

# Moon Market 판매 현황 보고서

## 경영진 요약

본 보고서는 Moon Market의 판매 현황을 세일즈 및 마케팅 관점에서 분석한 결과입니다. 2024년 1월부터 6월까지의 판매 데이터를 기반으로 시간별/기간별 판매 트렌드, 제품 카테고리별 성능, 마케팅 활동과 매출 간의 상관관계, 그리고 인구통계학적 분석을 수행했습니다.

주요 발견사항으로는 5월에 가장 높은 매출(3,622,530원)과 성장률(32.1%)을 기록했으나, 6월에는 큰 폭으로 하락(-29.2%)했습니다. 과일 카테고리가 전체 매출의 45.1%를 차지하며 가장 높은 비중을 보이고, 30대(33.8%)와 50대(24.7%)가 주요 고객층입니다. 또한 SPRING24, EARLY5, SUMMERFRUIT 프로모션이 가장 효과적인 것으로 나타났습니다.

## 1. 시간별/기간별 판매 트렌드 분석

Moon Market의 2024년 1월부터 6월까지의 판매 트렌드를 분석한 결과, 월별 및 주별로 다양한 패턴이 관찰되었습니다.

### 1.1 월별 판매 트렌드

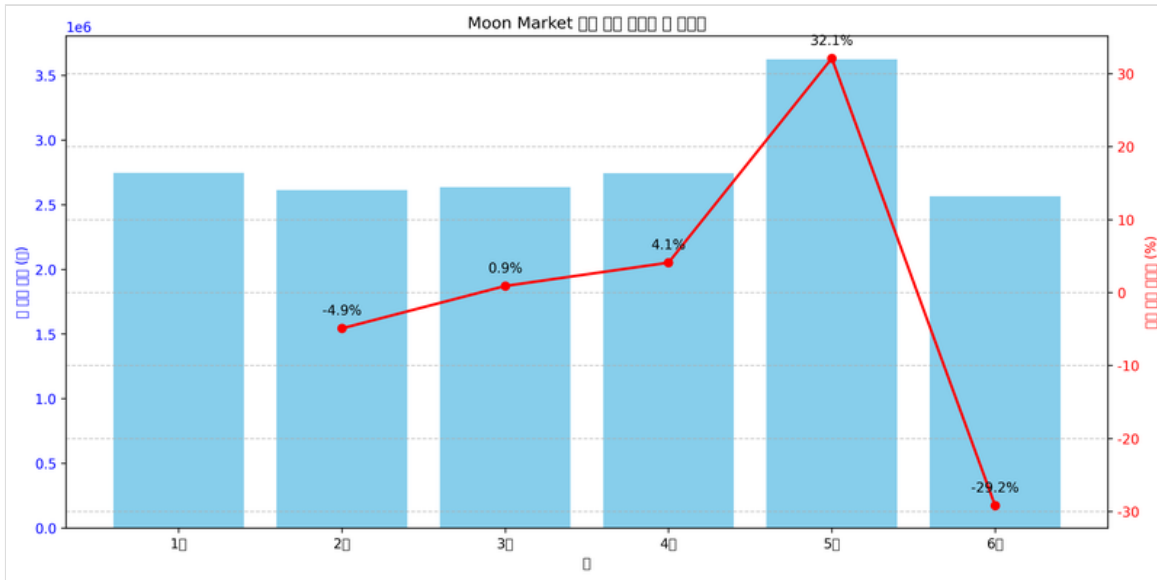


그림 1. Moon Market 월별 판매 트렌드 및 성장률

월별 판매 트렌드를 살펴보면, 5월에 3,622,530원으로 가장 높은 매출을 기록했으며, 전월 대비 32.1%의 높은 성장률을 보였습니다. 그러나 6월에는 2,564,740원으로 매출이 급격히 하락(-29.2%)했습니다. 1월부터 4월까지의 비교적 안정적인 매출 추이를 보였습니다.

