



Выявление профилей потребления интернет-магазина
товаров для дома
«Пока все ещё тут»



Яндекс Практикум

ПРОФЕССИЯ Аналитик данных

Гурьянова Анастасия
gurgurana@gmail.com

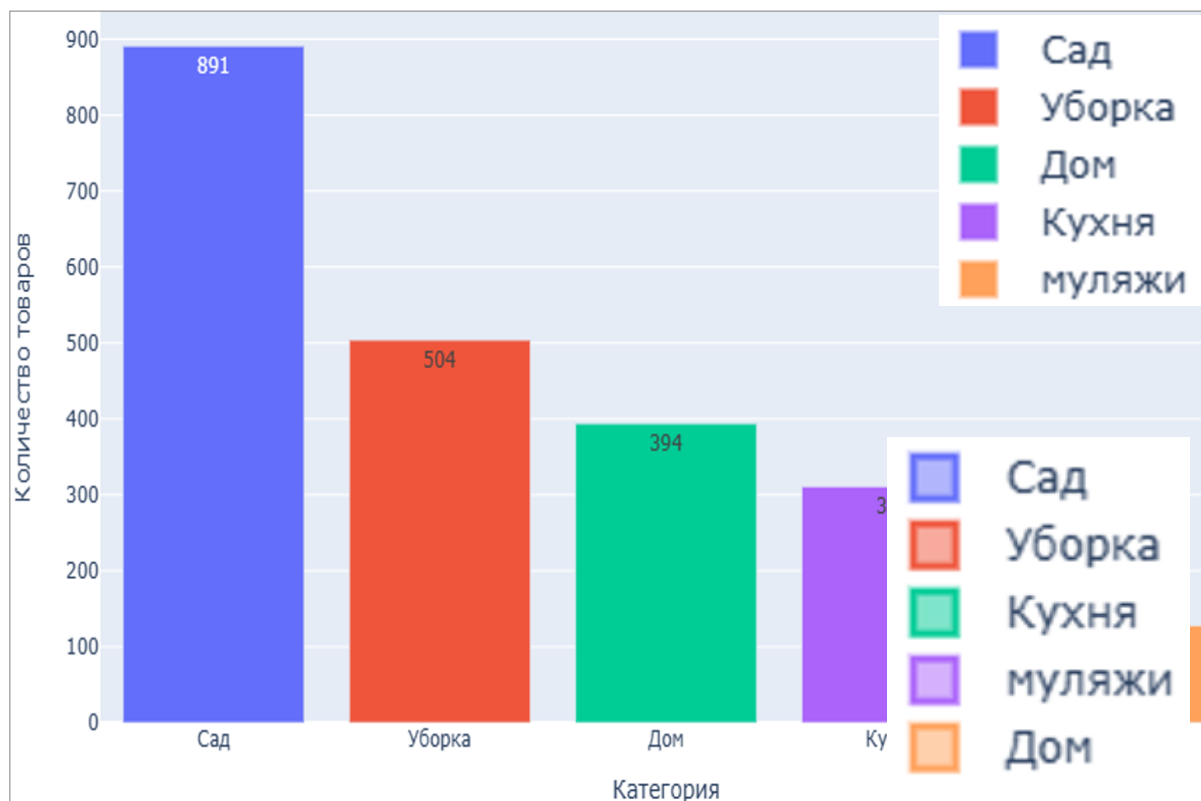
Цель исследования:

- Проанализировать товарный ассортимент магазина и сформировать таргетированные предложения для каждого сегмента покупателей, что в будущем поможет повысить продажи в компании "Пока все еще тут"

