

경기스타트업캠퍼스 비즈니스 커뮤니케이션 skill-up



신개념 롤플레이팅 신입사원 교육



경기스타트업캠퍼스 비즈니스 커뮤니케이션 skill-up이란?

비즈니스 이메일 작성 방법부터 데이터 분석, 시장 조사와 업무 보고서 작성까지
전문 코치와 함께 학습하는 **신입사원 교육 프로그램**입니다.

5주 동안의 온라인 롤플레잉 교육과 코칭, 개인 발표 과정을 통해
비즈니스 기초 역량을 훈련하게 됩니다.

일잘러, 실무역량, 업무스킬.. 이런 고민, 한 번쯤 해본 적 있으신가요?

“거래처에 이메일을 보내야 하는데, 어떤 식으로 작성해야할지 시작부터 감이 안와요.”

신입사원 A님

“사수 없이 혼자서 열심히는 일하지만 제가 진짜 제대로 일하고 있는지는 모르겠어요.”

1년차 직장인 B님

“입사하기 전에 기본적인 업무 능력은 갖추고 싶은데 어디서부터 시작해야 할까요?”

취준생 C님

회사는 학교가 아니에요 하나하나 가르쳐줘야 하는 직원이 아닌, 스스로 배우고 알아서 처리하는 직원을 원해요



“이메일, 회의록, 보고서 작성 같은 기본 업무들을 매일 확인하고 교육할 수는 없죠.
회사는 학교가 아니잖아요.”

- 스타트업 COO

“가르쳐야 할 것들은 너무 많고 하나 하나 확인하고 교육하다 보니
정작 제 업무는 시작도 못했네요.”

스타트업, 마케팅 팀장 -



슈퍼 루키 신입사원으로 키우는 Master Bible

1

일잘러 마인드 장착

학교와 회사는 다릅니다.
일 잘하는 직원이라면 꼭 알아야 할
비즈니스 마인드와 커뮤니케이션
방법 등의 학습 자료로 알차게 구성한
사전 과제를 통해 비즈니스의 기본기를
탄탄하게 다집니다.

2

100% 실무 기반 4주 커리큘럼 학습

한 달간 실제 회사의 인턴이 된 것처럼
비즈니스 이메일부터 보고서 작성,
데이터 분석, 팀 회의 및 인터뷰 참여 등
실무에서 가장 많이 접하게 되는
업무를 직접 경험하며 실전 능력을
갖춘 슈퍼 루키로 성장하게 됩니다.

3

전문 코치진의 맞춤형 피드백

다양한 업무 경력을 보유하고 있는
전문 코치진이 교육생의
업무 결과물을 객관적으로 평가해
성장에 꼭 필요한 맞춤형 피드백을
제공하고, 매주 온라인 스터디를 통해
능동적으로 궁금증을 해결하고
성장할 수 있는 환경을 조성합니다.

1. 실감나는 “롤플레이잉 학습”

오늘부터 신입사원!

한달 간 가상 회사(토이컴퍼니)의 신입사원이 되어
팀장님, 매니저님이 지시하는 업무를 직접 해결하고
커뮤니케이션하는 과정을 통해 진짜 회사에 다니는 것처럼
실감나는 롤플레이잉 방식으로 학습합니다.

[업무 메일 예시]



안보임 팀장

한가해, 숨은 참조: 나에게 ▾

토이컴퍼니에 입사하신 것을 환영합니다.

그리고 토이2팀에서 함께 일하게 되어 반갑습니다.

직접 얼굴 보고 인사하고 싶은데 알고 계시는 것처럼 우리 회사가 리모트 워크로 일하는 사람들이 많은 곳이라 우선 이메일로 인사해요.

오늘이 첫날이라 많이 어색하겠지만, 우리 팀의 빠른 안정화를 위해 우선 가볍게 시작할 수 있는 업무부터 해보면 좋겠습니다.

간단한 거니까 너무 고민하지 마시고요, 이번 주 안으로 잘 부탁드립니다.

1. 팀 연락망 만들기 / 정기 회의 일정 잡기 / 필요 비품 리스트 작성하기

1-1) 팀 연락망 만들기

우리 팀 3명의 정보를 담아서 각자 책상에 붙여 놓을 수 있도록 파일을 만들어 주세요. 저와 한가해 매니저를 포함해 주시면 됩니다.

1-2) 팀 정기 회의 일정 잡기

매주 주간 회의를 하려고 하는데, 다음 주 수요일부터 팀 전체 가능한 시간으로 회의 일정 캘린더에 넣어 주세요.

2. 피가 되고 살이 되는 “고퀄리티 학습 자료”

엄선된 학습 콘텐츠

비즈니스의 기본이 되는 마인드 함양, 이메일 작성법,
로지컬 씹킹, MECE와 같은 논리적 사고 방식,
업무 성과에 도움이 되는 회의록, 보고서 작성법,
각종 커뮤니케이션 스킬 등 꼭 필요한 내용만 선별해
매주 교육생들에게 제공합니다.

[학습 콘텐츠 예시]



직업인으로서 일을 잘 하기 위해서는 어떻게 해야 하는가?

어려운 질문이다. 우선 필요한 역량의 종류가 너무나 많다. 논리적 사고력, 협업력, 문제를 풀기 위한 의지, 역량을 키우기 위한 꾸준한 학습력, 친화력, 주니어를 가르치는 능력, 감정적 공감력.... 헤아릴 수 없겠다. 필요

3장 리서치 사전 준비 3.가설수립, 가설의 개념(1)

한 권으로 끝내는 OJT

by 시그나이터 · Dec 04 2017

3. 가설 수립하기

가설의 개념 및 중요성

비즈니스 관점에서 가설을 쉽게 정의하면 '미리 내리는 결론'이라고 할 수 있습니다. 즉 아직 사실을 확인하지 못했지만, '아마 어떨까 것이다'라고 결론을 내는 것입니다. 가설이라는 용어를 업무적으로 받아들이면 힘들 수도 있지만, 우리는 평상시에도 가설을 많이 사용하고 있습니다.

