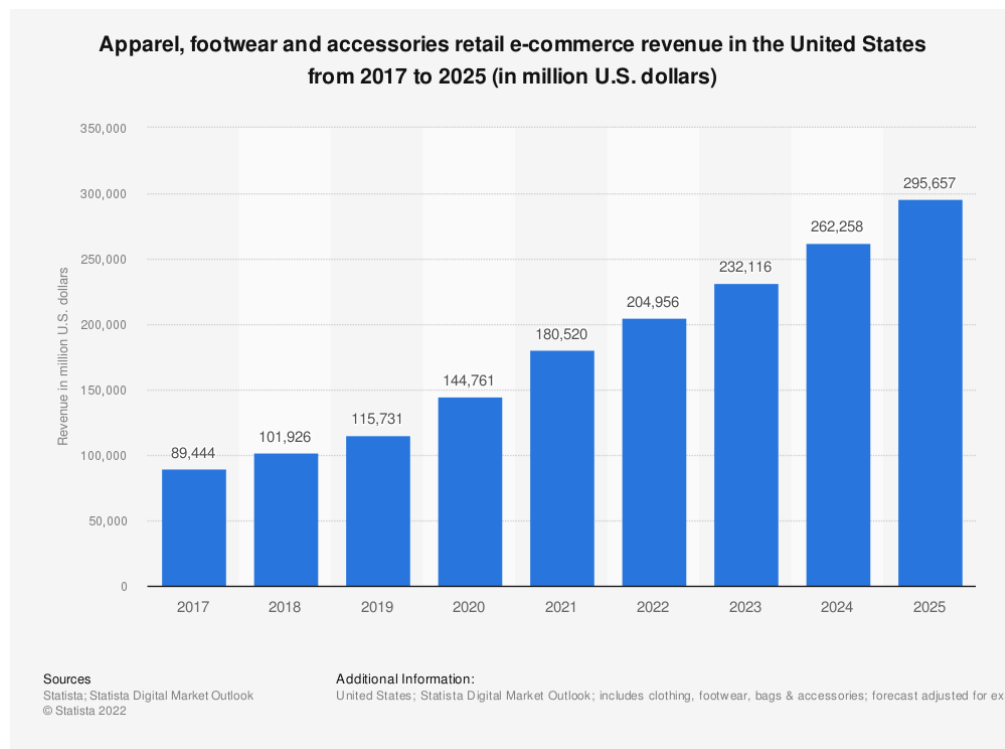


Eksploracja zbioru danych: „Women's E-Commerce Clothing Reviews”

Igor Kołodziej | Student I roku Inżynierii i Analizy Danych

Wprowadzenie

- Według firmy Statista, skumulowany roczny wzrost internetowego rynku mody w latach 2017 – 2025 ma osiągnąć 14.2%
- Internetowa sprzedaż odzieży, obuwia i akcesoriów w 2021 roku osiągnęła wartość 180.5 miliarda dolarów



