

COCOA TUNES

공연기획/매니지먼트
사업계획서

목 차

- ◆ 사업배경
- ◆ 서비스소개
- ◆ 시장현황
- ◆ 전략수립
- ◆ 사업추진계획
- ◆ 자금사용계획

사업배경

1.사업개요

2.해결과제

3.사업구조

4.수익구조

1. 사업개요

COCOA TUNES

공연, 콘텐츠, 아티스트와의 조율
공연기획 / Entertainment & Media / 매니지먼트

소개하는 사업은 매니지먼트에 기반을 두고,
본사에 소속되어 있는 아티스트들의 노출과 인지도 확보를 통해
수익을 창출하는 구조의 사업입니다.

우리나라 클래식 수요층의 소비와 관심도 하락으로 업계 경제의 침체가 지속되고 있습니다.

그 여파로 인해 실력있는 음악가들이 연주할 기회를 잃고 있습니다.

지자체 교향악단 단원들도 월급만 받으면 된다는 자세로 임관하여 수준이 낮아지고 있어

대중들의 소비를 이끌어 내기 위해서는 조치가 필요해 보입니다.

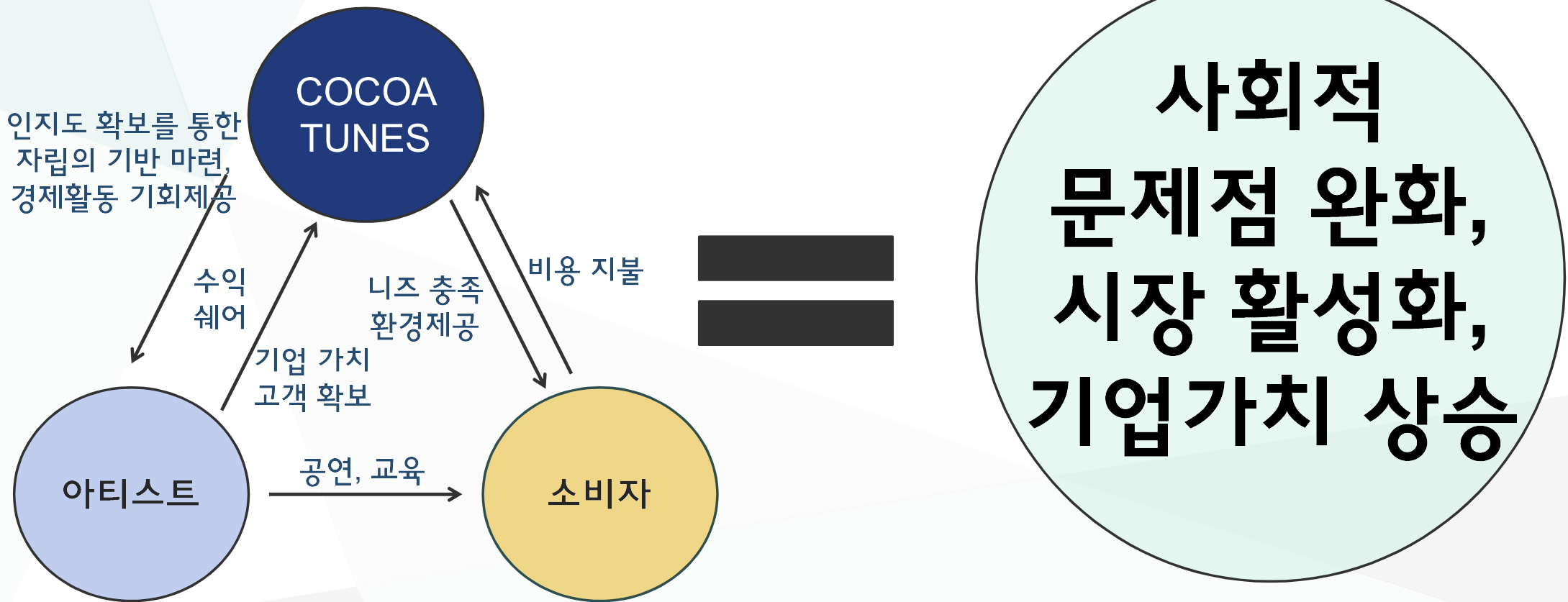
하지만 여전히 우리나라의 많은 음악가들은 세계적인 예술가로 발돋움 하고 있습니다.

