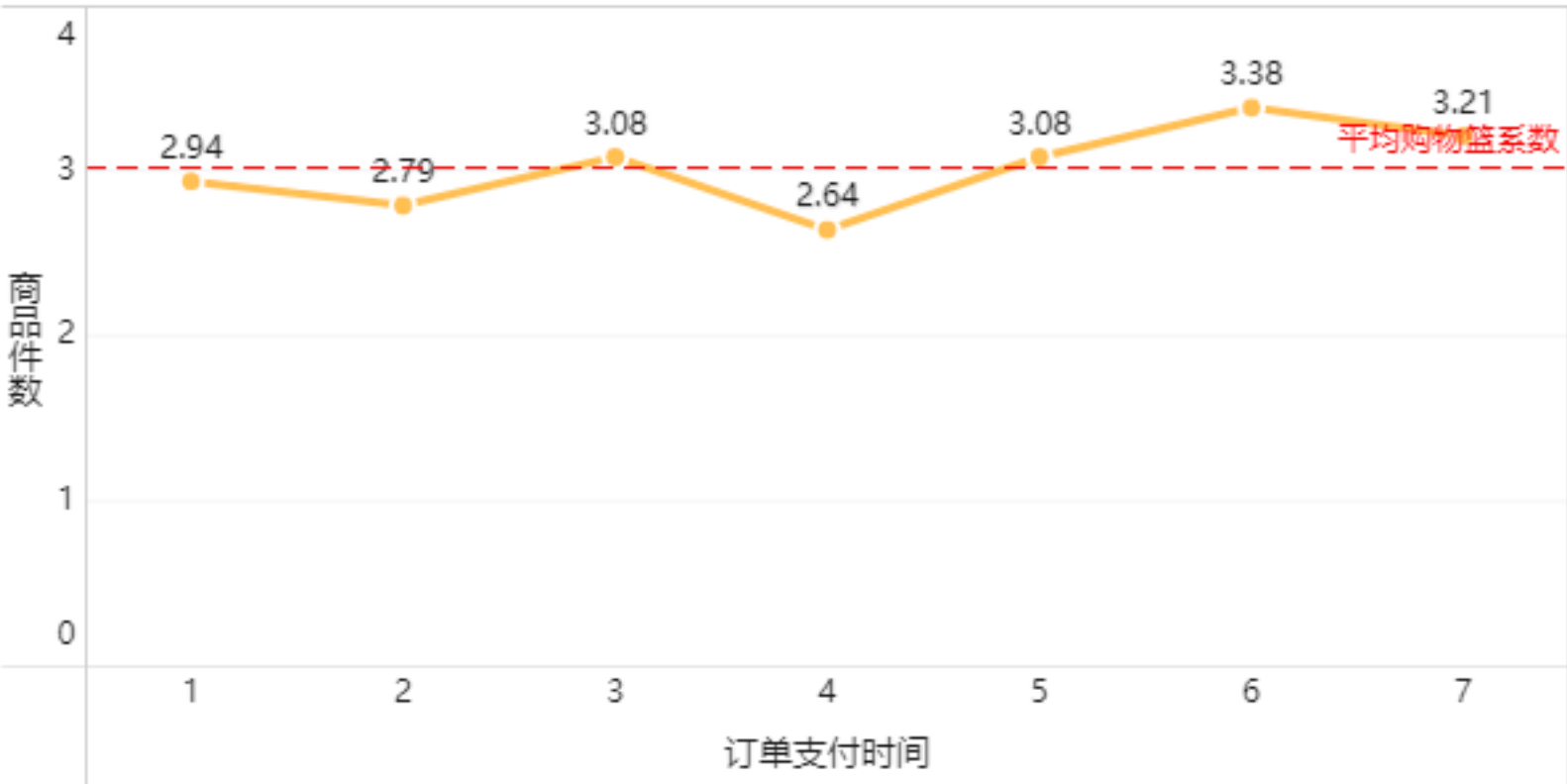
