

맞춤형 캠핑용 하우스징 서비스디자인 개발

디자인시나리오



The Design Scenario

맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스디자인 개발



The Design Scenario

맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스디자인 개발





Contents

01

연구개요

- 1.1 연구목적
- 1.2 연구 범위
- 1.3 연구 프로세스

02

목표 산업분석 및 경쟁분석

- 2.1 메가 트렌드 분석
- 2.2 3C 분석
- 2.3 경쟁 우위 전략

03

사용자 가치분석

- 3.1 소비자 Needs 도출
- 3.2 고객유형별 라이프 스타일 정의
- 3.3 유형별 경험체계 분석

04

핵심 타겟 설정

- 4.1 타겟 고객 핵심이슈 도출
- 4.2 퍼소나 설정(대표&극단적)
- 4.3 고객여정맵

05

디자인 시나리오 발굴

- 5.1 핵심 서비스 및 시나리오 씨드 발굴
- 5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건)

06

디자인 시나리오 제안

- 6.1 대표 시나리오 도출 (5건)
- 6.2 서비스 플로우 설계

1.1 연구 목적
1.2 연구 범위
1.3 연구 프로세스

01

연구 개요

모든 차량에 호환 가능한 대량 맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스디자인 개발 선행연구

- 연구기간 : 2021.4 ~ 2023.12
- 주관기관 : 세화자동차
- 참여기관 : KIDP, 인터디

| 연구 배경

모든 차량에 호환이 가능하고 개인 맞춤형 라이프스타일을 적극적으로 수용하기 위한 캠핑카 개발

- 레고 방식의 파트 모듈 개발을 위한 대량 맞춤형 제조방법과 온라인 시뮬레이션 개발을 통하여 고객이 쉽게 구매를 결정할 수 있도록 하는 제품 및 서비스 개발

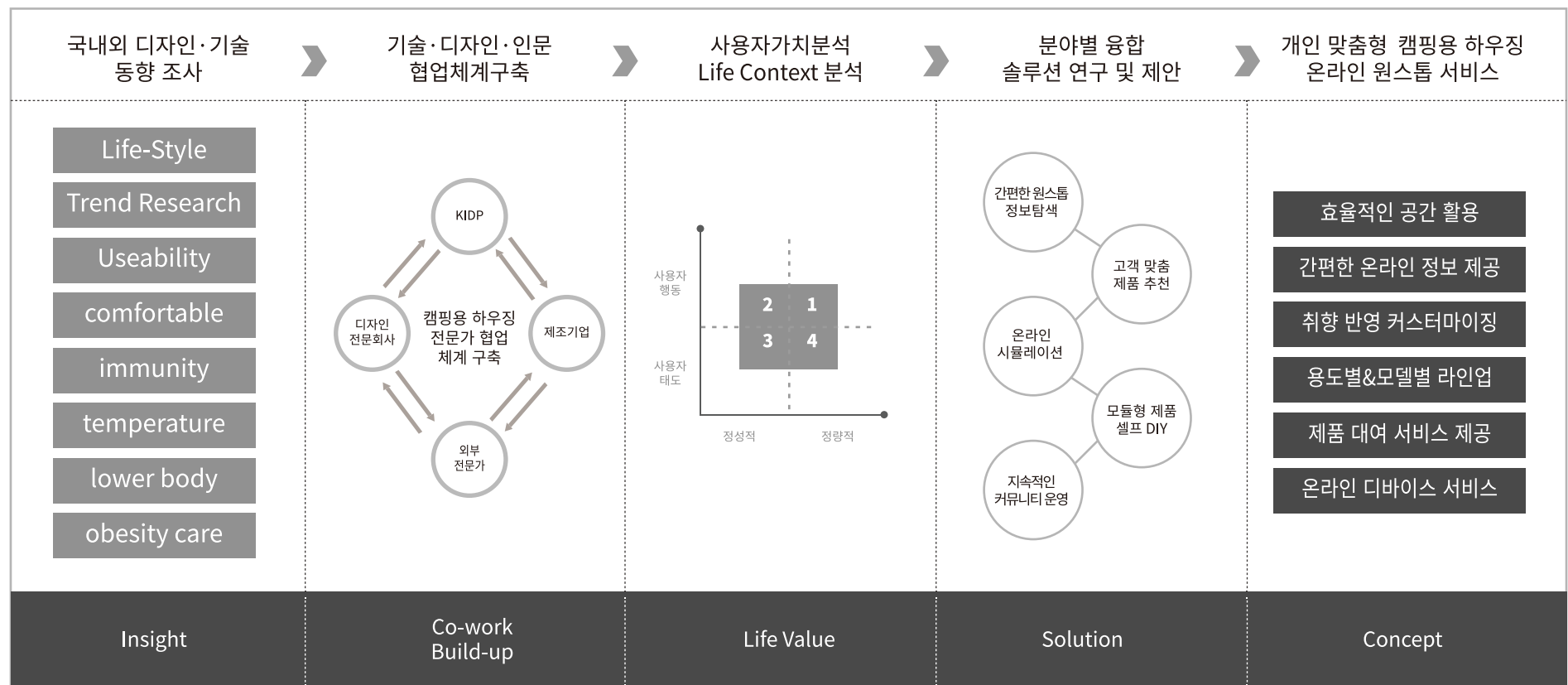
| 주요 내용

모든 차량에 호환 가능한 대량 맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스 개발

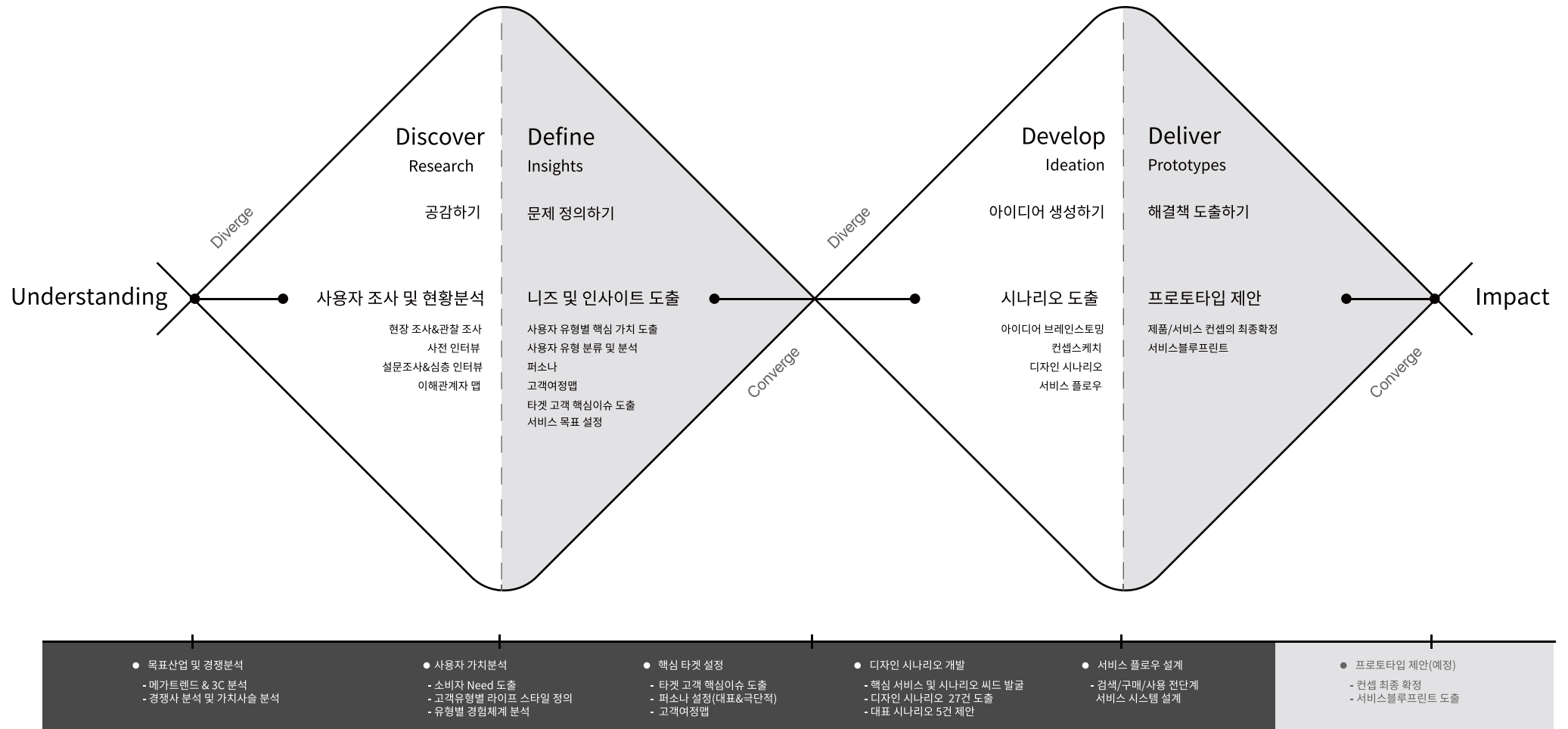
- 사용자 라이프스타일 반영 개인 맞춤 제공을 위한 온라인 시뮬레이션 서비스
- 모든차량에 호환이 가능한 Lego-Style 캠핑용 하우스
- 캠핑 용도별 퍼니쳐 모듈형 박스
- 대량 맞춤 캠핑용 모듈러 하우스 표준화 가이드

1차년도 KIDP 연구 범위

- 現시장 참여자의 新시장 참여유인을 위한 목표산업 및 경쟁 분석
 - 新시장 창출에 따른 사용자 범위 확정 및 타겟 시장 내 기술현황 분석
 - 제품 수명 주기 분석을 통해 단계에 맞는 특징 및 추진전략 점검
- 사용자 경험체계 분석을 통한 서비스 시나리오 개발
 - 캠핑 현황 및 캠핑 종류별 타겟 소비자 니즈 연구
 - 서비스시나리오 기반 현행 문제점 및 개선방향 도출
- 선행연구를 통한 사용자 가치 분석
 - 선행연구를 통한 사용자 Needs 도출
 - 3C분석을 통한 사용자 라이프 트렌드에 따른 니즈(Needs)와 구매행태 분석



1.3 연구 프로세스 | R&D Research Process



2.1 메가 트렌드 분석

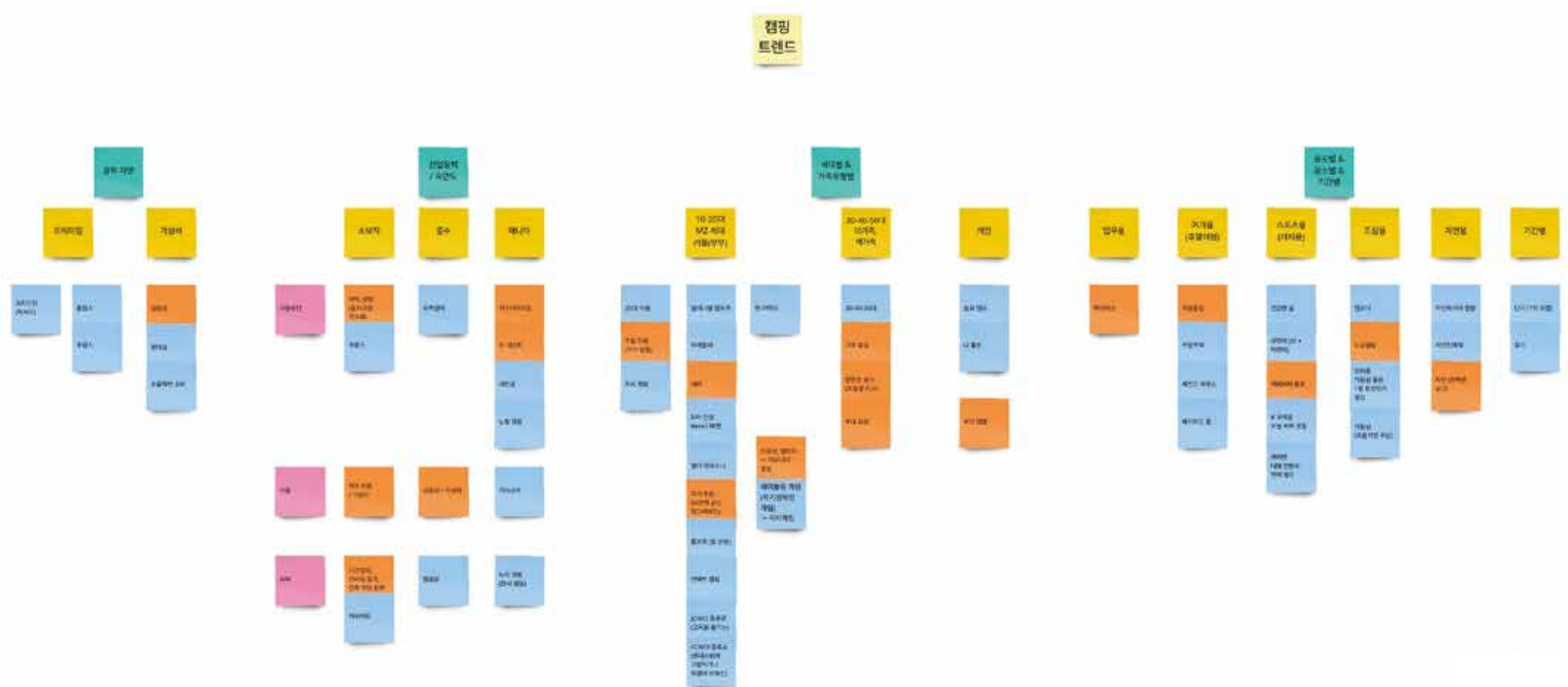
2.2 3C분석

2.3 경쟁우위 전략

02

목표 산업분석 및 경쟁분석

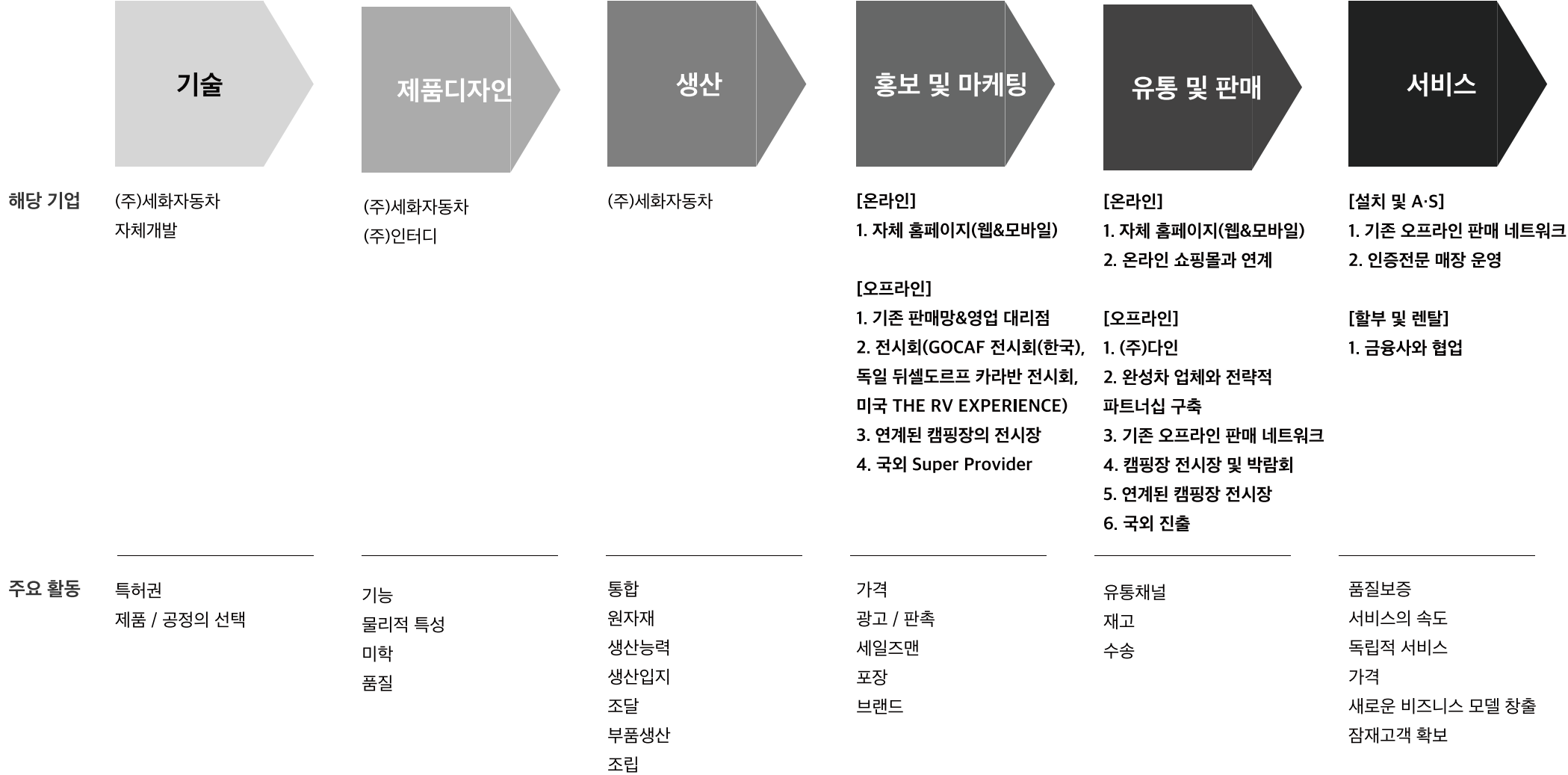
2.1 메가트렌드 분석 | 어피니티 다이어그램 (Affinity Diagram)



- 캠핑관련 연관어 빅데이터 분석에 따르면 캠핑장과 차박, 텐트가 단연 상위에 올라 있음. 다음으로 여행이 높았는데, 과거에 여행이라고 하면 비행기 정도는 타고 떠나야 어울리는 말이었지만 캠핑여행이라는 말이 어느새 익숙한 표현이 되었으며 상위 연관어에도 보임. 코로나19 확산이 캠핑 확산에 기여했음이 틀림없음.
- 캠핑 연관어 중 사람을 나타내는 단어는 가족, 친구, 아이들, 남편, 부부, 아빠, 엄마 등 다른 레저 활동 문서와 비교해 가족이라는 표현이 유독 강조되는 편. 또 남편과 아빠 표현의 등장 비중도 상당히 높은 특성을 보임. 대부분 여행 관련 문서를 보면 여성과 자녀 중심으로 서술되는 것과 비교하면 확실히 다른 흐름.
- 캠핑 인식조사에서도 이러한 흐름을 확인할 수 있음. ‘캠핑이 일상의 활력소가 될 수 있다’에 동의하는 응답이 무려 81.9%. 대부분의 사람들이 일상을 떠나 자연 속에서 캠핑하는 것에 대해 강하게 동경하고 있음을 알 수 있음. ‘요즘 부쩍 캠핑을 즐기는 사람이 많아진 느낌이다’에 대해서는 69.9%가 동의. 또 ‘해외여행을 가지 못하는 지금 캠핑이 최고의 대안인 것 같다’에 대해서도 51.6%가 동의했음.

가치사슬에 따른 비즈니스 시스템 주요 활동 | (주)세화자동차

*Mckinsey Business System



홍보 및 마케팅

[온라인]

1. 자체 홈페이지(웹&모바일)

[오프라인]

1. 기존 판매망&영업 대리점
2. 전시회(GOCAF 전시회(한국), 독일 뒤셀도르프 카라반 전시회, 미국 THE RV EXPERIENCE)
3. 연계된 캠핑장의 전시장
4. 국외 Super Provider

가격

광고 / 판촉

세일즈맨

포장

브랜드

홍보 및 마케팅 경쟁사의 가치사슬 벤치마킹

[온라인]

1. 소셜 네트워크 서비스를 활용한 지속적인 콘텐츠 업로드

캠핑카 정보 외 캠핑 관련 정보(캠핑장 매너 사항, 좋은 사이트 찾기, 캠핑 장비 정보 등)

2. 유튜브(YOUTUBE) 채널 운영

신제품 출시 시 동영상상을 통해 제품 기능 소개, 사용 방법 및 설치 과정 공개, 캠핑 채널에 협찬을 통한 제품 홍보



*유튜브(YOUTUBE) | 마케팅 사례

분석 결과

온·오프라인 홍보 및 마케팅 전략 분석 해 본 결과 **오프라인**에 초점에 맞추어져 있다는 것을 확인할 수 있었다. **자체 홈페이지 및 온라인 서비스**(소셜 네트워크 서비스&유튜브 등)를 적극 활용하여 **캠핑카 뿐만 아니라 캠핑에 대해서도 지속적인 콘텐츠를 배포하는 등 온라인 플랫폼을 활용한 홍보와 마케팅 전략**이 필요하다.



*소셜 네트워크 서비스 | 콘텐츠 배포 마케팅 사례

유통 및 판매

[온라인]

1. 자체 홈페이지(웹&모바일)
2. 온라인 쇼핑몰과 연계

[오프라인]

1. (주)다인
2. 완성차 업체와 전략적 파트너십 구축
3. 기존 오프라인 판매 네트워크
4. 캠핑장 전시장 및 박람회
5. 연계된 캠핑장 전시장
6. 해외 진출

유통채널

재고

수송

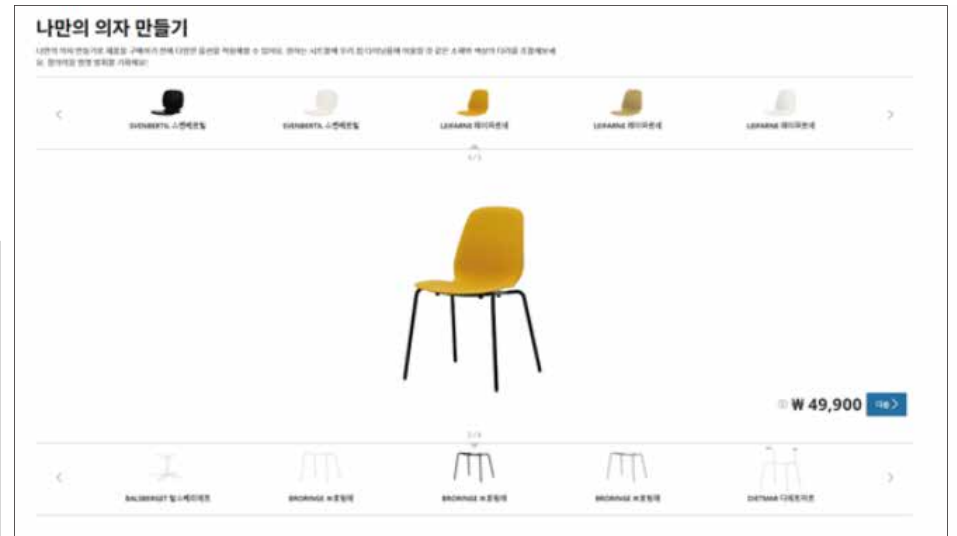
유통 및 판매 경쟁사의 가치사슬 벤치마킹

[온라인]

1. 웹사이트를 활용한 다양한 프로모션 제공
2. 커뮤니티와 연계하여 판매 연결 서비스
3. 전용 부품 물 운영
4. 웹&앱을 이용한 가격비교 서비스
5. 3D 시뮬레이션을 활용한 가상제품 구현 서비스

분석 결과

온·오프라인 유통 및 판매 전략을 분석 해 본 결과 오프라인에 초점에 맞추어져 있다는 것을 확인할 수 있었다. 캠핑카는 직접 보고 사야한다는 인식이 있어 오프라인 구매에 대한 수요가 많지만 대부분의 소비자는 구매 전 온라인을 통해서 정보 수집을 진행하기 때문에, 자체 홈페이지 및 온라인 커뮤니티, 소셜 네트워크 서비스를 적극 활용하여 제품 판매 프로모션 이벤트를 진행하고, 이를 통해 제품에 대한 구매욕구 자극 및 인지도를 높이는 전략이 필요하다.



*3D 시뮬레이션을 활용한 가상제품 구현 서비스 | IKEA

서비스

[온라인]

1. 자체 홈페이지(웹&모바일)
2. 온라인 쇼핑몰과 연계

[오프라인]

1. (주)다인
2. 완성차 업체와 전략적 파트너십 구축
3. 기존 오프라인 판매 네트워크
4. 캠핑장 전시장 및 박람회
5. 연계된 캠핑장 전시장
6. 국외 진출

유통채널
재고
수송

서비스 관련 경쟁사의 가치사슬 벤치마킹

[설치 및 A/S / 할부 및 렌탈]

1. 텐트 보관 서비스
2. 캠핑 보관·배송 서비스 플랫폼&렌탈
3. 초보 캠퍼들을 위한 웹가이드

분석 결과

온·오프라인 서비스 전략을 분석해 본 결과 A/S 서비스에 초점이 맞추어진 것을 확인할 수 있었다. 앞서 나가는 캠핑카 서비스를 제시하기 위해서는 캠핑카 외에 고객들의 패인 포인트를 파악하여 세화만의 차별화된 서비스로 녹여낼 필요성이 있다.

1. 블랙야크의 텐트 보관 서비스

캠핑용품 50만원 이상 구매 고객을 대상으로 텐트 보관서비스 쿠폰을 증정한다. 이 쿠폰에 원하는 날짜와 필요사항 등을 적어 가까운 블랙야크 매장에 맡기면, 각 매장은 이를 블랙야크 물류창고에 보내 건조 및 간단한 청소, 리패킹 등을 해 준다.

2. 위드캠프의 캠핑·보관 서비스 플랫폼&렌탈

무겁고 큰 부피의 캠핑장비로 인해 자택 내 수납공간 부족 문제와 캠핑 준비에 어려움을 겪는 캠퍼들을 위해 서울 도심과 캠핑장에서 캠핑장비를 보관해 주고, 자택과 캠핑장, 보관소와 캠핑장 간에 캠핑 장비를 배송한다. 보관, 배송 서비스 뿐 아니라 캠핑장비 렌탈, 설치/철거, 더 나아가서는 세탁 서비스까지 캠핑장비와 관련된 모든 서비스를 제공하는 통합 플랫폼을 구축하려는 목표를 가지고 있다.

항공을 이용하는 제주도 지역의 특성상 본인 소유의 캠핑장비가 아닌 렌탈장비를 사용하는 제주도 캠핑장 이용 캠퍼들을 대상으로하는 렌탈배송 서비스를 기획하고 있다.

3. 캠프밸리의 초보 캠퍼들을 위한 웹 가이드

캠프밸리의 캠핑장, 텐트장 주의사항, 캠핑 에티켓등 기본 캠퍼들을 위한 정보 제공 가이드라인을 제시하고 있다.

캠핑 인구 변화 (연 인원 수)



2018년 약 1,446만명 > 2019년 약 2,298만명

58.9%
증가

등록 캠핑장 수 변화



2018년 1,900개 > 2019년 2,233개

17.5%
증가

캠핑카 등록 현황



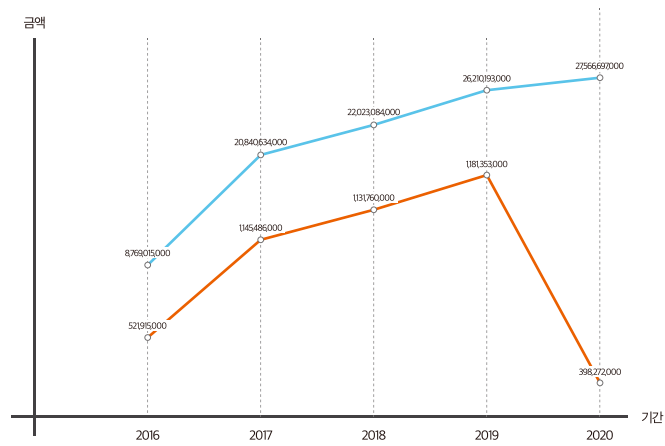
2018년 약 14,491대 > 2019년 약 25,000대

72.5%
증가

2010년 약 60만이던 국내 캠핑 인구가 최근에는
600만명으로 약 10배 가량 늘어나고
2019년 기준 전국에 2,233여개의 캠핑장이 생겼으며
캠핑카 등록 대수는 나날이 증가하고 있는 실정이다.

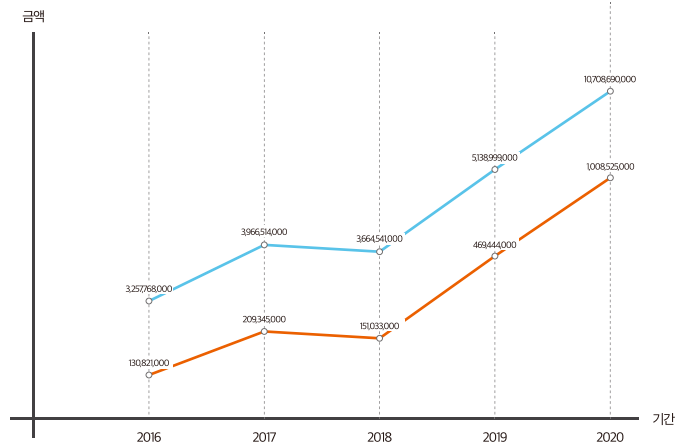
2.2 3C 분석 | 경쟁(Competitors) 분석 - 경쟁사 분석

모터홈 제작 업체 연도별 매출액 및 이익 | (주)제일모빌



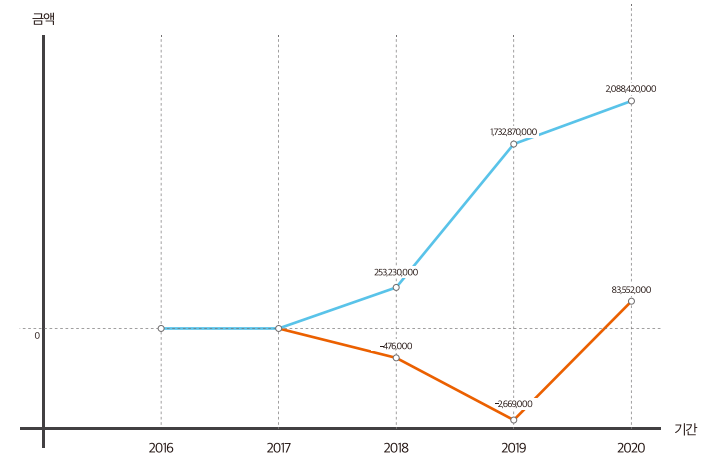
최근 5개년 매출액 분석 결과, 2016년부터 꾸준히 매출이 상승하는 것을 확인할 수 있다. 특히 2016년 이후의 급격한 매출 변화와 2020년 영업이익의 급격한 하락이 눈에 띄는 변화라고 볼 수 있는데, 정확한 사유는 알 수 없지만 2020년 소비자 평가에서 디자인 트렌드가 발쳐주지 않는다는 의견이 있어 이에 따라 제품 개발에 추가적인 투자를 했을 가능성이 있으며, 기타 복합적인 이유일 것으로 추정된다.

