

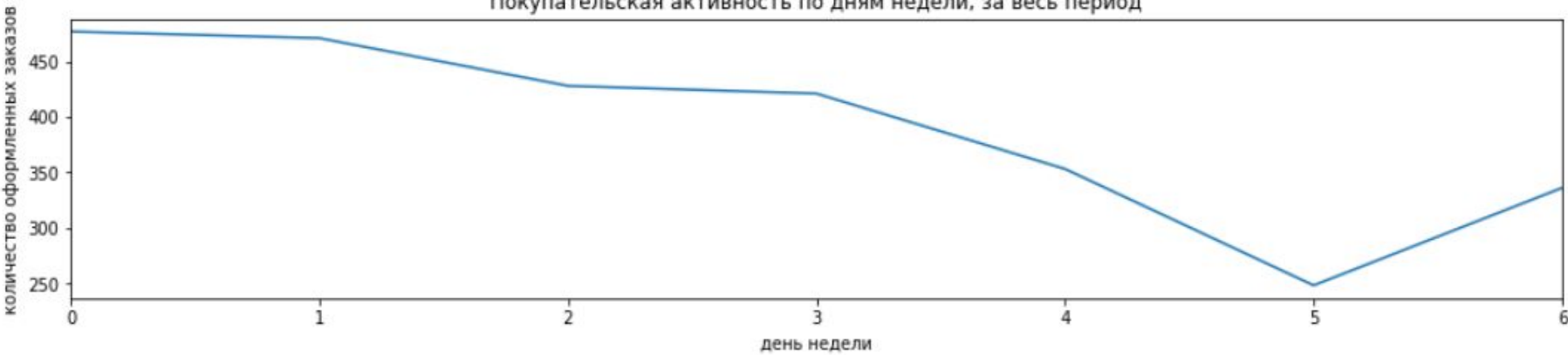
Е-COMMERCE - АНАЛИЗ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИНА ДЛЯ ДОМА И БЫТА “ПОКА ВСЕ ЕЩЕ ТУТ”

за период 01-10-2018 - 31-10-2019

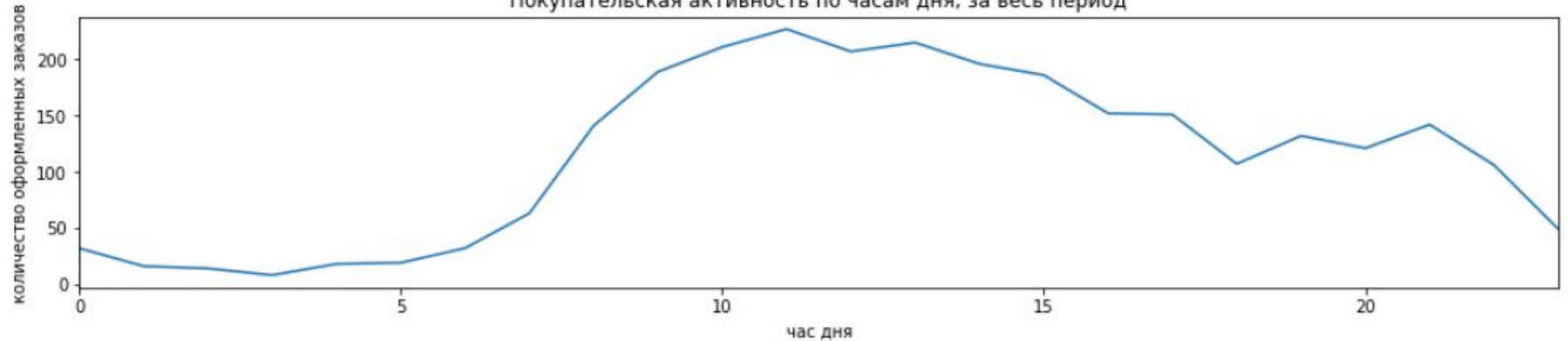
Анализ покупательской способности

Больше всего заказов делают в воскресенье и начале недели, а меньше всего в пятницу, а самые активные часы - утро и день, с 8 до 20 дня.

