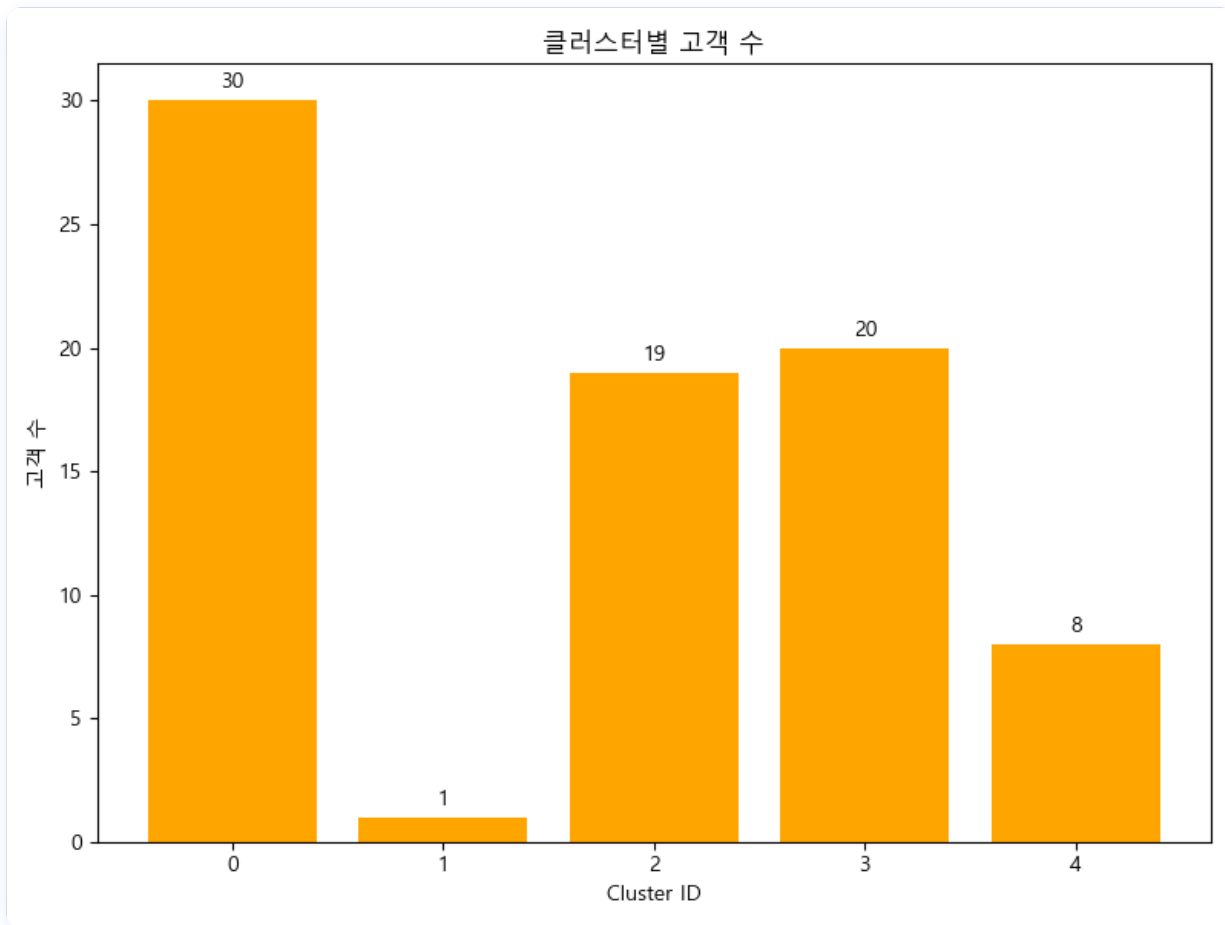


# ☒ 주간 스마트 바스켓 분석 리포트 (2025-07-28 ~ 2025-08-03)

작성일: 2025-08-04

## 1. 고객 군집 분석 ☒



### 고객 세분화 분석 보고서

#### 개요

본 보고서는 고객 데이터를 기반으로 수행한 세분화 분석 결과를 요약하여 마케팅 전략 수립에 활용하고자 합니다. 고객은 총 5개 클러스터로 분류되었으며, 각 클러스터별 구매 특성, 성별 및 연령대 분포를 상세히 제시합니다.

