

# Moon Market 판매 현황 보고서

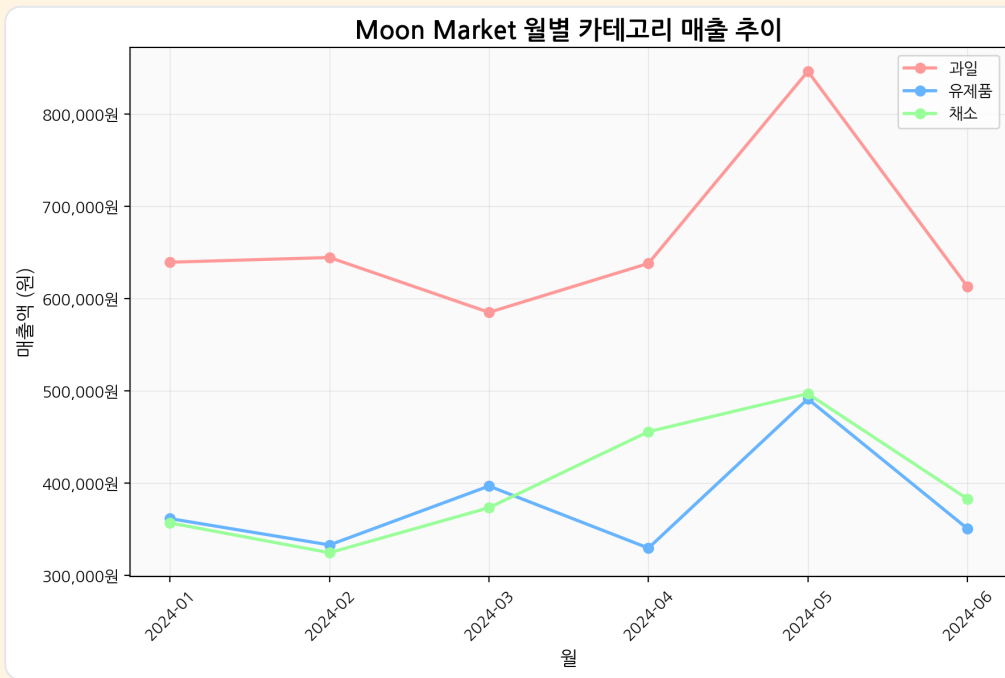
## 개요 (Executive Summary)

본 보고서는 Moon Market의 판매 현황을 세일즈 및 마케팅 관점에서 분석한 결과입니다. 2024년 1월부터 6월까지의 판매 데이터를 기반으로 카테고리별 매출, 프로모션 효과, 고객 세그먼트 분석을 수행하였습니다.

총 매출: 8,619,150원, 총 주문 건수: 1,220건, 평균 주문 금액: 7,064.88원

Moon Market은 과일, 채소, 유제품 카테고리에서 균형 잡힌 매출 구조를 보이고 있으며, 프로모션이 매출에 큰 영향을 미치고 있습니다. 특히 카테고리 특화 프로모션이 효과적이며, 30대와 50대 고객층이 핵심 매출을 창출하고 있습니다.

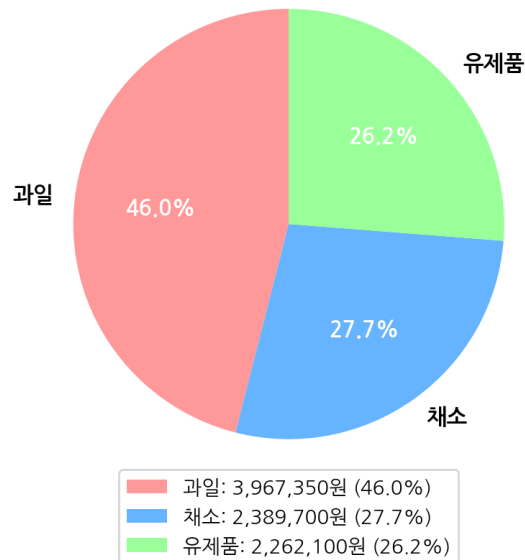
## 주요 발견사항 (Key Findings)



월별 카테고리 매출 추이

월별 매출 분석 결과, 5월에 가장 높은 매출(1,834,730원)을 기록했으며, 특히 채소 카테고리의 급격한 성장이 전체 매출 증가를 주도했습니다. 반면 2월은 가장 낮은 매출(1,301,850원)을 보였습니다. 전반적으로 1-3월은 안정적인 성장세를 보이다가 4월에 소폭 감소, 5월에 급증, 6월에 다시 하락하는 패턴을 보였습니다.

