**전략**

**디저트**: 전월실적 얼마 충족 시, 기프티콘 발송 or 프랜차이즈 카페(스타벅스)와 제휴를 맺어서 md 상품 추첨하여 몇 개 제공

**전문몰**: 카테고리: 패션, 문화, 뷰티(엑셀: 서적 교육 스포츠)

서점: 월 2회 5% 적립

스포츠:

Group1

**취미**: 문화의 날 2~3일(전시회, 스튜디오(발레, 미술, 음악)), 스튜디오 대관 할인(스페이스 클라우드)

**오픈마켓/소셜**: 5% 포인트 적립, 쿠팡, 11번가, 네이버 스마트 스토어(근거: 가장 많이 증가했다)

**할인점**이 1위였다는거. 할인점이 전문몰보다 비중이 컸는데 할인점 비중이 현저히 낮아지고, 종합몰 스코어에 소비하는 비중이 굉장히 증가함.

🡪 백화점. 쿠폰북 및 카탈로그 발송

Group2

**외식비**: 금토 저녁 오프라인외식비 할인(6시~9시) : 결제 건수는 매주 토요일에 대부분 가장 높음, 일요일~화요일에 가장 낮음+신한카드 외부데이터 요식이 많다

**학원비**: 학원비 전월실적:

40만원 이상: 한도 만오천원

80만원 이상: 할인한도: 이만원

120만원 이상: 2만 오천원

**소비량이 전체적으로 제일 적음**: 제일 비중 높은 전문몰 혜택 확대 / SNS 마케팅 / 온라인 쇼핑 특화(포인트 더 적립)

Group3

**홈데코, 홈인테리어**: 한샘과 제휴: 자녀방 인기품목 월 1회 10종 10% 할인(워드클라우드)

코로나 시국임에도 종합몰 소비 감소:

**면세점**: 카드사 VIP 고객 대상으로 면세점은 한정 고객들. 예약 받아서 팔기. 면세점은 재고가 남아돈다.

🡪항공 마일리지를 면세점 포인트로 전환

**호텔/숙박:** 2019년에 이용자수가 높음(group1,2에 비해 감소폭이 큼)

여행을 즐기는 사람들이라고 추정-> 호캉스 할인 패키지. 카드사 홈페이지 통해 결제.조식포함/전망 업그레이드/레이트 체크아웃

**결제 건수는 매주 토요일에 대부분 가장 높음, 일요일~화요일에 가장 낮음.**

특정 시간 할인

할인점, 종합몰:

카드 고객 대상으로 전시회(월 실적 60만원 이상)

이 카드로 결제할 시 선물포장

밀키트 한 달권 구매시 할인(10%)

Ppt 고쳐야할 점

은지 html 코드

R 스코어 전처리에 1번 오타(data\_2020)

성별별 카테고리 변화 한페이지 or 두페이지

내거 연령을 바꾸는 게 아니라 123을 바꾸는 코드 은지한테 받기

마케팅 전략이 한페이지라서 어디 넣어야할지 애매

Onine github은 왜 갑자기 있는건지?

기본 제공 카테고리 표도 ppt에 넣기