# 고객 맞춤형 온오프라인 판매전략 개발을 통한 동천마켓의 매출 증대

## 추진배경

매출감소로 인해 동천 마켓에 경연난이 발생

* 경기불황
* 연매출 감소
* 매출을 증대시키기 위한 방안 논의가 필요(증대방안이 필요하다!)

주변 여건을 고려한 매출 증대 방안

* 동천마트의 호재 : 전철역, 신규아파트, 신설학교, 실버주택
* 용인시 수지구 유입인구 : 17년 대비 18년 2배 증가
* 신규 고객 유치 및 고객 맞춤형 판매 전략 수립

트렌드를 고려한 매출 증대 방안

* 친환경 유기동 수요 증대
* 친환경 유기농 판매 브랜딩 강화(시장은 이미 크지만 더 키우기 위한 방법이 필요)
* 동종 업계가 많아지고 있고 수요가 증가하고 있기 때문에

신선도관리를 위해 적정재고관리가 필요-> 공동구매로 해결!

과제수행 목표

평가받을 지표가 뭐가있는가

지표 :

지표간에는 상관성이 없어야함

2, 3개

## 현상파악

매출이 줄어들고 있는 상황에서 구체적인 원인을 파악

1.외부 요인도 중요하지만 내부적으로 온라인 트랜드에 뒤처진 대응이 문제

(증거)

오프라인 뿐만 아니라 오아시스 온라인 유기농 판매업체는 지속적으로 매출이 증가하고 있음.

스크린샷이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

* 모바일 기기 활용이 증가 되어 온라인 서비스를 제공하고는 있지만, 온라인 알림 서비스에 그쳐 트랜드에 뒤처지고 있다.
* 배송 서비스 또한 물품을 대량 구매한 고객이나 거동이 불편한 소비자만을 위해 제공되어 있어 한계

2. 친환경 상품 중 유아식 시장 규모 증가

스크린샷이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

텍스트이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

엄마들이 선호하는 식품 트렌드는 ?

<https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=83139>

과제수행 측정지표

* 배송상품판매 비율
* 동천마켓 친환경상품판매비율
* 신규고객가입자수

## 잠재원인도출

매출에 영향을 미치는 잠재원인

* 경쟁 업체가 너무 많다.
* 가격이 비싸다
* 배송 조건 까다롭(실버고객 불편)
* 친환경 제품 품질 불확실

개선기회

주관적인 측정지표 X

조사내용 작성

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 잠재원인 | 조사내용 | 자료출처 |
| 제품 다양성 부족 | 자사/ 경쟁사 제품 목록 |  |
| 소비자 선호 제품 목록 | 인터넷 조사 |
| 자사/ 경쟁사 제품 갯수 | 영업 DB |
| 단골 포섭 미흡 | 지점별 우수 고객의 매출 현황 | 영업 DB |
| 경제 불황 | 소비자 심리지수, 물가 지수 상승률, 최저임금상승률 | 인터넷 조사 |
| 상품 배치 효율 | 지점별 묶음 상품 매출 현황 | 영업 DB |
| 주 타겟층 고려 미흡 | 30/40대 여자 고객의 매출 현황 | 영업 DB |
| 고객 정보 관리 미흡 | 고객 멤버십 혜택 제공 여부 확인 | 영업 DB |
|  |  |  |

데이터 수집계획

잠재원인

주타겟층 고려 미흡

상품 배치 효율

신규고객정보

성별, 연령, 관심품목, 거주지, 매장-> 구매금액, 방문횟수 예측

* 그룹화