Покупательская активность по дням недели, за весь период

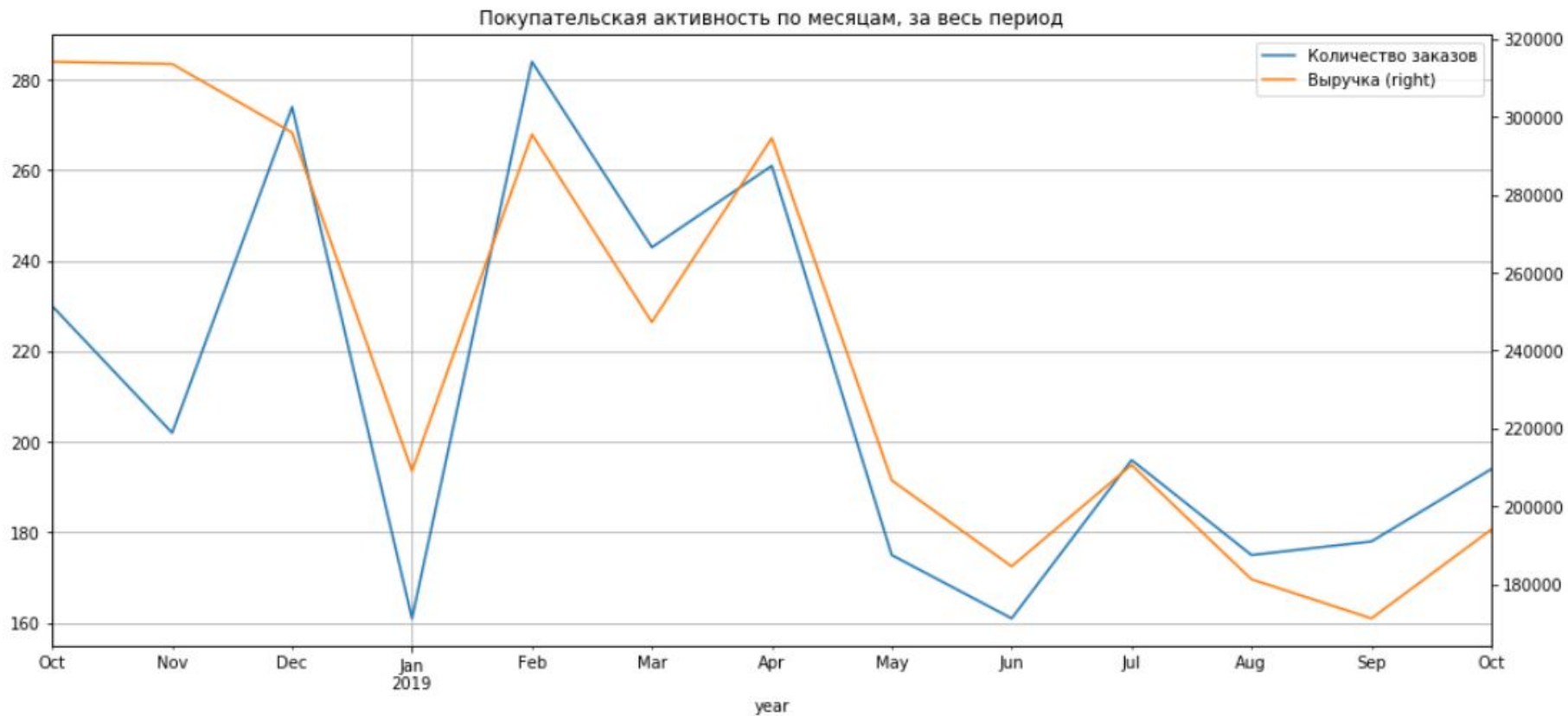


Покупательская активность по часам дня, за весь период



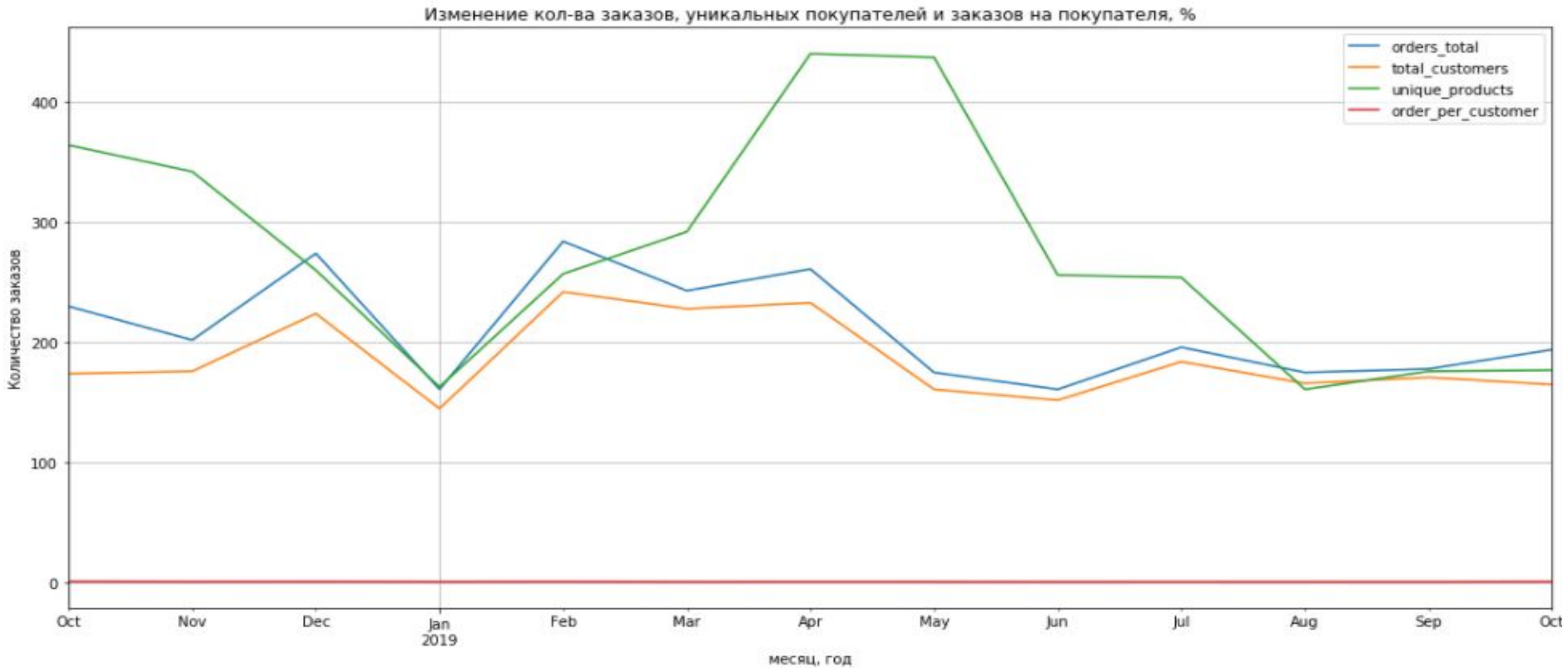
Анализ покупательской способности

Количество заказов и выручка падают.



