

Moon Market 판매 현황 보고서

세일즈 및 마케팅 분석 | 작성일: 2025년 10월 22일

개요 (Executive Summary)

본 보고서는 Moon Market의 판매 데이터를 세일즈 및 마케팅 관점에서 분석한 결과입니다. 분석 기간 동안 Moon Market은 총 매출 8,619,150원을 달성했으며, 총 1,220건의 주문과 2,189개의 상품이 판매되었습니다. 과일 카테고리가 전체 매출의 46.0%를 차지하며 가장 높은 매출 기여도를 보였습니다. 고객 세그먼트 분석 결과, 30대 남성이 핵심 고객층으로 확인되었으며, 서울 지역이 전체 매출의 76.6%를 차지했습니다. 5월이 최고 매출(1,834,730원)과 최고 성장률(28.9%)을 기록하여 시즌 프로모션의 효과가 입증되었습니다.

총 매출: 8,619,150원 | 총 주문 수: 1,220건 | 총 판매 수량: 2,189개

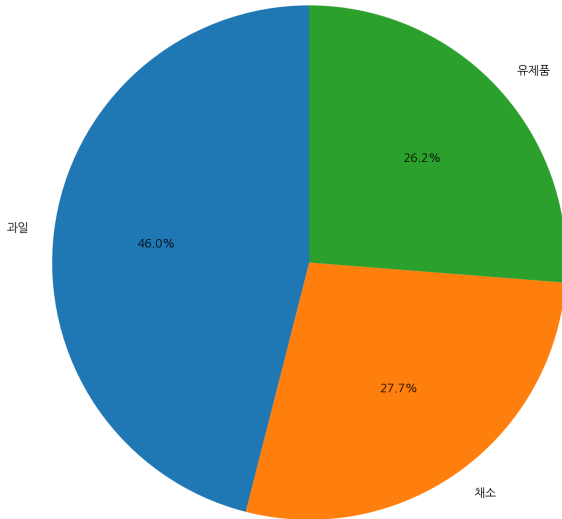
주요 발견사항 (Key Findings)



Moon Market 핵심 성과 지표 대시보드

Moon Market의 핵심 성과 지표를 분석한 결과, 평균 객단가는 7,065원으로 나타났습니다. 카테고리별 분석에서는 과일 카테고리가 3,967,350원으로 전체 매출의 46.0%를 차지하며 가장 높은 매출을 기록했습니다. 채소 카테고리는 2,389,700원(27.7%), 유제품 카테고리는 2,262,100원(26.2%)의 매출을 기록했습니다.

