



Выявление профилей потребителей

Москва, октябрь 23
Дина Парамонова

Оглавление

1. [Исследуемые данные](#)
2. [Разбиение товаров на категории](#)
3. [Рассада/комнатные растения/живые цветы](#)
4. [Товары для дома и дачи](#)
5. [Посуда](#)
6. [Декор](#)
7. [Семена](#)
8. [Ремонт](#)
9. [RFM-анализ](#)
10. [Укрупненный RFM-анализ](#)
11. [Распределение по кластерам](#)
12. [Сезонность товаров по кластерам](#)
13. [Рекомендации для рассылки](#)

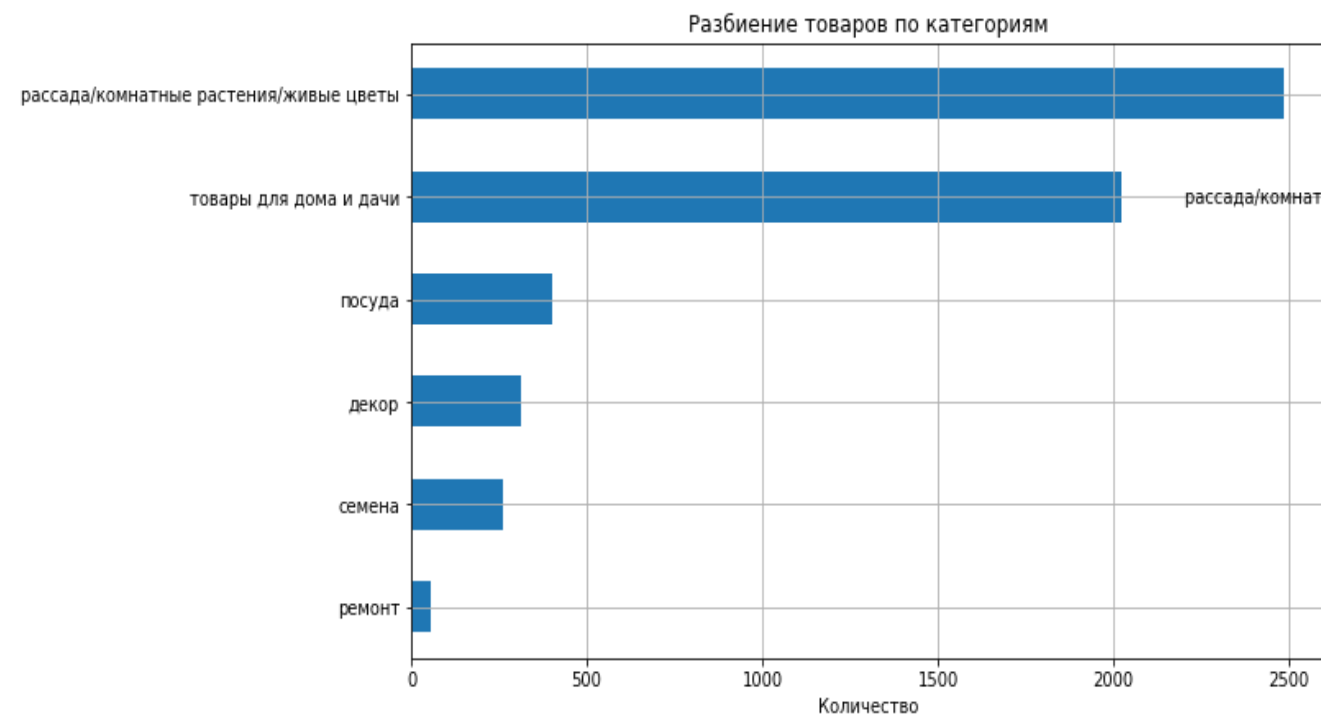
Исследуемые данные

- Логи интернет магазина товаров для дома и быта «Пока все ещё тут»
- Период: 1.10.2018 – 31.01.2020
- Данные: дата заказа, id клиента, id заказа, товар, количество товаров, цена
- 3491 заказов, 2412 уникальных покупателей, 2343 уникальных товаров

