

# 골목약국의 성장방안 그 해답을 데이터로 찾다

# # intro 1 - 골목약국의 경쟁 심화

## 약국의 경영난



- 코로나19 영향 병원 처방·손님 ↓

## 디지털 전환 (원격의료)

### 국내 원격의료 주도하는 3대 플랫폼

서비스명	월간 활성 사용자(MAU)	사업모델
goodoc 굿닥	150만명	병원·약국 찾기 및 비대면 예약·접수·진료
뽕닥 뽕닥	95만명	전자 의무기록(EMR)과 연동한 진료예약
닥터나우 닥터나우	10만명	모바일 진료 및 처방약 배달

- 코로나19 계기로 원격의료 제도 개선
- 원격의료 플랫폼은 급속도로 성장중

## # intro 2 – Data Driven



‘데이터’라는 근거를 통한 골목약국의 ‘차별화’ 방안 고민

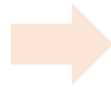
# 분석 목적

---

## 활용데이터

---

- 온누리약국\_POS\_판매데이터
- 코로나 확진 데이터(외부)
- 네이버 쇼핑 트렌드 데이터(외부)



---

## 분석 목적

---

데이터 분석을 통해,  
코로나 시대, 디지털 전환 시대의  
✓ 골목약국의 성장방안 도출

# 분석 프로세스

## 1. 데이터 검토(12.14)

- 온누리약국\_POS\_판매데이터  
'20.1월 ~ 21.9월 (일별)

## 2. 데이터 전처리 및 시각화 (12.15)

- ✓ 일 → 주별데이터 변환
- ✓ 카테고리별 클러스터링
- ✓ 데이터 시각화

## 3. 인사이트 및 제안 도출(12.16-17)

- ✓ 인사이트 및 제안 도출
- ✓ 발표자료 제작

- 코로나 확진 데이터(외부)
- 네이버 쇼핑 트렌드 데이터(외부)

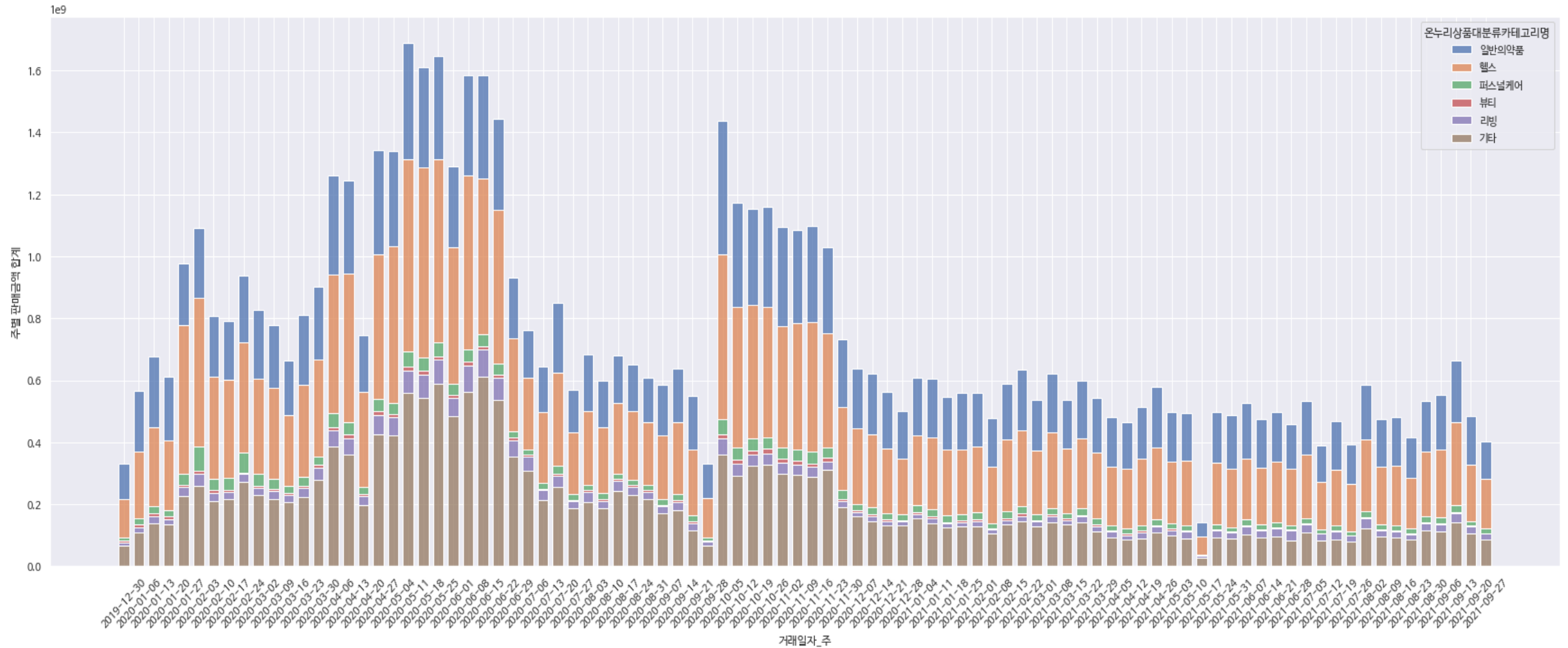
# 분석 단계(분석 목차)

