

Moon Market 판매 현황 보고서

보고서 작성일: 2025년 9월 29일

개요 (Executive Summary)

본 보고서는 Moon Market의 판매 데이터를 분석하여 카테고리별, 시간별, 프로모션별, 고객 특성별, 지역별 판매 현황을 종합적으로 파악하고 세일즈 및 마케팅 관점에서의 인사이트와 전략적 제안을 제시합니다.

총 판매액: 8,619,150원으로, 과일 카테고리가 3,967,350원(46.03%)으로 가장 높은 비중을 차지하며, 5월이 1,834,730원으로 최고 판매 월입니다.

주요 발견사항 (Key Findings)

1. 카테고리별 판매 현황

Moon Market의 판매 데이터를 분석한 결과, 과일 카테고리가 전체 매출의 **46.03%**를 차지하며 핵심 수익원으로 확인되었습니다. 채소(27.73%)와 유제품(26.25%)은 비슷한 비율로 나머지 매출을 구성하고 있습니다.

카테고리별 판매액 비율

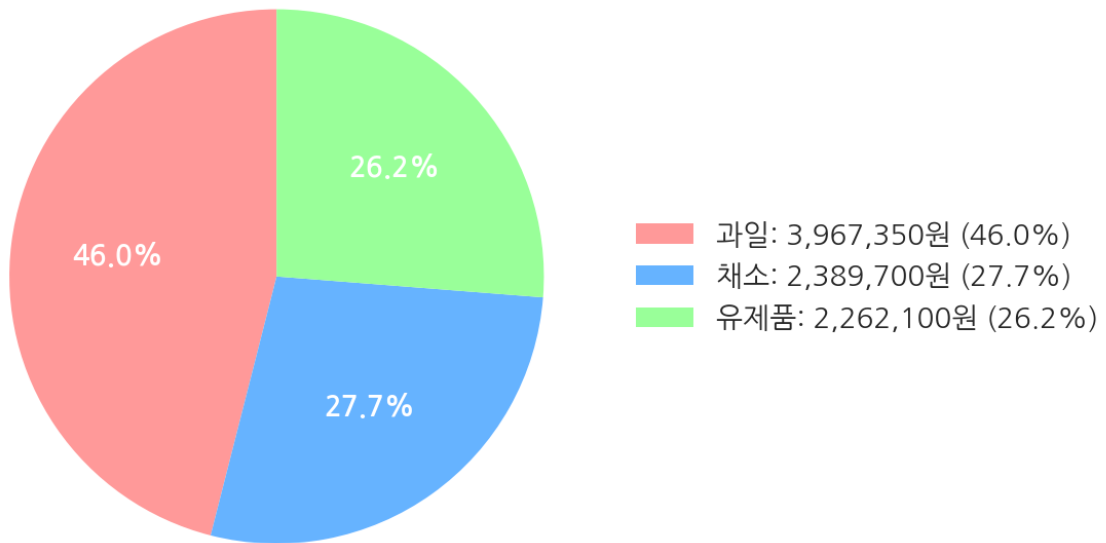


그림 1: 카테고리별 판매액 비율 - 과일 카테고리가 전체 매출의 약 46%로 가장 큰 비중 차지

2. 시간별 판매 추이

5월이 1,834,730원으로 가장 높은 판매액을 기록하며, Moon Market의 핵심 판매 시즌으로 확인되었습니다. 1월부터 4월까지 비교적 안정적인 판매 추세를 보이다가 5월에 급증한 후 6월에 다시 감소하는 패턴을 보입니다.

