



# 화장품 용기의 재활용 문제

[서울1(수목)-03] 11조

오혜린 유현정 정유정 정윤영 이진영



# INDEX

01

## Brainstorming

- 이슈에 대한 아이디어이션
- 이해관계자 확인

02

## Persona

- 페르소나 수립

03

## Consumer Journey Map

- 페르소나가 해당 이슈를 경험하는 과정 정리

04

## Pain Point

04

## Prototyping



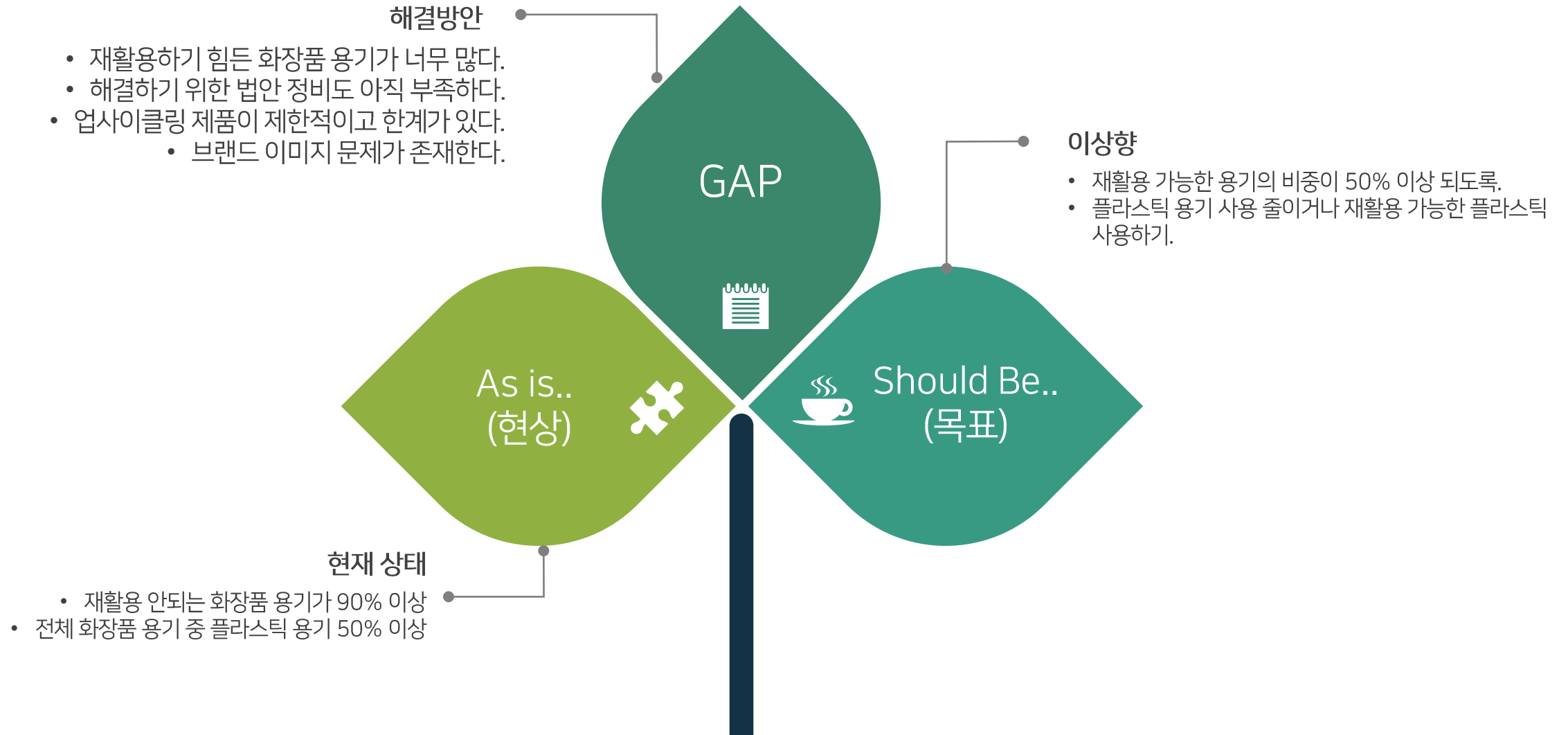
The background of the slide is a dense, repeating pattern of watercolor-style green leaves and branches. The leaves are in various shades of green, from light lime to deep forest green, and are scattered across the entire white background. In the center of the slide, there is a thin, light orange rectangular border. Inside this border, the word "Brainstorming" is written in a bold, black, sans-serif font.

