성**을, SNS 이용자의 경우 **콘텐츠유용성**을 더 중요하게 생각하고 있고, DDP이용자의 경우 **정보의 속도**를 상대적으로 중요하게 보고 있음.
1-6)	질문) 좀 더 **강화되어야할 매체** 또는 추가되어야 할 매체는 무엇? 응답) **DDP페이스북(27%, 응답수비율)**, **재단홈페이지(20%), DDP홈페이지(19%)** ※ DDP SNS에 대한 서비스 강화요구가 많음, 재단 SNS의 경우 비율이 낮게 나옴
2-1)	질문) 홈페이지를 **방문하는 목적** 응답) **개인관심사로서 정보조사를 위해 방문**(재단홈피 40%, DDP홈피 53%) ※ 그 외 재단홈페이지는 직장업무용이 27%, DDP홈페이지는 호기심이 23%를 차지.
2-2)	질문) 홈페이지를 **얼마나 자주 방문**하십니까? 응답) **월 1~2회 방문**(재단33%, DDP 46%), ※ DDP 홈페이지가(일1~2회, 30%) 재단 홈페이지(주1~2회 32%)보다 상대적으로 방문빈도가 높음.
2-3)	질문) 어떤 정보를 얻기 위해 홈페이지를 방문하십니까? 유용한 내용은? 응답) **디자인 전시행사 정보**(재단홈피 52%, DDP홈피 88%) ※ 재단홈페이지의 경우 사업정보(공고 등)를 보기위한 경우도 25%를 차지함.
2-4)	질문) 뉴스레터 중 유익한 소식은? 응답) **디자인 전시행사 정보**(재단홈피 56%, DDP홈피76%) ※ 기획기사 재단24%, DDP15%
2-5)	질문) 홈페이지 이용 중 불편한 점? 응답) **정보찾기가 어렵거나 정보가 충분하지않다**(재단 36%, DDP 34%) ※ 재단홈피는 로그인 후 사용할 수 있는 서비스가 부족하다 20%의 응답이 있었고, 그 외 홈페이지 전체적으로 비주얼디자인, UI, 소통기능 부족등의 의견이 있었음.
3-1)	질문) 평소에 자주 사용하는 SNS 매체 응답) **페이스북(재단 47%, DDP 83%)**을 가장 많이 사용, ※ 인스타그램은 꾸준한 사용자 증가추세
3-2)	질문) SNS를 방문하는 목적 응답) **개인관심사로서 정보조사를 위해 방문**(재단 70%, DDP 54%) ※ 그 외 재미 및 호기심에 의한 방문(재단 17%, DDP 30%)
3-3)	질문) 어떤 정보를 즐겨보시나요 응답) **전시행사정보**(재단29%, DDP 67%), **디자인 관련정보**(재단 41%, DDP 13%) ※ 재단의 경우 교육프로그램정보도 29% 차지
3-4)	질문) 얼마나 자주 SNS를 확인하시나요? 응답) **하루 1회 이상** SNS를 확인(약 90%) ※ 홈페이지보다 SNS방문빈도가 높음, 하루 1회 이상의 신규 콘텐츠에 대한 수요
3-5)	질문) 주로 언제 SNS를 사용하시나요? 응답) **수시로**(매체별 35%~63%) ※ 페이스북은 교통수단 이용시, 블로그는 점심시간, 인스타그램은 잠들기전 이용율이 상대적으로 높음

☐ 분석결과종합

◒ 대외인지

- **대외적으로 재단은 디자인전문 공공기관으로서, DDP는 전시문화복합공간으로서 차별적으로 인지되고 있는 것으로 판단되며, 이용자의 유형 및 방문 목적, 기대하는 콘텐츠 등도 그에 따라 차이가 있음**
  - DDP매체 이용자가 재단보다 전시문화기관 이용율이 더 높음.
  - DDP는 재단(공공기관) 보다 전시문화기관으로서의 특성을 강하게 나타냄

◒ 콘텐츠

- 홈페이지 및 SNS를 통해 **전시행사정보, 디자인정보를 중점적으로 제공**할 필요성이 있고, 재단의 경우 사업정보 및 교육정보 등 **디자인계 학생 및 산업 종사자를 위한 다양한 콘텐츠** 제공 필요함. 또한 **DDP는 방문자가 궁금해 하는 DDP에 대한 호기심을 재미있게 충족**시킬 수 있는 콘텐츠 제공이 요구됨.
  - 온라인에서 전시/문화행사 정보를 관련기관 SNS매체(31%) 또는 포털검색(26%)을 통해 주로 획득하고, 특히 홈페이지 이용자는 해당기관 홈페이지, SNS 이용자는 SNS 또는 지인의 공유된 정보
  - 재단홈페이지는 직장업무용이 27%, DDP홈페이지는 호기심이 23%를 차지.
  - 재단의 경우 사업정보(공고 등)를 보기위해 방문하는 경우도 25%를 차지함.

◒ 서비스관리

- 재단 온라인 미디어 중 가장 많이 이용하는 매체는 DDP 페이스북과 DDP홈페이지이나, 각 **매체별 특성을 최대한 살려 서비스를 제공하는 방안**이 필요하고, **현재 트랜드에 따라 사용이 많은 매체에 집중할 필요**가 있을것으로 판단됨
  - 좀 더 **강화할 서비스는 홈페이지쪽**으로 나타났으나, **전반적으로 DDP의 서비스 강화 요구가 높았음.**
  - 각 매체별로 평소에 많이 사용하는 매체이기 때문에 해당 매체를 가장 많이 이용한다고 응답함 (예: 페북이용자는 페북이 평소에 많이 이용하는 매체이기 때문에 재단 페북을 이용)
  - **사용자는 이용하기 편하고 익숙한 매체를 선호**하는 것으로 나타남, 따라서 **온라인 홍보효과를 높이기 위해서는 온라인 매체 중 현재 트랜드에 따라 사용이 많은 매체에 집중할 필요**가 있을것으로 판단됨
  - 페이스북(재단 47%, DDP 83%)을 가장 많이 사용,

· 인스타그램의 서비스 이용자가 꾸준히 늘고있는 추세임에 따라 향후 서비스 강화필요성이 있음.

◒ 이용자 이용행태

- 온라인 정보제공시 **수요자 중심으로 유용한 콘텐츠를 정확하게 전달 필요**. 홈페이지는 정보의 정확성을 SNS는 콘텐츠 유용성을, **DDP는 신속한 정보전달**이 중요하며, 특히 **SNS는 일 1회 이상의 신규소식에 대한 기대**가 있는것로 판단됨.

  · 온라인 매체 이용에서 **정보의정확성(공신력), 콘텐츠유용성**이 가장 중요하게 여겨지고 있고, **실시간 또는 이용편의성**도 비교적 높게 나타남

  · DDP홈페이지는 일 1-2회 방문자 비율이 30% 차지(이용자의 방문빈도가 높음)

  · SNS 응답자의 약 90%정도가 하루 1회 이상 SNS를 확인

◒ 홈페이지 개선과제

- **홈페이지 이용에서 불편사항으로는 정보가 충분치 않거나 정보찾기가 어렵다는 점**이 재단홈페이지 및 DDP홈페이지 공통적으로 지적됨. 그 외 시민소통기능 및 개인맞춤서비스, 디자인, UI, 서비스, 기능 등 **전반적으로 개선사항이 다양하게 나타남**.

  · DDP매체의 만족도가 전반적으로 높고, 재단매체는 상대적으로 낮음

  · 홈페이지(재단 불만족 13.4%, DDP 불만족 11.5%)와 재단 SNS 부분(페이스북 11.8%, 블로그 23.5%) 의 불만족 비율이 높음

◒ SNS 개선과제

- SNS 사용행태 및 **이용자 연령대, 직업 등에 따라 매체별 시간대별 적정 콘텐츠를 선별하여 제공**할 필요 있음. 또한 **재단 SNS의 경우 만족도가 상대적으로 낮으므로 중장기적으로 개선**이 필요함.

  · SNS는 대부분 수시로 이용하고 있으나, 페이스북은 교통수단 이용시, 블로그는 점심시간, 인스타그램은 잠들기전에 상대적으로 이용율이 높음

  · 참여자 1,491명중 **여성-20대-직장인/대학생- 서울거주** 비율이 높았음

  · SNS(재단,DDP) 및 DDP홈페이지는 **젊은층(20대) 대학생**의 이용비율이 높고,

  · 홈페이지(재단,DDP) 및 재단SNS는 **30대, 직장인, 남성, 서울거주**의 비율이 상대적으로 높음

  · 만족도 재단 블로그(76%)

☐ 개선과제 및 개선방향

◯ 기본방향

1. 각 매체별 고유특성을 최대한 살려 서비스 제공 필요
2. 현재 트렌드에 따라 사용이 많은 매체에 집중
3. 수요자 중심의 콘텐츠를 정확하게 전달할 수 있도록 노력
4. 정보의 정확성과 콘텐츠 유용성 강조

◯ 재단홈페이지

- 매체특성 및 포지셔닝

포지셔닝	이용자	콘텐츠
디자인전문 공공기관 (디자인정보허브로서의 서비스제공)	- 주이용자 : 20~30대, 디자인계 직장인, 대학생 - 직장인, 남성, 서울거주 상대적 높음	- 전시행사정보, 디자인정보, 사업정보 및 교육정보 등 **디자인계 학생 및 종사자를 위한 다양한 콘텐츠**

- 개선방안

개선과제	추진방안	주요내용
- **정보를 쉽게 찾을수 있도록 개선** - 시민소통기능 및 개인맞춤서비스, 디자인, UI, 서비스 등 **전반적 개선 필요** - 다양한 **디자인정보**와 **해외트렌드**, **아카이빙** 등 콘텐츠 강화 의견	- 홈페이지 통합 개선사업 추진 - 사이트 전반적 리뉴얼 추진	- 디자인 전면 개편 - 콘텐츠 통합관리 기능 구축 - 홈페이지 정보구조 개선 - 콘텐츠 지속 개선

※ 재단홈페이지 개선과제 (사용자의견)
- 시민참여기능, 소통기능, 모바일 접속 편의성, 사이트 전반적인 디자인 및 정보구조 개선 필요
- 수요자 중심 콘텐츠 다양화 및 신속하고 정확한 정보제공
- 웹표준 준수 홈페이지 홍보를 통한 노출 확대 필요,
- 정보를 빨리 인지할 수 있도록 메인화면, 메뉴구조 및 UI 등 지속 개선

