

Practica

Eduardo Alexander Reyes Gonzalez - 202010904
Luis Cutzal.





Analisis Exploratorio

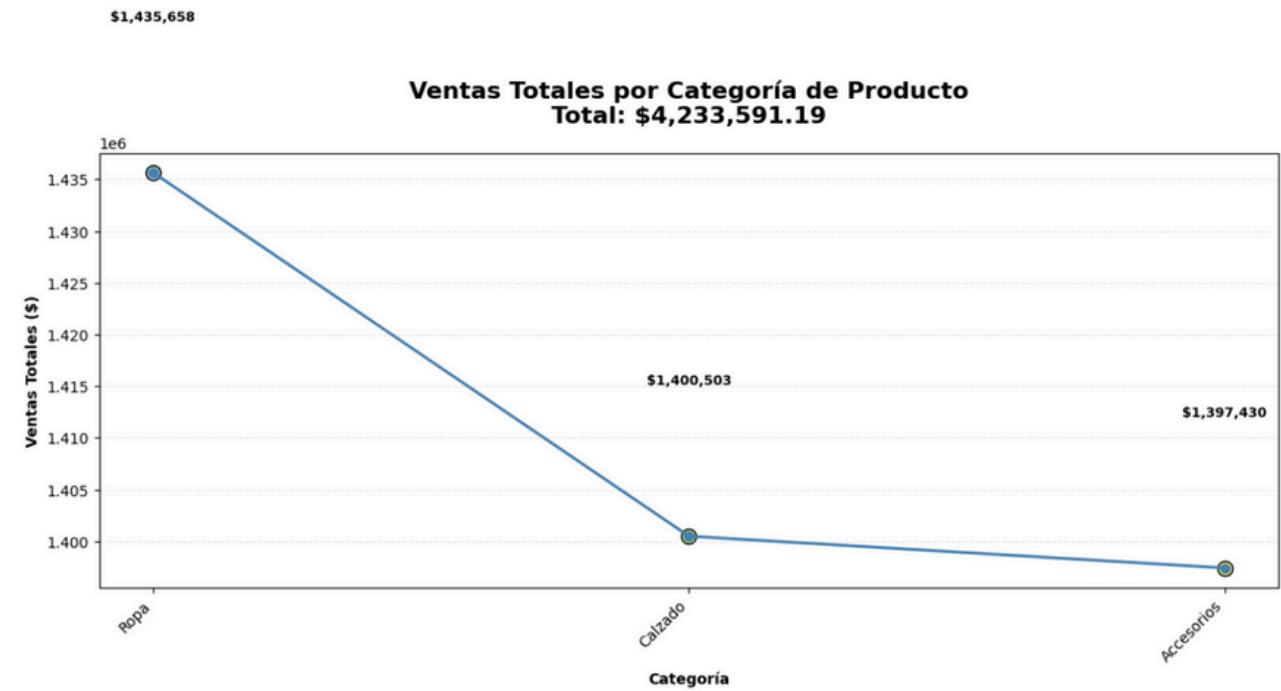


Estadisticas basicas de variables numericas

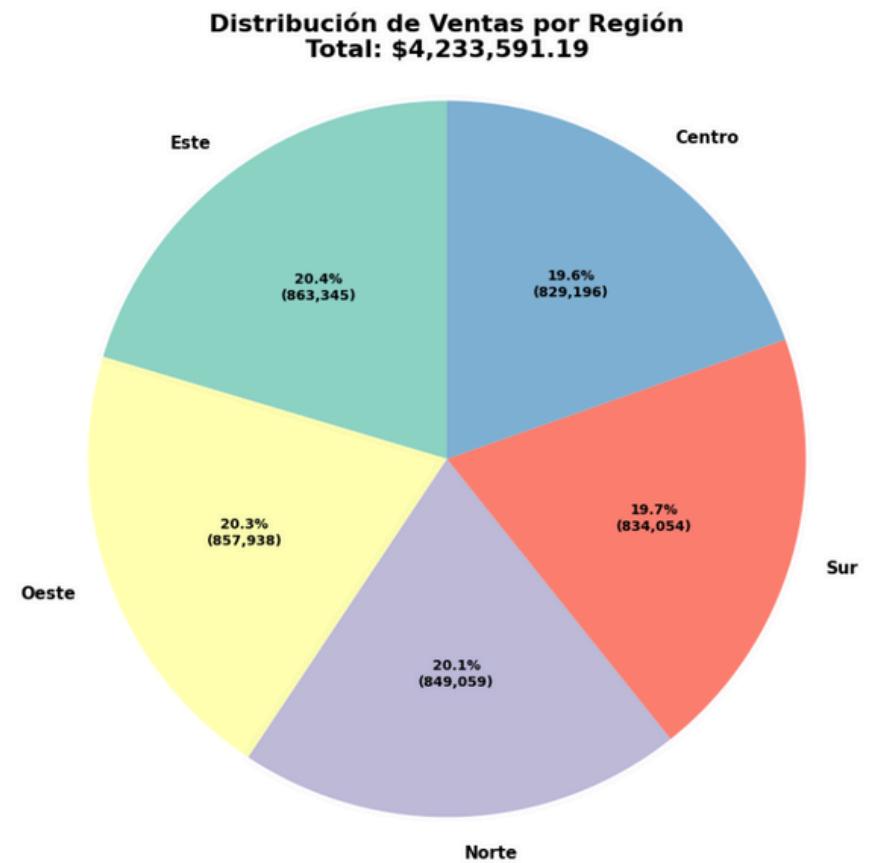
	MEDIA	MEDIANA	MODA
CUSTOMER_AGE:	43.10	38.00	32.00
PRODUCT_PRICE	104.92	104.69	[17.97, 51.74, 100.7, 116.16, 179.95]
QUANTITY	2.99	3.00	2.00
ORDER_TOTAL	313.67	252.56	[139.5, 150.2, 575.6]

Distribucion de ventas por categoría y region

Vemos que la categoria de producto que mas vende es la de ropa mientras que la categoría de accesorios es la que menos vende, aun asi las ventas son muy buenas para todas las categorías,



Distribucion de ventas por categoría y region



La region que mas compra en esta tienda en linea es la region del Este, mientras que la region con menos ventas es la region centro.

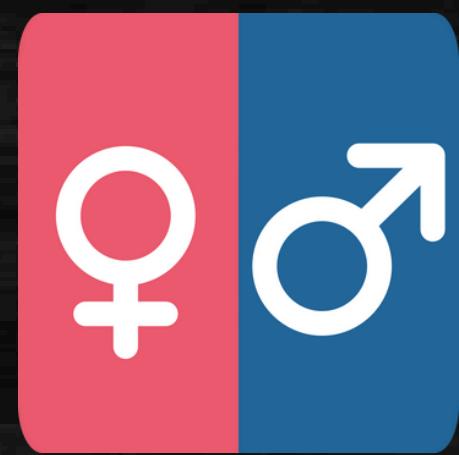
Las ventas de cada region son muy parecidos y no hay ventas muy bajas en las regiones.

