

cut + gain

(사용주 반복)

→ ① 가질 = ↓ : 다른 것의 별개.

(다시번 사용하거나, 전문업자, 고품격이 경험 있는 자에게 ↑↑ 교환, 빠르게 가능하기. = ↑.

② 불에 잘 안 붙는다. (사용감).



③ 빠르게 가능 = ↑

→ 사용 가능. ex) 조카 시키기.

하는 수요 존재: ↑
아마는 집은 빠르게 해야 정정해야

④ 디자인 색 = ↓↓ '하늘의 색만 존재.'

수익의 전 = 커튼에 대한 수요??!! (필요성)

(2일 = zoom)

19일
반복

공급/수요의 관계, 시선 인식 필요.

2개월의 모든

개인 포트폴리오 바깥

해결해야 하는 요인으로 인식된다.

project ④

A = 회사

문제 찾고 이런 세 품을 개선해서 받는다

① 상품에 대한 분석
em pathy

② 5W 1H
6차 분석

③ 정의적 분석
definition

④ trend
matrix.

⑤ 카노 D/S
I/B
R

⑥ user
Journey
Map

when
where
why
what
who

How

→ 항목 ①, ②
최소 6개 이상

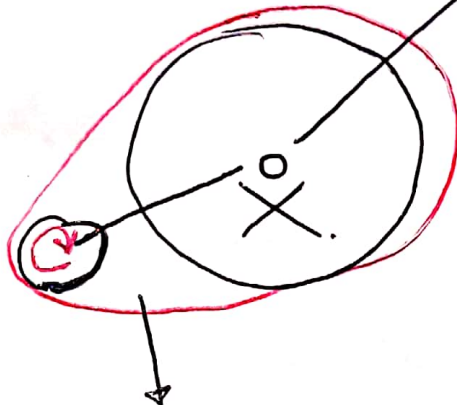
전기자전거 (kit) → 가격 경쟁력??

② 타 부품 = 들고 다녀야 할까?

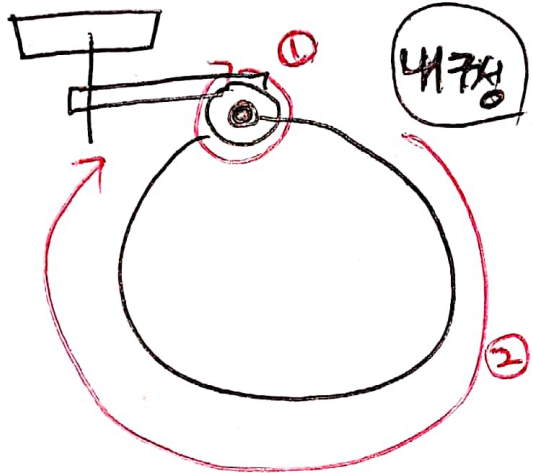
③ 바퀴 = 다른 자전거보다 다르다.

④ 내구성


⑤ 식기



e-bike



재사용 식기.

① 

② 항공 통과가능??
→ 카탈로 인식하는 것 아냐?

Project

양국 필
집진권
이예건.

→ 주제 = kickstarter = 선정 이후
↓
자금을 새롭게 결정.

회사 인수 = 제품 제작한 기업 인수 VC (벤처 캐피탈)
output = issue → 해설 시 제품

User Journey map

tissue point

- ③ $\text{사용/적용법} = \text{비교}$ (비례/불균등). $\frac{1}{2}$



(모표)
→ 이표가 둘 = 2영도 하나.

