

DESIGN RESEARCH

‘머리를 하는 경험’ 개선을 위한 디자인 리서치

몽실몽실 팀

이화여대 조형예술대학 디자인학부 임규리, 박지수

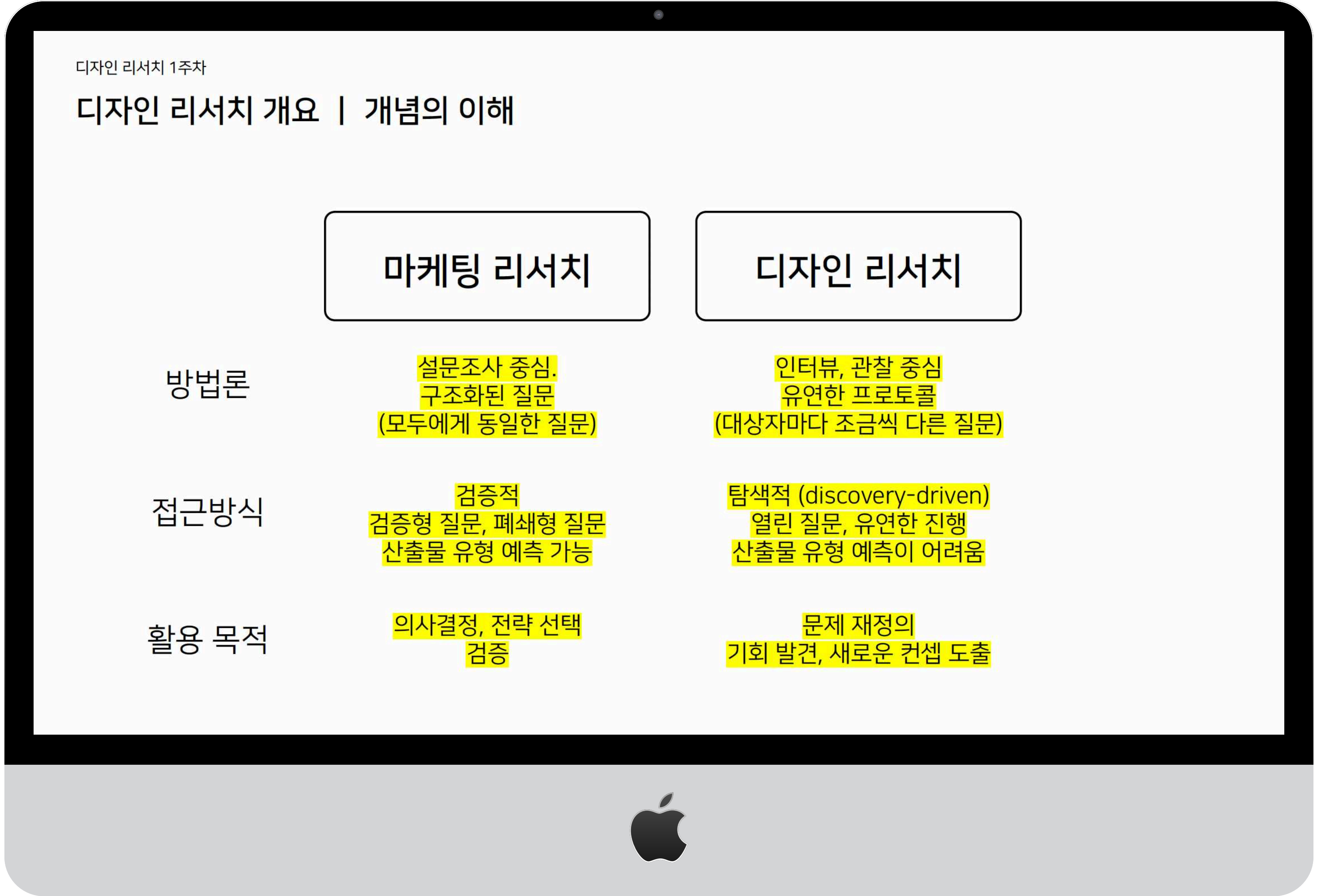
2026. 06. 22.

kidp



BACKGROUND

마케팅 리서치와의 차이점을 통해,
문제 자체를 재정의하고 새로운 기회영역을 발견하는 시간을 가졌습니다.



A hairdresser is blow-drying a customer's long, wavy hair. The hairdresser is using a black hair dryer and a round brush. The customer's hair is light brown and styled in loose waves. The hairdresser is wearing a white shirt and has blue nail polish. The background is a blurred hair salon.

주제 선정

미용실에서 '머리를 하는 경험'의 의미

사람들은 어떨때 머리를 할까? 라는 단순한 질문에서 시작된 이 주제는, '머리를 한다'라는 행위는 동일하지만 그 속에서 느끼는 경험들이 모두 다르다. 어떤 헤어스타일로 주문을 하느냐에 따라, 다양한 상황적 맥락 속에서 그들이 머리를 하는 행위에 부여하는 의미가 다르다. 미용실이라는 하나의 공간에서 수 많은 의사소통이 오고가며 말투와 표정의 미묘한 변화나 심적인 변화들이 다양하게 일어날 수 있는 이 주제를 통해, 사람들이 미용실에서 갖는 경험, 머리를 하는 일련의 과정이 궁극적으로 어떤 의미를 갖게 되는지 리서치를 통해 탐색하고자 한다.

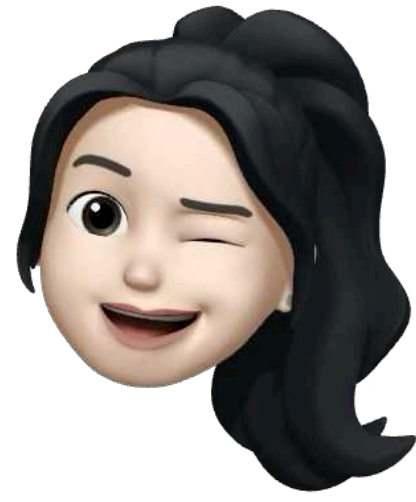
인터뷰 대상자 설정

모든 사람을 인터뷰할 수는 없기에, '경험의 의미'를 다각도로 발굴할 수 있는 '극단적 사용자'와 '일반 사용자'를 섞어 인터뷰를 진행한다. 총 세 그룹으로 나누어 인터뷰 대상자 유형을 설정해보았다.



인터뷰 대상자 A

최근 한달 이내 미용실을
갔다온 사람



인터뷰 대상자 B

1년에 한 번씩 미용실에
가는 사람



인터뷰 대상자 C

한달에 한번씩 미용실에
가는 사람



셀러 - 미용사

유저를 가장 가까이서
지켜본 셀러

공통 의견

미용실을 가는 이유

고데기를 너무 자주 해서 머리가 많이 상해서 갔다.
한 번씩 이미지 변신이나 기분 전환을 하러 간다.

1년에 한 번씩 미용실을 방문한 사람

머리 상한 부분이 많아서 쳐내려고 갔다.
자기관리의 공간이라고 생각한다. 외형적으로 관리된 느낌과 더 어울리는 스타일을 했을 때의 나를 기대하고 간다.

최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

덥수룩해진 머리를 단정하게 하려고 방문했다.
앞머리가 눈썹까지 오도록 관리하고, 옆머리와 이제 구렛나루 부분이 너무 덥수룩해지면 그 부분만 자르기 위해 간다.

한 달에 한번씩 미용실에 방문한 사람

후기 중심의 미용실 탐색

평소엔 인스타로 찾아본다. 그 중에서 집이랑 가까운 곳으로 고른다. 인스타 피드로 내가 관심있는 헤어스타일을 잘하는가를 확인한 뒤 후기를 보고 네이버로 예약한다.

1년에 한 번씩 미용실을 방문한 사람

1. 후기가 좋은 곳을 가장 먼저 고른다.
2. 후기가 좋은 곳들 중 가까운 곳을 고른다.
3. 가격도 합리적이면 그 곳을 간다.

최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

1. 내 머리 스타일을 만족시켜 주실 분인지 찾아본다.
2. 가성비 (내가 생각했을 때 합리적인 가격대인지)
3. 서비스 (불편함을 느꼈는지의 유무)

한 달에 한번씩 미용실에 방문한 사람

미용실의 첫 인상 중 호감 요소

시각적인게 젤 중요하다. 자른 머리카락을 바로 치우면 청결해보이는 느낌이다. 그리고 고객이 왔을 때 잘 응대해주면 친절하다고 느낀다.

1년에 한 번씩 미용실을 방문한 사람

미용사들이 손님들을 응대하는 모습이 보이면 좋은 것 같다. 그리고 미용실의 청결이 중요하다. 미용사들이 쉬는 테이블 위에 컵들이 쌓여있거나, 손님들이 나갔는데 머리카락이 쌓여있으면 청결하지 않아보인다.

최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

공통 의견

미용실을 가는 이유

고데기를 너무 자주 해서 머리가 많이 상해서 갔다.
한 번씩 이미지 변신이나 기분 전환을 하러 간다.

1년에 한 번씩 미용실을 방문한 사람

머리 상한 부분이 많아서 쳐내려고 갔다.
자기관리의 공간이라고 생각한다. 외형적으로 관
리된 느낌과 더 어울리는 스타일을 했을 때의 나를
기대하고 간다.

최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

덥수룩해진 머리를 단정하게 하려고 방문했다.
앞머리가 눈썹까지 오도록 관리하고, 옆머리와 이
제 구렛나루 부분이 너무 덥수룩해지면 그 부분만
자르기 위해 간다.

한 달에 한번씩 미용실에 방문한 사람

후기 중심의 미용실 탐색

평소엔 인스타로 찾아본다. 그 중에서 집이랑 가까
운 곳으로 고른다. 인스타 피드로 내가 관심있는
헤어스타일을 잘하는가를 확인한 뒤 후기를 보고
네이버로 예약한다.

1년에 한 번씩 미용실을 방문한 사람

- 1. 후기가 좋은 곳을 가장 먼저 고른다.
- 2. 후기가 좋은 곳들 중 가까운 곳을 고른다.
- 3. 가격도 합리적이면 그 곳을 간다.

최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

- 1. 내 머리 스타일을 만족시켜 주실 분인지 찾아본다.
- 2. 가성비 (내가 생각했을 때 합리적인 가격대인지)
- 3. 서비스 (불편함을 느꼈는지의 유무)

한 달에 한번씩 미용실에 방문한 사람

미용실의 첫 인상 중 호감 요소

시각적인게 젤 중요하다. 자른 머리카락을 바로
치우면 청결해보이는 느낌이다. 그리고 고객이 왔
을 때 잘 응대해주면 친절하다고 느낀다.

1년에 한 번씩 미용실을 방문한 사람

미용사들이 손님들을 응대하는 모습이 보이면 좋
은 것 같다. 그리고 미용실의 청결이 중요하다. 미
용사들이 쉬는 테이블 위에 컵들이 쌓여있거나,
손님들이 나갔는데 머리카락이 쌓여있으면 청결
하지 않아보인다.

최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

IN - DEPTH INTERVIEW

고객 인터뷰 대상자 정보

일시 : 2026. 04. 12.

대상 : 최근 한 달 내 미용실에 방문한 사람

특징 : 대학생

장소 : 비대면 인터뷰

시간 : 약 48분 진행

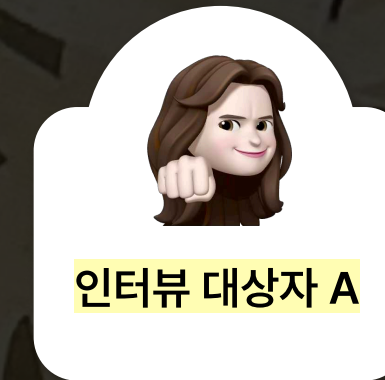
인터뷰 요약 정리

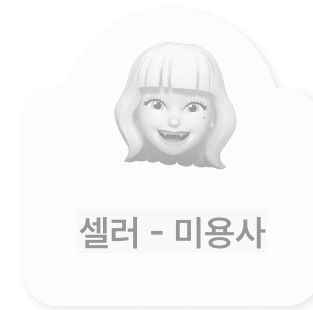
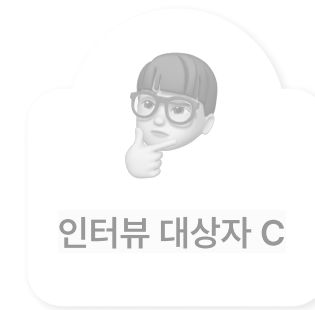
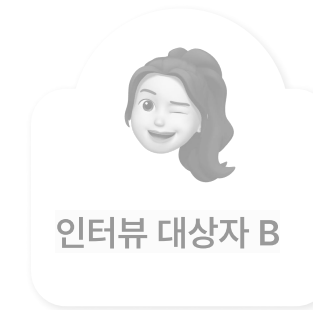
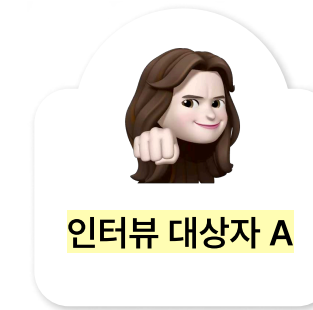
주요 조사 질문

- 최근 언제, 왜 미용실에 갔나?
- 어떤 미용실을 선택했고 이유는?
- 단골 미용실이 있나? 왜 단골이 됐나?
- 미용실 방문 주기는?
- 미용실을 고르는 기준은?
- 원하는 스타일을 어떻게 설명하나?
- 대기 중 호감/비호감 요소는?
- 시술 중 미용사의 어떤 행동이 신뢰를 높이거나 낮추나?
- 시술 결과가 마음에 안 들면 어떻게 하나?
- 리뷰 요청이나 추가 시술 권유를 받으면 어떻게 반응하나?
- 미용실은 어떤 공간으로 느껴지나?

주요 조사 내용

- 현재 상태: 최근 일주일 전 세종의 미용실을 방문해 상한 머리를 잘라냄. 보통 4~5개월 주기로 단발을 유지하며, 미용실에 가지 않는 기간에는 앞머리를 스스로 다듬으며 관리 중.
- 스타일 취향: 옆광대를 커버하기 위해 레이어드 컷을 고수해 왔으나, 최근에는 술을 가볍게 쳐낸 아이돌(안유진) 스타일의 허쉬 컷(울프컷 느낌)을 시도함. 장발 웨이브 로망도 있지만 기르기 전에 잘라버림.
- 방문 트리거: 머리가 많이 상해서 잘라내야 하거나, 머리숱이 너무 많아져 머리 말리기가 불편해질 때 커트를 결심함.
- 정보 탐색: 카카오맵 후기, 네이버 지도, 인스타그램 태그를 종합적으로 확인. 특히 핵심만 적혀 있고 별점 확인이 쉬운 '카카오맵 리뷰'를 가장 신뢰하며, 네이버 후기는 혜택 목적의 의도적 작성이 많아 걸러서 봄.
- 예약 방식: 과거에는 즉흥적으로 방문하는 편이었으나, 최근 3년 전부터는 예약을 우선시하여 방문함.
- 단골 미용실 유무: 대전에 4년째(고3 때부터) 다니는 단골 미용실이 있음. 지인 추천으로 갔으며, 미용사가 친절하고 원하는 스타일에 맞게 커트해 주며 가격이 합리적인 것이 정착 이유.
- 시술 요청 방식: 원하는 스타일의 사진을 먼저 보여준 뒤, 손으로 직접 원하는 기장과 볼륨을 구체적으로 추가 설명함.
- 비호감/신뢰 하락 요소: 미용사가 한 손님에게 집중하지 못하고 시술 중간에 자리를 비우거나 돌아다닐 때. 또한 매장 내에 머리 카락이나 음료 컵이 방치되어 청결하지 못할 때나, 제품 구매 권유를 받아 바가지 씌우는 느낌이 들 때.
- 미용 결과 불만족 시 대처: 가짜 리액션은 절대 하지 않음. 디자이너에게 "원하는 스타일이 아니다, 이렇게 바꿔주실 수 있냐"며 직설적이고 명확하게 수정을 요청함.
- 미용실에 대한 심리적 의미: '합법적으로 예쁜 척을 할 수 있는 탈출구'. 그 공간 안에서는 '내가 제일 예쁘고 멋지다'라고 생각해도 괜찮은 곳이자, 외형적으로 더 호감 가고 발전된 모습을 위한 자기관리의 공간.
- 시술 만족도가 가장 높은 순간: 거울을 봤을 때 처음 보여준 레퍼런스(연예인 사진 등)와 결과물이 똑같이 나왔을 때. 또한, 시술 후 스케줄 없이 바로 집에 가더라도 고데기 마무리를 정성껏 해줄 때(스타일링도 커트의 연장선이라 생각함) 만족도가 높음.
- 서비스 호감 요소: 시술 중 스타일링 방법이나 적절한 다듬기 주기 등을 조언해 줄 때 전문성을 느끼며 신뢰도가 올라감. 다른 미용사들이 지나가며 머리가 잘 어울린다고 칭찬해 줄 때 가장 기분이 좋았음.

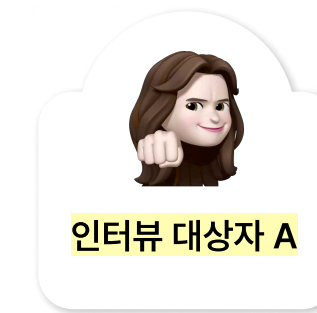




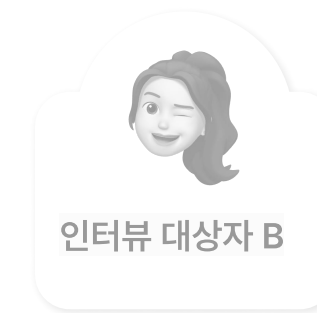
미용실 선택 시 후기가 가장 우선적인 기준으로 작용하며, 여기서의 '좋은 후기'는 가격보다 미용사의 실력에 더 큰 의미를 둠.

"만약 내일 당장 미용실에 가기로 결정했을 때, '여기로 가야겠다'고 느낀 미용실이 있다면 그 이유가 무엇일까요?"

