

디자인 싱킹을 활용한 문제해결

- 1단계 : 공감하기 -

기술과발명특허
2025학년도 1학기

Empathize(공감하기) 란?

- 사람을 중심으로 두고 있다는 점에서 다른 프로세스와 구별
- 디자인 씽킹 프로세스 중 가장 중요한 단계



Em(in)

+

pathos(feeling)

- 타인의 열정이나 깊은 감정 속으로 들어가는 것
- 감정이입
- 체험/관찰/교류를 통해 고객을 감정적으로 이해하고 공감하는 것

〈공감을 위한 Mindset〉

관점에 의거하여 사고하기보다는 편견을 배제하고 새로운 시각에서 대상을 바라봐야 함

Empathize(공감하기)의 중요성

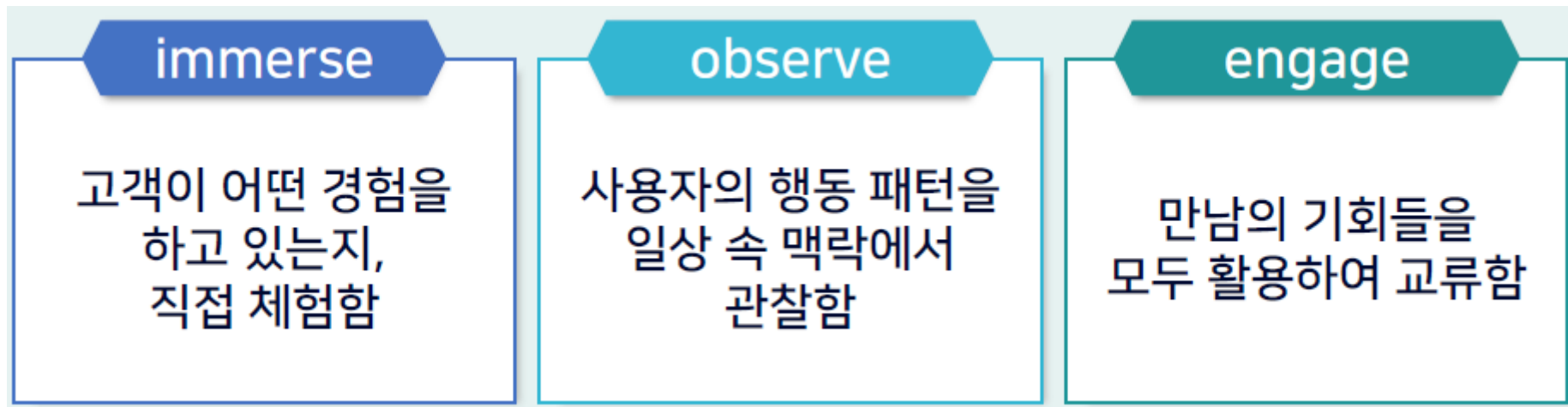
- "모든 디자인은 공감에서 시작한다."
- 겉으로 드러나는 문제 너머의 진정한 니즈 파악
- 사용자의 감정, 경험, 행동을 깊이 이해하는 과정
- 잘못된 문제 정의 방지

Empathize(공감하기) 목표

- 사용자 중심의 사고 확립
- 선입견 없이 사용자 관찰 및 경청
- 사용자의 삶, 환경, 맥락 이해
- 문제에 대한 새로운 시각 확보

Empathize(공감하기)

- 공감의 접근법



공감지도(Empathy Map)

