



CJ제일제당 데이터 군집분석을 통한 플랫폼별 마케팅 전략 제안

제일데이터

윤민정, 문다은, 박지인

목차

01

서론

- 목적
- 데이터 & 분석단계
- 분석 필요성

02

본론

- 카테고리 열 생성
- 요일 별 매출 특성
- 군집분석

03

결론

- 마케팅 전략 제안
- 내용 정리

01

서론

1. 목적
2. 데이터 & 분석단계
3. 분석 필요성

서론1. 분석 목적

CJ제일제당, 식품부문 2분기 2조7322억원 매출

✎ 이정윤 기자 | ⓒ 승인 2023.08.08 10:53

| 1,427억 영업이익 올려-다시 성장세 전환-하반기 본격 회복 예상

[의학신문·일간보사=이정윤 기자] CJ제일제당은 올해 2분기 매출이 4조 4,233억 원, 영업이익은 2,358억 원을 기록했다고 8일 밝혔다.

식품사업부문은 2조 7,322억 원의 매출과 1,427억 원의 영업이익을 기록했다. 특히, 1분기 감소했던 국내 식품 매출이 다시 성장세(+2%)로 전환됐다.



고객 트렌드를 반영한 신제품이 빠르게 시장에 안착하고, 핵심 HMR(가정간편식) 제품의 판매가 늘어난 것이 주효했다.

CJ제일제당 관계자는 “국내 가공식품 수요에 긍정적 시그널이 확인됐으며, 하반기에는 식품 판매량 회복이 본격화될 전망”이라고 말했다.

서론2. 데이터 및 분석 단계 소개

사용 데이터 지정 (WHERE)

11번가 & 네이버의 5월
CJ제일제당 제품 구매
데이터

판매 주력 카테고리 파악 (WHAT)

- ① 11번가의 대분류에 속한 상품명 수집
- ② 네이버의 소분류에 속한 상품명 수집
- ③ 카테고리 열 생성

날짜에 따른 판매 차이 (WHEN)

- ① 상품유형별 & 카테고리별
주문수량과 매출액 평균
- ② 상품유형에 따른 주문량
- ③ 요일 별 카테고리 주문량
- ④ 요일 별 상품 주문량 TOP5

활용방안 제안 (WHY)

데이터 분석 결과에 따른
마케팅 인사이트 도출

군집분석 (WHO)

- ① 데이터 전처리
- ② Min-Max Scaler 정규화
- ③ PCA 차원축소
- ④ K-means 군집분석
- ⑤ 군집분석 결과

서론3. 분석 필요성

사용 데이터 지정 (WHERE)

- 11번가와 Naver는 각각 상품을 분류하는 카테고리 체계, 상품구성, 배송형태가 다름

판매 주력 카테고리 파악 (WHAT)

- 카테고리 안에는 비슷한 상품들로 구성되어 있다! 다른 구성의 상품, 비슷한 상품 살 가능성 ↑

날짜에 따른 판매 차이 (WHEN)

- 요일 별 주문량이 높은 상품, 카테고리 확인, 각 사이트에 홍보로 활용 가능!

군집분석 (WHO)

- 군집 별 특성을 살린 타겟 마케팅 실행 가능!

활용 방안 제안 (WHY)

- 데이터 분석을 기반으로 한 마케팅 인사이트 도출

02

본론

1. 카테고리 열 생성
2. 요일 별 매출 특성
3. 군집분석

본론1. 카테고리 열 생성 - 크롤링

Beautiful Soup

☰

11

통합검색

독특한 살림꾼의 간편한 빨래 비법

🔍

👤

🚚

🛒

📺

CJ제일제당온라인공식판매처

고객 서비스 우수

본사

♡ 78.7만

🔗

스토어검색

🔍

카테고리 선택

간편식/냉장/냉동

채소

가공식품

다이어트식품

김치

반찬/젓갈

과자/간식

전통식품

축산

수산

🔔 알림받기

관심고객수 1,155,799

CJ제일제당

NAVER

🔍

베스트

쇼핑 LIVE

🚀 N도착보장

다다익선

전상품

신상품

밥 | 죽 | 면

국 | 김치 | 반찬

만두 | 치킨 | 피자 | 중화식

돈까스 | 함박 | 구이

햄

간식 | 음료

양념 | 가루 | 오일

제일제당 멤버십 라운지

Beta

묻고 답하기

만두

치킨 | 너겟 | 치즈볼

피자

중화요리

쇼핑스토리

달기

판매자 정보

본론1. 카테고리 열 생성 - 정규표현식

11D

[28일 이후 순차 출고]비비고 토종김 5호

[CJ제일제당] [CJ] 다담 안동찜닭 양념 220gx6개 /냉장

NAVER

[3개이상10%↓] 비비고 수제진한고기만두 400Gx2개 [원산지:상세페이지 참조]

- ① **대괄호** 안에 있는 문구는 이벤트성 문구로 상품명과 관련 X
- ② 정규표현식 활용하여 **대괄호 + 대괄호 안 내용 제거** => Re_Name 칼럼 생성
- ③ 반복문 돌면서 크롤링한 상품의 Re_Name이 상품의 Re_Name에 포함되어 있으면 카테고리 값을 할당 => Big_cate 칼럼 생성

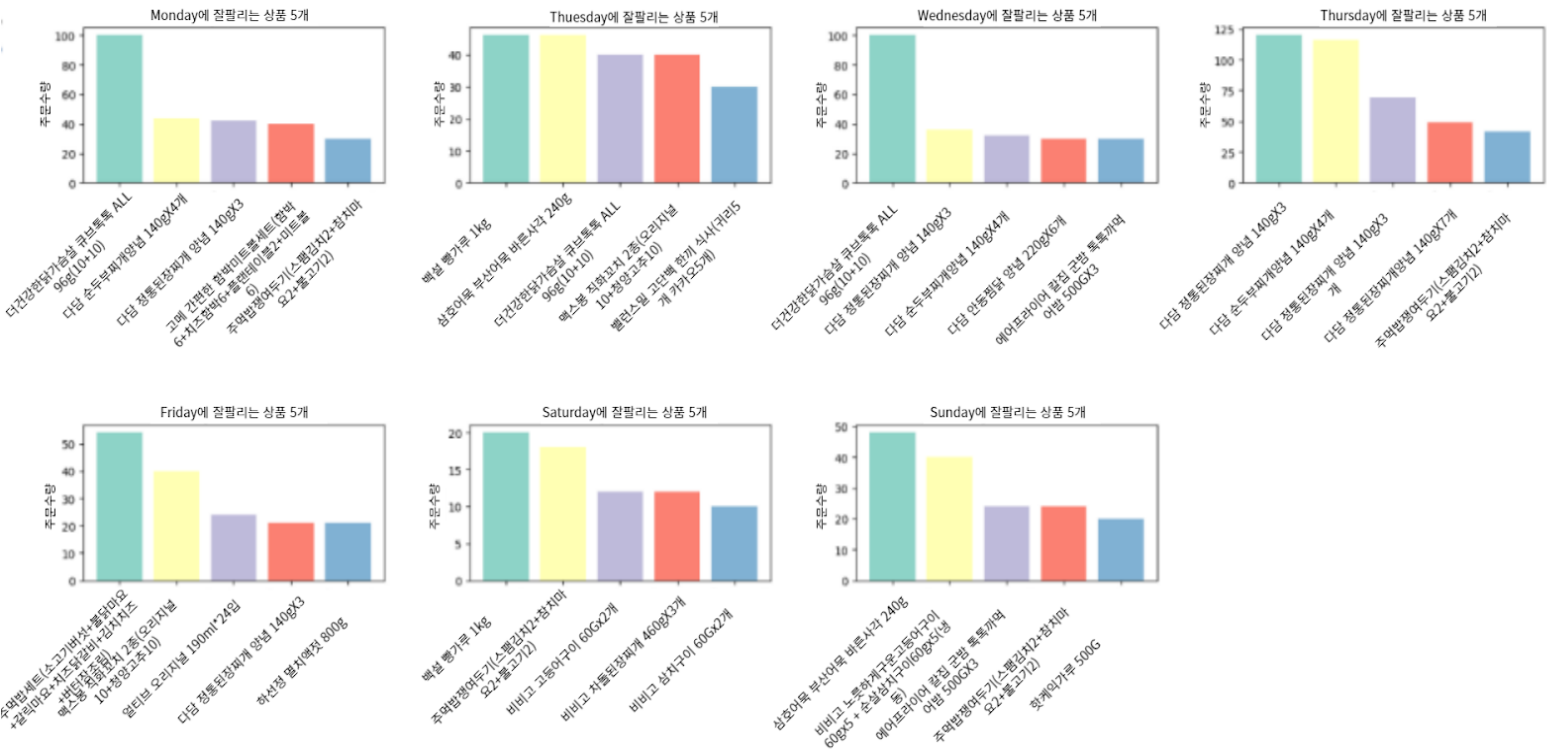
본론2. 요일 별 매출 특성



[카테고리별 주문수량과
매출액 평균]

