

Moon Market 판매 현황 보고서

개요

본 보고서는 Moon Market의 2024년 1월부터 6월까지의 판매 데이터를 분석하여 세일즈 및 마케팅 관점에서의 인사이트를 제공합니다. 분석 결과, Moon Market은 6개월 동안 총 1,220건의 주문을 통해 2,189개의 제품을 판매하였으며, 총 매출액은 8,619,150원을 기록했습니다.

주요 발견사항으로는 과일 카테고리가 전체 매출의 46%와 마진의 52%를 차지하는 핵심 카테고리로 확인되었으며, 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 95.8% 증가하는 것으로 나타났습니다. 또한 남성 고객의 평균 주문 금액이 여성 고객보다 24% 높고, 연령대별로 선호하는 카테고리가 뚜렷하게 구분되는 특징을 보였습니다.

본 보고서는 이러한 분석 결과를 바탕으로 Moon Market의 매출 증대와 수익성 향상을 위한 전략적 제안을 제시합니다.

주요 판매 지표

Moon Market의 2024년 상반기(1월~6월) 주요 판매 지표는 다음과 같습니다:

지표	값
총 주문 건수	1,220건
총 판매 수량	2,189개
총 매출액	8,619,150원
평균 주문 금액	7,064원
데이터 기간	2024-01-01 ~ 2024-06-30 (6개월)

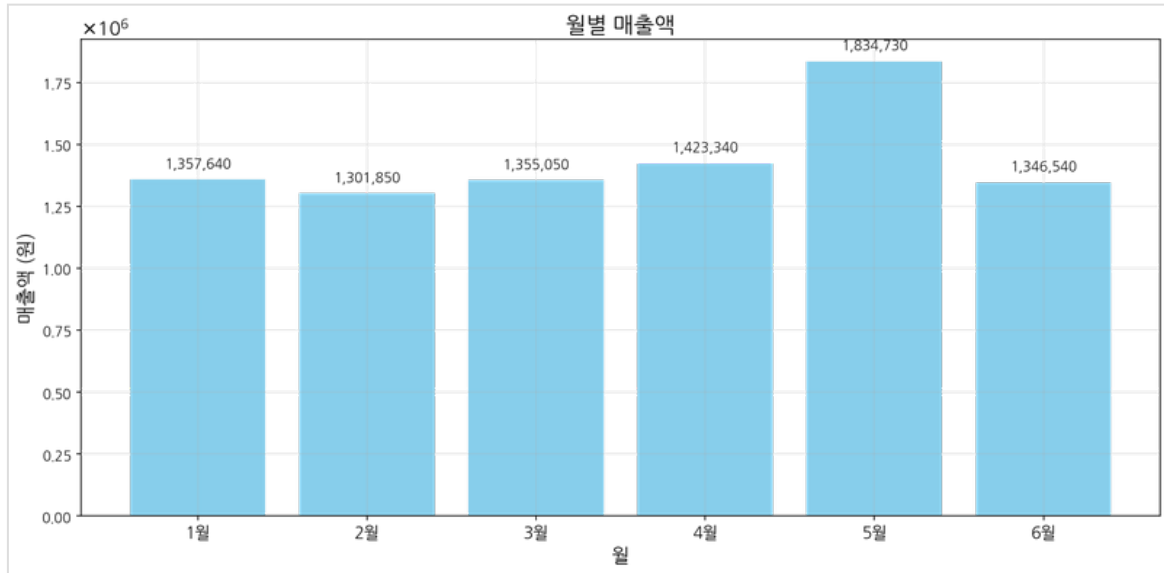


그림 1: 월별 매출액 추이

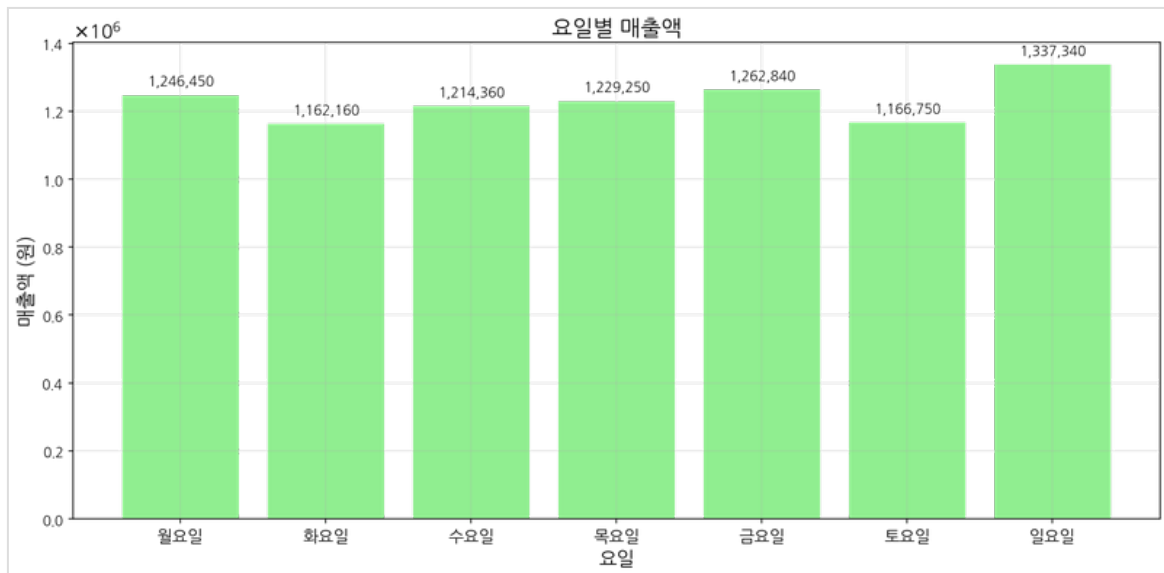


그림 2: 요일별 매출액 분포

핵심 인사이트: 5월이 가장 높은 매출액(1,834,730원)을 기록했으며, 일요일이 가장 높은 매출액(1,337,340원)을 기록하는 등 주말 매출이 평일보다 높게 나타났습니다. 반면 2월은 가장 낮은 매출액(1,301,850원)을 기록하여 판매 부진 시기로 확인되었습니다.

