



ecommerceu

# ECOMMERCEU

## PERFORMANCE DASHBOARD

Link Dashboard :

[https://public.tableau.com/views/EcommerceuPerformanceDashboard\\_16559114659230/ECOMMERCEU-DASHBOARD?:language=en-US&publish=yes&:display\\_count=n&:origin=viz\\_share\\_link](https://public.tableau.com/views/EcommerceuPerformanceDashboard_16559114659230/ECOMMERCEU-DASHBOARD?:language=en-US&publish=yes&:display_count=n&:origin=viz_share_link)

Revou Labs May 2022 Division 2 - Team 4

# Business Problem

There is a continuous decrease in revenue, especially during the last 6 months. This is a red flag for business sustainability.

Ecommerceu needs to be more data driven to evaluate and provide analysis to support decision making in order to improve performance & revenue.

The first thing to do is to develop business performance monitoring (Performance Dashboard) for each users :

- Marketing team (Operational Level)
- Product & Sales team (Mid Level)
- C-level (Top Level)



# Business Process Overview

Ecommerceu is marketplace platform/app that sells various products from merchants to customers



## Products

101 products from 9 different categories



## Merchants

32 Merchants from 12 cities across 5 provinces

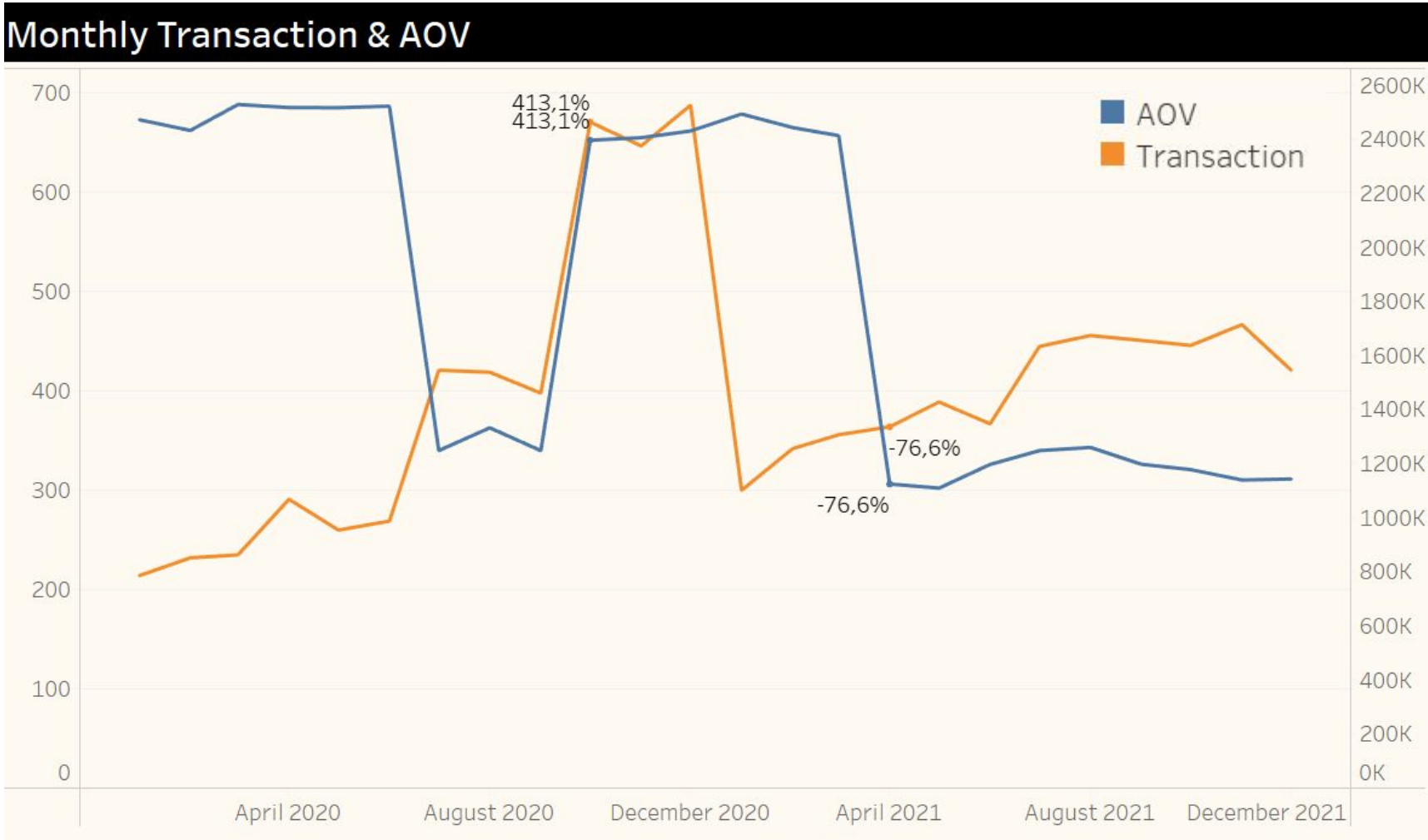


## Customers

1.584 customers from 1.612 total registered users

# Business Overview

Trend Sales dilihat dari jumlah transaksi, AOV, User registered

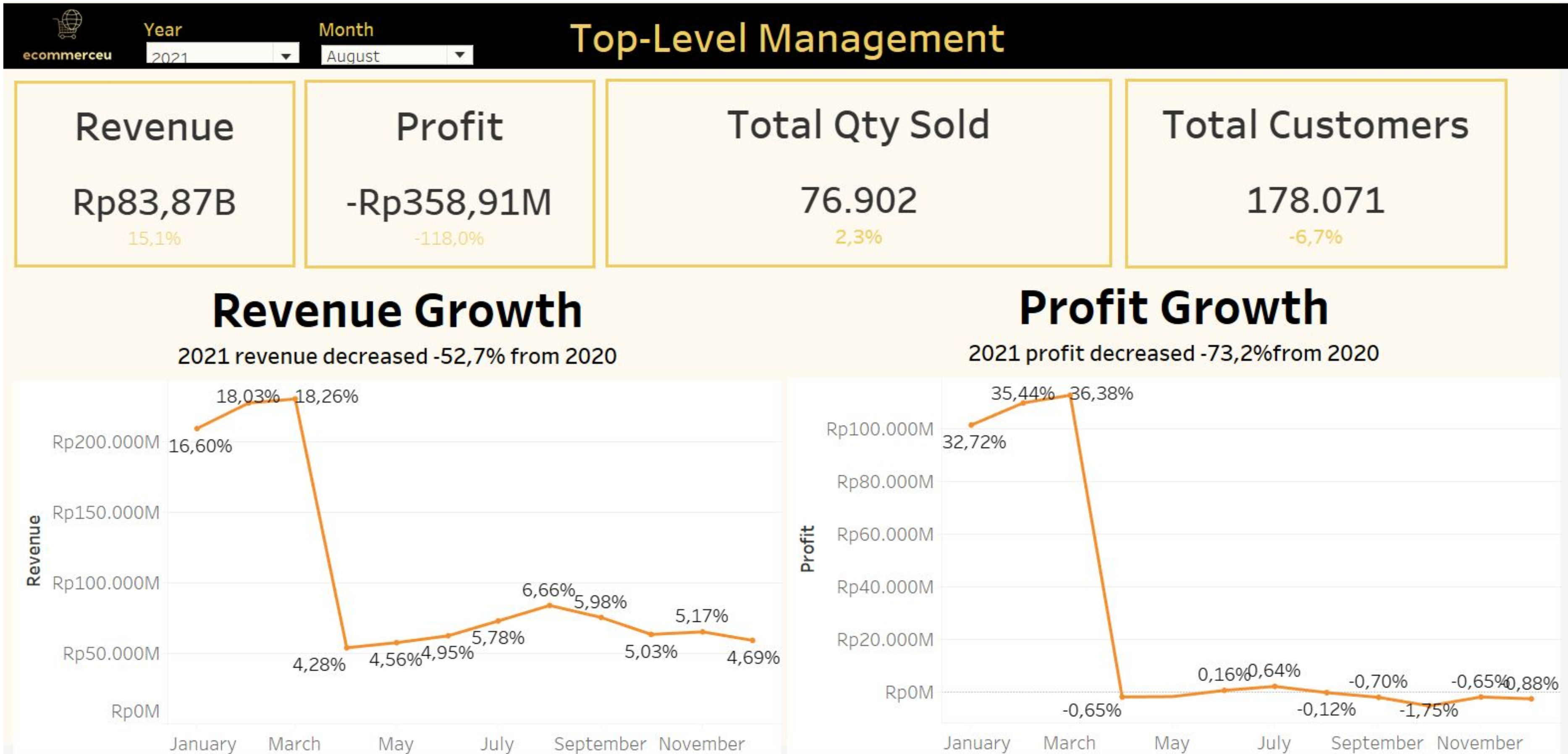


# Key metrics

- Revenue Growth  
Melihat trend revenue dari rentang waktu tertentu
- Profit Growth  
Melihat trend profit dari rentang waktu tertentu dan hubungannya dengan revenue
- AOV  
Trend sales ecommerce dipengaruhi oleh trend AOV, serta membantu untuk mendapatkan insight dari perilaku customer dalam melakukan setiap pembelian
- Conversion rate (registered to completed)  
Mengukur efektivitas langkah yang dilakukan dalam menarik user baru untuk melakukan transaksi
- Retention rate  
Melihat pola retensi user yang berpengaruh terhadap peningkatan sales
- Customer behaviour on CAR (Cart Abandonment Rate) & Promo event  
Melihat pola perilaku user dilihat dari penggunaan promo dan CAR yang berpengaruh terhadap peningkatan sales