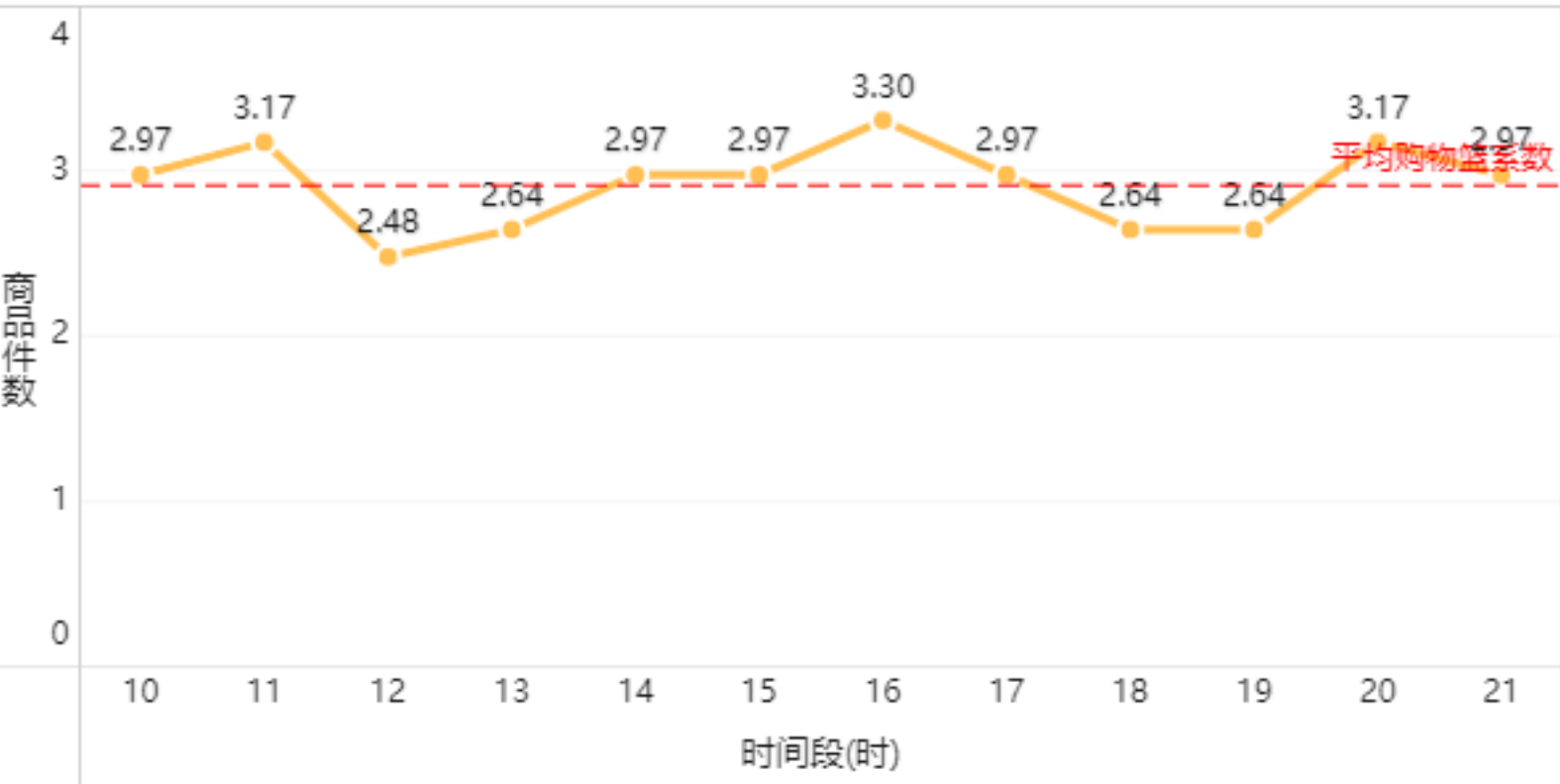