※ 재단홈페이지 제안된 콘텐츠
- 공공디자인관련 개선 정보, 디자인 관련 세미나, 국내교육정보
- **선진국 디자인** 흐름, **해외소식**등, 해외구직, **선진국 디자인** 흐름, 외국의 사례나 자료, 해외전시
- 디자인매거진의 좀더 다양한 기사, **디자인관련 아카이빙, 학술적인 정보,** 대중적인 정보
- 맞춤형 정보, 자세한 이벤트 정보, 전시회 쿠폰
- 좀 더 참신한 소재나 작가소개, 전시 상세설명, 전통적 자료(우리 것 맛, 멋,,흥)
- 전시프로그램 타임테이블과 상세정보 (SNS링크하지말고 홈페이지 내에서 볼수있도록)
- **학술적인 정보 축적**과 대중적인 정보 전달 양쪽 모두

◒ DDP 홈페이지

- 매체특성 및 포지셔닝

포지셔닝	이용자	콘텐츠
디자인전문 전시문화복합공간	20~30대, 젊은층 대학생, 직장인	전시행사정보, 디자인정보, DDP공간정보 등 DDP에 대한 호기심을 재미있게 충족시킬 수 있는 콘텐츠

- 개선방안

개선과제	추진방안	주요내용
- **정보를 쉽게 찾을수 있도록 개선** - 시민소통기능, UI, 콘텐츠 등 **기능 지속적 개선** 필요 - **전시문화복합공간으로서 신속한 정보제공** 필요	- 홈페이지 통합 개선사업 추진 (사이트 전반적 기능개선 추진)	- 회원 가입 및 로그인, 시민 참여기능 개발 - 메인 및 정보구조 지속개선 - 다국어 이용편의 개선 - 콘텐츠 지속 개선

※ DDP 홈페이지 개선과제 (사용자의견)
- 시민참여기능 개선(시민의견 게시 참여기능 개선, 뉴스레터 구독방식 등)
- DDP예정된 행사의 빠른 업데이트 및 콘텐츠 지속 개발
- 정보를 빨리 인지할 수 있도록 메인화면, 메뉴구조 및 UI 등 지속 개선
- 다국어 홈페이지 보기 등 개선 추진

◒ 재단 SNS

- 매체특성 및 포지셔닝

포지셔닝	이용자	콘텐츠
디자인전문 공공기관 (디자인정보허브로서의 서비스제공)	20~30대, 젊은층 대학생, 직장인	- 전시행사정보, 디자인정보, 사업정보 및 교육정보 등 **디자인계 학생 및 종사자를 위한 다양한 콘텐츠**

- 개선방안

개선과제	추진방안	주요내용
- 재단 SNS 운영체계 정비 필요 - 재단만의 특화된 SNS콘텐츠 필요 - 신속한 정보 업데이트	- 재단 SNS서비스 중장기 개선 및 운영 방안 마련 후 개선추진	- 페이스북, 블로그 운영 등 개선방안 수립 - 매체별 콘텐츠 및 수요자 중심 콘텐츠 개발 - 콘텐츠 지속 개선 및 운영체계

※ 재단 SNS 개선과제 (사용자의견)
- 재단 블로그만의 이미지와 콘텐츠 제공 필요(DDP 콘텐츠 재사용 자제)
- SNS에서 블로그로 연동 되면 좋겠어요 (SNS에서 블로그 콘텐츠 링크)
- 좀더 유저들과 하는 이벤트가 있었음 좋겠다

◒ DDP SNS

- 매체특성 및 포지셔닝

포지셔닝	이용자	콘텐츠
디자인전문 전시문화복합공간	20~30대, 젊은층 대학생, 직장인	- 전시행사정보, 디자인정보, DDP공간정보 등 DDP에 대한 호기심을 재미있게 충족시킬 수 있는 콘텐츠

- 개선방안

개선과제	추진방안	주요내용
- 포스팅 규격화, 타 SNS와의 연계, 톤&매너 차별화 등 - 페이스북과 인스타그램 콘텐츠의 차별화 필요 - 전시문화복합공간으로서 신속한 정보제공 필요	DDP SNS만의 특화되고 차별화된 서비스 개발	- SNS 서비스 지속적 강화 - DDP 매체별 차별화된 고유 콘텐츠 개발 - Globalization 및 신규 SNS홍보매체 개발

※ DDP SNS 개선과제 (사용자의견)
- 타 관련 페이지와 활발한 교류 필요
- 조금더 친근하고 편한 신세대 어투(예: 고양시청, 부산경찰청, 부천핸썹 페이지등)
- 포스팅 디자인 규격화 필요, 더보기 누르기 전 핵심적인 내용 축약
- 타 관련 페이지와 활발한 교류 필요, DDP홈페이지 링크를 통해 자세한 정보 제공
- 영문 DDP페이스북으로의 유입 어려움)
- 더 잦은 포스팅 회수, 오래된 포스팅을 쉽게 찾을 수가 없음
- 페이스북과 인스타그램 콘텐츠의 차별화, 감성적인 글과 사진
- 인스타그램용 사진분위기 통일(계정의 첫 화면)
- 타 인스타그램 계정과 연계홍보 필요성

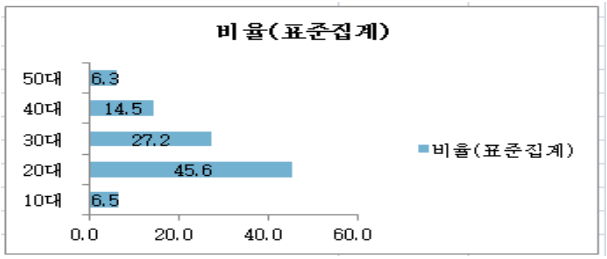
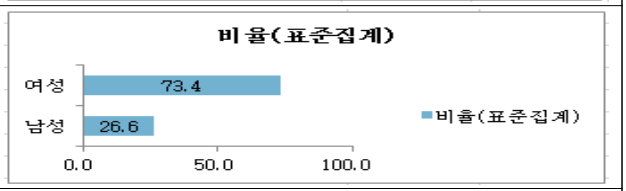
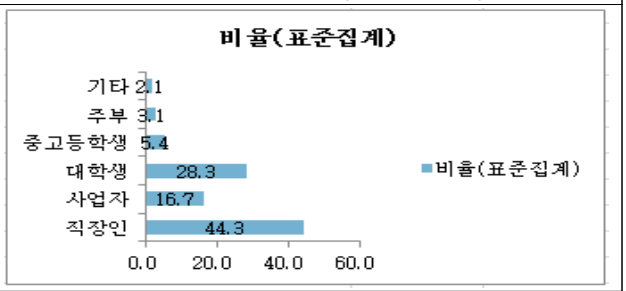
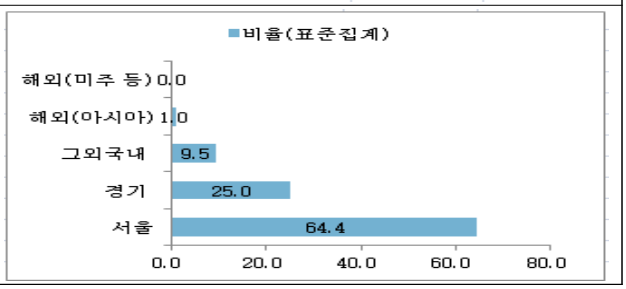
※ DDP SNS 제안된 콘텐츠
- 현재 진행중인 전시, 곧 끝날 전시, 전시 비하인드 스토리, 관람객 후기, 의견등의 정보
- DDP주변 맛집 정보, DDP내에서 팔고 있는 디자인상품 정보,
- DDP포토존 등 사진 찍기 좋은 장소 소개, 실시간 DDP모습을 담은 사진, 영상
- 더 다양하고 재미있는 이벤트

Ⅳ 세부조사결과

1. 참여자 현황

1-1) 참여자 기본정보 및 특성

- 참여자 1,491명중 **여성-20대-직장인/대학생- 서울거주** 비율이 높았음
- SNS(재단,DDP) 및 DDP홈페이지는 **젊은층(20대) 대학생**의 이용비율이 높고,
- 홈페이지(재단,DDP) 및 재단SNS는 **30대, 직장인, 남성, 서울거주**의 비율이 상대적으로 높음

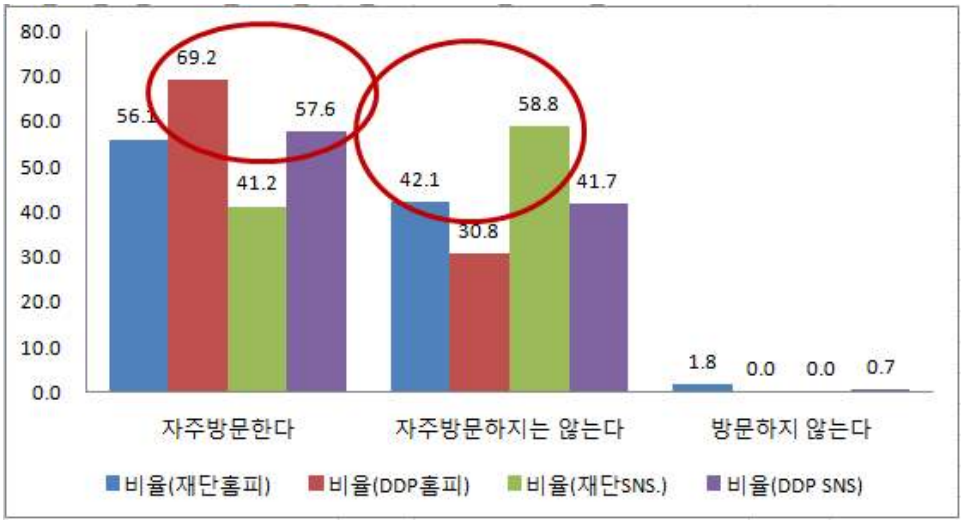
구분			계		차트
			참여자수	표준비율	
참여인원			1,491	100%	
연령대	1	**20대**	964	**45.6%**	
	2	30대	216	27.2%	
	3	40대	97	14.5%	
	4	10대	174	6.5%	
성별	1	**여**	1141	**73.4%**	
	2	남	350	26.6%	
직업 (상위3위)	1	**직장인**	364	**44.3%**	
	2	대학생	**771**	28.3%	
	3	사업자	137	16.7%	
거주지역 (상위3위)	1	**서울**	795	**64.4%**	
	2	경기	525	25.0%	
	3	그외국내	166	9.5%	

※ 표준비율 : 각 매체별 참여자수가 동일하다고 가정한 상태에서의 항목별 응답 비율

2. 온라인미디어 종합질의부분

2-1) 평소 전시문화기관(미술관, 전시관, 복합문화시설 등)을 자주 방문하십니까?

