

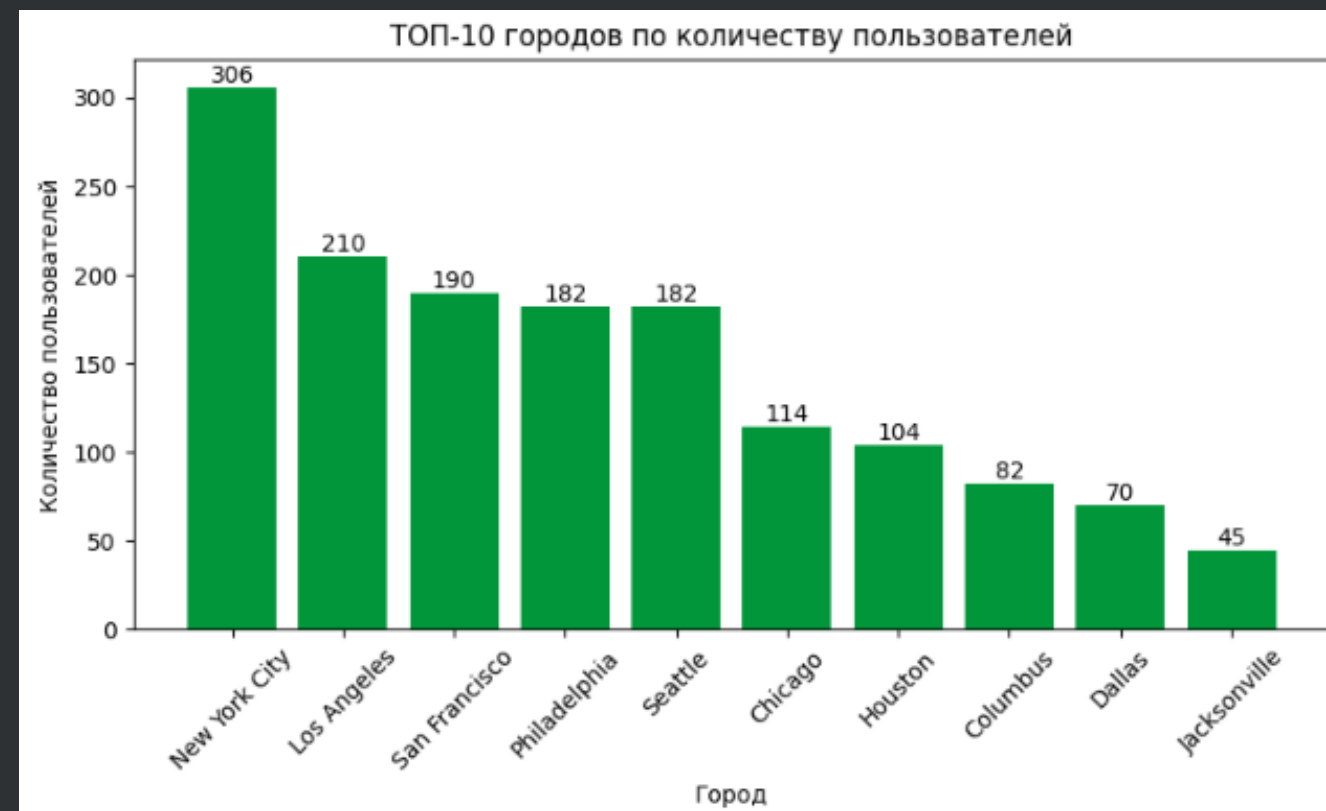
