

자사 브랜드 인지도 개선 및
직영 온라인몰 **맞춤형 정기배송**을 통한
매출증대방안

nC5



유한킴벌리

- 생활용품 전문회사
- 유아 관련 제품 판매 업계 판매량 1위

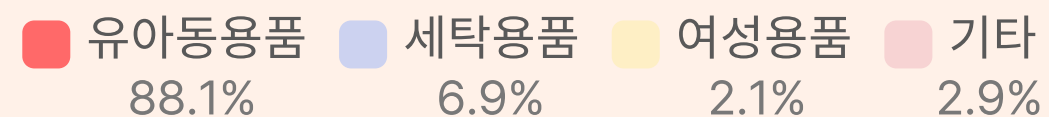
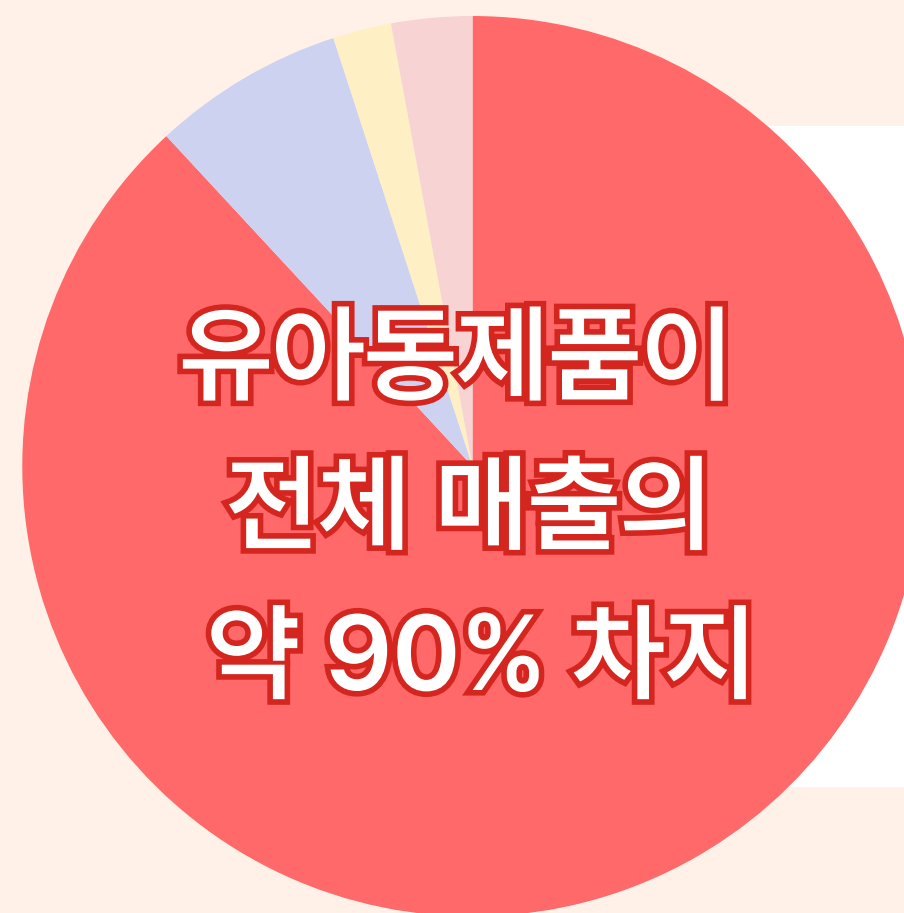
온라인 직영몰

