

22년 행사고도화 키포프 미팅 결과 & 행사 Dashborad 지표

*설명 목적

- 2/23(수)에 진행하였던 행사 고도화 키포프 미팅 주요 결과 공감
- 행사 Dashboard 개발 진행상황 및 고려사항 중 행사관련 속지 내용 공감

1. 22년 행사 고도화 키포프 미팅

(참고: 행사고도화 22년 운영 계획 및 행사안 공유)

*22년 행사고도화 목적

- AI 기반 행사를 통해 **대분류 매출과 이익 증대**
- AI 기반 행사를 통해 **행사 목적의 다양성**(ex: 객수 증가 등) 고려
- 앞선 2개 목적을 반영한 행사 추천 모델 구현 및 이를 지표로 볼 수 있는 Dashboard 환경 구성

*KPI

PO 관점

- 대분류 매출액: 경영목표 매출액+a(도전적 목표)
- 대분류 이익액: 경영목표 매출액+a(도전적 목표)
- AI 행사적용률* = (AI 제안 행사 실행 SKU 수/총 행사 SKU 수) : 100%
(행사적용률 측정 시 신상품 및 기획상품 제외)

DS관점

- 상품 판매량 예측 정확도: MAE, MAPE
(판매량을 기반으로 산출한 매출액 및 이익금액 예측 정확도 고려)

*실행과제

- AI 행사 추천 결과를 검증하고 전점에 행사 적용
- AI(-)바이어간 원활한 커뮤니케이션을 위한 행사 시뮬레이션 tool 개발 → **대분류별 특성을 반영하여 최적의 상품을 추천하기위해 API 구현을 통해 바이어가 원하는 결과를 나오도록 구성(EX. 매대 제약, 추천 금지 분류등→ 실질적으로는 Recommendor의 input으로 입력됨)**
(참고: 행사고도화의 DT본부-바이어 간 interactive tool 필요성)
- 행사 결과에 대해 포괄적으로 측정할 수 있는 Dashboard 개발 (참고: 행사고도화 대시보드 지표 정의)
- MD계획(해당 월 이슈)에 따른 행사진행 논의

*주요 논의 사항

Q1. 판촉사원이 존재하는 상품에 대한 효과를 반영할 수 있는가?

→ 인건비 등 수치화된 지표를 받아본 후 논의가 가능하며 현재로서는 불가함

Q2. 상품이익은 한달 후 에누리회입(장려금)이 후행 반영되는데, 지표로 관리하는 것이 유의미한가?

→ 월마감 이후 상품이익을 반영해 대분류별로 봤을 때는 의미가 있지만, 상품별로 봤을 때 의미가 있는지는 논의 필요

→ 또한, 이익의 경우 장려금 협상에서 바이어의 역량이 더 중요할 수 있기 때문에 행사 KPI와는 거리가 있을 수 있음

* 향후 계획(DS 관점)

- 5월 1일 행사 실행안 산출 후, 바이어 분들께 데이터 기반 컨설팅 제공
- 집객, 영수증 / 이익을 대분류 별 matrix로 만들어 해당 사분면의 어떤 대분류에 집중하면 이익을 높여줄 수 있는지 설명 가능
- 각 상품 별 Keyword 추출을 통해 바이어들이 이해 가능한 변수 제공

2. 행사 Dashborad 지표

*Def: Dashborad 산출 정의

- 기간: 1주단위로 결과 값 산출(목요일~ 수요일, Ex) 3/3(목) ~ 3/9(수)
- 산출 범위: 가공 C 담당 전체 합계 또는 평균 값 (Ex) 가공C 담당 SKU 총매출액, 가공 C 담당 SKU 평균 공정리뷰 비율 등)
- 행사의 범주: 일반/pos 행사 모두 포함 (*일반행사와 POS행사의 차이는? 일반행사 / POS행사 구분)
- 대상 제외 점포 (추가 논의 필요)
 - FC점포 ('1010', '1018', '1028')
 - 폐점포 ('1015', '1061', '1079', '1088', '1123', '1165') # 동광주점 E, 감삼점 E, 이마트몰, 인천공항점 E, 이문점 E, EO.S청계천 (B1)
 - GT센터 ('1153')
 - 백화점 ('9751', '9754', '9756', '9762', '9816') # (백)본점, (백)의정부, (백)센텀, (백)동대구점, (백)대전점
 - 온라인몰 3곳 ('9800', '9801', '9807') # EM김포플가상점, EM보정플가상점, EM김포2플가상점