3. 주차별 “온/오프라인 스터디”

함께 배우는 학습 공동체

수많은 동료 교육생들과 코치님이 함께 모여
주 1회 스터디를 통해 한 주간 배운 내용을 복습하고
궁금했던 내용을 자유롭게 질문, 답변하며
능동적인 학습 공동체를 형성합니다.



*해당 링크를 클릭하시면 스터디 진행 영상을 확인하실 수 있습니다: [링크](#)

4. 다양한 분야 전문가의 “1:1 맞춤형 코칭”

성장을 응원하는 전문 코치진

대기업 인사 담당자, 스타트업 창업가, 전략 컨설턴트 등
 다양한 이력을 보유하고 있는 전문 코치진이
 교육생의 업무 결과물을 체계적으로 분석해
 문제점을 개선하고 발전할 수 있도록
 꼼꼼한 1:1 코칭 및 피드백을 제공합니다.

[코치 피드백 예시]

메일 커뮤니케이션 및 업무 숙련도가 굉장히 좋은 교육생입니다. 업무 수행을 위해 필요한 기본 역량을 갖추고 있으며, 업무의 목적, 맥락을 잘 고려해 결과물을 산출해낼 줄 압니다. 주니어가 갖춰야 할 중요한 자세 중 하나인 업무에 임하는 태도 역시 진지하고 우수했으며, 어떤 업무를 하더라도 본인이 주도권을 가지고 진취적으로 해낼 줄 아는 능력을 가지고 있습니다. 이에 더해 앞으로 업무 결과물에 본인만의 인사이트와 의견을 담아내는 연습을 한다면 더욱 큰 성장이 기대되는 교육생입니다.

업무에 바로 적용할 수 있는 실무 중심의 커리큘럼

0주차 : 일잘러의 마인드

- 프로그램 소개 및 사전과제 안내
: 비즈니스 커뮤니케이션



프로그램 가이드.txt

토이컴퍼니 소개

“롤플레이잉 안내 자료”

프로그램 소개 및 가이드 자료 예시



프로그램 가이드.txt

아래 '삼각형' 모양을 누르면 다양한 정보들을 확인할 수 있습니다.

프로그램 진행을 위해 꼭 필요한 내용들이니 꼼꼼하게 확인해주세요 :)

- ▼ 토이컴퍼니 소개
 - ▶ 토이컴퍼니 개요
 - ▶ 함께 일할 사람들
- ▼ 프로그램 참여 방식 (꼭 숙지해야할 내용으로, 꼼꼼하게 정독해주세요!)
 - ▶ 업무&가이드 이메일 수령
 - ▶ 업무 수행
 - ▶ 업무 마감
 - ▶ 짝공 리뷰&노트 작성
 - ▶ 온라인 스터디 (3회 진행)
 - ▶ 최종 워크샵 (4주차에 1회 진행)
- ▶ 슬랙(Slack) 채널
- ▶ 수료 기준

😊 0주차 - 프로그램 소개 및 사전과제 안내 😊

안녕하세요. skill-up 코치 X입니다.

비즈니스 커뮤니케이션 skill-up에 참여하신 여러분, 모두 모두 반가워요!

🌱 어떤 프로그램인가요? 🌱

신입 직원들이 비즈니스에서 필요한 역량을 빠르게 배우며 일 잘하는 사람, '일잘러' 로 성장하는 것을 도와드리는 프로그램입니다. 참가자는 토이컴퍼니라는 가상 회사의 신입 직원이 되어 **4주 동안 진행되는 온라인 시뮬레이션 과정**을 거쳐, 개인별 발표가 이루어지는 **최종 워크샵**을 통해 비즈니스의 기초 역량을 훈련하게 됩니다.

앞으로 4주간 토이컴퍼니에 정말로 취업을 했다고 생각하고 신입 사원으로서 적극적으로 일해보아요! 일하면서 만나게 될 여러분의 새로운 팀장님, 또 선배 사원과의 잘 지내시면 좋겠습니다.

🌱 프로그램 참여 방법 🌱

프로그램 가이드.txt 읽으러 가기 (필독!)



skill-up 사전과제

분야별 자료를 잘 읽어본 후, skill-up 노트에 정리해 보세요.

각 자료 제목을 클릭하면 해당 페이지로 이동합니다.

[일잘러의 기본]

1. 똑똑한 부하직원의 몇 가지 조건
2. 주니어로서 '일을 잘한다'는 것은 무엇인가?
3. 일 잘하는 법

👉 첫번째 skill-up 노트 작성하기(클릭)

[로지컬씹킹]

1. MECE 사고 (동영상, 14분)
2. 보고서 작성에 MECE 활용
3. 가설 수립 - 가설의 개념

👉 두번째 skill-up 노트 작성하기(클릭)

업무에 바로 적용할 수 있는 실무 중심의 커리큘럼

1주차 : 일잘러의 기본

- 명료하고 깔끔한 이메일 커뮤니케이션
- MECE하게 사고하는 연습
- 시장 트렌드 조사하기
- 사소한 듯 사소하지 않은 업무
: 일정 관리, 비품 리스트 작성 등

👋 1주차 업무 가이드 👋

안녕하세요. skill-up 코치 X입니다.