#### 클러스터별 분석 요약

##### 1. Cluster 0

- 고객 특성: 평균 구매금액 85,155원, 1회 구매로 구성, 구매횟수는 1회
- 성별 분포: 남성(53.3%), 여성(46.7%)
- 연령대 분포: 20대(36.7%), 40대(30%), 30대(23.3%), 50대(10%)

- 인사이트: 비교적 적은 구매횟수와 중간 수준의 구매금액, 20~40대 고객이 주를 이룸

## 2. Cluster 1

- 고객 특성: 평균 총구매금액 197,300원, 1회당 98,650원, 구매횟수 2회
- 성별 분포: 전 고객이 여성
- 연령대 분포: 50대 고객
- 인사이트: 높은 구매금액과 반복 구매(2회), 주 고객층이 50대 여성으로 집중되어 있음

## 3. Cluster 2

- 고객 특성: 평균 총구매금액 133,698원, 1회당 동일 금액, 구매횟수 1회
- 성별 분포: 여성(63.2%), 남성(36.8%)
- 연령대 분포: 50대(36.8%), 20대(26.3%), 40대(21%), 30대(15.8%)
- 인사이트: 중간 수준의 구매금액, 다양한 연령층이 혼합되어 있으며, 여성 고객 비중이 높음

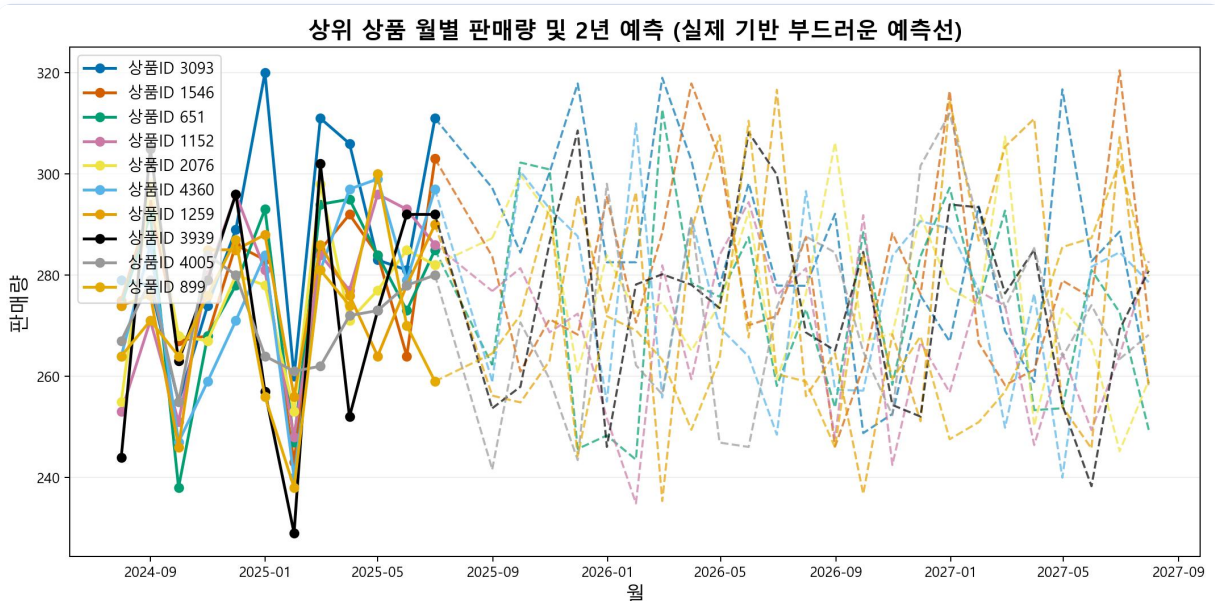
## 4. Cluster 3

- 고객 특성: 평균 총구매금액 48,502원, 1회 구매, 구매횟수 1회
- 성별 분포: 여성(60%), 남성(40%)
- 연령대 분포: 30대(45%), 20대(20%), 40대(20%), 50대(15%)
