

강점은 찾았는데, 왜 일이 아직 막막할까 ?

강점이 실제 일, 고객 가치, 브랜드 언어, 지속 가능한 일의 방식 안에서 살아나고 있는지 7 단계로 점검하고, 직접 써 보며 정리하는 코칭형 워크북입니다.

28

문항

7

단계 점검

140

만점



WHO IT'S FOR

이 워크북이 필요한 사람

- 1 강점 검사를 했지만 “그래서 뭘 해야 하지?” 막막한 분
- 2 내가 잘하는 것을 일이나 서비스로 설명하기 어려운 분
- 3 브랜드 문장이 실제 고객 경험과 연결되는지 헷갈리는 분
- 4 좋아하고 의미 있는 일을 하지만 자꾸 소진되는 분
- 5 시간 · 가격 · 고객 · 콘텐츠를 어떻게 구성할지 막막한 분
- 6 강점이 실제 일에서 반복되도록 만들고 싶은 분

CORE QUESTION

내 강점은 지금 어떤 구조 안에서 살아나고 있을까 ?

점수보다 중요한 것은 “패턴” 입니다 . 어디에서 잘 쓰이고 어디에서 막히는지 살펴봅니다 .

- 나다운가 ?
- 고객에게 도움이 되는가 ?
- 지속 가능한가 ?

THE MODEL

강점이 일 안에서 자라는 7 단계

강점은 “발견” 에서 멈추지 않고 , 경험 · 고객 · 언어 · 기회 · 방식 · 실험을 지나 실제 일 안에서 자랍니다 .

1

강점 자각

나는 어떤 방식으로 일하는 사람인가

2

경험 증거

실제 경험에서 어떻게 발휘됐는가

3

고객 가치

고객에게 어떤 도움으로 경험되는가

4

브랜드 언어

고객이 알아듣는 말로 설명되는가

5

기회 접근성

필요한 사람에게 닿을 길이 있는가

6

일의 방식

지속 가능하게 반복될 방식인가

7

지속 실험

반응과 사용감을 보며 조정하는가

HOW TO USE

사용법 · 채점 방법

각 단계마다 4 개 문항이 있어요 . 지금 상태와 가장 가까운 숫자 (1~5) 에 표시해 주세요 .

1 전혀 아니다	2	3 보통 이다	4	5 매우 그렇다
-----------------------	----------	----------------------	----------	-----------------------

단계당 20 점 · 7 단계 합산 140 점

점수는 결과표가 아니라 지도예요

점수는 내 강점이 어디에서 잘 쓰이고 , 어디에서 막히는지 보는 자기점검 지도입니다 .
낮은 점수는 내가 부족하다는 뜻이 아니라 , 아직 돌보지 못한 조건을 알려주는 신호입니다 .

기록 팁

총점을 빨리 계산하기보다 , 어느 단계가 높고 낮은지를 먼저 보세요 . “ 내가 못해서 ” 가 아니라
“ 어떤 조건을 돌보면 좋을까 ? ” 로 읽어주세요 . 문항 점수는 각 단계 페이지 하단에 적어두면 좋아요 .

진단 → 적어보기 → 집계 (12 쪽) → 다음 행동 (13 쪽) 순서로 이어집니다 .

STEP 1 / 7

1 단계 . 강점 자각

나는 어떤 방식으로 일하는 사람인가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- ① 나는 내가 자주 쓰는 강점이나 일하는 방식을 어느 정도 설명할 수 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ② 나는 어떤 일을 할 때 더 몰입되고 힘이 나는지 알고 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ③ 나는 다른 사람들이 나에게 자주 기대하는 역할이나 도움을 알고 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ④ 나는 “잘하는 일” 이 아니라 “나답게 잘하는 방식” 을 구분해본 적이 있다. (1) (2) (3) (4) (5)

1 단계 점수

_____ / 20

적어보기

내가 자주 쓰는 강점 또는 일하는 방식은 무엇인가 ?

내가 가장 나답게 일한다고 느끼는 순간은 언제인가 ?

