-주제설명  
영업이익 최적화를 위한  
제품카테고리(buyer\_nm)별 (데이터내에 35종류 확인 가능)  
할인 및 할부 프로모션 정책의   
정량적 의사결정을 위한 분석 데이터 제시

**MAIN DATA 분석용**

1. 지점별->카테고리별->브랜드 분할(지점별 브랜드 수 다름 지점 분할 필수) 마인드 맵 생각
   1. 지점별로 카테고리(buyer\_nm) 다르다, 통합적인 분석 및 결과 도출을 위해 지점별로 공통적인 카테고리(buyer\_nm) 그룹화하고 대신 카테고리별로 가지고있는 브랜드의 수가 다른 것은 배제할지 지점별 특성을로 가지고 분석
2. 지점별(str\_nm), 카테고리별(buyer\_nm) 그리고 브랜드별(brd\_nm) 분할 후 buyer\_nm 별 매출 도출(추가적으로 월별로 데이터 도출)  
   1. 지점별로 분명 테마가 다를것임 (ex: 고급화, 캐주얼 중점, 중점 연령대 차이 etc)
   2. 월별로 데이터를 따로 도출하여 카테고리별로 1년치 매출 흐름(flow)를 확인한다.
3. 지점(str\_nm)별 카테고리(Buyer\_nm)별 할인/할부 많은 카테고리 데이터 확인(check)
   1. 월별로 데이터를 확인하여 다항척도 사용시 유용하게 하기위한 조치
   2. 부수적으로 할부 유무를 파악하여 할인 時 할부의 증가 또는 감소 확인
4. 그후 buyer\_nm내에서 매출 많고 매출적은 브랜드 TOP10 확인(전반적인 트렌드 확인을 위한 과정)
5. 프로모션 때 매출을 증가시키는 이유중(요인중) 꾸준한(steady)한 요인을 추론  
   ex) 화장품 섹션은 필요하에 정기적으로 사는 경우가 많음 그렇기에 할인 할 때 매출 증가율 높음
6. 반대로 프로모션과 상관없이 꾸준한 매출을 유지하는 brd\_nm이 buyer\_nm안에 존재 그렇기에 그 brd\_nm을 배제하고 프로모션 정책을 진행해야하는 주의 요망.  
   ex) 명품 꾸준하다, 전반적인 매출이 꾸준한 매장또한 할인이 없을 가능성 있음
7. (메인 포인트) 지점별 buyer\_nm 매출을 월별로 나눈 데이터 확인후 지점내에 카테고리(buyer\_nm)중

* 바플롯 지점별 xlab=카테고리 고정  
  count, dis(0,5,10%),inst\_fee

-주제설명  
영업이익 최적화를 위한  
제품카테고리(buyer\_nm)별 (데이터내에 35종류 확인 가능)  
할인 및 할부 프로모션 정책의   
정량적 의사결정을 위한 분석 데이터 제시

**1단계**

**MAIN DATA 분석용**

1. 단계  
   백화점 지점별 할인 할부 관련 데이터를 분석하기위한 첫번째 단계로서 팀부서와 카테고리별로 데이터를 정형화한다음 전반적인 매출의 흐름이 할인 또는 할부와 연관성을 가지는 변수들을 특정한다
   1. 지점별(본점, 무역점, 신촌점, 천호점 = str\_nm) > 팀별(team\_nm) > 매출건수(count), 매출액(amt), 할인금액(dis\_amt) = 3개
   2. 지점별(본점, 무역점, 신촌점, 천호점 = str\_nm) > y-axis[매출건수(count), 매출액(amt), 할인금액(dis\_amt)] Vs x-axis[ buyer\_nm, part\_nm, corner\_nm] = 36개  
      누적형 스택형 바 그래프 사용
   3. 지점별 매출 건에서 할부 유무에 따른 데이터 정형화(보류)
2. 단계