이런 안타까운 현실을 해결하기 위해 본인은 우리나라 클래식 업계가 겪는 각종 사회적 문제점을 보완한 서비스 시스템을 구축하는것을 시작으로, 음악가들의 능력을 교육활동과 연주활동으로 발현시켜 일자리와 수익을 창출하며, 건강한 예술문화를 만드는데 앞장서 클래식 시장의 활성화를, 나아가 예술시장 전체의 활성화를 도모하기 위해 본 사업을 기획하였습니다.

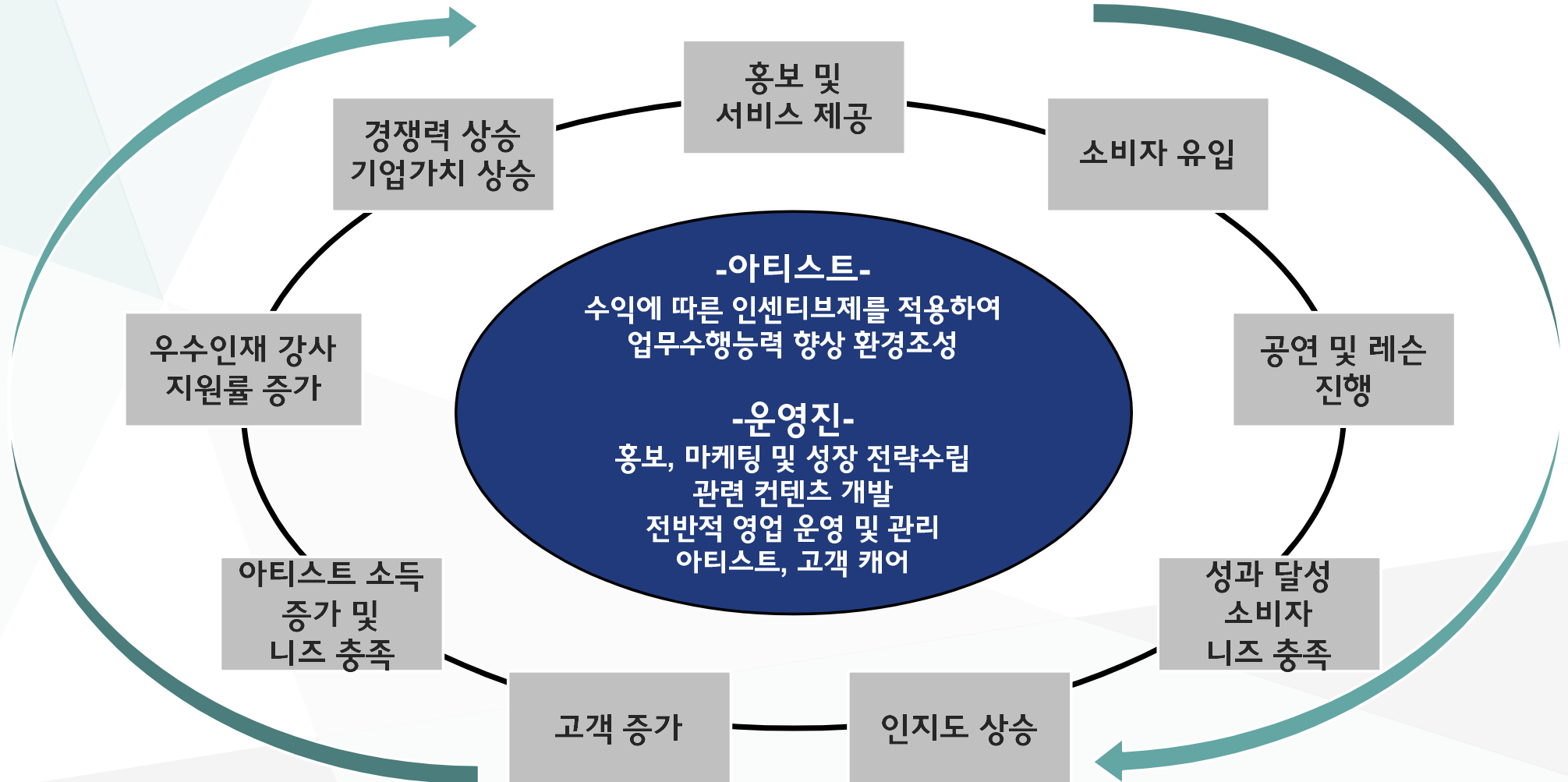
2. 해결과제

1. 업계가 가지고 있는 사회적 문제점들을 보완한 서비스 시스템을 구축하여 아티스트 및 소비자에게 제공
2. 현재 예술가들에게는 경제 활동이 가능한 환경을 제공하고, 그들의 능력과 재능을 교육 및 연주활동을 통해 발현시켜 수익을 창출
3. 건강한 교육문화를 만들고 인재육성과 대중들에게 잦은 노출을 통해 예술시장의 활성화를 도모
4. 예술인들을 한데 모으는, 나아가 문화·예술에 관심있는 대중들을 한데 모아 플랫폼의 기능을 하는 기관으로 발전하여 사업확장의 길을 마련

3. 사업구조



4. 수익구조



서비스소개

1.서비스내용

2.특/장점

1. 서비스내용

한줄요약!

