



Change up! 지역의 변화와 혁신을 응원합니다!

로컬 챌린지 프로젝트

작은마케팅클리닉

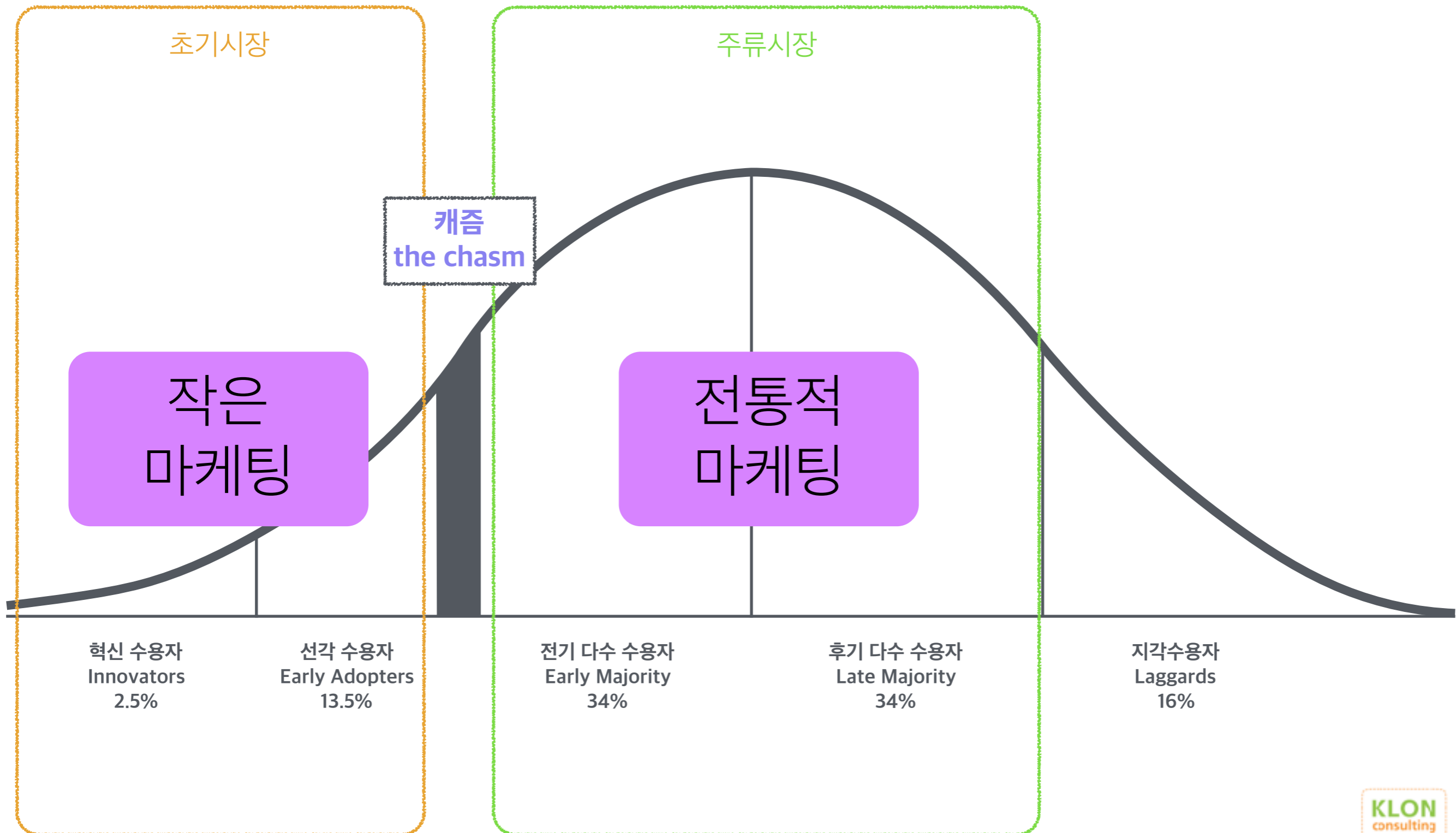
클론컨설팅/ 이상훈

작은마케팅 클리닉

Contact : 이상훈 | yibong@klon.kr | WWW.KLON.KR | www.facebook.com/yibong

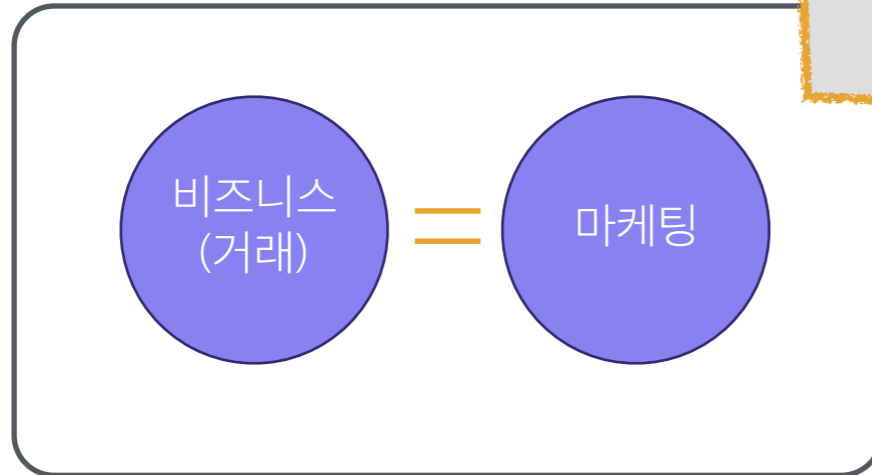
작마클_이론편

기술수용주기 (Technology Adoption Life Cycle)



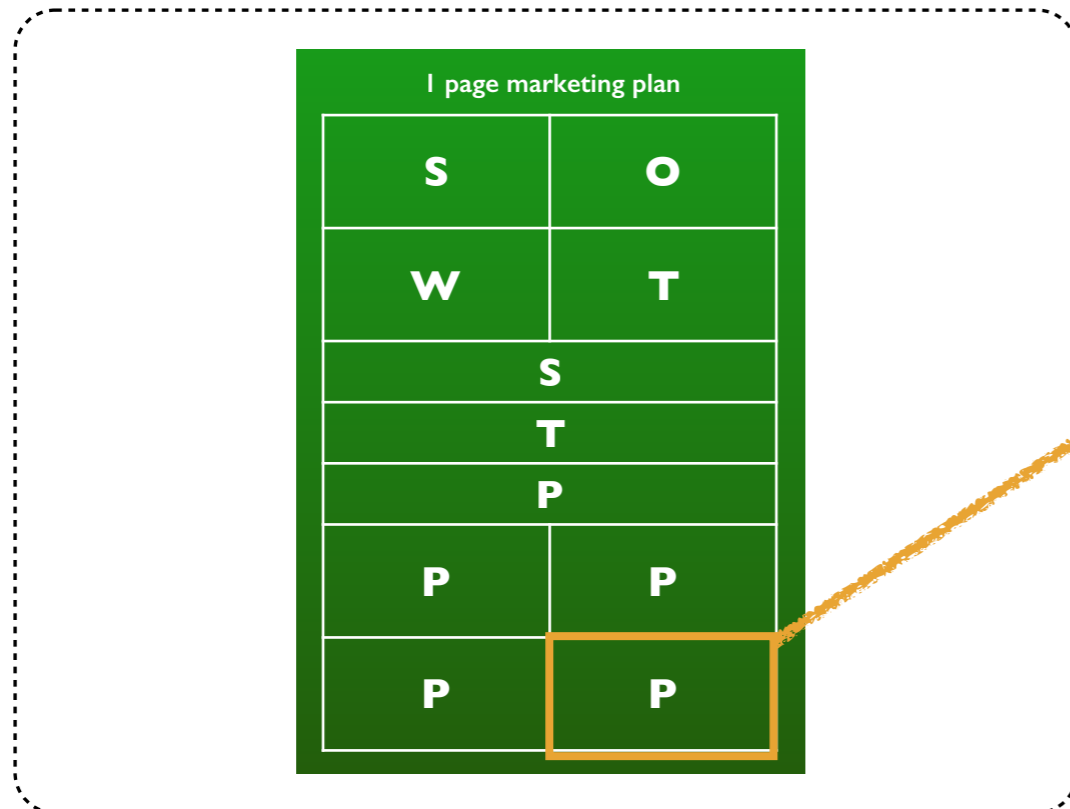
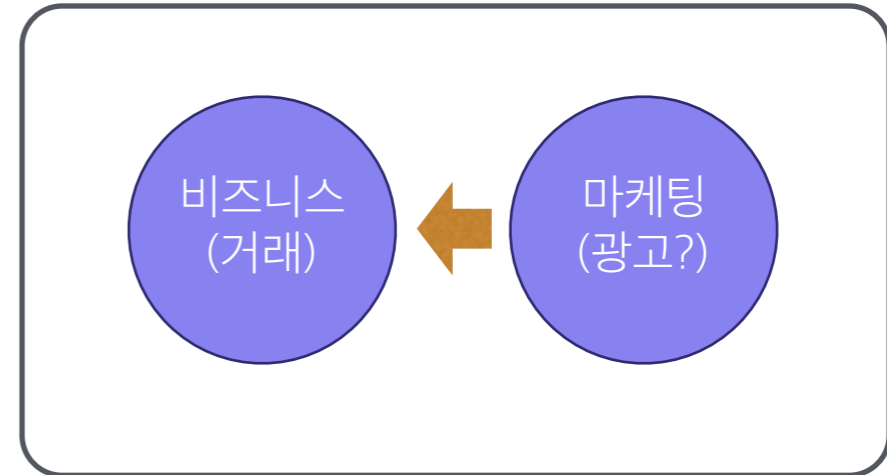
마케팅에 대한 2가지 관점

경영학과

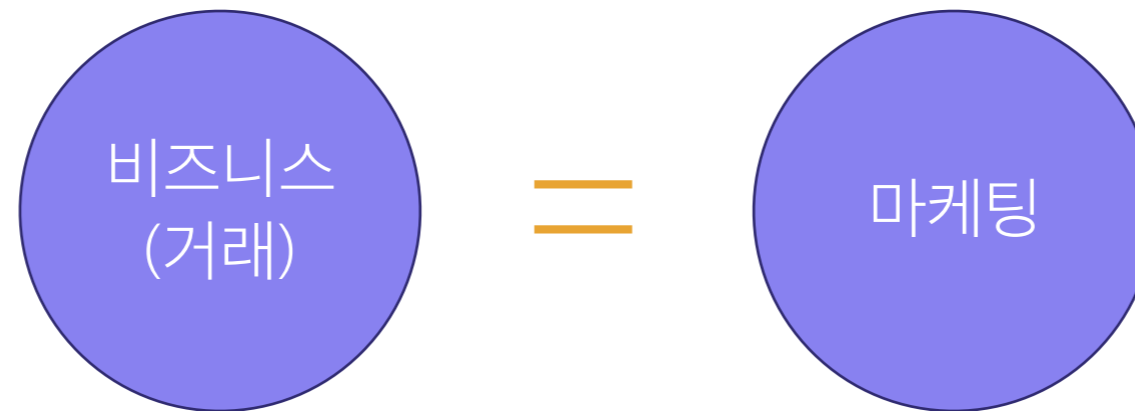


VS

신방과



“마케팅은 비즈니스다”



“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.”

[AMA Definition of Marketing (est. in 2007)]

“마케팅은 고객과 파트너 및 사회에 가치있는 제공물을 만들고, 소통하고, 전달하며, 교환하는 활동이고, 일련의 절차이며 과정이다.”

[가설]

마케팅_(비즈니스)은 대화다?

대화

(communication)



관계

(relationship)

대화의 목적

1

'to know'
stage



Know

2

'to love'
stage



Love

Know

3

'to be one'
stage

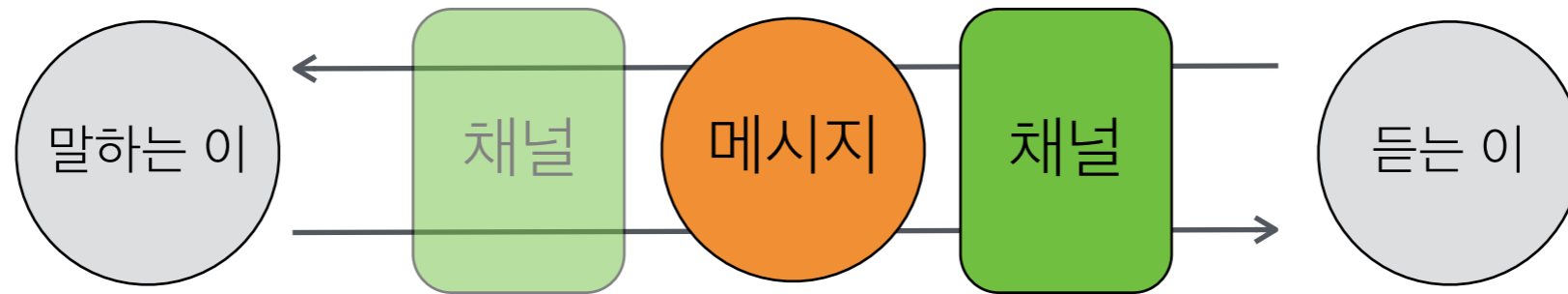


One

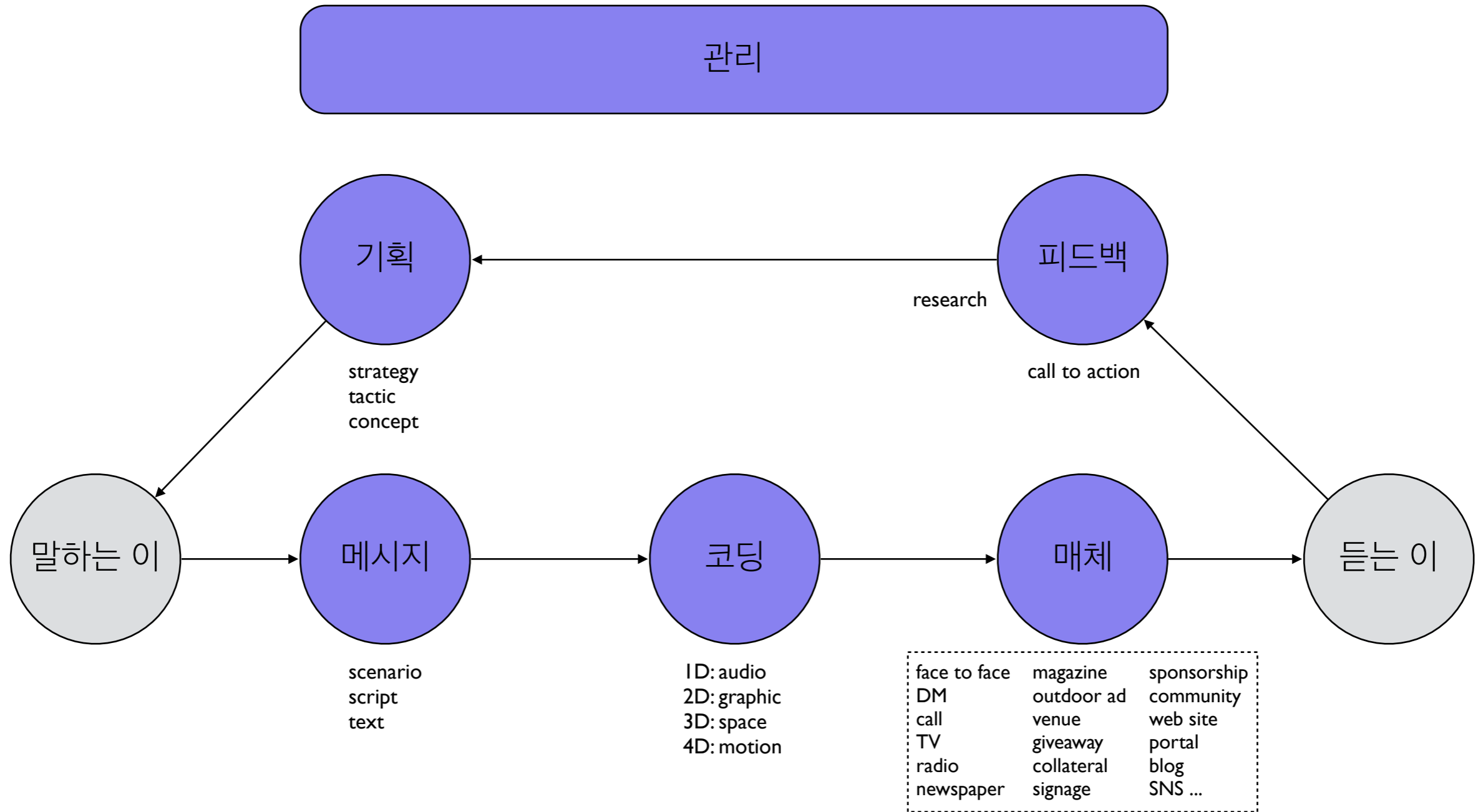
Love

Know

대화의 구조



대화의 구조



마케팅의 목적

1

'to know'
stage



Know

2

'to love'
stage



Love

Know

3

'to be one'
stage

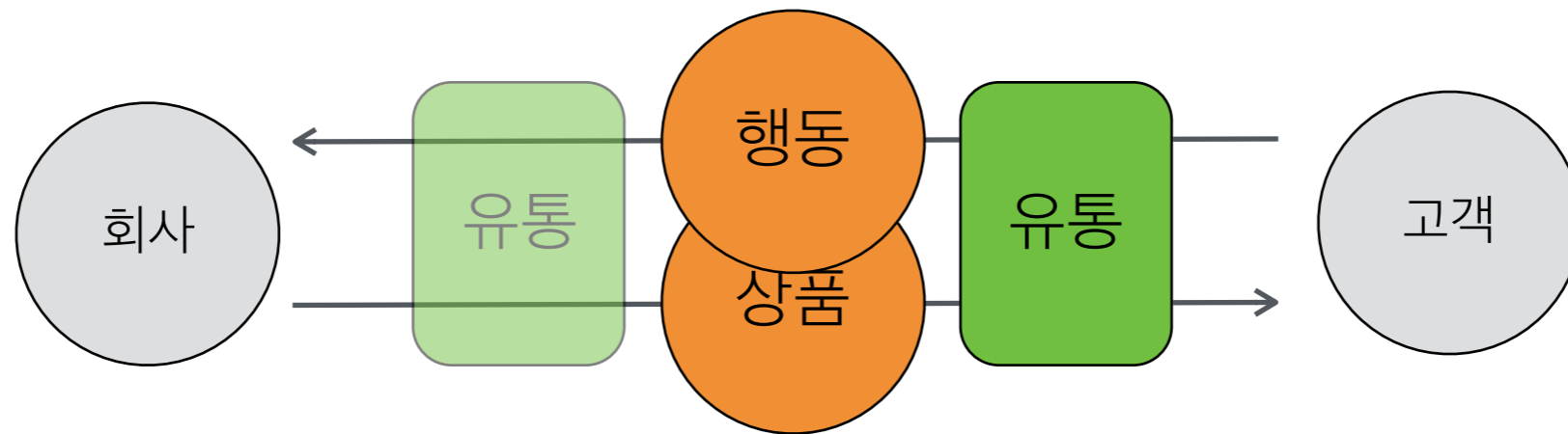


One

Love

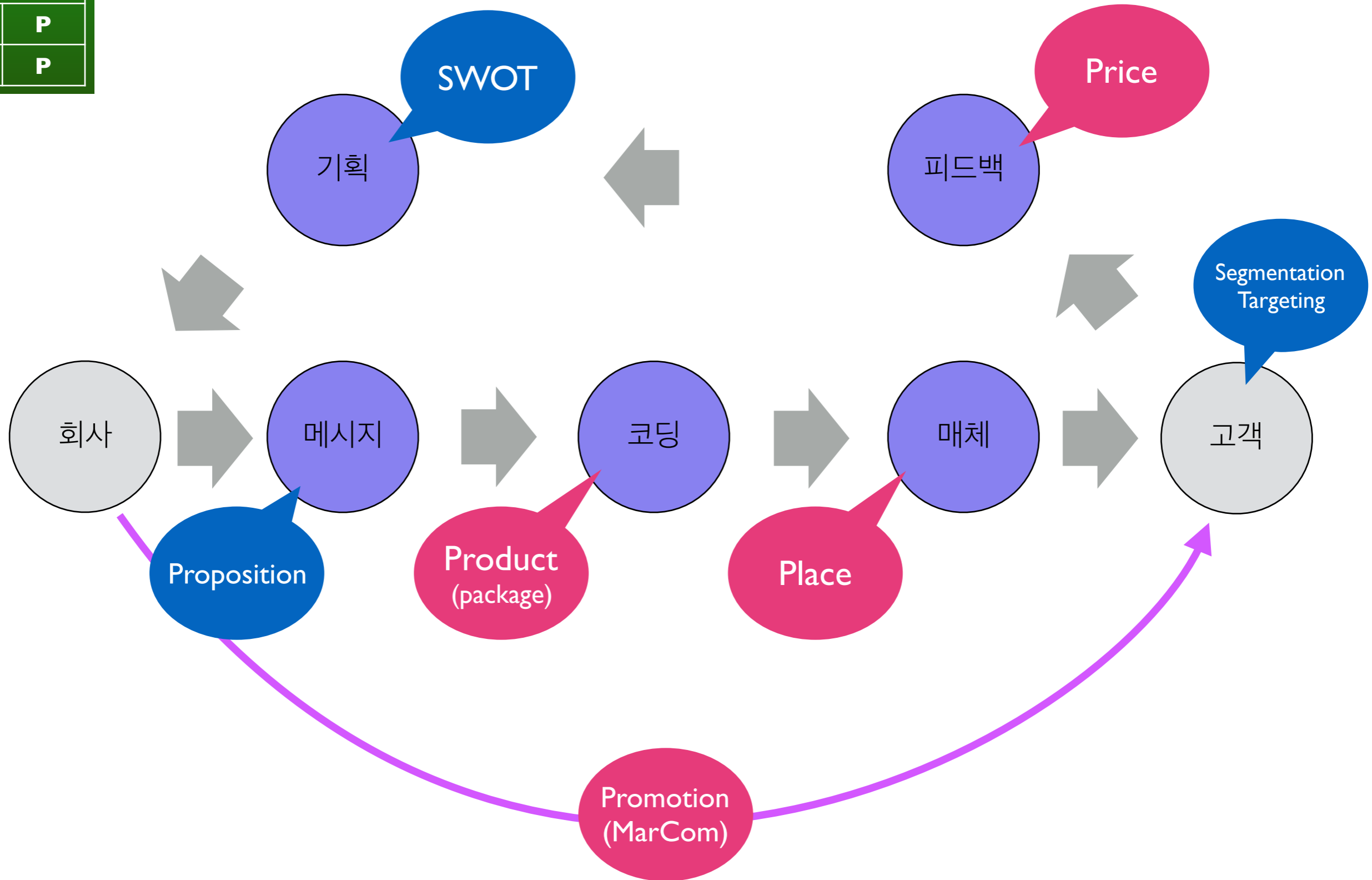
Know

마케팅의 구조

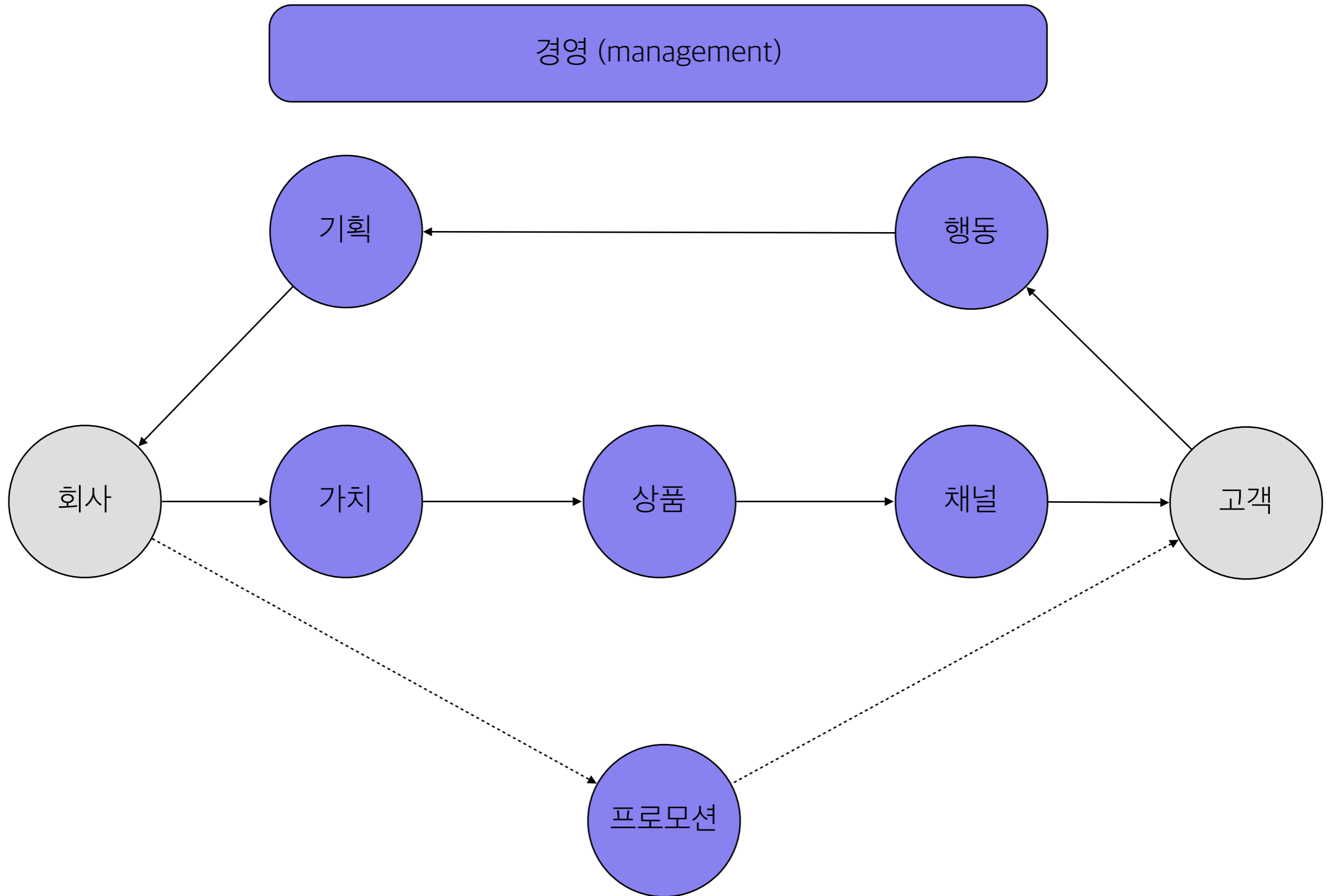


1 page marketing plan	
S	O
W	T
S	
T	
P	
P	P
P	P

마케팅의 구조



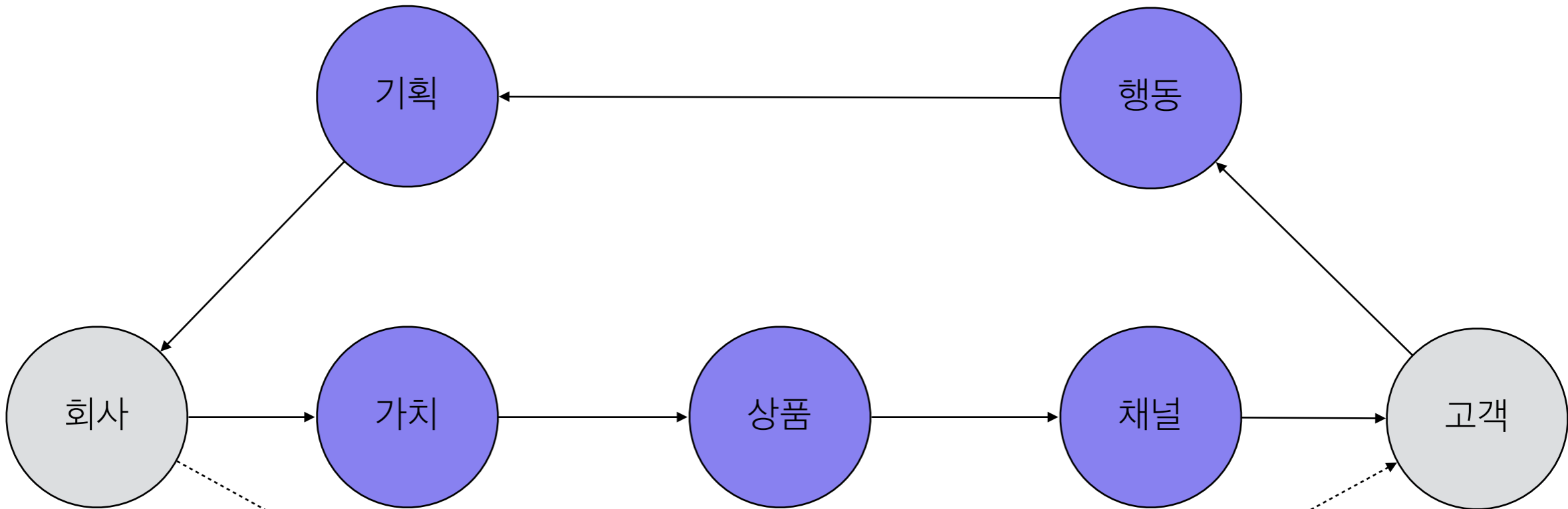
마케팅의 구조



마케팅(비즈니스)은
관계를 발전시키는
대화,

즉, 삶의 기술이다

경영 (management)



프로모션을 상품에 통합하라

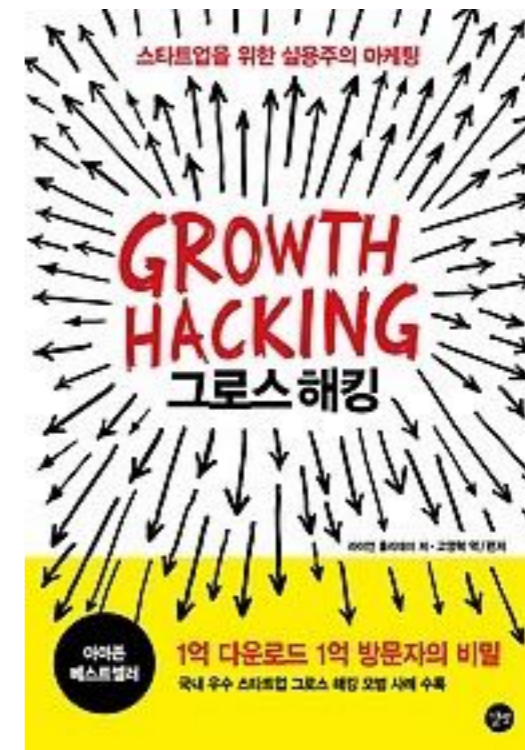
Trend1 : “상품으로 소통한다.”

광고가 아니라 상품으로 소통한다.



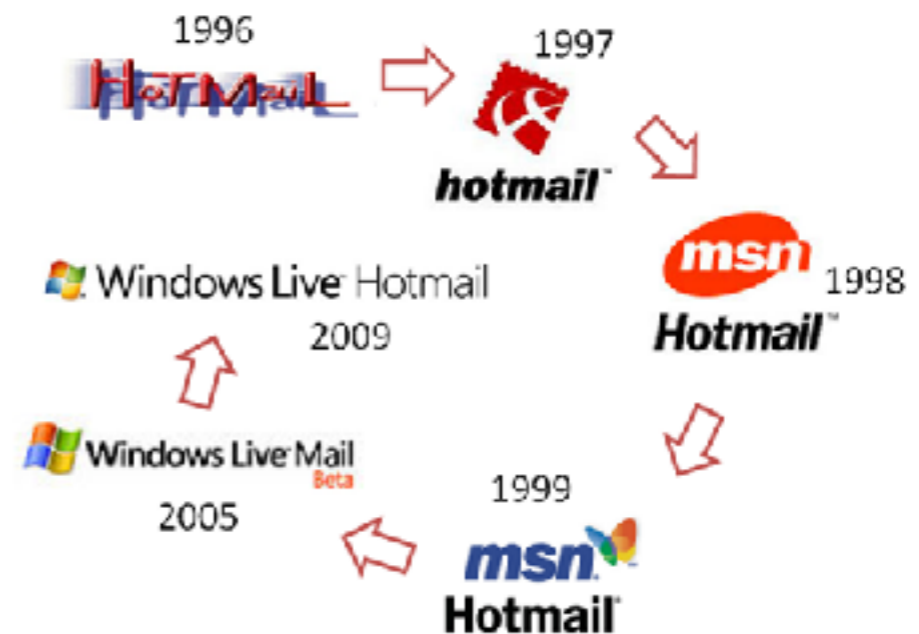
facebook

“돈 들이지 않고 마케팅 하기”



핫메일

- 최초의 무료 웹메일 서비스 'Hotmail', 1996년 출시
- Tim Draper (벤처투자가)
- 이메일 하단에
“PS: I love you. Get your free e-mail at Hotmail”
- 6개월후 1,000,000명
- 5주 뒤 2,000,000명
- 1997년 12월 10,000,000명 -> 마이크로소프트 인수 (4억달러)
- 30개월 후 30,000,000명

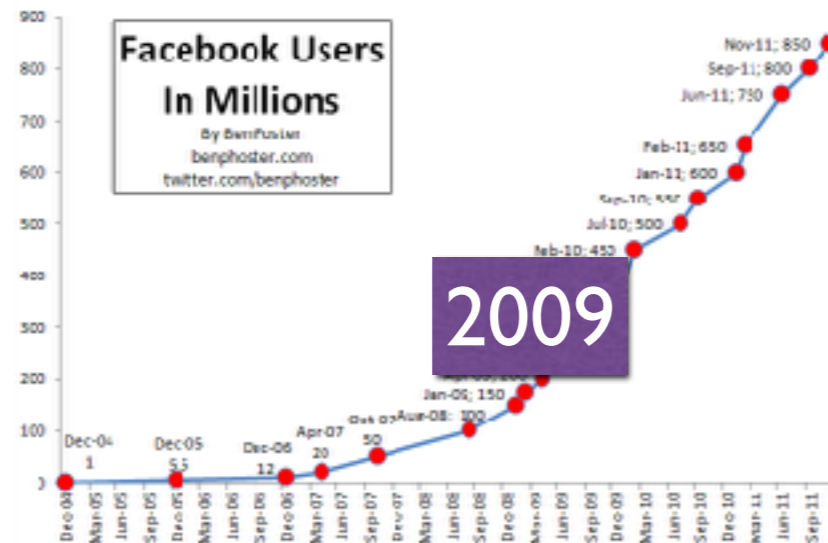
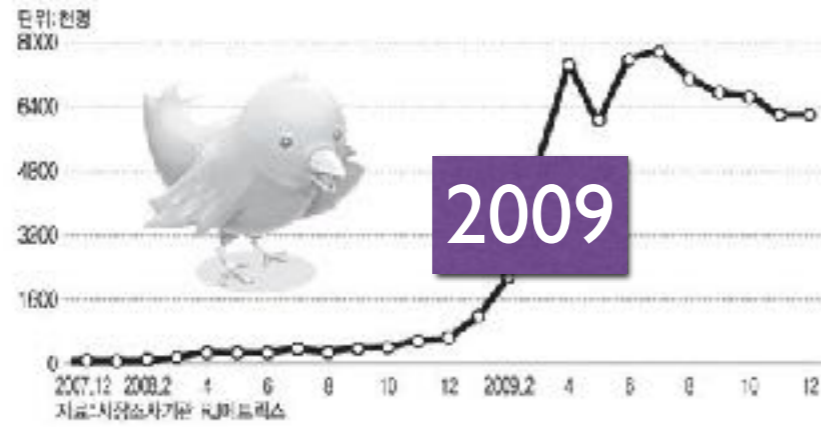


작은 마케팅의 핵심 개념

‘상품’

“상품으로 소통한다.”

1대박 뉴스 / 월별 트위터 가입자 수 변화 추이



2010

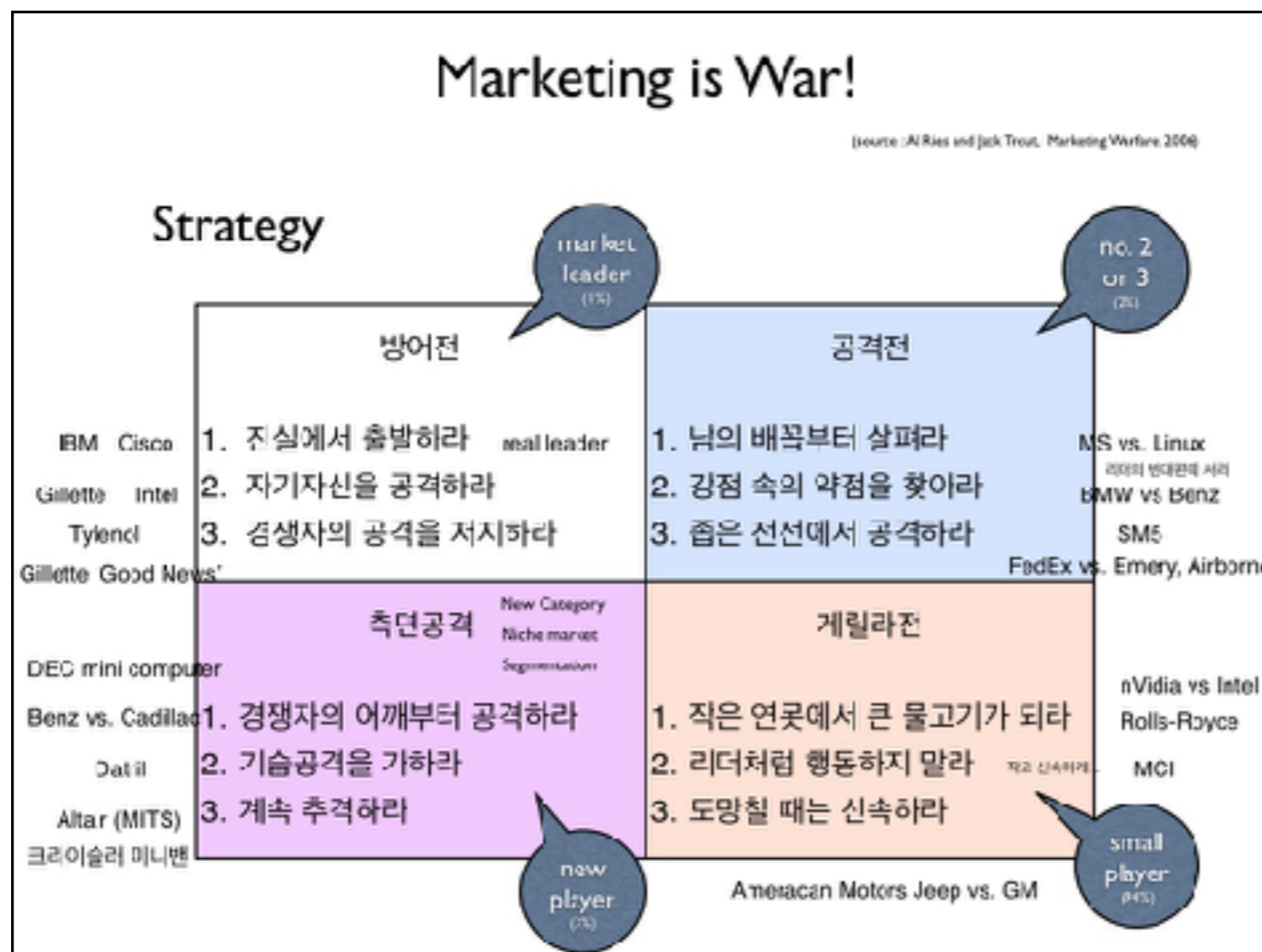


마케팅 3.0

	<i>Marketing 1.0</i> <i>Product-centric Marketing</i>	<i>Marketing 2.0</i> <i>Customer-oriented Marketing</i>	<i>Marketing 3.0</i> <i>Values-driven Marketing</i>
목표	제품 판매	고객 만족 및 유지	더 나은 세상 만들기(?)
동인	산업혁명	정보기술	뉴웨이브 기술(?)
시장을 보는 기업의 관점	Mass Buyers with Physical Needs	Smarter Consumer with Mind and Heart	Whole Human with Mind, Heart, and Spirit
핵심 마케팅 컨셉	제품 개발	차별화	가치
기업 마케팅 가이드라인	제품 스펙	기업과 제품의 포지셔닝	기업의 미션과 비전, 가치
가치 제안	Functional	Functional and Emotional	Functional, Emotional, and Spiritual
소비자와의 상호작용	일대다 거래	일대일 관계	다대다 협업

마케팅 2.0 전략

Competition!



차별화!

포지셔닝!

3.0 마케팅 전략?

Whole Human

관계(Relationship)?