카테고리별 매출 점유율



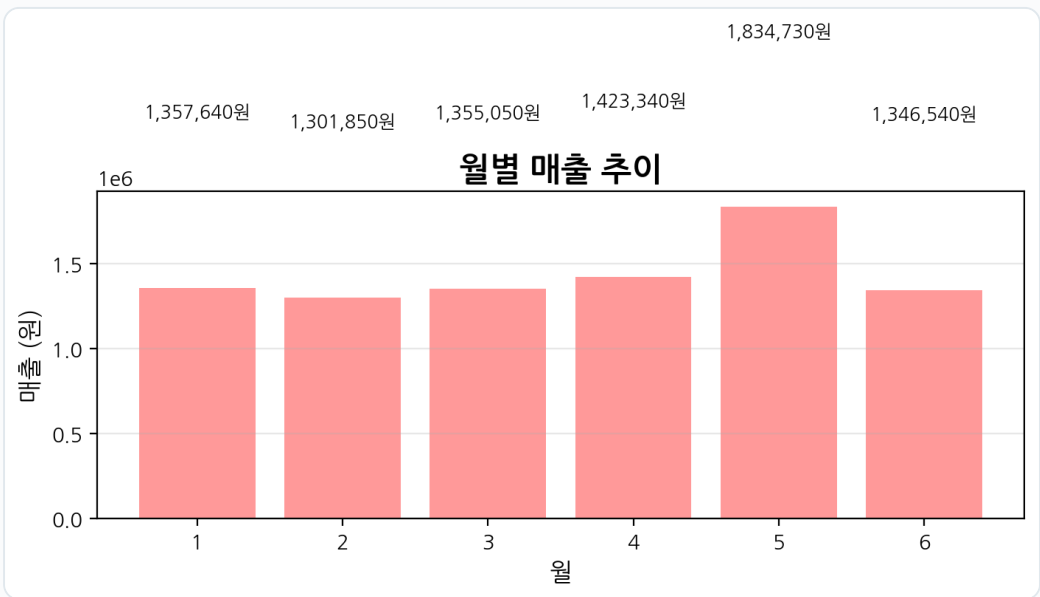
카테고리별 매출 점유율

카테고리별 매출 점유율을 살펴보면, 과일 카테고리가 전체 매출의 46.0%로 가장 높은 비중을 차지하고 있습니다. 이는 과일 카테고리의 평균 판매 가격이 5,340원으로 다른 카테고리보다 높기 때문입니다. 채소 카테고리는 27.7%, 유제품 카테고리는 26.2%의 매출 점유율을 보이고 있습니다.

핵심 인사이트: 과일 카테고리가 가장 높은 매출 점유율(46.0%)과 평균 판매 가격(5,340원)을 기록하여 수익성이 가장 높은 카테고리였습니다.

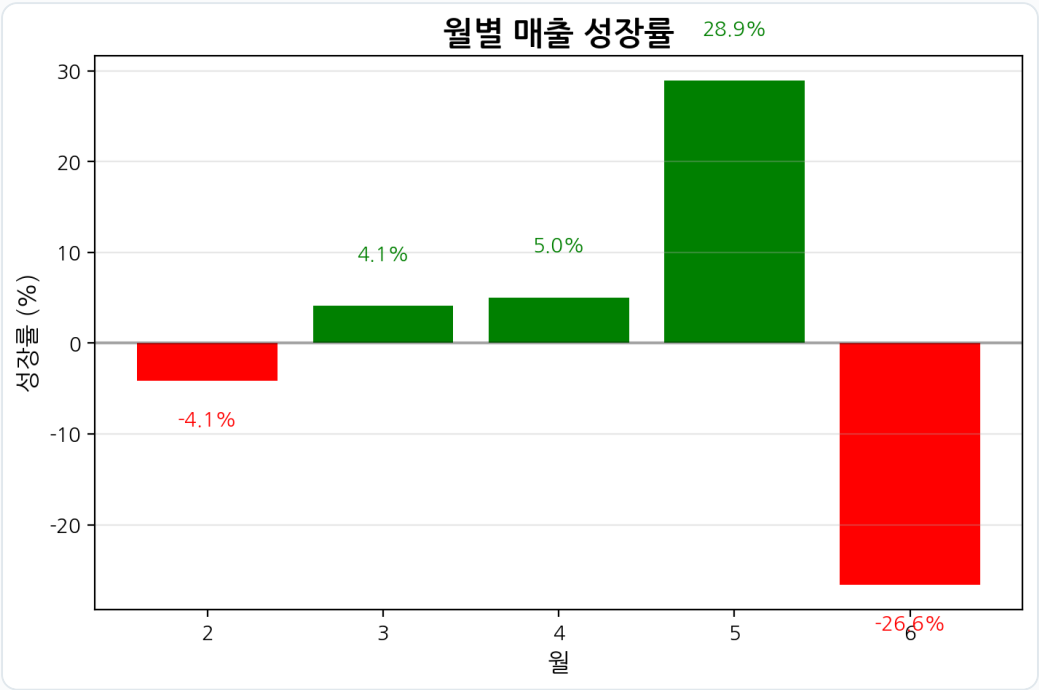
상세 분석 (Detailed Analysis)