(공연기획/매니지먼트 + 레슨중개) 시스템 이며 아티스트와 소비자, 양측의 니즈를 충족시키는 조건 및 환경을 제공하여 수익 창출

회사는 소비자에게 - 소속 아티스트의 수준 높은 공연/레슨과 정보제공 및 공개적 모집을 통해 자유로운 컨택의 기회를 제공

회사는 아티스트에게 - 홍보와 노출, 서비스 발전을 통하여 개인의 인지도와 소비자 유입을 통한 소득 증가에 도움을 주고, 무대활동 기회를 제공함으로써, 음악가로서 자아실현과 커리어를 적립할수 있는 기회 제공

아티스트는 회사에게 - 계약 기간동안 기획한 콘텐츠에 참여하고 회사로 인해 발생한 교육수익의 30%, 공연수익의 50%를 지불

2. 특/장점

◆서비스의 특징

1. 업계 관례로 여겨지는 레슨 문화에 대한 소비자(학생, 학부모) 들의 불안요소 보완과 일 할 곳을 잃어가는 청년 예술가 들이 겪는 사회적 문제들을 풀어가며 상생 하는 형태의 서비스
2. 보수적, 폐쇄적 성향이 강한 클래식업계 내에서 1인 미디어 플랫폼을 적극 활용한 틈새시장 공략

◆서비스의 장점

1. 수준높은 공연과 교육 제공
2. 편리한 접근성
3. 높은 기대치의 잠재 고객 유입률
4. 특수성에 의해 확실한 고객층 확보 가능
5. 탄탄한 마니아층

