

# Amazon 판매 데이터 분석 보고서

## Executive Summary

본 보고서는 아마존 판매 데이터(Amazon\_Sale\_Report.csv)를 분석하여 마케팅 인사이트를 도출하기 위한 종합적인 분석 결과를 담고 있습니다. 총 128,975 개의 주문 데이터를 기반으로 기초 통계 분석, 시계열 분석, 상품 및 가격 분석, 지역 및 배송 분석을 진행하였습니다.

분석 결과, Set과 kurta 카테고리가 전체 매출의 상당 부분을 차지하며, 주말 판매가 주중보다 높은 경향을 보입니다. 지역적으로는 MAHARASHTRA, KARNATAKA 등 특정 주에 판매가 집중되어 있으며, 배송 방식은 Amazon 자체 배송이 더 많은 비중을 차지합니다. 이러한 분석을 바탕으로 제품 전략, 판매 전략, 운영 개선 및 마케팅 제안을 제시하였습니다.

## Key Findings

### 제품 및 판매 관련 주요 발견사항

- Set(50,284건)과 kurta(49,877건) 카테고리가 전체 주문의 약 78%를 차지
- 주문 상태 중 'Shipped'와 'Shipped - Delivered to Buyer'가 82.6%로 대부분을 차지
- 취소된 주문(Cancelled)이 전체의 14.2%를 차지
- 평균 주문 금액은 648.56, 중앙값은 605로 우측으로 약간 치우친 분포 보임
- 일요일과 화요일에 판매량이 가장 높게 나타남

### 지역 및 배송 관련 주요 발견사항

- MAHARASHTRA 주가 전체 주문의 17.3%를 차지하며 가장 높은 매출 발생
- Amazon 자체 배송(69.5%)이 Merchant 배송(30.5%)보다 더 많은 비중 차지

- 상위 10개 주가 전체 주문의 79% 차지
- UTTAR PRADESH와 HARYANA 주의 평균 주문 금액이 다른 주보다 높음

## Detailed Analysis

### 1. 기초 데이터 탐색

분석 대상 데이터는 128,975행, 24열로 구성되어 있으며, 주요 변수로는 주문 ID, 날짜, 상태, 판매 채널, 배송 방식, 상품 정보(스타일, SKU, 카테고리, 사이즈), 수량, 금액, 배송 지역 등이 포함되어 있습니다.

일부 변수에서 결측치가 발견되었으며, 특히 'fulfilled-by'(89,698건), 'promotion-ids'(49,153건), 'Courier Status'(6,872건) 등의 변수에서 결측치가 많이 발견되었습니다.

### 2. 기초 통계 분석

수량(Qty) 변수의 평균은 0.90, 중앙값은 1로 대부분의 주문이 1개 단위로 이루어졌으며, 금액(Amount) 변수의 평균은 648.56, 중앙값은 605로 나타났습니다.

카테고리별 주문 수를 살펴보면, Set(50,284건)과 kurta(49,877건)가 가장 많은 비중을 차지하며, 그 다음으로 Western Dress(15,500건), Top(10,622건) 순으로 나타났습니다.

판매 상태(Status) 분포를 살펴보면, 'Shipped'(77,804건)와 'Shipped - Delivered to Buyer'(28,769건)가 대부분을 차지하며, 취소된 주문(Cancelled)은 18,332건으로 전체의 14.2%를 차지합니다.

