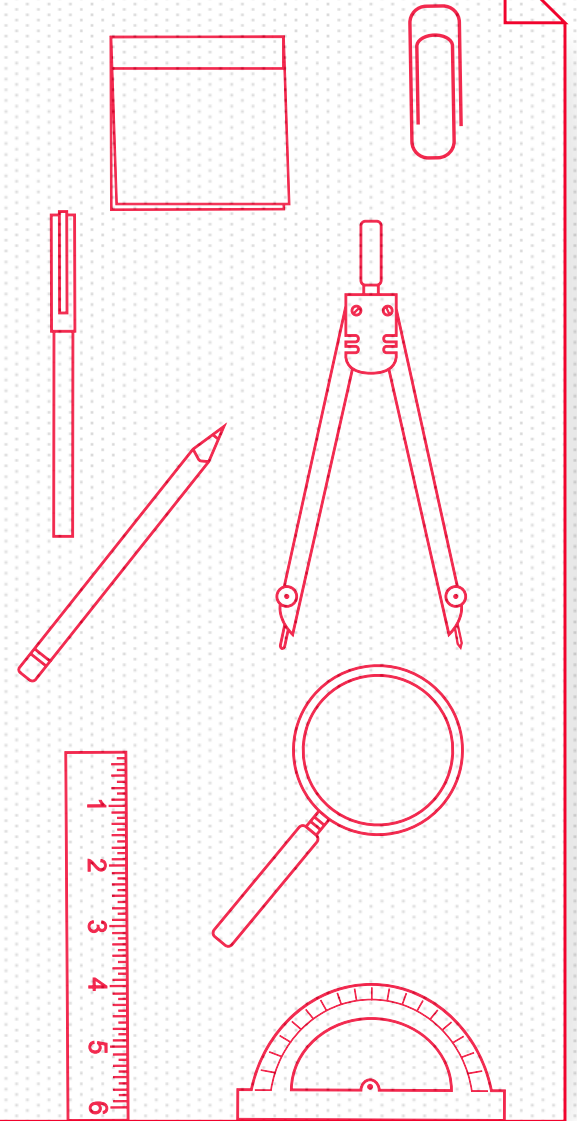


Ver. 2019

# PLATFORM BUSINESS MODEL GAME

기획/개발/검증을 위한  
Design Thinking Tool



The  
**Invention**  
Lab



Copyright © The Invention Lab Inc.  
본 워크시트는 더인벤션랩의 자산입니다. 상업적 용도로 사용할 수 없습니다.

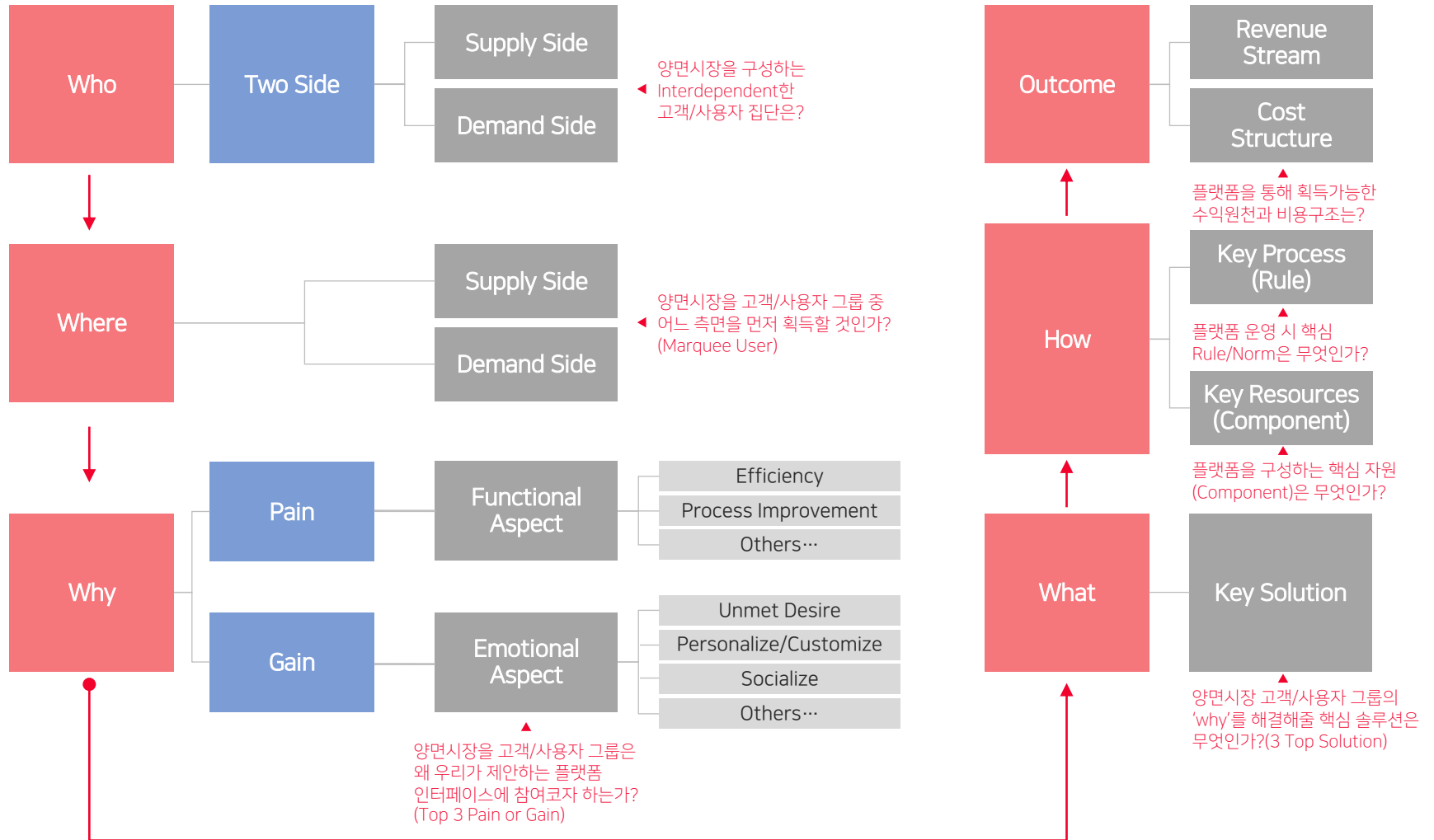
[www.theilab.kr](http://www.theilab.kr)

