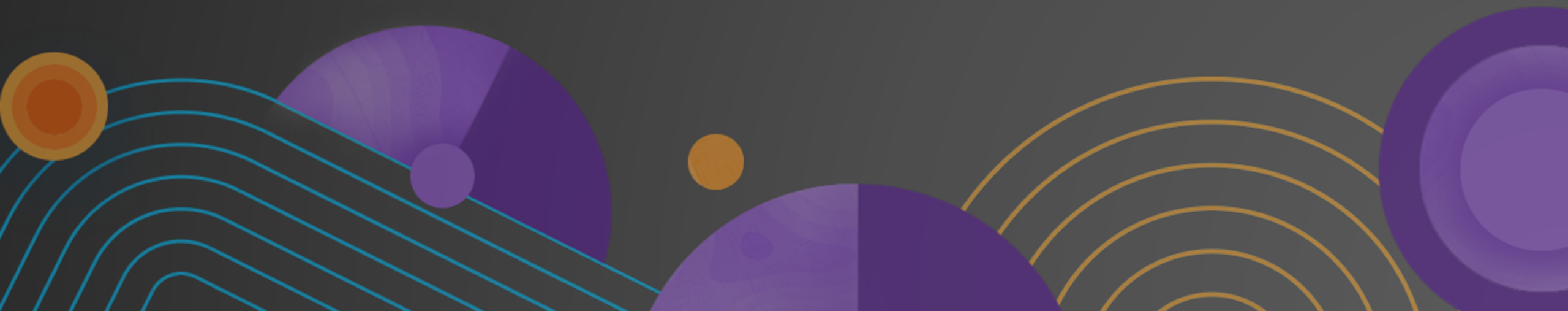


데이터 기반 비즈니스 분석 시나리오

경쟁사 영향도, 소비 패턴 분석, 상권분석



1

시나리오1: 경쟁사 매장 위치에 따른 영향도 분석



기업

전국 수백개의 지점을 운영하는 A사

비즈니스 상황

전국의 지점을 운영하고 있는 A사는 특히 중심지역인 Z지역에서 높은 매출을 기록하고 있는데, 최근 경쟁업체들이 A사의 지점 주변에 오픈하려는 움직임을 포착하였다. 내년 매출 전망을 예측하기 위해서 경쟁사 지점의 영향도를 분석이 필요하다.

시나리오 목표

Z지역의 4개의 지점을 중심으로 두 경쟁사가 세울 총 4개의 신규 매장의 위치를 파악하여 매출 영향도를 분석한다.

시나리오 1-a

우편번호를 기반으로 구역을 나눠 구역 내의 경쟁 매장과의 영향도를 분석하여 예상 매출액을 표시한다.

● A사 매장 ● 경쟁사 매장 — 우편 번호 기준 구역 ■ 예상 매출액



▶ 우편 번호 구역으로 나누는 경우, 매장이 밀접하게 위치했음에도 불구하고 다른 구역으로 분리 되기 때문에, 인접한 경쟁사 매장 간의 물리적 거리를 반영하여 분석을 심화하는 방안이 필요하다.

