

# 소비자인사이트와 마케팅\_5주차-3

👤 생성자	👤 재환 김
🏷️ 태그	마케팅

## 1. 미시적 컨텍스트의 개념

- **미시적 컨텍스트**란 소비자가 처한 **상황, 시간, 공간**과 같은 세부적인 환경을 의미합니다. 이는 소비자의 **제품 선택**과 **사용 방식**에 중요한 영향을 미칩니다.



- 예를 들어, **제시카**는 집에서는 여성 전용 담배인 **버지니아 슬림스**를 피우지만, 직장 근처에서는 **말보로**로 브랜드를 바꿉니다. 이는 단순한 선호도 차이가 아닌, **직장 환경**에서 제시카가 겪는 피로와 같은 **체력적 한계**와 **환경적 요인** 때문입니다.



- **컨텍스트의 변화**는 소비자의 행동을 바꾸고, 이는 곧 다른 제품이나 브랜드 선택으로 이어집니다. 제시카의 경우, 직장에서의 **스트레스**와 **피로**가 말보로와 같은 강한 이미지의 담배를 선택하게 만듭니다.

## 2. 소비자의 불편함 분석

- 소비자의 불편함은 그들의 **환경적 조건**에 따라 달라집니다. 예를 들어, 직장 여성들이 겪는 주요 불편함 중 하나는 **체력적 한계**입니다. 직장에서 남성들과 동일한 강도의 업무를 요구받는 상황에서 **체력 부족**으로 인한 어려움이 발생하며, 이는 많은 여성 직장인들이 공통적으로 경험하는 문제입니다.
- 제시카의 경우, **직장에서의 피로**가 그녀로 하여금 남성적 이미지와 힘을 상징하는 **말보로**를 선택하게 만드는 요인이 됩니다. 이는 소비자가 처한 **상황적 불편함**이 그들의 **제품 선택**에 어떻게 영향을 미치는지를 보여줍니다.

## 3. 컨텍스트 리서치의 중요성

- **컨텍스트 리서치**는 소비자의 **실제 상황**에서 그들의 **행동과 선택**을 관찰하는 조사 방법입니다. 이를 통해 소비자의 불편함을 보다 **정확하게 파악**할 수 있습니다.
- 설문조사나 인터뷰에서 소비자들이 **추상적으로** 언급하는 불편함은 종종 **부정확**하거나 **불완전**할 수 있습니다. 반면, 소비자가 제품을 **실제로 사용하는 현장**에서 그들의 행동을 관찰하면, 보다 **구체적이고 실질적인** 불편함을 발견할 수 있습니다.
- 소비자가 **어떤 상황에서 어떤 제품을 어떻게 사용하는지** 관찰함으로써, 기업은 더욱 **정교한 제품 개발**과 **마케팅 전략**을 수립할 수 있습니다.

## 4. 컨텍스트 리서치의 사례

- **청소기 예시:** 청소기를 사용하는 소비자의 불편함을 조사할 때, 설문조사만으로는 그들이 느끼는 불편함을 충분히 이해하기 어렵습니다. 하지만 **실제로 청소기를 사용하는 현장**에서 그들의 **행동**을 관찰하면, **손가락의 피로**나 **무릎을 굽히는 동작**에서 오는 불편함과 같은 **구체적인 문제**를 확인할 수 있습니다.



- **필라(FILA) 사례:** 소비자가 **조깅할 때** 느끼는 불편함을 알아내기 위해서는 그들이 **실제로 운동하는 현장에서 직접 관찰**하는 것이 중요합니다. 운동을 하지 않는 상황에서는 그들이 겪는 **실제 불편함**을 정확히 파악하기 어렵기 때문입니다.

## 5. 인컨텍스트 리서치의 개념과 방법

- **인컨텍스트 리서치**는 소비자가 제품을 사용하는 **실제 환경에 직접 들어가** 그들의 행동을 관찰하고, 그 행동의 **이유를 파악하는 조사 방법**입니다.
- 이 방법의 핵심은 **관찰**을 통해 소비자가 느끼는 불편함을 **정확하게** 찾아내는 것입니다. 이를 통해 조사자는 소비자가 명시적으로 언급하지 않더라도, **특정 상황에서 겪는 불편함을 직접 발견**할 수 있습니다.
- 인컨텍스트 리서치의 **주요 절차**는 소비자의 행동을 먼저 관찰한 후, **의문점이 생기면 후속 인터뷰**를 통해 그 행동의 이유를 파악하는 방식으로 진행됩니다.

## 6. 이케아의 인컨텍스트 리서치 사례





- 이케아는 **장애인 시장**을 대상으로 **인컨텍스트 리서치**를 실시했습니다. 장애인들이 일상에서 겪는 **구체적인 불편함**을 발견하기 위해, 장애인 가정에 직접 방문하여 **그들의 행동을 관찰**했습니다.
- 예를 들어, **휠체어** 사용자들이 가구와 **충돌하는 문제**를 발견했습니다. 이를 해결하기 위해 이케아는 가구에 **범퍼**를 부착하여 휠체어와 가구 충돌 시 **충격을 흡수**하도록 개선했습니다. 또한, **손잡이가 작은 책장 문을 크게 설계**하여 장애인들이 쉽게 열 수 있도록 수정했습니다.

## 7. 컨텍스트 리서치의 효과

- 이케아 사례에서 볼 수 있듯이, 장애인들의 불편함을 해결하기 위해서는 그들의 **일상적 환경**에 대한 **정확한 이해**가 필수적입니다. 단순한 설문조사나 인터뷰로는 이러한 구체적인 문제를 파악하기 어렵습니다.
- 인컨텍스트 리서치는 기업이 **소비자의 실제 불편함**을 발견하고, 이에 맞는 **제품 개선**을 할 수 있게 하는 매우 효과적인 방법입니다.

## 8. 인사이트

- 인컨텍스트 리서치는 소비자가 처한 **상황, 시간, 공간**을 통해 **구체적인 불편함**을 찾아내는 방법입니다. 이 접근법은 소비자의 **실제 행동**을 기반으로 실질적인 **문제 해결**을 가능

하게 합니다.

- 이를 통해 기업은 **정확한 소비자 요구**를 파악할 수 있으며, 더 효과적인 **제품 개발**과 **마케팅 전략**을 수립할 수 있습니다.