Analisis de Tendencias





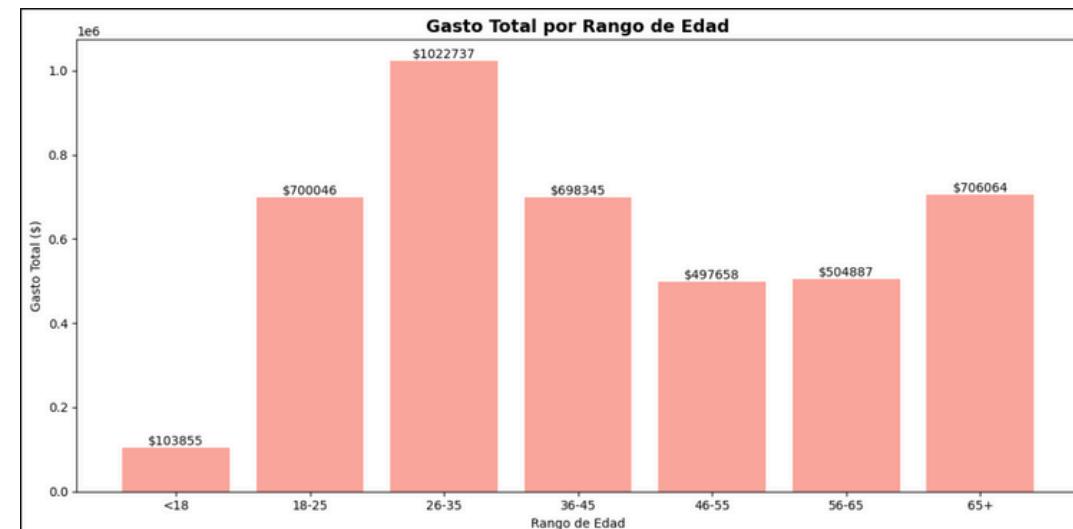
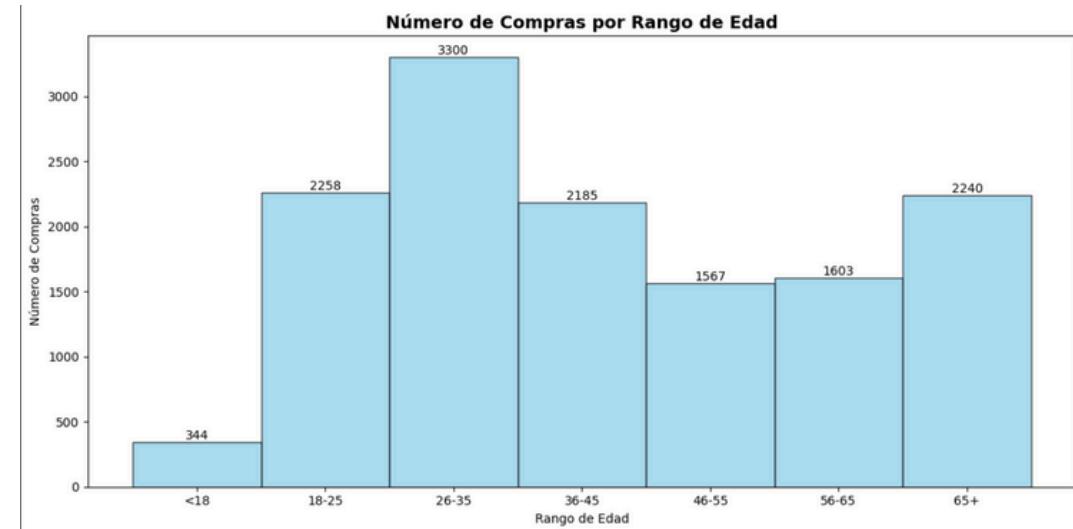
Segmentación de Clientes



