

『이커머스 고객 세분화 분석 아이디어 경진대회』 제안서

① 팀 명

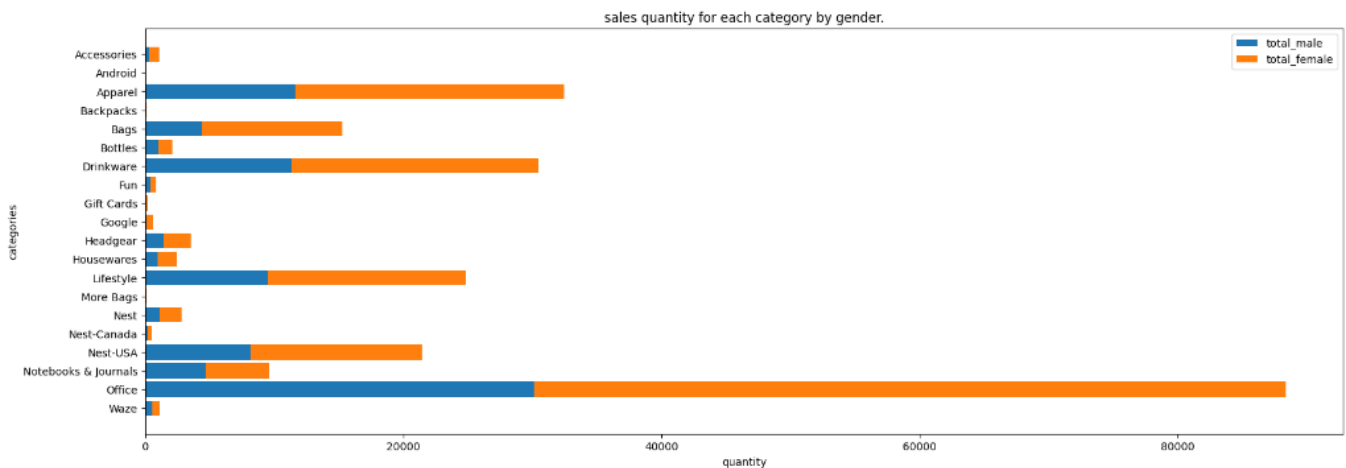
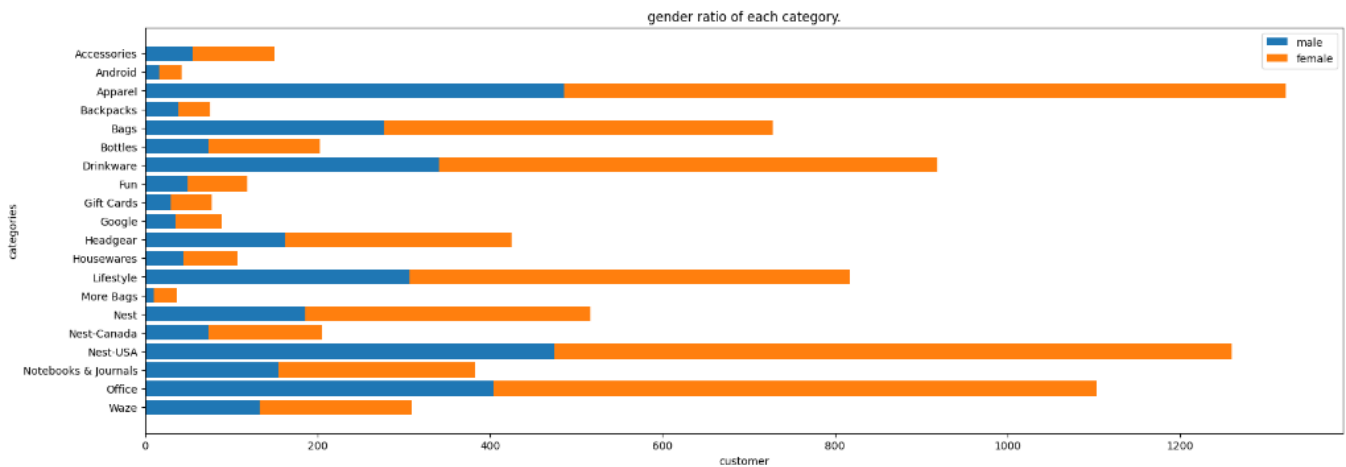
랜디 Randy

② 제 목

뜯고 즐기기

고객 세분화 분석 결과

1. 마케팅 비용과 매출액은 상관관계가 없다.
2. 이커머스의 매출액을 기준으로 하면 성장이 이루어지지않고 있다.
3. 매출은 남성보다 여성에게서 더 많이 나온다.
4. 가입기간이 길다고 해서 주문량이 많지 않다.
5. California 지역과 Chicago 지역의 고객들이 매출을 많이 발생시킨다.
6. 세금의 정도는 매출과 관련이 없다.
7. 할인율과 매출은 그 주기가 동일하지 않다.
8. 할인쿠폰을 적용한 사람의 리텐션과 적용하지 않은 사람의 리텐션에는 큰 차이가 없다.



솔루션 제안

1. 퍼포먼스 마케팅 알고리즘 개선으로 매출액 증대 필요
2. 여성 중심의 마케팅 필요
3. California와 Chicago를 중심으로 물류를 관리하고, New Jersey와 New York의 마케팅을 늘려 매출을 늘리는 방안. Washington DC 지역의 경우 물류 관리비와 마케팅, 매출액을 비교하여 지속가능성이 없다고 판단될 경우 철수하는 방안까지 고려할 필요가 있음
4. Android, Apparel, Bottles의 할인율과 매출액 주기가 지속적으로 일치하는지 다음 연도에도 확인
5. 할인쿠폰의 할인율을 매 달 변경하는 것이 아니라, 할인쿠폰 제공/미제공을 반복하면서 매출액이 극대화되는지 실험할 필요 있음
6. 해당 이커머스의 차밍 포인트는 할인쿠폰에 있지 않다는 점을 알 수 있다. 따라서 충성 고객을 분석하여 해당 이커머스의 차밍 포인트를 알아내야 한다.