

Data set : Nike Global Sales Data (2024)

1. ปัญหา (Problem Statement)

- Nike จะมีการจำหน่ายสินค้าในหลากหลายประเทศ และหลากหลายประเภท แต่สินค้าในหมวดหมู่ Footwear ยอดขายที่ต่ำมากอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งควรจะต้องเป็นสินค้าหลักเมื่อเทียบกับหมวดอื่นๆ

2. วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Business Objectives)

- เป้าหมายหลักของการศึกษานี้คือเพื่อ เพิ่มยอดขายของสินค้าหมวดหมู่ Footwear ขึ้นอย่างน้อย 5% ภายในระยะเวลา 6 โดยใช้อัตราส่วนยอดขายจากปี 2024

3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Key Stakeholders)

- ฝ่ายการตลาด : รับผิดชอบด้านการออกแบบแคมเปญโฆษณา การเลือกช่องทางในการโปรโมตสินค้า และการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม
- ฝ่ายวางแผนการขาย : มีหน้าที่กำหนดเป้าหมายการขายรายเดือน ประเมินประสิทธิภาพของแต่ละกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในระดับภูมิภาค

4. ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Success Metrics)

- การเติบโตยอดขายรวมรายเดือน
- อัตราส่วนการเติบโตของ Footwear เทียบกับหมวดอื่น

หมวดหมู่	รายละเอียด
กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าที่ชอบออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือชอบสินค้าNike
ทรัพยากร (ข้อมูล/เครื่องมือ)	<p>ข้อมูล:</p> <ul style="list-style-type: none">● Month = เดือน● Region = ภูมิภาค● Main Category = ประเภทหมวดหมู่สินค้า● Sub Category = ประเภทสินค้าน้อย● Product Line = สายการผลิต● Price Tier = ระดับราคา● Units Sold = จำนวนที่ขายได้● Revenue = รายรับทั้งหมด● Online Sales Percentage = เปอร์เซ็นต์การขายออนไลน์● Retail Price = ราคาปลีก ต่อชิ้น <p>เครื่องมือ: Tableau, GoogleColab</p>
สมมติฐาน	ภูมิภาคมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือไม่
ข้อจำกัด	ข้อมูลเฉพาะปี 2024
ไทม์ไลน์	6 เดือน