1. **비즈니스 분석을** 사용하면 고객**을** 더 잘 파악하고, 고객의 변화**하는** 니즈를 예측하고, 경쟁에서 우위를 점하고, 시장에 혁신적인 아이디어와 제품**을** 공급**하는** 데 도움**을** 주어 투자 비용**을** 최대한으로 활용**하는** 데 도움**을** 줄 수 있습니다.
2. **비즈니스 모델 캔버스의 9가지** 요소는 고객, 가치제안, 채널, 고객관계, 수익원, 핵심자원, 핵심 활동, 핵심 파트너, 비용 등으로 이는 **비즈니스의** 4대 핵심 영역인 고객, 주문, 인프라, 사업타당성 분석 등을 포괄한다고 설명하고 있다.
3. 고객 세그먼트
* 우리의 제품과 서비스를 누구에게 팔 것인지, 어떤 고객이 진짜 우리 고객인지를 파악하는 것
1. 가치제안
* 기꺼이 돈을 지불하고 이 제품을 사게 되는 어떤 것 (절대적이 아니라 상대적)
1. 유통채널
* 고객과 우리의 제품/서비스가 만나는 접점. 효율적 접근, 비용 절감을 생각해야 함
1. 고객관계
* 우리의 제품을 계속 쓰게끔 하는 요소 (지속가능성, 마케팅)
1. 수익원
* 자체적인 수익이 날 수 있는지 (광고수익은 절대 주 수입원이 될 수 없음)
1. 핵심자원
* ‘가치’ 보다는 ‘자원’ (인적자원, 기술자원, 지식재산)
1. 핵심활동
* 우리의 가치를 제공하기 위해서는 어떤 활동을 주로 해야 하는지 (제품 생산, 설계 / 마케팅, 영어 등)
1. 핵심파트너
* 우리의 제품/서비스와 긴밀한 협력관계에 있는 공급자
1. 비용구조
* 비즈니스 모델을 실행하기 위해 주로 사용되는 비용원 (인건비, 재료비, 수수료 등)