

Е-COMMERCE — ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОФИЛЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Яндекс.Практикум
DA_30
Семёнов Н.А.
hwvl@ya.ru
2022

ОБЩИЙ ВЫВОД

- В процессе исследования проведен анализ предоставленного датасета
- Датасет содержит 6737 строки и 6 колонок
- Данные представлены за период: 01.10.2018 по 31.10.2019
- Данные приведены к нужным типам и очищены от выбросов и дубликатов
- Среднее количество уникальных покупателей в день: 6
- Среднее количество уникальных покупателей в месяц: 192
- Средний Retention Rate на второй месяц «жизни» когорт: 1.4 %
- Выделены категории товаров
- Большинство покупателей (93%) совершили по 1 покупке
- Проведена кластеризация покупателей
- Определен размер продаж по категориям
- Определены статистические зависимости между кластерами
- Кластерам 0, 1, 2, 4 и 5 могут соответствовать разовые покупатели
- Кластерам 3 и 6 могут соответствовать условно постоянные покупатели

Рекомендации

Для увеличения продаж можно рекомендовать:

- Расширить ассортимент товара, который будет пользоваться спросом у более широкого круга покупателей
- Покупателям, в соответствии с принадлежностью к своему кластеру, предлагать товар основываясь на предыдущих покупках
- Повысить лояльность покупателей, организовав накопительные скидки для постоянных покупателей и сезонные распродажи
- Изучить спрос на оказание платных услуг в сотрудничестве с подрядными организациями в сфере запросов покупателей

Общая информация

■ Цель работы:

- *Анализ покупательской активности магазина для дома и быта «Пока все ещё тут».*

■ Основные задачи:

- *Проведите исследовательский анализ данных*
- *Сегментируйте покупателей на основе истории их покупок*
- *Сформулируйте и проверьте статистические гипотезы*

Определили категории товаров

- В процессе анализа, выделили следующие категории товаров:

- ☐ ***садовый инвентарь***

- ☐ ***растения***

- ☐ ***посуда***

- ☐ ***мебель***

Группы покупателей по количеству заказов

Почти 77.5% покупателей совершили 1 покупку, при 2 заказах, резкое снижение до 9.22%, что говорит о разовых (ситуативных) покупках

Категория	% по категории
заказов 1	93.47
заказов 2	5.38
заказов 3	0.81
заказов 4	0.12
заказов более 100	0.04
заказов до 5	0.04
заказов до до 10	0.04
аказов до до 50	0.081

Количество покупок по месяцам

Самый посещаемые месяцы – **май**, **апрель** и **март**, что характерно при подготовке к новому дачному сезону.

Далее идут **октябрь** и **ноябрь**, что так же объясняется закрытием дачного сезона

Месяц	Количество покупок
2019-02	265
2018-12	257
2019-04	247
2019-03	224
2018-10	220
2018-11	181
2019-10	181
2019-07	178
2019-05	172
2019-09	170
2019-08	156
2019-01	154
2019-06	152

Количество покупателей

Количество покупателей максимально в **феврале, марте, апреле и октябре**, что связано с сезонностью дачного периода.

Декабрь, как исключение, второй по величине покупателей, что возможно связано с предпраздничными закупками подарков.

Месяц	Количество покупателей
2019-02	229
2019-04	221
2018-12	216
2019-03	214
2019-07	167
2018-10	166
2019-09	164
2019-05	161
2018-11	160
2019-10	160
2019-08	150
2019-06	145
2019-01	140

Категории товаров

Наибольшая категория:

- **Растения** (43.4%)

Далее идут категории:

- **Садовый инвентарь** (28.9%)
- **Разное** (13.8%)
- **Мебель** (8.22%)
- **Посуда** (5.56%)



Кластеризация

- Кластерам 0, 1, 2, 4 и 5 могут соответствовать разовые покупатели
- Кластерам 3 и 6 могут соответствовать условно постоянные покупатели

Кластеры	0	1	2	3	4	5	6
Категория							
price_by_order	697.0	445.0	752.0	19.0	661.0	465.0	363.0
item_count	2.0	6.0	5.0	317.0	6.0	5.0	184.0
revenue_by_customer	849.0	772.0	1212.0	99253.0	1132.0	909.0	28259.0
order_count	1.0	1.0	1.0	126.0	1.0	1.0	4.0
Мебель	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Посуда	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0
Разное	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0	0.0	0.0
Растения	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
Садовый инвентарь	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0