STEP 2 / 7

2 단계 . 경험 증거

실제 경험에서 어떻게 발휘됐는가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- 1 내 강점이 실제로 쓰였던 경험을 3 가지 이상 떠올릴 수 있다 .

 1
 2
 3
 4
 5

- 2 내가 잘 도왔던 사람이나 상황의 공통점을 알고 있다 .

 1
 2
 3
 4
 5

- 3 고객이나 주변 사람이 내 도움을 어떤 말로 표현했는지 기록해본 적이 있다 .

 1
 2
 3
 4
 5

- 4 내 강점이 단순한 자기평가가 아니라 실제 행동과 경험으로 확인된다 .

 1
 2
 3
 4
 5

2 단계 점수

_____ / 20

적어보기

내 강점이 실제로 쓰였던 경험은 무엇인가 ?

그 경험들에서 반복되는 나의 방식은 무엇인가 ?

STEP 3 / 7

3 단계 . 고객 가치

고객에게 어떤 도움으로 경험되는가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- ① 내 강점이 고객에게 어떤 도움으로 느껴지는지 설명할 수 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ② 내가 잘하는 방식과 고객이 실제로 필요로 하는 것이 연결되어 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ③ 고객이 내 도움을 받은 뒤 어떤 변화나 안도감을 느끼는지 알고 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ④ 내가 주는 도움이 고객의 실제 문제나 막막함과 어떻게 연결되는지 설명할 수 있다. (1) (2) (3) (4) (5)

3 단계 점수**/ 20****적어보기****고객은 나를 통해 무엇을 경험하는가 ?**

내가 반복해서 주는 가치는 무엇인가 ?

STEP 4 / 7

4 단계 . 브랜드 언어

고객이 알아듣는 말로 설명되는가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- ① 나는 내가 누구를 어떻게 돕는지 한두 문장으로 말해본 적이 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ② 내 소개 문장은 내가 하고 싶은 말보다 고객이 이해할 수 있는 말에 가깝다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ③ 내 브랜드 키워드는 실제 경험과 고객 가치에 근거하고 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- ④ 내가 만든 문장을 실제 프로필, 콘텐츠, 안내문 등에 사용해본 적이 있다. (1) (2) (3) (4) (5)

4 단계 점수

_____ / 20

적어보기

현재 나를 설명하는 문장은 무엇인가 ?

이 문장을 고객이 들었을 때 바로 이해할 수 있을까 ?

STEP 5 / 7

5 단계 . 기회 접근성

필요한 사람에게 닿을 길이 있는가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- 1 내 도움이 필요한 사람이 어디에 있는지 어느 정도 알고 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- 2 그 사람들이 내 강점과 도움 방식을 이해할 수 있는 콘텐츠나 안내문이 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- 3 내 서비스나 제안은 고객이 다음 걸음을 선택하기 쉽게 되어 있다. (1) (2) (3) (4) (5)
- 4 지금의 시간, 가격, 에너지 조건이 내가 나답게 일할 기회를 막고 있지는 않다. (1) (2) (3) (4) (5)

5 단계 점수 _____	/ 20
----------------------	-------------

적어보기

내 도움이 필요한 사람은 어디에서 나를 만날 수 있는가 ?

지금 부족한 콘텐츠, 관계, 제안 경로는 무엇인가 ?

STEP 6 / 7

6 단계 . 일의 방식

지속 가능하게 반복될 방식인가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- 1 지금의 서비스 방식은 내 강점이 반복해서 쓰이도록 설계되어 있다.
 1 2 3 4 5

- 2 내가 자주 소진되는 고객 유형이나 일의 방식을 알고 있다.
 1 2 3 4 5

- 3 가격, 일정, 범위, 피드백 방식이 지속 가능하게 정리되어 있다.
 1 2 3 4 5

- 4 내가 잘 돕는 방식과 실제 수익 모델이 너무 분리되어 있지 않다.
 1 2 3 4 5

6 단계 점수 _____	/ 20
----------------------	-------------

적어보기

내가 자주 소진되는 일의 방식은 무엇인가 ?

