

디자인 씽킹 퍼실리테이션 대백과



인턴 윤요섭

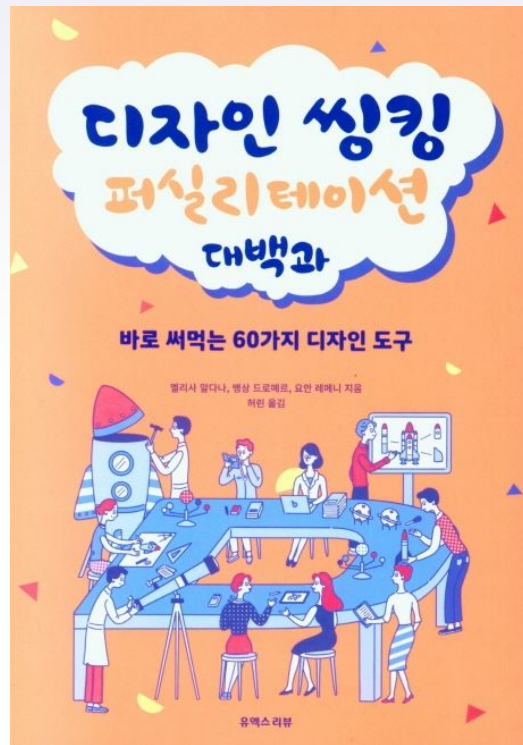
디자인 씽킹 퍼실리테이션 대백과

1부 : 단계별로 따라하는 디자인 씽킹

2부 : 디자인 씽킹 퍼실리테이터 되기

3부 : 디자인 씽킹 프로세스의 4가지 유형

4부 : 바로 써먹는 60가지 디자인 씽킹 도구



이미지 출처 : 교보문고

목차

➡ 디자인 씽킹 퍼실리테이션 대백과 개요

➡ 디자인 씽킹이란?

➡ 디자인 씽킹 : 몰입

➡ 디자인 씽킹 : 아이디어 창출

➡ 디자인 씽킹 : 프로토타이핑

➡ 디자인 씽킹 : 테스트와 반복

➡ 디자인 씽킹 퍼실리테이터 되기

➡ 디자인 씽킹 프로세스의 4가지 유형



1

디자인 씽킹 퍼실리테이션 대백과 개요



디자인 씽킹 퍼실리테이션 대백과 - 추천사

지금으로부터 오 년 전, **디지털 전환**에 관심을 두기 시작했다.

...

디지털 전환이 국가와 공공기관 및 대기업뿐만 아니라 소기업에 무엇을 의미하는지 질문을 던지게 되었다.

...

그런데 특히 전통적 기업들은 **디지털 전환**을 하기 위해 어떤 도전이 필요한지 파악하는데 어려움을 겪는다.



디지털 전환이라는 말이 자주 언급된다.

😞 왜 추천사에 디지털 전환이라는 말이 자주 언급될까?

😞 디지털 전환이란?

디지털 혁신이란?

1차 디지털화(디지털라이즈)

: 아날로그에서 디지털로



2차 디지털화(디지털라이즈)

: 디지털 기술의 통합



3차 디지털 혁신(트랜스폼)



디지털 혁신이란?

1. 고객 경험, 비즈니스 모델, 운영 등을 근본적으로 재구성하는 활동을 의미
2. 가치 제공, 수익 창출, 효율 개선을 위한 새로운 방법을 모색



디지털 혁신이란?

전통적 기업들은 디지털 전환을 하기 위해
어떤 도전이 필요한지 파악하는 데 어려움을 겪는다.

1. 새로운 기술 역량을 기업 경영의 핵심에 두고 있지 않기 때문
2. 새로운 기술 역량이란 고객 중심 문화를 포함한 기업 문화와 연관이 있다.

디자인 씽킹은 새로운 기술 역량에 있어, 사용자의 니즈를 이해하고,
이를 해결할 수 있는 기회를 찾을 수 있는 논리추론 접근법



2 디자인 씽킹이란?



▶ 디자인 씽킹이란?

디자인 씽킹은 창조성과 협업, 실험적인
환경을 조성하도록 돕는 혁신적인 접근 방식



고전적 방법과 디자인 씽킹 비교

	고전적 방법	디자인 씽킹
해결방법	고전적인 문제 해결과정으로 논리성과 합리성을 최우선 가치로 두고 문제 해결	문제해결 과정에서 인간의 감성과 경험, 공감을 최우선적 가치로 두고 문제 해결
문제 해결 프로세스	과제 선정 ➡ 문제의 구조 파악 ➡ 문제의 원인 파악 ➡ 해결 방안 개발 및 선정 ➡ 실행 / 평가	공감 ➡ 정의 ➡ 아이디어 도출 ➡ 시제품 ➡ 테스트 ➡ 실행 / 평가

디자인 씽킹이 비즈니스에 중요한 이유

곳곳에 산재하는 파괴

국내 및 해외 시장에서 소비자
선택의 폭이 증가 (경쟁 심화)

파괴

이전 같지 않은 사용자의 집중력

사용자들의 심한 번덕
날로 까다로워 지는 사용자들

번덕

더는 회사에 충성하지 않은 직원

새로운 세대들에게
보수보다 일의 의미와
기업의 사명 중요

마인드

관성을 극복해야 하는 조직

디지털 덕분에 시장 진출의
문턱이 감소
(새로운 비즈니스 기회 창출)

관성

디자인 씽킹이 비즈니스에 중요한 이유

연구 개발

실패는 또 다른 R&D

혁신의 이면에는 실패가 존재한다.