트레일러 제작 업체 연도별 매출액 및 이익 | (주)신화플러스



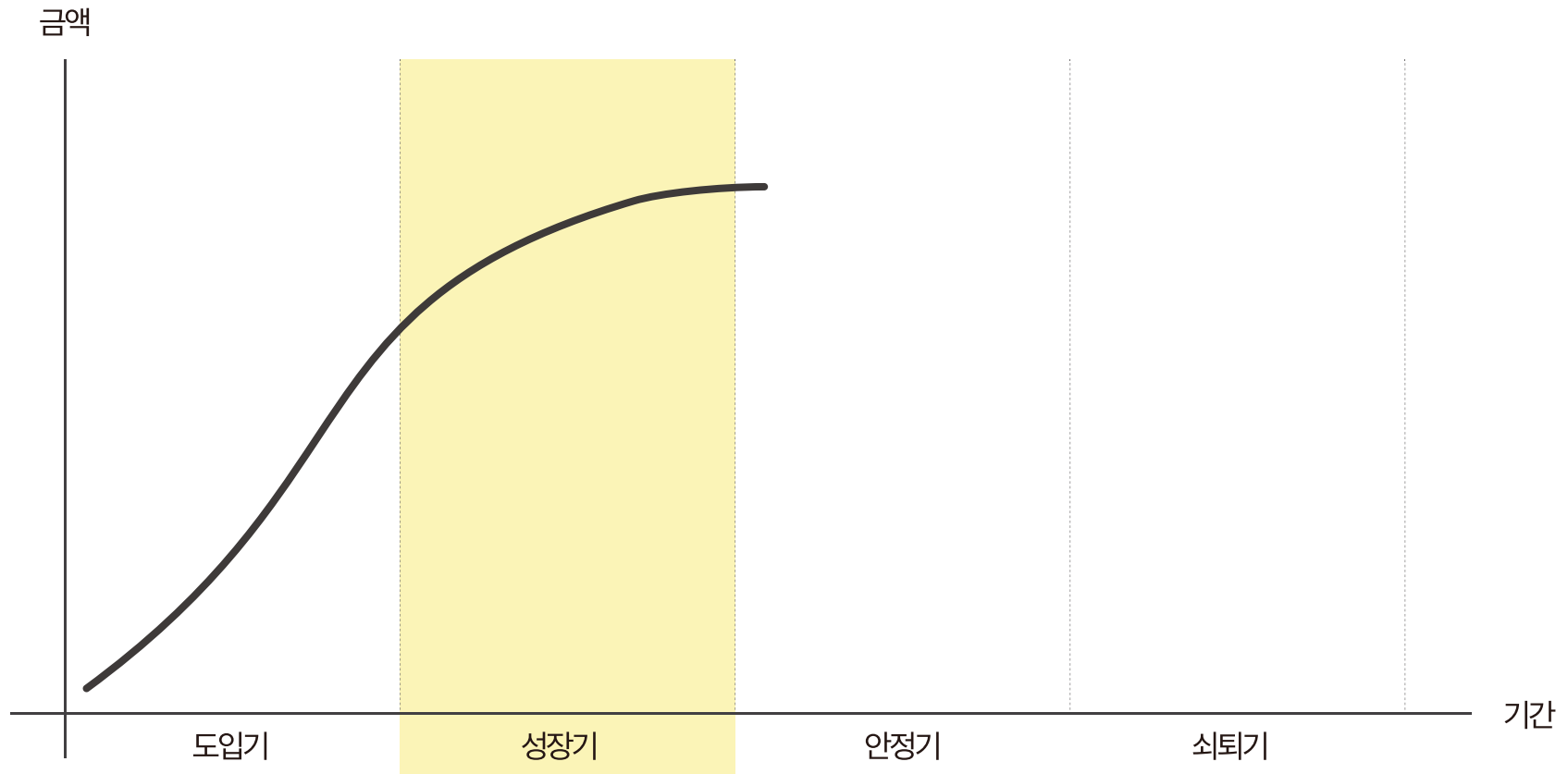
최근 5개년 매출액 분석 결과, 2018년에 잠시 주춤했던 매출 상승이 2019년 코로나19 바이러스 확산 이후로 캠핑카 수요가 증가하면서 다시 급격히 상승하여 매출 100억대를 돌파하는 수준에 이른 것을 확인할 수 있다.

카리반 제작 업체 연도별 매출액 및 이익 | (주)네오오토



2018년에 설립된 업체라 2018~2019년까지는 영업이익이 적자인 것을 확인할 수 있지만, 코로나19 바이러스 확산 이후 캠핑카 수요가 증가하면서 2020년을 기점으로 흑자 전환에 성공하였다.

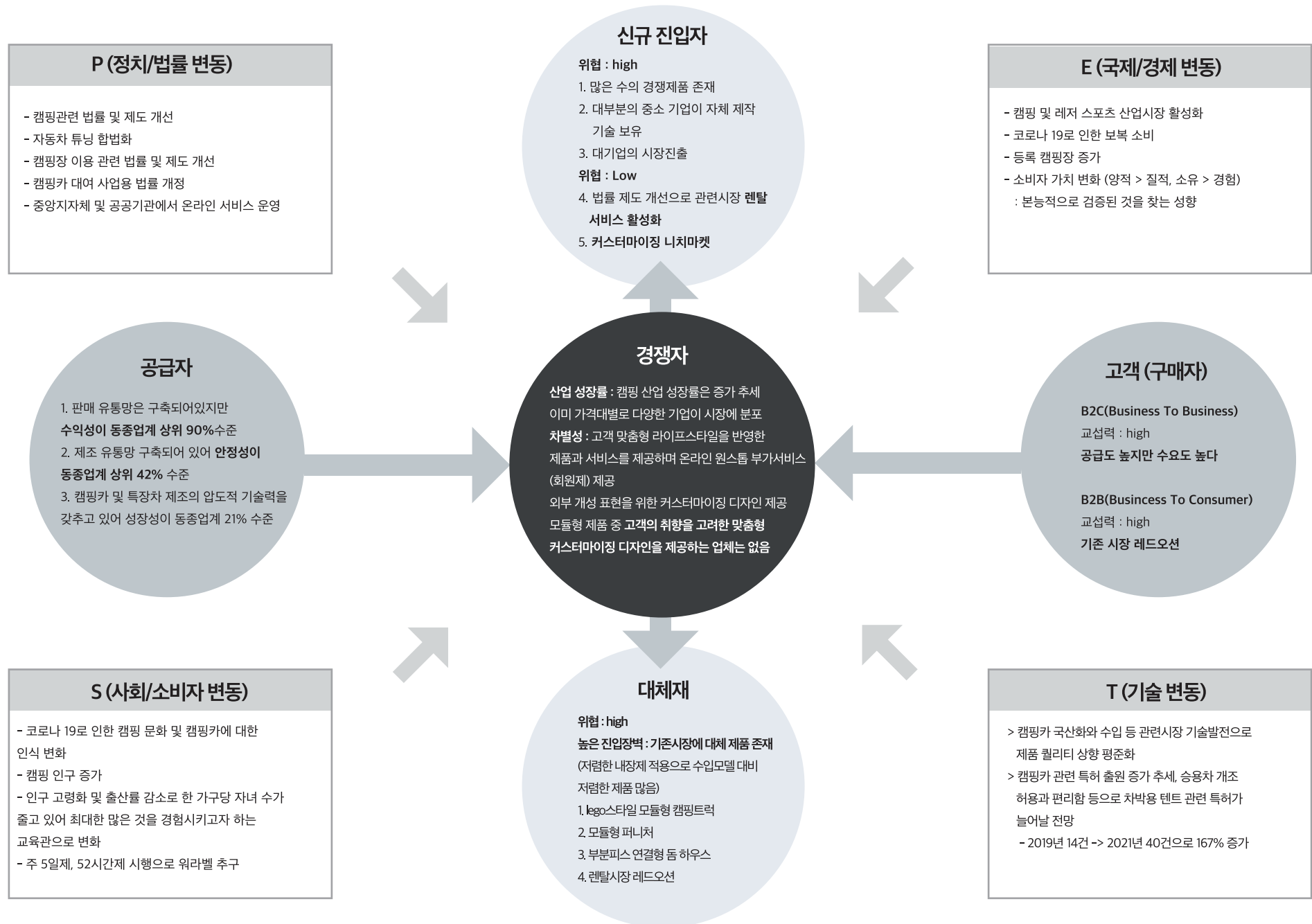
PLC(제품수명주기) 분석 결과

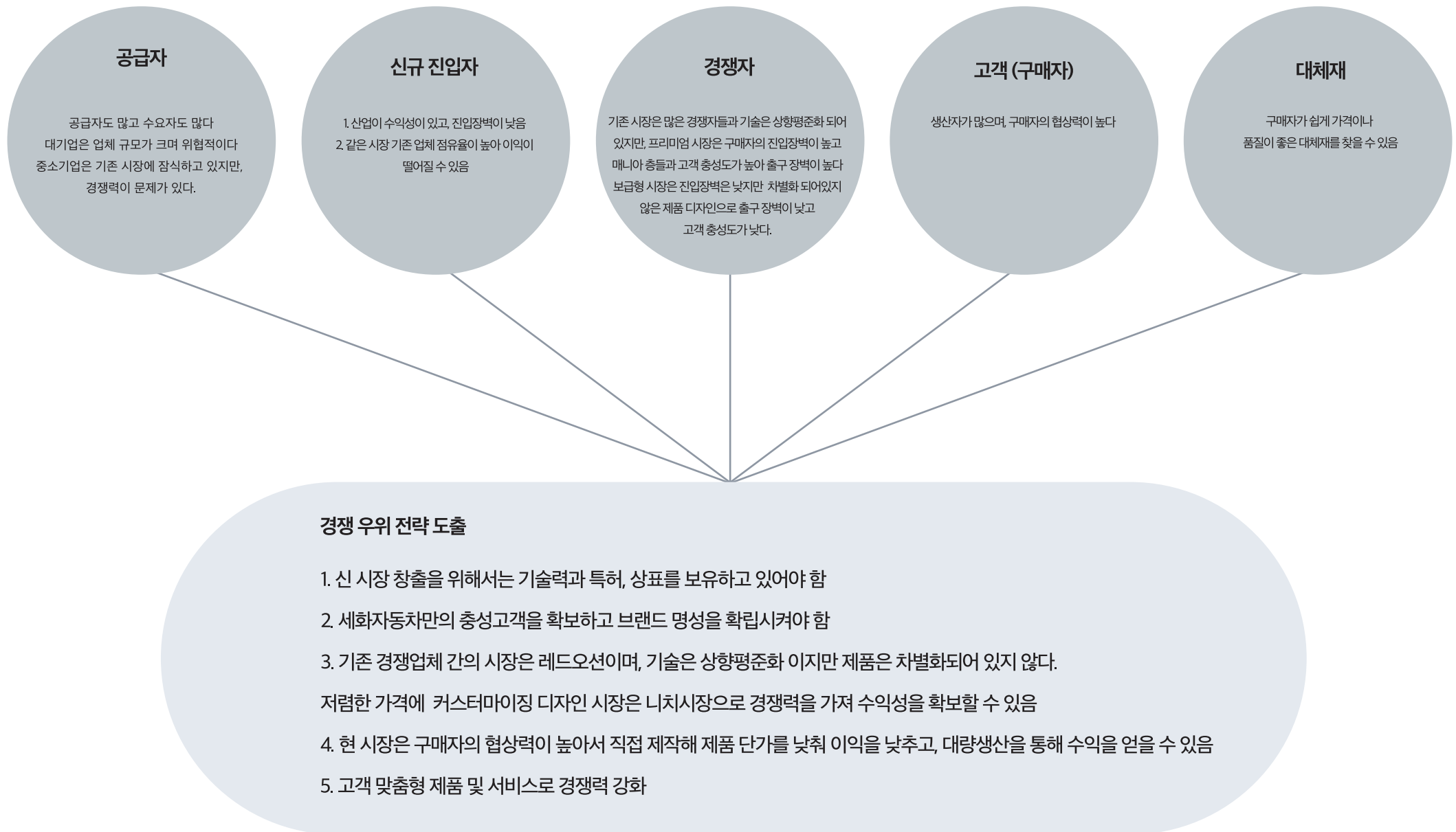


현재 캠핑카(모터홈, 카라반, 트레일러)의 제품 수명 주기는 **성장기**라고 볼 수 있으며, 이에 따른 맞춤 판매 전략이 필요하다.

2.2 3C 분석 | 경쟁(Competitors) 분석 - 9 force model (PEST & 5 force)

Michael Porter's 5 Forces Model과 PEST 모델 두 가지를 결합하여 PEST model로 시장의 외부요인을 분석하고, 5 force model로 경쟁 우위 전략을 도출해냈습니다.





I 업체 기본 정보

업체명 : (주)세화자동차
설립 : 세화자동차 | 2006년 5월
(주)세화자동차 | 2012년 4월 24일, 업력 10년차
구분 : 중소기업
업종 : 화물자동차 및 특수목적용 자동차 제조업
사업내용 : 자동차,특장차외,자동차 부품,무역업,비주거용 건물 임대업



I 세부 내용

매출 : 2020년 기준) 152억 5,639만원 | 동종업계 상위 40%

영업이익 : 2020년 기준) 20억 6,474만원 | 영업이익률 13.5%

기술 : 경기 화성시에 대지 2만5400㎡, 건물 2970㎡ 규모의 자체 컨버전 시설과 종합 정비공장을 갖추고 있으며 전문 연구인력 7명을 포함해 30여 명이 근무 중 1년에 2~3개의 차량을 개발하고 있으며 연간 생산능력은 2000대 수준

본 과제와 관련된 기보유 지재산 출원 및 등록 현황

- 다목적 차량의 하드탑의 창
- 휠체어 탑승이 용이한 복지 자동차
- 이동통로가 구비된 소형트럭
- 동력출력장치 및 동력출력장치가 탑재된 차량
- 차량의 전원 제어 장치
- 매트 지지용 프레임 및 이를 이용한 차량의 매트 설치 구조
- 픽업차량 적재함의 덮개 구조
- 자동차용 루프캐리어
- 차량용 트레일러

마케팅 : 오프라인 대리점(다인)을 통한 홍보 및 판매

제품 : 도로관리, 의료/복지, 공공/소방, 정비/캠핑, 군용, 장의/리무진, 특수차량 등 특수목적차량 제작의 선도기업

메르세데스벤츠 뉴 스프린터 투어어의 '319 CDI' 모델과 '519 CDI 엑스트라 롱' 모델을 기반으로 한 '디바인3'와 '디바인5' (8월 판매를 시작해 지금까지 30여 대 판매)

주 고객 : 국방부, 산림청, 도로공사 등 국기기관

유통 : 국내 및 해외(미국, 필리핀 등) 판매 네트워크 보유

광고 : 뉴스 등 언론을 통한 광고

판매촉진 : ① 다인자동차 : 오프라인 판매 대리점 및 전시장 운영
② 비엔엘케이스타와의 협약을 통한 해외 시장 진출

2.2 3C 분석 | 자사(Coporate) 분석 - SWOT

S 강점

- **기술력**있고, **직접 생산, 개발 가능**하고, **국내시장 생산 경험**이 있는 업체
- 차량 개발 제조에 **전문성**이 있는 업체
- **조립 및 해체 가능**
- **모듈식**으로 인한 **공간 가변성**
- 개인 맞춤형 **커스터마이징** 디자인
- **온라인 시뮬레이터, 예약 서비스 및 판매 서비스** 구축
- **캠핑 전시장 운영**
- **제조시간 단축**으로 생산성 향상
- **여자도 30분만에 조립가능**
- **특허 원천 기술 확보** 가능
- **세컨드 하우스** 수요에 대응 가능
- 피스 교체로 **원활한 AS** 가능

W 약점

- 관련 제품 **제조경험 미비**
- **인지도 낮음**
- **보관과 부피의 문제**
- **조립 및 해체**의 번거로움
- **방음, 방수, 외풍 문제**
- **외벽 오염 문제**

O 기회

- **캠핑카 시장 선점** 가능성
- **코로나 19**로 인한 캠핑 수요 증가
- **코로나 블루**로 인한 캠핑 수요 증가
- **등록 캠핑장 수 증가**
- **차량 개조 및 튜닝 관련 제도 개선**
- **캠핑장 이용 및 캠핑 관련 제도 개선**
- **일반 캠핑카의 경우 맞춤형 대량 생산 제품 실용화 불가능**

SO 전략

- 직접 생산 및 대량생산, 모듈식 개인 맞춤형 **공간 가변성을 활용한 시장 선점**
- 코로나 19로 인한 관심 및 수요 증가에 대응한 **전문 매장 및 인증 매장 운영**
- 폭 넓은 고객 경험을 바탕으로 고객 유형별 라이프스타일을 분석하여 성능 및 디자인 설계
- 모듈형 하우징 제품으로 **전용 공간간의 분리를 간소화하고 확장시켜 공간을 유동성있고 효율적으로 사용 가능**
- 캠핑 수요 증가 및 주말주택 수요 증가에 대응한 **다용도 제품 개발 가능**
- 기술력을 활용하여 맞춤형 **대량생산 제작 가능**

WO 전략

- 등록 캠핑장과 제휴를 통한 **대여, 공유 서비스** 제공
- 등록 캠핑장과 제휴하여 **전시장을 운영** 이를 통한 제품 홍보 및 판매
- 전시회, 박람회 등에 적극적으로 참여하여 **기술 홍보 및 바이어 발굴**
- 소셜 네트워크 서비스, 유튜브 등 **플랫폼**을 적극 활용한 **광고**
- 시뮬레이터 서비스를 활용한 **온라인 판매** 및 판매 법인 네트워크망을 활용한 **오프라인 판매**

T 위험

- 향후 **경쟁업체의 도전**
- 기업간 **기술 수준 평준화**
- **대기업의 시장 진출**
- 우리나라 지형 구조상 **이동에 제약**이 생김

ST 전략

- 기술, 성능, 디자인을 중심으로 기존 노하우를 앞세워 **핵심기술 개발 및 특허 확보**를 통한 **세계 시장 진출**
- 가격 및 품질 경쟁력을 최대한 확보하여 사용자의 접근성을 높이고 **단기간 내 시장 지배력 강화**
- 차량 운행 시 지형 구조의 영향을 받지 않도록 **가변형 구조 제공**

WT 전략

- **선제적 지식재산권 출원**
- 국내 시장 뿐만 아니라 해외시장 진출을 위한 전시회, 세미나 등을 적극 개최하여 **제품에 대한 인식 환기 및 필요성 교육**
- 제품의 조립 및 해체를 최소화할 수 있도록 고객 라이프 스타일에 따라 이동형과 고정형으로 구분하여 **맞춤 제작 판매**

2.2 3C 분석 | 자사(Coporate) 분석 - CVC(고객가치사슬)&Decoupling(디커플링)

신흥 기업이 시장을 장악하려면 고객 가치사슬을 기반으로 한 디커플링 분석이 필요하다. 기존의 고객 가치사슬에서 연결고리의 약한 고리를 없애 버리거나 재결합하여 고객이 원하는 가치만 쉽게 찾을 수 있도록 해줘 고객 중심적 혁신이며, 틈새를 파고들어가 시장을 장악할 수 있다. 1단계로 타깃 세그먼트의 고객 가치사슬(CVC)를 파악한다.

	검색 (탐색)	상담 및 협의	구매결정 (튜닝승인·제작)	유통·배송	사용	A·S	폐기
가치창출	오프라인 박람회, 매장을 통한 제품 정보 제공	오프라인 박람회, 매장을 통한 상담 서비스 제공	오프라인 박람회, 매장을 통한 다양한 결제 혜택(할부 등) 제공	배송비 지불 시 차량 운반 서비스 제공	없음	A·S 신청시 차량 픽업 서비스 제공	없음
돈 (가치에 대한 부과)	오프라인 박람회, 매장 방문 시 소비되는 교통비용 및 부가비용	없음	오프라인 매장 방문 시 부과되는 딜러 수수료	캠핑카 수령 시 부과되는 유통· 배송비	주차, 공간대여, 부가활동 시 소비되는 비용	유지·관리 (부품교체, 수리)시 소비되는 비용	처분 시 (말소등록 등) 부과되는 비용
시간 (가치 잠식)	오프라인 박람회, 이동 소요 시간 낭비로 인한 불편함	차량 상태 및 기능, 디자인(인테리어, 자재 등)에 대한 상담시간 소요	차량 제작 시 소요되는 출고 대기시간 소요	차량 수령 시 소요되는 배송 대기시간 소요	부가적인 활동(캠핑장, 액티비티, 주변 관광지) 예약을 위한 인터넷 서핑에 소요되는 노동력	A·S (모든과정)시 소요되는 대기시간	폐차처리 및 말소등록까지의 대기시간 소요
노력 (가치 잠식)	오프라인 박람회, 이동시 소요되는 노동력	캠핑카 선택 시 고려할때 소요되는 노동력	없음	차량 수령 장소 탐색에 소요되는 노동력	부가적인 활동(캠핑장, 액티비티, 주변 관광지) 예약을 위한 인터넷 서핑에 시간 소요	캠핑카 수리 시 부분 수리 불가로 A·S 기간동안 차량 이용에 대한 불편함	폐차 진행 시 (서류· 보험 등) 각 단계에 소요되는 노동력

2.2 3C 분석 | 자사(Coporate) 분석 - CVC(고객가치사슬)&Decoupling(디커플링)

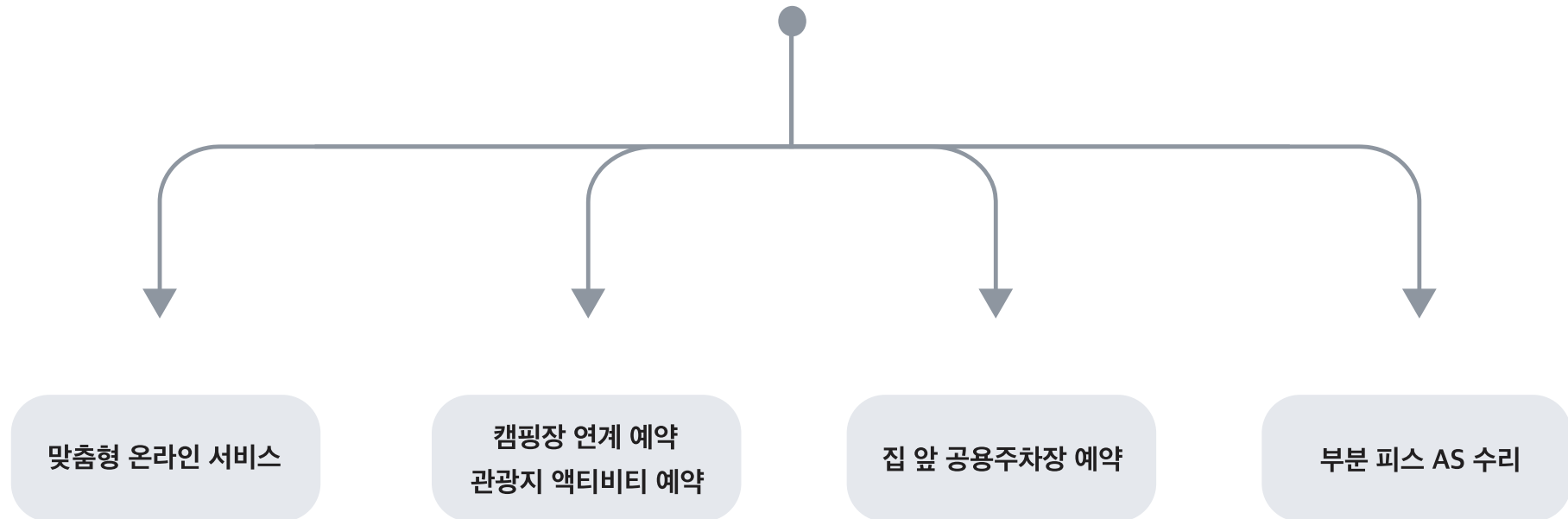
약한 서비스를 분리하여 단순하게 재결합하는 대응안을 제시한다.

세화의 기존 서비스

1. 한번에 결제가능
2. 구독 서비스로 편리성

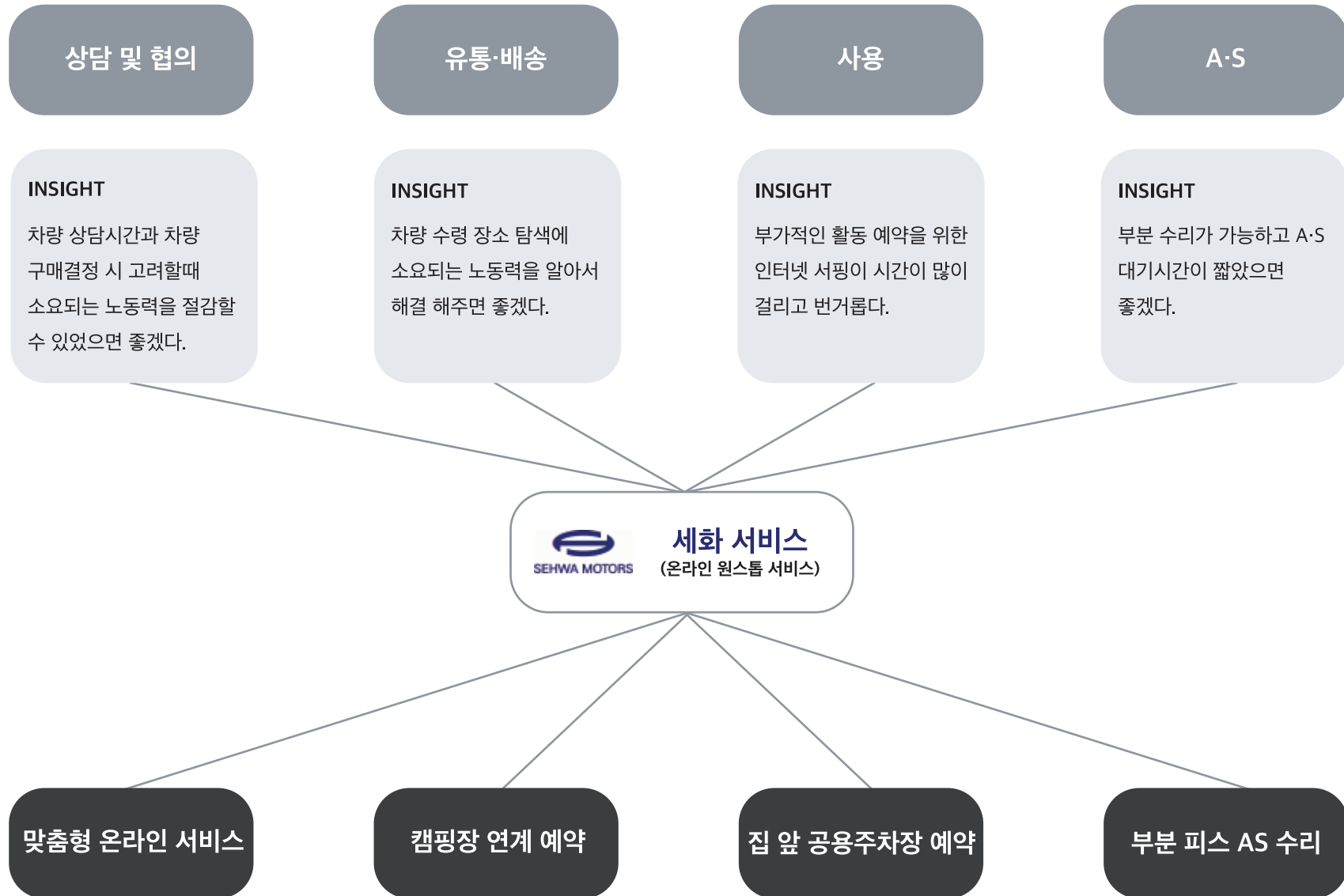
추가 서비스 전략

구독 비용 지불
커뮤니티 플랫폼 제공



2.2 3C 분석 | 자사(Coporate) 분석 - CVC(고객가치사슬)&Decoupling(디커플링)

온라인 서비스에 대칭할 수 있는 서비스를 도출한다.



