

11주제: Concept & Positioning

프로젝트 전략 및 소비자 인식

목 차

01 **Concept 수립**

02 **Positioning**

- **Positioning Map**

1. Concept 수립

Concept 개념

◆ Concept

- 프로젝트의 개요, 목표, 상황, 배경 등 요구사항을 정리하여 전체적인 방향을 이끌어 나가는 하나의 일관된 전략, 테마, 개념을 의미

◆ Concept 수립

- 요구사항과 핵심 사용자층, 경쟁사와의 차별화 전략 등 여러 상황을 분석하여 프로젝트를 어떠한 방향으로 전개해 나갈 것인지를 결정하는 것

◆ Concept 수립 중요성

- 웹, 앱, 디지털 사이니지 등을 통하여 제공하는 디지털 미디어 서비스 즉 디지털 콘텐츠는 목적에 따라 전달하고자 하는 메시지가 명확해야 하며 하나의 일관되고 통일된 콘셉트에 의해 표현되어야 함
- 콘셉트는 바로 사용자 경험과 직결되는 중요한 요소이기 때문

Concept 수립

◆ Concept 수립을 위한 요구사항 분석

- 제품이나 서비스 콘셉트를 수립하기 위하여 실시하는 요구사항 분석은, 먼저 지향점을 파악하고 핵심 사용자의 연령대, 기호, 라이프 스타일 등의 사용자 성향을 분석
- 요구사항 분석은 디자인 요소도 포함

구 분	내 용
요구사항	제품, 서비스 지향점, 이미지, 차별화 전략
사용자 성향	핵심 사용자의 연령, 성별, 라이프 스타일, 기호, 심리, 이용형태
기능적 요구사항	서비스 환경(웹, 앱) 개발 언어, 스크린 해상도, 반응형, 적응형
디자인 요구 사항	선호 색상, 이미지 사용 규정 및 형식, 가로 세로 사이즈 등

Concept 수립

◆ Concept 수립을 위한 기능적 요구사항

- 디지털 미디어와 디지털 디바이스, 새로운 구현 기술들이 다양하게 등장하면서 기능적 요구사항은 점점 중요해 지고 있음
- 필수 기능 요소인 서비스 플랫폼, 개발 언어, 접근성, 웹 브라우저 호환성, 웹 브라우징 방법, 반응형 웹, 네이티브 앱, 하이브리드 앱 등의 다양한 클라이언트의 기능적 요구사항을 파악하는 것이 필요
- 기능적 요구사항을 파악한 후 기능적, 디자인 제약 조건 등의 분석이 필요

