

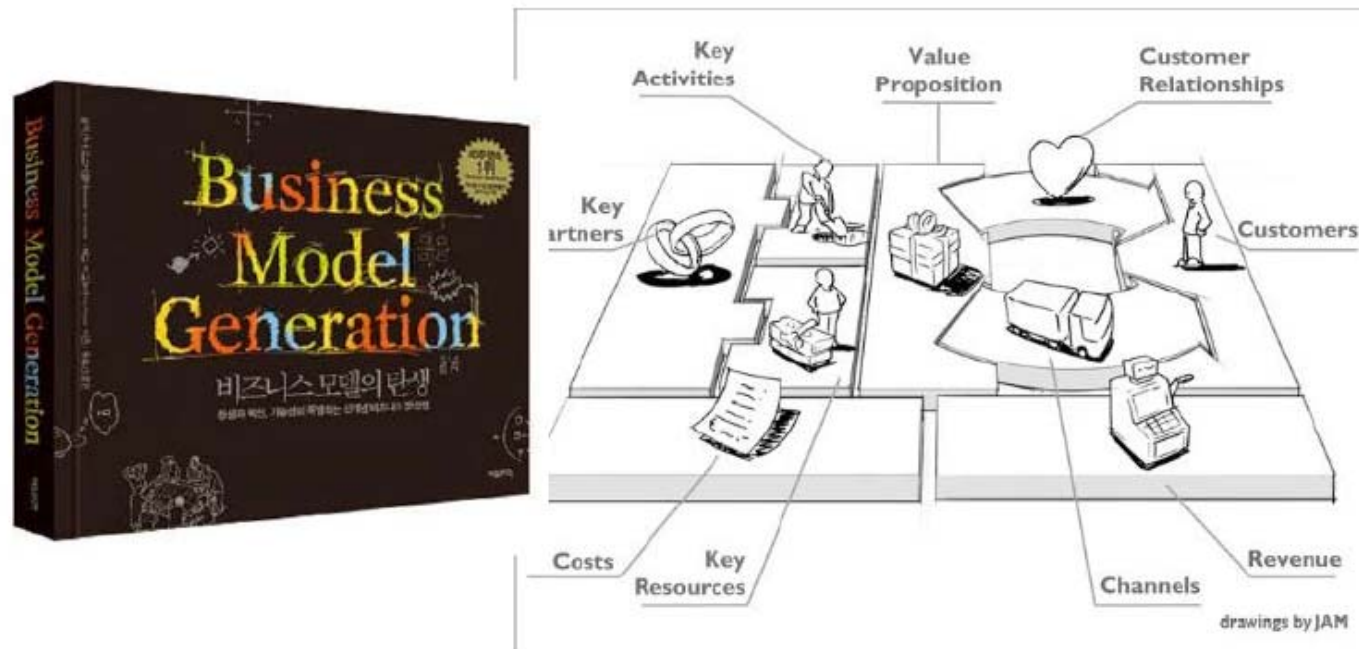
비즈니스모델 이란?

