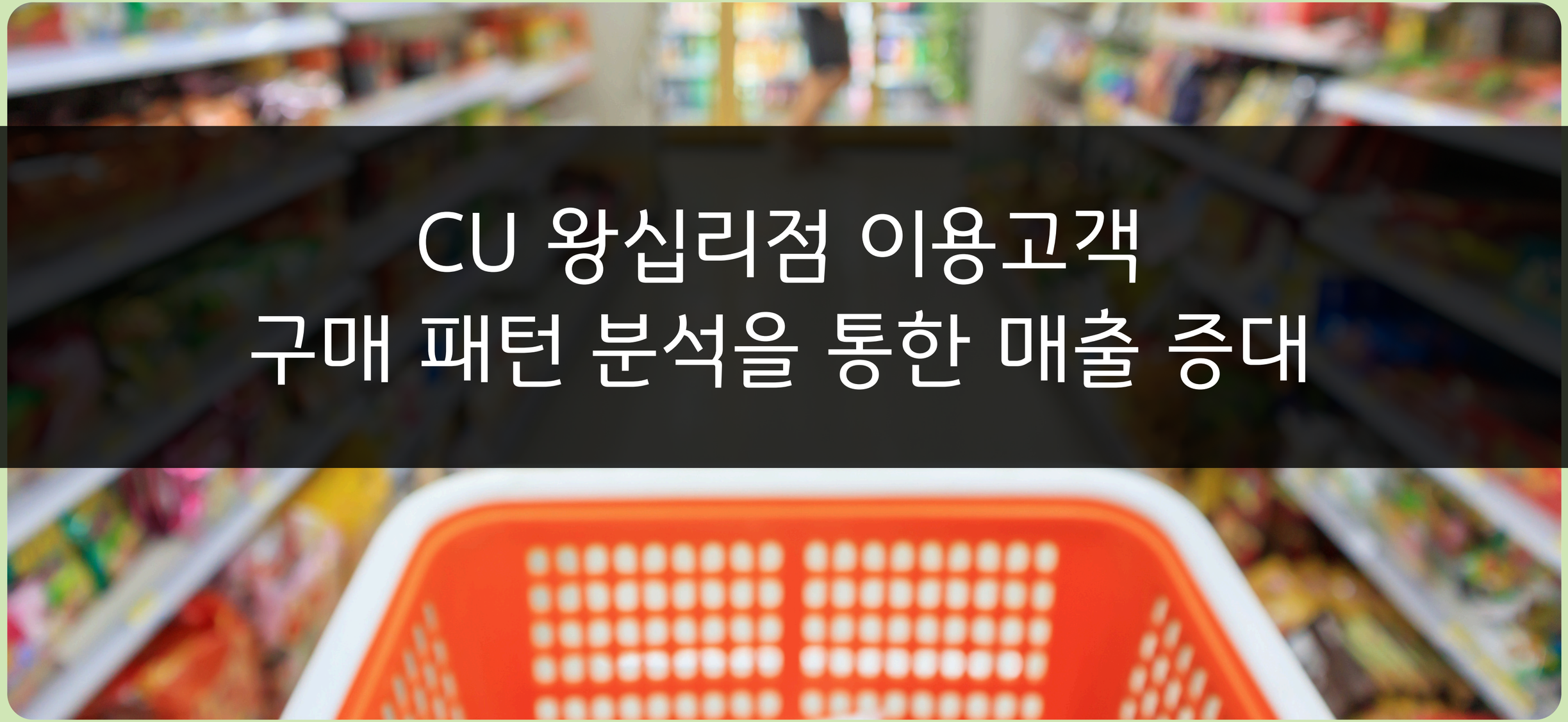


CU 왕십리점 이용고객 구매 패턴 분석을 통한 매출 증대

C반 3조
김유정 김현수 유희덕 전성은 전해찬

목차

01 회사소개

02 추진배경

03 현상파악

04 데이터 수집 및 정제

05 분석계획

06 분석결과

07 개선안

08 소감

01 회사소개

편의점이란

고객이 일상 속에서 필요한 상품과 서비스를
가깝고 빠르게 해결할 수 있도록 제공하는 소매업

즉시성
바로 사고
바로 사용

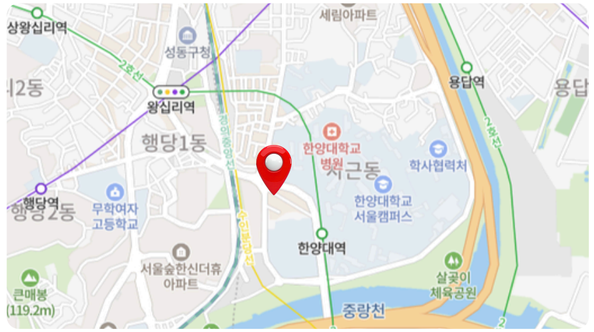
접근성
집 학교 회사
가까이 위치

편리성
적은 시간으로
상품 & 서비스 사용

목적성
필요한 물품만
구매

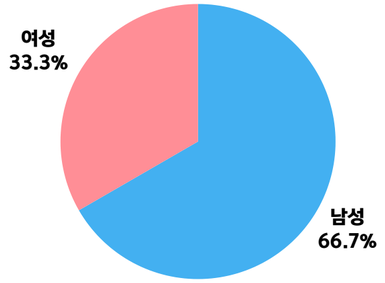
식음료, 간편식, 생활용품, 결제·택배 등
다양한 기능을 갖춘 **생활형 플랫폼**

