

제마드 분석 및 전략 제안



1. 프로젝트 개요

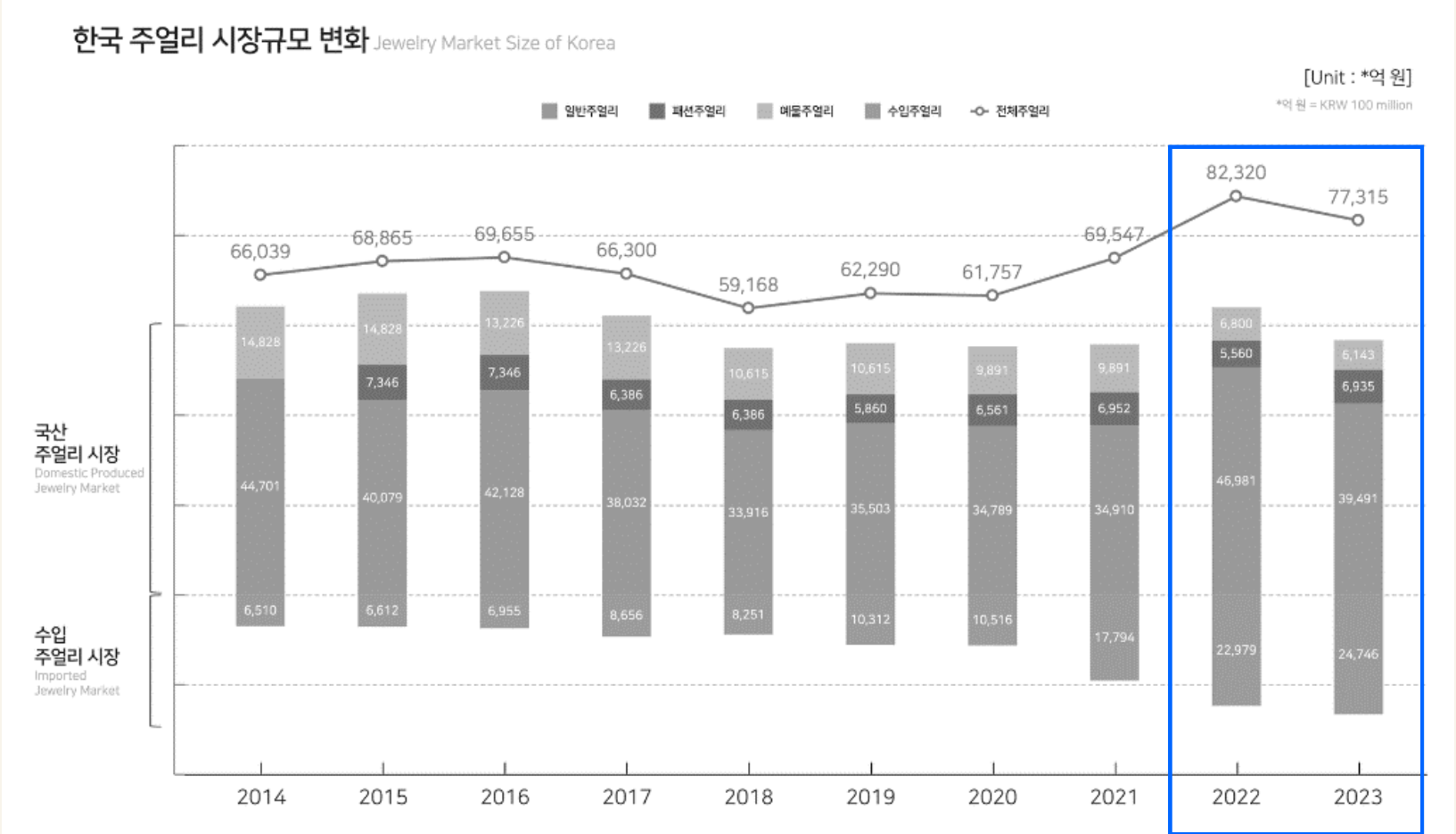
2. 문제 정의

3. 데이터 분석

4. 제안

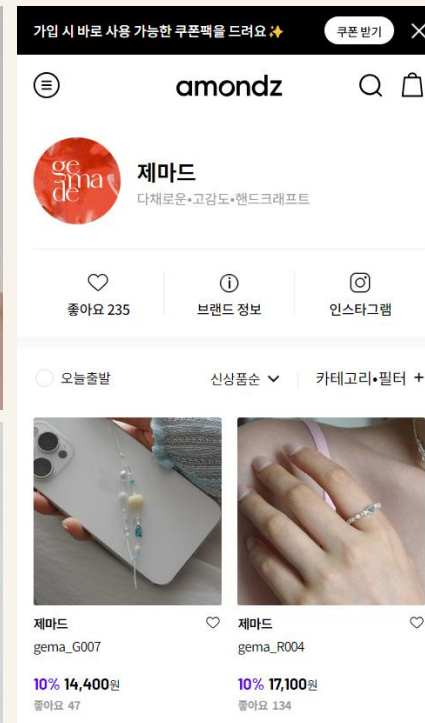
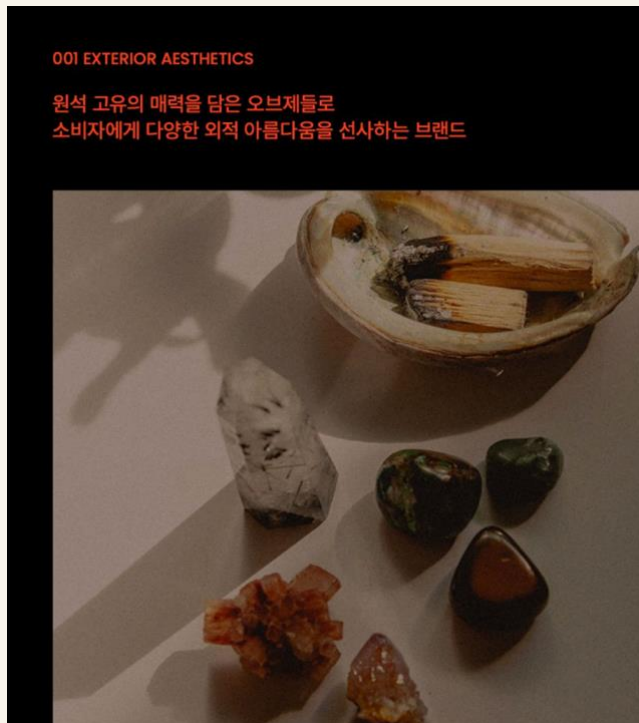
프로젝트 개요

2023년 한국 주얼리 시장 규모는 전년 대비 -6.1%



기업 소개

주요 제품 원석 목걸이, 팔찌, 반지 등
입점 플랫폼 자사몰, 아몬즈, W컨셉



ge
ma
de

Necklace	58 products
Bracelet	38 products
Ring	4 products
Set	22 products
Goods	8 products

데이터셋 소개

하기 데이터셋과 함께 루커스튜디오(META), GA4 데이터 활용

구분	내용	칼럼 개수	주요 칼럼
Gemade_order	자사 홈페이지 주문 데이터	29	주문일시, 구매자ID, 상품명, 총 결제금액, 총 실제 환불금액, 결제수단
Amondz_order	아몬즈 플랫폼 주문 데이터	28	주문일시, 구매자ID, 상품명, 수량, 상품가격, 상품별 총 주문금액, 결제수단
Gemade_review	자사 홈페이지 리뷰 데이터	15	작성자ID, 작성자종류, 주문번호, 상품명, 리뷰평점, 리뷰내용
Amondz_review	아몬즈 플랫폼 리뷰 데이터	7	상품명, 구매자ID, 구매평
Product_info	제마드 상품 정보 데이터	13	상품등록일, 상품명, 판매가, 상품분류번호
Profile	자사 홈페이지 회원정보 데이터	13	아이디, 회원가입일, 최종주문일, 총구매금액, 총 실주문건수
직원데이터	제마드 직원정보 데이터	1	아이디

데이터 전처리

1. 데이터 삭제

제마드 자사 직원 주문 데이터 - 직원데이터 파일 참고

테스트 주문 데이터 - keepgrow, 구*일, 적립금 10만원 이상 회원 등

주문 상품명 - Gift Package



ge
ma
de

2. 파생 컬럼 추가

주문자 ID @k로 끝나는 경우 - '카카오 연동 ID' 분류

주문자 ID & 회원등급 공란 - '비회원' 분류

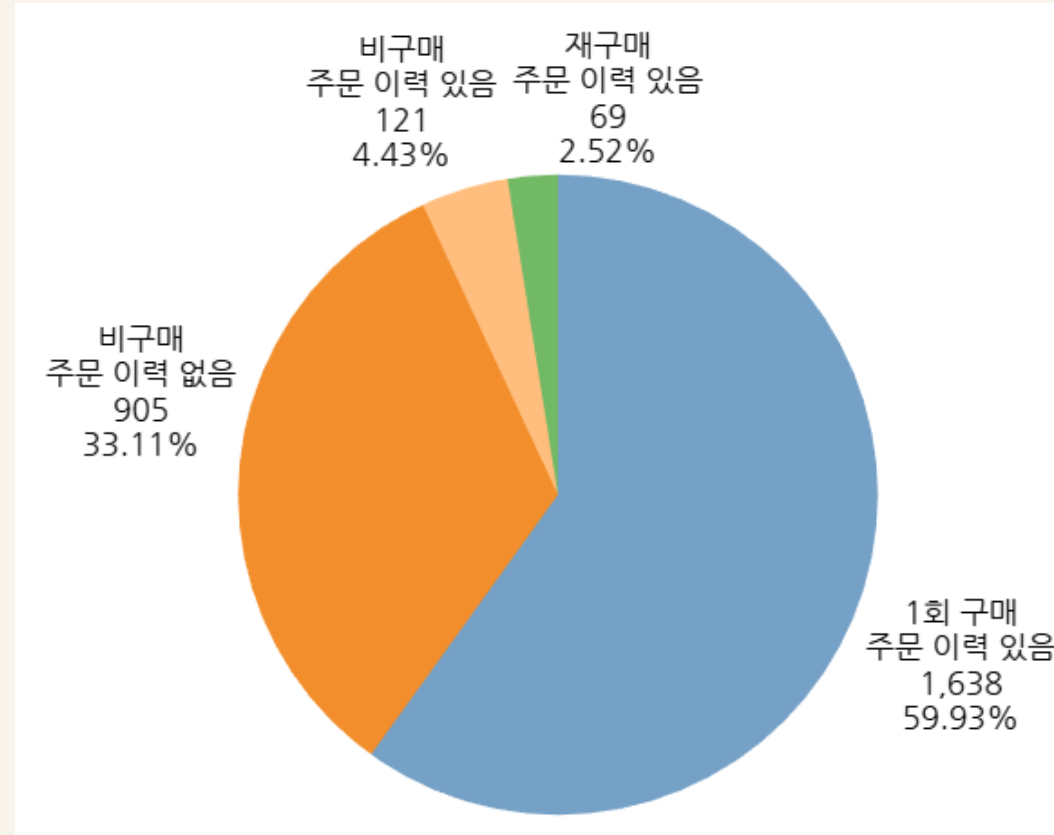
최초 가입일 - 최초 주문일 사이의 기간(일)

Gift Package

₩2,000

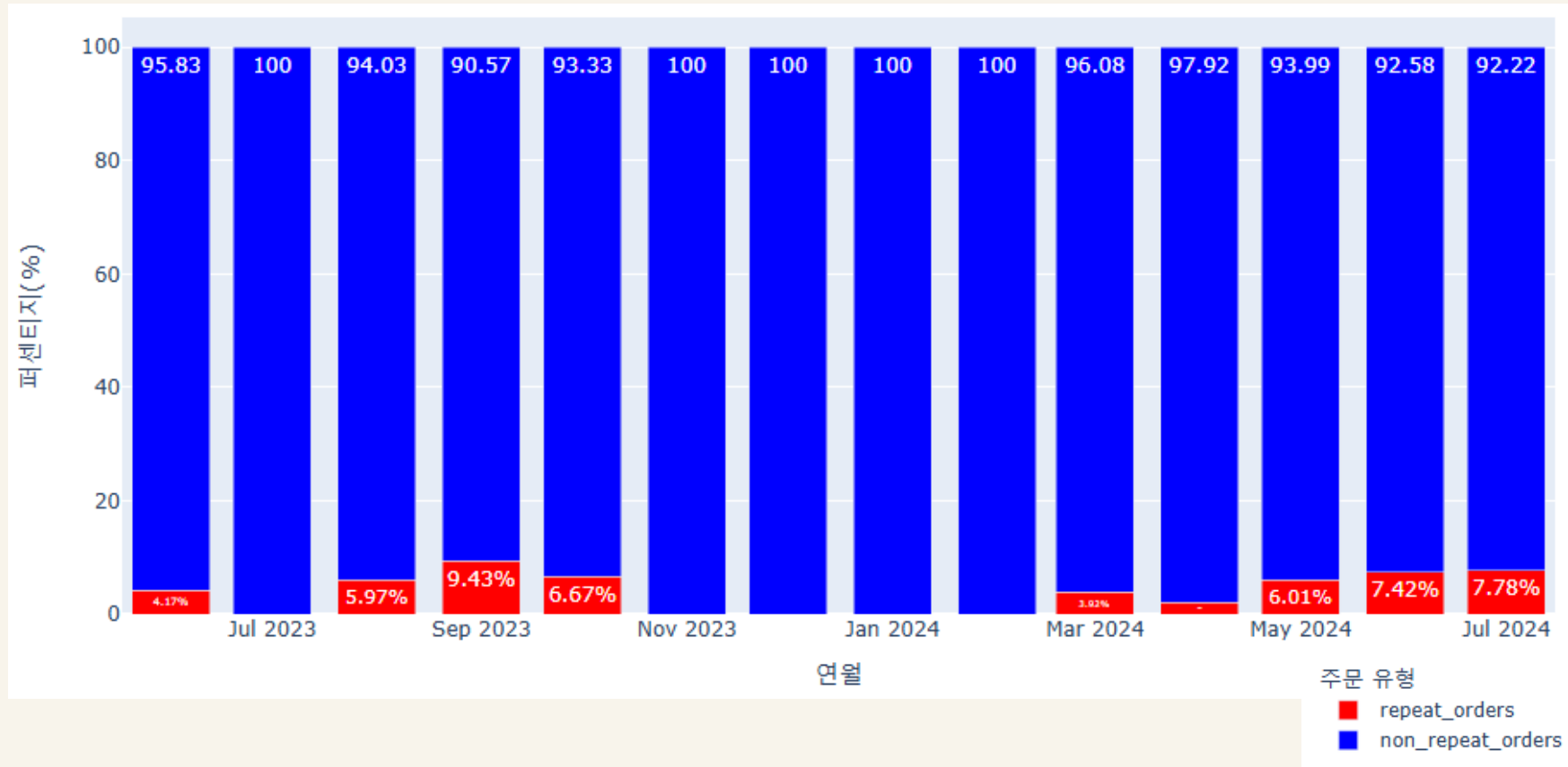
문제 정의

1. 가입 후 구매 이력이 없는 고객이 많은 부분을 차지



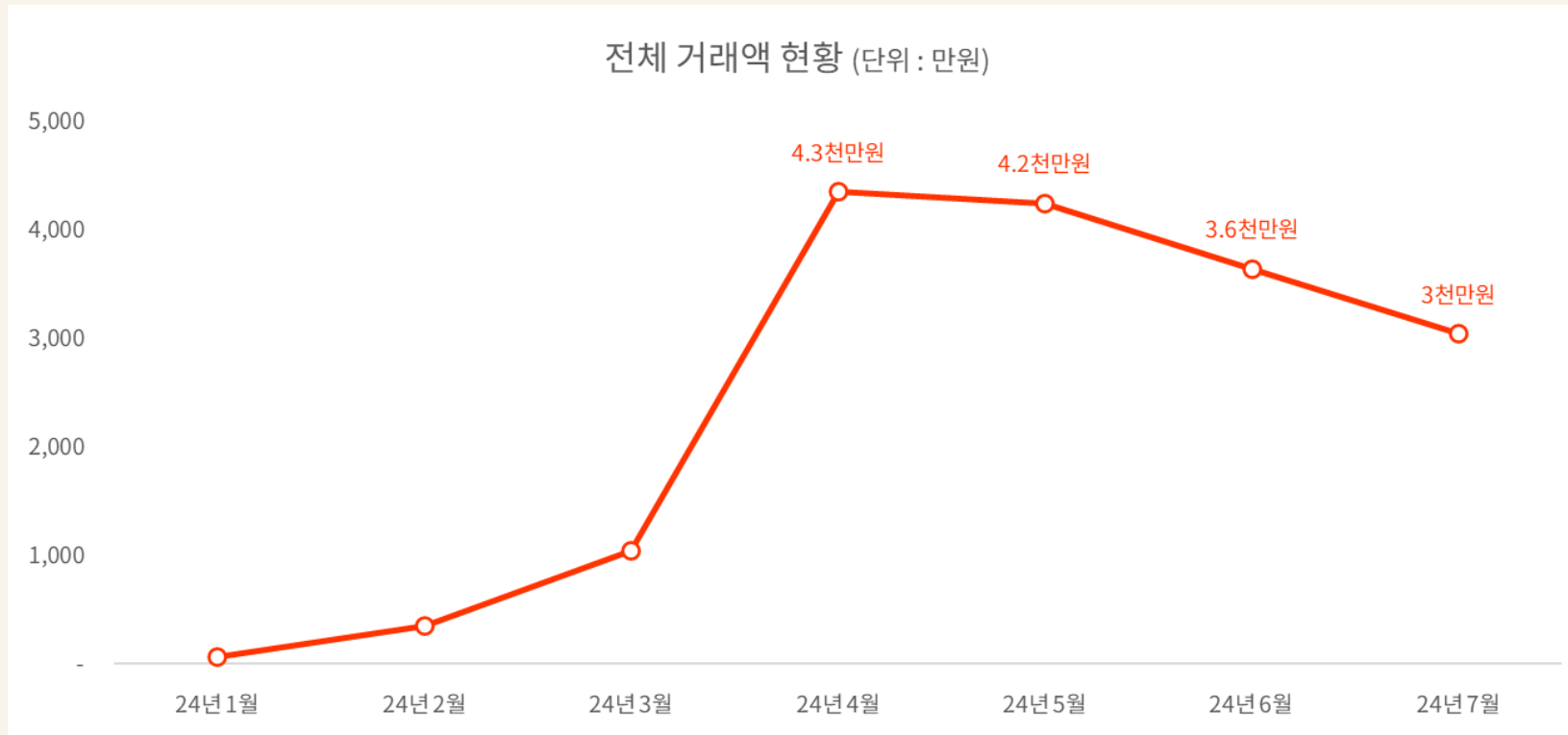
회원 가입 후 주문 이력이 없는 고객 수 905명 (전체 가입 고객 대비 33.11%)

