

2023학년도 2학기 충남대학교 사범대학

디자인씽킹과 교육혁신

제 10 강 (현장활동 보고 1)



진짜 문제 발견하기

Design Thinking Process

페르소나 만들기

문제를 해결하고 싶은 가상의 사용자

페르소나

한글 9개 언어 ▾

문서 토론

읽기 편집 역사 보기 도구 ▾

위키백과, 우리 모두의 백과사전.

이 문서는 일반적 개념에 관한 것입니다. 심리학 용어에 대해서는 **페르소나 (심리학)** 문서를, 다른 뜻에 대해서는 **페르소나 (동음이의)** 문서를 참고하십시오.

페르소나(persona, **페르소나**에 또는 **페르소나스**라고도 한다)는 사회 **역할**이나 배우에 의해 연기되는 **등장인물**이다. 이 단어는 원래 연극에서 쓰이는 **탈**(mask; character)을 뜻하는 라틴어에서 유래했다.^[*] 라틴어 단어는 그리스어 πρόσωπον (*prosōpon*)에서 온, 같은 의미의 **에트루리아어** 단어 "phersu"에서 유래했다. 로마 후기에 다른 사람이 같은 역할을 맡을 수 있다는 것이 명백해지고, 권리, 권한 및 의무 등의 법적 특성이 역할을 이었을 때, 이 의미는 연극 공연이나 **법원의** "등장인물"을 나타내는 것으로 바뀌었다. 동일한 개인은 배우처럼 때로는 같은 법정 출두에서 각각 자신의 법적 특성으로, 서로 다른 역할을 연기할 수 있다. 페르소나는 가면을 뜻하는 희랍어로 개인이 사회적 요구들에 대한 반응으로서 밖으로 표출하는 공적 얼굴이다. 특히, 실제 성격과는 다르지만, 다른 사람들의 눈에 비치는 한 개인의 모습을 의미한다.

같이 보기 [편집]

- 또 다른 자아
- 성격 탈
- 도펠갱어
- 예명
- 가명
- 필명



라틴어에서 페르소나는 원래 "탈"을 뜻했다.



Design Thinking Process

페르소나 프로파일

프로파일: 이름, 사진, 대표문구, 통계학적 정보(나이, 직업, 소득 등)
사용자 니즈(Needs), 목적
심리학적 정보(성격, 가치관, 관심사, 비전, 취미 등)

사용자 별명 / 사용자 유형 대표 문구			
사진	- 나이, 직종 - 경력 - 전반적 이용행태 - 이용환경	Persona에 해당하는 서술적인 설명작성 누구이고, 어떤 특성과 태도, 이용환경 , 이용행태를 보이는지 등에 대한 요약적인 내용 작성	
사용자 니즈		비즈니스 목적	
이용동기	시나리오	서비스기능	이용행태
주요 이용 동기 작성	동기별 이용 시나리오 작성	각 시나리오와 관련된 기능명시	구체적 이용행태 서술 문제점이나 니즈 포함

페르소나 예시

김수빈

목적 지향 사용자

“매일 같은 프로그램을 보고 있는데, 그때마다 같은 조작을 거쳐 이동하는 게 불편해요,
그리고 노인들만 조작할 수 있을 정도로 쉬웠으면 좋겠다는 생각이 들어요,
사실 저도 컴퓨터인지 TV인지 헷갈릴 때가 있을 정도니까...”

Primary Persona



Profile

김수빈씨는 주방 가구 회사의 디자인 파트를 맡고 있는 직장 여성이다. 회사 업무가 많은 편이어서 야근과 출장이 잦고 자기만의 시간을 거의 갖지 못하고 있는 실정이다.

영화와 드라마를 좋아하지만 바쁜 일과로 인해 거의 볼 기회가 없어 주로 퇴근 시간에 휴대폰 DMB로 영화와 드라마를 즐기고 있었는데, 화면이 작고 잘 끊겨서 불편했었다.

