

SaaS 형 온라인 비즈니스 컨설팅 시장의 고객 페르소나 스펙트럼 & 고객 여정지도 (Gemini 분석 기반)

Market Segment Map (SAM: 21.6만 명 기술 기반 창업가)

X축: 행동의 주 동기 (Primary Action Motive)	내재적 / 자발적 (Intrinsic / Proactive) "성공을 위해 스스로 필요"	외재적 / 과제적 (Extrinsic / Task-Driven) "제출/통과를 위해 필요"
Y축: 자기 객관화 / 검증 의지		
높음 (High)	<p>Q1: "적극적 학습자" (Segment 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특징: 린 스타트업/PMF 수용. '실패 원인'을 인지하고 '데이터 검증'을 자발적으로 원함. - 규모: 4.32만 명 (SAM의 20%) - 전략: [핵심 팬 / 가치 (Value) 타겟] AI Co-pilot, PMF 대시보드 등 고도화된 '진단' 기능으로 공략. (SOM 포함) 	<p>Q2: "과제 수행자" (Segment 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특징: 실패가 두려움. '정부 지원', '대출 심사' 등 외재적 과제 해결을 위해 '사업계획서'가 시급함. - 규모: 8.64만 명 (SAM의 40%) - 전략: [핵심 매출 / 볼륨 (Volume) 타겟] '빠른 문서 완성', '정부 양식 최적화' 등 명확한 결과물 (Productized)로 공략. (SOM 포함)
낮음 (Low)	<p>Q3: "확증 편향자" (Segment 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특징: '내 아이디어가 완벽하다'는 내재적 신념이 강함. '자기 객관화' 의지가 낮음. 검증을 시간 낭비로 여김. - 규모: 8.64만 명 (SAM의 40%) - 전략: [1차 타겟 제외] 콘텐츠 마케팅을 통한 '인식 개선' 및 Q1/Q2로의 전환 유도. (SOM 제외) 	<p>Q4: "단순 실행자" (Non-Target)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특징: (SAM에서 대부분 필터링됨) 복잡한 진단/계획 불필요. (예: 단순 외주 용역) - 규모: N/A - 전략: [타겟 아님] 솔루션의 핵심 가치와 무관한 시장.

```
graph TD
A["TAM: 국내 전체 신생 기업<br>(연 92.2만 명)"]:::tam --> B["SAM: 국내 기술 기반 창업가<br>(연 21.6만 명)"]:::sam
```

```
B --> C1["Segment 1:  
인식 부재 / 확증 편향 그룹  
<br>(8.64만 명)<br><b>[SOM 제외]</b>"]:::excluded
```

```
B --> C2["Segment 2:  
불안 의존 / 과제 수행 그룹  
<br>(8.64만 명)"]:::target1
```

```
B --> C3["Segment 3:  
적극적 학습 / 가설 검증 그룹<br>(4.32만 명)"]:::target2
```

```
C2 -- "'사업계획서 완성' 니즈" --> D["SOM: 자동화 진단 SaaS 획득 시장<br>(연 12.96만 명, 129.6억 원)"]:::som
```

```
C3 -- "'데이터 기반 검증' 니즈" --> D
```

```
classDef tam fill:#FFDAB9,stroke:#FF4500,stroke-width:2px;
```

```
classDef sam fill:#B0E0E6,stroke:#4682B4,stroke-width:2px;
```

```
classDef som fill:#98FB98,stroke:#228B22,stroke-width:2px;
```

```

classDef excluded fill:#D3D3D3,stroke:#696969,stroke-width:1px;
classDef target1 fill:#FFFFFF,stroke:#BDB76B,stroke-width:1px;
classDef target2 fill:#E0FFFF,stroke:#008B8B,stroke-width:1px;

```

graph LR

A["Core User
핵심 사용자

[SOM: 연 12.96만 명]
(Q1: 학습자 + Q2: 과제 수행자)

김예비 (예비창업패키지 지원자)
최민혁 (재창업가)
박사장 (소상공인)
한서윤 (투자 유치 준비 CEO)
이지은 (대학생 창업동아리 리더)"] → B["Adjacent User
확장 사용자

