

📊 광고효과측정 액션 플랜

[Part 1: 채널별 심층 분석]

1. 온라인 채널 분석

- 성과 지표:

- * ROAS: 276.47% (최고)
- * ROI: 176.47% (최고)
- * CPC: 1.00원 (최저)
- * CTR: 5.0% (최고)
- * 매출 기여도: 54.99%

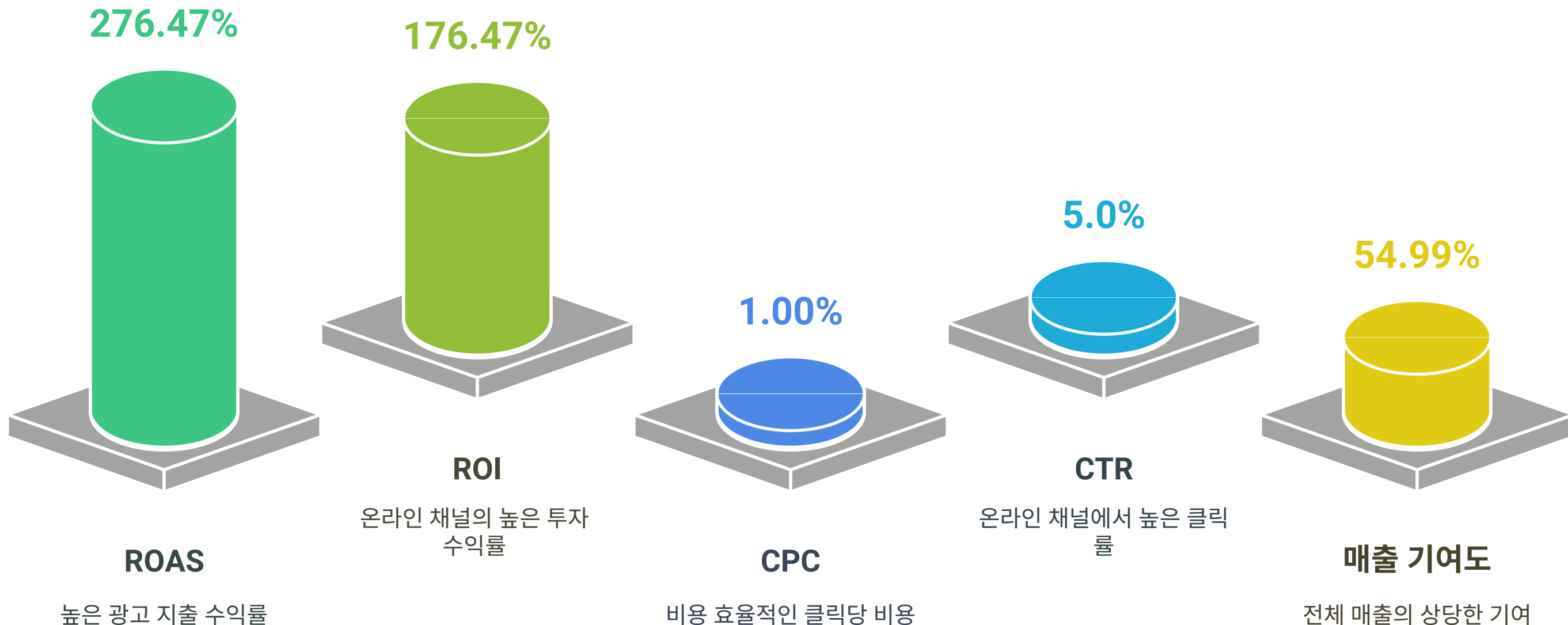
- 강점:

- * 가장 비용 효율적인 채널
- * 높은 클릭률과 전환율
- * 투자 대비 높은 수익성

- 개선점:

- * 현재 예산(166만원)이 성과 대비 낮음
- * 채널 용량 대비 투자 부족

온라인 채널 성과 지표



2. SNS 채널 분석

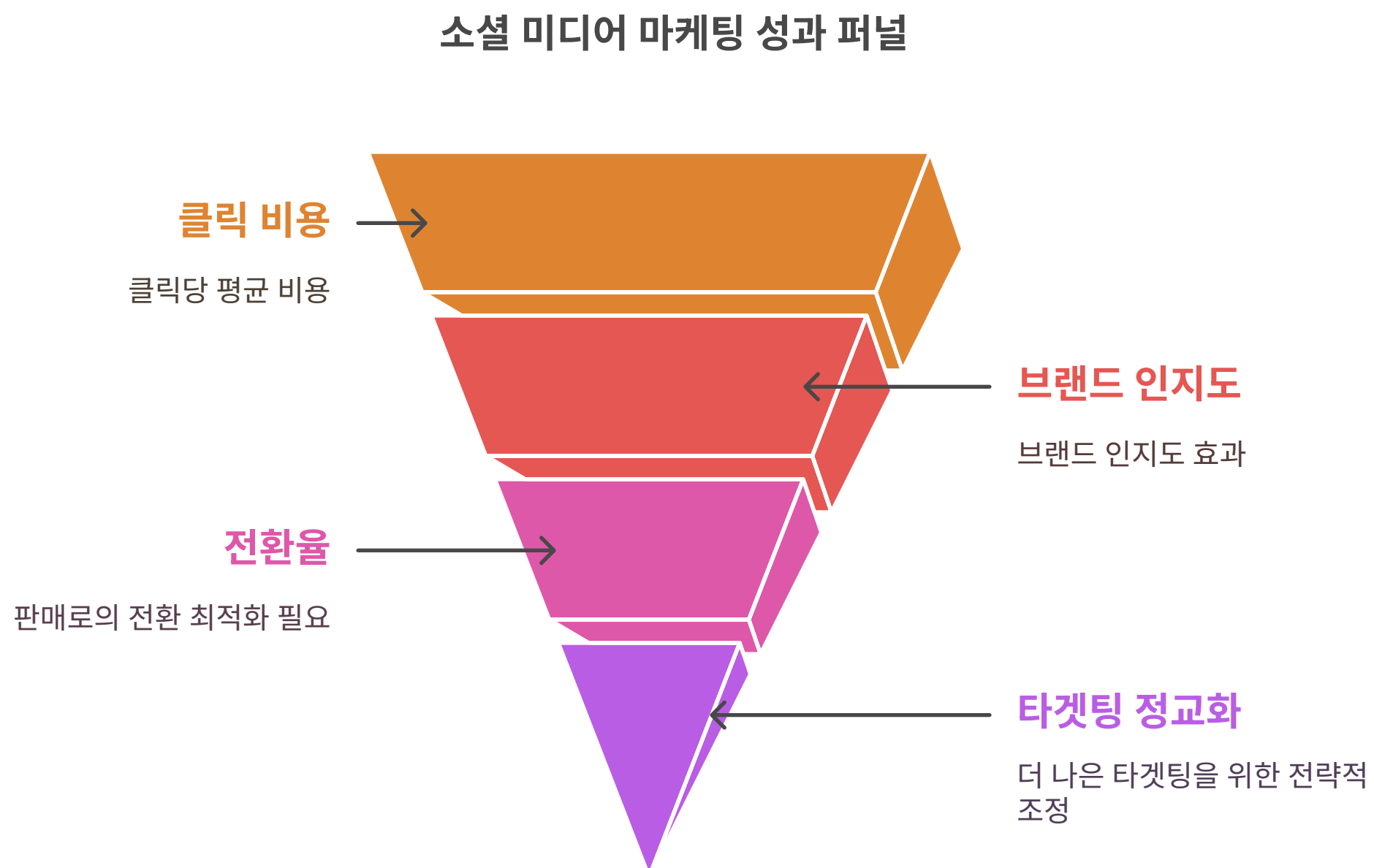
- 성과 지표:

- * ROAS: 119.79%
- * ROI: 19.79%
- * CPC: 2.33원

- * CTR: 3.0%
- * 매출 기여도: 33.50%

- 강점:
 - * 안정적인 수익성
 - * 중간 수준의 클릭 비용
 - * 높은 브랜드 인지도 효과

- 개선점:
 - * 전환율 최적화 필요
 - * 타겟팅 정교화 필요

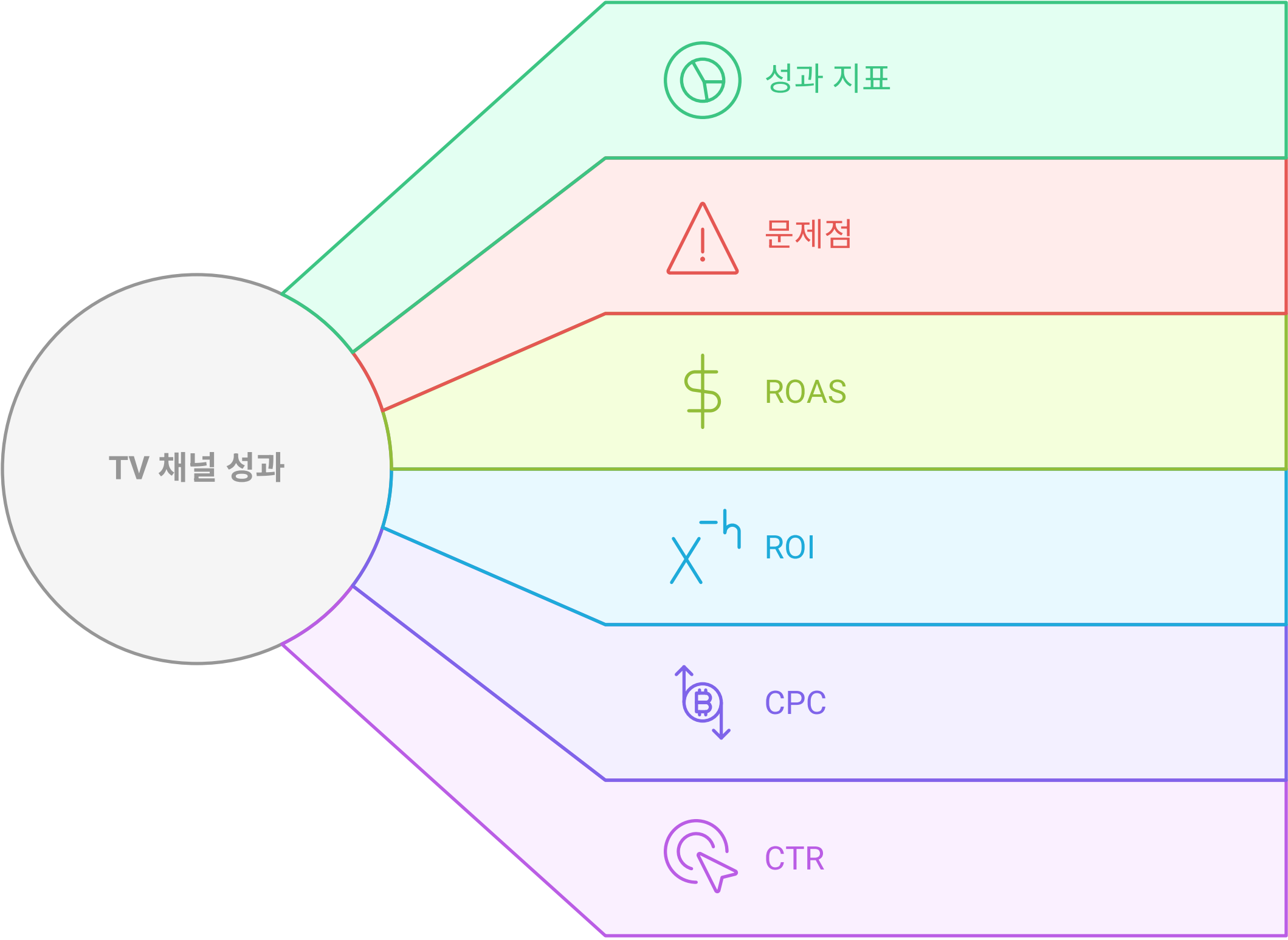


3. TV 채널 분석

- 성과 지표:
 - * ROAS: 29.00%
 - * ROI: -71.00%
 - * CPC: 10.00원 (최고)
 - * CTR: 1.0% (최저)
 - * 매출 기여도: 11.51%