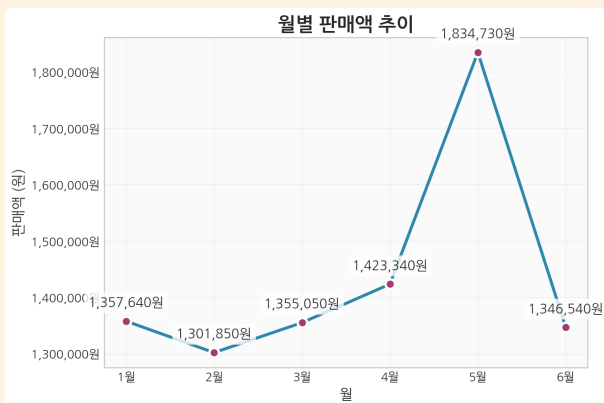


그림 2: 월별 판매액 추이 - 5월에 판매액 급증

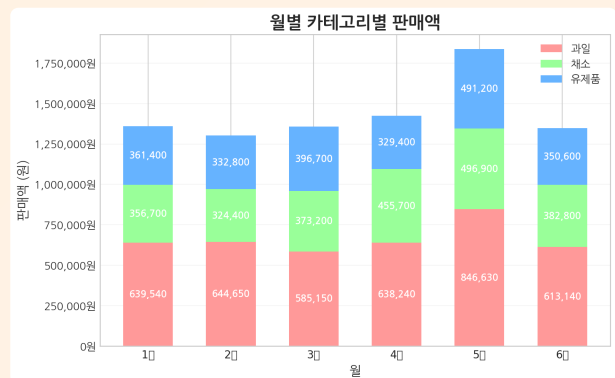


그림 3: 월별 카테고리별 판매액 - 5월 과일 카테고리 판매 급증

3. 프로모션 효과

DAIRYPROMO 프로모션이 1,602,000원으로 가장 높은 판매액을 기록하며, 전체 매출의 약 18.59%를 차지합니다. FRUITPROMO5(18.49%)와 SUMMERFRUIT 프로모션도 높은 판매 기여도를 보이며, 상위 프로모션들이 매출의 대부분을 차지합니다.

핵심 인사이트: 프로모션별로 주력 카테고리가 명확히 구분되어 카테고리별 특화 프로모션 전략이 효과적으로 작동하고 있습니다.

상세 분석 (Detailed Analysis)

1. 카테고리별 판매 분석

Moon Market의 판매 데이터를 카테고리별로 분석한 결과, 과일 카테고리가 3,967,350원으로 전체 매출의 46.03%를 차지하며 가장 높은 비중을 보였습니다. 채소 카테고리는 2,389,700원(27.73%), 유제품 카테고리는 2,262,100원(26.25%)으로 나타났습니다.

과일 카테고리의 우세는 Moon Market의 비즈니스 모델에서 핵심 요소임을 시사하며, 이 카테고리에 대한 집중적인 마케팅과 재고 관리가 필요합니다. 채소와 유제품은 비슷한 매출 비중을 보이지만, 판매 전략은 다르게 접근해야 합니다.

2. 월별 판매 추이 분석

월별 판매액을 분석한 결과, 5월이 1,834,730원으로 가장 높은 판매액을 기록했으며, 다른 월보다 약 30% 이상 높은 수치를 보였습니다. 1월(1,357,640원), 2월(1,301,850원), 3월(1,355,050원), 4월(1,423,340원), 6월(1,346,540원)은 비교적 안정적인 판매 추세를 보였습니다.

특히 과일 카테고리는 5월에 특히 높은 판매액을 기록하여 전체 판매 증가의 주요 원인으로 확인되었습니다. 이는 계절적 요인이 판매에 큰 영향을 미치며, 특히 5월은 Moon Market의 성수기로 확인됩니다.

3. 프로모션 효과 분석

프로모션별 판매 현황을 분석한 결과, DAIRYPROMO 프로모션이 1,602,000원으로 가장 높은 판매액을 기록하며, 전체 매출의 약 18.59%를 차지했습니다. FRUITPROMO5 프로모션은 1,593,650원(18.49%), SUMMERFRUIT 프로모션은 1,455,200원의 판매액을 기록했습니다.

