1. 소비자 소비패턴 분석

가. 경영의 실기(失機)와 선점(先占)

- 소비자 소비패턴의 변화

시간적 공간적 활동들을 스마트 기기와 소셜네트워크 서비스, 모바일기기를 중심으로 한 다양한 온라인 채널로 교류하는 현상

가. 경영의 실기(失機)와 선점(先占)

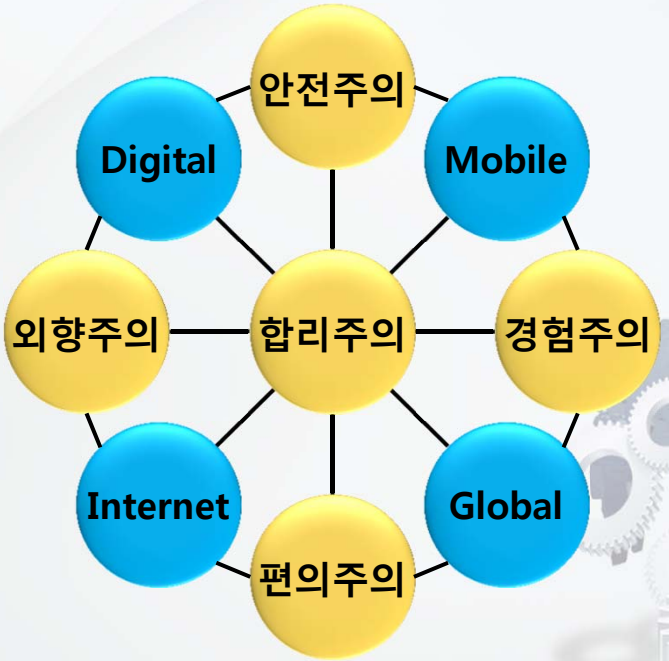
▪ 소비자 분석과 대응

사전 분석한 소비자의 소비패턴을 바탕으로
선제적인 제품과 서비스

If not

☞ 소비자의 소비패턴 이해 부재 시 해당 사업 어려움 봉착

☞ 세계 혹은 국내의 최고 그룹도 실기해서는 안됨



나. 합리주의적 소비패턴

▪ 합리주의적(합리적, 안전적, 편의적) 소비패턴

특징

- 시간과 금전적 압박
- IMF 및 금융위기, 건물붕괴, 전쟁과 핵, 원전사고, 정전, 화재, 지진
- 규범이나 윤리주의, 애국심을 통한 국산품 애용은 먼 나라 이야기

사업출현

"가사서비스 대행", "사업지원 서비스", "테이크아웃", "아침식사대용", "국적불문 브랜드", "배달 비즈니스", "안전과 보안산업"

저 가격이면서도 품질은 지켜야 하는 투 래빗(tow rabbit) 전략

▶ 기대 수익 낮추어 잡고, 직거래 방식 도입, 유통단계축소, 원가절감

다. 자기과시적 소비패턴

▪ 자기과시적 소비경향(외향주의, 개인주의) 소비패턴

특징

- 눈에 뛰고 튀어야 됨, 여성도 생산의 주체(소비의 당당함)
- 단독 세대, 결혼 연령 늦어 짐, 온/오프라인 다양한 관계 : 네크워크화
- 소규모 가족 및 개인끼리 조차 별도의 생활방식 : 개체화

사업출현

"피부관리", "성형", "디자인 및 브랜드 파워", "남성 미용",
"1인 가구 생활용품", "개인지원 서비스" , "개인사 아웃 소싱"

상향평준화(Leveled up) 및 전문독특화(Specializing in unique) 전략

▶ 강점 강화전략, 메인상품 특화전략, 서비스 품질전략, 머천다이징 노하우 확보

라. 경험주의적 소비패턴

■ 경험주의적 소비패턴

특징

- 부가서비스, 보통의 자극으로는 반응이 없음, 쾌락에 많은 시간 할애
- 낯선 곳, 새로운 경험을 즐김, 사진 및 동영상 촬영 업로드
- 적극적인 자기표현, 인터넷 댓글, 소셜 네트워크를 통한 교류, 입 소문