[유사 문제 보유 집단]

정팀장 (대기업 신사업팀)
마이클 (1인 경영 컨설턴트)
김현우 (MBA 학생)"]

A → C["Extreme User
극단 사용자

[극단적 제약/행동 집단]

박은숙 (50대 경력단절 창업가)
오다빈 ('아이디어 호퍼')"]

B → D["Non-user
비활성 사용자

[SOM 제외: 연 8.64만 명]
(Q3: 확증 편향 / 신뢰 부족)

강유진 ('비전 중심형' 창업가)
윤박사 (딥테크 창업가)"]

style A fill:#33BBFF,stroke:#333,stroke-width:2px
style B fill:#33FFBB,stroke:#333,stroke-width:2px
style C fill:#FF3322,stroke:#333,stroke-width:2px
style D fill:#DDDDDD,stroke:#333,stroke-width:2px

네, 시장 세그먼트 분석(Q1, Q2, Q3)과 실패 원인 분석을 기반으로, 요청하신 12명의 상세 고객 페르소나 스펙트럼을 도출했습니다.

핵심 사용자는 우리의 핵심 SOM(Q1, Q2 세그먼트)을, **비활성 사용자는** SOM에서 제외된 Q3 세그먼트를 중심으로 구성했습니다.

💡 핵심 (Core) 페르소나 (5명)

- 설명:** 이상적인 주요 고객군 (SOM의 12.96만 명). Q1(적극적 학습자)과 Q2(과제 수행자) 그룹입니다.
- 목적:** 주력 타깃 설정.

이름	직무/역할	겪는 문제 (Problem)	목표 (Goal)	감정 (Emotion)	현재 대체 솔루션
김예비	예비창업패키지 지원자 (Core - Q2 과제 수행)	정부 지원 사업(예상) 마감이 일주일 남았는데, 사업계획서의 '시장 분석'과 '재무 추정' 항목을 어떻게 채워야 할지 막막합니다.	5천만 원의 지원금을 받기 위해, 마감 기한 내에 심사위원을 설득할 수 있는 전문가 수준의 사업계획서를 완성하는 것.	불안, 초조, 막막함	- 구글에서 '사업 계획서 양식' 검색 - 합격한 선배의 오래된 자료 참고 - 300만 원짜리 컨설팅 업체에 의뢰 (고민 중)

최민혁	재창업가 (CTO 출신) (Core - Q1 학습자)	첫 창업 때 '시장 수요 없음'(42%)으로 실패했습니다. 기술력만 믿고 2년간 개발했는데, 아무도 원하지 않았습니다. 이번엔 다릅니다.	코드를 한 줄이라도 짜기 전에, 내 가설이 맞는지 **데이터로 철저히 검증(Validation)**하고 PMF를 찾는 것.	신중함, 의심 많음, 분석적	- 직접 엑셀로 경쟁사 100곳 분석 - 타입폼/구글폼으로 설문조사 - 린 스택(Lean Stack) 유료 구독
박사장	2년 차 소상공인 (카페 운영) (Core - Q2 과제 수행)	매출이 정체되어 신메뉴 개발 및 배달 확대를 위해 3천만 원 대출이 필요합니다. 은행에서 '상권 분석'과 '추정 손익'이 포함된 사업계획서를 요구합니다.	은행 대출 심사를 통하여 운영 자금을 확보하는 것.	답답함, 숫자 윤령증	- 소상공인시장진흥공단 무료 교육 신청 - 세무사에게 부탁(추가 비용 발생)
한서윤	시드 투자 유치 준비 중 (CEO) (Core - Q1 학습자)	IR Deck 초안을 만들었지만, VC(벤처캐피털)가 신뢰할 만한 TAM-SAM-SOM 시장 규모와 근거가 부족합니다. "이 시장이 너무 작지 않나요?"라는 질문이 두렵습니다.	5억 원 시드 투자를 유치하기 위해, VC를 설득할 수 있는 방어 가능하고 (Defensible) 논리적인 IR Deck과 재무 모델을 만드는 것.	아심 참, 압박감	- 'The VC' 등 투자 유치 플랫폼 검색 - 경쟁사 IR 자료 수집<sbr/>- 고액의 IR 컨설팅
이지은	대학생 창업동아리 리더 (Core - Q2 과제 수행)	교내 창업경진대회에 제출할 사업계획서를 써야 하는데, 팀원들 모두 아이디어만 있지 비즈니스 용어(BM, C-A-C, LTV)를 모릅니다.	경진대회 1등(상금 500만 원, 학교 지원)을 목표로, '있어보이는' 완성도 높은 사업계획서를 제출하는 것.	열정적, 막연함	- '캠퍼스타운' 창업 교육 수강 - 조별 과제 하듯 파트별로 나눠서 작성 (결과물이 조악함)