관계(Relationship)의 3단계

1

'to know'
stage



Know

2

'to love'
stage

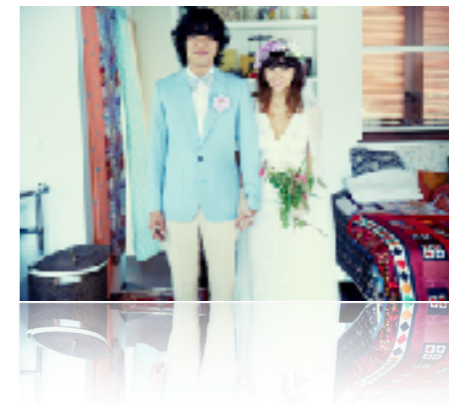


Love

Know

3

'to be one'
stage



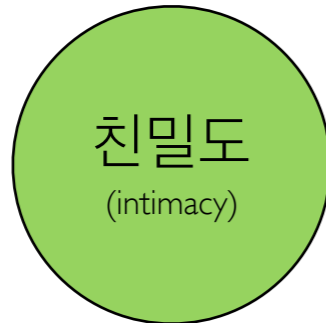
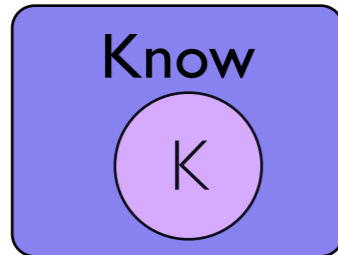
One

Love

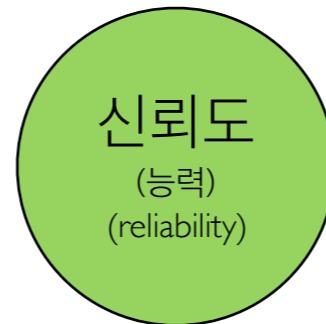
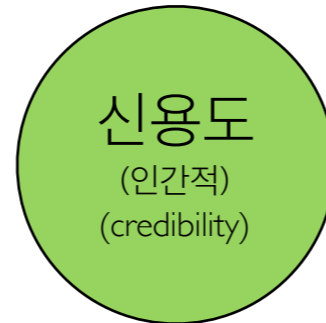
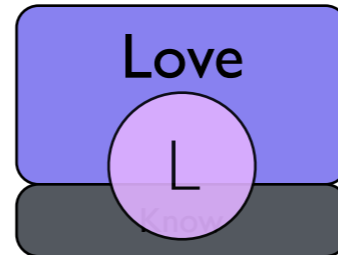
Know

관계(Relationship)의 6가지 변수

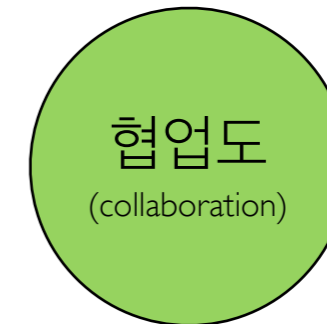
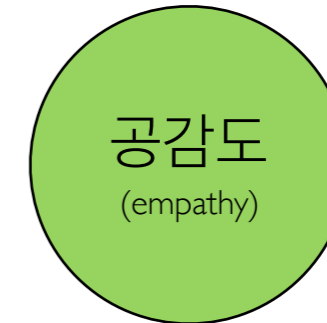
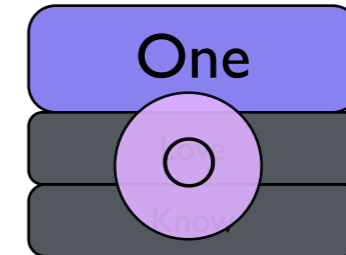
to Know stage



to Love stage



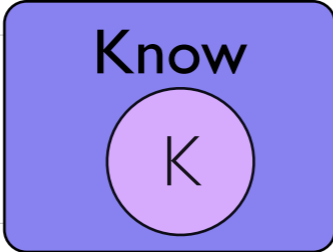
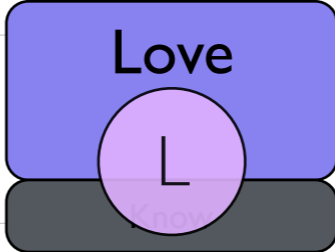
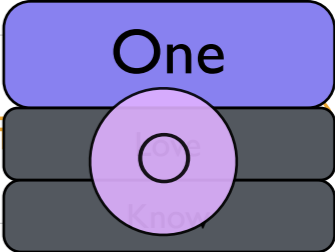
to be One stage



관계 수준별 마케팅 전략, 6가지



시대의 변화와 전략의 변화

	<i>Marketing 1.0</i>	<i>Marketing 2.0</i>	<i>Marketing 3.0</i>
	<i>Product-centric Marketing</i>	<i>Customer-oriented Marketing</i>	<i>Values-driven Marketing</i>
목표	제품 판매	고객 만족 및 유지	더 나은 세상 만들기(?)
동인			
시장을 보는 기업의 관점	Mass Buyers with Physical Needs	Smarter Consumer with Mind and Heart	Whole Human with Mind, Heart, and Spirit
핵심 마케팅 컨셉	제품 개발	차별화	가치
기업 마케팅 가이드라인	제품 스펙	기업과 제품의 포지셔닝	기업의 미션과 비전, 가치
가치 제안	Functional	Functional and Emotional	Functional, Emotional, and Spiritual
소비자와의 상호작용	일대다 거래	일대일 관계	다대다 협업

전통적 마케팅

작은 마케팅

전통적
마케팅

작은
마케팅

전쟁
하기



공동체
만들기

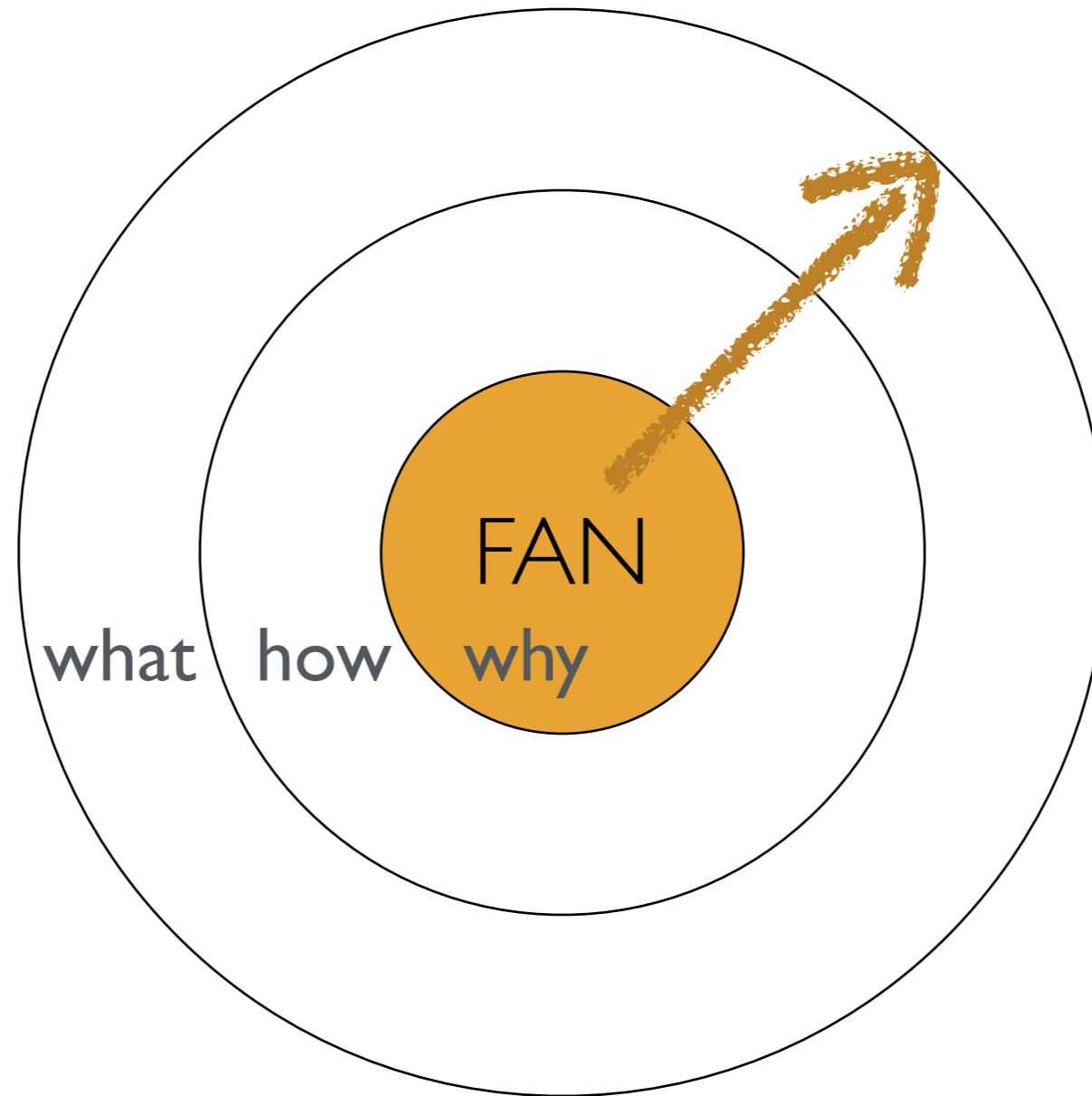
경쟁사와
땅따먹기
(Market Share)

고객과
친구되기
(Community, Fandom)

3세대 마케팅 전략

‘단골 마케팅 전략’

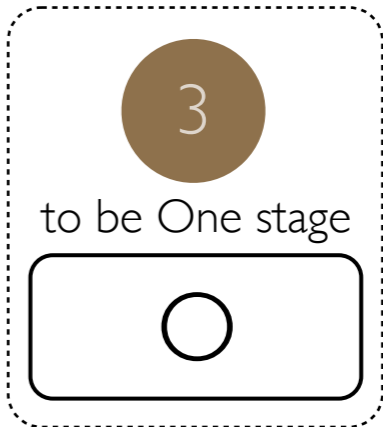
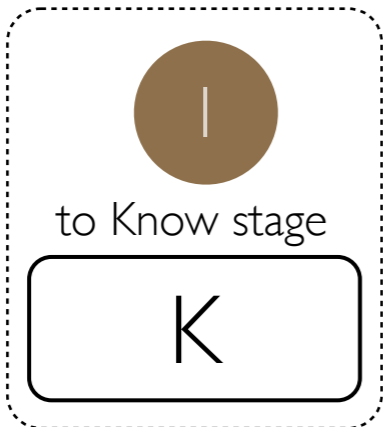
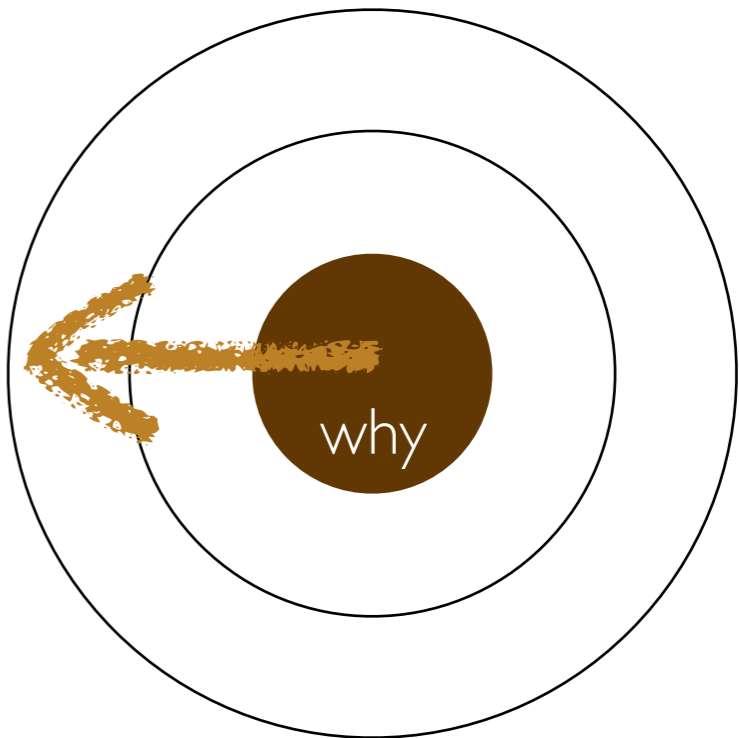
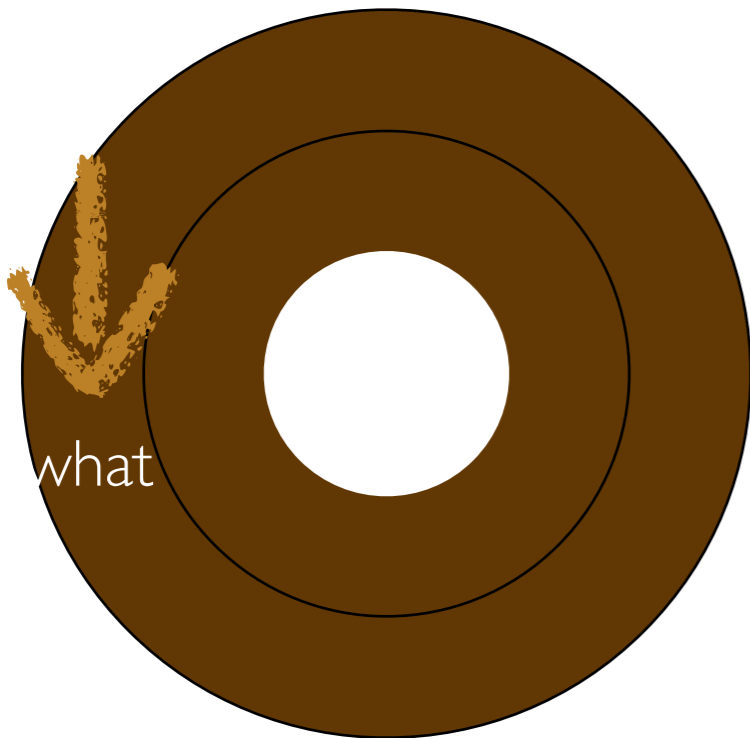
단골/팬덤/커뮤니티 마케팅



전통적
마케팅



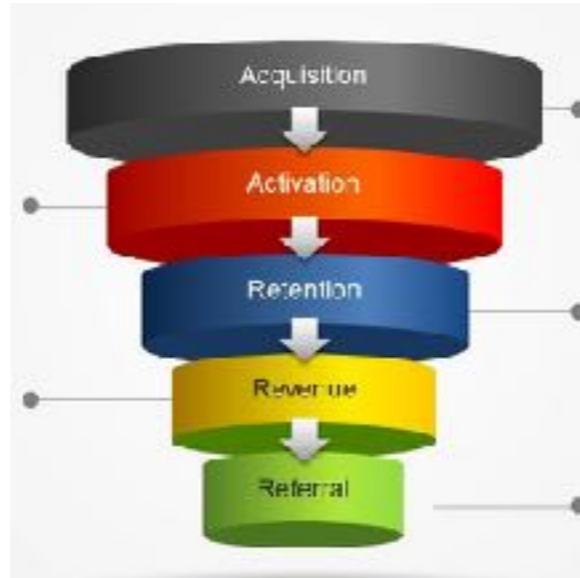
작은
마케팅



Trend2 : “판매보다 단골이다.”

“Acquisition” → “Retention”
“M/S” “MAU, DAU”

클라우드 비즈니스
(Cloud Business Model)



구독 모델
(Subscription Model)



작은 마케팅의 핵심 개념

‘단골’

“판매보다 단골이다.”

작은 마케팅의 핵심 개념

1. 상품으로 소통한다.
2. 판매보다 단골이다.

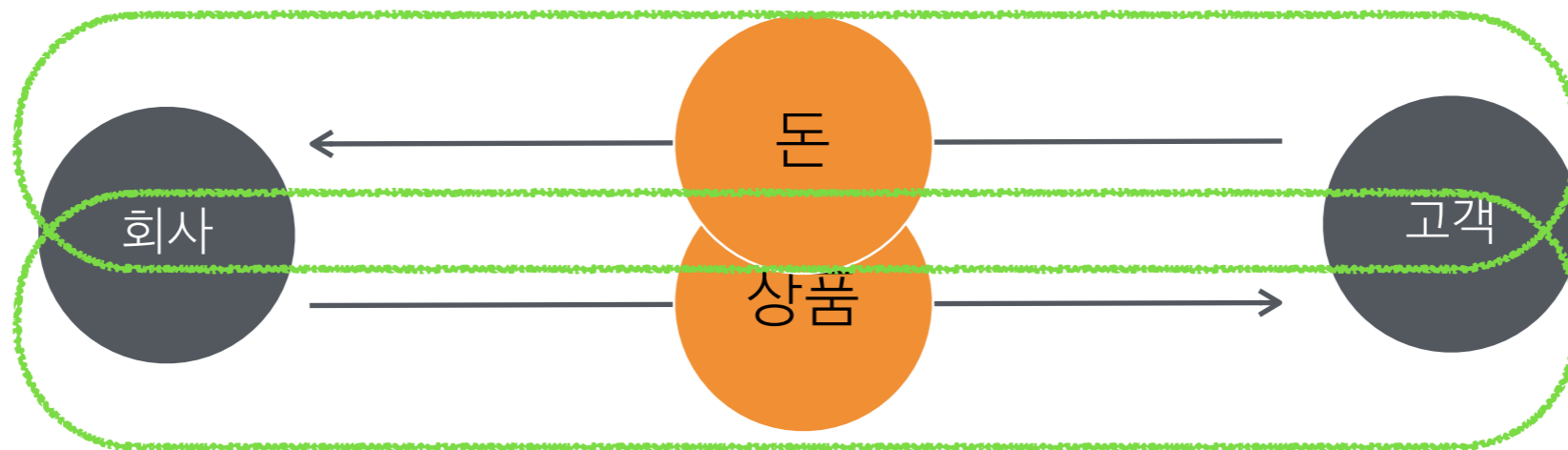


“상품으로 단골만들기”

“광고로 ~~대~~출올리기”

비즈니스 시스템 (Business System) ≙ 수익 시스템

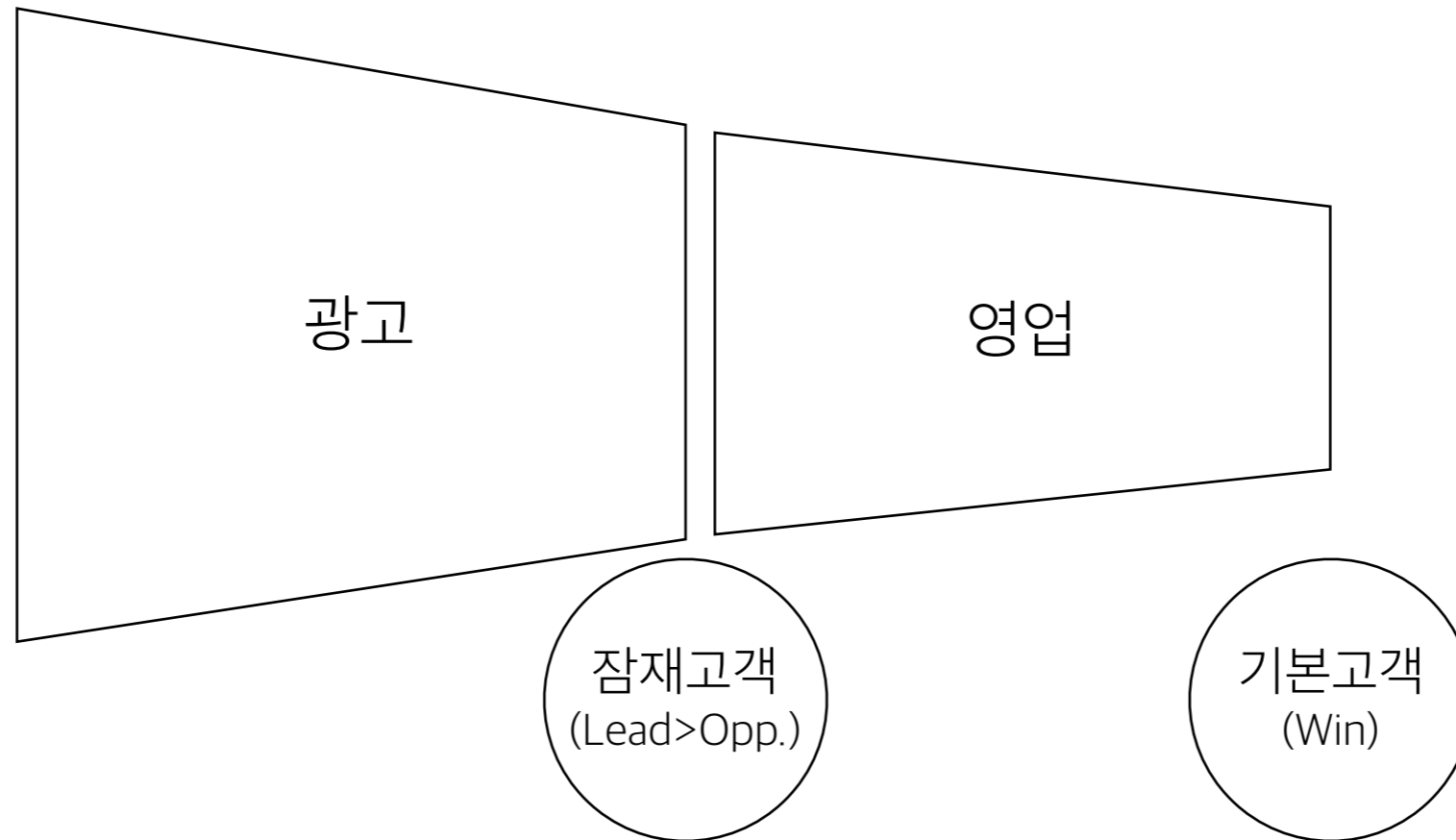
비즈니스 모델 (BM) (Business Model) ≙ 수익 모델



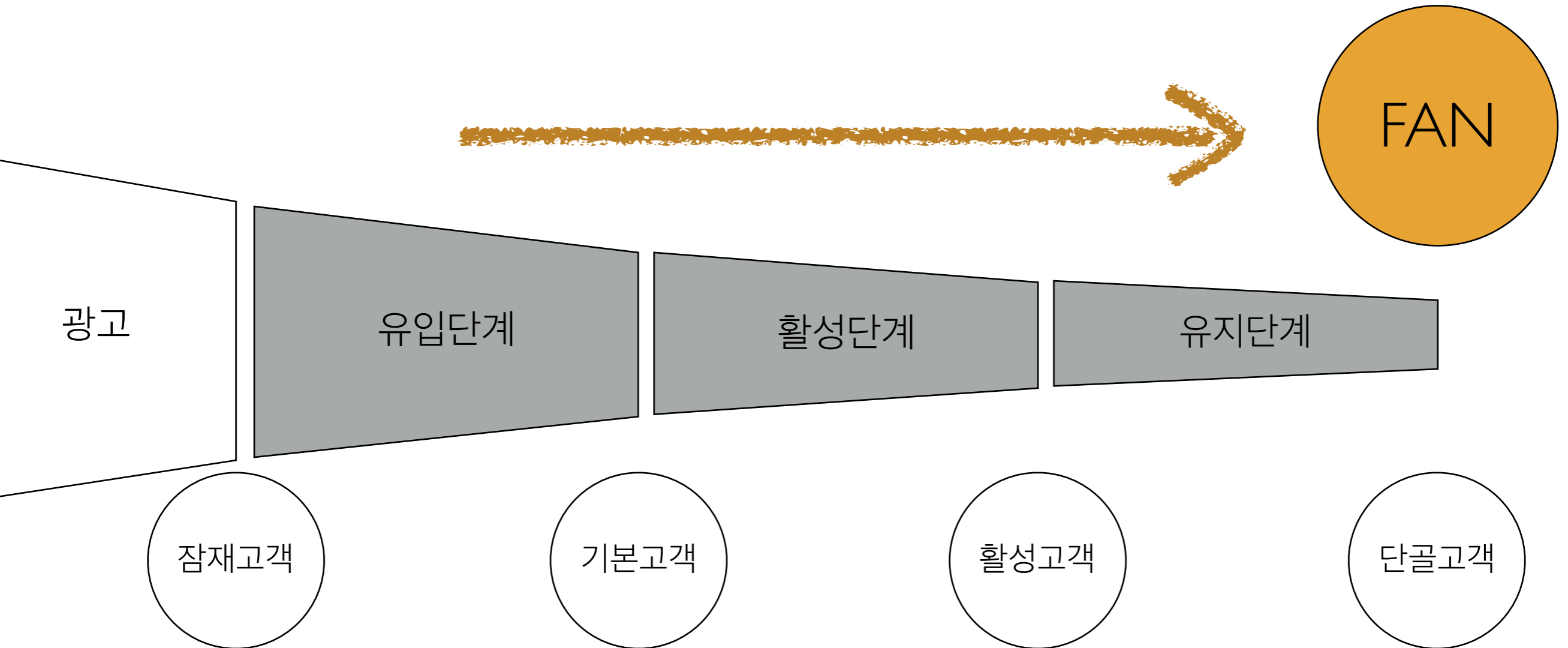
마케팅 시스템 (Marketing System) : 고객창출 시스템

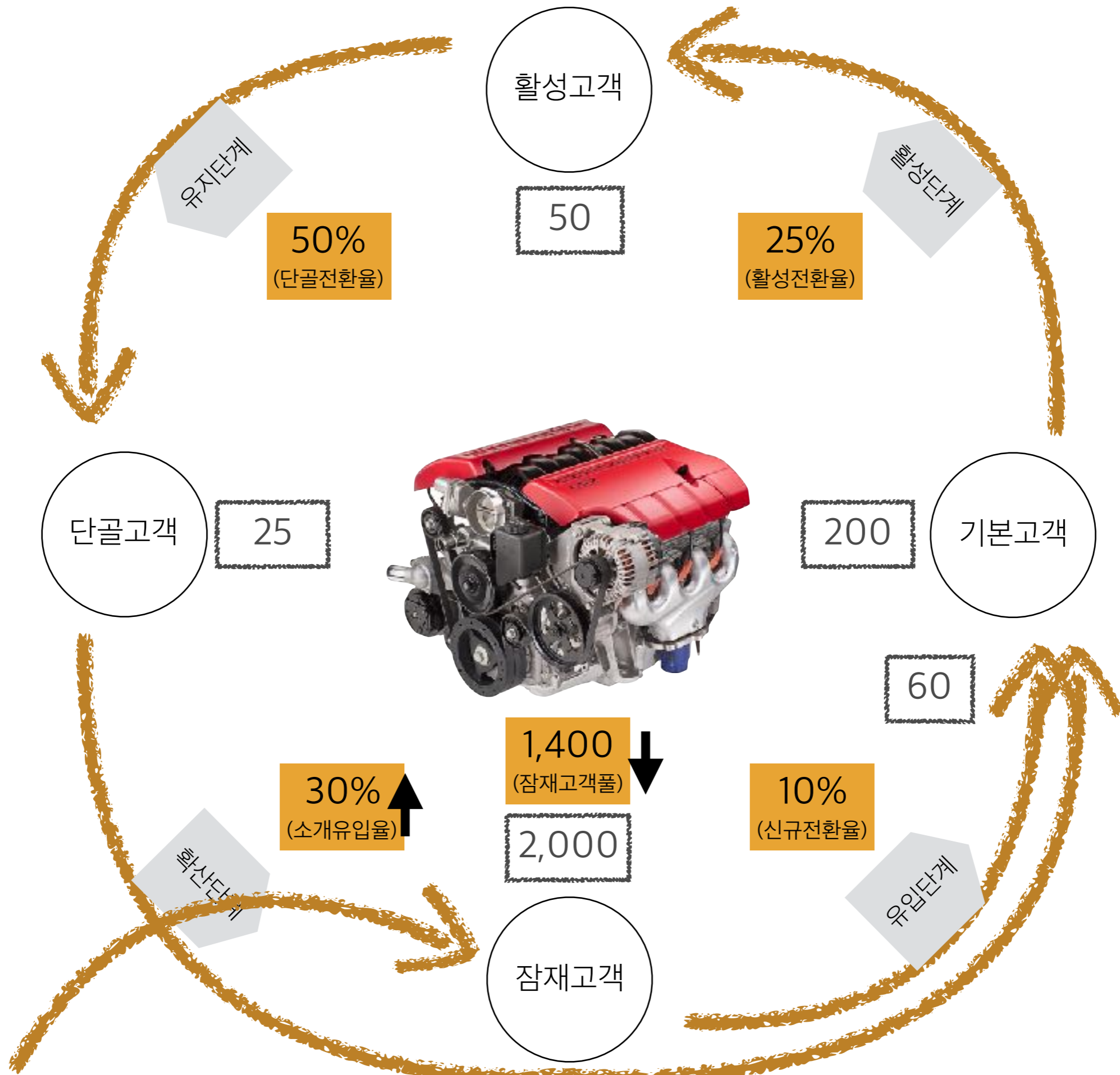
마케팅 모델 (MM) (Marketing Model) : 고객창출 모델

마케팅 깔때기 (Marketing Funnel) for 2.0



마케팅 깔때기 (Marketing Funnel) for 3.0

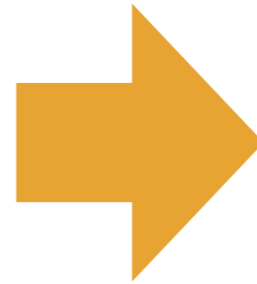




전통적
마케팅

작은
마케팅

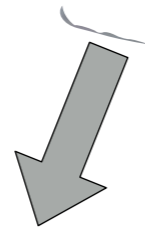
마케팅 깔때기
(Marketing Funnel)



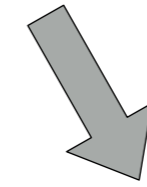
마케팅 엔진
(Marketing Engine)



비즈니스 모델 만들기



‘마케팅 프레임’



‘마케팅 엔진’

stage 1

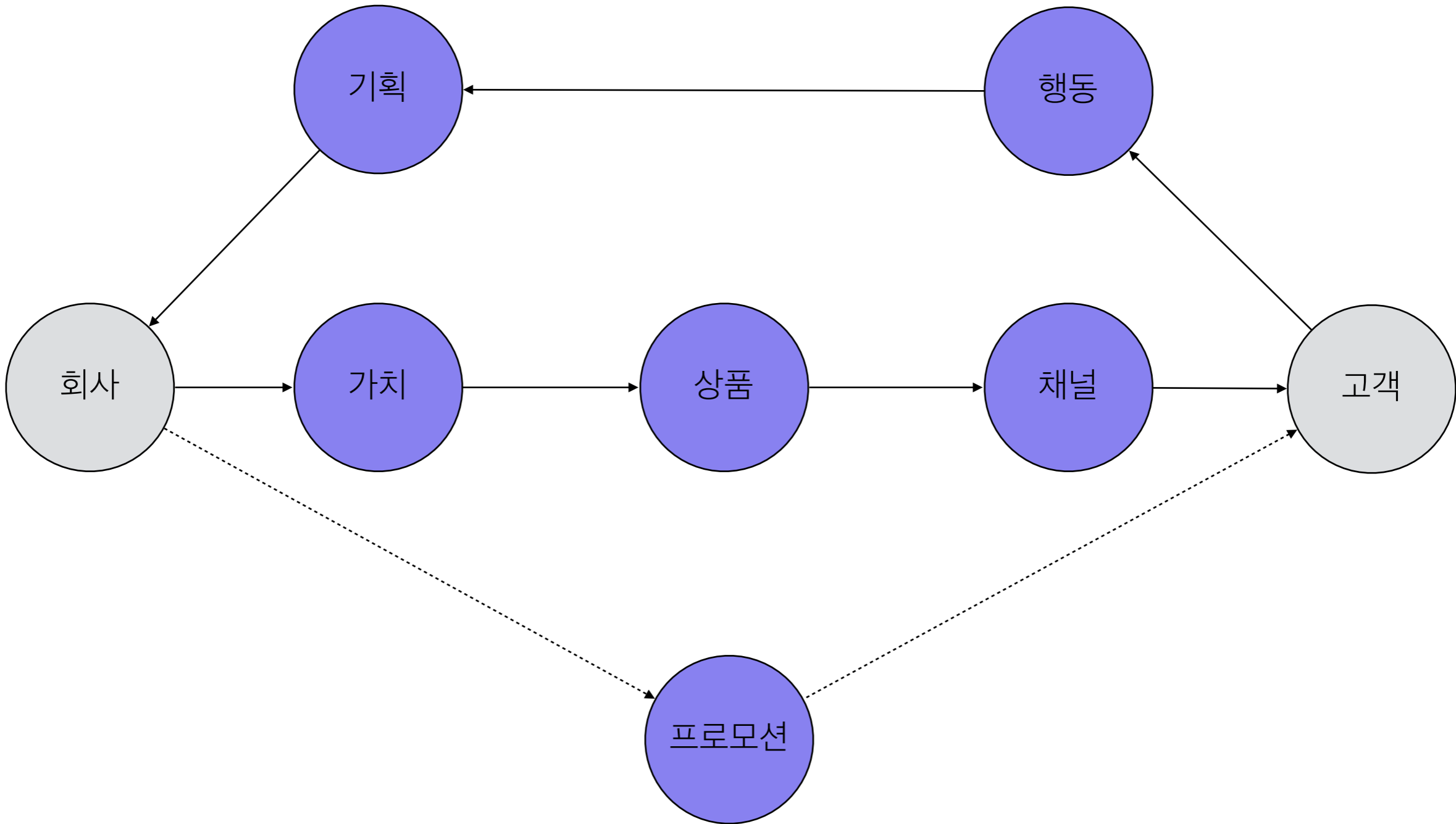


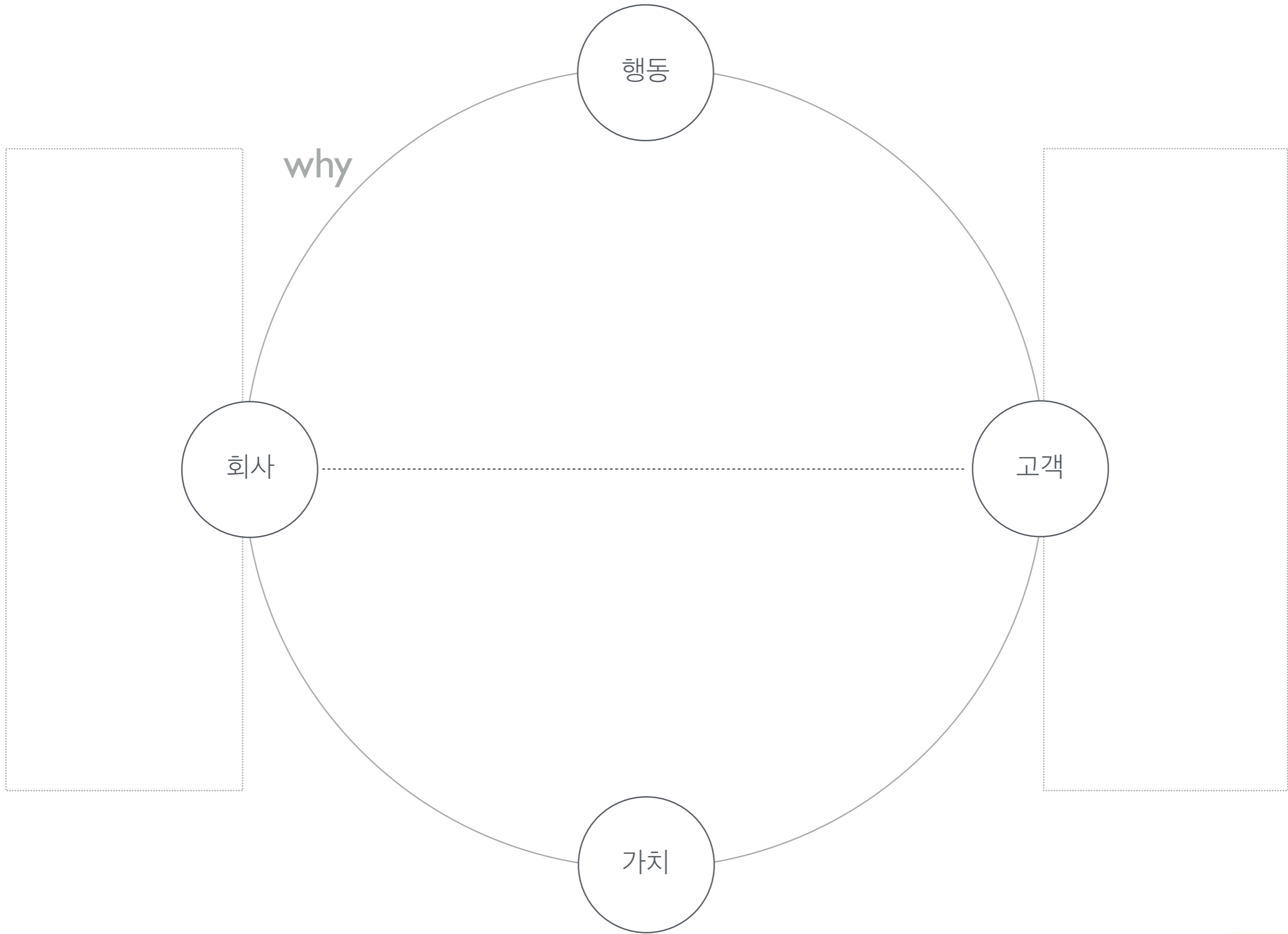
‘마케팅 프레임’ 만들기

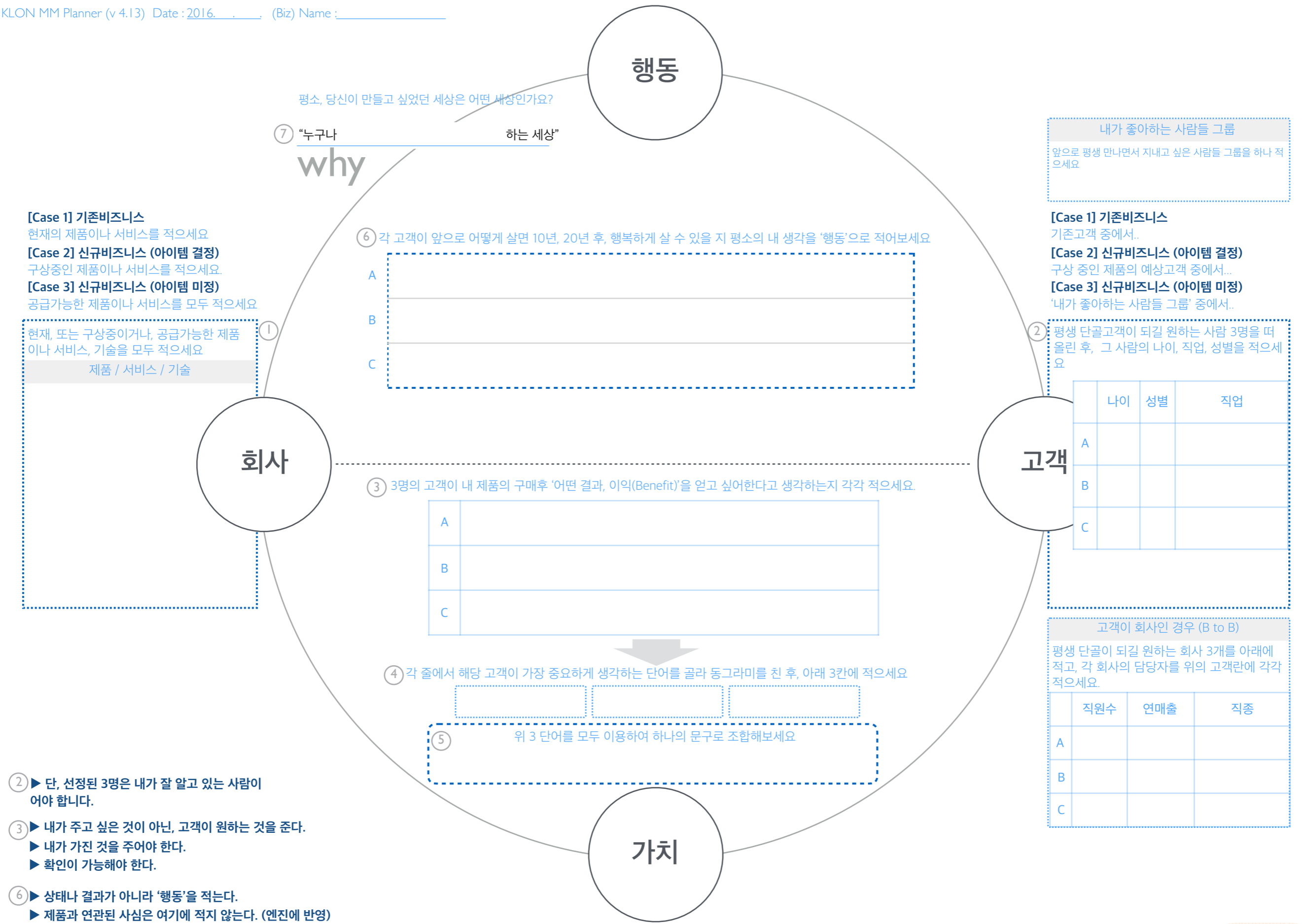
‘타겟’

“타겟부터 시작한다.”

경영 (management)







행동

평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가요?

⑦ “누구나 하는 세상”
why

[Case 1] 기존비즈니스

현재의 제품이나 서비스를 적으세요

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)

구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)

공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 현재, 또는 구상중이거나, 공급가능한 제품이나 서비스, 기술을 모두 적으세요

제품 / 서비스 / 기술

회사

⑥ 각 고객이 앞으로 어떻게 살면 10년, 20년 후, 행복하게 살 수 있을 지 평소의 내 생각을 ‘행동’으로 적어보세요

A
B
C

③ 3명의 고객이 내 제품의 구매 후 ‘어떤 결과, 이익(Benefit)’을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

A
B
C

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

--	--	--

⑤ 위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해보세요

가치

내가 좋아하는 사람들 그룹

앞으로 평생 만나면서 지내고 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 1] 기존비즈니스

기존고객 중에서..

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)

구상 중인 제품의 예상고객 중에서..

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)

‘내가 좋아하는 사람들 그룹’ 중에서..

② 평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 직업, 성별을 적으세요

	나이	성별	직업
A			
B			
C			

고객이 회사인 경우 (B to B)

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 ‘행동’을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)



Strength & Weakness

[Case 1] 기존비즈니스

현재의 제품이나 서비스를 적으세요

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)

구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)

공급 가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 현재, 또는 구상중이거나, 공급 가능한 제품
이나 서비스, 기술을 모두 적으세요

제품 / 서비스 / 기술

회사

비전 (Vision)

평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가요?

하는 세상”

Price (Call to Action)

⑥ 각 고객이 앞으로 어떻게 살 것인지, 어떻게 살 것인지, 어떻게 살 것인지에 생각을 '행동'으로 적어보세요

A
B
C

미션 (Mission)

행동

Opportunity & Threat

[Case 1] 기존비즈니스

기존고객 중에서..

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)

구상 중인 제품의 예상고객 중에서..

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)

'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

② 평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 직업, 성별을 적으세요

나이 성별 직업

고객

Target Segmentation

③ 3명의 고객이 내 제품의 구매 후 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

A	
B	
C	

핵심역량 (Core Value) 'Marketing Concept'

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

Value Proposition

가치

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사실은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

고객이 회사인 경우 (B to B)

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			



행동

평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가요?

⑦ 누구나 자신만의 비즈니스를 쉽게할 수 있는 세상

why

[Case 1] 기존비즈니스

현재의 제품이나 서비스를 적으세요

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)

구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)

공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 현재, 또는 구상중이거나, 공급가능한 제품이나 서비스, 기술을 모두 적으세요

제품 / 서비스 / 기술

작은마케팅 방법론
마케팅 컨설팅, 강의, 상담

회사

⑥ 각 고객이 앞으로 어떻게 살면 10년, 20년 후, 행복하게 살 수 있을 지 평소의 내 생각을 '행동'으로 적어보세요

A	외부에 의존하지 않고 독립적으로 살아간다.
B	하고 싶은 일을 찾아 비즈니스화 한다.
C	자신의 고객과 공동체를 만들고 함께 논다.

