

타겟 고객과 해결할 문제



- **1인 가구 홈카페족 대상:** 집에서 커피를 즐기지만 매일 마시는지는 아직 모르는 1인 가구
- **준비 과정의 번거로움:** 매번 원두를 고르는 고민과 복잡한 추출 장비 관리의 피로감
- **간편한 솔루션 탐색:** 번거로움 없이 월 1회 배송받아 쉽게 즐기는 드립백 구독 모델 기획

기존 상품의 선택 방식 비교



디어드립

고정 세트 ·
클래식 3종
24개입



제시엘리스

이달의 커피 ·
바리스타가 고른
7개입

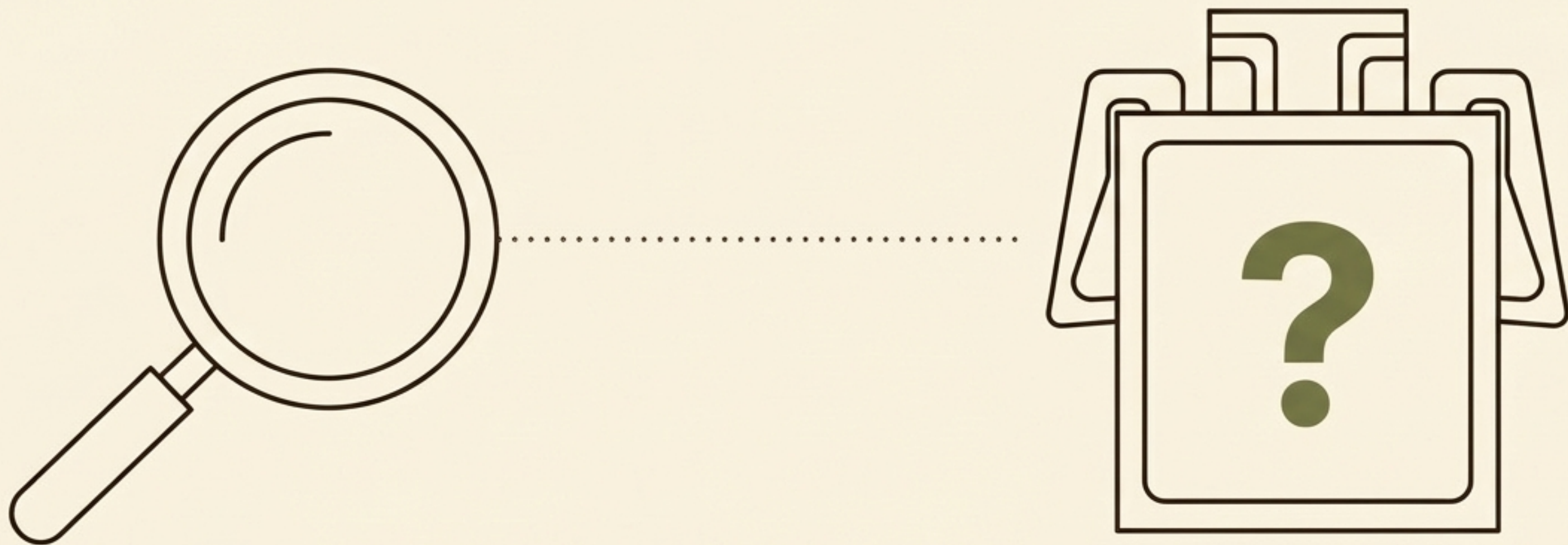


조에

취향 선택 ·
테스트 추천 또는
16종 중 3종 선택

공개 상품 페이지의 선택 방식 비교. 배송 간격과 구독 정책은 별도 확인.

공개 자료의 한계와 확인 필요 사항



- **정확한 소비량 미지수:** 고객이 한 달에 실제로 소비하는 드립백의 구체적인 수량
- **선호하는 선택 행동:** 큐레이션(알아서 배송)과 직접 선택(취향 반영) 중 어느 방식을 선호하는지
- **숨겨진 해지 동기:** 웹페이지 표면에는 나타나지 않는, 실제 구독을 중단하게 만드는 결정적 이유

고객 인터뷰에서 먼저 물을 핵심 질문

1

소비 패턴

"한 달에 집에서 커피를
며칠이나, 몇 잔 정도
드시나요?"