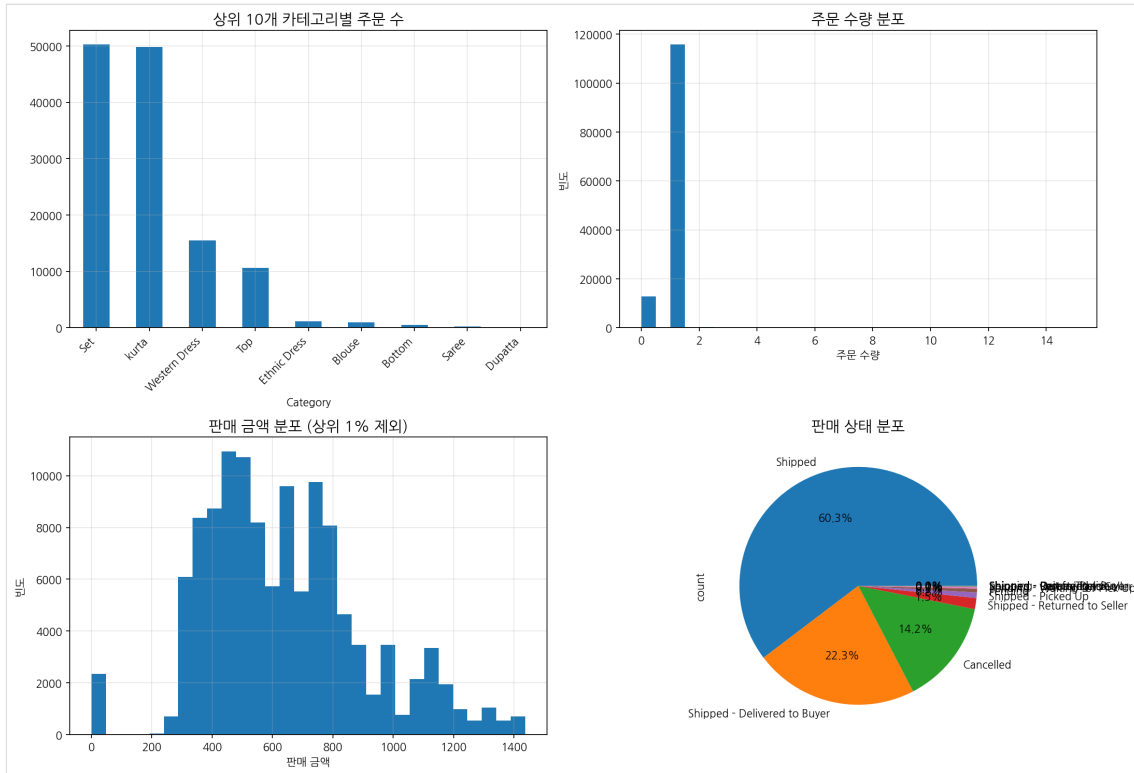


그림 1: 카테고리, 수량, 금액, 상태 분포에 관한 기본 통계 분석 시각화

**인사이트:** Set과 kurta 카테고리가 전체 판매의 대부분을 차지하므로, 이 두 카테고리에 대한 집중적인 관리와 마케팅이 필요합니다. 또한, 취소율이 14.2%로 상당히 높은 편이므로 취소 원인 분석 및 개선이 필요합니다.

### 3. 시계열 분석

일별 판매량의 평균은 1,281.86건이며, 최대값은 1,889건, 최소값은 156건으로 일별 편차가 큰 편입니다.

월별로는 4월 판매량이 44,206건으로 가장 높았고, 5월(38,011건), 6월(34,276건) 순으로 감소하는 추세를 보입니다. 3월은 156건으로 매우 낮게 나타났으나, 이는 데이터 수집 기간이 3월 말부터 시작되었기 때문으로 보입니다.

요일별로는 일요일(17,826건)과 화요일(17,047건)의 판매량이 가장 높고, 목요일(15,425건)이 가장 낮은 것으로 나타났습니다. 주말(토요일, 일요일)의 판매량이 주중보다 전반적으로 높은 경향을 보입니다.