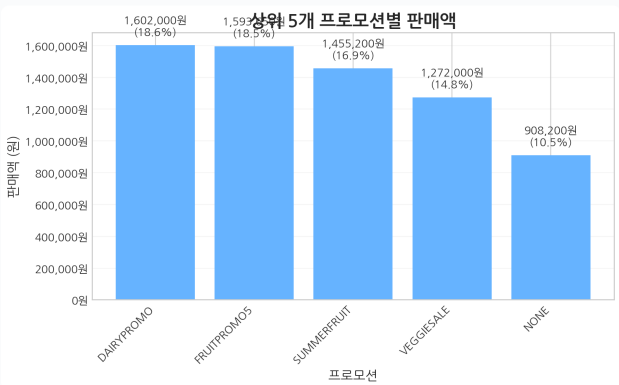


그림 4: 상위 프로모션별 판매액 - DAIRYPROMO와 FRUITPROMO5의 높은 기여도

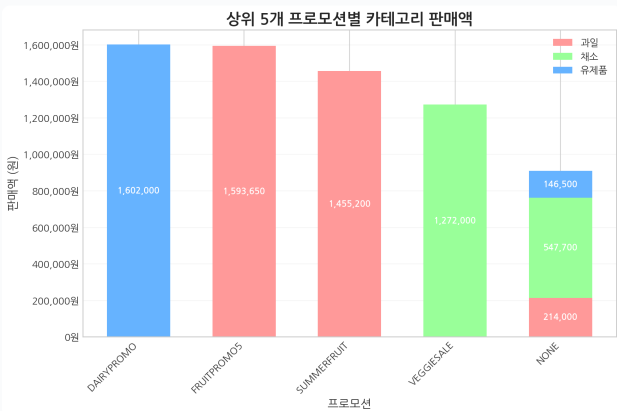


그림 5: 프로모션별 카테고리 판매액 - 프로모션과 카테고리 간의 명확한 연관성

프로모션별 평균 구매 금액을 분석한 결과, 프로모션을 사용하지 않은 고객(NONE)과 SPRING24 프로모션을 사용한 고객의 평균 구매 금액이 높게 나타났습니다. 이는 프로모션 없이도 높은 구매를 하는 충성 고객층이 존재함을 시사합니다.