Big_cate	주문수량	클레임 상태	매출액
가공식품	559	11	11615.332737
간편식/냉장/냉동	735	13	11325.114286
과자/간식	66	4	23396.212121
김치	128	4	30408.828125
다이어트식품	15	0	12789.333333
반찬/젓갈	3	0	7960.000000
밸런스밀	2	0	10000.000000
수산	1	0	28800.000000
전통식품	1	0	16900.000000
축산	38	0	23814.210526

[요일 별 상품 주문량 TOP5]



목요일(386) > 월요일(318) > 화요일(241) > 수요일(219) > 일요일(151)> 금요일(146)> 토요일(87)

평일(1310)이 주말(238)의 6배 정도 주문량

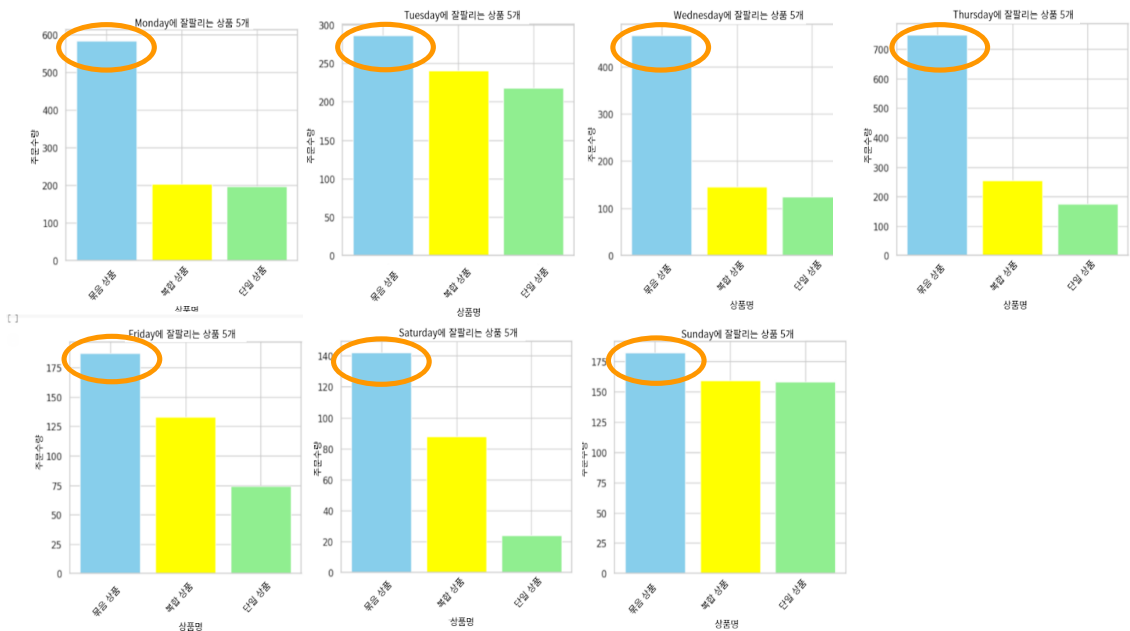
본론2. 요일 별 매출 특성



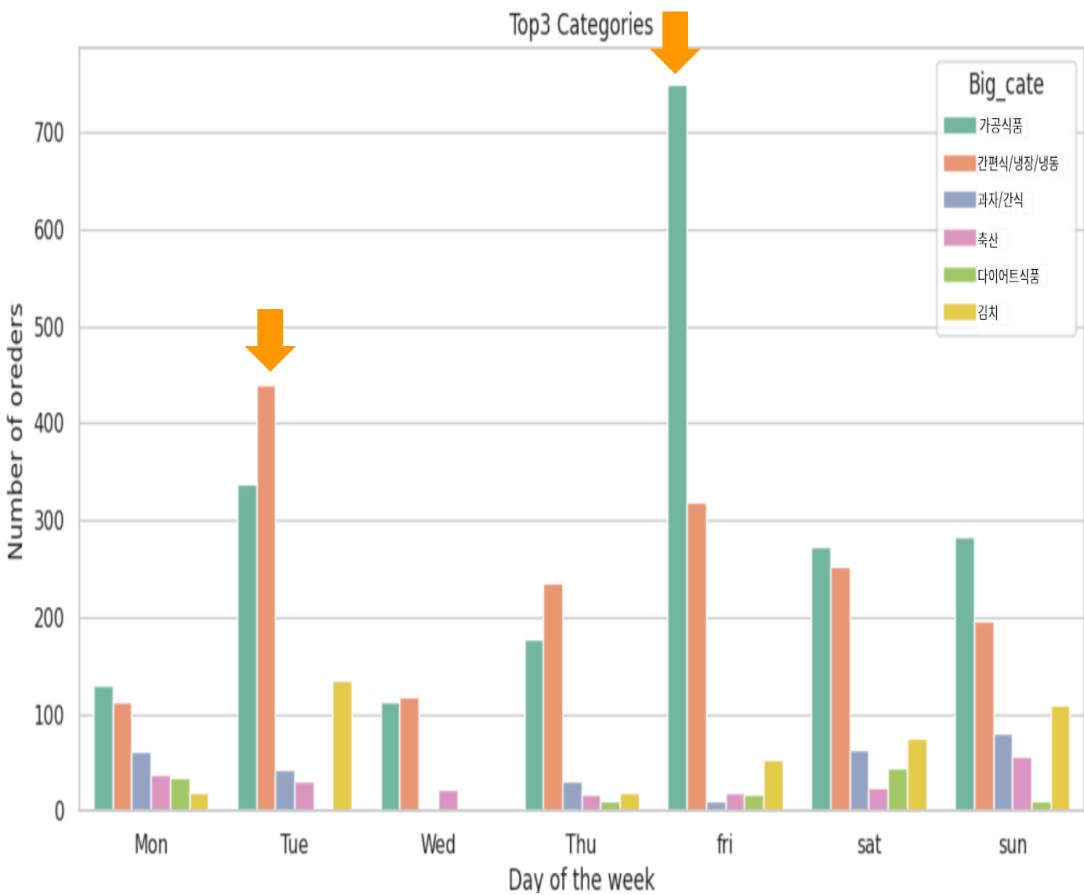
[상품유형별 주문수량과 매출액 평균]

상품 유형	주문 수량	클레임 상태	매출액
단일 상품	2.684080	9	21397.340796
묶음 상품	3.896396	14	11964.322823
복합 상품	2.325000	9	10145.416667

[요일 별 상품유형에 따른 주문량]



