[카드뉴스] SaaS와 구독 비즈니스 모델, 그리고 7가지 방식

이슈N뉴스

금융IT 분야에서 **이슈가 되고 있는 뉴스**들을 살펴봅니다.



SaaS는 ASP에서 진화된 개념으로 ASP보다 포괄적인 개념으로서 소프트웨어(S/W)에 접속하려는 고객에게 제공하는 특정활동을 대행하는 사업자가 채택하는S/W 제공 모델이다.

koscom NEWSROOM

SaaS와 ASP의 차이는 무엇인가?

SaaS



ASP에서 진화된 개념. ASP보다 포괄적인 개념으로서 소프트웨어(S/W)에 접속하려는 고객에게 제공하는 특정활동을 대행하는 사업자가 채택하는 S/W 제공 모델.
즉, SaaS는 공급업체가 원격지에서 S/W를 보유하고, 다수의 고객에게서 S/W 서비스를 제공·관리하며, 사용자는 이용한 만큼 비용을 지불하는 모델.

ASP



원거리 데이터센터에 하드웨어 및 시스템, 솔루션 등 정보기술 장비를 상주시킨 다음 네트워크를 통해 기업에 필요한 그룹웨어, CRM, ERP, SCM(Supply Chain Management), EDI(Electronic Data Interchange) 등 각**종 업무용 소프트웨어를 이용하는 이용자로부터 월 이용료를 받고 서비스하는 일련의 사업.**

여기서 주목!

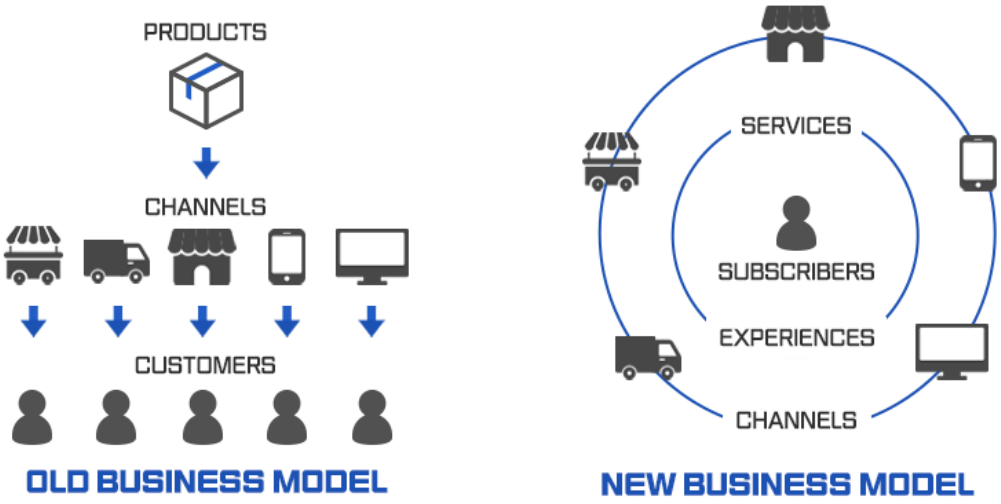
대부분의 SaaS 애플리케이션은 웹브라우저를 통해 직접 실행되므로 클라이언트 측에서 다운로드나 설치가 필요하지 않음. 많은 사람들이 웹상에서 사용하는 구글닥스(Google Docs), 드롭박스(Dropbox), 세일즈포스(Salesforce) 등이 SaaS에 해당.

koscom NEWSROOM

전통 모델과 구독형 비즈니스 모델의 차이

요즘 대부분의 SaaS 서비스 회사들은 기존의 **전통적인 방식**(On Premise, One Time Purchase)**보다는 구독형**(Subscription) **비즈니스 모델을 선호.**
기존의 방식은 비용 지불 후 소유권(ownership)을 이전 받는 반면,
구독형 비즈니스 모델은 **지불한 비용만큼 일정기간 동안**
비용을 정기적으로 지불하고 상품과 서비스를 사용.

