

💡 분석 프로그래밍

실버 세대 마케팅



| 20202652 이수빈
| 20202663 주민지
| 20202665 천예은

CONTENTS



01 마케팅 방향 설정 및 데이터 전처리

02 식품 마케팅

03 비식품 마케팅

고령화 사회 진입으로 국내에서도 실버 세대를 대상으로 하는 실버 비즈니스의 중요성이 커지고 있다. 특히, 노령층에 진입하게 될 베이비부머 세대들은 경제성장, 대중문화, 대중 소비를 경험하면서 자기표현 욕구가 강하고 능동적인 소비성향을 가진 세대이며, 자산이나 소득규모에 있어서도 현재의 고령층과는 구별되는 소비여력을 가지고 있어 새로운 비즈니스의 수요층으로 부상하고 있다. 신(新) 실버세대는 능동적으로 살고자 하는 욕구가 강하고 자신들의 젊은 감각을 일깨울 수 있는 것에 소비하는 경향이 높다.

신(新) 실버 비즈니스 모델들은 실버세대의 다양한 건강상태, 소득수준 및 소비욕구를 반영한 것이어야 하며, 실제적으로 실버산업 소비자는 다양한 소비욕구를 가진 다양한 계층의 집합체임을 잊어서는 안 된다.¹⁾

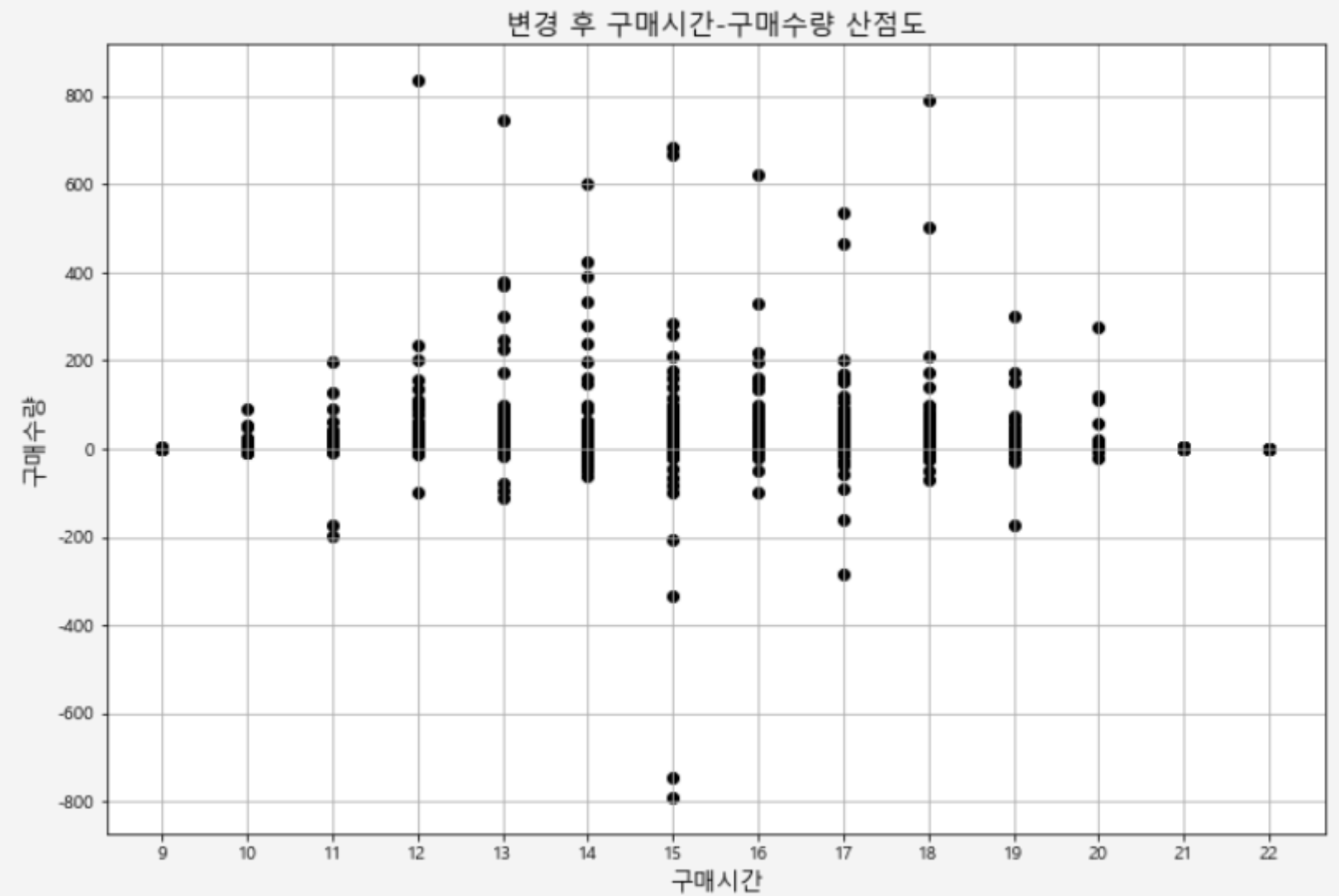
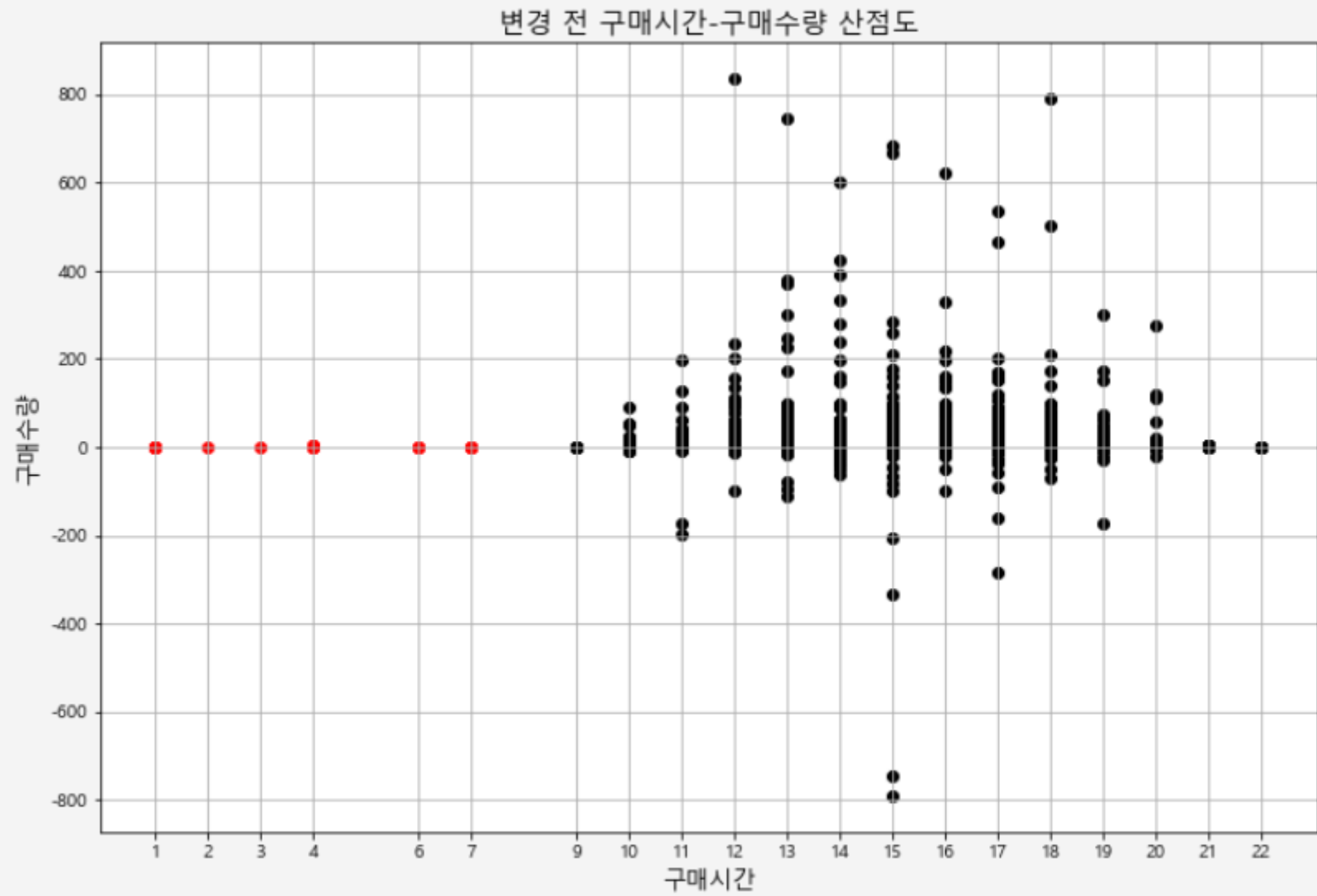
1) 김정근, 2014, '新실버세대를 위한 젊은 비즈니스', 서울연구원, 2014년 2월 호;
고령친화산업지원센터, '베이비부머 세대, 새로운 실버 비즈니스가 뜬다', 2013.05.09, <http://naver.me/FYuNVUUh>

⇒ 고객들의 상품 구매를 분석하여 상품 분류별 군집화를 통한 **맞춤화 서비스**와 **실버 세대 전체의 주요 관심사**(건강, 의류 등)에 **관련된 상품** 마케팅 진행.