③ 3명의 고객이 내 제품의 구매후 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

A	마케팅의 핵심, 사업의 본질 파악, 정리
B	마케팅을 정석대로 잘 하고 있는지 확인
C	회사의 기틀 잡기, 틀 기반, 시스템

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

사업	정석	기반
⑤ 위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해보세요		
돈안들고 지속가능한 사업기반 만들기		

가치

고객

② 평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 직업, 성별을 적으세요

	나이	성별	직업
A	20후,	남,	스타트업 대표
B	40후,	남,	1인기업
C	30후,	여,	소상공인

고객이 회사인 경우 (B to B)

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

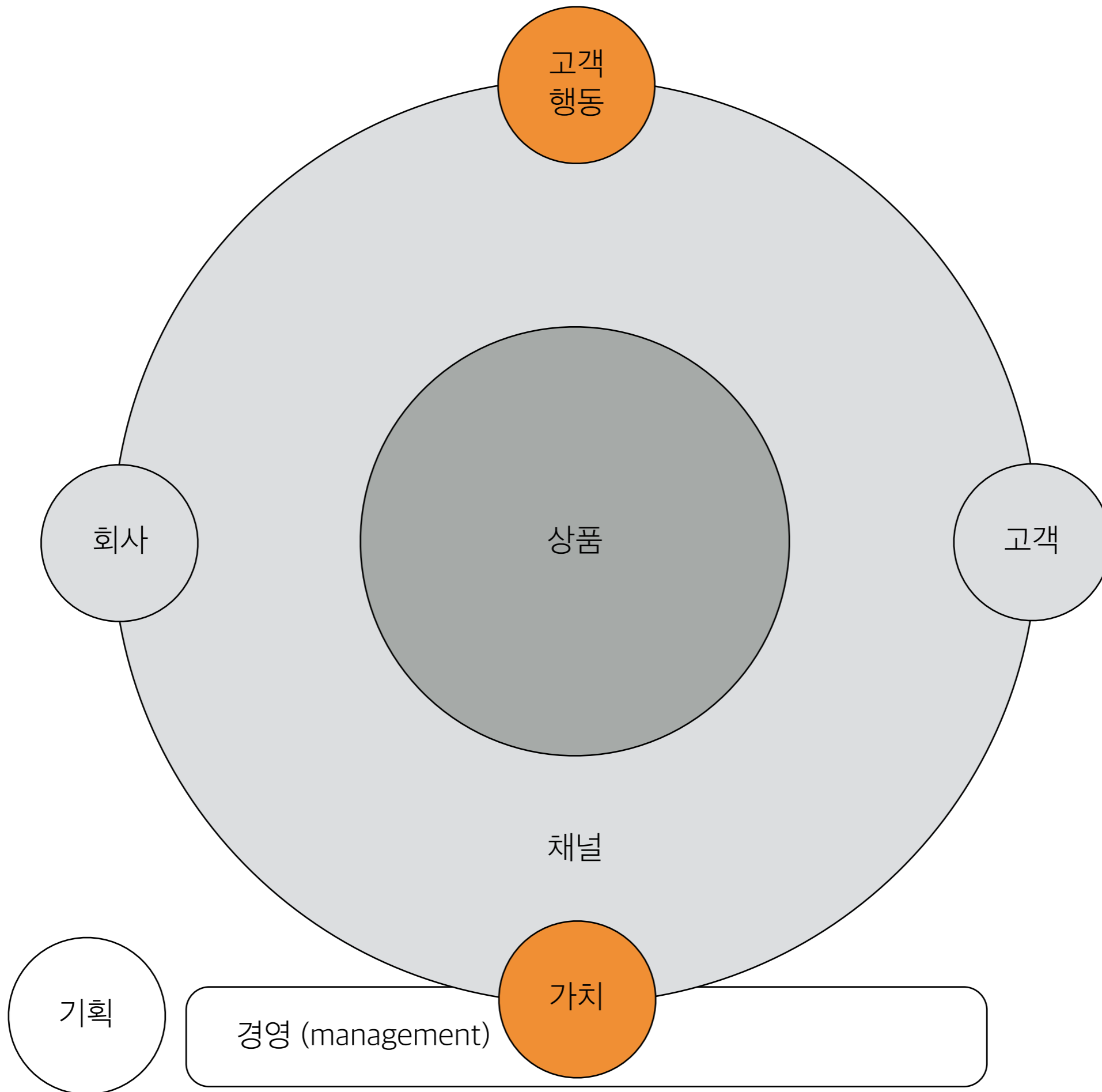
- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

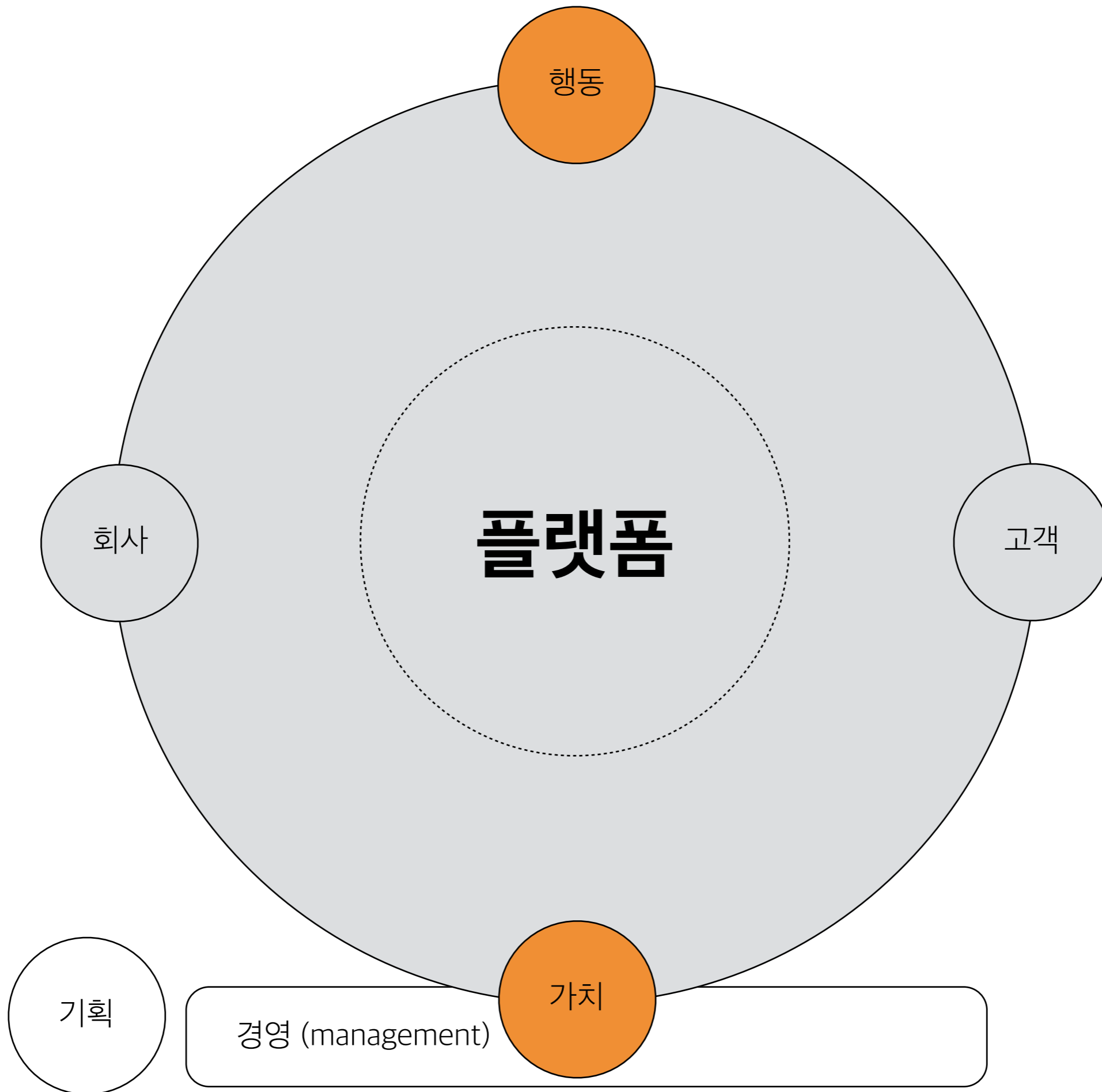


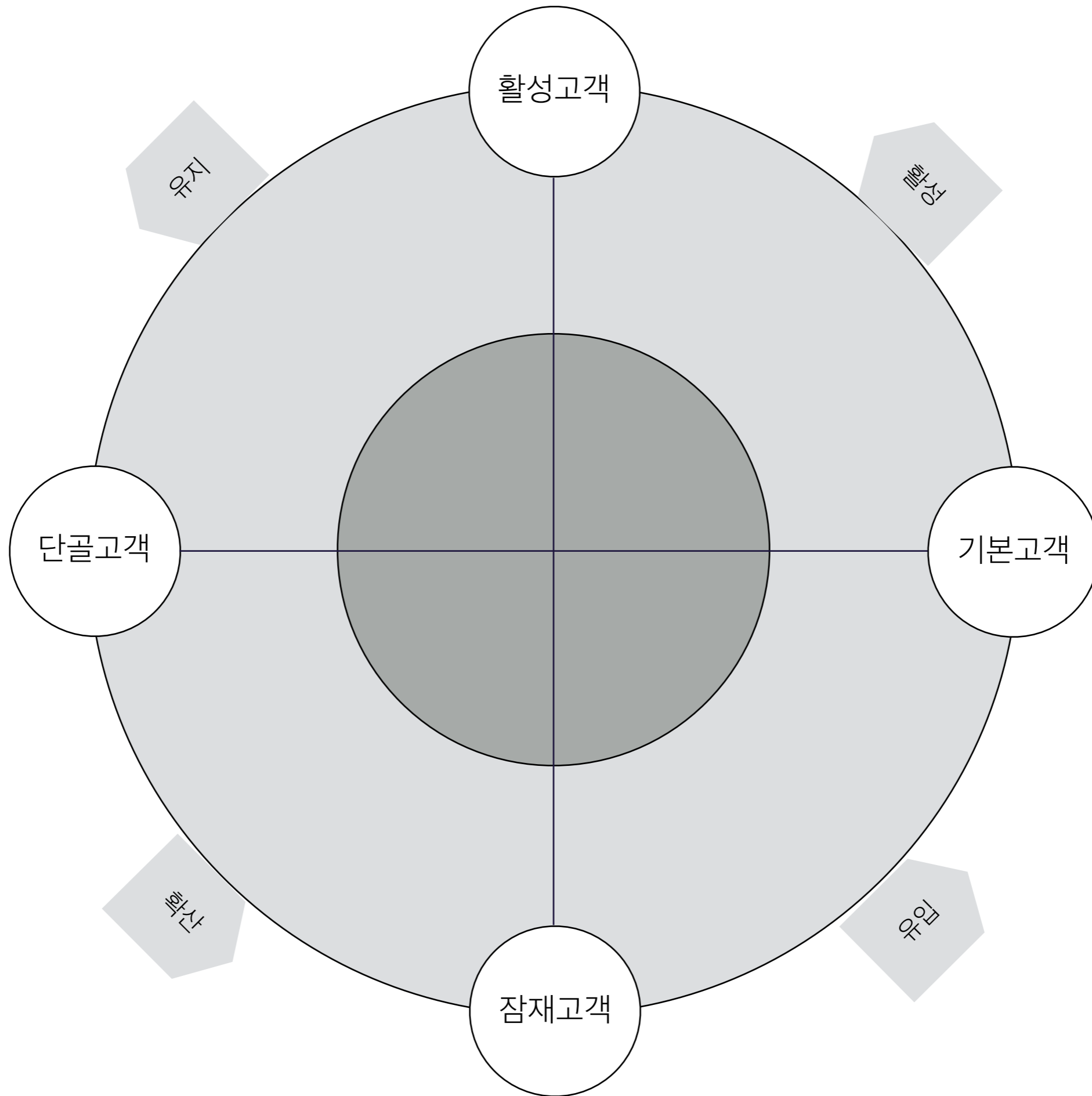
stage 2



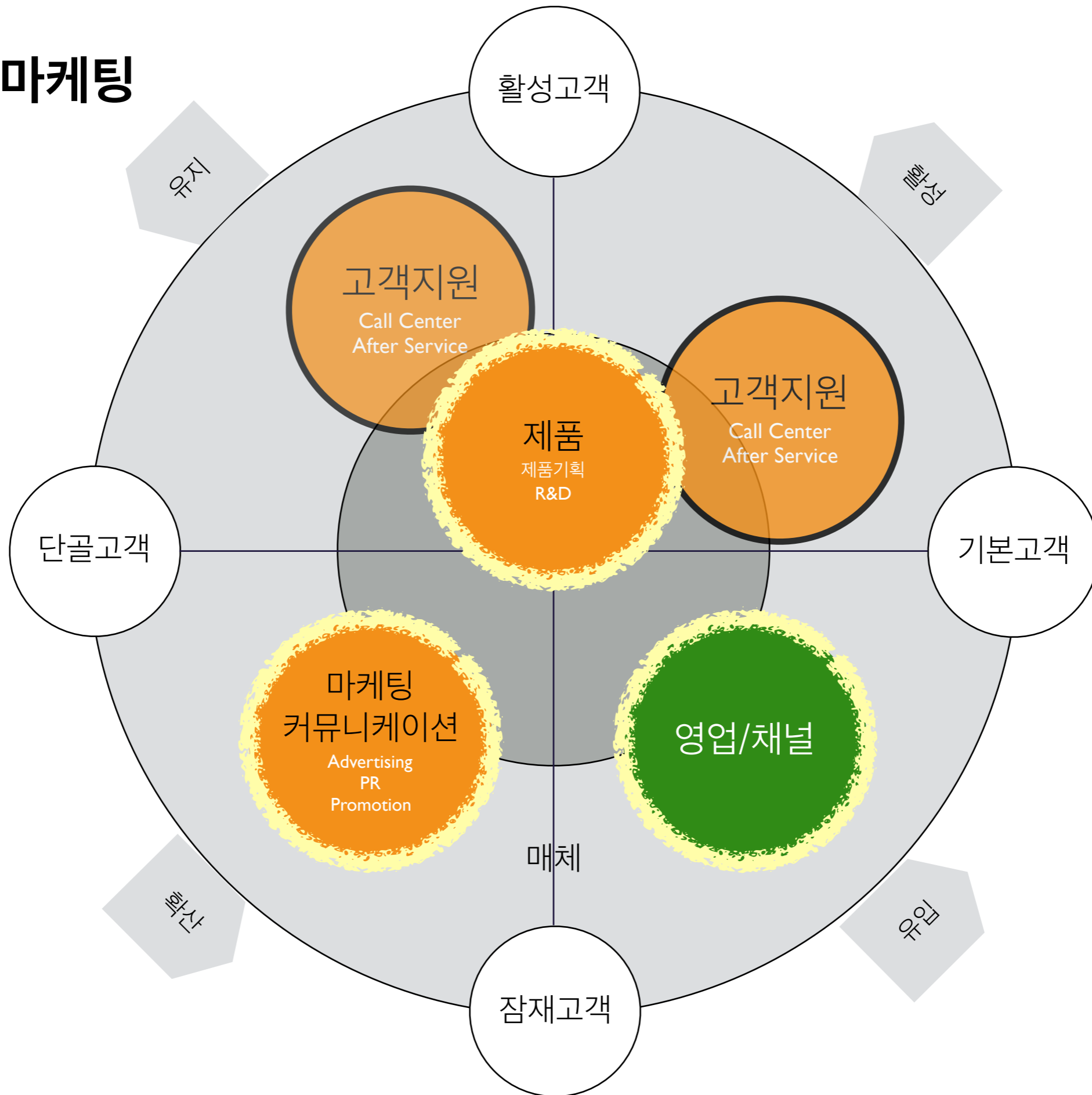
‘마케팅 엔진’ 만들기



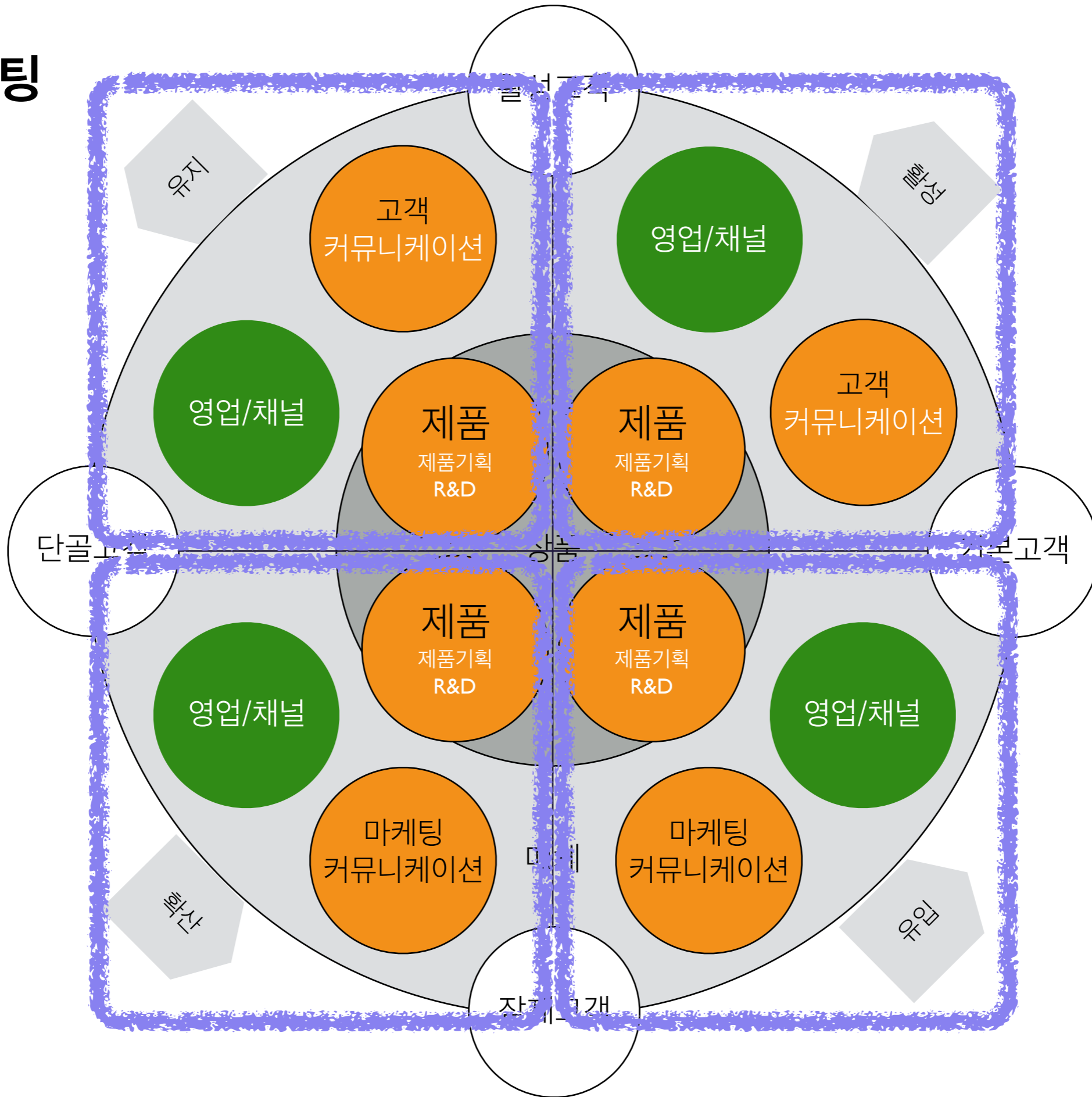


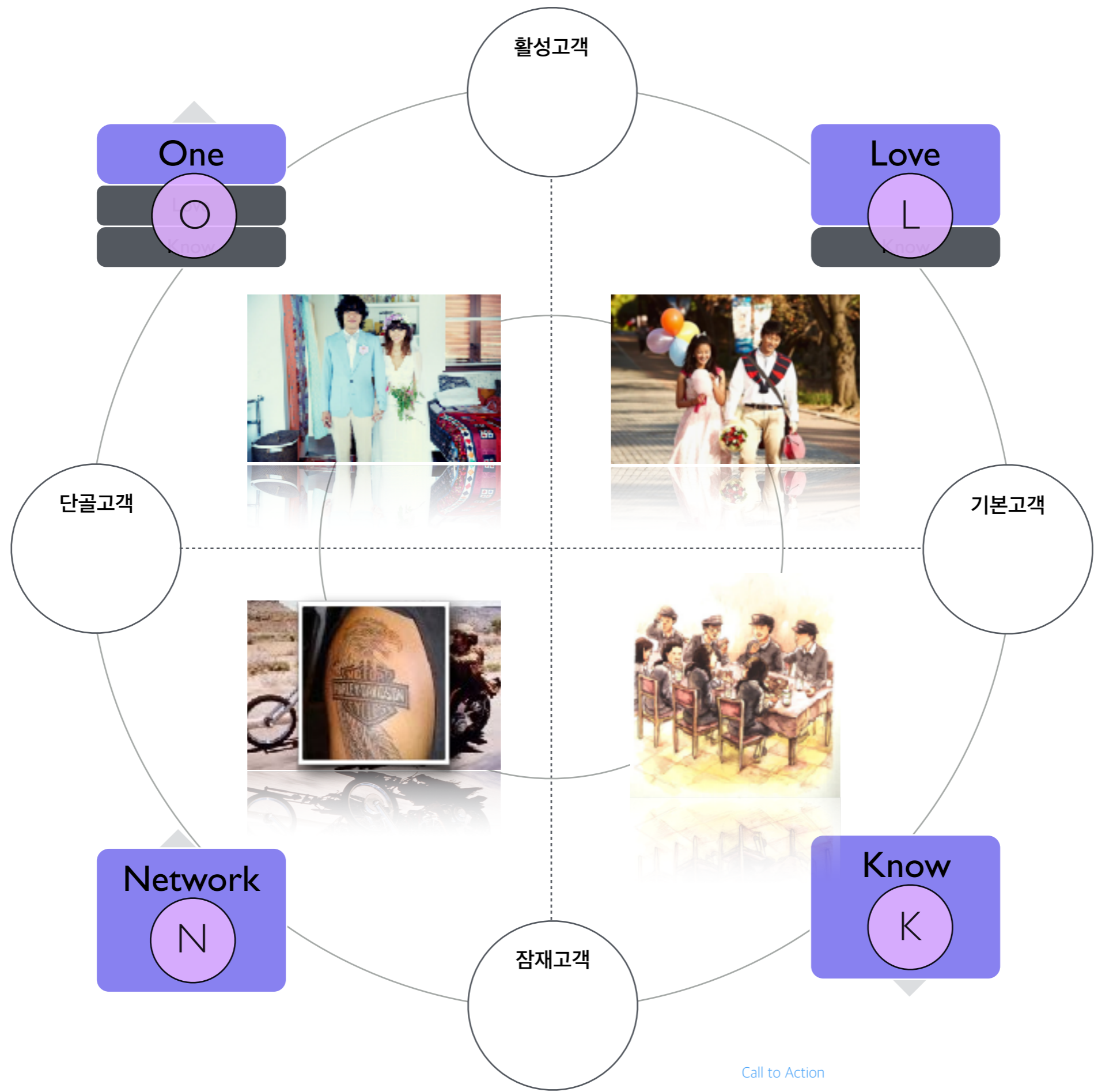


전통적 마케팅

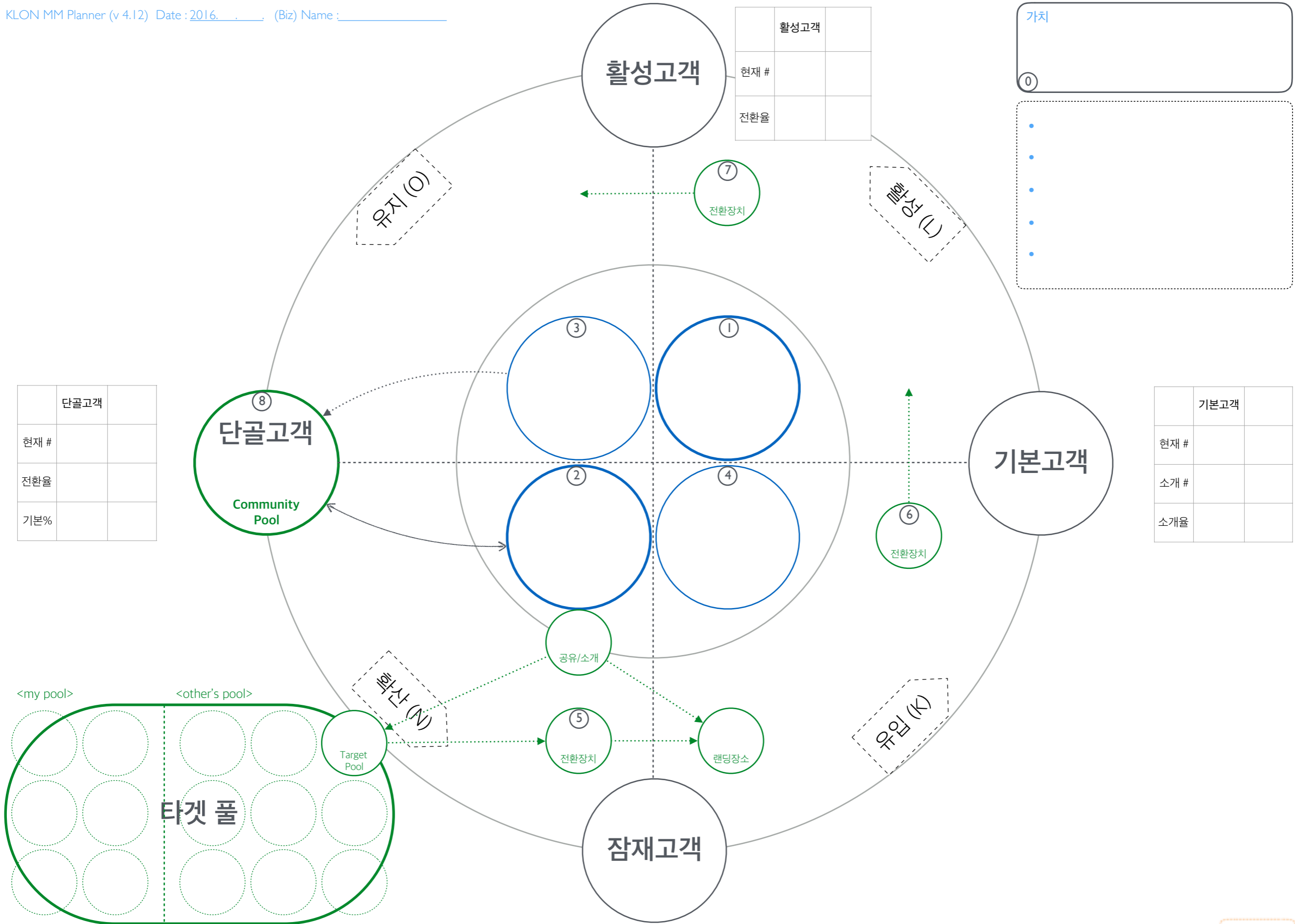


작은마케팅





Call to Action



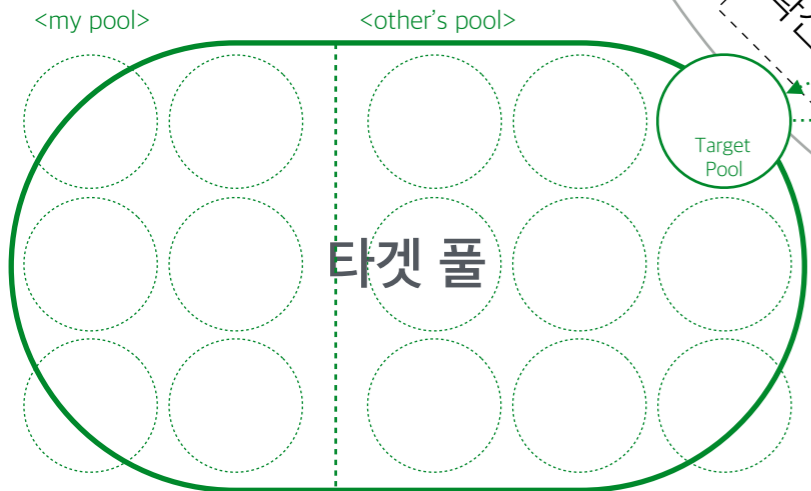
	활성고객	
현재 #		
전환율		

가치
①

-
-
-
-
-

	단골고객	
현재 #		
전환율		
기본%		

	기본고객	
현재 #		
소개 #		
소개율		





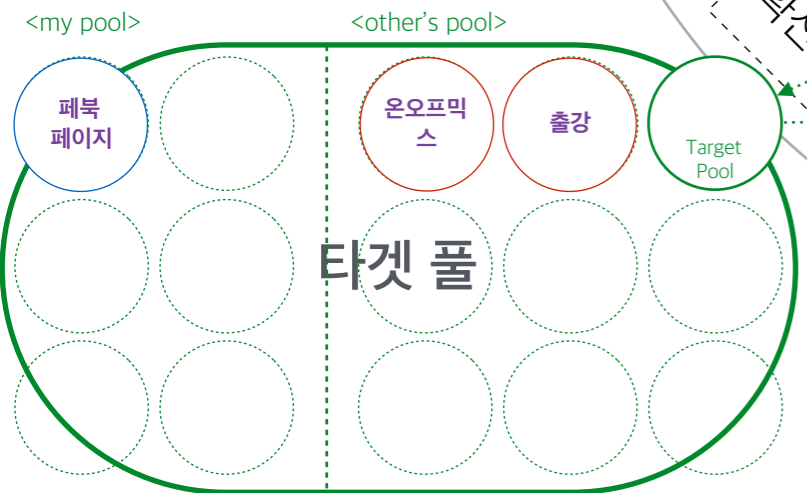
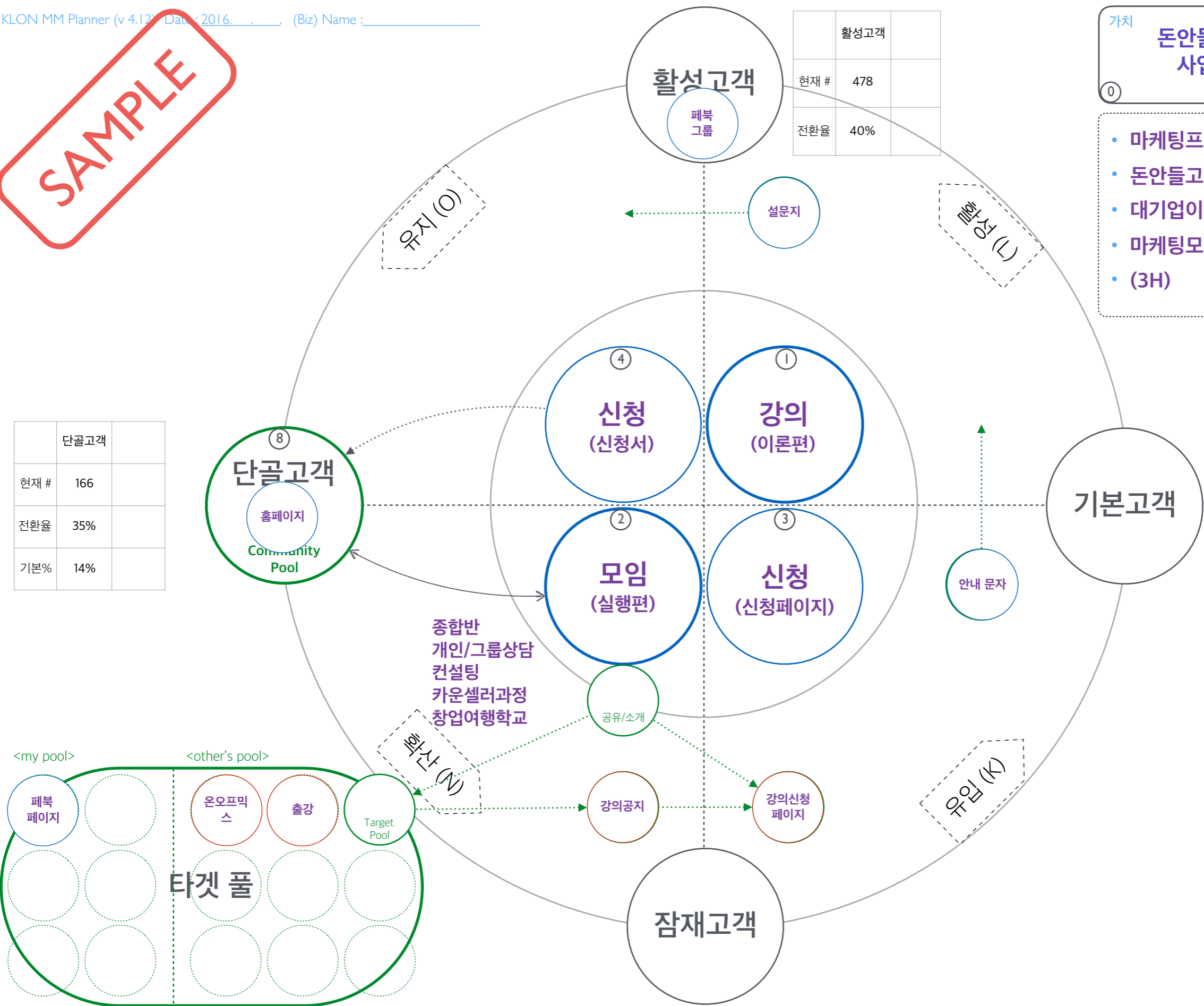
	활성고객	
현재 #	478	
전환율	40%	

가치
돈안들고 지속가능한 사업기반 만들기
 ①

- 마케팅프레임웍 한눈에 보기
- 돈안들고 마케팅하기
- 대기업이기는 마케팅전략
- 마케팅모델(사업기반)이란
- (3H)

	단골고객	
현재 #	166	
전환율	35%	
기본%	14%	

	기본고객	
현재 #	1,184	
소개 #	342	
소개율	29%	



시제품...

시운전, 베타테스트...

고객 데이터 정리 품

거래현황

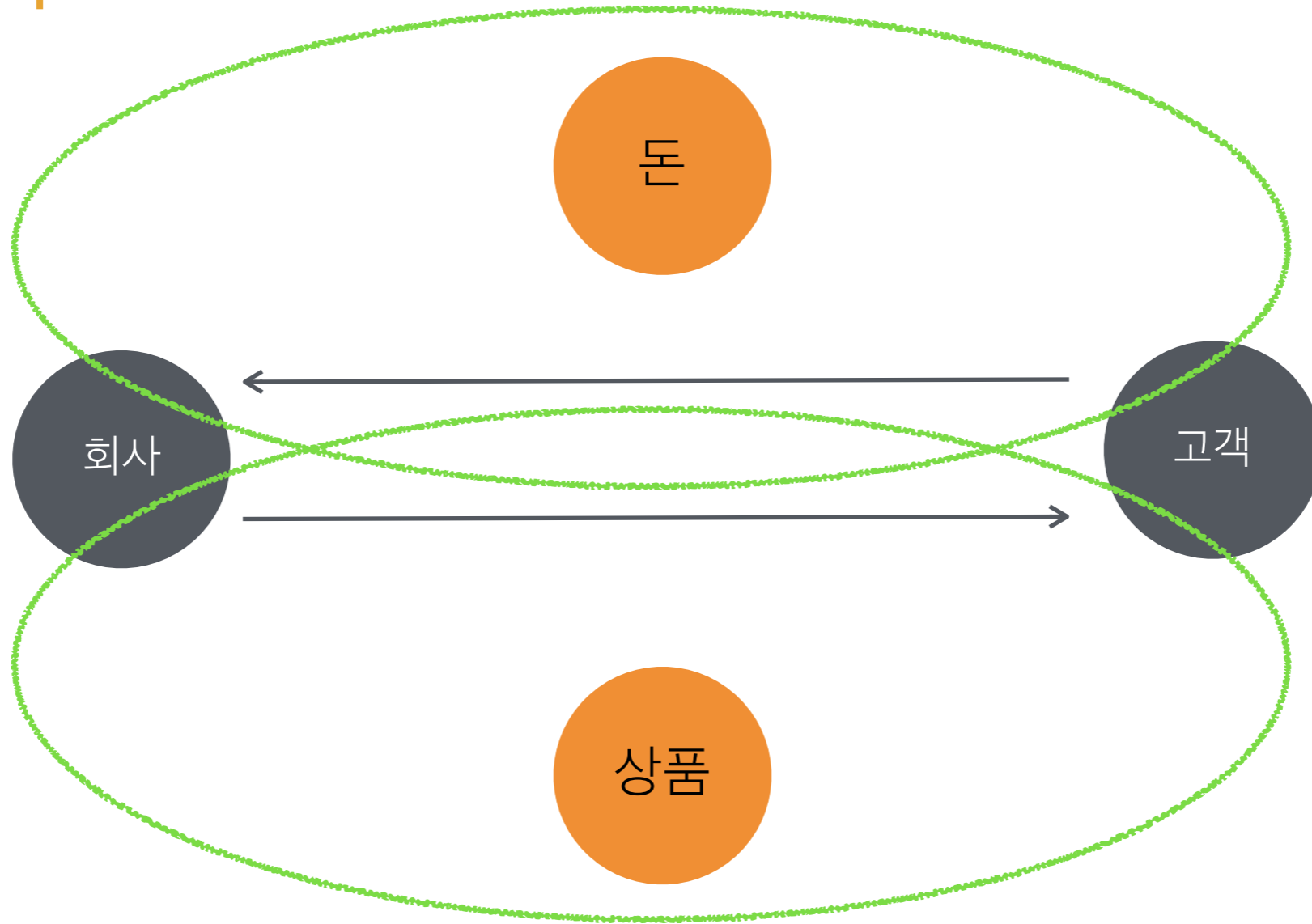
9		1	4	6	8	1	5									
날짜	구매자	제품A	제품B	제품C	제품D	제품E	매출	입금	비고	구매경로	유입경로	소개	구매차수	총횟수	구매월	구매연도
15/01/03	김진경	1		1						매장	페이스북		1	1	1	2015
15/01/08	신용태				1					홈페이지	검색		1	4	1	2015
15/01/12	김태수					1	200,000	200,000		전화	지인		1	2	1	2015
15/01/20	안현수			3			300,000	300,000		전화	소개	신용태	1	1	1	2015
15/02/01	신용태			2						매장	검색		2	4	2	2015
15/02/15	김태수				2		200,000	200,000		홈페이지	지인		2	2	2	2015
15/02/20	김서영		2							홈페이지	지인		1	1	2	2015
15/03/02	신용태		1		4					홈페이지	검색		3	4	3	2015
15/03/05	신용태		1		1					홈페이지	검색			4	3	2015

고객현황

5		9			5	2	1	1			
이름	핸드폰	이메일	구매횟수	최초구매일	활성 전환일	단골 전환일	구분	유입경로	소개	비고	
김진경			1	15/01/03			기본	페이스북			
신용태			4	15/01/08	15/02/01	15/03/02	기본	검색			
김태수			2	15/01/12	15/02/15		단골	지인			
안현수			1	15/01/20			활성	소개	신용태		
김서영			1	15/02/20			기본	지인			

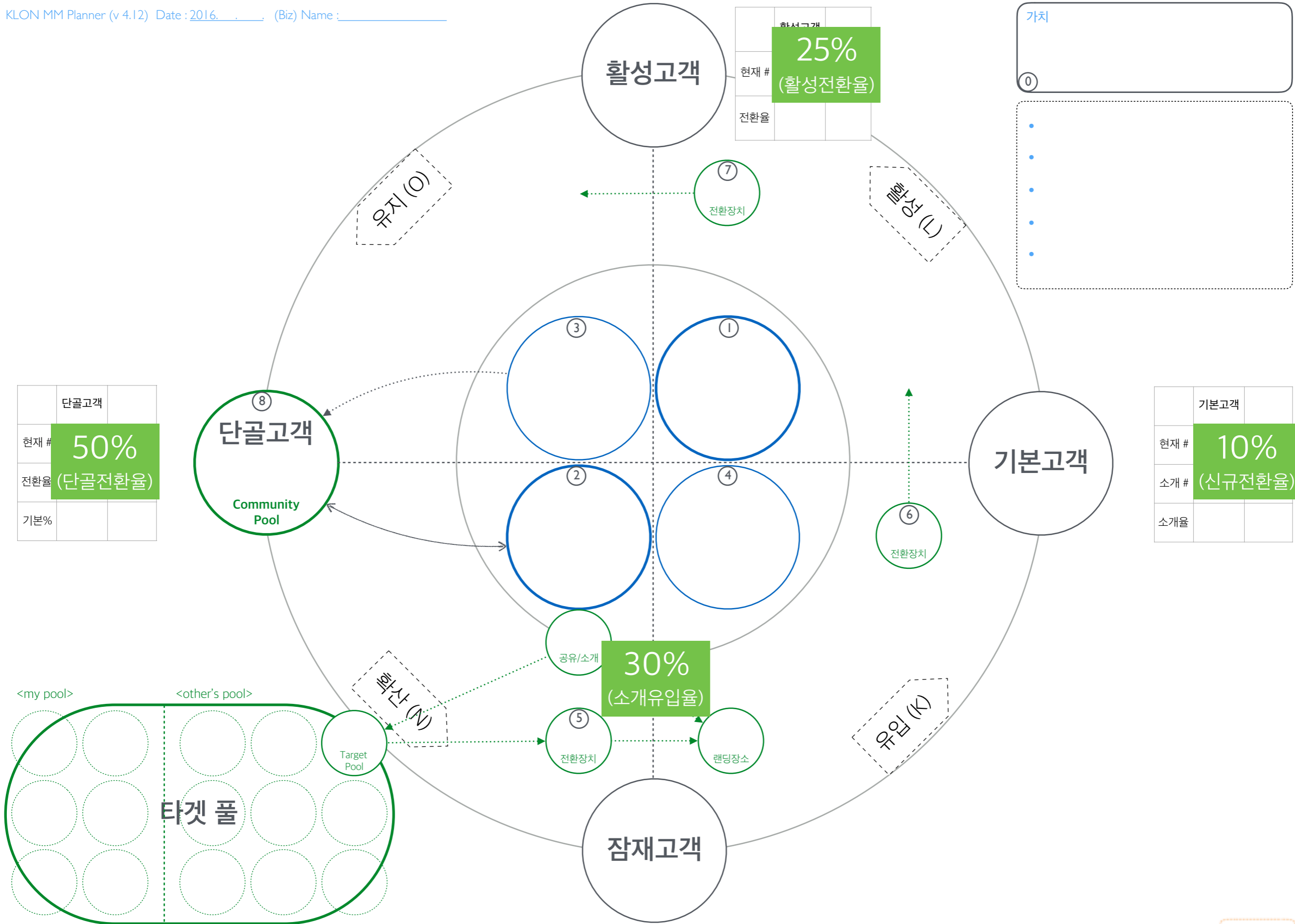
(금전출납부)
회계데이터

수익 시스템



(고객출납부)
고객데이터

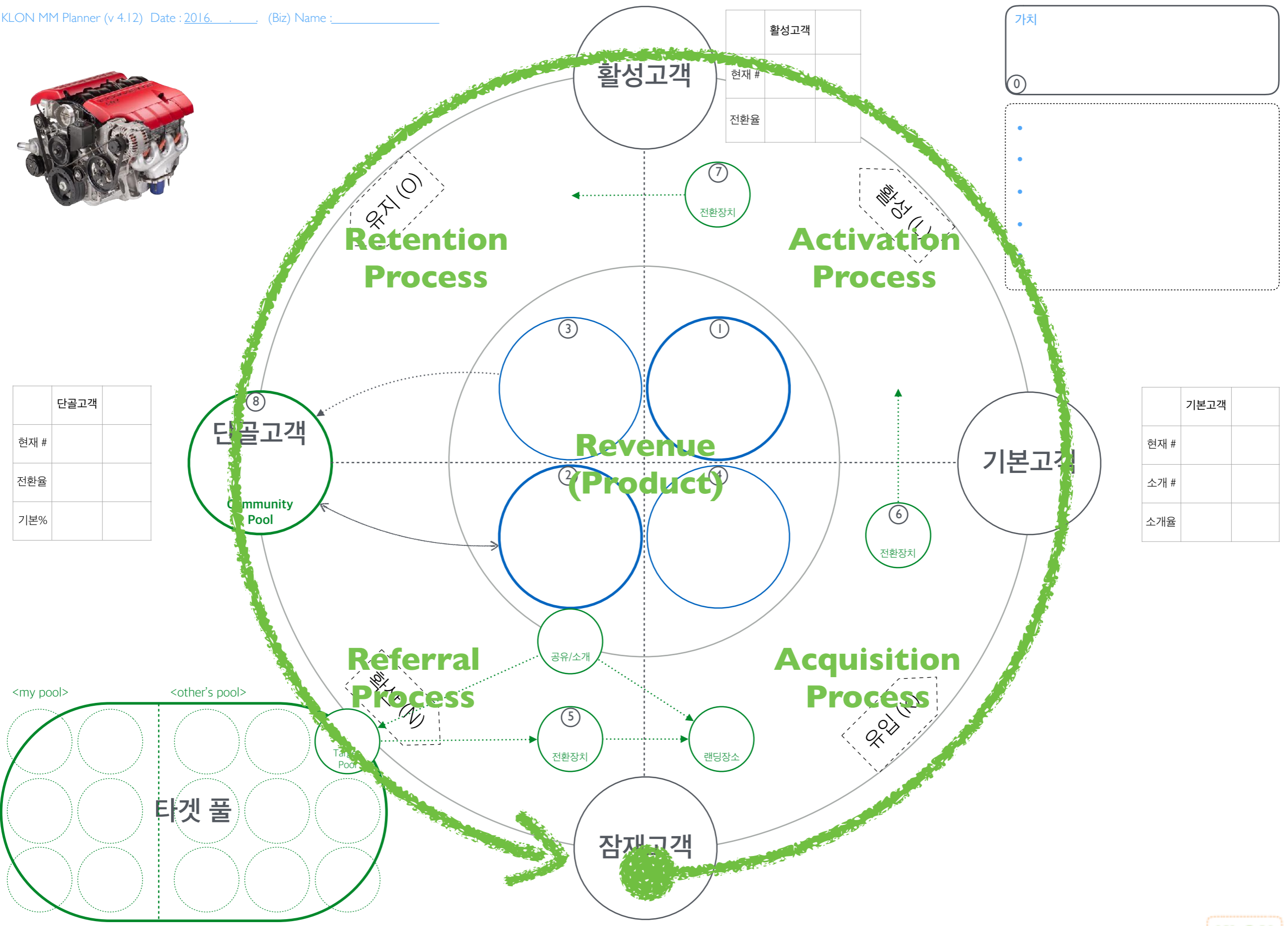
고객창출 시스템



단골고객	
현재 #	50%
전환율	(단골전환율)
기본%	

활성고객	
현재 #	25%
전환율	(활성전환율)

기본고객	
현재 #	10%
소개 #	(신규전환율)
소개율	



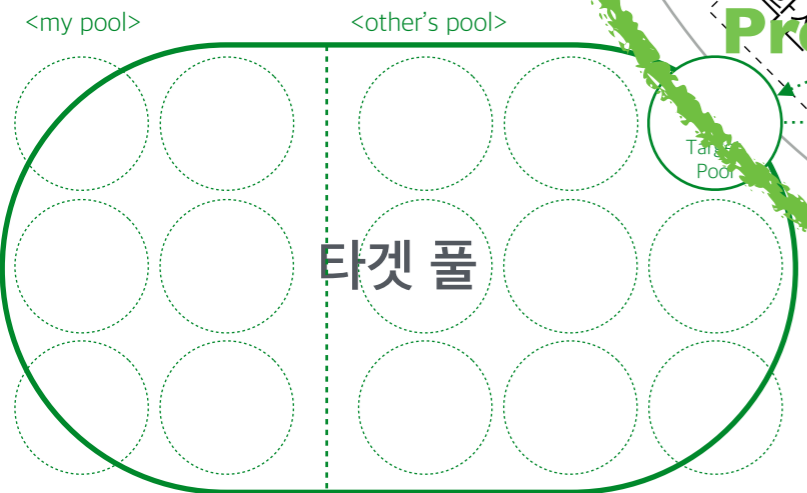
활성고객		
현재 #		
전환율		

가치	
0	

-
-
-
-

단골고객		
현재 #		
전환율		
기본%		

기본고객		
현재 #		
소개 #		
소개율		



‘실행’

“시간이 필요하다”

단계별 전략

초기시장

주류시장

설계단계
(1시간~3시간)

시제품
만들기

시운전 단계
(3개월~1년)

확산 단계
(1년 ~ 3년...)