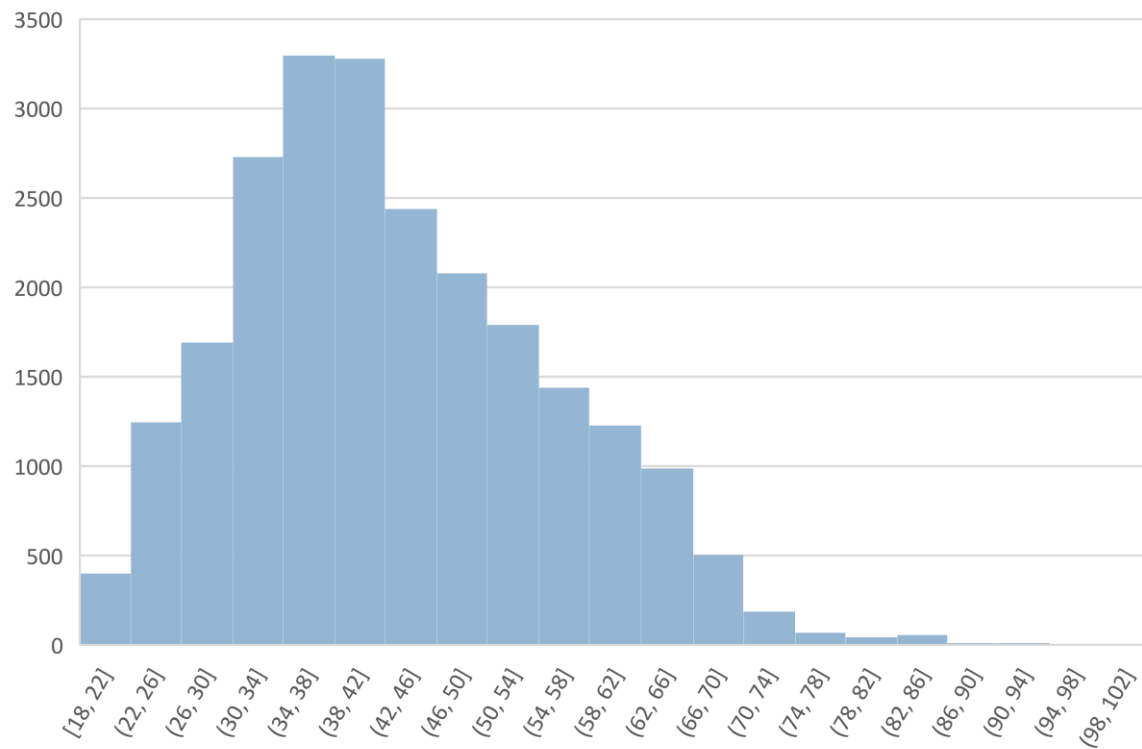
Wprowadzenie

- Źródło danych: kaggle.com
- Zbiór zawiera opinie od 23 486 klientek internetowego sklepu odzieżowego
- Zawiera on informacje takie jak:
 - Kod produktu
 - Rodzaj produktu
 - Wiek klientki
 - Ocena produktu od 1-5, gdzie 1 oznacza najgorszą, 5 najlepszą
 - Informację, czy klientka poleca produkt (odpowieź: pozytywna lub negatywna)
 - Ilość klientek, które uznały daną recenzję za pomocną

Cel prezentacji

- Utworzenie profilu statystycznej klientki
- Najpopularniejsze produkty
- Optymalizacja działania sklepu

Histogram wieku klientek



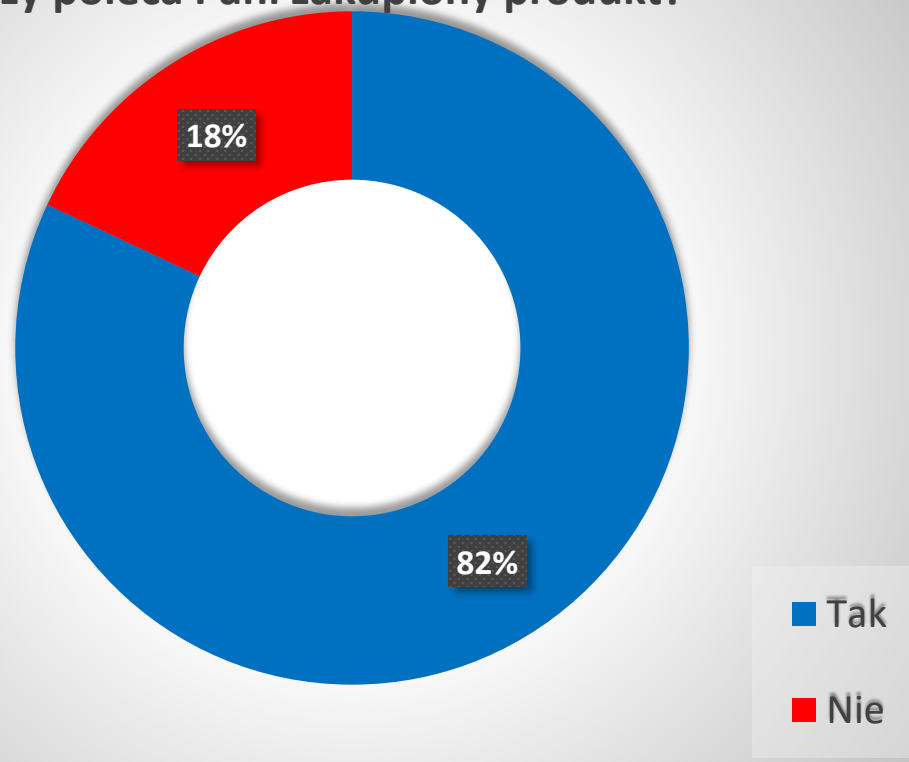
Ogólny kształt danych

Wiek klientek:

Średnia: 43

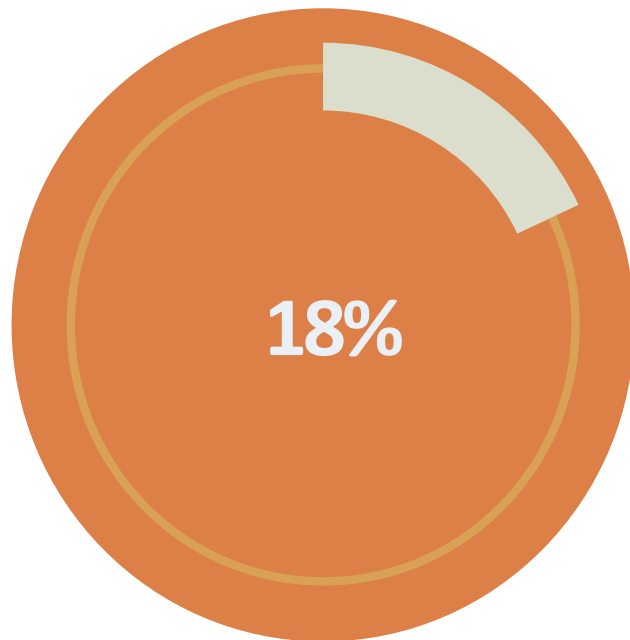
Mediana: 41

Czy poleca Pani zakupiony produkt?

