

이커머스 기업의 재성장 전략

- 온라인 소매업 데이터 중심

열썩키드팀

CONTENTS

01 시나리오

02 상황인식 및 문제정의

03 문제분석

- 국가별 구매 분석 및 점검
- 시계열 구매 분석 및 점검
- 상품별 구매 분석 및 점검
- 재구매율 분석 및 점검
- 고객 충성도 분석 및 점검
- 기간별 환불 분석 및 점검

04 전략 제시

- 시장 확대 전략
- 마케팅 전략
- 구매율 상승 전략
- 사업 규모 확대 전략

05 한계점 및 아쉬운 점 제시

01. 시나리오

01. 시나리오



“ 영국의 이커머스 기업 A가 있다. 기업 A는 한계를 극복하기 위해 다양한 제품과 서비스를 출시했다. 이때, 기업 A의 대표는 현재 출시한 제품 혹은 서비스가 잘 진행되고 있는지 **점검** 하고 보다 나은 제품 및 서비스를 **새롭게 재공하기 위한 전략**을 수립하고자 한다. ”

이에 기업 A의 TF팀은 데이터를 수집하고 분석해 분석 보고서를 작성한다.
TF팀은 기업 A의 거래를 포함한 데이터셋을 이용할 수 있다.

02. 상황인식 및 문제 정의

02. 상황인식 및 문제정의

기업 A는 치열한 이커머스 업계에서 한계를 겪고 있다.
기업 A가 재성장을 도모할 수 있도록 하는 전략이 필요하다.
TF팀은 기업 A의 데이터셋을 분석하여 재성장 전략을 도출하고자 한다.

**기업 A가 재성장을 위한 새로운
발돋움을 만들어내자!**

03. 문제 분석

- 국가별 매출
- 시계열 구매
- 상품별 구매
- 고객 충성도
- 재구매율
- 기간별 환불



03. 문제분석

- 기업 A의 거래를 포함한 데이터셋

InvoiceNo	StockCode	Description	Quantity	InvoiceDate	UnitPrice	CustomerID	Country
536365	85123A	WHITE HANGING HEART T-LIGHT HOLDER	6	12/1/2010 8:26	2.55	17850	United Kingdom
536365	71053	WHITE METAL LANTERN	6	12/1/2010 8:26	3.39	17850	United Kingdom
536365	84406B	CREAM CUPID HEARTS COAT HANGER	8	12/1/2010 8:26	2.75	17850	United Kingdom
536365	84029G	KNITTED UNION FLAG HOT WATER BOTTLE	6	12/1/2010 8:26	3.39	17850	United Kingdom
536365	84029E	RED WOOLLY HOTTIE WHITE HEART.	6	12/1/2010 8:26	3.39	17850	United Kingdom
536365	22752	SET 7 BABUSHKA NESTING BOXES	2	12/1/2010 8:26	7.65	17850	United Kingdom
536365	21730	GLASS STAR FROSTED T-LIGHT HOLDER	6	12/1/2010 8:26	4.25	17850	United Kingdom
536366	22633	HAND WARMER UNION JACK	6	12/1/2010 8:28	1.85	17850	United Kingdom
536366	22632	HAND WARMER RED POLKA DOT	6	12/1/2010 8:28	1.85	17850	United Kingdom
536367	84879	ASSORTED COLOUR BIRD ORNAMENT	32	12/1/2010 8:34	1.69	13047	United Kingdom
536367	22745	POPPY'S PLAYHOUSE BEDROOM	6	12/1/2010 8:34	2.1	13047	United Kingdom
536367	22748	POPPY'S PLAYHOUSE KITCHEN	6	12/1/2010 8:34	2.1	13047	United Kingdom
536367	22749	FELTCRAFT PRINCESS CHARLOTTE DOLL	8	12/1/2010 8:34	3.75	13047	United Kingdom
536367	22310	IVORY KNITTED MUG COSY	6	12/1/2010 8:34	1.65	13047	United Kingdom
536367	84969	BOX OF 6 ASSORTED COLOUR TEASPOONS	6	12/1/2010 8:34	4.25	13047	United Kingdom
536367	22623	BOX OF VINTAGE JIGSAW BLOCKS	3	12/1/2010 8:34	4.95	13047	United Kingdom
536367	22622	BOX OF VINTAGE ALPHABET BLOCKS	2	12/1/2010 8:34	9.95	13047	United Kingdom
536367	21754	HOME BUILDING BLOCK WORD	3	12/1/2010 8:34	5.95	13047	United Kingdom
536367	21755	LOVE BUILDING BLOCK WORD	3	12/1/2010 8:34	5.95	13047	United Kingdom
536367	21777	RECIPE BOX WITH METAL HEART	4	12/1/2010 8:34	7.95	13047	United Kingdom
536367	48187	DOORMAT NEW ENGLAND	4	12/1/2010 8:34	7.95	13047	United Kingdom
536368	22960	JAM MAKING SET WITH JARS	6	12/1/2010 8:34	4.25	13047	United Kingdom
536368	22913	RED COAT RACK PARIS FASHION	3	12/1/2010 8:34	4.95	13047	United Kingdom
536368	22912	YELLOW COAT RACK PARIS FASHION	3	12/1/2010 8:34	4.95	13047	United Kingdom
536368	22914	BLUE COAT RACK PARIS FASHION	3	12/1/2010 8:34	4.95	13047	United Kingdom
536369	21756	BATH BUILDING BLOCK WORD	3	12/1/2010 8:35	5.95	13047	United Kingdom
536370	22728	ALARM CLOCK BAKELIKE PINK	24	12/1/2010 8:45	3.75	12583	France

- 주문번호, 주식 코드, 상품명, 수량, 송장, 단가, 고객 ID, 국가

기업 A의 TF팀은 해당 데이터를 통해 기업 A의 상품 및 서비스에 대한 분석 및 점검을 진행한다.

