

문항 1. 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 설명하시오

현재 모든 산업군에서 치열한 경쟁이 일어나고 있습니다. 그리고 기업은 도태되지 않기 위해 비즈니스의 다양한 측면에 대한 객관적인 평가가 필요한 상황입니다. 객관적인 상황 판단을 위해 내부 및 외부 요인을 분석하고 이러한 요인이 어떻게 작용하는지 분석하는 것입니다.

이와 같이 비즈니스 분석을 수행하는 첫 번째 이유는 기업의 효율성 향상입니다. 특히 새로운 비즈니스 창출 혹은 기존 비즈니스의 새로운 측면을 개발하는데 사용 됩니다. 이런 경우 MOST 분석 기술이 주로 사용됩니다. 새로운 비즈니스의 최종 목표를 설정하고 거기에 달성하기 위한 경로를 설정 및 달성 가능한 목표를 설정하는데 큰 도움이 됩니다.

비즈니스 분석을 수행하는 두 번째 이유는 성공요인을 도출하는데 도움이 되기 위해서 입니다. 서비스 모델의 내외부환경을 분석에는 주로 Cross SWOT 분석이 사용된다. 강점, 약점, 기회, 위협을 분석하여 기업내부 관점과 기업외부 관점으로 분석한다.

이와 같은 사례를 통해 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 알 수 있다.

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

비즈니스 모델 캔버스는 의뢰자에게 비즈니스, 고객, 리테일, 공급 업체 등 비즈니스에 대한 전반적인 이해를 제공한다. 이런 캔버스에는 9개의 주요 동인이 있다.

첫 번째는 고객 세그먼트이다. 고객 세그먼트는 가장 중요한 사항이다. 고객을 어떻게 식별하는지가 비즈니스를 유지하는데 기본이기 때문이다. 여기에는 현재 고객뿐만 아니라 잠재적인 고객 또한 포함되어 있다. 레쓰비 커피를 예를 들었을 때 고객 세그먼트는 대형 소매점, 편의점, 슈퍼 등이 될 것이다. 비즈니스의 기본은 이와 같이 제품 또는 서비스에 대한 정확한 고객 기반을 결정해야 한다.

두 번째는 가치 제안이다. 고객 식별이 완료된 이후 중요한 단계는 왜 고객이 우리의 제품을 구입하는지 확인하는 것이다. 예를 들어, 최근 유행하는 포켓몬 빵의 경우 가치 제안은 빵뿐만 아니라 띠뿌띠뿌 씬이다. 이처럼 제품에 대한 가치 제안을 정의할 수 있어야 한다.

세 번째는 유통경로이다. 제품의 가치를 고객에게 어떻게 제공할지 고민하는 것이다. 쉽게 말해 판매 채널 - 판매 방법인데, 유명한 브랜드일수록 유통 채널을 확장하기 쉽다. 이처럼 강력한 유통망을 구축하는 것은 성공의 척도가 될 수 있다.

네 번째는 고객 관계이다. 고객과 좋은 관계를 형성하고 그 관계를 유지하는 것이 매우 중요하다. 이를 위해 프로모션, 행사, 할인 등을 진행한다. 이런 좋은 고객 관계가 없으면 새로운 비즈니스의 유지는 사실상 어렵다고 보면 된다.

다섯 번째는 수익의 흐름이다. 비즈니스의 경우, 수익의 주 채널이 어딘지. 주 수익 채널을 확보하고 유지하는 것이 매우 중요하다.

여섯 번째는 주요활동이다. 안정된 채널이 확보되고 운영에 대한 대강의 틀이 구성되었을 때, 앞서 언급한 유통, 고객 반응, 마케팅 등의 요소들이 유기적으로 구현되어야 한다. 이런 것들을 파악하는 것이 주요활동이다.

일곱 번째는 주요자원이다. '차별성'을 만드는 핵심 고유 자원을 인식하는 것이 매우 중요하다. 고객들이 원하는 독특한 것을 소개하는 것은 필수이다.

여덟 번째는 파트너십이다. 사업을 영위하기 위해 많은 분야의 파트너들이 필요하다. 이를 잘 유지하기 위해서는 서로 WIN-WIN하는 좋은 관계를 구축해야 한다.

마지막으로 비용 구조이다. 비용 구조란 인건비부터 마케팅 비용 등 다양한 분야에서 비용이 어떻게 드는지 확인하는 것이다. 이를 통해 원가 흐름을 파악하고 원가 절감 등을 할 수 있다.