

Moon Market 판매 현황 보고서

세일즈 및 마케팅 분석 리포트 | 분석 기간: 2024년 1월 ~ 6월

개요 (Executive Summary)

본 보고서는 Moon Market의 2024년 1월부터 6월까지 6개월간의 판매 데이터를 세일즈 및 마케팅 관점에서 종합 분석한 결과입니다. 총 8,619,150[1]원의 매출을 기록하였으며, 1,220건의 주문을 처리하였습니다.

핵심 성과 지표 (KPI)

- 총 매출: 8,619,150[1]원 (6개월)
- 평균 객단가: 7,065[2]원
- 총 주문 건수: 1,220건
- 매출 성장률: -0.82[3]% (1월 대비 6월)

과일 카테고리가 전체 매출의 46.0%를 차지하며 최고 성과를 보였고, 프로모션 침투율이 91.6%에 달해 프로모션이 매출에 핵심적인 역할을 하고 있습니다. 특히 프로모션 적용 시 평균 객단가가 95.78[4]% 상승하는 효과를 보였습니다.

주요 발견사항 (Key Findings)

1. 월별 판매 트렌드

6개월간의 월별 매출 분석 결과, 5월이 1,834,730원으로 최고 매출을 기록하였으며 이는 월평균 대비 27.7% 높은 수치입니다. 반면 2월은 1,301,850원으로 최저 매출을 기록하여 평균 대비 9.4% 낮았습니다.

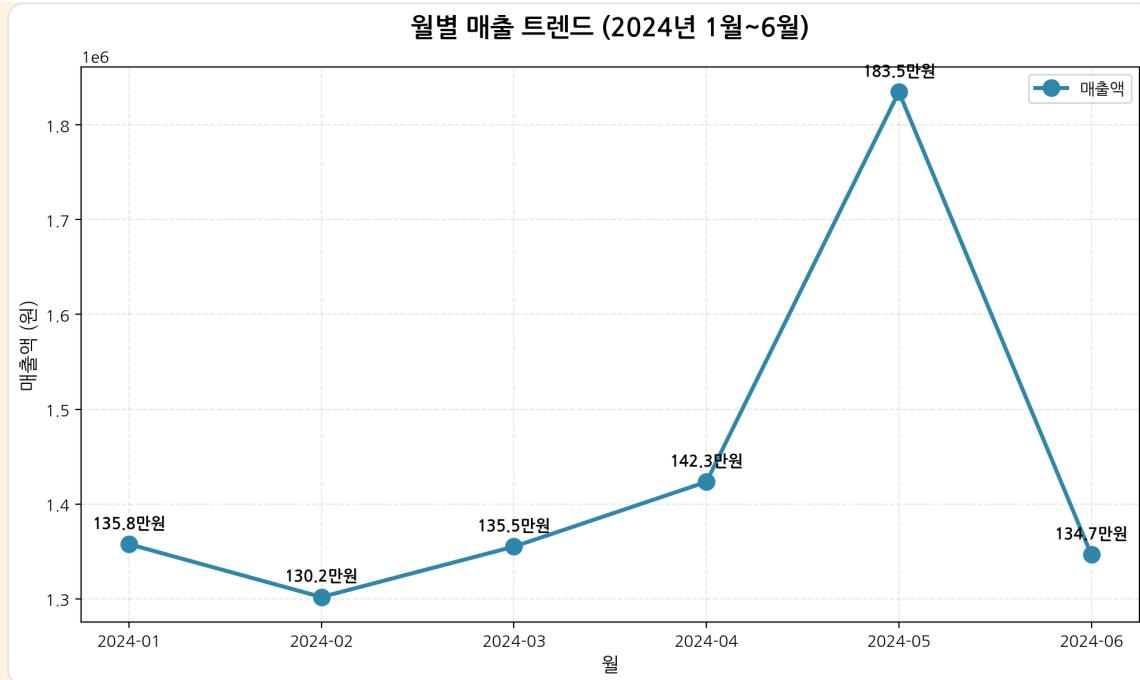


그림 1. 2024년 1-6월 월별 매출 트렌드

1월 대비 6월의 매출 성장률이 -0.82[3]%로 소폭 감소한 점은 하반기 성장 전략 강화가 필요함을 시사합니다.

2. 카테고리별 판매 성과

과일이 3,967,350원으로 전체 매출의 46.0%를 차지하며 압도적인 1위를 기록했습니다. 채소는 2,389,700원(27.7%), 유제품은 2,262,100원(26.2%)으로 뒤를 이었습니다.