# C-Level



# Insight

- 1) Revenue dan profit mengalami positif growth rate di tahun 2021 pada bulan January s/d Maret, tetapi pada bulan berikutnya terdapat penurunan yang signifikan.
- 2) Jumlah revenue & profit kedua produk electronic & hobbies sangat besar dan melampaui jauh jumlah revenue & profit produk - produk lain nya.
- 3) Revenue dan profit adalah variable yang saling berhubungan, apabila revenue naik maka profit akan naik, begitu juga sebaliknya.



## Product And Sales

Month - Year

January 2020

December 2021

Quarter

2020 Q1

2021 Q4

1.612  
New Users

37%  
CAR Total

2%

Total Conversion Rate

2,067,032  
Total AOV

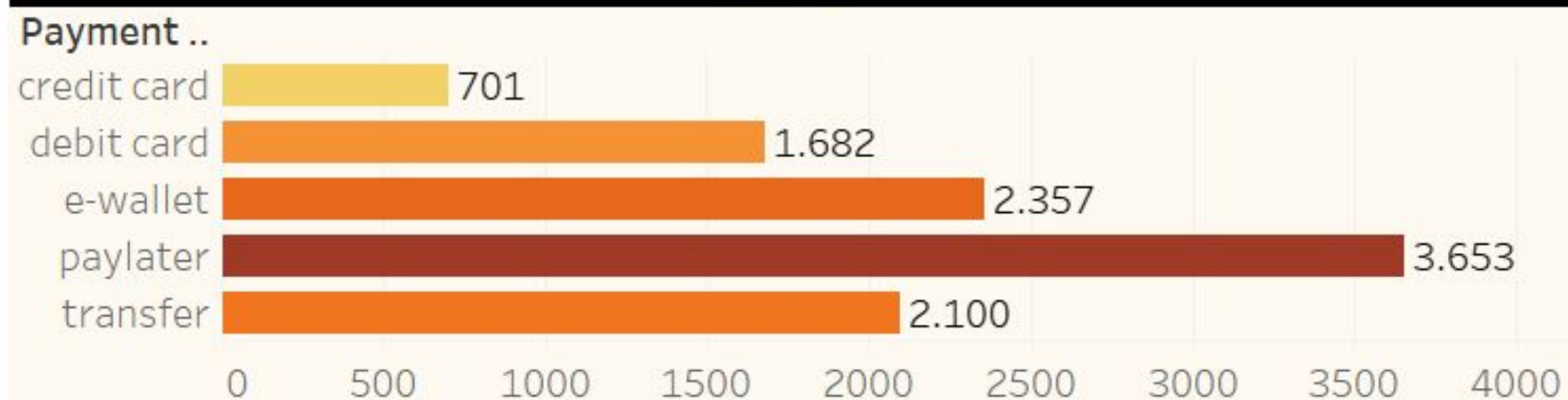
### Cohort Table (Retention)

Month, Year of Firs..	1	2	3	4	5	6
January 2020	100,00%	24,12%	26,63%	27,64%	29,15%	24,12%
February 2020	100,00%	26,11%	28,03%	22,29%	29,30%	22,29%
March 2020	100,00%	22,58%	25,00%	16,13%	16,13%	22,58%
April 2020	100,00%	16,92%	19,23%	26,92%	23,85%	23,85%
May 2020	100,00%	17,39%	19,57%	19,57%	18,48%	34,38%

