* 비즈니스 분석을 사용하는 2가지 이유

비즈니스 분석은 기업이 이미 보유하고 있는 방대한 양의 과거 데이터와 사례를 확인 및 평가해 데이터 기반 의사결정에 활용하는 과정을 말합니다. 비즈니스 분석은 무슨 일이 일어났는지 알아보기 위해 숫자를 확인하는 것에서 한발 더 나아가 왜 그런 일이 일어났는지에 대한 통찰력을 제공하고 다음에 취할 조치를 알려줍니다.

이러한 비즈니스 분석을 수행하는 이유는 다양하다.

**(1)예산 유지**.

변화하는 고객의 니즈를 예측하고, 경쟁에서 우위를 점하고, 시장에 혁신적인 아이디어와 제품을 공급하는 데 도움을 주어 투자 비용을 최대한으로 활용하는 데 도움을 줄 수 있다.

**(2)의사결정 개선**

데이터를 사용해 의사결정을 위한 정보를 제공하고 정확성, 효율성 및 응답 시간을 개선해 준다.

**(3)전체 목표와 비교해 성과를 측정할 수 있는 기능**

목표 및 목적에 대한 보다 명확한 이미지를 제공해 주기 때문에 데이터 시각화를 통해 기업은 핵심 성과 지표(KPI), 목표 및 목적과 비교해 현재 및 과거 성과를 추적할 수 있다.

**(4)효율성 확보**

실시간으로 프로세스 또는 성과에서의 모든 문제를 파악하고 시간, 자본 및 자원을 절약할 수 있다.

- 비즈니스 모델 캔버스의 9가지 관점에 대해 제시하고, 키워드에 대한 개념을 설명

1) 고객세분화 : 고객은 비즈니스 모델의 가장 중요한 역할 을 담당하기 때문에 제대로 분석해서 분류하는 것이 필수이다.

2) 가치제안 : 고객 세분화 이후에 고객이 필요로 하는 제 품 또는 서비스를 선택하여 고객을 만족시키는 역할을 하는 것으로 가격, 서비스, 디자인, 사용자 경험, 참신성, 위험 감 소, 맞춤 가능성 등 다양한 것이 고려가 된다.

(3) 채널 : 고객에게 기업이 제공하는 가치제안을 전달하는 역할을 수행하는 것으로 채널을 통해 고객과의 소통과 유 통, 영업 등이 진행. 회사와의 컨택이 이뤄지는 터치포인트 가 되며 고객 경험에 있어서 매우 중요한 역할을 수행 채널의 역할 : 1)제품이나 서비스를 구매, 2) 가치 제안을 직접 전달, 3) 구매 이후의 고객에 대한 지원, 4) 이해도와 인지도 상승, 가치 제안의 평가를 받을 수 있음

(4) 고객관계 : 고객 세분화와 기업이 어떤 관계를 맺고 있 는지 의미하며 신규고객확보, 기존관계유지, 판매의 확대 등 다양한 관계 전략을 세울 수 있다.

(5) 수익구조 : 고객을 비즈니스 모델의 심장이라고 한다면 수익구조는 혈관과도 같으며 세분화된 고객들이 어떠한 경 우에 돈을 지불할 수 있는지 파악을 하는 것이다. 구처1적인 유형으로 물품 판매, 서비스 제공, 사용료, 구독료, 임대, 라 이선스, 수수료, 광고 등이 있다.

(6) 핵심자원 : 기업이 가지고 있는 중요한 자산으로 가치제 안을 만들어질 수 있으며 고객과의 관계를 유지할 수 있는 기반이 되며 동시에 매출구조를 만들어낸다. 핵심자원은 물 리적, 자본, 지적재산, 사람 등이 해당될 수 있다.

(7) 핵심활동 : 비즈니스모델이 유기적으로 돌아가기 위해 서는 기업에서 반드시 수행해야 하는 일을 말하는데 시장에 접근해서 고객 관계를 유지할 수 있도록 하고 수익구조를 유지하는데 역할을 한다.

(8) 핵심파트너 : 비즈니스 모델이 진행이 되는데 필요한 협 력대상들을 말하는 것으로 핵심파트너를 통해 비즈니스를 보다 최적화하고 위험을 감소시키고 없었던 자원을 획득하 는데 중요한 역할을 한다. 파트너의 유형으로는 전략적 제 휴, 경쟁사와의 파트너십, 조인트벤처, 신뢰성 있는 구매와 공급관계 등이 있다.

 (9) 비용구조 : 고객관계를 유지하고 매출을 발생시키는데 어떻게 비용이 발생하는지에 대한 것이다.