

2021-12-22 (3일차)

□ 퍼실리테이션 스킬 & 고객상담 단계

고객 공감에 중요한 이유 : 선입견이나 고정관념에 얽매이지 않는 상태에서 우리가 미처 발견하지 못한 것을 발견하기 위함

이성적 사고와 직관의 경계를 넘나드는 통합적 관점 필요

고객조사 방법

문헌조사, 관찰조사, 인터뷰 → 문헌조사가 관찰조사와 인터뷰의 기초조사
누구를 관찰하고 인터뷰할지 대상을 정해놓는 것이 도움이 된다.

가상의 인물 or 고객 → 페르소나

2021-12-23 (4일차)

□ 고객 공감

공감지도 (Empathy Map)

고객의 sign을 제대로 파악하기 위한 커뮤니케이션 방법 > 관찰

예시) 선풍기

>> 설정한 문제적 상황 '페르소나'가 어떤 상황인지 관찰해서 기록

□ 고객 확인

네트노그래피

'Net' + 'ethnography'의 합성어로 장시간 현장에서 관찰하는 전통적 에스노그래피 방법론을 온라인 기반 참여 관찰 기법으로 확장

구글 트렌드(trends.google.co.kr)

네이버 데이터 랩(datalab.naver.com)

썸트렌드 소셜 분석(연관검색어)

□ 관찰의 기술

관찰 시 유의사항

"고객을 관찰하고 직접 인터뷰를 진행하는 것이 중요하다." (페인포인트)

□ 인터뷰 기법

1. 준비 2. 실시 3. 정리

플레이 펌프(Marry-Go-Round)

why? 관찰은 잘하였으나, 인터뷰 부족으로 실패

문제의 시작

1. 사용자 입장에서 공감과정을 거치지 않았다.
2. 문제의 핵심보다 아이디어의 창의성을 높게 산다.
3. 선한 목적인 경우 검증을 계산적이라고 도외시한다.

시사점 : Right Problem Finding

□ Right Problem Finding 3요소

1. Real Problem 인가?
2. Valuable Problem 인가?
3. Inspiring을 주는가?

□ 문제해결을 위한 질문

어떻게 하면 ~ 할 수 있을까?

무엇을 하면 ~ 할 수 있을까?

ex) 기차 탈선을 예방하기 위해, 어떻게 하면 미국 철도청이 레일을 개선할 수 있을까?

ex) 기차 탈선을 예방하기 위하여, 어떻게 하면 미국 철도청이 기차바퀴를 새로 만들 수 있을까?

ex) 어떻게 하면 아이들이 MRI 검사를 즐길 수 있을까?