

OVERVIEW

1/3/2014

12/30/2017

2.3M

Total Revenue

286.40K

Total Profit

5009

Total Orders

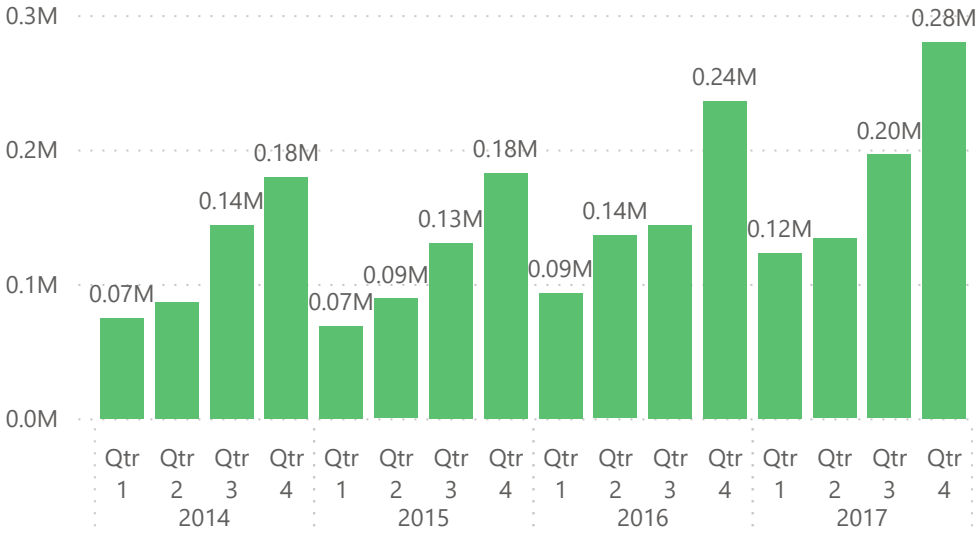
38K

