
Fashion Campus 매출 감소에 따른 리텐션 강화 전략 제안

AI - 16 기

전병국

목차

01. 프로젝트 배경
02. 문제 정의와 가설
03. 데이터 분석
04. 프로젝트 수행 결과
05. 결론 및 제안

1. 프로젝트 배경

[프로젝트 배경]

- 최근 금리 상승으로 이커머스 시장에서 마케팅을 축소하는 전략으로 바뀌고 있습니다.
- 이러한 상황을 반영하여 매출액과 성장세가 주춤한 트렌드를 반영한 데이터 셋을 찾아봤습니다.

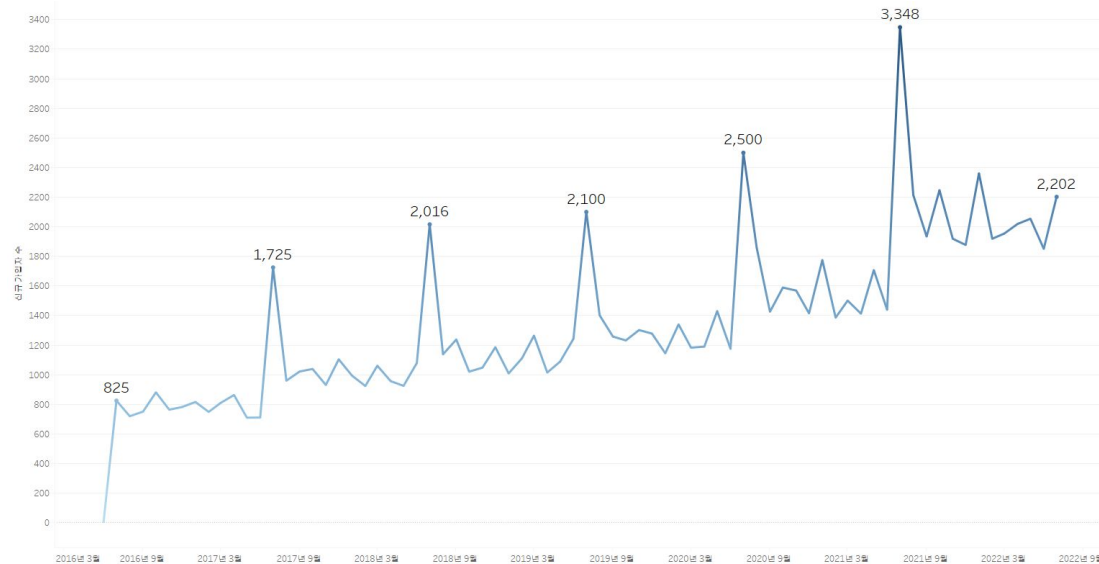
[데이터 선정]

- kaggle Fashion Campus 이커머스 패션 앱
- 현재 위축되는 소비시장의 트렌드를 반영한 데이터 셋이어서 선정하게 되었습니다.