CU 왕십리점



입지 특성

대학 및 오피스 밀집 상권
대학생·직장인 중심 유동인구 다수



주요 고객

20대 대학생, 30~40대 직장인
남성 비율이 여성의 2배

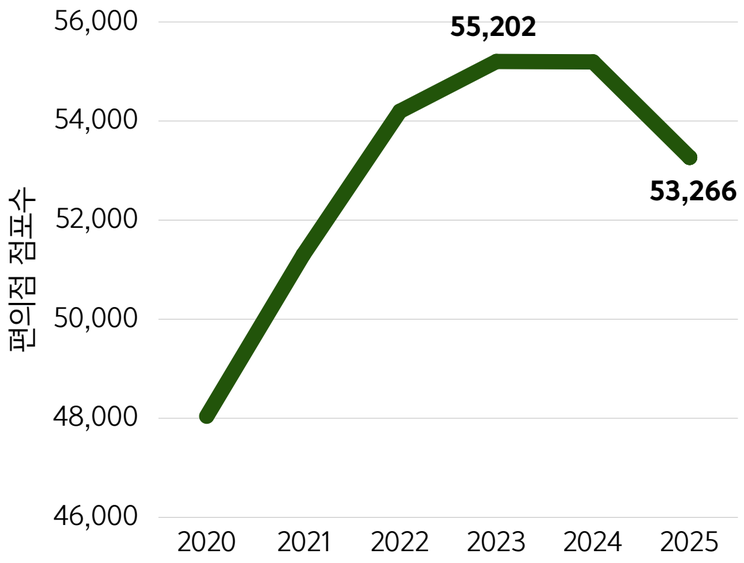
CU 왕십리점 운영구조

- 직원수 : 7명
  - 직원 : 2명
  - 알바생 : 5명
- 운영시간 : 24시간
- 회원 등급 : 최우수, 우수, 일반 / 방치고객

02 추진배경

편의점 산업은 시장 성숙으로 인한 성장 정체에 진입

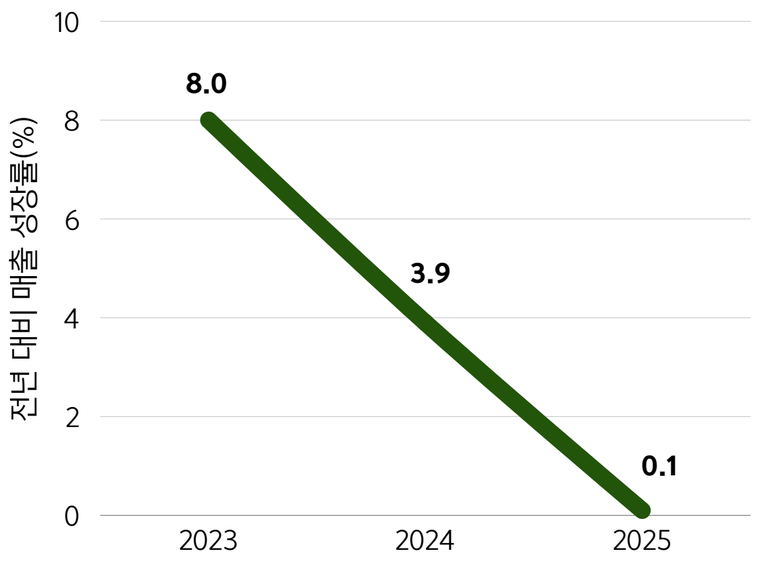
편의점 시장 포화



2023년 55,202개의 점포를 정점으로 하락세 전환

출처 : 중앙일보

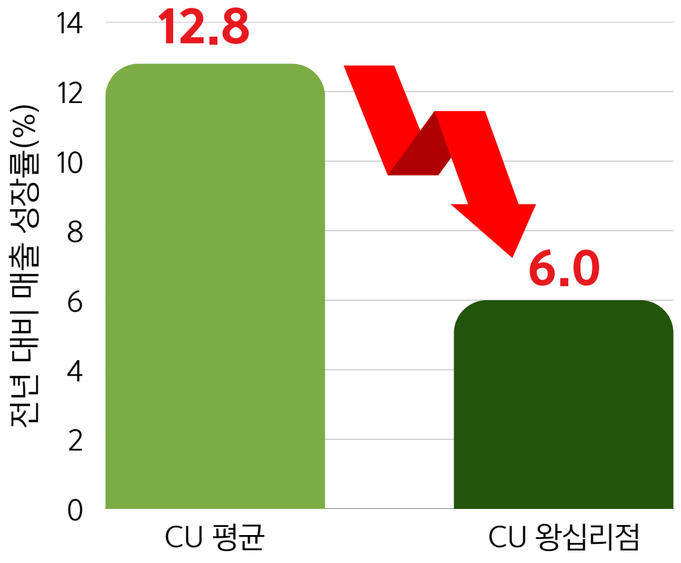
편의점 시장 매출 성장률 감소



2023년 매출 성장률 8%를 기준으로 급감하는 추세

출처 : 한국경제

CU 평균과 왕십리점 매출 성장률



CU 점포 평균 매출성장률 대비 50% 수준

자료 : 내부자료

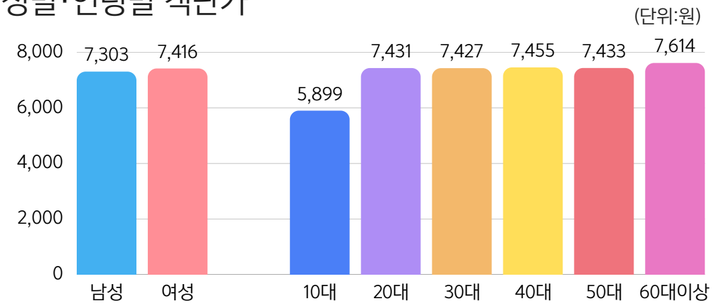
매출 성장률 증대를 위해 시장 트렌드 기반 맞춤 대응 필요

03 현상파악 및 개선기회

CU 왕십리점은 고객 특성 파악 부족, 상품 구매 패턴 파악 부족, 소비 트렌드 대응 미흡

고객 특성 파악 부족

성별·연령별 객단가



고객 특성별 객단가 차이 없음

기존 회원등급

최우수 | 우수 | 일반 | 방치고객

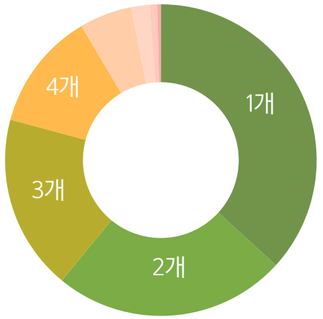
최근 방문으로만 등급 산정하여 고객 특성 파악 부족

미방문 고객을 회원 등급으로 관리하지 않고 방치

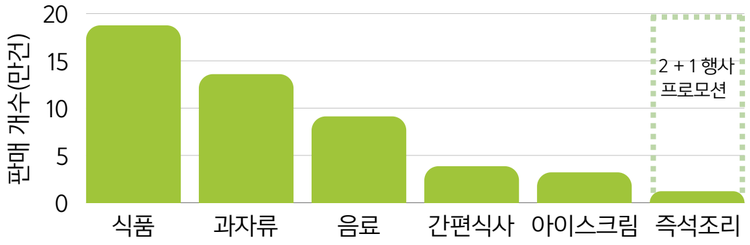
형식상의 회원등급제 운영

상품 구매 패턴 파악 부족

1회 거래시 구매 상품 수



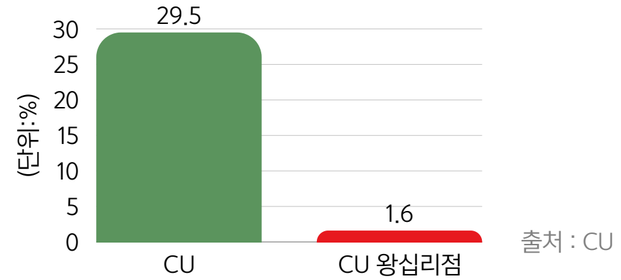
상품 판매 순위와 비연계 프로모션



상품 판매 순위와 관련 없는 프로모션 진행

소비 트렌드 대응 미흡

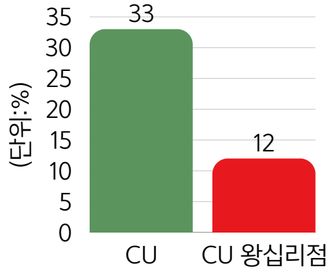
PB상품 매출 차지 비중



출처 : CU

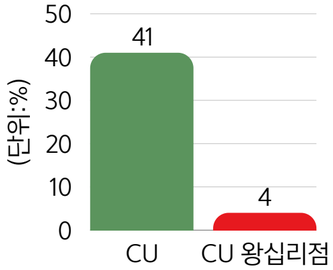
PB 상품 경쟁력 강화 및 재고 확보 부족

여름철 얼음 판매 비중



날씨 경영 미흡

히트상품 판매 비중



트렌드 대응 미흡

개선목표 : CU 왕십리점 매출성장률 6% → 18% (2026)

04 데이터 수집 및 정제

데이터 수집 기간 : 2024.01.01~2025.12.27

고객 데이터		상품 데이터		판매 데이터
1,098행 x 3열	+	4,308행 x 9열	+	497,610행 x 5열