# Step 0

전체 프레임워크(1)

## Platform BM Vehicle

| Market Size Estimation Worksheet |

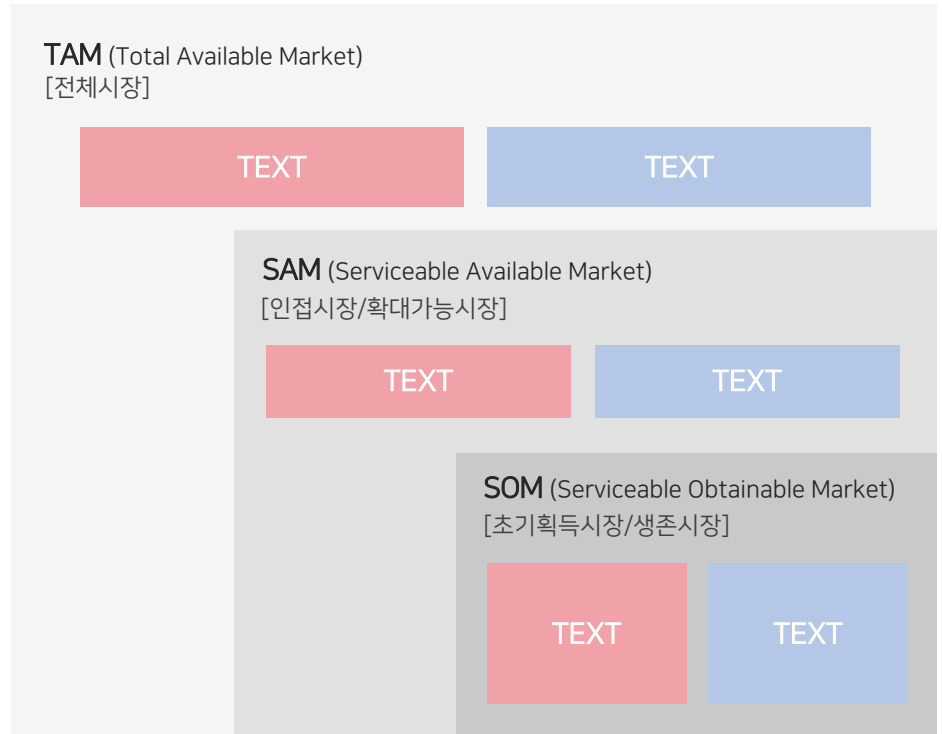
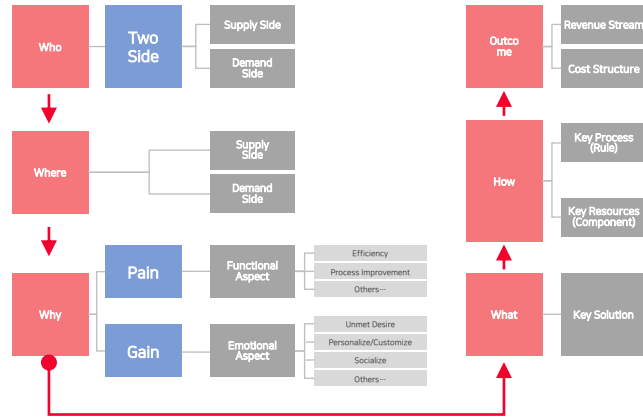


# Step 0

전체 프레임워크(1)

## Platform BM Market Indicator

| Market Size Estimation Worksheet |



Supply Side Market Demand Side Market



**MISSION I.**

**WHO & WHERE : TWO SIDE DEFINE**

양면시장 고객군 정의

**MISSION II.**

**WHY : TWO SIDE PAIN /GAIN DEFINE (UNMET NEEDS)**

양면시장 고객군 별 고객니즈 정의

**MISSION III.**

**WHAT : KEY SOLUTION DEFINE (OFFERING)**

플랫폼의 핵심 솔루션 디자인 (OFFERING)

**MISSION IV.**

**HOW : COMPONENT & RULE SETTING**

플랫폼의 핵심 콤포넌트와 룰 셋팅

**MISSION V.**

**OUTCOME : REVENUE STREAM & COST STRUCTURE DESIGN**

수익모델과 비용구조 정의

**MISSION VI.**

**MARKET : TAM-SAM-SOM DEFINE**

양면시장의 성장경로 파악

MISSION 1.