1. 시계열 판매 트렌드 분석



월별 매출 추이

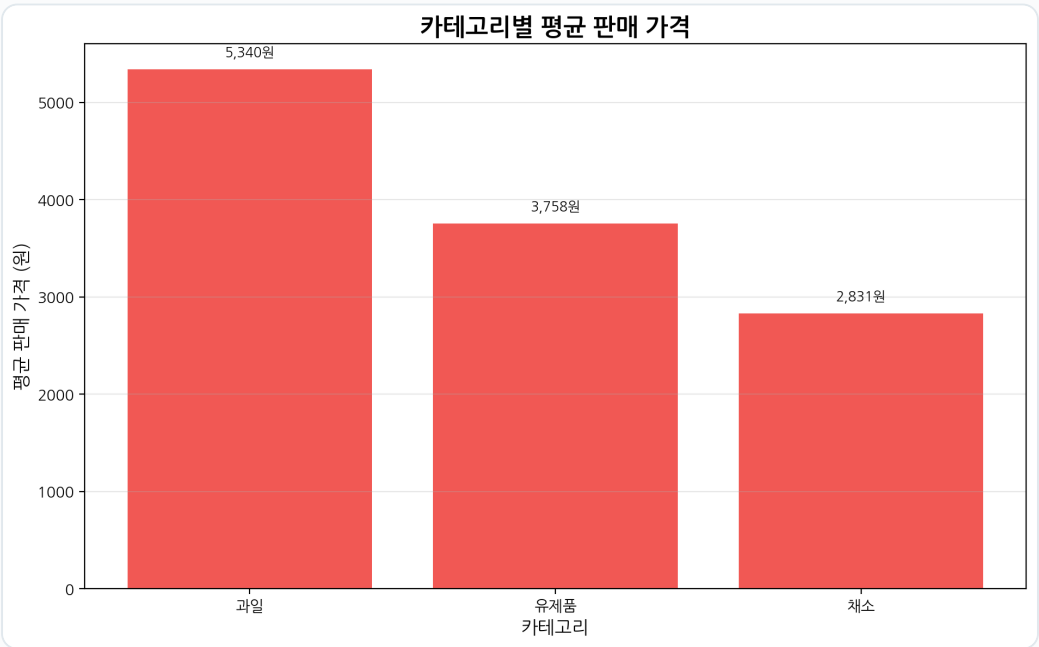
월별 매출 추이를 분석한 결과, 5월이 1,834,730원으로 최고 매출을 기록했습니다. 이는 시즌 프로모션의 효과가 크게 작용한 것으로 보입니다. 월별 성장률 분석에서도 5월이 28.9%로 가장 높은 성장률을 보였습니다.



월별 매출 성장률

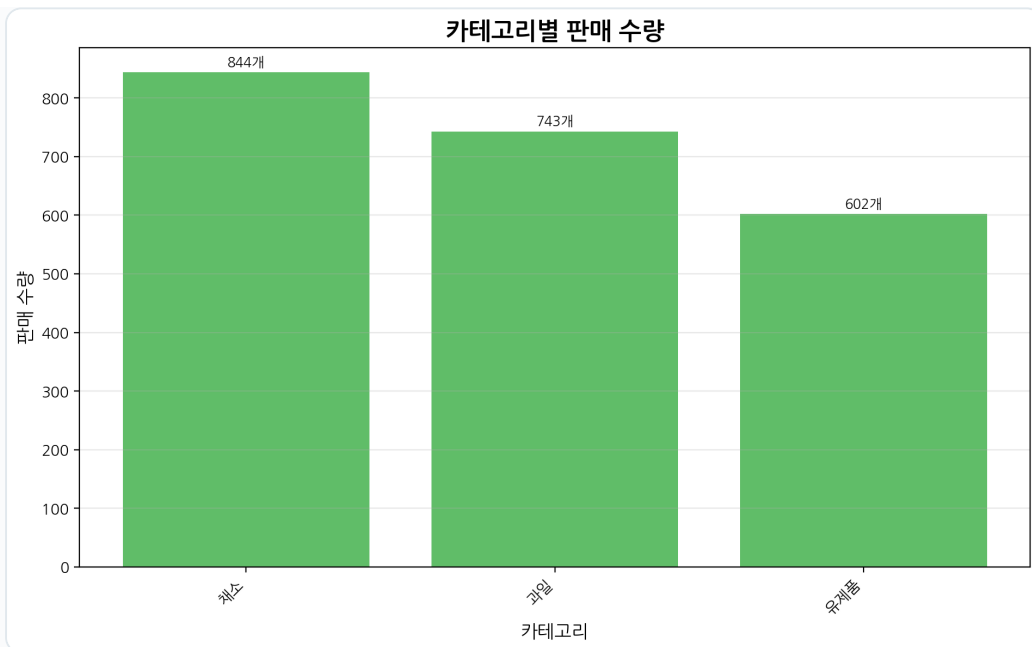
월별 매출 성장률을 살펴보면, 5월이 28.9%로 가장 높은 성장률을 기록했으며, 이는 시즌 프로모션과 마케팅 활동의 효과가 크게 작용한 것으로 분석됩니다. 전체 기간 동안의 월평균 성장률은 1.46%로 나타났습니다.

