비즈니스 애널리틱스 프로포절 발표

안녕하세요. 비즈니스 애널리틱스 프로포절 발표를 맡게 된 4조 천세연입니다. 지금부터 프로포절 발표를 시작하겠습니다.

(목차)

목차부터 보겠습니다. 저희가 분석할 기업과 주제, 그리고 분석 방향성과 방법론을 설명한 뒤 활용 데이터를 보여드리도록 하겠습니다.

(분석 기업)

먼저 분석 기업을 소개하겠습니다.

코로나 19 상황이 올해 계속 지속 되면서 무인화, 언택트 시장의 규모가 확대되고 있습니다. 특히, 비대면 서비스를 제공하기 위해 많은 가게에서 키오스크를 선호하는 추세이고, 우리 또한 키오스크가 설치된 모습을 쉽게 볼 수 있습니다.

와이플럭스 키오스크 이용 트렌드를 보면, 코로나 이후 키오스크 판매량이 월평균 63% 이상 증가하였고, 키오스크 사용률도 33% 증가했음을 알 수 있습니다.

(기업 소개)

이에 따라 따라서 저희는 이런 언택트 운영방식을 사용중에 있는 무인 스터디 카페를 분석 대상으로 삼게 되었습니다.

저희가 컨택한 스터디카페는 모어댄 스터디카페입니다. 모어댄 스터디카페는 독서실과 카페 사이의 모호함을 없애고 스터디카페 그 자체로서 아이덴티티를 가진 브랜드라는 컨셉을 모토로 하고 있습니다.

(예약 시스템)

이 모어댄 스터디카페는 조금 특별한 예약 시스템을 도입했습니다. 현장에서 이용권을 직접 구매, 예약해야 하는 불편함을 해결하기 위해 언제, 어디서나 좌석을 예약하고, 환불 가능한 100% 무인화 좌석예약 플랫폼인 고스카를 도입했습니다. 이 플랫폼은 관리자에게도 편리하게 결제 시스템 및 좌석관리 등을 할 수 있도록 도와줍니다.

고스카 앱을 잠시 보겠습니다. 사용자는 로그인하여 지점을 선택하고, 이용권을 구매한 뒤 좌석을 예약하고, 퇴실할 때 체크를 하면 됩니다.

관리자 버전으로는 매출 조회, 회원 관리, 시간 조정, 좌석 현황 등을 앱으로 볼 수 있고, 좌석 관리나 쿠폰 발급 또한 한 앱을 통해 가능합니다.

(분석 주제)

이제, 저희 조의 분석 주제를 소개하겠습니다.

저희는 운영자가 느끼는 비즈니스적 문제를 탐색하고, 모어댄 스터디카페의 실제 자체 데이터를 분석하여 비즈니스적 문제의 원인을 파악한 뒤, 운영자에게 해결 전략을 제시하여 실제로 적용해보고, 피드백을 받는 순서로 진행할 예정입니다.

(분석 방향성 및 방법론)

저희는 크게 네 가지로 분석 방향성을 나누어 보았습니다.

첫 번째로는 모어댄 스터디카페의 자체 데이터를 이용하여 좌석예약 정보, 회원 정보, 구매 정보, 이용권 정보 등을 회귀분석하여 고객들이 가장 많이 방문하는 시간대는 언제인지, 연령별로 언제 가장 많이 방문하는지, 연령별대로 인기가 많은 이용권 정보 등 기본적인 비즈니스 정보들을 파악할 것입니다. 이는 운영자가 비즈니스 문제점을 해결하고, 시간대, 연령대별로 가격이나 이용권 등을 새롭게 정책할 수 있습니다. 비즈니스의 문제로는 기존 고객의 이탈 원인과 어떻게 막을지, 총 좌석 대비 몇 개의 좌석이 사용되고 있어야 고객 클레임이 적을지 등이 있습니다.

두 번째로는 앞서 말한 데이터를 활용하여 고객 연령대별 방문시간, 이용시간 등을 기준으로 클러스터링을 진행할 것입니다. 이를 통해 현 고객들을 세분화 하여 고객 그룹별 특징을 파악할 수 있으며, 고객 클레임 및 운영상 문제에 관한 해결방안을 탐색하거나 새로운 마케팅 전략을 수립하는데 활용할 수 있습니다.

(연령대별 방문으로 클레임을 예상한다던가, 좋은 환경 제공을 위해 잠시 운영자가 스터디카페 방문해서 살펴볼 시간대 등을 가이드 해줄 수 있음.)

세 번째로는 포털사이트에 스터티카페로 검색하여 예약, 리뷰, 그리고 모어댄 스터디카페에서 사용하는 고스카와 일반 키오스크에 대한 소비자의 리뷰 등을 웹 크롤링 할 것입니다. 이렇게 크롤링 한 데이터를 이용하여 고객이 스터디카페를 찾는 이유를 텍스트 마이닝하고, 고객이 스터디카페를 선택하는 데 중요하게 생각하는 요소를 발견할 수 있으며, 예약 시스템과 관련된 인사이트를 얻어 운영 전략에 반영항 수 있습니다.

마지막으로 모어댄 스터디카페 본점(낙성대점)의 주변 유동인구, 회사, 학교 등의 분포 데이터를 이용하여 분석 및 시각화를 할 것입니다. 이를 통해 본점 근처의 잠재고객 데이터를 확보할 수 있으며, 타겟을 확장할 수 있습니다. 이는 또한 신규 고객 유치를 위한 마케팅 전략을 수립하는 데 활용할 수 있을 것입니다.

(활용데이터)

마지막으로 저희가 분석에 활용할 데이터를 소개하겠습니다. 저희는 이 모어댄 스터디카페가 오픈한 4월 초 부터 10월 중순까지의 데이터를 활용할 예정입니다.

좌석예약 데이터입니다. 칼럼을 기준으로 예약순서, 사용자 아이디. 좌석명, 상품명, 가격 등이 있습니다. 회원 정보 데이터로는 사용자 아이디, 생년월일, 성별, 가입 일자가 있습니다. 구매정보로는 이렇게 데이터가 분포하고 있으며, 마지막으로 이용권 정보 데이터는 이렇게 분포하고 있습니다.

(마무리)

지금까지 발표를 들어주셔서 감사합니다.