1) 대시 보드 목록

| 구분 | 영역 | KPI | 조작적 정의 | 상세 설명 (이해가 필요한 부분만 작성) | 값 예시 (1월 1차 주 차행사) | 중요도 | | SQL Code | 고려사항 (문제 거리 및 해결방안) |
|----------|-------------|---------------|---|--|------------------------------|----------------|----------|---------------|--|
| | | | | | | 카테고 리별 | 관련본 부 | | |
| 기대 효과 | 매출 | 총 매출액 | Σ 행사기간 대분류 순매출액 | | 37,479,447,240 | 중요지표 | 상품/판매 | 매출, 집객, 행사기여도 | |
| | | 행사 매출액 | Σ 행사기간 행사상품 순매출액 | | 30,971,582,610 | | | | |
| | | 매출 단력도 | Σ 행사기간 행사상품 순매출액 / Σ 행사직전 동일 기간 행사상품 순매출액 | 행사 상품의 매출 단력도 확인을 위해 행사 직전 1달 대비 행사 중 기간의 순매출액을 비교 | 1.54 | | | 매출단력도 | |
| | | 행사구성비 | Σ 행사기간 행사상품 순매출액 / Σ 행사기간 대분류 순매출액 | | 0.83 | | | 매출, 집객, 행사기여도 | |
| | 이익 | 총 이익 | Σ 행사기간 대분류 (상품) 이익액 | | 8,518,840,529 | 중요지표 | 상품/판매 | 이익 | -장려금액을 미포함한 상품 자체의 이익금액만 고려 |
| | | 행사 이익 | Σ 행사기간 행사상품 (상품) 이익액 | | 6,055,310,551 | | | | -영수증 이익금액과 DWH 이익금액중 올바른 값은? |
| | | 행사 이익률 | Σ 행사기간 행사상품 이익액 / Σ 행사기간 행사상품 순매출액 | | 0.2 | | | | |
| | 집객 | 총 영수증 수 | Σ 행사기간 대분류 영수증 수 | | 3,265,589 | 중요지표 | | 매출, 집객, 행사기여도 | |
| | | 행사 영수증 수 | Σ 행사기간 행사상품이 포함된 영수증 수 | | 2,125,212 | | | | |
| | 행사 기여도 | 영수증 객단가 | AVG 행사상품이 포함된 영수증 매출액 | | 84,003.19 (순매출액 : 73,455.56) | 중요지표 | | | |
| | | 영수증 품목 수 | AVG 행사상품이 포함된 영수증의 고유 SKU 수 | | 12.36 | | | | |
| | | 신규 고객* 수 | Σ 행사상품을 구매한 신규 고객 수 *신규 고객: 60일 이내 가공 C 담당 SKU를 구매한 이력이 없는 신세계 회원 중 이번에 구매한 고객 | 행사기간 동안 해당 SKU를 구매함으로써 가공C 담당 상품에 유입된 고객 파악 | 394,644 | | | | 신규고객수 |
| | | Cherry picker | Σ only 행사상품만 구매한 영수증 수 | | 109,380 | | | | 체리피커 |
| | | 로열티 | Σ 로열 고객의 행사기간 행사상품 순매출액 / Σ 로열 고객의 행사기간 대분류 순매출액 | | 68.95 | | | | 링크 |
| | | 행사 평판지수 | Σ 업 기준 행사상품 긍정 리뷰 비율 행사 상품의 리뷰 점수 / 행사상품의 리뷰 건수*10 | 해당 행사상품의 리뷰 점수를 통해 긍정적인 리뷰의 비율을 파악 | 98.38 | | | | 행사평판지수 -전단상품만 가능 -데이터의 편향성 존재: 상품에 대한 긍정 리뷰 대부분 (9점 혹은 10점이 대부분이며 긍정 리뷰 비율이 98% 이상을 차지함) → Scaling을 통해 좀더 정교한 지표 산출이 필요하지않을까? |
| 비용 | 이마트 행사 부담비용 | 이마트 행사 부담비용 | Σ 행사기간 중 에누리 금액 이마트 부담분 + 매가 인하 금액 (원가관점에서 접근할 수 있지 않을까) | 이마트에서 행사를 진행하는데 사용한 행사 비용 | 8,046,760,480 | 중요지표 | | 행사 부담비용 | 행사 유형에 따른 분담을 반영 방안 |
| | | 재고비용 | Σ 점포별 행사기말 재고 금액 | 행사가 끝나고 행사 상품이 얼마나 남았는지 확인하는 지표 | 39,279,834,960 | 중요지표 | SCM | 링크 | 행사 재고를 어느시점까지 파악할까? |
| | | 재고일수 | Σ 점포별 행사기말 재고 금액 / AVG 일단위 행사 상품 판매액 | | 111.845925667 | | | 링크 | |
| | | (신선)점포 OP차이계* | Σ 점포별 행사상품 점포 OP차이계 | | | | | | 검토중 |
| | 인건비 | 점포 OP비용 | Σ 점포별 AM 행사 운영 OP 투입시간 X 22년 AM 평균 시급 | | | 설계불가지표 (현재 기준) | 상품/판매 | | 불가 판매분부 여부 결정 행사OP로 인한 연장근로 급여 추정 가능 |

