



drimINSIGHT/drimTARGET
Version 1.0
CRM ANALYTICS, TARGETING

사용자매뉴얼
(User's Guide)

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, or otherwise, without the prior written permission of the publisher, DATA DRIM CO., LTD.

목차

표 목차	4
개요	5
솔루션의 개요	6
적용 서식에 대한 설명	7
메뉴명령문(Menu commands)	7
실행버튼(Command buttons)	7
그룹상자(Group Box), 차트(Chart), 표(Grid)의 제목	8
항목의 명칭(Names)	8
공통 기능에 대한 설명	8
[Toolbar Button] 분석결과의 저장	8
[Toolbar Button] 분석결과의 조회	9
[Toolbar Button] 화면 초기화	9
[Chart] 커서(Cursor) - 기준 값 변경	9
[Chart] 데이터계열 값 표시	10
[Grid] 데이터 엑셀 저장(Export to Excel)	11
시뮬레이션 결과 보기	12
표(Grid)의 확장과 축소	13
실행화면으로 바로 가기	13
날짜 입력(Date)	14
숫자 입력(Number)	14
제1장 고객예측	15
1.1 유지율/재거래가능성 예측	16
1.1.1 구매회차별 유지율 분석	16
• 화면의 설명	16
• 용어의 정의	16
• 구매회차별 유지율 분석작업	17
1.1.2 RC 패턴 분석 - 개별변수 분석	18
• 화면의 설명	18
• 용어의 정의	18
• RC 개별변수에 따른 재거래가능성 분석작업	19

1.1.3 RC 패턴 분석 - RC패턴 분석.....	21
• 화면의 설명	21
• 용어의 정의	21
• RC 패턴에 따른 재거래가능성 분석작업	21
1.2 신규고객 예측	23
1.2.1 VIP발전가능성 분석	23
• 화면의 설명	23
• 용어의 정의	23
• VIP발전가능성 분석작업	23
1.3 휴면고객 예측	25
1.3.1 휴면기간별 재거래가능성 분석.....	25
• 화면의 설명	25
• 용어의 정의	25
• 휴면기간별 재거래가능성 분석작업.....	26

Do Not Copy or Post. For the exclusive use of DATADRM.

표 목차

표 1. 시뮬레이션 결과정보의 구성.....	12
표 2. 구매회차별 유지율분석화면의 용어정의.....	16
표 3. RC패턴분석-개별변수분석화면의 용어정의.....	18
표 4. RC패턴분석-RC패턴분석화면의 용어정의.....	21
표 5. VIP발전가능성분석화면의 용어정의.....	23
표 6. 휴면기간별 재거래가능성분석화면의 용어정의.....	25

Do Not Copy or Post. For the exclusive use of DATADRM.

Do Not Copy or Post. For the exclusive use of DATADRIM.

개요

(General Information)

솔루션의 개요

효율적인 마케팅캠페인이 이루어지려면 수집된 고객정보를 분석하고, 마케팅 대상고객을 선별하여 해당 고객에게 잘 설계된 혜택을 제공하고, 그 효과를 분석하여 다음 캠페인에 활용하는 일련의 순환 반복적인(Closed-loop) 업무를 통해 마케팅 캠페인을 지속적으로 발전시켜나가야 한다. (주)데이타드림의 CRM 솔루션은 고객분석(CRM Analytics), 고객세분화(Target Segmentation), 쿠폰발행 및 효과분석(Campaign Effects Analysis) 등의 CRM 업무 전반에 걸친 통합마케팅솔루션을 제공한다.

- 고객분석솔루션(drimInsight™) : 고객의 재거래가능성 예측, 고객의 미래가치(Customer Potential Value) 측정, 거래패턴 분석 등을 통해 고객정보에서 유용한 정보를 찾아내 의미를 부여하고, 궁극적으로는 마케팅 실행 또는 고객관리를 위한 전략적인 지혜(Insight, Wisdom)를 얻을 수 있도록 도와준다.
- 고객세분화솔루션(drimTarget™) : 고객정보를 분석하는 것은 최종적으로 '누구를 대상으로 마케팅을 실행해야 하는가?'에 대한 답을 얻기 위한 것이다. 데이타드림의 고객세분화솔루션은 고객분류, 거래등급세분화, 거래패턴세분화, 거래실적세분화 등 다양한 세분화방법론을 제공한다.
- 쿠폰관리솔루션(drimCoupon™) : 해당 솔루션은 마케팅 대상고객에 대한 쿠폰 발행, 쿠폰 전송(SMS/MMS), 쿠폰 승인, 쿠폰 효과분석기능 등을 제공하고 있어, 모바일 쿠폰을 통한 체계적이고 효율적인 마케팅 캠페인을 수행할 수 있게 한다.

본 사용자매뉴얼은 고객분석솔루션의 일부 주요 기능에 대한 자세한 설명과 실행의 사례를 제공하고 있어, 사용자가 마케팅업무를 수행함에 있어 솔루션을 어떻게 활용하는 것이 좋을지에 대한 안내서(Guide Book)의 역할을 한다

적용 서식에 대한 설명

사용자매뉴얼에서는 메뉴, 탭(Tab) 버튼, 실행버튼, 입력 항목(Input Fields), 차트(Chart), 표(Grid) 등은 다음과 같은 형태와 규칙에 따라 표현된다.