실패는 혁신에 이르는 과정이다.

오랫동안 내부에서 진행한
계획에 따른 신제품 출시



실험하고
시도하면서 조정

디자인 씽킹 기초 : 3가지 개념

모든 사고의 중심이 되는 인간 (사용자)	사용자 곁에서 관찰하고, 몰입해야 한다. 그들의 입장이 되어 공감할 수 있어야 한다.
집단 지성의 힘에서 영감얻기	여러 사람이 혼합된 그룹 안에 존재하는 모든 다양성의 가치 활용 생산적이면서 창의적인 대화안에 담기
실험	프로토타입을 만들어 보는 것 프로토타이핑을 통해 과도한 예산과 자원, 에너지를 들이지 않고 시장에서 테스트



디자인 씽킹 사고방식

초심자의 시선 유지하기	디자인 씽커는 기존의 메커니즘에서 탈피하여 창의성이 자유롭게 발현되게 해야 한다.
집단 지성의 힘에서 영감얻기	그룹 안에 존재하는 모든 지식과 역량, 아이디어의 다양성을 인정하면서 이를 창의적이고 생산적인 대화 안에 담아두기
테스트 앤 런, 반복에 들어서기	프로토타입으로 만들고 보여주기
시각화 문화 개발하기	프로젝트가 발전하는 과정 분명히 보여주기
낙관적인 자세 갖기	프로젝트에 만장일치로 지지하지 않아도 긍정적이고 낙관적인 태도 유지



사례로 보는 디자인 씽킹 : 첫 번째 드라이브 스루

기존의 검진 방법

: 검사 시간이 몰릴 경우 대기 시간 증가



드라이브 스루

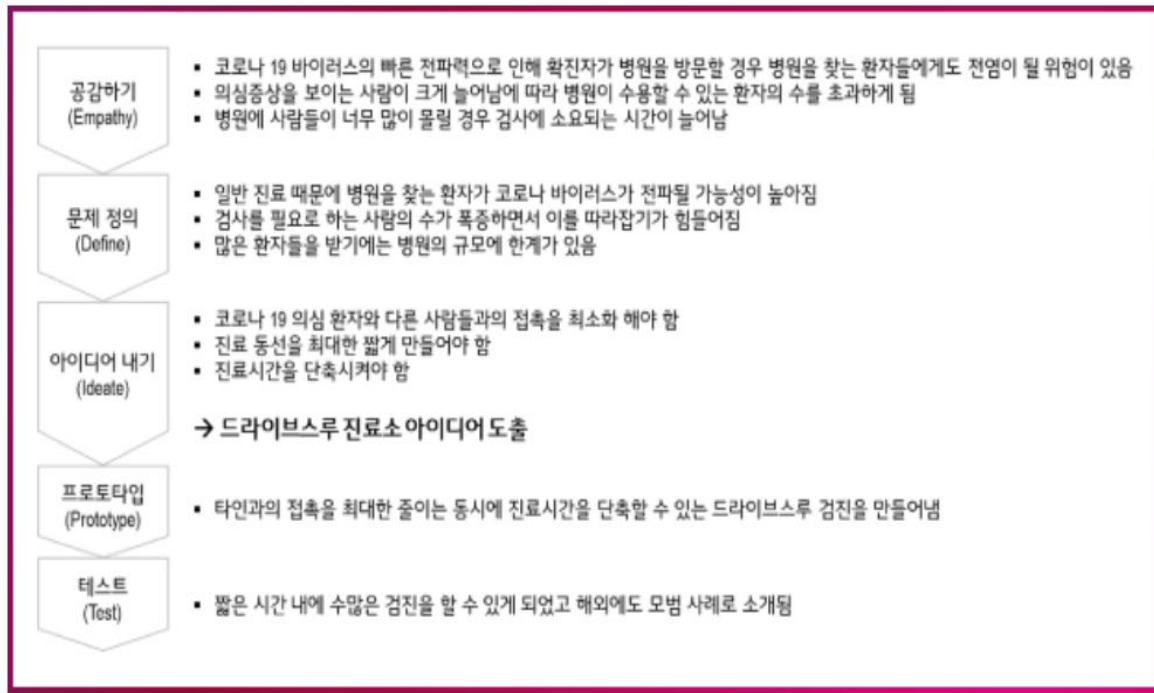
: 검사 받는 동안 전염의 불안감과 검사 시간의 불편함에 대한 "공감"으로 시작된 디자인 씽킹 사례

[참고링크: LG CNS : 드라이브스루 탄생시킨 디자인씽킹, 이렇게 적용해 보세요!](#)



이미지 출처: 대한민국 정책브리핑

드라이브스루 : 디자인 씽킹 프로세스



디자인씽킹 적용 사례: 코로나 드라이브스루 진료소 (출처: 바이플러그 BiPlug/재가공: LG CNS Entruе컨설팅 CX전략그룹)

사례로 보는 디자인 씽킹 : 두 번째 에어비앤비

공감하기	“사진이 안 좋으면 돈을 쓰고 싶지 않을 것 같다.”
문제정의	“객실 사진들이 품질이 좋지 않았다.”
아이디어도출	“아마추어 사진을 해상도 높은 사진으로 변환”
시제품제작	“뉴욕으로 가서 사진의 질을 높이기 시작”
사용자 테스트 진행	“계속해서 창의적 가정 실행 및 평가”



