

SaaS형 온라인 비즈니스 컨설팅: JTBD 심층 인터뷰 종합 계획서

1. 인터뷰 개요 및 목적

1차 시장 분석(첨부파일 1-7)을 통해 우리는 'SaaS형 온라인 비즈니스 컨설팅' 시장의 기회와 위협에 대한 명확한 정량적·정성적 데이터를 확보했습니다.

현재까지의 분석 요약:

- 시장 매력도 (Porter's 5 Forces):** 시장 진입은 쉽지 않습니다.
'기존 경쟁자의 경쟁(강함)', '구매자의 교섭력(강함)', '대체재의 위협(강함)'이 모두 높아, 차별화되지 않은 범용 솔루션은 즉시 도태될 것입니다.
- 핵심 기회 (TAM/SAM/SOM):** 기회는 '대기업'이 아닌 '**기술 기반 SME 창업가**' 세그먼트에 있습니다.
이 시장은 연 9.9%의 성장률을 보이며, 정부 지원 예산(약 1천억 원)과 민간 플랫폼(예: 크몽 연 56% 성장)을 통해 수요가 검증되었습니다.
우리의 핵심 획득 시장(SOM)은 '**기술 기반 창업가**' **21.6만 명, 약 216억 원 규모**로 정의됩니다.
- 미검증 가설 (문제 정의):**
 - 신뢰할 수 있는 개인화 진단의 부재
 - 실행(Execution)과 재무(Finance)의 단절
 - 컨설턴트 IP의 확장성 한계

인터뷰의 목적:

지금까지의 분석은 우리의 '가설'입니다.

우리는 216억 원 규모의 SOM이 존재함을 알고 있지만, 실제 창업가가 '실행-재무 단절'을 가장 고통스럽게 느끼는지, 아니면 '개인화 진단'을 더 필요로 하는지는 아직 검증되지 않았습니다.

본 JTBD 인터뷰의 목적은 이 '**가설과 현실의 간극**'을 해소하는 것입니다.

즉, "고객이 우리 SaaS를 구매할 것인가?"가 아니라,

"고객이 현재 어떤 문제를 해결하기 위해 어떤 대안을 고용(Hiring)하고 해고(Firing)하고 있는가?"를 탐색함으로써

우리가 그보다 '더 나은 대안'이 될 수 있는지 검증합니다.

2. 핵심 타겟 고객 페르소나 (선정 기준)

우리는 분석을 통해 도출한 2개의 핵심 SOM 세그먼트와 전환 행동 패턴을 기준으로 인터뷰 대상을 모집합니다.

이 구성은 [8-1_JTBD-interview-guide-card.html](#) 의 모집 원칙(최근 전환자·이탈자 포함)과 일치합니다.

Segment 2는 단기 매출성과를 검증하기 위한 양적 타겟이며,

Segment 3는 장기 가치지속성을 검증하기 위한 질적 타겟입니다.

A. Segment 2: 불안 의존 / 과제 수행 그룹 (The Anxious / Task-Driven)

- 정의: 전체 SOM 중 가장 큰 비중(약 8.64만 명)을 차지.

핵심 동기는 '실패에 대한 두려움'과 '외부 과제(정부 지원, 대출 등) 수행'입니다.

- 대표 페르소나:

- '김예비' (Core-Q2): 예비창업패키지(예창패) 사업계획서 작성이 시급한 창업가
- '박사장' (Core-Q2): 은행 대출용 사업계획서를 준비 중인 소상공인

- 선정 이유:

이들은 AOS(니즈 강도) 4.0, DOS(시장 기회) 3.2로 **MVP의 1순위 타깃입니다.**

Job이 명확하고 거래 중심적이므로, 즉각적인 **매출(Volume)** 확보 핵심군입니다.

B. Segment 3: 적극적 학습 / 가설 검증 그룹 (The Proactive Learner)

- 정의: SOM 중 가장 가치 높은 그룹(약 4.32만 명).

'린 스타트업' 방법론을 수용하며, '가설 검증'과 '실패 회피'에 내재적 동기를 둡니다.

- 대표 페르소나:

- '최민혁' (Core-Q1): 재창업가로서 PMF 검증이 최우선 과제
- '한서윤' (Core-Q1): 투자 유치를 위해 IR Deck과 재무 추정 준비 중인 창업가

- 선정 이유:

'실패 방지'와 '개인화 진단'이라는 KSF에 완벽히 부합하며,

장기적 충성 팬(Value 타깃) 확보의 핵심 세그먼트입니다.

C. 경쟁사 전환/이탈 그룹 (The Switcher)

- 정의: 최근 6개월 내 타 SaaS 솔루션을 '고용(Hiring)'하거나 '해고(Firing)'한 사용자
- 주요 대상 솔루션: LivePlan, Upmetrics, IdeaBuddy, Google Sheets, Notion
- 선정 이유:
이들의 '전환 스토리'는 경쟁사의 약점과 미충족 욕구를 명확히 보여주며,
특히 "실행과 재무의 단절" 가설을 검증하는 핵심 근거가 됩니다.

