**문항 1. 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 설명하시오.**

1) 비즈니스 분석을 통한 정보 이점으로, 비즈니스가 시장 변화에 더욱 지능적으로 대응하여 경쟁 업체보다 정보 우위를 확보함으로써 경쟁 우위를 점하고 유지하기 위해서 비즈니스 분석을 수행한다.

2) 분석을 통해 분석을 비즈니스 친화적으로 만들어 비즈니스 전문가에게 회사의 데이터를 효과적으로 이해하고 보다 현명하게 대응할 수 있는 기회를 제공하여 정보 및 전문성 투자에서 더 높은 수익을 얻기 위해 비즈니스 분석을 한다.

**문항 2. 비즈니스 모델 캔버스의 9가지 관점에 대해 제시하고, 키워드에 대한 개념을 설명하시오.**

1) 고객 세그먼트

목표로 하는 고객군은 누구이고 어떤 문제/고민/니즈를 가지고 있는지에 대해서 정의한다. 여기서 고객 세그먼트는 단순히 한 사람 한 사람 고객을 지칭하는 것이 아니라 특정 공통점을 가지고 있는 고객 집단이다,

2) 가치 제안

지정한 고객 세그먼트가 필요로 하는 가치를 창조하기 위한 상품이나 서비스의 조합을 의미한다. 가치제안을 정리할 때는 단순히 우리가 제공하는 모든 상품이나 서비스를 망라하는 것보다는 앞서 정의한 우리의 목표 고객 세그먼트가 지니고 있는 가장 큰 문제/니즈에 대해 우리만 차별적으로 해결해 줄 수 있는 “무언가”를 정의하는 것이 필요하다.

3) 유통 채널

목표하는 고객 세그먼트와 커뮤니케이션하고 상품/서비스를 거래하는 방법 일체를 의미한다. 채널을 고려할 때 대부분 '우리 제품/서비스를 고객이 어디에서 구매하는가?' 부분에만 초점을 맞추고 고민하는 경향이 있는데, 사실 진짜 고객 채널을 고민하고 전략을 수립하기 위해서는 구매 앞뒤 단계를 모두 포괄해야 한다. 고객 채널 요소에는 이해도-평가-구매-전달-판매 이후가 있으며, 개별 요소마다 어떻게 고객과 커뮤니케이션할 것인지에 대해 고민할 필요가 있다.

4) 고객관계

특정한 고객 세그먼트와 어떤 형태의 관계를 맺을 것인가를 의미한다. 고객관계를 형성하는 것의 가장 궁극적인 목표는 고객을 브랜드의 '팬'으로 만드는 것이다.

5) 수익원

고객 세그먼트의 문제해결/니즈 충족을 위해 제공하는 가치 제안으로 인해 어떻게, 얼마나 돈을 받는지 수익원을 정의하며, 수익원의 유형만 정의하는 것이 아니라 각 수익원별 구체적인 가격(혹은 수수료율)까지 고민하는 것이 구체적인 비즈니스 모델 수립에 필요하다.

6) 핵심자원

비즈니스를 원활하게 운영하기 위해 가장 필요한 중요 자산을 의미하며, 핵심자원으로는 물적 자원, 지적 자산, 인적 자원, 재무 자원으로 크게 4가지로 분류된다.

7) 핵심활동

핵심 가치제안은 어떤 핵심활동을 필요로 하는지 3가지 측면, 생산, 문제해결, 플랫폼/네트워크으로 고민해야 한다.

8) 핵심 파트너십

비즈니스 모델을 원활히 작동시켜줄 수 있는 공급자-파트너 간의 네트워크를 의미한다.

9) 비용구조

비즈니스 모델을 운영하는데 발생하는 모든 비용을 의미한다. 비용 구조는 크게 고정비와 변동비로 나눠서 각 비용별로 어떤 비용이 소요되는지 항목과 크기를 고민하는 것이 필요하다.