

고객 특성 기반

소비 성향 분석

AI 사무 업무 활용_전자바이오물리학과 2024610008 김지원

AI 도구를 활용한 노코드 기반 데이터 분석_5주차 2강 과제

250403 과제

CONTENTS

- Chapter 1 **성별별 평균 구매 금액 분석**

남성과 여성 고객의 평균 구매금액 차이를 비교

- Chapter 3 **회원 등급별 구매 금액 분포 비교**

고객 가입 시기에 따른 구매 트렌드 확인

- Chapter 5 **나이와 구매 금액의 상관관계**

나이와 소비 간의 관계를 산점도와 회귀선을 통해 분석

- Chapter 2 **가입 연도별 평균 구매 금액 분석**

고객 가입 시기에 따른 구매 트렌드 확인

- Chapter 4 **연령대별 VIP 비율 분석**

연령대별로 VIP 고객 비율이 어떻게 다른지를 확인

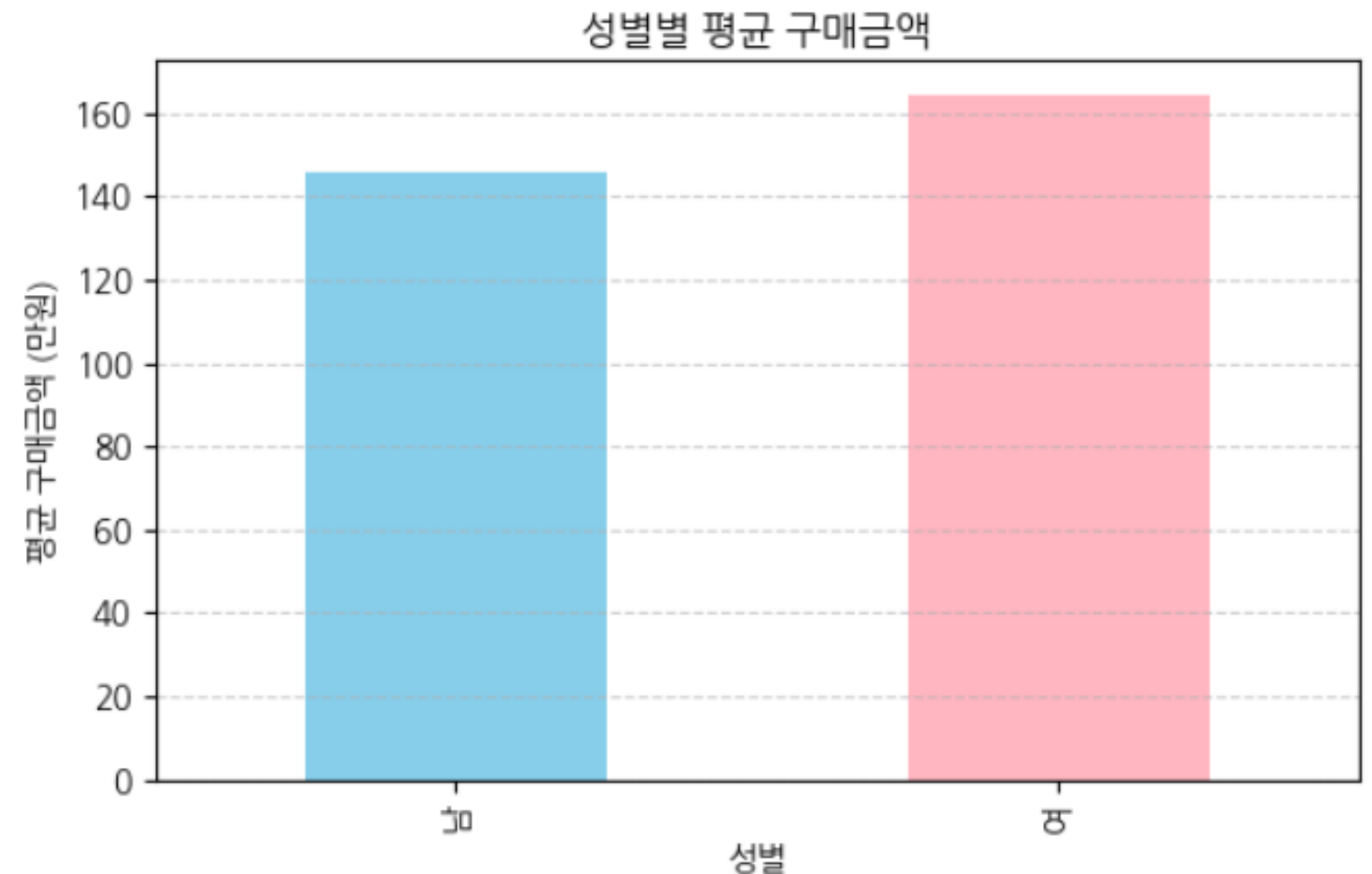
- Chapter 6 **분석 결과 요약 및 인사이트 정리**

전체 분석에서 도출된 주요 인사이트를 정리

성별별 평균 구매금액 분석

- 여성 고객의 평균 구매 금액이 남성 고객보다 높게 나타남.
- 여성 고객은 평균 약 172만 원, 남성 고객은 평균 138만 원으로, 약 34만 원의 차이가 존재함.
- 이는 성별에 따라 구매 성향이나 소비력에 차이가 존재함을 시사함.
- 여성 고객이 더 높은 단가의 제품을 구매하거나, 구매 빈도가 높을 가능성이 있음.

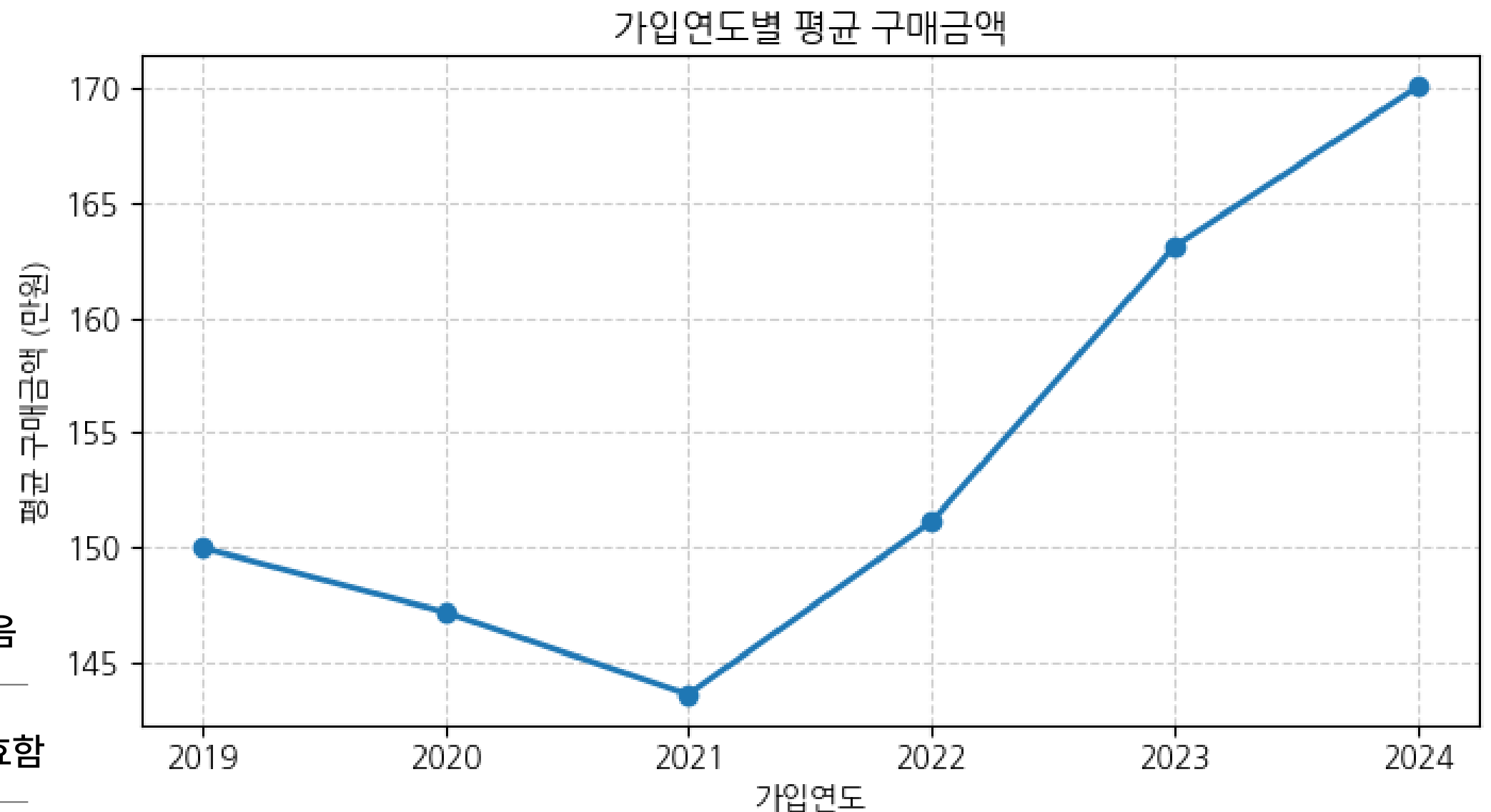
- Insight 1 여성 고객은 전반적으로 높은 구매력을 지닌 핵심 소비층임
- insight 2 여성 고객을 타겟으로 한 맞춤형 프로모션과 프리미엄 상품 기획이 유효함



