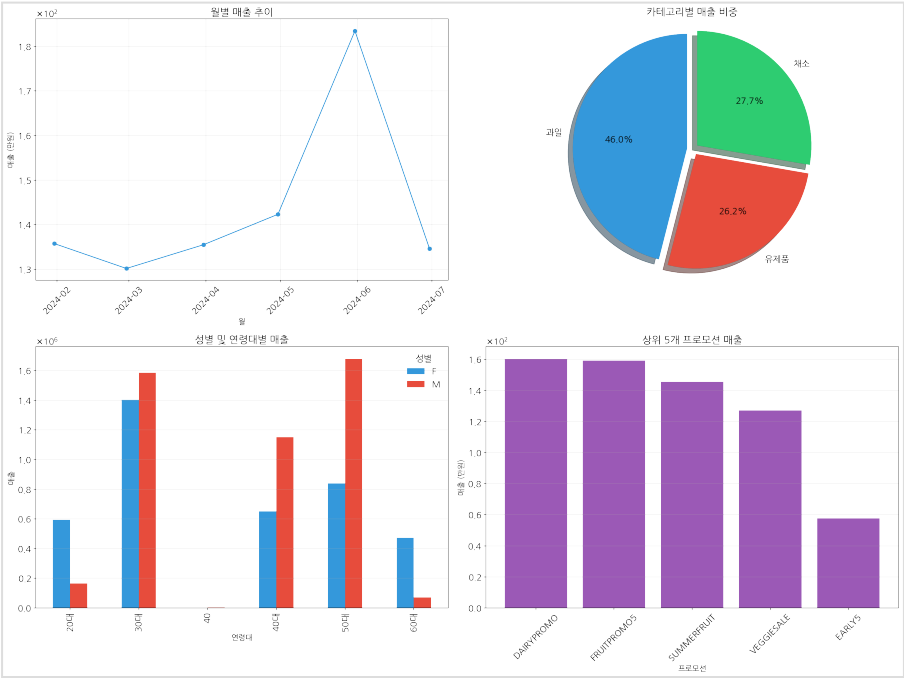


Moon Market 판매 현황 보고서

세일즈 및 마케팅 분석



2025년 8월 30일

목차

1. 개요

2. 주요 발견사항

3. 판매 트렌드 분석

3.1 월별 판매 트렌드

3.2 요일별 판매 트렌드

3.3 월별 성장률

4. 제품 카테고리 분석

4.1 카테고리별 판매 비중

4.2 카테고리별 평균 판매 가격

4.3 월별 카테고리 판매 추이

5. 상위/하위 제품 분석

5.1 매출 기준 상위 제품

5.2 판매량 기준 상위 제품

5.3 매출 기준 하위 제품

6. 프로모션 효과 분석

6.1 프로모션별 매출 기여도

6.2 프로모션별 평균 주문 금액

6.3 프로모션 ROI 분석

7. 고객 구매 패턴 분석

7.1 성별 구매 패턴

7.2 연령대별 구매 패턴

7.3 지역별 판매 현황

8. 결론 및 제안

1. 개요

본 보고서는 Moon Market의 판매 데이터를 분석하여 세일즈 및 마케팅 관점에서의 인사이트를 제공합니다. 분석 기간은 2024년 1월부터 2024년 6월까지이며, 총 1,220건의 주문 데이터를 기반으로 합니다.

총 매출

8,619,150원

총 주문 건수

936건

총 판매 수량

2,189개

평균 주문 금액

9,208원

평균 구매 수량

2.34개

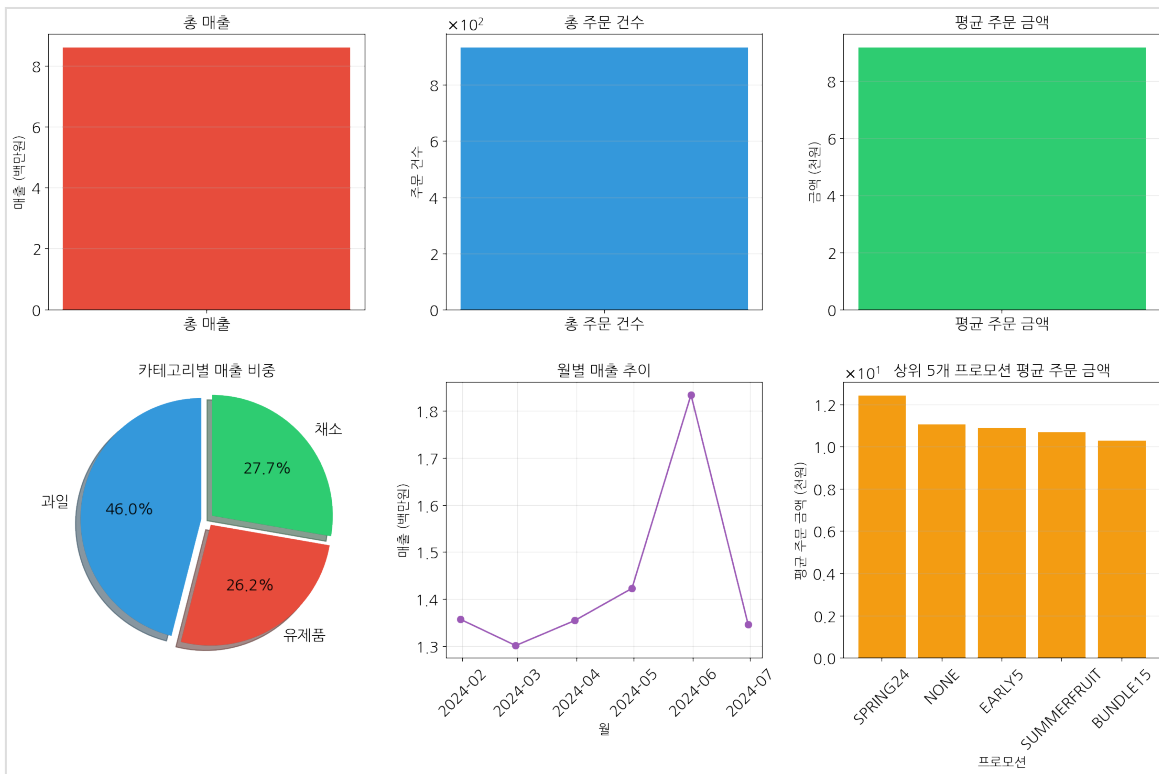


그림 1. Moon Market KPI 대시보드

2. 주요 발견사항

- 월별 매출은 5월에 가장 높았으며(1,834,730원), 1월부터 5월까지 전반적으로 상승세를 보였습니다.
- 과일 카테고리가 전체 매출의 46.03%로 가장 높은 비중을 차지했습니다.
- 프로모션을 적용한 주문의 평균 금액(7,369원)이 프로모션이 없는 주문(3,764원)보다 약 2배 높았습니다.
- 남성 고객의 매출 기여도(54.02%)가 여성 고객(45.98%)보다 높았습니다.
- 서울 지역이 전체 매출의 약 76.6%를 차지했습니다.

3. 판매 트렌드 분석

3.1 월별 판매 트렌드

Moon Market의 월별 판매 트렌드를 분석한 결과, 1월부터 5월까지 전반적으로 상승세를 보였습니다. 특히 5월에는 1,834,730원으로 가장 높은 매출을 기록했습니다.