제품 카테고리별 판매 성과

Moon Market의 제품은 과일, 채소, 유제품 세 가지 카테고리로 구분되며, 각 카테고리별 판매 성과는 다음과 같습니다:

카테고리	주문 건수	판매량	매출액	평균 주문 금액	평균 판매 단가	마진율
과일	414건	743개	3,967,350원	9,583원	5,340원	35.0%
채소	458건	844개	2,389,700원	5,218원	2,831원	30.0%
유제품	348건	602개	2,262,100원	6,500원	3,758원	25.0%

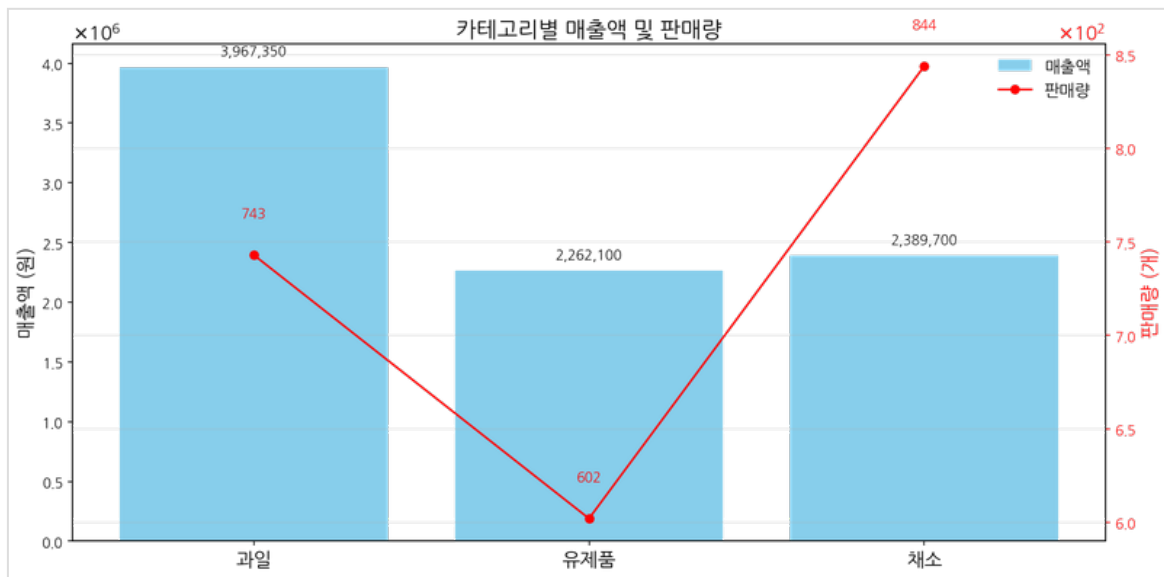


그림 3: 카테고리별 매출액 및 판매량

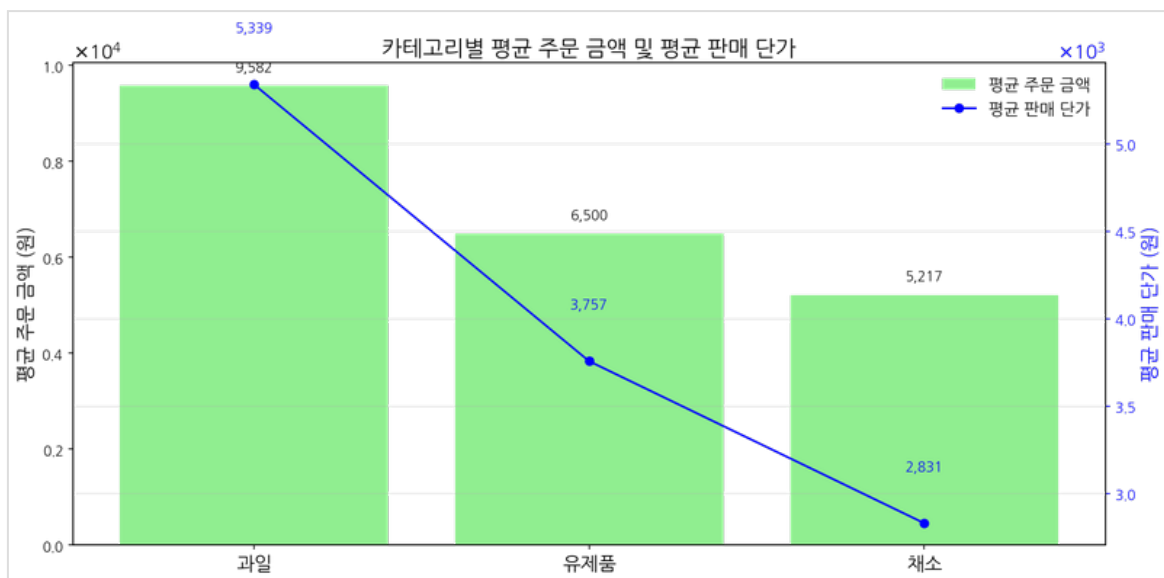


그림 4: 카테고리별 평균 주문 금액 및 평균 판매 단가

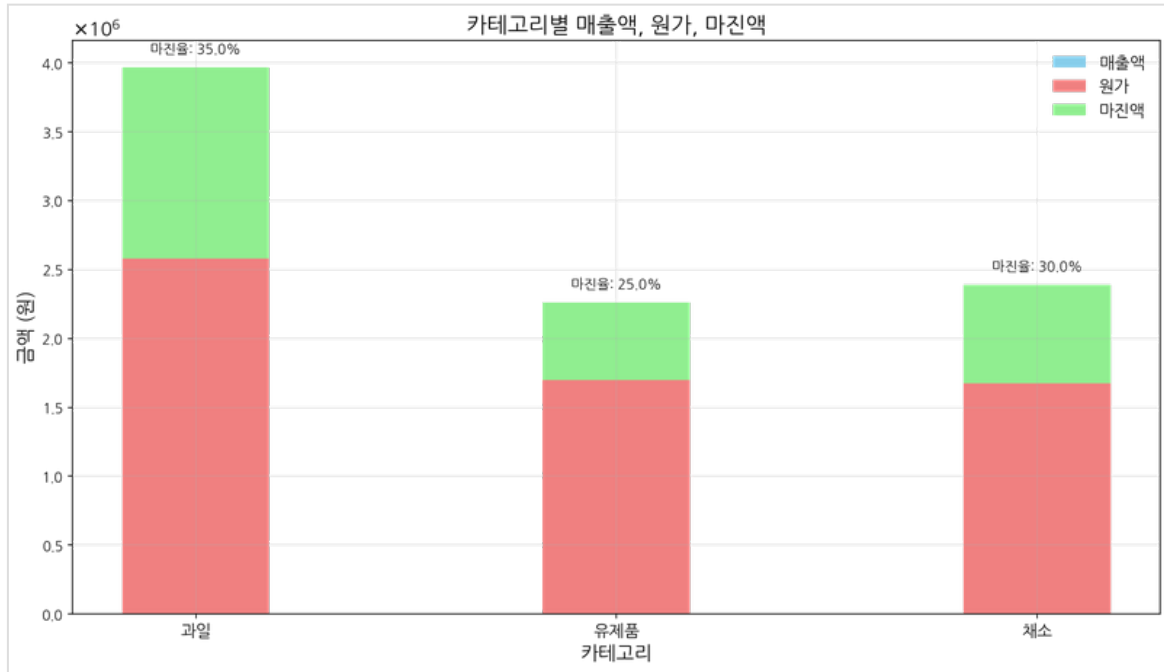