❖ 제품 또는 서비스를 이용하는 고객들에게 어떠한 가치를 전달하고 어떠한 방법으로 수익을 창출할 것인지에 대한 일종의 청사진



방법 1. 비즈니스모델 캔버스

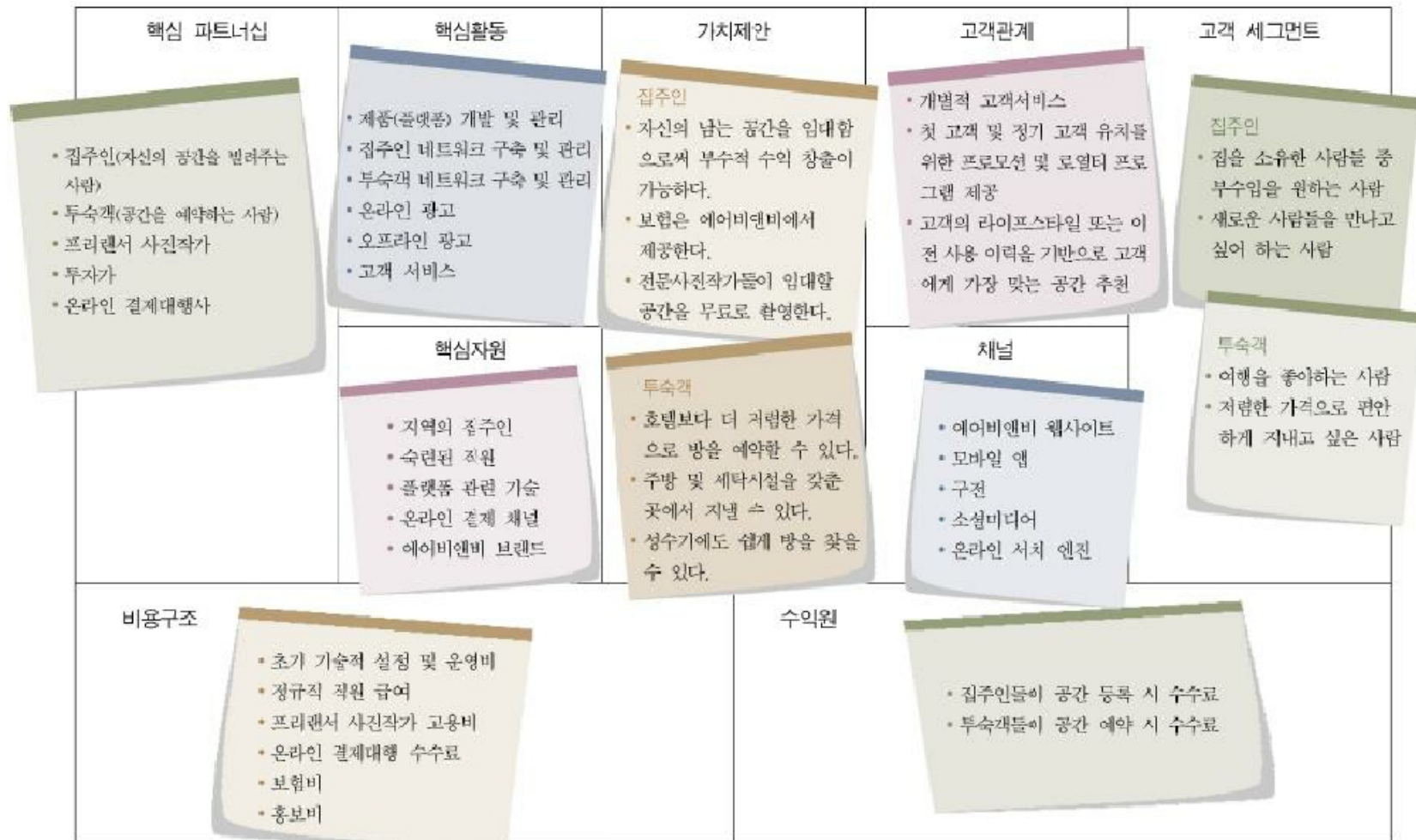
- ❖ 일종의 비즈니스 발상법
- ❖ 2010 년 알렉산더 오스터왈더 (Alexander Osterwalder) 와 예스 피그누어 (Yves Pigneur) 가 ‘비즈니스 모델의 탄생 (Business Model Generation)’이라는 저서를 통해 제안한 방식



방법 1. 비즈니스모델 캔버스

핵심 파트너십 Key Partnerships 비즈니스를 원활하게 진행하기 위해 필요한 네트워크	핵심활동 Key Activities 비즈니스를 성공적으로 운영하기 위한 행동(활동)	가치 제안 Value Propositions 고객의 문제와 니즈를 해결하는 특정한 가치	고객관계 Customer Relationships 고객 세그먼트별로 효과적인 관계 확립 방식	고객 세그먼트 Customer Segments 제품이나 서비스를 제공받는 하나 이상의 목표 고객
	핵심자원 Key Resources 비즈니스를 진행하기 위해 필요한 자원		채널 Channels 가치가 고객에게 전달되기까지의 도달 방식	
비용구조 Cost Structure 비즈니스 모델을 위해 발생하는 모든 비용			수익원 Revenue Streams 성공적인 가치제안으로 얻는 수익	

방법 1. 비즈니스모델 캔버스



방법 2. 린 캔버스

앞서 살펴본 알렉산더 오스터왈더의 비즈니스 모델 캔버스를 린 스타트업 정신을 바탕으로 재구성한 비즈니스 발상법
다수의 벤처기업을 성공적으로 창업한 애쉬 모리아 (Ash Maurya) 가 '러닝 린 (Running Lean)' 이라는 책을 통해 제안한 방법