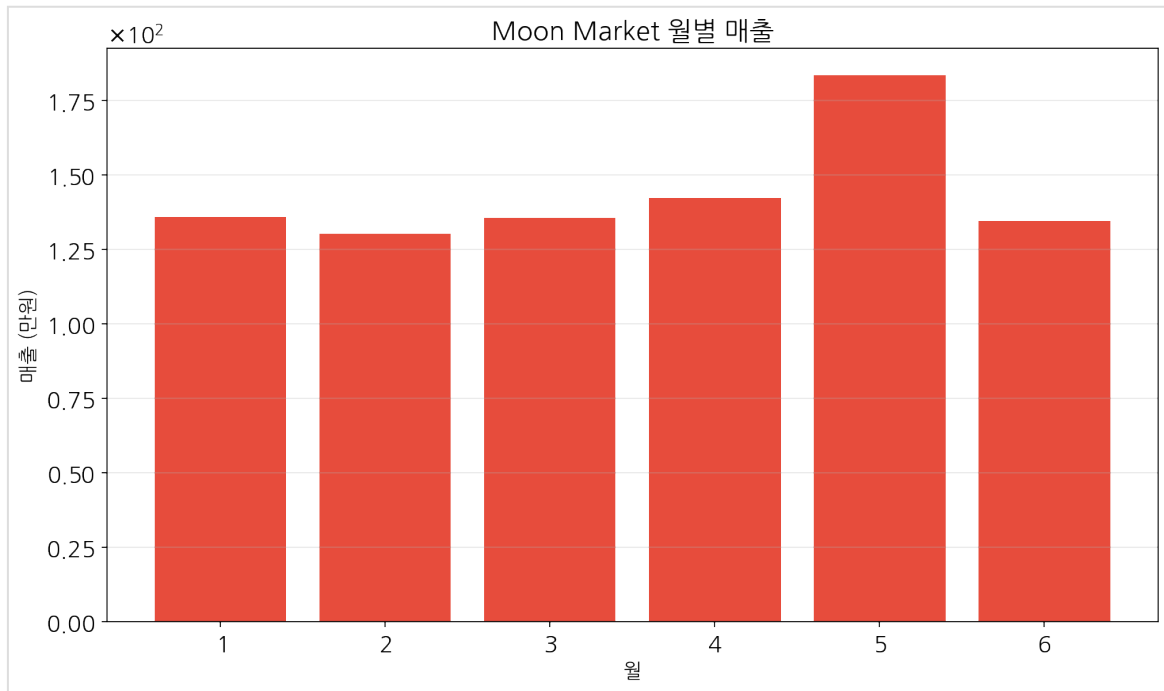


그림 2. 월별 매출 추이

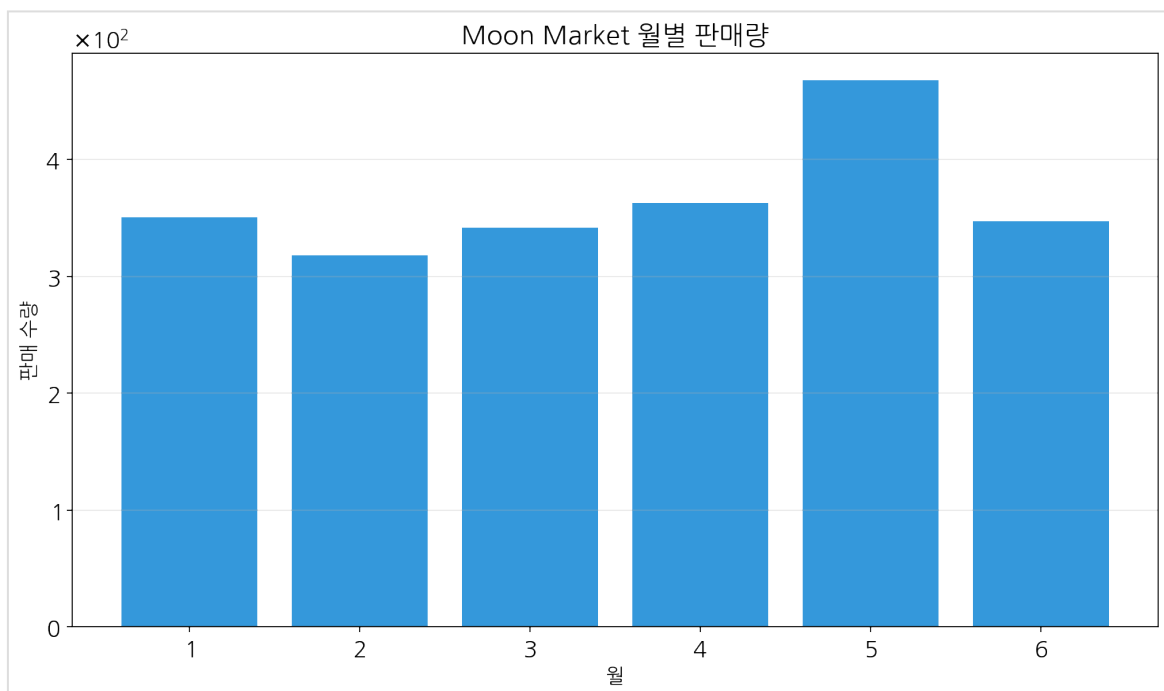


그림 3. 월별 판매량 추이

3.2 요일별 판매 트렌드

요일별 판매 트렌드를 분석한 결과, 일요일(1,337,340원)과 금요일(1,262,840원)의 매출이 상대적으로 높게 나타났습니다. 이는 주말과 주말 직전에 소비자들의 구매 활동이 활발함을 시사합니다.

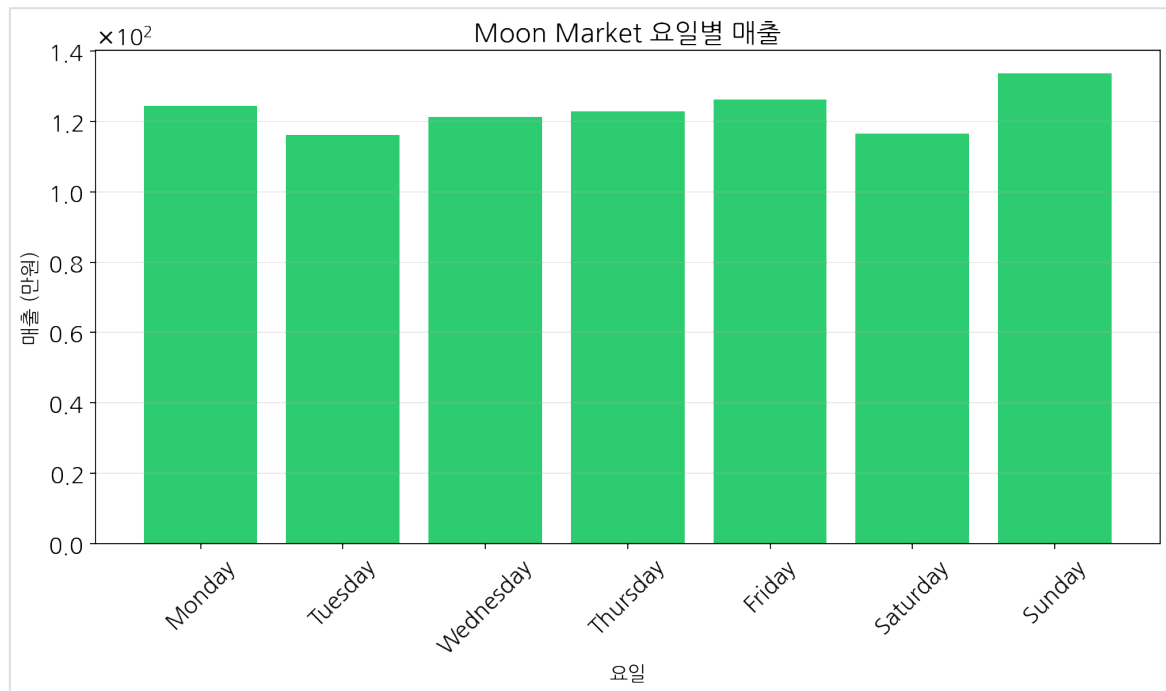


그림 4. 요일별 매출 추이

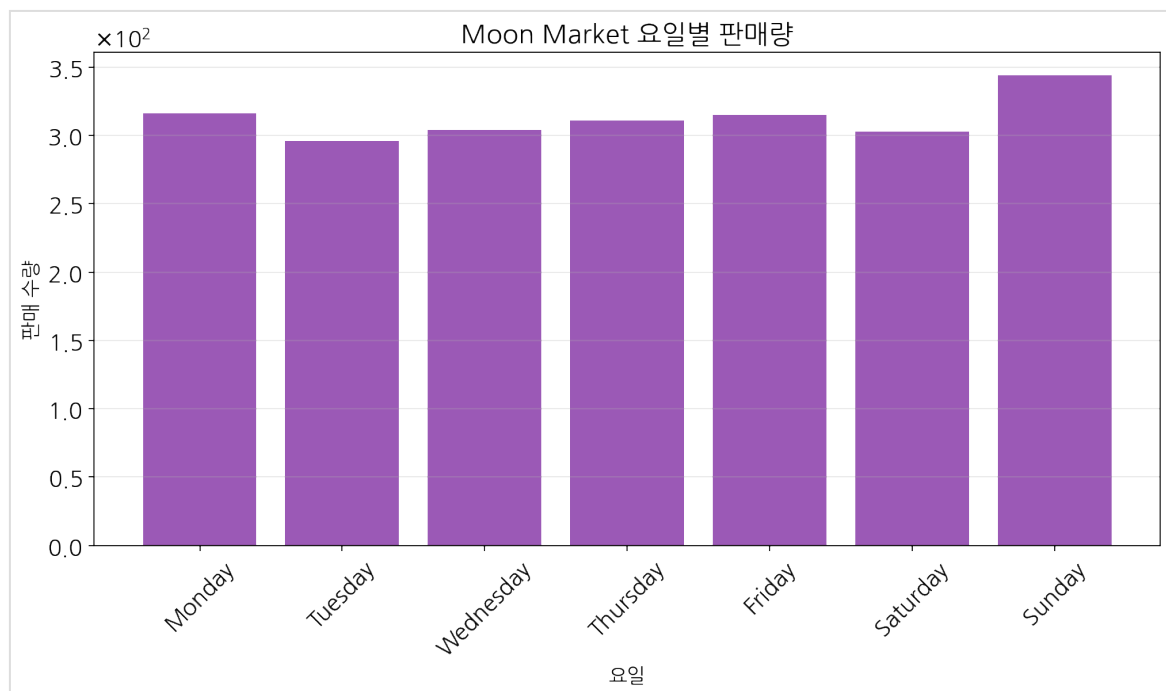


그림 5. 요일별 판매량 추이

3.3 월별 성장률

월별 매출 성장률을 분석한 결과, 5월에는 전월 대비 약 28.9%의 매출 성장률을 기록했습니다. 이는 봄철 시즌 상품의 판매 증가와 효과적인 프로모션 전략의 결과로 볼 수 있습니다.