지속 가능하게 바꾸려면 무엇을 줄이고, 무엇을 명확히 해야 하는가 ?

STEP 7 / 7

7 단계 . 지속 실험

반응과 사용감을 보며 조정하는가 ?

지금 상태 살펴보기

1 전혀 아니다 3 보통이다 5 매우 그렇다

- ① 나는 내 강점이 실제 일이나 서비스 과정에서 어떻게 쓰이는지 작은 단위로 실험해본 적이 있다 . (1) (2) (3) (4) (5)
- ② 고객 반응을 보며 내가 주는 도움, 서비스 방식, 콘텐츠 주제를 조정해본다 . (1) (2) (3) (4) (5)
- ③ 실험 후 고객에게 도움이 되었는지뿐 아니라, 내가 자연스럽게 지속 가능하게 일했는지도 함께 점검한다 . (1) (2) (3) (4) (5)
- ④ 반응이 좋지 않을 때 나를 탓하기보다 고객, 제안, 전달 방식, 일의 조건 중 무엇을 조정할지 살펴본다 . (1) (2) (3) (4) (5)

7 단계 점수**/ 20****적어보기****이번 달에 작게 테스트해볼 서비스나 콘텐츠 실험은 무엇인가 ?**

고객 반응과 나의 사용감을 어떻게 기록할 것인가 ?

YOUR MAP

나의 자기점검 지도

각 단계 점수를 옮겨 적고, 막대를 칠해 보세요. 총점보다 어느 단계가 높고 낮은지가 더 중요합니다.



총점

/ 140

가장 잘 풀리고 있는 단계 / 가장 막혀 있는 단계는 ?

지금 나에게 가장 필요한 현실 조건 하나는 ?

NEXT ACTION

다음 행동 정하기

전체를 한 번에 바꾸려 하지 말고, 가장 낮은 단계 하나를 골라 이번 달의 작은 행동으로 바꿔보세요.

1 에너지 나는 일의 순간 5 개 적어보기

2 고객 후기 · 피드백 · 반복 경험 모아보기

3 “고객은 내 도움으로 무엇이 쉬워졌나?” 쓰기

4 프로필 첫 문장 하나 새로 써보기

5 내 도움이 필요한 사람이 있는 채널 하나 정하기

6 소진되는 고객 / 일의 범위 하나 줄이기

7 고객 반응과 나의 사용감을 볼 작은 실험 정하기

내가 이번 달에 할 작은 행동

힌트 — 행동은 작을수록 좋아요. “다 바꾸기” 보다 “이번 달에 하나 확인하기” 로 시작해요.

강점은 발견에서 끝나지 않습니다 .

강점은 실제 경험 속에서 확인되고 , 고객에게 가치로 전달되고 , 지속 가능한 일의 방식 안에서 자랍니다 .

혼자 풀기 어렵다면

어떤 단계에서 오래 막힌다면 , 혼자 더 열심히 해야 한다는 뜻이 아닐 수 있습니다 . 강점은 경험 · 고객 · 현실 조건 · 일의 구조 안에서 살아나는 자원이기 때문입니다 . 비스타는 1 인기업 · 크리에이터 · 전문가가 자신의 강점과 경험을 바탕으로 브랜드 방향 , 콘텐츠 전략 , 일의 구조와 비즈니스 모델을 설계하도록 돕습니다 .

지금 바로 이어가기

[강점 브랜딩 코칭 문의하기](#)

[웹 진단 다시 해보기](#)

[개인 코칭 신청하기](#)

출처와 해석 주의 — 이 워크북은 심리 진단 도구가 아니며 , 강점과 직업 · 성과 · 수익을 1:1 로 단정하지 않습니다 . Duffy 등 (2018) 의 Work as Calling Theory 중 ‘기회 접근성’ 개념을 비스타 강점브랜딩 관점으로 재해석한 자기점검 자료입니다 .