



## 고객 이탈 예측과 LTV를 기반으로 한 마케팅 전략(프로젝트 404)

### 고객 평생 가치 (LTV, Lifetime Value)

#### 고객 평생 가치란?

- \*고객 평생 가치(Lifetime Value, LTV)\*\*는 한 고객이 기업과의 관계에서 창출하는 총 가치를 평가하는 중요한 지표입니다. 고객이 평생 동안 얼마나 많은 금액을 소비할 것인지를 예측하는 데 사용되며, 이를 통해 기업은 **고객의 장기적인 가치를 평가**하고, 이를 바탕으로 **효율적인 마케팅 전략**을 수립할 수 있습니다.

#### LTV 공식

고객 평생 가치 (LTV) = 누적 구매 금액 × 고객 충성도 지수

#### 공식 설명

- **누적 구매 금액:** 고객이 현재까지 구매한 총 금액
- **고객 충성도 지수:** 고객이 지속적으로 특정 브랜드/기업에서 구매할 가능성을 나타내는 값 (0~1 사이)

LTV 값이 높을수록 고객이 **장기적으로 더 많은 돈을 소비할 가능성**이 크다는 것을 의미하며, 기업은 이를 통해 **고객 유지 전략**과 **맞춤형 마케팅**을 진행할 수 있습니다.

### 할부 여부를 통한 고객 행동 분석

할부 여부는 고객의 **재정적 의사결정**과 **구매 습관**을 분석하는 데 중요한 지표가 될 수 있습니다. 특히, **4천만 원 이상의 고급차**를 구매하는 고객은 **할부나 리스 이용 확률이 높아지며**, 이는 고객의 **이탈 가능성을 낮추고 장기적인 고객 관계 유지**를 돕는 중요한 요소로 작용할 수 있습니다.

#### 할부 여부 기준 (국내 신차 구매 시)

- **4천만 원 이상 차량**은 대부분 **할부/리스**를 이용하여 구매하는 경향이 강합니다.
- **차종 및 가격대**에 따라 할부 이용률이 달라지며, 특히 **\*\*중형차급 이상(SUV, 세단, 전기차)\*\***에서는 할부를 많이 이용합니다.

차종	가격대 (예시)	할부 이용 여부
현대 아반떼 (CN7 N)	약 3,500만 원	할부 이용 가능 (40%)
기아 쏘렌토 (HEV)	약 4,500만 원	할부 이용 확률 높음 (70%)
제네시스 G80	약 6,500만 원 이상	대부분 할부/리스 이용

## 할부 기준 공식

$$LTV = \text{총 할부 금액} / \text{구매 가격} \times 100$$

- **할부율이 높은 이유:**
  - **초기 비용 부담 완화:** 할부를 통해 초기 부담을 줄이고, 월 상환이 가능해짐.
  - **저금리 자동차 금융 상품 활성화:** 저금리 할부 상품을 통해 구매력이 향상됨.
  - **월 할부 상환 가능 고객 증가:** 할부로 구매하는 고객은 **재정적 안정성**이 높고, 이탈 확률이 낮은 경향이 있음.

## 자동차 구매 시 할부 금융 이용률 (금융감독원 기준)

- **3천만 원 이하 차량** → 약 **40%**가 할부 사용
- **4천만 원 이상 차량** → **70%** 이상이 할부 사용
- **고가 차량일수록 현금 일시불 구매 비율이 낮음:** 고급 차량의 경우 현금으로 일시불 구매하는 고객이 적고, 대부분 **할부나 리스**를 선택함.

## 할부 금융 데이터를 통한 LTV 예측

- **차량 가격과 금융 패턴**을 기반으로 고객의 **LTV**를 예측할 수 있습니다.
- 특히 **4천만 원 이상의 차량** 구매 시, **할부 이용 고객**은 **장기적인 관계**를 유지할 가능성이 높아, 이들의 **LTV**를 더 높게 평가할 수 있습니다.

## 이탈을 막고 충성도를 높이는 맞춤형 전략

LTV는 고객이 우리 브랜드에 얼마나 가치를 창출할 수 있는지를 평가하는 강력한 지표입니다. 이를 기반으로, 고객의 **이탈을 예측하고, 충성도를 높이는 맞춤형 전략**을 설계할 수 있습니다. 고객의 **구매 금액, 구매 횟수, 고객 충성도 지수** 등을 활용하여 고객의 장기적인 가치를 정확하게 예측하고, 이탈을 방지하는 전략을 수립합니다.

### 1. 이탈 예측 및 맞춤형 프로모션

- **고객의 이탈 확률을 예측하고, 이탈 위험 고객에게 맞춤형 혜택을 제공하여 이탈을 방지합니다.** 예를 들어, **할부 이용 고객**에게는 **할부 리스 상품 관련 혜택**이나 **할부 상환 이벤트**를 제공하여 충성도를 강화할 수 있습니다.

### 2. 고가치 고객 관리

- **LTV가 높은 고객**에게는 **VIP 프로그램, 프리미엄 서비스**를 제공하여 **고객 충성도**를 강화하고, 이들이 장기적으로 브랜드와 관계를 유지하도록 유도합니다.

### 3. 할부 이용 고객 집중 마케팅

- 할부를 이용한 고객에게 장기적인 관계 유지를 위한 맞춤형 서비스나 특별 할인 등을 제공하여, 고객의 충성도를 높이고, 이탈을 방지합니다.

---

## 결론: LTV를 통한 고객 이탈 방지 및 충성도 향상 전략

고객 평생 가치는 고객이 기업과의 관계에서 창출할 총 가치를 예측하는 중요한 지표입니다. 할부 이용 여부와 차량 가격대를 기준으로 LTV를 예측하고, 이를 바탕으로 이탈 가능성을 파악하여 충성도 높은 고객을 유지하는 전략을 수립할 수 있습니다.

프로젝트404는 AI 기반 LTV 예측 모델을 활용하여 고객 이탈을 방지하고, 고가치 고객의 충성도를 높이는 전략을 통해 매출 증대와 ROI 최적화를 달성하는 프로젝트입니다.

감사합니다.

추가자료 : 국토교통부 자동차 등록통계 (stat.molit.go.kr)

- 자동차등록대수현황 시도별 (202301 ~ 202502)
- 자동차 등록 대수, 차종별 등록 현황, 연령별 자동차 보유