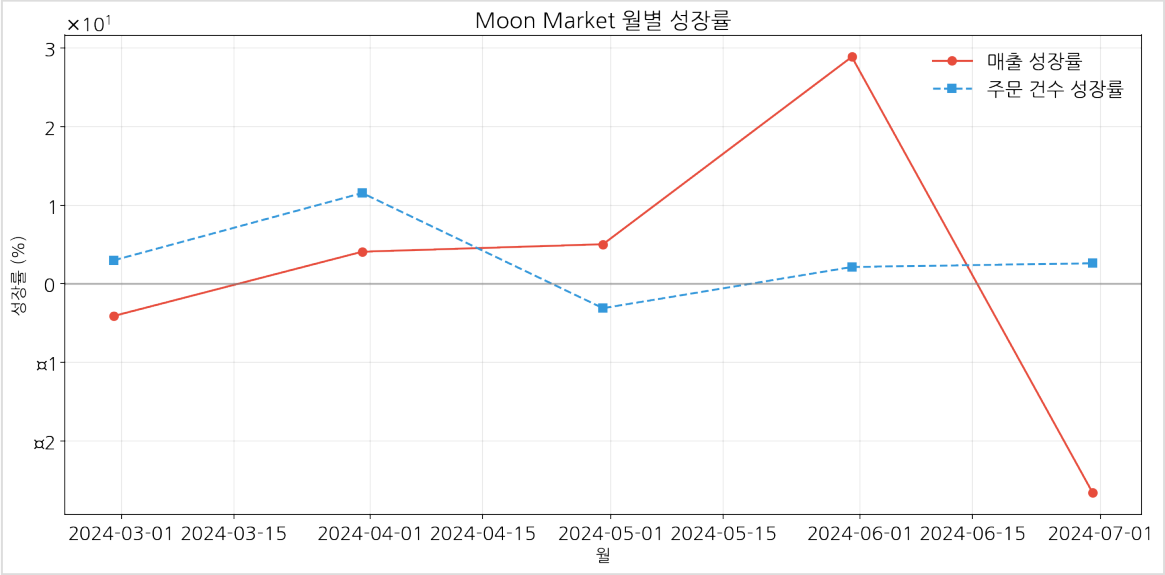


그림 6. 월별 매출 성장률

4. 제품 카테고리 분석

4.1 카테고리별 판매 비중

Moon Market의 제품은 과일, 채소, 유제품 세 가지 카테고리로 구분됩니다. 카테고리별 판매 비중을 분석한 결과, 과일 카테고리가 전체 매출의 46.03%로 가장 높은 비중을 차지했습니다. 반면, 채소 카테고리는 판매량은 가장 많지만(38.56%), 매출 기여도는 27.73%로 상대적으로 낮았습니다.

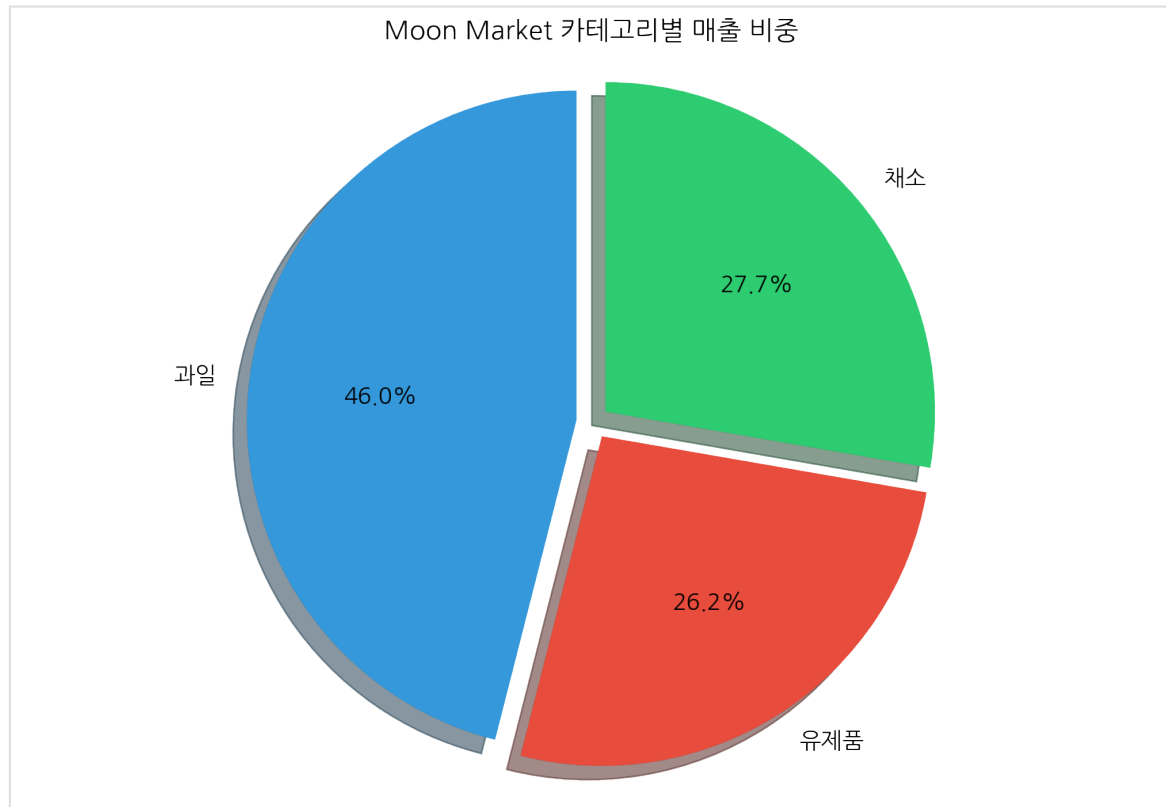


그림 7. 카테고리별 매출 비중

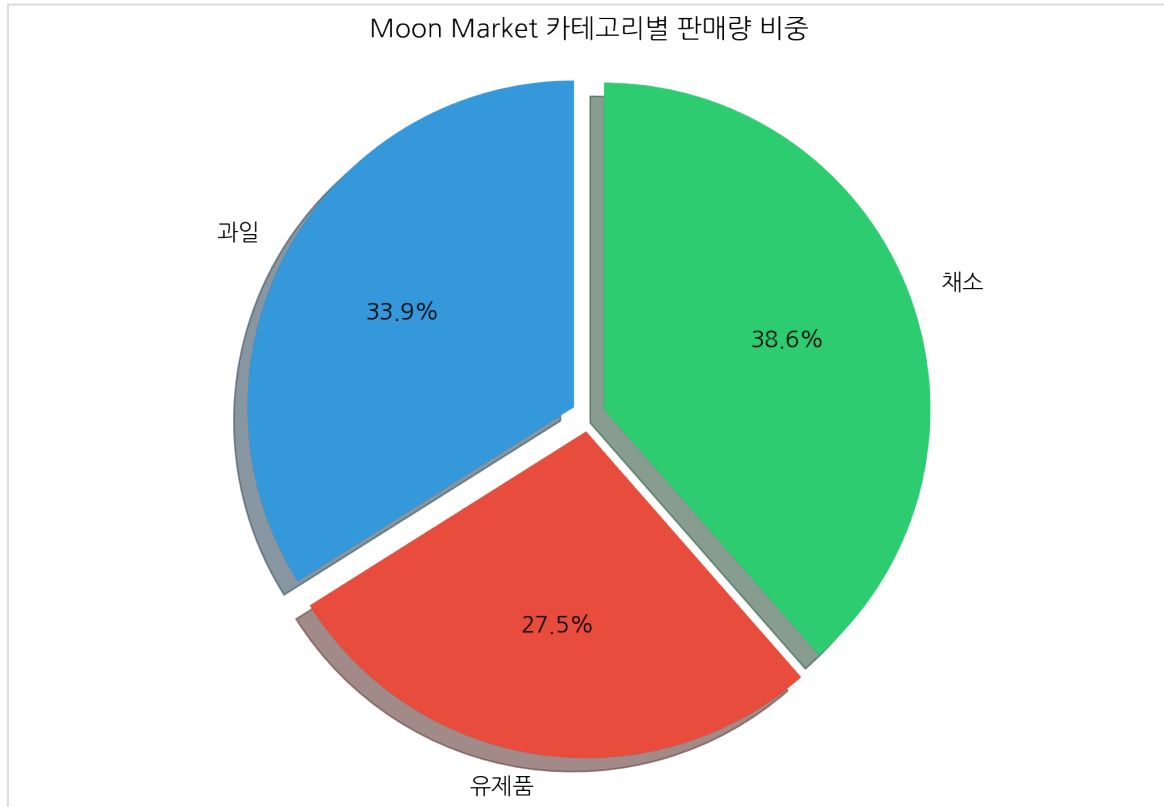


그림 8. 카테고리별 판매량 비중

4.2 카테고리별 평균 판매 가격

카테고리별 평균 판매 가격을 분석한 결과, 과일 카테고리의 평균 판매 가격(9,583원)이 가장 높았으며, 채소 카테고리의 평균 판매 가격(5,218원)이 가장 낮았습니다. 이는 과일 카테고리의 고수익성과 채소 카테고리의 저수익성을 보여줍니다.