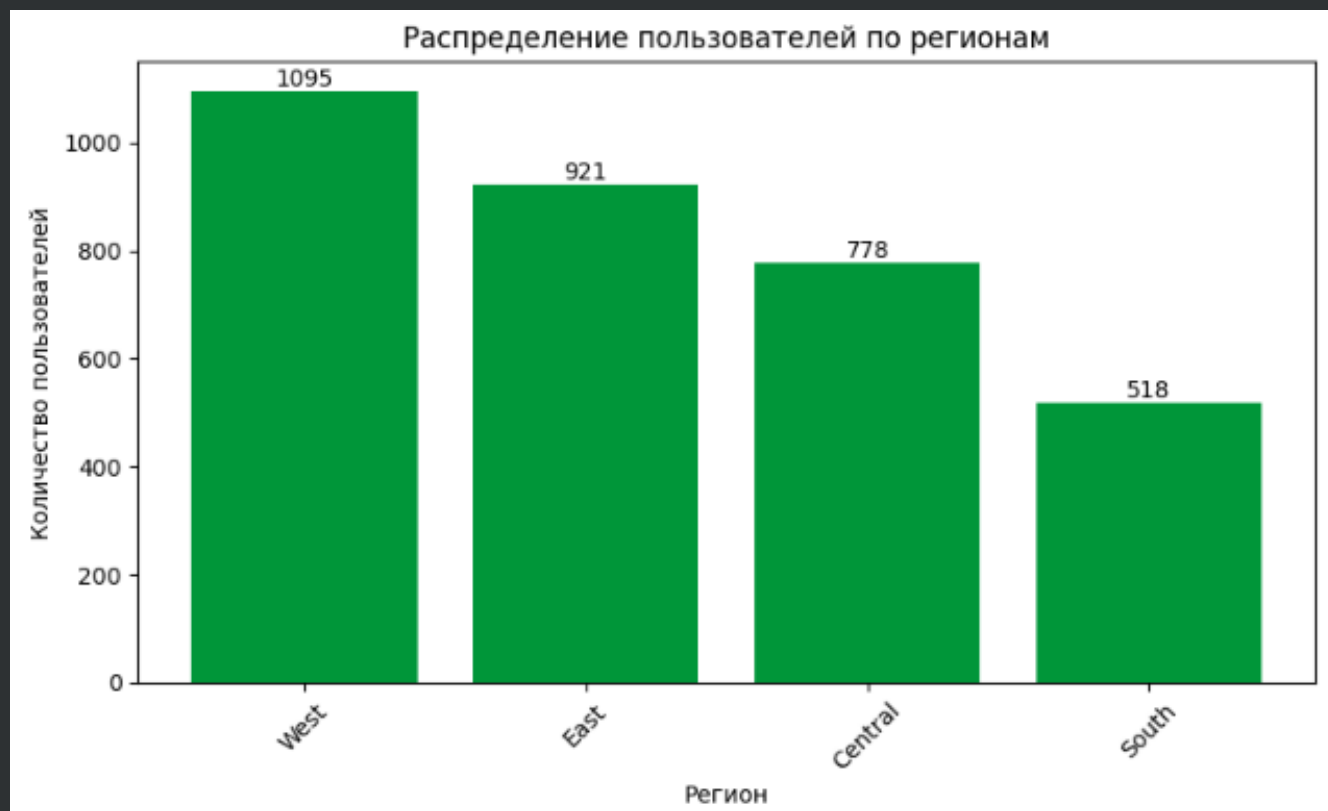
Анализ продаж Amazon за 2020 год