# Brainstorming

# 1. Brainstorming

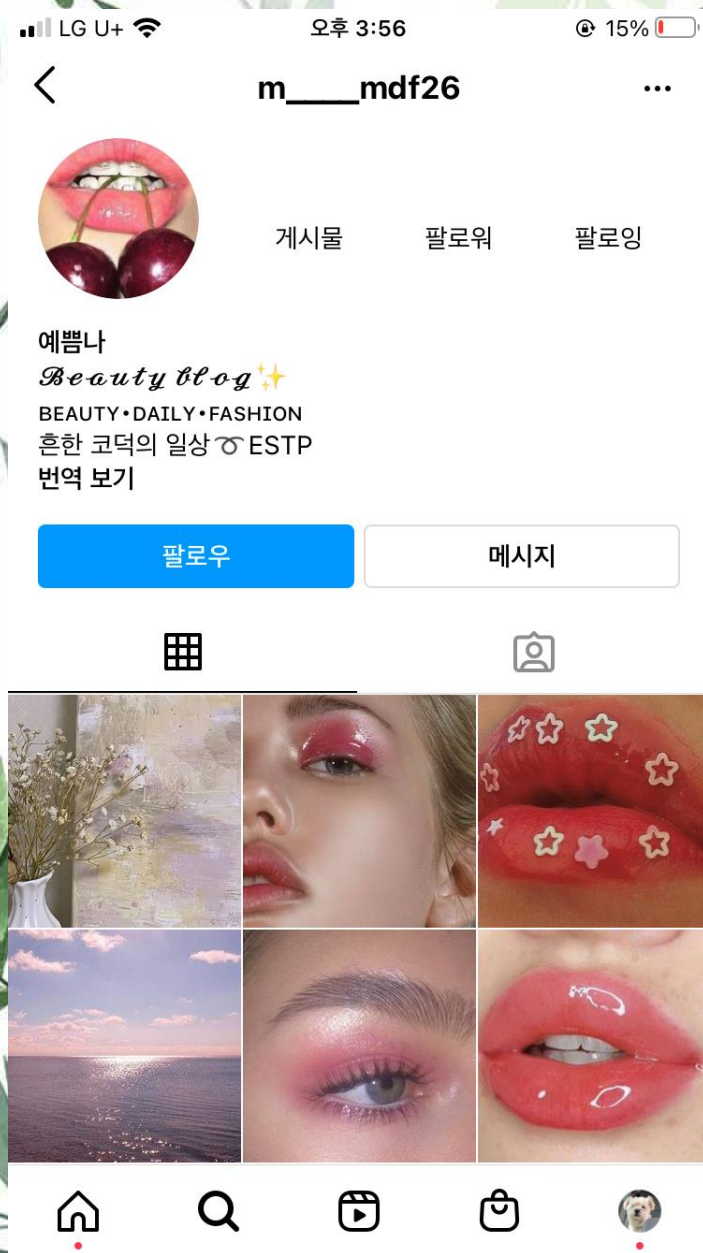


## 목표와 현상, 그리고 GAP





## 2. Persona



#친환경적인

#활동적인

#코덕

#자취초보

## “다양한 활동을 해보고 싶었어요”

최근 취뽀에 성공한 자취 3개월차 초보 독립러!  
최근 쓰레기가 많이 나오는 것을 몸소 느끼며 환경에 관심을 많이 갖고있다.

- 이름 : 나예뻐
- Age : 26
- Work : LG생활건강 경영지원팀 3개월차

최근 종사하고 있는 직장의 영향으로 환경보호에 대한 관심이 커짐,  
코로나19로 인하여 인터넷 구매가 잦아짐.

### Bio

개방적이고 사람이나 사물에 대한 선입견이 별로 없다. 다양한 경험으로 새로운 사람들과 어울리기를 좋아한다. 뷰티에 관심이 많고 색색별로 화장품 모으는 것도 좋아해 친구들에게 '코덕'으로 불린다. /강한 현실 감각으로 타협책을 모색하고 문제를 해결하는 능력이 뛰어나다.

