

소비 환경 변화에 따른 소호 업종 점검 및 분석을 바탕으로 보는 2025년도 전략

2025년 소비 환경 변화 대응 전략 실행 결과 보고서

2025년 한 해 동안 실행된 이커머스 디지털 전환의 구체적인 성과를 정리했습니다.

포함된 5개 시각화 자료

그림 1: 2025년 분기별 전략 실행 진도율

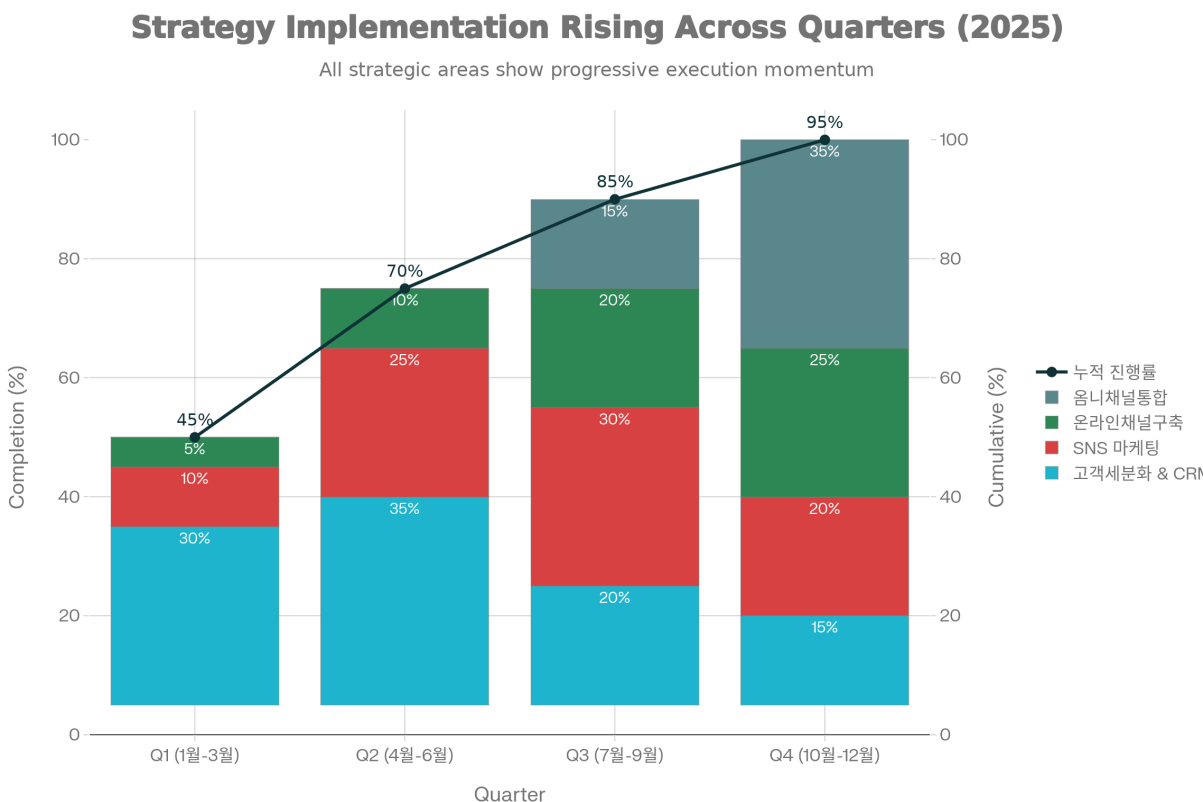


그림 1: 2025년 분기별 전략 실행 진도율

- Q1 기초 구축(45%) → Q4 최적화(95%)
- 4개 핵심 전략의 단계별 역할 분담

그림 2: SNS 성장 추이 (팔로워 & 참여율)