03. 문제분석

- 기업 A의 거래를 포함한 데이터셋



① 국가별 구매 분석 및 점검

④ 재구매율 분석 및 점검

② 시계열 구매 분석 및 점검

⑤ 고객 충성도 분석 및 점검

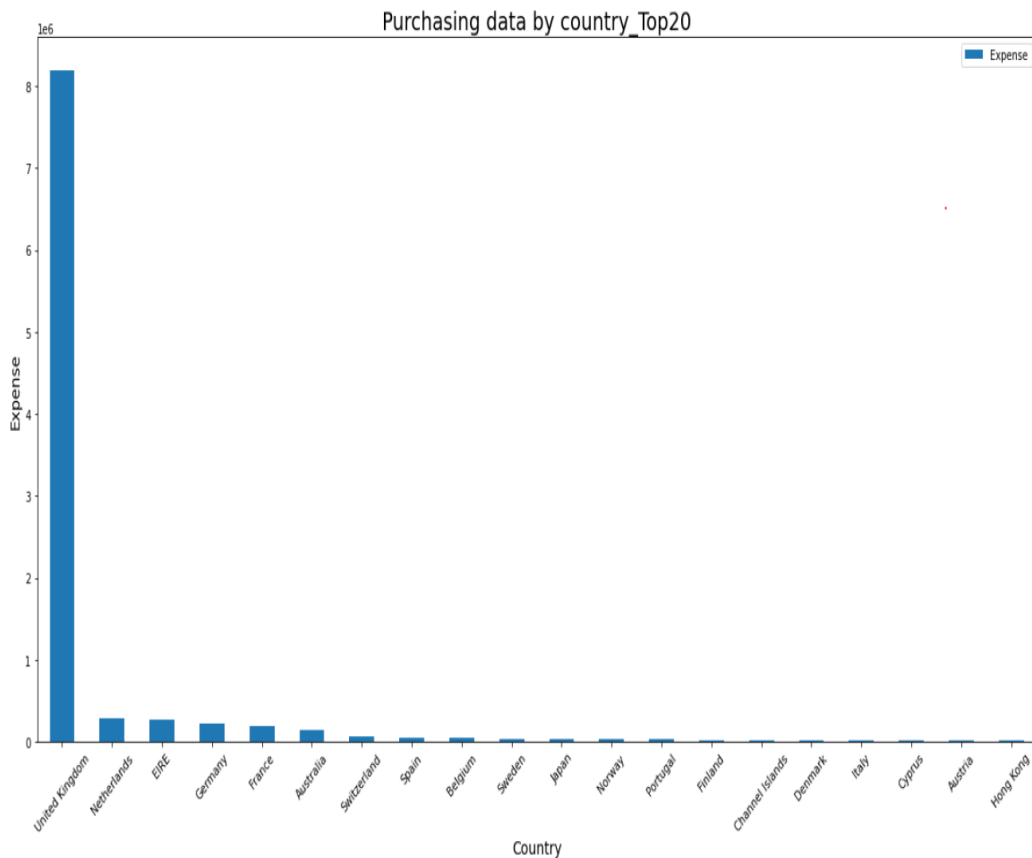
③ 상품별 구매 분석 및 점검

⑥ 기간별 환불 분석 및 점검

6가지의 분석과 점검을 진행한다.

03. 문제분석

- ① 국가별 구매 분석 및 점검



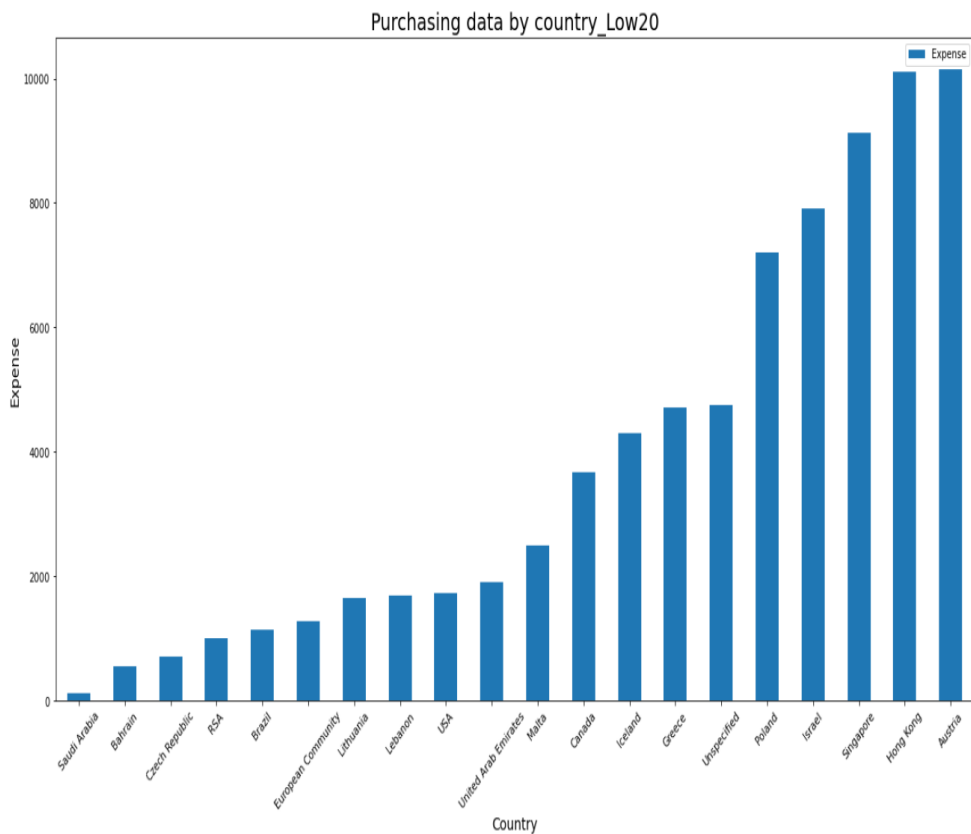
- 기업 A의 국가별 매출액 분석_상위 20개국

- 매출액이 가장 높은 국가는 영국임을 확인
- 네덜란드, 아이지델른, 독일, 프랑스, 오스트레일리아, 스위스 순으로 높음
- 기업 A의 주요 매출은 **유럽대륙**에 집중되어 발생하고 있음

기업 A의 매출이 **영국에 과도하게 집중** 되어 있기 때문에 이에 대한 **개선이** 필요하다고 판단했습니다.

03. 문제분석

- ① 국가별 구매 분석 및 점검



- 기업 A의 국가별 매출액 분석_하위 20개국

- 사우디아라비아의 매출액이 가장 적음
- 바레인, 체코, 남아프리카공화국, 브라질 순으로 낮음
- 중동 국가의 매출액이 현저히 떨어짐을 확인
- 체코는 유럽 국가임에도 불구하고 매출액이 낮음

03. 문제분석

- ① 국가별 구매 분석 및 점검



Country	
Australia	0.015544
Austria	0.001144
Bahrain	0.000062
Belgium	0.004623
Brazil	0.000128
Canada	0.000411
Channel Islands	0.002295
Cyprus	0.001525
Czech Republic	0.000093
Denmark	0.002127
EIRE	0.029798
European Community	0.000146
Finland	0.002530
France	0.023456
Germany	0.025682
Greece	0.000534
Iceland	0.000484
Israel	0.000810
Italy	0.001962
Japan	0.004199
Lebanon	0.000190
Lithuania	0.000186
Malta	0.000306
Netherlands	0.032032
Norway	0.004058
Poland	0.000823
Portugal	0.003752
RSA	0.000112
Saudi Arabia	0.000016
Singapore	0.002388
Spain	0.006910
Sweden	0.004307
Switzerland	0.006334
USA	0.000402
United Arab Emirates	0.000213
United Kingdom	0.820116
Unspecified	0.000299

Name: CheckoutPrice, dtype: float64

● 기업 A의 국가별 매출액 비율 분석

- 영국이 총 매출액의 82%를 차지하고 있음
- 기업 A가 영국에 소재하고 있음을 감안하더라도 매우 높은 수치라고 판단
- 다른 국가의 매출이 존재하지만 영국과 비교 했을 때, 매출액이 상대적으로 낮음.