◎ 확장 (Adjacent) 페르소나 (3명)

- 설명:** 유사 문제를 가진 인접 시장군. "유사한 제품(진단/계획 툴)을 사용하는 사람"
- 목적:** 확장 기회 탐색.

이름	직무/역할	겪는 문제 (Problem)	목표 (Goal)	감정 (Emotion)	현재 대체 솔루션
정팀장	대기업 신사업기획팀	상부에서 "AI 신사업 아이템 10개 발굴"을 지시했습니다. 매번 아이템마다 시장 조사를 하고 보고서를 쓰는 데 공수가 너무 많이 듭니다.	10개의 아이디어를 **빠르게 스クリ닝 (Screening)**하고, 가능성 있는 2~3개를 선정하여 심층 보고서를 올리는 것.	피로함, 효율성 중시	- 가트너, 포레스터 등 고가의 리서치 구독 - 내부 리서치팀(인턴) 활용
마이클	1인 경영 컨설턴트	여러 중소기업을 자문하는데, 매번 '초기 진단' 단계에서 반복적인 데이터 수집과 분석	진단 업무를 자동화하고, 시간을 확보해 **고부가 가치의 '전략 도출'**에 집중하여	시간 부족, 전문가	- 본인만의 엑셀 분석 템플릿 보유 - DART, KINDS 등 수동 검색

		(SWOT, 시장 조사)에 시간을 뺏깁니다.	컨설팅 단가를 높이는 것.		
김현우	MBA 학생	'엔trepreneurship' 수업 기말 과제로 자신의 사업계획서를 풀(Full) 버전으로 제출해야 합니다. 학점이 걸려있습니다.	A+ 학점을 받는 것.	학구적, 스트레스	- 하버드 비즈니스 스쿨(HBS) 케이스 스터디 - 교과서 및 라이브러리 자료

⚡ 극단 (Extreme) 페르소나 (2명)

- 설명:** 제약·극단적 상황. "가장 자주 실패를 경험하는 사람"
- 목적:** 제품 개선 및 포용적 설계.

이름	직무/역할	겪는 문제 (Problem)	목표 (Goal)	감정 (Emotion)	현재 대체 솔루션
박은숙	50대 경력단절 예비창업가	20년 경력(인사)을 살려 1인 지식 창업을 하고 싶은데, 'SaaS', '클라우드', 'PMF' 같은 용어만 들어도 머리가 아픕니다. 컴퓨터 활용이 서툴립니다.	정부의 '시니어 창업' 지원을 받기 위해, 용어가 쉽고 단순한 사업 계획을 완성하고 싶은 것.	두려움, 자신감 부족	- 주민센터 '컴퓨터 활용' 교육 수강 - 자녀에게 부탁 - (대안) 창업 포기
오다빈	'아이디어 호퍼' (Wantrepreneur)	매주 새로운 사업 아이디어가 떠오릅니다. 5개의 사업계획서를 동시에 쓰기 시작했지만, '재무' 파트만 가면 막혀서 포기하고 새 아이디어로 넘어갑니다.	내 아이디어 중 '진짜 돈이 되는' 아이디어를 1개라도 끝까지 완성해서 확인받고 싶은 것.	산만함, 쉽게 질림, 좌절감	- 노션(Notion)에 아이디어만 100개 기록 - 도메인만 10개 구매

✖ 비활성 (Non-user) 페르소나 (2명)

- 설명:** 사용하지 않거나 회피하는 집단. "사용할 수 없거나, 필요 없다고 믿는 사람" (Q3 확증 편향 그룹 포함)
- 목적:** 시장 진입 장벽 및 거부 요인 파악.