시장현황

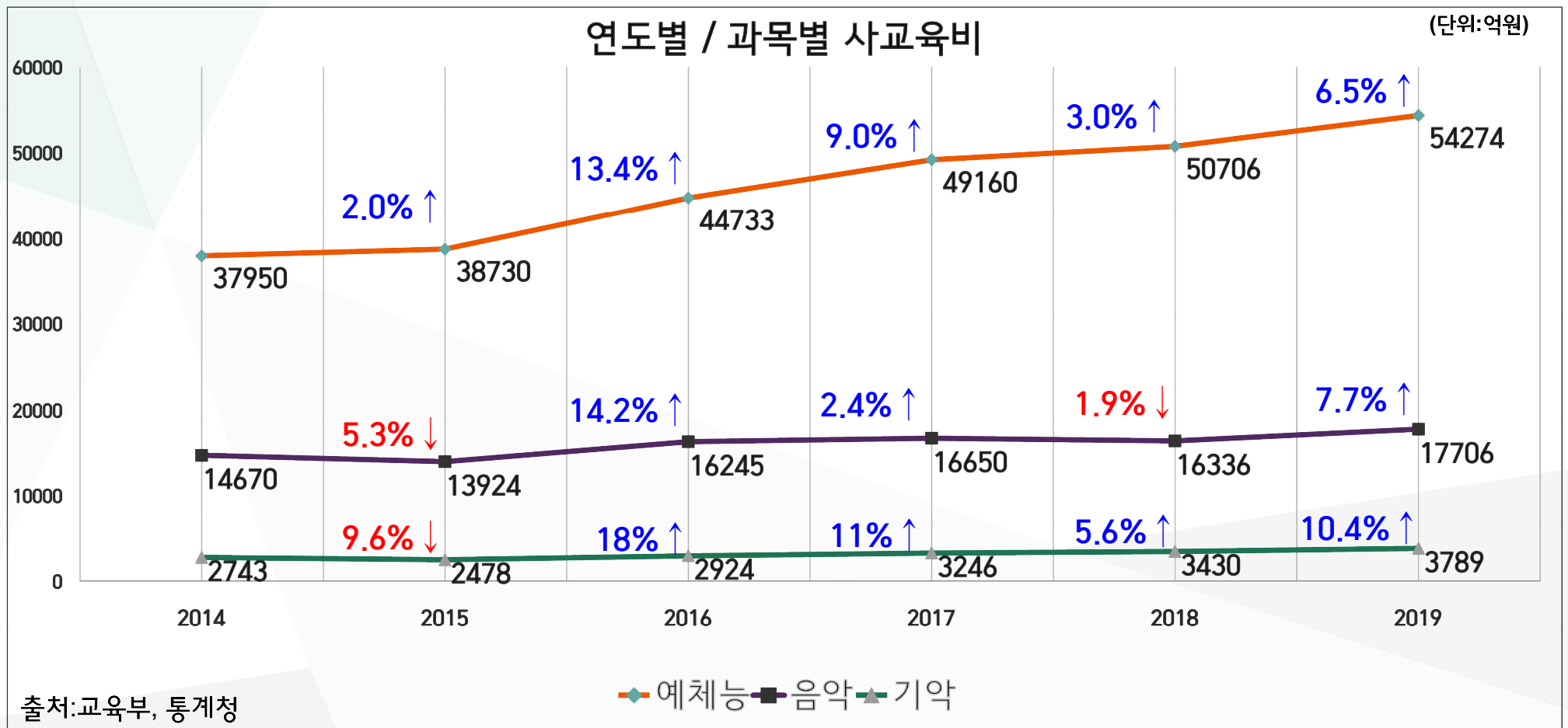
1. 시장규모 및 추이

2. 문제점 파악

3. 니즈파악

4. 트렌드

1. 시장규모 및 추이



2.문제점 파악

1.사회적문제

- ◆클래식에 대한 대중의 관심도 및 소비 하락
- ◆업계 경제의 침체기로 인한 아티스트 들의 활동 기회 감소
- ◆젊은층의 음악가들의 활동 부재
- ◆경쟁력 있는 연주단체의 부재

2.소비자

- ◆전공 시작시 대부분 주변의 소개로 선생님을 구하게 되고 그 과정에 소비결정을 판단 할만한 정보를 얻기 어렵고 불편
- ◆후에 선생님 교체시 해를 입을까 많은 부담을 느낌
- ◆소비를 결정을 할 만큼 한국 클래식음악계의 수준이 부족하다는 인식

3.아티스트

- ◆노출부족
- ◆경제활동 기회 부족
- ◆경제적 문제로 활동중단 현상

3. 니즈 파악

소비자

- 편리한 접근성
- 관련 정보와 폭넓은 선택 조건
- 목표 성취
- 수준 높은 교육과 공연

아티스트

- 자기 홍보의 기회
- 음악을 통한 경제활동
- 자신의 커리어 적립
- 음악가로서 자아실현

4. 소비트렌드

과거



현재

명성, 업적, 학력등
권위적 가치를 추구

실력, 능력 위주의
실질적 가치를 추구

실제로 현재는 선생님의 명성보다 자신에게 맞는 스타일의 선생님을 선호하고, 더욱 실력이 뛰어난 선생님을 찾기위해 레슨 선생님을 옮겨 다니는 현상이 큰 폭으로 증가했으며 국내 아티스트, 연주단체의 공연 보다 해외의 아티스트, 연주단체 공연의 소비가 훨씬 높은것으로 조사됨

전략수립

1. 타겟팅

2. S.W.O.T분석

3. 목표달성전략

1. 타켓팅(교육)

- ◎ 레슨 시작에 어려움을 겪고있는 잠재고객
- ◎ 실력향상을 원하는 사람
- ◎ 선생님의 교체를 원하는 사람
- ◎ 입시/유학 준비생
- ◎ 콩쿨 및 오디션 준비생
- ◎ 새로운 것을 받아들이는데 거부감이 없고 자녀에게 좋다면
다양한 시도를 지향하는 학부모