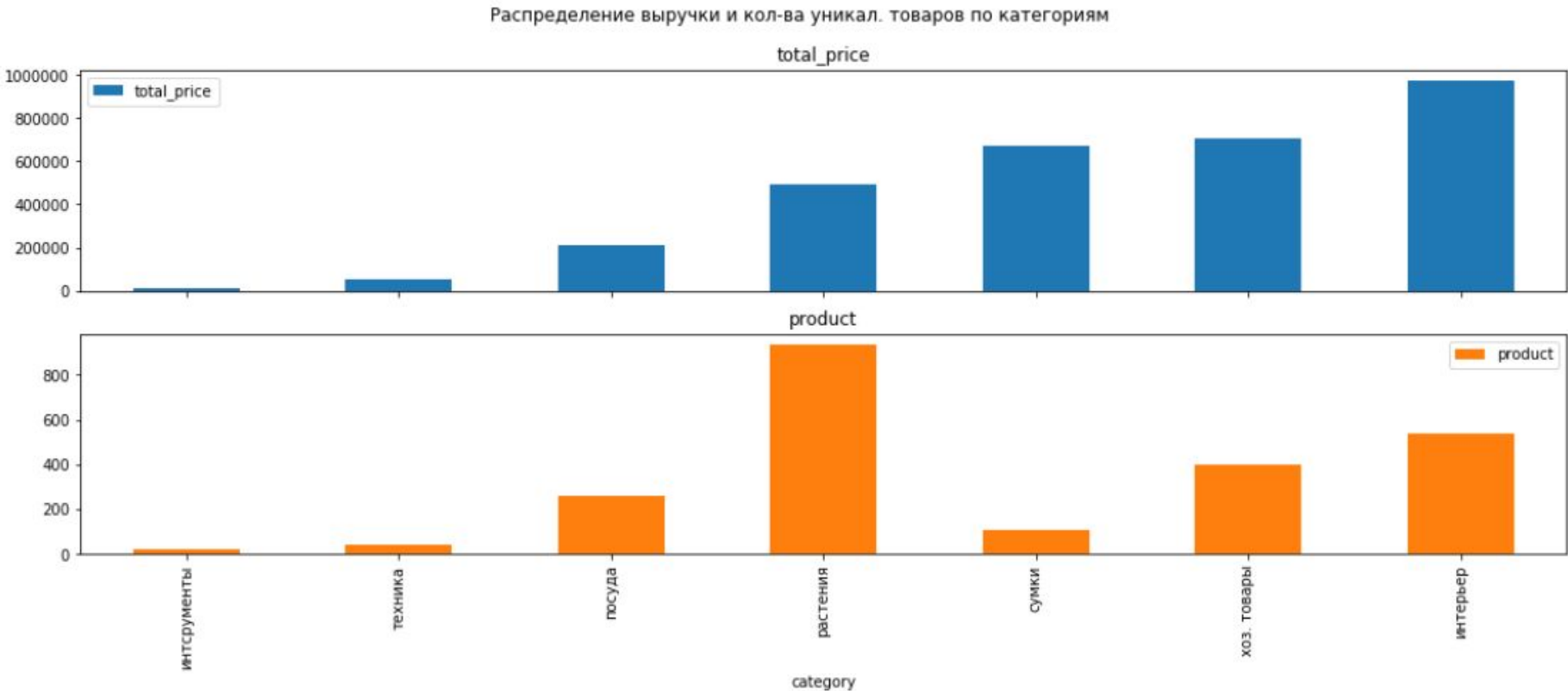
Анализ покупательской способности

В среднем покупатель делает один заказ, количество уникальных покупателей и проданных уникальных товаров в месяц падает, соответственно, падает и количество заказов и выручка. Пик проданных уникальных товаров в апреле-мае достигается в основном благодаря продажи товаров в категории растения-рассада.



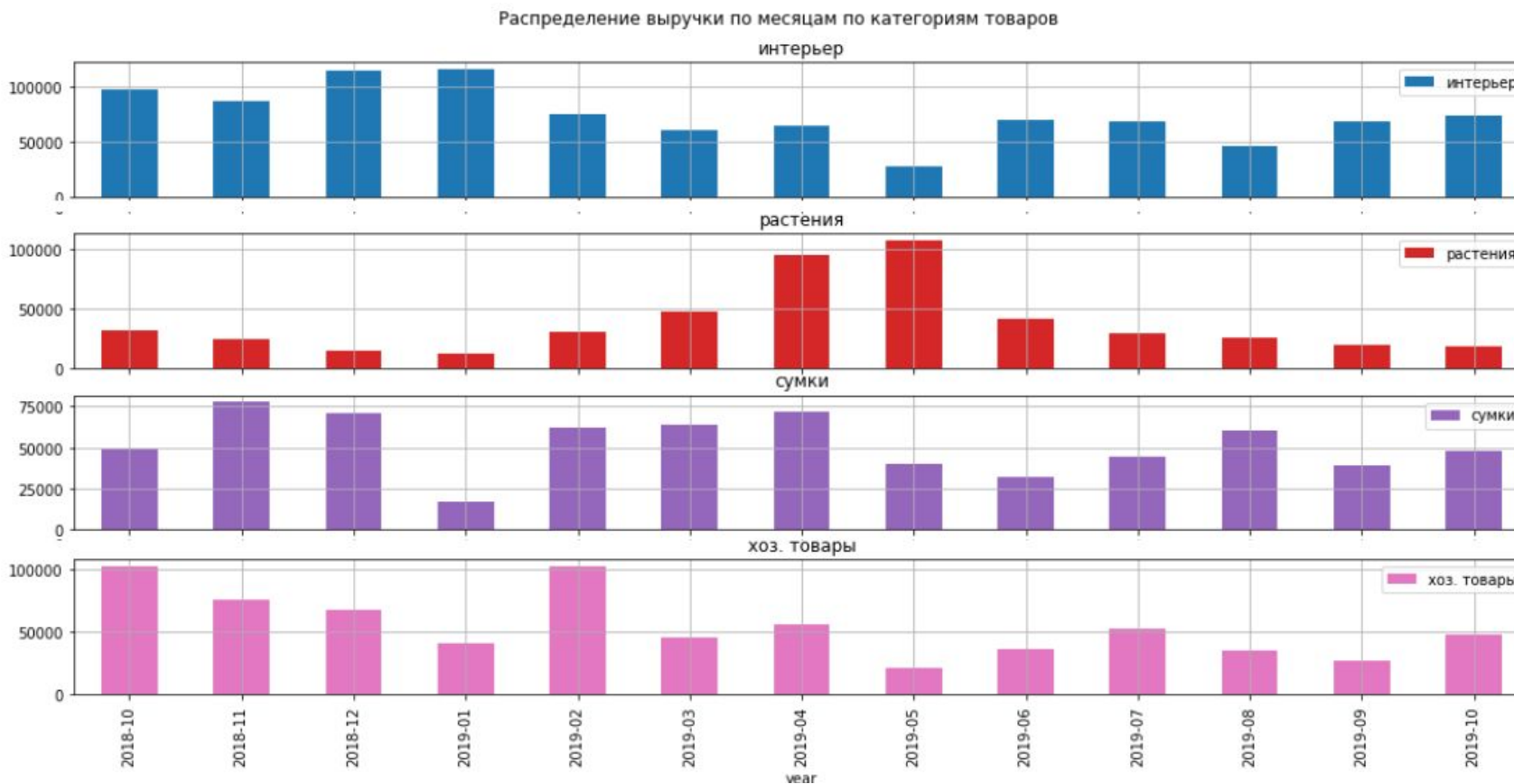
Анализ категорий товаров

Наибольшую выручку приносят продажи в категориях интерьер, хоз. товары и сумки. Их можно назвать основными.



