문항1. 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 설명하시오

빠르고 유연한 배포

분석 기관인 IDC에서는 클라우드 사용자의 76%가 배포 속도를 클라우드 사용 이유로 꼽았음을 발견했습니다. 이 비율은 비용을 포함한 다른 어떤 이유보다도 높은 수치입니다. 하드웨어를 구입, 설치 또는 구성하지 않고 바로 시작해야 하는 경우 호스팅 솔루션 이상으로 좋은 것은 없습니다. 몇 분 내에 사용자를 추가하고 대시보드를 공유할 수 있습니다.

세계적 수준의 보안

클라우드로 이전할 때 사용자들이 주로 우려하는 사항은 바로 보안입니다. 놀랍게도 클라우드 기반의 분석으로 전환하면 보안이 개선됩니다. 클라우드 공급업체는 일반적으로 24시간 내내 모니터링을 하고, 정기적으로 위험 요소 평가를 수행하며, 최신 패치를 즉시 배포할 준비가 되어 있는 팀을 갖추고 있습니다. 이 모든 작업은 조직에서 자체적으로 응용 프로그램을 호스팅할 경우 리소스를 많이 소모하는 부분입니다.

간소화된 모바일 액세스

클라우드 솔루션은 방화벽 밖에서 액세스할 수 있으므로 직원이 이동 중에 액세스하기 쉽습니다. 안전한 시스템과 인증 제어의 이점도 활용할 수 있습니다. 직원들은 방화벽 내로 먼저 들어갈 필요없이 인터넷 액세스가 가능한 모든 곳에서 로그인할 수 있습니다.

고객 및 파트너와 편리하게 공유

클라우드와 관련된 이점 중 하나는 조직 외부의 사용자와 정보를 공유하는 과정이 훨씬 수월하다는 것입니다. 더 이상 파트너 또는 고객에게 방화벽 내로 들어올 수 있는 권한을 부여할 필요 없이 클라우드 공급업체의 계정을 제공하면 클라우드에서 대시보드에 액세스할 수 있습니다. 이는 고객을 위해 대시보드를 만드는 대행사에 매우 유용한 솔루션이 될 수 있습니다.

문항2. 비즈니스 모델 캔버스의 9가지 관점 대해 제시하고, 키워드에 대한 개념을 설명하시오

비용 구조( Cost Structure ) / 수익원( Revenue Streams )

사업의 가장 중요한 요소라고 생각 됩니다. 사업을 동작 시키기 위해 필요한 비용. 그리고 그렇게 투자한 비용으로 얻는 수익을 정의 합니다.

고객층( Customer Segment )

사업의 주요 고객들을 정의 합니다. 세상 모든 사람들이 내 사업을 사용하게 하는 것은 불가능에 가깝습니다. 이 개념에 Segment라는 단어를 사용하는 것에 주목해야 합니다. 어떤 고객층들을 대상으로 할 것인지 명확히 해야 합니다. 세상 모든 것이 다 내 꺼! 라고 외치는 것은 오만에 가깝습니다. 특정 고객층을 타겟으로 하여 사업 역량을 집중해야 합니다.

​전달 가치( Value Propositions )

사업이 생산하는 상품으로 고객에게 전달 하려는 가치를 정의 합니다.

​유통 방식( Channels )

생산한 상품을 사용자에게 어떻게 전달할지를 정의 합니다.

고객과의 관계( Customer Relationships )

고객과 소통하기 위한 방법들을 정의 합니다.

중요 자산( Key Resources )

생산할 상품을 만들기 위해 꼭 필요한 자산 입니다. 인적, 물적, 무형 등등 모든 형태의 자산을 정의 해야 합니다.

쉽게 얘기해서 생산할 상품의 주요 재료라고 표현해도 좋을 것 같습니다.

주요 활동( Key Activities )

상품을 만들기 위해 반드시 필요한 활동 입니다. 더 노골적으로 얘기해서 사업을 위해 필요한 노동 행위라고 정의해 볼 수 있겠습니다.

주요 파트너( Key Partners )

아무리 단순한 상품을 만든다고 하더라도 분명 누군가의 협력, 도움이 필요할 것 입니다. 사업 진행에 있어 협업이 꼭 필요한 사업 파트너를 정의 합니다.