

AI 데이터 분석과 비즈니스 인사이트

Mr.Biz

01

매출과 이익은 다르다

오늘 강의를 여는 하나의 질문

오늘의 질문

매출은 늘었는데 왜 통장은 그대로일까?

— 오늘 실습에서 답을 찾습니다

어느 카페의 3월과 4월

+17.9%

3→4월 매출 증가

+2.4%

그런데 실제 남은 돈은

32만

467만원 늘고 손에 남은 것

02

인사이트의 3가지 질문

복잡한 이론 대신 세 개만 기억합니다

모든 질문은 셋으로 압축

언제 버나

월·요일·시간대별 매출과 손익

→ 영업시간 · 인력배치

무엇이 버나

메뉴·상품·채널별 실제 이익

→ 메뉴정리 · 가격 · 채널

누가 사나

고객 세그먼트·재구매·유입

→ 단골관리 · 광고배분

데이터가 돈이 되는 4단계

1

데이터

POS 주문내역 8,856건

2

정보

화요일 16시 주간 평균 21만원

3

인사이트

그 시간 시간당 1.9만원 적자

4

액션

단축영업 → 월 95만원 절감

AI의 역할과 사람의 역할

AI는 데이터를 정보로 바꿉니다.
인사이트와 액션은 사장님 몫입니다.

— AI가 여러분을 대체하지 않는 이유

오늘 실습의 6단 구조

① 질문	사장님이 진짜 궁금한 것
② 데이터	어떤 파일이 필요한가
③④ AI	프롬프트 입력 → 결과 확인
⑤⑥ 사람	인사이트 해석 → 내일의 액션

모든 프롬프트의 5단 공식

오늘 나올 12개 프롬프트는 전부 이 형태입니다.

PROMPT

① 역할　너는 소상공인 매장을 분석하는 데이터 분석가야.
② 상황　나는 서울에서 15석 브런치 카페를 운영하는 사장이야.
월 고정비는 1,000만원이야.
③ 자료　첨부한 파일은 우리 매장 6개월치 POS 주문내역이야.
④ 요청　요일별·시간대별 손익을 분석해서 적자 구간을 찾아줘.
⑤ 형식　표와 히트맵으로 보여주고, 마지막에 내가 당장 할 수 있는
액션 3가지를 알려줘.

TIP　②의 '고정비'가 핵심입니다. 비용을 안 알려주면 AI는 매출만 분석합니다.

03

내 데이터 꺼내기

AI보다 여기서 더 많이 막힙니다

오늘 쓸 AI 도구

Claude

무료로 분석·차트·엑셀 리포트 생성까지

※ XLSX는 '코드 실행'을 켜야 합니다

ChatGPT

가장 익숙한 도구

무료 계정은 하루 3파일 제한

Excel Copilot

엑셀 안에서 바로 분석

M365 12,500원~ / 크레딧 월 60개

내 매장 데이터, 어디서 꺼내나

구분	서비스	메뉴 경로	파일
POS	토스플레이스	[≡] → 매출 리포트 → 매출현황 → 엑셀 내보내기	즉시
POS	오케이포스	[웹정보] → 매출관리 → 매출현황 → 엑셀 다운로드	즉시
POS	페이히어	매장 리포트 → 매출분석 → [엑셀 내보내기]	이메일
배달	배민 셀프서비스	정산내역 → [정산명세서]	이메일
배달	요기요 사장님	셀프서비스 → 주문내역 (6개월)	즉시
배달	쿠팡이츠	매출 관리 → 매출 내역서 다운로드	즉시
카드	여신금융협회	cardsales.or.kr — 승인·매입·입금	조회
세금	홈택스	신청/제출 → 전자(세금)계산서 자료신청	익일
온라인	스마트스토어	데이터 분석 → [엑셀 만들기]	즉시

→ **메뉴명은 서비스 업데이트로 바뀔 수 있습니다. 강의 전 재확인을 권장합니다.**

데이터가 안 나올 때

다운로드 버튼이 없으면 화면을 캡처해서 붙여넣으세요.

— 배민 가게통계 · 네이버 스마트플레이스 유입 검색어

실습 전 3분 준비

1

계정

무료 계정 로그인 확인

2

파일

샘플 데이터 3종 내려받기

3

고정비

월 임차료·인건비 숫자 적어두기

04

실습 A · 언제 버는가

시나리오 1 ~ 4 · 약 20분

시나리오 1 · 매출 흐름 읽기

사장님의 질문	요즘 좀 되는 것 같은데, 진짜 좋아진 건가?
필요한 데이터	POS 주문내역 (주문일시 + 결제금액)
쓰는 파일	01_카페_POS_주문내역.csv
걸리는 시간	약 1분

시나리오 1 · 프롬프트

아래를 그대로 복사해서 붙여넣으세요.

PROMPT

첨부한 파일은 우리 카페의 2026년 1~6월 POS 주문내역이야.

① 월별 매출 ② 월별 주문건수 ③ 월별 평균 결제금액을
표로 정리하고 막대그래프로 그려줘.

그리고 눈에 띄는 변화가 있으면 알려줘.

시나리오 1 · 실제 결과

월	매출	주문건수	주문당 평균
1월	21,362,500	1,293	16,522
2월	19,505,500	1,118	17,447
3월	26,185,500	1,547	16,927
4월	30,862,500	1,558	19,809
5월	35,989,000	1,774	20,287
6월	31,025,500	1,566	19,812

→ 3→4월 매출은 17.9% 늘었는데 주문건수는 0.7%만 늘었다

시나리오 1 · 인사이트와 액션

매출 공식	매출 = 객수 × 객단가 — 매출은 반드시 쪼갠다
인사이트	손님이 늘어난게 아니라 객단가가 17% 뛰었다
다음 질문	왜 4월부터 객단가가 올랐나 (→ 시나리오 7)
액션	집객 마케팅보다 원인 규명이 먼저

시나리오 2 · 요일별 매출

질문: 쉬는 날을 월요일로 할까, 화요일로 할까?

PROMPT

같은 데이터로 요일별 총매출과 일평균 매출을 계산해줘.

매출이 가장 낮은 요일 2개를 알려주고,
가장 높은 요일과 몇 배 차이인지도 알려줘.

시나리오 2 · 실제 결과

요일	총매출	주문수	일평균 매출	토요일 대비
월	17,416,000	937	669,846	51%
화	**14,330,000**	**773**	**551,154**	**42%**
수	19,924,500	1,083	766,327	59%
목	21,349,500	1,147	821,135	63%
금	28,712,500	1,560	1,104,327	85%
토	33,845,000	1,793	1,301,731	100%
일	29,353,000	1,563	1,128,962	87%

→ **화요일은 토요일의 42%. 그런데 임차료는 요일과 무관하게 나간다**

시나리오 2 · 여기서 멈추면 안 된다

1

성급한 결론

화요일 휴무로 하자

2

빠진 질문

화요일 하루 종일 한가한가?
아니면 특정 시간만?