Total Quantity

793

Customers

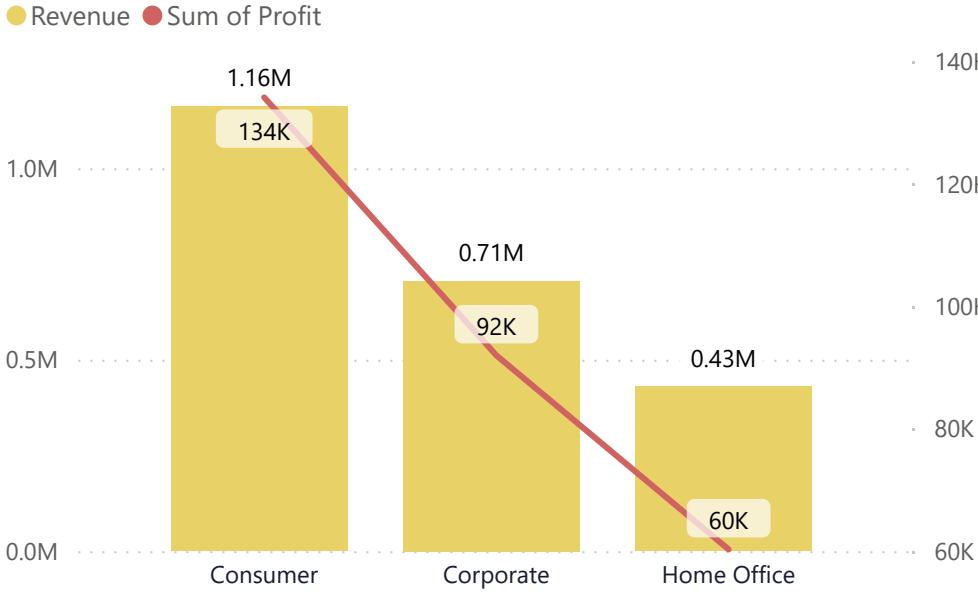
Revenue By Date



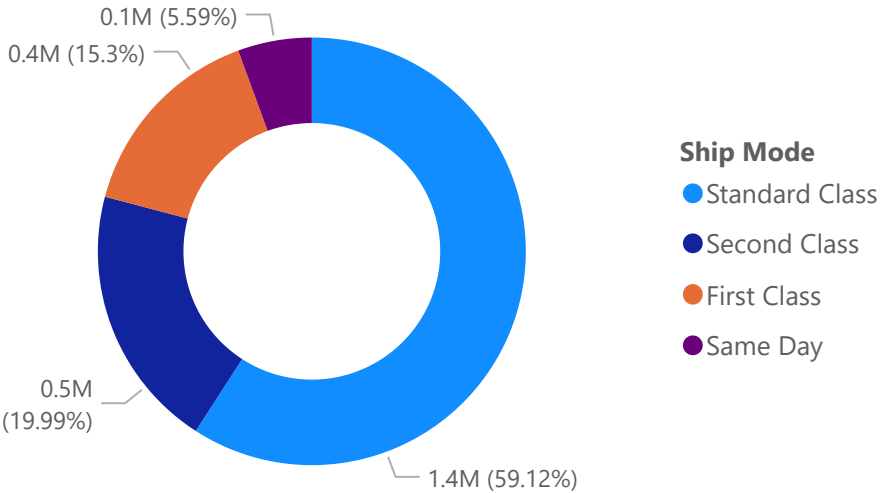
