

— Team project

# Beauty Hub

고객 등급화 및 마케팅 방안 마련

2조: 최재명 배상일 오성준 윤용준

# 목차

business Presentation

## 회사 소개

소개/연혁

01

## 고객 구매패턴분석

데이터 소개/  
패턴(시각화)

02

## RFM 고객 등급화

RFM 분석과정/시각화

03

## 마케팅 방안

고객 관리 / 신규고객 유치

04

프로젝트 배경

분석 과정

시각화

# 회사 소개

## About Us

01. 회사소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

(주) Beauty Hub 은 현재 국내 2위의 뷰티&헬스 스토어 기업으로서 본사는 서울, R&D센터는 수원에 위치함. 자사 제품을 사용하는 모든 고객들의 美 파트너가 되고자 함

## OUR CORPORATE OVERVIEW



## BEAUTY Hub COMPANY

● 설립일	2008. 03. 24
● CEO	최재명
● 위치	서울특별시 강남구 논현동 50-1
● 매출	24억(원) 2012년도 기준
● 규모	본사 서울 / 수원 R&D 센터



(주) Beauty Hub 은 뷰티(Beauty)아름다움의 뜻과 허브(Hub)라는 중심의 뜻을 합쳐 자사의 제품이 곧 '美 의 중심'이라는 뜻입니다. 고객의 니즈에 맞추어 최상의 제품을 제공하여 K-뷰티문화 를 창조해 나가려고 합니다.



# Company History

01. 회사소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

(주) Beauty Hub 은 건강한 삶, 고객만족, 창의성 이라는 경영이념을 토대로 2008년 설립 이후 각종 메이크업 기술 특허 획득 및 점차적으로 자사의 규모를 확장시켜 국내 2위 뷰티&헬스 기업으로 성장



- **2008.03** - (주) Beauty hub 설립
- **2008.10** - 뷰티 솔루션 파트너쉽 체결  
- 아모레퍼시픽 투자 유치
- **2009.01** - 네이처 리퍼블릭 투자 유치  
- 연매출 10억 달성
- **2010.02** - 올해의강소기업  
- 뷰티&헬스스토어TOP10선정  
- 누적고객사100개기록
- **2011.01** - YS 파트너사 파트너쉽 체결  
- 연매출 20억 달성
- **2011.11~** - 멤버쉽 제도 개편

## Mission &amp; Vision &amp; Core Value

01. 회사소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## Mission

**“Enhance Your Natural Beauty  
With our products”**

## Vision

Beauty Hub 는 건강한 웰니스를 추구하는 라이프 스타일 브랜드 입니다. 우리는 고객들이 일상속에서 건강하고 아름다운 모습을 유지할 수 있도록 다양한 제품과 서비스를 제공합니다.

## Core Value



Healthy  
Living

Customer  
Satisfaction

Creativity

데이터 소개

패턴 분석

시각화

# 고객 구매분석 패턴

## About Data

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## RFM분석을 위한 데이터 세분화 작업

CRM 데이터

CUST_ID	GENDER	AGE	JOB_CD	POSTAL_CD	POSTAL_REGION	PURCHASE_DATE	ITEM_CODE	ITEM_CATEGORY	PRICE
1	1	31	4	110-793	서울	종로구	201108	141208 B	12000
1	1	31	4	110-793	서울	종로구	201108	65444 C	27100
2	1	33	2	480-020	경기	의정부	201109	106532 B	7000
3	1	44	6	135-010	서울	강남구	201110	106532 B	7000
4	1	31	2	641-804	NA	NA	201106	181287 C	28000
4	1	31	2	641-804	NA	NA	201106	204575 C	28000
5	1	42	6	540-759	전남	순천시	201108	100913 A	9000
5	1	42	6	540-759	전남	순천시	201108	125459 A	12000
5	1	42	6	540-759	전남	순천시	201108	140916 B	6500
6	1	36	4	404-838	인천	서구	201108	154165 A	13500
6	1	36	4	404-838	인천	서구	201108	1514 C	20000
7	1	42	9	139-231	서울	노원구	201105	106532 B	7000
8	1	20	0	449-910	NA	NA	201110	154346 A	11900
8	1	20	0	449-910	NA	NA	201110	130876 B	7000
9	1	41	3	425-172	NA	NA	201110	133995 B	8000
10	2	28	1	120-192	NA	NA	201106	100913 A	9000
10	2	28	1	120-192	NA	NA	201106	106532 B	7000
10	2	28	1	120-192	NA	NA	201106	140210 B	12000
11	2	33	7	431-065	경기	안양시	201108	145914 B	8500
12	1	33	2	138-170	서울	송파구	201108	109543 C	34000
13	2	26	0	626-010	경남	양산시	201110	188598 A	11100
13	2	26	0	626-010	경남	양산시	201110	204575 C	28000
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201108	59369 A	9500
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201108	100913 A	9000
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201108	122751 A	9500
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201108	150615 A	17500
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201110	68184 B	9500
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201108	106532 B	7000
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201107	192753 C	14700
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201110	197253 C	6800
14	2	25	9	449-840	경기	용인시	201107	210284 C	25700
15	1	39	9	138-225	NA	NA	201107	194458 C	32800
16	2	23	9	135-272	서울	강남구	201109	100913 A	9000

CRM 데이터 요약

CATEGORY	RANGE
ID	1 ~ 29779
GENDER	0, 1, 2
AGE	2 ~ 97
JOB_CD	0~9, 255
POSTAL_REGION1	서울 외 8지역
PURCHASE_DATE	2011. 5 ~ 2011. 10
ITEM_CATE	A, B, C
ITEM_PRICE	0 ~ 49,000