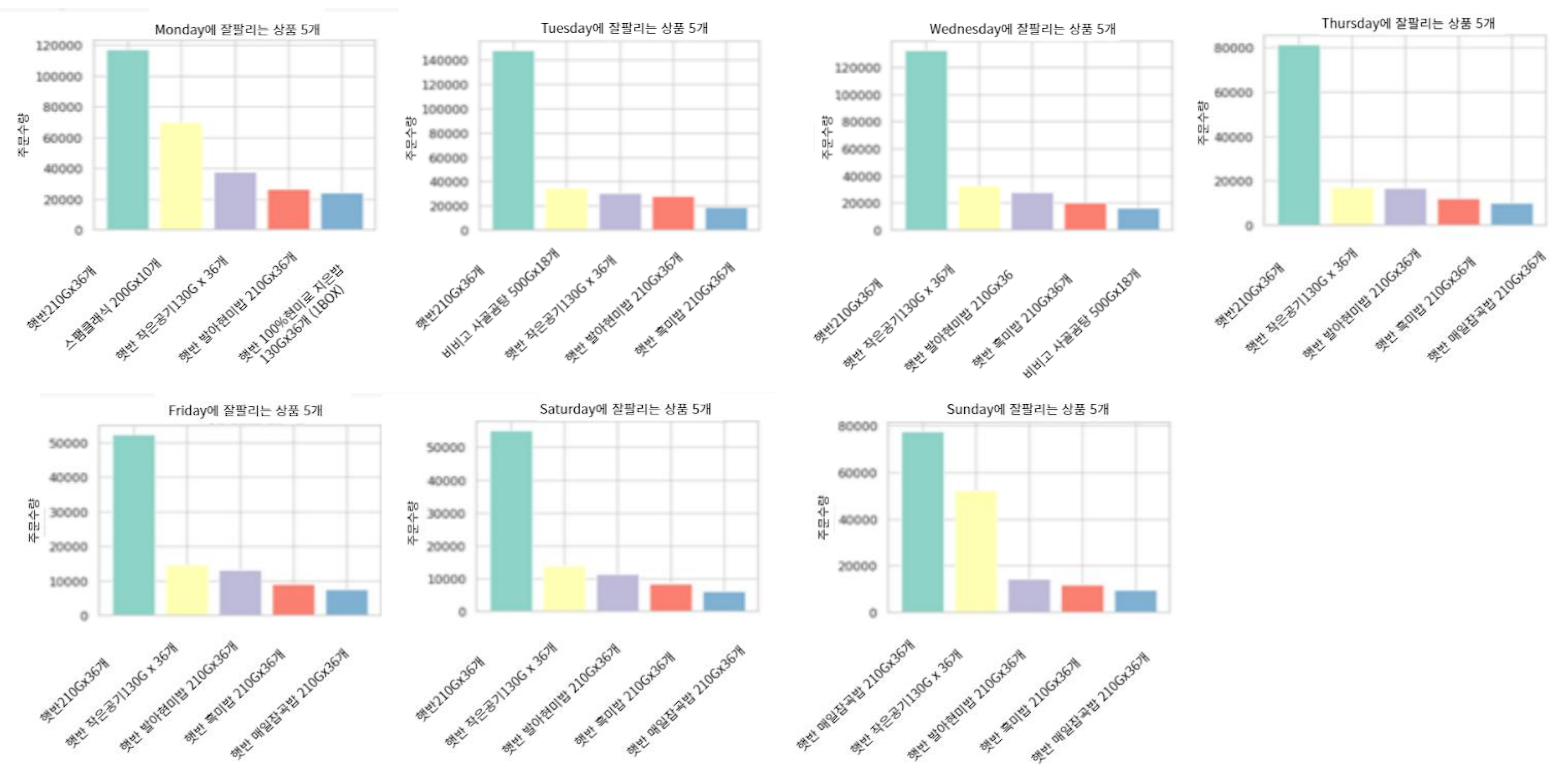
[요일 별 카테고리 주문량]



[카테고리별 주문수량과
매출액 평균]

	주문 수량	클레임 상태	매출액
Big_cate			
간식/음료	4643	142	18860.049537
국/김치/반찬	19170	783	15621.390715
기타	5	0	0.000000
돈까스/함박/구이	1888	86	20611.228814
만두/치킨,피자/중화	11535	501	15060.610316
밥/죽/면	83235	2410	27259.297399
양념/가루/오일	9930	359	33139.425982
햄	13844	358	23704.331118

[요일 별 상품 주문량 TOP5]



수요일(34657) > 월요일(32379) > 화요일(29440) > 목요일(16964) > 일요일(15867) > 금요일(12715) > 토요일(10436)

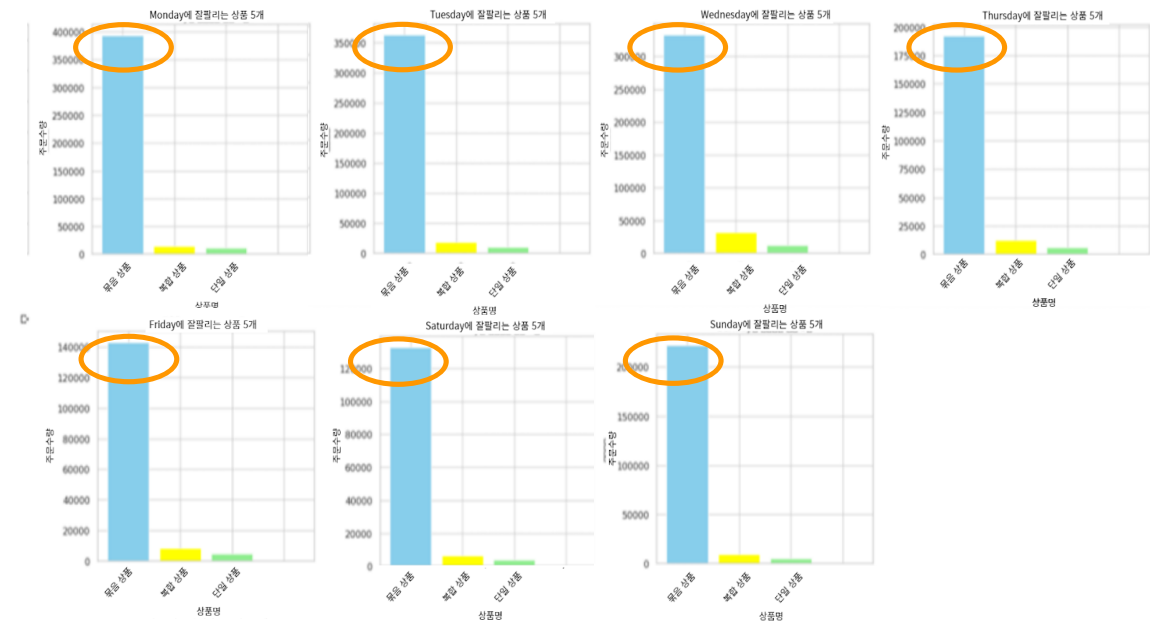
평일(126155)이 주말(26303)의 6배 정도 주문량

본론2. 요일 별 매출 특성

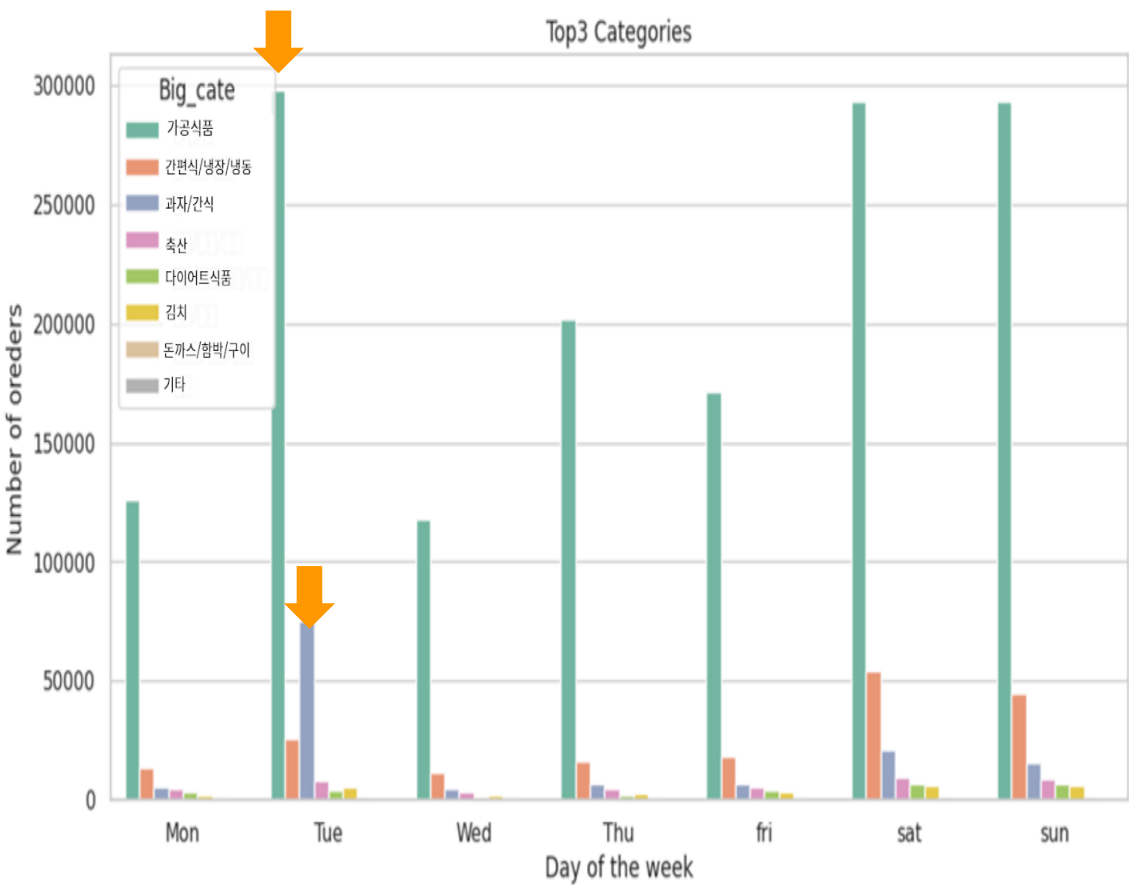
[상품유형별 주문수량과 매출액 평균]