(2) 

(B) $2\frac{3}{4} \text{ (四)} = 10.75 \text{ (A)}$

stage	customer actions	company actions	evaluation	service	loyalty
touch points	<ul style="list-style-type: none"> ① 온라인 광고 등 본사 SNS, Youtube 등 ② 블로그, IT 제품 유튜브 영상 시청을 통해 인식 ③ SNS, Instagram, Facebook 등 ④ 네이버 블로그 ⑤ 영상 등 IT Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> ① 오프라인 'IT 제품 전문 사이트' ② IT Youtube ③ SNS ④ 쿠팡 등 인터넷 쇼핑몰 	<ul style="list-style-type: none"> ① 제품 구입 ② 구매 후 사용 후기 작성 ③ 구매 후 만족지 확인 ④ 구매 후 구매 후관 	<ul style="list-style-type: none"> ① 제품 사용서 읽기 ② 확인/관부 문제 여부 파악 ③ 같은 제품 판매하여 다른 서비스 홍보 사이트 ④ 후기 (리뷰) ⑤ 공감 (팬미터)와 연결 	<ul style="list-style-type: none"> ① 의견 공유 (구매자 후기) → 오픈톡방, 카페, 커뮤니티 ② 동일 제품 관련 해답 기입 타 제품 구입
customer experience	<ul style="list-style-type: none"> ① 관심 생기는 제품이나 가격에 맞춰서 제품 구매는 후로 ② 관심을 더 갖도록 광고 영상 제작 	<ul style="list-style-type: none"> ① 타사 제품과의 성능을 비교. 제품들 특징 비교한 제품 광고 제작 ② 타사 광고를 위해 여행 유튜브, IT Youtube와 같은 곳에 광고 	<ul style="list-style-type: none"> ① 제품 구입을 통해 만족도를 높여, 타사 제품 사용자를 유혹한다 ② 할인 행사로 고객들의 구매 유도 	<ul style="list-style-type: none"> ① 서비스 후기 작성시 할인 쿠폰 ② 의견 (구매자 후기)을 받아서 제품 ③ 광고 예산 후 ④ 비수출 	<ul style="list-style-type: none"> ① 의견 수렴 후 제품 개선 ② 재구매를 늘리고, 등급 제등은 통해 충성고객에게 혜택을 준다

파이널 프로젝트 (12/5)

① 포트폴리오
↳ p. 15 배치

② 10 = 큰 자크기

ex) kano map 정의, 예시

③ 형식 = 자유

형식 = 시간 차 (시간 순서)

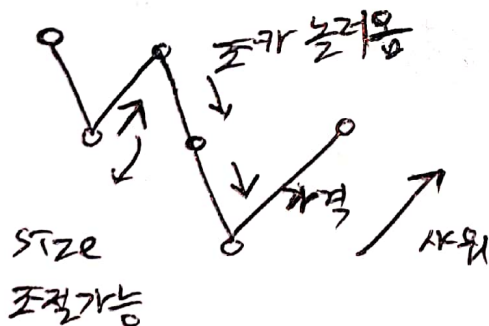
수업시간에 한 것 / 비용 / HW / 느낀 점 : 성장

④ word 형식, 막은 고딕 (10 point)

minimum = p. 15 (페이지 15)

포지X (포함해서 되고 안해서 되고)

하루 기분 포 (Journey user map)



퀴즈

9.1



유사한 보형.

이슈 포인트 → ① 가격 \downarrow 「컷트」

② 생각보다 만족도? up/down.

③ 내용 완료 직전
(구입 직전) = $\uparrow\uparrow$ 「컷트」

mouse → ① full size, 조작감 (사용 관련).
② 집 정리

컷트 (① 가격)

② 바래

③ 작살커 (resize)

④ 박사이야기

⑤ 디자인, 색
다양화하지 X.

★ (시간/상황 이슈)

1조 → ① 3단 캐리어 = 여행 준비 단계 = 설정.

2) 사용이 어렵다 = \downarrow

(급하게 추가 가능 = \uparrow
집

3) 여행 = 기분 $\uparrow\uparrow$
↓

4) 짐 풀기 귀찮다 = \downarrow

여행 중 여기저기 못한 지름신에

(사이즈 줄이면, 보관

위한 기내용 랩 후 보관공간이

시 부피 \downarrow = $\uparrow\uparrow$.

있다. = $\uparrow\uparrow$ (보너스 같은 기분)

② 워크 → 1) 이동 편리 = \uparrow (하루 시작)

2) 이동 이외 시간에 불포만 (실내 음식점 등에서).

3) 충전 이슈 = 신발 신고 사는 세팅과 같이 한쪽은 신발 벗고
충전기까지 가져가야 함 = \downarrow .