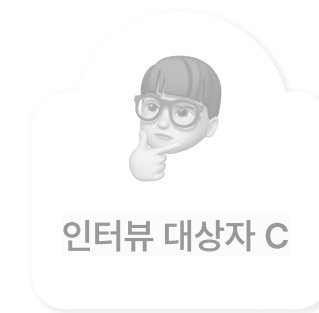
"후기가 좋아서요. 일단 첫 번째 이유가 **후기**가 좋아서고 두 번째 이유는 가까워서. 세 번째는 가격이 싸서. 첫 번째 이유로 말한 후기 같은 거는 **미용사분들의 실력**이 포함이 된 거고 가격은 그 후기에 포함이 안 돼요. 그러니까 보통 후기가 좋다 이런 거에 가격도 합리적이고 미용사분들도 친절하고 이렇게 종합적으로 얘기하는 경우가 있잖아요. 제가 말한 **후기가 좋다**는 거에는 **가격이 포함이 안 된다**는거예요."



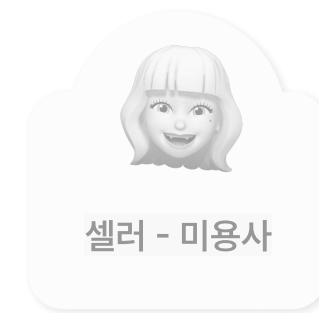
인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C

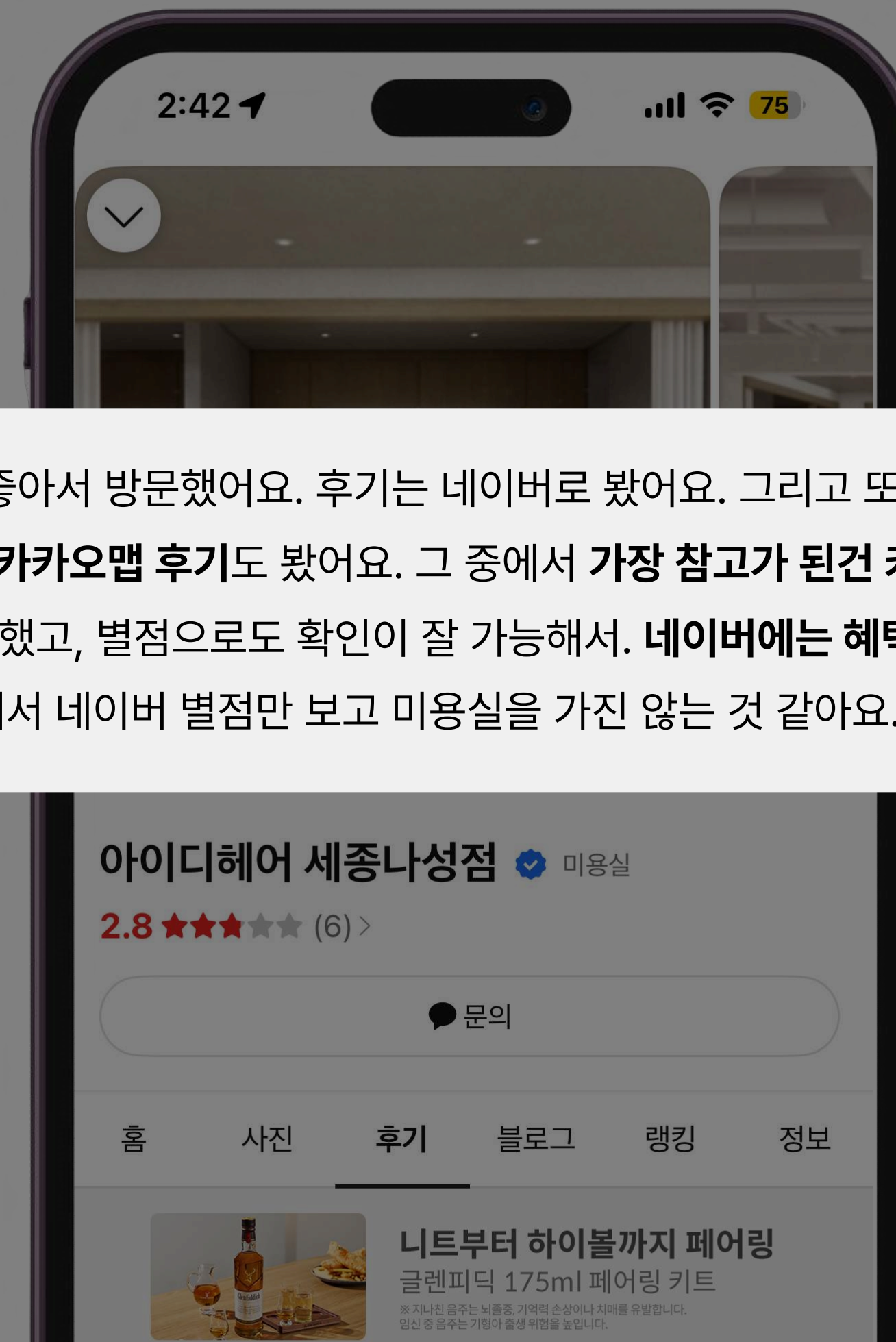
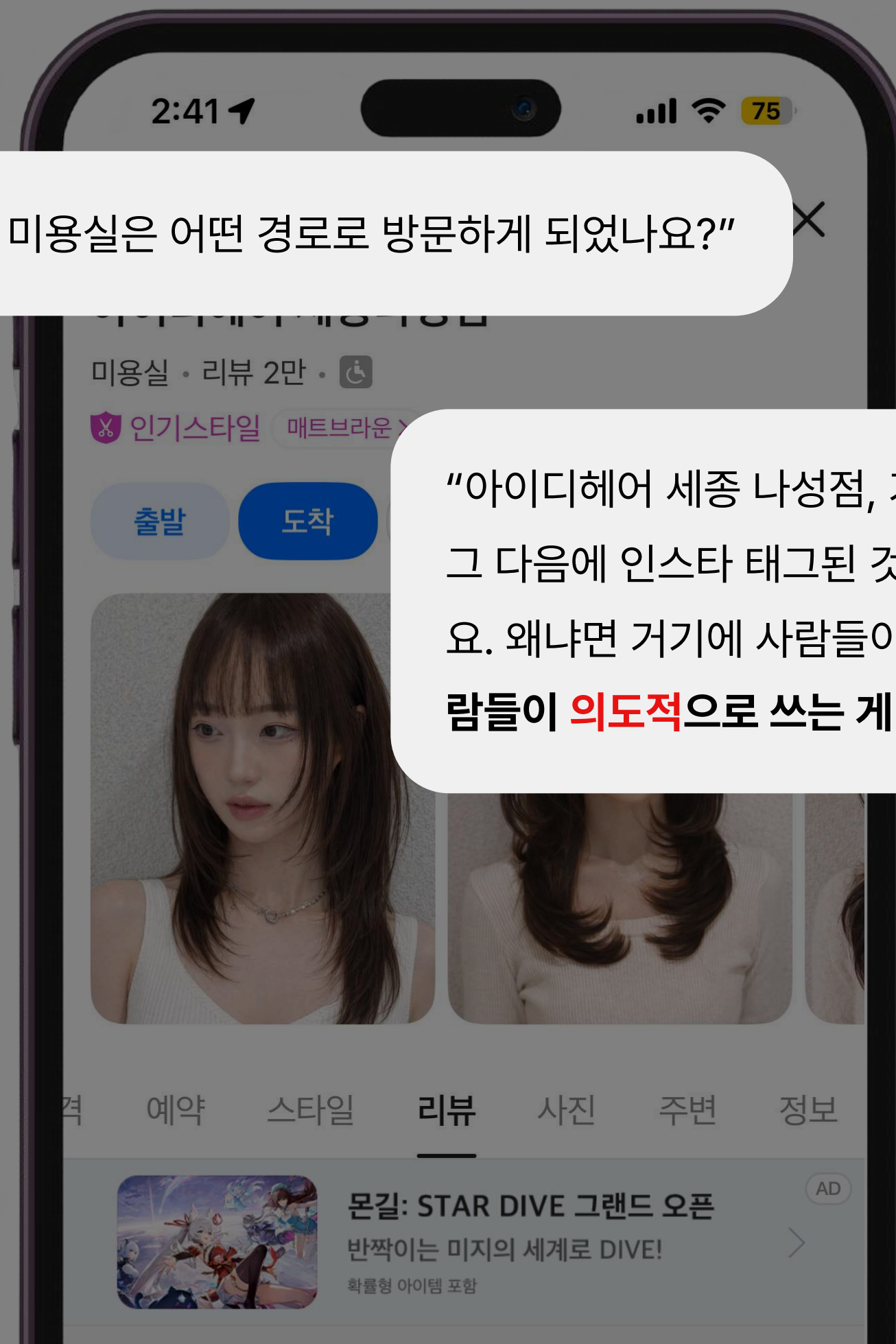


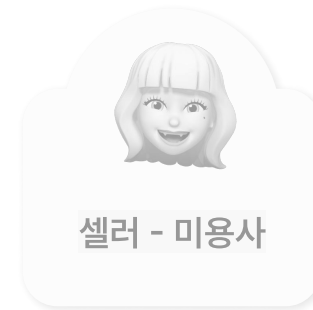
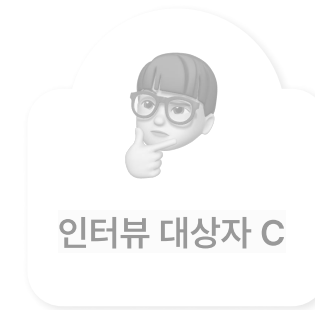
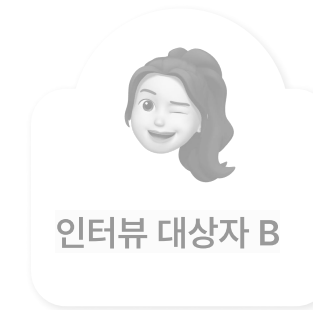
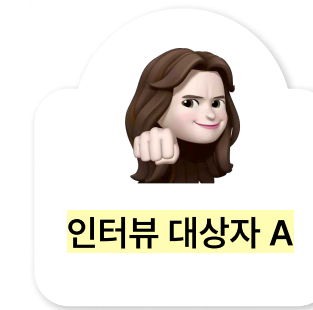
셀러 - 미용사

네이버 맵은 혜택용 후기가 많고 카카오 맵은 진실된 후기가 적혀있다고 느낌

"최근 한 달 내 간 미용실은 어떤 경로로 방문하게 되었나요?"

"아이디헤어 세종 나성점, 거기가 후기가 제일 좋아서 방문했어요. 후기는 네이버로 봤어요. 그리고 또... 후기는 네이버랑 그 다음에 인스타 태그된 것들 보고. 아, 그리고 카카오맵 후기도 봤어요. 그 중에서 가장 참고가 된건 카카오맵이었어요. 왜냐면 거기에 사람들이 핵심만 적어놓기도 했고, 별점으로도 확인이 잘 가능해서. 네이버에는 혜택을 받기 위해서 사람들이 **의도적**으로 쓰는 게 눈에 보였달까? 그래서 네이버 별점만 보고 미용실을 가진 않는 것 같아요."

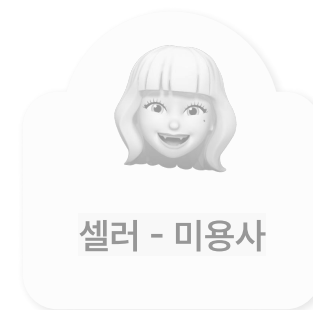
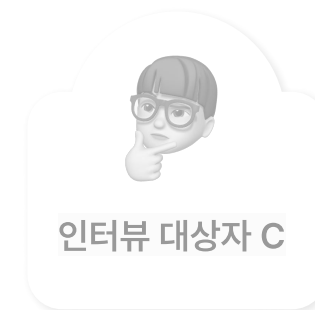
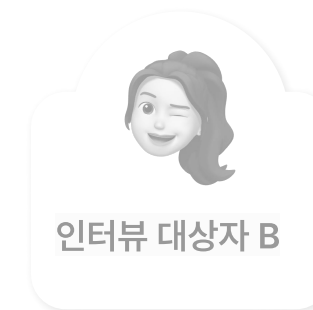
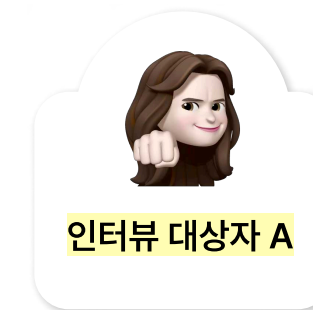




한 고객에게 집중하지 않고 여러 고객을 동시에 응대하는 행동에 대해 비호감을 느낌

“미용사에게 신뢰가 가지 않거나 비호감으로 느껴졌던 행동이 있었나요?”

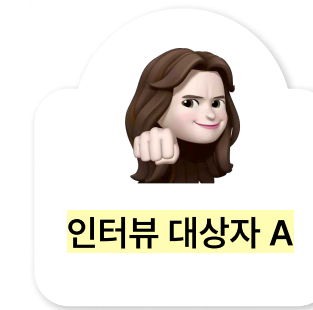
“음 약간 중간에 자르다가 ‘아 잠시만요.’ 하면서 저기 멀리로 가버린다거나 한 손님한테 제대로 **집중**하지 못하는 경우? 그 미용실에 직원이 그 사람밖에 없어서 계산을 해주러 간다거나 그런 거는 상관없는데 여러 직원이 있는데도 불구하고 한 손님한테 집중하지 못하고 여기저기 돌아다니는 모습에 실망하는 것 같아요.”



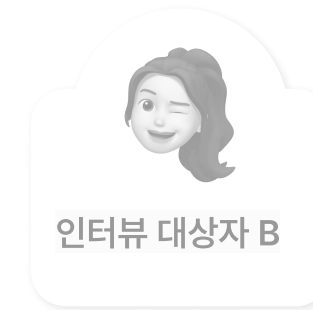
미용실 방문 목적이 단순 커트이더라도, 시술 후 고데기와 같은 마무리 스타일링까지 포함된 서비스로 느낌

"미용 시술 후에 어디로 가시나요?"

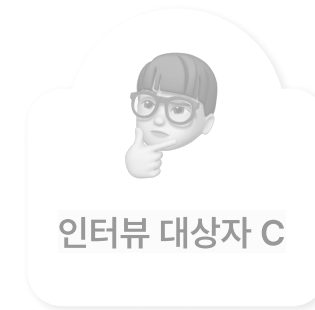
"보통 아무 스케줄도 없을 때 미용실을 가가지고 그냥 바로 집에 가는 거 같아요. 굳이 그날 당일 날 누굴 만나려고 내가 일부러 미용실에 간 게 아니어가지고 **그냥 진짜 머리 커트만** 하러 가는 거라 **굳이?** 근데 그래도 시술 후에 집에 가도 고데기를 잘 해주길 바라요. 왜냐면 그게 약간 하나의 커트까지 포함이라고 생각해서요."



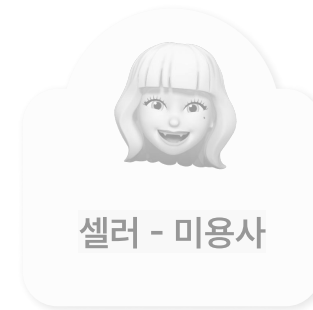
인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C

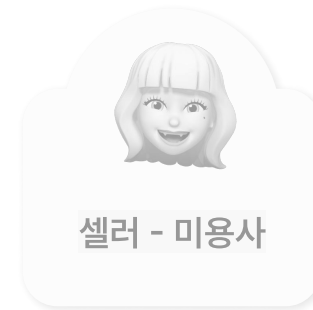
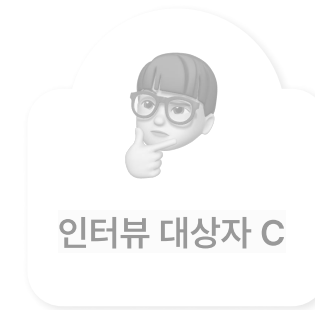
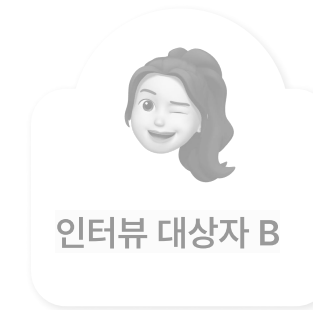
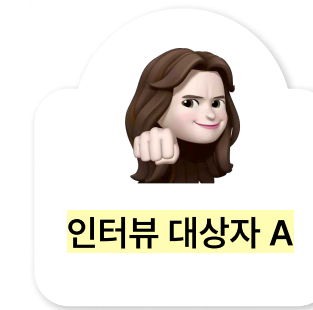


셀러 - 미용사

불만족한 결과물에 대해서는 직접적으로 수정 요청함

“완성된 헤어스타일이 맘에 안 들면 어떻게 대처하시는 편인가요?”

“마음에 안 들면 원하는 스타일이 아니라고 그래도 얘기하는 편이고 이거를 좀 이렇게 바꿔주실 수 있나요? 라고 물어봐요. 그러면 ‘그렇게 바꾸면 기장이 좀 더 짧아지고 그러는데 괜찮으실까요?’ 이렇게 질문이 돌아오죠. 그러면 그냥 괜찮다고 해요. **가짜 리액션** 같은 건 안 나와요... 추가적인 요청을 드리면 미용사 분이 처음엔 좀 당황하죠... 근데 그래도 네가 맘에 안 드는 건 말해야 되니까? 맘에 안 들면 말을 하는 편인 것 같아요.”