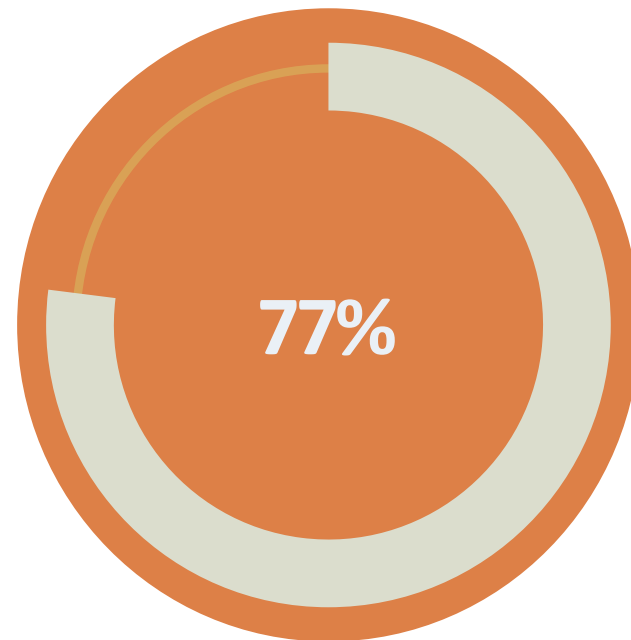


Ogólny kształt danych

Opinie bez tytułu

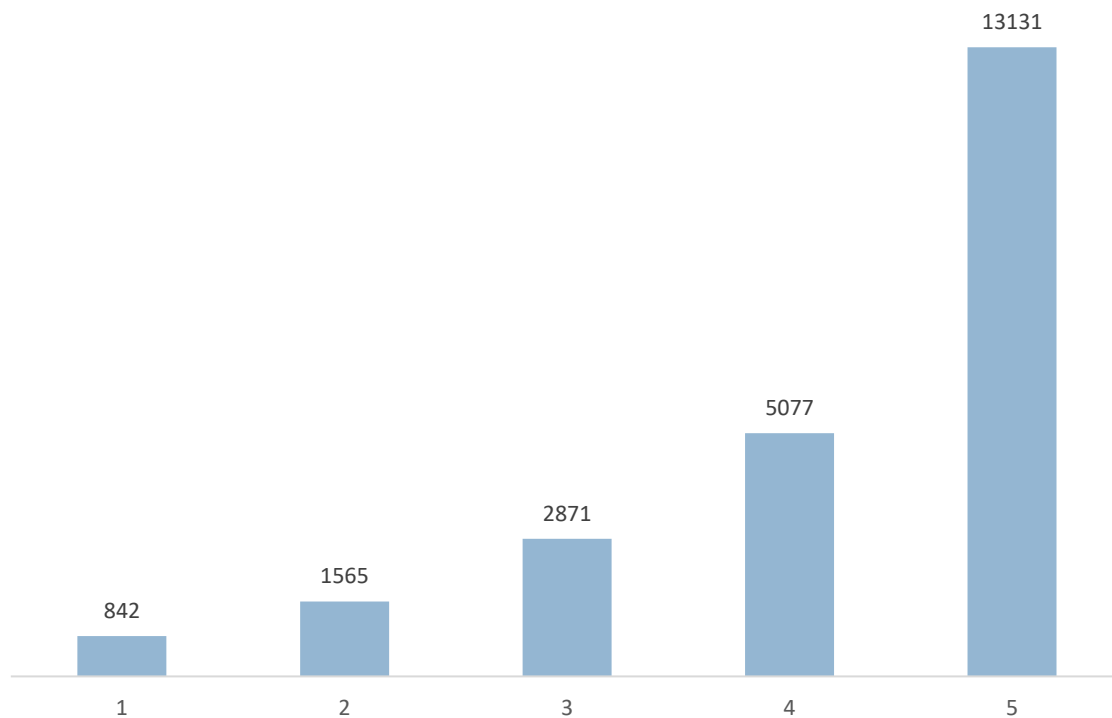


- Opinii zostało napisanych bez podania tytułu



- Z nich to opinie pozytywne

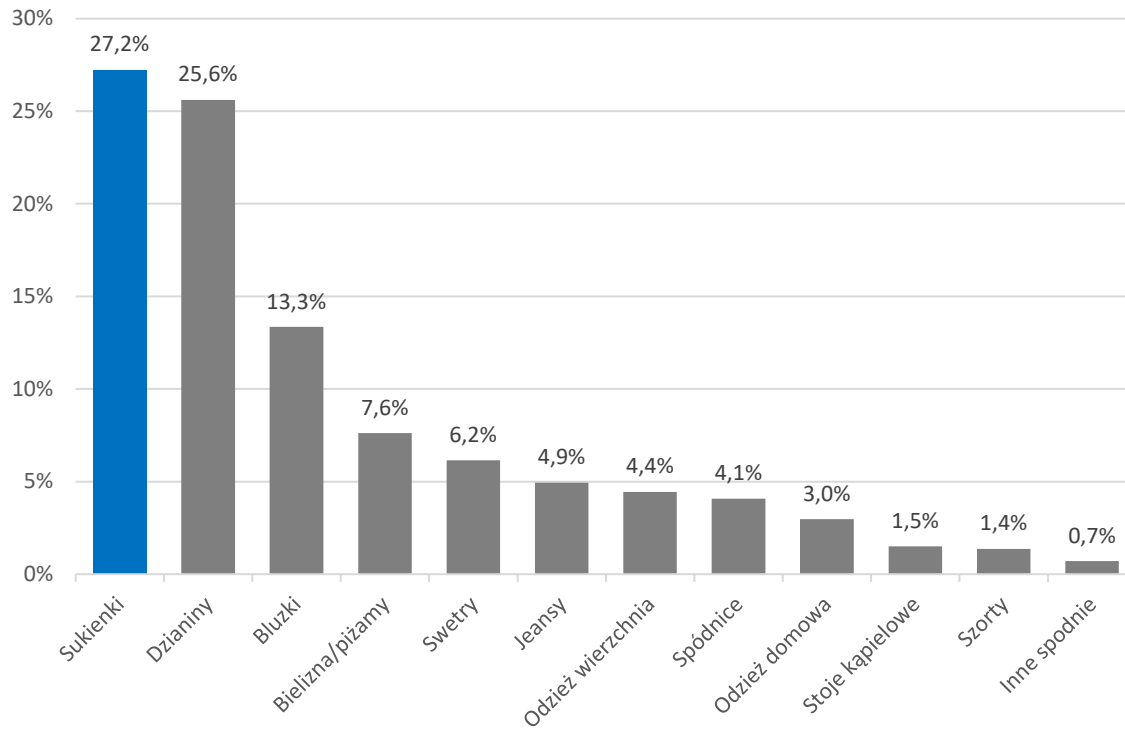
Histogram recenzji w skali od 1 do 5



**Ogólny kształt
danych**

Średnia recenzji: 4,20

Co najczęściej kupują klientki?