그림 5: 카테고리별 매출액, 원가, 마진액

핵심 인사이트: 과일 카테고리는 주문 건수(414건)가 채소(458건)보다 적지만, 매출액(3,967,350원)은 채소(2,389,700원)보다 66% 높고, 마진율(35%)도 가장 높아 수익성이 가장 우수한 카테고리로 확인되었습니다. 반면 채소 카테고리는 판매량(844개)이 가장 많지만 평균 판매 단가(2,831원)가 가장 낮아 매출 기여도가 상대적으로 낮습니다.

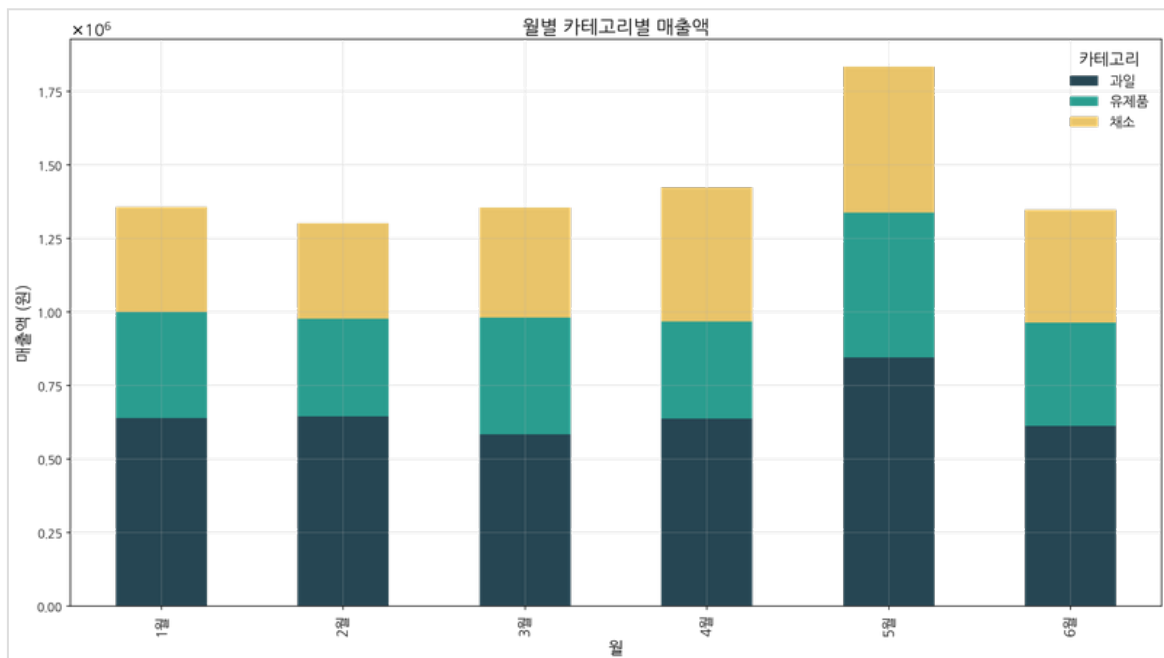


그림 6: 월별 카테고리별 매출액

월별 카테고리 분석 결과, 모든 월에서 과일 카테고리가 가장 높은 매출 기여도를 보였으며, 특히 5월에는 모든 카테고리에서 매출이 증가하였습니다. 반면 2월은 전반적으로 모든 카테고리의 매출이 낮은 경향을 보였습니다.