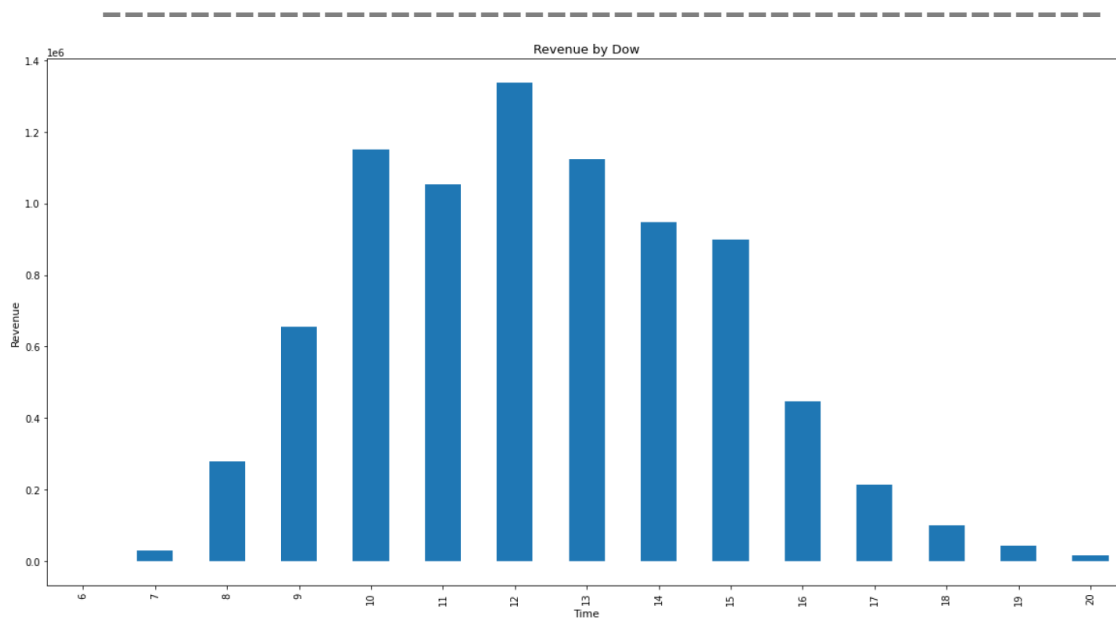
영국 시장에 해당 기업의 의존도가 높다고 판단할 수 있으며, 반대로 다른 국가로 시장을 확대한다면 매출액의 증가를 불러올 수 있으며 기업 A의 재성장 발판이 될 것이라고 판단했습니다.

03. 문제분석

- ② 시계열 구매 분석 및 점검 [시간대별]



- 기업 A의 시간대별 매출액 그래프



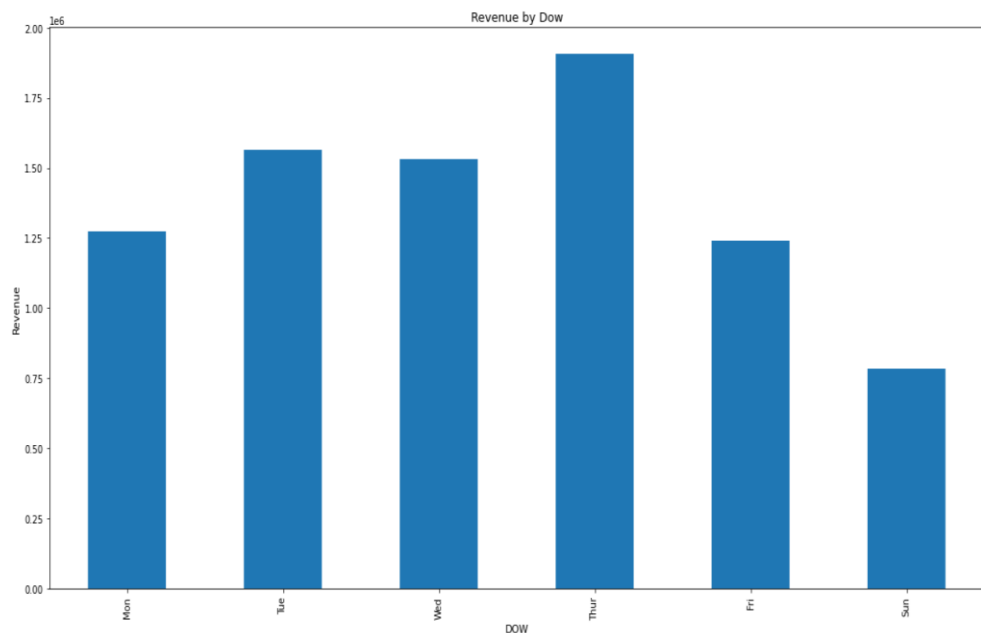
- 07시부터 20시에 주문이 끝나고, 대부분의 매출이 10시부터 15시에 발생

- 10시와 15시에 매출이 집중되어 있어, 아침과 저녁 시간과 비교했을 때 큰 차이 발생

소매업의 주요 매출 시간과 비교하여 볼 때 기업 A의 **시간대별 매출은 적절하다고 판단**했습니다.

03. 문제분석

- ② 시계열 구매 분석 및 점검 [요일별]



- 기업 A의 요일별 매출액 그래프

- 화요일, 수요일, 목요일에 매출액이 높음을 확인
- 평일은 매출액의 차이가 작으나, 일요일은 현저히 낮은 매출액 기록
- 일요일을 제외하면 요일별로 매출의 차이가 크지 않음을 확인

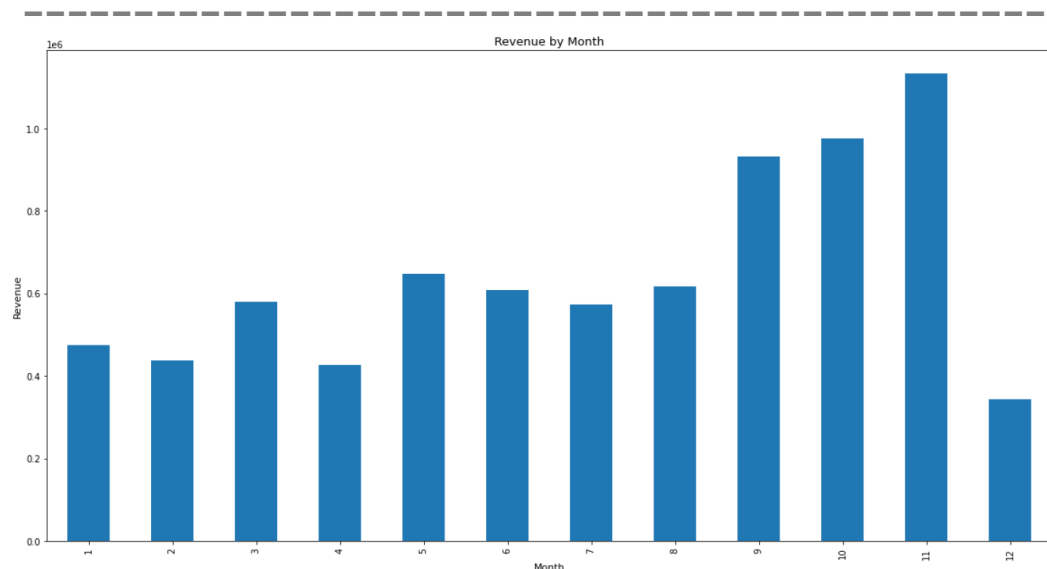
소매업의 요일별 매출과 비교했을 때 기업 A의 **요일별 매출은 적절하다고 판단했습니다.**

03. 문제분석

- ② 시계열 구매 분석 및 점검 [월별]



- 기업 A의 월별 매출액 그래프



- 2011년 9월, 10월, 11월 매출액이 다른 월과 비교했을 때 매출액이 높음을 확인
- 2011년 12월의 데이터는 9일까지의 데이터만을 반영하여 매출액이 낮은 것으로 파악
- 해당 일자를 기준으로 12월 매출액을 예상할 때 11월과 마찬가지로 높은 매출액을 기록할 것으로 판단

