ORACLE

재무 스타터 키트: 구독 비즈니스 모델을 성공으로 이끄는 방법

모범적 접근과 시작 방법

구독 비즈니스 모델을 성공으로 이끄는 방법

구독 비즈니스 모델은 경제에서 점점 더 강한 파괴력을 보여주고 있습니다. 기업 소비자 간 거래(B2C) 기업은 수백 년 전부터 구독 서비스를 제공했지만 기업간 거래(B2B)를 위한 구독 모델은 특히 서비스형 소프트웨어(SaaS) 도입과 함께 시장에서 폭발적으로 증가하였습니다.

B2C 고객에게 구독형 모델은 편리한 구매 경험, 기술 발전(예: 음악 CD에서 스트리밍 서비스로 전환) 등의 매력을 갖고 있습니다. B2B 고객의 경우에는 예산 지출 확보, 유지 관리 부담 절감, 정기적 업데이트 및 서비스 향상 등의 장점이 있습니다.

구독 서비스 제공 기업은 고객에게 직접 연결되는 채널을 구축하여, 예측 가능한 반복 매출로 수익을 창출하는 장점과 동시에 고객 충성도 유지를 위해 경쟁 업체와 차별화하는 새로운 방법을 제공합니다.

오늘날 음악은 물론 소프트웨어, 장치 및 중장비에 이르는 모든 것을 “서비스형”으로 제공할 수 있습니다. 2020년 8월 보고서에 따르면 전 세계 구독형 전자상거래 시장은 2018년에 132억 달러(USD)로 평가되었으며 2025년까지 478억 2,000만 달러(USD)로 급격한 성장이 예상됩니다. 이 보고서는 또한 팬데믹 기간 동안 구독형 서비스의 탄력성이 입증되었다고 밝혔습니다. 다음은 구독 비즈니스의 성공 가능성을 높이는 데 도움이 되는 모범적 접근 방법입니다.

다음은 구독 비즈니스(Subscription Business)의 성공 가능성을 높이는 데 도움이 되는 모범적 접근 방법입니다.

구독 비즈니스 모델 구축을 위한 최상의 접근 방법 5 가지

1 비즈니스 모델 분석을 통한 성공 가능성 상승

기업은 잘못된 판단으로 인한 위험을 피하기 위해 비즈니스 모델의 급격한 변화를 주저하는 경우가 있습니다. 그렇기 때문에 비즈니스 변화가 필요할때 구독 비즈니스 모델로 진행하는 것이 위험을 최소화할 수 있다고 인지하고 있습니다. 다행히 엔터프라이즈 급 시나리오 모델링 솔루션은 경영진이 더 나은 선택을 하도록 도와줍니다. 구독 기반의 잠재적 수익 기회를 파악하면 시나리오 모델링을 이용해 최적 소매 가격 및 손익분기점과 같은 측면을 결정하는 데 도움을 받을 수 있습니다.

모델링할 수 있는 옵션에는 서비스로 제공할 제품의 제조 단가, 서비스 공급 비용, 유지 관리 비용, 그리고 예상 수익 등이 있습니다. 그런 다음 성공 가능성을 높이기 위해 시뮬레이션을 실행하여 제공하고자 하는 서비스를 구조화합니다.

2 맞춤형 고객 참여 육성

구독 비즈니스는 본래 고객 참여를 강화하는 데 적합합니다. 확실한 성공을 원한다면 고객과 함께 맞춤화된 참여 방법을 개발하여 장려할 필요가 있습니다.

이 접근방법에는 세 가지 주요 특징이 있습니다. 첫째, 실제로 혹은 매우 유사한 수준의 독자적 경험이 고객의 관심을 유도합니다. 둘째, 피드백 메커니즘, 디지털 행동 양식과 사용 패턴을 통해 고객에게 적극적으로 귀 기울임으로써 고객에게 무엇이 왜 필요한지 알 수 있습니다. 셋째, B2C 고객을 위한 맞춤형 할인과 B2B 고객을 위한 비즈니스 상담으로 지속적인 관계를 구축합니다.

고객 참여를 맞춤형으로 제공하면 충성도 향상 및 고객 요구 변화에 대한 심도 깊은 이해 등의 이점이 있으며 두 가지 모두 고객 이탈률 하락과 고객 유지율 상승을 주도합니다.