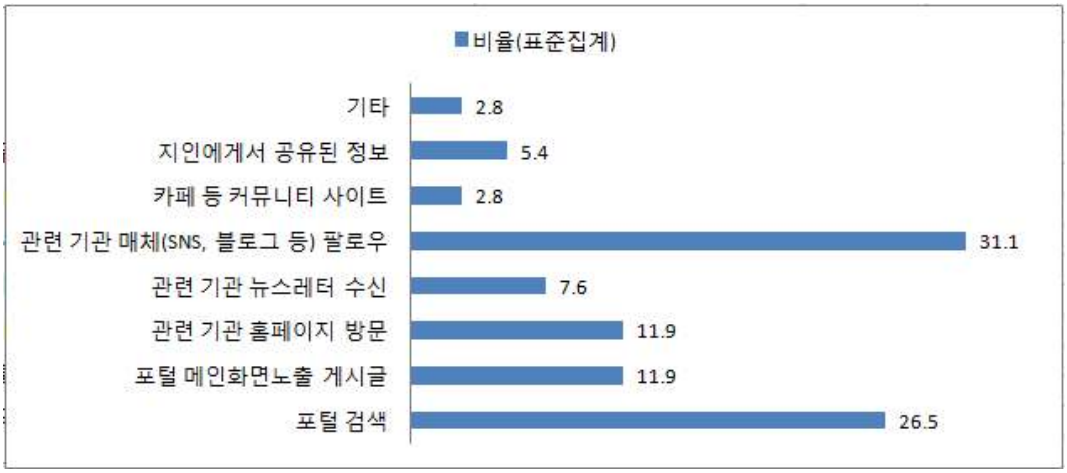
- 절반이상의 응답자가 전시문화기관을 자주 방문하는 것으로 나타남.
- 특히, DDP 매체 이용자의 경우 재단 매체 이용자보다 전시문화기관 이용율이 상대적으로 더 높음.
- DDP는 재단(공공기관) 보다 전시문화기관으로서의 특성을 강하게 나타냄

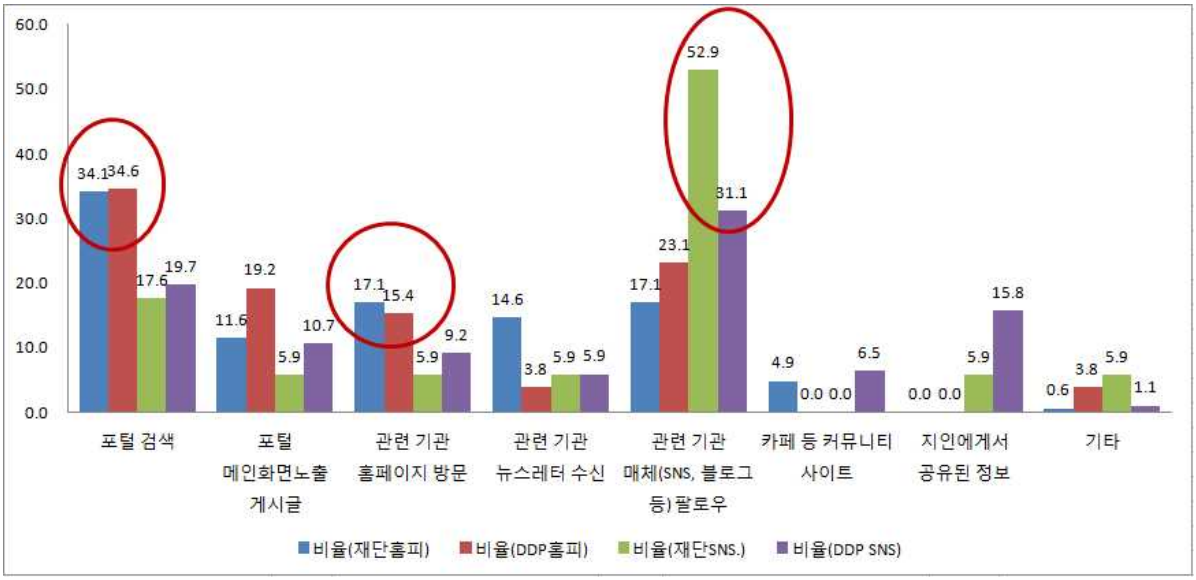


구분	보기	응답 (전체)	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	자주방문한다	857	57.5	**56.0**
2	자주방문하지는 않는다	622	41.7	43.3
3	방문하지 않는다	12	0.8	0.6

2-2) 온라인에서 전시/문화행사 정보를 어디에서 주로 접하십니까?

- 전시문화정보는 **관련기관 매체(SNS) 또는 포털검색**을 통해 주로 획득
- 홈페이지 이용자의 경우 **포털검색과 해당기관 홈페이지**를 주로 이용하는 반면, SNS이용자의 경우 **포털검색과 해당기관의 SNS 또는 지인의 공유된 정보**를 통해 주로 접하고 있음.

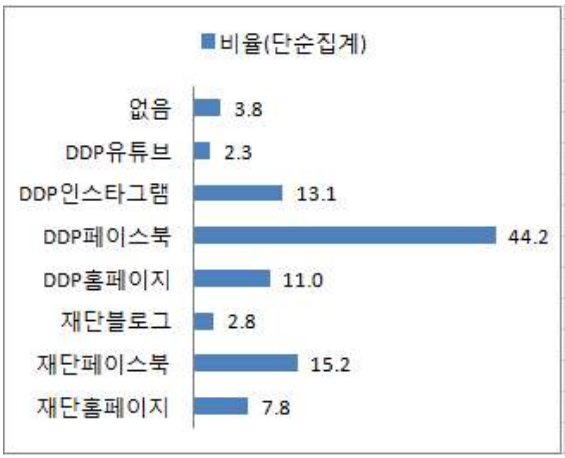


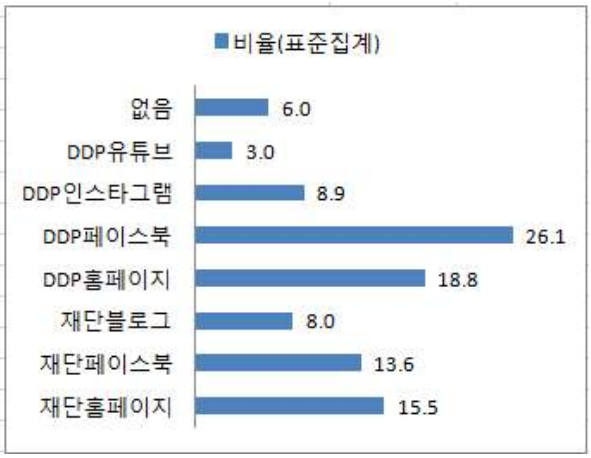


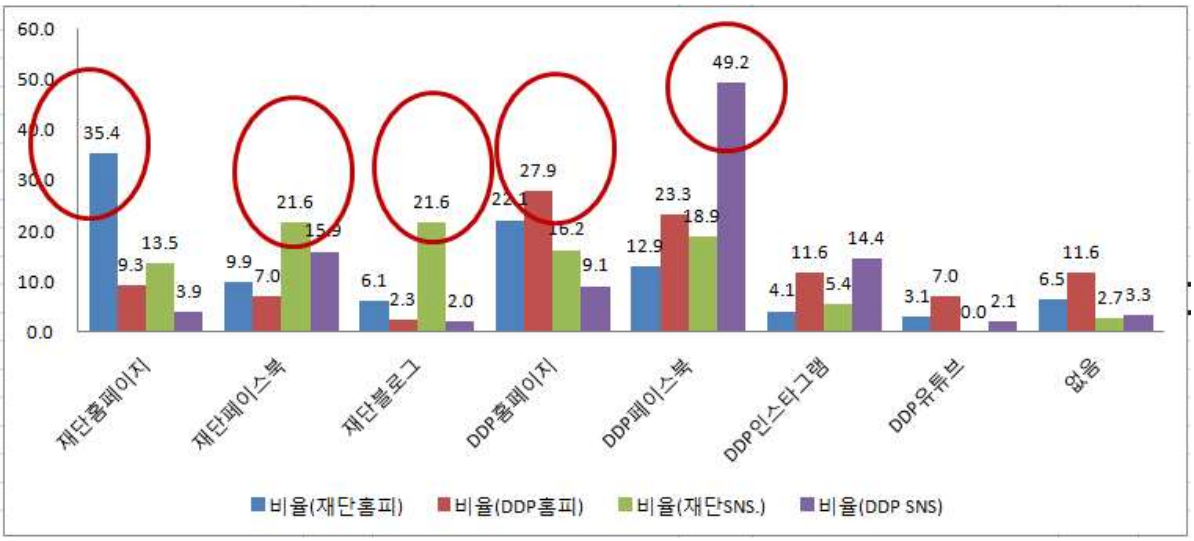
구분	보기	응답자	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	**포털 검색**	**704**	**20.5**	**26.5**
2	**포털 메인화면노출 게시글**	**371**	**10.8**	**11.9**
3	**관련 기관 홈페이지 방문**	**329**	**9.6**	**11.9**
4	관련 기관 뉴스레터 수신	216	6.3	7.6
5	**관련 기관 매체(SNS, 블로그 등) 팔로우**	**1046**	**30.5**	**31.1**
6	카페 등 커뮤니티 사이트	217	6.3	2.8
7	지인에게서 공유된 정보	511	14.9	5.4
8	기타	37	1.1	2.8
	계	3431	100	100

2-3) 현재 회원가입 (또는 팔로우) 되어 있는 매체는 무엇입니까?