요즘은 직장 동료들의 권유로 메가 TV 서비스를 이용하게 되었는데, 원하는 시간에 좋은 품질의 화면으로 보게 되어 퇴근 시간이 기다려진다.

퇴근 시간이 남편과 비슷해서 TV 시청 시간대도 비슷한 편이다. 남편이 뉴스부터 보려고 해서 가끔 실랑이가 벌어지기도 한다.

낮 시간에 친정 엄마가 집에 와서 아이를 돌보고 있어서 친정 엄마와 아이가 어린이 프로그램이나 드라마를 시청하고 있는데, 메가 TV 사용법을 잘 몰라 휴대폰으로 사용법을 얘기하곤 한다.

쇼핑은 남편, 아이 것 모두 인터넷을 주로 이용하고, 가끔 홈쇼핑을 이용하기도 한다. 홈쇼핑을 자주 이용하고 싶는데, TV 앞에 앉아 있는 경우가 많지 않아 이용하기가 어렵다.

아이 교육과 자기 계발을 위해 영어에 대한 관심이 높는데, 시간이 없어 이러닝으로 공부할 예정이다.

Personal Information

- 나이/성별: 39세/여성
- 직장/직책: 주방가구회사/디자인팀 팀장
- 연봉: 4천만원
- IPTV 이용경험: 약 4개월
- 시청 시간: 하루 1시간 정도
- 컴퓨터 숙련도: 윈도우, 인터넷, 오피스를 불편 없이 사용하고 있는 수준
- 주요 관심사: 디자인, 아이 교육, 재테크

Behaviors

- TV를 켜자마자 OOTV 서비스로 이동
- 일일연속극 '너는 내운명' 다시 보기로 이동
- 드라마 시청 후 남편에게 채널권을 넘겨줌
- 배경 화면에 대해 거의 관심을 갖고 있지 않음
- 일주일에 한 번 정도 영화를 보고 있으며, 주말에 월화/수목 시리즈 드라마를 집중 시청함

User Goals

- 영화/드라마 시청
- 자기계발(영어)

Problems

- 시간 부족
- 남편과의 채널 다툼
- 어려운 사용방법

Design Thinking Process

페르소나 고객여정지도

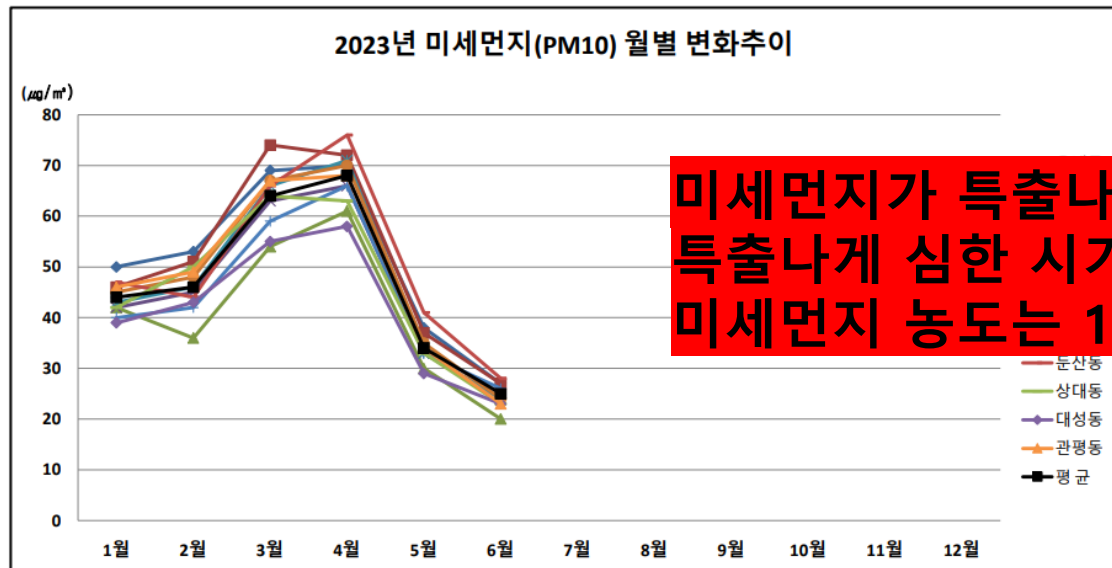
- 사용자 여정 맵(Customer Journey Map)은 사용자가 서비스를 경험하게 되는 과정을 시각화하는 것
- 고객이 처음 정보를 탐색하는 단계부터 서비스 제공이 완료되는 순간 까지를 그림이나 사진, 도표 등으로 시각화하는 방식임
- 이 과정을 통해서 고객이 서비스를 어떻게 받아들이고 사용하는지를 고객관점에서 파악할 수 있음
- 무엇보다 사용자 여정 맵을 통해 새로운 기회나 문제점을 발견할 수 있음
- 서비스 경험을 단계별로 깊게 분석하다 보면 경쟁사와 비교가 가능하고, 이를 통해 차별화된 마케팅 방법이 찾아지는 것임