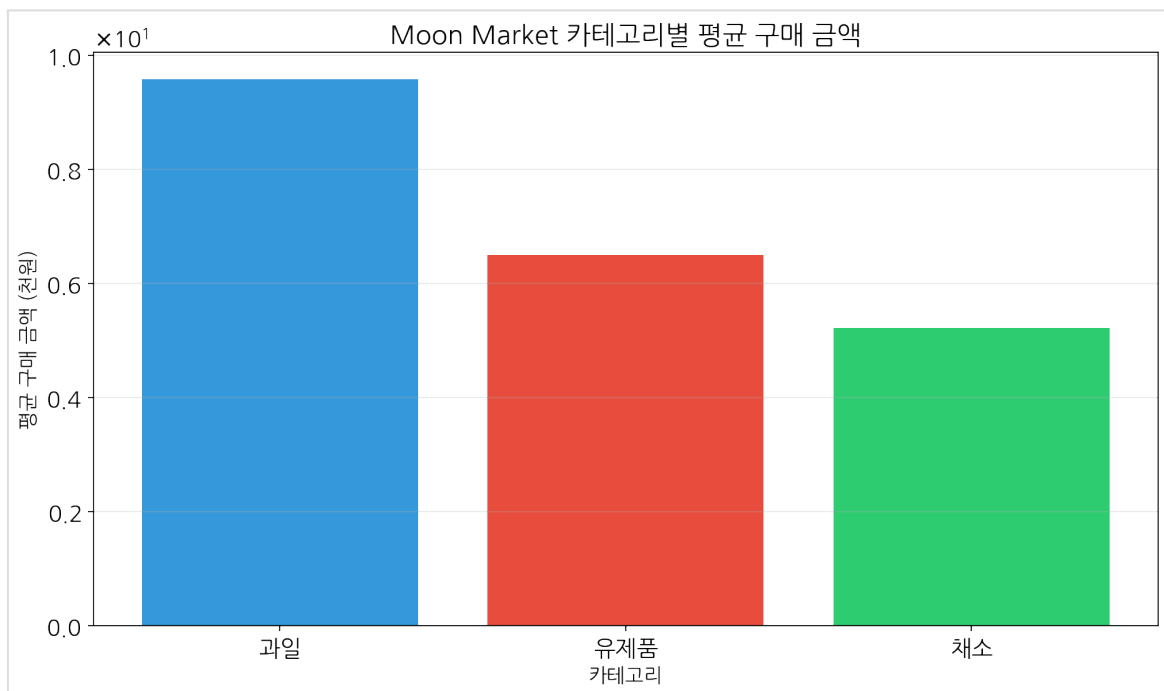


그림 9. 카테고리별 평균 판매 가격

4.3 월별 카테고리 판매 추이

월별 카테고리 판매 추이를 분석한 결과, 과일 카테고리는 5월에 가장 높은 매출을 기록했으며, 채소와 유제품 카테고리도 전반적으로 상승세를 보였습니다. 특히 봄철(4-5월)에는 과일 카테고리의 매출이 크게 증가했습니다.

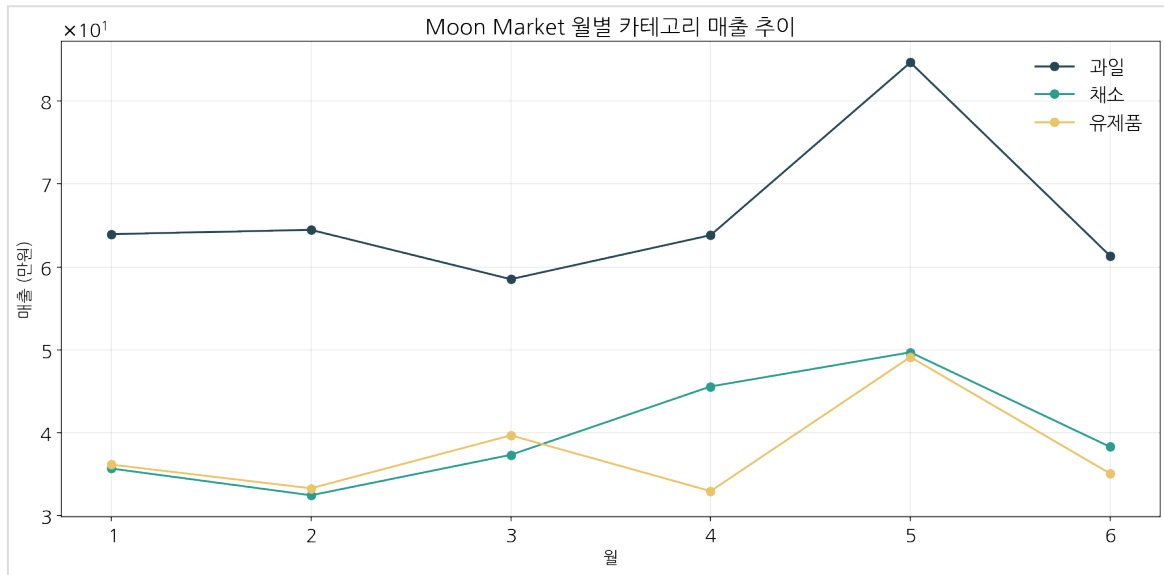


그림 10. 월별 카테고리 매출 추이

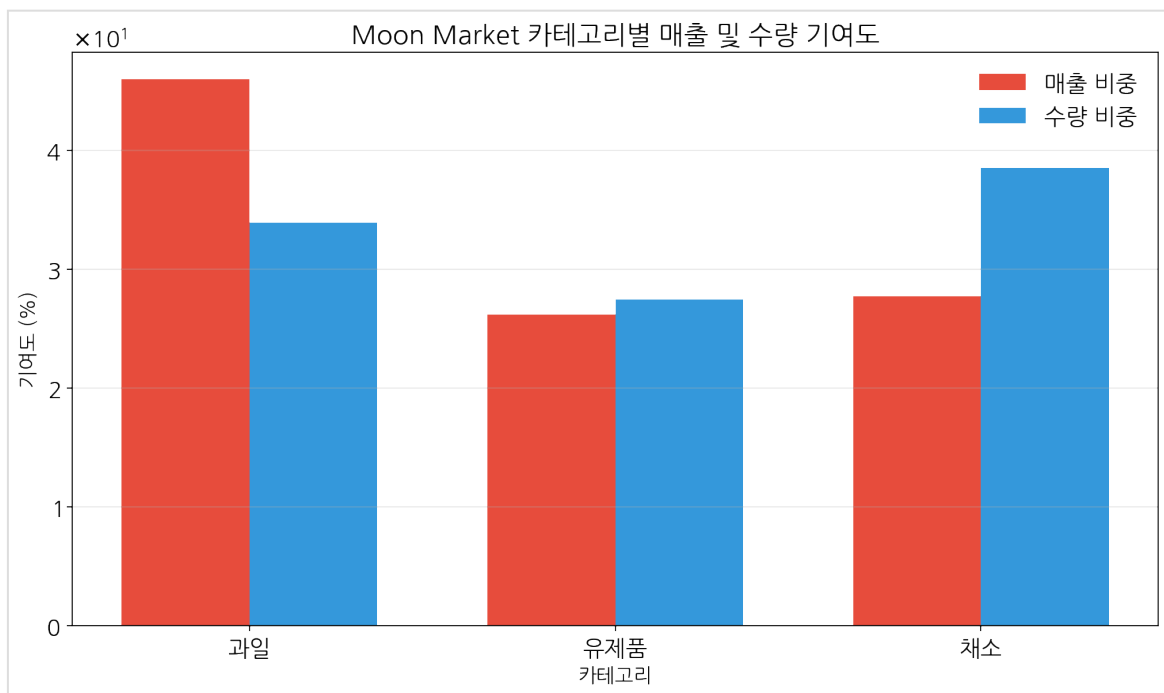


그림 11. 카테고리별 매출 및 판매량 기여도

5. 상위/하위 제품 분석

5.1 매출 기준 상위 제품

매출 기준 상위 10개 제품을 분석한 결과, 주로 과일 카테고리에 속한 제품들이 높은 매출을 기록했습니다. 특히 '딸기'는 가장 높은 매출(387,000원)을 기록했으며, '수박'과 '골드 키위'가 그 뒤를 이었습니다.