Ogólny kształt danych

Statystyczna klientka

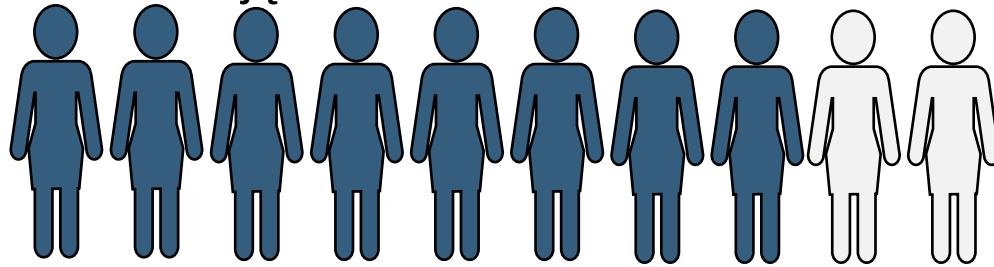
- Ma około 40 lat
- Najczęściej kupuje sukienki i dzianiny
- Zazwyczaj jest zadowolona z zakupów

Najczęściej kupowany produkt – sukienka o kodzie 1 078

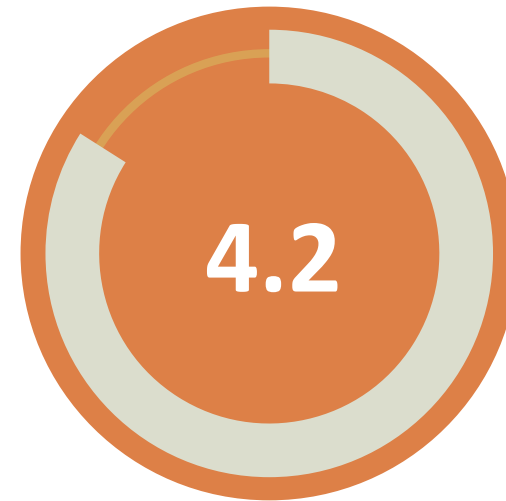
- Zrecenzowano ją 1 024 razy, co stanowi 4,36% wszystkich recenzji

