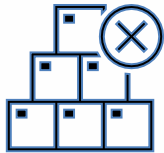
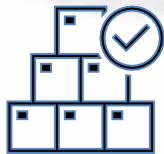


스타트업의 시장조사 결과 검증

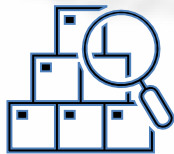
2020, 학생 창업유망팀 300 [창업집중교육]



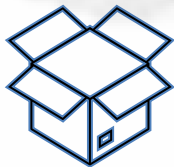
스타트업이 실패하는 이유



시장조사 결과의 검증



시장조사 결과의 검증과 Pivot, MVP

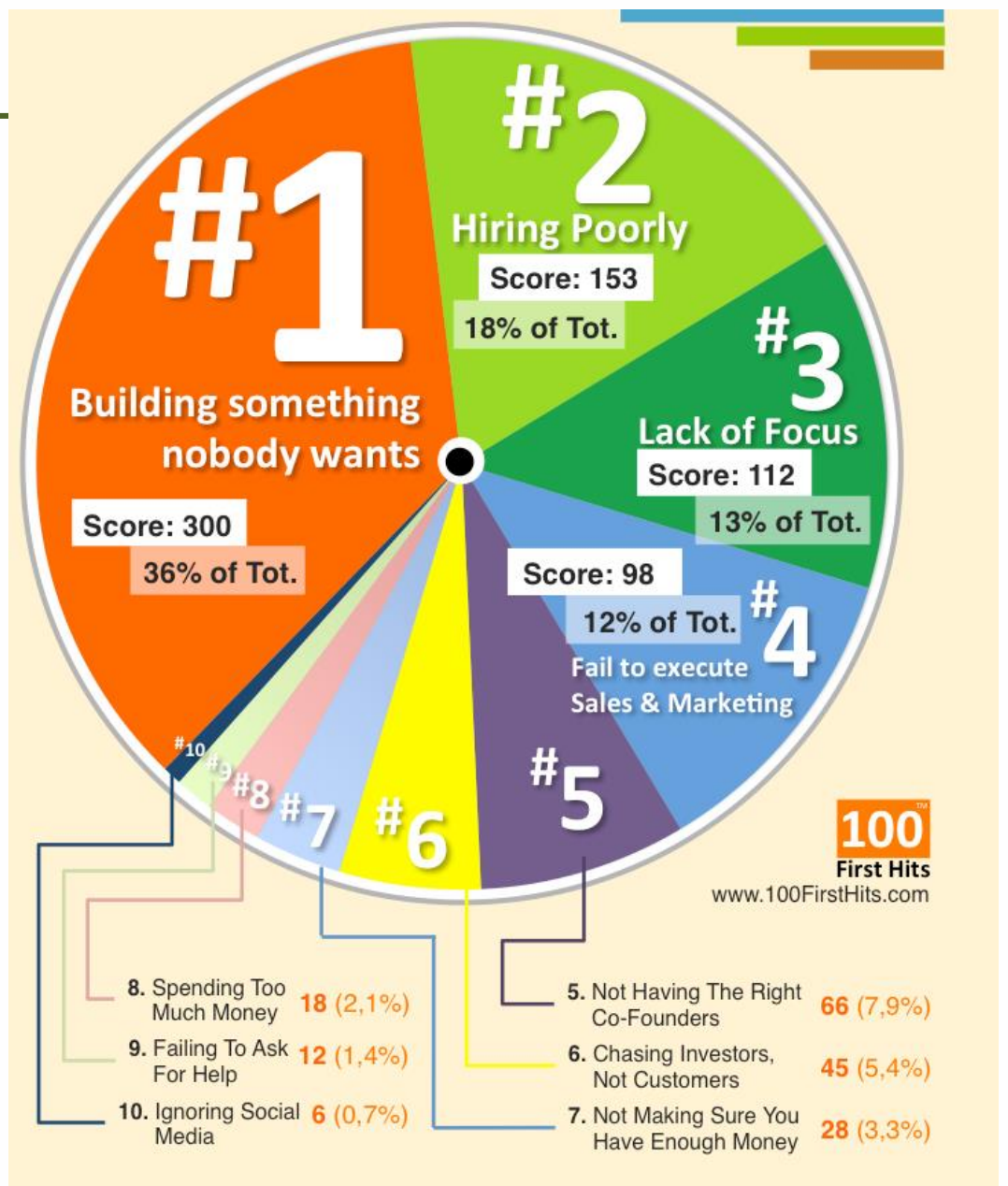


시장에 대한 이해

사업계획(비즈니스모델)의 실패? 시장의 실패?