- 문제점:
 - * 높은 비용 대비 낮은 효율
 - * 낮은 전환율
 - * 과도한 예산 투입(332만원)

TV 채널 성과 분석



[Part 2: 고객 세그먼트 분석]

1. VIP 고객 (2,564명, 2.6%)

- 특성:

- * 평균 구매금액: 1,566원
- * 평균 구매빈도: 4.57회
- * 평균 최근성: 306일

- 핵심 인사이트:

- * 가장 높은 CLV
- * 충성도 높음
- * 추가 상향 판매 가능성 높음

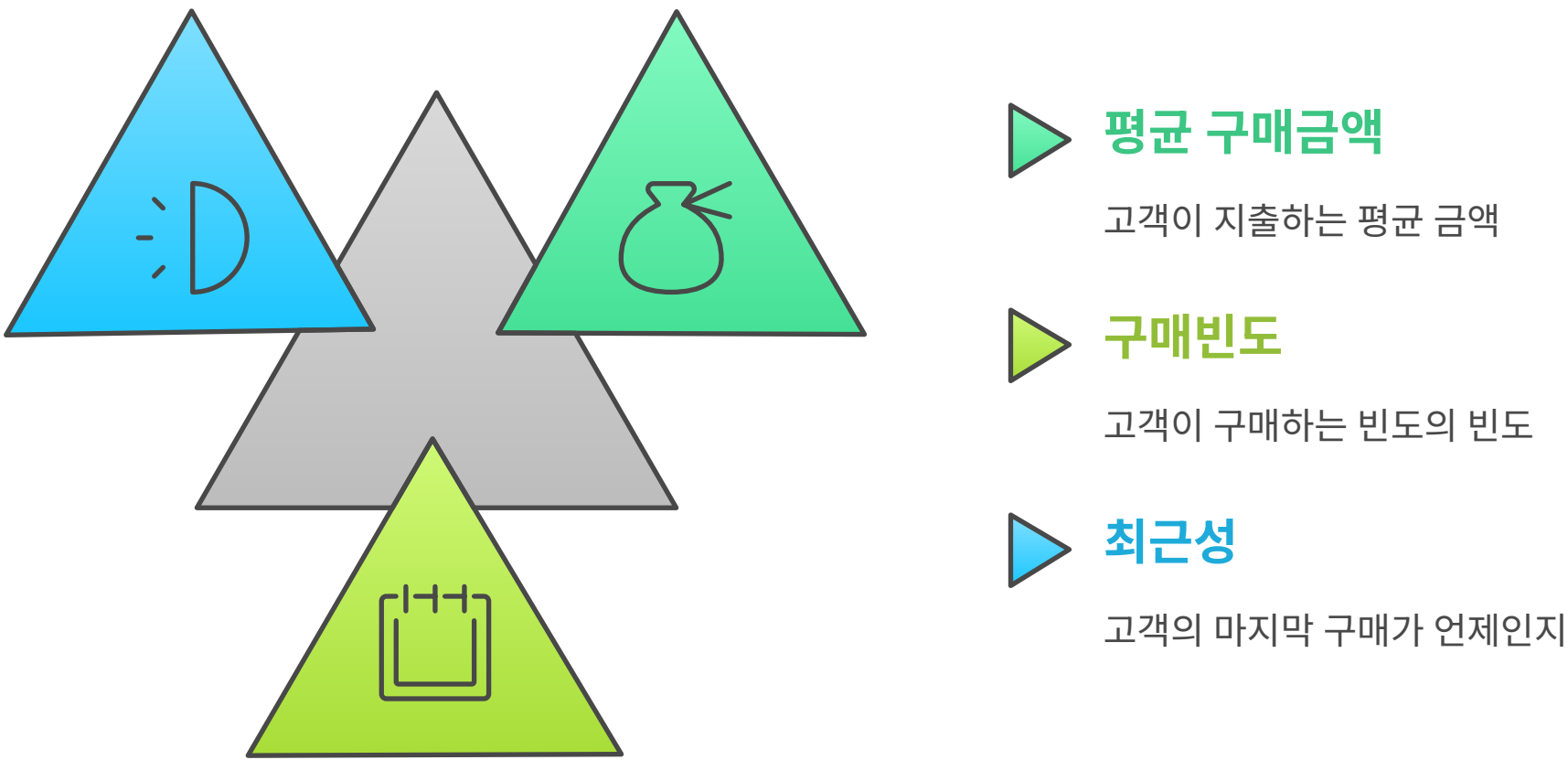
VIP 고객 인사이트 피라미드