momQ

쇼핑 뿐 아니라 육아정보까지
다양한 체험을 제공



150만명의 회원 보유



주력 브랜드



기저귀



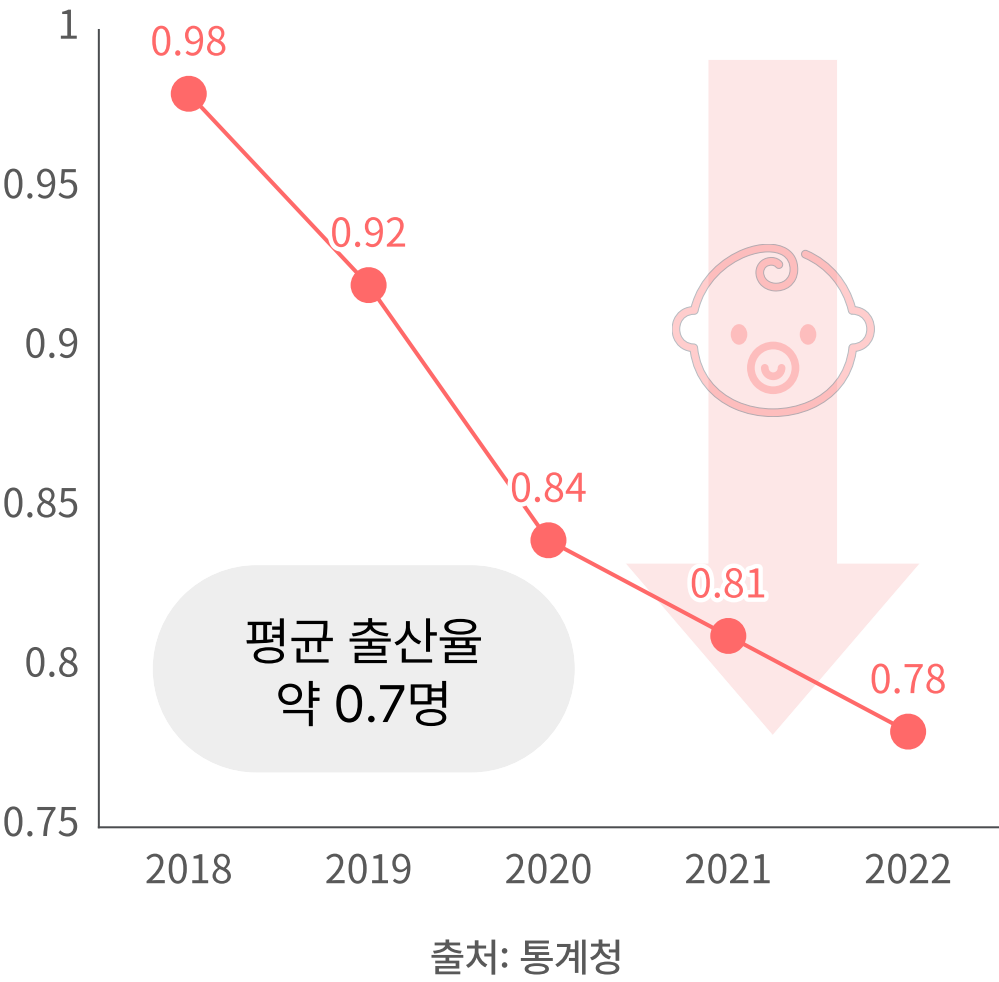
젖병



화장품

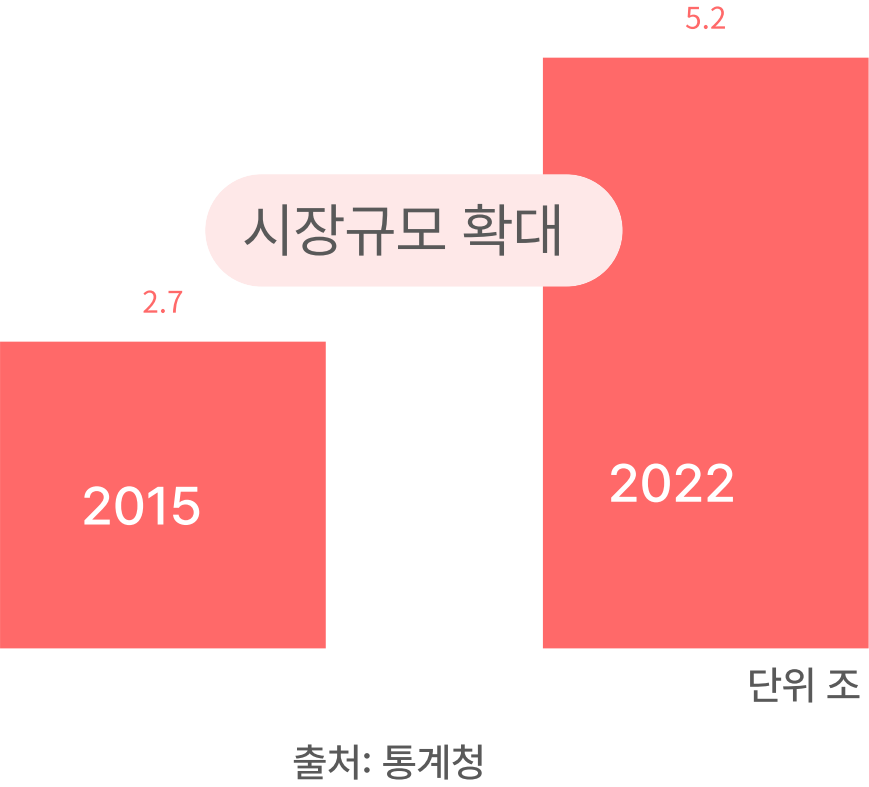


전국 출산율 감소



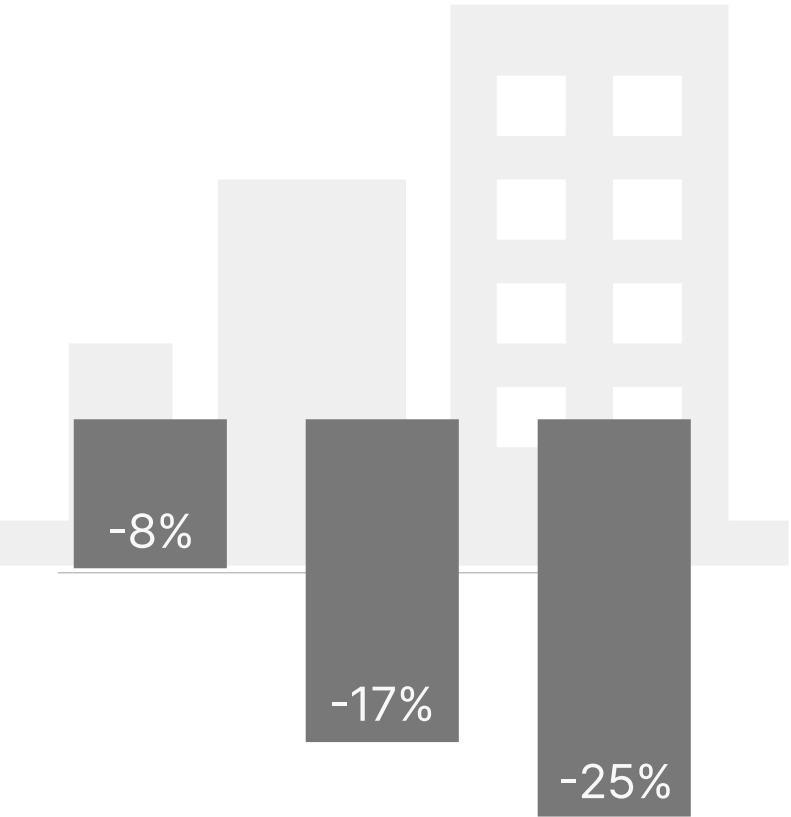
아동, 유아용품 매출 증가

텐포켓 한 명의 자녀를 위해 부모뿐만 아니라
주변인 모두 돈을 쓴다는 신조어
VIB Very Important Baby의 줄임말



맘큐 전체 매출액 **지속적 감소**

2023년 - 25%



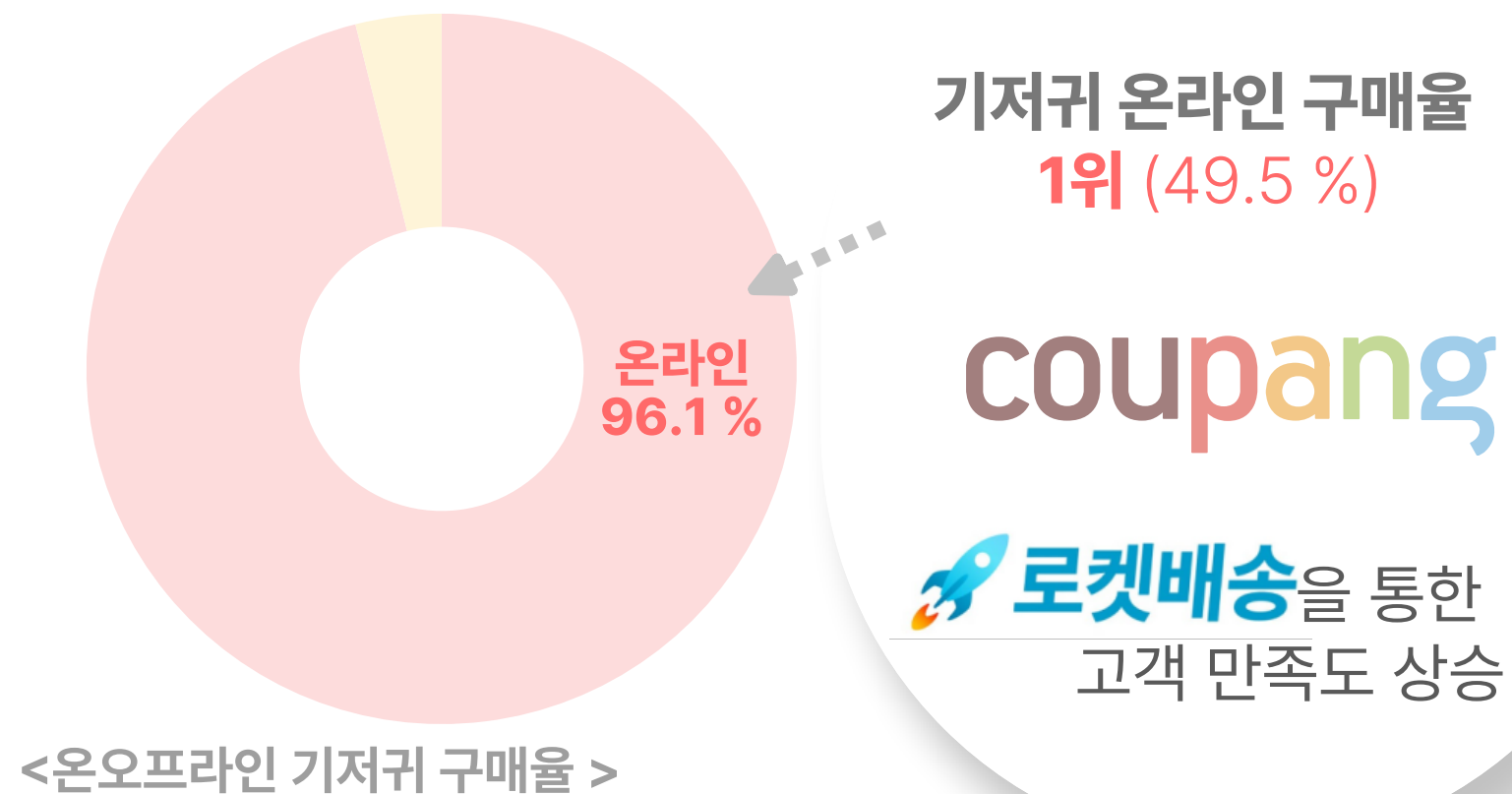
출산율 감소에도 불구하고 커지는 유아동용품 시장

현황

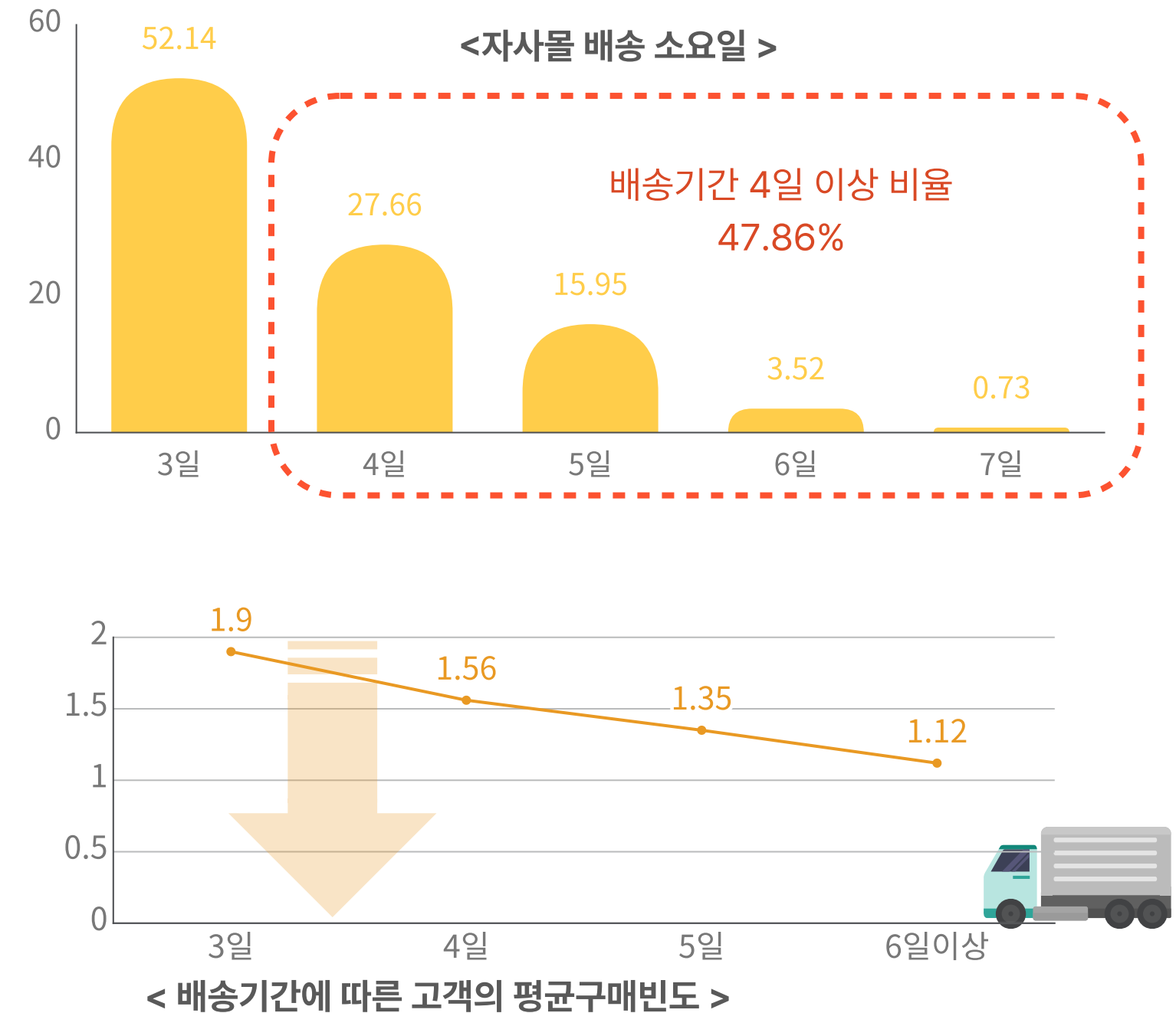
- 배송
- 맞춤 서비스
- 브랜딩

커지는 온라인 유아동용품 시장

온라인 시장 구매율에 있어서
