

개요

신제품 출시 시각화 프로젝트



본 프로젝트는 얇은피 만두 5개 제품의 2주간 판매 데이터를 바탕으로(19년 2종 출시, 20년 2종 출시 후 얇은피 전품목군의 데이터 비교)으로, 제품별 성과, 지점별 매출 분포, 전년도 대비 성장률을 Tableau를 활용해 시각화한 분석 리포트입니다.

주요 인사이트를 기반으로 향후 마케팅 전략 및 집중 방향을 제안합니다.



데이터 수집 및 전처리
- Excel 기반 실무 Raw Data 정리(연도, 품목, 주차, 지점, 판매수량 등)

시각화 대시보드 설계 (Tableau)
- 매출 현황, 제품별 비교, 지점별 성과, 성장율 분석

실적 비교 및 인사이트
- 제품 매출 비중 변화 및 지점별 성과 점검
- 인사이트 도출

마케팅 전략 제언
- 집중 품목 결정, 프로모션 계획

데이터 수집 및 전처리

시기에 따른 비교 분석 위한
연도, 주차, 일 칼럼 추가

연도	품목군	품목	주차	일	점포코드	권역	지점	파트	매장명	판매수량	판매금액
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1133	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트성남점H	2	10,084
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1140	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트가든5H	2	10,084
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1127	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트경기광주H	3	15,126
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1139	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트목동H	1	5,042
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1029	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트상봉H	5	25,210
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1114	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트도농H	4	20,168
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1155	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트별내H	0	-
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1136	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트진접H	0	-
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1094	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트남양주H	4	20,168
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1062	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트명일H	4	20,168
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1025	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트천호H	4	20,168
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1115	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트하남H	1	5,042
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1087	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트양재H	2	10,084
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1020	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트역삼H	3	15,126
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1138	수도권	식품_KA1지점	KA1_강동	[현]이마트이수H	2	10,084
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1101	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트검단H	5	25,210
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1057	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트계양H	10	50,420
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1064	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트연수H	0	-
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1054	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트중동H	4	20,168
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1035	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트동인천H	3	15,126
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1088	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트인천공항H	0	-
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1018	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	이마트부천H	0	-
2020	교자만두	얇은피 교자(고기)	1주차	1일	1024	수도권	식품_KA1지점	KA1_경인	[현]이마트산본H	1	5,042