상위 5개 프로모션별 평균 구매 금액

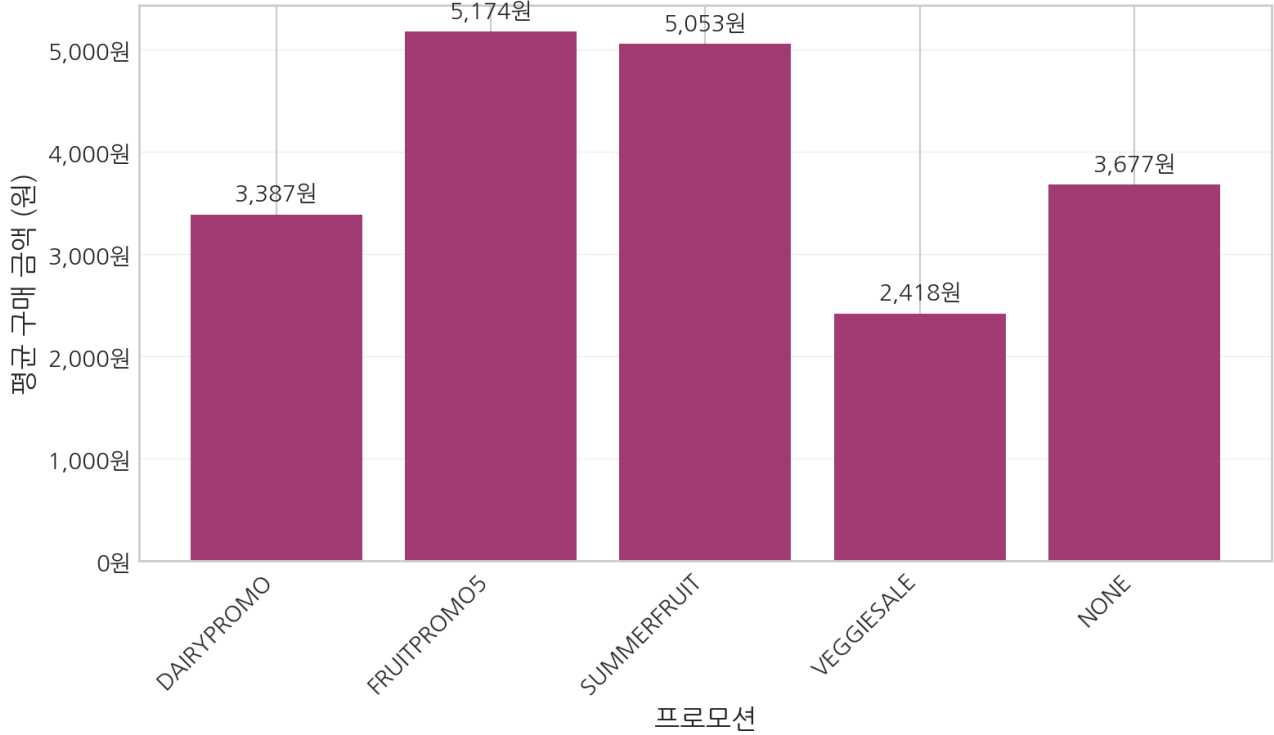


그림 6: 프로모션별 평균 구매 금액 - 프로모션 미사용 고객의 높은 평균 구매액

4. 고객 특성 분석

성별 판매 현황을 분석한 결과, 남성(M) 고객이 전체 매출의 약 54%를 차지하며, 여성(F) 고객보다 높은 판매액을 기록했습니다. 그러나 여성 고객의 평균 구매 금액이 남성보다 74% 더 높게 나타났습니다.

성별 판매액 비율

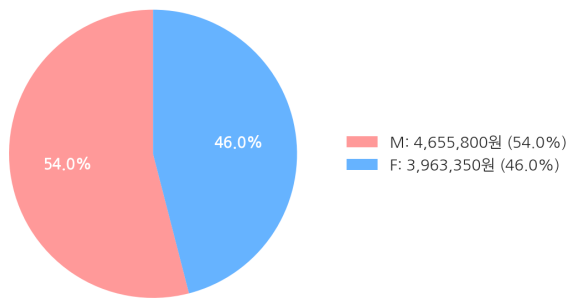


그림 7: 성별 판매액 비율 - 남성 고객의 높은 매출 기여도

성별 카테고리 선호도

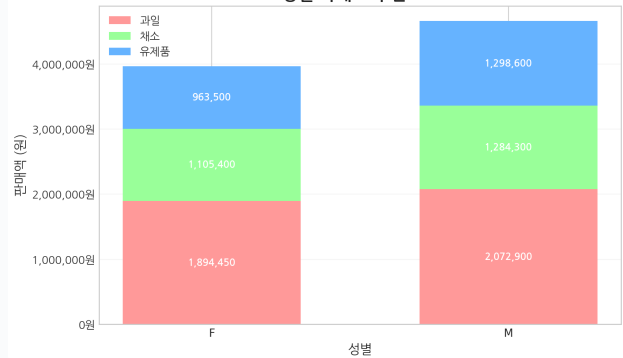


그림 8: 성별 카테고리 선호도 - 성별에 따른 카테고리 선호 차이

연령대별 판매 현황을 분석한 결과, 30대가 약 2,990,000원(34.7%)으로 가장 높은 판매액을 기록했으며, 그 다음으로 50대(29.2%), 40대(20.9%) 순으로 나타났습니다. 30대와 50대가 핵심 고객층으로, 전체 매출의 약 64%를 차지했습니다.

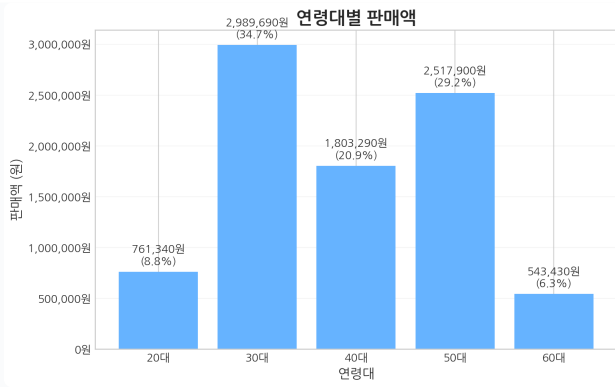


그림 9: 연령대별 판매액 - 30대와 50대의 높은 매출 기여도

연령대별 카테고리 선호도 (카테고리별 판매액 비율 %)