2. 충성 고객 (9,705명, 9.7%)

- 특성:
 - * 평균 구매금액: 1,194원
 - * 평균 구매빈도: 3.47회
 - * 평균 최근성: 260일
- 핵심 인사이트:
 - * VIP로의 전환 가능성 높음
 - * 안정적인 구매 패턴
 - * 브랜드 충성도 양호

충성 고객 프로필 이해



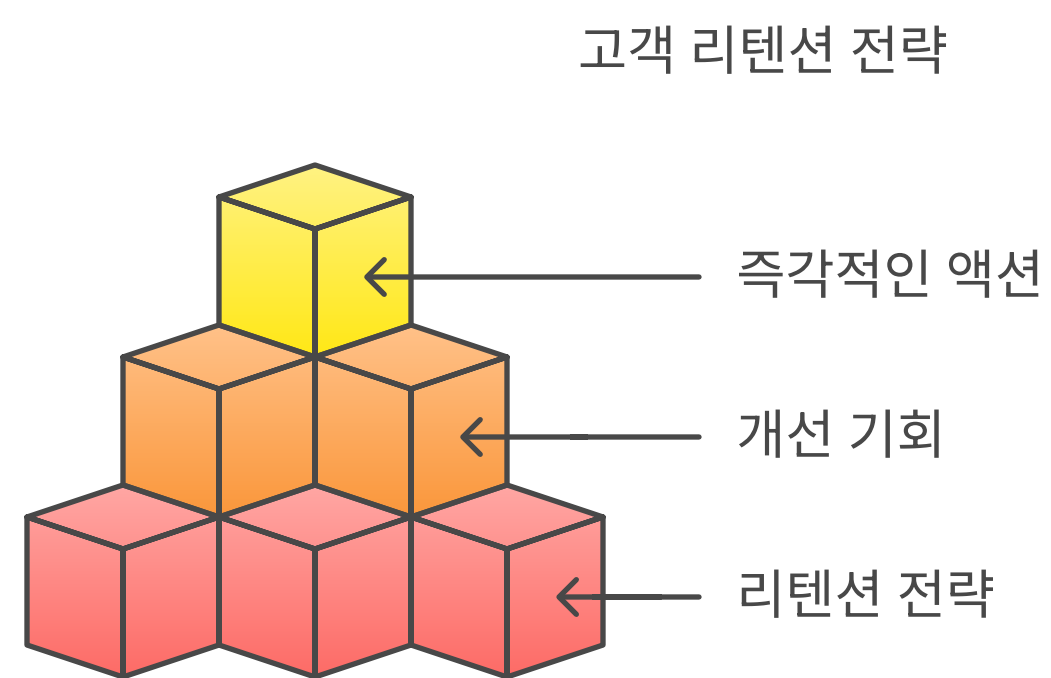
3. 이탈 위험 고객 (61,478명, 61.5%)

- 특성:

- * 평균 구매금액: 709원
- * 평균 구매빈도: 1.42회
- * 평균 최근성: 173일

- 핵심 인사이트:

- * 가장 큰 개선 기회 존재
- * 리텐션 전략 필요
- * 즉각적인 액션 필요



[Part 3: 상세 액션 플랜]

1. 채널 최적화 전략

A. 온라인 채널 강화

- 예산 증액:

- * 현재: 166만원 → 목표: 250만원
- * 단계적 증액으로 ROAS 모니터링

- 콘텐츠 전략:

- * 상품 상세 페이지 최적화
- * 검색 광고 키워드 확대
- * 리타겟팅 캠페인 강화

B. SNS 채널 효율화

- 예산 유지:

- * 현재: 234만원 유지
- * 효율성 개선에 집중

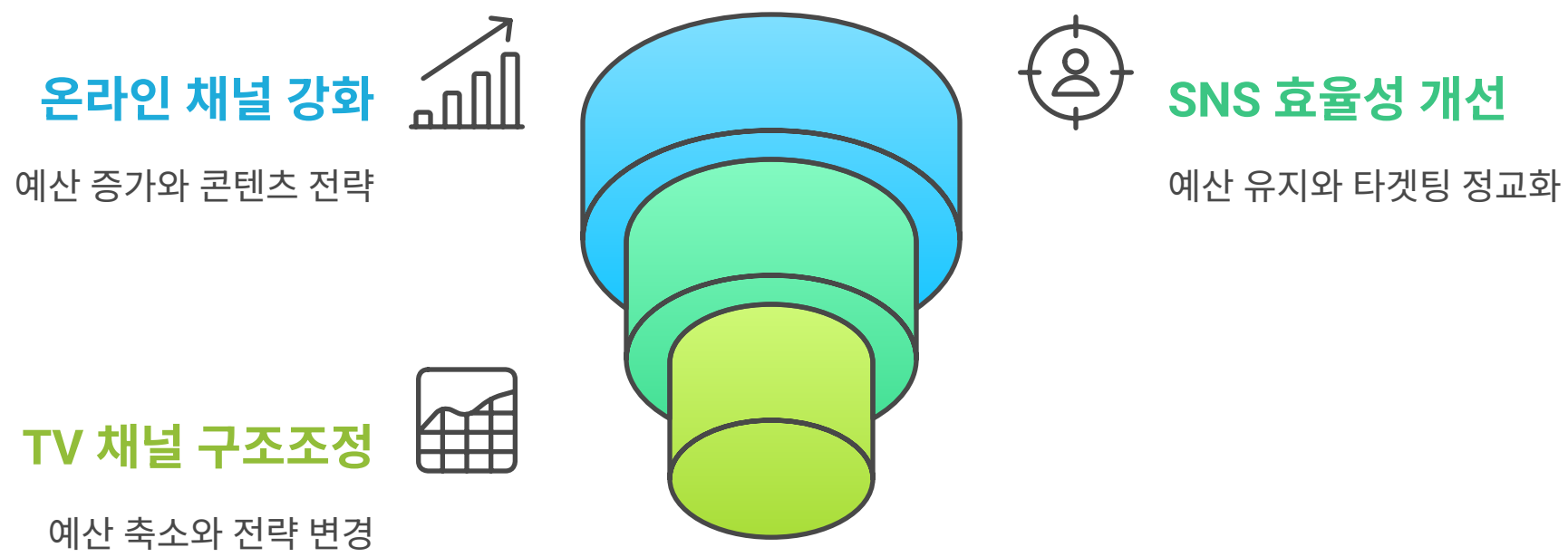
- 전략 개선:

- * 타겟팅 정교화
- * 크리에이티브 A/B 테스트
- * 인플루언서 협업 강화

C. TV 채널 구조조정

- * 현재: 332만원 → 목표: 150만원
- 전략 변경:
 - * 프라임타임 위주로 집중
 - * 효과적인 시간대 선별
 - * 크리에이티브 개선

마케팅 채널 최적화 퍼널



2. 고객 세그먼트별 전략

A. VIP 프로그램

- 전용 혜택:
 - * 엘리버드 접근권
 - * 특별 할인
 - * 전용 이벤트
- 커뮤니케이션:
 - * 맞춤형 뉴스레터
 - * 1:1 관리
 - * 피드백 수렴