메가트렌드 시사점

캠핑 트렌드 (주요 키워드)

경제 자본

가성비 & 실용성 프리미엄 커스터마이징

목적별

접촉부담 완화 & 안전한 휴가 가족 중심 & 유대 강화 & 주말여행

캠핑 유형별

애견 캠핑, 솔캠, 액티비티, 차박, 렌탈, 도심캠핑, 캠프닉, 자연, 워케이션

소비 트렌드 (주요 키워드)

경제적 측면

모델별 라인업 경험 비용 프리미엄 소유 > 사용

사회적 측면

감성적 측면

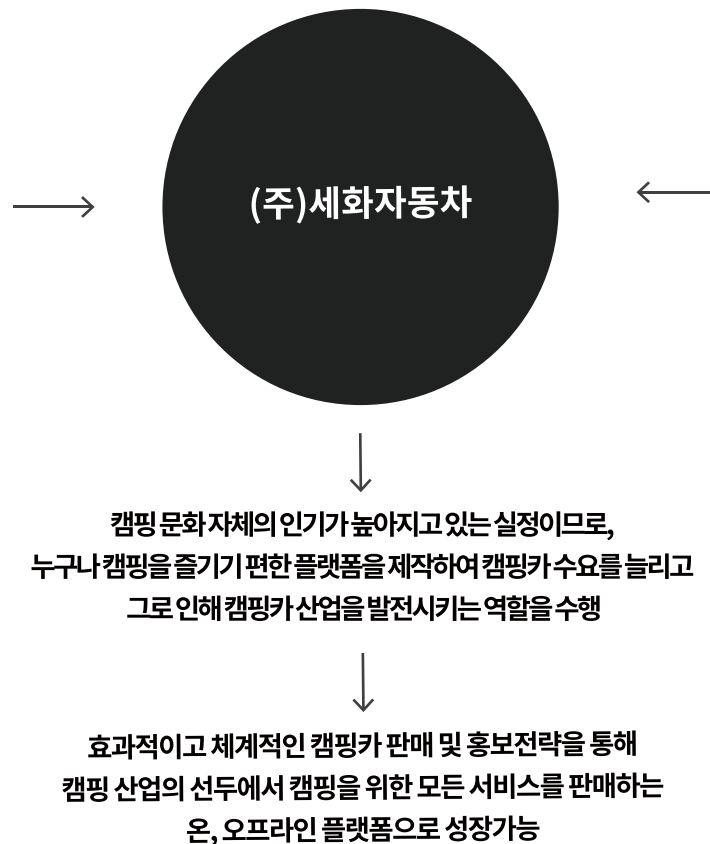
낭만 셀프제작 DIY '나만의' 여행스타일

기능적 측면

제품의 안정성 (품질) 이동성

박람회(대한민국 캠핑대전 & 스포츠 레저산업 박람회)

- 튜닝 서비스, 고객 맞춤 커스터마이징(내,외부 소재, 컬러 등) 제공
- 감성적 인테리어 제공
- 내장형 가구 배치, 가변형 구조, 수납공간 활용도를 높임
- 기술 수준 상향 평준화 (터치 스크린, 어플리케이션 연동 등)



3C 분석 시사점

고객 (Customer) 분석 가치 사슬 CVC

- 상담 및 협의: 차량 상담 시간과 차량 구매 결정 시 고려할 때 소요되는 노동력을 절감할 수 있었으면 함 > **맞춤형 온라인 서비스**
- 유통 배송: 차량 수령 장소 탐색에 소요되는 노동력을 알아서 해결해주었으면 함 > **캠핑장 연계 예약 / 관광지 액티비티 예약**
- 사용: 부가적인 활동 예약을 위한 인터넷 서핑이 시간이 많이 걸리고 번거로움 > **짚 앞 공용 주차장 예약**
- 부분 수리가 가능하고 A/S 대기 시간이 짧았으면 함 > **부분피스 AS수리**

자사 (Company) 분석

(주) 세화자동차는 (주)다인자동차, (주)비엔엘케이스타와 같은 유통, 판매, 제품 홍보 협력 업체 보유 중.

메르세데스벤츠와의 협약을 통해 캠핑카(내부 튜닝) 제작 경험이 있음
특장차 제조 업체로 다양한 특허 기술과 자체 개발, 생산, 공급이 가능함
> 온라인 판매 전략 및 홍보 마케팅 전략이 강화 필요

경쟁사 (Competitor) 분석

- 캠핑 인구, 등록 캠핑장 수, 등록 캠핑카 수는 매년 증가하는 추세임
- 제품 수명주기 분석 결과 캠핑카 시작은 현재 성장기 단계에 해당함
- 현재 제품 공급도 높지만 수요도 높은 편이며 제품 품질이 상향평준화 되고 있는 실정임

> **제품 차별화 필요**

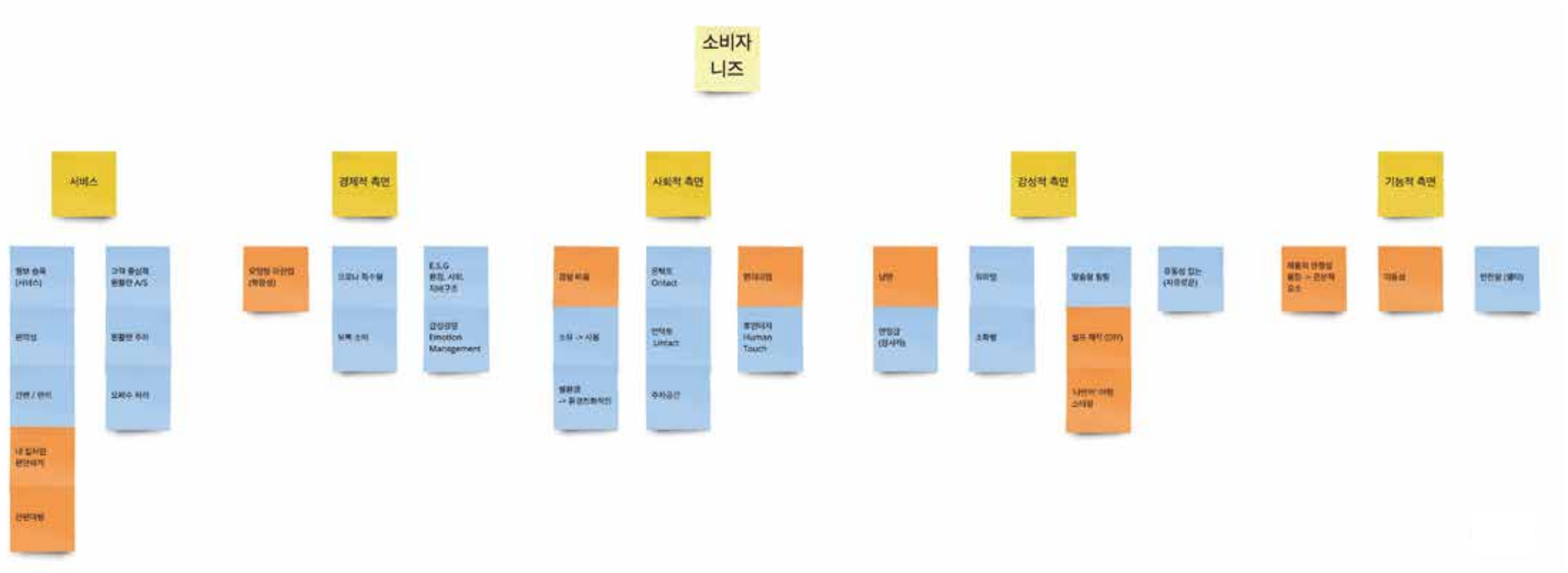
- 고객 라이프스타일을 반영한 커스터마이징 제품
- 모듈형 제품

- 3.1 소비자 Needs 도출
- 3.2 고객유형별 라이프 스타일 정의
- 3.3 유형별 경험체계 분석

03

사용자 가치 분석

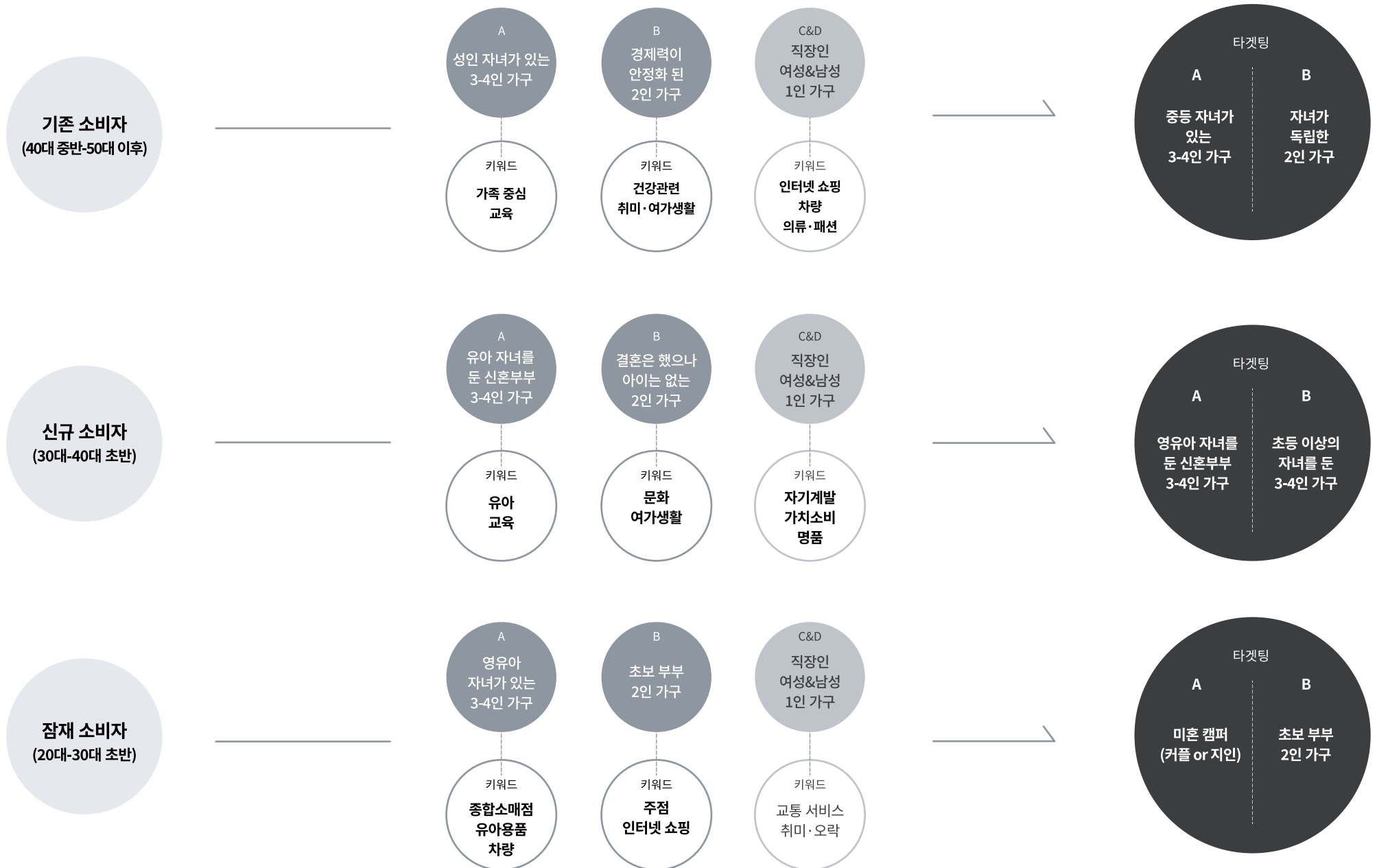
3.1 소비자Needs도출 | 어피니티 다이어그램 (Affinity Diagram)



3.1 소비자Needs도출 | 빅데이터로 본 연령대별 소비 키워드

인구통계학적(가구유형별) 분류:

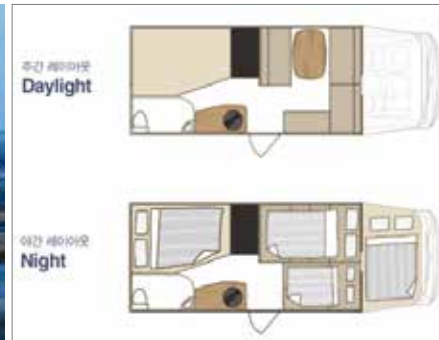
코로나 19로 인한 현 시대의 소비자마인드 셋 변화에 맞춰, 주 타겟층 및 새로운 신규 고객과 잠재 고객을 포지셔닝 하기 위해 가장 보편적으로 활용되는 기본 인구통계학적 모델로, 2개 이상의 기준(나이, 경제력, 소비력)을 결합하여 세분화 모델로 활용했다. 가구유형별 주 소비비종의 키워드로 구성되어 있다.



3.1 소비자Needs도출 | 사전 인터뷰 (정량 & 정성조사)

기존 소비자 (40대 중반 - 50대 사용자)

조사 대상: 40대 남성 김 모씨, 50대 여성 이 모씨



▪ INSIGHT

제품, 기능

- 내구성이 튼튼한 제품 개발
- 이동, 보관이 편한 가벼운 소재의 제품 개발
- 환경제약을 덜 받는 제품 개발
- 고객 개개인 맞춤형 레이아웃 서비스 제공
- 안전한 제품 개발
- 기본으로 제공되는 제품의 퀄리티 개선
- 쉬운 조작성의 제품 개발
- 운전 부담이 덜 가는 제품 기능
- 기존 장비를 활용 할 수 있는 공간 커스터마이징 할 수 있게 제공
- 다른 이용자와 함께 즐길 수 있는 도킹 시스템 기능 옵션 제공
- 운전 부담이 덜 가는 제품 개발
- 자신이 원하는 기능을 추가 / 해체 할 수 있는 옵션 제공
- 같은 제품을 사용하는 유저들끼리 도킹하여 쓸 수 있는 기능 옵션 개발

서비스

- 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공
- 전국 대리점 활성화
- 캠핑카 주차에 대한 개선된 서비스(전용 주차공간 등)
- 국내 AS서비스 발전
- 초보 캠퍼들을 위한 기본 캠핑 매너 서비스 제공
- 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공
- 캠핑카 관련 대출 서비스 확대
- 캠핑카 전용 주차 공간 마련 서비스 제공
- 캠핑카 기준의 경로안내 서비스 마련

신규 소비자 (30대-40대 초반 사용자)

조사 대상 : 30대 남성 배 모씨, 40대 남성 박 모씨, 40대 남성 정 모씨



■ INSIGHT

제품, 기능

- 음식 조리를 밖에서도 할 수 있고 안에서도 할 수 있는 유동성 있는 제품 제공
- 간단한 세탁기능 옵션 제공
- 혼하지 않고 차별성 있는 제품 개발
- 짐을 한 번에 보관해서 옮길 수 있는 제품 개발
- 환경제약을 덜 받고 내구성이 좋으면서 가벼운 소재 발굴 혹은 개발
- 내·외부 모두 설치 가능한 유동적인 모듈형 퍼니처 옵션 제공
- 간단한 수리를 직접 할 수 있는 AS키트 제공
- 혼자 설치 가능한 제품 개발
- 같은 제품을 사용하는 유저들끼리 도킹하여 쓸 수 있는 기능 제공
- 내부 옵션 외에 외부에 제공 가능한 옵션 마련.
- 전용 주차 공간 마련
- 계절의 제한을 덜 받는 제품 개발
- 운전 부담을 덜어주는 기능 개발
- 국내 도로 사이즈에 맞는 제품 개발

서비스

- 캠핑 사이트 선정 및 효율적인 캠핑을 위한 경험자들의 신뢰감 있고 현장감 있는 정보 제공
- 초보 캠퍼를 위해 캠핑 요리 시 주의 사항 및 비법 등을 전수해 줄 수 있는 콘텐츠
- 제품의 신뢰성을 확보할 수 있는 체험
- 커뮤니티 플랫폼
- 제품 대여 시스템 마련
- 노지캠핑에 대한 커뮤니티 플랫폼 개발
- 온/오프라인 가격 비교가 가능한 플랫폼 제공
- 항상 좋은 품질의 캠핑카를 편리하게 이용 및 체험할 수 있는 차량 관리 멤버십 서비스 개발
- 제품 대여 서비스를 통해 체험 후 구매 할 수 있는 서비스 제공
- 제품 대여 시스템 마련
- 고객 후기, 체험 서비스 등을 제공하여 품질 인식 개선
- 차량 전문 렌탈 업체처럼 딜리버리 서비스를 제공해주고 업체에서 직접 관리하여 안전하고 편리하게 이용할 수 있는 멤버십 렌탈 서비스 제공. (ex.쏘카)
- 당일이나 가까운 날 예약 할 수 있는 시스템 마련
- 커뮤니티 플랫폼 개발
 - 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공
 - 믿을 수 있는 캠핑 정보 제공 및 캠핑장 내 매너인식 개선
 - 이벤트 및 캠페인을 통한 캠핑장 내 매너 인식 개선
 - 주변 놀이, 체험활동 시설을 쉽게 알 수 있는 커뮤니티 플랫폼 제공

3.1 소비자Needs도출 | 사전 인터뷰 (정량&정성조사)

잠재 소비자 (20대 - 30대 초반 사용자)

조사 대상 : 30대 남성 오 모씨, 30대 남성 김 모씨, 20대 여성 이 모씨



■ INSIGHT

제품, 기능

- 많은 인원이 편하게 잘 수 있도록 트랜스포ม 기능 개발
- 물탱크의 물이 얼마나 남았는지 알 수 있는 시각 기능 개발
- 효율적인 이동 공간 창출
- 환경제약을 덜 받고 내구성이 좋은 소재 발굴 혹은 개발
- 간단한 수리를 직접 할 수 있는 AS 키트 제공
- 혼자 설치 가능한 제품 개발
- 운전 부담을 덜어주는 기능 개발
- 흔하지 않고 차별성 있는 제품 개발

서비스

- 커뮤니티 플랫폼 (캠핑장소 근처에 있는 유저들끼리 장비 공유 및 대여 할 수 있는 가이드라인 제시)
- 접근이 용이한 AS 서비스
- 수입차 관련 AS 서비스 활성화
- 신뢰성 있는 캠핑 정보 제공
- 캠핑장소 근처 장비 업체에서 장비를 대여할 수 있는 시스템 마련
- 캠핑장소 마트, 음식점 등과 연계하여 신선한 요리 재료 및 음식 딜리버리 시스템 마련
- 주거지 내 가까운 주차 공간 탐색 및 예약 할 수 있는 시스템 마련
- 커뮤니티 플랫폼
- 제품 대여 시스템 마련
- 노지캠핑에 대한 커뮤니티 플랫폼 개발

3.1 소비자Needs도출 | 이해관계자 맵 (Stakeholder Map)

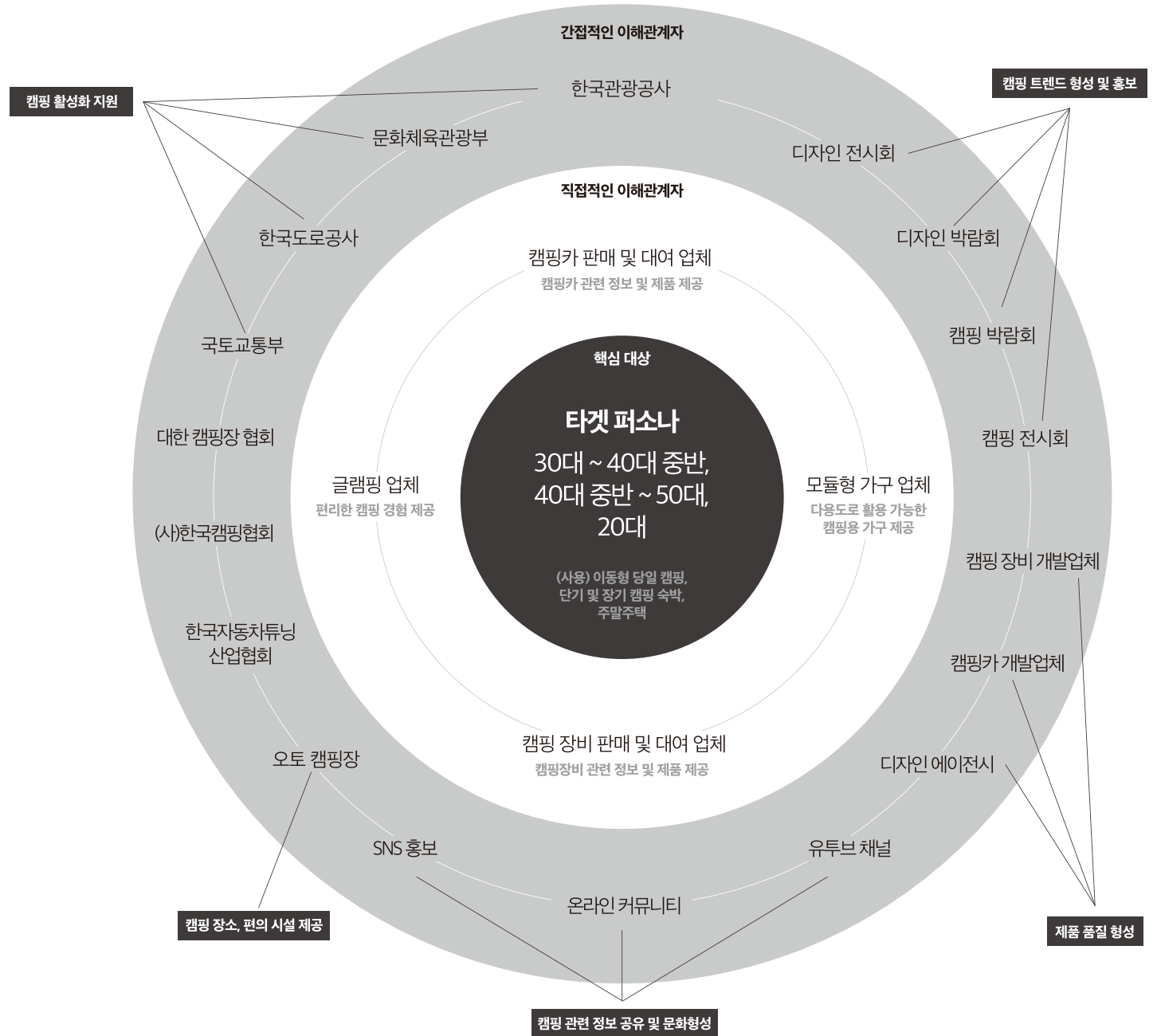
핵심대상과 관련된 이해관계자의 역할

• 직접적 이해관계자

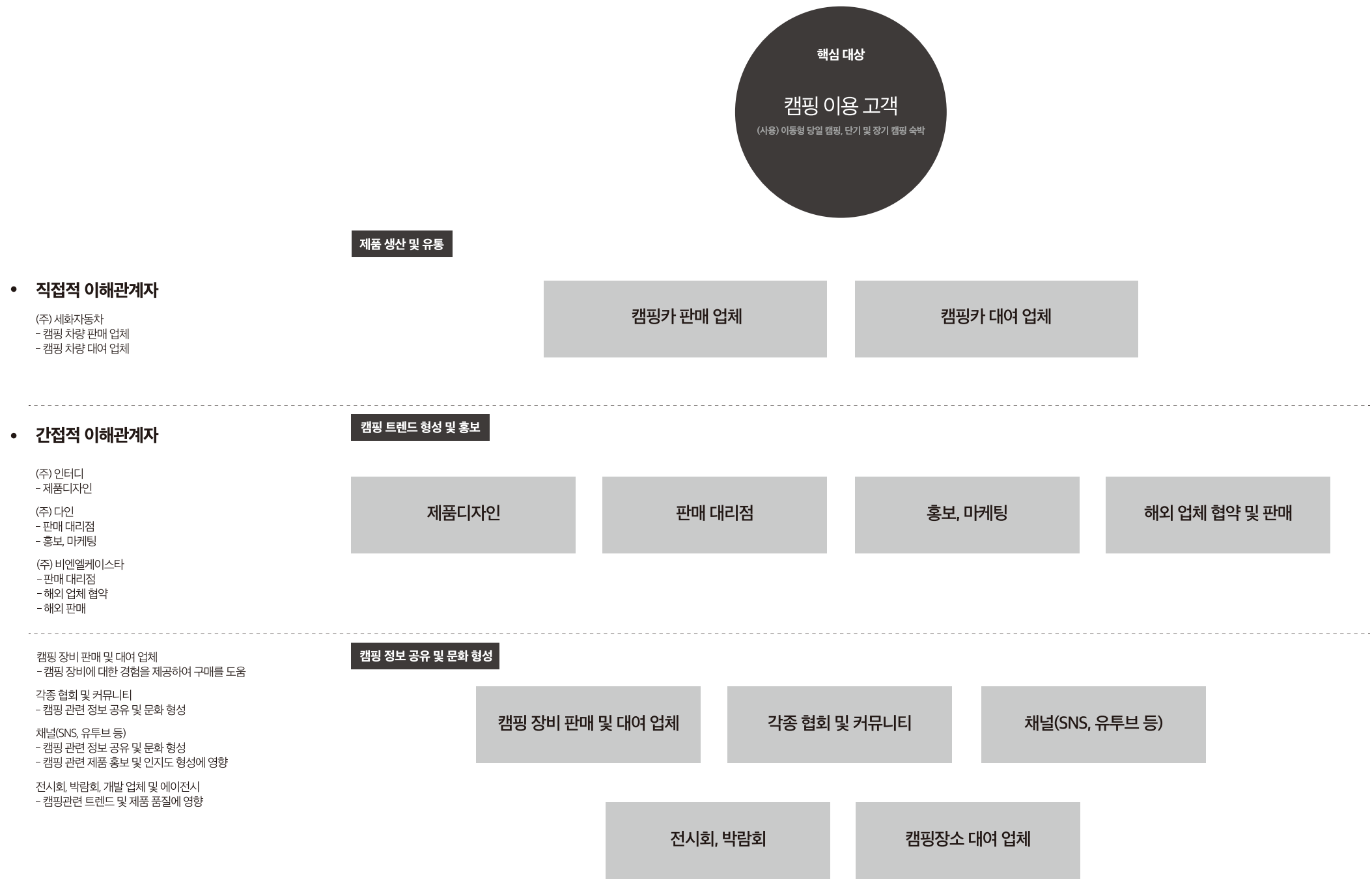
1. 캠핑 차량 및 장비 판매 업체
- 캠핑 차량 및 장비를 활용하고, 구매하는데 영향을 미침
2. 캠핑 차량 및 장비 대여 업체
- 캠핑 차량 및 장비에 대한 경험을 제공하여 구매를 도움

• 간접적 이해관계자

1. 공공기관
- 캠핑 관련 제도 개선
2. 각종 협회 및 커뮤니티
- 캠핑 관련 정보 공유 및 문화 형성
3. 채널(SNS, 유튜브 등)
- 캠핑 관련 정보 공유 및 문화 형성
- 캠핑 관련 제품 홍보 및 인지도 형성에 영향
4. 전시회, 박람회, 개발 업체 및 에이전시
- 캠핑관련 트렌드 및 제품 품질에 영향



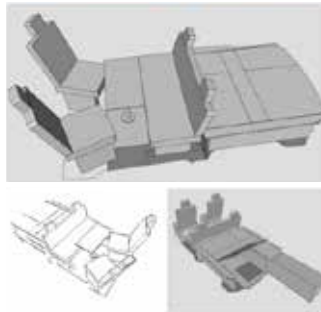
3.1 소비자Needs도출 | 이해관계자 맵 (Stakeholder Map)



3.1 소비자Needs도출 | 사전 인터뷰 (정량&정성조사)

이해관계자

조사 대상 : 오○○캠프(캠핑 장비 판매 업체), 레드○○(캠핑카 제작 업체), 제이○○캠핑(캠핑카 판매 업체)



INSIGHT

제품, 기능

- 효율적인 공간 활용 개발
- 환경제약을 덜 받고 내구성이 튼튼한 소재 개발
- 다양한 가격대의 라인업 구축
- 차별화된 기술력 개발
- 내구성이 튼튼한 제품 개발
- 이동, 보관이 편한 가벼운 소재의 제품 개발

- 쉬운 조작성의 제품 개발
- 운전이 부담이 덜 가는 제품 기능
- 혼하지 않고 차별성 있는 제품 개발
- 내, 외부 모두 설치 가능한 유동적인 모듈형 퍼니처 옵션 제공

서비스

- 부분피스 AS 서비스 제공
- 국내/해외 AS 부품 확보
- 항상 좋은 품질의 캠핑카를 편리하게 이용 및 체험할 수 있는 차량 관리 멤버십 서비스 개발
- 제품 대여 서비스를 통해 체험 후 구매할 수 있는 서비스 제공
- 제품 대여 시스템 마련

- 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공
- 접근이 용이한 AS 서비스
- 수입차 관련 AS 서비스 활성화
- 신뢰성 있는 캠핑 정보 제공

3.2 고객유형별 라이프스타일 정의 | 에니어그램 라이프스타일과 성향 분류

에니어그램 9가지 성격유형을 기반으로 앞서 분석했던 캠핑 트렌드와 소비자 니즈를 활용하여, 라이프스타일과 성향을 기준으로 캠핑 소비자 유형을 9가지로 정의하였다.



3.2 고객유형별 라이프스타일 정의 | 에니어그램 라이프스타일과 성향 정의



감성적인 팔로워

소셜 네트워크 활동을 즐기며, 대중적으로 유행하는 캠핑 아이템과 문화에 관심이 많은.

주변 사람들의 감정에 잘 공감함,
사람들과 활발히 교류하는 것을 즐기,
대중적인 캠핑 아이템에 늘 관심이 많음.
사람들과 함께 있을때 행복감을 느낌.
일상과 관심사를 커뮤니티에 공유하길 즐김.



익스트림 라이프

다양한 캠핑 경험을 즐기며 캠핑장비 욕구가 높은.

새롭고 다양한 캠핑 경험을 즐김
늘 바쁘게 살며 직접 배우거나 경험하는 것을 좋아함
일상의 자극과 풍요로움 선호
다양한 취미생활 선호
캠핑장비에 대한 욕구 높음



자신감 있는 트렌드세터

캠핑에 관련된 새로운 활동이나 유행을 주도하는.

자기주장이 강하고 자신감이 있으며 주목받길 원함
캠핑 신제품, 한정상품 등에 높은 관심을 보임
강렬한 컬러와 디자인 선호
사교적이고 활동적인 성격을 가지고 있음
요즘 뜨는 캠핑 핫플레이스 마니아



클래식 스태빌리티

새로운 캠핑장소 및 장비보단 익숙한 것을 선호하는.

안정지향 주의자
검증된 제품 선호
신뢰감을 줄 수 있는 단정한 모습 중시
쉽게 질리지 않는 클래식 아이템 선호
새로운 캠핑장소 보단 익숙한 캠핑장소 선호



큐리어스 얼리어답터

새로운 캠핑관련 신제품에 대한 관심이 많은.

호기심이 강함
유행을 따르기 보단 새롭고 독특한 것을
먼저 알고 싶어함
디자인보단 기능성에 관심이 많음
새로운 경험 욕구가 강함



브랜드 컬렉터

자신의 아이덴티티를 표현하기 위한 새로운 캠핑 브랜드의 등장을 손꼽아 기다리는.