3

다음 단계

요일 × 시간대로 쪼개본다
→ 시나리오 3

시나리오 3 · 히트맵 그리기

이 강의에서 가장 반응이 좋은 순간입니다.

PROMPT

같은 데이터로 '요일 × 시간대' 매출 히트맵을 만들어줘.

가로축은 월~일, 세로축은 8시~21시로 하고,
매출이 높을수록 진한 색으로 표시해줘.

그리고 매출이 눈에 띄게 낮은 구간 3곳을 짚어줘.

TIP 수강생 각자 자기 데이터로 그려보게 하고, '제일 흰 칸이 어디냐'고 물어보세요.

시나리오 3 · 실제 결과

요일 × 시간대 매출 (6개월 누적, 만원)

	월	화	수	목	금	토	일
8시	51	46	60	63	81	80	69
9시	69	77	108	65	126	126	134
10시	108	90	101	113	128	172	153
11시	175	114	218	286	241	295	271
12시	297	243	221	304	365	476	388
13시	181	228	274	227	390	413	389
14시	196	72	135	177	268	287	300
15시	56	23	109	144	201	249	160
16시	75	21	133	115	170	196	160
17시	57	25	104	117	125	186	147
18시	129	162	161	143	220	267	222
19시	153	139	120	183	295	316	243
20시	123	137	165	124	188	210	186
21시	74	54	84	73	73	112	113

→ 화요일 15~17시(붉은 테두리)가 같은 시간 토요일의 10분의 1 수준

히트맵에서 무엇을 볼까

가장 흰 칸	매출이 비어 있는 요일·시간 조합
발견	화요일 15~17시 = 토요일 같은 시간의 1/10
함께 볼 것	월요일 오후, 전 요일 아침 8시대도 약하다
다음 질문	한가한 건 알겠는데, 그게 손해까지인가?

시나리오 4 · 적자 시간대 찾기

여기서부터 '느낌'이 '금액'이 됩니다. 고정비를 반드시 알려주세요.

PROMPT

우리 가게 월 고정비는 1,000만원이야.
(임차료 250만 + 인건비 580만 + 기타 170만)
하루 14시간(8~21시) 영업하고 월 30일 운영해.

첨부한 매출 데이터와 메뉴 원가표를 써서
요일×시간대별로 '매출 − 재료비 − 그 시간 배분 고정비'를 계산해줘.

마이너스인 구간을 표시하고, 손실이 큰 순서로 정리해줘.

시나리오 4 · 실제 결과

요일 × 시간대 시간당 손익 (주 평균, 만원) — 붉은색 = 적자

	월	화	수	목	금	토	일
8시	**-1.2**	**-1.3**	**-1.0**	**-0.9**	**-0.5**	**-0.5**	**-0.7**
9시	**-0.8**	**-0.6**	0.1	**-0.8**	0.5	0.6	0.7
10시	0.2	**-0.3**	0.0	0.2	0.7	1.5	1.3
11시	1.3	0.1	2.2	3.6	2.7	3.9	3.5
12시	3.8	2.7	2.4	4.0	5.4	7.8	5.8
13시	1.4	2.5	3.3	2.5	5.8	6.2	5.7
14시	1.7	**-0.8**	0.5	1.3	3.2	3.6	3.8
15시	**-1.1**	-1.9	0.1	0.9	2.1	3.1	1.2
16시	**-0.8**	-1.9	0.6	0.2	1.4	2.0	1.2
17시	**-1.1**	-1.8	**-0.1**	0.2	0.5	1.8	0.8
18시	0.5	1.2	1.2	0.9	2.5	3.6	2.5
19시	1.0	0.8	0.3	1.7	4.1	4.7	3.1
20시	0.4	0.6	1.3	0.4	1.8	2.3	1.8
21시	**-0.7**	**-1.2**	**-0.5**	**-0.7**	**-0.7**	0.1	0.1

→ **붉은 칸이 적자 구간. 화요일 15~17시가 압도적으로 나쁘다**

시나리오 4 · 적자 구간 TOP 6

순위	구간	시간당 손익	주간 손실	월 환산
1	화요일 16시	−18,981원	−18,981	−82,188
2	화요일 15시	−18,840원	−18,840	−81,577
3	화요일 17시	−18,281원	−18,281	−79,157
4	화요일 8시	−12,853원	−12,853	−55,653
5	월요일 8시	−12,200원	−12,200	−52,826
6	화요일 21시	−11,639원	−11,639	−50,397
	적자 구간 전체 합계		−220,487	−954,708

→ 한가하다는 '느낌'이 월 95만원이라는 '숫자'가 되는 순간

시나리오 4 · 그래서 내일 무엇을

1

브레이크

화요일 15~17시
브레이크 타임 전환

2

오픈 조정

전 요일 8시대 적자
→ 9시 오픈 검토

3

프로모션

그 시간만 원가 낮은 세트로
매출 끌어올리기

실습 A 정리

한가하다는 '느낌'이
월 95만원이라는 '숫자'가 되는 순간

— 그때 비로소 결정을 내릴 수 있습니다

05

실습 B · 무엇이 버는가

시나리오 5 ~ 7 · 약 15분

시나리오 5 · ABC 분석

질문: 메뉴가 너무 많은 것 같은데, 뭘 빼야 하지?