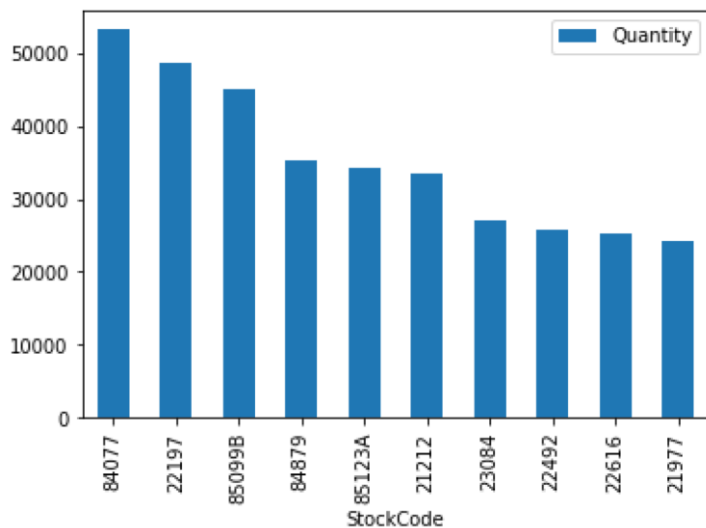
1월부터 8월까지의 매출액의 차이는 크지 않고, 9월부터 연말로 갈수록 쇼핑 시즌이기 때문에 매출액이 높아지고 있기 때문에 기업 A의 2011년 월별 매출은 적절하다고 판단했습니다.

03. 문제분석

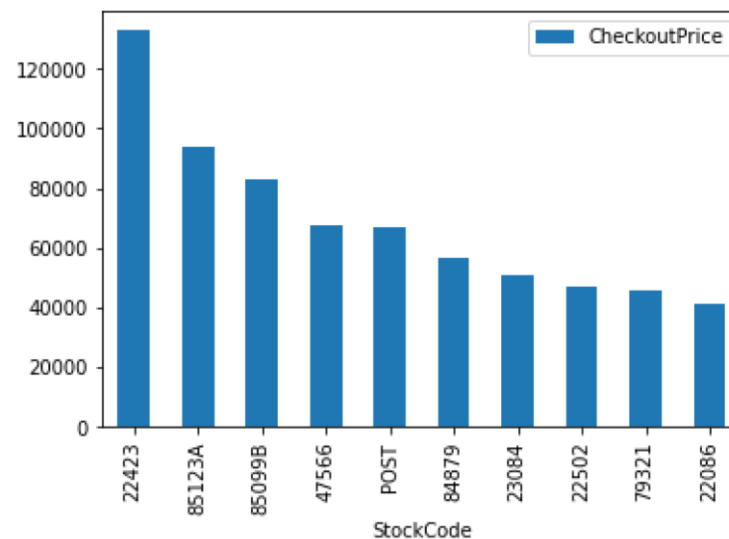
- ③ 상품별 구매 분석 및 점검



- 기업 A의 상품별 판매량 분석_상위 10위



- 기업 A의 상품별 매출액 분석_상위 10위



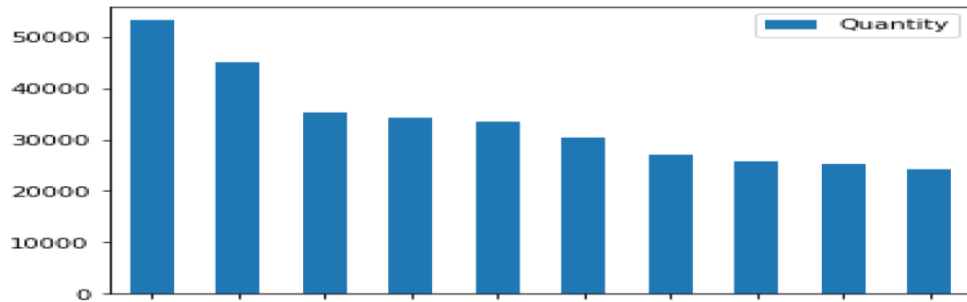
- 판매량과 매출액의 상위 10위 상품을 확인

- 85123A 상품을 제외하면 판매량 10위 상품과 매출액 10위 상품이 다름을 파악

- 해당 상품에 대한 단가 차이로 발생하는 현상이라고 인지

03. 문제분석

- ③ 상품별 구매 분석 및 점검



- ① 제2차 세계 대전 클라이더 ASSTD 설계
- ② 점보 가방 빨간색 Retrospot
- ③ 다양한 색상 새 장식
- ④ 흰색 매달린 하트 T-라이트 홀더
- ⑤ 72개의 Retrospot Cake 팩

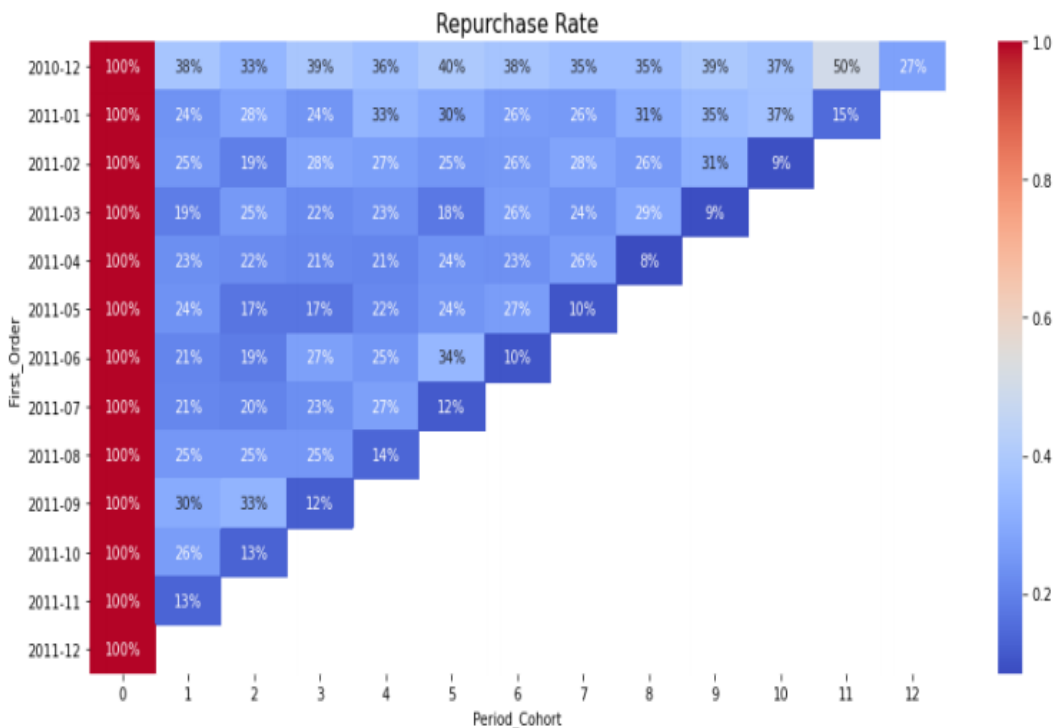
- 기업 A의 상품별 판매량 분석_상위 5위

- 기업 A의 상품별 판매량 상위 5개를 살펴봄
- 해당 상품은 기업 A에서 가장 많이 팔리는 상품임
- 해당 상품에 대한 고객의 만족도 및 선호도가 높음을 인지

해당 상품에 대한 **적극적인 마케팅**으로 통해 기업 A의 **매출액을 극대화**시킬 수 있을 것으로 판단했습니다.