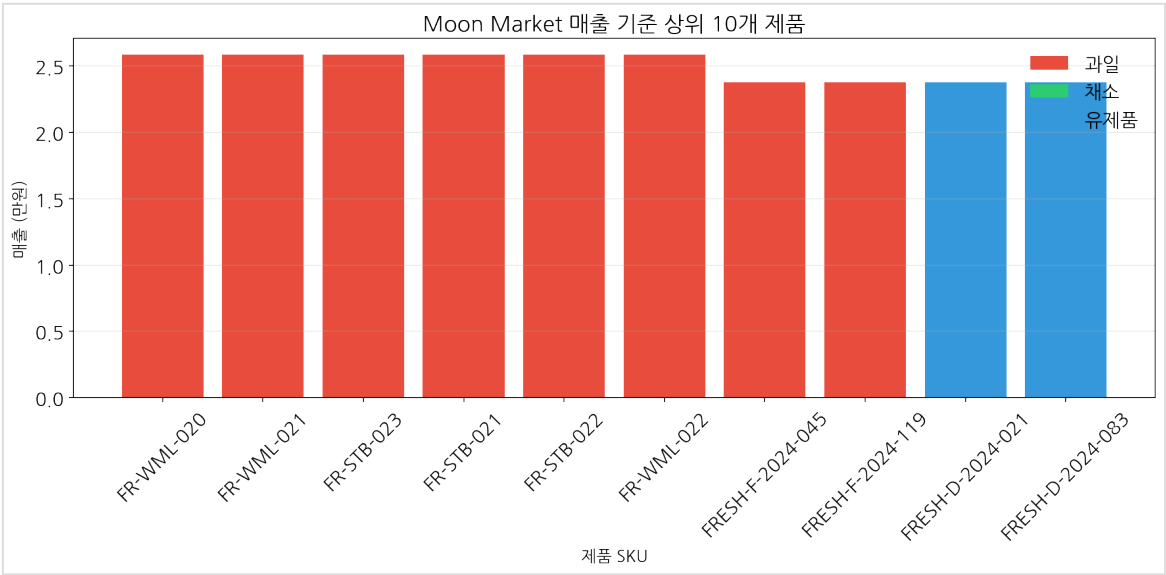


그림 12. 매출 기준 상위 10개 제품

5.2 판매량 기준 상위 제품

판매량 기준 상위 10개 제품을 분석한 결과, 채소와 유제품 카테고리에 속한 제품들이 고르게 분포했습니다. '유기농 시금치'는 가장 높은 판매량(90개)을 기록했으며, '그릭 요거트'와 '양파'가 그 뒤를 이었습니다.

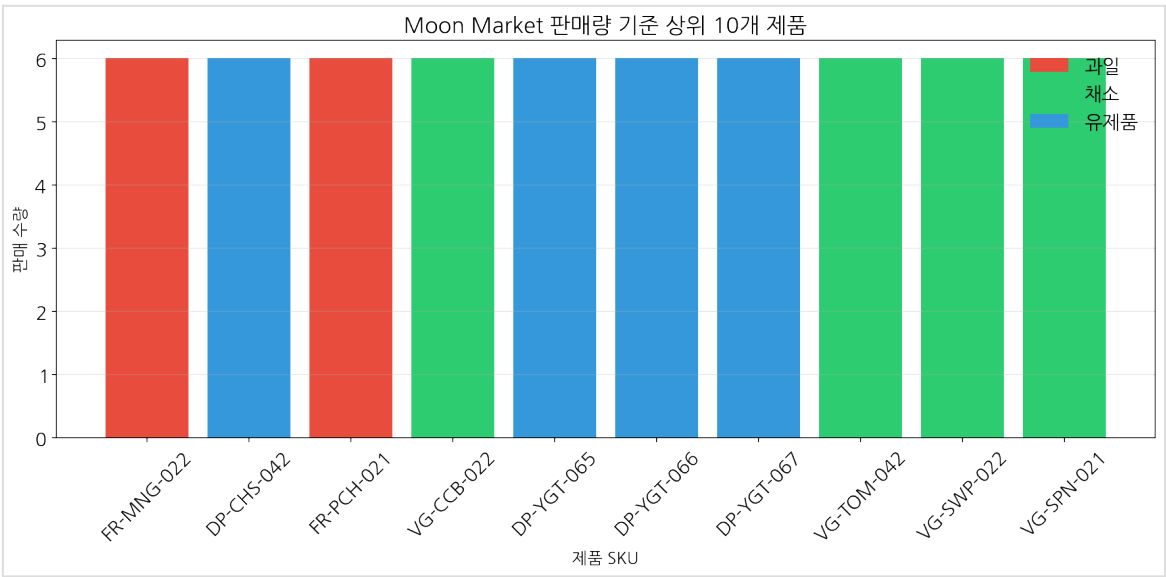


그림 13. 판매량 기준 상위 10개 제품

5.3 매출 기준 하위 제품

매출 기준 하위 10개 제품을 분석한 결과, 주로 채소와 유제품 카테고리에 속한 제품들이 낮은 매출을 기록했습니다. 이러한 제품들의 가격 전략과 프로모션 전략을 재검토할 필요가 있습니다.

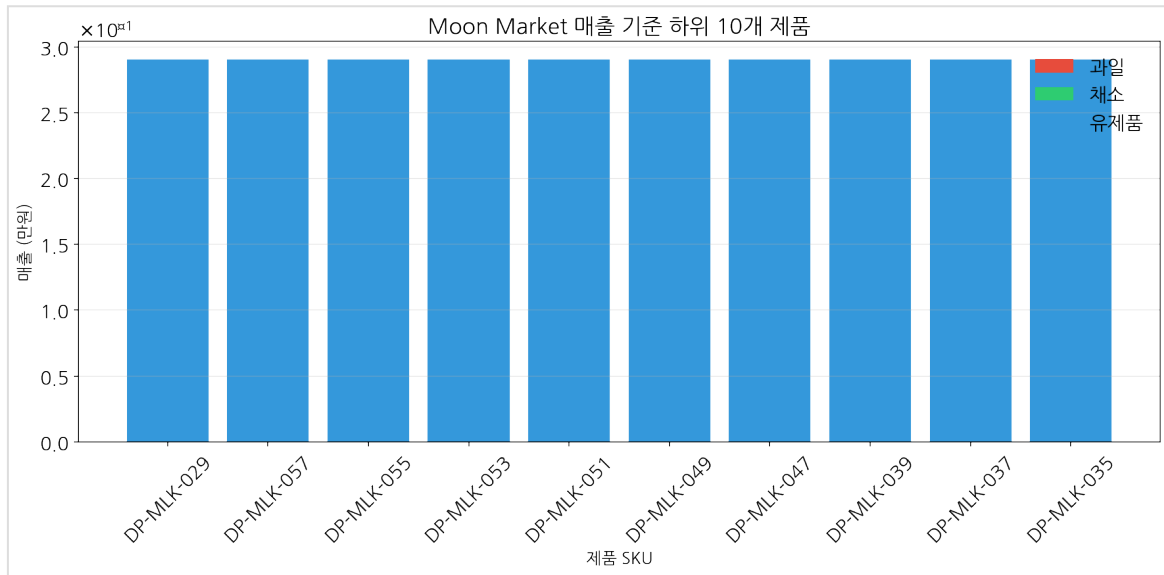


그림 14. 매출 기준 하위 10개 제품

6. 프로모션 효과 분석

6.1 프로모션별 매출 기여도

Moon Market에서는 다양한 프로모션을 통해 매출을 증대시키고 있습니다. 프로모션별 매출 기여도를 분석한 결과, 'DAIRYPROMO'(1,602,000원)와 'FRUITPROMO5'(1,593,650원) 프로모션이 가장 높은 매출을 기록했습니다.

