

A n a l y s i s

# E-커머스 상품 기획을 위한 분석

성채원 정호인 조주영

## "가녀림보단 근육질 건강미"...여성들도 '벌크업' 나선다

송고시간 | 2020-07-09 06:43



홍유담 기자

여성 근력운동 기구 구매 급증...식업 기구·케틀벨 구매량 2배

(서울=연합뉴스) 홍유담 기자 = 무조건 마른 몸매를 선호하기보다 체력과 건강을 기르기 위해 '벌크업'(근육 증대)에 힘쓰는 여성들이 늘고 있다.

이베이코리아가 운영하는 G마켓은 지난달 6일부터 한 달 동안 여성 고객의 근력운동 기구 구매량이 지난해 같은 기간 대비 32% 증가했다고 9일 밝혔다.

특히 윗몸 일으키기와 벤치 프레스 등을 할 수 있는 '식업 기구'의 여성 구매량은 98% 늘었다.

쇠로 만든 무거운 공에 손잡이를 붙여 만든 중량 기구인 케틀벨의 구매량도 약 2배로 증가했다.

역도를 비롯한 근력 운동을 할 때 중량 추가를 위해 사용하는 철제 원반인 바벨과 아령도 각각 59%, 43% 더 구매됐다.

또 바퀴에 손잡이가 달려있어 엎드린 상태에서 밀고 당기며 복근 운동을 할 수 있는 휠 슬라이드 구매량은 22%의 증가율을 보였다.

근력 운동에 사용하는 무거운 공인 메디신 볼의 구매량도 13% 늘었다.