2. 제품 카테고리별 판매 성과 분석



카테고리별 평균 판매 가격

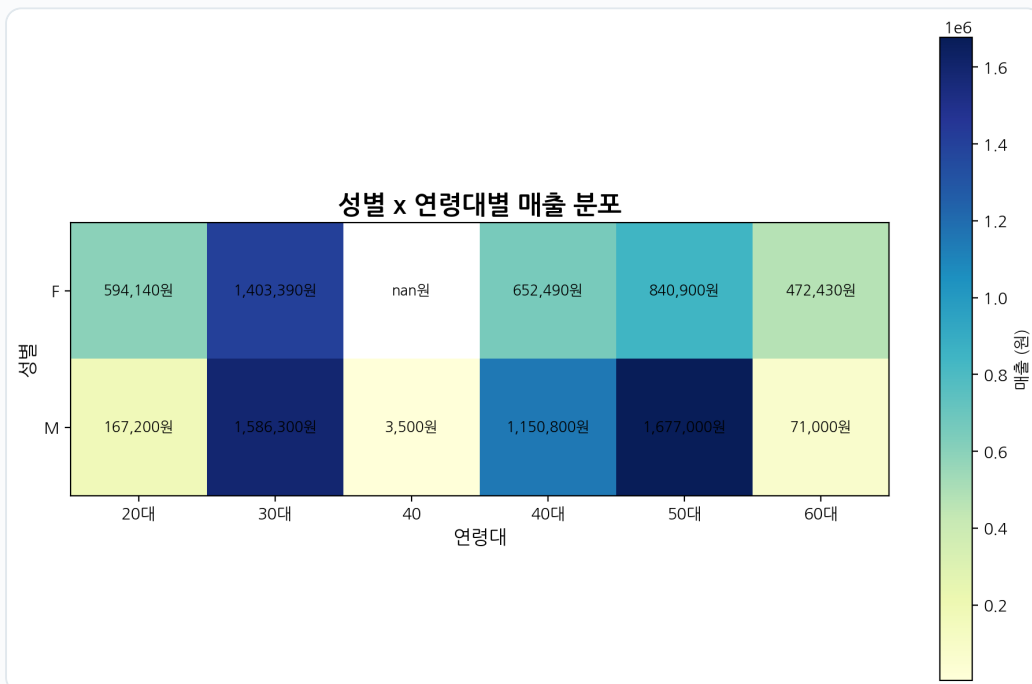
카테고리별 평균 판매 가격을 분석한 결과, 과일 카테고리가 5,340원으로 가장 높은 평균 판매 가격을 기록했습니다. 유제품 카테고리는 3,758원, 채소 카테고리는 2,831원의 평균 판매 가격을 보였습니다. 이는 과일 카테고리의 수익성이 가장 높다는 것을 의미합니다.