품목군, 품목별 분석 위한 칼럼
추가 분리

지역에 따른 비교 목적 권역,
지점 칼럼 형성

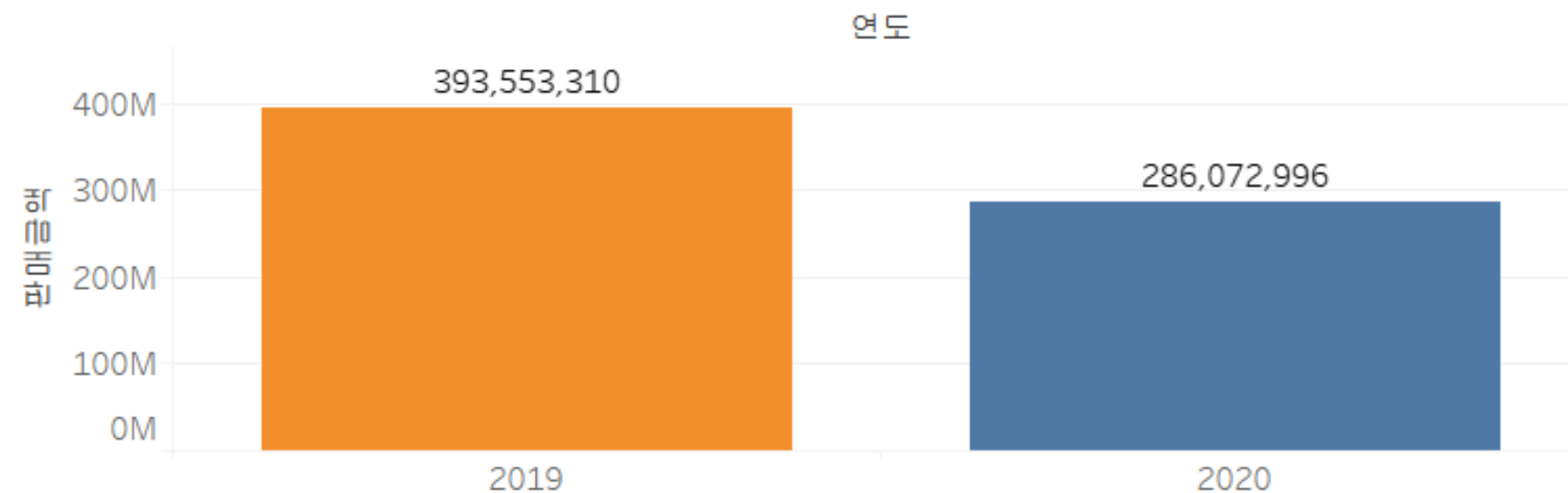
매출 현황

신제품 출시 시각화 프로젝트

지점별 성장율

권역	지점	연도		Grand Total
		2019 ₩	2020	
수도권	식품_KA1지점	249,664,714	177,372,518	-29.0%
지방권	윙봉부산지점	33,947,786	23,894,038	-29.6%
	윙봉대전지점	49,512,440	37,295,674	-24.7%
	윙봉대구지점	33,438,544	25,608,318	-23.4%
	윙봉광주지점	26,989,826	21,902,448	-18.8%
Grand Total		393,553,310	286,072,996	-27.3%

연도별 대조



-27.3%

신제품 얇은피 만두 출시 2주간 총 실적
전년比 약 - 100.0백만

품목군/품목별 실적

신제품 출시 시각화 프로젝트

품목/지점별 실적현황

			연도 / 품목군					Grand Total
			2019		2020			
권역	지점		얇은피 만두	Total	교자만두	얇은피 만두	Total	
수도권	식품_KA1지점	판매금액	249,664,714	249,664,714	141,029,782	36,342,736	177,372,518	427,037,232
		판매수량	49,517	49,517	27,971	7,208	35,179	84,696
	Total	판매금액	249,664,714	249,664,714	141,029,782	36,342,736	177,372,518	427,037,232
		판매수량	49,517	49,517	27,971	7,208	35,179	84,696
지방권	유통광주지점	판매금액	26,989,826	26,989,826	15,862,132	6,040,316	21,902,448	48,892,274
		판매수량	5,353	5,353	3,146	1,198	4,344	9,697
	유통대구지점	판매금액	33,438,544	33,438,544	21,146,148	4,462,170	25,608,318	59,046,862
		판매수량	6,632	6,632	4,194	885	5,079	11,711
	유통대전지점	판매금액	49,512,440	49,512,440	27,246,968	10,048,706	37,295,674	86,808,114
		판매수량	9,820	9,820	5,404	1,993	7,397	17,217
	유통부산지점	판매금액	33,947,786	33,947,786	19,729,346	4,164,692	23,894,038	57,841,824
		판매수량	6,733	6,733	3,913	826	4,739	11,472
	Total	판매금액	143,888,596	143,888,596	83,984,594	24,715,884	108,700,478	252,589,074
		판매수량	28,538	28,538	16,657	4,902	21,559	50,097
Grand Total		판매금액	393,553,310	393,553,310	225,014,376	61,058,620	286,072,996	679,626,306
		판매수량	78,055	78,055	44,628	12,110	56,738	134,793