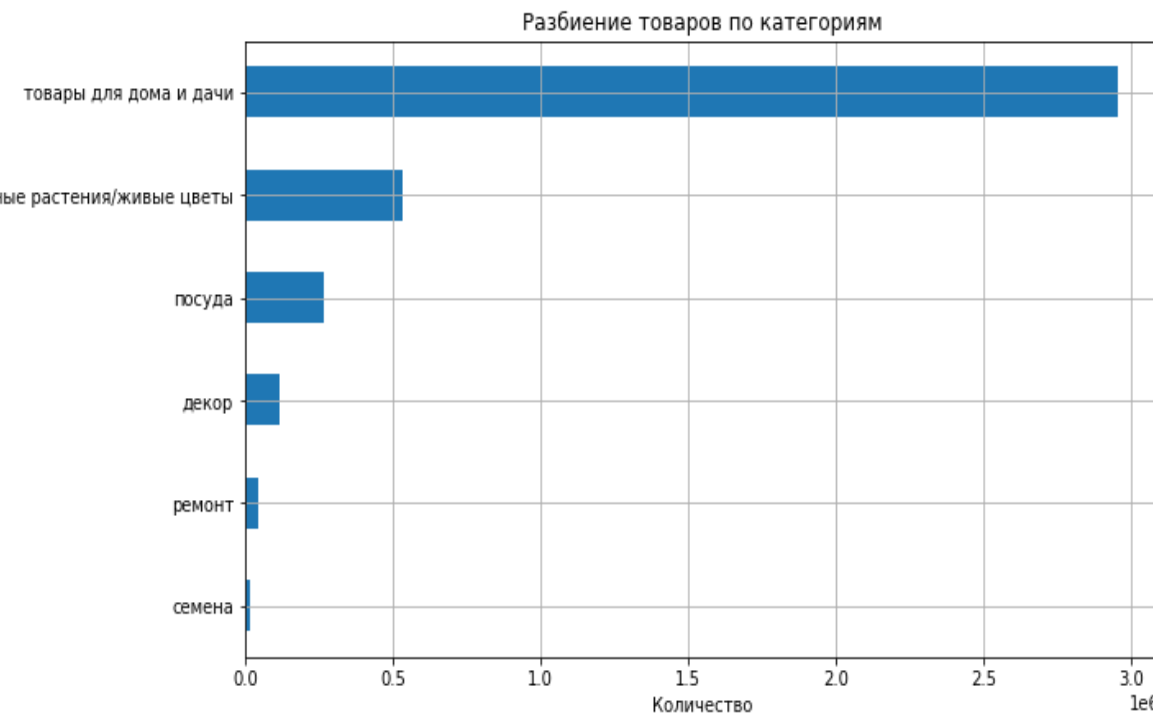
Разбиение товаров на категории

Выделено 6 категорий: рассада/комнатные растения/цветы, товары для дома и дачи, посуда, декор, семена, ремонт

