

# 인사이트 리포트: 광고 효과 분석 및 사용자 행동 패턴

이 문서는 88,943명의 사용자 데이터를 기반으로 광고 효과를 분석하고 사용자 행동 패턴을 파악한 결과를 담고 있습니다. 평균 연령, 광고 노출 및 클릭 수, 매출액 등의 데이터를 통해 주요 인사이트를 도출하고, 이를 바탕으로 효과적인 마케팅 전략을 제안합니다.

## 1. 데이터 개요

- 총 88,943명의 사용자 데이터 분석
- 평균 연령: 44.1세 (최소 18세, 최대 70세)
- 광고 노출 평균: 41.4회 / 광고 클릭 평균: 3.66회
- 평균 매출액: 1,149.15
- 성별 데이터는 모두 동일(남성 1로 표시), 따라서 성별 비교 불가

## 2. 주요 인사이트



### (1) 연령대별 매출 차이

- 연령별 매출 평균은 약 1,100~1,200 사이로 큰 차이가 없음
- 하지만 30대 후반 40대 초반(39-44세)의 매출이 상대적으로 높음
- 44세에서 가장 높은 평균 매출(1,209.90) 기록



마케팅 전략 제안:

- ☒ 고매출 연령층(39~44세) 타겟으로 맞춤형 광고 강화
- ☒ 고객 세분화하여 40대 초반 대상 프로모션 기획



### (2) 광고 클릭률 및 노출 횟수 분석

- 평균 광고 노출: 41.4회, 클릭률: 약 8.84%
- 광고 클릭 횟수가 많을수록 매출이 증가하는 경향
- 하지만 광고 노출 대비 클릭률이 10% 이하로 낮음



마케팅 전략 제안:

- ☒ 광고 소재 개선 및 A/B 테스트 실행
- ☒ CTR(클릭률) 향상 위한 콘텐츠 최적화 필요
- ☒ 재방문율 높은 고객에게 리타겟팅 광고 강화



### (3) 광고 태도 변화와 매출의 관계

- 광고 태도 변화(긍정/부정)와 매출의 상관관계: -0.0043 (거의 없음)
- 즉, 광고가 긍정적인 태도를 형성했다고 해서 반드시 매출 증가로 이어지지 않음



마케팅 전략 제안:

- ☒ 브랜드 인지도를 높이는 캠페인과 직접 구매 유도 전략 병행
- ☒ 광고 태도보다 실제 전환율(구매율) 분석 강화



### (4) 광고 투자 대비 매출 효과 (ROI)

- ROI(총 매출 / 총 광고비): 90.68배
- 즉, 광고비 1원당 약 90.68원의 매출 발생
- 매우 높은 광고 효율성을 보임



마케팅 전략 제안:

- ☒ 현재 광고 전략을 유지하면서 더욱 정밀한 타겟팅 적용
- ☒ ROI가 높은 광고 채널 중심으로 예산 재배분



### 결론 및 전략 제안

- ☒ 39~44세 연령층을 중심으로 광고 집중
- ☒ CTR(클릭률) 향상 위한 광고 크리에이티브 최적화
- ☒ 매출 증가를 위한 구매 유도형 광고 전략 강화
- ☒ ROI 높은 광고 채널 중심으로 마케팅 예산 조정

효과적인 광고 전략을 위한 핵심 집중 영역 분석