성취 중심의 삶을 지향
새로운 브랜드에 대한 갈증과 호기심이 강함
자신이 사용하는 것이 곧 자신의 아이덴티티
표현이라고 생각함
작은 아이템까지 따져보고 선택하는 경향



에코 슬로어

자연친화적 장소에서 조용한 캠핑을 즐기는.

트렌드 정보를 따라가기보단 느린 삶을 지향함
디자인 보다는 소재의 편안함 등 친환경 제품을
직접 찾아 사용함
남들에게 방해받지 않는 조용한 캠핑장소에서 혼자
편안한 휴식을 좋아함



심플한 완벽주의자

미니멀한 캠핑을 추구하며, 캠핑 용품을 자신의 미적 취향에 맞춰 꼼꼼하게 고르는.

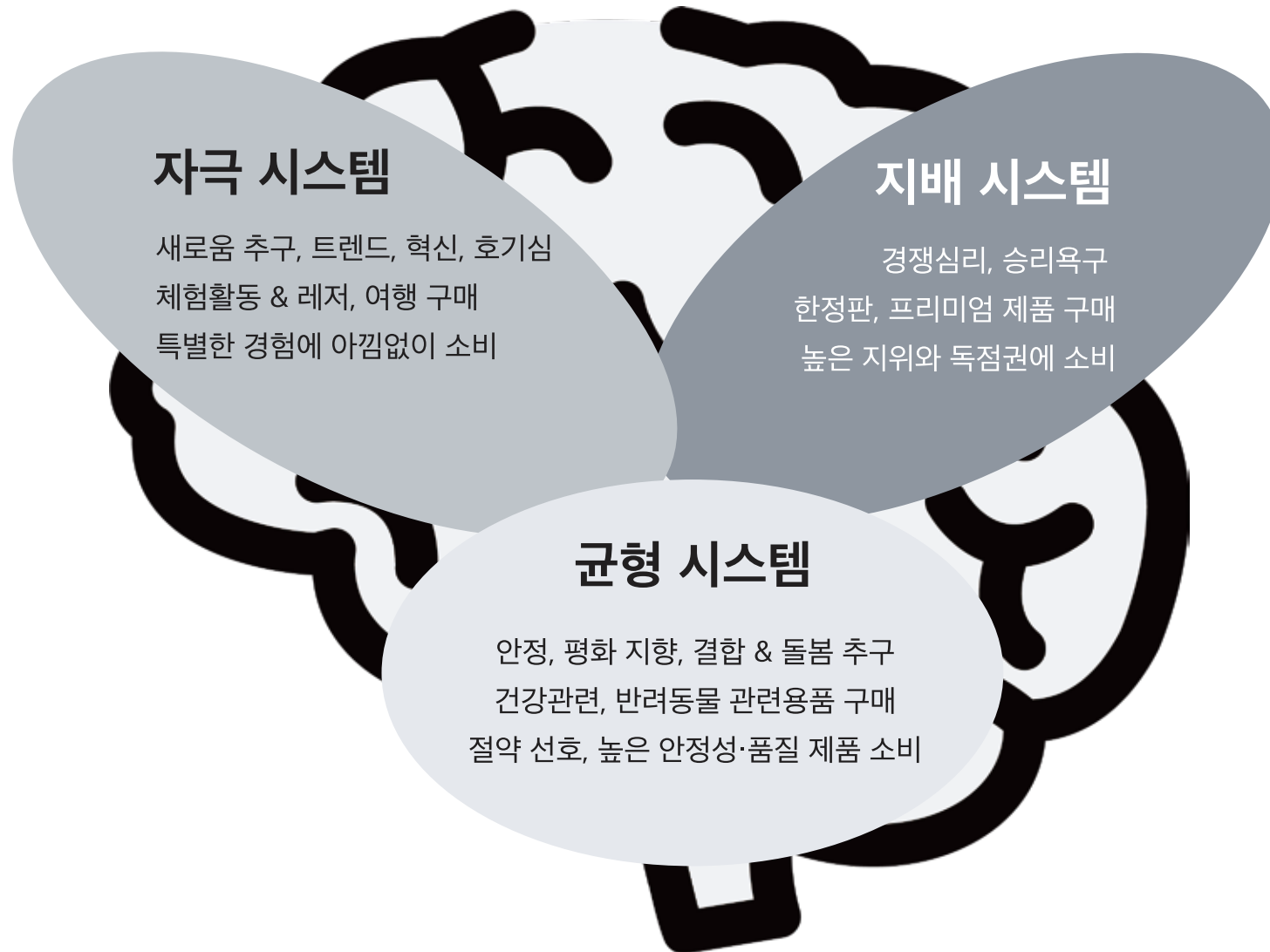
깔끔함을 추구하는 빈틈없는 완벽주의자. 자신의 사는 공간도 심플함을 유지하는 것을 중시 간결한 디자인을 선호 하고 블랙&화이트 계열 색상을 선호
시각적 만족을 위해 늘 주변을 정돈하고 깔끔함을 유지함



밸류 프로세서

다 갖춰진 캠핑보단 직접 세팅하는 과정을 즐기며 유행하는 캠핑장비 보다 캠핑장비 회사의 사회적 가치를 중요시 여기는.

결과보단 생활에서 경험하는 과정을 중시
외적인 것 보다 그 이면에 있는 가치를 중요하게 여김
유행보단 제품이 주는 가치와 그들의 사회적 가치를 지향하는 바, 생산과정 등을 중시



3.3 유형별 경험체계 분석 | 림빅(감정 시스템) 분석



● A 자극 시스템 : 능력 있는 활동가

1. 감성적인 팔로워

소셜 네트워크 활동을 즐기며, 대중적으로 유행하는 캠핑 아이템과 문화에 관심이 많음

2. 브랜드 컬렉터

자신의 아이덴티티를 표현하기 위한 새로운 캠핑 브랜드의 등장을 손꼽아 기다림

3. 큐리어스 얼리어답터

새로운 캠핑관련 신제품에 대한 관심이 많음

4. 익스트림 라이프

다양한 캠핑 경험을 즐기며 캠핑장비 욕구가 높음

● B 균형 시스템 : 안정적인 수용자

1. 클래식 스태빌리티

새로운 캠핑장소 및 장비 보단 익숙한 것을 선호

2. 에코 슬로어

자연친화적 장소에서 조용한 캠핑 즐김

3. 밸류 프로세서

다 갖춰진 캠핑보다 직접 세팅하는 과정을 중요시 여기며 유행하는 캠핑장비 보다는 캠핑장비 회사의 사회적 가치를 중요시 여김

4. 심플한 완벽주의자

미니멀한 캠핑을 추구하며, 캠핑 용품을 자신의 미적 취향에 맞춰 꼼꼼하게 고름

● C 지배 시스템 : 용기 있는 혁신가

1. 자신감 있는 트렌드세터

캠핑에 관련된 새로운 활동이나 유행을 주도함

어피니티 키워드
맵을 활용한 9가지
캠핑 사용자 유형

감성적인 팔로워

대중적인 캠핑 제품 선호
주변 사람들과 감정 교류
소셜 네트워크 활동 즐김
감정에 잘 공감함

익스트림 라이프

캠핑장비에 대한 욕구 높음
다양한 취미생활 선호
새롭고 다양한 캠핑 즐김
일상의 자극과 풍요로움 선호

자신감 있는 트렌드세터

새로운 활동에 주도적
유행을 주도함
강렬한 컬러와 디자인 선호
캠핑 핫 플레이스 매니아

클래식 스태빌리티

안전지향 주의자
익숙한 캠핑장소 지향
클래식 아이템 선호
검증된 제품 선호

큐리어스 얼리어답터

새롭고 독특한 제품 선호
신제품 선호
기능성에 관심 많음
호기심이 강함

브랜드 컬렉터

브랜드 = 자아 (아이덴티티)
특정 브랜드 선호
성취하는 삶 지향
꼼꼼하게 따져보고 소비

에코 슬로어

자연친화적 장소 선호
느린 삶 지향
친환경 제품 선호
조용한 캠핑 지향

심플한 완벽주의자

미니멀한 캠핑 선호
확고한 미적 취향 기준
블랙&화이트 색상 선호
깔끔하고 꼼꼼한 성향

밸류 프로세서

직접 세팅하는 과정을 중시
이면의 가치 중시
제품이 주는 가치 중시
생산과정 중시

감성적인 팔로워

- ☐ 대중적인 캠핑 제품 선호
- ☐ 주변 사람들과 감정 교류
- ☐ 소셜 네트워크 활동 즐김
- ☐ 감정에 잘 공감함

익스트림 라이프

- ☐ 캠핑장비에 대한 욕구 높음
- ☐ 다양한 취미생활 선호
- ☐ 새롭고 다양한 캠핑 즐김
- ☐ 일상의 자극과 풍요로움 선호

자신감 있는 트렌드세터

- ☐ 새로운 활동에 주도적
- ☐ 유행을 주도함
- ☐ 강렬한 컬러와 디자인 선호
- ☐ 캠핑 핫 플레이스 매니아

클래식 스태빌리티

- ☐ 안전지향 주의자
- ☐ 익숙한 캠핑장소 지향
- ☐ 클래식 아이템 선호
- ☐ 검증된 제품 선호

큐리어스 얼리어답터

- ☐ 새롭고 독특한 제품 선호
- ☐ 신제품 선호
- ☐ 기능성에 관심 많음
- ☐ 호기심이 강함

브랜드 컬렉터

- ☐ 브랜드 = 자아 (아이덴티티)
- ☐ 특정 브랜드 선호
- ☐ 성취하는 삶 지향
- ☐ 꼼꼼하게 따져보고 소비

에코 슬로어

- ☐ 자연친화적 장소 선호
- ☐ 느린 삶 지향
- ☐ 친환경 제품 선호
- ☐ 조용한 캠핑 지향

심플한 완벽주의자

- ☐ 미니멀한 캠핑 선호
- ☐ 확고한 미적 취향 기준
- ☐ 블랙&화이트 색상 선호
- ☐ 깔끔하고 꼼꼼한 성향

밸류 프로세서

- ☐ 직접 세팅하는 과정을 중시
- ☐ 이면의 가치 중시
- ☐ 제품이 주는 가치 중시
- ☐ 생산과정 중시

구글 폼 설문조사

<https://forms.gle/B9G2cvCN6q8cw2qZ9>

_____ 유형

총 _____갯수

| 캠핑카 구매를 고려 중인 2-30대 2인 가구

“저희는 아직 신혼 부부라 캠핑카를 구매하기에는 비용이 부담스러워요. 저희는 요리 해먹는 것을 좋아해서 주방 시설이 중요해요.”



김ㅇㅇ | 35세, IT 개발자
월 소득 : 300만원
가구유형 : 아이가 없는 2인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 생활비
캠핑 유형 : 에코 슬로어, 밸류 프로세서
소비 유형 : 감성적인 팔로워, 브랜드 컬렉터



황ㅇㅇ | 27세, 디자이너
월 소득 : 200만원
가구유형 : 아이가 없는 2인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 생활비
캠핑 유형 : 클래식 스태빌리티, 에코 슬로어, 밸류 프로세서
소비 유형 : 감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터, 브랜드 컬렉터

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
캠핑경력 :1년 캠핑빈도 :한 달 1-2회 (연 10~15회) 선호하는 캠핑유형 :오토 캠핑 캠핑 시 주요활동 :음식 조리, 주변과 사람들과의 친목교감 보유장비 :일반 텐트 캠핑카 구매시 고려하는 것 가격 구매 보류 요인 :신혼부부라 비용이 부담스러움	<div>- 캠핑 요리, 장비 사용 노하우 정보</div> <div>- 텐트 내, 외부 모두 사용 가능한 주방 시설</div> <div>- 물놀이 시 이용할 수 있는 간단한 세탁, 건조 기능</div> <div><div>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</div><div>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</div></div>	캠핑 준비	짐을 내리기 위해서 여러 번 왔다 갔다 해야 하는 번거로움
		캠핑 중	<div>- 캠핑 사이트 선정과 효율적인 텐트 방향 잡는 것이 어려움</div> <div>- 겨울은 너무 추워서 음식을 밖에서 해먹기 어려움</div> <div>- 오토 캠핑장에서의 화장실, 샤워 시설 이용이 불편함</div>
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	-
		제품 사용	<div>- 비가 오거나 너무 춥고, 더울 때 제품 설치 및 철수가 어려움</div> <div>- 신혼 부부라 가격이 부담스러워서 캠핑카 구매가 어려움</div> <div>- 비가 와서 텐트가 오염됐을 때 세척이 어려움</div>
INSIGHT		SERVICE	
<div>- 캠핑 사이트 선정 및 효율적인 캠핑을 위한 경험자들의 신뢰감 있고 현장감 있는 정보 제공 필요</div> <div>- 초보 캠퍼를 위해 캠핑 요리 시 주의 사항 및 비법 등을 전수해 줄 수 있는 콘텐츠 필요</div> <div>- 음식 조리를 밖에서도 할 수 있고 안에서도 할 수 있는 유동성 있는 제품 제공 필요</div> <div>- 간단한 세탁기능 옵션 제공 필요</div> <div>- 제품의 신뢰성을 확보할 수 있는 체험 필요</div>		<div>- 커뮤니티 플랫폼 개발</div> <div>- 내·외부 모두 설치 가능한 유동적인 모듈형 퍼니처 옵션 제공</div> <div>- 세탁기능 옵션제공</div> <div>- 제품 대여 시스템 마련</div>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 2-30대 2인 가구

“비용이 부담스럽기도 한데, 너무 비슷한 제품들이 많은 것 같아요. 노지 캠핑을 다니고 싶은데 정보가 너무 부족해요.”



남○○ | 32세, 건설회사직원
월 소득 : 300만원
가구유형 : 아이가 없는 2인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가
캠핑 유형 : 에코 슬로어, 밸류 프로세서
소비 유형 : 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자



김○○ | 28세, 경찰
월 소득 : 400만원
가구유형 : 아이가 없는 2인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가
캠핑 유형 : 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서
소비 유형 : 클래식 스태빌리티

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 3년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 2회(연 20~25회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족간의 친목, 자연감상, 휴식 및 사색</p> <p>보유장비 : 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 편리함</p> <p>구매 보류 요인 : 신혼부부라 비용이 부담스러움</p>	<p>- 노지 캠핑에 대한 정보</p> <p>- 차별성 있는 제품</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 노지캠핑에 대한 정보를 많이 얻지 못함 - 짐쌀 때 생각보다 짐이 많아 부족한 부분이 가끔 있음 - 짐 옮기는데 번거로움
		캠핑 중	- 가끔 바람이 많이 불 때 텐트설치가 어려움 - 텐트 위치를 잘못 잡으면 재배치하는데 오래 걸림
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 텐트 말릴 공간이 없음
		제품 사용	- 너무 혼한 제품들이 많음
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 혼하지 않고 차별성 있는 제품 개발 필요</p> <p>- 짐을 한 번에 보관해서 옮길 수 있는 제품 개발 필요</p> <p>- 환경제약을 덜 받고 내구성이 좋으면서 가벼운 소재 발굴 혹은 개발필요</p>		<p>- 오토 캠핑장 뿐만 아니라 노지캠핑에 대한 커뮤니티 플랫폼 개발</p> <p>- 오프라인 온라인 가격 비교가 가능한 플랫폼 제공</p>	

| 트럭캠퍼를 이용 중인 30대 여성

“캠핑카는 너무 편하고 좋은데, 디자인이 너무 업그레이드 되지 않는 것 같아요.”



김ㅇㅇ | 36세, 주부
월 소득 : 650만원 (남편 소득)
가구유형 : 4세 자녀가 있는 3인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 생활비
캠핑 유형 : 자신감 있는 트렌드세터
소비 유형 : 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자. 밸류 프로세서

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 1년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 4회 (연 30~40회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 주변 관광, 액티비티 활동</p> <p>보유장비 : 트럭 캠퍼</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 개인 화장실, 샤워실</p>	<p>- 신 제품이라고 해도 디자인이 올드하며 그 전 모델과 비교했을 때 업그레이드 된게 거의 없고 인테리어 디자인도 머물러 있다는 느낌을 받음. 디자인에 대한 업그레이드가 필요하다고 느낌</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 모든 차량에 호환이 가능(승용차/SUV/트럭 등)</p>	캠핑 준비	- 제품을 사용하기 편리한 장소를 찾는 것이 어려움 (유행하는 장소는 사람들이 많아 오히려 불편함)
		캠핑 중	- 청수통에 물을 담아가긴 하지만 2박 3일 기준 씻기에도 부족한 양이라 설거지 거리를 최대한 줄임 - 결로현상 - 침대사이즈가 작아 소파를 덧대어 사용
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 차체가 높아서 아파트 지하주차장 이용 불가 - 수입 제품이라 수리업체를 직접 찾아야 함
		제품 사용	- 화장실이 좁음 - 내부 공간 협소
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 많은 가족이 편하게 잘 수 있도록 트랜스포م 기능 개발</p> <p>- 환경제약을 덜 받는 제품 개발 필요</p> <p>- 물탱크의 물이 얼마나 남았는지 알 수 있는 시각기능 개발</p> <p>- 효율적인 이동 공간 창출 필요</p>		<p>- 수입차 관련 AS 서비스 활성화</p>	

| 텐트 트레일러를 이용 중인 30대 남성

“같은 제품을 구매한 사람들과 같이 즐길 수 있는 기능이 있는 제품이 필요해요.”



배○○ | 39세, 자영업 & 대학 강사
월 소득 : 500만원
가구유형 : 2세 자녀가 있는 3인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크
캠핑 유형 : 밸류 프로세서, 클래식 스태빌리티
소비 유형 : 감성적인 팔로워

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 7년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회 (연 25회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과 휴식, 음식 조리</p> <p>보유장비 : 텐트 트레일러</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 가격</p>	<p>- 같은 제품을 사용하는 유저들끼리 도킹 할 수 있는 기능</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 캠핑관련 정보를 찾을 때 신뢰성 있는 정보를 얻기가 어려움
		캠핑 중	- 준비과정에서 물품을 빠트리고 가면 이미 있는 장비를 또 사기는 돈이 아깝고, 다시 가져오기 어려움
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 비가 오면 장비세팅에 어려움을 느낌 - 캠핑장에 트레일러를 가지고가면 추가비용이 발생함 - 바람에 취약함
		제품 사용	- 주차에 대한 문제 주차공간을 직접 찾아다님 - A/S 하러 멀리 있는 캠핑업체 본사까지 가야하는 번거로움 - 이용하는 제품의 본사 홈페이지가 활성화가 되어 있지 않아 접근이 어려움
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 제공 필요</p> <p>- 환경제약을 덜 받고 내구성이 좋은 소재 발굴 혹은 개발 필요</p> <p>- 캠핑카 주차에 대해 개선된 서비스 필요</p> <p>- 접근이 용이한 as 서비스 필요</p> <p>- 준비과정에서의 빠트린 부분을 대신 해 줄 수 있는 서비스 제공 필요</p>		<p>- 커뮤니티 플랫폼 (캠핑장소 근처에 있는 유저들 끼리 장비 공유 및 대여 할 수 있는 가이드라인 제시)</p> <p>- 캠핑장소 근처 장비 업체에서 장비를 대여할 수 있는 시스템 마련</p> <p>- 캠핑장소 마트, 음식점 등과 연계하여 신선한 요리 재료 및 음식 딜리버리 시스템 마련</p> <p>- 주거지 내 가까운 주차 공간 탐색 및 예약 할 수 있는 시스템 마련</p>	

| 카라반을 사용 중인 40대 부부

“미니 카라반이 작고 편하긴한데 수납공간이 너무 부족해요.”



조○○ | 49세, 자영업
월 소득 : 600만원
가구유형 : 14세 자녀 2명이 있는 4인 가구
주거형태 : 빌라
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육
캠핑 유형 : 감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터
소비 유형 : 에코 슬로어



김○○ | 42세, 주부
월 소득 :-
가구유형 : 14세 자녀 2명이 있는 4인 가구
주거형태 : 빌라
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육
캠핑 유형 : 에코 슬로어
소비 유형 : 에코슬로어, 클래식 스태빌리티, 심플한 완벽주의자

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 10년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 4회 (연 35회 이상)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과 휴식, 주변 관광</p> <p>보유장비 : 미니 카라반</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 편리함</p>	<p>- 필요에 따라 추가할 수 있는 수납 공간이 많았으면 함</p> <p>- 태양광 패널이 더 많이 올라가서 전기 사용이 편리했으면 함</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영할 수 있는 공간구성 가능 (공간의 크기/형태/위치 맞춤 설계 가능)</p>	캠핑 준비	- 노지캠핑에 대한 정보를 많이 얻지 못함
		캠핑 중	- 변환침대가 많이 작은 편 - 수납장 부족 - 한정된 공간구성
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 수리 받으려면 부품 전체를 교체해야하는 경우가 있음
		제품 사용	- 전기 세팅의 어려움(배터리충전, 주변 충전소 부재)
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 환경제약을 덜 받는 제품 개발 필요</p> <p>- 부분 피스 교체/수리 AS 서비스 개발 필요</p> <p>- 개인 취향 맞춤 공간 구성 서비스 제공 필요</p> <p>- 자가 에너지 충전 제품 개발 필요</p>		<p>- 부분 피스 교체/수리 AS 서비스 개발</p> <p>- 개인 취향 맞춤 공간 구성 서비스 제공</p>	

| 카고 트레일러를 이용 중인 40대 남성

“트레일러는 편리하지만 운전이 너무 어려워요. 날씨나 환경 제약을 덜 받는 제품이 개발되면 좋겠어요.”



문○○ | 44세, 대학 교수
월 소득 : 500만원
가구유형 : 9세 자녀가 있는 3인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크
캠핑 유형 : 밸류 프로세서, 심플한 완벽주의자
소비 유형 : 밸류 프로세서

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 10년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회 (연 12~15회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과 친목도모, 주변 관광</p> <p>보유장비 : 카고 트레일러, 루프 박스</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 가격</p>	<p>- 온도, 습도 조절이 용이한 제품</p> <p>- 장소마다 지형이 다르기 때문에 모든 상황에 대처가 가능한 제품</p> <p>- 겨울에 일어날 수 있는 모든 경우의 수를 다 견뎌낼 수 있는 제품</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영할 수 있는 공간구성 가능 (공간의 크기/형태/위치 맞춤 설계 가능)</p>	캠핑 준비	- 캠핑장을 이용 하려면 한 달 전에 예약을 해야 됨 - 여러 가지 변수에 대비하기 위해 짐이 점차 늘어남 - 계절에 따라 장비의 부피가 매번 달라짐
		캠핑 중	- 혼자 텐트를 치는 게 어려움 (특히 여름)
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 캠핑카 보관을 위한 주차 공간 탐색 - 이용하는 제품의 본사 홈페이지가 활성화가 되어 있지 않아 접근이 어려움
		제품 사용	- 트레일러 특성상 후진, 유턴이 어려움 - 계절, 날씨에 따른 문제점 (습도, 온도, 히팅, 에어컨, 공기 순환, 이슬, 결로현상 등)
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 환경제약을 덜 받고 내구성이 좋으면서 가벼운 소재 발굴 혹은 개발필요</p> <p>- 캠핑카 주차에 대한 개선된 서비스 필요</p> <p>- 계절 상관없이 부피변화가 없는 제품 개발 필요</p> <p>- 운전의 부담을 줄여주는 제품 개발 필요</p> <p>- 내, 외부 활동을 고려한 확장성을 갖춘 제품 개발 필요</p> <p>- 캠핑카 운전 시 부담을 줄여줄 수 있는 서비스 제공 필요</p>		<p>- 주거지 내 가까운 주차 공간 탐색 및 예약 할 수 있는 시스템 마련</p> <p>- 캠핑카 전용 주차장 시스템 마련</p> <p>- 당일이나 가까운 날 예약 할 수 있는 시스템 마련</p> <p>- 캠핑장소까지 안전하게 갈 수 있는 경로 탐색 시스템 마련</p>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 40대 남성

“사실 캠핑카는 관리나 보관이 제일 걱정 돼요. 알아서 기기 정비나 관리를 해주는 서비스가 있으면 좋겠어요.”



민ㅇㅇ | 42세, 회사원(기획자, 커뮤니티)

월 소득 : 650만원
가구유형 : 7세 자녀가 있는 3인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 생활비
캠핑 유형 : 에코 슬로어
소비 유형 : 에코 슬로어

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 2년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 3회(연 35회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 일상적인 휴식</p> <p>보유장비 : 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 구매 후 유지 관리</p> <p>구매 보류 요인 : 만족스런 서비스를 제공하는 업체가 없음</p>	<p>- 신뢰감을 줄 수 있는 제품, 차별성</p> <p>- 딜리버리 서비스</p> <p>- 유지 관리 서비스</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인 맞춤형으로 커스터마이징 디자인 가능 (제품 일부의 크기,재질,색상,용도 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 겨울은 아이의 건강이 염려되어 캠핑을 피하게 됨.
		캠핑 중	- 캠핑장 내 매너가 지켜지지 않아 발생하는 불편함 - 주로 밖에서 활동을 하는데, 텐트 외부에서 쾌적하게 캠핑할 수 있는 옵션이 부족해서 불편
		캠핑 마무리	- 에어 매트가 무거워서 철수 할 때 힘들었음
		보관 및 A/S	-
		제품 사용	- 텐트 외부 활동 시 타프를 설치할 수 있는 공간이 없어서 불편 (사이트 두 개를 빌려야 해서 추가 비용을 지불한 적도 있음)
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 캠핑장 내에서 준수해야하는 매너 사항에 대해서 지켜지고 있지 않은 부분들에 대한 인식 개선 필요</p> <p>- 캠핑카 기능 및 품질에 대한 인식 개선 필요</p> <p>- 캠핑 준비 시 필요한 체크리스트를 제공하여 원활한 캠핑활동 지원 필요</p> <p>- 캠핑 용품의 용도별 구분 및 보관 필요</p> <p>- 캠핑 활동 시 외부에서 쾌적하게 캠핑할 수 있는 옵션 제공 필요</p> <p>- 캠핑카 관리 및 보관에 대해 개선된 서비스 필요</p>		<p>- 커뮤니티 플랫폼 개발.</p> <p>- 내부 옵션 외에 외부에 제공 가능한 옵션 마련</p> <p>- 항상 좋은 품질의 캠핑카를 편리하게 이용 및 체험할 수 있는 차량 관리 멤버십 서비스 개발</p>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 40대 남성

“캠핑카를 별도로 구매하기는 세금이나 보관에 걱정이 많아요. 데일리카로 쓸 수 있으면서 캠핑카로도 쓸 수 있는 제품이 있었으면 좋겠어요.”



박ㅇㅇ | 49세, 대학 교수
월 소득 : 400만원
가구유형 : 10세 자녀가 있는 3인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 자녀 교육
캠핑 유형 : 클래식 스태빌리티, 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서
소비 유형 : 자신감 있는 트렌드세터

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 7년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회(연 10회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과의 친목 도모</p> <p>보유장비 : 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 가격</p> <p>구매 보류 요인 : 아이가 자라고 나면 지금만큼 캠핑을 자주 다니지 않을 것 같아서</p>	<p>- 데일리 카로 쓸 수 있으면서 캠핑카로도 쓸 수 있는 제품 필요</p> <p>- 같은 제품을 사용하는 유저들끼리 도킹 할 수 있는 기능</p> <p>- 가벼운 소재로 이동이 용이한 제품 필요</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영할 수 있는 공간구성 가능 (공간의 크기/형태/위치 맞춤 설계 가능)</p>	캠핑 준비	- 짐을 싣는데 여러번 왔다갔다 해야되고 제품이 무거워서 운반이 어려움 - 정확하지 않은 캠핑정보로 인한 불편함
		캠핑 중	- 캠핑장 내 에티켓이 잘 지켜지지 않음 - 텐트 사이즈가 커서 혼자 설치하기 어려움 - 텐트 위치를 잘못 잡아서 바닥이 기울어지면 잠자리가 불편함 - 지인들과 같이 캠핑을 갔을 때 한자리에 모이기에 공간 협소
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 비가 와서 텐트가 오염됐을 때 세척이 어려움
		제품 사용	- 동계 캠핑 시 텐트외부에 결로 문제 - 텐트 말릴 공간이 없음
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 제공 필요</p> <p>- 내구성이 좋으면서 가벼운 소재 발굴 혹은 개발필요</p> <p>- 편안한 취침을 위한 기능 제공</p> <p>- 지역별로 즐길 수 있는 연계 콘텐츠 필요</p> <p>- 지인들과 함께 캠핑을 갔을 때 같이 모여서 즐길 수 있는 공간 마련 필요</p> <p>- 제품의 신뢰성을 확보할 수 있는 체험 필요</p>		<p>- 커뮤니티 플랫폼 개발</p> <p>- 같은 제품을 사용하는 유저끼리 도킹하여 쓸 수 있는 기능 옵션 마련</p> <p>- 제품 대여 시스템 마련</p>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 40대 남성

“즐거려 가는 여행에서 사고가 나면 안되잖아요. 운전이 편리하고 안전한 제품이 있었으면 좋겠어요.”



신○○ | 40세, 건설업 엔지니어

월 소득 : 650만원
가구유형 : 5세, 7세 자녀가 있는 4인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육
캠핑 유형 : 클래식 스태빌리티
소비 유형 : 감성적인 팔로워

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 2년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 2회(연 15회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 일상적인 휴식, 기분 전환</p> <p>보유장비 : 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 편리함, 안전성</p> <p>구매 보류 요인 : 확신이 드는 제품이 없어서</p>	<p>- 혼자서 간편하게 설치할 수 있는 제품</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 텐트 치는 것이 가장 힘들 - 인터넷에서 세세한 정보를 얻지 못함
		캠핑 중	- 사전 장비점검을 해도 캠핑과정에서 장비결함을 발견 할 때가 있음
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	-
		제품 사용	-
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 간단하게 직접 수리를 할 수 있는 방안 필요</p> <p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 제공 필요</p>		<p>- 간단한 수리를 직접 할 수 있는 AS키트 제공</p> <p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공</p>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 40대 남성

“공간 사용이 용이하고 자연과 최대한 가깝게 있을 수 있는 제품이 있었으면 좋겠어요.”