이미지 출처 : 한경글로벌마켓

디자인 씽킹의 주요 단계



몰입

가지치기 단계

수렴하기 단계

아이디어 창출

가지치기 단계

수렴하기 단계

프로토타이핑

유형화하기

테스트와 반복

시험하기

구현하기

반복하기

3

디자인 씽킹 : 몰입



몰입 : 사용자 속으로 뛰어들기

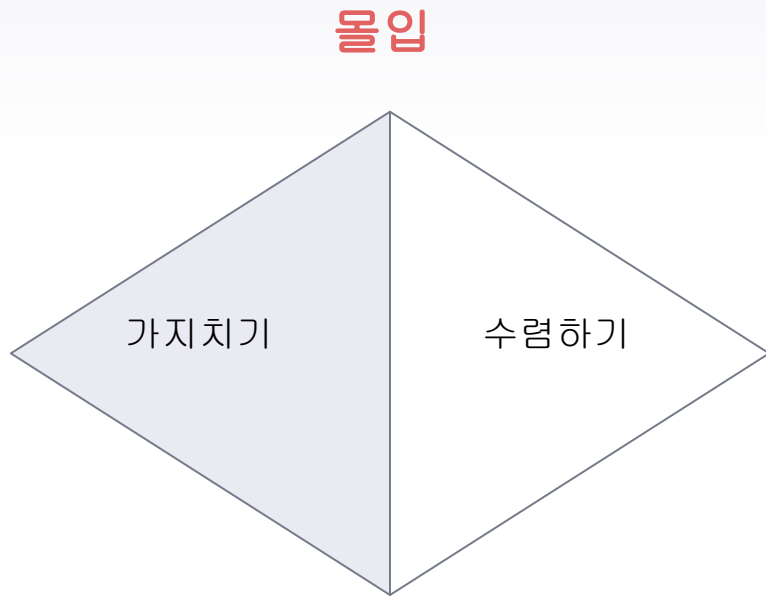
몰입은 사용자를 발견하고
알아가고 이해하기 위한 단계

몰입의 목적

사용자들이 불편함을 느끼는 지점, 즉, 페인
포인트를 찾는 데에 있다.



몰입 : 몰입 단계는 어떻게 진행되는가?



몰입 : 가지치기



사용자
관찰하기

공감하면서
상호 작용 하기

사용자의
입장이 되어 보기

몰입 : 가지치기 디자인 씽킹 도구

도구	특징
인터뷰 / 공감지도	기존 사용자 또는 잠재적인 사용자가 지닌 생각, 감정, 동기를 찾아내기 위해 사용하는 몰입 방법론
페르소나	사용자의 입장이 되어보고, 사용자 중심의 의사 결정을 할 때, 특히 실제 사용자를 만나기가 어려운 프로젝트 단계에서 유용하다.
새도잉	사용자와 상호 작용을 하지 않으면서 뒤로 물러나 관찰한다. 전형적인 사용자 및 극단적인 사용자
극단적인 사용자 경청하기	극단적인 사용자들의 경험, 욕구, 필요는 평범한 이들과는 다르다. 이들을 경청하며 제품, 서비스 또한 디자인이 지닌 한계를 찾아낸다.
Why 질문	문제를 완전히 해결하기 위해 감춰진 원인을 찾는다. 반복적인 문제를 해결하는데 유용하다.

몰입 : 수렴하기

👉 사용자의 주요 문제가 무엇인지 정의

✂ 연구해야 할 특정한 분야를 명확히
찾기



몰입 : 수렴하기 디자인 씽킹 도구

도구	특징
카드 분류	일반적으로 사용자의 욕구, 가치와 생각 구조를 알 수 있게 돕는다. 이 도구를 통해 프로젝트가 여전히 사용자 중심인지를 확인한다.
사용자 경험	사용자의 경험에서 중요한 순간을 찾아내고 경험 중에 찾아낸 문제점을 밝혀낼 수 있다. 팀 전체가 재검토한 페인 포인트를 잘 이해하고 공감하는지 확인
POV	관점을 형성하는 것으로 도구를 통하여 참가자 전체가 협력하여 따를 수 있는 명확한 지침을 정할 수 있다.
어떻게 하면 좋을까?	해결책을 찾아내야 할 문제를 정의한다. 아이디어 창출을 활성화하는 효율적인 브레인스토밍을 보장한다.

몰입 : 사용자 조사를 어떻게 진행해야 하는가?

준비하기	<ul style="list-style-type: none">● 사용자 인터뷰● 에스노그래피(특정 그룹의 생활방식 관찰)● 원격관찰(영상 일기)
사용자 조사하기	<ul style="list-style-type: none">● 촬영 동의 여부 확인● 편안한 대화 유도● 인터뷰 끝나고 어떤 고객을 위한 인터뷰인지 알려주기● 열린 질문하기● 응답자가 답변하는 흐름에 맞게 질문하기● 잘 이해하기
브리핑	<ul style="list-style-type: none">● 현장 조사 끝날 때까지 중립성 지키기 (객관적 태도 유지)● 녹취를 그대로 문서에 옮기기● 브레인스토밍하면서 현장에서 수집한 내용 살붙이기