2. 재구매율 저조



월별 재구매 고객의 평균 주문율 6~7%대로 저조하며, 대부분 1회성 구매

3. 24년 4월 이후 지속적인 매출 감소세



데이터 : 자사몰, 아몬즈 거래액 Total

문제 정의

문제	분석 방법
가입 후 미구매 고객 대다수	고객 세분화 및 행동 분석
구매 고객 의 재구매율 저조	<ul style="list-style-type: none">• 고객 유형• RFM
4월 이후 매출 감소	META, GA4 데이터 분석

고객 세분화 분석

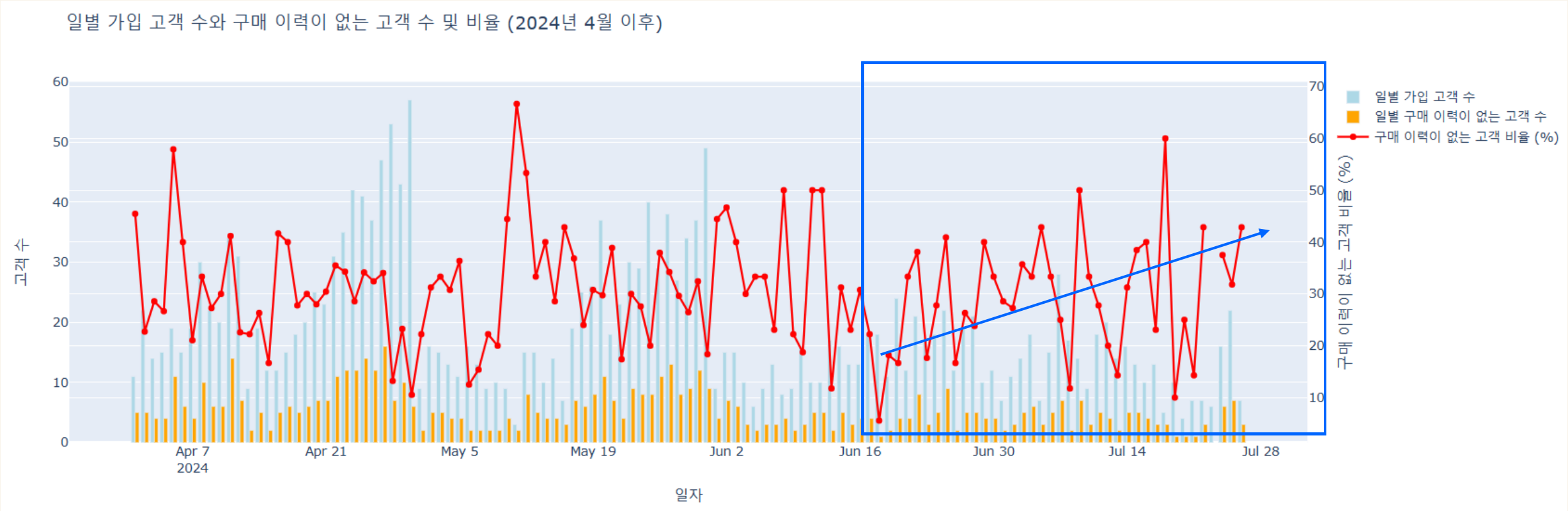
- 1) 고객 유형
- 2) 재구매 고객 VS 단발성 고객

고객 세분화 분석

1) 고객 유형

고객 세분화 및 행동 분석 – 구매 이력이 없는 고객

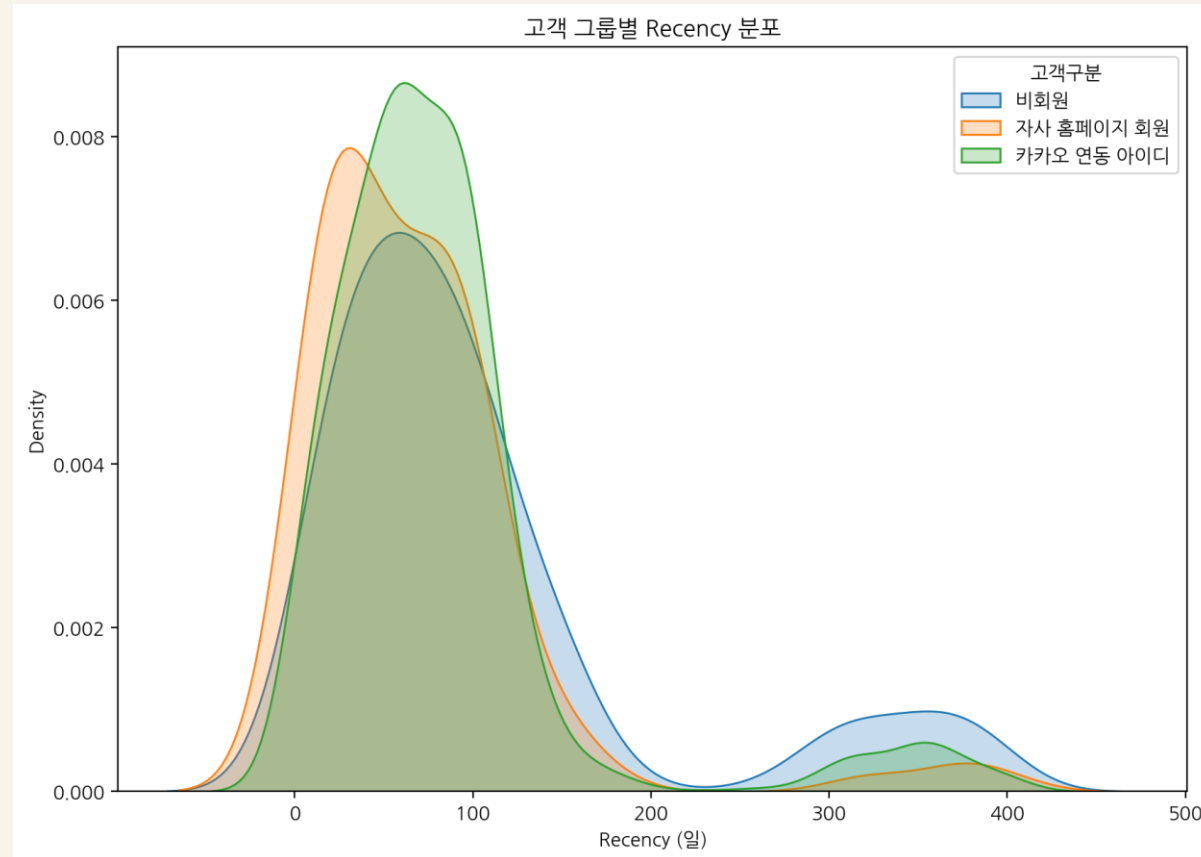
구매 이력이 없는 고객 증가



24년 6월 중순 이후 구매 이력이 없는 고객 증가 추세

고객 세분화 및 행동 분석 – 고객 유형 X Recency

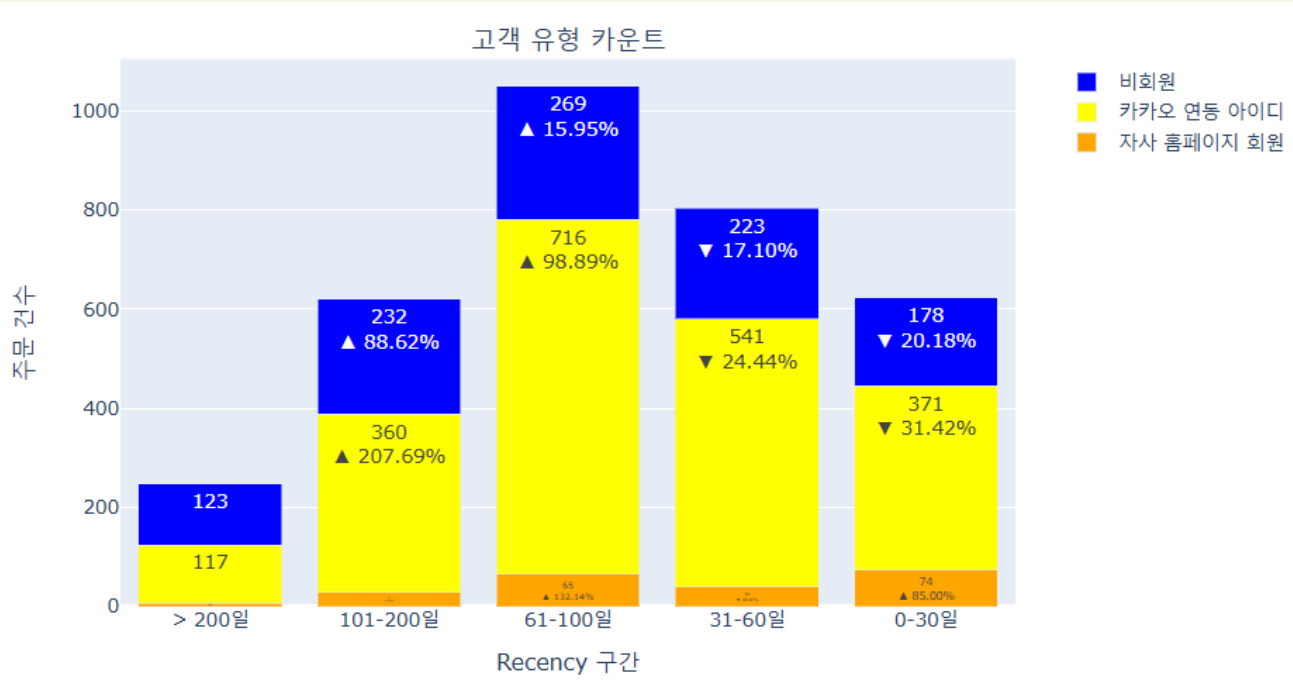
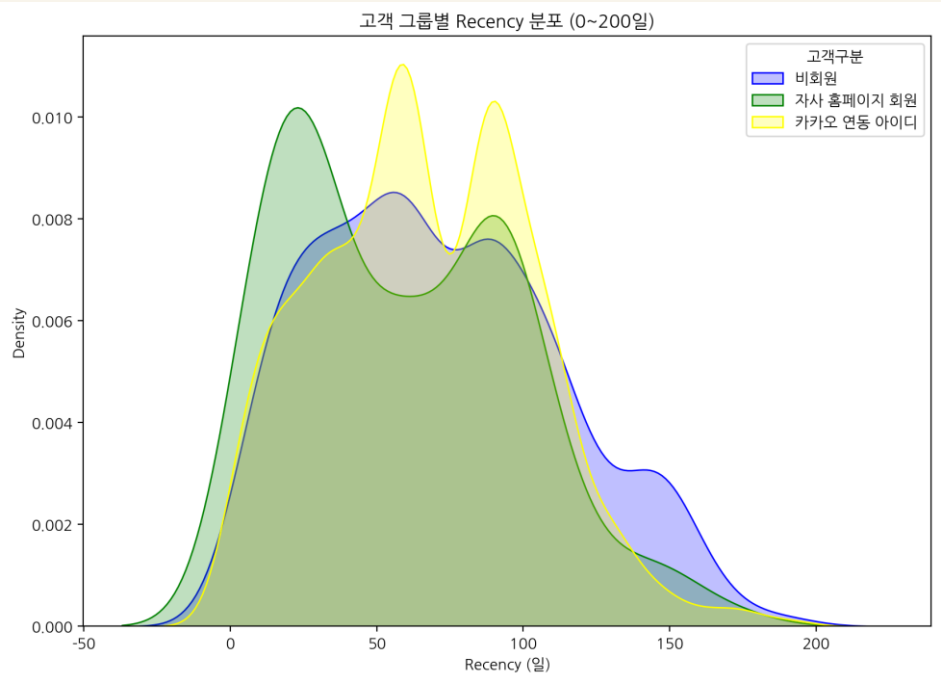
고객 회원가입 유형별 Recency 분포 차이 존재



자사 홈페이지 < 카카오 ID < 비회원 순으로 Recency 분포

고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X Recency

고객 회원가입 유형별 Recency 분포 차이 존재

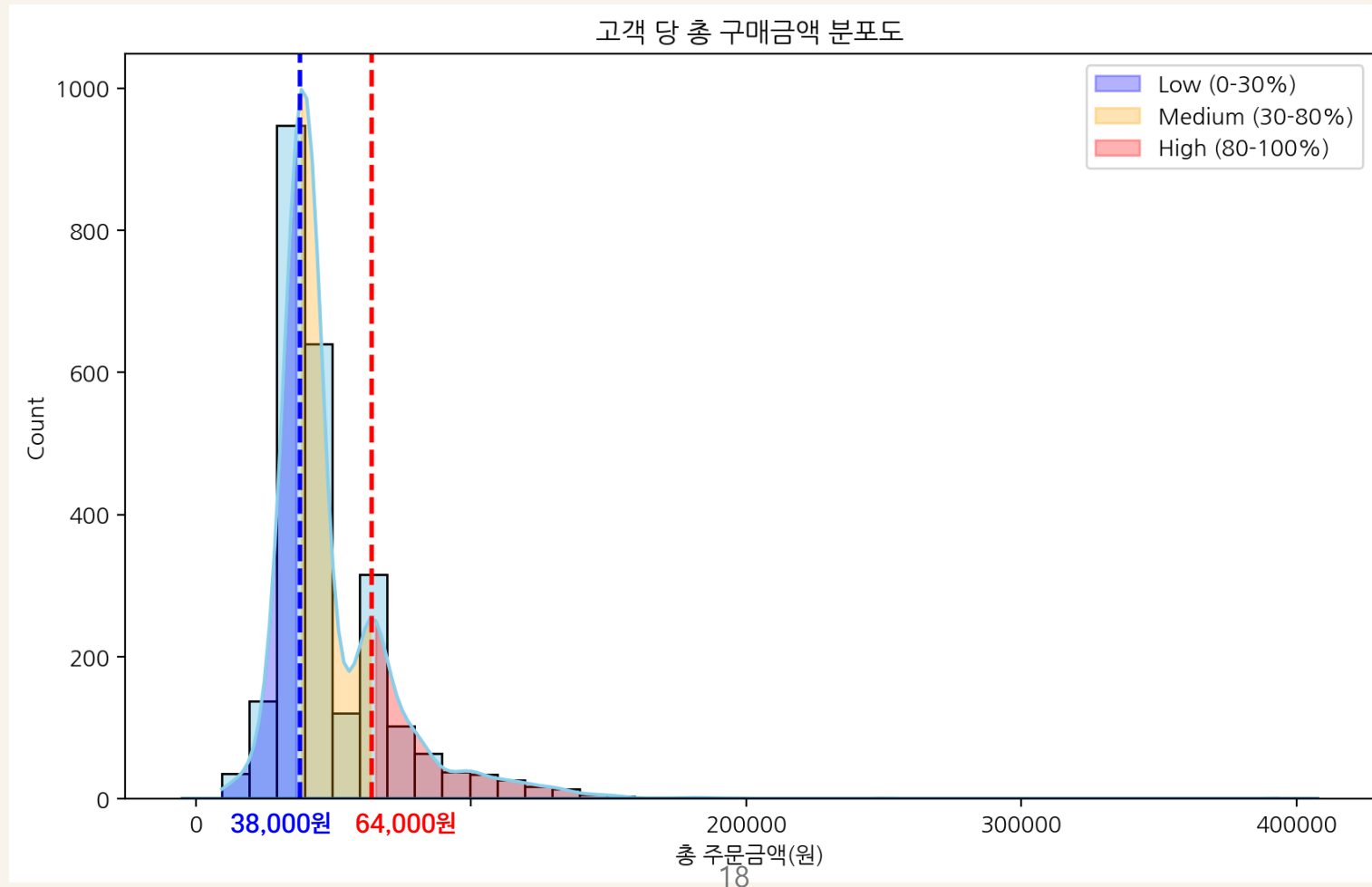


4월 말(61-100일)과 5월 말(31-60)에 유입된 고객들은 주로 카카오 간편 가입 회원

여전히 30%에 육박하는 높은 비회원 주문 비율 개선 필요

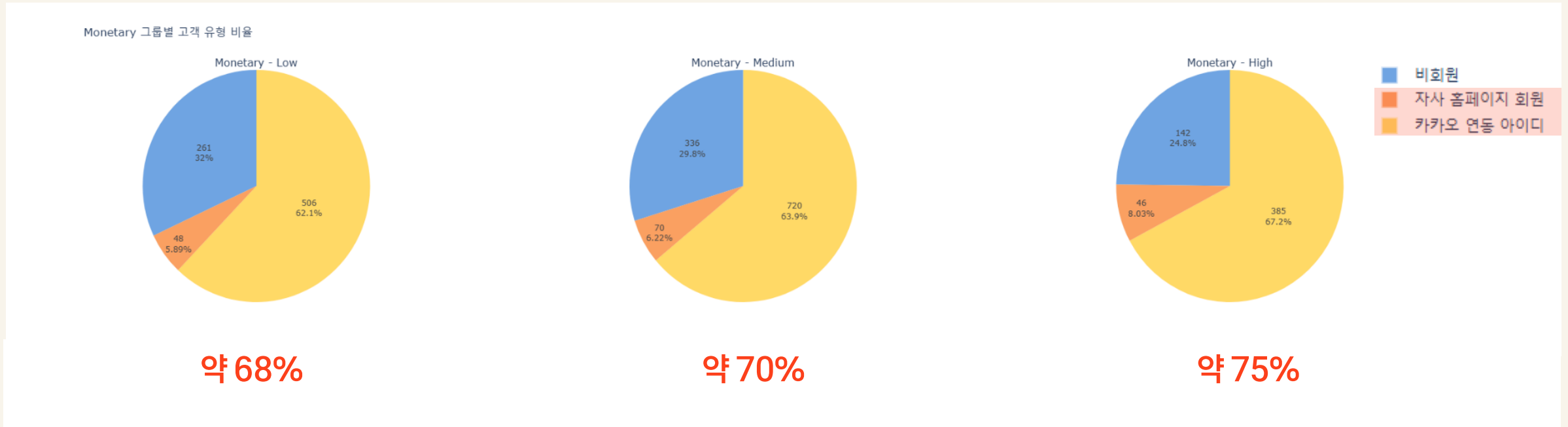
고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X Monetary