Concept 수립

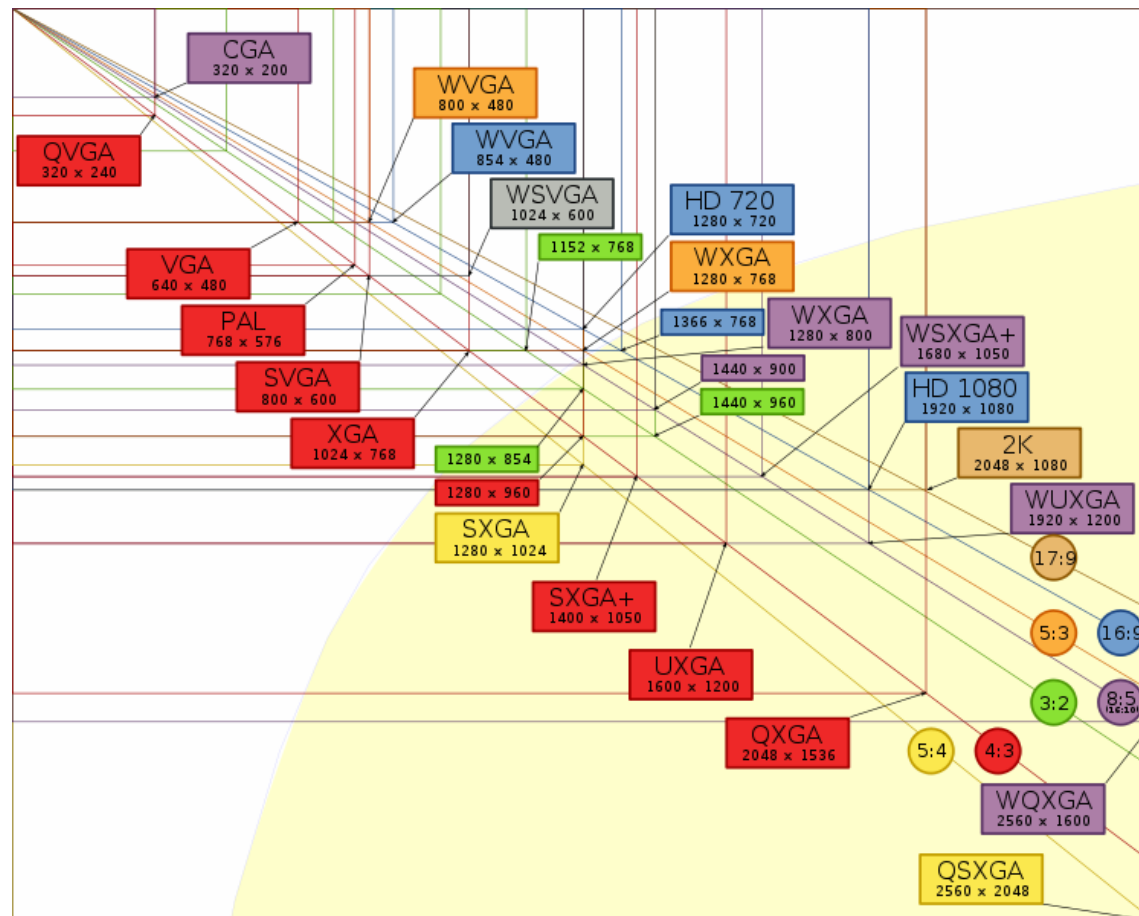
◆ Concept 수립을 위한 기능적 요구사항



다양한 디지털 디바이스 종류

Concept 수립

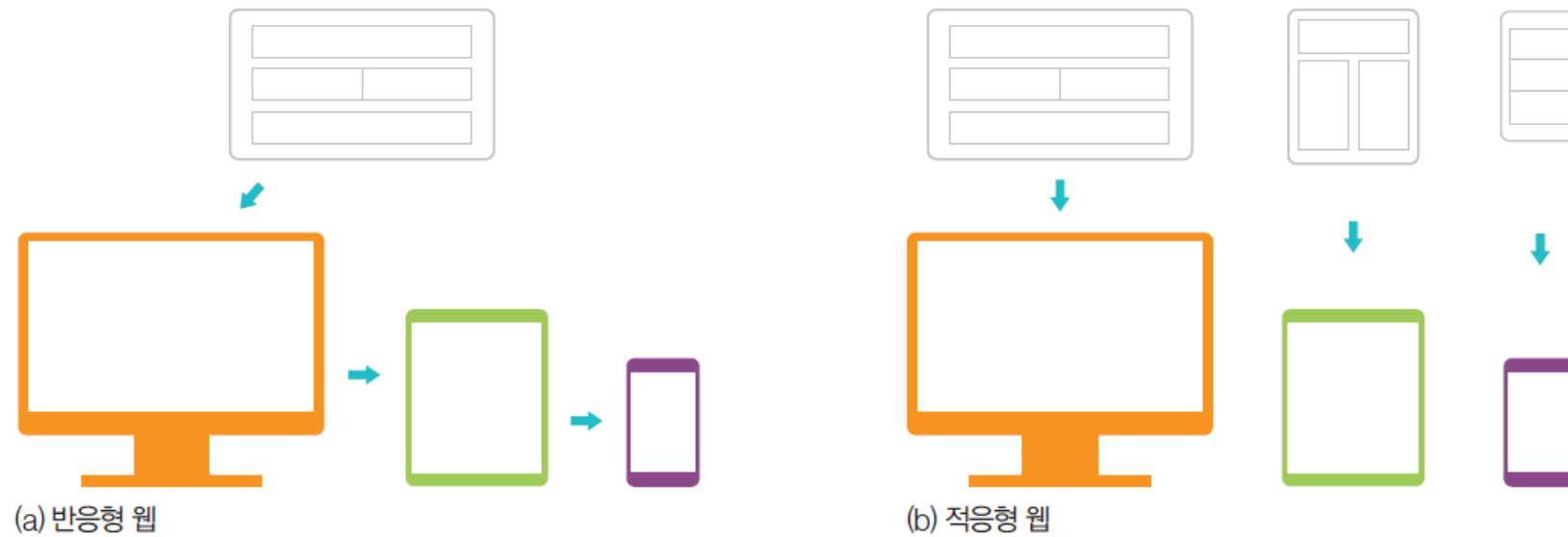
◆ Concept 수립을 위한 기능적 요구사항



스마트폰 해상도

Concept 수립

◆ Concept 수립을 위한 기능적 요구사항

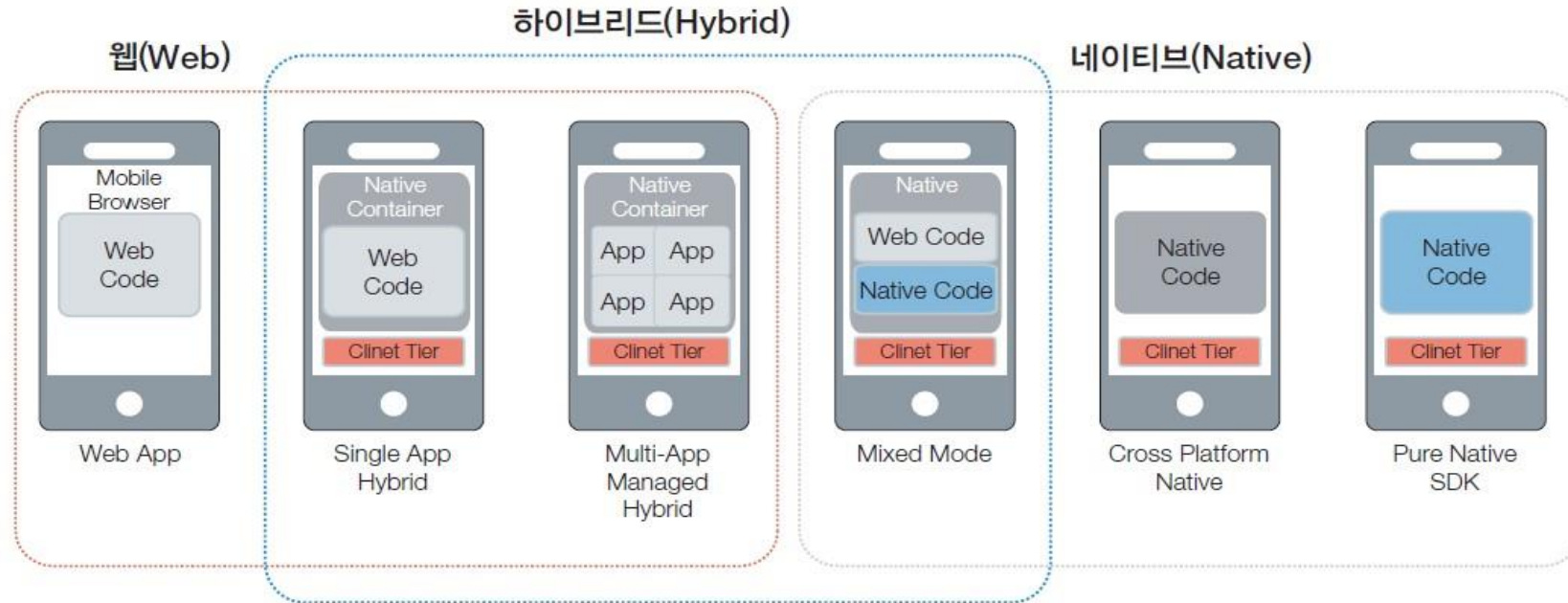


반응형 웹, 적응형 웹

- * 반응형 웹: 디바이스의 디스플레이의 종류에 반응하여 그에 맞도록 적절하게 UI 요소들이 유기적으로 배치되도록 설계된 웹
- * 적응형 웹: 디바이스에 최적화된 미리 정해 놓은 각 디바이스의 디스플레이에 맞는 웹을 보여주도록 설계된 웹

Concept 수립

◆ Concept 수립을 위한 기능적 요구사항



웹 앱, 하이브리드 앱, 네이티브 앱

- * 웹 앱: PC나 스마트폰 등 단말기의 기종에 관계없이 아무 단말기에서나 같은 콘텐츠를 볼 수 있도록 해 주는 시스템, HTML5를 기반으로 구현