MVP 만들기
(Minimum Viable
Product)
(최소기능제품)

from 린스타트업

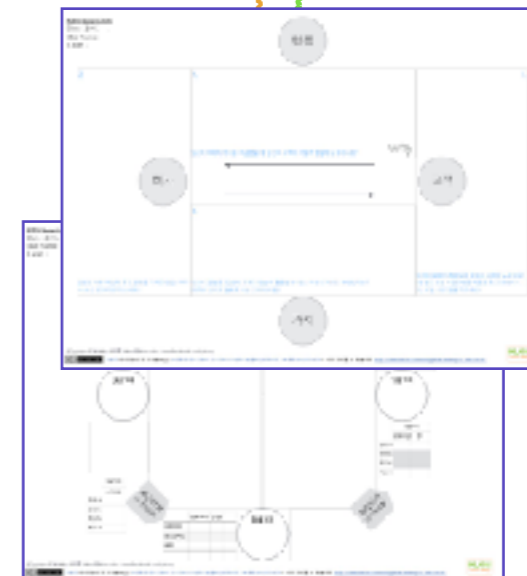
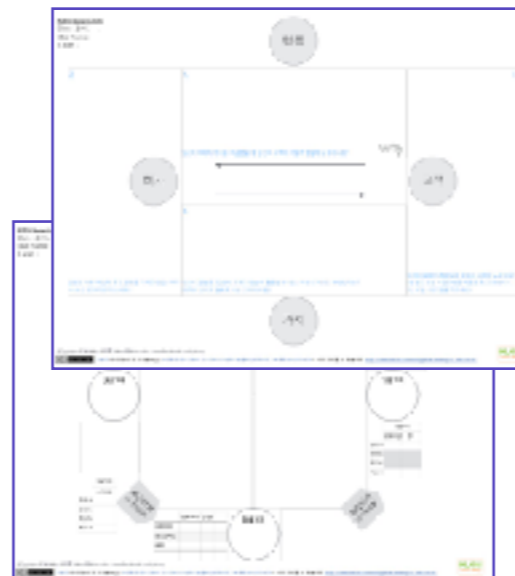
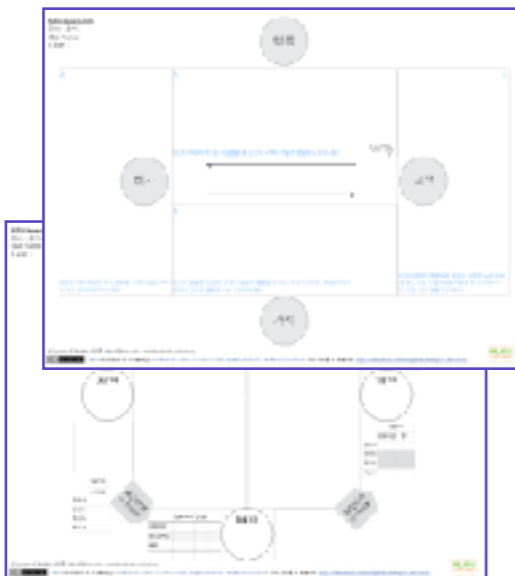
PMF 단계
(Product Market Fit)
(제품시장궁합)

from 그로스해킹

시간적 확산: 팬덤 키우기

공간적 확산: 전국화 > 세계화

시장별 확산: 산업별, 규모별



‘작마클 커뮤니티’

KLON.KR



작은마케팅리뷰

검색 [] 가 가 가

사문 FAQ 11명의 질문자4 4월가입

공지 및 알림 기본 게시판 지역사랑 기초반 공부방 초급반 공부방 마케팅

<p>A.작마클 이론편</p> <p>월일마당</p> <p>17년 1월 작마클 이론강의 편람 [서울, 다...]</p> <p>12월 작마클 이론강의 편람 (서울, 대구, ...)</p> <p>12월 작마클 교육과정(서울,대구,부산) ...</p> <p>작은마케팅의 고객데이터관리 (12/3) 노 ...</p> <p>작마클, 마케팅전략작성 (12/10) 정유진님 ...</p> <p>작마클잡담</p> <p>마케팅은 비즈의 시작 ...</p> <p>랜서와 스타트업의 차이 (투자와 자립) ...</p> <p>청일의 핵심은 버리기 (말과와 본말) 2 ...</p> <p>웹프리미엄이상을 벗어나는 마케팅 ...</p> <p>플랫폼이 필요하다? 광고의 사고와 창조적 ...</p> <p>작은마케팅 질문답변</p> <p>대학생을 위한 작마클 수강후, 학생들의 질문어 ...</p> <p>작은마케팅과 관련된 질문은 여기어 ...</p> <p>가입원사</p> <p>새로운 홈페이지입니다. 1 ...</p>	<p>B.작마클 실습편</p> <p>더보기</p>	<p>C.작마클 데이터편</p> <p>작마클소식</p> <p>올해 마지막 스터디모임도 잊으려 ...</p> <p>크리스마스이브에 열린 작마클(서울12/24)</p> <p>작마클 실계실습(12/17) 이윤은 쌤 비즈 ...</p> <p>작마클 시뮬(12/1), 양보영의 온오프라인 ...</p> <p>작마클 시뮬(12/10) 손이입니다 ...</p> <p>자료실</p> <p>작마클 가이드북 2016.12.20 버전 ...</p> <p>작마클 워크북 (KLON MM Planner ... 2 ...</p> <p>작마클 커리큘럼 2016'108 버전 ...</p> <p>작마클 강의 동영상 (2015.7.2) ...</p> <p>작마클 워크북 KLON MM Planner v ...</p> <p>추기게시판</p> <p>더프님 감사합니다! 1 ...</p> <p>자유게시판</p> <p>이상훈 대표님 자유게시판은? 1 ...</p>	<p>D.스터디모임(매월리뷰)</p> <p>더보기</p>
--	------------------------------------	---	--

회원관리

회원번호 * * * * * 로그인

회원가입 정보찾기 자동로그인

작마클 커리큘럼

작마클 강의 슬라이드

작마클 강의동영상

작마클 워크북

고객데이터관리 양식

강연요청

페이스북 페이지

페이스북 그룹

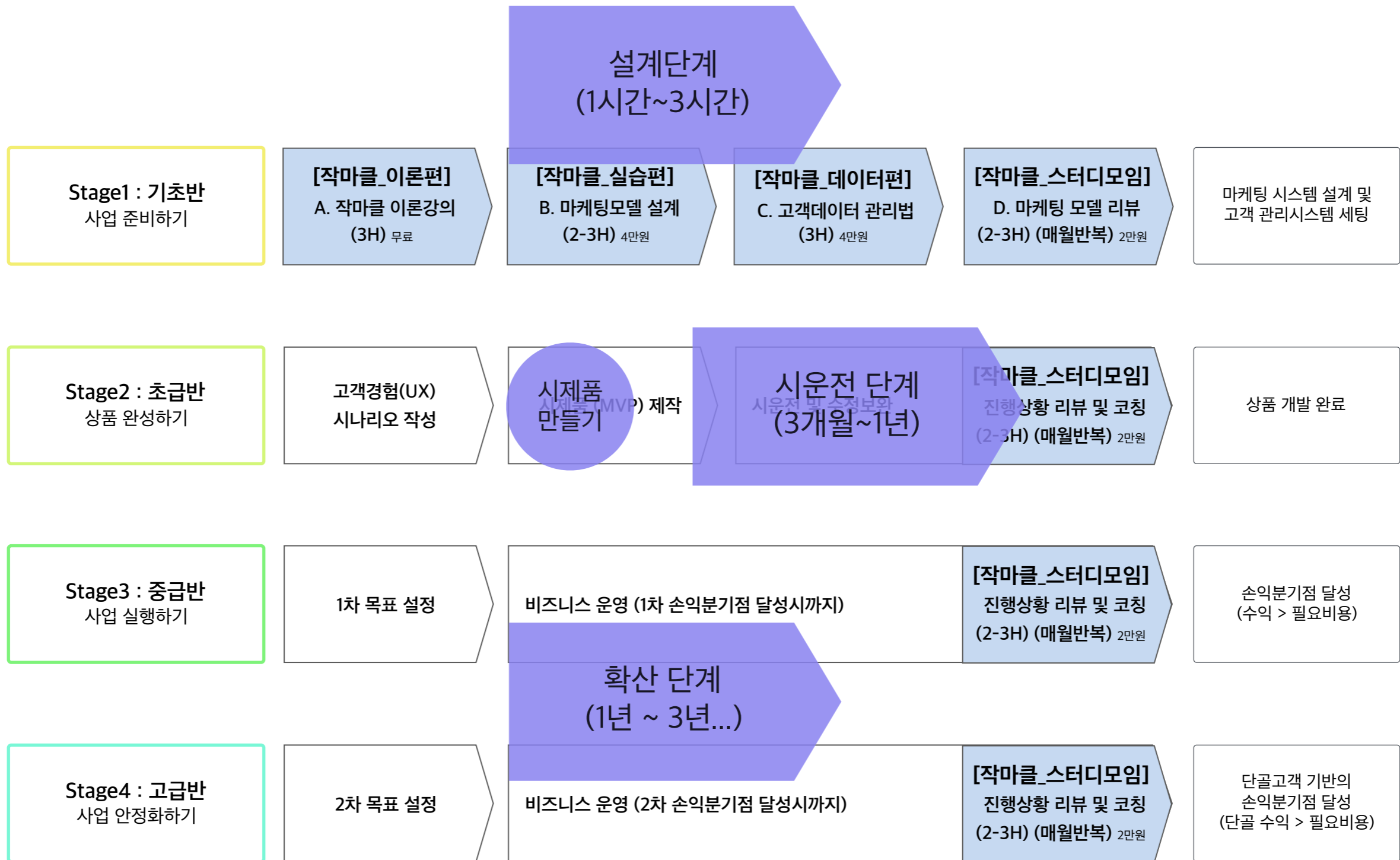
페이스북(이상훈)

페이스북 그룹

작은마케팅



작은마케팅 창업/전환 로드맵



작마클_실습편

stage 1



‘마케팅 프레임’ 만들기

작성법

(stage I)

marketing FRAME

행동

⑦ 누구나 하는 세상

why

⑥ 세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.

회사

① 제품 / 서비스 / 기술

[Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

③ 3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

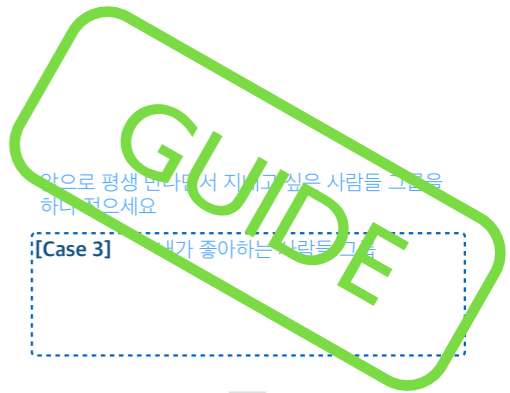
A
B
C

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤



[Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②	나이	성별	직업
A			
B			
C			

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이여야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)



marketing FRAME

행동

⑦ 누구나 하는 세상
 평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가?

why

⑥ 세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.

③ 3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤

고객

②

나이	성별	직업
A		
B		
C		

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술

작은마케팅 방법론
 컨설팅, 강의, 코칭, 상담

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이여야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

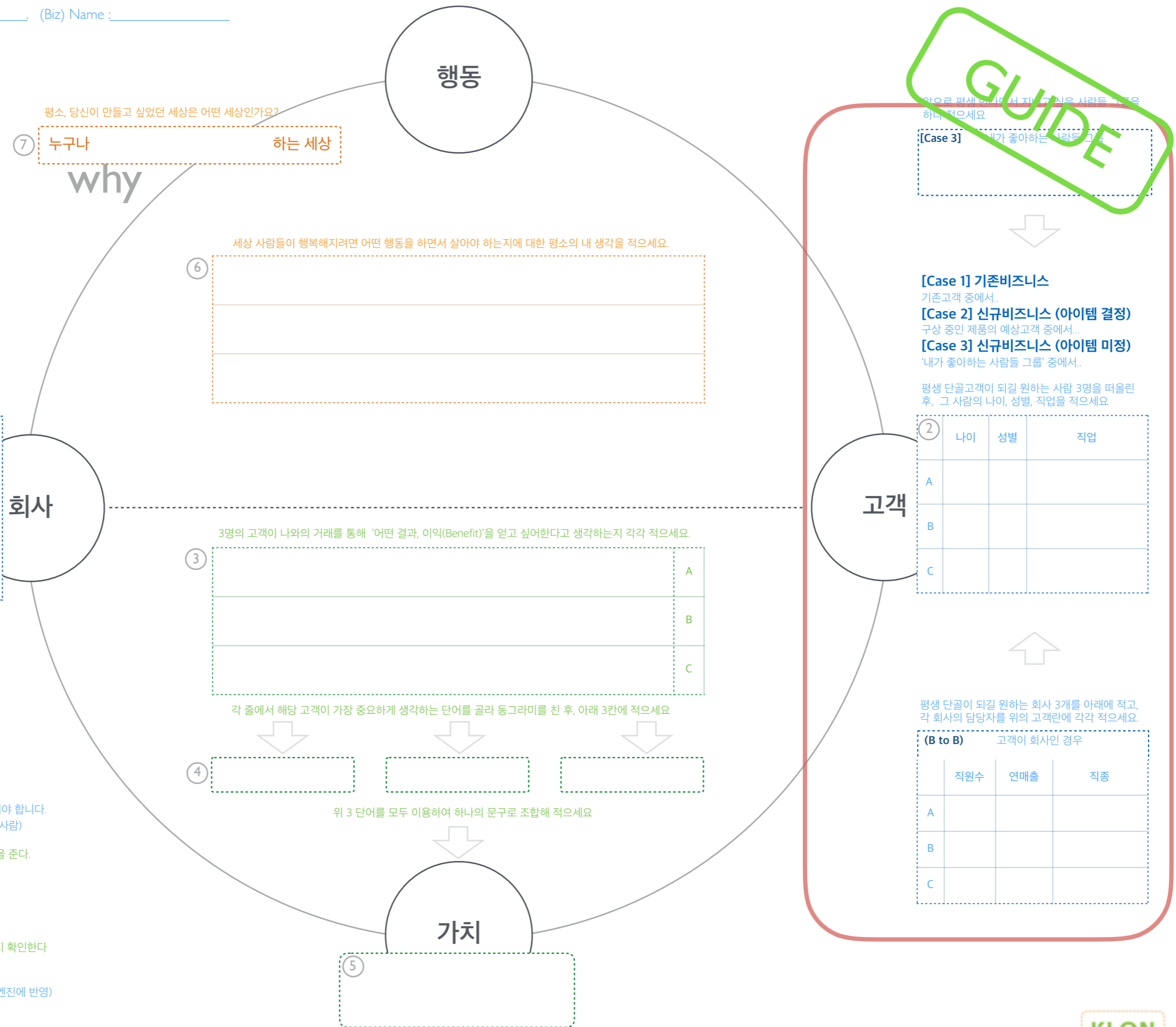


③ [Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹

[Case 1] 기존비즈니스
 기존고객 중에서..
 [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
 구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
 [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
 '내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

marketing
FRAME



- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대입했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

안으로 편해서 디자인은 사람들이 좋아
하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹

[Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..

[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..

[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②

	나이	성별	직업
A			
B			
C			

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

**marketing
FRAME**

행동

⑦ **누구나 하는 세상**
평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가?

why

⑥ **세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.**

③ **3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.**

	A
	B
	C

④ **각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요**

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤

회사

① **제품 / 서비스 / 기술**
**작은마케팅 방법론
컨설팅, 강의, 코칭, 상담**

고객

②

	나이	성별	직업
A	20후	남	스타트업 대표
B	40후	남	1인기업
C	30후	여	소상공인

② **(B to B) 고객이 회사인 경우**

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요



안으로 평생 만나면, 저게는 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요
[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹

[Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이여야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

marketing FRAME

행동

⑦ 누구나 하는 세상
why

⑥ 세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술
회사

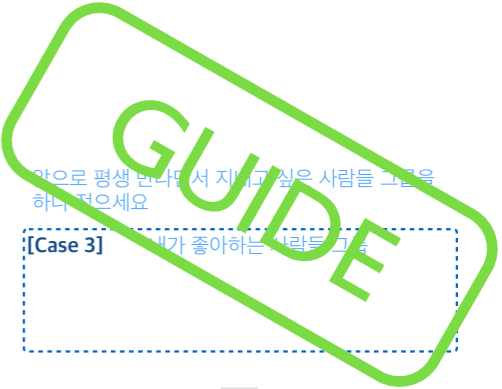
③ 3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

	A
	B
	C

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

⑤ 위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치



안으로 평생 만나면서 재고 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹



- [Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②	나이	성별	직업
A			
B			
C			



평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

marketing FRAME

행동

⑦ **누구나 하는 세상**
 평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가?

why

⑥ **세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.**

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① **제품 / 서비스 / 기술**
**작은마케팅 방법론
 컨설팅, 강의, 코칭, 상담**

회사

③ **3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.**

③	마케팅의 핵심, 사업의 본질 파악, 정리	A
	마케팅을 제대로 잘 하고 있는지 확인	B
	회사의 기틀 잡기, 틀 기반, 시스템	C

④ **각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요**

정리 제대로 기반

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤ **사업기반을 제대로 정리**

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)



앞으로 평생 만나면, 저게는 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹



- [Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②	나이	성별	직업
A	20후, 남	스타트업 대표	
B	40후, 남	1인기업	
C	30후, 여	소상공인	



평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

marketing FRAME

행동

⑦ 누구나 하는 세상
평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가요?

why

⑥ 세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술

회사

③ 3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

	A
	B
	C

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤

고객

②

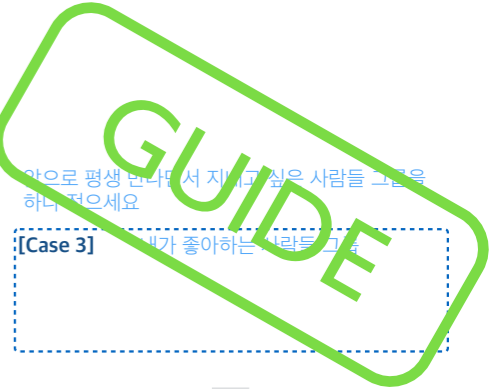
나이	성별	직업
A		
B		
C		

② (B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- [Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
 - [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
 - [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..
- 평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.



- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사상은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)



marketing FRAME

행동

⑦ 누구나 하는 세상
평소, 당신이 만들고 싶었던 세상은 어떤 세상인가?

why

⑥ 세상이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.
외부에 의존하지 않고 독립적으로 살아간다.
하고 싶은 일을 찾아 비즈니스화 한다.
자신의 고객과 공동체를 만들고 함께 논다.

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술
작은마케팅 방법론
컨설팅, 강의, 코칭, 상담

회사

③ 3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.
마케팅의 핵심, 사업의 본질 파악, 정리
마케팅을 제대로 잘 하고 있는지 확인
회사의 기틀 잡기, 틀 기반, 시스템

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요
정리 제대로 기반

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤ 사업기반을 제대로 정리



안으로 평생 만나면, 저게는 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹



- [Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②	나이	성별	직업
A	20후, 남	남	스타트업 대표
B	40후, 남	남	1인기업
C	30후, 여	여	소상공인



평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

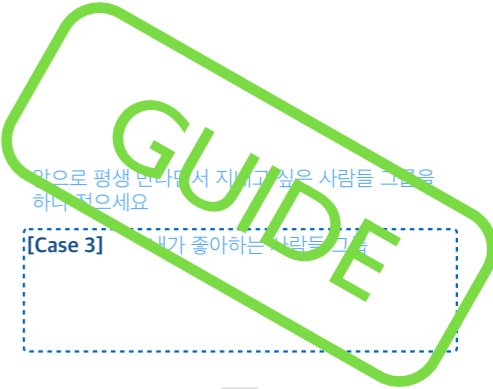
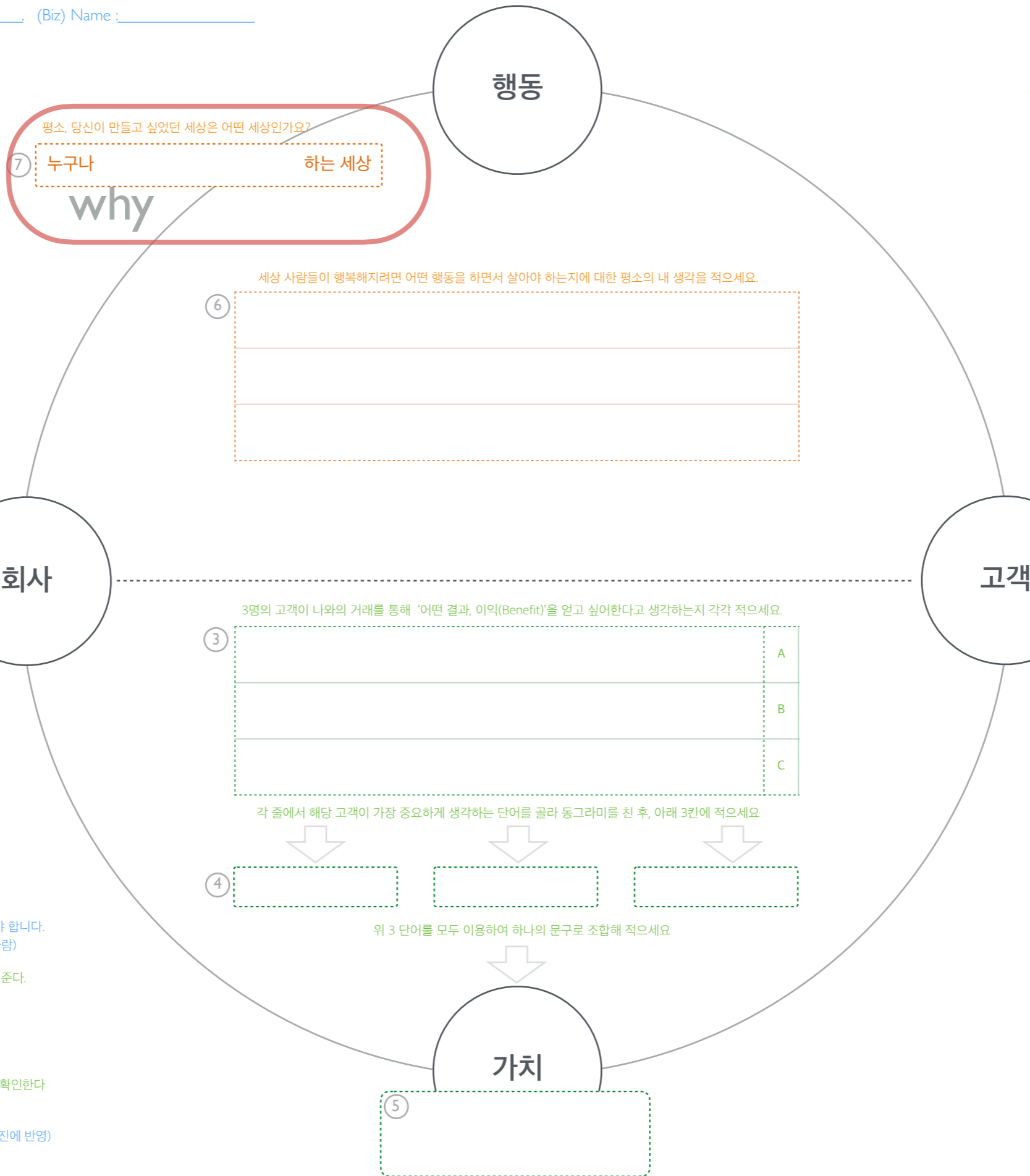
(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이여야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)



marketing FRAME



안으로 평생 만나면서 재고 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹



- [Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

2	나이	성별	직업
A			
B			
C			



평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

1 제품 / 서비스 / 기술

6 세상 사람들이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.

3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.

3		A
		B
		C

4 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

- 2 ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- 3 ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- 4 ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- 5 ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대입했을 때 만족하는지 확인한다
- 6 ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

5



marketing FRAME

행동

⑦ 누구나 자기 비즈니스를 쉽게할 수 있는 세상
why

⑥ 세상이 행복해지려면 어떤 행동을 하면서 살아야 하는지에 대한 평소의 내 생각을 적으세요.
외부에 의존하지 않고 독립적으로 살아간다.
하고 싶은 일을 찾아 비즈니스화 한다.
자신의 고객과 공동체를 만들고 함께 논다.

- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술
작은마케팅 방법론
컨설팅, 강의, 코칭, 상담

회사

③ 3명의 고객이 나와의 거래를 통해 '어떤 결과, 이익(Benefit)'을 얻고 싶어한다고 생각하는지 각각 적으세요.
마케팅의 핵심, 사업의 본질 파악, 정리
마케팅을 제대로 잘 하고 있는지 확인
회사의 기틀 잡기, 틀 기반, 시스템

④ 각 줄에서 해당 고객이 가장 중요하게 생각하는 단어를 골라 동그라미를 친 후, 아래 3칸에 적으세요
정리 제대로 기반

위 3 단어를 모두 이용하여 하나의 문구로 조합해 적으세요

가치

⑤ 사업기반을 제대로 정리



앞으로 평생 만나면, 저게는 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹



[Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
[Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
[Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..
평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②	나이	성별	직업
A	20후, 남	남	스타트업 대표
B	40후, 남	남	1인기업
C	30후, 여	여	소상공인



평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

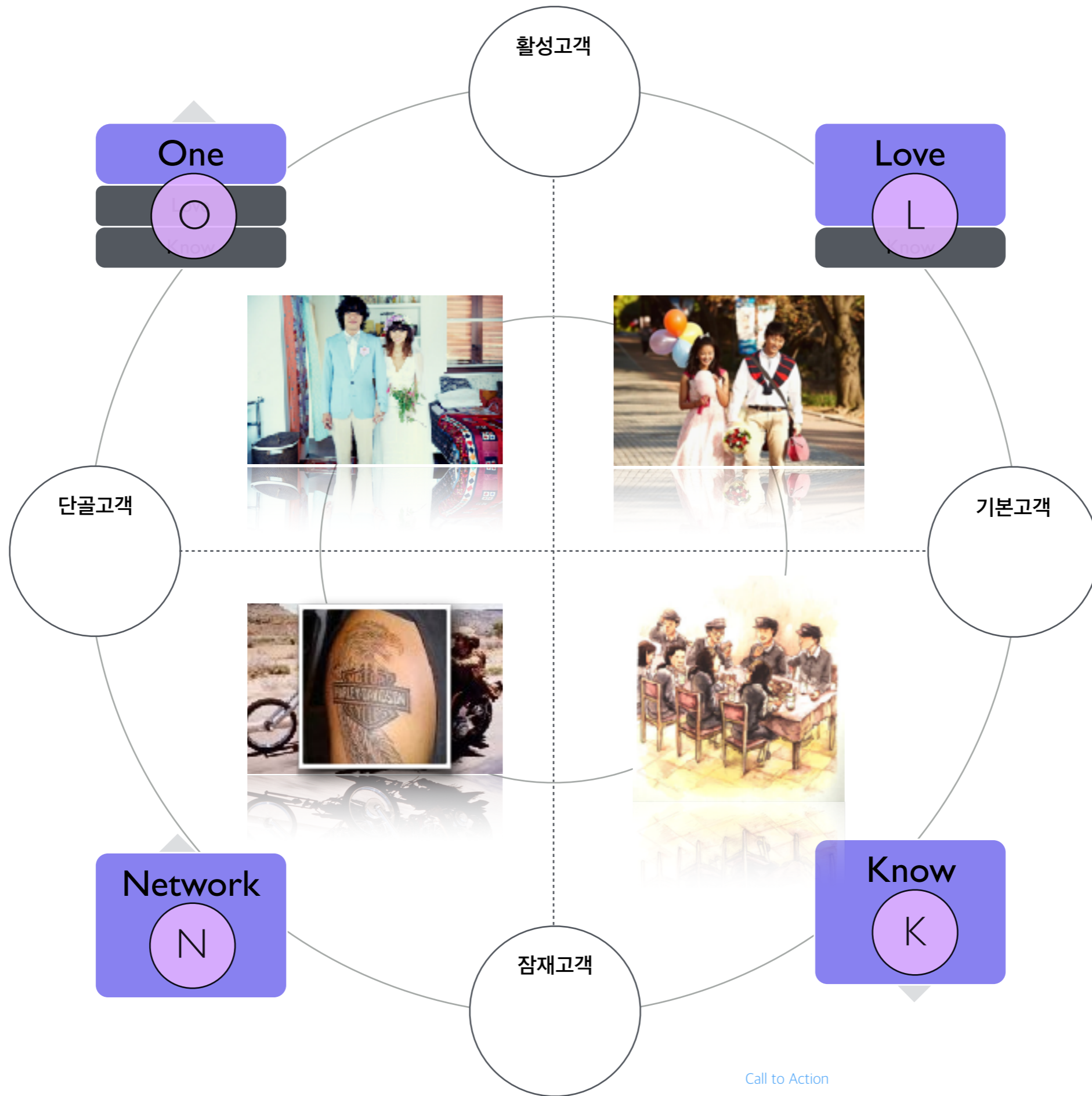
	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이여야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대입했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

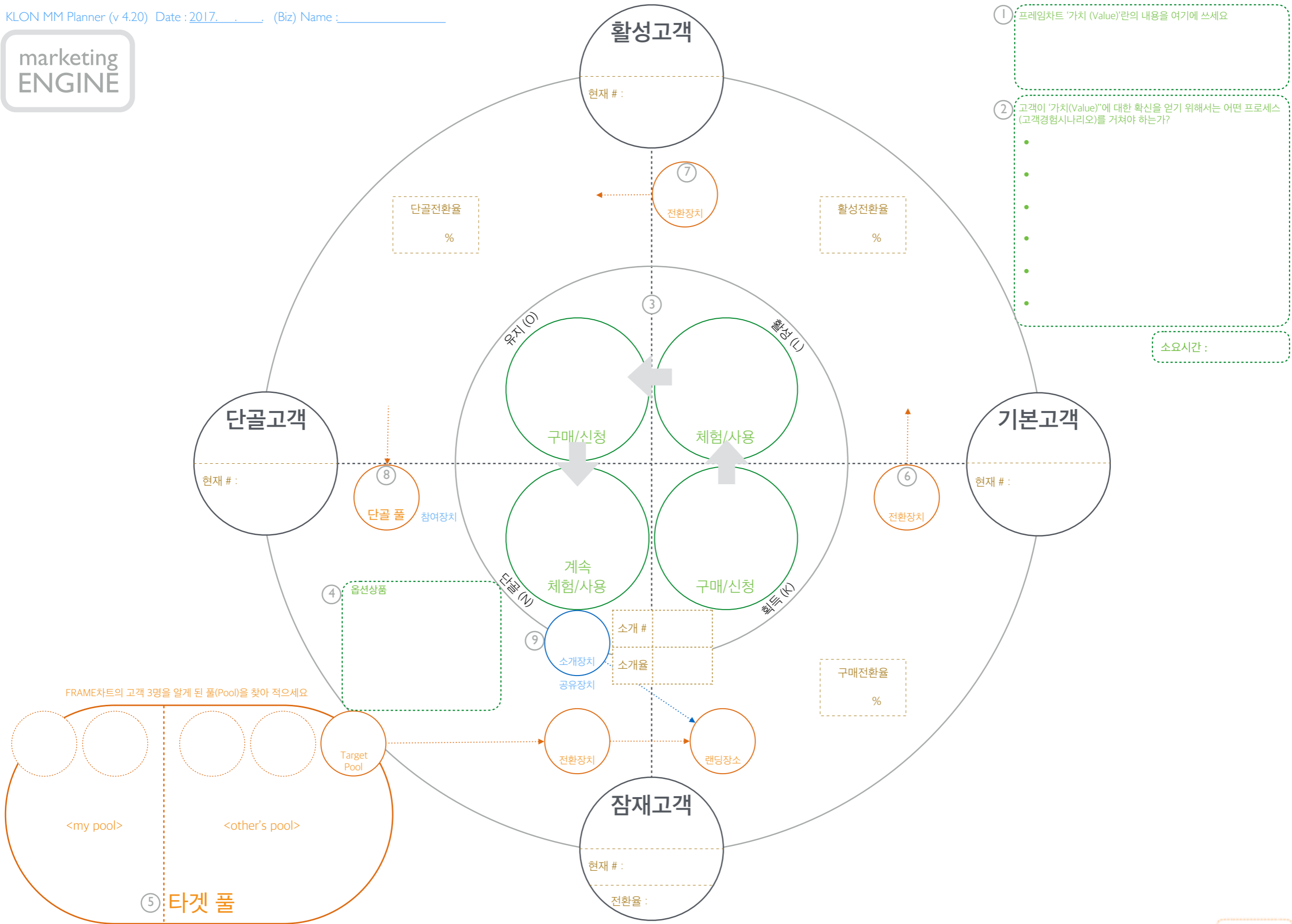
stage 2



‘마케팅 엔진’ 만들기



Call to Action

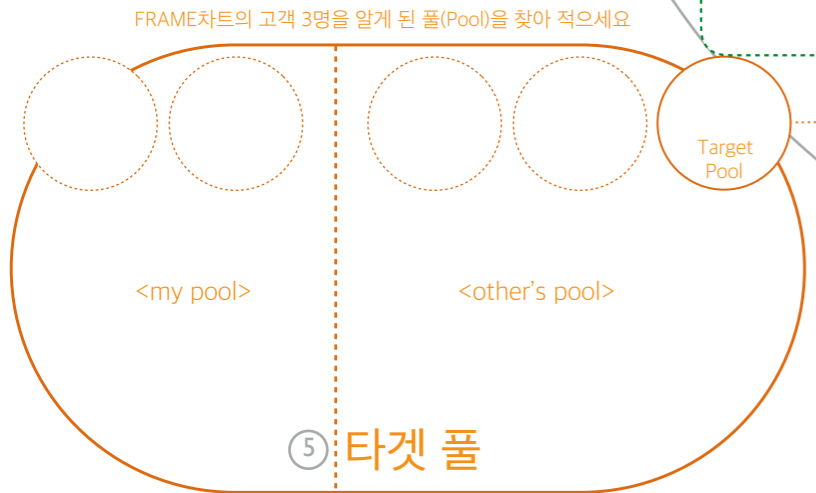


① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

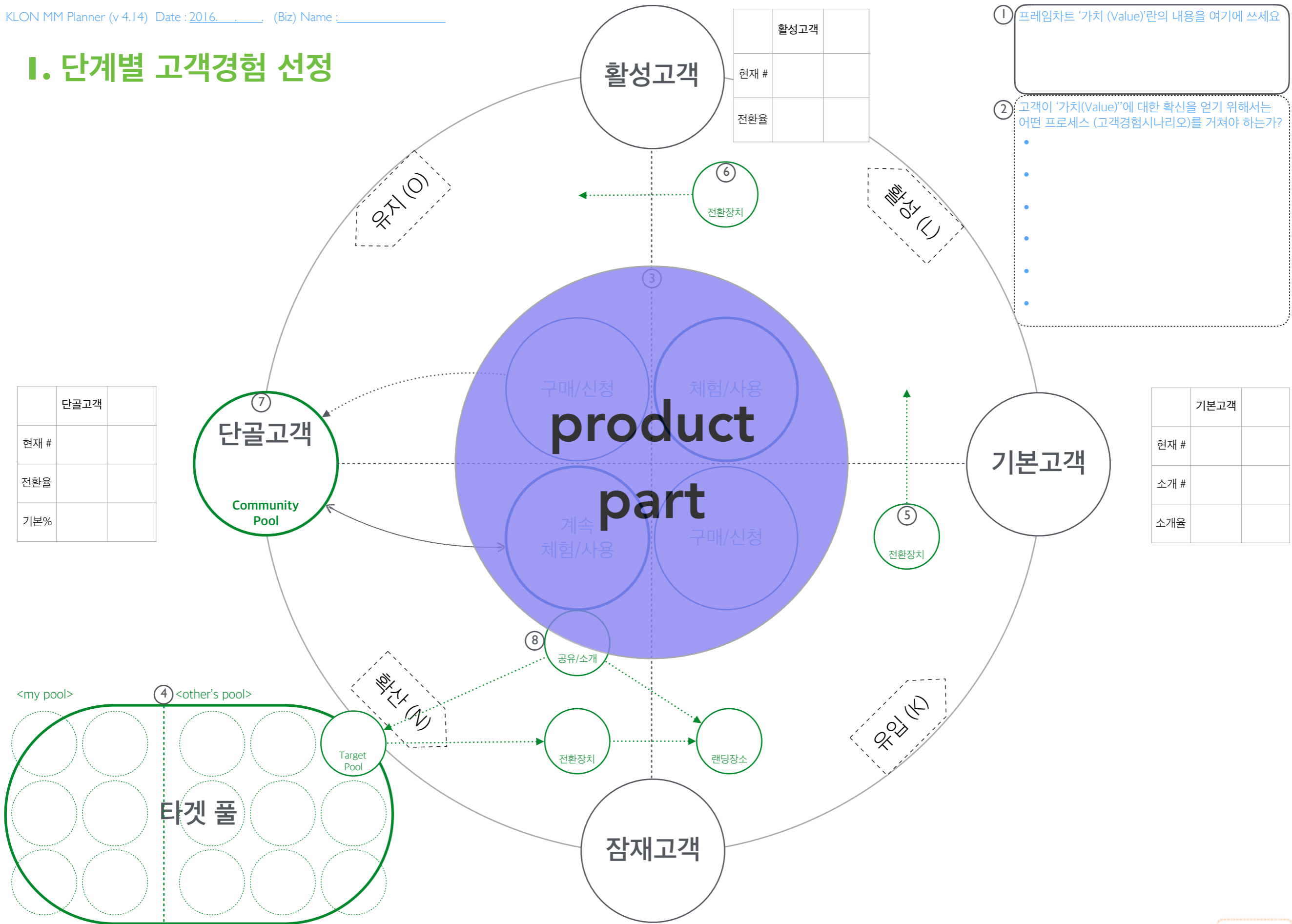
② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간:



I. 단계별 고객경험 선정



	활성고객	
현재 #		
전환율		

- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -

	단골고객	
현재 #		
전환율		
기본%		

	기본고객	
현재 #		
소개 #		
소개율		

<my pool> ④ <other's pool>

Target Pool

확신 (N)

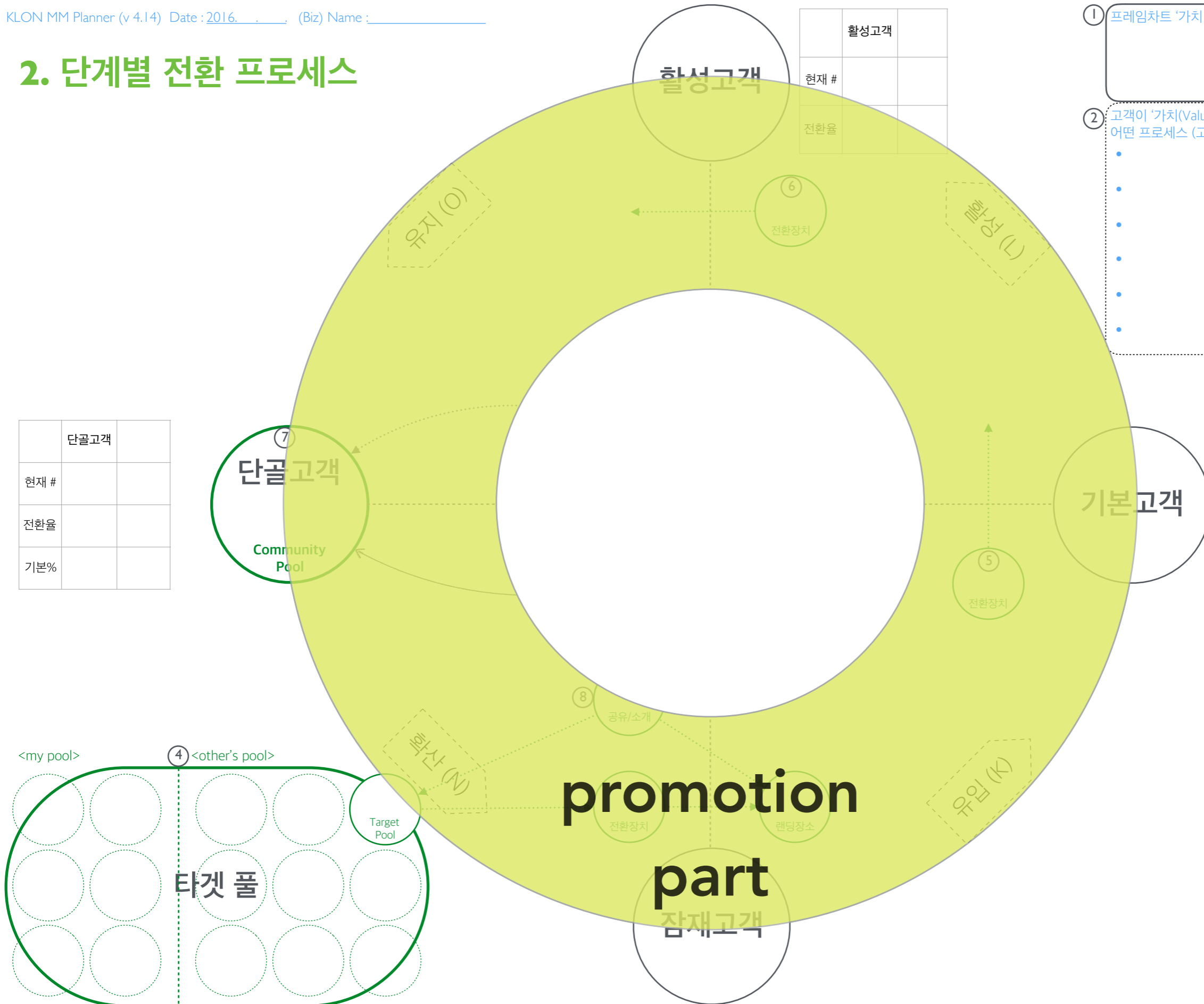
타겟 풀

2. 단계별 전환 프로세스

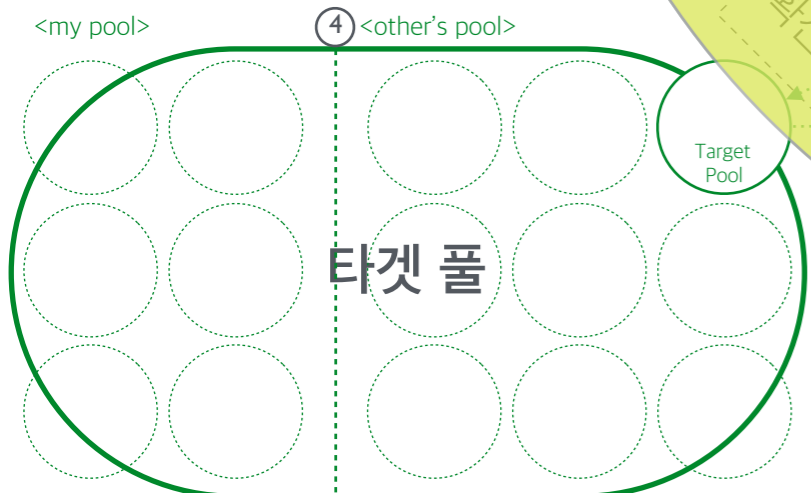
	단골고객	
현재 #		
전환율		
기본%		

	활성고객	
현재 #		
전환율		

	기본고객	
현재 #		
소개 #		
소개율		



- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -



업종별 사례 소개



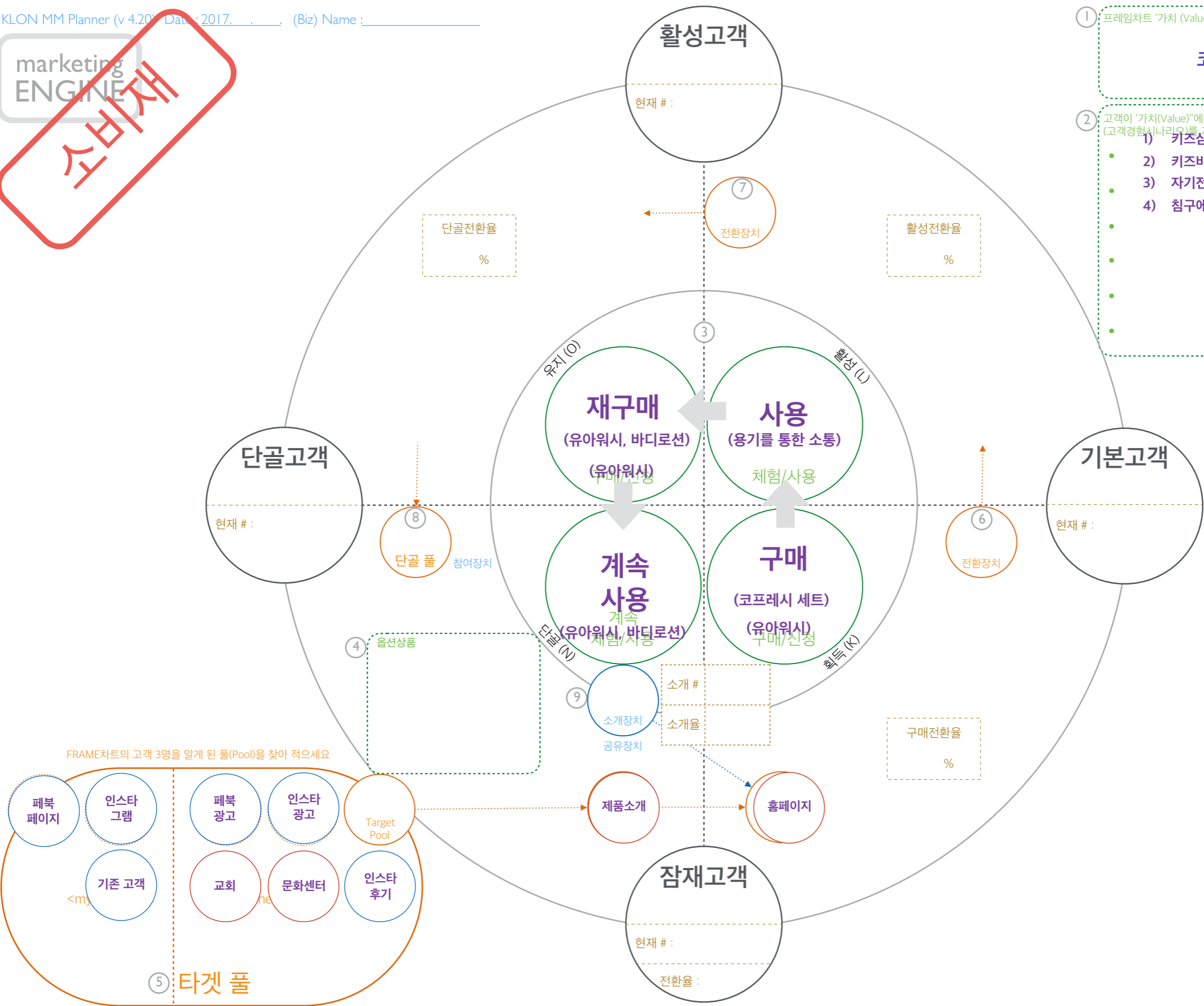
① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