메뉴 명령문(Menu commands)

메뉴 명은 굵은 글씨로 표현되며, 상위 메뉴와 하위 메뉴는 "부등호기호(>)"로 구분된다. (예: 고객세분화 > 거래등급세분화)

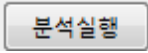


사용의 예:

- 구매회차별 유지율분석을 위해서는 '고객예측 > 유지율/재거래가능성 예측 > 구매회차별 유지율분석'을 선택한다.

실행버튼(Command buttons)

화면 또는 대화상자 등에서 보여지는 실행버튼은 실행버튼 문자에 테두리/음영 스타일로 표시된다.

사용의 예:

실행버튼	=	테두리/음영 스타일
	=	분석실행
	=	검색
	=	선택 / 취소

- 사용자가 설정한 조건에 따라 분석작업을 실행하고자 할 경우 **분석실행**을 클릭한다.
- 검색된 대상고객파일명세 중에서 사용자가 선택한 특정 대상고객파일을 확정하려면 **선택**버튼을, 선택을 취소하려면 **취소**버튼을 클릭한다.

그룹상자(Group Box), 차트(Chart), 표(Grid)의 제목

화면 상에서 유사한 항목들을 묶어주기 위한 그룹상자(Group Box), 차트, 표의 제목은 “부등호괄호(<>)”로 구분한다. (예: <구매회차별 유지율 Map>, <구매회차별 유지율 상세내역표>)

항목의 명칭(Names)

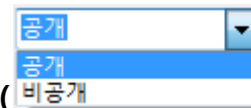
메뉴, 화면, 그룹상자, 대화상자, 실행버튼, 입력항목 등 특정 항목을 표시하기 위한 명칭은 굵은 글씨로 표시되며, 같은 명칭이 서로 다른 그룹상자에서 표시되어야 할 경우에는 “슬래시 기호(/)”로 구분한다.(예: 이전구간/구간단위, 재거래가능성 예측구간/구간단위)

공통 기능에 대한 설명

솔루션에는 모든 화면에서 공통으로 적용되는 툴바(Toolbar)의 실행버튼과 특정 차트(Chart)나 표(Grid)에서 적용되는 공통기능이 아래와 같이 제공된다.

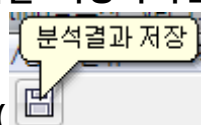
[Toolbar Button] 분석결과의 저장

분석결과의 저장기능은 분석결과를 조직 내 다른 구성원과 공유하거나 향후 동일한 분석작업 시 이전 결과를 참조하기 위한 목적으로 활용될 수 있다. 분석결과 저장의 대상은 현재 열려 있는 화면의 분석실행 결과내역이다.



사용자는 분석결과의 저장 시 해당 내용의 공개여부(비공개)를 지정하거나 분석결과의 주요 내용(또는 시사점, Insight)을 저장할 수 있다.

사용자가 분석결과를 저장하려면 화면 상단 툴바(Toolbar) 좌측의



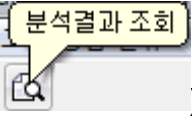
분석결과저장버튼()을 클릭한다.

[Toolbar Button] 분석결과 조회

본인 또는 조직 내 다른 사용자가 저장한 분석결과를 조회한다. 사용자 본인이 저장한 분석결과는 공개여부와 상관 없이 모두 조회가 가능하지만, 다른 사용자가 저장한 분석결과는 공개로 지정한 것에 한해 조회가 가능하다.

분석결과 조회 시 현재 열려있는 화면에서 저장된 분석결과만을 조회할 수 있으며, 분석결과의 상세 검색조건은 사용자명, 공개여부, 등록일자, 검색어 등이다.

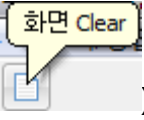
사용자가 분석결과를 조회하려면 화면 상단 툴바(Toolbar) 좌측의

 분석결과조회 버튼을()을 클릭한다.

[Toolbar Button] 화면 초기화

화면 초기화는 현재 열려있는 화면의 내용을 초기 상태로 되돌리는 것이다.

사용자가 화면을 초기화하려면 화면 상단 툴바(Toolbar) 좌측의

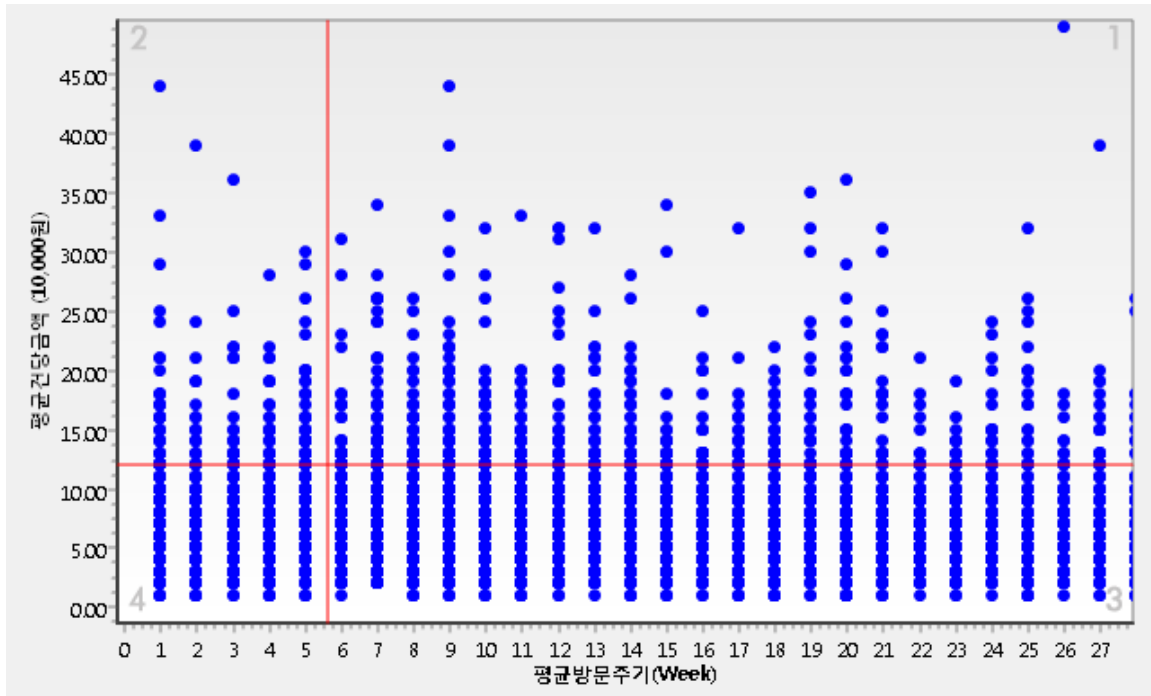
 화면초기화 버튼을()을 클릭한다.