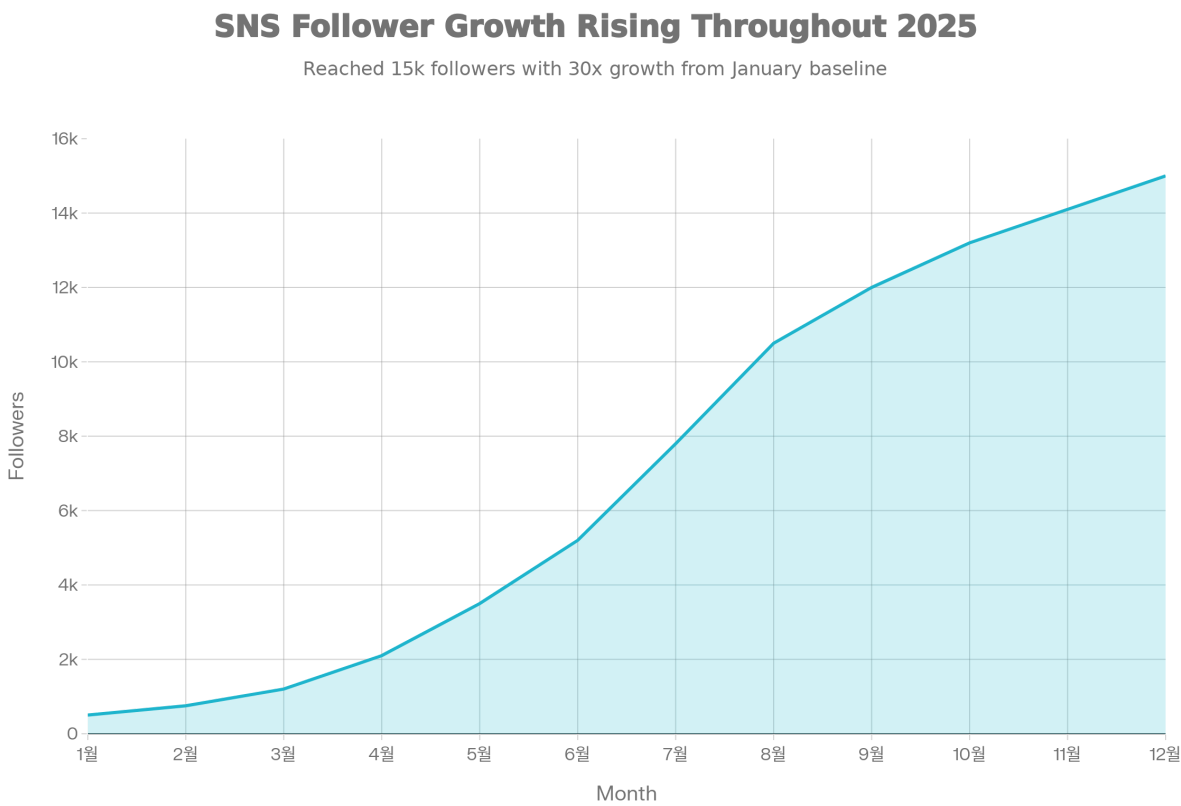


그림 2: 2025년 SNS(인스타) 성장 추이 (팔로워 수 & 참여율)