가입 연도별 평균 구매 금액 분석

- 2021년까지는 평균 구매금액이 점차 하락하는 추세였음.
- 2022년부터는 급격히 상승하여, 2024년 고객의 구매금액이 가장 높게 나타남.
- 이는 최근 가입한 고객일수록 더 높은 소비력을 보이는 경향이 있음을 시사함.
- 과거 가입 고객보다 최근 가입 고객의 구매금액이 평균적으로 더 높음.

- Insight 1 가입연도가 최근일수록 고객의 구매력이 높아지는 경향이 있음
- insight 2 최근 유입 고객을 중심으로 한 프리미엄 상품 제안 전략이 유효함

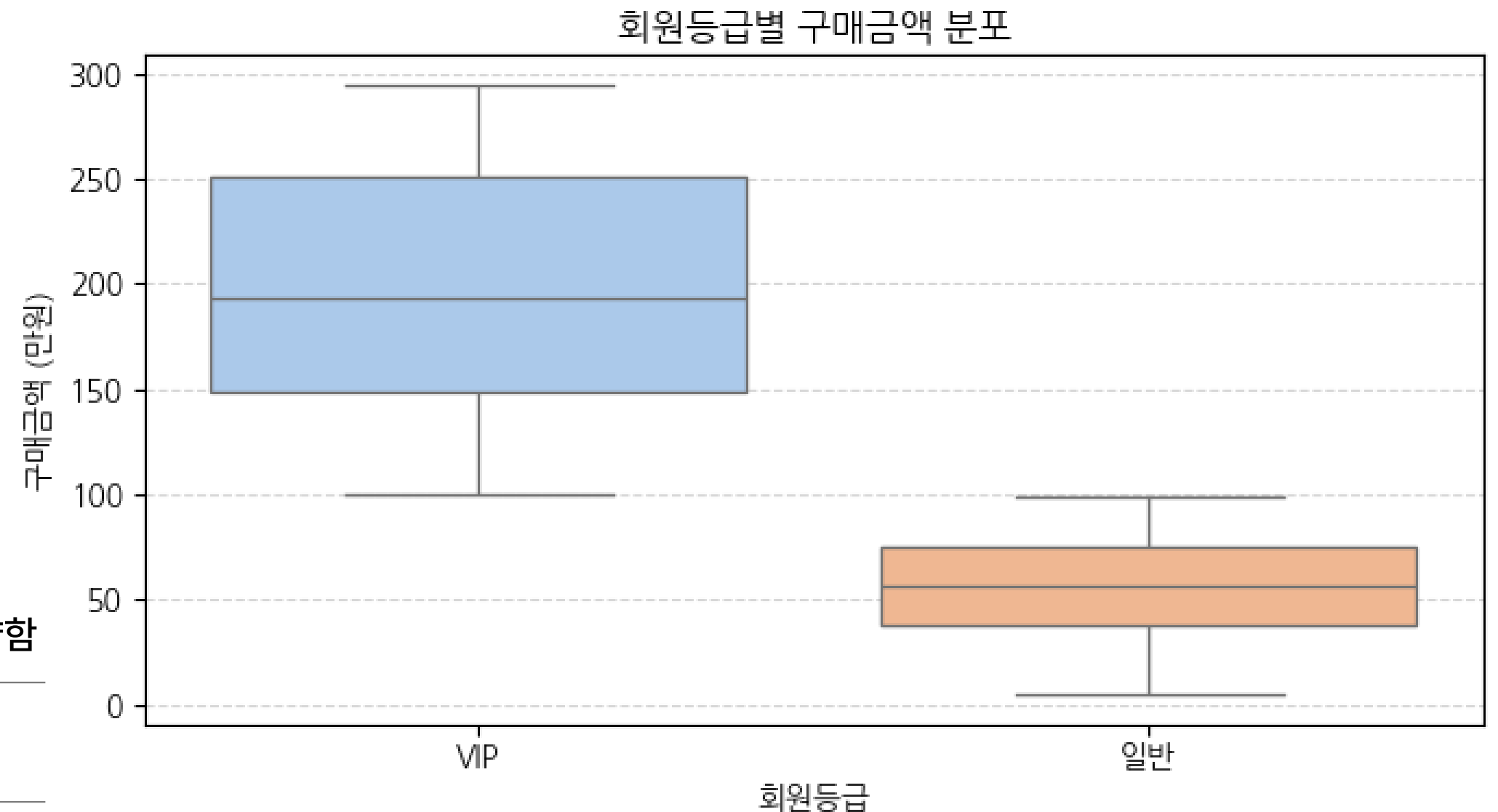


회원 등급별 구매 금액 분포 비교

- VIP 고객의 구매금액 중앙값과 상위 분포가 일반 고객보다 높게 나타남
- VIP 고객은 보다 넓은 구매금액 분포와 높은 최대값을 기록함
- 일반 고객은 비교적 구매금액이 낮고 집중된 분포를 보임
- 두 등급 간의 소비 능력 차이가 분명히 존재함을 보여주는 결과임