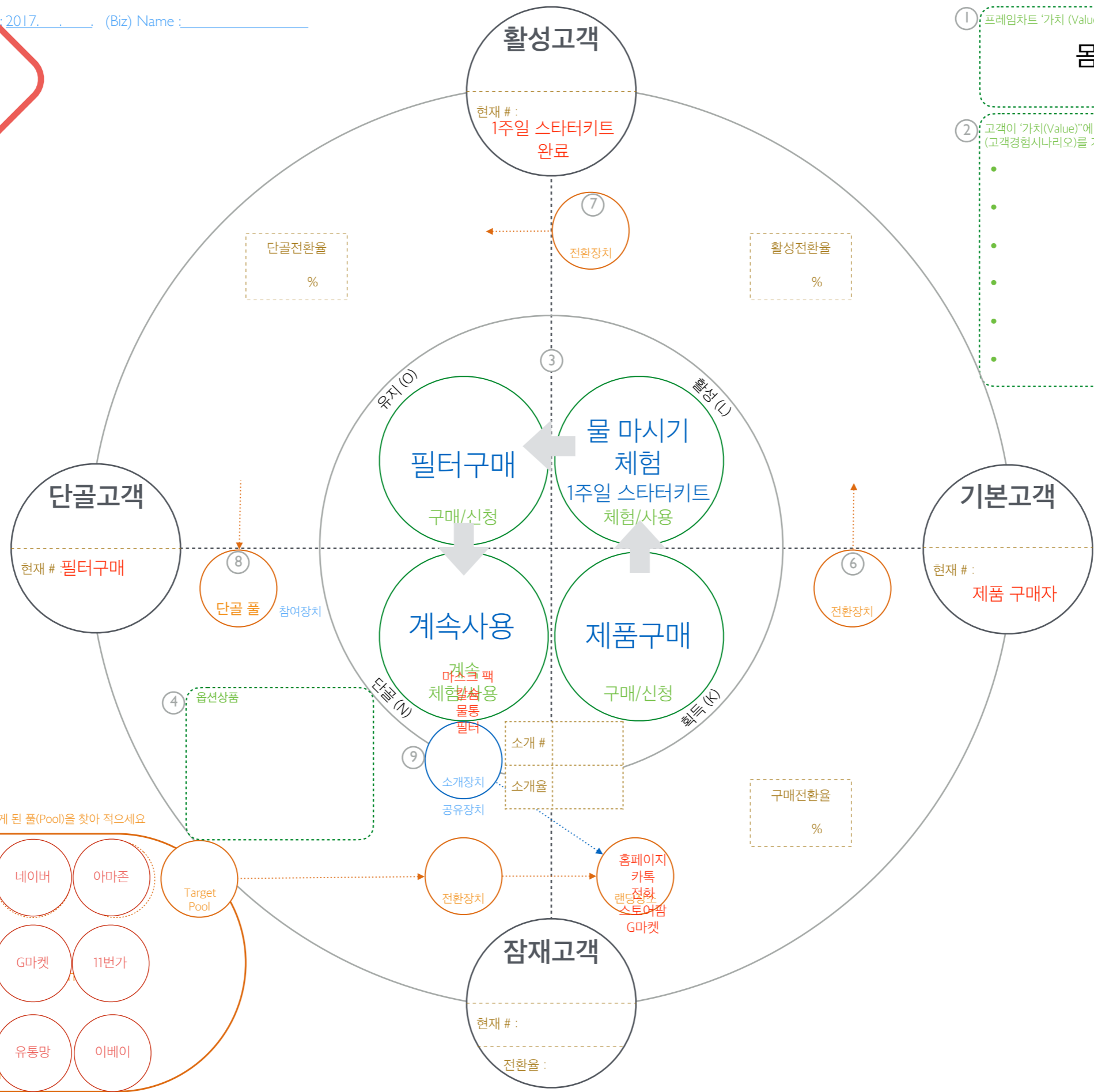
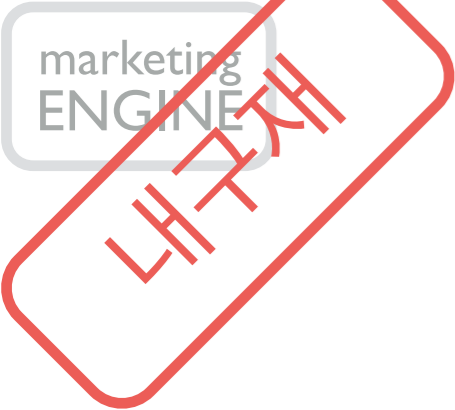
코막힘

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

- 1) 키즈삼우엔워시로 샤워
- 2) 키즈바디로션 바르기
- 3) 자기전에 코프레시밤
- 4) 침구에 림스프레이

소요시간 :





① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

몸에 좋은 물

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간 :

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

FB, Blog, 네이버, 아마존, Target Pool, 모임, my pool >, G마켓, 11번가, 유통망, 이베이

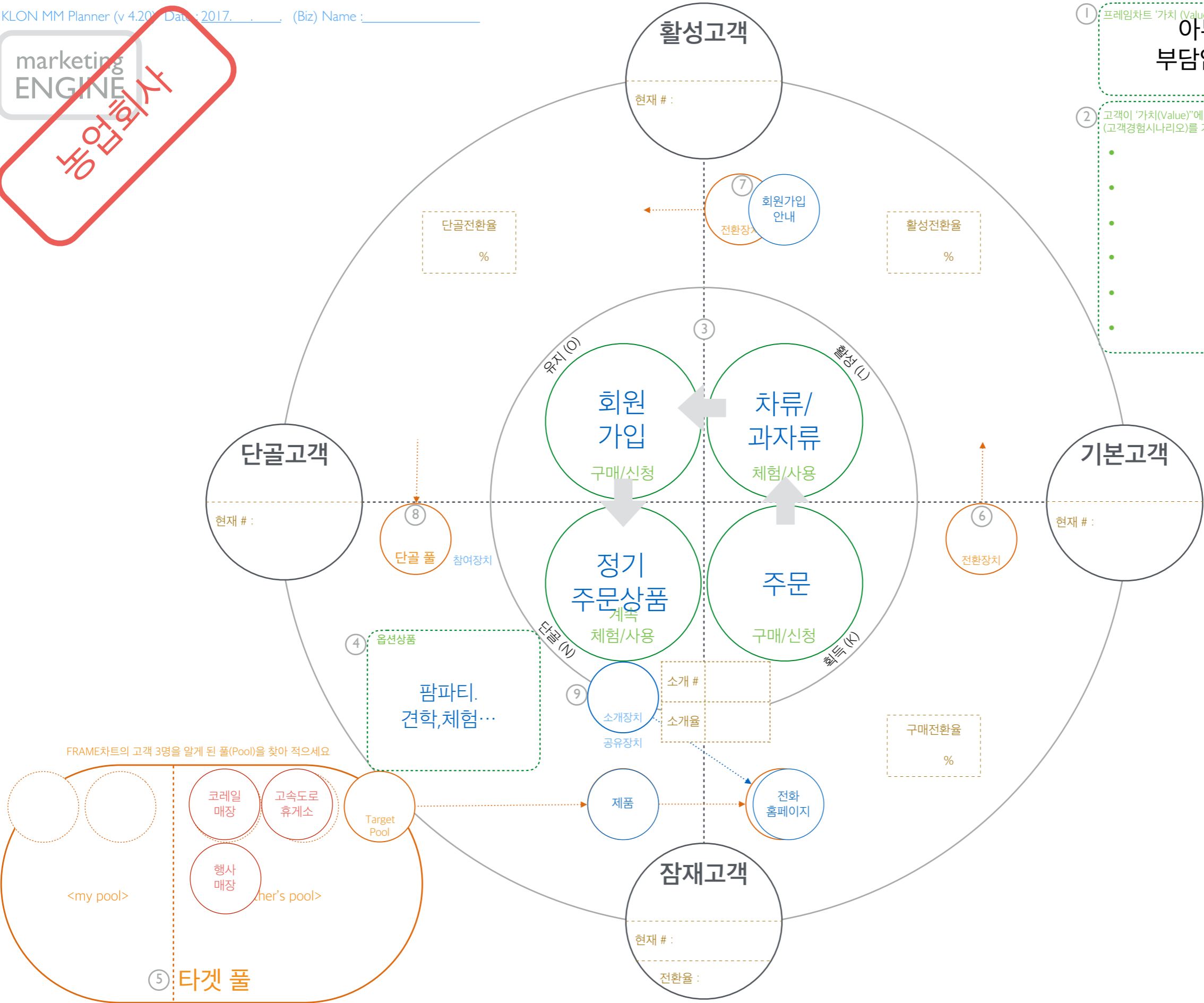
⑤



① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
아무리 먹어도 부담없는 먹을거리

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 .
 .
 .
 .
 .
 .

소요시간 :





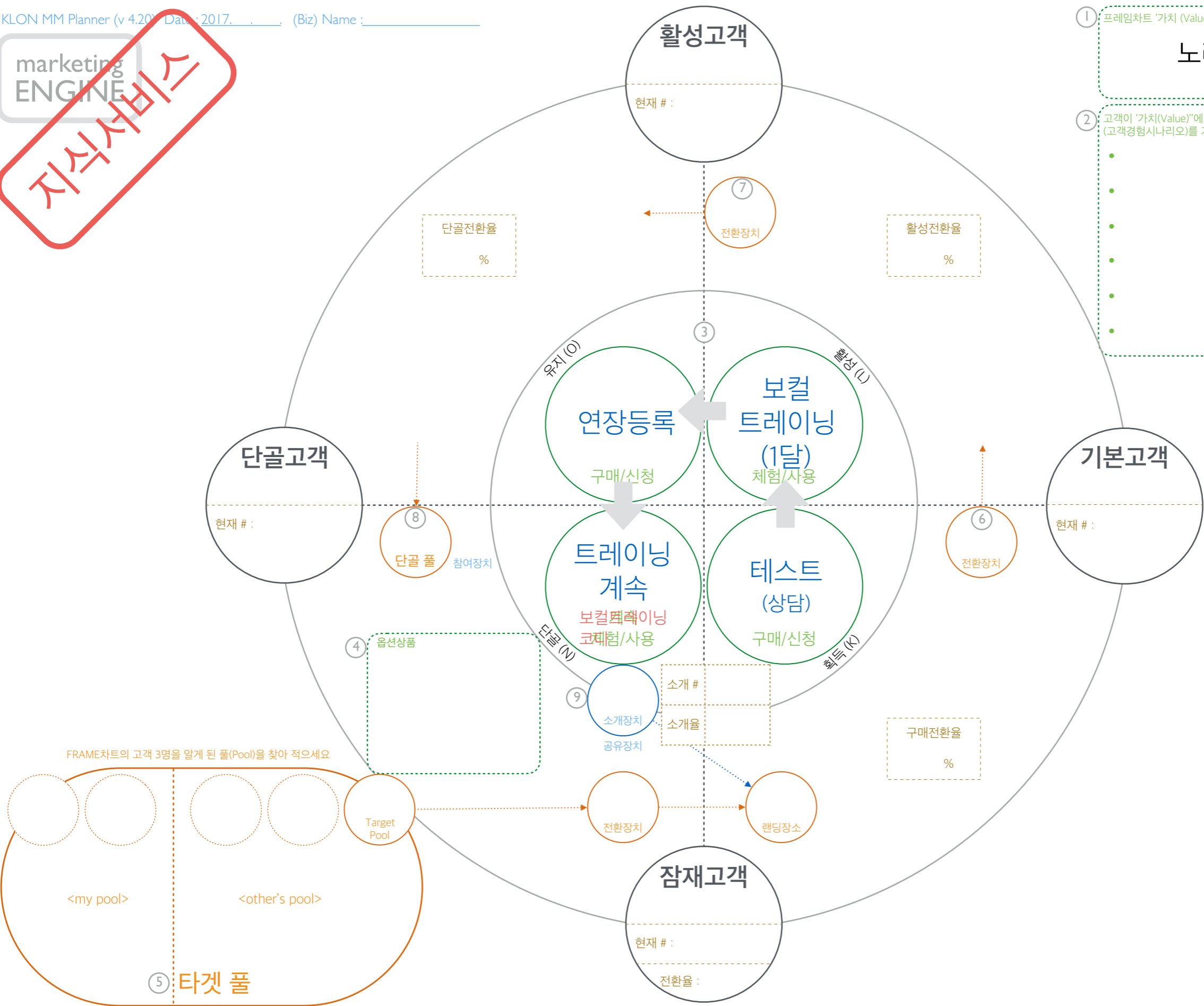
① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

노래 실력 향상

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간 :



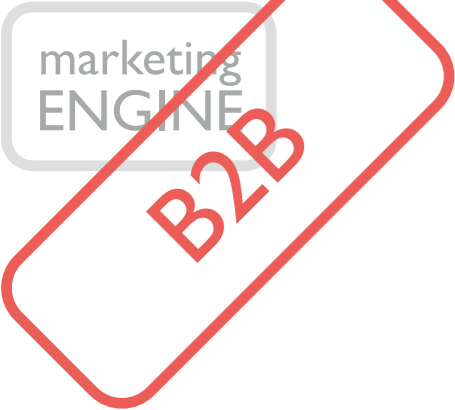
FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

Target Pool

<my pool> <other's pool>

⑤ 타겟 풀





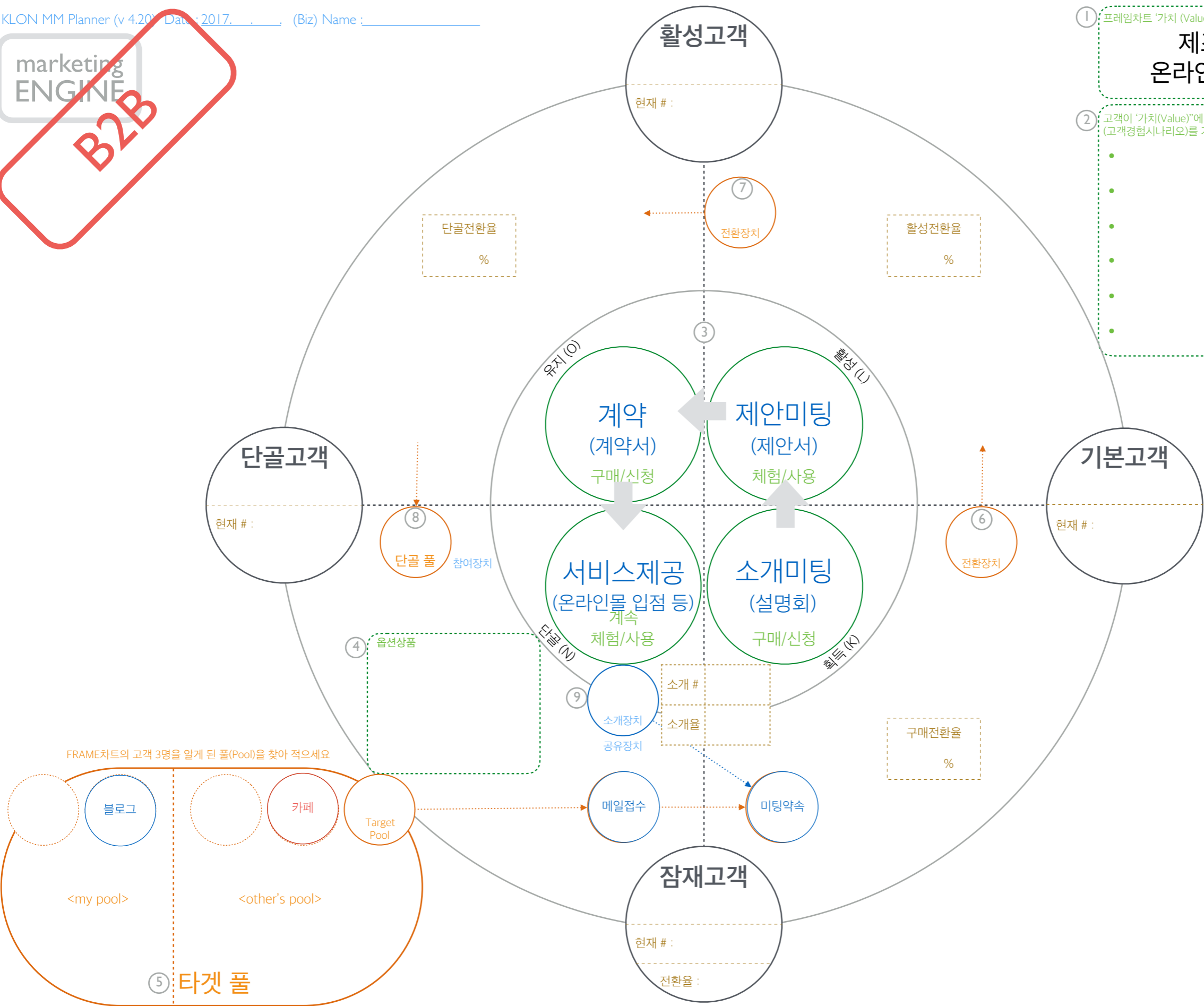
① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

제조업을 위한 온라인 홍보 및 판매

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간 :



FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

<my pool>

블로그

<other's pool>

카페

Target Pool

⑤ 타겟 풀



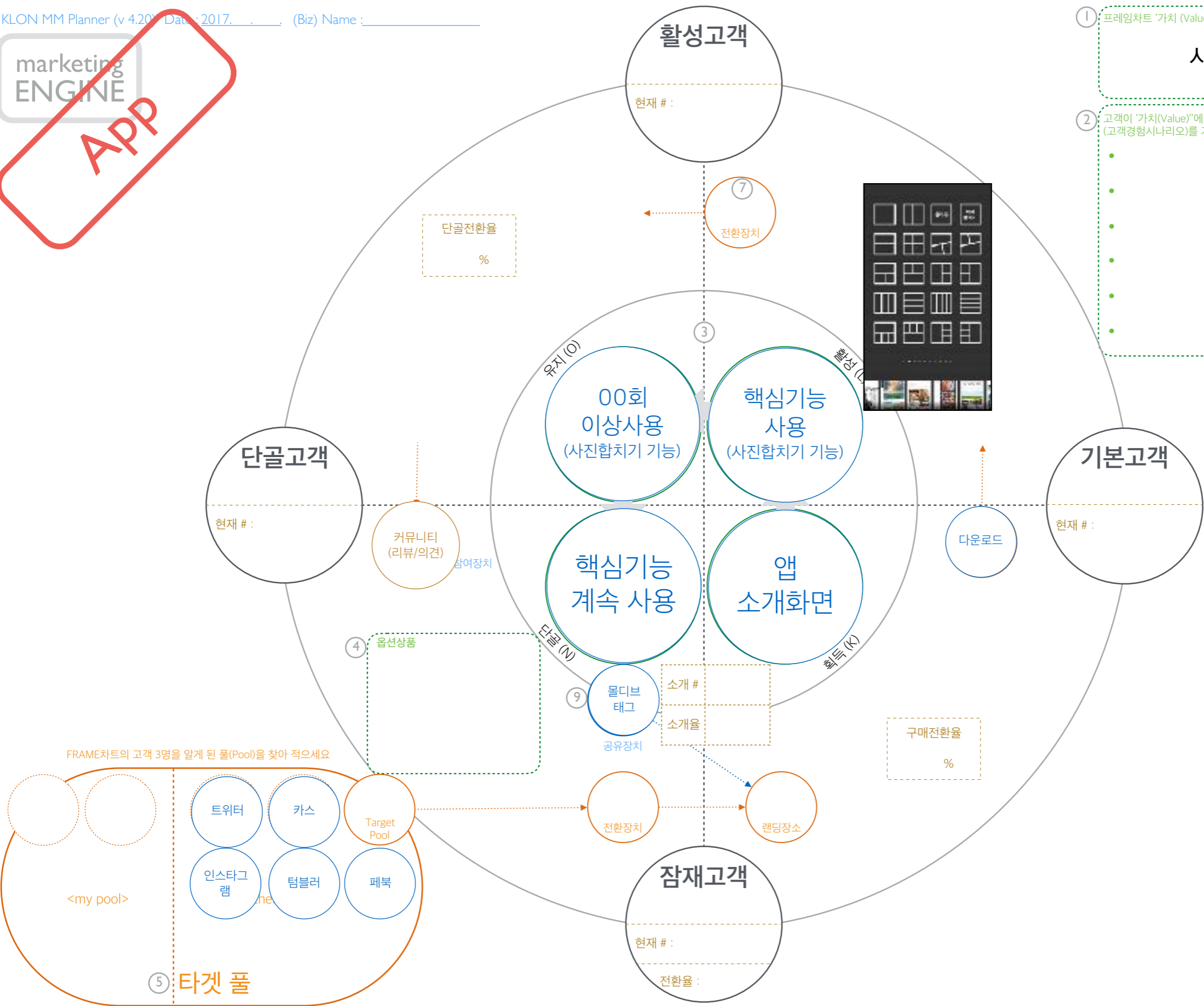
사진 합치기

1 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

2 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간 :

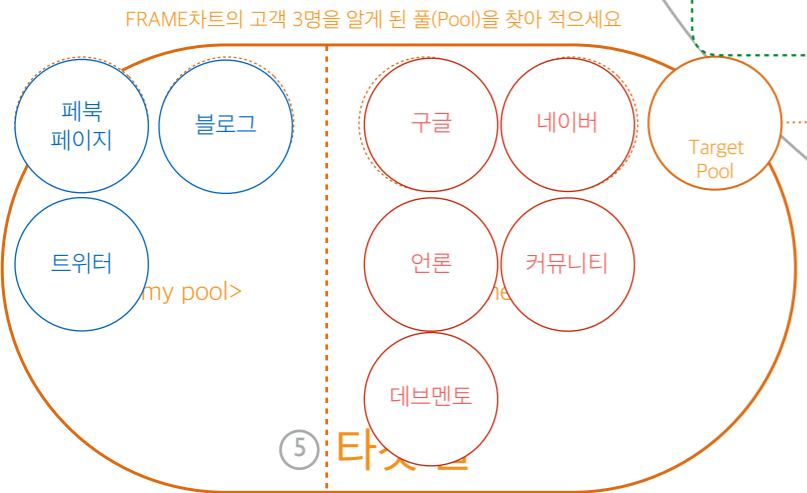
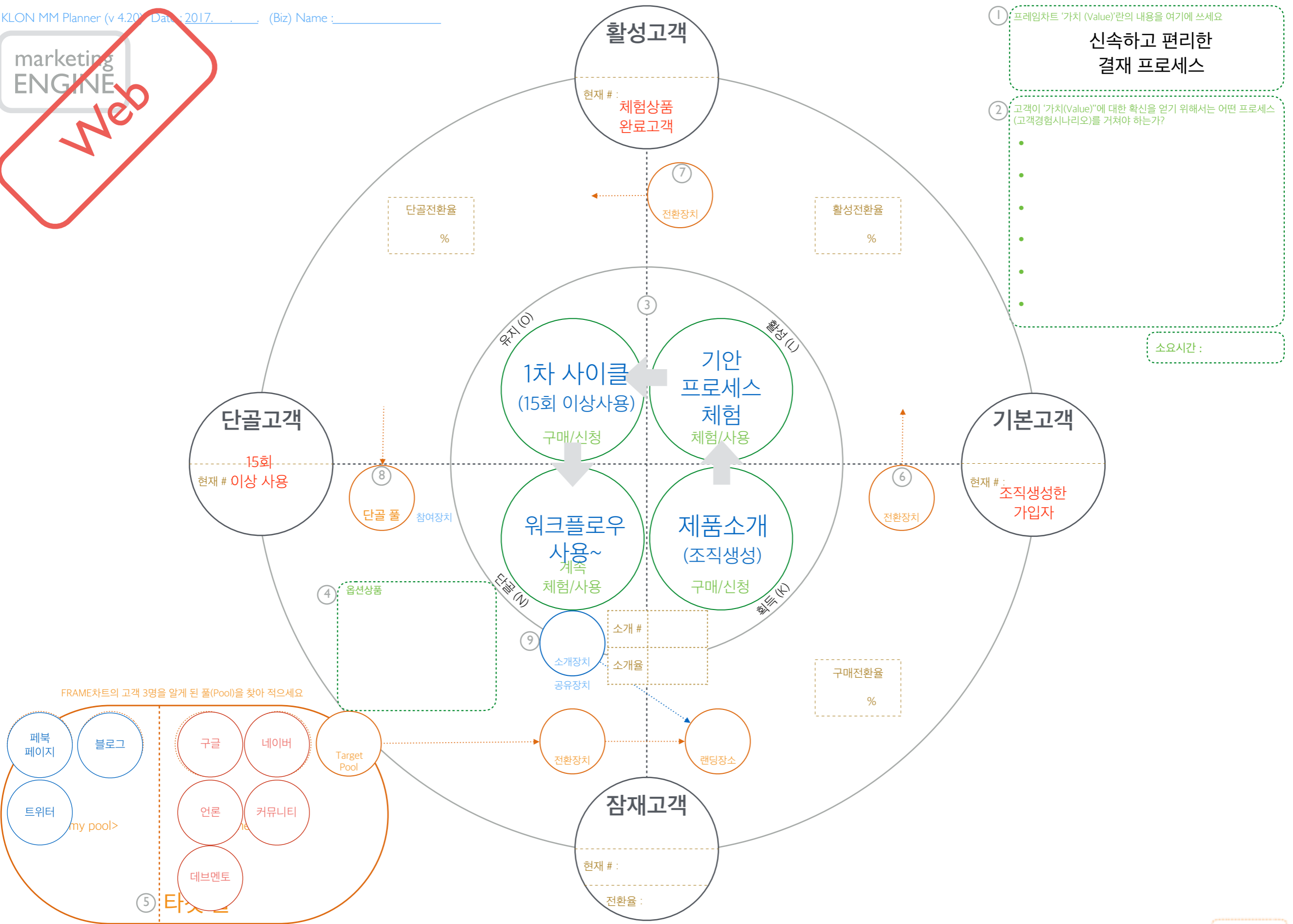
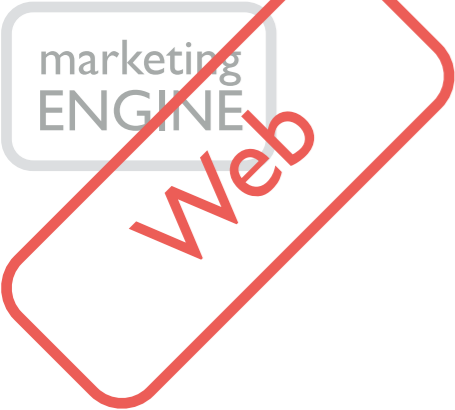


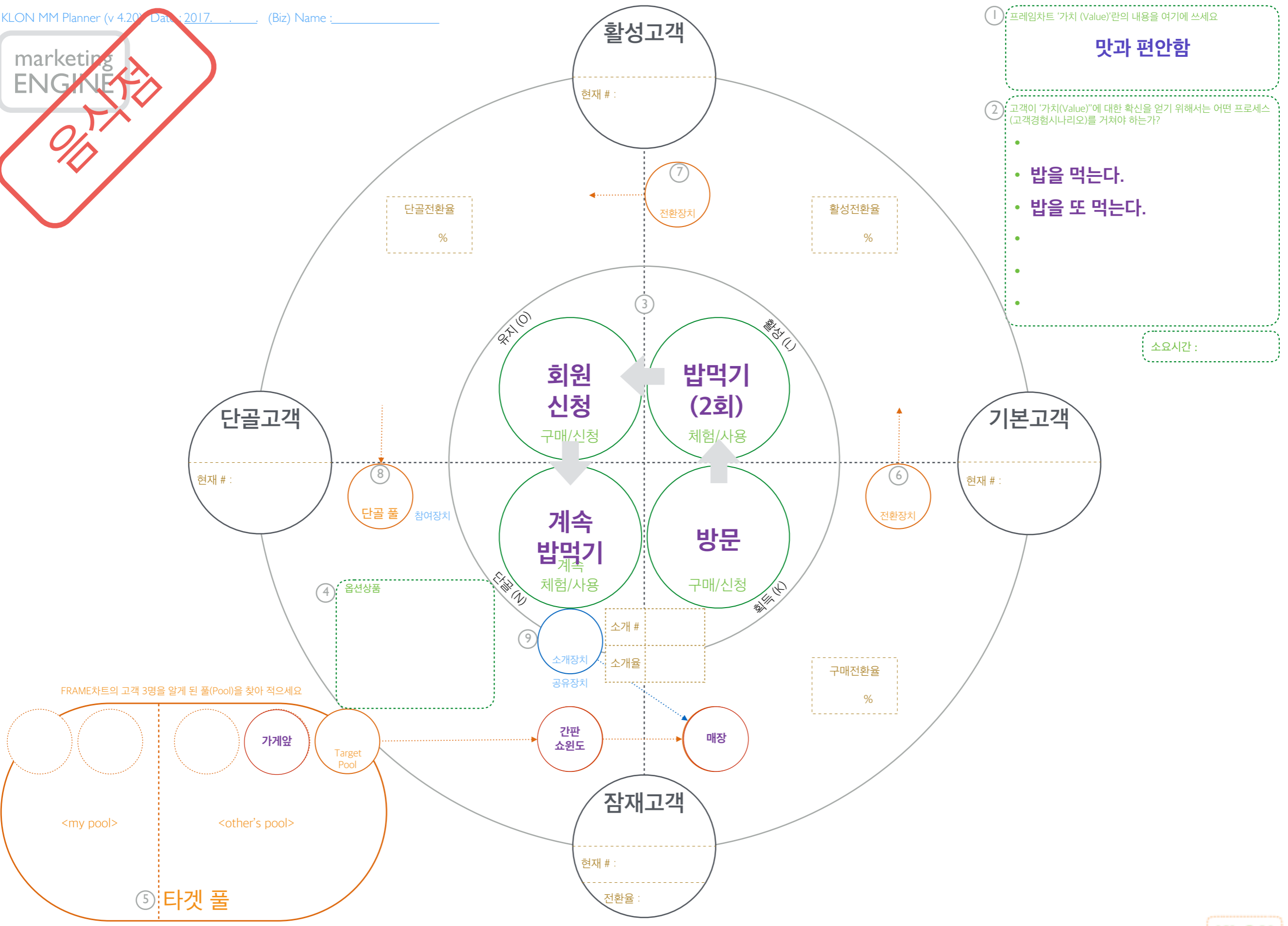
FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

<my pool>

5 타겟 풀

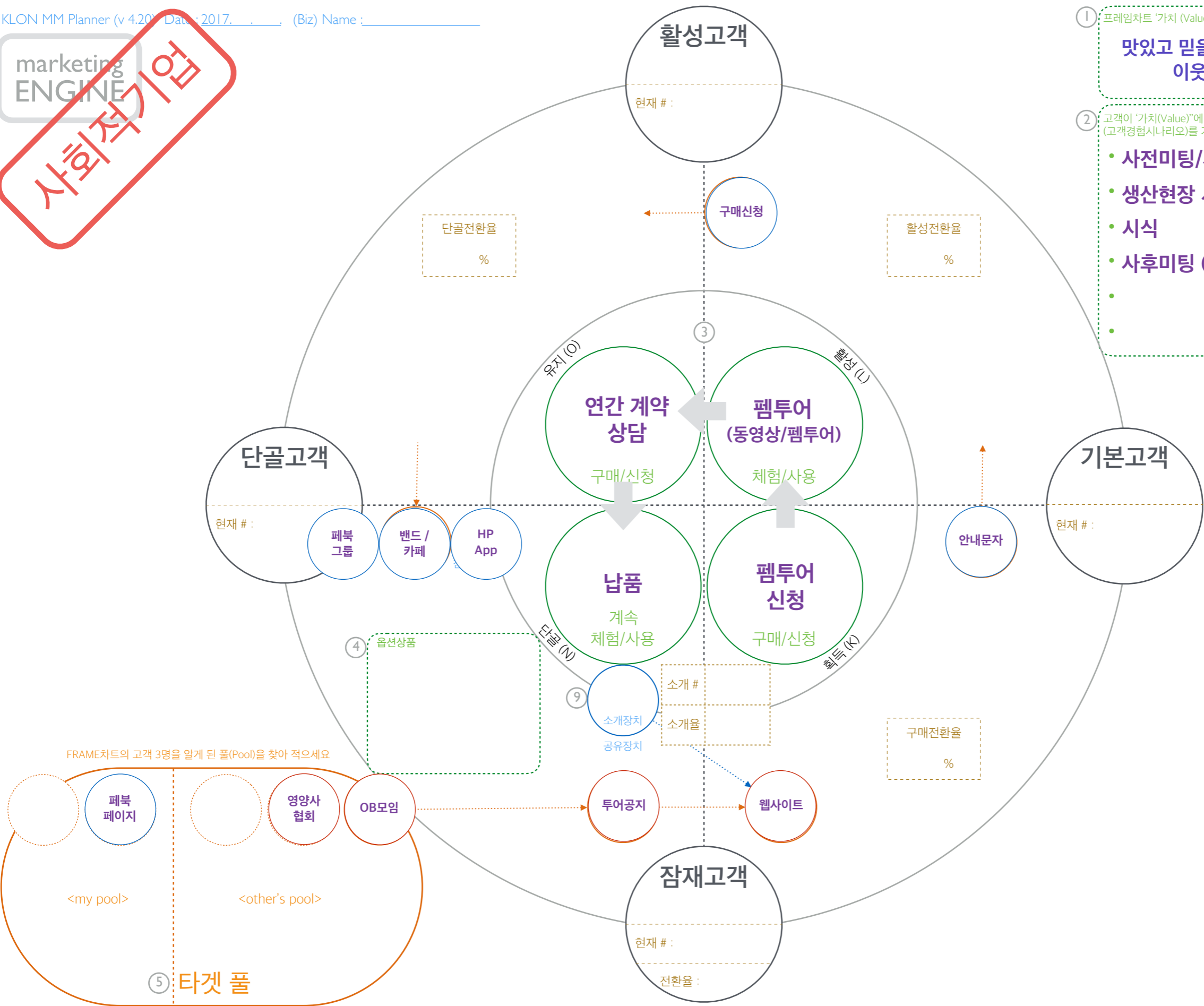
트위터, 카스, Target Pool, 인스타그램, 텀블러, 페이스북



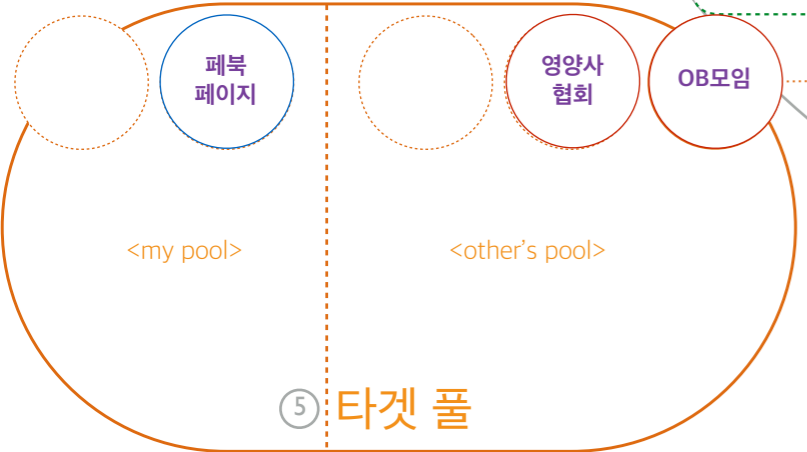




- 1 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
맛있고 믿을 수 있는 간식을 통해 이웃돕기의 꿈 실현
 - 2 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 - 사전미팅/사업안내/절차
 - 생산현장 시찰
 - 시식
 - 사후미팅 (구매/상담신청)
 -
 -
- 소요시간 : _____



FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요



5 타겟 풀

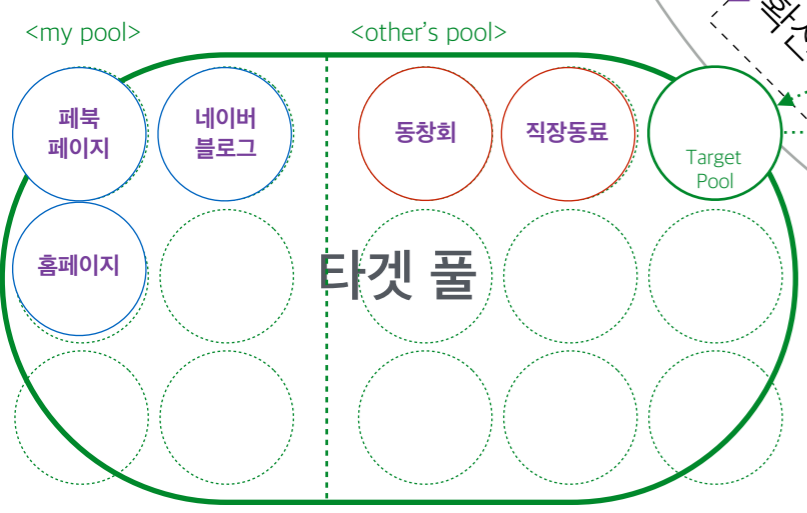
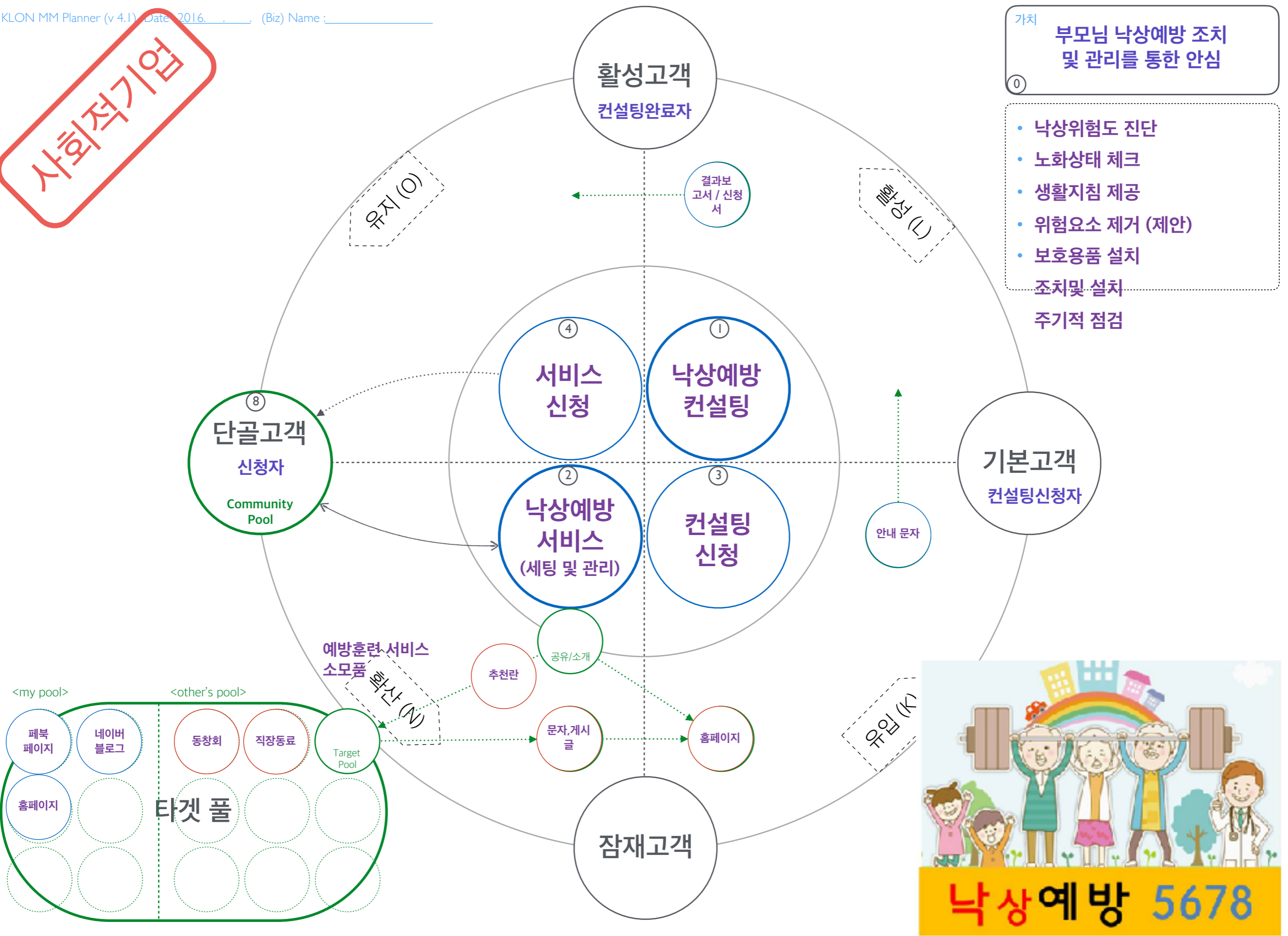




가치
 ① 부모님 낙상예방 조치 및 관리를 통한 안심

- 낙상위험도 진단
- 노화상태 체크
- 생활지침 제공
- 위험요소 제거 (제안)
- 보호용품 설치

조치및 설치
 주기적 점검

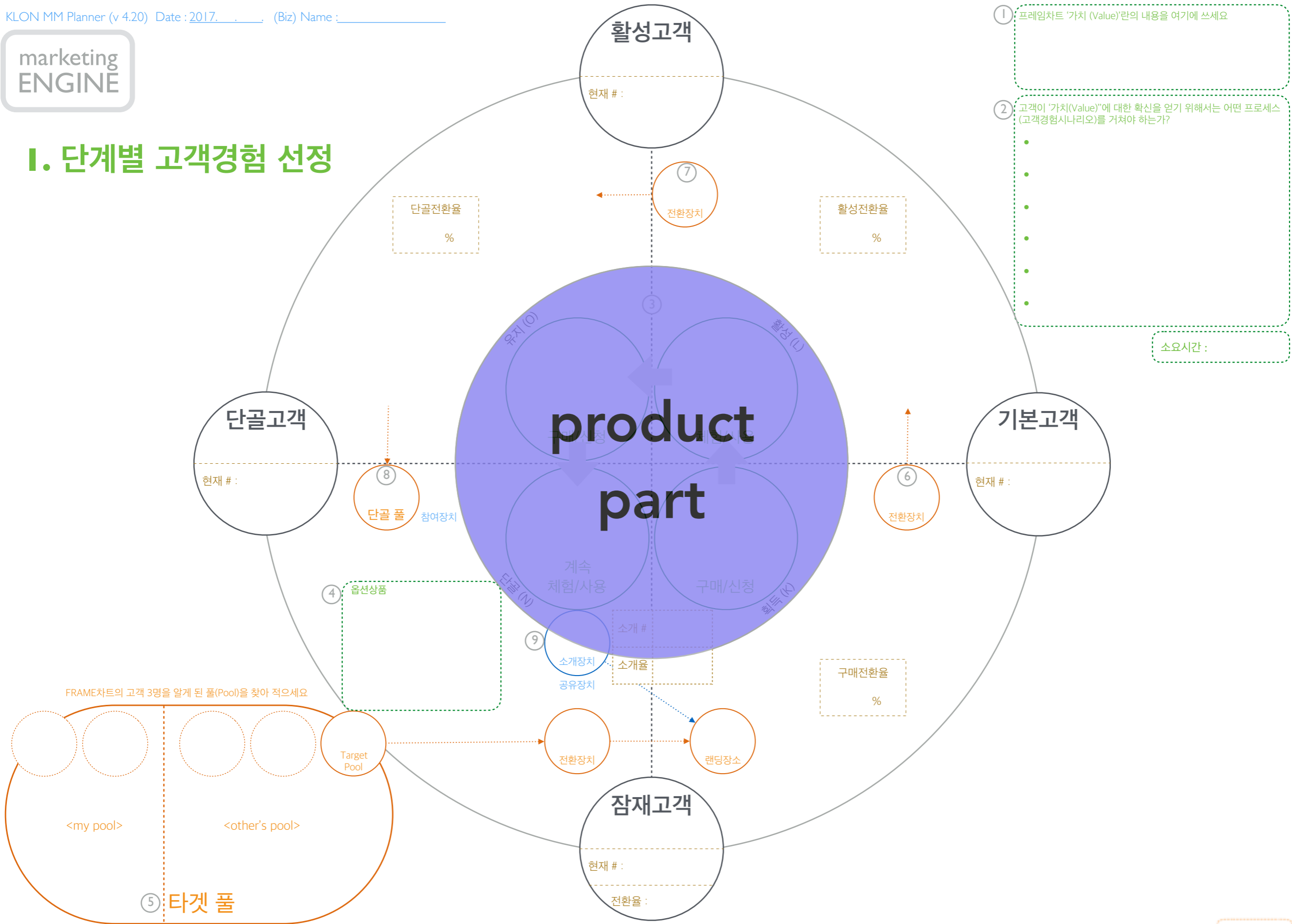


작성법

(stage 2)