	ID	성별	연령	거주지역	상품대분류명	상품중분류명	구매지역	구매일자	구매시간	구매수량	구매금액	취소여부
0	478207946	1	84	서울 성동구	가전제품	컴퓨터주변기기	서울 동대문구	2014-12-19	13	1	59000	0
1	478207946	1	84	서울 성동구	가전제품	TV/AV	서울 동대문구	2014-10-31	14	1	106000	0
2	478207946	1	84	서울 성동구	가전제품	주방가전	서울 중구	2014-08-15	15	1	37000	0
3	478207946	1	84	서울 성동구	의류잡화	여성용의류-이너웨어	서울 동대문구	2014-03-22	17	1	118000	0
4	479806984	1	84	서울 서초구	생활잡화	화장품	서울 중구	2014-07-04	12	1	22000	0

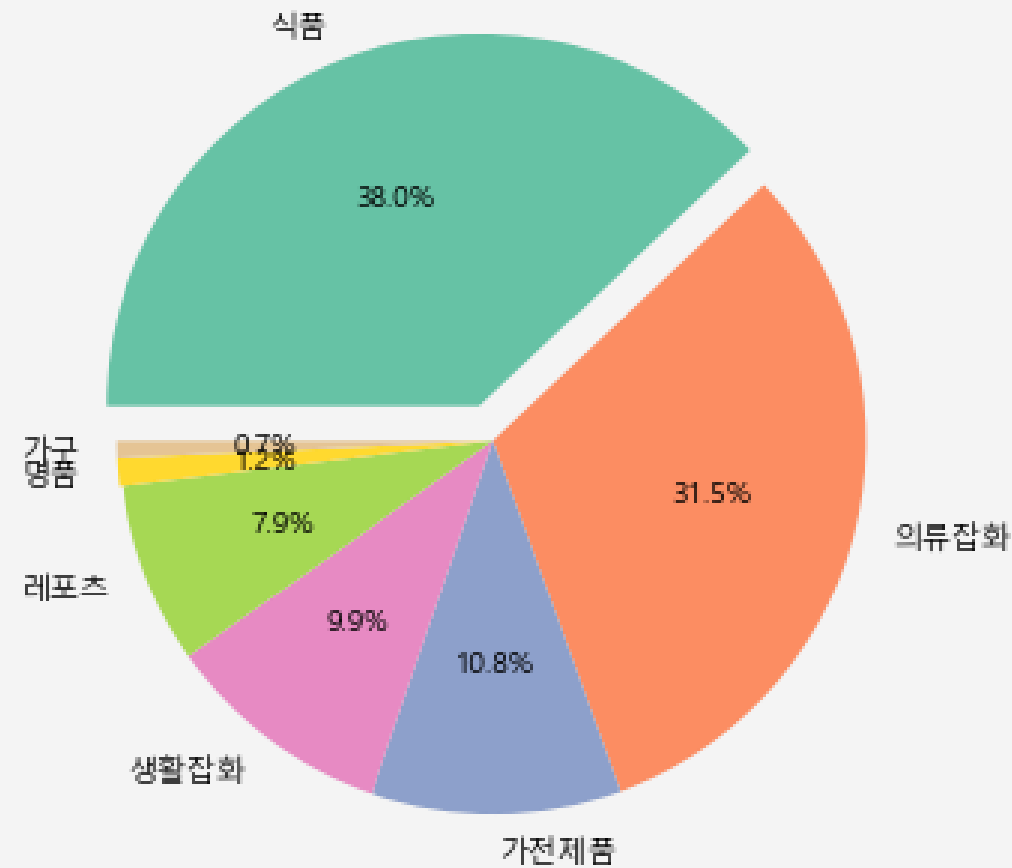
	ID	성별	연령	거주지역	상품대분류명	상품중분류명	구매지역	구매일자	구매시간	구매수량	구매금액	취소여부	구매월	구매요일	구매계절	평일주말
0	478207946	남	84	서울 성동구	가전제품	컴퓨터주변기기	서울 동대문구	2014-12-19	13	1	59000	0	12	금요일	겨울	평일
1	478207946	남	84	서울 성동구	가전제품	TV/AV	서울 동대문구	2014-10-31	14	1	106000	0	10	금요일	가을	평일
2	478207946	남	84	서울 성동구	가전제품	주방가전	서울 중구	2014-08-15	15	1	37000	0	8	금요일	여름	평일
3	478207946	남	84	서울 성동구	의류잡화	여성용의류-이너웨어	서울 동대문구	2014-03-22	17	1	118000	0	3	토요일	봄	주말
4	479806984	남	84	서울 서초구	생활잡화	화장품	서울 중구	2014-07-04	12	1	22000	0	7	금요일	여름	평일

⇒ 기존 데이터에서 ‘구매월’, ‘구매요일’, ‘구매계절’, ‘평일주말’ 열 추가,
‘성별’ 열의 기존 값 [1, 2]에서 [남, 여]로 변경.

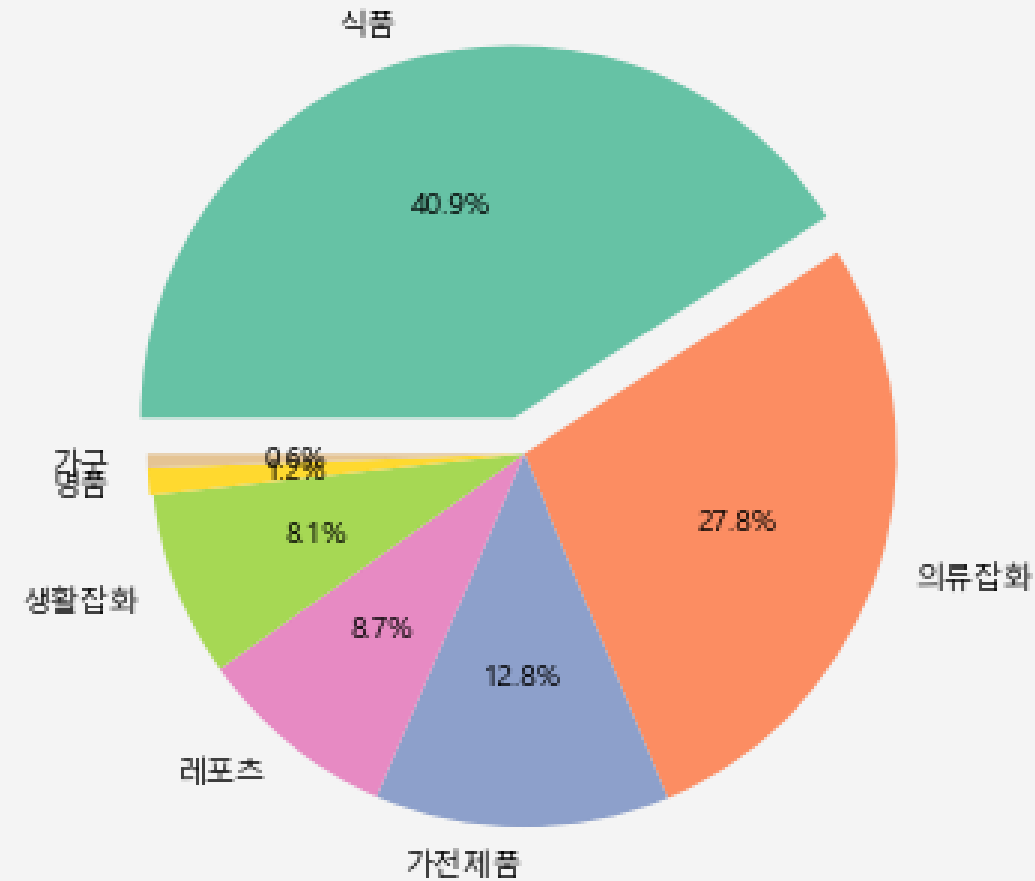


- 오프라인 데이터에서 **1시~7시의 새벽시간대**의 구매가 나타남.
- ⇒ 영업시간을 9시~22시로 설정. 1시~3시는 22시로, 4시~7시는 9시로 변경.