배송의 영향이 큼을 알 수 있음



제품 주문량 급증으로 배송의 지연 발생

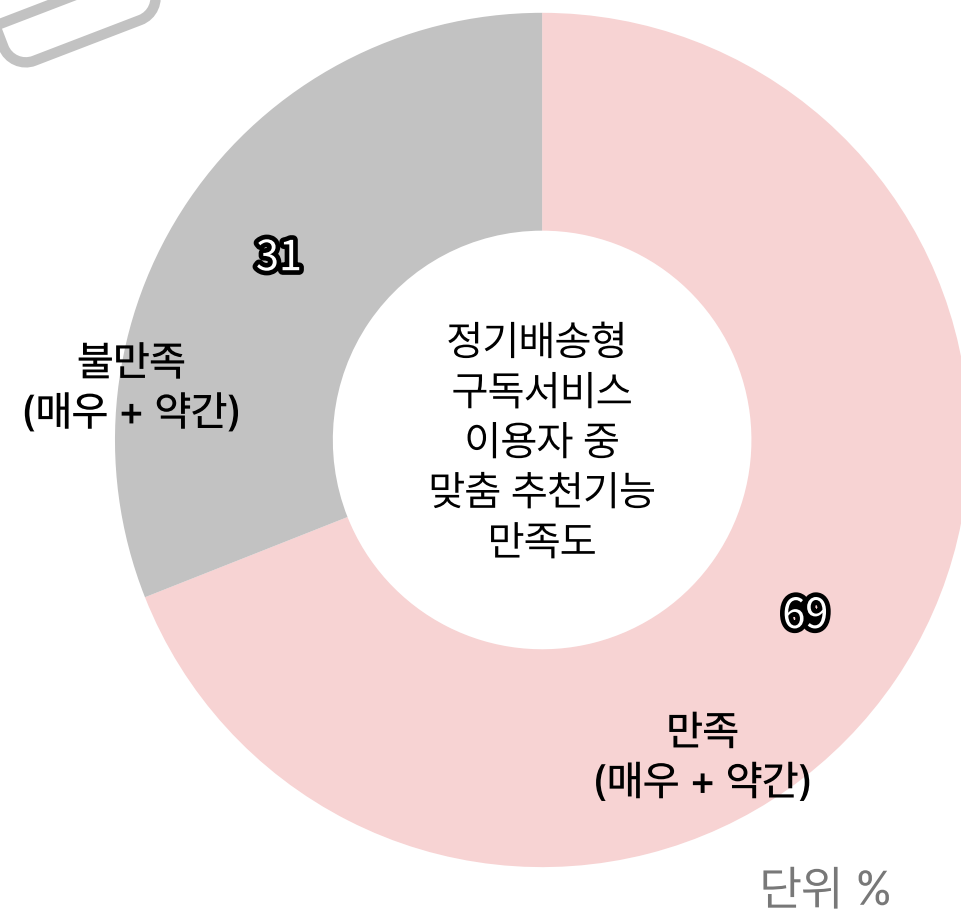


수요예측 문제 해결과 배송 서비스 개선 방안 필요

'편리미엄 = 편리 + 프리미엄'



부족한 시간에 소비자 대신할 서비스를 최대한 활용
현실적으로 많은 노동이 투입되기 어려운 맞벌이 부부, 1인 가구 등에서 확산



시기별 교체가 필요한 상품이 많은
육아용품시장
단계별 구매가 중요해
맞춤배송서비스가 적합한 분야

응답자 수: 최근 1년 내 정기 상품 배송형 구독서비스 이용자 353명 / 맞춤추천기능 이용 경험자 124명
조사기간: 2021.05.21 ~ 24

유아동용품 경쟁사 정기배송 사례

peekaby

올디너리매직



런칭 8개월 만에 매출 **10배** 이상 증가

소비자 니즈를 충족시킬 수 있는 맞춤배송서비스가 필요

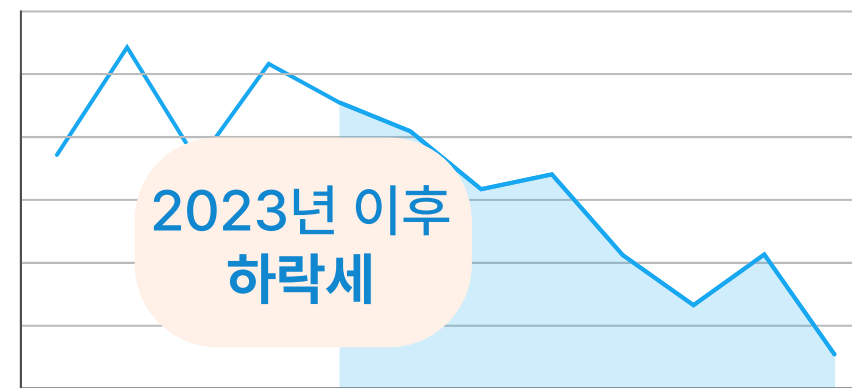


주력 브랜드의 계약종료와 서브 브랜드 런칭, 그러나 ...