2

선택 성향

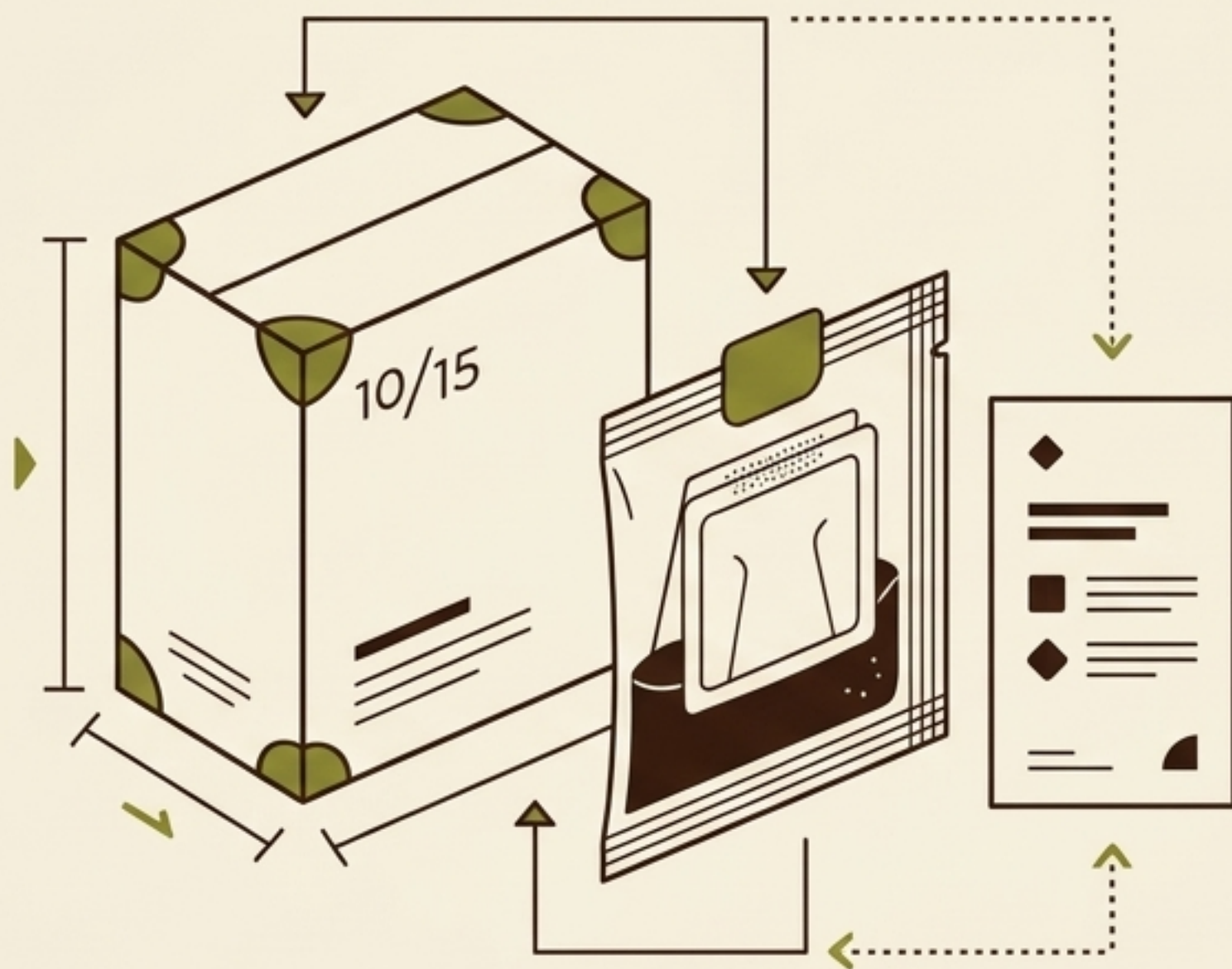
"새로운 맛을 시도하는 것과
익숙한 맛을 유지하는 것 중
무엇을 선호하시나요?"

3

이탈 원인

"과거 커피 정기구독이나 반복
구매를 중단(포기)하게 만든
가장 큰 이유는 무엇인가요?"

첫 상품 실험을 위한 가설적 구성



- **[가정] 배송 수량:** 월 소비량을 테스트하기 위해 10개입 또는 15개입 상자로 배송 단위 설정
- **[가정] 맛 구성:** 단일 맛(1종 통일) 또는 혼합 맛(2종 믹스)을 카드로 선택하도록 제안
- **[가정] 브랜드 표현:** 과장된 약속 없이 직관적이고 읽기 쉬운 맛 설명과 미니멀한 패키징 적용

인터뷰 완료 후 최종 결정할 조건

- ☐ **상품 및 가격 확정:** 10개입/15개입 및 단일/혼합 구성 중 최종 상품 채택 및 합리적 가격 책정
- ☐ **배송 및 포장 정책:** 무료배송 기준 금액과 손에 잡히는 MORI만의 패키징 규격 결정
- ☐ **운영 조건 수립:** 고객이 부담을 느끼지 않을 배송 주기 변경 방식 및 구독 중단/해지 조건 확정