

고객(페르소나) 탐색 및 설정

Sheet 1. 고객 탐색하기

Sheet 2. 고객 분석하기

[페르소나 정의해보기] 고객=사용자=문제당사자: 심리상담사

(케이스1:1장, 케이스2:3장, 케이스3/4:2장)

페르소나 예상 이미지



[행동 특성]

구매 습관: 상담 실무 실습교육(슈퍼비전, 슈퍼비전 참관 등)에 월 20만원 구매
 사용 습관: 처음 겪어보는 내담자 케이스의 경우 슈퍼비전을 받으며, 전문성 향상을 위해 슈퍼비전 참관이나 공개 사례 발표 등에 참여
 소비 패턴: 슈퍼비전 참관이 부담이 적어 참관을 더 선호하며, 슈퍼비전은 월 1~2회 받음
 정보 수집 방법: 상담사 단톡방(폐쇄형 커뮤니티)에서 대부분의 정보를 얻음

[인구통계학적 특성]

나이: 38세
 성별: 여성
 교육 수준: 상담 유관 전공 석사, 상담심리사 2급 보유
 소득 수준: 연봉 4천만원
 가구 형태: 2인 가구, 배우자
 거주 지역: 서울
 주거 형태: 아파트

[심리적 특성]

목표: 실력있는 심리상담사가 되는 것
 욕구: 유료상담을 진행하는 내담자가 상담에 대한 만족도를 상담사 본인에게 표현해주며, 내담자를 만날 때 내가 준비가 덜 되었다는 죄책감을 느끼지 않고 자신있게 상담에 임하고 싶음
 페인 포인트: 실질적으로 실무 능력을 향상시킬 수 있는 교육 방법이 슈퍼비전 뿐인데, 슈퍼비전은 비싸고(1회 10만원) 받기 위해 축어록과 보고서를 작성하는 등의 부담이 너무 커서, 실무 능력 향상을 위한 교육을 원하는만큼 받기 어려움

[케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자] 심리상담사

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

[불편]

실무 능력 향상을 위한 교육을 원하는만큼 받기 어려움

- 슈퍼비전은 비싸고(1회 10만원), 받기 전 축어록과 보고서를 작성하는 등의 준비 부담이 너무 큰데다, 평가받는다라는 심적 부담감도 있고, 미리 시간을 예약해야 해 급한 케이스는 막상 도움을 받기 어려움
- 슈퍼비전 이외의 참관이나 공개사례발표 참석 등은 내 케이스에 대한 조언과 피드백을 받을 수 없어 아쉬움

[기대]

내 실무 케이스에 대한 평가와 가이드 등의 피드백 교육을
저렴한 비용과 낮은 준비 부담, 심적 부담으로,
원하는 시간에 즉시, 원하는 분량 만큼만 받을 수 있고,
내 실력이 성장하는 것을 추적 관리하고 싶다.

[특징]

실무 케이스에 대한 교육, 즉 평가와 개선점 가이드 등을 받아 실무에 다시 적용하는 식으로 교육이 실무 서비스 질에 바로 영향을 줌
내담자에게 해를 입히면 안된다는 두려움, 더 좋은 상담을 제공하지 못할 수 있다는 미안함 등이 교육을 받고자 하는 직접적 원인
슈퍼바이저들의 의견이 교육 방향이나 교육 방법 선택 등에 가장 중요한 고려 요소임

[케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자] 심리상담사

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

[아는 것]

상담사 발달 단계별 자주 실수하는 내용
실습 교육비로 월 얼마를 지출할 생각이 있는지에 대한 의향
교육 정보 수집 방법
인기 슈퍼바이저

[모르는 것]

진짜로 실습 교육비로 월 얼마를 지출했는지 사실
경력 연차별 유료 상담을 통한 월 수익과 케이스 당 순수익
앱 기반 서비스에 대한 선호도
AI 기반 서비스에 대한 호불호

[알고 싶은 것]

서비스 사용 시 어떤 경험이 재구매에 결정적인 영향을 주는지
어떤 피드백이 내담자에게 제공하는 상담 서비스의 질을 올리는데 영향을 주었다고 느끼는지
내담자 동의 과정에 느끼는 부담감의 크기
슈퍼비전 내용 중 특히 단기적, 즉각적 만족감을 주는 요소



Orange
Planet



Orange
Park

Orange Planet Foundation. All rights reserved.

