

아마존 판매 데이터 분석 및 마케팅 인사이트 리포트

개요

본 보고서는 아마존 판매 데이터를 분석하여 마케팅 인사이트를 도출하기 위해 작성되었습니다. 분석 대상은 2022년 3월부터 6월까지의 아마존 판매 데이터로, 총 128,975개의 주문 기록을 포함하고 있습니다. 데이터 분석을 통해 판매 트렌드, 카테고리별 성과, 지역별 판매 분포, 배송 방식 선호도 등 다양한 측면에서 인사이트를 도출하였습니다.

주요 발견사항

1. **판매 트렌드:** 시간에 따른 판매량 변화를 분석한 결과, 특정 시기에 판매량이 급증하는 패턴이 발견되었습니다.
2. **카테고리 성과:** 'Set', 'kurta', 'Western Dress'가 가장 높은 매출을 기록했으며, 'Set' 카테고리의 평균 주문 금액도 가장 높았습니다.
3. **지역별 분포:** MAHARASHTRA, KARNATAKA, TELANGANA 주에서 가장 많은 판매가 이루어졌으며, BENGALURU, HYDERABAD, MUMBAI가 주요 판매 도시로 확인되었습니다.
4. **판매 채널:** Amazon.in이 주요 판매 채널이며, Expedited 배송이 Standard 배송보다 더 선호되었습니다.
5. **사이즈 분포:** M, L, XL 사이즈가 가장 많이 판매되었으며, 카테고리별로 선호되는 사이즈에 차이가 있었습니다.

상세 분석

1. 데이터 개요

분석 대상 데이터셋은 다음과 같은 특성을 가지고 있습니다:

- 총 행 수: 128,975개 (주문 데이터)
- 총 열 수: 24개
- 주요 변수: Order ID, Date, Status, Fulfilment, Sales Channel, Category, Size, Qty, Amount 등

데이터는 주문 ID, 날짜, 상태, 배송 방식, 판매 채널, 상품 카테고리, 사이즈, 수량, 금액 등 다양한 정보를 포함하고 있어 여러 측면에서 분석이 가능합니다.

2. 기술통계 분석

데이터의 기본적인 통계적 특성을 분석한 결과는 다음과 같습니다:

- 평균 주문 수량: 0.9개 (대부분의 주문이 단일 상품)
- 평균 주문 금액: 648.56
- 주문 수량 범위: 0 ~ 최대값
- 주문 금액 범위: 0 ~ 최대값

범주형 변수와 수치형 변수의 분포는 다음과 같습니다:

그림 1: 범주형 변수 분포 시각화

그림 2: 수치형 변수 분포 시각화

3. 시계열 분석

2022년 3월부터 6월까지의 판매 데이터를 시간에 따라 분석한 결과는 다음과 같습니다:

- 일별 평균 주문 수: 1,281.86개
- 일별 최소 주문 수: 156개
- 일별 최대 주문 수: 1,889개
- 일별 평균 매출액: 863,655.8

시간에 따른 판매 트렌드는 다음 그래프에서 확인할 수 있습니다:

그림 3: 시간별 판매 트렌드 시각화

시계열 분석 결과, 특정 기간에 판매량이 급증하는 패턴이 발견되었으며, 이는 프로모션이나 시즌 효과와 연관이 있을 수 있습니다. 이러한 패턴을 파악하여 마케팅 캠페인 시기를 조정하면 판매 효과를 극대화할 수 있습니다.