이름	직무/역할	겪는 문제 (Problem)	목표 (Goal)	감정 (Emotion)	현재 대체 솔루션
강유진	'비전 중심형' 창업가 (Non-user - Q3 확증 편향)	(문제가 없다고 생각함) "데이터는 과거 일 뿐입니다. 내 직감과 비전이 중요합니다. 스티브 잡스도 시장 조사를 안 했습니다."	"쓸데없는" 진단/분석에 시간을 낭비하지 않고, 내 비전을 구현해 줄 개발자를 빨리 찾는 것.	과도한 자신감, 열정적, 조급함	- (대안 없음) 본인의 직감을 신뢰 - "일단 만들면 따라온다" (Build it and they will come)
윤박사	딥테크(신소재) 창업가	내 특허 기술과 연구 데이터가 이 회사의 전부입니다. 이 핵심	기술 유출 위험 없이 보안이 확보된	의심, 불신, 보안중시	- 오프라인(Air-gapped) PC에서 워드로 작성

	기밀을 정체불명의 온라인 AI 플랫폼에 입력하라고요? 데이 터 유출이 걱정됩니 다.	상태에서 투자를 유 치하는 것.	- 변리사, 변호사를 통해서만 문서 작 업
--	--	----------------------	-------------------------------

기존 분석맥락에서 탈출한 현단계 분석결과 감지 & 재연결하기

이렇게 그려보고 나니,
Adjacent 페르소나가 시장 세그먼트 분석에 따른 뒷받침 자료가 부족해 보이는데?
어떤 뒷받침이 가능하지?

매우 날카롭고 정확한 지적이십니다.

말씀하신 대로, **Adjacent (확장) 페르소나는**

우리가 정의한 핵심 SAM(Serviceable Available Market, 21.6만 명의 기술 기반 '창업가')에는 직접적으로 포함되지 않습니다.

이것이 바로 이들을 '인접(Adjacent)'이라고 부르는 이유입니다.

이 그룹에 대한 뒷받침 자료는 통계청의 '창업 기업 통계'가 아니라, 이들이 **'창업가'와 동일한 '핵심 직무'**를 수행한다는 점에서 나옵니다.

귀하의 SaaS가 수행하는 핵심 직무는 "새로운 비즈니스 아이디어의 타당성을 검증하고 계획을 수립한다"입니다.

'확장 페르소나'는 이 동일한 직무를 다른 맥락에서 수행하는 집단입니다.

⇒ TAM-SAM-SOM 자료에 대한 보완적/반복적 분석 진행

1. 근본적인 뒷받침: '직무'의 공유

- 창업가 (Core): 자신의 '생존'을 위해 이 직무를 수행합니다.
- 컨설턴트 (Adjacent): 고객의 '프로젝트 성공'을 위해 이 직무를 수행합니다.
- 대기업 기획팀 (Adjacent): '조직의 성장'과 '보고서 통과'를 위해 이 직무를 수행합니다.
- MBA 학생 (Adjacent): '학점'과 '미래 커리어'를 위해 이 직무를 수행합니다.

이들은 모두 동일한 문제(검증, 계획, 보고)를 해결하기 위해 돈을 지불할 의사가 있는 잠재 고객입니다.

2. 각 확장 페르소나별 구체적인 뒷받침 전략

각 페르소나가 어떻게 '뒷받침'될 수 있는지, 그리고 이들이 왜 매력적인 확장 시장인지 구체적으로 설명해 드립니다.