정ㅇㅇ | 43세, 3D 프로그램 학원 대표, 대학 강사

월 소득 : 1300만원

가구유형 : 5세, 7세 자녀가 있는 4인 가구

주거형태 : 아파트

주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육

캠핑 유형 : 감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터, 브랜드 컬렉터

소비 유형 : 감성적인 팔로워, 익스트림 라이프

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 3년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1회(연 10회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 자녀 교육, 체험, 액티비티 활동</p> <p>보유장비 : 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 안전성</p> <p>구매 보류 요인 : 요즘 나오는 제품들의 안전성에 대한 우려</p>	<p>- 충분한 개방감을 줄 수 있는 제품</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 더위, 추위를 대비하기위한 짐이 많아짐 - 짐 옮기는데 번거로움
		캠핑 중	- 더위, 추위를 관리하기 위한 냉난방 제품의 안전사고 위험 우려
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 보관 및 이동이 용이했으면 함
		제품 사용	- 냉난방이 용이했으면 함
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 캠핑카 주차 관리 문제 개선 필요</p> <p>- 짐 보관, 이동에 용이한 제품 개발 필요</p>		<p>- 주변 놀이, 체험활동 시설을 쉽게 알 수 있는 커뮤니티 플랫폼 제공</p> <p>- 캠핑카 전용 주차장 시스템 마련</p>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 50대 남성

“나만의 감성을 충족시켜 줄 수 있는 제품이 필요해요. 기존에 사용하던 장비와 호환이 돼서 계속 사용할 수 있으면 좋겠어요.”



고ㅇㅇ | 50세, 광고회사 대표

월 소득 : 500만원

가구유형 : 1인 가구

주거형태 : 오피스텔

주 소비 분야 : 취미, 여가

캠핑 유형 : 심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서

소비 유형 : 자신감 있는 트렌드세터

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 10년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 2~3회(연 2~30회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑, 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 지인들과의 친목 활동, 혼자서 휴식과 사색</p> <p>보유장비 : 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 디자인</p> <p>구매 보류 요인 : 마음에 드는 디자인이 없음</p>	<p>- 기존에 사용하던 장비와 호환이 가능한 형태의 제품 필요</p> <p>- 자신의 감성에 맞게 구매 해놓은 기존 장비를 활용 할 수 있는 공간 제공 위주의 제품 필요</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인 맞춤형으로 커스터마이징 디자인 가능 (제품 일부의 크기,재질,색상,용도 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 노지 캠핑 장소 선정 시 정보 부족
		캠핑 중	- 주변소음(개, 닭소리)문제 - 태풍으로 인한 예기치 못한 철수 - 캠핑장 내 매너문제 (야간 고성방가) - 발전기 소음이 심해서 전기를 거의 쓰지 못함 - 다른 이용자와 함께 즐길 수 있는 공간 부족
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	-
		제품 사용	- 기존에 출고 된 캠핑카는 굉장히 투박하고 촌스럽다고 생각 - 외관 디자인에도 신경을 써줬으면 좋겠음 (도색 등)
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 환경제약을 덜 받고 내구성이 좋은 소재 발굴 혹은 개발 필요</p> <p>- 내부뿐만 아니라 외관도 고려한 소비자 감성을 충족 시켜 줄 수 있는 디자인 개발 필요</p> <p>- 소음을 완화해주는 제품 및 공간 개발 필요 (방음 및 차단 등)</p>		<p>- 다른 이용자와 함께 즐길 수 있는 도킹 시스템 기능 옵션 마련</p> <p>- 캠핑장 내 소음을 완화 시켜주는 공간 마련</p> <p>- 공유 플랫폼 개발 (텐트 설치 시 해지는 방향, 사진 각도 등 공유)</p>	

| 대형 카라반을 이용 중인 40대 남성

“내부 레이아웃을 원하는대로 구성할 수 있는 제품이 필요해요.”



김ㅇㅇ | 44세, 회사원
월 소득 : 650만원
가구유형 : 8세, 12세 자녀가 있는 4인 가구, 반려견
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육
캠핑 유형 : 밸류 프로세서, 에코 슬로어
소비 유형 : 익스트림 라이프, 큐리어스 얼리어답터

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 10년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 4회 이상 (연 4~50회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑, 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과 휴식, 놀이 활동, 음식 조리</p> <p>보유장비 : 대형 카라반</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 날씨에 영향을 받지 않는 것</p>	<p>- 같은 제품을 사용하는 유저와 도킹 기능</p> <p>- 도킹 시 사용할 수 있는 공용 공간을 편하게 세팅할 수 있는 제품</p> <p>- 같은 제품을 사용하는 유저들끼리 모듈 퍼니처를 바꿔서 설치가 가능 하도록 호환이 가능했으면 좋겠음</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영할 수 있는 공간구성 가능 (공간의 크기/형태/위치 맞춤 설계 가능)</p>	캠핑 준비	- 여름 냉장을 위한 공간이 많이 필요해서 번거로움
		캠핑 중	- 난방 할 때 안전의 우려 - 내부에서 요리를 하면 냄새가 많이 베임
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 자잘한 AS가 많음 - 출고기간이 오래 걸림
		제품 사용	- 제품 내부 레이아웃에 100% 만족하지는 않음 - 변환침대의 번거로움
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 고객 개개인 맞춤형 레이아웃 서비스 제공 필요</p> <p>- 안전한 제품 개발 필요</p> <p>- 쉬운 조작성의 제품 개발 필요</p>		<p>- 출고기간을 단축시킬 수 있는 서비스 마련</p> <p>- 같은 제품을 사용하는 유저끼리 도킹하여 쓸 수 있는 기능 옵션 마련</p>	

| 텐트 트레일러를 이용 중인 40대 남성

“기본 옵션에 대한 퀄리티가 높아져야 한다고 생각해요. 노지 캠핑에 유리하게 전기차와 호환될 수 있었으면 좋겠어요.”



김ㅇㅇ | 43세, 보험설계사
월 소득 : 500만원
가구유형 : 11세, 14세 자녀가 있는 4인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 자녀 교육
캠핑 유형 : 심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서
소비 유형 : 감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 10년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 2~3회 (연 2~30회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과 휴식, 놀이시설 이용, 음식 조리</p> <p>보유장비 : 텐트 트레일러</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 편리함</p>	<p>- 같은 제품을 사용하는 유저들끼리 도킹 할 수 있는 기능</p> <p>- 전기차와 호환하여 사용할 수 있는 제품</p> <p>- 캠핑카, 트레일러 구매에 적합한 대출 상품 활성화</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 모든 차량에 호환이 가능(승용차/SUV/트럭 등)</p>	캠핑 준비	- 신뢰성 떨어지는 캠핑장 사이트가 많음
		캠핑 중	-
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 추가 주차 비용 지불
		제품 사용	- 바람의 영향을 많이 받음 - 비가 오면 말리기 위해서 또 캠핑장을 간다 - 음식물을 쏟으면 청소하기 어려움 - 출고기간이 오래 걸림 - 기본 옵션의 어닝은 햇빛차단능력이 좋지 않음
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 캠핑카관련 대출 서비스 확대필요(쉬운 접근성)</p> <p>- 환경제약을 덜 받는 제품 개발 필요</p> <p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 제공 필요</p>		<p>- 출고기간을 단축 시킬 수 있는 서비스 마련</p> <p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공</p> <p>- 캠핑카 관련 대출 서비스 확대</p>	

| 카라반을 이용하다가 다시 일반 텐트를 이용 중인 40대 남성

“카라반은 이동과 보관이 불편해요. 이동과 보관이 용이하고 미니멀한 캠핑이 가능한 제품이 있었으면 좋겠어요.”



원○○ | 43세, 자영업
월 소득 : 500만원
가구유형 : 1인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가
캠핑 유형 : 에코 슬로어, 밸류 프로세서
소비 유형 : 에코 슬로어, 클래식 스태빌리티

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 10년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회 (연 10~15회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑, 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 레저 스포츠, 지인들과의 친목활동</p> <p>보유장비 : 카라반(이용 종료), 일반 텐트</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 가격</p>	<p>- 개인적인 성향을 반영할 수 있는 제품</p> <p>- 개방감을 위해 유리 온실처럼 안에서도 밖이 다 보이는 형태 (푸드 트럭 폴딩 도어처럼 벽면 한 쪽이 완전히 열린다던지)</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영할 수 있는 공간구성 가능 (공간의 크기/형태/위치 맞춤 설계 가능)</p>	캠핑 준비	- 노지 캠핑 장소 선정 시 정보 부족
		캠핑 중	- 초보 캠퍼들 기본 캠핑개념 부족
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 주차에 대한 문제 - 국내 부품 교체문제(단종)
		제품 사용	- 무시동 히터 사용 시 실내가 건조함 - 제품을 받는 기간이 오래 걸림 - 운전에 신경 쓸 부분이 많음(후진, 견인, 통행료 두배, 속도제한) - 국내브랜드와 해외브랜드의 퀄리티(정교한 부품, 마감 등) 차이
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 캠핑카 주차에 대한 개선된 서비스 필요</p> <p>- 운전에 부담이 덜 가는 제품 기능 필요</p> <p>- 국내 AS서비스 발전 필요</p>		<p>- 전용 주차 공간 마련 서비스 제공</p> <p>- 초보 캠퍼들을 위한 기본 캠핑개념 서비스 제공</p>	

| 텐트 트레일러를 이용 중인 40대 남성

“요즘은 태양광 패널 때문에 루프탑을 활용할 수 있는 제품이 적은 것 같아요. 그 공간을 활용할 수 있었으면 좋겠어요.”



최○○ | 40세, 회사원
월 소득 : 500만원
가구유형 : 어머니, 10세, 11세 자녀가 있는 5인 가구
주거형태 : 아파트
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육
캠핑 유형 : 감성적인 팔로워, 익스트림 라이프
소비 유형 : 클래식 스타빌리티

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 7년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회 (연 20회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 가족과 휴식, 놀이 활동, 음식 조리</p> <p>보유장비 : 텐트 트레일러</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 짐보관</p>	<p>- 천장 위의 공간을 활용할 수 있는 제품</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</p>	캠핑 준비	- 캠핑관련 정보를 찾을 때 신뢰성 있는 정보를 얻기가 어려움
		캠핑 중	- 짐을 오르내리는 과정에서 허리 부상 등 건강의 문제발생
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	-
		제품 사용	- 견인스트레스 - 텐트랑 다른점을 못 느낌 - 비바람의 영향을 많이 받고 비가 가장 문제 비가 오면 텐트를 말리기 위해 또 캠핑장 방문 - 대리점이 멀어서 직접 보고 구매하지 못함
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 천장 위의 공간을 활용 (루프형식)</p> <p>- 이동, 보관이 편한 가벼운 소재의 제품 개발 필요</p> <p>- 환경제약을 덜 받는 제품 개발 필요</p>		<p>- 신뢰성 있는 캠핑 정보 커뮤니티 서비스 제공</p> <p>- 전국 대리점 활성화</p>	

| 카라반을 이용하다가 농막을 이용 중인 50대 남성

“나에게 캠핑이란 힐링이고, 언제든 어디로든 장박 여행을 떠날 수 있었으면 좋겠어요.”



송○○ | 57세, 디자인 학원 원장

월 소득 : 500만원

가구유형 : 20대 자녀 2인을 둔 4인 가구

주거형태 : 단독 주택

주 소비 분야 : 취미, 제테크

캠핑 유형 : 자신감 있는 트렌드세터

소비 유형 : 클래식 스태빌리티, 에코 슬로어

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 20년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회 (연 10~15회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 오토 캠핑, 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 휴식과 사색, 가족과의 소통, 레저 스포츠</p> <p>보유장비 : 카라반(이용 종료), 일반 텐트, 농막</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 가성비</p>	<p>- 캠핑카 운용 기준 네비게이션 길 안내 시스템</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영하여 옵션 선택 및 장착 가능 (화장실/샤워/주방시설/전기 급 배수 장치/냉.난방 등 옵션 선택 가능)</p>	캠핑 준비	-카라반 이용 시 철저한 경로 확인 필요
		캠핑 중	-
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 주차에 대한 문제 - 차고지 이용 불편
		제품 사용	-전자동 기능 노후화 문제 -전용 면허 필요 -운전하기 어려움 (좁은 골목에 들어가면 후진을 못함)
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 캠핑카 주차에 대해 개선된 서비스 필요</p> <p>- 운전에 부담이 덜 가는 제품 기능 개발 필요</p>		<p>- 캠핑카 전용 주차 공간 마련 서비스 제공</p> <p>- 캠핑카 기준의 경로안내 서비스 마련</p>	

| 캠핑카 구매를 고려 중인 50대 남성

“주차가 편리했으면 좋겠고, 데일리카로도 이용가능하고 캠핑카로도 이용가능한 제품이 있었으면 좋겠어요.”



이 ○ | 50세, 회사원
월 소득 : 500만원
가구유형 : 장모님, 21세, 24세 자녀를 둔 5인 가구
주거형태 : 단독 주택
주 소비 분야 : 취미, 여가, 제테크, 자녀 교육
캠핑 유형 : 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자
소비 유형 : 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자

캠핑 활동 정보	캠핑 관련 NEEDS	캠핑 과정에서의 PAINPOINTS	
<p>캠핑경력 : 20년</p> <p>캠핑빈도 : 한 달 1~2회(연 10회)</p> <p>선호하는 캠핑유형 : 노지 캠핑</p> <p>캠핑 시 주요활동 : 낚시 등의 레저 활동, 지인들과의 친목 도모</p> <p>보유장비 : 일반 텐트, 차박용 장비</p> <p>캠핑카 구매시 고려하는 것 : 가격, 주차의 용이성</p> <p>구매 보류 요인 : 주차를 할 수 있는 공간이 없음</p>	<p>- 데일리카로도 이용가능하고, 캠핑카로도 이용가능했으면 함</p> <p>- 루프탑 옵션이 추가로 있었으면 함</p> <p>▪ 모듈형 캠핑카 NEEDS</p> <p>- 개인의 라이프스타일을 반영할 수 있는 공간구성 가능 (공간의 크기/형태/위치 맞춤 설계 가능)</p>	캠핑 준비	-
		캠핑 중	- 차박을 할 경우 밀폐가 안되서 벌레가 많음
		캠핑 마무리	-
		보관 및 A/S	- 주차 공간 부족
		제품 사용	- 기본적으로 불필요한 기능이 많음
INSIGHT		SERVICE	
<p>- 자신이 원하는 기능 추가/해제 할 수 있는 옵션 제공 필요</p> <p>- 캠핑카 주차에 대해 개선된 서비스 필요</p> <p>- 같은 제품을 사용하는 유저끼리 도킹하여 쓸 수 있는 기능 옵션 개발 필요</p>		<p>- 캠핑카 주차에 대한 개선된 서비스 마련</p> <p>- 같은 제품을 사용하는 유저끼리 도킹하여 쓸 수 있는 기능 옵션 개발</p>	

설문 조사 결과

인터뷰 대상자	캠핑유형	소비자유형	최종 선정 유형
김○○ / 황○○	에코 슬로어, 밸류 프로세서 / 클래식 스태빌리티, 에코 슬로어, 밸류 프로세서	감성적인 팔로워, 브랜드 컬렉터 / 감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터, 브랜드 컬렉터	능력 있는 활동가
남○○ / 김○○	에코 슬로어, 밸류 프로세서 / 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서	에코 슬로어, 심플한 완벽주의자 / 클래식 스태빌리티	안정적인 수용자
김○○	자신감 있는 트렌드세터	에코 슬로어, 심플한 완벽주의자. 밸류 프로세서	용기 있는 혁신가
배○○	밸류 프로세서, 클래식 스태빌리티	감성적인 팔로워	안정적인 수용자
조○○ / 김○○	감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터 / 에코 슬로어	에코 슬로어 / 에코슬로어, 클래식 스태빌리티, 심플한 완벽주의자	능력 있는 활동가
문○○	밸류 프로세서, 심플한 완벽주의자	밸류 프로세서	안정적인 수용자
민○○	에코 슬로어	에코 슬로어	능력 있는 활동가
박○○	클래식 스태빌리티, 에코 슬로어, 심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서	자신감 있는 트렌드세터	안정적인 수용자
신○○	클래식 스태빌리티	감성적인 팔로워	안정적인 수용자
정○○	감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터, 브랜드 컬렉터	감성적인 팔로워, 익스트림 라이프	안정적인 수용자
고○○	심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서	자신감 있는 트렌드세터	용기 있는 혁신가
김○○	밸류 프로세서, 에코 슬로어	익스트림 라이프, 큐리어스 얼리어답터	안정적인 수용자
김○○	심플한 완벽주의자, 밸류 프로세서	감성적인 팔로워, 큐리어스 얼리어답터	능력 있는 활동가
원○○	에코 슬로어, 밸류 프로세서	에코 슬로어, 클래식 스태빌리티	능력 있는 활동가
최○○	감성적인 팔로워, 익스트림 라이프	클래식 스태빌리티	안정적인 수용자
송○○	자신감 있는 트렌드세터	클래식 스태빌리티, 에코 슬로어	용기 있는 혁신가
이○	에코 슬로어, 심플한 완벽주의자	에코 슬로어, 심플한 완벽주의자	안정적인 수용자

능력있는 활동가

→ 제품 판매 주 타겟층



김○○ | 35세



황○○ | 27세



김○○ | 43세



민○○ | 42세



원○○ | 43세



조○○ | 49세



김○○ | 42세

안정적인 수용자

→ 기존 캠핑카 시장 타겟층



남○○ | 32세



김○○ | 28세



배○○ | 39세



문○○ | 44세



박○○ | 49세



신○○ | 40세



김○○ | 44세



정○○ | 41세



최○ | 40세



이 ○ | 50세

용기있는 혁신가

→ 제품 판매 도전 타겟층



김○○ | 36세



고○○ | 50세



송○○ | 57세

심층 인터뷰 분석 결과 및 전략방향 설계

‘능력 있는 활동가’ 유형은 캠핑카 구매에 관심은 있지만 라이프스타일 유형 상 가격을 중요하게 생각할 수 밖에 없는 유형의 소비자가 포진되어 있고, ‘안정적인 수용자’ 유형은 이미 캠핑카를 소지하고 있거나 기존 제품에 편안함과 신뢰성을 가지는 유형의 소비자가 포진되어 있다. ‘용기 있는 혁신가’ 유형은 남들과 차별화 되는 제품의 등장을 손꼽아 기다리는 유형의 사용자들이 포진되어 있다.

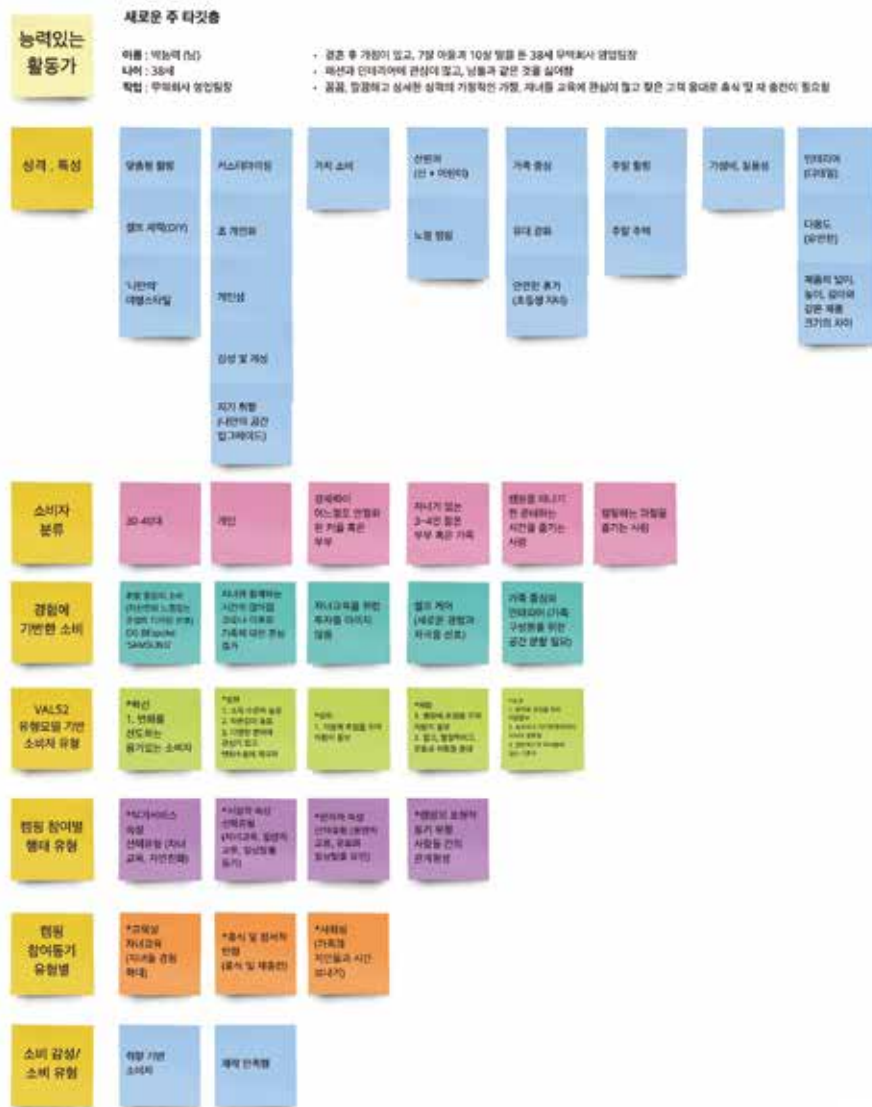
기존 시장 타겟 뿐만 아니라 우리 제품을 정말 매력적으로 느끼고 구매를 고려 할 고객에 대한 판매 전략이 필요하다.

- 4.1 타겟 고객 핵심이슈 도출
- 4.2 퍼소나 설정(대표&극단적)
- 4.3 고객여정맵

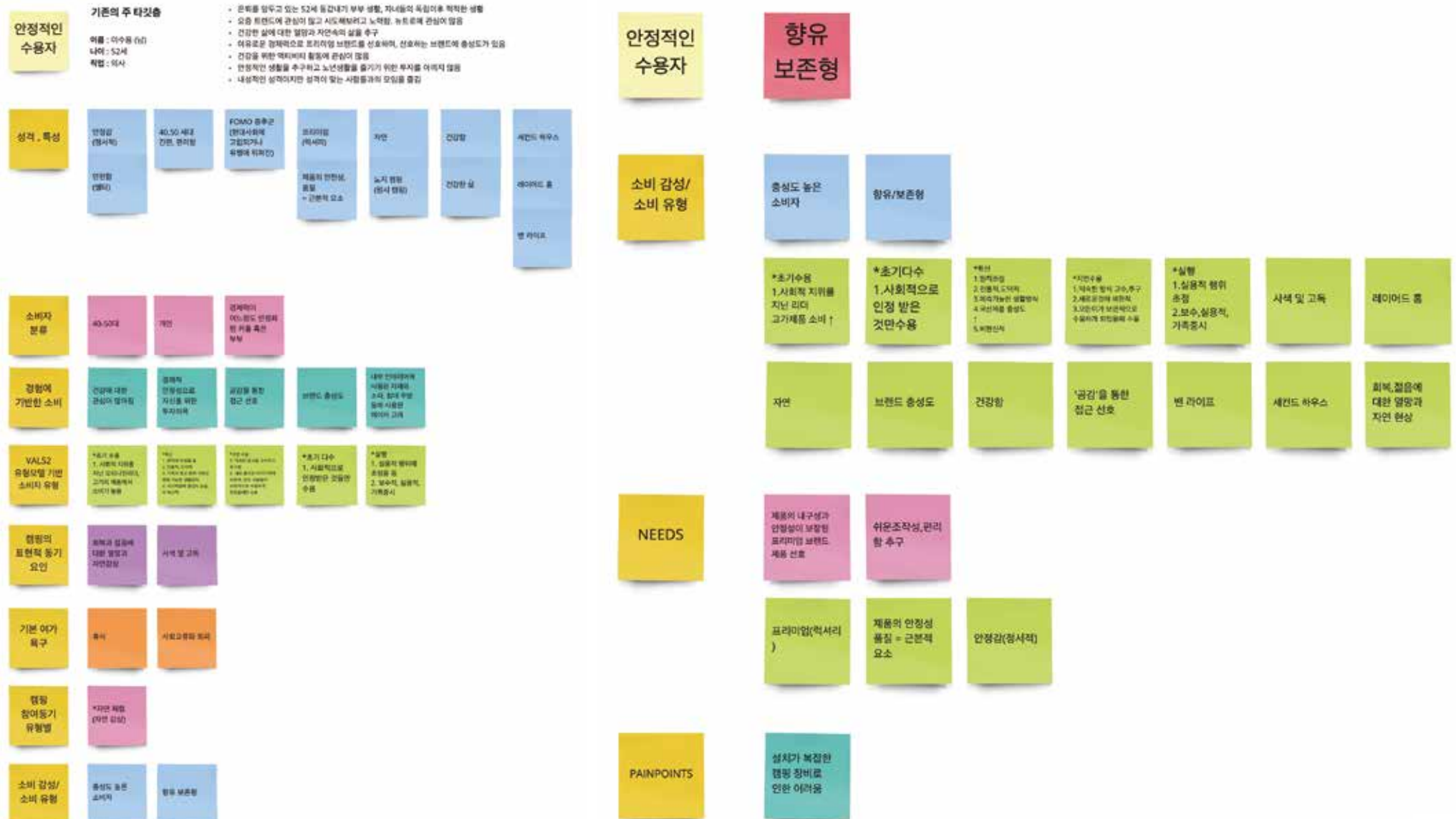
04

핵심 타겟 설정

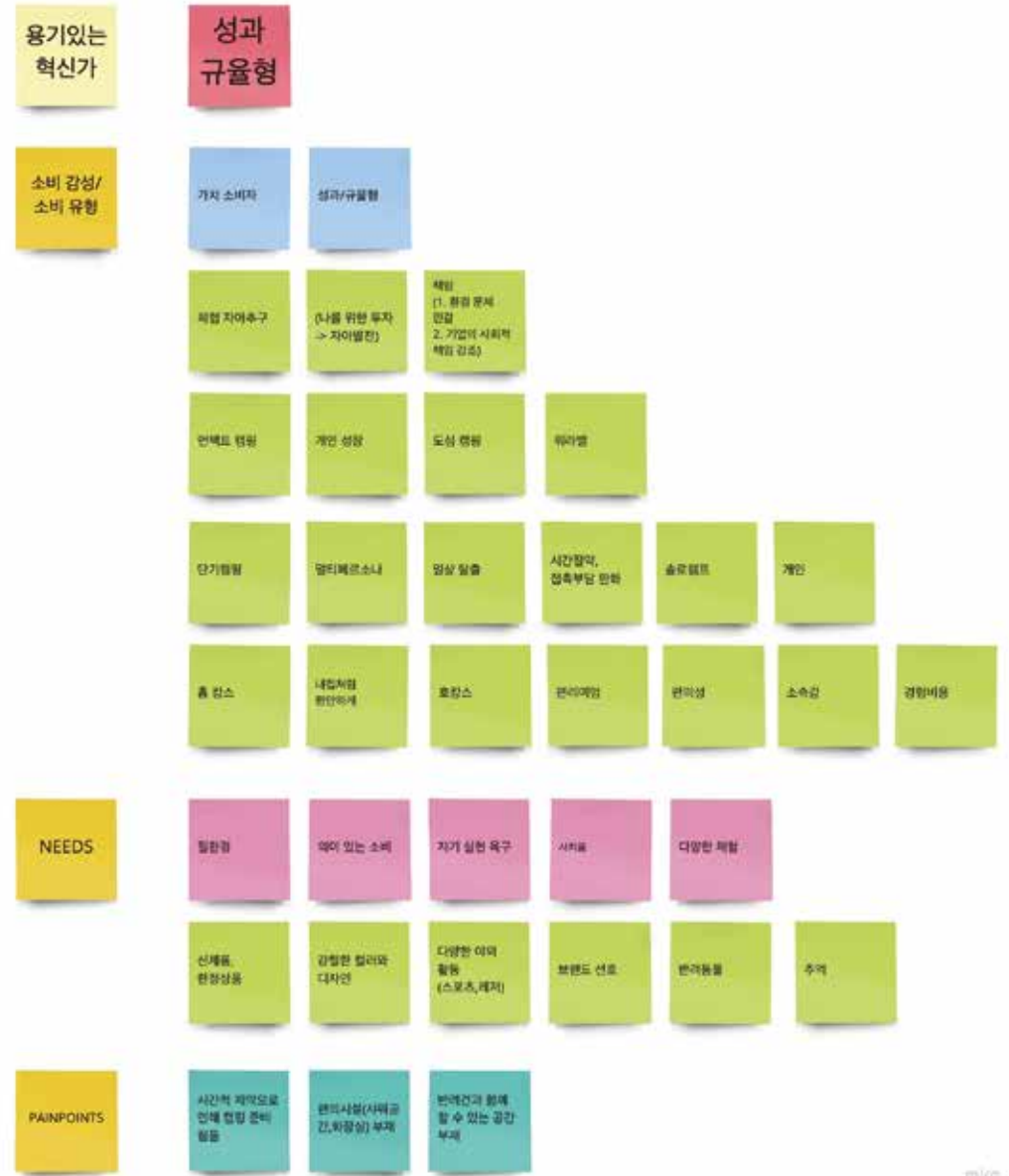
4.1 타겟고객 핵심이슈 도출 | 어피니티 다이어그램 (Affinity Diagram)



4.1 타겟고객 핵심이슈 도출 | 어피니티 다이어그램 (Affinity Diagram)



4.1 타겟고객 핵심이슈 도출 | 어피니티 다이어그램 (Affinity Diagram)



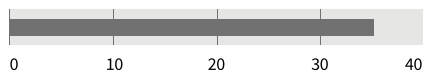
Personal Information



박능력(남) | 38세, 무역회사 팀장

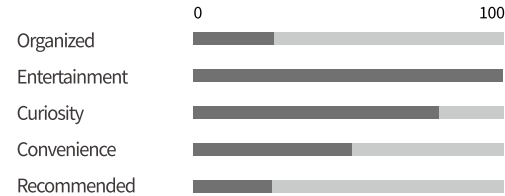
“나만의 감성을 충족시켜줄 수 있는
맞춤형 캠핑을 하고 싶어요.”