[Chart] 커서(Cursor) - 기준 값 변경

커서(Cursor)는 마케팅 대상고객 시뮬레이션을 위한 차트의 기준변수(또는 세분화변수; X 축 또는 Y 축)를 조정하기 위한 변경선을 말한다. 커서는 아래의 그림에서 보는 바와 같이 차트 내에 빨간 색으로 표시되며, 사용자는 가로축(Horizontal) 또는 세로축(Vertical)을 독립적으로 조정하거나 두 축을 동시(Horizontal & Vertical)에 조정할 수도 있다.

조정된 커서의 위치에 따라 X 축, Y 축 구분선의 값이 차트의 좌측 하단 X 축구분선, Y 축구분선에 자동으로 표시되며, 사용자가 입력상자(Textbox)에 값을 직접 입력한 후 **Enter Key**를 누르면 입력 값에 해당하는 위치로 커서가 이동한다. (예: X축 구분선1 6 Y축 구분선1 14.88)

사용의 예:

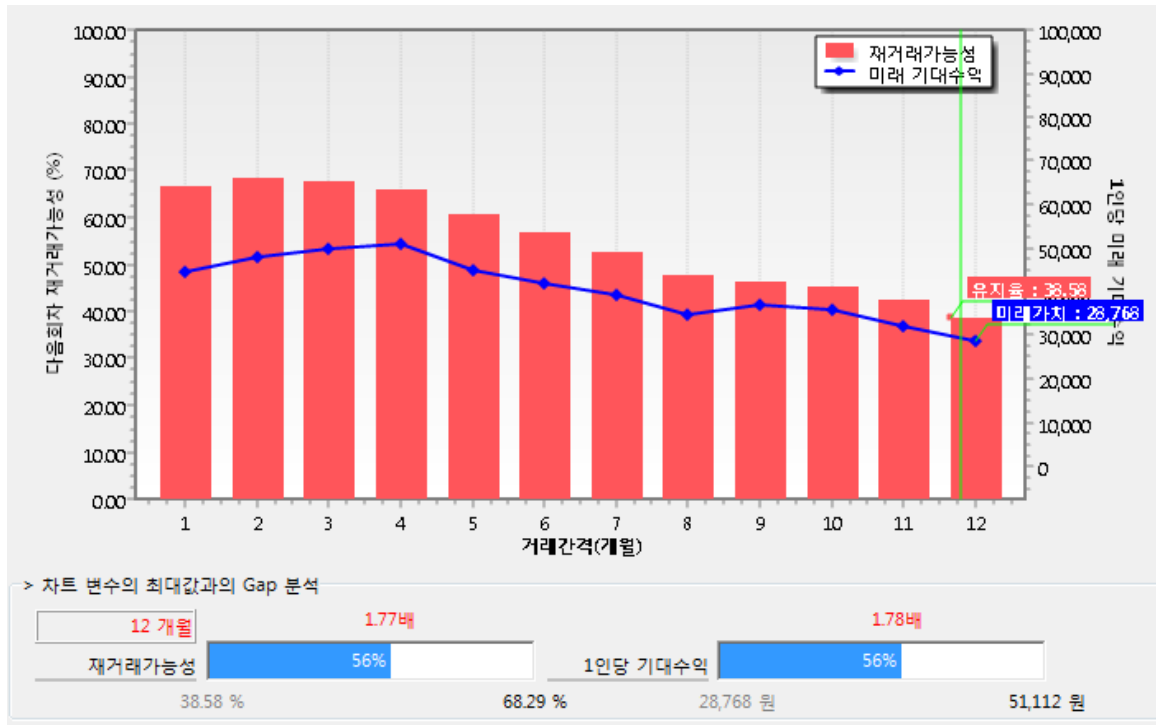


- 커서를 가로축 또는 세로축으로 사용자가 원하는 위치에 올려 놓는다.
- 커서의 위치에 따라 X 축, Y 축 구분선의 값이 차트의 좌측 하단에 자동으로 표시된다.
- 기준 값을 확인한 후, 차트 우측의 **시뮬레이션(Simulation)** 버튼을 클릭한다.
- 세분화변수의 기준 값에 따른 시뮬레이션 결과가 화면 우측 <시뮬레이션 결과> 표에 표시된다.

[Chart] 데이터계열 값 표시

아래의 그림에서 보는 바와 같이 막대차트(Bar Chart)와 선차트(Line Chart)의 경우, 차트의 특정 데이터계열 위에 마우스를 올려놓을 경우(Mouse-Over) 해당 데이터계열의 값을 보여주며, 계열 값은 데이터계열과 동일한 색상으로 표시된다.