◉ [확장 1] 1인 컨설턴트 (マイ클)

- 뒷받침 전략: "채널 파트너(Channel Partner)로서의 확장"
- 근거: 이 페르소나는 '고객' 1명이 아니라, 10명의 고객을 가진 **'채널'**입니다. 'Funneling 1' 리포트에서 분석했듯이, 국내 SME 컨설팅 시장은 **크몽/숨고 같은 플랫폼(연 56% 성장)**이 주도하고 있습니다.
- 데이터: 마이클은 **[연 5.9조 원 규모의 한국 경영 컨설팅 시장]**의 '공급자'입니다.
- 매력도: 이들은 SaaS를 통해 자신의 **반복 업무(초기 진단)**를 **자동화**하여 수익성을 높이려는 니즈가 극도로 강합니다. 이들을 확보하면 1명의 구독자가 아니라, 이들의 '모든' 클라이언트에게 귀하의 SaaS 포맷이 전파

되는 "**B2B2C**" 확장이 가능합니다.

④ [확장 2] 대기업 신사업팀 (정팀장)

- **뒷받침 전략:** "B2B Enterprise SaaS (ARPU 극대화)로의 확장"
- **근거:** '창업가' 통계에는 잡히지 않지만, 대기업/중견기업은 '사내 벤처', '신사업 기획' 예산을 별도로 편성합니다. 이들은 실패 리스크를 줄이기 위해 체계적인 '진단 툴'을 필수적으로 사용합니다.
- **데이터:** 이 시장의 규모는 **[국내 기업의 R&D 및 신사업 투자 규모]** 또는 *[정부의 사내 벤처 육성 프로그램 지원 예산]*에서 찾을 수 있습니다.
- **매력도:** 이들은 **ARPU(연간 사용자당 평균 수익)**를 극대화할 수 있는 핵심 시장입니다. 창업가에게 연 10만 원을 받는다면, 대기업 신사업팀에는 **연 1,000만 원의 '팀 라이선스'**를 판매할 수 있습니다.

⑤ [확장 3] MBA 및 대학생 (김현우, 이지은)

- **뒷받침 전략:** "미래 고객(Future User) 선점 및 B2G로의 확장"
- **근거:** 이들은 '예비 창업가'보다 더 이전 단계인 **'잠재 창업가(Pre-Founder)'**입니다.
- **데이터:** 이 시장의 규모는 *[전국 경영전문대학원(MBA) 및 경영/창업학과 재학생 수]**로 추정할 수 있습니다.
- **매력도:** 이 시장은 '교육 시장'으로 접근해야 합니다. Adobe, Autodesk, JetBrains가 학생들에게 무료/할인 라이선스를 제공하는 것과 동일한 전략입니다. 이들에게 '교육용'으로 SaaS를 제공하면, 이들이 졸업 후 실제 창업 시(Core 페르소나로 전환 시) 다른 툴을 고려하지 않는 강력한 '락인(Lock-in)' 효과를 얻을 수 있습니다.

3. 요약: 확장 시장의 전략적 가치

확장 페르소나	시장 유형	전략적 가치	뒷받침 데이터 (탐색 방향)
1인 컨설턴트	B2B (채널)	B2B2C 를 통한 고객 수 증폭	국내 경영 컨설팅 시장 규모 (5.9조 원), 프리랜서 플랫폼 성장률 (56%)
대기업 신사업팀	B2B (Enterprise)	ARPU 극대화 (고가 라이선스)	국내 기업 신사업 R&D 예산, 사내 벤처 육성 프로그램 수
MBA/학생	B2G (교육)	미래 고객 선점 (Lock-in)	전국 MBA 및 경영/창업학과 재학생 수

이처럼 '확장 페르소나'는 당장의 SAM에는 없지만, **(직무)**라는 명확한 연결고리를 통해 **(1) 채널, (2) 고가 시장, (3) 미래 시장**으로 비즈니스를 확장할 수 있음을 보여주는 핵심적인 뒷받침 자료가 됩니다.

제가 컨설턴트 및 사내 벤처 시장 규모에 대한 데이터를 추가로 탐색해 볼까요?

도출했던 모든 페르소나에 대해서 다음과 같은 고객 여정지도를 작성해줄래?