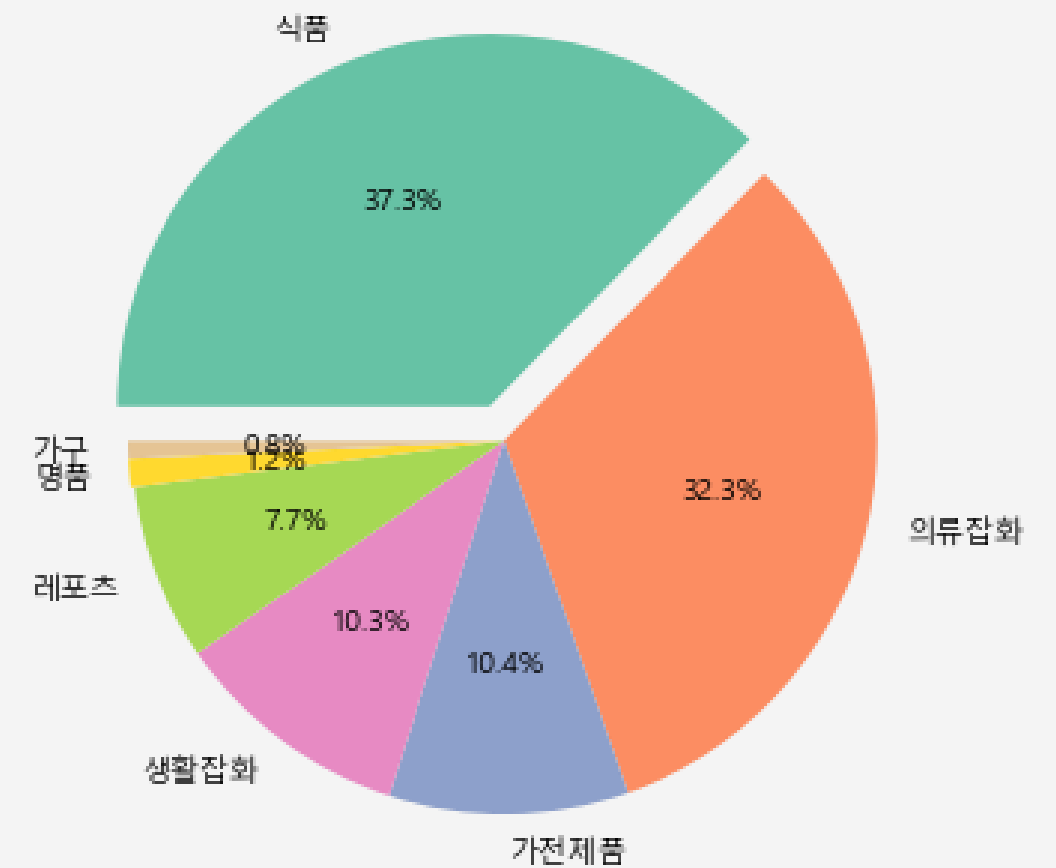
전체 고객의 상품대분류 별 구매빈도



남성 고객의 상품대분류 별 구매빈도



여성 고객의 상품대분류 별 구매빈도



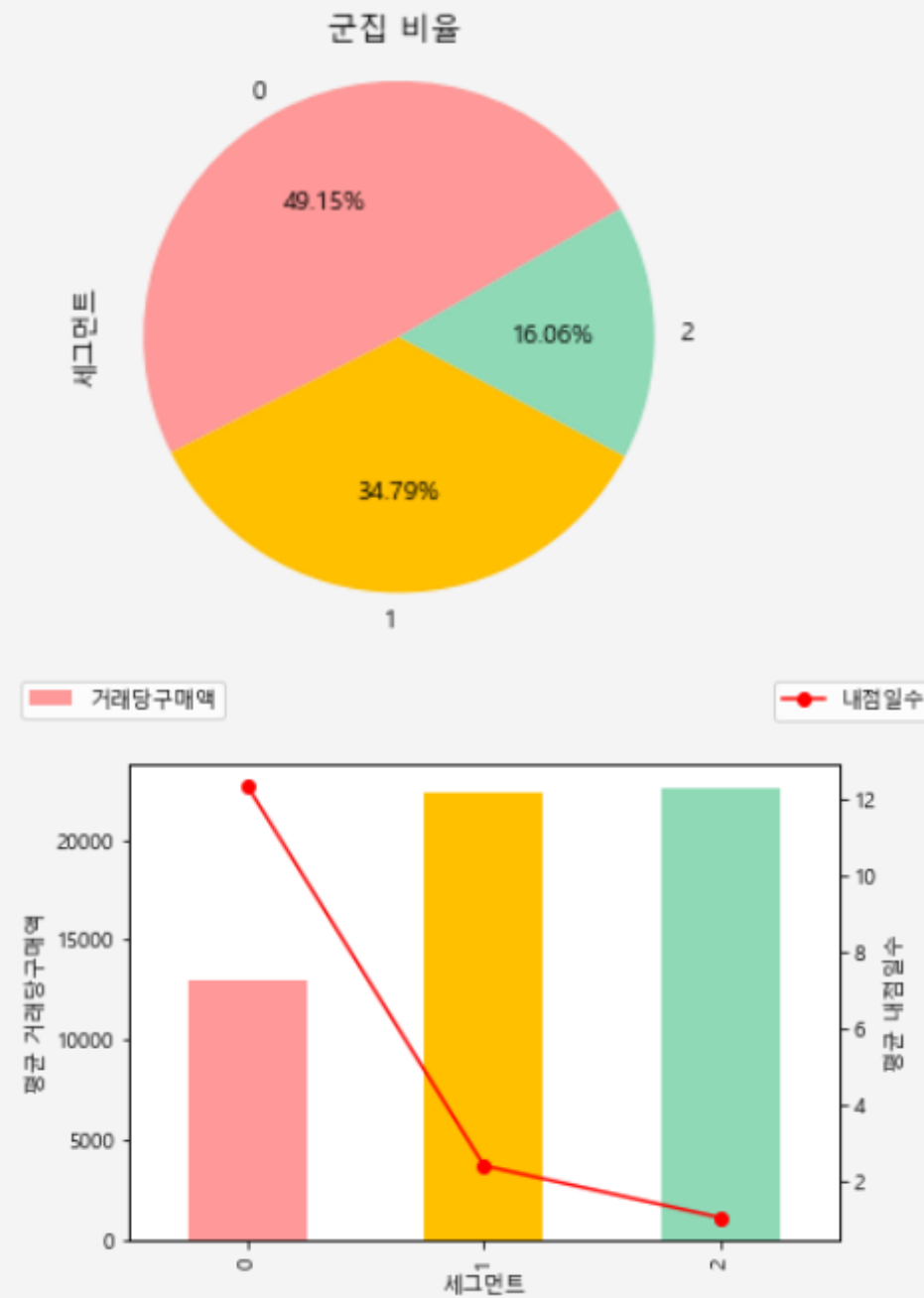
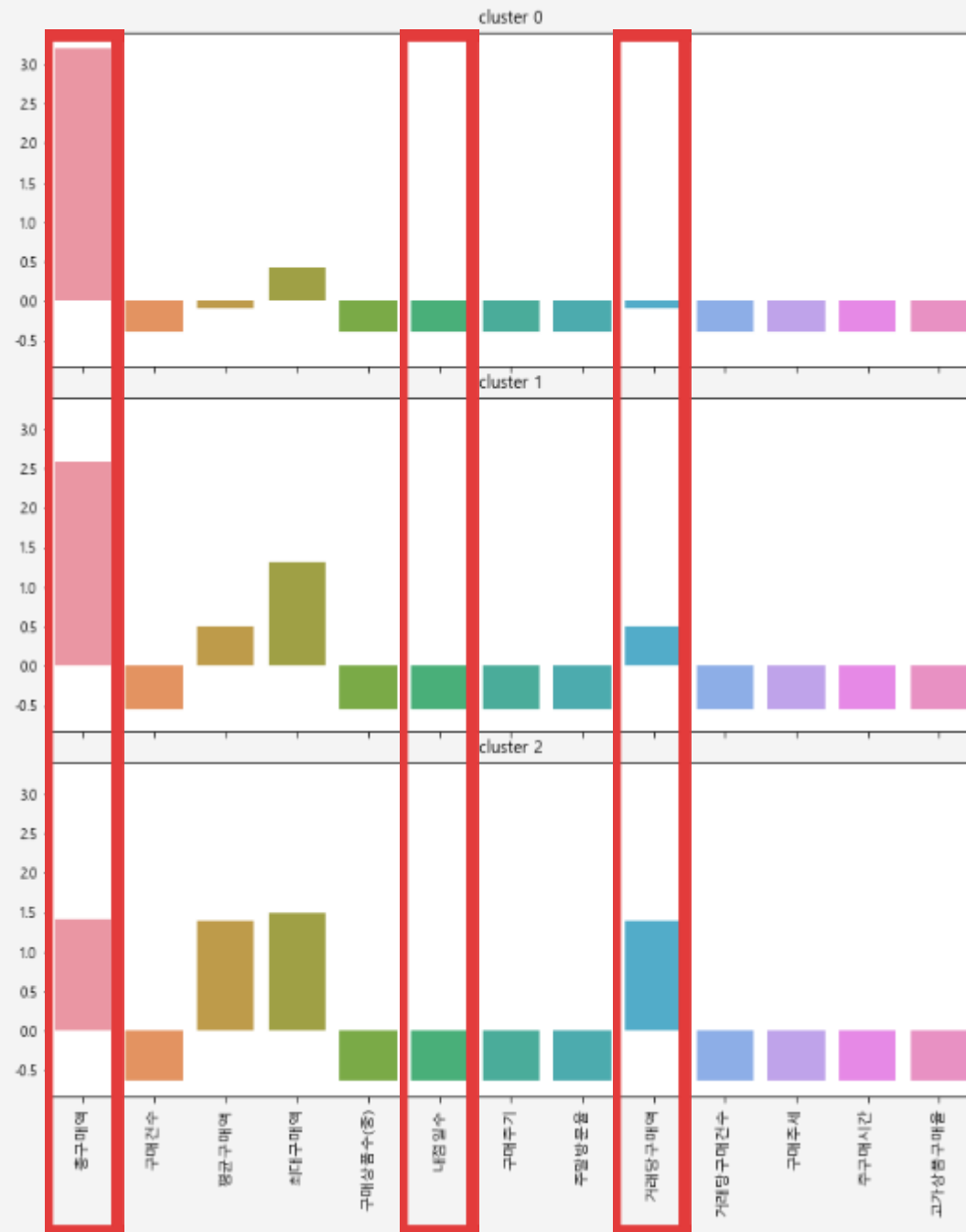
■ 식품
 ■ 의류잡화
 ■ 가전제품
 ■ 생활잡화
 ■ 레포트
 ■ 명품
 ■ 가구

- 상품대분류별 구매 빈도에서 전체, 남여 고객 모두 **식품**이 가장 높게 나타남.
⇒ 상품을 **식품과 비식품**으로 구분하여 각각 분석 및 마케팅 진행.

02 식품 (1) 고객 군집화

05

- **식품** 구매 고객 3개의 클러스터로 군집화한 결과.



- 클러스터 0

: **총 구매액**과 **내점일수**가 가장 많지만, 거래당 구매액이 낮음.

- 클러스터 1

: 총 구매액과 거래당 구매액이 많지만, 내점일수는 적음.

- 클러스터 2

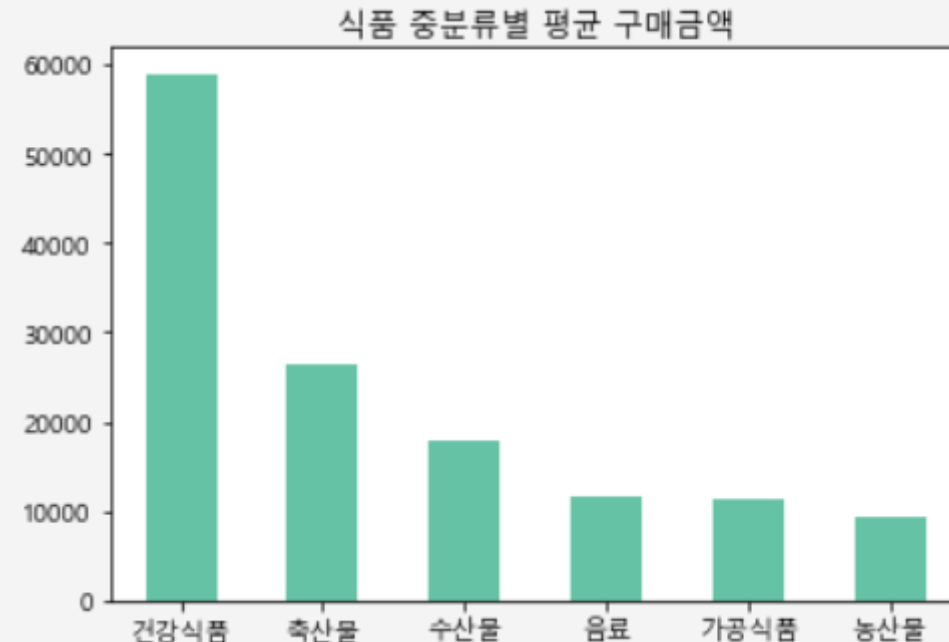
: 총 구매액과 내점일수가 가장 적지만, **거래당 구매액**은 가장 높음.

⇒ 주 고객층은 **클러스터 0**으로 설정하고, 클러스터 1, 2에서 ①내점일수에 비해 거래당 구매액이 높은 이유를 파악하고 마케팅 진행.