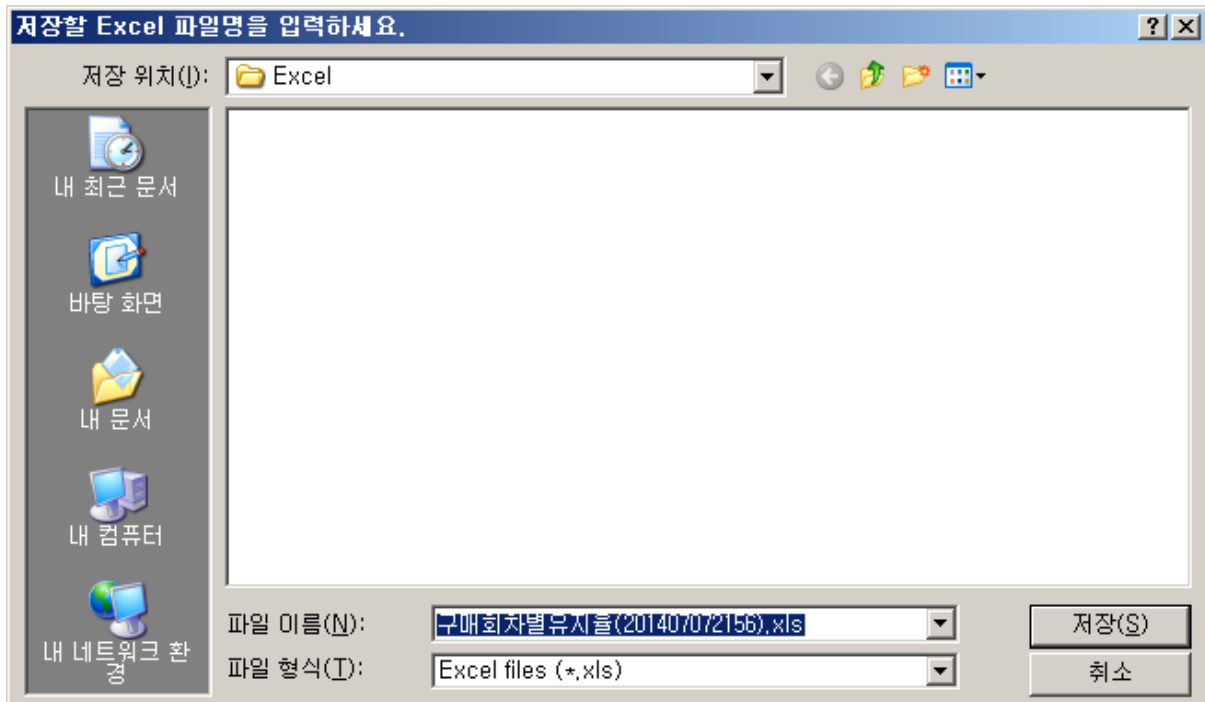
마우스가 위치한 계열의 값은 차트 아래의 <차트변수의 최대값과의 Gap 분석>에 자동으로 표시되어, 분석결과의 최대값과 어느 정도의 격차를 보이는지를 보여준다.



[Grid] 데이터 엑셀 저장(Export to Excel)

모든 화면에서 동일하게 분석의 결과 또는 조회의 결과로 보여지는 표(Grid)의 내용을 화면에 보여지는 내용 그대로 엑셀로 전환할 수 있다.

사용자가 표 데이터를 엑셀로 저장하려면 해당 표(Grid) 위에서 오른쪽 마우스를 클릭한 다음 **엑셀저장** 버튼(엑셀저장)을 클릭한다. 엑셀 저장 시 아래의 그림과 같이 파일의 저장위치와 파일명을 지정할 수 있다.



시뮬레이션 결과 보기

솔루션은 차트의 기준 값에 따른 시뮬레이션결과를 실시간으로 보여준다. 사용자는 차트의 X 축/Y 축(또는 세분화변수)의 기준 값을 확인한 후, 차트

우측의 **시뮬레이션(Simulation)**버튼()을 클릭하여 시뮬레이션작업을 실행한다.

시뮬레이션의 결과는 다음의 항목으로 구성된다.

표 1. 시뮬레이션 결과정보의 구성

항목명	설명
세분화그룹	세분화그룹 번호.(차트에 숫자로 표시되어 있음)
X축 컷	차트 X축의 기준 값(예: 거래건수=5)
Y축 컷	차트 Y축의 기준 값(예: 평균건당금액=100,000)
세분화그룹-고객수	해당 세분화그룹의 고객 수(예: 1,000명)
세분화그룹-구성비	해당 세분화그룹의 고객 수 구성비(예: 10%)
매출액	해당 세분화그룹의 매출액(예: 10억원)
매출액-구성비	해당 세분화그룹의 매출액 구성비(예: 20%)

표(Grid)의 확장과 축소

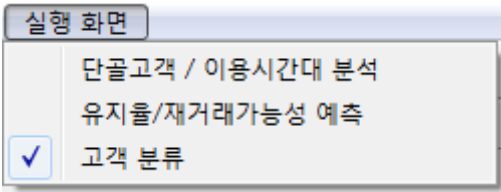
차트를 구성하는 원천데이터는 차트의 오른쪽 또는 아래에 위치한 표(Grid)에 표시된다. 사용자가 표를 확장해야 표의 전체 데이터를 볼 수 있으며, 이를 위해 차트의 오른쪽 또는 아래에 차트와 표를 구분하는 **확장구분** 버튼을 클릭하고 표를 원래상태로 축소시킬 경우에도 동일한 **확장구분** 버튼을 클릭한다.

