

# Team 5 1-Pager

## 0. Background

- 프로야구 팬들을 팬 관여 사다리로 분류한다면 7개의 집단으로 나눌 수 있다. 그 중 가장 상단에 위치한 탐닉집단에서부터 6번째 집단인 관찰자 집단까지 그들은 자신이 응원하는 팀과 선수들에 동질감을 느끼고 있다. 또한 프로야구와 관련된 여러 커뮤니티를 보면 팬들은 자신이 응원하는 팀 경기를 보며 실시간으로 본인들이 느끼는 바를 솔직하게 게시물로 올리고 있다. 이 과정 중 선수기용의 의문점, 성적 부진 등 부정적인 결과나 과정이 경기 중에 보인다면 선수, 감독, 코치 등 프로야구에 종사하고 있는 사람들에게 상처가 될 수 있는 말들을 서슴없이 하는 것을 볼 수 있다.
- 하지만 LG트윈스의 차명석 단장, SSG 랜더스의 정용진 구단주 등 팬들과 긴밀한 소통을 하는 사람들이 등장함으로써 팬들의 궁금 점, 불만 등을 해소해주는 모습을 보여주고 있다. 이렇듯 팬들과 소통을 할 수 있는 플랫폼이 등장한다면 선수와 팬들이 서로 이해하고 건전한 스포츠 문화를 조성할 수 있을 것이라 사료된다.

## 1. Who's the Customer?

- 프로야구 팬
- 야구에는 관심이 없지만 특정 선수를 좋아하는 사람들
- KBO, 프로야구 구단

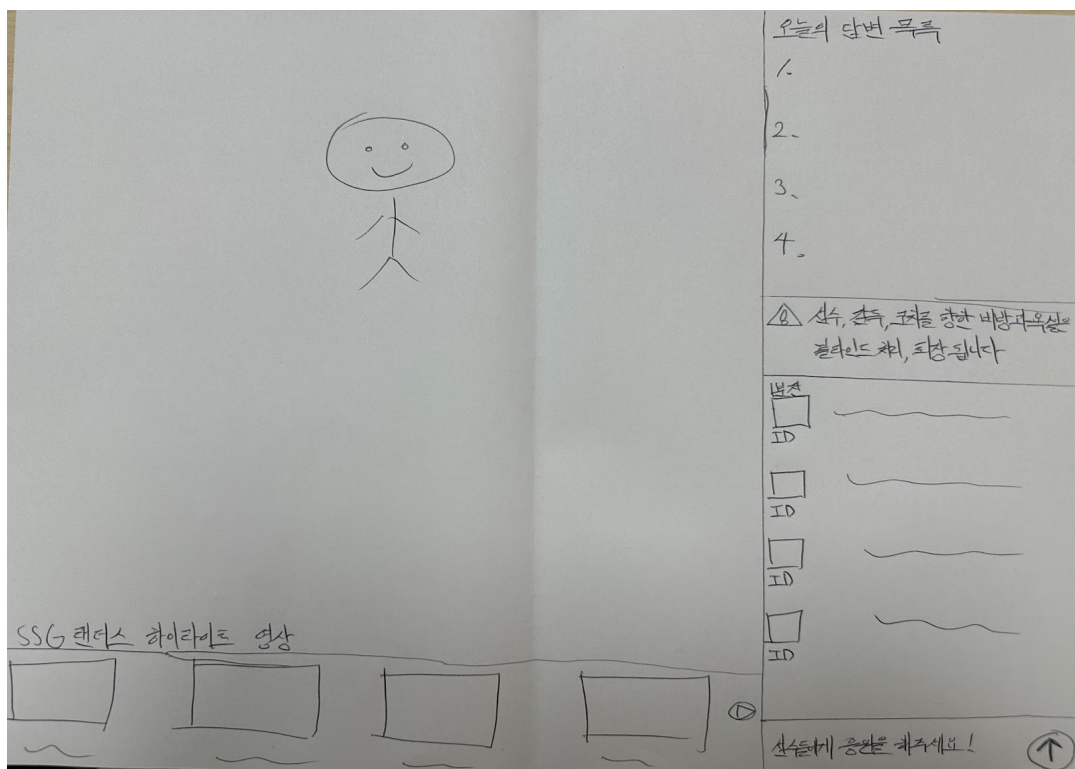
## 2. What are the Customer Jobs? Why are Customers Hiring Us?