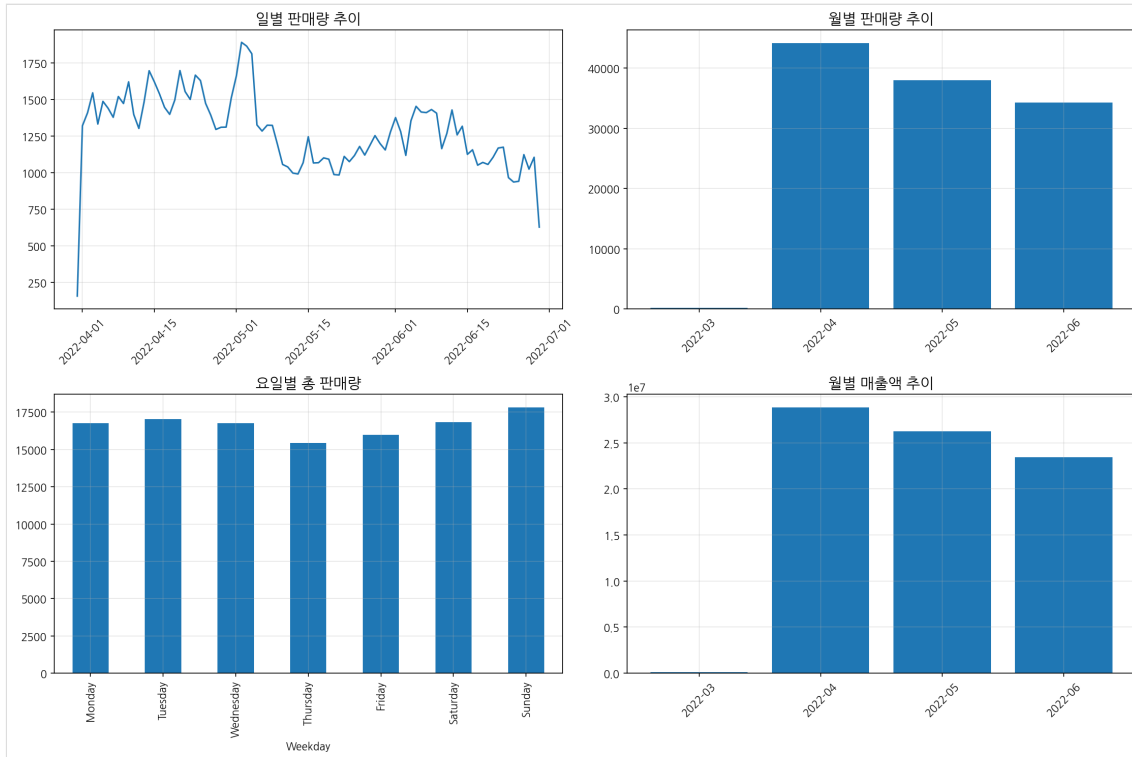


그림 2: 일별, 월별, 요일별 판매 추이에 관한 시계열 분석 시각화

**인사이트:** 주말 판매량이 높으므로 주말 마케팅 프로모션과 광고를 강화하는 전략이 효과적일 수 있습니다. 또한, 월별 판매량이 감소하는 추세를 보이므로, 6월 이후의 판매 활성화를 위한 시즌별 마케팅 전략이 필요합니다.

## 4. 상품 및 가격 분석

카테고리별 성과 분석 결과, Set 카테고리가 총 45,289개 판매되어 39,204,124.03의 매출을 기록했으며, 평균 가격은 865.64로 가장 높은 매출을 기록했습니다.

kurta는 판매량 측면에서 Set과 비슷하지만(45,045개), 평균 가격이 낮아(472.85) 총 매출은 Set의 절반 수준에 그쳤습니다.

상위 10개 스타일 중에서는 JNE3797이 3,692개 판매되어 가장 많은 판매량을 기록했으며, J0230은 평균 가격이 1,137.40으로 높아 1,944,948.48의 높은 매출을 기록했습니다.

가격 구간별 주문 분포는 비교적 고르게 나타났으나, Medium 가격대가 24,553건으로 가장 많았고, High 가격대가 23,769건으로 가장 적었습니다.

