PRÁCTICA 1

INSIGHTS OBTENIOS

202004725 - YEINNY MELISSA CATALÁN DE LEÓN 202010223 - LUIS ANGEL BARRERA VELÁSQUEZ

EDAD_CLIENTE Y PRECIO_PRODUCTO

edad_cliente:

- La media de la edad de los clientes es 48.32 años.
- La mediana es 48 años, lo que implica que la mitad de los clientes tienen 48 años o menos.
- La moda es 32, lo que significa que la edad de 32 años es la más frecuente entre los clientes.

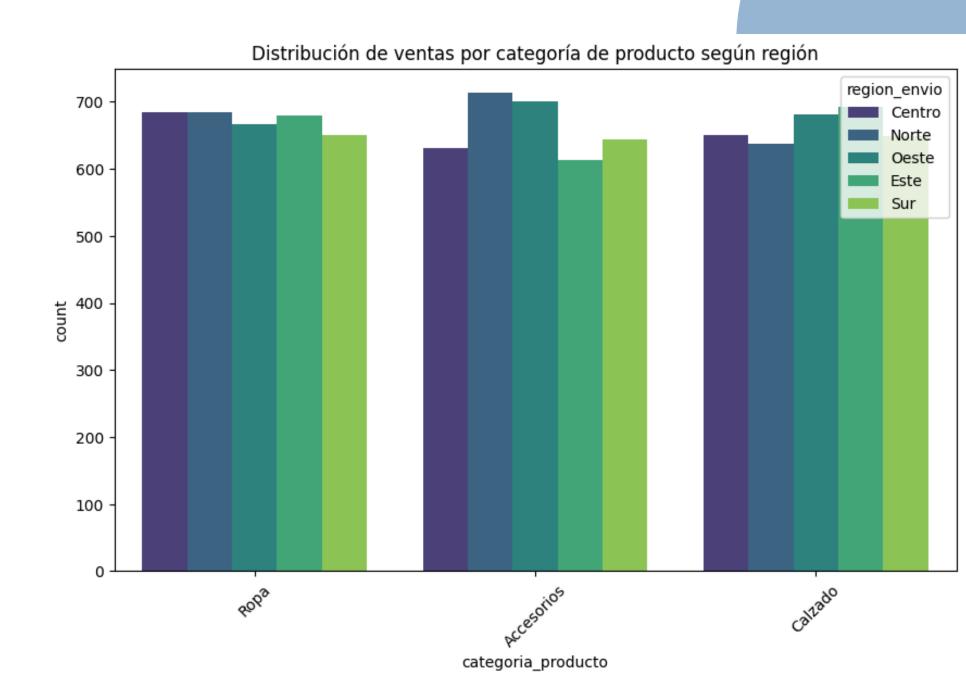
precio_producto:

- El precio promedio de los productos es de 104.91.
- La mediana es 104.84, lo que significa que la mitad de los productos tienen un precio menor o igual a este valor.
- La moda es 17.97, lo que indica que hay productos con un precio de 17.97 que son bastante comunes.

	Columna	Media	Mediana	Moda
0	id_orden	4993.887140	4994.00	1.00
1	id_cliente	504.255588	506.00	726.00
2	edad_cliente	48.320637	48.00	32.00
3	precio_producto	104.909815	104.84	17.97
4	cantidad_comprada	3.000200	3.00	2.00
5	total_orden	314.673617	254.95	150.20
2 3 4	edad_cliente precio_producto cantidad_comprada	48.320637 104.909815 3.000200	48.00 104.84 3.00	32.00 17.97 2.00

VENTAS POR CATEGORIA SEGUN REGION

La correcta identificacion de las ventas segun categoria en cada region podria ser de gran ayuda ya que de esta forma se puede focalizar el marketing en esa region segun la categoria mas vendida, como por ejemplo focalizar los esfuerzos de marketing de ropa en la región de Centro y Norte, de accesorios en Norte y Oeste y de calzado en Oeste y Este.