총 데이터 68815개 중  
 구매 이력이 존재하는 고객 추출  
 결측치를 제외한 데이터 수 = **28382개**



# About Data

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## HADOOP HIVE를 이용한 서버 구축 및 데이터 추출 과정

```
hive> CREATE TABLE CRM(
> CUST_ID INT,
> GENDER INT COMMENT '1 = mafe, 2 = female',
> AGE INT,
> JOB_CD INT,
> POSTAL_CD STRING,
> POSTAL_REGION1 STRING,
> POSTAL_REGION2 STRING,
> PURCHASE_DATE STRING,
> ITEM_CODE INT,
> ITEM_CATE STRING,
> PRICE INT)
> ROW FORMAT DELIMITED
> FIELDS TERMINATED BY ','
> LINES TERMINATED BY '\n'
> STORED AS TEXTFILE;
```

- HADOOP 서버에 CRM 고객 테이블 생성
- RFM 분석을 위한 총 17개의 시나리오 구성
- RFM 분석에 유효하다고 판단되는 6개의 시나리오 선정

### 1. 나이별 선호 카테고리

```
select item_cate, sum(price), avg(price), count(*)
from crm
where age between 21 and 30
group by item_cate;
```

### 2. 직업별 구매액

```
select job_cd, sum(price), avg(price), count(distinct(cust_id))
from crm
group by job_cd;
```

### 3. 월별 고객수 및 판매액

```
select purchase_date, item_cate, sum(price), avg(price),
count(distinct(cust_id)) from crm
group by purchase_date, item_cate;
```

### 4. 고객별 방문횟수

```
insert overwrite directory '/user/hive/freq.txt'
select cust_id, count(distinct(purchase_date))
from crm
group by cust_id;
```

### 5. 최근 방문일자

```
insert overwrite directory '/user/hive/recency.txt'
select cust_id, max(purchase_date)
from crm
group by cust_id;
```

### 6. 고객별 구매액

```
insert overwrite directory '/user/hive/monetary.txt'
select cust_id, sum(price)
from crm
group by cust_id;
```

## About Data

01. 회사 소개

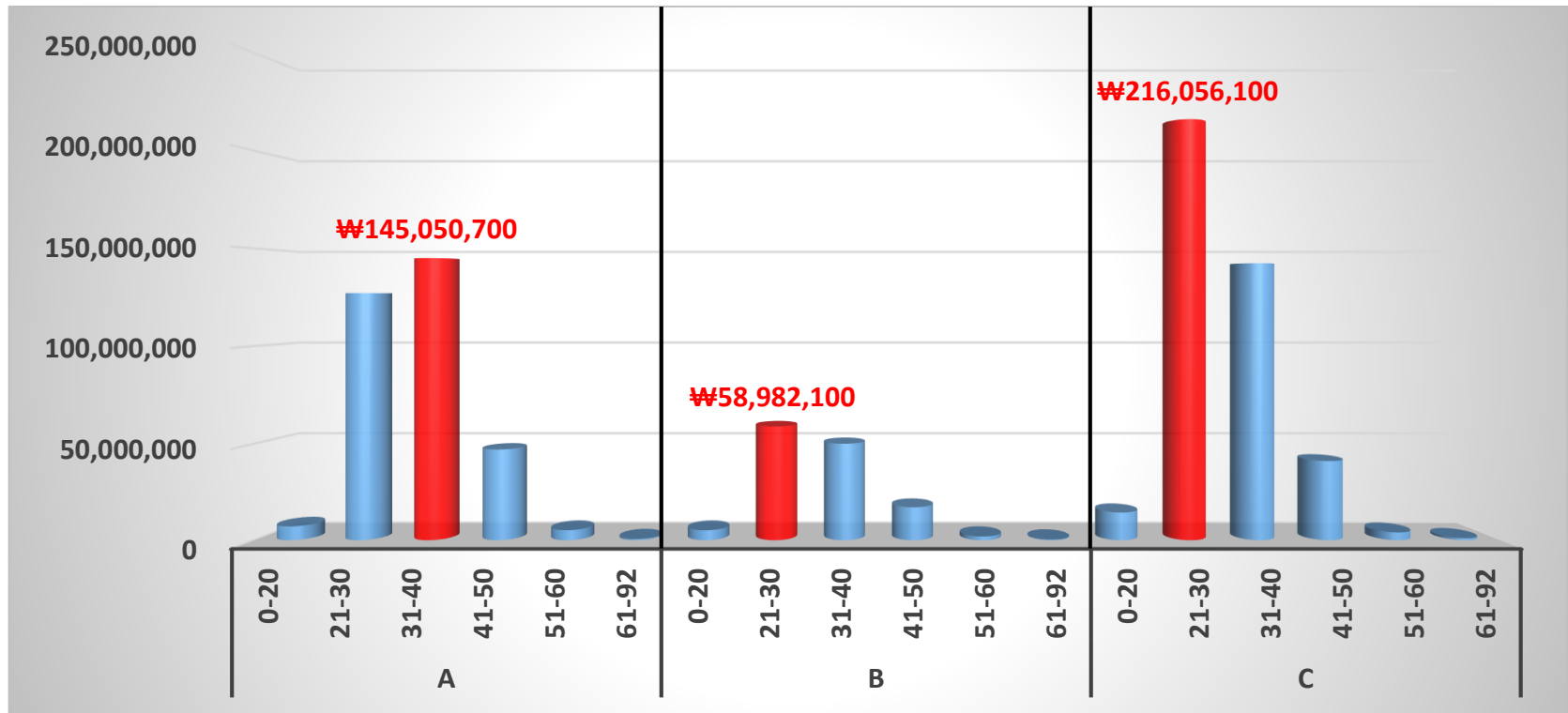
02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## 나이에 따른 카테고리별 판매 금액 분석

나이별 총 구매 금액



- A 카테고리 품목은 30대 강세.
- B, C 카테고리 품목은 20대 강세.