# WHO & WHERE : TWO SIDE DEFINE

양면시장 고객 군 정의

## LEVEL 1 - WHO

[양면시장 고객 군 정의]

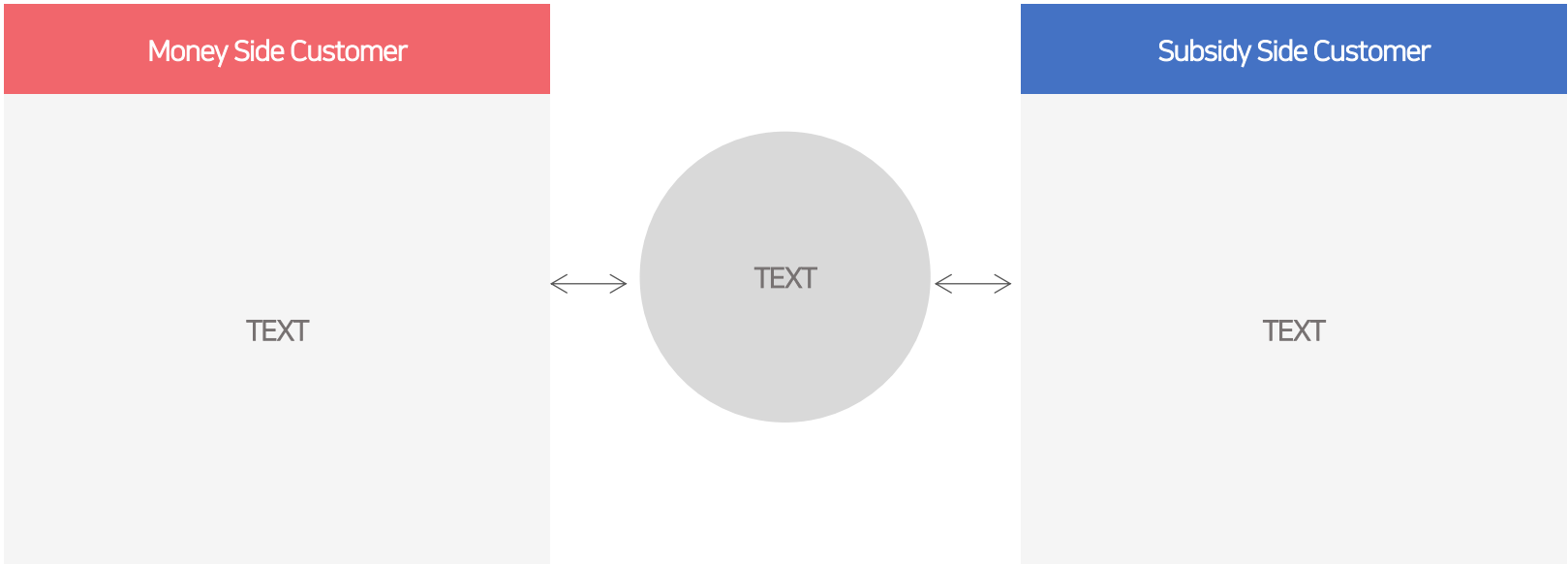
우리가 만들려는 플랫폼을 이용하려는 양면의 고객/이용자 집단은 누구인가?  
(구체적으로 정의하기)



WHO & WHERE : TWO SIDE DEFINE

LEVEL1 : WHO (양면시장 고객군 정의)