03. 문제분석

- ④ 재구매율 분석 및 점검



• 기업 A의 코호트 분석을 통한 재구매율 데이터 분석

- 종합쇼핑몰 재구매 주기별 구매 건수 비중은 1~3개월은 12%, 3개월 이후는 5%의 비중을 보임
- 기업 A의 재구매율은 평균 20 ~ 30% 정도임을 파악
- 기업 A 고객의 재구매율이 낮지 않음 인지

*코호트 분석:

기간/속성/고객 관심사 등 여러 항목에 대해 공통된 특성을 갖는 이용자를 찾는 분석 방법

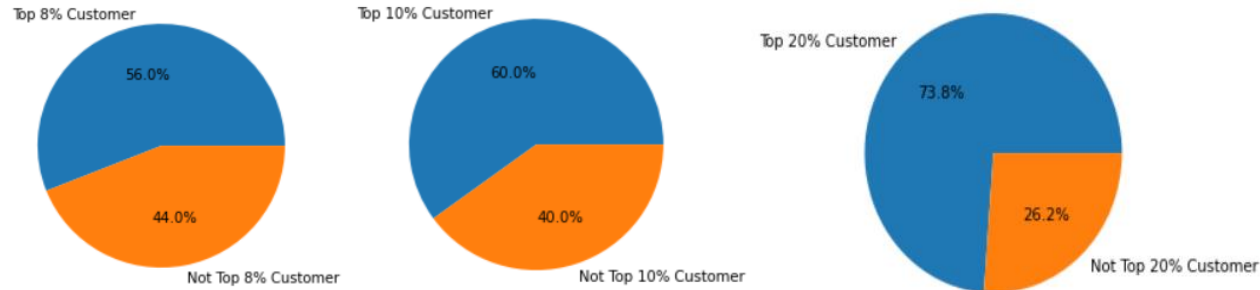
하지만 재구매율이 높은 기업의 경우 60%가 넘는 수치를 보이는 경우도 있기 때문에
기업 A가 재성장하기 위해서는 **고객의 재구매율을 높일 필요**가 있다고 판단했습니다.

03. 문제분석

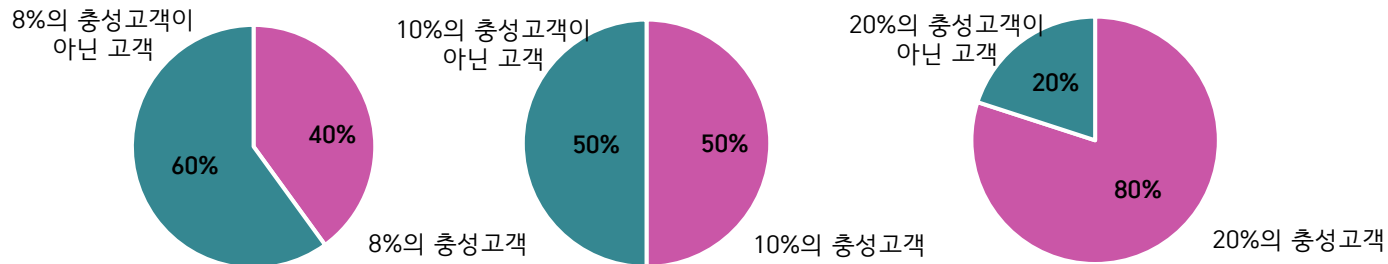
- ⑤ 고객 충성도 분석 및 점검



- 기업 A의 상위 8% / 10% / 20% 고객의 구매 금액 데이터



- 시장평균 상위 8% / 10% / 20% 고객의 구매 금액 데이터



- 기업 A의 상위 고객의 구매 금액 데이터와 시장 평균 상위 고객의 구매 금액 데이터를 비교
- 기업 A의 상위 8%와 10% 고객은 시장 평균보다 10% 더 높은 수치를 보임
- 기업 A의 상위 20% 고객은 시장 평균보다 6.2% 더 낮은 수치를 보임

- 기업 A의 상위 10 ~ 20%의 **고객의 구매율을 높일 필요가** 있다고 판단했습니다.

03. 문제분석

- ⑥ 기간별 환불 분석 및 점검



• 기업 A의 환불율 데이터 분석

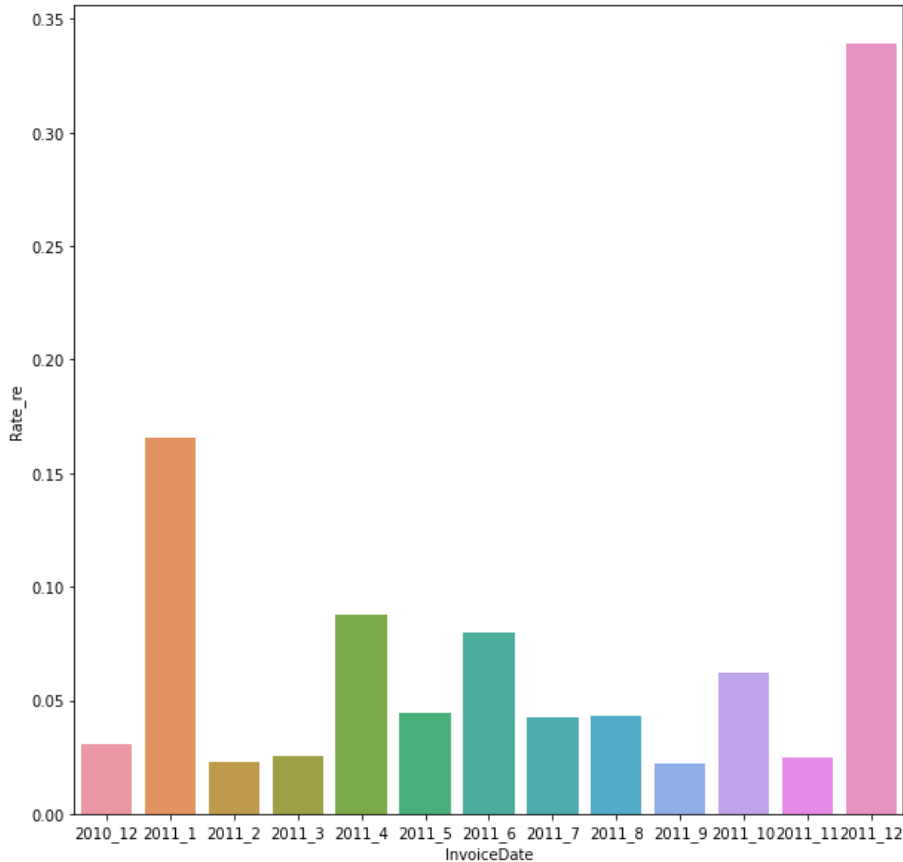
- 기업 A의 총 매출액과 총 환불액을 조사
- $\text{환불율} = \text{총 환불액} / \text{총 매출액}$
- 기업 A의 환불율은 약 6.8%로 나타남
- 이마케터의 자료에 따르면 일반 오프라인 유통 반품율은 8 ~ 10%, 이커머스 반품율은 20%
- 특히 연말 할리데이 시즌 반품율은 무려 30%에 달하며, 럭셔리 제품의 경우 무려 50% 반품율을 보임
- 이를 통해 기업 A의 환불율은 약 6.8%로 매우 낮은 환불율을 보임

기업 A는 환불율 인한 **이익 감소는 문제가 되지 않을 것으로** 판단했습니다.

