

Пока все ещё тут

Интернет-магазин товаров для дома

Подготовил:
студент группы DA40
Шараев Антон

Содержание:

Введение	3
Принципы сегментации пользователей	6
Результаты сегментации пользователей	7
Графические материалы	8
Общий вывод и рекомендации	11
Дополнительные материалы	15

Введение



Данная презентация подготовлена для бизнес подразделений интернет-магазина товаров для дома «Пока все ещё тут».

В рамках программы развития требуется провести исследование пользовательского поведения для выявления профилей потребления.

Данное исследование проводится с целью оптимизации и улучшения показателей продаж на основе классификации пользователей на основе их покупательской активности

Введение



Исследование было проведено на основе сырых данных о 6737 транзакциях интернет-магазина товаров для дома и быта «Пока все ещё тут», полученным из базы данных магазина, за период:

С 1 октября 2018

По 31 октября 2019

Итого: 13 месяцев

Введение



Пользователи были сегментированы по:

- ☐ Количеству совершенных заказов
- ☐ Общей сумме заказов
- ☐ Количеству купленных товаров

Были проанализированы:

- ☐ Распределение количества заказов по дням, месяцам
- ☐ Распределение сумм заказов по дням, месяцам
- ☐ Распределение количества купленных товаров по дням, месяцам

Принципы сегментации пользователей

На основе проведенного предварительного исследования данных

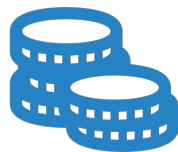
По количеству заказов

- единоразовый клиент - 1 совершенный заказ
- постоянный клиент – 2-7 совершенных заказов
- оптовый покупатель – 8 и более совершенных заказов



По сумме заказов

- клиент с маленькой суммой заказов – 0-999 у.е.
- клиент со средней суммой заказов – 1000-3375 у.е.
- клиент высокой суммой заказов- 3376 и выше у.е.



По количеству купленных единиц товаров

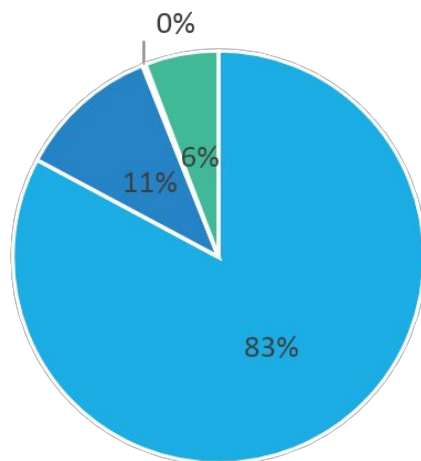
- клиент с обычным количеством позиций - 0-3 позиций
- клиент с повышенным количеством позиций - 4-24 позиций
- клиент с большим количеством позиций - 25+ позиций



Результаты сегментации пользователей

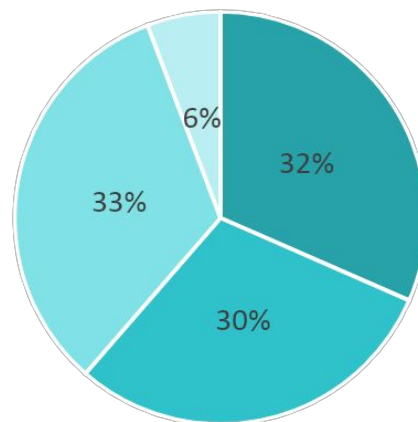
На основе проведенного предварительного исследования данных

По количеству заказов



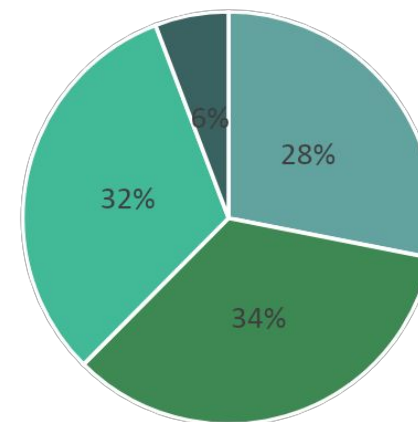
- 1 заказ
- 2-7 заказов
- 8+ заказов
- Оптовики

