**문항1. 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 설명하시오(28점)**

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

대부분의 소규모 기업은 마케팅 예산이 넉넉하지 않을 것이다. 비즈니스 분석을 사용하면 고객을 더 잘 파악하고, 고객의 변화하는 니즈를 예측하고, 경쟁에서 우위를 점하고, 시장에 혁신적인 아이디어와 제품을 공급하는 데 도움을 주어 투자 비용을 최대한으로 활용하는 데 도움을 줄 수 있다.

또한 마케팅 예산을 어떻게 사용해야 할지 확신이 서지 않거나 어떤 키워드가 가장 효과적인지, 비즈니스 분석은 데이터를 사용해 의사결정을 위한 정보를 제공하고 정확성, 효율성 및 응답 시간을 개선해 준다.

**문항2. 비즈니스 모델 캔버스의 9가지 관점 대해 제시하고, 키워드에 대한 개념을 설명하시오(72점)**

비즈니스 모델 캔버스는 가치 제안(기업이 제품 및 서비스를 통하여 전달하고자 하는 것)을 중심으로 앞부 분과 뒷부분 두 파트로 구성된다. 전반부는 기업의 가치가 어떻게 고객에게 전달되고, 어떻게 수익이 창출 되는지를 보여준다. 비즈니스 모델의 전반부는 주로 시장에서 고객에게 보이는 부분으로, 기업이 어떤 가치 를 고객에게 전달하는지, 그리고 그 가치를 어떻게 전달하고, 고객과 어떻게 관계를 맺어 가는지 등에 관하 여 생각할 수 있는 틀을 제공한다.

**·고객(Customer Segment)**

단어 그대로 고객이다. 누가 우리의 제품 및 서비스를 사용하는지 생각해 볼 수 있다. 고객이 누구인지도 모 르면, 고객에 대한 이해가 없다면 사업이 잘 되기를 바랄 자격이 없다.

**·가치제안(Value Proposition)**

가치 제안은 기업이 고객을 위해 창출해내는 가치이다. 가치에는 제품/서비스를 통한 기능적이고 눈에 보이 는 것들 뿐만 아니라 눈에 보이지 않는 사회적 가치, 감정적인 가치들도 포함된다.

**·채널(Channel)**

기업의 가치를 고객에게 전달하는 방법이 채널이다. 가치의 전달 단계에 따라 인식, 평가, 구매, 사후 관리 등을 어떤 채널을 통하여 진행할 것인지 생각해 볼 수 있다.

**·고객 관계(Customer Relationship)**

고객을 확보하고 유지하기 위해 사용되는 방법이다. 고객과 어떻게 상호작용하고 어떤 관계를 구축할 것이 지 생각해 봐야 한다.

**·수익(Revenue Stream)**

고객이 가치 제안에 대한 대가로 지불하는 방식이다. 다양한 형태의 수익모델을 생각해 볼 수 있다.

비즈니스 모델 캔버스의 뒷부분은 기업이 어떻게 가치를 만들어 내는가를 보여준다. 어떤 자원과 활동을 통 하여 가치가 만들어지는지 생각해 볼 수 있는 틀로 구성되어 있다. 대부분의 경우 비즈니스 모델의 뒷부분 은 외부에 보이지 않으며 고객들이 관심을 갖지도 않는다.

**·핵심자원(Key Resources)**

핵심자원은 비즈니스가 원활히 진행되기 위하여 필요한 자원이다. 생산장비 등의 물적 자원뿐만 아니라 무 형적인 자원이나 인적 자원 등도 포함된다.

**·핵심 활동(Key Activities)**

가치 제안을 만들고 비즈니스의 원활한 진행을 위해 필요한 활동이다. 특별한 제작 과정이 될 수도 있고, 고 객을 이해하는 방식이나 기업을 위한 인재를 찾는 활동 등도 포함될 수 있다.

**·핵심 파트너(Key Partnerships)**

사업이 잘 진행되기 위해 필요한 외부 이해관계자들이다. 납품업체, 물류업체, 외부 연구소 등 사업에 필요 한 이해관계자들이 여기에 포함된다.

**·비용(Cost Structure)**

사업 운영에 있어서 발생되는 모든 비용이다. 고정비, 변동비, 외주 가능성 등 여러 가지를 살펴서 비용 구 조를 파악하고 개선해야 한다.

비즈니스 모델 캔버스의 모든 요소들은 유기적으로 연결되어 있다. 가치 제안이 바뀌면 고객과 채널 등 캔 버스 내의 다른 요소들도 바뀔 수 있다. 각 블록들이 서로 미치는 영향을 고려해야만 한다. 비즈니스 모델 캔버스는 전체가 하나로 구성된 모델이며 모든 부분이 유기적으로 연결되어 있어야 잘 작동할 수 있다.