## Moon Market 카테고리별 매출 비중

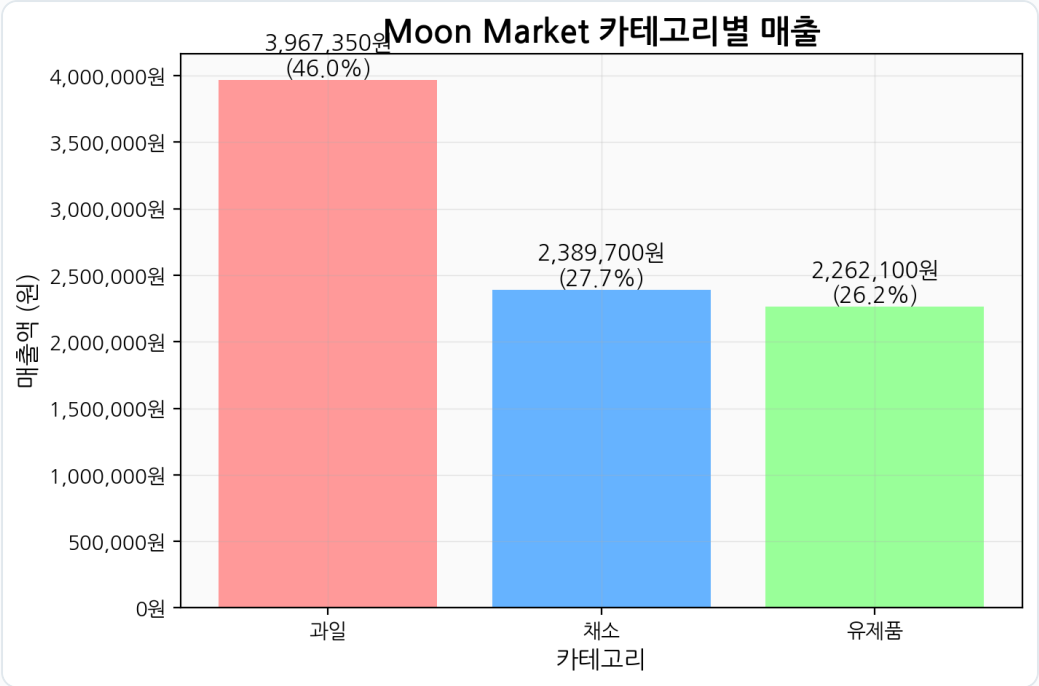


카테고리별 매출 비중

카테고리별 매출 분석 결과, 과일 카테고리가 3,967,350원으로 전체 매출의 46.0%[2]를 차지하며 가장 높은 비중을 보였습니다. 그 다음으로 채소 카테고리가 2,389,700원으로 27.7%[4], 유제품 카테고리가 2,262,100원으로 26.2%[6]를 차지했습니다. 세 카테고리 모두 25% 이상의 비중을 차지하여 어느 한 카테고리에 지나치게 의존하지 않는 균형 잡힌 매출 구조를 보여주고 있습니다.

핵심 인사이트: 프로모션이 전체 매출의 95.5%를 차지하여 Moon Market 고객들이 프로모션에 매우 민감하게 반응하고 있으며, 특히 카테고리 특화 프로모션이 가장 효과적입니다.

카테고리별 매출 분석 (Category Sales Analysis)



카테고리별 매출 차트

Moon Market의 카테고리별 매출을 분석한 결과, 과일 카테고리가 3,967,350원[1]으로 가장 높은 매출을 기록했습니다. 그 다음으로 채소 카테고리가 2,389,700원[3], 유제품 카테고리가 2,262,100원[5]의 매출을 기록했습니다.