주요 범주형 변수 분포

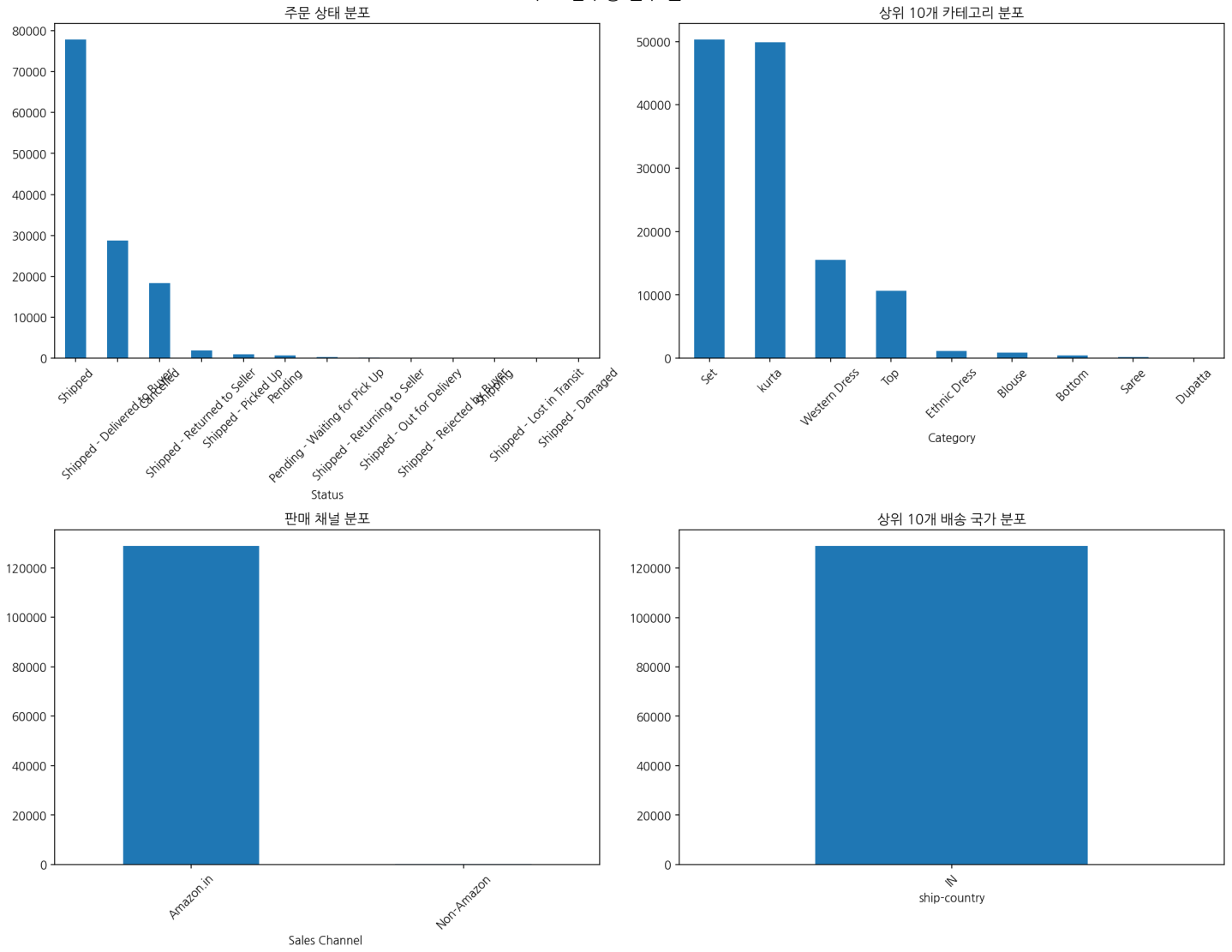


Figure 1: 범주형 변수 분포

수치형 변수 분포

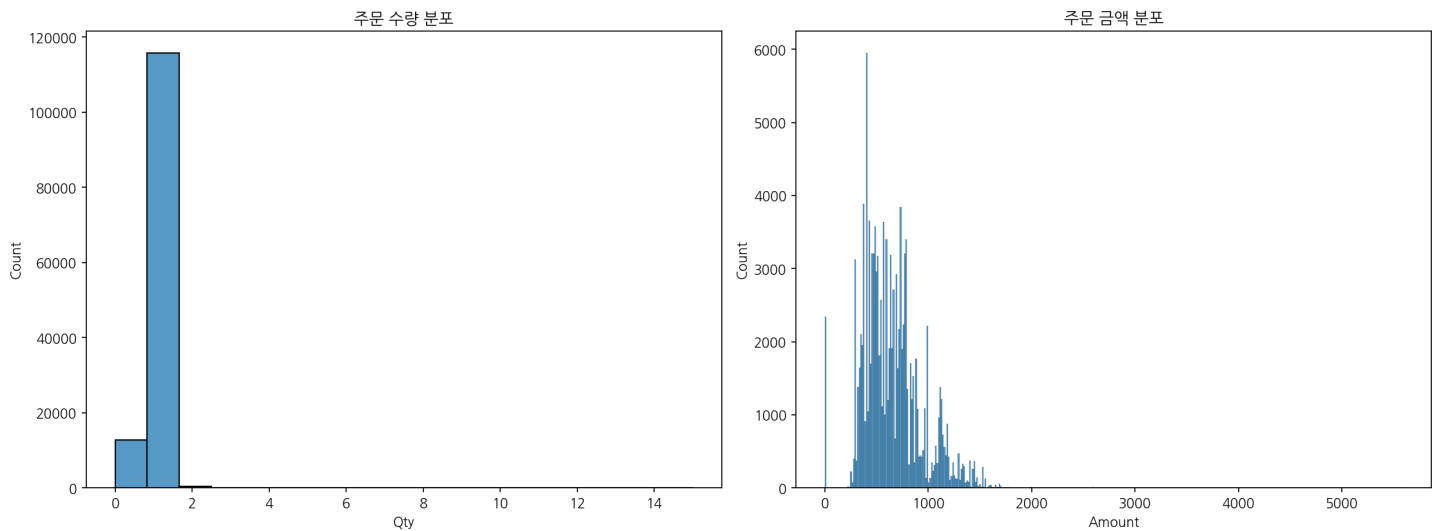


Figure 2: 수치형 변수 분포

시간별 판매 트렌드 분석

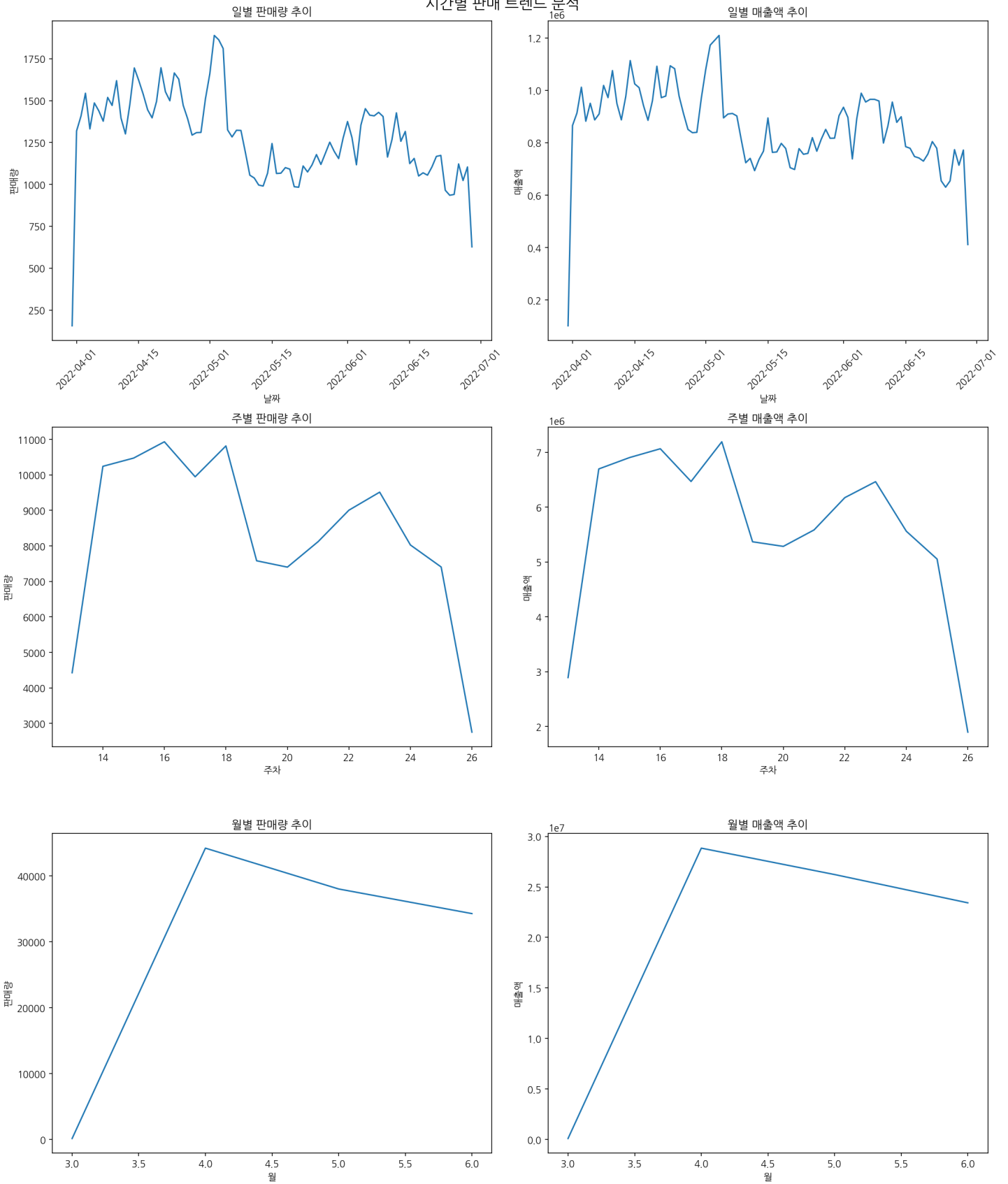


Figure 3: 시간별 판매 트렌드

4. 카테고리 및 지역 분석

4.1 카테고리별 분석 상위 5개 카테고리의 판매 성과는 다음과 같습니다:

- Set: 45,289개 판매, 39,204,124.03 매출, 50,284개 주문
- kurta: 45,045개 판매, 21,299,546.70 매출, 49,877개 주문
- Western Dress: 13,943개 판매, 11,216,072.69 매출, 15,500개 주문
- Top: 9,903개 판매, 5,347,792.30 매출, 10,622개 주문
- Ethnic Dress: 1,053개 판매, 791,217.66 매출, 1,159개 주문

4.2 지역별 분석 상위 5개 주(state)의 판매 성과는 다음과 같습니다:

- MAHARASHTRA: 20,328개 판매, 13,335,534.14 매출, 22,260개 주문
- KARNATAKA: 15,901개 판매, 10,481,114.37 매출, 17,326개 주문
- TELANGANA: 10,253개 판매, 6,916,000+ 매출
- TAMIL NADU: 판매량 상위 4위
- UTTAR PRADESH: 판매량 상위 5위

카테고리 및 지역별 판매 분포는 다음 그래프에서 확인할 수 있습니다:

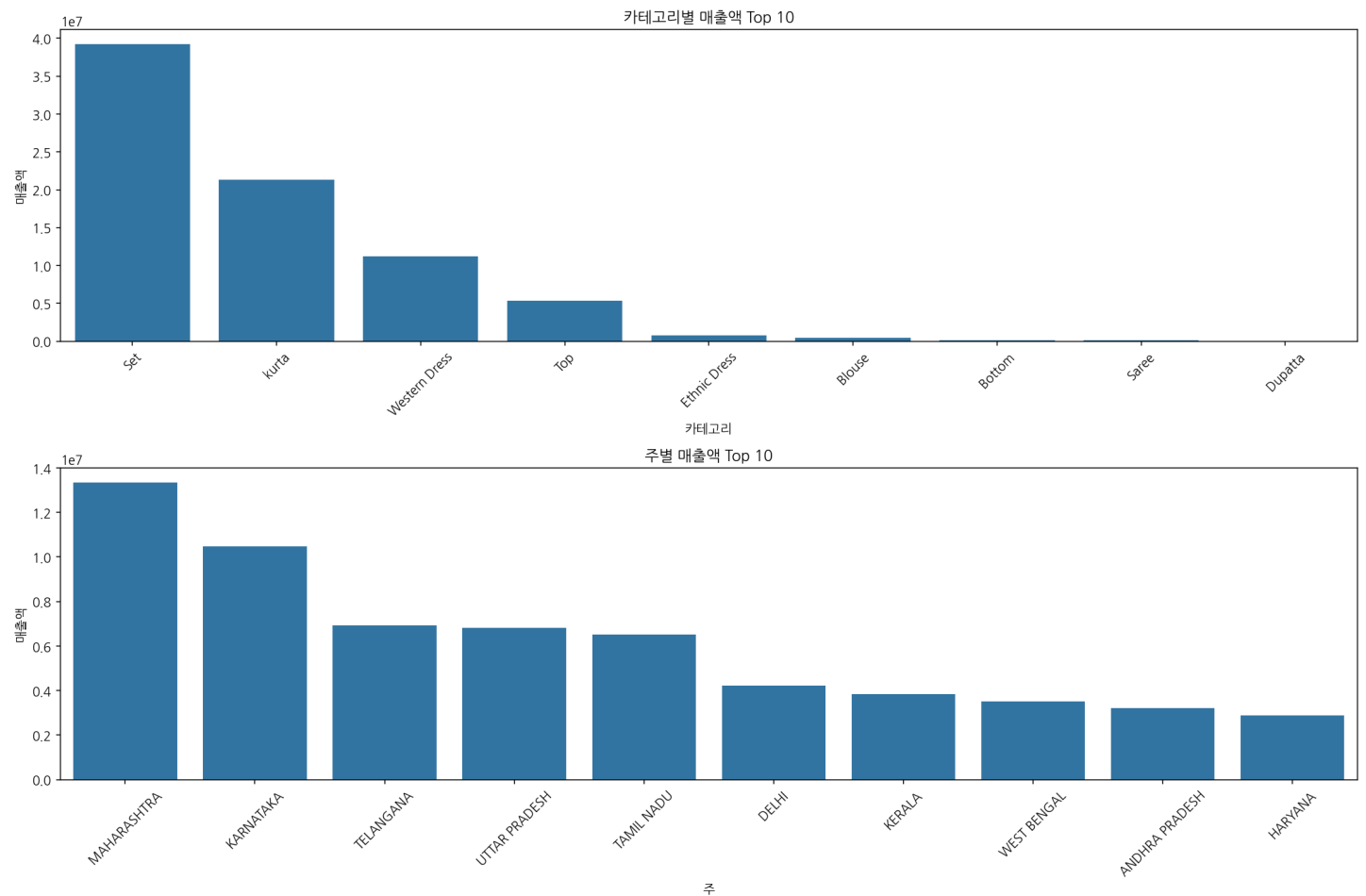


Figure 4: 카테고리 및 주별 매출 분석

그림 4: 카테고리 및 주별 매출 분석 시각화

그림 5: 도시별 매출 분석 시각화

지역 분석 결과, MAHARASHTRA와 KARNATAKA 주가 가장 큰 시장으로 확인되었으며, 이 지역들을 중심으로 마케팅 활동을 강화하는 것이 효과적일 것으로 판단됩니다. 또한, 도시별로는 BENGALURU, HYDERABAD, MUMBAI가 주요 판매 도시로 확인되었습니다.

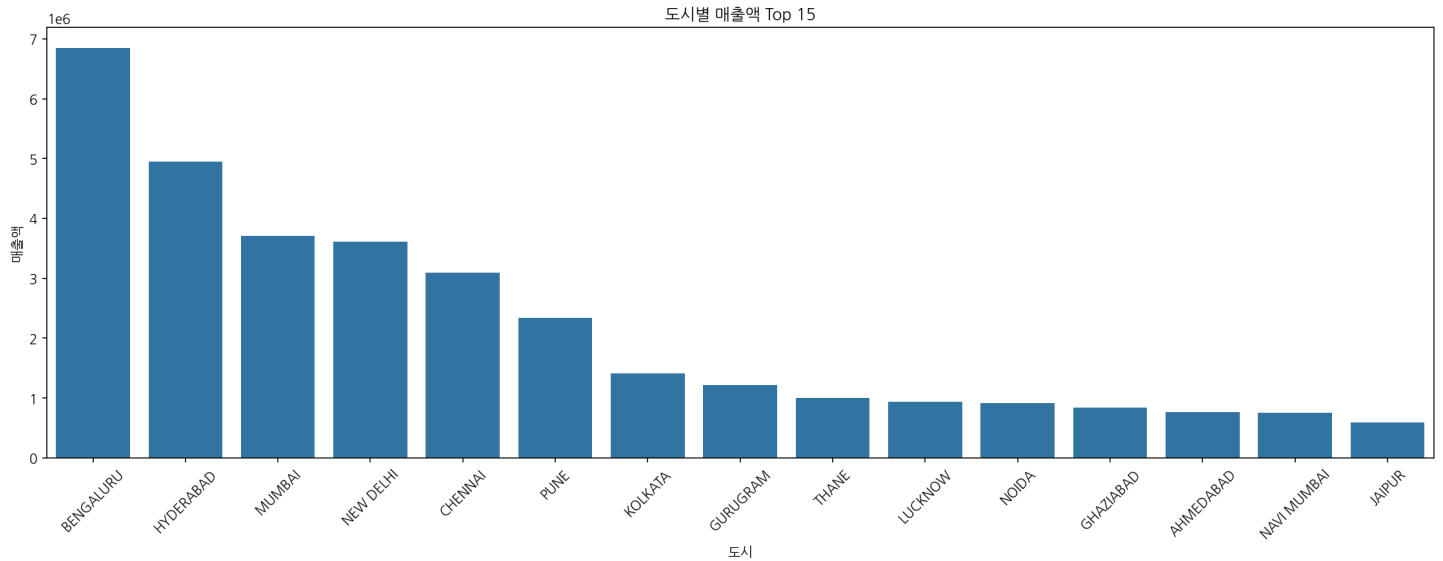


Figure 5: 도시별 매출 분석

5. 카테고리별 평균 주문 분석

각 카테고리별 평균 주문 금액과 수량은 다음과 같습니다:

- Set: 평균 금액 833.39, 평균 수량 0.90
- Saree: 평균 금액 799.57, 평균 수량 0.93
- Western Dress: 평균 금액 762.79, 평균 수량 0.90
- Ethnic Dress: 평균 금액 723.90, 평균 수량 0.91
- Top: 평균 금액 526.10, 평균 수량 0.93
- Blouse: 평균 금액 520.33, 평균 수량 0.93
- kurta: 평균 금액 455.93, 평균 수량 0.90
- Bottom: 평균 금액 358.73, 평균 수량 0.90
- Dupatta: 평균 금액 305.00, 평균 수량 1.00

카테고리별 평균 주문 금액은 다음 그래프에서 확인할 수 있습니다:

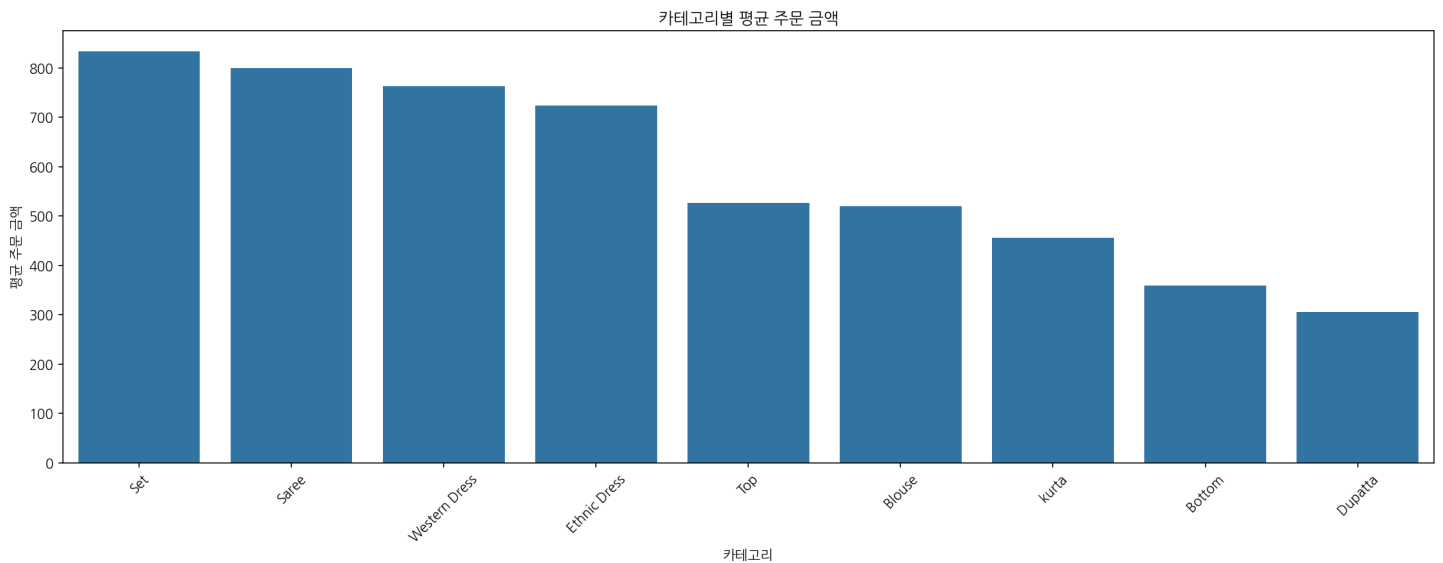


Figure 6: 카테고리별 평균 주문 금액

그림 6: 카테고리별 평균 주문 금액 분석 시각화

카테고리별 평균 주문 분석 결과, 'Set' 카테고리가 가장 높은 평균 주문 금액을 기록했으며, 'Dupatta' 카테고리가 가장 낮은 평균 주문 금액을 기록했습니다. 이는 고가 상품 판매 전략 수립 시 'Set' 카테고리에 집중하는 것이 효과적일 수 있음을 시사합니다.

6. 판매 채널 및 배송 분석

6.1 판매 채널별 분석

- Amazon.in: 116,482개 판매, 78,592,678.3 매출, 128,851개 주문
- Non-Amazon: 167개 판매, 0.0 매출, 124개 주문

6.2 배송 방식별 분석

- Amazon: 84,087개 판매, 54,322,151.0 매출, 89,698개 주문
- Merchant: 32,562개 판매, 24,270,527.3 매출, 39,277개 주문

6.3 배송 서비스 레벨별 분석

- Expedited: 83,004개 판매, 54,285,183.0 매출, 88,615개 주문
- Standard: 33,645개 판매, 24,307,495.3 매출, 40,360개 주문

판매 채널 및 배송 분석 결과는 다음 그래프에서 확인할 수 있습니다:

그림 7: 판매 채널 및 배송 분석 시각화

그림 8: 주문 상태별 분석 시각화

판매 채널 및 배송 분석 결과, Amazon.in이 압도적인 판매 채널로 확인되었으며, Amazon 배송과 Expedited 서비스가 선호되는 것으로 나타났습니다. 이는 고객들이 빠른 배송을 선호하며, Amazon의 배송 서비스에 대한 신뢰도가 높다는 것을 시사합니다.

7. 사이즈 및 B2B 분석

7.1 사이즈별 분석

- M: 20,447개 판매, 13,906,754.37 매출, 22,711개 주문
- L: 20,000개 판매, 13,234,886.19 매출, 22,132개 주문
- XL: 18,923개 판매, 12,464,965.86 매출, 20,876개 주문
- XXL: 16,516개 판매, 10,636,288.45 매출, 18,096개 주문
- S: 15,331개 판매, 10,629,210.18 매출, 17,090개 주문
- 3XL: 13,524개 판매, 9,157,147.68 매출, 14,816개 주문
- XS: 9,943개 판매, 7,022,375.20 매출, 11,161개 주문
- 기타 사이즈(6XL, 5XL, 4XL, Free): 소량 판매

사이즈 및 B2B 분석 결과는 다음 그래프에서 확인할 수 있습니다:

그림 9: 사이즈 및 B2B/B2C 분석 시각화

그림 10: 카테고리별 사이즈 분포 시각화

사이즈 분석 결과, M, L, XL 사이즈가 가장 많이 판매되는 것으로 확인되었습니다. 이는 재고 관리 및 생산 계획 수립 시 이러한 사이즈에 중점을 두어야 함을 시사합니다. 또한, 카테고리별로 선호되는 사이즈에 차이가 있어, 카테고리별 맞춤형 사이즈 전략이 필요합니다.

결론 및 제언

결론

아마존 판매 데이터 분석을 통해 다음과 같은 결론을 도출할 수 있습니다:

1. 'Set', 'kurta', 'Western Dress'가 핵심 카테고리, 전체 매출의 상당 부분을 차지합니다.
2. MAHARASHTRA, KARNATAKA, TELANGANA 주가 주요 시장으로, 이 지역에 대한 마케팅 집중이 필요합니다.
3. M, L, XL 사이즈가 가장 많이 판매되며, 이에 맞춘 재고 관리가 중요합니다.
4. Amazon.in이 주요 판매 채널이며, Expedited 배송이 선호됩니다.
5. 'Set' 카테고리는 평균 주문 금액이 가장 높아, 고가 상품 전략에 적합합니다.