사업출현

"SNS소셜 마케팅", "볼거리/먹거리/놀거리", "온라인 유통사업", "DSLR", "모바일 쇼핑 및 결제"

틈새시장(상품 혹은 고객)에서 소비자의 경험주의적 소구를 창출

▶ 특정 제품과 고객에서 출발, 성공사례 도출과 매니아 확보를 통한 전방위 확대전략

2. 경제적 측면의 시장환경분석

가. 시장환경분석의 절차와 항목

조사순서 및 분류

시장수요부분	시장특성부분
<연도, 제품, 기업, 업체별>	<상품성, 채산성, 위험요소>

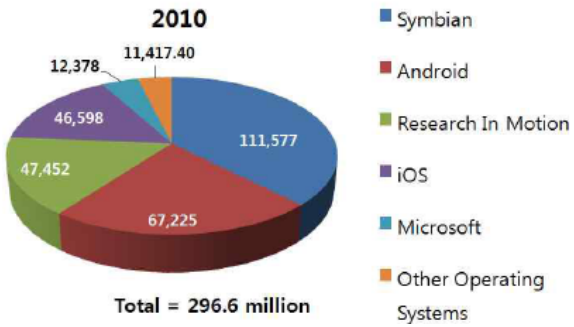
조사내용

- 시장의 양적 규모
- 시장의 성장률
- 시장의 고객의 특성
- 잠재수요의 증감
- 대체수요의 여부

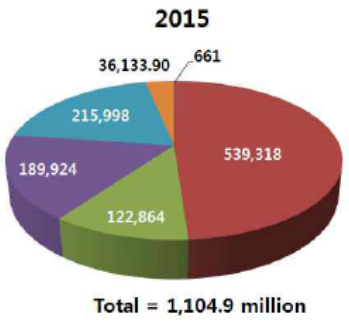
- 상품(군)의 특성
- 상품(군)의 지원요소
- 동일/유사/수입/대체품
- 채산성
- 시장 내 위험요소

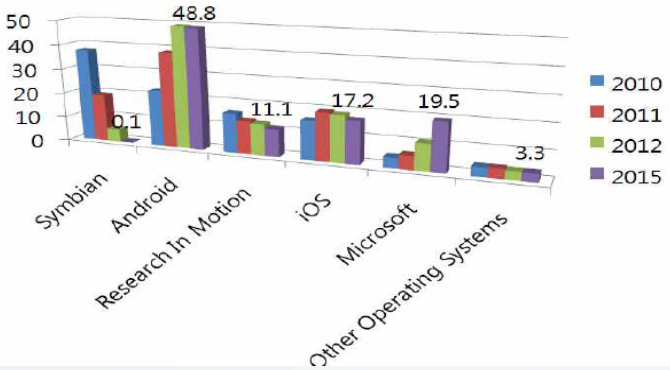
나. 시장수요부분을 분석하는 방법

▪ 시장수요분석(스마트폰 사례)



- Symbian
- Android
- Research In Motion
- iOS
- Microsoft
- Other Operating Systems