| | | | | | | | | |
|-------|----------|------------|--|--|------|--|----|--|
| | 판촉비 | 카드사 에누리 비용 | Σ 행사기간 카드사 에누리 비용 | | | | | 불가 |
| | | 광고비용 | Σ 행사기간 전단광고, ISP, 직접배송 지출 비용 | | | | | 한달 단위로 정산되어 weekly 관리 불가, 분석계에 Table로 있었던 이력 존재. 추가 확인 필요 |
| | | 사은품 | Σ 행사기간 사은품 증정 금액 | | | | | 불가 |
| | | | | | | | | 한달 단위로 정산되어 주단위로 파악불가 |
| | | | | | | | | 불가 |
| | | | | | | | | 한달 단위로 정산되어 주단위로 파악불가 |
| 측정 단위 | 행사 SKU 수 | 행사 SKU 수 | 행사기간 중 EZ1에 등록된 일반행사 U POS 에누리** 행사 **단 MPP(기호합계), 개인화 쿠폰 행사, 클럽행사는 제외 | | 6346 | | 링크 | 1월 1주차의 경우 해맞이 행사등으로 카테고리 행사가 들어가서 행사 SKU수가 많이 늘어나는 경향을 보임 |

2) 쿼리 및 output 예시

*쿼리

신규고객수

```
--          60          (, AGG)=          ,
WITH PRDT_MST AS (
    SELECT PRDT_GCODE_CD,PRDT_CD, FROM `smart-ruler-304409.cds_core.TB_DW_PRDT_MASTR`
    WHERE AFLCO_CD = '001'
    AND BIZTP_CD = '10'
),
TEAM AS (
    SELECT TEAM_CD,TEAM_NM
    FROM `smart-ruler-304409.dwh_core.EXCTEAM`
    WHERE team_nm like '%C%'
),
GCODE_CD AS (
    SELECT GCODE_CD,GCODE_NM,TEAM_CD AS TEAM_CD_CON
    FROM `smart-ruler-304409.dwh_core.EXCGCODE`
),
TEAM_GCODE AS (
    SELECT A.*, B.GCODE_CD, B.GCODE_NM
    FROM TEAM A
    LEFT JOIN GCODE_CD B ON A.TEAM_CD=B.TEAM_CD_CON
),
Exceptions1 AS (
    # PO ''
    SELECT DISTINCT KEY
    FROM `emart-dt-dev-ds.test_alex.Sales_clf`
    WHERE eo_sales_clsf = ''
),
Exceptions2 AS (
    # MPP, ,
    SELECT DISTINCT INPUT_EVENT_NM
    FROM `smart-ruler-304409.cds_core.TB_DW_POS_EVENT`
    WHERE (INPUT_EVENT_NM LIKE '%%' OR INPUT_EVENT_NM LIKE '%%' OR INPUT_EVENT_NM LIKE '%MPP%')
),
EVENT_TA AS(
    select DISTINCT D.PRDT_GCODE_CD, B.PRDT_CD AS PRDT_CD_EVENT --EVENT_NM, B.EVENT_SDT, B.EVENT_EDT, 'normal'
AS EVENT_TYPE --
    from cds_core.TB_DW_THEME_EVENT A, cds_core.TB_DW_EVENT_PRDT_MASTR B, cds_core.TB_DW_PRDT_MASTR D
    where A.AFLCO_CD = B.AFLCO_CD
    and A.BIZTP_CD = B.BIZTP_CD
    and A.EVENT_THEME_CD = B.EVENT_THEME_CD
    and B.AFLCO_CD = D.AFLCO_CD
    and B.BIZTP_CD = D.BIZTP_CD
    and B.PRDT_CD = D.PRDT_CD
    and A.AFLCO_CD = '001'
    and A.BIZTP_CD = '10'
    and B.EVENT_SDT <= '2022-01-12'
    and B.EVENT_EDT >= '2021-12-30'
```

```

UNION ALL
select DISTINCT D.PRDT_GCODE_CD, B.PRDT_CD AS PRDT_CD_EVENT --EVENT_TYP_NM1 AS EVENT_NM, B.EVENT_SDT,B.