Customer and Total Orders By Date



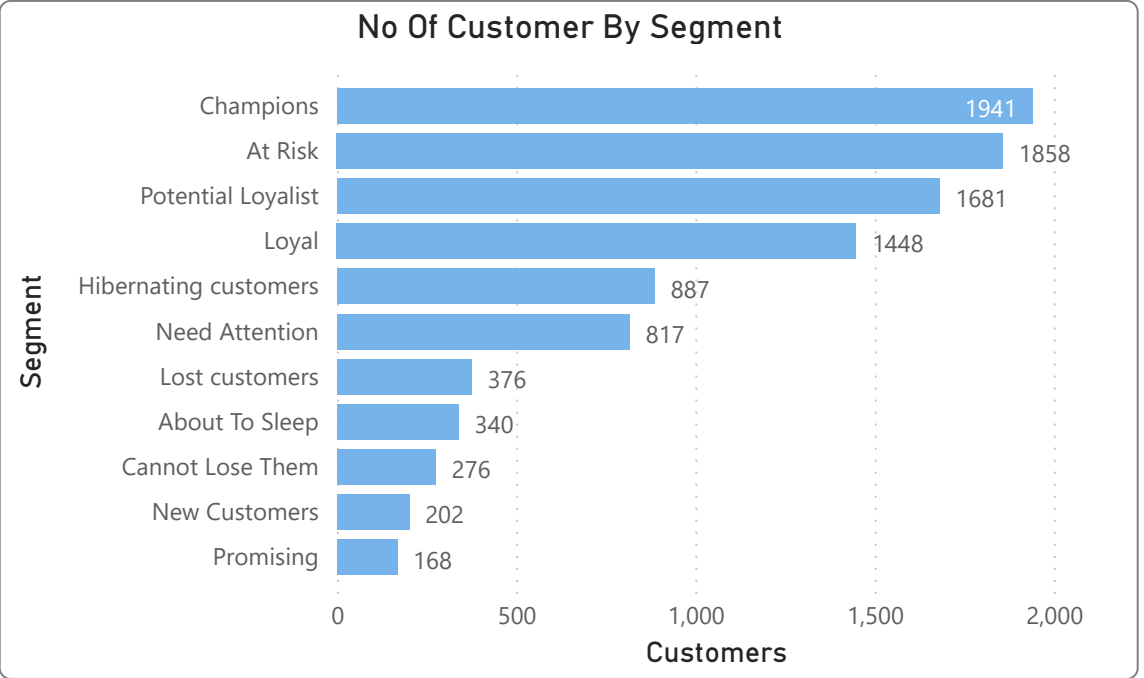
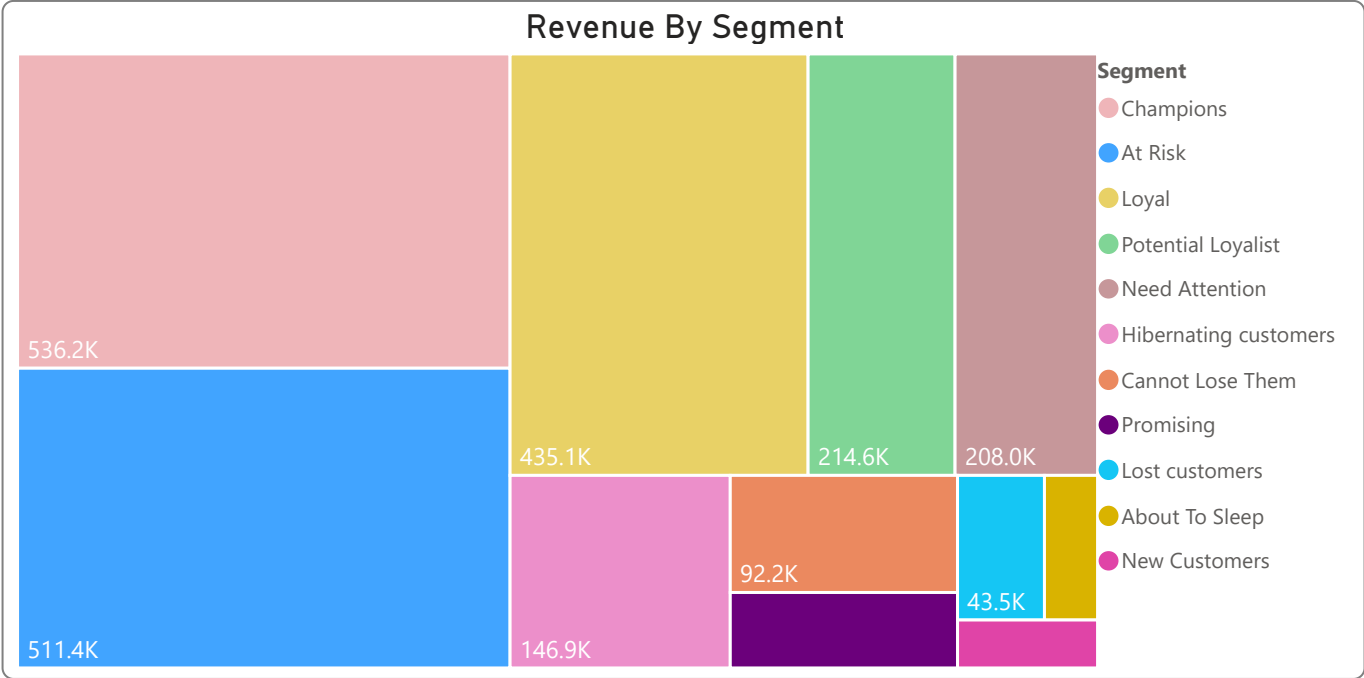
Revenue and Profit By Segment