# Consumer Journey Map

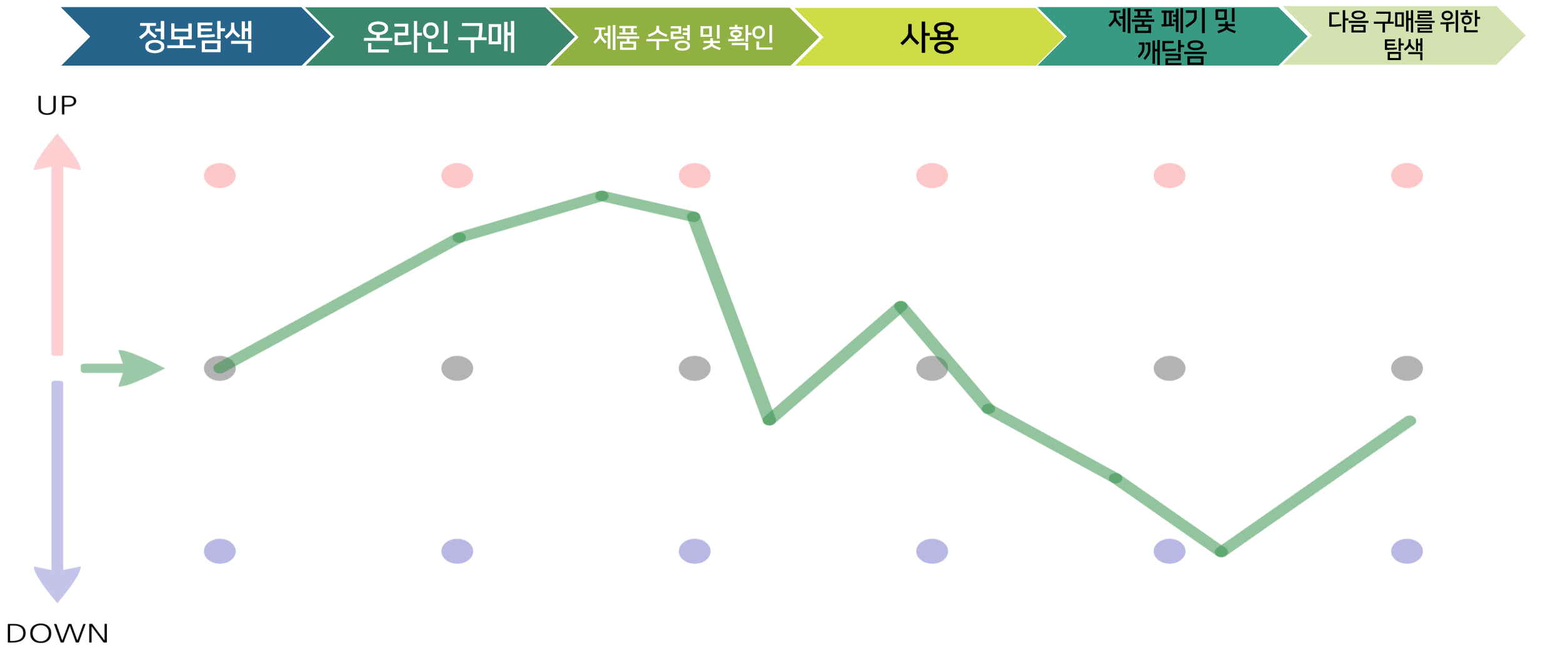
	정보탐색	온라인 구매	제품 수령 및 확인
Touch point	<ul style="list-style-type: none"><li>- 모바일</li><li>- PC</li><li>- SNS</li><li>- 화장품 어플</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 브랜드 사이트</li><li>- 오픈마켓</li><li>- 홈쇼핑</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 집</li><li>- 모바일 구매내역</li></ul>
Doing	<ul style="list-style-type: none"><li>- SNS나 어플을 통해 구매하고자 하는 화장품의 정보를 찾아본다</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 제품의 가격을 비교하고 배송기간, 안전성 등을 확인한다.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 여러 겹의 포장을 개봉한다.</li><li>- 제품이 온전한 상태인지 확인한다.</li></ul>
Thinking	<ul style="list-style-type: none"><li>- 이 제품에는 어떤 성분이 들어있지?</li><li>- 이 제품 후기는 어떨지?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 세일기간이 언제지? 가격이 어떨지?</li><li>- 이 제품 내가 원하는 기간 안에 올 수 있을까?</li><li>- 빨리 왔으면 좋겠다!</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 택배 와서 너무 좋다!!!</li><li>- 쓰레기가 생각보다 너무 많이 나오는데?</li><li>- 이렇게 포장할 필요는 없을 것 같은데 아깝다</li></ul>