1. 데이터 분석 및 시각화
2. (분석결과) 인사이트 및 제안 도출

# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 주별 판매금액 추이

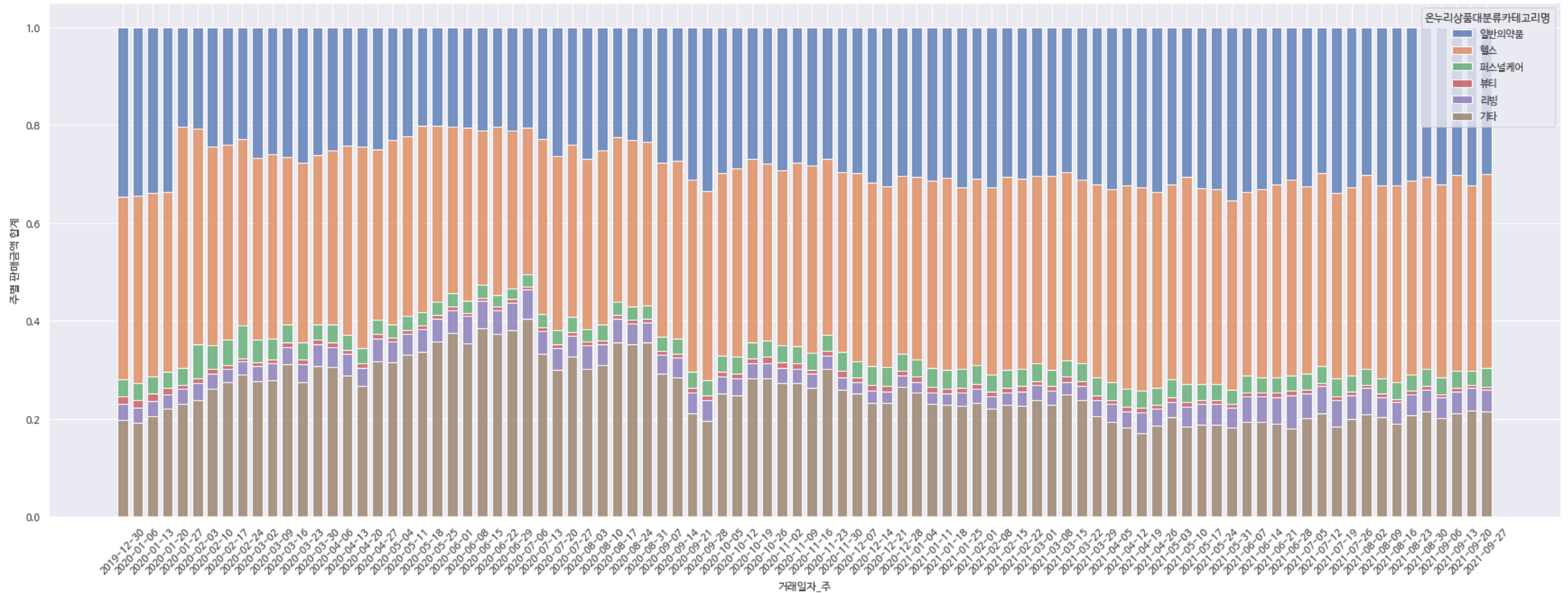
- 대분류 카테고리 '헬스', '일반의약품'이 높은 비중을 차지함
- 판매금액 추이 변화가 큰 관계로 → **상품별 판매금액 비중**으로 분석을 진행



# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 주별 판매금액 추이

- 대분류 카테고리 '헬스', '일반의약품'이 높은 비중을 차지함
- 판매금액 추이 변화가 큰 관계로 → **상품별 판매금액 비중**으로 분석을 진행





## 2. 데이터 분석 및 시각화

### 온누리약국\_POS\_판매데이터 상품별 클러스터링

- 대분류 카테고리는 6개에 불과해 → 구체적인 상품을 분석하기 위해 소분류 카테고리 활용(276개)
- 소규모 카테고리를 그룹화하여 분석하고자 → 주별 판매금액 추이를 통한 클러스터링 수행
  - 판매추이를 잘 반영하기 위해 standardscaler 적용
  - AgglomerativeClustering(n\_clusters=3) 수행 및 덴드로그램 시각화