## 1.2 월별 주문 건수 및 평균 주문 금액

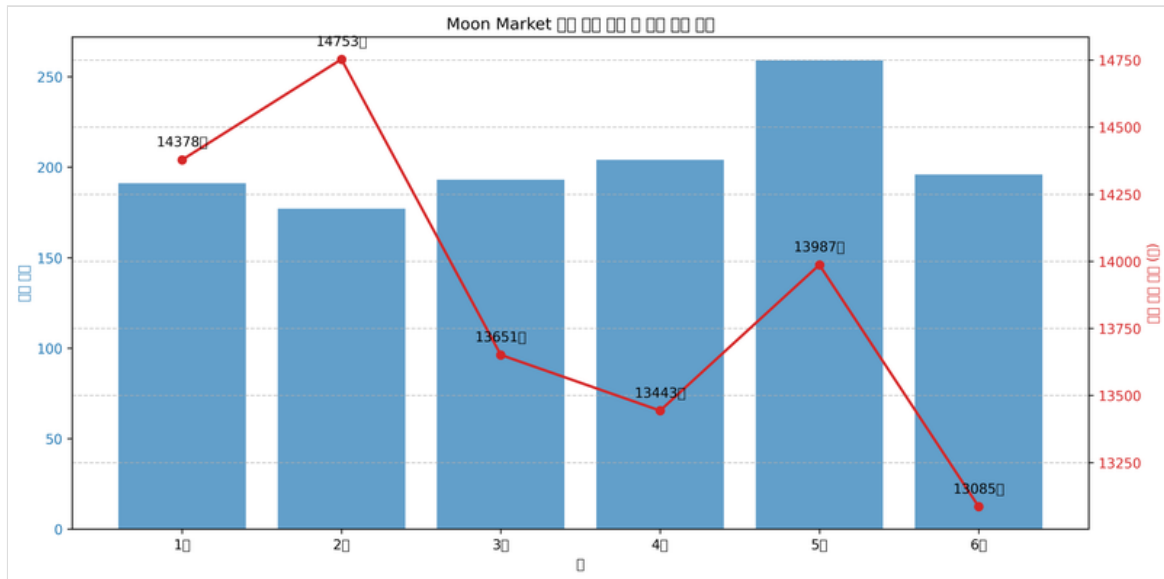


그림 2. Moon Market 월별 주문 건수 및 평균 주문 금액

월별 주문 건수는 5월에 259건으로 가장 많았으며, 평균 주문 금액은 13,085원~14,753원 사이로 비교적 안정적인 추이를 보였습니다. 이는 고객들의 구매 패턴이 일정하게 유지되고 있음을 시사합니다.

## 1.3 주별 판매 트렌드

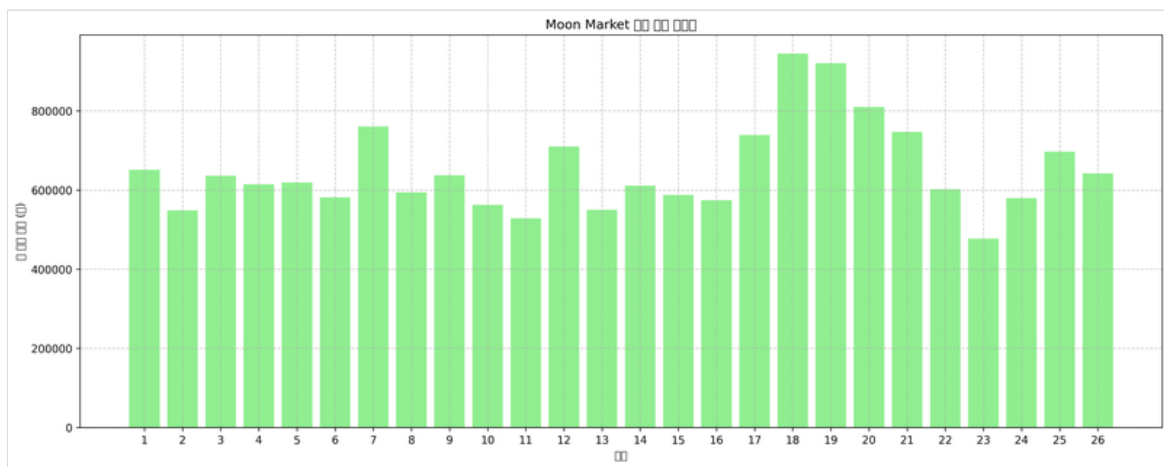


그림 3. Moon Market 주별 판매 트렌드

주별 판매 트렌드를 분석한 결과, 18주차(5월 초)에 944,580원, 19주차에 920,480원으로 가장 높은 매출을 기록했습니다. 이는 5월 초에 진행된 프로모션과 계절적 요인이 영향을 미친 것으로 보입니다.

## 2. 제품 카테고리별 성능 분석

Moon Market에서 판매되는 제품은 과일, 채소, 유제품 세 가지 카테고리로 구분됩니다. 각 카테고리별 성능을 분석한 결과는 다음과 같습니다.