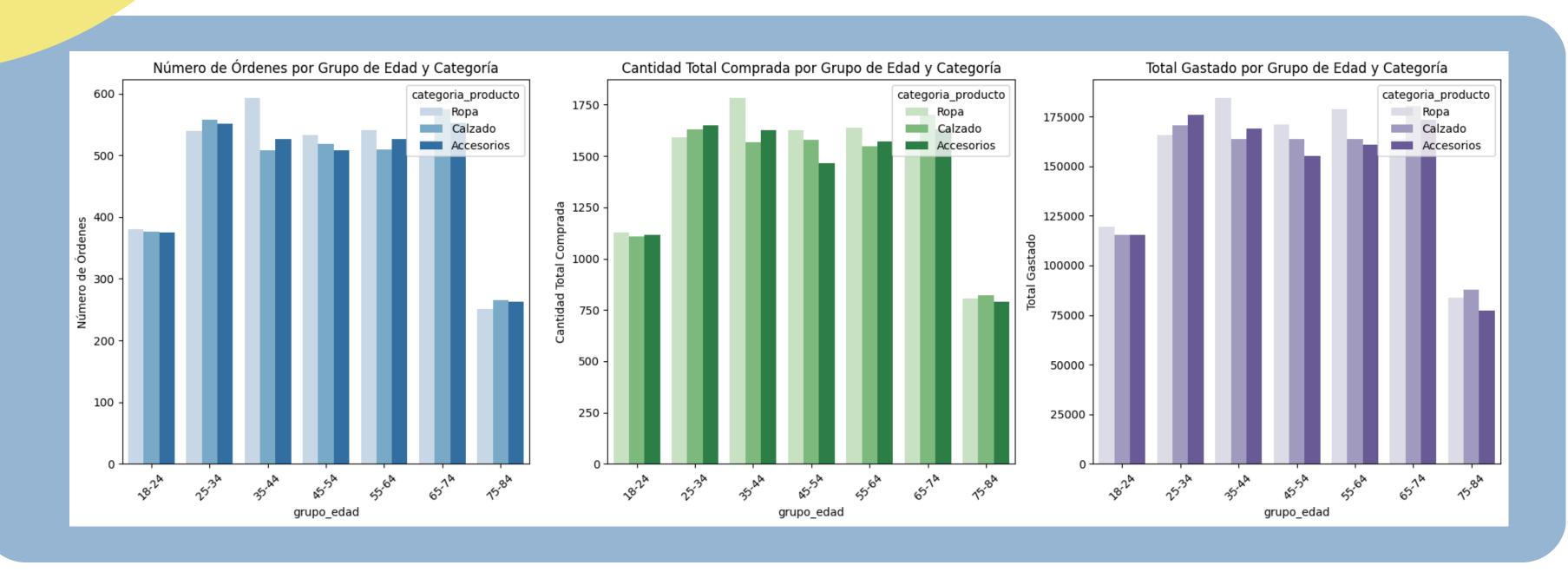
MESES CON MAS VENTAS Y PRODUCTOS MAS VENDIDOS

La identificacion de meses con mas ventas y los productos mas vendidos y menos vendidos puede ayudar enormemente a gestionar inventarios, de tal forma que en ciertas temporadas en meses donde las ventas sean altas ajustar los costes de almacenamiento, produccion y logistica. Con los productos mas vendidos es importante mantener inventario lo suficiente para cubrir la demanda de ese producto y de manera inversa para los productos menos populares o menos comprados.

March	=====+ 281121 + 277744 + 277262
July 2 January 2	+
January 2	277262
+	
	275271 +
June	271332 +
October 2	268798 +
December 2	261679 +
November 2	255451 +
May	250737 +
April	243595 +
February 2	242587 +
September	233921

Productos más vendidos	;;
nombre_producto	cantidad_comprada
+======+= Sweater	+ 2146
Chaqueta	2119
Gorro	2046
Zapatos formales	2036
Camiseta	2031
Productos menos popula	ares:
+	 cantidad_comprada
+=======+ Pantalón	1935
+	1928
Botas	1922
Vestido	1898
Reloj	1881
+	+