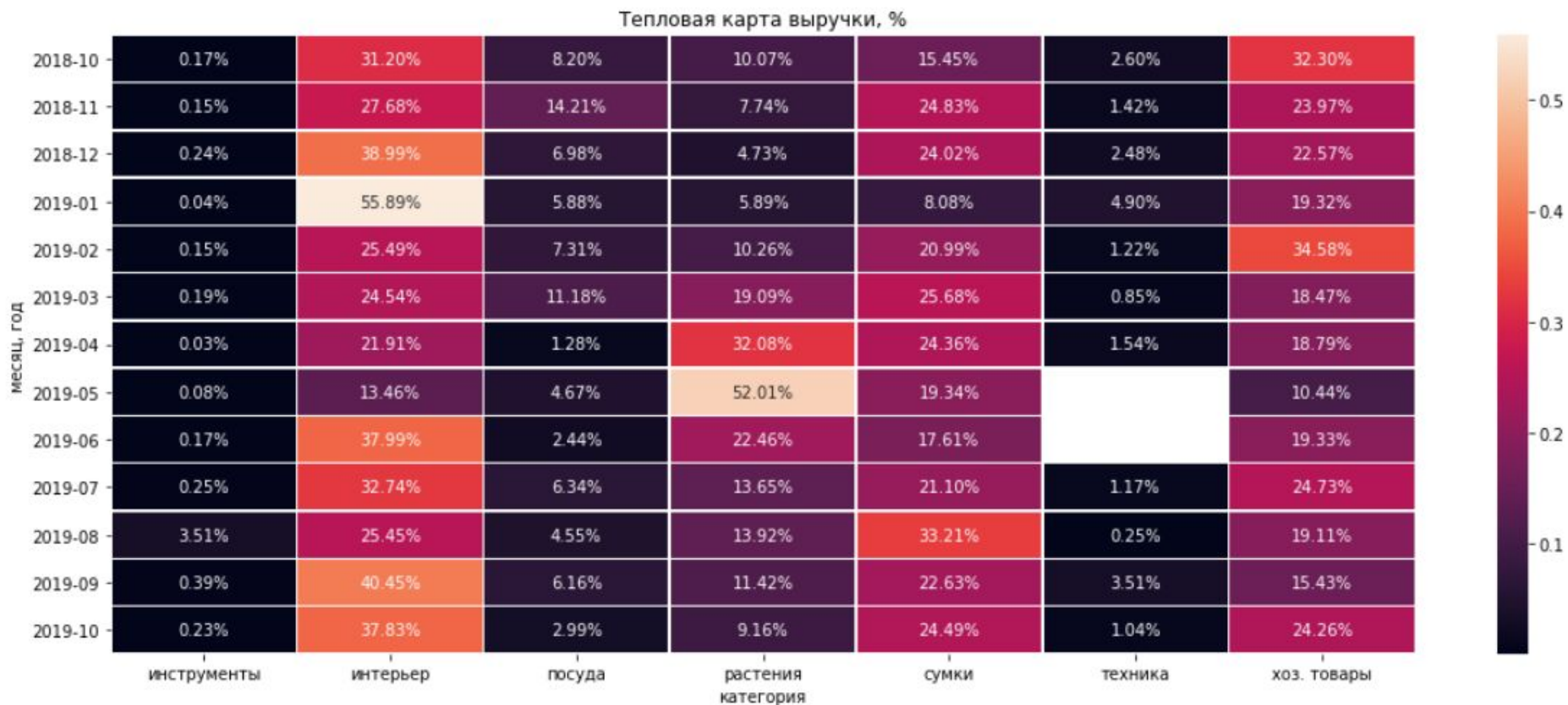
Анализ категорий товаров

Наибольшая сезонность характерная для товаров категории растения.