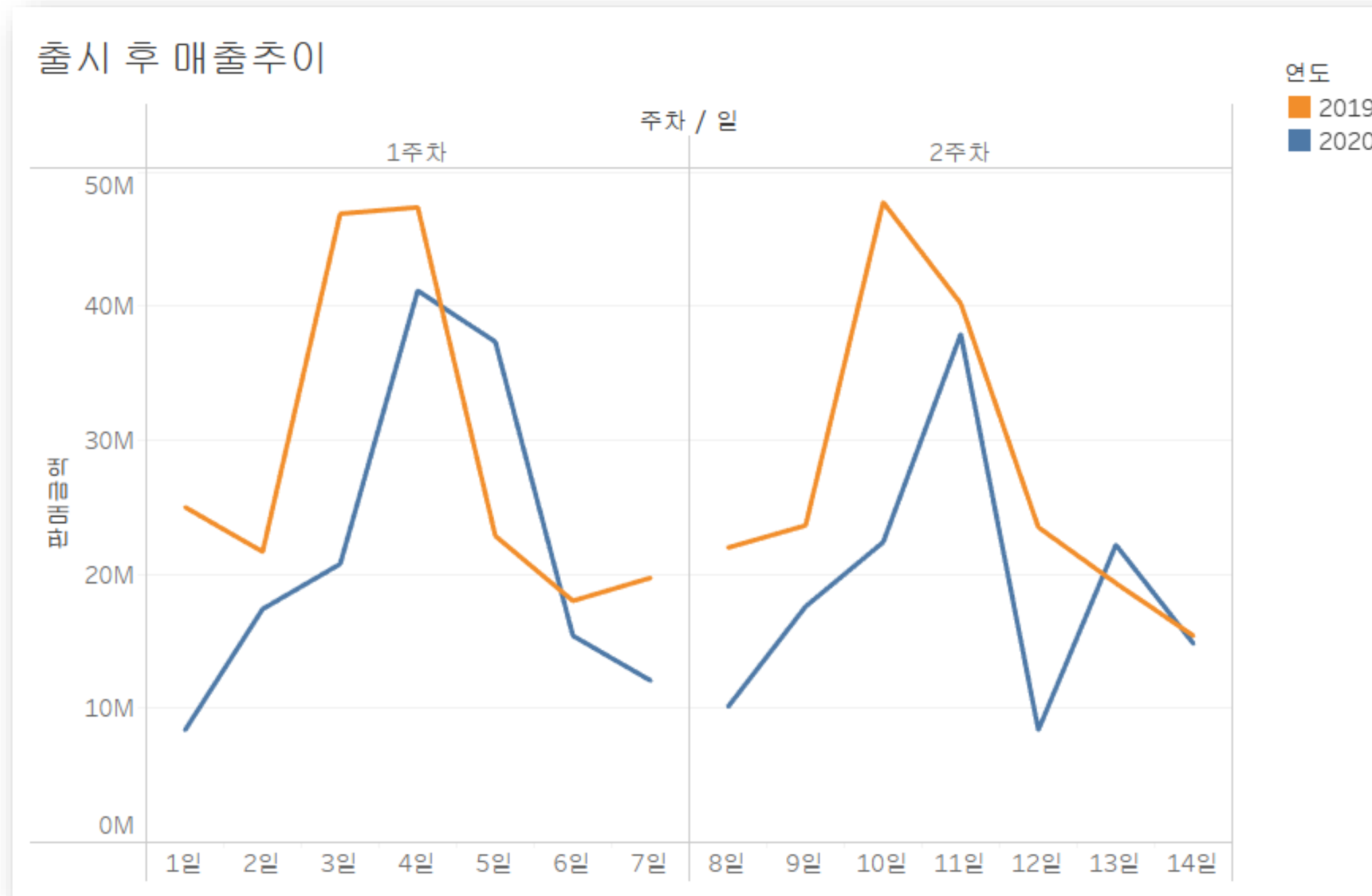
주력 신상품과 오리지널 상품 사이의 매출 잠식 효과로 인해 판매 집중 분산.