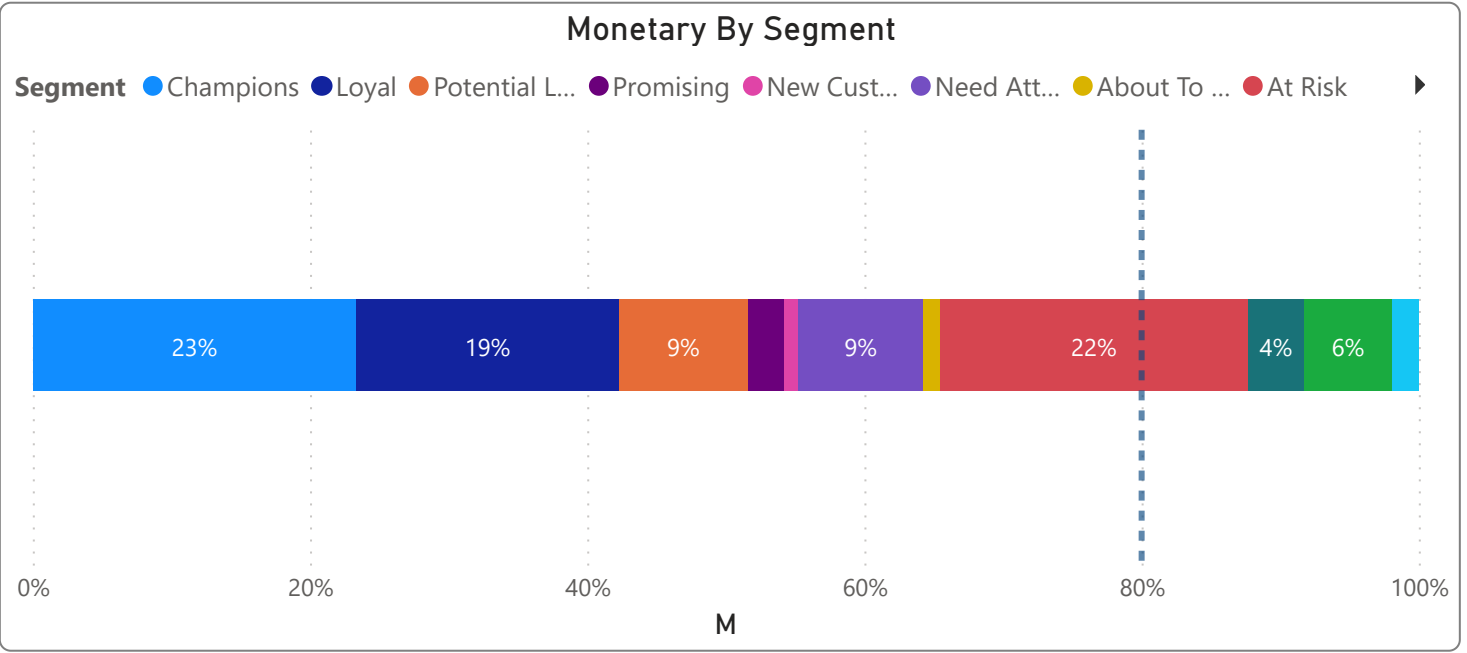
Revenue by Ship Mode



CUSTOMER SEGMENTATION



Top 30 Customers Bring The Highest Revenue					
Customer Name	R	F	M	Segment	RFM Score
Adrian Barton	1954	10	14,473.57	Champions	455
Becky Martin	2220	4	11,789.63	At Risk	125
Bill Shonely	2471	5	10,501.65	At Risk	135
Caroline Jumper	2102	8	11,164.97	At Risk	245
Christopher Conant	1956	5	12,129.07	Loyal	435
Christopher Martinez	1950	4	8,954.02	Promising	425
Clay Ludtke	2197	12	10,880.55	Cannot Lose Them	155
Edward Hooks	2048	12	10,310.88	At Risk	255
Grant Thornton	1969	3	9,351.21	Promising	315
Greg Tran	1949	11	11,820.12	Champions	455
Helen Wasserman	2030	8	9,300.25	At Risk	245