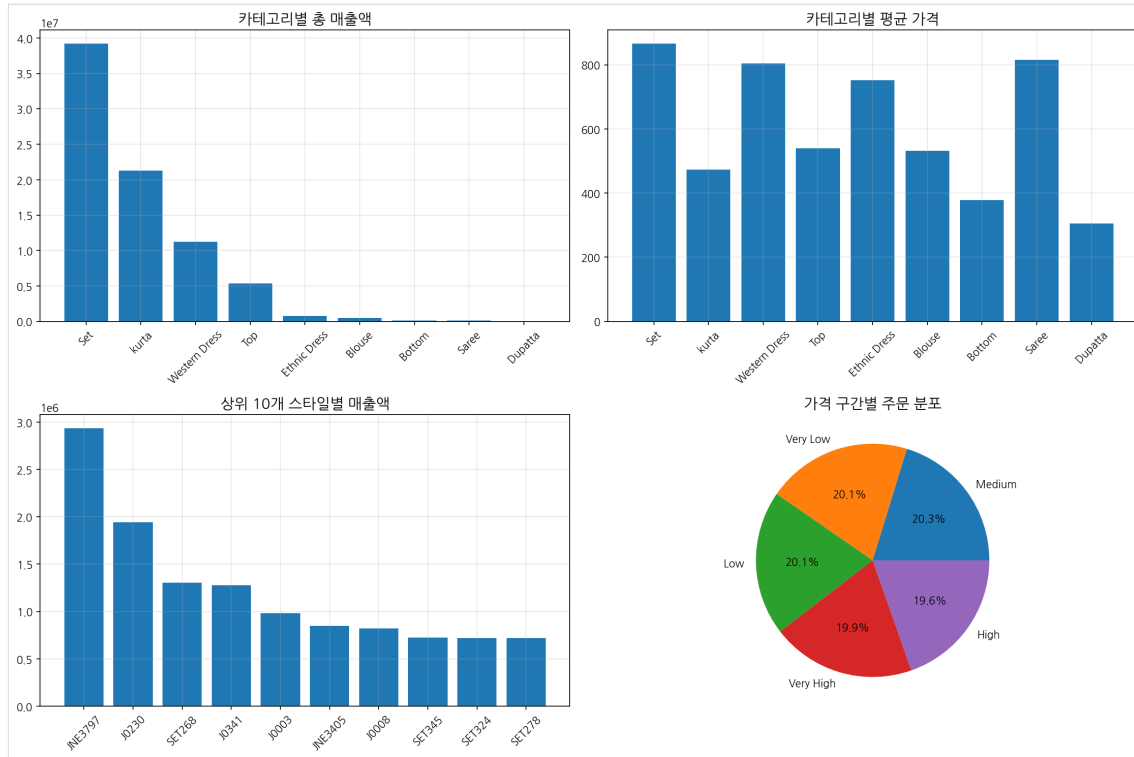


그림 3: 카테고리별 매출, 가격 분포 등에 관한 상품 및 가격 분석 시각화

**인사이트:** Set 카테고리의 높은 평균 가격과 매출 기여도를 고려하여 이 카테고리에 중점을 두는 것이 효과적입니다. 또한, 상위 스타일(JNE3797, J0230 등)의 판매 전략을 다른 제품에도 적용하여 전체 판매를 증가시킬 수 있습니다.

## 5. 지역 및 배송 분석

상위 10개 주별 성과 분석 결과, MAHARASHTRA 주가 22,260건의 주문으로 13,335,534.14의 매출을 기록하며 가장 높은 성과를 보였습니다. 그 다음으로 KARNATAKA(17,326건), TELANGANA(11,330건) 순으로 주문량이 많았습니다.

평균 주문 금액 측면에서는 HARYANA(652.80)와 UTTAR PRADESH(640.78) 주가 가장 높게 나타났습니다.

배송 방식별로는 Amazon 자체 배송이 89,698건으로 전체의 69.5%를 차지하며, Merchant 배송은 39,277건으로 30.5%를 차지했습니다.

주요 배송 상태로는 Shipped가 109,487건으로 대부분을 차지하며, Unshipped(6,681건)와 Cancelled(5,935건)이 그 뒤를 이었습니다.