4

디자인 씽킹 : 아이디어 창출



아이디어 창출 : 아이디어를 최대한 많이 생산하기

몰입 단계에서 발견한 사용자의 문제에
해결책을 찾아내는 단계

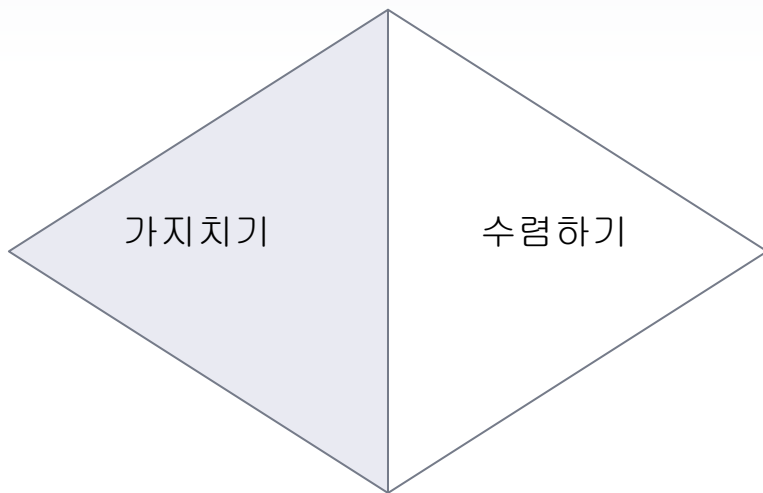
아이디어 창출의 핵심

아이디어의 질보다는 양이 관건이다.



아이디어 창출 : 아이디어 창출 단계는 어떻게 진행되는가?

아이디어 창출



아이디어 창출 : 창의성을 자극하는 기술

- ✓ 혼자가 아닌 팀과 함께 새로운 해결책 고민하기
- ✓ 다른 관점을 볼 수 있도록 다양한 사람들을 모으기
- ✓ 한 가지 방법만 고집하지 말고 다양한 방법 시도해보기
 - 브레인스토밍이 내성적인 이들에게는 맞지 않을 수 있음

아이디어 창출 : 가지치기 디자인 씽킹 도구

<p>러닝 익스퍼디션</p> <p>“영감을 주는 기업, 인물을 만나거나 혁신적인 장소, 생태계를 찾아 떠나는 여행”</p>	<p>혁신 지도 그리기</p> <p>“기업 모델, 사용자 모델 또는 혁신 제품 모델 집약 자료. 단순 벤치마킹이나 경쟁사 분석보다 더 포괄적 ”</p>	<p>자유로운 아이디어 창출</p> <p>“다른 참가자들의 제안을 참고하여 각자의 생각을 풍성하게 한다.”</p>
<p>크레이지 8</p> <p>“제한된 짧은 시간 내에 최대한 많은 아이디어 창조”</p>	<p>보노의 모자</p> <p>“팀끼리 하나의 관점을 가지고 다양한 관점에서 문제를 다룬다.(같은 모자 같은 팀)”</p>	<p>제한된 아이디어 창출(그리고 만약..?)</p> <p>“제약이 있는 아이디어 창출 단계로 조건문 형식으로 표현될 수 있다.”</p>
<p>스캠퍼</p> <p>“대체, 조합, 적용, 수정, 다른 용도 사용, 제거, 재배치 관점에서 아이디어 창조”</p>	<p>바이오미미카드</p> <p>“ 지구상 모든 생명체에서 아이디어 찾기(자연에서 영감 얻기)”</p>	

아이디어 창출 : 수렴하기 디자인 씽킹 도구

도구	특징
스티커 투표	가장 흥미로운 아이디어 찾기. 팀이 효과적으로 합의하는 방법을 배우게 한다.
보관하기-버리기-시작하기	아이디어 전체를 더 명확하게 살펴 보게 하고, 도전 과제에 의미 있는 아이디어들에 집중하게 해준다.
아이디어를 팝니다	실행할 서비스 사업, 제품의 콘셉트나 기능에 관한 아이디어의 우선순위를 팀 전체가 결정할 수 있다.
XY 행렬 (X: 잠재력 / Y: 실행가능성)	가장 흥미로운 아이디어를 부각하면서, 아이디어 사이의 상관관계를 탐구하는 것이다. (비교와 대조, 새로운 관점을 갖게 한다.)

5

디자인 씽킹 : 프로토타이핑



프로토타이핑 : 아이디어를 구체화하기

아이디어의 전체 또는 일부분을 유형의 물체나 디지털 방식으로 구체화 한 것

백문이 불여일견

백 번 듣는 것이 한 번 보는 것보다 못하다.

수없이 반복하는 회의보다 프로토타입 하나가 낫다.



프로토타이핑 : 왜 프로토타이핑 단계를 거쳐야 하는가?

👉 가정을 증명하거나 부정하기 위해 (빠른 피드백)

✌ 시간과 비용, 에너지를 절약하기 위해

- ▶ 빠른 프로토타이핑 : 전체 가정이 아닌 일부만 구체화 하는 프로토타이핑



프로토타이핑 : 어떻게 거쳐야 하는가?

✓ 아마존 사례

'테스트 앤 런' 프로세스를 통해 프로젝트의 위기 비용을 줄일 수 있음을 보였음.