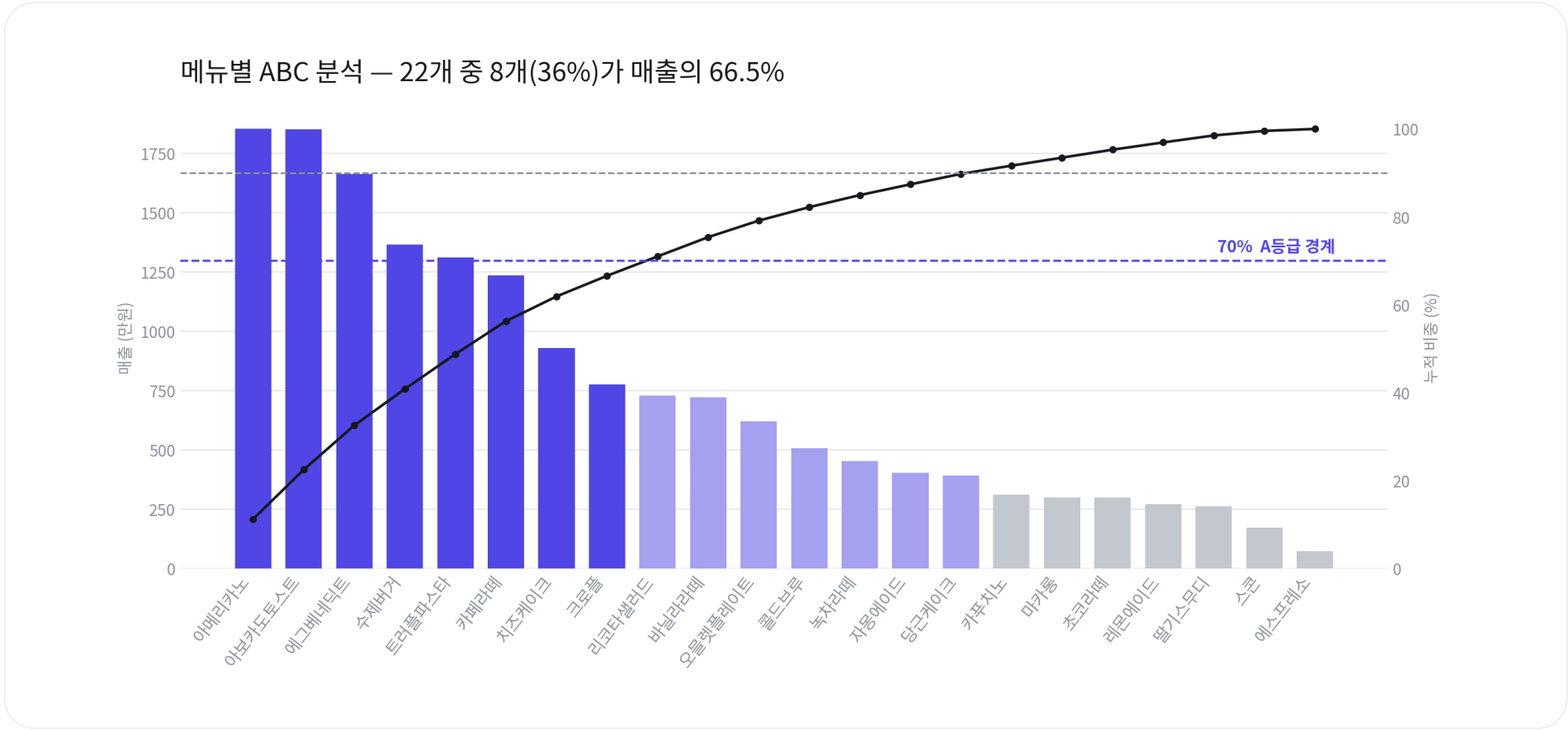
PROMPT

첨부한 상품별 판매 데이터로 ABC 분석을 해줘.

메뉴별 매출을 큰 순으로 정렬하고 누적 비중을 계산해서
누적 70%까지 A등급, 90%까지 B등급, 나머지 C등급으로 나눠줘.

결과를 파레토 차트로 그리고,
C등급 중 정리를 검토할 메뉴를 알려줘.

시나리오 5 · 실제 결과



→ **22개 메뉴 중 8개(36%)가 매출의 66.5%를 만든다**

시나리오 5 · ABC 등급표

메뉴	매출	구성비	누적	등급
아메리카노	18,526,500	11.2%	11.2%	A
아보카도토스트	18,516,000	11.2%	22.4%	A
에그베네딕트	16,632,000	10.1%	32.5%	A
수제버거	13,650,000	8.3%	40.8%	A
트러플파스타	13,104,000	7.9%	48.7%	A
카페라떼	12,355,000	7.5%	56.2%	A
… (중략) …				
스콘	1,708,000	1.0%	99.4%	C
에스프레소	728,000	0.4%	99.8%	C

→ **C등급 7개를 다 합쳐도 매출의 10.1%. 전용 재료가 있다면 정리 1순위**

시나리오 5 · 인사이트와 주의

인사이트	메뉴의 1/3이 매출의 2/3를 만든다
액션	C등급 정리 → 발주·재고·주방동선 단순화
⚠ 주의	20:70은 법칙이 아닙니다. 업종마다 다릅니다
⚠ 더 중요	매출만 보고 자르면 안 됩니다 → 시나리오 6

시나리오 6 · 이익 기준 재정렬

질문: 매출 1등 메뉴가 진짜 효자 맞나?

PROMPT

메뉴 원가표를 참고해서 메뉴별로 다음을 계산해줘.

① 총매출 ② 총원가 ③ 원가율(%)
④ 공헌이익(매출−원가) ⑤ 공헌이익률(%)

그리고 '매출 순위'와 '공헌이익 순위'를 나란히 놓은 표를 만들어서
순위가 크게 다른 메뉴를 짚어줘.

시나리오 6 · 순위가 뒤집힌다

메뉴	매출순위	원가율	공헌이익	이익률	이익순위
아메리카노	1위	26.7%	13,586,100	73.3%	1위
아보카도토스트	2위	51.7%	8,949,400	48.3%	2위
에그베네딕트	3위	52.9%	7,840,800	47.1%	4위 ↓
수제버거	4위	52.0%	6,552,000	48.0%	5위 ↓
트러플파스타	5위	51.9%	6,306,300	48.1%	6위 ↓
카페라떼	6위	34.0%	8,154,300	66.0%	3위 ↑

→ **카페라떼는 매출 6위지만 이익은 3위. 브런치류는 원가율이 커피의 2배**

시나리오 6 · 인사이트와 액션

인사이트	브런치는 매출은 크지만 원가율 52% 수준
액션 1	브런치는 미끼로 두되 음료 세트를 반드시 붙인다
액션 2	매장 추천·POP는 이익률 높은 메뉴 중심으로
액션 3	원가율 50% 초과 메뉴는 가격·레시피 재검토

시나리오 6 정리

매출 1등과 이익 1등은 다릅니다.
대부분 매출 1등만 밀어줍니다.

— AI에게 5분만 물어보면 순위가 뒤집힙니다

시나리오 7 · 채널별 실질 마진

오프닝에서 던진 질문의 답이 여기서 나옵니다.

PROMPT

주문채널별로 매출·주문수·평균 결제금액을 계산해줘.