단계	고객 행동	고객 생각	감정	Pain Point	개선 기회
문제 인식	불편함을 느끼	"이 문제 왜 생기는 거지?"	불안	정보 부족	문제 원인 콘텐츠 제공
탐색	대안을 찾음	"이건 괜찮아 보이는데?"	기대	복잡한 비교	비교 툴 제공
의사결정	선택 고민	"이걸 사도 될까?"	불안	신뢰 부족	후기·데모 제공

사용	실제 사용	"생각보다 어렵네"	실망	UX 미흡	온보딩 개선
유지	반복 사용	"이제 익숙해졌네"	안정	가치 감소	리텐션 캠페인

네, 12명의 페르소나를 4개의 스펙트럼 그룹(핵심, 확장, 극단, 비활성)으로 나누어, 요청하신 템플릿에 맞춘 고객 여정 지도를 작성했습니다.

각 그룹은 우리가 이전에 분석한 시장 세그먼트(Q1, Q2, Q3) 및 기회점수(AOS/DOS)와 직접적으로 연결됩니다.

1. 🚀 핵심(Core) 페르소나 여정 지도 (Q1, Q2)

- 대상:** 김예비(예창패), 최민혁(재창업가), 박사장(소상공인), 한서윤(투자유치), 이지은(대학생)
- 특징: AOS 3.0 이상 (Q1 혁신 기회).** '과제 수행(Q2)' 또는 '가설 검증(Q1)'이라는 명확한 목적과 높은 긴급성을 가집니다.

단계	고객 행동	고객 생각	감정	Pain Point	개선 기회
문제 인식	정부 지원/대출 마감일 확인. (Q2) 과거 창업 실패 복기. (Q1)	"마감이 일주일 남았는데 어떡하지?" (Q2) "이번엔 절대 검증 없이 시작 안 해." (Q1)	불안, 초조 (Q2) 신중함 (Q1)	'무엇을' '어떻게' 써야 할지 모름. (Q2) '검증'의 구체적 방법을 모름. (Q1)	(AOS 4.0) '예창패/은행용 템플릿' 키워드로 명확한 랜딩 페이지 제공. (Q2) 'PMF 검증의 중요성' 콘텐츠 제공. (Q1)
탐색	"사업계획서 양식", "PMF 툴" 검색. 컨설팅 업체 견적 문의.	"양식은 많은데 다 조잡하네." "컨설팅은 300만 원? 너무 비싸."	기대, 의심	신뢰할 수 있는 '결과물'을 저렴하게 얻을 수 없음. (대안의 부재 또는 고비용)	(AOS 3.0+) 즉각적인 결과물을 보여주는 'AI 자동완성' 기능 데모. "컨설팅 1/100 가격" 강조.
의사결정	무료 플랜 가입. AI 자동 생성 1회 실행. 가격 및 보안 정책 확인.	"무료로 이 정도가 된다고?" "내 아이디어를 입력해도 안전한가?"	희망, 불안	결과물의 품질 불신. 데이터 보안 우려. (AOS 4.0 '윤박사'의 Pain과 연결됨)	(AOS 4.0 / DOS 3.6) '보안' 정책 (NDA) 명확히 고지. 'VC/정부지원 합격' 로고 및 후기 (Testimonials) 제공.
사용	유료 결제 후 전체 사업계획서 생성. 재무 추정/PMF 진단 실행.	"와, 재무 파트가 자동으로 되네!" (Q2) "PMF 진단 리포트가 꽤 날카롭다." (Q1)	안도, 감탄	(예상) AI 생성 내용이 내 아이디어와 미묘하게 다름. (수정의 어려움)	(AOS 3.2) AI 생성 결과를 쉽게 편집/수정할 수 있는 'Editor' 기능. 사용 목적별 (Q1/Q2) 맞춤 온보딩 튜토리얼.
유지	완성된 파일 다운로드 후 구독 해지. (Q2) PMF 대시보드를 매주 확인. (Q1)	"필요한 것 다 뽑았으니 해지해야지." (Q2) "이 툴로 계속 가설 검증해야겠다." (Q1)	만족 (Q2) 안정 (Q1)	단기 목적 달성 후 이탈. (Q2) (Q1은 리텐션 가능성 높음)	(전략) (Q2) → (Q1) 고객으로 전환 유도: "사업계획서 제출 후, '실행 관리'도 AI와 함께하세요."

