

E-commerce

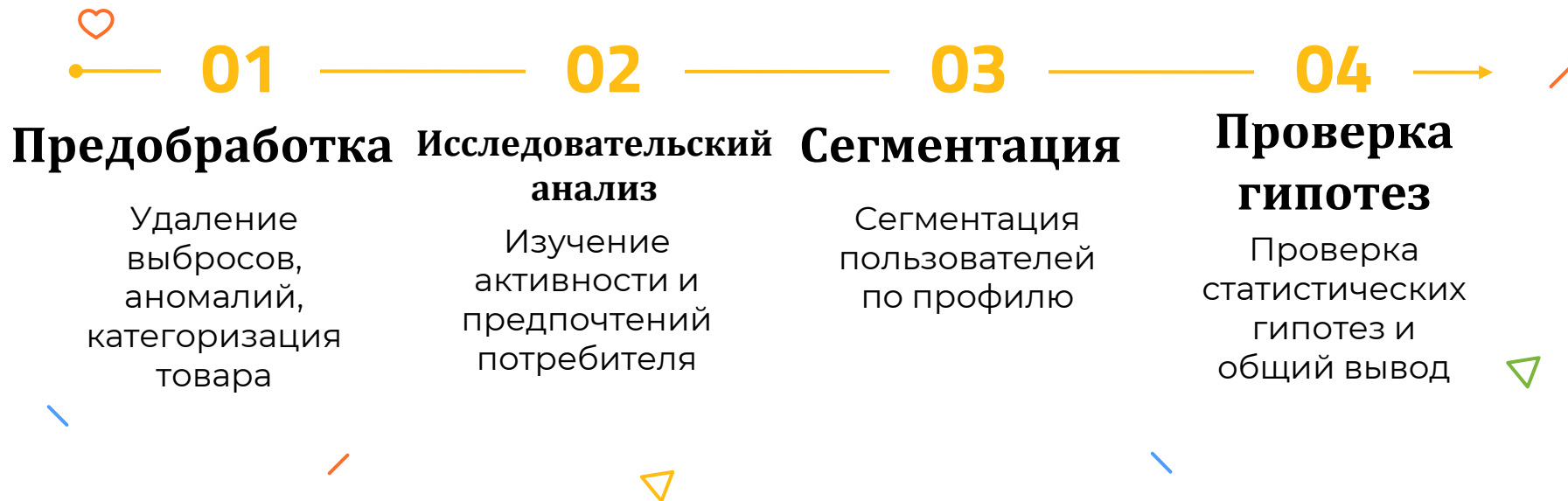
Сегментация пользователей по профилю

Ход работы над проектом