상품유형	주문수량	클레임 상태	매출액
-	1.407092	35	0.000000
단일 상품	1.557616	1031	25160.174524
묶음 상품	21.805262	2338	30649.471561
복합 상품	2.897215	1467	9598.523076

[요일 별 상품유형에 따른 주문량]



[요일 별 카테고리 주문량]



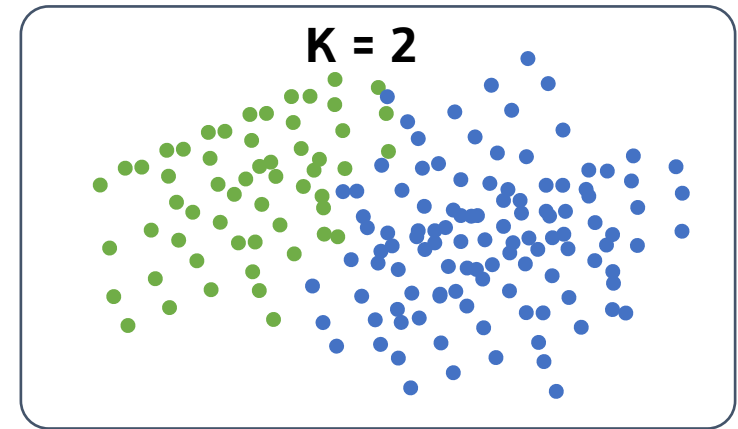
군집 분석(Cluster Analysis)



- 앞서 살펴보았을 때, 각 플랫폼별 특징이 달랐음
→ 11번가, 네이버 각각 따로 군집분석 실행

k-means 군집분석

데이터를 k개의 군집으로 묶는 알고리즘



- 데이터의 특성을 고려해 비슷한 집단을 만들
- K 값에 따라 다양한 군집 모양이 생성
- 초기 군집 중심의 선택에 따라 결과가 달라질 수 있음
→ 적절한 K 값을 찾는 것도 중요한 문제

① 군집분석에 사용된 변수

- Big_cate, 주문/배송상태, 상품수량, 상품유형,
- 매출액, 주문수량, 마감구분, 클레임상태, 요일, 평일/주말

Big_cate	주문/배송상태	상품수량	상품유형	매출액	주문수량	마감구분	클레임 상태	요일	평일/주말
가공식품	배송 완료	1	단일 상품	34430	1	상온	-	수요일	평일
가공식품	배송 완료	1	단일 상품	34430	1	상온	-	수요일	평일
가공식품	배송 완료	2	단일 상품	7660	2	냉장	-	수요일	평일
간편식/냉장/냉동	배송 완료	1	묶음 상품	16500	5	냉장	-	수요일	평일
간편식/냉장/냉동	배송 완료	1	묶음 상품	16500	5	냉장	-	수요일	평일

③ Min-Max Scaler

상품 수량	매출액	주문 수량	Big_cate_가공식품	Big_cate_간편식/냉장/냉동	Big_cate_과자/간식	Big_cate_김치	Big_cate_다이어트식품	Big_cate_반찬/젓갈	Big_cate_별린소일	...	클레임 상태_위소완료	요일_금요일	요일_목요일	요일_수요일	요일_월요일	요일_토요일	요일_화요일	평일/주말_주말	평일/주말_평일
0	0.000000	0.100000	0.025	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
1	0.000000	0.100000	0.025	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
2	0.025641	0.022248	0.050	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
3	0.000000	0.047923	0.125	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
4	0.000000	0.047923	0.125	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
...
1543	0.000000	0.016410	0.025	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0
1544	0.000000	0.016410	0.025	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
1545	0.000000	0.016410	0.025	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
1546	0.000000	0.016410	0.025	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
1547	0.000000	0.034563	0.150	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0

▼ MinMaxScaler
MinMaxScaler()

1548 rows x 34 columns

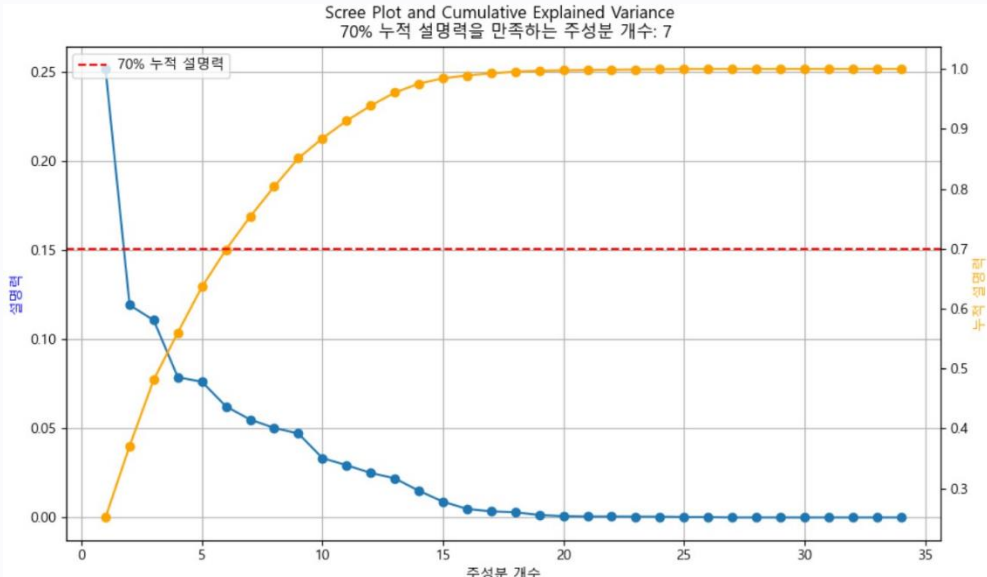
② 범주형 변수, 원-핫 인코딩 (One-Hot Encoding)

- 군집 분석 전, 범주형 변수는 원-핫 인코딩을 통해 수치형으로 변환
- One-Hot Encoding이란?
 - 범주형 변수를 0과 1로 이루어진 이진 벡터로 변환하는 기법
 - 모델이 범주형 데이터를 숫자로 더 잘 이해하고 처리할 수 있게 됨

상품 수량	매출액	주문 수량	Big_cate_가공식품	Big_cate_간편식/냉장/냉동	Big_cate_과자/간식	Big_cate_김치	Big_cate_다이어트식품	Big_cate_반찬/젓갈	Big_cate_별린소일	...	클레임 상태_위소완료	요일_금요일	요일_목요일	요일_수요일	요일_월요일	요일_토요일	요일_화요일	평일/주말_주말	평일/주말_평일
0	1	34430	1	1	0	0	0	0	0	...	0	0	0	1	0	0	0	0	1
1	1	34430	1	1	0	0	0	0	0	...	0	0	0	1	0	0	0	0	1
2	2	7660	2	1	0	0	0	0	0	...	0	0	0	1	0	0	0	0	1
3	1	16500	5	0	1	0	0	0	0	...	0	0	0	1	0	0	0	0	1
4	1	16500	5	0	1	0	0	0	0	...	0	0	0	1	0	0	0	0	1

- 데이터의 범위를 0과 1 사이로 변환하는 정규화 기법
 - 군집분석 전, 정규화의 필요성
 - 군집분석은 거리기반 알고리즘을 사용하기 때문에 데이터의 스케일에 민감함
 - 변수끼리 스케일 차이 ↑, 스케일이 큰 변수의 영향력 ↑
분석결과가 잘못될 가능성이 높음
- 각 특성에 대해 동일한 중요도를 갖도록 하고, 데이터의 분포를 잘 이해할 수 있게 됨

