

2024년 봄학기

프라이싱과 비즈니스 모델

창업팀, 분석팀

Professor : Kye-Sook, Kim



창업팀

1. 문제인식 :

- 창업 아이템 배경 및 필요성 : 동기 (외적 동기, 내적 동기)
- 창업 아이템 목표 시장(고객) 현황 분석

2. 실현 가능성 :

- 솔루션 : 기존 대안과 차별적 가치
준거가격, 차별적 가치 (경제적 가치, 심리적 가치)
고객 지불 용의와 고객 세분화 가설 수립

중간고사 대체

3. 비즈니스 모델과 사업화 전략 : 비즈니스 캔버스 or 린 캔버스 활용

- 비용구조 (비용 혁신), 수익구조(가격 전략, 정책, 구조와 고객 세분화별 전략 등)
- 솔루션 타겟 고객의 WTP 고객 지불 용의 파악 : 인터뷰, 서베이 등

기말고사 대체

분석팀

1. IT 서비스 과금 성공 사례 1건, 실패 사례 1건 분석
2. 우리 전통술은 왜 와인처럼 고급화가 안되는가? 어떻게 해결 할 수 있는가? 전통주의 프리미엄 가격전략 방향
- 막걸리와 사케 비교분석을 통한 한국 막걸리산업 발전 방안 연구 외 다양한 국내 연구 논문 참조
(김광현 - 안동대학교 대학원 융합콘텐츠학과 문화예술경영전공 국내석사)
3. 한국에서 가장 가치 기반 프라이싱 전략을 성공적으로 구현한 기업이나 브랜드 사례 조사 2건
4. 최근 3개월 이내 구독을 시작한 무형서비스의 가격 전략, 구조, 정책과 해당 서비스의 경쟁사 가격 조사
분석하기. 경쟁사가 아닌 해당 서비스를 구독하게된 차별적 가치 분석 포함 (경제적가치, 심리적 가치)
5. 심리적 가격이 매우 중요한 산업에서 Best 사례, Worst 사례 분석
6. 프라이싱 관련 논문 4편 이상 읽고, 핵심 연구 내용과 인사이트 도출 : 중간고사 2편이상, 기말고사 2편이상
7. 기타 개인 관심 기업, 브랜드 가격 성공, 실패 사례 분석하기

비즈니스의 본질은 누군가의 문제를 해결하는 것

문제해결 = Problem Solving



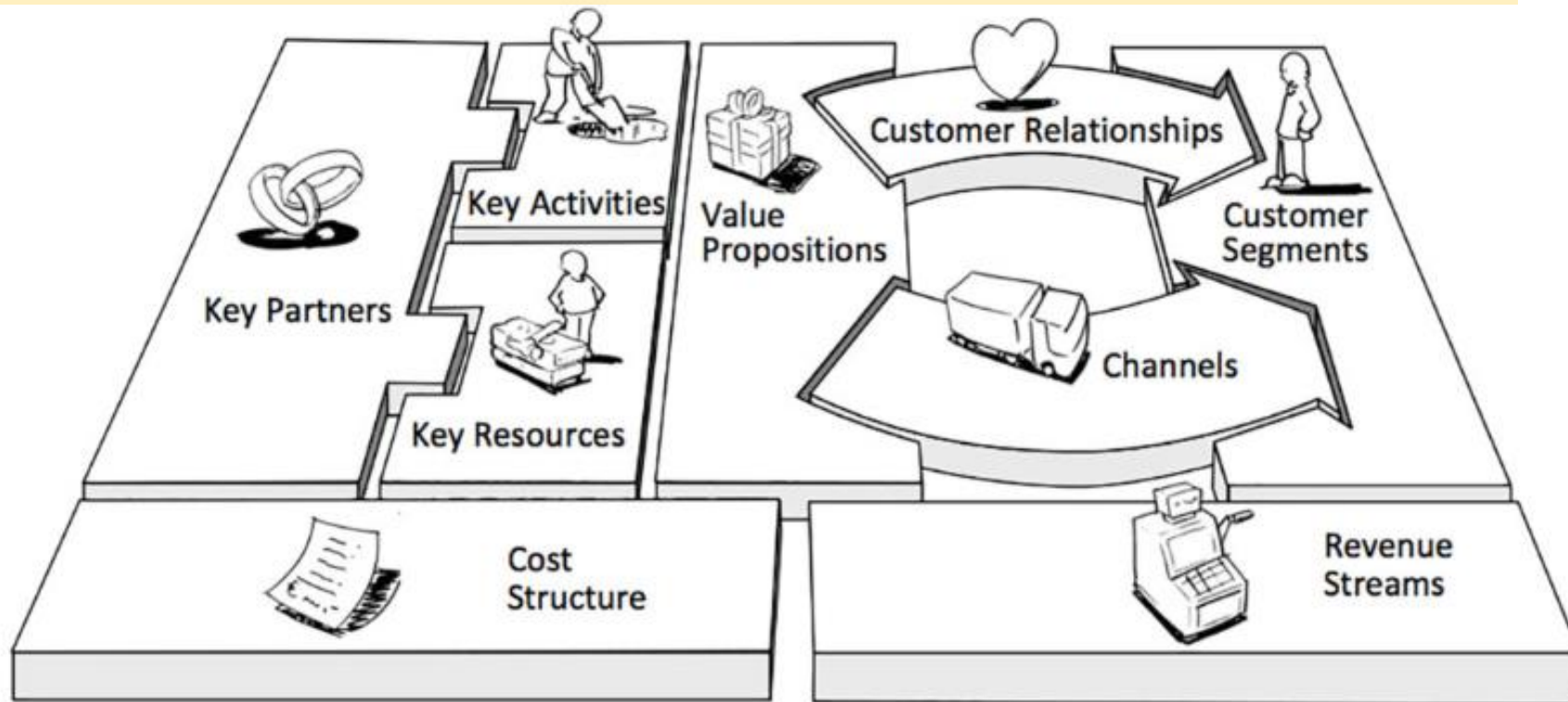
비즈니스는 한국말로 ‘사업’이라는 단어로 바꾸어 쓸 수 있습니다. 비즈니스는 특정한 목적과 계획을 가지고 계획된 프로세스에 따라 지속적으로 경영하는 활동을 말합니다. ‘기업(Enterprise)’이란 이윤 추구를 목적으로 이러한 비즈니스, 즉 사업을 수행하는 조직을 의미합니다. 비즈니스가 특정한 목적을 가졌다는 이야기는 무슨 의미일까요? 이것은 누군가의 문제를 해결해준다는 말로 바꿀 수 있습니다. 여기서 아주 중요한 개념이 두 가지가 있습니다. 바로 ‘누군가’라는 단어와 ‘문제’라는 단어입니다.