2. ⚡ 확장(Adjacent) 페르소나 여정 지도 (Q2, Q4)

- 대상:** 정팀장(대기업), 마이클(컨설턴트), 김현우(MBA)
- 특징: AOS 2.0 이하.** '창업가'는 아니지만 '사업 계획/진단'이라는 유사한 직무(JTBD)를 수행합니다. '효율성'과 'B2B 기능'이 중요합니다.

단계	고객 행동	고객 생각	감정	Pain Point	개선 기회
문제 인식	상사의 신사업 보고 지시. (정팀장) 컨설팅 프로젝트 수주. (마이클)	"또 시장조사부터 하네... 반복 작업 지겹다." (마이클) "아이템 10개 언제 다 분석하지?" (정팀장)	피로함, 귀찮음	반복적인 초기 리서치에 드는 공수(시간).	'컨설턴트/기획자용 리서치 자동화' 키워드 타겟팅.
탐색	기존에 쓰던 툴/방식(엑셀, 가트너) 사용. B2B SaaS 검색.	"창업가용 툴인데... 우리 업무에도 쓸 수 있겠는데?"	호기심	B2C 툴이라 B2B 용 기능(팀 협업, 보안)이 부족해 보임.	'팀 라이선스' / '컨설턴트용 플랜' 별도 페이지 제공.
의사결정	법인카드로 1개월 테스트 결제. 보안팀에 문의. (정팀장)	"이거 쓰면 보고서 3일 걸릴 거 1일이면 되겠는데?" (정팀장) "클라이언트 관리 기능이 없네." (마이클)	기대, 합리적	팀 협업 기능 부재. 클라이언트 관리 (B2B2C) 기능 부재.	(DOS 1.6) '컨설턴트용 대시보드' 베타 제공. (Q3 확장 전략) B2B용 보안(SSO) 옵션 제시.
사용	리서치/진단 리포트 생성. 내부 보고서에 복사/붙여넣기.	"진단 속도는 빠른데, 우리 회사 포맷 이랑 다르네."	효율성, 아쉬움	데이터 Export/Import의 불편함. (내부 포맷과 상이)	'MS Office / Google Workspace'와 데이터 연동. 화이트라벨(White Label) 기능.
유지	연간 '팀 라이선스'로 전환. (정팀장) 프로젝트 단위로 구독/해지 반복. (마이클)	"이거 없으면 이제 일 못 하겠다."	의존, 안정	(없음)	B2B/B2B2C 전용 CSM(고객 성공 매니저) 배정. 파트너십 프로그램 제안. (마이클)

3. ⚡ 극단(Extreme) 페르소나 여정 지도 (Q1)

- 대상:** 박은숙(50대 경력단절), 오다빈(아이디어 호퍼)
- 특징: AOS 3.2 ~ 4.0 (Q1 혁신 기회).** '쉬운 사용성(UX)'과 '재무 자동화'라는 핵심 장벽(Blocker)을 해결하는 것이 구매의 전부입니다.

단계	고객 행동	고객 생각	감정	Pain Point	개선 기회
----	-------	-------	----	------------	-------