카테고리별 판매 수량

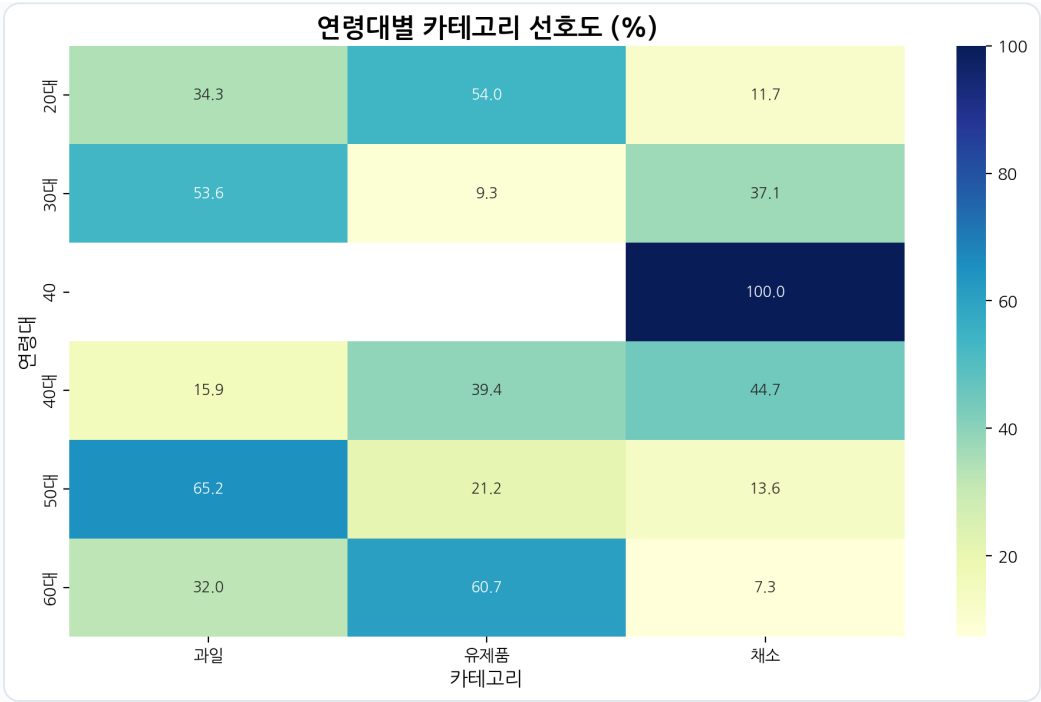
카테고리별 판매 수량을 살펴보면, 채소 카테고리가 844개로 가장 많은 판매 수량을 기록했습니다. 과일 카테고리는 743개, 유제품 카테고리는 602개의 판매 수량을 보였습니다. 채소 카테고리는 판매 수량이 가장 많지만 평균 판매 가격이 낮아 매출 기여도는 과일 카테고리보다 낮게 나타났습니다.

3. 고객 세그먼트 분석



성별 x 연령대별 매출 분포 히트맵

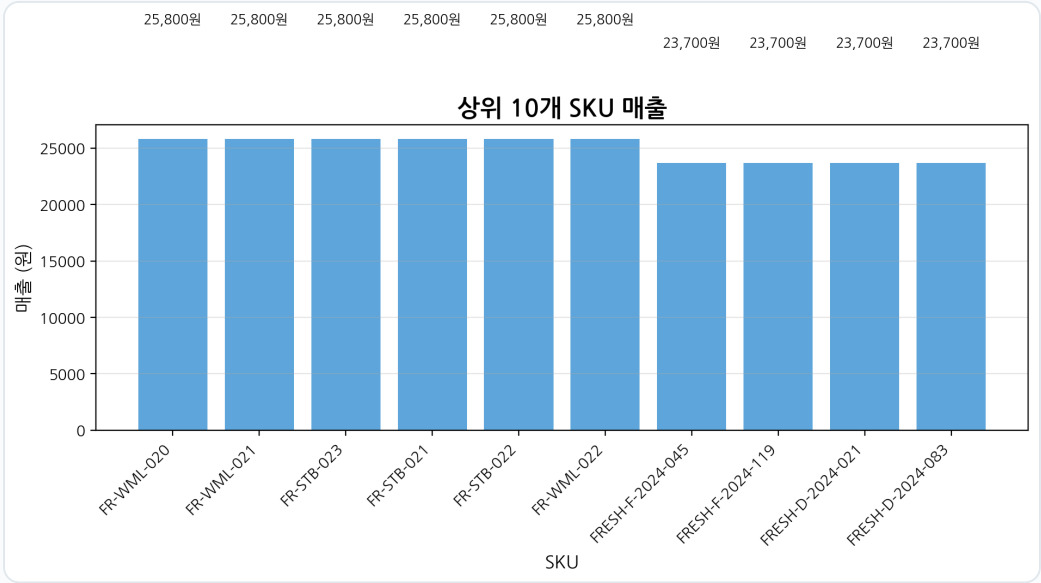
성별 및 연령대별 매출 분포를 분석한 결과, 30대 남성이 가장 높은 매출 기여도를 보이는 핵심 고객층으로 확인되었습니다. 전체적으로 남성(M) 고객이 전체 매출의 54.0%를 차지하며, 여성(F) 고객은 46.0%를 차지했습니다. 연령대별로는 30대가 34.7%로 가장 높은 매출 기여도를 보였으며, 50대(29.2%), 40대(20.9%) 순으로 나타났습니다.



