

Moon Market 판매 현황 보고서

요약 Moon Market의 2024년 1월부터 6월까지의 판매 데이터를 분석한 결과, 총 판매액은 8,619,150 원으로 집계되었습니다. 과일 카테고리가 전체 판매액의 약 46%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 5월에 판매액이 가장 높게 나타났습니다. 고객 세그먼트 분석 결과, 남성 고객의 구매 비중이 여성보다 높으며, 30대 연령층이 가장 높은 판매액을 기록했습니다. 프로모션 효과성 분석에서는 'DAIRYPROMO'와 'FRUITPROMO5' 프로모션이 가장 높은 판매액을 기록했습니다.

주요 발견 사항 1. **판매 트렌드**: 5월 판매액이 1,834,730원으로 최고치를 기록했으며, 다른 달에 비해 약 30% 이상 높은 수치를 보였습니다. 2. **카테고리 성과**: 과일 카테고리 판매액이 3,967,350원으로 전체 판매액의 약 46%를 차지하며, 채소(2,389,700원)와 유제품(2,262,100원)보다 훨씬 높은 성과를 보였습니다. 3. **프로모션 효과**: 'DAIRYPROMO' 프로모션이 1,602,000원으로 가장 높은 판매액을 기록했으며, 'FRUITPROMO5'가 1,593,650원으로 그 뒤를 이었습니다. 4. **고객 세그먼트**: 남성 고객의 구매액이 4,655,800원으로 여성 고객(3,963,350원)보다 높았으며, 30대 연령층이 2,989,690원으로 가장 높은 판매액을 기록했습니다.

상세 분석

1. 판매 트렌드 분석 Moon Market의 월별 판매 트렌드를 분석한 결과, 5월에 판매액이 가장 높게 나타났으며, 다른 달에 비해 약 30% 이상 높은 수치를 보였습니다. 1월부터 4월까지의 비교적 안정적인 판매 패턴을 보이다가 5월에 급증한 후 6월에 다시 감소하는 패턴을 보였습니다. ![월별 판매액 차트](./artifacts/monthly_sales.png)

5월의 판매 급증은 계절적 요인(봄철 신선식품 수요 증가) 또는 특별 프로모션의 효과일 수 있으며, 이러한 패턴을 이해하고 활용하는 것이 마케팅 전략 수립에 중요합니다.

2. 카테고리별 판매 분석 카테고리별 판매액을 분석한 결과, 과일 카테고리가 전체 판매액의 약 46%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 채소와 유제품은 각각 약 28%와 26%로 비슷한 비중을 보이고 있습니다. ![카테고리별 판매액 파이 차트](./artifacts/category_sales_pie.png) 월별 카테고리별 판매 트렌드를 분석한 결과, 5월에 모든 카테고리에서 판매액이 증가했으나, 특히 과일 카테고리의 증가가 두드러졌습니다. 과일 카테고리는 전체 기간 동안 지속적으로 다른 카테고리보다 높은 판매액을 유지하고 있습니다. ![월별 카테고리별 판매액 차트](./artifacts/monthly_category_sales.png)

과일 카테고리 판매액: 3,967,350원 (46.0%)

채소 카테고리 판매액: 2,389,700원 (27.7%)

유제품 카테고리 판매액: 2,262,100원 (26.2%)

3. 프로모션 효과성 분석
프로모션별 판매액을 분석한 결과, 'DAIRYPROMO'와 'FRUITPROMO5' 프로모션이 가장 높은 판매액을 기록했으며, 'SUMMERFRUIT' 프로모션은 평균 주문 금액이 가장 높아 고객당 구매 금액을 증가시키는 데 효과적이었습니다. ![상위 프로모션별 판매액 차트](./artifacts/top_promotions.png) ![프로모션별 평균 주문 금액 차트](./artifacts/promotion_avg_order_chart.png)
카테고리별 프로모션 효과를 분석한 결과, 과일 카테고리에 특화된 프로모션이 전체적으로 높은 효과를 보이고 있어, 이 카테고리에 대한 프로모션 투자가 효율적인 것으로 나타났습니다. ![카테고리별 프로모션 효과 히트맵](./artifacts/category_promotion_heatmap.png)

'SUMMERFRUIT' 프로모션은 평균 주문 금액을 높이는 데 효과적이므로, 고객 단위 수익성을 높이는 전략에 활용할 수 있습니다.

4. 고객 세그먼트 분석 성별 판매액을 분석한 결과, 남성 고객의 구매 비중이 여성보다 높으며, 전체 판매액의 약 54%를 차지합니다. ![성별 판매액 차트](./artifacts/gender_sales.png) 연령대별 판매액을 분석한 결과, 30대 연령층이 가장 높은 판매액을 기록했으며, 50대와 40대가 그 뒤를 이었습니다. ![연령대별 판매액 차트](./artifacts/age_sales.png) 성별 및 연령대별 판매액을 교차 분석한 결과, 30대 남성과 50대 남성 고객이 가장 높은 구매력을 보이는 핵심 고객층으로 나타났습니다. ![성별 및 연령대별 판매액 히트맵](./artifacts/gender_age_heatmap.png)

