

Moon Market 판매 현황 보고서

세일즈 및 마케팅 관점 분석

작성일: 2025년 10월 20일

개요 (Executive Summary)

본 보고서는 Moon Market의 판매 데이터를 세일즈 및 마케팅 관점에서 분석한 결과입니다. 분석 결과, Moon Market의 총 매출액은 8,619,150원이며, 총 1,220건의 거래와 2,189개의 상품이 판매되었습니다. 평균 주문 금액은 7,064.88원이며, 평균 상품 가격은 3,937.48원입니다.

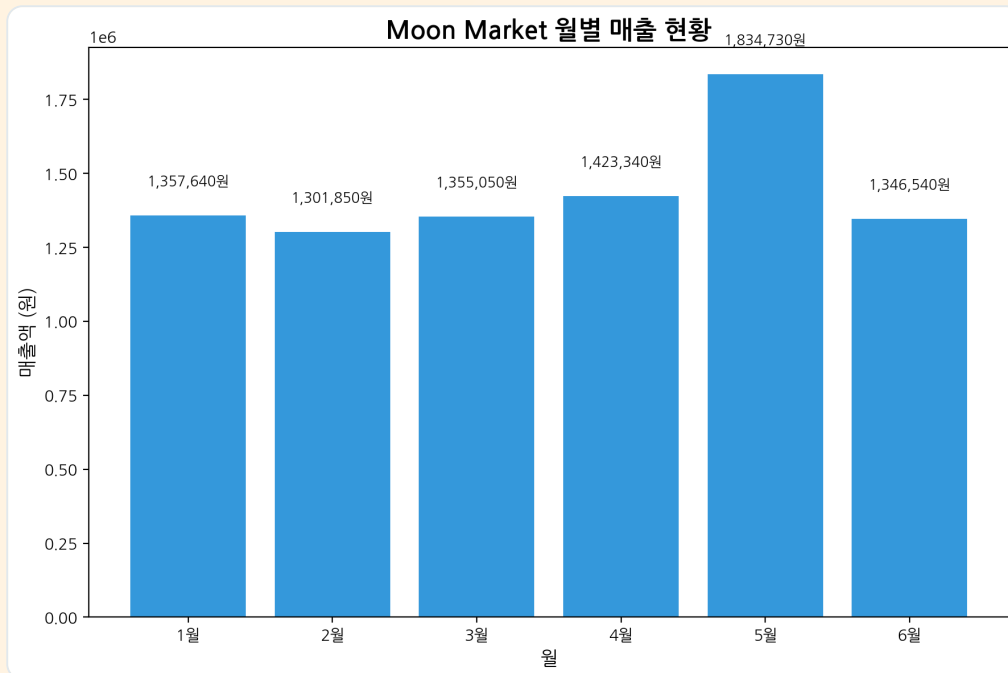
매출 분석 결과, 5월에 1,834,730원으로 가장 높은 매출을 기록했으며, 이는 전월 대비 28.9%의 성장률을 보였습니다. 제품 카테고리별로는 과일 카테고리가 전체 매출의 46.03%를 차지하며 가장 높은 비중을 보였습니다.

고객 세그먼트 분석에서는 30대 고객이 전체 매출의 34.69%로 가장 높은 매출 기여도를 보였으며, 성별로는 남성 고객이 전체 매출의 54.0%를 차지했습니다. 프로모션 효과 분석 결과, 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 미사용 대비 1.96배 높은 것으로 나타났습니다.