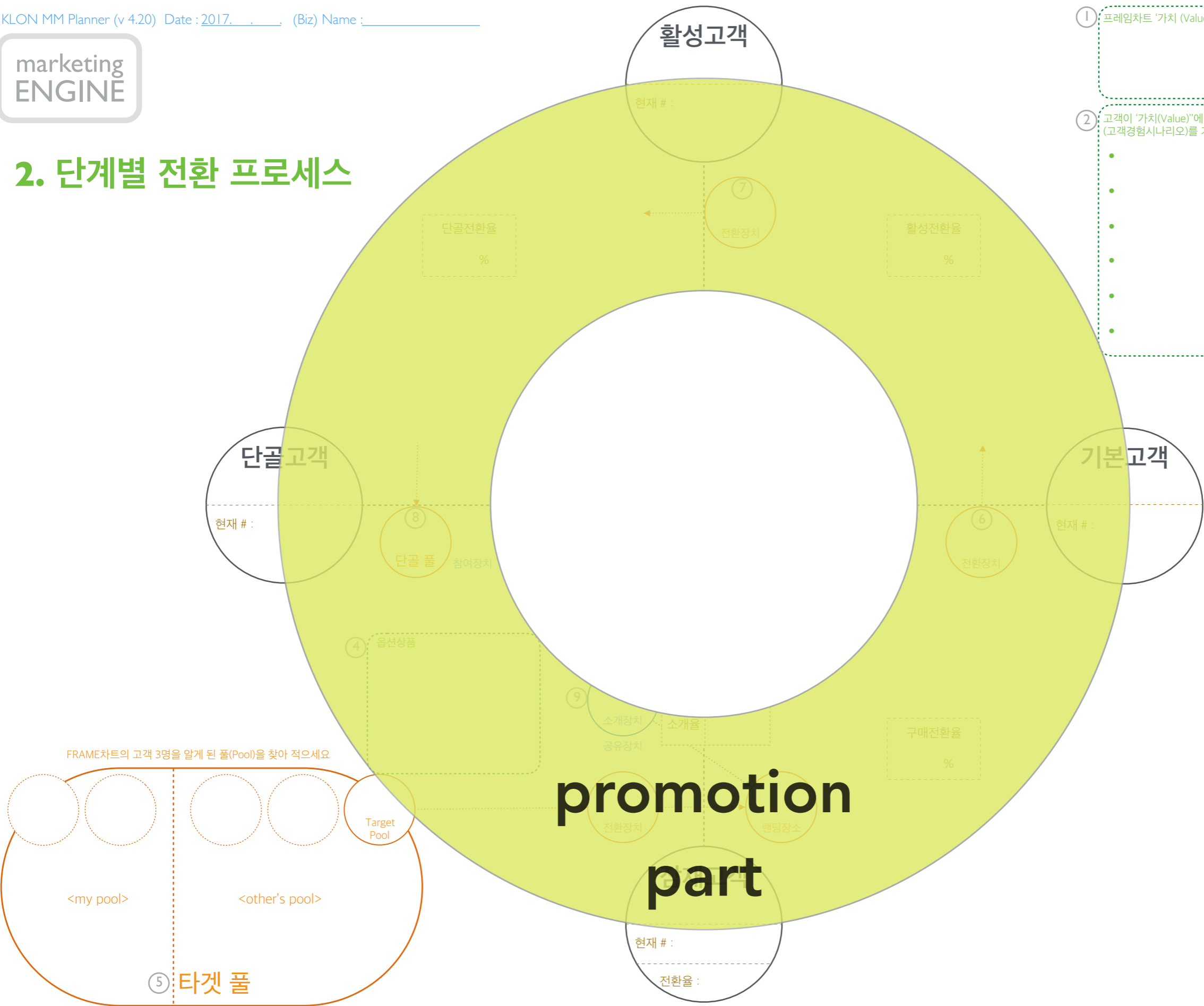


I. 단계별 고객경험 선정





2. 단계별 전환 프로세스



① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간 :

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

Target Pool

<my pool>

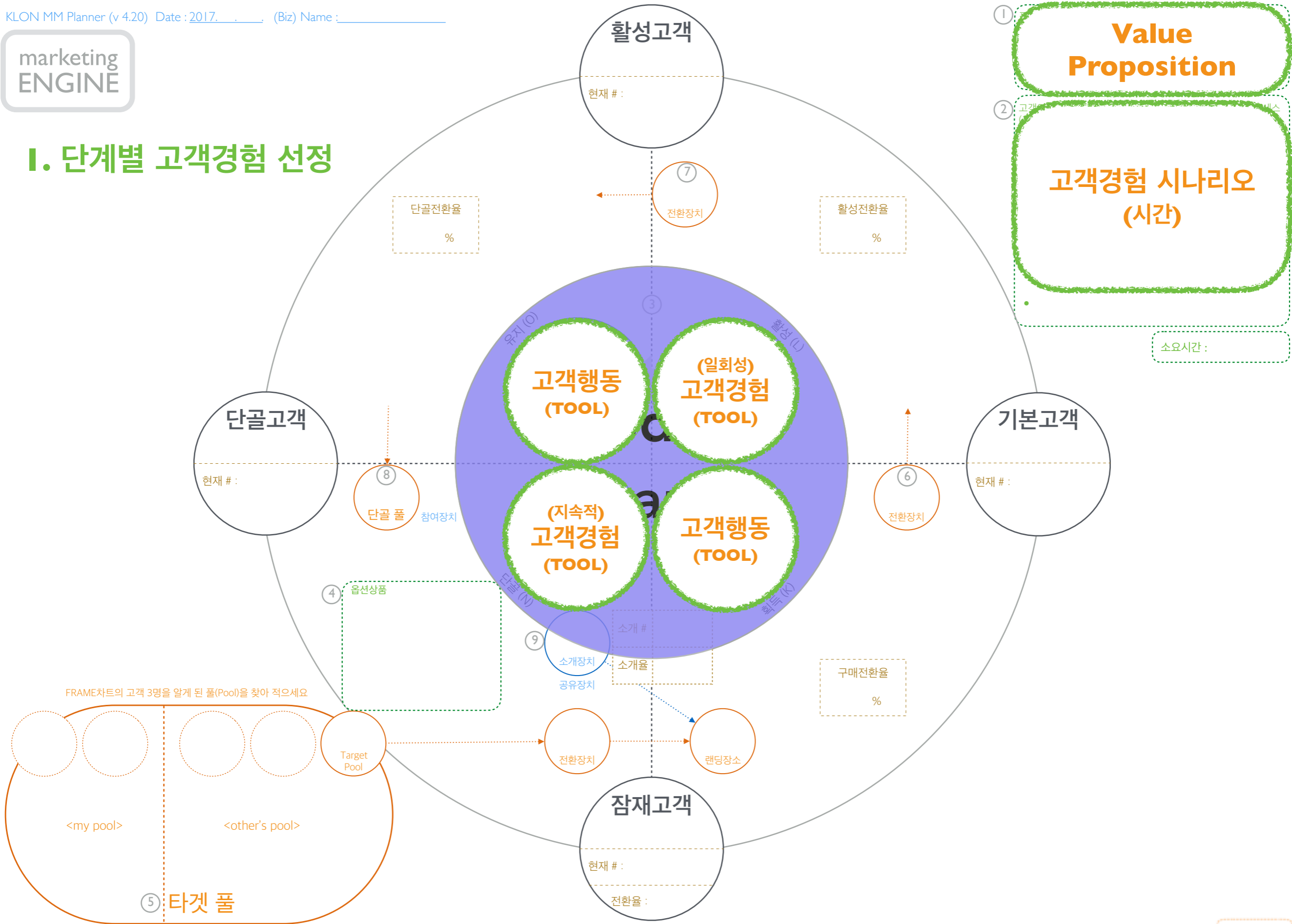
<other's pool>

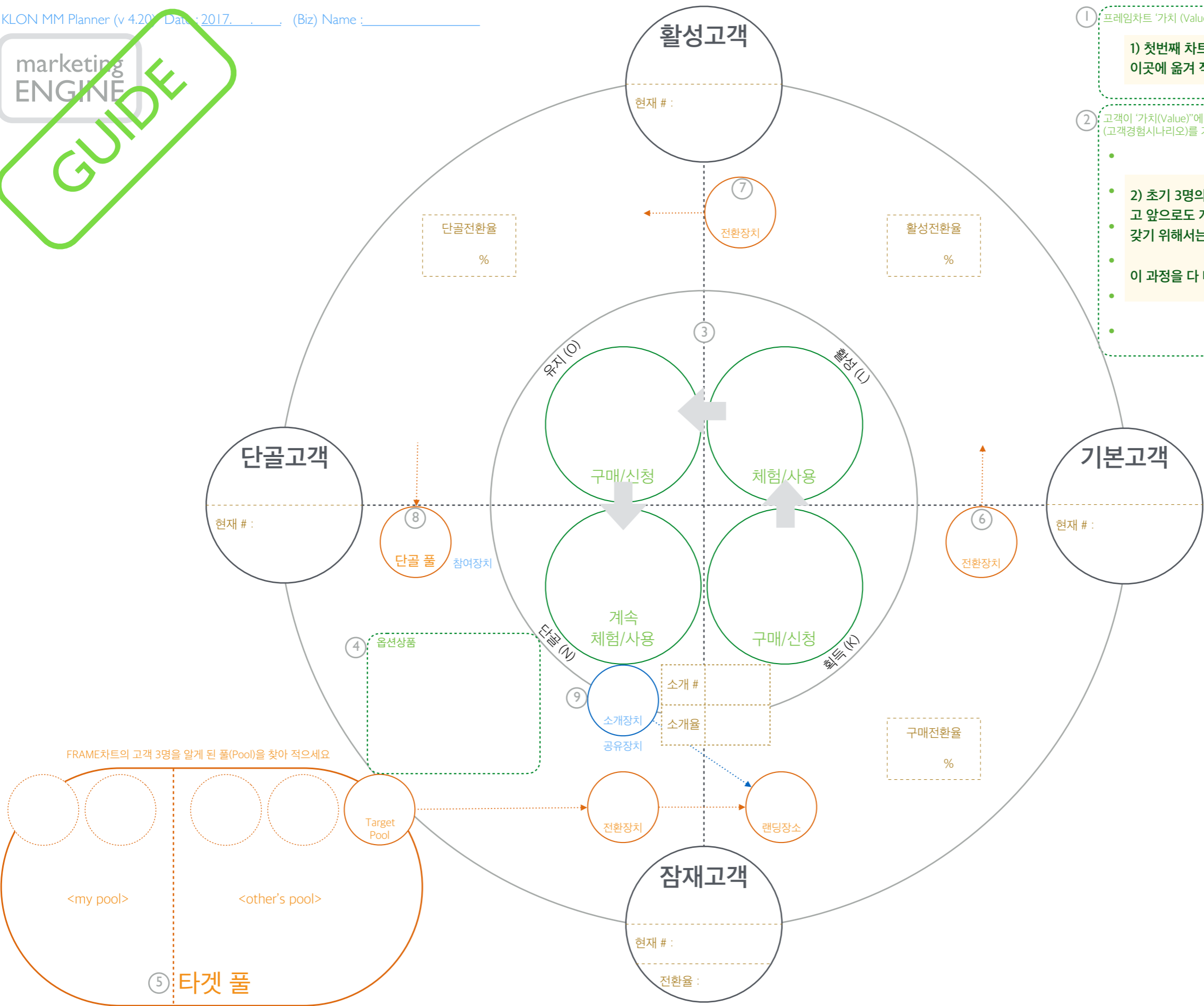
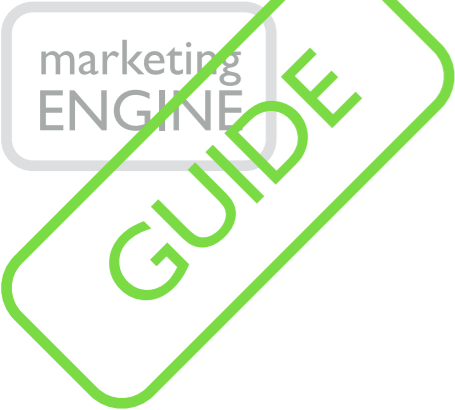
⑤ 타겟 풀





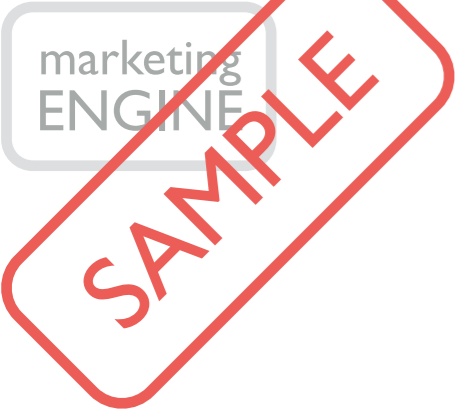
I. 단계별 고객경험 선정





- 1) 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
 1) 첫번째 차트의 5번 '가치'란에 적힌 것을 이곳에 옮겨 적으세요~
 - 2) 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 • 2) 초기 3명의 고객이 위의 '가치'를 체험하고 앞으로도 계속 받을 수 있겠다는 확신을 갖기 위해서는 어떤 경험을 해야 하는가?
 • 이 과정을 다 마치는데 얼마나 걸리는가?
 •
 •
 •
- 소요시간 :





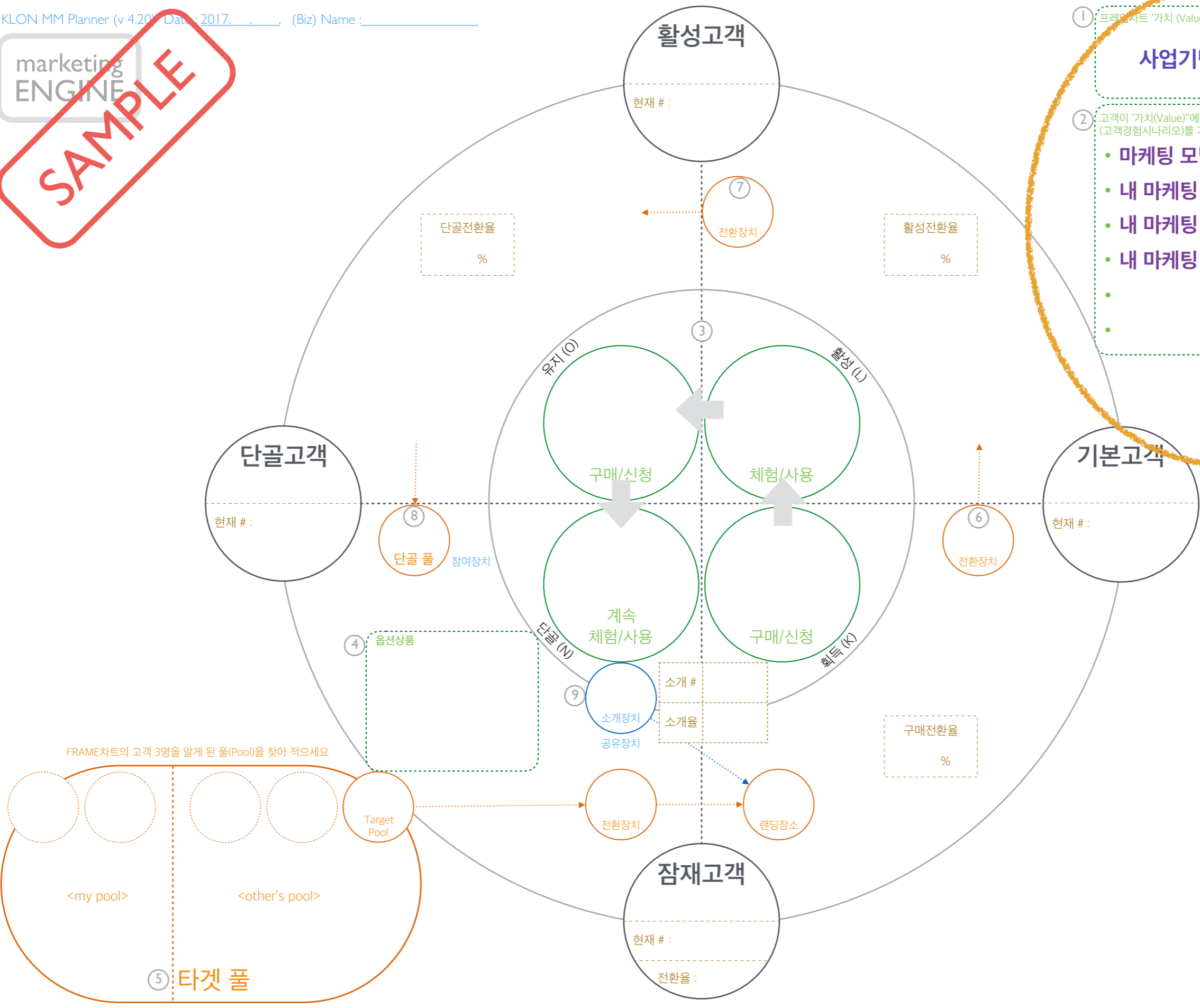
① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

사업기반을 제대로 정리

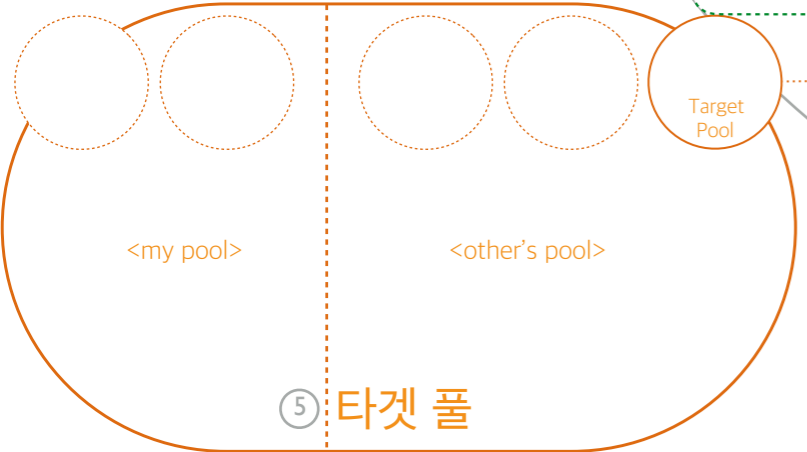
② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

- 마케팅 모델 알기
- 내 마케팅 프레임 만들기
- 내 마케팅 엔진 만들기
- 내 마케팅 모델 확인하기

소요시간: (3H)

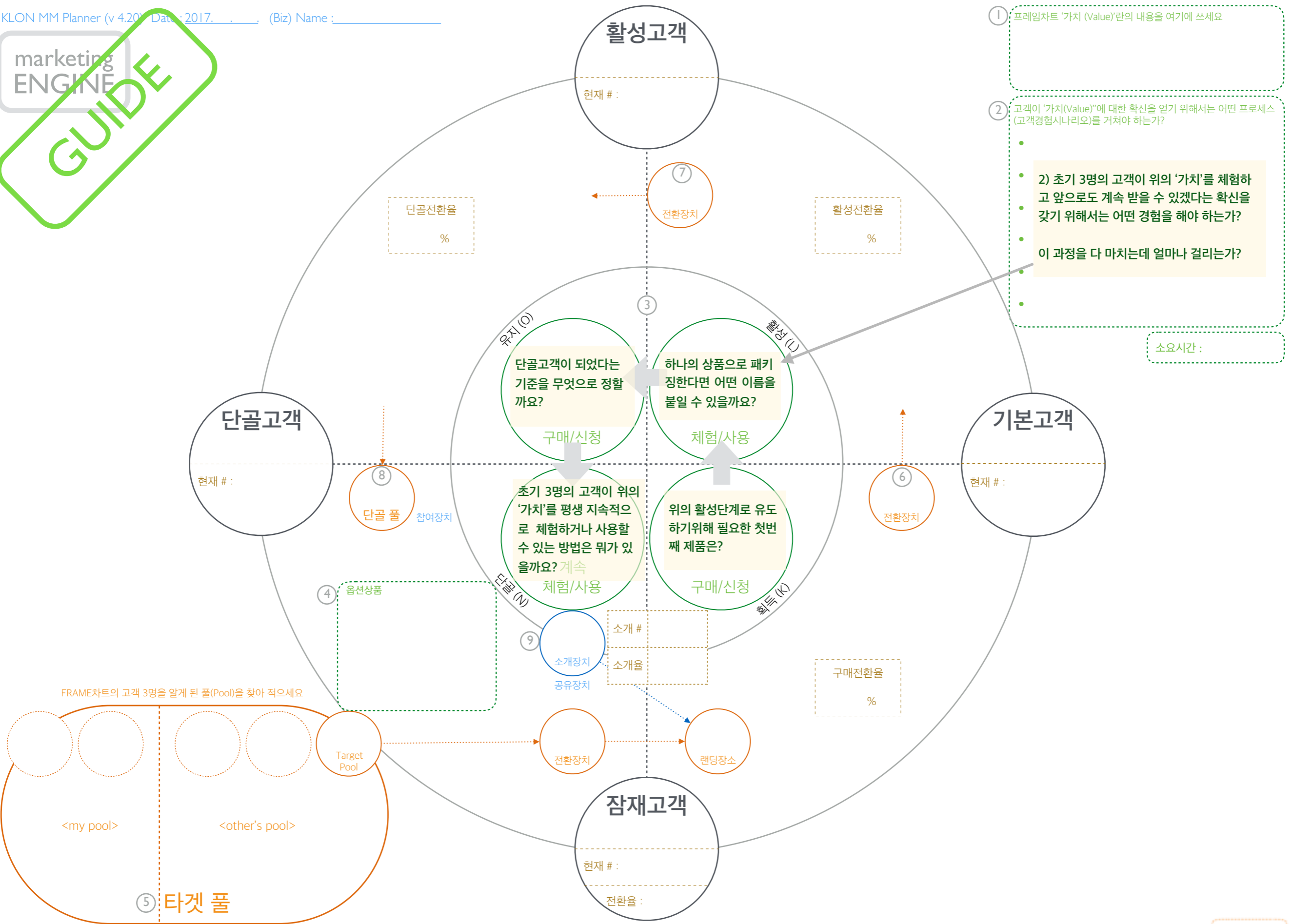


FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요



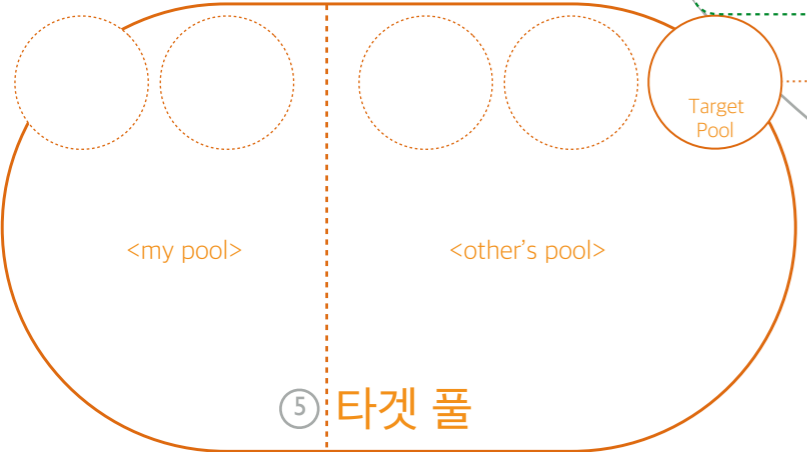
⑤ 타겟 풀





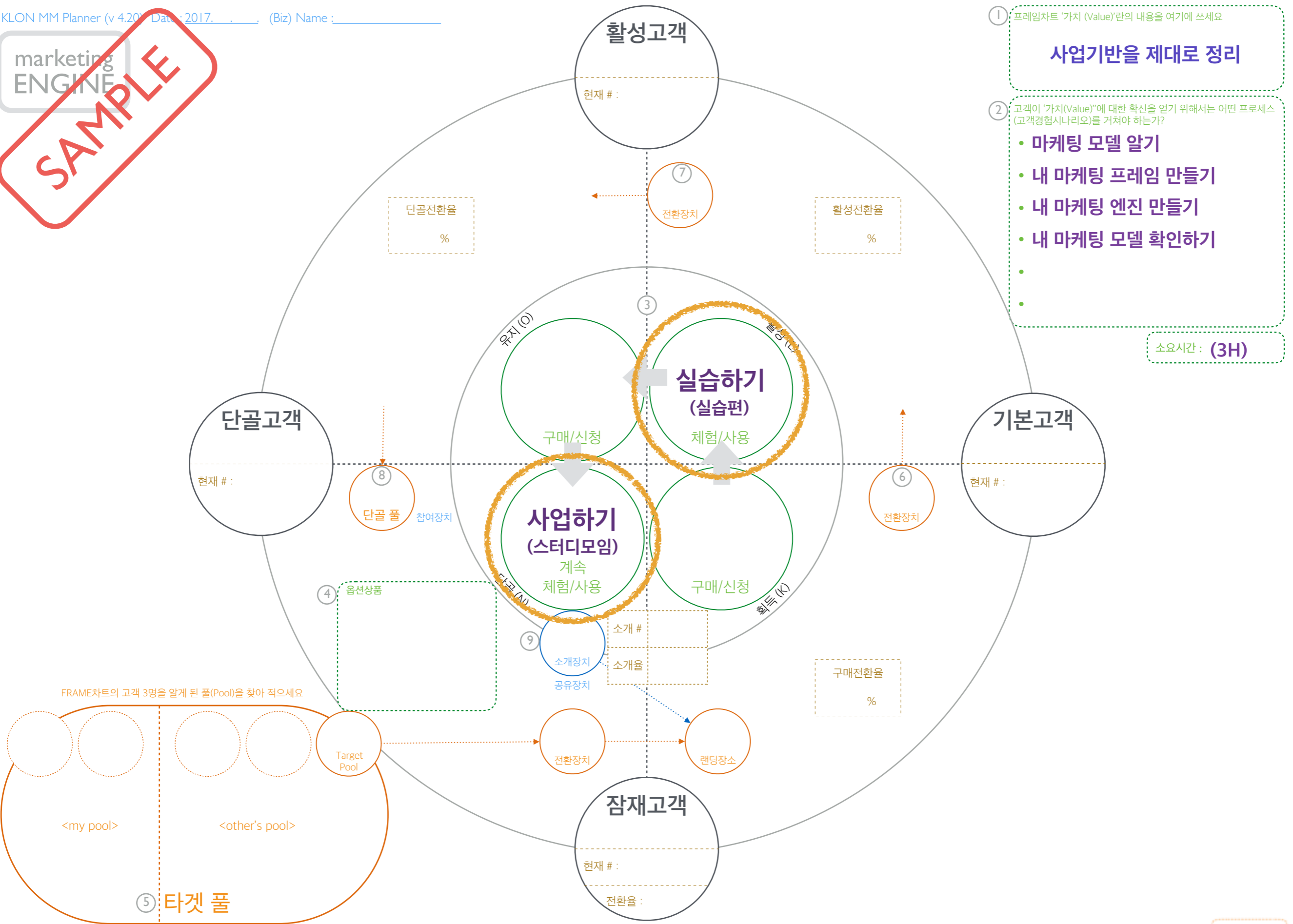
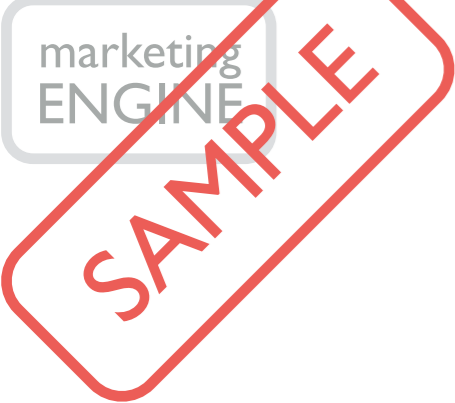
- 1 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
 - 2 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 - 2) 초기 3명의 고객이 위의 '가치'를 체험하고 앞으로도 계속 받을 수 있겠다는 확신을 갖기 위해서는 어떤 경험을 해야 하는가?
 - 이 과정을 다 마치는데 얼마나 걸리는가?
- 소요시간 :

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

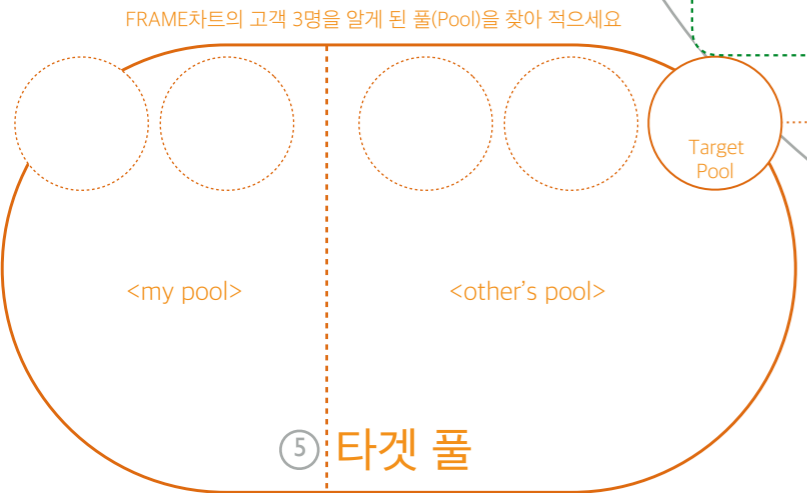


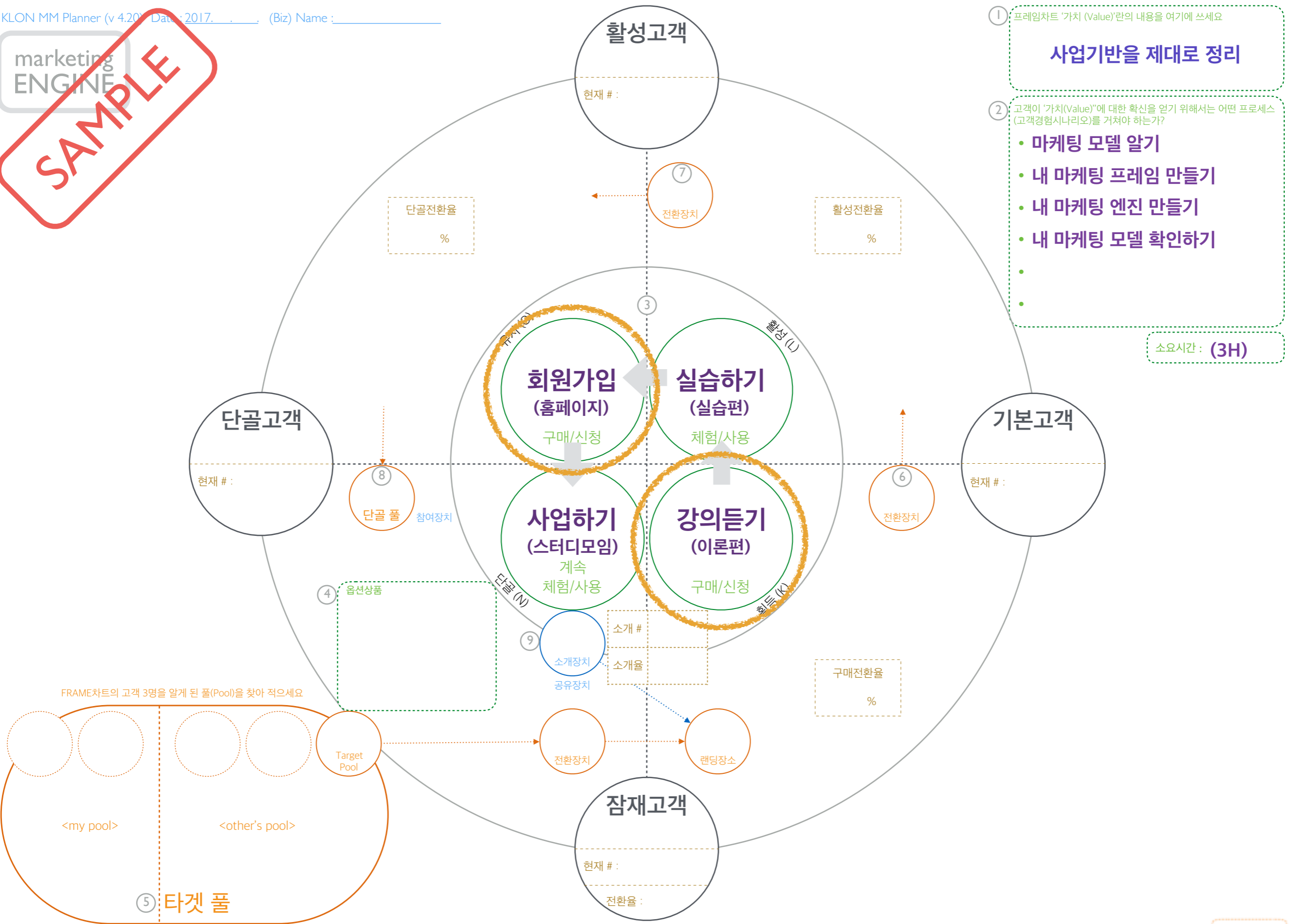
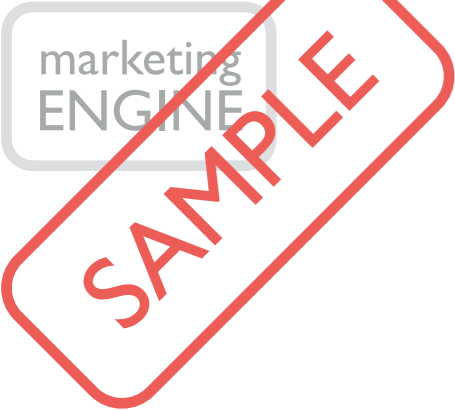
5 타겟 풀





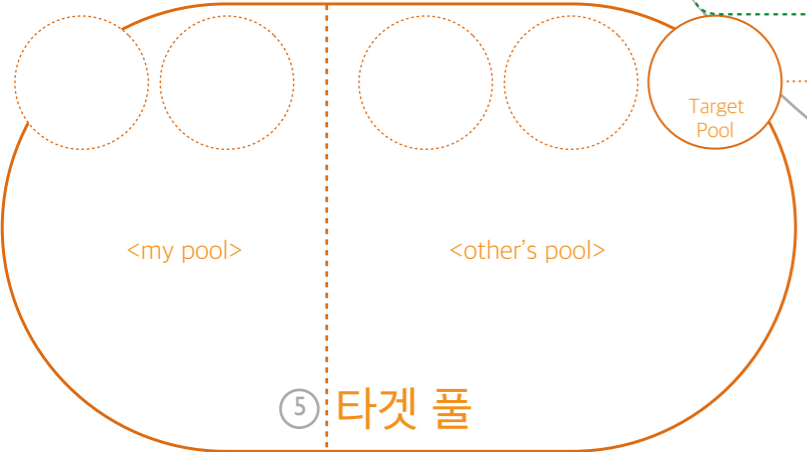
- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ### 사업기반을 제대로 정리
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
- 마케팅 모델 알기
 - 내 마케팅 프레임 만들기
 - 내 마케팅 엔진 만들기
 - 내 마케팅 모델 확인하기
 -
 -
- 소요시간: (3H)

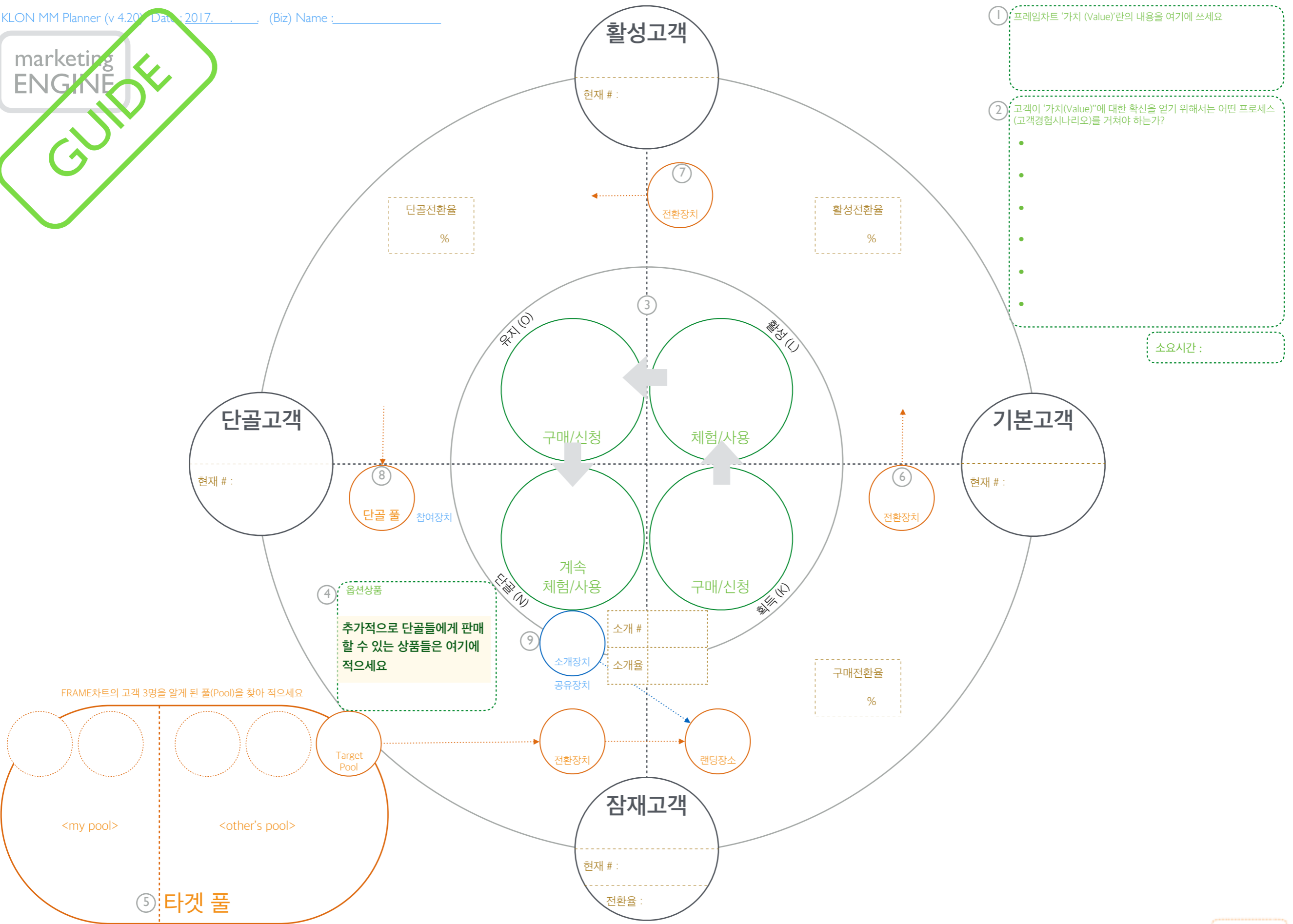




- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ### 사업기반을 제대로 정리
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
- 마케팅 모델 알기
 - 내 마케팅 프레임 만들기
 - 내 마케팅 엔진 만들기
 - 내 마케팅 모델 확인하기
 -
 -
- 소요시간: (3H)

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요





① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .

소요시간 :

④ 옵션상품

추가적으로 단골들에게 판매할 수 있는 상품들은 여기에 적으세요

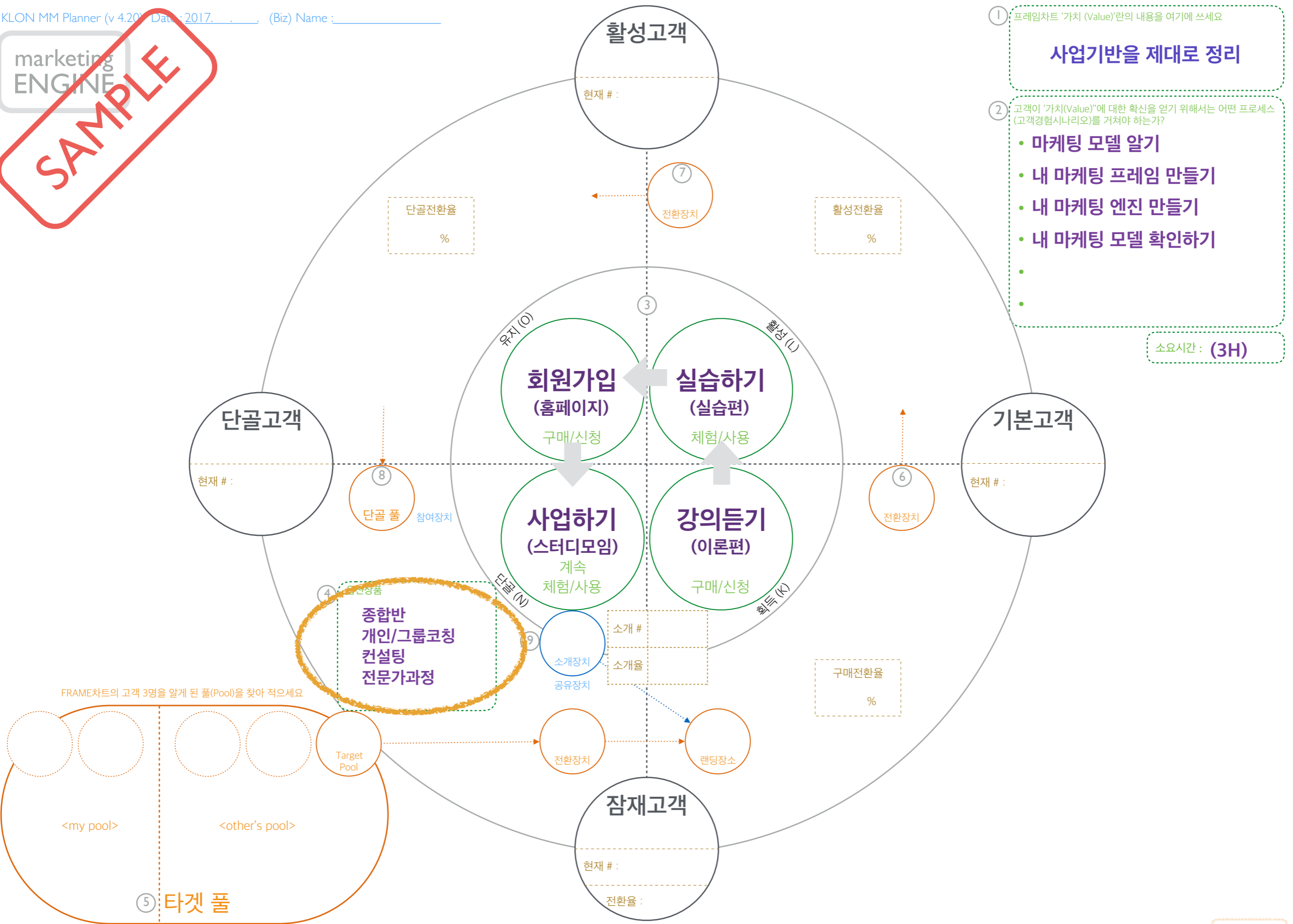
FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

<my pool>

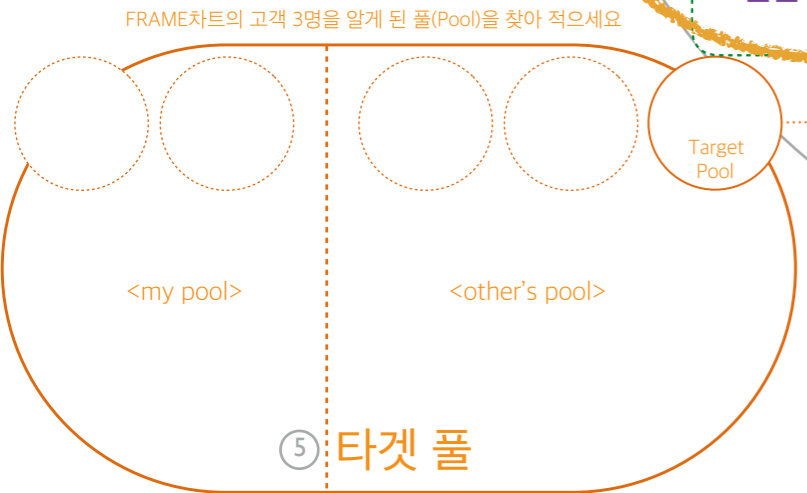
<other's pool>

Target Pool

⑤ 타겟 풀

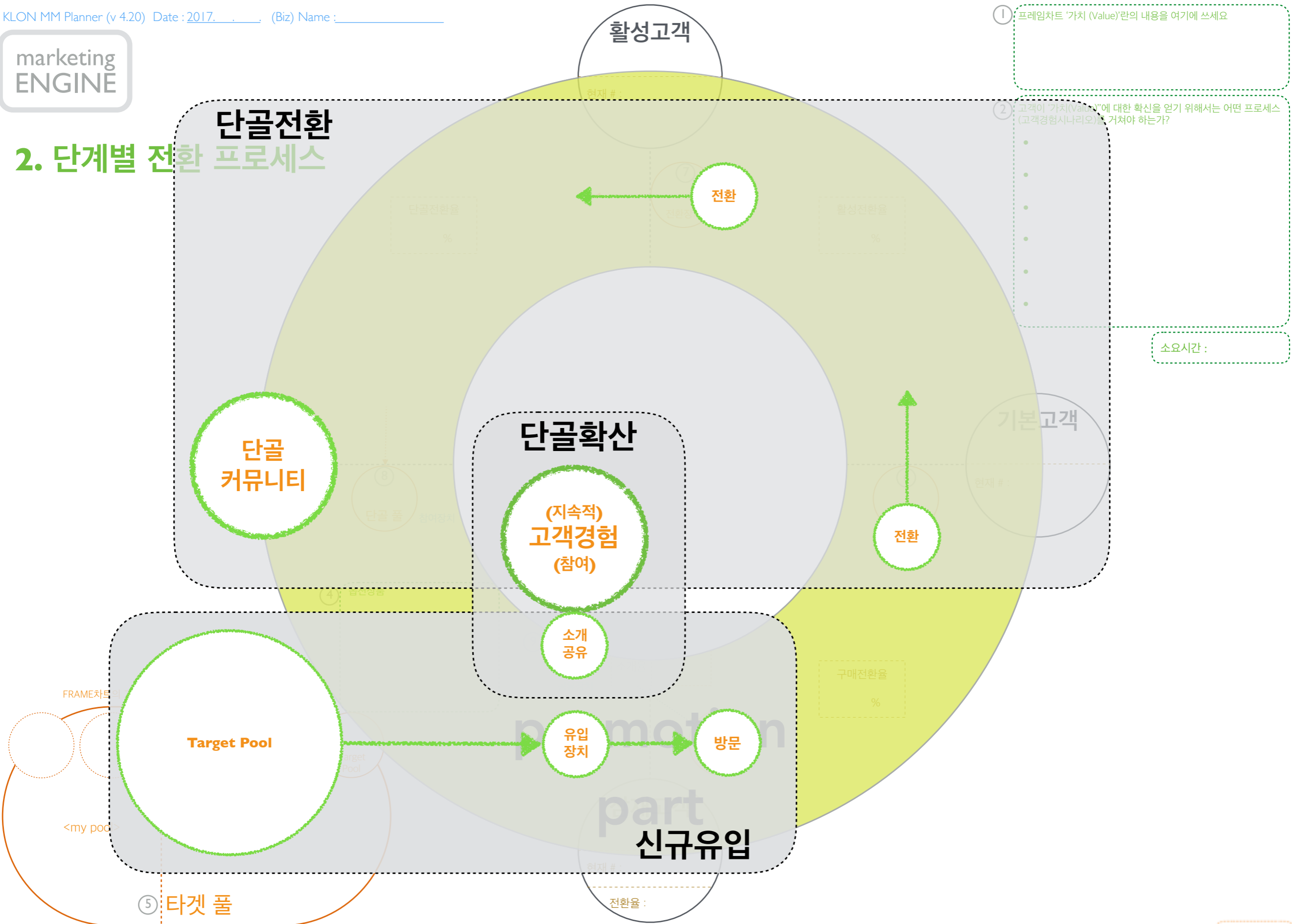


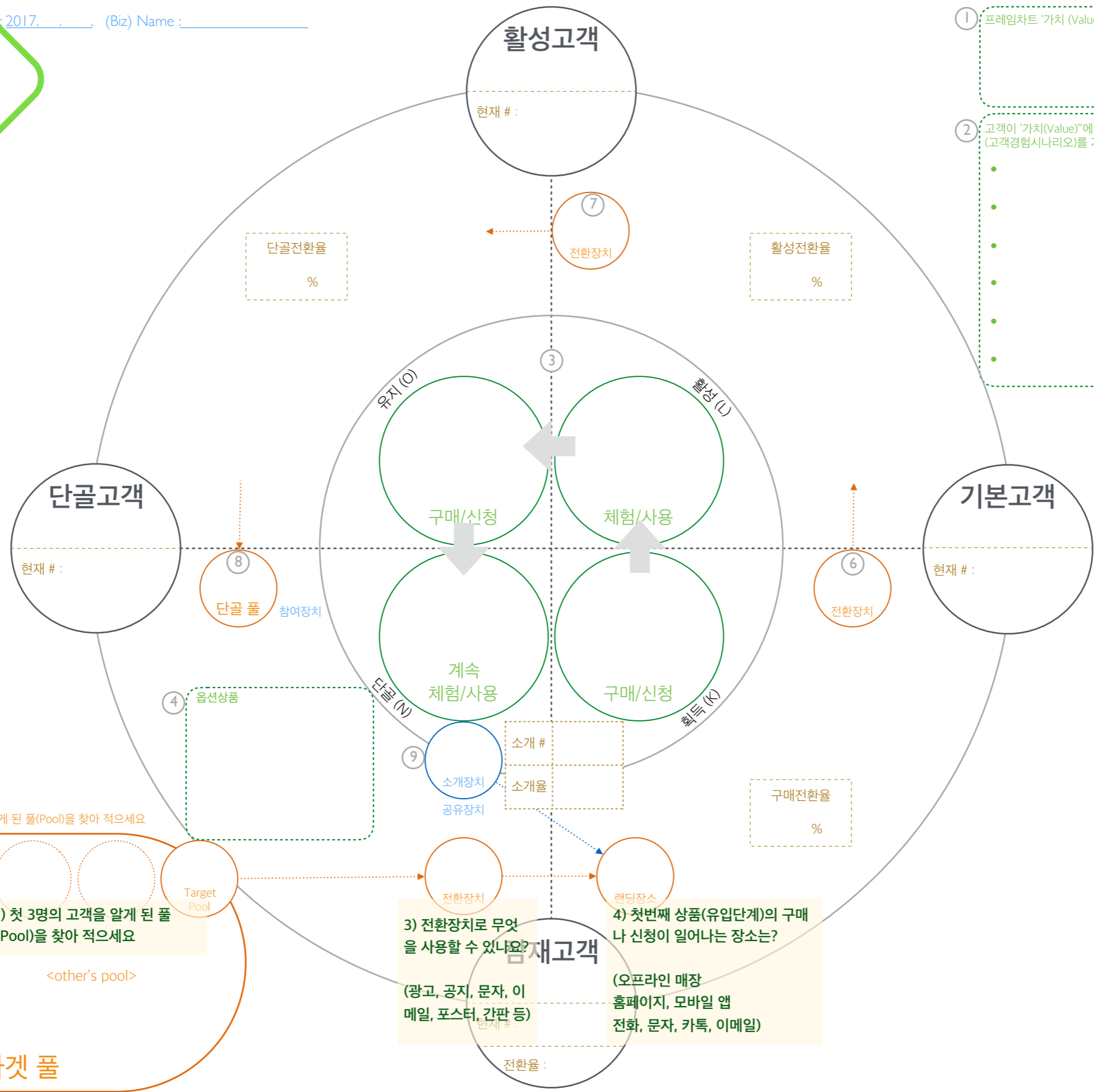
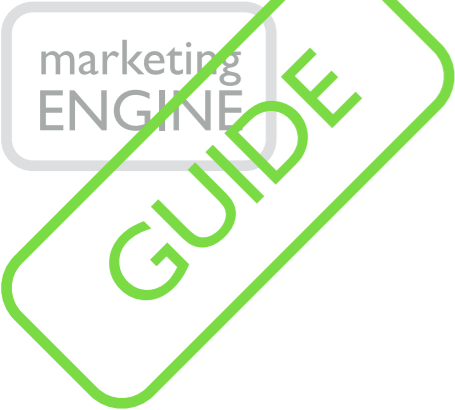
- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ### 사업기반을 제대로 정리
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
- 마케팅 모델 알기
 - 내 마케팅 프레임 만들기
 - 내 마케팅 엔진 만들기
 - 내 마케팅 모델 확인하기
 -
 -
- 소요시간: (3H)





2. 단계별 전환 프로세스





- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
 - ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -
- 소요시간 :

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

2) 첫 3명의 고객이 자주 사용하는 SNS는?