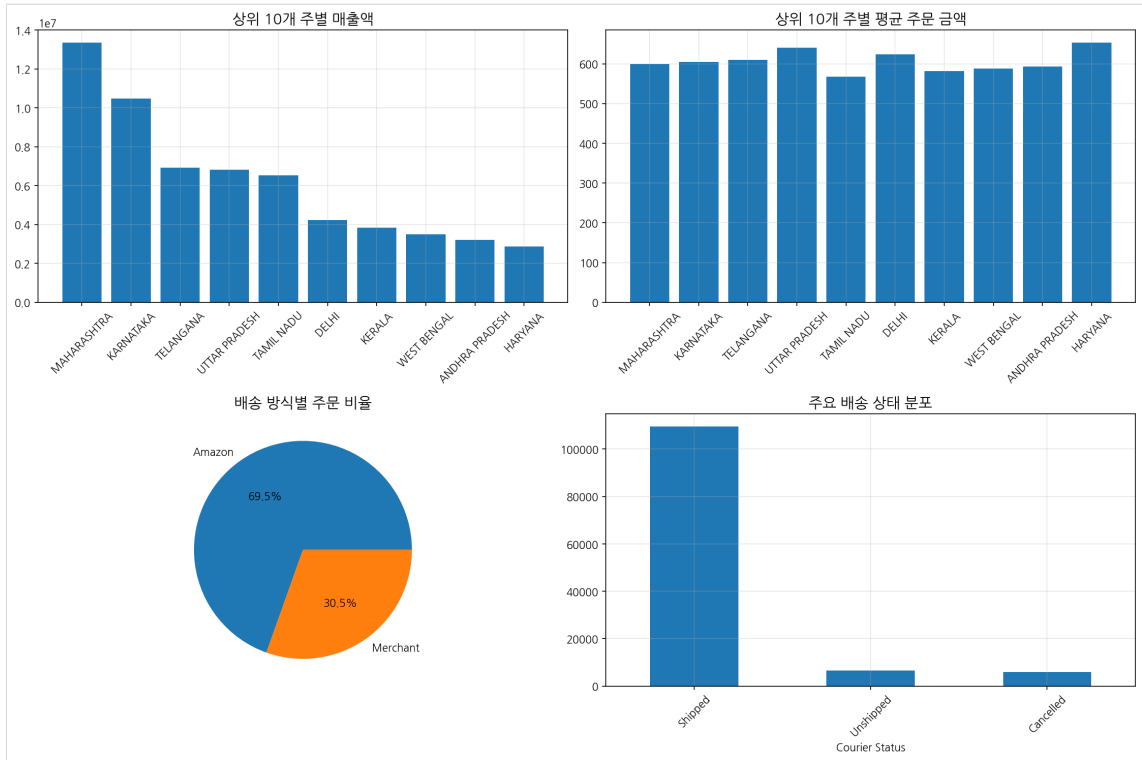


그림 4: 주별 매출, 배송 방식 등에 관한 지역 및 배송 분석 시각화

**인사이트:** MAHARASHTRA 및 KARNATAKA 주에 판매가 집중되어 있으므로, 이 지역에 대한 마케팅을 강화하고 지역 특성에 맞는 제품 전략을 수립하는 것이 필요합니다. 또한, HARYANA와 UTTAR PRADESH 주의 높은 평균 주문 금액을 활용하여 고가 제품 판매 전략을 수립할 수 있습니다.

## Conclusions & Recommendations

### 제품 전략

- Set & kurta 카테고리 집중:** 전체 판매의 대부분을 차지하는 Set과 kurta 카테고리에 대한 제품 라인업 확대 및 품질 관리 강화
- 베스트셀러 스타일 활용:** JNE3797, J0230 등 인기 스타일의 성공 요인을 분석하여 다른 제품에 적용
- 적정 가격대 설정:** 각 카테고리별 최적 가격대를 설정하여 수익성 향상 (Set의 경우 높은 가격대, kurta는 중간 가격대)
- Western Dress 포트폴리오 강화:** 평균 가격이 높은 Western Dress 카테고리의 판매 확대를 위한 제품 개발

## 판매 전략

1. **요일별 판매 전략:** 일요일과 화요일에 집중된 프로모션 및 마케팅 활동 강화
2. **계절 트렌드 대응:** 4월부터 6월까지의 판매 감소 추세에 대응하기 위한 시즌별 프로모션 계획
3. **지역별 타겟팅:** MAHARASHTRA, KARNATAKA 등 매출 비중이 높은 지역에 맞춤형 마케팅 전략 수립
4. **고객 세그먼트 전략:** 평균 주문 금액이 높은 HARYANA, UTTAR PRADESH 지역 고객 대상 프리미엄 제품 마케팅

## 운영 개선

1. **취소율 감소:** 14.2%에 달하는 주문 취소율 원인 분석 및 개선 방안 수립
2. **배송 효율성 향상:** Amazon 자체 배송(69.5%)와 Merchant 배송(30.5%)의 성과 비교 및 최적화
3. **재고 관리 개선:** 인기 상품(JNE3797, J0230 등)에 대한 효율적인 재고 관리 시스템 구축
4. **반품 관리:** 'Shipped - Returned to Seller'(1,953건) 상태의 주문에 대한 원인 분석 및 개선

## 마케팅 제안

1. **카테고리별 타겟 마케팅:** Set과 kurta 카테고리에 대한 차별화된 마케팅 전략 수립
2. **지역 맞춤형 캠페인:** MAHARASHTRA, KARNATAKA 등 주요 시장과 잠재력 있는 지역에 맞춤형 캠페인 진행
3. **시간대별 마케팅:** 주말(특히 일요일) 판매가 많은 점을 활용한 주말 특별 프로모션
4. **가격대별 프로모션:** 다양한 가격대의 제품들에 대한 차별화된 프로모션 전략 수립
5. **Amazon 파트너십 강화:** Amazon 자체 배송 비중이 높으므로, Amazon 프로모션 및 광고 플랫폼 활용 최대화

## Final Remarks

본 분석을 통해 Amazon 판매 데이터에서 중요한 패턴과 인사이트를 도출할 수 있었습니다. Set과 kurta 카테고리의 높은 매출 기여도, 주말 판매 증가, 특정 지역에 집중된 판매 패턴 등은 효과적인 마케팅 및 판매 전략 수립에 중요한 요소입니다.

향후 더 정확한 인사이트 도출을 위해서는 고객 세그먼트 분석, 장기간의 시계열 데이터 분석, 마케팅 활동과 판매 데이터의 연관성 분석 등 추가적인 분석이 필요할 것으로 보입니다.

본 보고서의 인사이트를 활용하여 제품 포트폴리오 최적화, 지역별 맞춤형 마케팅, 운영 효율성 향상 등을 추진한다면, 전반적인 판매 성과를 개선하는데 크게 기여할 수 있을 것입니다.

작성일: 2025년 5월 7일