

Moon Market 판매 현황 보고서

요약

Moon Market의 판매 데이터를 분석하여 세일즈 및 마케팅 관점에서 종합적인 인사이트를 도출했습니다. 분석 결과, 다음과 같은 주요 발견사항이 있었습니다:

핵심 지표 요약 - **총 매출액**: 8,619,150원 - **총 판매량**: 2,189개 - **평균 주문 금액**: 7,064.88원 - **카테고리별 매출 비중**: 과일(46.0%), 채소(27.7%), 유제품(26.2%) - **상위 판매 제품**: 딸기(608,000원), 수박(530,200원), 복숭아(408,600원)

1. 세일즈 분석

1.1 카테고리별 매출 분석 과일 카테고리가 전체 매출의 46.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 채소(27.7%)와 유제품(26.2%)이 뒤를 이었습니다. 과일 카테고리는 높은 단가와 판매량으로 인해 매출 기여도가 가장 높았습니다.

카테고리별 매출액 비중

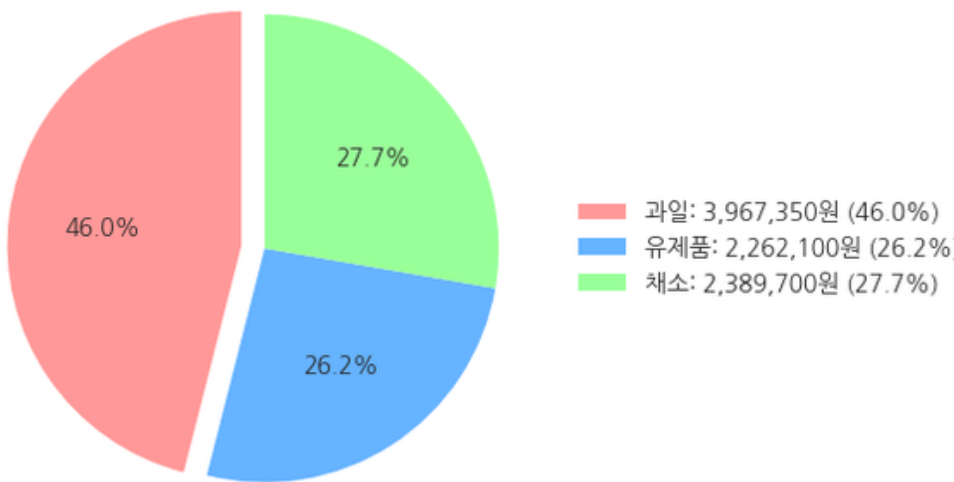


그림 1: 카테고리별 매출액 비중

1.2 월별 매출 추이 5월이 전체 매출의 21.3%로 가장 높은 매출을 기록했으며, 특히 과일 카테고리의 성장이 두드러졌습니다. 1월부터 4월까지의 매출이 비교적 안정적으로 유지되었습니다.