사용자 여정지도

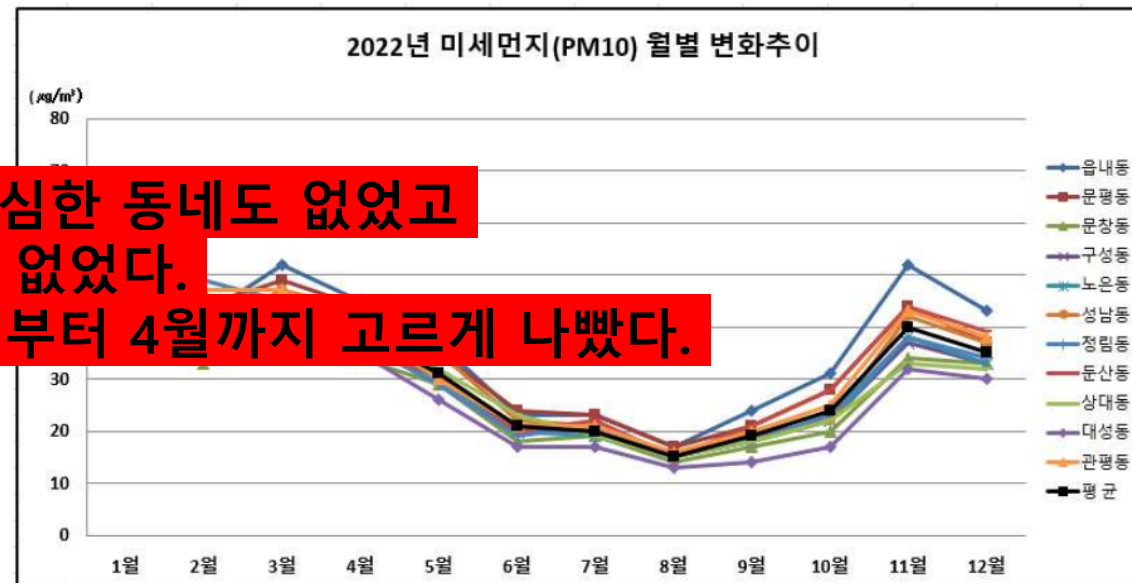
양압기 사용자 경험지도를 통한 문제점 도출



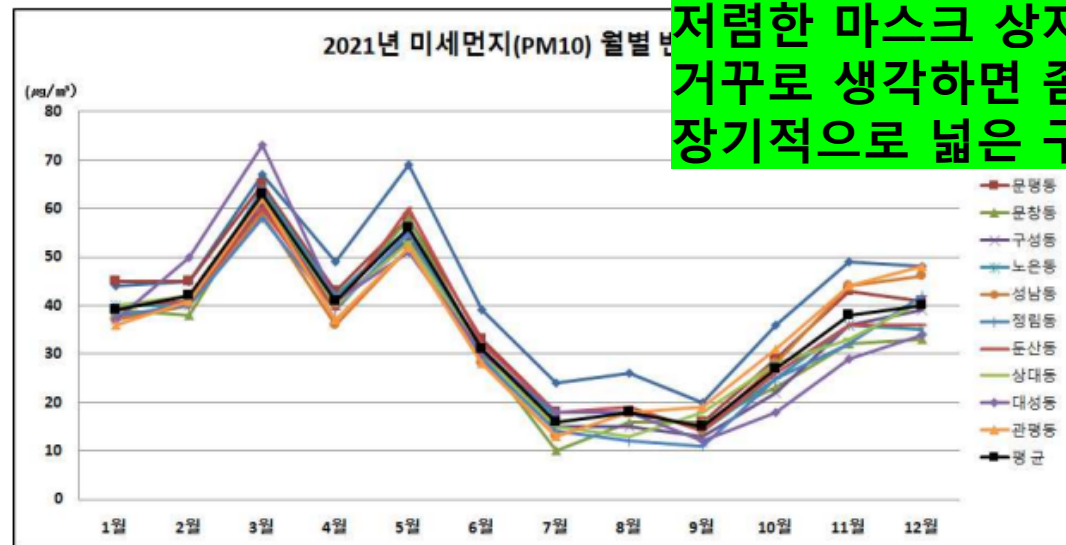
○2023년 미세먼지(PM10) 월별 변화 추이