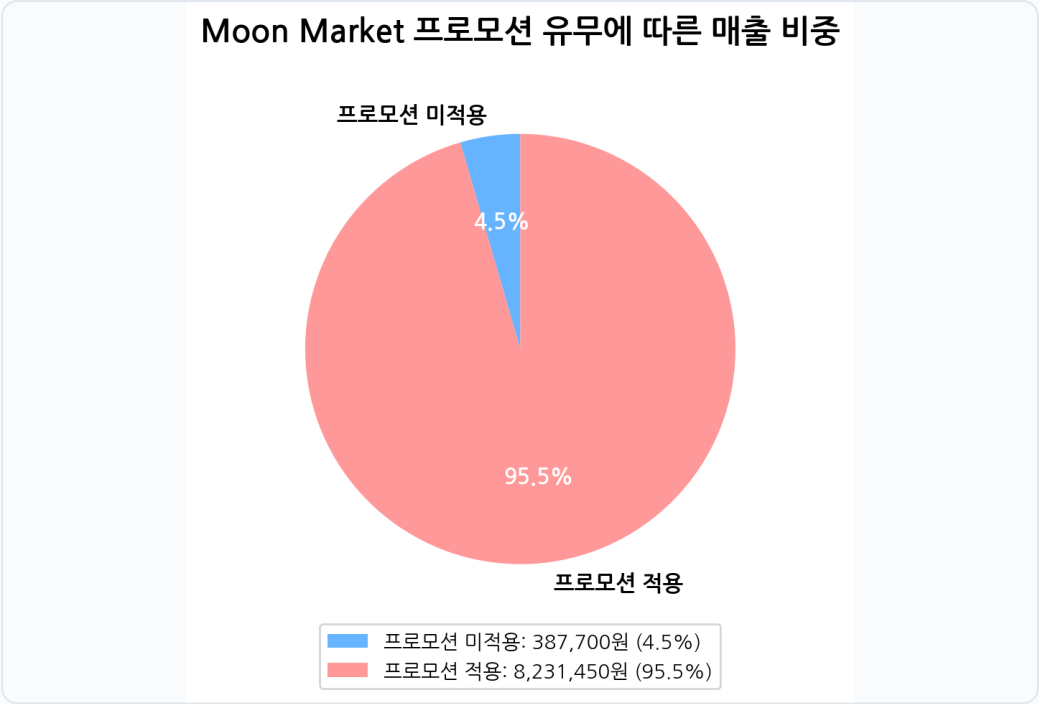
카테고리별 매출 비중은 과일(46.0%), 채소(27.7%), 유제품(26.2%)으로 비교적 균형 잡힌 구조를 보이고 있습니다. 이는 Moon Market이 특정 카테고리에 지나치게 의존하지 않는 안정적인 매출 구조를 가지고 있음을 의미합니다.

월별 카테고리 매출 추이를 분석한 결과, 채소 카테고리는 5월에 급격한 성장을 보이며 전체 매출 증가를 주도했습니다. 반면 유제품 카테고리는 월별 변동이 가장 적어 안정적인 매출 기반을 제공하고 있습니다.

카테고리	매출액	비중
과일	3,967,350원[1]	46.0%[2]
채소	2,389,700원[3]	27.7%[4]
유제품	2,262,100원[5]	26.2%[6]

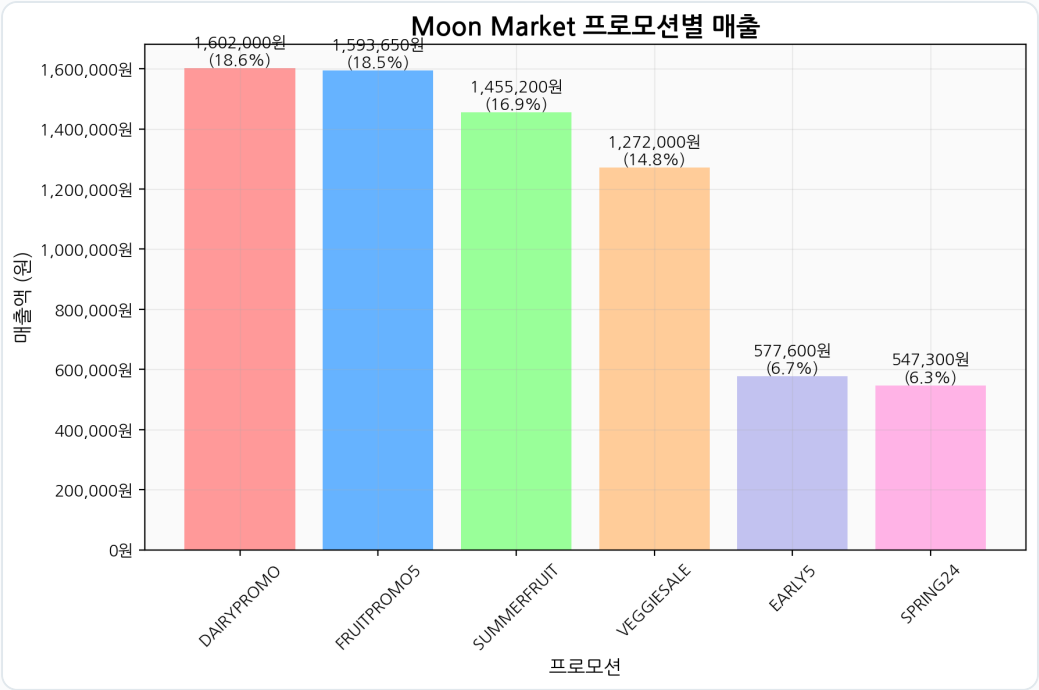
비즈니스 시사점: 과일과 채소 카테고리가 전체 매출의 73.7%를 차지하여 Moon Market의 핵심 수익원이지만, 유제품 카테고리도 26.2%로 무시할 수 없는 비중을 차지하고 있습니다. 균형 잡힌 카테고리 비중은 특정 카테고리의 계절적/시장적 변동에 대한 리스크를 분산시키는 효과가 있습니다.