- * 네이티브 앱: iOS, 안드로이드OS 등 각 OS에 맞는 언어로 앱을 개발하는 것을 의미
- * 하이브리드 앱: 기본 기능은 HTML 등의 웹 문서로 구현하고, 패키징은 아이폰, 안드로이드 등 모바일 OS별로 구현하는 앱

2. Positioning

Positioning

◆ Positioning 개념

- Concept을 명확하게 하기 위하여 개발하고자 하는 디지털콘텐츠가 시장에서 어떠한 위치에 놓을 것인지에 대한 고민이 필요

◆ Positioning 정의

- 어떤 제품이나 서비스가 소비자의 마음에 인식되고 있는 모습을 의미
- 하나의 제품이나 서비스, 혹은 회사를 소비자들의 인식 속에 특정한 이미지로 자리 잡게 하는 일, 또는 전략 (출처: 위즈앤비즈 - Wis&Biz, <https://21ctheageofdiscovery.com/131>)
- 제품 또는 서비스의 특성 및 경쟁 서비스와의 관계, 자사의 기업 이미지 등 각종 요소를 분석하여 타깃 시장의 특정 위치에 자리매김하기 위한 활동

Positioning

◆ Positioning 전략

- 유사성과 차별성을 동시에 가져야 함
 - 유사성: 다른 제품 또는 서비스들과 차별화 되지 않고 독특하지 않지만, 동일한 카테고리 안의 다른 제품 또는 서비스들과 공유하는 것
 - 기본적으로 갖추어야하는 조건들은 지켜야 함
 - 차별성: 사용자 혹은 소비자가 경쟁 제품 또는 서비스들에서는 발견할 수 없다고 믿는, 우리의 제품 또는 서비스들과 함께 연상하고 느끼고 긍정적으로 평가되는 속성 또는 혜택
 - 다른 제품 또는 서비스들과 차별화되는 핵심적인 경쟁력은 필수
- 일관성 유지

Positioning

◆ Positioning Map

- 제품을 효과적으로 비교 할 수 있는 방법으로 기존의(혹은 개발하고자 하는) 제품이나 서비스를 경쟁 제품이나 서비스들과 비교하여 2차원 또는 3 차원의 도면에 배치하는 것
- 제품이나 서비스의 현재 위치를 객관적으로 정확하게 파악 가능
- 경쟁 제품이나 서비스와 비교 분석, 방향성 등에 관한 정보 제공
- 작성 방법
 - 1) 1단계: 2차원 혹은 3차원 결정(보통 2차원을 활용)
 - 2) 2단계: 분석을 통하여 제품이나 서비스에 제일 중요시하는 지표 선정
(2차원은 X,Y축 지표)
(주의: 축 방향은 '높다 낮다' 혹은 '좋다 안좋다'의 기준이 아님)
 - 3) 제품이나 서비스들을 맵에 표시