- ▶ 모든 종류의 프로젝트 시작 전 사용자와 언론의 동향을 살피기 위해 언론 보도를 먼저 작성
- ▶ 사용자 안내서 및 FAQ를 준비



프로토타이핑 : 프로토타입 유형

유형	예시
물질적 제품	입체 모형, 3D 프린트, 레이저 커팅, 레고 블록 모형, 찰흙 모형
디지털 제품	안내서, 제품 소개 웹 페이지, 모바일 애플리케이션 화면, 견해와 가치를 드러내는 실물 상자
서비스	스토리보드, 영상, 인포그래픽
장소, 실제 공간	소형 모형, 단순화한 프로토타입, 레고 블록 모형
프로세스, 조직	스토리보드, 영상, 인포그래픽, 포스터

프로토타이핑 : 성공적인 프로토타입을 만들기 위한 5가지 기본 규칙

- ✓ 모든 것을 프로토타입으로 만들 수 있음을 기억하기
- ✓ 분산되지 않도록 프로젝트를 명확히 정의하고 정확하게 질문하기
- ✓ 사용자에게 보여주는 요소들에 집중하기
- ✓ 각 프로토타이핑 단계에서 사용자가 필요로 하는 것이 무엇인지 이해하기
- ✓ 프로토타입에 애정 갖지 말기 (과감하게 버리기)

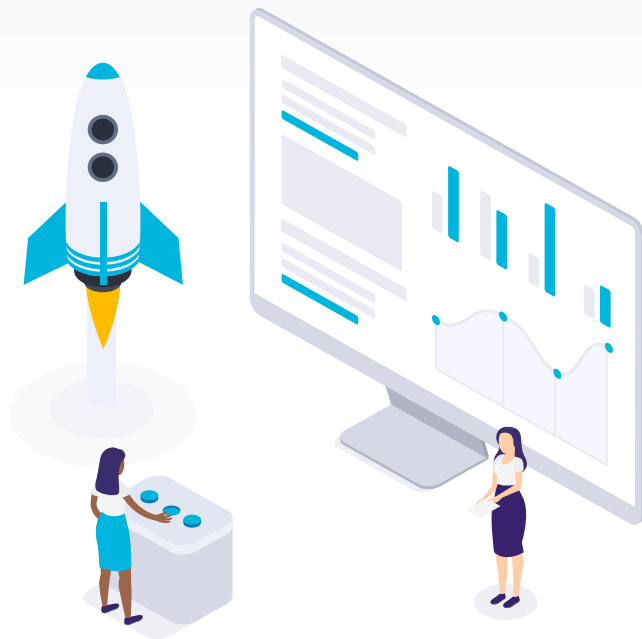


프로토타이핑 : 디자인 씽킹 도구

<p>광고 포스터</p> <p>“프로젝트의 가치 제안 테스트”</p>	<p>포장 박스 디자인</p> <p>“포장 박스 제작으로 제품 담을 박스 만들기”</p>	<p>인터페이스 스케치</p> <p>“최소한의 디지털 인터페이스 도구를 사용하여 프로토타입 제작”</p>
<p>랜딩 페이지</p> <p>“온라인 마케팅 광고를 목적으로 보낸 링크 클릭시 보게되는 웹 페이지”</p>	<p>스토리보드</p> <p>“제안하는 제품 또는 서비스와 사용자 간 상호 작용을 단계별로 도식화”</p>	<p>비즈니스 모델 캔버스</p> <p>“기업의 비즈니스 모델을 간단한 방식으로 표현하기 위한 도구”</p>
<p>화성인 설득하기</p> <p>“프로젝트 내용과 배경을 모르는 대상 설득. 단순하고 쉽게 설명이 핵심”</p>	<p>역할극</p> <p>“사용자 입장이 됨으로써 디자이너가 프로젝트의 장단점을 찾고, 공감하는 능력 향상”</p>	<p>스크린 모형</p> <p>“디지털 프로토타입을 제작하여 테스트”</p>
<p>실물 크기의 프로토타입</p> <p>“제품을 실제로 사용하는 조건에 최대한 유사하게 만들어 테스트”</p>	<p>시제품 제작</p> <p>“일정 기간 사용자 패널이 사용할 수 있도록 제공하는 테스트 버전”</p>	

6

디자인 씽킹 : 테스트와 반복

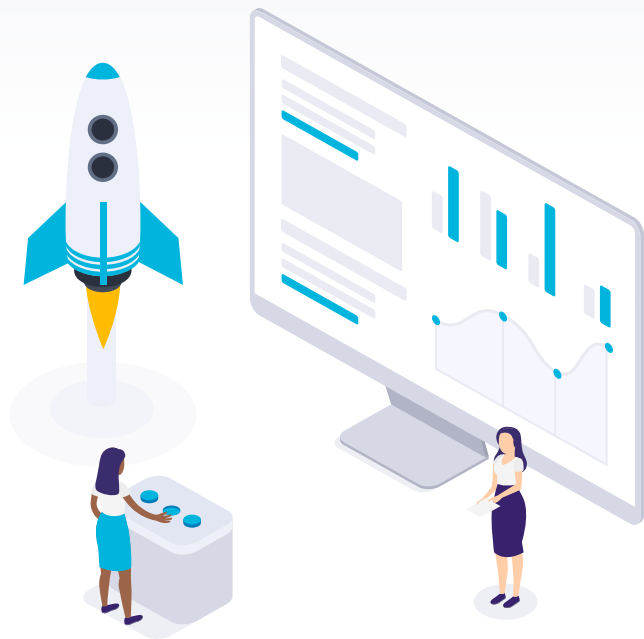


테스트와 반복 : 당신의 가정을 신속히 시험하기

사전에 제작한 프로토타입과 대상 사용자들이
만나는 단계

테스트 목적

많은 양의 데이터보다 양질의 정보를 얻는 것이
테스트의 목적이다.



테스트와 반복 : 왜 테스트 단계를 거쳐야 하는가?