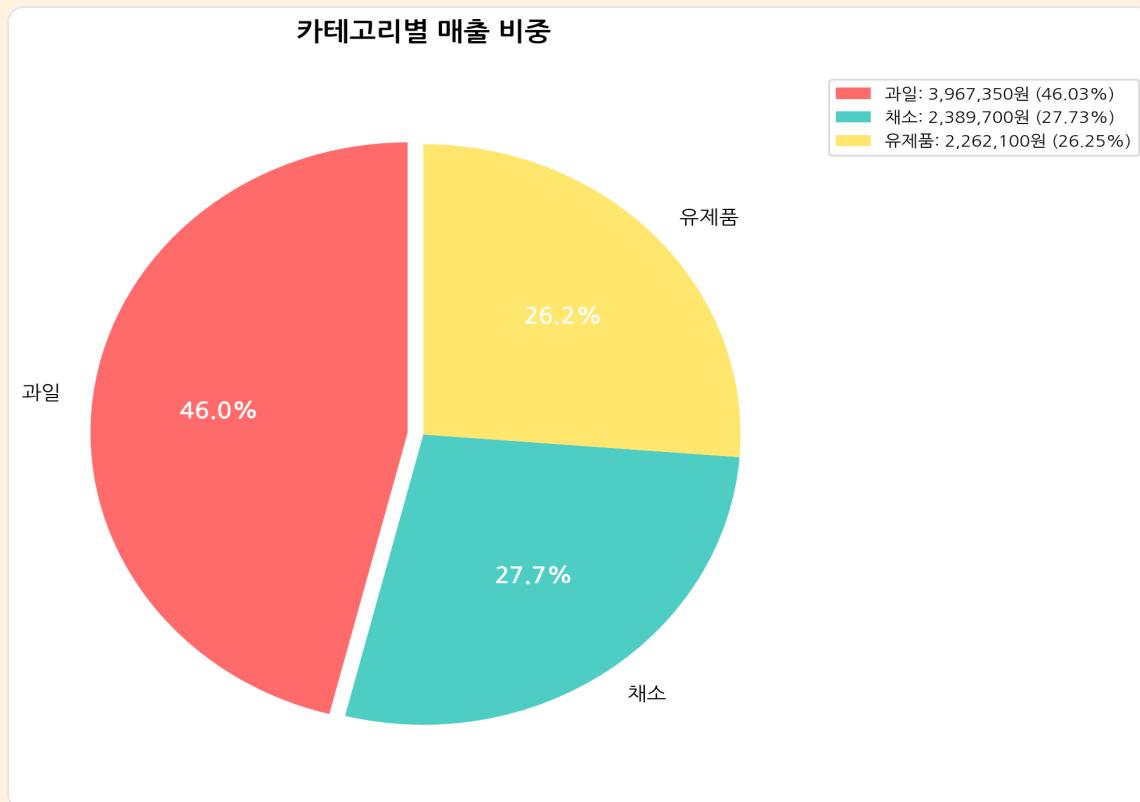


그림 2. 카테고리별 매출 비중

과일의 평균 객단가는 9,583원으로 가장 높아 프리미엄 전략이 효과적임을 보여줍니다. 채소는 5,218원으로 가장 낮지만 주문건수가 458건으로 가장 많아 높은 구매 빈도를 나타냅니다.

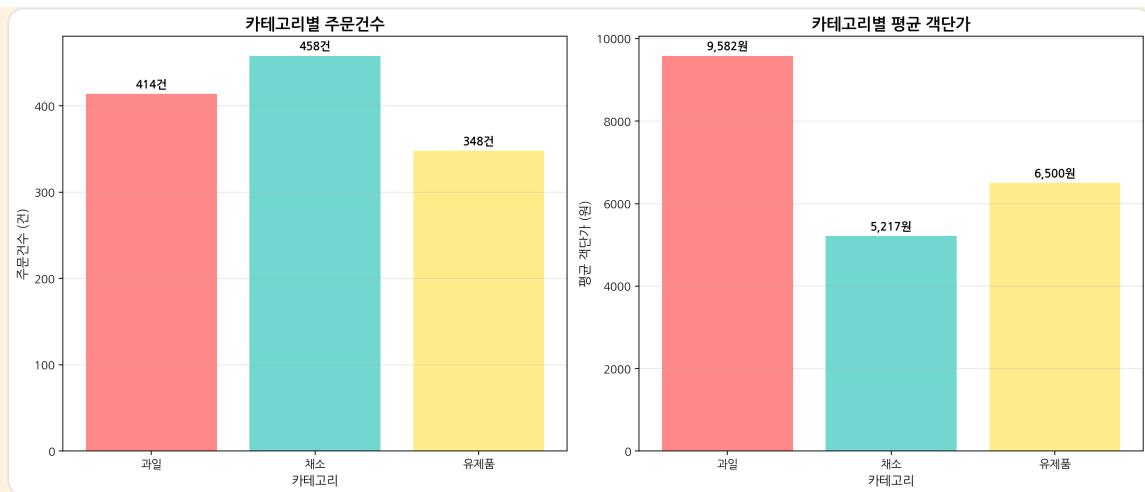


그림 3. 카테고리별 주문건수 및 평균 객단가 비교

인사이트: 과일은 "고객단가 극대화", 채소는 "구매 빈도 극대화", 유제품은 "크로스셀링 기회"로 각각 차별화된 전략이 필요합니다.