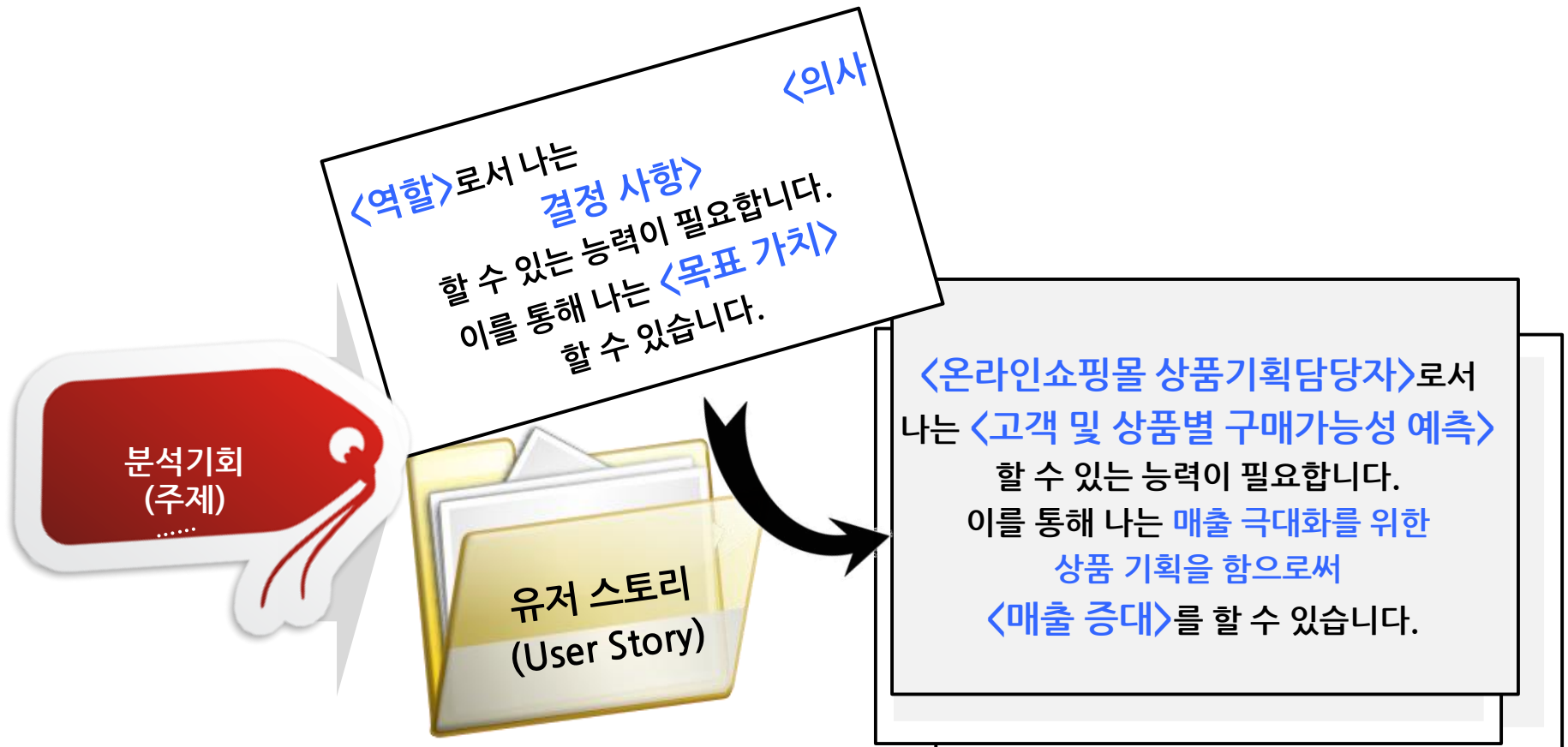


아울러 악력기(45%), 철봉(40%), 푸시업바(36%), 스쿼트 머신(15%) 등 근력 운동 기구들에 대한 여성 수요가 증가한 것으로 나타났다.

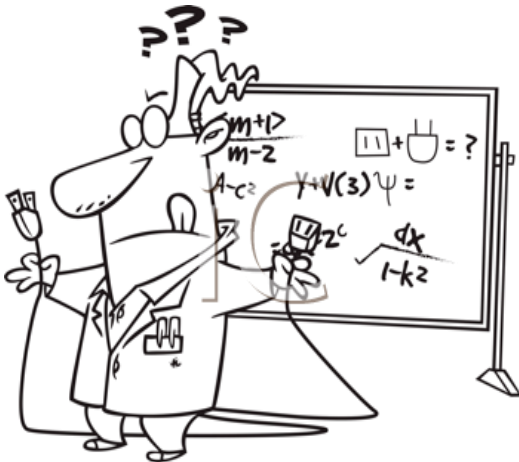
신종 코로나바이러스 감염증 영향으로 헬스장을 비롯한 외부 기관 대신 집에서 운동하는 인구가 많아진 것이 영향을 끼쳤을 것으로 풀이된다.

더불어 개그우먼 김민경이 진행하는 웹 예능 '오늘부터 운동똥' 등 각종 운동 콘텐츠가 인기를 얻으면서 여성들에게도 근력 운동이 친숙해진 것으로 보인다.

G마켓 관계자는 "최근 몸무게와 관계없이 자신의 몸을 긍정적으로 바라보고 건강한 몸을 가꾸는 것이 중요하다는 인식이 퍼졌다"며 "이에 따라 여성들도 근력을 키우기 위한 운동에 투자를 아끼지 않는 것"이라고 말했다.



나는 <온라인쇼핑몰 상품기획담당자>  
로서  
<고객 및 상품별 구매가능성 예측>  
할 수 있는 능력이 필요합니다.  
이를 통해 나는 매출 극대화를 위한  
상품 기획을 함으로써  
<매출 증대>를 할 수 있습니다.



## OBJECTIVE

- KPI 명 : 기획상품 매출
- 산출 방법 : 전년 동기(3분기) 대비 매출 상승
- 상승율 기준 : 전년도2분기 매출 대비  
금년도2분기 매출상승율
- 산출식: 전년도2분기/금년도2분기 \* 100
- 현수준 : 5% , 목표 수준: 10%