Анализ выполнил: Стёганцев Сергей

Основные клиенты Amazon — жители мегаполисов Запада и Востока США

Анализ охватывает 3 312 заказов, 693 уникальных клиента, данные только по США.



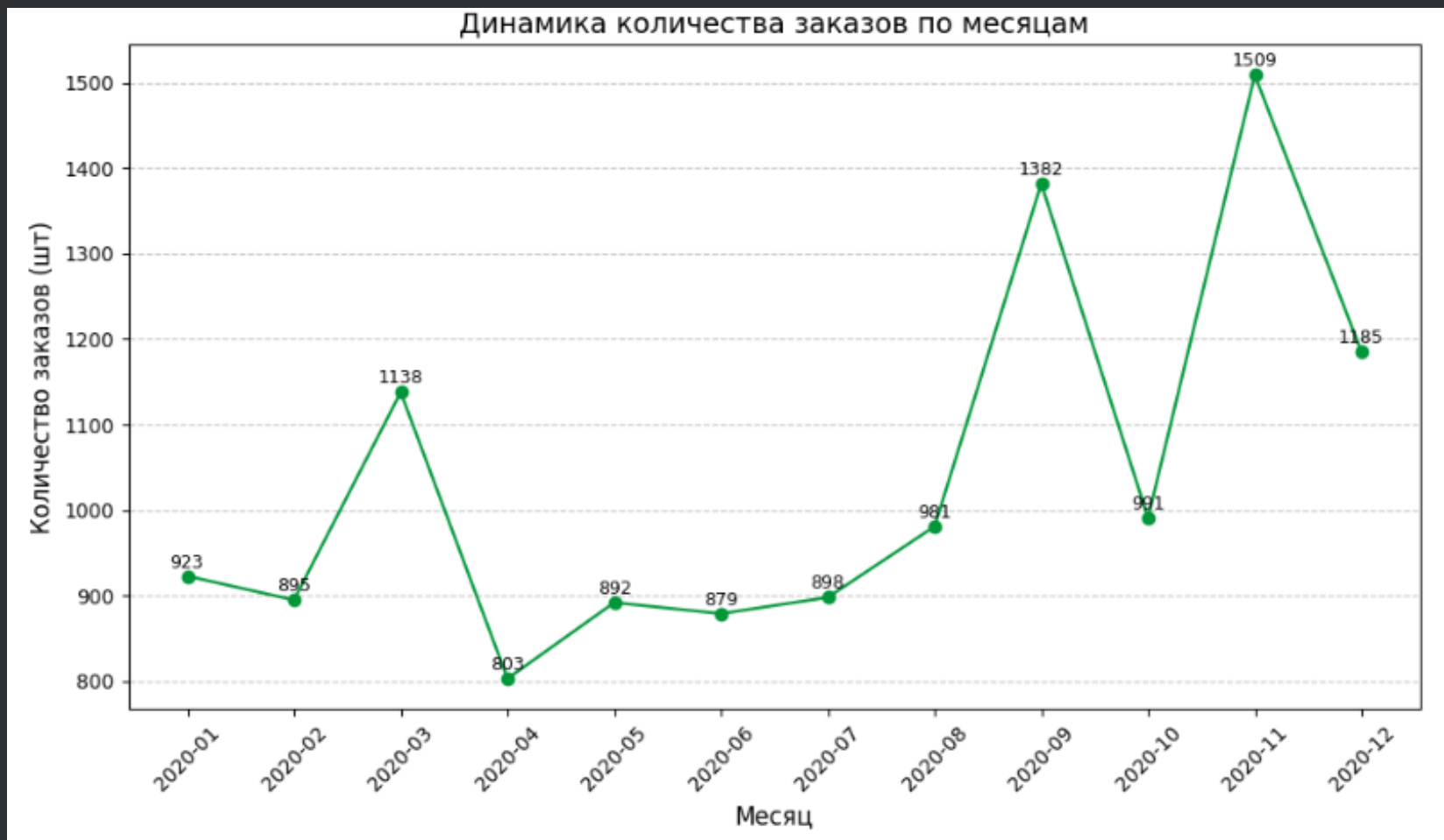
Западный регион лидирует с долей 33% от общего объема продаж

Восточный регион занимает второе место с долей 28%

Города-лидеры: Нью-Йорк, Лос-Анджелес и Сан-Франциско.

Рекомендуем усилить маркетинговые кампании в этих регионах.