3. 고객 세그먼트 분석

남성 고객이 4,655,800원(54.0%)으로 여성 고객 3,963,350원(46.0%)보다 약간 높은 매출을 기록했습니다. 평균 객단가는 남성이 7,658원, 여성이 6,476원으로 남성이 18.2% 더 높습니다.

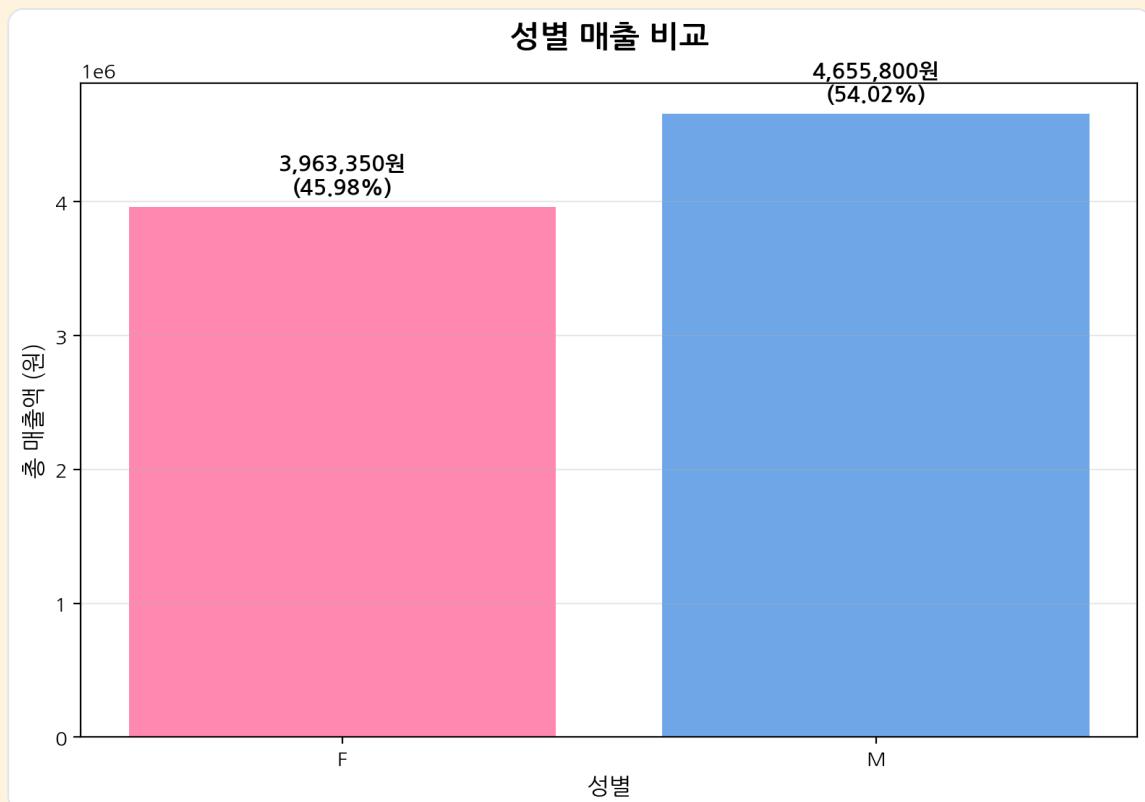


그림 4. 성별 매출 비교

연령대별로는 30대가 2,989,690원(34.7%)으로 최대 고객층을 형성하고 있으며, 주문건수도 412건으로 가장 많습니다. 50대는 평균 객단가가 8,365원으로 전 연령대 중 가장 높아 구매력이 가장 큰 세그먼트입니다.