EVENT_EDT, 'pos' AS EVENT_TYPE --pos
from cds_core.TB_DW_POS_EVENT A, cds_core.TB_DW_POS_EVENT_PRDT_MASTR B, cds_core.TB_DW_PRDT_MASTR D
where A.AFLCO_CD = B.AFLCO_CD
and A.BIZTP_CD = B.BIZTP_CD
and A.EVENT_CD = B.POS_EVENT_NO
and B.AFLCO_CD = D.AFLCO_CD
and B.BIZTP_CD = D.BIZTP_CD
and B.PRDT_CD = D.PRDT_CD
and A.AFLCO_CD = '001'
and A.BIZTP_CD = '10'
and A.EVENT_TYP_NM1||'_'||A.EVENT_TYP_NM2 NOT IN (SELECT * FROM Exceptions1) --, po
and B.EVENT_SDT <= '2022-01-12'
and B.EVENT_EDT >= '2021-12-30'
),
RCPT_BEFORE AS (
SELECT DISTINCT(CUST_ID), PRDT_CD
FROM `smart-ruler-304409.cds_core.TB_DW_RCIPT_DETAIL`
WHERE AFLCO_CD = '001'
AND BIZTP_CD = '10'
AND CNCL_YN = 'N'
AND SALE_TRGT_YN = 'Y'
AND BSN_DT BETWEEN '2021-10-30' AND '2021-12-29'
AND STR_CD NOT IN ('1010', '1018', '1028')
--GROUP BY 1,2
),
EVENT_BEFORE AS( --60 C
SELECT C.TEAM_NM, CUST_ID AS CUST_ID_BEFORE, PRDT_GCODE_CD,A.PRDT_CD AS PRDT_CD_BEFORE--, EVENT_CD,EVENT_NM,
EVENT_SDT, EVENT_EDT
FROM RCPT_BEFORE A
INNER JOIN PRDT_MST B ON A.PRDT_CD=B.PRDT_CD
INNER JOIN TEAM_GCODE C ON B.PRDT_GCODE_CD= C.GCODE_CD
),
RCPT AS (
SELECT DISTINCT(CUST_ID), PRDT_CD
FROM `smart-ruler-304409.cds_core.TB_DW_RCIPT_DETAIL`
WHERE AFLCO_CD = '001'
AND BIZTP_CD = '10'
AND CNCL_YN = 'N'
AND SALE_TRGT_YN = 'Y'
AND BSN_DT BETWEEN '2021-12-30' AND '2022-01-12'
AND STR_CD NOT IN ('1010', '1018', '1028')
--GROUP BY 1,2
),
EVENT_ING AS(
SELECT CUST_ID, TEAM_NM, PRDT_GCODE_CD, A.PRDT_CD --EVENT_CD, EVENT_NM, EVENT_SDT, EVENT_EDT, EVENT_TYPE
FROM RCPT A
INNER JOIN EVENT_TA B ON A.PRDT_CD=B.PRDT_CD_EVENT --
INNER JOIN TEAM_GCODE C ON B.PRDT_GCODE_CD=C.GCODE_CD
),
-- 60 C (Anti_join)
New_customer AS( --
SELECT A.TEAM_NM, COUNT(DISTINCT (CUST_ID)) AS NEW_CUSTOMER_CNT
FROM EVENT_ING A
LEFT OUTER JOIN EVENT_BEFORE B ON A.CUST_ID=B.CUST_ID_BEFORE
WHERE B.CUST_ID_BEFORE IS NULL
GROUP BY 1
),
EVENT_CUST AS(
SELECT TEAM_NM,COUNT(DISTINCT (CUST_ID)) AS EVENT_CUSTOMER_CNT --
FROM EVENT_ING
GROUP BY 1
),
BEFORE_CUST AS(
SELECT TEAM_NM, COUNT(DISTINCT (CUST_ID_BEFORE)) AS BEFORE_CUSTOMER_CNT-- 60 C
FROM EVENT_BEFORE
GROUP BY 1
)
#
SELECT A.*, EVENT_CUSTOMER_CNT, BEFORE_CUSTOMER_CNT, NEW_CUSTOMER_CNT/EVENT_CUSTOMER_CNT*100 AS PROP