고객 당 총 구매금액 기준 하위 30% · 중간 50% · 상위 20% 3개 그룹으로 분류



고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X Monetary

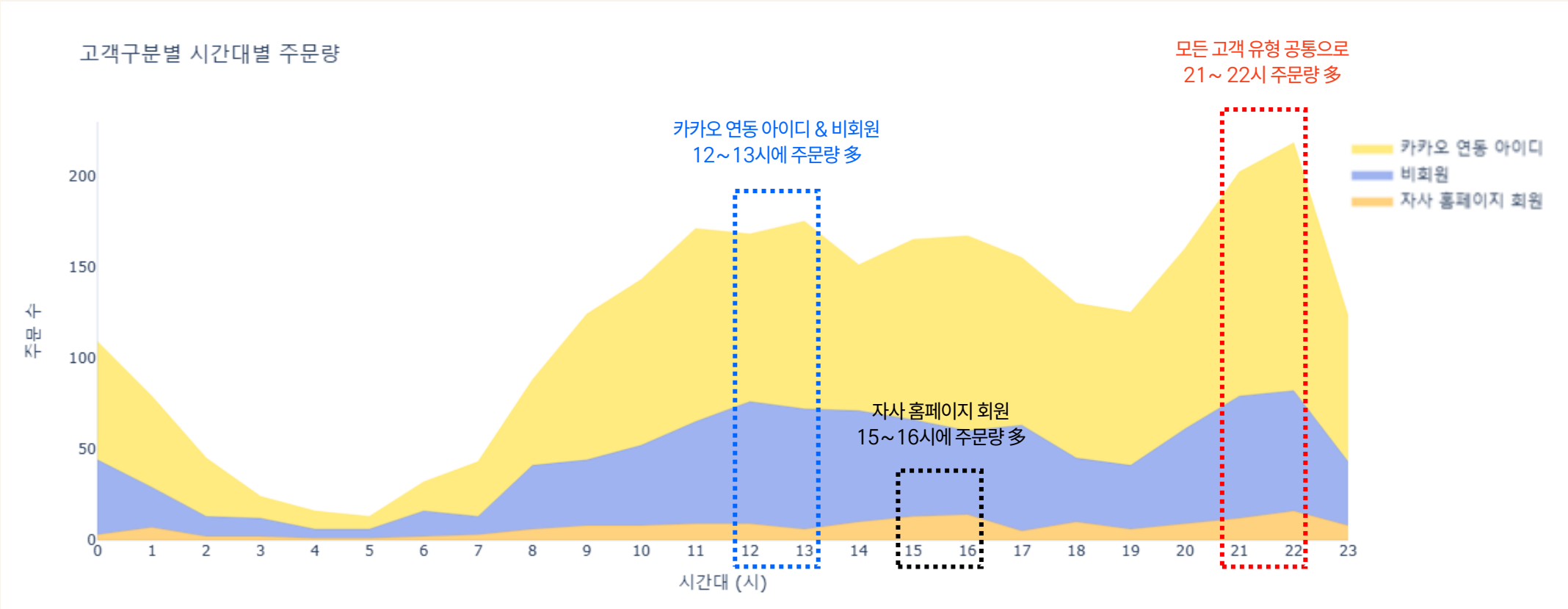
구매 금액 기준 회원 유형 비율



구매 금액이 높은 그룹일수록 회원 고객 비율이 증가하는 양상

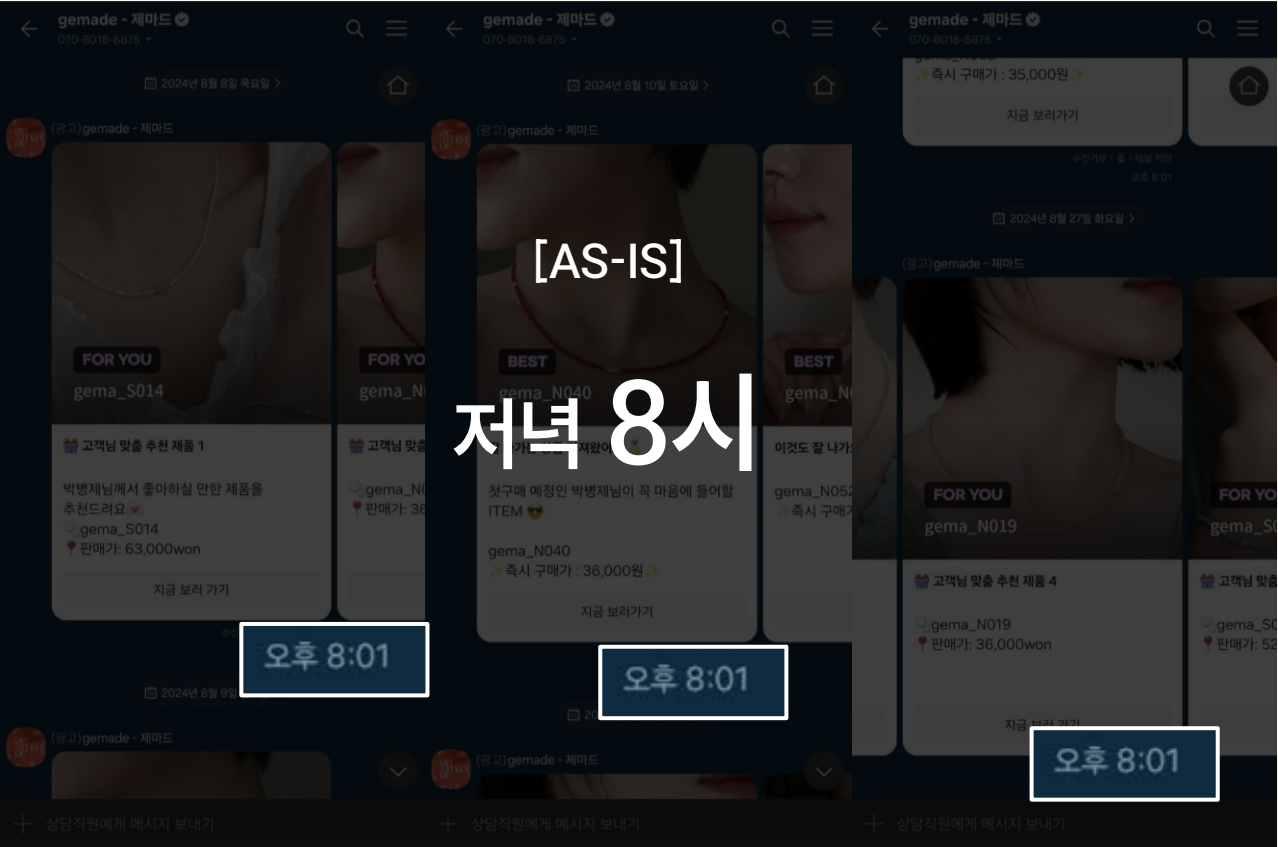
고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X 주문 시간대

고객 유형 공통적으로 21~22시에 주문량이 가장 많음



고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X 주문 시간대

카카오 광고 메시지는 주문량 많은 시간대(21~22시) 가까운 20시 45분에 발송 제안



[TO-BE]

→ 저녁 8시 45분

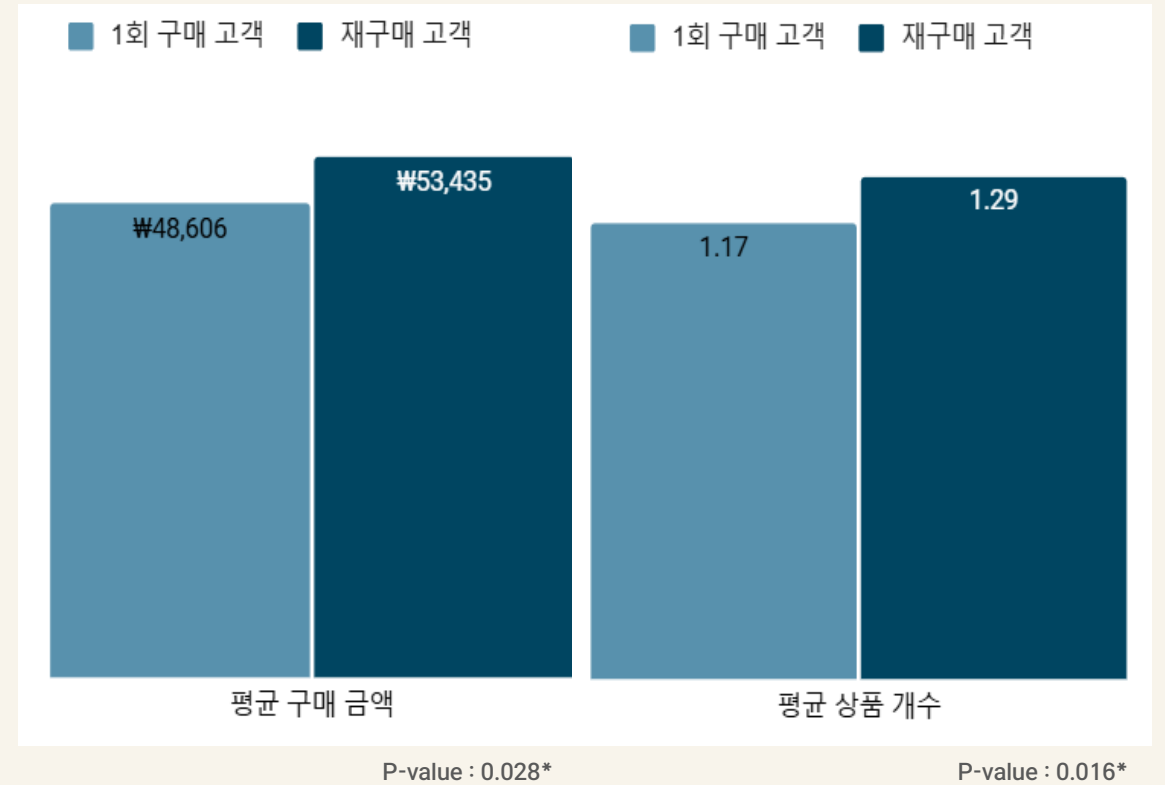
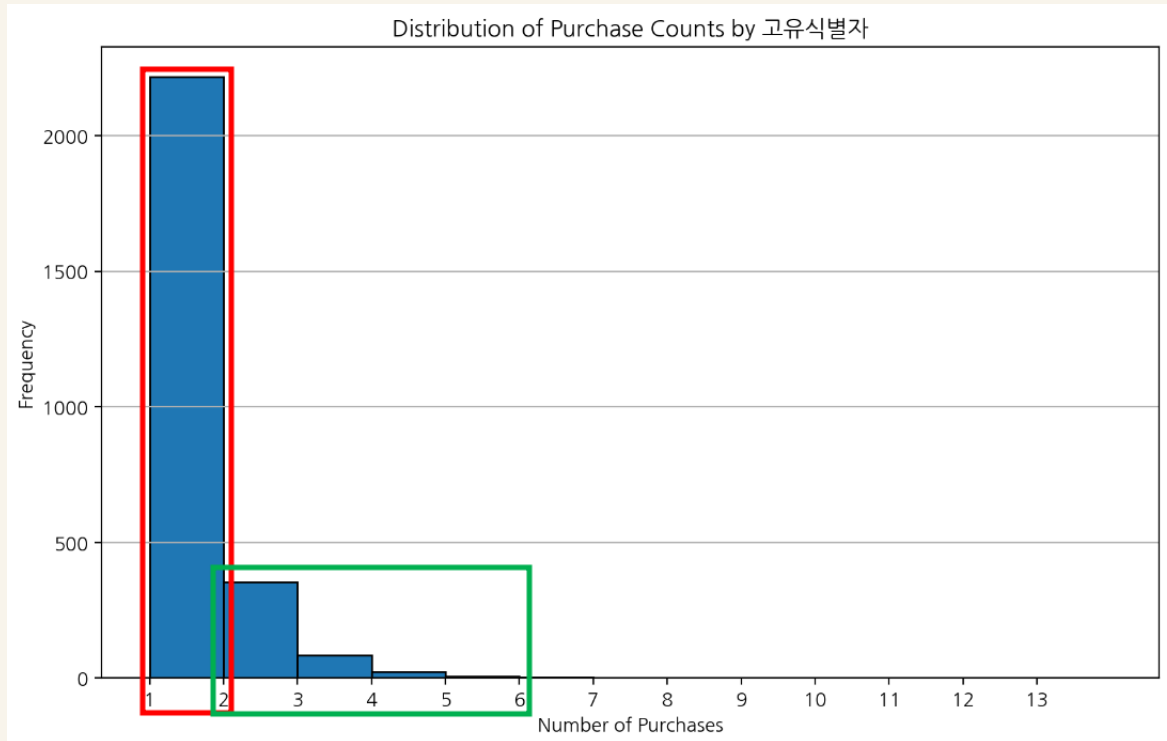
카카오 메시지 야간 발송 제한
20시 50분 ~ 오전 8시

고객 세분화 분석

2) 재구매 고객 VS 단발성 고객

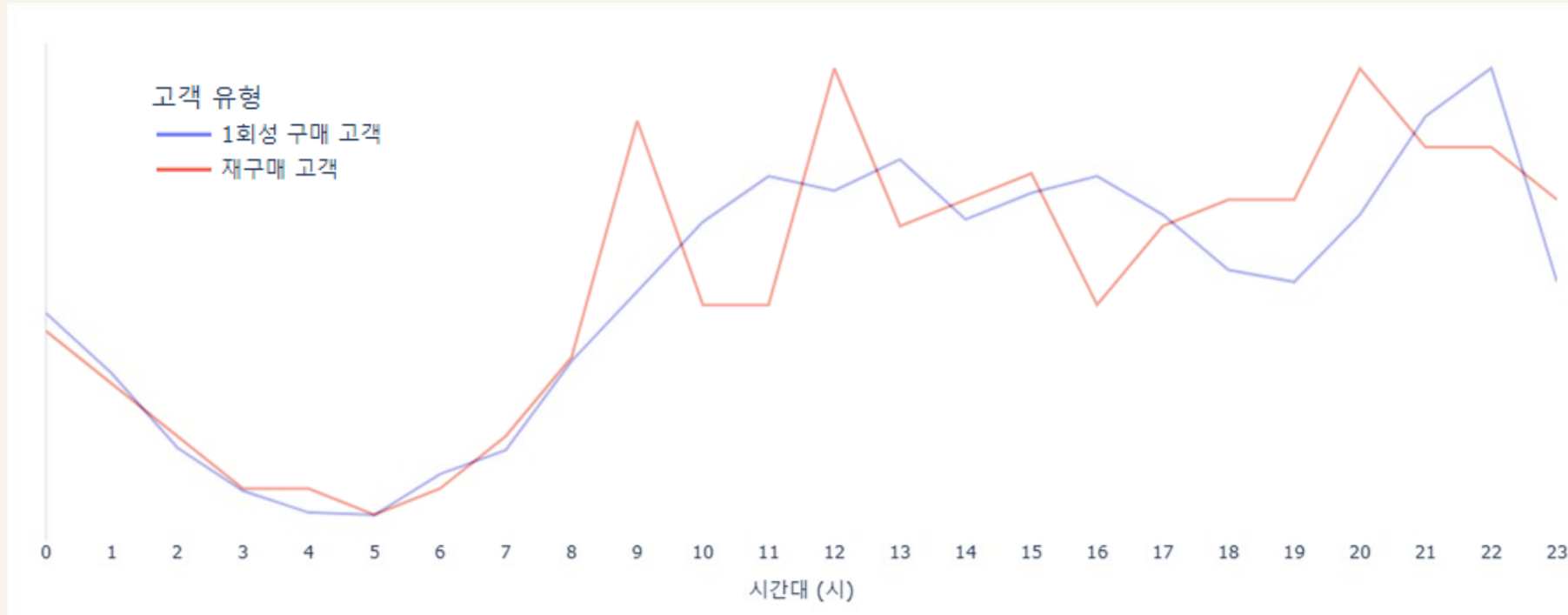
고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