캠핑유형	감성적인 팔로워
사용자유형	큐리어스 얼리어답터
월소득	500만원
가구형태	7세, 10세 자녀가 있는 4인가구
주거형태	아파트
주소비분야	취미, 여가, 자녀, 교육
쇼핑유형	온라인 쇼핑
캠핑경력	7년
캠핑빈도	(1년 기준)



Intro

동기부여



이용 디바이스/이용 빈도



소셜 네트워크 서비스/이용 빈도



성격 & 특성

가족, 지인 등 주변 사람과 감정 교류를 중요하게 생각함
호기심이 많으며, 자극적이고 다양한 경험을 좋아하는 도전적인 성격
성취를 중요하게 생각하며 지향함

결혼 후 가정이 있고, 7세 아들과 10세 딸을 둔 38세 무역회사 영업팀장
패션과 인테리어에 관심이 많고 남들과 똑같은 것을 싫어함 꼼꼼, 깔끔하고 섬세한 성격의 가정적인 가정으로,
자녀들 교육에 관심이 많고 일과 가정 둘 다 소홀히 하지 않음. 잦은 고객 응대로 인해 휴식 및 재충전을 필요로 함
여행, 관광, 체험 활동 등 자녀와 함께 할 수 있는 취미 활동에 관심이 많음

스토리

아이들과 함께 할 수 있는 활동에 캠핑만 한 것이 없다고 생각해 본격적으로 장비를 구매하기 시작했다. 얼마 전, 지인의 아이들도 함께 데리고 캠핑을 왔는데, 갑자기 날씨가 추워지더니 갑작스런 비 바람에 텐트가 날아갈 뻔해서 아주 위험했던 경험이었다. 바로 옆 사이트에 있던 캠퍼들이 정박해둔 카라반 안으로 피신하는 것을 보고 캠핑카를 사야겠다고 생각한다. 그런데 왜 다 똑같아 보이는 제품들 밖에 없는 거지? 뭔가 투박하고 촌스러운 것 같기도 하고, 감성적인 디자인이 없다. 그리고 사람들마다 캠핑을 즐기는 스타일은 다 다른데 왜 내부 레이아웃은 다 똑같이 나오는지 모르겠다. 온라인 쇼핑물처럼 정찰된 가격의 제품들을 비교해보고 싶는데, 대부분 원하는 스타일의 캠핑카를 골라서 쪽지를 보내면 업체가 견적을 보내주는 형식이라 신뢰가 안 간다. 게다가 인기 있는 모델의 캠핑카를 받으려면 6개월에서 1년은 기다려야 한다. 애들은 매주 캠핑 가자고 난리이고 곧 여름이 다가오는데... 더 빨리 받을 순 없는 걸까?

Pain points

- 계절의 영향을 많이 받음
- 다양하지 않은 제품 디자인
- 개인의 캠핑 스타일을 고려하지 않은 인테리어 레이아웃
- 온라인 가격 상담 및 가격 비교 불가능
- 제작기간이 너무 오래 걸림

Likes

- 감성 및 개성(취향)
- ‘나만의’ 여행 스타일, 맞춤형 힐링
- 디테일
- 가성비, 실용성
- 자녀를 위한 안전한 휴가

User Keywords

개성표현에 적극적이며
자극적이고 다양한 경험을 원하는 캠퍼

변화를 즐기는 셀프제작(DIY)
유대 강화 셀프 케어 체험 다용도 일상탈출 가치 소비
가족중심 자연친화 주말 힐링 안전한 휴가 주말 주택
쾌락만족형 자녀 커스터마이징 산린이 캠린이
초 개인화 감성 및 개성 실용성 개인성

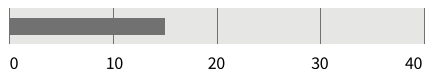
Personal Information



이수용(남) | 52세, 의사

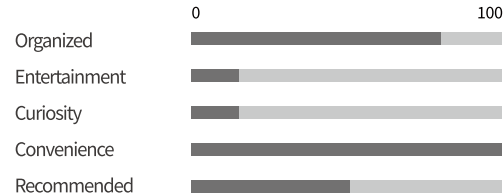
“이제는 취미도 편하게 하고 싶어요.”

캠핑유형	에코슬로어
사용자유형	클래식 스태빌리티
월소득	1000만원
가구형태	자녀가 독립한 4~50대 2인 가구
주거형태	단독 주택
주소비분야	취미, 여가, 건강
쇼핑유형	오프라인 쇼핑
캠핑경력	20년
캠핑빈도	(1년 기준)



Intro

동기부여



이용 디바이스/이용 빈도



소셜 네트워크 서비스/이용 빈도



성격 & 특성

내성적인 성격이지만 성격이 맞는 사람들과의 교류를 즐김
결과보단 과정을, 외면보단 내면의 가치를 중시하는 소신있는 성격
규율 및 원칙을 중시하며, 안정지향적

은퇴를 앞두고 있는 52세 동갑내기 부부생활 중, 자녀들의 독립 이후 적극적인 생활
요즘 트렌드에 관심이 많고 시도해보려고 노력함. 특히 뉴트로에 관심이 많음
건강을 위한 액티비티 활동에 관심이 많으며, 건강한 삶에 대한 열망과 자연속의 삶을 추구
여유로운 경제력으로 프리미엄 브랜드를 선호하며, 선호하는 브랜드에 충성도가 있음
안정적인 생활을 추구하고 노년생활을 즐기기를 위한 투자를 아끼지 않음

스토리

자식들은 모두 독립하고 적극적인 마음에 아이들과 예전에 캠핑을 다녔던 기억을 떠올려 아내와 함께 취미 생활을 시작하게 되었다.
하지만 예전과 달라진 캠핑 트렌드 따라가기가 쉽지 않다. 예전엔 쉬웠던 텐트 설치, 테이블 세팅하는 것도 체력이 따라주지 않는다.
쉽고 간편하게 쓸 수 있으면서 안전하고 믿을 수 있는 제품을 구매하고 싶은데 요즘 캠핑카는 기능도 참 많고 구매과정이 복잡하다.
장비는 이미 다 있는데 옵션은 뭐가 이렇게 많은지... 좀 알아서 추천해 줄 수는 없는 건가?
나이 드니까 컴퓨터를 오래 쓰기가 힘들다. 요즘은 어떤 캠핑 장비를 쓰는지, 어느 캠핑 장소가 좋은지 한 사이트에서 다 알려주면 좋겠다.

Pain points

- 원하는 정보 탐색의 어려움
- 복잡한 설치 및 기능
- 나에게 필요하지 않은 기능이 너무 많음

Likes

- 제품의 내구성과 안정성이 보장된 프리미엄 브랜드
- 쉬운 조작성, 편리함
- 프리미엄(럭셔리)
- 제품의 안정성, 품질
- 정서적 안정감

User Keywords

몸이 잘 따라주지 않지만
취미를 즐기고 싶은 마음은 굴뚝 같은 프로 캠퍼

자연체험 레이어드 홀 공감
FOMO증후군 건강한 삶 벤라이프 사회교류와 회피
브랜드 향유보존형 휴식과 사색
프리미엄 나를 위한 투자

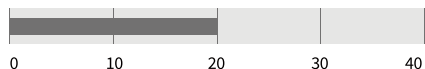
Personal Information



김변화(남) | 26세, 스타트업 개발자

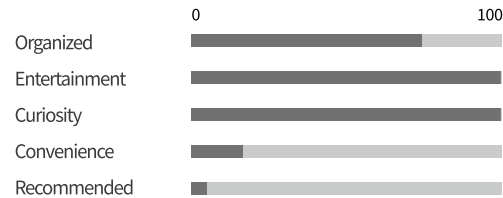
“남들과 똑같은 캠핑은 지겨워요.”

캠핑유형	자신감있는 트렌드세터
사용자유형	자신감있는 트렌드세터
월소득	250만원
가구형태	1인 가구
주거형태	원룸
주소비 분야	취미, 여가
쇼핑유형	온. 오프라인 쇼핑
캠핑경력	2년
캠핑 빈도	(1년 기준)



Intro

동기부여



이용 디바이스 / 이용 빈도



소셜 네트워크 서비스 / 이용 빈도



성격 & 특성

자기주장이 강하며 새로운 활동에 주도적이고, 모든 행동에 자신감이 넘침
사교적이고 활동적인 성향이 강하며 새로운 활동에 적극적임

대학 졸업 후 자신만의 길을 개척하기 위해 스타트업 개발자로 뛰어들 26세 사회초년생
개발 업무 특성상 잦은 회의와 야근으로 자신을 돌보는 시간이 필요함
사회, 정치, 경제 분야에 관심이 많아 경제지를 구독 중임
자유롭고 틀에 박힌 것들을 싫어하며, 자신만의 확고한 신념이 있음
외향적이며 이상적인 성향이지만 내면에는 자신만의 낭만을 찾고자 하는 욕구가 있음

스토리

반복되는 일상과 야근에 지쳐 힐링하고 싶은 마음에 캠핑을 시작하게 되었다. 여러가지 경험해보는 것을 좋아해서,
똑같은 장비라도 다른 색상의 제품도 써보고 싶고, 캠핑카도 경험해보고 싶다. 자취방 수납공간도 부족하고 아직 사회 초년생이라
많은 돈을 쓰기는 부담스러운 것 같다. 또 직업 특성상 주말에도 출근해야 하는 경우가 있어서 마음만큼 캠핑을 자주 나가지도 못하기 때문에
매번 똑같은 경험을 하고 돌아오는 것보다 한번 나갈 때 특별하게 즐기고 오고 싶은 욕구가 강하다.
남들과 똑같이 하는 캠핑은 재미없으니까!

Pain points

- 자취생이라 장비 보관이 어려움
- 사회초년생이라 많은 비용을 투자하기 어려움
- 다양한 경험이 어려워질 것 같아 장비 구매가 망설여짐

Likes

- 쓸 땀 쓰고 아끼 땀 아끼는 가치소비
- 편리미엄
- 강렬한 컬러와 디자인
- 신제품 / 한정상품
- 나를 드러내고 표현할 수 있는 것

User Keywords

이색적인 활동을 추구하며
다양한 활동으로 트렌드를 주도하는 캠퍼

일상탈출 필환경
아재놀이 유동성 있는
워케이션 워라벨 인증샷 챌린지
JOMO증후군 편리미엄 일탈성
신제품 성과규율형 자아 정체성 자기 과시
한정 상품개인 성장 레이블링 게임멀티퍼소나
스포츠, 레저 자아 확립 휴먼터치

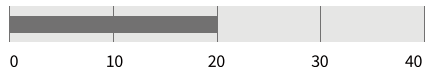
Personal Information



최아내(여) | 35세, 주부, 프리랜서 디자이너

“캠핑 준비 과정부터 마무리까지
최대한 편하게 하고 싶어요.”

캠핑유형	브랜드 컬렉터
사용자유형	심플한 완벽주의자
월소득	200만원
가구형태	5인 가구
주거형태	아파트
주소비 분야	취미, 여가, 생활비
쇼핑유형	온. 오프라인 쇼핑
캠핑경력	1개월
캠핑 빈도	(1년 기준)



Intro

동기부여



이용 디바이스 / 이용 빈도



소셜 네트워크 서비스 / 이용 빈도



성격 & 특성

직접 배우거나 경험하는 것을 중시하는 성격으로, 다양한 활동에 적극적인 편
하지만 스트레스에 약해 귀찮거나 복잡한 과정을 싫어하고 심플하고 단순한 것을 선호함

디자이너로 활동하다가 아이 셋을 키우기 위해 프리랜서로 전향한, 35세 프리랜서 디자이너 겸 주부
평소 집에서 일을 하면서 아이를 돌보느라 업무 스트레스와 육아 스트레스를 동시에 받고 있음
자신만의 미적 기준이 뚜렷한 편이라 취향에 맞지 않는 물건은 잘 구매하지 않는 편이며,
자신이 사용하는 제품의 브랜드가 곧 자신을 표현하는 것이라 생각해 작은 물건도 허투루 구매하지 않음
소셜 네트워크 활동을 즐기며 육아 & 캠핑 리뷰 블로그를 운영하고 있음

스토리

프리랜서라 집에서 쉬어도 쉬는 것 같지 않아 힐링하고 싶은 마음에 캠핑을 시작했다. 아이가 셋이라 그런지 준비 과정부터 마무리까지의
과정이 너무 힘들다. 물놀이라도 가는 날이면 짐이 어마어마하게 많아진다. 5명이 캠핑을 가니 설거지 거리도 많이 나오고,
오토 캠핑장에서는 설거지하러 왔다 갔다 하기도 너무 힘들다. 한창 자랄 때의 아이들은 밥먹고 금방 돌아서면 배고프다고 하니 설거지
끝내자마자 간식을 챙겨줘야 한다. 여러가지를 고민해봤을 때 캠핑카가 있으면 좋겠다고 생각하지만, 캠핑카는 아파트에 주차하기가
힘들어서 구매가 망설여진다. 캠핑은 장비빨이라고 생각해 마음에 쏙 드는 제품이 나타나길 손꼽아 기다리는데, 왜 다비슷한 제품들
뿐인건지... 기다림에 지쳐가는 중이다.

Pain points

- 짐이 많아서 챙기고 정리하는 과정이 힘들다고 느낌
- 주방시설에 제대로 갖춰져 있지 않음
- 다양하지 않은 제품 디자인

Likes

- 나를 표현 할 수 있는 브랜드
- 심플하고 단순한 것
- 자신만의 미적 기준을 충족시켜 줄 수 있는 제품
- 감성 캠핑
- 아이를 위한 친환경, 유기농 제품

User Keywords

복잡하고 번거로운건 싫고,
편리하게 캠핑을 즐기고 싶은 초보 캠퍼

일상탈출커스터마이징
휴식과 사색 브랜드 육아지옥 안전성
친환경 쾌락만족형수정지옥 편리미엄 자기 과시
안전한 휴가 안전한 휴가 감성 캠핑 주말 힐링

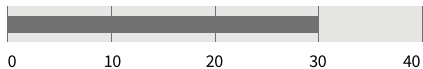
Personal Information



백사장(남) | 58세, 자영업

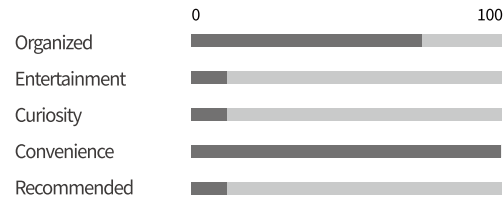
“언제든 어디로든 떠나고 싶어요.”

캠핑유형	익스트림 라이프
사용자유형	클래식 스테빌리티
월소득	1500만원
가구형태	4인 가구
주거형태	단독 주택
주소비 분야	취미, 여가, 제테크
쇼핑유형	오프라인 쇼핑
캠핑경력	30년
캠핑 빈도	(1년 기준)



Intro

동기부여



이용 디바이스 / 이용 빈도



소셜 네트워크 서비스 / 이용 빈도



성격 & 특성

꼼꼼하고 깔끔한 것을 선호하며 뭐든 직접해야 직성이 풀리는 성격
평소 다양한 경험을 중요하게 생각지만 휴식할 때는 남에게 방해받지 않는 조용한 곳에서의 휴식을 선호
새로운 것 보다는 익숙한 것을 더 선호함

자녀 2명을 다 독립시키고 요식업에 종사 중인 58세 자영업자
자영업 특성상 워라벨 없는 일상에 지쳐있으며 자신을 돌보는 시간이 필요함
일하면서 사람들을 많이 만나다 보니 쉴 때는 조용한 곳에서 혼자 쉬는 것을 선호해서
요즘은 한적한 시골에 농막을 지어두고 주말 주택으로 이용 중

스토리

젊었을 때부터 캠핑을 시작해 텐트, 카라반, 트레일러... 안 사용해본 장비가 없다. 기존의 캠핑 장비는 이미 다 경험해봤지만 그래도 캠핑은 계속 하고 싶어서 시골에 주말 주택 겸 농막을 지어 다시 캠핑을 시작했는데, 똑같은 장소에서 캠핑을 하다 보니 다른 곳으로 여행을 가고 싶다는 생각이 든다. 그런데 기존에 농막에서 쓰던 장비를 호환할 수 있는 제품이 없어 고민이다. 생각없이 사면 다 버려야 할 수도 있을 것 같고... 내부 공간도 거실 공간이 마음에 들면 주방 공간이 마음에 안 들고 욕실도 너무 좁아 고민이다. 나에게 익숙한 공간 구성을 하고 싶다. 옛날에 카라반을 사서 훌쩍 중국 한달 여행을 떠났던 것처럼, 언젠가 캠핑카를 끌고 유럽 일주를 해보고 싶은 로망이 있어, 마음에 드는 캠핑카가 나오기를 기다리고 있다.

Pain points

- 기존에 사용 중인 장비를 사용할 수 없음
- 좁은 욕실 공간
- 내부 레이아웃이 마음에 들지 않아 구매가 망설여짐

Likes

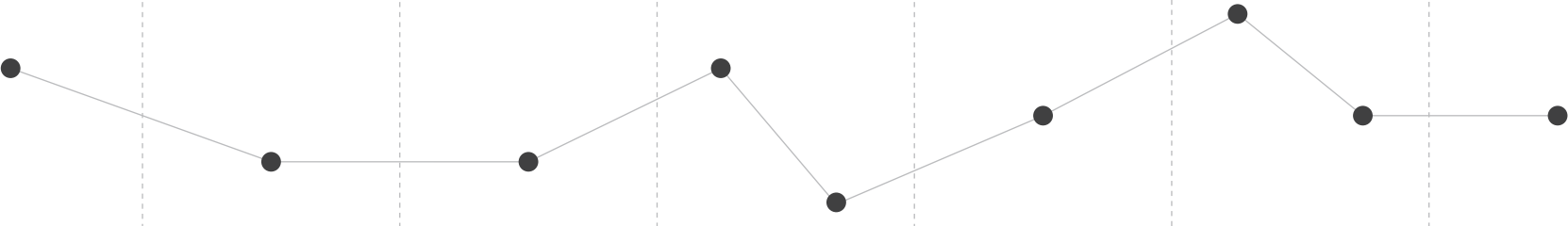
- 혼자서 하는 휴식과 사색
- 다양한 경험
- 나를 위한 투자
- 장기 여행
- 익숙한 것

User Keywords

일상에 지쳐 어디로든 떠나고 싶은
캠핑 매니아

자연체험 주말 주택
레이어드 홀
벤치마크
FOMO증후군 익숙한 것 세컨드 하우스 감정적 교류
브랜드 향유 보존형 휴식과 사색 주말 여행
프리미엄 나를 위한 투자 장기 여행

4.3 고객여정맵

Phase	구매 전		구매 단계		구매 후	
	흥미	정보수집	비교	구매	구매 후 사용	
Observation	고객이 캠핑 과정에서 현재 사용 중인 제품의 불편함을 느낀다. 캠핑장, 커뮤니티, 소셜 네트워크 서비스 게시물 등을 통해 캠핑카의 편의성을 인지한 후, 흥미를 가지고 다양한 경로를 통해 제품을 탐색한다.		제품 박람회, 판매 홈페이지, 대리점 등을 방문하며 제품에 대해 탐색한다. 제품의 가격, 디자인, 제품 옵션, 업체 신뢰도 등 다양한 요소를 제품별로 비교한 후, 구매할 제품을 결정한다.		제품을 경험하고, 사용 전과 후의 차이점을 비교하며 제품 유지를 결정한다.	
User thought & Feeling						
User action	제품 필요성 인지	제품 탐색	제품 비교	구매 결정	결제	제품 수령 및 사용
Touch point	캠핑장 커뮤니티, 소셜 네트워크 서비스 게시물 제품 박람회	커뮤니티, 소셜 네트워크 서비스 홍보글 제품 박람회 제품 판매 대리점	제품 판매 홈페이지 제품 박람회 제품 판매 대리점	제품 판매 홈페이지 제품 박람회 제품 판매 대리점	제품 판매 홈페이지 제품 박람회 제품 판매 대리점	자택 캠핑장 주차장
Customer question	캠핑할 때 캠핑카나 카라반 편해보이는데 좋은 제품 있으면 이번 기회에 구매해볼까?	홍보성 글이 너무 많은 것 같은데? 이거 믿을 수 있는 제품 맞아?	내 캠핑 스타일에 어떤 제품이 적합할까? 고정된 옵션이 많네? 쓰던 장비를 쓸 수는 없나? 효율적으로 공간을 꾸밀 수 있을까? 컬러나 재질은 못 바꾸나?	받으려면 생각보다 오래 기다려야하네? 할인은 어떻게 받을 수 있지? 대출은 어디서 받지? 할부는 얼마나 길게 할 수 있나?	드디어 왔다! 첫 출정 언제하지? 설치는 어떻게 하지? 이거 어떻게 작동하는 거였지? 보관은 어떻게 하지? 다른 사람들은 주차를 어디에 하나?	생각보다 초반에 점검해야 할 게 많네? 고장 나면 본사까지 끌고 가서 고쳐야 하나? 캠핑장에서 갑자기 제품이 고장 나면 어떡하지? 간단한 수리는 직접 할 수 있을까?
Advantage	캠핑 이용객들의 관심		개인의 캠핑 스타일에 맞춘 캠핑카 공간 형태를 제안하는 업체는 없음	보다 빠른 제품 수령 가능		대다수의 업체가 홈페이지가 활성화 되어있지 않은 경우가 많으며, 직접 방문 해야 하는 등 A/S 과정 불편
Weakness	타 제품들의 바이럴 마케팅 및 광고성 글 남발로 인해 제품 신뢰도 확보가 어려움 정보가 너무 많아 탐색과정에서 소비자가 지칠 수 있음		캠핑카 시장 기술 상향 평준화로 제품에 대한 주목도가 떨어질 수 있음	대부분의 고객이 이벤트성 프로모션 가격으로 구매를 원하며 대리점, 박람회 등에서의 오프라인 구매를 선호		첫 구매 고객은 제품 이용에 어려움을 겪을 수 있음
기회영역	커뮤니티, 소셜 네트워크 서비스, 박람회 등을 통한 제품 홍보 자체 커뮤니티 운영을 통한 신뢰감 있는 사용 후기 제공		온라인 원스톱 시뮬레이션 서비스를 통한 개인 라이프스타일 맞춤 제품 제공 개인 취향에 맞춘 외관, 내부 인테리어 디자인 CMF 커스터마이징 제공	박람회, 오프라인 전시장 운영 자체 대량 생산으로 보다 빠르게 제품 수령	금융사와의 협업을 통한 대출, 할부 서비스 온라인 간편 결제 서비스	제품 설치 및 사용 방법 가이드 동영상 제공 인근 주차 예약 및 주차 공간 제공 부분 피스 자체 A/S 서비스 및 키트 제공 A/S 제품 픽업 서비스 제공

- 5.1 핵심 서비스 및 시나리오 씨드 발굴
- 5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건)

05

디자인 시나리오 발굴

5.1 핵심 서비스 및 시나리오 씨드 발굴 | 10가지 핵심 서비스 아이디어



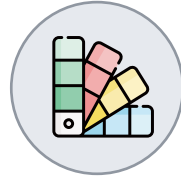
효율적인 공간 활용

가변형 구조와 모듈형 퍼니처를 활용하여
효율적인 공간 창출



간편, 편의

연령, 성별 상관없이 초보자도 쉽게
사용가능



커스터마이징

취향을 반영하여 커버 디자인, 인테리어 등
커스터마이징 가능



공유 문화

제품 대여 서비스 제공



디지털 화

스마트 홈을 활용한 편리한 원격제어



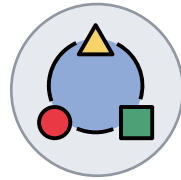
지속가능성

친환경 소재와 부분 피스 교체로
오랫동안 사용가능



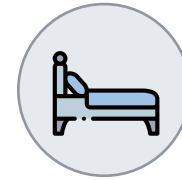
안전한 가족문화

가족 간 프라이버시를 지켜주는
공간 설계 가능



용도별, 모델별 라인업

제품의 확장성과 다양한 라인업 제공



내 집처럼 편안하게

편안한 잠자리 제공



온라인 원스톱 통합 서비스

통합 예약 서비스와 편리한
결제 시스템 제공

5.1 핵심 서비스 및 시나리오 씨드 발굴 | 6가지 시나리오 테마

A 효율적인 공간 활용

확장형 구조를 통한 공간창출

-> 슬라이드 형식, 내장형

모듈형, 조립식 가구

-> 라이프스타일에 맞춘 가변형
공간구조
및 다양한 기능 수행

트랜스폼

-> 제품을 확장, 축소, 변형을 통한
효율적인 공간 활용

도킹 시스템

-> 같은 제품을 사용하는 유저끼리
연결하여 쓸 수 있는 시스템

B 간편, 편의

간편한 조작성

-> 초보자도 쉽게 설치 가능한
표준화된 가이드 제공

매트리스 변경 가능

-> 날씨에 영향을 받지 않는
온수 장치

설치과정 용이

-> 첫 구매시 설치 서비스

기본가이드 제공

-> 초보자를 위한 캠핑장
이용수칙(매너, 주의사항),
캠핑카(옵션사용법, 대처방법
등)에 관련된 기본적인 정보
제공

간편 AS

-> 부분 피스 교체

C 커스터마이징

취향반영

-> CMF 선택 가능 옵션 제공

조명, 인테리어, 튜닝 서비스 제공

-> 자재 등(차별화 된 외장재 디자인)

셀프제작 DIY

D 용도별&모델별 라인업

장박, 레저, 교육, 키친&요리

1인가구 홀로캠핑

제품의 확장성과 다양한 라인업

-> 프리미엄, 대중적인, 한정상품등

E 공유 문화

공간 공유 (멤버십제, 구독 서비스)

-> 제품 렌탈 서비스를 확대하여 사용자의 접근성을 높이고 업체에서
직접 관리하여 안전하고 편리하게 사용할 수 있는 서비스 제공

캠핑카 주차 서비스 활성화

-> 주거지와 가까운 캠핑카 전용 주차장 탐색 및 예약 가능한 서비스

F 온라인 원스톱 통합 서비스

캠핑장, 주차예약, 관련 액티비티 등 이용에 대한 **통합 예약 서비스**



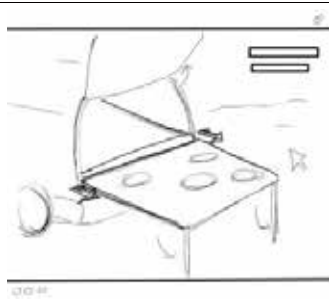
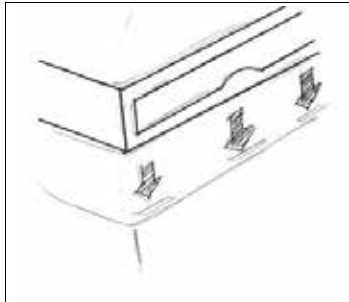
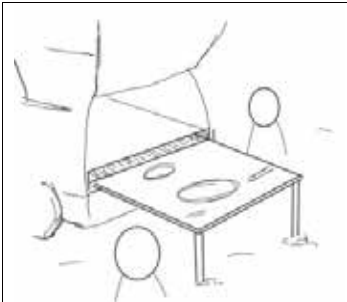
멤버십제, 구독 서비스로 편리한 결제 시스템

대출 지원 결제 서비스

캠퍼들 커뮤니티 플랫폼 -> 새로운 캠핑문화, 아이템 형성 가능품,
신뢰성 있고 실질적으로 도움되는 정보를 제공함
(주변 캠퍼들과 제품, 공간 공유 및 대여, 캠핑제품 가격 비교,
주변 놀이시설, 체험활동, 문화재 탐색)



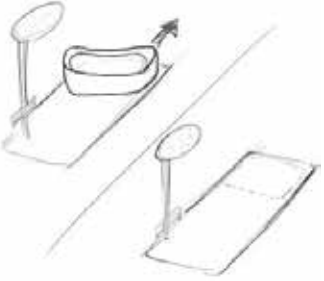
간편 AS 신청, 부분피스 주문

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. A-1

시나리오 no.		A-1		Target User		20대 남성			
Subject		내장형 모듈형 퍼니처				2인가구 미니멀 캠핑			
Main Theme		효율적인 공간 활용							
차량에 간편하게 설치 할 수 있는 모듈형 퍼니처									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		텐트를 사용하여 캠핑을 다니다가 번거롭고 불편하다고 느낀다.		인터넷으로 캠핑카를 찾아보다가, 복잡한 기능 추가할 필요 없이 2명에서 잘 수 있고, 간단한 음식을 해먹을 수 있으면서 차량에 쉽게 설치할 수 있는 모듈형 퍼니처를 발견하고 주문한다.		차량을 받고 쉽게 모듈형 퍼니처를 설치하고 난 후 오토 캠핑장에 간다.		오토 캠핑장에 와서 간단한 음식을 해먹기 위해 모듈형 퍼니처를 꺼내어서 요리를 한다.	
주요기능 (서비스)		• N/A		• 온라인 사이트를 통한 주문 • 사용자가 원하는 옵션 선택 • 캠핑 제품 비교 및 견적 분석		• 초보자도 쉽게 할수 있는 간편한 설치 서비스 • 차량 딜리버리 서비스		• 다양한 모듈형 퍼니처 제공 • 편리한 조작성	
주요기술		• N/A		• 분해 조립이 원활한 접합부 설계 • 사이트별 제품 비교 데이터 수집		• 분해 조립이 원활한 접합부 설계		• 내장 슬라이드형 방식의 모듈형 퍼니처	

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. A-2

시나리오 no.	A-2	Target User	30대 남성
Subject	Lego Style 캠핑용 하우스		3~4 인가구 아이를 위해 캠핑을 자주 감
Main Theme	효율적인 공간 활용		
라이프스타일에 맞춘 가변형 공간구조 및 다양한 기능 수행이 가능한 조립식 가구			