01

Ход работы над проектом

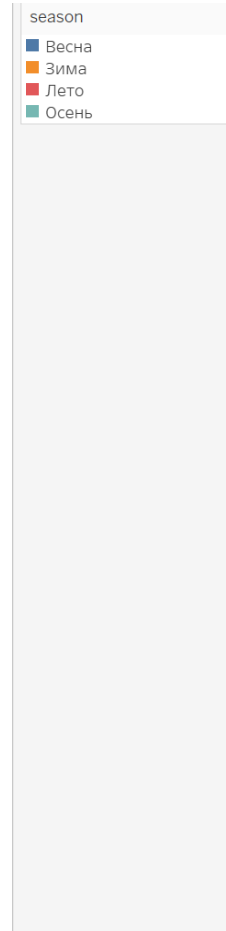
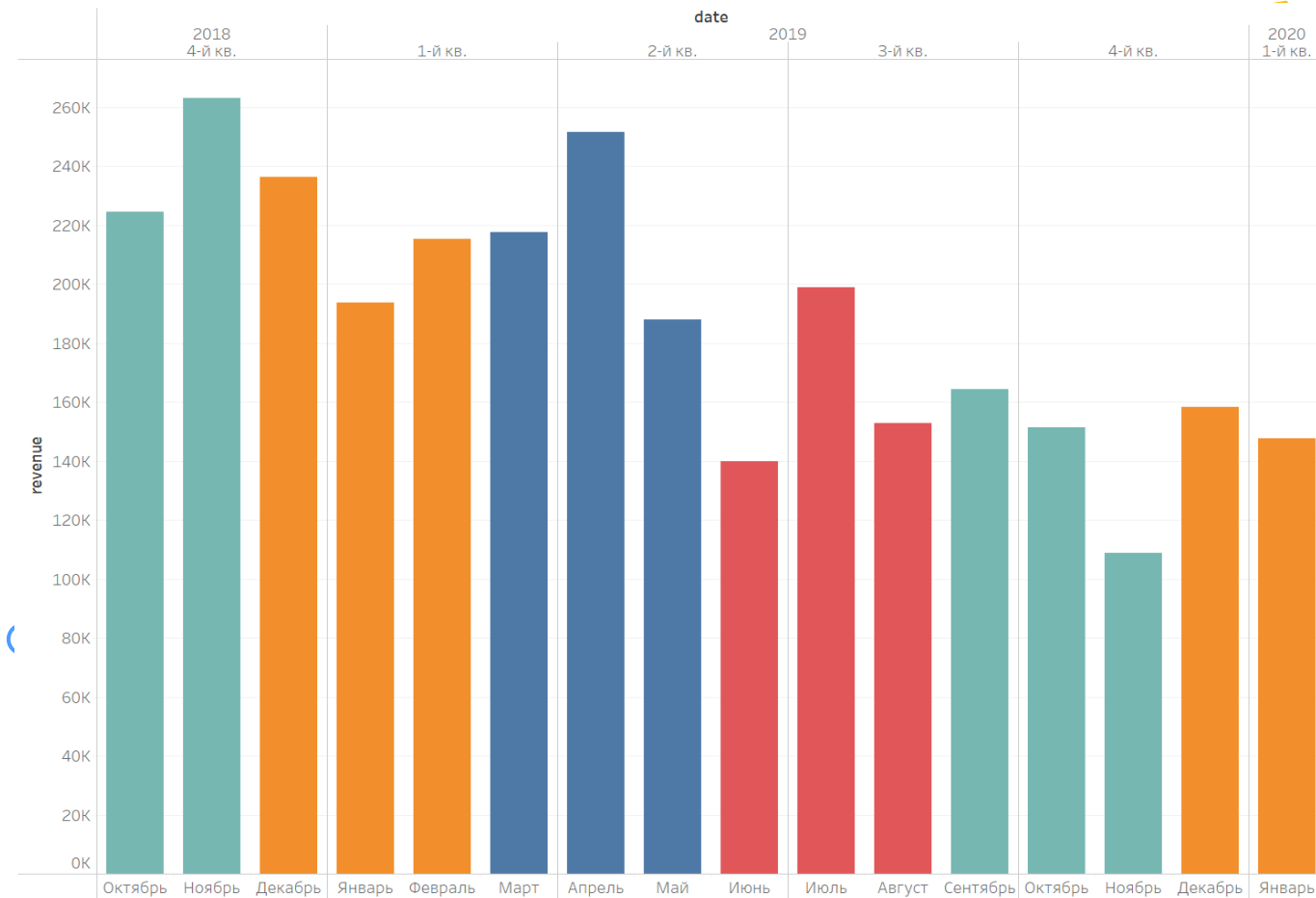


