

2022.06.21 과제

고객 페르소나 정의

과 목 명 : 디지털마케팅

담당교수 : 김형진 교수님

이 름 : 권 나 리

판매상품(서비스) : 오케스트라 반주 어플리케이션 '포케스트라'

문제	연습 필요한 실기준비자(고교, 음대생) (성악/합주)실기 연습해야 하는데 반주자, 연습실 구하기 쉽지 않음. (합주 경우) 혼자 연습해서 실력 가늠 어려움. 반주자 섭외= 비용부담 큼. 시간적, 횟수 적 제약 있음 연습실 공간임대 정보 접근성 취약함.	
솔루션	연습실 정보 쉽게 찾아볼 수 있는 플랫폼 시간적 횟수적 제약, 비용부담 없이 가능한 연습	
페르소나	구분	원하는 것
최종 사용자	10-20대 음악실기 준비학생	반주자 섭외(시간, 비용) 부담 없이 원하는 시간, 원하는 자유로운 만큼 연습 쉬운 연습실 정보접근(가격, 위치, 내부시설 등)
사용자2(supplier)	연습실임대인	공실 임대료 이익창출

최종사용자

페르소나특성				니즈	
정량적		정성적			
나이	10-20대	경험	주로 학업, 아르바이트 정보수집 및 커뮤니티 형성은 SNS로 활발히 함	어려움	실기연습을 위해 반주자 섭외는 시간, 비용적 부담 큼. 언제든지, 자유롭게 연습하고 싶음. 음악연습실을 알아보고 싶지만 정보비교 하기 어려움
소득수준	학업 중이라 경제적 자립 x	취향/성향	SNS등 커뮤니티성 플랫폼에서 취향공유를 좋아하고 주로 생활전반의 정보를 얻고 시간을 소비함. 트렌드에 민감.		
지불가능 구독료	0~만원이하(월)	성격	온/오프라인 커뮤니티형성에 적극적인 편	원하는 것	시간적, 비용적 부담최소화하고 언제든지 원하는 만큼 연습. 쉽게 연습실 정보 찾아보고 연습에 흥미를 붙일 것이 필요(커뮤니티)
성별	남녀	소비패턴	의식주 소비전반이 Sns에서 유행하는 것에 지배적인 성향 단, 용돈(/생활비)에 제약에 따라 소비함		
거주지, 형태	가족과 동거or 자취(1인가구)	중요시 하는 가치	자신만의 특별함, 고유성 중시 연대(비슷한 취향소비층과 적극공유) 구매받지않는 자유로움, 재밌고, 빠르고, 쉽고, 단순한 것 추구	기존 솔루션의 불만족 사항	연주자섭외= 비용부담 큼, 시간 한정적이고 연주자의 컨디션(시간 등)도 고려해야함.
직업	학생신분				
sns	인스타그램=틱톡 >유튜브>FB>블로그				

사용자2(supplier)

페르소나특성				니즈	
정량적		정성적			
나이	30-40대	경험	음악을 부업, 취미로 활동하며 음악연습실을 소유하고있어서 공간을 사용하지 않는 동안은 음악실기연습자에게 대여하여 이익을 창출하고 싶어함	어려움	소유 공실(연습실)을 단기적 공간대여 방법이 없음.
소득수준	? 주 경제활동 세대	취향/성향	다양한 고객층확보보다 공간용도에 적합한 고객과의 중개를 원함		
지불가능 비용	거래건당 ~10%수수료 (스페이스클라우드기준)	성격	?	원하는 것	공실을 활용한 수익창출
성별	남녀	소비패턴	?		
거주지, 형태	가족과 동거or 자취(1인가구)	중요시 하는 가치	자신만의 특별함, 고유성 중시 효율성 추구, 수익창출	기존 솔루션의 불만족 사항	연습실로 특화된 공간의 중개플랫폼부재. 공간대여플랫폼에는 고객층이 다양하여 적합한 고객 확보 어려움.
직업	자영업자거나 부수입으로 임대중인 직장인				
sns	유튜브>인스타>블로그 >				