

ISSUE POINT

- ① 마우스 소재 → 폴라스틱 마우스는 찾기 어려운데 (홍)
 ② 휴대성 → 쉽게 보관용이 (여행/출근 등).
 ③ 사용/장동법 = 번드르르, but 적응이 잘 안 된다.



(상품)

← 이도가 좋 = 정도 쉽다.

User Journey map

Stage	Awareness	Consideration	Decision	Service	Loyalty
Customer actions	① 온라인 광고를 본다. 「SNS, Youtube 등」 ② Kickstarter 검색 ③ 블로그나 IT제품 유튜버 영상 시청을 통해 인식 ④ 장기간 여행전 검색하다가 주요 관심	① 집은 줄이기 위해서, 작은 휴대용 마우스로 바꾸고 싶음 → 관련 제품 검색 ② 마우스와 키보드 차가 제품을 검색 「휴대용이냐가 second mouse 개념으로 생각해서」 ③ 제품 비교 영상 시청 Youtube	① 제품 구입 ② 구매 후 사용 후기 작성 ③ 구매 후 만족지 저런 ④ 구매 후 후기 여기 구매 후관	① 제품 사용서 읽기 ② 확인/호부 문제 너무 파악 ③ 같은 제품 판매하러 가도 서비스 좋은 사이트 (테텔) 찾기 (확인 지시) ④ 공공재(판매자)와 연락	① 의견 공유 (구매자 후기) → 오픈톡방, 카페, 커뮤니티 ② 동일 제품 좋은 해당 기업 타제품 구입.
Touch points	① 신문 등 언론 매체 ② SNS Instagram, Face book 등 ③ Naver blog (잇섭 등 IT YouTuber)	① 마우스와 「IT 제품 전문 사이트」 ② IT YouTuber ③ SNS ④ 쿠팡 등 인터넷 쇼핑몰	① 인터넷 쇼핑몰 4대 (다나와) ② 쿠팡 등 app ③ Kickstarter, 와디즈 등	① 해피콜 ② email or 자사 사이트로 통해 고객 만족도 서비스 평가	① review site ② 자사 shop 리뷰 채보 ③ 여러 community, 맘카페.
Customer experience (기분)	관심 생김, 호기심, 수요 발생	제품을 비교하면서 신중 관심 생김, 호기심	구입해서 기쁨 (배송하기 전에 제품에 대한 기대감)	만족시 불만족시	충성도 발생시 만족도 ↑
Check list (마케팅 전략)	① 관심이 생기는 제품이나 가격을 낮춰서 처음 구매는 유도후 지속구매하도록 한다. ② 관심을 더 갖도록 광고나 영상 제작	① 타사 제품과의 성능, 부 게, 제각종 특징 비교한 제 품 광고 제작 ② 타겟 광고를 위해 여행 유튜버, IT YouTuber와 같은 곳에 적극 광고 마케팅	① 제품 구입을 통해 만족도를 높여, 타사 제품 사용자를 유혹한다 ④ 할인 행사로 고객들의 구매 유도.	① 서비스 후기 작성시 할인 쿠폰 ② 의견 (구매자 후기) 을 받아서 제품 광고 개선 ③ 배송 후	① 의견 수렴 후 제품 개선 ② 재구매를 높이고, 등급제 등 을 통해 충성고객에게 혜택 을 준다.

파이널 프로젝트 (12/5)

① 문제 정의
② UI/UX

③ 10 = 큰 자크기

ex) Kano map 정의, 예시

④ 형식 = 자유

형 = 시간 차 (시간 순서)

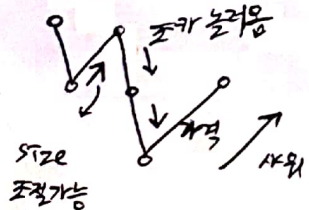
수업시간에 한 것 / 내용 / HW / 느낀 점 / 성찰

⑤ word 형식, 많은 고득 (10 point)

minimum = 9.15 (페이지 15)

포지X (포함해도 되고 안해도 되고)

하루 기본 포 (Journey user map)



커튼

9.1



유사한 모형.