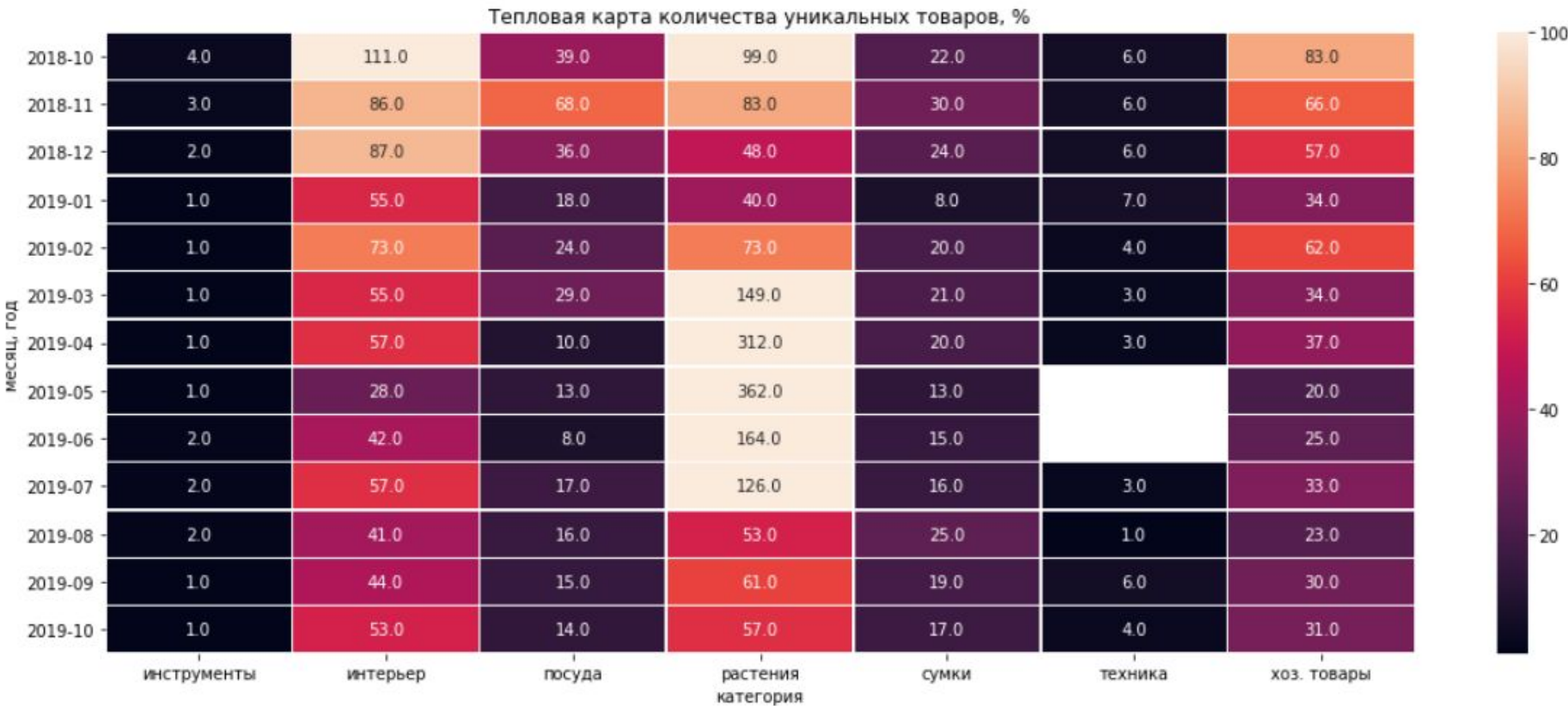
Анализ категорий товаров

Наибольшую выручку приносят товары в категории интерьер, сумки и хоз. товары. До 52% выручки приносят продажи товаров категории растения в мае 2019. Товары категории инструменты, посуда и техника можно считать дополнительными.



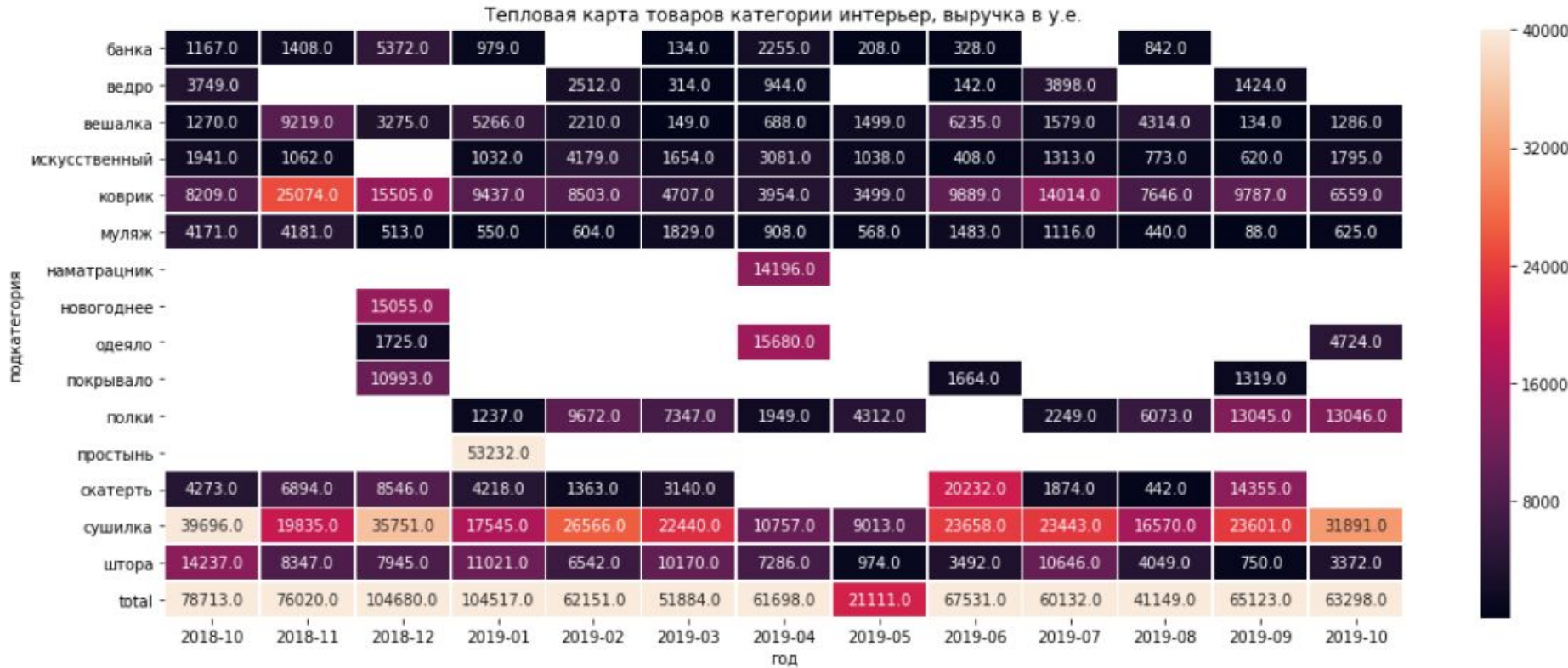
Анализ категорий товаров

При этом явна видна нехватка ассотримента: количество уникальных проданных товаров в категориях интерьер, растения и хох. товары снизили примерно в два раза.