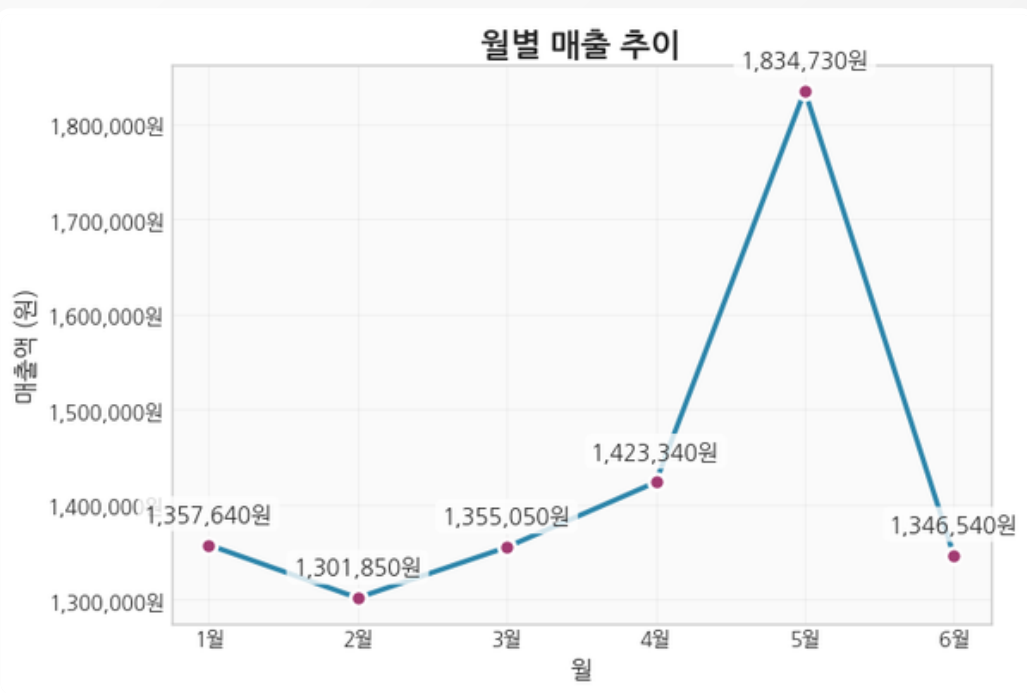


그림 2: 월별 매출 추이

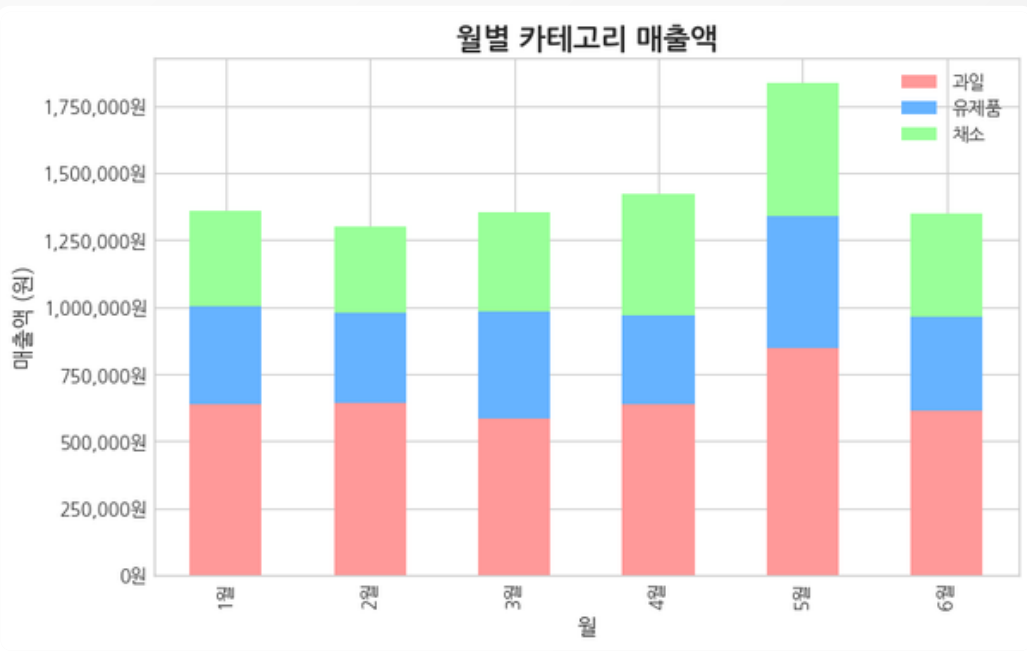


그림 3: 월별 카테고리 매출액

1.3 상위 판매 제품 분석 상위 10개 제품이 전체 매출의 41.1%를 차지하며, 특히 딸기, 수박, 복숭아가 핵심 수익 상품으로 나타났습니다. 과일 카테고리 제품이 상위 판매 제품의 대부분을 차지하고 있습니다.