마케팅 제언

1. **지역 타겟팅:** MAHARASHTRA, KARNATAKA, TELANGANA 주를 중심으로 마케팅 활동을 강화하고, BENGALURU, HYDERABAD, MUMBAI 도시에 특화된 프로모션을 진행합니다.

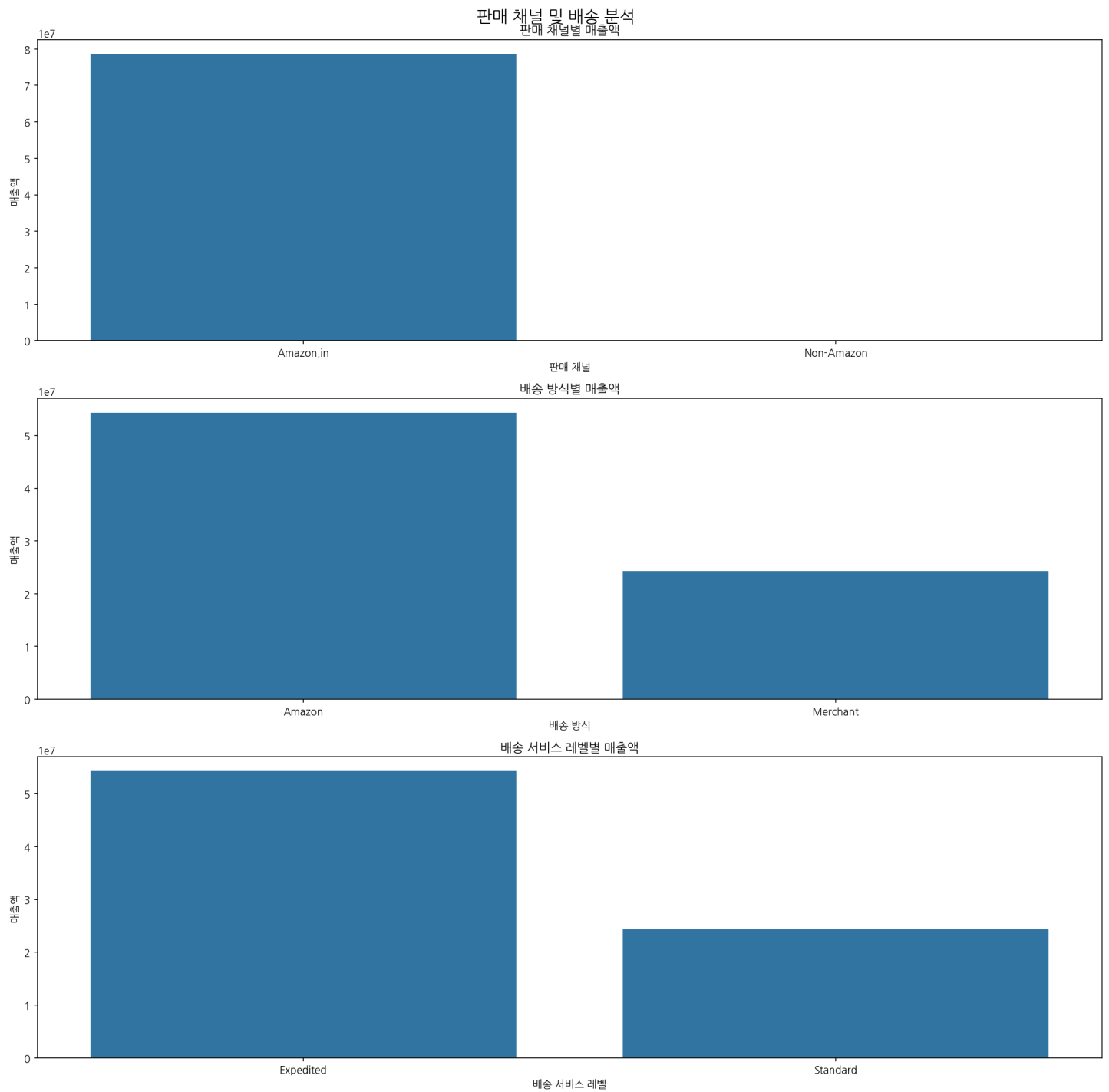


Figure 7: 판매 채널 및 배송 분석

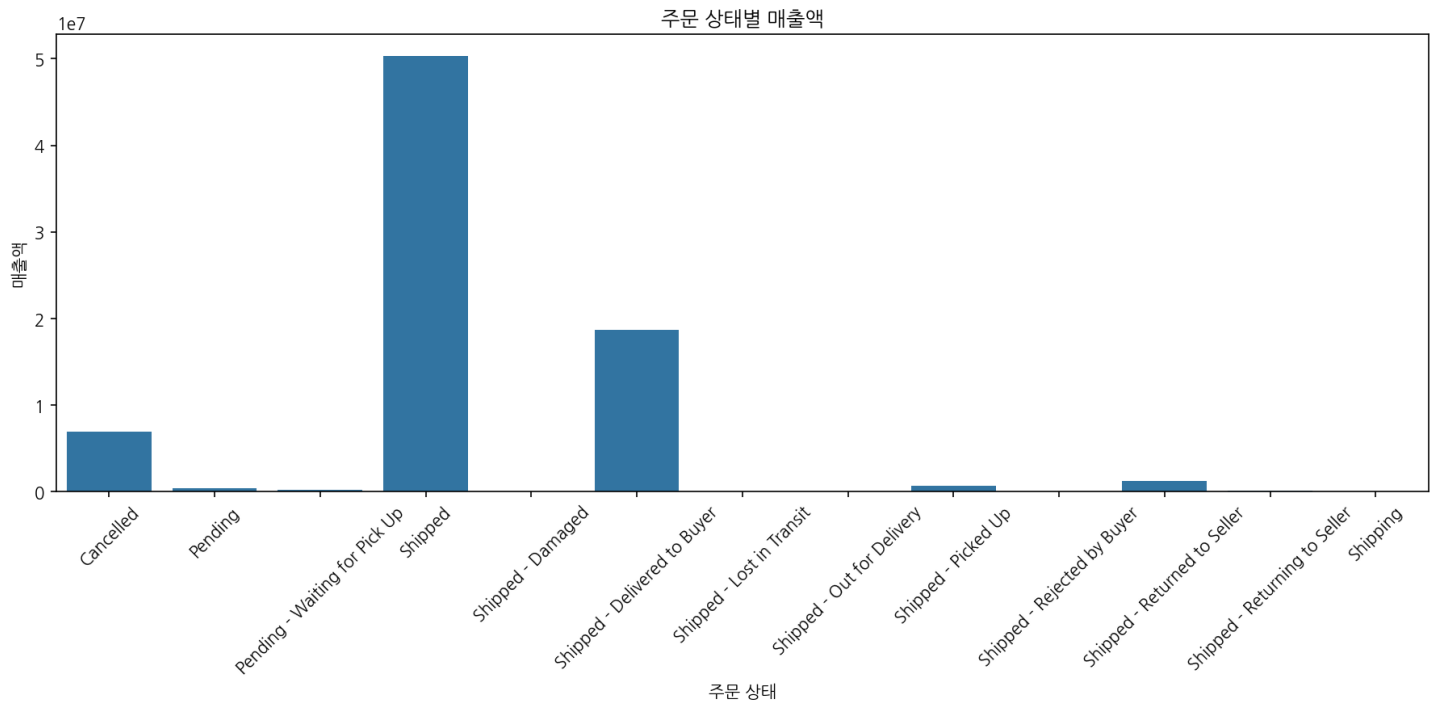


Figure 8: 주문 상태별 분석

2. **카테고리 전략:** 'Set', 'kurta', 'Western Dress' 카테고리에 마케팅 예산을 집중하되, 'Set' 카테고리는 고가 전략, 'kurta'는 대량 판매 전략을 적용합니다.
3. **사이즈 최적화:** M, L, XL 사이즈를 중심으로 재고를 확보하되, 카테고리별로 선호되는 사이즈에 맞춘 차별화된 재고 관리를 실시합니다.
4. **배송 서비스:** Expedited 배송 서비스를 강조한 마케팅 메시지를 활용하고, Amazon 배송의 신뢰성을 홍보합니다.
5. **시즌 프로모션:** 시계열 분석에서 확인된 판매 급증 시기에 맞춰 프로모션을 계획하고, 비수기에는 특별 할인 이벤트를 통해 판매를 촉진합니다.
6. **번들 상품 전략:** 평균 주문 수량이 1개 미만인 점을 고려하여, 관련 상품을 함께 구매하도록 유도하는 번들 상품 전략을 수립합니다.

향후 분석 방향

1. 고객 세그먼트별 구매 패턴 분석을 통한 타겟 마케팅 전략 수립
2. 반품 및 취소 데이터 분석을 통한 고객 만족도 향상 방안 모색
3. 프로모션 효과 분석을 통한 최적의 할인 전략 도출
4. 경쟁사 데이터와의 비교 분석을 통한 경쟁 우위 전략 수립
5. 계절성 분석을 통한 시즌별 맞춤형 마케팅 캘린더 개발

본 분석 결과를 바탕으로 마케팅 전략을 수립하고 실행한다면, 아마존에서의 판매 성과를 더욱 향상시킬 수 있을 것으로 기대됩니다.