- 인터뷰나 리서치 과정에서 고객의 감정, 행동, 및 생각에 대한 내용을 시각화하기 위한 도구

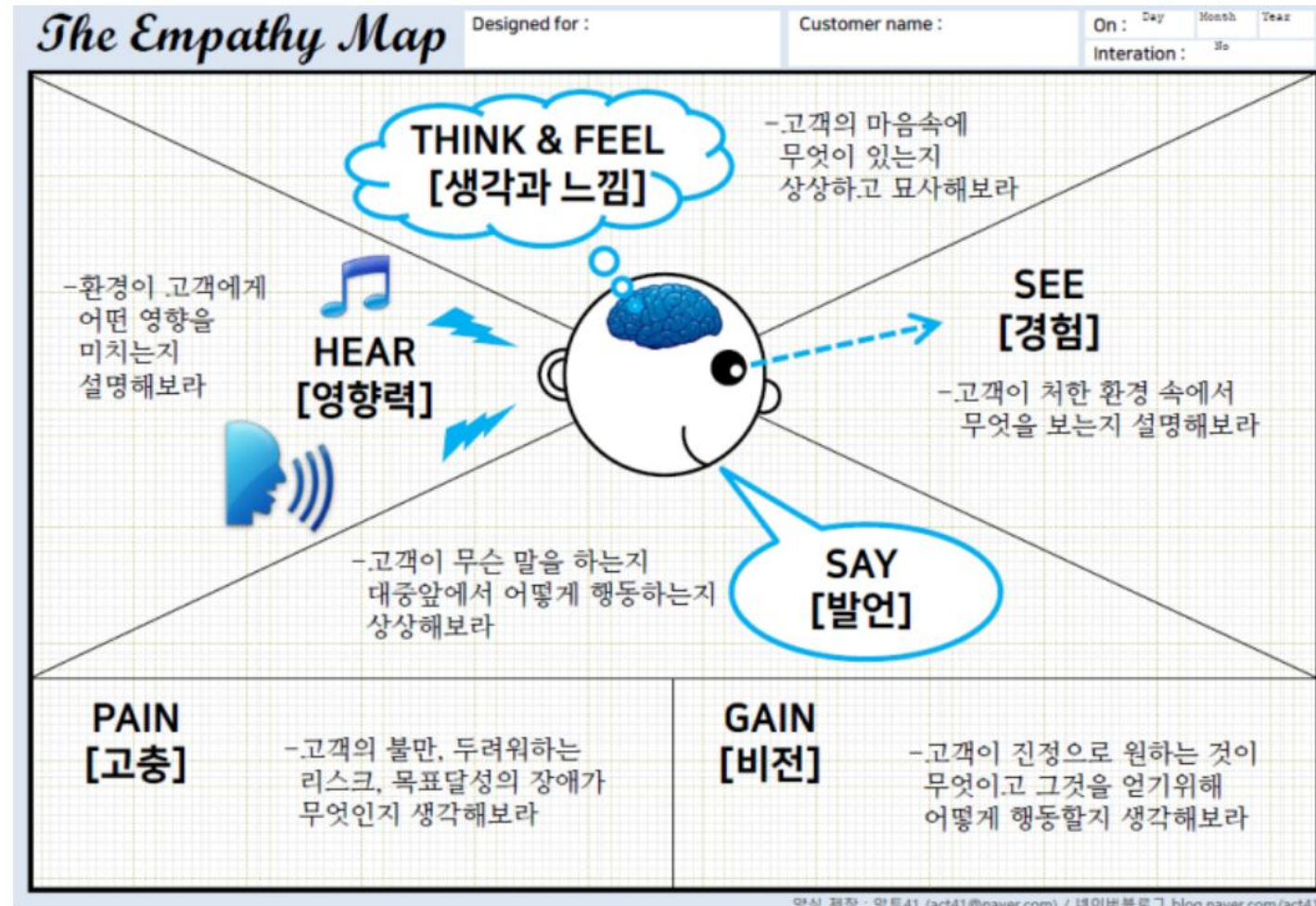
말(Say)	사용자가 했던 말을 그대로 적고 키워드를 표시함
생각(Think)	사용자가 경험을 하며 어떤 생각을 했는지, 동기나 목적, 요구사항 등이 무엇인지 적음
	→ 사용자가 말로 표현하지 않은 부분에 초점을 맞춰서 '왜 그랬을지' 생각해보는게 중요함
행동(Does)	사용자가 보여준 행동을 적음
감정(Feel)	바디 랭귀지, 단어 선택, 목소리 톤 등에서 느낀 사용자의 감정에 대한 것을 적음



Pain

Gain

공감지도(Empathy Map)



출처 : [공감지도\(The Empathy map\)의 이해.. : 네이버블로그](#)

공감지도 작성 방법

1. 목표 설정:

- 어떤 고객 또는 사용자를 분석할 것인지 명확히 결정

2. 정보 수집:

- 고객에 대한 데이터를 수집
- 관찰, 인터뷰, 설문 조사 등을 통해 고객의 행동, 생각, 감정, 들은 내용 등을 기록

3. 공감 지도 템플릿 활용:

- 4분면 (THINK&FEEL, HEAR, SEE, SAY&ACTION)
- 6분면 (THINK&FEEL, HEAR, SEE, SAY&ACTION, PAIN, GAIN)

공감지도 작성 방법

4. 정보 분류:

- 수집된 정보를 템플릿의 각 영역에 맞춰 분류 및 기록

5. 통찰력 도출:

- 각 영역에 기록된 내용을 바탕으로 고객의 니즈, 문제점, 행동 패턴 등을 분석하고 인사이트 도출

6. 페르소나 설정:

- 도출된 인사이트를 바탕으로 고객 페르소나를 설정