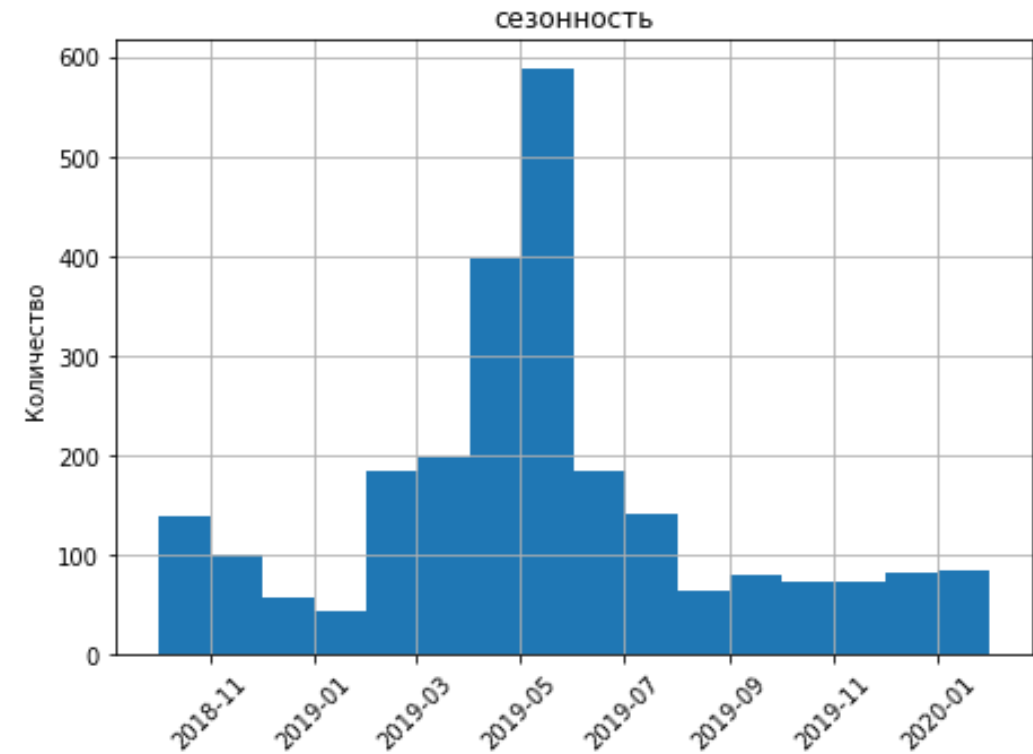
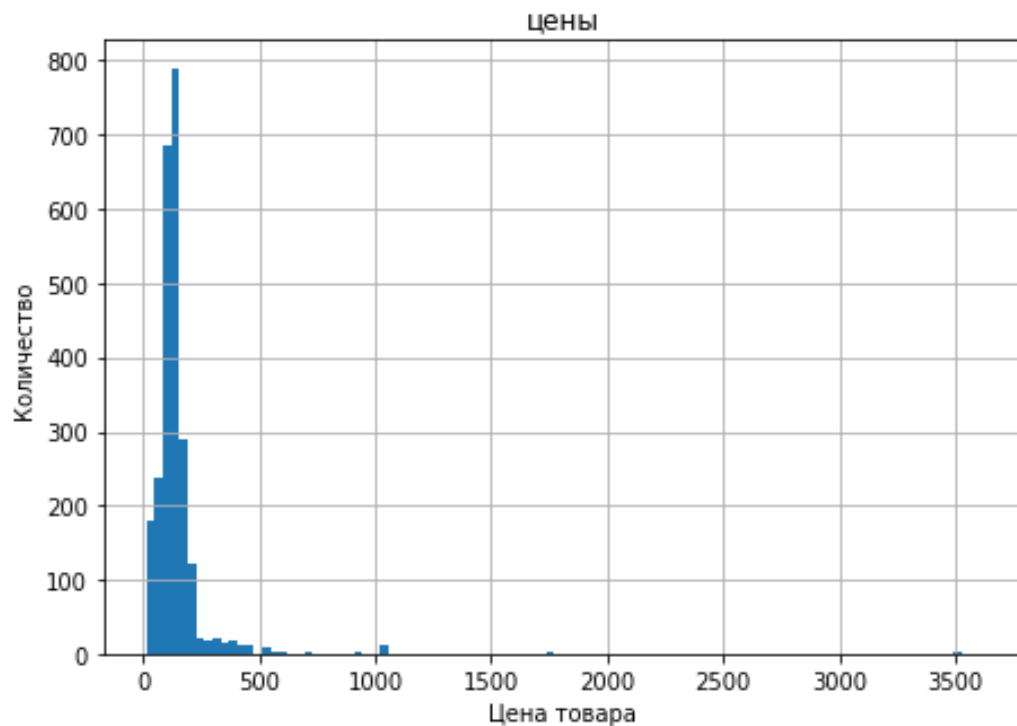
По количеству проданного товара