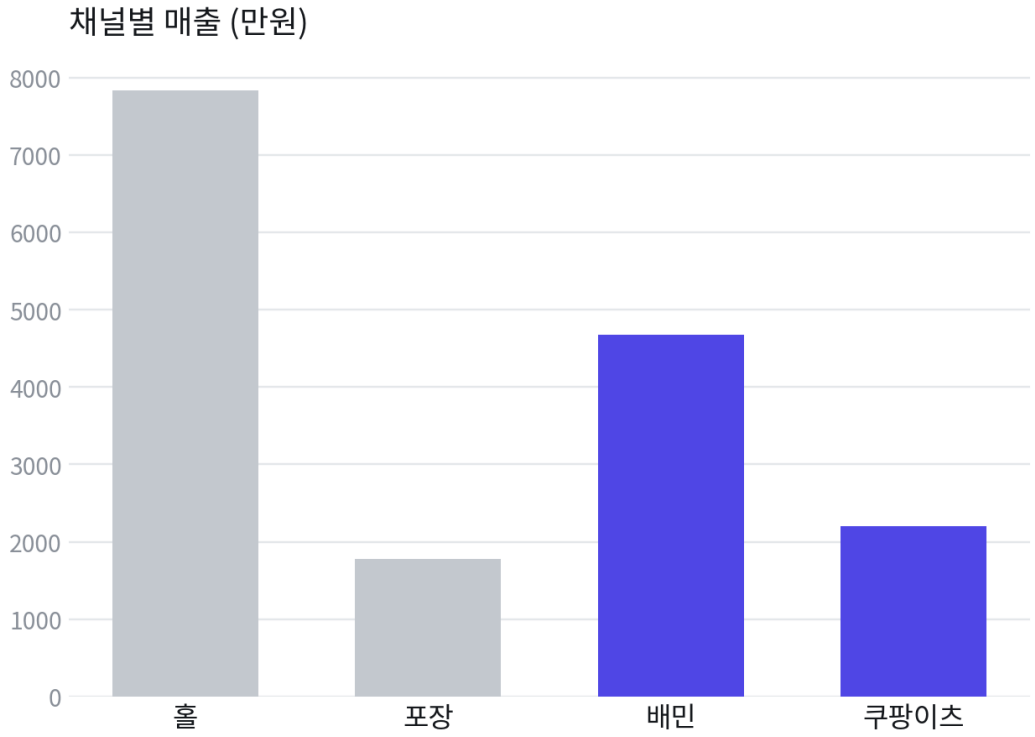
그리고 아래 조건으로 채널별 '실제로 남는 돈(공헌이익)'을 계산해줘.

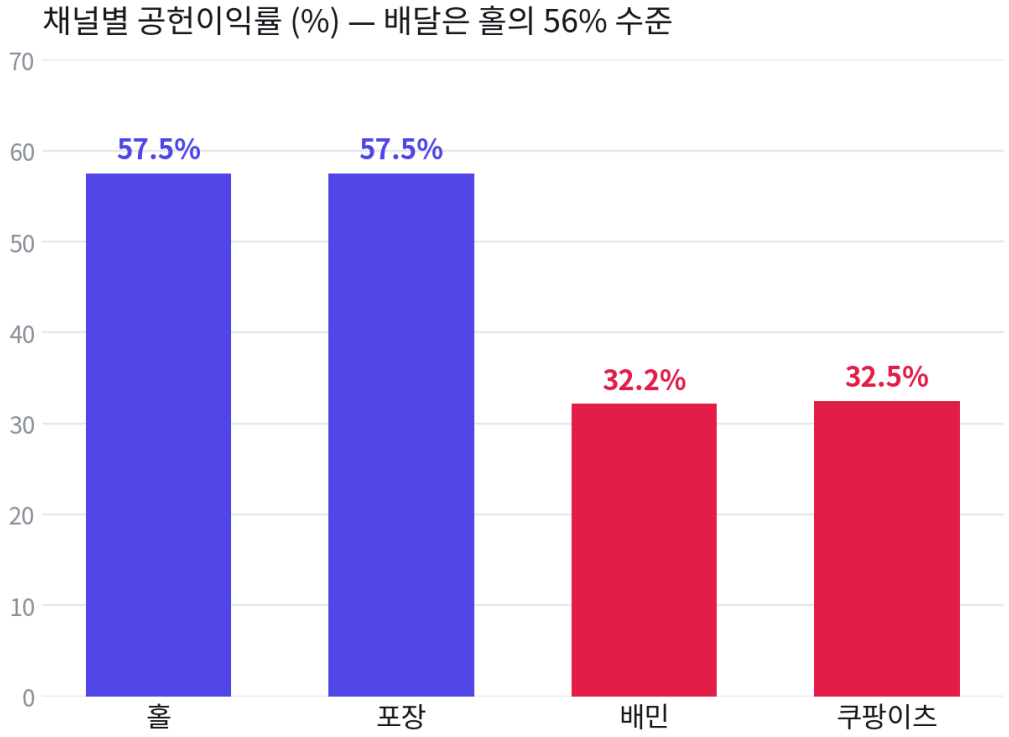
- **홀·포장: 카드수수료 1.5%**
- **배달: 중개 7.8% + 결제 3.0% + 주문 1건당 배달비 3,000원**
- **재료비는 첨부한 메뉴 원가표 기준**

채널별 공헌이익률을 비교하고, 무엇을 발견했는지 알려줘.

TIP 수수료율은 사장님 실제 계약 조건으로 바꿔 넣으세요. 구간별로 다릅니다.