Сезонность заказов: март, сентябрь и ноябрь — периоды пикового спроса

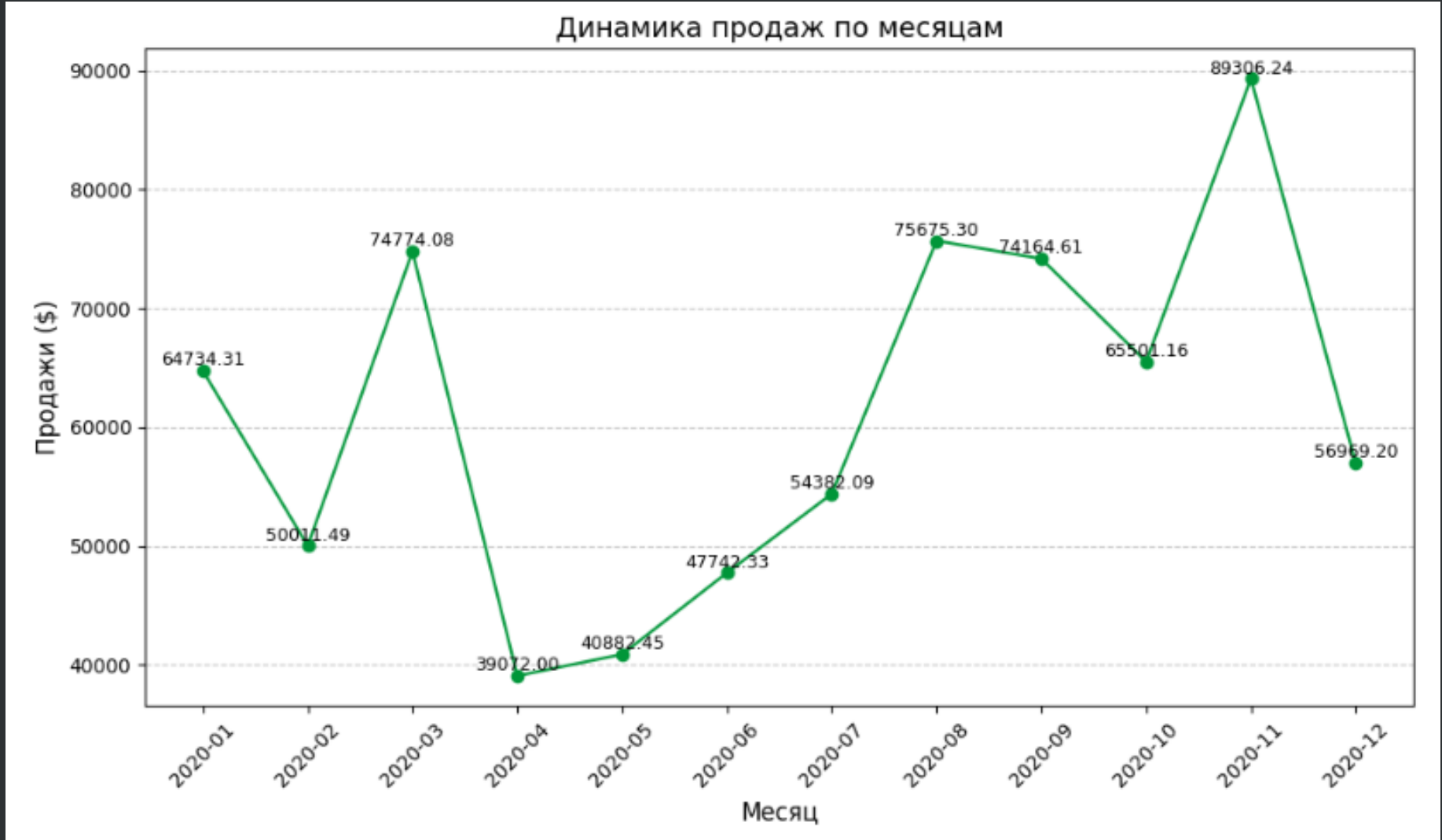


Наблюдается четкая сезонность в поведении покупателей.

Это открывает возможности для таргетированных кампаний.

- 1** — Март
1138 заказов
Весенний пик продаж
- 2** — Апрель–Май
Минимальное количество заказов
Сезонный спад
- 3** — Сентябрь
1382 заказа
Осенний рост активности
- 4** — Ноябрь
1509 заказов
Абсолютный максимум

Продажи растут в праздники и акции — максимумы в марте и ноябре



\$89K

Ноябрь

Максимальный объем

продаж
\$74K+

Март и Август

Стабильно высокие продажи

\$39K

Апрель

Минимальный объем продаж

Черная пятница в ноябре — ключевой драйвер выручки.

Весенние акции также значительно влияют на продажи.

Три категории формируют 100% выручки: Technology, Office, Furniture



Technology

\$271K

37% от общего объема



Office Supplies

\$246K

33% от общего объема



Furniture

\$215K


30% от общего объема

Распределение между категориями достаточно сбалансированное.


Все три направления имеют стратегическую важность.