*정제 후 최종 데이터

분석 데이터		날씨 데이터
497,610행 x 19열	,	731행 x 13열

결측치 처리

- 상품 데이터

상품 카테고리/메이커 17건 결측치 발생, 중분류와 동일 의미
→ 제거

- 날씨 데이터

강수 계속시간 410건, 일강수량 411건 결측치 발생
강수 계속시간, 일강수량보다 강수 여부가 중요할 것이라 판단
→ 제거

일 최심적설 674건, 일 최심적설 시간 684건 결측치 발생
결측치가 과반 이상, 적설 정도는 매출에 영향이 적을 것이라 판단
→ 제거

파생변수 생성

- 연령대 변수

10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대이상으로 연령 그룹화

- 판매날짜 / 판매시간 기준 변수
  - 판매년
  - 판매년월
  - 판매요일
  - 주말여부
  - 판매시각

- 강수 여부
  - 1 (일 강수량 > 0) / 0 (일 강수량 = 0)
- 습도 여부
  - 1 (상대 습도 >= 70) / 0 (상대 습도 < 70)

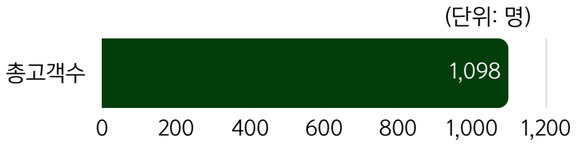
05 분석 계획

목적	분석 방법	주요 내용	담당자
집중 고객 선정 및 회원등급 개편을 위한 고객 특성 분석	bar chart	성별, 연령대별 객단가 차이 확인	김유정
	ANOVA	연령대별 객단가 차이 확인 및 검정	
	2 sample t-test	연도별 객단가 변화 및 평일 주말 매출 차이 검정	유희덕
		성별, 연령대별 객단가 차이 검정	
	Line Plot	월별/요일별/시간대별 매출액 변화 확인	
	RFM	RFM 기준으로 고객 세분화	김현수
교차판매 및 추가구매 유도를 위한 상품 구매 패턴 분석	bar chart	성별, 연령대별 인기 상품 확인	
	파이차트	1회 거래 시 구매 상품 수량 비율 확인	전성은
	연관 분석	함께 구매되는 상품 조합 파악	
	ARIMA / LSTM	시간대/요일/계절별 매출 예측	
다양한 소비 트렌드 대응을 위한 트렌드 파악	Line Plot	날씨(온도, 강수)에 따른 인기 상품 판매 수량과 매출액 확인	전해찬
	bar chart	PB상품의 판매 수량, 연도별 매출액 확인	
		이벤트일과 非이벤트일 매출액 차이 비교	

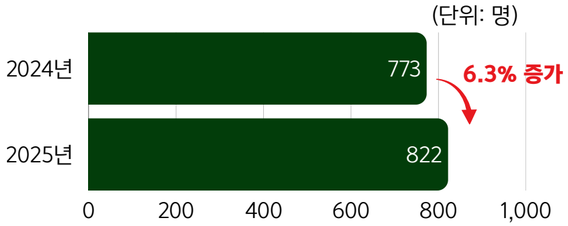
06 분석 결과 - 고객

고객은 전년대비 증가했으나 고객 특성별 객단가 차이가 없으므로 차별화 서비스 제공 미흡 판단

고객수 파악



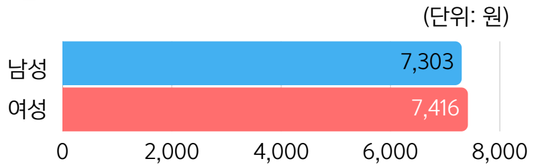
방문 고객 증가 현황



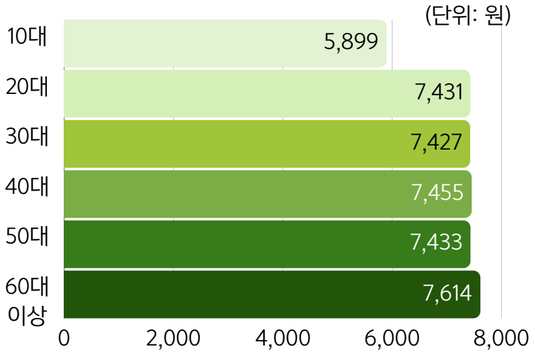
2024년 매출 7억 5천만 원
2025년 매출 7억 9천만 원
전년 대비 **6.13% 성장**