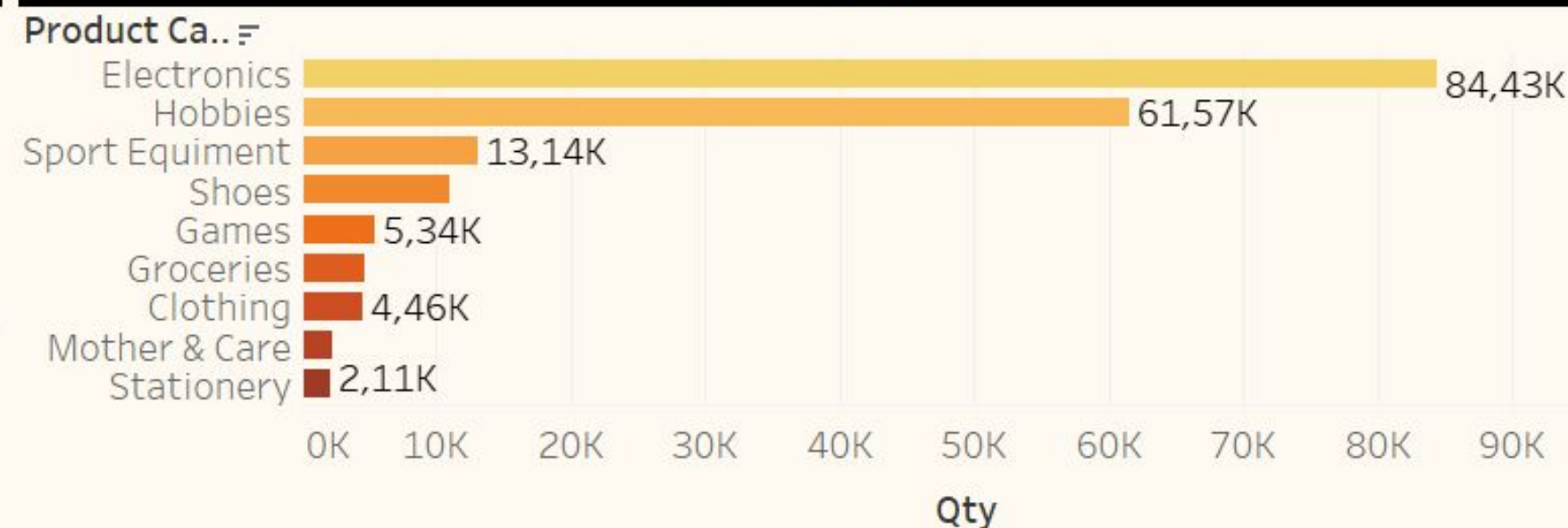
### Average Order Value (AOV)



### Transaction by Payment Method



## Sales Quantity By Product





# Insight

- Customer di ecommereceu masih melakukan transaksi hingga 24 bulan setelah transaksi pertama kali
- Customer dominan menyukai metode pembayaran PayLater yang mana AOV pada Q4 2021 yaitu 1,7 juta
- hanya 3% conversion rate berdasarkan session yang terjadi di ecommerceu periode Q4 2021
- Kategori produk Electronics yang paling banyak terjual secara quantity, namun customer berani membeli produk lebih mahal di kategori produk Hobies

Start Date  
January 2020End Date  
January 2020Sales or Transac  
SalesStatus  
CompletedProvince  
(All)Product Category  
(All)Product  
(All)By Category  
Product Category

By Category

- Clothing
- Electronics
- Games
- Groceries
- Hobbies
- Mother & Care
- Shoes
- Sport Equipment
- Stationery