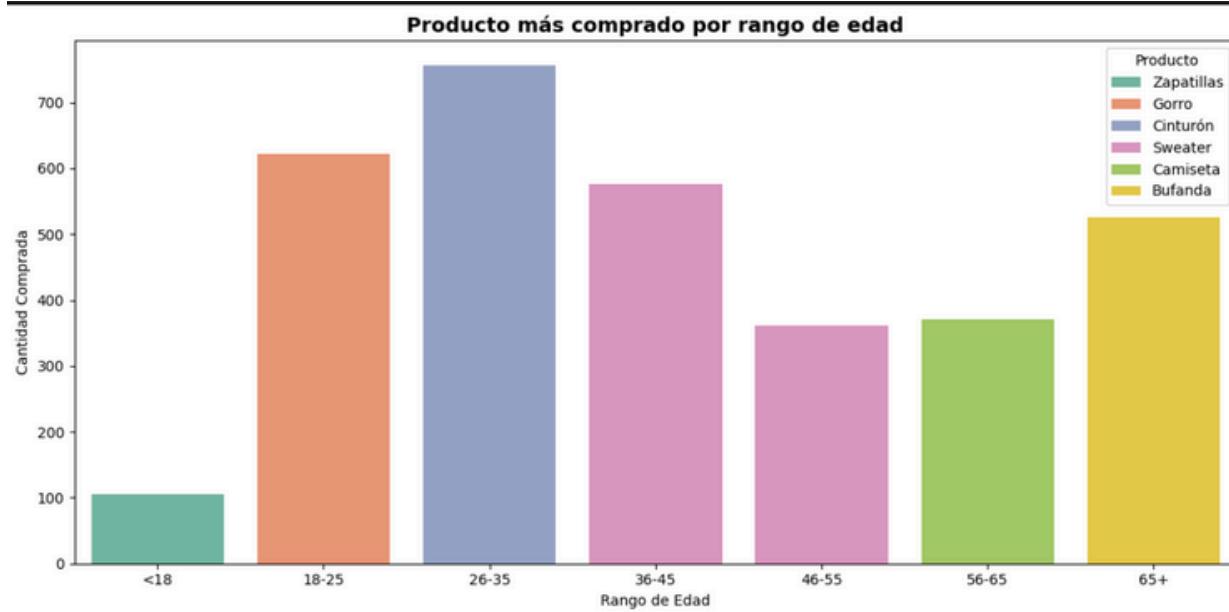
Número de Compras por rango de edad

Las personas con un rango de edad de entre 26 a 35 años son los que mas compran en las tiendas en linea, teniendo un total de 3300 ventas siendo este el mas alto

El rango de <18 años es el que menos compra en tiendas en linea teniendo un total de 344 compras siendo este el mas bajo