고객 증가율, 매출 성장율 차이 미미
고객증가와 매출증가 상관있음

성별 객단가 현황



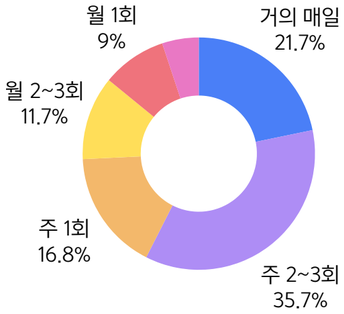
연령별 객단가 현황



성별에 따른 객단가 차이 없음
10대 제외 전 연령대 객단가 차이 없음

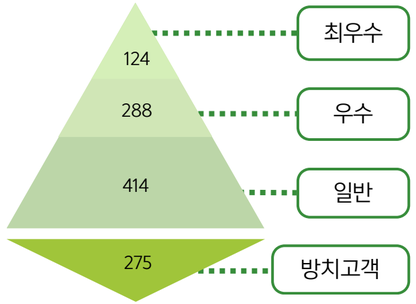
고객 니즈 파악 미흡

방문빈도



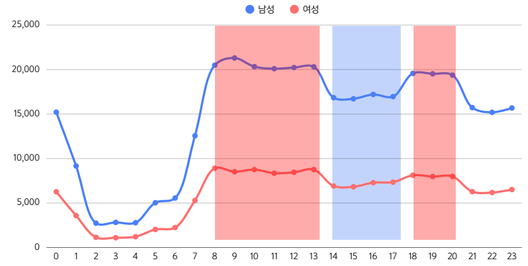
객단가 차이가 없기 때문에 **방문빈도 중요**

회원등급 현황

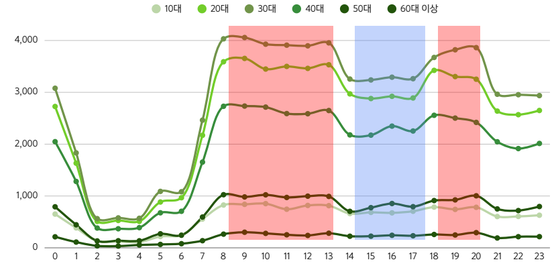


현재 최근 방문 여부만으로 등급 산정
방문 빈도 고려 필요

시간에 따른 성별 판매 건수



시간에 따른 연령대별 판매 건수



시간에 따른 판매 건수는 성별 및 연령대별 동일 패턴
시간대별 맞춤 전략 필요

고객 수의 증가 대비 매출은 소폭 상승했으며 성별·연령대별 객단가 차이가 크지 않아 **방문 빈도에 따라 매출이 좌우되는 구조**
회원등급 개편 및 시간대별 특성을 반영한 맞춤형 전략 필요

06 분석 결과 - 상품

시간대·요일 및 고객 특성에 따른 상품 판매 차이 존재하지만 이를 반영한 상품 구비 미흡

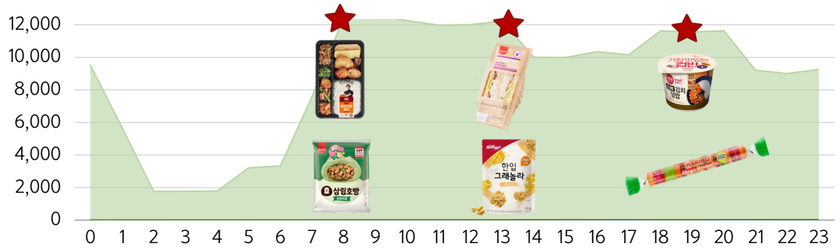
평일 인기 상품

크랜베리 치킨샌드, 큐브치즈

주말 인기 상품

씨없는 적포도, 스팸김치덮밥

시간대별 인기 상품



시간	08시	13시	19시
인기 상품	도시락	크렌베리 샌드위치	컵반스팸김치덮밥
구비 상품	삼립 야채호빵	한입 그레놀라 치즈	하리보 샤우어 룰렛

인기상품 구비 미흡으로
판매 기회가 제한되며 매출 증대에 한계 발생

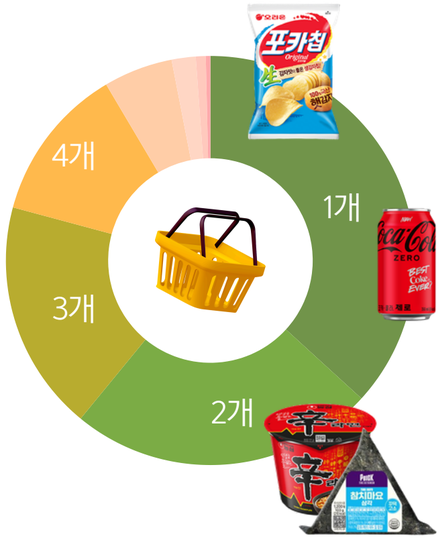
성별 인기 상품

성별	1위	2위	3위
남성	에그불고기치즈버거	인포켓치즈큐브체다	컵반스팸김치덮밥
여성	크랜베리치킨샌드	씨없는적포도400g	콰트로타워버거

연령대별 인기 상품

연령대	1위	2위	3위
10대	크랜베리치킨샌드	콰트로타워버거	자연은토마토1.5L
20대	크랜베리치킨샌드	씨없는청포도400g	에그불고기치즈버거
30대	인포켓치즈큐브체다	씨없는적포도400g	콰트로타워버거
40대	씨없는적포도400g	콰트로타워버거	씨없는청포도400g
50대	콰트로타워버거	씨없는적포도400g	인포켓치즈큐브체다
60대 이상	에그롤치즈120g	까르보불닭볶음면	롤유부초밥플래터

1회 거래시 구매 상품 수



전체 거래의 61%
단일·소량 구매 중심의 소비 구조

데이터 기반 구매 패턴 분석 부족으로 맞춤형 판매 전략 수립이 미흡
소량 구매 구조를 반영한 **교차판매·진열 최적화 및 수요 기반 재고 관리 필요**

06 분석 결과 - 소비 트렌드 ; PB 상품

PB 상품이란?