문제 인식	창업을 결심. 아이디어를 기록.	"뭐부터 해야 할지 하나도 모르겠다." (박은숙) "이번 아이디어는 대박인데... 또 재 무에서 막히겠지?" (오다빈)	두려움, 막막함 (박은숙) 좌절, 산만함 (오 다빈)	(AOS 4.0) 복잡한 용어와 컴퓨터 활용 자체의 두려움. (박 은숙) (AOS 3.2) 재무/ 숫자에 대한 근본적 인 공포. (오다빈)	(AOS 4.0) "컴맹 도 OK", "숫자 몰라 도 OK"라는 극도로 쉬운 UX를 전면에 내세움.
탐색	자녀에게 물어봄. "쉬운 사업계획서" 검색. 여러 툴을 가입/탈 퇴 반복. (오다빈)	"다 너무 어렵다..." "이건 좀 쉬워 보이 는데?"	지침, 희망	용어 자체가 장벽 (PMF, TAM...) 너무 많은 기능이 오히려 혼란스러움.	'이지 모드(Easy Mode)' 제공. 모든 전문 용어에 '쉬운 말 풀이' 팁 제공.
의사결정	"일단 해보자" 결 제. 아이디어 5개 동시 입력. (오다빈)	"이게 안 되면 정말 창업 포기해야지." (박은숙)	마지막 희망	(없음) 이들은 대안 이 없음. (AOS 4.0의 이유)	'1:1 채팅 상담' 또 는 '원격 지원' 서비 스로 구매 장벽(심 리적)을 제거.
사용	질문에 답하듯이 정보 입력. '재무' 버튼 클릭.	"어? 그냥 클릭 몇 번 하니 재무제표 가 완성됐네?" (오 다빈) "나도 할 수 있다!" (박은숙)	성취감, 해방감	(예상) '쉬운 모 드'로 완성했으나, 실제 제출 시 전문 성이 떨어져 보일까 봐 걱정됨.	'쉬운 모드' → '전 문가 모드' 전환 기 능. (오다빈) '아이디어 포트폴리오' 관리 기능.
유지	창업 성공(제출) 후 이탈. (박은숙) 새 아이디어가 생 길 때마다 접속. (오다빈)	"고마운 틀이다." (박은숙) "내 아이디어 창 고." (오다빈)	안정, 의존	(없음)	(오다빈) '아이디어 별 진척도 관리' 기 능으로 리텐션. (박은숙) '창업 이후 세무/운영' 모듈로 확장.

4. ✗ 비활성(Non-user) 페르소나 여정 지도 (Q1, Q4)

- 대상:** 강유진(비전가, Q3 세그먼트), 윤박사(딥테크)
- 특징: 가장 높은 저항.** '강유진'은 **AOS 0.0 (Q4 과잉투자)**로 태도의 문제입니다. '윤박사'는 **AOS 4.0 (Q1 혁신 기회)**으로 '보안'이라는 명확한 기능적 장벽입니다.

단계	고객 행동	고객 생각	감정	Pain Point	개선 기회
문제 인식	투자를 받기 위해 VC 미팅. (둘 다)	"데이터는 필요 없 다. 내 비전이 중요 하다." (강유진) "내 기술 자료를 온 라인에?" (윤박사)	자신감 (강유진) 불신, 의심 (윤박 사)	(AOS 0.0) 문제 자체를 인식 못 함. (강유진) (AOS 4.0) '보 안'이 '기능'보다 중요. (윤박사)	(전략: 무시) (강유 진) (전략: Q1 공략) '보 안'을 최우선 가치 로 소구. (윤박사)
탐색	(탐색 안 함) (강유 진) 오프라인 툴, 변리 사 검색. (윤박사)	"스티브 잡스도 시 장조사 안 했어." (강유진) "온라인 SaaS는 다 똑같지 뭐. 위험 해." (윤박사)	확신 (강유진) 경계 (윤박사)	데이터/AI에 대한 근본적 불신. (강유 진) 데이터 유출(Risk) 이 효율(Benefit) 보다 큼. (윤박사)	(전략: 제외) (강유 진) '국내 1위 보안 인 증' 획득 홍보. (윤 박사)
의사결정	(의사결정 단계에 도달 안 함) (강유	"데이터는 참고 자 료일 뿐." (강유진)	(해당 없음) / (장벽 해소)	(AOS 0.0) 가치 불일치. (강유진)	(전략: 무시) (강유 진)

	진) SaaS의 '보안 백 서' 발견. (윤박사)	"On-premise(설 치형) 옵션이 있네? 이 정도면..." (윤박 사)		(AOS 4.0) 신뢰 부족. (윤박사)	(DOS 3.6) 기술 창 업 시장을 열기 위 한 'On-premise / Private Cloud' 옵 션 제공.
사용	(사용 안 함)	"내 생각이 맞다니 까."	(해당 없음)	(해당 없음)	(해당 없음)
유지	(사용 안 함)	"개발자부터 찾자."	(해당 없음)	(해당 없음)	(해당 없음)