- 응답자중 DDP 페이스북과 DDP홈페이지의 회원가입이 가장 높음
- 그러나, 각 매체별 응답자는 해당 매체를 가장 많이 이용한다고 응답함



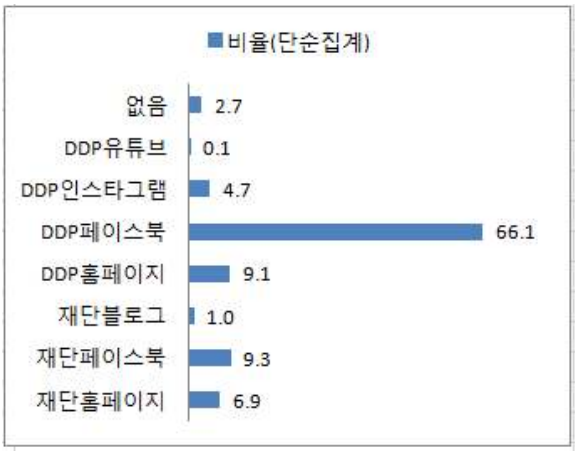


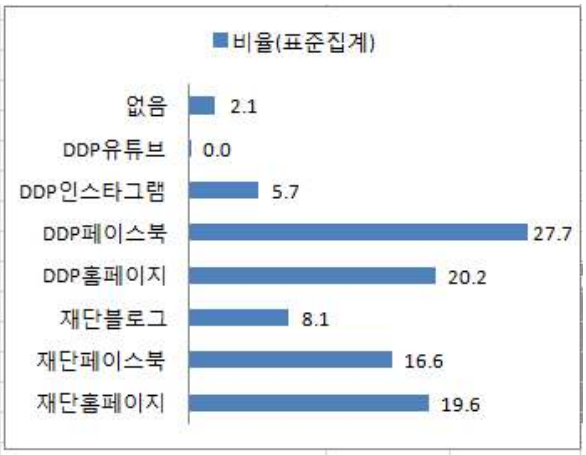


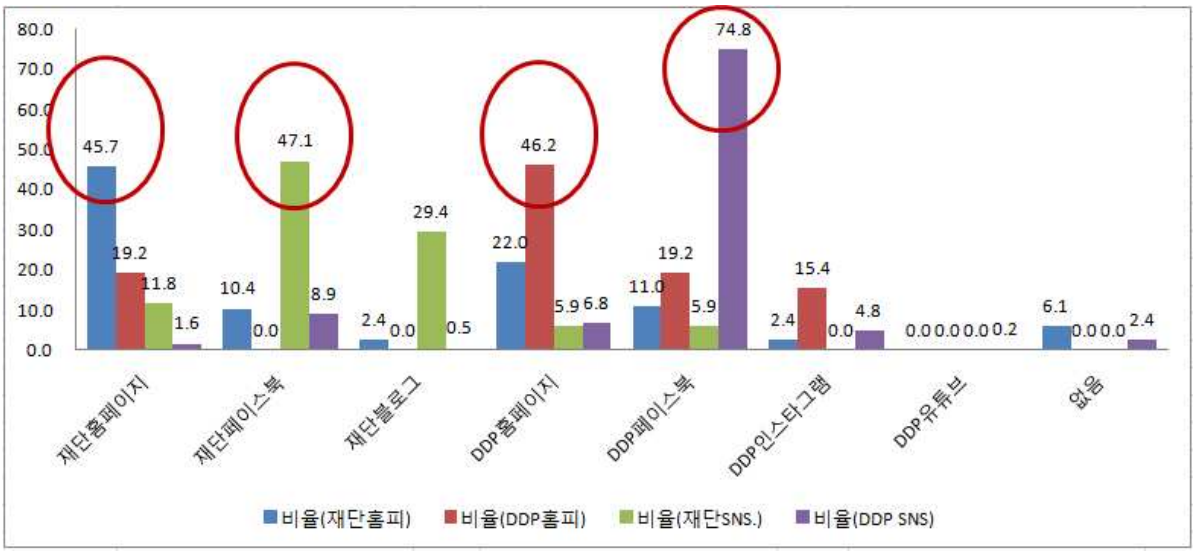
구분	보기	응답자	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	재단홈페이지	199	7.8	15.5
2	재단페이스북	389	15.2	13.6
3	재단블로그	71	2.8	8.0
4	DDP홈페이지	283	11.0	18.8
5	DDP페이스북	1135	44.2	26.1
6	DDP인스타그램	335	13.1	8.9
7	DDP유튜브	58	2.3	3.0
8	없음	97	3.8	6.0

2-4) 가장 자주 이용하는 매체를 하나만 선택하여 주세요.

- 전반적으로 DDP 페이스북과 DDP홈페이지의 이용율이 가장 높음
- 그러나, 각 매체별 응답자는 해당 매체를 가장 많이 이용한다고 응답함



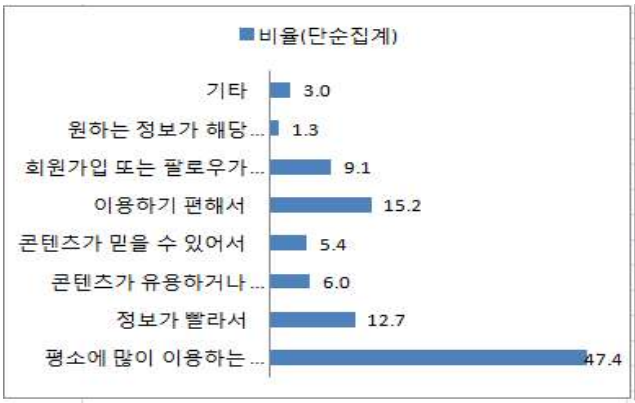


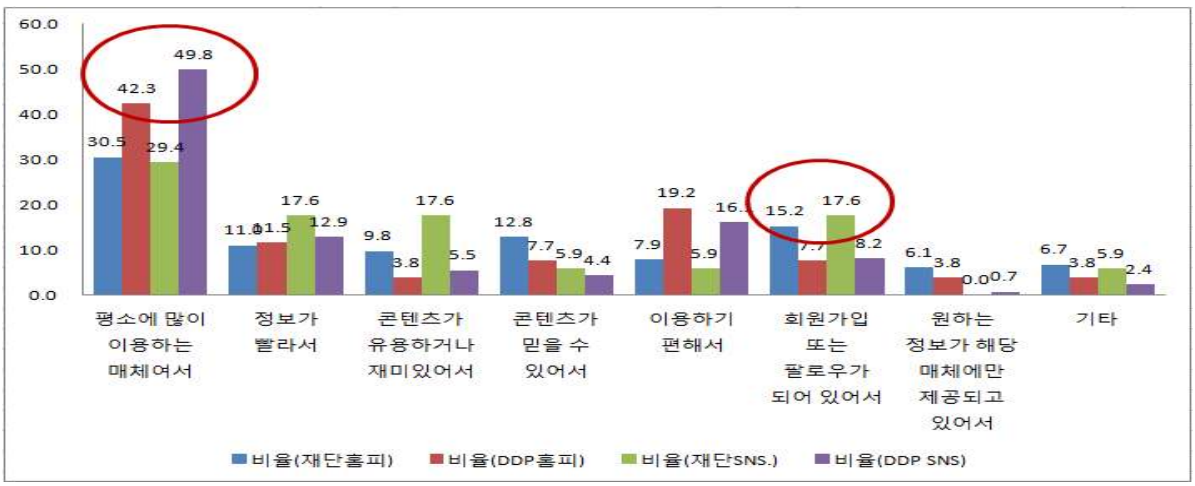


구분	보기	응답자	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	재단홈페이지	103	6.9	19.6
2	재단페이스북	139	9.3	16.6
3	재단블로그	15	1.0	8.1
4	DDP홈페이지	136	9.1	20.2
5	DDP페이스북	985	66.1	27.7
6	DDP인스타그램	70	4.7	5.7
7	DDP유튜브	2	0.1	0.0
8	없음	41	2.7	2.1

2-5) 선택한 매체를 가장 자주 방문하는 가장 큰 이유는 무엇인가요?

- **평소에 많이 사용하는 매체 중 제공되는 매체를 이용**하는 것으로 나타남.
- DDP매체 이용자의 경우 평소에 많이 이용하는 매체를, 재단 매체 이용자의 경우 기존 회원가입이 되어 있는 매체이기 때문에 이용이 많음.
- 즉, **사용자는 이용하기 편하고 익숙한 매체를 선호**하는 것으로 나타남, 따라서 **온라인 홍보효과를 높이기 위해서는 온라인 매체중 현재 트랜드에 따라 사용이 많은 매체에 집중할 필요**가 있을것으로 판단됨

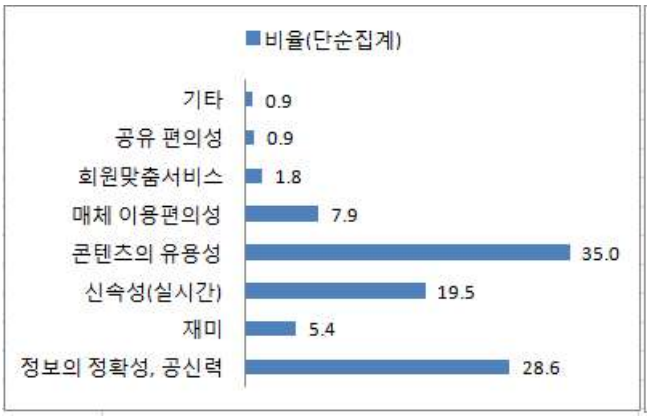


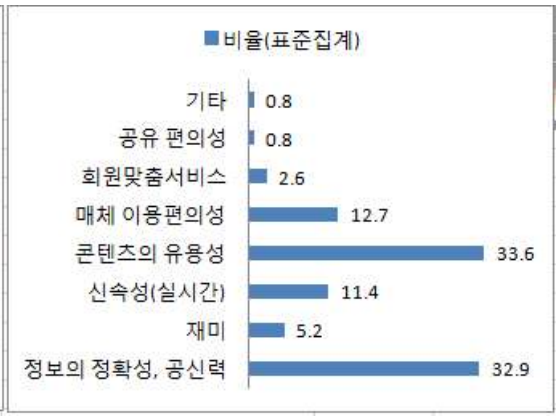


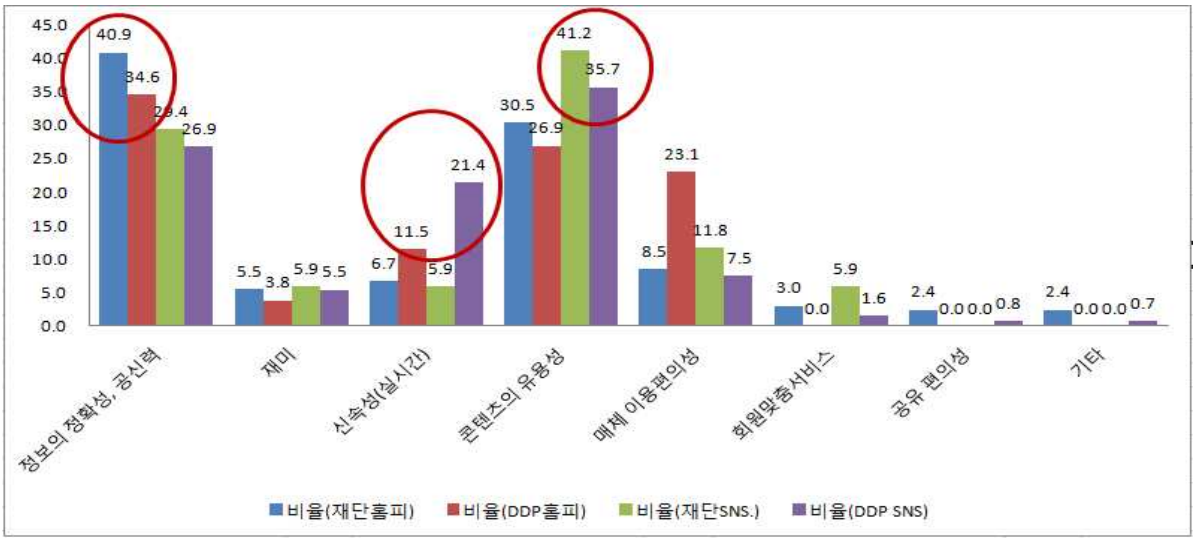
구분	보기	응답자	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	**평소에 많이 이용하는 매체여서**	706	47.4	**38.0**
2	**정보가 빨라서**	189	12.7	**13.3**
3	콘텐츠가 유용하거나 재미있어서	90	6.0	9.2
4	콘텐츠가 믿을 수 있어서	81	5.4	7.7
5	**이용하기 편해서**	226	15.2	**12.3**
6	**회원가입 또는 팔로우가 되어 있어서**	135	9.1	**12.2**
7	원하는 정보가 해당 매체에만 제공되고 있어서	20	1.3	2.7
8	기타	44	3.0	4.7

2-6) 온라인매체를 통한 정보습득에서 가장 중요하게 생각하는 것은?