<브랜드별 제품 판매 비율>

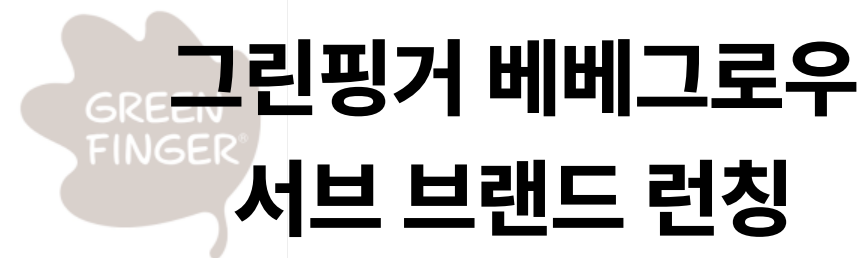


매출 지속적 감소에 큰 영향



<2022년 / 2023년 1 ~ 8월 비교>

육아용품 독자 개발·공급 위해

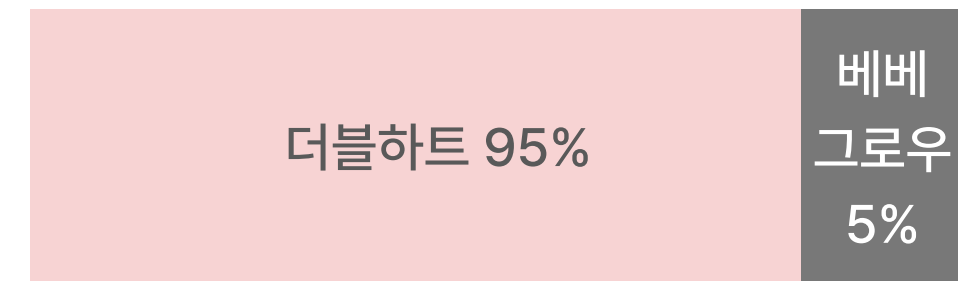


그린핑거 베베그로우
서브 브랜드 런칭

친환경 젓꼭지, 젓병 출시

서브 브랜드 소비자 인지도 부재

더블하트 VS 그린핑거 베베그로우 ▾



23년 하반기 검색량 비교

더블하트 5840건

베베그로우 450건

인지도가 높은 브랜드를 선택하는 경향이 있다.

출처논문) 소비자의 첫 구매에서의
어려움과 대처전략에 관한 연구
- 육아용품 구매를 중심으로 -

서브 브랜드 그린핑거_베베그로우 **인지도 개선 필요**

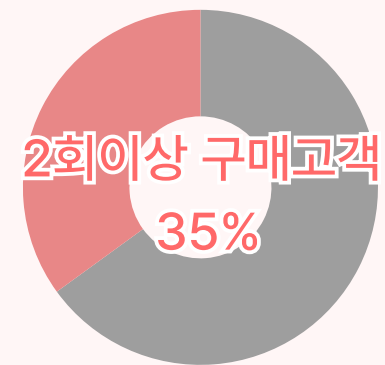
목표

- 목표 설정

KPI 달성 목표

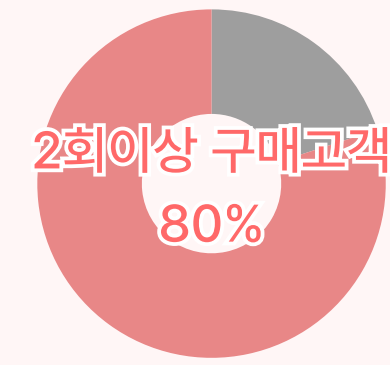
맞춤형 정기배송

베베그로우 브랜드 소비자 인지도 강화

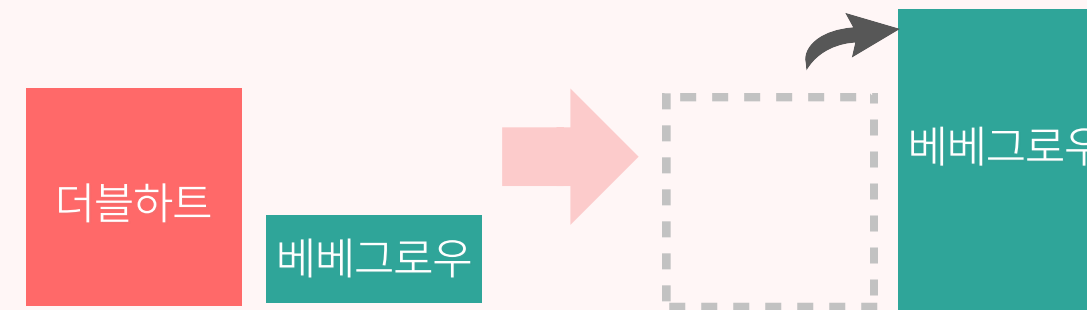


맞춤형 정기배송서비스

신청율 45%



매출 54% 증가



더블하트매출(18%)
베베그로우로 전환

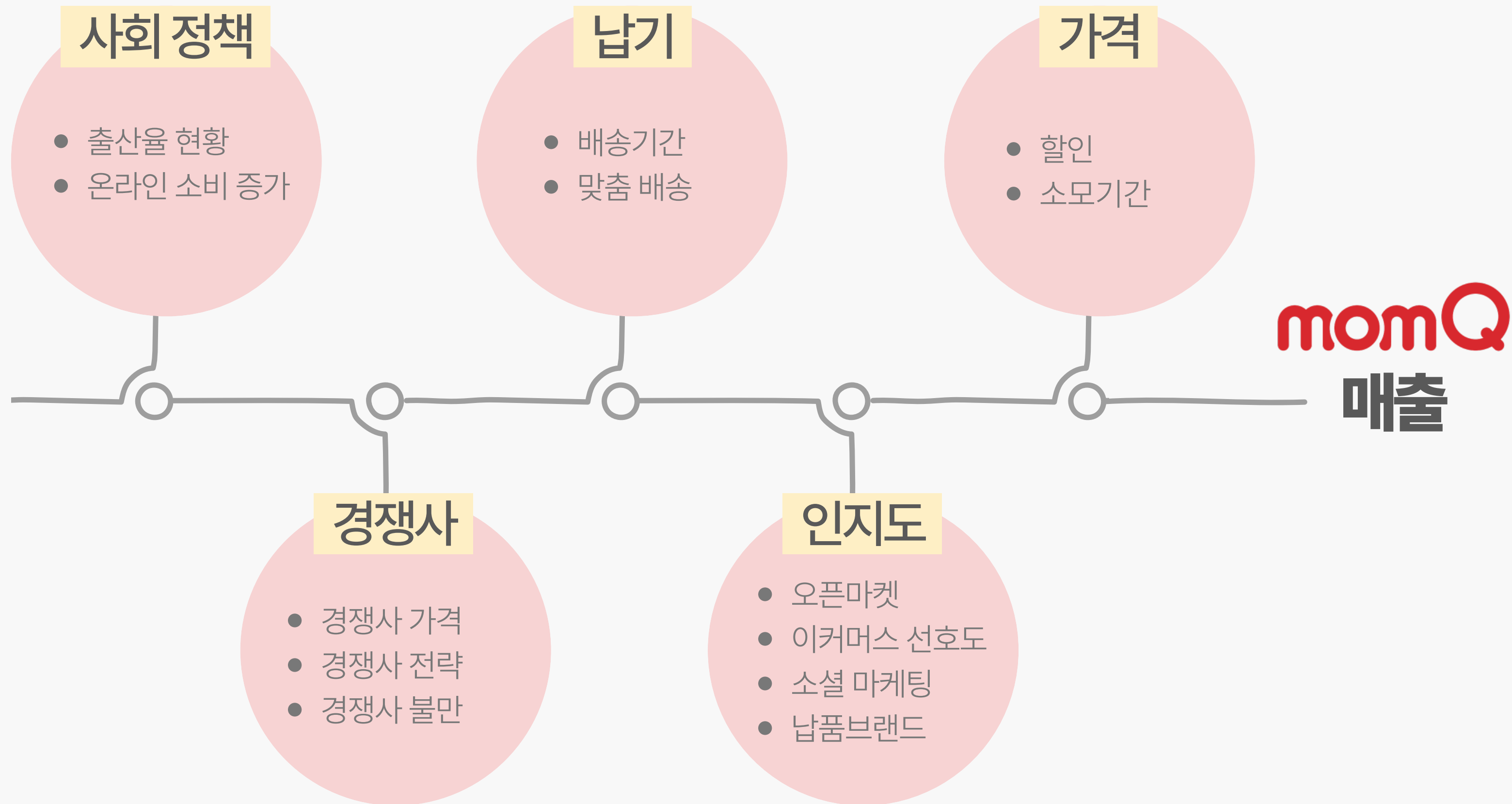
데이터 분석

- 피쉬본

- 변수정의서

- 분석 계획

- | 개월수별 기저귀 단계 분석
- | 경쟁사(쿠팡)와 가격 비교
- | 회원 데이터 분석





데이터 분석 목적	주요변수	분석방법	설명
맞춤형 정기배송 서비스 제공	구매 데이터 (구매일, 결제가격, 구매시월령, 상품명 등, 파생변수) 쿠팡과 맘큐 유아용품 분야별 상위 120개 크롤링 데이터, 쿠팡 문의사항 크롤링 데이터	시각화, 가설검정,크롤링, 텍스트 마이닝, 연관분석	1. 월령에 따른 필요 유아용품분석 - 구매시월령에 따른 구매 물품 확인 2. 월령별 소모품 단계 분석 - 구매시 월령에 맞는기저귀/팬티와 젖 꼭지의 단계(사이즈) 확인 3. 경쟁사 쿠팡 현황 확인 - 맞춤형 정기배송의 할인율 결정 - 경쟁력을 가질 수 있는 사항 확인
브랜드 인지도 개선	회원 정보데이터 (연령, 유입경로, 자녀여부), 구매 정보 데이터, 주 유입경로 관련 외부 데이터	시각화, 가설검정, 크롤링	회원 특성 및 주 유입경로 확인 주 유입경로 관련 분석



