문항1. 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 설명하시오.

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

1. 가치 제안(Value Proposition)

고객에게 어떤 가치를 제공하는가?

제공하는 가치가 고객이 처한 문제점을 해결해 주는가?

기능적 가치뿐만 아니라 사회적 가치까지 접근할 수 있는가?

1. 고객 세분화(Customer Segments)

어떤 고객을 대상으로 할 것인가?

누가 우리의 가장 중요한 고객인가?

1. 채널(Channels)

어떤 방식을 통해 제품과 서비스를 고객에게 전달할 것인가?

채널이 어떤 기준으로 통합되어 있고, 어느 채널이 가장 효과적인가?

1. 고객 관계(Customer Relationships)

고객과 어떻게 지속적으로 관계를 유지할 것인가?

핵심 제품과 서비스에 대한 지속적인 거래뿐만 아니라 부가적인 서비스 및 새로운

비즈니스 모델 개발을 통한 새로운 수익 원을 가질 방법을 고민

1. 수익 원(Revenue Streams)

생산된 제품과 서비스가 고객에게 전달된 후 고객이 기업에게 대가를 지불하는 방식과

관련됨

원가를 고려하여 가격을 선정하고, 지속적인 수익 창출 원을 개발하는데 초점을 둠

1. 핵심 자원(Key Resources)

가치 제안, 고객 세분화, 채널, 고객 관계, 수익 원을 실현하기 필요한 자원

1. 핵심 활동(Key Actives)

핵심 자원과 핵심 파트너를 통해 가치 제안을 수행하기 위한 활동

1. 핵심 파트너십(Key Partnerships)

핵심 공급자가 누구인가? 어떤 핵심 자원을 획득할 수 있는가?

생산과 관련된 요소뿐만 아니라 플랫폼, 소프트웨어 사용을 포함

1. 비용 구조(Cost Structure)

어떤 핵심 자원을 확보하는데 가장 많은 비용이 드는가?

어떤 핵심 활동을 수행하는데 가장 많은 비용이 드는가?

고정비 감축에 집중할 것인가? 변동비 감축에 집중 할 것인가?

고정비(생산 활동과 관련이 없는 비용), 변동비(재화를 한 단위 생산할 때마다 소요되는 비용)