| Market Size Estimation Worksheet |



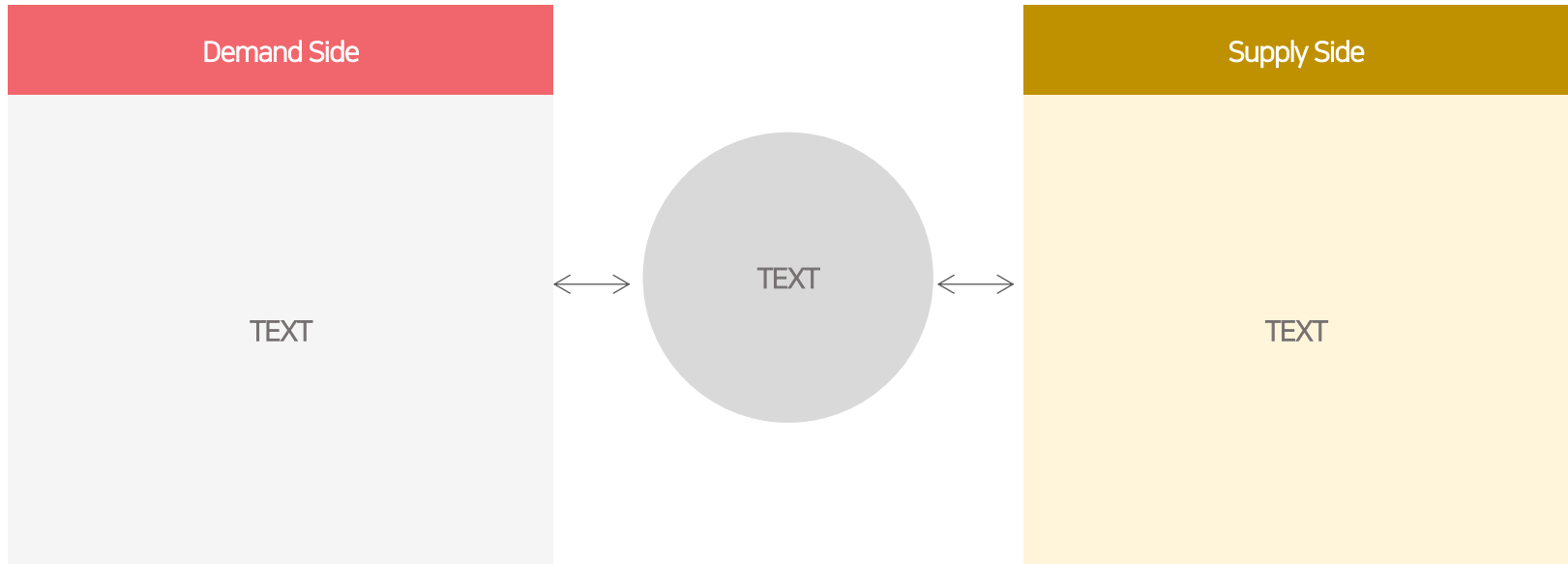
## LEVEL 2 - WHERE

[양면시장과 고객중 선택과 집중]

앞에서 규정한 양면시장 고객/이용자 그룹 중  
초기에 가장 먼저 확보해야 할 고객 군은 누구인가?  
(MARQUEE USER)



\* 양면시장 고객 군 중 초기에 플랫폼으로 먼저 끌어들이어야 하는 더 중요한 고객 군을 선택한 후, 색깔 변경하기



MISSION II.

**WHY : TWO SIDE PAIN OR GAIN DEFINE  
(UNMET NEEDS)**

양면시장 고객 군 별 고객 니즈 정의

## LEVEL 1

### [경쟁재/대체재 정의하기]

현재 우리가 제안하는 플랫폼이 아니더라도 양면 고객 군 모두가 장주 이용하거나,  
또는 어느 한 측면이 이용하고 있는 경쟁/대체 플랫폼 또는 제품/서비스가 있는가?

MISSION  
II

TWO SIDE PAIN OR GAIN DEFINE (UNMET NEEDS)

LEVEL1 : 경쟁재/대체재 정의하기

\* 현재 양면 시장 고객이 우리가 제안하는 플랫폼이 아니라도 이용하고 있을 법한 전통적인 플랫폼, 또는 제품/서비스가 있다면 무엇인가?(2개 이내에서 선정)

TEXT



해결방식  
(경쟁재/대체재가 제안하는 해결방식, 솔루션은?)

TEXT



해결방식의 문제점이 있다면?

TEXT

TEXT



해결방식  
(경쟁재/대체재가 제안하는 해결방식, 솔루션은?)

TEXT



해결방식의 문제점이 있다면?

TEXT

## LEVEL 2

### [PAIN&GAIN 정의하기(고객니즈 정의)]

양면시장 고객 군이 직면한 상황은 무엇인가?  
왜 우리가 제안하는 플랫폼을 통해 연결되기를 원하는가?  
(경쟁/대체 플랫폼으로 여전히 해결되지 않은 상황이라면 그것은 무엇인가?)

PAIN POINT	
FUNCTIONAL ASPECT	
<b>EFFICIENCY</b> 효율성과 관련된 것 (시간/생산성/비용/ 가격 SAFETY 등)	TEXT
<b>PROCESS IMPROVEMENT</b> 플랫폼의 작동방식과 관련된 것 (번거로움/번잡/대기/응답/ CS, AS/SECURITY 등)	TEXT
<b>WHAT ELSE</b> 그 외 문제점이라고 판단되는 것들	TEXT



GAIN POINT	
EMOTIONAL ASPECT	
<b>UNMET DESIRE</b> 새로운 것에 대한 추구 -경쟁/소유/자신감 등	TEXT
<b>PERSONALIZE/ CUSTOMIZE</b> 개인화/맞춤에 대한 잠재 욕구/욕망	TEXT
<b>SOCIALIZE</b> HUMAN RELATONS에 대한 잠재 욕구/욕망 (온-오프라인 모두)	TEXT
<b>WHAT ELSE</b> 그 외 잠재적인 사용자의 욕구/ 욕망이라고 판단되는 것들	TEXT

PAIN POINT	
FUNCTIONAL ASPECT	
<b>EFFICIENCY</b> 효율성과 관련된 것 (시간/생산성/비용/ 가격 SAFETY 등)	TEXT
<b>PROCESS IMPROVEMENT</b> 플랫폼의 작동방식과 관련된 것 (번거로움/번잡/대기/응답/ CS, AS/SECURITY 등)	TEXT
<b>WHAT ELSE</b> 그 외 문제점이라고 판단되는 것들	TEXT



GAIN POINT	
EMOTIONAL ASPECT	
<b>UNMET DESIRE</b> 새로운 것에 대한 추구 -경쟁/소유/자신감 등	TEXT
<b>PERSONALIZE/ CUSTOMIZE</b> 개인화/맞춤에 대한 잠재 욕구/욕망	TEXT
<b>SOCIALIZE</b> HUMAN RELATONS에 대한 잠재 욕구/욕망 (온-오프라인 모두)	TEXT
<b>WHAT ELSE</b> 그 외 잠재적인 사용자의 욕구/ 욕망이라고 판단되는 것들	TEXT