확장구분 버튼 (확장 전)

▶▶ (확장 후)

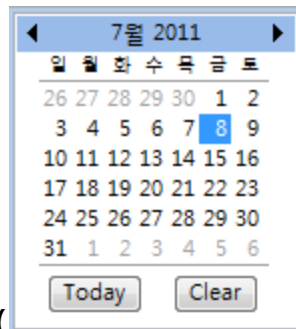
실행화면으로 바로 가기

화면 실행(Open) 후 종료하지 않은 경우, 실행화면 목록에 남아 있게 된다. 해당 화면을 호출하는 방법은 ①화면 상단 메뉴에서 해당 화면메뉴를 실행하거나, ②화면 상단 메뉴의 오른쪽 끝의

실행화면메뉴()의 목록에서 해당 화면을 선택한다.

날짜 입력(Date)

날짜 입력은 사용자 편의에 따라 직접 입력하는 방식(2011-07-08)과 달력을



호출해 입력하는 방식() 모두를 사용할 수 있다. 달력을 호출하려면 날짜 입력박스의 Drop-down 버튼()을 클릭한다.

숫자 입력(Number)

숫자 입력은 사용자 편의에 따라 직접 입력하거나() Spin 버튼()를 활용해 숫자를 조정할 수 있다. Spin-Up 또는 Spin-Down 버튼 클릭 시 해당 숫자가 자동으로 증가하거나 감소한다.

Do Not Copy or Post. For the exclusive use of DATADRIM.

제1장 고객예측 (Customer Forecasting)

1.1 유지율/재거래가능성 예측

1.1.1 구매회차별 유지율 분석

- 화면의 설명

고객의 구매회차(또는 거래회차)는 계속해서 거래하려는 고객의 의지를 가늠할 수 있는 중요한 변수이다. 1회차 구매유도(또는 첫 구매유도)가 브랜드 개입을 위한 마케팅이라고 한다면, 2회차 구매유도는 습관형성을 위한 가장 기초적이면서도 강력한 마케팅이라고 할 수 있다. 왜냐하면, 2회차 구매여부는 계속해서 거래할 의지가 있는 고객과 그렇지 않은 고객을 구분해내는 기준이 되기 때문이다.

구매회차별 유지율분석은 2회차, 3회차 등 지속적인 추가 구매유도가 고객의 유지율에 어느 정도의 영향을 미치는지를 가늠해보기 위함이며, 분석의 결과로 제공되는 유지율/이탈율 데이터에서 그 영향의 정도를 비교 분석할 수 있다.

- 용어의 정의

본 화면에서 사용되는 용어는 아래와 같다.

표 2. 구매회차별 유지율분석화면의 용어정의

구분	용어 명	용어의 설명
조건설정	신규 가입일자	분석대상고객의 신규 가입일자. 설정된 날짜 이후에 신규 가입한 고객만을 분석대상으로 한다.
	최소 고객 수	분석대상 고객그룹의 최소 고객 수. 특정 회차 고객 그룹의 총 고객 수가 설정된 최소고객 수를 넘지 않을 경우 분석결과화면에 표시되지 않는다.
	구간 수 / 구간단위	고객의 유지 또는 이탈을 결정하기 위한 기준변수이며 구간 수와 구간 단위가 결합되어 적용된다. 구간단위는 개월(month)로 고정. (예: 구간수=12, 구간단위=개월(month) ▶ 12개월로 인식, 1회차 구매 후 12개월 이내에 재구매를 일으킨 고객을 유지고객, 그렇지 않은 고객을 이탈고객으로 간주함)
차트/이미지	해당고객 수	특정 회차 거래 그룹의 고객 수
	평균소요일수	특정 회차 거래 그룹이 이전 회차에서 특정 회차

	재거래까지 소요된 평균 일수.(예: 3회차(특정회차) 그룹의 평균소요일수는 2회차(이전회차) 그룹이 3회차 거래에 이르기까지 소요된 평균 일수를 의미함)
평균거래금액	특정 회차 거래 그룹이 해당 회차에서 평균적으로 거래하는 규모.(건당 금액 기준)
유지율	이전 회차 거래그룹의 특정 회차까지 유지율. 이전 회차의 오른쪽에 파란 숫자로 표시됨. (예: 1회차 그룹 100명 중 12개월 이내 2회차 거래고객이 50명 일 경우 유지율은 50/100=50%)
이탈율	이전 회차 그룹이 특정 회차까지 거래하지 않을 가능성. 이전 회차의 오른쪽 아래에 빨간 숫자로 표시됨. 이탈율 산출공식 =100%-유지율

• 구매회차별 유지율 분석작업

구매회차별 유지율분석작업을 위해 다음의 작업을 수행한다.

1. 분석대상고객의 기준이 되는 신규가입일자와 최소고객 수를 입력한다.
2. 유지고객(또는 이탈고객)의 판단기준이 되는 구간 수()와 구간단위 ()를 입력한다. 입력된 구간 수와 구간단위가 결합되어 유지와 이탈을 결정하는 기준 기간이 된다. (용어설명자료 참조)
3. **분석실행** 버튼을 클릭한다.
4. 분석결과를 <구매회차별 유지율 Map>에서 확인한다. 해당 Map에는 5개의 회차정보만이 표시되며, 화면에 보여지는 정보의 이전정보를 확인하려면 좌측 화살표버튼 ()을 누르고, 이후 정보를 확인하려면 우측화살표버튼 ()을 누르면 된다. 좌/우측 화살표버튼은 하나씩 이동, 5개씩 이동, 처음/마지막으로 이동기능을 제공한다.
5. <구매회차별 유지율 Map>의 근거가 된 결과데이터는 <구매회차별 유지율 상세내역표>에서 확인할 수 있고, 해당 정보는 엑셀로 저장할 수도 있다.

