1. 현실 세계와의 연관성

1-1. 비즈니스 모델

회사 개요: 이 데이터베이스는 모형 판매 회사의 비즈니스 모델을 지원합니다. 이 회사는 다양한 제품군의 모형(자동차, 오토바이, 비행기, 배 등)을 판매합니다.

고객층: 주요 고객은 모형 수집가, 선물 구매자, 상점 등이 있습니다.

제품 관리: 회사는 여러 제조업체로부터 제품을 구매하여 자체적으로 재고를 관리하고, 고객에게 판매합니다.

2-2. 업무 프로세스

2-2-1 주문처리

가. 고객 주문 접수: 고객이 주문을 하면 orders 테이블에 주문 정보가 저장됩니다.

나. 주문 세부 정보 기록: 각 주문의 상세 정보는 orderdetails 테이블에 저장됩니다.

다. 재고 확인: products 테이블에서 재고를 확인하고, 재고가 충분하면 주문을 처리합니 다.

라. 주문 상태 업데이트: 주문 상태(status)는 주문의 진행 상황에 따라 업데이트됩니다 (예: 'Shipped', 'Cancelled').

2-2-2 고객 관리

가. 고객 정보 저장: customers 테이블에 고객의 상세 정보가 저장됩니다.

나. 신용 한도 관리: creditLimit 컬럼을 통해 각 고객의 신용 한도를 관리합니다.

다. 결제 처리: payments 테이블을 통해 고객의 결제 정보를 관리합니다.

2-2-4제품 관리

가. 제품 정보 관리: products 테이블에 각 제품의 상세 정보가 저장됩니다.

나. 제품 라인 관리: productlines 테이블을 통해 제품 라인을 분류하고 관리합니다.

다. 재고 관리: quantityInStock 컬럼을 통해 재고를 관리하고, 재고가 부족한 경우 제조업 체에 발주를 넣습니다.

2. 데이터 분석

2-1. 월별 판매량 분석: 월별 판매량 및 트렌드 분석 (11월달 多)

2-2. productline 종류별 판매량 순위 및 productline별 월별 판매량

3. 개선 사항 및 제안

3-1. 개선 방안: 매출 증가를 위한 제안 및 개선 방안

3-1-1. 고객 경험 개선

가. 배송 서비스 최적화: FedEx, DHL 등 배송 업체와의 협력을 강화하여 배송 문제를 줄 이고, 배송 상태를 실시간으로 추적할 수 있는 시스템을 도입합니다.

나. 고객 피드백 시스템 강화: 고객 코멘트를 보다 체계적으로 분석하여 반복적인 문제를 신속히 해결하고, 고객 만족도를 높이기 위한 피드백 루프를 구축합니다.

3-1-2. 마케팅 전략 강화

가. 프로모션 및 할인 이벤트: 11월의 높은 주문량을 활용하여 시즌별 프로모션을 기획하 고, 고객 유입을 극대화합니다. 또한, 데이터 분석을 통해 효과적인 마케팅 캠페인을 계획합니다.

나. 고객 맞춤형 마케팅: 고객의 구매 패턴을 분석하여 맞춤형 마케팅 전략을 수립합니다. 예를 들어, 특정 제품 라인을 선호하는 고객에게는 관련 제품 추천 및 할인 혜택을 제 공합니다.

3-1-3. 재정 관리 개선

가. 신용 한도 관리: 신용 한도를 초과한 고객의 주문을 효율적으로 관리하기 위한 정책 을 강화합니다. 필요시 신용 한도를 재조정하거나, 중요한 고객에게는 유연한 결제 옵 션을 제공합니다.

나. 매출 및 비용 분석: 월별, 제품 라인별 매출 및 비용을 정기적으로 분석하여 재정 건 전성을 유지하고, 비용 절감을 위한 전략을 도출합니다.