고객 구매 패턴 분석

성별 및 연령대별 구매 패턴

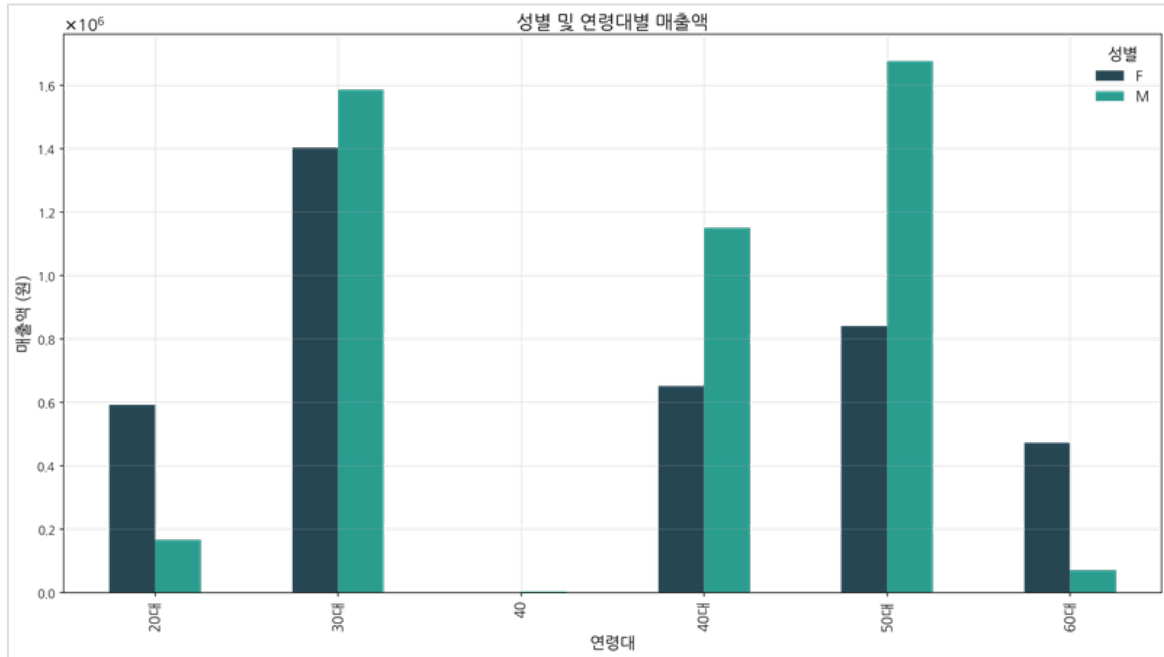


그림 7: 성별 및 연령대별 매출액

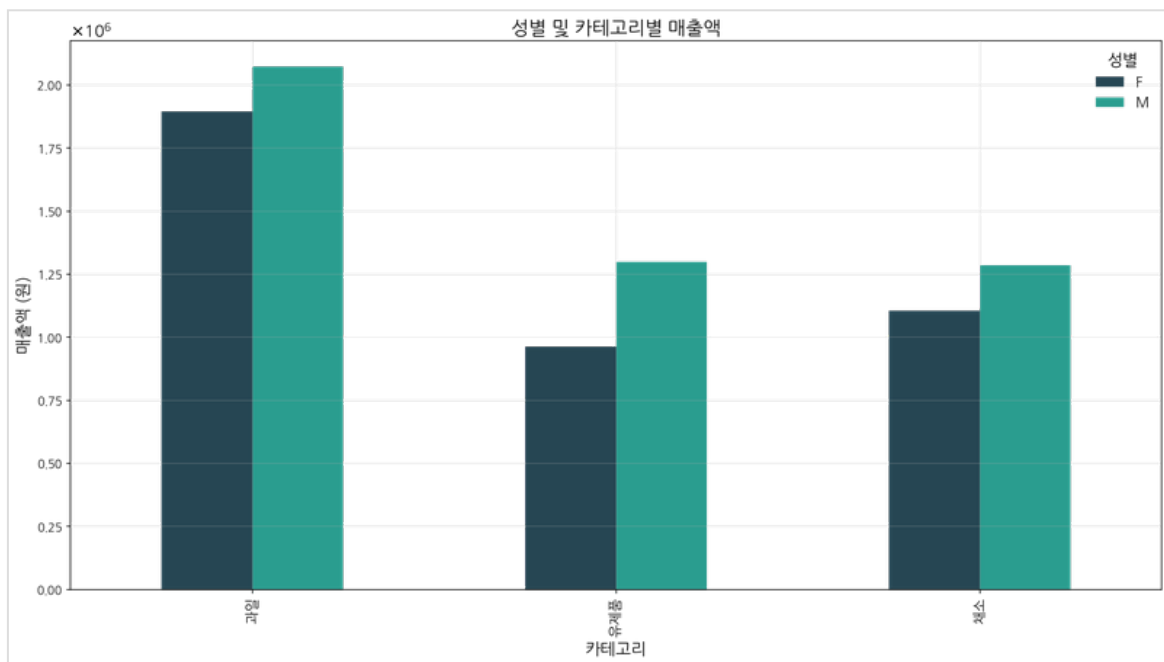


그림 8: 성별 및 카테고리별 매출액

성별 분석 결과, 여성 고객은 612건 주문으로 총 매출액 3,963,350원을 기록했으며, 남성 고객은 608건 주문으로 총 매출액 4,655,800원을 기록했습니다. 남성 고객의 평균 주문 금액(8,013원)이 여성 고객(6,478원)보다 약 24% 높게 나타났습니다.