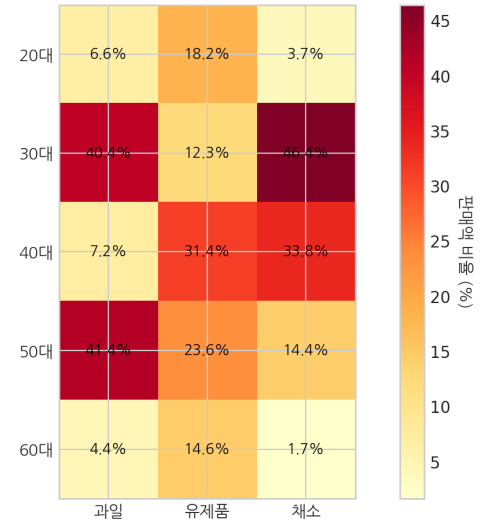


그림 10: 연령대별 카테고리 선호도 히트맵 - 연령대별 선호 카테고리 차이

5. 지역별 판매 현황 분석

지역별 판매 현황을 분석한 결과, 서울 지역이 전체 매출의 약 76.6%를 차지하며, 경기도(23.4%)보다 압도적으로 높은 판매액을 기록했습니다. 서울 지역은 모든 카테고리에서 경기도보다 높은 판매액을 보이며, 특히 과일 카테고리에서 우세했습니다.

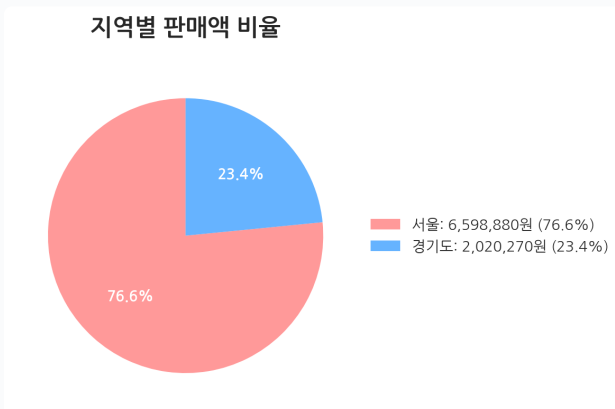


그림 11: 지역별 판매액 비율 - 서울 지역의 압도적인 매출 기여도

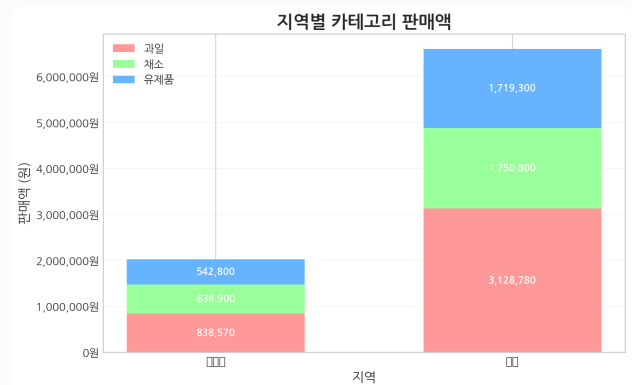


그림 12: 지역별 카테고리 판매액 - 지역별 카테고리 선호도 차이

경기도는 서울에 비해 채소와 유제품의 판매 비중이 상대적으로 높게 나타났습니다. 이는 지역별로 다른 카테고리 전략이 필요함을 시사합니다.

결론 및 제안사항 (Conclusions and Recommendations)

1. 카테고리 전략

- 과일 카테고리 강화: 핵심 수익원인 과일 카테고리의 다양성 확대 및 프리미엄 상품 라인 강화
- 카테고리 간 시너지: 과일을 중심으로 채소, 유제품과의 번들 상품 개발로 교차 판매 촉진
- 계절 맞춤형 상품: 5월 성수기에 맞춘 계절 과일 특별 기획전 및 프로모션 개발

2. 시즌 전략

- 5월 성수기 대비: 내년 5월 성수기를 대비한 재고 및 마케팅 계획 수립
- 비수기 활성화: 2월과 6월 같은 판매 부진 시기에 대한 특별 프로모션 및 이벤트 개발
- 계절 트렌드 활용: 계절별 선호 상품 분석을 통한 시즌별 맞춤형 마케팅 캠페인 개발