시나리오 7 · 실제 결과 ①





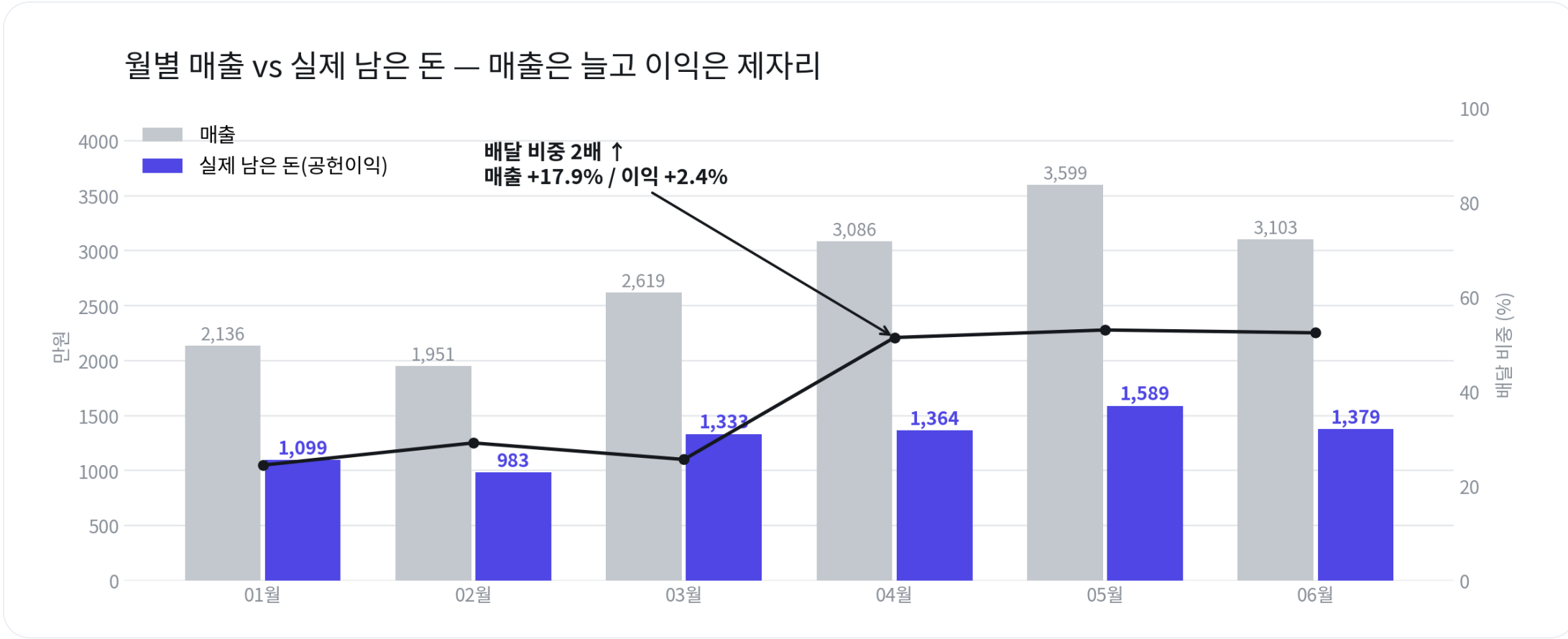
→ 매출은 배달이 42%를 차지하는데, 공헌이익률은 홀의 56% 수준

시나리오 7 · 실제 결과 ②

채널	매출	매출구성	주문당	원가율	수수료·배달비	이익률
홀	78,394,000	47.5%	14,744	41.0%	1,175,910	57.5%
포장	17,740,000	10.8%	14,649	41.0%	266,100	57.5%
배달(배민)	**46,810,000**	**28.4%**	**29,440**	**46.8%**	**9,825,480**	**32.2%**
배달(쿠팡이츠)	**21,986,500**	**13.3%**	**29,792**	**46.6%**	**4,588,542**	**32.5%**

→ **배달 객단가는 홀의 2배지만, 수수료·배달비로 매출의 21%가 빠진다**

시나리오 7 · 그래서 이렇게 됩니다



→ 회색(매출)은 계속 오르는데 인디고(실제 남은 돈)는 4월 이후 제자리

시나리오 7 · 월별 손익 분해

월	매출	배달비중	원가율	수수료·배달비	공헌이익	이익률
1월	21,362,500	24.4%	42.3%	1,335,874	10,990,926	51.4%
2월	19,505,500	29.1%	42.6%	1,373,288	9,829,162	50.4%
3월	26,185,500	25.6%	42.7%	1,685,534	13,327,516	50.9%
4월	**30,862,500**	**51.4%**	**44.2%**	**3,569,406**	**13,642,994**	**44.2%**
5월	**35,989,000**	**53.0%**	**44.0%**	**4,260,531**	**15,893,019**	**44.2%**
6월	**31,025,500**	**52.4%**	**43.8%**	**3,631,400**	**13,794,750**	**44.5%**

→ 3→4월: 매출 +467만원(+17.9%) / 공헌이익 +32만원(+2.4%)

오프닝 질문의 답

매출은 467만원 늘었는데
손에 남은 건 32만원입니다.

— 배달 비중이 25.6% → 51.4%로 두 배가 된 결과

시나리오 7 · 배달을 살리는 3가지

1

가격

배달 전용 가격 별도 설정
홀 가격 그대로면 구조적 손해

2

객단가

최소주문금액 상향
건당 3,000원 배달비를 희석

3

메뉴

원가율 높은 브런치는
배달 메뉴에서 제외

배달앱 수수료, 내 구간은?

상위 35%	중개수수료 7.8% · 배달비 2,400~3,400원
35~80%	중개수수료 6.8%
하위 20%	중개수수료 2.0% — 상위와 4배 차이
확인처	배민·쿠팡이츠 사장님 사이트에서 내 구간 확인

06

실습 C · 누가 사는가

시나리오 8 ~ 12 · 업종별로 나뉩니다

여기서 셋으로 나뉩니다

1

외식 트랙

시나리오 8·9
세트 조합 · 좌석 생산성

2

소매 트랙

시나리오 10·11
RFM · 고객 프로필

3

온라인 트랙

시나리오 12
키워드 광고 ROAS

시나리오 8 · 세트 조합 찾기

외식 트랙 · 질문: 세트메뉴를 뭐로 묶어야 하나?

PROMPT

같은 주문번호에 함께 담긴 메뉴 조합을 찾아줘.

가장 많이 함께 팔린 조합 10개를 순위로 알려주고,
그중 세트메뉴로 묶으면 좋을 조합 3개를
이유와 함께 추천해줘.

시나리오 8 · 실제 결과

순위	조합	함께 팔린 건수	세트 후보?
1	아메리카노 + 카페라떼	570	× 2인 손님
2	아메리카노 + 아보카도토스트	320	○ 커피+음식
3	바닐라라떼 + 아메리카노	315	× 2인 손님
4	아메리카노 + 치즈케이크	305	○ 커피+음식
5	아메리카노 + 크로플	259	○ 커피+음식
6	아메리카노 + 콜드브루	240	× 2인 손님

→ **AI가 준 1위는 세트가 아니라 '2인 손님'. 이걸 아는 건 사장님뿐**

시나리오 8 · 인사이트와 액션

인사이트	빈도 1위가 곧 세트 후보는 아니다
선별 기준	'커피 + 음식' 조합만 진짜 세트 후보
액션	아메리카노 + 크로플 세트를 500원 할인으로
효과	원가율 낮은 커피가 붙어 세트 이익률은 오히려 상승

시나리오 8 정리

AI가 준 1위를 그대로 따라가면 안 됩니다.

— 2인 손님인 걸 아는 건 사장님뿐입니다

시나리오 9 · 좌석 생산성

외식 트랙 심화 · 좌석이 비어 있는 시간을 찾습니다.

PROMPT

우리 가게는 좌석 15석이고 월 영업일수는 27일이야.

시간대별 주문건수를 좌석수로 나눠서
시간대별 좌석 회전율을 계산해줘.

회전율이 가장 낮은 시간대와 가장 높은 시간대를 알려주고,
낮은 시간대에 무엇을 하면 좋을지 제안해줘.