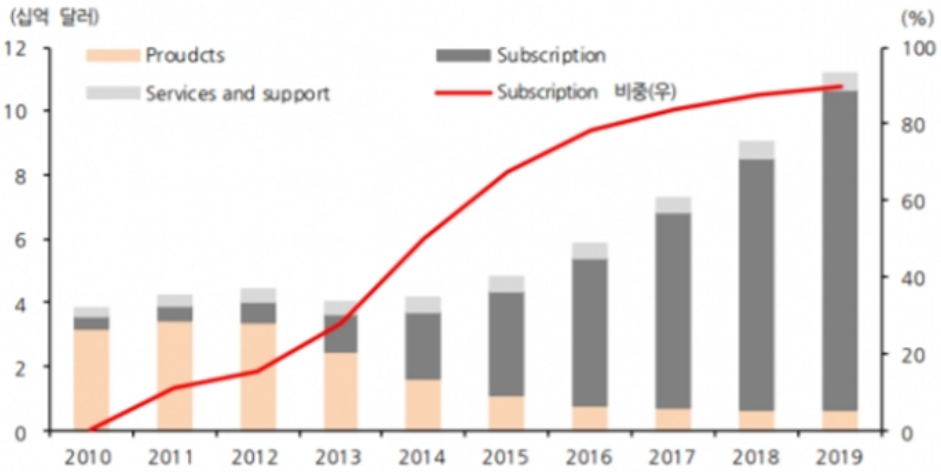
전통 모델과 구독형 비즈니스 모델의 차이



SaaS (구독형) 비즈니스 모델의 효과 ❶

안정적인 수익원 확보

구독료로 인한 매출은 **예측이 용이**할 뿐만 아니라 **신규 고객을 유치할수록 추가되는 구조**이기 때문에 **점진적으로 매출 증가가 가능.**
어도비(Adobe)는 전통 방식에서 **구독형 서비스 모델로 진화한 가장 대표적인 사례.**
현재 어도비의 대부분 매출인 약 **92%가 구독형 계약**으로부터 창출.
구독형 비즈니스 모델 도입 후 2013년부터 2019년까지 드라마틱한 매출 성장 기록.



▲ 어도비 부문별 연간 매출액 추이 : 구독 비중 92%

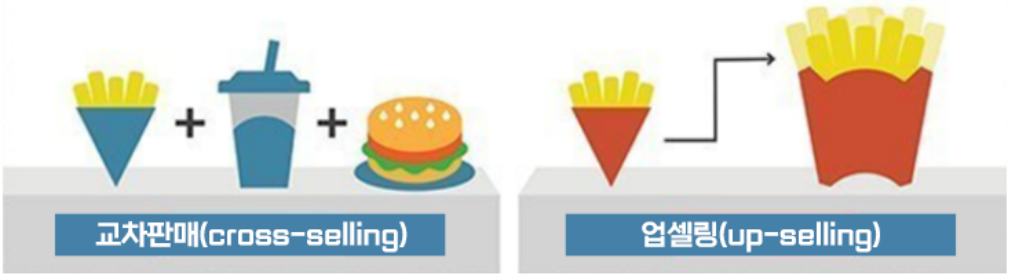
koscom NEWSROOM

SaaS (구독형) 비즈니스 모델의 효과 ❷

교차판매(Cross-selling) 및 업셀링(up-selling) 전략 활용

기존에 확보된 고객에게 다른 연계 상품의 **교차판매***(cross-selling) **용이.**
예를 들면, 특정 통신사는 기존 가입된 고객에게 연계된 음악 스트리밍 첫 달 무료 이용권, 쇼핑몰 할인 등을 권유하면서 연계 상품의 가입자 확보 가능.
고객 획득 비용 (CAC, Customer Acquisition Cost) 등 **마케팅 비용 절감 효과** 기대.

* **교차판매(cross-selling)** 한 제품을 구입한 고객이 다른 제품을 추가로 구입할 수 있도록 유도하는 것을 목적으로 합니다.



여기서 주목!