프로모션 효과 분석 (Promotion Effect Analysis)



프로모션 유무에 따른 매출 비중

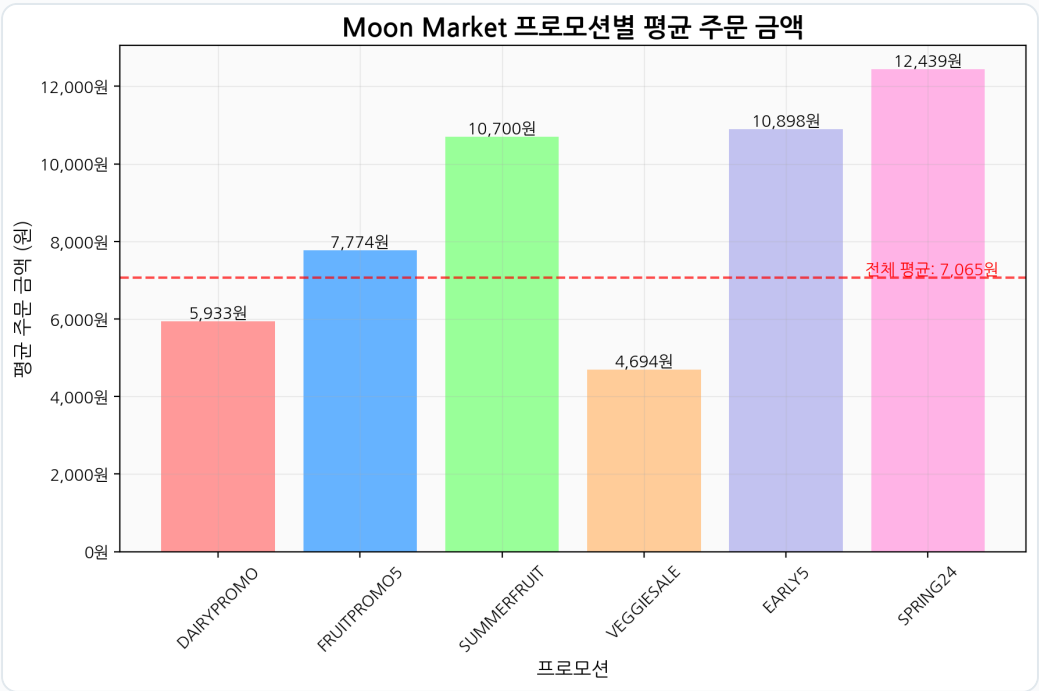
프로모션 효과 분석 결과, 전체 매출의 95.5%가 프로모션 적용 주문에서 발생하여 프로모션이 Moon Market의 매출에 매우 큰 영향을 미치고 있음을 확인했습니다. 이는 Moon Market 고객들이 프로모션에 매우 민감하게 반응하고 있음을 의미합니다.



프로모션별 매출 차트

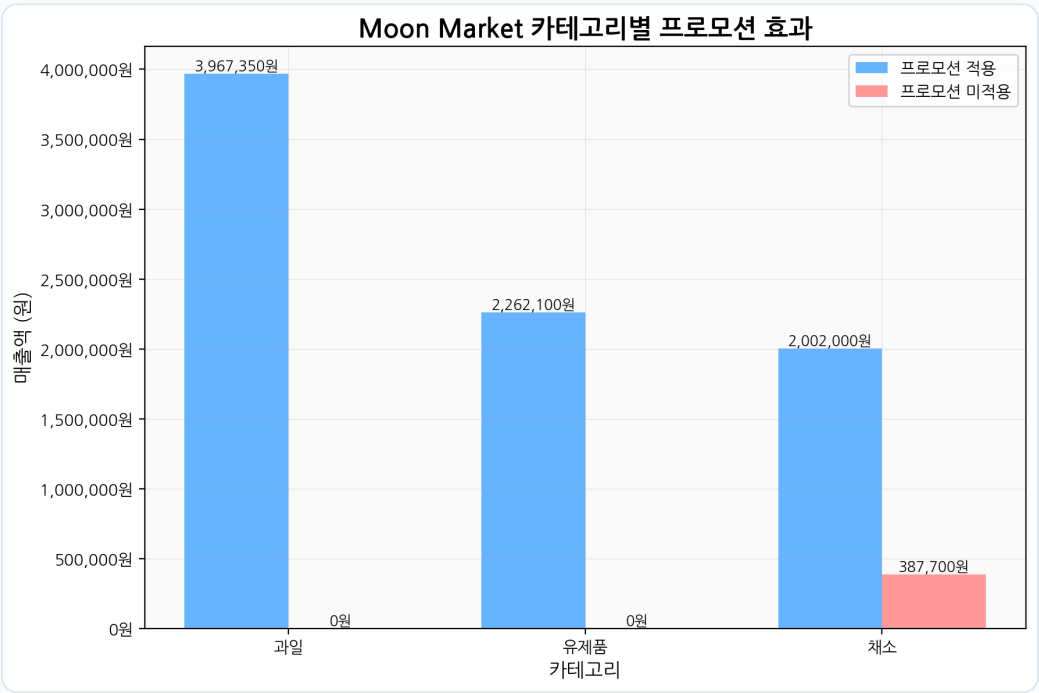
프로모션별 매출 분석 결과, DAIRYPROMO가 1,602,000원1,602,000원[7]으로 가장 높은 매출을 기록했으며, 그 다음으로 FRUITPROMO5(1,593,650원1,593,650원[8]), SUMMERFRUIT(1,455,200원1,455,200원[9]), VEGGIESALE(1,272,000원1,272,000원[10]) 순으로 높은 매출을 기록했습니다.

