

Moon Market 판매 현황 보고서

개요 (Executive Summary)

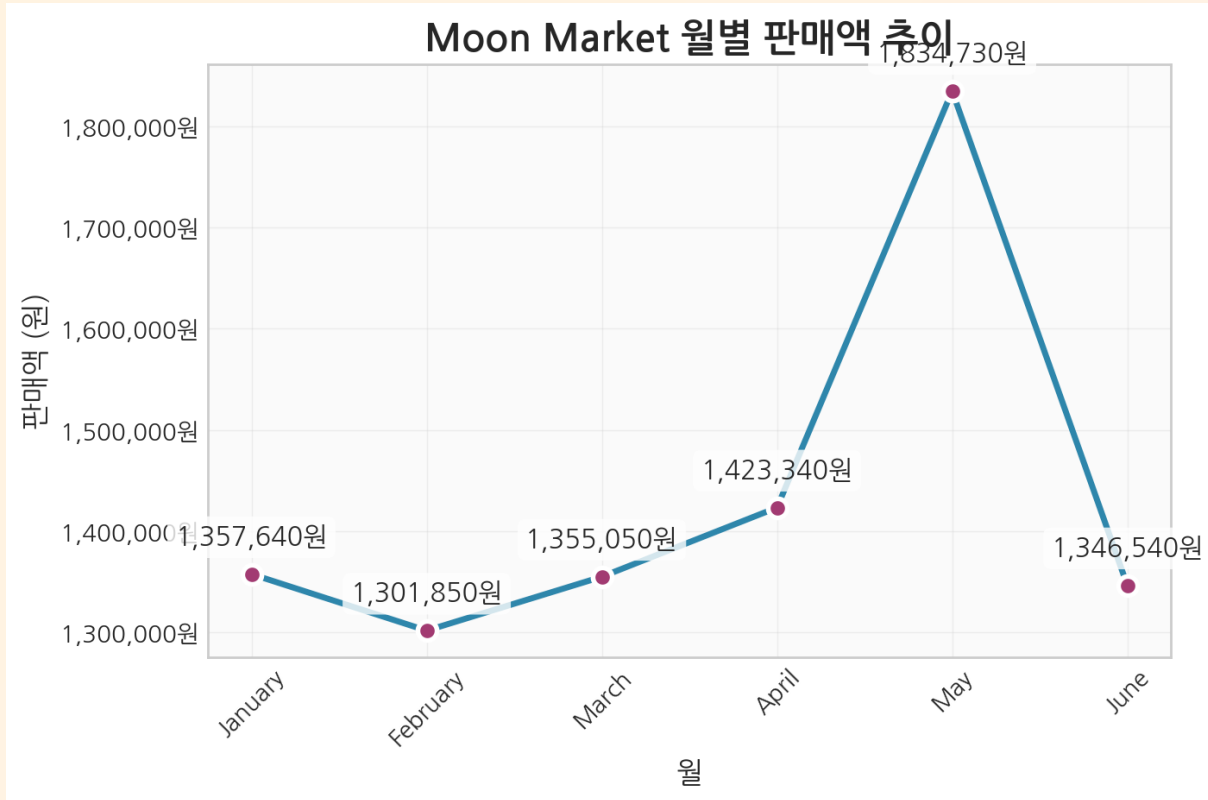
본 보고서는 Moon Market의 판매 데이터를 세일즈 및 마케팅 관점에서 분석한 결과입니다. 2024년 1월부터 6월까지의 판매 데이터를 기반으로 월별 판매 트렌드, 카테고리별 판매 현황, 프로모션 효과성, 고객 세그먼트별 구매 행동, 그리고 제품별 성과를 분석했습니다.

총 판매액: 8,619,150원 | 총 판매량: 2,571개 | 평균 주문 금액: 4,340원

주요 발견사항 (Key Findings)

1. 판매 트렌드

5월에 판매액이 1,834,730원으로 최고점을 기록했으며, 이는 다른 월 대비 약 35% 높은 수치입니다. 1월부터 5월까지는 전반적으로 상승 추세를 보이다가 6월에 급격히 하락하는 패턴을 보입니다.