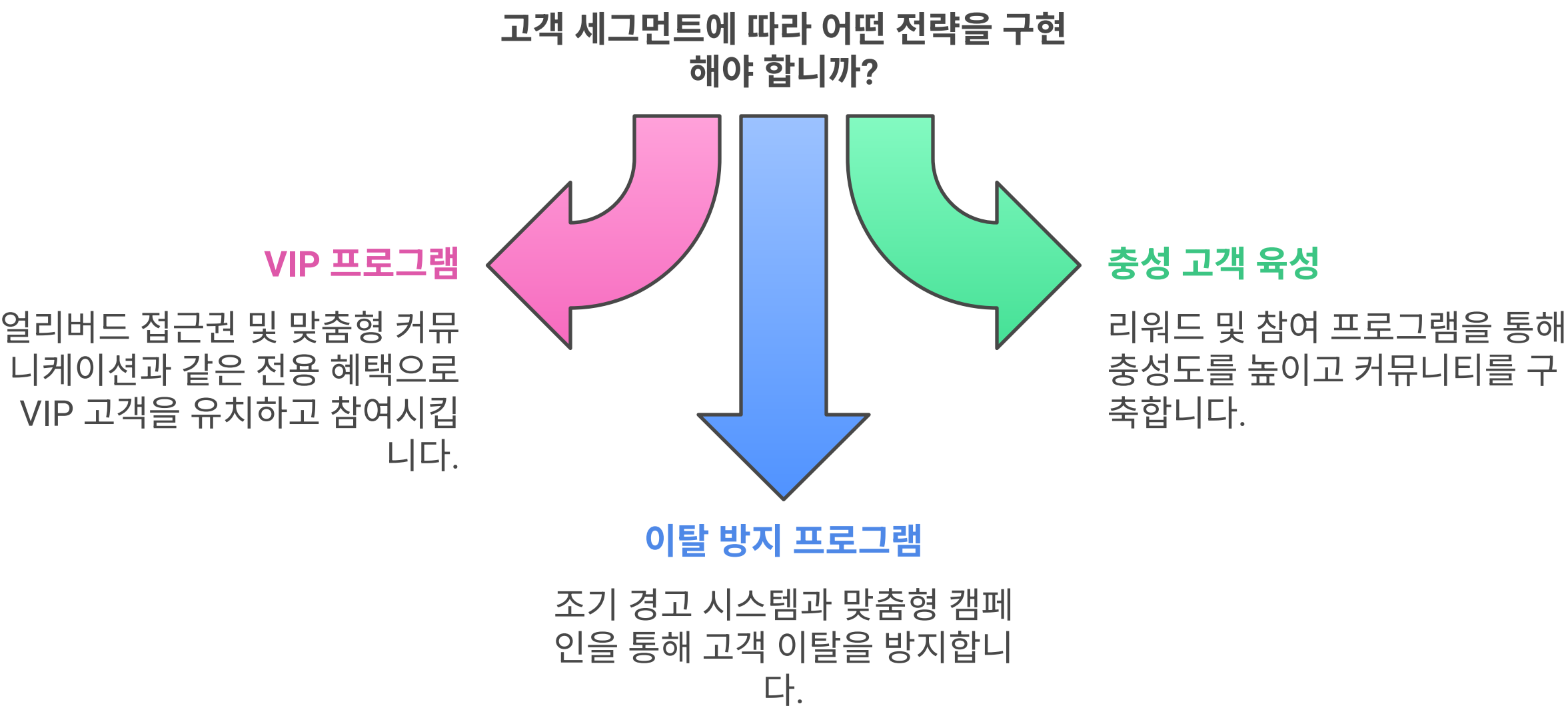
B. 충성 고객 육성

- 리워드 프로그램:
 - * 포인트 적립률 상향
 - * 등급별 혜택 차별화
 - * 승급 기회 제공
- 참여 프로그램:
 - * 커뮤니티 활동
 - * 리뷰 보상
 - * 추천 프로그램