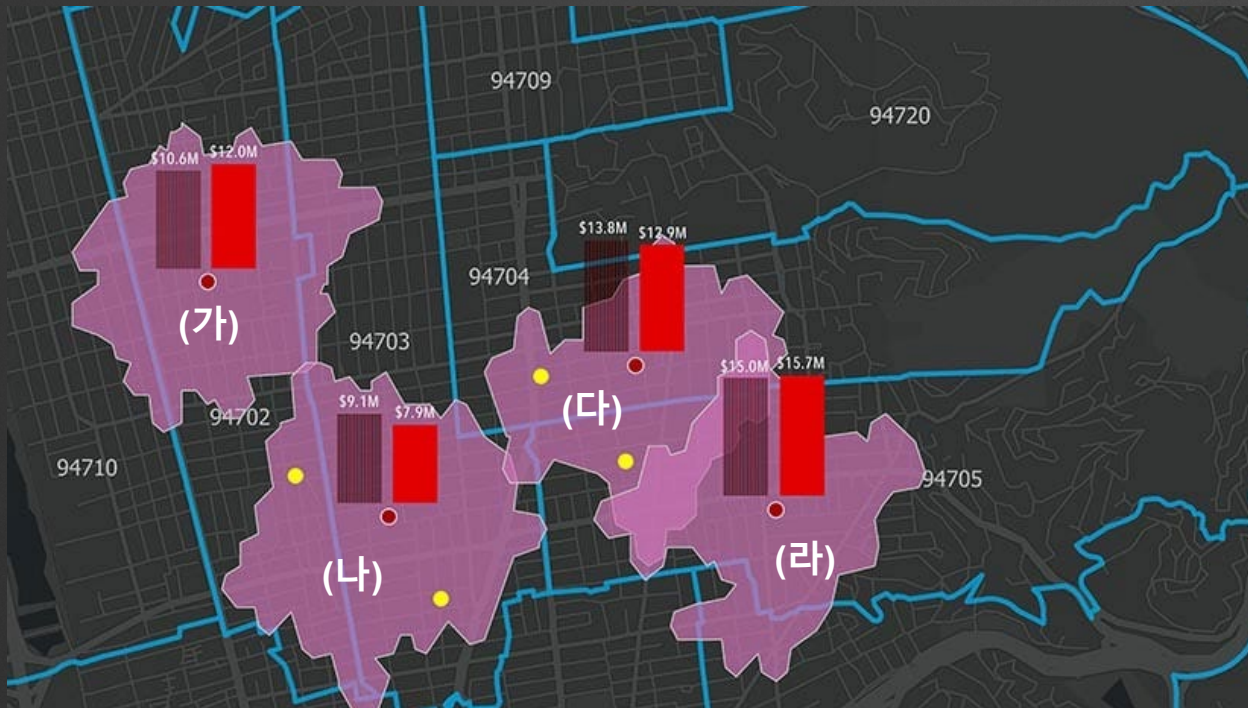
1

시나리오1: 경쟁사 매장 위치에 따른 영향도 분석

시나리오 1-b

우편번호 구역 외에 추가로 자사 매장에서 차로 15분 거리에 있는 영역을 표시하여 경쟁 매장과의 영향도를 분석하여 예상 매출액을 표시한다.
(가)구역과 (라)구역에서는 시나리오 a 대비 매출액이 각각 13%, 5% 상승하였고, (나)/(다) 구역은 각각 13%와 7% 하락한 결과를 도출하였다.

● A사 매장 ● 경쟁사 매장 — 우편 번호 기준 구역 15분 거리 내 위치
▨ 예상 매출액 (시나리오 a) ■ 예상 매출액 (시나리오 b)



네트워크 분석 (Network Analysis)



ArcGIS Network
Analyst Extension

네트워크는 한 지역과 다른 지역을 연결해 가능한 모든 경로를 나타내는 하나의 시스템을 의미합니다.

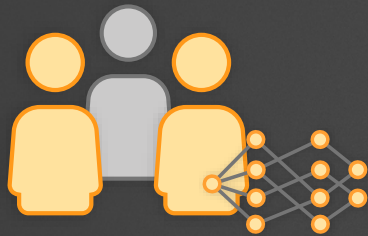
사람, 자원, 물자 모두 네트워크를 통해 이동하게 됩니다:
예를 들면 자동차와 트럭은 도로를 통해 이동하며, 비행기는 미리 정해진 경로를 따라 비행합니다.

네트워크 분석을 통해 고객의 운전 시간, 각 매장이 담당하는 시장권역, 가장 효율적인 배송 경로, 경찰 및 소방서의 대응 시간 등의 다양한 요소를 검토할 수 있습니다.

더 자세한 설명을 원하시면 [여기를 클릭하세요.](#)