유통업체가 독자적으로 기획하고 만든 브랜드 상품

ex) CU – HEYROO, GS25 – YOUUS, Emart – No Brand 등

유통 마진 제거를 통한 가격 경쟁력 확보

유통 마진 제거를 통한 이익 극대화 가능

2025년 주요 편의점 3사 기준
PB 상품의 매출은 전체의 약 **30%** 차지

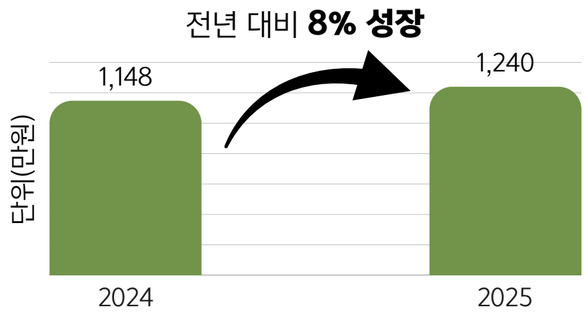
CU 왕십리점의 PB 상품 현황(HEYROO)

*HEYROO 제품 예시

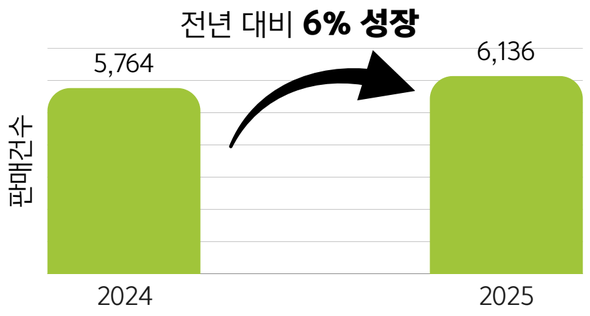
종류 : 107개
총 매출 : 12,040,000원 (2025년)
매출 차지 비중 : 1.6% (2025년)
총 주문 건수 : 6,136건 (2025년)

CU 왕십리점 PB 상품 분석

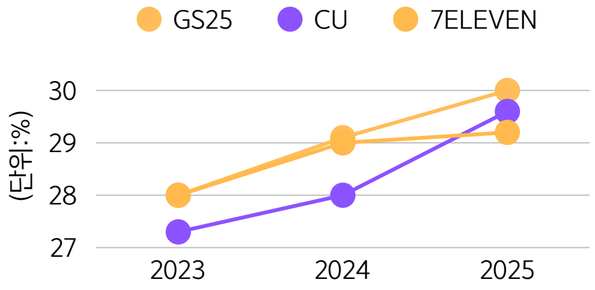
HEYROO 상품의 매출액



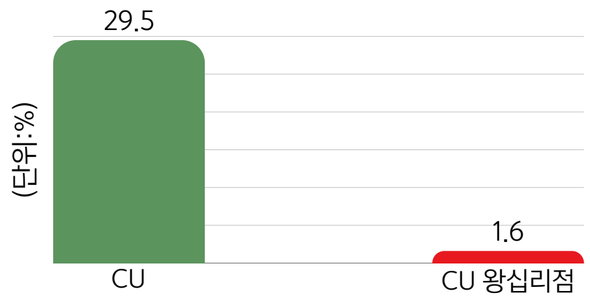
HEYROO 상품의 판매건수



편의점 상품 중 PB상품 비중



PB상품 매출 차지 비중

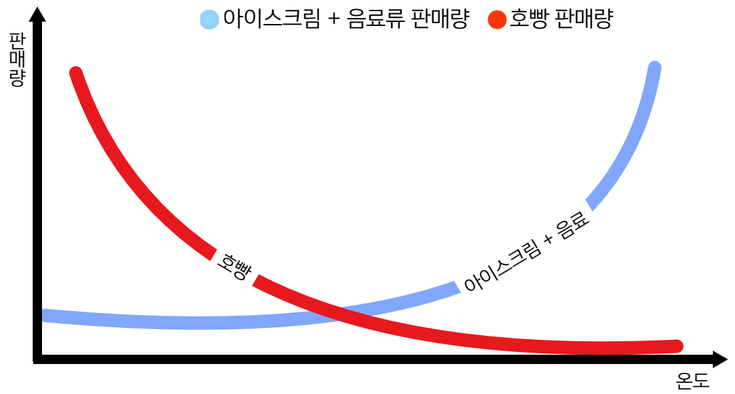


PB 상품은 성장 중이나, **상품력·노출·프로모션 부족**으로 경쟁력 확산 미흡
PB 상품 경쟁력 강화 및 적극적인 재고 확보 필요

06 분석 결과 - 소비 트렌드 ; 날씨경영

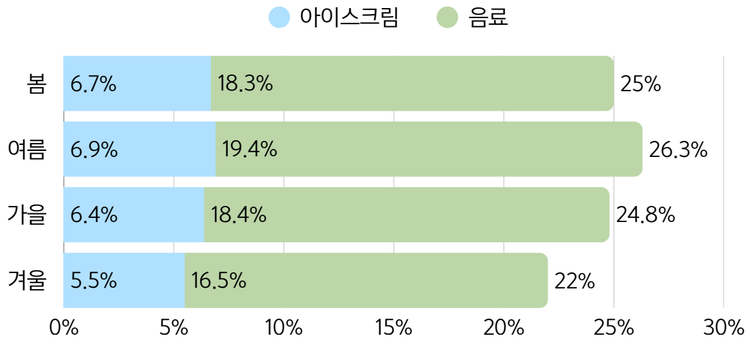
계절·날씨 기반 수요 변화는 존재하지만 이를 반영한 상품·운영 전략 부족으로 매출 상승률 미비