TIP 참고 기준값 — 외식업 전체 좌석회전율 1.41회/일, 카페 1.98회/일 (2024년 기준)

시나리오 9 · 어떻게 읽나

겹쳐 보기	회전율 낮은 시간 = 시나리오 4의 적자 시간대인가?
겹치면	확신을 갖고 영업시간을 조정할 수 있다
안 겹치면	손님은 있는데 객단가가 낮은 시간 → 메뉴 문제
핵심	두 분석을 겹칠 때 처방이 달라진다

시나리오 10 · RFM 고객 분석

소매 트랙 · 질문: 요즘 왜 매출이 조금씩 빠지지?

PROMPT

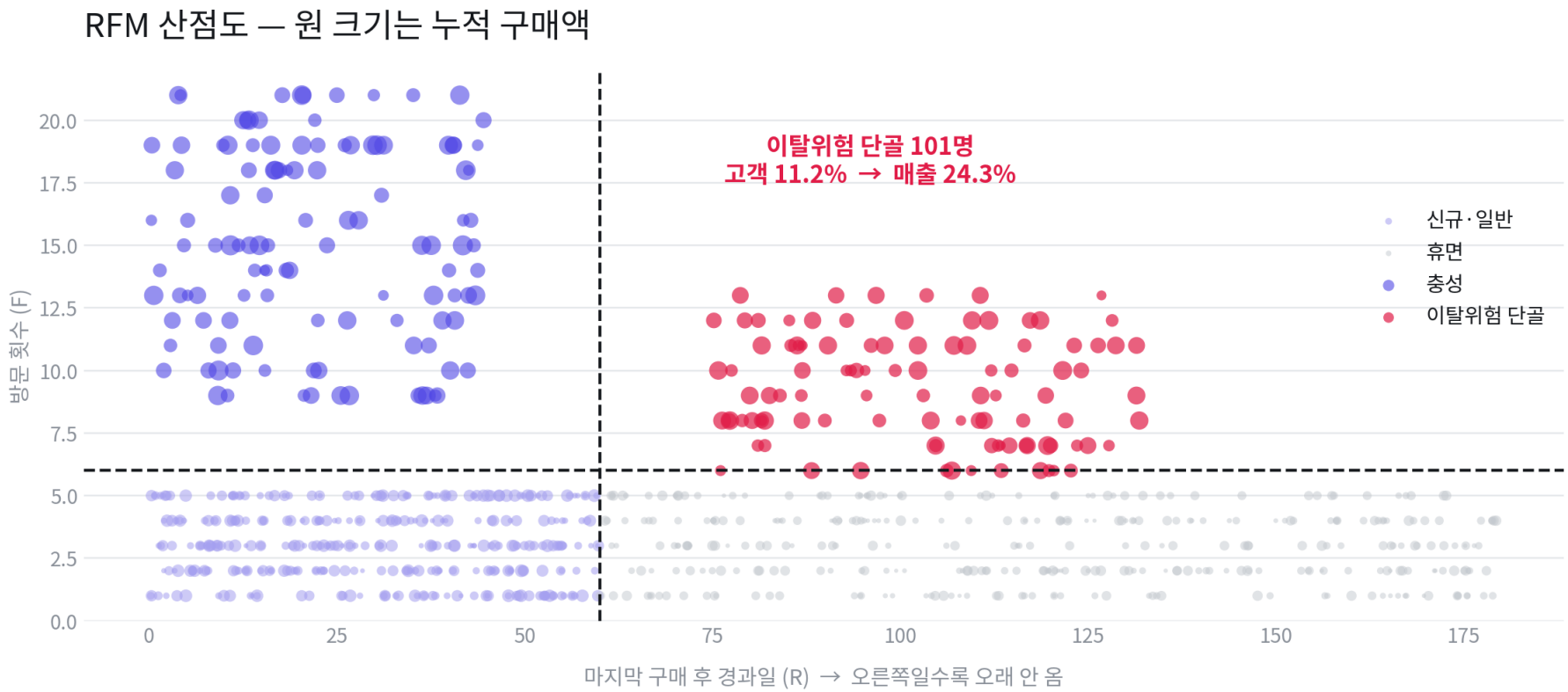
첨부한 고객 구매내역으로 RFM 분석을 해줘. 기준일은 2026년 6월 30일이야.

고객별로 ①마지막 구매 후 며칠(R) ②총 방문 횟수(F) ③총 구매금액(M)을 계산하고,
아래 4개 그룹으로 나눠서 고객수·매출비중·1인평균 구매액을 표로 보여줘.

- **충성: 6회 이상 & 최근 60일 내 구매**
- **이탈위험 단골: 6회 이상 & 60일 넘게 구매 없음**
- **신규·일반: 6회 미만 & 최근 60일 내 구매**
- **휴면: 6회 미만 & 60일 넘게 구매 없음**

TIP 고객 이름·전화번호 컬럼은 지우고 올리세요. C0001 같은 번호로 충분합니다.

시나리오 10 · 실제 결과 ①



→ 오른쪽 위 붉은 무리 — 자주 왔었는데 최근 안 오는 고객들

시나리오 10 · 실제 결과 ②

세그먼트	고객수	고객비중	평균방문	평균 미방문일	매출비중	1인평균
① 충성 (유지)	116	12.9%	15.4회	12.6일	41.9%	616,793
② 이탈위험 단골	**101**	**11.2%**	**9.7회**	**88.2일**	**24.3%**	**411,693**
③ 신규·일반 (육성)	351	39.0%	2.7회	26.6일	22.4%	109,108
④ 휴면	332	36.9%	1.5회	114.5일	11.3%	58,358

→ 재구매율 56.8% · 상위 20% 고객이 매출의 60.3%를 만든다

시나리오 10 정리

고객의 11.2%가 매출의 24.3%인데,
평균 88일째 안 오고 계십니다.

— 매출 총액만 보면 절대 안 보입니다 — 신규가 그 자리를 메우니까요

시나리오 10 · 떠나려는 단골 붙잡기

1

명단

이탈위험 고객 명단을
구매액 순으로 추출

2

개인화

일반 할인이 아니라
'오랜만입니다' 톤의 개별
메시지

3

상품

그분들이 주로 사던
카테고리 쿠폰을 붙여서

4

자동화

60일 경과 알림을
매월 반복 루틴으로

⚠ 재구매율은 남과 비교하지 마세요

사실	한국에는 오프라인 재구매율 공식 통계가 없습니다
떠도는 숫자	'20~30%'는 대부분 미국 이커머스 자료 번역
올바른 방법	내 데이터의 시계열로 관리 — 지난달 대비
목표 설정	업계 평균이 아니라 '지난 분기의 나'가 기준

시나리오 11 · 고객 프로필

소매 트랙 · 진열·SNS 타겟을 바꾸는 근거를 만듭니다.

PROMPT

같은 데이터에서 아래를 분석해줘.