1. 타켓팅(공연)

- ◎ 기존의 클래식음악 마니아층
- ◎ 연주/공연에 대한 정보를 필요로 하는 사람
- ◎ 더 나은 수준의 연주/공연을 원하는 사람
- ◎ 비슷한 문화생활 패턴에 지루함을 느끼는 사람
- ◎ 새로운 문화생활을 찾는 사람
- ◎ 재능향상/자기개발이 필요한 음악 전공생

2. S.W.O.T 분석

외부환경 내부환경		기회 O	위협 T
		<ul style="list-style-type: none"> -음악 사교육비의 증가세 -과거에서 현재로 시간이 지남에 따라 아티스트의 실력을 추구하는 학생 및 학부모의 소비심리 변화 -코로나로 인해 대외적 활동이 줄고 개인 시간이 늘어나 증가하는 자기 개발 활동 -시장이 작아 업계 내 소문이 빠름 	<ul style="list-style-type: none"> -코로나로 인한 공연시장 및 대면분야 업종의 사회적 문제 -임대료 증가 -소비자 및 업계 종사자 등이 보는 사회적 시선과 평가 -오랜 시간동안 변화없이 이어져온 업계 내 시스템
강점S	<ul style="list-style-type: none"> -뛰어난 실력과 스펙의 아티스트 -다양성과 전문성 -접근성과 편의성 	<ul style="list-style-type: none"> -수준 높은 공연과 교육을 바탕으로 소비자의 니즈 충족 -시장 내 소비심리 변화의 맞게 온라인 서비스를 활용하여 접근성을 높이고 신규 유입의 점유율 확보 	<ul style="list-style-type: none"> -방역 지침에 따른 철저한 관리 -업계에 좋은 평판과 영향력을 가진 아티스트 계약성립 전략 수립 -메타버스 상용화시 활용 전략 수립
약점W	<ul style="list-style-type: none"> -소속 아티스트가 계약 기간 내 개인적 경제활동으로 고객 회유에 대한 우려 -후발 업체들의 사업 모델 모방에 대한 우려 -컴플레인 발생에 대한 대처 	<ul style="list-style-type: none"> -충성고객 확보 전략 수립 -선발업체라는 강점을 살려 인지도 확보 전략 수립 -위기상황이나 컴플레인 대처에 대한 메뉴얼을 만들고 숙지 	<ul style="list-style-type: none"> -내, 외부로부터 발생하는 문제점을 주기적 검토와 피드백 -명확한 계약 조건을 제시, 수익별 납득할만한 인센티브 지급 -평가도, 인지도 상승을 위한 성과달성 계획 수립

3. 목표달성전략

-마케팅 전략-

•유튜브 및 1인미디어 시장의 홍보 활용과 진출

유튜브는 클래식 마니아들의 사용 빈도가 높아 노출될 확률 매우 높음
일반 대중들에게도 인식 및 각인효과 효율적
개인방송 시장은 지속적 성장 중이며 아티스트 출연을 통해 방송인과 콘텐츠 진행 등 을 통한 홍보 및 인지도 확보
(1인 미디어 시장 내 클래식음악/연주 콘텐츠 성공 사례는 지속적 증가)

•커뮤니티 활용

학부모들의 커뮤니티가 활발하게 활동중이며
서울시 내 5개의 음악관련 학부모 커뮤니티를 찾을수 있고 그 안에서 음악관련 정보들을 공유하는것을 확인.
업적, 실적 등 관련 정보들을 직접, 간접적으로 노출시켜 유입을 유도

3. 목표달성전략

-서비스 전략-

•뛰어난 실력과 스펙을 갖춘 아티스트의 레슨

악기를 배우는 사람들이 가장 원하는 것은 실력향상을 이루어 내는것
뛰어난 연주력과 티칭 능력을 겸비한 아티스트의 교육으로 소비자 니즈 충족

•레슨 코멘트 문서화 서비스 도입

아티스트가 직접 레슨에 대한 코멘트를 문서화 하여 소비자에게 제공
레슨 진행도에 따른 기록을 남기며 실력 향상 및 개인발전에 도움을 주어 차별성 강화