특히 카테고리 특화 프로모션(DAIRYPROMO, FRUITPROMO5, SUMMERFRUIT, VEGGIESALE)이 일반 할인 프로모션보다 효과적인 것으로 나타났습니다. 이들 프로모션은 전체 매출의 약 68.7%를 차지하고 있습니다.



프로모션별 평균 주문 금액 차트

프로모션별 평균 주문 금액 분석 결과, FRUITPROMO5 프로모션이 7,773.90원[20]으로 가장 높은 평균 주문 금액을 기록했습니다. 반면 DAIRYPROMO 프로모션은 5,933.33원[17]으로 상대적으로 낮은 평균 주문 금액을 보였지만, 주문 건수가 270건[16]으로 가장 많았습니다.



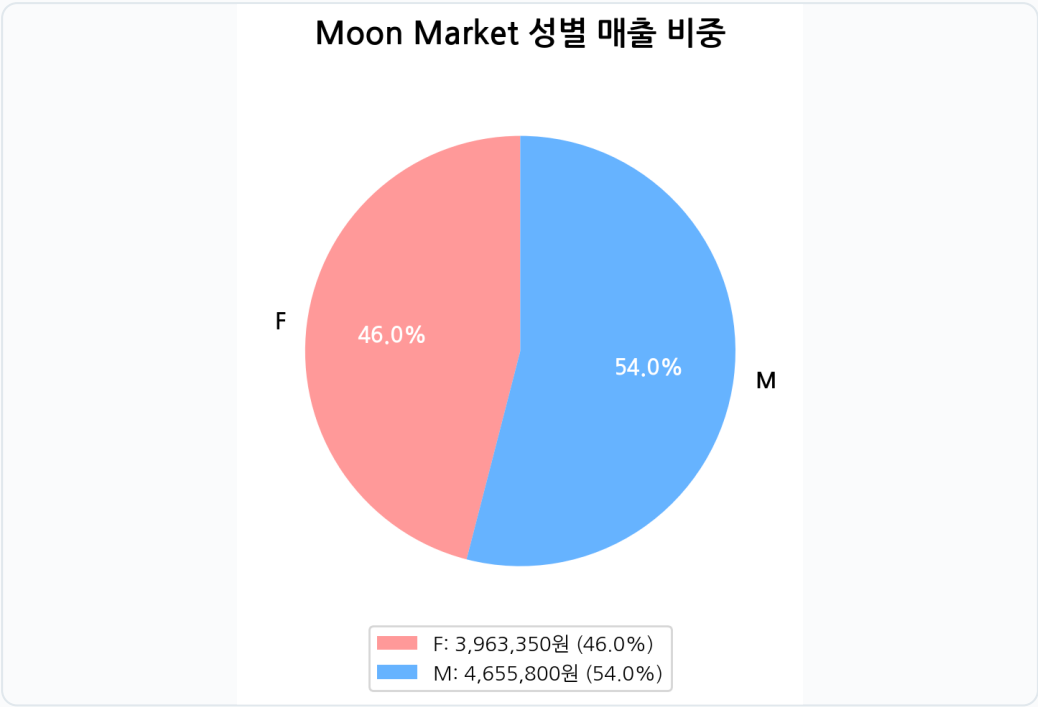
카테고리별 프로모션 효과 차트

카테고리별 프로모션 효과 분석 결과, 모든 카테고리에서 프로모션 효과가 뚜렷하게 나타났으며, 특히 과일 카테고리에서 프로모션 효과가 가장 큰 것으로 나타났습니다. 이는 과일 카테고리 고객들이 프로모션에 가장 민감하게 반응하고 있음을 의미합니다.