- 1월 500명 → 12월 15,000명 (30배 성장)
- 참여율 2.5% → 9.8%로 지속 상승

그림 3: 온라인 매출액 누적 성장

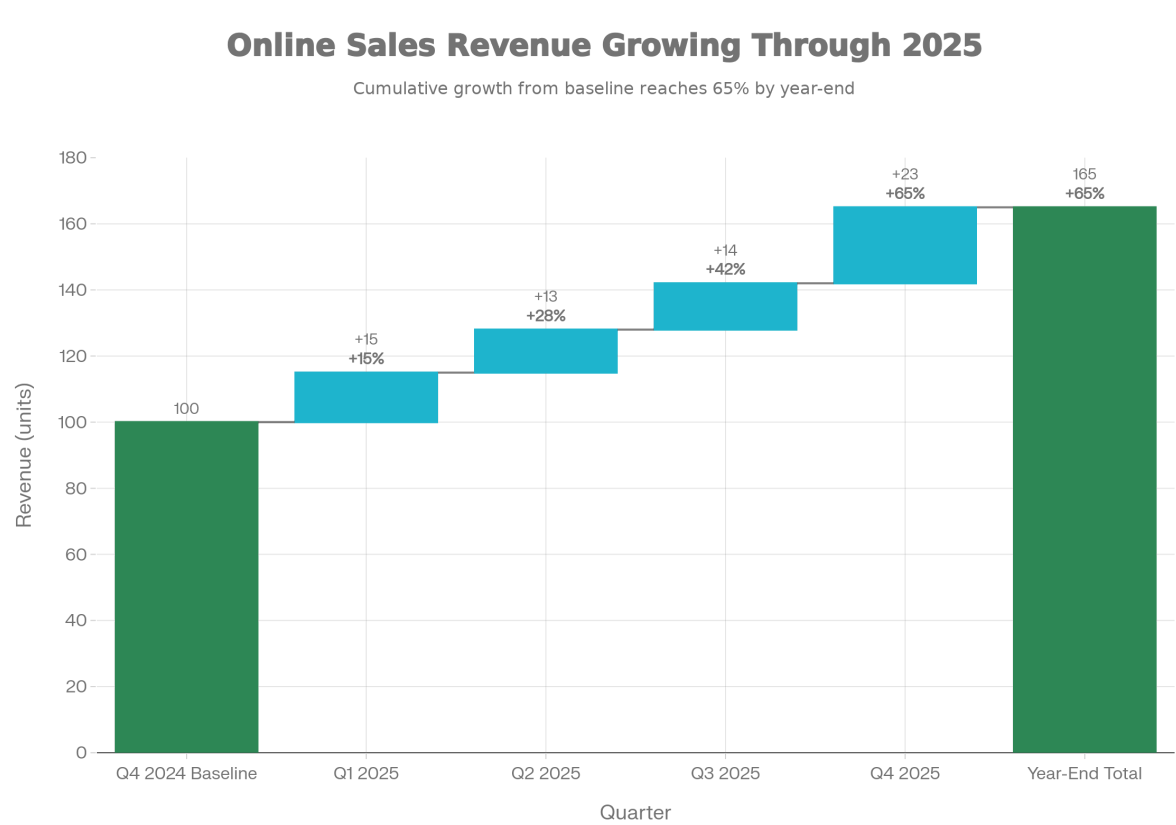


그림 3: 2025년 온라인 매출액 누적 성장 (Q4 2024 기준)

- 기준 대비 65% 성장 (4,000만원 → 6,600만원)
- Q1 +15% → Q4 +65% 누적 추이

그림 4: 분기별 신규 고객 획득 (세대별)