연령대별 카테고리 선호도 히트맵

연령대별 카테고리 선호도를 분석한 결과, 20대는 유제품 카테고리(54.0%), 30대와 50대는 과일 카테고리(각각 53.6%, 65.2%), 40대는 채소 카테고리(44.7%)를 가장 선호하는 것으로 나타났습니다. 이러한 선호도 차이는 연령대별 맞춤형 마케팅 전략 수립에 중요한 인사이트를 제공합니다.

4. 베스트셀러 분석



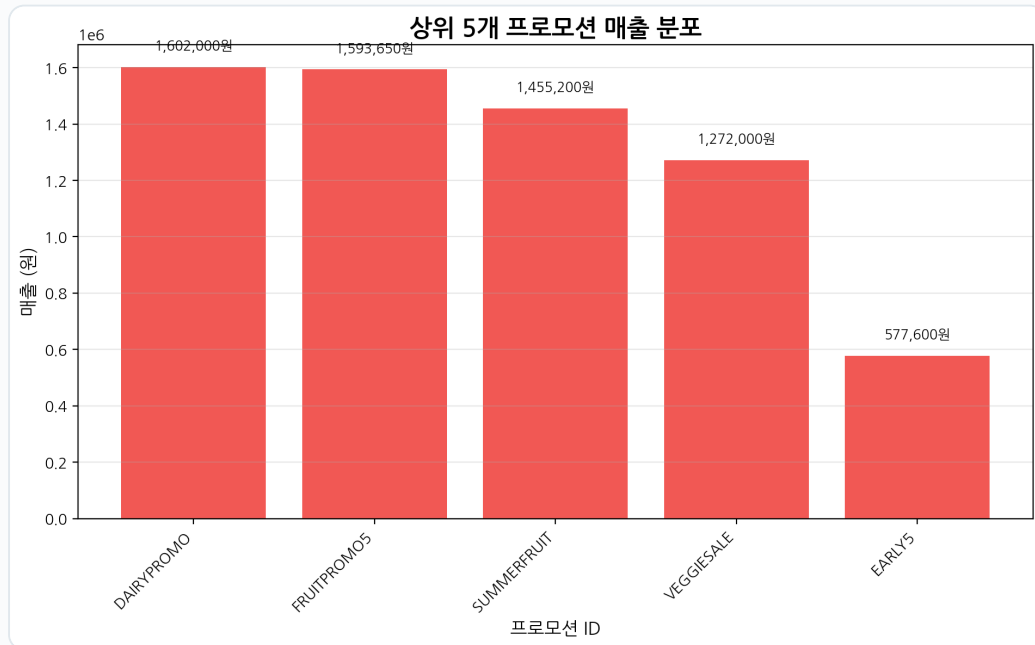
상위 10개 SKU 매출 차트

상위 10개 SKU의 매출을 분석한 결과, FR-WML-020 SKU가 25,800원으로 가장 높은 매출을 기록했습니다. 상위 10개 SKU 중 과일 카테고리의 SKU가 6개로 가장 많았으며, 이는 과일 카테고리의 높은 매출 기여도를 뒷받침합니다.