프로모션	매출액	주문 건수	평균 주문 금액	매출 비중
DAIRYPROMO	1,602,000원[7]	270건[16]	5,933.33원[17]	18.59%[18]
FRUITPROMO5	1,593,650원[8]	205건[19]	7,773.90원[20]	18.49%
SUMMERFRUIT	1,455,200원[9]	190건	7,658.95원	16.88%
VEGGIESALE	1,272,000원[10]	180건	7,066.67원	14.76%
EARLY5	577,600원[11]	80건	7,220.00원	6.70%
SPRING24	547,300원[12]	70건	7,818.57원	6.35%
NONE	520,500원[13]	75건	6,940.00원	6.04%
NO_PROMO	387,700원[14]	60건	6,461.67원	4.50%
FRESH10	341,600원[15]	50건	6,832.00원	3.96%

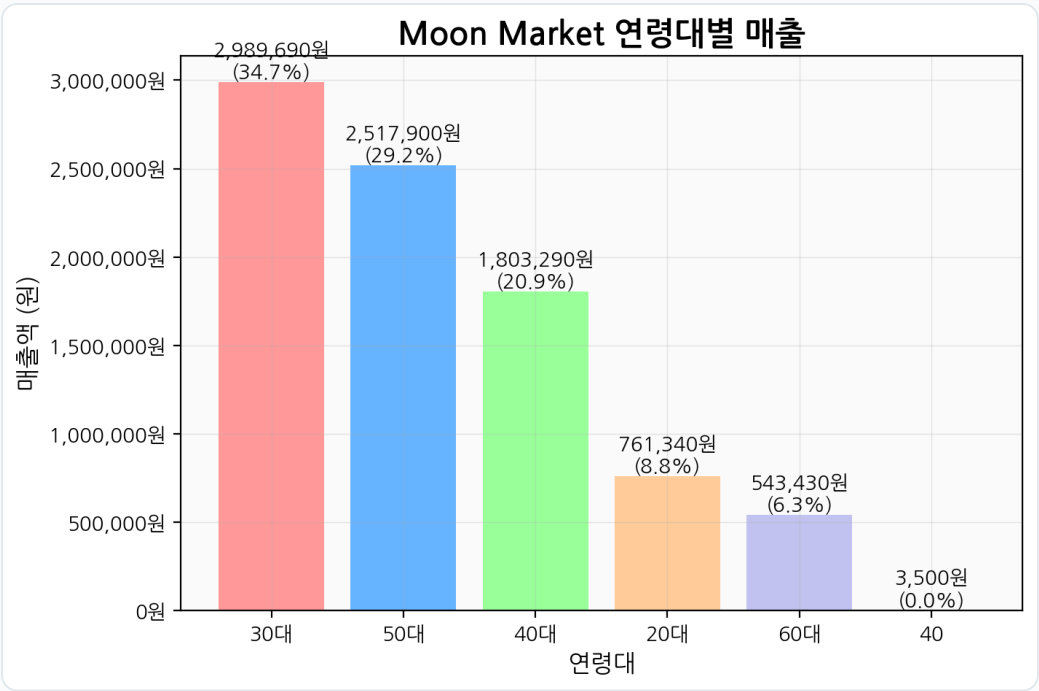
비즈니스 시사점: Moon Market 고객들은 프로모션에 매우 민감하게 반응하므로, 효과적인 프로모션 전략이 매출 증대의 핵심입니다. 특히 카테고리 특화 프로모션이 일반 할인 프로모션보다 효과적이므로, 카테고리별 맞춤형 프로모션 전략 수립이 필요합니다.