PCA를 진행하기 전, 적절한 주성분 수를 결정



① Scree Plot

- 주성분의 개수에 대한 설명력(고윳값)
- 설명력이 빠르게 줄어드는 지점(Elbow Point)을 해당 지점의 주성분 수를 선택

② 누적 기여율 (Cumulative Explained Variance)

- 주성분을 순서대로 누적하여 설명력을 계산하는 것
- 70% 이상의 분산을 설명하는 경우가 많음

	설명가능한 분산비율(고윳값)	기여율	누적기여율
pac7	1.712063e-01	5.493380e-02	0.753573
pac8	1.25540e-01	5.023272e-02	0.803806
pac9	1.469072e-01	4.713711e-02	0.850943
pac10	1.038391e-01	3.331816e-02	0.884261

(누적 기여율 > 0.7)

적절한 주성분 수 = 7개로 판단

PCA (Principal component analysis) 진행

- 데이터의 분산을 최대한 보존하는 새로운 축을 찾아 변환하여 차원을 축소
- 차원축소를 하는 이유 : 과적합 방지, 설명력 높은 모델 생성을 위함

	0	1	2	3	4	5	6
0	-0.231476	0.313664	1.340816	0.051010	0.328283	-0.006867	0.423367
1	-0.231476	0.313664	1.340816	0.051010	0.328283	-0.006867	
2	-0.737557	0.305388	0.722732	-0.759030	-0.396185	-0.121212	
3	-0.321537	-0.285739	-0.500040	0.213867			
4	-0.321537	-0.285739	-0.500040	0.213867			

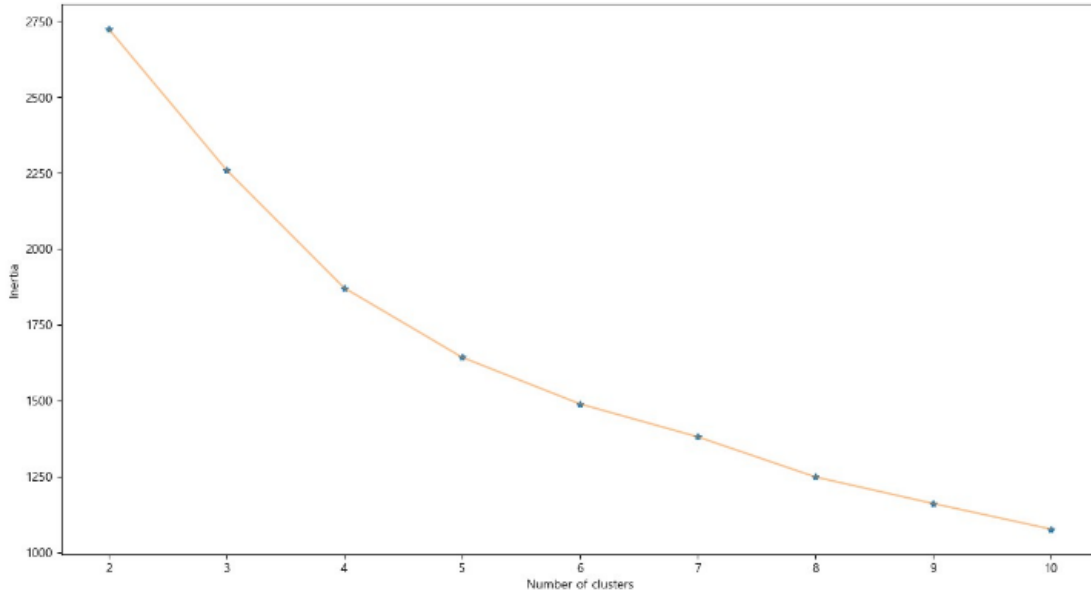
PCA

PCA(n_components=7)

Original shape: (1548, 34)

Reduced shape: (1548, 7)

① 엘보우 그래프 (Elbow Method)



군집 수에 따른 응집도 또는 SSE를 나타내는 그래프

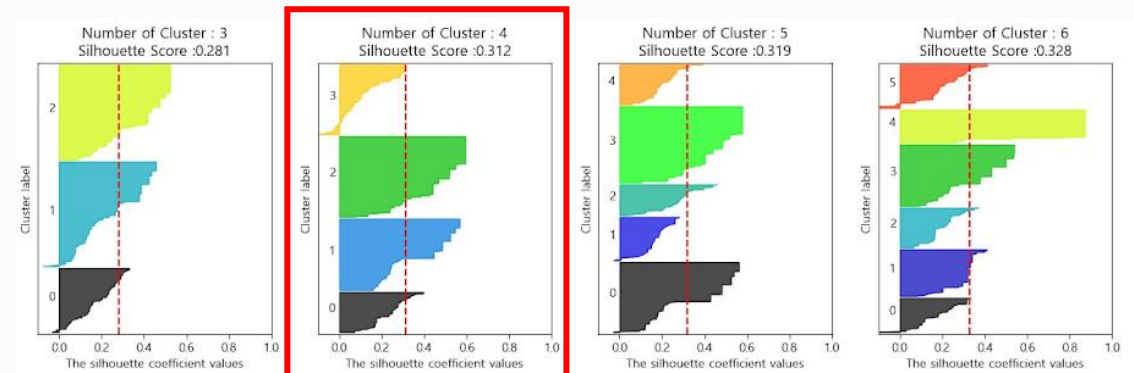
“elbow” 로 적절한 군집 수

: 그래프에서 군집 수가 증가함에 따라 SSE가 감소하다, 감소 속도가 둔해지는 지점

② 실루엣 계수 (Silhouette Coefficient)

: 군집화 결과를 평가하는 지표

군집 내의 데이터가 얼마나 비슷한 지
& 군집 간의 거리가 얼마나 떨어져 있는지를 고려



데이터 수의 분포가 가장 적절하다고 판단됨
적절한 군집 수 : 4개로 결정

네이버 데이터 전처리, PCA, 군집분석

NAVER

[PCA]

[데이터 전처리]

① 군집분석에 사용된 변수

Big_cate	주문/배송상태	상품수량	상품유형	매출액	주문수량	마감구분	클레임 상태	요일	평일/주말
햄	배송 완료	1	육음 상품	19900	10	상온	-	화요일	평일
국/김치/반찬	배송 완료	1	육음 상품	14300	18	상온	-	화요일	평일
햄	배송 완료	1	육음 상품	18900	10	풀필먼트(상온)	-	화요일	평일
햄	배송 완료	1	육음 상품	19900	10	풀필먼트(상온)	-	화요일	평일
햄	배송 완료	1	육음 상품	19900	10	풀필먼트(상온)	-	화요일	평일

② 범주형 변수, 원-핫 인코딩

상품 수량	매출액	주문 수량	Big_cate 간식/음료	Big_cate 국/김치/반찬	Big_cate 돈까스/팔박/구이	Big_cate 만두/치킨, 피자/중화	Big_cate 밥/죽/면	Big_cate 양념/가루/오일	Big_cate 햄...	클레임 상태 취소완료	요일 금요일	요일 목요일	요일 수요일	요일 월요일	요일 토요일	요일 화요일	평일/주말	평일/주말
1	19900	10	0	0	0	0	0	0	1 ...	0	0	0	0	0	0	0	1	0
1	14300	18	0	1	0	0	0	0	0 ...	0	0	0	0	0	0	0	1	0
1	18900	10	0	0	0	0	0	0	1 ...	0	0	0	0	0	0	0	1	0
1	19900	10	0	0	0	0	0	0	1 ...	0	0	0	0	0	0	0	1	0
1	19900	10	0	0	0	0	0	0	1 ...	0	0	0	0	0	0	0	1	0