재구매 고객의 평균 구매 금액과 구매 상품 개수는 단발성 고객보다 높음



고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

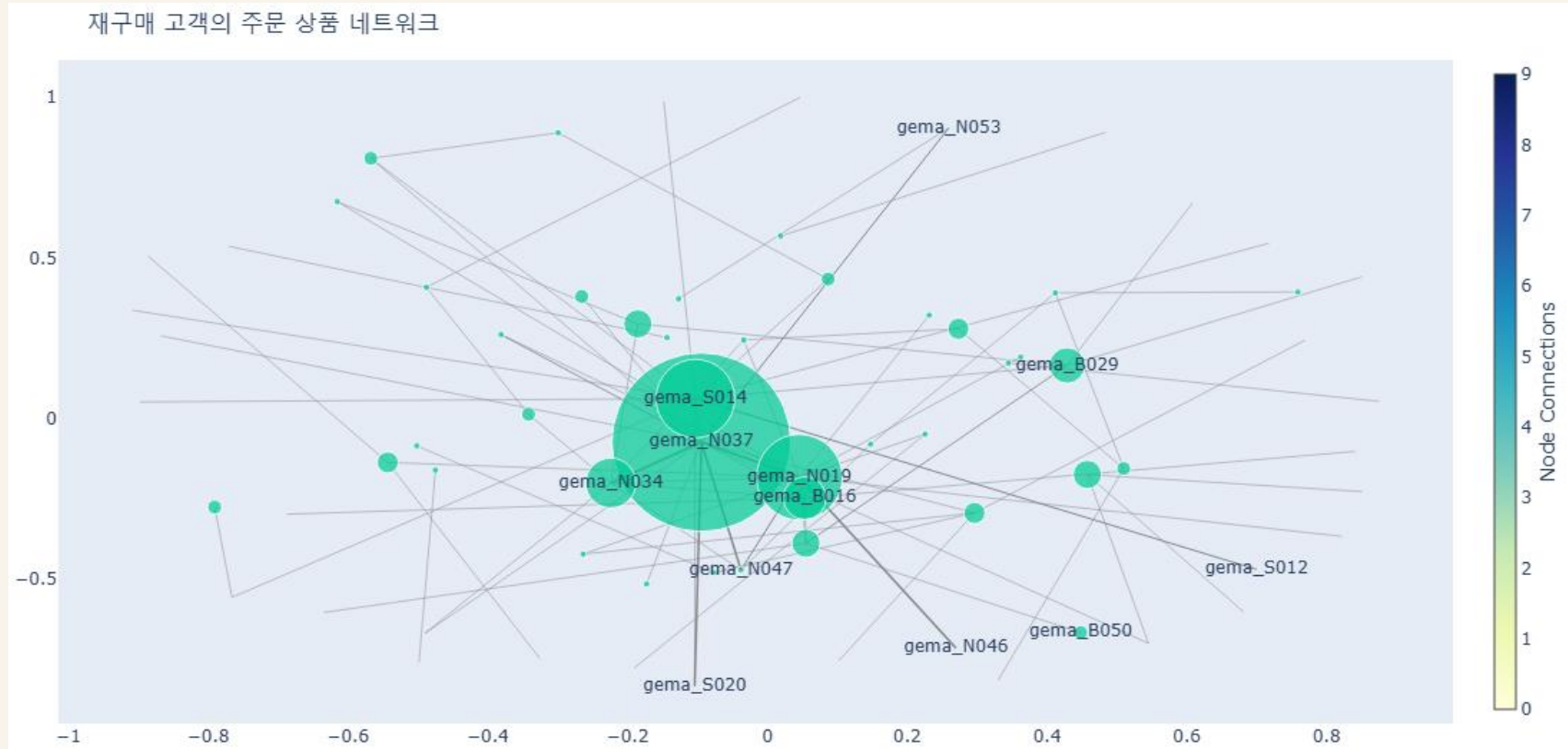
재구매 고객과 단발성 고객의 주문이 많은 시간이 다르게 나타남



고객 유형에 따른 구매 유도 광고 메시지 발송 타이밍 최적화 필요

고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

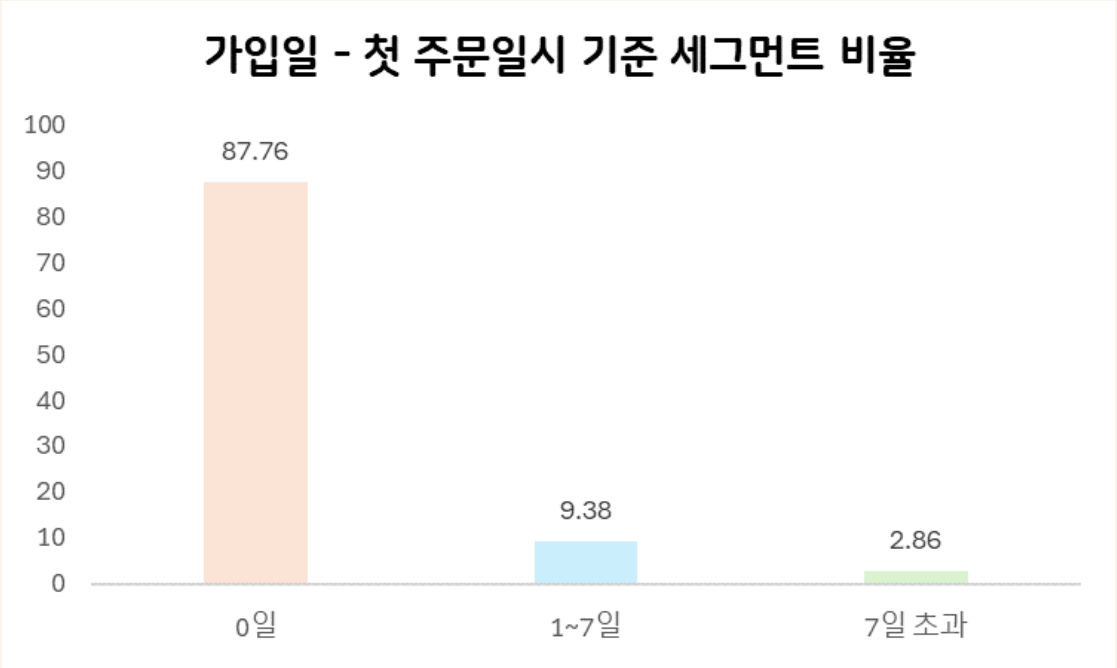
재구매 고객의 주문 상품 네트워크



1회성 구매 고객에게 연관 상품을 추천하여 구매 유도

고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

단발성 구매 고객의 가입일과 첫 주문일시 사이 기간

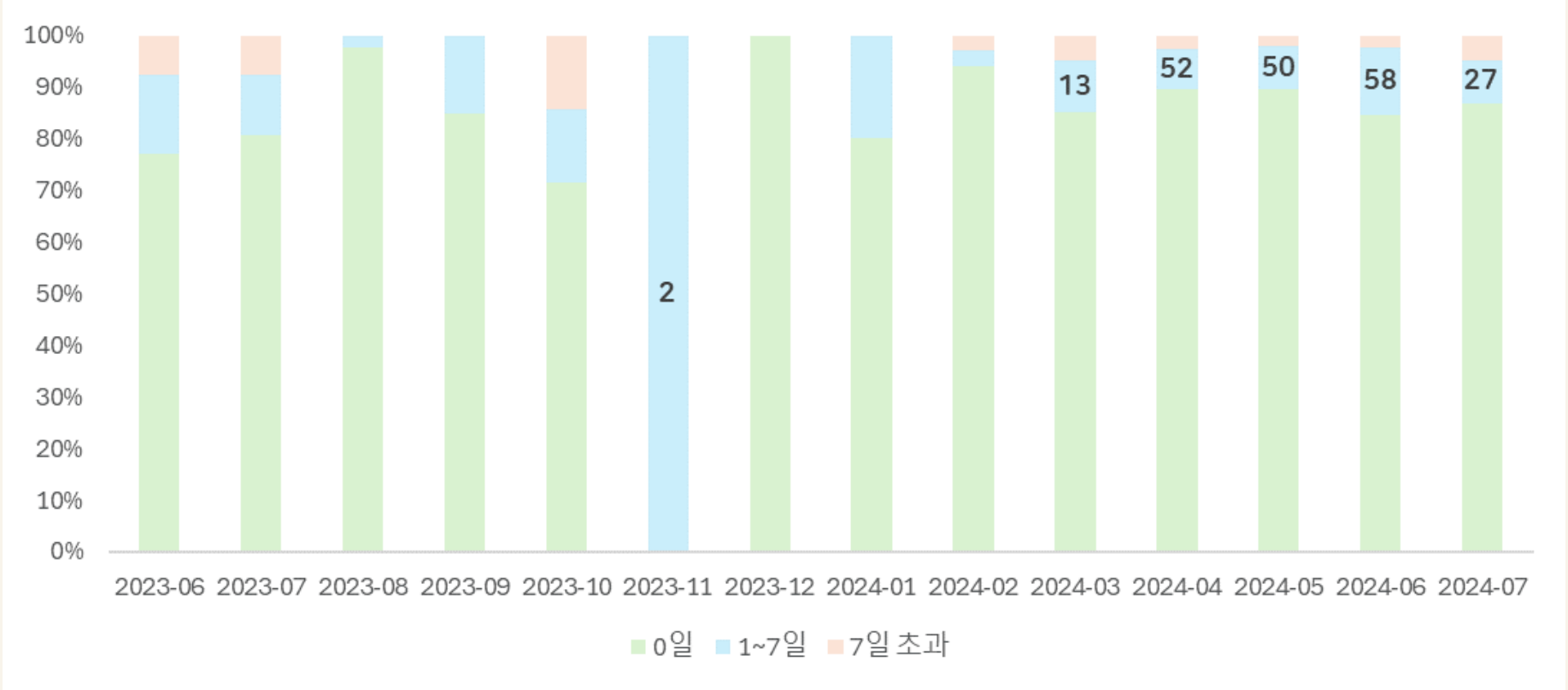


가입 한 날 첫 주문을 한 고객이 87.76%로 대다수 차지

가입일 - 첫 주문일시 기준으로 고객 세그먼트를 3개로 분류하여 분석 진행

고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

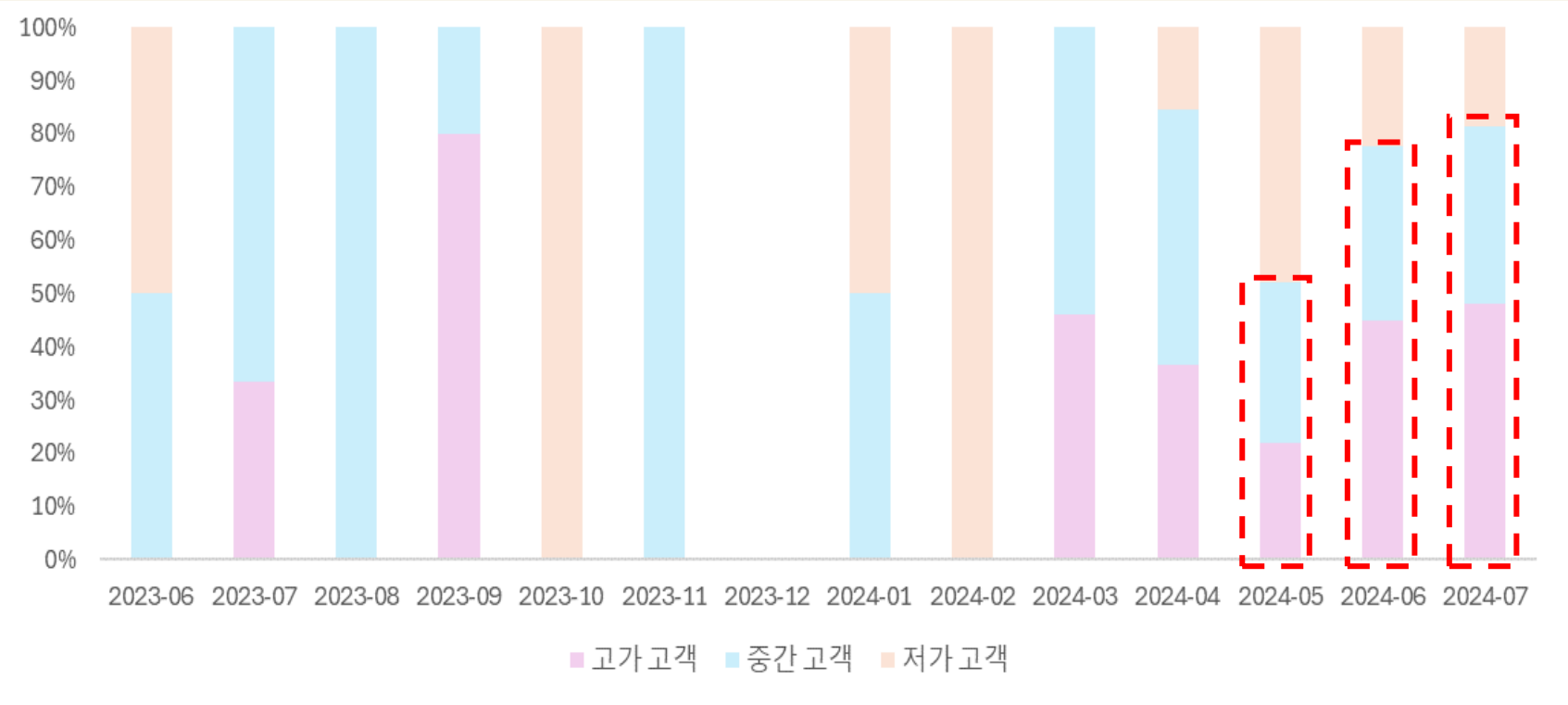
월별 세그먼트의 비율 추이



1~7일 고객은 상대적으로 매출 실적이 저조했던 24년 6,7월에 오히려 비율이 증가

고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

평균 주문금액 기준 1~7일 고객의 월별 비율 추이

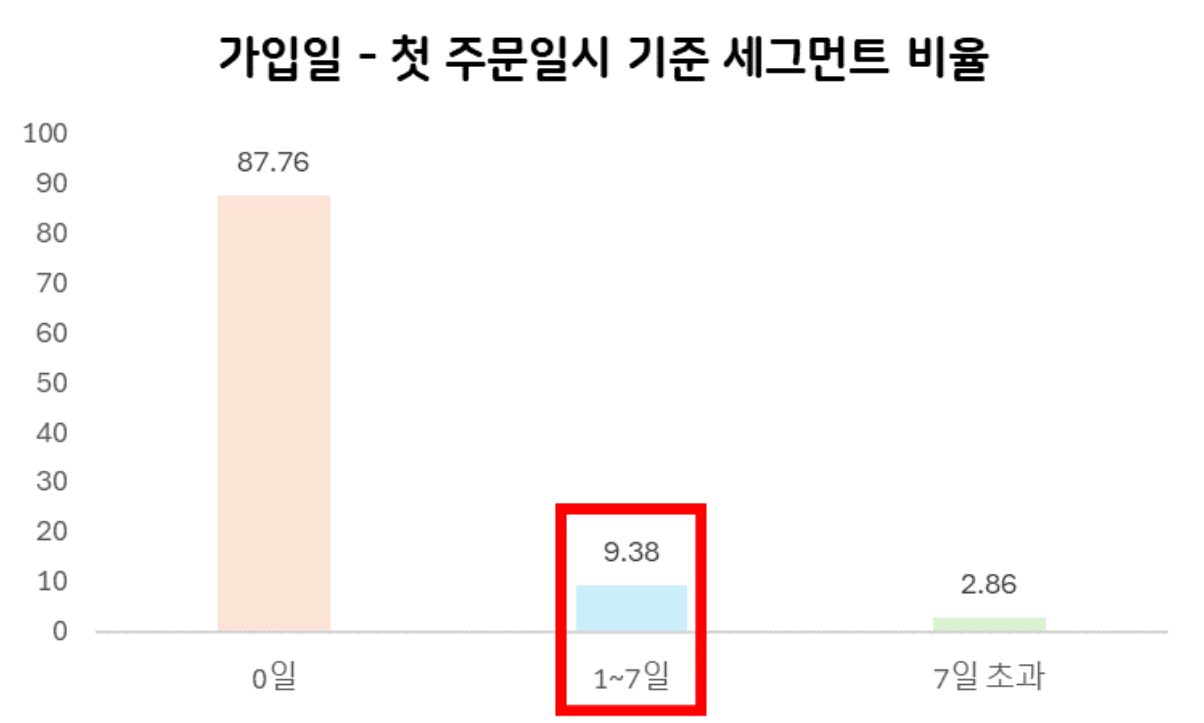


세그먼트	비율	구매 금액
저가 고객	하위 25%	12,500 ~ 41,000
중간 고객	중위 50%	41,000 ~ 76000
고가 고객	상위 25%	76,000 ~ 393,000

특히 6,7월에 증가한 1~7일 고객은 41000원 이상을 구매한 중간, 고가 고객임

고객 세분화 및 행동 분석 - 재구매 고객 VS 단발성 고객

세그먼트 별 평균 주문금액과 결제금액



세그먼트	평균 주문금액	평균 결제금액
0일	62536	50459
1~7일	67359	56315
7일 초과	60379	48228

1~7일 고객이 평균 주문금액, 결제금액, 재구매율 모두 가장 높음

가입 이후 1일에서 7일 이내에 구매하는 고객을 위한 맞춤 마케팅 전략을 고안할 필요가 있음

META / GA4 분석

- 1) 고객
- 2) 홈페이지
- 3) 상품

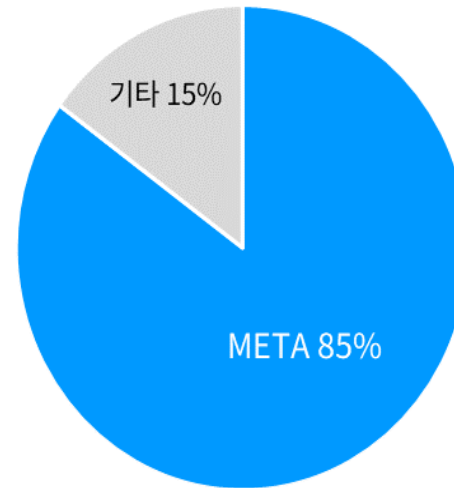
자사몰 실적의 약 85%를 META 광고에서 견인 중

2024년 1월 ~ 7월 총 결제건수

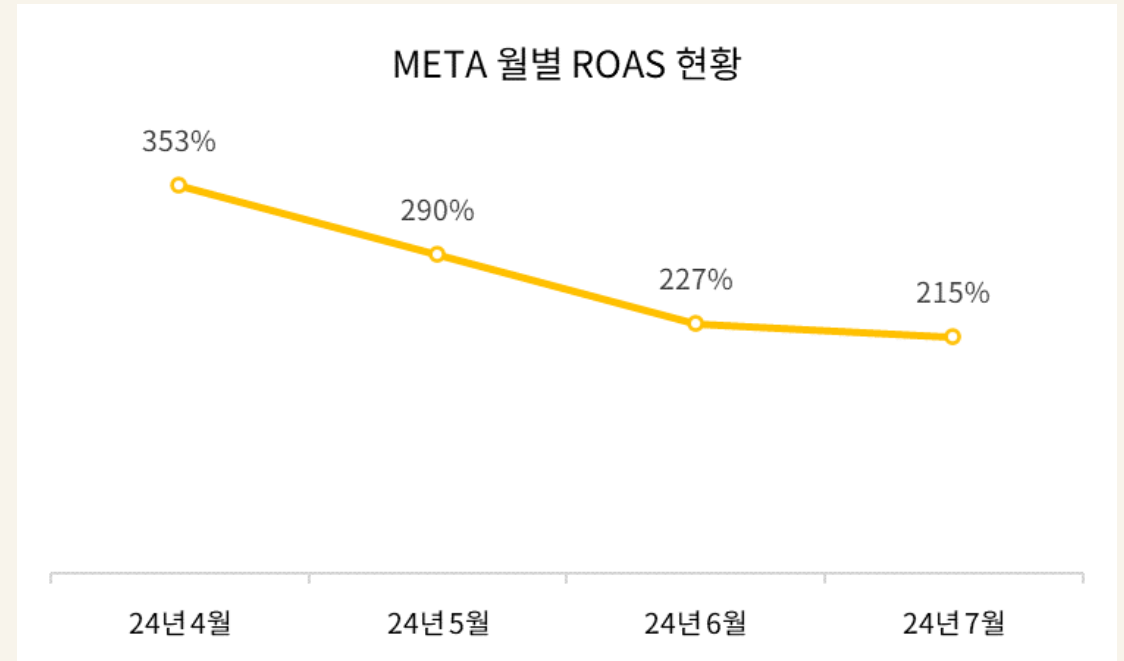
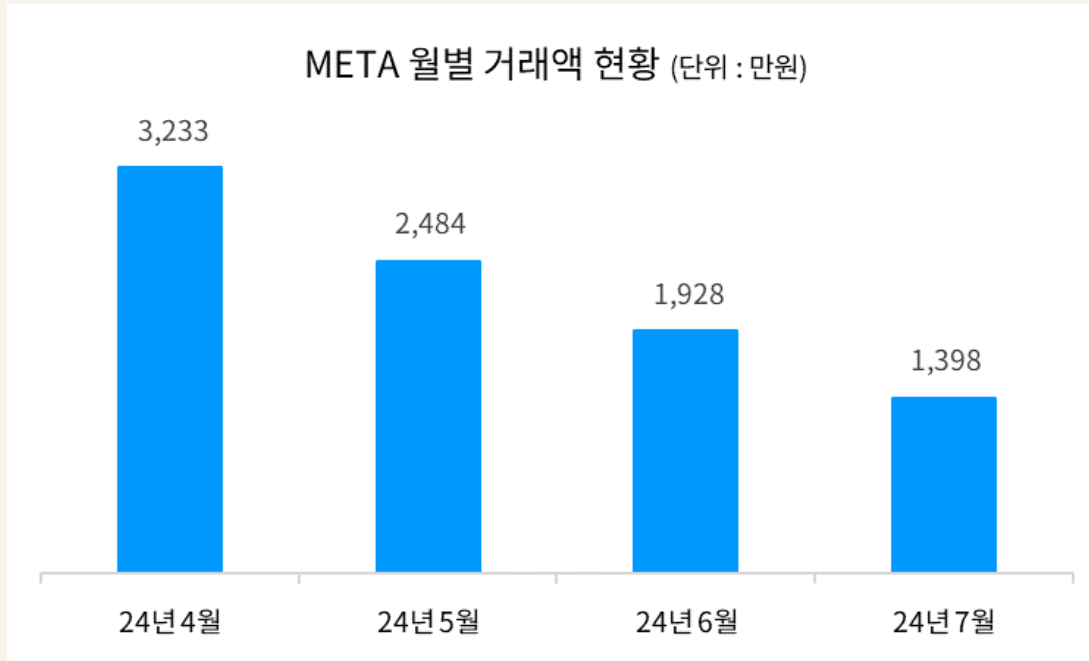
자사몰	META
2,553건	2,172건



