

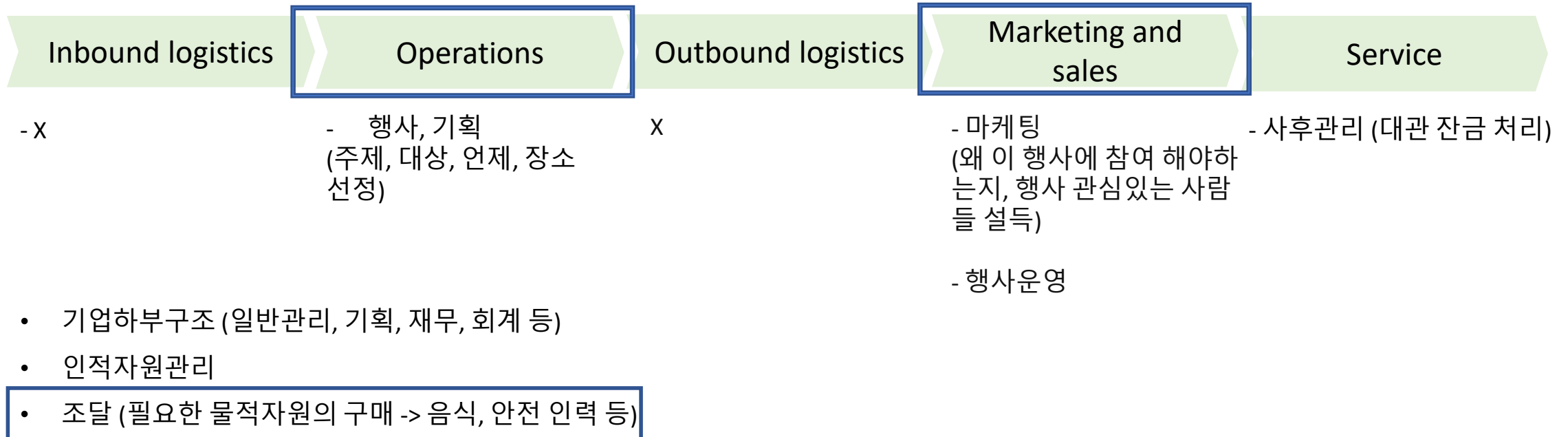
비즈니스 모델 구축 & 기대효과

“왜 비즈니스 모델을 구현해야하는가”

공연에 대한 관심/ 코로나 19 완화로 인해 다시 대면 공연, 행사 수요 증가
(조사했을 때, 사실 공연, 행사의 수익성에 비해 현존하는 비즈니스 모델 등은 부족한 걸로 파악.
많은 가치를 창출하는 반면, 행사 & 공연 비즈니스 모델에 관한 연구가 체계적이지 못함.)

1. 행사 주최사 Value Chain

: 가치사슬을 통해 우리가 제안한 프로덕트는 행사 주최측의 경영 어느 단계에 도움을 줄 수 있는 지 보고자 함.



비즈니스 모델 구축 & 기대효과

2. 주 고객: 행사 기획/ 주최사

(공연예술경영/ 기획 단계에서는 공연예산 편성하는 것이 가장 중요하기에 공연사업의 성격, 외부적 요소, 공연장소를 반영한 행사 참여 인원을 예측하여 이들이 수익 최대/ 비용 최소화할 수 있도록 일종의 컨설팅을 제공함.)










3. 행사 주최사의 주요 수입원

- 티켓수입 (판매 수수료, 대관 계약 고려)
- 협찬수입 (기업 홍보조건/ 축제-컨디션, 몬스터 등 협찬 진행)
- 기타 부가수익 (팸플렛, 기념품 판매)

4. 행사 주최사의 주요 비용

- 홍보인쇄물 배포 (포스터, DM 발송, 현수막)
- 광고비 (TV/ 라디오/ SNS/ 전광판/ 버스 등)
- 마케팅 진행비 (기자간담회, 인쇄물 제작 등)
- 인력 투입 비용

5. Business Model Canvas

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| <div>핵심 파트너</div> <div></div> <div>행사 대행 업체와 계약 -> 수주</div> <div>행사가 진행되는 구조를 조사하고, 이를 토대로 서술.</div> | <div>핵심 활동</div> <div></div> <div>참여 인원 예측 (과거 공연 데이터 + 실시간, 교통 등 다양한 변수 포함)</div> <div>핵심 자원</div> <div></div> <div>웹사이트 데이터 자산 알고리즘</div> | <div>가치 제안</div> <div></div> <div>행사 주최자가 어떤 이득을 보는지<ul style="list-style-type: none">- 수익 창출- 비용 절약- 시간 절약투자자 (후원사) Ex. 서울시</div> <div>인터파크 (티켓 수수료_올림픽 공원은 인터파크 제휴)</div> | <div>고객 관계</div> <div></div> <div>재거래 시 혜택 (특히 공연빈도가 덜한 시점에 의뢰하면 할인/ 프로모션)</div> <div>채널</div> <div></div> <div>웹사이트 소셜 미디어</div> | <div>고객 세그먼트</div> <div></div> <div>공연주최사 (사기업, 공공기관)</div> <div>-> 서비스를 더 잘 이용할만한 고객층을 서술하자.</div> <div>과거에 진행하지 않았던 행사</div> <div>날짜나 시간 추천</div> |
| <div>비용구조</div> <div></div> <div>데이터 구매 마케팅 비용 세금 웹사이트 유지 보수</div> | | <div>수익원</div> <div></div> <div>Transaction fee Referral fee 후원금</div> | | |

- 공연 주최사의 입장에서 보면 Revenue model이 보다 명확한데, '인원예측 플랫폼'을 파는 입장에서 business model canvas 그리기 조금 애매...

참고) 행사 구조 및 기획 절차