- 온라인 매체 이용에서 **정보의정확성(공신력), 콘텐츠유용성**이 가장 중요하게 여겨지고 있고, **실시간 또는 이용편의성**도 비교적 높게 나타남
- 홈페이지 이용자의 경우 **정보의 정확성**을, SNS 이용자의 경우 **콘텐츠 유용성**을 더 중요하게 생각하고 있고,
- DDP이용자의 경우 **정보의 속도**를 상대적으로 중요하게 보고 있음.



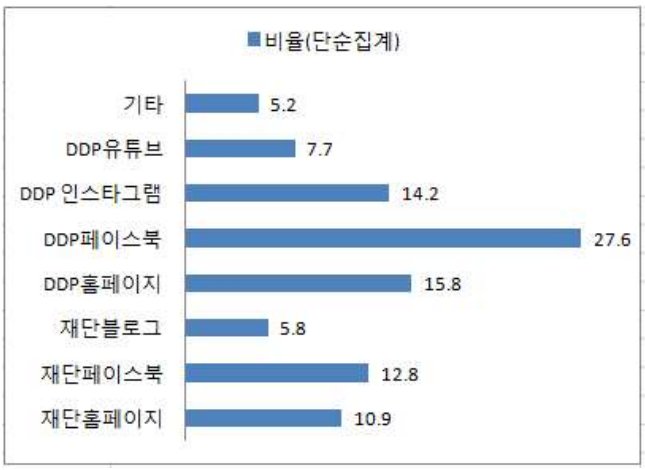


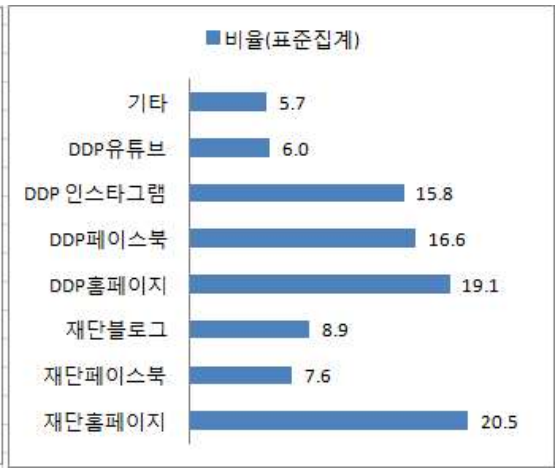


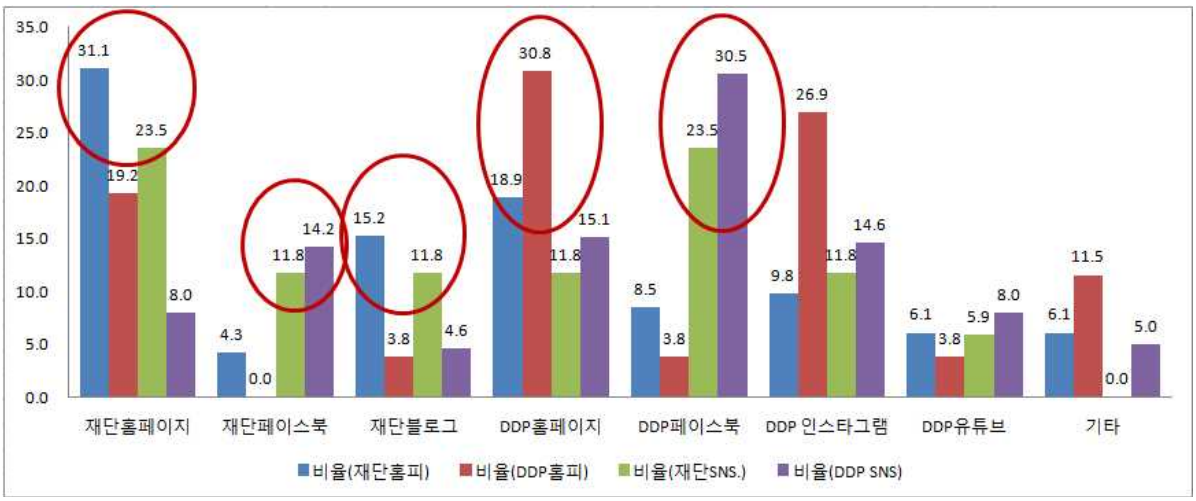
구분	보기	응답자	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	**정보의 정확성, 공신력**	426	28.6	**32.9**
2	재미	81	5.4	5.2
3	**신속성(실시간)**	290	19.5	**11.4**
4	**콘텐츠의 유용성**	522	35.0	**33.6**
5	**매체 이용편의성**	118	7.9	**12.7**
6	회원맞춤서비스	27	1.8	2.6
7	공유 편의성	14	0.9	0.8
8	기타	13	0.9	0.8

2-7) 좀 더 강화되어야할 매체 또는 추가되어야 할 매체는 무엇?

- 좀 더 **강화할 서비스는 홈페이지쪽**으로 나타났으나, **전반적으로 DDP의 서비스 강화 요구가 높았음.**
- 상대적으로 재단 SNS(페이스북, 블로그) 강화에 대한 요구는 낮게 나타남





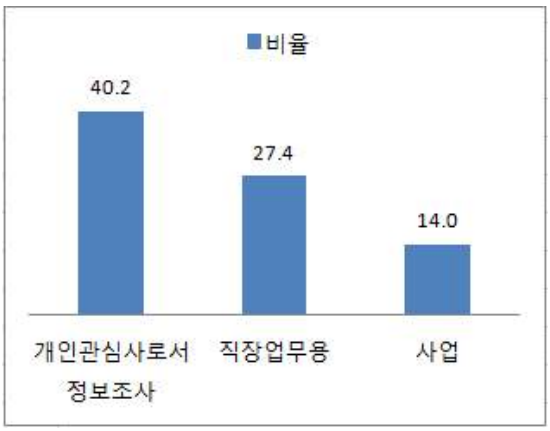
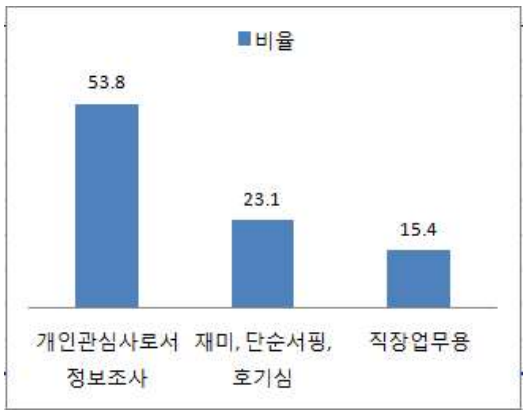


구분	보기	응답자	비율 (단순집계)	비율 (표준집계)
1	재단홈페이지	163	10.9	20.5
2	재단페이스북	191	12.8	7.6
3	재단블로그	87	5.8	8.9
4	DDP홈페이지	235	15.8	19.1
5	DDP페이스북	411	27.6	16.6
6	DDP 인스타그램	212	14.2	15.8
7	DDP유튜브	115	7.7	6.0
8	기타	77	5.2	5.7

3. 홈페이지 부분 매체별 조사결과

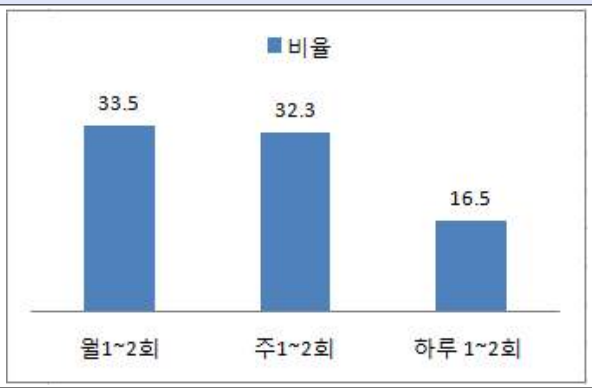
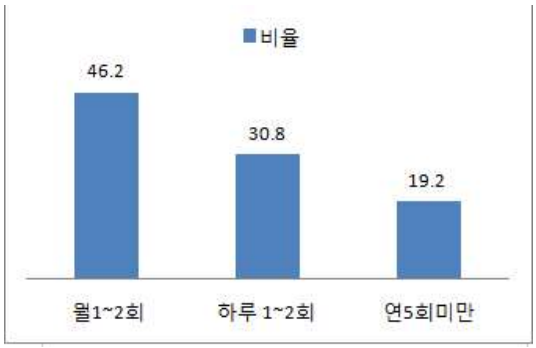
3-1) 홈페이지를 방문하는 목적

- 홈페이지는 개인관심사로서 정보조사를 위해 방문하는경우가 가장 많음
- 재단홈페이지의 경우 직장업무용 방문이 DDP홈페이지는 호기심에 방문하는 경우가 상대적으로 많았음.

재단홈페이지	DDP 홈페이지
	

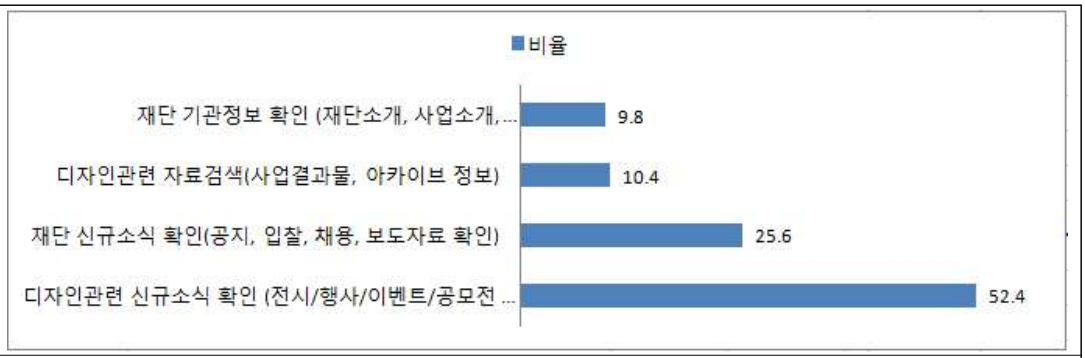
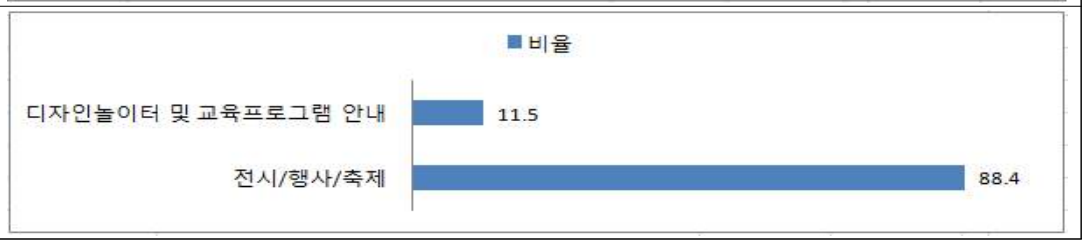
3-2) 홈페이지를 얼마나 자주 방문하십니까?

