

deep dive 7/28

○ 오르 = The foldable bluetooth computer mouse

= The new normal shower
cup bath

[illegible]

~~너무가벼운것을~~ 무게감 적어

하동읍지

Satisfier

ਦਿ ਭਾਈ

① travel mouse

(1)

$T_{baseC} \rightarrow delighter \rightarrow satisfier$

→ Indifferent

사용자 입장에서 bluetooth가 basic은 X.

bluetooth < 연결성 (connectivity)

71E

delightful.

- ① 제 2 용
- ② 풍곡 레드
- ③ 바나나기능
- ~~④ 기타 등~~

class: satisfier

- ① 특징이성
- ② 복근리움
- ③ 크기조성

Indifferent

- ① UV (ଅଗ୍ରୀମ
କିରଣ)
- ② Non-Woven
ସିବେ
- ③ printable

basics

- ① 공간 분석

soft grip \Rightarrow (sittable) or $\frac{1}{2}$

space separation/covering

(공감 본래)

716

② $\text{H}_2\text{O} = \text{신호제일어}$ 로 방수기능이 있다.

delighters를 씀.

$$\frac{KE}{L}$$

~~2: size tuning~~

 $\frac{\text{가용 공기량}}{\text{가용 공기량}}$ 

볼 차단
뒤늘기 방지

UV resistant => 반 리플렉트 해빙
 마크에 변색X

printable - satisfier로도 가능해 보인다

washable > 통기성 > recycle

① 디자인 = 3, 엔지니어 = 2

이제 막 들어온 신입 / 영장류 프로그래머 엔지니어 = 2

개피어

delighter = 디자인

자이클링



레드론 귀이개

4장성?

(2)

이용자 = delighter

+

공급자 = delighter

① Moon walkers

② Velo luggage

이런 33

정비 필요

공식처럼 쓰기

User Journey mappings

ex) 텀블러 => 사용도 관습도

다용도 경험이 쌓이면서

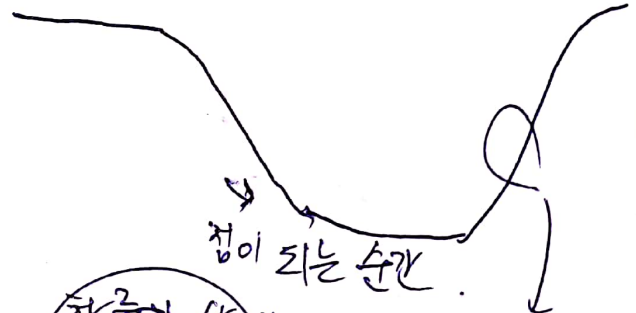
User

Journey mapping

텀블러 들고 출근

(하루 기준)

→



하루의 생활
 돌아갈 것

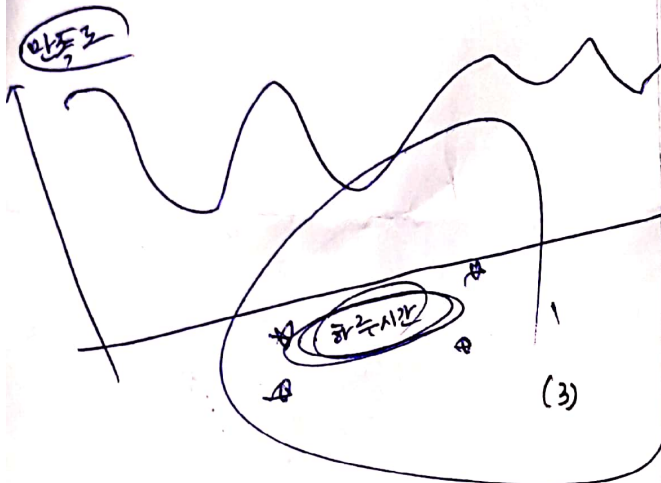
많은 커피나
 다들 늘 먹었을 때

정성 상품 2

바탕
계통
→ (가장) (가장) (가장)
→ (가장) (가장) (가장)

② 계통: 기
제품, (가장), (가장) 등

특정 시간/계통에 사용/계통



Customer Journey map

① 사용자 경험은 사용자가 서비스나 제품을 만나는
시작부터 사용을 종료하여 떠날 때까지 연결되어
있고 각 단계는 서로 영향을 받습니다.

② 고객이 서비스 또는 제품과 어떤 터치포인트
를 만나고, 무슨 생각과 행동을 하는지, 니즈가
충족되었는지 등을 시간 축으로 가시화한 그래프.