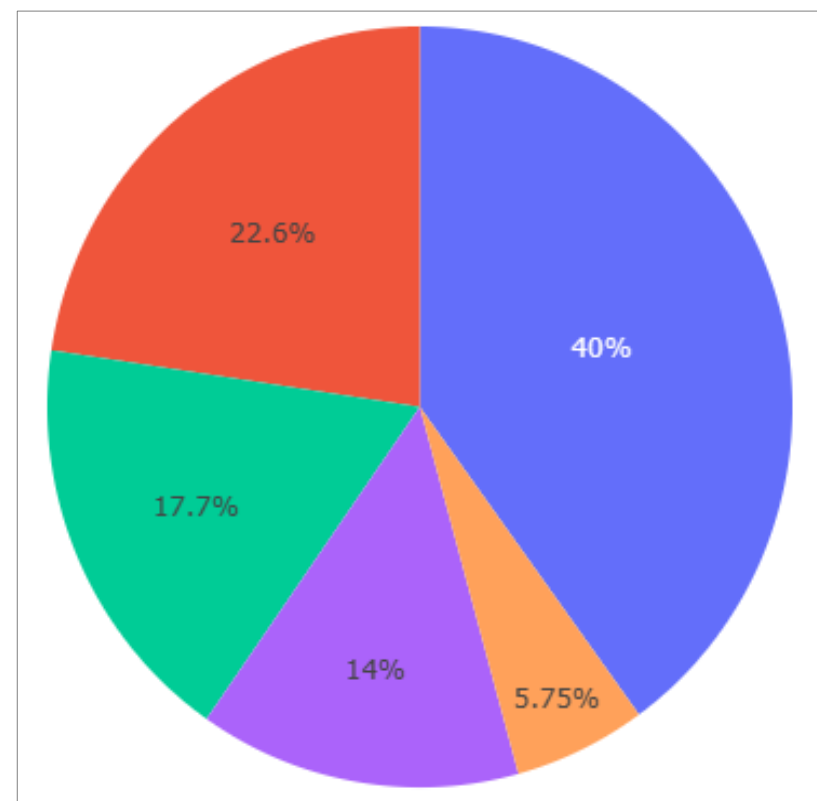
Что было сделано:

- Весь товарный ассортимент магазина был разбит на 5 категорий
- Проведен анализ ключевых метрик категорий товаров
- Проведена сегментация: пользователей разделили на 2 кластера, составили профили пользователей.
- Сформулированы и проверены статистические гипотезы
- Сформулированы выводы и даны рекомендации таргетированных предложений по категориям товаров и сегментам покупателей