프로젝트, 아이디어, 또는 콘셉트를 테스트
하지 않으면 대부분 역효과가 발생

테스트가 필요한 이유

- ✓ 해결책을 도출하기 위해 세운 가정이 유효한지 확인
- ✓ 프로토타입 반복하여 수정가능
- ✓ 사용자에게 관해 더 배울 수 있음
- ✓ 문제점에 접근하는 방식을 구체적으로 정하기 위함



테스트와 반복 : 누구를 어떻게 테스트하나?

🤔 누구를?

- ✓ 기존 고객들을 만나서 프로토타입 테스트 참여 권유하기
- ✓ 최우수 고객을 우선으로 선정하기
- ✓ 기존 사용자 기반이 없는 신생 기업의 경우, 대상 그룹 안에서 찾기

🤔 어떻게?

- ✓ 아이디어 설명보단 프로토타입 보여주기
- ✓ 사용자가 스스로 해석하도록 두기
- ✓ 사용자가 하고자 하는 말과 질문에 경청하기
- ✓ 사용자에게 적합한 테스트 환경만들기
- ✓ 사용자가 답변할때마다 이유를 물어보기
- ✓ 테스트 일정 선정 후, 정해진 일정에 따라 진행하기
- ✓ 피드백 수용하기

테스트와 반복 : 피드백의 목적

- ✓ 프로토타입으로 구체화한 가치 제안의 가정 맞는지 확인하기 위해서
- ✓ 자신과 다른 관점과 시각을 받아들일 수 있는 객관적인 자세 유지하기 위해서
- ✓ 프로토타입을 계속 개선하기 위해
- ✓ 제품이 사용자의 필요에 최대한 가깝기 위해



테스트와 반복 : 피드백의 수용

- ✓ 직선적인 피드백과 명확한 의견 받아들이기
- ✓ 되묻고, 적극적인 태도 보이기
- ✓ 실수를 인정하기
- ✓ 모든 내용을 놓치지 않고 다시 찾아볼 수 있도록 공유
도구를 사용하고, 모든 피드백 읽기
- ✓ 전체 피드백을 모두 사용하려고 하지 말기
(일부 피드백은 쓸모 없을 수도 있음)



테스트와 반복 : 개선하고 수정하기

“빨리 실수하고 자주 실수해서 더 빨리 성공하라”

- ✓ 반복하여 테스트해야 프로젝트를 개선 할 수 있다.
- ✓ 짧은 주기를 여러 번 반복하는 것이 실제로 효과가 있다.
- ✓ 각 단계는 다른 단계와 상호작용을 한다.
- ✓ 테스트 이후, 문제점을 다시 설정하게 되면, 앞의 과정을 반복



테스트와 반복 : 디자인 씽킹 도구

도구	특징
대면 인터뷰 1-1: 세팅하기	사용자 인터뷰를 통해 사용자를 더 예리하게 이해해 사용자 중심의 사고를 유지할 수 있음
대면 인터뷰 1-2: 양질의 정보 수집하기	인터뷰 맥락 파악하기, 프로토타입 소개 준비 등 인터뷰 방법을 연구하는 것이 중요하다.
대면 인터뷰 1-3: 의견 수집하기	사용자의 피드백을 제대로 수집하고 가치 있게 잘 활용하도록 역할을 분담
프로토타입에 대한 피드백 받기	각 반복 단계에서 프로토타입 개선, 사용자 인터뷰가 끝난후, 수집한 정보를 체계적으로 정리해 효과적이고 알맞은 방법으로 반복할 수 있다.
반복	아이디어를 제품으로 만들어 구체적으로 실현하고, 이를 테스트하면서 필요한 만큼 반복하여 수정한다.

“

7

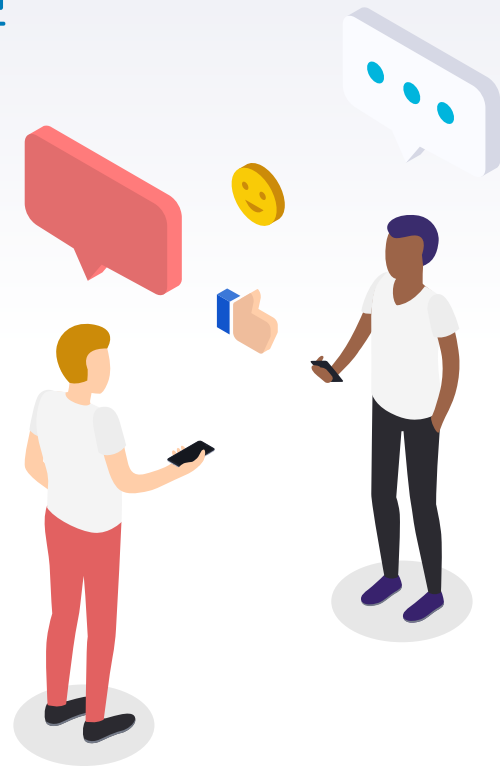
디자인 씽킹 퍼실리테이터 되기



디자인 씽킹의 핵심 : 퍼실리테이션

🤔 퍼실리테이션이란?