По стоимости проданного товара



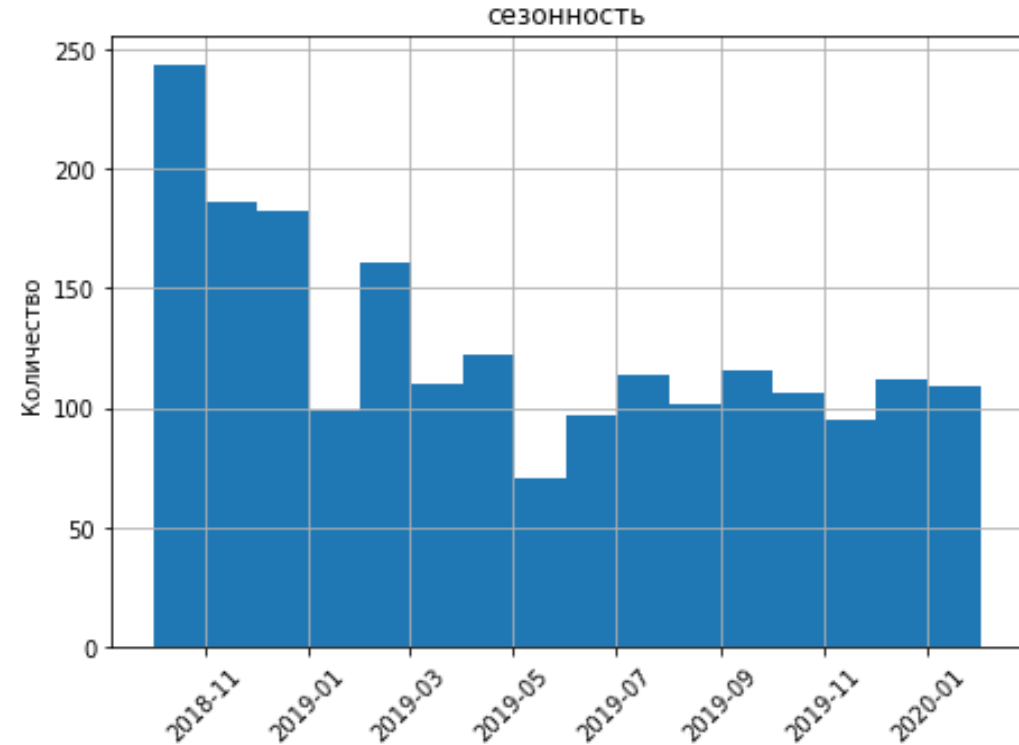
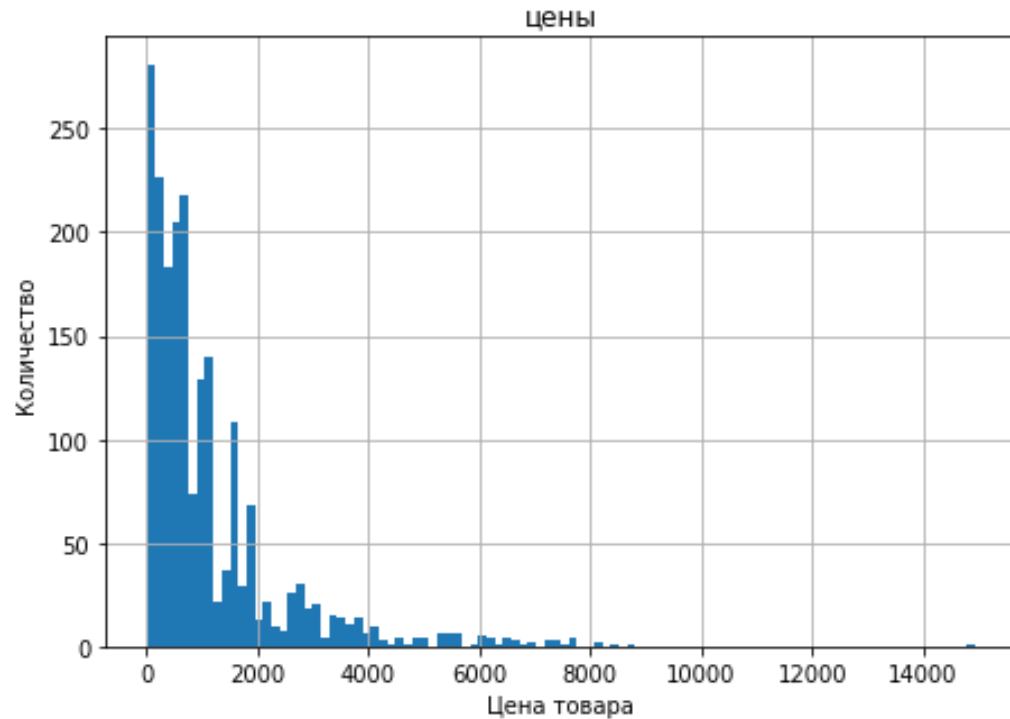
Анализ категорий: рассада/комнатные растения/живые цветы



Цены варьируются от совсем невысоких (менее 100р) до 2-3 тыс руб за дорогие комнатные растения.

Есть ярко-выраженная сезонность: пик покупок товаров этой категории приходится на весенне-летний период (с марта по июль).