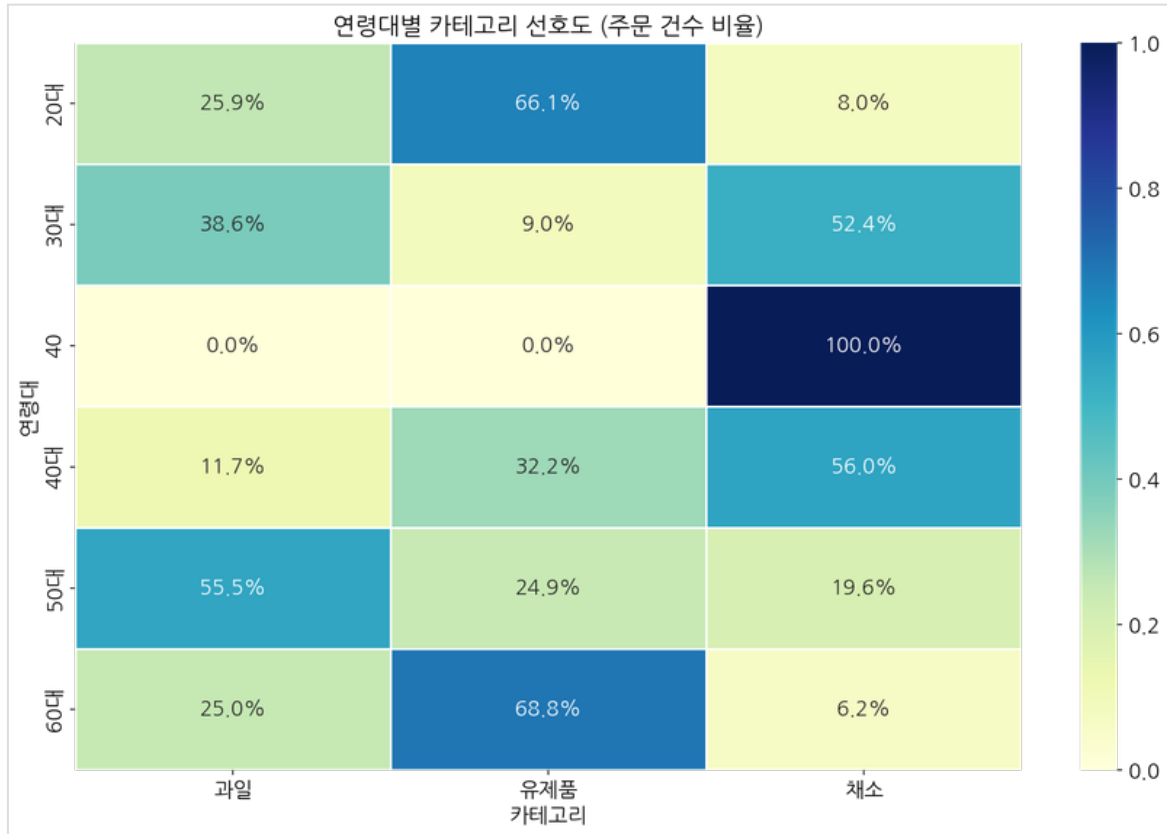


그림 9: 연령대별 카테고리 선호도

연령대별 카테고리 선호도 분석 결과, 20대와 60대는 유제품 선호도가 높고(각각 66.1%, 68.8%), 30대와 40대는 채소 선호도가 높으며(각각 52.4%, 56.0%), 50대는 과일 선호도가 높은(55.5%) 것으로 나타났습니다.

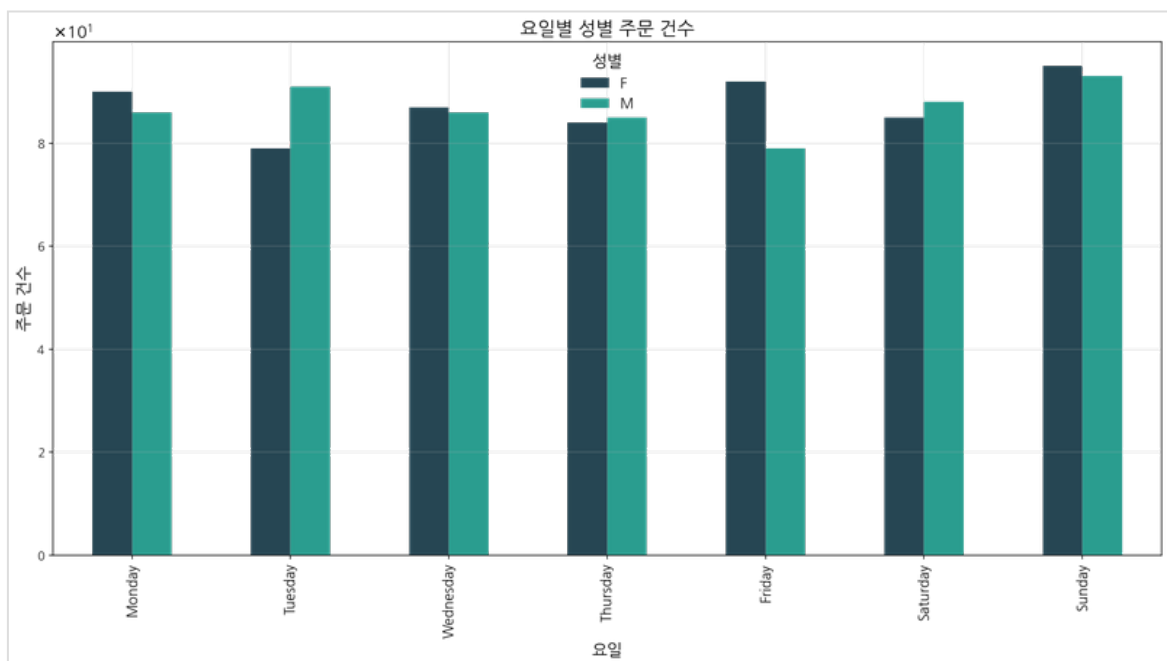


그림 10: 요일별 성별 주문 건수

핵심 인사이트: 요일별 구매 패턴에서 여성은 금요일과 일요일에, 남성은 화요일과 목요일에 주문 건수가 많은 것으로 나타났습니다. 이는 성별에 따른 쇼핑 패턴의 차이를 보여주며, 이를 고려한 타겟 마케팅 전략 수립이 필요합니다.