- Średnia ocen: 4.2/5

- Poleca ją 8 na 10 kobiet

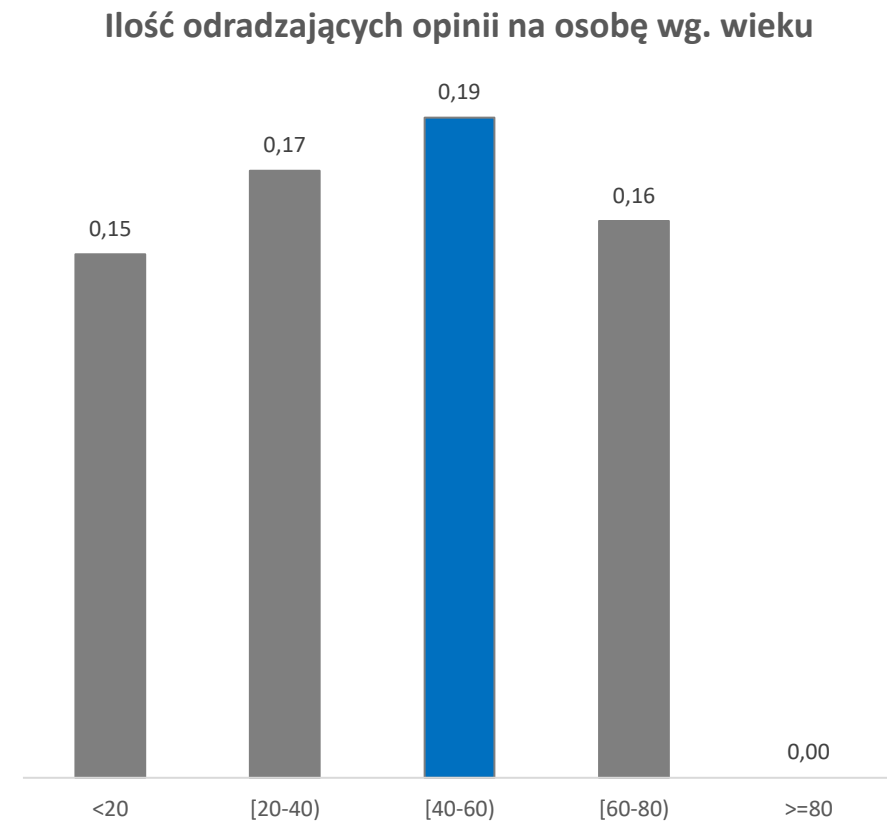
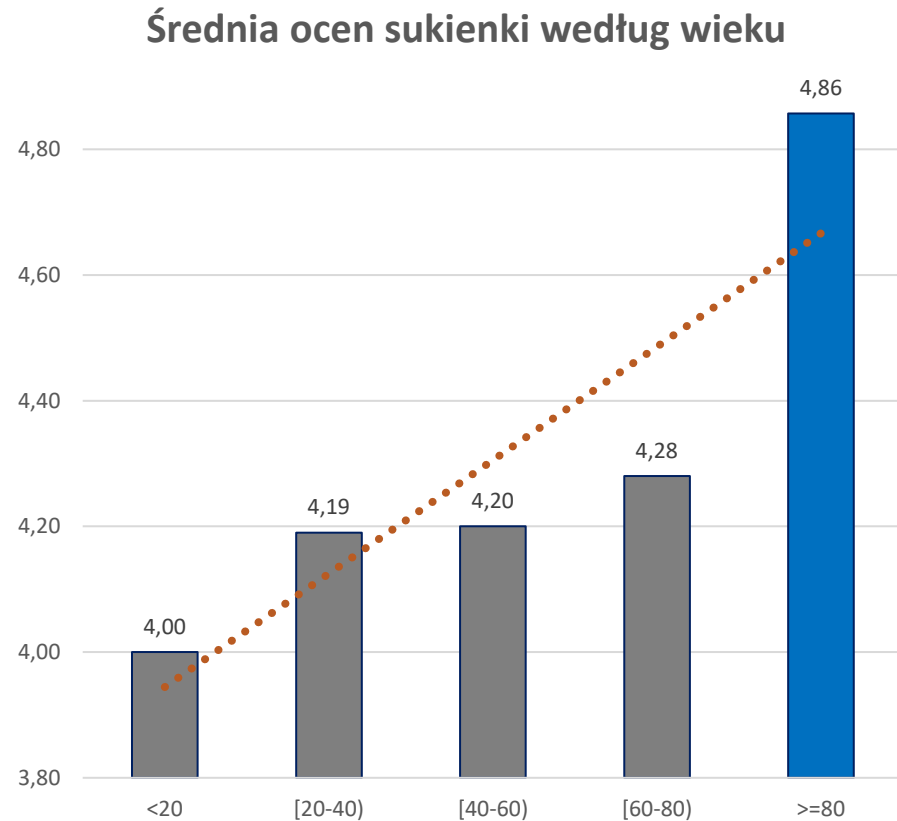


- Średni wiek oceniającej: 43 lata
- Nie różni się to od przeciętnych wyników całego zestawu