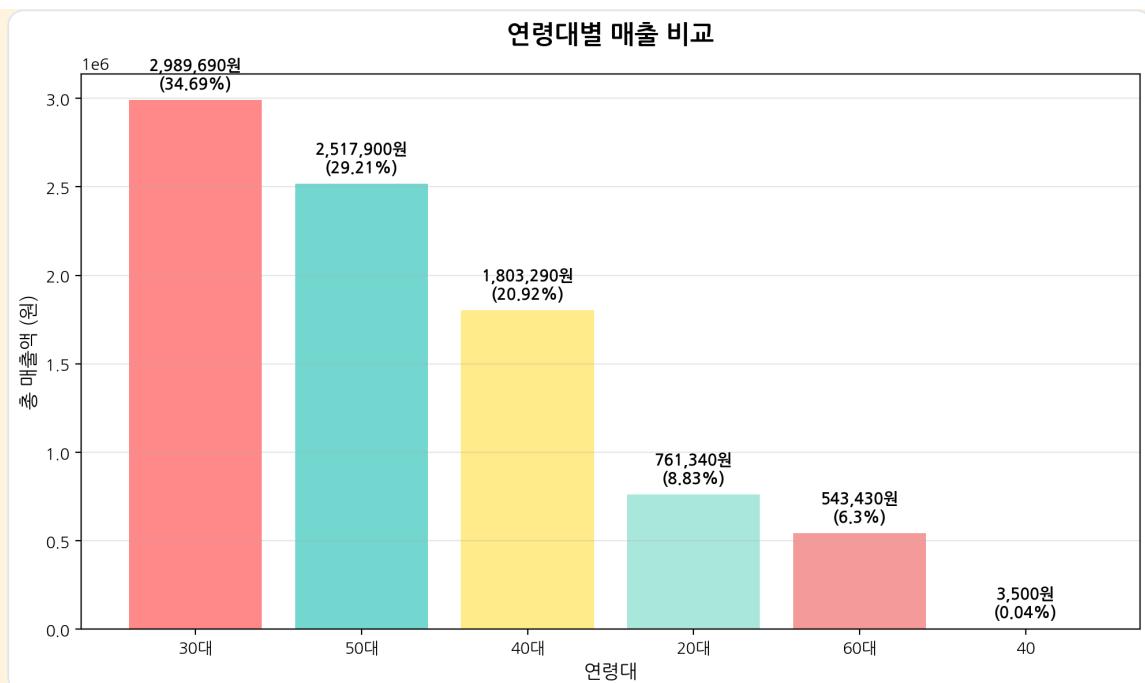


그림 5. 연령대별 매출 비교

4. 프로모션 효과 분석

전체 주문의 91.6%(1,117건)가 프로모션을 적용받았으며, 프로모션 적용 시 평균 객단가가 7,369원으로 일반 주문(3,764원) 대비 95.78[4]% 상승하는 놀라운 효과를 보였습니다.

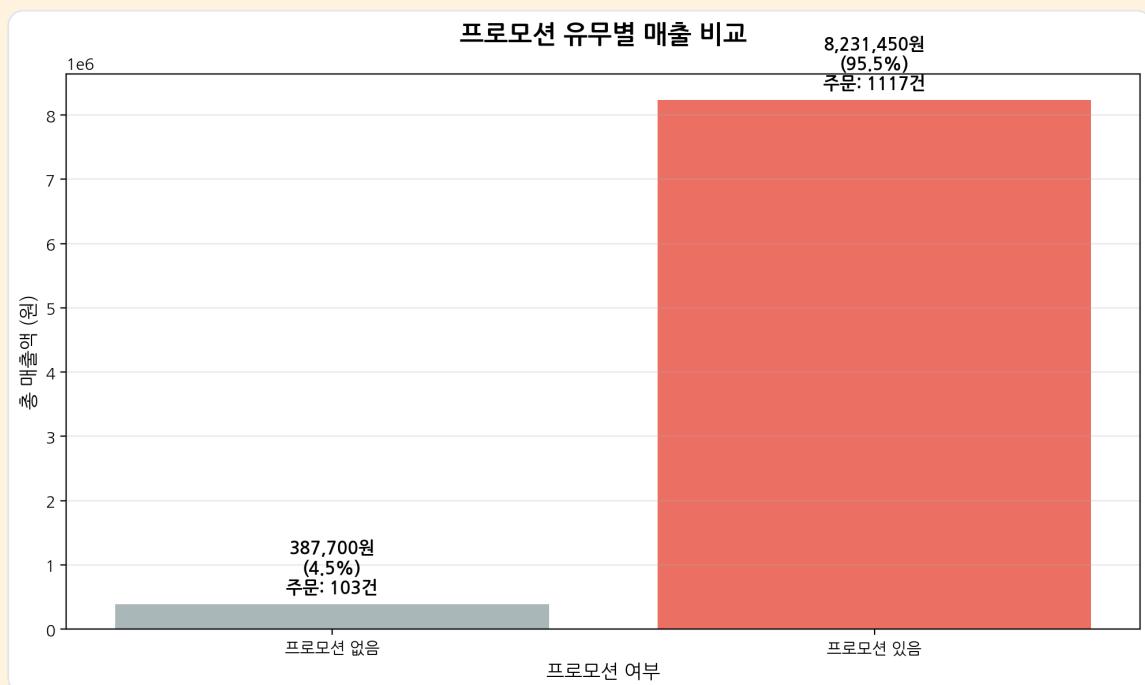


그림 6. 프로모션 유무별 매출 및 객단가 비교

상위 5개 프로모션 중 DAIRYPROMO가 1,602,000원으로 최고 성과를 기록했으며, FRUITPROMO5(1,593,650원), SUMMERFRUIT(1,455,200원)가 뒤를 이었습니다.