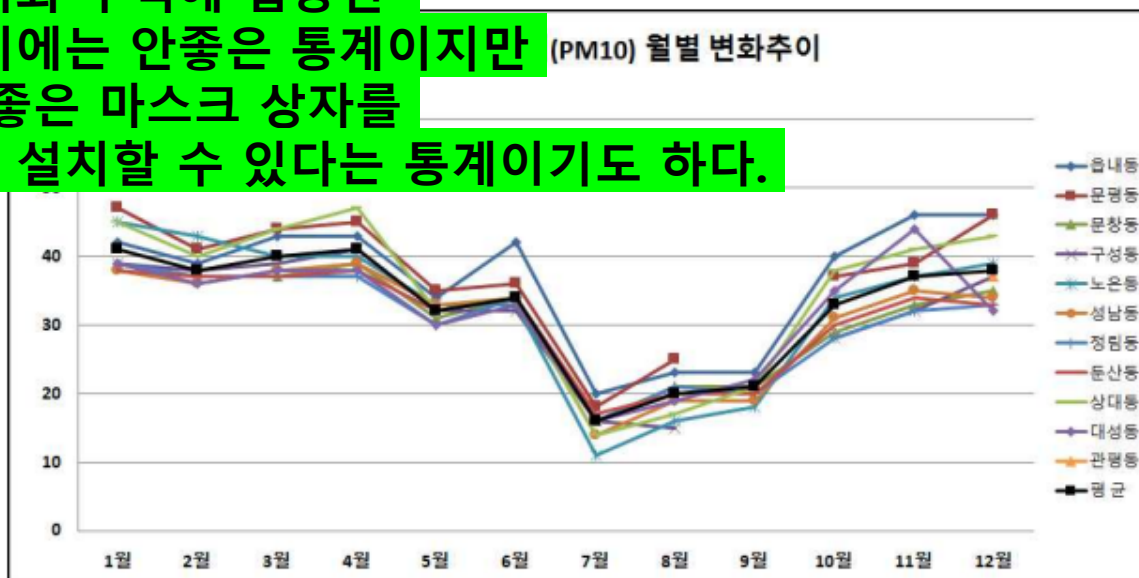
○2022년 미세먼지(PM10) 월별 변화 추이



○2021년 미세먼지(PM10) 월별 변화 추이



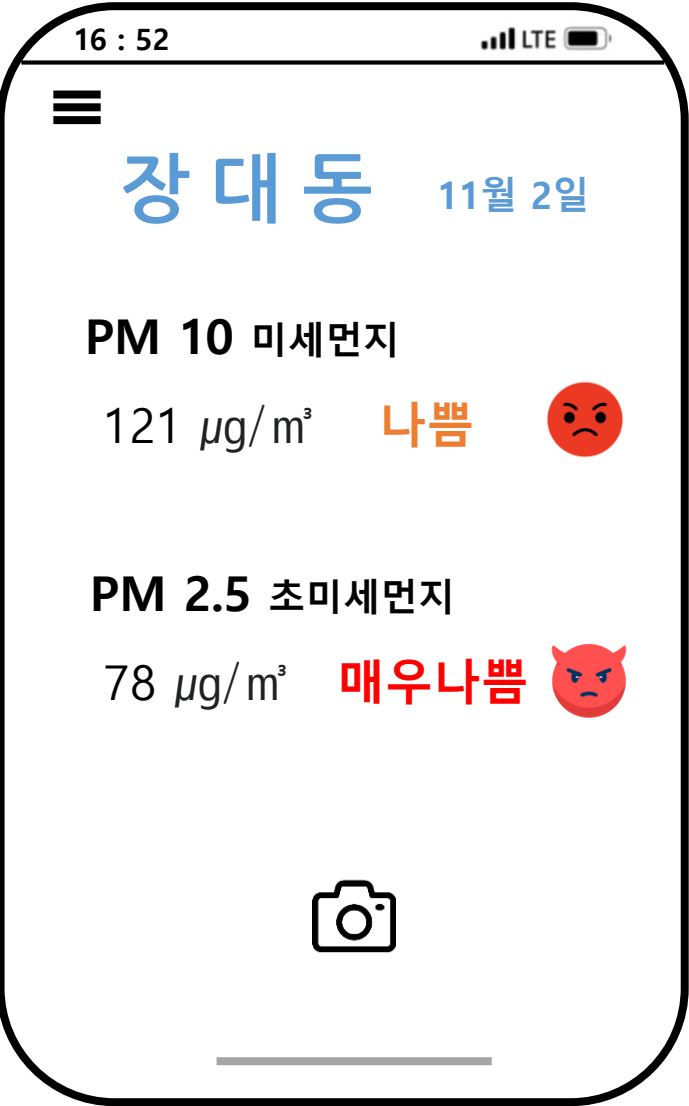
○2020년 미세먼지(PM10) 월별 변화 추이