한 번 플랫폼에 진입한 고객은 보다 고급 기능에 대해 지불할 수 있는 가능성 증가! SaaS 제품을 사용하면 할수록 제품 사용량도 증가해 공급업체는 손쉽게 업셀링*(up-selling)을 통한 추가 매출원 확보 가능

* **업셀링(up-selling)** 연쇄판매를 뜻하는 말로 고객에게 더 나은 가격 조건을 제안하거나, 상품의 품질을 강조하는 등 고객이 희망했던 상품보다 단가가 높은 상품 판매 구입을 유도하는 판매방법.

SaaS (구독형) 비즈니스 모델의 효과 ③

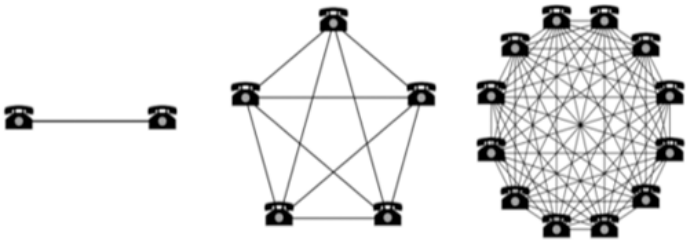
네트워크 효과와 락인(Lock-in) 효과

네트워크 효과

공급업체는 자사의 플랫폼에 진입한 고객에게 계속해서 제휴·연계 서비스를 제공하며 고객의 만족도를 높이는 전략을 구사. 고객은 주변에 사용을 권유하게 되고, 플랫폼에 진입하게 되는 신규 사용자가 늘어나는 네트워크 효과가 발생.

락인(Lock-in) 효과

페이스북이나 인스타그램이 대표적. 주변 친구들이 사용하게 되면 나도 어쩔 수 없이 사용하게 되는 효과. 통신사의 경우 가족 할인 상품을 제공하거나 인터넷 상품과 번들링해서 할인을 제공하면 사용자는 해당 플랫폼에 대한 의존성이 높아져서 이탈률이 낮아지게 되는 Lock-in 효과 발생.



▲ 사용자 수 증가에 따라 기하급수적으로 나타나는 네트워크 효과

SaaS (구독형) 비즈니스 모델의 효과 ④

다기능 제공 생태계 구축

장점

- 기업을 위한 Enterprise형 SaaS 서비스의 경우, 같은 시스템 상에서 데이터를 공유하기 때문에 회사 사람들이 여러 가지 서비스를 옮겨가며 주어진 역할을 수행할 필요가 없음.
- 추가 기능을 제공하는 공급업체를 찾기 위한 탐색 비용 절감.
- 서로 다른 서비스를 이용하는 것에 따른 운영비용과 시간 등 투입되는 인적 리소스 절감.

단점

- 경쟁이 치열해지면서 서로 다른 서비스 간 차별성 부족.
- 여러 회사 SaaS서비스들을 섞어서 사용하는 경우 오히려 추가적인 비용이 발생.
- 한 플랫폼에 익숙해질 경우 마이그레이션(Migration) 혹은 이탈 어려움 등 의존성 커짐에 따른위험 존재.



koscom NEWSROOM

SaaS 비즈니스 모델의 종류 7가지

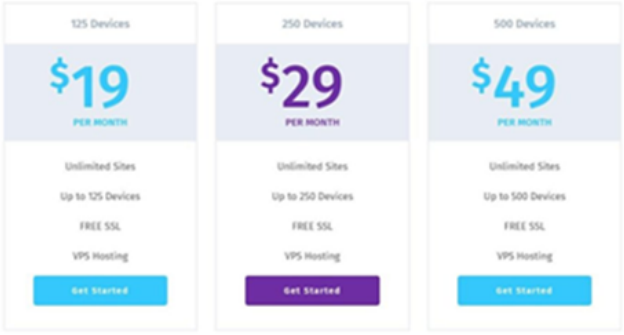
SaaS 비즈니스 모델은 서비스의 성격과 마켓·잠재고객들의 특성에 따라,
회사와 비즈니스의 성장에 따라 **다르게 전략 실행이 가능**하며,
하나만 선택되기보단 **대부분의 경우 조합해서 사용.**

1. Flat Rate 한달 혹은 일년 간 특정 금액을 정해 놓고 그 금액만 판매하는 방법으로 가장 전통적이며 단순한 모델. 보통 하나의 솔루션을 판매하는 기업에서 많이 사용.

2. 유저당 과금 모델 (User-based) 고객회사 메인계정(owner account) 생성 뒤, 내부 임직원들을 가입시켜 동일한 서비스를 동시에 사용할 때, 유저 수 기반으로 메인 계정을 통해 결제.

