

CAPSTONE PROJECT

Retail Supply Chain Sales Analysis

A. TỔNG QUAN DỰ ÁN

Dự án này tập trung vào việc phân tích dữ liệu bán hàng từ một cửa hàng trực tuyến toàn cầu để hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu, lợi nhuận, và hiệu quả hoạt động kinh doanh. Bộ dữ liệu chứa thông tin chi tiết về các giao dịch bán hàng, bao gồm sản phẩm, khách hàng, phương thức vận chuyển, khu vực địa lý và các yếu tố tài chính như doanh thu, chiết khấu và lợi nhuận.

Thông qua việc phân tích dữ liệu này, dự án sẽ xác định các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận, đánh giá hiệu quả bán hàng ở các thị trường và phân khúc khách hàng khác nhau, và đề xuất các chiến lược cải thiện hiệu quả kinh doanh. Mục tiêu của dự án là đưa ra những chiến lược có thể hành động giúp tối ưu hóa doanh thu, giảm chi phí, và tăng trưởng trong dài hạn.

B. THÔNG TIN DỮ LIỆU

1. Tổng quan.

Bộ dữ liệu được thu thập từ các giao dịch bán hàng của cửa hàng trực tuyến, bao gồm thông tin chi tiết về mỗi đơn hàng như mã định danh, ngày đặt hàng, thông tin khách hàng, phương thức vận chuyển, địa lý nơi đơn hàng được giao, sản phẩm được mua, doanh thu, chiết khấu và lợi nhuận. Dữ liệu này được chuẩn hóa để hỗ trợ phân tích, giúp theo dõi xu hướng và hiệu quả của các giao dịch bán hàng qua các thời kỳ.

2. Thông tin chi tiết về các bảng dữ liệu

Xem thông tin chi tiết về các cột của từng bảng trong CSDL trong file Data Dictionary.

C. BÀI TOÁN PHÂN TÍCH

1. Phân tích xu hướng doanh thu và lợi nhuận theo thời gian:

- Mục tiêu:** Hiểu rõ sự thay đổi và tăng trưởng của doanh thu và lợi nhuận theo thời gian, xác định các xu hướng tăng trưởng hay giảm sút và các giai đoạn có sự biến động đột ngột.
- Phân tích:** Tổng hợp doanh thu và lợi nhuận theo tháng, quý, hoặc năm. So sánh hiệu suất giữa các thời kỳ khác nhau để nhận diện các xu hướng và điểm bất thường.
- Kết quả mong đợi:** Nhận diện các xu hướng tăng trưởng hoặc suy giảm trong doanh thu và lợi nhuận, từ đó đưa ra các dự báo và điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp.

2. Phân tích hiệu suất theo phân khúc khách hàng:

- Mục tiêu:** Xác định các phân khúc khách hàng nào đóng góp nhiều nhất vào doanh thu và lợi nhuận để tập trung nguồn lực tiếp thị và bán hàng.

- **Phân tích:** Phân tích tổng doanh thu và tổng lợi nhuận theo từng phân khúc khách hàng. Đặc biệt chú trọng vào các phân khúc khách hàng lớn để tối ưu hóa chiến lược tiếp cận và chăm sóc.
- **Kết quả mong đợi:** Xác định phân khúc khách hàng có giá trị cao nhất, đề xuất các chiến lược marketing và bán hàng hiệu quả cho từng phân khúc khách hàng.

3. Phân tích ảnh hưởng của phương thức vận chuyển đến doanh thu và chi phí:

- **Mục tiêu:** Hiểu rõ tác động của các phương thức vận chuyển khác nhau đối với doanh thu và chi phí của cửa hàng.
- **Phân tích:** So sánh doanh thu và chi phí của các đơn hàng theo từng phương thức vận chuyển (ví dụ: Tiêu chuẩn, Hạng Nhất, hoặc Giao hàng nhanh).
- **Kết quả mong đợi:** Phát hiện phương thức vận chuyển tối ưu với chi phí thấp và hiệu quả cao, giúp cải thiện chiến lược vận chuyển và giảm chi phí cho cửa hàng.