



Remote Internship  
Program

# Remote Internship Assign.

September Week.4

E3\_4\_경북대\_유병주



■ 유통업(Retail) 빅 데이터 활용 부문

■ 유통업(Retail) 빅 데이터 활용 사례

■ (개인별) 데이터분석 사례 탐색



## 유통업(Retail)의 빅 데이터 활용 부문

판매 전략

상품 홍보  
마케팅

배송

재고 관리

매장 관리



## 유통업(Retail) 빅 데이터 활용 사례

상품 기획 및 판매전략



사례명	GS Retail (GS25) 의 2-in-1 제품 출시
멘토링 팀/조/성명	Expert 3팀/4조/유병주
활용 데이터	최근 2년간, 조리면 매출 데이터, 소비자의 구매 데이터 및 구매 패턴 데이터
데이터분석 준비/과정/절차	참고) 해당 사례 추진 상황에서의 애로사항, 문제, 이슈, 해결방안 등 소비자들의 구매 수요가 가장 높은 상품들을 데이터 분석을 통해 찾는다 구매에 상관, 연관성이 높은 상품들을 묶음으로 하여, 새로운 상품을 아이디어를 도출한다
데이터분석 결과	참고) 데이터분석 결과의 의미 1. 단일 메뉴로 구성된 조리면 대비 2가지 이상의 메뉴 또는 맛으로 구성된 투인원(2-IN-1) 상품 매출이 높은 것으로 분석되었다. 2. 조리면 구매 시 고기류 상품을 함께 구매하는 고객의 비중이 34.2% (음료, 주류 제외)로 가장 높았다.
효과/성과	참고) 데이터분석을 통해 이루어 낸 효과/성과 데이터 분석을 기반으로, 조리면과 고기를 함께 구성한 '좌고우면' 제품을 출시 하게 되었다.
인사이트 (느낀점, 활용 포인트)	참고) 사례를 통해 느낀 점, 실제 PBL 시 활용 포인트 등 기술 과거에는, 기존 시장에 나타나지 않은 새로운 상품에 대한 호기심, 신선함이 고객의 구매욕구를 자극시켰다. 그러나 오늘날에는 온,오프라인 등 판매 플랫폼이 다각화되고, 이에 따라 다양한 소비자 구매 데이터가 모이게 된다. 소비자의 구매 데이터 분석을 통해, 홍보 마케팅 수단을 보완하는 것에 그치지 않고, 상품 자체 기획부터 빅 데이터를 활용함으로써 고객 지향적인 상품을 기획하여 제품의 성공을 보다 안정적으로 예측하고, 좋은 성과를 얻을 수 있게 된 것 같다.