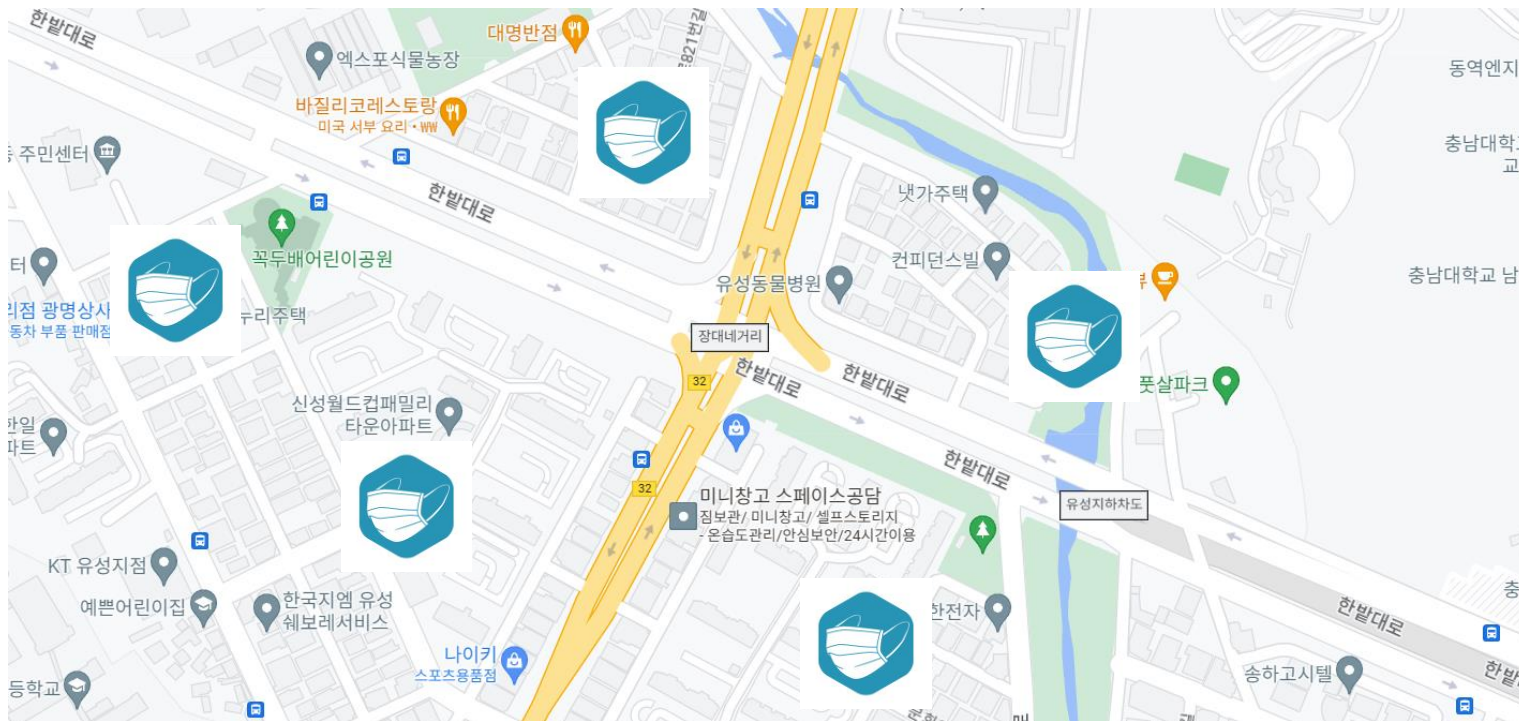
미세먼지가 특출나게 심한 동네도 없었고
특출나게 심한 시기도 없었다.
미세먼지 농도는 11월부터 4월까지 고르게 나뉘었다.

이러한 통계는 특정 시기와 구역에 집중된
저렴한 마스크 상자 배치에는 안 좋은 통계이지만
거꾸로 생각하면 좀 더 좋은 마스크 상자를
장기적으로 넓은 구역에 설치할 수 있다는 통계이기도 하다.

1. 미세먼지 어플을 만든다
2. 마스크 상자와 미세먼지 어플을 연동한다
3. 미세먼지 어플 기준 미세먼지가 나쁨일 경우
마스크 상자에서 KF 마스크를 가져갈 수 있게 한다.