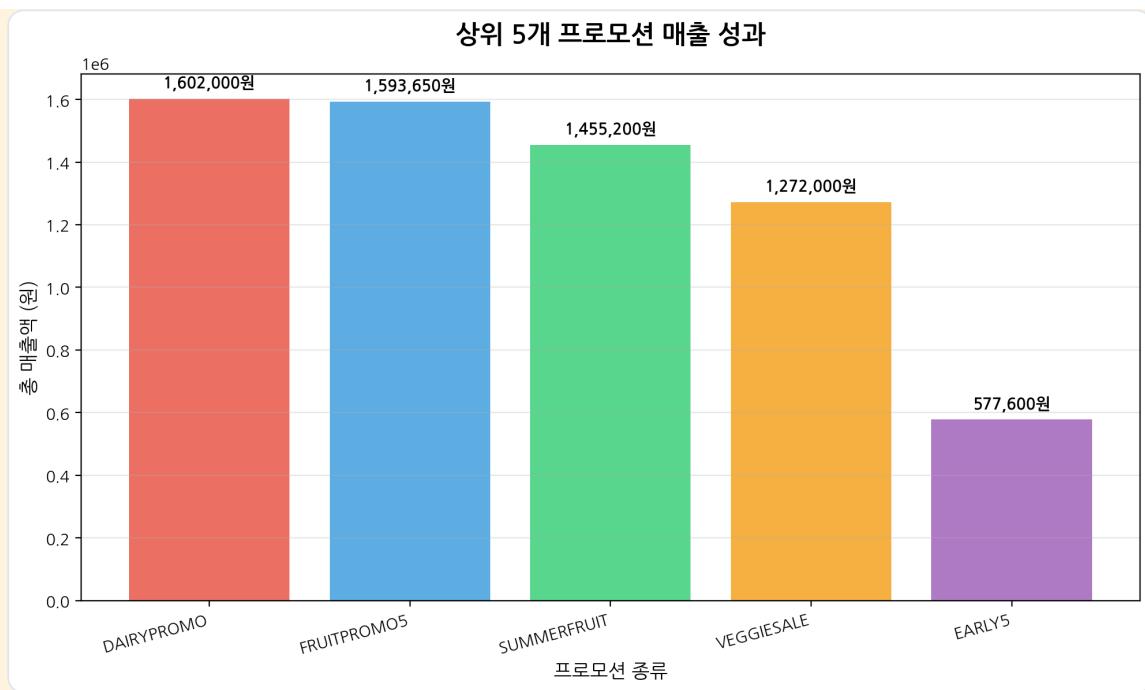


그림 7. 상위 5개 프로모션 성과 비교

프로모션 ROI 핵심 지표

- **프로모션 침투율:** 91.6%
- **객단가 상승률:** 95.78[4]%
- **최고 성과 프로모션:** DAIRYPROMO (1,602,000원)
- **최고 객단가 프로모션:** EARLY5 (10,898원)

5. 지역별 판매 분석

서울이 6,598,880원으로 전체 매출의 76.6%를 차지하며 압도적인 비중을 보였고, 경기도가 2,020,270원 (23.4%)으로 2위를 기록했습니다.