• **Insight 1** VIP 고객은 일반 고객보다 전반적으로 구매금액이 높고 다양함

• **insight 2** 회원등급에 따라 차별화된 상품 구성과 가격 전략이 필요함

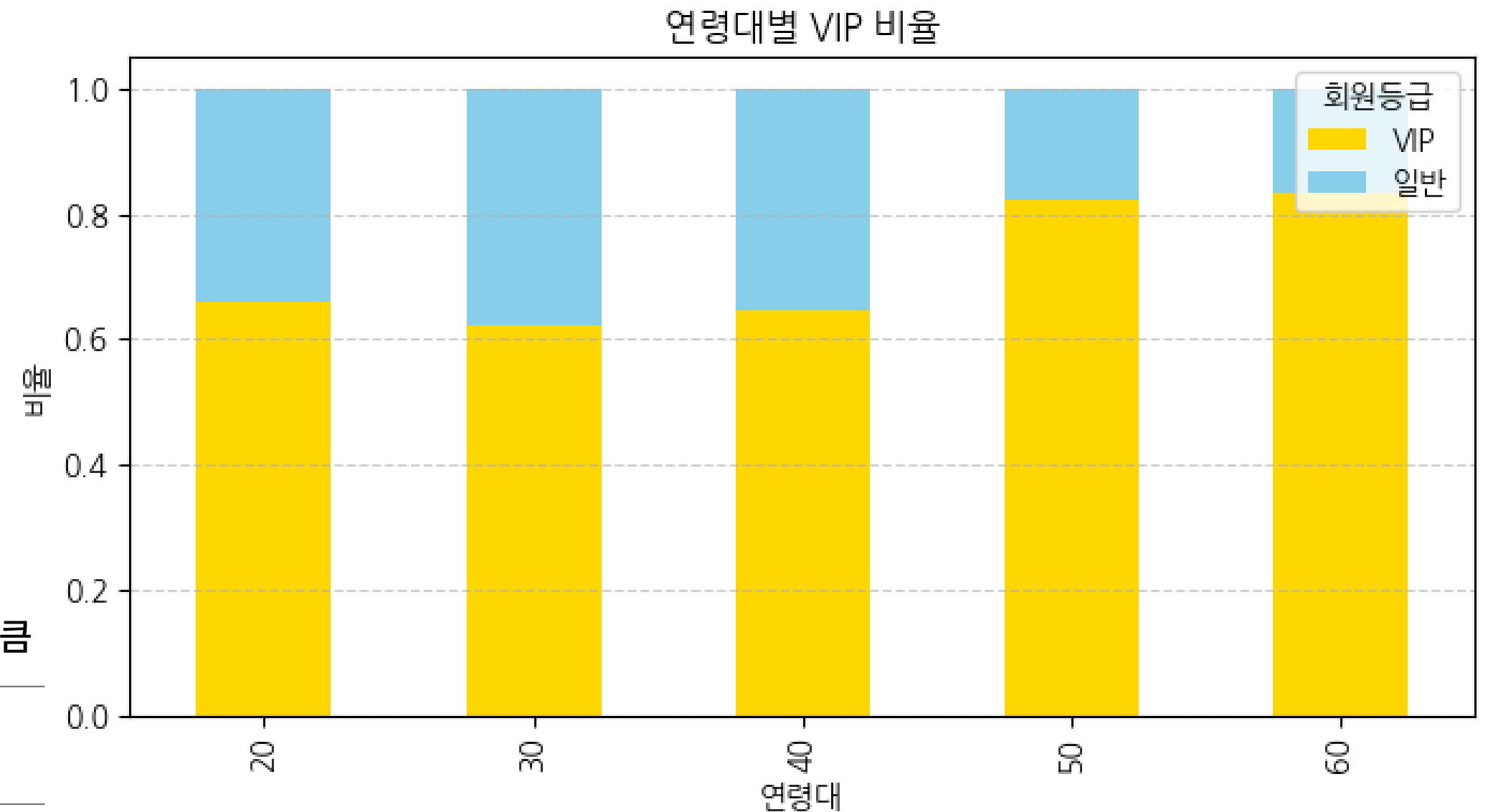


연령대별 VIP 비율 분석

- 연령이 높아질수록 VIP 비율이 뚜렷하게 증가하는 경향이 있음
- 특히 60대는 전체 고객 중 83.3%가 VIP 등급으로 분류됨
- 20~40대는 VIP와 일반 비율이 비슷하거나 일반이 많은 편임
- 고연령층일수록 장기 고객일 가능성이 높고, 높은 충성도를 보이는 경향이 있음