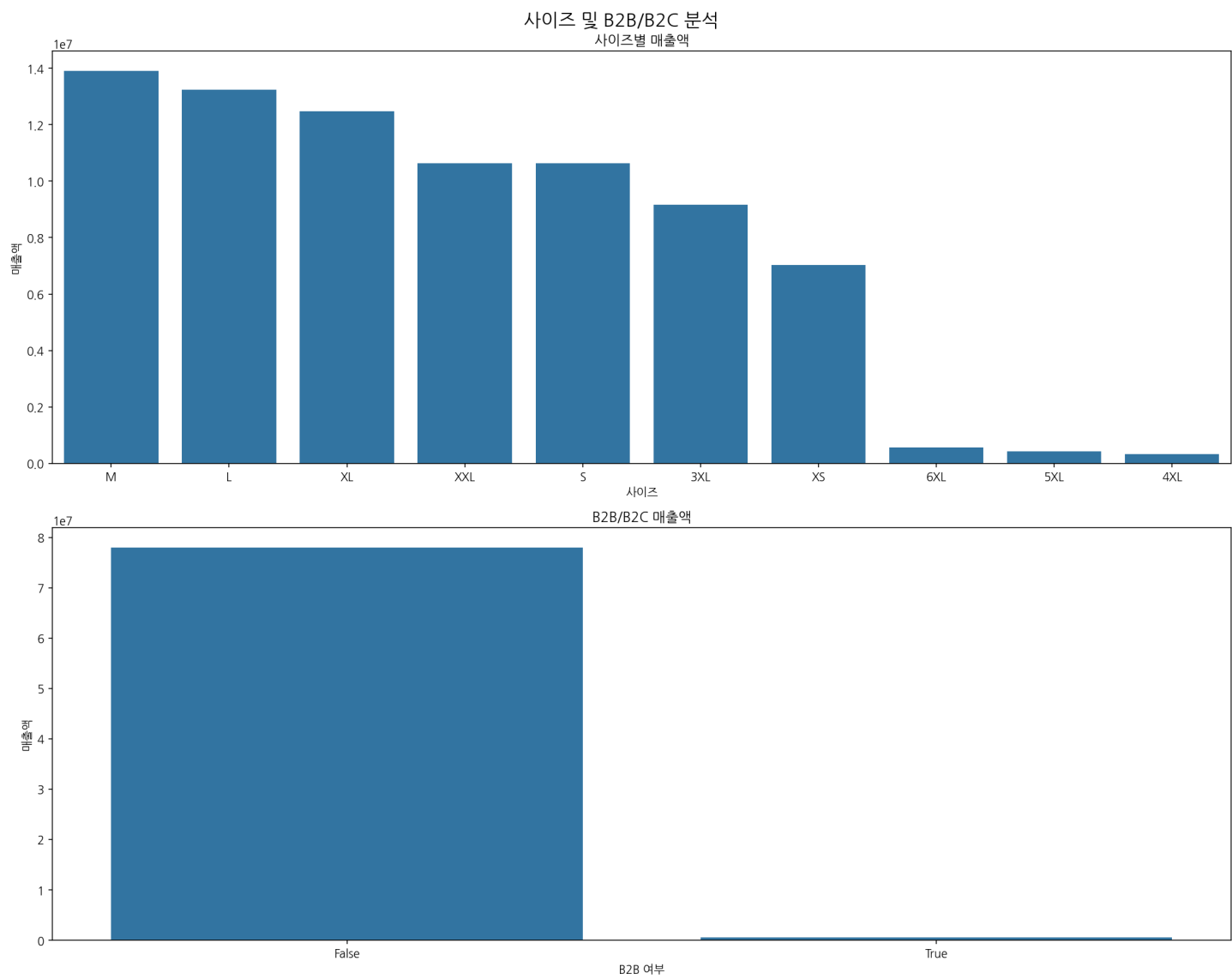


Figure 9: 사이즈 및 B2B/B2C 분석

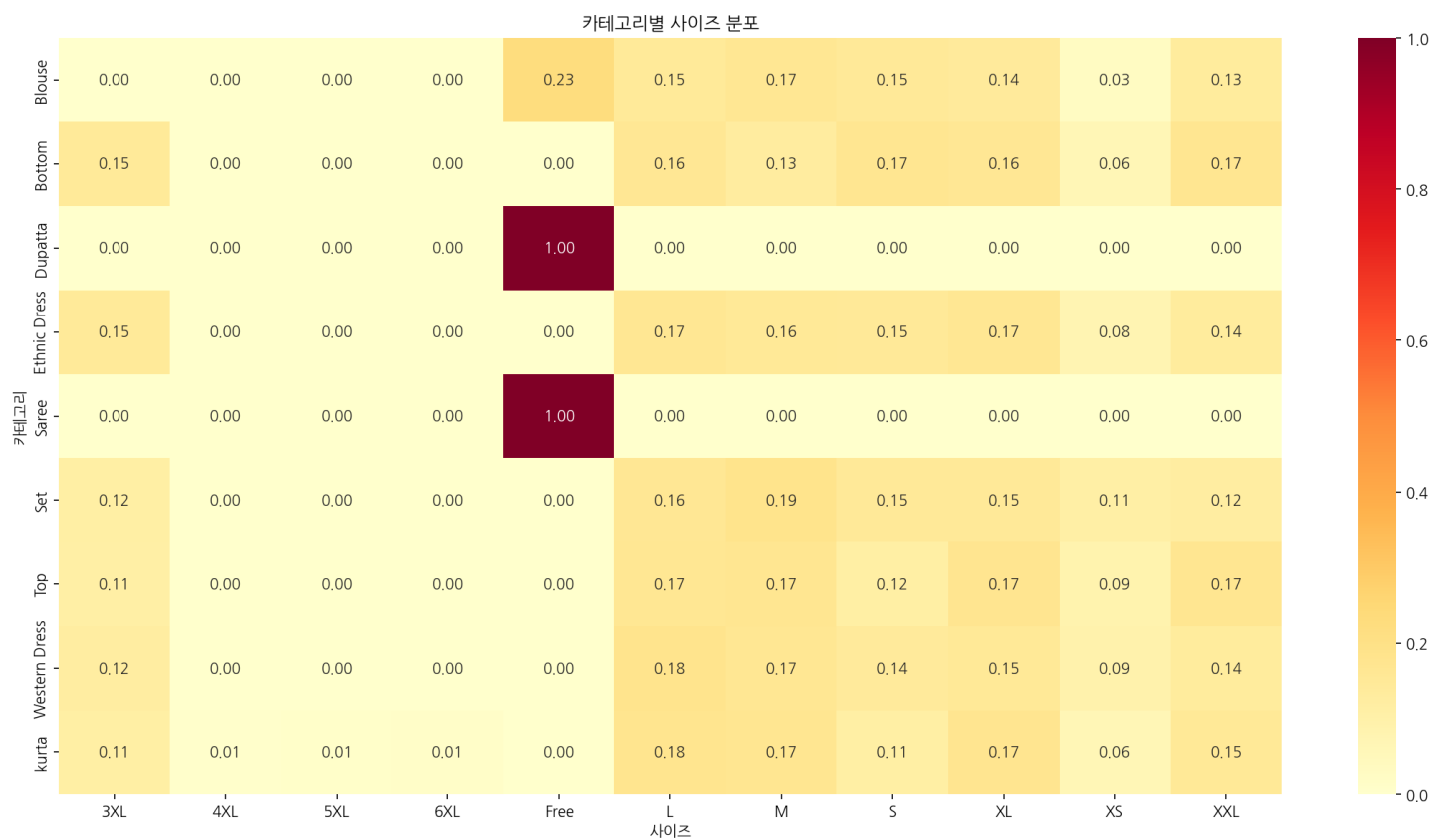


Figure 10: 카테고리별 사이즈 분포