1.1.2 RC 패턴 분석 - 개별변수 분석

- 화면의 설명

우수고객을 평가하는 기준으로 가장 널리 활용되는 변수는 거래의 최신성(Recency), 거래빈도(Frequency), 거래금액(Monetary)이며, 세 가지 변수를 활용한 분석을 RFM분석(또는 RFM모델)이라고 한다.

본 솔루션에서는 RFM변수를 우수고객을 평가하기 위한 기준변수로 활용하기보다는 고객을 세분화하기 위한 변수로 활용하고 있다. RFM변수와는 별도로 고객의 반복적인 구매행태를 파악할 수 있는 변수, 거래 커버리지(Coverage)를 고객 세분화 변수로 활용하고 있다. 마케팅의 궁극적인 목적이 고객의 구매습관 형성이라는 점에서 볼 때, 거래 커버리지(Coverage)는 반복구매행태를 보이는 고객과 그렇지 않은 고객을 선별해낼 수 있는 유용한 변수라고 할 수 있다.

개별변수 분석은 거래의 최신성(Recency), 거래 커버리지(Coverage) 등 개별 변수에 따른 세분화 그룹의 현황과 해당 그룹의 미래가치(미래의 재거래가능성, 예상매출액)를 분석한다.

- 용어의 정의

본 화면에서 사용되는 용어는 아래와 같다.

표 3. RC패턴분석-개별변수분석화면의 용어정의

구분	용어 명	용어의 설명
조건설정	신규 가입일자	<구매회차별 유지율분석> 용어정의 참조
	최소 고객 수	<구매회차별 유지율분석> 용어정의 참조
	[이전 기간의] 구간 수 / 구간단위	RC 패턴에 의한 세분화의 기준이 되는 거래데이터의 대상 기간을 의미하며, 구간 수는 세분화그룹의 숫자로도 활용됨. (예: 구간수=5, 구간단위=개월(month) ▶ 5개월로 인식, RC패턴=5개 그룹)
	기준일자	이전기간과 예측구간을 구분하는 기준일자.
	[재거래가능성 예측 구간의] 구간 수 / 구간단위	재거래가능성을 산출하기 위한 미래의 기간을 의미하며, 구간 수와 구간단위가 결합되어 해당 기간이 산정된다.(예: 구간수=12, 구간단위=개월(month))

		▶ 12개월로 인식)
차트/이미지	재거래가능성	특정 패턴그룹의 예측구간 내 재거래가능성
	예상매출액	특정 패턴그룹의 예측구간 내 예상매출액
	1인당 미래기대수익	특정 패턴그룹의 1인당 미래기대수익. 미래기대수익이란 미래에 기여할 것으로 기대되는 평균적인 수익(또는 매출, Revenue)을 의미하며, 미래기대수익은 다음의 공식에 따라 산출된다. * 미래기대수익 = 재거래가능성 x 예상매출액
	영향도	패턴변수의 상승에 따른 재거래가능성의 변화를 나타내며, 퍼센트포인트(%p)로 표시된다.(예: Recency 4의 재거래가능성=40%, 5=60%, 4에서 5로 증가에 따른 영향도=60%-40%=+20%p)
	변동지수	패턴변수의 상승에 따른 재거래가능성의 상대적인 변화를 나타내며, 배수(n배)로 표시된다.(예: Recency 4의 재거래가능성=40%, 5=60%, 4에서 5로 증가에 따른 변동지수=60%/40%=1.5배)

• RC 개별변수에 따른 재거래가능성 분석작업

RC 개별변수에 따른 재거래가능성 분석작업을 위해 다음의 작업을 수행한다.

1. 분석대상고객의 기준이 되는 신규가입일자와 최소고객 수를 입력한다.
2. 이전구간과 예측구간을 구분하기 위한 기준일자를 입력한다.

3. 이전기간의 구간 수와 구간단위를 설정한다.(5 개월(Month))

4. 예측구간의 구간 수와 구간단위를 설정한다.(12 개월(Month)) 이 때 예측구간의 종료일자는 화면 상단 우측에 표시되어 있는 최종분석 기준년월 (최종분석 기준년월 2013-11)의 말일(末日)을 초과할 수 없다.

5. **분석실행** 버튼을 클릭한다.
6. 개별변수 Tab(Recency, Frequency, Monetary, Coverage)을 클릭해 분석결과를 차트에서 확인한다.
7. 차트의 근거가 된 결과데이터는 차트 아래에 위치한 표(Grid)에서 확인할 수

있고, 해당 정보는 엑셀로 저장할 수도 있다.

Do Not Copy or Post. For the exclusive use of DATADRIM.

1.1.3 RC 패턴 분석 - RC패턴 분석

- 화면의 설명

RC패턴 분석은 개별 변수의 조합에 따른 세분화 그룹의 현황을 파악하고, 해당 그룹의 미래가치(미래의 재거래가능성, 예상매출액)이 어떻게 변화하는지를 비교 분석하기 위함이며, 이를 통해 RC변수를 활용한 고객세분화 전략의 방향을 설정할 수 있다

- 용어의 정의

본 화면에서 사용되는 용어는 아래와 같다.

