

표준형 · 공개 샘플

주문제작 케이크 개선 인사이트 리포트

STANDARD · 표준형

“맛은 좋는데 다시 주문하기는 불안하다”는 고객의 모순된 반응을 주문 데이터와 후기 근거로 추적해, 재주문을 막는 불확실성을 줄이는 실행안을 제시합니다.

분석 대상

성수동 주문제작 케이크

가상 로컬 카페 사례

분석 기간

2026.06.01—06.30

표준형 30일

분석 데이터

24건

내부 18건 · 외부 6건

납품 유형

표준형

단일 대상 VOC 개선 진단

이 샘플은 표준형 납품 예시이며 수치는 모두 부록의 가상 후기 ID에서 계산됩니다.
심화형의 지점·상품·채널별 확장 비교는 포함하지 않습니다.

EXECUTIVE BRIEF

경영진이 결정해야 할 세 가지

제작 인력을 늘리기 전에 주문 단계의 불확실성을 줄여야 합니다. 맛 만족 21건 중 13건이 재주문 확신으로 이어지지 않았고, 디자인·가격·픽업 신호가 이탈 의향과 함께 나타났습니다.

권고 결정

결정	지금 할 일	지금 하지 않을 일	30일 판단 기준
1. 디자인 합의 표준화	색상칩·글씨체·장식 범위 확인서	수정 요청을 직원 재량으로 처리	제작 시작 후 재확인율 감소
2. 최종가 선공개	옵션 선택 즉시 예상 결제액 표시	기본가 할인으로 불만 상쇄	예상·최종 가격 편차 축소
3. 픽업 약속 재정의	포장 완료 기준 알림 발송	바로 제작 인력 증원	정시 픽업 준비율 상승

왜 이 순서인가

- 세 과제 모두 신규 인력 없이 적용 가능한 정보·프로세스 개선입니다.
- 가격이나 제작 가능 수량을 바꾸기 전에 이탈 원인을 분리 측정할 수 있습니다.
- 30일 안에 효과를 확인하지 못하면 제작 용량과 인력 문제를 다음 가설로 검토합니다.

01 · 분석 설계

무엇을 어떻게 분석했는가

내부 경험기록

18건

주문·픽업·시식 경험

외부 참고

6건

지도·블로그·SNS

주문 유형

4종

레터링·캐릭터·플라워·포토

판단 단위

후기 ID

한 후기에 복수 신호 허용

분석 절차

1. 관찰

직접 표현과 사건 분리

**2. 패턴**

반복·반례·채널 차이

**3. 결정**

사업 영향과 실험 설계

해석 규칙

- 건수는 해당 신호가 표시된 후기 수이며 한 후기에 여러 신호가 있을 수 있습니다.
- 외부 참고는 보조 근거로만 사용하며 내부 경험기록과 구분합니다.
- 후기만으로 원인을 확정하지 않고 대안 가설과 추가 확인 데이터를 제시합니다.
- 가상 표본이므로 업계 평균이나 실제 매출 효과로 일반화하지 않습니다.

02 · 데이터 대시보드

고객 경험 신호 한눈에 보기

24건

내부 18건 + 외부 6건

주요 문제 신호

디자인 기대 차이		14건 · 58%
최종 가격 혼선		12건 · 50%
픽업 준비 지연		10건 · 42%

재주문 신호

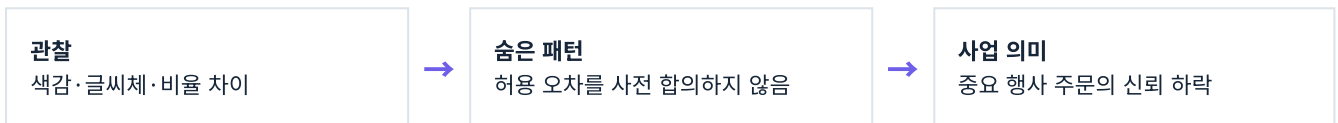
재주문 긍정		8건 · 33%
재주문 망설임		9건 · 38%
재주문 부정		7건 · 29%

맛 긍정 21건 중 13건은 재주문 긍정으로 이어지지 않았습니다. 따라서 맛 개선만으로 이탈 문제를 설명하기 어렵습니다.