## LEVEL 3

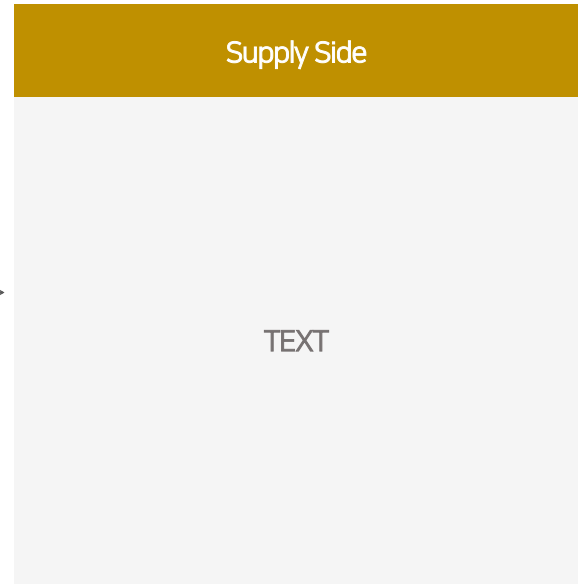
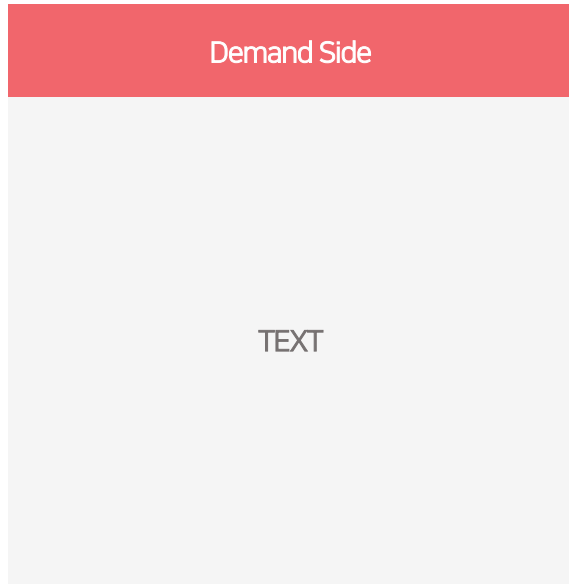
### [PAIN&GAIN 규정하기]

앞에서 정리한 양면시장 고객 군의 PAIN&GAIN Point로 부터  
TOP3 PAIN&GAIN을 뽑는다면 무엇일까?



**MISSION II**

**WHO & WHERE : TWO SIDE DEFINE**  
**LEVEL3 : TOP3 PAIN&GAIN 규정하기**



TOP 3 PAIN	TOP 3 GAIN
1. TEXT	1. TEXT
2. TEXT	2. TEXT
3. TEXT	3. TEXT

TOP 3 PAIN	TOP 3 GAIN
1. TEXT	1. TEXT
2. TEXT	2. TEXT
3. TEXT	3. TEXT



MISSION III.

# WHAT : KEY SOLUTION DEFINE (OFFRING)

플랫폼의 핵심 솔루션 디자인

# LEVEL 1

## [핵심 솔루션 정의]

앞에서 규정한 TOP3 PAIN&GAIN을 고려할 때  
우리 플랫폼만이 제공 가능한 고유한 핵심 솔루션은 무엇인가?  
(UNIQUE OFFERING의 규정)

**MISSION III**

KEY SOLUTION DEFINE(OFFERING)

LEVEL1 : 플랫폼의 핵심 솔루션 디자인



## LEVEL 2

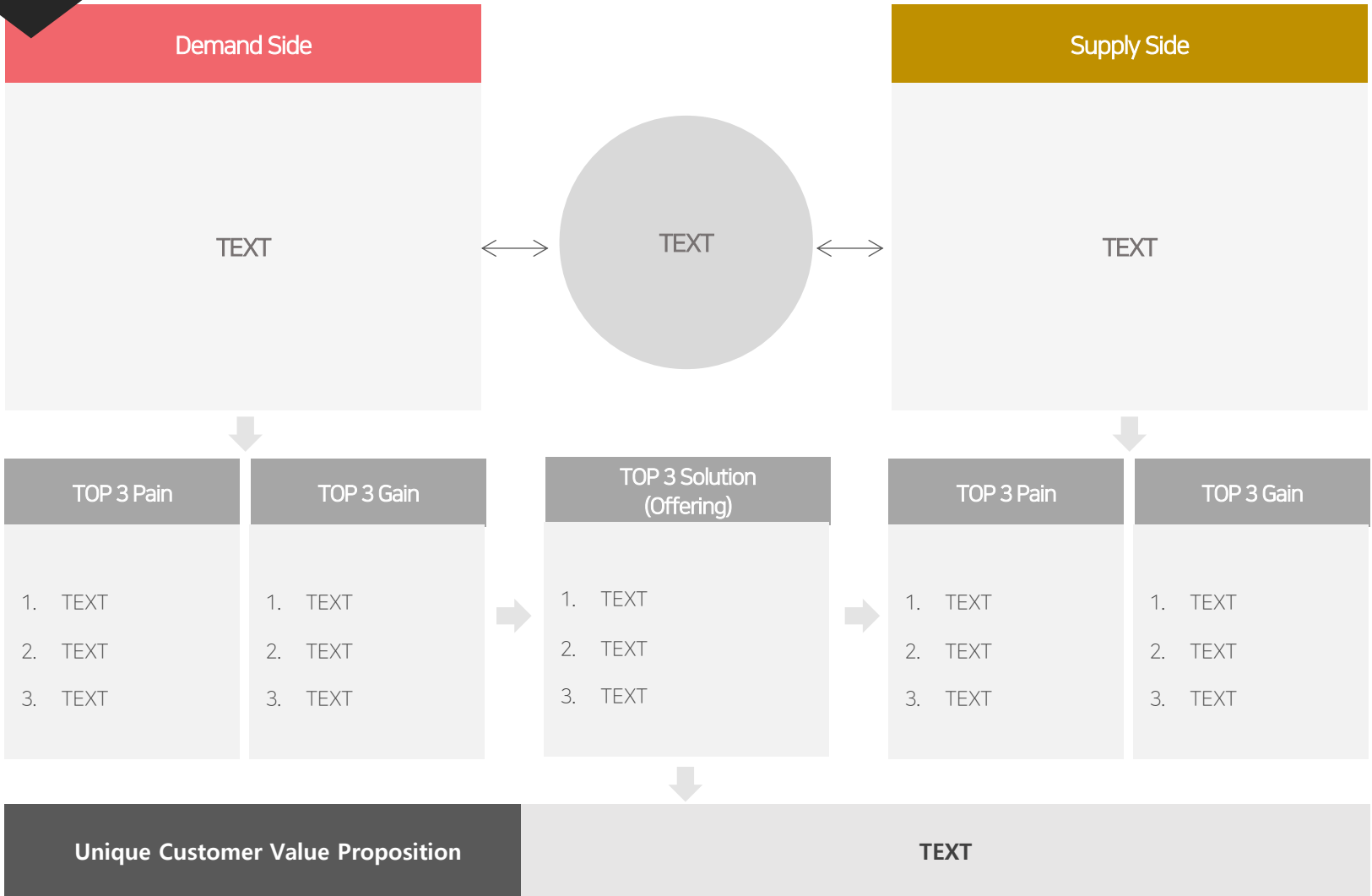
### [고객가치명제 정의]