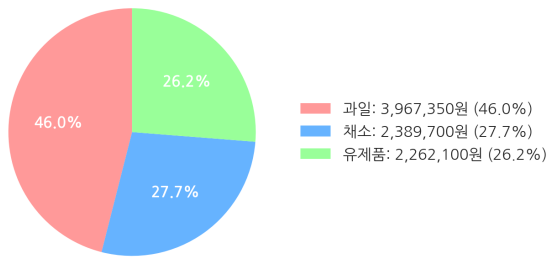


월별 판매액 추이 차트

2. 카테고리별 판매

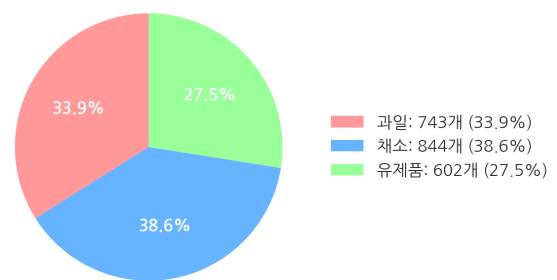
과일 카테고리가 전체 판매액의 46.0%(3,967,350원)를 차지하며 가장 높은 비중을 보입니다. 채소(27.7%, 2,389,700원)와 유제품(26.2%, 2,262,100원)은 비슷한 비율을 차지하고 있습니다.

Moon Market 카테고리별 판매액 비율



카테고리별 판매액 비율

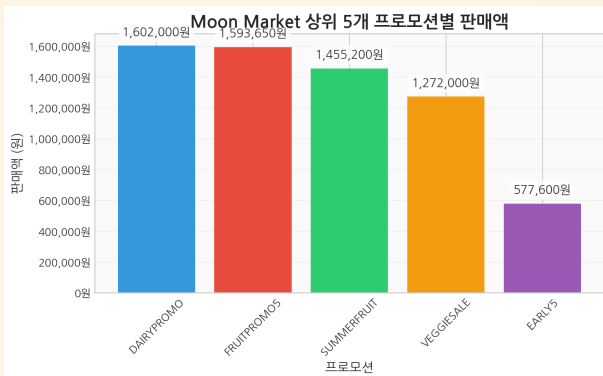
Moon Market 카테고리별 판매량 비율



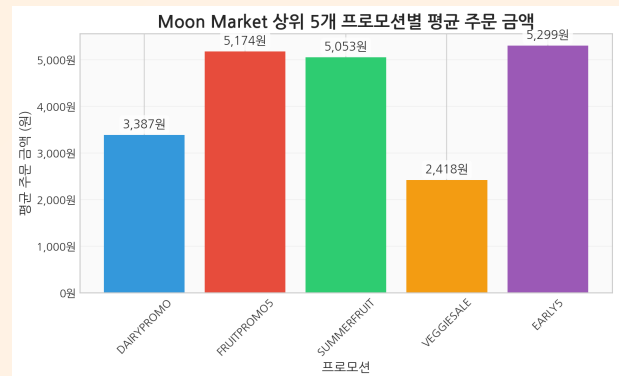
카테고리별 판매량 비율

3. 프로모션 효과성

DAIRYPROMO 프로모션이 1,602,000원으로 가장 높은 판매액을 기록했으며, FRUITPROMO5가 1,593,650원으로 근소한 차이로 2위를 차지했습니다. 평균 주문 금액 측면에서는 EARLY5(5,300원)와 SPRING24(5,585원)가 가장 높았습니다.



프로모션별 판매액



프로모션별 평균 주문 금액

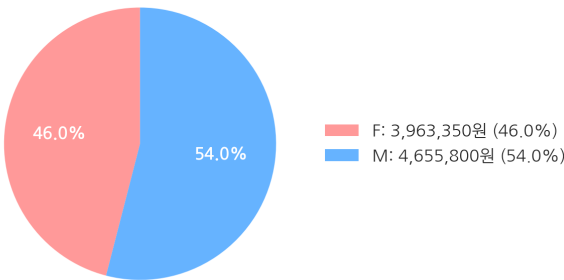
핵심 인사이트: 상위 5개 프로모션이 전체 프로모션 판매액의 약 80%를 차지하고 있어 프로모션 효과가 집중되어 있습니다.

상세 분석 (Detailed Analysis)

1. 고객 세그먼트별 구매 행동

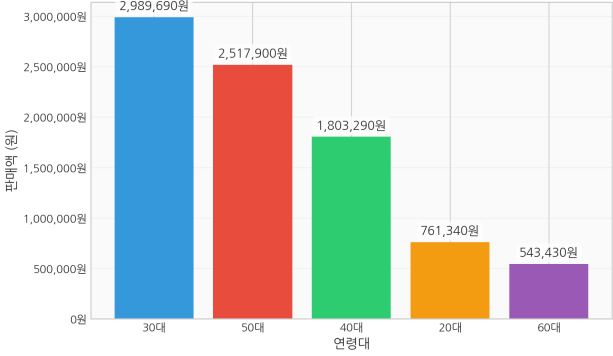
남성(M)이 전체 판매액의 54.0%(4,655,800원)를 차지하며, 여성(F)은 46.0%(3,963,350원)를 차지합니다. 성별 평균 주문 금액은 남성(3,167원)이 여성(5,512원)보다 낮아, 여성 고객이 건당 더 고가의 제품을 구매하는 경향이 있습니다.