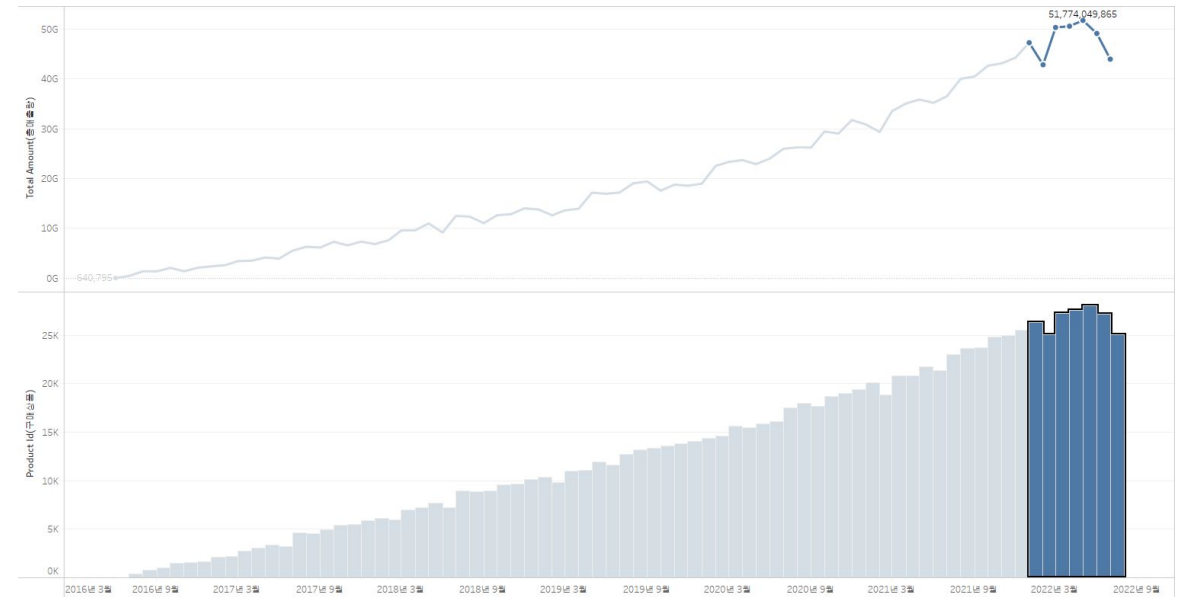
02. 문제 정의와 가설

[현황 파악 및 문제 정의]

- 신규 유입율 전년 7월 대비 -34%하락했습니다.
- 최근 3개월 매출과 판매량의 추세가 꺾이고 있으며 앞으로 하락세가 예상되어 대책이 필요합니다.



신규유입율 그래프



총 매출액과 판매량 그래프

02. 문제 정의와 가설

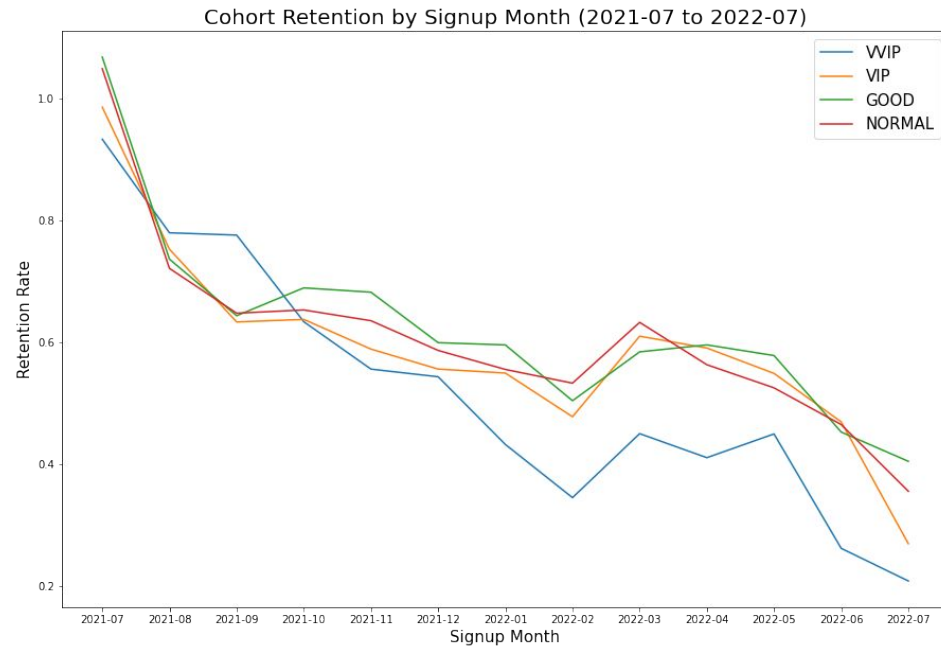
[가설]

- 매출의 대부분을 차지하는 VIP고객들의 구매 주기가 증가하여 매출이 감소하는 것에 영향을 주었을 것이다.