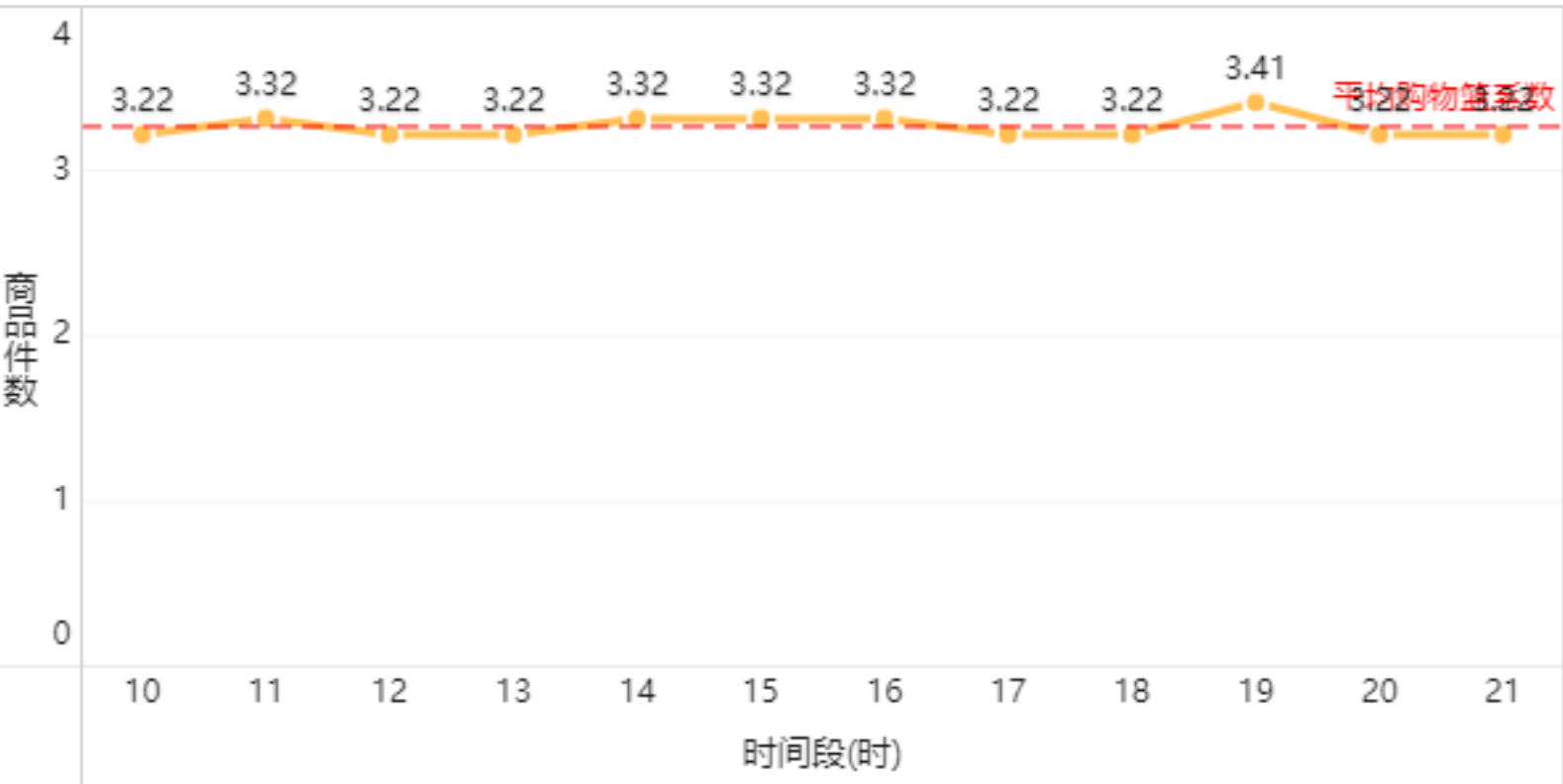
购物篮系数周变化趋势



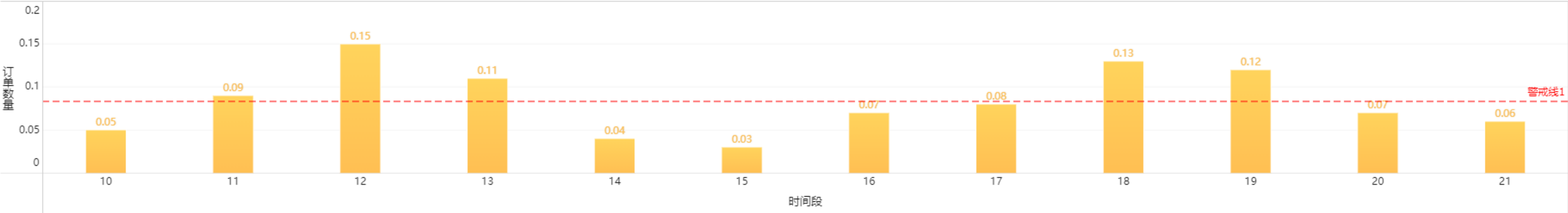
购物篮系数日变化趋势--工作日