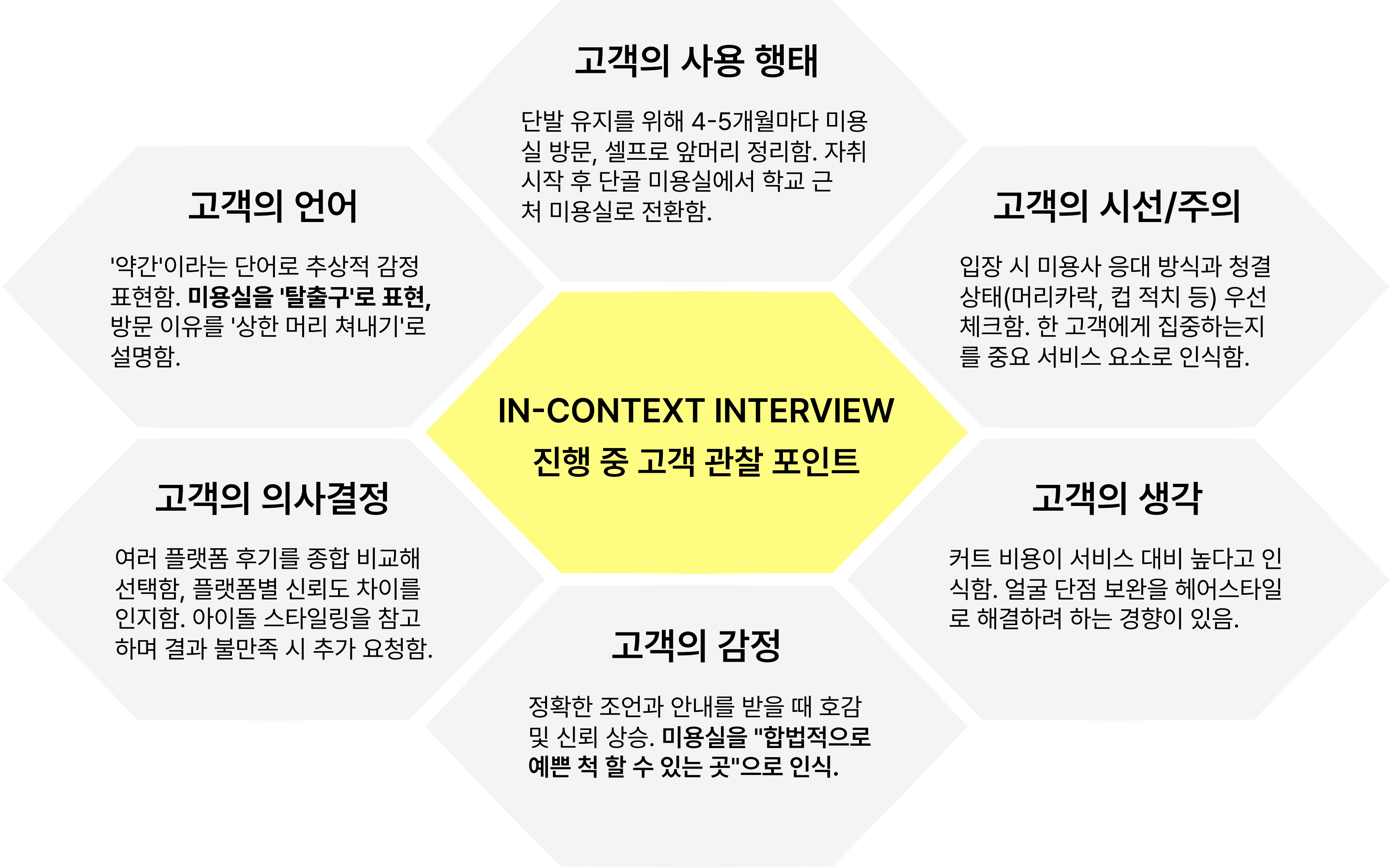
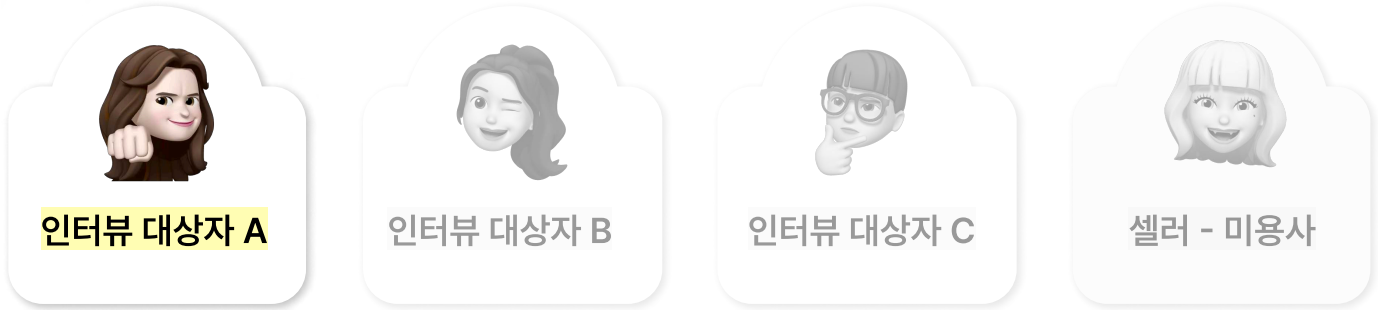
미용실은 단순 시술 공간이 아닌 '자기관리의 공간'이자 '탈출구'임

"본인에게 미용실은 어떤 공간인가요?"

"자기관리 공간? 약간 **탈출구** 같은 느낌? 약간 **합법적으로 예쁜 척을 할 수 있는...** 아 이걸 어떻게 설명해야 되지? 아 잠시만요... 예뻐지기 위해서 가는 공간이잖아요, 그니까 그 공간 안에 들어가면은 지금 이 공간에서는 '**내가 제일 예쁘고 내가 제일 멋있다.**' 이런 생각이 들어도 **괜찮은 공간?** 모르겠어요... 예쁘고 멋있다는 생각이 들어도 **괜찮은 공간?** ... 그니까 **머리만 자르고 오는 공간이 아니에요.** 한층 더 예뻐지고 오는 공간이에요.

그리고 제가 말하는 **자기관리**는 어떻게 하면 조금이나마 **더 호감스럽게** 보일 수 있고 **덜 싸가지 없어 보이게** 보일 수 있어 보일 수 있는가의 의미예요."

최근 한 달 내 미용실을 간 유저 인터뷰



IN - DEPTH INTERVIEW

고객 인터뷰 대상자 정보

일시 : 2026. 04. 12.

대상 : 1년에 한 번씩 미용실에 방문하는 사람

특징 : 대학생

장소 : 비대면 인터뷰

시간 : 약 41분 진행



인터뷰 요약 정리

주요 조사 질문

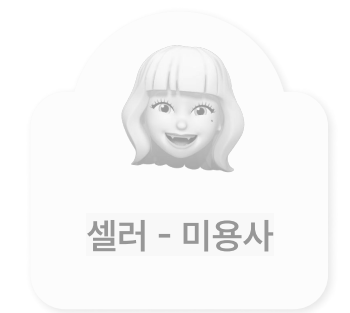
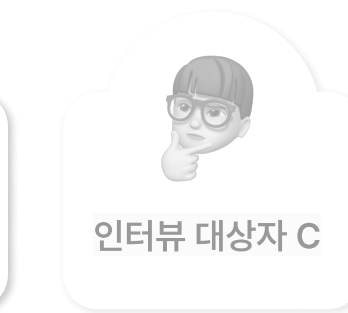
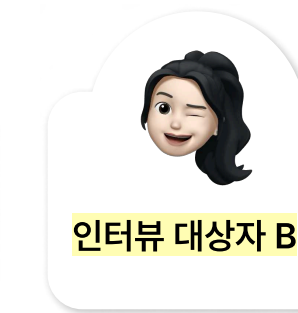
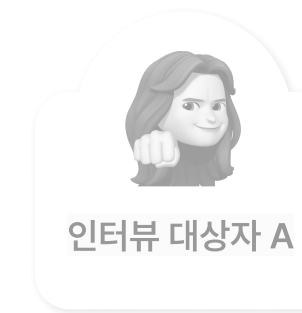
- 1년간 미용실에 가지 않은 이유는?
- 이미지/스타일을 바꾸고 싶다고 생각한 순간이 있었나?
- 마지막으로 간 미용실은 어디고, 왜 거기 갔나?
- 미용실에서 원하는 스타일을 어떻게 설명하나?
- 미용실을 가지 않은 1년 동안 머리를 보며 어떤 생각을 했나?
- 미용실을 고를 때 어떤 기준으로 선택하나?
- 대기실에서 느끼는 호감/비호감 요소는?
- 시술 후 거울을 봤을 때 만족도가 높은 경우는?
- 미용실이 어떤 공간으로 느껴지나?
- 시술 중에는 주로 무엇을 하나?
- 결과가 마음에 안 들 때 어떻게 반응하나?

주요 조사 내용

- 현재 상태: 1년째 미용실 미방문. 앞머리는 빗대고 일자로 셀프 컷하며 관리 중.
- 스타일 취향: 평소 화려한 '도우인' 스타일을 추구하지만, 등교 시에는 연한 메이크업을 함.
- 방문 트리거: 인스타그램 릴스나 트위터에서 계절에 맞는 예쁜 스타일(예: 여름맞이 가벼운 슬릭컷 등)을 접했을 때 기분 전환 겸 방문을 결심함.
- 정보 탐색: 인스타그램 검색창에 원하는 스타일 키워드 검색 후, 시술 후기(사진/영상)를 꼼꼼히 확인.
- 예약 방식: 마음에 드는 인스타그램 계정 프로필에 링크된 네이버 지도를 통해 예약.
- 정착하지 못하는 이유: 잦은 이사 경험도 있지만, 한 명의 디자이너에게 꾸준히 받고 싶을 만큼 100% 만족감을 준 미용실이 아직 없었기 때문.
- 최근 실패 경험: 작년 6월, 대전에 있는 동네 미용실에 아버지를 따라갔다가 고데기로 상한 머리를 쳐내기 위해 즉흥적으로 시술을 받음.
- 실패 원인: 레퍼런스 사진을 3~4장이나 보여주며 세밀한 레이어드 컷을 요청했으나, 디자이너가 중간 기장만 단발 수준으로 집중적으로 잘라버림. 게다가 마무리 고데기 스타일링을 원치 않는 뽀글뽀글한 파마처럼 해놓아 크게 당황함.
- 미용 결과 불만족 시 대처: 표정 관리는 잘 안되지만, 디자이너 앞에서는 겉으로 "마음에 든다, 괜찮다"고 말하고 넘기는 성향.
- 미용실은 기분 전환과 힐링의 공간: 단순히 머리를 자르는 것을 넘어, 누군가 내 머리를 만져주고 세팅해 주는 과정 자체에서 대접받는 느낌과 큰 기쁨을 느낌.
- 시술 만족도가 가장 높은 순간: 시술이 끝나고 내가 원했던 사진 속 상태 그대로 마무리 스타일링(고데기)이 완성되었을 때.
- 서비스 호감 요소: 대기 중 음료나 간식을 제공하는 등 고객을 배려하는 서비스, 바닥에 떨어진 머리카락을 스태프들이 즉각 치우는 청결한 환경과 친절함 응대 태도.

인터뷰 대상자 B

1년에 한 번씩 미용실을 가는 익스트림 유저 인터뷰



미용실 선택은 정착하고 싶은 미용실이 없었기에 상황적 방문과 SNS 탐색이 혼재된 방식으로 이루어짐

"1년 전에는 어디 미용실을 갔고 왜 그 곳으로 갔나요?"

"대전 동네 미용실을 갔었는데 그냥 아빠 볼일 볼 때 저도 따라가서 머리 자른다길래 그냥 잘랐어요. 그냥 아빠가 자르길래 저도 잘랐어요.

그 전에는 어... 그때 제가 관심있는 헤어스타일. 그러니까? 내가 지금은 약간 여름이라 좀 슬릭 느낌으로 치고 싶다 했잖아요. 그럼 거기다가 인스타 검색창에 '슬릭컷' 이렇게 쳐요. 그러면 이제 짝짝 뜨잖아요? 릴스가? 거기서 이제 몇 개 본 다음에 '아 여기가 마음에 드네.' 하고 보고 그 인스타 계정을 들어가서 그 후기를 다 찾아봐요. 그리고 만약에 거기가 괜찮다? 그러면 이제 가는 것 같아요. 그리고 예약은 아, 인스타는 네이버를 걸어놔요 항상. 네이버 그 지도 이런 거 보면 예약하기 있잖아요. 거기로 한 것 같아요.

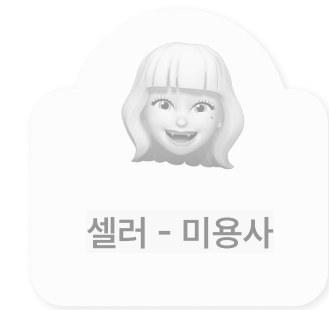
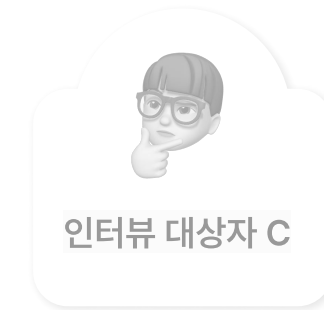
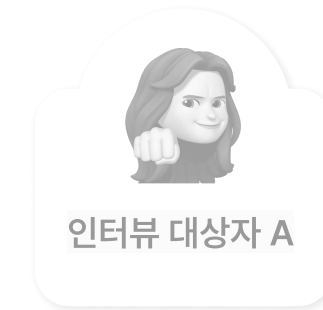
서울에 산지 한... 4년 정도 살았는데 이사를 많이 다녔기도 하고 근데 막 정착 제가 솔직히 말하면 마음에 드는 미용실이 그렇게 막 없는 거 같아요. 약간 저는 이제 탈색을 한 것도 아니니까 한 달에 한 번씩 갈 필요 없긴 하잖아요. 근데 막 여기가 너무 좋아서 이 쌤한테 계속 받고 싶다 이런 마음을 들 만큼의 만족도까지는 없는 그냥 그랬어요 그냥..."

여름추천
가벼운 스타일
슬릭레이어드컷의 모든것

중안부, 여기서 딱 가려요
슬릭인데 얼굴은 짧아 보이게

미우 시그니처 슬릭펌
헤어컨설팅+슬릭컷+슬릭펌
230,000
-45% 가격 할인 X
126,000

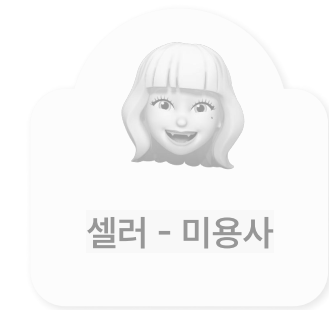
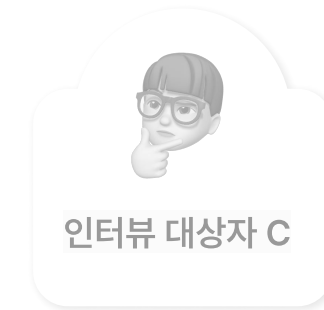
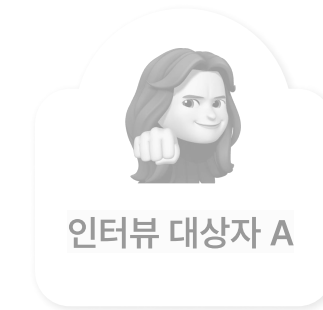
방금 본 미디어



시술 과정에서 간식을 제공하는 문화가 생기며, 과거에 비해 고객 서비스 수준이 향상되었다고 인식함

"본인에게 미용실은 어떤 공간인가요?"

"요즘은 약간 그런 거 해주잖아요, 그 기다리고 있으면 막 먹을 거 이런 거 주거나 아니면 커피 이런 거 주는 거 그게 제일 기억에 남은 것 같아요. 약간 좀... 좀 더 약간 나를 생각해 준다고 해야 되나? 오래 걸리는 너는... 약간 너(질문자) 같은 경우에는 이제 탈색 이런 거 오래 걸리니까 음료 이런 거 주니까... 근데 시술 받을 때 외에도 이제 나는 기다릴 때도 음료를 받은 적이 있긴 해요. 뭐 할튼 그래서 그거 보고 약간 좀 더 **고객한테 좀 더 맞춰주는** 듯한 느낌이 든다고 해야 되나? 옛날 보다? 약간 그런 느낌이 들어요."



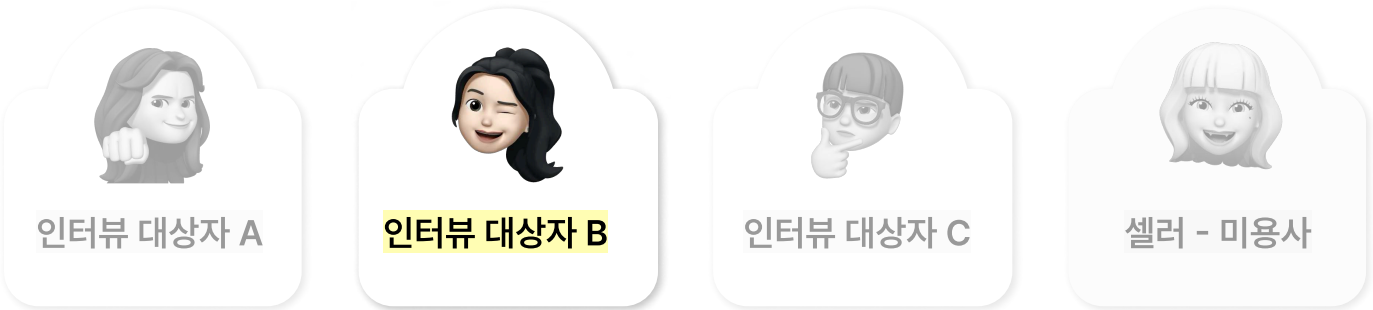
미용실은 외적 변화와 감각적 만족을 제공하는 공간

"본인에게 미용실은 어떤 공간인가요?"