핵심 지표: 총 매출액 8,619,150원, 최고 매출 월 5월 (1,834,730원), 최고 매출 카테고리 '과일' (3,967,350원)

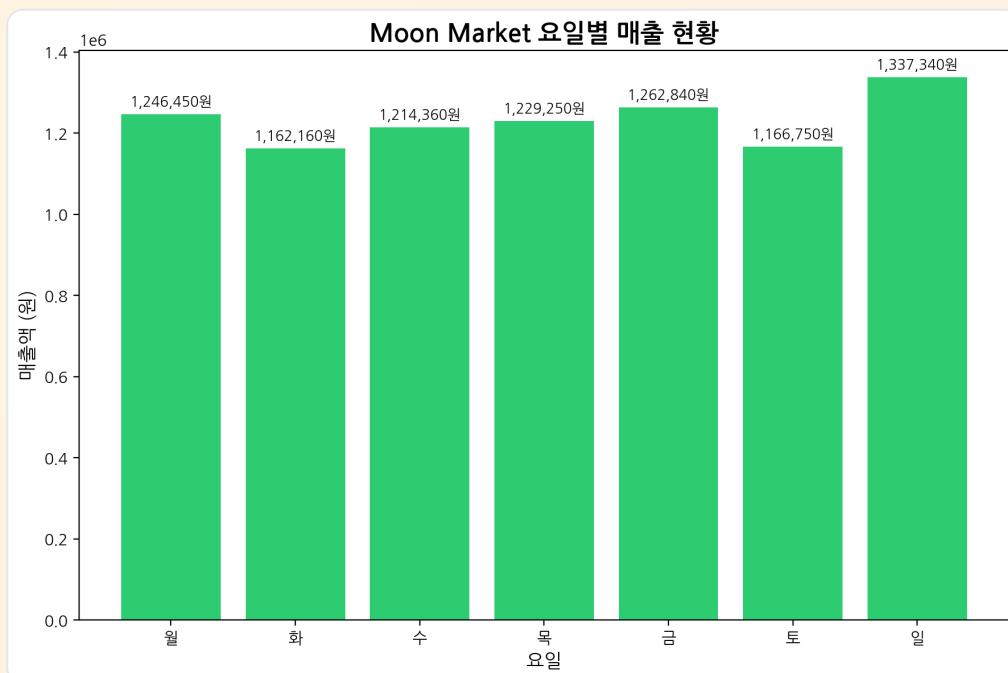
주요 발견사항 (Key Findings)

1. 매출 및 판매 트렌드



월별 매출 현황

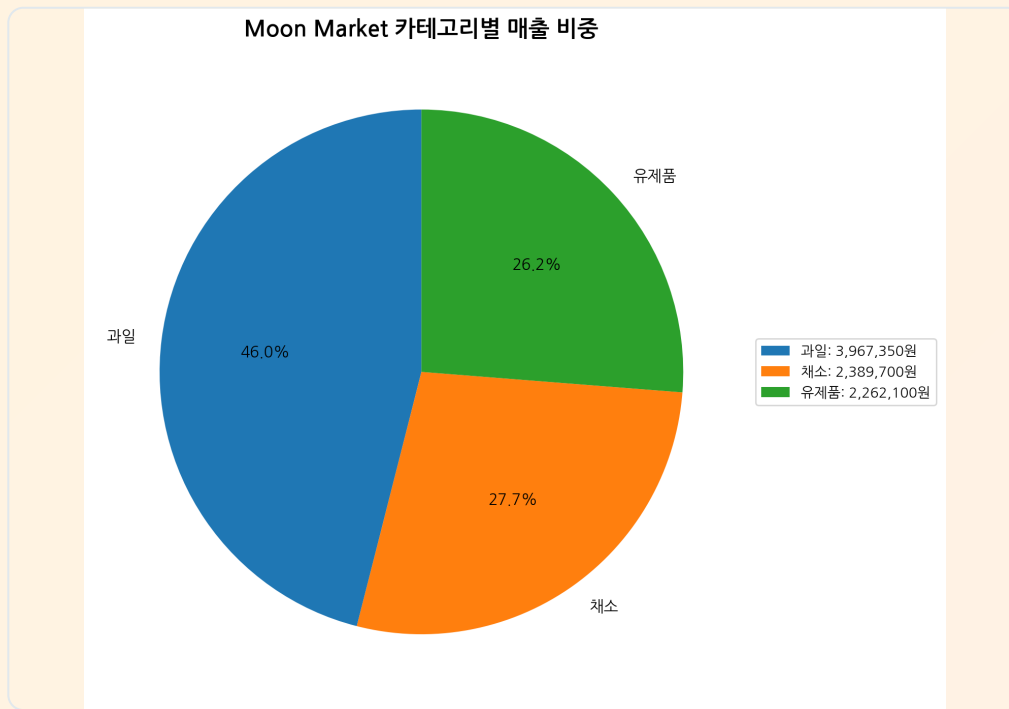
월별 매출 분석 결과, 5월에 1,834,730원으로 가장 높은 매출을 기록했으며, 이는 전월 대비 28.9%의 성장률을 보였습니다. 반면 6월에는 매출이 전월 대비 26.6% 감소하여 원인 파악 및 대응이 필요합니다. 이러한 월별 변동성은 계절적 요인 또는 프로모션 효과에 기인한 것으로 추정됩니다.