- 인사이트: 낮은 구매금액과 단일 구매, 30대 고객이 주를 이루며 비교적 젊은 고객층

## 5. Cluster 4

- 고객 특성: 평균 총구매금액 193,092원, 1회 구매, 구매횟수 1회
- 성별 분포: 여성(62.5%), 남성(37.5%)
- 연

## 2. 상품 트렌드 예측 ☒



## 1. 개요

본 보고서는 향후 2년간 예상되는 상품별 월 판매량 변동 전망을 바탕으로 마케팅 전략 수립에 참고할 수 있도록 정리하였습니다. 전반적으로 일부 상품은 판매 정체 또는 감소가 예상되며, 일부 상품은 판매 증가가 기대됩니다.

## 2. 판매량 전망 요약

- 판매 감소 또는 정체 예상 상품 (약 11개):

- 상품ID 3093: 52.4% 감소/정체
- 상품ID 1546: 32.1% 감소/정체
- 상품ID 651: 35.6% 감소/정체
- 상품ID 1259: 32.2% 감소/정체
- 상품ID 4360: 18.4% 감소/정체
- 상품ID 2076: 22.8% 감소/정체
- 상품ID 4005: 11.8% 감소/정체
- 상품ID 3939: 11.1% 감소/정체
- 상품ID 1152: 3.2% 감소/정체

- 판매 증가 예상 상품:

- 상품ID 899: 20.8% 증가

## 3. 전략적 시사점

- 판매 감소/정체 상품에 대한 대응 방안:

- 재고 최적화 및 비용 절감 방안 강구
- 신규 마케팅 캠페인 또는 프로모션을 통해 판매 회복 시도
- 상품 차별화 또는 리브랜딩 검토
- 신규 유통 채널 확장 또는 타겟 고객층 재설정

- 판매 증가 예상 상품에 대한 기회 활용:

- 집중적인 마케팅 및 판촉 활동 강화
- 상품 관련 고객 피드백 수집 및 제품 개선 방안 모색
- 관련 상품군과의 연계 프로모션 추진

## 4. 결론

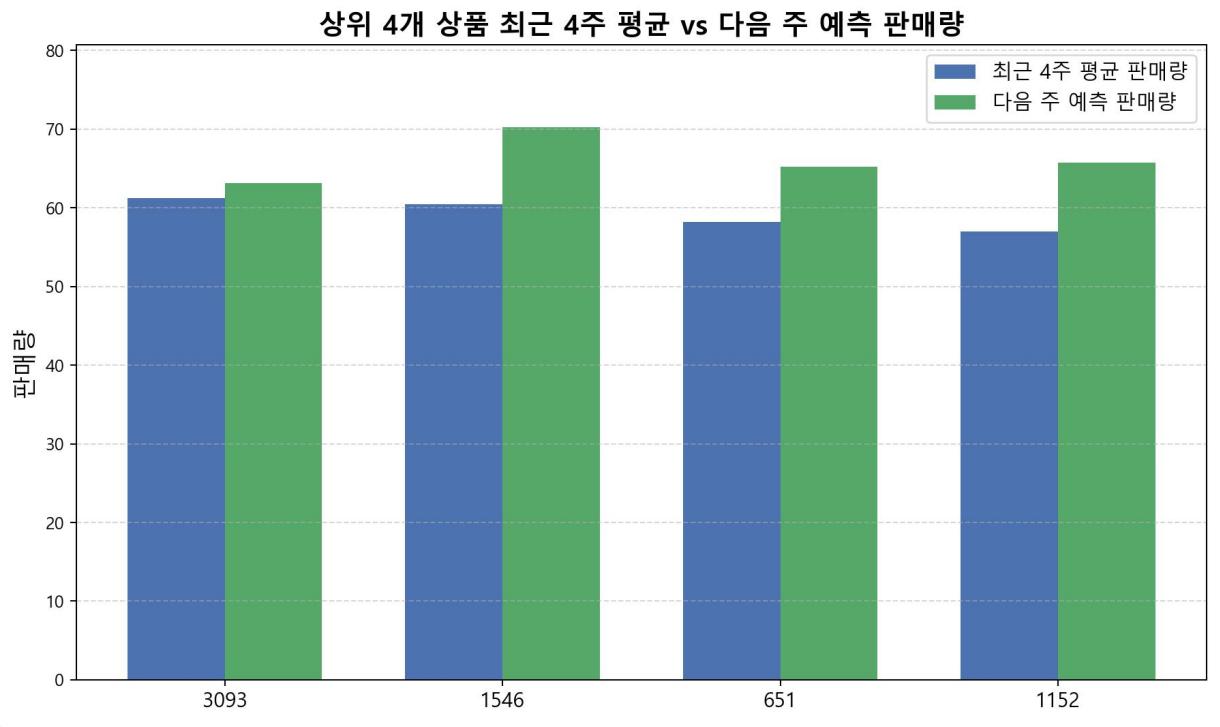
향후 2년간 일부 상품은 판매 정체 또는 하락이 예상되어, 비용 효율적 운영과 함께 적극적인 마케팅 전략이 요구됩니다. 특히 판매 증가가 예측되는 상품은 성장 기회로 활용하여 시장 점유율 확대를 추진할 필요가 있습니다.

## 5. 추천 조치

- 판매 전망이 부정적인 상품군에 대한 리스크 관리 방안 마련
- 성장 잠재력이 높은 상품에 대한 투자 확대
- 시장 트렌드와 고객 니즈에 따른 상품 포트폴리오 재구성 검토

이상입니다. 본 분석을 토대로 구체적인 실행 계획 수립에 참고하시기 바랍니다.