PRODUCT

1862

Total Product ID

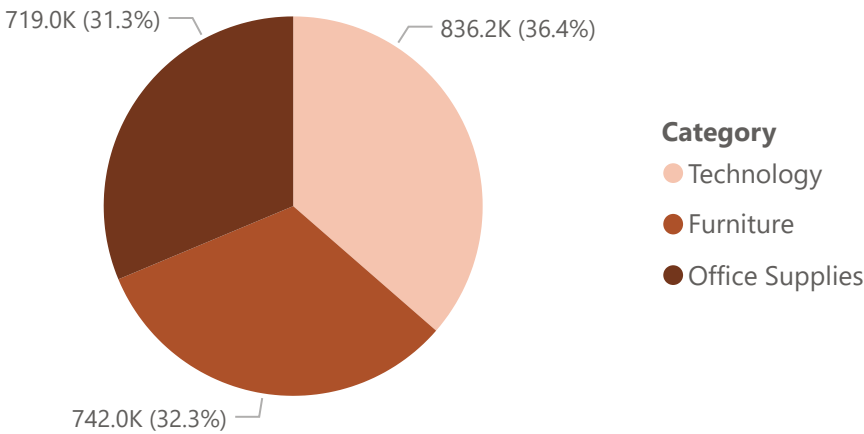
17

Total Sub-Category

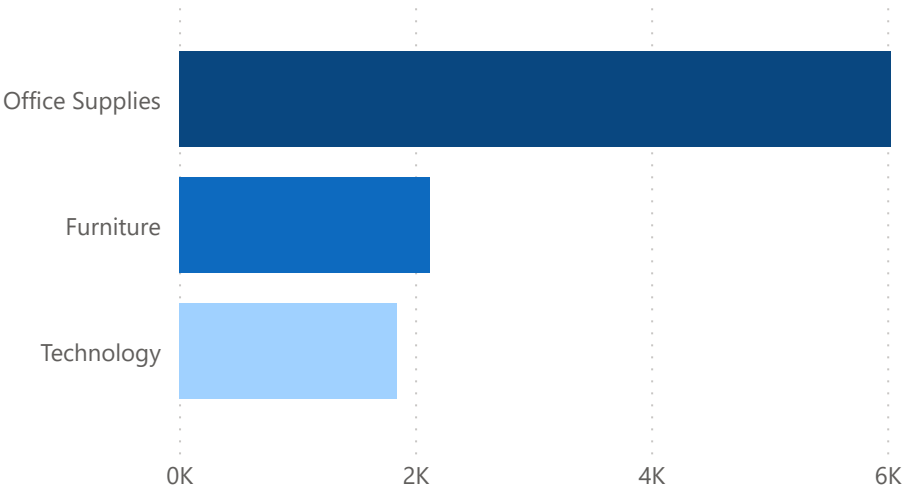
3

Total Category

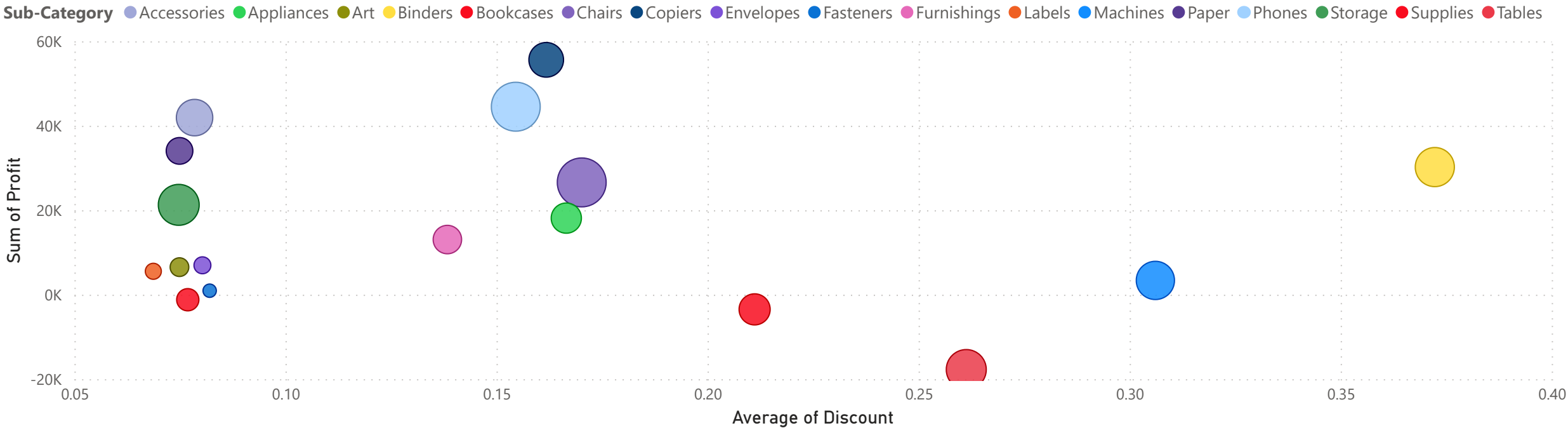
Revenue by Category



Total Product by Category



Average of Discount, Sum of Profit and Revenue by Sub-Category



GEOGRAPHY

531

Cities

49

States

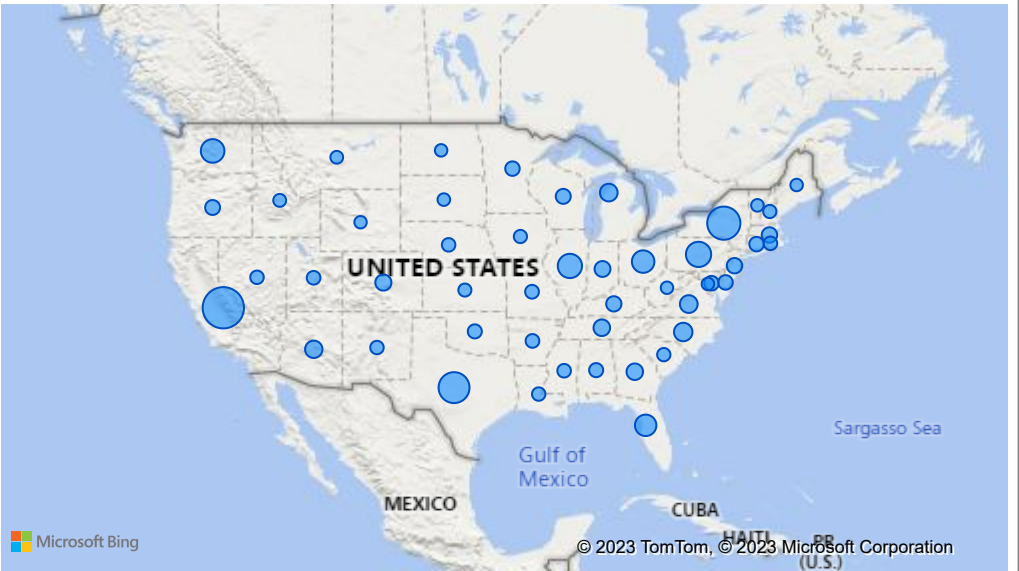
4

Regions

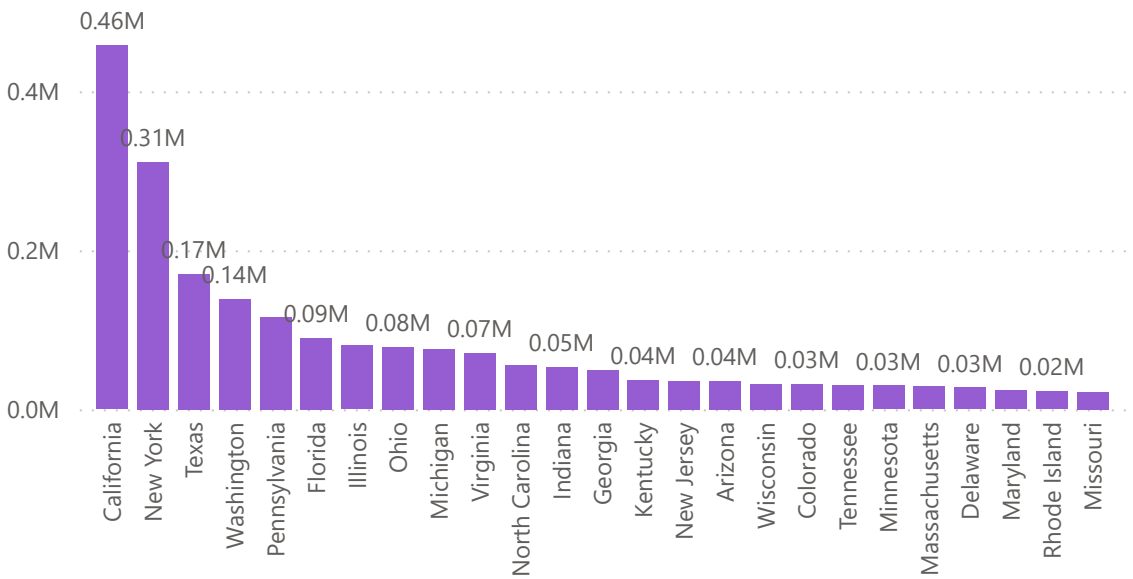
Revenue and Profit By Region



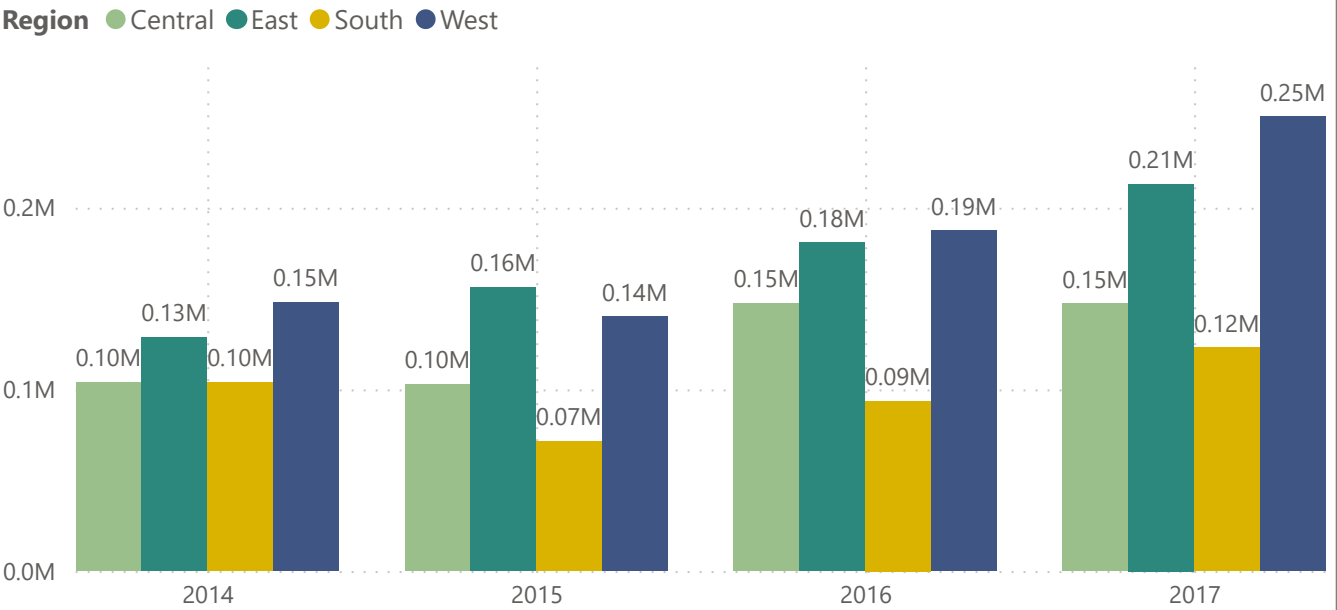
No.Cus By State



Revenue by State



