连锁便利店商品滞销分析项目

需求规格说明书

广东泰迪智能科技股份有限公司

目 录

[第1部分 项目背景 1](#_Toc140836637)

[第2部分 项目目标 1](#_Toc140836638)

[第3部分 项目现状 2](#_Toc140836639)

[第4部分 项目实现步骤 2](#_Toc140836640)

# 项目背景

连锁便利店作为零售行业的重要一环，面临着商品滞销的问题。商品滞销不仅会导致货物积压和库存成本增加，还会影响店铺的销售额和利润率。因此，连锁便利店需要通过数据分析，深入挖掘商品销售数据，找出原因并提出解决方案，进而调整商品结构和销售策略，更好地节约成本、提升销售额和市场竞争力。这对于提升连锁便利店的经营效益具有重要意义。

# 项目目标

1. 构建新的数据指标，商品大类与季节。
2. 通过对数据进行分析，得到商品的销售情况、影响商品销售量的各因素，包括商品种类、销售的月份和季节、销售点类型等。
3. 根据数据分析结果，制定相应的销售策略优化方案：
4. 销售策略调整：根据数据分析结果，调整销售策略，比如调整产品定价、促销策略、提高畅销商品的曝光率，降低滞销商品的比例等。同时，可以根据销售情况进行及时补货、调整库存，避免过多滞销产品。
5. 服务创新：除了销售策略和商品调整，可以通过创新服务来提升顾客满意度，从而增加他们的消费频次和数量。比如推出会员制度、优惠券活动等，鼓励消费者消费，提升连锁便利店的市场竞争力。
6. 提供定制化服务：针对不同区域和不同人群，提供定制化的服务和产品，满足不同消费者的需求和偏好，从而吸引更多的消费者，提升销售额和利润率。

# 项目现状

1. 通过查看数据可知，数据集中的数据指标只有商品代号、销售月份、销售点类型、销售额（万元），考虑到商品的销售情况与季节有关，故可构建与商品滞销有关的“季节”指标。
2. 由于所给的数据量和数据指标较少，并无法直接判断哪些商品为滞销品，还得根据业务的需求来做进一步的判断。
3. 现有数据量太少，如后续有提供更多的数据，可建立销售额预测模型，预测未来某个时间段内的商品销售量和销售额。通过预测结果，可以更好地规划库存、制定采购计划以及调整销售策略。

# 项目实现步骤

项目目标实现流程主要分为以下几个步骤：