Категории товаров



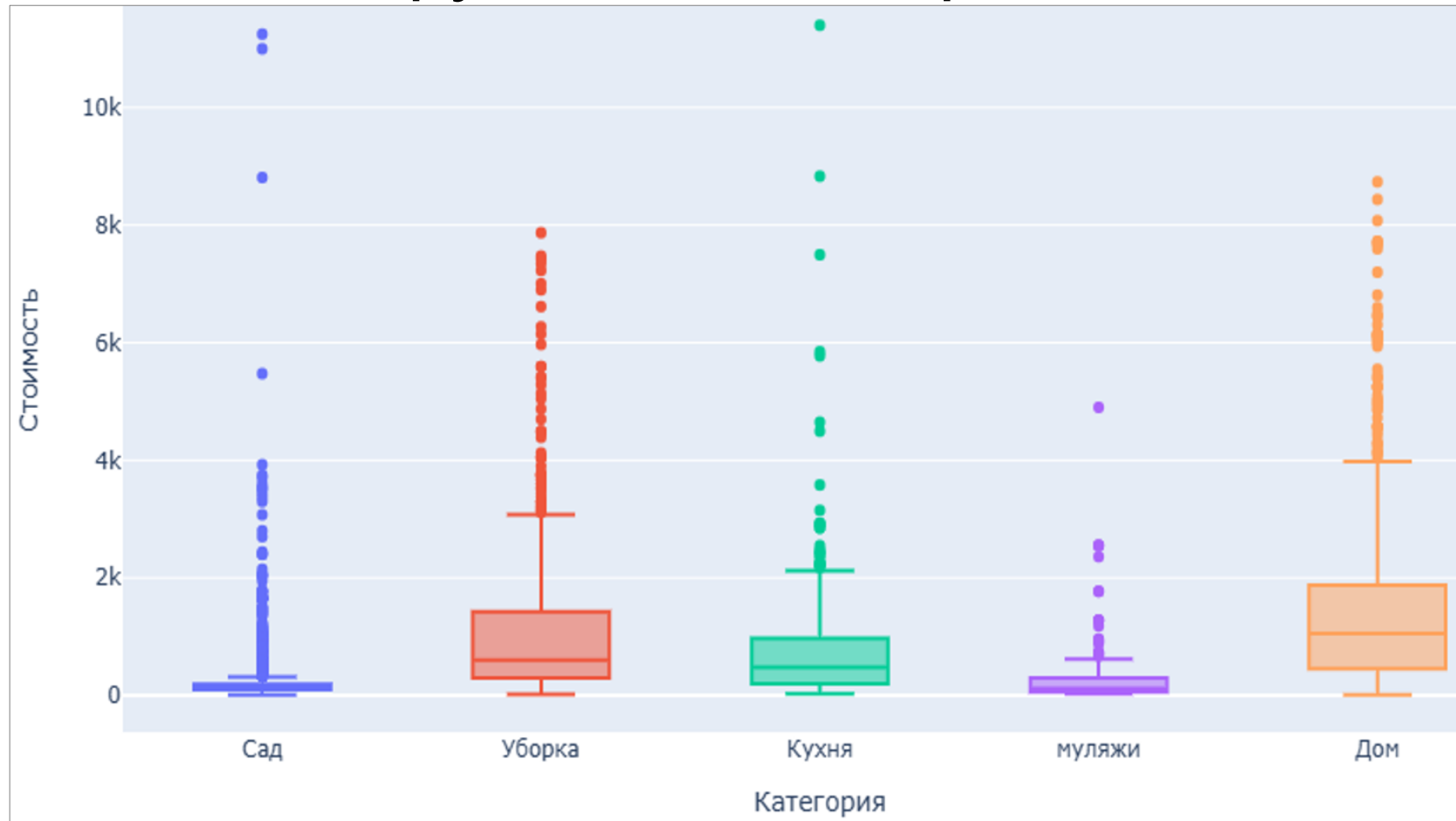
Количество товарных позиций
в каждой категории



Соотношение категорий
товарного ассортимента

- *Лидер по количеству товарных наименований категория Сад.*
- *Меньше всего товарного разнообразия в категории "Муляжи".*