회원 데이터

변수명	타입	상세내용
고객번호	범주형	주문고유번호
성별	범주형	남 / 여
결혼유무	범주형	기혼 / 미혼
거주지역	범주형	거주지역 시도군
연령	연속형	고객 나이
결제등록카드	범주형	결제 카드 (카드사 이름)
유입경로	범주형	인터넷 유입 경로
자녀여부	범주형	Yes / No

물품 데이터

변수명	타입	상세내용
물품대분류	범주형	물품대분류
상품명	범주형	상품명
물품판매량	연속형	물품판매량
제품단가	연속형	제품단가
브랜드	범주형	브랜드

판매 데이터

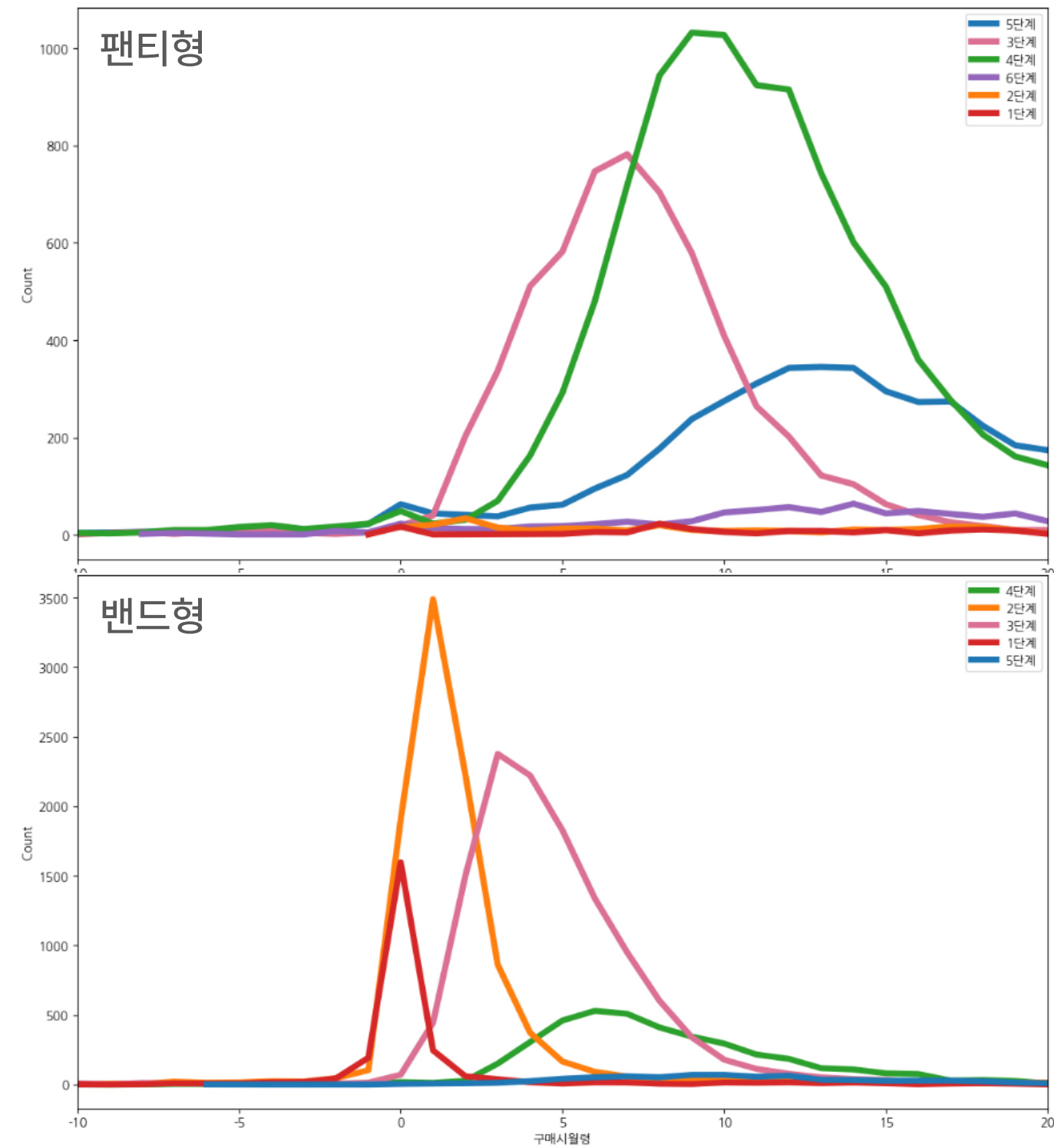
변수명	타입	상세내용
주문번호	범주형	주문고유번호
고객번호	범주형	회원고유번호
배송완료일	Datetime	제품 배송완료일
배송시작일	Datetime	제품 배송시작일
구매일	Datetime	제품 구매 일자
구매시월령	연속형	제품 구매 시 회원 자녀 월령 (- : 출산예정)
구매금액	연속형	상품 구매 금액
결제금액	연속형	회원 결제 금액
물품대분류	범주형	물품대분류
물품소분류	범주형	물품소분류
기저귀 단계	연속형	기저귀단계 (1~6단계)
상품명		상품명
브랜드	범주형	상품의 브랜드명
배송시작일-구매일	연속형	구매일로부터 배송완료까지 걸린 시간

크롤링 데이터

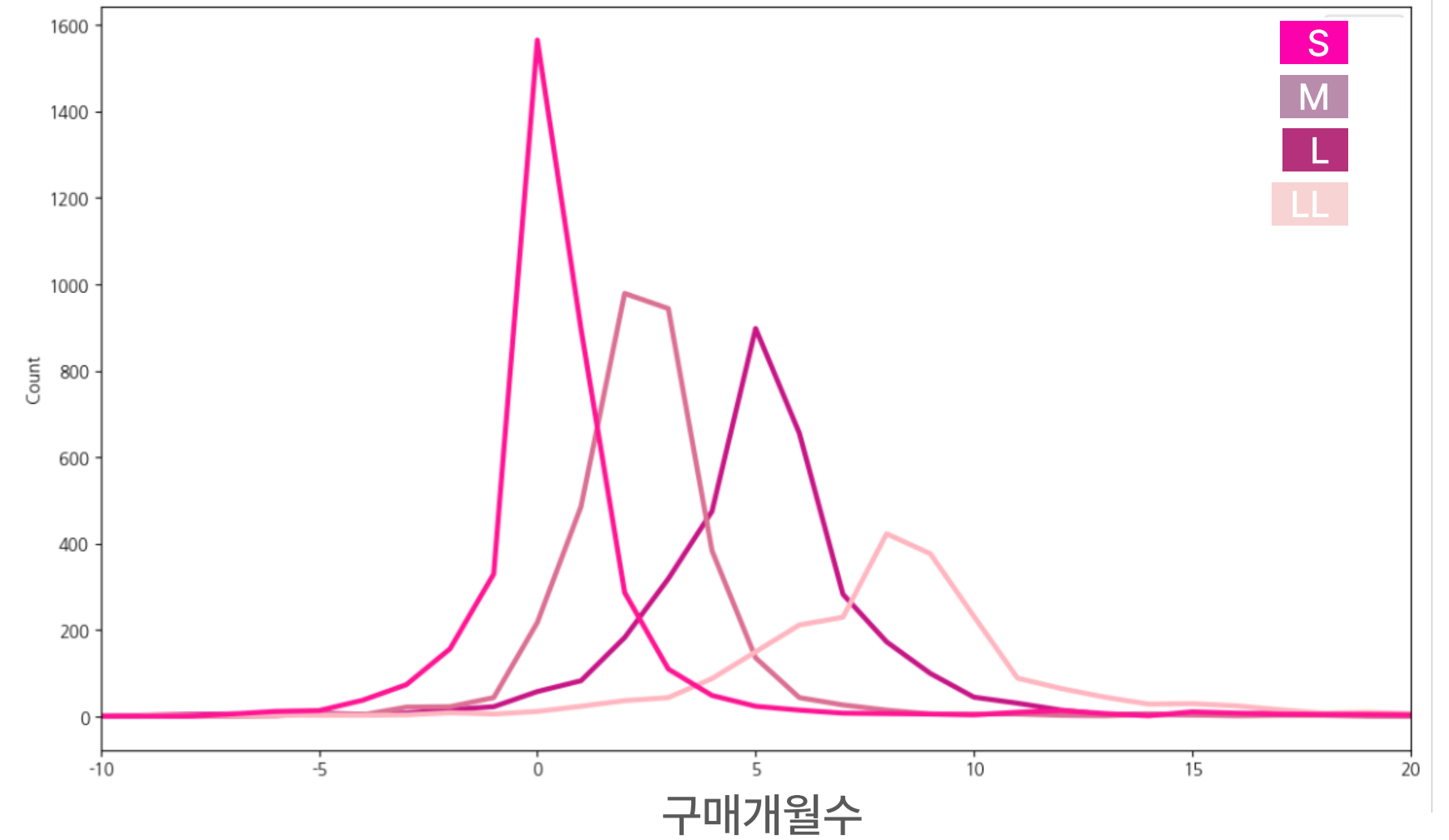
변수명	타입	상세내용
제품명	범주형	제품명
가격	연속형	제품의 판매 가격 (단위: 원)
판매처	범주형	판매처(맘큐 / 쿠팡)
쿠팡 문의	문자열	쿠팡의 기저귀 제품 관련 문의사항