본격적으로 토이컴퍼니에서의 업무가 시작되었네요.
안보임 팀장, 한가해 매니저와 함께 하는 생활에 든든한 지원군이 되어 드릴게요.

이메일 커뮤니케이션의 기본 📧

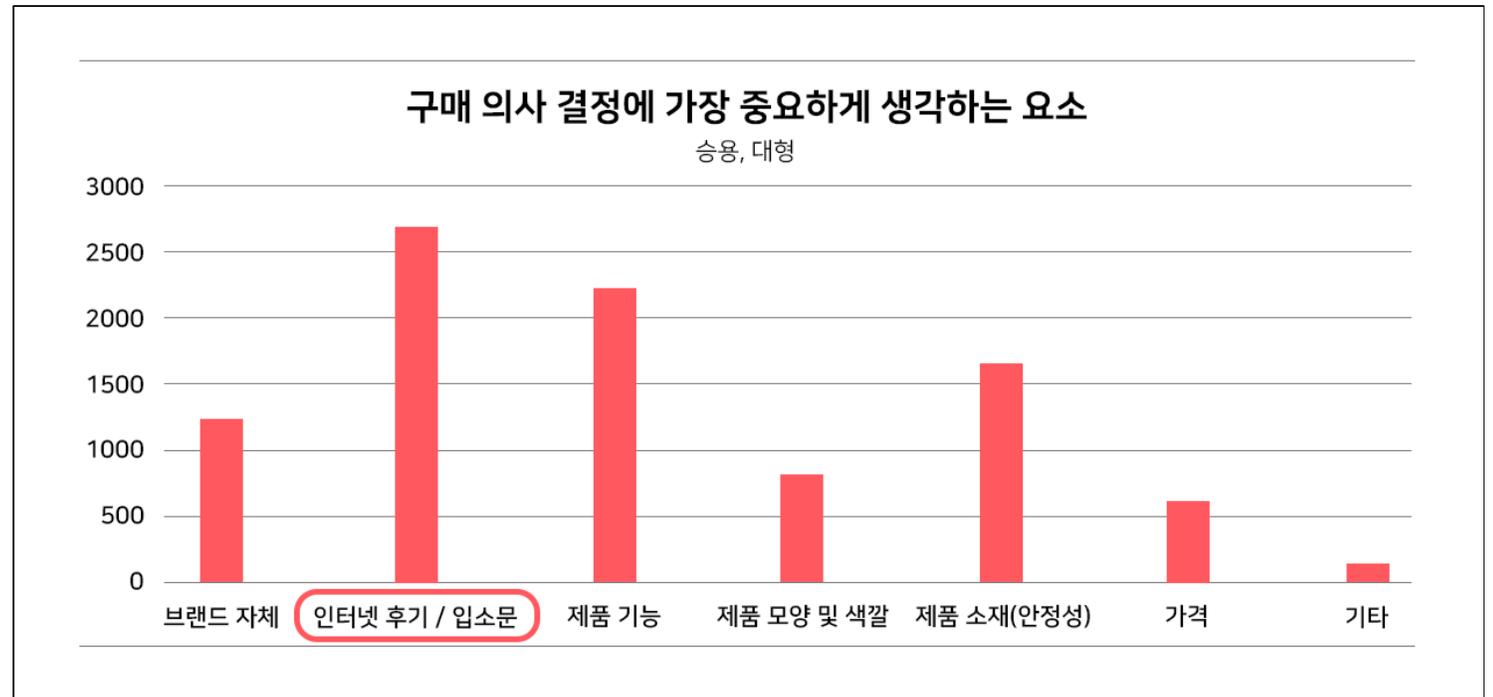
안보임 팀장이 준 업무를 처리하기 위해서는 아마 주로 이메일로 커뮤니케이션을 하셔야 할텐데요. 이메일 관련하여 참고할 수 있는 자료로는 퍼블리에서 발행한 **비즈니스 이메일 101 - 일잘러를 위한 이메일 가이드**를 추천하고 싶어요. 이 콘텐츠 중 일부가 무료로 공개되어 있으니 우선 참고로 확인해 보셔도 좋겠네요. 위의 파란 색 표시는 하이퍼링크로 클릭할 수 있다는 거, 다 아시죠?

“이메일 커뮤니케이션 가이드 자료 일부”

업무에 바로 적용할 수 있는 실무 중심의 커리큘럼

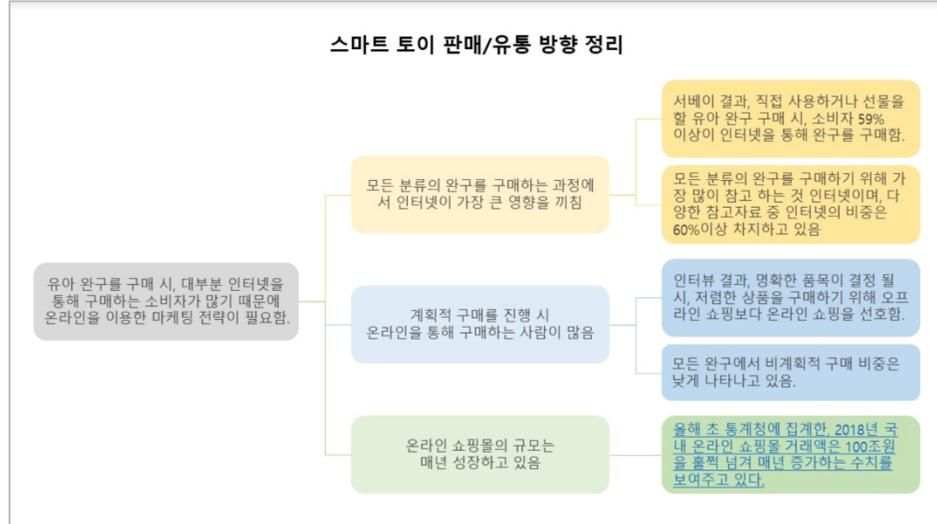
2주차 : 데이터 분석의 기초

- 정량적 데이터 : 엑셀 데이터 분석
- 정성적 데이터 : 인터뷰 노트 정리
- 로지컬씹킹을 통해 가설 수립하고 검증하기
- 사소한 듯 사소하지 않은 업무
: 회의 참관 후 회의록 작성



