

# Анализ товарного ассортимента интернет-магазина

Автор: Стасько Елена

Тел.: 8-111-222-33-44  
E-mail: ST\_EL25@gmail.com

Апрель, 2024



# Оглавление

Слайд 3 — Цели и задачи анализа

Слайд 4 — Основные выводы

Слайд 5 — Категории товаров интернет-магазина

Слайд 6 — ABC-анализ товаров

Слайд 7 — Общая выручка и средний чек

Слайд 8 — Кумулятивная выручка и средний чек

Слайд 9 — Сезонность продажи товаров

Слайд 10 — Рекомендации



## Цели и задачи анализа:

- Проанализировать ассортимент товаров;
- Категоризировать товарный ассортимент;
- Исследовать ключевые бизнес-метрики;
- Проиллюстрировать полученные результаты анализа;
- Сформулировать и проверить статистические гипотезы.

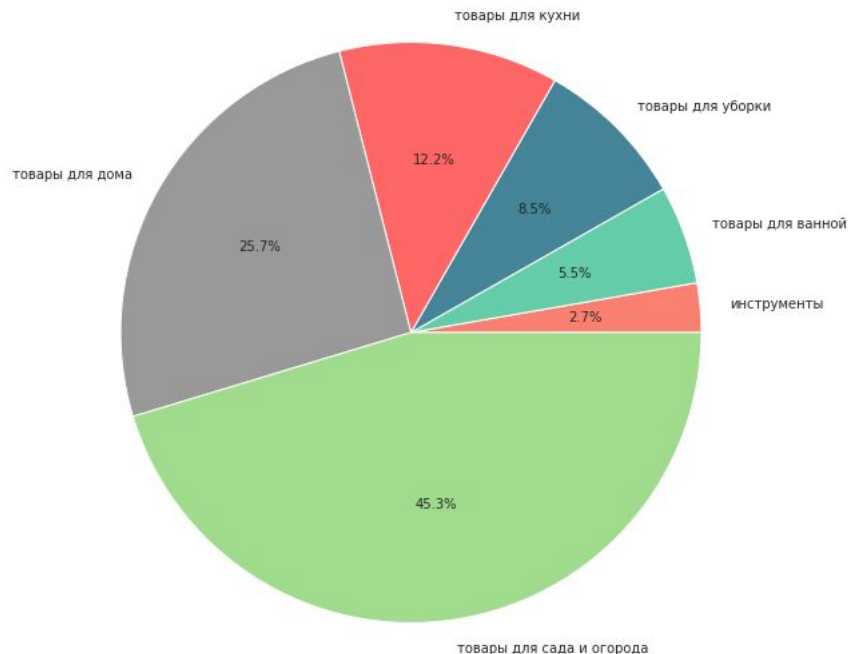


## Основные выводы:

- Покупатели, как правило, совершают разовые покупки и по одному наименованию товара в количестве **1-3 штуки**;
- Средняя выручка с одного покупателя составляет **824 у.е.**, а средняя сумма заказа: **637 у.е.** Средняя стоимость продукта в заказе: **351 у.е.**
- Выделены **шесть основных товарных групп**: товары для сада и огорода, товары для дома, товары для кухни, товары для уборки, товары для ванной и инструменты;
- Основную долю товарного ассортимента магазина составляют товары категории «сад и огород» - **45.3%**, товары для дома составляют **25.7%** ассортимента, товары для кухни - **12.2%**, товары для уборки - **8.5%**, товары для ванной - **5.5%**, наименьшее количество ассортимента составляют инструменты - **2.7%**;
- По общей сумме выручки **наиболее прибыльная категория** — это «товары для дома», после следует категория «товары для сада и огорода». **Наименьшую выручку** магазин получает в категории инструменты;
- Самое большое количество продаваемых товаров в категории «товары для сада и огорода». Товары этой категории составляют **основной ассортимент магазина**;
- Самый **высокий средний чек** в категории «товары для дома», на втором месте «товары для уборки»;
- Наиболее **прибыльные сезоны** - это осень и зима. Наименьшую прибыль магазин получает весной.