Лидеры подкатегорий дают 5× больше выручки, чем слабые — есть потенциал роста







Phones
\$105K



Chairs
\$95K



Binders
\$72K

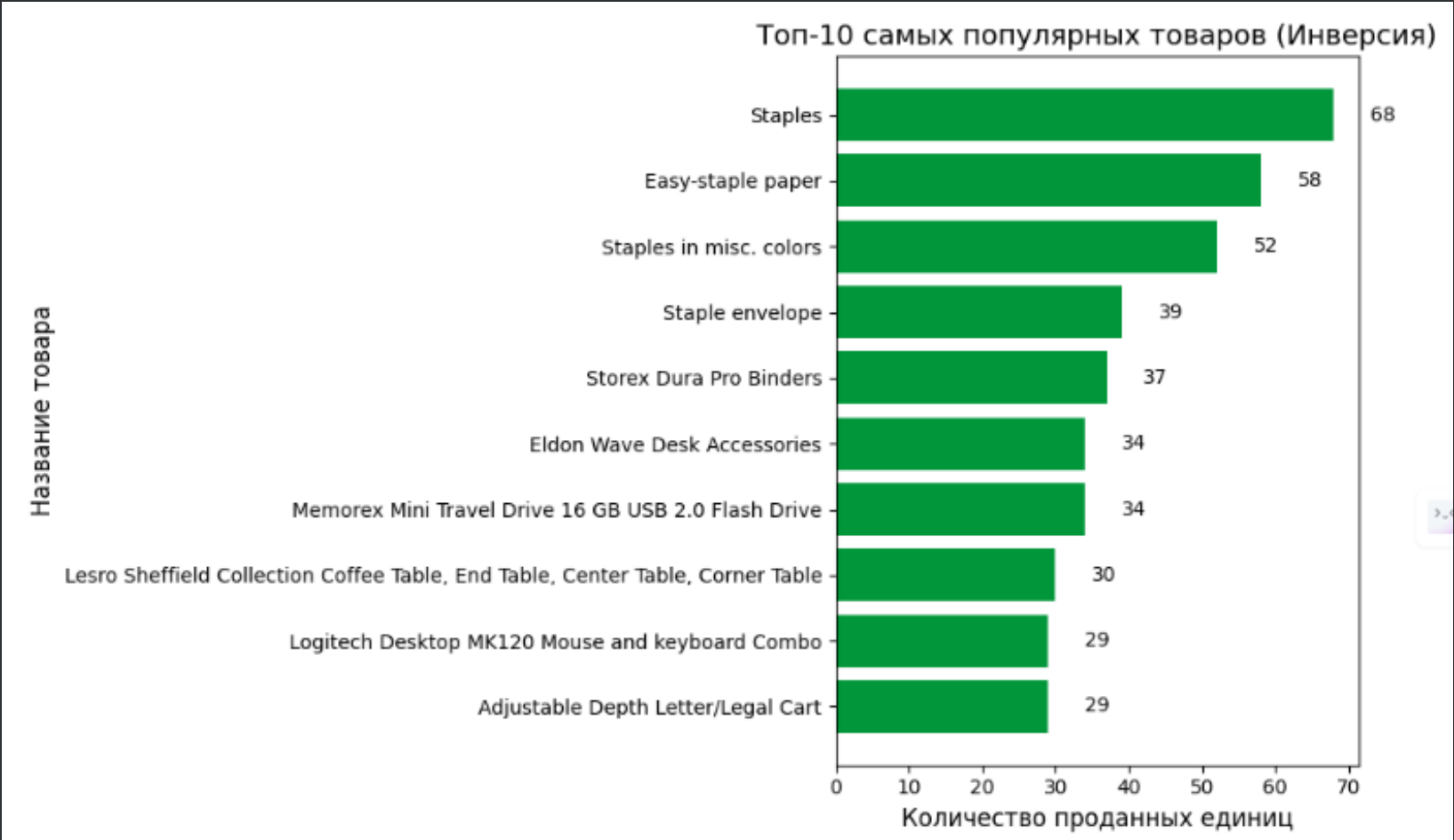


Labels, Fasteners
< \$4K

Рекомендуем оптимизировать ассортимент слабоэффективных подкатегорий.

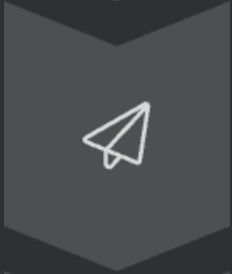
Есть потенциал для увеличения рентабельности по всем направлениям.

Офисные принадлежности — основные драйверы массовых продаж



Staples

68 шт.



Easy-staple paper

58 шт.