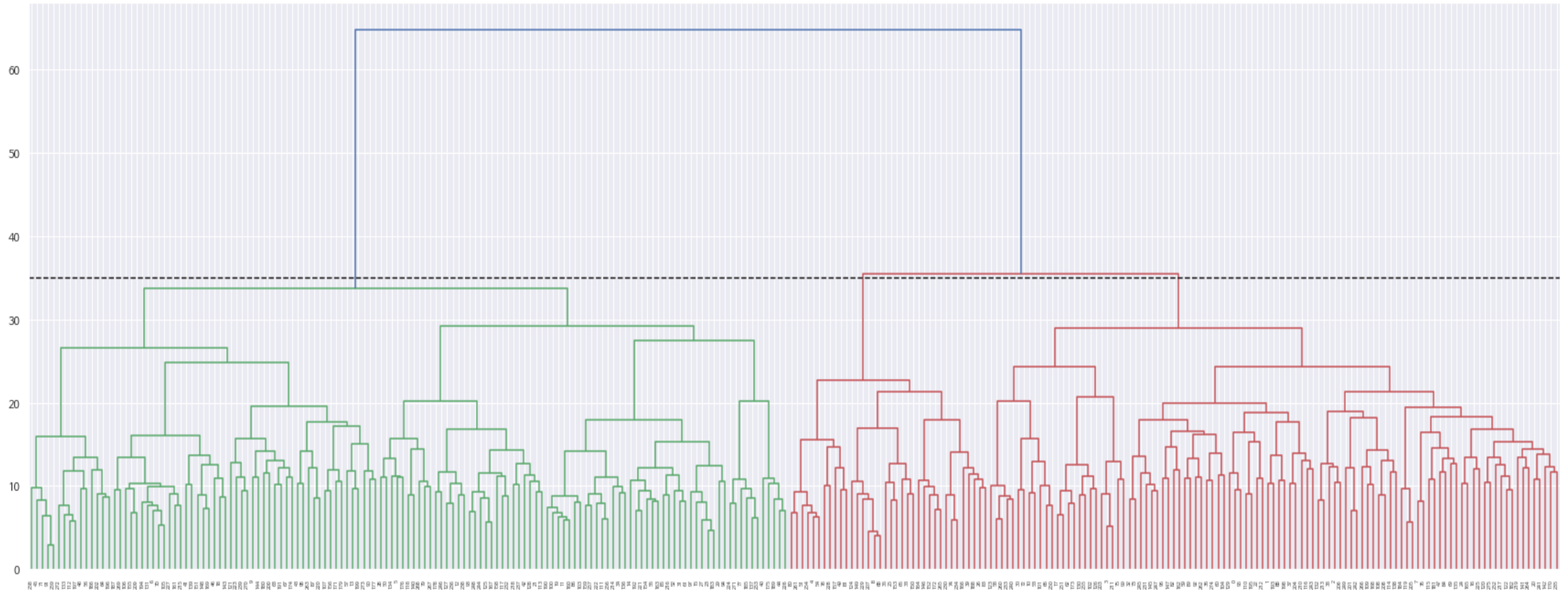
대분류 카테고리	소분류 카테고리
헬스	종합비타민/비타민B/비타민C
헬스	마스크
헬스	잇몸건강
헬스	상처드레싱·밴드
헬스	유산균
퍼스널케어	발모·탈모방지
퍼스널케어	새치커버 염모제
퍼스널케어	치약
퍼스널케어	핸드워시/손소독제
퍼스널케어	치간칫솔/치실
일반의약품	국소진통완화
일반의약품	해열·진통
일반의약품	소화
일반의약품	종합감기
일반의약품	코감기/알레르기

대분류 카테고리	소분류 카테고리
뷰티	트러블/여드름/손상케어
뷰티	립케어
뷰티	면봉/화장솜/기름종이
뷰티	토너/로션/크림/미스트
뷰티	보습/아토피 케어
리빙	기타
리빙	해충·방충·모기기피제
리빙	음료·차·즙
리빙	헬시푸드
리빙	동물의약품
	⋮