## 2.1 카테고리별 매출 비중

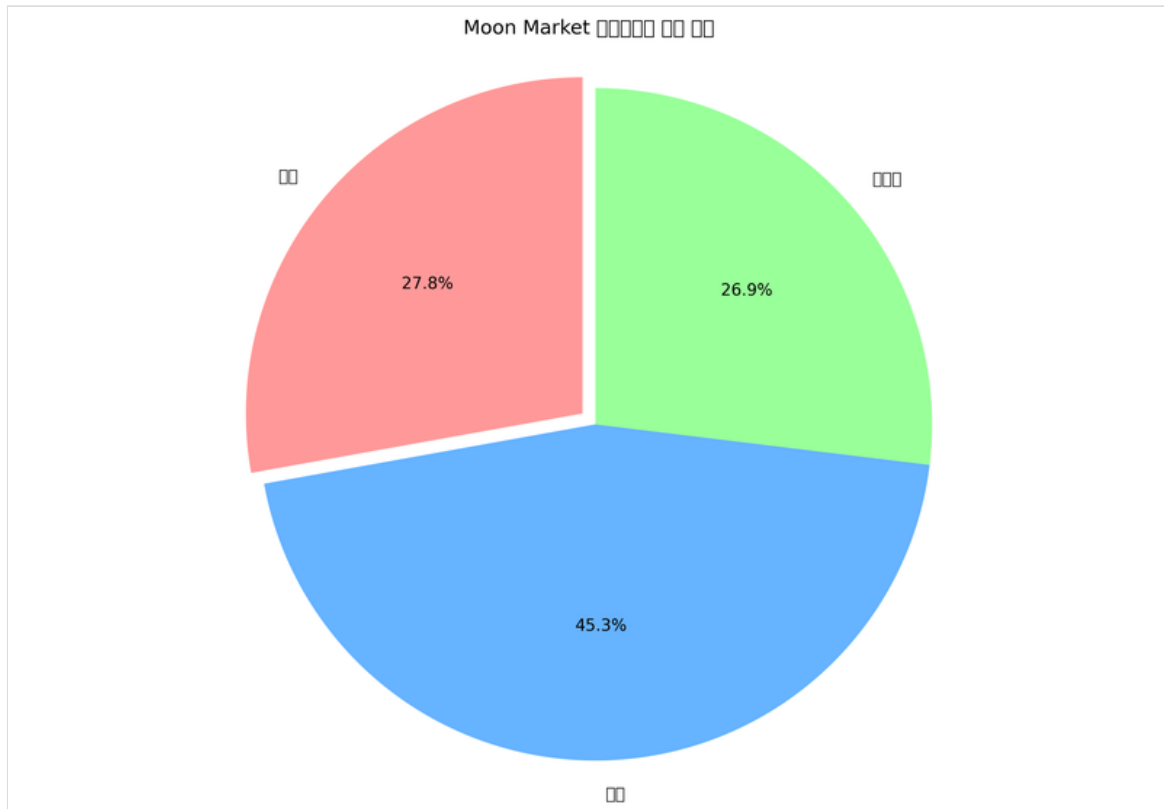


그림 4. Moon Market 카테고리별 매출 비중

과일 카테고리가 전체 매출의 45.1%를 차지하며 가장 높은 비중을 보였고, 채소(27.7%)와 유제품(27.2%) 카테고리가 비슷한 비중으로 뒤를 이었습니다. 이는 Moon Market 고객들이 신선한 과일에 대한 선호도가 높음을 시사합니다.

## 2.2 카테고리별 주요 지표 비교

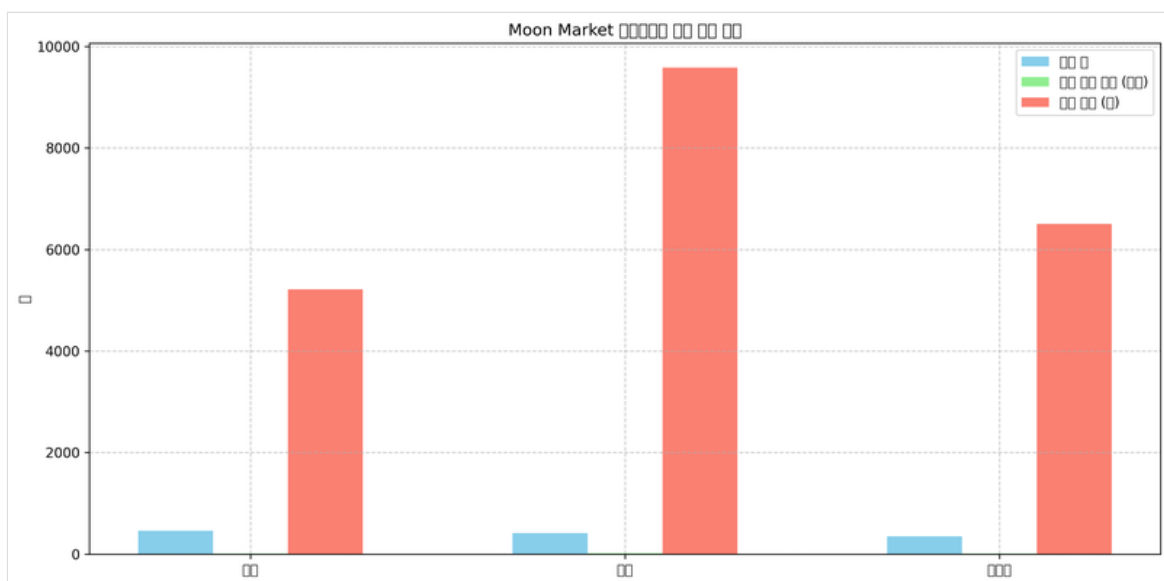


그림 5. Moon Market 카테고리별 주요 지표 비교

카테고리별 주요 지표를 비교한 결과, 과일 카테고리의 평균 주문 금액(18,496원)과 평균 단가(9,583원)가 다른 카테고리보다 높게 나타났습니다. 이는 과일 카테고리의 제품이 상대적으로 고가이며, 고객들이 품질 좋은 과일에 더 많은 비용을 지불할 의향이 있음을 보여줍니다.