20,30대 강세



젊은 층 공략

## About Data

01. 회사 소개

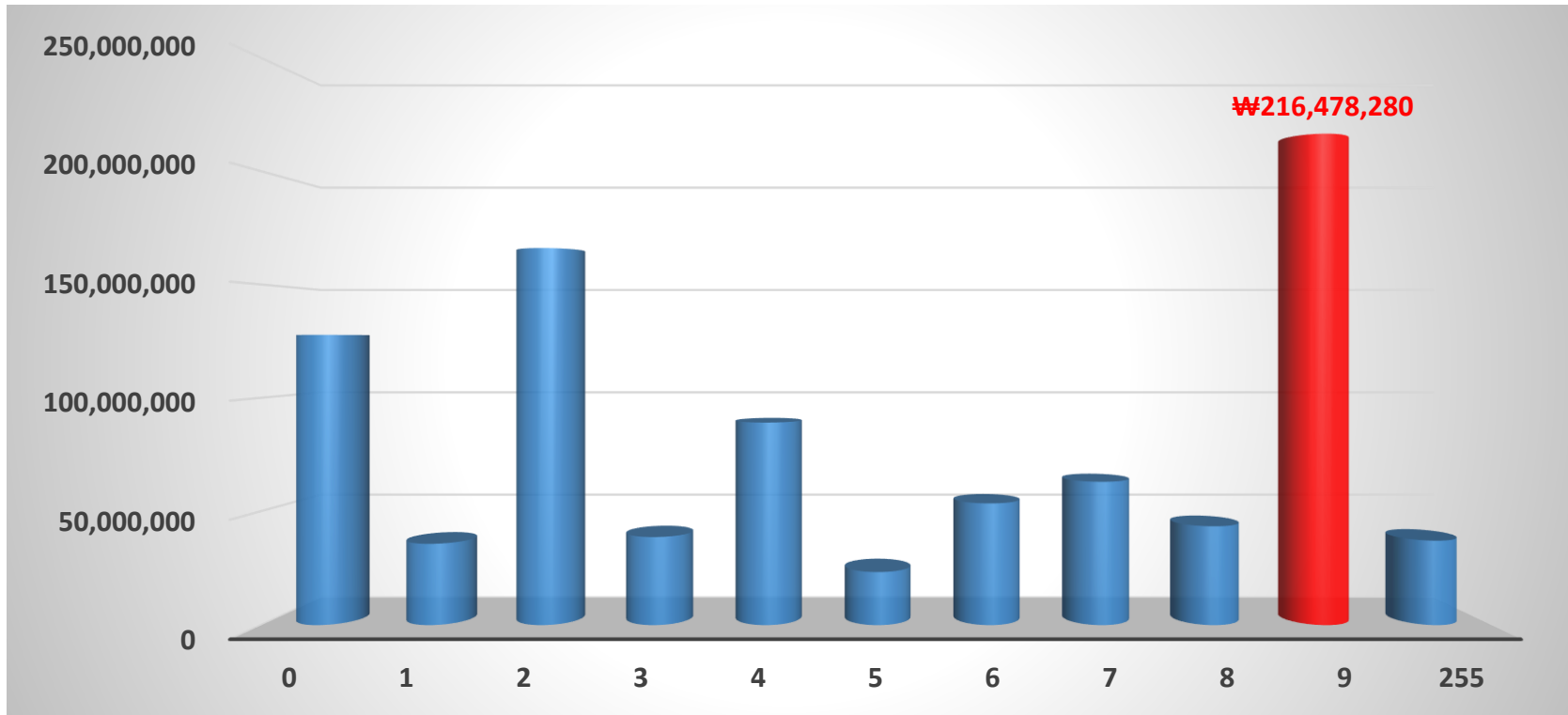
02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## 직종에 따른 판매 금액 분석

직종별 총 구매 금액



- 9번 직종에 대한 판매 강세



9번 직종에 대한 프로모션 진행 추천

## About Data

01. 회사 소개

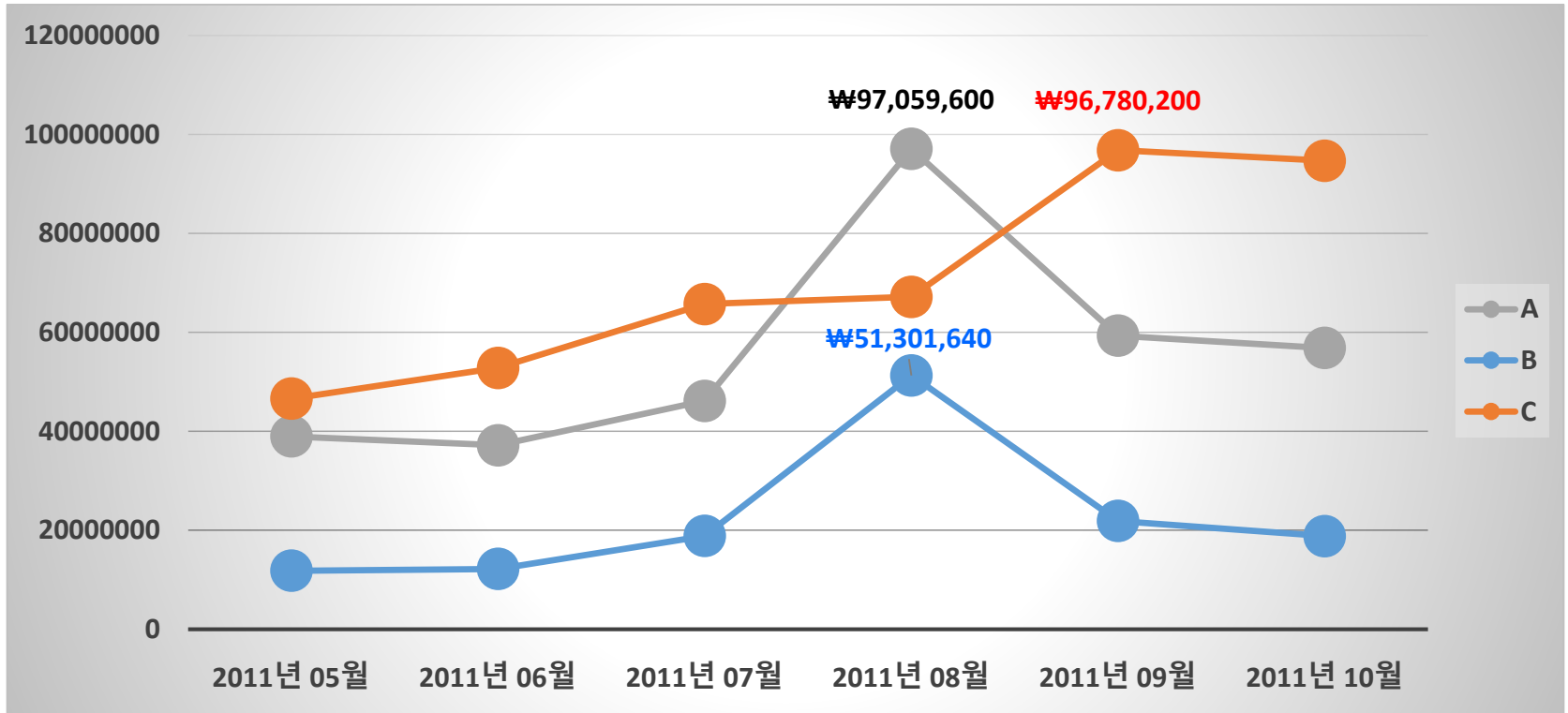
02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## 월별 매출 분석