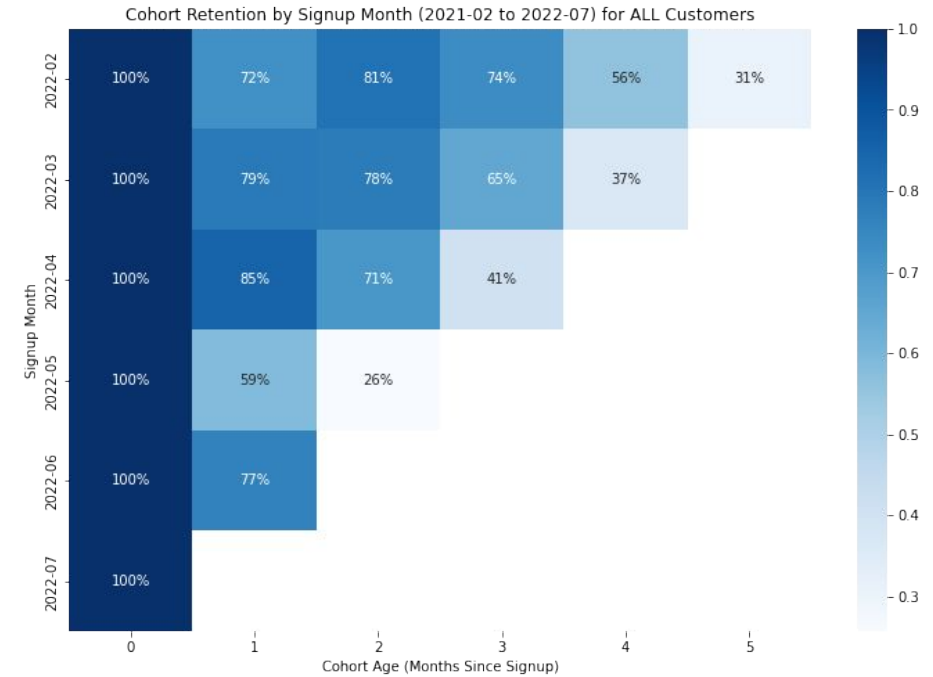
[리텐션 지표]

- 구매 주기
 - 재방문율
 - 이탈률
 - 구매횟수
-
- 이 중에서 구매 주기를 위주로 분석해 보겠습니다.

03.데이터 분석(리텐션)



