



## 3 / 20

- ChatGPT를 이용해 사업계획서를 구상
- 사업계획서
  - 사업계획서 작성 목적 및 기본방향 설정
  - 사업계획의 소정양식 검토
  - 자료수집 단계
    1. 조사분석 단계
    2. 분석정리 단계
  - 사업의 내용정리 및 재 검토
  - 사업계획서의 틀 구성
  - 보완
  - PSST
    1. Problem
      - a. 우리지역의 문제점은 이것 → 그것을 가지고 어떤 사업을 하려고 한다.
    2. Solution
      - a. 해결 방안을 가지고 사업을 진행
    3. Scale-up
      - a. 어떻게 확장해 나갈 것인지
    4. Team
      - a. 어떤 팀을 구성해 나갈 것인지
- 문제
  - 기업이 어떠한 수익의 기대치를 예상할 때 실제 수익과의 GAP
- 승인받기 위한 사업계획서

- 기업 → 근거 데이터
- 발표를 잘하는 것도 중요함
- 데이터를 가시화 시켜서 보여줘야 한다.
- 정부에 승인 받기 위한 사업계획서
  - 해외진출 가능성
  - 공익성
  - 공공성
  - 사회적약자를 지원하는 아이템
  - 일자리 창출
- 분석
  - PEST 분석 - (Political, Economy, Social, Technitcal) → 거시적 분석에서 사용
  - SWOT 분석 - (**Strengths(강점), Weaknesses(약점), Opportunities(기회), Threats(위협)**)
  - 3C 분석 - (Customer, Company, Competitive)
  - 분석 결과 때 3가지를 이용해 설명해야 한다.
- 사업 계획 전략
  - STP
  - BM - 자원에 대한 구체적인 내용, Cost에 대한 내용도 있어야 한다.
  - 4P 또는 4C 하지만, 기업은 아직은 4P를 중요하게 여김, 7P전략도 존재
  - Scale-Up
- 사업 성과
  - 재무적 목표
  - 비재무적 목표
  - BSC
- 마케팅
  - 판매자와 구매자와의 사이에 이루어지는 행동들
  - 생산중심 → 판매중심 → 고객중심 → 사회중심

- 기업의 이익이 사회에 환원되는 중심인 사회중심으로 바뀌어감
- 고객 가치
- 판매자 입장
  - 지불한 비용 대비 얻게되는 혜택
  - Product
    - 상품, 서비스, 기능, 디자인, 속성, 기술력, 브랜드
  - Price
    - 가격(고가, 저가)
  - Place
    - 접근성, 제품의 수, 서비스 만족도, 직원 친절도
  - Promotion → 고객이 이탈되지 않게 하는 활동
    - 홍보, 판촉 이벤트
- 유통을 직접하게 되면 고객의 만족, 불만을 직접 들을 수 있다.
- 대리점을 가지게 될 경우, 그 지역의 특색을 가지고 활동 할 수 있다.
- 구매자 입장
  - Customer Value
  - Customer Cost
  - Convenience
  - Communication
- 마케팅의 수준
  - 자기 중심형
  - 반응형
  - 예견 또는 필요창조형
- 마케팅 경영관리의 5대 영역
  - 필립 코틀러의 전략적 마케팅 프로세스
    - 조사 → 3C분석 (Customer, Company, Competituous)
    - 세분화, 타겟팅, 포지셔닝(특색을 가지는 것) (STP)

- 마케팅 믹스 (MM) (허피, 허쉬) → 4P
  - 실시
  - 관리
- 랜딩 페이지 → SNS, 블로그에서 홍보할 때, 이벤트에 참여하기 위해 이동하는 페이지 → 고객의 정보를 수집하고, 관계를 만들어간다. 신규 고객으로 만들어 가는 것. 광고는 클릭하면, 홈페이지로 넘어가지만, 지금은 고객이 스스로 입력하게끔 유도.