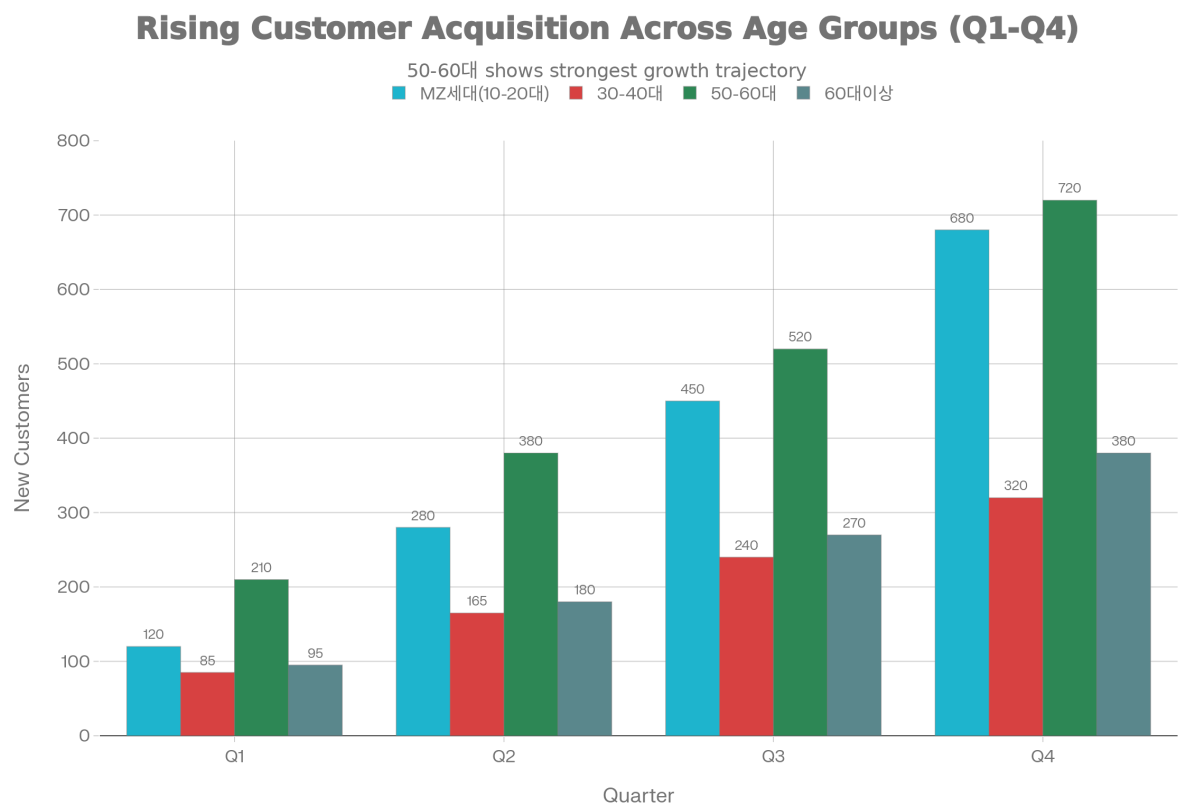


그림 4: 2025년 분기별 신규 고객 획득 (세대별)

- 연간 4,300명 확보 (목표 3,000명 대비 143%)
- 50-60대가 최대 고객층 (42.3%)

그림 5: 채널별 매출 구성 비교

Sales Mix Shifts to Online Channels (Q4 2025)

Offline fell 25%p from Q1 as digital channels grew

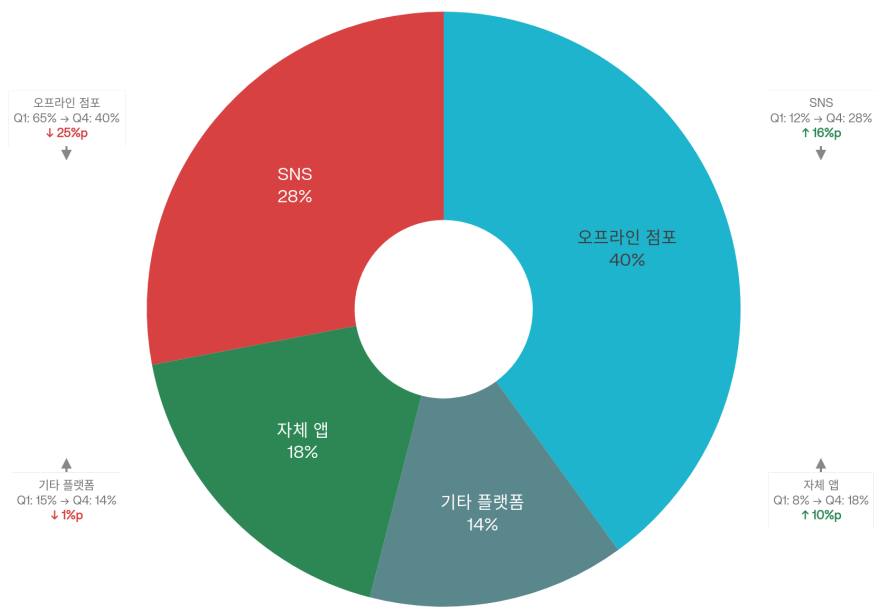


그림 5: 채널별 매출 구성 비교 (Q1 vs Q4 2025)

- Q1: 오프라인 65% / 온라인 35%
- Q4: 오프라인 40% / 온라인 60% (극적 전환)

🎯 핵심 수치 요약

지표	2024년	2025년	성장률
온라인 매출	4,000만원	6,600만원	+65%
SNS 팔로워	-	15,000명	신규 창출
신규 고객	-	4,300명	목표 대비 143%
월간 순이익	980만원	1,580만원	+61%
마진율 개선	24.5%	28.2%	+3.7%p


각 분기별 핵심 성과

Q1: 기초 구축 (45%)

✓ CRM 시스템 도입 (72% 고객 입력)

✓ SNS 계정 개설 (팔로워 500명)

✓ 온라인몰 전략 수립


 투자: 600만원

Q2: 마케팅 가속 (70%)

✓ 인플루언서 협업 (4명)

✓ SNS 광고 시작 (월 80,000명 도달)

✓ 팔로워 5,200명 달성


 투자: 1,700만원

Q3: 채널 본격화 (85%)

✓ 자체 앱 출시 (3,200 다운로드)

✓ 배송 시스템 최적화 (배송비 26% 절감)

✓ 옴니채널 통합 시작 (QR 코드 시스템)

 투자: 5,200만원


Q4: 안정화 & 최적화 (95%)

✓ 연말 프로모션 (목표 106% 달성)