152,448M

Total Revenue

214

Total Transactions

7

Registered Users

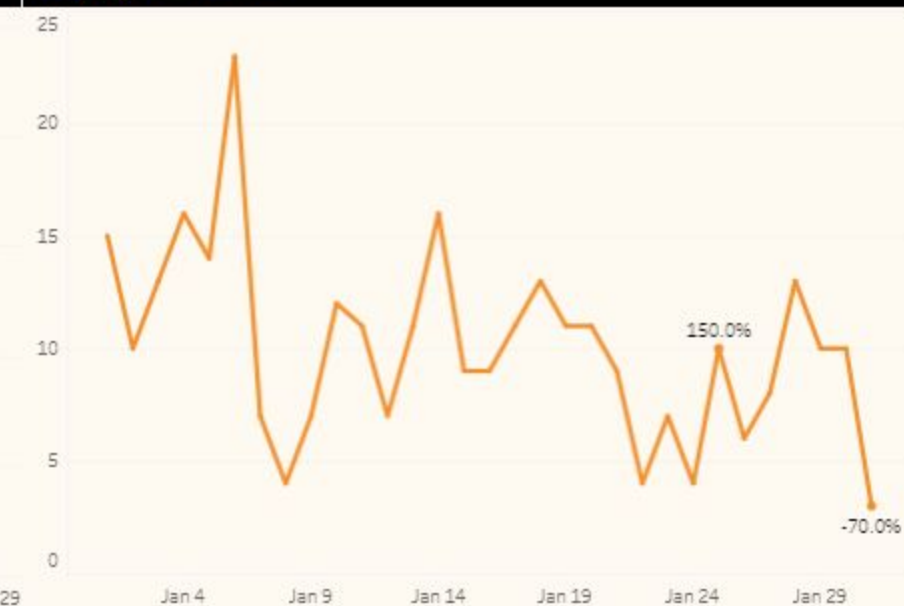
214

Promo Used

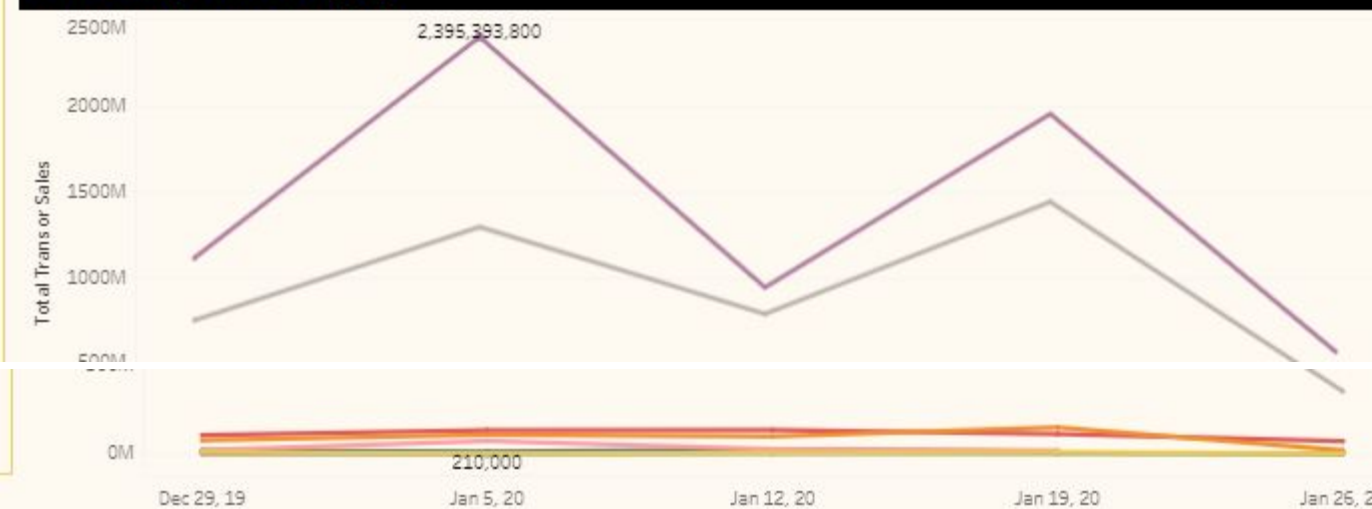
## Daily Sales



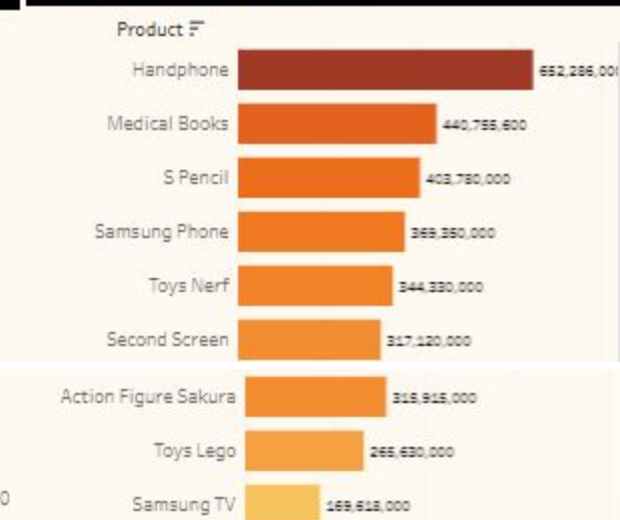
## Daily Registered Users



## Total Sales by Product Category



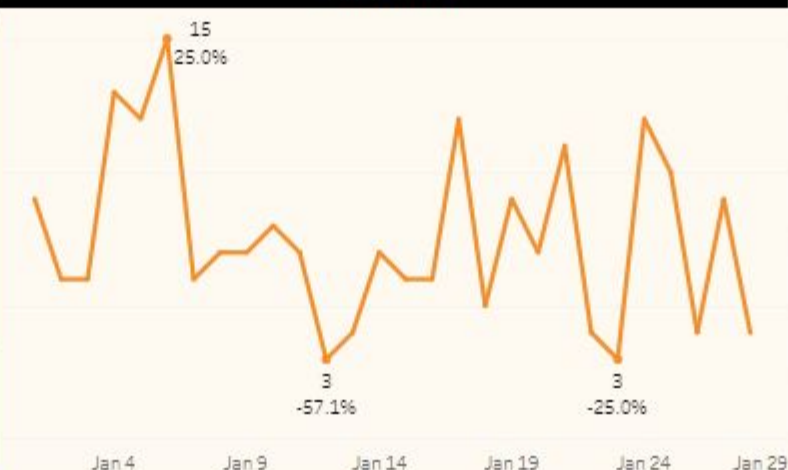
## Top 10 Most Sales Products



## Total Sales per Province



## Promo Used



## Add to Cart



# Insight

## Daily Sales & Transaction

Tidak ada pola tertentu, tanggal-tanggal tertentu terjadinya maksimal transaksi perbulannya atau maksimal sales perbulannya, melainkan tersebar sepanjang bulan, di awal bulan pada bulan-bulan tertentu, maupun di pertengahan dan di akhir bulan.

- Sales per Product Category

Trend Sales dipengaruhi juga oleh komposisi sales dari masing-masing product category. Kenaikan dan penurunan sales pada product category yang dominan, mempengaruhi trend Sales secara akumulatif. Seperti pada 9 Februari 2020, terjadi kenaikan sales total, disebabkan oleh kenaikan sales pada product category yg dominan (electronics & hobbies). Walaupun dari product category lain yg kurang dominan seperti games & shoes terjadi penurunan, hal ini tidak berpengaruh significant terhadap trend sales total

- Transaction & Promo

