

고객(페르소나) 탐색 및 설정

Sheet 1. 고객 탐색하기

Sheet 2. 고객 분석하기

[페르소나 정의해보기]

(케이스1:1장, 케이스2:3장, 케이스3/4:2장)

페르소나 예상 이미지

**차량에 관심이 많은
30대 남성**

[행동 특성]

취미: 드라이브, 동호회 참여

소비패턴: 차량 용품 구매, 세차장, 주유비 등 차량과 관련된 소비

사용습관: 평이 좋거나 새로 알게된 차량 용품들을 구매하여 사용해 봄

가입활동: 네이버 카페, 차량 동호회, 오픈채팅방, 차량 커뮤니티 등

정보수집방법: 대부분 동호회 회원이나 커뮤니티 등

[인구통계학적 특성]

20대부터 40대까지 남성의 비율이 높음
차량에 관련되었거나 관련되지 않았어도
많은 이들이 사업이나 창업의 경력을 보유하고 있음

사회초년생들도 상당 비율 차지

[심리적 특성]

차량에 대해 궁금한 게 있다면 동일한 차량의 모임 등에 참여하여
물어보는 경향이 강함.

다른 브랜드의 차량을 타고 있는 사람들의 답변은
귀담아 듣지 않는 경향이 있음.

[케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자]

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

[불편]

- 네이버 카페나 오픈채팅에서는 많은 정보들이 뒤섞여있음
- 기존 차량 커뮤니티의 경우 아예 다른 성격의 포스팅이 많음
- 원하는 정보를 찾아내기 힘들어 검색 등으로 인한 시간이 상당히 많이 소요
- 모임 참여 강제 및 모임 내 인간관계에 스트레스를 받음

[기대]

- 신차 출시, 다양한 브랜드의 정보를 빠르게 캐치하고 싶음
- 나와 동일한 브랜드의 유저들과 빠르게 소통하고 싶어함
- 강제적인 활동이 없고 닉네임으로 활동하고 싶어함 (모임 참여 및 인간 관계에 대한 사소한 스트레스)
- 차량에 관련된 편의 서비스를 한 번에 확인하고 싶어함

[특징]

- 다양한 브랜드의 차량 경험
- 전기차로의 전환에 대한 관심
- 강제 활동은 싫으나 소속감은 느끼고 싶음

[케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자]

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

[아는 것]

- 결혼을 포기하고 점점 본인의 만족을 위한 소비가 늘어나고 있음
- 네이버 카페, 오픈채팅방 등의 강제적인 활동이 부담스러움
- 차량에 관련된 내용이 아닌 전혀 다른 내용을 지속적으로 보게되어 불편
- 대체할 수 있는 마땅한 대체제가 없음

[모르는 것]

- 자동차 커뮤니티의 종류
- 차종 변경은 희망하나 다양한 브랜드와 차량에 대한 정보

[알고 싶은 것]

- 신차 출시 및 특징을 어떻게 빠르게 아는지
- 나와 같은 고민을 하고 있는 사람이 있는지, 혹은 나도 누군가에게 도움을 줄 수 있는지
- 이 커뮤니티를 활동해야하는 근본적인 이유



Orange
Planet



Orange
Park

Orange Planet Foundation. All rights reserved.

