

집들이컨텐츠 샘플데이터 EDA

1. 오늘의집 집들이 컨텐츠를 활발하게 이용하는 고객층의 가 구형태는? (방법 1)

행 레이블	합계 : 조회	합계 : 스크랩	합계 : 조회대비스크랩
기타	30678	1405	4.6%
부모님과 함께 사는 집	51945	2509	4.8%
신혼부부	664168	17699	2.7%
싱글라이프	270206	11085	4.1%
아기가 있는 집	270744	6560	2.4%
취학 자녀가 있는 집	111699	2367	2.1%
총합계	1399440	41625	3.0%

- 지표 선정 : “활발하게 이용한다” 를 정의해보자면, 포스팅에 인테리어 정보와 상품 정보가 함께 있으므로 해당 정보를 참고하기 위해 스크랩을 한 것으로 추측할 수 있을 것이다. 따라서 지표는 조회 대비 스크랩수로 산출했다.
- 조회 대비 스크랩수를 봤을때 부모님과 함께 사는 집, 싱글라이프가 높음을 알 수 있다. 부모님과 함께 사는 집의 포스팅을 보면 1~3평대의 방인것을 알 수 있다. 즉 오늘의집의 집들이 컨텐츠는 작은 방을 가진 사람이나 싱글들이 더 활발하게 이용한다고 볼 수 있을 것이다.

1. 오늘의집 집들이 컨텐츠를 활발하게 이용하는 고객층의 가 구형태는? (방법 2)

행 레이블	합계 : 조회	합계 : 인기도	합계 : 조회대비인기도
기타	30,678	305,588	10.0
부모님과 함께 사는 집	51,945	604,669	11.6
신혼부부	664,168	44,291,748	66.7
싱글라이프	270,206	13,379,595	49.5
아기가 있는 집	270,744	6,510,800	24.0
취학 자녀가 있는 집	111,699	756,257	6.8
총합계	1,399,440	228,105,000	163.0

- 지표 선정 : “활발하게 이용한다”의 정의를 하기 위해, 오늘의집 콘텐츠의 지표 중 조회 수, 좋아요, 스크랩수를 이용했다.
좋아요보다는 스크랩이 더 적극적인 행동임을 감안해, 좋아요에 0.5, 스크랩에 1의 가중치를 두고 좋아요*스크랩으로 “인기도”를 산출했다.
- 다시 조회수 대비 인기도(인기도/조회수)를 산출한 결과, 신혼부부와 싱글라이프가 조회 대비 인기도가 높음을 알 수 있었다.
- 따라서 오늘의집 메인 타겟/콘텐츠로는 신혼부부와 싱글라이프 콘텐츠가 적절할 것이다.

2. 가구형태별 인기있는 인테리어 스타일은?

행 레이블	합계 : 조회	합계 : 스크랩	합계 : 조회대비스크랩
기타	30678	1405	4.6%
내추럴	12183	463	3.8%
러블리&로맨틱	8723	537	6.2%
유니크&믹스매치	9772	405	4.1%
부모님과 함께 사는 집	51945	2509	4.8%
0	16318	808	5.0%
모던	6573	375	5.7%
유니크&믹스매치	29054	1326	4.6%
신혼부부	664168	17699	2.7%
0	50226	1214	2.4%
내추럴	174959	4988	2.9%
모던	383338	9891	2.6%
빈티지&레트로	19324	752	3.9%
유니크&믹스매치	22201	602	2.7%
한국&아시아	14120	252	1.8%
싱글라이프	270206	11085	4.1%
0	30990	1334	4.3%
내추럴	50399	1885	3.7%
모던	116698	4318	3.7%
빈티지&레트로	61517	3239	5.3%
유니크&믹스매치	10602	309	2.9%
아기가 있는 집	270744	6560	2.4%
내추럴	120701	2894	2.4%
모던	101503	2469	2.4%
미니멀&심플	24711	520	2.1%
유니크&믹스매치	23829	677	2.8%
취학 자녀가 있는 집	111699	2367	2.1%
0	15330	294	1.9%
내추럴	55819	1415	2.5%
모던	40550	658	1.6%
총합계	1399440	41625	3.0%

- 가장 포스팅 수가 많았던 것은 모던과 내추럴 스타일. 많은 사람들이 선택하는, 대중적인 스타일이라고 추측할 수 있을 것이다.
- 하지만 조회 대비 스크랩수는 러블리 로맨틱, 빈티지레트로, 유니크믹스매치처럼 독특한 스타일이 더 높은 경우가 많았다. 대중적이지 않은 인테리어 스타일의 경우 참고할 수 있는 자료가 많지 않으므로, 인테리어와 상품 참고를 위해 스크랩을 많이 했을 것이라 추측할 수 있을 것이다.

3. 가구형태별 작업유형에 따른 매출 보완 전략?

행 레이블	합계 : 조회대비스크랩
기타	4.6%
셀프•DIY	5.1%
전문가	3.8%
부모님과 함께 사는 집	4.8%
셀프•DIY	4.8%
신혼부부	2.7%
반셀프	3.1%
셀프•DIY	2.6%
전문가	2.5%
싱글라이프	4.1%
반셀프	4.3%
셀프•DIY	4.2%
전문가	3.5%
아기가 있는 집	2.4%
반셀프	2.8%
셀프•DIY	2.7%
전문가	2.3%
취학 자녀가 있는 집	2.1%
셀프•DIY	2.6%
전문가	1.7%
총합계	3.0%

- 지표 선정 : 실제 인테리어 작업을 진행하려고 하는 경우, 스크랩을 해두고 참고할 것이라 추측되기에 조회대비 스크랩을 적절한 지표로 보았다.
- 신혼부부, 싱글라이프, 아기가 있는 집에서는 반셀프 형태가 가장 인기가 많았다. 벽공사 등의 큰 시공은 전문가에게 맡기되, 작은 소품을 두는 등의 홈 인테리어는 셀프로 하는 형태이다.
- 따라서 오늘의집 주요 고객층인 신혼부부, 싱글라이프족에게는 반셀프 인테리어 콘텐츠를 먼저 추천하고, 그 과정을 오늘의집에서 모두 해결할 수 있는(큰 공사는 전문가 소개, 작은 홈 인테리어는 상품 판매) 형태의 판매전략을 메인으로 사용해야 할 것이다.

4. 상품과 관련된 분석들

- 가구형태별 인기있는 카테고리 가격대 : 신혼부부는 어떤 가격대의 가구/가전/or 특정 상품군을 가장 많이 구입했을까?
- 오늘의 집 MD들이 최저가로 관리해야 하는 상품군별 상품 TOP 10 : 스토어에서 상품 스크랩수 대비 리뷰 수가 많은것
실제로 구매까지 많이 이어지는 상품이므로 오늘의집에서 최저가로 관리하면 전략상품이 될 것이다
- 반대로 스크랩수 대비 리뷰 수가 적은것 : 관심도는 높지만 구매를 잘 하지 않으니 이 상품들의 가격을 더 낮추면 잘 팔리지 않을까?
- 더 보충하면 좋은 상품군

그 외 오늘의집이 가지고있는 문제점(적자 포함)...기사들 더 찾아보기