## Agent

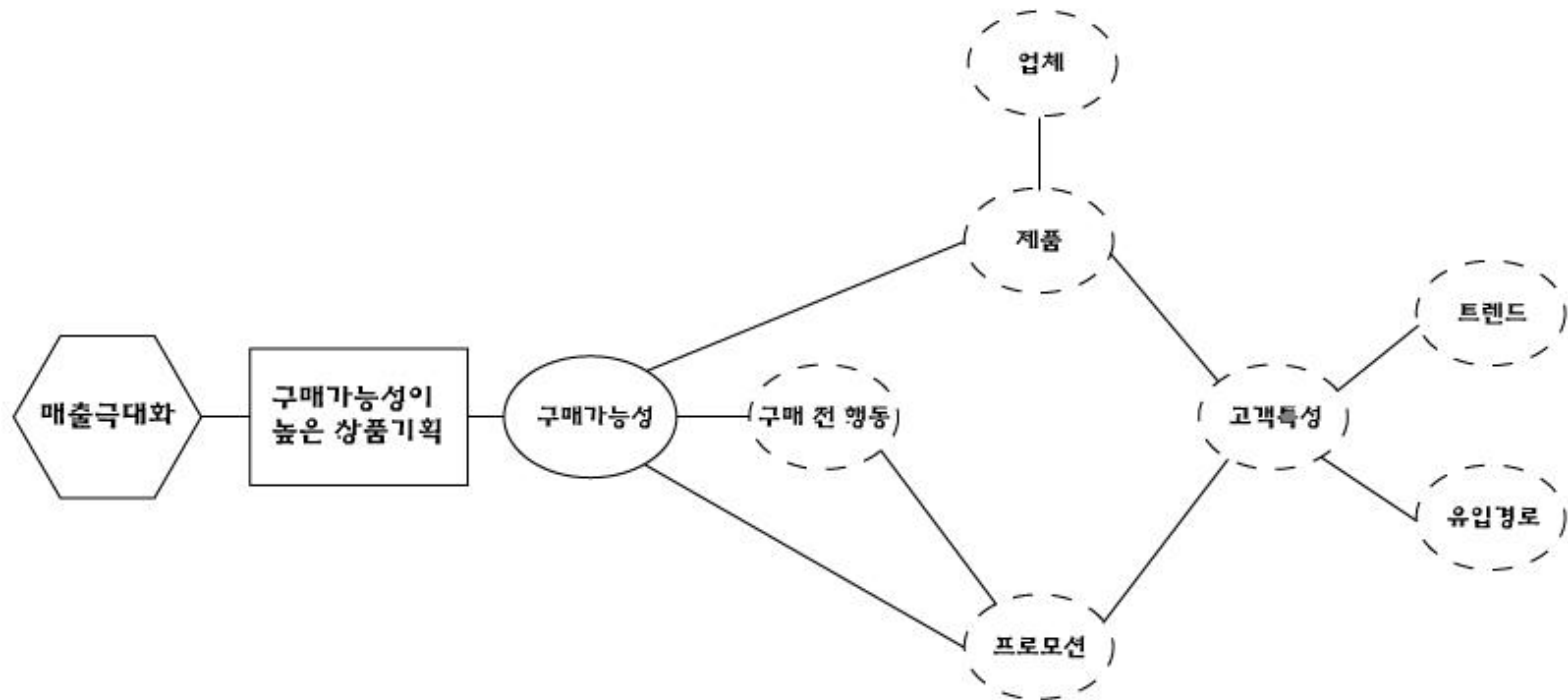
- 고객
- 업체 담당자
- 기획 담당자
- 상담원

## Object/Place

- 제품
- 홈페이지
- 업체
- SNS

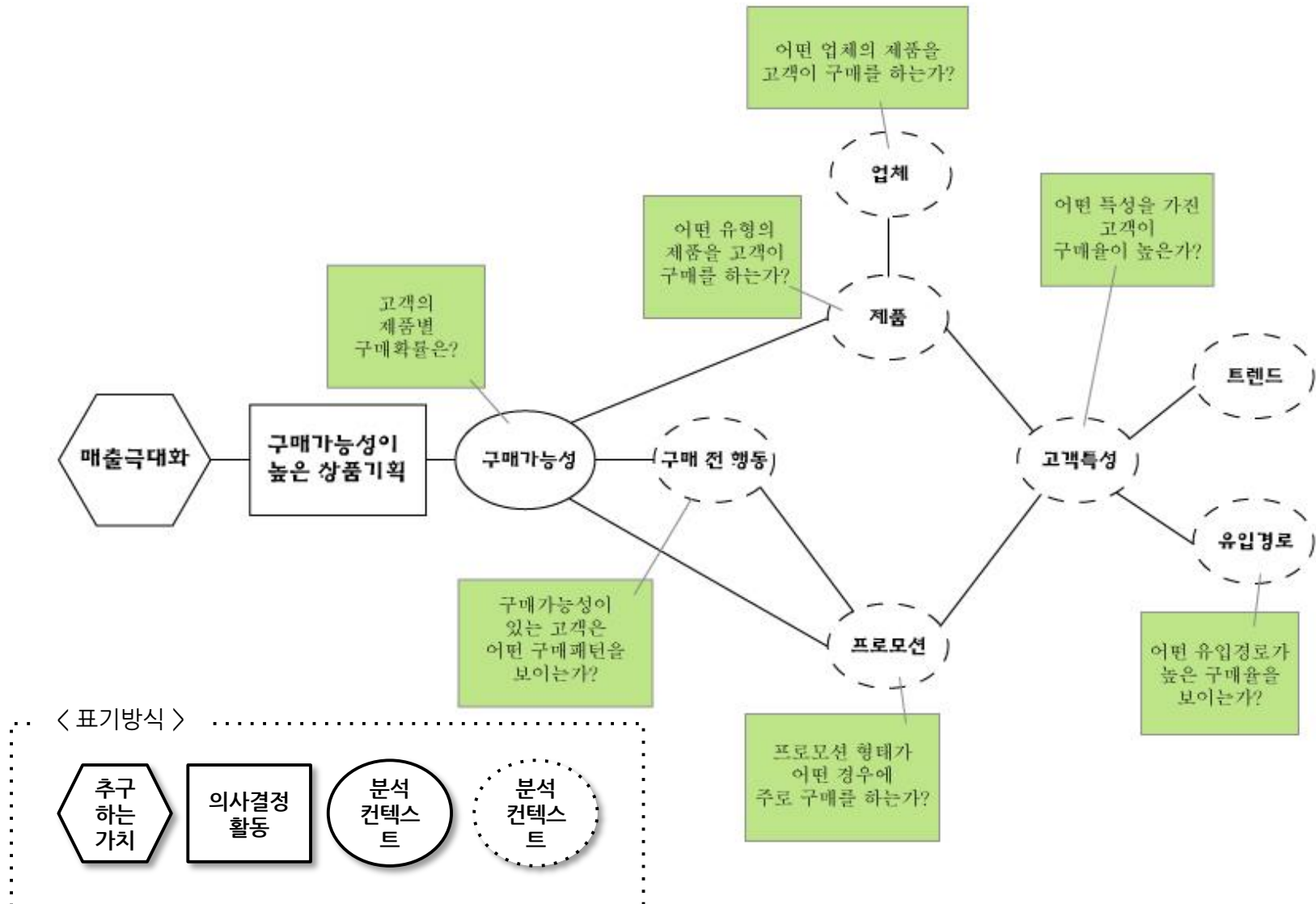
## Event

- 제품 문의
- 구매 상담
- 배송 상담
- 제품 구매
- 배너광고
- 상세페이지

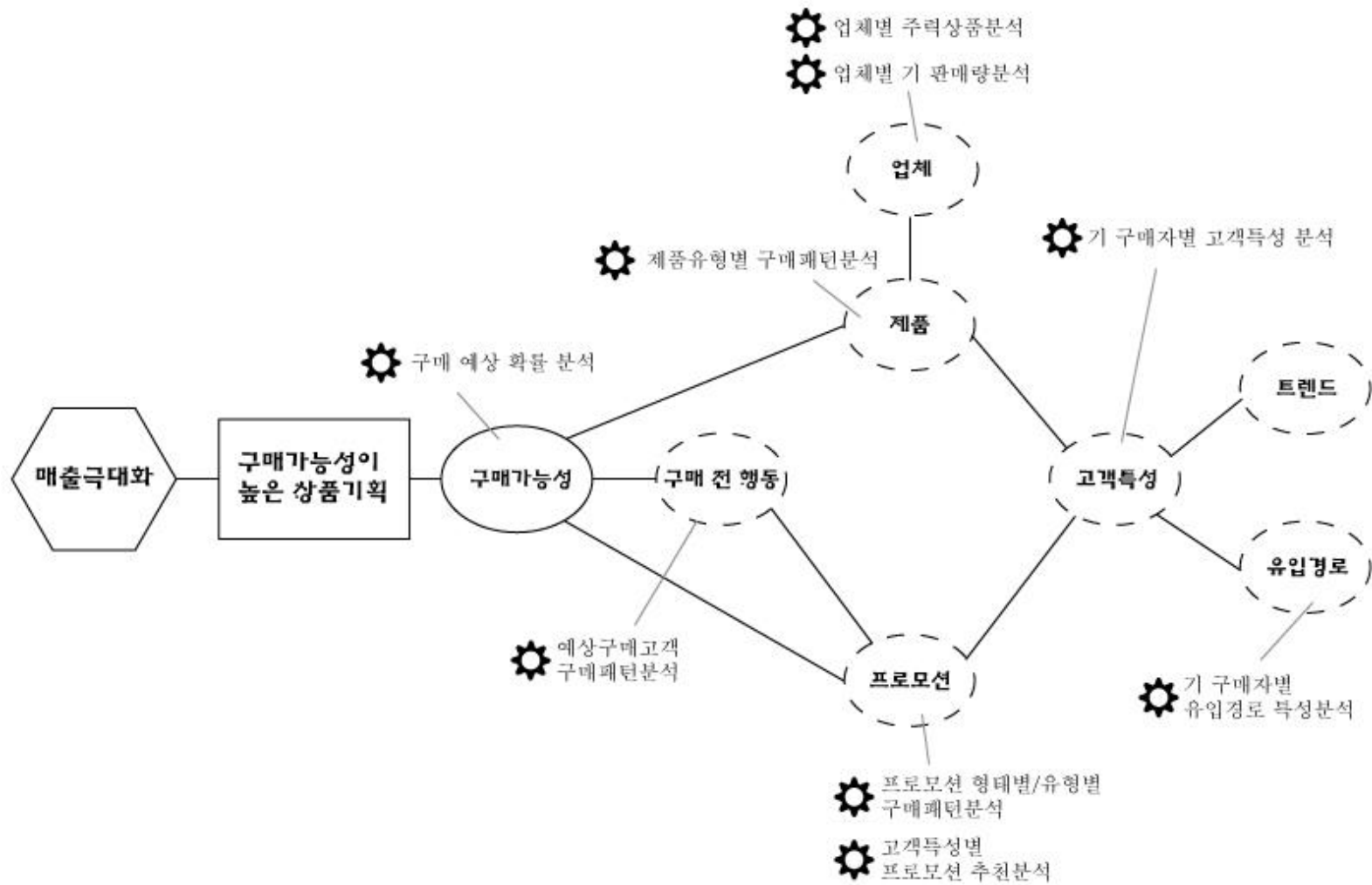


〈 표기방식 〉









# 분석 필요 데이터 정의

분석명	분석정의	분석방법	필요데이터	분석대상
예상구매고객 구매패턴분석	예비구매활동(장바구니 및 찜)을 분석하여 예비구매고객의 특성을 발굴	예비구매활동 여부로 두 집단 분 류 후, 각 집단과 변수 간 상관관 계 분석(피어슨 상관계수)	구매 통합 정보  <div>                     구매금액                      장바구니-구매전환일                      장바구니물품수                      구매물품수                 </div>	- 예상 구매고객 (구매전환일, 예상구매일, 구매액수, 구매금액)