По сумме заказов



- 0-999 у.е.
- 1000-3375 у.е.
- 3376 и выше у.е.
- Оптовики

По количеству купленных единиц товаров



- 0-3 позиций
- 4-24 позиций
- 25+ позиций
- Оптовики

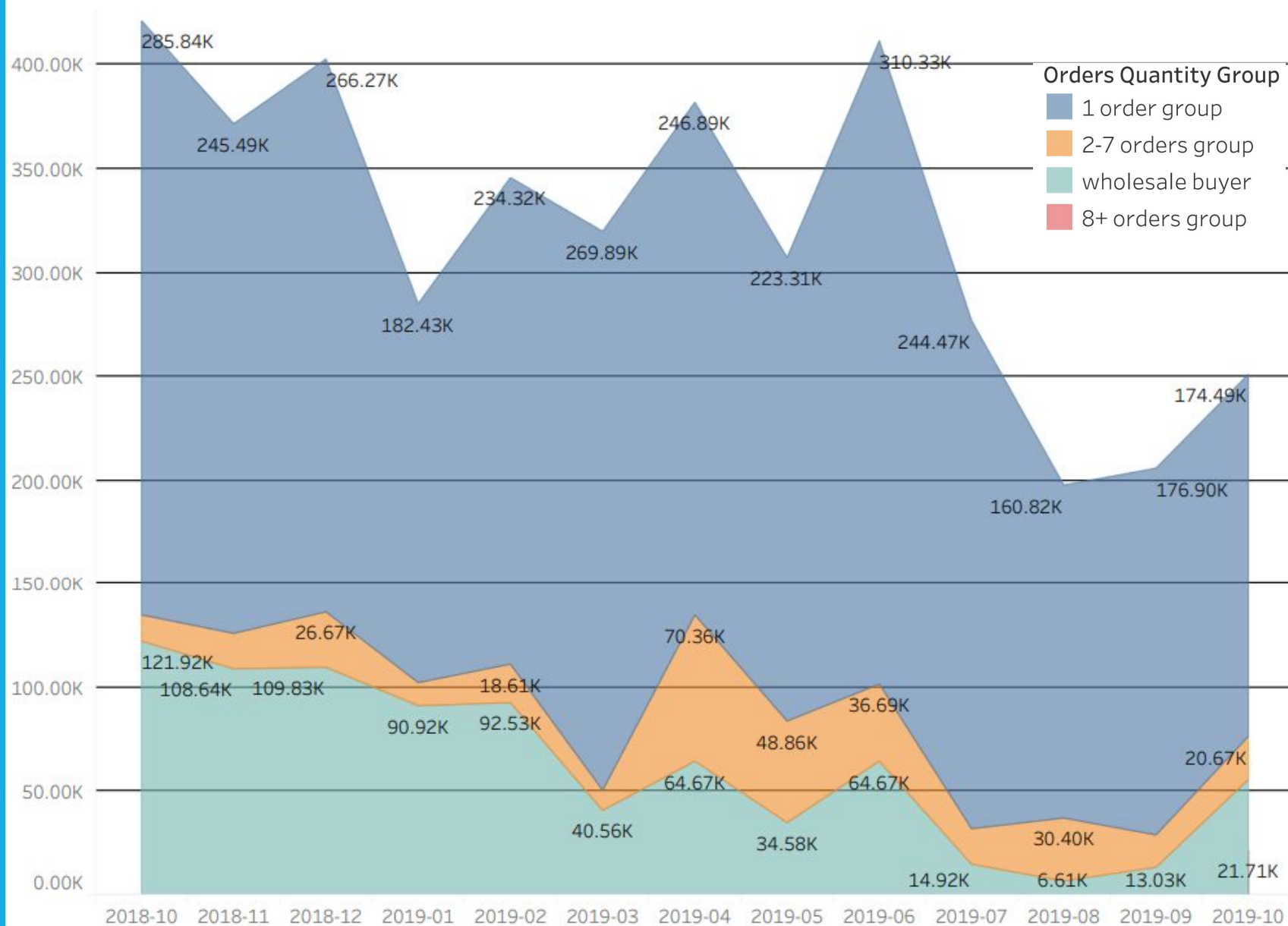
*Процентное соотношение от общего количества Клиентов

Общая сумма заказов

В разбивке по классам пользователей по общей сумме заказов

Абсолютным лидером по принесенной выручке является категория пользователей, совершивших лишь 1 заказ