<my pool>

1) 첫 3명의 고객을 알게 된 풀 (Pool)을 찾아 적으세요

<other's pool>

⑤ 타겟 풀

③ 전환장치로 무엇을 사용할 수 있나요?
(광고, 공지, 문자, 이메일, 포스터, 간판 등)

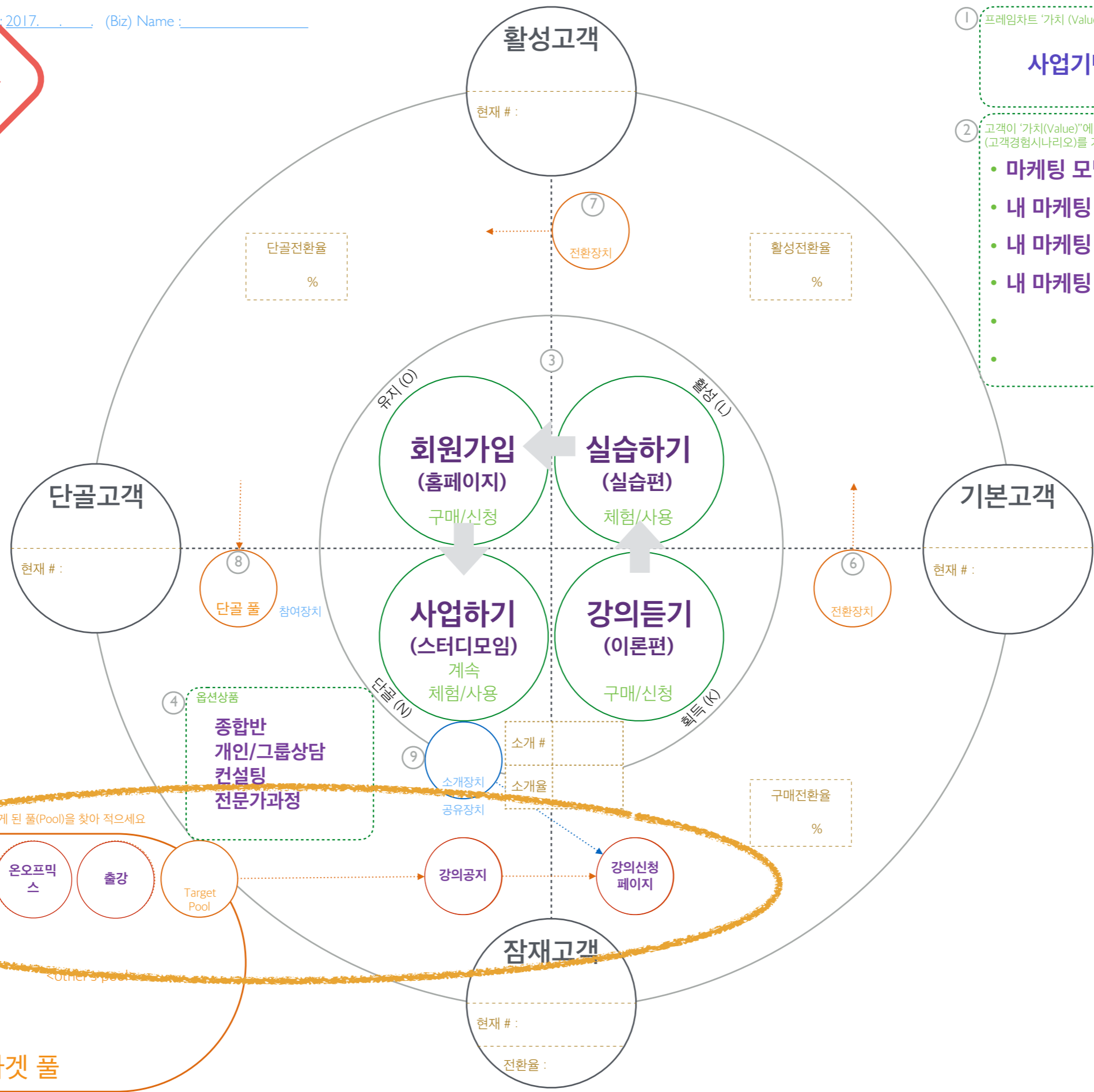
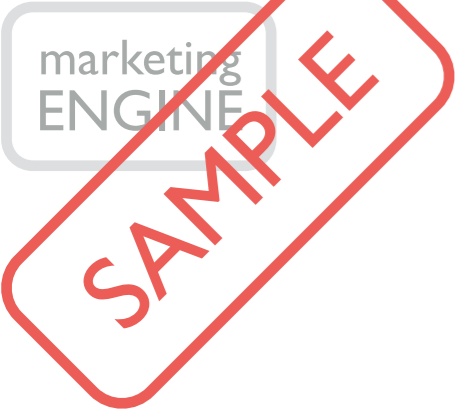
④ 첫번째 상품(유입단계)의 구매나 신청이 일어나는 장소는?
(오프라인 매장, 홈페이지, 모바일 앱, 전화, 문자, 카톡, 이메일)

⑨ 소개장치 공유장치

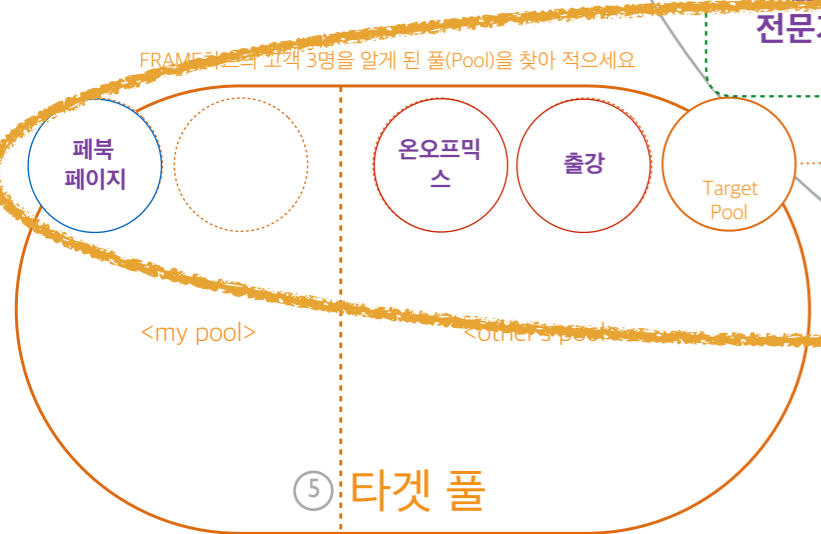
소개 #

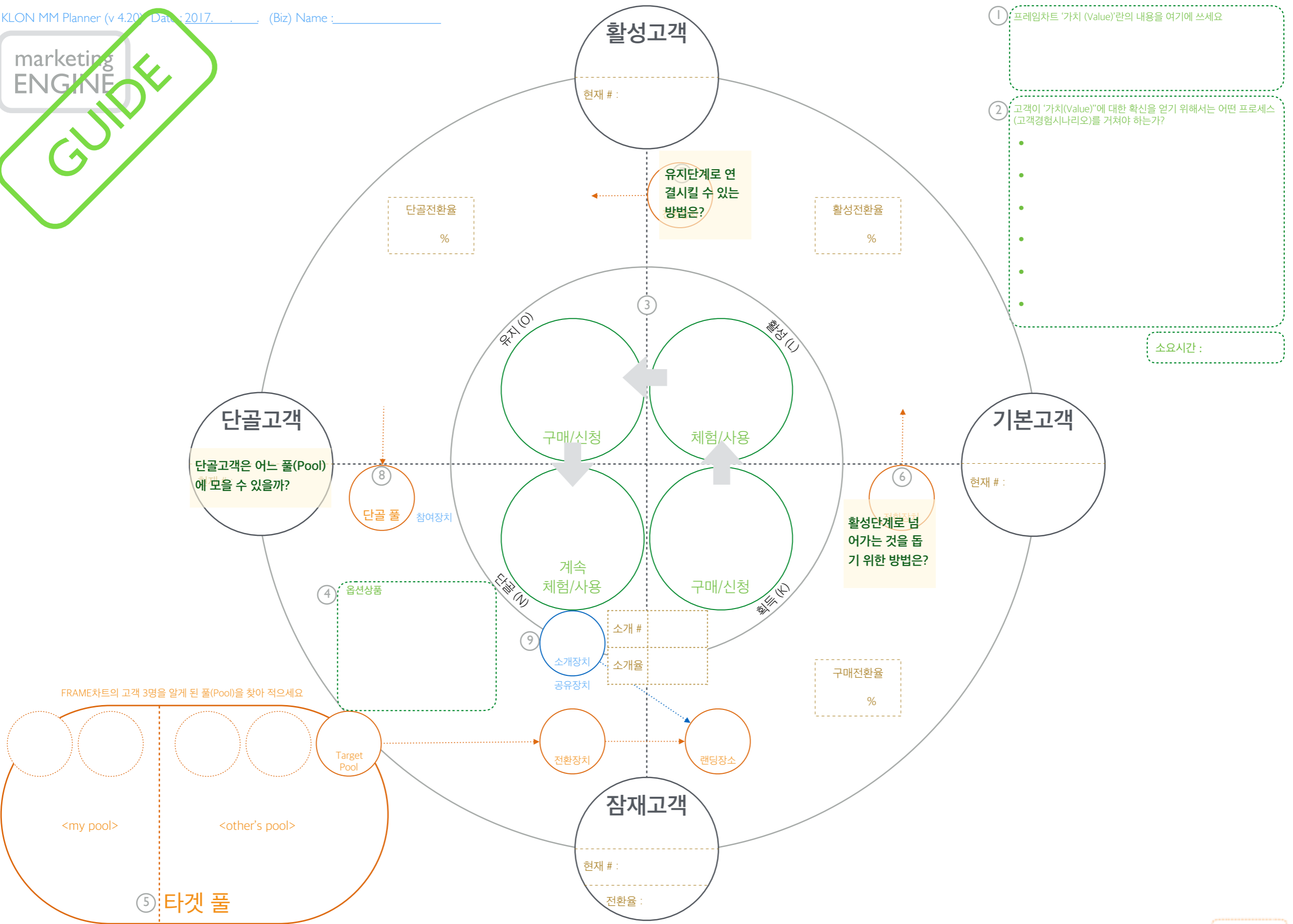
소개율

구매전환율 %



1. 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
사업기반을 제대로 정리
 2. 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 - 마케팅 모델 알기
 - 내 마케팅 프레임 만들기
 - 내 마케팅 엔진 만들기
 - 내 마케팅 모델 확인하기
- 소요시간: (3H)





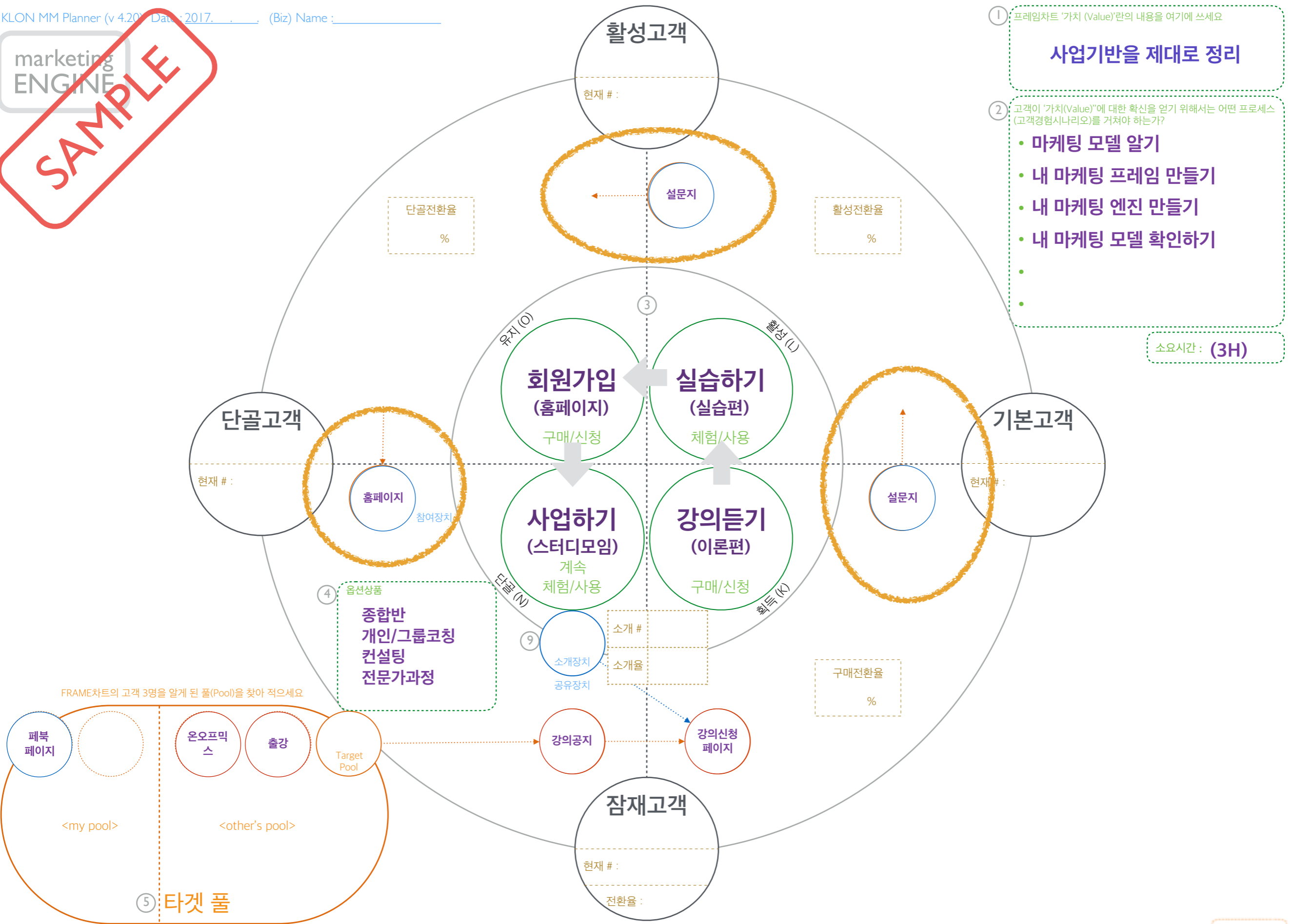
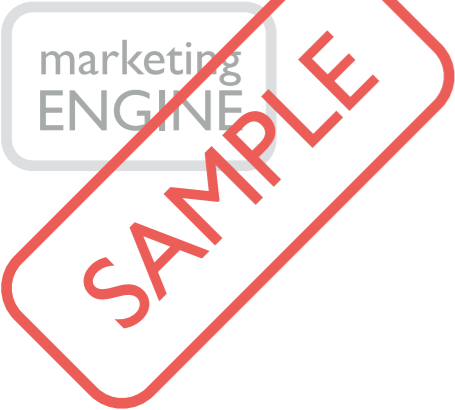
- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
 - ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -
- 소요시간 :

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

<my pool> <other's pool>

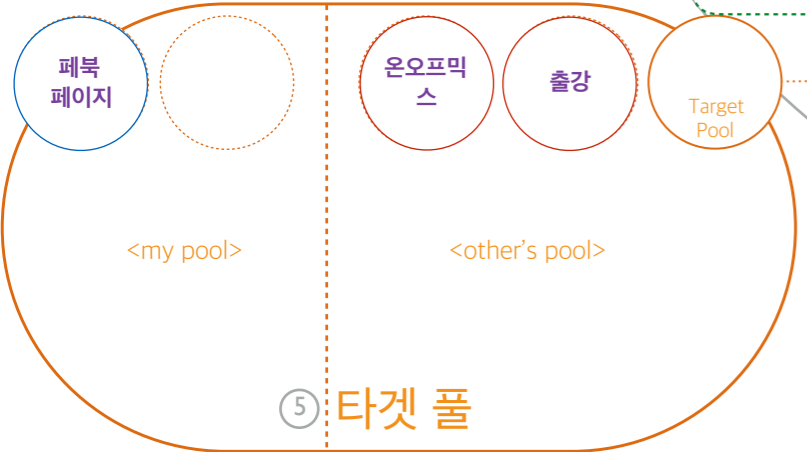
⑤ 타겟 풀





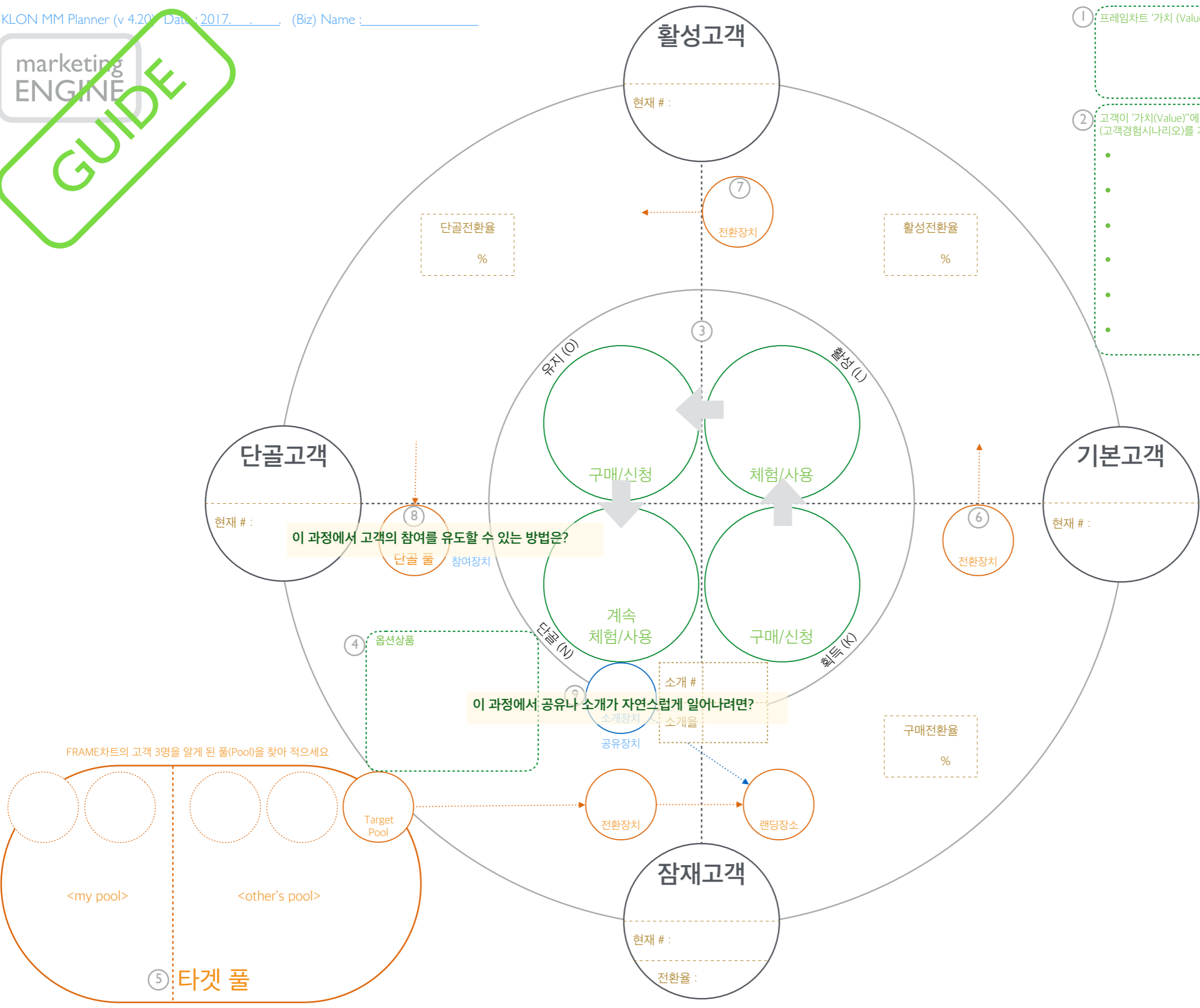
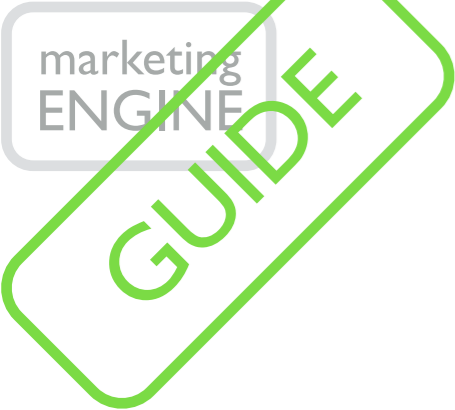
1. 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ### 사업기반을 제대로 정리
2. 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
- 마케팅 모델 알기
 - 내 마케팅 프레임 만들기
 - 내 마케팅 엔진 만들기
 - 내 마케팅 모델 확인하기
 -
 -
- 소요시간: (3H)

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

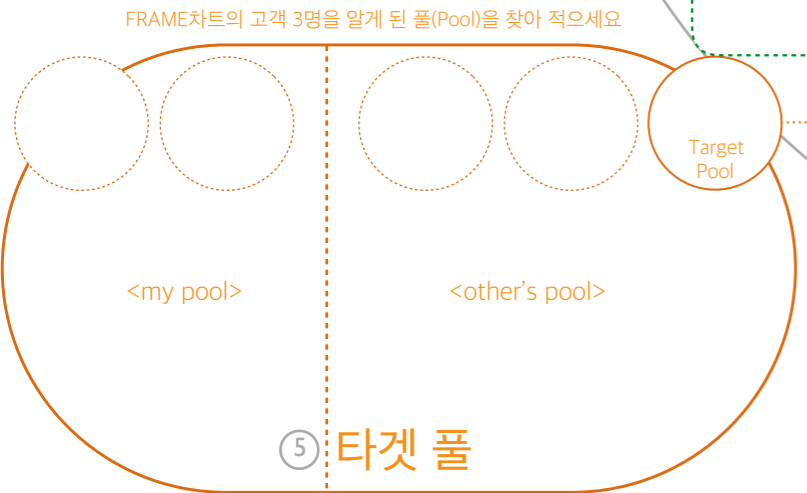


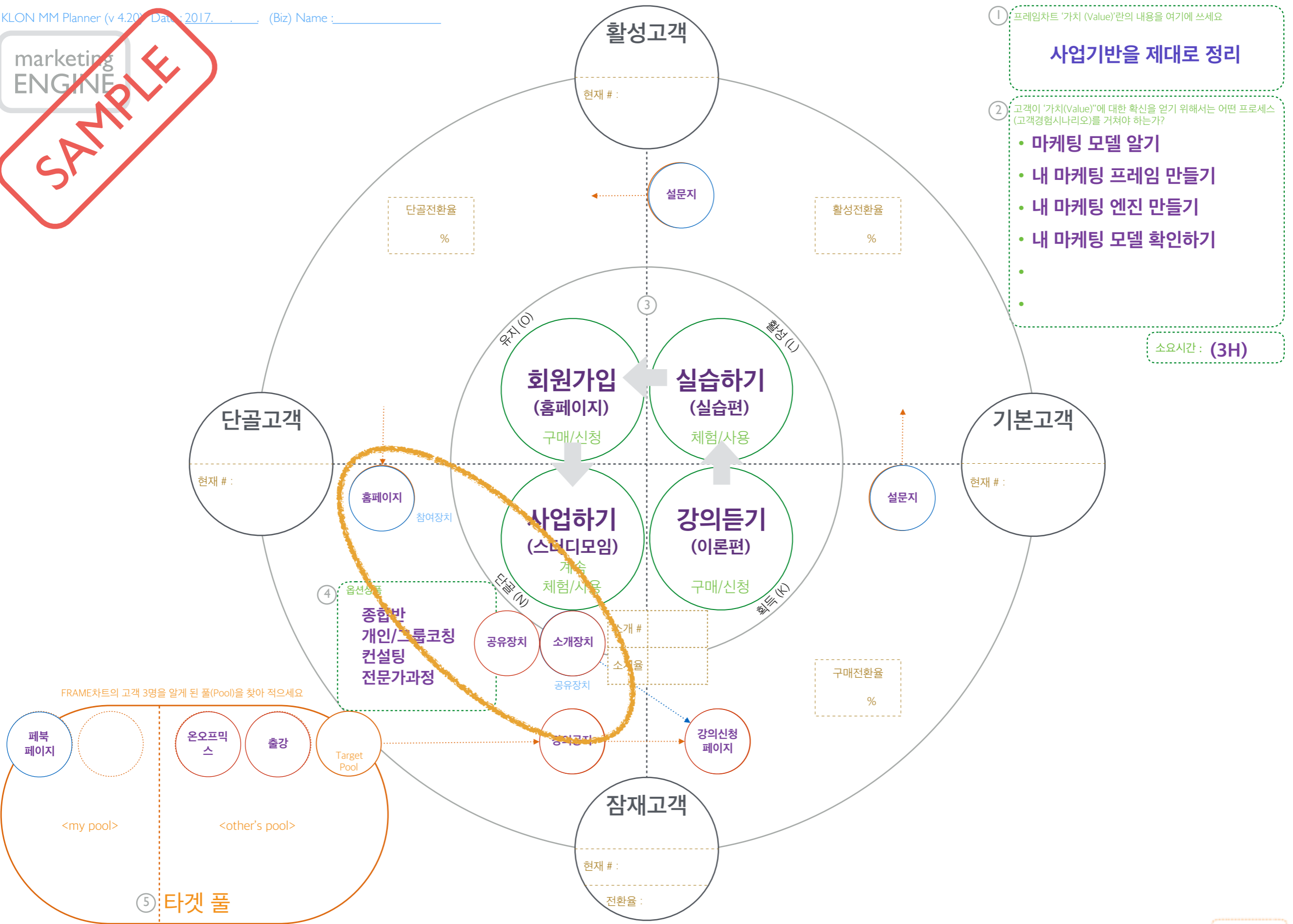
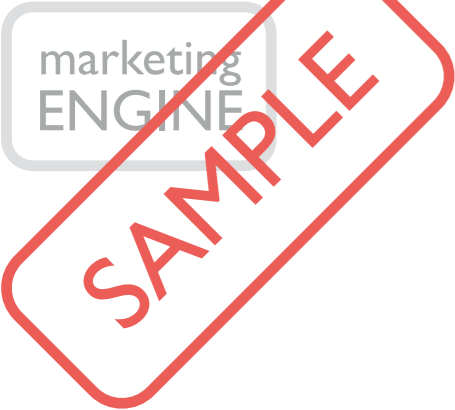
5. 타겟 풀





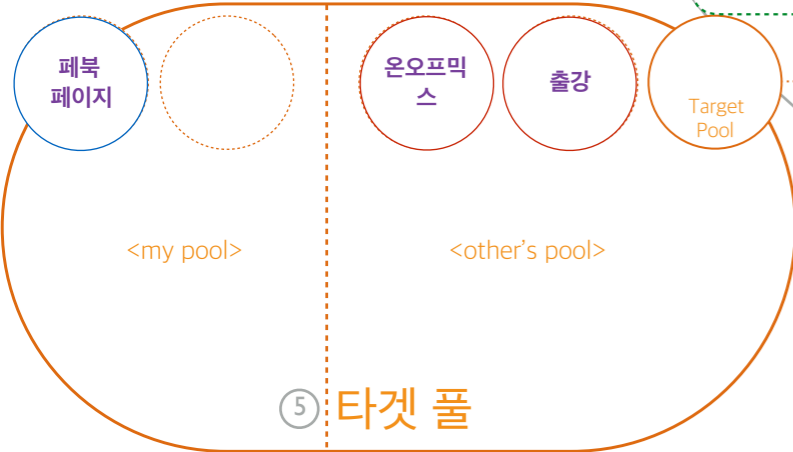
- 1 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
 - 2 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -
- 소요시간 :





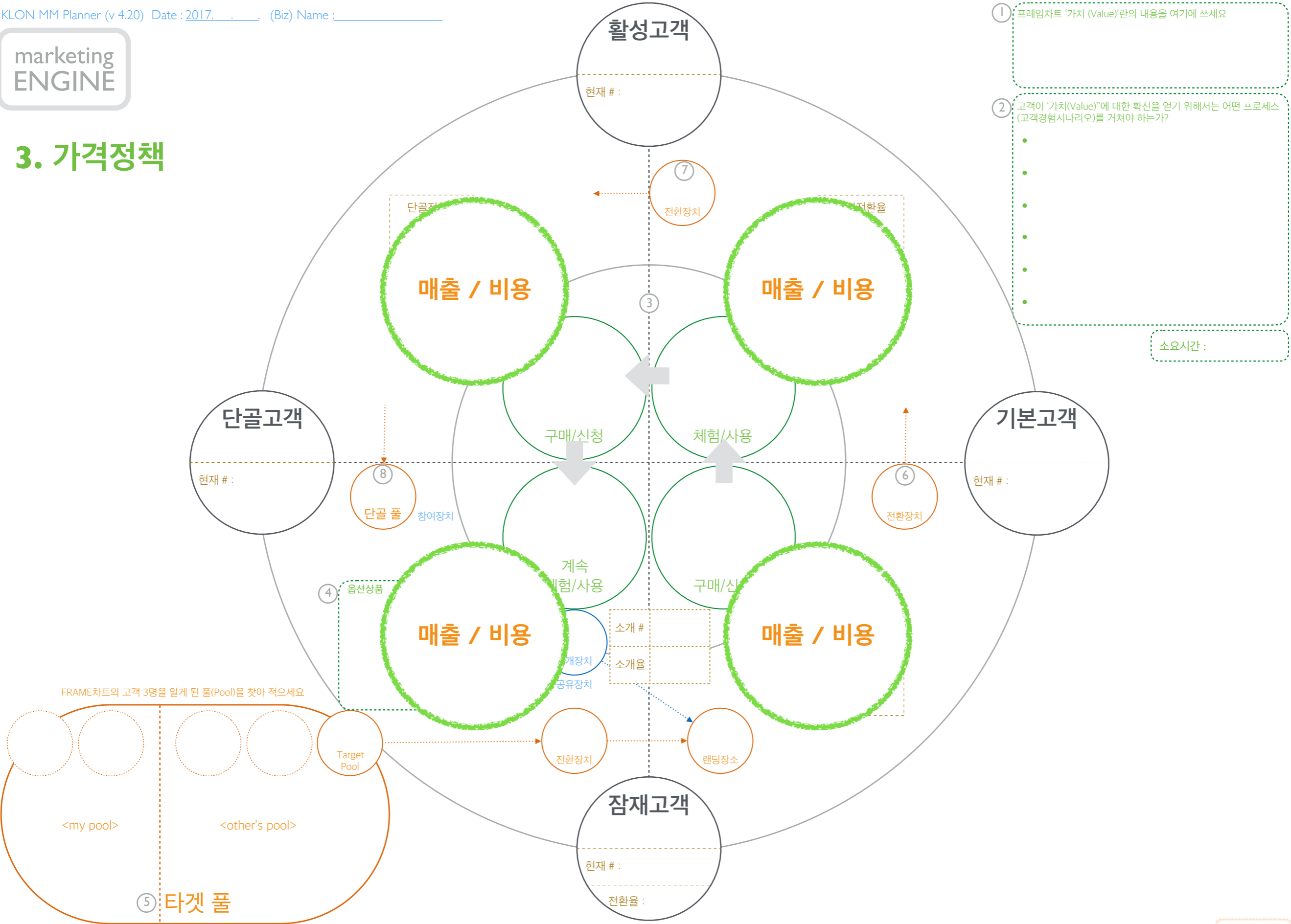
- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ### 사업기반을 제대로 정리
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
- 마케팅 모델 알기
 - 내 마케팅 프레임 만들기
 - 내 마케팅 엔진 만들기
 - 내 마케팅 모델 확인하기
 -
 -
- 소요시간: (3H)

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요





3. 가격정책



- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
 - ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -
- 소요시간 :

FRAME차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 찾아 적으세요

⑤ 타겟 풀



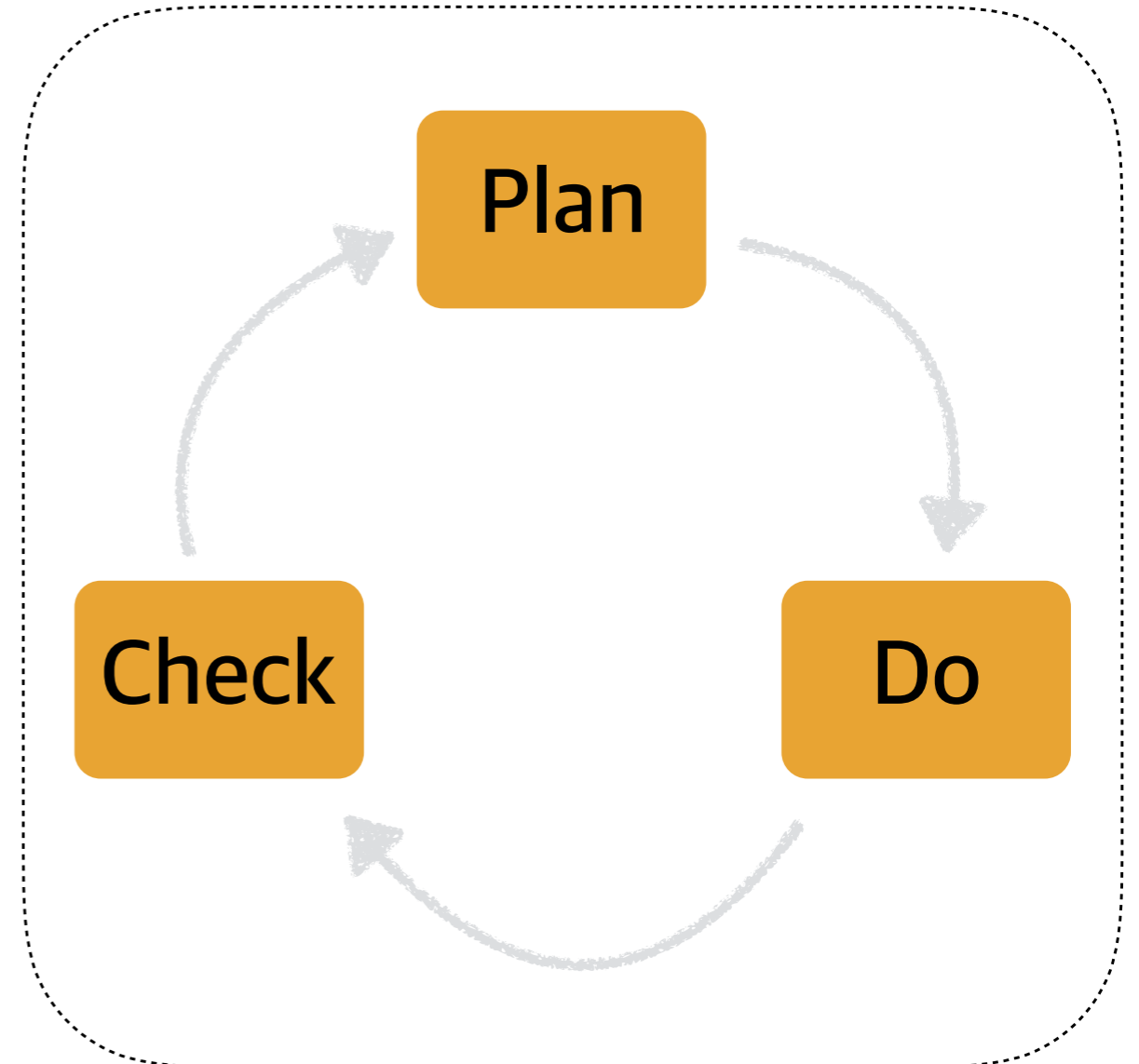
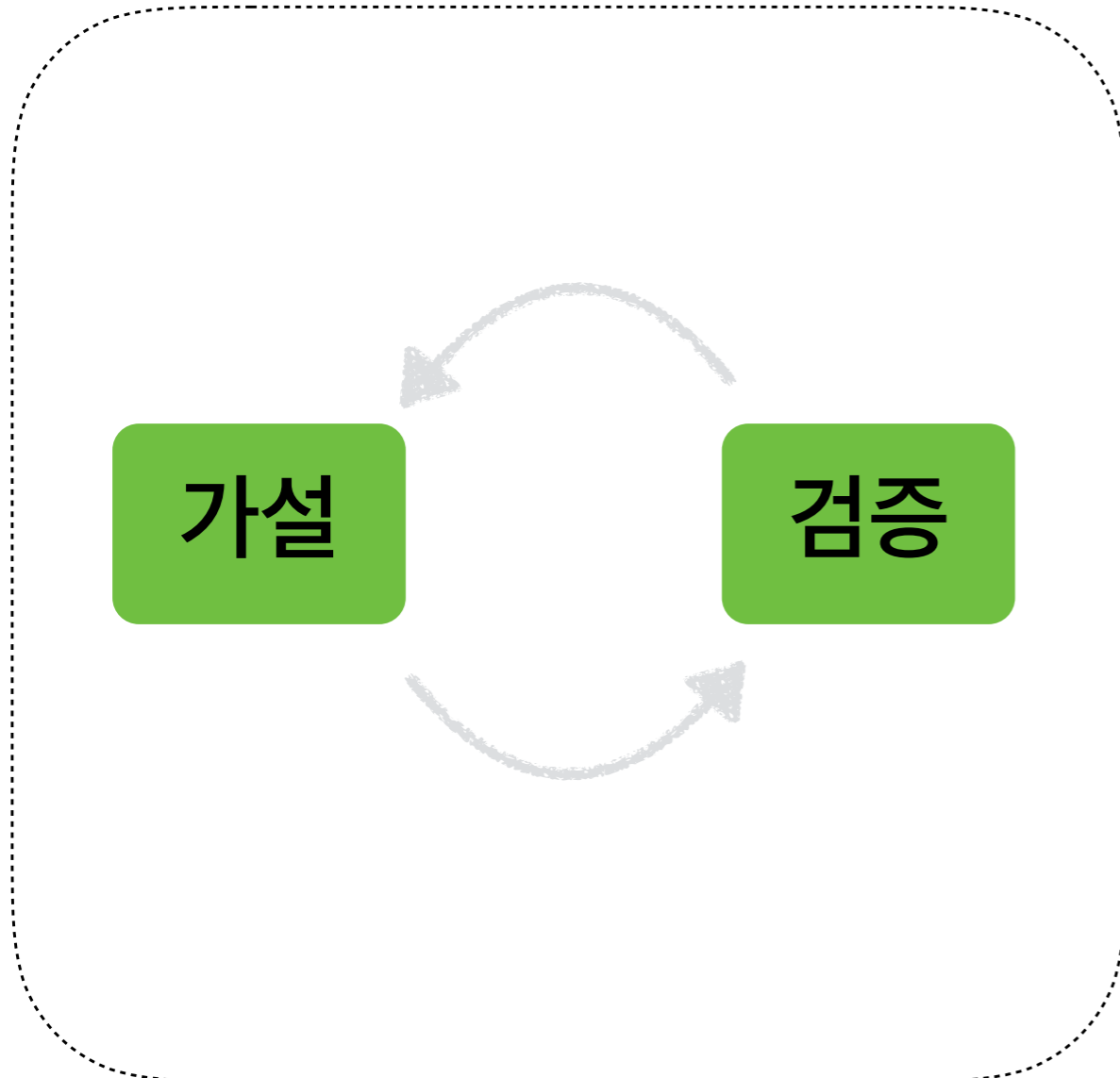
작마클_데이터편



작은회사들의 고객데이터관리법

1. 마케팅과 데이터 이해
2. 고객데이터관리 폼 만들기
3. 데이터 입력
4. 꼭 필요한 주요 함수 3종류
5. 데이터 분석

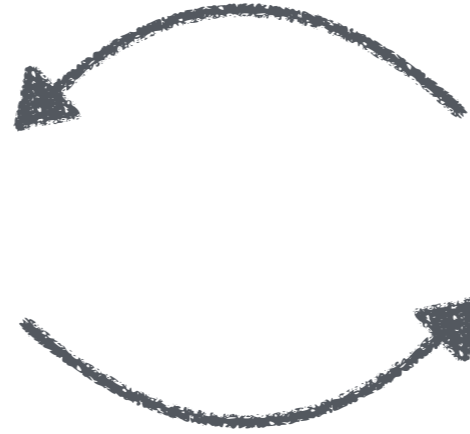
창업 마인드와 경영 마인드



마케팅과 데이터

가설

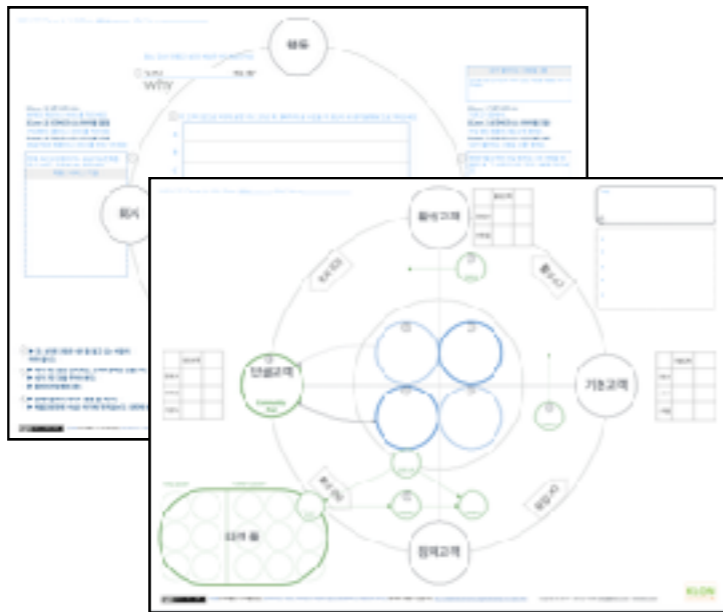
검증



감(感)

데이터(data)

[마케팅모델 차트]



[고객데이터관리시스템]

A screenshot of a Customer Data Management System interface. The title is '고객 데이터 정리 품'. Below the title are two tables: '거래현황' (Transaction Status) and '고객현황' (Customer Status). Both tables have multiple columns and rows of data, with some cells highlighted in yellow.