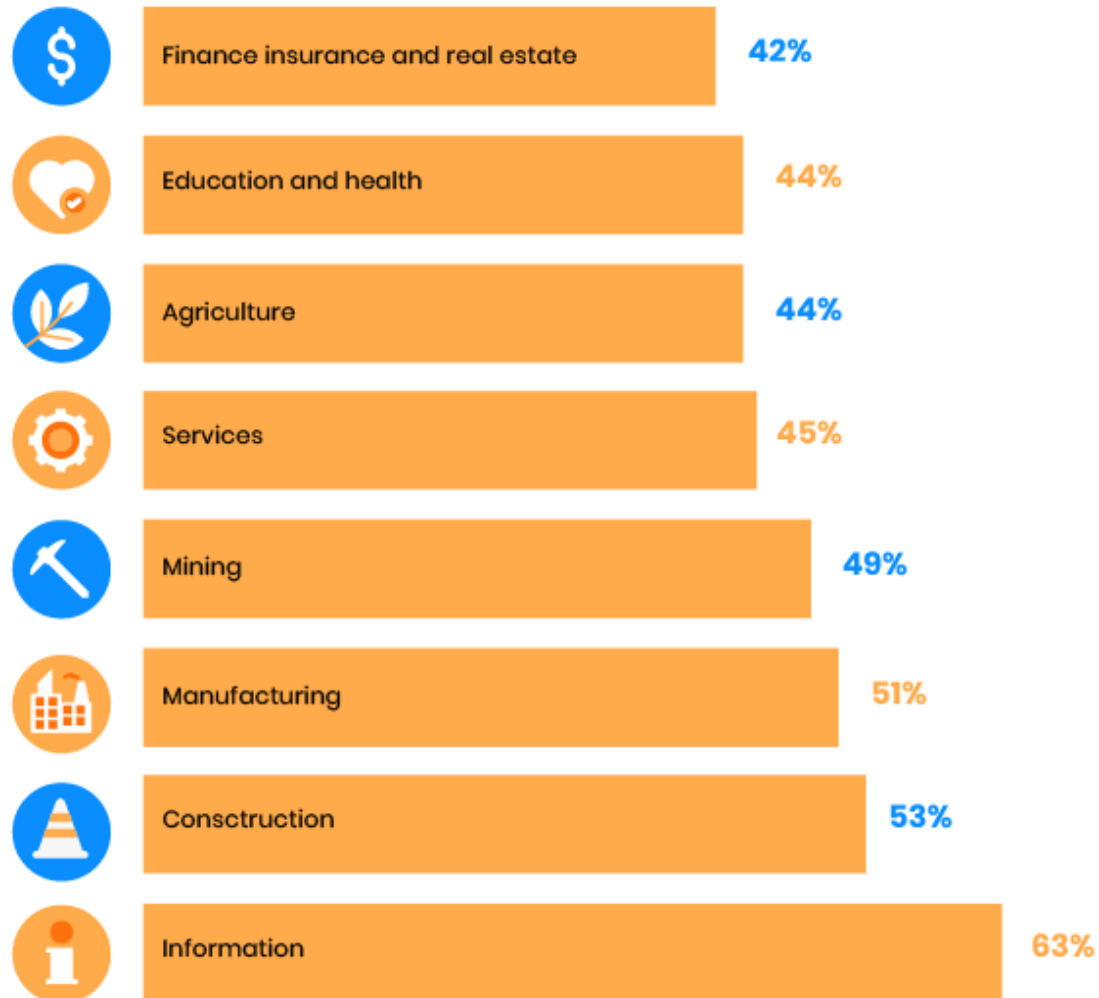
스타트업이 실패하는 이유

The Reasons of Startups Fail



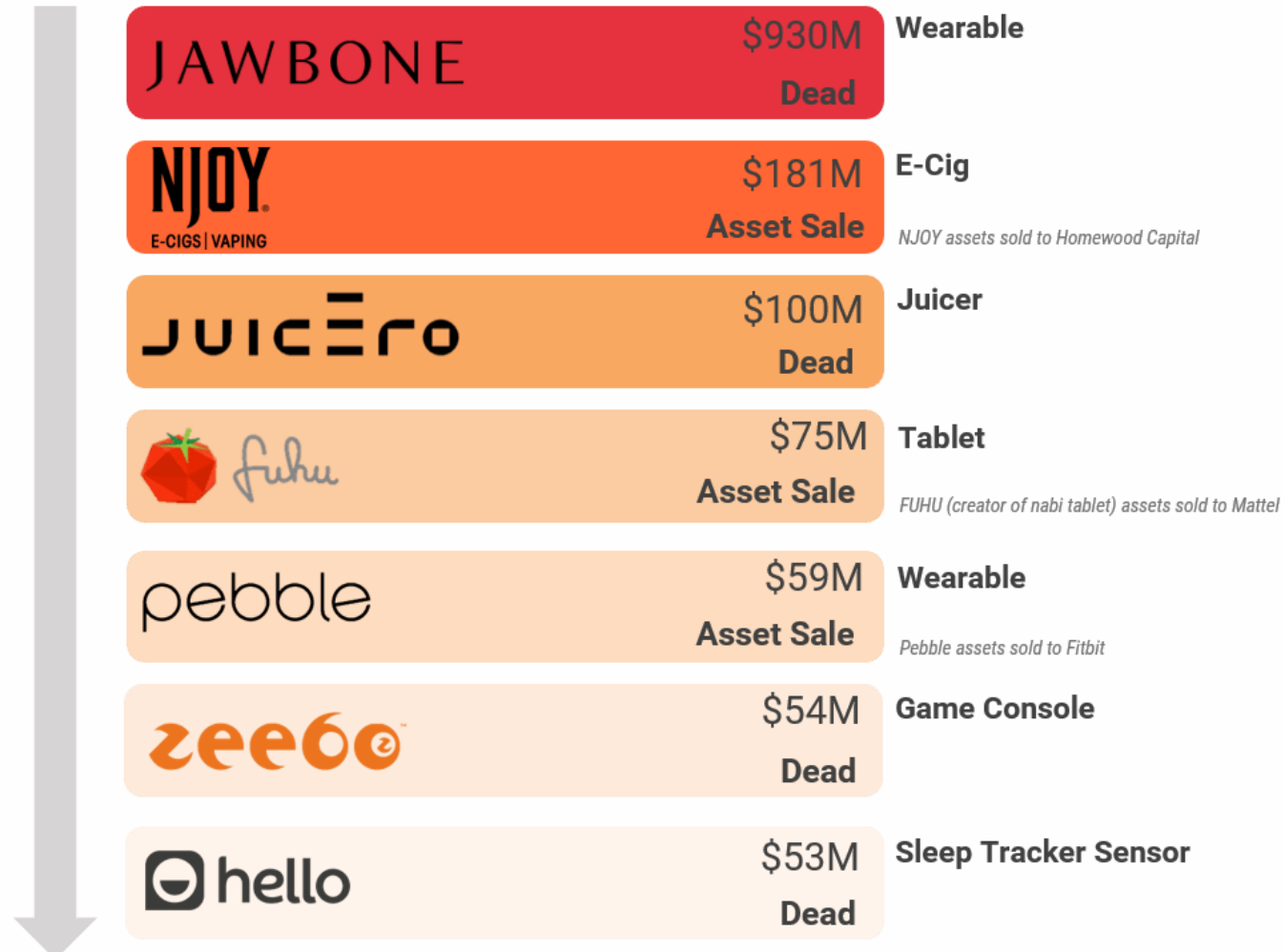
Resources: www.productsuccess.ca

Startup failure rate - Industry



Resources: www.rubygarage.org

Dead Consumer H/W



Resources: www.cbinsights.com

스타트업의 실패, 기술이 전부는 아니다. Juicero



스타트업의 실패, 기술이 전부는 아니다. Juicero



시장의 이야기에 항상 귀를 기울여야 할 것



Who?
What?
When?
Where?
How to?

& Why or Why Not?



시장조사 결과와 Market Failure

시장조사 결과의 검증

시장조사를 통해 검증해야 할 중요한 요소



문제의 검증 (Problem)

- 내가 정의한 시장 (고객)의 문제가 과연 정말 시장 (고객)에게 중요한 문제일까?



해결방법의 검증 (Solution)

- 시장(고객)은 어떤 해결방법을 갖고 있을까?
- 경쟁자들은 어떤 해결방법을 제안하고 있을까?



경쟁우위의 검증 (Value)

- 시장(고객)이 가장 중요하게 판단하는 핵심가치는 무엇일까?
- 경쟁자들과 어떻게 다른 가치를 제안할 수 있을까?