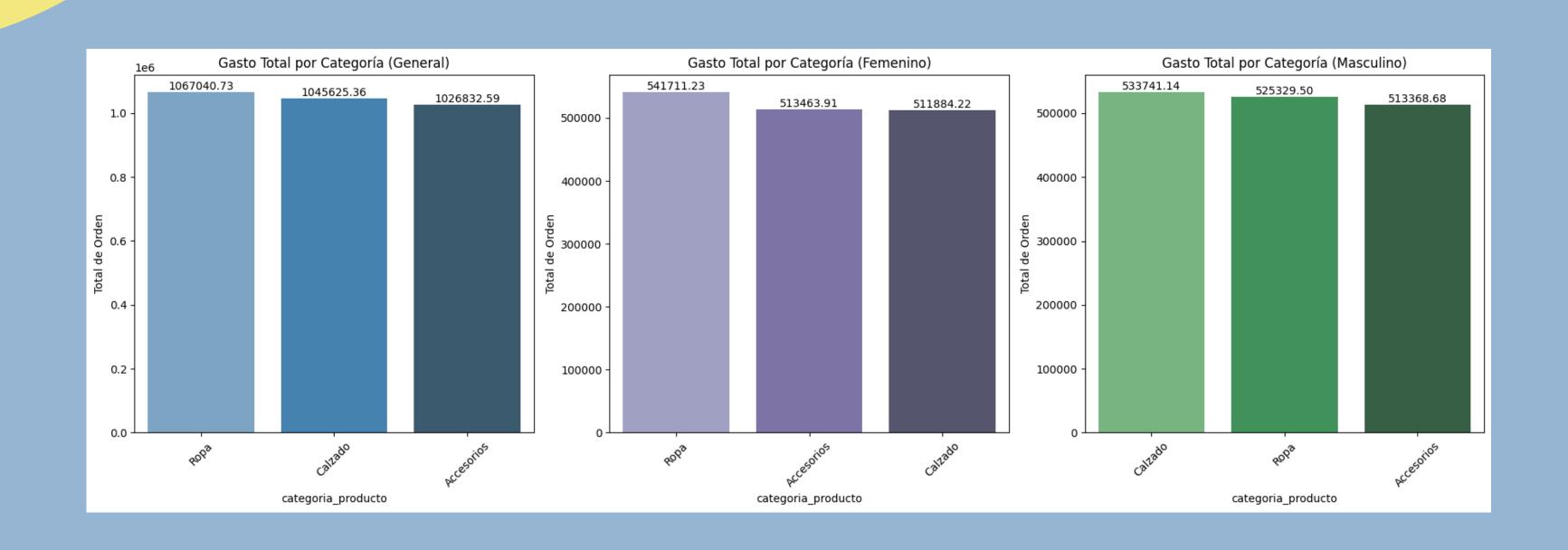
AGRUPACIÓN DE LOS CLIENTES POR EDAD Y ANALIZAR SUS PATRONES DE COMPRA



AGRUPACIÓN DE LOS CLIENTES POR EDAD Y ANALIZAR SUS PATRONES DE COMPRA

- 1. La categoría de ropa parece ser la más popular en general, seguida por calzado y accesorios. Esto sugiere que la ropa es tu producto estrella y merece una mayor atención en términos de marketing y desarrollo de nuevos productos.
- 2. Al analizar los datos, se pueden identificar oportunidades para vender productos complementarios o de mayor valor a ciertos grupos de edad. Por ejemplo, si un grupo de edad compra mucho calzado, se podría ofrecer productos para el cuidado del calzado.