02 식품 ① 거래당 구매액 높은 이유

06

	0	1	2
0	가공식품	가공식품	가공식품
1	농산물	농산물	음료
2	음료	음료	농산물
3	수산물	수산물	수산물
4	축산물	건강식품	건강식품



[1] **식품** 구매 고객 세그먼트별 **구매량 순위**.

: **클러스터 1**, **클러스터 2**의 구매 품목 순위는 **클러스터 0**과 거의 동일하지만, 공통적으로 차이를 보이는 품목은 건강식품.

[2] 식품 중분류별 **평균 구매금액**.

: 다른 품목들에 비해 건강식품의 평균 구매 금액이 적어도 2배 이상 높음.

⇒ 거래당 구매액이 높은 이유 = 건강식품

⇒ 실제 건강식품의 매출이 증가하는 추세를 보이고 있으므로 **클러스터 1**과 **클러스터 2**의 내점일수와 총 구매금액을 높이기 위해 **건강 식품 마케팅** 진행.

2)

늘어나는 대형마트 건강식품 매출
(단위=억원)

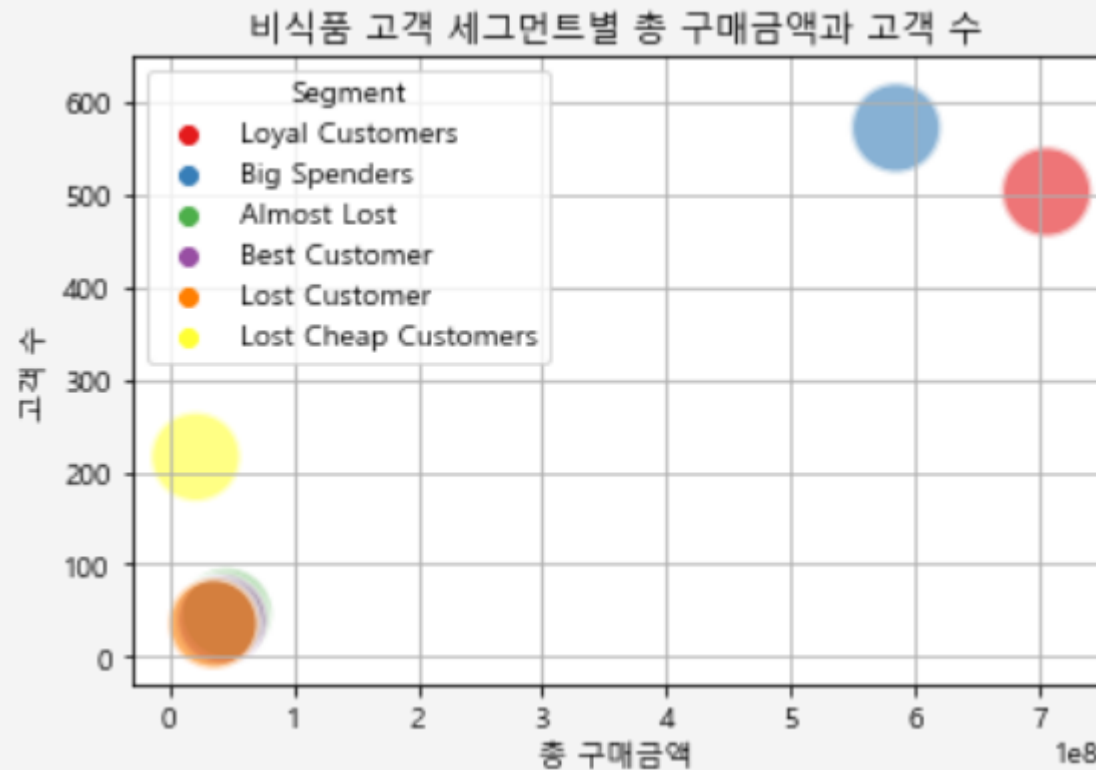


- 여러 대형마트의 **건강식품** 매출이 증가 추세.

1) 장영석, 이마트 반값홍삼·롯데 통큰유산균...대형마트 PB 건강식품 봇물, 매일경제, 2015.01.27, <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2015/01/88174/>



- 비식품 구매 고객을 6개의 세그먼트로 군집화.



군집별 구매 상위 5개 품목 (중분류)

	Big Spenders	Loyal Customers	Lost Cheap Customers	Almost Lost	Best Customer	Lost Customer
0	여성용의류-SPA	여성용의류-SPA	여성용의류-SPA	여성용의류-SPA	주방가전	스포츠용품/의류
1	스포츠용품/의류	주방가전	주방가전	스포츠용품/의류	여성용의류-SPA	생활가전
2	주방가전	스포츠용품/의류	스포츠용품/의류	주방가전	생활가전	여성용의류-SPA
3	화장품	생활가전	화장품	남성용의류-캐주얼	구두	여성용의류-정장류
4	생활가전	화장품	생활가전	구두	스포츠용품/의류	주방가전

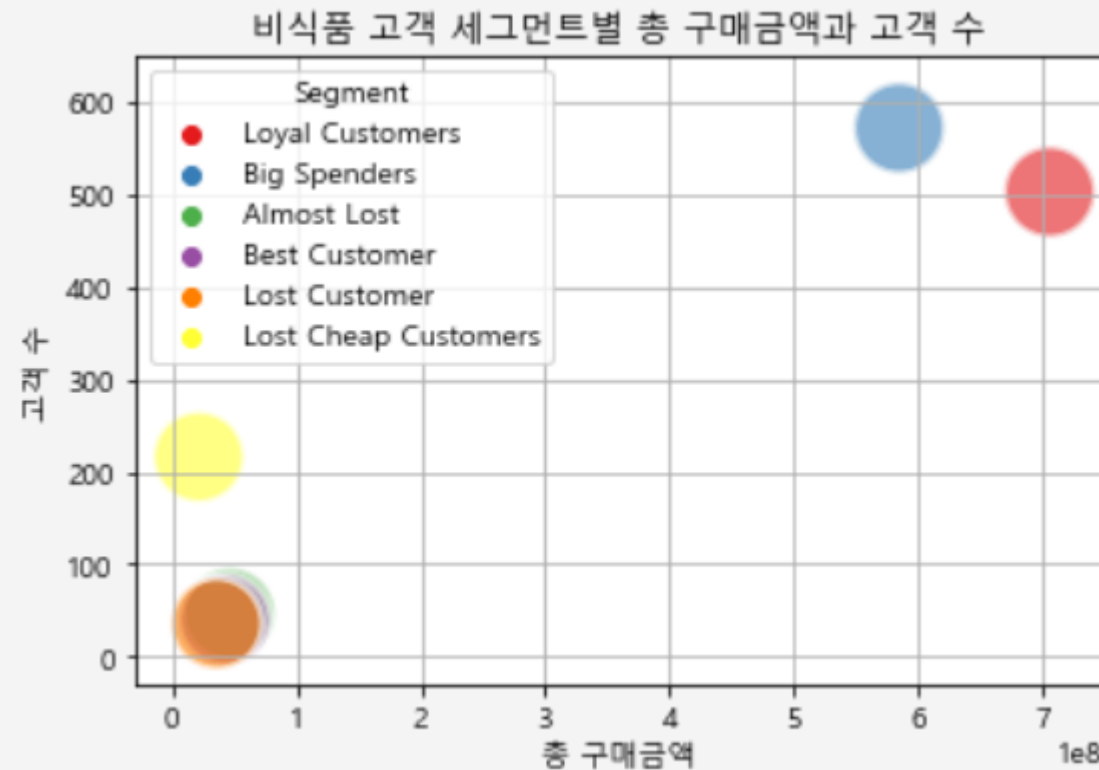
- **Loyal Customers**, **Big Spenders** [주고객층]

: 두 고객 분류에서 공통적으로 여성용의류-SPA, 스포츠용품/의류, 주방가전, 생활가전, 화장품 5품목의 구매가 높음.

⇒ 일정 기간 동안 기준 금액 이상 구매 시 음료 무료 제공 및 **우수고객 특별 할인전** 초대.

가격대 높은 주방가전, 생활가전의 상품에 대해 추가 할인 혜택 적용 및 **특별 상품 추천 행사** 진행.

- **비식품** 구매 고객을 6개의 세그먼트로 군집화.



군집별 구매 상위 5개 품목 (중분류)

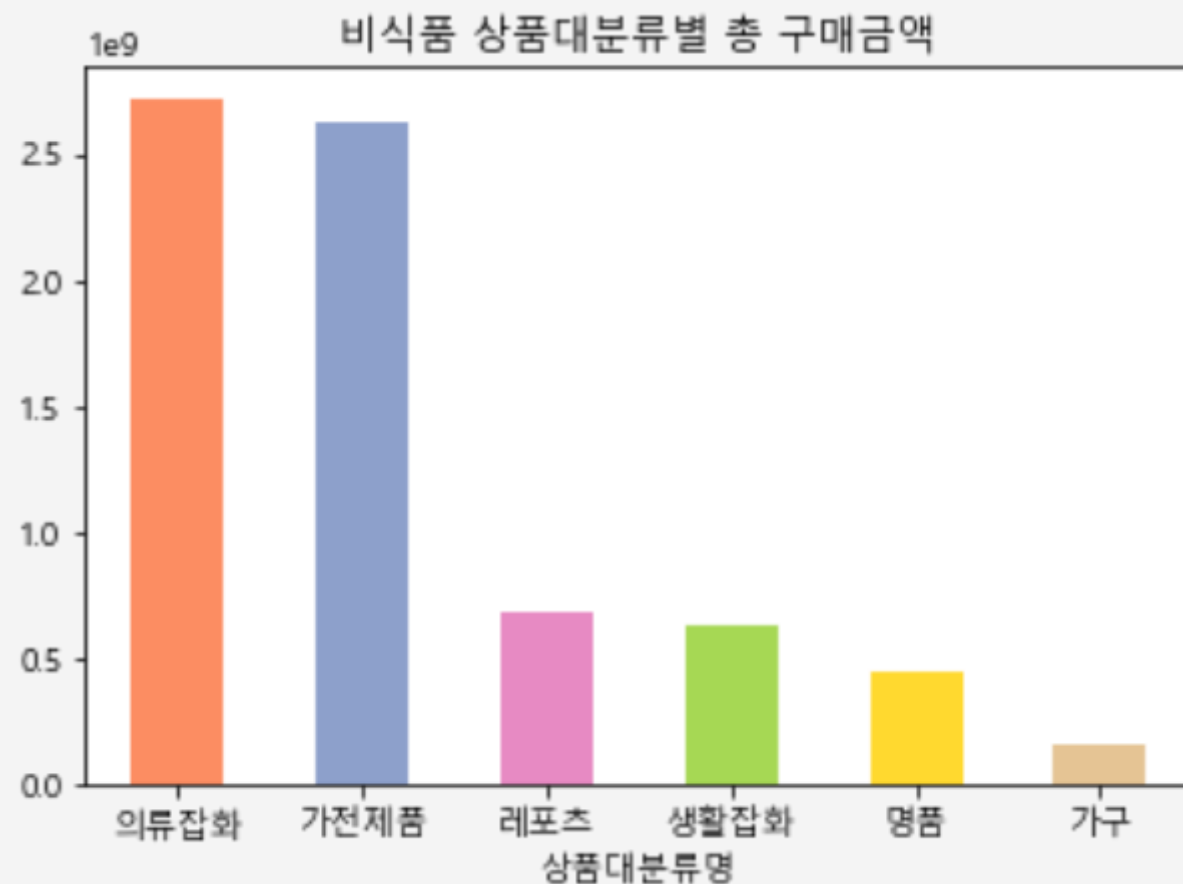
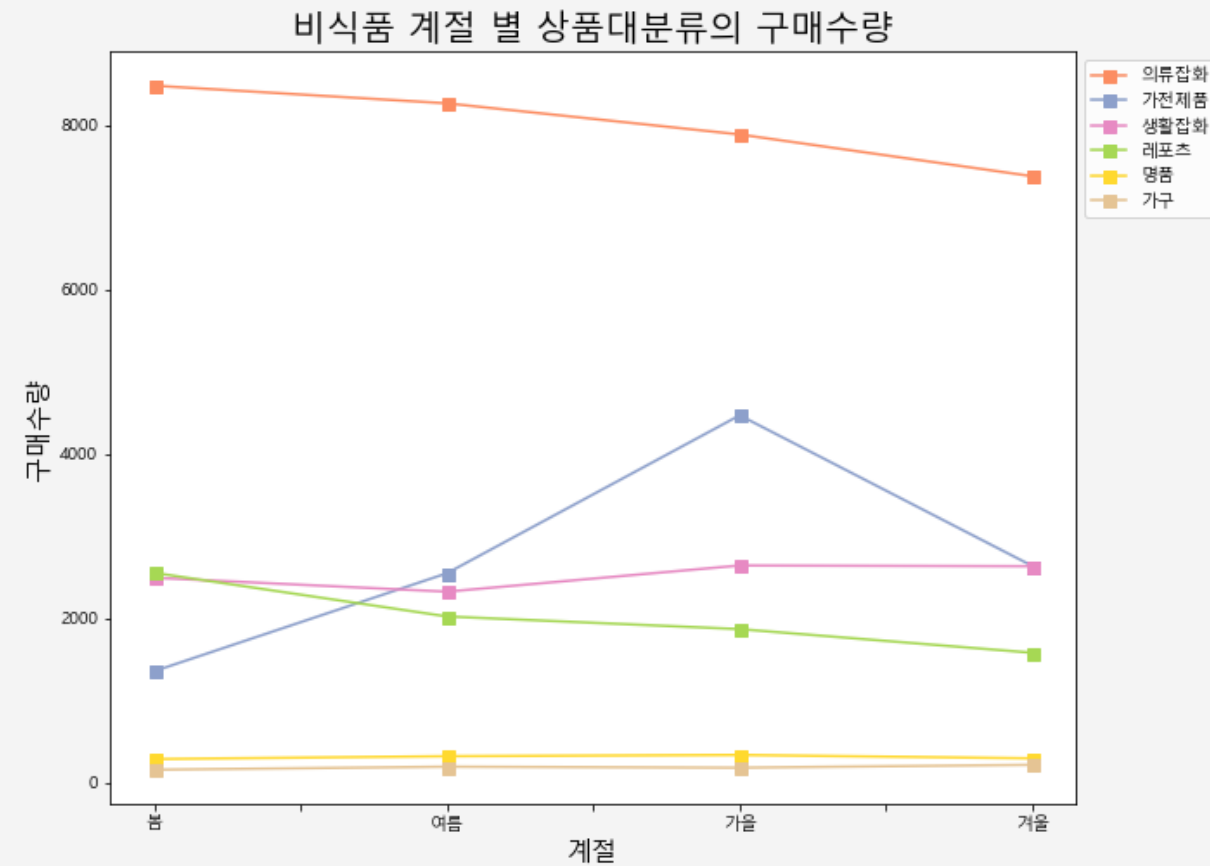
	Big Spenders	Loyal Customers	Lost Cheap Customers	Almost Lost	Best Customer	Lost Customer
0	여성용의류-SPA	여성용의류-SPA	여성용의류-SPA	여성용의류-SPA	주방가전	스포츠용품/의류
1	스포츠용품/의류	주방가전	주방가전	스포츠용품/의류	여성용의류-SPA	생활가전
2	주방가전	스포츠용품/의류	스포츠용품/의류	주방가전	생활가전	여성용의류-SPA
3	화장품	생활가전	화장품	남성용의류-캐주얼	구두	여성용의류-정장류
4	생활가전	화장품	생활가전	구두	스포츠용품/의류	주방가전

- **Almost Lost, Lost Customer** [이탈 고객]

: 다른 고객 분류와 달리 남성용의류-캐주얼, 구두, 여성용의류-정장류 3품목의 구매가 높음.

⇒ 주기적인 정보 제공을 통해 고객들의 재유입 유도를 위해 구매 상위 품목인 **의류 및 가전제품 관련 프로모션 진행 시 문자 발송을 통한 정보 제공.**

의류 상품 중 다른 고객분류와 다른 3품목에 대한 상품 홍보 및 할인 쿠폰 제공.



[1] 비식품 상품 대분류의 계절별 구매 수량

: **의류잡화**의 구매수량이 감소하는 추세로 보이지만, 사계절 내내 가장 높음.

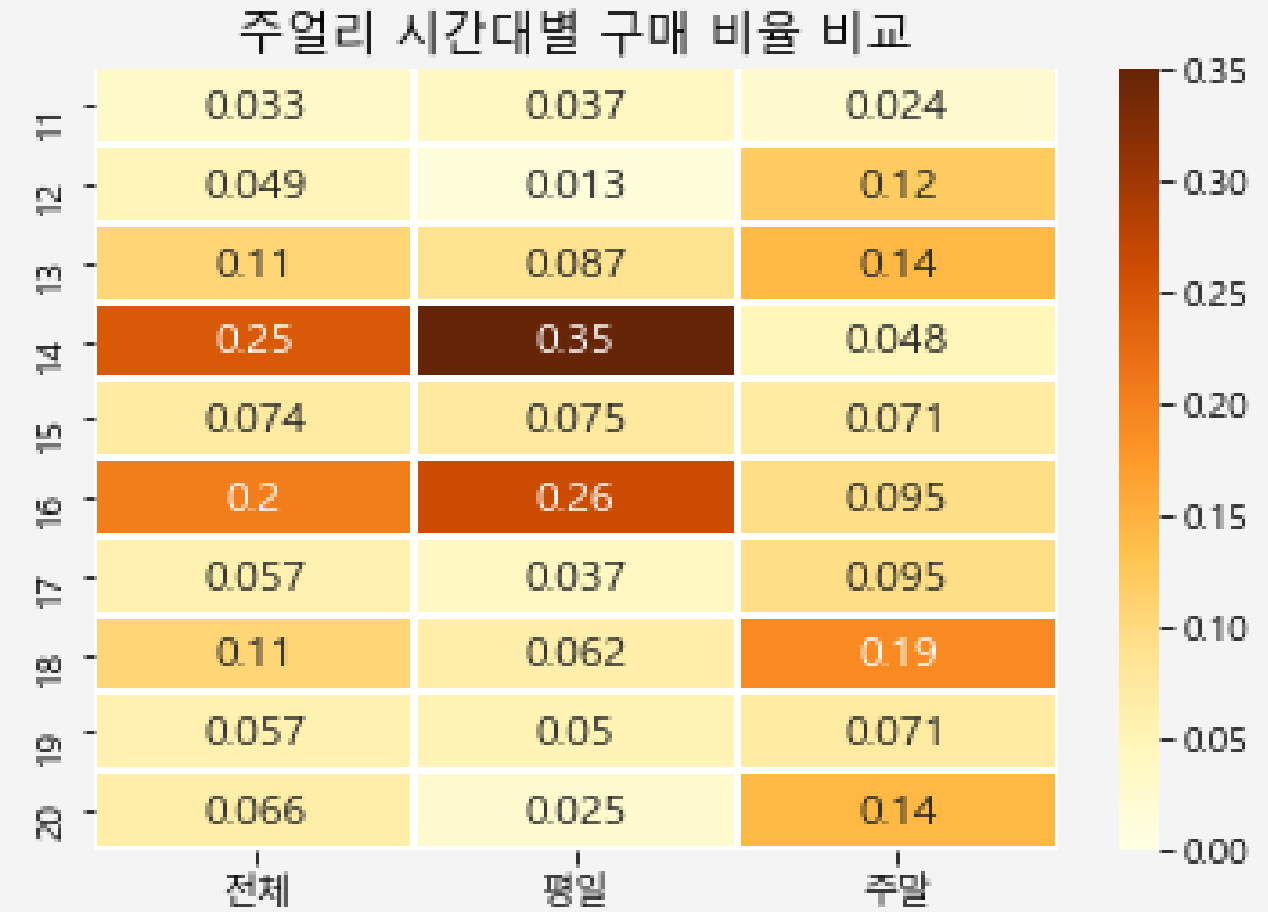
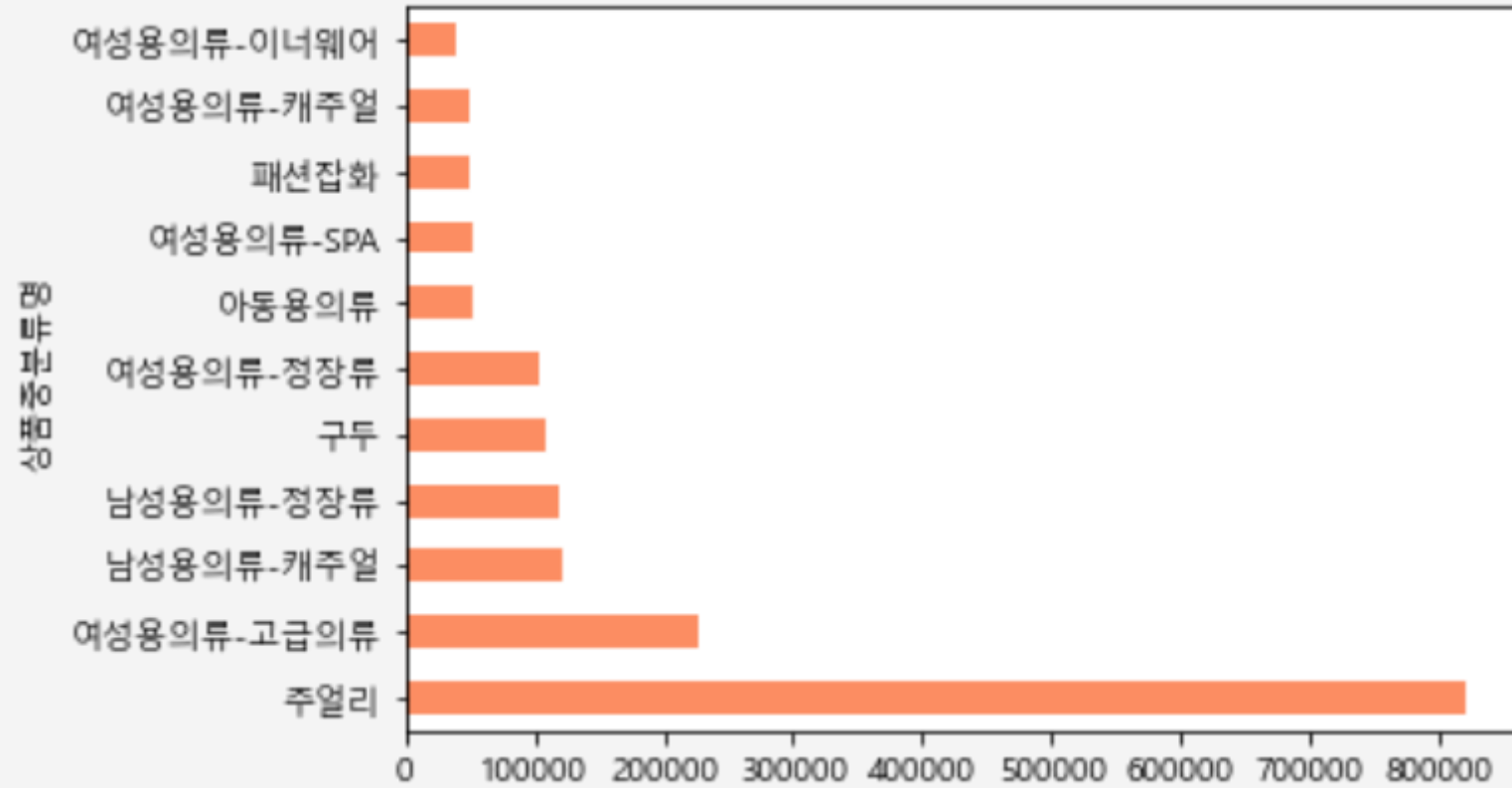
가전제품은 다른 대분류 상품들과 달리 계절별 구매수량의 차이가 크게 나타나는데, 특히 **가을**은 가장 적은 봄보다 **3.3배** 높음.

[2] 비식품 상품 대분류의 총 구매금액

: **의류잡화**의 총 구매금액이 가장 많음.

가전제품은 두 번째로 많은데, 빈도가 비슷한 다른 대분류 상품들에 비해 월등히 높음.

⇒ **의류잡화**, **가전제품** 구매 고객을 대상으로 하는 마케팅 진행.



[1] **의류잡화**의 중분류 상품별 **평균 구매금액**
: **주얼리**의 평균 구매금액이 다른 상품에 비해 월등히 높음.

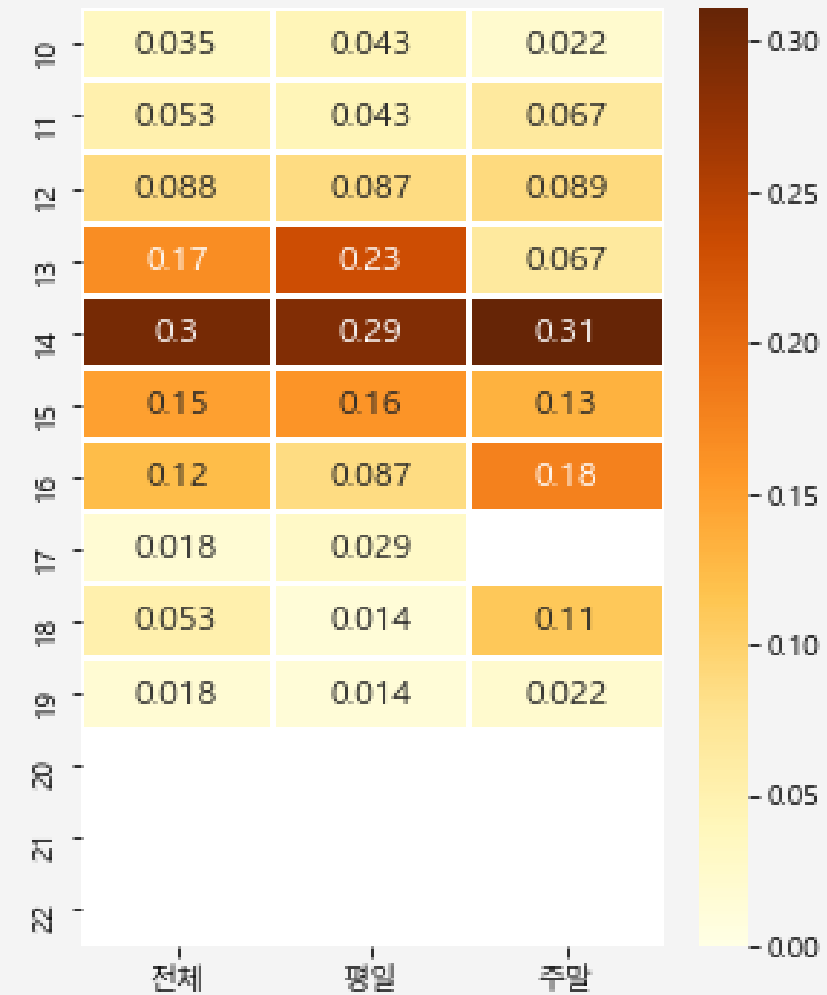
[2] **주얼리**의 주 구매시간대 파악.
: 평일은 **14시**와 **16시**에 주로 구매.
주말은 11시와 14시 제외한 나머지 시간대에 고루 구매. 특히, **18시**에 가장 많이 구매.

'응사' '꽃보다할배'의 경제효과는 얼마?

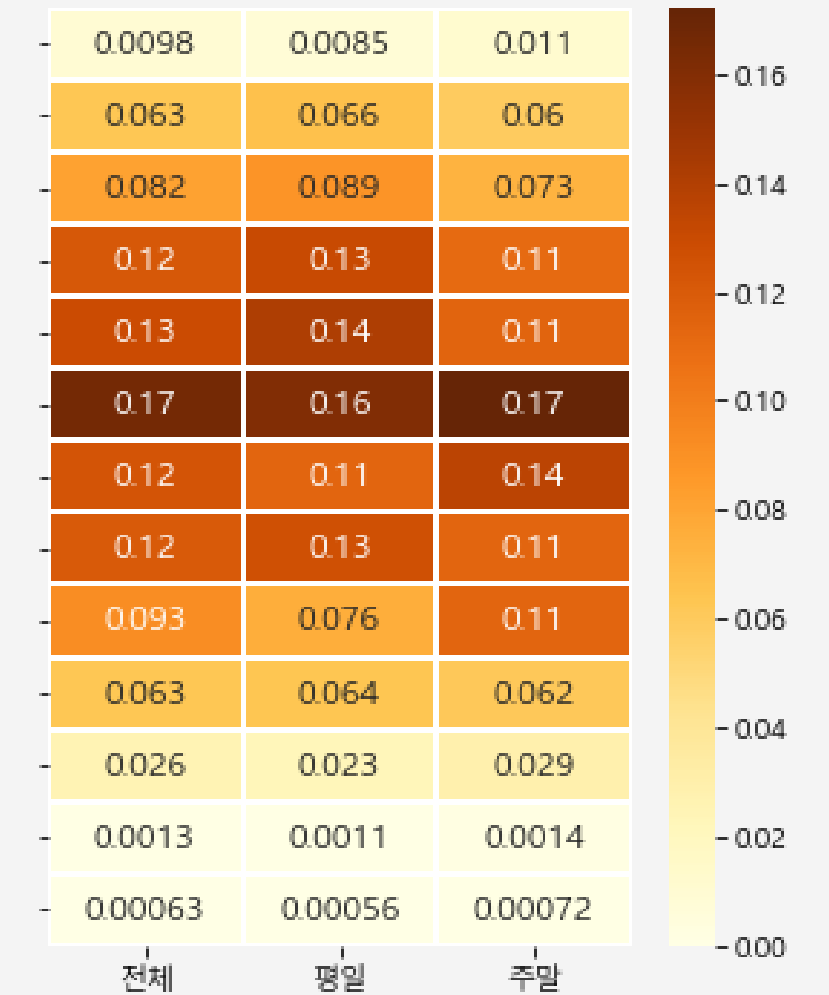
평균 연령 76세의 꽃할배 4인방의 파란만장 배낭여행기를 담은 '꽃보다 할배'는 실버 세대가 즐길 수 있을만한 다양한 문화 공연 및 레저산업이 활기를 띠게 되는 계기를 마련했다는 평가다. 아울러 젊은층이 즐겨찾는 '이지캐주얼' 의류를 구매한 60대 이상 고객 매출도 동반상승, 실버 산업의 새로운 트렌드를 이끌었다. ³⁾

3) 백진업, '응사' '꽃보다할배'의 경제효과는 얼마?, news1뉴스, 2014.01.21. <https://www.news1.kr/articles/1505129> h

여성용의류-캐주얼 시간대별 구매 비율 비교



남성용의류-캐주얼 시간대별 구매 비율 비교



[1] 유행 TV프로그램 트렌드에 따른 의류 스타일

: 2013년 7월~10월 초에 방영된 예능 '꽃보다 할배'의 영향으로 "이지캐주얼" 의류에 대한 60대 이상 고객 매출이 상승.

[2] 남성·여성용 캐주얼의 시간대별 구매 비율

: 남성용 캐주얼은 13시~17시에 주로 구매.
여성용 캐주얼은 평일 14시~16시와 주말 15시~17시에 집중적으로 구매.

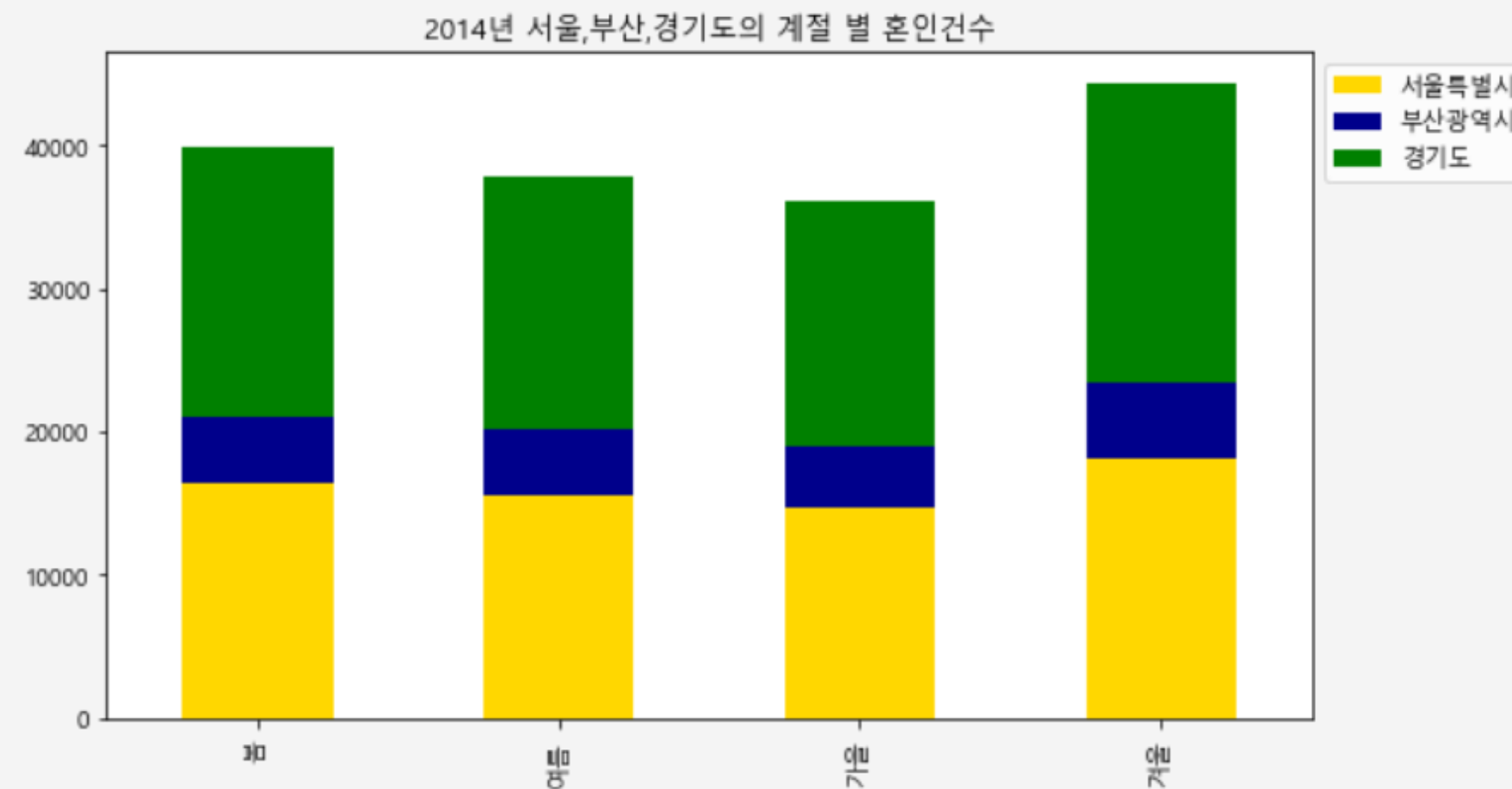
의류 잡화



- 구매한 의류나 화장품과 어울리는 주얼리를 바로 구매할 수 있도록 의류나 화장품 매장 근처에 **주얼리 가판대대 설치**.
- **평일 13시~16시나 주말 15시~19시에 유행하는 코디와 어울리는 주얼리를 할인가에 구매할 수 있는 주기적인 행사를** 진행하며, 매주 행사 소식과 품목은 문자와 앱을 통해 공지.



- **TV 판매장 근처에서 실버세대의 인기 드라마, 예능에서 나온 의류를** 시청 후 구매 가능하도록 **특별 판매 부스 배치**.
- 실버세대에 인기있는 품목, 스타일을 **실버세대의 체형과 비슷한 마네킹에 전시**.
- 남성용과 여성용 캐주얼의 행사 시간을 달리하여 두 품목 모두 천천히 구경하고 구매할 수 있도록 행사 진행.



[1] 2004년~2014년 전국 계절별 혼인건수

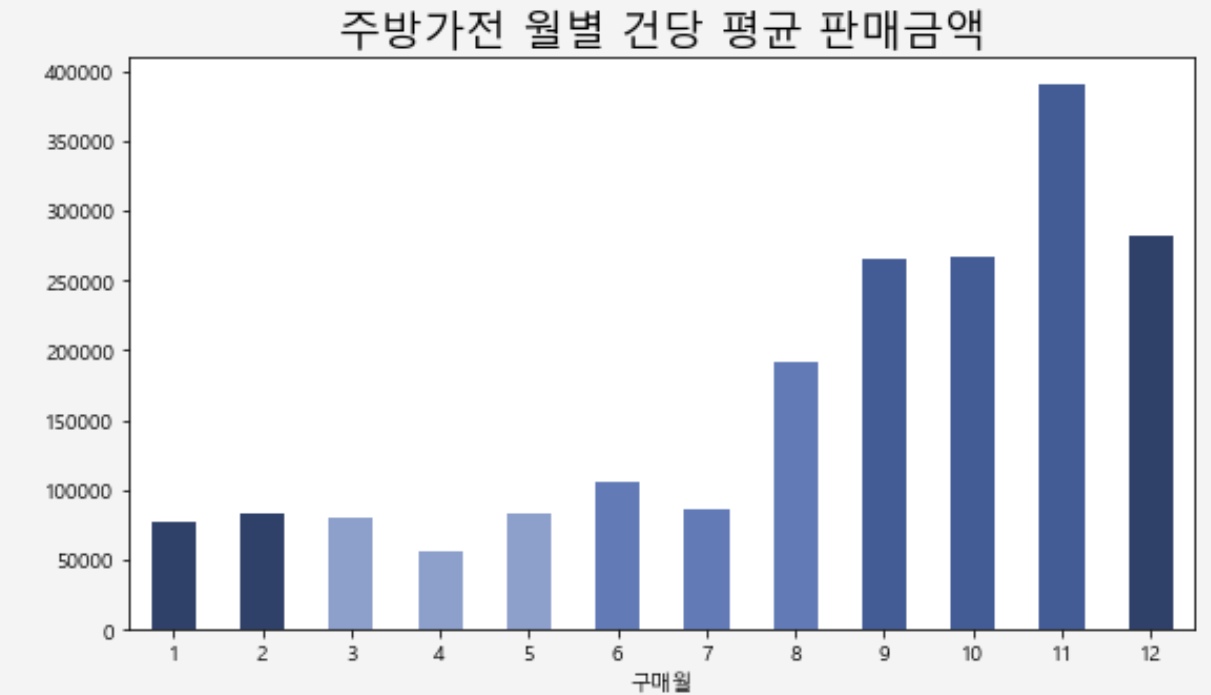
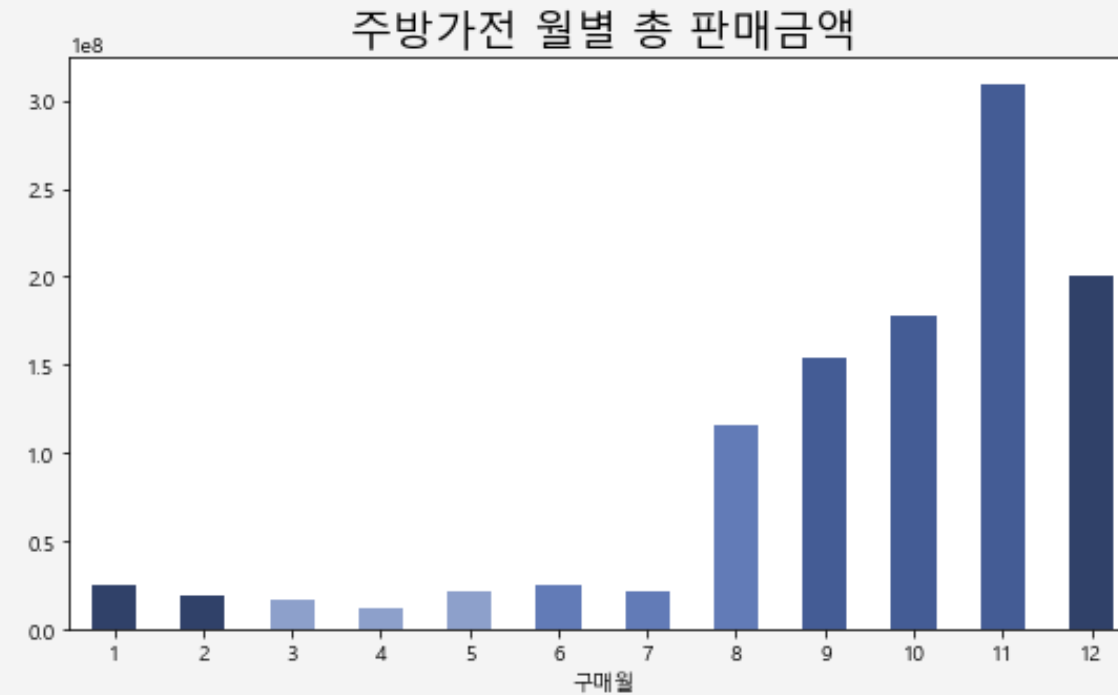
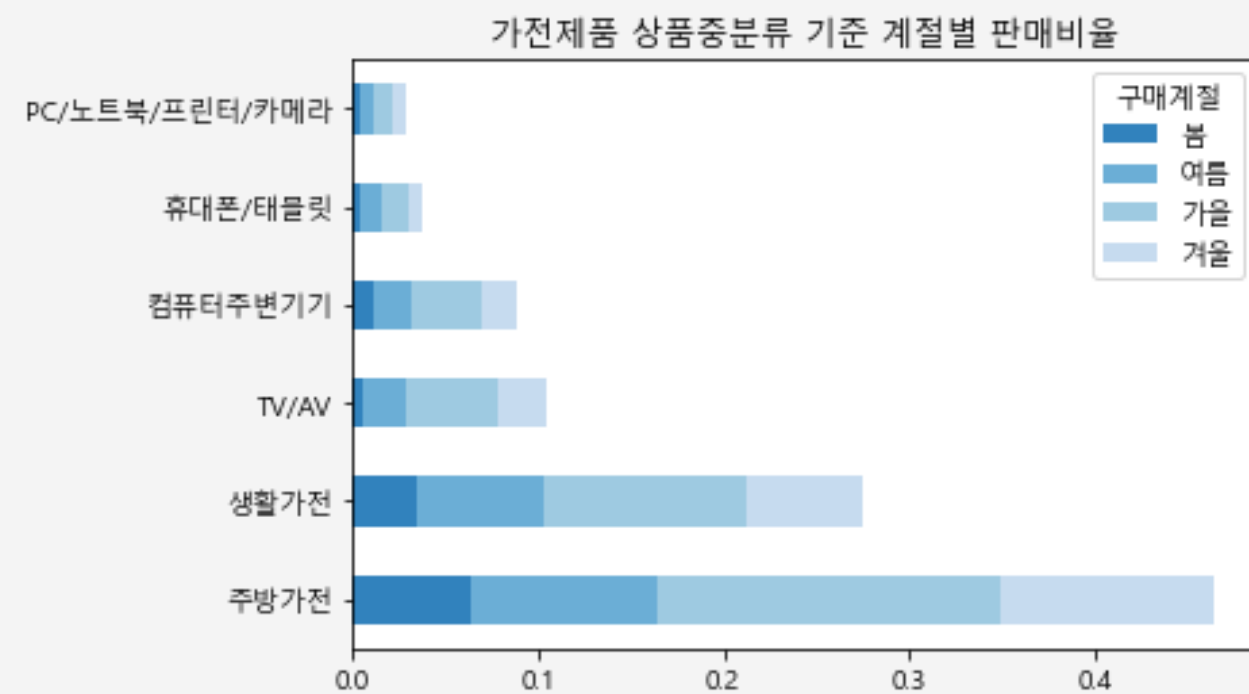
: 겨울이 가장 많음.