INSIGHT 01

맛이 아니라 “결과 예측 실패”가 재주문을 막고 있습니다

디자인 기대 차이는 14건(58%)에서 나타났고, 맛이 긍정적인 후기에서도 재주문 망설임과 함께 관찰됐습니다.



이 인사이트가 바꾸는 의사결정

- “디자인 실력을 더 높인다”보다 고객과 제작자가 같은 결과를 상상하도록 주문 계약을 표준화해야 합니다.
- 참고 이미지를 받았다는 사실은 합의가 아닙니다. 색상·글씨체·배치·구현 불가 요소를 별도로 확인해야 합니다.
- 완성 사진 전송만 추가하면 수정 요구가 늘 수 있으므로 수정 가능 범위와 마감 시점을 함께 정의해야 합니다.

INSIGHT 01 · EVIDENCE

근거와 반례

R-001 내부 경험기록 · lettering

“피드에서 본 크림색보다 노란빛이 강했고 색 변경 추가금은 결제 직전에 알았어요.”

R-002 내부 경험기록 · character

“캐릭터 표정이 참고 사진과 달랐고 픽업 시간에도 포장을 기다렸습니다.”

R-005 내부 경험기록 · photo

“인쇄 사진이 어둡게 나왔는데 어느 정도 색 차이가 가능한지 안내가 없었습니다.”

R-009 내부 경험기록 · lettering

“민트색 요청이 하늘색에 가까웠고 픽업 후에도 레터링 수정 때문에 더 기다렸어요.”

R-015 내부 경험기록 · lettering

“맛은 좋았지만 레터링 굵기가 예시와 달라 중요한 행사 때 다시 맡길지 고민됩니다.”

반례가 말해주는 것

R-003 내부 경험기록 · lettering

“확정 전에 글씨체와 색상표를 보내줘서 예상한 모습 그대로 받았습니다.”

R-008 내부 경험기록 · flower

“가능한 꽃 색과 추가 가격을 표로 받아 선택하기 편했습니다.”

R-016 내부 경험기록 · flower

“색상칩과 최종 가격을 한 번에 확인해 결과에 만족했습니다.”

해석: 만족 사례는 색상표·글씨체·옵션 범위를 주문 전에 확인했다는 공통점이 있습니다. 이는 “수작업이라 어쩔 수 없다”보다 합의 방식의 차이가 결과 인식에 영향을 줄 가능성을 지지합니다.

INSIGHT 01 · DIAGNOSIS

원인 가설을 비교했습니다

가설	근거	반대 신호	추가 확인
A. 제작 기술 편차	캐릭터·포토 유형에서 차이 반복	같은 유형에도 만족 사례 존재	제작자별 수정률
B. 주문 합의 부족	색상·글씨체 기준 부재 후기 반복	확인서를 사용한 주문 표본 부족	확인서 유무별 불만률
C. 고객 기대 과도	참고 이미지 복제 기대 가능성	허용 오차 안내 자체가 없었음	허용 범위 확인 후 만족도

우선 검증할 가설

B. 주문 합의 부족을 먼저 검증합니다. 기술 교육이나 고객 기대 탓으로 돌리기 전에 가장 저비용으로 바꿀 수 있고, 결과도 주문별로 측정할 수 있기 때문입니다.

INSIGHT 01 · EXPERIMENT

30일 실험: 디자인 확인서

대상	신규 주문의 50%, 주문 유형별 균등 배정
변경	색상칩·글씨체·장식 개수·배치·구현 불가 요소·수정 마감 확인
비교군	기존 메시지 주문 흐름
성공 기준	제작 시작 후 디자인 재확인율 30% 이상 감소, 픽업 후 디자인 불만 감소
중단 기준	주문 확정 시간이 20% 이상 증가하면서 재확인율 개선이 없음
담당	주문 운영 담당 · 매주 월요일 결과 검토

필요 산출물

- 모바일 한 화면 디자인 확인서
- 주문별 확정 이미지와 변경 이력
- 제작 시작 후 재질문 사유 코드
- 픽업 후 결과 일치 여부 1문항

INSIGHT 02

가격 불만은 “비싸다”보다 결정 시점이 늦다는 문제입니다

최종 가격 혼선은 12건(50%)에서 관찰됐습니다. 기본가보다 옵션이 비싸다는 사실보다 결제 직전에 총액을 알았다는 경험이 반복됐습니다.