최고/최저 판매 제품 분석

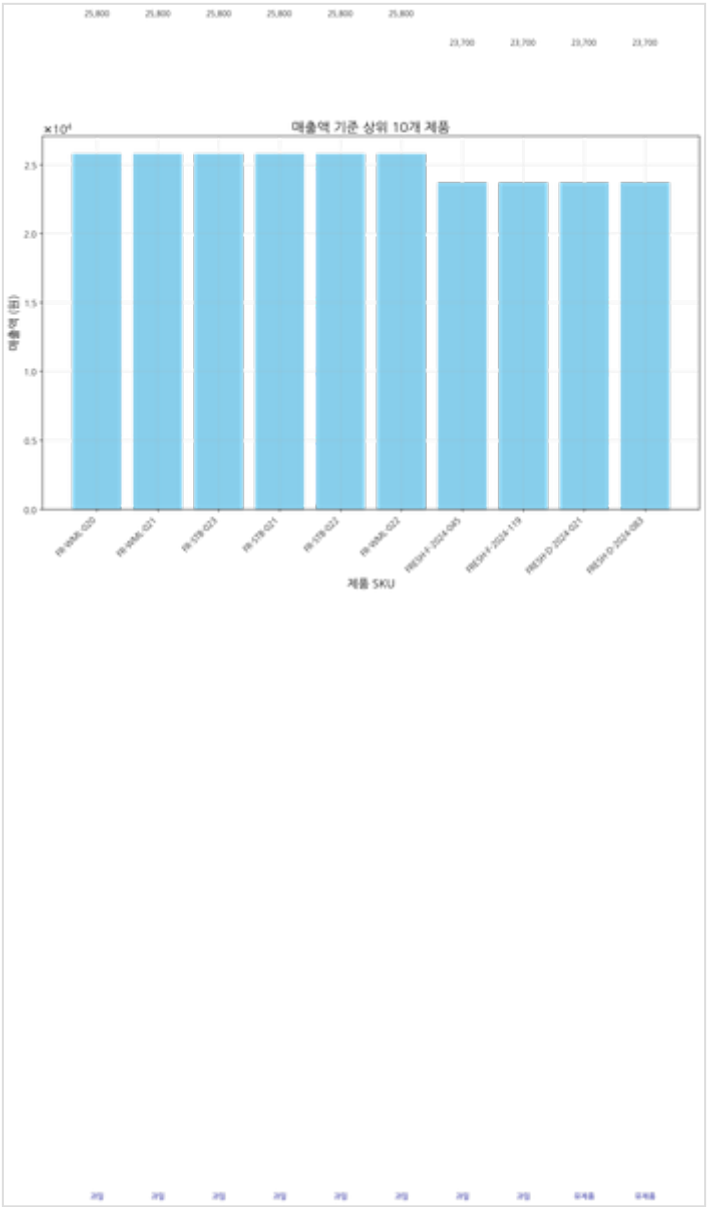


그림 11: 매출액 기준 상위 10개 제품

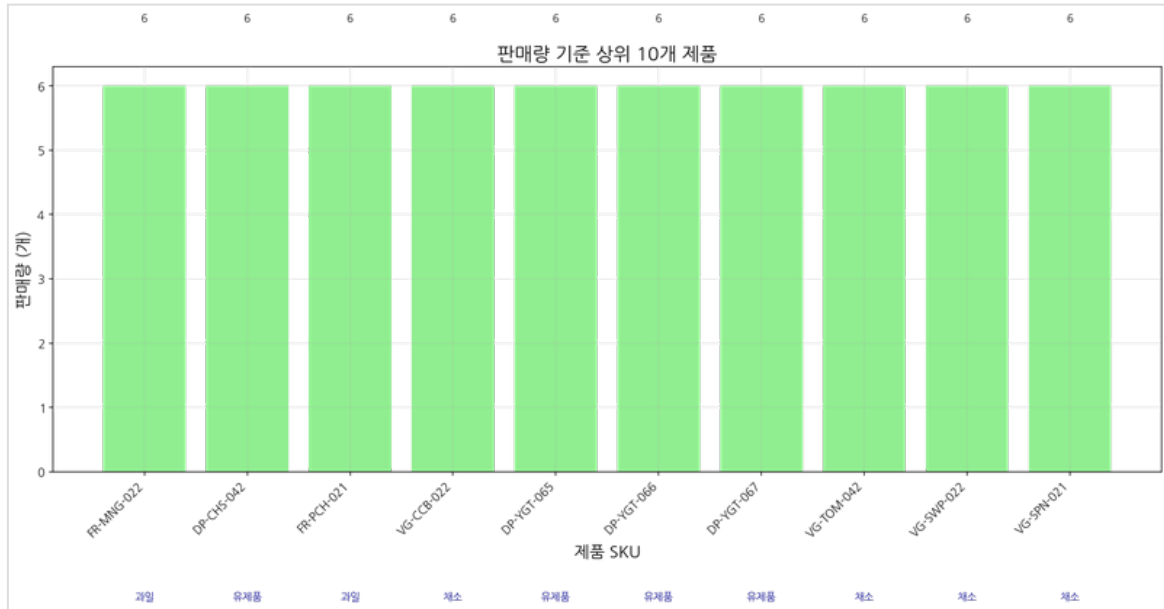


그림 12: 판매량 기준 상위 10개 제품



그림 13: 카테고리별 최고 매출 제품

핵심 인사이트: 매출액 기준 상위 10개 제품 중 8개가 과일 카테고리에 속하며, 특히 수박(WML)과 딸기(STB) 제품이 높은 매출을 기록했습니다. 판매량 기준 상위 제품은 카테고리별로 고르게 분포되어 있으며, 평균 단가는 1,167원~3,900원 범위로 중저가 제품이 많습니다. 매출액 기준 하위 제품은 모두 유제품 카테고리의 우유(MLK) 제품으로 나타났습니다.