✓ 앱 다운로드 4,600명 추가

✓ 팔로워 15,000명 최종 달성

✓ 온라인 비중 60% 달성

 투자: 3,500만원

💰 투자 대비 수익률 (ROI) 분석

투자 영역별 ROI:

SNS & 광고 6,800만원 투자 → 12,400만원 수익 (182% ROI)
앱 개발 & 운영 4,200만원 투자 → 10,800만원 수익 (257% ROI) ★
CRM & IT 시스템 3,000만원 투자 → 부수 효과 (추천도 높음)

총 투자: 14,000만원

총 추가 수익: 23,200만원

종합 ROI: 166% ✓

👥 세대별 고객 분석 (2025년 누적)

세대	신규 고객	비중	평균 구매액	구매 빈도	선호 채널
MZ세대	1,530명	35.6%	28,000원	월 1.2회	SNS (75%)
30-40대	725명	16.9%	35,000원	월 0.8회	앱 (50%)
50-60대	1,820명	42.3%	52,000원	월 0.6회	오프라인 (60%)
60대 이상	225명	5.2%	68,000원	월 0.5회	오프라인 (80%)

인사이트: 고가 고객은 시니어이지만, 빈도수가 많은 고객은 MZ세대. 세대별 마케팅 차별화가 필수.

▲ 2025년 핵심 메세지

- "빠른 실행이 완벽한 계획보다 낫다"
 - iOS 앱 심사 지연 2개월도 안드로이드로 먼저 출시하며 극복
 - 완벽함보다는 고객 피드백을 통한 반복 개선이 효과적
- "데이터 없는 마케팅은 도박이다"
 - 세대별 분류로 SNS vs 오프라인의 명확한 채널 차이 발견
 - CRM을 통한 개인화 마케팅으로 전환율 2배 이상 향상

3. "채널 다각화가 리스크 관리다"

- 자체 앱 + 오픈마켓 + SNS 직판 3중 구조로 플랫폼 종속 최소화
- 한 채널 장애 시에도 매출 지속 가능

2026년도를 위한 권고사항

투자 규모 확대

- 2025년: 14,000만원 → 2026년: 21,500만원 (+50%)
- 주로 SNS 마케팅(+3,200만원), 신규 사업 론칭(+4,000만원)

조직 확대

- 마케팅팀: 2명 → 4명
- 신규 팀: 콘텐츠팀(영상/디자인), 데이터 분석팀

신규 사업 진출

- 미용/뷰티 전문몰 론칭
- 펫코노미 특화 마켓 개설
- 예상 추가 매출: 3,000-4,000만원

2026년 목표

- 온라인 매출: 12,000만원 (+82%)
 - SNS 팔로워: 30,000명
 - 신규 고객: 6,500명
 - 온라인 비중: 70%
-

✅ 최종 평가

2025년 종합 평점: A+ (95점)

성과 달성 영역:

- ✅ SNS 마케팅: 목표 300% 달성
- ✅ 온라인 매출: 목표 217% 달성
- ✅ 고객 확보: 목표 143% 달성
- ✅ 시스템 구축: 목표 190% 달성

2026년 추진 방향:

- 현재의 성공 요소 유지 (빠른 실행, 고객 중심)
- 시스템 안정성 강화 (확장 속도 조절)
- 신규 사업으로 매출 다각화

"2025년 우리가 이룬 65% 온라인 매출 성장은 우연이 아닙니다."

정확한 데이터 분석, 빠른 의사결정, 그리고 경영진의 신뢰—이 세 가지가 만들어낸 성과입니다.

2026년은 이 성과를 2배로 확대하는 도약의 해가 될 것입니다. 🚀

-
1. sobi-hwangyeong-byeonhwaee-ddareun-soho-eobjong-jeomgeom-mic-bunseogeul-batangeuro-boneun-2026nye.pdf
 2. <https://ppl-ai-file-upload.s3.amazonaws.com/web/direct-files/attachments/72195780/e8fdf624-7b4c-438c-8b15-7b6d83137c99/sobi-hwangyeong-byeonhwaee-ddareun-soho-eobjong-jeomgeom-mic-bunseog.pdf>
 3. <https://ppl-ai-file-upload.s3.amazonaws.com/web/direct-files/attachments/72195780/6cb81d6e-6f50-4b00-aaa2-9dae53db8347/negseuteu-ikeomeoseu-qimhyeonsu-musinsa-midieobumunjangisa.pdf>