# Consumer Journey Map

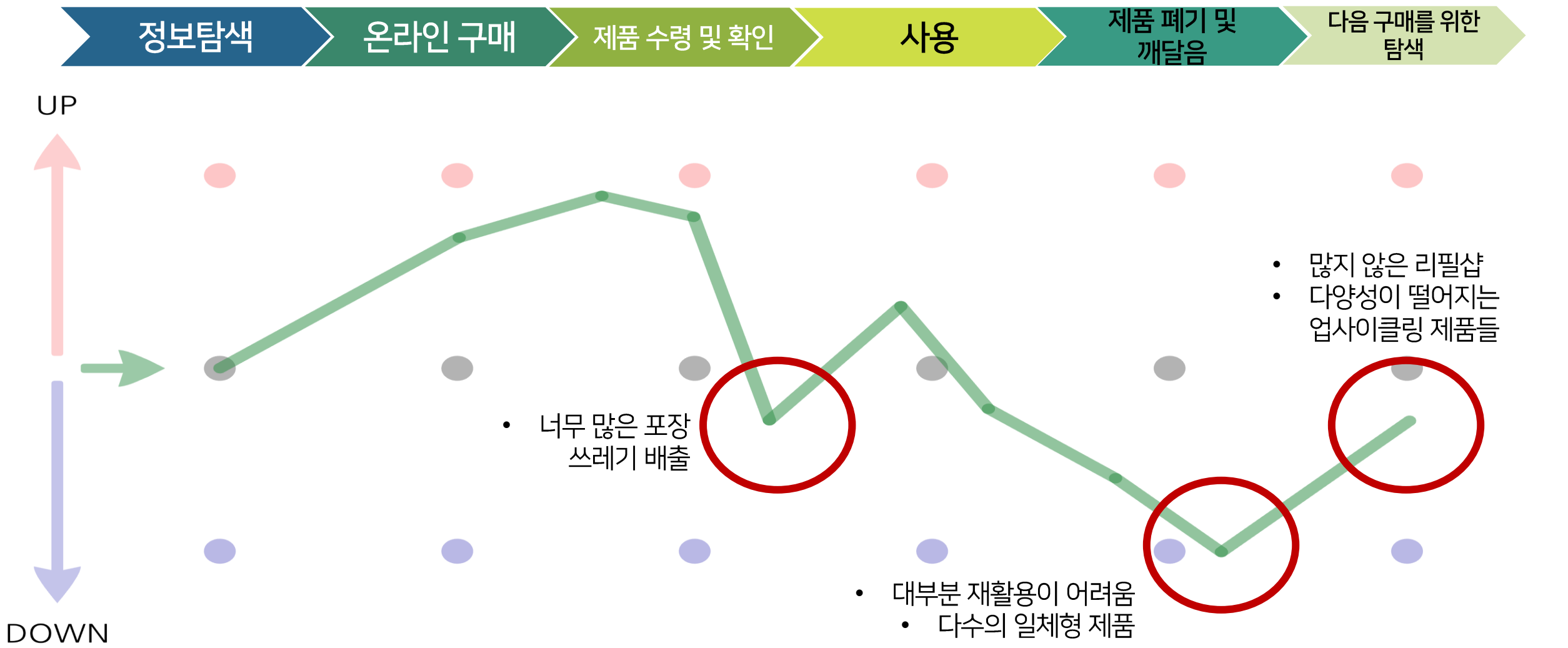
	사용	제품 폐기 및 깨달음	다음 구매를 위한 탐색
Touch point	<ul style="list-style-type: none"><li>- 집</li><li>- 회사</li><li>- 그 외 화장품을 사용하는 곳</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 집</li><li>- 분리수거장</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 리필 스테이션</li><li>- 업사이클링 샵</li></ul>
Doing	<ul style="list-style-type: none"><li>- 제품을 지속적으로 사용한다.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 다 쓴 화장품 용기의 분리수거 마크를 확인한다.</li><li>- 라벨을 뜯고 세척하여 분리 배출하거나 불가능한 경우 일반쓰레기에 버린다.</li><li>- 폐기 방법을 찾아본다.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 다음 구매를 위해 환경을 생각한 화장품 구매 관련 정보 등을 찾아본다.</li><li>- 리필, 업사이클링 샵 등을 찾아본다.</li></ul>
Thinking	<ul style="list-style-type: none"><li>- 요거 좋다 다음에 재구매 하고 싶다.</li><li>- 이 제품은 그냥 그렇다.</li><li>- 조금 남았는데 끝까지 안 나온다 아쉽다</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 라벨이 잘 안떨어지네..</li><li>- 이 제품도 재활용이 안되는 거 였다니!</li><li>- 안을 씻어야 하는데 일체형이네!!</li><li>- 폐기 방법을 찾다 보니 대부분의 화장품이 재활용이 안되는구나 사회적 문제다</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 생각보다 리필샵이 많지 않구나</li><li>- 왜 업사이클링 제품은 대부분 치약 짜개일까?</li><li>- 친환경제품은 비싸구나</li></ul>



# Consumer Journey Map



# Consumer Journey Map



The background of the slide is a dense, repeating pattern of watercolor-style green leaves and branches. The leaves are in various shades of green, from light lime to deep forest green, and are scattered across the entire white background. In the center of the slide, there is a thin, light orange rectangular border. Inside this border, the word "Prototyping" is written in a bold, black, sans-serif font.

# Prototyping