COMPARACIÓN DE COMPRA ENTRE GÉNEROS

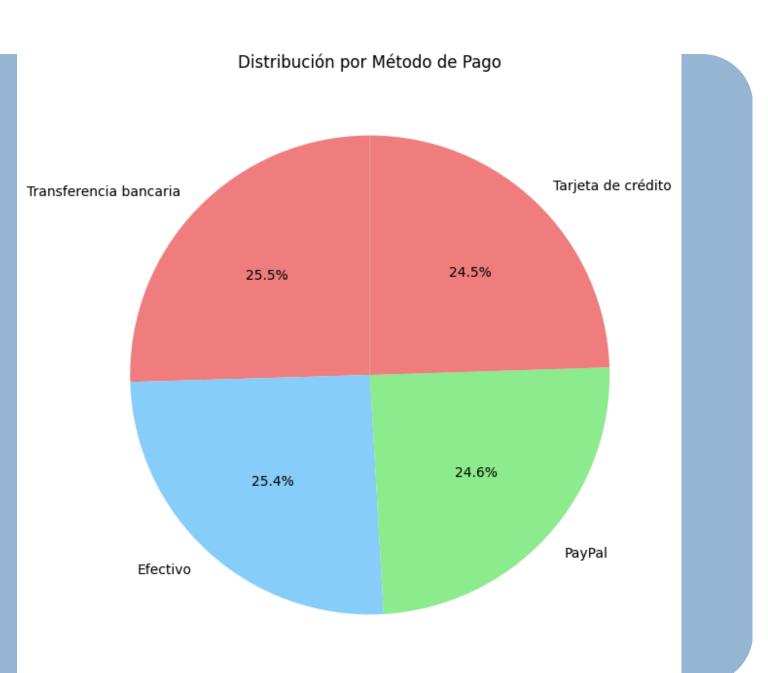


COMPARACIÓN DE COMPRA ENTRE GÉNEROS

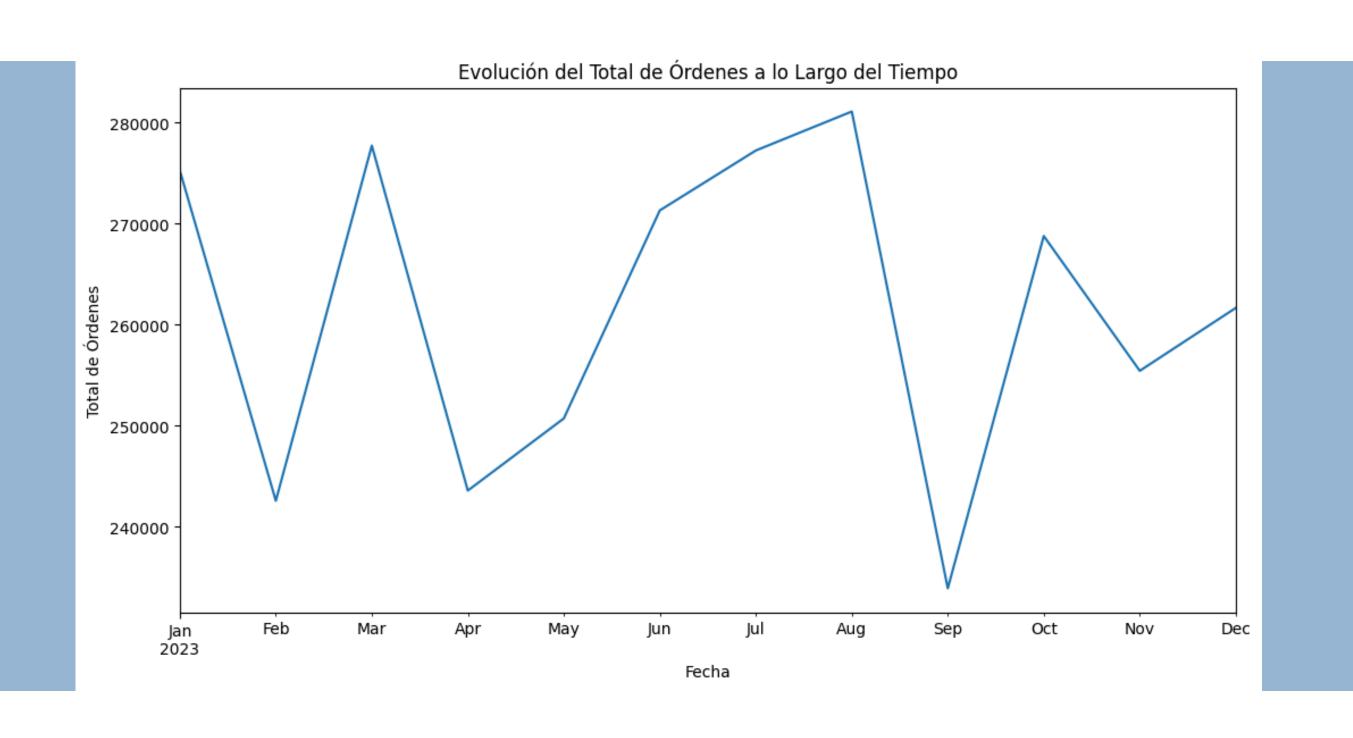
- 1. A pesar de algunas pequeñas variaciones, el gasto total por categoría es relativamente similar entre los tres géneros. Esto indica que, en general, tanto hombres como mujeres gastan cantidades similares en cada categoría.
- 2. La categoría de ropa presenta el gasto total más alto en todos los géneros. Esto sugiere que la ropa es el producto más popular y genera los mayores ingresos.

DISTRIBUCIÓN POR MÉTODO DE PAGO

Algunos métodos de pago son más utilizados que otros, lo que sugiere una preferencia de los clientes por ciertos métodos, ayudando a planificar las opciones de pago y mejorar la experiencia del cliente.



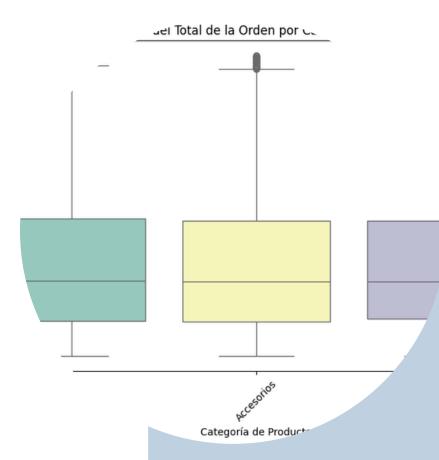
EVOLUCIÓN DEL TOTAL DE JRDENES A LO LARGO DEL TIEMPO



EVOLUCIÓN DEL TOTAL DE ORDENES A LO LARGO DEL TIEMPO

- 1. Se pueden identificar patrones estacionales o picos en las ventas, lo cual es útil para prepararse para periodos de alta demanda.
- 2. Es probable que haya factores estacionales o eventos específicos que impulsan las órdenes durante ciertos meses. Identificar estos eventos puede ayudar a prever y planificar mejor las campañas de marketing y el inventario para esos periodos de alta demanda.