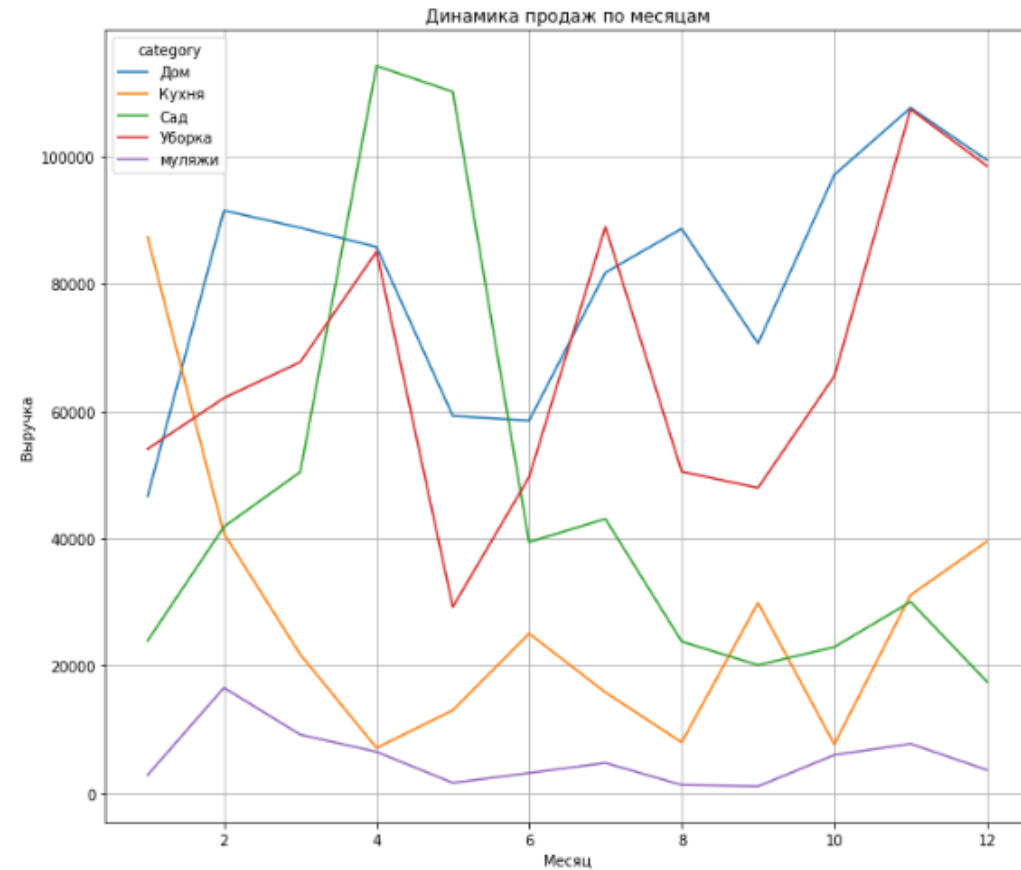
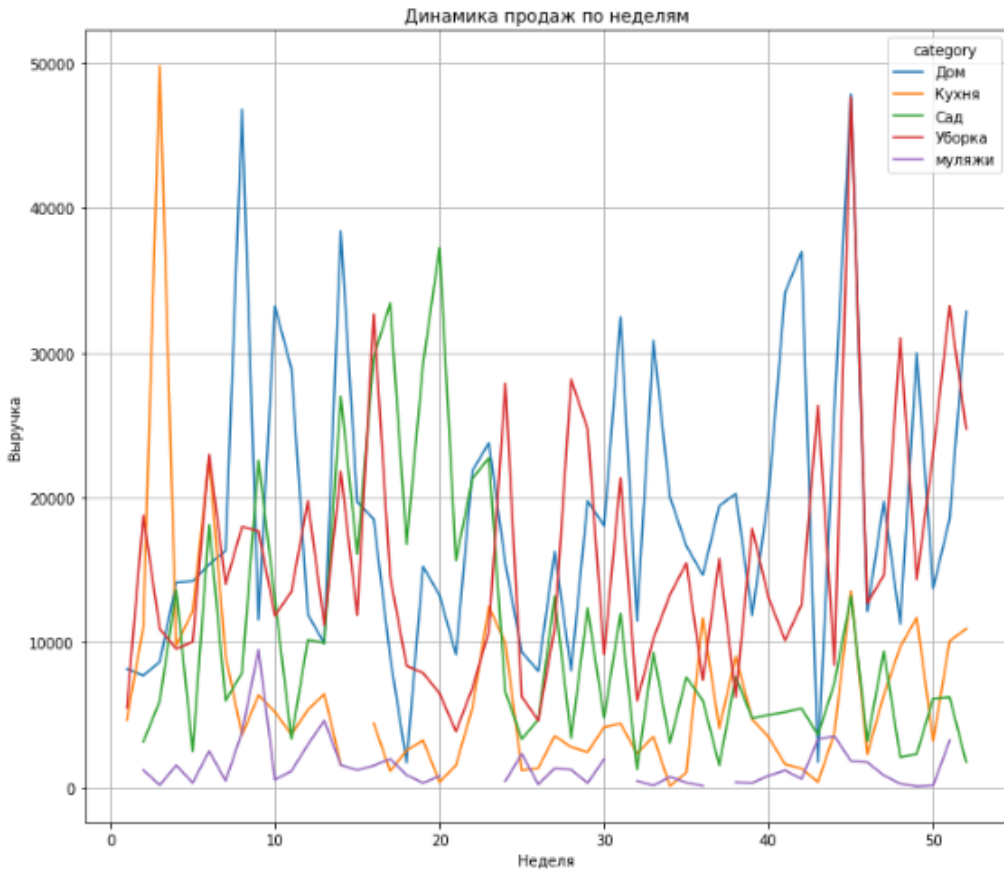
Выручка по категориям