③ Min-Max Scaler

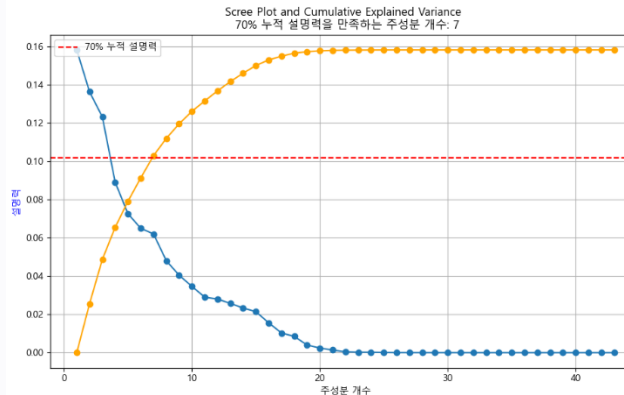
	상품 수량	매출액	주문 수량	Big_cate 간식/음료	Big_cate 국/김치/반찬	Big_cate 돈까스/팔박/구이	Big_cate 만두/치킨/피자/중화	Big_cate 밥/죽/면	Big_cate 양념/가루/오일	Big_cate 햄...	클레임 상태 취소완료	요일 금요일	요일 목요일	요일 수요일	요일 월요일	요일 토요일	요일 화요일	평일/주말 주말	평일/주말 평일
0	0.007576	0.003746	0.022727	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0 ...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0
1	0.007576	0.002692	0.040909	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0 ...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0
2	0.007576	0.003558	0.022727	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0 ...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0
3	0.007576	0.003746	0.022727	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0 ...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0
4	0.007576	0.003746	0.022727	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0 ...	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0

▼ MinMaxScaler

MinMaxScaler()

MinMaxScaler
MinMaxScaler()

④ Scree Plot ⑤ 누적 기여율

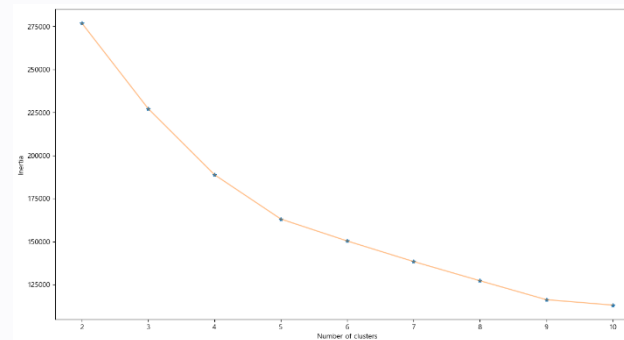


	설명가능한 분산비율(고윳값)	기여율	누적기여율
pac7	1.968496e-01	6.199344e-02	0.706010
pac8	1.524606e-01	4.801408e-02	0.754024

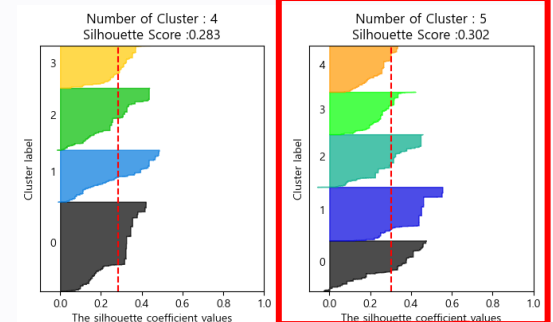
	0	1	2	3	4	5	6
0.358395	1.159860	-0.352164	0.089605	0.206453	0.476023	-0.673797	
0.588850	0.932431	-0.234908	-0.214226	0.180829	0.366997	-0.875348	
-0.271603	0.329310	-0.492092	-0.73749				
-0.271604	0.329311	-0.492092	-0.73749				

[군집 수 선택]

⑥ 엘보우 그래프



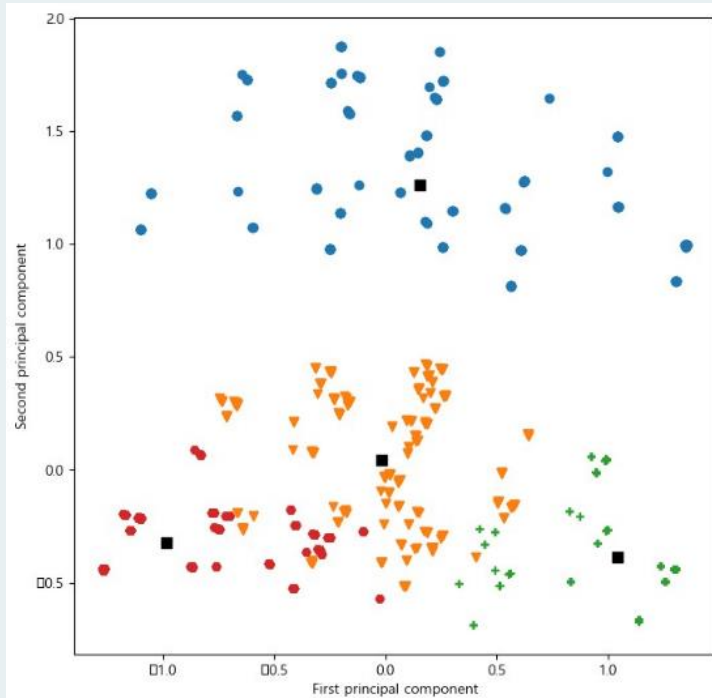
⑦ 실루엣 계수



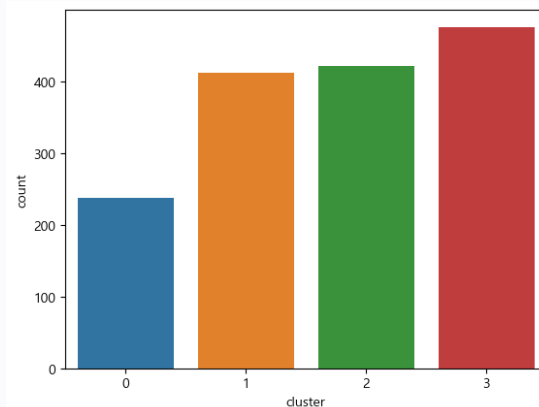
실루엣 계수가 높고, 데이터 수의 분포가 가장 적절하다고 판단됨
적절한 군집 수 : 5개로 결정

11번가 군집 분석 결과

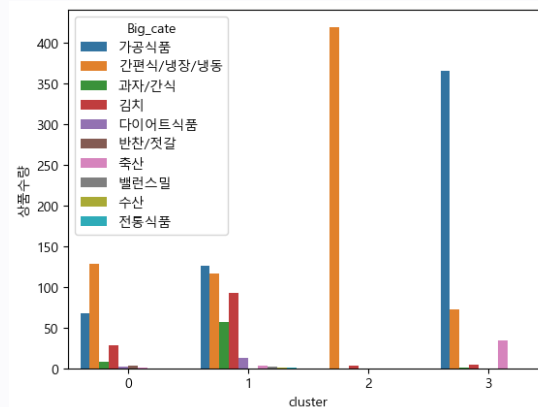
군집 수 4개



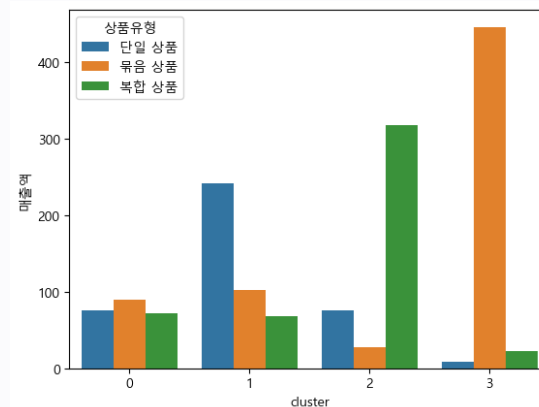
[군집 수]



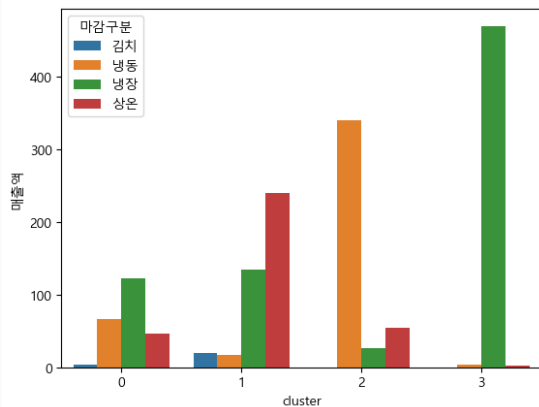
[카테고리]



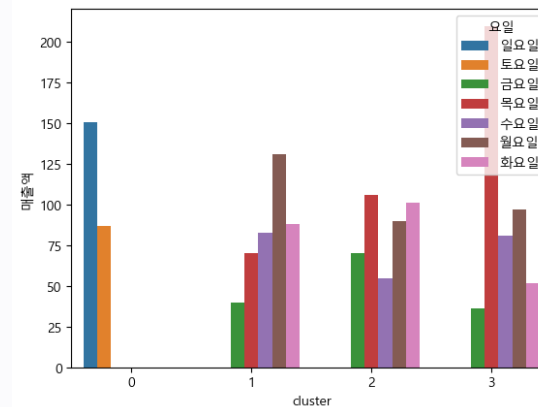
[상품유형]