이슈 포인트 → ① 가격 ↓ 「커튼」

② 생각보다 만족도? up/down.

③ 내용 완료 직전
(구입 직전) = ↑↑

mouse → ① full size, 조작감 (사용관점).
② 점 정리

커튼 (① 가격
② 반대

③ 작살치 (resize)

④ 색사이키

⑤ 디자인, 색
다양하지X.

★ (시간/상황 이슈)

1조 → ① 3단 캐리어 = 여행 준비 단계 = 선행.

2) 사용이 어렵다 = ↓

(중하게 추가 가능 = ↑)

3) 여행 = 기분 ↑↑. 4) 짐 풀기 귀찮다 = ↓

여행 중 여기저기 못한 지점선에 (사이즈 줄이면, 보관
이한 기내용 랩 후 보관공간이 시 부피 ↓ = ↑↑.
있다. = ↑↑ (보내도 같은 기분)

② 문워크 → 1) 이동 편리 = ↑ (하루 시작)

2) 이동 이외 시간에 불편 ↓ (실내 음식점 등에서).

3) 충전 이슈 = 신발 신고 사는 상황과 달리 한쪽은 신발 벗고
충전기까지 가져가야 함 = ↓↓.

curtain

(사용주 발표)

나 ① 가격 = ↓ : 다른 것의 별대.

(여러번 사용하거나, 전문업자 곁방이 경험 있는 것)

에겐 ↑↑ 교환, 바래 가능하니까. = ↑.

② 뭉치 작 안 붙는다. (사용감)



③ 바래 가능 = ↑
→ 뭉치 가능. ex) 조카 시바 리오.

아이사는 집을 바래를 해야 정렬해야

라는 수요 존재: ↑.

④ 디자인, 색 = ↓↓. 「하나의 색만 존재」.

소수의견 = 커튼에 대한 수요??!! (필요성)

(2일 = zoom)

19일 발표

공급/수요자의 관계, 시선 인식 필요.

2일 일요일

개인 포트폴리오 발표

해결해야 하는 요인으로 인식된다.

project ①
A = 회사

① 상품에 대한 분석
em pathy

② SWH
6차 원칙

when
where
why
what
who

How

③ 정의적 분석
definition

④ trend
matrix.

나 항목 ①, ②
최소 6개 이상

카드 D/S
Z/B
R

⑥ user
Journey
map

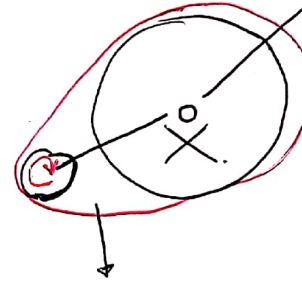
문제 갖고 이런 제품을 개선해서 만든다

전기자전거 (kit) → 가격 경쟁력??

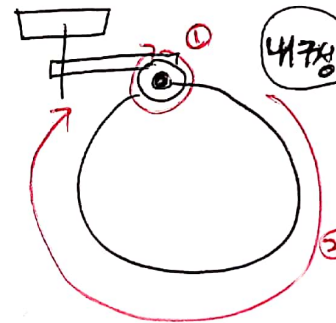
② 탈복착 = 들고 다녀야 할까?

③ 바퀴 = 모든 자전거마다 다르다.

④ 내구성 ⑤ 색



e-bike



재사용 생각.



② 항공 통과가능??
→ 카로 인식하는 것 아닐까?

project ②

양쪽 편
집집 전
이 예전.

주제 = kickstarter = 선정 앞둔후

↓
하나를 새 제품 결정.

회사 인수 = 제품 제작한 기업 인수 VC 「벤처 캐피탈」

output = issue → 해보 「신제품」.