① 성별·연령대별 구매액과 객단가
② 연령대별로 가장 많이 사는 카테고리
③ 함께 구매되는 상품 조합 상위 10개

그리고 '어떤 고객층에 어떤 상품을 추천하면 좋을지'
3가지 제안을 해줘.

시나리오 11 · 무엇을 볼까

많이 오는 층

고객 수가 많은 연령대

→ 진열 · 동선 설계 기준

많이 쓰는 층

객단가가 높은 연령대

→ 추천 · 업셀 타겟

둘은 다르다

이 둘이 갈릴 때

→ 마케팅 타겟을 바꿔야 한다

시나리오 12 · 광고 ROAS 진단

온라인 트랙 · 질문: 광고비 쓰는데 이게 남는 장사인가?

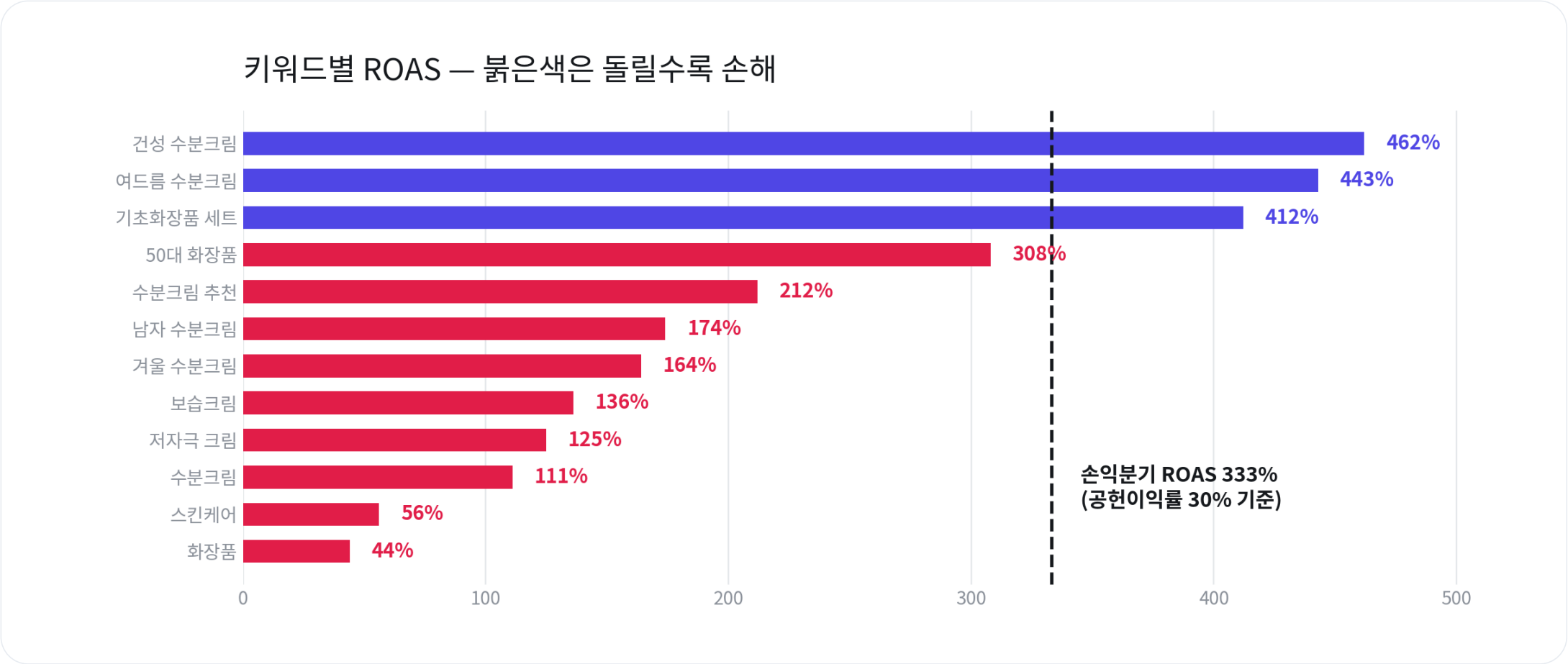
PROMPT

첨부한 키워드별 광고 성과 데이터를 분석해줘.
우리 상품 공헌이익률은 30%야.

① 손익분기 ROAS가 몇 %인지 계산해줘
② 키워드별 ROAS를 계산하고 '유지/증액' vs '중단/축소'로 분류해줘
③ 키워드별 실질 손익(광고매출 × 30% − 광고비)을 계산해줘
④ 지금 광고 예산을 어떻게 재배분해야 할지 제안해줘

TIP 공헌이익률은 (판매가 − 원가 − 수수료 − 배송비) ÷ 판매가 로 먼저 계산하세요.

시나리오 12 · 실제 결과 ①



→ 점선이 손익분기 333%. 붉은 9개는 돌릴수록 손해

시나리오 12 · 실제 결과 ②

키워드	노출	전환율	광고비	광고매출	ROAS	실질손익
건성 수분크림	12,500	9.00%	257,655	1,190,209	462%	+99,408
여드름 수분크림	8,900	10.37%	244,932	1,085,021	443%	+80,574
기초화장품 세트	26,000	6.49%	344,725	1,420,748	412%	+81,499
수분크림 추천	38,000	4.50%	642,102	1,363,147	212%	**−233,158**
수분크림	142,000	2.08%	1,381,775	1,532,417	111%	**−922,050**
스킨케어	188,000	1.11%	961,122	540,731	56%	**−798,903**
화장품	410,000	0.80%	1,330,039	583,297	44%	**−1,155,050**

→ 광고비를 가장 많이 쓴 3개가 전부 큰 적자 — 중단하면 월 396만원 절감

ROAS 500%면 잘한 걸까

333%

공헌이익률 30%의 손익분기 ROAS

153%

이 매장의 실제 ROAS

13배

롱테일 vs 대표 키워드 전환율 차이

손익분기 ROAS 조견표

공헌이익률	10%	20%	25%	30%	40%	50%
손익분기 ROAS	**1,000%**	**500%**	**400%**	**333%**	**250%**	**200%**
ROAS 300%이면	적자	적자	적자	적자	흑자	흑자
ROAS 500%이면	적자	본전	흑자	흑자	흑자	흑자

→ **손익분기 ROAS = 10,000 ÷ 공헌이익률(%) — 이 한 줄만 외우세요**

시나리오 12 · 액션

즉시	적자 키워드 9개 중단 → 월 396만원 절감
재배분	흑자 3개로 이동. 단 롱테일은 노출량 자체가 적다
진짜 액션	비슷한 성격의 롱테일 키워드를 더 발굴
도구	네이버 키워드도구(ads.naver.com/sa)에서 무료 발굴