2

시나리오2: 소비자 소비패턴 분석



기업

소비자 소비 패턴을 분석하여 서비스를 기획하려는
샐러드 체인점 B사

비즈니스 상황

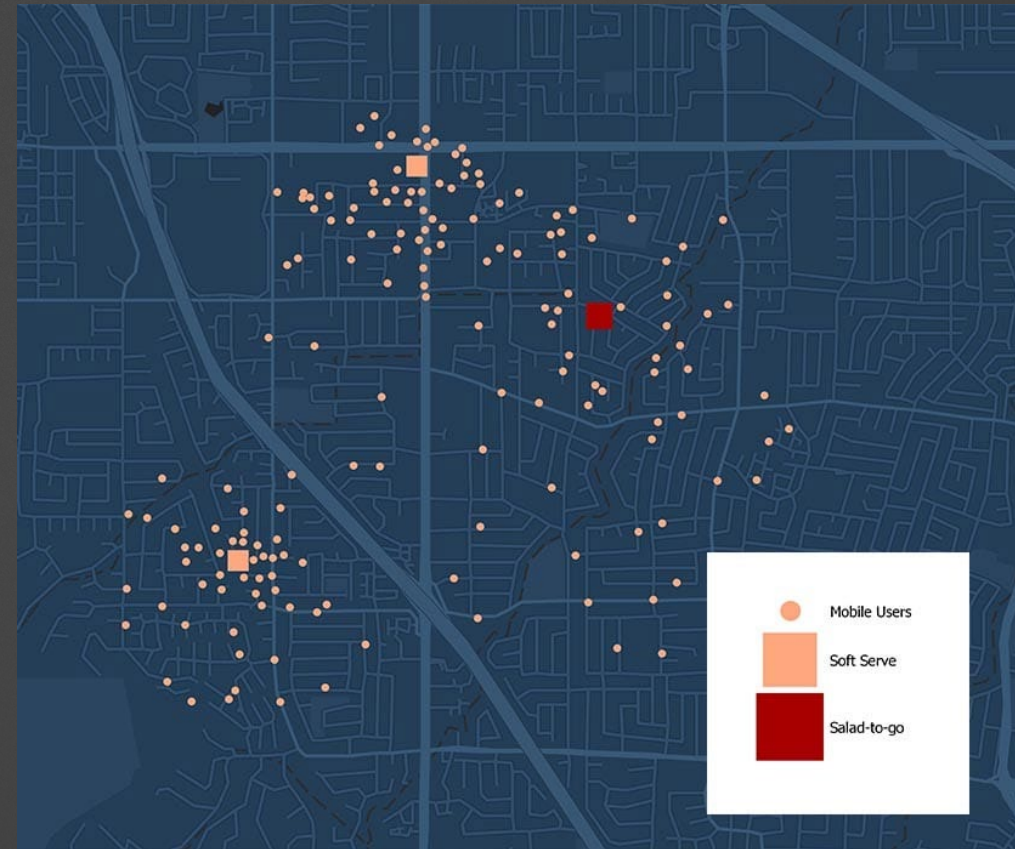
최근 모바일 앱을 개발하여 고객이 특별 할인
혜택을 받거나 매장 도착 전에 미리 주문을 넣을
수 있도록 하였다. 앱 출시 몇 달 후, 수집한
고객정보를 바탕으로 새로운 서비스를
기획하고자 한다.

시나리오 목표

고객이 구매한 메뉴, 선택한 쿠폰 데이터와
매장 방문 전후의 이동 경로를 활용하여 소비
경향을 분석한다.

시나리오 2-a

고객이 매장 방문 후 어떠한 소비 경향을 보이는지 파악하기 위해 모바일 앱
사용자를 대상으로 식사 후 한시간 이내의 이동 및 소비 패턴을 매핑한다.
분석결과 주로 고객이 아이스크림을 구매한다는 인사이트를 도출했다.



2

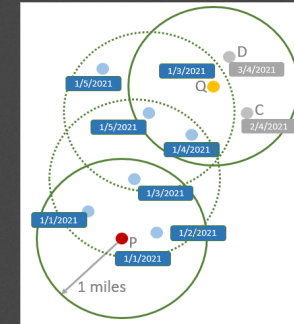
시나리오2: 소비자 소비패턴 분석

시나리오 2-b

모바일 앱이 출시한지 몇 달 밖에 되지 않았기 때문에, 모바일 앱을 사용하지 않는 고객을 대상으로 매장 내 설문조사를 실시한다. 앱을 통해 수집한 결과와 설문조사의 결과를 모두 매핑하여 매장 방문 후 고객의 소비패턴을 분석한다. 시나리오 a와는 다르게 5% 미만이 아이스크림을 구매하였고, 15% 이상이 커피를 구매한다는 인사이트를 도출했다.