개인화된 참여를 육성하려면 기업은 완전히 새로운 기술을 개발해야 합니다. 예를 들어 오랜 시간 식료품 및 편의점 체인에 최적화된 기존 소비재 업체는 물류 및 간접 광고에 대한 경쟁력은 갖추고 있으나 고객과 직접 소통한 경험은 없습니다. 구독 모델을 추가할 경우 맞춤형 참여에서 얻은 소중한 정보를 활용하기 위해 소비재 기업은 완전히 새롭게 정렬된 기술과 역량을 개발해야 합니다.

구독 비즈니스 모델 구축을 위한 최상의 접근 방법 5 가지

3 고객 만족을 위한 운영의 무결성

구독 비즈니스 모델의 가장 큰 장점 중 하나는 고객 유지를 더 세밀하게 제어할 수 있다는 점입니다. 간단히 말해 구독 서비스를 통해 고객의 참여가 시작되면, 고객에게 완벽한 서비스를 제공하고 만족도를 높여야 이탈률을 낮추고 갱신률을 유지할 수 있다는 의미입니다.

이러한 목표를 달성하는 방법 중 하나는 솔루션을 이용하여 다양한 시스템에 연결되어있는 복잡한 프로세스를 단순화하고 가격, 배송 및 청구 모델에 존재하는 수천 개의 참여 지점을 지원하는 것입니다. 영업 및 서비스 팀에게는 배포 옵션을 손쉽게 수정, 관리 및 갱신하는 도구가 필요합니다. 구독을 기준으로 견적 및 주문에 관해 협의를 마친 가격 정책, 사용량 혹은 관련 조건을 전달해야 합니다.

4 수익 유실 및 수익 회수에 대한 책임관계 설정

구독 비즈니스 모델로 전환하는 것이 막대한 잠재력을 가졌다고는 하나, 여기에는 재무와 관련된 몇 가지 독특한 과제가 수반됩니다. 수익 유실(revenue leakage)이나 수익 회수(revenue recovery)의 개념이 새로운 것은 아니지만 구독 비즈니스 모델은 예상 밖의 새로운 균형을 요구합니다. 따라서 두 영역 모두를 관리하려면 조직 내의 명확한 책임 관계 설정이 요구됩니다.

수익 유실은 귀하가 채권자이나 고객에게 청구할 수 없는 돈입니다. 유실을 최소화하려면 청구 오류 최소화를 위해 다음 기능을 갖춘 ERP 시스템을 갖춰야 합니다. 우선 구독 관리, 비용 산정과 청구 사이의 긴밀한 통합 기능, 사용량 추적 및 계량화 된 비용 청구 기능, 할인 기간 만료 자동 적용 기능 등입니다.

수익 회수는 고객이 비용을 지불하지 않을 경우 발생합니다. 구독 비즈니스의 경우 월별 청구 금액이 낮더라도 청구 거래량은 매우 높은 경우가 있습니다. 또한 사용량이나 할인 미적용 등으로 인하여 청구 내역을 놓고 분쟁이 발생할 수도 있습니다. 자금 회수 부서를 지원하기 위해서는 위험 및 연체 고객에 대비한 맞춤형 회수 전략 및 지불 약속 솔루션을 제공하는 ERP 시스템이 필요합니다.

구독 비즈니스 모델 구축을 위한 최상의 접근 방법 5 가지

5 구독 모델 확장을 위한 데이터 통찰

고객의 구매 및 기타 활동을 주기적으로 관찰, 청취, 학습하는 것은 필수적입니다. 이는 수익성과 기타 변화(예: 이탈률)를 조기에 파악하도록 도와주며 데이터에서 도출한 합리적 통찰을 바탕으로 구독 비즈니스 모델을 신속하게 발전시킬 수 있습니다.

고객이 구독을 간편하게 갱신할 수 있도록 하여 갱신 관리를 개선할 수 있습니다. 또한 지능적 통찰로 위험 고객을 조기에 파악하여 갱신 비율을 높이면 고객 이탈이 감소합니다. 교차 판매 및 상향 판매를 고객의 추가 요구에 부합하도록 지능적으로 결정하여 고객생애가치 및 관계를 지속적으로 확장할 수 있습니다.