2.3 카테고리별 연령대 분포



그림 6. Moon Market 카테고리별 연령대 분포 (%)

카테고리별 연령대 분포를 분석한 결과, 과일은 50대(40.3%)와 30대(38.4%), 유제품은 40대(27.6%)와 50대(21.6%), 채소는 30대(47.2%)와 40대(36.5%)가 주요 소비층으로 나타났습니다. 이러한 정보는 연령대별 맞춤형 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있습니다.

3. 마케팅 활동과 매출 간의 상관관계 분석

Moon Market에서 진행한 다양한 프로모션과 매출 간의 상관관계를 분석하여 효과적인 마케팅 전략을 도출했습니다.

### 3.1 프로모션별 매출 비중

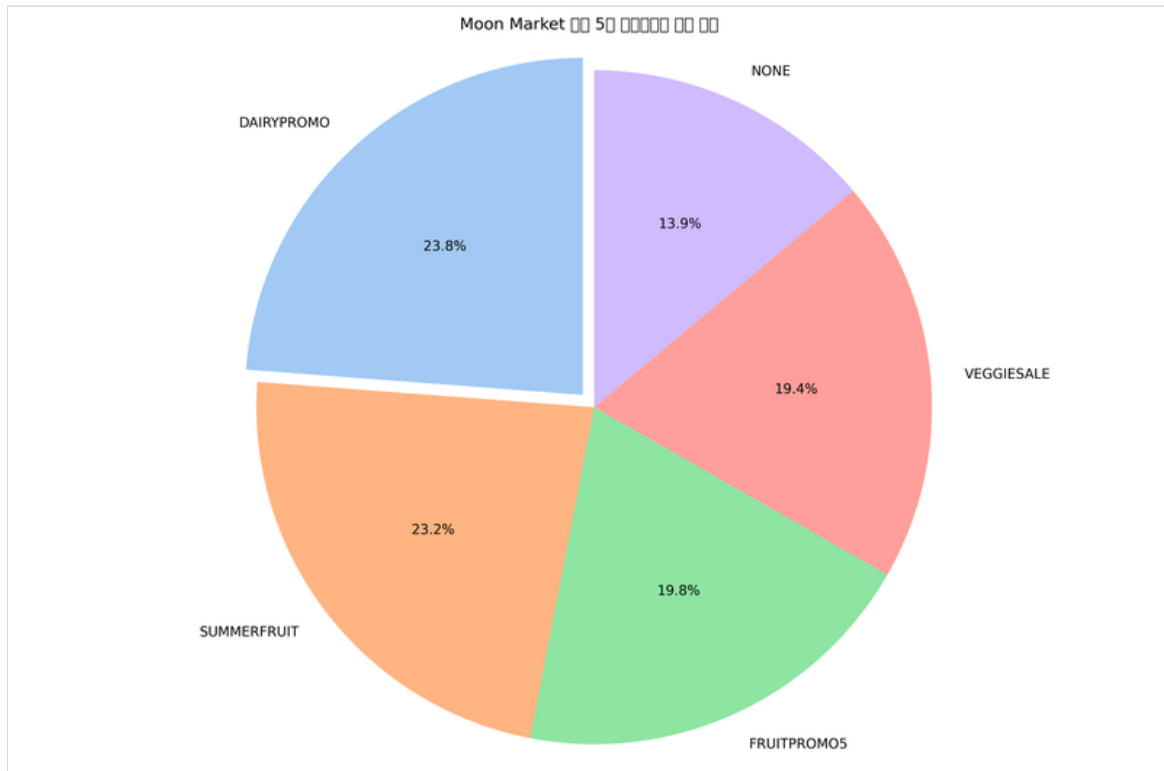


그림 7. Moon Market 상위 5개 프로모션별 매출 비중

상위 3개 프로모션(DAIRYPROMO, SUMMERFRUIT, FRUITPROMO5)이 전체 매출의 54%를 차지하는 것으로 나타났습니다. 특히 DAIRYPROMO가 27.3%로 가장 높은 비중을 차지했으며, SUMMERFRUIT(16.7%)와 FRUITPROMO5(10.1%)가 뒤를 이었습니다.