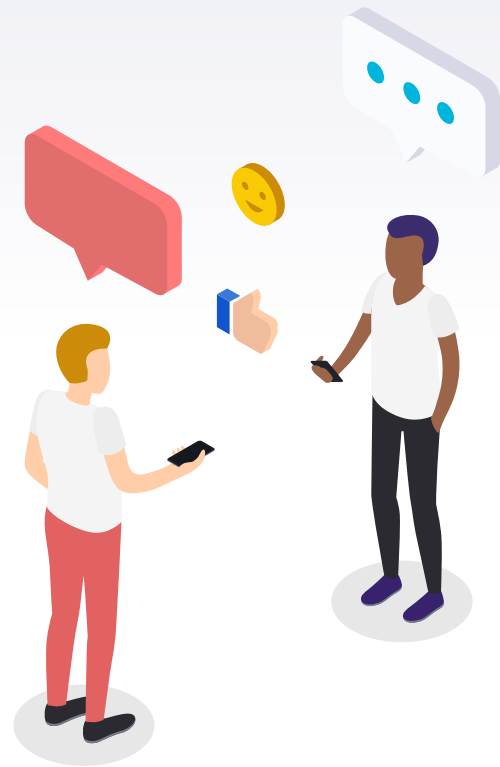
중립적인 위치에서 집단 활동 프로세스에
관여하여 팀의 목적을 효과적으로 달성할 수
있도록 촉진하고 지원하는 행위



디자인 씽킹의 핵심 인물 : 퍼실리테이터

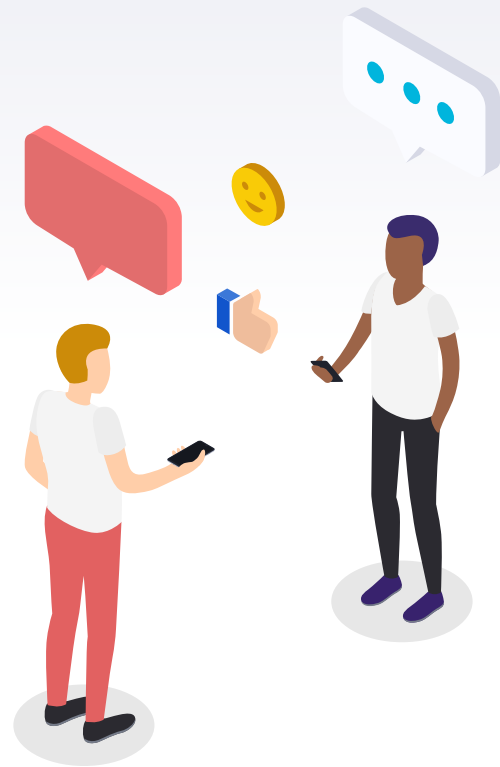
🤔 퍼실리테이터는?

회의 구성원간 상호작용을 촉진하여 목적을 달성하도록 돕는 전문가



▶ 퍼실리테이터 : 늘 염두에 두어야 할 것

- ✓ 달성 할 수 있는 목표를 세워야 구체적이고 현실적인 결과를 얻을 수 있다.
- ✓ 진행하는 각 단계를 팀과 공유하고 의미를 부여할 것
- ✓ 각 단계에서 얻은 배움과 교훈을 공유할 것



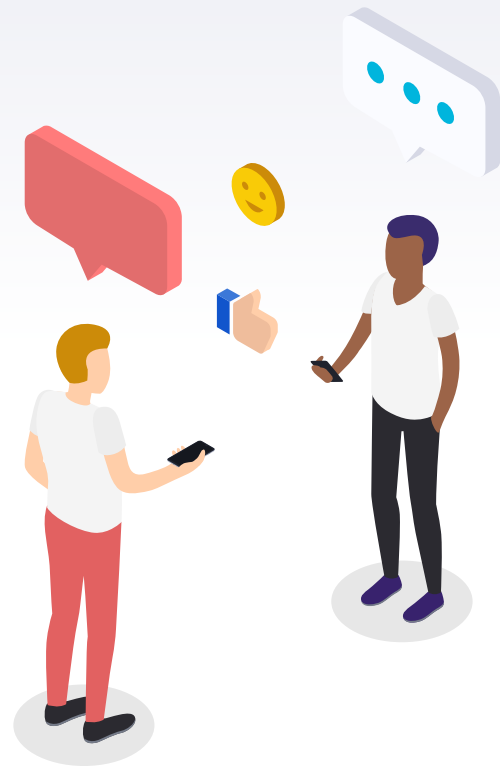
7P로 디자인 씽킹 워크숍을 준비하고 조직하기



적합성	목표를 정확히 정의해야 중심 주제와 진행 방향을 분명하게 제시할 수 있다. (항상 내가 세운 가정을 비판적인 시선으로 바라보기)
결과물	워크숍 진행기간 중 중립적인 태도 유지. 워크숍에서 도출할 제품을 정의한다. (언제든 변화할 수 있다.)
참가자	참가자 : 팀, 디자이너, 사용자, 의사결정자, 후원자, 무경험자들, 전문가들, 퍼실리테이터 (퍼실리테이터는 워크숍을 지휘하는 리더이다.)
프로세스	통합, 생산, 마무리 순으로 워크숍이 진행된다. (워크숍에 의미 부여하기 : 이유, 도전 과제, 목표, 도출해야할 제품, 탐구할 활동 범위 공유)
함정	완벽히 준비했어도 예상과 다를 수 있다. 잠재적인 함정을 찾아내어 해결책 마련
준비	워크숍을 잘 진행하고 참가자들이 핵심에 집중할 수 있도록 실행해야 하는 모든 업무 포괄 (각 단계에서 필요한 모든 요소 적어 목록 만들기)
실무	실무적인 요소를 담은 준비 목록을 작성하는 것

퍼실리테이터의 임무

- ✓ 참가자들이 협력하여 도달해야 할 공통의 목적에 공조하게 하라.
- ✓ 워크숍 틀을 유지하라. 일정 규칙 및 시간을 지켜라.
- ✓ 참가자들의 적극적인 참여를 이끌어내라.
- ✓ 호의적인 분위기를 유지하라.
- ✓ 참가자들의 에너지에 따라 활기를 잃지 않도록 해야 한다.
- ✓ 예상하지 못한 길로 인도하라.
- ✓ 경계를 허물어라.





