

Blinkit 수익성 중심 마케팅 전략 대시보드 기획안(2팀)

[1] 배경 및 개요

화자: **Blinkit** 마케팅 부서

청자: **Blinkit** 경영진

배경 :

Blinkit은 현재 인도 퀵커머스 시장에서 약 **40%**의 독보적인 시장 점유율 **1위**를 차지하고 있습니다. 이 확고한 시장 입지를 바탕으로, 장기적인 성장을 위해서는 신규 고객 유치보다는 고수익 고객 관리 및 제품/마케팅 효율화를 통해 수익성을 극대화하는 전략이 필수적입니다.

[2] 목표 및 핵심 **KPI**

목표 : 수익성 중심의 마케팅 전략

- 핵심 수익성 지표 모니터링
- 수익성 높은 고객/제품/마케팅 활동 식별
- 마케팅 투자효율성 극대화
- 전략적 인사이트 도출

핵심 **KPI** :

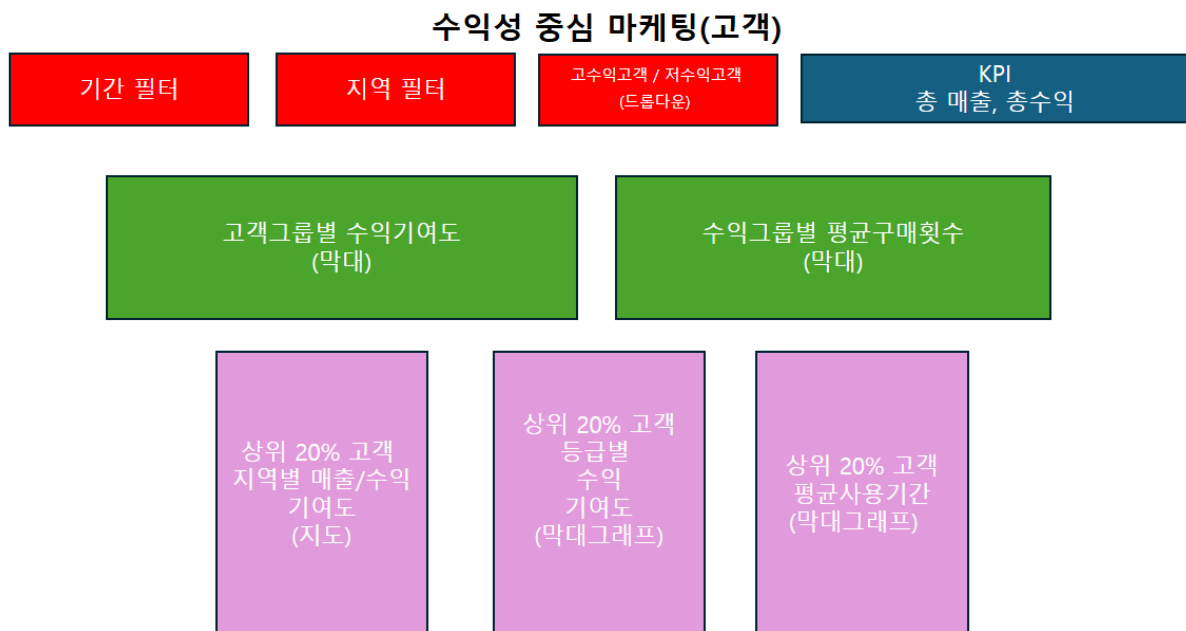
총매출, 총수익, 마진율, **ROI, CVR, CTR**

[3] 대시보드 구성목차

분석영역	목표	핵심 KPI
고객분석	고수익 고객 식별 및 세분화	총매출, 총수익
상품분석	고수익 기반 상품전략 최적화	총매출, 총수익, 마진율
프로모션분석	수익 기반 프로모션(유입채널/캠페인) 효율성 확인 및 예산분배 최적화	ROI 유입채널별 CTR, CVR 캠페인별 CTR, CVR