현재 기업 A의 **환불율 측면은 매우 긍정적**이라고 판단했습니다.

03. 문제분석

- ⑥ 기간별 환불 분석 및 점검 [월별]



• 기업 A의 월별 환불율 데이터 분석

- 2011년 1월에 16%, 2011년 12월에 33%로 다른 월에 비해 상대적으로 환불율이 높음을 확인
- 1월 환불율은 위의 평균치에 포함되어 문제가 되지 않지만, 12월은 평균을 넘어 높은 환불율을 보임
- 대부분의 월에서 아주 낮은 환불율을 보임을 확인

기업 A는 원활하게 서비스를 제공하고 있지만 12월에는 환불 관련 문제에 대해 주의를 기울여야 한다고 판단했습니다.

04. 전략 제시

- 시장 확대 전략
 - : 풀필먼트 서비스 도입
 - : 물류센터 개선/구축
- 마케팅 전략
 - : 판매 촉진 마케팅
 - : SNS 마케팅
- 재구매율 상승 전략
 - : 결제 방식의 혁신
 - : 가격 전략
- 사업 규모 확대 전략



국가별 구매 분석 및 점검에 따른 판단

- 기업 A의 매출이 **영국에 과도하게 집중** 되어 있기 때문에 이에 대한 개선이 필요하다고 판단
- 영국 시장에 해당 기업의 의존도가 높다고 판단할 수 있으며, 반대로 다른 국가로 시장을 확대한다면 매출액의 증가를 불러올 수 있으며 기업 A의 재성장 발판이 될 것이라고 판단



기업 A의 시장 확대를 위한 전략이 필요

- 타 국 고객의 가치와 만족도를 높일 수 있는 방안이 필요
- 배송시스템에 대한 전략을 세워 효율적인 시장 확대를 도모

04. 전략 제시

- 시장 확대 전략



풀필먼트 서비스(Fulfillment Service) 도입



- 풀필먼트 서비스란?
해당 기업이 제품포장, 배송, 교환처리 등을 대신하는 서비스임
- 제 3자에게 이러한 물류서비스를 제공하고 수수료를 받음
- 아마존과 쿠팡이 해당 서비스를 도입하여 실행하고 있음

amazon
coupang



풀필먼트 서비스는 해당 상품에 대한 재고를 해당 기업이 관리해야 하는 리스크가 있지만, 앞서 분석을 통해 보았듯이 기업 A의 환불율은 현저히 낮음을 파악했다.

기업 A에게 풀필먼트 서비스는 **새로운 기회**로 작용할 수 있다.



풀필먼트 서비스(Fulfillment Service) 도입 – 물류센터 구축

- 각 국가별 고객의 구매금액 데이터를 통해 고객들이 구매할 것으로 **예상 상품의 리스트를 추출 가능**
- 해당 상품을 고객의 국가(혹은 지역)와 제일 근접한 물류창고에 보관을 하고 주문이 들어오면 즉시 배송 가능



“해당 서비스를 통해서 유럽 국가 간 배송과 해외 배송의 효율을 극대화할 수 있다.”

“이는 해당 고객의 만족도를 높일 수 있으며, 시장 확대를 신속하게 진행할 수 있다.”

04. 전략 제시

- 시장 확대 전략



물류센터 개선 및 구축 – AI 기술 도입

- 이커머스의 핵심은 배송이며, 효율적이고 원활한 배송을 결정하는 건 물류 센터의 영향이 큼
- 물건 자체의 운반도 중요하지만 상품 공급 순서, 배치 및 분류 방식의 중요성이 더욱 강조됨
- 이를 위해 **물류센터 내 AI 기술을 적용**하여 효율을 극대화 할 수 있음



기업 A의 물류센터에 적용

자국 내&해외 배송의 **효율성 up!**

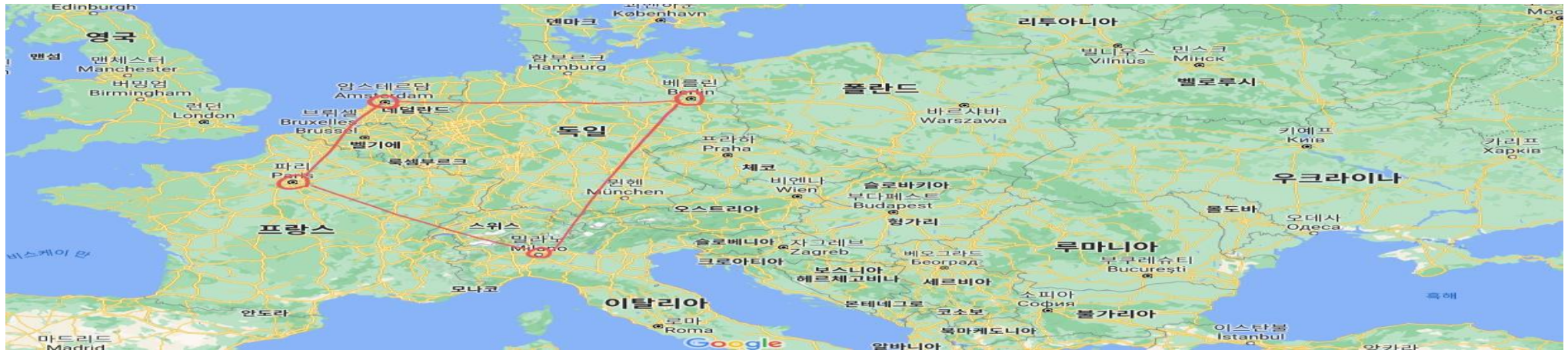
AI가 상품 포장의 크기와 모양에 따라 자동으로 분류해주고, 물품 검수과정에서도 전면, 측면, 후면 등 다각도의 상품 이미지를 분석해 상품을 인식하고 검수가 가능하다.

04. 전략 제시

- 시장 확대 전략



풀필먼트 서비스(Fulfillment Service) 도입 – 물류센터 구축



- 국제물류센터를 구축하는 전략
- 해외에 자사의 물류센터가 있다면 효율을 더욱 정확하고 신속하게 할 수 있음
- 유럽 내 매출액 상위국가인 네덜란드, 독일, 프랑스, 스위스를 **동시에** 배송할 수 있는 위치에 물류센터 구축
- 최소의 비용으로 최대의 이윤을 이끌어 낼 수 있음
- 추가적으로 **오스트레일라**에 물류센터를 구축하여 해당 고객에 대한 배송 이슈를 관리할 필요가 있음
- 유럽 국가가 아님에도 불구하고 매출액 **상위 6위**를 달성하고 있음

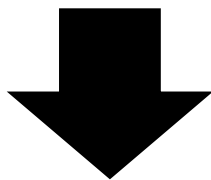


시계열 구매 분석 및 점검에 따른 판단

- 소매업의 주요 매출 시간과 비교하여 볼 때 기업 A의 시간대별 매출은 적절하다고 판단
- 소매업의 요일별 매출과 비교했을 때 기업 A의 요일별 매출은 적절하다고 판단
- 1월부터 8월까지의 매출액의 차이는 크지 않고, 9월부터 연말로 갈수록 쇼핑 시즌이기 때문에 연말로 갈수록 매출액이 높아지고 있음. 따라서 기업 A의 2011년 월별 매출은 적절하다고 판단
- 해당 상품에 대한 적극적인 마케팅으로 통해 기업 A의 매출액을 극대화 시킬 수 있을 것으로 판단