Moon Market 성별 판매액 비율



성별 판매액 비율

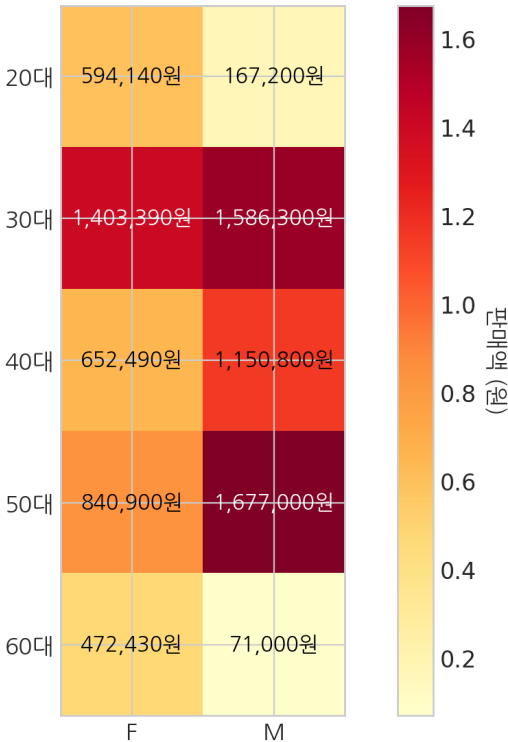
Moon Market 연령대별 판매액



연령대별 판매액

연령대별로는 30대가 전체 판매액의 34.7%(2,989,690원)로 가장 높은 비중을 차지하며, 50대(29.2%, 2,517,900원)와 40대(20.9%, 1,803,290원)가 그 뒤를 이었습니다.

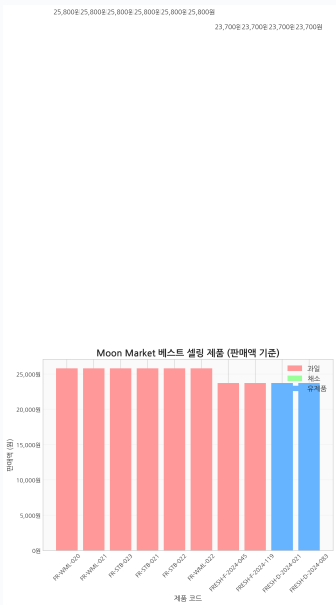
Moon Market 성별 및 연령대별 판매액



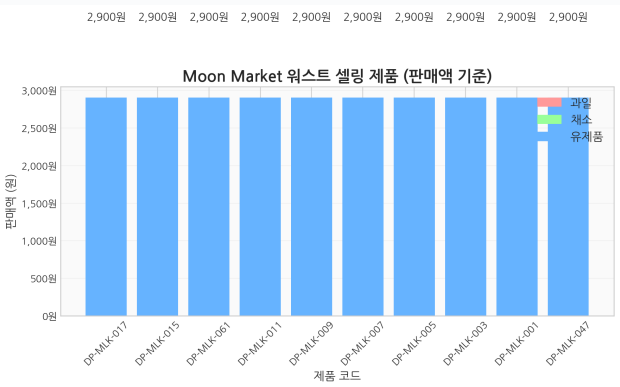
성별 및 연령대별 판매액 히트맵

2. 제품 성과 분석

베스트 셀링 제품 상위 10개 중 과일 카테고리가 7개를 차지하여 압도적인 비중을 보입니다. 최고 판매액을 기록한 제품은 약 25,800원으로, 최저 판매액 제품(2,900원)의 약 9배에 달합니다.