[4] 대시보드 기획의도

1. 수익성 높은 고객군 식별 및 분석



- 수익그룹별 수익기여도

- 시각화 : 막대그래프
- 인사이트 : 전체 매출의 약 **46%**를 차지하는 핵심 고객군(수익 상위 **20%**)을 명확히 식별하여, 이들을 위한 집중적인 관리 및 맞춤형 혜택 전략을 수립
- 수익그룹별 평균구매횟수
 - 시각화 : 막대그래프
 - 인사이트 : 상위 **20%** 고객의 평균구매횟수가 높음을 다른 그룹에 비해 높은 것을 파악하고 고수익 고객 재구매 유도 맞춤 마케팅 전략수립
- 상위 **20%** 고객의 등급별 수익기여도
 - 시각화 : 막대그래프
 - 인사이트 : 상위 **20%** 고객의 등급별 분포를 파악해 가장 비중이 큰 **Regular** 그룹의 구매유도를 위한 혜택설정 및 맞춤 마케팅 전략수립
- 상위 **20%** 고객의 지역별 수익기여도
 - 시각화 : 상위 **20%** 고객의 지역분포 지도
 - 인사이트 : 상위 **20%** 고객의 지역별 분포 파악해 상위 지역(**Orai, Nandyal, Gandhinagar, Deoghar, Sambalpur**) 집중 마케팅 예산 분배
- 상위 **20%** 고객의 평균사용기간 분석
 - 시각화 : 막대그래프
 - 인사이트 : 상위 **20%** 고객의평균사용기간(첫주문일~최근주문일) 분석해 장기고객 유지전략 수립에 활용

2 수익성 높은 제품군 식별 및 분석



- 카테고리별 매출비중 및 마진율
 - 시각화 : 다중 막대그래프
 - 고마진 집중 관리 제품군 : 마진율 $\geq 40\%$
주력 판매군 : 마진율 $20\% \sim 40\%$
전략적 재고/유입 제품군 : 마진율 $< 10\%$
 - 인사이트 : 카테고리별 매출과 마진율을 비교해 매출보다
마진율이 높은 상위 카테고리를 식별하고 해당 카테고리 (Instant
& Frozen Food, Pet care, Snack & Munchies, Personal care, cold
drink) 위주 Blink 앱 UX 개선 및 프로모션 우선순위 조정

- 카테고리별/상품별 수익기여도
 - 시각화 : 트리맵

- 인사이트 : 수익 비중이 높은 카테고리 및 제품군을 식별해 해당
카테고리와 상품 위주 **Blink 앱UX** 개선 및 프로모션 우선순위
조정
- 브랜드별 수익기여도 분석
 - 시각화 : 트리맵
 - 인사이트 : 수익 비중이 높은 브랜드 파악해 해당 브랜드 협업
프로모션 우선순위 조정

3. 수익성 높은 프로모션 (캠페인/유입채널) 식별 및 분석



- 마케팅 프로모션 ROI, CTR, CVR
 - 시각화 : 스코어보드
 - 인사이트 : 마케팅 프로모션(캠페인)의 성과를 판단하는 기준인
**ROI(프로모션 수익), CTR(노출대비클릭율), CVR(클릭대비
구매전환율)**을 통해 프로모션 현황과 성과를 파악
- 유입채널별 / 캠페인별 매출, 비용, ROI 비교
 - 시각화 : 다중 막대그래프(드릴다운)

- 인사이트 : 매출보다는 수익률 지표인 **ROI** 기준으로 수익성 높은 유입채널 및 캠페인을 파악해 예산배분 우선순위 결정
- 유입채널별 / 캠페인별 **CTR**
 - 시각화 : 파이그래프
 - 인사이트 : 현재 프로모션 (캠페인 및 유입채널)의 클릭율(**CTR**)을 파악하여 프로모션의 효과성, 타겟적절성을 확인한다.
- 유입채널별 / 캠페인별 **CVR**
 - 시각화 : 파이그래프
 - 인사이트 : 현재 프로모션 (캠페인 및 유입채널)의 클릭수 대비 전환율(**CVR**)을 파악하여 프로모션이 실제 주문, 구매로 이어지는 지 그 효과성을 확인한다.

[5] 결론 및 제안

1. 수익성 기반 고객 유지 및 확장 전략

- 고객 등급별 쿠폰/보상 전략 설계
- 지역별 고객 맞춤 프로모션 (예: 구매 빈도 높은 도시 타겟)
- 상위 고객군 전용 리텐션 프로그램 및 등급 혜택 강화

2. 수익성 기반 제품 전략

- 고마진/수익성 중심 카테고리 및 상품 구성 비율 확대
- 수익성 기준으로 브랜드 프로모션 조정

3. 수익성 기반 마케팅 예산 효율화

- **ROI, CTR, CVR** 3가지 지표 조합으로 캠페인 우선순위 설정
- **ROI** 높은 채널, 캠페인의 예산 확대 → 고효율 채널, 캠페인 집중