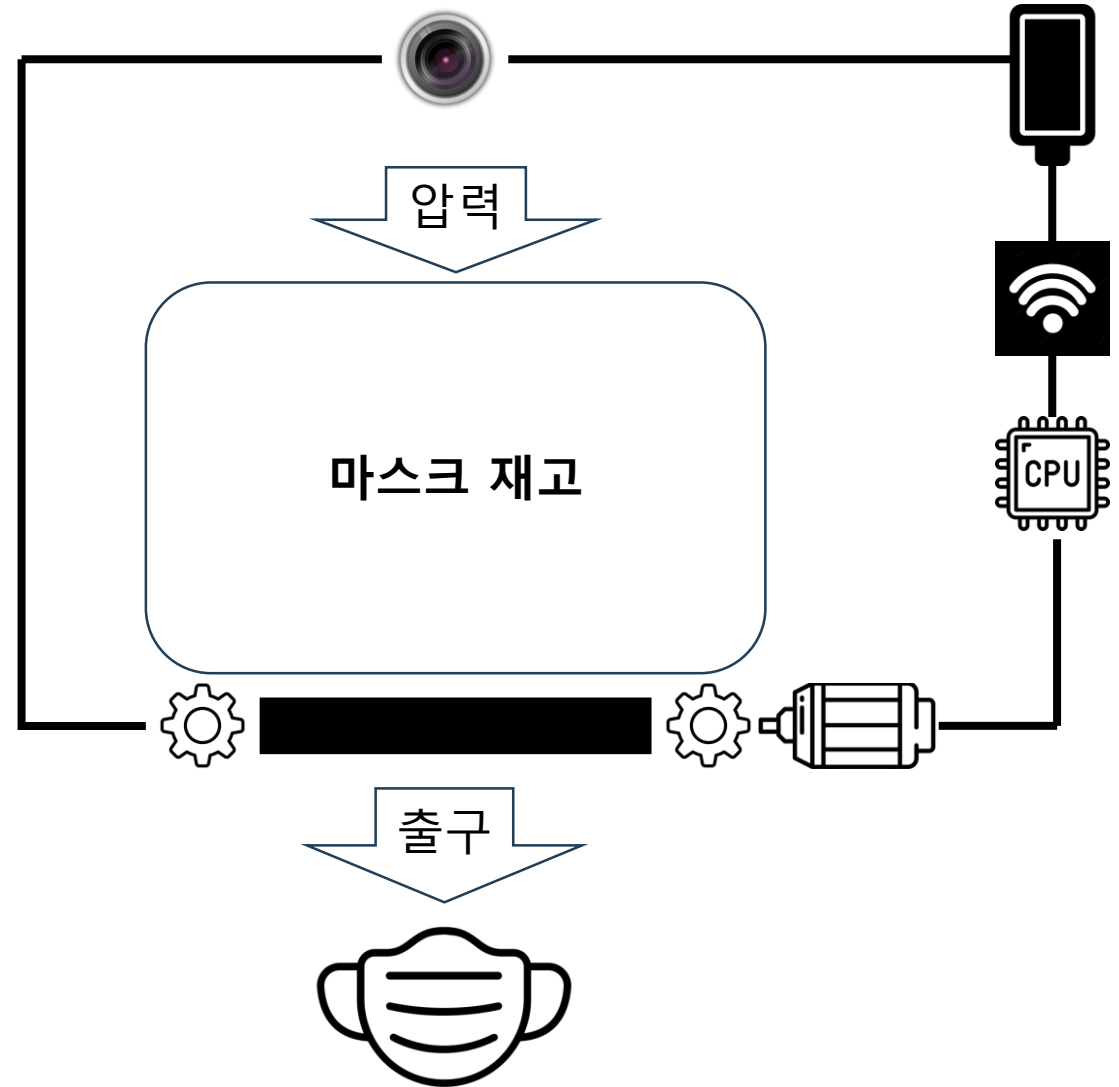
상단의 메뉴바를 누르면 월별 미세먼지 통계와 마스크 상자 위치 지도를 확인할 수 있다.





1. Play 스토어  또는 앱스토어  에서 "유성구 미세먼지" 어플리케이션 다운로드
2. 회원가입 후 미세먼지 정보 확인
3. 미세먼지 상태 나쁨 또는 매우나쁨일 경우 어플의  버튼을 누르고 상단의 QR코드를 찍으면 KF 마스크를 1장 얻으실 수 있습니다

경고 : 이 기계를 파손 혹은 도난 시 ~법에 따라서 ...



1. 미세먼지가 나쁨인 날을 시민들에게 어플의 알림으로 알려주고, 시민들이 마스크를 쓰게 해서 시민들의 건강을 지킬 수 있다.
2. 미세먼지가 나쁨인 날만 선택적으로 마스크를 지급하므로 꼭 필요한 날에 KF같은 비교적 고가의 마스크를 지급할 수 있다.
3. 상자에 사용되는 기술이 어렵지가 않고 부품도 비싸지 않기 때문에 가격이 높지 않고 어렵지 않게 구현이 가능하다.