요일별 매출 현황

요일별 매출 분석 결과, 일요일에 1,337,340원으로 가장 높은 매출을 기록했으며, 이는 주말 쇼핑 패턴이 뚜렷함을 보여줍니다. 일별 최대 매출액은 148,490원, 주별 최대 매출액은 495,580원으로 나타났습니다. 이러한 패턴을 활용하여 요일별 재고 및 인력 배치를 최적화할 필요가 있습니다.

2. 제품 및 카테고리 성과



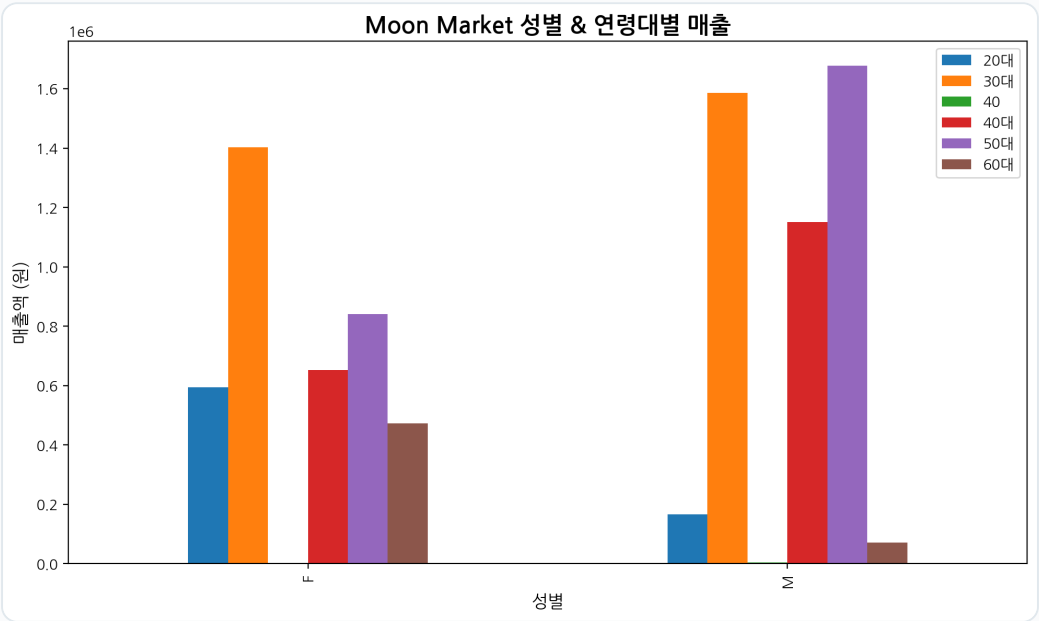
카테고리별 매출 비중

카테고리별 매출 분석 결과, 과일 카테고리가 3,967,350원으로 전체 매출의 46.03%를 차지하며 가장 높은 비중을 보였습니다. 과일 카테고리는 평균 가격이 9,582.97원으로 다른 카테고리보다 높아 프리미엄 전략이 효과적일 것으로 판단됩니다. 반면, 채소 카테고리는 판매 건수로는 458건(37.5%)으로 가장 많지만 객단가가 낮아 가치 제안 개선이 필요합니다.