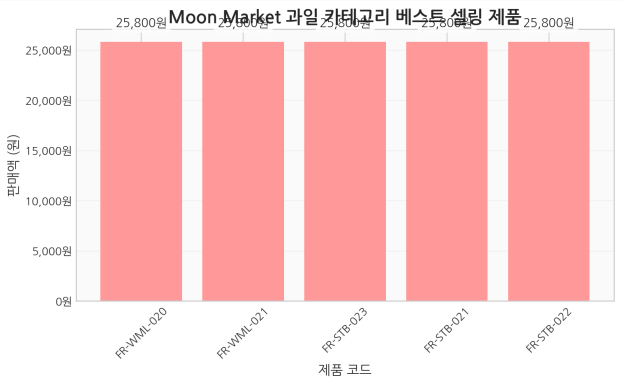


베스트 셀링 제품

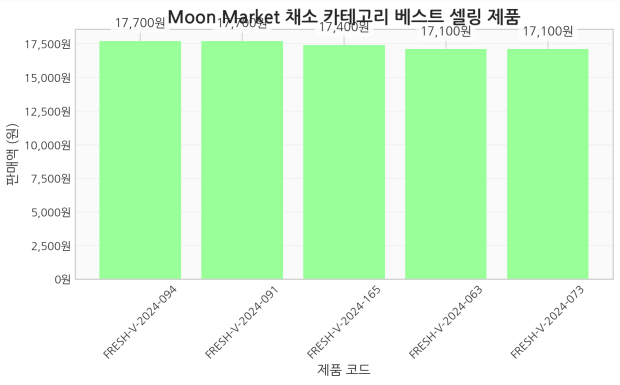


위스트 셀링 제품

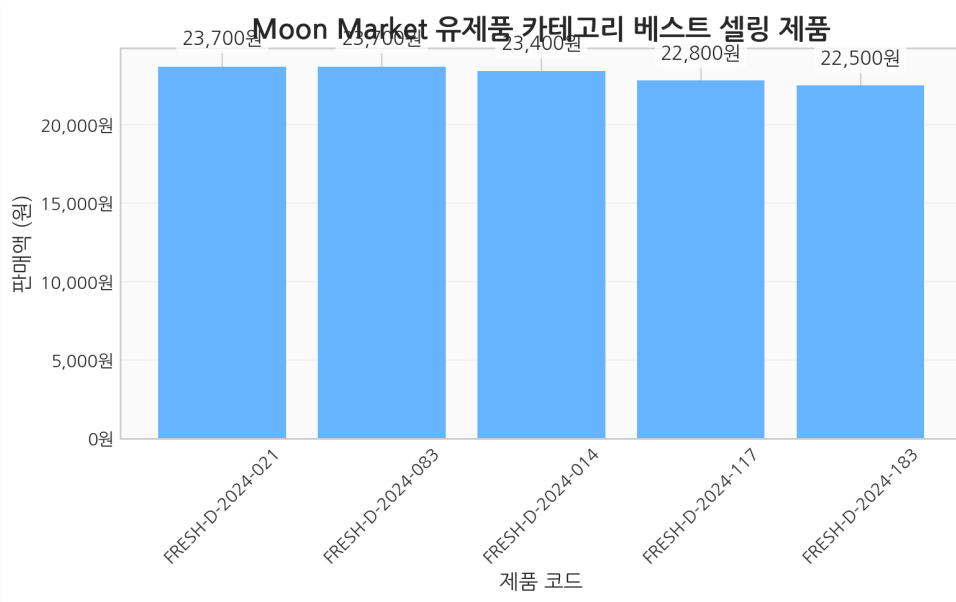
카테고리별 베스트 셀링 제품을 살펴보면, 과일 카테고리에서는 딸기, 골드 키위, 파인애플이 상위를 차지했으며, 채소 카테고리에서는 유기농 시금치, 브로콜리, 청경채가, 유제품 카테고리에서는 그릭 요거트, 체다 치즈, 모짜렐라 치즈가 상위를 차지했습니다.



과일 카테고리 베스트 셀링 제품



채소 카테고리 베스트 셀링 제품



유제품 카테고리 베스트 셀링 제품

결론 및 제안사항 (Conclusions and Recommendations)

주요 결론

Moon Market의 판매 데이터 분석 결과, 과일 카테고리 및 특정 프로모션이 매출에 큰 기여를 하고 있으며, 남성 30대와 50대가 주요 고객층임을 확인했습니다. 5월에 판매가 급증하는 계절적 패턴이 있으며, 소수의 인기 제품이 매출의 상당 부분을 차지하고 있습니다.

전략적 제안

- 계절적 판매 전략:** 5월의 성공 요인을 분석하여 다른 월에도 적용할 수 있는 전략 수립
- 카테고리 균형 전략:** 과일 카테고리의 강점을 유지하면서 채소와 유제품 카테고리의 판매 증대를 위한 특별 프로모션 개발
- 고객 세그먼트 타겟팅:** 남성 30대와 50대를 주요 타겟으로 한 마케팅 캠페인 개발 및 여성 고객의 높은 평균 주문 금액을 활용한 프리미엄 제품 마케팅 강화
- 제품 포트폴리오 최적화:** 베스트 셀링 제품의 안정적인 공급을 위한 재고 관리 강화 및 워스트 셀링 제품의 리뉴얼 또는 단종 검토
- 프로모션 효율화:** 효과적인 프로모션(DAIRYPROMO, FRUITPROMO5)의 성공 요소를 분석하여 다른 프로모션에도 적용

핵심 제안: 남성 30대와 50대를 타겟으로 한 과일 카테고리 프로모션을 강화하고, 여성 고객을 위한 프리미엄 제품 라인을 개발하여 전체 매출 증대를 도모해야 합니다.