07

내 숫자는 좋은가

비교할 기준이 있어야 결정이 나옵니다

외식업 표준 손익 구조

항목	전체 평균	일반음식점	주점업	카페	내 가게
식재료비	40.7%	40.9%	38.9%	38.9%	___
고용인 인건비	14.3%	14.2%	14.8%	15.9%	___
가족 인건비	3.3%	3.7%	1.8%	2.6%	___
대표자 인건비	13.3%	13.2%	14.2%	13.3%	___
임차료	7.7%	7.1%	9.9%	8.5%	___
세금	5.9%	6.1%	6.0%	5.9%	___
기타	6.0%	5.9%	6.7%	5.8%	___
영업이익률	**8.7%**	**8.8%**	**7.7%**	**9.1%**	___

→ 농림축산식품부·KREI 2025 외식업체 경영실태조사 (2024년 실적 기준, n=3,138)

이 표를 읽을 때 조심할 것

적정 원가율	'30%' 같은 공식 기준은 존재하지 않습니다
이건 기준이 아님	'실제 평균'입니다. 목표치가 아닙니다
대표자 인건비	인건비 안에 사장 몫 13.3%가 들어 있습니다
사장 몫	영업이익 8.7% + 대표 인건비 13.3% = 22.0%

업종별 식재료비율과 이익률

업종	식재료비율	고용인 인건비	임차료	영업이익률	평균 매출
한식	41.2%	14.0%	6.9%	8.8%	2억 9,106만
중식	38.6%	14.9%	6.5%	10.5%	2억 5,824만
일식	42.6%	14.0%	9.1%	8.1%	3억 3,925만
서양식	38.0%	16.3%	9.0%	7.6%	2억 7,110만
기타 외국식	37.2%	16.7%	10.7%	6.1%	2억 4,000만

→ 같은 출처. 프랜차이즈 매출 3억 3,300만원 / 영업이익률 8.5%

벤치마크 읽는 법

평균은 위쪽 소수가 끌어올린 숫자입니다.

— 비교해야 할 건 평균이 아니라 분포에서 내 위치

소매·서비스업은 평균보다 분포를

업종	하위 25%	중위값	상위 25%
소매업 (자동차 제외)	−14.9%	0.9%	5.3%
음식점·주점업	−15.0%	0.5%	6.2%
교육 서비스업	−23.0%	0.0%	9.0%
기타 개인서비스업 (미용·세탁)	−20.7%	0.7%	11.2%
개인·소비용품 수리업	−1.9%	3.6%	8.8%

→ 한국은행 2024년 기업경영분석 — 영업이익률 분위수

국가가 무료로 해주는 비교

1

홈택스

종합소득세 신고도움 서비스
판관비율을 업종평균과 직접 비교

2

소상공인365

bigdata.sbiz.or.kr
내 상권 매출·유동인구 리포트

3

여신금융협회

cardsales.or.kr
수수료율·입금예정일 통합 조회

벤치마크 비교 프롬프트

홈택스 화면을 캡처해서 함께 올리면 이렇게 물어보세요.

PROMPT

첨부한 이미지는 홈택스 종합소득세 신고도움 서비스의
'매출액 대비 주요 판관비율 분석' 화면이야.

내 가게 비율과 업종평균 비율의 차이가 큰 항목을
차이가 큰 순서로 정리해줘.

각 항목에 대해 ①왜 차이가 나는지 가능한 원인
②줄일 수 있는 방법을 제안해줘.

08

안전하게 쓰기

환각과 개인정보, 딱 두 가지만

AI는 언제 틀리는가

2~5%

파일을 첨부하고 물을 때의 오류율

88%

자료 없이 그냥 물을 때의 오류율

환각을 줄이는 법

차이는 AI가 아니라
여러분이 자료를 줬느냐입니다.

— 오늘 실습은 전부 가장 안전한 방법이었습니다

숫자 검증 3원칙

1

대조

총합계는 원본 엑셀과
한 번 맞춰본다

2

역질문

'어느 컬럼에서 계산한 거야?'
라고 되묻는다

3

재확인

중요한 판단은 다르게 표현해서
두 번 묻는다

절대 입력 금지 3가지

주민번호류	계좌번호 · 비밀번호 · 인증코드 포함
고객 명단	이름 · 전화번호 · 주소는 지우고 올리기
계약서	거래처 계약 · 미공개 업무정보
습관	임시 대화 사용 + 학습 사용 설정 끄기

흔한 오해 3가지

이렇게 생각하기 쉽지만	실제로는
삭제하면 지워지겠지	화면 삭제 ≠ 서버 삭제. 삭제 전 내용은 이미 학습에 쓰였을 수 있음
이름 안 썼으니 개인정보 아니지	단서 결합으로 식별되면 개인정보 ('○○초 3학년 2반 담임')
국내에서 쓰는 건데	ChatGPT·Claude·Gemini 서버는 해외 → 개인정보 국외 이전

→ 고객 데이터를 본격적으로 쓴다면 기업용 라이선스를 검토하세요

고객 데이터를 본격적으로 쓴다면

1

개인용 계정

대화기록 저장 가능
기본적으로 학습에 활용됨

2

기업용 라이선스

입출력값 기본 미저장
학습 미활용이 기본값

3

판단 기준

고객 개인정보를 반복해 넣는다면
기업용 검토가 맞습니다

내일부터 30일 플랜

주차	할 일	쓰는 시나리오	체크
1주	POS에서 최근 6개월 매출 엑셀 다운로드	준비	☐
1주	배달앱 정산명세서 신청 (배민은 이메일)	준비	☐
1주	우리 가게 월 고정비 정리 — 이게 있어야 손익이 나옴	준비	☐
2주	월별·요일별 매출 분석	1 · 2	☐
2주	히트맵 그려서 적자 시간대 1개 찾기	3 · 4	☐
3주	ABC 분석 + 이익 기준 재정렬	5 · 6	☐
3주	채널별 실질 마진 계산	7	☐
4주	찾아낸 것 중 딱 하나만 바꾸기	—	☐
4주	같은 분석 다시 돌려서 변화 확인	전체	☐

→ **딱 하나만 바꾸세요. 한 번에 다 바꾸면 무엇이 효과였는지 알 수 없습니다**

무료로 이어서 배우기

1

지식배움터

edu.sbiz.or.kr
AI 활용 무료 온라인 강좌 · 상시

2

찾아가는 교육

1:1 무료 교육
2026년 11월 30일까지 접수

3

스마트상점

경영지원 SW 연 30만원
국비 100% · 1600-6185

마무리

12개를 다 하실 필요 없습니다.
히트맵 한 장이면 됩니다.

— 거기서 제일 흰 칸 하나를 찾아 그 시간을 바꿔보세요

감사합니다

감이 아니라 숫자로 결정하는 사장님이 되시길