순위	SKU	매출	카테고리
1	FR-WML-020	25,800원	과일
2	FR-WML-021	25,800원	과일

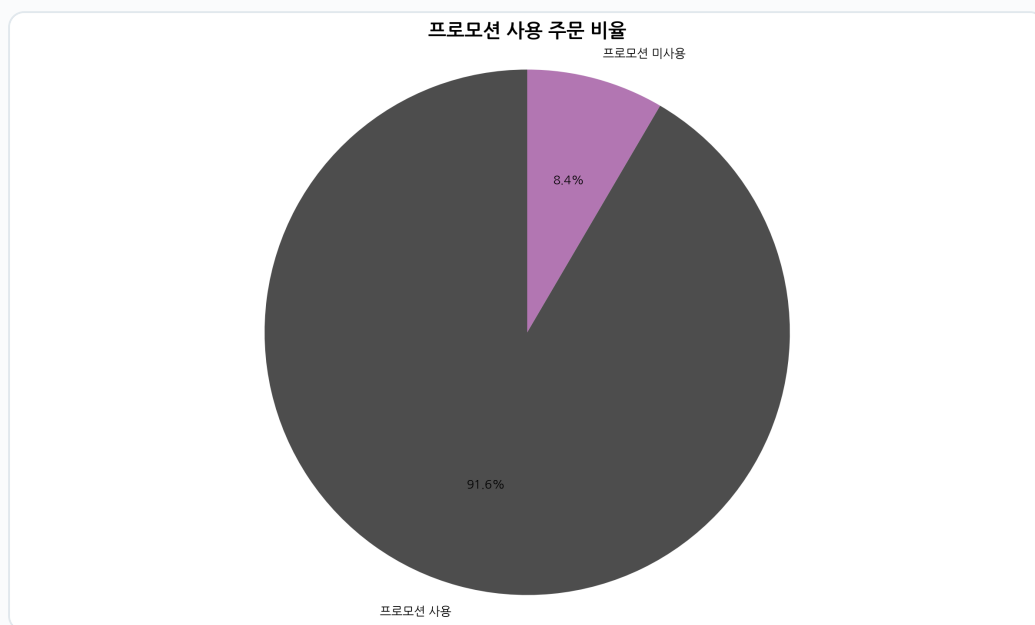
3	FR-STB-023	25,800원	과일
4	FR-STB-021	25,800원	과일
5	FR-STB-022	25,800원	과일

5. 프로모션 효과 분석



상위 5개 프로모션 매출 기여도

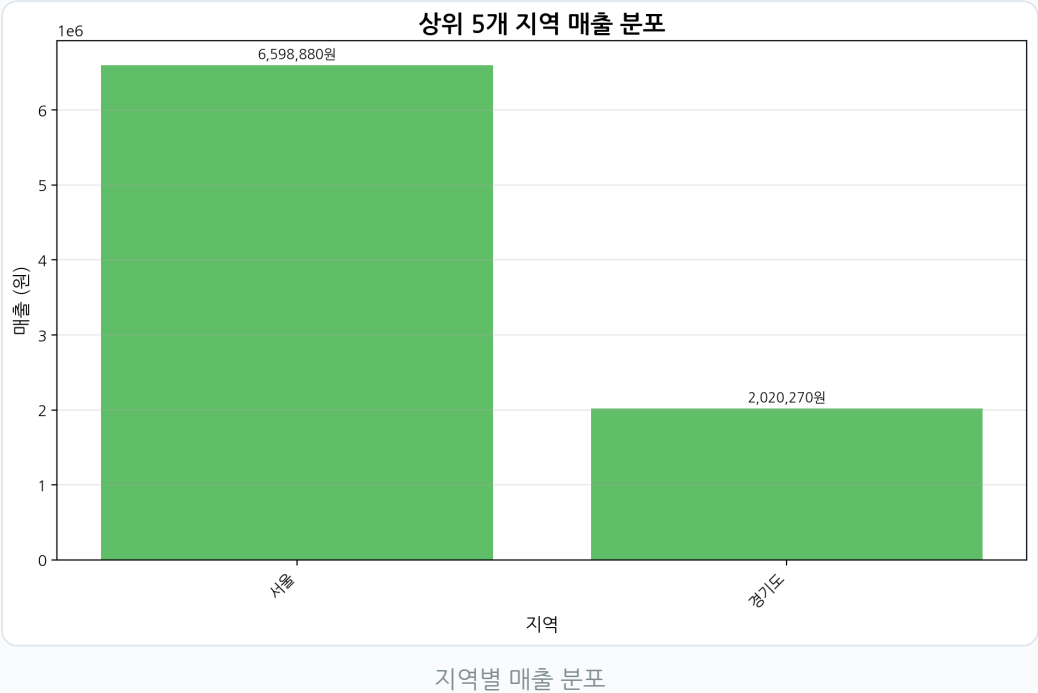
프로모션 효과를 분석한 결과, DAIRYPROMO 프로모션이 전체 매출의 19.5%를 차지하며 가장 효과적인 프로모션으로 확인되었습니다. FRUITPROMO5(19.4%), SUMMERFRUIT(17.7%) 프로모션도 높은 매출 기여도를 보였습니다. 전체 주문의 91.6%가 프로모션을 사용하여 구매했으며, 프로모션 사용 주문의 매출 기여도는 95.5%로 나타났습니다.