Исследовательский анализ данных

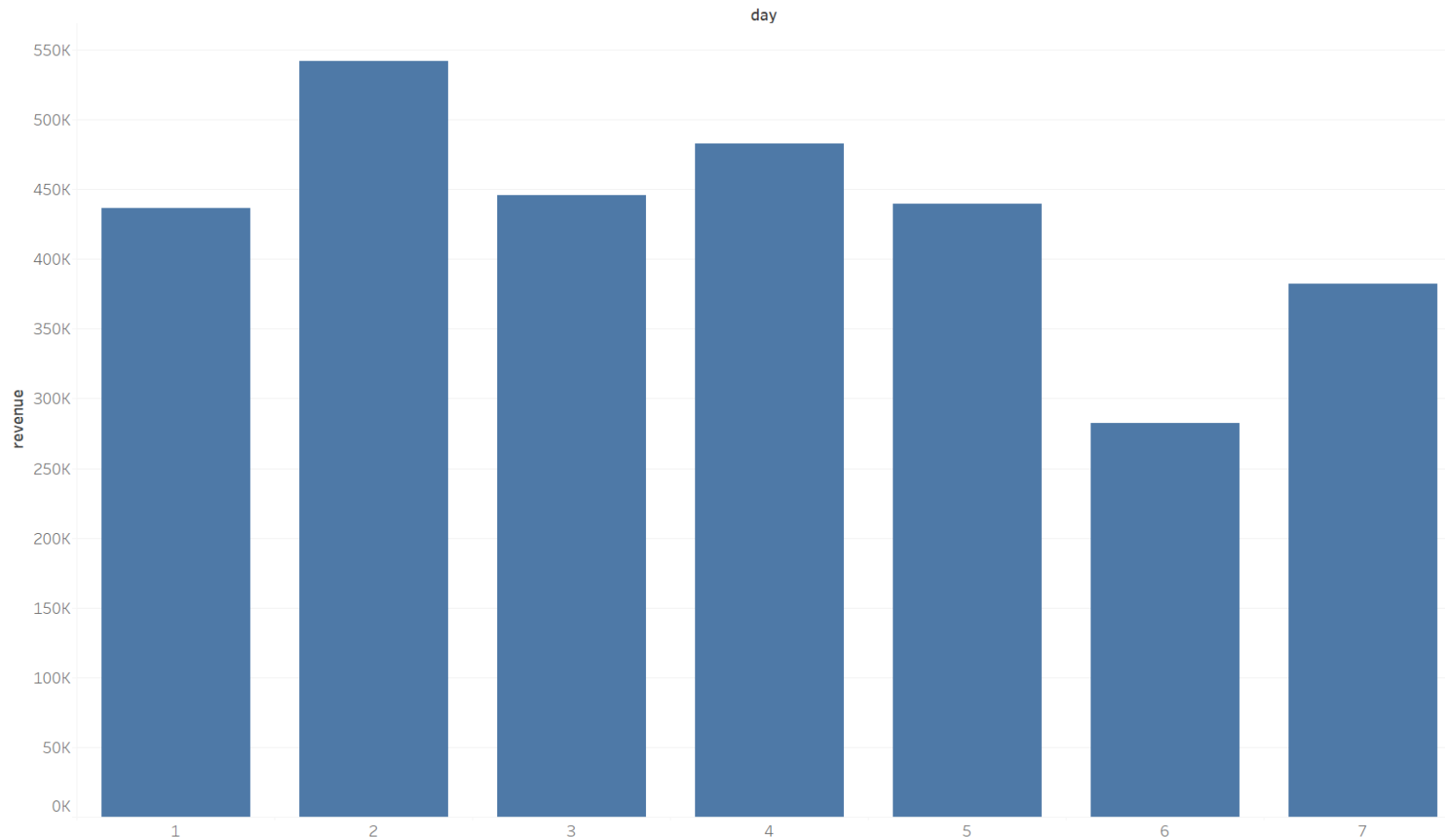


02

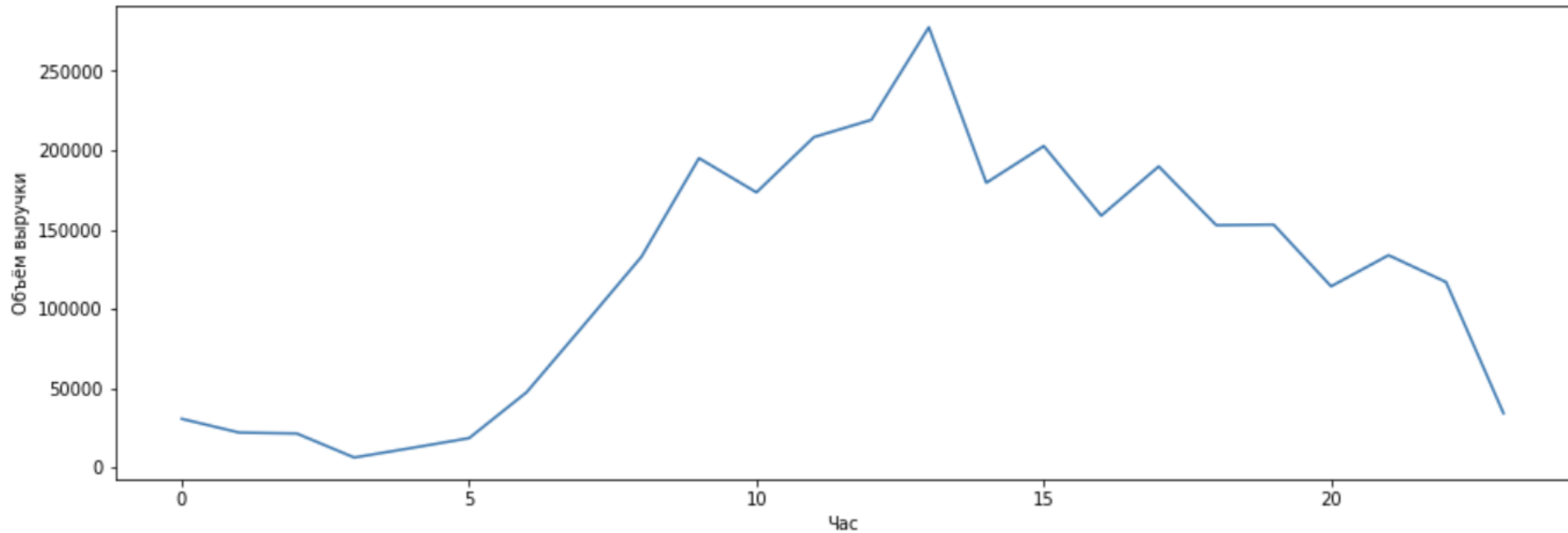
Выручка по месяцам



Выручка по дням недели



Выручка по часам



Выручка по категориям товаров



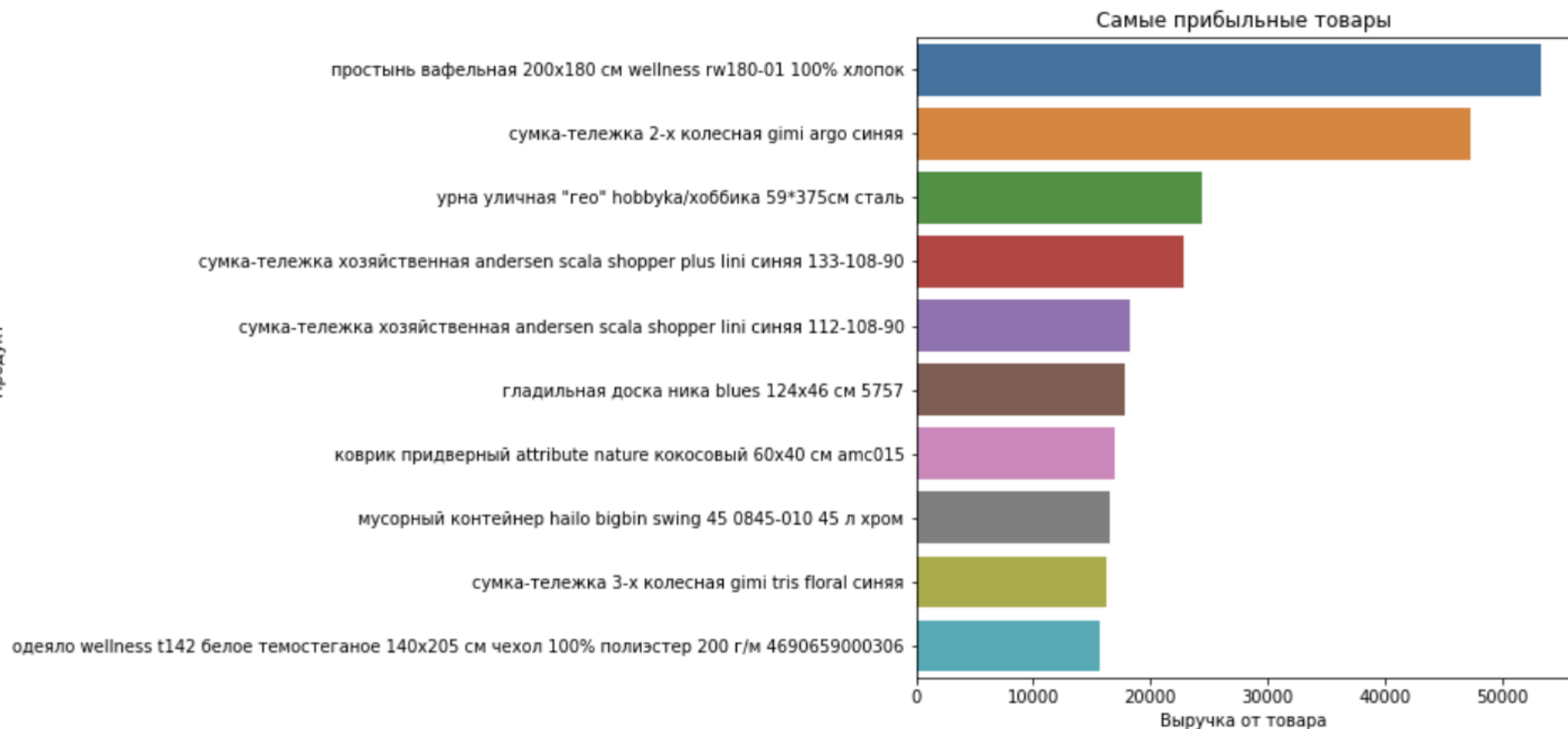
Продажи по категориям товаров

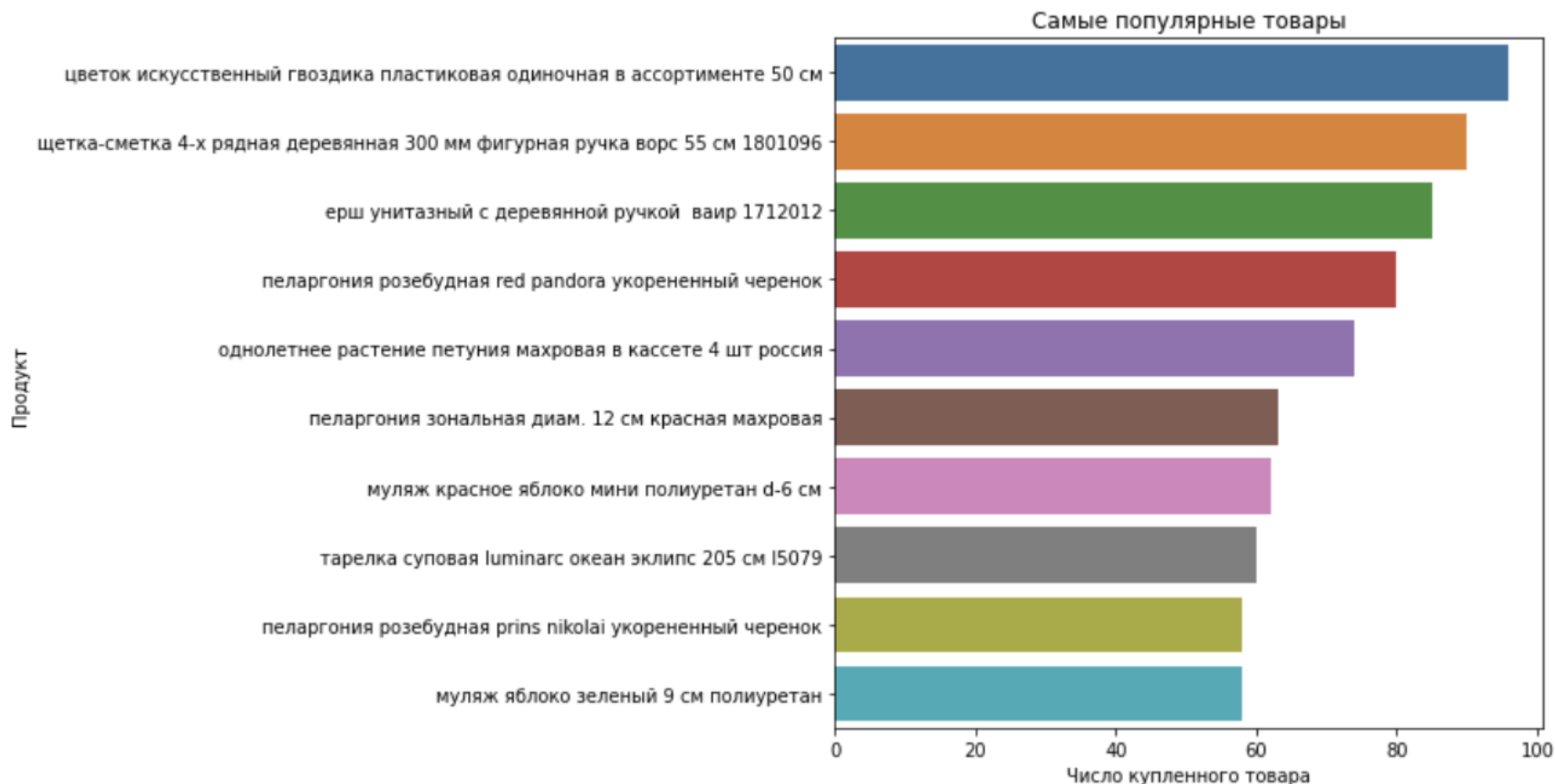


Товарный анализ