“실제 교육생 데이터 분석 자료”

2주차 과제 교육생 결과물 예시



신제품 유통 및 판매 전략 방안 (요약)				
전략1	모바일 sns를 활용한 홍보 전략 수립이 필요하며 모바일 구매의 편의성을 확대할 필요가 있음.	전략2	신제품 출시 시 한 자녀를 위한 프리미엄 토이 생산에 주력해야 함.	
근거	1. 온라인 쇼핑 시장의 성장 추이가 재작년과 비교했을 때 두드러지며, 앞으로 계속될 것임. 2. 특히 모바일 시장의 성장이 압도적이며, 온라인 구매 비율중 68%를 차지함.	근거	1. 한 자녀를 위한 프리미엄 토이의 인기가 증가하고 있음. 2. 가격보다도 안정성에 중점을 둔 소비자 의식이 두드러짐.	
인사이트	전략 1과 2를 합쳐 유튜브 및 sns 인플루언서 협찬을 활용한 프리미엄 토이의 홍보가 적합해보임.			
신제품 유통 및 판매 전략에 대한 로직트리				
가설 수립	장난감 경우 온라인 구매 비율이 높으므로, 신제품 유통 및 판매 전략을 위해서 온라인 대형 플랫폼을 통해 판매해야 한다.	보조 가설	1. 지난 8월 toy1팀의 서베이에 따르면 응답자의 70%가 온라인을 통해 유아완구를 구매한다. 2. 통합온라인 쇼핑물의 시장 점유율이 높다.	추정
				1-1. 통계청의 보도자료에 따르면 전년 동월대비 온라인 쇼핑 거래액은 24.5% 증가하였다 (20.02). 1-2. 온라인 거래액의 경우 유아용품은 전년 동월대비 40%증가하였다 (20.02). 1-3. 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액 비중을 살펴보면 유아용품은 78.1%로 상품군 중 3순위 (20.02). 2-1. 국내 온라인시장의 점유율의 경우 60% 이상이 통합온라인 쇼핑물이다. (18.09).
가설 수립	유아완구 구매 고객군의 프리미엄 장난감에 대한 인식이 높아졌으므로, 상품 경쟁력으로 가격보다 제품 안정성 및 친환경에 초점을 찍어 한다.	보조 가설	1.장난감 구매에 있어서 안정성 및 환경을 중시하는 추세가 증가했다. 2. 유창스, VIB, 핫포켓 등의 신조어가 존재하는 것으로 보아 한 명의 자녀를 위한 소비시장이 확대되고 있다.	추정
				1-1. 세계최대규모의 독일 국제완구박람회 서를 설명회에서 2020년도의 완구트렌드는 환경의식 고취, 디지털 세계와의 만남, 관용과 포용력 고취가 전망됐다. 1-2. 소비자평가 리포트에 따르면 유아용품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 요인은 제품의 안정성(52%)였다 (18.02). 2-1. 유통산업연합회에 따르면 유아용품 시장 규모가 지속적으로 성장하고 있는데 그 이유는 저출산임에도 불구하고 '한 명만 낳아 제대로 기르자'라는 기조가 알려졌기 때문.

업무에 바로 적용할 수 있는 실무 중심의 커리큘럼

3주차 : 실전! 마켓 리서치 & 고객 인터뷰

- How to 웹 리서치
- 인터뷰 기획과 초안 작성 방법
- 사소한 듯 사소하지 않은 업무들
: 전화 커뮤니케이션

저희가 지금 마감 앞두고 살짝 급한 상황이라,
토이컴퍼니 홍보팀 통해서 인터뷰 요청 좀 드렸어요. 도와주셔서 감사하고요.

저희 잡지에서 다음 주 기획 기사로 키덜트 관련해서 준비 중이었는데,
이게 아무래도 키덜트 관련해서 가장 유명한 게 피규어 이런 거다 보니까,
기사가 자꾸 그쪽으로만 풀리더라고요.



“인터뷰 롤플레이팅 사례”

3주차 과제 교육생 결과물 예시

1. 제안 의견

- 1) 당사 신제품을 소비자에게 인지시키기 위해서는 '자사몰, 외부몰(오픈마켓)'을 모두 활용해야 함.
- 2) 소비자에게 다소 생소한 스마트 토이를 설명하기 위해 초기에는 '자사몰'과 '인플러언서' 등을 활용하여 제품의 특성, 장점 등을 상세하게 안내 해야 함.
 - 자사몰 내 소비자 커뮤니티 활용
 - 인플러언서, 유튜브 크리에이터, 맘카페 등 중심의 제품 안내
 - 크라우드 펀딩 등을 통해 제품 안내 및 소비자 경험 축적(예. Dr.Nah의 사플 백팩 등)
 - 프로모션 등을 통해 소비자의 경험 축적(주변에 자랑하는 내용의 사용 후기, 댓글 달기 등)
 - 제품의 전문 MD 육성/투입: 소비자의 질문에 전문적으로 응답, 설명해 주는 역할