- 개월수에 따라 주로 사용하는 기저귀



- 젓꼭지 사이즈별 구매시 개월수에 따른 구매 수

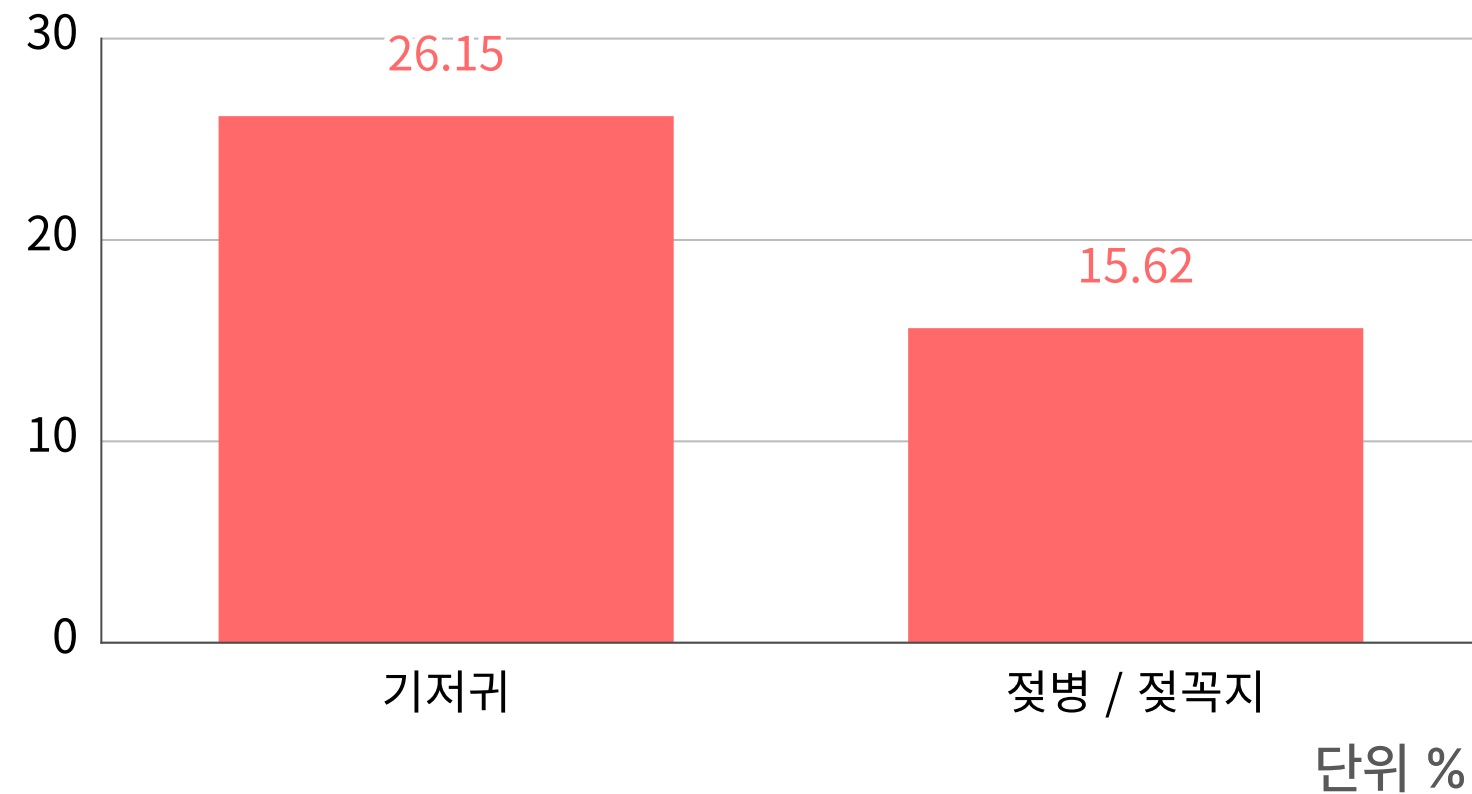


개월수에 따라 필요한 젓꼭지의 사이즈의 차이가 유의미
실제 고객들이 처음 구매하는 사이즈에 맞춰 제공할 필요성이 있음

개월수에 따른 사용하는 제품의 단계를 확인

가격 경쟁력

- **맘큐가 쿠팡보다 더 비싼 정도 (%) | 동일 제품 평균 가격 비교**



맘큐는 경쟁력을 유지하기 위해
가격 조정을 고려할 필요

- ## ● 기저귀 관련 쿠팡 문의사항을 크롤링해 살펴본 결과



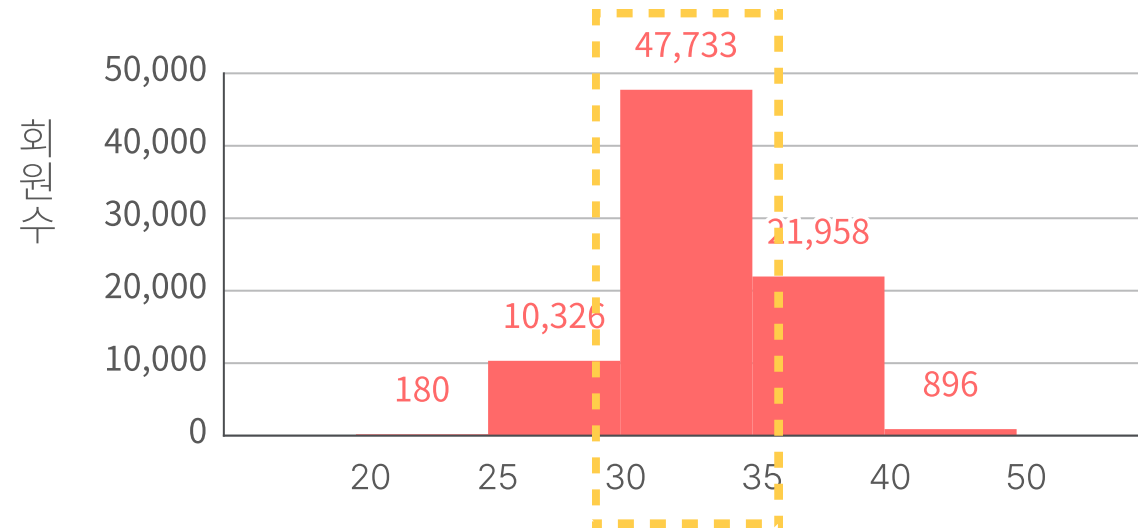
가격 경쟁력에서 부족한 부분을 보완하기 위해
차별화된 부가 서비스나 혜택을 제공해야할 필요성

