

P 포장회사 배송 서비스 최적화에 따른 매출증대

P 포장회사 배송 서비스 최적화에 따른 매출증대

• 비즈니스 시나리오 :

최근 1인 가구의 증가와 음식 배달 문화가 더욱 활성화 됨에 따라, 식당이나 소매점에서 포장음식을 판매해야 하는 경우가 늘고 있다. 또한 배송서비스 전문 대행업체들이 등장하며, 요식업계에서 포장음식관련 수입이 늘고, 이에 식품 포장재에 대한 수요도 증가하고 있다.

P사는 17년 창업한 식품 포장 용기를 납품하는 회사이다. 해당 회사는 18,19년도를 기점으로 G사, S사의 편의점과 협약을 맺어 크게 성장하고 있으며, P사의 주요 수익 구조는 온라인판매 68%, 오프라인판매 32%를 차지하고 있다. 오프라인 판매의 대부분은 큰 기업 대상 정규 거래 (B2B)이며, 온라인 판매는 자영업이나 소상공인을 위한 배달용기 또는 식품포장재 판매를 하고 있다.

그러나, 최근 배송 지연 관련 문제로, 자사에 대한 고객 VOC가 증가하고 있으며, 정부 1회 용품 사용 규제가 더욱 강화됨에 따라 경영 위기가 조성되고 있다. 또한 경쟁업체들의 대거 출현으로 자사의 월별 매출액 증가율 25%, 19%, 9%로 점점 낮아지고 있다.

P 포장회사 배송 서비스 최적화에 따른 매출증대

• 비즈니스 시나리오 :

현 상황을 극복하기 위해, 사내 데이터를 분석하여, 배송서비스를 최적화 하고자 한다. 또한 기존에 확보된 온라인 판매 채널을 활성화하여, 신규 고객을 확보하고자 한다. 더 나아가 P사는 현재 온라인 웹 사이트를 고객과 직원들이 사용할 수 있는 플랫폼으로 확장하고자 한다.

P 사는 위의 상황을 고려하여, 아래의 목적을 달성하고자 한다.

- 1) 고객 데이터를 활용한 마케팅 및 서비스 제공
- 2) 판매데이터를 분석하여 배송 서비스 최적화
- 3) 소상공인과 자영업자를 위한 판매 전략 수립