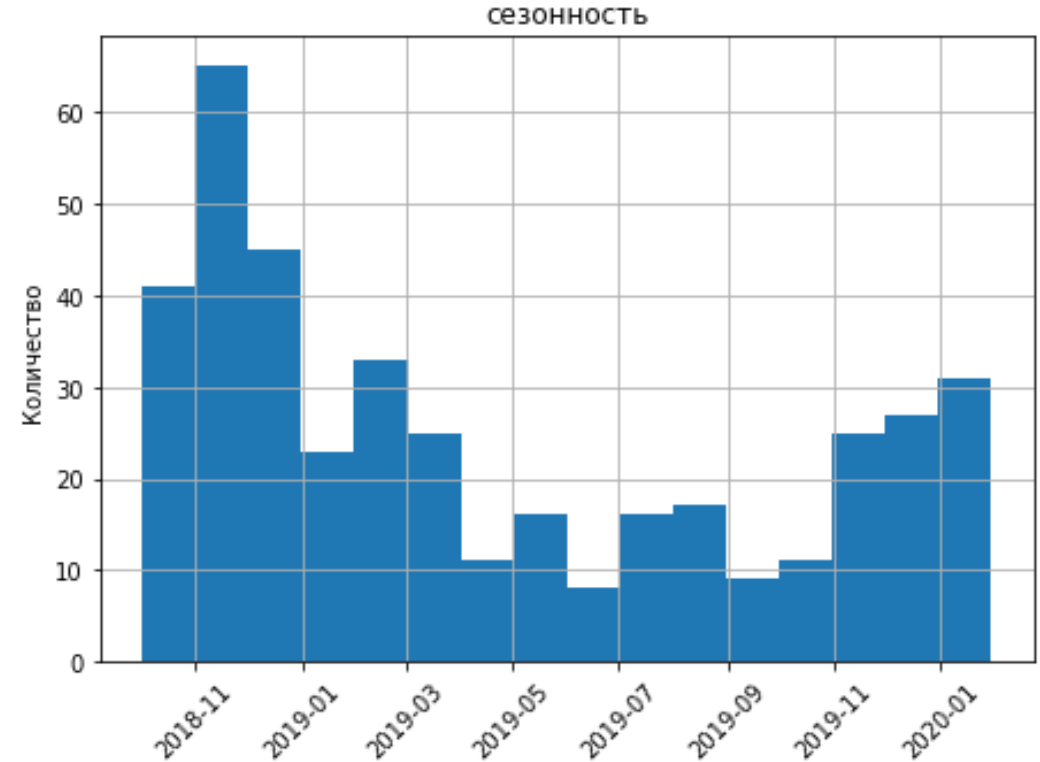
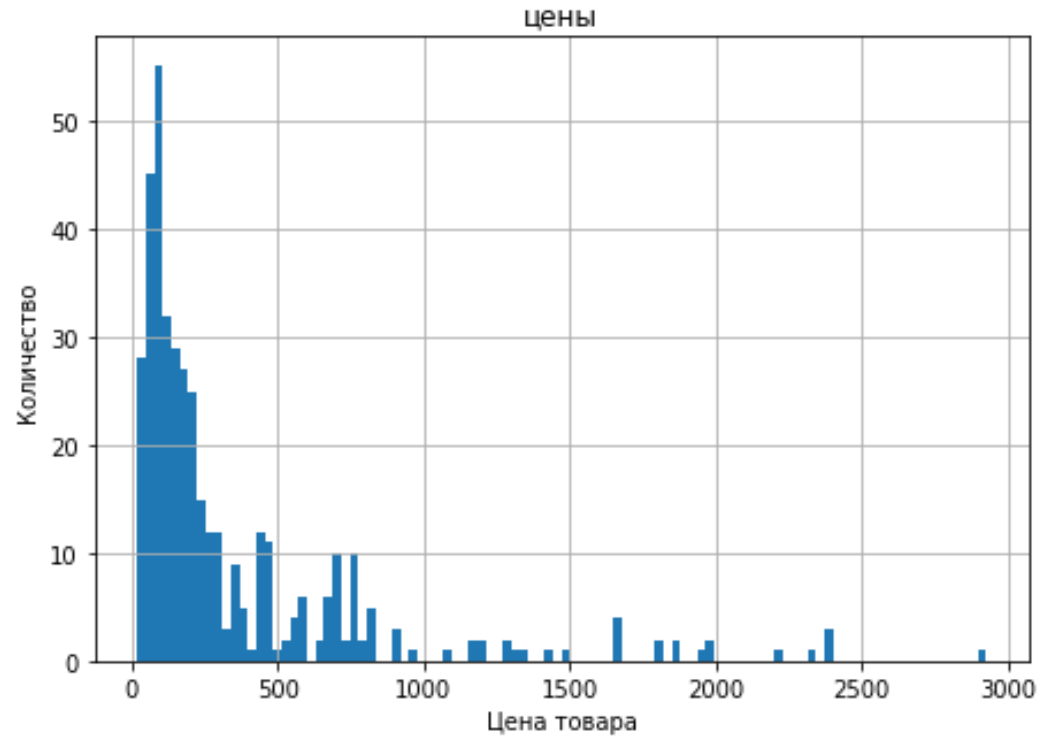
Анализ категорий: товары для дома и дачи