장점 고객 입장에서 비즈니스 모델을 이해하기 쉬우며, 견적내용의 논리적 납득 용이.

단점 유저 계정 수를 줄이기 위해 한 계정을 공유하는 등 악용 사례의 위험이 있고, 서비스 사용여부와 관련 없이 비용 지불.

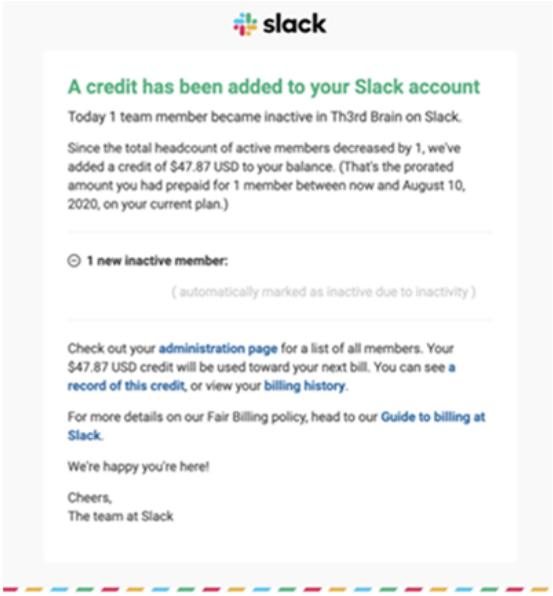


▶ 고객 당 과금 모델 예시

SaaS 비즈니스 모델의 종류 7가지

3. 활성 유저당 과금 모델 (Per active user)

슬랙(Slack)이 대표적인 모델. 서비스를 사용하는 활성(active) 유저 수에 따라
실시간으로 과금 금액이 변동되고 사용자에게 새로운 견적서를 제공.
앞서 유저당 과금 모델과 차이는 inactive(비활성) 모드로 변경하여 과금 면제 가능.


slack

A credit has been added to your Slack account

Today 1 team member became inactive in Th3rd Brain on Slack.

Since the total headcount of active members decreased by 1, we've added a credit of $47.87 USD to your balance. (That's the prorated amount you had prepaid for 1 member between now and August 10, 2020, on your current plan.)

⊖ 1 new inactive member:

(automatically marked as inactive due to inactivity)

Check out your administration page for a list of all members. Your $47.87 USD credit will be used toward your next bill. You can see a record of this credit, or view your billing history.

For more details on our Fair Billing policy, head to our Guide to billing at Slack.

We're happy you're here!

Cheers,
The team at Slack

장점 고객 입장에서 비용 절약 가능, 그에 따른 서비스의 매력도를 어필.

단점 공급자 입장에서 매출이 줄어드는 효과.