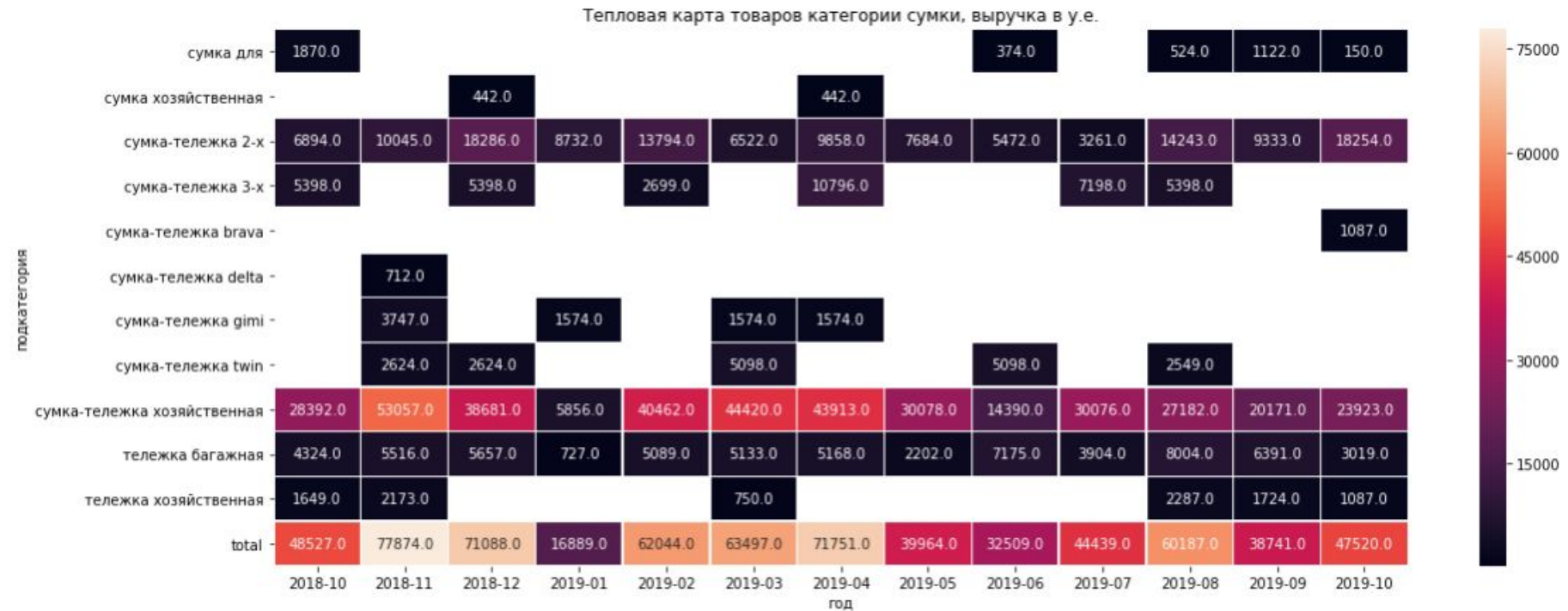
Анализ категорий товаров: интерьер

В категории интерьер можно выделить сушилки, шторы, коврики и скатерти как основные категории товаров, которые приносят основную прибыль. В целом, продажи в этой категории стабильны, но рекомендуется проверить наличие ассортимента в категориях коврики, шторы, сушилки, а также наличие новогодний елок и искусственных товаров и муляжей.



Анализ категорий товаров: сумки

Категория сумки является основной, продажи в ней в целом стабильные, но проседают в некоторых месяцах: в январе 2019, и летом: май, июнь, июль. Январь месяц глухой, а вот летом, возможно, не хватало ассортимента. Рекомендуется проверить наличие товара.



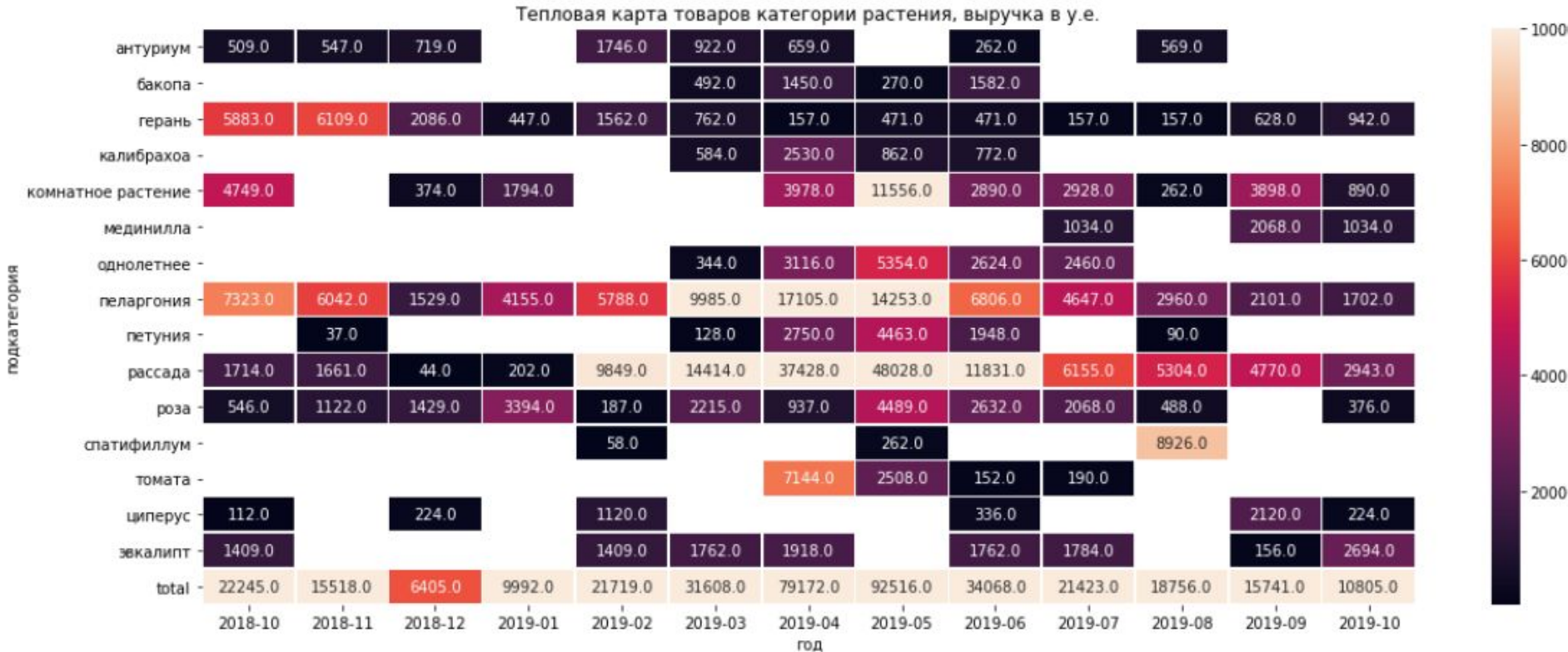
Анализ категорий товаров: хоз. товары

В категории хозяйственные товары можно выделить гладильные доски, ерши, контейнеры, корзины, стремянки и чехлы как основные товары, которые приносят наибольшую выручку. Рекомендуется проверить наличие ассортимента в этих категориях.