- Больше всего выручки приносят категории: Дом, Уборка, Кухня;
- Меньше всего: Сад и Муляжи.
- Чаще всего покупают клиенты, которые приходят в магазин за товарами для сада.
- Данная категория обладает довольно масштабным списком наименований товаров.

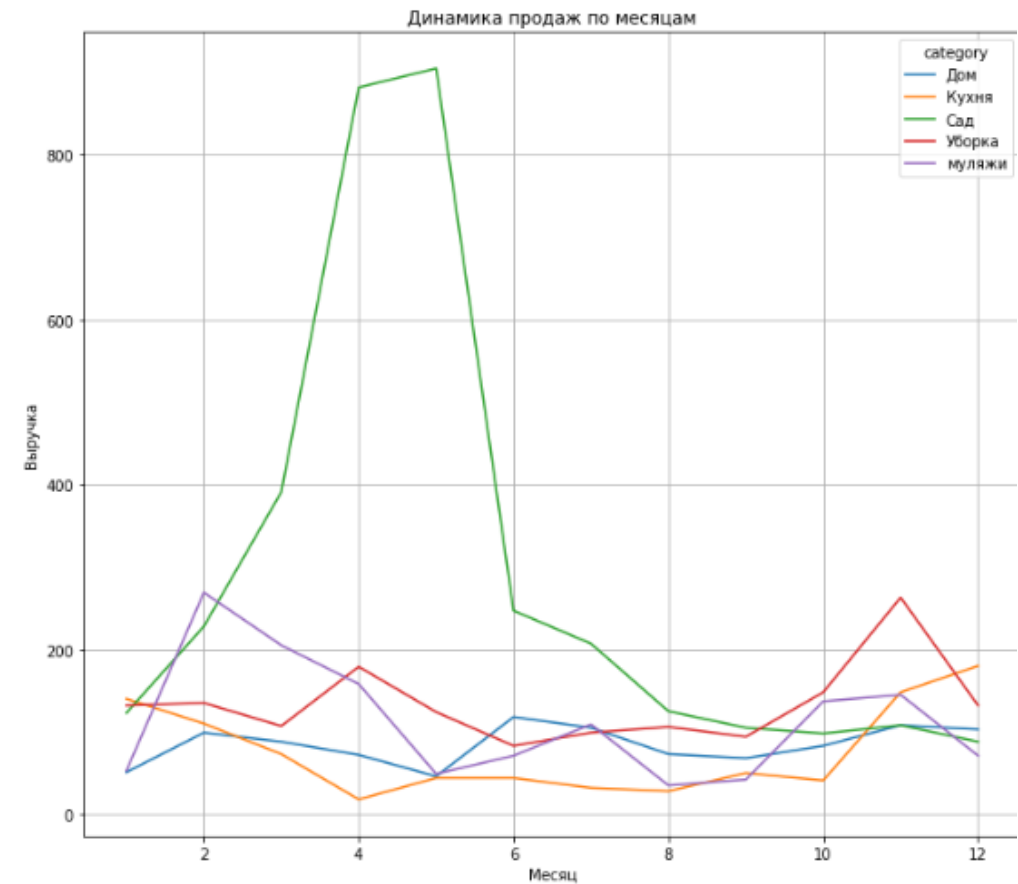
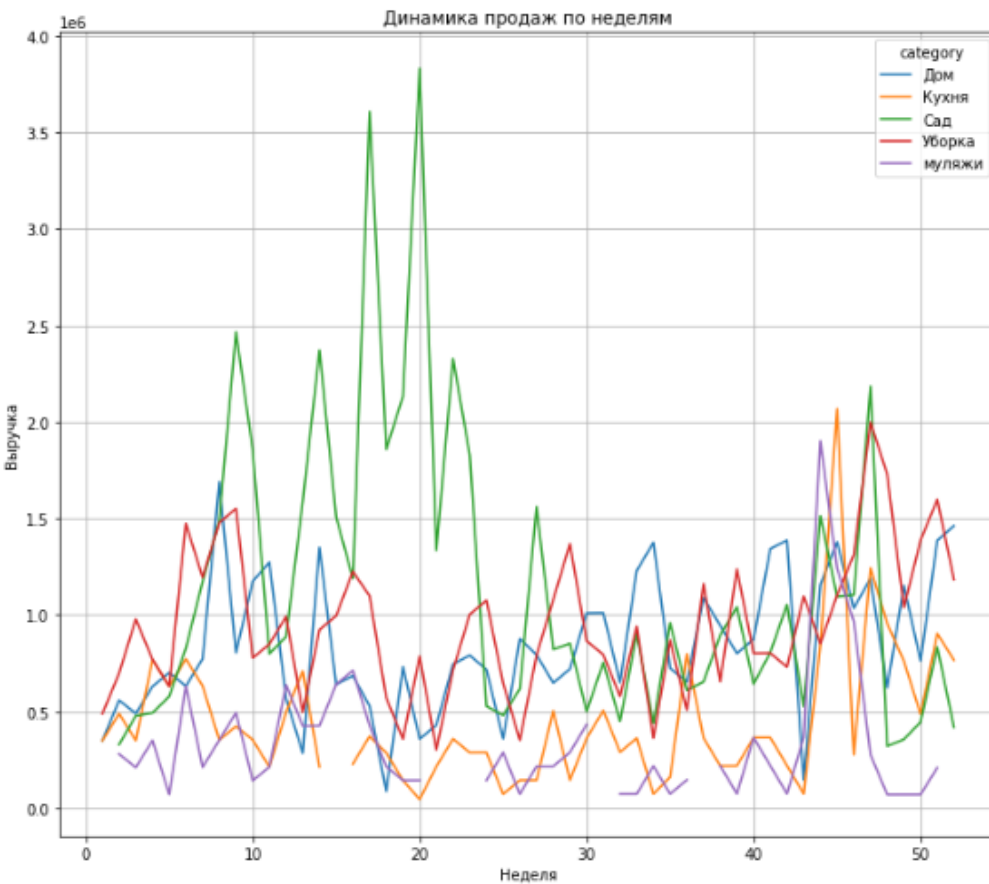
	customer_id	all_users	share
category			
Сад	2367	4523	52.3%
Уборка	819	4523	18.1%
Дом	704	4523	15.6%
Кухня	372	4523	8.2%
муляжи	261	4523	5.8%