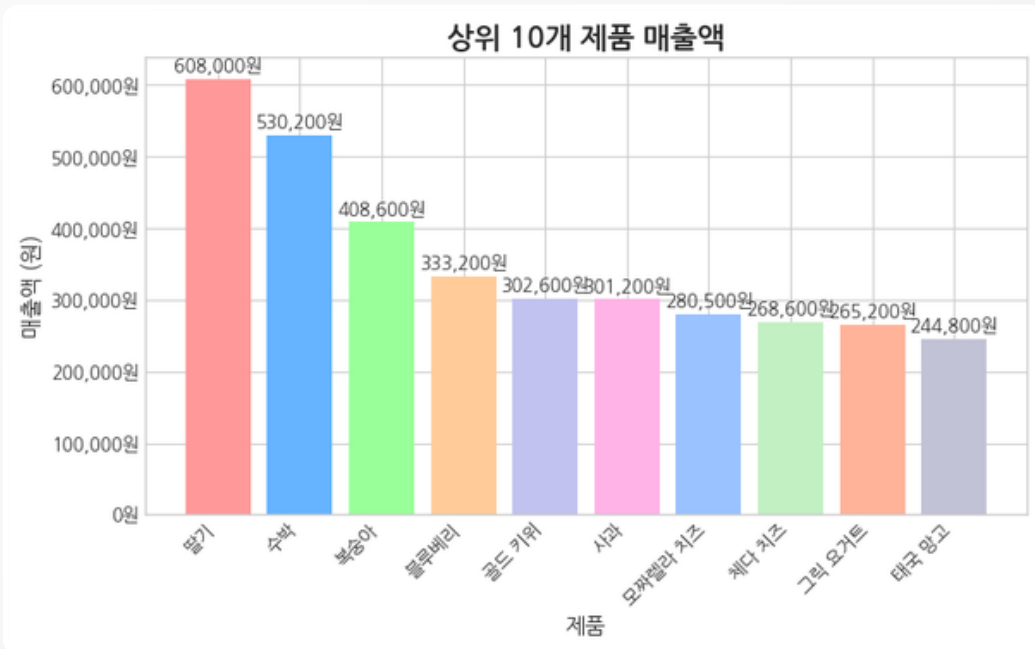


그림 4: 상위 10개 제품 매출액

상위 5개 제품 매출액: FR-WML-020(25,800원), FR-WML-021(25,800원), FR-STB-023(25,800원), FR-STB-021(25,800원)

2. 마케팅 관점 분석

2.1 고객 세그먼트 분석 30대(34.7%), 50대(29.2%), 40대(20.9%)가 핵심 고객층으로 나타났으며, 특히 남성 30대가 가장 높은 매출을 기록했습니다. 20대(8.8%)와 60대(6.3%)는 상대적으로 낮은 매출 기여도를 보였습니다.

