

WISE Visual 적용 사례

브랜드 별 매출 특성과 메뉴간 연관 관계의 시각화 분석

레스토랑 A 사는 여러 브랜드의 매출 및 거래 특성 분석을 통해, 메뉴간 연관 관계 및 매출 관점에서 인사이트를 얻고자 시각화 기법을 적용하였다.

전체 및 브랜드 별 주문현황 분석

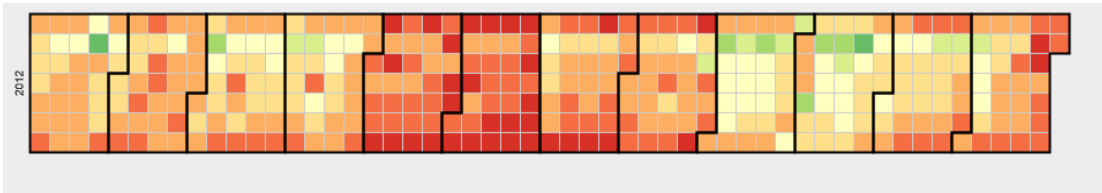
일별 매출 패턴을 한 눈에 볼 수 있도록 Calendar View 형태의 시각화를 선택하였다.

Calendar View 는 매일의 데이터를 한 눈에 볼 수 있도록 한다. 왼쪽 상단부터 1 월 1 일이

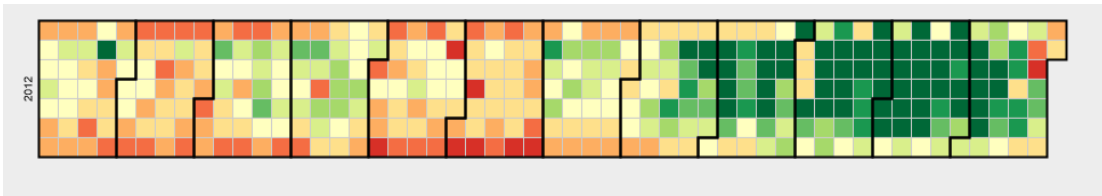
시작되고 첫 행이 일요일, 차례로 월화수목금, 마지막 행이 토요일이 된다.

2012 년 주문 현황을 표시하면 아래와 같다. 붉은색이 진하면 주문이 많고, 초록색이 진하면 주문이 적다는 의미이다.

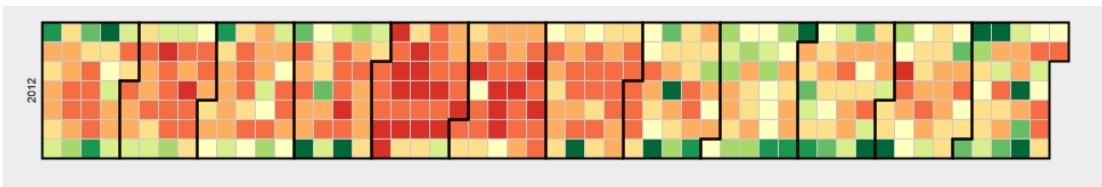
<전체 주문 현황 시각화>



<S 브랜드의 주문 현황 시각화>



<M 브랜드의 주문 현황 시각화>



전체 주문 현황

전반적으로 5, 6, 7, 8, 12 월에 매출이 높으며, 5/5, 12/24 등 기념일에 특히 매출이 높은 것을 알 수 있다. 또한 주말에 특히 전반적으로 매출이 높은 편이다(위, 아래가 주말).

비성수기인 3, 4, 9, 10 월을 집중 공략할 필요가 있다. 비성수기때는 일반적으로 활동하기 편한 날씨 이므로, 야외로 나가는 고객이 많아서 저조할 것으로 예상되며, 나들이 고객대상으로 하는 브랜드(도시락)가 매출신장에 도움이 될 것이다.

S 브랜드 현황

S 브랜드가 겨울에 매출이 급격히 떨어지는 것을 확인할 수 있다. 매장의 난방 또는 겨울 전용 메뉴와 여성에게 담요제공 등 확실히 고객을 유치할 수 있는 강한 프로모션이 절실히 보인다.

M 브랜드 현황

타 브랜드와는 달리, M 브랜드는 주말에 매출이 떨어짐을 확인할 수 있다. 주말 특가 전략으로 고객을 유치할 수 있는 방법을 모색해야 한다.

메뉴 간 연관관계 분석

메뉴 간에 함께 주문되는 패턴을 한 눈에 볼 수 있도록 Circle Clustered 형태의 시각화를 선택하였다.

Circle Clustered 는 연관도에 따라 데이터를 그룹화하여 보여 준다.

본 분석에서는 전체 메뉴 중에 연관관계가 강한 3 가지 메뉴를 중심으로 그룹화 하였으며, 각 메뉴 별 주문건수를 원의 크기로 하여 메뉴간 연관관계에서의 각 메뉴 별 비중을 파악할 수 있도록 하였다.

<메뉴 간 연관관계 시각화>



세트 메뉴 구성

연관관계가 높은 메뉴는 서로 그룹화하여 세트 메뉴화를 검토하도록 한다. 또한 자주 함께

주문되는 데에도 불구하고 메뉴판에 빠져있거나, 찾기 어렵게 되어 있지 않은가를 조사하여야 한다.

(주)위세아이텍

463-400, 경기도 성남시 분당구 삼평동 621 번지

판교 이노밸리 C 동 5 층

☎ 02-6246-1400 ✉ contact@wise.co.kr

www.wise.co.kr