상품별 구매 분석 및 점검에 따른 판단

- 해당 상품에 대한 적극적인 마케팅으로 통해 기업 A의 매출액을 극대화 시킬 수 있을 것으로 판단

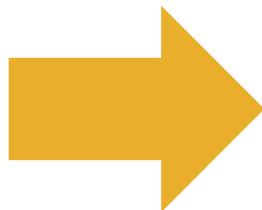


마케팅 전략을 통해 매출 극대화



판매촉진 마케팅 전략

- 판매촉진마케팅은 현재 사용하는 것보다 더 많은 양을 구매하도록 유도하는 마케팅
- 주요 매출이 10시부터 15시에 집중되어 있기 때문에 해당 시간에 많은 고객이 방문하고 있음을 확인
- 매출을 높이기 위해 10시부터 15시에 매출 상위 5위 제품을 집중 광고
- 기업 A의 인기제품을 통해서 해당 기업의 인지도를 높이고 매출극대화를 목표로 함





SNS 광고 마케팅

- SNS 광고 마케팅을 통해 기업 A의 매출을 높일 수 있음
- SNS 광고는 블로그, 페이스북, 트위터 등의 상호 연동이 가능함
- 넓은 범위로 홍보가 가능하고 고객들의 관심을 불러일으킬 수 있음
- 인기 제품을 집중적으로 홍보하면 광고 효과를 극대화할 수 있음

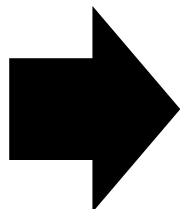


재구매율에 대한 판단

- 종합쇼핑몰 평균 재구매율이 12%이라는 점에서 기업 A의 재구매율은 문제가 없음
- 하지만 재구매율이 높은 기업의 경우의 재구매율이 평균 60% 이상이라는 점을 볼 때, 기업 A가 성장하기 위해서는 고객의 재구매율을 높일 필요가 있다고 판단

고객 충성도 분석 및 점검에 따른 판단

- 기업 A의 충성고객(전체 고객의 상위 10%)은 시장 평균의 충성고객이 매출액에서 차지하는 비중(50%)보다 10% 더 높기 때문에 구매를 잘 하고 있다고 판단
- 하지만 그 외 즉, 하위 80%의 고객의 구매율은 시장 평균의 비중보다 6.2% 더 낮기 때문에 이들의 구매율을 높일 필요가 있다고 판단



재구매율을 높이기 위한 전략

- 결제 방식의 혁신
- 가격전략



재구매율 상승 전략 – 결제 방식의 혁신

- 고객의 서비스 이용 편의성을 높여 서비스 만족도를 높인다면 고객의 재구매율은 상승할 것임
- 결제 방식의 혁신 예는 다음과 같음
- IDEAL 지불방식(은행 계좌와 연결하여 결제하는 방식), 쿠팡과 지그재그 등에서 도입
- 애플페이(지문, 페이스 인식과 같은 방법을 통해서 결제하는 방식), 애플에서 도입
- 위의 예처럼 기업 A도 차별화된 결제 방식의 혁신해야 함
- 국내학술 논문 ‘온라인 종합쇼핑몰의 서비스 전략이 고객만족과 충성도에 미치는 영향(조용현, 2020. 12.)’에 따르면 결제서비스전략이 고객만족에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 증명해주고 있음

“기업 A는 자사에 위와 같은 결제 방식의 혁신을 통해서 고객의 재구매율을 높일 수 있을 것으로 판단된다.”



재구매율 상승 전략 – 가격 전략

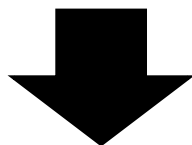
- 가격전략은 현재 시장에서도 이미 경쟁이 치열하지만 그럼에도 불구하고 매우 중요한 수단
- 가격전략으로는 구입할 때 마다 금액의 몇 % 씩 포인트로 측정하여 다음 구매 때 사용할 수 있도록 해주는 마일리지 및 적립금 등의 다양한 **보상프로그램**이 있음
- 이를 통해 가격전략을 펼친다면 구매율 상승에 긍정적인 영향을 줄 것임
- 보상프로그램에서 제공한 혜택은 **사용가능 기한을 설정함**으로써 고객이 해당 혜택이 사라지기 전에 포인트 등을 사용하도록 유도하여 재구매를 하도록 할 수 있음
- 고객들의 재구매율을 높일 수 있으며, 고객들은 다양한 혜택을 제공받기 때문에 더 높은 만족도를 보임
- 비회원들을 대상으로 한 혜택을 제공하지 않고 회원가입을 할 시 혜택을 제공함으로써 잠재고객으로 전환 가능 (무료배송, 2,000원 가량의 쿠폰 제공 등이 있음)

“기업 A는 자사에 위와 같은 가격전략을 통해서 고객의 재구매율을 높일 수 있을 것으로 판단된다.”



기간별 환불 분석 및 점검에 따른 판단

- 현재 기업 A의 환불률 측면은 매우 긍정적임을 확인했음
- 따라서 기업 A는 환불에 인한 이익 감소 문제는 없음을 판단
- 기업 A는 원활하게 서비스를 제공하고 있음
- 하지만 12월에는 환불 관련 문제에 대해 주의를 기울여야 한다고 판단됨



기업 A의 재성장을 위한 사업 규모 확대 전략

- 제품 관리 측면에서 기업 A는 판매하고 있는 상품에 대한 관리가 원활하게 이루어지고 있음
- 새로운 상품이나 세트 상품을 판매하여도 기업이 제품 관리에 느끼는 부담이 크지 않을 것으로 판단
- **고객 측면에서** 현 고객은 제품에 대해 높은 만족감을 느끼기 때문에 새로운 상품에 대한 긍정적인 반응을 기대할 수 있음
- **경쟁자 측면에서** 높은 만족도를 바탕으로 새로운 제품에 대한 영향력까지 커진다면 경쟁사와의 경쟁에서 우위를 점할 가능성이 큼

04. 전략 제시

- 사업 규모 확대 전략



《사업 규모 확대 전략을 위한 새로운 제품군에 대한 추가 분석》

판매량이 높은 상품 상위 20위 리스트

판매량 높은 상품 상위 20위

1. 제2차 세계 대전 글라이더 ASSTD 설계
2. 정보 가방 빨간색 Retrospot
3. 다양한 색상 새 장식
4. 흰색 매달린 하트 T-라이트 홀더
5. 팝콘 홀더
6. 72개의 Retrospot 케이크 케이스 팩
7. 래빗 나이트 라이트
8. 미니 페인트 세트 빈티지
9. 12가지 런던 티슈 팩
10. 핑크 페이즐리 케이크 케이스 60개 팩
11. 브로케이드 반지갑
12. 다양한 색상 실크 팬
13. 빅토리아 시대의 유리를 매달고 있는 T-LIGHT
14. 정보백 핑크 폴카도트
15. 상자 안의 빨간색 하모니카
16. 도시락 가방 빨간색 회고록
17. 정보 가방 딸기
18. 소형 팝콘 홀더
19. 티타임 요정 케이크 케이스 60개
20. 컬러 글라스 T-라이트 홀더 걸기