## 월별 판매 금액



- A, B 카테고리 품목 → 8월에 판매량 최고치
- C 카테고리 품목 → 9월에 판매량 최고치

소개

RFM 분석

시각화

# RFM 고객 등급화

## About Direction

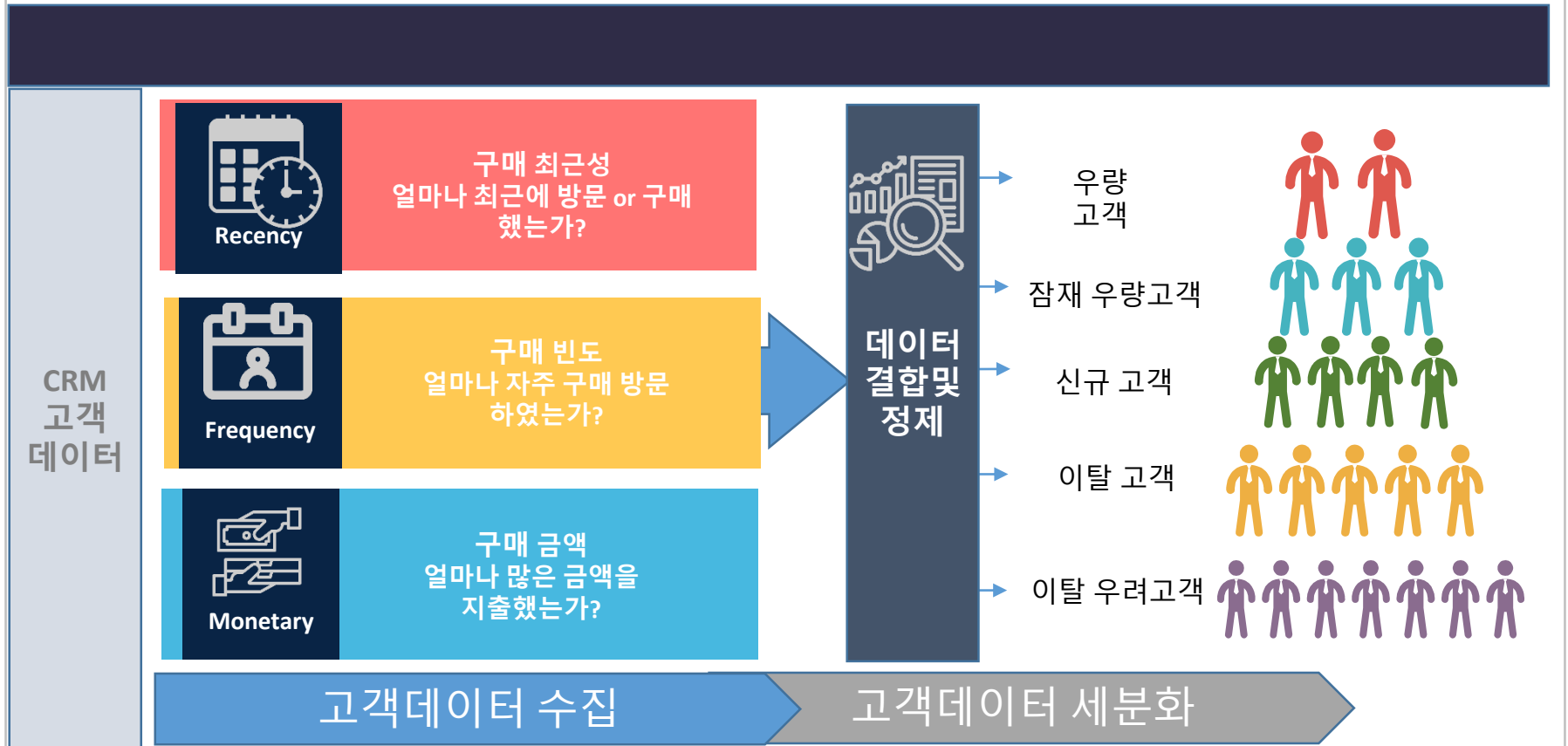
01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## RFM 분석을 통한 고객 등급화 목적