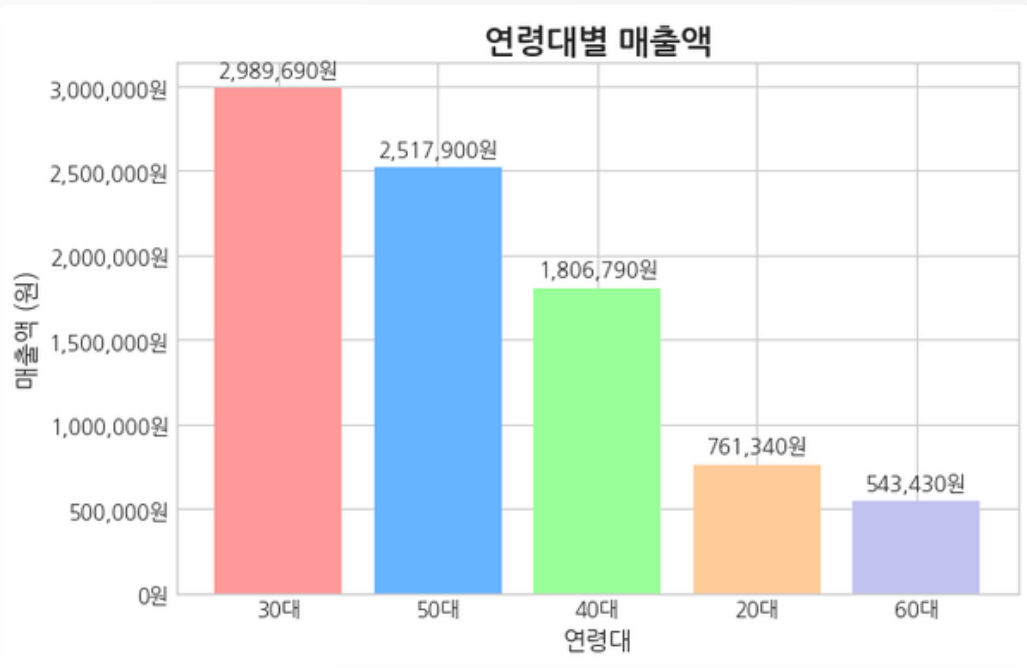


그림 5: 연령대별 매출액

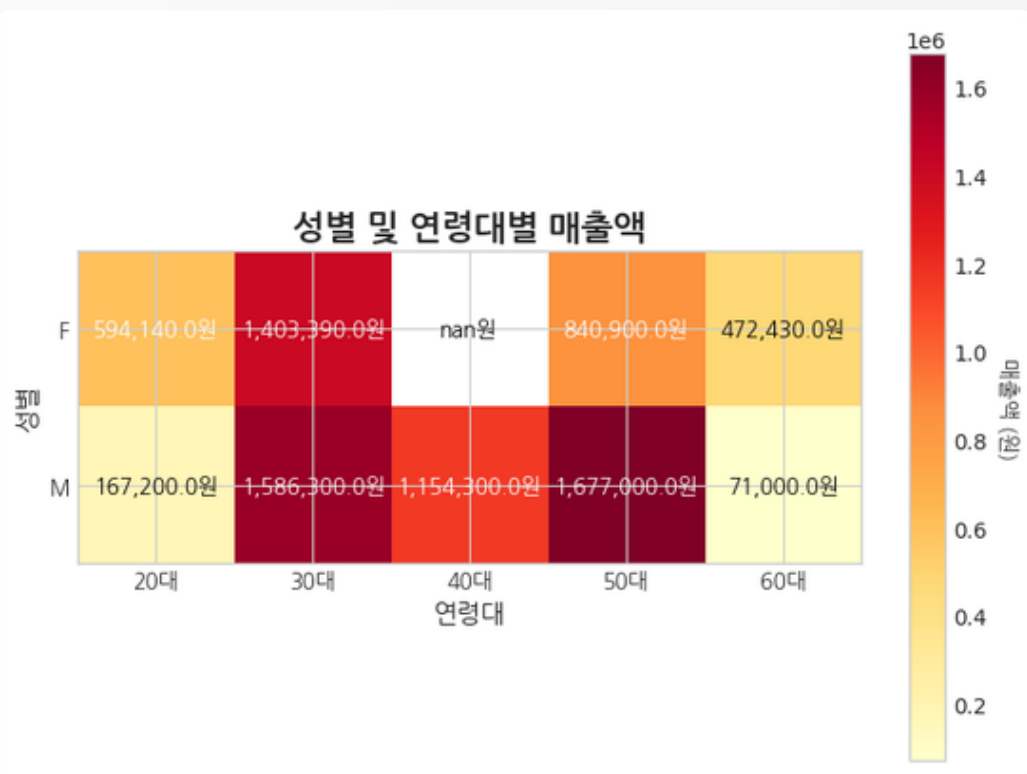


그림 6: 성별 및 연령대별 매출액 히트맵

2.2 프로모션 효과 분석 SPRING24 프로모션이 평균 주문 금액 12,438원으로 가장 효과적이었으며, 프로모션 없는 경우 대비 105.4% 증가했습니다. DAIRYPROMO, FRUITPROMO5, SUMMERFRUIT 프로모션이 매출 기여도 상위 프로모션으로 나타났습니다.