자사몰 결제건수 비중



META 광고 월별 거래액, ROAS



META 광고의 월별 거래액, ROAS 하락하며 자사몰 실적에도 영향

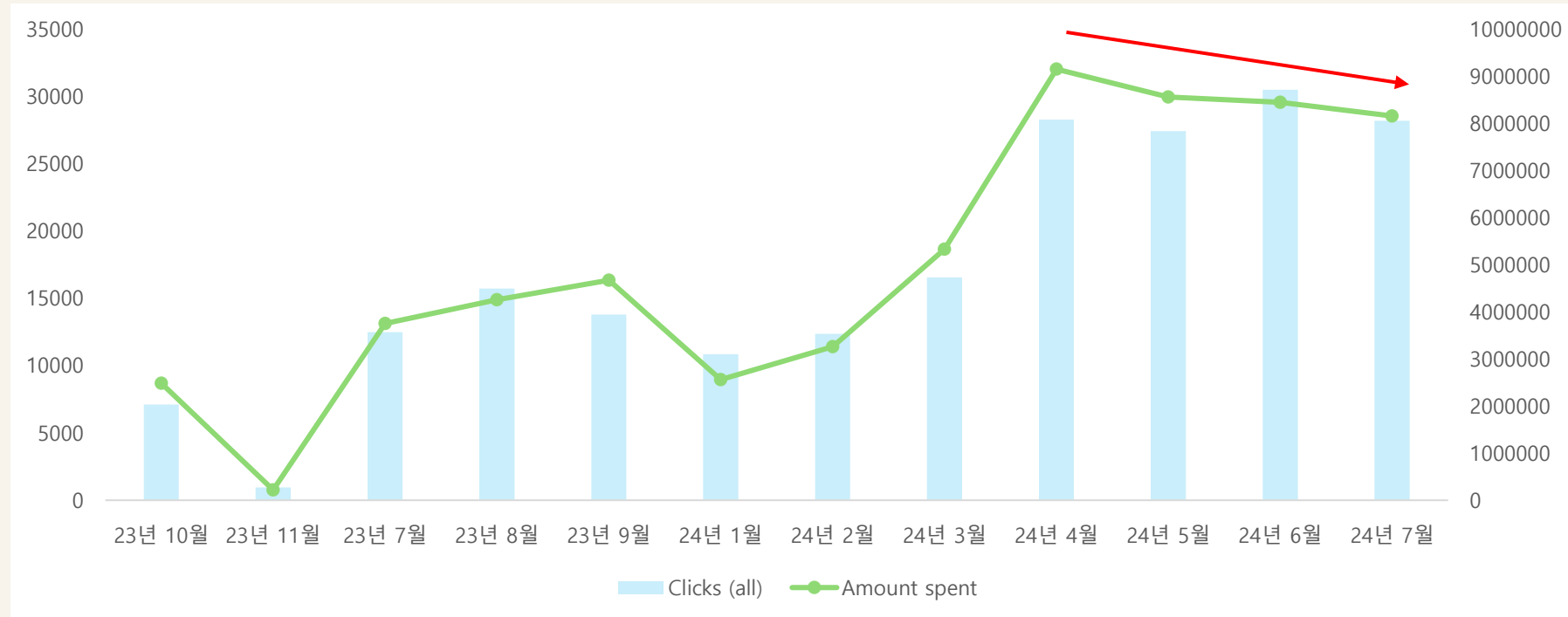
24년 7월 ROAS의 경우 6월 대비 광고비 23%, 거래액 28% 동반 감소하며 ROAS 소폭 하락 (▼ 12%p)

META / GA4 분석

1) 고객

META / GA4 분석 - 1) 고객

고객 월별 클릭 수 및 광고 비용

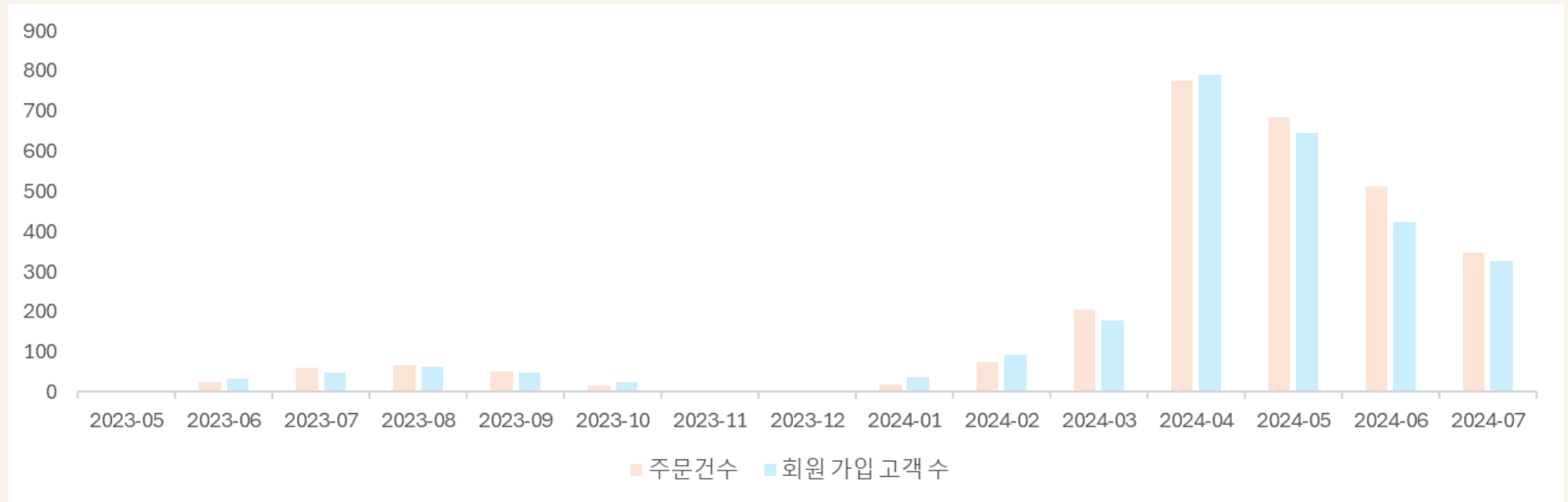


7월 광고 비용이 줄어 들면서 월별 클릭 수가 4월부터 감소하는 추세

광고 비용과 클릭수의 상관 계수는 0.99로 상관 관계가 매우 강함

META / GA4 분석 - 1) 고객

월별 주문 수, 회원 가입 고객 수



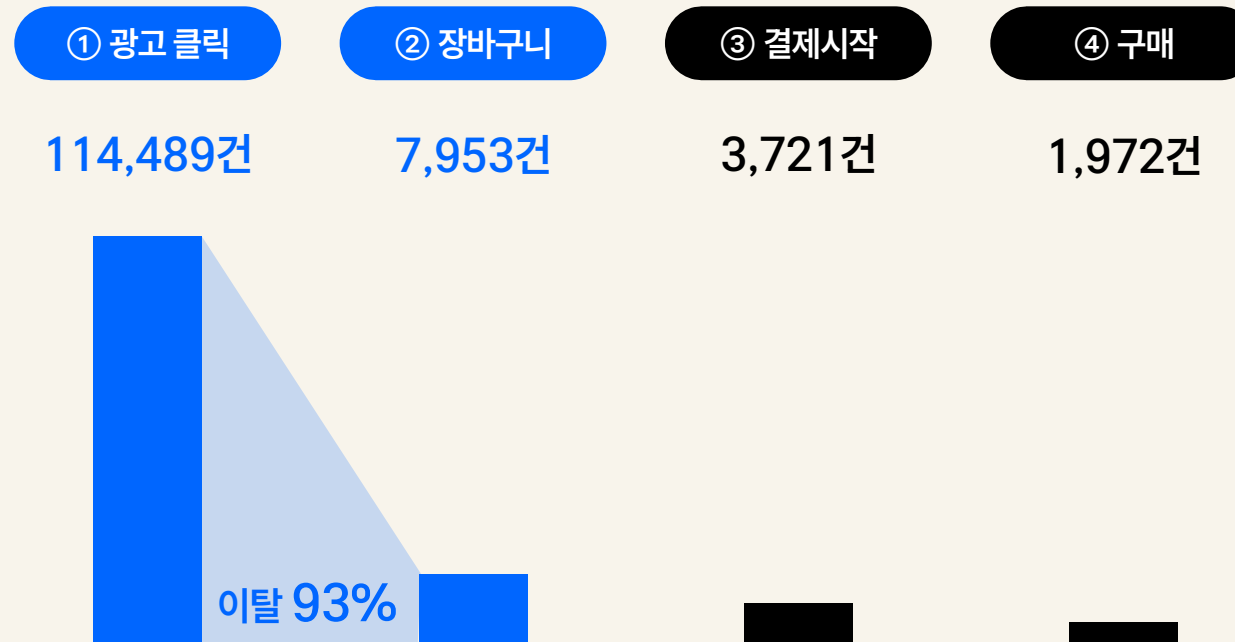
전체 월별 주문 수와 회원 가입 고객 수 역시 24년 4월에서 7월까지 감소

META / GA4 분석

2) 홈페이지

META / GA4 분석 - 2) 홈페이지

META 광고 데이터

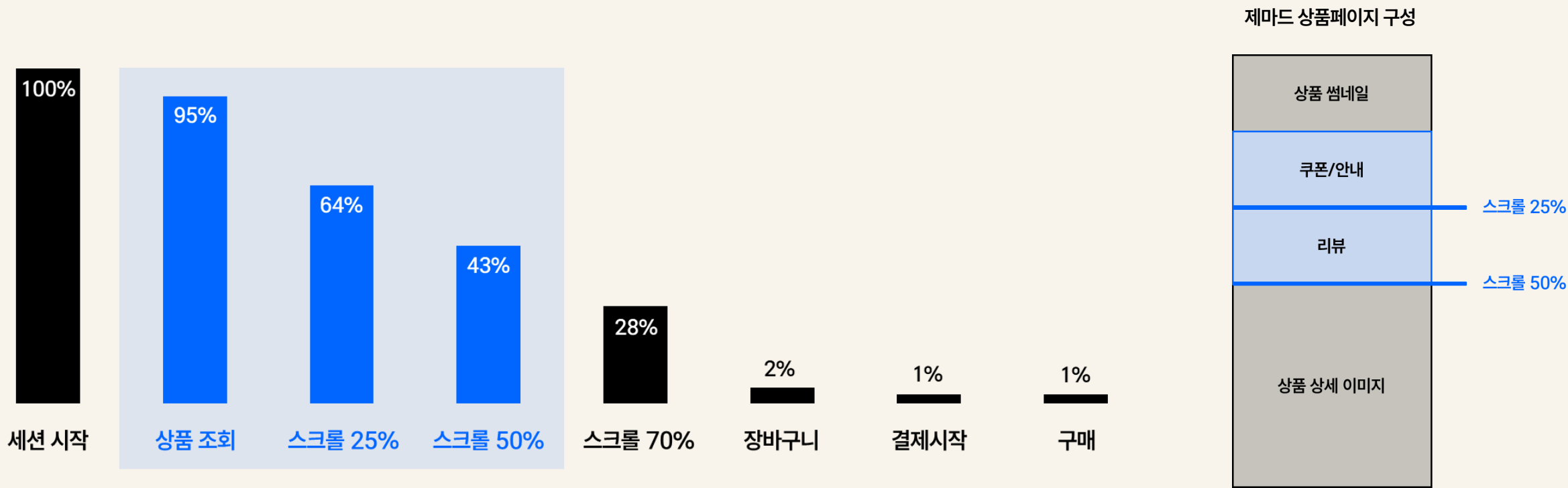


기간 : 2024.04.01 ~ 07.24

광고 클릭 후 장바구니 담기 없이 이탈한 유저가 93% 이상

META / GA4 분석 - 2) 홈페이지

GA4 스크롤 중심 고객 경로 분석



기간 : 24년 7월

META 광고를 통해 유입된 유저의 약 60%가 상품 상세 페이지조차 보지 않은 채 이탈

META / GA4 분석 - 2) 홈페이지

홈페이지 별 상품 상세 페이지 위치

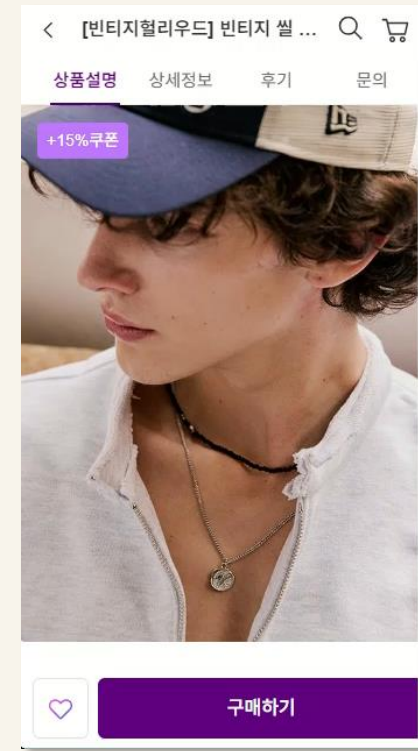
제마드



쿠팡



마켓컬리



제마드의 경우, 상품 상세 이미지를 보기까지 스크롤 60% 이상 소요
반면 쿠팡, 마켓컬리의 경우 스크롤 25% 내에서 상품 상세 확인 가능

META / GA4 분석

3) 상품

META / GA4 분석 - 3) 상품

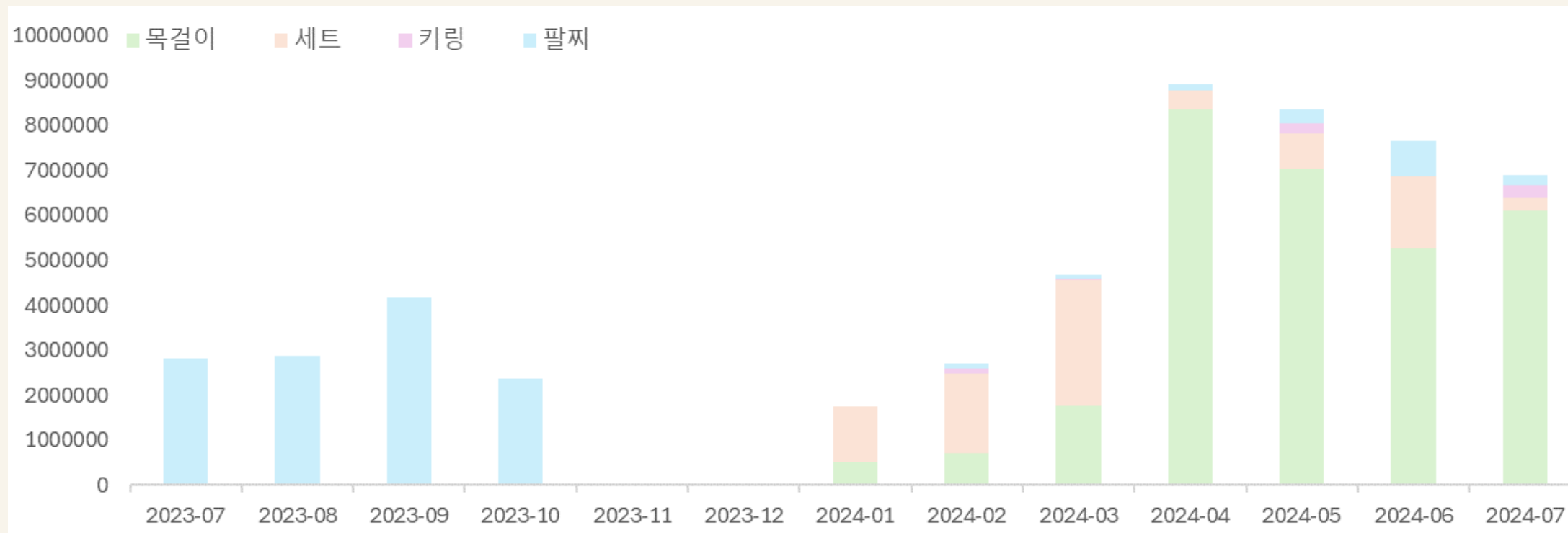
카테고리 별 광고 현황 (연도별)