핵심 인사이트: 과일 카테고리가 전체 매출의 46.03%를 차지하며, 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 미사용 대비 1.96배 높습니다.

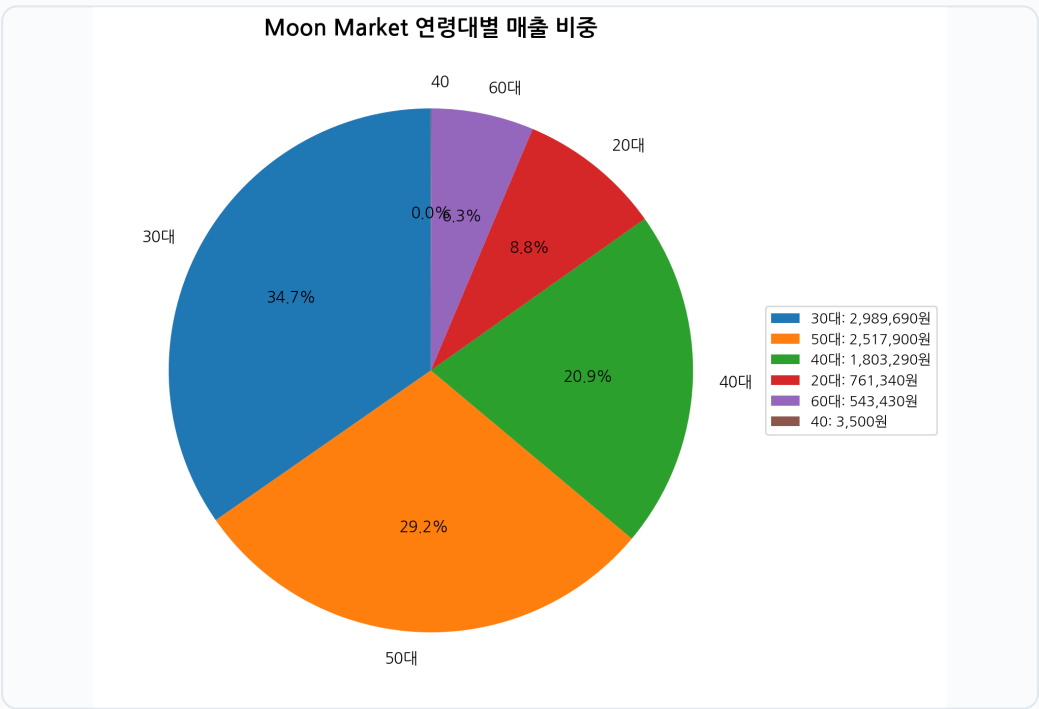
상세 분석 (Detailed Analysis)

