

고객(페르소나) 탐색 및 설정

Sheet 1. 고객 탐색하기

Sheet 2. 고객 분석하기

[우리 사업의 페르소나 케이스]

<div> <div></div> <div> <p>케이스 1</p> <p>고객 = 사용자 = 문제당사자</p> </div> </div>	<div> <div></div> <div> <p>케이스 2</p> <p>고객 ≠ 사용자 ≠ 문제당사자</p> </div> </div>	<div> <div></div> <div> <p>케이스 3</p> <p>고객 ≠ 사용자 = 문제당사자</p> </div> </div>	<div> <div></div> <div> <p>케이스 4</p> <p>고객 = 문제당사자 ≠ 사용자</p> </div> </div>
--	--	--	--

[케이스별 Sheet 작성 안내]

<p>케이스 1의 경우, 존재하는 페르소나는총 1명</p>	<p>케이스 2의 경우, 존재하는 페르소나는총 3명</p>	<div> <div></div> <div> <p>케이스 3의 경우, 존재하는 페르소나는총 2명</p> </div> </div>	<p>케이스 4의 경우, 존재하는 페르소나는총 2명</p>
<p>페르소나 1장 작성 불편/기대/특징 1장 작성</p>	<p>페르소나 3장 작성 페르소나별 불편/기대/특징 3장 작성</p>	<p>페르소나 2장 작성 페르소나별 불편/기대/특징 2장 작성</p>	<p>페르소나 2장 작성 페르소나별 불편/기대/특징 2장 작성</p>

[페르소나 정의해보기]

(케이스1:1장, 케이스2:3장, 케이스3/4:2장)

페르소나 예상 이미지

이름: 나은
 나이: 32세
 직업: 온라인 패션 부티크 운영자
 거주지: 서울, 한국
 주거 형태 및 가족 구성: 파트너와 함께 작은 아파트 거주
 취미: 소셜 미디어 트렌드 분석, 업계 웹세미나 참석

[행동 특성]

상품 찾기, 가격 비교, 시장 동향 분석, 재고 관리, 고객 서비스에 많은 시간 투자. 소셜 미디어와 전자상거래 플랫폼에서 활동적이며 업계 트렌드 주시.



출근 시간 동안 평균 1시간 이상 스마트폰으로 사업 관리, 소셜 미디어 고객 상호작용.

패션, 뷰티 관련 계정 5곳 이상 팔로우, 트렌드 업데이트.

관심 있는 시장 정보는 2명 이상의 동료와 공유하거나 X 포스트로 저장.

10분 이내에 읽을 수 있는 콘텐츠 선호, 업계 뉴스레터 2개 구독 중 1개만 매일 확인.

[인구통계학적 특성]

25~50세 사이, 성별 다양, 패션, 뷰티와 같은 산업에서는 여성 사업주 비율이 더 높음.
 사업 또는 창업 경험 보유. 교육 수준은 다양하나, 많은 이들이 대학 교육 경험 있음.

[심리적 특성]

창업 정신 강하고, 이익과 성장 추구. 저가 수입품 경쟁으로 좌절감 느낄 가능성 높음.

정보 소비 목적은 사업 성장(트렌드 파악, 마케팅 전략)과 동료 네트워킹.

텍스트보다 비주얼 콘텐츠(카드뉴스, 영상, 요약 이미지)에 반응 좋음.

정보가 너무 길거나 복잡하면 5초 이내 흥미 잃고 이탈.

고정 시간대(출근길, 점심시간)에 정보 소비 습관 있음.

[케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자]

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

[불편]

공급업체 찾기에 시간 많이 소요, 경쟁력 있는 제품 소싱 어려움.
저가 수입품(알리익스프레스, 테무)으로 인한 시장 경쟁 심화.
현재 판매 상품 분석 및 경쟁력 강화 가이드 부족.

[기대]

시간 절약 가능한 소싱 도구, 시장 통찰 제공.
경쟁력 있는 상품 쉽게 찾을 수 있는 서비스, 상품 분석 도구 제공.
광고 최소화된, 유익한 정보 중심의 뉴스레터 원함.

[특징]

효율성, 비용 효과성, 신뢰성 중시. 기술적 지식은 있지만 사용자 친화적 인터페이스 선호.

[케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자]

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

[아는 것]

판매자들은 상품 소싱에 많은 시간 소비.
저가 중국 수입품(알리익스프레스, 테무)으로 경쟁력 상품 찾기 어려움.
상품 경쟁력 강화 가이드 부족.
대량 구매, 드롭배송, 프라이빗 레이블 등 다양한 소싱 방법 사용.
재고 관리, 반품 처리, 브랜드 구축 도전 과제 있음.

[모르는 것]

정확한 인구통계학적 특성(연령, 지역 등).
집중하는 특정 산업 또는 상품 카테고리.
현재 소싱 및 분석 기술 도구 사용.
상품 경쟁력 측정 방법.
소싱 서비스 예산.
서비스 제공 방식 선호도(소프트웨어, 컨설팅 등).

[알고 싶은 것]

서비스 맞춤화 위한 상세 인구통계학 데이터.
가장 영향을 받는 상품 카테고리.
현재 소싱 도구 및 효과성.
상품 경쟁력 정의 및 측정 방법.
소싱 서비스 지불 의사와 가격대.
원하는 구체적 기능.



Orange
Planet



Orange
Park

Orange Planet Foundation. All rights reserved.