"근데 한 번씩 막 **기분전환** 하고 싶을 때 머리 자른다고 하잖아요. 약간 그런 느낌으로 나 요즘 층이 많은 걸 하고 싶다 그러면 거기 가서 **이미지 변신?** 그런 느낌으로 가고 아니면 약간 끝나고 이제 머리 자른 다음에 좀 해주잖아요 그 케어를 그거 그대로. 그래서 **그거 하면 기분이 좋잖아요 하루 종일 솔직히 머리 이쁘니까.**

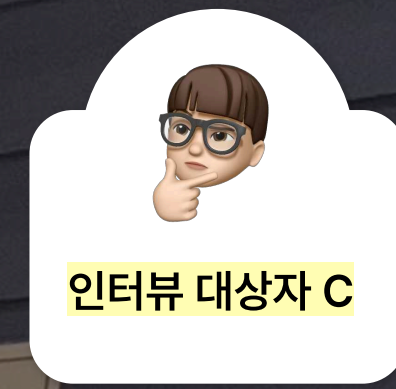
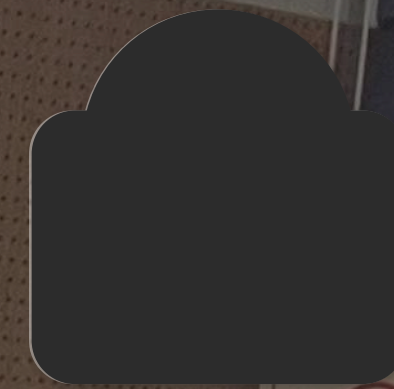
근데 저 약간 변태 같은 말일 수 있는데... 머리 다 자른 다음에 머리 고데기를 해주잖아요... 근데 남이 해주는 게 진짜 기분이 좋은 것 같아요. 약간 그거 받을 때 기분이 좋았어요. 그냥 약간 뭔가 꾸미는 느낌이 나서 그런가? 잘 모르겠는데? 그냥 내가 평소에 하던 거랑은 약간 느낌이 다르다고 해야 되나? **전문적**이라고 생각해서? 잘 모르겠는데... 그냥 하고 나면 기분 좋았는데? 그럼 **약간 예뻐져서 기분 좋기도 하고 남이 이렇게 머리 만져주는 게 기분이 좋기도 해요.** 제가 남이 머리 빗겨주는 거 좋아하거든요.

1년에 한 번씩 미용실을 가는 익스트림 유저 인터뷰



IN - DEPTH INTERVIEW

고객 인터뷰 대상자 정보



인터뷰 대상자 C



일시 : 2026. 04. 12.

대상 : 한 달에 한 번씩 머리를 하러 미용실에 방문하는 사람

특징 : 대학생

장소 : 스터디카페 스터디룸

시간 : 약 1시간 (55분) 진행

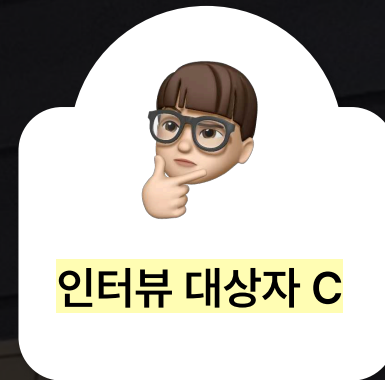
인터뷰 요약 정리

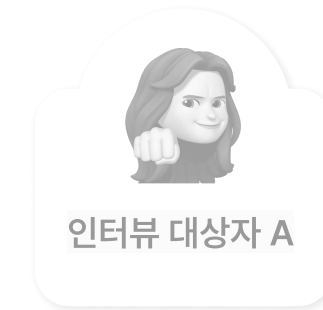
주요 조사 질문

- 자기소개 (나이대, 학생 여부, 주요 생활 패턴 등)
- 현재 다니고 있는 미용실의 방문 계기 및 방문 방식 (예약, 주기, 요청 방법 등)
- 미용사와의 관계 및 커뮤니케이션 방식에 대한 경험
- 미용실 선택 시 우선순위 및 기준 (만족도, 가격, 서비스 등)
- 타 미용실 방문 경험 및 현재 미용실과의 비교
- 만족스럽지 않은 결과물을 받았을 때의 대처 방식 및 감정

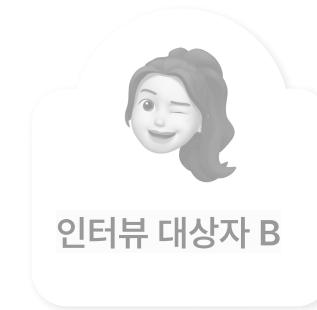
주요 조사 내용

- 요즘 삶이 반복적으로 느껴져 산책로나 음식을 다양하게 바꿔보고 싶다고 함. 그러나 익숙한 것을 선호하는 성향이 강해 미용실은 약 10년째 같은 곳을 다니고 있음
- 미용실은 예약제로 운영되며, 머리를 잘라야겠다는 생각이 들면 바로 전화 예약 후 방문함. 대기 없이 바로 입장 가능한 점을 만족스럽게 여김
- 평소에는 앞머리는 눈썹까지, 옆머리·구렛나루는 단정하게 정리하는 스타일로 고정되어 있음. 원하는 스타일이 있을 경우 사진을 직접 보여주거나 "전과 비슷하게" 요청함
- 미용사 선생님이 손님의 컨디션을 파악해 말을 많이 걸거나 조용히 배려해주는 방식이 심리적으로 편안하게 느껴진다고 함. 이를 "손님을 배려해주는 포인트"로 인식함
- 미용실 선택 기준은 ① 머리 스타일 만족도, ② 합리적인 가격, ③ 서비스의 편안함 순이라고 함. 학생이기 때문에 가격도 중요하게 고려하며, 취직 후에는 더 전문적인 곳도 고려해볼 의향이 있다고 함
- 타 미용실 방문 경험이 두 차례 있었는데, 한 곳은 너무 무심하고 빨리 끝내려는 느낌이었고, 다른 한 곳은 처음 방문인데 지나치게 많은 질문을 해서 부담스러웠다고 함. 현재 미용실은 두 극단의 중간으로 "심리적 편안함"이 있다고 표현함
- 커트 후 선생님이 "더 자를까요?"라고 한 번 더 확인해주는 과정이 있으며, 기장이 아쉬울 경우 추가 요청을 하기도 함. 마무리 드라이 단계에서 결과물에 대한 만족 여부를 판단한다고 함
- 결과물이 마음에 들지 않을 경우 직접적으로 말하지 못하고, 머리가 자랄 때까지 모자를 쓰는 방식으로 대처함. 최대 2주~한 달까지 모자를 착용한 경험이 있다고 함
- 중학생 시절 원하는 스타일이 나오지 않았을 때 감정을 숨기지 못하고 티를 냈던 경험이 있었는데, 그 이후 선생님이 더 집중해서 봐주시게 된 계기가 됐다고 함
- 미용실을 단순히 머리를 자르러 가는 곳이 아니라, 어린 시절부터의 성장 과정을 함께해온 선생님을 보러 가는 곳이기도 하다고 표현함. 의무감 없이 자연스럽게 다니는 공간으로 인식하고 있음
- 머리를 자르는 중에는 폰도 보지 않고 멍하니 있는 편이라고 함. 커뮤니케이션은 주로 자르기 전 단계에 집중됨

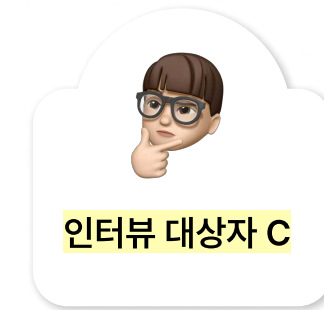




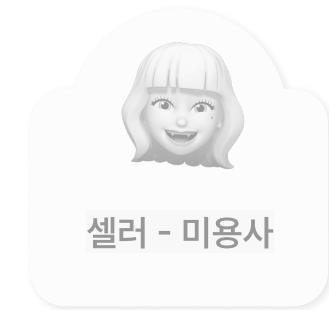
인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C

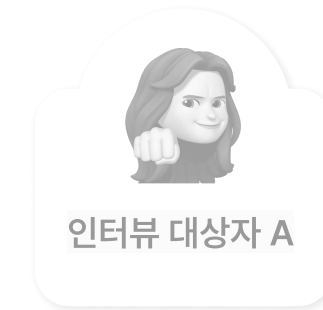


셀러 - 미용사

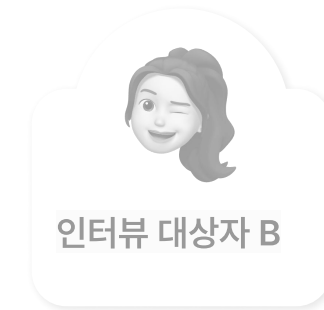
미용실 선생님께서 '배려'를 하신다고 느꼈던 지점 : 고객의 상황에 맞추어 말을 건네는 정도가 달랐음

"방금 말씀해주셨을 때 그 차이가 있는 거를 선생님이 인지를하시고 말을 덜 건다고 하셨는데 그렇게 포인트를 이렇게 포착하시는 게 어떻게 그걸 하시는 걸까요?"

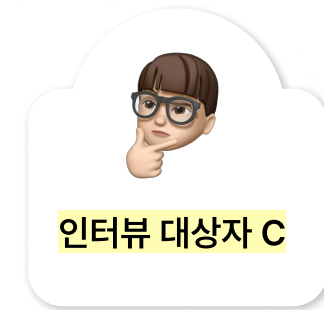
"일단 네 이거는 지극히 제 주관적인 생각인데 이제 저는 이용자이자 손님이잖아요. 저는 이제 미용실에 가면 서비스를 받는 입장인데. 아. 약간 선생님한테 **"배려"**를 받는 것 같아요. 저는 이제 굉장히 어렸을 때부터 뵈 분이니깐 저의 정말 오랜 시간 동안 이 머리를 잘라주신 분이래 사실 되게 친한데, 제가 먼저 말을 걸거나 제가 조금 그래도 먼저 인사를 드리면 그냥 같이 받아주시고 제가 인사를 조금 드렸는데 좀 피곤해 보이거나 저도 이제 시험 기간이거나 조금 **저도 상태가 안 좋아서 전날 잠을 못 잤거나 했을 때도 이제 미용실 예약이 있는 경우가 많으니까 그럴 때 이제 미용실에 가면 조용히 있으면 되게 그냥 또 그런 거를 배려해 주시는 영역인 것 같아요.**



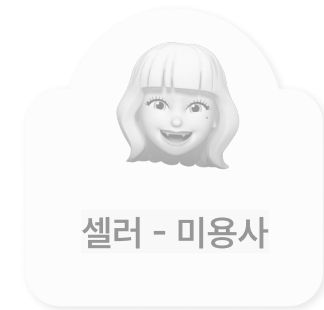
인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C



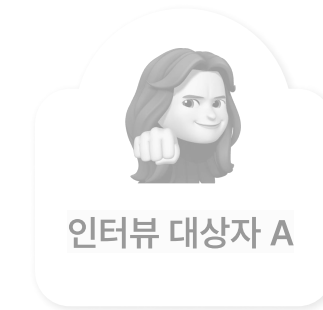
셀러 - 미용사

미용실에서 불편함을 느꼈던 경험 : '빨리빨리 끝냈던' 미용실과 '지나치게 많은 걸 물어봤던' 미용실

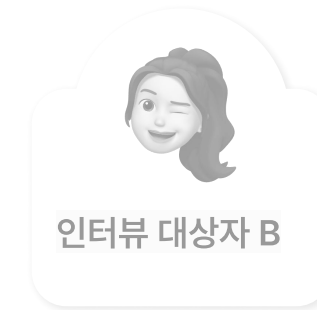
“혹시 불편함을 느꼈던 이전 미용실에서의 상황을 좀 더 자세히 얘기해 주실 수 있나요?”

“어떤 질문을 던졌는데 어떤 식으로 이야기를 했었나면, 이제 그 미용실에 갔는데 사실 그 방문했었던 미용실이 친구의 소개로, 그 친구의 머리 스타일이 너무 멋있어서 제가 소개를 받고 갔는데 머리는 되게 잘 자르셨는데 일단 편안함이 들지 않았던 게 첫 번째 같고 거기 계신 직원분도 그냥 되게 손님을 배려하기보다는 그냥 빨리 커트를 끝내고, 그냥 빨리 이렇게 **빨리 빨리** 하는 느낌도 들었고 그냥 그 서비스를 봤는데 내내 편하지 않았었던 것 같아요.

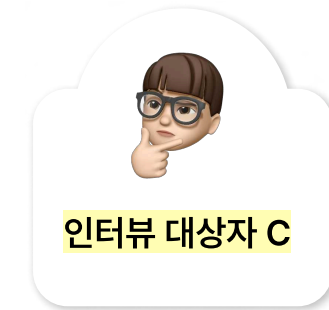
그리고 두 번째 기억은 이 분도 어쨌든 이 케이스도 제가 이제 친구한테 소개를 받고 간 미용실인데 거기서는 이제 제가 처음 가다 보니까 거긴 이제 조금 **회원제가 좀 되게 많은 미용실**이었는데 그 미용실에 갔을 때 **지나치게 많은 걸 물어보시더라고요**. 그냥 이렇게 대화가 끊이지 않았었던 것 같은데 저는 처음이다 보니까 조금 부담스러운 기억이 있네요.



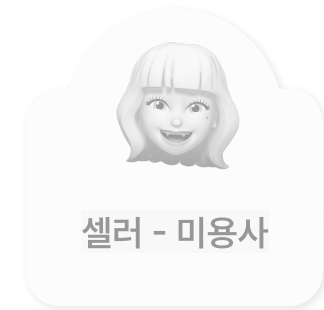
인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C

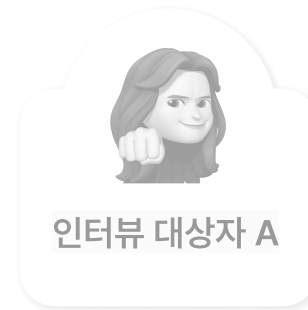


셀러 - 미용사

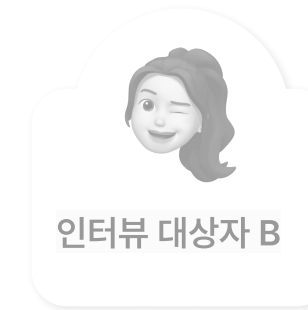
현재 미용실이 만족스러운 이유 : 포인트를 잘 맞춰주시며, 미용사 선생님과 오랜 시간 함께한 정이 있었음!

"지금 미용실이 만족스러운 이유가 무엇일까요? 혹시 그 이유를 자세히 들어볼 수 있을까요?"

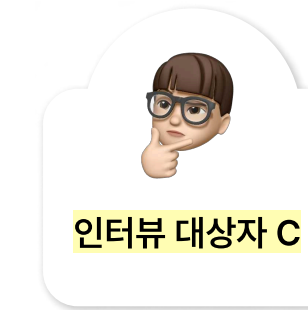
"저는 이 미용실을 다니면서 항상 결제를 하고 나서 굉장히 만족스러운 경우가 높은데요. 그게 가장 큰 요인인 것 같고요. 굉장히 오랜 시간 동안 제 머리를 잘라주셔서 제 포인트를 되게 잘 아시는 것 같아요. 저는 이제 미용실을 한 곳에서 쪽 오래 다녔는데, 네 다른 곳에 많이 안 가려고 하고 계속 같은 곳에 가려고 하는 이유는 일단 저는 앞서 말씀드렸듯이 익숙한 걸 되게 좋아해요. 그래서 제가 가지고 있는 스타일에서 만족감을 주니까 계속 같은 곳으로 가는 것 같고 그리고 그 안에 여러 가지 요인들 가운데 뭔가 미용사 선생님과의 정도 있는 것 같아요. 멀리 이사를 가지 않는다면 같은 미용실로 계속 갈 것 같다는 생각이 들어요. '심리적인 편안함'이 있는 것 같아요. 그래서 계속해서 방문을 하게 되는 것 같고.."



인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



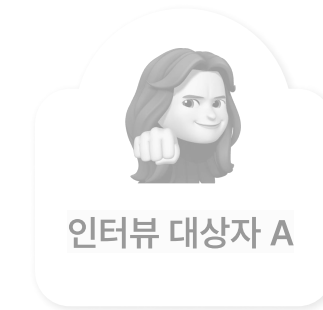
인터뷰 대상자 C



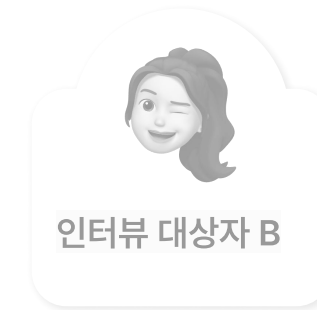
셀러 - 미용사

현재 미용실이 만족스러운 이유 : 포인트를 잘 맞춰주시며, 미용사 선생님과 오랜 시간 함께한 정이 있었음!

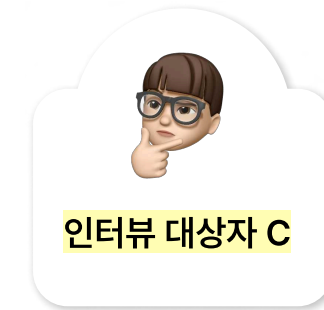
“처음에 잘랐을 때 굉장히 만족스럽게 잘라주셨는데, 그 다음 그 다음 계속 방문을 했었을 때도 뭔가 제가 원하는 스타일에 맞게 잘라주셨고, **그 안에서 심리적으로 편안함도 있었고** 제가 실제로 그렇게 스타일이 조금 이런 스타일을 원한다라는 그런 기준이 있었던 정보와, 굉장히 어렸을 때부터 제가 가지고 있었던 고충들을 이미 알고 계시니까.. 그래서 사실 음식점을 가도 단골인 음식점은 특정 손님이 오면은 이 손님에 대한 특성이 어느 정도 파악이 되잖아요. 저는 미용실도 같은 맥락일 것 같다는 생각이 들거든요. 그래서 음식점에 갔을 때 단골 손님이 어떤 걸 원하고 어떤 특성을 가지고 있는지에 대해서 알 수 있듯이 미용실도 똑같이 자주 방문하거나 오랫동안 제 손님 같은 경우에는 **아 이 손님은 이런 성향이 있고 이런 경향이 있지** 하는 거를 되게 빨리 아시는 것 같아요. 왜 그러냐면 이제 제가 대기를 하고 있었는데 굉장히 말하는 걸 되게 좋아하시는 손님이 계셨었는데 그분한테는 정말 그분의 성향에 맞게 계속해서 말씀을 하시더라고요, 끊이지 않고.. 그게 조금 **배려를 많이 해주시는 포인트**라고 느꼈어요.”