C. 이탈 방지 프로그램

- 조기 경고 시스템:
 - * 이탈 징후 모니터링
 - * 자동 알림 설정
 - * 개입 포인트 설정
- 리텐션 캠페인:
 - * 맞춤형 프로모션

* 피드백 수집



3. 실행 로드맵

1개월차:

- 채널별 예산 조정 시작
- VIP 프로그램 기획
- 이탈 방지 시스템 구축

3개월차:

- 채널 최적화 완료
- 고객 세그먼트 프로그램 런칭
- 성과 측정 체계 구축

6개월차:

- 전체 프로그램 안정화
- 데이터 기반 개선
- 신규 전략 수립

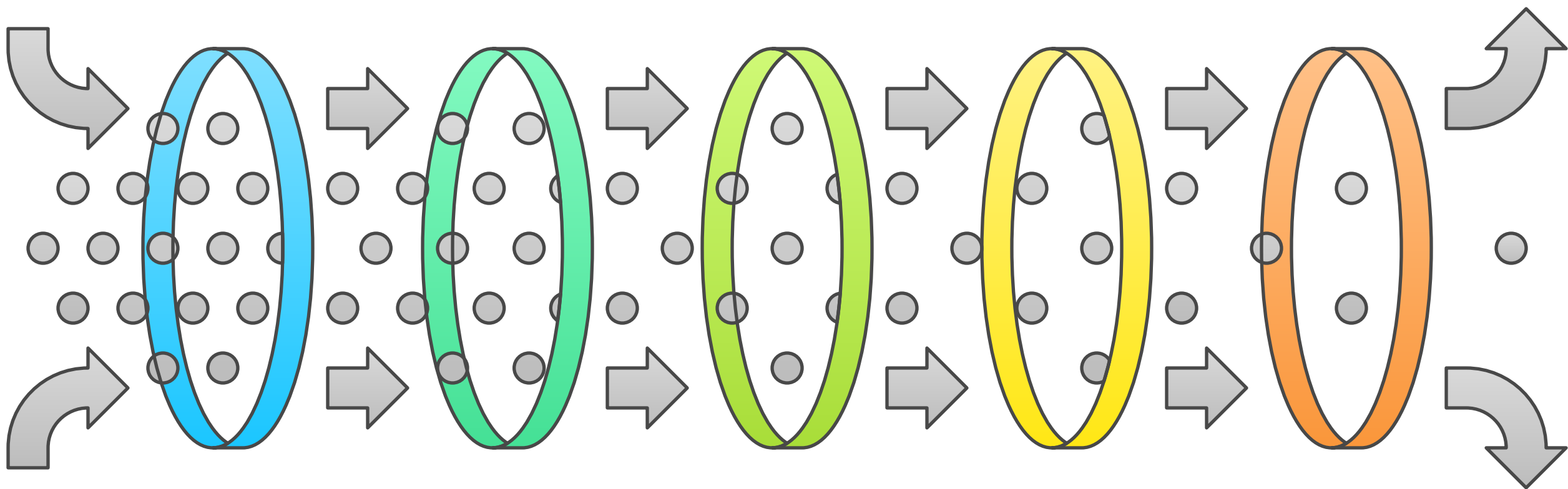
KPI 모니터링:

- 주간: ROAS, CTR, 전환율
- 월간: ROI, 채널별 성과, 고객 세그먼트 변화
- 분기: CLV, 전체 마케팅 효율성

목표 수치:

- ROAS: 현재 114% → 목표 140%
- 전환율: 현재 2.2% → 목표 3.0%
- VIP/충성 고객 비중: 현재 12.3% → 목표 20%
- 마케팅 ROI: 현재 43.26% → 목표 60%

마케팅 전략 향상 퍼널



예산 조정

자원 할당 최적화

VIP 프로그램 기획

고급 고객 참여 전략 개발

이탈 방지 시스템 구축

고객 유지 보장

프로그램 런칭

새로운 이니셔티브 실행

성과 측정

성공 지표 분석