**모든 파트의 결론(마케팅 방안 및 인사이트) 작성 부탁드립니다!**

**콘텐츠 기획 분석**

* 허재호 :
* 카테고리에서 프로그래밍을 결제한 사람들이 제일 많기 때문에 프로그래밍 과목들을 광고에 자주 노출시키거나 하여 마케팅을 하면될것 같다
* 서브 카테고리에서 프로그래밍 과목들이 대체적으로 많이 팔리지만 영상편집의 판매량이 제일 많기 때문에 영상편집강의나 프로그래밍 강의를 위주로 마케팅을 하면될것 같다
* 올인원 강의들을 구매하는 것으로 보아 사람들은 한강의만 결제하는게 아니라 여러개의 강의를 한번에 들을수 있게 커리큘럼을 짜놓은 포맷을 더 선호하는것 같다
* 조세이 :

1. 프로그래밍 과목중에서도 백엔드, 프론트엔드, DB분야로 세분화해서 마케팅을 진행시키면 좋을 것같다. 백엔드 완강시 프론트엔드 할인쿠폰 발급 등
2. 올인원 강의구매가 가장 많은 것을 보면 사람들이 한 과목 선택이 어려워 올인원을 구매하려는 경우가 많을 것 같다.

* 김주호
  + 판매된 강의 개수와 판매가 평균을 함께 살펴보면 **15만원대** 근처의 카테고리들이 판매량에서 상위를 차지하고 있는 것을 볼 수 있다. 특히 **프로그래밍**에 대한 인기와 이 적절한 가격대가 맞물리면서 압도적인 판매량을 나타내는 것으로 보인다. **투자/재테크, 부동산/금융** 또한 인기 있는 주제들이므로 비슷한 가격대로 구성하면 판매량을 늘릴 수 있을 것이다.
  + 프로그래밍의 서브카테고리 중 **데이터 분석** 강의는 너무 적은 수가 개설되어 있어 판매량이 저조한 것으로 보인다. 강의 수를 조금 더 늘리는게 판매량 개선에 효과적일 것이다.
  + 비전공자들이 개발자로 커리어 저노한을 원하는 경우가 많기 때문에 이러한 고객들을 잡기 위해서는 **코딩 입문** 강의들의 가격을 낮춰서 접근성을 높이는게 좋은 전략이라고 생각한다.

* 안희수
  + 카테고리 분석에서 패스트 캠퍼스는 원래 프로그래밍 관련 강좌가 주력 상품이므로 최근 인기 때문에 판매량이 높다고 판단은 어렵다.
  + 투자/재테크, 부동산/금융 보다 데이터사이언스 쪽 매출이 훨씬 높지만 프로그래밍보다 가격이 다소 차이난다. 후자 쪽의 가격을 조정하는게 필요해보인다.
  + 포맷별 분석에서는 올인원이 메인 프로모션 적용 상품이어서 판매량이 많아 보인다. 평균 판매가가 비교적 높고 어느정도 판매량이 있는 온라인 완주반에 대한 마케팅을 늘려서 매출을 올리는게 필요해보인다.
* 최윤석:
  + 프로그래밍 판매량을 비교했을 때, 판매가가 낮게 측정되어 있다고 생각이 들지만, 해당 가격을 상한 조정했을 시 판매량이 유지될 수 있을지는 의문.
  + 코딩입문이라는 카테고리명처럼 판매가격도 이와 같이 형성되어야 판매 량 증가로 이어지지 않을까라는 생각이 든다.
* 송희연 :
  + 초등, 중등학교에서도 프로그래밍 교육을 도입하고 있고 앞으로 수요도 늘어날 것 이므로 초중고 학생들 타겟으로 기획해 보는 것도 좋을 것 같다.
  + 현재는 프로그래밍 강의 위주이지만 점차 강의 카테고리를 확대하여 다양한 분야의 자기개발 프로그램을 제공하는 플랫폼으로 성장하면 좋을 것 같다.
  + 또한 기업의 기업의 직원 교육에 대한 수요가 많으므로 서비스를 다양화하고 학습자의 성취 정도에 대한 평가 시스템을 개발하면 좋을 것 같다.

**종합:**

**시기별 분석**

* 허재호 :
* 일별로 결제된 데이터를 봤을때 월말에 결제량이 급등하는것으로 보아 월말쯤에 광고를 노출시키는게 마케팅에 효과적일것으로 보인다
* 시간별로 결제된 데이터를 봤을때 9시에서 11시사이에 결제량이 많은것으로 보아 직장인들이 퇴근하고 결제하는것으로 예상할수 있으므로 그 시간대에 맞춰서 광고를 노출시키는것이 마케팅에 효과적일것으로 보인다
* 최윤석:
  + [월말 ~ 월초] & [일 별 평균 21~23시] 사이에 결제량이 증가하므로 해당 기간에 광고 노출 수를 늘리는 것이 좋을 것으로 보인다   
    (쿠폰 적극활용, Ex) 페이백,타임세일 과 같은.)
* 조세이:

1. 월말과 월초에 결제량이 증가하는 것으로보아 월말이나 월초에 새로운 것을 배우거나 학습의지가 더 높다고 생각된다. 이때 쿠폰이나 새로운 프로모션, 마케팅을 도입해도 좋을 것으로 생각된다.