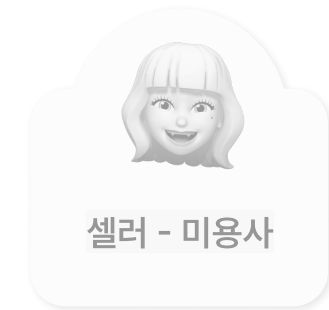
인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C

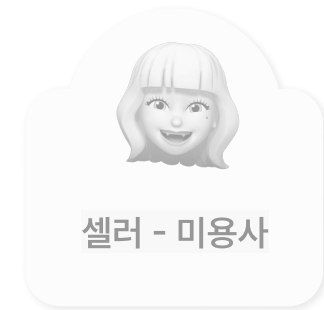
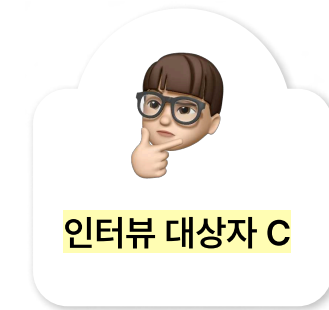
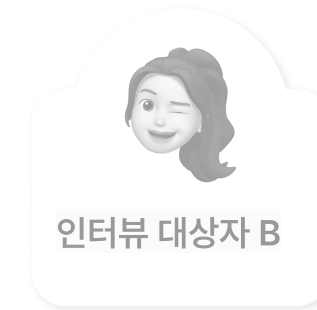
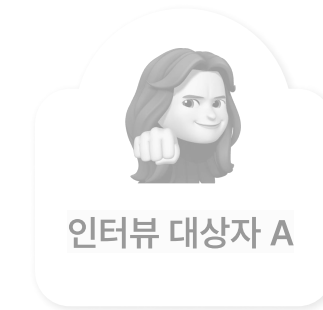


셀러 - 미용사

미용실 안에서의 경험 : 커트와 펌을 여쭙보시고, 커트를 끝낸 이후 '더 자를지' 추가로 여쭙보시는 과정이 있었음!

"미용실 안에서의 경험을 자세히 말씀해주시겠어요?"

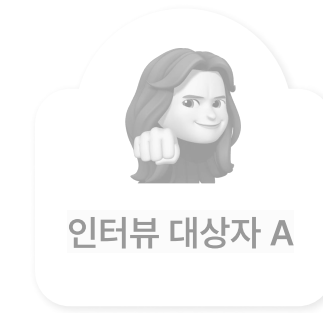
"일단 들어가면 네 앞서 말씀드렸다시피 예약제에다 보니까 진짜 거의 대다수의 상황들이 거의 시간에 맞춰서 입장이 가능했고 들어가면 이제 옷을 주시면 옷을 입고 **바로 의자에 앉아서 네 이제 커트를 할지 펌을 할지 여쭙봐요.** 근데 사실 저는 항상 같은 미용실에서 펌을 하기 때문에 이 펌이나 커트를 하기 전 전달에 전 지난달에 갈 때 다음 달에는 커트를 하고 그 다 다음 달에 펌을 할 것 같다 이거를 말씀드리거든요. 그래서 이제 방문을 하면은 펌을 해야 될 때는 좀 자세하게 말씀을 드리는 편이고, 왜냐하면 펌은 좀 스타일을 명확하게 말씀을 드려야 되는 게 맞다고 생각을 해서 아 커트도 이제 제가 늘 자르는 방식대로 이제 말씀을 드리는 편이에요. 그러면 바로 그냥 그 자리에서 잘라주시고 샴푸까지 해주시고 알려주신 다음에 제 **다 마치면은 한번 더 여쭙보세요. "혹시 지금 이렇게 잘랐는데 여기서 더 자를까요 아니면 어떻게 할까요?"** 라고 여쭙봤을 때 이제 한 번은 옆에 기장이 너무 덜 잘려서 기장을 좀 더 잘라달라고 요청드리면 또 잘라주시기도 하시고. 이제 만족스러우면 충분한 것 같다고 말씀드리면은 이제 계산을 하고 집에 가는 게 미용실에서 있는 시간이에요."



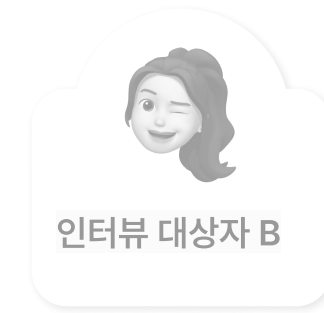
마음에 안들었던 첫 머리 경험, 그럼에도 포인트를 맞춰주려고 하셨던 선생님의 모습에서 점점 정을 발견함.

그 당시에 이제 한 몇 달째 거의 다녔을 때 거의 초기 때쯤에 제가 이 미용실을 갔었을 때 머리 스타일이 제가 원하는 대로 안 된 적이 있었거든요. 근데 그때 제가 너무 어리고 너무 미숙하다 보니까 이게 좀 화를 많이 낸 게, 티가 많이 났어요. 그냥 “이 머리가 아닌 것 같아요.” 이런 말씀을 이제 선생님께 드리고 이제 그 안에서 뭔가 표정을 이제 숨기지 못하고 아 너무 거울을 봤는데 안 좋게 흘러가고 있었어요. 그때가 14살, 15살 이때쯤인 것 같은데 그때 이제 그렇게 제가 한창 어린 면을 보이면서 그런 티를 내셨을 때도 선생님께서 언제 아 이제 이렇게 ‘죄송하다’ 사과를 해주시고 하셨는데도 막 마음이 안 풀리고 하는 걸 보면서, 아 내가 쉬운 손님은 아니구나라고 (선생님께서서는) 생각이 드셨을 것 같아요. 그게 이제 처음 계기로 선생님이 이후에 제 머리를 더 집중력으로 열심히 봐주셨는데 저는 그러한 포인트가 제가 지금 성인이 되어서도 계속 가게 되는 요인인 것 같고, 뭔가 어떻게 보면은 미용실은 제가 정기적으로 가는 곳이지만 제가 굉장히 어렸을 때부터 다니던 곳이다 보니까 저의 성장 과정을 다 아시는 거예요. 제가 고등학교 때 입시했었던 거 대학교 다니는 거 이 모든 과정들을 다 아시니까 뭔가 그 안에서 인간적인 정도 많이 든 것 같아요. 미용실이 미용을 하러 가는 곳이지만 그거 이외에도 선생님을 보러 가는 느낌도 있고 다른 곳을 갈 생각이 잘 안 드는 곳이기도 하고 그런 정이 좀 있는 곳이고 ... 지금의 제 모습이 있을 때까지 이 변화를 그래도 보신 분이니까 그래서 조금 더 익숙함과 정과 여러 가지 요인들이 있어서 지금의 미용실을 선택하는 게 가장 큰 요인 것 같아요.

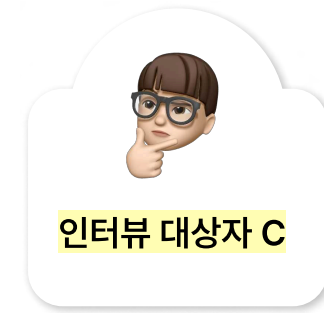
한 달에 한 번씩 미용실을 가는 익스트림 유저 인터뷰



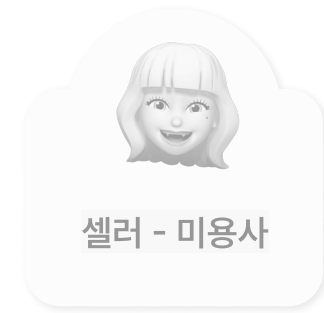
인터뷰 대상자 A



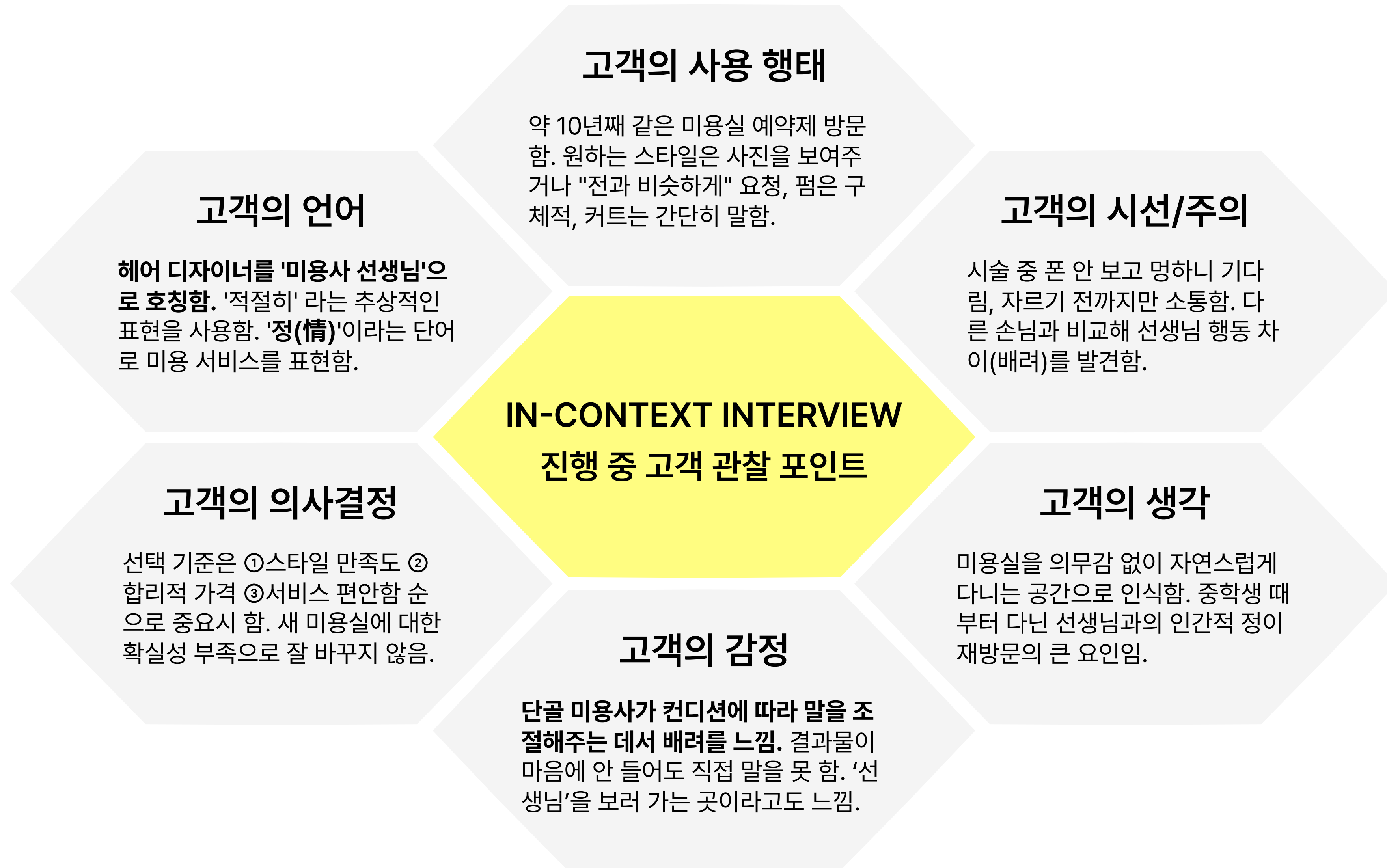
인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C



셀러 - 미용사



IN - DEPTH INTERVIEW

셀러 인터뷰 대상자 정보



일시 : 2026. 04. 08.

대상 : 헤어 디자이너 2명 (경력 3년 반)

특징 : 이대 근처 미용실 '준오헤어' 근무

장소 : 준오 헤어 이대역점

시간 : 약 45분 진행

인터뷰 요약 정리

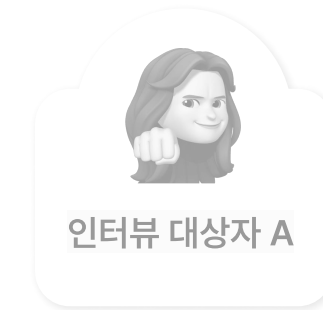
주요 조사 질문

- 자기소개 (경력, 담당 고객 연령층 및 성별 등)
- 고객이 미용실을 방문하는 이유 및 시술 주기에 대한 인식
- 고객 상담 시 사진 활용 방식 및 니즈 파악 방법
- 시술 중 고객 성향(대화 선호 여부, 감정 상태 등) 파악 기준
- 단골 손님이 재방문하는 이유 및 신규 고객 유입 경로
- 가격 투명성 및 시술 제안 방식에 대한 디자이너의 고민

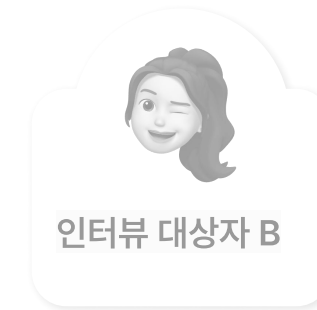
주요 조사 내용

- 고객 방문 이유는 약속 전 스타일링, 오랫동안 못 잘라서 정리, 기분 전환, 셀프 커트 실패 수습, 면접 준비 등 매우 다양
- 고객이 사진을 가져올 경우 말보다 훨씬 상담이 수월하다고 함. 사진에서 마음에 드는 포인트를 먼저 물어보고, 고객의 모질·두상·기장을 고려해 가능 여부를 판단하는 것이 디자이너의 핵심 역량이라고 함
- 사진과 동일한 결과물이 나오지 않을 수 있는 경우, 사전에 미리 고지하느냐 여부가 만족도의 핵심 차이라고 함. 설명 없이 결과물이 다르면 고객은 디자이너 실력의 문제로 인식할 수 있다고 함
- 고객이 대화를 원하는지 여부는 질문에 대한 답변이 단답으로 끝나는지, 역질문으로 이어지는지, 눈을 감고 있는지 등으로 파악한다고 함. 말을 걸지 말지는 이 반응을 보고 결정한다고 함
- 드라이 전후 결과물 차이에서 고객 리액션이 가장 크다고 함. 특히 여성 고객의 경우 드라이 후 만족도가 크게 올라가며, 마무리 스타일링이 재방문(콜백)을 결정하는 가장 중요한 단계라고 함
- 남성 고객은 드라이·스타일링에 크게 신경 쓰지 않고 빨리 끝내길 원하는 경우가 많다고 함. 연령이 낮을수록 다양한 스타일을 시도하고, 연령이 높을수록 기존 스타일을 유지하려는 경향이 있다고 함
- 단골 재방문 이유는 디자이너별로 다르며, 남성 고객은 머리 결과 만족도와 접근성(집과의 거리)이 컸고, 여성 고객은 디자이너와 스타일 취향이 맞을 때 재방문으로 이어진다고 함
- 신규 고객 유입 경로는 과거에는 방문이 많았으나 현재는 네이버·인스타그램 등 SNS가 가장 큰 비중을 차지한다고 함. 디자이너 개인의 포트폴리오 사진과 리뷰 내용이 선택에 영향을 미친다고 함
- 가격 제안 시 고객의 외형, 옷차림, 직업 등을 참고해 어느 선까지 제안할지를 판단한다고 함. 필요한 것만 정확히 설명하고 전문적인 근거를 함께 제시하는 것이 납득도와 만족도를 높이는 방식이라고 함
- 기억에 남는 손님으로, 서로 다른 사진 10장을 가져와 상담이 30분 이상 지속됐던 고객이 있었다고 함. 모발 상태상 케어 없이는 원하는 결과물이 나오기 어렵다고 설명했으나 "자신 없으신 거죠?"라는 말에 순간 감정이 올라온 경험이 있다고 함
- 반대로 해외 거주 고객이 귀국 중 방문해 펌 시술 후 매우 만족했고, 이후 이모·딸·할아버지 등 가족 전원을 데려온 경험이 가장 뿌듯했던 순간으로 꼽았다고 함
- 고객이 보내는 가장 좋은 반응은 "여태까지 했던 머리 중 가장 마음에 들어요"라는 말이며, 자발적인 리뷰 작성이나 지인 소개로 이어질 때 가장 큰 보람을 느낀다고 함. 진짜 웃음과 형식적인 웃음은 입꼬리와 광대 위치로 구분할 수 있다고 함
- 기술만으로는 살아남기 어려운 시대가 됐으며, 상담력·설명력·서비스까지 갖춰야 한다는 것을 느낀다고 함. 소극적인 성격의 디자이너도 이 과정에서 말하는 방식이 달라지게 된다고 함





인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



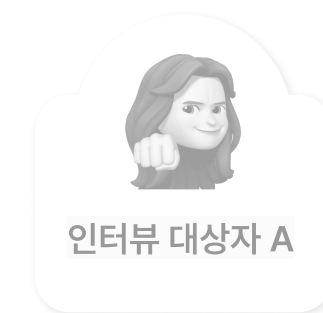
인터뷰 대상자 C



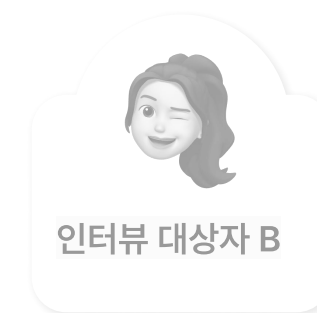
셀러 - 미용사

고객의 기대 이미지와 실제 결과 간 차이를 사전에 설명하는 것이 중요함 (모질의 차이 설명)

“좀 그의 경우 여러 가지인데 가장 표적인 거라고 생각하면 고인께서 걸 봤을 때 예뻐 보인다면 다들 표정이 좋거나 만족하셨던 것 같아요. 아니면 가지고 온 사진이랑 생각했던 이미지가 딱 맞아떨어지는 거죠 이런 느낌 원했던 거 맞아요. 이럴 때 제일 만족하셨던 것 같아요. 이게 워낙 자기가 생각한 이미지랑 이제 사진 이미지는 다를 수가 있거든요. 그 사람 사진에서는 모질이 정말 좋은 모질이어서 이쁘게 표현이 되는데, 그 사람 모의 모질이 술이 없어서 똑같이 제현이 불가능한 할 수가 있단 말이에요. 그래서 거기서 나오는 결과물에 대한 실망이 있을 수 있잖아요. 이것을 설명을 미리 하고 이게 괜찮고 사전에 고지를 할 경우에 그게 문제가 미리 말을 하냐 안 하냐 그 차이. 똑같이 될 수는 없기 때문에 미리 사전 고지를 하냐 안 하냐 이게 차이가 큰 것 같아요.”