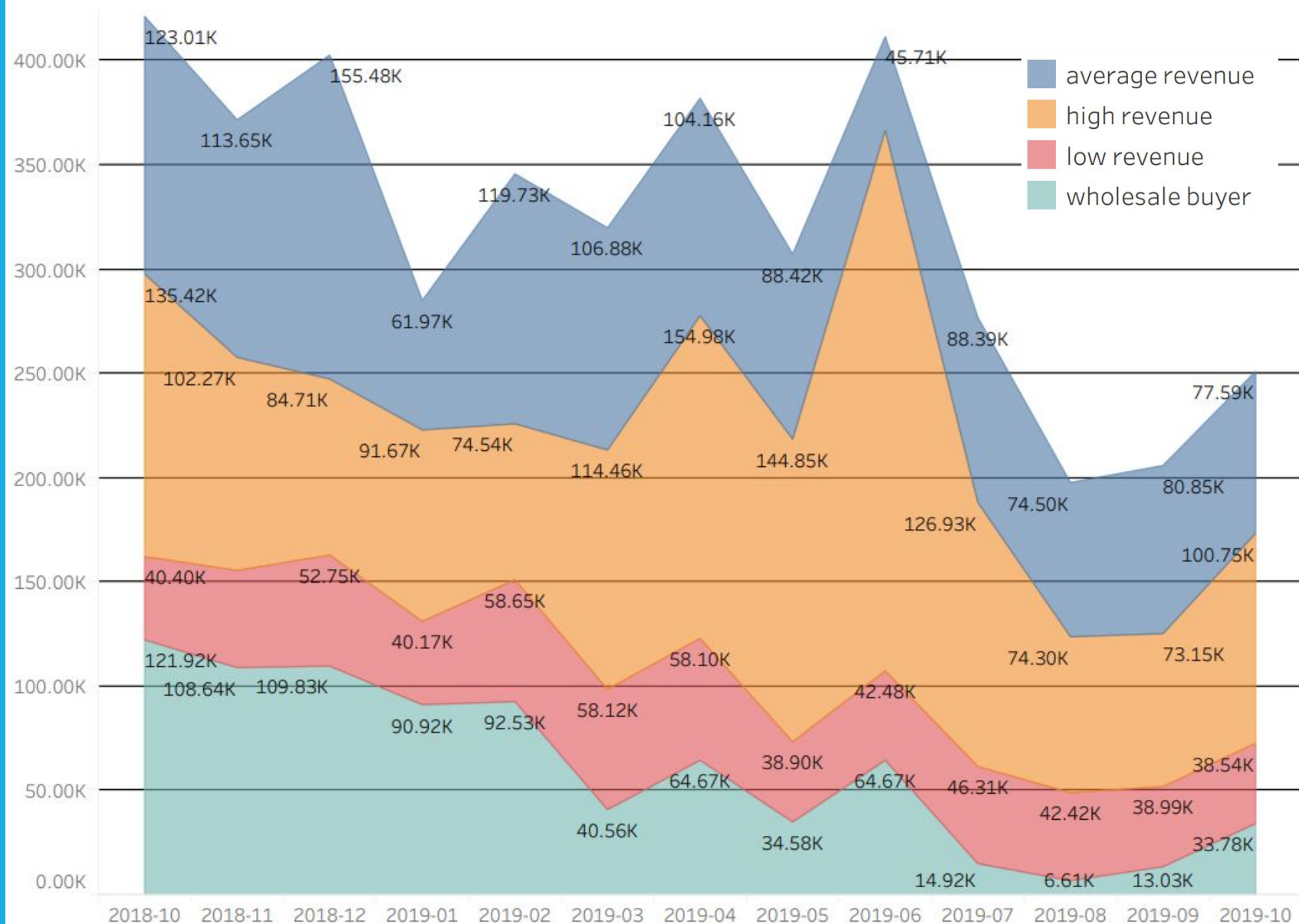
Необходимо выяснить, почему пользователи не совершают второй заказ