▶ 활성 유저 당 과금 모델을 채택한 슬랙

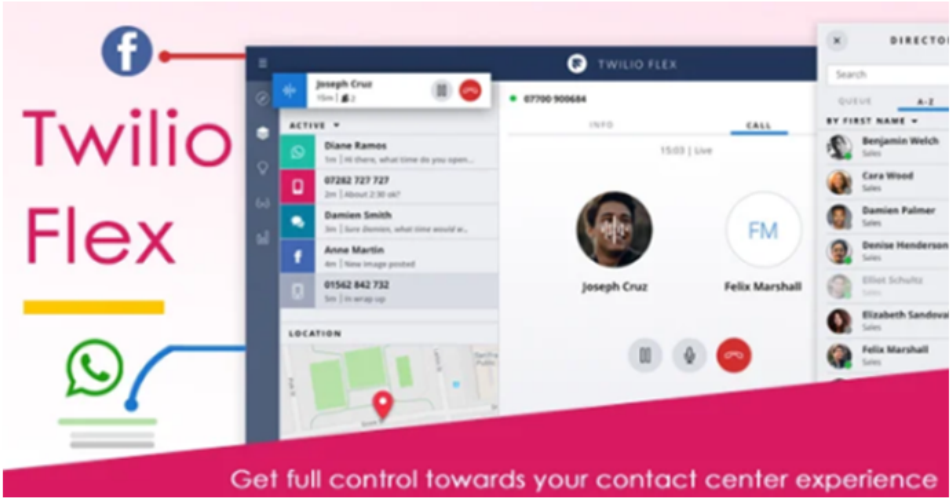
SaaS 비즈니스 모델의 종류 7가지

4. 사용량 과금 모델 (Usage-based)

서비스의 사용량에 따라 과금. 통신요금, AWS와 같은 서버 인프라, 고객들에게 메시지를 보내는 센드버드(Sendbird), 트윌리오(Twilio), 인터콤(Intercom)과 같은 CRM 소프트웨어가 대표적.

장점 사용량 만큼만 과금되기 때문에 도입 의사 결정 시 진입장벽 낮음.

단점 사용량이 많아질 경우 사전에 비용 예측이 어려움.



▲ 클라우드 기반 커뮤니케이션 플랫폼, twilio

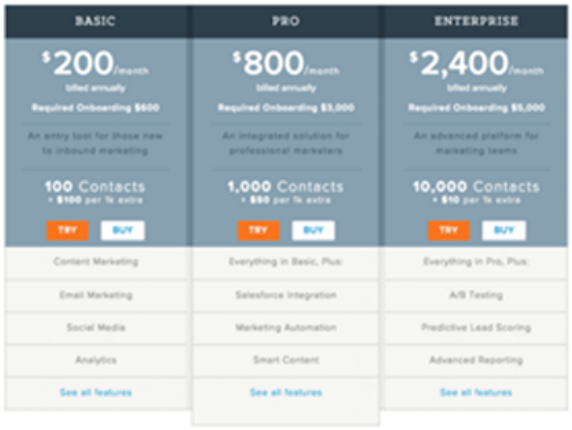
SaaS 비즈니스 모델의 종류 7가지

5. 구간 과금 모델 (Tiered pricing)

구간을 정해 놓고 사용자수·고객사의 규모·패키지·기능에 따라 동일 구간 내에서 동일한 과금 정책 적용.
수많은 SaaS 회사들이 사용하는 모델로 허브스팟(Hubspot), 인튜이트(Intuit), 구스토(Gusto) 등이 대표적.

장점 일반적으로 3-4개 정도의 패키지(구간)를 제공하고 선택권을 주지만, '가장 인기있는 옵션' 정도의 타이틀을 특정 구간에 부여하여 업셀링(up-selling) 유도 가능. 그 외에 중소기업부터 중견규모까지 다양한 규모의 고객사 확보 가능.

단점 규모가 다른 고객사들의 요구사항이 다양한 경우 고객의 요구사항에 맞춰 수정·개선하기 어려움.