밀도 기반 클러스터링 (Density-Based Clustering) 도구



밀도 기반 클러스터링은 비지도 머신러닝 알고리즘을 사용하여 어느 위치에서 포인트들의 밀도가 높고 낮은지를 파악하는 기술입니다. 클러스터에 포함되지 않는 포인트들은 노이즈로 표시됩니다.

클러스터링, 그룹화 및 분류 기술 등은 인공지능의 한 형태인 머신러닝에 널리 활용되고 있습니다.

더 자세한 설명을 원하시면 [여기를 클릭](#)하세요.

3

시나리오3: 전략적 상권분석



기업

판매실적에 따른 상권을 분석하여 영업전략을 수립하려고 하는 대형 제조업체 C사

비즈니스 상황

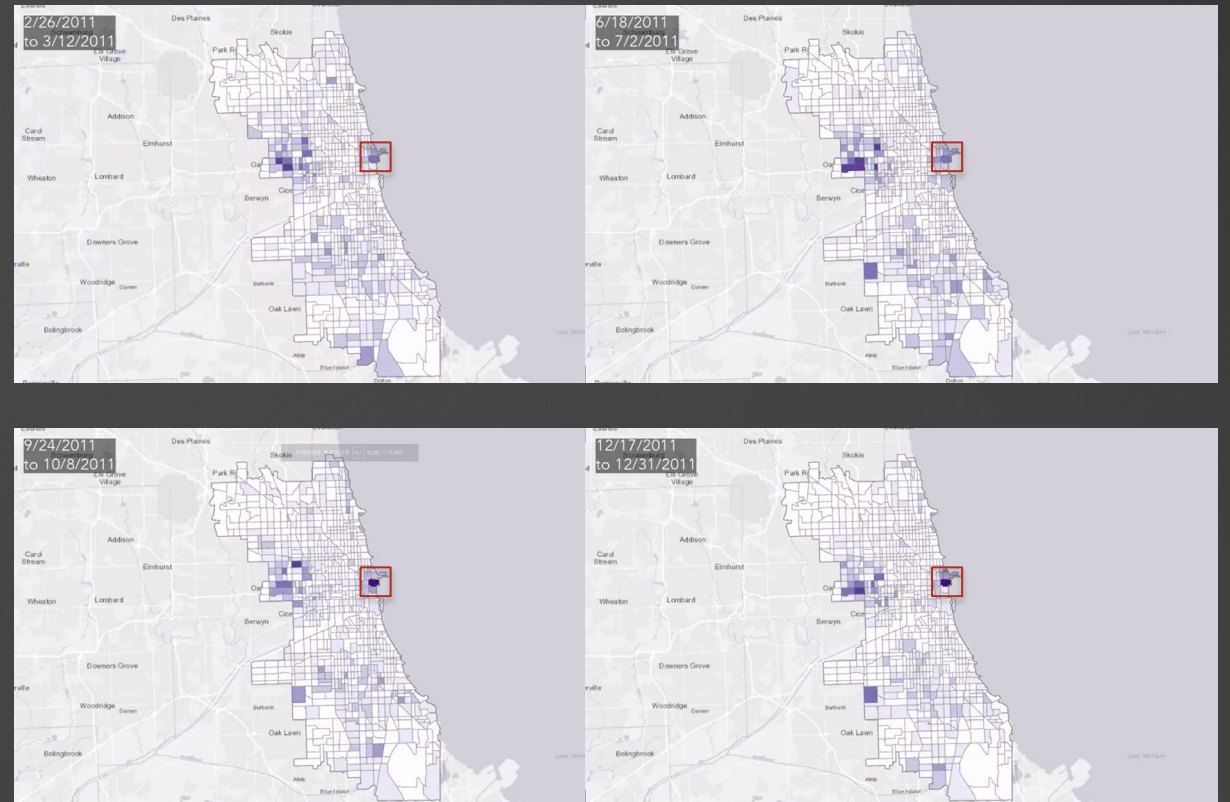
Y지역 위치한 제조업체 C사는 지난 몇 분기의 판매실적을 분석하여 지역별 영업 전략을 세우려고 한다.