인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C

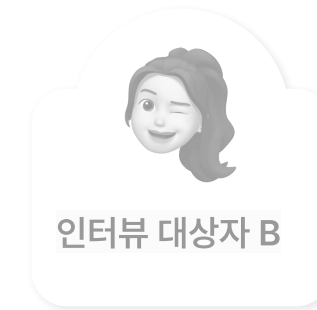
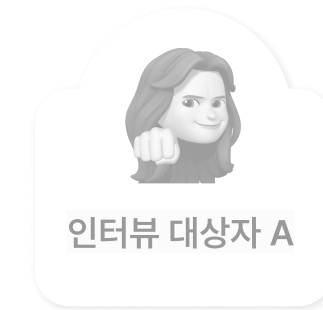


셀러 - 미용사

사진을 활용한 상담은 고객과 디자이너 간 이미지 왜곡을 줄여줌

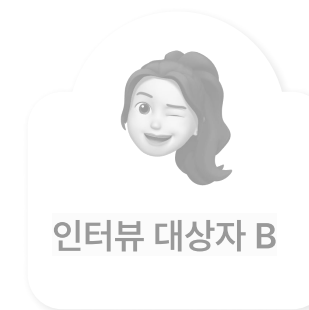
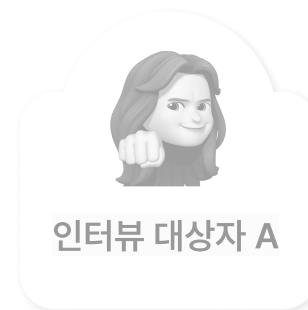
"이게 어떻게 보면은 저희 디자이너의 과제인 것 같아요. 그거를 받았을 때 어떻게 받아들이는지에 따라서 그 사람의 실력 이든 아니 능력이든 이렇게 보여진다고 생각이 들고, **그 사진을 보고 보통은 아무것도 없이 추상적으로 말하는 것보다 사진을 봤을 때 훨씬 더 헤어 디자이너들이 더 좋아요. 왜냐면은 말로 했을 때 사람이 생각하는 그 이미지가 전달이 왜곡이 될 수 있거든요.** 정확히 표현이 어려워서 근데 뭔가 사진을 봤을 때는 같이 보고 있는 거기 때문에 좀 더 뚜렷하게 된다, 이렇게 그래서 먼저 그게 좀 더 쉽고요. 그리고 이 사진을 보고 그냥 사람마다 해석하기 나름인 것 같아요."

"맞아요. 이제 디자이너의 능력인데 저 같은 경우에는 **그냥 그 이미지를 봤을 때 예뻐 보이는 점을 여쭙봐요.** 이 사진을 고른 이유가 있을 거란 말이야. 했을 때 그 사진의 포인트를 잡고 아 이 부분을 마음에 들어 하셨구나, 그 부분에 대해서 설명을 하면서 이 그 사진이 가능할지 안 할지(를 봐요) 이제 가지고 있는 모발이 길이라든지 이게 다 다를 수가 있단 말이에요. 모질이라든가 그거를 파악하는 게 그 디자이너의 능력이라고 생각을 하고요. **그거를 뭔가 조금 말로 잘 설명해주고 고객님이랑 어울리는 스타일 보는 제안을 다른 걸 해드릴 수도 있고..**"



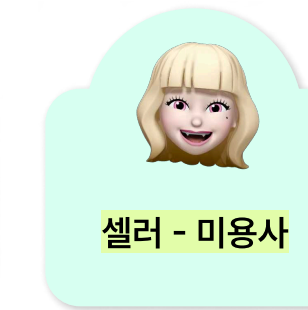
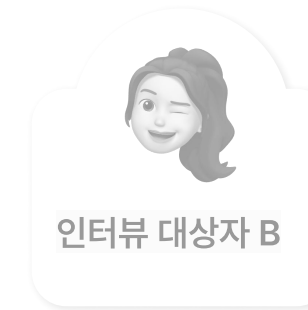
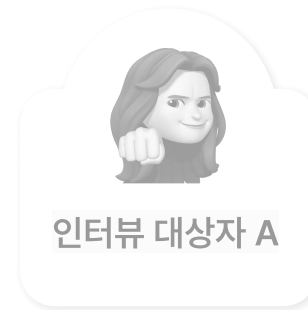
대화 반응과 행동을 통해 고객이 원하는 상호작용 수준을 판단함

“제가 질문을 했을 때 그 질문을 역으로 저한테 돌아오면은 계속 말을 이어나가고 질문에서 단답으로 끝나면 저 이상 말을 걸지 않아요. 그리고 거의 봤을 때 커트하시 눈 감고 계신 분들이 있어요. 그분들 쉬고 싶어 하는 뜻이어가지고 그런 전 그 포인트에서 말을 걸지 말지 정해요. 뭔가 대화를 했을 때 대화가 이어진다는 뭔가 대화를 하고 싶은 건 대화가 끊기는 느낌이 든다. 라고 했을 때 대화를 하기 싫어하시는구나 라는 생각을 해서 몇 번 뭔가 던졌을 때 들어오는 답변을 듣고 그 반응으로 좀 느끼고서 것 같아요. 그럼 이제 거울로도 약간 표정의 변화라든지 쉬고 싶든지 약간 눈을 감는 것도 그렇고 약간 이 사람이 말을 뭔가 아 네 네 좋아요.. 하는데 살짝 그냥 뭔가 좀 단답 같은 느낌으로만 준다는 걸로 약간 대화를 이어나가고 싶은지 아닌지를 판단하는.. 자고 계시거나 가만히 그냥 끝날 때까지 그냥 눈 감고 계시거나 쉬고 그냥 오로지 그냥 머리만 받으러 오신 분이어서 근데 그게 나쁘지만 그게 디자이너들도 성격이 다양하단 말이야. 말을 안 하고 싶은 디자이너들도 있어요. 그런 분이 오시면은 오히려 조용히 머리만 할 수 있으니까 그거에 집중할 수 있으면... 저도 멀티가 잘 안 돼서 가끔은 머리만 빨리 할 수 있고..”



'가격 투명성', 불필요한 권유보다 필요한 시술에 대한 명확한 설명을 선호함

“예전에는 선생님들이 하라는 대로 다 하는 느낌이 컸단 말이에요. 근데 요즘에는 SNS가 발전하다 보니까... 과거 이력에서도 어디 가서도 담탱이 쉬운 것처럼 그런 느낌을 받으신 분들도 있고 되게 다양하단 말이에요. 그래서 그걸 어떻게 잘 설명하냐가 저의 숙제인 것 같고 저 같은 경우에는 제 저희 매장 선생님들 다 양심적으로 하기 때문에 정확한 것만 제안을 해드려요. **사실 왜냐면 고객님들이 이제는 바보가 아니란 말이에요.** 자기한테 뭐가 필요한지 뭐가 안 좋은지 다 알고 같은 것들 했을 때 어떤 효과가 있고 큰 걸 다 거의 대부분 알기 때문에 **진짜 필요한 것만 정확히 설명해서 전문적인 지식의 내용을 조금 포함해서 해드리면은 납득을 하시는 분은 하시더라고.** 아니면은 그래 한번 이번 마지막으로 믿어보자 하고 하시는 분들도 있고.. 그랬을 때 당연히 만족도가 높아요. 계속 오게 되시고 경우는 있는거죠.”



손님과 직접 소통하고 제안하는 순간, 고객의 특성과 예산을 고려한 맞춤형 제안이 중요함

“정확히 설명하고 제안하는게 제일 중요한 거 같아요. 소통할 때 잘 설명하고 전 사진이랑 비교를 하면서, 두상이랑 모질이랑 다 그냥 뭐가 다른 건지 뭘 해야 이렇게 나오는지 설명을 하죠. 그냥 가격이 제일 민감한 부분인 것 같아요. 괜히 과하게 하면은 이제 그 사람은(손님은) 약간 너무 과하게 제안한다고 느끼기 때문에 최소한의 이제 그분이 약간 낼 수 있는 최소한의 가격이란 게 있잖아요. 조금 파약을 하는 것 같아요. 그 사람이 약간 외형이나 입고온 옷 스타일 그런 걸 보고 살짝 조금 살짝 어디까지 제안해도 괜찮을까? 생각하죠. 뭔가 손님들은 그런 프로필 보고 뭔가 보는 것처럼, 똑같이 헤어 디자인 너분들도 손님을 보고 약간 프로필 보듯이 살짝 분들은 어쨌든 당연히 돈이 없을 수밖에 없기 때문에 너무 큰 제안을 하기 보다는 조금만 최소한 일단 이런 식으로 하는 것 같아 직장인이 당연히 그 살짝 더 나을 수 있고 하고..”

“요즘에 머리만 잘해서 되는 게 아닌 시대가 온 같아요. 왜냐면 SNS든 상담이든 모든 것들 다 갖추고 거기다 서비스도 포함되잖아요. 기술직들이 그래서 이걸 다 잘해야 살아남을 수 있는 시대가 됐기 때문에 이제 기술만으로는... 그래서 약간 성격도 되게 바뀌는 것 같아요. 이러면서 이런 것들(서비스들) 다 해야 되기 때문에 소극적인 사람들도 대화를 할 수 있어야 되고, 제안을 해야 되고, 설명해야 되니까 말을 또 조리있게 잘해야 되는.. 성격도 바뀌는 경우도 있더라고요.”



인터뷰 대상자 A



인터뷰 대상자 B



인터뷰 대상자 C



셀러 - 미용사

손님이 주는 가장 기분 좋은 리액션

“뭐 문장이라고 하면은 **“여태까지 했던 머리 중에 가장 마음에 들어요!!”** 이 문장.

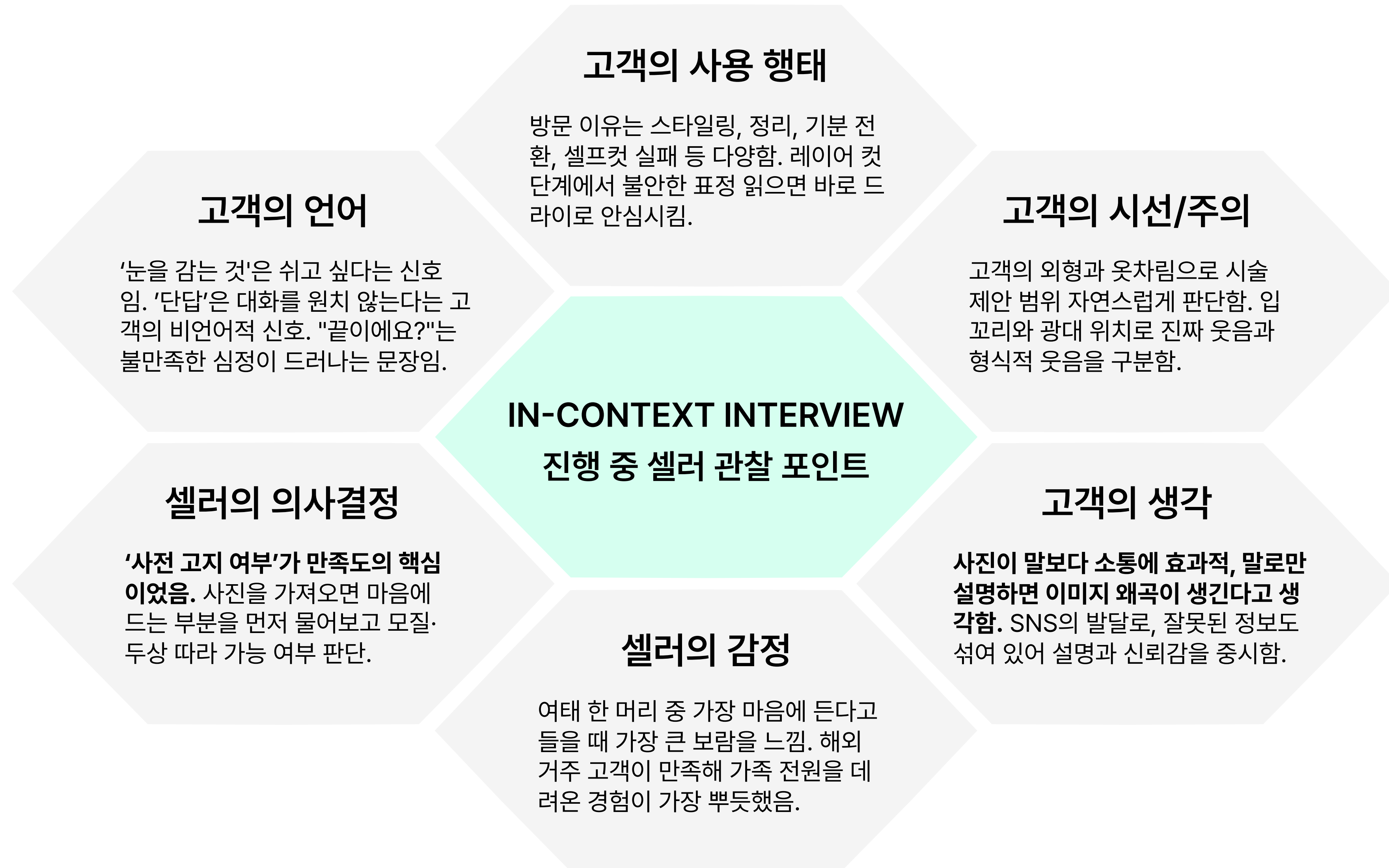
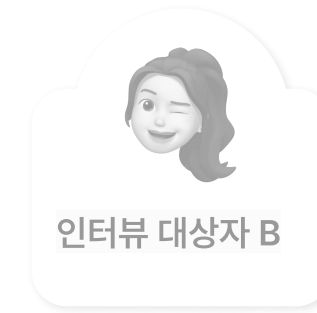
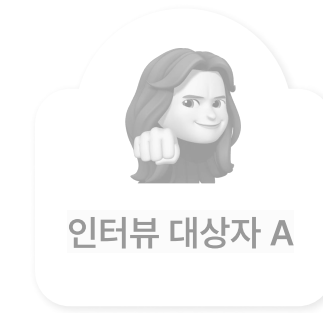
저도 딱 생각나는 게 이 말이었어요. 말 아니더라도 살짝 표정이라든지 이런 것도 있어 제스처로 **계속 막 머리 만진다든지, 거울을 보면서 되게 웃으시는 분, 되게 웃어요. 웃거나 엄청 행복한 표정을 지으세요.** 그것만으로도 만족하죠. 마음에 드세요? 물었을 때, 딱 마지막에 **“아 너무 마음에 들어요!”** 웃으시는 분들 이 가짜 웃음인지 진짜 웃음인지 보이거든요. 보면 입꼬리가 살짝 췌해요. 내려가서 웃는 건지 올라가서 웃는 건지 광대 위치랑 약간 이런 걸로 살짝 가짜 웃음, 진짜 웃음인지 알죠. 떨어름한 웃음인지.. 이게 알잖아요 떨어름한 웃음이 (저희도) 뭔지 알잖아요. 힘줘서 웃으려 하는.. **진짜 웃음은 처음에 진짜, 이빨 10개 다 보이거든요.** 이거는 진짜 배우가 아닌 이상 드러나는 거죠. 형식적인 느낌이란 진심으로 진짜 마음에 드신 것.. 막 **거울샷**을 갑자기 찍으신다던가, 사진 찍어달라고 부탁을 안드렸는데도 **갑자기 리뷰를 남겨주겠다**는 거, 또 너무 마음에 들어서 **친구들한테 꼭 소개해주겠다** 했을 때 이 소개로 오면은 그게 진짜 큰 행복인 것 같아요. 사실은 얼마나 마음에 들었으면 소개시켜줬을까, 아니면 주변에서도 너무 마음 예뻐 보였으니까 나도 그렇게 하고 싶었구나.. 약간 이런 것들 게 제일 큰 것 같아요. 그렇게 오시면 정말 친해집니다. 그런 지점이 좀 재밌었던 것 같아요.

말투를 툭툭 던지듯이 말하고, 예를 들면 뭔가 그냥 마음에 안 들면은 직설적으로 말하셨던 거 같기도 하고 **“뭐, 다 된 거예요?”** 이런 식으로..”

“맞아요.. **“여기 여기 조금 더 달라지시면 안 돼요? 끝이에요?”** 막 그런 뉘앙스 약간 그런 느낌..

“어디가 조금 됐으면 좋겠다.. 약간 이런 여기 좀만 더 하면 좋을 것 같아요” 이런 말?”

'준오헤어' 헤어 디자이너 2명 셀러 인터뷰



PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 씌운 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 썩은 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 썩은 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 썩은 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 씌운 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 씌운 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT | 고객이 미용실에서 무엇을 불편하게 느끼는지, 직접 알아보았습니다.

01

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

02

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탕이 씌운 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

03

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에
너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

04

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

05

(머리 시술 후) 정확히 어떤 지점이 마음에 들지 않는지 말씀을 드리기에 눈치가 보여,
만족스러운 척을 해야하는 순간이 불편하게 느껴졌다.

PAINPOINT 1

(중간에 거울을 보며) 원하는 사진 스타일과 다른 모습에 속으로 걱정하며 기다렸으나
시술 마무리 후, 우려했던 모습의 결과가 나와 더 큰 실망스러움을 느꼈다.

“처음에 사진을 제가 보여드렸을 때 제 머리가 좀 짧은 편이었어요. 근데 이제 이 스타일은 머리가 그래도 조금은 길어야 돼서 원래 파마를 하면은 머리 기장이 더 짧아지거든요. 그래서 제가 사실 선생님께 말씀을 드렸는데 **그 사진 속에 머리가 된다고 말씀을 하셔서 아 믿고 이제 머리를 했는데 제 예상과 같이 너무 머리가 짧게 나온 거예요.** 근데 사실 그런 경우에는 방법이 없는 것 같아요.

“이 미용실을 갔었을 때 머리 스타일이 제가 원하는 대로 안 된 적이 있었거든요. 근데 그때 제가 너무 어리고 너무 미숙하다 보니까 이게 좀 화를 많이 낸 게, 티가 많이 났어요. 그냥 “이 머리가 아닌 것 같아요.” 이런 말씀을 이제 선생님께 드리고 이제 그 안에서 뭔가 표정을 이제 숨기지 못하고, **아 중간에 거울을 봤는데 너무 안 좋게 흘러가고 있었어요.”**

거의 마무리 단계면 한 드라이 마무리 드라이기 마무리 드라이 할 때요. 그때 이제 근데 사실 안 예쁜 머리는 없고 이제 **기장이 너무 짧게 잘리거나 머리 스타일이 그래도 제가 생각한 그런 스타일대로 안 잘리면은 (결과 나왔을 때)** 그때는 조금 티가 많이 나는 것 같아요.