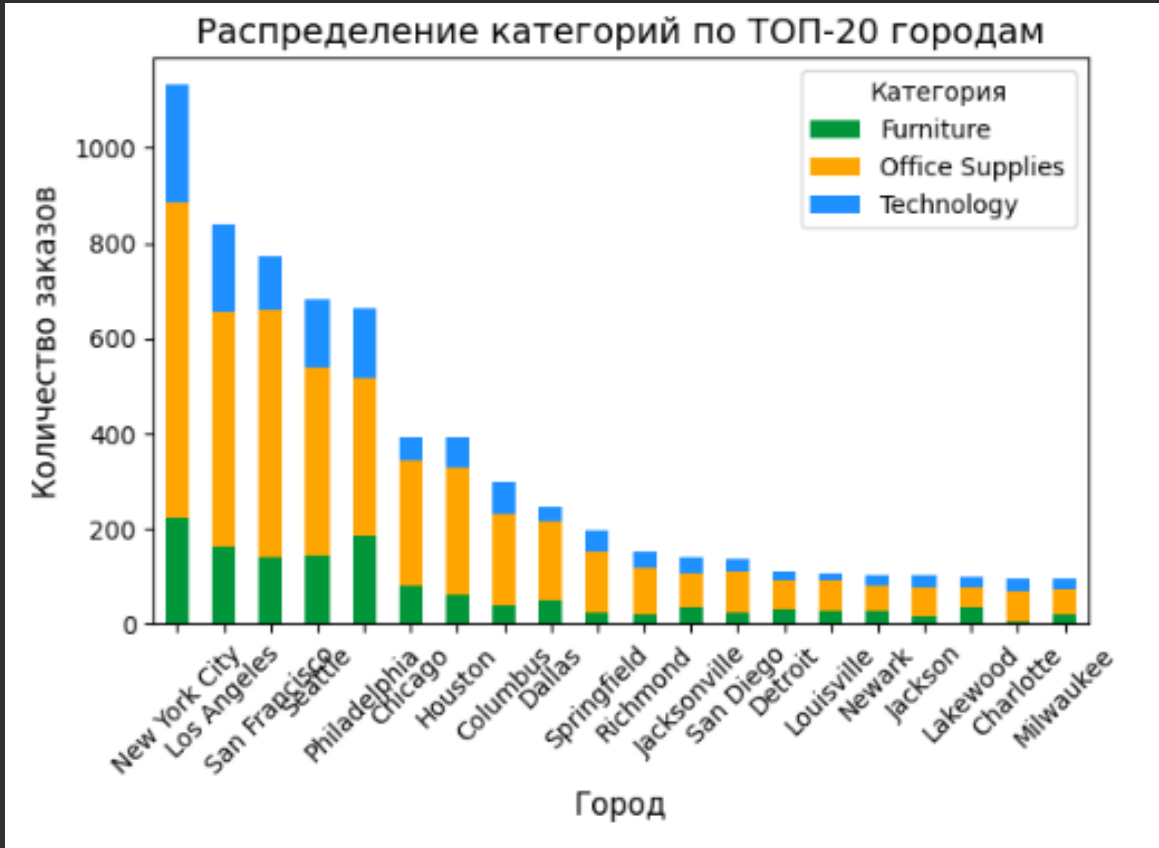
Staples in misc. colors

52 шт.

Спрос сконцентрирован на базовых офисных принадлежностях.

Это указывает на важность поддержания стабильного ассортимента этих товаров.

Сегмент “Consumer” и мегаполисы — ядро клиентской базы Amazon



Consumer-сегмент

Преобладает во всех регионах

Основной драйвер продаж

Крупные города

Предпочитают Technology

Высокий спрос на Office Supplies

Малые города

Более разнообразные предпочтения

Потенциал для роста

Сегментация по регионам и категориям — ключ к персонализации предложений.

Рекомендуем адаптировать маркетинговые стратегии под каждый сегмент.



Что делать дальше: усилить пики, перераспределить ресурсы, оптимизировать ассортимент

Сезонность

Выражена четко: март, сентябрь, ноябрь — пиковые месяцы

Требуется планирование запасов и маркетинговых кампаний

Товарные категории

Лидеры: Technology, Office Supplies, Furniture

Необходима оптимизация слабых подкатегорий

География


Активность сосредоточена в мегаполисах

Есть потенциал роста в малых городах

Следующий шаг — запуск таргетированных кампаний и оптимизация ассортимента.

Спасибо за внимание

Проект выполнен: **Стёганцев Сергей**

 Email: SStegancev@yandex.ru

 Telegram: [@SergeiST_pro](https://t.me/@SergeiST_pro)