Producto mas comprado por rango de edad

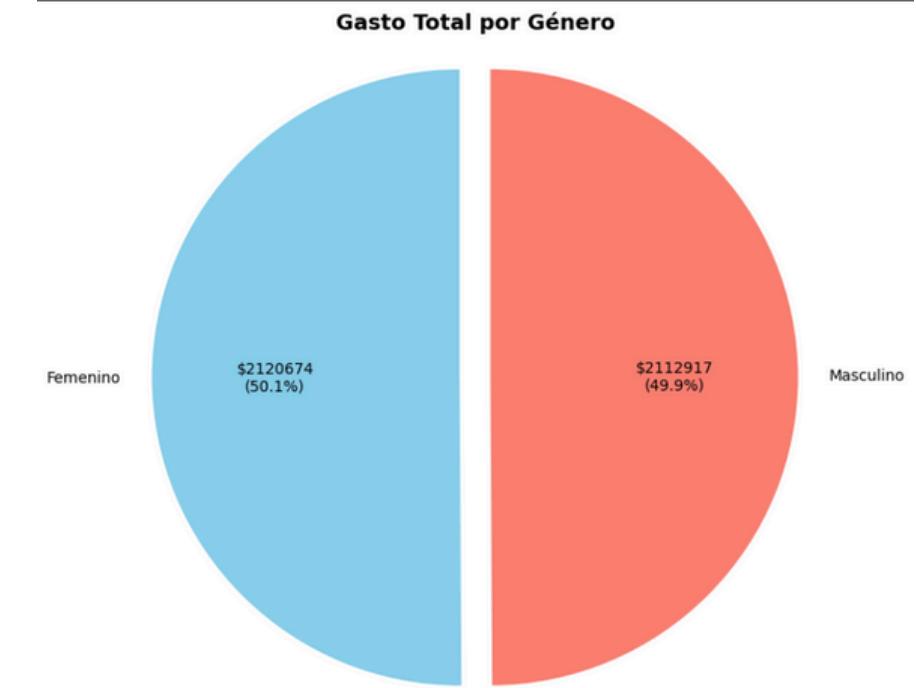
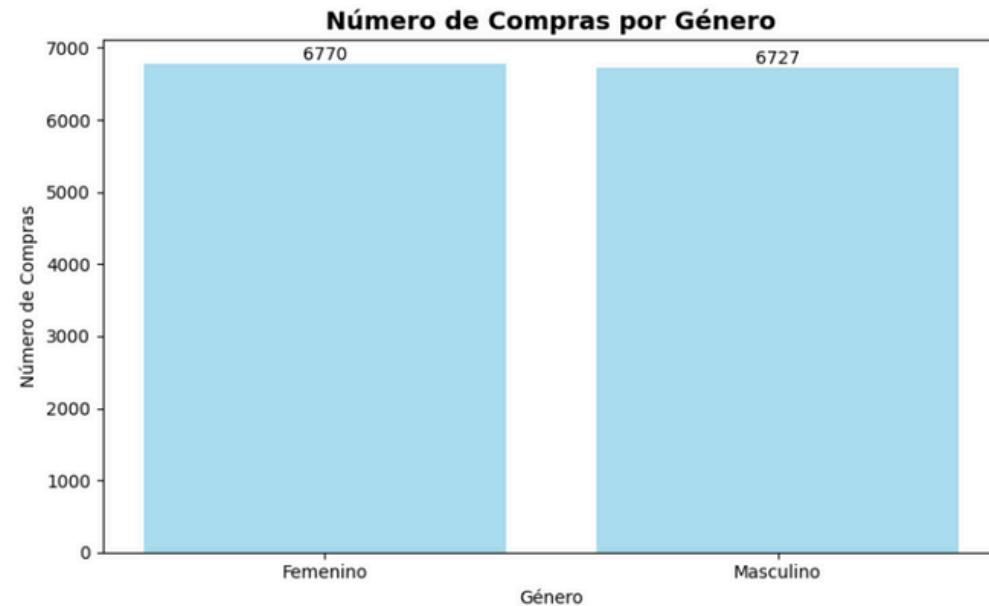


Las personas que mas compran en la tienda en linea son personas en un rango de 26 a 35 años siendo el producto “Cinturon” el que mas se ha vendido.

Por otro lado las zapatillas es el producto mas comprado por las personas que menos compran siendo este las personas menores a 18 años