23년엔 팔찌 광고 비율이 100%였지만 목걸이 출시 이후 24년엔 팔찌 광고 비중이 11.06%로 감소

META / GA4 분석 - 3) 상품

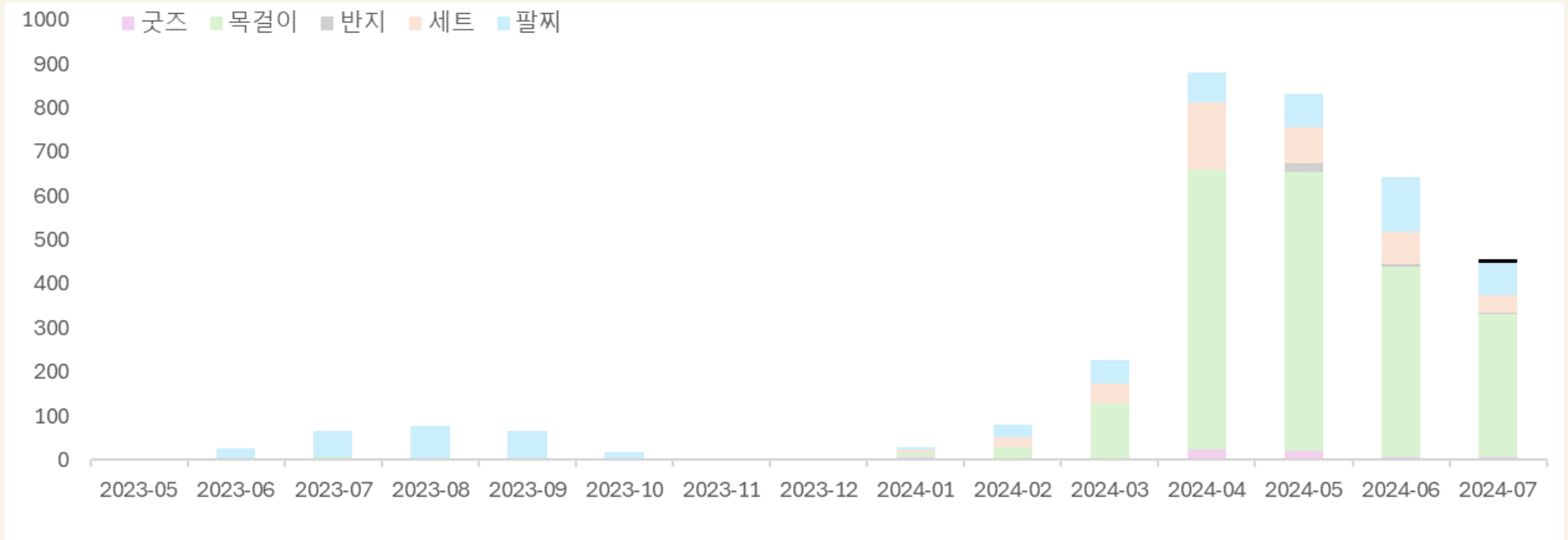
카테고리 별 광고 현황 (월별)



24년 월별 광고 비용이 전체적으로 증가하였으며, 목걸이 광고 비율이 급격히 증가

목걸이 광고 비율 ▲, 팔찌 광고 비율 ▼

카테고리 별 주문 현황(월별)



카테고리 별 주문 현황은 광고 현황과 같은 양상

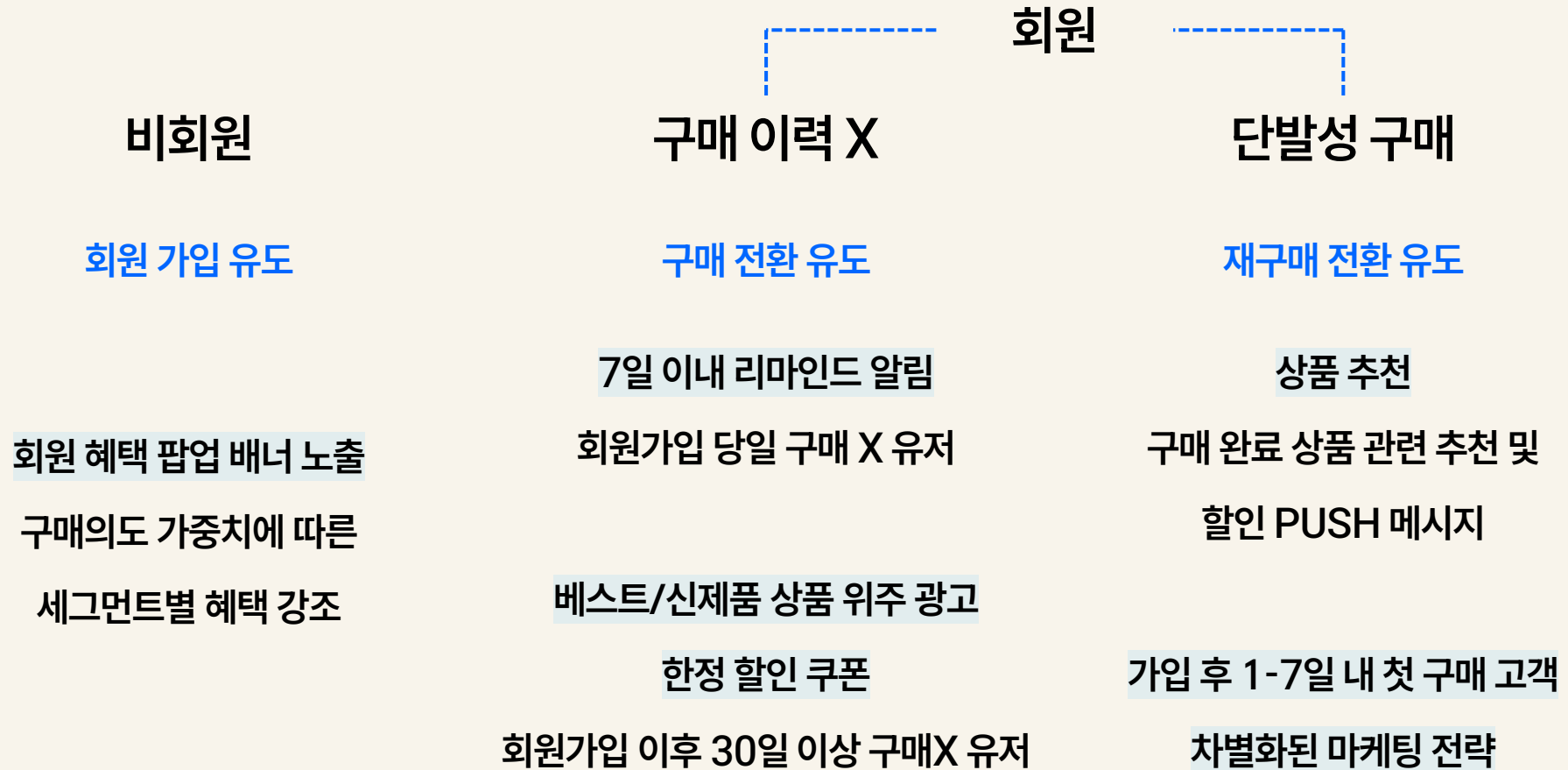
제안

- 1) 회원 유형 별 맞춤 전략 제안
- 2) 광고 전략 제안
- 3) 추가 제안

제안

1) 회원 유형 별 맞춤 전략 제안

회원 유형 별 맞춤 전략 제안



1) 회원 유형 별 맞춤 전략 제안

비회원 회원가입 유도 팝업 배너 노출

세그먼트	노출 우선순위	조건 ①	조건 ②	노출 팝업 / 혜택
장바구니 담기	1순위 구매의도 높음	비회원	장바구니에 상품 추가	회원가입 10% + 무료배송
특정 매체에서 유입	2순위 구매의도 중간		리퍼러 URL이 특정 매체 (Meta 등) 에서 유입	회원가입 10% + 무료 Gift Package
첫 방문	3순위 구매의도 보통	첫 방문	체류 시간 30초 이상 페이지 2회 이상 조회	회원가입 10%

비회원 대상
알파푸시

상품 페이지 조회

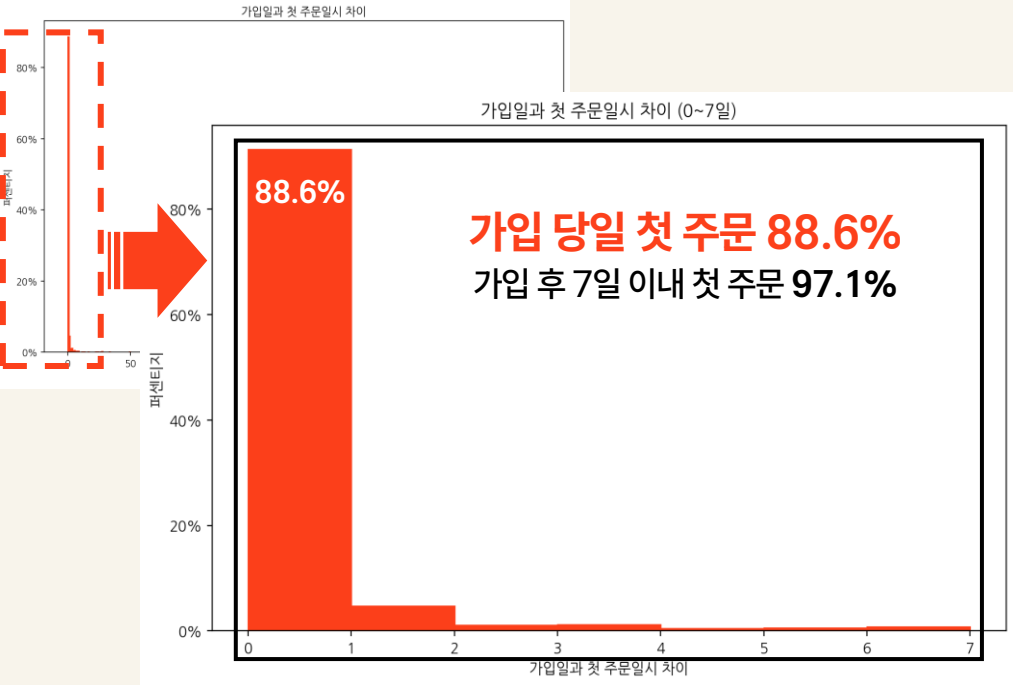
기존 회원 대상
알파업셀

장바구니 담기

장바구니 담기

1) 회원 유형 별 맞춤 전략 제안

구매 이력 없는 회원 가입 후 행동 별 맞춤 메시지 발송



회원가입 **당일**이 골든타임

1. 가입 당일 오후 8시까지 어떠한 액션도 없을 경우

(광고) gemade - 제마드

가이드	가이드	가이드	가이드	가이드	가이드
BEST gema_N040	BEST gema_N052	BEST gema_N065	BEST gema_N064	BEST gema_N061	BEST gema_N047
잘 나가는 상품 가져왔어요 📦	이것도 잘 나가요 📦	이것도 잘 나가요 II 📦	이것도 잘 나가요 III 📦	이것도 잘 나가요 IV 📦	이것도 잘 나가요 V 📦
첫구매 예정인 에 들어갈 ITEM 📦	gema_N052 📦 즉시 구매가 : 35,000원 📦	gema_N065 📦 즉시 구매가 : 38,000원 📦	gema_N064 📦 즉시 구매가 : 35,000원 📦	gema_N061 📦 즉시 구매가 : 36,000원 📦	gema_N047 📦 즉시 구매가 : 36,000원 📦
gema_N040 📦 즉시 구매가 : 36,000원 📦					
지금 보러가기	지금 보러가기	지금 보러가기	지금 보러가기	지금 보러가기	지금 보러가기

20시 45분 베스트 상품 추천 광고 메시지 발송

2. 가입 후 검색하거나 장바구니에 담은 상품이 있을 경우

(광고) gemade - 제마드

가이드	가이드	가이드	가이드	가이드	가이드
HOT gema_N037	FOR YOU gema_N030	FOR YOU gema_N040	BEST gema_N052	BEST gema_N065	BEST gema_N064
당아두신 gemma_N037 지금 1,583명이 둘러보고 있어요 📦	이 제품도 보셨어요 1 📦	이 제품도 보셨어요 2 📦	이것도 잘 나가요 📦	이것도 잘 나가요 II 📦	이것도 잘 나가요 III 📦
📦 품점되기 전에 빠르게 확인하세요 📦	gema_N030 📦 판매가 : 38,000won	gema_N040 📦 판매가 : 36,000won	gema_N052 📦 즉시 구매가 : 35,000원 📦	gema_N065 📦 즉시 구매가 : 38,000원 📦	gema_N064 📦 즉시 구매가 : 35,000원 📦
장바구니 상품보기	지금 보러 가기	지금 보러 가기	지금 보러가기	지금 보러가기	지금 보러가기

장바구니에 담은 상품 → 검색한 상품 → 베스트 상품 순으로 광고 메시지 발송

1) 회원 유형 별 맞춤 전략 제안

구매 이력 없는 회원

3. 가입 후 1 ~ 7일 이내 액션이 없는 경우

(광고) gemade - 제마드

BEST

gema_N040

고객님,
혹시 구매를 잊진 않으셨나요?

그래서 가져온 제마드 BEST 상품

회원가입 10% 할인쿠폰도
잊지 마세요!

지금 보러가기

BEST

gema_N052

이것도 잘 나가요 🍷

gema_N052

즉시 구매가 : 35,000원 ✨

지금 보러가기

BEST

gema_N065

이것도 잘 나가요 II 🍷

gema_N065

즉시 구매가 : 38,000원 ✨

지금 보러가기

회원가입 10% 할인 쿠폰 리마인드 + 베스트 상품 추천 광고 메시지 발송

4. 가입 후 1 ~ 7일 이내 검색하거나 장바구니에 담은 상품이 있을 경우

(광고) gemade - 제마드

HOT

gema_N037

담아두신 gema_N037

지금 1,583명이 둘러보고 있어요 🍷

회원가입 10% 할인쿠폰도
잊지 마세요!

장바구니 상품보기

FOR YOU

gema_N030

이 제품도 보셨어요 🍷

gema_N030

판매가: 38,000won

지금 보러 가기

FOR YOU

gema_S014

고객님 맞춤 추천 제품 1

gema_S014

판매가: 63,000won

지금 보러 가기

FOR YOU

gema_N040

고객님 맞춤 추천 제품 2

gema_N040

판매가: 36,000won

지금 보러 가기

10% 할인쿠폰 리마인더 +

장바구니에 담은 상품 → 검색한 상품 → 연관 상품 순으로 광고 메시지 발송

49

1) 회원 유형 별 맞춤 전략 제안

구매 이력 없는 회원

5. 가입 7 ~ 30일

(광고) gemade - 제마드

 NEW gema_S022 고객님 안녕하세요 🍷 신제품이 나왔어요 🎉 상품명: gema_S022 ⚡즉시 구매가 : 53,000원⚡ 회원가입 10% 할인쿠폰도 잊지 마세요! 지금 보러가기	 NEW gema_R004 이 제품도 새로 나왔어요 1 상품명: gema_R004 ⚡즉시 구매가 : 19,000원⚡ 지금 보러가기	 NEW gema_S021 이 제품도 새로 나왔어요 2 상품명: gema_S021 ⚡즉시 구매가 : 52,000원⚡ 지금 보러가기
---	---	---

오랜만에 방문하신 회원님을 위한

깜짝 배송비 무료 쿠폰

배송비 무료

(단 오늘까지만!)

[쿠폰 받고 주문하러 가기](#)

회원가입 10% 할인 쿠폰 리마인더 + 신제품 광고 / 로그인 시 당일 한정 쿠폰 지급

6. 가입 후 30일 경과

ge
ma
de

5% + 10%

고객님만을 위한 기간 한정
5% 추가 할인 쿠폰!

회원가입 10% 할인쿠폰과 함께
사용하세요!

요즘 잘 나가는 상품도 같이 가져왔어요

지금 쿠폰 받으러 가기

BEST

gema_N052

이것도 잘 나가요 ☺

gema_N052

❖ 즉시 구매가 : 35,000원 ❖

지금 보러가기

BEST

gema_N065

이것도 잘 나가요 II ☺

gema_N065

❖ 즉시 구매가 : 38,000원 ❖

지금 보러가기

BEST

gema_N064

이것도 잘 나가요 III ☺

gema_N064

❖ 즉시 구매가 : 35,000원 ❖

지금 보러가기

오랜만에 방문하신 회원님만을 위한
깜짝 배송비 무료 쿠폰

배송비 무료
(단 오늘까지만)

쿠폰 받고 주문하러 가기

기간 한정 5% 추가 할인 쿠폰 지급 (+10% 할인 쿠폰 리마인더)

회원 유형 별 맞춤 전략 제안

회원 단발성 구매 고객의 재구매 유도

① 회원 가입

.....

가입 - 첫 구매까지 소요 기간
1~7일 고객 대상

세그먼트	평균 주문금액	평균 결제금액
0일	62536	50459
1~7일	67359	56315
7일 초과	60379	48228

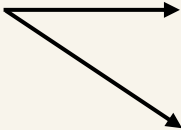
② 첫 구매

...

③ 상품 추천 - 카카오톡 메시지 발송

N037

구매상품 예시

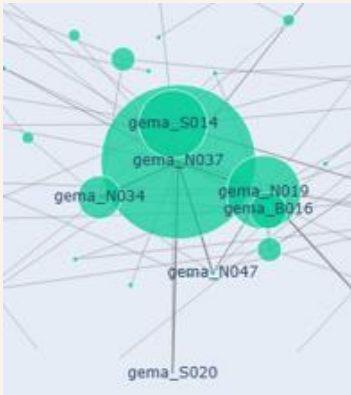


S020

N047

⋮

재구매 고객의
주문 상품 네트워크 기반



000님 취향저격할 아이템을 소개해요 🥰

안녕하세요 000님 ❤️
첫구매 하신 gema_N037 상품은 잘
받으셨나요?

동일 상품을 구매하신 다른 고객님들은
S020 상품을 가장 많이 구매했어요.