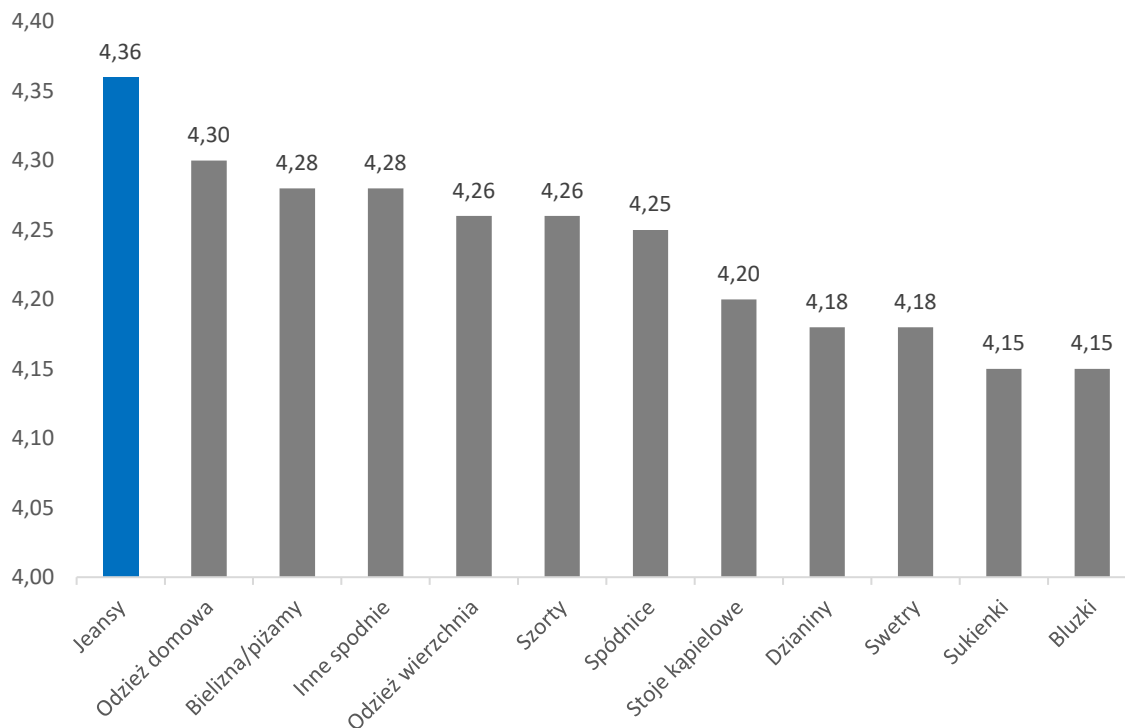


Najczęściej kupowany produkt – sukienka o kodzie 1 078

- Jest ona zdecydowanie faworytem wśród osób starszych. Średnia ocen w tej grupie znacząco odbiega od reszty danych.



Średnia ocen według kategorii



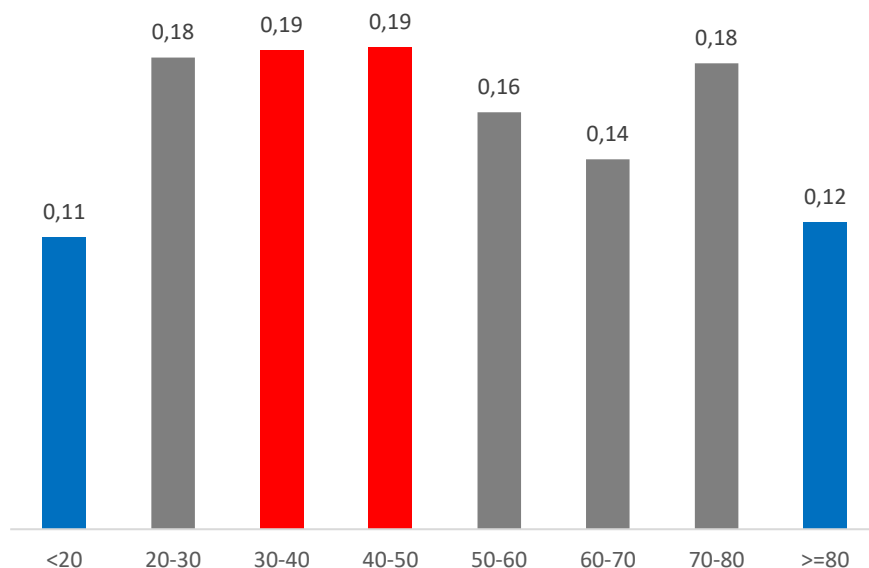
Jakich produktów sklep powinien sprzedawać więcej?

- Częściej kupowane produkty mają gorszą średnią ocenę.
- Sklep powinien zmienić udział w sprzedaży poszczególnych produktów. W szczególności zwiększyć udział jeansów i odzieży domowej, gdyż są najwyżej oceniane, a ich sprzedaż jest stosunkowo niewielka.