## About Direction

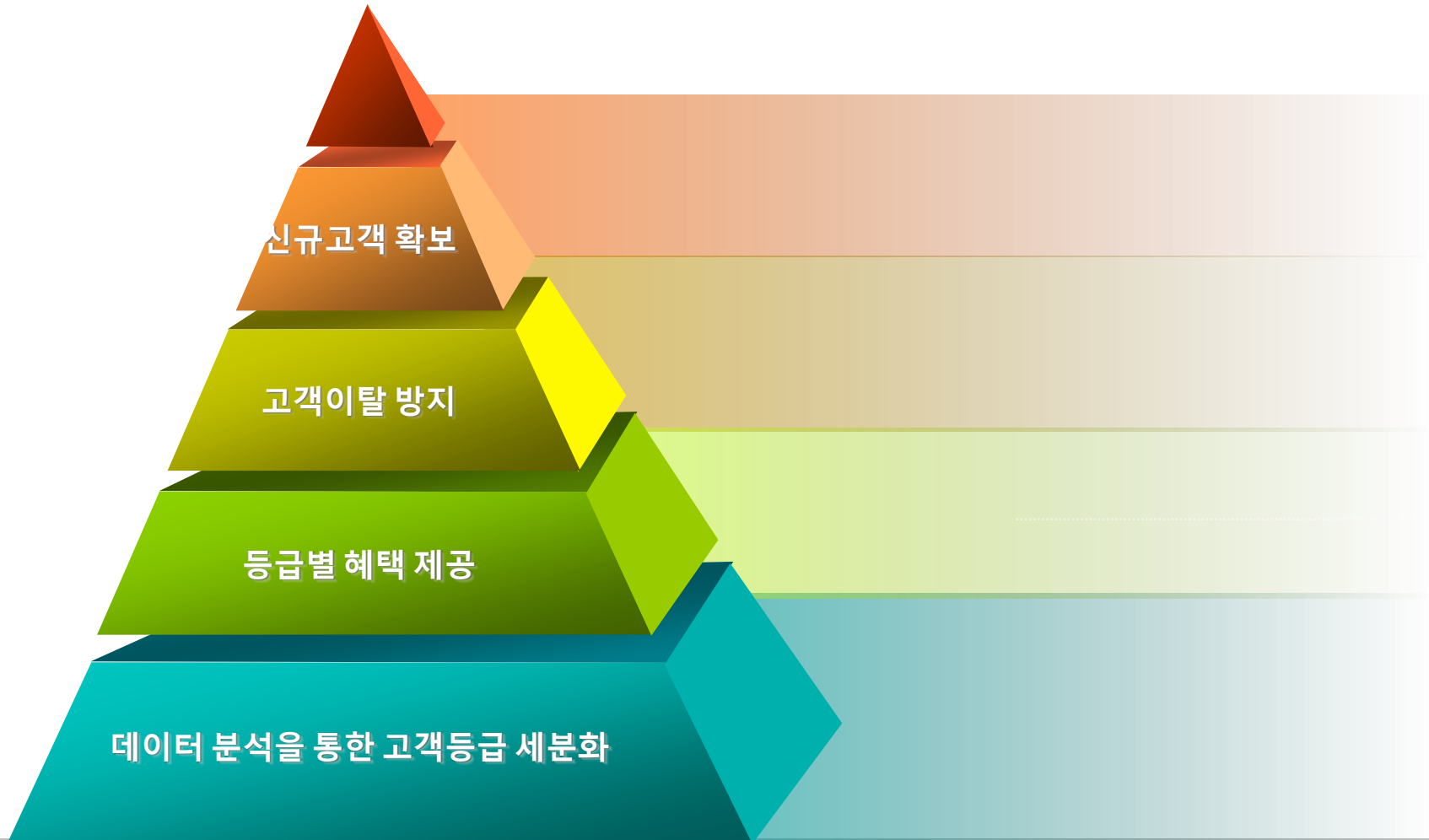
01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

### RFM 분석을 통한 고객 등급화 목적



## About RFM

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## RFM 분석 과정

고객아이디	최근 방문일자	방문횟수	총 구매액
1	201108	1	39,100
2	201109	1	7,000
3	201110	1	7,000
4	201106	1	56,000
5	201108	1	27,500
6	201108	1	33,500
7	201105	1	7,000
8	201110	1	18,900
9	201110	1	8,000
10	201106	1	28,000
11	201108	1	8,500
12	201108	1	34,000
13	201110	1	39,100
14	201110	3	109,200
15	201107	1	32,800
16	201110	2	24,400
17	201107	1	8,900
18	201109	1	38,600
19	201109	1	12,000
20	201110	2	16,600

R	최근방문일자	인원수	백분율
5	201110	7447	31.25%
4	201109	5550	23.29%
3	201108	7183	30.14%
2	201107	3496	14.67%
1	201106,05	4706	19.75%
계		23832	100%

F	방문횟수	인원수	비율
5점	5회 이상	106	0.37%
4점	4회	369	1.30%
3점	3회	1478	5.21%
2점	2회	5554	19.57%
1점	1회	20875	73.55%
계		28382	100.00%

M	총 구매액	인원수	백분율
1	0 ~ 19,999	13411	47.25%
2	20,000 ~ 59,999	11502	40.53%
3	60,000 ~ 99,999	2320	8.17%
4	100,000 ~ 249,999	1078	3.80%
5	250,000 ~ 543,100	71	0.25%
계		28382	100%

## About RFM

01. 회사 소개

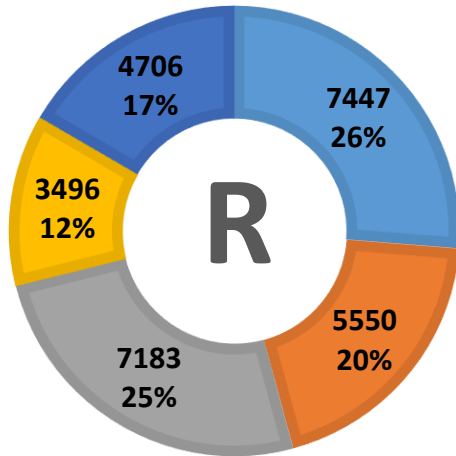
02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

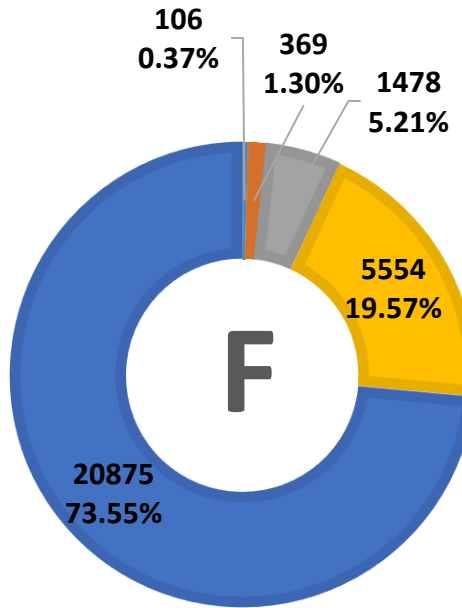
## RFM 분석 과정

Recency(최근 방문)