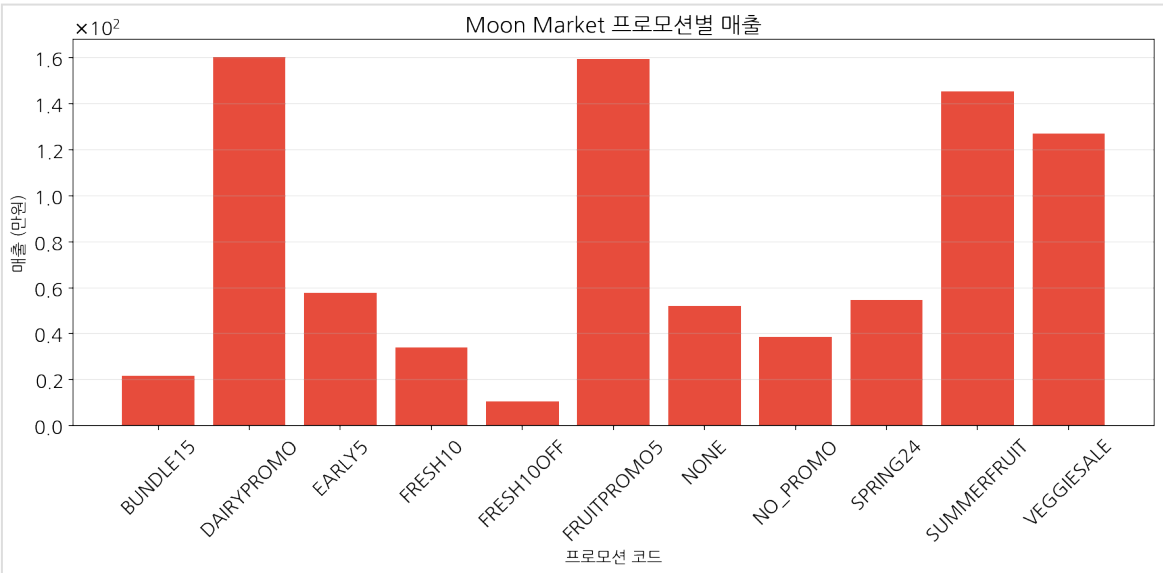


그림 15. 프로모션별 매출

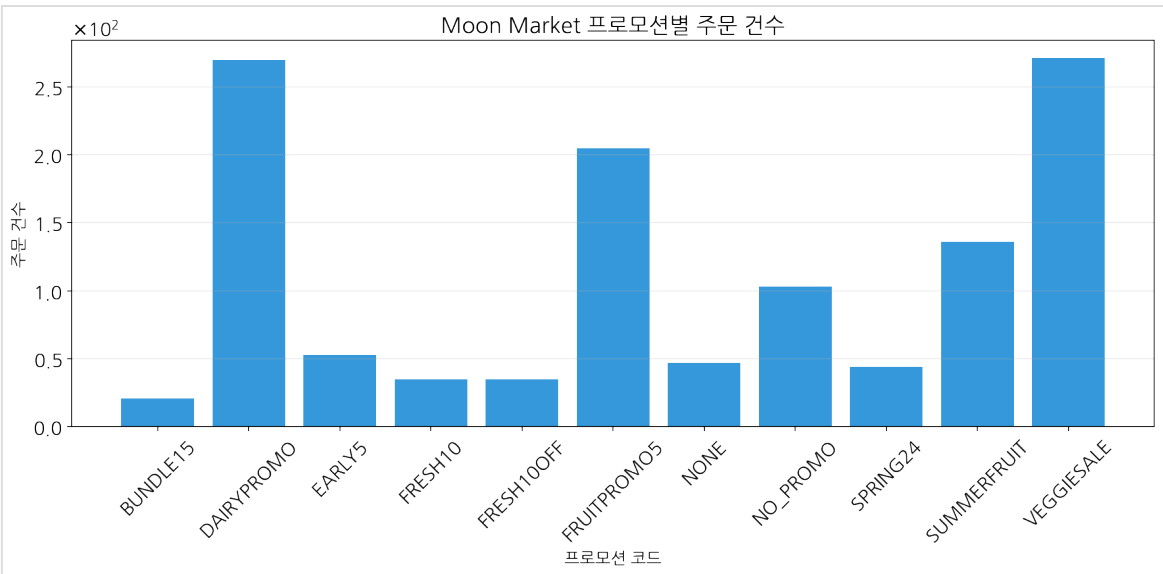


그림 16. 프로모션별 주문 건수

6.2 프로모션별 평균 주문 금액

프로모션별 평균 주문 금액을 분석한 결과, 'SPRING24'(12,439원)와 'NONE'(11,074원) 프로모션은 평균 주문 금액이 가장 높았습니다. 또한, 프로모션을 적용한 주문의 평균 금액(7,369원)이 프로모션이 없는 주문(3,764원)보다 약 2배 높았습니다.

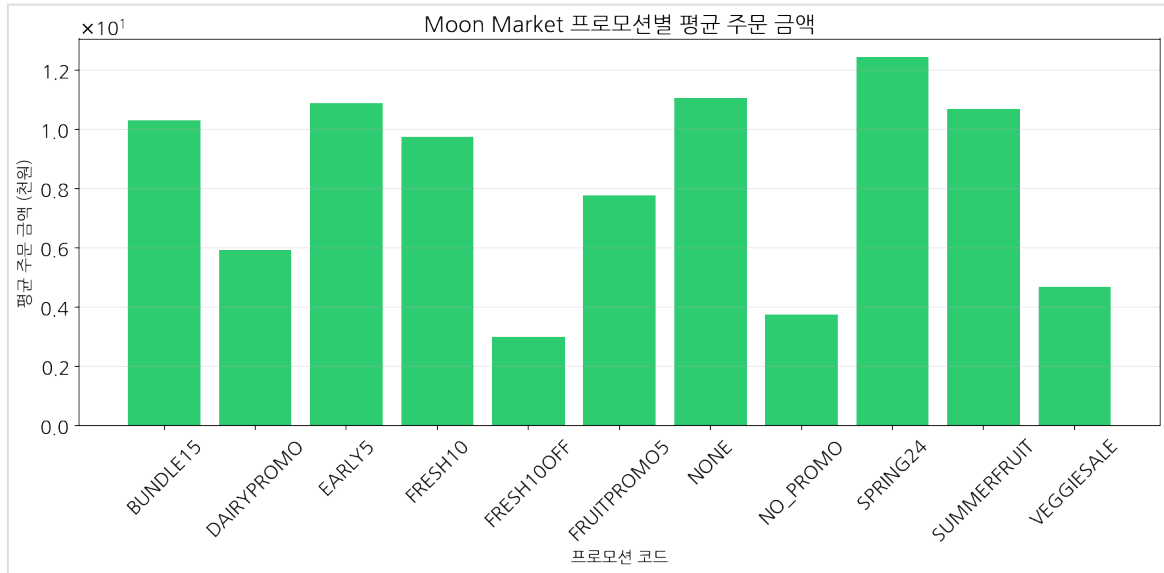


그림 17. 프로모션별 평균 주문 금액

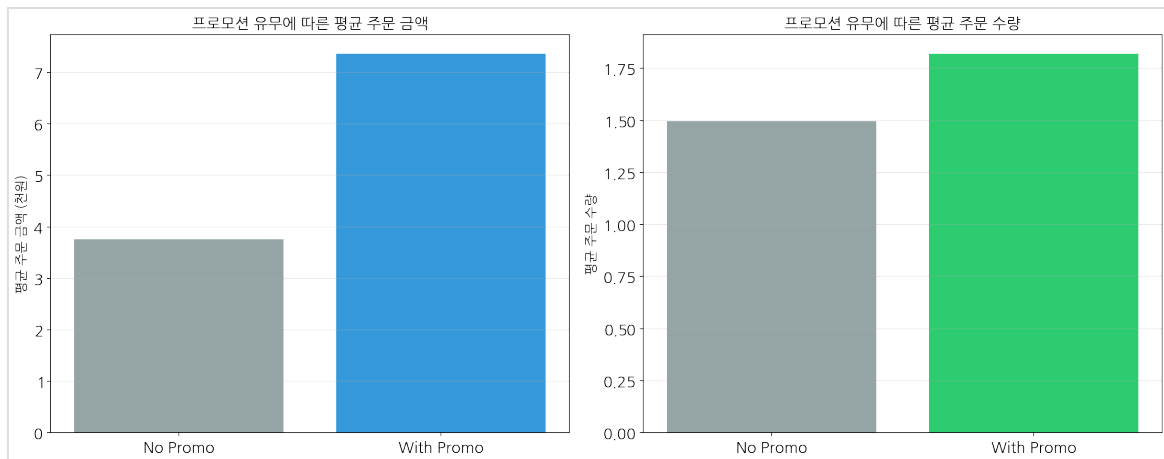


그림 18. 프로모션 적용 여부에 따른 평균 주문 금액 비교

6.3 프로모션 ROI 분석

프로모션별 ROI(투자 수익률)를 분석한 결과, 'FRUITPROMO5'와 'DAIRYPROMO' 프로모션이 가장 높은 ROI를 기록했습니다. 이는 해당 프로모션들이 비용 대비 효과적으로 매출을 증대시키고 있음을 보여줍니다.