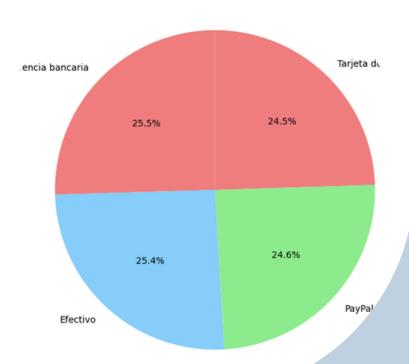
PREGUNTAS



¿CÓMO PODRÍAN LOS INSIGHTS OBTENIDOS AYUDAR A DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA?

- 1. La visualización de las ventas por categoría de producto y región permite identificar qué productos tienen más demanda en cada área. Esto puede guiar la focalización de esfuerzos de marketing en regiones específicas, orientándose a la categoría de productos que son de preferencia en esa región.
- 2. Se podrían realizar promociones dependiendo de la categoría que más consuma el sector objetivo, como ejemplo una promoción para el día de la mujer de 2 x 1 en el sector de ropa que es el que más consume esta agrupación.

ıstribución por Método a ال



¿QUÉ DECISIONES ESTRATÉGICAS PODRÍAN TOMARSE BASÁNDOSE EN ESTE ANÁLISIS PARA AUMENTAR LAS VENTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE?

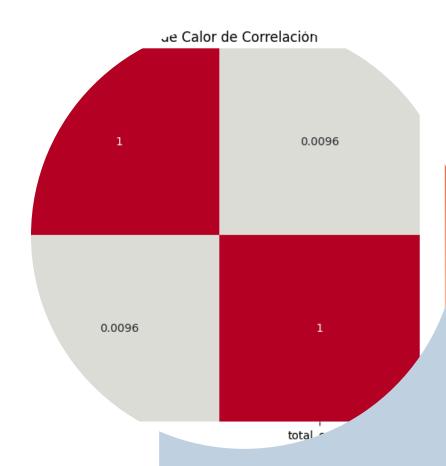
- 1. Se podría implementar que los encargados de marketing se enfoquen en promocionar los productos según el nivel de interés detectado por regiones esto ayudará que si por ejemplo focalizar los esfuerzos de marketing de ropa en la región de Centro y Norte, de accesorios en Norte y Oeste y de calzado en Oeste y Este.
- 2. La identificación de los productos más vendidos y los menos populares permiten optimizar el inventario, enfocándose en asegurar un suministro adecuado de los más demandados y reevaluando la estrategia para los menos populares, mejorando así la disponibilidad y satisfacción del cliente.

Grupo de Edad 18-30 31-40 41-50 51-60 60+

Método de Pago

¿CÓMO PODRÍA ESTE ANÁLISIS DE DATOS AYUDAR A LA EMPRESA A AHORRAR COSTOS O MEJORAR LA EFICIENCIA OPERATIVA?

- 1. El análisis de las tendencias de ventas por mes puede ayudar a planificar la gestión de inventarios. Sabiendo cuándo las ventas tienden a ser más bajas, la empresa puede reducir costos de almacenamiento ajustando la producción y la logística.
- 2. Identificar los productos menos populares ayuda a reducir costos al evitar el almacenamiento excesivo de inventario innecesario, permitiendo que los recursos sean invertidos en productos de mayor demanda.



QUÉ DATOS ADICIONALES RECOMENDARÍAN RECOPILAR PARA OBTENER INSIGHTS AÚN MÁS VALIOSOS EN EL FUTURO?

- 1. Sería bueno recopilar información de los clientes después de las compras realizadas para poder recibir retroalimentación del nivel de satisfacción que reciben al adquirir los productos y así evaluar si se debe descontinuar o no un producto.
- 2. Datos sobre la frecuencia y valor promedio de las devoluciones o reembolsos proporcionarán información clave sobre la calidad de los productos y el servicio, ayudando a identificar áreas de mejora para la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

iMUCHAS!