비즈니스 모델 캔버스와 비교하여 린 캔버스가 갖는 강점은 스타트업 기업가들에게 최적화된 발상법이라는 점
린 캔버스 역시 비즈니스 모델 캔버스처럼 크게 아홉가지의 구성요소로 이루어짐

린 스타트업 : 미국의 벤처기업가 에릭 리스 (Eric Ries) 가 개발한 전략으로 가지고 있는 아이디어를 최소 요건을 갖춘 시제품으로 빠르게 제조한 뒤 시장의 반응을 살펴봄으로써 다음 제품 개선에 반영하는 전략을 말한다 .
이 전략의 핵심은 낭비를 줄이는 것으로 실제 고객과의 접촉 빈도를 높여 시장에 대한 가정을 빠르게 검증하고 잘못된 가정은 개선하거나 회피한다 .



방법 2. 린 캔버스

문제 Problem  가장 중요한 세 가지 문제	해결책 Solution  가장 중요한 세 가지 기능 핵심지표 Key Metrics  측정해야 하는 핵심 활동	고유의 가치제안 Unique Value Proposition  제품을 구입해야 하는 이유와 다른 제품과의 차이점을 설명하는 알기 쉽고 설득력 있는 단일 메시지	경쟁우위 Unfair Advantage  다른 제품이 쉽게 흉내 낼 수 없는 특징 채널 Channels  고객 도달 경로	고객 세그먼트 Customer Segments  목표 고객
비용구조 Cost Structure  고객 획득 비용, 유통 비용, 호스팅, 인건비 등		수익원 Revenue Streams  매출 모델, 생애 가치, 매출, 매출 총 이익		

방법 3. 비즈니스 아이디어 맵

- ❖ 얇은 가설을 바탕으로 60 쪽 이상의 사업계획서를 작성하기 위해 몇 주 또는 몇 달을 보내는 것은 낭비이다 .
- ❖ 본 강의에서는 최초의 사업계획을 문서화하는 방법론으로 낭비를 줄이기 위한 린 캔버스 모델을 조금 수정한 비즈니스 아이디어 맵을 사용하였다 .

낭비란 자원을 소비하고도 아무런 가치를 창조하지 못하는 인간의 활동이다.

- 제인스 P.워마크, 대니얼 T,존슨-



방법 3. 비즈니스 아이디어 맵

❖ 원페이지 비즈니스 아이디어 맵의 핵심은 5 가지 원칙에 따라 작성되어야 한다

① 앉은 자리에서 한번에 캔버스를 작성하라

캔버스를 수정하고 싶겠지만 최초의 캔버스를 20 분 안에 완성해야 한다 .

② 캔버스의 일부요소를 작성하지 못해도 괜찮다

‘정답’을 찾거나 ‘정답 ’ 을 위해 논쟁을 벌이지 말고 빈곳 (가장 위험한부분) 이나 모르겠다 (현시점에서) 로 적어도 좋다

③ 간결하게 작성하라

캔버스는 공간의 제약이 있으므로 핵심적인 내용만 뽑아서 정리해야 한다

④ 현재 시점으로 생각하라

미래를 예측하기는 매우 어려움으로 현재 상황과 현재 아는 것을 바탕으로 작성해야 한다 .

⑤ 고객 중심으로 접근하라

고객군이 바뀌면 사업모델이 완전히 바뀔 수 있다 . 따라서 고객 중심으로 작성해야 한다 .

방법 3. 비즈니스 아이디어 맵

❖ 비즈니스 아이디어 맵에 따라 문제 및 현황부터 수익구조까지 작성하면 궁극적으로 손익 분기점을 파악할 수 있다.

예시) 비용 : 사무실 1,000 만원 / 1 년 , 인건비 1,000 만원 / 년

수익 : 매출액 500 만원 / 월

손익분기점 : 4 개월

① 문제 및 현황

✓ 가장 중요한 세가지 문제를 나열하라

③ 솔루션

✓ 가장 중요한 세가지 기능을 나열하라

⑤ 고객군

✓ 목표고객군을 나열하라

② 기존대안

✓ 기존 대안들을 나열하라

④ 경쟁우위

✓ 다른 제품이 쉽게 흉내낼 수 없는 특징을 나열하라

⑥ 얼리어답터

✓ 목표고객 중 구매 가능성이 높은 얼리어답터를 정의하라

⑦ 비용구조

✓ 고객 획득비용, 유통비용, 인건비 등

⑧ 수익구조

✓ 매출, 순이익 등

방법 3. 비즈니스 아이디어 맵(예시)