```

```

FROM New_customer A
INNER JOIN EVENT_CUST B ON A.TEAM_NM=B.TEAM_NM
INNER JOIN BEFORE_CUST C ON A.TEAM_NM=C.TEAM_NM
--SELECT COUNT(DISTINCT(CUST_ID_BEFORE))
--FROM EVENT_BEFORE

```

*Output

| 행 | TEAM_NM (팀단위) | NEW_CUSTOMER_CNT (신규고객수) | EVENT_CUSTOMER_CNT (행사기간 구매 고객수) | BEFORE_CUSTOMER_CNT (행사 기간전 가공 C담당 물품 구매 고객수) | PROP (비율: 신규고객/행사기간고객) |
|---|------------------|-----------------------------|-------------------------------------|--|---------------------------|
| 1 | 가공C | 394644 | 1618604 | 4097756 | 24.381751188060825 |

3) 중요도

1)중요지표: 타본부 혹은 기존 KPI 설정시 중요하게 생각하는 지표

2)설계불가지표(현행기준): 현재 바이어분들과 DT본부 모두 확인할 수 없는 지표

- 인건비 지표의 경우 판매본부의 결정사항 필요(행사 op로 인한 연장근무 급여 추정 필요)
- 판촉비(카드사 에누리 비용, 광고비용, 사은품)의 경우 한달 단위로 관련 지표 데이터 값이 정산되어 weekly 적용불가

→ 인건비와 판촉비 관련 데이터 추출 경험이 있으신분들은 말씀부탁드립니다!

3) 본부별 우선순위 지표

-상품 본부: 매출액, 이익액, 점포 OP 순

-판매 본부: 매출액, 점포OP, 이익액 순

-SCM: 재고 + α (매출, 물류 OP 등 고려)

4) 고려사항 (문제 거리 및 해결방안) : 공유 목적

i) 영수증 상품이익 금액과 DWH 상품 이익금액중 올바른 값은?

*영수증상 이익금액과 DWH의 실적 집계용 이익금액의 값이 다르다

- 차이점
 - dwh_mart.PSSDS_SALE_ANAL의 SALE_PROFIT : 매매익 시스템으로부터 전달받은 값으로 계산
 - cds_core.TB_DW_RCIPT_DETAIL의 PROFIT_AMT : 매출수집 서버로부터 전달받은 값으로 계산

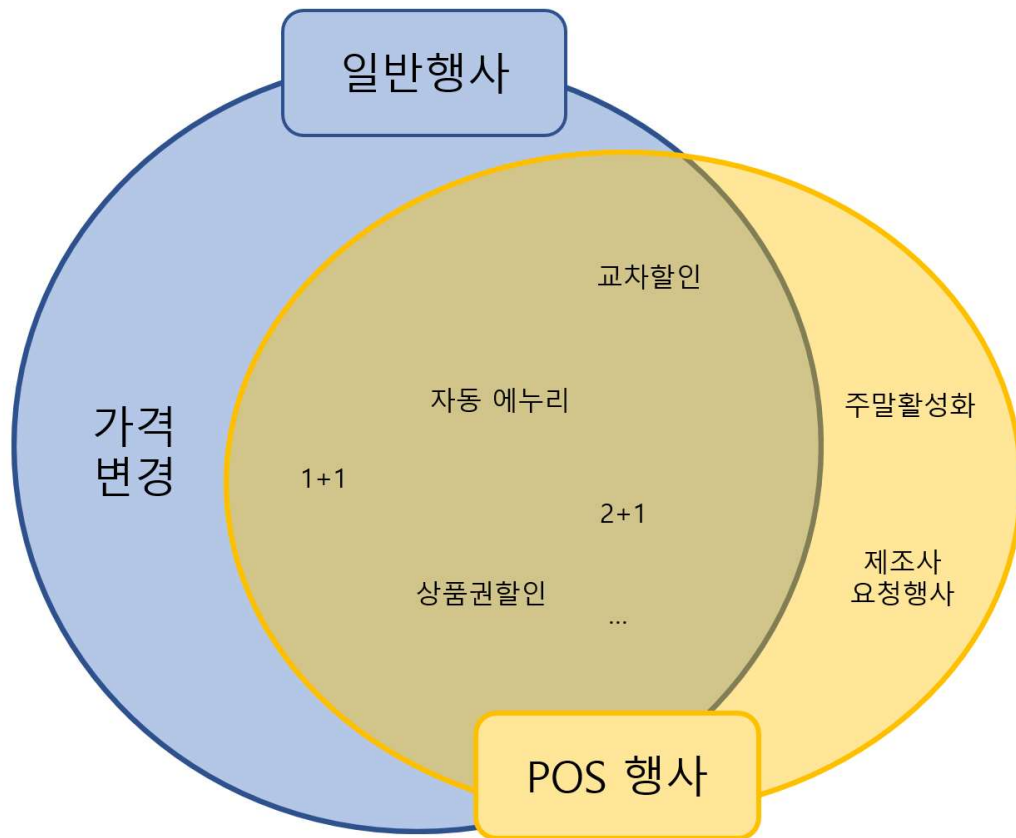
→ 신세계 I & C 확인결과 각 데이터 값을 받는 시스템의 차이가 있는 것으로 확인하였고, 로직 확인결과 DWH의 이익금액이 맞다고 판단하여 사용