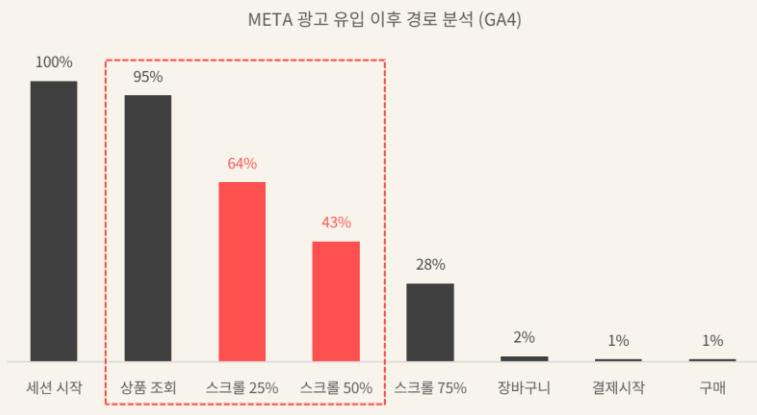
해당 상품 구경하기

제안

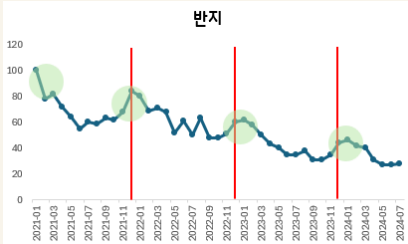
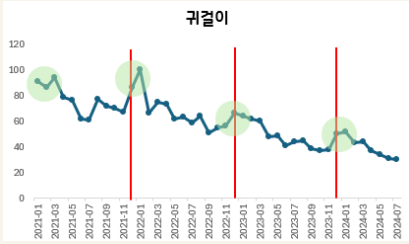
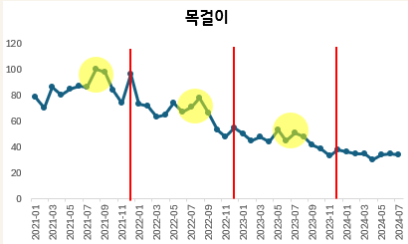
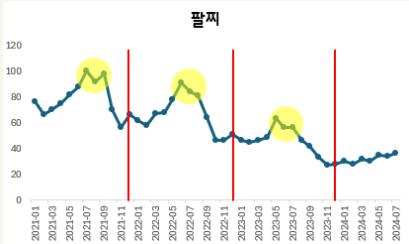
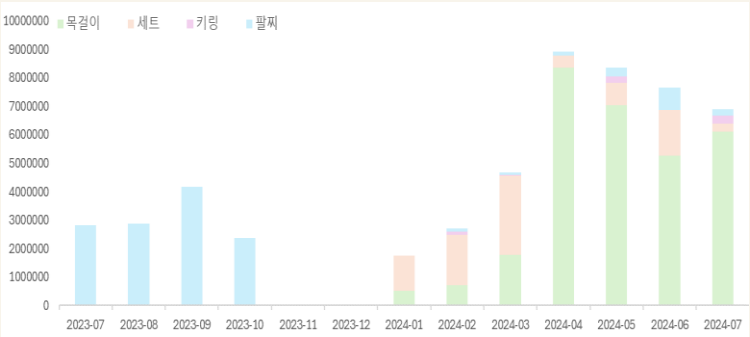
2) 광고 전략 제안

2) 광고 전략 제안

1. 상품 상세 페이지 구조 개선



2. 목걸이 외 다른 카테고리 광고 전략 고안



제안

3) 추가 제안

3) 추가 제안 – CRM : 회원 등급 세분화



신규 가입 시 자동 부여

신규 가입 10% 할인 쿠폰 (3개월 내 사용 가능)

적립금 적립 비율 1%

10만원 이상 구매 시 무료 배송



최근 6개월 누적 결제금액 5만원 이상 + 주문횟수 2건 이상

승급 축하 10% 할인 쿠폰 (1개월 내 사용 가능)

적립금 적립 비율 3%

7만원 이상 구매 시 무료 배송

생일 축하 10% 할인 쿠폰 (1개월 내 사용 가능)



최근 6개월 누적 결제금액 20만원 이상 + 주문횟수 5건 이상

승급 축하 15% 할인 쿠폰 (1개월 내 사용 가능)

적립금 적립 비율 5%

5만원 이상 구매 시 무료 배송

생일 축하 15% 할인 쿠폰 (1개월 내 사용 가능)

무료 사은품 증정 (키링 or 3만원 이내 상품 중 택1)



최근 6개월 누적 결제금액 50만원 이상 + 주문횟수 10건 이상

승급 축하 20% 할인 쿠폰

적립금 적립 비율 10%

구매 금액 상관없이 무료 배송

생일 축하 20% 할인 쿠폰 (1개월 내 사용 가능)

무료 사은품 증정 (5만원 이내 상품 택1)

등급 유지 시 매월 10% 할인 쿠폰 지급

서포터즈 희망 시 신제품 협찬 등

3) 추가 제안 – CRM : Referral

친구 초대

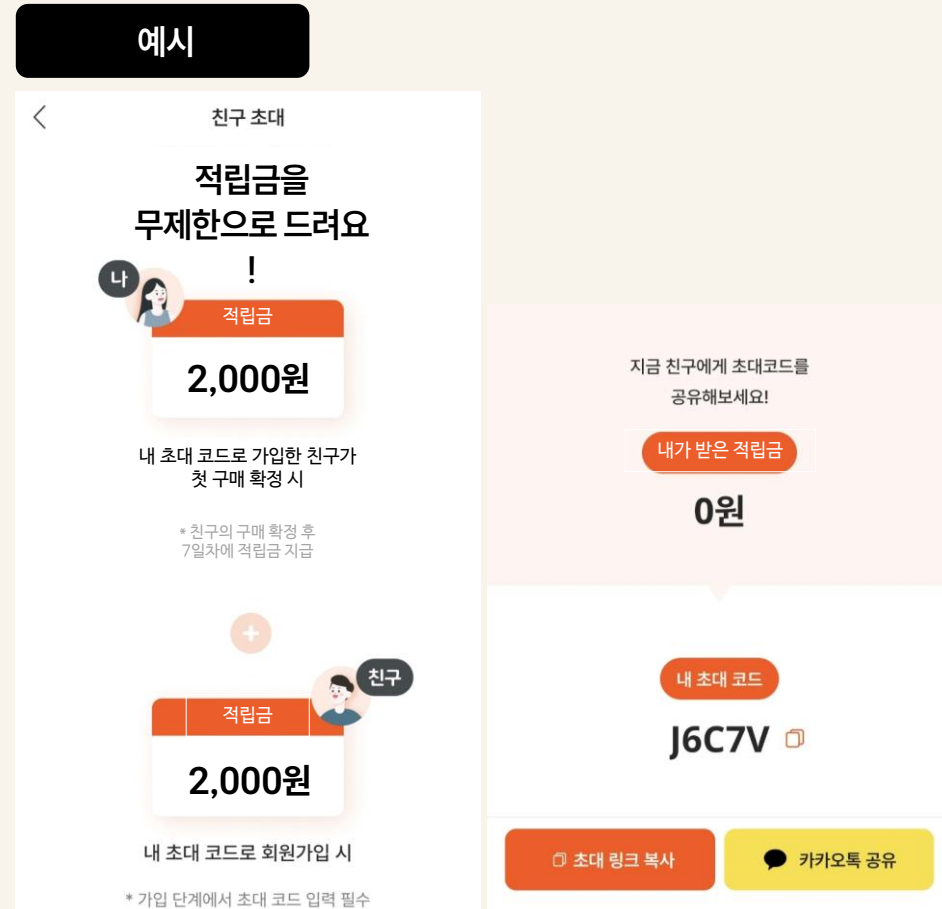


SNS 광고 대비 저비용 고효율 신규 고객 유입 전략

기존 고객의 긍정적 경험으로부터 이어진 **추천**을 통해 유입되기 때문에

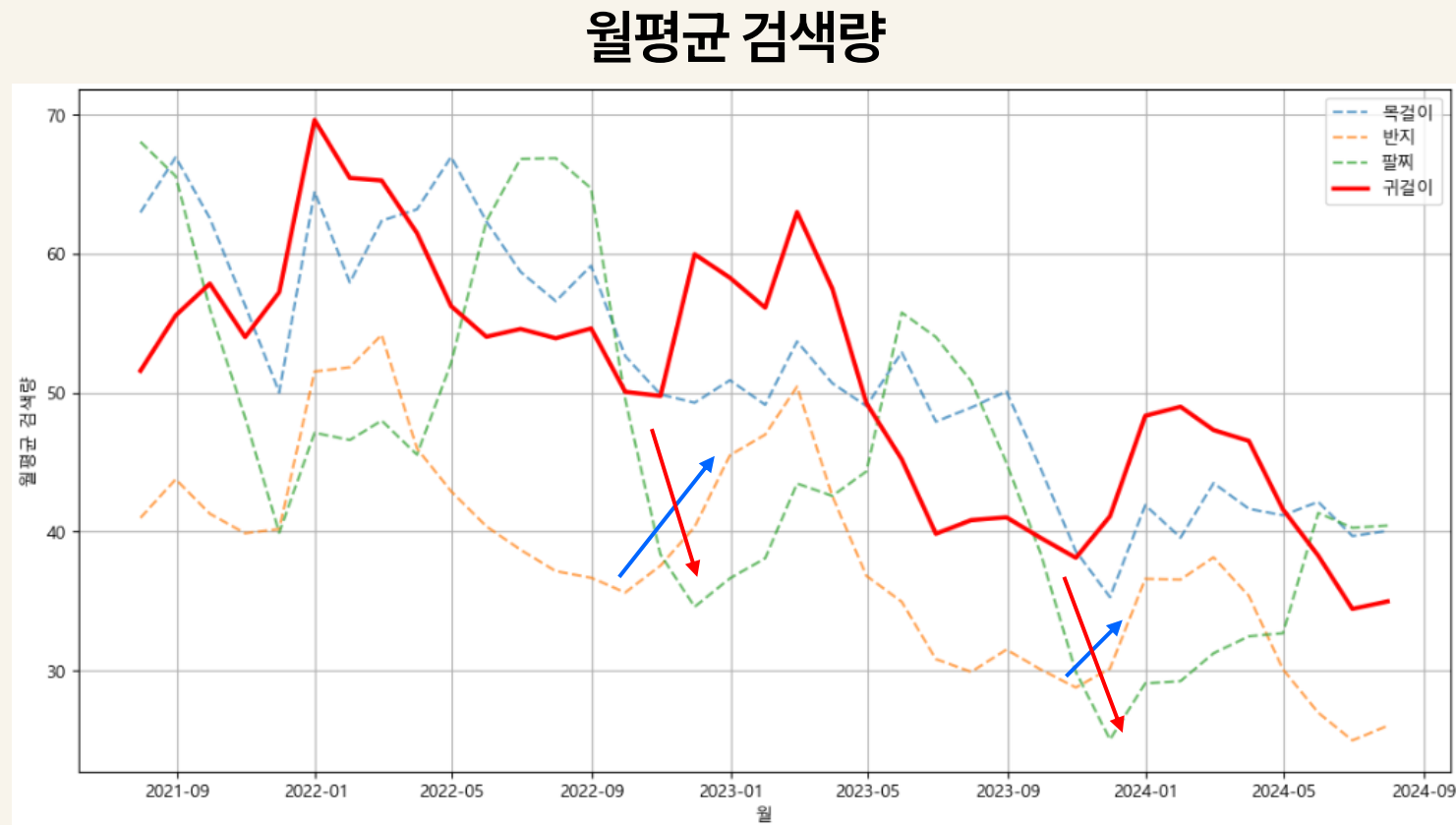
SNS 광고 유입 고객 대비 브랜드 신뢰도 ↑

보상 제공을 통한 추천인의 충성도 ↑



* 이미지 참조 : 데일리샷

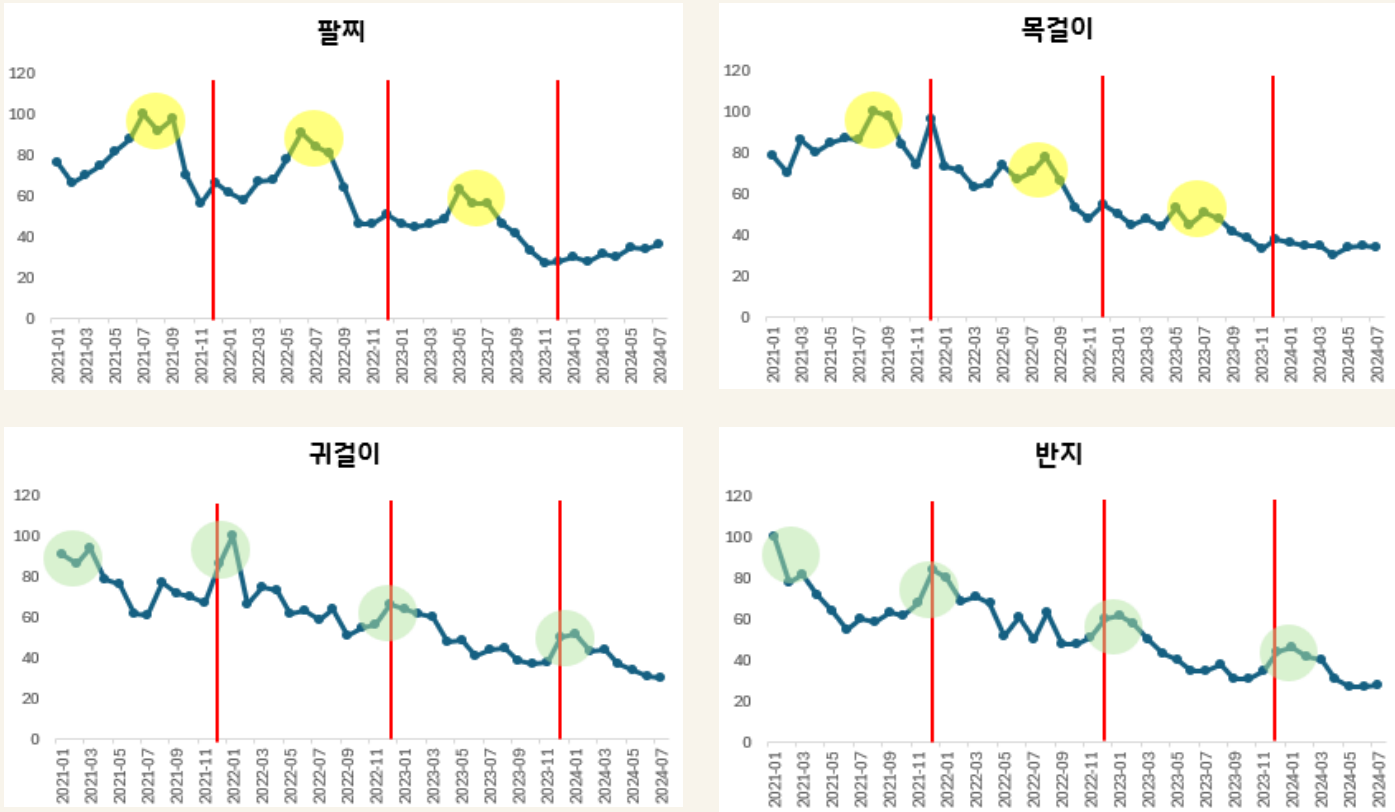
3) 추가 제안 - 상품 다각화



귀걸이가 다른 카테고리보다 검색량이 많다는 것을 알 수 있으며, 계절에 따라 제품별 검색량이 다르게 나타남

3) 추가 제안 - 상품 다각화

카테고리 별 검색량

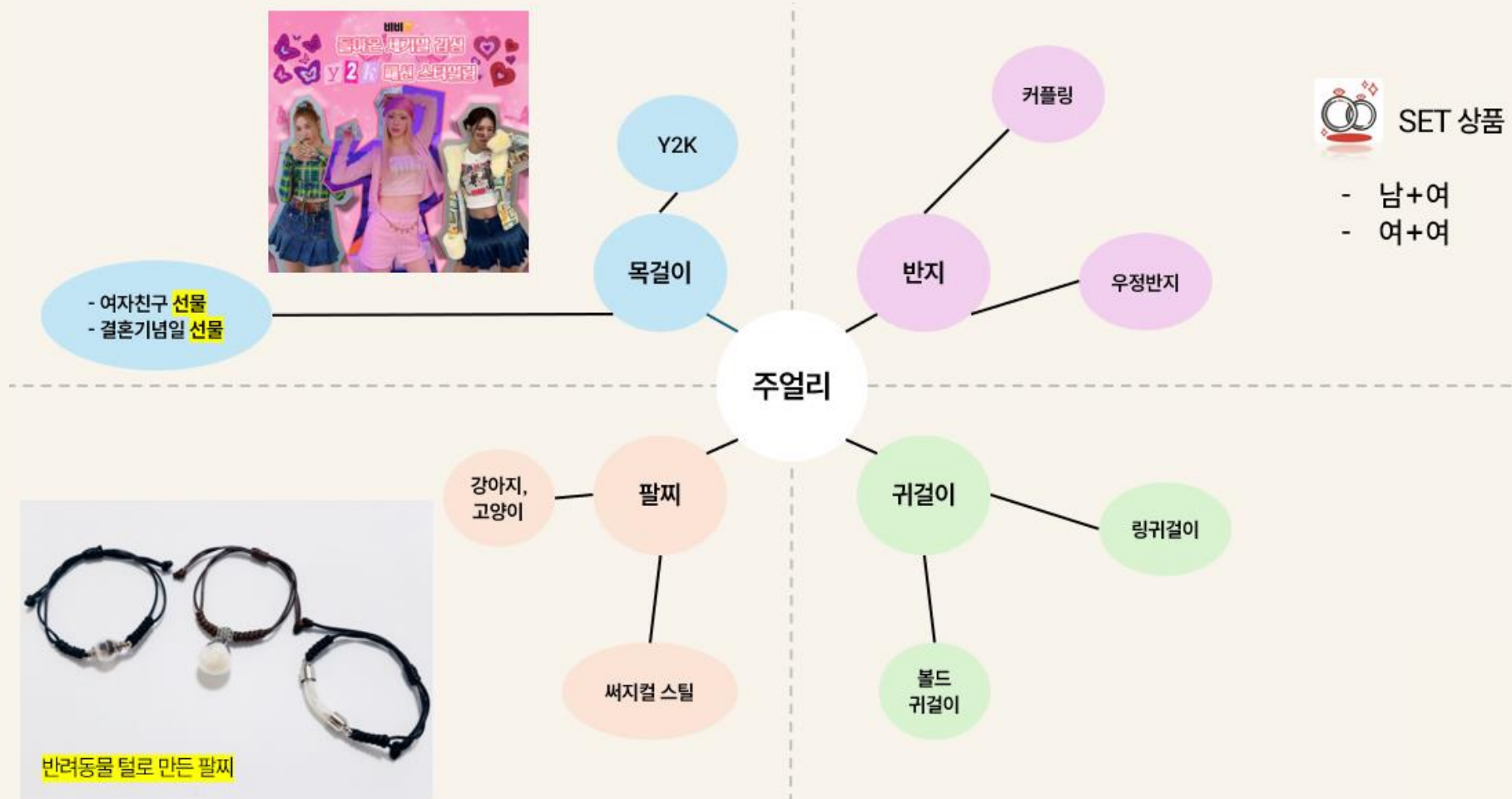


카카오 데이터 트렌드 (2021.01 ~ 2024.07)

팔찌, 귀걸이는 5월~7월 / 귀걸이, 반지는 11월~1월에 검색량이 많음

3) 추가 제안 - 상품 다각화

카테고리 별 인기 태그



3) 추가 제안 - 상품 다각화

하반기 상품 다각화 제안

[AS-IS]



