

### 1.의도

'온라인에서 원하는 색으로 염색하기 위해 미용실을 선택하는 과정'으로 task의 주제를 설정하였다. 4단계로 나누어, 원하는 니즈에 맞는 선택의 과정을 분석하기 위해서 이를 설정하였다.

### 2.설정한 단계

1. 인스타그램으로 "미용실" 검색 혹은 지인에게 추천받은 미용실을 검색한다.
2. 자신이 염색에 지불할 수 있는 가격대를 먼저 설정하고, 가격 마지노선을 정하여 고려를 한다.<sup>1</sup>
3. 미용실과 자신이 거주하는 곳에서의 거리를 고려하고, 효율적인 동선에서 미용실 후보군을 추린다.
4. 미용실 후기와 디자이너의 후기를 참고하고, 최종 미용실과 디자이너를 선정하고 미용실을 선택한다.

### 3.실제 수행과정 및 분석

실제 수행과정	분석	인사이트
인스타그램의 검색창에서 '염색'과 '미용실'이라는 키워드를 가지고 검색함. 헤어 모델의 사진을 본 후 마음에 들면 해당 미용실을 캡처 함. 그 후 자신이 원하는 색을 선정하여 인스타그램에 검색하였음. 마음에 드는 곳 3곳을 후보로 선정하고 네이버에 다시 한번 검색함.	미용실이라는 키워드로 검색을 하는 것으로 한정 지었지만, "실제로는 원하는 색상(브라운), 염색"이라는 다양한 키워드를 사용하여서 검색하였음. 헤어 모델이 주는 효과가 미용실 선정의 첫 번째 영향으로 크게 작용하였음.	고객은 자신의 니즈에 맞는 다양한 키워드(2개 이상)사용하여 검색창을 활용한다는 것. 이는 선택의 폭이 넓어져 혼동될 수 있음. 마케팅요소로 인해 다소 편향된 선택이 생길 수 있음.

<sup>1</sup> 예를 들어, 자신이 지불할 수 있는 돈은 15~20만원이다. 전체염색의 가격과 기장추가 등 추가 비용을 생각하였을 때 20만원을 넘기지 않는 선에서 염색을 진행한다. 20만원이 넘는 미용실은 선택에서 제외한다.

<p>A,B,C 미용실 네이버 가격표에 뜬 염색 가격 참고함. 하지만 모두 추가비용(기장추가, 클리닉 등)에 대한 가격 명시는 없었음.</p> <p>C는 20만원 대로 제일 비쌌으며, A와B는 모두 10만원 대의 가격으로 형성됨. 따라서 A와B 둘 중 한 곳으로 정하기로 결정함</p>	<p>자신이 정한 가격의 기준보다는 해당 <b>시장의 가격 시세</b>를 파악한 후 자신만의 <b>가격 설정의 마지노선</b>이 정해짐.</p> <p>기장추가와 같은 <b>추가 요금</b>의 가격은 정확하게 보여주지 않았음.</p>	<p><b>추가요금에 관한 자세한 사항은 나오지 않았고 이후 추가비용 발생시 불만이 생길 수 있음.</b></p>
<p>자신의 집과 거리 확인을 위해 네이버 지도를 활용함. A는 1시간 8분, B는 1시간 30분임. 거리로 따지기엔 애매하여 네이버 리뷰를 참고하고, 최종 미용실을 선정하기로 함.</p> <p>A,B 모두 적절한 리뷰 수(자신이 생각했을 때)와 원하는 색이 있었지만, B가 더 저렴하여 B 미용실로 최종선택.</p>	<p>디자이너의 후기를 고려하기보다는, 원하는 색상의 리뷰를 더 고려함. '<b>가격</b>'이 최종선택 요소로서 중요한 고려사항으로 작용함.</p> <p><b>리뷰 수</b>에 편향되게 선택하면 오류가 생길 수 있음. 리뷰이벤트로 리뷰 수를 올리는 미용실들이 있기 때문임.</p>	<p>본인의 상황에 따라 최종 소비 선택의 기준이 달라짐.</p> <p>리뷰 이벤트로 리뷰 수를 올리기 때문에 <b>리뷰 수</b>만 보고 결정하면 선택의 오류가 생길 수 있음.</p>

#### 4. 문제점

- **다양한 키워드**를 활용하여 검색할 때, 선택의 폭이 넓어질 수 있지만 혼동이 생길 수 있다
- **헤어 모델** 즉, **마케팅이 될 수 있는 요소**가 선택 후보군을 결정하는 과정에서 크게 작용하며 선택의 편향이 생길 수 있다.
- **추가비용**이 드는 부분에서는 정확한 명시가 없었다. 이 과정에서 소비자는 명시된 가격만 신뢰하고 추가비용이 발생하였을 때 **불만**이 나타날 수 있다.
- 리뷰 이벤트로 '**리뷰 수**'를 올리기 때문에, 리뷰 수만 보고 결정하면 선택의 오류가 생길 수 있음.

#### 5. 결론 및 개선점

Task를 수행하는 과정에서 많은 어려움은 없었다. 하지만 다양한 키워드, 마케팅의 요소가 선택의 과정에 많은 변화를 일으킬 수 있었다. 개선해야 할 점으로는 추가비용이 드는 부분에 대해 정확한 명시를 해주는 것이 선택의 과정에서 더 좋을 것 같다.