

## 고객(페르소나) 탐색 및 설정

Sheet 1. 고객 탐색하기

Sheet 2. 고객 분석하기

## [우리 사업의 페르소나 케이스]



케이스 1

고객 = 사용자 = 문제당사자



케이스 2

고객 ≠ 사용자 ≠ 문제당사자



케이스 3

고객 ≠ 사용자 = 문제당사자



케이스 4

고객 = 문제당사자 ≠ 사용자

## [케이스별 Sheet 작성 안내]

케이스 1의 경우,  
존재하는 페르소나는 총 1명

페르소나 1장 작성  
불편/기대/특징 1장 작성

케이스 2의 경우,  
존재하는 페르소나는 총 3명

페르소나 3장 작성  
페르소나별 불편/기대/특징 3장 작성

케이스 3의 경우,  
존재하는 페르소나는 총 2명

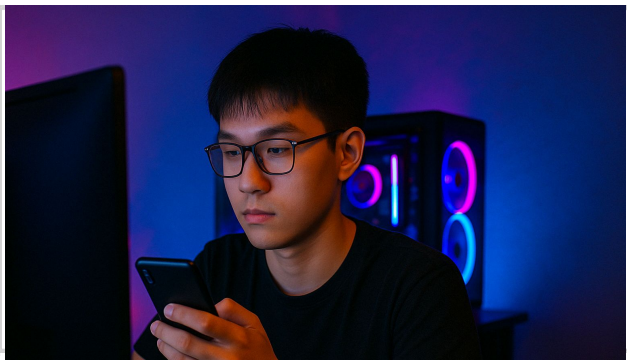
페르소나 2장 작성  
페르소나별 불편/기대/특징 2장 작성

케이스 4의 경우,  
존재하는 페르소나는 총 2명

페르소나 2장 작성  
페르소나별 불편/기대/특징 2장 작성

## [페르소나 정의해보기]

(케이스1:1장, 케이스2:3장, 케이스3/4:2장)



## [인구통계학적 특성]

1. 이름: 김도윤
2. 나이: 31세
3. 성별: 남성
4. 교육 수준: 수도권 4년제 대졸
5. 소득 수준 및 직업: 월 500만원대, 프로그래머
6. 가구 형태: 1인 가구(독립하여 혼자 생활)
7. 거주 지역: 수도권 광고 신도시
8. 주거 형태: 소형 아파트

## [행동 특성]

1. **구매 습관:** 신제품이나 트렌디한 디지털 콘텐츠에 관심이 많고, 자신의 관심사와 자신의 팬덤에 관련된 제품에 구매를 망설이지 않는 편. 새로운 경험을 위한 구매에 적극적
2. **사용 습관:** 하루 중 대부분의 여가 시간은 PC 또는 스마트폰을 통해 콘텐츠 소비(게임, 유튜브, 트위치 등)나 커뮤니티 활동(디자이너사이드, 클리앙, 레딧 등)에 할애.. 동시에 두 개 이상의 디지털 기기를 병행 사용하며, 실시간 소통과 몰입감 있는 콘텐츠를 선호.
3. **정보 습득 방법:** 검색보다는 유튜브, 트위치, 디스코드 같은 실시간 커뮤니티나 콘텐츠를 통해 자연스럽게 정보를 접하는 경우가 많음. 신뢰하는 인플루언서나 유튜버의 의견을 중요한 판단 기준으로 삼음.
4. **주요 고려 요소:** 새로운 서비스를 선택할 때는 '내가 컨트롤할 수 있는 자유도', '얼마나 몰입할 수 있는가', '얼마나 재미있고 유니크한 경험인가'를 중심으로 판단. 또 UI/UX가 직관적이고 스트레스 없이 빠르게 적응할 수 있는지도 중요한 기준.

## [심리적 특성]

1. **욕표: 실시간 콘텐츠를 통한 재미**
  - 실시간으로 내가 좋아하는 스트리머와 소통하며 재미를 느끼는 것
  - 뻔한 콘텐츠가 아닌 좀 더 새로운 콘텐츠를 보며 신선한 재미를 느끼는 것
2. **욕구: 일상 속에서 주도적이고 몰입감 있는 엔터테인먼트 경험을 추구**
  - 단순히 시청하는 것을 넘어, 내가 직접 참여하고 영향을 미치는 콘텐츠를 원함.
  - 수동적인 시청자가 아닌, \*\*\*'능동적인 참여자' 혹은 '컨트롤 가능한 관찰자'\*\*\*가 되고자 함.
3. **Pain Point: 반복적인 스트리밍 콘텐츠에 쉽게 실증을 느낌**
  - 대부분의 방송이 일방적이거나 상호작용이 제한되어, 새로운 콘텐츠를 찾아 헤매는 시간이 많음.
  - 실시간 소통은 좋아하지만 너무 공개되거나 과도한 노출은 부담스러움.
  - 자유롭게 참여하되 익명성 혹은 선택적 소통이 가능한 환경을 선호함.

## [케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자]

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

### [불편]

소극적인 시청자 역할에 지루함을 느낌

- 유튜브나 트위치 콘텐츠는 대부분 일방적인 흐름으로 진행되어, 시청자는 '소비자' 그 이상이 되기 어렵다고 느낌.
- 채팅 참여 외에는 방송의 전개나 결과에 영향을 미칠 수 없다는 점이 큰 한계로 다가옴.