Revenue By Year and Region



Page 1: Overview

1. Có thể nhìn thấy trong suốt quá trình kinh doanh từ tháng... đến ... Tổng doanh thu của cửa hàng là 2.3M và lợi nhuận của cửa hàng là 286.4K. Mức doanh thu này đến từ 5009 đơn hàng và trong quá trình vận hành cửa hàng đã bán được 38K sản phẩm cho 793 khách
2. Nhìn vào 2 biểu đồ đầu tiên có thể thấy revenue tăng dần qua các năm và nhiều nhất là quý 4 hàng năm và thấy số lượng customers và orders cũng tập trung vào quý 4 của các năm. Lý do có thể là vì đây là mùa mua sắm và mùa lễ hội nên số lượng khách hàng và nhu cầu mua sắm của họ tăng lên cao
3. Có 3 phân khúc tiêu dùng chính là consumer, corporate, home office. Phân khúc khách hàng đem lại doanh thu và lợi nhuận lớn nhất là phân khúc consumer, và phân khúc thấp nhất là Home Office
4. Phương thức giao hàng tiêu chuẩn có doanh thu cao nhất và thấp nhất là doanh thu từ phương thức giao hàng trong ngày. Bởi vì phương thức giao hàng tiêu chuẩn có mức giá cả rẻ và nhu cầu nhận hàng nhanh của khách hàng ít hơn nên doanh thu có sự chênh lệch đáng kể giữa các phương thức giao hàng khác nhau