기저귀 관련 쿠팡 문의사항을 크롤링해 살펴본 결과
어떤 단계를 사용해야 하는지 사이즈에 대한 문의 많음

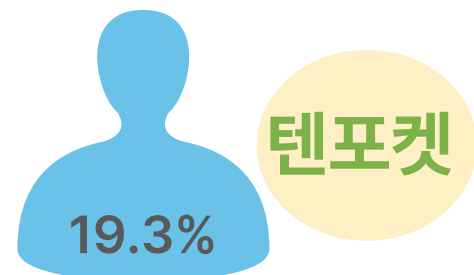
경쟁사의 장점을 활용하고 단점을 보완하는 서비스의 제공 필요 확인



연령 분포



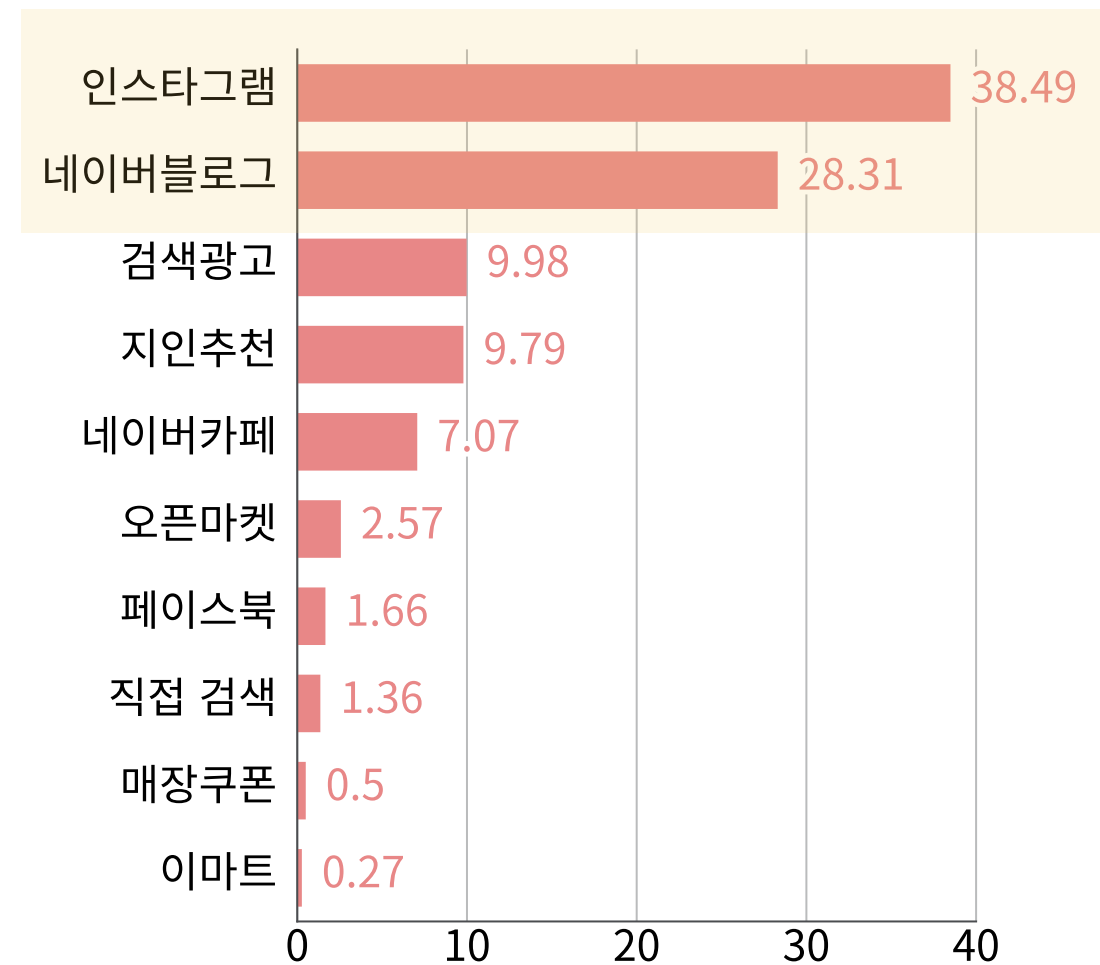
대부분 30대인 젊은 회원들



자녀가 없어도 유아용품을
구매하는 결제건

부모의 소비가 아닌
선물용 소비도 무시할 수 없다

가입유입경로



인스타 혹은 네이버블로그로
유입된 고객이 전체의 66.4%

월간 네이버 블로그 콘텐츠 발행수



베베그로우와 더블하트 팔로워수 비교



2024년 6월 20일 기준

주요 유입 경로인 **인스타그램과 블로그**에 집중 마케팅할 필요가 있음

개선안

1.정기배송 서비스

2.베베그로우 홍보

3.그 외



맞춤형 정기배송 서비스

고객이 신경쓰지 않아도 알아서 배송되는 맞춤 서비스

기존 회원가보다 저렴한 정기배송 할인가 안내

NEW 2024 하gis 네이처메이드 썸머 팬티 5단계
공용 80매 (팬티형)

25% 할인쿠폰

리멤버쿠폰

80,200원
25%
60,100원
정기배송 할인가

↓ 쿠폰



품목 구매 체크

관심상품

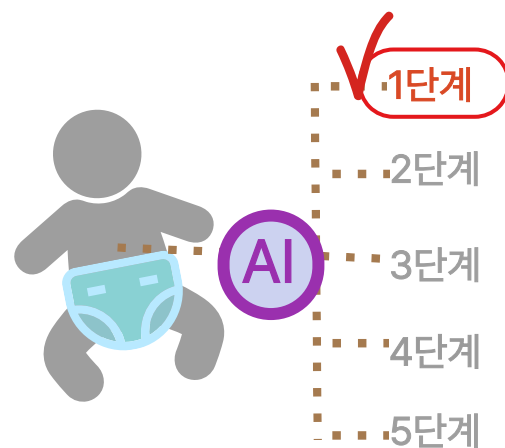
장바구니

구매하기

정기배송 신청

기저귀, 젖병, 물티슈 등
생활용품에 대한 정기배송 서비스 진행

사이즈피팅 AI 서비스



체중, 개월수에 따라 가상 피팅



결제 전, 알림

- 개월수에 따른 상품 변경여부



기저귀 졸업 전 !

앱 푸시알림 / 카카오톡 채널 알림

벌써 36개월이네요 !
우리 아기, 배변교육은 잘되고 있나요?
관련 교육영상으로 같이 연습해요!