2. 이커머스 채널별 특성

구분	자사몰		오픈마켓
	독립형	임대형	
장점	웹사이트 구성, 유지/관리, 프로모션 등을 자체적으로 함. 초기 비용이 많이 들어감	쇼핑몰을 관리해주는 사이트에 입점. 매출 사용료 지불(사용자가 많음)	매출 수수료를 지불해야 하지만, 관리에 용이함.
단점	자체 프로모션 등을 자유롭게 할 수 있음. 회사(브랜드)의 이미지에 맞는 사이트 구성 및 고객의 신뢰도가 매출로 연결됨.	자체적인 프로모션 등을 진행할 수 있음.	이미 만들어진 유통 플랫폼(진입장벽 낮음) 초기에 비용이 저렴함.
장점	자체 프로모션 등을 자유롭게 할 수 있음. 회사(브랜드)의 이미지에 맞는 사이트 구성 및 고객의 신뢰도가 매출로 연결됨.	자체적인 프로모션 등을 진행할 수 있음.	프로모션에 제한이 있으며, 브랜드 이미지 메이킹에 한계가 있음.(고객은 이미지보다는 가격으로 선택하는 경향이 있음.) 경쟁이 치열하며, 과도한 광고를 할 경우에 비용이 많이 발생할.

3. 참고 사이트

- 1) GROOBEE(온사이트 마케팅 솔루션 제공 기업): 자사몰 운영의 좋은 점 4가지
http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=groobee_ark&logNo=221469340740
- 2) brunch_이커머스 기획자의 사고여행
<https://brunch.co.kr/@windydog/49>