표 4. RC패턴분석-RC패턴분석화면의 용어정의

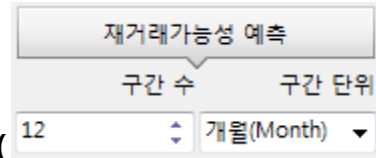
구분	용어 명	용어의 설명
조건설정	신규 가입일자	<구매회차별 유지율분석> 용어정의 참조
	최소 고객 수	<구매회차별 유지율분석> 용어정의 참조
	[이전 기간의] 구간 수 / 구간단위	RC패턴분석-개별변수분석화면의 용어정의 참조
	기준일자	RC패턴분석-개별변수분석화면의 용어정의 참조
	[재거래가능성 예측 구간의] 구간 수 / 구간단위	RC패턴분석-개별변수분석화면의 용어정의 참조
차트/이미지	재거래가능성	특정 패턴그룹의 예측구간 내 재거래가능성
	예상매출액	특정 패턴그룹의 예측구간 내 예상매출액

- RC 패턴에 따른 재거래가능성 분석작업

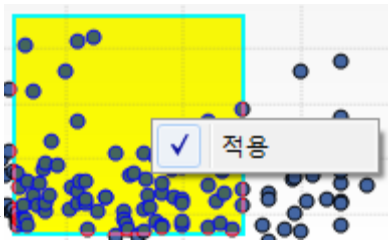
RC 패턴에 따른 재거래가능성 분석작업을 위해 다음의 작업을 수행한다.

1. RC패턴분석 Tab을 클릭한다.
2. 분석대상고객의 기준이 되는 신규가입일자와 최소고객 수를 입력한다.
3. 이전구간과 예측구간을 구분하기 위한 기준일자를 입력한다.

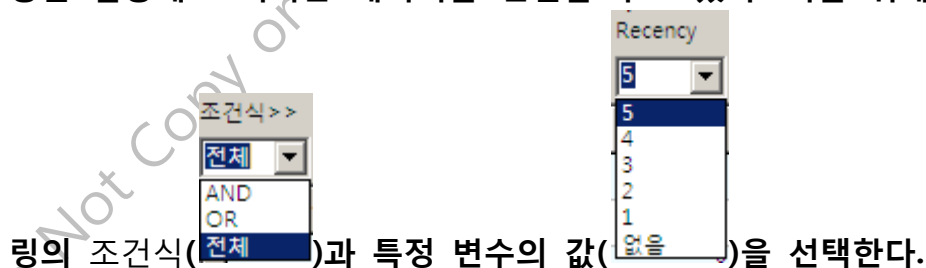
4. 이전기간의 구간 수와 구간단위를 설정한다.(



5. 예측구간의 구간 수와 구간단위를 설정한다.(개월(Month)) 이 때 예측구간의 종료일자는 화면 상단 우측에 표시되어 있는 최종분석 기준년월 ()의 말일(예: 2013-11-30)을 초과할 수 없다.
6. **분석실행** 버튼을 클릭하고, 분석결과를 차트에서 확인한다.
7. RC변수의 조합을 변경하려면 <패턴선택>에서 원하는 변수를 선택 (Recency Frequency Monetary Coverage)하고, **차트보기** 버튼()을 클릭한다. 시스템은 변경된 변수의 조합을 기준으로 분석작업을 다시 실행하게 되고, 분석의 결과가 다시 차트에 표시된다.
8. 차트의 근거가 된 결과데이터는 차트 오른쪽에 위치한 표(Grid)에서 확인할 수 있고, 해당 정보는 엑셀로 저장할 수도 있다. 차트의 특정영역의 데이터만을 표(Grid)에 표시하고 싶을 경우, 차트에서 마우스 드래그(Drag)로 특정 영역을 선택한 다음 오른쪽 마우스 클릭 후 **적용** 버튼을 클릭한다.



9. 분석결과로 표에 보여지는 데이터가 많을 경우, 사용자는 필터링(Filtering) 기능을 활용해 보여지는 데이터를 선별할 수도 있다. 이를 위해 사용자는 필터



링의 조건식()과 특정 변수의 값()을 선택한다.

1.2 신규고객 예측

1.2.1 VIP발전가능성 분석

- 화면의 설명

VIP발전가능성이란 신규 가입 초기에 특정 거래실적을 보인 신규고객이 이후 특정 기간 이내에 VIP고객으로 발전 가능한 정도를 의미한다. VIP발전가능성을 분석하는 목적은 신규 고객 중에서도 미래의 발전가능성이 높은 고객군의 특징을 찾아내어, 향후 마케팅 시 동일한 특징을 보이는 신규고객에 대해 선별적으로 마케팅을 실행함으로써 마케팅의 비용 대비 효율을 높이기 위한 것이다.

- 용어의 정의

본 화면에서 사용되는 용어는 아래와 같다.

표 5. VIP발전가능성분석화면의 용어정의

구분	용어 명	용어의 설명
조건설정	신규 가입일자	분석대상고객의 신규 가입일자. 설정된 날짜 이후에 신규 가입한 고객만을 분석대상으로 한다.
	구간 수 / 구간단위	첫 거래 후 경과기간과 VIP발전가능성 예측을 위한 구간을 설정하며, 구간 수와 구간 단위가 결합되어 적용된다
차트/이미지	총거래횟수	첫 거래 후 설정한 경과기간까지의 총 거래횟수
	총거래금액	첫 거래 후 설정한 경과기간까지의 총 거래금액
	VIP진입고객 수	특정 세분그룹의 고객 중에서 예측 구간 내에 실제 VIP고객에 진입한 고객의 수
	VIP진입가능성	$VIP진입가능성 = VIP진입고객 수 / 세분그룹의 대상고객 수$

- VIP발전가능성 분석작업

VIP발전가능성 분석작업을 위해 다음의 작업을 수행한다.