## 2. 데이터 분석 및 시각화

### 온누리약국\_POS\_판매데이터 상품별 클러스터링

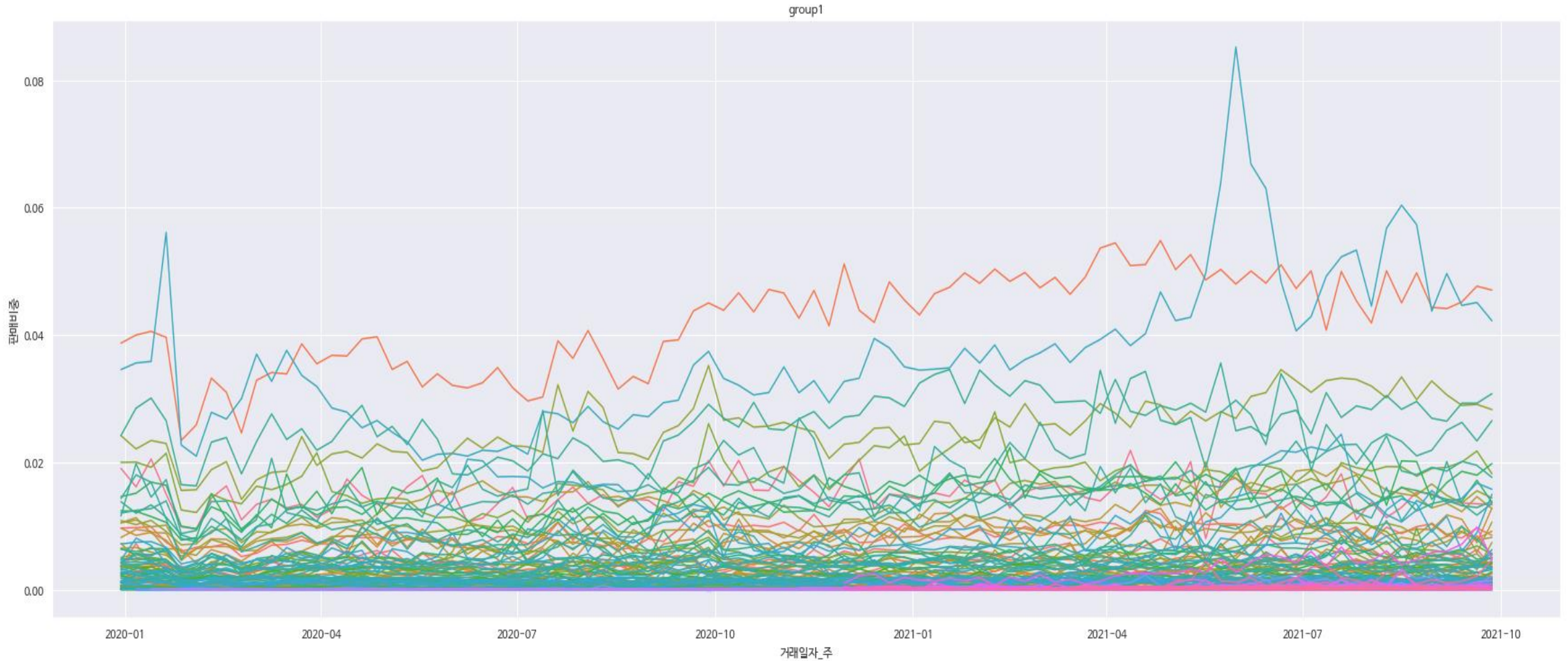
- 대분류 카테고리는 6개에 불과해 → 구체적인 상품을 분석하기 위해 **소규모 카테고리 활용(276개)**
- 소규모 카테고리를 그룹화하여 분석하고자 → 주별 판매금액 추이를 통한 **클러스터링 수행**
  - 판매추이를 잘 반영하기 위해 **standardscaler** 적용
  - **AgglomerativeClustering(n\_clusters=3)** 수행 및 **덴드로그램 시각화**



# 1. 데이터 분석 및 시각화

- 온누리약국\_POS\_판매데이터 상품별 클러스터링

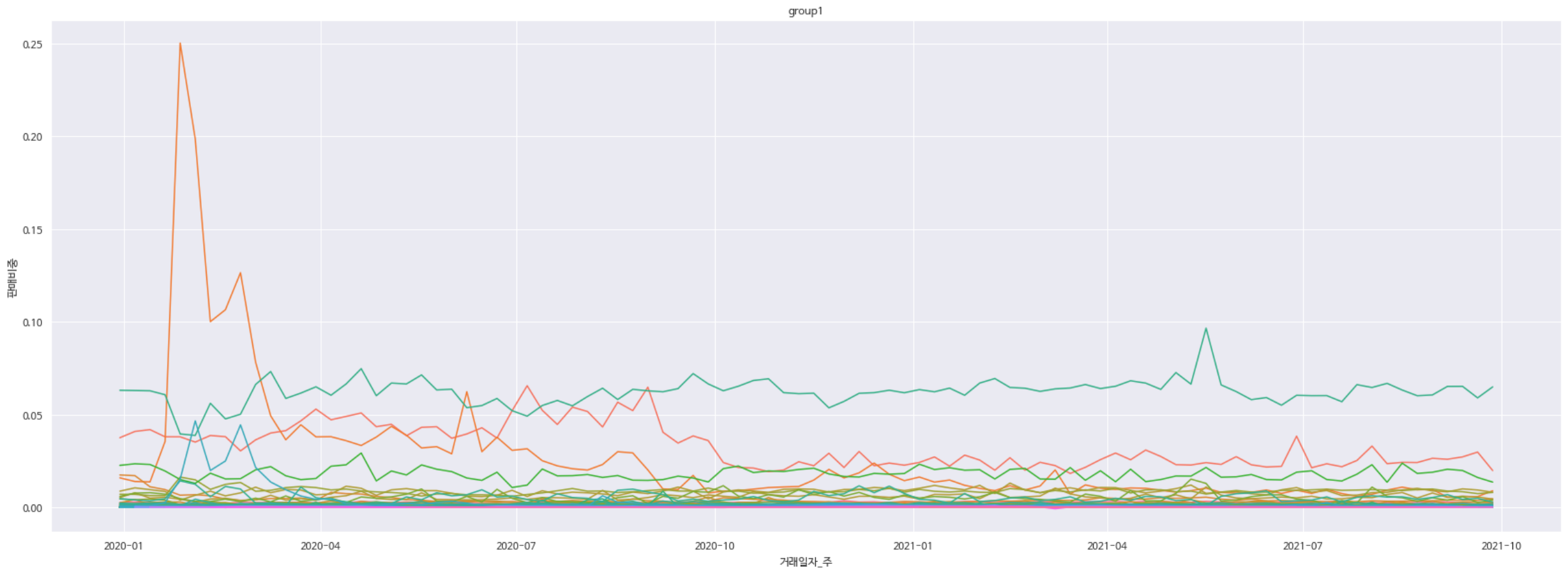
- 첫번째 그룹 : 판매비중이 상승하고 있는 상품 그룹
  - 대표 상품 : 해열·진통, 국소진통완화, 자양강장 고농축앰플제 등