마케팅 효과성 분석

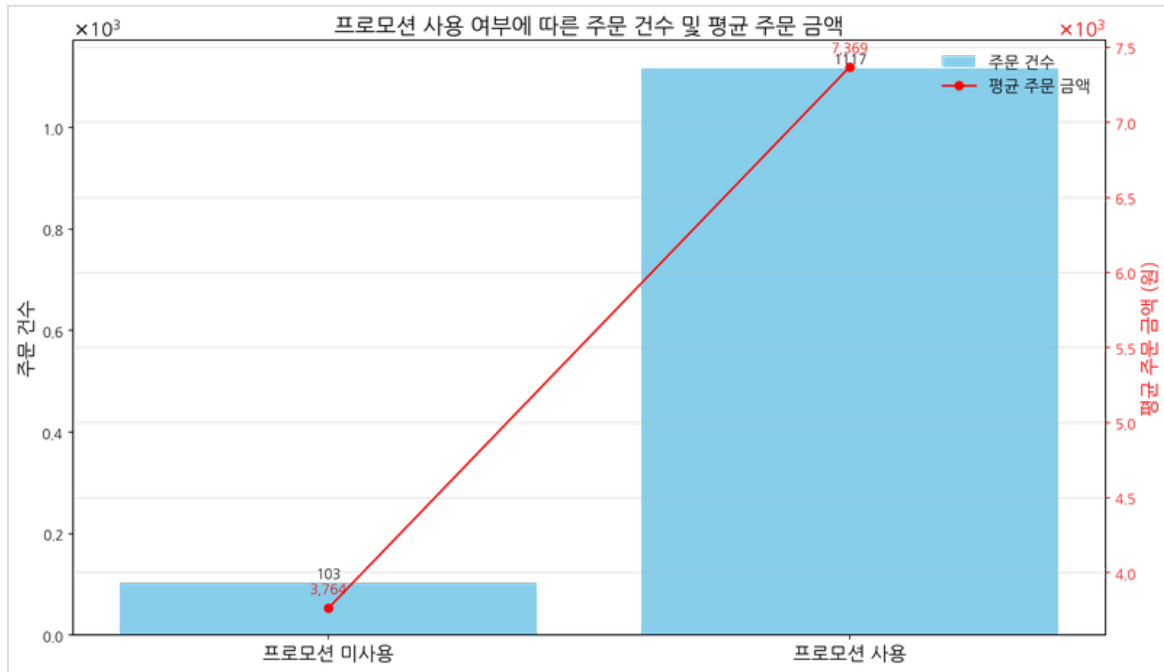


그림 14: 프로모션 사용 여부에 따른 주문 건수 및 평균 주문 금액

프로모션 사용 여부에 따른 분석 결과, 프로모션을 사용한 주문은 1,117건으로 전체 주문의 91.6%를 차지하며, 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 7,369원으로 프로모션 미사용 시(3,764원)보다 95.8% 증가하는 것으로 나타났습니다.

