안녕하십니까? 블린킷 마케팅팀에서 일하고있는 유용혁입니다. 먼저 대시보드 시연에 앞서 저희는 마케팅팀의 입장으로 어떤 부분이 제일 회사에 도움이 될지를 생각하며 대시보드를 만들어 보았습니다. 현재 시장 점유율 1위인 블린킷의 입지를 바탕으로, 장기적인 성장을 위해 신규 고객 유치보단 고수익 고객 관리와 제품 마케팅 효율화를 통해 수익성을 극대화 하는 것을 목표로 잡았습니다.

대시보드의 제목은 수익성 중심의 마케팅 전략 으로 잡았습니다. 크게 세가지로 분류 하였는데 먼저 고객을 기준으로 한 첫번째 대시보드입니다. 이 대시보드에서 저희가 핵심지표로 잡은것은 총 매출과 총 수익 두가지입니다. 수익을 기준으로 상위 고객 20%를 분류해 고수익 고객을 식별하고 세분화 할 수 있습니다. 좌측 상단의 박스를 이용하여 기간,지역,고객그룹등을 선택함으로써 원하시는 기준을 선택하실수 있습니다. 상위 고객들의 수익 그룹별 기여도 확인, 수익 그룹별 평균 구매횟수 확인이 가능하고 지역별로 또한 분포 확인이 가능합니다. 이부분은 상위 20%고객분들 중에서도 따로 고객 등급을 나누어서 확인해 보았고, 상위 고객분들은 블린킷을 오래동안 이용하는 것을 확인 할 수 있습니다.

두번째 상품 파트입니다. 마찬가지로 왼쪽 상단의 박스를 통해 세부적으로 분류가 가능하고, 핵심지표는 총매출,총수익,마진율로 잡아보았습니다. 이 부분에선 수익성이 높은 제품군을 식별하고 분석이 가능할것이라 기대하고 있습니다. 먼저 카테고리별 매출 및 마진율입니다. 카테고리별로 매출을 내림차순으로 정리하였으며 그에 따른 마진율을 표로 나타내보았습니다. 마진율은 높은순서 부터 확인할수 있도록 오른쪽에 그래프로 따로 정리해 보았습니다. 다음부분은 카테고리별,제품별 수익 기여도입니다. 첫번째 페이지는 트리맵으로 구성했으며 드롭다운 기능을 통해 카테고리에서 제품으로 표를 이동할수 있습니다. 다음 브랜드별 수익 기여도입니다. 카테고리와 브랜드별로 마진율과 매출을 고려해 좀더 나은 수익성을 위한 투자를 할 수 있을것으로 기대하고 있습니다.

세번째 프로모션 파트입니다. 이곳도 마찬가지로 왼쪽 상단 박스를 통해 분류가 가능하며 핵심 지표로는 ROI(투자대비 광고 수익률)과 CVR클릭 대비 주문 전환율, 광고 총매출 금액으로 정했습니다. 먼저 밑쪽에 노출대비 클릭율과 클릭대비 주문전환율을 봐주시면 되는데, 다양한 채널과 캠페인에서 충분한 노출과 클릭율을 골고루 보이고 있습니다. 현재 설정한 목표 고객과 그에 따른 방법이 적절하다고 볼수 있는 지표를 보이고 있습니다. 상단의 캠페인별,채널별 ROI는 대부분 좋은 성적을 보이고 있으나 총 매출과 ROI를 고려해 더 투자할 곳을 찾아볼수 있을것으로 기대하고 있습니다.

대시보드 시연은 여기서 끝마치겠습니다. 저희팀에서 대시보드를 분석하며 수익성 향상을 위해 제고한 방안들로는 고객 등급별 쿠폰/보상 전략 설계,지역별 고객 맞춤 프로모션,상위 고객군 전용 리텐션 프로그램 및 등급 혜택 강화를 첫번째 대시보드에서 찾아보았습니다. 두번째 대시보드에서는 고마진/수익성 중심 카테고리 및 상품 구성비율 확대,수익성 기준으로 브랜드 프로모션 조정을 뽑아보았습니다. 마지막으로 세번째에서는 ROI,CTR,CVR 3가지의 지표를 조합으로해 캠페인 우선순위를 설정하고, ROI가 높은 채널,캠페인의 예산확대를 통해 고효율 채널과 캠페인에 집중하는것을 생각해보았습니다.

추가적으로 경영진분들의 대시보드 사용에 편의성을 드리기위해 용어 설명과 대시보드 사용 가이드라인을 만들었으니 참고해서 사용해주시면 감사하겠습니다.