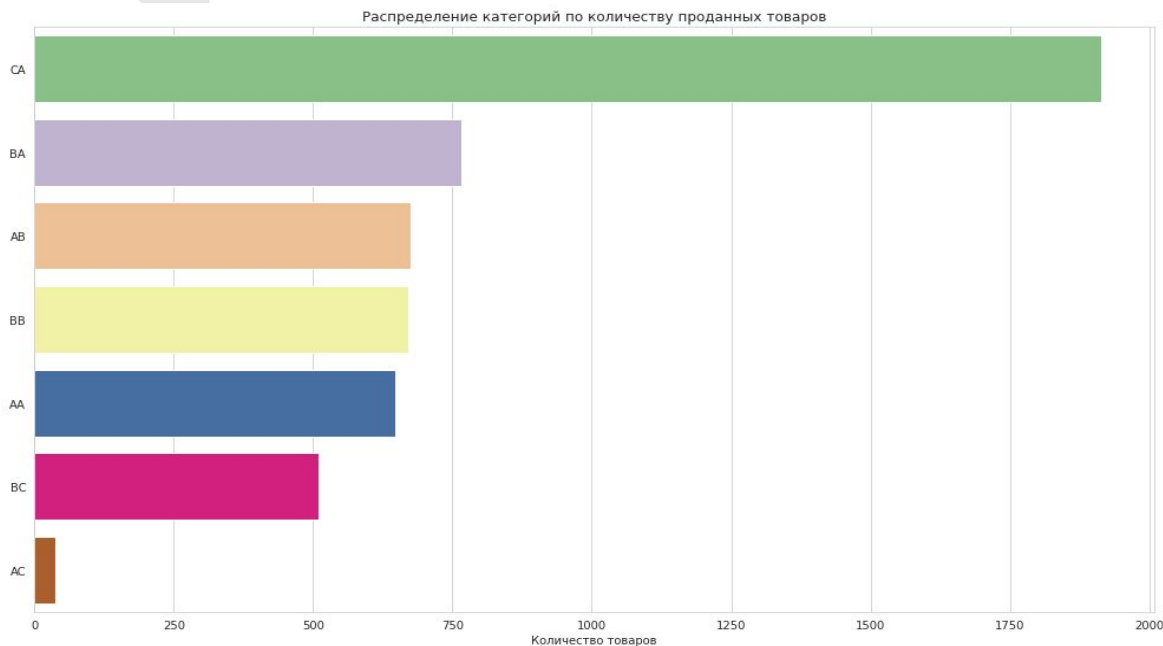
# Категории товаров интернет-магазина

Доли заказов по категориям



- В категории «товары для сада и огорода» самый продаваемый товар: пеларгония розебудная red pandora;
- В категории «товары для дома» самый продаваемый товар: сумка-тележка 2-х колесная gimì argo синяя;
- В категории «товары для кухни» самый продаваемый товар: муляж яблоко, оранжевый, 8,5 см;
- В категории «товары для уборки» самый продаваемый товар: таз пластмассовый со стиральной доской;
- В категории «товары для ванной» самый продаваемый товар: ерш унитазный с деревянной ручкой;
- В категории «инструменты» самый продаваемый товар: стяжка оконная с болтом ст-55 цинк.