- 홈페이지는 월 1~2회 방문하는 경우가 많았으나, DDP 홈페이지가 재단 홈페이지보다 상대적으로 방문빈도가 높음.

재단홈페이지	DDP 홈페이지
	

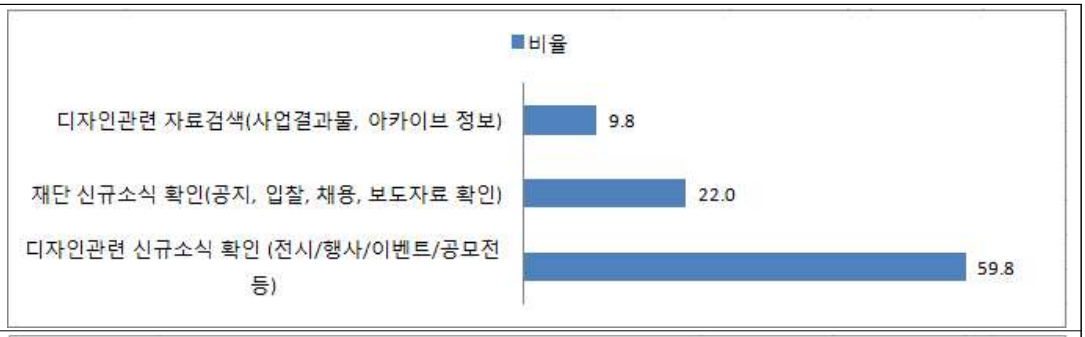
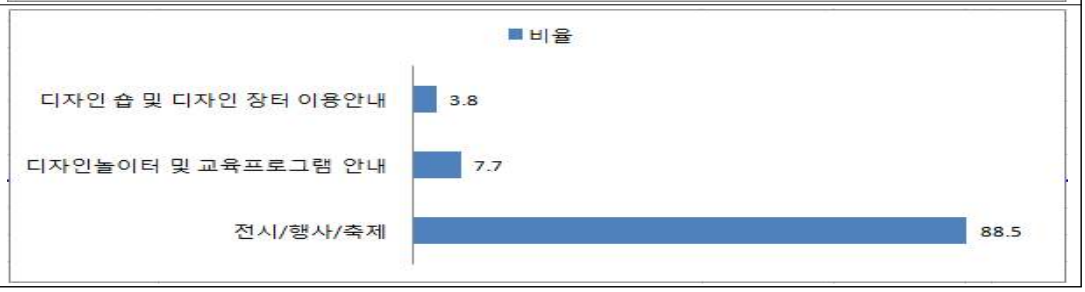
3-3) 어떤 정보를 얻기 위해 홈페이지를 방문하십니까?

- 재단 및 DDP 홈페이지는 주로 디자인 전시행사 정보를 얻기위해 방문하고 있으며, 재단의 경우 사업정보(공고 등)를 보기위한 경우도 25%를 차지함.

재단 홈페이지	
DDP 홈페이지	

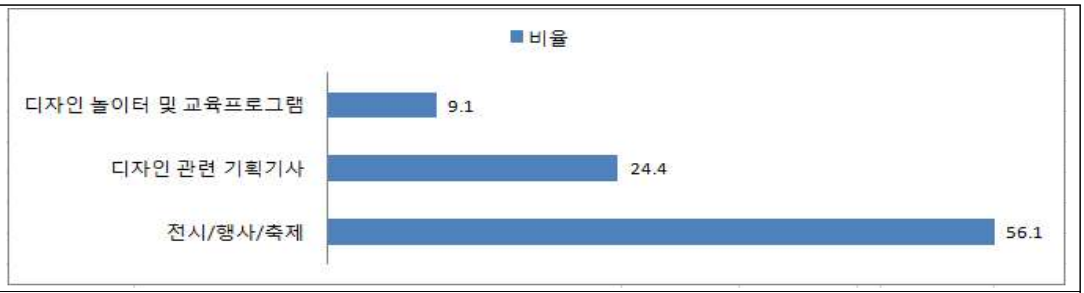
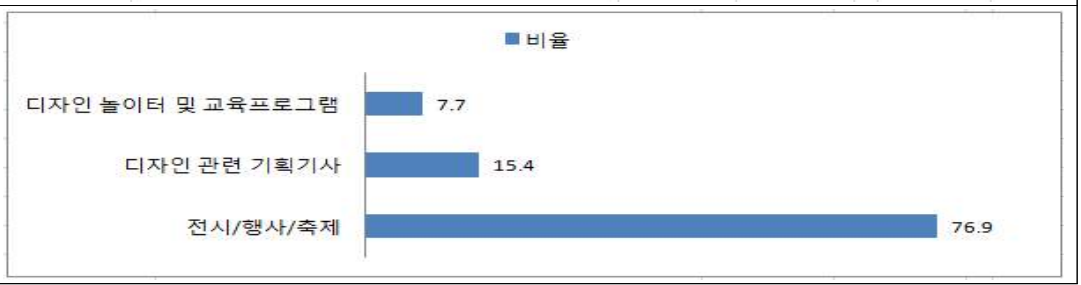
3-4) 홈페이지의 콘텐츠 중 유용한 내용은?

- 홈페이지의 유용한 콘텐츠는 전시행사정보 및 재단 사업정보라고 응답, 홈페이지 방문 희망정보와 유사한 비율로 나타남.
- 즉, 방문전 기대 하는정보와, 방문후 유용한 정보가 유사한 비율로 나타남.

재단 홈페이지	
DDP 홈페이지	

3-5) 뉴스레터 중 유익한 소식은?

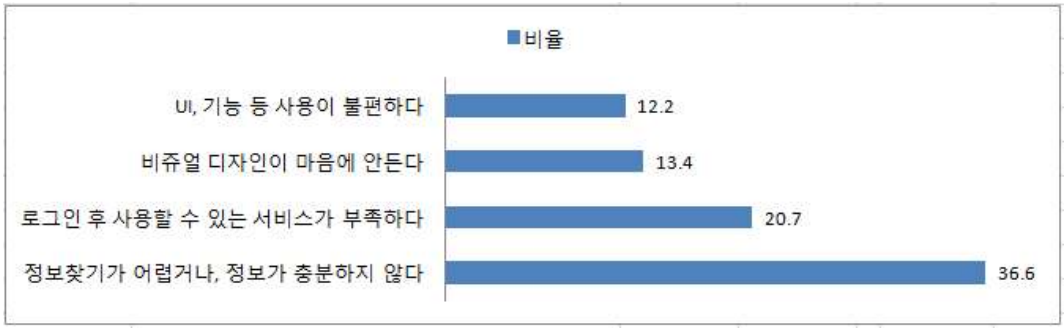
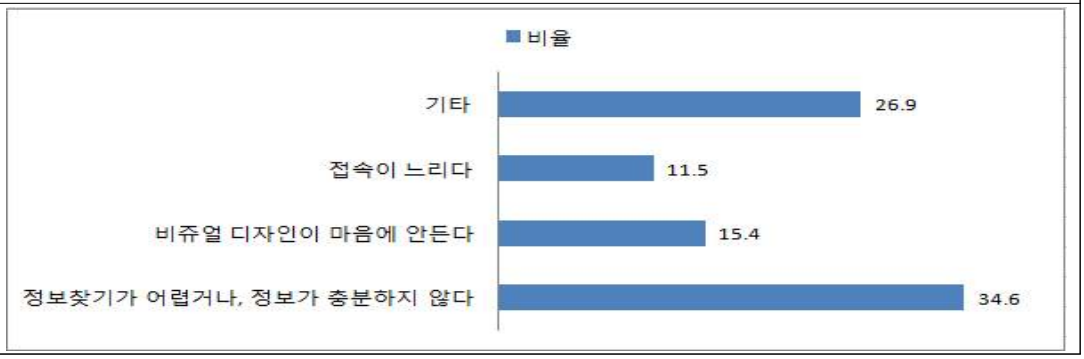
- 뉴스레터소식중 유익한 소식으로 전시행사정보로서, 홈페이지의 유익한 정보와 유사하게 나타남.
- 특히 재단 홈페이지 방문자 중 디자인 기획기사에 대한 관심이 상대적으로 높게 나타남으로써, 디자인 관련 기획기사에 관심이 많은 것으로 판단됨.

재단 홈페이지	
DDP 홈페이지	

3-6) 홈페이지 이용 중 불편한 점?

- 홈페이지 이용 불편사항으로 정보가 부족하거나, 정보찾기가 어렵다는 비율이 높게 나타나 재단 및 DDP 홈페이지를 통한 정보노출 개선이 시급함을 보여줌
- 또한, 비쥬얼디자인 및 UI개선이 필요한 것으로 나타났고, 특히 재단 홈페이지는 사용자 개인맞춤서비스(로그인후서비스)를 원하는 비율이 비교적 높게 나타남.
- 기타의견(DDP 홈페이지 불편사항)

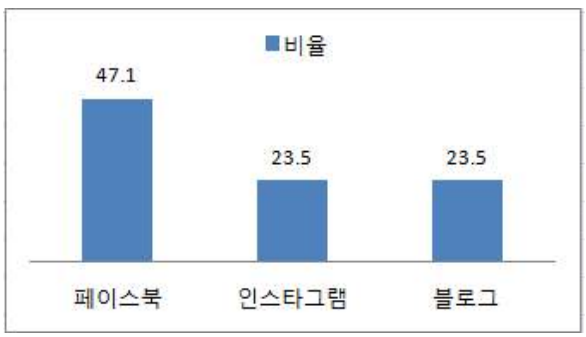
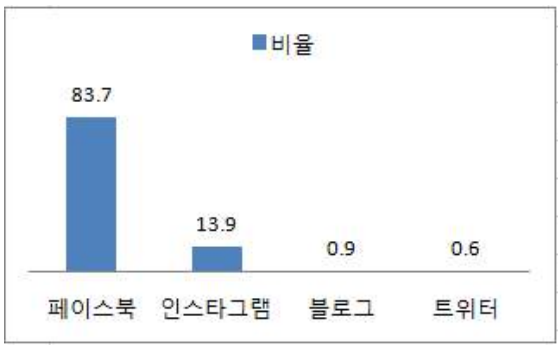
구분	내용
1	ddp와 시민이 소통할 수 있는 공간이 없다(고객불만, 직원신고 등)
2	UI,기능등사용이불편
3	사이트가한눈에보기어려운점
4	정보가 틀릴때가 많고 업데이트 느림
5	한영option