Динамика выручки на протяжении года



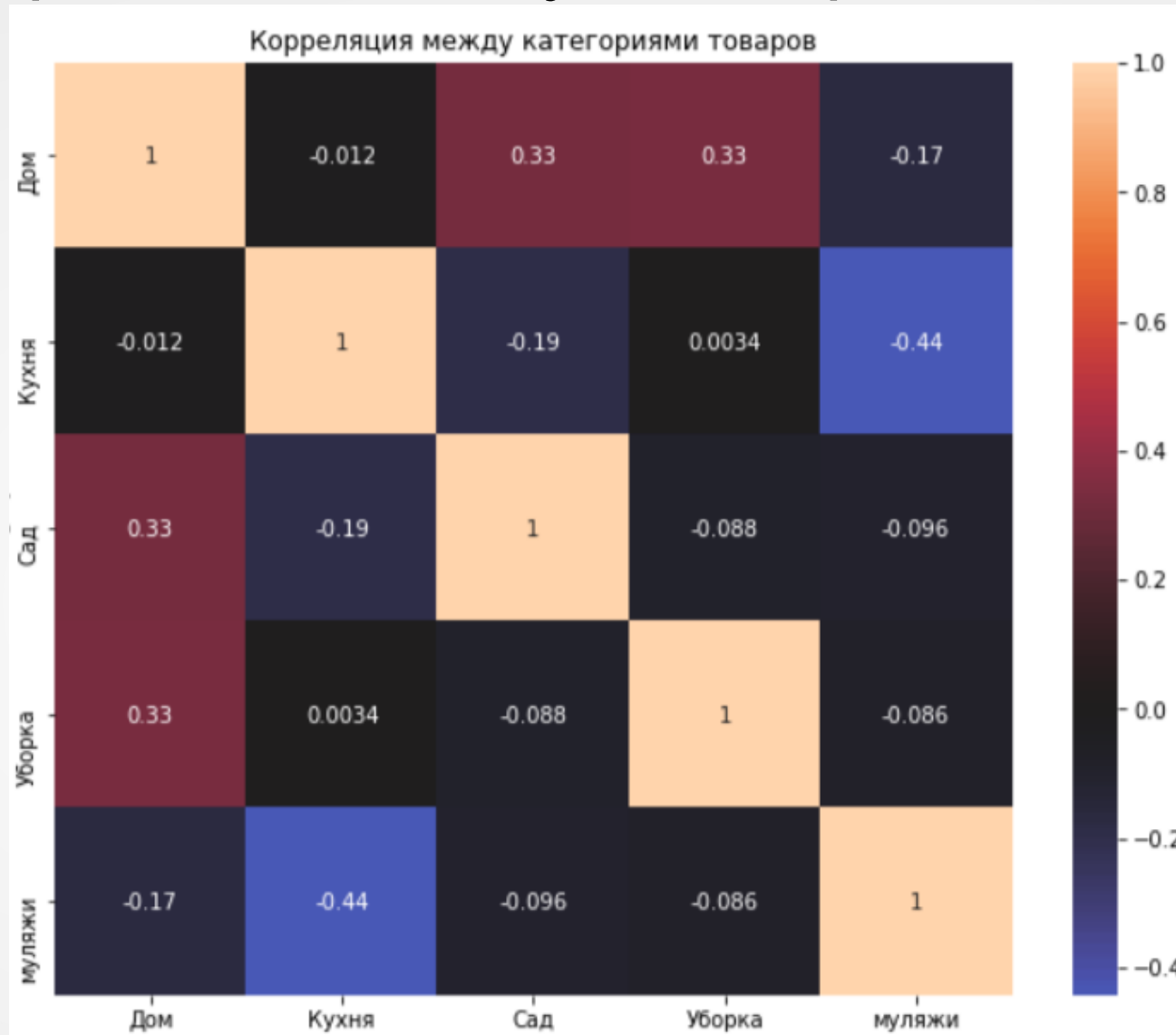
- Продажи различных категорий подвержены влиянию сезонного аспекта.
- В категории “Сад” спрос на товары сохраняется на высоком уровне с марта по июнь.
- Товары категорий “Дом” и “Уборка” пользуются спросом на протяжении всего года.
- На товары для кухни спрос сохраняется на высоком уровне с ноября по март.
- На товары из категории “муляжи” спрос остается низким, лишь незначительно повышаясь в ноябре и феврале.

