

비즈니스 모델 캔버스

“진정 해결할 가치가 있는 문제인가? 고객이 반드시 해결해야 하는 중요하거나, 시급하거나, 빈번하게 일어나는 문제인가?”

핵심 파트너십 (8)	핵심활동 (7)	가치제안 (2)	고객관계 (4)	고객 세그먼트 (1)
4가지 분류 가. 비경쟁자들간의 전략적 동맹 나. 경쟁자들간 전략적 파트너십 다. 조인트 벤처 라. 구매자-공급자 관계	무슨 활동으로 수익을 창출하나 가. 생산 나. 문제해결 다. 플랫폼, 네트워크	가치의 유형 가. 새로움 나. 가격 경쟁력 - 저가항공 다. 뛰어난 성능 라. 비용절감 마. 리스크 절감 - 중고차 바. 디자인 사. 접근성 아. 브랜드 지위 자. 편리성 · 유용성	고객확보 · 고객유지 · 판매촉진 1. 고객관계 방식 가. 개별지원 · 헌신적 지원 나. 셀프서비스, 자동화서비스 다. 커뮤니티	1. 고객이 다른기준? 가. 다른 서비스 및 제품을 필요로 한다 (복사기) 나. 유통 채널이 다르다. 다. 다른 유형의 고객관계가 필요하다 (B2B, B2C) 라. 수익성에 현저한 차이가 있다 (MIP) 마. 다른 형태의 제품에 기꺼이 대가를 지불한다 (애플) 2. 고객 세그먼트 유형 가. 틈새시장 나. 명확한 세그먼트 시장 다. 복합 세그먼트 (아마존) 라. 멀티사이드 시장 (무료신문)
	핵심자원 (6) 물적자원 지적자산 (특허) 인적자원 재무자원		채널 (3) 고객까지 다다른 채널은 다양 1. 채널의 기능 가. 고객의 이해를 높임 나. 전달가치를 고객이 평가 다. 고객의 구매를 돕는다. 라. 고객에게 가치 전달 마. 고객 A/S 2. 채널 유형 가. 영업부서, 사업장, 도매, 웹사이트 3. 채널 요소 가. 이해도, 평가, 구매, 전달	
비용구조 (9)		수익원 (5)		
고정비 변동비 등		물품판매, 라이선싱, 이용료, 중개수수료, 가입비, 광고, 대여료 등		