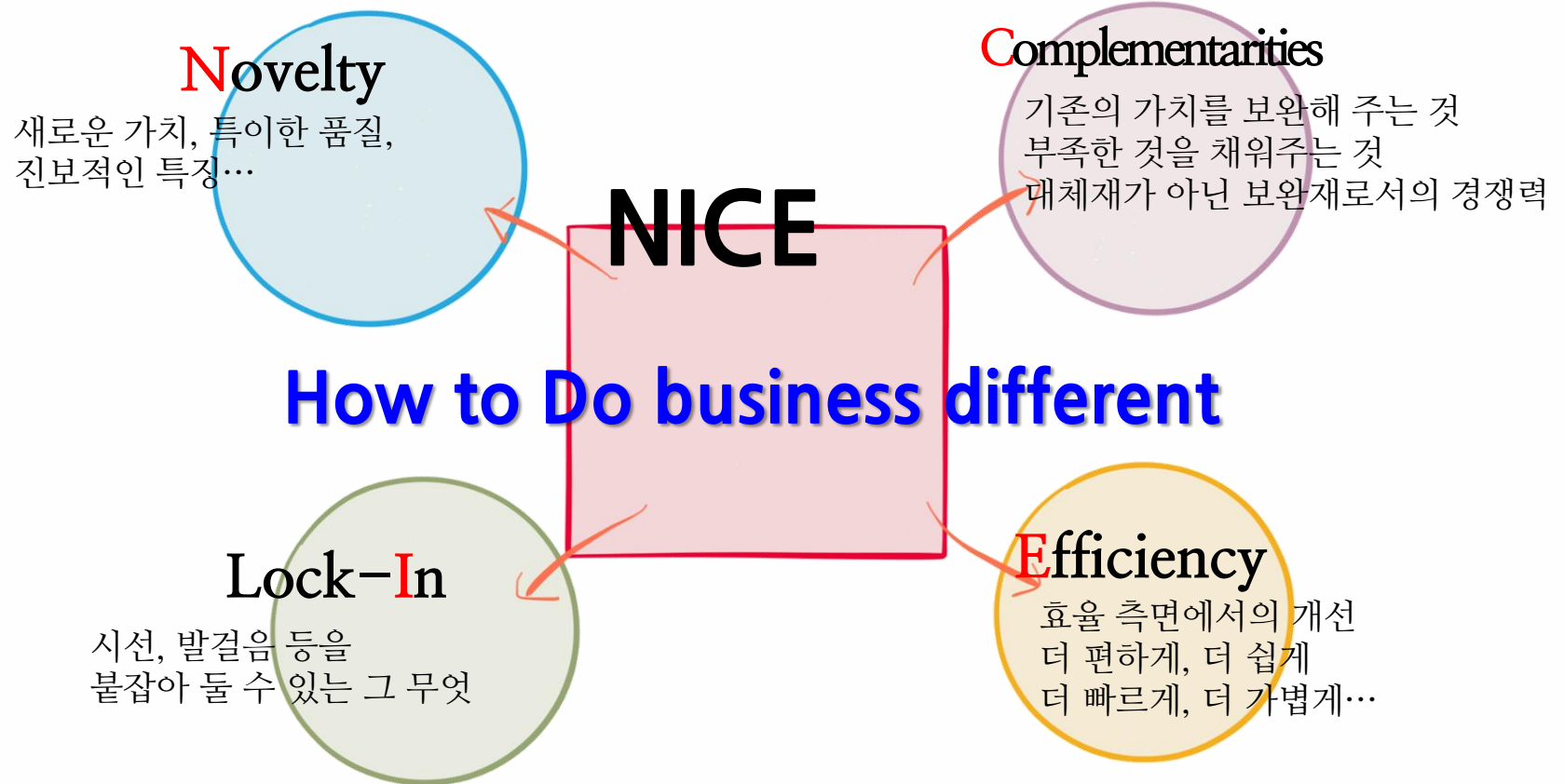
문제(Problem)의 검증



해결방법(Solution)의 검증



경쟁우위(Value)의 검증



시장조사 결과의 검증, 그리고 검증 결과에 따른 Pivot과 MVP 디자인

시장조사 결과의 검증과 PIVOT, MVP

시장조사를 통한 강점의 발견과 전략 조정

Reinforcing

기존
핵심가치의
강화

이미 존재하는
물리적 경쟁력,
소비자 충성도 등의
핵심가치를
지속적으로 강화시켜
고유한 핵심가치를 확장

Repositioning

잠재가치의
핵심가치화

잠재적인 가치를
새롭게 발굴하여
시대적 흐름,
트렌드 등에 맞춰
개발하여
핵심가치로 발전

Recreating

새로운
핵심가치의
발굴

존재하지 않던
새로운 가치를 개발,
또는 발굴하여
내부 역량에 맞게
재창조함으로써
새로운 핵심가치를 창출

시장조사를 통한 비즈니스모델 조정



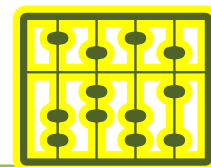
시장을 조정하기

- 목표고객 변경
- 목표시장 변경



제품을 조정하기

- 주요 특성 변경
- 제품 가격 변경
- 제품 단위 변경



경쟁우위를 조정하기

- 핵심가치 변경
- 포지셔닝 변경

3 Awesome Minimum Viable Products (MVPs)



DEVELOPMENT
THAT PAYS

Pivoting은 다양하게...