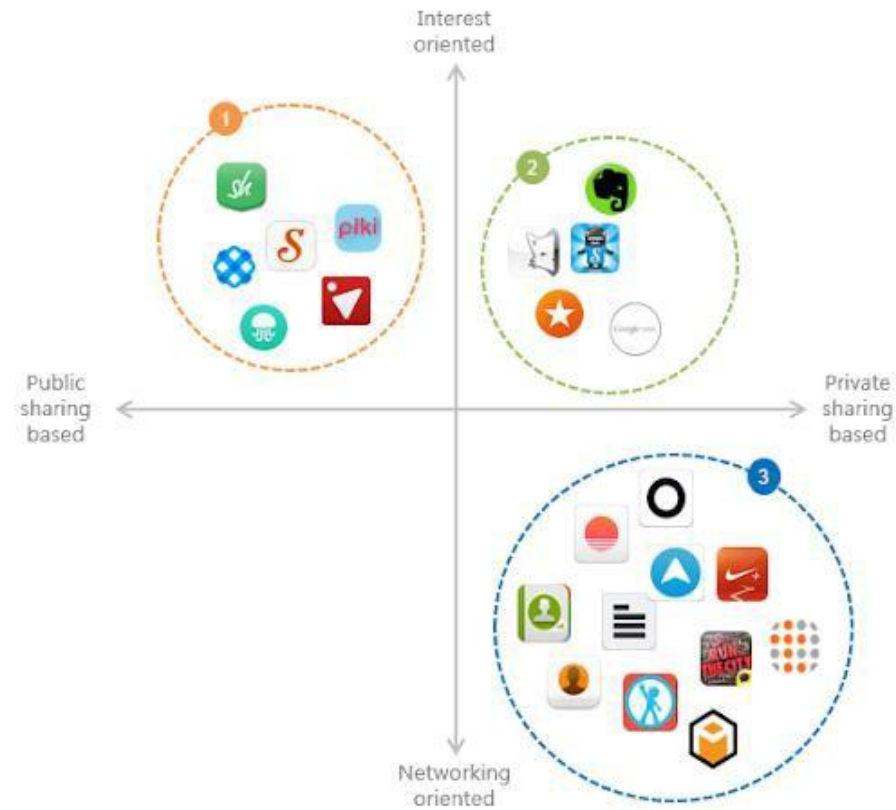
Positioning

◆ Positioning Map



Positioning

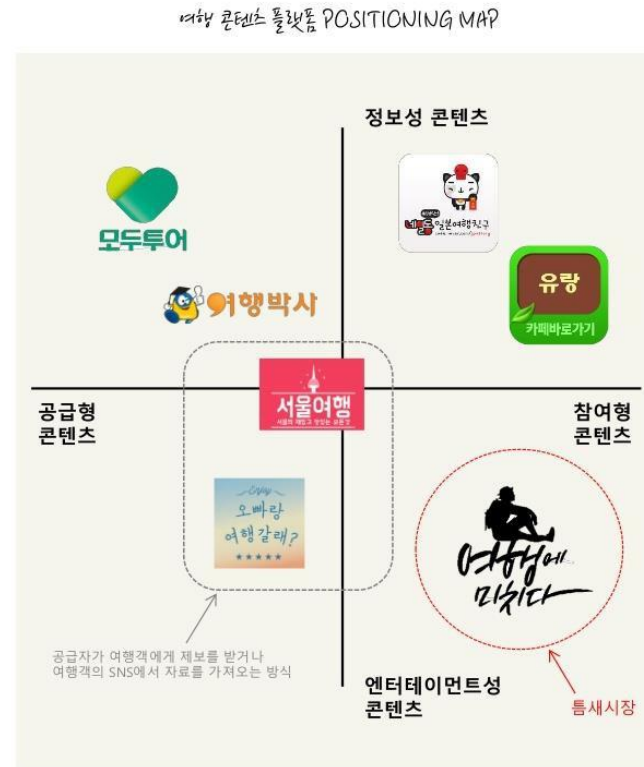
◆ Positioning Map



모바일 앱 트렌드

Positioning

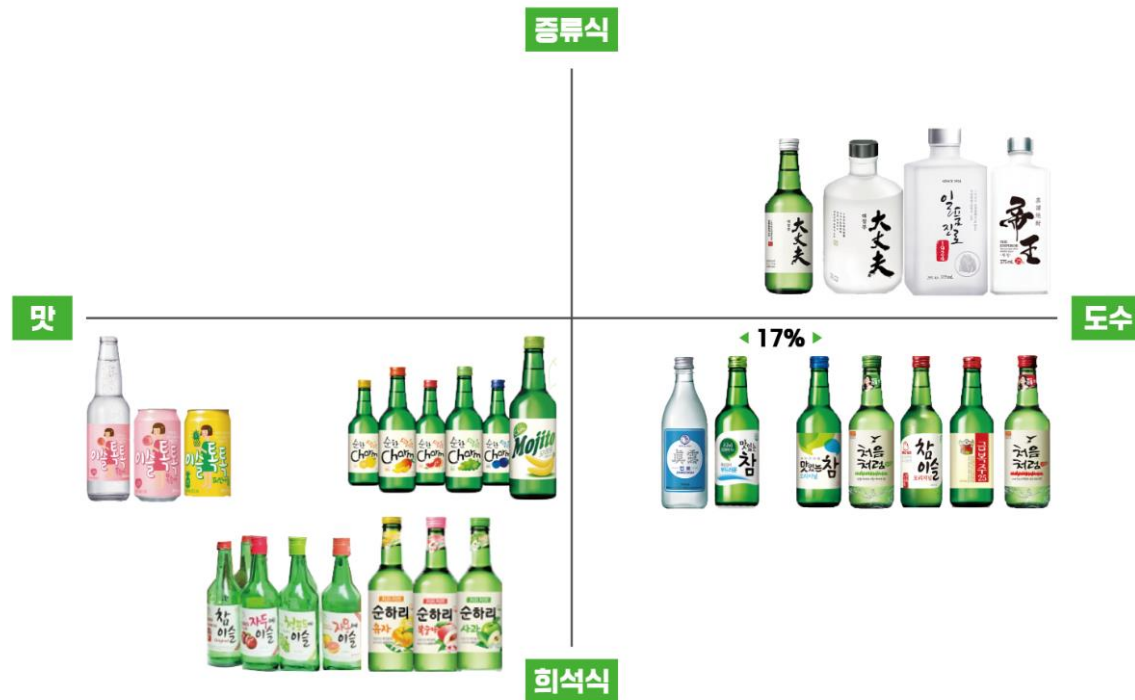
◆ Positioning Map



숙명여대 학생, 프로젝트 여행에 미치다

Positioning

◆ Positioning Map



영진직업전문학교 학생, 소주 포지셔닝 과제

사용자 분석 연습

- ◆ 학기 실습 과제의 Concept 수립하기

- 1) 개발하고자 하는 콘텐츠 주제에 제일 적합한 기능적 요구 사항들을 정리하시오
(반응형 -vs.- 적응형, 웹 앱 -vs.- 하이브리드 앱 -vs.- 네이티브 앱...)

- 2) 개발하고자 하는 콘텐츠와 유사한 콘텐츠를 비교하여 포지셔닝 맵을 작성하시오

- ◆ 취업을 위하여 본인이 경쟁자들과 차별화되는 포지셔닝 맵을 작성하시오

Questions?