# 1. 데이터 분석 및 시각화

- 온누리약국\_POS\_판매데이터 상품별 클러스터링

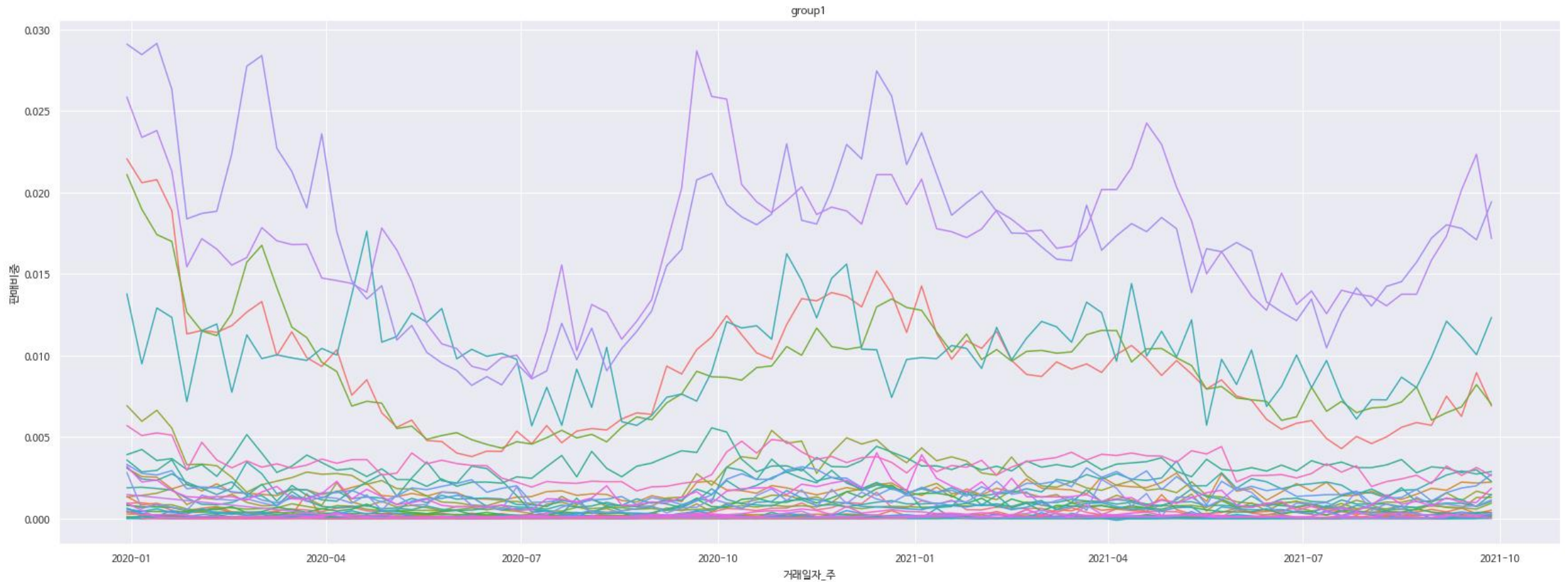
- 두번째 그룹 : 판매비중이 증가 → 감소 추세에 있는 상품 그룹(미분류 상품은 그래프에서 제외)
  - 대표 상품 : 마스크, 종합비타민/비타민B/비타민C, 유산균 등



# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 상품별 클러스터링

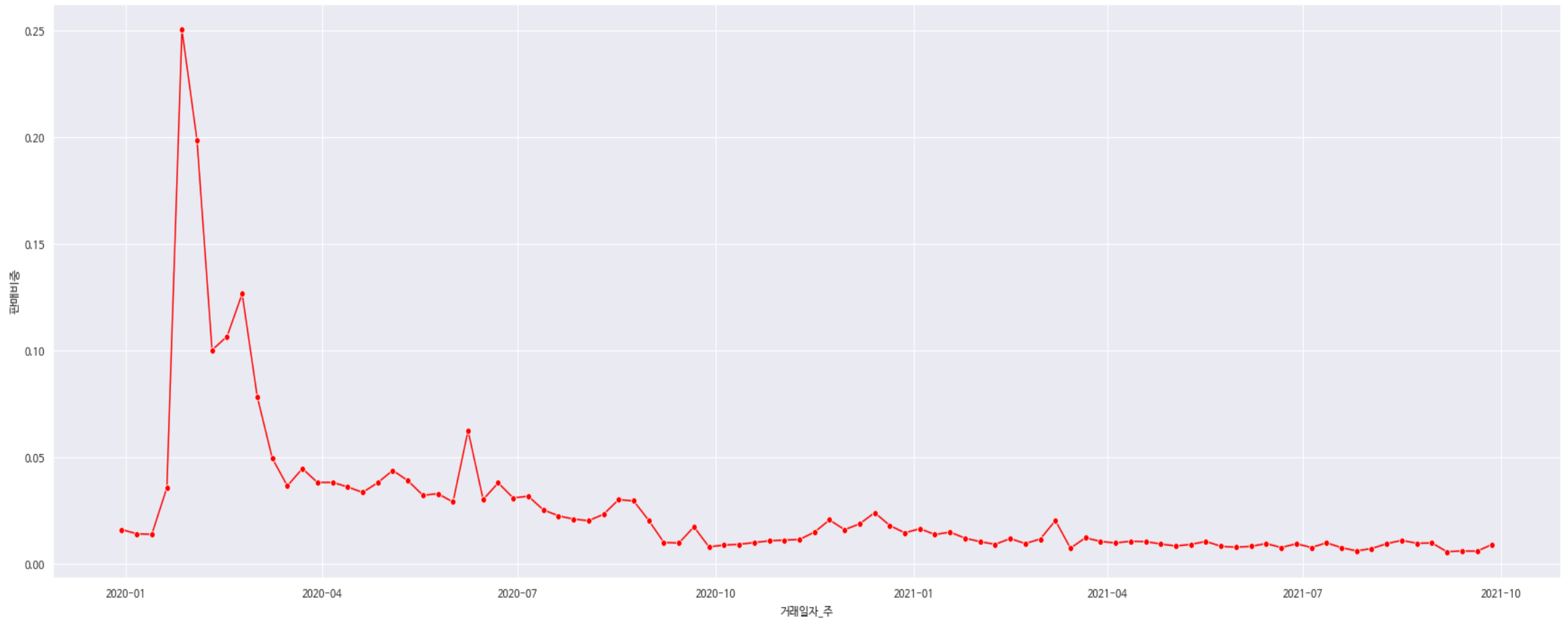
- 세번째 그룹 : 계절적 추세가 있으며 판매비중 추세는 비교적 일정한 그룹
  - 대표 상품 : 종합감기, 코감기 알레르기, 감기/쌍화탕 등



# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 특정 상품별 판매비중 추이

- 상품 1 : 마스크
  - 코로나 발생 직후 공적 마스크 판매로 높은 판매비중 → 이후 매우 감소
  - 마스크 구매를 대부분 온라인에서 하는 것으로 유추할 수 있음