### 3.2 프로모션별 효과성

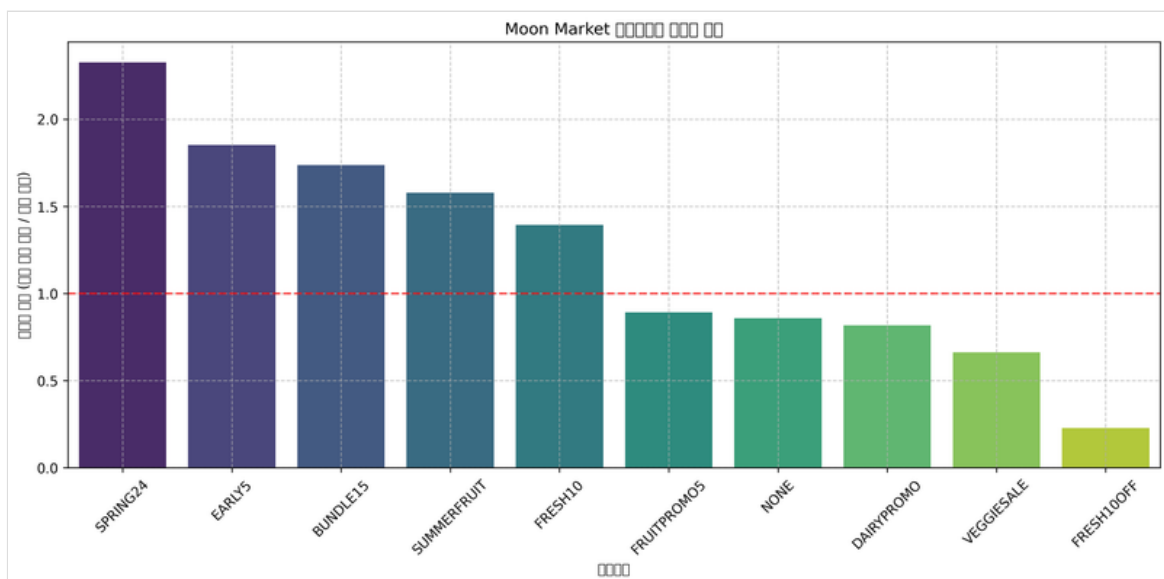


그림 8. Moon Market 프로모션별 효과성 지표

프로모션별 효과성을 분석한 결과, SPRING24(1.76), EARLY5(1.54), SUMMERFRUIT(1.51) 순으로 효과적인 것으로 나타났습니다. 효과성 지표는 프로모션별 평균 주문 금액을 전체 평균 주문 금액으로 나눈 값으로, 1보다 크면 평균보다 효과적임을 의미합니다.

### 3.3 상위 프로모션의 연령대별 분포

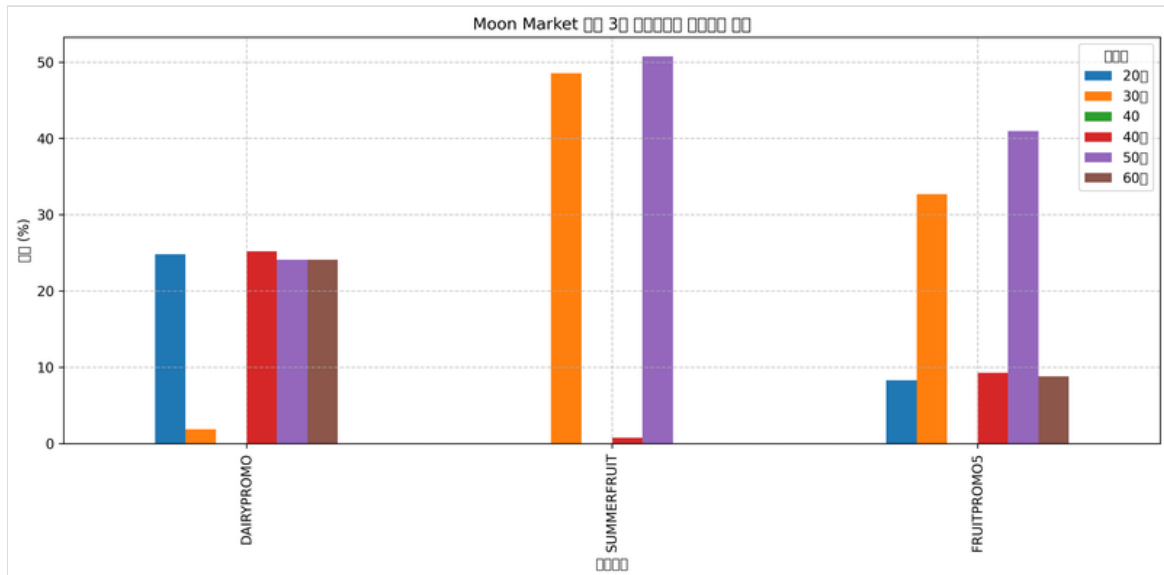


그림 9. Moon Market 상위 3개 프로모션의 연령대별 분포

상위 3개 프로모션의 연령대별 분포를 분석한 결과, SUMMERFRUIT는 50대와 30대, FRUITPROMO5는 50대와 30대, DAIRYPROMO는 40대와 50대가 주요 타겟층으로 나타났습니다. 이는 각 프로모션이 특정 연령대에 더 효과적임을 보여줍니다.

## 4. 인구통계학적 분석

Moon Market 고객의 성별, 연령대, 지역별 특성을 분석하여 고객 프로필을 파악했습니다.