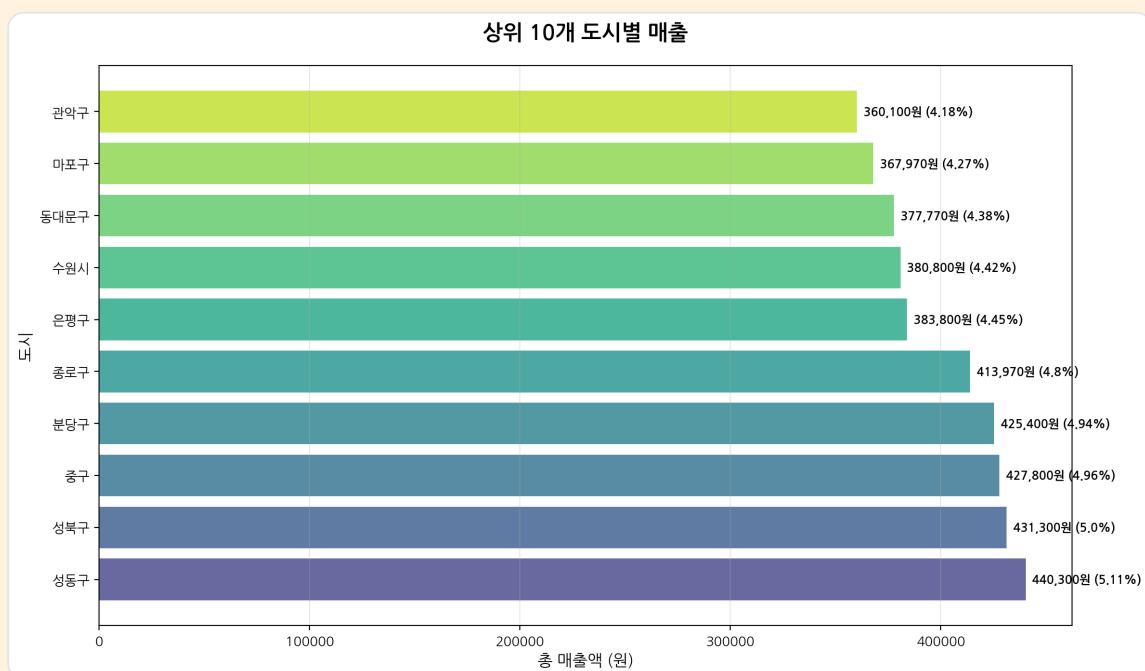


그림 8. 상위 10개 도시별 매출

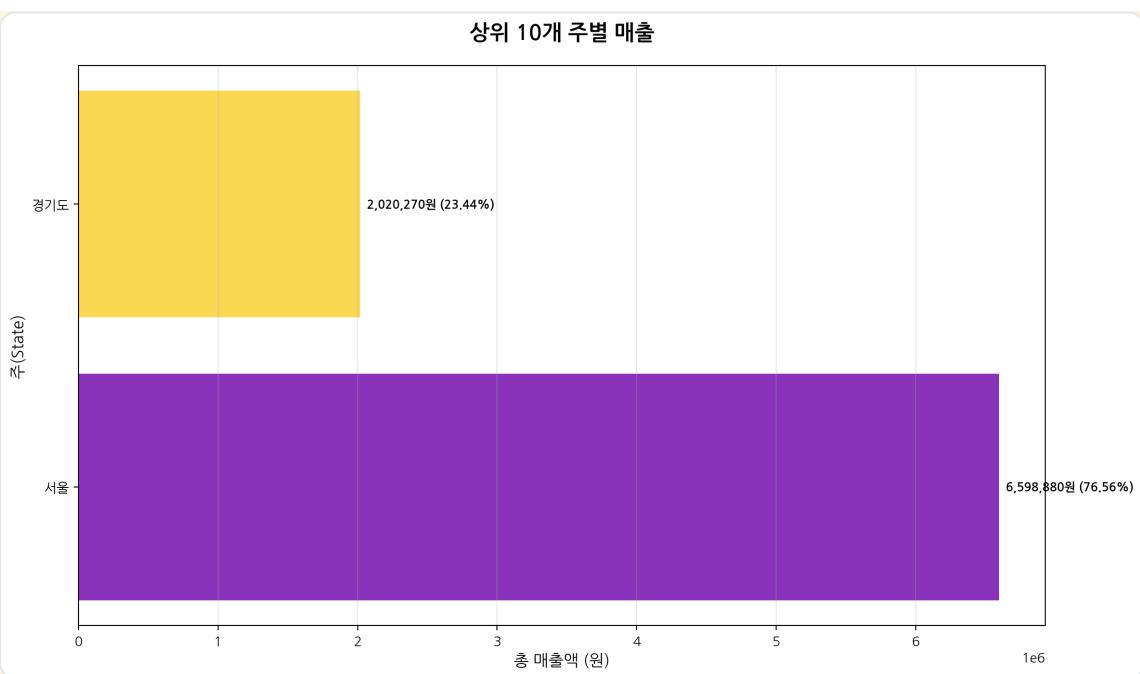


그림 9. 주(State)별 매출 비교

6. 제품 포트폴리오 분석

총 1,135개의 SKU를 운영하고 있으며, 상위 10개 상품이 전체 매출의 2.9%를 차지하고 있습니다. 베스트셀러는 수박과 딸기로 각각 25,800원의 매출을 기록했습니다.