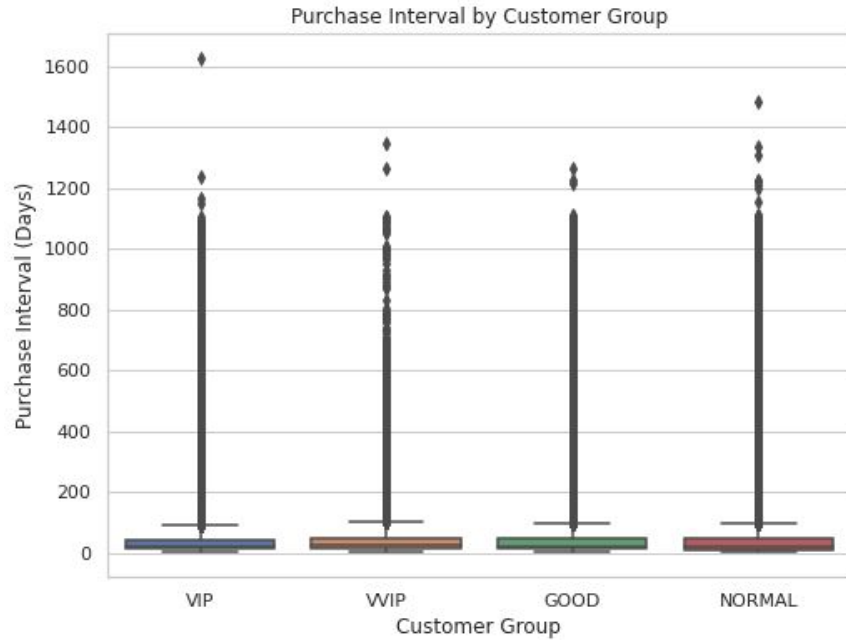
고객별 리텐션 그래프



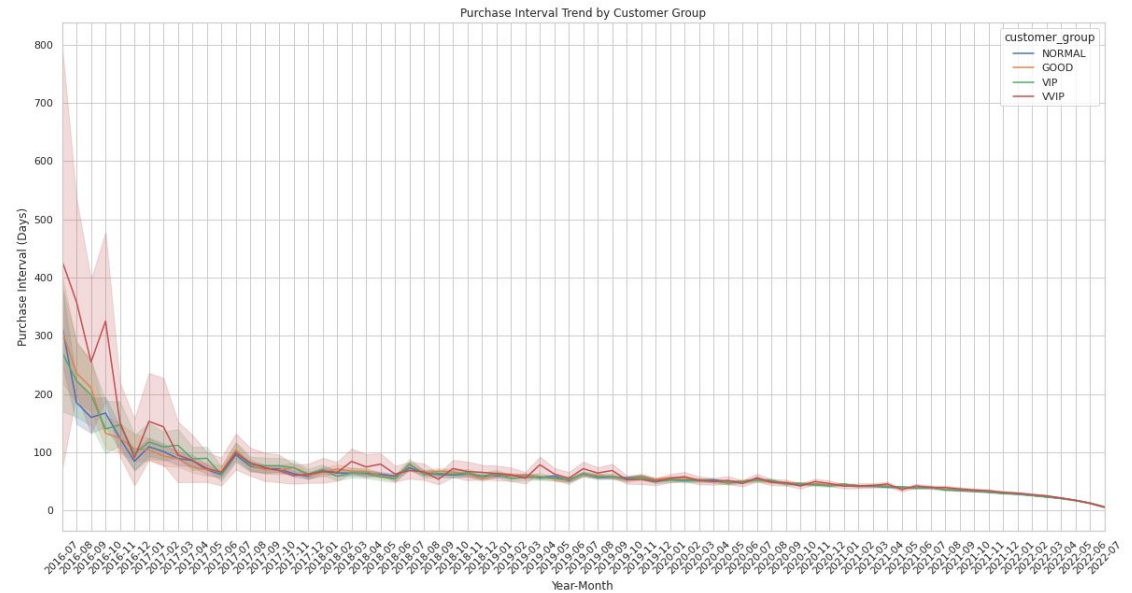
전체 고객 코호트 리텐션 차트

- 두 그래프 모두 2022년 5월 ~2022년 7월까지 최근 3개월 리텐션 하락을 보이고 있습니다.

03.데이터 분석(구매주기)



고객별 구매주기 비교



전체 구매 주기 트렌드 그래프

- 고객 그룹 중 WVIP의 구매기간이 다른 고객들에 비해 약간 더 길고 나머지 그룹은 거의 비슷한 경향을 띵니다.
- 전체 고객 그룹은 구매주기가 조금씩 점진적으로 감소하는 것을 알 수 있습니다.

04. 프로젝트 수행 결과

[프로젝트 요약]

- 신규유입율이 매년 7월에 상승했지만 2022년도에는 전년도에 비해 -34% 상승율이 줄었습니다.
- 전체 매출과 판매량은 2022년 5월 최대치를 경신한 후로 급하락하는 추세를 보이고 있습니다.
- 2022년 6월 대비 7월 리텐션이 대략 -30% 하락했습니다.
- VVIP고객은 다른 고객들 보다 구매주기가 긴 편이지만 모든 고객들의 구매 주기는 조금씩 짧아지고 있습니다.

05. 결론 및 제안

[결론 - 가설 검증]

- VIP 뿐만 아니라 모든 고객들의 구매 주기는 오히려 조금씩 감소하여 **재구매율은 증가**하는 것을 알 수 있었습니다.
- 재구매율이 높지만 매출이 줄어든 이유는 7월달 **신규유입율이 전년 대비 -34% 대폭 하락**으로 평균 구매액이 낮아져기 때문으로 보입니다.
- 따라서 가설은 틀렸다는 것을 알 수 있습니다.

[제안]

- 현재 금리 인상으로 인해 새로운 고객보다는 기존 **고객의 리텐션을 더 높이는 방안**을 추천합니다.
- 고객들을 세분화하여 타겟 마케팅 전략을 추천합니다.
 - **고객 프로파일링 및 세분화**하여 개개인의 패션 취향을 맞춰 추천하는 마케팅이 필요합니다.
 - 타겟 고객이 좋아하는 **패션 콘텐츠를 자체 제작**하며,
 - **패션 유튜버와 인플로언서와 협찬 및 콜라보**를 진행하여 고객들의 만족도가 높은 마케팅 전략을 펼쳐야 합니다.