(상세설명: 이익금액 테이블 정보 및 로직확인(I&C))

ii) 행사 유형에 따른 분담률 반영 방안

※행사 분담률이란? 행사 진행시 이마트와 협력사가 분담해야하는 비율로 일반행사(가격변경)와 POS 행사, POS행사 내에서도 행사 유형마다 분담률이 다르다.

*일반 행사와 POS 행사의 차이는? (할인유형)



1) 일반행사: 1달에 2번 정기적으로 진행되는 행사에 어떤 상품을 행사할지 등록하는 유형으로 볼 수 있다

- 일반행사 등록 프로세스가 필요한 이유
-이마트 발주는 신선식품을 제외하고는 모두 자동으로 처리되고 있음. 그러나 행사가 걸리면 발주량에 변수가 생기게 되므로 자동 발주에서 제외해야 함. 따라서 모든 행사 상품(신선 제외)은 **일반행사 등록을 통해 자동 발주에서 제외**하고 있음.

2) POS 행사: POS 기로 찍었을때 알 수 있는 행사로 일반행사에 등록된 상품을 어떻게 행사를 진행할 것인지를 정하는 유형으로 볼 수 있다. (상품에누리, 1+1, 교차할인, MPP 등)

→ 차이점: 일반행사는 상품에 초점이 맞춰져 있다면, POS행사는 행사 방식에 초점이 맞춰져있음.

→ 일반행사에 등록되면 POS행사에도 같이 등록되는것이 일반적이나, **일반행사만 등록되는경우와 POS행사만 등록되는 경우가 존재함**

- 예시 : 행사 테이블에 일반/POS행사가 모두 등록되어 있으며, POS행사에 구체적인 행사 내용이 기록되어 있음

| PRDT_NM | EVENT_SDT | EVENT_EDT | EVENT_NM1 | EVENT_NM2 | EVENT_NM3 |
|------------------|------------|------------|-----------|-----------------------|--------------------------|
| 오투기 진짬뽕 130g *4개 | 2021-01-01 | 2021-01-13 | 상품에누리 | 릴레이 에누리(군)_수량 | [면] 오투기 봉지라면 6종 - 2팩 10% |
| 오투기 진짬뽕 130g *4개 | 2021-01-01 | 2021-01-13 | 일반행사 | 1월 1차 행사 (1/1 ~ 1/13) | 1월 1차 행사 (1/1 ~ 1/13) |

*일반행사만 등록되는경우: 바이어가 임의로 가격 할인등을 진행한경우(상품의 원/매가 변경)




- 상기 전단지지의 우측 상단 주류는 가격만 변경하는 행사로, 이런 경우가 일반행사에만 등록됨
- 매가가 10,000원 짜리 상품을 8,000원으로 인하하여 할인. 가격 할인을 진행했다는 POP등이 없으면 소비자는 할인된가격을 알지 못함
- pos 행사가 아니므로 영수증상 할인금액이 잡히지않아 추적이 어렵다

*POS행사만 등록되는 경우: 주말에 이벤트 성으로 1-2동안 행사가 진행된경우, 혹은 제조사에서 요청이 들어와서 갑작스레 행사를 진행하게 된경우

* 행사 유형별 행사 분담률은?