1. 고객 세그먼트 분석



성별 및 연령대별 매출 분석

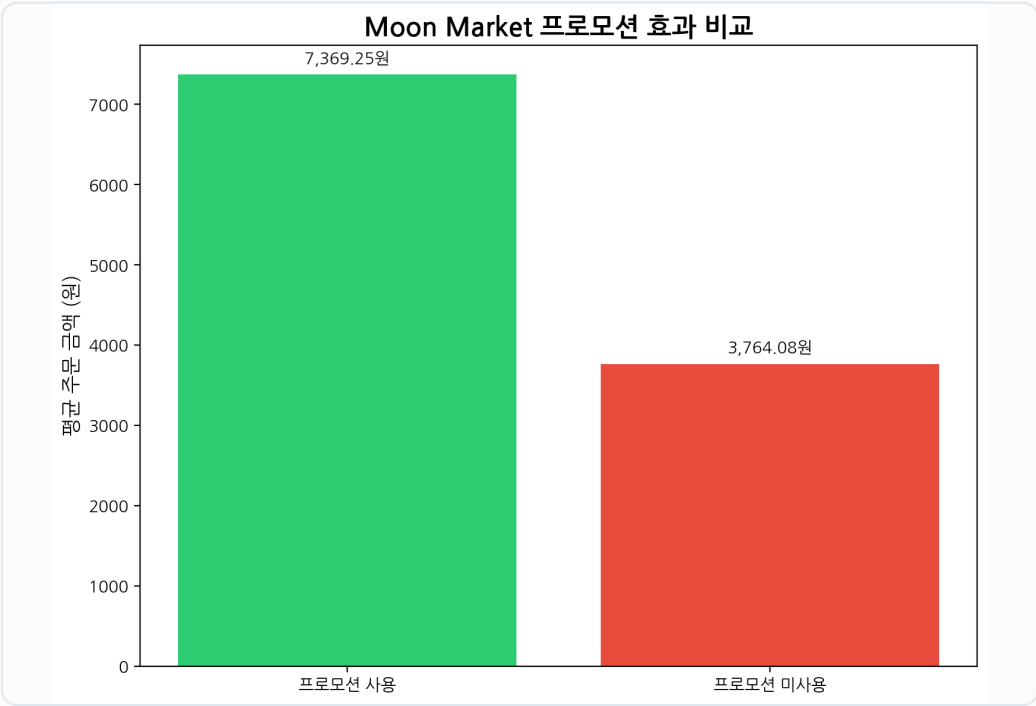
고객 세그먼트 분석 결과, 성별로는 남성 고객이 전체 매출의 54.0%(4,655,800원)를 차지하여 여성 고객 (45.98%)보다 높은 비중을 보였습니다. 연령대별로는 30대 고객이 전체 매출의 34.69%로 가장 높은 매출 기여도를 보였으며, 50대 고객이 29.2%(2,517,900원)로 두 번째로 높은 매출 기여를 보였습니다.



연령대별 매출 비중

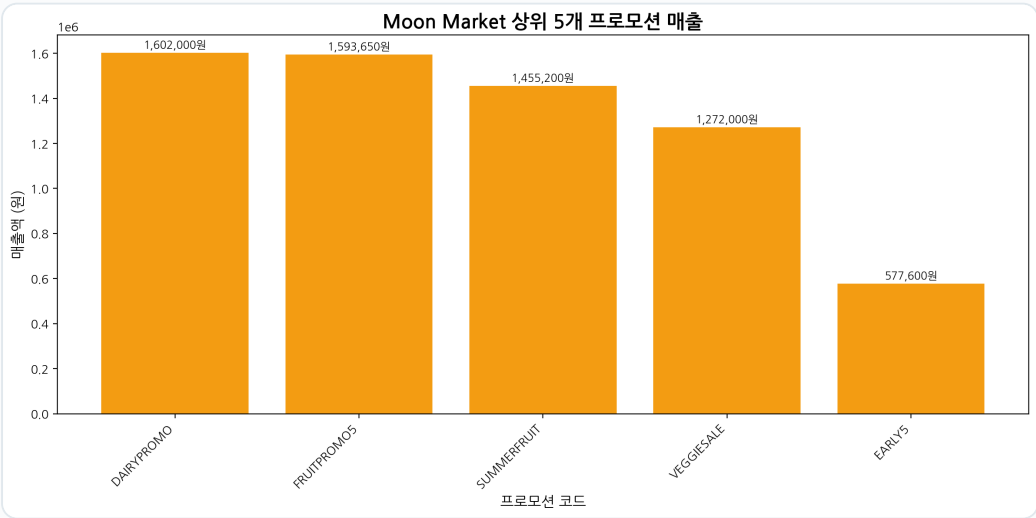
연령대별 매출 비중을 분석한 결과, 30대와 50대 고객이 전체 매출의 약 64%를 차지하고 있어 이들을 타겟으로 한 맞춤형 마케팅 전략이 필요합니다. 특히 30대 고객층을 위한 로열티 프로그램 개발과 50대 고객층을 위한 타겟 마케팅을 강화할 필요가 있습니다.