프로모션 유형별 구매패턴분석	프로모션별 판매정보 분석을 통해 제품 및 고객 특성을 발굴	제품 구매로 이어지는 프로모션별 적합도 검정을 진행(Chi- square.test)하고, 프로모션별로 제품 및 고객과의 상관관계를 검 증하는 분석 진행(피어슨 상관계 수)	회원 통합 정보  <div>                     성별                      나이                      지역                      기존 구매 상품리스트                 </div>	- 프로모션 - 구매고객
고객특성별 프로모션 추천분석	고객의 구매정보 분석을 통해 프로모션의 유효성 및 특성 파악	고객을 군집분석을 통해 그룹핑 (프로모션 이용o/이용x)하고 군집 별로 표본 데이터 추출후, 표본 데 이터의 정규성검증 진행(Shapiro- test) 프로모션을 이용한 고객의 구매액 과 이용하지 않은 고객의 구매액 간의 차이를 검정(독립표본 t-test)	프로모션 통합 정보  <div>                     프로모션 코드                      프로모션 유형                 </div>	- 프로모션 - 구매고객

# 분석 필요 데이터 정의

분석명	분석정의	분석방법	필요데이터	분석대상
제품별 구매패턴분석	제품별 구매 영향요인을 분석	구매 영향요인을 분석하여 유의한 속성을 발굴(피어슨), 구매로 이어지는 제품의 유의한 속성이 제품 구매에 미치는 영향을 회귀분석	{ <div>업체통합정보</div> <div>                         업체코드                          업체별 제품판매량                          업체별 매출액                     </div>	- 제품 - 업체