시작 전 준비 사항

1. 비즈니스 기회 및 모델 평가

혁신 기업에서는 기존 구독 비즈니스 모델과 신규 모델 모두를 역동적인 시장 조건에 따라 평가하는 것이 중요합니다. 클라우드 애플리케이션 제품군은 고객 요구에 대응하는 신규 구독 제안을 신속하게 혁신, 발전, 구성, 개발할 수 있는 도구와 가시성을 제공함으로써 혁신 기업이 변화하는 시장 상황에 적응할 수 있도록 돕고 있습니다.

2. 주요 구독 비즈니스 측정 지표의 사용 방법 결정

구독 비즈니스는 성공적인 구독 제안을 평가하기 위해 별도의 측정 지표가 필요합니다. 구독 비즈니스의 6가지 주요 지표에서 소개한 바와 같이 사업에서는 측정 지표의 선택이 중요합니다. 최고 재무 책임자(CFO) 와 최고 수익 책임자(CRO)는 6가지 측정 지표 중 고객 생애 가치에 집중해야 하며 이는 해당 지표가 구독 비즈니스의 수익성을 결정하는 데 핵심 역할을 담당하기 때문입니다.

3. 민첩성 유지와 새로운 기회 포착

구독 비즈니스에서 확실한 성공을 달성하려면 “설정 완료, 작업 끝” 이라는 자세를 피해야 합니다. 진화하는 고객 요구부터 기술적 진보에 이르기까지 시장은 계속해서 빠르게 변화하고 있기에 민첩성을 유지하고 새로운 기회를 포착해야 합니다. 분기마다 갱신되는 시스템을 사용하면 기업은 최신 SaaS 기술을 활용하여 프로세스 현대화, 수작업 자동화, 속도 상승 및 혁신 촉진이 가능합니다.

빠른 조언

해야 할 일

- 디지털 기반의 사업 방식 포용
- 고객 의견 청취
- 핵심 및 확장 제품군을 결합
- 지속적인 KPI 모니터링

하지 말아야 할 일

- 불충분한 분석을 바탕으로 시장에 진출
- 단기 매출 충격으로 인한 단념
- 고립된 팀들의 개별 업무 추진
- 연말까지 성과 평가 유보

전망

CFO와 CRO는 투자 회수가 불가능한 제안에 자원을 낭비하지 않으며 ROI를 실현하는 구독 비즈니스 모델을 추진하려 합니다. 고객이 원하는 바를 포착하여 경쟁사보다 먼저 시장에 출시하고자 합니다. 이 모두는 예산에 부합하는 최적의 아이디어와 적절한 타이밍에 의해 좌우됩니다.

Oracle은 구독 비즈니스의 모든 과정을 관리하는 방법을 제공합니다. Oracle의 비즈니스 모델 단기간에 소프트웨어 라이센스 공급업체에서 서비스형 소프트웨어(software-as-a-service)로 변화하였습니다. 변화를 이끈 비결을 물어오는 수백 명의 고객과 소통해 왔으며 이러한 경험을 바탕으로 도움을 줄 수 있어 기쁘게 생각합니다.

Oracle 사이트에서는 구독 비즈니스 모델에 대한 재무 관련 사항 및 재무팀에서 즉시 수행해야 하는 여타 핵심 업무를 확인하고 시연을 요청할 수 있습니다.

관련 자료 더보기

Copyright © 2021, Oracle and/or its affiliates. 본 문서는 정보 제공의 목적으로만 제공되며 본 문서의 내용은 사전 공지 없이 변경될 수 있습니다. Oracle은 본 문서에 오류가 존재하지 않음을 보증하지 않으며, 상업성 또는 특정 목적의 적합성에 대한 암시적 보증이나 조건을 포함하여 구두로 표현했거나 법적으로 암시되었든 관계 없이 어떠한 보증이나 조건도 제시하지 않습니다. Oracle은 본 문서와 관련하여 어떠한 책임도 지지 않으며 이 문서로 인해 직접적 또는 간접적인 계약 상의 의무가 발생하지 않습니다. 본 문서는 Oracle의 사전 서면 승인 없이 전자적, 기계적 또는 어떠한 형태나 수단으로도 복제되거나 전송될 수 없습니다. Oracle과 Java는 Oracle Corporation 및/또는 그 자회사의 등록상표입니다. 기타 명칭들은 각 소속 회사의 상표일 수 있습니다.