제공되는 플랫폼의 핵심 솔루션 (OFFERING)을 고려할 때  
우리 플랫폼만의 UNIQUE한 고객가치명제는 무엇인가?

MISSION III

KEY SOLUTION DEFINE(OFFERING)

LEVEL2 : 고객가치명제 정의하기



## LEVEL 3

### [ONE페이지 AD로 만들어보기]

제품/서비스가 제공하는 '고유한 고객가치' 를 가장 잘 표현할 수 있는 한 페이지짜리 광고 이미지나 카탈로그를 만들어본다.

고객의 입장에서 어떤 가치로 받아들여질 수 있을까 고민해야 한다.



▲  
서비스 초기  
(21세기 최첨단 짜라시)

간편한 모바일 전단지 서비스 강조



▲  
현재  
(천만 다운로드 배달 앱)

1등 로컬 배달 앱 서비스 강조



MISSION IV.

# HOW : COMPONENT & RULE SETTING

플랫폼 컴포넌트와 룰 셋팅

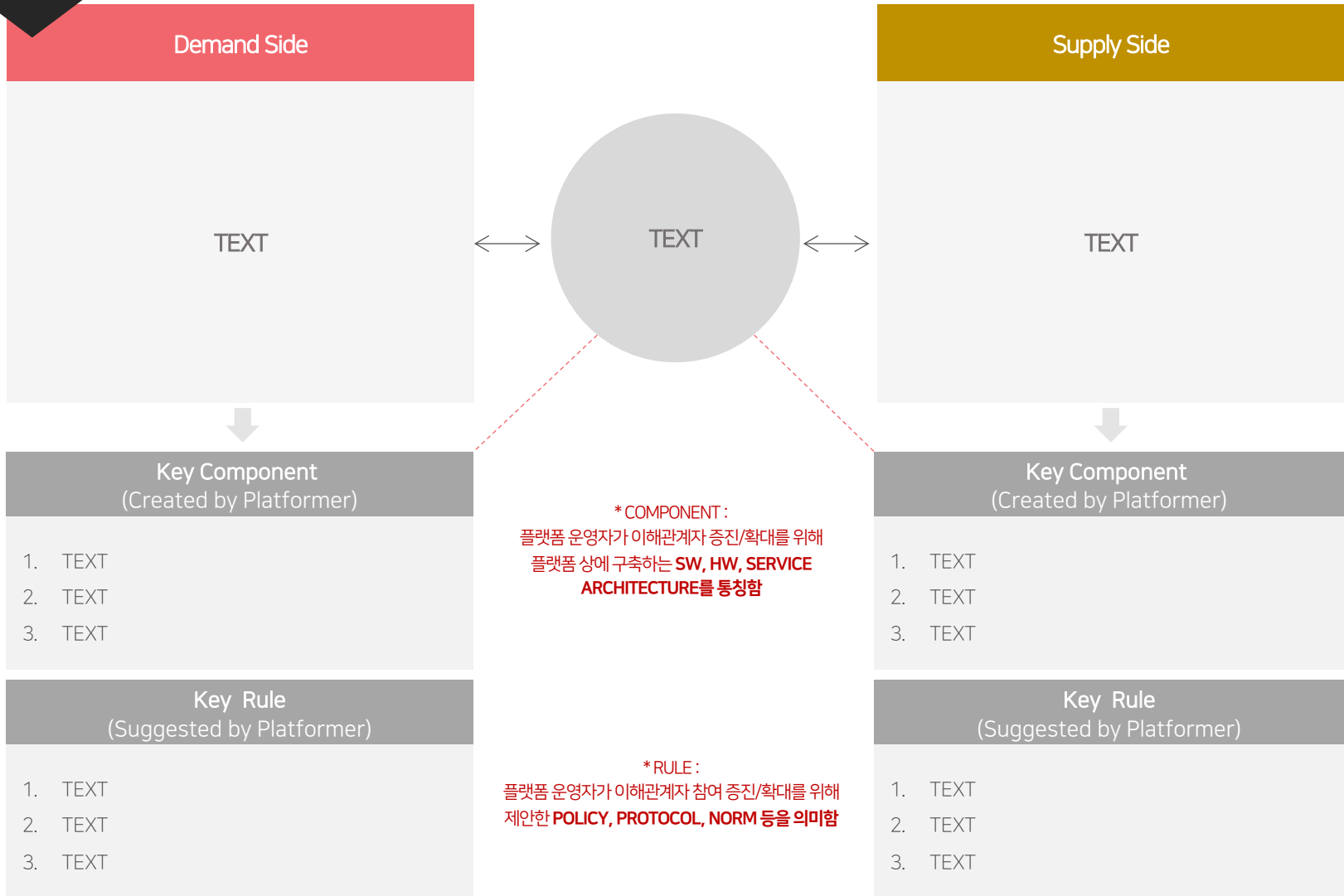
## LEVEL 1

### [플랫폼의 핵심 콘텐츠와 룰 정의]

제공되는 플랫폼의 핵심 솔루션(OFFERING)이  
제대로 작동하기 위해 필요한 콘텐츠와 룰은 무엇인가?

MISSION IV

LEVEL1 : 플랫폼의 핵심 콤포넌트와 룰 정의



MISSION V.

**OUTCOME :**  
**REVENUE STREAM&COST**  
**STRUCTURE 정의**  
수익모델과 비용구조 정의



MISSION  
V

# LEVEL 1

## [수익 구조 정의하기]

플랫폼의 핵심 수익모델은 무엇인가?

수익 원(Revenue Sources)  
/ 상용화 초기

수수료 (커미션, 간접 수익원)

1. 광고수수료
2. 이용수수료
3. 판매수수료
4. 기타수수료

제품판매마진 (Margin, 직접 수익원)

1. 직접제품판매 마진
2. 유통 마진(도매/소매)

콘텐츠 판매 (직접 수익원)

1. PPV(Pay Per View)
2. 월 정액
3. Freemium(기본 공짜, 프리미엄 서비스 전환 시 유료)
4. In-App 구매(아이템 구매)
5. 기타