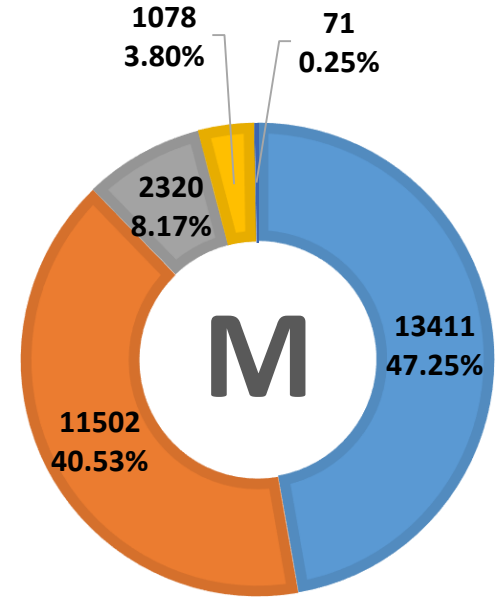
201110      201109  
 201108      201107  
 201106,05

Frequency(방문 횟수)



5회 이상      4회  
 3회      2회  
 1회

Monetary(구매액)



0 ~ 19,999  
 20,000 ~ 59,999  
 60,000 ~ 99,999  
 100,000 ~ 249,999  
 250,000 ~ 543,100

## About RFM

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## RFM 가중치 설정을 통한 고객별 점수 도출 및 등급화

분류	가중치
R	0.34
F	0.36
M	0.4

고객아이디	최근 방문일자	방문횟수	총 구매액	R점수	F점수	M점수	수정R	수정F	수정M	RFM 점수	고객등급	등급이름
1	201108	1	39,100	3	1	2	1.02	0.36	0.8	43.6	2	RED
2	201109	1	7,000	4	1	1	1.36	0.36	0.4	42.4	2	RED
3	201110	1	7,000	5	1	1	1.7	0.36	0.4	49.2	2	RED
4	201106	1	56,000	1	1	2	0.34	0.36	0.8	30	1	WHITE
5	201108	1	27,500	3	1	2	1.02	0.36	0.8	43.6	2	RED
6	201108	1	33,500	3	1	2	1.02	0.36	0.8	43.6	2	RED
7	201105	1	7,000	1	1	1	0.34	0.36	0.4	22	1	WHITE
8	201110	1	18,900	5	1	1	1.7	0.36	0.4	49.2	2	RED
9	201110	1	8,000	5	1	1	1.7	0.36	0.4	49.2	2	RED
10	201106	1	28,000	1	1	2	0.34	0.36	0.8	30	1	WHITE
11	201108	1	8,500	3	1	1	1.02	0.36	0.4	35.6	1	WHITE
12	201108	1	34,000	3	1	2	1.02	0.36	0.8	43.6	2	RED
13	201110	1	39,100	5	1	2	1.7	0.36	0.8	57.2	3	GREEN
14	201110	3	109,200	5	3	4	1.7	1.08	1.6	87.6	4	GOLD
15	201107	1	32,800	2	1	2	0.68	0.36	0.8	36.8	1	WHITE
16	201110	2	24,400	5	2	2	1.7	0.72	0.8	64.4	3	GREEN
17	201107	1	8,900	2	1	1	0.68	0.36	0.4	28.8	1	WHITE
18	201109	1	38,600	4	1	2	1.36	0.36	0.8	50.4	2	RED
19	201109	1	12,000	4	1	1	1.36	0.36	0.4	42.4	2	RED
20	201110	2	16,600	5	2	1	1.7	0.72	0.4	56.4	3	GREEN

## About RFM

01. 회사 소개

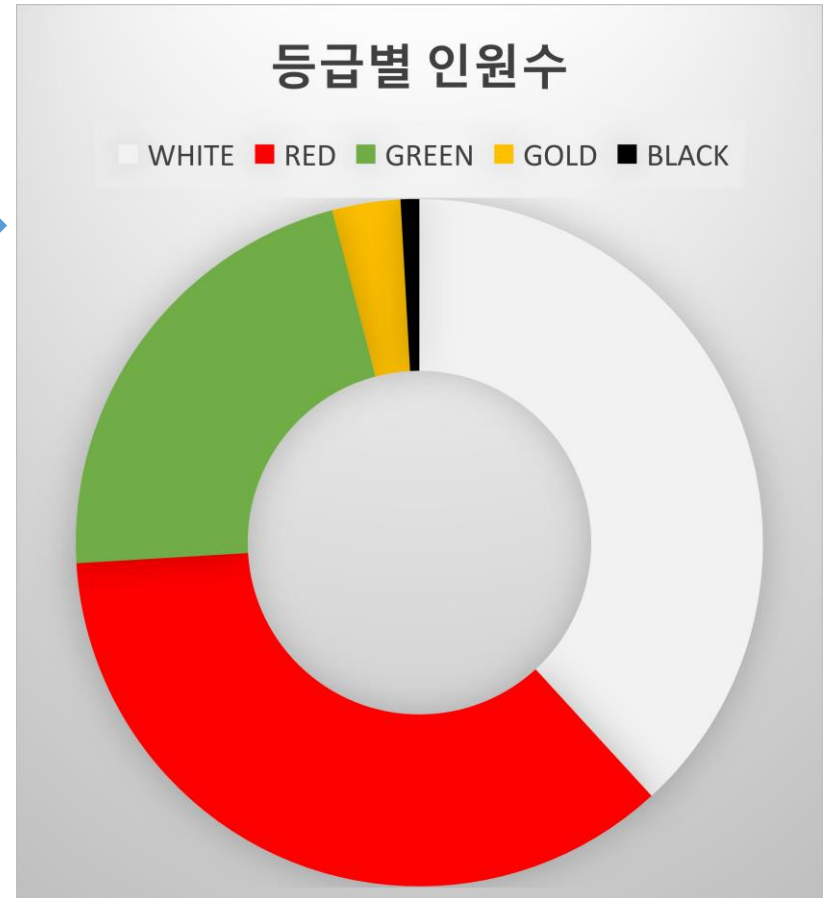
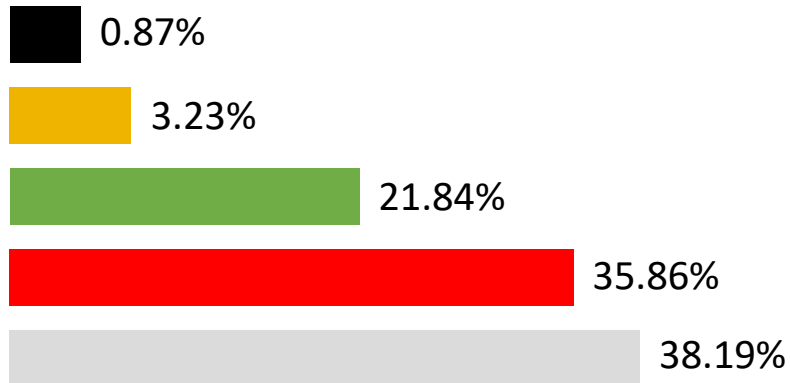
02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