[2] 2014년 서울, 부산, 경기의 계절별 혼인건수

: 겨울이 가장 많음.

⇒ 가을에 유독 많은 가전제품 구매 수량이 나타난 이유에 대해 겨울에 혼인건수가 많은 것을 보아 자녀의 혼수 준비를 위한 가전제품 구매로 추론.

⇒ 혼수 준비 관련 가전제품 마케팅 진행.



[1] **가전제품**의 중분류 상품의 **계절별 판매비율**

: **주방가전**의 비율이 4계절 내내 가장 높음.

[2] **주방가전 월별 총 판매금액**과 **월별 건당 평균 판매금액**

: 가을과 그 전후인 8월~12월에 총 판매금액과 월별 건당 평균 판매금액이 높음. 특히 **11월**이 가장 높음.

⇒ ① 8월~12월에 판매금액이 증가하는 이유를 파악하고 관련 마케팅 진행.



출시가 오래 되고 에너지 소비 효율이 낮은 냉장고를 사용하면 높은 전기요금 부담뿐 아니라 환경에 유해하다는 메시지를 전하는 것이 핵심이다. ... 미국 환경보호청에 따르면 구입한 지 15년 이상 된 냉장고를 에너지 스타 인증 냉장고로 교체시 미국에서만 매해 10억 달러(한화 1조 1430억원)에 달하는 전기료를 아낄 수 있다. 개인의 경우 연간 50달러(약 5만 7천원) 비용 절감 효과를 얻을 수 있다. 매해 130억 파운드(5900만톤) 이상 온실 가스 배출도 막는다. 4)

4) 박소라, “냉장고 바꿔야 지구를 살려요”...美서 ‘에너지 소비 효율’ 마케팅 시동거는 LG전자, 전자신문, 2016.05.02. <https://www.etnews.com/20160502000260?m=1>

[1] 노후 냉장고 교체 프로모션

: 출시가 오래 되고 에너지 소비 효율이 낮은 주방가전 사용시 높은 전기요금 부담과 환경 파괴 등의 개인적, 사회적인 피해가 발생.

에너지 소비 효율 인증 마크가 부착된 새 주방가전 제품을 구매하도록 홍보 및 이벤트 진행.



주방/생활가전 기획전

하이마트와 함께하는
무더운 여름!
더위에 지친 당신을 위해!

건강 PROJECT

혜택1. **최고 14%의 할인혜택!**
바로방문 7%쿠폰 + 최대7%청구할인
하이마트 특별기획가! 추가 대박할인까지!

혜택2. **흥정하기 EVENT로 더욱 저렴하게!**
흥정하기 따라하면 가격이 더 낮아진다!

자세히보기 ▶

 <p>이동형 에어컨 UPC-3000</p> <p>315,000원 299천원</p>	<p>① 이동형 에어컨 ② 12L 제습가능 ③ 초절전형 (360W) ④ 무선 리모컨</p>
 <p>캐리어 룸 에어컨 18.7㎡ KSR-A061GT</p> <p>580,000원 399천원</p>	<p>① 벽걸이형 에어컨 ② 정속형 냉방기 ③ 자기진단 기능 ④ 액정무선 리모컨</p>
 <p>하이얼 룸 에어컨 19.8㎡ HSU-06EK11</p> <p>550,000원 369천원</p>	<p>① 냉방능력 2,250W ② 외부LCD/액정리모컨 ③ 제습모드/쾌면취침모드 ④ 꺼짐/거침 예약기능</p>



동성향한 9월!
넉넉하게 드립니다!

이벤트 기간: 2014년 9월 1일(월) ~ 9월 30일(화)

선물 하나
2개 이상 동시구매하고,
롯데백화점 3만원 상품권 받으세요~

2개 제품을 동시 구매 하신 후, 사은품을 신청하시면
롯데백화점 3만원 상품권이 내 손으로 쓰여요~

선물들
주말 10만원이상 구매고객께
파리바게트 3,000원권을 드립니다!

9월 매주 주말 및 추석연휴에 10만원 이상 구매 후 사은품 신청하신 분께
파리바게트 3,000원 교환권을 드립니다!

5) 하이마트, <http://www.e-himart.co.kr/>

[2] 계절별 가전제품 할인 프로모션

: 각 계절별 날씨에 따라 필요한 가전제품을 대상으로 한 할인 행사가 이루어지고 있음.

월별 공휴일이나 국가 행사에 따른 프로모션을 추가적으로 진행하기도 함.

- 겨울에는 주로 신상 판매와 전년도 상품 할인 프로모션을 진행하고, 새해맞이 특별 할인 등도 진행함.
- 여름에는 선풍기, 에어컨 할인 행사를 진행.



- 가을에는 추석, 혼수, 김장철 등의 냉장고와 같은 큰 가전제품에 대한 수요가 증가하는 시기에 맞춰 각종 프로모션이 진행됨.

ex) **김장철 김치냉장고 할인** 프로모션

: 실버 세대는 김장하는 주요 연령층에 해당, 기존 가전제품이 노후 되어 교체할 시기.

⇒ 가을과 그 전후에 **주방가전** 구매금액이 높은 이유가 다른 계절에 비해 가을의 할인 프로모션 대상 상품이 **가격대가 높은 주방가전**을 위주로 진행되기 때문으로 추론.

⇒ 계절별 진행하고 있는 가전제품 프로모션을 보완하여 마케팅 진행.

김치냉장고, 가습기...겨울가전 싸게 드려요

하이마트는 김장철을 앞두고 '2015년 신상품 김치냉장고관'을 열었다. 274만원짜리 만도 담채 스탠드형 김치냉장고(305ℓ)는 173만2,000원에 판매하고, 담채 뚜껑형 김치냉장고(120ℓ)는 98만원에서 64만원으로 **가격을 낮췄다**. 삼성 지펠아삭 스탠드형 김치냉장고(327ℓ)는 207만원에서 180만원으로, 뚜껑형 김치냉장고(202ℓ)는 123만원에서 79만5,000원으로 **할인해준다**.⁶⁾

6) 원선영, 김치냉장고·가습기... 겨울가전 싸게 드려요, 강원일보, 2014.10.25. <http://www.kwnews.co.kr/nview.asp?s=401&aid=214102400052>

가전 제품



- 혼수 가전 제품 구매를 위해 **동행하는 실버 세대 고객**들을 대상으로 **안마의자 체험권 및 할인 쿠폰 증정**.
- 가전제품 매장에 **실버세대 전용 휴식 공간**을 제공하고, 편지를 작성할 수 있는 공간을 마련하여 배송 상품을 선택한 경우에 가전제품과 함께 작성한 **편지**를 **발송**해주는 **이벤트** 진행.



- 모든 주방가전 관련 프로모션 진행 시, **폐가전 무료 수거**와 새 가전 **무료 설치 및 사용법 안내 서비스** 제공.
- 주방 가전제품 수리가 필요할 시 자녀가 대신 수리 접수하는 복잡한 과정없이 간단하게 진행될 수 있도록 잘 보이는 곳에 **고장 시 대처사항** 등이 큰 글씨로 작성된 **스티커**를 **부착**하는 서비스 진행.