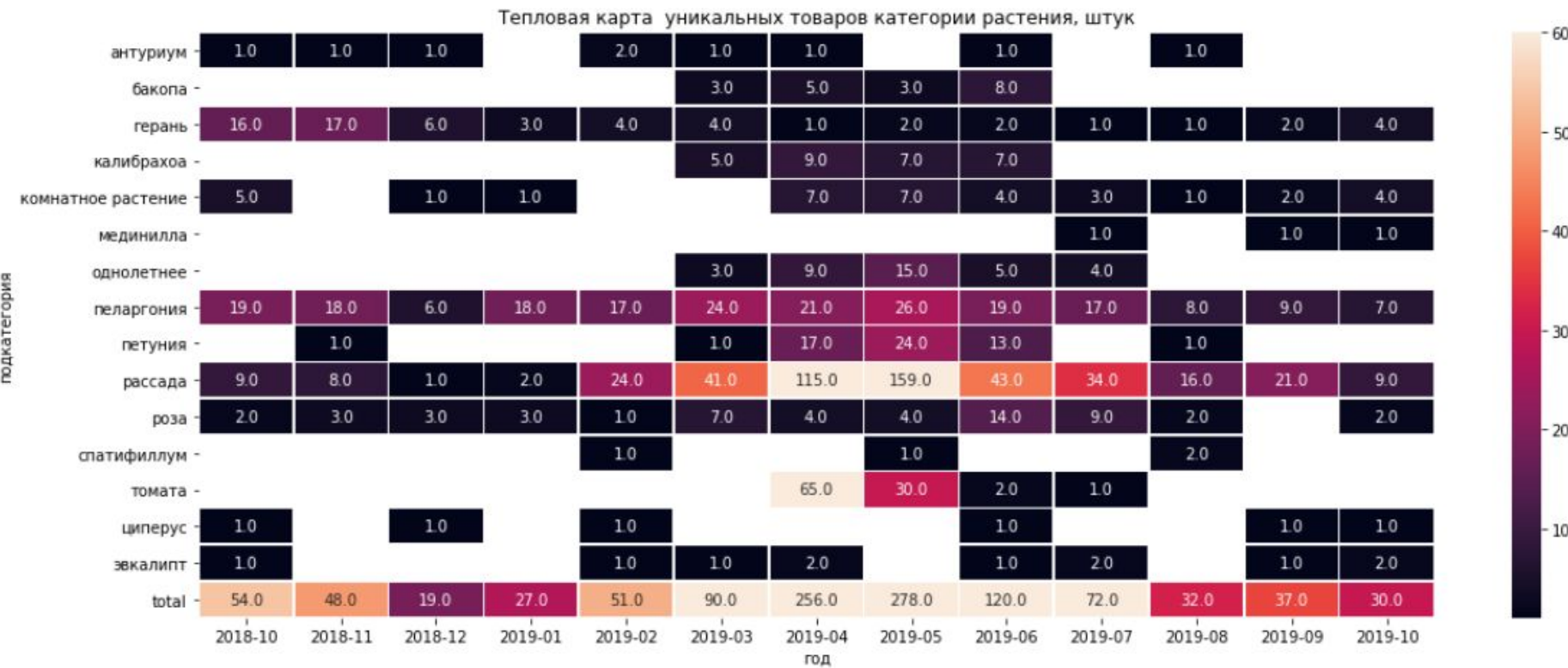
Анализ категорий товаров: растения

В продажах товаров категории растения четко прослеживается сезонность: данный товар продается в весенние месяца. Здесь основную выручки приносит продажа товаров подкатегории рассада, комнатное растение и пеларгония. Пик продаж достигается в апреле-мае 2019.



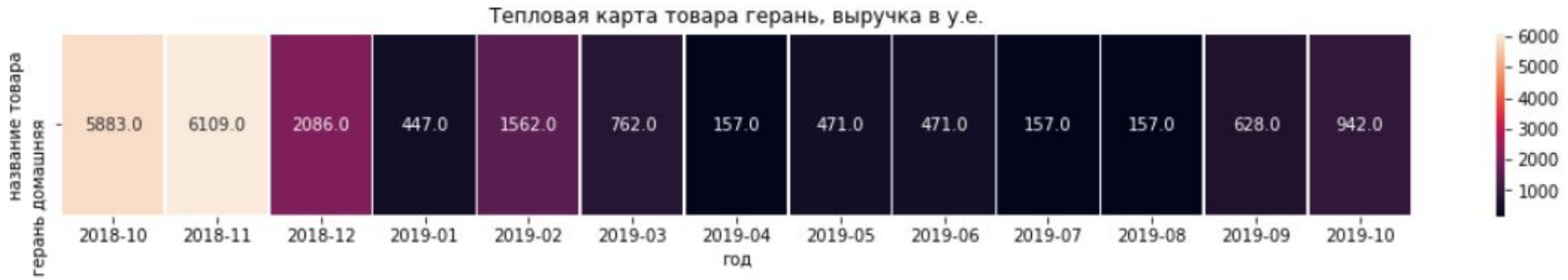
Анализ категорий товаров: растения

Самое большое количество уникальных товаров также покупается в весенне-летние месяца, тем не менее видно проседание по кол-ву уникальных товаров в подкатегориях пеларгония и герань в октябре 2019 по сравнению с осенью 2018.