데이터가 필요한 시기

초기시장

주류시장

설계단계
(1시간~3시간)

시제품
만들기

시운전 단계
(6개월~1년)

확산 단계
(1년 ~ 3년...)

MVP 만들기
(Minimum Viable
Product)
(최소기능제품)

from 린스타트업

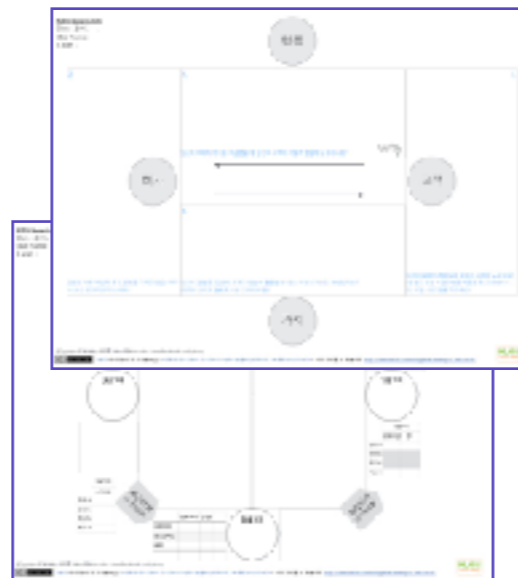
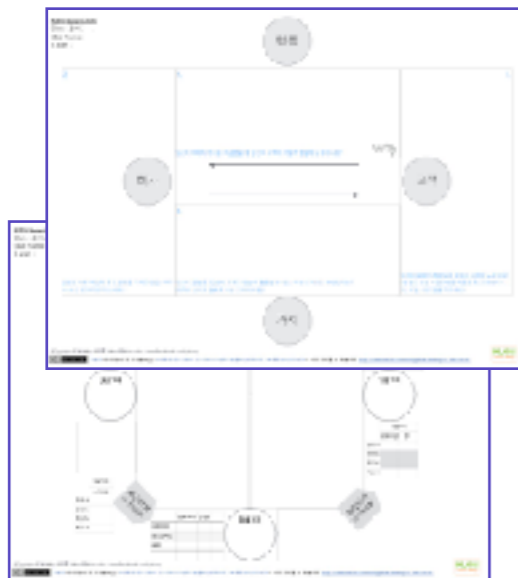
PMF 단계
(Product Market Fit)
(제품시장궁합)

from 그로스해킹

시간적 확산: 팬덤 키우기

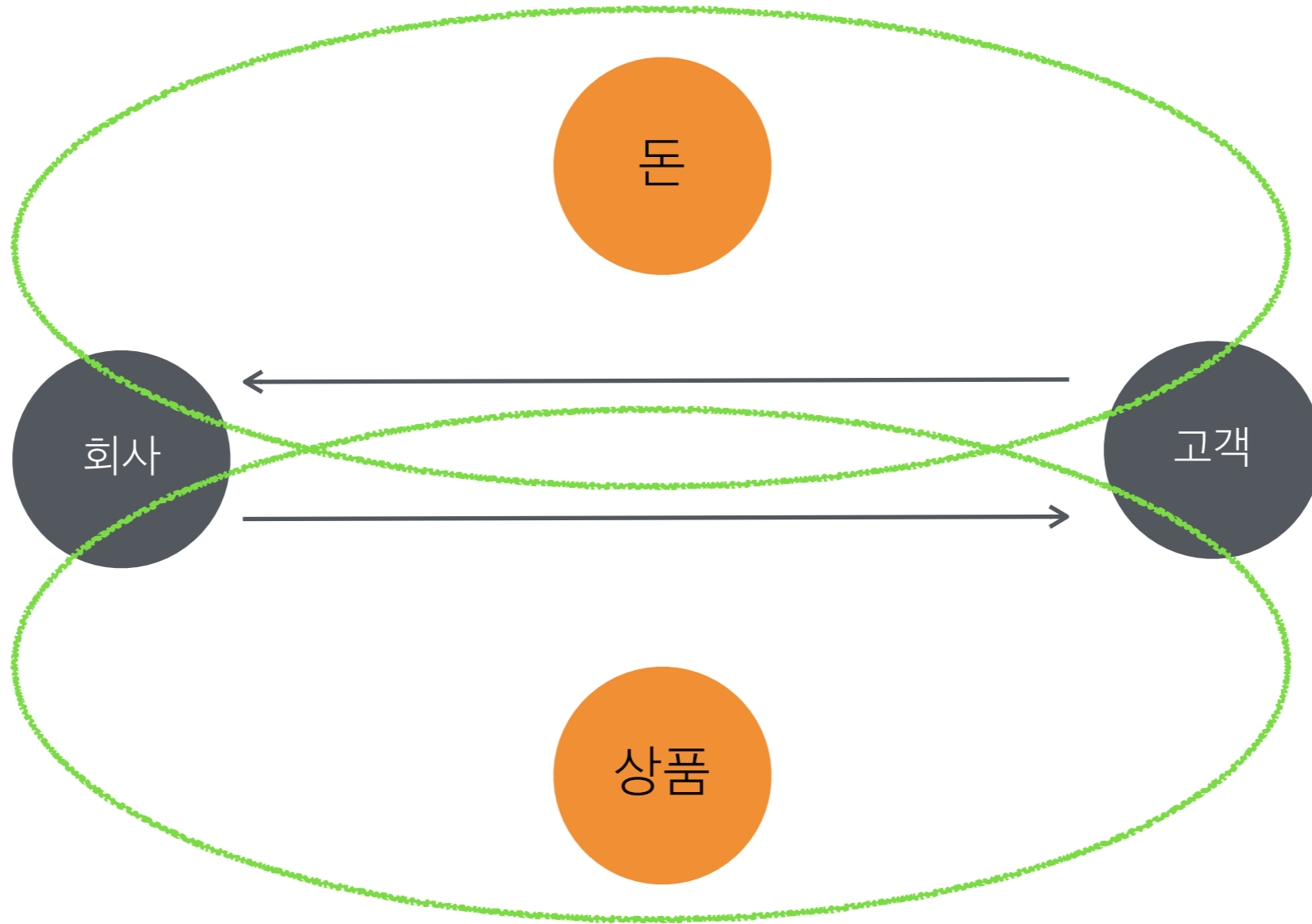
공간적 확산: 전국화 > 세계화

시장별 확산: 산업별, 규모별



(금전출납부)

수익 시스템



(고객출납부)

고객창출 시스템

언제? 누가? 무엇을? 얼마를?

날짜	구매자	제품A	제품B	제품C	제품D	제품E	매출	입금	비고	구매경로	유입경로	소개	구매차수	총횟수	구매월	구매연도
15/01/03	김진경	1		1						매장	페이스북		1	1	1	2015
15/01/08	신용태				1					홈페이지	검색		1	4	1	2015
15/01/12	김태수					1	200,000	200,000		전화	지인		1	2	1	2015
15/01/20	안현수			3			300,000	300,000		전화	소개	신용태	1	1	1	2015
15/02/01	신용태			2						매장	검색		2	4	2	2015
15/02/15	김태수				2		200,000	200,000		홈페이지	지인		2	2	2	2015
15/02/20	김서영		2							홈페이지	지인		1	1	2	2015
15/03/02	신용태		1		4					홈페이지	검색		3	4	3	2015
15/03/05	신용태		1		1					홈페이지	검색			4	3	2015



고객관리 시스템
마케팅모델 차트



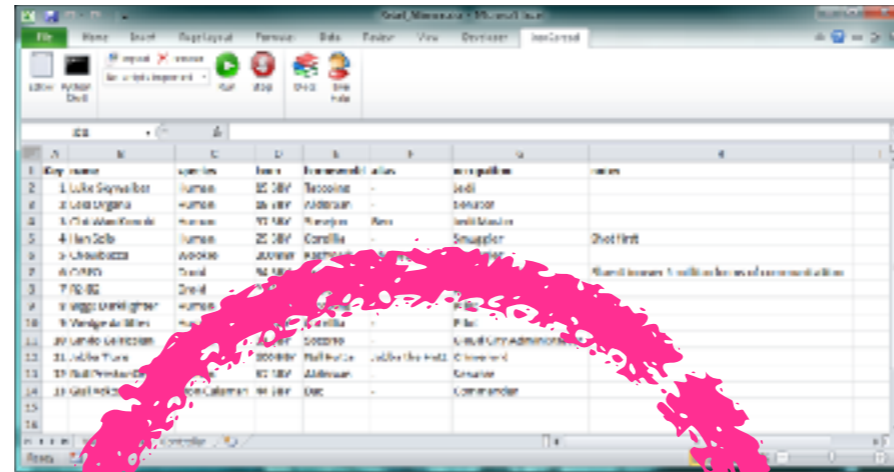
회계시스템
제무재표

고객데이터관리시스템

거래장부

엑셀

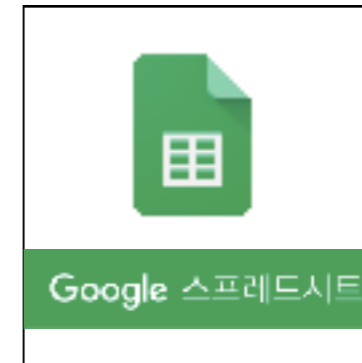
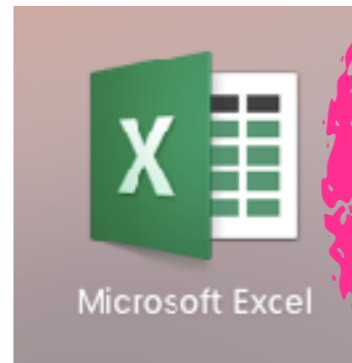
CRM

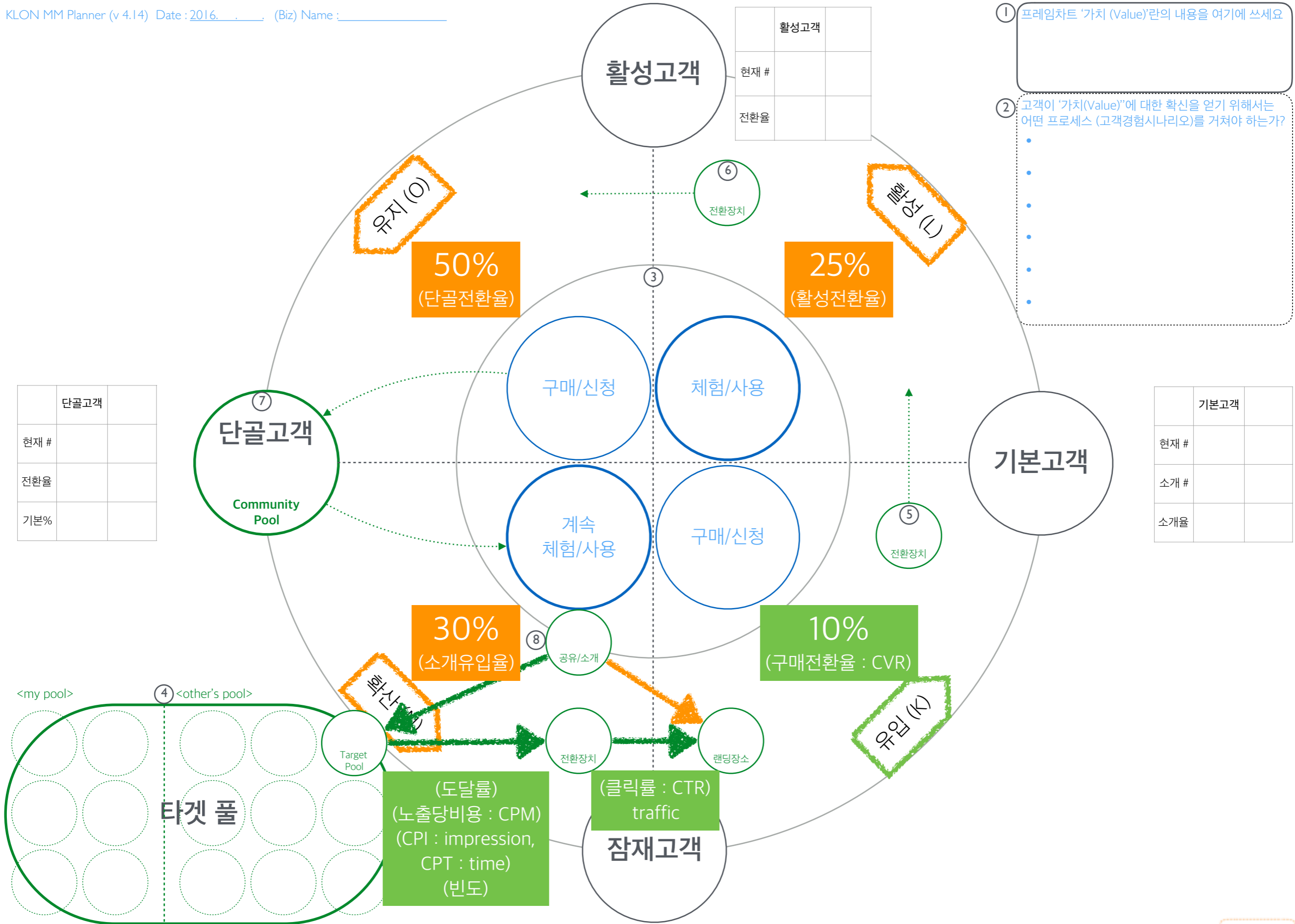


1	2	3	4	5	6	7	8
1	John Doe	Human	25	Male	Marketing	Lead	1000
2	Jane Smith	Human	30	Female	Sales	Customer	2000
3	Mike Johnson	Human	35	Male	Support	Lead	500
4	Emily White	Human	28	Female	Marketing	Customer	1500
5	David Lee	Human	32	Male	Sales	Lead	800
6	Alice Brown	Human	27	Female	Support	Customer	1200
7	Bob Green	Human	31	Male	Marketing	Lead	600
8	Charlie Black	Human	29	Male	Sales	Customer	900
9	Diana King	Human	26	Female	Support	Lead	400
10	Ethan Clark	Human	33	Male	Marketing	Customer	1100
11	Fiona Lewis	Human	24	Female	Sales	Lead	700
12	George Hall	Human	34	Male	Support	Customer	1300
13	Helen Young	Human	23	Female	Marketing	Lead	300
14	Ivan King	Human	36	Male	Sales	Customer	1600
15	Jessica Lee	Human	22	Female	Support	Lead	200
16	Kevin Scott	Human	37	Male	Marketing	Customer	1800
17	Laura Adams	Human	21	Female	Sales	Lead	100
18	Michael Baker	Human	38	Male	Support	Customer	2100
19	Nancy Carter	Human	20	Female	Marketing	Lead	50
20	Oliver Evans	Human	39	Male	Sales	Customer	2200



고객데이터관리시스템



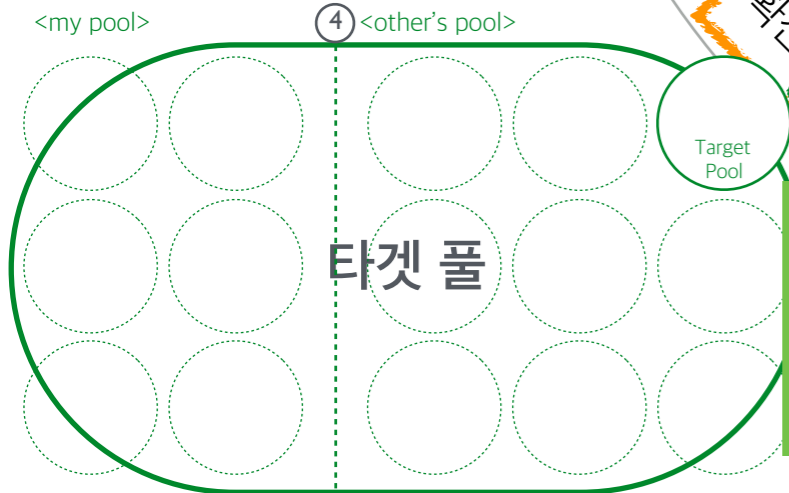


	활성고객	
현재 #		
전환율		

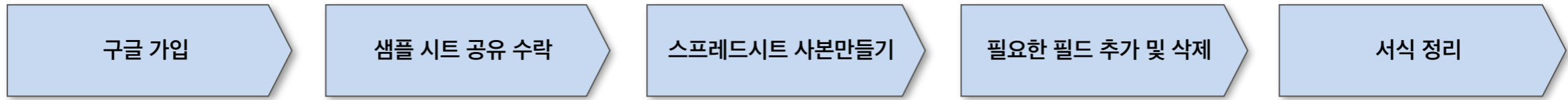
- ① 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요
- ② 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?
 -
 -
 -
 -
 -
 -

	단골고객	
현재 #		
전환율		
기본%		

	기본고객	
현재 #		
소개 #		
소개율		



고객데이터 관리 폼 만들기



google.com

이메일 공유 수락

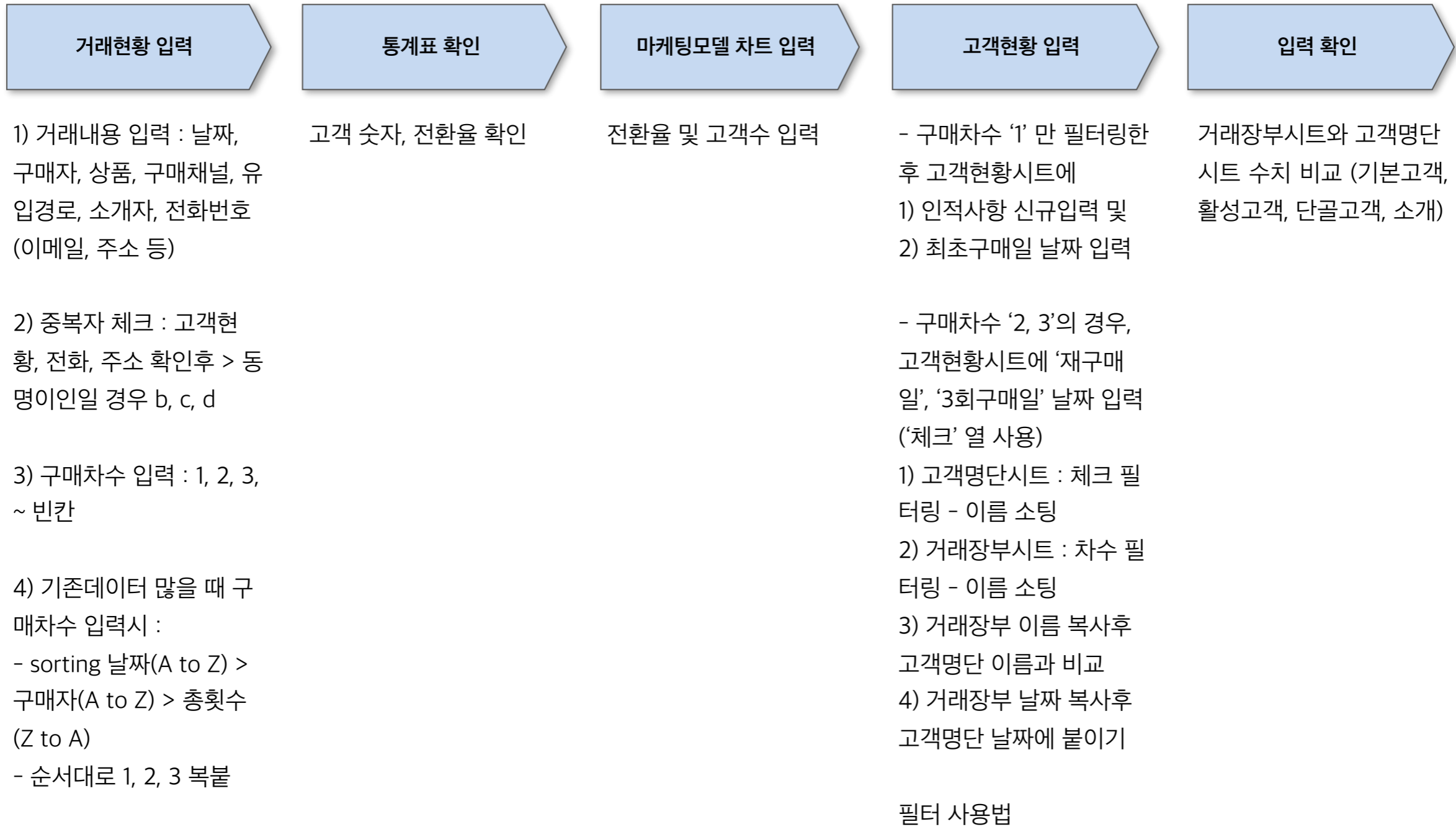
파일 > 사본만들기...

- 댓글 / 공유

- 틀고정
- 셀 선택 (전체, 부분, 하나)
- 복사 & 붙여넣기
- 행, 열 삽입/삭제 (수식이 들어가 있는 경우 아래로 복사하기)
- 실행취소/재실행

- 형식
- 글꼴, 글꼴크기
- 텍스트 색상, 채우기 색상
- 테두리
- 가로, 세로 맞춤
- 서식 복사

데이터 입력



시트정렬

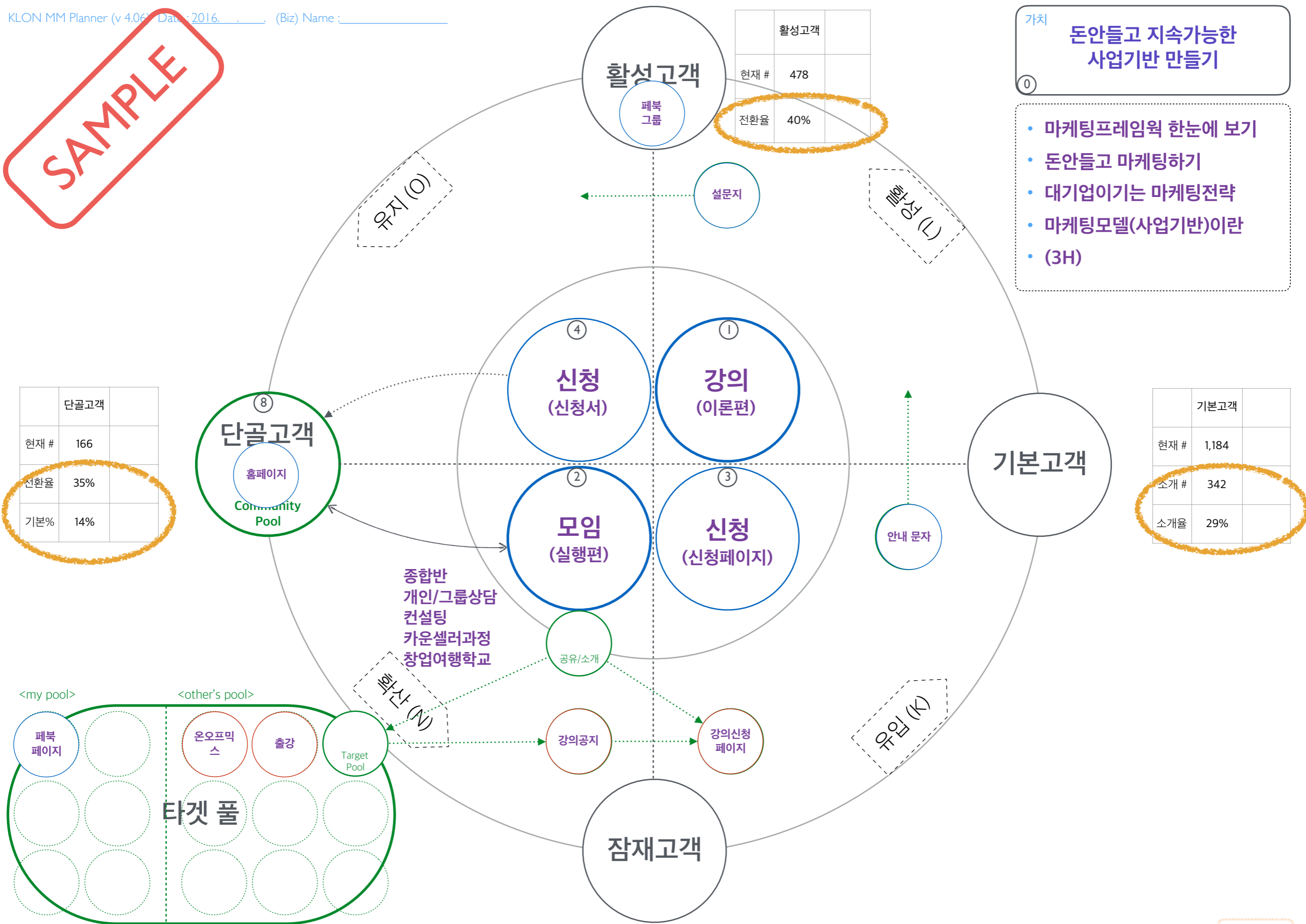


가치
**돈안들고 지속가능한
 사업기반 만들기**
 ①

- 마케팅프레임웍 한눈에 보기
- 돈안들고 마케팅하기
- 대기업이기는 마케팅전략
- 마케팅모델(사업기반)이란
- (3H)

단골고객	
현재 #	166
전환율	35%
기본%	14%

기본고객	
현재 #	1,184
소개 #	342
소개율	29%





활성고객	
현재 #	
전환율	0%
단가	50,000
비용	23,000
싸이클	

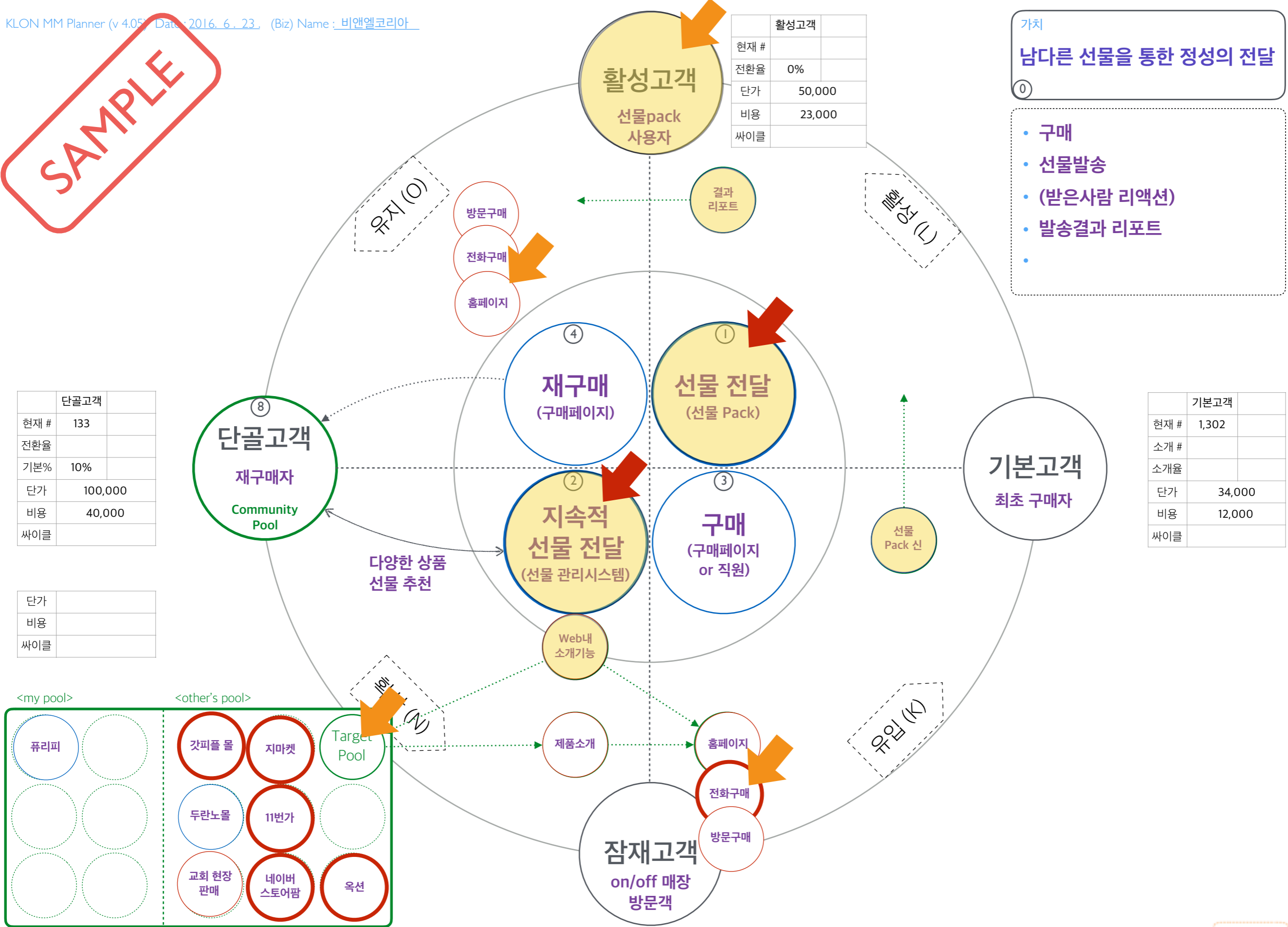
가치
남다른 선물을 통한 정성의 전달
①

- 구매
- 선물발송
- (받은사람 리액션)
- 발송결과 리포트
-

단골고객	
현재 #	133
전환율	
기본%	10%
단가	100,000
비용	40,000
싸이클	

단가	
비용	
싸이클	

기본고객	
현재 #	1,302
소개 #	
소개율	
단가	34,000
비용	12,000
싸이클	



<my pool> <other's pool>

퓨리피	갓피플몰	지마켓	Target Pool
	두란노몰	11번가	
	교회 현장 판매	네이버 스토어팜	옥션



꼭 필요한 주요 함수 3종류

수식

- 수식 시작 : =
- 사칙연산 : +, -, /, *
- 범위 선택모드 : Ctrl + E
- 셀 표기 : A1 (절대표기)
\$A\$1, \$A1, A\$1

- 셀 범위 표기 : A1:B1,
A:A, A3:A
- 다른 시트 셀 범위 표기 :
'거래현황'!\$B\$4:\$B

함수 (1)

- **SUM**(A1:B1)
- IF()
- **MONTH()**, **YEAR()**

=IF(G3>0,MONTH(G3),"")
=IF(G3>0,YEAR(G3),"")

- AND, NOT, OR()
- ISBLANK()

=IF(AND(NOT(ISBLANK(O4)),X4=O4),1,"") : 체크할 때

함수 (2)

- **COUNTA**(내용있는 셀의 갯수), **COUNT**(숫자갯수)

- **COUNTIF**() : 조건을 만족하는 셀의 갯수

=IF(OR(\$F3-COUNTA(\$G3:\$I3)=0,COUNTA(\$G3:\$I3)=3),"",
\$F3-COUNTA(\$G3:\$I3)) : 체크할 때
=IF(COUNTIF('거래현황'!\$B\$4:\$B,\$A3)=0,"",
COUNTIF('거래현황'!\$B\$4:\$B,\$A3)) : 0 없애기

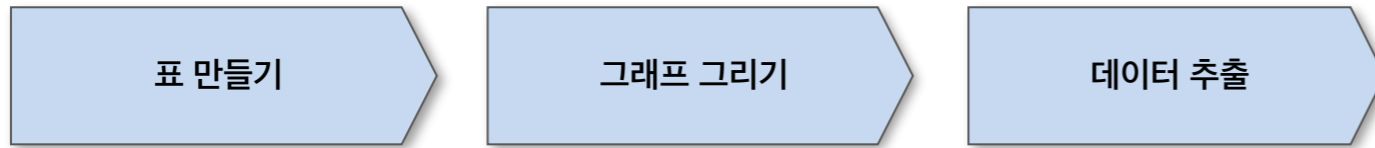
함수 (3)

- **VLOOKUP**(검색할_키, 범위, 색인, 정렬됨) : 다른 곳이나 시트에서 조건에 만족하는 값을 가져오기
* 소스변경시 수정필요

- IFERROR(값, [오류인 경우_값]) : 오류인 경우를 피할 때 (0으로 나누거나 등)

=IFERROR(VLOOKUP(\$B4,'고객현황'!\$A:\$L,2,0),"")

데이터 분석



단계별 트렌드 분석
경로별 트렌드 분석
상품별 트렌드 분석

파일 > 다른이름으로 다운
로드 > Microsoft Excel

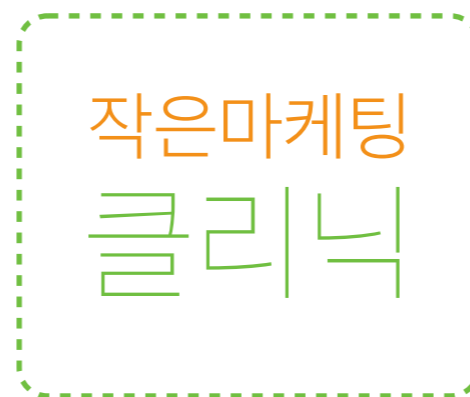
- 시트추가
- 절대경로, 상대경로
- COUNTIFS() : 여러조건을 만족하는 셀의 갯수

- 차트삽입

```
=IF(COUNTIFS('거래현황'!$W$4:$W,$A$2,'거래현황'!$V$4:$V,B$2,'거래현황'!$L$4:$L,$A3)=0,"",  
COUNTIFS('거래현황'!$W$4:$W,$A$2,'거래현황'!$V$4:$V,B$2,'거래현황'!$L$4:$L,$A3))
```

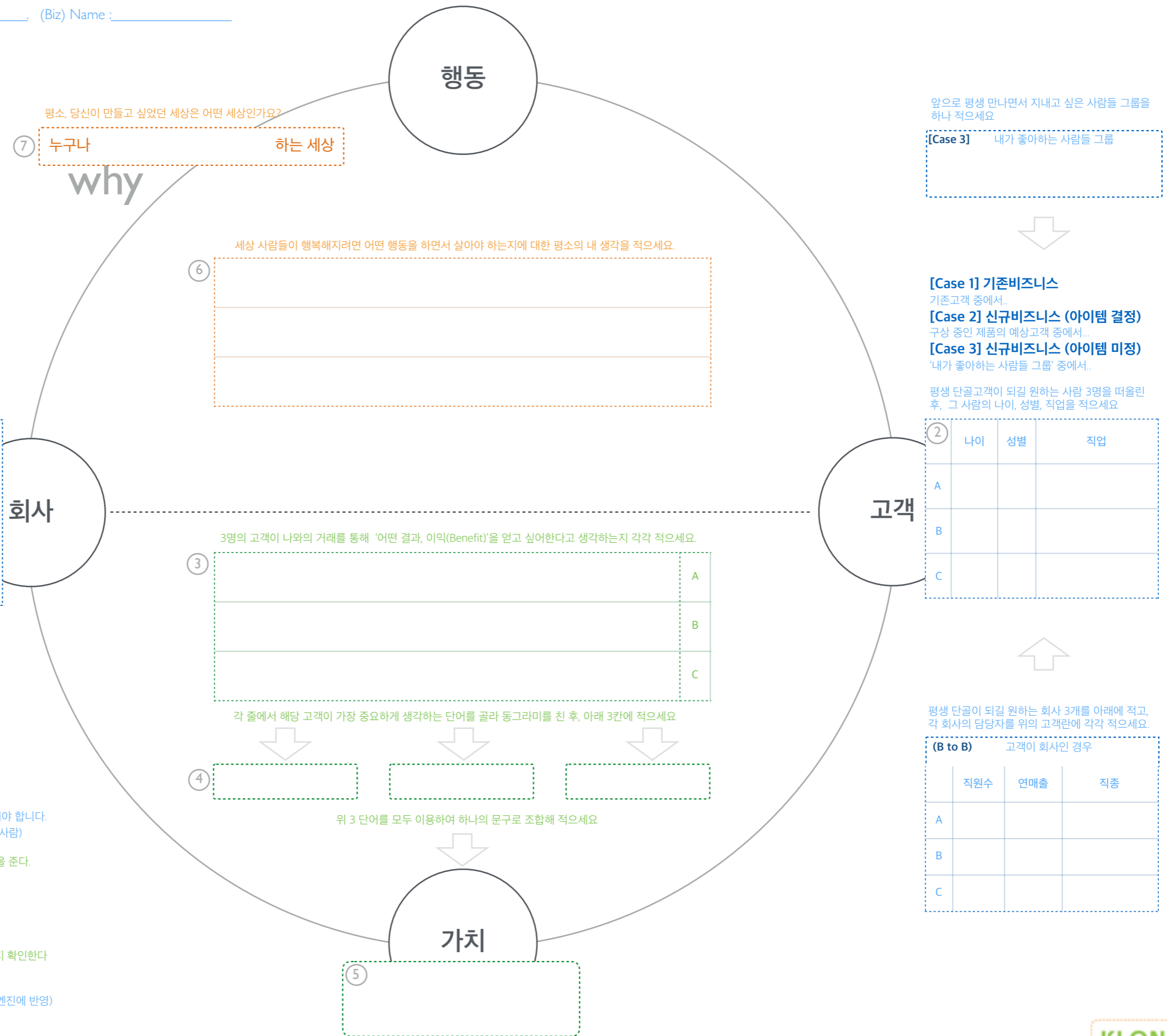
KLON Marketing Model PLANNER

(v 4.20)



Contact : 이상훈 | yibong@klon.kr | www.klon.kr | www.facebook.com/yibong

**marketing
FRAME**



- [Case 1] 기존비즈니스
현재의 제품이나 서비스를 적으세요
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품이나 서비스를 적으세요.
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
공급 가능한 제품이나 서비스를 모두 적으세요

① 제품 / 서비스 / 기술

앞으로 평생 만나면서 지내고 싶은 사람들 그룹을 하나 적으세요

[Case 3] 내가 좋아하는 사람들 그룹



- [Case 1] 기존비즈니스
기존고객 중에서..
- [Case 2] 신규비즈니스 (아이템 결정)
구상 중인 제품의 예상고객 중에서..
- [Case 3] 신규비즈니스 (아이템 미정)
'내가 좋아하는 사람들 그룹' 중에서..

평생 단골고객이 되길 원하는 사람 3명을 떠올린 후, 그 사람의 나이, 성별, 직업을 적으세요

②

	나이	성별	직업
A			
B			
C			



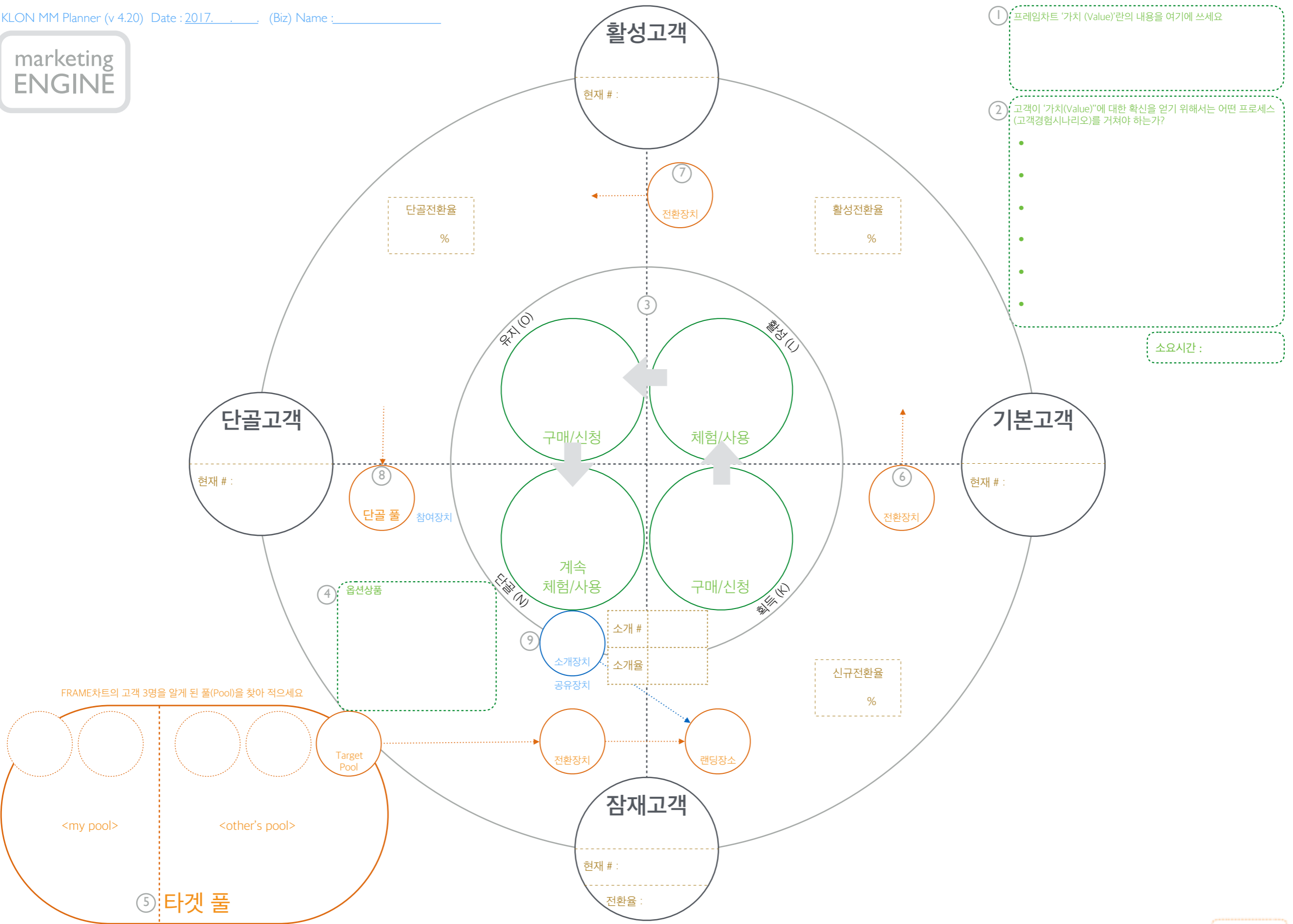
평생 단골이 되길 원하는 회사 3개를 아래에 적고, 각 회사의 담당자를 위의 고객란에 각각 적으세요.

(B to B) 고객이 회사인 경우

	직원수	연매출	직종
A			
B			
C			

- ② ▶ 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
▶ 가족, 친척은 제외 (제품을 계속 구매할 만한 사람)
- ③ ▶ 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
▶ 내가 가진 것을 주어야 한다.
▶ 확인이 가능해야 한다.
- ④ ▶ 복합단어는 분절하여 한 단어씩 적는다.
- ⑤ ▶ 5번을 A,B,C세명에게 대답했을 때 만족하는지 확인한다
- ⑥ ▶ 상태나 결과가 아니라 '행동'을 적는다.
▶ 제품과 연관된 사심은 여기에 적지 않는다. (엔진에 반영)

⑤



1 프레임차트 '가치 (Value)'란의 내용을 여기에 쓰세요

2 고객이 '가치(Value)'에 대한 확신을 얻기 위해서는 어떤 프로세스 (고객경험시나리오)를 거쳐야 하는가?

-
-
-
-
-
-

소요시간:

