

AI 사무업무 활용 5주차 과제

이름:이태우

학번:2020706093

AI 도구를 활용한 노코드 기반 데이터 분석

데이터 분석 결과: VIP vs 일반 고객 비교

- VIP 고객 수: 141명
- 일반 고객 수: 59명

주요 차이점

항목	VIP 고객 평균	일반 고객 평균
나이	42.6세	39.2세
구매금액(만원)	197.1만원	54.7만원
가입연도	2021.7년	2021.3년

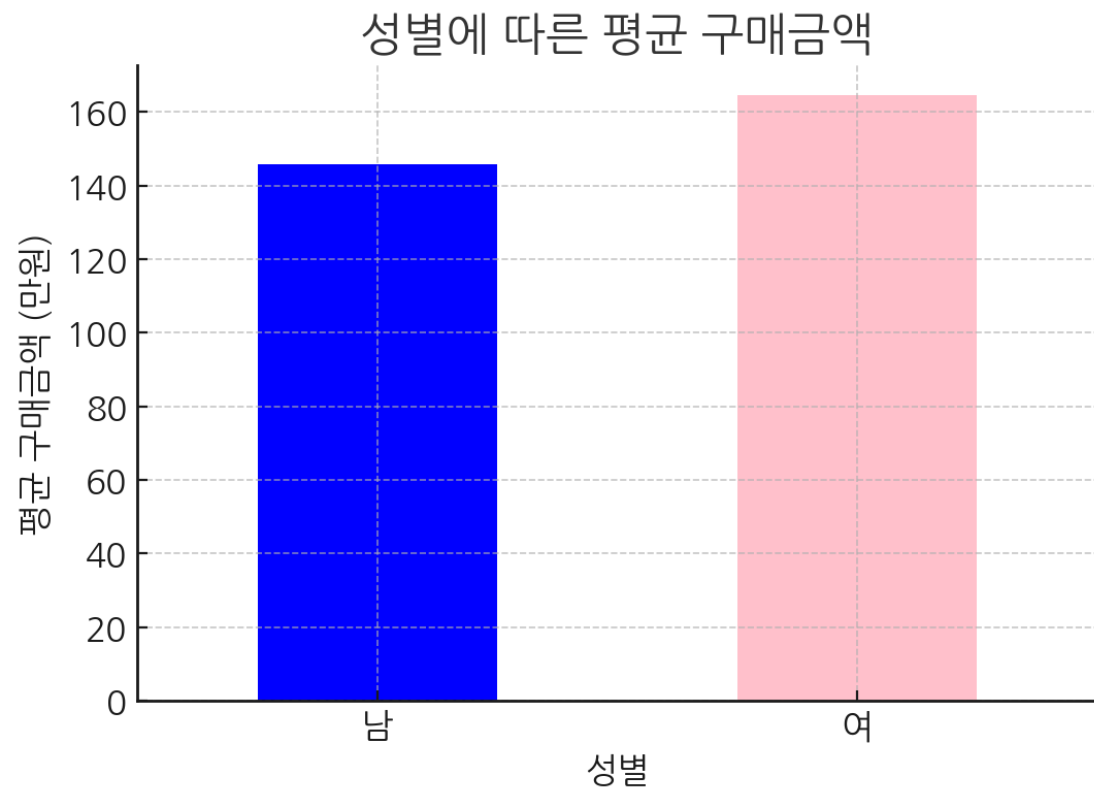
1.VIP 고객은 평균적으로 나이가 조금 더 많음
(42.6세 vs 39.2세).

2.VIP 고객의 평균 구매금액이 일반 고객보다 3배 이상 높음
(197.1만원 vs 54.7만원).

3.가입연도는 큰 차이는 없으나, VIP 고객이 다소 최근
가입자가 많음.

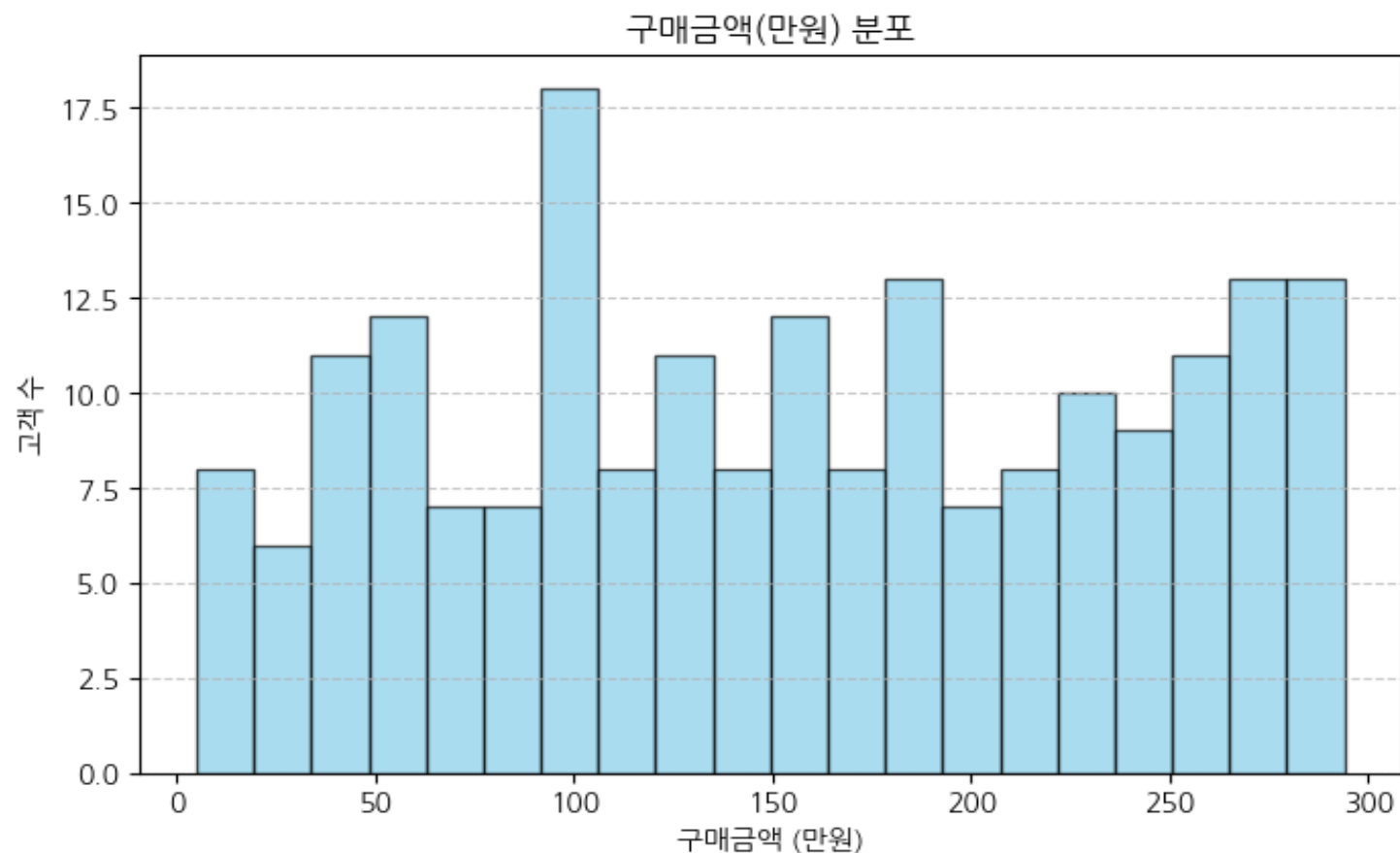
막대그래프

"성별에 따라 평균 구매금액을 막대그래프로 보여줘" 라고 프롬프트를 작성했을 때



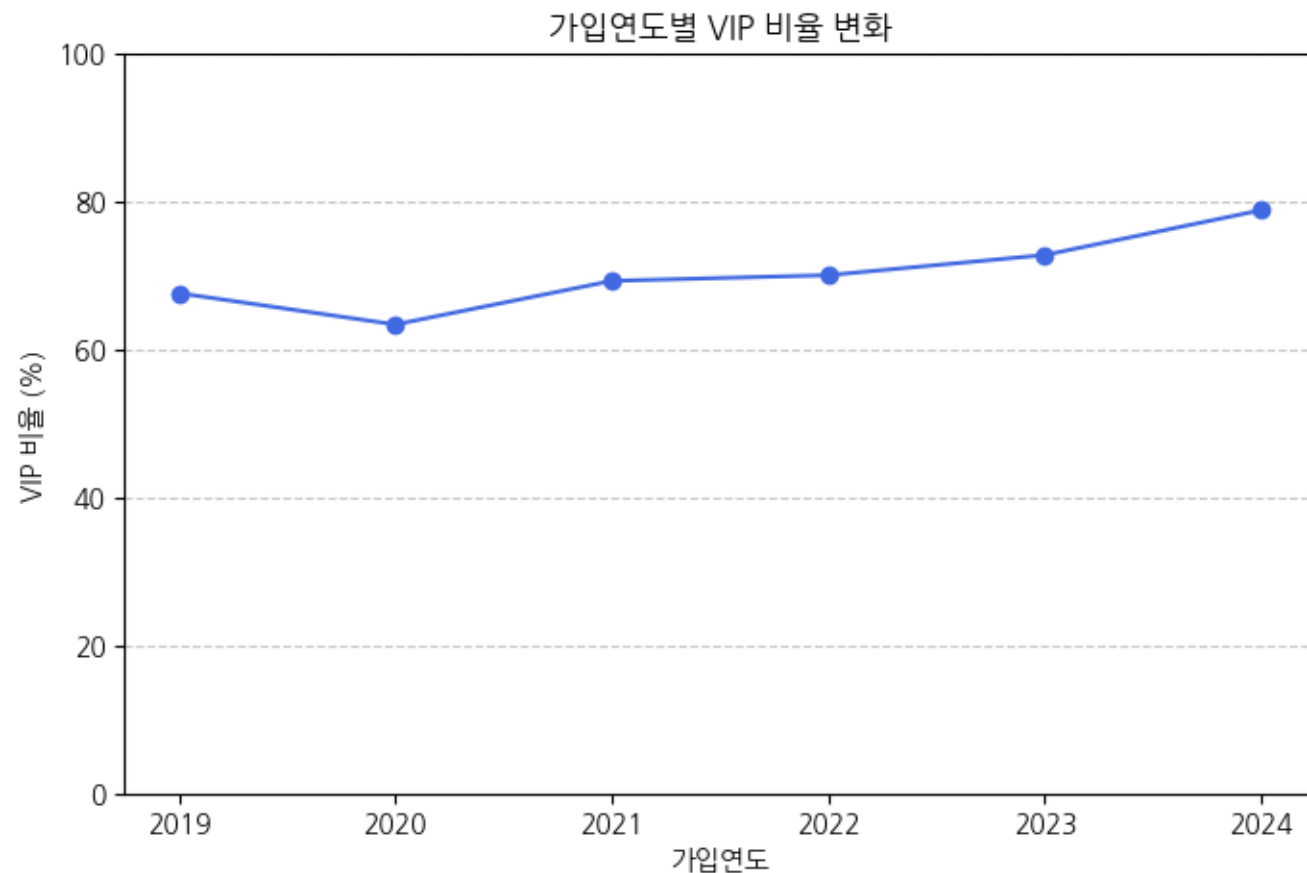
히스토그램

" 구매금액(만원)의 분포를 히스토그램으로 보여줘" 라고 프롬프트를 작성했을 때



꺾은선그래프

" 가입연도별 VIP 비율 변화를 꺾은선그래프로 보여줘 " 라고 프롬프트를 작성했을 때



데이터 분석

1. 성별에 따른 평균 구매금액

남성:145.80만원

여성:164.43만원

이를 보면 여성 고객이 평균적으로 남성보다 약 18.63만 원(약 12.8%) 더 높은 구매금액을 보인다는 점이 눈에 띈다.

2. 2020년과 2024년 가입자 중 VIP 회원 비율

2020년:63.33%

2024년:78.79%

즉, 2020년에 가입한 고객 중 10명 중 6~7명이 VIP였다면, 2024년에는 10명 중 8명 가까이 VIP로 가입했다는 의미임.

결과 해석 및 인사이트 (1)

1. VIP 고객과 일반 고객의 평균 구매금액 차이

- VIP 고객의 평균 구매금액: **197.1만 원**
- 일반 고객의 평균 구매금액: **54.7만 원**
- **VIP 고객은 일반 고객보다 약 3.6배 높은 지출을 기록하고 있음.**
- 이는 VIP 고객이 단순히 회원 등급에서 높은 것이 아니라, 실제로 기업의 **주요 매출을 견인하는 핵심 고객층**임을 시사함.
- 기업이 **VIP 고객을 유지하고 신규 VIP 전환율을 높이는 전략**(예: 추가 혜택 제공, 맞춤형 서비스 도입)이 중요함.