1. 분석대상고객의 기준이 되는 신규가입일자를 입력한다.
2. 이전구간과 예측구간을 구분하기 위한 기준일자를 입력한다

3. 첫 거래 후 경과기간을 설정을 위해 구간 수()와 구간단위()를 입력한다.
4. VIP 진입여부를 확인하기 위한 기준 기간(VIP발전가능성 예측구간) 설정을 위해 구간 수()와 구간단위()를 입력한다.
5. **분석실행** 버튼을 클릭한다.
6. 분석결과는 차트에 분포도로 표시되며, 사용자는 차트의 커서(Cursor,)를 이동해 전체 고객을 4개 그룹으로 나눌 수 있는 X축과 Y축의 적당한 기준 값을 찾은 다음 **시뮬레이션** 버튼을 클릭한다.
① 차트와 시뮬레이션에 대한 보다 자세한 설명은 본 문서 '공통기능 설명'의 차트기능과 '시뮬레이션 결과보기' 기능을 참조
7. 시뮬레이션의 결과로 특정 세분그룹의 VIP진입가능성정보를 제공한다.

1.3 휴면고객 예측

1.3.1 휴면기간별 재거래가능성 분석

- 화면의 설명

휴면고객을 관리하는 목적은 고객의 휴면징후를 미리 감지해 고객의 마음이 떠나기 전에 붙잡아 두기 위함이다. 휴면기간이 길어질수록 기업의 마케팅에 반응해 거래를 다시 일으킬 가능성(재거래가능성)은 낮아지는 것이 일반적이다. 휴면/이탈에 대한 고객의 명확한 의사표현이 없는 업종에서 가장 많이 활용되는 휴면/이탈 정의방법은 거래의 최근성(Recency)에 기반을 둔 정의이다.(예: 최근 6개월 동안 거래가 없는 고객)

휴면기간별 재거래가능성 분석은 無 거래기간이 길어질수록 고객의 재거래가능성이 얼마나 감소하는지를 보여주며, 기업 전체적으로 휴면고객을 관리하기 위한 기준시점을 정하는 데 활용될 수 있다.

- 용어의 정의

본 화면에서 사용되는 용어는 아래와 같다.

표 6. 휴면기간별 재거래가능성분석화면의 용어정의

구분	용어 명	용어의 설명
조건설정	신규 가입일자	분석대상고객의 신규 가입일자. 설정된 날짜 이후에 신규 가입한 고객만을 분석대상으로 한다.
	최소 고객 수	분석대상 고객그룹의 최소 고객 수. 특정 회차 고객 그룹의 총 고객 수가 설정된 최소고객 수를 넘지 않을 경우 분석결과화면에 표시되지 않는다.
	[휴면 기간의] 구간 수 / 구간단위	휴면기간을 구분하기 위한 구간 수와 구간 단위. 구간 수와 구간단위가 결합되어 휴면기간이 산정된다.
	기준일자	휴면기간과 예측구간을 구분하는 기준일자.
	[재거래가능성 예측 구간의] 구간 수 / 구간단위	재거래가능성을 산출하기 위한 미래의 기간을 의미하며, 구간 수와 구간단위가 결합되어 해당 기간이 산정된다.(예: 구간수=12, 구간단위=개월(month) ▶ 12개월로 인식)
차트/이미지	휴면기간	고객의 휴면기간

재거래가능성	특정 기간 동안 휴면상태에 있던 고객이 이후 예측 구간 내 거래할 확률/가능성(예: 1개월 휴면고객의 이후 12개월 이내 재거래가능성)
1인당 미래기대수익	특정 그룹의 1인당 미래기대수익. 미래기대수익이란 미래에 기여할 것으로 기대되는 평균적인 수익(또는 매출, Revenue)을 의미하며, 미래기대수익은 다음의 공식에 따라 산출된다. * 미래기대수익 = 재거래가능성 x 예상매출액
최대값과의 Gap 배수	차트 내 특정 변수의 값과 최대값과의 차이 배수. (예: 최대값 100%, 특정 변수 값 50%일 경우, Gap은 2.0배수)
최대값과의 Gap 퍼센트(%)	차트 내 최대값에 대한 특정 변수 값의 상대적인 위치. (예: 최대값 100, 특정 변수 값 50일 경우, 상대적인 위치는 50%에 불과함)

• 휴면기간별 재거래가능성 분석작업

휴면기간별 재거래가능성 분석작업을 위해 다음의 작업을 수행한다.

1. 분석대상고객의 기준이 되는 신규가입일자와 최소고객 수를 입력한다.
2. 재거래여부의 판단기준이 되는 구간 수()와 구간단위()를 입력한다. 입력된 구간 수와 구간단위가 결합되어 재거래가능성을 결정하는 기준 기간이 된다. (용어설명자료 참조)
3. **분석실행** 버튼을 클릭한다.
4. 분석결과를 차트에서 확인한다. 해당 차트에서는 특정 데이터계열에 마우스를 위치할 때 자동으로 계열 값을 표시해준다.
5. 차트의 근거가 된 결과데이터는 차트의 오른쪽 표(Grid)에서 확인할 수 있고, 해당 정보는 엑셀로 저장할 수도 있다.