2. 프로모션 효과 분석



프로모션 사용 여부에 따른 주문 금액 비교

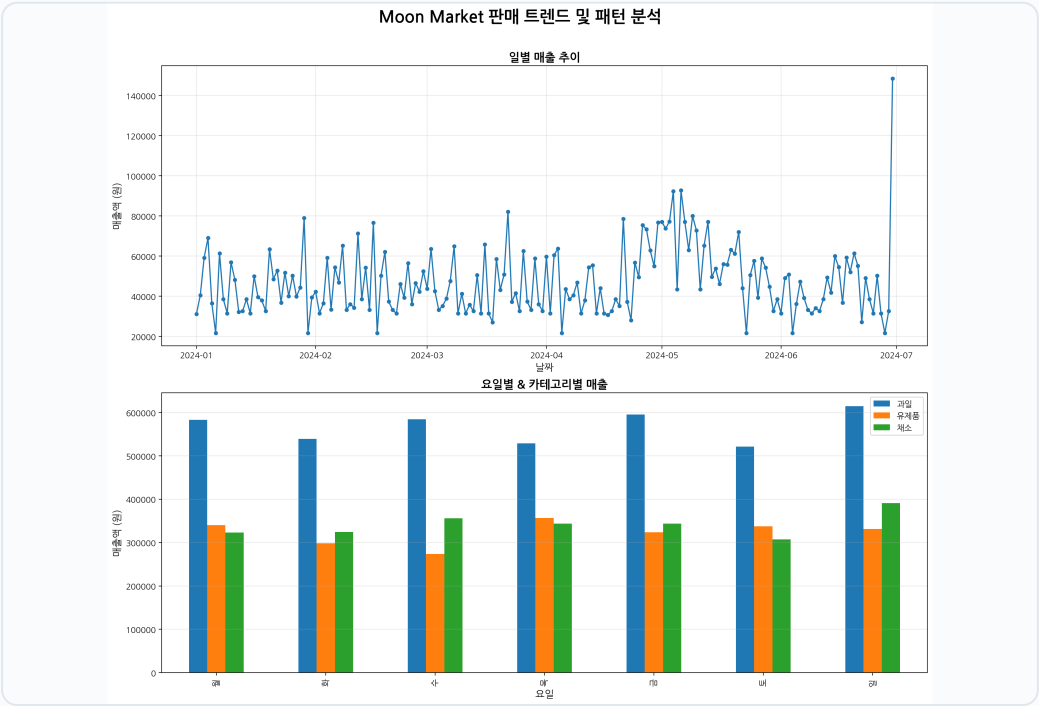
프로모션 효과 분석 결과, 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 미사용 대비 1.96배 높은 것으로 나타났습니다. 프로모션 사용 비율은 91.6%로 대부분의 고객이 프로모션을 활용하고 있으며, 이는 프로모션이 구매 결정에 중요한 요소임을 시사합니다.