- ❖ 헬스보충 음료
- ❖ 총 매출 월 3,000 만원 경우 손익분기점 약 25 개월 소요됨

① 문제 및 현황

- ✓ 단백질 보충제를 먹어야 멋진 몸을 만들 수 있다
- ✓ 가루형 단백질 보충제는 맛이없고 먹기 불편하다
- ✓ 가지고 다니면서 먹기 불편하다

② 기존대안

- ✓ 가루형 단백질보충제에 꿀을 타거나 음료와 함께 섞어 먹는다

③ 솔루션

- ✓ 팩 음료 형태로 헬스장에 납품하여 회원들이 골라서 먹을 수 있도록 한다

④ 경쟁우위

- ✓ 분말형 보다 간편하다
- ✓ 종류가 다양해 덜 질리고 성분을 고르게 섭취할 수 있다
- ✓ 유통기한에 제한이 없다
- ✓ 위생적이다

⑤ 고객군

- ✓ 운동을 하고있는 모든 사람들이 고객군이다

⑥ 얼리어답터

- ✓ 헬스트레이너들이 얼리어답터이며 대학 학과(체대)나 보디빌더들을 대상으로 홍보해야 한다.

⑦ 비용구조

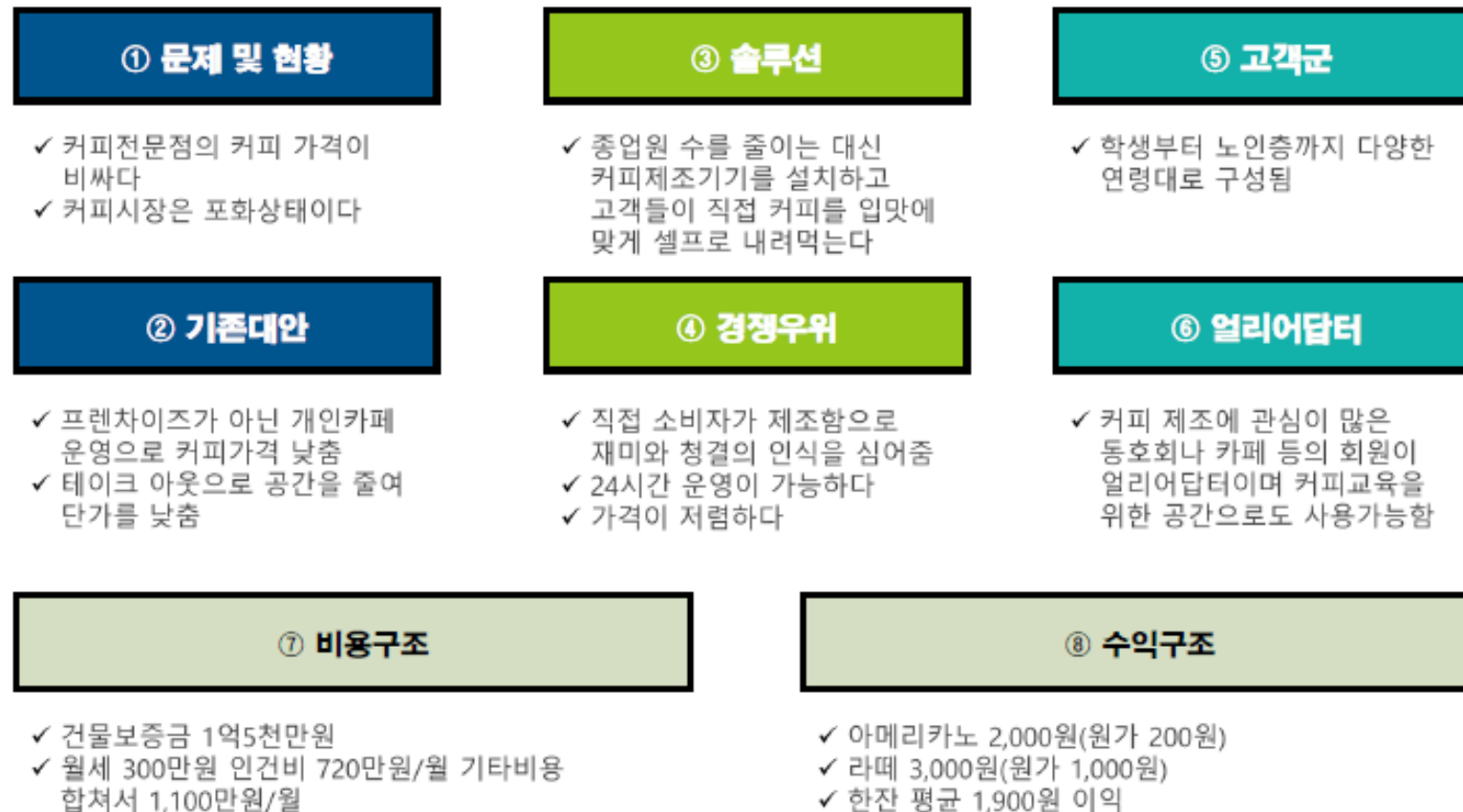
- ✓ 제작비 5,000만원
- ✓ 원가(총매출의 50%), 마케팅비(총매출의 10%)
- ✓ 인건비 월 1,000만원