수익 원(Revenue Sources)  
/ 상용화 중기 이후~

수수료 (커미션, 간접 수익원)

1. 광고수수료
2. 이용수수료
3. 판매수수료
4. 기타수수료

제품판매마진 (Margin, 직접 수익원)

1. 직접제품판매 마진
2. 유통 마진(도매/소매)

콘텐츠 판매 (직접 수익원)

1. PPV(Pay Per View)
2. 월 정액
3. Freemium(기본 공짜, 프리미엄 서비스 전환 시 유료)
4. In-App 구매(아이템 구매)
5. 기타

## LEVEL 2

### [수익 구조 정의하기]

플랫폼 구축에 소요되는 필요 자원을 고려할 때  
투입되는 비용은 어느 정도인가?

## 1. 기술자원

## IT 기반 구축

예시) 서버호스팅, 클라우드 서버임대,  
자체 IDC구축...

1. -
2. -
3. -
4. -

## 신기술 확보 / 자체 R&amp;D 추진

예시) AR기술확보, Payment 결제관련 기술 개발

1. -
2. -
3. -
4. -

## 기술 제휴 및 M&amp;A

예시) ○○○와 제휴, ○○○연수

1. -
2. -
3. -
4. -

## 2. 인적자원

## 영업 및 마케팅

예시) ○○○ 마케팅 2명 / ○○○ 영업인력 1명

1. -
2. -
3. -
4. -

## 기술 확보 및 개발

예시) ○○○ 분야 전문엔지니어 1명 /  
○○○ 분야 초급 개발자 3명

1. -
2. -
3. -
4. -

## 경영진 등 임원

예시) ○○○1명 / CSO 1명

1. -
2. -
3. -

## 기타

예시) 머천다이어1명 / 유통관리2명 ...

1. -
2. -

## 3. 시장자원

## 브랜딩/판촉/PR

예시) TV/신문 등 대체광고, 온라인 광고집행

1. -
2. -
3. -
4. -

## 고객 로열티 확보

예시) 고객 리워드 프로그램 운영(쿠폰 지급 등)  
멤버십 제도 개발/운영

1. -
2. -
3. -
4. -

## 기타

1. -
2. -
3. -
4. -

\* 필요 투입 자원은 플랫폼 구축 초기를 가정하여 가장 핵심적인 투입자원 위주로 정리합니다.