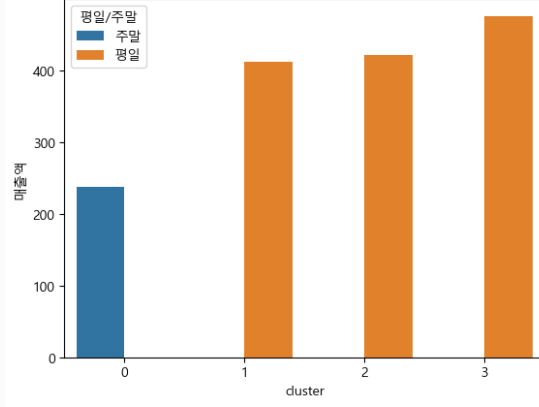
[마감구분]



[요일]



[평일 / 주말]



11번가 군집 분석 결과



0

카테고리

간편식>가공식품>김치

상품유형

묶음

마감구분

냉장

요일

주말

TOP 1

주먹밥 쟁여두기

TOP 2

주먹밥 세트

TOP 3

다담 된장찌개 양념

TOP 4

다담 순두부찌개 양념

TOP 5

비비고 고등어, 삼치 구이



1

가공식품>간편식>김치

단일

상온

월요일

천일염 (굵은 입자)

비비고 포기배추김치

백설 프락토 올리고당

비비고 소고기 미역국

백설 간식 쿠키믹스



2

간편식/냉장/냉동

복합

냉동

목요일 > 화요일

주먹밥 세트

주먹밥 쟁여두기

매일 반찬 세트

고메 핫도그 크리스피

고메 함박 미트볼 세트



3

가공식품>간편식>축산

묶음

냉장

목요일

다담 된장찌개 양념

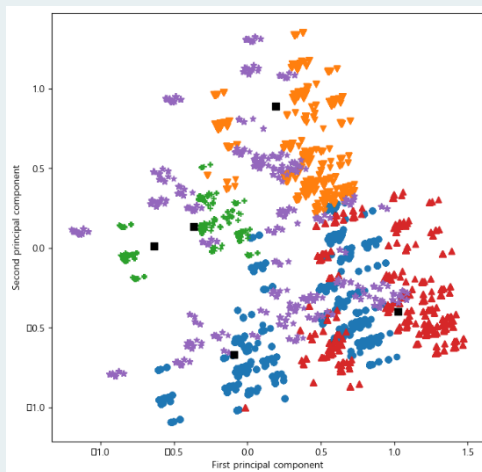
다담 순두부찌개 양념

다담 우렁강된장 비빔 양념

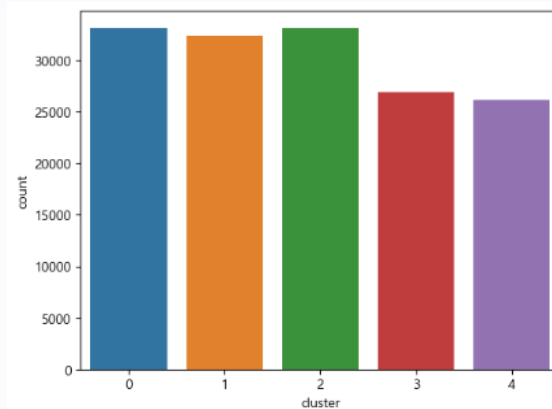
다담 부대찌개 양념

다담 냉이 된장찌개 양념

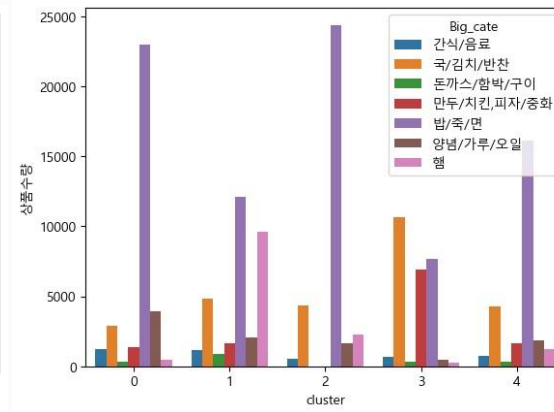
군집 수 5개



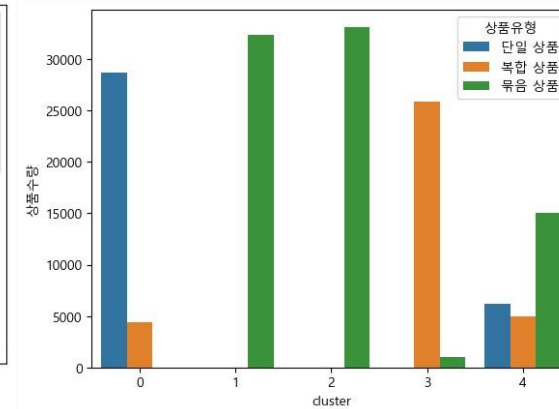
[군집 수]



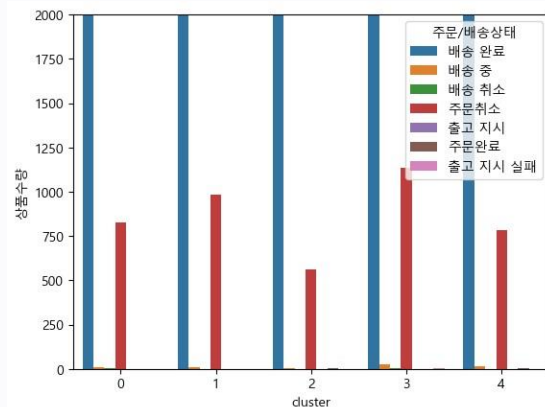
[카테고리]



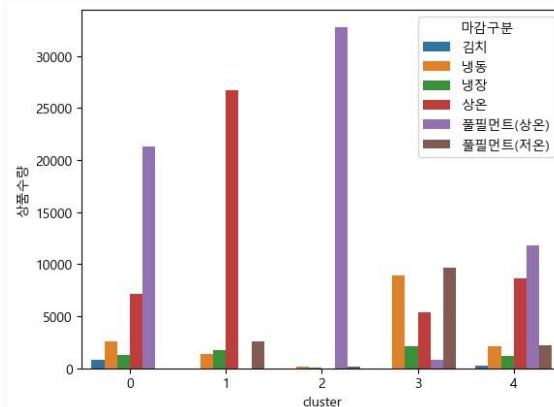
[상품유형]



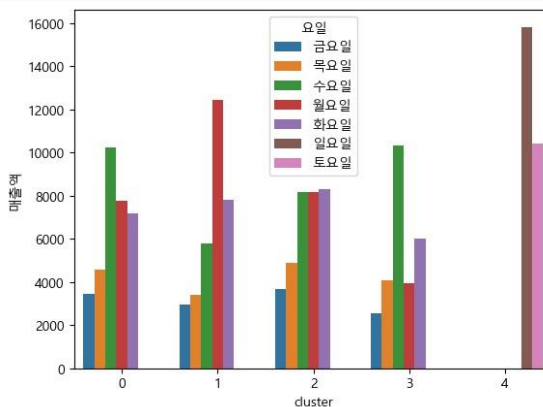
[주문/배송상태]



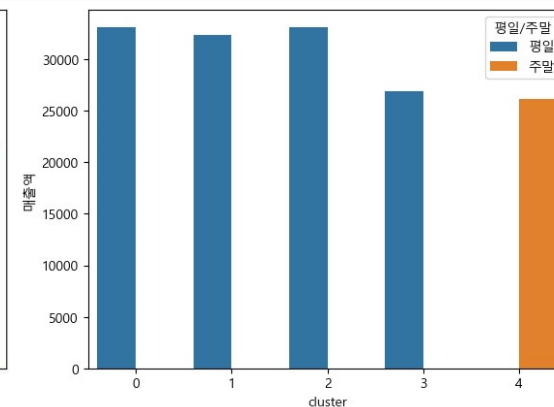
[마감구분]



[요일]



[평일 / 주말]



네이버 군집 분석 결과



밥/죽/면

단일

풀필먼트(상온)

