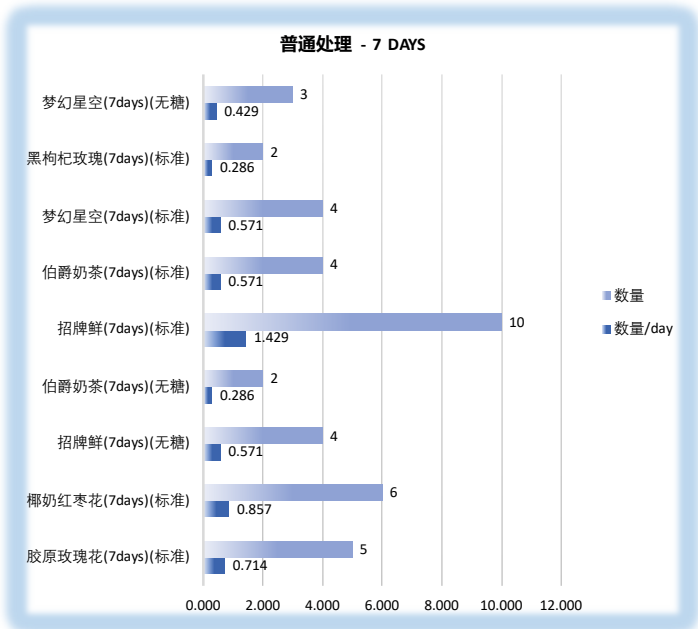
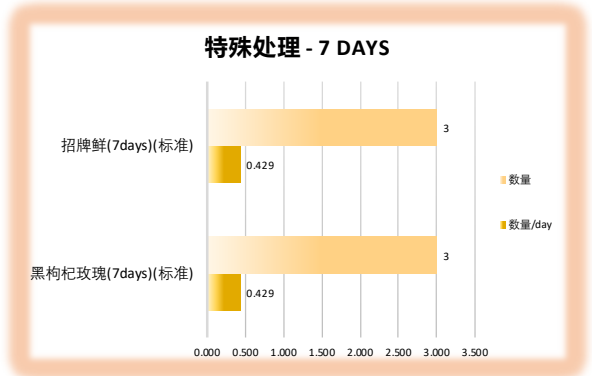


普通处理(7days)	数量/day	数量
胶原玫瑰花(7days)(标准)	0.714	5
椰奶红枣花(7days)(标准)	0.857	6
招牌鲜(7days)(无糖)	0.571	4
伯爵奶茶(7days)(无糖)	0.286	2
招牌鲜(7days)(标准)	1.429	10
伯爵奶茶(7days)(标准)	0.571	4
梦幻星空(7days)(标准)	0.571	4
黑枸杞玫瑰(7days)(标准)	0.286	2
梦幻星空(7days)(无糖)	0.429	3
总数	5.714	40



特殊处理(7days)	数量/day	数量
黑枸杞玫瑰(7days)(标准)	0.429	3
招牌鲜(7days)(标准)	0.429	3
总数	0.857	6



如果得到季度销售汇总，我会从以下几个方面进行分析：

1. 各产品每周，每月，每季度的销售分析。
分别计算出每周，每月，每季度的描述性统计值并可视化，看每周，每月，每季度那个产品销量最佳和最差，根据这些数据可安排进出货量，以免过多货物囤积导致过期等的发生。
2. 各材料消耗分析。
根据产品订货数可计算四种材料的消耗情况，并可视化，也是分别visualize周，月，季，根据消耗比例来进货各种材料。
3. 顾客信息分析。
分析每周/月/季下单数量，哪些zipcode是经常出现的，哪些顾客是经常下单的（比如下单量排前三），可根据这些分析来做campaign。
4. 时间分析
哪段时间总销量最好，哪种产品在某个时间段销量最好，可根据这些分析来做campaign。

以上是我对季度销售的分析思路，所有最终展现形式都能以visualization的形式展示，也不仅限于现有的思路，会根据最终拿到的data来做改动。