결과 해석 및 인사이트 (2)

2. 성별에 따른 VIP 비율 차이

- 남성 VIP 비율: **66.0%**
- 여성 VIP 비율: **75.0%**
- **여성 고객이 남성 고객보다 VIP 비율이 약 9% 더 높음.**
- 이는 여성 고객이 남성보다 더 높은 충성도를 보일 가능성이 있음을 의미함.
- 따라서, 여성 고객을 대상으로 한 **프리미엄 서비스 및 추가 혜택 제공 전략**(예: 맞춤형 쿠폰, VIP 전용 이벤트 등)이 효과적일 수 있음.
- 반면, 남성 고객의 VIP 비율을 높이기 위해서는 **충성도를 높이는 프로그램**(예: 포인트 적립 강화, 특정 제품군 추가 혜택 등)이 필요함.

결과 해석 및 인사이트 (3)

3. 가장 높은 평균 구매금액을 보이는 연령대

- 평균 구매금액이 가장 높은 연령대 TOP 5:
 - 34세: **258.5만 원**
 - 45세: **256.3만 원**
 - 53세: **208.5만 원**
 - 36세: **206.8만 원**
 - 57세: **197.8만 원**
- 30대 후반~50대 초반의 고객층이 높은 구매력을 보이고 있음.
- 이는 해당 연령대가 소득 수준이 안정적이며 소비 여력이 크다는 점과 관련이 있을 가능성이 큼.
- 따라서, 30~50대 고객을 대상으로 **프리미엄 제품 마케팅, 고급 서비스 및 VIP 혜택 강화** 등의 전략을 활용하면 매출 증대에 기여할 수 있음.
- 추가적으로, 20대와 60대 이상 고객층의 구매금액이 상대적으로 낮다면, 이를 보완할 수 있는 **젊은 층과 고령층 맞춤형 프로모션**을 도입하는 것도 필요함.