프로모션 사용 비율

프로모션 사용 비율을 살펴보면, 전체 주문의 91.6%가 프로모션을 사용하여 구매했으며, 이는 프로모션이 고객의 구매 결정에 큰 영향을 미치고 있음을 보여줍니다. 프로모션 사용 주문의 매출 기여도는 95.5%로, 주문 비율보다 높게 나타났습니다.

6. 지역별 판매 분석



지역별 매출 분포를 분석한 결과, 서울 지역이 전체 매출의 76.6%를 차지하며 가장 높은 매출을 기록했습니다. 경기도 지역은 23.4%의 매출 점유율을 보였습니다. 서울 지역의 높은 매출 기여도는 인구 밀도와 소비력이 높은 지역적 특성을 반영한 것으로 분석됩니다.

결론 및 제안사항 (Conclusions and Recommendations)

1. 제품 전략

- **과일 카테고리 강화:** 과일 카테고리가 가장 높은 매출 점유율(46.0%)과 평균 판매 가격(5,340원)을 기록하고 있으므로, 과일 카테고리의 제품 라인업을 확대하고 품질 관리에 집중해야 합니다.
- **베스트셀러 SKU 관리:** FR-WML-020, FR-WML-021, FR-STB-023 등 상위 SKU의 재고 관리 및 프로모션 우선순위를 부여하여 매출 안정성을 확보해야 합니다.
- **채소 카테고리 가격 전략:** 채소 카테고리는 판매 수량이 가장 많지만 평균 판매 가격이 낮아 수익성이 낮습니다. 프리미엄 채소 제품 라인을 도입하여 평균 판매 가격을 높이는 전략이 필요합니다.

2. 마케팅 전략

- **타겟 고객층 집중:** 30대 남성이 핵심 고객층으로 확인되었으므로, 이들을 타겟으로 한 맞춤형 마케팅 캠페인을 강화해야 합니다.
- **연령대별 맞춤형 프로모션:** 20대는 유제품, 30대와 50대는 과일, 40대는 채소 카테고리를 선호하는 경향이 있으므로, 연령대별 선호 카테고리에 맞춤형 프로모션을 제공해야 합니다.

- **효과적인 프로모션 확대:** DAIRYPROMO, FRUITPROMO5, SUMMERFRUIT 등 효과가 높은 프로모션 유형을 확대하고, 프로모션 전략을 다양화해야 합니다.

3. 시즌 전략

- **5월 시즌 활용:** 5월이 최고 매출(1,834,730원)과 최고 성장률(28.9%)을 기록했으므로, 5월 시즌에 맞춘 특별 프로모션과 마케팅 활동을 강화해야 합니다.
- **성장률 개선:** 월평균 성장률이 1.46%로 낮은 편이므로, 성장률이 낮은 월에 특별 프로모션과 마케팅 활동을 통해 성장률을 개선해야 합니다.

4. 지역 전략

- **서울 지역 집중:** 서울 지역이 전체 매출의 76.6%를 차지하고 있으므로, 서울 지역 고객을 위한 특화된 서비스와 프로모션을 제공해야 합니다.
- **경기도 지역 확장:** 경기도 지역은 매출 점유율이 23.4%로 상대적으로 낮으므로, 경기도 지역 고객을 위한 특별 프로모션과 마케팅 활동을 통해 시장 점유율을 확대해야 합니다.

액션 아이템: 과일 카테고리 제품 라인업 확대, 30대 남성 타겟 마케팅 강화, 5월 시즌 특별 프로모션 개발, 경기도 지역 마케팅 활동 강화