▲ 구간 모델은 사용자수, 고객사의 규모, 패키지, 기능에 따라 과금을 차등 적용



▲ 허브스팟(Hubspot)의 경우 구간 별 과금 모델 채택

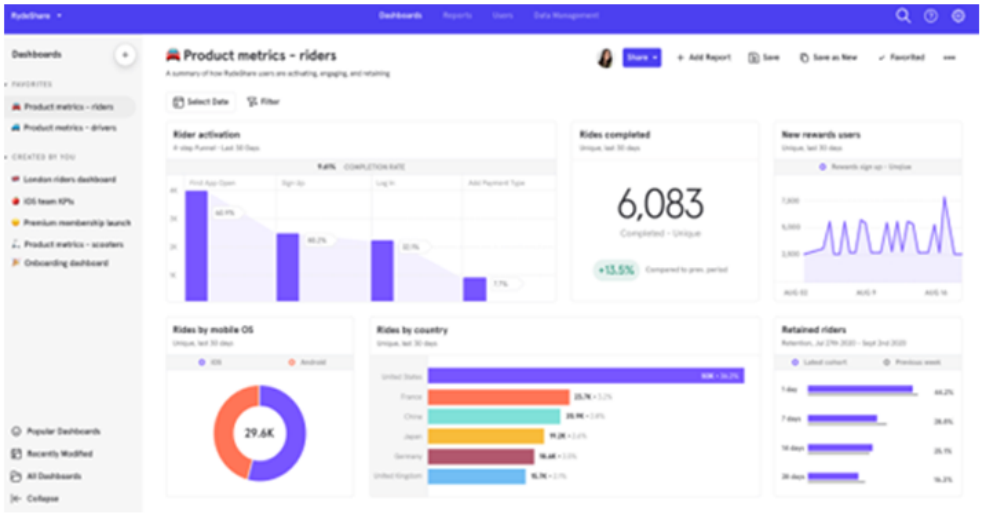
SaaS 비즈니스 모델의 종류 7가지

6. 기능별 과금 모델 (Feature-based)

구간 과금 모델과 유사하나 제공 기능의 숫자에 따라 과금이 달라지는 모델. 인터콤(Intercom)이나 믹스패널(Mixpanel)의 경우 기능별로 선택하여 조합하는 커스터마이징 옵션 제공.

장점 사용자에게 명확한 선택권을 주어 원하는 기능을 원하는 만큼만 사용 있도록 함.

단점 성장 단계에서 시행착오가 많은 스타트업들은 그에 따른 변경과 수정작업을 거치면서 예상치 못한 추가 비용이 발생.



▲ 믹스패널 (Mix Panel)의 경우 기능별 커스터마이징 가능

koscom NEWSROOM

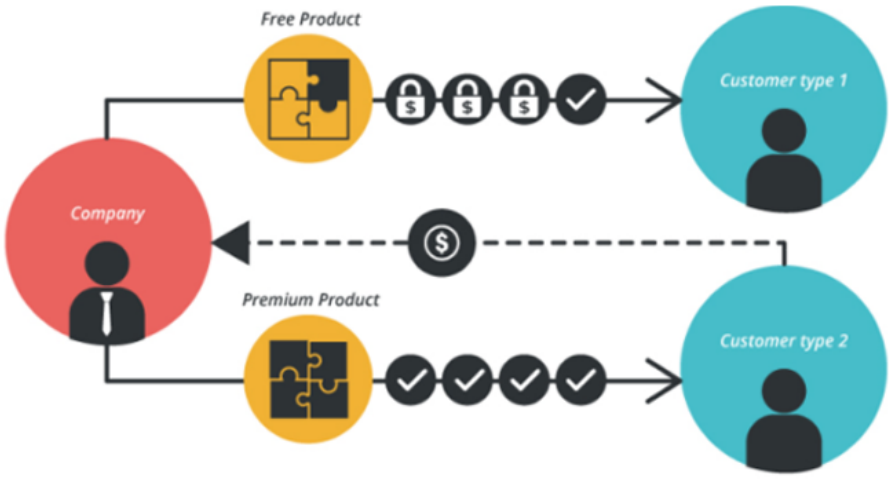
SaaS 비즈니스 모델의 종류 7가지

7. Freemium 모델

free+premium의 합성어로서 모객을 위해 사용자에게 무기한의 무료 서비스를 제공하면서 추가적인 기능을 원하는 사용자에게 업셀링(up-selling)을 유도하여 과금하는 모델.

장점 고객 획득 비용(CAC)을 줄일 수 있고, 무료 이용 고객에 대한 사용 데이터 확보가 가능해 타깃 마케팅에 유리

단점 목표 고객군과 관련 없는 사용자들이 유입될 수 있고, 이미 확보된 무료 고객들이 쉽게 이탈해버릴 위험 존재.



* 저작권법에 의하여 해당 콘텐츠는 코스콤에 저작권이 있습니다.
* 따라서, 해당 콘텐츠는 사전 동의없이 2차 가공 및 영리적인 이용을 금합니다.