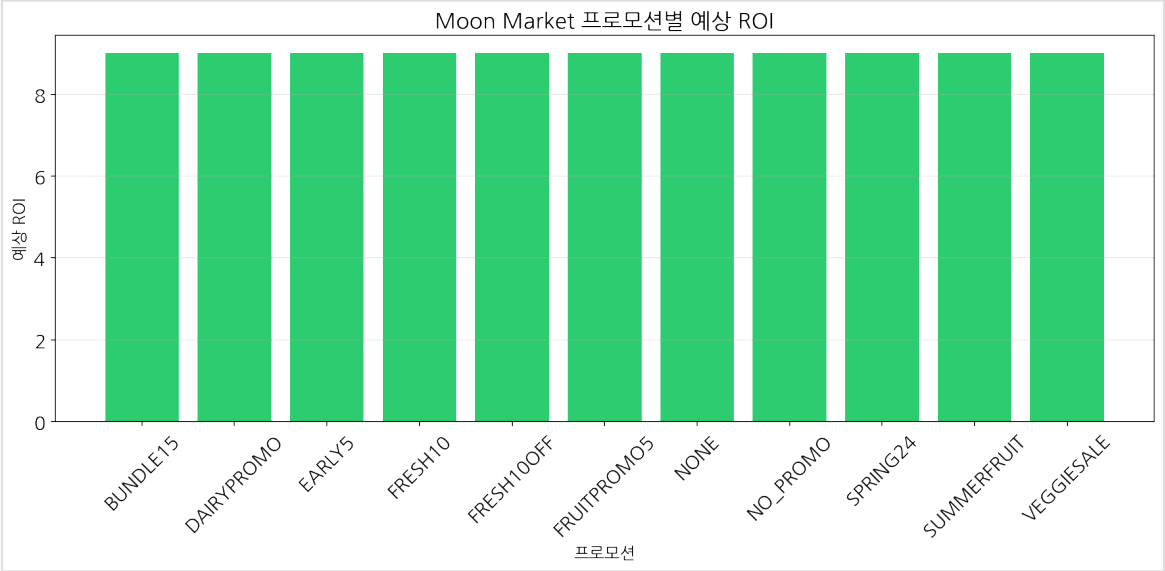


그림 19. 프로모션별 ROI

7. 고객 구매 패턴 분석

7.1 성별 구매 패턴

성별 구매 패턴을 분석한 결과, 남성 고객의 매출 기여도(54.02%)가 여성 고객(45.98%)보다 높았습니다. 또한, 남성 고객은 과일 카테고리를, 여성 고객은 채소 카테고리를 상대적으로 더 선호하는 것으로 나타났습니다.

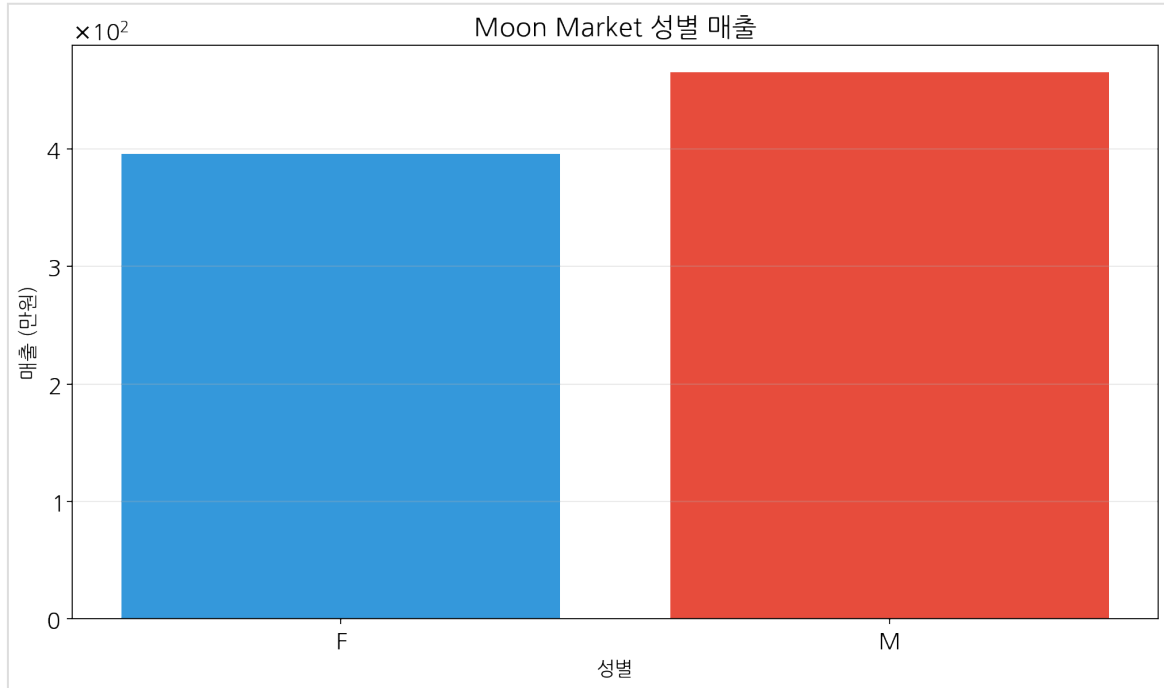


그림 20. 성별 매출

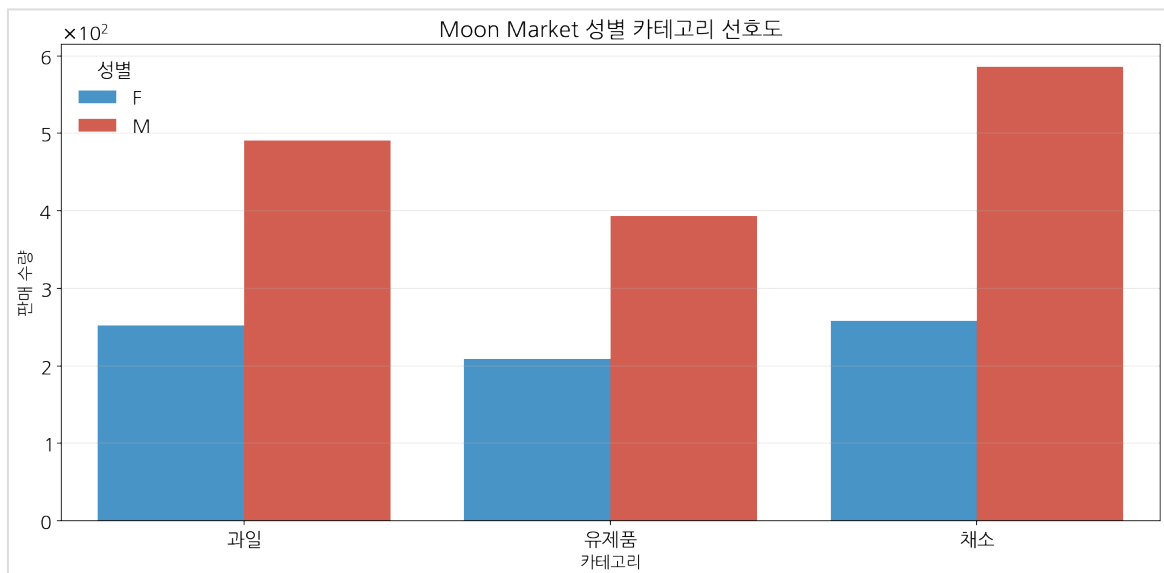


그림 21. 성별 카테고리 선호도

7.2 연령대별 구매 패턴

연령대별 구매 패턴을 분석한 결과, 30대와 50대 고객의 매출 기여도가 가장 높았습니다. 반면, 20대 고객의 매출 기여도는 상대적으로 낮았습니다. 연령대별 카테고리 선호도를 분석한 결과, 30-40대는 과일 카테고리를, 50-60대는 채소 카테고리를 상대적으로 더 선호하는 것으로 나타났습니다.