Page 2: Customer

1. Tổng doanh thu đã bán cho khách hàng trong suốt quá trình kinh doanh của cửa hàng là: 2.30M với số lượng đơn hàng là 5009 đơn hàng và đã bán cho tổng số 793 khách hàng
2. Trong tổng số 30 khách hàng đem lại doanh thu nhiều nhất cho cửa hàng, nhóm khách hàng chủ yếu thuộc nhóm segment consumer.
3. Số lượng khách hàng phân bố theo các vùng có sự đồng đều, không có sự chênh lệch quá lớn.
4. RFM model
 - Dựa vào mô hình RFM chia khách hàng thành 11 nhóm khách hàng khác nhau.
 - Nhóm khách hàng có số lượng khách hàng lớn nhất và mang lại doanh thu nhiều nhất cho cửa hàng là nhóm Champions với 1941 khách hàng và 536.2K doanh thu. Đối với nhóm khách hàng này cửa hàng nên gợi ý thêm cho họ mua những sản phẩm có giá trị cao hơn . Mời họ đánh giá sản phẩm, nhờ họ giới thiệu sản phẩm. Tương tác và gửi, tặng những món quà nhỏ để thu hút và tiếp tục giữ chân họ
 - Đối với nhóm khách hàng mới cửa hàng cần hỗ trợ thêm cho họ về quá trình sau bán, tăng cường dịch vụ chăm sóc đối với nhóm khách hàng này để tạo sự tin tưởng và thu hút họ.
 - Có 2 nhóm khách hàng của hàng cần đặc biệt chú ý là nhóm khách hàng có nguy cơ và nhóm khách hàng không nên mất. Hai nhóm khách hàng này đều đã không mua sản phẩm từ cửa hàng trong một thời gian dài, tuy nhiên trước đây họ mua hàng rất thường xuyên và chi tiêu rất nhiều. Cửa hàng cần tạo thêm những ưu đãi mạnh hơn cho họ, gửi email để kết nối lại với những khách hàng này, tương tác và cung cấp gia hạn thêm các dịch vụ khách cho họ
 - Khoảng 60% doanh thu của cửa hàng đến từ 3 nhóm khách hàng chính là Champions, At Risk, và Loyal. Cần tập trung vào 3 nhóm khách hàng cũ này hơn để gia tăng giá trị đơn hàng của họ

Page 3: Product

1. Superstore bán tổng cộng 1862 sản phẩm thuộc 17 nhóm sản phẩm nhỏ của 3 nhóm hàng tiêu dùng chính: Technology, Furniture, Office supplies. 2 nhóm mặt hàng có doanh thu cao nhất trong cửa hàng là phone và chair. Mặt hàng Technology là dòng sản phẩm có doanh thu cao nhất của cửa hàng vs 836154.
2. Mặt hàng Technology có ít nhất về sự đa dạng về hàng hóa và số lượng sản phẩm bán ra với chỉ 1847 sản phẩm thuộc 4 nhóm sản phẩm. Tuy nhiên đây là mặt hàng sản phẩm đem lại doanh thu nhiều nhất cho cửa hàng. Lý do là vì giá thành 1 sản phẩm công nghệ cao hơn khá nhiều so sánh vs những sản phẩm còn lại.
3. Ngược lại, vì giá thành sản phẩm office suppliers khá nhỏ nên cho dù có sự đa dạng về loại nhất trong 3 nhóm hàng chính vs 9 loại sản phẩm khác nhau cũng như có số lượng sản phẩm bán ra nhiều nhất nhưng doanh thu thu về thì vẫn nhỏ nhất trong 3 nhóm hàng.
4. Cửa hàng chủ yếu áp dụng giảm giá từ 20% trở xuống và đa phần đều mang lại profit cho cửa hàng. 3 loại sản phẩm có profit âm là supplies, bookcases và tables. Cả 3 sản phẩm này revenue đều ko quá cao nên nếu áp dụng discount thì càng lỗ. Điển hình là sản phẩm Tables vs tổng lỗ nhiều nhất trong tất cả các sản phẩm. Sản phẩm áp dụng discount cao nhất là Binder nhưng vẫn nằm ở nhóm trên các sản phẩm đem lại profit cao nên chính sách discount của sản phẩm này có vẻ đã có hiệu quả.

Page 4: Region

1. Doanh thu giữa các vùng khá đồng đều, không có sự chênh lệch nào quá lớn
2. Doanh thu và số lượng khách hàng tập trung lớn nhất ở 2 bang là Cali và New York