유아동 콘텐츠 홍보로 자연스러운 안내



공통

체험단 모집

인스타그램

인스타스토리 _ 고객참여형 필터



필터 제작으로
고객 참여 적극적 유도

육아콘텐츠 활성화_인스타툰 콜라보

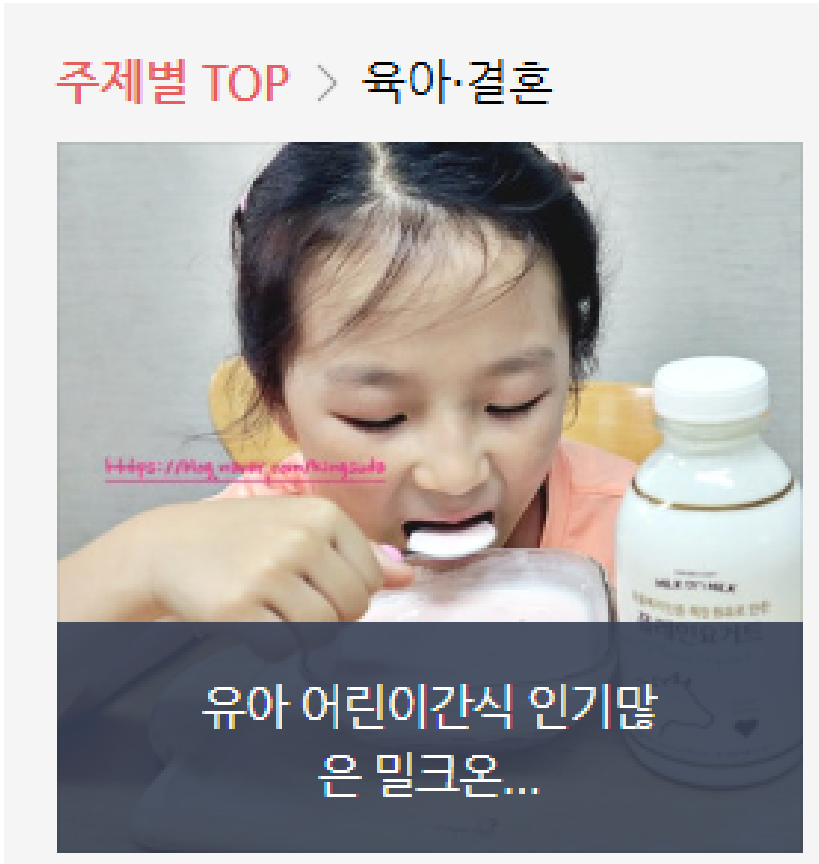


인스타툰으로
직관적 육아팁 제공

blog

네이버

파워블로거 홍보



단계별 사이즈에 대해
보다 상세한 검색노출 필요

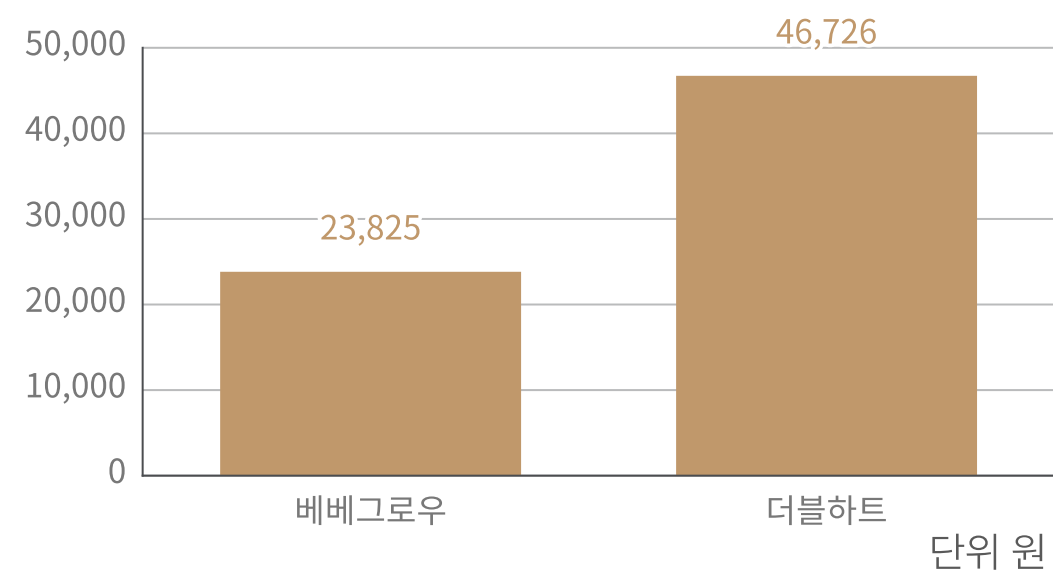
맘카페 포스팅

급상승 Top100 랭킹 Top100 전체	
	맘스홀릭 사과나무 (유아용품중고거래, 중고거래, 도서중고거래) 맘스홀릭,사과나무,벼룩시장,중고거래,도서,도서중고거래,전집 육아/여성 · ♀ 408,168 · 나무2단계
	미즈넷-임신 육아 임신부 교육 뷰티 아기용품 핫딜 리뷰 체험단 육아 임신 임신부 홀스쿨 교육 뷰티 패션 건강 운동 생활용품 공동구매 핫딜 맛집 여행 리뷰 ... 육아/여성 · ♀ 316,382 · 숲
	줌마렐라 [임신출산육아 맛집 경상남도 창원 마산 진해 줌솔랭] 줌마렐라와 함께하면 행복합니다. 맛집/프리마켓 줌마켓 / 체험단 / 베이비페어 / 줌솔랭 육아/여성 · ♀ 311,860 · 숲
	안군의♥안양맘 군포맘 의왕맘 육아 맘카페-평촌맘 범계맘안양시 30만회원 1위 안양맘 군포맘 의왕맘 육아맘카페♥유치원,학원,중고거래,카페,응급실,안양,군... 육아/여성 · ♀ 271,938 · 열매4단계
	부산맘 오이소♥부산시 엄마 모임-맘카페 경남맘 김해맘 양산맘 부산맘 오이소♥부산시 엄마 모임-맘카페 경남맘 김해맘 양산맘 카페 학원, 교육, 중고 육아/여성 · ♀ 265,979 · 열매2단계
	분따 - 분당,판교,위례 따라잡기 분당,판교,위례 엄마들의 육아및 교육 정보 나눔 공간 입니다. 육아/여성 · ♀ 252,134 · 숲

소통 위주 지역맘카페 특성
베베그로우 홍보

베베그로우 프리미엄 라인 구축

< 베베그로우와 더블하트 가격 비교(전제품) >

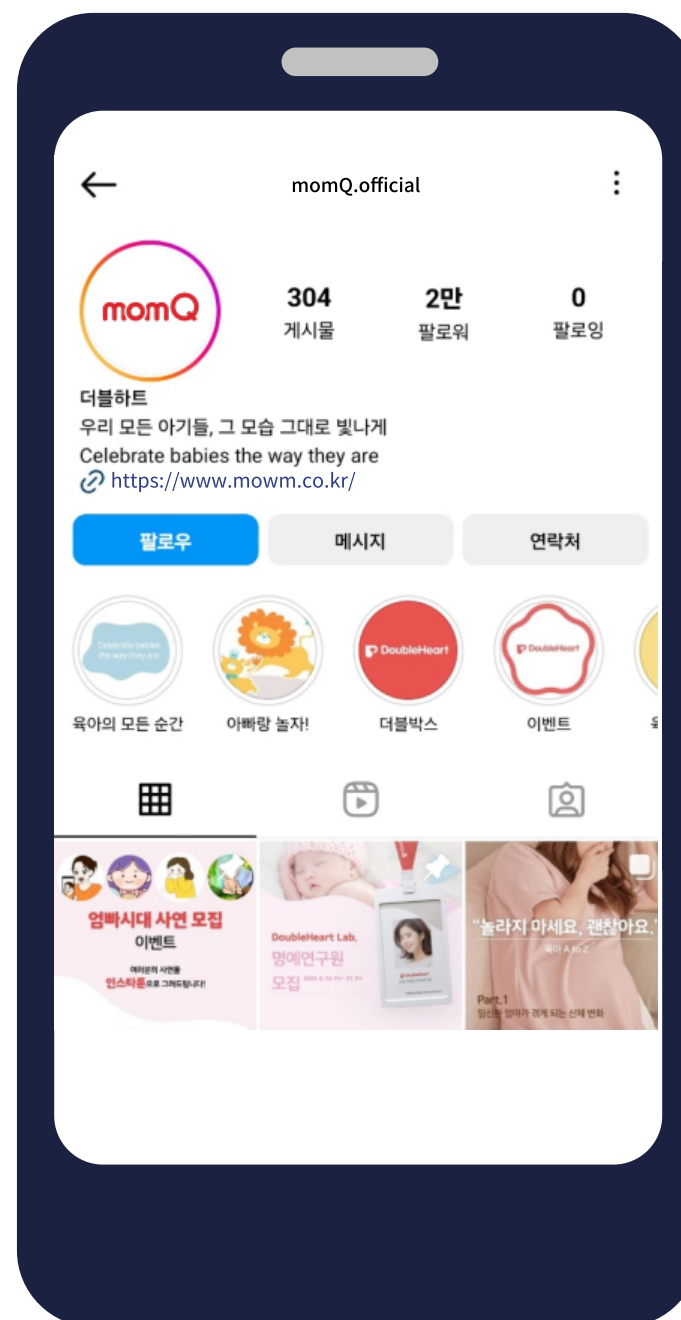


가격경쟁력은 있으나, 구매로 이어지지 않음



VIB, 텐포켓을 맞추어
선물용 고급 프리미엄 라인 수요 확인

맘큐 인스타그램 개설 및 활성화



자사브랜드의
인스타그램 존재

but

맘큐(자사종합몰)
인스타그램의 부재



맞춤형 정기배송
서비스 홍보 및
자사몰 유입 증가
기대

맘큐 홈페이지 개선

유사어 검색 미지원

띄어쓰기 누락하는 경우

제품명 정확하기 기입하지 않는 경우
'네이처 → 네이쳐'

...

고객의 검색 편의성 고려한
홈페이지 개선이 필요함



대부분의 고객이 하루에 1개의 제품만 구매해
연관분석에서 유의미한 결과가 나오지 않았지만,
개인이 아닌 팀으로 결과물을 만들어내야한다는 점에서
커뮤니케이션의 중요성을 배울 수 있었습니다
차후 데이터에 따라 정기 배송 할인율 조정해보는 것도 좋을 것 같습니다
제가 데이터팀이라면 데이터 컬럼을 더 세분화할 것 같습니다.

nC5