③ 사용자 경험에서 일어나는 모든 접점들을 시
각화하기 때문에 전체 사용자 경험을 파악할 수
있습니다.

Customer Journey map 그리는 순서

① 먼저 대상이 되는 서비스나 제품의 리서치를
진행합니다.

나이는 사용자 경험을 축적으로 작성하지 않고
위해서입니다.

② 가능한 사용자인 페르소나를 정하고, 고객
여정 지도를 그리는 목표를 세웁니다.

③ stage 칸에 사용자가 제품을 사용하는
단계를 시간순으로 작성합니다.

④ stage마다 일어나는 모든 상호작용은
touch point 칸에 작성하고 사용자의 행동
과 생각을 분석합니다.

• touch point = 유저가 접하게 되는 모든 상호
작용을 적습니다.

• thinking = 사용자가 상호작용을 통해 바라는
기대나 니즈를 적습니다.

+) pain point, emotion.

⑤ 고객 여정 지도를 그리는 목표를 생각하면서 각
stage의 기획영역을 분석합니다.

Awareness = user becomes aware that
there exists a solution to their
problem in the form of your business
offering.

purchase = user purchases the product
by placing the order and completing
the payment.

stage	awareness	consideration	decision	service	loyalty
customer actions	<p>① 온라인 광고를 본다. SNS, Youtube 등</p> <p>② KICKSTARTER 검색</p> <p>③ 블로그거나 IT제품 유튜브 영상 시청을 통해 인식</p> <p>④ 장기간 여행 전 준비사항을 파악</p>	<p>① 짧은 줄이기 위해서, 작은 제품만 파는다고 인식 → 관련 제품 검색</p> <p>② 라바라에서 저가제품을 검색 후 대용이자가 second mouse 때문에 생략함.</p> <p>③ 제품 비교 영상 시청 Youtube</p>	<p>① 제품 구입</p> <p>② 구매 후 사용 후기 작성</p> <p>③ 구매 후 만족시 지인에게 구매 추천</p>	<p>① 제품 사용서 읽기</p> <p>② 할인/환불 문제 여부 파악</p> <p>③ 같은 제품 판매처 여러 곳도 서비스들은 사이트 찾기 (악전 세시)</p> <p>④ 긍정적(판매자)와 연락</p>	<p>① 의견 공유 (구매자들과) → 오픈트랙, 카페, 커뮤니티</p> <p>② 동일 제품 좋은 해답 기업 타제품 구입.</p>
touch points	<p>① SNS, Instagram, Facebook 등</p> <p>②naver blog (인식 등 IT Youtube)</p>	<p>① 모바일 IT 제품 전문 사이트</p> <p>② IT Youtube</p> <p>③ SNS</p> <p>④ 쿠팡 등 인터넷 쇼핑몰</p>	<p>① 인터넷 쇼핑몰 사이트 (다들)</p> <p>② 쿠팡 등 app</p> <p>③ KICKSTARTER, 와디즈 등</p>	<p>① 홈페이지</p> <p>② email or 카사 사이트는 통해 고객 만족도 서비스 제공</p>	<p>① review site</p> <p>② 카사 shop 리뷰 채널</p> <p>③ 여러 community, 맘카페.</p>
customer experience	<p>관심 생김, 후기, 후기, 후기</p>	<p>제품을 비교하면서 신중, 관련 정보 검색</p>	<p>구입해서 기쁨 (배송도 빠르고 제품에 대한 기대감)</p>	<p>만족시</p> <p>불만족시</p>	<p>공식화 하면서 만족도 ↑</p>
SNS	<p>① 관심이 생기는 제품이나 가격을 통해서 제품 구매를 유도 후 제품 구매하도록 한다.</p> <p>② 관심을 더 갖도록 유도함.</p> <p>영상 제작</p>	<p>① 타사 제품과의 성능을 비교. 제품을 특징 비교한 제품 광고 제작</p> <p>② 타계 광고를 위해 여행 유튜브, IT YouTuber와 같은 곳에 광고를 올리거나</p>	<p>① 제품 구입을 통해 만족도를 높여, 타사 제품 사용자를 유혹함</p> <p>② 할인 행사로 고객들의 구매 유도</p>	<p>① 서비스 후기 작성시 할인 쿠폰</p> <p>② 의견 (구매자들과)을 받아서 제품을 광고 개선, 무료</p>	<p>① 의견 수렴 후 제품 개선</p> <p>② 재구매를 높이고, 응대 등을 통해 충성고객으로 만들기</p>