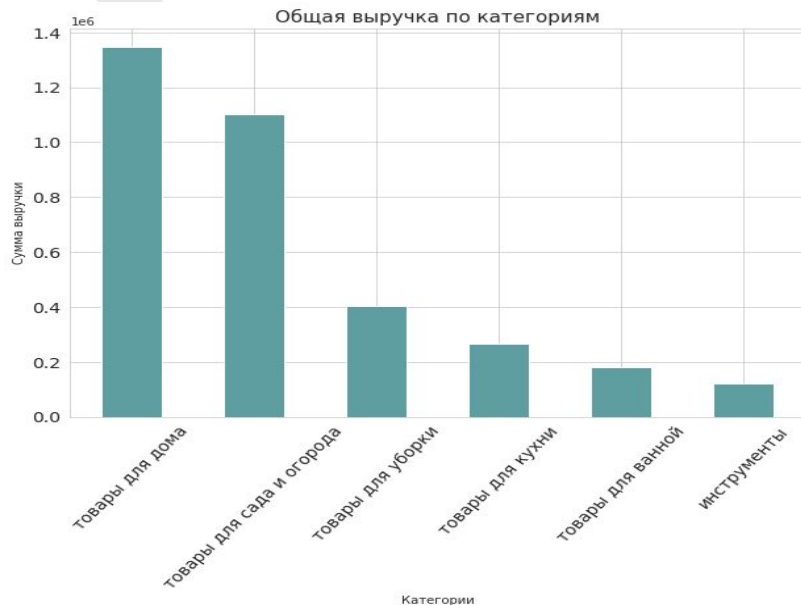
# ABC-анализ товаров



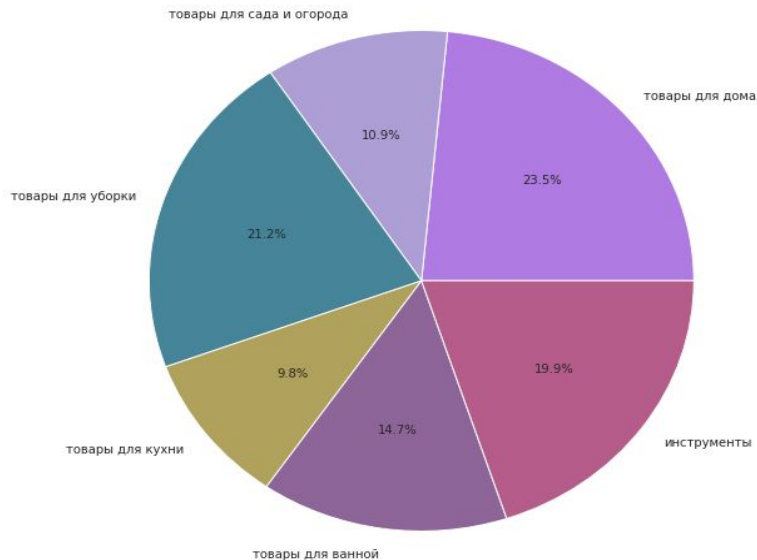
Некоторые товары категорий "AA, AB, BA", которые пользуются спросом и важны для магазина:

- сушилка для белья напольная ника;
- тележка багажная delta;
- сушилка для белья потолочная лиана;
- хлебница деревянная (бук);
- сумка-тележка 2-х колесная gimì argo;
- пеларгония розебудная;
- и др.

# Общая выручка и средний чек

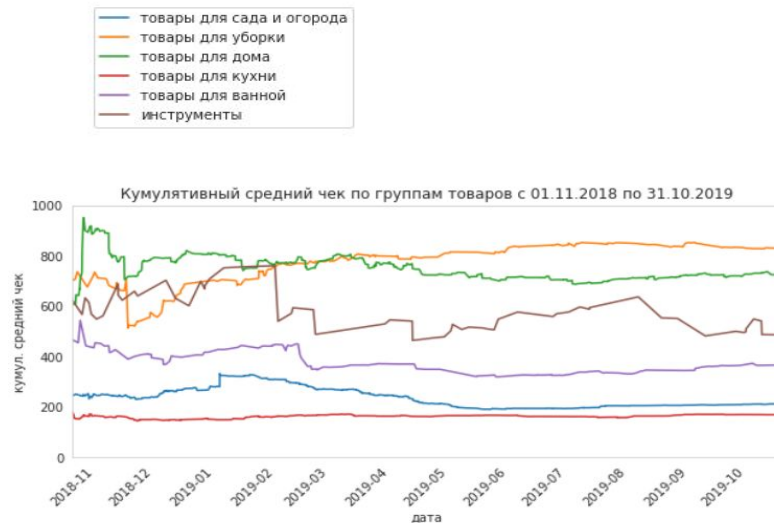


Распределение среднего чека заказа по категориям



- По общей сумме выручки наиболее прибыльная категория — это «товары для дома»;
- Самое большое количество продаваемых товаров в категории «товары для сада и огорода». Товары этой категории составляют основной ассортимент магазина;
- Самый высокий средний чек в категории «товары для дома», на втором месте «товары для уборки»;
- В категории «товары для кухни» самый низкий средний чек.

# Кумулятивная выручка и средний чек



Самой доходной для магазина категорией является "товары для дома" и по кумулятивному среднему чеку она опережали остальные категории до февраля 2019 года.