购物篮系数日变化趋势--周末

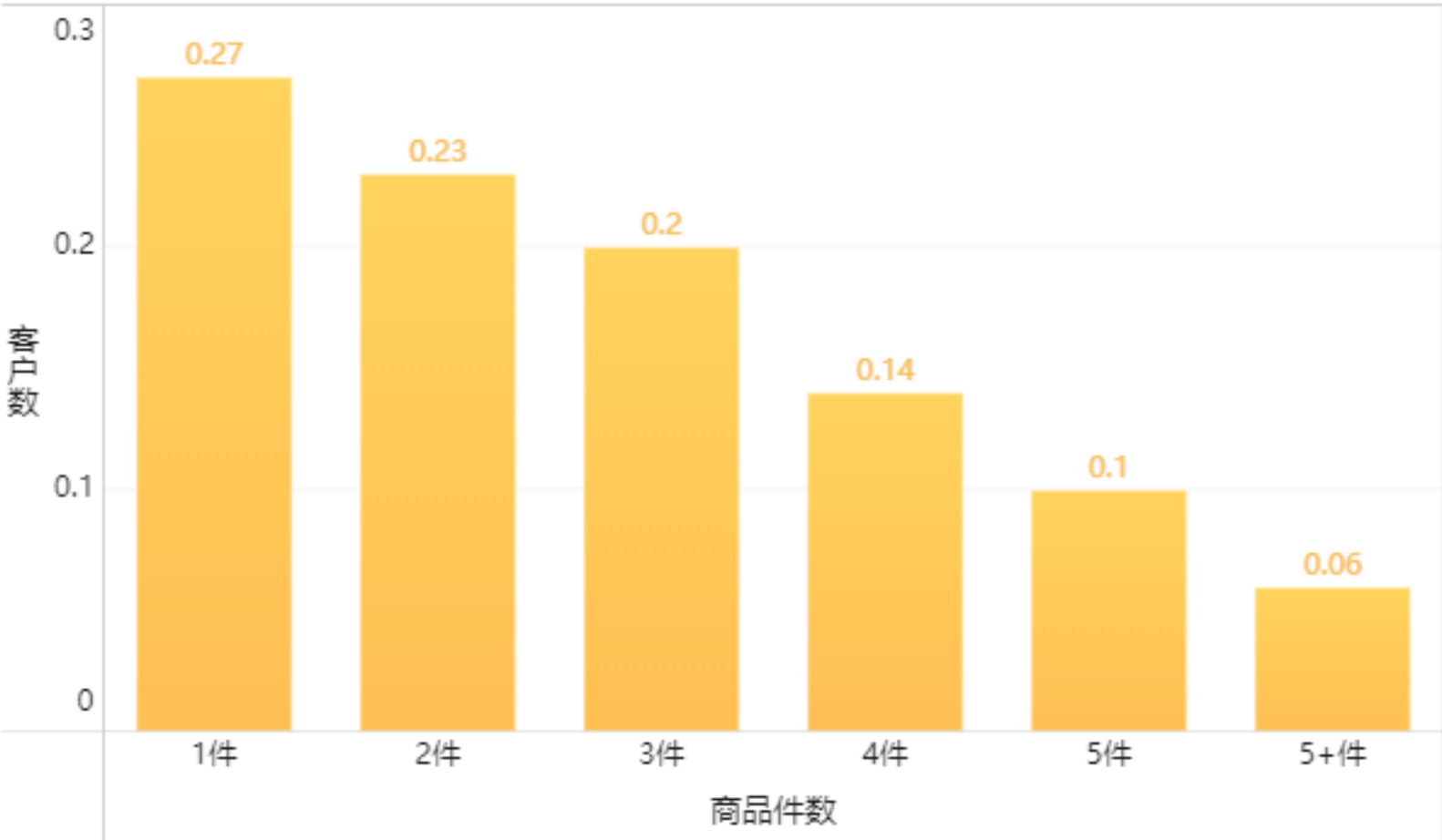


工作日的订单分布情况

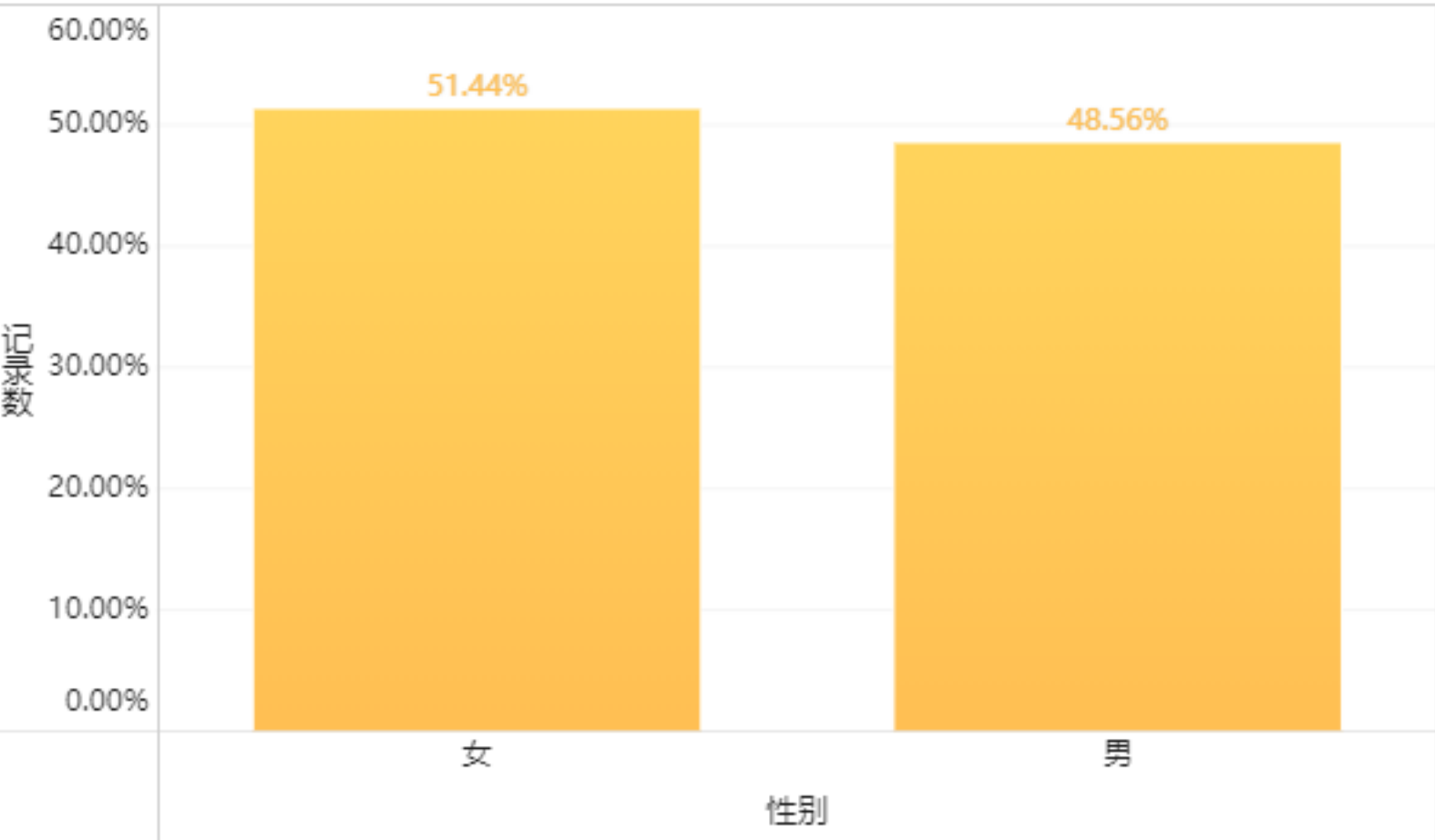


结论1:
周末的购物篮系数普遍高于工作日,周一到周五的12:00-14:00,18:00-20:00的购物篮系数明显偏低,而这两个时间段刚好是下班的购物高峰期,需要重点提升下班高峰期时间段的购物篮系数。