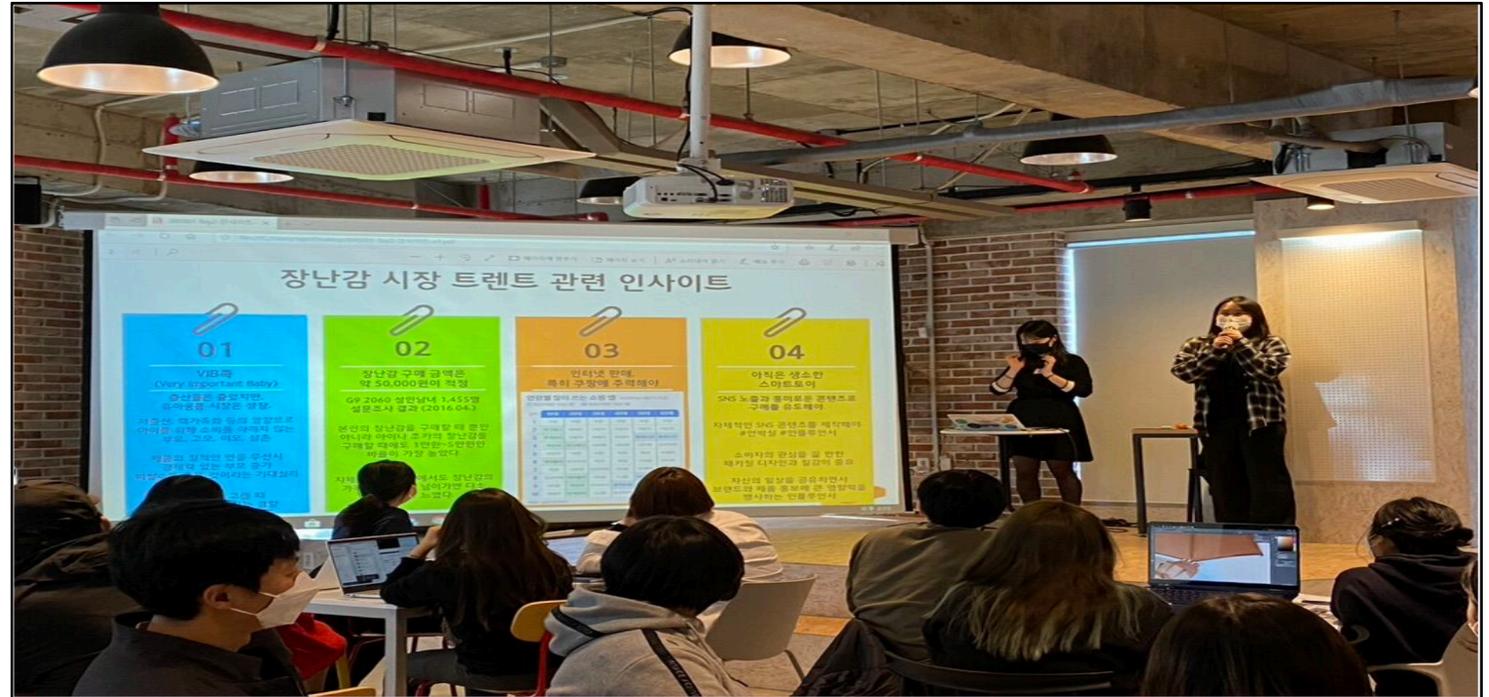
신제품(스마트토이) 판매/유통 전략 방향 고객 인터뷰 질문지

주제	순번	질문	비고
0. intro	1	회사 및 진행자 소개	* 신제품 소개 발달 소행 유아 원구(진행권 소재의 스마트 토이)관련 신제품 출시 예정인 회사 * 신제품 소개 발달 소행 유아 원구 종류 간단히 소개
0. intro	2	인터뷰 목적, 인터뷰 안내 (소요시간, 요청사항 등)	* 인터뷰 목적 : 고객 경험을 높일 수 있는 판매채널에 대한 조사 * 인터뷰 안내 : 인터뷰이에게 장난감 구매시 이용했던 판매채널(온라인/오프라인 등)에 대한 경험에 따른 답변 요청
1. 인터뷰이(구매자)	1	인터뷰이 기본 정보 질문 (성별, 나이, 자녀 유/무, 여가시간에 주로 무엇을 하는지 등)	
1. 인터뷰이(구매자)	2	인터뷰이가 구입을 선호하는 장난감이 있는지?	
1. 인터뷰이(구매자)	3	그 이유는 무엇인지?	
1. 인터뷰이(구매자)	4	인터뷰이는 장난감을 주로 언제, 어디서 사는지?	
2. 상품 사용자	1	사용자 기본 정보 질문 (성별, 나이, 여가시간에 주로 무엇을 하는지 등)	
2. 상품 사용자	2	사용자가 선호하는 장난감이 있는지?	
2. 상품 사용자	3	그 이유는 무엇인지?	
2. 상품 사용자	4	사용자는 주로 장난감을 언제, 어디서 구매의사를 표현하는지?	
3. 구매경험	1	장난감 구매시 정보를 어디서 얻는지?	
3. 구매경험	2	장난감 구매시 어디서 구입하는지?	*구체적(상호명 등)이고, 많은 답변을 할 수 있도록 유도
3. 구매경험	3	그 중 온라인의 경우 많이 이용하는 곳은 어디인지?	
3. 구매경험	4	그 이유는 무엇이고, 어떤 점이 좋았는지?	
3. 구매경험	5	그 중 오프라인의 경우 많이 이용하는 곳은 어디인지?	
3. 구매경험	6	그 이유는 무엇이고, 어떤 점이 좋았는지?	
3-1. 온라인 구매경험	1	온라인(인터넷/모바일)에서 장난감 구입을 선호하는지?	
3-1. 온라인 구매경험	2	그 이유는 무엇인지?	
3-1. 온라인 구매경험	3	온라인 구매시 선호하는 서비스(시스템)가 있는지?	* 온라인 서비스 : 후기 서비스, 셋팅배송 등
3-1. 온라인 구매경험	4	그 이유는 무엇인지?	
3-1. 온라인 구매경험	5	온라인 구매시 불편했던 서비스(시스템)가 있는지?	
3-1. 온라인 구매경험	6	그 이유는 무엇인지?	
3-1. 온라인 구매경험	7	온라인 구매 시, 오프라인에서 구매할 수도 있었는데, 온라인으로 구매했던 경험이 있는지?	
3-1. 온라인 구매경험	8	그 이유는 무엇인지?	
3-2. 오프라인 구매경험	1	오프라인에서 장난감 구입을 선호하는지?	
3-2. 오프라인 구매경험	2	그 이유는 무엇인지?	
3-2. 오프라인 구매경험	3	오프라인 구매시 선호하는 서비스(시스템)가 있는지?	* 오프라인 서비스 : 테스트 서비스, 샘플 제공 등
3-2. 오프라인 구매경험	4	그 이유는 무엇인지?	

업무에 바로 적용할 수 있는 실무 중심의 커리큘럼

4주차 : 실전! 보고 커뮤니케이션

- 타겟 고객 인터뷰 실시
- 발표 보고 준비하기
- 오프라인 타운홀 미팅
: 최종 과제 발표 & 피드백
: 시크릿 코치의 1:1 피드백



“실제 교육생 프레젠테이션 발표”

4주차 과제 교육생 결과물 예시

1. 가설 수립

주요 리서치 결과 보고

1. 온라인 유통망을 통한 유아 완구 구매 활성화: 유아용품의 온라인 거래액 증가 추세,
2. 온라인 구매의 주된 요인은 '합리적인 가격'
3. 높은 비율의 계획적 구매: 서베이 응답자 중 77%가 절반 이상 계획적 구매,
4. 제품 기능에 대한 강한 확인 욕구: 서베이 데이터 분석 결과 제품 기능을 압도적으로 고려

온라인을 통한 예상 구매 경로

특정 장난감에 대한 **우연적 접근**

↓

지속적인 노출로 구매의사 형성

↓

인터벳을 통해 후기 참조, 가격 분석

↓

가장 합리적인 사이트에서 **인터벳 주문**

전략 수립을 위한 추가적 가설

Q. **제품 기능**을 효과적으로 확인할 수 있는 **콘텐츠는** 의사결정에 중요한 영향을 끼치지 않을까?

Q. **자체 쇼핑몰**에서 해당 장난감이 가장 **저렴**하다면, 장기적인 고객 확보에도 도움이 되지 않을까?

Q. **우연적 접근**을 **오프라인 매장**을 활용하여 획기적으로 시도해볼 수 있지 않을까?

1. 통계청 온라인쇼핑 유통조사에 따르면 온라인 거래액의 경우 유아용품은 전년 동기 대비 40% 증가했으며, 유아용품의 온라인 거래액 비중은 전체 카테고리 중 3승위 였음. (2020.02)

2. 토이랜드나 Toy1 등에서 자체적으로 운영한 4월 서베이 데이터 자료를 근거로 함.