•온라인 홈페이지 운영

홈페이지에 소속 아티스트의 이력/정보 등을 제공하고 소비 판단의 근거를 제공(소비자들의 불안요소를 해소하고 니즈 충족)
레슨 유입의 편의성 제공과 공연 홍보 및 티켓 판매에 활용

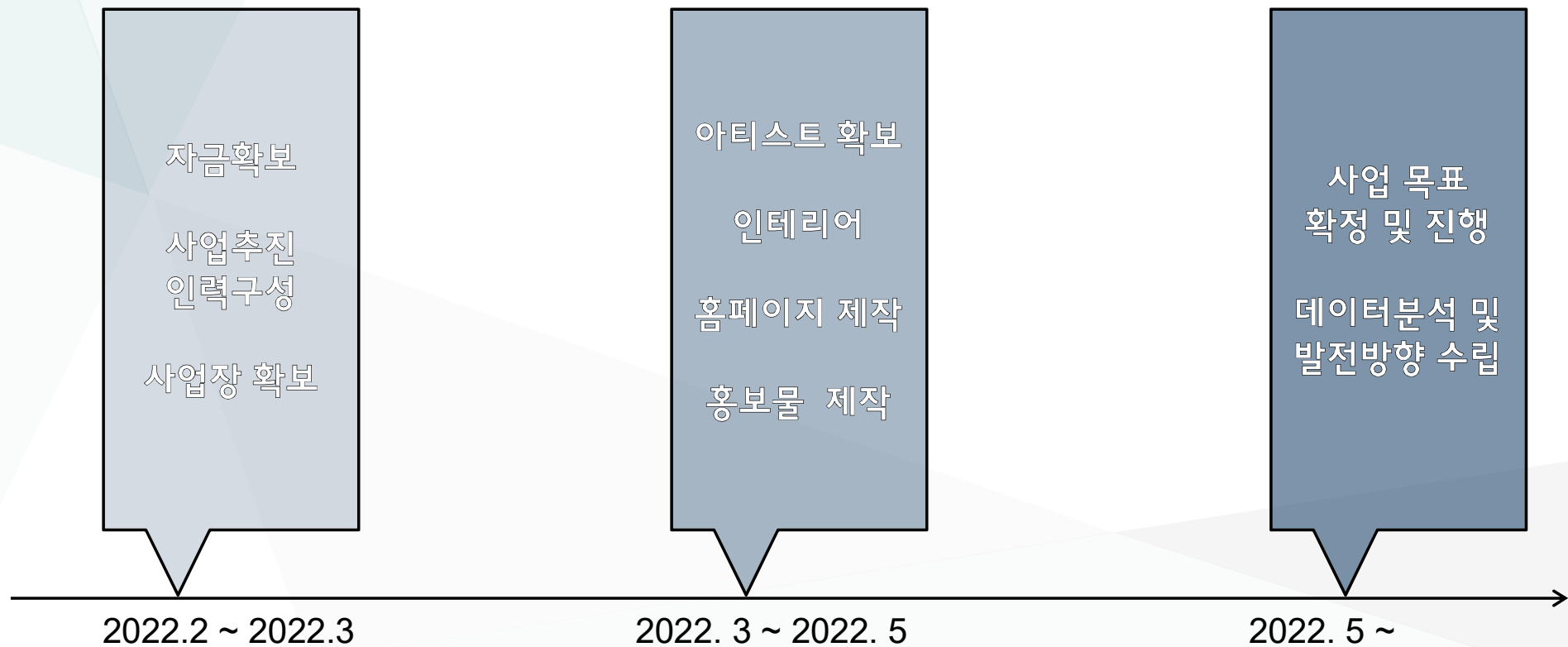
사업추진계획

1.사업진행일정

2.초기매출목표

3.단계별 사업계획

1. 사업진행일정



2. 초기매출목표

연매출 600,000,000원

* 레슨 매출

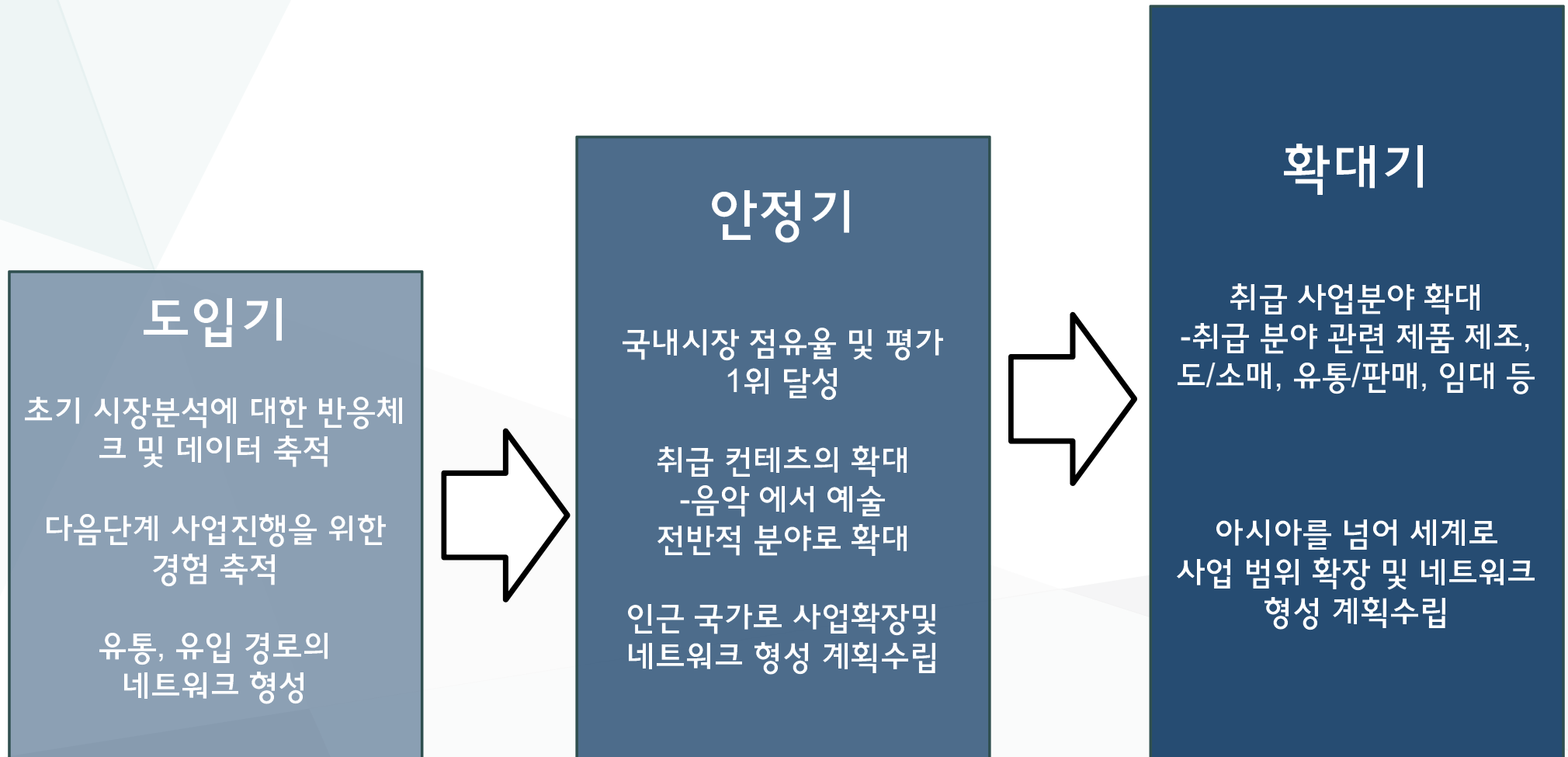
월 4회 기준 = 520,000원 × 12개월 = 6,240,000원 × 학생수 = 연매출
↳ 50명 = 312,000,000원
아티스트 10명 / 1인당 5명 추산

(피아노2 바이올린2 첼로2 플루트2 클라리넷1 색소폰1)

* 공연 매출

아티스트 1인 연간 4회 × 티켓 가격 30,000원 × 250장(추산) = 30,000,000원 × 아티스트 수 = 연매출
↳ 10명 = 300,000,000원

3. 단계별 사업계획



자금사용계획

1. 필요자금산출

1. 필요자금산출

내용	금액 (단위:원)
사업장 보증금	30,000,000
인테리어	50,000,000
홈페이지 제작	10,000,000
피아노 구매	10,000,000
홍보/마케팅	30,000,000
초기 운영 자금	30,000,000
합계	160,000,000