### 3. 발주 및 재고 예측 ☒



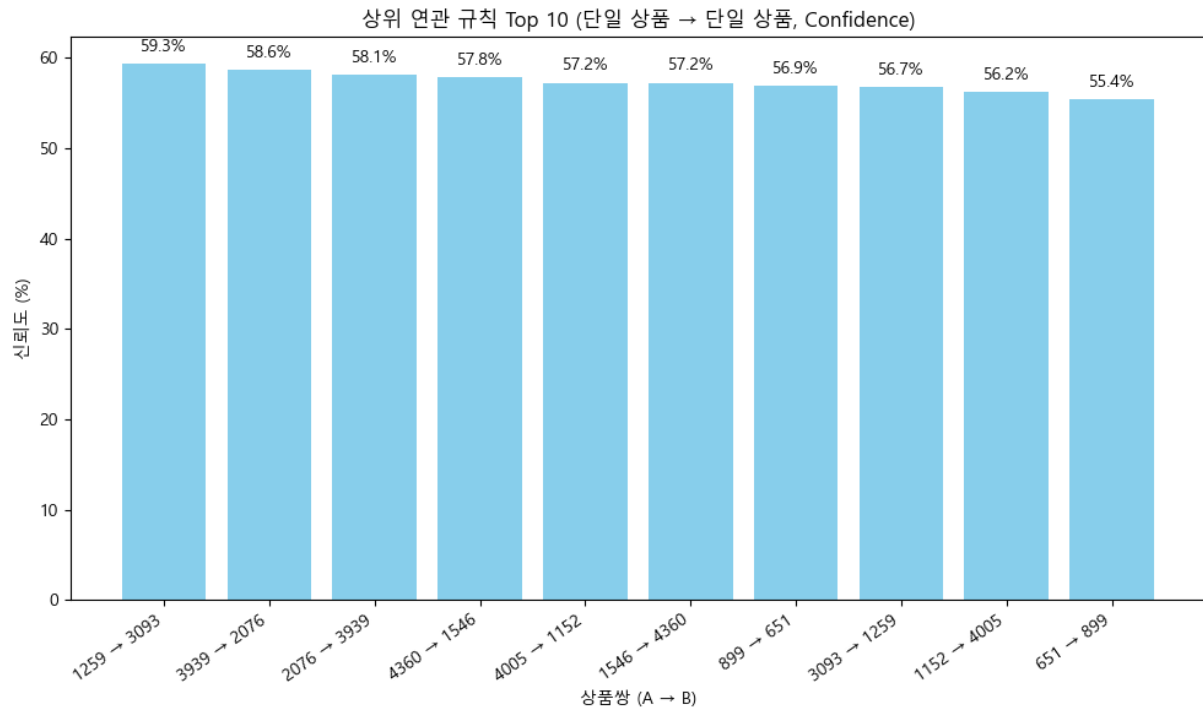
관리자님께,

다음 주 재고 및 발주 계획에 참고하시기 바랍니다.

- 상품ID 1546: 판매량이 9.7개 증가 예상으로, 가장 큰 수요 증가가 예상됩니다. 충분한 재고 확보와 빠른 발주가 필요합니다.
- 상품ID 1152: 판매량이 8.7개 증가 예상으로, 높은 수요 증가가 예상됩니다.
- 상품ID 651: 판매량이 7.0개 증가 예상입니다.
- 상품ID 3093: 판매량이 1.9개 증가 예상으로, 상대적으로 적은 증가입니다.

이 정보를 바탕으로 재고 보충 및 발주 우선순위를 정하시기 바랍니다.

### 4. 연관 구매 분석 ☒



연관 규칙 분석을 통해 매대 구성 및 묶음 상품 추천 전략을 다음과 같이 요약할 수 있습니다.

#### 1. 핵심 상품군 파악 및 묶음 제안:

- '1259'와 '3093'은 강한 연관성이 있으며, '1259'를 구매하는 고객의 59.3%가 '3093'도 함께 구매합니다. 따라서 이 두 상품을 묶음으로 제안하거나, 한 상품 구매 시 다른 상품 추천 전략이 효과적입니다.
- 유사하게, '3939'와 '2076'은 서로 58.6%와 58.1%의 연관성을 보여, 이 두 상품을 묶음 상품 또는 세트 구성에 활용할 수 있습니다.

#### 2. 교차 판매 및 묶음 상품 구성:

- '4360'과 '1546'은 각각 57.8%와 57.2%의 연관성을 보여, 이 두 상품을 하나의 묶음으로 제안하거나, 함께 구매 시 할인 혜택을 제공하는 전략이 유효합니다.
- '4005'와 '1152'도 각각 57.2%와 56.2%의 연관성을 갖추고 있어, 묶음 판매 또는 세트 상품 기획에 활용 가능합니다.

#### 3. 고객 유도 전략:

- '899'와 '651'은 각각 56.9%와 55.4%의 연관성을 보여, 이 두 상품을 연계하여 고객이 함께 구매하도록 유도하는 프로모션 또는 추천 시스템을 구축할 수 있습니다.

#### 4. 매대 구성 추천:

- 연관 규칙이 높은 상품들을 한 공간 또는 가까운 위치에 배치하여 고객의 교차 구매를 유도할 수 있으며, 해당 상품들에 대한 묶음 할인 또는 프로모션을 통해 구매를 촉진할 수 있습니다.

요약하면, 연관 규칙 분석을 바탕으로 주요 상품 쌍을 중심으로 묶음 상품을 구성하고, 고객에게 함께 구매를 유도하는 프로모션 전략을 추진하는 것이 효과적입니다.