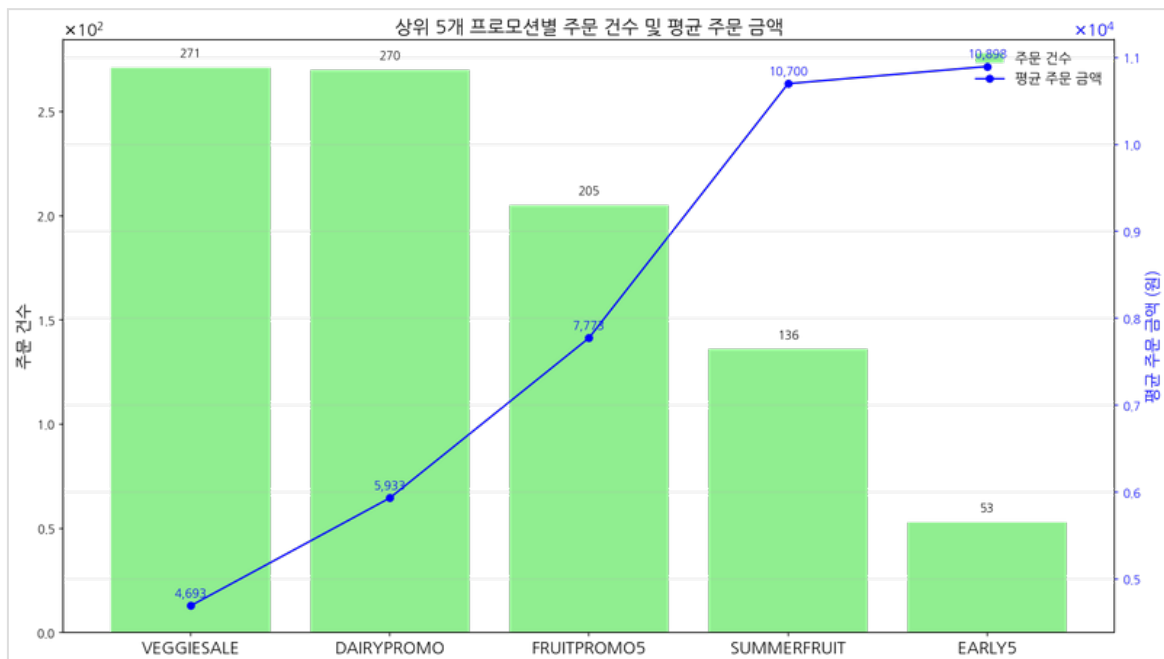


그림 15: 상위 5개 프로모션별 주문 건수 및 평균 주문 금액

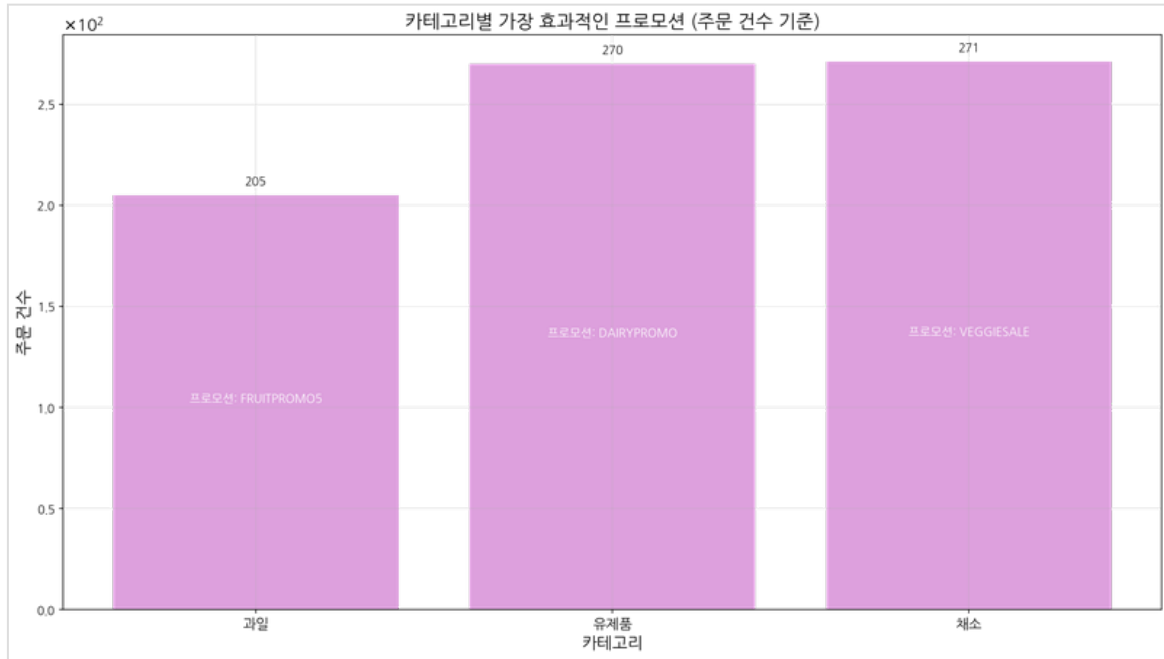


그림 16: 카테고리별 가장 효과적인 프로모션

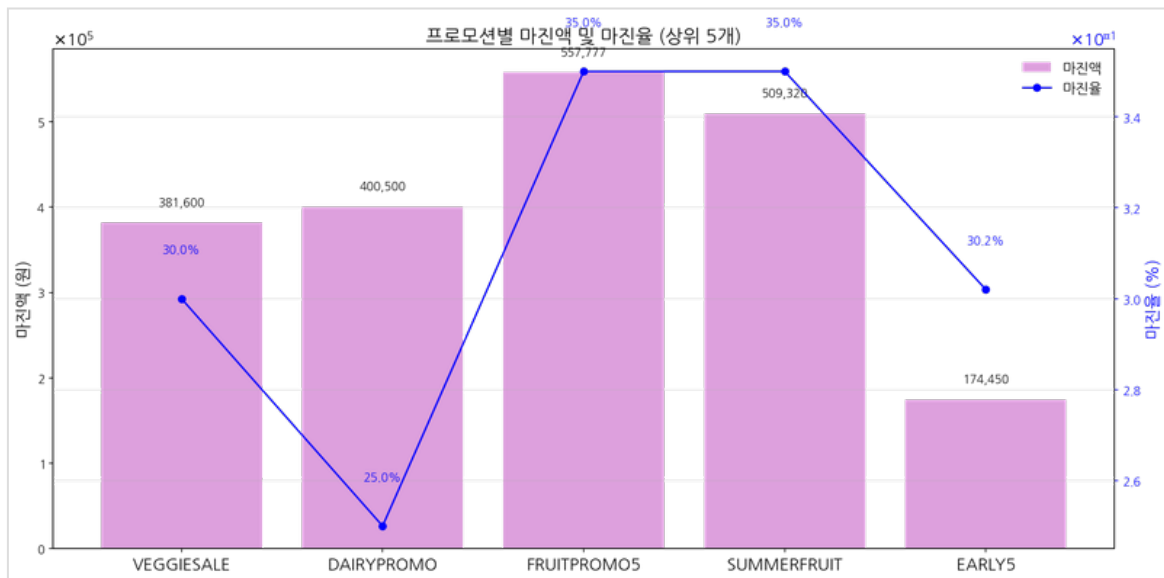


그림 17: 프로모션별 마진액 및 마진율

핵심 인사이트: 주문 건수 기준으로는 VEGGIESALE(271건)과 DAIRYPROMO(270건)가 가장 효과적이거나, 평균 주문 금액 기준으로는 EARLY5(10,898원)와 SUMMERFRUIT(10,700원)가 가장 효과적인 것으로 나타났습니다. 각 카테고리별로 특화된 프로모션(과일-FRUITPROMO5, 유제품-DAIRYPROMO, 채소-VEGGIESALE)이 가장 효과적으로 작동하고 있으며, 과일 관련 프로모션(FRUITPROMO5, SUMMERFRUIT)이 가장 높은 마진율(35%)을 유지하면서도 높은 매출을 기록하고 있습니다.

결론 및 제안사항

주요 발견사항 요약

1. **과일 카테고리의 높은 수익성:** 과일 카테고리는 전체 매출의 46% (3,967,350원)와 마진의 52% (1,388,573원)를 차지하는 핵심 카테고리입니다.
2. **프로모션의 높은 효과성:** 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 95.8% 증가 (3,764원 → 7,369원)하는 것으로 나타났습니다.
3. **남성 고객의 높은 객단가:** 남성 고객의 평균 주문 금액 (8,013원)이 여성 고객 (6,478원)보다 약 24% 높습니다.
4. **연령대별 뚜렷한 카테고리 선호도:** 20대/60대는 유제품, 30대/40대는 채소, 50대는 과일을 선호합니다.
5. **시간적 판매 패턴:** 5월과 주말(토/일)에 매출이 집중되며, 2월은 매출이 가장 저조합니다.

전략적 제안사항

1. **과일 카테고리 강화 전략:** 과일 카테고리의 제품 라인업 확대 및 프리미엄화 전략을 통해 전체 수익성을 향상시킵니다. 특히 수박(WML)과 딸기(STB) 제품의 품질 관리와 마케팅을 강화합니다.
2. **이원화된 프로모션 전략:** 주문 건수 증대(VEGGIESALE, DAIRYPROMO)와 객단가 증대(EARLY5, SUMMERFRUIT) 프로모션을 병행하여 운영합니다. 또한 교차 판매를 위한 번들 프로모션(예: 과일 + 유제품 세트)도 도입합니다.
3. **타겟 마케팅 전략:** 남성 고객, 특히 20대와 60대를 대상으로 한 프리미엄 제품 마케팅을 강화하고, 연령대별 선호 카테고리에 맞춘 타겟 마케팅 전략을 수립합니다.
4. **시간적 판매 전략:** 성수기(5월) 및 주말 판매 전략을 강화하고, 비수기(2월) 매출 활성화를 위한 특별 프로모션을 도입합니다.
5. **채널 최적화 전략:** Market Kurly 채널에서의 성공 요인을 분석하여 다른 배송 서비스에도 적용하는 전략을 수립합니다.

액션 아이템

1. 과일 카테고리의 프리미엄 제품 라인업 확대 (우선순위: 높음)
2. 남성 20대/60대 타겟 프리미엄 마케팅 캠페인 개발 (우선순위: 중간)
3. 2월 매출 활성화를 위한 특별 프로모션 기획 (우선순위: 높음)
4. 교차 판매를 위한 번들 상품 개발 (우선순위: 중간)
5. 연령대별 선호 카테고리에 맞춘 맞춤형 마케팅 메시지 개발 (우선순위: 중간)