온·오프라인 고객 경험 기획 및 기타 인사이트

온라인고객에게는 **다양한 동영상 콘텐츠**로 제품에 대한 이해도수, 오프라인 고객에게는 **자연스럽게 제품을 접할 수 있는 체험/ 기존 콘텐츠 상품과 연계**

온라인 고객 경험	오프라인 고객 경험
<ul style="list-style-type: none"> • 스마트토이의 기능을 설명하는 영상을 제공 • 가격대별로 적당한 상품을 포지셔닝하여 추천 • 스마트토이를 활용하여 아이와 놀아주거나 교육할 수 있는 방법 가이드 동영상 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 장난감을 직접 만지고 기능 확인할 수 있도록 (테스터) • 스마트 토이 체험&홍보 코너 • 스마트 토이 관련 콘텐츠(캐릭터, 동화책, 애니메이션등)과 같이 진열하여, 콘텐츠 소비자들을 스마트토이로 유도

기타 인사이트	
<p>스마트토이 제품 개발 기획 측면</p> <p>아이들이 좋아하는 애니메이션 캐릭터 등과 연계 + 교육적인 측면 강조</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 50%; padding: 10px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">인터뷰</p> <p>“어린이 방송, 애니메이션 뒤에 나오는 장난감을 아이들이 사달라고”</p> <p>“아이 사달라고 하는 것을 일단 검색”</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 50%; padding: 10px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">인터뷰</p> <p>“교육, 지능 발달, 감각 발달에 도움을 주는 장난감을 사주고 싶다”</p> <p>“고가여도 아이에게 도움된다면 구매할 의향”</p> </div> </div>	<p>스마트 토이 유통/판매 채널 측면</p> <p>오프라인 매장과 자사 온라인몰을 옴니채널로 운영 제안</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 50%; padding: 10px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">기사</p> <p>“매장경험이 매출로 연결될 수 있도록 온·오프라인 연결하는 작업이 필요”</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 50%; padding: 10px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">기사</p> <p>“각 채널에 한정지어 소비자 행동을 생각할 것 아니라, 채널을 넘나드는 소비자의 넓은 행동 범위 고려해야”</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 50%; padding: 10px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">인터뷰</p> <p>“검색한 가격과 비슷하면 오프라인 매장에서 사고 아니면 온라인으로 구매한다”</p> </div> </div>

*옴니채널: 각각의 유통판매채널을 통합하는 것. 동일한 제품에 대해 채널에 관계없이 동일한 가격과 프로모션으로 구매할 수 있다

타운홀 미팅 활동 사진



Program



온라인 롤플레잉 교육

실제 회사에 다니는 것처럼
실감나는 롤플레잉을 통해
안전하게 실수하며 학습하기



신입사원 가이드 학습 자료 & 개별 코칭 제공

가이드 자료로 학습하고
1:1 코칭을 통해 개선하기



최종 과제 발표

발표도 실력,
PT 발표 결과물
완성하고 발표하기

Benefit



슈퍼루키 신입사원

비즈니스 커뮤니케이션,
매너, 문제해결방법을
체득한 신입사원



1:1 코칭 피드백 제공

전체 과정 수료자 한정
전문 코치진의 맞춤형
코칭 피드백 제공



수료자 수료증 발급

전체 과정 수료자 한정
수료증 발급

FAQ



Q. 프로그램은 어떻게 진행되나요?

A. 교육생은 가상의 회사 토이컴퍼니에 입사해 팀장/매니저에게 매주 새로운 업무를 받고 수행하게 됩니다. 매주 코치 및 다른 참가자들과 온라인 스터디에 참여하고 업무 평가 기준 가이드를 제공받아 직접 자신의 과제를 리뷰합니다.

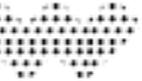
(마지막 4주차에는 온라인 코칭 대신 최종 과제 발표 및 전 과정 피드백 세션을 진행합니다.)

Q. 최종 워크샵은 어떻게 진행되나요?

A. 최종 워크샵은 마지막 업무를 발표하고 공유하며 질의응답 시간을 갖는 “타운홀 미팅” 세션과 한달 동안 배운 내용을 코치님, 교육생이 다 함께 회고하는 “한달 랩업” 세션으로 구성 되어 있습니다.

Q. 코치로 어떤 분들이 참여하시나요?

A. 3년이 넘는 기간 동안 운영되고 있는 스타트업 취업 프로그램 “조인스타트업”에서 코치로 활동 중인 대기업 인사 & 커뮤니케이션 담당자, 스타트업 창업가, 전략 컨설턴트 이력의 시니어급 코치가 참여합니다.



코치진 소개

성명	역할	약력	성명	역할	약력
양은주	메인 코치	2017.2 ~ 현재 : 스타트업 인재매칭 프로그램 전문코치 2016.12 ~ 2017.2 램프어드바이저리 창업선도대학 지원사업 수행 2002.1 ~ 2016.5 SK 주식회사 C&C HR, 재무	고선미	코치	2018 ~ 현재 : 스타트업 인재매칭 프로그램 전문코치 공기업 한국생산성본부 인적자본개발본부
장영화	코치	2014 ~ 현재 : 미래 인재 교육기업 오이씨랩 대표	윤서연	코치	2019.11 ~ 현재 : 오이씨랩 조인스타트업 인재매칭 서비스 전문코치 2017.10 ~ 2019.10 : 적재적소 대표 2013.9 ~ 2017.8 : 커리어앤스카우트 Sr.Consultant 2009.12 ~ 2013.8 : YNK Associates Consultant
김수정	코치	2019.12 ~ 현재 : 스타트업 인재매칭 프로그램 코치 및 오이씨랩 서비스 개발 2017.4 ~ 2019.10 : 패스트캠퍼스 취업 분야 코치 및 교육 사업개발	류기령	코치	2017.12 ~ 현재 : 스타트업 인재매칭 프로그램 전문코치 2016.7 ~ 2017.12 : 알지피 코리아(요기요, 배달통) 2013.9 ~ 2016.3 : 다음미래세대재단 팀장 2003.4 ~ 2013.8 : 다음 커뮤니케이션 사원

*기수별 상황에 따라 코치진은 변동될 수 있습니다.