R-004 내부 경험기록 · flower

“꽃 장식 개수에 따라 금액이 달라지는 걸 나중에 알아 예산을 다시 맞췄어요.”

R-007 내부 경험기록 · character

“소품 추가금이 각각 붙어 최종 금액이 처음 본 가격보다 많이 높았습니다.”

R-011 내부 경험기록 · character

“예약금 뒤에 난이도 추가금이 붙었고 캐릭터 비율도 생각과 달랐습니다.”

R-012 내부 경험기록 · flower

“맛과 꽃 디자인은 좋았지만 금액이 확정될 때까지 메시지를 여러 번 주고받았어요.”

R-017 내부 경험기록 · photo

“보정 비용과 긴급 제작비를 마지막에 알았고 사진 위치도 달라졌습니다.”

사업적 의미

- 기본가를 낮춰 노출하면 문의는 늘 수 있지만 최종가 차이가 커져 신뢰와 전환 품질이 악화될 수 있습니다.
- 추가금 설명을 직원 숙련도에 맡기면 같은 디자인도 채널과 담당자에 따라 가격 경험이 달라집니다.
- 가격표의 목표는 최저가로 보이게 하는 것이 아니라 고객이 옵션을 선택한 결과로 총액을 이해하게 하는 것입니다.

INSIGHT 02 · EXPERIMENT

마진을 지키는 가격 투명성 실험

할인하지 않습니다. 옵션 선택 즉시 최종 예상가를 보여주고, 주문 전환율과 객단가를 함께 측정합니다.

변경	크기·맛·색상·레터링·장식·긴급 제작비를 선택형 가격표로 통합
핵심 지표	예상·최종 가격 편차, 주문 확정률, 평균 주문금액, 가격 관련 문의 횟수
성공 기준	가격 편차 50% 이상 감소, 확정률 하락 5%p 이내, 객단가 유지
중단 기준	객단가 또는 공헌이익이 10% 이상 하락하고 가격 불만 개선이 없음

마진 보호 장치

- 옵션 가격을 낮추지 않고 설명 순서만 변경합니다.
- 원가율이 높은 장식은 추천 기본값에서 제외합니다.
- 가격표 적용 전후를 같은 주문 유형끼리 비교합니다.
- 매출이 아니라 주문당 공헌이익을 최종 판단 지표로 둡니다.

INSIGHT 03

픽업 지연은 제작 용량보다 “완료 정의”의 문제일 수 있습니다

픽업 지연은 10건(42%)이며 지연 후기의 평균 지연은 14분입니다. 일부 후기에서는 제품은 완성됐지만 포장·수정·사진 촬영 때문에 기다렸다고 나타났습니다.

R-002 내부 경험기록 · character

“캐릭터 표정이 참고 사진과 달랐고 픽업 시간에도 포장을 기다렸습니다.”

R-006 내부 경험기록 · lettering

“케이크는 마음에 들었지만 도착하고 12분 정도 기다려 다음 주문은 고민돼요.”

R-009 내부 경험기록 · lettering

“민트색 요청이 하늘색에 가까웠고 픽업 후에도 레터링 수정 때문에 더 기다렸어요.”

R-014 내부 경험기록 · character

“가능하다고 한 디자인이 당일 단순화됐고 사전 연락 없이 픽업도 늦었습니다.”

R-017 내부 경험기록 · photo

“보정 비용과 긴급 제작비를 마지막에 알았고 사진 위치도 달라졌습니다.”

R-024 외부 참고 · character

“최종 금액도 예상보다 높았고 캐릭터 수정으로 픽업이 늦어졌습니다.”

대안 가설

- 제작 용량 부족: 특정 시간대에 주문이 몰려 실제 제작이 끝나지 않음
- 완료 정의 혼선: 제작 완료를 픽업 가능 상태로 기록해 포장 시간이 누락됨
- 수정 재작업: 디자인 합의 부족이 픽업 직전 수정으로 이어짐

INSIGHT 03 · EXPERIMENT

인력 증원 전 운영 실험

1주차	제작 완료·사진 완료·포장 완료·고객 알림 시각을 각각 기록
2주차	포장 완료 후에만 픽업 준비 메시지 발송
3-4주차	지연 원인을 제작/수정/포장/고객 조기 도착으로 분류
성공 기준	정시 픽업 준비율 90% 이상, 평균 지연 5분 이하
증원 검토 조건	포장 흐름 개선 후에도 제작 단계 지연이 전체 지연의 60% 이상
의사결정: 지금 바로 인력을 늘리지 않습니다. 30일 기록으로 제작 용량 부족이 확인될 때만 시간대별 인력 또는 주문 수량 조정을 검토합니다.	