3. 프로모션 전략

- 성공 프로모션 확대: DAIRYPROMO와 FRUITPROMO5 같은 성공적인 프로모션의 확대 및 개선
- 카테고리별 특화 프로모션: 카테고리별 특화 프로모션을 계절적 요인과 결합하여 시너지 효과 창출
- 충성도 프로그램: 프로모션 미사용 고객의 높은 평균 구매 금액을 활용한 충성도 프로그램 개발

4. 고객 세그먼트 전략

- 핵심 타겟 집중: 30대와 50대를 핵심 타겟으로 한 맞춤형 마케팅 캠페인 개발
- 여성 고객 유치: 여성 고객을 위한 과일 중심의 프리미엄 상품 라인 강화로 수익성 향상
- 세분화된 마케팅: 성별 및 연령대별 선호 카테고리를 고려한 맞춤형 프로모션 개발

5. 지역 확장 전략

- 서울 지역 강화: 서울 지역의 과일 카테고리 강화 및 프리미엄 서비스 확대
- 경기도 지역 확장: 경기도 지역의 채소, 유제품 카테고리 프로모션 확대 및 맞춤형 서비스 개발
- 지역별 맞춤 전략: 지역별 특성에 맞는 상품 구성과 배송 서비스 최적화

결론: Moon Market은 과일 카테고리를 중심으로 한 강력한 비즈니스 모델을 보유하고 있으며, 5월 성수기와 효과적인 프로모션 전략이 판매의 핵심 동력입니다. 30대와 50대 고객층을 중심으로 한 세분화된 마케팅 전략과 서울 지역의 강점을 활용한 지역 확장 전략을 통해 지속적인 성장이 가능할 것으로 예상됩니다.

데이터 출처 및 계산 근거

과일 카테고리 총 판매액: 3,967,350원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Category}=\text{'과일'})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

과일 카테고리 판매 비율(%): 46.03%, 계산식: $(\text{SUM}(\text{Amount where Category}=\text{'과일'}) / \text{SUM}(\text{Amount})) * 100$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

유제품 카테고리 총 판매액: 2,262,100원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Category}=\text{'유제품'})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

유제품 카테고리 판매 비율(%): 26.25%, 계산식: $(\text{SUM}(\text{Amount where Category}=\text{'유제품'}) / \text{SUM}(\text{Amount})) * 100$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

채소 카테고리 총 판매액: 2,389,700원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Category}=\text{'채소'})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

채소 카테고리 판매 비율(%): 27.73%, 계산식: $(\text{SUM}(\text{Amount where Category}=\text{'채소'}) / \text{SUM}(\text{Amount})) * 100$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

1월 총 판매액: 1,357,640원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Month}=1)$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

2월 총 판매액: 1,301,850원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Month}=2)$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

3월 총 판매액: 1,355,050원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Month}=3)$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

4월 총 판매액: 1,423,340원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Month}=4)$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

5월 총 판매액: 1,834,730원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Month}=5)$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

6월 총 판매액: 1,346,540원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where Month}=6)$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

총 판매액: 8,619,150원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

프로모션 'DAIRYPROMO' 총 판매액: 1,602,000원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where promotion-ids}=\text{'DAIRYPROMO'})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

프로모션 'DAIRYPROMO' 판매 비율(%): 18.59%, 계산식: $(\text{SUM}(\text{Amount where promotion-ids}=\text{'DAIRYPROMO'}) / \text{SUM}(\text{Amount})) * 100$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

프로모션 'FRUITPROMO5' 총 판매액: 1,593,650원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where promotion-ids}=\text{'FRUITPROMO5'})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

프로모션 'FRUITPROMO5' 판매 비율(%): 18.49%, 계산식: $(\text{SUM}(\text{Amount where promotion-ids}=\text{'FRUITPROMO5'}) / \text{SUM}(\text{Amount})) * 100$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

프로모션 'SUMMERFRUIT' 총 판매액: 1,455,200원, 계산식: $\text{SUM}(\text{Amount where promotion-ids}=\text{'SUMMERFRUIT'})$, 출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)