목걸이 & 팔찌에 치중된 제품 포트폴리오

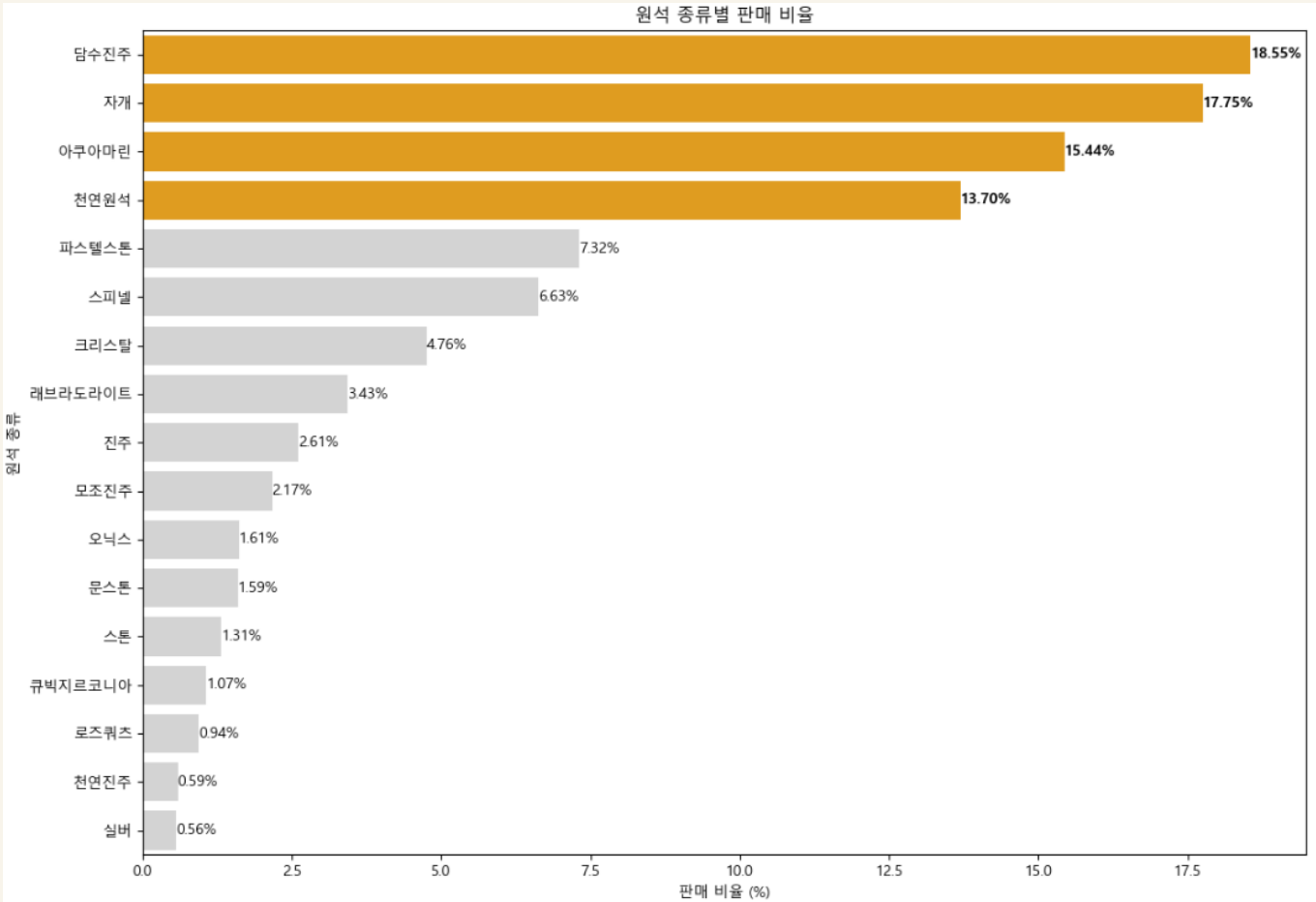
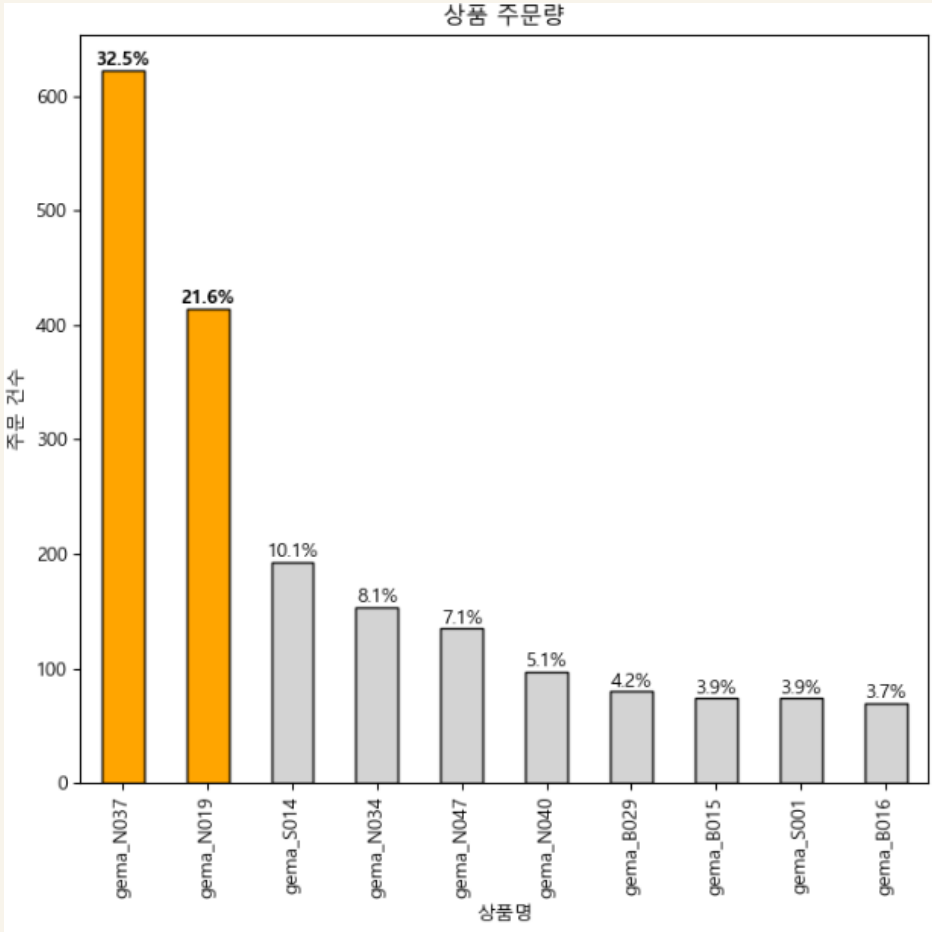
[TO-BE]



*이미지 출처: [라피네] 진주 메탈 도트 비즈 포인트 미디움 가벼운 포인트 데일리 귀걸이

하반기 트렌드에 맞는 반지 & 귀걸이 신제품 출시 및 홍보

3) 추가 제안 - 신규 고객 마케팅 전략

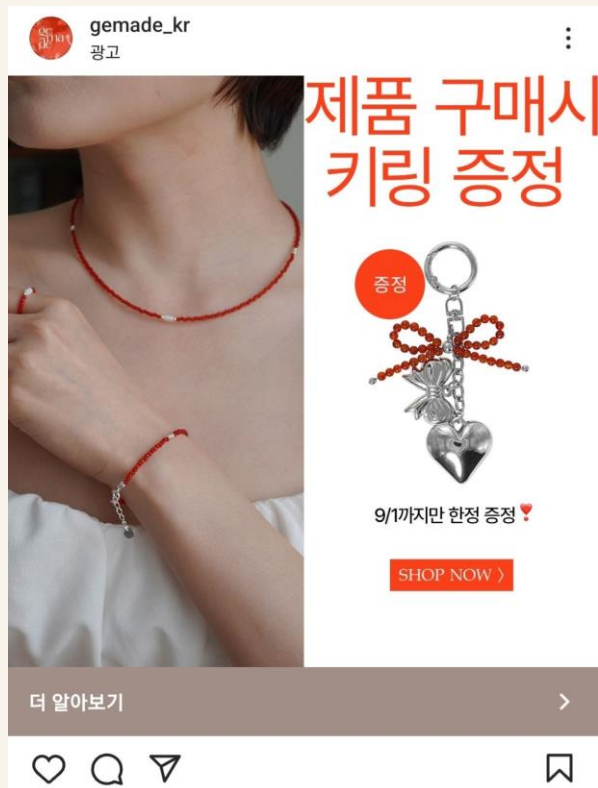


현재 광고전략은 인기 상품에만 집중되어 있어, 판매 집중 현상이 보임.

3) 추가 제안 - 신규 고객 마케팅 전략

제마드의 '내/외면 아름다움' 키워드에 맞는 새로운 광고 제안

[기존 전략]



[New 전략]



내면 MBTI → 내면과 매칭되는 제품 추천



외면 퍼스널컬러 → 퍼스널컬러와 매칭되는 제품 추천

3) 추가 제안 - 신규 고객 마케팅 전략

ge ma de

내면 | 외면

나의 내면과 어울리는 주얼리를 찾아보세요!

MBTI 유형:

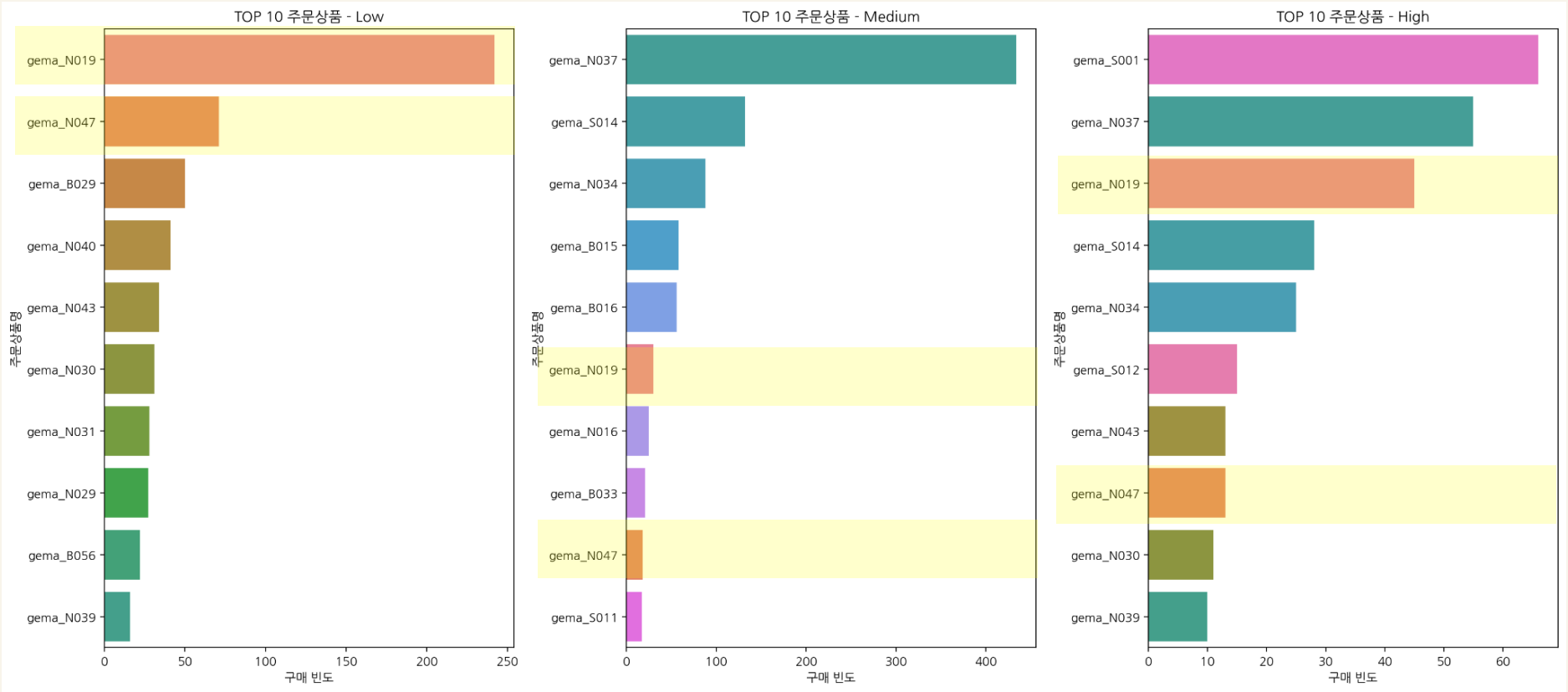
[유형을 모르시나요?](#)

감사합니다😊

Appendix

고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X Monetary

구매 금액 기준 세그먼트 별 Top10 주문상품

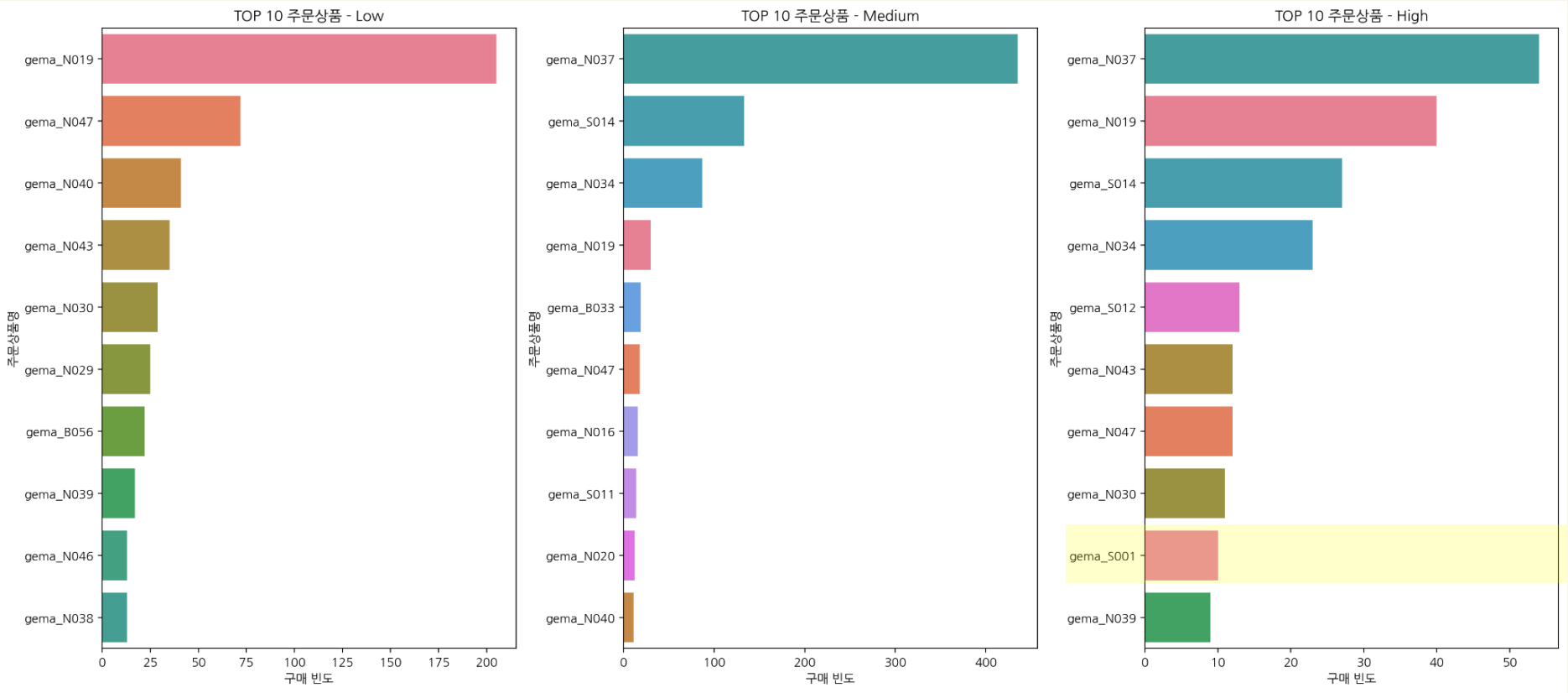


N019 / N047은 모든 그룹의 TOP 10 안에 든 인기 상품

Low 그룹에게 Medium & High 그룹이 많이 구매한 N037 / S014 / N034 등의 상품 제안 추천

고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X Monetary

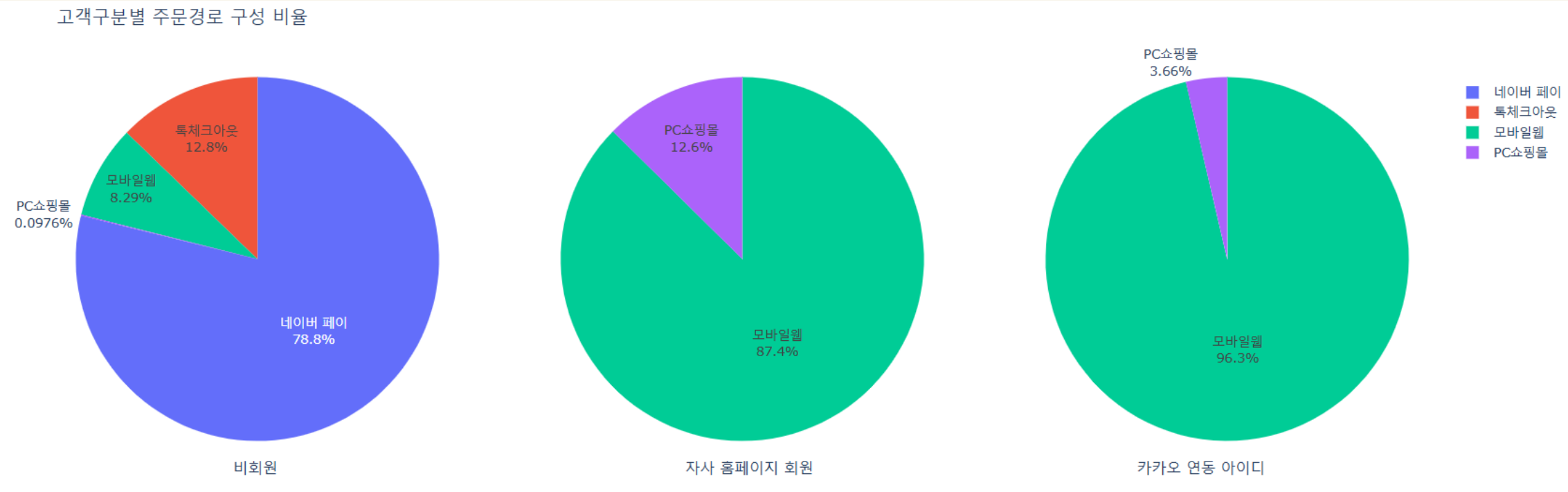
구매 금액 기준 세그먼트 별 Top10 주문상품 (24년 4월 이후)



Medium 그룹에서 B015, B016 팔찌 제품이 순위에서 사라지고, High 그룹에서 S001 제품이 9위로 밀려남

고객 세분화 및 행동 분석 - 고객 유형 X 주문 경로

회원 가입 후 사용 불가능한 간편 결제 기능



네이버페이, 톡체크아웃 등 간편 결제는 현재 비회원만 가능한 주문 경로
간편 결제 기능을 사용하지 못한다는 것은 회원 가입 Block 요인으로 작용할 수 있음