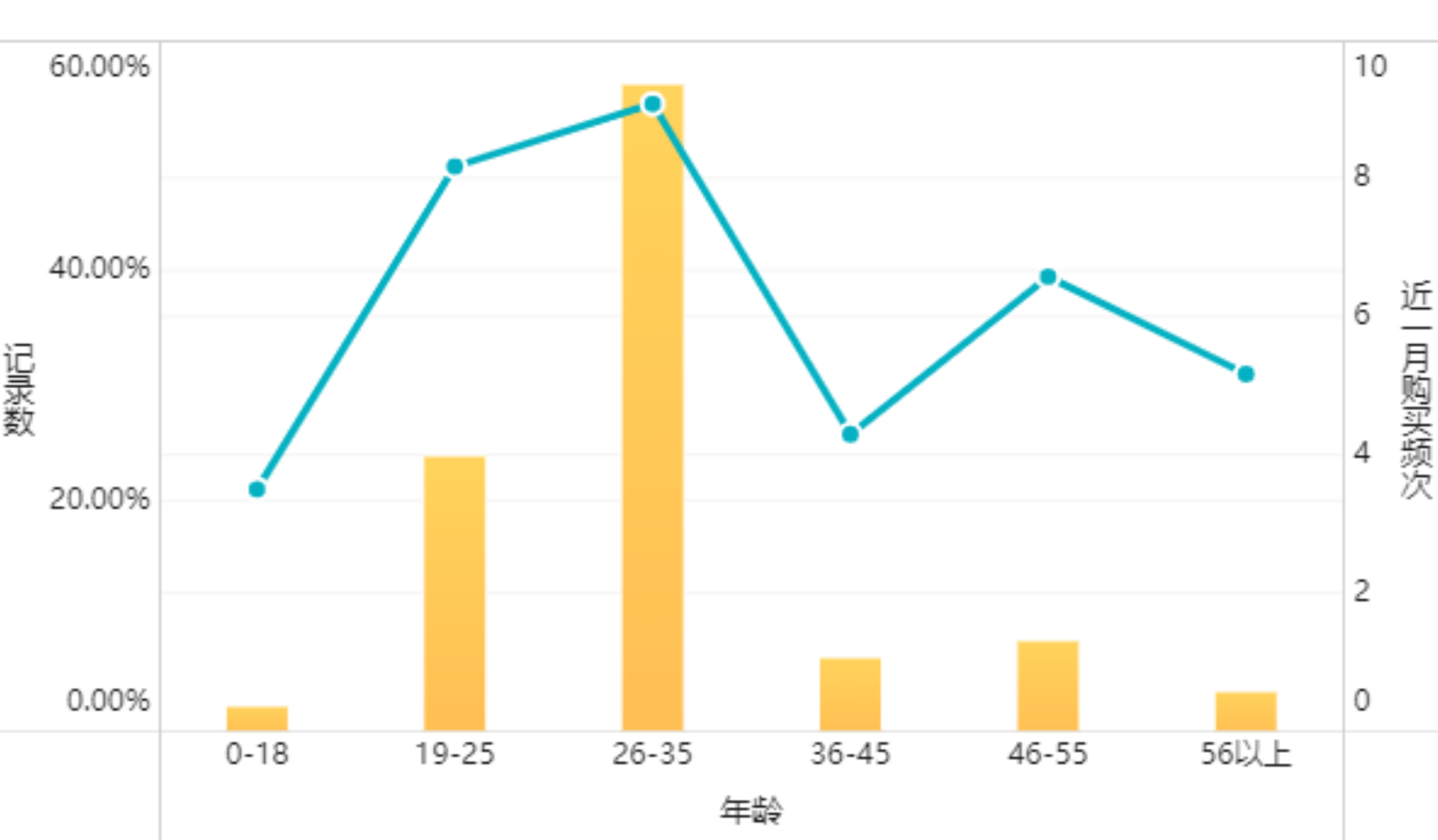
下班高峰期商品件数客户分布



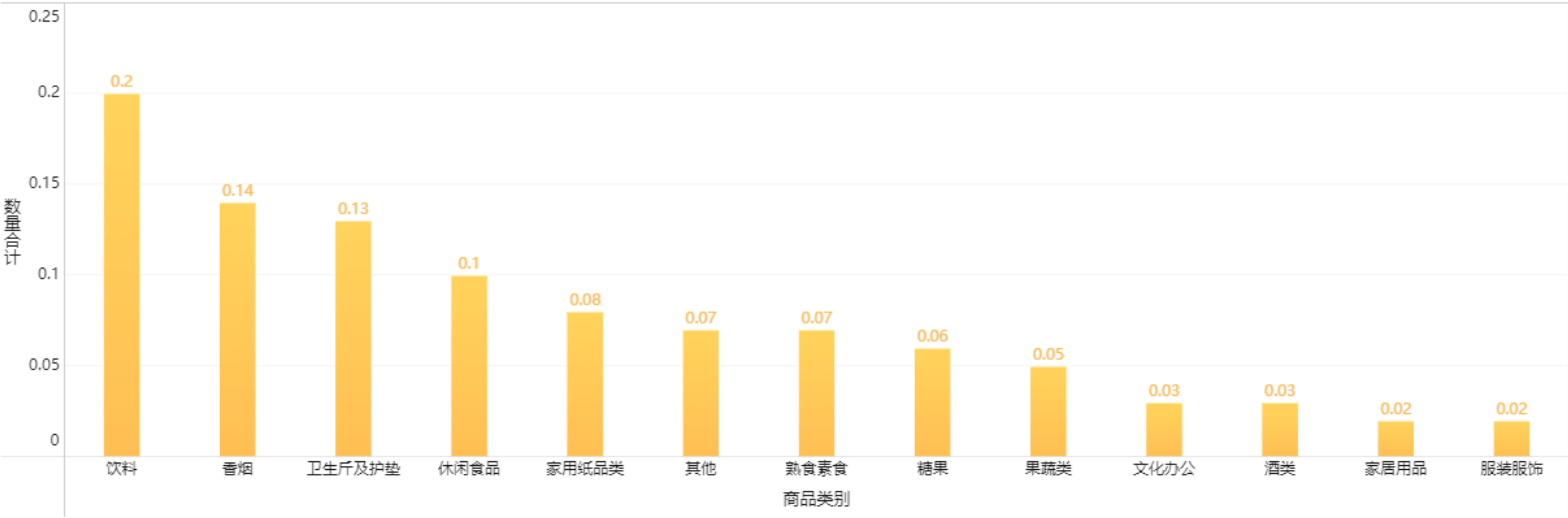
下班高峰期客户的性别分布



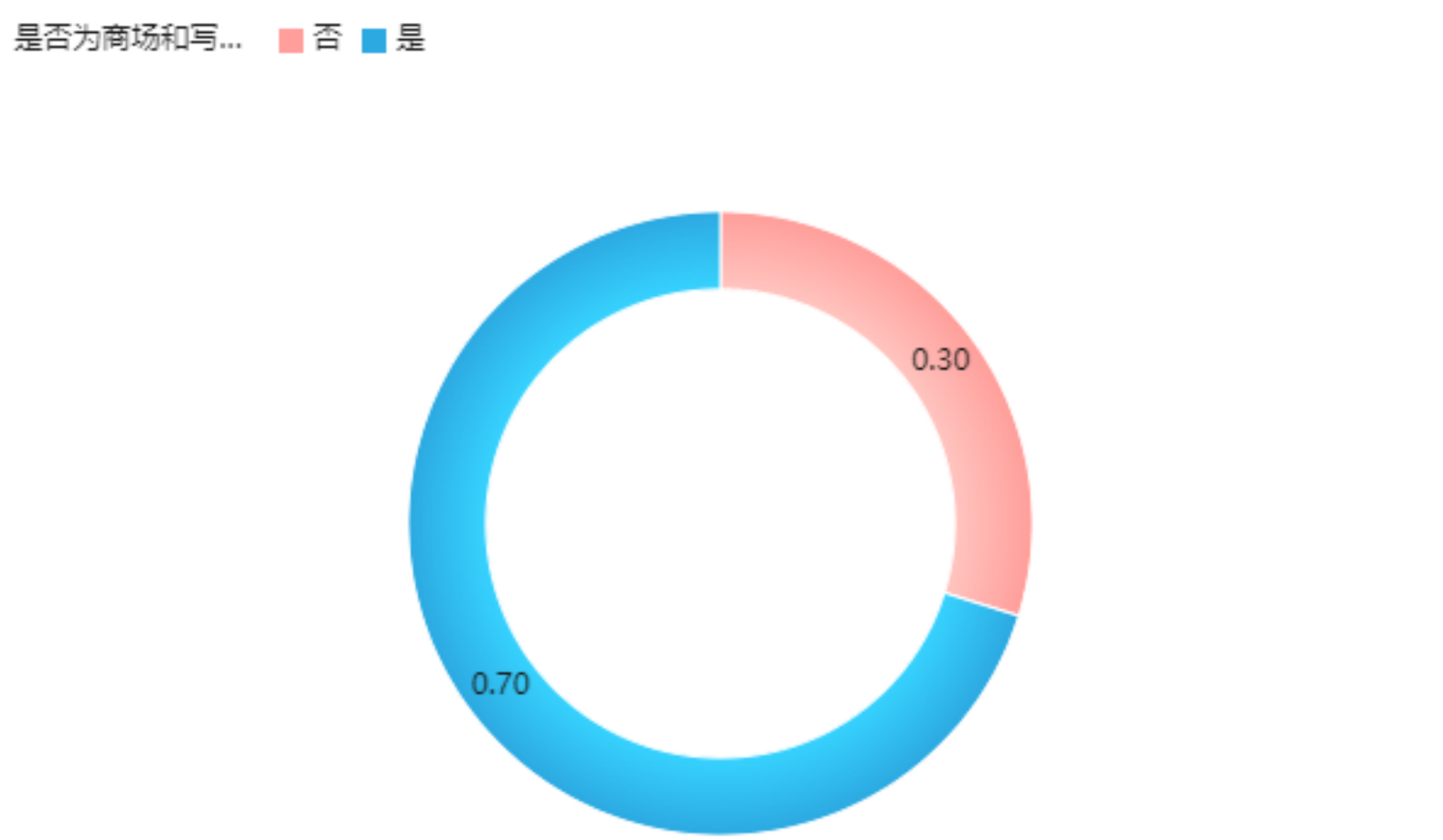
下班高峰期客户年龄分布及购买频次



下班高峰期购买客户的购物偏好

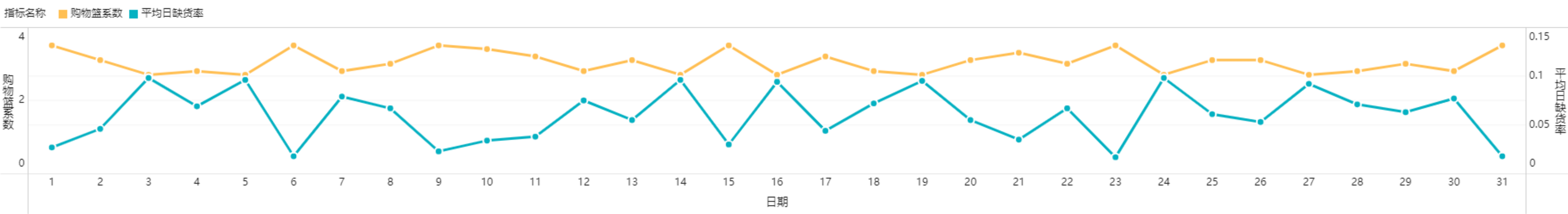


下班高峰期商场和写字楼员工购物人数占比