“난 근데 사진도 막 **3장 4장** 들고 갔어. 그래서 엄청 열심히 설명을 했는데 결과물이 이렇게 되는데 살짝 당황했어... 레이어드 컷이었거든. 근데 내가 그때 **층을 좀 세세하게 내달라고 했어. 이 사진을 보고 이거 약간 머리 스타일로 설명해서 내가 미용인이 아니니까 최대한 최대한 이렇게 술을 좀 많이 층을 세세하게 내주세요 이렇게 말을 했는데** 중간에만 좀 많이 잘라버린 거지. 이제 거의 단발급으로 이제 거기만 집중적으로 잘라서 **망했어.”**

PAINPOINT 2

시술 과정 중, 가격이 달라질 수 있는 추가 제안을 받았을 때
덤탱이 썩은 것 같은 느낌이 들어서 불쾌함을 느꼈다.

“(시술 권유를 받았을 때) 린스가 되게 머릿결이 좋다든지 이런 권유 받아본 적 있지만 사지 않았어요. 그런 권유 받았을 땐 제가 꼬인 건지는 모르겠는데 덤탱이 썩우려 한다 하는 느낌이 있어요.”

“특히 손님들 과거 이력에서도 어디 가서도 덤탱이 쉬운 것처럼 그런 느낌을 받으신 분들도 있고 되게 다양하단 말이에요. 그래서 그걸 어떻게 잘 설명하냐가 저의 숙제인 것 같고...”

“그냥 가격이 제일 민감한 부분인 것 같아요. 괜히 과하게 하면은 이제 그 손님은 약간 너무 과하게 제안한다고 느끼기 때문에, 정확히 설명하고 제안하는게 제일 중요한 거 같아요.”

“사실 왜냐면 고객님들이 이제는 바보가 아니란 말이에요. 자기한테 뭐가 필요한지 뭐가 안 좋은지 다 알고 같은 것들 했을 때 어떤 효과가 있고 큰 걸 다 거의 대부분 알기 때문에 진짜 필요한 것만 정확히 설명해서 전문적인 지식의 내용을 조금 포함해서 해드리면은 납득을 하시는 분은 (재방문) 하시더라고요.”

PAINPOINT 4

미용 시술 중, 손님으로서 1:1로 충분히 케어받고 있다는
느낌을 받지 못해 실망스러웠다.

“직원분도 그냥 되게 손님을 배려하기보다는
그냥 빨리 커트를 끝내고, 그냥 빨리 이렇게 빨리
빨리 하는 느낌도 들었고 그냥 그 서비스를
받는데 내내 편하지 않았었던 것 같아요.

“음 약간 중간에 자르다가 ‘아 잠시만요.’ 하면
서 저기 멀리로 가버린다거나 한 손님한테 제
대로 집중하지 못하는 경우? 그 미용실에 직
원이 그 사람밖에 없어서 계산을 해주러 간다
거나 그런 거는 상관이 없는데 여러 직원이 있
는데도 불구하고 한 손님한테 집중하지 못하
고 여기저기 돌아다니는 모습에 실망하는 것
같아요.”

지금 현재 다니고 있는 미용실보다 가격대가
더 있음에도 친절함을 느끼진 못했던 것 같아
요. 근데 그 포인트가 되게 뭔가 세심한 포인
트인데 그냥 제가 이제 질문을 드렸을 때 뭔
가 그거에 대한 답변이 뭔가 조금 아쉬웠었던
적이 있었고..

NEEDS | 미용실에서 입 밖으로 꺼내지 않았던 마음, 그 안의 진짜 욕구를 발견했습니다.

01

(처음 방문하는 미용실을 고를 때) 내가 원하는 헤어스타일을
구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

02

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

03

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는
세심한 대우를 받고 싶다.

04

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해,
이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

NEEDS | 미용실에서 입 밖으로 꺼내지 않았던 마음, 그 안의 진짜 욕구를 발견했습니다.

01

(처음 방문하는 미용실을 고를 때) 내가 원하는 헤어스타일을
구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

02

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

03

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는
세심한 대우를 받고 싶다.

04

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해,
이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

NEEDS | 미용실에서 입 밖으로 꺼내지 않았던 마음, 그 안의 진짜 욕구를 발견했습니다.

01

(처음 방문하는 미용실을 고를 때) 내가 원하는 헤어스타일을
구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

02

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

03

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는
세심한 대우를 받고 싶다.

04

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해,
이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

NEEDS | 미용실에서 입 밖으로 꺼내지 않았던 마음, 그 안의 진짜 욕구를 발견했습니다.

01

(처음 방문하는 미용실을 고를 때) 내가 원하는 헤어스타일을
구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

02

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

03

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는
세심한 대우를 받고 싶다.

04

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해,
이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

NEEDS | 미용실에서 입 밖으로 꺼내지 않았던 마음, 그 안의 진짜 욕구를 발견했습니다.

01

(처음 방문하는 미용실을 고를 때) 내가 원하는 헤어스타일을
구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

02

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

03

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는
세심한 대우를 받고 싶다.

04

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해,
이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

NEEDS | 미용실에서 입 밖으로 꺼내지 않았던 마음, 그 안의 진짜 욕구를 발견했습니다.

01

(처음 방문하는 미용실을 고를 때) 내가 원하는 헤어스타일을
구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

02

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

03

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는
세심한 대우를 받고 싶다.

04

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해,
이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

NEEDS 2

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다
조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

“그 사람 사진에서는 모질이 정말 좋은 모질이어서 이쁘게 표현이 되는데, 그 사람 모의 모질이 술이 없어서 똑같이 제현이 불가능한 할 수가 있단 말이에요. 그래서 거기서 나오는 결과물에 대한 실망이 있을 수 있잖아요. 똑같이 될 수는 없기 때문에 미리 사전 고지를 하냐 안 하냐 이게 차이가 큰 것 같아요.”

“다 마치면은 한번 더 여쭙보세요. “혹시 지금 이렇게 잘랐는데 여기서 더 자를까요 아니면 어떻게 할까요?” 라고 여쭙봤을 때 이제 한 번은 옆에 기장이 너무 덜 잘려서 기장을 좀 더 잘라달라고 요청드리면 또 잘라주시기도 하시고...”

“(고객이 마음에 안들었을 때의 반응) 여기 여기 조금 더 달라지시면 안 돼요? 끝이에요?” 막 그런 뉘앙스 약간 그런 느낌.. “어디가 조금 됐으면 좋겠다.. 약간 이런 여기 좀만 더 하면 좋을 것 같아요” 이런 말?”

“마음에 안 들면 원하는 스타일이 아니라고 그래도 얘기하는 편이고 이거를 좀 이렇게 바꿔주실 수 있나요? 라고 물어봐요. 그러면 ‘그렇게 바꾸면 기장이 좀 더 짧아지고 그러는데 괜찮으실까요?’ 이렇게 질문이 돌아오죠. 그러면 그냥 ‘괜찮아요’ 라고 해요. ... 추가적인 요청을 드리면 미용사 분이 처음엔 좀 당황하죠...”

MENTAL MODEL | 사람들이 불편함을 느끼는 근본적인 이유를 알아보기 위해, 멘탈모델을 살펴보았습니다.

01

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로
재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

02

고객은 후기에서 마음에 드는 헤어스타일 사진을 발견했을 때,
해당 미용실에 방문하고 싶다는 생각이 커지는 경향이 있다.

03

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

04

고객은 지불한 비용만큼의 만족스러운 서비스와 결과를
기대하는 경향이 있다.

MENTAL MODEL | 사람들이 불편함을 느끼는 근본적인 이유를 알아보기 위해, 멘탈모델을 살펴보았습니다.

01

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로
재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

02

고객은 후기에서 마음에 드는 헤어스타일 사진을 발견했을 때,
해당 미용실에 방문하고 싶다는 생각이 커지는 경향이 있다.

03

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

04

고객은 지불한 비용만큼의 만족스러운 서비스와 결과를
기대하는 경향이 있다.

MENTAL MODEL | 사람들이 불편함을 느끼는 근본적인 이유를 알아보기 위해, 멘탈모델을 살펴보았습니다.

01

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로
재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

02

고객은 후기에서 마음에 드는 헤어스타일 사진을 발견했을 때,
해당 미용실에 방문하고 싶다는 생각이 커지는 경향이 있다.

03

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

04

고객은 지불한 비용만큼의 만족스러운 서비스와 결과를
기대하는 경향이 있다.

MENTAL MODEL | 사람들이 불편함을 느끼는 근본적인 이유를 알아보기 위해, 멘탈모델을 살펴보았습니다.

01

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로
재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

02

고객은 후기에서 마음에 드는 헤어스타일 사진을 발견했을 때,
해당 미용실에 방문하고 싶다는 생각이 커지는 경향이 있다.

03

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

04

고객은 지불한 비용만큼의 만족스러운 서비스와 결과를
기대하는 경향이 있다.

MENTAL MODEL | 사람들이 불편함을 느끼는 근본적인 이유를 알아보기 위해, 멘탈모델을 살펴보았습니다.

01

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로
재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

02

고객은 후기에서 마음에 드는 헤어스타일 사진을 발견했을 때,
해당 미용실에 방문하고 싶다는 생각이 커지는 경향이 있다.

03

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

04

고객은 지불한 비용만큼의 만족스러운 서비스와 결과를
기대하는 경향이 있다.

MENTAL MODEL | 사람들이 불편함을 느끼는 근본적인 이유를 알아보기 위해, 멘탈모델을 살펴보았습니다.

01

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로
재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

02

고객은 후기에서 마음에 드는 헤어스타일 사진을 발견했을 때,
해당 미용실에 방문하고 싶다는 생각이 커지는 경향이 있다.

03

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

04

고객은 지불한 비용만큼의 만족스러운 서비스와 결과를
기대하는 경향이 있다.

MENTAL MODEL 1

고객은 자신이 가져온 레퍼런스 사진이 원하는 결과를 안정적으로 재현해줄 것이라 기대하는 경향이 있다.

“아줌마 한 분이 계셨긴 한데 그분은 이제 정말 다 다른 사진 열 장을 가져오셨단 말이에요. 다 다른 사진.. 기장도 다 다르고 사이도 다 다른 거였는데 제게 이런 느낌들을 하고 싶으시다고 설명하셨어요.”

“처음에 사진을 제가 보여드렸을 때 제 머리가 좀 짧은 편이었어요. 근데 이제 이 스타일은 머리가 그래도 조금은 길어야 돼서 원래 파마를 하면은 머리 기장이 더 짧아지거든요. 그래서 제가 사실 선생님께 말씀을 드렸는데 그 사진 속에 머리가 된다고 말씀을 하셔서 **아 믿고** 이제 머리를 했는데 제 예상과 같이 너무 머리가 짧게 나온 거예요. 근데 사실 그런 경우에는 방법이 없는 것 같아요.

“거의 마무리 단계면 한 드라이 마무리 드라이기 마무리 드라이 할 때요. 그때 이제 근데 사실 안 예쁜 머리는 없고 이제 기장이 너무 짧게 잘리거나 머리 스타일이 그래도 제가 생각한 그런 스타일대로 안 잘리면은 (결과 나왔을 때) 그때는 조금 티가 많이 나는 것 같아요.”

“난 근데 사진도 막 3장 4장 들고 갔어.
그래서 엄청 열심히 설명을 했는데 결과물이 이렇게 되는데 살짝 당황했어... 레이어드 컷이었거든. 근데 내가 그때 층을 좀 세세하게 내달라고 했어. 이 사진을 보고 이거 약간 머리 스타일로 설명해서 내가 미용인이 아니니까 최대한 최대한 이렇게 술을 좀 많이 층을 세세하게 내주세요 이렇게 말을 했는데 중간에만 좀 많이 잘라버린 거지. 이제 거의 단발급으로 이제 거기만 집중적으로 잘라서 망했어.”

MENTAL MODEL 3

고객은 자신의 헤어스타일에 대한 불만을 이야기해도
결과가 크게 달라지지 않을 것이라고 생각하는 경향이 있다.

“사실 이미 머리카락이 잘렸는데 그 안에서 결과물이 좋지 않아도 사실 상황이 바뀌는 게 없잖아요. 그래서 그런 경우에는 **그냥 선생님한테 말씀은 안 드리고** 그냥 머리가 자랄 때까지 그냥 기다리는 편인 것 같아요. 사실 네 뭐 직접적으로 머리가 좀 별로다라는 말을 저는 못하고 네 또 그렇게 하기도 좀 그렇고...”

“아니 근데 그때 아빠도 있어가지고 아빠는 옆에서 약간 사기친건지 모르겠는데 막 엄청 잘 어울린다 막 이러는거예요. 약간 혼자서 가스라이팅... 아니 근데 제가 너무 당황했던 게 제 머리를 아예 파마처럼 뽀글뽀글하게 만들어놓은 거예요. 그걸 보고 너무 당황스러운거예요. 이게 맞나 싶었는데 옆에서 애들이 되게 너무 마음에 든다고 막 그러는 거예요.”

“(머리가) 마음에 안 들지만 아 괜찮은 거 같아요.. 이런 식으로 얘기해. 근데 나는 **약간 표정관리가 잘 안 돼가지고 약간 표정에 다 드러날 거 같긴 해.** 근데 이제 보통은 이제 아 괜찮아요 마음에 들어요.. 이렇게 말하긴 하지.”

“(머리가 마음에 안드는 손님은) **보면 입꼬리가 살짝 써해요.** 내려가서 웃는 건지 올라가서 웃는 건지 광대 위치랑 약간 이런 걸로 살짝 가짜 웃음, 진짜 웃음인지 알죠. 떨어름한 웃음인지.. 이게 알잖아요 떨어름한 웃음이 (저희도) 뭔지 알잖아요. 힘줘서 웃으려 하는지...”

A hairdresser is styling a client's long, wavy, light brown hair. The hairdresser is using a black blow dryer and a black round brush. The client is wearing a dark red top. The background is a blurred hair salon setting.

앞선 니즈와 페인포인트, 멘탈모델을 바탕으로
디자인 기회 영역을 도출해보았습니다

만족도 영향력

WOW factor

처음 요청했던 머리 스타일을 받으며 기다리는 와중에도, 나의 머리가 예상에 맞게 잘 진행되고 있다는 확신을 얻고 싶다.

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다 조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는 세심한 대우를 받고 싶다.

Low priority

Core driver

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해, 이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

(처음 방문하는 미용실을 고를 때)
내가 원하는 헤어스타일을 구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

Must Have

미용 시술 중, 손님으로서 미용사분이 나에게 100% 집중해주시길 바란다.

예상했던 가격과 실제 결제 금액의 차이가 없었으면 좋겠다.

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에 너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

중요도

만족도 영향력

WOW factor

처음 요청했던 머리 스타일을 받으며 기다리는 와중에도, 나의 머리가 예상에 맞게 잘 진행되고 있다는 확신을 얻고 싶다.

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다 조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

"손님으로서, 나를 끝까지 책임지고 있다는 느낌을 받고 싶어요."

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는 세심한 대우를 받고 싶다.

Low priority

Core driver

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해, 이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

(처음 방문하는 미용실을 고를 때)
내가 원하는 헤어스타일을 구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

"만족스러운 결과와 확실한 실력을 원해요."

Must Have

미용 시술 중, 손님으로서 미용사분이 나에게 100% 집중해주시길 바란다.

예상했던 가격과 실제 결제 금액의 차이가 없었으면 좋겠다.

"시술을 받을 때 마음이 불편하지 않았으면 좋겠어요."

(처음 가는 미용실에 방문했을 때) 미용사분께서 시술 중에 너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

중요도

만족도 영향력

WOW factor

처음 요청했던 머리 스타일을 받으며 기다리는 와중에도, 나의 머리가 예상에 맞게 잘 진행되고 있다는 확신을 얻고 싶다.

시술 결과가 마음에 들지 않더라도, 불만족한 채 끝나기보다 조금이라도 개선된 상태로 마무리되기를 원한다.

“손님으로서, 나를 끝까지 책임지고 있다는 느낌을 받고 싶어요.”

미용실이라는 공간에서 고객으로서 존중받으며, 나에게 맞춰주는 세심한 대우를 받고 싶다.

Low priority

Core driver

추구하는 분위기에 맞는 헤어스타일링을 통해, 이전보다 더 나은 모습으로 변화하고 싶다.

(처음 방문하는 미용실을 고를 때)
내가 원하는 헤어스타일을 구현해줄 수 있는, 실력이 보장된 미용실을 찾고 싶다.

“만족스러운 결과와 확실한 실력을 원해요.”

Must Have

우리가 주목할 부분은,

고객이 불편하다고 느끼지는 않지만 해결되면 만족도를 끌어올려줄 수 있는 '**WOW factor 영역**'을 우선 집중하여 영역을 선정하고, 이에 맞는 디자인 기회영역을 정의하고자 합니다.

예상했던 기
차이가

(처음 가는
시술 중에 너무 많은 질문을 던져 부담스러웠다.

중요도

WOW FACTOR에서 뽑은

인사이트 & 시사점

01

기본적인 신뢰 요소는 반드시 안정적으로 제공되어야 한다.



주관적인 소통 오류를 막고 요구사항과 가격을 눈으로 확인할 수 있는 '헤어스타일 주문서' 설계

02

고객에게 '기술 과정의 불확실성'을 낮춰주는 장치가 필요하다.



미완성된 머리를 마주하는 불안감을 없애기 위해, 다른 고객의 중간 과정 및 최종 결과물 사진을 기술 중에 보여주는 '과정 안심 레퍼런스' 설계

03

대기 시간에도 나를 잊지 않고 계속 관리해주고 있다는 확신을 얻고 싶다.



계약 없는 방치감이 아닌, 케어 단계 시점을 알 수 있도록 하는 '예측 가능한 대기 구조' 설계

04

고객은 결과가 완벽하지 않아도 '책임지는 태도'에서 만족감을 느낀다.