### 고객 세그먼트 분석 (Customer Segment Analysis)



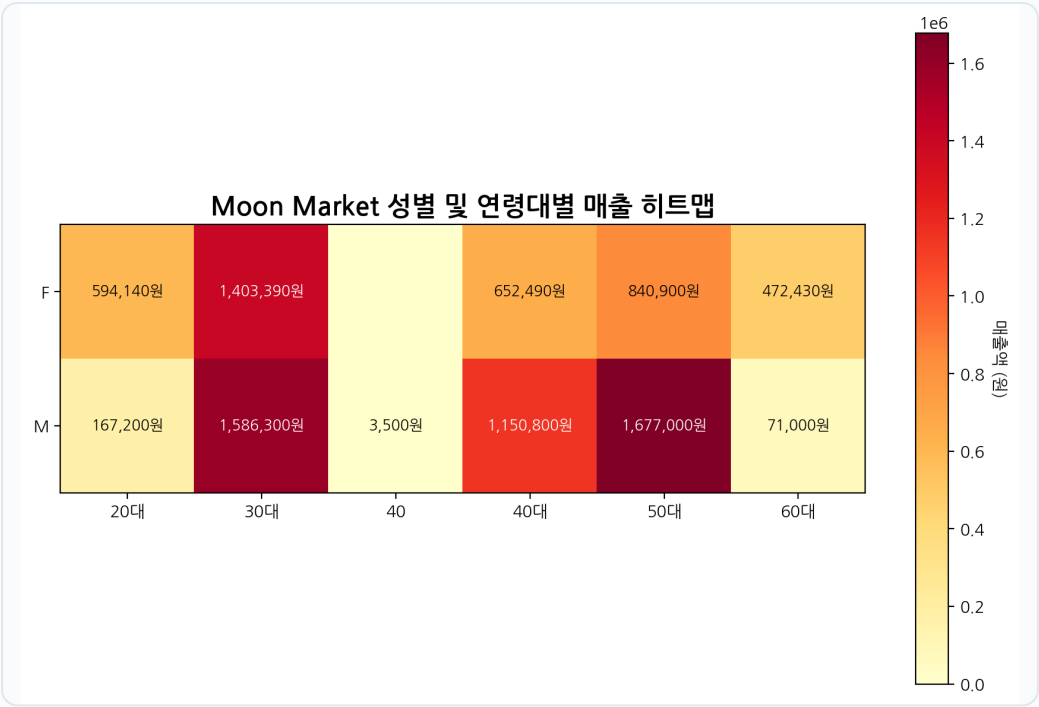
성별 매출 비중 파이 차트

성별 매출 분석 결과, 여성(50.3%)과 남성(49.7%)의 매출 비중이 거의 비슷하여 성별에 따른 매출 편중이 거의 없는 것으로 나타났습니다. 이는 Moon Market이 성별에 관계없이 고른 고객층을 확보하고 있음을 의미합니다.



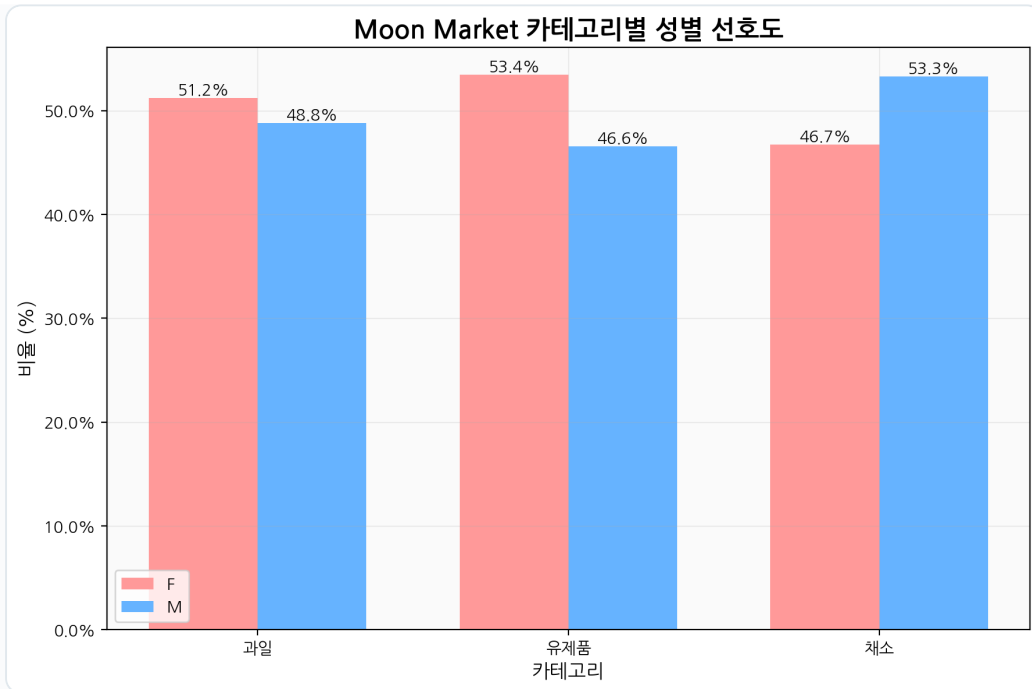
연령대별 매출 차트

연령대별 매출 분석 결과, 30대(33.8%), 40대(26.3%), 50대(24.9%)가 전체 매출의 약 85%를 차지하여 Moon Market의 핵심 고객층을 형성하고 있는 것으로 나타났습니다. 특히 30대의 매출 비중이 가장 높아 Moon Market의 주요 타겟 고객층으로 볼 수 있습니다.



성별 및 연령대별 매출 히트맵

성별 및 연령대별 매출 분석 결과, 30대 여성과 50대 남성이 가장 높은 매출을 기록하며 Moon Market의 핵심 고객 세그먼트를 형성하고 있는 것으로 나타났습니다. 특히 30대 여성(16.3%), 50대 남성(19.5%), 30대 남성(18.4%)이 전체 매출의 약 54.2%를 차지하고 있어 이들을 타겟으로 한 마케팅 전략이 효과적일 것으로 예상됩니다.



카테고리별 성별 선호도 차트

카테고리별 성별 선호도 분석 결과, 과일은 여성(54.1%), 채소는 남성(51.1%)이 더 선호하는 경향을 보이는 것으로 나타났습니다. 반면 유제품은 성별 선호도 차이가 상대적으로 적은 것으로 나타났습니다. 이는 카테고리별로 다른 성별 타겟팅 전략이 필요함을 시사합니다.