상위 5개 프로모션 매출 현황

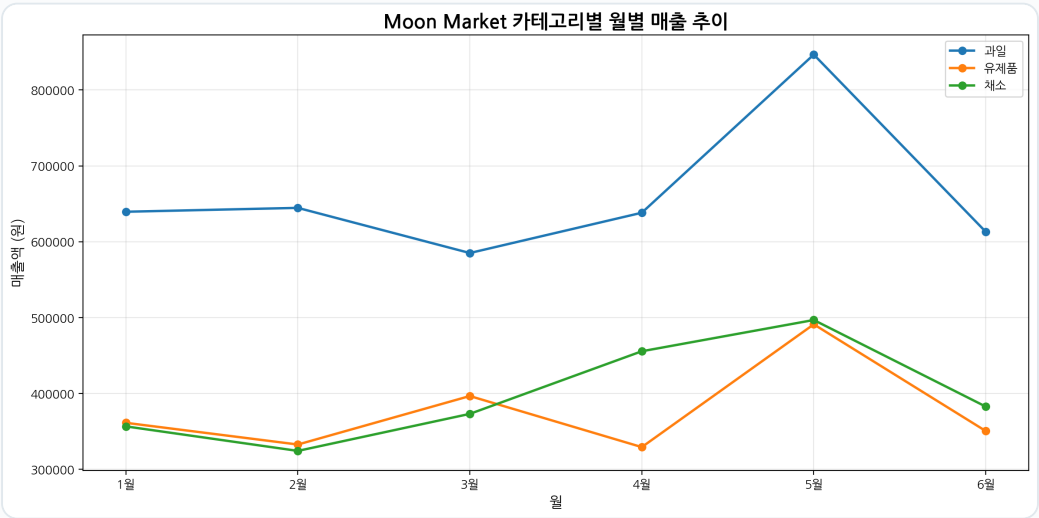
프로모션별 성과 분석 결과, DAIRYPROMO가 총 1,602,000원의 매출을 창출하여 가장 효과적인 프로모션으로 나타났습니다. 또한 SUMMERFRUIT 프로모션은 평균 10,700원으로 가장 높은 객단가를 기록했습니다. 이러한 결과를 바탕으로 효과적인 프로모션은 확대하고, 저성과 프로모션은 개선 또는 대체할 필요가 있습니다.

3. 판매 트렌드 및 패턴 분석



일별 매출 추이 및 요일별 카테고리 매출

판매 트렌드 분석 결과, 5월에 일별 매출 피크가 집중되어 있으며, 주중보다 주말 매출이 더 높은 경향을 보입니다. 일별 최대 매출액은 148,490원, 주별 최대 매출액은 495,580원으로 나타났습니다. 이러한 패턴을 활용하여 마케팅 캠페인 및 프로모션 일정을 최적화할 필요가 있습니다.



카테고리별 월간 매출 추이

카테고리별 월간 매출 추이를 분석한 결과, 과일 카테고리가 모든 월에서 가장 높은 매출을 기록했으며, 특히 5월에 가장 높은 매출을 보였습니다. 이는 계절적 요인 또는 프로모션 효과에 기인한 것으로 추정되며, 5월의 성공 요인을 분석하여 다른 월에도 적용 가능한 전략을 도출할 필요가 있습니다.

4. 핵심 성과 지표(KPI) 분석



핵심 성과 지표 레이더 차트

핵심 성과 지표 분석 결과, 총 매출액은 8,619,150원, 평균 주문 금액은 7,064.88원, 평균 월별 성장률은 1.46%로 나타났습니다. 또한 최고 매출 카테고리(과일)의 매출 비중은 46.03%이며, 프로모션 효과는 1.96배로 나타났습니다. 배송 완료율은 83.36%로 개선의 여지가 있으며, 최고 매출 지역(서울)의 매출 비중은 76.56%로 지역 다변화가 필요합니다.

핵심 성과 지표	값	비고
총 매출액	8,619,150원	전체 분석 기간
총 거래 건수	1,220건	전체 분석 기간
평균 주문 금액	7,064.88원	총 매출액 / 총 거래 건수
최고 매출 월	5월 (1,834,730원)	전월 대비 28.9% 성장
최고 매출 카테고리	과일 (3,967,350원)	전체 매출의 46.03%
최고 매출 연령대	30대 (2,989,690원)	전체 매출의 34.69%
프로모션 효과	1.96배	프로모션 사용 시 평균 주문 금액 증가율

결론 및 제안사항 (Conclusions and Recommendations)