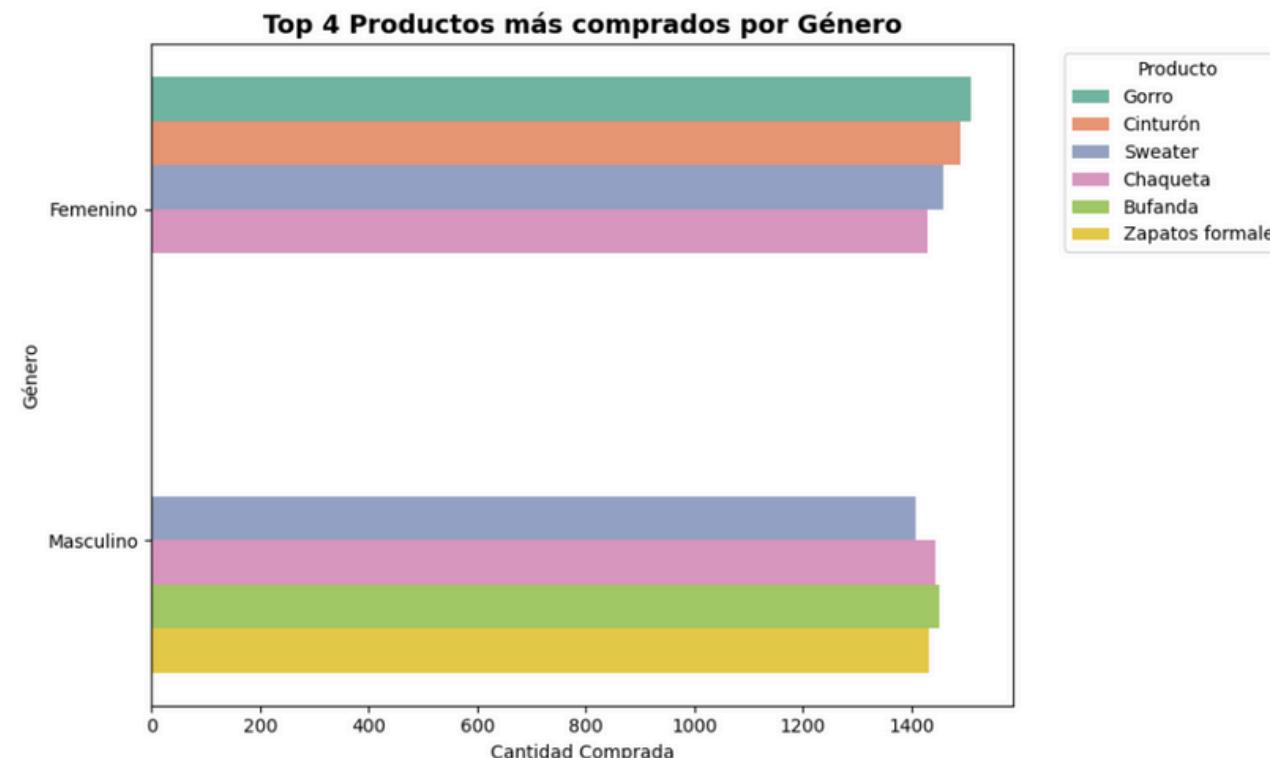
Comportamiento de compra entre generos

El comportamiento de compras segun el genero no varía mucho ya que la diferencia de compra es solamente del 1%, siendo el genero femenino el que mas compra por muy poca diferencia