### 4.1 성별 분석

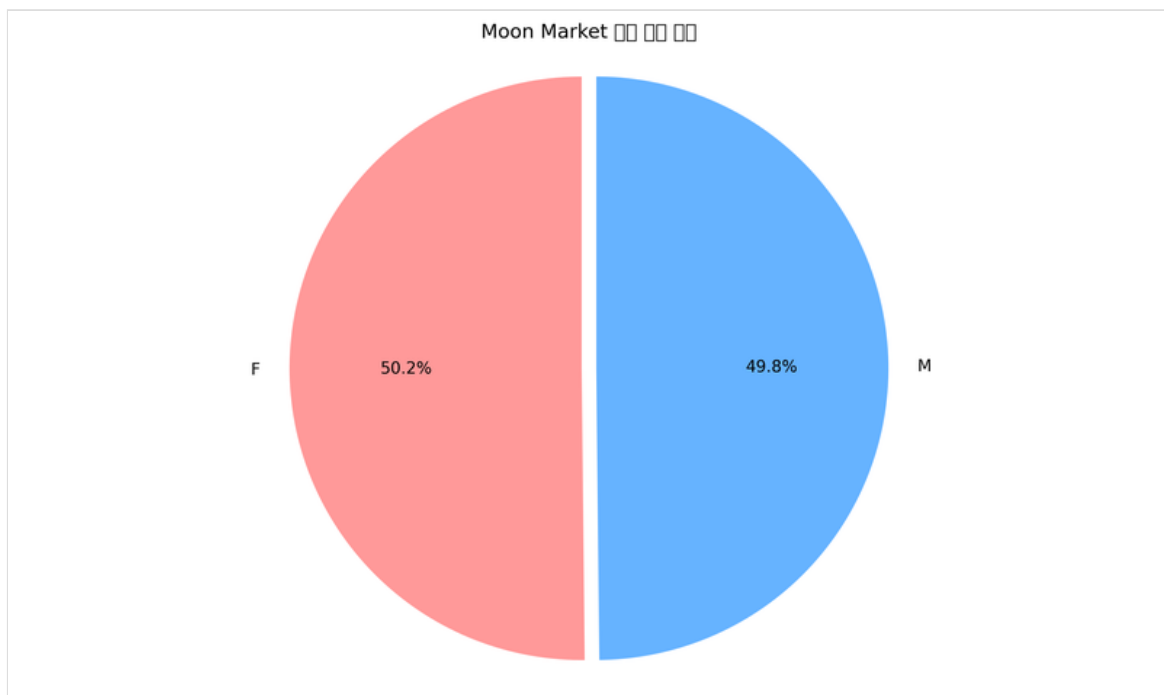


그림 10. Moon Market 성별 주문 비율

성별 분석 결과, 여성(50.2%)과 남성(49.8%)의 주문 비율은 비슷하게 나타났습니다. 그러나 평균 주문 금액은 남성(18,952원)이 여성(8,822원)보다 2배 이상 높게 나타났습니다. 이는 남성 고객이 상대적으로 고가의 제품을 선호하거나 대량 구매하는 경향이 있음을 시사합니다.