INSIGHT 04

맛 만족은 재주문을 보장하지 않습니다

13건

맛이 긍정적인 21건 가운데 13건은 재주문을 망설이거나 거부했습니다.



해석

- 제품 핵심 품질이 좋아도 주문 결과와 과정의 불확실성이 중요한 행사 주문의 위험으로 인식됩니다.
- 맛 개선 캠페인만으로는 디자인·가격·픽업에서 발생한 신뢰 손실을 해결하기 어렵습니다.
- 재주문 기능은 할인 쿠폰보다 이전 주문 사양을 재사용해 실패 가능성을 낮추는 방향이 적합합니다.

실행안

이전 주문의 크기·맛·색상·글씨체·장식·가격을 저장하고, 다음 주문에서 변경할 항목만 선택하게 합니다.

03 · 우선순위 포트폴리오

무엇부터 바꿀 것인가

순위	과제	고객 영향	난이도	마진 위험	판단
1	디자인 확인서	높음	낮음	낮음	즉시 실행
2	옵셔널 예상가	높음	보통	보통	A/B 실험
3	포장 완료 알림	보통	낮음	낮음	즉시 적용
4	이전 주문 재사용	보통	보통	낮음	60일
보류	제작 인력 증원	미확인	높음	높음	용량 근거 후 결정
제외	전면 할인	단기	낮음	높음	원인 미해결

선정 원칙

고객 영향이 크고, 원인을 분리 측정할 수 있으며, 가격 인하나 고정비 증가 없이 시작할 수 있는 과제를 우선했습니다.

04 · 실행 로드맵

30·60·90일 운영계획

기간	핵심 과제	담당	산출물	게이트
0-30일	디자인 확인서, 가격표, 완료 시각 기록	주문 운영	양식 3종·주간 대시보드	재확인율·가격 편차·정시율
31-60일	주문 흐름 A/B, 이전 주문 사양 저장	운영·마케팅	비교 결과·재주문 화면	공헌이익과 확정률 유지
61-90일	제작 용량과 인력 의사결정	대표·운영	시간대별 용량표	제작 단계 지연 60% 이상 여부

주간 회의에서 볼 숫자

디자인 재확인율 ↓ 제작 시작 후 변경 요청	가격 편차 ↓ 최초 예상가 대비 최종가
정시 픽업 준비율 ↑ 포장 완료 기준	주문당 공헌이익 유지 할인 없는 개선 확인

05 · 측정 설계

KPI 정의와 계산식

지표	계산식	주기	목표 방향	의사결정
디자인 재확인율	제작 시작 후 디자인 재질문 주문 ÷ 전체 주문	주간	30% 이상 감소	확인서 유지·수정
예상·최종 가격 편차	(최종액-최초 예상액) ÷ 최초 예상액	주간	50% 이상 감소	가격표 항목 보완
정시 픽업 준비율	예약 시각 전 포장 완료 주문 ÷ 픽업 주문	일간	90% 이상	용량·인력 검토
재주문 전환율	90일 내 재주문 고객 ÷ 재주문 가능 고객	월간	상승	사양 재사용 효과
주문당 공헌이익	결제액-재료비-변동 인건비-수수료	월간	유지 또는 상승	마진 보호 최종 기준

만족도만 보지 않습니다. 고객 경험이 좋아져도 공헌이익이 악화되면 가격·운영안을 재검토합니다.