## 고객 등급 분류

RFM 구간	등급	이름	인원수	비율
0~39	1	WHITE	10839	38.19%
40~54	2	RED	10178	35.86%
55~74	3	GREEN	6200	21.84%
75~94	4	GOLD	917	3.23%
90~100	5	BLACK	248	0.87%
계			28382	100.00%



고객관리

신규고객유치

고객 이탈방지

## 마케팅 방안



## About Strategy

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

프리미엄  
혜택 제공

- BLACK등급 자부심 고취
- Unique 혜택 제공
- 고객 충성도 확보

고객 감동  
서비스 실현

- 고객과의 커뮤니케이션 강화
- 고객 편의 시스템 구축
- 고객 리서치 활동 강화

신규 잠재고객  
확보

- 20,30대 맞춤 프로모션 진행
- 9번 직업군에 대한 카드 제휴
- 8,9월 대규모 여름 이벤트 진행

혁신적인  
기술 확보

- 연구개발 및 투자 강화
- 기술특허 확보 및 제품 개발
- 자사 브랜드 런칭

## About Strategy

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

**프리미엄  
혜택 제공**

- BLACK등급 자부심 고취
- Unique 혜택 제공
- 고객 충성도 확보

등급별 혜택	WHITE	RED	GREEN	GOLD	BLACK
 적립율	0.5%	0.5%	1%	2%	3%
 온라인몰 배송 쿠폰	5만원 이상 무료 배송 3장	3만원 이상 무료 배송 5장	무료 배송 10장	무제한 무료배송 + 3%할인권	무제한 무료배송 + 5%할인권
 멤버십 허브 키트	5000원 이하 화장품 랜덤 박스	1만원 이하 화장품 랜덤 박스	3만원 이하 화장품 랜덤 박스	5만원 상당 화장품 증정	10만원 상당 화장품 증정
 프리미엄 혜택 연말 추첨 (매년 상이)	해당 없음	화장품 세트 (100명 추첨)	명품 브랜드 향수 세트 (10명 추첨)	제주도 3박4일 풀 패키지 (5명)	크루즈 여행 (1명)

\*등급 기준은 자사내부 산정 방식에 따름

## About Strategy

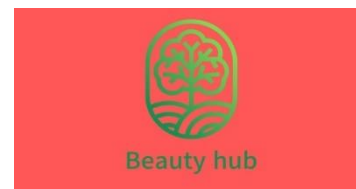
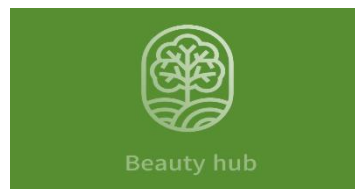
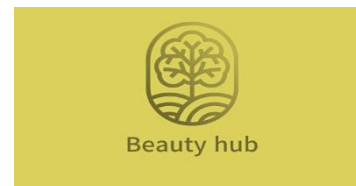
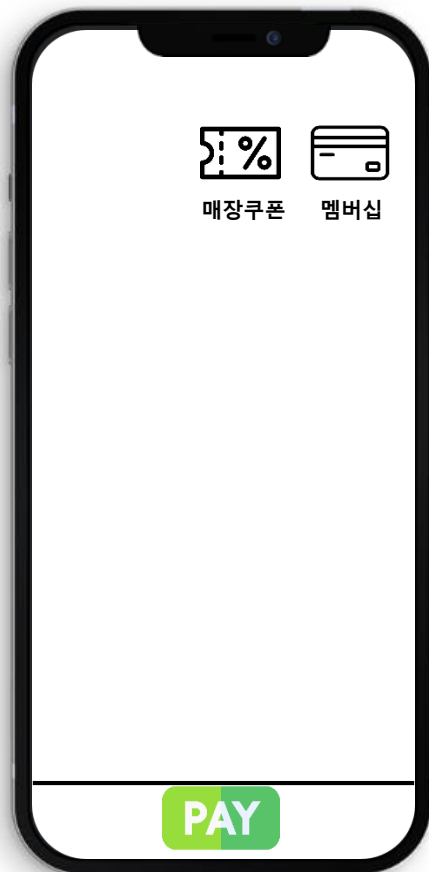
01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

