

## 데이터 인사이트

1. **VIP 고객의 연령대는 30대가 압도적으로 많음**
    - 전체 VIP 중 30대 비중이 가장 높게 나타남
  2. **주요 구매품목은 '식품'과 '패션(의류)'**
    - 이 두 카테고리의 구매 빈도가 다른 품목 대비 뚜렷하게 높음
  3. **VIP 직업군은 '사업가'가 최다**
    - 사업가 직업군이 VIP 집단에서 비중이 가장 큼
    - 경제적 여유와 "나를 위한 소비" 경향이 강한 고객군으로 추정
- 

## 마케팅 전략 제안

1. **30대 타겟 집중 캠페인**
    - "30대를 위한 맞춤 식품·패션 특가전"
    - 30대 라이프스타일에 맞는 신제품/한정판 우선 노출
    - 30대 전용 할인쿠폰(특정 요일, 특정 시간 타겟)
  2. **사업가 VIP를 위한 프리미엄 서비스**
    - 맞춤 식단, 트렌디 패션 셀렉션 큐레이션 제공
    - 사업가 네트워킹/비즈니스 관련 부가 혜택(전문가 컨설팅, VIP 라운지 등)
    - 대량 구매·선물 서비스, "사업가 추천" 테마 프로모션
  3. **식품·패션 중심 "신상/트렌드" 정보 제공**
    - 신제품 출시·이벤트, 시즌별 인기 제품 큐레이션
    - 사업가 대상 '프리미엄 식품/패션 체험단', 리뷰 프로그램
  4. **VIP 등급 업그레이드 혜택 연계**
    - 30대·사업가 VIP를 위한 등급 유지, 추가 적립금, 특별 초대장 등
    - 장바구니 이탈 방지용 리마인드 메시지, 단골 맞춤 리워드
-

## 결론

“VIP 고객 집단은 30대, 사업가 직업군이 다수를 차지하며,

식품 및 패션 카테고리에서의 구매 빈도가 뚜렷하게 높게 나타난다.

따라서 30대 사업가를 메인 타겟으로 식품·패션 중심의 프리미엄 맞춤 프로모션, 전용 혜택, 큐레이션 서비스 등 고객 라이프스타일에 직접적으로 연관된 마케팅 전략을 추진하는 것이 효과적일 것으로 기대된다.”