06 · 숨은 원인 심층 진단

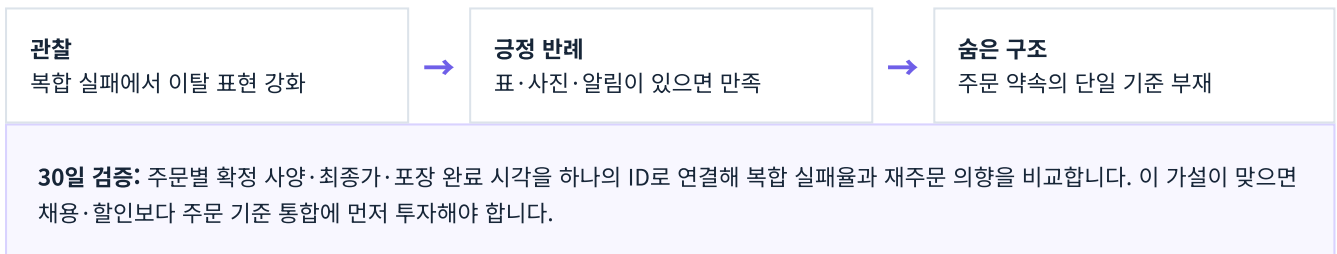
세 가지 문제가 아니라 하나의 구조일 수 있습니다

겉으로는 디자인·가격·픽업 문제가 각각 제작 기술, 상담, 인력 부족처럼 보입니다. 그러나 복합 실패와 긍정 반례를 교차하면 “주문 약속을 만드는 단계와 이행하는 단계가 하나의 기준으로 연결되지 않는 구조”가 공통 원인일 가능성이 나타납니다.

경영진이 놓치기 쉬운 이유

- 불만이 제작·상담·현장 운영으로 나뉘어 집계되므로 한 주문에서 약속이 어떻게 변했는지 보이지 않습니다.
- 맛 만족 21건이라는 강한 제품 지표가 주문 과정의 신뢰 손실을 가립니다.
- 각 담당자는 자기 단계의 완료를 기록하지만 고객은 디자인·총액·수령 시각을 하나의 약속으로 평가합니다.

근거 사슬과 반증 방법



06 · 상세 분석

강점은 유지하고 실패 가능성만 줄입니다

유지해야 할 강점

강점	근거	고객 가치	확장 방법
맛 만족	21건	행사 후 실제 섭취 만족	맛 변경보다 주문 경험 개선 우선
사전 확인 효과	R-003·008·010·016·020·023	실패 불안 감소	확인 절차를 전 주문에 표준화
재주문 사양 저장	R-013	다시 설명하는 비용 제거	이전 주문 복제 기능으로 확장
자연 사전 안내	R-018	같은 자연도 통제감 유지	준비 단계 자동 알림

피해야 할 과잉 대응

- 모든 디자인을 단순화하면 차별화와 객단가가 동시에 약해질 수 있습니다.
- 기본가를 낮추면 가격 혼선의 원인은 남고 마진만 감소할 수 있습니다.
- 모든 시간대에 인력을 늘리면 자연 원인이 포장이나 수정일 때 고정비만 증가합니다.

07 · 반응 분석

감정과 감성 톤을 맥락으로 읽었습니다

긍정·확신 8건 결과 예측과 재주문 의사	망설임 9건 맛 만족과 위험 회피 공존
부정·이탈 7건 복합 실패 경험	맛 긍정 21건 제품 강점은 유지

감성 톤 순위

순위	톤	대표 맥락	근거 ID
1	결과 불안	색·글씨체·캐릭터가 예상과 다를까 걱정	R-001·002·005·009·015
2	가격 경계	추가금과 최종가 확정 시점에 대한 불신	R-004·007·011·017·024
3	안도·통제감	표·사진·알림으로 결과를 미리 확인	R-003·008·010·016·023
4	시간 압박	행사 직전 픽업 대기로 일정 위험 인식	R-006·009·014·021·024

감정 비율을 임의의 AI 점수로 만들지 않고, 표본에서 확인 가능한 재주문 표현과 사건 맥락을 함께 제시했습니다.

08 · 키워드 클러스터

단어가 아니라 함께 등장한 상황을 봅니다

클러스터	빈도	주요 동시 신호	해석	근거
디자인 결과	14건	재주문 망설임·부정	복제 수준보다 허용 오차 합의 부재	R-001·002·005·009·011·014·015·017·019·021·022·024
가격 확정	12건	옵션·난이도·긴급비	가격 수준보다 낮은 공개가 문제	R-001·004·007·009·011·012·014·017·019·022·024
픽업 준비	10건	포장·수정·알림	제작 완료와 수령 가능 상태 혼선	R-002·004·006·009·011·014·017·018·021·024
사전 확인	6건	색상표·가격표·사진·알림	불확실성을 줄이는 보호 요인	R-003·008·010·016·020·023

교차 해석: 디자인·가격·픽업 중 두 가지 이상이 함께 실패한 주문은 단일 불만보다 재주문 부정 표현이 강했습니다. 실제 운영에서는 주문별 복합 실패 개수를 추적해야 합니다.