재단 홈페이지	
DDP 홈페이지	

4. SNS 부분 조사결과

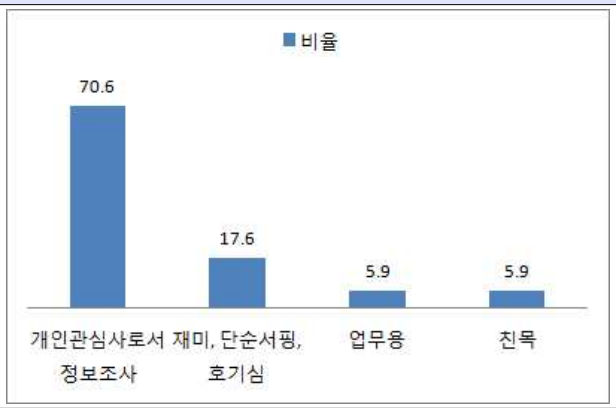
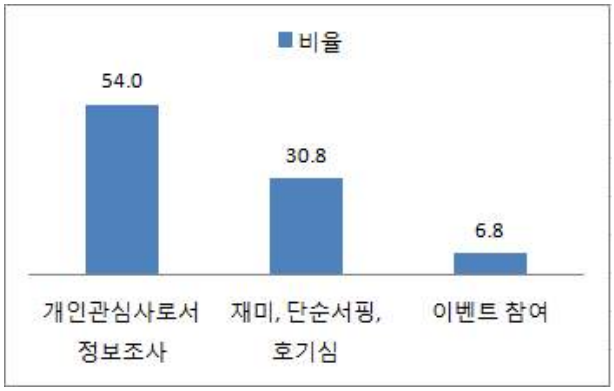
4-1) 평소에 자주 사용하는 SNS 매체

- 페이스북을 가장 많이 사용하고 있으나, 재단의 경우 블로그사용자가 상대적으로 많음
- 인스타그램의 서비스 이용자가 꾸준히 늘고있는 추세임에 따라 향후 서비스 강화필요성이 있음.

재단 SNS 응답	DDP SNS 응답
	

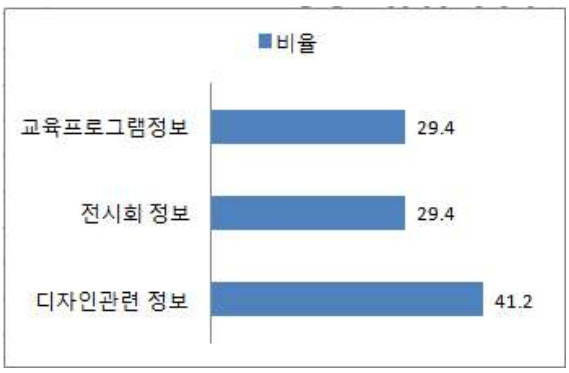
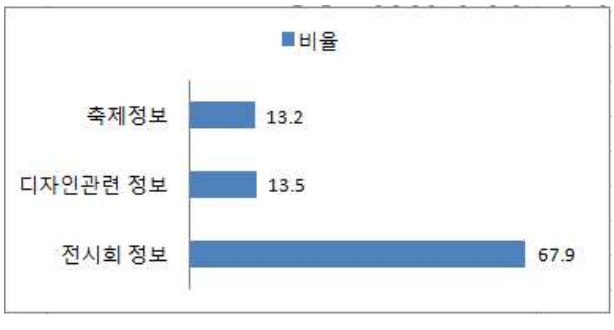
4-2) SNS를 방문하는 목적

- SNS 도 홈페이지와 같이 개인관심사로서 방문하는 비율이 높게 나타났으며, 또한 단순 호기심에 의한 방문비율도 유사한 수준으로 나타남.

재단 SNS	DDP SNS
	

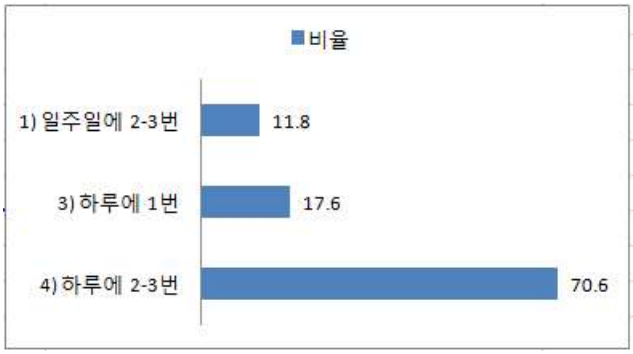
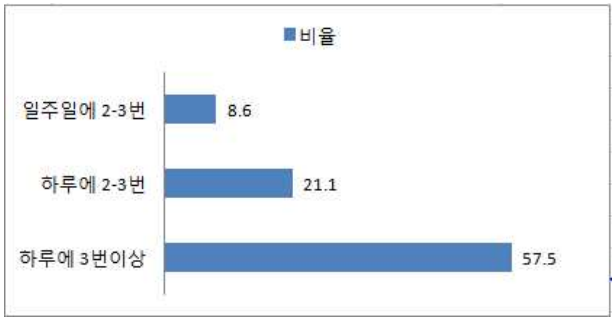
4-3) 어떤 정보를 즐겨보시나요

- 즐겨보는 정보는 재단은 디자인관련 정보, DDP는 전시행사정보로서, 재단은 디자인 정보에 대한 수요, DDP 는 전시행사 정보에 대한 수요가 높은 것으로 나타남.

재단 SNS	DDP SNS
	

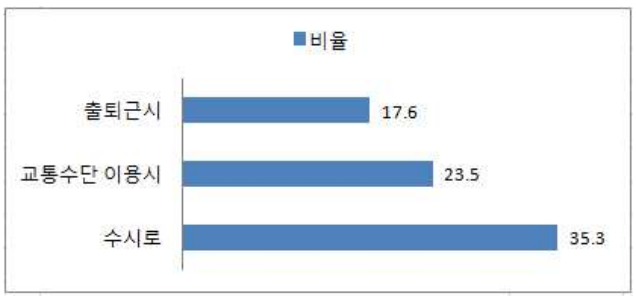
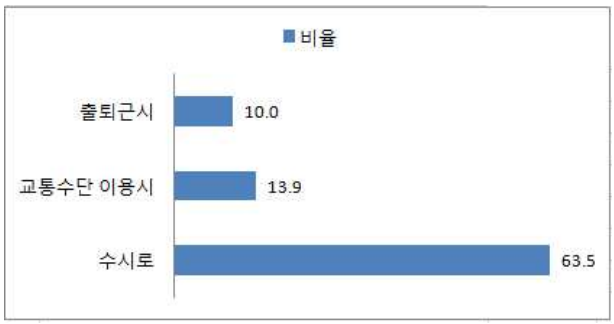
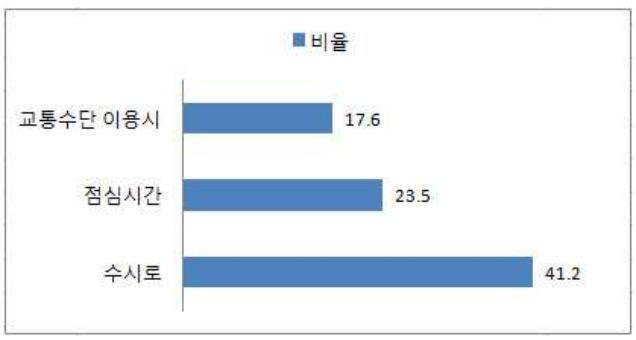
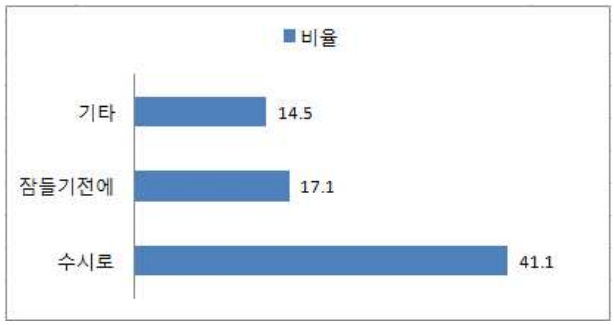
4-4) 얼마나 자주 SNS를 확인하시나요?

- 응답자의 약 90%정도가 하루 1회 이상 SNS를 확인하는 것으로 나타남. 이는 홈페이지보다 SNS방문빈도가 높은 것으로, 하루 1회 이상의 신규 콘텐츠에 대한 기대가 있는 것으로 판단됨.