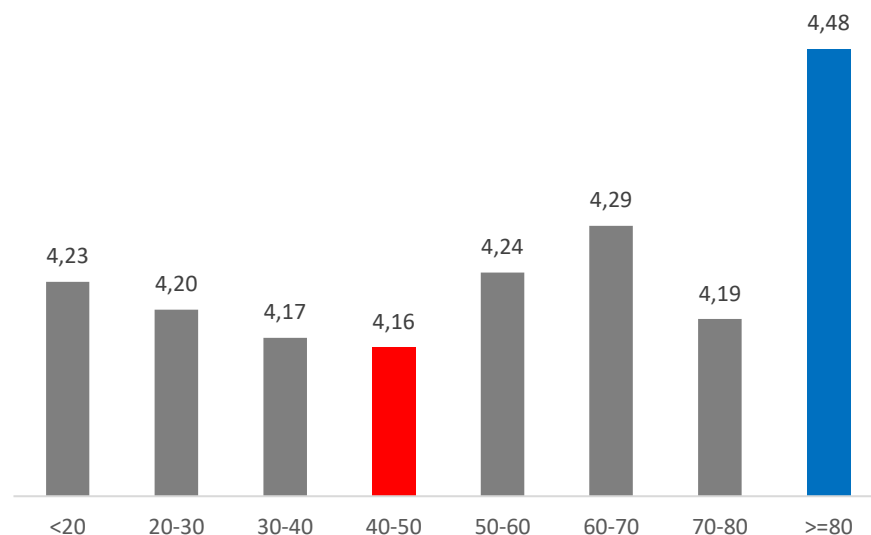
Analiza opinii według wieku

Najmłodsze i najstarsze klientki są najmniej skłonne do odradzania zakupionego produktu. Najstarsze klientki oceniają produkty ponadprzeciętnie wysoko. Sklep powinien zwrócić szczególną uwagę na osoby w tym wieku, tym bardziej, że coraz więcej z nich zaczyna korzystać z internetu.

Ilość odradzających recenzji per capita wg. wieku



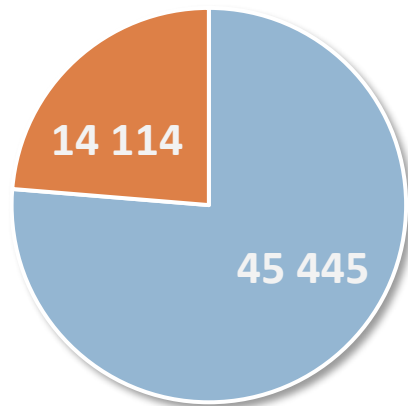
Średnia ocen według wieku



„Są trzy rodzaje kłamstw: kłamstwa, bezczelne kłamstwa i statystyka” – przykład manipulacji danymi

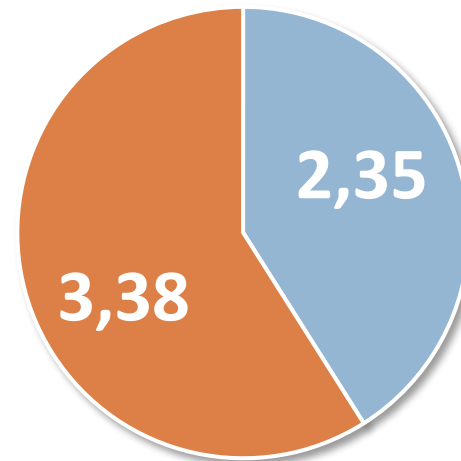
Opinie polecające zebrały w sumie o wiele więcej uznań za pomocne, należy jednak pamiętać, że było ich również o wiele więcej. Sprawdźmy zatem stosunek liczby uznań za pomocne do całkowitej ilości opinii. Okazuje się, że to negatywne opinie są częściej uznawane za pomocne.

Ilość uznań opinii za pomocne



■ opinie polecające ■ opinie odradzające

Ilość uznań za pomocne na jedną opinię



■ opinie polecające ■ opinie odradzające

Dziękuję za uwagę



Obraz: <https://ecommercenewsforyou.com/wp-content/uploads/2019/08/Ecommerce-fashion-industry.jpg>