09 · 고객 여정

어느 순간에 신뢰가 무너지는가

단계	고객이 하려는 일	현재 마찰	개선 장치	측정
탐색	예산과 가능 디자인 판단	기본가와 완성 사례만 노출	유형별 예상 가격 범위	가격 문의율
상담	참고 이미지 전달	구현 가능 범위가 구두로 흩어짐	디자인 확인서	재질문 횟수
결제	최종 비용 확정	옵션 추가금이 뒤늦게 합산	선택 즉시 최종 예상가	가격 편차
제작	행사 준비 상태 확인	진행 상황을 알 수 없음	확정·제작·포장 상태 알림	상태 문의율
픽업	정시에 완제품 수령	제작 완료와 포장 완료 혼선	포장 완료 후 준비 알림	정시 준비율
재주문	이전 성공 경험 반복	사양을 처음부터 다시 설명	이전 주문 복제	90일 재주문율

10 · 구매 상황

인구통계 대신 실제 주문 맥락을 봅니다

상황 1 · 중요한 행사

기대: 실패 가능성 최소화 · **위험:** 색감·문구 차이와 지연 · **대응:** 허용 오차 확인과 픽업 버퍼를 명시합니다.

상황 2 · 예산이 정해진 선물

기대: 총액 예측 · **위험:** 옵션 추가금 누적 · **대응:** 예산별 추천 조합과 최종 예상가를 함께 제시합니다.

상황 3 · 반복 주문

기대: 이전 성공 결과의 재현 · **위험:** 주문 설명 반복 · **대응:** 이전 사양을 불러와 변경점만 확정합니다.

해석 한계

후기에 나이·성별·소득 정보가 없으므로 이를 추정하지 않았습니다. 실제로 관찰된 행사 중요도, 예산 제약, 반복 주문 여부만 타깃 맥락으로 사용했습니다.

11 · 실행 도구

현장에서 바로 쓰는 문구와 기록 양식

디자인 확정 메시지

요청하신 디자인은 [색상]·[글씨체]·[장식 수] 기준으로 제작됩니다. 수작업 특성상 [허용 오차]가 있으며, [구현이 어려운 요소]는 제외됩니다. 이 내용으로 제작을 시작해도 되는지 확인해 주세요.

가격 확정 메시지

선택하신 구성의 예상 결제액은 [기본가] + [옵션] + [긴급/배송비] = [최종 예상가]원입니다. 이후 요청 변경이 없다면 이 금액에서 추가되지 않습니다.

픽업 준비 메시지

주문하신 케이크의 제작과 포장에 모두 완료되었습니다. [예약 시각]부터 수령 가능하며, 수정 가능 범위는 [범위]입니다.

주문별 기록 필드

- 디자인 확정 시각·변경 횟수·재확인 사유
- 최초 예상가·최종가·편차 사유
- 제작 완료·사진 완료·포장 완료·고객 알림 시각
- 픽업 지연 원인·재주문 여부·주문당 공헌이익

APPENDIX A

근거 원문 목록 · R-001—R-012

ID	구분	유형	관찰 신호	근거 문장
R-001	내부	lettering	디자인 · 가격 · 재주문 hesitant	피드에서 본 크림색보다 노란빛이 강했고 색 변경 추가금은 결제 직전에 알았어요.
R-002	내부	character	디자인 · 가격 · 지연 18분 · 재주문 no	캐릭터 표정이 참고 사진과 달랐고 픽업 시간에도 포장을 기다렸습니다.
R-003	내부	lettering	긍정 기준	확정 전에 글씨체와 색상표를 보내줘서 예상한 모습 그대로 받았습니다.
R-004	내부	flower	디자인 · 가격 · 지연 7분 · 재주문 hesitant	꽃 장식 개수에 따라 금액이 달라지는 걸 나중에 알아 예산을 다시 맞췄어요.
R-005	내부	photo	디자인 · 재주문 no	인쇄 사진이 어둡게 나왔는데 어느 정도 색 차이가 가능한지 안내가 없었습니다.
R-006	내부	lettering	지연 12분 · 재주문 hesitant	케이크는 마음에 들었지만 도착하고 12분 정도 기다려 다음 주문은 고민됐요.
R-007	내부	character	디자인 · 가격 · 재주문 hesitant	소품 추가금이 각각 붙어 최종 금액이 처음 본 가격보다 많이 높았습니다.
R-008	내부	flower	긍정 기준	가능한 꽃 색과 추가 가격을 표로 받아 선택하기 편했습니다.
R-009	내부	lettering	디자인 · 가격 · 지연 23분 · 재주문 no	민트색 요청이 하늘색에 가까웠고 픽업 후에도 레터링 수정 때문에 더 기다렸어요.
R-010	내부	photo	긍정 기준	완성 사진을 미리 보내줘 확인하고 바로 픽업할 수 있었습니다.
R-011	내부	character	디자인 · 가격 · 지연 15분 · 재주문 no	예약금 뒤에 난이도 추가금이 붙었고 캐릭터 비율도 생각과 달랐습니다.
R-012	내부	flower	가격 · 재주문 hesitant	맛과 꽃 디자인은 좋았지만 금액이 확정될 때까지 메시지를 여러 번 주고받았어요.