남성 고객 판매액: 4,655,800원 (54.0%)

여성 고객 판매액: 3,963,350원 (46.0%)

30대 연령층 판매액: 2,989,690원 (34.7%)

50대 연령층 판매액: 2,517,900원 (29.2%)

40대 연령층 판매액: 1,803,290원 (20.9%)

마케팅 관점의 인사이트 및 제안 ### 주요 인사이트 1. **타겟 고객층 전략**: 30대와 50대 남성 고객을 주요 타겟으로 하는 마케팅 전략이 효과적일 것입니다. 이들 세그먼트는 가장 높은 구매력을 보이는 핵심 고객층입니다. 2. **카테고리 강화**: 과일 카테고리의 강점을 더욱 강화하고, 유제품과 채소 카테고리의 판매 촉진을 위한 전략이 필요합니다. 특히 유제품 카테고리는 5월에 높은 성장률을 보였으나, 절대 판매액은 여전히 다른 카테고리보다 낮습니다. 3. **프로모션 최적화**: 'DAIRYPROMO'와 'FRUITPROMO5' 프로모션의 성공 요인을 분석하여 다른 카테고리에도 적용할 필요가 있습니다. 'SUMMERFRUIT' 프로모션은 평균 주문 금액을 높이는 데 효과적이므로, 고객 단위 수익성을 높이는 전략에 활용할 수 있습니다. 4. **계절적 전략**: 5월의 판매 급증을 활용한 계절적 마케팅 전략을 수립해야 합니다. 5월에 효과적이었던 프로모션 전략을 분석하고, 다른 달에도 적용 가능한지 검토해야 합니다. 5. **고객 세그먼트별 접근**: 각 고객 세그먼트별 선호 카테고리나 프로모션 반응도를 고려한 맞춤형 마케팅이 필요합니다. 특히 30대 남성과 50대 남성 고객을 위한 맞춤형 프로모션과 상품 구성을 강화해야 합니다. ### 비즈니스 제안 1. **과일 카테고리 강화 전략** - 과일 카테고리의 다양성을 확대하고, 프리미엄 과일 상품 라인업을 강화하여 평균 주문 금액을 높입니다. - 5월에 효과적이었던 과일 관련 프로모션 전략을 다른 달에도 적용하여 판매 증진을 도모합니다. - 계절별 특화 과일 상품을 개발하고, 이에 맞는 마케팅 캠페인을 진행합니다. 2. **유제품 및 채소 카테고리 활성화 전략** - 유제품 카테고리의 높은 성장 잠재력을 활용하여 이 카테고리의 판매를 더욱 촉진할 수 있는 전략을 개발합니다. - 채소 카테고리의 마진을 개선하고, 유기농 및 프리미엄 채소 상품을 강화합니다. - 'DAIRYPROMO'의 성공 요인을 분석하여 유제품 카테고리의 판매를 더욱 촉진합니다. 3. **고객 세그먼트별 타겟 마케팅 전략** - 30대 남성 고객을 위한 맞춤형 프로모션과 상품 구성을 강화합니다. - 50대 남성 고객의 높은 평균 주문 금액을 활용한 프리미엄 상품 전략을 수립합니다. - 여성 고객의 구매 비중을 높이기 위한 특별 프로모션과 마케팅 캠페인을 진행합니다. 4. **계절적 마케팅 전략** - 5월의 판매 급증 요인을 더 깊이 분석하여 다른 달에도 적용 가능한 전략을 개발합니다. - 계절별 특화 상품과 프로모션을 개발하여 판매의 계절적 변동성을 활용합니다. - 판매가 상대적으로 낮은 6월을 위한 특별 마케팅 전략을 수

립합니다. 5. **프로모션 최적화 전략** - 'SUMMERFRUIT' 프로모션의 평균 주문 금액 증가 효과를 분석하여 다른 프로모션에도 적용합니다. - 카테고리별 프로모션 효과를 분석하여 각 카테고리에 최적화된 프로모션 전략을 수립합니다. - 고객 세그먼트별 프로모션 반응도를 분석하여 타겟 마케팅 전략을 수립합니다.

결론

Moon Market의 판매 데이터 분석 결과, 과일 카테고리가 전체 판매액의 약 46%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 5월에 판매액이 가장 높게 나타났습니다. 고객 세그먼트 분석 결과, 남성 고객의 구매 비중이 여성보다 높으며, 30대 연령층이 가장 높은 판매액을 기록했습니다. 프로모션 효과성 분석에서는 'DAIRYPROMO'와 'FRUITPROMO5' 프로모션이 가장 높은 판매액을 기록했습니다.

이러한 분석 결과를 바탕으로, 과일 카테고리의 강점을 더욱 강화하고, 유제품과 채소 카테고리의 판매 촉진을 위한 전략이 필요합니다. 또한, 30대와 5대 남성 고객을 주요 타겟으로 하는 마케팅 전략이 효과적일 것입니다. 5월의 판매 급증을 활용한 계절적 마케팅 전략을 수립하고, 'DAIRYPROMO'와 'FRUITPROMO5' 프로모션의 성공 요인을 분석하여 다른 카테고리에도 적용할 필요가 있습니다.