结论2:
1.在下班高峰期购买商品件数的顾客占比高达50%,这类客户拉低了整体的购物篮系数。
2.在下班高峰期购买的顾客多为楼上商场和写字楼的员工,68%的客户分布在18-35岁年龄段,他们购买的频次比较高,购买的商品偏好前三类为饮料、香烟、卫生巾及护垫,有比较强的临时性和目的性。
3.在客户的购买行为方面,只有少部分人在进入超市的时候拿购物篮,基本没有白领拿购物篮,而通常购买3件商品后,就拿不下更多东西了,所以很少客户会回到入口拿购物篮,而超市内是没有购物篮的,所以他们放弃了购买超过第4件商品。
因此,应该重点提升下班高峰期顾客购买商品件数,可以从饮料、香烟、卫生巾及护垫等商品,提供关联性强的商品陈列或组合,提高这类顾客的购物篮系数,并尝试将购物篮放到超市更多的区域,方便顾客中途领取和使用。

重点商品缺货情况与购物篮系数关系图



根据变化趋势,重点A类商品缺货率与购物篮系数变化趋势正好相反,缺货率越高购物篮系数就越低,与采购经理进行确认,是因为超市库房小,进货量小,缺乏精细化的库存控制。
因此建议对A类商品的库存进行严格的控制,减小缺货的情况,从而提高购物篮系数。