분석이란

**현재상황’X’에서---A--🡪내가 원하는 상황’Y’으로 갈려면 어떻게 가야 하는 가**

원하는 상황(Y)으로 가기까지, + 사건과 – 사건 이 있다.

* 원하는 사건,상황(Y)이 있다. : 재현하고 싶으면 어떻게 해야 하는가

억제하고 싶으면 어떻게 해야 하는가

**즉, X의 요인들을 어떻게 핸들링 하면 원하는 Y(+/-)로 갈 수 있는가**

1. X와 Y를 구별할 수 있어야 한다.

***X 상황*** :

\*경기침체로 인해 가처분 소득 줄었고

줄어든 가처분 소득으로 인해 내방객의 구매가 가격 경쟁력을 갖춘 온라인으로 이어짐.

* 2. 내방 고객 수는 유지되고 있으나 구매전환이 이루어지고 있지 않아,

답보 상태에서 매출하락 추세로 접어들었다.

* (도메인 지식)

매출 = 내방객 수 \* 객 단가

매출 상승 요인 : 내방객 수 / 객 단가 의 증가

* (상황 해석)
* 1. 경기상황은 A사에서 대처할 수 없다.
* 2. 매출상승요인을 확대시키기 위한 가격인하 정책은 제약된다.

: 인건비, 고정비로 인하여 온라인 상품에서 경쟁력을 갖출 만큼, 상품가격을 낮추기에는 부담

3. 하지만 내방고객이 유지되고 있다. :

가격 외에서 즉, 기존 오프라인 전자양판점 매장의 장점을 통해 매출 상승을 견인 시켜야 한다.

***Y 목표*** :

시간 문제상, 우선 재현에 초점을 맞춰서…

(내 방객 수)

매장 방문 고객을 증가시키기 위한 유입요인 창출

(객 단가)

내방고객 실질 구매 전환율 /

객당 구매 건 수 확대요인 마련.

1. 그렇다면, X에서 Y로 가기 위해 무엇을 해야 할까?
2. **현상을 설명하는** **근거마련**

*>도메인 지식을 활용하여 필요 데이터 수집*

여러 전문업체에 맡겨 데이터를 분석하여 보았더니…

Search와 buy의 분리됐다 ; 구매 프로세스의 변화 ; 쇼루밍족

“변하지 않는 일정 수의 내방객에 대한 설명이 되네 여기에 초점을 맞춰보자!!!”

1. **그 근거에 맞춘 대안 설정**

*>도메인 지식을 활용하여 적절한 대안 제시*

“대안으로 즉, 변하지 않는 일정 수의 내방객을 활용할 수 있는 것은 무엇이 있을까”

임대사업!! \_ 쇼룸을 제공해보자!! ; 새로운 패러다임 제공 (사업의 전환)

CF. 기존 사업모델을 유지한 채로 매출을 높이는 방안도 있지만, 우선 기존 오래된 판매모델을 철수 한 사례를 소개한 것이다. 또 다른 여러 방법이 있겠다\_ 이것이 분석의 영역

임대사업\_쇼룸제공 사업으로 인사이트 결과가 나온 바탕으로

솔루션을 제공하는 또 다른 분석과

그 솔루션에 대한 최적화를 이루기 위한 분석이 계속 이어진다.

X -> Y

X, 현재 상황에 대한 충분한 경험이 없는 상태에서

목표 Y만 주어질 수 있다. ( X가 구체적이지 않기 때문에 목표 Y도 구체적이지 않다.)

Y라는 목표 ex 미세먼지가 심한데 이걸 이용해서 효용을 증가하고 싶다.

무엇을 해야 할까…? (X를 찾는 과정)

어떤 데이터나 이론적 근거를 활용해서 X를 구체화시킬 수 있을 지 분석이 진행되어야 한다.(인사이트)

그 이후 솔루션을 위한 데이터 분석과 최적화를 위한 데이터 분석이 이루어진다.