비즈니스의 본질이 문제 해결이라는 것은 바로 ‘누군가’, 즉 나의 타겟 고객이 직면한 ‘문제’를 해결함으로써 고객에게 가치를 제공하기 때문입니다. 비즈니스는 고객의 필요를 충족시키는 것을 목표로 합니다. 고객의 문제가 늘 심각한 문제만을 뜻하는 것은 아닙니다. 게임, 스포츠 중계, 영화, 가요, 놀이동산과 여행은 모두 본능적인 ‘지루함’, ‘심심함’, ‘일상의 반복’이라는 고객의 본질적 문제에 ‘즐거움’, ‘신선함’, ‘짜릿함’이라는 만족을 통해 해결해 주는 것입니다. 고객이 일반 소비자가 아닌 기업 간 거래일 때는 목표 기업의 문제가 곧 해결해야 할 가치가 됩니다. 비용 혁신, IT 시스템 개선, 물류 시간 단축 등 기업의 가진 문제들을 해결해 주는 비즈니스가 여기에 해당합니다. 때로는 타겟 고객이 ‘정부 기관’이 되어 정부가 가지고 있는 문제들을 같이 고민하고 해결해 주는 비즈니스도 있습니다. 또한 외국에 있는 고객을 타겟으로 해외에서 거주하는 고객에게 문제를 해결해주는 글로벌 비즈니스도 존재합니다.

What is a Business Model Canvas?

By: Francesca Monaco | Published on: Nov 22, 2019 | Categories: #LearnWithMerlin, Blog |

Strategic Pricing Impact



창업팀 - 다양한 샘플 보고서 참조

PROBLEM

시장 또는 고객이 겪고 있는 문제를 구체적으로 정의해보세요.

연도별 시장 규모 그래프 or 시장 규모 및 성장률

문제 1

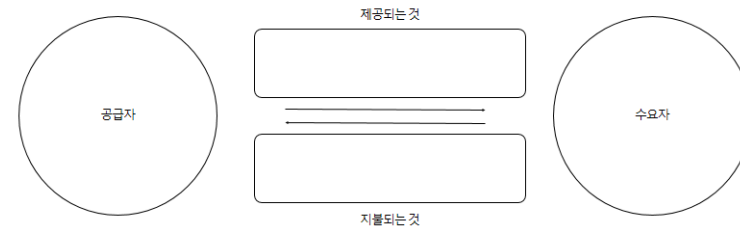
문제 2

문제 3

피해 규모 or 기존 솔루션이 해결을 못하는 이유

PROBLEM

왜 이런 문제가 발생하는지 구조적인 문제를 구체적으로 정의해보세요.



문제에 대한 원인 or 기존 솔루션이 해결을 못하는 이유

COMPETITOR

시장내 직접적인 비교가 되는 경쟁사들을 보여주고, 우리 제품/서비스의 비교우위 및 차별화 포인트를 설명해보세요.

경쟁 현황

	경쟁사 A	경쟁사 B	자사 제품/서비스
핵심지표(수치) 또는 기술(OX)			

① 비교우위 포인트

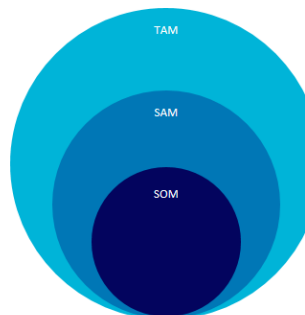
② 비교우위 포인트

③ 비교우위 포인트

④ 직접적인 경쟁사들과 비교했을 때, 비교우위 및 차별화 포인트가 충분한지에 대해 설명

MARKET SIZE

사업을 펼칠 시장에 대한 구체적인 시장 규모를 기재해보세요.



1) TAM(Total Addressable Market)

TAM은 '전체 시장'을 의미합니다. 예를 들어, 아이폰 앱으로 식단관리를 돕는 제품/서비스가 있다고 하면, TAM은 헬스케어 시장 전체를 의미합니다.

2) SAM(Served Available Market)

SAM은 TAM보다는 좀 더 작은 '유효 시장'을 의미합니다. 전체 시장 중, 당신의 팀이 도달 가능한 시장의 최대 크기로 볼 수 있습니다. 예를 들어, 1)의 예처럼 앱 기반의 식단관리 제품/서비스는 헬스케어 시장에서 디지털 헬스케어 시장으로 축소하여 생각해 볼 수 있습니다.

3) SOM(Share Of Market)

SAM보다 작은 '실제 점유 가능한 시장'이 바로 SOM입니다. 예를 들어, SAM(앱/디지털헬스케어)에서 현재 내 서비스를 쓸 것으로 예상되는 [고객수 X 고객당 매출] = SOM에 해당됩니다.