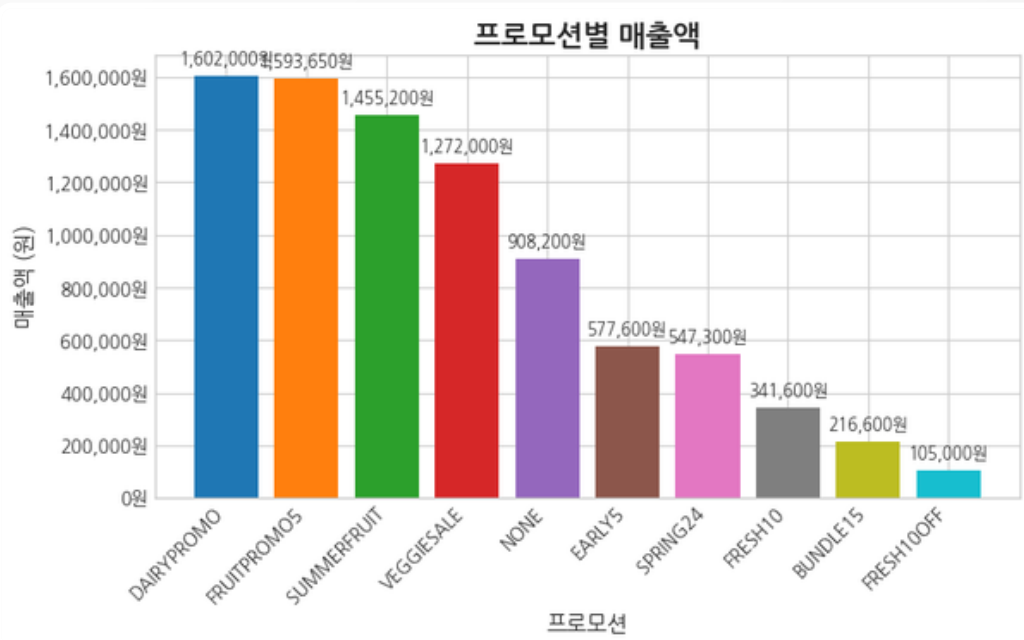


그림 7: 프로모션별 매출액

FRESH10OFF 프로모션은 효과가 가장 낮았으며, 프로모션 없는 경우 대비 50.5% 감소한 평균 주문 금액을 기록했습니다. 이는 해당 프로모션의 재설계 또는 중단이 필요함을 시사합니다.

2.3 구매 패턴 분석 대부분의 주문(81.4%)은 단일 카테고리 제품으로 구성되었으며, 복수 카테고리 구매 중에서는 과일+채소 조합이 가장 많았습니다. 남성은 양파, 딸기, 국산 방울토마토를 선호하고, 여성은 브로콜리, 수박, 사과를 선호하는 경향을 보였습니다.

3. 인사이트 및 전략적 제안

3.1 주요 인사이트 1. **카테고리 인사이트**: 과일 카테고리가 전체 매출의 46.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 특히 딸기, 수박, 복숭아가 핵심 수익 상품입니다. 2. **시간별 인사이트**: 5월이 전체 매출의 21.3%로 가장 높은 매출을 기록했으며, 특히 과일 카테고리의 성장이 두드러졌습니다. 3. **고객 인사이트**: 30대(34.7%), 50대(29.2%), 40대(20.9%)가 핵심 고객층이며, 특히 남성 30대가 가장 높은 매출을 기록했습니다. 4. **프로모션 인사이트**: SPRING24 프로모션이 평균 주문 금액 12,438원으로 가장 효과적이었으며, 프로모션 없는 경우 대비 105.4% 증가했습니다.

3.2 전략적 제안 ##### 단기 전략 1. 딸기, 수박 등 상위 매출 제품의 재고 관리와 품질 유지에 우선순위 부여 2. SPRING24와 EARLY5 프로모션의 성공 요인을 다른 프로모션에도 적용 3. 효과가 낮은 FRESH10OFF 프로모션 재설계 또는 중단 ##### 중기 전략 1. 30대 남성과 여성, 50대 남성을 핵심 타겟으로 한 맞춤형 프로모션 전략 개발 2. 5월의 과일 판매 성공 요인을 다른 월에도 적용할 수 있는 전략 개발 3. 과일 카테고리의 강점을 활용한 번들 상품이나 프로모션 개발 ##### 장기 전략 1. 20대와 60대 고객층의 매

4. 결론

Moon Market의 판매 데이터 분석 결과, 과일 카테고리가 전체 매출의 46.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 특히 딸기, 수박, 복숭아가 핵심 수익 상품으로 나타났습니다. 30대와 50대 고객층이 전체 매출의 약 64%를 차지하며, 특히 남성 30대가 가장 높은 매출을 기록했습니다. 프로모션 분석 결과, SPRING24와 EARLY5 프로모션이 평균 주문 금액을 크게 증가시키는 효과를 보였으며, 5월에는 모든 카테고리의 매출이 증가하는 계절적 패턴이 확인되었습니다. 이러한 분석 결과를 바탕으로, 핵심 고객층을 타겟으로 한 맞춤형 프로모션 전략 개발, 효과적인 프로모션의 성공 요인 분석 및 적용, 상위 매출 제품의 재고 관리 최적화 등의 전략을 제안합니다. 또한, 카테고리별 성장률과 프로모션 효과성을 지속적으로 모니터링하여 전략을 최적화하는 것이 중요합니다.