온도에 따른 계절 상품 판매 추이



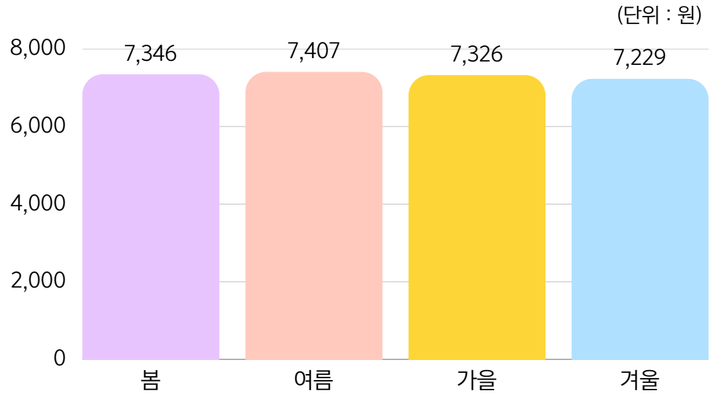
계절 상품의 증감 추이 확인

CU 왕십리점 계절별 판매량



아이스크림 + 음료 + 얼음의 판매량이 여름에 소폭 증가

계절별 객단가 차이



여름 수요 증가 대비 객단가 상승 미흡

계절별 인기 상품

계절	1위	2위	3위	비고 (계절 인기상품)
여름	오리진아메리카노	한컵우유맛	중면500g	컵얼음
겨울	블랙보리우유	탄단지훈제목살	핫치킨버거	호빵

계절 상품이 판매 순위권에 오르지 않음

타사와의 비교

회사	1위
GS25	유어스 아이스
7ELEVEN	PB 세븐 카페 아이스

경쟁사 대비 얼음 판매 경쟁력 미확보

강수 여부에 따른 객단가 차이

비 오는 날 : 7,377원
맑은 날 : 7,317원
강수에 따른 객단가 차이 없음

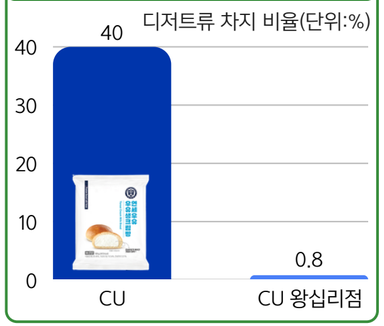
날씨 변화가 있음에도 상품 구성·진열·프로모션에 반영되지 않아 매출로 전환 부족

계절·기상 요소 기반 운영 전략 고도화 및 체계적 적용 필요

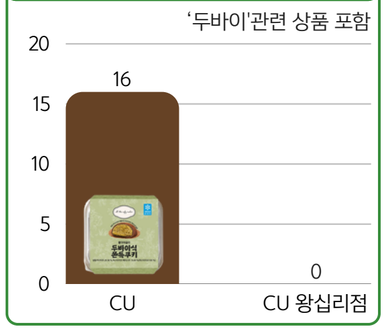
06 분석 결과 - 소비 트렌드 ; 인기상품, 이벤트

2024 ~ 2025 트렌드 인기 상품 분석

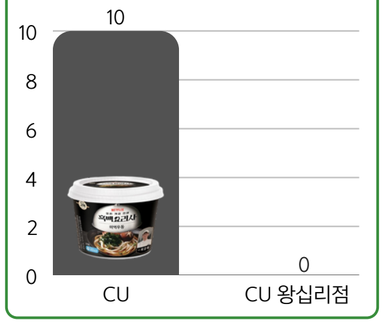
연세 우유빵 매출 지표



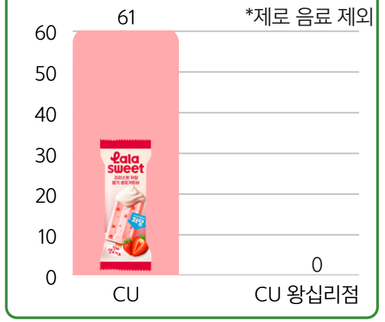
두쫀쿠 상품 종류 개수



흑백요리사 상품 종류 개수



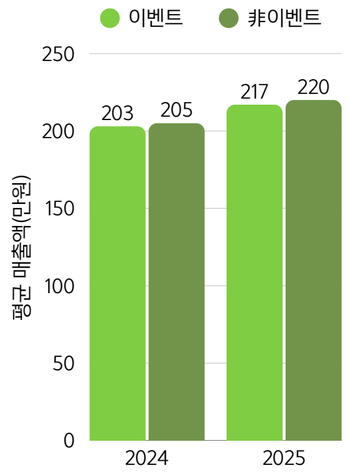
저당 상품 종류 개수



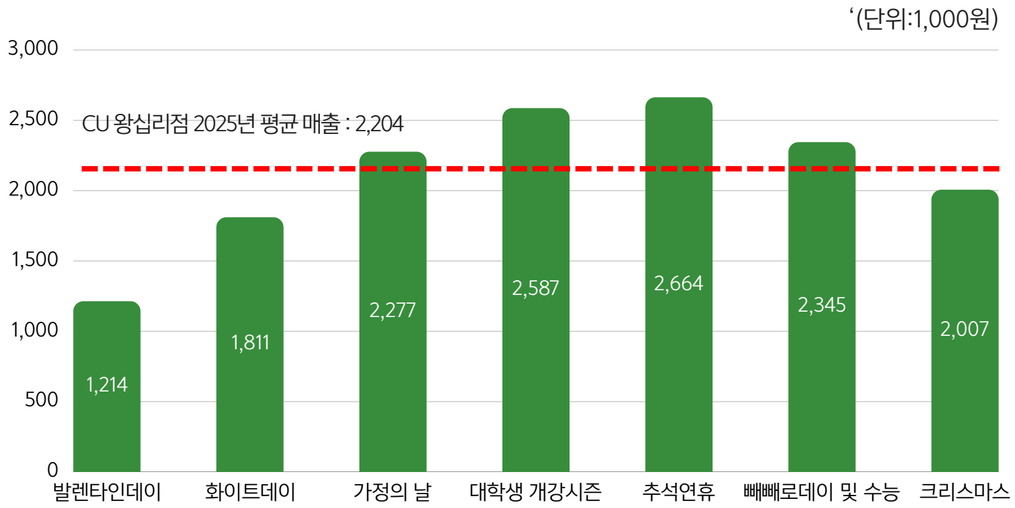
최신 **트렌드 상품의 적극적 재고 확보** 및
미취급 상품의 즉각적인 신규 도입 필요