* 김주호
  + 8월에 결제량이 가장 많은 것으로 보아 방학 시즌인 대학생들도 강의를 많이 듣는 것으로 추정된다. 방학 기간에 적극적인 마케팅을 진행하면 많은 결제를 유도할 수 있다고 생각한다.
  + 일별로는 월말에, 시간대로는 22시에 결제량이 가장 높으므로 방학 시즌으로 들어가는 6월 말 저녁 시간대까지 결제 가능한 강의들을 구성해놓으면 집중적인 판매량이 늘어날 것으로 예상된다.

**금액별 분석**

* 최윤석:
  + 할인액과 판매량이 비례하지 않았던 통계를 통해서 마케팅을 조금 더 효율적으로 진행해야 할 필요가 보인다
  + 전체 사용한 **빈도** 쿠폰 수는 **웰컴 쿠폰(올인원패키지 판매량과 상관관계가 있어보임)**이 많았고, **평균 할인액**이 컸던 쿠폰은 **월별 쿠폰,**  웰컴과 월별 쿠폰의 특성을 각각 합친 쿠폰을 발행하면 좋지 않을까?
* 조세이:

1. 할인액이 크면 구매력이 높아질것으로 생각됐지만 데이터를 분석해보니 할인액이 컸지만 판매량이 저조했던 부분이 존재하기 때문에 쿠폰 발행수나, 할인율을 조절 할 필요가 있다고 생각된다.
2. 10만원대부터 30만원대 사이의 강의의 구매율이 높은것과 올인원 강의가 많이 판매되는 것으로 보아, ‘보통’금액대의 올인원 강의를 늘리는 것이 어떨까 생각된다.

* 김주호
* 안희수
  + 월별 할인액에서 9월말 판매량 데이터가 없음에도 할인액이 큰 것으로 보아 9월 프로모션 및 쿠폰의 할인율이 큰 것으로 알 수 있고, 7월부터 이 할인율이 증가하고 있다. 5~7월 매출이 조금씩 떨어지는 것을 반영하여 쿠폰 수(월별 쿠폰 사용률 참고 8월 쿠폰이 제일 많음) 와 할인율(7,8월 할인액이 가장 큼)을 늘린 것으로 보인다.
  + 월별 총 매출액 확인해볼 필요 있음
  + 쿠폰 할인금액 구간별 분석 : 30만원 초과 할인금액 구간은 올인원이나 패키지 상품 할인 때문으로 보인다.
* 송희연:
  + 현재 가장 판매량이 높은 강의대는 10~15만원 언저리인데 이 가격대가 사람들에게 부담이 없는 적당한 가격대므로 강좌 기획할때 이를 기준으로 하면 좋을 것 같다.
  + 한편 데이터 분석, 데이터 사이언스 분야는 가격대가 높아도 꽤 높은 매출이 발생하므로 파이썬 뿐만 아니라 R, SAS 등의 강의를 추가하여 강좌를 다양화하면 더욱 판매를 촉진 할 수 있을 것으로 생각된다.

**강의별 분석**

* 허재호 :
* 환불이 많은 강의를 봤을때 올인원 프로그래밍 과목중 **초격차 패키지 : 한 번에 끝내는 프론트엔드 개발**이 제일 환불수가 많은걸로 봐서 문제가 있는것으로 보인다. 이것에 대한 이유는
* 강의의 짜임새가 부족하거나
* 초격자 패키지를 처음 등록해봤는데 생각보다 어렵거나 안맞아서 환불을 한것으로 예상된다
* 개편이 필요할것으로 보인다
* 최윤석:
  + 생각보다 할인을 받아 결제한 사람들의 비율이 높지 않은 것을 확인 할 수 있었는데 이는 마케팅과 쿠폰 발급의 접근성에 대해 생각해 볼 필요가 있다고 생각이 들었고, 패캠측에서 쿠폰 할인액을 포함한 결제가격이 예상 매출액에 포함된 가격이였다면, 마케팅 비용적으로 손해를 보고 있는 부분이기에 적극적으로 노출을 시켜야 할 것으로 보인다.
  + 패캠이 프로그래밍& 개발 관련한 강의를 타켓으로 하고 있는데도 불구하고, 올인원 - 초격차 패키지 - 프론트엔드 강의에서 환불율이 높은 것으로 보아 강의 퀄리티에 대한 보강 또는 피드백에 대한 반영을 할 필요가 있다고 생각합니다.
* 김주호
  + 결제량 상위 4개 카테고리의 쿠폰 할인 비율을 확인해봤을 때 40퍼센트 정도로 나타난다. 오히려 결제량이 많은 카테고리들에 쿠폰 발급 비율을 높이면 더 많이 판매될 것으로 보인다.