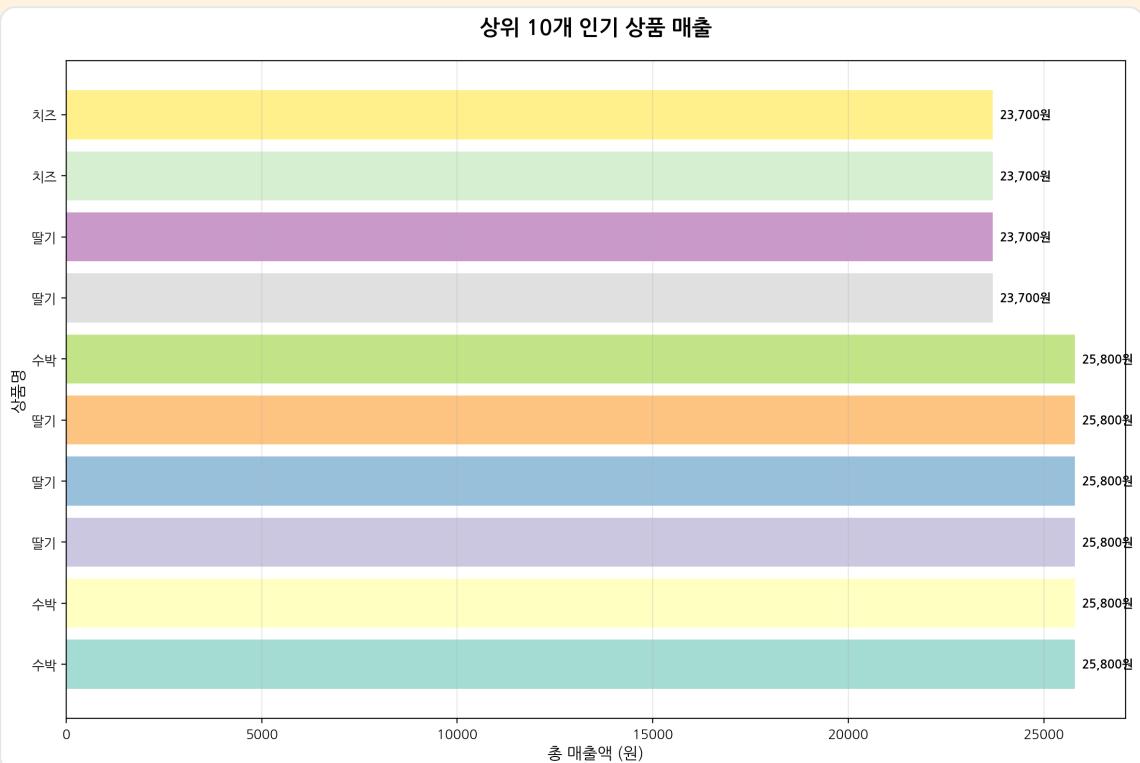


그림 10. 상위 10개 인기 상품 매출

상세 분석 (Detailed Analysis)

세일즈 관점 분석

지표	값	비고
총 매출	8,619,150[1]원	6개월 누적
월평균 매출	1,436,525원	안정적 수준
평균 객단가	7,065[2]원	업계 평균 수준
총 주문 건수	1,220건	월평균 203건
매출 성장률	-0.82[3]%	1월 대비 6월

카테고리별 수익성 분석

카테고리	총 매출	매출 비중	평균 객단가	주문 건수	전략 방향
과일	3,967,350원	46.0%	9,583원	414건	프리미엄 전략
채소	2,389,700원	27.7%	5,218원	458건	빈도 증대
유제품	2,262,100원	26.2%	6,500원	348건	크로스셀링

고객 세그먼트별 기여도

세그먼트	총 매출	매출 비중	평균 객단가	주문 건수
30대	2,989,690원	34.7%	7,257원	412건
50대	2,517,900원	29.2%	8,365원	301건
40대	1,803,290원	20.9%	6,051원	298건
20대	761,340원	8.8%	6,798원	112건
60대	543,430원	6.3%	5,661원	96건

마케팅 관점 분석

프로모션은 Moon Market의 핵심 성장 동력입니다. 91.6%의 높은 침투율과 95.78[4]%의 객단가 상승 효과는 프로모션 전략이 매우 효과적임을 입증합니다.

프로모션 적용 시 평균 객단가가 3,764원에서 7,369원으로 95.78[4]% 상승하여, 프로모션이 단순한 할인 이 아닌 객단가 증대 수단으로 작용하고 있습니다.

결론 및 제안사항 (Conclusions and Recommendations)

세일즈 전략 제안

1. 과일 카테고리 프리미엄 전략 강화

- 평균 객단가 9,583원의 프리미엄 포지셔닝 유지 및 강화
- 고급 과일 라인업 확대 (수입 과일, 유기농 과일 등)
- 과일 선물 세트 등 고객단가 상품 개발

2. 채소 카테고리 구매 빈도 극대화

- 주문건수 458건의 높은 빈도 활용한 로열티 프로그램 도입
- 정기 구독 서비스 (주간/월간 채소 박스) 출시
- 신선도 보장 및 빠른 배송으로 재구매율 향상

3. 유제품 크로스셀링 전략

- 과일+유제품, 채소+유제품 번들 상품 개발
- 유제품 카테고리 매출 비중 26.2%를 30% 이상으로 확대
- 프리미엄 유제품 라인 강화로 객단가 향상