품목별 실적비교



출시 후 매출 추이

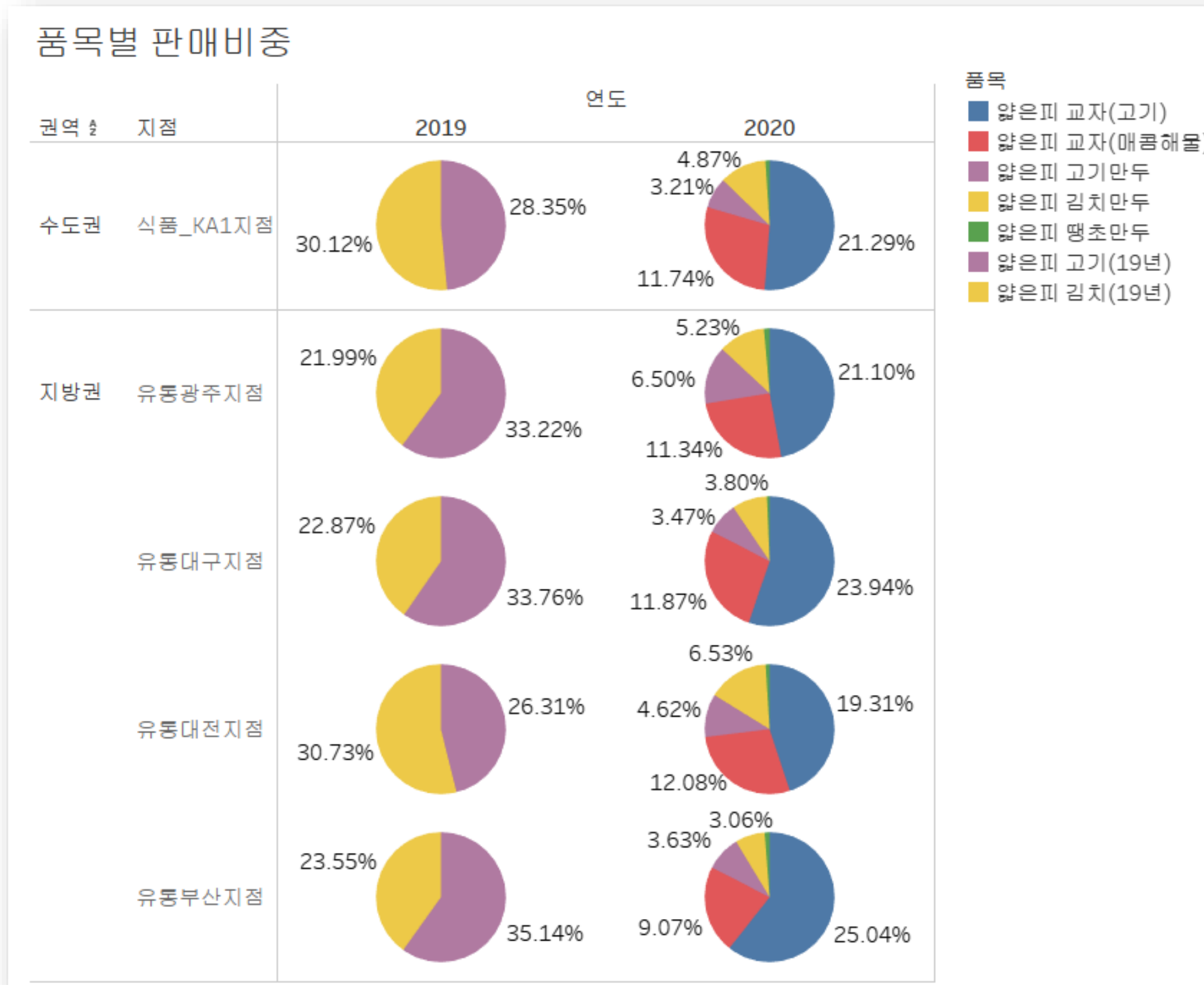
신제품 출시 시각화 프로젝트



오리지널 상품(19년도)은 1주차와 2주차의 주말 최고 판매량이 유사한 반면, 신제품(20년도)의 경우 2주차 매출 하락세 전환

지점별 품목 판매비중

신제품 출시 시각화 프로젝트



- 각 지점별 얇은피 만두 품목별 판매 비중을 파이차트로 시각화
- 광주와 대전의 경우 19년 제품(고기, 김치)의 비중이 여전히 높음
- 수도권(KA1지점)과 대구 부산은 상대적으로 2020년 신제품(교자만두)의 침투율이 더 높게 나타남
- 신제품 중에서는 얇은피 교자(고기) 가 전 지점에서 두드러진 점유율을 보임.

마케팅 전략 방안 제시

1

- 전사 마케팅/제품 리뉴얼 필요성
- 유통 전반적 냉동 만두 CAT 트렌드 점검 필요
- STP 전략 재점검

2

- 얇은피 교자(고기) 제품의 경우
편차 없이 고른 반응
→ 전략제품 육성 가능

3

- 수도권과 대구, 부산의 경우 신제품
교자만두의 점유율이 높아 집중 판매
제품, 주력 상품 추진 가능

4

- 광주, 대전지점 19년 오리지널
제품의 의존도가 높아 신제품 인식
개선 필요
→ 리뉴얼 또는 시식 프로모션