이벤트에 따른 매출 차이 분석

이벤트 유무에 따른 평균 매출액



2025년 주요 이벤트가 있는 주 평균 매출



이벤트가 있는 주의 평균 매출액이 2025년 평균 매출액 대비 유의미한 상승이 보이지 않음
이벤트 대응이 미흡했음으로 적절한 프로모션 필요

06 분석결과

분석결과 및 개선기회

- 회원등급 개편 필요
- 고객특성별 매출 분석 필요
- 시간대별 매출 분석 필요
- 고객별 상품구매 특성 파악 필요
- 객단가 증가를 위한 상품 연관분석 필요
- PB상품 경쟁력 강화 필요
- 날씨연계 판매 방안 필요
- 이벤트 대응

개선안

- 차별화된 회원관리제도 ‘포/스/코’
- 수요 기반 재고 확보
- 프로모션 진행 (1+1, 묶음 상품)
- 시간대 한정 타임세일, 타겟 쿠폰 발송
- 배달 서비스 연계 상품
- 프리미엄 상품 확대
- 상품 재배치
- 외부 매대 배치 홍보

07 개선안 - 고객

성별 타겟팅 프로모션

남성 1위 상품
에그불고기 치즈버거

버거 구매 고객 기반
콜라 연계 할인 프로모션 추진

여성 1위 상품
크랜베리 치킨샌드

샌드위치 구매 고객 기반
커피 연계 번들 프로모션 추진

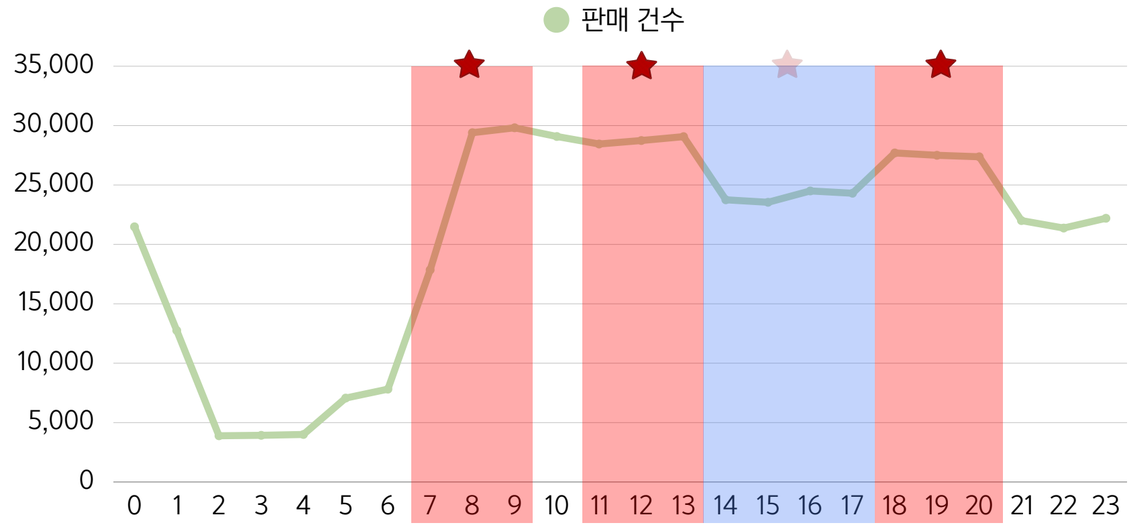
연령별 타겟 구매 유도

연령대	판매 1위 상품
10대	크랜베리치킨샌드
20대	크랜베리치킨샌드
30대	인포켓치즈큐브체다
40대	씨없는적포도400g
50대	씨없는적포도400g
60대 이상	에그롤치즈120g

세대별 맞춤 콤보 설계
2030 간편식, 4050 신선식품 중심
연관 상품 번들 구성하여 추가 구매 유도

프리미엄 라인업 강화
3040 구매력 기반 고급 상품 확대
프리미엄 치즈·과일 통한 객단가 상승 기대

시간대별 매출 대응 방안



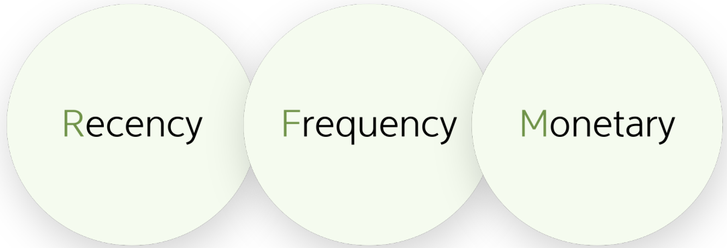
★**피크 타임 대응**
출/퇴근 시간 및 점심 시간을 겨냥한
간편식 및 행사 상품 집중 진열로 추가 구매 유도

☆**데드 타임(14~17시) 대응**
시간대 한정 타임세일, 타겟 쿠폰 발송, 배달 서비스 연계를 통해
데드 타임 고객 방문을 유도하고 추가 수요를 창출하여 매출 상승 기대

07 개선안 - 고객(회원등급)