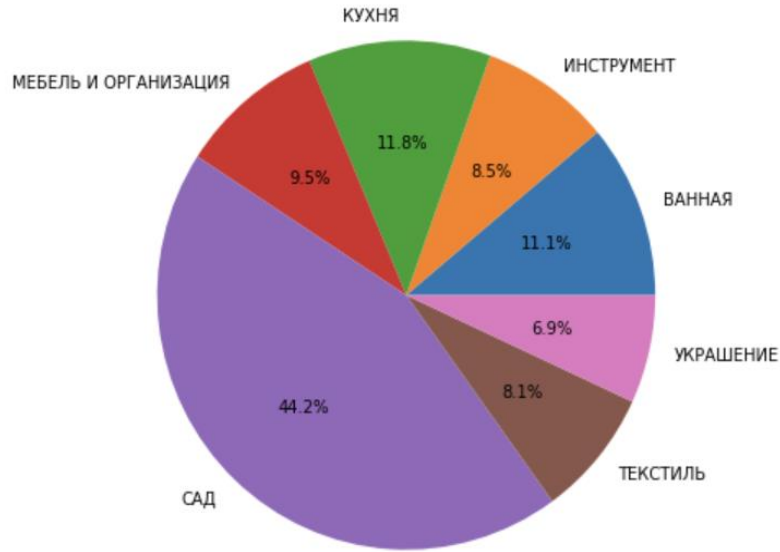


03

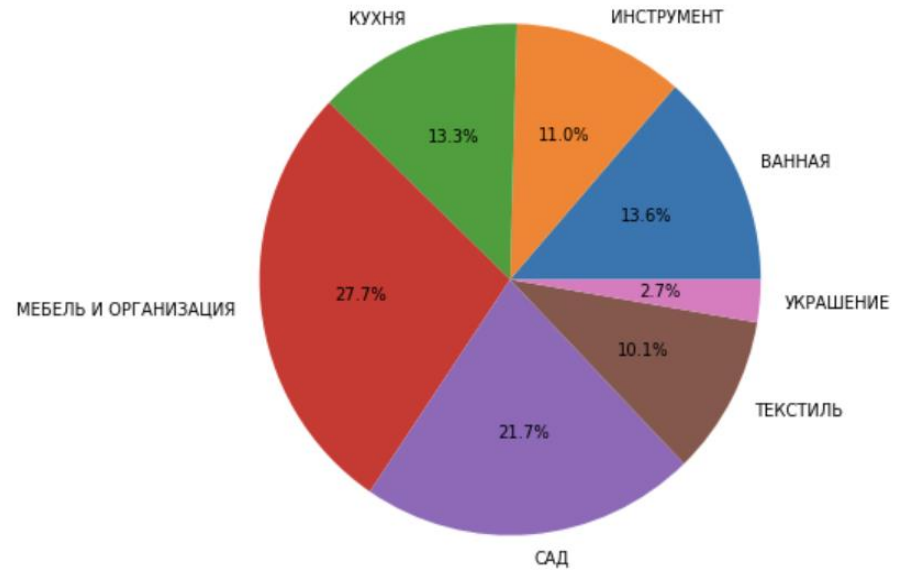




Представленность категорий товаров в ассортименте

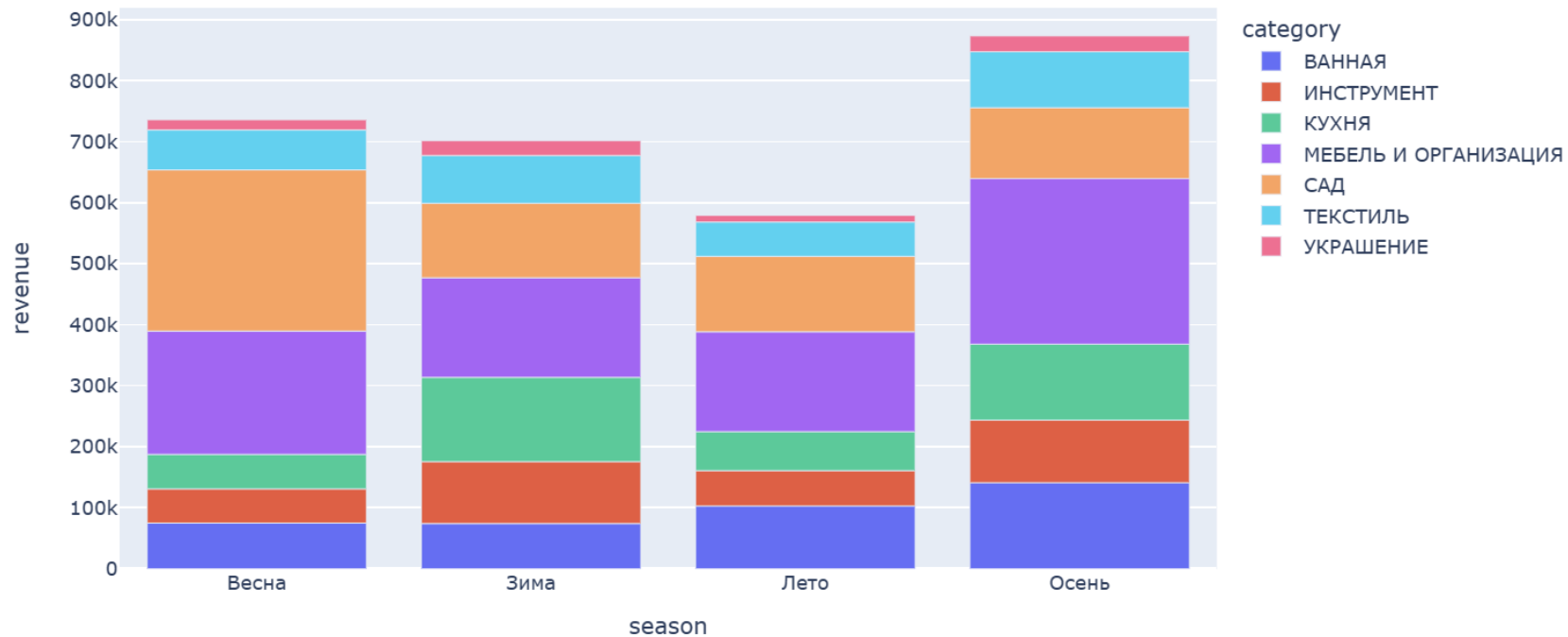


Самые прибыльные товары магазина по категориям

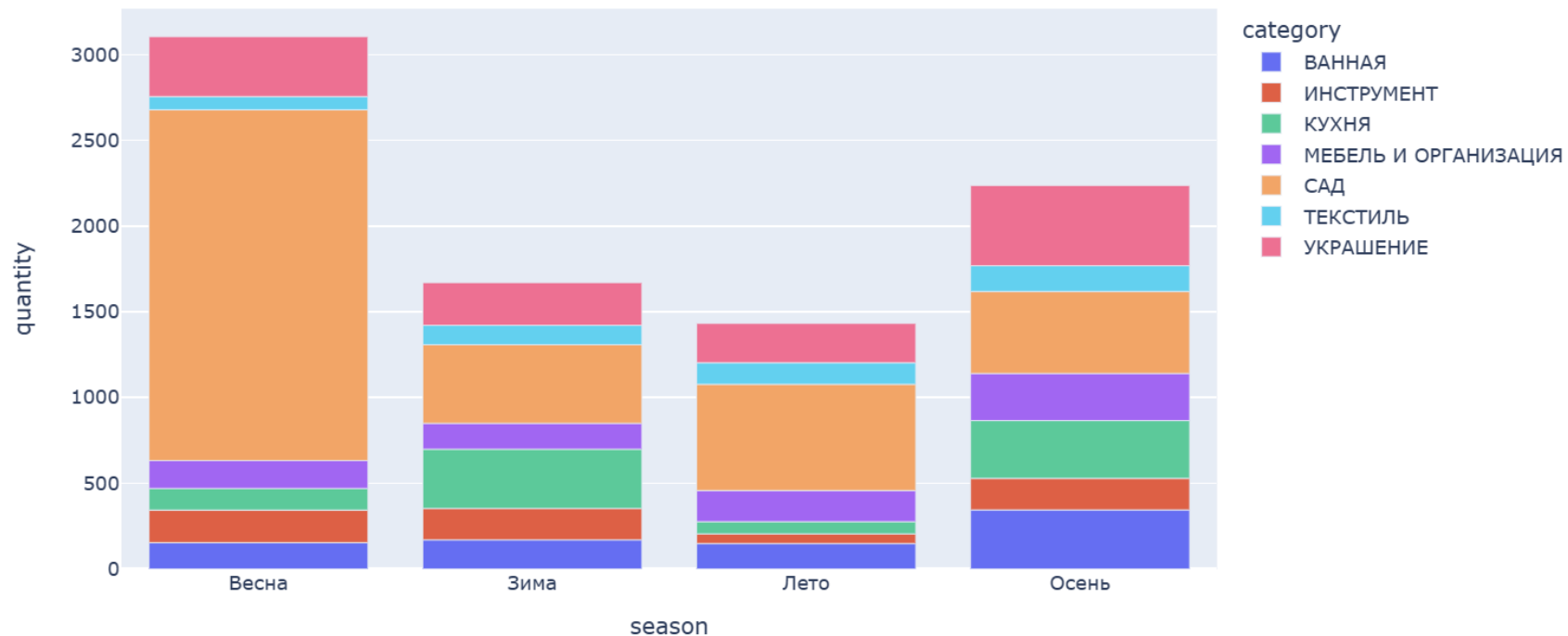


- Самыми прибыльными являются товары для организации места и мебель
- Они представляют 9.5% ассортимента магазина