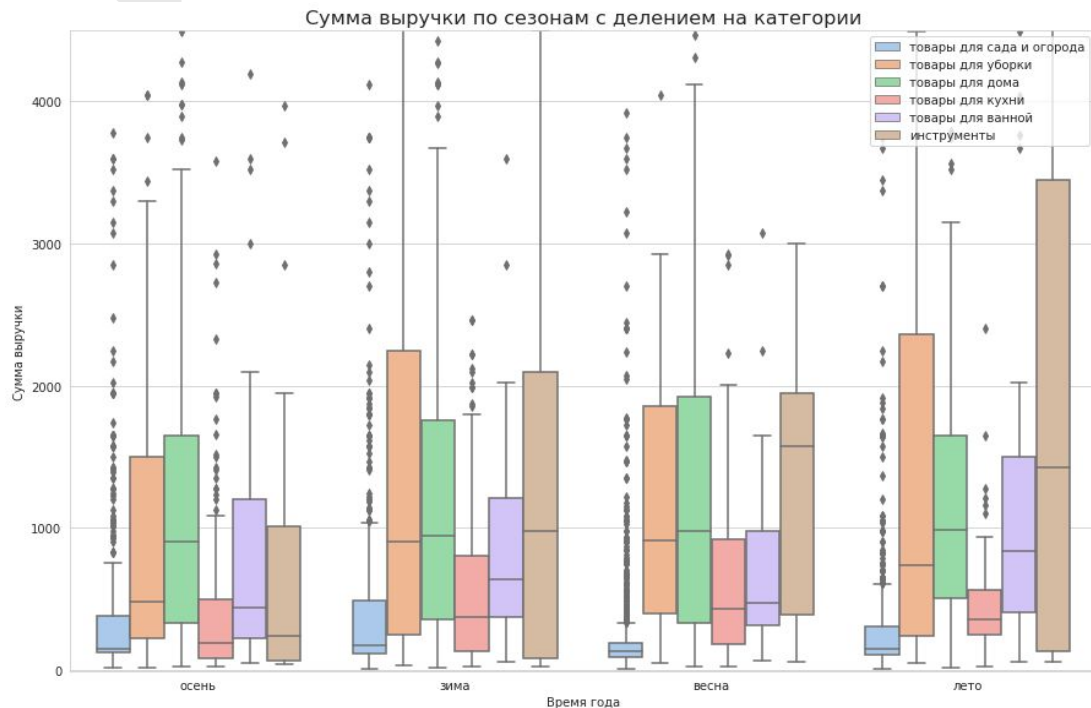
# Пользовательская активность (метрики DAU, WAU, MAU)



- Среднее количество уникальных покупателей за день: **6 человек**;
- Среднее количество уникальных покупателей за неделю: **45 человек**;
- Среднее количество уникальных покупателей за месяц: **197 человек**;
- Недельная аудитория интернет-магазина: **14,5 %**;
- Месячная аудитория интернет-магазина: **3.3 %**.



# Сезонность продажи товаров



- Анализ выручки по сезонам показал, что наиболее прибыльные сезоны - это осень и зима. Наименьшую прибыль магазин получает весной;
- Товары для сада и огорода лучше продаются зимой и весной, что можно объяснить подготовкой к летнему сезону;
- Наибольшая выручка от категории товаров для дома, для ванной и для кухни зимой и осенью;
- Сезон наибольшей выручки для товаров для уборки - зима;
- Инструменты летом приносят самую большую выручку по сравнению с другими категориями.



## Рекомендации

- Для увеличения низких чеков, рекомендуется обратить внимание на скидки и сезонные распродажи для товаров, находящихся в ценовой категории до 1000 у.е;
- Привлекать больше покупателей, которые делают покупки в категории "товары для дома", т.к. они являются основным доходным сегментом интернет-магазина. Возможно, проводить промоакции, предлагать выгодные предложения и др.;
- Учитывать товарный ассортимент в разные сезоны. Так, самые прибыльные сезоны - это осень и зима. Наименьшую прибыль магазин получает весной. В зависимости от сезона, предлагать актуальные предложения внутри товарной категории;
- Стимулировать регулярные заказы, например, ввести накопительные скидки или купоны, дающие скидку на следующую покупку;
- Рассмотреть вопрос вывода из товарного ассортимента товаров, которые в рамках ABC-анализа были отнесены к категориям "BC, CB, CC".