

超市数据分析应该关注哪些指标？



敏捷商业智能

发布时间：18-05-22 13:57



作者最新文章

数据公民已崛起！想做好数据分析，请重视这4大趋势

校企合作新标杆，永洪科技点亮中职教育大数据

从零售行业年度最佳大数据解决方案奖说起

相关文章

趋势：生意场正在发生的八大变化，现在看还来得及！（深度...

解决我分析的困难。

一、使用什么样的软件？

简单的数据分析Excel就可以完成，如果是复杂的分析，可能就需要一些用到一些BI工具。BI分为传统BI和敏捷BI，在敏捷BI中国外做的比较好的有Tableau，国内做的比较好的有 Yonghong BI，Tableau有很多个人的分析师在用，企业里用 Yonghong 的比较多。

二、应该关注哪些指标？

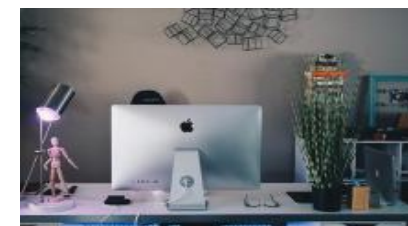
对于超市来说，需要关注的指标其实蛮多的，针对不同的目的，我们可以有不同的指标体系。我们可以看一下这张图。



为什么你的用户洞察会失灵？



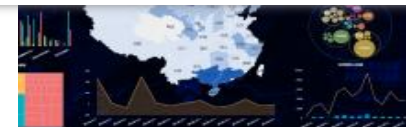
数据中台实战入门篇：双中台战略



如何借助大数据快速扩大企业销售量？



数据分析助攻神器—自助式BI工具



1.用户分析

用户分析主要是对顾客群体的购买行为的分析。



通过对用户的年龄、人均购买次数、购买总金额、消费地区、购买途径等数据进行分析，深入洞察消费者购物行为和偏好，寻找到高价值客户的消费规律，通过精准营销，提升销售额。

2.门店分析

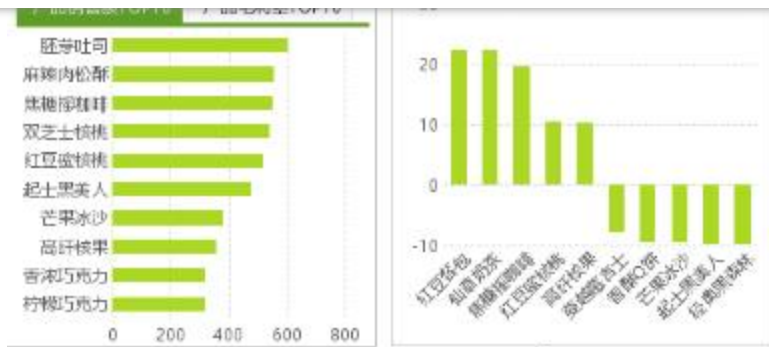
做周期分析、跨门店分析，还能结合POS营业额等销售数据做整合分析，进而预测下一周期的营运绩效，助力零售商达到经营效益最大化。



门店分析

3.商品分析

商品分析的主要数据来自销售数据和商品基础数据。



商品分析

主要分析商品的类别结构、品牌结构、价格结构、毛利结构、结算方式结构、产地结构等，从而产生商品广度、商品深度、商品淘汰率、商品引进率、商品置换率、重点商品、畅销商品、滞销商品、季节商品等多种指标。通过对这些指标的分析来指导企业商品结构的调整，加强所营商品的竞争能力和合理配置。

4.渠道分析

如果企业同时运营着线上渠道和线下渠道，需要对加盟商的情况做到心里有数，因为库存和缺货是所有的零售迫切解决的一个难题。



渠道分析

如果零售商对用户的需求没有进行精准的预测，则会导致供需失衡，造成高库存或者是缺货状态，最终将造成成本上的浪费。通过对渠道数据进行分析，可以对供需平衡进行高效管控，降低成本。

这里分享一个711便利店做超市数据分析的案例。

711便利店的收银台键盘区域有这样几个键：男、女，年龄20-30、30-50、50-70（大概这样一个区间），然后在每次你付款结束后，他会很快地建立出一个用户画像出来。比如你今天买了一本《男人装》的杂志，在收银台后端的数据就会显示为，20-30岁女性，购买商品为xx杂志。通过对每一个用户数据的记录，711的这个店铺就能很快知道，我这个店周围的用户群体大致的一个画像，是年轻人多，还是老年人多，他们主要都喜欢购买哪些商品，主要集中在哪个时间段。

有了这些数据，711就能以此调整自己的商品供应，实现了相对精准的营销。所以你表面上看所有的711便利店都是一样的，其实里面卖的商品品类是根据这个店周围的用户属性进行过微调的。

在什么时候购买、**WHERE**——在什么地方购买、**WHAT**——消费者购买了什么产品、**WHY**——消费者为什么购买。

这样超市就可以知道顾客消费偏好，提高营销决策水平，实现销售额的高速增长了。

希望以上内容对你做超市的数据分析有所帮助。