프로그램 후기



100만 다운로드 앱 ‘플레이키보드’
비트바이트 안서형 대표 후기

“

저희 팀원 뿐만 아니라 저도 듣고 싶다는 생각이 들었어요.

자기가 몰입해서 실제로 업무를 할 수 있도록
가상의 회사에 다닌다는 컨셉이 너무 좋았던 것 같아요.

실제로 그런 컨셉의 교육을 저는 다른 곳에서는 본 적이 없는 것 같고
굉장히 교육 내용이 체계적으로 잘 구성되었다고 생각합니다.

진짜 회사를 다니는 것처럼 굉장히 업무가 빠세고 다양하더라고요.

”

프로그램 후기



수강생 대표 후기

“

사수 없다고 울지 말고, skill-up 하세요!

한 달 동안 언제나 든든하게 도움을 주는 역할을 해주어서 저에게 이 프로그램은 비공식 사수같은 느낌이었습니다.

실제 회사에 다니는 것처럼 업무를 하게 되지만, 안전하게 실수하고 경험할 수 있는 환경이 조성되기 때문에 특히 작은 조직에서 일하는 신입 사원들에게는 꼭 필요한 교육 프로그램인 것 같습니다.

”



최예빈님 후기

(청소연구소 / 정책기획팀 운영)

한 달간 진짜 회사에 다니는 기분이었습니다.

가상의 팀장님과 사수, 코치님께 매주 새로운 과제와 업무 해결 방법을 받아 풀어나가며 기본적인 회사 매너, 메일 작성부터 업무 기획까지, 작은 것부터 큼직한 것까지 많은 것들을 배우고 느꼈습니다.

같은 기수들과 과제를 공유하고 상호 피드백을 주고, 코치님 피드백까지 더해져 저의 부족한 점, 배울 점들을 알게 된 것이 정말 좋았어요. 저는 늘 제 주변 사람들은 어떻게 하는지 궁금하고 배우고 싶었거든요.

롤플레이잉을 마치고 제가 얻은 가장 큰 깨달음은 “왜”라는 질문과 목적성을 갖자였어요.

이후 실제로 회사 회의 준비를 할 때 “회의의 목적성”과 “논의하는 부분의 필요 이유”를 기본으로 두고 생각을 정리하고 흐름을 잡아 전보다 훨씬 만족하는 회의를 준비할 수 있었어요. 전에는 그 준비 단계에서 많이 헤맸거든요.

사회생활을 처음 시작하거나 저 같은 1년 차 주니어에게 정말 추천합니다!

“

작은 단위의 업무를 처리하는 데는 큰 어려움이 없다고 생각했는데,
코치님들의 피드백을 듣고 크나큰 자만이었다며 반성했어요.

로지컬씽킹을 통한 가설 수립, 서베이 및 인터뷰를 통한 가설 검증,
데이터 분석 등은 실무에서 손대지 못했던 나름 큰 단위의 업무들이었는데요.
지금은 실무에서 적용해볼 기회를 찾을 정도로 자신감이 생겼고,
더 배우고 싶다는 의지가 충만해졌어요.

저는 현재 마케팅 업무를 하고 있지만,
롤플레이팅을 통해 배운 내용은 모든 직무와 업무 단계에서 백 번 활용할 수 있다고 생각합니다.

프로그램 참여 시 추천 팁은 제2의 직장에 다니고 있다고
꿈임없이 최면(?)을 걸고 긴장 상태를 유지하라는 거예요.
실제 회사에서 업무를 할 때 밀린 숙제하듯이 대충 해치워버리거나
팀원들과 한 번 보고 말 사이라고 성의 없이 대하진 않잖아요.

프로그램이 시작되는 순간부터 ‘또 다른 회사에 출근한다!’라는 마음을 먹고
매 과제와 커뮤니케이션에 최선을 다하셨으면 좋겠어요.
프로그램 종료 후에 일잘러 Lv.1이 되신 모습을 발견하실 수 있을 거예요!

”



홍연진님 후기



김영님 후기

**신입으로 막 회사에 들어갔을 때,
맞닥뜨릴 어려움을 미리 대처할 수 있게 만들어주는 프로그램 같아요.**

이메일 작성법, 인터뷰, 전화 응대, 자료 조사, 로직트리, 리서치 방법 등 다양한 분야에 걸쳐 과제가 주어지고 교육이 이뤄져서 4주라는 짧은 시간동안 밀도 있게 배울 수 있었습니다.

무엇보다 직접 해보고 그것에 대한 직, 간접적인 피드백이 이뤄진 점이 좋았어요.

프로그램에 참여하는 동안 신속함과 완성도를 함께 잡아보려고 노력했는데, 노력한만큼 마지막에 우수 사례에 뽑히기도 하고 호평을 듣기도 했습니다.

이번에 배운, 신입으로서 갖춰야하는 자세들을 앞으로도 꾸준히 실천해서 슈퍼 루키로 거듭날 수 있도록 노력하려고 합니다!

지식을 뛰어넘는 실전 훈련

신입사원은 지식의 습득 보다 경험을 통해 익히는 과정이 필요합니다
본 프로그램은 가상의 회사에서 안전하게 실수하고 개선하는 과정을 통해
빠르게 성장하는 실전형 신입사원 교육입니다.

경기스타트업캠퍼스 비즈니스 커뮤니케이션 skill-up

☰ 교육 신청 및 행정 문의 : 031-8039-7108 / prettysonn@gbsa.or.kr
(경기도경제과학진흥원 창업TF팀 사업담당자)

📍 교육 프로그램 내용 문의 : 070-8220-5088