LEVEL2 : 비용 구조 정의하기

1. 기술자원 투입비용

'Mission 6 / 2. 핵심자원 정의' 에서  
규정한 번호 별 기술자원 항목에  
투입되는 비용을 추정하시오

월 총합

연 총합

Blank input box for monthly total

Blank input box for annual total

2. 인적자원 투입비용

'Mission 6 / 2. 핵심자원 정의' 에서  
규정한 번호 별 인적자원 항목에  
투입되는 비용을 추정하시오

월 총합

연 총합

Blank input box for monthly total

Blank input box for annual total

3. 시장자원 투입비용

'Mission 6 / 2. 핵심자원 정의' 에서  
규정한 번호 별 시장자원 항목에 투입되는  
비용을 추정하시오

월 총합

연 총합

Blank input box for monthly total

Blank input box for annual total

연간 투입 비용 추정 합계

Blank input box for annual total cost

MISSION VI.

# MARKET : TAM-SAM-SOM DEFINE

양면시장의 성장경로 파악

# LEVEL 1

## [양면시장의 성장경로 파악]

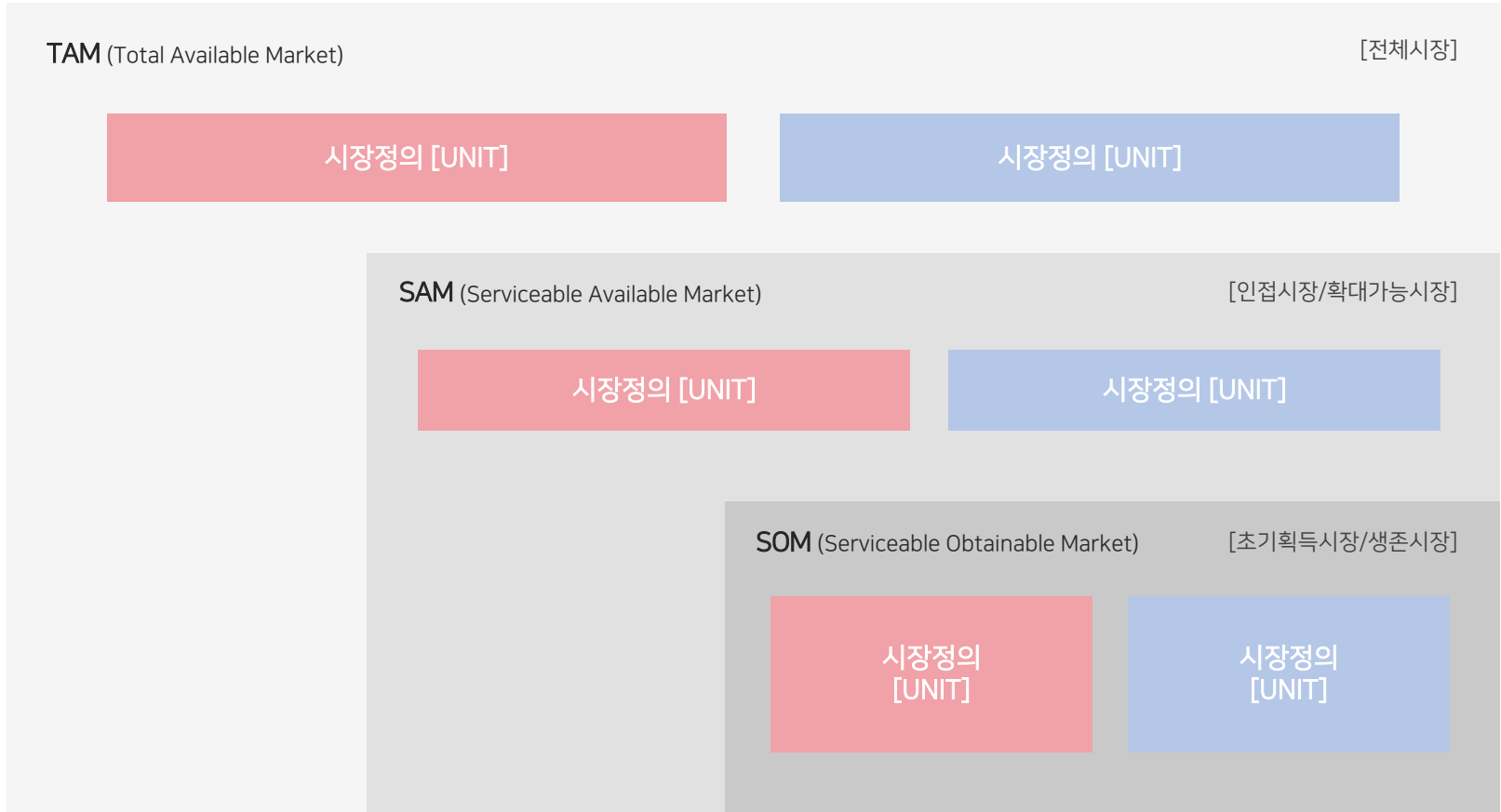
각 양면시장의 성장 경로를 3단계 MILESTONE으로 정립한다면?

MISSION VI

MARKET : TAM-SAM-SOM DEFINE

LEVEL1 : 양면시장의 성장경로 파악

| Market Size Estimation Worksheet |



Supply Side Market      Demand Side Market



# The Invention Lab

더인벤션랩은 국내최고의 Corporate Innovation Advisory Firm이며,  
O2O/ON-DEMAND TECH & SERVICE PLATFORM 전문  
SEED INVESTOR 기관입니다.

더인벤션랩 홈페이지 [www.theilab.kr](http://www.theilab.kr)

워크샵 문의 [business@roailab.com](mailto:business@roailab.com)

교육 프로그램 개발 및 운영문의 [contact@roailab.com](mailto:contact@roailab.com)