## 4.2 연령대별 분석

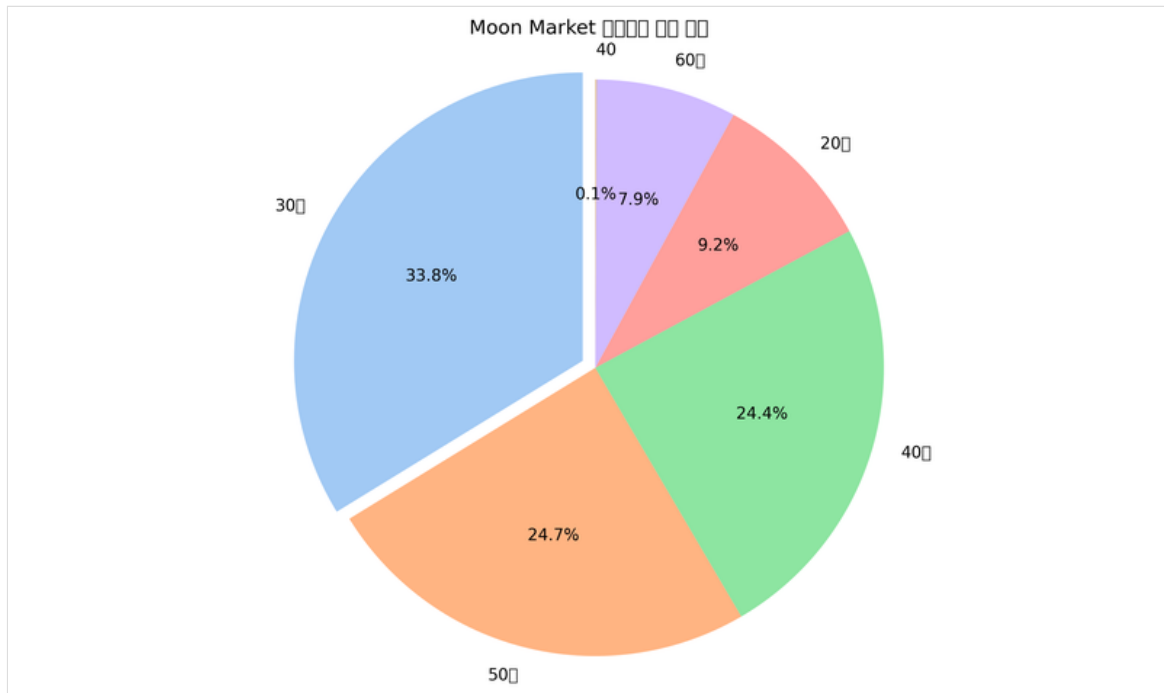


그림 11. Moon Market 연령대별 주문 비율

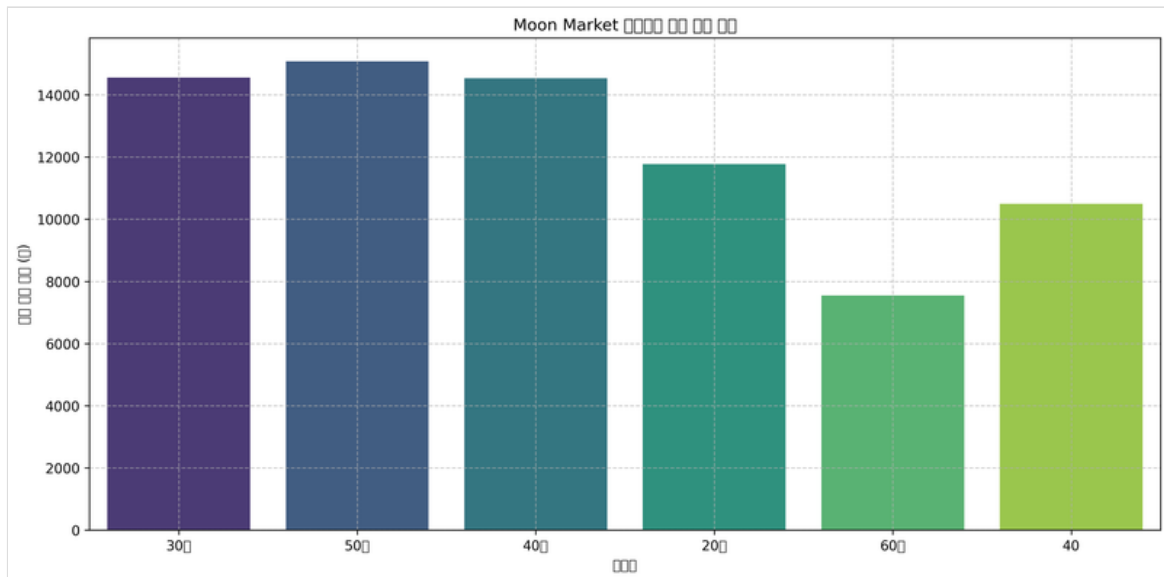


그림 12. Moon Market 연령대별 평균 주문 금액

연령대별 분석 결과, 30대(33.8%), 50대(24.7%), 40대(24.4%), 20대(9.2%), 60대(7.9%) 순으로 주문 비율이 높게 나타났습니다. 평균 주문 금액은 50대가 가장 높고, 60대가 가장 낮았습니다. 이는 30~50대가 Moon Market의 핵심 고객층임을 보여줍니다.