RFM 분석

고객 행동 데이터(최근 구매일, 구매 빈도, 구매 금액) 기반
구매 가능성이 높은 가치 있는 고객 선정 및 세분화하는 기법

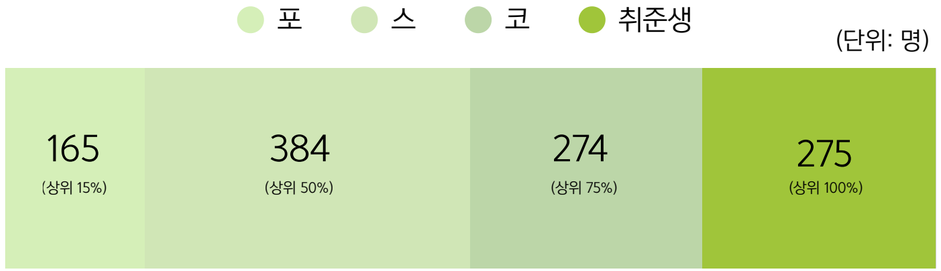


RFM(총점) = 0.2*R + 0.5*F + 0.3*M

*고객의 객단가는 등급에 관계없이 비슷 - F(빈도)에 높은 가중치 부여

산출한 RFM 점수의 순위를 기반으로 새로운 회원 등급 부여

새로운 등급별 회원 분포



회원등급 별 차별화된 프로모션 확대

(단위: 명)

회원등급	최우수	우수	일반	방치 고객	합계
포	124	41	0	0	165
스	0	246	138	0	384
코	0	0	274	0	274
취준생	0	0	0	275	275
합계	124	287	412	275	1,098

포 : 상시 구매 적립율 5%, 매월 무료 배달 2회,
매월 1회 6시전 샌드위치 구매시 커피 한 잔 제공

스 : 상시 구매 적립율 2%, 매월 무료 배달 1회

코 : 상시 구매 적립율 1%,

취준생 : 첫구매 할인 쿠폰 제공(10,000원 이상 구매시 10% 할인)

VIP(스)의 이탈 방어

이탈 위험이 있는 상위 50%
'스' 등급(384명) 집중 케어

방치된 잠재 고객의 수익화

구매 경험이 없는 전체 25%
'취준생(275명)' 타겟 혜택 적극 도입

07 개선안 - 상품

연관 분석을 통한 상품 배열 개편

중분류 품목(16개) 중 총 판매량 상위 품목 5개의 연관 품목

	연관 품목		
기준 품목	1순위	2순위	3순위
가공식	음료	식재료	빵/디저트
음료	가공식	식재료	빵/디저트
식재료	가공식	음료	빵/디저트
빵/디저트	가공식	음료	식재료
스낵	가공식	음료	식재료

상위 5품목의 1순위 연관 품목 기대 매출

기준 품목	연관 품목	연관 품목 평균 가격	연관 품목 미 구매 거래 건 수	기대매출
가공식	음료	2132.8	54,199	115,595,627
음료	가공식	3769.5	39,719	149,720,770
식재료	가공식	3769.5	37,700	142,110,150
빵/디저트	가공식	3769.5	29,967	112,960,606
스낵	가공식	3769.5	28,895	108,919,702

*기대 상승 매출액 = 연관 품목 평균 가격 x 연관 품목 미구매 거래 건 수

6억 3천만 원 매출 상승 기대

상위 5품목 기준 전년 대비 총 매출의 27.6%상승 기대

* 25년 상위 5품목 매출액 4억 9천만 원

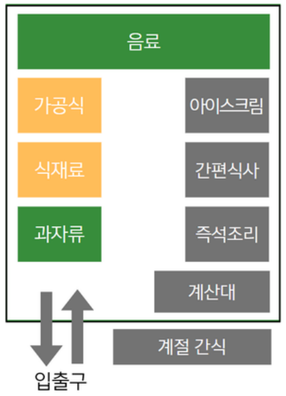
편의점 상품 진열 재배치

무분별한 상품 배치도

비전략적 상품 진열
비효율적 고객 동선
판매 효율 및 회전율 저하

판매율 저하

연관 분석을 통한 상품 배치도



핵심 상품 중심 진열
연관 상품 근접 배치
추가 구매 유도

판매율 증대

07 개선안 - 소비 트렌드

계절별 특성에 맞는 상품 구비

날씨 상황별 수요 상품을 선제적으로 배치
추가 구매 유도 및 매출 극대화

미세먼지 : 마스크 및 목 건강 음료 구비

강수 : 우천 시 인기있는 용품 전면 구비

고온 : 이온음료·얼음컵·아이스크림 전면 구비

성공적인 날씨 경영을 통한 매출 상승 기대

소비 트렌드 맞춤 상품 신규 판매 확대

PB 상품 프로모션, 상품력 증대를 통한 매출 점유율 확대

- 왕십리점 PB 상품 매출 점유율 : 1.6%
  2025년 해당 제품 매출액 : 1천 2백만 원
- 왕십리점 PB 상품 목표 매출 점유율 : 30%

목표 매출 점유율 달성 시 매출 액 : 2억 2천만 원

2억 1천만 원 매출 상승 기대

연세 우유 관련 상품 재고 확보를 통한 매출 점유율 확대

- 왕십리점 연세 우유 제품 매출 점유율 : 0.8%
  2025년 해당 제품 매출액 : 1백 1십만 원
- 왕십리점 연세 우유 제품 목표 매출 점유율 : 40%

목표 매출 점유율 달성 시 매출 액 : 6천 2백만 원

6천만 원 매출 상승 기대

미취급 인기상품 확보를 통한 매출 성장

- 흑백요리사 콜라보 예상 매출액 : 약 3천 4백만 원
  2025년 가공식류 매출 * 0.2
- 두쫀쿠 관련 제품 예상 매출액 : 약 1천 2백만 원
  2025년 빵/디저트류 매출 * 0.2
- 저당 제품 예상 매출액 : 약 2천 6백만 원
  2025년 아이스크림류 매출 * 0.19 + 스낵류 매출* 0.19

*트렌드상품 평균 매출 점유율 = 20% *타사 저당 제품 매출 점유율 = 19%

7천 2백만 원 매출 상승 기대

이벤트데이 판촉 매대 활성화

이벤트데이에 점포 앞 매대를 적극 활용하여
관련 제품 매출 성장 견인

- 왕십리점 이벤트데이 목표 매출 성장률 : 50%
- 왕십리점 일 평균 매출액 : 약 2백만 원
- 예상 이벤트데이 매출액 : 약 3백만 원

6천 4백만 원 매출 상승 기대

*이벤트데이 20일로 가정

소비 트렌드 분석 및 반영으로
총 **4억 1천만 원** 매출 상승 기대

감사합니다.

Q & A

C반 3조