수요일

햇반 24개

햇반 백미

햇반 현미귀리

햇반 컵반 한끼간편세트

햇반 컵반 한끼간편세트



밥/죽/면 > 햄

묶음

상온

월요일

스팸클래식

햇반 발아현미밥

햇반 36개

햇반 흑미밥

비비고 사골곰탕

주문취소 최소



밥/죽/면 > 국

묶음

풀필먼트(상온)

월 = 화 = 수

햇반 36개

햇반 작은공기

햇반 큰공기

비비고 사골곰탕

햇반 매일잡곡밥

주문취소 최대



가공식품>간편식>축산

복합

풀필먼트(저온) > 냉동

수요일

비비고 만두세트

비비고 왕교자 세트1

비비고 왕교자 세트2

햇반 컵반 한끼간편빅세트

주먹밥 쟁여두기



가공식품>간편식>축산

묶음

풀필먼트(상온)

주말

햇반 36개

햇반 24개

햇반 작은공기

햇반 발아현미밥

비비고 만두세트

03

결론

1. 마케팅 전략 제안
2. 내용 정리

결론1. 11번가 마케팅 전략 제안



~종합적인 분석 결과를 활용해 플랫폼의 이해를 중심으로~

베스트 리뷰 개선

요일별 주문량이 많은 상품을
베스트 리뷰로 노출

간편식, 주문량이 가장 많지만
평균 매출액 1만원 대

만원 대 간편식/냉장/냉동 상품 ↑



결론1. 11번가 마케팅 전략 제안



~ 군집분석 결과를 활용해 대표 군집 전략 제안~

다양한 다담 양념으로

목요일, 쉽고 맛있게 요리해보세요!



된장찌개 SET

다담 양념으로 요리를 하기 좋아하는 당신을 위해
구수한 된장찌개 제품만 모은 세트를 출시했어요 😊

3

다담 찌개 사랑꾼

- 가공식품 > 간편식 > 축산
- 묶음
- 냉장
- 목요일
- 다담 찌개 양념

다담 찌개 양념

장바구니에 담을 때,
여러 다담 양념마다 어울리는 상품 추천

결론1. 11번가 마케팅 전략 제안



~군집분석 결과를 활용해 나머지 군집 전략 제안~

요리하기 귀찮은 주말

“주말엔 CJ 간편식으로 쉬고 싶다면?”

0



배송비 절약 심리 저격
장바구니 문구 및 묶음배송 상품 추천 개선

묶음배송 상품

CJ제일제당온라인공식판매처 스토어의 묶음배송 가능 상품입니다. 함께 주문하면 한 번에 편하게 받아보실 수 있습니다.

내가 보던 상품

CJ제일제당온라인공식판매처스토어의 묶음배송 Best상품

[CJ제일제당]비비고 생선구이 골라담 11,580원
배송비 3,000원

[CJ제일제당] 다담 양념 골라담기+중 18,500원~

주먹밥쟁여두기(스팸김치2+참치마도 33,900원

[CJ제일제당] 비비고 생선구이 가지미/삼치/알면수 28,000원

장바구니에 담았습니다.

함께 사면 좋은 상품 추천

[CJ제일제당] 비비고 생선구이 세트 15팩_고등어5+삼치5 +가지미5 14% 34,770원

배송비 3,000원 (30,000원 이상 무료) v

8/31(목) 이내 도착 예정 ?

CJ대한통운

묶음배송 상품 더보기 >

1

주부도 힘든 월요일

“월요일엔
비비고 김치와 미역국으로 건강 풀충전!”

상온 보관 제품에 대한 레시피 공유 이벤트
Ex) 김치와 햇반을 이용한 묵은지 볶음밥



2

화목한 냉동보관 간편식

“화요일 & 목요일에는
쉽고 빠르게 한 끼 챙겨요”

주먹밥과 반찬세트 묶음 판매
핫도그, 함박과 곁들일 저칼로리 소스 추천



결론1. 네이버 마케팅 전략 제안 **NAVER**

~종합적인 분석 결과를 활용해 플랫폼의 이해를 중심으로~

햇반, 요일&군집 모두 상위권

햇반 짝꿍 상품 행사 진행

[N도착보장]



도착보장 상품

밤 12시까지 결제 시 내일 8. 26.(토) 도착보장



윤민정 (서울특별시 양천구) 도착기준

택배배송 | 무료배송 · CJ대한통운

풀필먼트, 군집별 마감구분 상위권

CJ, 풀필먼트 서비스 확대 중

- ① 더 공격적으로 확대해도 좋을 것으로 예상
- ② 네이버 전용 **N도착보장** 제품 판매



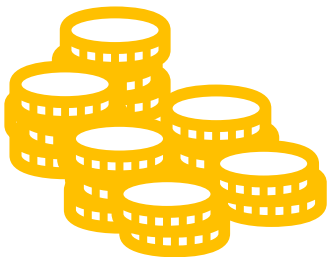
결론1. 네이버 마케팅 전략 제안 **NAVER**

~ 군집분석 결과를 활용하여 대표 군집 전략 제안~



**같은 제품
반복 주문 하면
할인율이 더해져요 +**

동일 상품 반복 주문하면,
계속해서 할인율이 0.5%씩 높아진다!



1일 최대 1주문에 한함
(행사기간내 최대 10%까지 누적)
행사기간: 05.01 ~ 05.31

2

충성도가 높은 군집

- 밥 > 국
- 풀필먼트 (상온)
- 월요일, 화요일, 수요일
- 햇반, 사골 곰탕
- 주문취소 가장 적음

구매 충성도 유지 & 강화 캠페인

같은 상품을 반복 주문할 경우,
계속해서 할인율이 증가하는 이벤트

조금씩 이라도 할인율이 오를 수록, 구매 횟수↑

결론1. 네이버 마케팅 전략 제안 **NAVER**

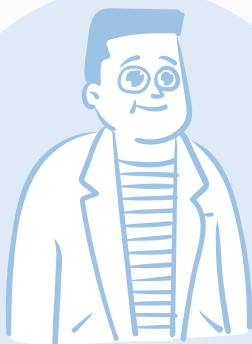
~군집분석 결과를 활용해 나머지 군집 전략 제안 ~

수월하게 핫반 먹자

0

“월요일, 수요일엔 핫반&컵반으로
편리하게 밥먹어요!”

네이버 쇼핑 알람을 통해 행사 안내
카테고리 상위 5개 모두 핫반&컵반

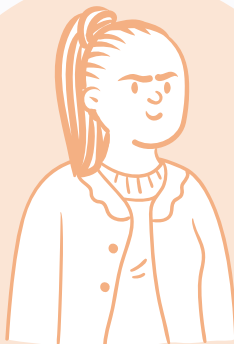


월요일은 클래식하게 스팸에 밥!

1

“핫반과 영원한 단짝!
스팸 & 사골곰탕으로 한 주를 시작하세요”

스팸과 핫반으로 만든 밥상 메뉴를 보여주는 게시글
Ex) 간장 스팸 덮밥, 스팸 탕후루, 스팸 스무비



가장 바쁜 수요일은 만두다!

3

“CJ는 언제나 고객님의 만족을 위해
최선을 다합니다”

주문취소가 가장 많은 군집
고객들의 불만사항을 파악하여 개선



주말에는 가족과 함께

4

“주말엔 가족과 함께
맛있는 시간을 보내세요”

가족 모든 구성원이 즐길 수 있는 제품 행사
작은 공기, 만두처럼 아이도 좋아할 제품 추천



결론2. 내용 정리

카테고리별 주문 특성

	카테고리	주문수량	평균 매출액
11번가	간편식/ 냉장/냉동	735개	11,325원
네이버	밥/죽/면	83235개	27,259원

카테고리별 매출액

	카테고리	주문수량	평균 매출액
11번가	김치	128개	30,408원
네이버	양념/ 가루/오일	9930개	33,139원

주문 수량과 매출액이 비례하지 않음

요일별 주문 분포

11번가	목요일이 368건으로 주문량이 가장 많음 금요일에 가공식품 구매율이 가장 높음
네이버	수요일이 34657건으로 주문량이 가장 많음 모든 요일에 밥/죽/면이 높은 구매율을 보임
햇반은 두 플랫폼에서 모든 요일 주문량이 많음	

군집분석과 마케팅 전략

11번가	4개 군집	각 플랫폼의 특성을 살린 전략
네이버	5개 군집	

감사합니다
Q & A

11>

NAVER