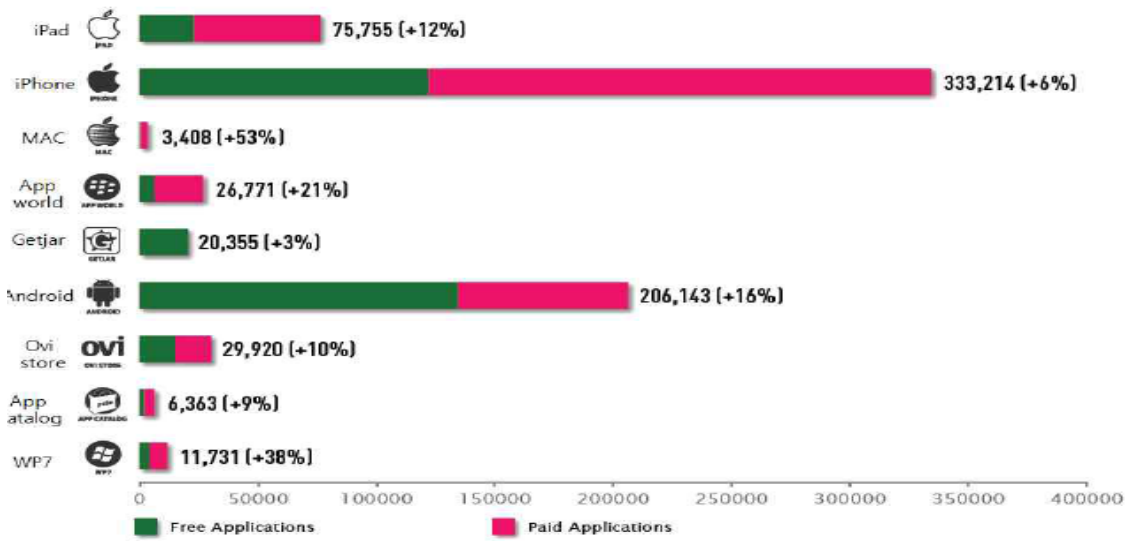




* 출처 : 한국인터넷진흥원

나. 시장수요부분을 분석하는 방법

- 어플리케이션(미국, 2011)



Games → Books → Entertainment → Education → Lifestyle → Utility → Travel → Music → Reference → Sports → Business → News → Productivity → Health&Fitness → Navigation → Social Networking → Photography Finance Medical Weather

다. 시장특성 부분을 분석하는 방법

상품특성

- 특징과 품질
- 강점과 약점
- 호감도
- 구매의사
- 보완사항

채 산 성

- 마진율
- 공장도가
- 소매가
- 가격추세

위험요소

시장경쟁격화

- 대기업참여
- 신진라이벌 등장
- 가격상승요인 발생
- 저성장구조

생산요소변동

- 원재료 수급파동(내수, 수출)
- 생산부분변동(판매량,가동률)
- 전략제품 실패, 마케팅실패

경영하부구조

- 노사분규
- 자금조달 문제
- 인적자원의 역량문제
- 경영환경 및 구조변화의 정도

3. 법률 및 기술적인 시장환경분석

가. 법률적인 측면의 시장환경분석

정부기관, 상품 적용 규제사항, 규제사항이 상품에 미치는 잠정적 영향,
상품 유통지역에서의 규제사항이 상품에 미치는 영향을 조사

- 세금변동사항
- 환경적 규제
- 상품조건강화
- 종교적 이해
- 고유업종지정
- 진입장벽
- 우대업종변경

☞ 법률적인 규제요인이나 시장의 새로운 장벽이 발생한 경우에는 적극적인 대처
☞ 제도적인 시장환경 분위기를 조성하여 유리한 시장 환경 구축
☞ 수동적, 정태적인 대응이 아닌 능동적, 동태적인 자세 필요

나. 기술적인 측면의 시장환경분석

- 기술적 환경분석의 내용 및 상품의 기술적 변화흐름

- 핵심기술을 확보한 인력을 통한 생산 가능성
- 기술의 위험요소, 품질수준과 불량률 수준
- 특허의 획득과 사업성공과의 관계
- 상품의 효율적 생산 가능성
- 상품특성, 생산공법, 공정의 적정성
- 공장입지, 시설계획, 생산계획, 원재료 수급의 적정성

상품축소, 다기능화, 가격인하, 기술응용, 사용자 편리 중시경향

나. 기술적인 측면의 시장환경분석

▪ 공공기관의 기술담보 가치평가

제1단계 : 사전검토 및 기초평가	제 2단계 : 기술 담보성 평가 절차
• 신용불량여부 • 신청기업과 권리인 일치 여부 • 담보기술의 권리 잔존기간 적정성 • 법적 분쟁여부 평가	• 담보기술에 대한 기술성과 사업성 • 신청기업의 경영현황 및 기술력 검토, • 일정 점수 이상인 경우 기술담보가치 평가 • 구체적인 예상수익 • 소요비용, 시장거래가격 • 담보설정범위, 담보가치산정

다. 마케팅 관점과 재무적 관점의 Balance

Marketing perspective

1. WHAT IS YOUR PRODUCT?
2. WHO IS YOUR CUSTOMER?
3. WHO WILL SELL IT?

Financial perspective

4. HOW MANY PEOPLE WILL BUY IT?
5. HOW MUCH WILL IT COST?
6. WHEN WILL YOU EVEN BREAK?