업체별 주력제품분석	업체별 제품분석을 통해 주력상품 및 특성파악	업체별 판매 제품의 비율을 파악해서 주력상품 선정, 아노바 분석	{ <div>제품통합정보</div> <div>                         제품코드                          가격                          색상                          판매수량                          재고수량                          제품중량                     </div>	- 제품 - 업체
업체별 기 판매량분석	업체별 판매량분석을 통해 가장 경쟁력있는 업체 선정	업체별 판매량 및 매출로 항목별 비율을 나타내고(prop.test), 순위를 도출		- 제품 - 업체

# 분석 필요 데이터 정의

분석명	분석정의	분석방법	필요데이터	분석대상
기 구매자별 고객특성 분석	고객의 구매 정보 분석을 통해 고객별 특성 및 유의점 파악	성별로 두 집단 분류 후, 각 집단과 변수 간 상관관계 분석 (피어슨 상관계수)	구매 통합 정보  <div> <div>구매금액</div> <div>장바구니</div> <div>구매전환일</div> <div>장바구니물품수</div> <div>구매물품수</div> </div>	- 구매고객
기 구매자별 유입경로 특성분석	고객의 구매 정보 분석을 통해 제품 구매에 미치는 유입 경로별 특성을 발굴	군집분석을 통해 그룹핑하고 원웨이 아노바 진행 -> 그룹핑된 플랫폼별 정규성검증을 진행 (샤피로테스트진행) 이후 각 플랫폼별 구매액, 체류시간에 미치는 영향을 분석하기 위해 등분산성 검증을 진행	유입(접속) 통합 정보 (접속로그)  <div> <div>유입경로(매체,플랫폼)</div> <div>유입경로별 구매액</div> <div>유입경로별 사이트체류시간</div> </div> <div> <div>회원 통합 정보</div> <div> <div>성별</div> <div>나이</div> <div>지역</div> </div> <div>기존 구매 상품리스트</div> </div>	-구매고객 -접속로그 (sns플랫폼)

기 구매자별 유입경로를 분석하여 어떤 유입경로가 높은 구매율을 보이는지 파악합니다. 기 구매자의 정보를 분석하여 고객별 특성 및 유의점을 파악합니다. 이때, 성별로 두 집단 분류 후, 각 집단과 변수 간 상관관계를 분석합니다. 분석 결과 나타나는 성별 간 차이점, 공통점 등을 상품 기획 및 프로모션에 반영합니다. 이에 따라 매출을 증대에 기여합니다.

이후, 이와 같은 기획에서 얻은 아이디어를 바탕으로 기획 담당자는 퇴사하여 스타트업 사업을 시작합니다.(스포츠용품 구독서비스 사업)