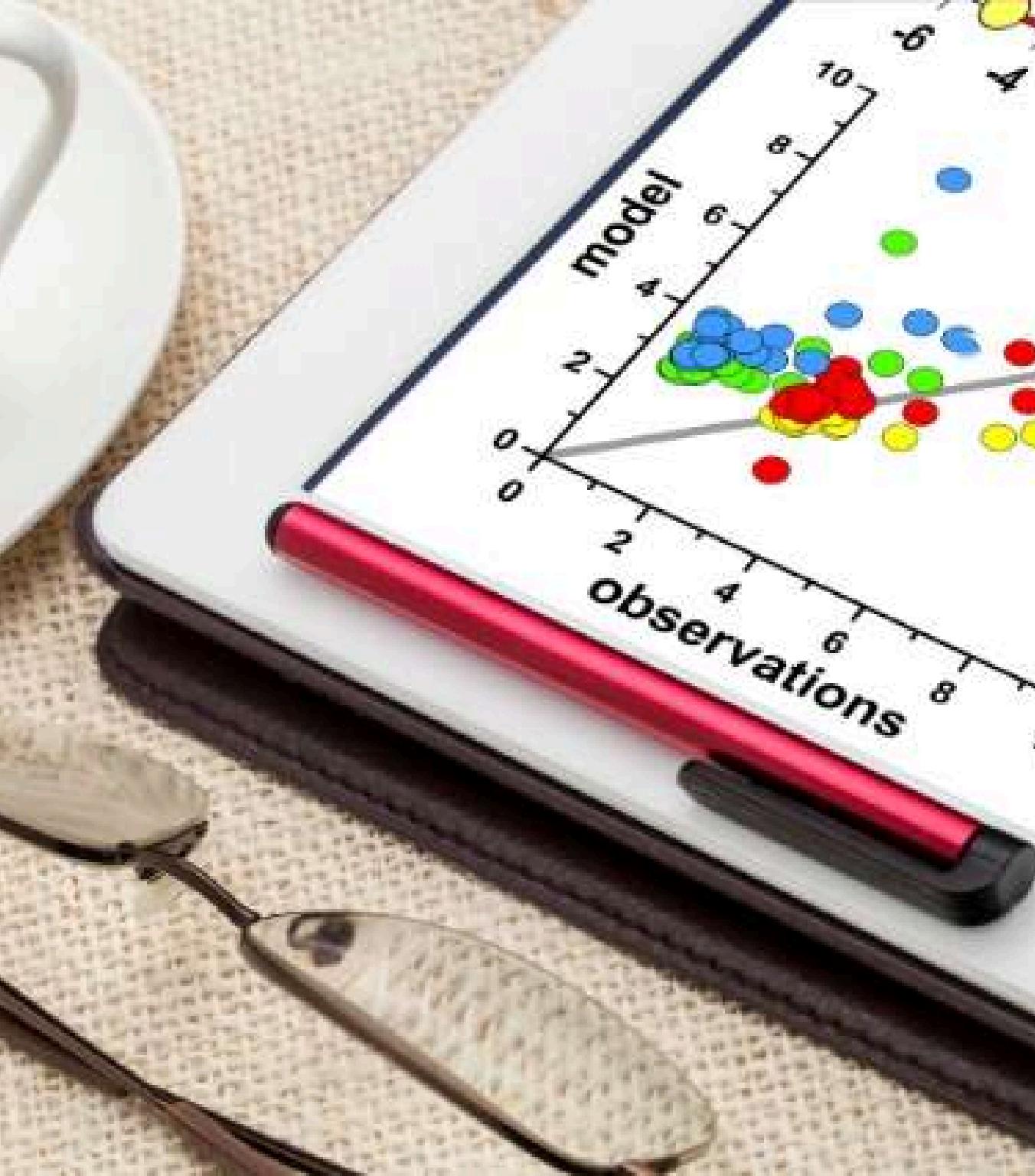
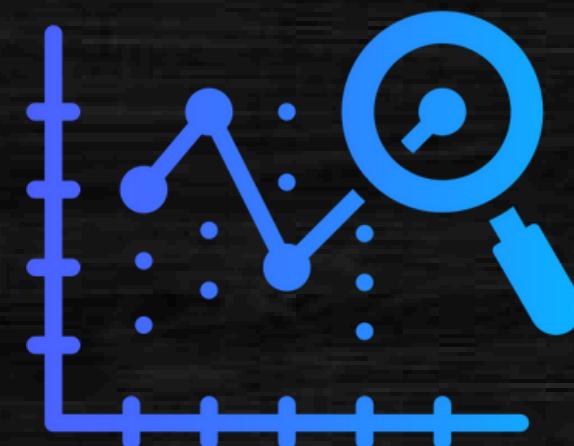


Comportamiento de compra entre generos

Los productos mas comprados por cada genero varía ya que para el genero femenino los productos mas comprados son: Gorros, Cinturon, Sueter y Chaquetas. Mientras que para el genero Masculino son: Sueter, Chaqueta, Bufanda y Zapatos formales