APPENDIX B

근거 원문 목록 · R-013—R-024

ID	구분	유형	관찰 신호	근거 문장
R-013	내부	lettering	긍정 기준	이전 주문 사양이 남아 있어 문구만 바꾸고 빠르게 재주문했습니다.
R-014	내부	character	디자인 · 가격 · 지연 9분 · 재주문 hesitant	가능하다고 한 디자인이 당일 단순화됐고 사전 연락 없이 픽업도 늦었습니다.
R-015	내부	lettering	디자인 · 재주문 hesitant	맛은 좋았지만 레터링 굵기가 예시와 달라 중요한 행사 때 다시 말걸지 고민됩니다.
R-016	내부	flower	긍정 기준	색상칩과 최종 가격을 한 번에 확인해 결과에 만족했습니다.
R-017	내부	photo	디자인 · 가격 · 지연 20분 · 재주문 no	보정 비용과 긴급 제작비를 마지막에 알았고 사진 위치도 달라졌습니다.
R-018	내부	lettering	지연 6분	6분 정도 기다렸지만 준비 상황을 먼저 알려줘 불편하지 않았습니다.
R-019	외부	character	디자인 · 가격 · 재주문 hesitant	기본가로 생각했는데 캐릭터 난이도 비용이 별도였고 결과 차이를 감수해야 했어요.
R-020	외부	flower	긍정 기준	주문서에 꽃 종류와 색상 허용 범위가 적혀 있어 안심했습니다.
R-021	외부	lettering	디자인 · 지연 14분 · 재주문 hesitant	글씨체가 달랐고 예약 시각에 포장이 끝나지 않았지만 맛은 좋았습니다.
R-022	외부	photo	디자인 · 가격 · 재주문 no	사진 케이크 보정 추가금과 실제 출력 색감 차이를 미리 알기 어려웠어요.
R-023	외부	lettering	긍정 기준	원성 사진과 픽업 준비 알림을 받아 행사 준비가 편했습니다.
R-024	외부	character	디자인 · 가격 · 지연 17분 · 재주문 no	최종 금액도 예상보다 높았고 캐릭터 수정으로 픽업이 늦어졌습니다.

12 · 한계와 다음 분석

이 리포트가 말하지 않는 것

- 이 데이터는 공개 샘플을 위한 가상 기록이며 실제 성수동 카페나 고객을 대표하지 않습니다.
- 후기만으로 제작 기술, 직원 응대, 고객 기대 중 하나를 확정 원인으로 단정할 수 없습니다.
- 주문 취소율, 실제 원가, 제작자별 처리시간과 재주문 거래 데이터는 포함되지 않았습니다.
- 가격 투명성이 전환율과 공헌이익에 미치는 영향은 A/B 실험 전에는 알 수 없습니다.

실제 운영에서 추가로 연결할 데이터

주문 데이터

최초 예상가·최종가·옵션

운영 데이터

제작·사진·포장·알림 시각

고객 데이터

90일 재주문·취소 사유

원가 데이터

재료비·변동 인건비·수수료

다음 리포트의 질문

“디자인 확인서와 가격표가 불확실성을 줄이면서도 주문 전환율과 공헌이익을 유지했는가?”를 동일 지표로 재검증합니다.

본 문서는 서비스 이해를 위한 가상 데이터 공개 샘플이며 실제 성과를 보장하지 않습니다.