신선한 콘텐츠 경험이 부족하고 피로도 증가

- 반복적인 게임 방송, 과장된 리액션 중심의 콘텐츠에 쉽게 정서적 피로를 느낌.
- 상호작용이 없는 기존 스트리밍 플랫폼에서는 몰입감 있는 엔터테인먼트를 찾기 어려움.

커뮤니티는 있지만, '참여감'은 낮음

- 방송 중 실시간 채팅이 있긴 하지만, 채팅 참여가 방송 흐름에 반영되지 않음.
- 대다수가 시청만 하고 있어, '내가 굳이 참여할 이유가 없다'는 생각이 들기도 함.

### [기대]

실시간으로 방송에 영향을 줄 수 있는 '선택의 힘'

- 단순 시청을 넘어서 스토리 흐름을 선택하거나 캐릭터 행동에 투표하는 등 내 선택이 반영되는 인터랙티브 콘텐츠에 강한 기대감을 가짐.

버추얼 스트리머 + 몰입형 콘텐츠의 시너지

- Unreal Engine 기반의 고품질 실시간 그래픽과 가상 스트리머의 캐릭터성 결합에 호기심과 기대 존재.
- "내가 지금 게임과 영화의 중간 어딘가를 실시간으로 조종하고 있다"는 독특한 체험을 원하는 니즈 충족 가능.

혼자서도 연결된 느낌을 줄 수 있는 '참여형 커뮤니티'

- 1인 가구로서 적당한 익명성과 간접적인 소속감을 동시에 느낄 수 있는 구조를 기대함.
- 유저들의 선택이 반영되어 만들어지는 '집단의 이야기'를 경험하면서도 과몰입 없이 즐길 수 있는 유연한 인터랙션을 선호함.

### [특징]

몰입감과 컨트롤을 중시하는 '능동적 소비자'

- 콘텐츠를 수동적으로 소비하기보단, 조작하거나 개입할 수 있는 환경을 선호함.
- 게임, 스트리밍, 인터랙티브 콘텐츠 등 쌍방향성과 몰입감을 주는 서비스에 더 높은 만족감을 느낌.

시각적 경험과 연출을 중시하는 '감각 지향형'

- 분위기, 인터페이스, 그래픽 연출 등 '비주얼 퀄리티'에 대한 기준이 높음.
- 유튜브·트위치·넷플릭스 등에서 비주얼이 매력적인 콘텐츠에 더 오래 머무르는 경향이 있음.

감성적 공감과 간접 체험을 통해 자극 받는 스타일

- 직접 겪지 않아도 콘텐츠 속 감정과 상황을 감정 이입하며 즐기는 능력이 뛰어나.
- 인터랙티브 스토리나 '선택에 따른 감정 변화'를 주는 콘텐츠에 높은 만족도를 느낌.

## 【케이스 1: 고객 = 사용자 = 문제당사자】

(해당 케이스가 아닌 경우, 삭제 후 과제 제출)

### 【아는 것】

- 디지털 콘텐츠 소비에 익숙하고, 스트리밍/게임/인터랙티브 콘텐츠에 관심이 많다.
- 유튜브, 트위치, 넷플릭스 등에서 **소극적인 시청자 역할에 지루함** 느낌.
- **혼자 있는 시간이 많지만**, 온라인 커뮤니티나 방송을 통해 **연결감**을 추구한다.
- 새로운 기술이나 콘텐츠에 대한 **호기심과 수용력이 높으며**, Early Adopter 성향이 있다.
- 선택 가능한 구조나 몰입 가능한 콘텐츠 경험을 통해 **능동적인 참여자**로서의 욕구가 있다.
- UI/UX, 비주얼 퀄리티 등 **디자인적 요소와 감각적 연출**에 민감하다.

### 【모르는 것】

- 기존 스트리밍 콘텐츠에서 실제로 **어떤 부분에 가장 크게 불만**을 느끼고 있는지 구체적인 사례.
- 본인이 경험한 **인터랙티브 콘텐츠** 중 가장 인상 깊었던 것 또는 아쉬웠던 것.
- 실시간으로 콘텐츠에 개입하거나 결정하는 행동에 대해 **얼마나 자주, 적극적으로 참여해봤는지**.
- ‘버추얼 스트리머’나 ‘Unreal 기반 콘텐츠’에 대한 인지 정도와 구체적인 관심 영역.
- 새로운 서비스에 유입될 때, 어떤 방식으로 설명/가이드/홍보되면 **가장 신뢰감**을 느끼는지.

### 【알고 싶은 것】

- 일상에서 ‘콘텐츠를 고르는 기준’은 무엇인가?  
– 시간대, 장르, 플랫폼, 참여 여부 등 선택에 영향을 주는 요소는?
- 인터랙티브 요소가 포함된 콘텐츠에 대해 **얼마나 매력**을 느끼고 있는가?  
– 지금까지의 경험, 기대, 허들, 포인트 오브 딜라이트는?
- 새로운 스트리밍 플랫폼이 등장할 경우, 본인이 ‘**시작해보게 되는 결정적 요인**’은 무엇인가?  
– 기능, 인터페이스, 입소문, 인플루언서, 이벤트, 커뮤니티 등
- 이용 중단 혹은 이탈의 **요인**으로 작용할 수 있는 ‘**사용자 피로**’는 무엇인가?  
– UI 혼란, 반복성, 참여 강요, 속도, 시스템 오류 등



Orange Planet Foundation. All rights reserved.