Общая сумма заказов

В разбивке по классам пользователей по маржинальности

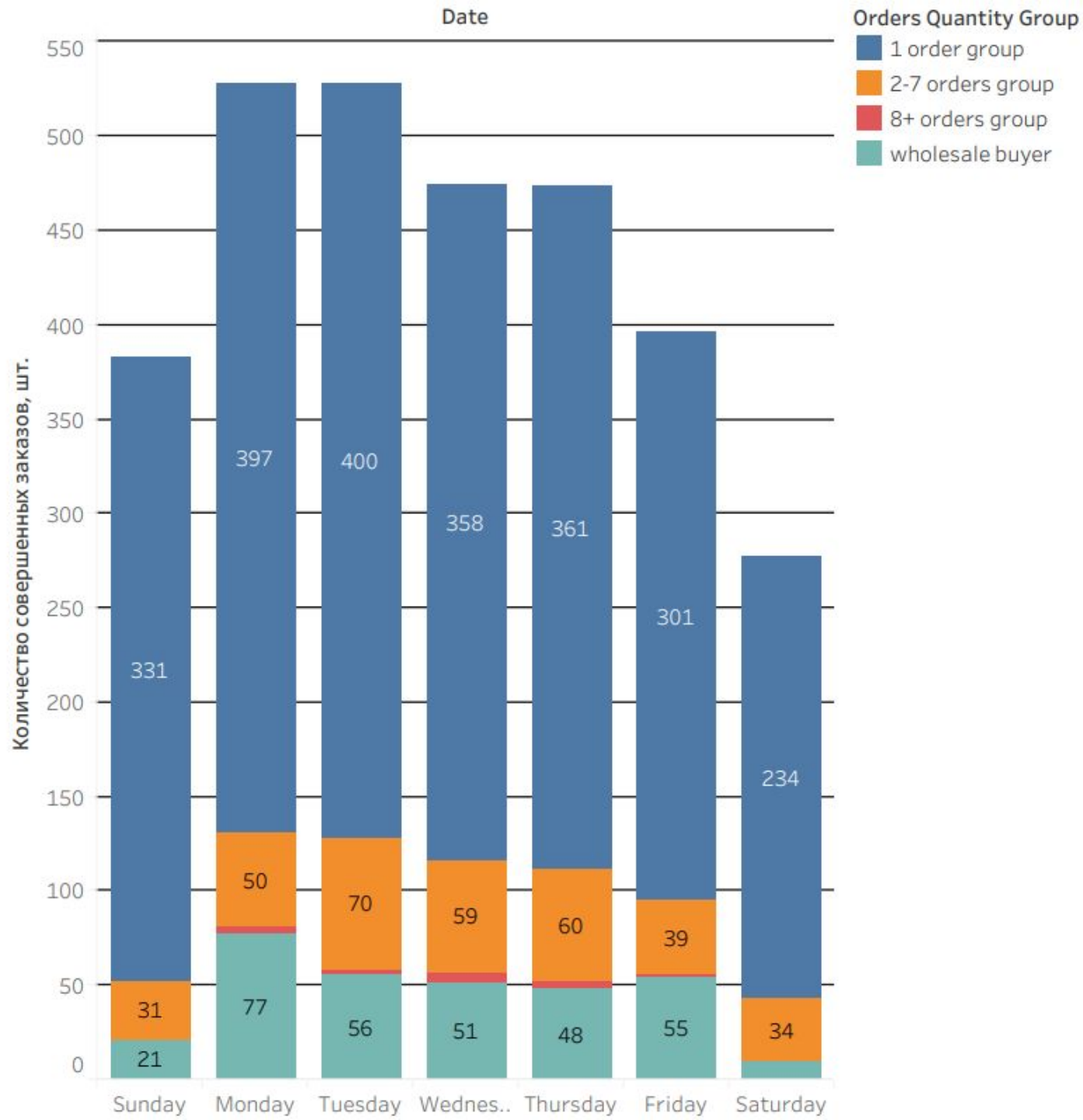
Оптовые покупатели, не смотря на малое количество, приносят выручку сопоставимую с низкомаржинальной категорией Клиентов, количество которых в 5 раз больше



Количество совершенных заказов за день

С разбивкой по дням недели и категории пользователей в зависимости от количества совершенных заказов

Количество заказов падает к выходным дням



Общий вывод и рекомендации

В данный момент большинство пользователей (83%) делают всего 1 заказ. Необходимо проработать систему удержания пользователей. Возможно, предложить им какую-либо скидку на 2 заказ. Также, это может быть наоборот влиянием слишком большой скидки на первый заказ. Пользователю гораздо выгоднее создать новый аккаунт и получить приветственную скидку, чем совершать покупку со старого аккаунта. Также возможно на основе совершенных покупок, у которых есть расход (например, мыло, масло для садовой техники и т.д.), предложить пользователю пополнить свои запасы.