- 장난감, 문구류 등 다양한 상품군들이 많은 판매량을 보임
- 상품군에 대해 살펴보면 문구/완구류가 많은 것으로 보임

판매액이 높은 상품 상위 20위 리스트

판매액이 높은 상품 상위 20위

1. 리젠시 케이크스탠드 및 3계층
2. 흰색 매달린 하트 T-라이트 홀더
3. 정보 가방 빨간색 Retrospot
4. 파티 번팅
5. 우편 요금
6. 다양한 색상 새 장식
7. 래빗 나이트 라이트
8. 칠리 라이트
9. 피크닉 바스켓 위커 60개
10. 종이 체인 키트 50's 크리스마스
11. 정보백 핑크 폴카도트
12. 스포티 번팅
13. 문고리는 침착하고 들어오세요
14. 블랙 레코드 커버 프레임
15. 케이크 틴 3종 세트 식료품 저장소 디자인
16. 병으로 잼 만들기 세트
17. 정보백 딸기 16129
18. 우드 블랙 보드 개미 화이트 마감
19. 빅토리아 시대의 유리를 매달고 있는 T-LIGHT
20. 리젠시 케이크 틴 3종 세트

- 판매량과 같이 다양한 상품군이 분포
- 주로 케이크 관련 상품 또는 라이트 상품이 많은 것으로 보아 주방식기류와 조명류가 많은 것으로 판단

04. 전략 제시

- 사업 규모 확대 전략



두 가지 측면에서 제품을 추천 가능

- 첫째, 문구류/완구류 추천
 - 판매량이 많은 상품군임
 - 또한, 새로운 고객의 구매 유도를 위하기에 가장 효과적임
- 둘째, 주방식기류 추천
 - 판매액이 높은 상품군임
 - 기업 A의 입장에서 높은 매출을 창출할 수 있는 기회
 - 매출을 극대화하기에 가장 효과적

“기업 A는 판매제품에 문구/완구류와 주방식기류를 추가적으로 도입 및 개선한다면 매출 극대화를 이룰 수 있다.”

05. 한계점/아쉬운 점 제시

- 국가별 매출
- 시계열 구매
- 고객 충성도
- 재구매율
- 시기별 환불



국가별 매출 분석

- 영국을 중심으로 한 유럽국가에 매우 높은 비율의 매출액이 집중되어 있음을 확인했습니다.
'기업 A의 국가별 매출액 분석_상위 20개국'의 분석에서 오스트레일리아가 상위 6위에 위치하고 있음을 파악하고, 오스트레일리아 시장을 타겟으로 한 시장 확대 전략을 짜려고 했으나 **기업 A에 대한 데이터 외 다른 정보를 수집하는데 한계**가 있었습니다.
- '기업 A의 국가별 매출액 분석_하위 20개국'을 분석을 통해 세계 최대 규모의 시장인 미국에 대한 매출액이 상당히 낮음을 인지했습니다. 미국으로의 시장 확대 진출을 위한 기업 A가 가지고 있는 메리트를 찾아보았습니다. 기업에 대한 추가적인 정보가 없기 때문에 사회/경제/문화 측면에서 찾으려 했지만 논리성이 부족하여 추가하지 못한 점이 아쉽습니다.



시계열 분석

- 시계열 구매 분석은 시간대별, 요일별, 월별로 비교를 진행하였습니다.
시계열을 기준으로 매출이 어떠한지 알아보고자 하였고, 이 기업의 매출이 시계열별로 고르게 나오는지 점검하고, 문제가 있는 시계열을 파악하고자 하였습니다. 또한 매출이 높은 시간대, 요일, 월이 있다면 어떠한 전략을 세워야 하는지 살펴보려고 하였습니다.
- 비교를 통해 시간대를 제외하고는 요일별과 월별은 매출이 고르게 나타난 것을 알 수 있었습니다.
매출이 높은 시간대에 대한 판매촉진마케팅을 고민하였는데 이 시간대가 매출이 높은 이유에 대해서는 데이터 외 다른 정보를 수집하는데 있어 한계가 있었습니다. 이 시간대에 매출이 유독 높은 이유에 대해서 논리적으로 설명하지 못한 점이 아쉽습니다.



상품별 구매 분석

- 상품별 구매 분석을 판매량과 매출을 기준으로 진행했습니다.
판매량이 높은 제품과 매출이 높은 제품이 비슷하게 나타날지에 대한 궁금증이 있었고 이에 대한 비교를 진행해보고자 하였습니다. 비교 과정을 거치면 어떠한 제품을 더 전략적으로 홍보할 수 있을지 전략을 세우는데 도움이 될 것 같아 비교 분석을 진행해보았습니다.
- SNS 마케팅을 효과적인 시간대별 한다는 전략을 세웠는데,
이때 더 유의미한 전략이 되려면 어떤 시간대에 어떤 제품이 판매량이 높은 지 **추가 분석이 이루어지지 못한 점**이 아쉽습니다.



재구매율 분석

- 순방문자(구매자)의 재구매율을 구하고자 하였습니다.
월별 순방문자를 구하고 시각화를 했지만 환불과 관련된 데이터, 즉 구매를 하고 바로 취소한 데이터들에 대해서는 어떻게 처리해야 할 지에 대해서 해결하지 못해 유의미한 결과를 얻지 못하였습니다.
이 점에서 분석에 대한 아쉬운 마음이 남았습니다.



고객 충성도 분석

- 충성고객이 매출에서 차지하는 비율을 시장 평균과 비교함으로써 고객의 충성도를 알아보았습니다. 충성고객은 미래의 안정적인 수익을 책임지기 때문에 많은 충성고객의 높은 구매율과 낮은 이탈률을 보이는 것이 가장 바람직한 모습이었습니다. 이에 성장률이 저조한 이유가 이러한 충성고객이 이탈하거나 구매율이 조저하기 때문일 것이라는 가설을 세워 분석하였고, 그 결과 고객의 충성도가 낮다는 결과가 나와 충성고객을 확보하기 위한 전략을 수립하고자 하였습니다.
- 고객의 충성도를 높이기 가장 적절한 전략은 구매금액과 구매개수, 재구매 횟수를 이용하여 등급을 나누어 혜택을 제공하는 것이라고 생각했으며, 등급을 나누는 기준이나 근거자료를 찾아 데이터분석의 기준을 마련하고자 하였습니다. 하지만 해당 **기업 A에 대한 수익이나 비용적인 측면의 자료가 부족한 점**과 자료조사에서 이러한 방법을 찾지 못해 그 기준을 마련하지 못하여 분석을 실행할 수 없어 전략으로 제시하지 못한 점이 아쉽습니다.



시기별 환불 분석

- 우선 몇가지 제품에 대해 환불액/매출액 비교, 환불량/판매량 비교를 진행하였으나 유의미한 정보를 얻지 못하였다. 비교 과정을 거치면 그 제품이 환불과 관련되어 문제가 있는지 점검하고, 문제가 있는 시기도 알 수 있을 것이다. 이를 활용하면 구체적으로 환불과 관련된 문제를 해결하는데 도움이 될 것 같아 비교 분석을 진행할 제품을 고를 기준에 대해 더욱 고민해보아야 할 것이다.
- 다음으로 추가할 상품을 추천하는 관점에서 제품들을 번역하여, 카테고리별 분류하는 작업을 수행하려 하였다. 그래서 그 결과를 통해 카테고리별 매출액을 계산해 추가할 제품군을 추천하려 하였다. 그래서 구글 API를 이용하여 번역하는 것에 대해서는 성공했지만 오역이 많아 다음 과정을 수행하지 못하였다. 때문에 다음에는 높은 성능의 번역 알고리즘 또는 API를 통해 위의 과정을 수행해보고 싶다.

Thank
you.



열정키드팀