- 팬들은 프로야구 선수와 동질감을 느끼고 싶어 한다.
- 팬들은 팀의 비하인드 스토리 등 표면적으로 보이지 않는 재미있는 경험담을 알고 싶어 한다.
- 구단은 팬들의 충성도를 높이고 잠재적 팬들을 끌어들이기 위해 마케팅을 한다.

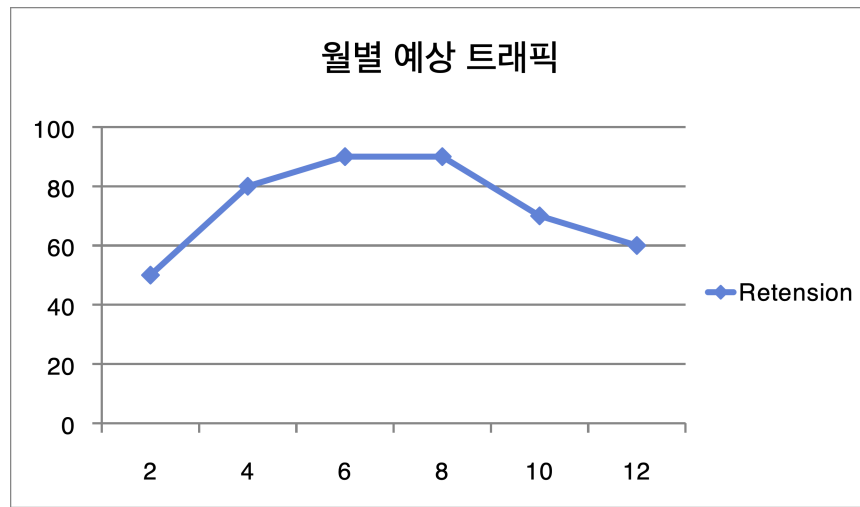
### 3. What are the Customer Problems?

- 팬들은 경기를 보며 자신이 느낀 점을 다양한 곳에 글로 작성하고, 서로 이야기를 한다. 부정적인 이야기인 경우 선수, 감독, 코치, 프런트 등에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다.
- 일부 구단주들은 팬들과 소통을 하는 모습을 보여주지만 쌍방 소통이 힘들다. 대다수 팬들은 선수, 코치, 감독, 프런트와 소통을 하고 비하인드 스토리를 알고 싶지만 마땅한 플랫폼이 없다.
- KBO와 구단은 팬을 모으기 위해 유튜브와 이벤트 등 다양한 마케팅 기법들을 활용한다. 하지만 팬들과 소통하고 의견을 들을 수 있는 플랫폼은 존재하지 않는다.

### 4. How can We Deliver this Job 10X Better?



## 5. How do We Know / Measure that Our Solution is 10X Better?



- 선수와 구단관계자들이 팬들과 지속적인 커뮤니케이션을 한다면 이전보다 서로의 갈등과 오해의 소지가 감소할 것으로 전망된다. 따라서 이전과 같이 경기 후 버스테러, 무분별한 비난, 욕설과 같은 잘못된 응원의 방향을 다시 잡아주고 서로 신뢰와 이해를 통해 더욱 성숙한 팬과 구단의 관계를 형성시켜줄 것이라고 예상됨.
- 팬들은 프로야구 시즌은 물론 비시즌에도 자신이 응원하는 선수와 팀과 소통하고 싶어 한다. 시즌 중에는 선수들과의 소통, 비시즌에는 단장 혹은 구단주와 함께하는 스토브리그 소통 등 본 서비스의 이용자는 계속해서 유지될 것이라 예상됨.
- 프로야구의 시즌 중이 가장 많은 트래픽이 있을 것이라 예상됨. 경기결과에 따른 자신의 감정을 표출하는 사람들과 시즌을 치르다 보면 팀 운영 방식에 의문이 생기는 팬들이 많아질 것이기 때문.