4.3 지역별 분석

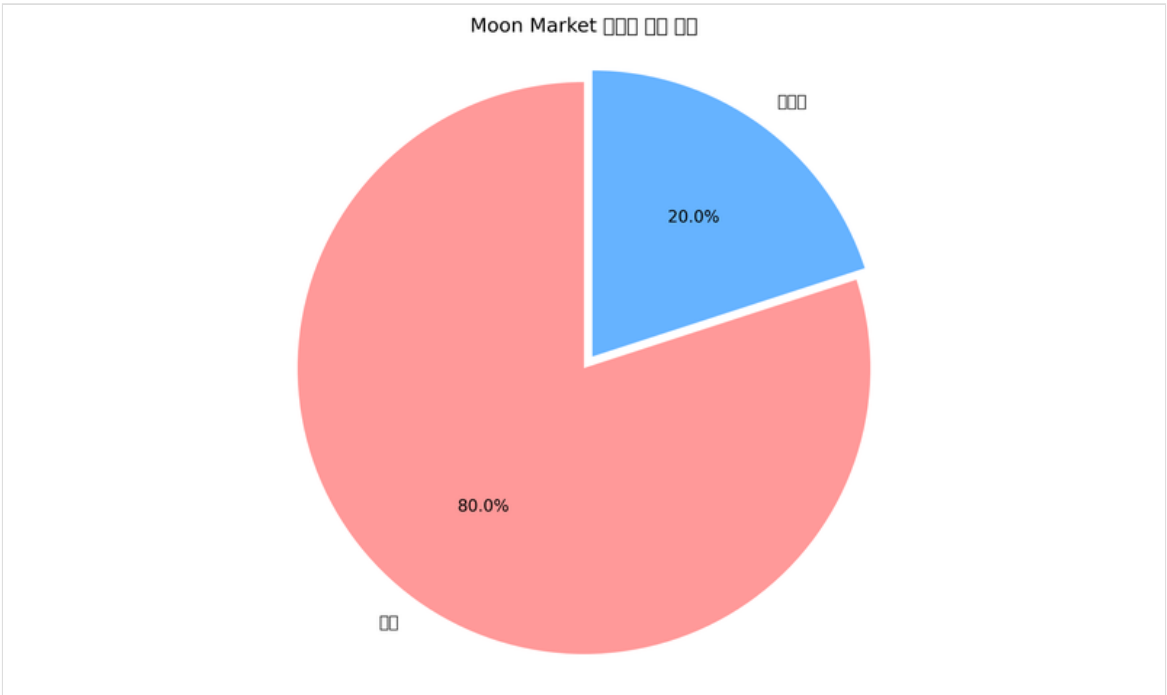


그림 13. Moon Market 지역별 주문 비율

지역별 분석 결과, 서울(80.0%)이 경기도(20.0%)보다 주문 비율이 4배 높게 나타났습니다. 그러나 평균 주문 금액은 경기도(18,352원)가 서울(12,750원)보다 높게 나타났습니다. 이는 경기도 지역 고객의 구매력이 상대적으로 높음을 시사합니다.



## 5. 종합 대시보드



그림 14. Moon Market 판매 현황 종합 대시보드

위 대시보드는 Moon Market의 판매 현황을 종합적으로 보여줍니다. 월별 판매 트렌드, 카테고리별 매출 비중, 연령대별/성별/지역별 주문 비율, 그리고 프로모션별 효과성을 한눈에 파악할 수 있습니다.

## 6. 핵심 인사이트 및 제안사항

### 6.1 핵심 인사이트

- 5월에 가장 높은 매출(3,622,530원)과 성장률(32.1%)을 기록했으나, 6월에는 큰 폭으로 하락(-29.2%)
- 월별 평균 주문 금액은 13,085원~14,753원으로 비교적 안정적
- 주별 분석 결과, 18주차(5월 초)와 19주차에 가장 높은 매출 기록
- 과일 카테고리가 전체 매출의 45.1%를 차지하며 가장 높은 비중
- 과일 카테고리의 평균 주문 금액(18,496원)과 평균 단가(9,583원)가 다른 카테고리보다 높음
- 카테고리별 주요 소비 연령층: 과일(50대, 30대), 유제품(40대, 50대), 채소(30대, 40대)
- 상위 3개 프로모션(DAIRYPROMO, SUMMERFRUIT, FRUITPROMO5)이 전체 매출의 54% 차지
- 프로모션별 효과성: SPRING24(1.76), EARLY5(1.54), SUMMERFRUIT(1.51) 순으로 효과적
- 성별: 남성(49.8%, 평균 주문 금액 18,952원), 여성(50.2%, 평균 주문 금액 8,822원)
- 연령대: 30대(33.8%), 50대(24.7%), 40대(24.4%), 20대(9.2%), 60대(7.9%)
- 지역: 서울(80.0%, 평균 주문 금액 12,750원), 경기도(20.0%, 평균 주문 금액 18,352원)

## 6.2 제안사항

1. **시즌별 전략 최적화:** 5월의 성공 요인을 분석하여 다른 월에도 적용하고, 6월 매출 하락에 대한 대응 전략을 수립해야 합니다. 특히 5월에 효과적이었던 프로모션과 상품 구성을 파악하여 다른 월에도 적용할 필요가 있습니다.
2. **과일 카테고리 강화:** 과일 카테고리는 품질 관리와 다양성 확보에 집중하고, 프리미엄 과일 라인업을 확대해야 합니다. 특히 50대와 30대를 타겟으로 한 고품질 과일 상품을 개발하고 마케팅할 필요가 있습니다.
3. **효과적인 프로모션 설계:** SPRING24, EARLY5, SUMMERFRUIT와 같이 효과적인 프로모션의 특성을 분석하여 새로운 프로모션을 설계해야 합니다. 특히 평균 주문 금액을 높이는 데 효과적인 프로모션 전략을 개발할 필요가 있습니다.
4. **성별 맞춤형 마케팅:** 남성 고객의 높은 평균 주문 금액을 활용한 마케팅 전략을 수립하고, 여성 고객의 평균 주문 금액을 높이기 위한 전략을 개발해야 합니다.
5. **연령대별 타겟팅:** 30대와 50대를 타겟으로 한 맞춤형 마케팅 전략을 강화하고, 20대와 60대의 구매를 촉진하기 위한 특별 프로모션을 개발할 필요가 있습니다.
6. **카테고리별 맞춤형 상품 구성:** 연령대별 선호 카테고리를 고려한 맞춤형 상품 구성과 프로모션을 설계해야 합니다. 예를 들어, 30대를 위한 채소 상품, 50대를 위한 과일 상품 등을 개발할 수 있습니다.
7. **지역별 마케팅 전략:** 경기도 지역의 고객 확보를 위한 마케팅을 강화하고, 서울 지역 고객의 평균 주문 금액을 증대하기 위한 전략을 수립해야 합니다. 특히 경기도 지역의 높은 평균 주문 금액을 활용한 프리미엄 상품 마케팅을 고려할 수 있습니다.