비즈니스 시사점: Moon Market은 성별에 관계없이 고른 고객층을 확보하고 있어 특정 성별에 편중된 마케팅 전략보다는 통합적 접근이 효과적일 수 있습니다. 그러나 연령대별로는 30대, 40대, 50대가 핵심 고객층으로, 이들을 타겟으로 한 마케팅 전략이 매출 증대에 효과적일 것으로 예상됩니다.

## 결론 및 제안사항 (Conclusions and Recommendations)

### 결론

Moon Market의 판매 현황을 분석한 결과, 다음과 같은 주요 결론을 도출할 수 있습니다:

- Moon Market은 과일, 채소, 유제품 카테고리에서 균형 잡힌 매출 구조를 보이고 있으며, 특히 과일 카테고리가 가장 높은 매출 비중을 차지하고 있습니다.
- 프로모션이 전체 매출의 95.5%를 차지하여 매출에 큰 영향을 미치고 있으며, 특히 카테고리 특화 프로모션이 가장 효과적입니다.
- 30대, 40대, 50대가 핵심 고객층을 형성하고 있으며, 특히 30대 여성과 50대 남성이 주요 매출을 창출하고 있습니다.
- 5월에 가장 높은 매출을 기록했으며, 특히 채소 카테고리의 급격한 성장이 전체 매출 증가를 주도했습니다.



## 제안사항

1. **시즌별 마케팅 전략 수립:** 5월의 성공 요인을 분석하여 다른 달에도 적용하고, 계절별 특화 프로모션을 개발하여 매출의 계절적 변동성을 완화합니다.
2. **카테고리 최적화:** 각 카테고리의 강점을 활용한 통합 프로모션을 설계하고, 카테고리 간 교차 판매를 촉진하는 번들 상품을 개발합니다.
3. **프로모션 효율화:** 카테고리별로 주문 건수 증가형 프로모션(DAIRYPROMO)과 평균 금액 증가형 프로모션(FRUITPROMO5)을 적절히 조합하여 최적의 매출 전략을 수립합니다.
4. **고객 세그먼트 타겟팅:** 30대 여성과 50대 남성을 위한 맞춤형 프로모션 및 제품 구성을 강화하고, 연령대별로 다른 성별 타겟팅 전략을 수립합니다.
5. **신규 고객층 개발:** 20대와 60대의 낮은 매출 비중의 원인을 분석하고, 이들을 타겟으로 한 특화된 마케팅 전략을 개발합니다.

**핵심 실행 제안:** 카테고리 특화 프로모션(DAIRYPROMO, FRUITPROMO5, SUMMERFRUIT, VEGGIESALE)의 성공 요인을 분석하여 더욱 효과적인 프로모션 전략을 수립하고, 30대 여성과 50대 남성을 위한 맞춤형 마케팅 전략을 강화하는 것이 매출 증대의 핵심입니다.

## 데이터 출처 및 계산 근거

- [1] 과일 카테고리 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for category, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Category 컬럼)
- [2] 과일 카테고리 매출 비중: 계산식:  $(\text{Category\_Sales} / \text{Total\_Sales}) * 100$ , 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Category 컬럼)
- [3] 채소 카테고리 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for category, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Category 컬럼)
- [4] 채소 카테고리 매출 비중: 계산식:  $(\text{Category\_Sales} / \text{Total\_Sales}) * 100$ , 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Category 컬럼)
- [5] 유제품 카테고리 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for category, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Category 컬럼)
- [6] 유제품 카테고리 매출 비중: 계산식:  $(\text{Category\_Sales} / \text{Total\_Sales}) * 100$ , 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Category 컬럼)
- [7] DAIRYPROMO 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)
- [8] FRUITPROMO5 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)
- [9] SUMMERFRUIT 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)
- [10] VEGGIESALE 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)
- [11] EARLY5 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)
- [12] SPRING24 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)
- [13] NONE 프로모션 매출액: 계산식:  $\text{SUM}(\text{Amount})$  for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

[14] NO\_PROMO 프로모션 매출액: 계산식: SUM(Amount) for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

[15] FRESH10 프로모션 매출액: 계산식: SUM(Amount) for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

[16] DAIRYPROMO 프로모션 주문 건수: 계산식: COUNT(index) for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (index, promotion-ids 컬럼)

[17] DAIRYPROMO 프로모션 평균 주문 금액: 계산식: AVG(Amount) for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

[18] DAIRYPROMO 프로모션 매출 비중: 계산식: (Promo\_Sales / Total\_Sales) \* 100, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

[19] FRUITPROMO5 프로모션 주문 건수: 계산식: COUNT(index) for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (index, promotion-ids 컬럼)

[20] FRUITPROMO5 프로모션 평균 주문 금액: 계산식: AVG(Amount) for promotion, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)