3. 검증을 위한 핵심 가설 (Job-Story 기반)

가설 1 – 과제 수행 Job (Segment 2)

When I (예비 창업가)가 정부 지원 사업 마감에 쫓길 때,
I want to 아이디어를 심사위원 기준에 맞는 사업계획서와 재무제표로 빠르게 완성하고
싶다,
so I can 탈락 리스크 없이 안정적으로 자금을 확보할 수 있도록.

→ 검증 포인트: "이 Job은 검증이 아닌 '통과'를 위한 것인가?"

가설 2 – 실패 회피 Job (Segment 3)

When I (기술 기반 창업가)가 아이템을 본격 개발하기 전,
I want to 시장 수요 부재나 방향성 오류 같은 실패 요인을 객관적으로 진단받고 싶다,
so I can 확신을 가지고 실행하거나 낭비 없이 방향을 수정할 수 있도록.

→ 검증 포인트: "'실패 방지'가 실제 구매를 유도하는 강력한 동기인가?"

가설 3 – 경쟁사 이탈 Job (Switcher)

When I (SaaS 창업가)가 LivePlan 같은 플래닝 툴을 사용했을 때,
I want to 실행 전략과 재무 성과를 하나로 연동 관리하고 싶지만,
so I can '계획'과 '실행'이 분리된 채 Excel로 회귀하는 문제를 피하고 싶다.

→ 검증 포인트: "'실행-재무 단절'이 실제 이탈(Firing) 사유인가?"

4. 심층 인터뷰 질문지

A. Push (현재 불만과 문제 인식)

1. 사업계획서나 실행계획을 준비할 때, 가장 답답했던 경험이 있었나요?
2. 그때 사용한 도구나 방법(예: Excel, 컨설턴트, SaaS)은 무엇이었나요?
3. 그 방식에서 가장 비효율적이라고 느낀 지점은 언제였나요?

B. Pull (새 솔루션의 매력과 기대)

1. 그 불편을 해결하기 위해 어떤 대안을 찾아보셨나요?
2. LivePlan, Upmetrics 같은 툴을 사용해 본 경험이 있나요?
3. 결제(Hiring)를 결심하게 만든 결정적 요인은 무엇이었나요?

C. Habit (기존 행동 패턴)

1. 평소 사업 관련 문서나 데이터를 어떻게 관리하시나요?
2. Excel이나 Notion을 여전히 고수하는 이유는 무엇인가요?

D. Anxiety (구매 장벽 및 불안)

1. 새로운 SaaS 툴을 도입할 때 가장 불안한 점은 무엇인가요?
2. 보안, 복잡한 사용법, 가격 중 어떤 요소가 가장 큰 부담이었나요?

E. Switch Moment (전환 계기)

1. 기존 솔루션을 중단하게 된 계기는 무엇이었나요?
2. 새 도구로 전환하면서 기대했던 변화는 이루어졌나요?
3. 현재 툴이 내일 없어진다면, 어떤 점이 가장 아쉬울까요?

5. 인터뷰 수행 절차 및 방법론

- **모집 경로:** K-Startup, 링크드인, 스타트업 커뮤니티(디스콰이엇, 오픈채팅 등)
- **스크리너 문항 예시:**
 - “최근 6개월 내 정부 창업지원사업에 지원한 경험이 있습니까?”
 - “LivePlan 또는 유사 SaaS를 유료로 사용해 본 적이 있습니까?”
- **형식:** 1:1 심층 인터뷰 (대면 또는 비대면)
- **시간:** 약 60분
- **진행 인원:** 1 Moderator + 1 Note-taker
- **보상:** 인터뷰당 50,000원 상당 (현금 또는 기프트카드)

- 파일럿: 2~3회 내부 사전 테스트로 질문 개선

6. 예상 결과 및 후속 조치

단계	목적	주요 산출물
Phase 1 – 고객 검증	핵심 Job 및 4 Forces 식별	JTBD 요약 카드 10~12개
Phase 2 – 점수화	AOS/DOS 실데이터 검증 및 보정	인터뷰 기반 AOS-DOS 매트릭스
Phase 3 – 기능 확정	MVP 핵심 기능 정의	Job–Feature Map (Q1 영역 중심)

데이터 활용 계획

- 8-2_JTBD_인터뷰_결과_보고서_작성_방법.md 템플릿에 따라 인터뷰 결과를 구조화
- 중요 Outcome별 AOS/DOS 산출 후, 초기 가설 대비 재검증
- Q1(High AOS·High DOS) 영역의 Outcome을 중심으로 MVP 기능 우선순위 확정
- 향후 Q3(확증 편향·비활성 그룹)의 확장 전략은 파트너십·교육형 서비스로 전환 고려