Динамика транзакций на протяжении года



- В течение года число транзакций из категорий Дом и Уборка незначительно отличается между собой. В среднем, цена на товарную позицию, и выручка в категории Дом выше.
- Выручка высокая, не смотря на то, что единиц товара продано не так уж и много. Значит, стоимость.
- В категории “Сад больше всего недорогих товаров”

Корреляция между категориями товаров



- Товары категорий Кухня и Муляжи имеют отрицательную корреляцию.
- Существует положительная корреляция между категориями Уборка-Дом и Уборка-Сад.
- Следовательно, можно предлагать в рекламных плашках, уведомлениях покупателю дополнительные товары из раздела категорий, между которыми существует положительная корреляционная связь.

Рекомендации по товарным категориям:

- Можно предлагать в рекламных плашках или уведомлениях покупателю дополнительные товары из категорий, между которыми существует корреляционная связь: Уборка-Дом, Уборка-Сад. Создавать маркетинговые предложения, которые затрагивают одновременно несколько категорий. Это может увеличить число товаров за одну покупку.

Избавиться от категории муляжи, где достаточно низкие продажи, и низкий спрос. Цена за единицу товара, в среднем, также достаточно низкая.

- Падение спроса в категории "Сад" в холодное время года можно снизить за счет продажи домашних, горшечных вариантов цветов, а также (возможно) за счет дополнения ассортимента литературными, справочными материалами о садоводстве.

В данной категории также: низкий чек при высоких продажах. Стоит дополнить ассортимент более дорогими товарами(теми же семенами из более дорогих вариантов, удобрениями, всеми сопутствующими приспособлениями для выращивания рассады). Пользователи готовы приходить и покупать товары из данной категории.

- В течение года число заказов из категорий Дом и Уборка незначительно отличается между собой. Однако, выручка категории Дом значительно выше, следовательно, в среднем, цены на товарную позицию в категории Дом выше, не смотря на относительно одинаковый уровень продаж. Было бы неплохо увеличить среднюю стоимость одной товарной позиции в категории кухня, добавить больше дорогих товаров (например, бытовой техники). Данный подход вероятно, сможет позитивно сказаться на увеличении уровня выручки.
- Необходимо подумать над увеличением числа заказов на одного клиента. Сейчас этот показатель = 1.09, это очень мало, и означает, что чаще всего один пользователь заказывает в нашем магазине только один раз, редко кто возвращается снова. Можно ввести промокоды на повторную покупку.

Сегментация по профилю потребления.

Рекомендации:

Кластер 0

Покупают больше дешевых товаров

- Количество заказов = 1,08
- Товарных позиций на пользователя = 3,99
- Средняя цена товара = 500,83
- Средняя выручка = 1012.63

cluster	0	1
order_id	1.08	1.17
quantity	3.99	2.48
price	500.83	3696.30
revenue	873.03	5183.54

Кластер 1

Покупают меньше дорогих товаров

- Количество заказов = 1.17
- Товарных позиций на пользователя = 2,98
- Средняя цена товара = 3696,30
- Средняя выручка = 5183,54

Главная задача: повысить средний чек и сумму покупаемого товара.

Что можно сделать:

Расширить ассортимент, ввести более дорогие и качественные товары.

Проанализировать потребности покупателей, расширить ассортимент, добавить более актуальные категории.

Ввести промоакции: скидки\подарки начиная от определенной суммы покупки.

Главная задача: увеличить количество товарных наименований в чеке.

Ввести бонусную программу (например, карты с накопительными скидками и статусами для постоянных пользователей)

Предлагать при оформлении заказа докупить разнообразный сопутствующий дополнительный товар, различные мелочи. специальные предложения на следующую покупку

Проверка статистических гипотез

- Подтвердили значимость различий выделенных сегментов покупателей друг от друга по различным метрикам и сделали следующие выводы:
- **Средняя выручка от покупателей кластера 0 различается от средней выручки покупателей кластера 1**
- **Количество транзакций товаров от покупателей кластера 0 и кластера 1 различается.**
- **Количество заказов у покупателей кластера 0 и кластера 1 не различается.**