시나리오 관련아이디어				
시나리오 Description	처음 구매할 때 최소한의 피스만 구입 하여 픽업트럭에 올릴 수 있게 작게 제작하였는데 아이가 자라고 나니 3인 가족이 쓰기 작게 느껴진다.	1인 침대 피스 하나를 주문하고 며칠 후 제품을 받는다. 아이 혼자 편하게 잘 수 있도록 설계한다.	아이를 목욕시킬 때 쓰던 욕조 옵션을 제거하고 샤워 공간을 넓혔다	
주요기능 (서비스)	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 사이트를 통한 필요한 부품 주문 가능 • 간편하고 쉽게 결합 할 수 있는 기능 • 배달 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • 불필요한 옵션을 제거하여 공간 확장 • 간편하고 쉽게 분해 할 수 있는 기능 	
주요기술	<ul style="list-style-type: none"> • 레고방식의 조립 기술 • 결합이 원활한 접합부 설계 	<ul style="list-style-type: none"> • 레고방식의 조립 기술 • 결합, 분리가 원활한 접합부 설계 	<ul style="list-style-type: none"> • 분리가 원활한 접합부 설계 	

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. A-3


시나리오 no.	A-3
Subject	도킹 시스템
Main Theme	효율적인 공간 활용
같은 제품을 사용하는 사용자끼리 연결하여 쓸 수 있는 시스템	

Target User	30대 남성(직장인)
	여행 다니는 것을 좋아하고 가족 모임이 많음

시나리오 관련아이디어				
시나리오 Description	친구 아이들, 학부모들과 캠핑장을 가기로 하는 날이다.	온라인에서 캠핑장별로 비교해보고 괜찮은 곳을 예약 했다. 캠핑장에 도착해서 다른 가족들과 가까운 사이트를 정하고 텐트를 설치한다.	같은 텐트를 쓰는 가족들과 텐트를 연결해서 아이들이 따로 놀 수 있는 공간을 만들어준다.	한 텐트에서 어른들은 가벼운 차와 함께 이야기하고 연결된 다른 텐트에는 아이들이 볼 수 있는 영화를 빔 프로젝트를 통해 틀어준다.
주요기능 (서비스)	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약 • 캠핑 제품 비교 및 견적 분석 	• 제품 간의 연결을 통한 공간 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 공간 통합 및 분리 기능 • 제품 간의 연결을 통한 공간 활용
주요기술	• N/A	• 캠핑장별 데이터 수집	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 간 도킹 시스템 • 원활한 결합, 분리가 가능한 설계 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 간 도킹 시스템 • 원활한 결합, 분리가 가능한 설계





5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. A-4

시나리오 no.	A-4
Subject	원틀 보관 세트
Main Theme	효율적인 공간 활용
<p>짐 보관 및 정리</p> <p>- 짐을 한 번에 보관하여 번거로움 없이 쉽게 옮길 수 있도록 하는 세트 구성</p>	


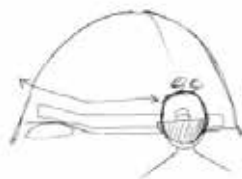


Target User	20대 남성
	최근에 캠핑에 관심이 생겨 캠핑용품을 구매하다보니 용품이 많아짐

시나리오 관련아이디어				
시나리오 Description	캠핑용품들을 집 창고에서 차까지 매번 엘리베이터를 타고 여러 번 옮겨야 되서 번거로움을 느낀다.	캠핑용품을 한 번에 정리해서 보관 할 수 있는 캐리어를 구매하여 캠핑을 간다.	장비 정리를 할 때 순서 상관없이 칸에 맞는 장비를 넣는다.	캠핑을 하고 나서 집에 온 후 캠핑 캐리어만 옮겨서 창고에 올림
주요기능 (서비스)	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 짐 이동 소요시간 단축 • 제품 부피 간소화 	<ul style="list-style-type: none"> • 정리 고민 없이 빠르게 정리, 보관 할 수 있는 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • 짐 이동 소요시간 단축 • 제품 부피 간소화
주요기술	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 이동, 보관에 용이한 무게, 부피 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 보관하기 편리한 구조 설계 	<ul style="list-style-type: none"> • 이동, 보관에 용이한 무게, 부피 제공

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. A-5


시나리오 no.		A-5		Target User		20대 여성			
Subject		공간분리				주말마다 캠핑을 다님			
Main Theme		효율적인 공간 활용							
프라이버시를 보호해주는 - 공간 분리가 가능한 디자인 설계 서비스 제공									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		주말이라서 아이들과 캠핑카를 타고 여행을 왔는데 회사에서 추가업무 요청이 있어 걱정이 앞선다,		아이들은 밖에서 놀게 하고 미닫이 문을 통해 분리되어있는 공간에 노트북을 가지고 들어가 업무를 본다.		조용한 공간에서 외부제약 없이 일을 쉽게 마무리 한다. 개인 공간이 분리됨에 따라 외부 제약에 받지 않으면서 업무공간으로도 활용 할 수 있어 만족하고 있다.			
주요기능 (서비스)		• N/A		• 공간분리를 통한 프라이버시 보호 • 효율적인 공간 활용		• 장소제약 없이 업무를 볼 수 있도록 지원 • 공간분리를 통한 프라이버시 보호			
주요기술		• N/A		• 공간분리가 가능한 설계		• 공간분리가 가능한 설계 • 방음 기술			


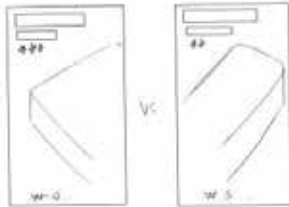
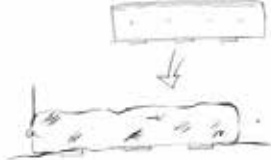

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. A-6

시나리오 no.		A-6		Target User		30대 남성	
Subject		편안한 잠자리				잠자리가 예민함 노지캠핑을 자주 다님	
Main Theme		효율적인 공간 활용					
내 집처럼 편안하게 즐기는							
- 정박 시 수평을 맞출 수 있는 기능 제공							
시나리오 관련아이디어							
시나리오 Description		기존의 매트리스를 이용해 노지 캠핑을 많이 다니는데 최근 잠자리 수평 맞추는데 번거롭고 불편하다 느끼고 있어 새로운 제품을 구매하려고 한다.		오프라인 매장을 방문해보고 괜찮은 제품이 없어 온라인 사이트를 찾다가 수평을 맞춰주는 기능의 캠핑용 침대를 찾아 구매하고 제품을 받는다.		노지 캠핑장을 가서 차를 정박하고 텐트를 피고 캠핑용 침대를 넣어 수평 조절을 하고 편안하게 잠자리에 든다.	
주요기능 (서비스)		• N/A		• 온라인 사이트를 통한 제품 구매 • 딜리버리 서비스		• 자동 평탄화 및 수평 맞춤 기능 제공 • 사용자에게 편안한 잠자리 제공 • 간편한 조작성	
주요기술		• N/A		• 온라인 사이트별 제품 데이터 수집 및 비교 분석		• 자동 평탄화 및 수평 맞춤 오토기술	



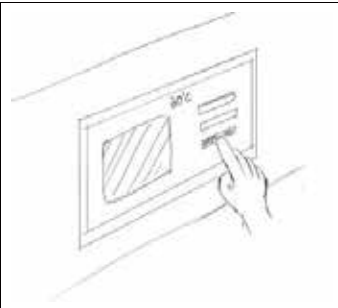
5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-1

시나리오 no.	B-1
Subject	간편한 부품 교체
Main Theme	간편, 편의(누구나 쉽게 할 수 있는)
낡은 매트리스 연결, 부품등 부분수리가 가능한 서비스	



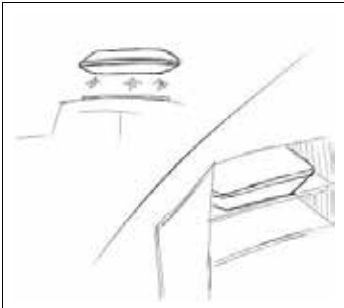


Target User	30대 여성(직장인)
 예민한 성격	

시나리오 관련아이디어				
시나리오 Description	10년 된 캠핑카에 부착된 매트리스가 노후 되서 잠자리가 불편함을 느낀다.	교체할 매트리스를 온라인으로 비교하면서 가격, 재질 등 사용자가 원하는 합리적인 제품을 주문한다.	택배를 통해 새로운 매트리스를 받았다. 노후 된 매트리스를 뜯어내고 손쉽게 새로운 매트리스로 교체한다.	간편하게 교체 후 새로운 매트리스에서 편안 하게 잔다.
주요기능 (서비스)	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 사이트를 통한 온라인 주문 • 캠핑 제품 비교 및 견적 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 손쉽고 빠르게 부품을 교체 할 수 있는 서비스 • 딜리버리 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • 사용자에게 편안한 잠자리 제공
주요기술	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 캠핑용품별 데이터 수집 	<ul style="list-style-type: none"> • 원활한 부품 교체가 가능한 설계 	• N/A

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-2

시나리오 no.		B-2		Target User		40대 남성			
Subject		온도제어				휴식을 취하러 캠핑을 감			
Main Theme		간편, 편의(누구나 쉽게 할 수 있는)							
냉, 난방 ,온수 장치 등 제어 시스템									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		2박 3일 캠핑을 즐기던 중, 예정에 없던 소나기가 내린다. 야외에 설치해둔 타프에 물이 고이기 전에 철수하고, 차량 내부에 들어간다.		비가 오면서 조금 쌀쌀해진 날씨에 실내에 설치 되어있는 스마트 컨트롤러를 통해 실내 난방을 가동한다.		창문으로 비가 오는 풍경을 바라보면서 차를 한잔 마신다. 날씨가 갑자기 변해도 걱정 없이 캠핑을 이어 나갈 수 있다.			
주요기능 (서비스)		• N/A		• 실내 온도 제어 서비스 • 간편한 조작성		• 날씨의 제약을 덜 받는 캠핑 경험 제공 • 사용자가 원하는 온도 설정			
주요기술		• N/A		• 제어 컨트롤러 • 스마트 터치 디스플레이 • 실내 온도 감지 센서		• 제어 컨트롤러			

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-3

시나리오 no.		B-3		Target User		20대 여성			
Subject		설치 가이드				20대 부부 자녀 한명을 두고 있음 남편이 출장을 자주다님			
Main Theme		간편, 편의(누구나 쉽게 할 수 있는)							
초보자도 쉽게 설치 가능한 표준화 설치 가이드 제공									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		팝업 텐트를 구매했다. 처음 구매할 때 설치 서비스를 통해 간편하게 제품 설치를 받았다		평소에는 제품을 분리 후 창고에 보관하고 차량을 데일리카로 활용한다.		주말에 캠핑을 가기로 했는데 남편이 급하게 출장을 가게 되었다. 아이가 너무 실망 해서 돌이서라도 가려고 한다. 급하게 캠핑장을 예약한다.		따로 제공받은 설치 가이드를 통해 차량에 제품을 설치 후 여행을 떠난다.	
주요기능 (서비스)		• 제품 첫 구매 시 차량에 설치 해주는 서비스		• 간편하고 쉽게 분해하고 보관 할 수 있는 기능		• 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약		• 누구나 쉽게 할 수 있는 표준화 설치 가이드 제공	
주요기술		• 모든 차량에 부착 가능한 설계		• 원활한 분리가 가능한 설계 • 보관에 용이한 무게, 부피 제공		• 캠핑장별 데이터 수집		• 원활한 결합, 분리가 가능한 설계	

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-4


시나리오 no.	B-4
Subject	부분 피스 교체
Main Theme	간편, 편의(누구나 쉽게 할 수 있는)
부분피스만 따로 분리하여 AS 가능 하도록 하는 제품	


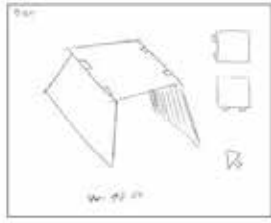

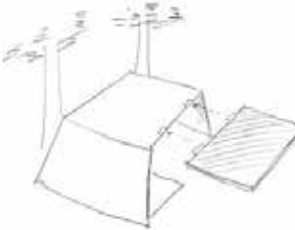
Target User	30대 남성
	
고장에 예민함 운동을 좋아함	

시나리오 관련아이디어				
시나리오 Description	캠핑을 2박3일을 갔다 오고 나서 캠핑카를 정리하다가 노후화된 서랍장을 발견하고 교체 하려고 한다,	캠핑카 부품 사이트에서 직접 교체할 수 있는 피스를 찾아서 제품 별로 비교해보고 알맞은 제품을 구매한다,	제품을 구매하고 난 뒤 1~2일 후 교체 피스를 받고 이상이 없는지 확인 한다.	노후화된 서랍장 피스를 새로 구매한 새 서랍장 피스와 교체한다,
주요기능 (서비스)	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 사이트를 통한 필요한 부품 주문 가능 • 부분 피스만 교체 할 수 있는 서비스 	• 딜리버리 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 간편하고 쉽게 교체 할 수 있는 기능 • 부분 피스만 교체 할 수 있는 서비스
주요기술	• N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 캠핑용품별 데이터 수집 • 조립식 피스를 교체 할 수 있는 설계 	• N/A	• 조립식 피스를 교체 할 수 있는 설계

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-5

시나리오 no.		B-5		
Subject		간편한 설치		
Main Theme		간편, 편의(누구나 쉽게 할 수 있는)		
간편한 설치가 가능한 조립형 제품				


Target User		20대 남성		
		캠핑을 시작한지 한 달 된 캠린이		



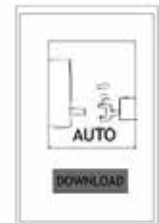
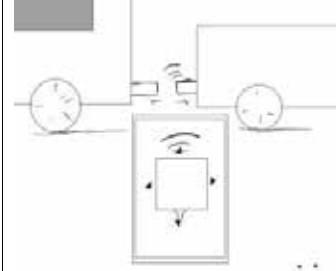
시나리오 관련아이디어				
	캠핑장에 텐트를 칠 때 마다 어려움을 느끼고 혼자 설치하다 보니 1시간이 넘게 걸려 새로운 제품을 구매하려고 한다,	매번 어려움을 느껴 쉽게 설치 할 수 있는 텐트를 찾다가 인터넷으로 조립형의 텐트를 발견하고 구매한다,	제품을 가지고 설레는 마음으로 캠핑장을 가서 제품을 펼친다.	텐트보다 설치하기 쉬워 30분 만에 설치가 끝나 어려움을 느끼지 않았다.
	• N/A	• 온라인 사이트를 통한 제품 주문	• 딜리버리 서비스	• 간편하고 쉽게 교체 할 수 있는 기능 • 텐트 설치 시간 간소화
	• N/A	• 3D 서비스를 통한 제품 실물 체험 • 캠핑용품 데이터 수집	• 조립식 형태의 제품 설계	• 조립식 형태의 제품 설계

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-6

시나리오 no.		B-6		Target User		30대 남성			
Subject		스마트 제어				최신 기술에 관심이 많음			
Main Theme		간편, 편의							
언제 어디서나 간편한 스마트 캠핑 - 스마트폰 앱과 블루투스를 활용해 원격으로 제어 가능한 시스템 제공									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		캠핑카를 주차 해놓고 주변 바다에서 아이들과 함께 물놀이를 즐기고 있다.		물놀이 후 캠핑카로 돌아가는 길에 아이들이 감기 걸리지 않도록 샤워 물 온도를 맞추기 위해 스마트폰으로 온수 시스템을 미리 켜놓는다.		씻고 난 후 저녁에 캠프파이어를 하기 전 아이들 잘 시간에 맞춰 스마트컨트롤러를 통해 난방을 미리 예약하고 나간다.			
주요기능 (서비스)		• N/A		• 실내 온수 제어 서비스 • 사용자가 원하는 온도 설정		• 실내 온도 제어 서비스 • 간편한 조작성 • 사용자가 원하는 온도 설정 • 실내 온도 예약 설정			
주요기술		• N/A		• 실내 온수 감지 센서 • IOT 연동 기술 • 블루투스 기능		• 제어 컨트롤러 • 스마트 터치 디스플레이 • 실내 온도 감지 센서			

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. B-7

시나리오 no.		B-7		Target User		50대 남성	
Subject		스마트 제어				캠핑장 주변 시설을 자주 이용함	
Main Theme		간편, 편의					
						원격제어를 통한 무버 자동 탈부착 및 이동 시스템	

시나리오 관련아이디어					
시나리오 Description		트레일러를 차량에 수동으로 탈부착하고 이동하는데 매번 번거롭고 불편하게 느껴진다.	온라인을 통해 원격제어 기능을 탑재된 무버를 추가로 구매하여 트레일러에 장착한다.	원격제어 기능이 탑재된 무버와 연동되는 앱을 찾아 다운 받는다.	캠핑장을 가서 차량을 주차한 후 자리를 잡고 앱과 연동된 무버를 이용해서 결합을 풀고 원하는 자리로 이동한다,
주요기능 (서비스)		<ul style="list-style-type: none">• N/A	<ul style="list-style-type: none">• 온라인 사이트를 통한 제품 구매• 무버 원격제어 앱 서비스 제공• 옵션 업그레이드• 간편한 부품 탈부착	<ul style="list-style-type: none">• 무버 원격제어 앱 서비스 제공• 전용 앱 다운로드	<ul style="list-style-type: none">• 무버 원격제어 앱 서비스 제공• 스마트폰을 통해 편리한 간편 조작
주요기술		<ul style="list-style-type: none">• N/A	<ul style="list-style-type: none">• IOT 연동• 블루투스 기능• 스마트 폰을 통한 원격제어	<ul style="list-style-type: none">• N/A	<ul style="list-style-type: none">• 무버 자동 탈부착 및 이동• IOT 연동• 원격제어• 블루투스 기능


5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. C-1

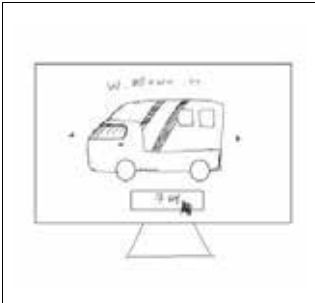
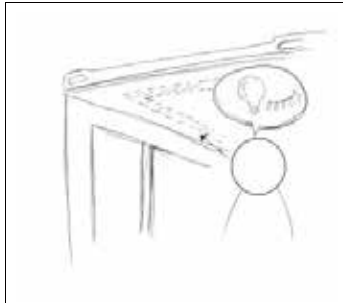
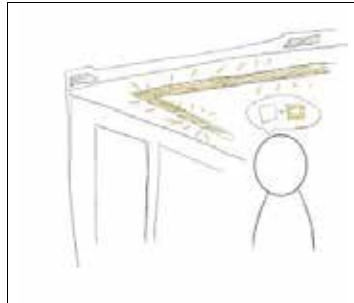
시나리오 no.	C-1	Target User	50대 남성
Subject	나의 취향에 맞게 색다른 공간을 즐기는		캠핑을 매년 다니고 블로그 운영 중 자신만의 색깔이 있는 제품을 찾고 싶어함
Main Theme	커스터마이징		
취향을 반영하여 디자인, 인테리어 커스터마이징			

시나리오 관련아이디어				
시나리오 Description	박람회도 여러번 다녀왔지만, 기존의 캠핑카의 디자인이 다 흔하다고 느껴진다.	이미 가격이 비싼데 튜닝 비용까지 들이고 싶지않아 커스터 마이징 가능한 캠핑카를 온라인으로 구매하기로 한다.	온라인 사이트로 접속해 라이프스타일을 파악하는 설문에 응답 하고, 나에게 필요한 기능을 추천 받아 시뮬레이션으로 공간을 확인한다.	마음에 드는 컬러와 소재, 마감재를 선택해 취향에 맞게 고르고 나의 취향대로 공간을 꾸밀 수 있어 만족도가 높다.
주요기능 (서비스)	• N/A	• 온라인 사이트를 통한 제품 구매	• 설문을 통한 라이프 스타일 선호도 분석 및 추천 기능 • 온라인 시뮬레이션 서비스	• 사용자가 취향에 맞게 원하는 옵션 선택 • 온라인 사이트를 통한 제품 구매
주요기술	• N/A	• 사용자가 직접 선택할 수 있는 커스터마이징 기술 • 온라인 사이트 내 제품 데이터 수집 및 비교	• 온라인 3D 시뮬레이션을 통해 옵션 선택 후 제품 실시간 확인 • 설문을 통한 라이프 스타일 데이터 수집	• 온라인 3D 시뮬레이션을 통해 옵션 선택 후 제품 실시간 확인 • 사용자가 직접 선택할 수 있는 커스터마이징 기술



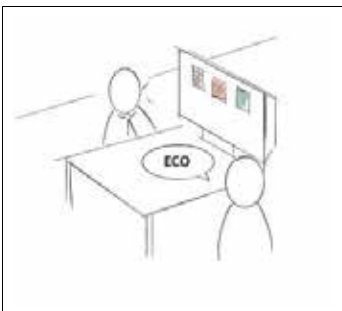
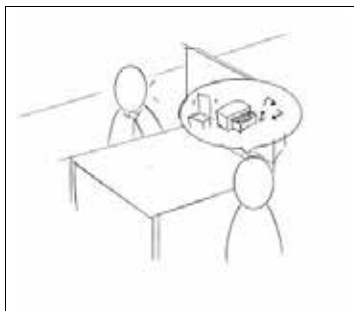
5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. C-2

시나리오 no.		C-2		
Subject		튜닝 서비스		
Main Theme		커스터마이징		
나의 취향에 맞게 색다른 공간을 즐기는 - 조명 등 부가적인 편리한 튜닝 서비스 제공				



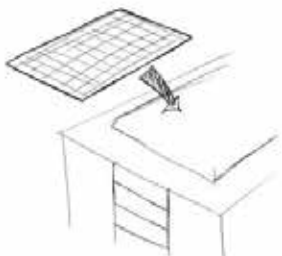

Target User		20대 남성		
		셀프제작을 많이 함		

시나리오 관련아이디어				
	캠핑카를 구매하기 전, 외부커버 디자인, 내부 인테리어 디자인, 컬러, 소재 마감재를 마음에 드는 것으로 선택한다.	온라인 사이트를 통해 주문을 한 뒤 제품을 받았지만 조명을 추가로 설치하고 싶어진다.	감성적인 조명을 추가로 주문하여 직접 설치한다. 쉽고 간편하게 튜닝이 가능해서 편리하다고 생각한다.	
	<ul style="list-style-type: none">• 사용자가 취향에 맞게 원하는 옵션 선택• 온라인 사이트를 통한 제품 구매	<ul style="list-style-type: none">• 사용자가 취향에 맞게 원하는 옵션 선택	<ul style="list-style-type: none">• 혼자서도 간편하고 쉽게 튜닝 할 수 있는 기능• 튜닝 시간 간소화	
	<ul style="list-style-type: none">• 온라인 사이트 내 제품 데이터 수집 및 비교	<ul style="list-style-type: none">• N/A	<ul style="list-style-type: none">• 간편한 튜닝이 가능한 원활한 접합부 설계	


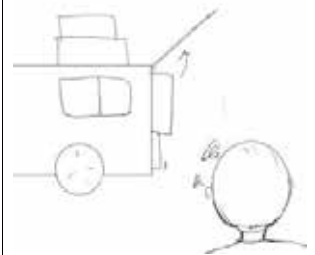
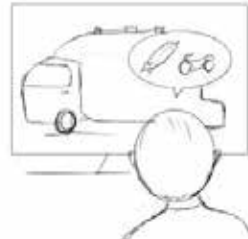

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. C-3

시나리오 no.		C-3		Target User		30대 남성	
Subject		친환경적인 소재				3살,5살 아이가 있음 아이들과 여행을 자주다님	
Main Theme		커스터 마이징					
친환경적으로 오래 즐길 수 있는 캠핑 - 친환경 소재, 안전성을 검증한 제품							
시나리오 관련아이디어							
시나리오 Description		최근 아이들이 자라서 캠핑을 같이 하려고 캠핑카에 관심이 생겨 오프라인 매장에 직접 방문한다.		상담사와 상담을 통해 필요한 옵션을 추가하고 아이들의 건강 위해서 친환경 소재의 마감재질은 선택한다.		내장된 가구들도 재활용 소재로 제작된 가구들로 구매를 한다.	
주요기능 (서비스)		• 오프라인 매장 운영 • 오프라인 구매 프로모션 제공		• 사용자 건강까지 챙길 수 있는 친환경 소재 옵션 제공 • 오프라인 상담 서비스 • 제품 옵션 비교 분석		• 환경을 생각한 재활용 소재 옵션 제공 • 오프라인 상담 서비스	
주요기술		• N/A		• 친환경 소재를 활용한 마감 • 상담을 통한 사용자 데이터 수집		• 재활용 소재를 활용한 제품 제작 • 내구성이 튼튼한 제품 설계	


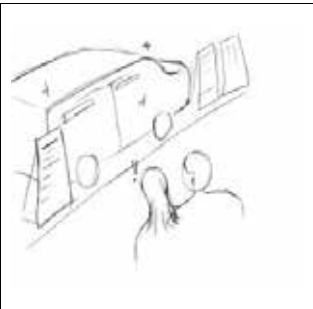


5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. D-1

시나리오 no.		D-1		Target User		50대 남성		
Subject		친환경 에너지				환경에 관심이 많음 노지 캠핑을 많이 다님		
Main Theme		용도별&모델별 라인업						
친환경적으로 오래 즐길 수 있는 캠핑 - 태양열판을 이용한 제품								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		캠핑 할 때 노트북, 카메라, 드론 등 전기가 필요한 제품을 많이 들고 다닌다. 전기, 화장실 등 다른 시설이 없는 곳에서 캠핑을 하다 보니 전기 걱정이 앞선다,		온라인 부품 사이트에서 태양 전지판을 구매해서 직접 캠핑카 지붕에 장착을 한다.		노지캠핑을 가더라도 노트북, 카메라, 드론, 휴대폰 등 수많은 전자 기기의 배터리 걱정 없이 편안하게 캠핑을 즐긴다.		
주요기능 (서비스)		• N/A		• 태양열 전지판을 통한 전기 에너지 생산 • 온라인 사이트를 통한 부품 구매 • 간편하고 쉽게 부품을 결합 할 수 있는 기능		• 장소제약 없이 전기 에너지 제공 • 태양열 전지판을 통한 전기 에너지 생산 • 배터리 부담 완화 • 전기 비용 절약		
주요기술		• N/A		• 지속 가능한 태양열 에너지 생산 기술 • 간편하고 쉽게 부품을 결합 할 수 있는 설계		• 지속 가능한 태양열 에너지 생산 기술		

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. D-2

시나리오 no.		D-2		Target User		20대 남성	
Subject		레저용 라인				레저스포츠에 관심이 많고 자주 즐김	
Main Theme		용도별&모델별 라인업					
다양한 라인업으로 즐기는							
- 레저용 장비를 보관하여 이동 할 수 있는 제품							
시나리오 관련아이디어							
시나리오 Description		평소 레저스포츠를 즐기면서 캠핑을 한다. 현재 차량은 보관공간이 없어 새로운 캠핑차량을 구매하려고 한다.		부피가 큰 레저용 장비를 실을 수 있는 캠핑카를 검색해본다. 서핑보드와 산악바이크 등 부피가 큰 제품을 보관 할 수 있는 공간이 있는 레저용 라인업 캠핑카를 구매한다,		서핑보드, 산악바이크 등 레저장비를 보관 공간 부담 없이 한번 에 보관이동 할 수 있어 만족한다.	
주요기능 (서비스)		• N/A		• 온라인 사이트를 통한 제품 구매 • 레저용 라인업 제품 등 다양한 라인업의 제품 서비스 제공		• 레저용 라인업 제품 등 다양한 라인업의 제품 서비스 제공 • 차량 딜리버리 서비스	
주요기술		• N/A		• 온라인 검색을 통한 데이터 수집 및 비교 분석		• 대용량 부피 보관기술 • 보관에 용이한 내, 외부 구조 설계	






5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. D-3

시나리오 no.		D-3		Target User		40대 여성		
Subject		프리미엄 라인				직접 요리하는 것을 선호함 돈이 많음		
Main Theme		용도별&모델별 라인업						
다양한 라인업으로 즐기는 - 프리미엄 라인의 제품								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		남편과 함께 캠핑 박람회를 보러간다. 박람회에서만 구매 할 수 있는 한정 상품 프리미엄 캠핑카를 발견한다.		프리미엄 캠핑카 담당 판매자와 상담을 통해 원하는 옵션에 대해서 상의 한다.		고급 진 마감재와 주방공간만 따로 있는 옵션을 선택하여 구매한다. 박람회 프로모션을 통해 5%할인을 받았다.		
주요기능 (서비스)		<ul style="list-style-type: none">오프라인 박람회 개최다양한 프로모션 제공		<ul style="list-style-type: none">오프라인 상담 서비스 제공사용자가 취향에 맞게 원하는 옵션 선택 가능		<ul style="list-style-type: none">오프라인 할인 프로모션 제공오프라인 상담 서비스를 통한 옵션별 제품 비교 분석		
주요기술		<ul style="list-style-type: none">N/A		<ul style="list-style-type: none">오프라인 상담 서비스를 통한 구매자 데이터 분석		<ul style="list-style-type: none">공간 분리가 가능한 설계고급 마감 처리 기술		


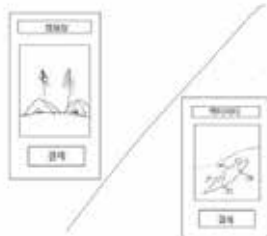
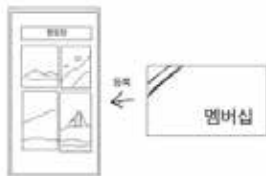

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. E-1

시나리오 no.		E-1		Target User		20대 남성		
Subject		장기 렌탈 서비스				신혼부부		
Main Theme		공유 문화						
가격적 부담을 덜어주는 서비스								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		캠핑카 구매계획이 있지만 신혼부부라 금전적인 문제가 가장 커서 구매를 못하고 있다.		지인이 캠핑카 장기 렌탈 서비스를 추천해주어 인터넷을 통해서 장기 렌탈 서비스로 부부만의 캠핑카를 이용할 수 있게 되었다.		장기 렌탈 금액에 대한 기관과 금액을 상담사와 상담을 통해 차량을 렌탈한다,		
주요기능 (서비스)		• N/A		• 장기 렌탈 서비스 제공		• 캠핑카에 대한 장기 렌탈 서비스 • 캠핑카 구매에 대한 부담감 완화 • 온/오프라인 상담 서비스		
주요기술		• N/A		• 캠핑카별 데이터 수집 • 장기 렌탈 사이트별 가격 및 제품 비교분석		• 상담을 통한 사용자 데이터 수집		