Общий вывод и рекомендации

В выходные пользовательская активность падает. Возможно, стоит напомнить о себе не раздражающей рассылкой с подборкой товаров на основе предпочтений пользователя. Также, возможно, что причина падения спроса кроется в работе службы доставки. Основная часть товаров магазина связана с дачей. Пользователи ездят туда по выходным и формируют свои заказы так, чтобы получить их к выходным. Возможно, создание службы доставки выходного дня за город поможет увеличить активность в выходные.

Общий вывод и рекомендации

- Большим спросом пользуется рассада, которую берут перед летним сезоном. После периода, когда спрос на рассаду падает, продажи падают. Возможно, стоит расширить ассортимент товаров, которые понадобятся пользователям сразу после посадки
- Большую долю выручки составляют оптовые покупатели. Стоит связаться с ними напрямую и обговорить возможность сотрудничества на оптовых условиях.

Общий вывод и рекомендации

- Часть клиентов посещает сайт только в рабочее время. Похоже на корпоративных клиентов. Стоит связаться с ними напрямую и обговорить возможность сотрудничества на оптовых условиях
- Пользователи с низкой стоимостью заказов делают их больше остальных. Необходимо замотивировать их покупать больше, например, введя бесплатную доставку от определенной суммы или предложив приятный бонус при наборе на определенную сумму.

Дополнительные материалы

Дашборд построен в рамках проведения исследования покупательской активности интернет-магазина товаров для дома "Пока все еще тут".

Дашборд состоит из:

- Линейного графика, отображающего сумму покупок в у.е. по дням
- Гистограммы распределения стоимости отдельных заказов

Для управления доступны фильтры:

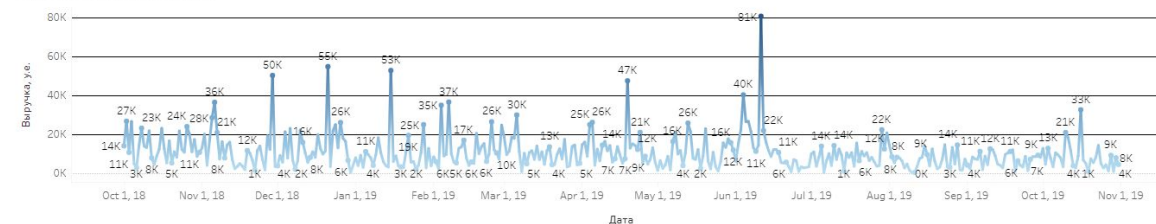
- По дате совершения транзакции
- По стоимости заказа - для масштабирования гистограммы

Пока все ещё тут - интернет-магазин товаров для дома

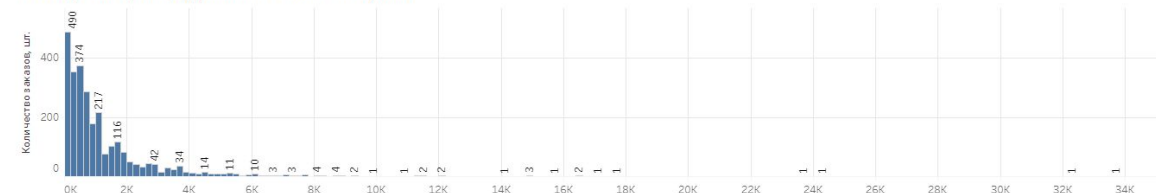
Дашборд построен в рамках проведения исследования покупательской активности интернет-магазина товаров для дома "Пока все еще тут".
Дашборд состоит из Линейного графика, отображающего сумму покупок в у.е. по дням, и Гистограммы распределения стоимости отдельных заказов.
Для управления доступны фильтры: По дате совершения транзакции и По стоимости заказа - для масштабирования гистограммы

Суммарная выручка с одного заказа, у.е.
14 45,034
Дата
10/1/2018 10/31/2019

Сумма покупок по дням



Гистограмма распределения заказов по сумме



Дополнительные материалы

Дашборд доступен по ссылке:

https://public.tableau.com/app/profile/anton7450/viz/_16582409492030/Dashboard1#1

Для работы в верхней части дашборда доступны фильтры:

☐ По дате

☐ По суммарной стоимости заказа



После Применения фильтров дашборд обновит всю необходимую информация автоматически

Спасибо за внимание!

В случае возникновения вопросов
используйте следующие
контактные данные:

Антон Шараев

asharaev32@gmail.com