**제품의 기능을 제품 전체로
전환하여 더 단순하고 능률적인
효율성을 제공**

(예)다른 기술을 적용하여 제조 비용을
줄이거나 또는 동일 기술로
보다 안정적인(혹은 수익성이 높은)
제품을 제조

**새로운 시장, 업종 등으로 포지셔닝
하여 다른 고객 세그먼트를 탐색**

(예)플랫폼을 앱에서 소프트웨어로 또는 소프트웨어에서 앱으로

**수익 창출을 위한 새로운
수익 모델을 적용**

(예)광고 기반 수익 모델에서 정기구독
수익모델로, 또는 프리미엄 모델을 통한 수익성고도화 등

고객, 그리고 시장에 대한 이해

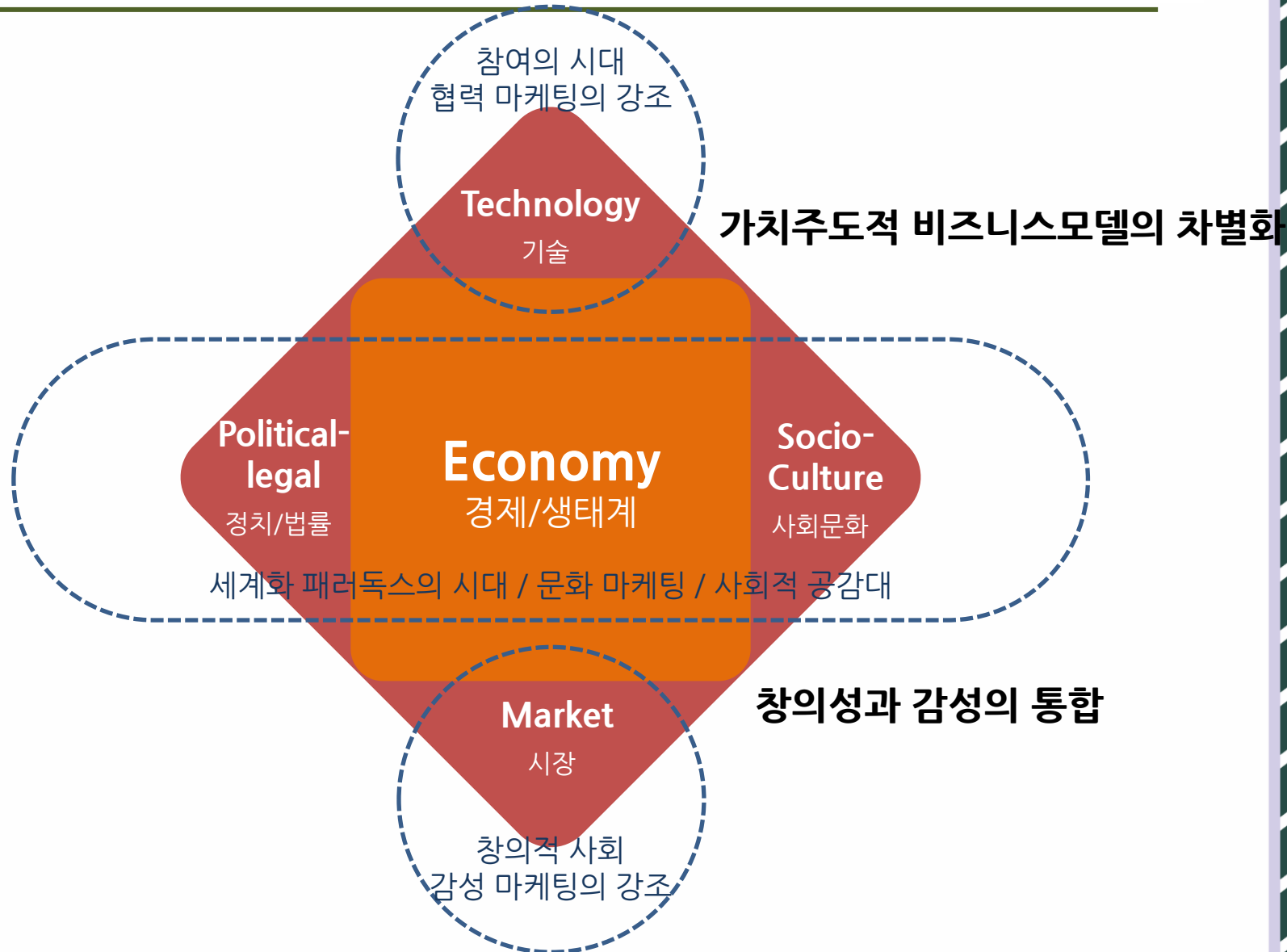
시장에 대한 이해

시장의 진화

	제품중심적 시장	소비자시장	가치주도적 시장
목표	제품의 판매	고객 만족 및 확보	더 나은 세상의 창출
원인	산업혁명	정보화 기술	뉴 웨이브 기술
기업의 시장 접근방식	물리적 필요를 지닌 대중 구매자들	이성과 감성을 소유한 영리한 소비자	이성과 감성, 영혼을 지닌 완전 인간
핵심 컨셉	제품의 개발	차별화	가치
목표	제품의 명세 (스펙)	기업 및 제품의 포지셔닝 (브랜드)	기업의 미션과 비전, 가치 (문화)
가치명제	기능	기능과 감성	기능과 감성 + 영성
소비자 상호작용	일 대 다수의 거래 (공급자 주도형)	일 대 일 관계 (소비자 주도형)	다수 대 다수의 협력관계 (Social)

마켓 3.0 필립 코틀러(타임비즈)

시장의 변화를 이끄는 요인들



진화된 시장의 구조



시장과 마케팅 전략의 진화

1950년대 전쟁과 혼란

- ✓ 마케팅 믹스
- ✓ 제품의 수명주기
- ✓ 브랜드 이미지
- ✓ 시장 세분화
- ✓ 마케팅 컨셉
- ✓ 마케팅 결산 (비용)

1970년대 급성장과 혼란

- ✓ 4P 전략
- ✓ 포지셔닝
- ✓ 전략 개념의 확장