1. 매출 최적화 전략

- **5월 성공 요인 분석 및 확대:** 5월 매출이 다른 월 대비 28.9%나 높은 원인을 분석하여 다른 월에도 적용 가능한 전략을 도출해야 합니다. 특히 5월에 진행된 프로모션, 상품 구성, 마케팅 활동 등을 면밀히 분석할 필요가 있습니다.
- **요일별 재고 및 인력 최적화:** 일요일 매출이 1,337,340원으로 가장 높은 점을 고려하여, 주말에 맞춘 재고 관리 및 인력 배치 전략을 수립해야 합니다. 특히 인기 상품의 재고를 주말 전에 충분히 확보하는 것이 중요합니다.
- **6월 매출 하락 대응:** 5월 대비 6월 매출이 26.6% 감소한 원인을 파악하고 대응 전략을 수립해야 합니다. 계절적 요인인지, 프로모션 부재 때문인지, 또는 다른 요인이 있는지 분석이 필요합니다.

2. 제품 및 카테고리 전략

- **과일 카테고리 프리미엄화:** 과일 카테고리가 전체 매출의 46.03%를 차지하고 평균 가격이 9,582.97원으로 높은 점을 활용하여 프리미엄 전략을 강화해야 합니다. 고품질 과일 라인업 확대 및 프리미엄 패키징 도입을 고려할 수 있습니다.
- **채소 카테고리 객단가 향상:** 판매량은 많으나 객단가가 낮은 채소 카테고리의 가치 제안을 개선해야 합니다. 유기농 제품 라인업 확대, 세트 상품 구성 등을 통해 객단가를 높일 수 있습니다.
- **유제품 카테고리 활성화:** 매출 비중이 낮은 유제품 카테고리의 프로모션 및 마케팅을 강화해야 합니다. DAIRYPROMO가 효과적인 것으로 나타났으므로, 이를 확대 적용하는 것이 좋습니다.

3. 고객 세그먼트 타겟팅

- **30대 고객층 로열티 프로그램:** 30대 고객이 전체 매출의 34.69%를 차지하는 핵심 고객층이므로, 이들을 위한 맞춤형 로열티 프로그램을 개발해야 합니다. 건강식품, 간편식 등 30대의 라이프스타일에 맞는 상품 구성을 강화할 수 있습니다.
- **남성 고객 맞춤 상품 개발:** 남성 고객이 전체 매출의 54.0%를 차지하므로, 남성의 선호도와 구매 패턴을 반영한 상품 구성을 최적화해야 합니다. 남성 고객을 위한 마케팅 메시지와 프로모션을 개발할 필요가 있습니다.
- **50대 고객층 타겟 마케팅:** 50대 고객이 전체 매출의 29.2%로 두 번째로 높은 매출 기여를 보이므로, 이들을 위한 타겟 마케팅을 강화해야 합니다. 건강 기능성 식품, 프리미엄 제품 등을 중심으로 마케팅할 수 있습니다.

4. 프로모션 최적화

- **프로모션 효과 활용:** 프로모션 사용 시 평균 주문 금액이 미사용 대비 1.96배 높은 점을 활용하여 프로모션 전략을 강화해야 합니다. 특히 객단가가 높은 SUMMERFRUIT 프로모션의 적용 범위를 확대할 필요가 있습니다.
- **프로모션 조합 테스트:** 다양한 프로모션 조합을 테스트하여 최적의 효과를 도출해야 합니다. 카테고리별, 고객 세그먼트별로 다른 프로모션을 적용하는 A/B 테스트를 진행할 수 있습니다.
- **시즌별 프로모션 계획:** 월별, 요일별 매출 패턴을 고려한 시즌별 프로모션 계획을 수립해야 합니다. 특히 매출이 낮은 월에 집중적인 프로모션을 진행하여 매출 평준화를 도모할 수 있습니다.

핵심 제안: 과일 카테고리의 프리미엄화, 30대 고객층 타겟 로열티 프로그램 개발, 프로모션 효과 활용을 통해 매출 증대 및 고객 충성도 향상을 도모해야 합니다.