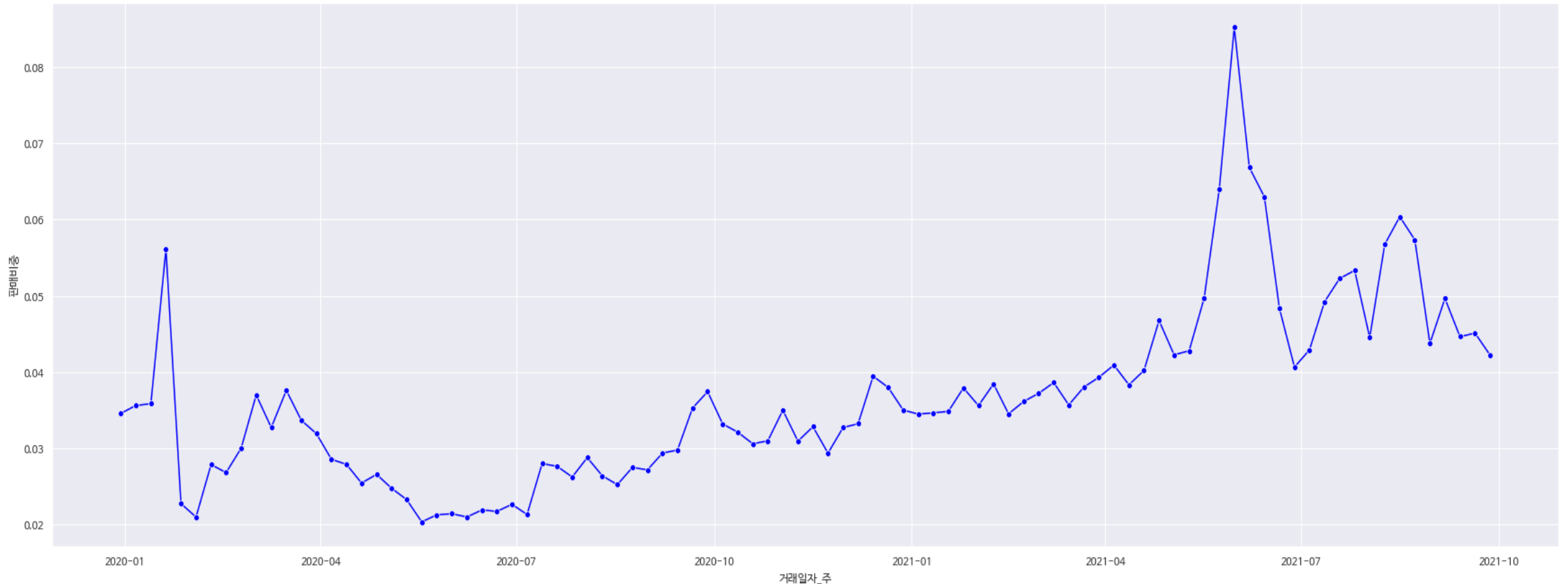




# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 특정 상품별 판매비중 추이

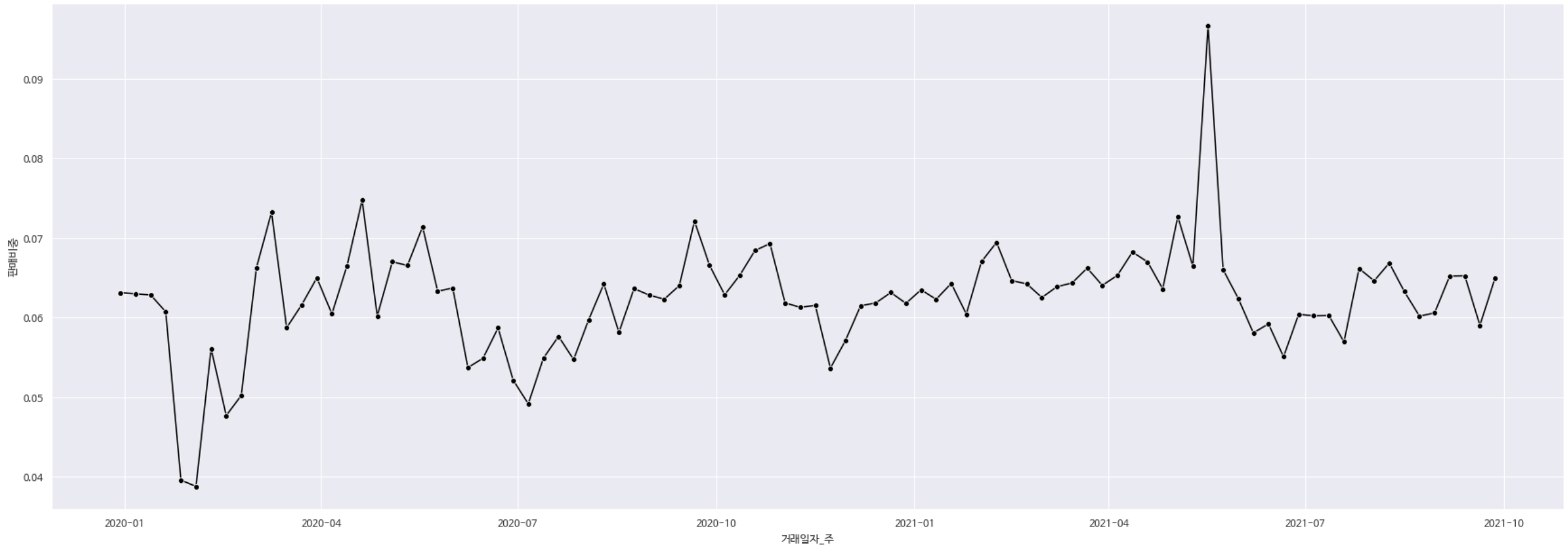
- 상품 2 : 해열·진통
  - 2021년 중순 백신 접종 시행으로 판매비중 증가 추세
  - 부스터샷 및 저연령층 백신 접종으로 추세는 유지 및 증가로 예상됨



# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 특정 상품별 판매비중 추이

- 상품 3 : 종합비타민/비타민B/비타민C
  - 판매비중이 증가 → 감소 추세에 있음

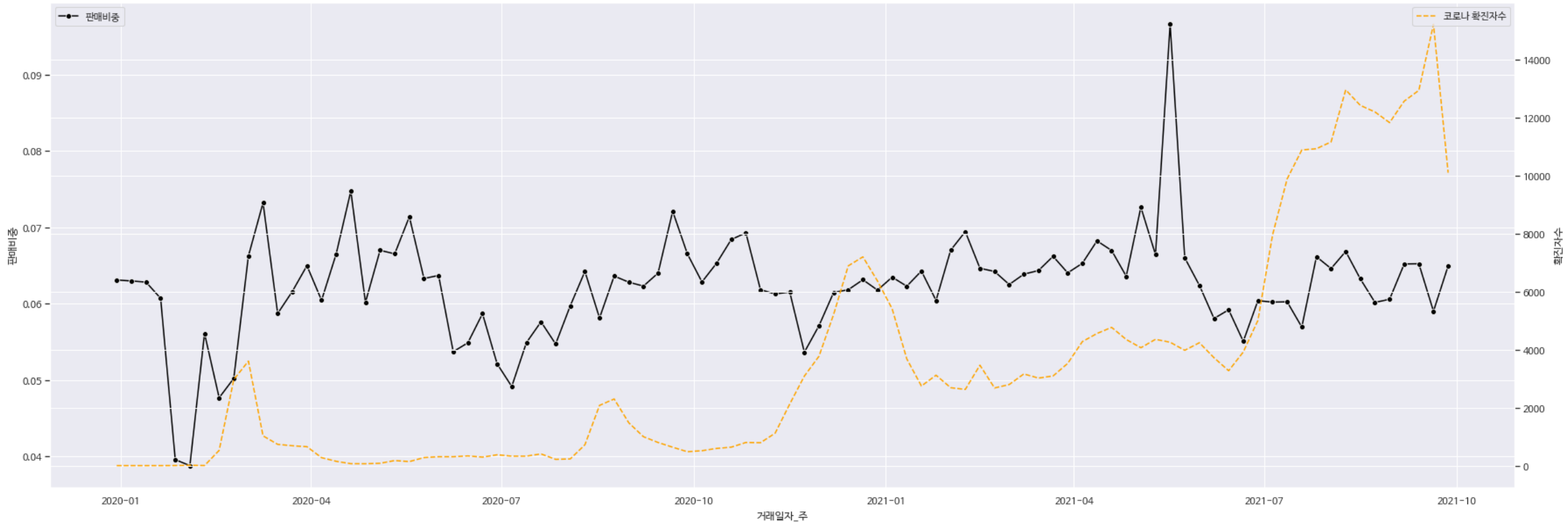




# 1. 데이터 분석 및 시각화

## ■ 온누리약국\_POS\_판매데이터 특정 상품별 판매비중 추이 + 코로나 확진자 추이

- 상품 3 : 종합비타민/비타민B/비타민C
  - 코로나 확진자 증가에 따라 해당 상품군의 판매비중은 증가하는 상관성이 보임
  - 2021년 중순 이후는 상관성이 매우 낮아짐 - 네이버 쇼핑 트렌드 등을 참고했을 때 온라인 구매로 이동 유추



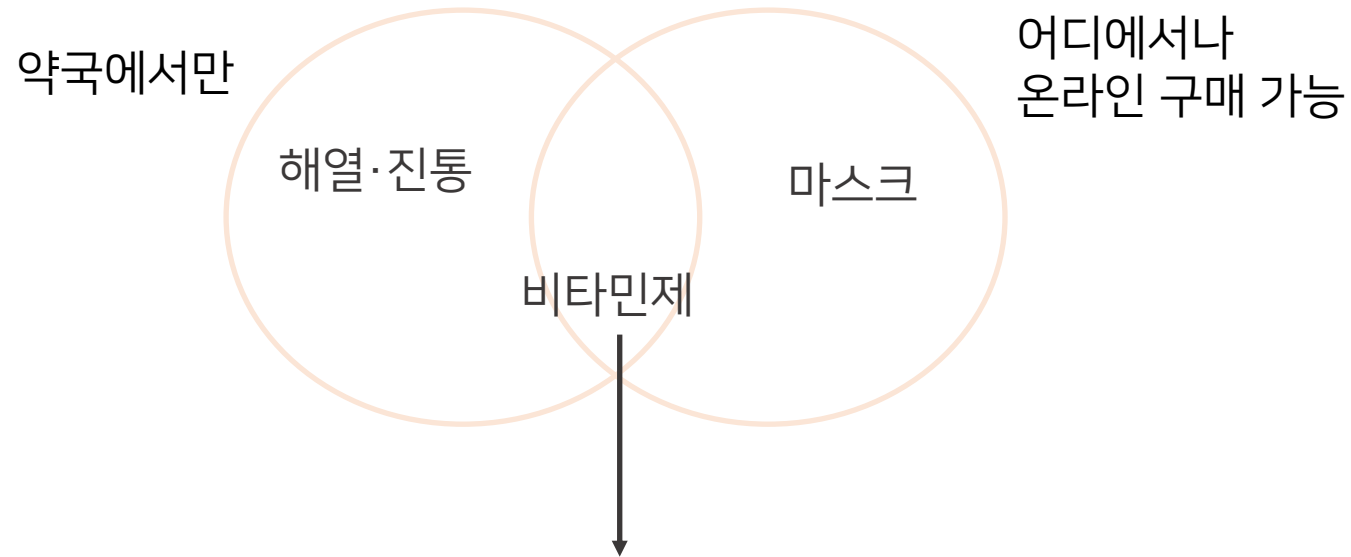
# 1. 데이터 분석 및 시각화

- 온누리약국\_POS\_판매데이터 특정 상품별 판매비중 추이 + 네이버 쇼핑 검색량('비타민제')
  - 상품 3 : 종합비타민/비타민B/비타민C
    - 코로나 확진자 증가에 따라 해당 상품군의 판매비중은 증가하는 상관성이 보임
    - 2021년 중순 이후는 상관성이 매우 낮아짐 - 네이버 쇼핑 트렌드 등을 참고했을 때 온라인 구매로 이동 유추



## 2. (분석결과) 인사이트 및 제안 도출

골목약국의 포지셔닝



성장 가능성이 존재

온라인 쇼핑의 문제점 해결 → 약사들의 전문성, 상담능력 어필

## # case - 경기도 포도약국



지역주민과 건강 상담에도 균형을 두는 약국으로 방향성 설정

**감사합니다.**