

가설 검정

(가) 가설을 세운다.

(나) 반증을 통한 가설을 점검한다.

(다) 최종 가설을 선택한다.

05 가설 검정

오늘의 고객은 휴대폰 스킨 업체입니다.

스킨의 가장 적절한 판매 시기를 알고 싶다.

05 가설 검정

새 스킨은 언제부터 만들기 시작해야 할까?

하지만 우리는 핸드폰 판매업체 팟팟 사의 출시일
자를 알 수 없다.

05 우리가 아는 사실

(가) 스마트폰 사는 투자를 많이 하고 있다.

(나) 경쟁사의 새로운 기종이 막 출시됨.

(다) 경쟁 휴대폰에 비해 기능이 향상됨

(라) 경제 상황이 호전됨.

(마) 스마트폰 사의 CEO는 내일 출시할 일이 없다고 말함.

(바) 스마트폰 CEO가 1년 동안은 제품 출시가 없다는 소문

05 가설 검정

일렉트로스키니 사가 극비 전략 메모 입수

메모를 살펴보기

05 가설 검정

출시 시기에 영향을 주는 여러가지 변수

주어진 사실과 소문을 이용하여 변수를 도식화 해
보자.

05 가설 검정

팻폰사의 출시 시기에 대한 가설을 세우자

H1 : 내일,

H2 : 다음달

H3 : 6개월 후,

H4 : 1년 후,

H5 : 출시 중지

05 가설 검정

가설을 세우고 다음에 할 일은 뭐냐?

가설 검정이 필요하다.

세운 가설에 대해 적절한지 사실과 소문을 토대로
확인해 보자.

05 가설 검정

가설 검정을 하기 위한 핵심 포인트

반증이다.

확인되지 않는 가설을 제거하자. 그것이 반증이라는 방법이다.

그리고 가장 적당하다고 생각되는 가설 선택은 만족화라고 한다.

05 가설 검정

반증 VS 만족화

만족화는 권장하고 싶지 않음.

가설 검정을 할 때는 만족화의 위험을 피하기 위해 **반증을 이용**하세요.

05 가설 검정

반증을 이용한 가설 없애기

(1) H1 : 출시는 내일

→ 팟폰 사의 CEO의 말(내일 출시 없음)

(5) H5 : 출시 중지

→ 팟폰 사는 예전보다 더 많은 투자 중.

05 가설 검정

남은 가설 세가지

- (1) H2 : 출시는 다음달
- (2) H3 : 출시는 6개월 후,
- (3) H4 : 출시는 1년 후,

05 가설 검정

가장 설득력 있는 가설은 무엇일까?

(1) H2 : 출시는 다음달

(2) H3 : 출시는 6개월 후, => 가장 설득력이 있다.

➔ 경쟁사에서 새로운 기종이 막 출시됨.

(3) H4 : 출시는 1년 후,

05 가설 검정

새로운 정보의 등장.

- 우리의 동료가 식당에서 핫폰 사의 직원 발견
- 새로운 단말기를 돌려보고 있었다.
- 아무래도 파티인 것 같았다.

05 가설 검정

새로운 정보의 등장으로 가설을 다시 점검.

(1) H2 : 출시는 다음달

➔ +++ 개발 팀이 새로운 기종으로 파티를 함.

(2) H3 : 출시는 6개월 후, => 가장 설득력이 있다.

➔ 경쟁사에서 새로운 기종이 막 출시됨.

(3) H4 : 출시는 1년 후,

최종 제안

팟폰 사의 핸드폰은 아무래도 다음 달에 출시가 될 것 같습니다.

⇒ 이 예상과 분석이 정확했기에 일렉트로스키니 사는 팟폰 사의 신기종에 맞는 멋진 새로운 스킨을 출시했습니다.