시나리오 목표

지역별, 시간별 판매 실적 데이터를 기반으로 분석하여 어느 지역에서 판매가 확대되고 있고, 축소되고 있는지를 파악하여 영업전략에 대한 신빙성을 제공한다.

시나리오 3-a

Y지역의 판매실적을 시간별, 지역별 매핑한 시공간 지도를 제작하여 시간의 흐름에 따른 판매 변화를 통해 특정 지역에서 영업 확대가 필요하다는 인사이트를 도출했다.

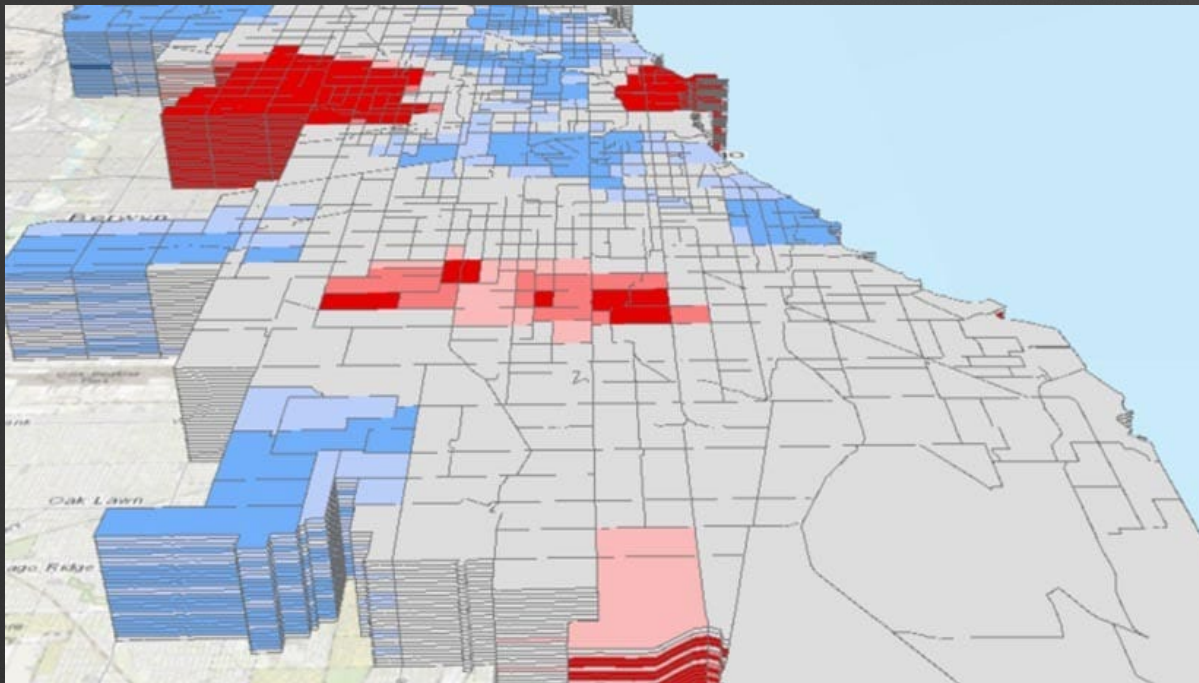


3

시나리오3: 전략적 상권분석

시나리오 3-b

정보를 지도에 단순히 표시하는 것이 아니라 판매활동 지표로 군집화 하여 매핑함으로써 판매가 꾸준히 활발하게 이루어지는 곳과, 판매가 줄어드는 곳 그리고 신규 판매가 이루어지는 곳을 구분하여 영업 리소스 투입을 위한 인사이트를 도출할 수 있다.



발생 핫스팟 분석(Emerging Hot Spots Analysis) 도구



핫스팟 분석을 통해 각 팀은 시간과 공간 데이터 포인트의 군집 내에서 나타나는 경향성을 파악할 수 있습니다.

핫스팟 분석은 패턴 도출의 부담을 사용자에게 지우는 대신, 신규의(new), 강화되는(intensifying), 지속되는(persistent), 축소되는(diminishing), 역사적(historical) 핫스팟 및 콜드스팟 등의 구분을 통해 경향성에 대한 객관적인 관점을 제시합니다.

더 자세한 설명을 원하시면 [여기를 클릭](#)하세요.