⑧ 수익구조

- ✓ 총 매출 월 3,000만원(연 약 3억 6,000만원)

방법 3. 비즈니스 아이디어 맵(예시)

- ❖ 셀프커피 전문점
- ❖ 24 시간 하루 400 잔을 팔 경우 매출 2,280 만원에 고정비 1,100 만원 지출로 초기 투자금 1 억 5 천만원을 제외하고 5 달이면 투자금을 회수함



방법 3. 비즈니스 아이디어 맵(예시)

- ❖ 음성인식을 통한 문자변환 어플리케이션 프로그램
- ❖ 시장홍보기간 6 달 , 프로그램 전국화 승인기간 약 6 달 + 기타 (3 달) 손익분기점 15 달 예상

① 문제 및 현황

- ✓ 수업중 많은 내용의 필기 어려움
- ✓ 수업 지속시 집중력 저하
- ✓ 필기시 수업내용 집중 저하

② 기존대안

- ✓ 손으로 필기한다
- ✓ 노트북으로 필기한다
- ✓ 사진을 찍는다
- ✓ 음성으로 녹음한다

③ 솔루션

- ✓ 휴대폰 마이크를 이용하여 음성인식을 통한 문자변환으로 필기를 대신한다

④ 경쟁우위

- ✓ 손, 노트북보다 신속, 편리함
- ✓ 다양한 언어변환으로 실용성 증대됨
- ✓ 수업, 회의시 집중력 향상

⑤ 고객군

- ✓ 초중고, 대학교 학생
- ✓ 회사원들

⑥ 얼리어답터

- ✓ 회의를 참여하는 기업인, 회사원
- ✓ 프로그램 배급을 받은 고등학생, 대학생

⑦ 비용구조

- ✓ 프로그램구성 2억원
- ✓ 인건비 3,200만원/년
- ✓ 광고 1억 500만원
- ✓ 기타비용 포함 총 4억 1,700만원

⑧ 수익구조

- ✓ 어플가격 3,980원
- ✓ 고등학생, 대학생 420만 x 2980원 167억 1,600만원
- ✓ 기업 319만 x 0.3% 27억 7,140만원

Lean Canvas 작성하기

<div>문제</div> <div>가장 중요한 세 가지 문제 (문제에 대한 고객들의 니즈 포함)</div> <div>1</div>	<div>솔루션</div> <div>가장 중요한 세 가지 기능</div> <div>4</div>	<div>고유의 가치 제안</div> <div>제품을 구입해야 하는 이유와 다른 제품과의 차이점을 설명하는 알기 쉽고 설득력 있는 단일 메시지</div> <div>3</div>	<div>경쟁 우위</div> <div>다른 제품이 쉽게 흉내 낼 수 없는 특징</div> <div>9</div>	<div>고객군</div> <div>목표 고객</div> <div>2</div>
	<div>핵심지표</div> <div>측정해야 하는 핵심 활동</div> <div>8</div>		<div>채널</div> <div>고객 도달 경로</div> <div>5</div>	
<div>비용 구조</div> <div>고객 획득 비용, 유통비용, 호스팅, 인건비 등</div> <div>7</div>		<div>수익원</div> <div>수익 모델, 고객생애가치, 수익, 매출총이익</div> <div>6</div>		
제품		시장		