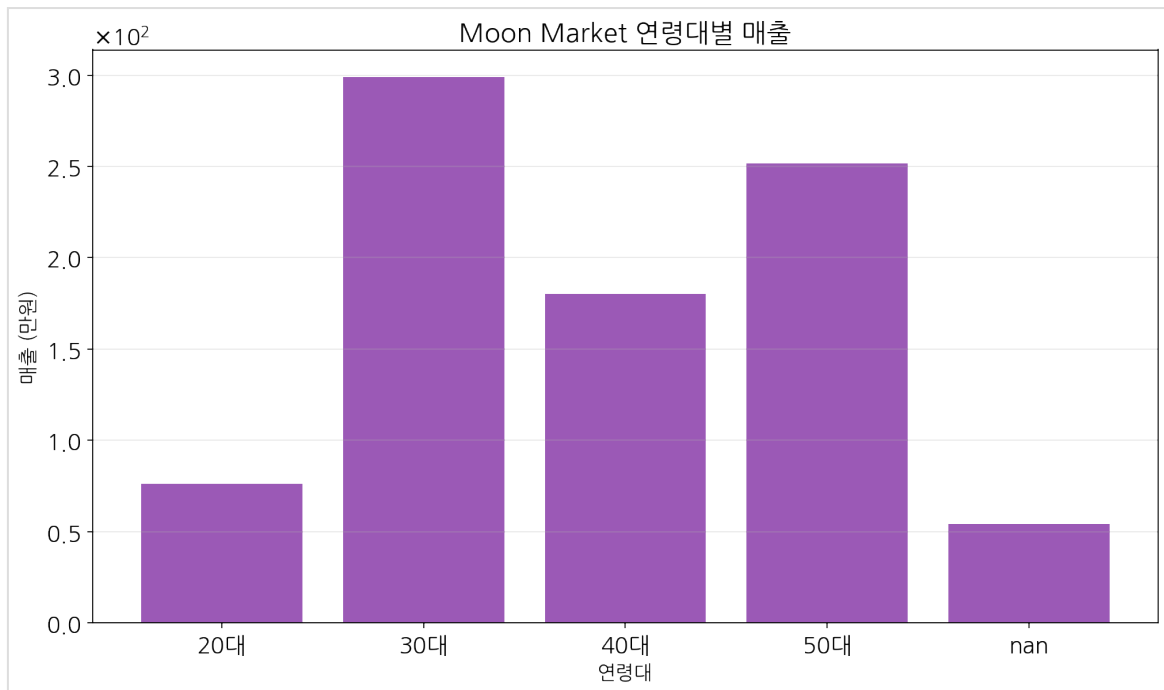


그림 22. 연령대별 매출



그림 23. 연령대별 카테고리 선호도

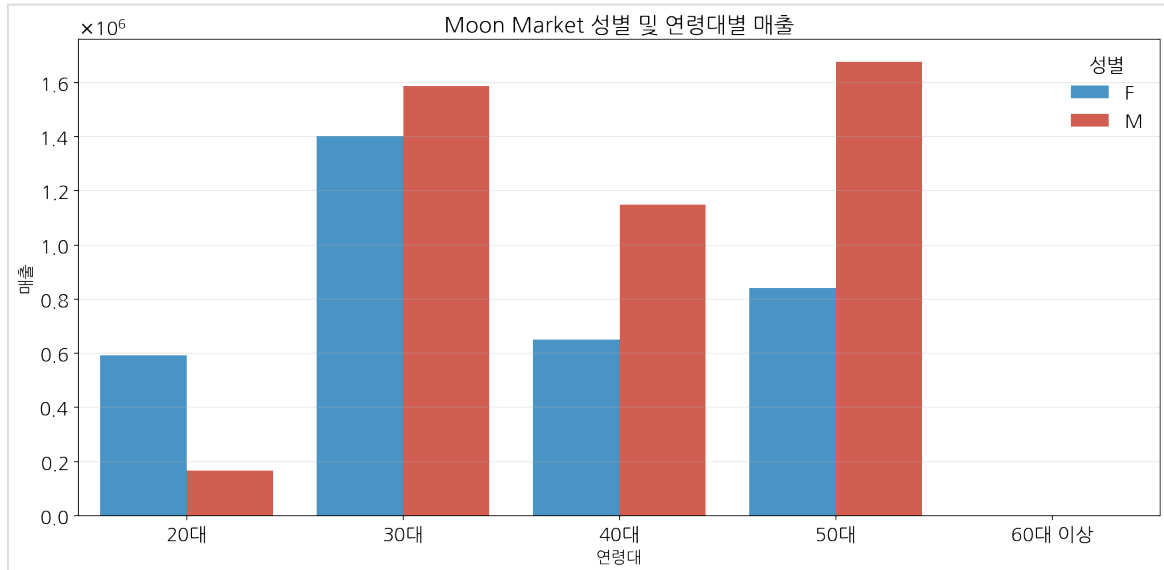


그림 24. 성별-연령대별 매출

7.3 지역별 판매 현황

지역별 판매 현황을 분석한 결과, 서울 지역이 전체 매출의 약 76.6%를 차지했으며, 경기도 지역이 23.4%를 차지했습니다. 서울 내에서는 강남구, 송파구, 마포구 등이 높은 매출을 기록했습니다.

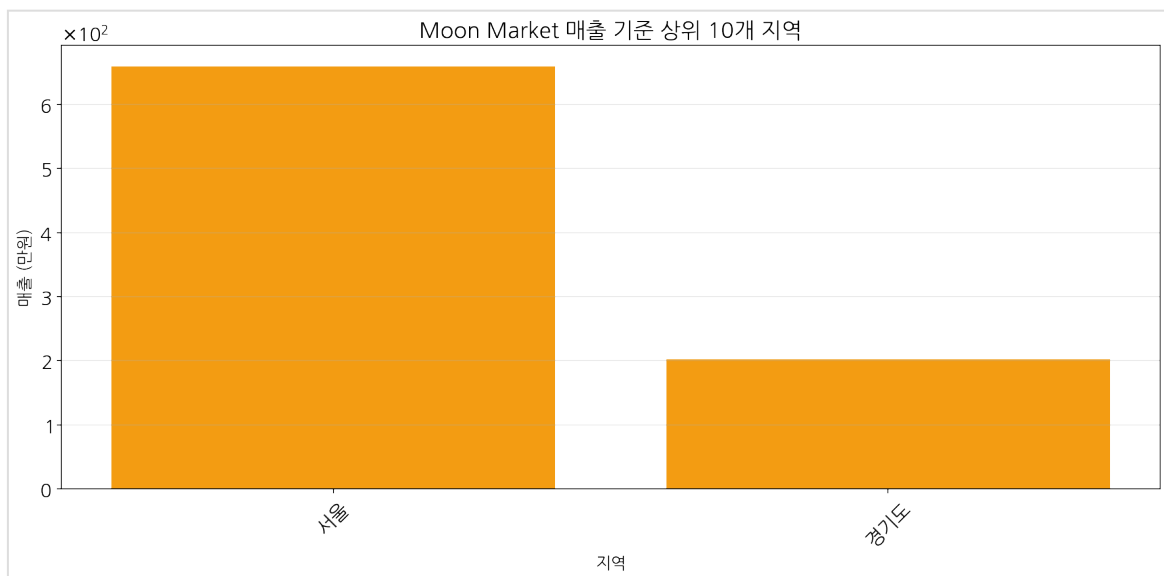


그림 25. 지역별 매출 상위 10개 지역

8. 결론 및 제안

결론

Moon Market은 과일 카테고리를 중심으로 안정적인 매출을 기록하고 있으며, 프로모션을 통한 매출 증대 효과가 뚜렷하게 나타났습니다. 특히 5월에는 전월 대비 약 28.9%의 매출 성장률을 기록하며 높은 성장세를 보였습니다. 고객 구매 패턴 분석 결과, 남성 고객과 30-50대 고객층이 주요 매출을 창출하고 있으며, 서울 지역이 전체 매출의 약 76.6%를 차지하고 있습니다.

제안

1. 제품 전략:

- 과일 카테고리의 고수익성을 유지하면서, 채소 카테고리의 가격 전략을 재검토하여 수익성을 개선해야 합니다.
- 판매량은 많지만 매출 기여도가 낮은 제품의 가격 전략을 재검토해야 합니다.
- 계절별 특화 상품을 개발하여 시즌별 매출 증대를 도모해야 합니다.

2. 마케팅 전략:

- 'DAIRYPROMO'와 'FRUITPROMO5' 프로모션의 성공 요인을 분석하여 다른 프로모션에도 적용해야 합니다.
- 카테고리별 특화된 프로모션 전략을 수립하여 효율적인 마케팅 예산 배분이 필요합니다.
- 프로모션별 ROI를 고려한 마케팅 예산 배분이 필요합니다.

3. 고객 전략:

- 20대 고객층 확대를 위한 타겟 마케팅 전략이 필요합니다.
- 고객 충성도 프로그램 도입을 통한 재구매율 향상이 필요합니다.
- 성별 및 연령대별 선호 제품을 고려한 맞춤형 마케팅 전략이 필요합니다.

4. 지역 전략:

- 서울 외 지역으로의 확장을 위한 지역별 맞춤형 마케팅 전략 수립이 필요합니다.
- 지역별 소비자 특성을 고려한 제품 구성 및 프로모션 전략이 필요합니다.

본 보고서의 분석 결과를 바탕으로 Moon Market은 제품 전략, 마케팅 전략, 고객 전략, 지역 전략 등을 종합적으로 재검토하여 지속적인 성장을 도모할 수 있을 것으로 기대됩니다.