• Insight 1 고령층 고객은 VIP 등급 비율이 높아 충성 고객일 가능성이 큼

• insight 2 연령대별로 등급 유지를 위한 맞춤 관리 전략이 필요함

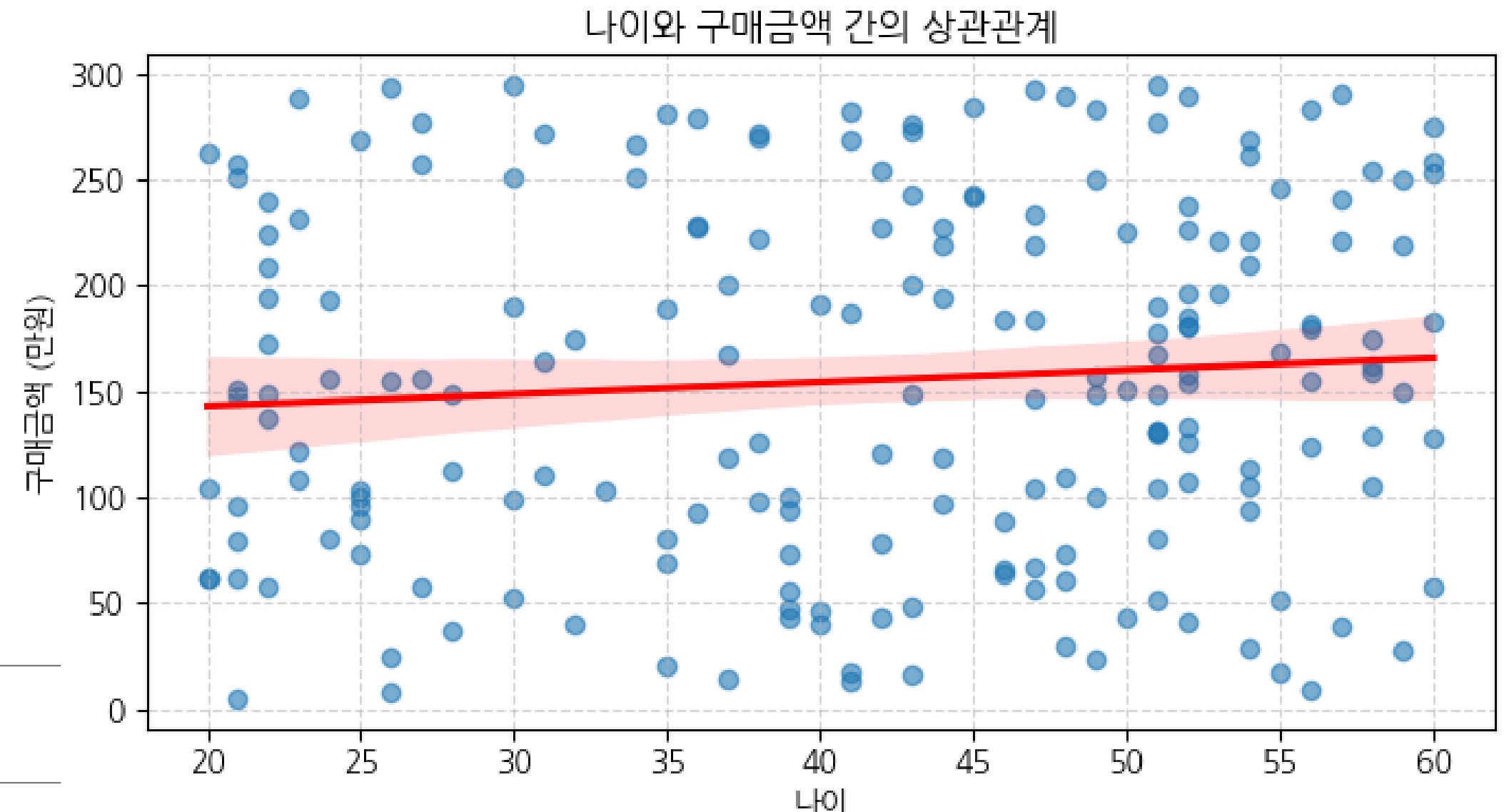


나이와 구매 금액의 상관관계

- 전반적으로 나이가 많을수록 구매금액이 증가하는 경향이 나타남
- 회귀선 기울기가 완만한 우상향 형태로, 약한 양의 상관관계가 존재함
- 일부 고연령 고객이 높은 소비력을 보이며 평균을 끌어올리는 효과를 주고 있음
- 하지만 전 연령에 걸쳐 분산이 크므로, 상관관계는 뚜렷하지 않은 편임

• Insight 1 나이와 구매금액 사이에는 약한 양의 상관관계가 존재함

• insight 2 나이만으로 소비력을 판단하기보다는 다른 변수와 함께 고려할 필요가 있음



분석 결과 요약 및 인사이트 정리

Chapter 1

여성 고객의 평균 구매금액이 남성보다 높았으며, 여성 고객이 더 활발한 소비 활동을 보이는 경향이 있었음

Chapter 2

최근 가입 고객일수록 구매금액이 높아지는 추세를 보여, 최신 고객군이 중요한 수익원으로 작용하고 있음

Chapter 3

VIP 고객은 일반 고객보다 구매금액이 확연히 높았으며, 소비력에서 등급 간 뚜렷한 차이가 나타남

Chapter 4

고연령층일수록 VIP 비율이 높게 나타났으며, 충성 고객이 연령대에 따라 집중되는 경향을 확인할 수 있었음

Chapter 5

나이와 구매금액 사이에는 약한 양의 상관관계가 존재했으나, 분산이 커서 단일 변수로 예측하기는 어려움

Insight

- 고객 특성별로 소비 성향이 뚜렷하게 구분됨을 확인함
- 데이터 기반 분석을 통해 고객 세분화 전략 수립이 가능함을 확인한 분석임

THANK YOU!

Q&A