완성 직전 피드백을 반영해, 책임감을 행동으로 보여주는 '참여형 마무리 프로세스' 설계

인사이트와 시사점을 바탕으로

기회 영역 도출

주관적인 소통 오류를 막고 요구사항과 가격을 눈으로 확인할 수 있는 '헤어스타일 주문서' 설계

시각적 데이터 기반 사전 오더
시술 전 기장, 스타일, 예산 등의 요구사항을 시각적 데이터로 명확히 입력받고 합의하여, 커뮤니케이션 오류를 방지하고 서비스 단가에 대한 신뢰도를 높이는 UX 기회 영역

미완성된 머리를 마주하는 불안감을 없애기 위해, 다른 고객의 중간 과정 및 최종 결과물 사진을 시술 중에 보여주는 '과정 안심 레퍼런스' 설계

과정 포함 비포 & 애프터 제공
고객이 원하는 스타일의 비포, 중간 과정, 애프터 사진을 순서대로 보여주어, "시술 중 모습이 조금 낯설어도 결국 예쁘게 완성된다"는 확신과 안심감을 주는 UX 기회 영역

계약 없는 방치감이 아닌, 케어 단계 시점을 알 수 있도록 하는 '예측 가능한 대기 구조' 설계

예측 가능한 대기 시간 관리
시술 중 홀로 남겨지는 시간 동안 디자이너의 다음 확인 시간을 명확히 안내하여, 고객이 방치된다는 느낌을 지우고 지속적으로 케어받고 있다는 경험을 제공하는 UX 기회 영역

완성 직전 피드백을 반영해, 책임감을 행동으로 보여주는 '참여형 마무리 프로세스' 설계

고객 주도적 최종 스타일 보완
시술 완성 전, 고객이 원하는 결과물과 실제 상태의 간극을 확인하고 적극적으로 피드백을 반영하여 최종 만족도를 극대화하는 UX 기회 영역

미용 시술 상황 별

기회 영역 도출



시각적 데이터 기반 사전 오더

시술 전 기장, 스타일, 예산 등의 요구사항을 시각적 데이터로 명확히 입력받고 합의하여, 커뮤니케이션 오류를 방지하고 서비스 단계에 대한 신뢰도를 높이는 UX 기회 영역



과정 포함 비포 & 애프터 제공

고객이 원하는 스타일의 비포, 중간 과정, 애프터 사진을 순서대로 보여주어, "시술 중 모습이 조금 낯설어도 결국 예쁘게 완성된다"는 확신과 안심감을 주는 UX 기회 영역



예측 가능한 대기 시간 관리

시술 중 홀로 남겨지는 시간동안 디자이너의 다음 확인 시간을 명확히 안내하여, 고객이 방치된다는 느낌을 지우고 지속적으로 케어받고 있다는 경험을 제공하는 UX 기회 영역

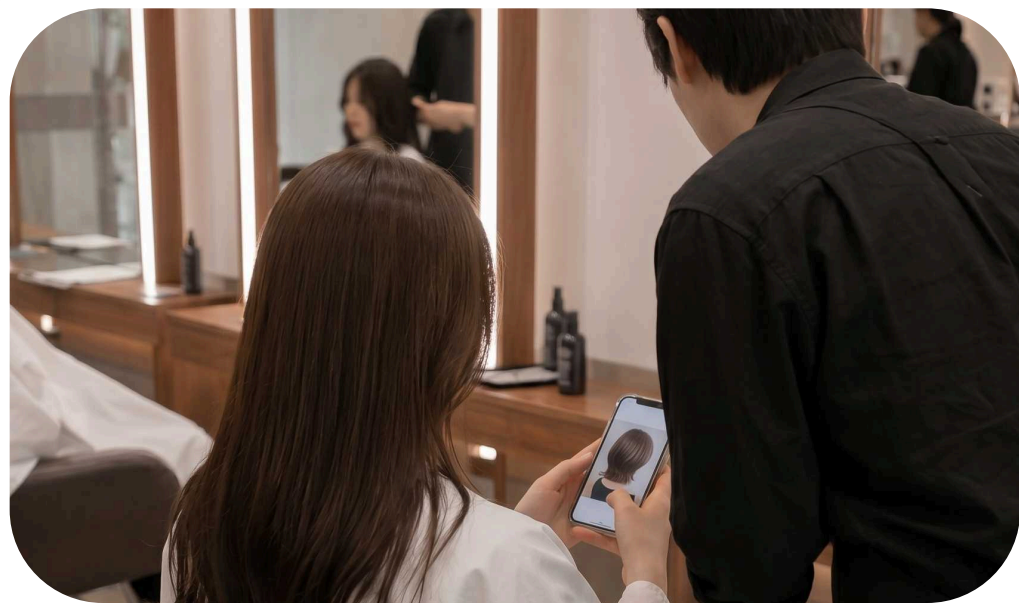


고객 주도적 최종 스타일 보완

시술 완성 전, 고객이 원하는 결과물과 실제 상태의 간극을 확인하고 적극적으로 피드백을 반영하여 최종 만족도를 극대화하는 UX 기회 영역

기회 영역 도출을 바탕으로

디자인 방향성 도출



시각적 데이터 기반 사전 오더



과정 포함 비포 & 애프터 제공



예측 가능한 대기 시간 관리



고객 주도형 최종 스타일 보완



처음부터 확실하게,
헤어 스타일 오더 앱

완성 과정 미리 보기,
'헤어 변신 타임라인'

'스마트 미러'로
확인하는 시술 과정
네비게이터

완성 직전 스타일 점검,
스마트 피드백 시스템

기회 영역 도출을 바탕으로

디자인 방향성 설명

처음부터 확실하게, 헤어 스타일 오더 앱

고객이 기장과 컬 정도, 추가 시술을 앱에서 이미지로 미리 고르게 합니다. 미용실에서 얼마가 나올지 몰라 조마조마하거나 '바가지 씌우는 느낌'을 받는 심리적인 번거로움을 사전에 줄여, 마음 편하고 간편하게 주문할 수 있도록 디자인합니다.

완성 과정 미리 보기, '헤어 변신 타임라인'

내 머리가 어떻게 완성될지 불안할 때, 똑같은 머리를 했던 다른 사람들의 비포 & 애프터나 과정 사진을 바로 보여줍니다. 시술 중에도 후기 사진을 신속하게 얻어서 '과정이 보통 이렇구나'하며 안도감을 심어줄 수 있도록 디자인합니다.

'스마트 미러'로 확인하는 시술 과정 네비게이터

미용실 의자에 꼼짝없이 앉아있어야 하는 고객의 상황에 맞춰, 눈 앞에 있는 스마트 미러로 필요한 정보를 그 자리에서 보여줍니다. 다음 시술 과정이나 미용사분이 언제 확인하러 오는지 등의 단계별 유용한 안내 문구를 띄워줌으로써, 안심하고 다음 과정을 기다릴 수 있도록 디자인합니다.

완성 직전 스타일 점검, 스마트 피드백 시스템

시술 마무리 80% 단계에서 어떤 식으로 개선되면 좋겠는지 스마트폰 앱을 통해 직접 의견을 말하게 하여, 내 머리스타일에서 보완하고 싶은 점을 말할 수 있도록 디자인합니다.

디자인 방향성, 첫 번째

기회 영역별 디자인 방향성

처음부터 확실하게, 헤어 스타일 오더 앱

완성 과정 미리 보기, '헤어 변신 타임라인'

'스마트 미러'로 확인하는 시술 과정 네비게이터

완성 직전 스타일 점검, 스마트 피드백 시스템

서비스 개요

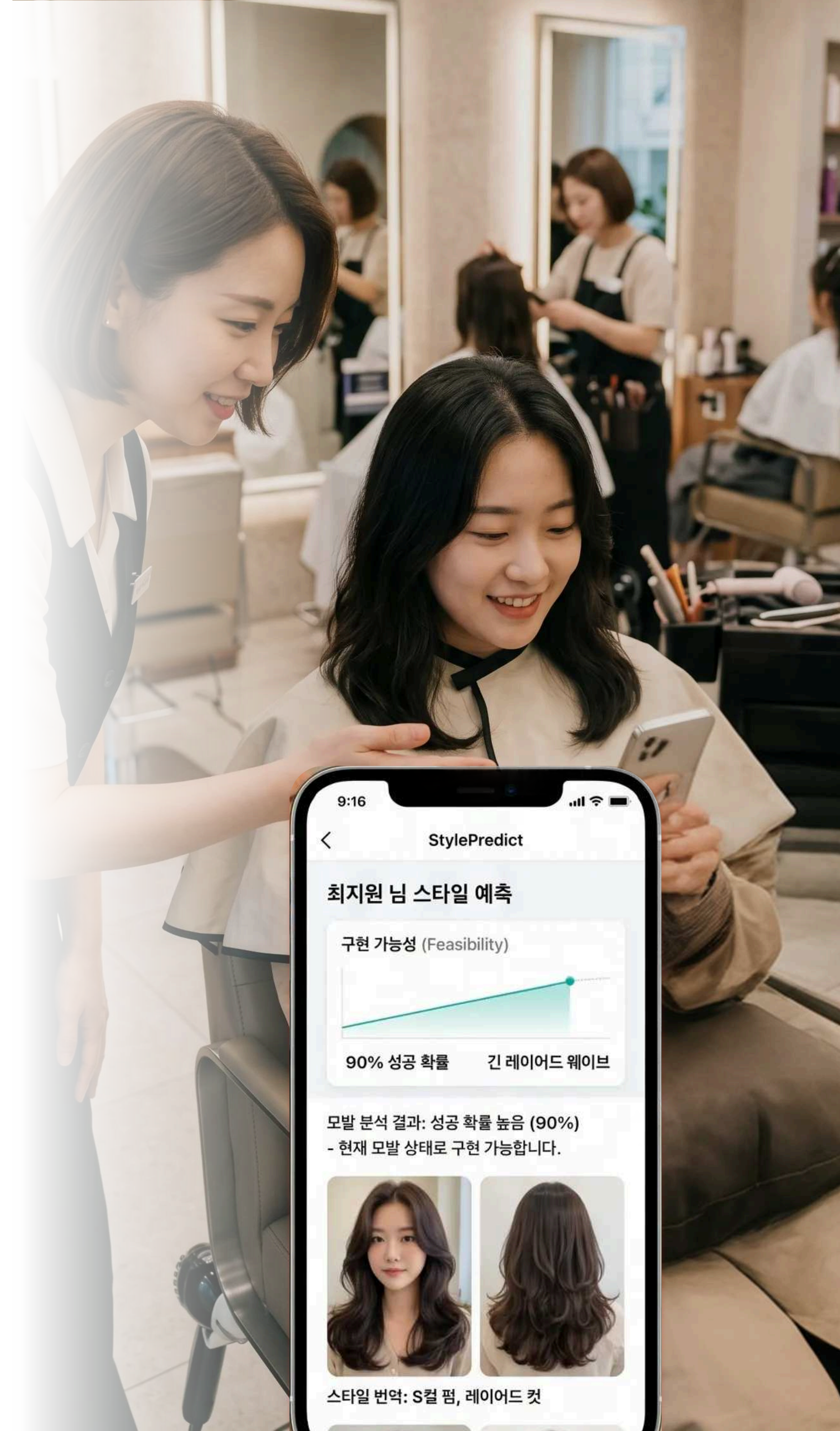
고객이 미용실 앱 오더를 통해 원하는 헤어 스타일을 정확하게 전달하고 소통할 수 있도록 돕는 UX

주요 기능

- 1 스타일 예측 모드**
본인의 모발 상태를 촬영하고 시술 이력 체크 후, 원하는 머리 기장과 헤어 스타일, 추구하는 분위기가 모두 담긴 레퍼런스 사진 몇 장을 업로드하면, 앱이 분석하여 현재 모발 상태에 따라 구현 가능한 정도를 예측하고 안내하는 기능이다.
- 2 스타일 번역**
고객이 말로 표현한 추상적인 요구를 구체적인 헤어스타일로 해석하고, 이에 적합한 레퍼런스를 제안하여 고객과 미용사 간의 원활한 소통을 돕는 기능이다.

기대 효과

- 고객에게 사전에 구현 가능성을 안내해 기대와 다른 결과물로 생기는 불만 감소
- 고객과 디자이너가 서로 다른 이미지를 떠올리는 소통 오류 감소



디자인 방향성, 두 번째

기회 영역별 디자인 방향성

처음부터 확실하게, 헤어 스타일 오더 앱

완성 과정 미리 보기, '헤어 변신 타임라인'

'스마트 미러'로 확인하는 시술 과정 네비게이터

완성 직전 스타일 점검, 스마트 피드백 시스템

서비스 개요

고객이 거울 앞 태블릿 모니터를 통해 유사한 시술 사례의 전·중·후 사진을 확인하여, 시술 과정의 낯선 모습을 이해할 수 있도록 돕는 UX.

주요 기능

- 1 시술 과정 미리보기**
현재 진행 중인 시술과 동일하거나 유사한 시술을 경험한 고객들의 시술 전·중·후 사진을 단계별로 제공하는 기능. 고객은 자신과 비슷한 모발 상태 및 원하는 스타일의 실제 사례를 확인하며, 시술 과정에서 나타나는 중간 단계의 모습이 최종 결과로 어떻게 변화하는지 살펴볼 수 있다. 또한 현재 받고 있는 시술 단계와 유사한 과정 사진을 함께 제공하여 시술이 정상적으로 진행되고 있음을 이해하고, 최종 결과를 보다 구체적으로 예측할 수 있도록 돕는 기능이다.

기대 효과

- 유사한 시술 사례와 과정 사진을 제공하여 시술 과정에서 발생하는 불안감 감소
- 실제 고객 사례를 기반으로 결과를 이해할 수 있도록 하여 시술 과정에 대한 신뢰도 향상



디자인 방향성, 세 번째

기회 영역별 디자인 방향성

처음부터 확실하게, 헤어 스타일 오더 앱

완성 과정 미리 보기, '헤어 변신 타임라인'

'스마트 미러'로 확인하는 시술 과정 네비게이터

완성 직전 스타일 점검, 스마트 피드백 시스템

서비스 개요

고객이 스마트 미러를 통해 현재 진행 중인 시술 단계, 예상 소요 시간, 향후 진행될 시술 과정을 실시간으로 확인할 수 있는 UX

주요 기능

- 1

내 시술 현황 보기

고객이 선택한 시술에 포함된 전체 과정을 순서대로 보여주고, 현재 진행 중인 단계와 앞으로 진행될 단계를 실시간으로 안내하는 기능. 각 단계별 예상 소요 시간과 남은 시간을 함께 제공하며, 대기 시간이 긴 시술 단계에서는 미용사가 보통 몇 분 간격으로 상태를 확인하는지에 대한 안내 문구를 표시한다. 또한, 고객 앞 화면을 통해 다음에 진행될 시술 내용을 미리 알려주어 시술 과정이 정상적으로 진행되고 있음을 인지할 수 있도록 돕고, 시술 과정에 대한 불안감을 줄일 수 있도록 지원하는 기능이다.

기대 효과

- 미용사의 확인 주기 및 예상 소요 시간 안내를 통해 방치된다는 느낌 감소
- 고객이 자신의 차례와 남은 과정을 예측할 수 있게 하여, 막연한 기다림으로 인한 불안감 해소



디자인 방향성, 네 번째

기회 영역별 디자인 방향성

처음부터 확실하게, 헤어 스타일 오더 앱

완성 과정 미리 보기, '헤어 변신 타임라인'

'스마트 미러'로 확인하는 시술 과정 네비게이터

완성 직전 스타일 점검, 스마트 피드백 시스템

서비스 개요

고객이 헤어 시술 마무리 단계에서 원하는 스타일에 대한 수정 의견을 직관적으로 전달하고, 미용사와 원활하게 소통할 수 있도록 돕는 UX

주요 기능

- 1 스타일링 터치 피드백**
헤어 시술이 80% 정도 완성된 시점에 스마트 미러가 고객의 모습을 스캔하여 만족도를 묻는 알림을 보낸다. 고객은 스마트 미러가 전송한 자신의 사진을 확인한 뒤, 머리에서 고치고 싶은 부분을 톡톡 터치하면 코멘트 기능이 활성화되고, 보완할 점을 앱에서 직접 글로 남길 수 있다. 작성이 완료되면 스마트 미러 화면에 코멘트가 달린 위치가 표시되며, 미용사가 해당 지점을 터치해 고객의 피드백을 곧바로 확인할 수 있어 미용사와 고객 간의 소통이 원활하도록 지원하는 기능이다.

기대 효과

- 자신의 헤어스타일에 대한 의견을 말로 설명하는 데 어려움을 느끼는 고객도 보다 부담 없이 의견 전달 가능
- 고객이 자신의 의견이 적극적으로 반영된다는 경험을 제공하여 서비스에 대한 신뢰와 만족감 향상



디자인 방향성, 다섯 번째

기회 영역별 디자인 방향성

처음부터 확실하게, 헤어 스타일 오더 앱

완성 과정 미리 보기, '헤어 변신 타임라인'

'스마트 미러'로 확인하는 시술 과정 네비게이터

완성 직전 스타일 점검, 스마트 피드백 시스템

서비스 개요

시술 마무리 단계에서 목표 스타일과 현재 스타일의 차이 분석을 통해 원하는 수정 사항을 미용사에게 정확하게 전달할 수 있도록 돕는 UX

주요 기능

2 스타일 갭 분석

시술 마무리 단계에서 고객이 처음 제시한 스타일 레퍼런스 이미지와 현재 헤어 상태를 앱의 AI가 비교 분석한다. AI는 목표 스타일과 현재 스타일 간의 차이점을 콕 집어 표시하고, 컬, 볼륨, 길이감, 질감 등 수정 가능한 요소를 구체적인 언어로 제안한다. 고객은 제안된 항목을 확인한 후 원하는 수정 사항을 선택할 수 있으며, 선택된 내용은 스마트 미러로 미용사에게 전달된다. 이를 통해 고객이 원하는 스타일을 보다 정확하게 구현할 수 있도록 돕는 기능이다.

기대 효과

- 말로 스타일 차이를 설명하기 어려운 고객도 수정이 필요한 부분을 구체적으로 전달할 수 있어 의사소통 부담 감소
- 시술 완료 직전 스타일을 재점검하고 보완함으로써 고객의 아쉬움 최소화



DESIGN RESEARCH

'머리를 하는 경험' 개선을 위한 디자인 리서치

kidp



임규리 | gyoul_828@naver.com

박지수 | pjspjs2789@ewhain.net