→ 바이어들마다 기준이 상이 하지만, 일반적으로 일반행사는 이마트 100: 협력사: 0 아니면 POS 행사는 이마트: 50 협력사 :50 의 행사 분담률 구조를 가지고 있음

*참고 테이블: [smart-ruler-304409.cds_core.TB_DW_POS_EVENT_RESULT](#)

| 필드 이름 | 유형 | 모드 | 열 태그 | 정책 태그  | 설명 |
|--------------------------|---------|----------|------|---|----------------|
| BSN_DT | DATE | REQUIRED | | | 영업일자 |
| AFLCO_CD | STRING | REQUIRED | | | 관계사코드 |
| BIZTP_CD | STRING | REQUIRED | | | 업태코드 |
| RCIPT_NO | STRING | REQUIRED | | | 영수증번호 |
| EVENT_CD | STRING | REQUIRED | | | 행사코드(포스행사번호) |
| TRAN_SEQNO | NUMERIC | REQUIRED | | | 거래순번(통합일련번호) |
| STR_CD | STRING | NULLABLE | | | 점포코드 |
| POS_NO | STRING | NULLABLE | | | 포스번호 |
| TRAN_NO | STRING | NULLABLE | | | 거래번호 |
| PRDT_CD | STRING | REQUIRED | | | 상품코드 |
| EVENT_APPY_DT | DATE | NULLABLE | | | 행사적용일자 |
| CUST_ID | STRING | NULLABLE | | | 고객ID |
| NOR_UPRICE_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 정상매가금액(통합정상금액) |
| UCOST_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 원가금액 |
| SALE_QTY | NUMERIC | NULLABLE | | | 매출수량(통합수량) |
| SALE_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 매출금액 |
| PROFIT_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 이익금액 |
| VAT_RATE | NUMERIC | NULLABLE | | | 부가가치세율 |
| VEN_CD | STRING | NULLABLE | | | 협력회사코드 |
| VEN_SHARE_RATE | NUMERIC | NULLABLE | | | 협력회사분담율 |
| VEN_SHARE_DISC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 협력회사분담 할인금액 |
| VEN_SHARE_GIFTC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 협력회사분담 상품권금액 |
| VEN_SHARE_ADJ_DISC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 협력회사분담 조정할인금액 |
| VEN_SHARE_ADJ_GIFTC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 협력회사분담 조정상품권금액 |
| PRDT_GIVE_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 상품배부금액 |
| GIFTC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 상품권금액 |
| PRDT_DISC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 상품할인금액 |
| PAY_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 결제금액 |
| TOT_PAY_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 총결제금액(통합판매금액) |
| PAY_DISC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 결제할인금액(통합할인금액) |
| SAVING_POINT | NUMERIC | NULLABLE | | | 적립포인트 |
| CRCO_SHARE_RATE | NUMERIC | NULLABLE | | | 카드회사분담율 |
| CRCO_SHARE_DISC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 카드회사분담 할인금액 |
| CRCO_SHARE_GIFTC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 카드회사분담 상품권금액 |
| CRCO_SHARE_ADJ_GIFTC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 카드회사분담 조정상품권금액 |
| CRCO_SHARE_ADJ_DISC_AMT | NUMERIC | NULLABLE | | | 카드회사분담 조정할인금액 |

emart EASY-ONE 이원욱 님 안녕하세요 이마트 ? HELP LOGOUT

★ 계약 마스터 구매 가격/행사 발주 매입 판매 POS 재고 패션 임대 사택 마일리지 A/S 친환경 시스템

○ 가격/행사 > 행사관리_NEW > POS 행사 상품 등록_NEW (M_PRM01022M)*

행사기간 2022-01-13 ~ 2022-02-02 POS 행사번호 POS 행사명 POS 행사진행구분 전체 진행
 행사유형 상품예누리 행사타입 N+1(단일 SKU) 행사메뉴 선택 조회