Trend penggunaan promo memiliki pola yang sama dengan trend transaksi. Salah satu penyebab banyak user yg kembali melakukan transaksi adalah karena ada program promo.

- Sales & Transaction per Wilayah

Hampir setengah (~40%) dari sales dan transaksi perbulannya berasal dari DKI Jakarta

# Insight

## **Registered Users**

Pada 1 tahun terakhir (2021) user baru yang melakukan registrasi terjadi penurunan menjadi maksimal 13 user per bulan bahkan ada bulan-bulan tertentu seperti Agustus dan Desember 2021 hanya ada penambahan 1 user baru.

## **User Behaviour (Add to cart)**

Terdapat pola menarik, dari perilaku user dalam melakukan add to cart. Umumnya di awal bulan yaitu 2 minggu pertama, customer cenderung menambahkan produk-produk ke keranjang 'add to cart'



# Recommendation

- Memaksimalkan penjualan product category yang dominan (berpengaruh pada trend sales)
- Meningkatkan jumlah user baru tiap bulannya, dengan menerapkan program marketing seperti referral, promo menarik bagi user baru dll
- Memanfaatkan 2 minggu pertama di setiap awal bulan (dimana banyak yg menambahkan barang ke keranjang) untuk diubah menjadi transaksi dengan membuat program marketing menarik di awal bulan, seperti promo discount, buy 1 get 1 dll
- Meningkatkan jumlah transaksi diluar DKI Jakarta dengan menawarkan program menarik seperti voucher gratis ongkir dll

**Thank You**