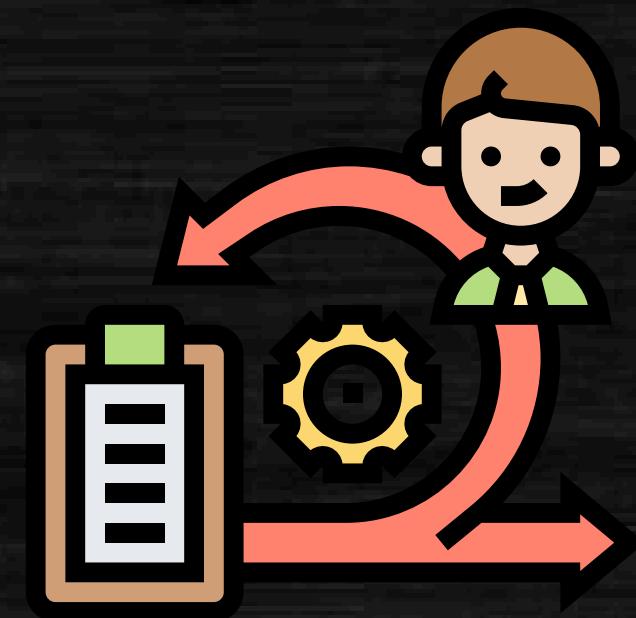


Analisis de Correlacion





Conclusiones y Recomendaciones



Basándose en el análisis realizado, proporcionar al menos cuatro conclusiones clave sobre las ventas y el comportamiento de los clientes.

Respuesta Eduardo Reyes

- El comportamiento de las ventas respecto a los clientes, es mayor en los rangos de edad de entre 26 y 35 años
- No hay mucha diferencia entre compras del genero femenino y genero masculino, ya que la diferencia entre compra es del 1% entre los géneros

Respuesta Luis Cutzal

- Ahora que ya sabemos cuales son los meses donde existe una alta y baja demanda la empresa puede prepararse de mejor manera para solventar estos casos.
- Enfocar una mejor estrategia para la venta de los productos más vendidos además de poder identificar los menos vendidos y crear otra estrategia para que estos puedan ser más consumidos.

Sugerir dos acciones concretas por estudiante que la empresa podría tomar para mejorar sus ventas o la satisfacción del cliente.

Respuesta Eduardo Reyes

- Implementar un programa de fidelización de clientes basado en la acumulación de puntos que puedan canjearse por beneficios exclusivos o productos específicos. Esto incentivaría las compras y la satisfacción de los clientes.
- Diseñar promociones dirigidas a los clientes con menor nivel de compra. De esta forma se motiva su participación y contribuye al incremento de ventas.

RESPUESTAS A PREGUNTAS PLANTEADAS



a. ¿Cómo podrían los insights obtenidos ayudar a diferenciarse de la competencia?

Respuesta Eduardo Reyes

Al identificar los productos mas populares la empresa puede crear promociones, ofreciendo ventajas que la competencia no tiene y asi ofrecer una mejor experiencia de compra, ganando ventaja competitiva

Respuesta Luis Cutzal

Conocer los meses con mayores y menores ventas permite planificar mejor promociones y campañas publicitarias, adelantándose a la competencia.

b. ¿Qué decisiones estratégicas podrían tomarse basándose en este análisis para aumentar las ventas y la satisfacción del cliente?

Respuesta Eduardo Reyes

Ya que hay ventas mas altas en personas de entre 26 y 35 años, se podrian realizar promociones dirigidas a otras edades, ya que asi se podrian incentivar sus compras aumentandos tanto las ventas como satisfaccion del cliente

Respuesta Luis Cutzal

Ajuste de precios: Basado en la demanda de productos, se pueden crear paquetes atractivos o promociones de cross-selling.

c. ¿Cómo podría este análisis de datos ayudar a la empresa a ahorrar costos o mejorar la eficiencia operativa?

Respuesta Eduardo Reyes

Como se puede observar, hay productos que están con baja demanda, y con el análisis se puede ajustar la empresa para que al momento de hacer pedidos se soliciten menos productos de los que casi no se venden, esto ayuda a reducir costos y optimizar la eficiencia operativa.

Respuesta Luis Cutzal

Planificar la producción o compras según los picos de demanda por mes, optimizando recursos y logística.

d. ¿Qué datos adicionales recomendarían recopilar para obtener insights aún más valiosos en el futuro?

Respuesta Eduardo Reyes

Comentarios y opiniones de los clientes, así conocer la opinión que tienen las personas hacia el producto, esto ayudaría a identificar oportunidades de mejora.

Respuesta Luis Cutzal

Promociones y descuentos aplicados para evaluar su efectividad en ventas y fidelización.