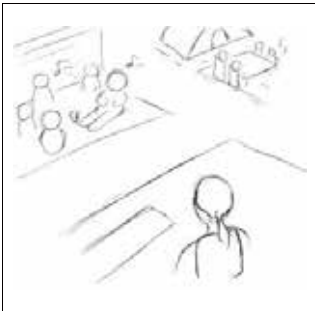
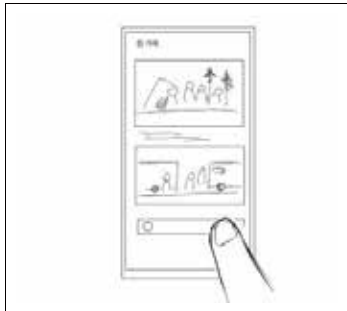

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. E-2

시나리오 no.		E-2		Target User		20대 여성			
Subject		렌탈 서비스				소셜네트워크 활동 활발함 혼자 여행하는 것을 선호			
Main Theme		공유문화							
누구나 쉽게 공유가 가능한 - 캠핑카 렌탈 서비스 제공									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		딱히 약속이 없는 주말, 소셜 네트워크 활동을 하다가 캠핑 관련 게시글을 보니 어디론가 훌쩍 떠나고 싶은 기분이 든다.		온라인으로 캠핑 할 때 나에게 필요한 기능이 포함된 캠핑카를 골라 대여 예약을 한다.		예약시간에 지정된 장소에 픽업한다. 짐을 싣고 소셜 네트워크에서 보았던 장소를 향해 출발한다.		혼자서 하루 동안 캠핑을 즐기고, 반납시간에 맞춰 지정된 장소에 캠핑카를 반납한다.	
주요기능 (서비스)		• 소셜 네트워크를 통한 다양한 캠핑 정보 제공		• 캠핑카 전용 렌탈 서비스 앱 제공 • 원하는 캠핑카 선택가능 • 실시간 대여 예약기능		• 실시간 캠핑카 픽업장소 예약 • 캠핑카 전용 렌탈 서비스 앱 제공 • 소셜 네트워크를 통한 다양한 캠핑 정보 제공		• 실시간 캠핑카 반납장소 예약 • 캠핑카 전용 렌탈 서비스 앱 제공	
주요기술		• 정보제공 알고리즘		• 온라인 사이트 별 캠핑카 데이터 수집 및 비교 분석 • 정보제공 알고리즘		• GPS기반 장소 탐색 • 앱을 통한 스마트 키 제공		• GPS기반 장소 탐색 • 앱을 통한 스마트 키 제공	

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. E-3

시나리오 no.		E-3		Target User		30대 여성		
Subject		멤버십제, 구독 서비스				유료 구독서비스 다양하게 이용 중		
Main Theme		온라인 원스톱 통합 서비스						
온라인으로 간편하게 예약하며 즐기는 - 멤버십제 구독 서비스로 편리한 결제 시스템								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		최근 캠핑에 관심이 많아 자주 가는 편인데 매번 새롭게 캠핑장, 연계 프로그램을 결제하는 과정이 번거롭다고 생각한다.		한 사이트의 멤버십제와 구독 서비스로 결제 카드를 등록한다.		추가로 멤버십 구독을 통해 다양한 혜택 (이달의 캠핑장, 트렌드 소개 등)을 받는다.		
주요기능 (서비스)		• 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약 및 관련 액티비티 예약		• 멤버십제를 통한 구독 서비스제공 • 결제 과정 간소화 • 전용 온라인 사이트 제공		• 멤버십제 혜택 서비스제공 • 전용 온라인 사이트 제공		
주요기술		• 온라인 사이트별 캠핑장 데이터 수집 및 비교 분석		• N/A		• 멤버십 구독 혜택을 통한 다양한 정보 수집		




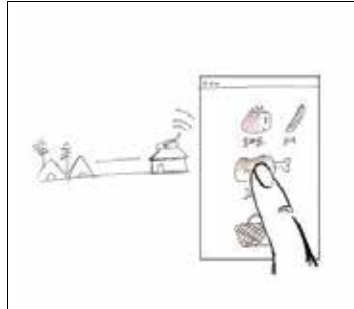

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. E-4

시나리오 no.		E-4		Target User		20대 여성		
Subject		캠핑 커뮤니티				동호회에 관심이 많음 캠핑마니아		
Main Theme		공유 문화						
캠퍼들을 위한 소셜 네트워크 서비스 제공								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		캠핑 매니아지만, 홀로 캠핑을 주로 즐기다보니 가끔 외롭다는 생각이 들 때 가 있다. 좀 더 다양한 캠핑에 대한 정보나 얘기를 같이 나눌 수 있는 사람이 있었으면 좋겠다는 생각을 한다.		카페를 찾아보다가 캠퍼들을 위한 소셜 네트워크를 발견하고 가입 후 다양한 캠퍼들의 정보를 탐색해본다,		다양한 사람들과 같이 오프라인 동호회도 만들고 공유 서비스로 캠핑도 같이 하면서 지금까지 못해왔던 새로운 캠핑 문화를 즐기며 서로 공유한다.		
주요기능 (서비스)		• N/A		• 캠퍼들을 위한 전용 소셜 네트워크 서비스 제공 • 캠핑에 대한 다양한 정보 공유		• 캠퍼들을 위한 전용 소셜 네트워크 서비스 제공 • 오프라인 동호회를 통한 친목도모 • 새로운 캠핑문화 공유		
주요기술		• N/A		• 온라인 네트워크를 통한 데이터 수집		• N/A		





5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. F-1

시나리오 no.		F-1		Target User		30대 남성			
Subject		영상 서비스				캠핑장 가기 전 정보를 꼼꼼히 찾아보는 편			
Main Theme		온라인 원스톱 통합 서비스							
						신뢰성 있는 정보를 제공하는 캠핑 사이트			
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		최근 캠핑에 관심이 많이 생겨 온라인으로 캠핑장을 검색하다 사진이 예쁜 곳이 있어 사진을 꼼꼼히 살펴 본후 캠핑장을 찾아간다,		막상 와보니 온라인 사이트에서 제공하고 있는 사진과 달라 많이 실망하고 다음번에는 새로운 캠핑장을 찾기로 한다.		이번 캠핑을 가기 전 VR 및 소개 동영상으로 캠핑장을 소개해주는 사이트를 찾아 마음에 들어 직접 방문한다.		이번에 찾은 캠핑장은 영상에서 소개된 캠핑장과 똑같아 만족하며 캠핑을 한다.	
주요기능 (서비스)		• 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약 • 다양한 캠핑장 이미지 소개		• N/A		• 사용자에게 신뢰성 있는 서비스 제공 • 영상을 통해 다양한 방면으로 캠핑장 소개 서비스 제공 • 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약		• 사용자에게 신뢰성 있는 서비스 제공	
주요기술		• 캠핑장별 데이터 수집		• N/A		• VR 캠핑장 소개를 통한 간의 체험 • 실시간 예약 정보 확인		• N/A	





5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. F-2

시나리오 no.		F-2		Target User		30대 여성			
Subject		푸드 딜리버리 서비스				가족모임이 잦은 편			
Main Theme		온라인 원스톱 통합 서비스							
캠핑장 주변 음식점과 연계한 푸드 딜리버리 서비스									
시나리오 관련아이디어									
시나리오 Description		괜찮은 캠핑장을 찾아보고 예약하고 남편 친구들과 가족모임으로 캠핑장을 간다.		점심 준비를 하는 중 사람이 너무 많다 보니 음식의 양이 부족하다고 생각한다.		푸드 딜리버리 서비스를 통해 가까운 음식점에서 원하는 음식을 선택하고 신선한 재료들을 주문한다.		신선한 재료들이 캠핑장 사이트까지 직접 배달 온다.	
주요기능 (서비스)		• 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약 • 캠핑장 비교 및 견적 분석		• N/A		• 푸드 딜리버리 서비스 • 전용 앱 제공 • 원하는 음식 선택가능		• 푸드 딜리버리 서비스 • 신선한 음식 제공	
주요기술		• 캠핑장별 데이터 수집 및 비교		• N/A		• GPS기반 가까운 장소 탐색 • 음식점별 데이터 수집 • 실시간 재고 확인		• GPS기반 실시간 배달자 위치 파악	

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. F-3

시나리오 no.		F-3		Target User		40대 남성		
Subject		캠핑카 주차 서비스 활성화				소셜 네트워크 활동 활발함 혼자 여행하는 것을 선호		
Main Theme		온라인 원스톱 통합 서비스						
주거지와 가까운 캠핑카 전용 주차장 탐색 및 예약 가능한 서비스								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		캠핑장에서 1박2일을 마치고 캠핑장비를 정리하는 중 어플을 통해 집과 가까운 캠핑카 전용 주차장을 찾는다.		캠핑카 전용 주차장 앱에서 원하는 자리를 찾아 도착하기 전 미리 예약해 놓는다.		집 근처에 도착해서 어플을 통해 예약한 자리에 캠핑카를 주차 해놓고 집으로 향한다.		
주요기능 (서비스)		• 캠핑카 전용주차장 앱 서비스 제공		• 실시간 주차 공간 현황 확인 기능 • 캠핑카 전용 주차장 앱 서비스 제공		• 캠핑카 전용주차장 앱 서비스 제공 • 캠핑카 전용 주차 공간 마련		
주요기술		• GPS기반 집과 가까운 캠핑카 전용 주차 장소 탐색 • 실시간 위치 확인		• 실시간 주차 공간 파악 • 주차장 영상 공유 기술		• N/A		

5.2 디자인 시나리오 발굴 (27건) | 시나리오 No. F-4

시나리오 no.		F-4		Target User		40대 남성		
Subject		통합 예약 서비스				평소 스마트폰을 많이 이용함		
Main Theme		온라인 원스톱 통합 서비스						
온라인으로 간편하게 예약하며 즐기는 - 온라인 원스톱 통합 서비스								
시나리오 관련아이디어								
시나리오 Description		캠핑을 가기 위해 캠핑장 관련 포털 사이트를 검색하고 알아보고 일일이 검색해서 액티비티를 찾아보고 예약 한다.		캠핑을 할 때 마다 매번 검색하고 하나 하나씩 찾아보고 직접 예약하는데 번거롭다는 생각이 들어 새로운 방법을 찾아 본다.		온라인 원스톱 통합 서비스를 통해 캠핑장 예약부터 주변 액티비티 예약까지 한번에 해결한다.		
주요기능 (서비스)		• 온라인 사이트를 통한 캠핑장 예약 및 관련 액티비티 예약		• N/A		• 캠핑장예약부터 관련 액티비티를 한번에 예약 할 수 있는 원스톱 통합예약 서비스 제공 • 예약 시간 단축		
주요기술		• 온라인 사이트별 캠핑장 데이터 수집 및 비교 분석		• N/A		• 원스톱 통합예약 기술		

6.1 대표 시나리오 도출 (5건)

6.2 서비스 플로우 설계

06

디자인 시나리오 제안

50대 김레저씨와 김태공씨의 캠핑 라이프 엿보기 : 다양한 라인업으로 즐기는 캠핑

PERSONA PROFILE



이름	김레저
나이	50대
성격	개인중심,
특이사항	활발함 능력있는 활동가

①

다용도의 캠핑을 고려한 제품

제품 용도의 편리성, 기능성을 넘어 감성과 취향 및 습관까지 고려한 디자인 (장박, 레저, 교육, 키친&요리, 1인가구 홀로캠핑) 제공

#다양한 제품 라인업 #다용도 #제품의 확장성 #감성과 취향

김레저씨는 평소 레저 스포츠를 즐기면서 캠핑을 하는데, 캠핑 용품도 부피가 크고 스포츠 용품도 부피가 커서, 잘 보관할 수 있게 효율적인 공간 분리를 할 수 있었으면 좋겠다는 고민이 앞선다. 다용도의 제품을 고려한 다양한 라인업으로 레저응에 맞는 제품을 고를 수 있었다.



PERSONA PROFILE



②

제품의 확장성과 다양한 라인업

프리미엄 라인, 트래블 라인, 대중적인 라인, 한정상품 등
다양한 라인업의 제품 제공

#다양한 제품 라인업 #다용도 #제품의 확장성 #감성과 취향

이름	김태공
나이	50대
성격	개인중심, 활발함
특이사항	능력있는 활동가

김태공씨는 한정판 캠핑카 구매를 위해 박람회에 방문했다. 평소 멀리 여행다니는 것을 좋아하고 장기적으로 여행을 다닐 때가 있어 수납공간이 많이 필요하다고 했더니 이야기하니 직원이 트래블 라인의 한정판 캠핑카를 추천해주고 수납장 옵션을 추가해주었다. 다양한 라인업으로 여행에 필요한 것이 모두 갖춰진 트래블 라인의 캠핑카라 크게 옵션에 대해 상의할 필요 없어 원활한 구매가 가능했다.



40대 김취향씨와 김개성씨의 캠핑 라이프 엿보기 : 나의 취향에 맞게 색다른 공간을 즐기는 캠핑

PERSONA PROFILE



이름	김취향, 김개성
나이	40대
성격	개인중심, 활발함
특이사항	안정적인 수용자

①

취향반영 인테리어

개인 라이프스타일에 맞춘 내·외부 확장형(슬라이드 형식, 내장형) 퍼니처 및 다양한 기능(싱크, 번기, 전기, 급배수 장치 등)이 가능한 제품 제공

#커스터마이징 #취향에 맞는 #색다른 공간

김취향씨와 김개성씨는 박람회도 여러 번 다녀왔지만, 기존의 캠핑카는 외부 디자인이 다 비슷하게 느껴진다. 이미 가격도 충분히 비싼데 외부 튜닝 비용까지 들이고 싶지 않아, Lego Style 하우스 캠핑카를 구매하기로 한다. 온라인 사이트로 접속해 라이프스타일을 파악하는 설문에 응답하고, 나에게 필요한 기능을 추천 받아 시뮬레이션으로 공간을 확인한다. 마음에 드는 컬러와 소재, 마감재를 선택해 취향에 맞게 디자인한다. 나의 취향대로 선택해 개성을 표현할 수 있고, 색다른 공간 표현을 할 수 있어 구매 후 만족도가 높다.



②

취향반영 커버 디자인

외부 개성 표현이 가능한 다양한 커버 디자인

#커스터마이징 #튜닝 서비스

김취향씨와 김개성씨는 외부 커버 디자인과 내부 인테리어 디자인의 컬러와 소재, 마감재 역시 마음에 드는 것으로 선택한다. 온라인으로 주문을 끝내고 제품을 받았는데, 마음에 들지만 감성적인 조명을 추가로 설치하고 싶어졌다. 튜닝 서비스를 활용하여 감성적인 조명을 추가로 설치한다. 이미 완성된 캠핑카는 추가 옵션을 달기가 어렵지만, 쉽고 간편한 튜닝이 가능해 편리하다.



③

셀프제작 DIY

김취향씨는 나만의 캠핑 제품을 제작하기를 원해서 조명 키트를 주문했다. 부가 소품 제작 가능한 모듈형 키트가 제공되어 예쁘고 간편한 나만의 소품을 만들 수 있다.



30대 김캠핑과 김모돌씨의 캠핑 스토리 : 효율적인 공간 활용이 가능한 트랜스폼 캠핑

PERSONA PROFILE



이름	김캠핑, 김모돌
나이	30대
성격	가족중심, 활발함
특이사항	용기있는 혁신가

①

가변형 구조를 통한 공간창출

개인 라이프스타일에 맞춘 내.외부 확장형(슬라이드 형식, 내장형) 퍼니처 및 다양한 기능(싱크, 번기, 전기, 급배수 장치 등)이 가능한 제품 제공

#Lego Style 캠핑용 하우스 #가변형 구조

김캠핑씨와 김모돌씨는 활동적인 아이를 위해 캠핑을 자주 나간다. 캠핑카 구매 당시에는 아이가 아직 어려서 최소한의 피스만 구입하여 작게 제작하였는데, 아이가 자라고 나니 3인 가족이 쓰기에 작게 느껴진다. 피스를 추가로 구매하여 공간을 확장하고, 1인 침대를 추가해 아이 혼자 편하게 잘 수 있도록 설계한다. 아이를 목욕시킬 때 쓰던 욕조 옵션을 제거해 샤워 공간을 넓혔다. 변화하는 라이프스타일에 따라 캠핑카도 변할 수 있다.



②

트랜스폼 가능한 모듈형 퍼니처

개인 라이프스타일에 맞춘 내.외부 가변형 공간구조 제공

#미니멀 캠핑 #내장 모듈형 퍼니처

김모돌씨와 아이가 문화센터에 가는 주말이면, 김캠핑씨는 혼자서 캠핑을 떠나기도 한다. 혼자서 캠핑을 하러 갈 때는 차 트렁크에 간편하게 설치하기만 하면 바로 캠핑장으로 떠날 수 있는 모듈형 퍼니처를 이용한다. 혼자서 가볍게 피크닉 가는 느낌으로 캠핑을 즐길 수 있어 만족스럽다.



③

도킹 시스템

같은 제품을 사용하는 유저끼리 연결하여 쓸 수 있는 시스템

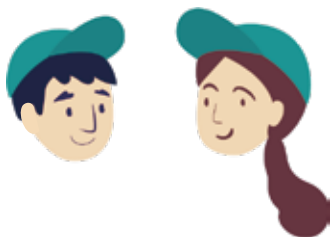
#부부동반 #함께 #연결 #확장성

김캠핑씨와 김모돌씨는 아이가 친하게 지내는 친구네 가족과 동반으로 캠핑을 가기도 한다. 같은 제품을 사용하는 두 가족은 함께 공간을 공유하여 아이들이 안전하게 놀 수 있는 공간을 만들어 주었다. 같은 제품끼리 연결이 되는 도킹 시스템을 통해 서로의 공간도 확장시키고 편하게 서로의 공간에서 교류할 수 있어 만족한다.



20대 김대여씨와 김예약씨의 캠핑 라이프 엿보기 : 온라인으로 간편하게 예약하고 즐기는 캠핑

PERSONA PROFILE



이름	김대여, 김예약
나이	20대
성격	개인중심, 활발함
특이사항	초보 캠퍼

①

캠핑 공간 공유

제품 렌탈 서비스 제공

#나홀로 캠핑 #렌탈 서비스

딱히 약속이 없는 주말, 김대여씨는 캠핑카 없이도 종종 캠핑을 즐긴다. 온라인 렌탈 서비스가 있어서 캠핑카 대여가 가능하기 때문이다. 온라인으로 캠핑 시 나에게 필요한 기능이 포함된 캠핑카를 골라 대여하고, 근처 마트에서 간단하게 장을 본 후 지정된 시간에 지정된 장소에서 픽업한다. 짐을 싣고 소셜네트워크에서 보았던 장소를 향해 출발한다. 혼자서 하루 동안 간편하고 여유롭게 캠핑을 즐기고, 여자친구인 김예약씨와 함께 다녀오기도 한다. 하루동안 캠핑을 즐기고 나면 지정된 장소에 캠핑카를 반납한다. 캠핑카나 텐트, 전문 장비 없이도 간편하게 만족도 높은 캠핑을 즐길 수 있다.

②

온라인 원스톱 통합 서비스

캠핑장, 주차예약, 관련 액티비티 등 이용에 대한 통합 예약 서비스 제공
멤버십제, 구독 서비스로 편리한 결제 시스템
캠퍼들 커뮤니티 플랫폼 제공 -> 새로운 캠핑문화, 아이템 형성 가능
간편 AS 신청, 부분피스 주문 등

#통합 #예약 서비스 #액티비티 이용 #주차예약 #캠핑장

김예약씨는 김대여씨와 함께 캠핑을 가기 위해서 포털 사이트에 검색해서 캠핑장을 알아보고, 일일이 검색해서 좋은 액티비티를 예약한다. 매번 검색하고 찾아야 되니 번거롭다는 생각이 든다. 온라인 원스톱 통합 서비스로 캠핑 이용 전반에 관한 통합 예약 서비스는 간편하게 손쉽게 이용 가능하다.



③

#캠퍼들의 커뮤니티 #새로운 캠핑문화 #아이템 형성

캠핑을 즐기는 매니아이지만, 홀로 캠핑을 주로 즐기다 보니 가끔 외롭다는 생각이 들 때가 있다. 좀 더 다양한 캠핑 아이템에 대한 정보나 캠핑에 관한 얘기를 같이 나눌 수 있는 사람이 있었으면 좋겠다는 생각을 한다. 캠퍼들을 위한 커뮤니티 플랫폼으로 다양한 사람들과의 새로운 캠핑문화를 즐기며 캠핑을 하는 모든 과정이 더 즐거워졌다.



④

#멤버십제 #구독 서비스

매번 새롭게 결제하는 과정이 번거롭다. 멤버십제와 구독 서비스로 첫 결제시 카드 등록만 해 놓으면, 자동으로 한달에 멤버십 돈이 빠져나간다. 더 캠핑을 자주하게 되고, 캠핑을 준비하는 과정이 편리해졌다.



50대 김전문씨와 김간편씨의 캠핑 라이프 엿보기
: 누구나 쉽게 할 수 있는 캠핑

PERSONA PROFILE



이름	김전문, 김간편
나이	50-60대
성격	개인중심, 활발함
특이사항	전문 캠퍼

①

간편한 부품 교체

얇은 매트리스, 연결 부품 등 부분 수리가 가능한 서비스

#간편한 부품 교체 #노후된 매트리스

김전문씨는 오래도록 캠핑카를 이용하다보면 제일 불편한 점이 작은 부품이 고장나도 업체에 장시간 통째로 맡겨야 한다는 점이었다. 하지만 이번 제품은 간편한 A/S와 부분피스 수리로 시간 단축은 물론 물질적, 정신적인 만족도도 올라갔다. 지난 1박 2일 캠핑에서, 노후 된 매트리스의 허리부분이 푹 꺼져있어 잠자리가 불편함을 느껴 교체할 매트리스를 온라인으로 주문했다. 노후 된 매트리스를 뜯어내고 새로운 매트리스로 간편하게 교체 후 새로운 매트리스에서 편안하게 잠을 청할 수 있다.



②

계절.날씨에 영향을 받지 않는 온도 제어 시스템

계절 및 날씨에 영향을 받지 않는 소재로 만들어진 제품 제공
냉.난방,온수 장치 등 제공

#우중캠핑 #온도제어 시스템

두 세달 씩 장박 캠핑을 즐기는 김간편씨와 김전문씨는, 캠핑 시 갑자기 내리는 소나기를 만나도 걱정이 없다. 야외에 설치해 둔 타프에 물이 고이기 전에 철수하고, 차량 내부로 들어간다. 비가 오면서 조금 쌀쌀해진 날씨에 실내 난방을 자동 가동된다. 창문으로 비가 오는 풍경을 바라보면서 커피를 한잔 내려 마신다. 날씨가 갑자기 변해도 걱정 없이 캠핑을 이어나갈 수 있다.



6-1. 대표 시나리오 도출 (5건) | 서비스디자인 핵심 시나리오 V

③

알기쉬운 설치 가이드

초보자도 쉽게 설치 가능한 표준화된 가이드 제공
첫 구매시 설치 서비스 제공

#설치 서비스 #알기 쉬운 설치 가이드

처음 구매할 때는 설치 서비스를 통해 간편하게 제품을 설치 받았다.
평일에는 제품을 분리 후 창고에 보관하고, 차량을 데일리카로 활용한다. 주말에 캠핑을 가기로 했는데 남편이 급하게 출장을 가게 되었다. 이번주는 캠핑을 꼭 가고 싶었기에 아쉬워진 김간편씨는 친구를 한 명 불러서 같이 가기로 한다. 제공되는 설치 가이드를 통해서 차량에 제품을 설치하고 친구와 캠핑을 떠난다. 남편이 없이 혼자서도 알기 쉬운 설치 가이드를 통해 30분 만에 간편하게 설치를 끝내 친구 앞에서 어깨가 으쓱해 졌다.

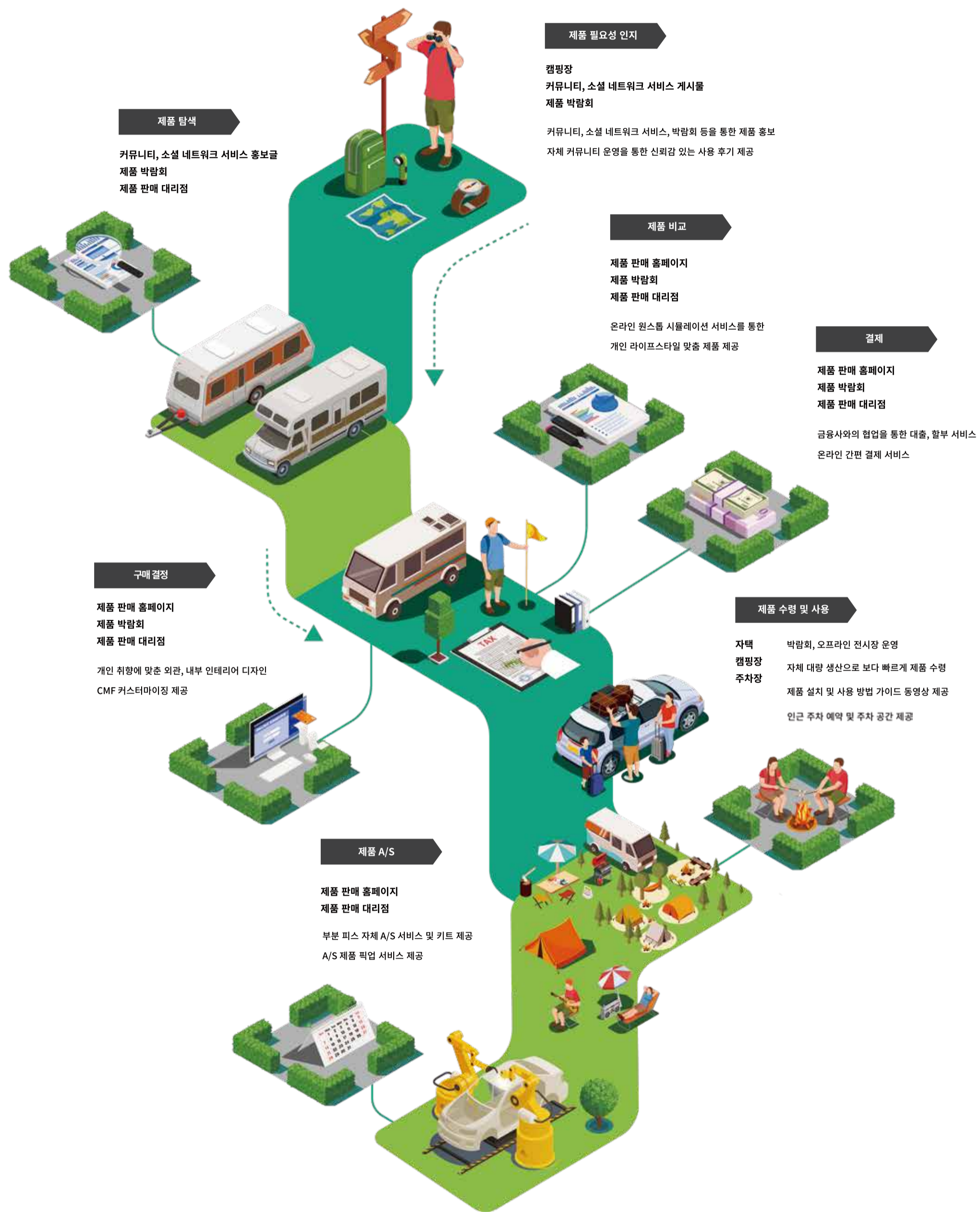


④

#부분피스 셀프 A/S

캠핑을 하면서 제일 불편한 점이 캠핑카의 부품이 고장나면 업체에 맡겨서 통째로 갈아야 하는 점이다. 김간편씨는 매번 부품 교체를 할때마다 스트레스를 받아왔지만, 이제는 스트레스를 받지 않는다. 간편한 AS와 부분피스 수리로 시간 단축은 물론 물질적, 정신적인 만족도도 올라갔다.





모든 차량에 호환 가능한 대량 맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스 디자인 개발

기획	산업통상자원부 / 한국디자인진흥원
주관·발행처	한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr www.designdb.com
총괄책임	조진희 한국디자인진흥원 지역균형발전실 센터장
연구진	이지혜 한국디자인진흥원 지역균형발전실 주임연구원 정유원 한국디자인진흥원 지역균형발전실 선임연구원 조지혜 한국디자인진흥원 지역균형발전실 선임연구원 김영훈 한국디자인진흥원 지역균형발전실 선임연구원
공동연구진	이가희 연구원(영남대학교 일반대학원 석·박통합과정 시각디자인학과) 여진경 연구원(영남대학교 시각디자인학과) 전창욱 연구원(대구가톨릭대학교 산업디자인학과)
문의	이지혜 주임연구원 (Tel:055-379-3606)
발행일	2021.12
ISBN	979-11-92250-01-4

본 보고서는 산업통상자원부에서 시행한 '모든 차량에 호환 가능한 대량 맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스 디자인 개발'사업의 일환으로 한국디자인진흥원에서 발행한 연구보고서입니다.

본 보고서의 내용은 연구진의 주관적인 의견이 개입되어 있으며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

본 보고서에 쓰인 이미지는 비영리 목적의 연구 분석 자료로 쓰였으며 해당 이미지의 저작권은 이미지와 함께 명시된 각각의 출처에 있습니다.

본 보고서의 내용을 대외적으로 이용하실 때에는 반드시 산업통상자원부 및 한국디자인진흥원에서 시행한 '모든 차량에 호환 가능한 대량 맞춤형 캠핑용 하우스 및 서비스 디자인 개발'의 연구결과임을 밝혀야 합니다. 저작권 관련 협의가 필요하신 사항은 한국디자인진흥원으로 연락주시기 바랍니다.