### RFM 분석과 데이터 시각화를 토대로 마케팅 전략 구성



## About Strategy

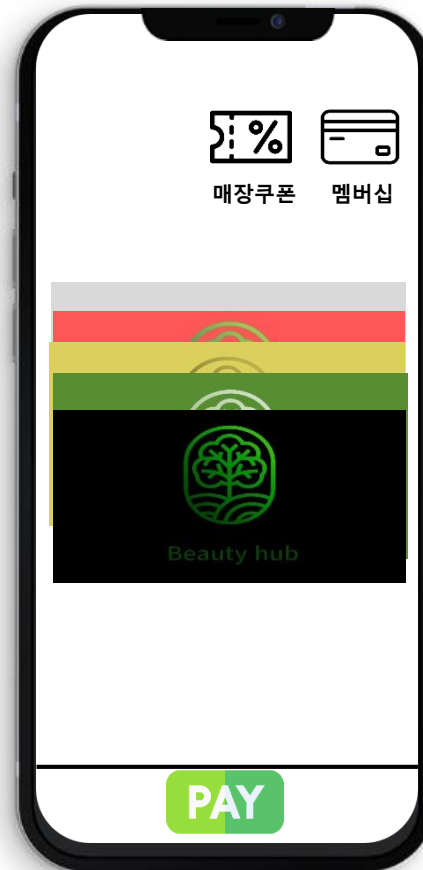
01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객 등급화

04. 마케팅 방안

- 모바일 멤버십 카드 발행
- 일일 출석 콘텐츠를 통한 혜택 제공
- 모바일 쿠폰 발행
- 이벤트 및 할인 정보 알림



membership

## About Strategy

01. 회사 소개

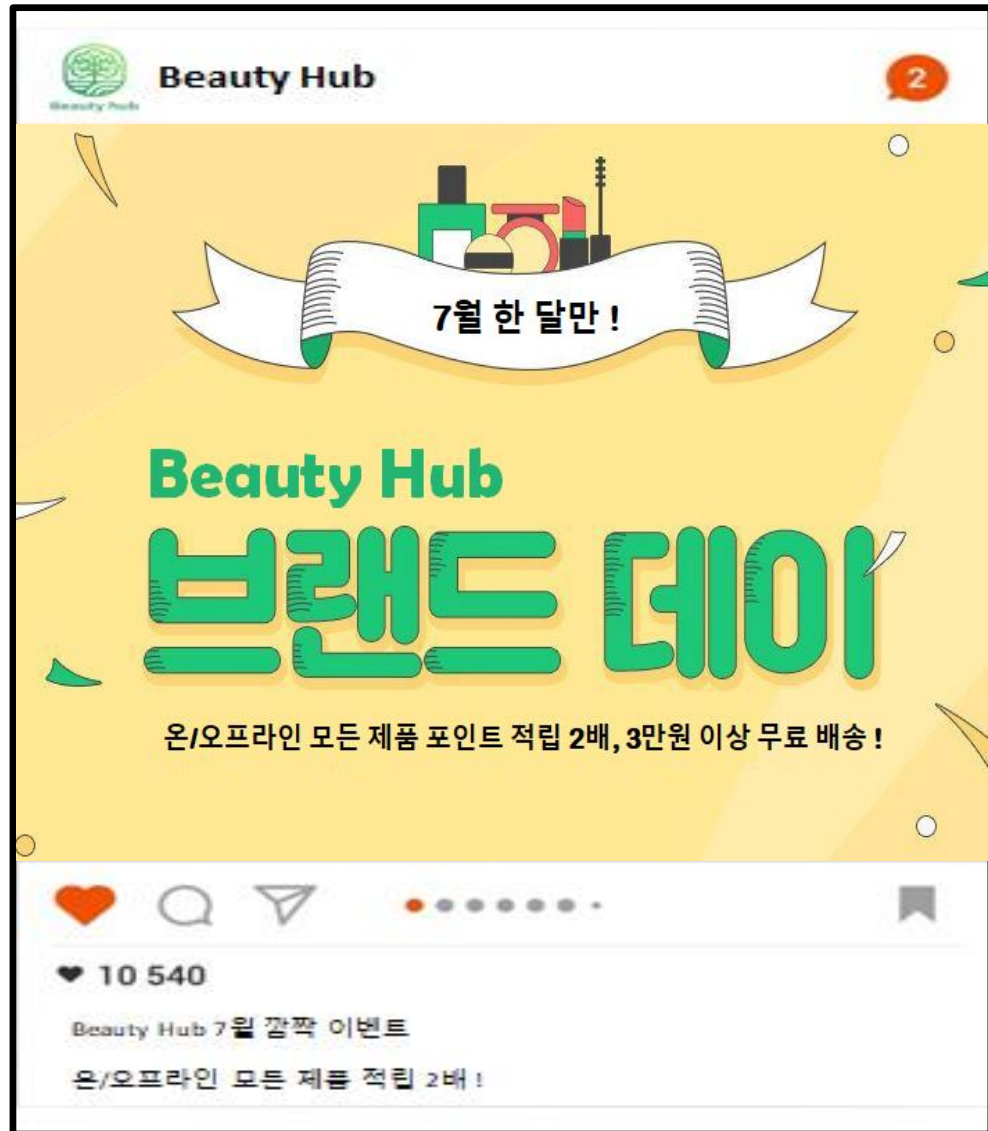
02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

### 고객 감동 서비스 실현

- 고객과의 커뮤니케이션 강화
- 고객 편의 시스템 구축
- 고객 리서치 활동 강화



## About Strategy

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

### 신규 잠재고객 확보

- 20,30대 맞춤  
프로모션 진행
- 9번 직업군에 대한  
카드 제휴
- 8,9월 대규모  
여름 이벤트 진행



Beauty hub



Check Card



## About Strategy

01. 회사 소개

02. 패턴 분석

03. 고객등급화

04. 마케팅방안

### 혁신적인 기술 확보

- 연구개발 및 투자 강화
- 기술특허 확보 및 제품 개발
- 자사 브랜드 런칭



  
LovelyBird  
Handmade Jewelry

 Aunavani

  
NÖRDERM

**Enhance Your Natural  
Beauty  
With our products !**