Большой разброс цен.

Сезонности у товаров данной категории нет, продажи достаточно равномерные, но заметен тренд на снижение продаж.

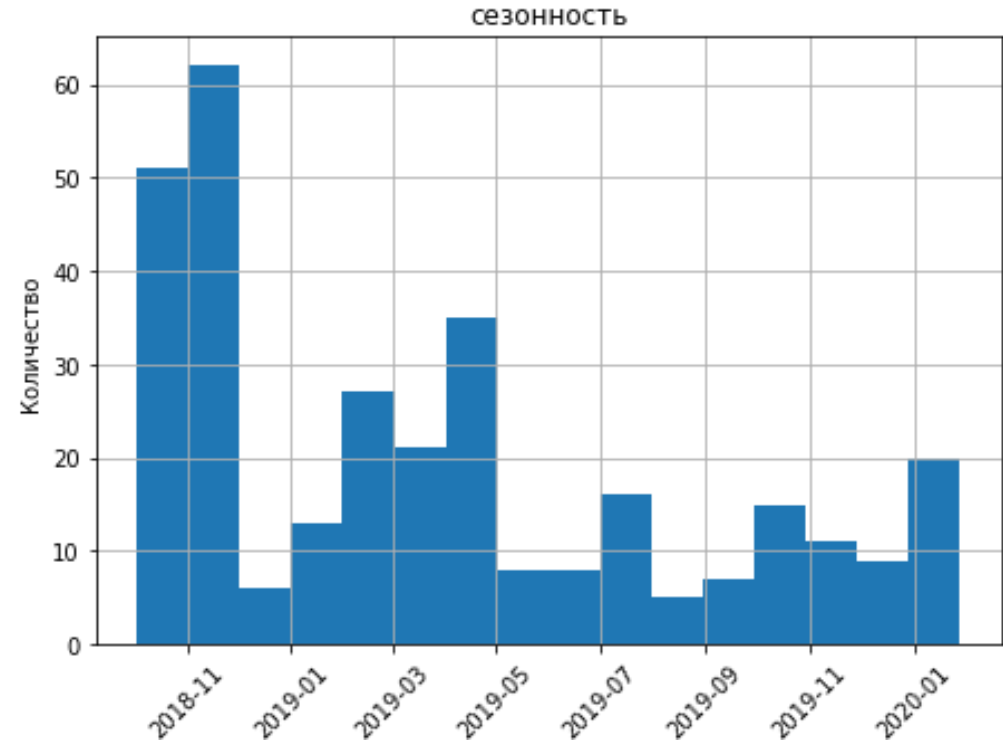
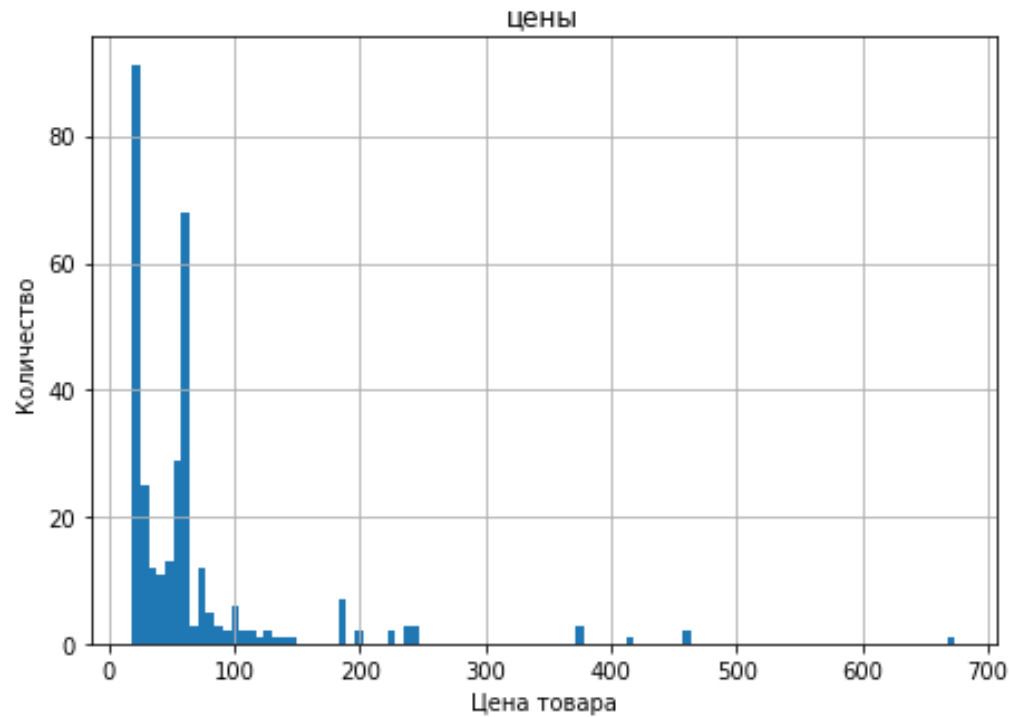
Анализ категорий: посуда