- ✓ 서비스 마케팅
- ✓ 사회적 마케팅
- ✓ 라이프 스타일 마케팅
- ✓ 거시적 관점

1980년대 혼란과 불안정

- ✓ 마케팅 전쟁 시대
- ✓ 글로벌 마케팅
- ✓ 브랜드 이미지
- ✓ 지역 마케팅
- ✓ 메가 마케팅
- ✓ 다이렉트 마케팅
- ✓ 고객관계 마케팅
- ✓ 내부 관리 체계

1990년대 일대일마케팅

- ✓ 감성 카메팅
- ✓ 체험 마케팅
- ✓ 인터넷 마케팅
- ✓ 스폰서십
- ✓ 마케팅 윤리의 중요성

2000년대 재무주도전략

- ✓ ROI
- ✓ 브랜드 자산
- ✓ 고객자산 마케팅
- ✓ 사회적책임
- ✓ 소비자권한 강화
- ✓ 소셜미디어
- ✓ 진정성의 중요성
- ✓ Co-branding

시장을 지키는 10계명

1

고객을 사랑하고 경쟁자를 존중하라

2

변화를 민첩하게 포착하고 언제든지 변화할 수 있는 준비를 갖추야 한다

3

명망을 지키고 당신(회사)가 누구인지를 분명하게 해야 한다

4

당신(회사)의 도움이 가장 절실한 고객에게 다가가라

5

적정한 가격에 훌륭한 제품을 제공해야 한다

6

고객(소비자)가 원하면 언제든지 당신(회사)를 만날 수 있어야 한다

7

고객과 적극적으로 관계를 맺고 그들의 성장을 도와야 한다

8

모든 비즈니스는 서비스업이다

9

지속적으로 비즈니스 프로세스를 평가하고 개선해야 한다

10

정보를 꾸준히 모으고 지혜로운 의사결정이 되도록 노력해야 한다

Lean Innovation Instructor
Business Model Facilitator
Market Penetration Consultant
Startup Business Producer
Contents Designer



올비에이치알
올빗

Creative Contents & Business Solution

ceo@allbit.kr