Сезонное распределение выручки по категориям



Сезонное распределение выручки по категориям



Mission statement



You can describe the company's mission here. A clear message is a good way to get down to business








Категориальное дробление потребителей

04

Группа 0: «Киты»



- Часто совершают покупки
 - Берут много товара 
 - Приносят наибольшую прибыль магазину за все время
- 
- 
- 
- 

Группа 1: «Маленькие»

- Покупают строго один раз
- Обычно берут 1-2 товара
- Не имеют ценности для магазина ни в краткосрочной, ни в долгосрочной перспективе

Группа 2: «Краткосрочные»

- Обычно появляются в магазине лишь раз
- Берут очень много дешевого товара
- Имеют хоть какую-либо ценность для магазина лишь в краткосрочной перспективе

Группа 3: «Постоянные»

- Наиболее частые посетители магазина
- Обычно берут 2 товара
- Приносят небольшой доход магазину



Группа 4: «Оптимальные»

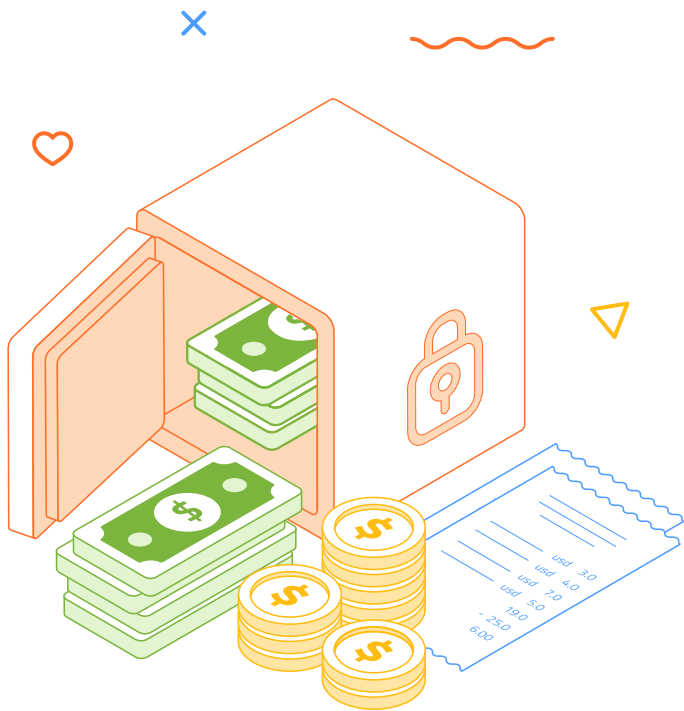
- Редко покупают чаще, чем один раз
- В их корзине всегда 1-2 товара
- Приносят сравнительно большое количество денег за все время
- Имеют один из самых больших средних чеков среди всех групп

Анализ статистических гипотез

05

Результаты проверки гипотез

Гипотеза	 Имеется статистически значимая разница в среднем чеке заказа между пятью сегментами потребителей	 Имеется статистически значимая разница в среднем объёме продаж между пятью сегментами покупателей
Статус	ПОДТВЕРЖДЕНА	ПОДТВЕРЖДЕНА



E-commerce

Сегментация пользователей по профилю