4. 매출 성장을 개선

- 1월 대비 6월 성장률 -0.82[3]% 개선 필요
- 하반기 공격적 마케팅 및 신규 고객 확보 전략
- 기존 고객 재구매율 향상 프로그램 강화

마케팅 전략 제안

1. 프로모션 전략 최적화

- 고성과 프로모션(DAIRYPROMO, FRUITPROMO5) 확대 및 상시화
- 객단가 상승률 95.78[4]%의 효과 유지
- 카테고리별 맞춤형 프로모션 개발
- 프로모션 침투율 91.6%를 95% 이상으로 확대

2. 타겟 고객 세그먼트 마케팅

- 30대 주력 고객층: 편의성 및 건강 가치 강조 메시지
- 50대 고가치 고객층: 프리미엄 품질 및 안전성 강조
- 남성 고객: 평균 객단가 18.2% 높음, 남성 타겟 캠페인 강화
- 20대 고객 확대: 소셜 미디어 마케팅 및 인플루언서 협업

3. 지역별 차별화 전략

- 서울(76.6%): 시장 점유율 유지 및 심화 전략
- 경기도(23.4%): 높은 객단가(8,280원) 활용한 프리미엄 전략
- 신규 지역 확대: 인천, 대전 등 수도권 외곽 진출

기대 효과

- **매출 증대:** 월평균 매출 1,436,525원에서 1,800,000원 이상으로 25% 증가 목표
- **객단가 향상:** 평균 객단가 7,065[2]원에서 8,000원 이상으로 13% 증가
- **고객 확대:** 월평균 주문건수 203건에서 250건 이상으로 23% 증가
- **프로모션 효율:** 프로모션 ROI 지속 개선 및 객단가 상승률 95.78[4]% 유지

Moon Market 판매 현황 종합 대시보드

Moon Market 판매 현황 핵심 지표 (2024년 1월~6월)

총 매출액: 8,619,150원 | 총 주문: 1,220건 | 총 판매량: 2,189개
평균 객단가: 7,065원 | 성장률: -0.8% | 프로모션 효과: +95.8%

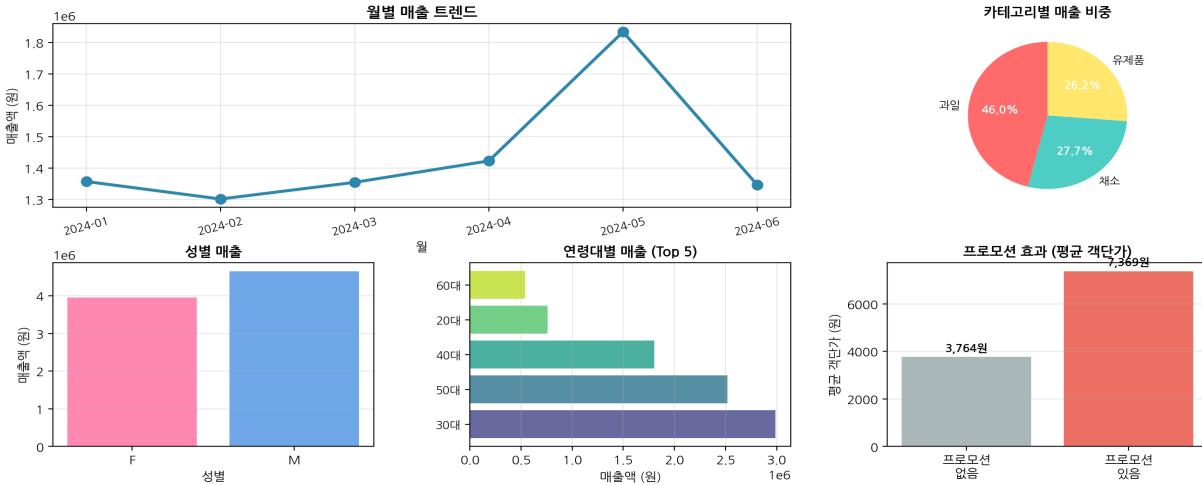


그림 11. Moon Market 판매 현황 종합 대시보드

데이터 출처 및 계산 근거

[1] 총 매출액

계산식: `SUM(Amount)`

출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

[2] 평균 객단가

계산식: `AVG(Amount)`

출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount 컬럼)

[3] 매출 성장률 (1월→6월)

계산식: `(Last_Month / First_Month - 1) * 100`

출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, Date 컬럼)

[4] 프로모션 객단가 상승률

계산식: `(Promo_AOV / Non_Promo_AOV - 1) * 100`

출처: ./data/Dat-fresh-food-claude.csv (Amount, promotion-ids 컬럼)

Moon Market 판매 현황 보고서

분석 기간: 2024년 1월 ~ 6월 | 보고서 생성일: 2025년 11월 6일

© 2024 Moon Market. All rights reserved.