POS행사상품등록 POS행사가격등록 POS행사가격일괄등록 POS행사분류등록 20일 최저가

| POS행사번호 | 영수증행사명 | 행사유형명 | 행사타입명 | 행사메뉴명 | 시작일자 | 종료일자 | 진행구분 | 상품등록여부 |
|------------|-----------------------------|-------|-------------|----------------------------------|------------|------------|------|--------|
| 2220200367 | N+1(단일 SKU) - 건강세트3+1 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-02-02 | 2022-02-02 | 종료 | 상품 |
| 2220200365 | N+1(단일 SKU) - 건강세트1+1 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-02-02 | 2022-02-02 | 종료 | 상품 |
| 2220102888 | N+1(단일 SKU) - 조식산점 1+1 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-01-28 | 2022-01-30 | 종료 | 상품 |
| 2220102845 | N+1(단일 SKU) - [유]서울우유1+1 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-01-28 | 2022-01-30 | 종료 | 상품 |
| 2220102794 | N+1(단일 SKU) - 과일행사 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-01-27 | 2022-02-02 | 종료 | 상품 |
| 2220102692 | N+1(단일 SKU) - [채소]애호박 1+1 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-01-28 | 2022-01-28 | 종료 | 상품 |
| 2220102644 | N+1(단일 SKU) - [제지]쌍용 비데한... | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-01-28 | 2022-01-30 | 종료 | 상품 |
| 2220102519 | N+1(단일 SKU) - [행사]칸타타 | 상품예누리 | N+1(단일 SKU) | 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리(전체배분) | 2022-01-22 | 2022-01-24 | 종료 | 상품 |

POS 행사번호 2220200365 행사유형 상품예누리 행사타입 N+1(단일 SKU) 행사메뉴 1) 단일 행사상품 N+1개 구매시 1개 예누리 상품등록

※ 협력회사 부담률 항목은 협력회사 부담률 관리에서 등록된 부담률과 동일하게 입력해야 함

| 상품코드 | 상품명 | 행사시작일 | 행사종료일 | 예누리금 | 예누리율 | 협력회사 부담률 | 협력회사 | PL여부 | 일반행사 테마번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 상품그룹번호 | 일종 | 일종 | 삭제 |
|------------|-----------------|-------------|-------------|------|------|----------|-----------|------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|----|
| 8801007563 | CJ 한뚜리홍삼대보24... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007624 | CJ 한뚜리홍삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007626 | CJ 한뚜리홍삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007804 | CJ 한뚜리홍삼대보24... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007869 | CJ 한뚜리인삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007911 | CJ 한뚜리홍삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007914 | CJ 한뚜리홍삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007916 | CJ 한뚜리홍삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |
| 8801007945 | CJ 한뚜리홍삼대보... | 2022-02-... | 2022-02-... | | | 0 | CJ제일제당(주) | N | | | | | | | | | | | | |

→ EZ1에 SKU 별 협력회사 부담률 존재하며 이를 끌어온 내용이 GCP에 적재되는 듯함

*해당 구조의 문제점

- 1) 행사 부담률에 따라 사용한 행사비용을 예누리 회입액(협력사→ 이마트)을 통해 월말에 정산받게 된다. (주단위 산정이 불가하여 부담률에 따라 미리 추정을 해야함)
 - 2) POS 행사의 경우 협력회사 부담률이 0인 경우가 대부분이지만, 실질적으로는 원가할인/ 장려이익등을 통해 협력사에서 절반을 부담하여 5:5로 처리하게 된다
- 즉, 실질적인 부담구조를 추정하기 위해서는 원가할인 금액, 장려이익금액등을 각각적으로 고려해야한다.

iii) 행사 재고의 기준을 어디까지 봐야할까? 재고량 고려시 PP센터도 고려해야할까? (논의 필요)

- *행사 재고 상품의 정의는? 행사 상품이었으나 행사 종료까지 팔리지않은 SKU 고려
- 행사가 종료되고 나면 해당 상품은 행사전 가격으로 돌아가기 때문에 행사재고로 보지않는것이 맞을 수 있음

*상품 재고량 파악시 PP센터도 고려해야하는 이유는?

→ PP센터가 존재하는 점포의 경우 pp센터에서 결품이 날경우 점포에서 재고를 가져오게 되는 Case가 빈번함. 따라서 PP센터도 고려하는 것이 필요하다. 단, 매출액을 집계 시 PP센터는 고려하지않았으므로 이를 포함시킬지하는 논의가 필요하다

5) 향후 계획

- 본부별 통합 지표 설정(중요 지표 선정 혹은 가중치 지수 설정)
- 대시보드 탑재 시각화 plot 종류 논의