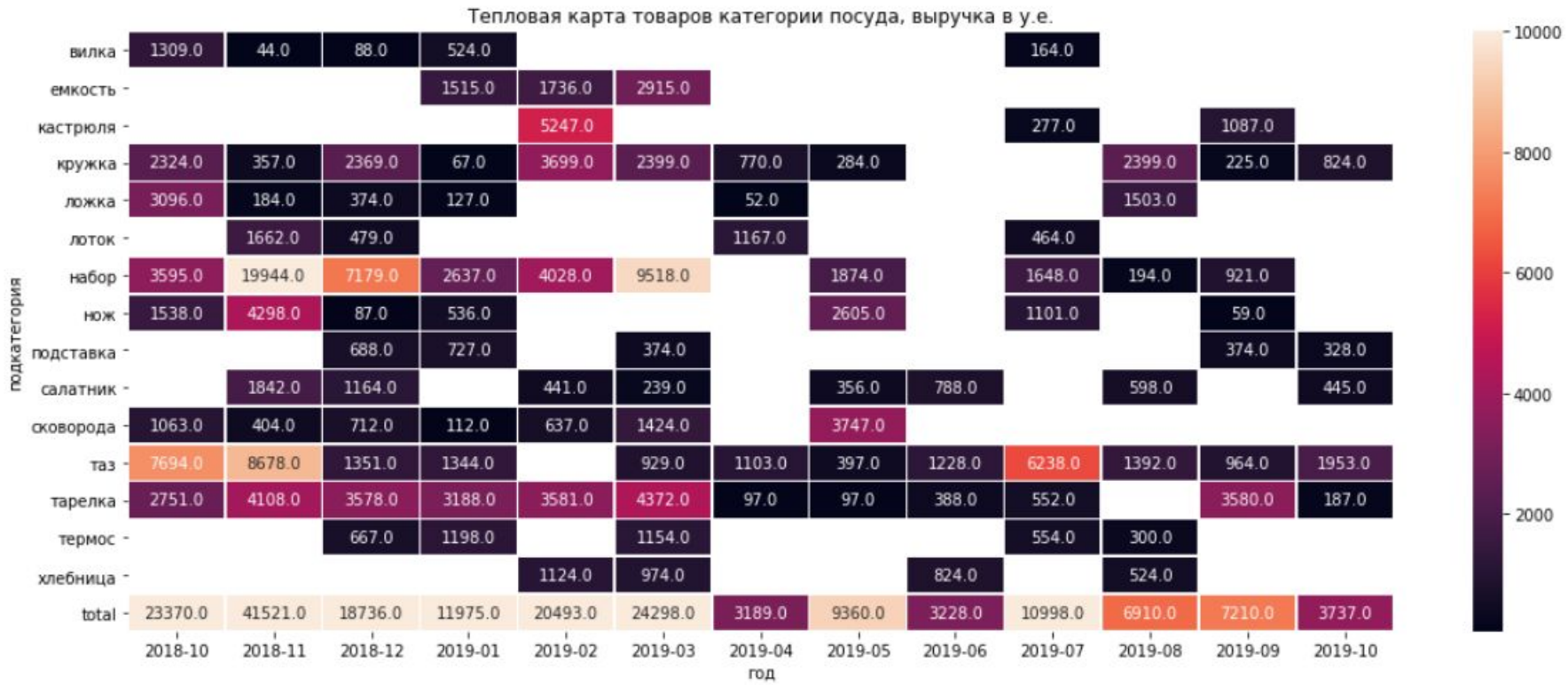
Анализ категорий товаров: растения

Проседают продажи герани домашней и пеларгонии зональной в октябре 2019 года. Рекомендуется проверить наличие ассортимента товара.



Анализ категорий товаров: посуда

Основную выручку делают товары в категориях кастрюли, кружки, наборы, ножи, тазы и тарелки. Рекомендуется проверить наличие ассортимента в этих категориях, так как продажи соответствующих категорий снизились или отсутствуют в октябре 2019 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



Общие выводы и рекомендации:

- в данных много дублей: заказы повторяются от разных дат, могут содержать в себе разное кол-во товара или те же товары, но с измененной стоимостью. Для анализа удалили такие заказы, оставив последний по дате создания.
- каждый пользователь делает примерно по одному заказу в месяц, больше всего заказов делают в воскресенье и начале недели, а меньше всего в пятницу, а самые активные часы - утро и день, с 8 до 20 дня. Тем не менее **тренд отрицательный: количество уникальных товаров снижается, кол-во пользователей снижается, а с ними падает и выручка.**
- товары можно разделить на **7 категорий**: интерьер, хоз. товары, сумки, растения, техника, посуда и инструменты. Категории **интерьер, хоз. товары и сумки являются основными**, продажи товаров категории **растения носят сезонный характер**, в мае 2018 эта категория принесла 50% выручки, категории **техника, посуда и инструменты - дополнительные.**
- в категории интерьер можно выделить сушилки, шторы, коврики и скатерти как основные категории товаров, которые приносят основную прибыль. В целом продажи в этой категории стабильны, но рекомендуется проверить наличие ассортимента в категориях **коврики, шторы, сушилки, а также наличие новогодний елок и искусственных товаров и муляжей.**
- в категории хозяйственные товары можно выделить **гладильные доски, ерши, контейнеры, корзины, стремянки и чехлы** как основные товары, которые приносят наибольшую выручку. Рекомендуется проверить наличие ассортимента в этих категориях.
- продажи в категории **сумки** в целом стабильные, но проседают в некоторых месяцах: в январе 2019, и летом: май, июнь, июль. Январь месяц низкий по продажам, а вот летом, возможно, не хватало ассортимента. Рекомендуется проверить наличие товара.
- сезонность категории растения придает продажа рассады, но на удивление, рассада пользуется популярностью не только в летние месяцы, но и осенью: видимо, мода на свежую травку на подоконнике. **Рекомендуется проверить наличие герани домашней, пеларгонии зональной и рассады зелени.**
- основную выручку делают товары в категории посуда делают продажи **кастрюль, кружек, наборов, ножи и тарелки.** Рекомендуется проверить наличие ассортимента в этих категориях.