8

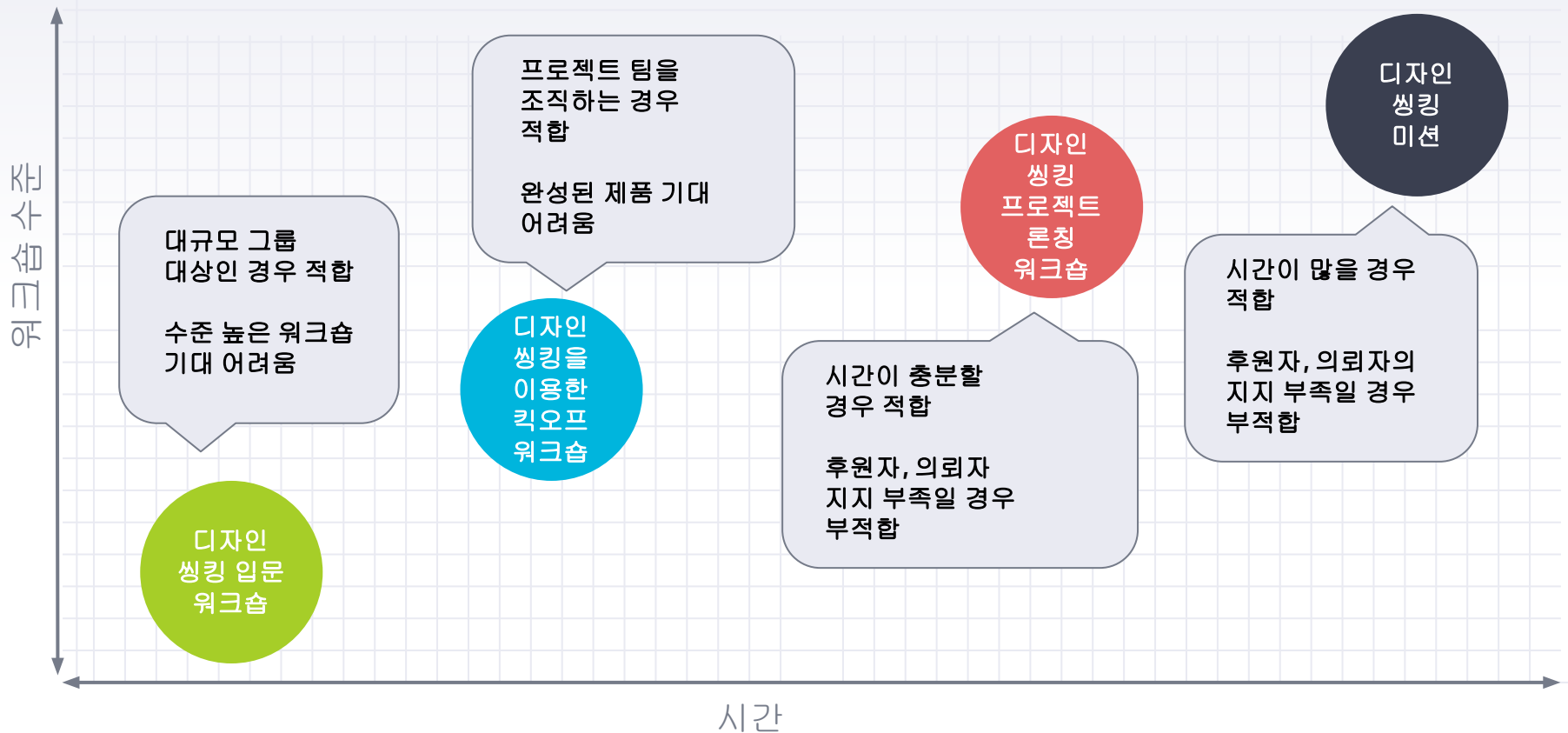
디자인 씽킹 프로세스의 4가지 유형



디자인 씽킹 프로세스 4가지 유형 소개

	그린 코스	블루 코스	레드 코스	블랙 코스
명칭	디자인 씽킹 입문 워크숍 (3시간 30분 프로세스)	디자인 씽킹을 이용한 킵오프(론칭작업) 워크숍 (1일 프로세스)	디자인 씽킹 프로젝트 론칭 워크숍 (2일 프로세스)	디자인 씽킹 미션 (2달 프로세스)
적합한 경우	세미나 방법론 입문 교육 등 대규모 그룹이 대상인 경우 다분야 주제를 해결한 경우	프로젝트팀을 조직하는 경우 프로젝트의 첫 번째 버전을 공동으로 만드는 경우 아이디어 실행을 계획할 경우	사용자와 함께 몰입할 수 있는 충분한 시간이 있는 경우 팀 내에서 더 강력한 버전을 공유함으로써 더 정교한 결과와 확실한 해결책을 얻을 수 있는 경우	디자인 씽킹을 충분히 진행할 수 있는 시간이 있고, 각 단계에서 팀들이 도출한 내용을 승인/비승인하기에 편안하고 유연한 경우

디자인 씽킹 프로세스 4가지 유형



THANK YOU

감사합니다