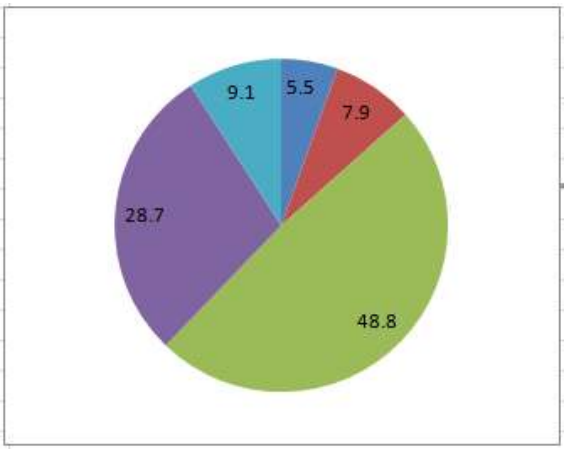
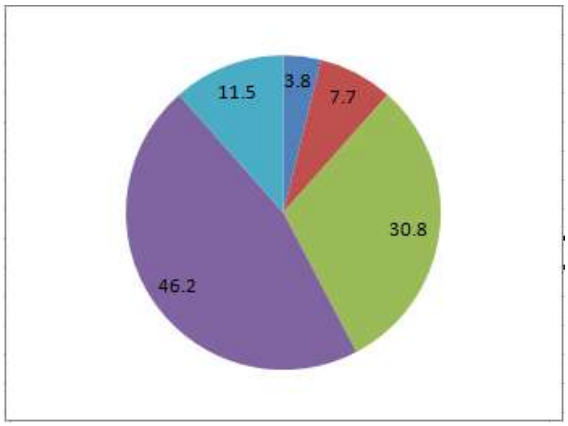
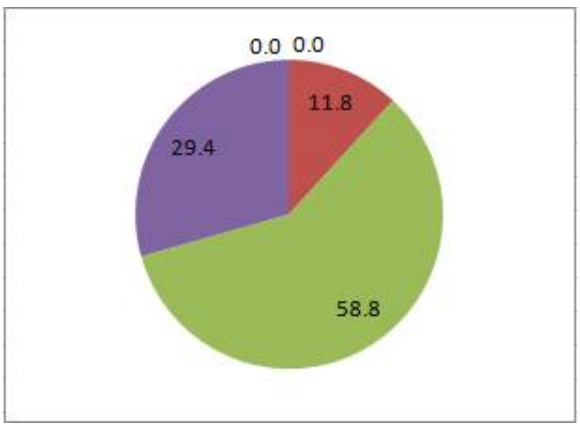
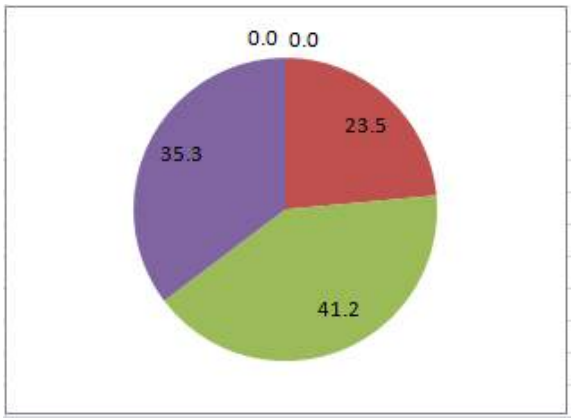
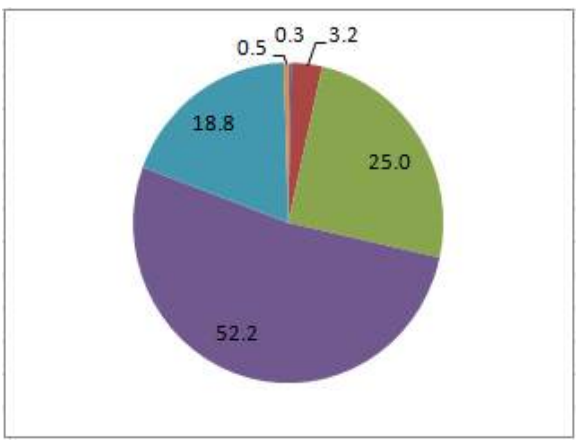
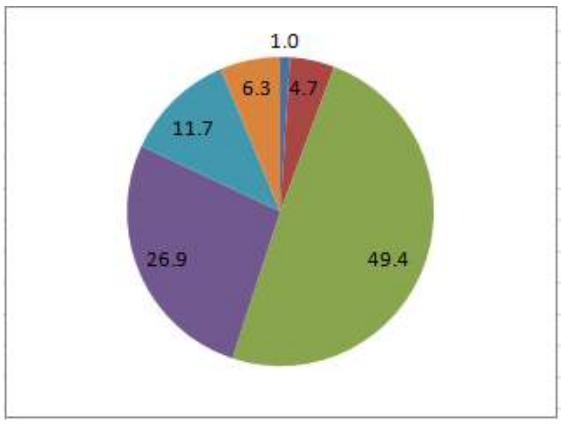
재단 SNS	DDP SNS
	

4-5) 주로 언제 SNS를 사용하시나요?

- SNS는 대부분 수시로 이용하고 있으나, 페이스북은 교통수단 이용시, 블로그는 점심시간, 인스타그램은 잠들기전에 상대적으로 이용율이 높음

재단 SNS	DDP SNS
	
재단 SNS (블로그)	**DDP SNS(인스타그램)**
	

5. 매체별 만족도

재단홈페이지	DDP홈페이지
	
재단페이스북	**재단블로그**
	
DDP페이스북	**DDP인스타그램**
	

6. 사용자 개선의견

6-1) 재단홈페이지

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 콘텐츠가 좀더 많았으면 좋겠다. 다양한 정보가 있었으면 좋겠다. 2) 콘텐츠를 재미있게 구성 필요 3) 디디피에 근무하는 계약직 직원들의 이름및 분야도 표기 4) 정보를 조금 더 빠르게 업데이트 필요 5) SNS를 통해서도 신속전달 필요 6) 재단홈페이지를 적극적인 홍보(URL 홍보) 7) 이용자(수용자) 중심의 서비스 필요
디자인, UI/UX	1) 전반적인 디자인 : 인터페이스, 레이아웃, 아이콘, 색상 등 개선 및 통일화 2) 기관홈페이지 느낌보다는 좀더 디자인적인 홈페이지로 ・한국적이면서 세련된 홈페이지로 ・기관홈페이지 느낌보다는 좀더 디자인적인 홈페이지로 ・조금 더 색감을 살려서 화려하게 만들어 보는 것도 괜찮을 것 3) 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 인터페이스 및 디자인을 리뉴얼 ・내용이 보기 쉽게 올라왔으면 좋겠다. ・일정이나 곧 끝나는 전시 정보는 한번에 알 수 있게끔 ・과거 자료와 찾기 어려움 4) 정보구조(메뉴구조) 의 재편성 필요 ・정보의 노출이 일관적으로 정렬되어있지 않음. ・알리마당, 시민참여, 디자인정보를 우선적으로 인지되도록 바랍니다. ・불필요한 메뉴들은 통합 및 간소화 5) 레이아웃 개선 ・일반이용자와 업무상이용자의 UX분리가 잘 되지 않는다 ・메뉴가 오른쪽에 있어 불편함 ・서브메뉴로 들어가는 계층구조가 복잡한거 같아요 ・메인화면 메뉴와 내용의 구분을 명확히, 가장 중요한 컨텐츠를 크게
뉴스레터	1) 뉴스레터는 회원가입을 안해도 자유롭게 수신할 수 있도록 구독방식 개선 2) 뉴스레터에 조금 더 다양한 혜택도 있으면 좋겠습니다! 미술관 할인권 등 3) 메일링서비스가 활성화 필요, 참신하고 탄탄한 해외소식 및 디자인분야 기사 4) 뉴스지처럼 깔끔하게 항상 받아볼만한 자료인것 같아서 너무 좋습니다.
기능	1) 시민 참여 프로그램 부족, 소통할 수 있는 공간 (개선관련 민원 개제, 전시, 공연 등의 리뷰) 2) 쓰기 및 참여기능 : 부드럽게 쓰기, 신청기능, 뉴스레터 구독 3) SNS연동, 모바일 최적화 4) 모바일접속시 첨부파일 이용 가능토록
시스템	1) 웹표준 준수 필요 2) 접속이 느리다

6-2) DDP홈페이지

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 디자인놀이터 및 교육체험프로그램 (DDP) 2) 정보가 틀릴때가 많고(오타, 잘못된 정보) 3) 업데이트 느림 4) 좀더 시민 참여 컨텐츠가 많았으면 해요 ・ddp와 시민이 소통할 수 있는 공간이 없다(고객불만, 직원신고 등) ・외국인들이 많은 지역이다보니 좀더 같이 할수있는 행사 5) 예정된 행사의 빠른 업데이트와 알림 기능 6) 전시홍보가 좀 더 활발히 이루어져 시민들이 문화행사를 자주 접할 수 있도록
디자인, UI/UX	1) 눈에 확뛰는 디자인 2) 보다 간결하게 정보만을 전달했으면 좋겠습니다. 3) 사이트가 한눈에 보기어려운점 4) 홈페이지가 깔끔하고 필요한 정보 위주로 잘 되어있는것 같다 5) 메뉴를 찾기가 손쉽고 다양한 정보가 한눈에 들어오면 좋겠다 6) DDP홈페이지의 UI가 좀 산만하여 정보접근 에 오히려 어려움을 느껴집니다.
뉴스레터	1) 이메일 만으로 뉴스를 받아볼수있었으면 합니다.(회원가입절차없이) 2) 메인에 뉴스레터 컨텐츠도 한눈에 보였으면 좋겠습니다
기능	1) UI, 기능 등 사용이 불편 2) 한영option
시스템	1) 접속지연이 잦음.

6-3) 재단 페이스북

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 다양한 문화 활동 소개 2) 좀 더 친근한 이미지로 다가가는건 어떤가요? 서울시 페북처럼요^^! 3) 가끔올려주는 전시 일정 캘린더가 좀 더 가독성이 좋고, 더 다양한 전시, 공연이 소개되었으면 좋겠어요

6-4) 재단 블로그

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 재단 블로그만의 이미지와 콘텐츠 제공 필요(DDP 콘텐츠 재사용 자제) 2) sns에서 블로그로 연동 되면 좋겠어요 (SNS에서 블로그 콘텐츠 링크) 3) 좀더 유저들과 하는 이벤트가 있었음 좋겠다

6-5) DDP 페이스북

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 현재 진행중인 전시, 곧 끝날 전시등을 받아보고 싶음 2) 전시 비하인드 스토리 정보 3) DDP주변 맛집 정보 4) DDP내에서 팔고 있는 디자인상품 정보 5) 관람객 후기, 의견등의 정보 6) DDP포토존 등 사진 찍기 좋은 장소 소개 7) 실시간 DDP모습을 담은 사진, 영상 8) 더 다양하고 재미있는 이벤트 9) 타 관련 페이지와 활발한 교류 필요 10) 조금더 친근하고 편한 신세대 어투(예: 고양시청, 부산경찰청, 부천핸썹 페이지등) 11) 포스팅 디자인 규격화 필요 12) 더보기 누르기 전 핵심적인 내용 축약 13) 더 자세한 내용을 보기 위한 DDP홈페이지 링크가 모바일에서 호환이 잘안됨 14) Bilingual 국/영 제공의 필요성(영문 DDP페이스북으로의 유입 어려움) 15) 2~3주전 포스팅을 쉽게 찾을 수가 없음(대안: 앨범만들기) 16) 더 잦은 포스팅 회수(대안: 1일 2~3회 포스팅, 이전 게시물을 수정하여 타임라인에 새로 뜨게 하기 등)

6-6) DDP 인스타그램

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 페이스북과 인스타그램 콘텐츠의 차별화 2) 감성적인 글과 사진 3) 실시간 DDP 현장사진, 동영상 4) 전시장 현장사진, 동영상 5) 전시, 행사 비하인드스토리 6) 인스타그램용 이벤트 활성화 7) 인스타그램용 사진분위기 통일(계정의 첫 화면) 8) #ddp 단 게시물에 리액션(하트, 댓글등) 9) 타 인스타그램 계정과 연계홍보 필요성

6-7) DDP SNS 기타

구분	개선의견
콘텐츠/ 서비스관리	1) 카카오톡 플러스친구나, DDP어플등으로 푸쉬알림(할인, 전시행사일정)을 받아보고 싶음

Ⅴ 향후일정

□ 향후일정

- 2015.11~2016.3 : 홈페이지 통합 개선사업 사업자 선정 및 개선 추진
- 2015.11 : 서울디자인재단 SNS(소셜네트워크서비스) 중장기 운영 계획
- 2015.11 ~ : SNS 부문 콘텐츠 및 서비스 지속 개선 추진

붙임. 1. 방침서 1부.

2. 설문집계결과 각 1부.

3. 경품당첨자목록 1부. 끝.