Цены в этой категории в основном до 1000 руб, и есть небольшое количество более дорогих товаров.

Продажи посуды в весенне-летний период падают.

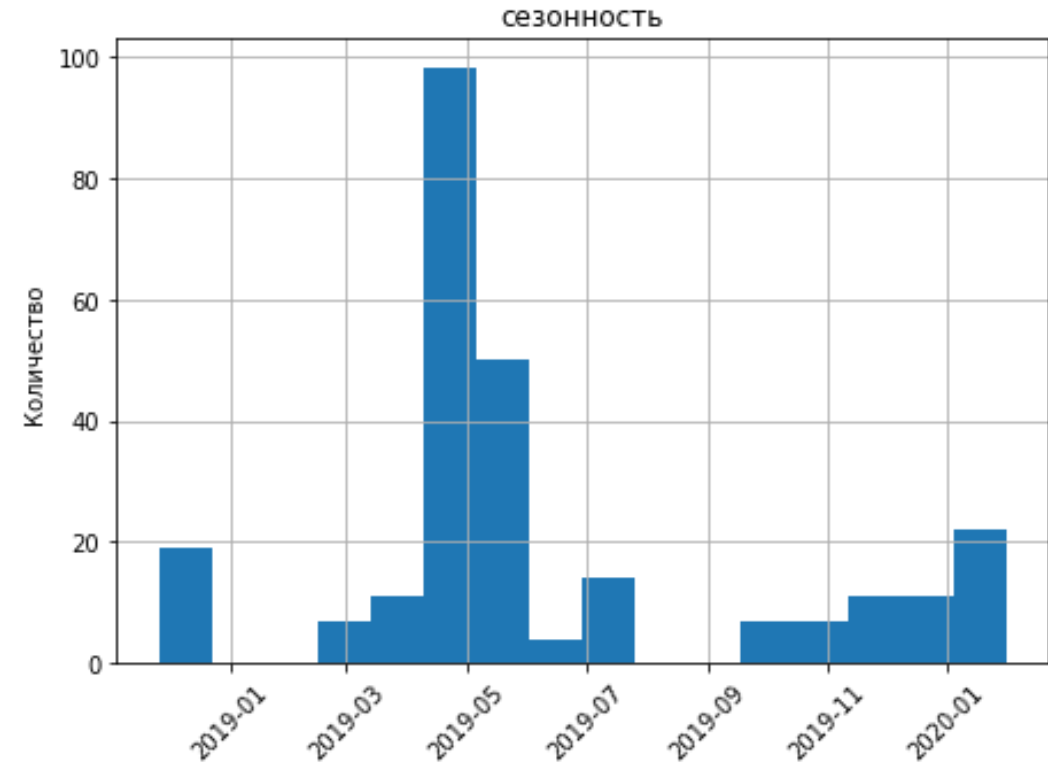
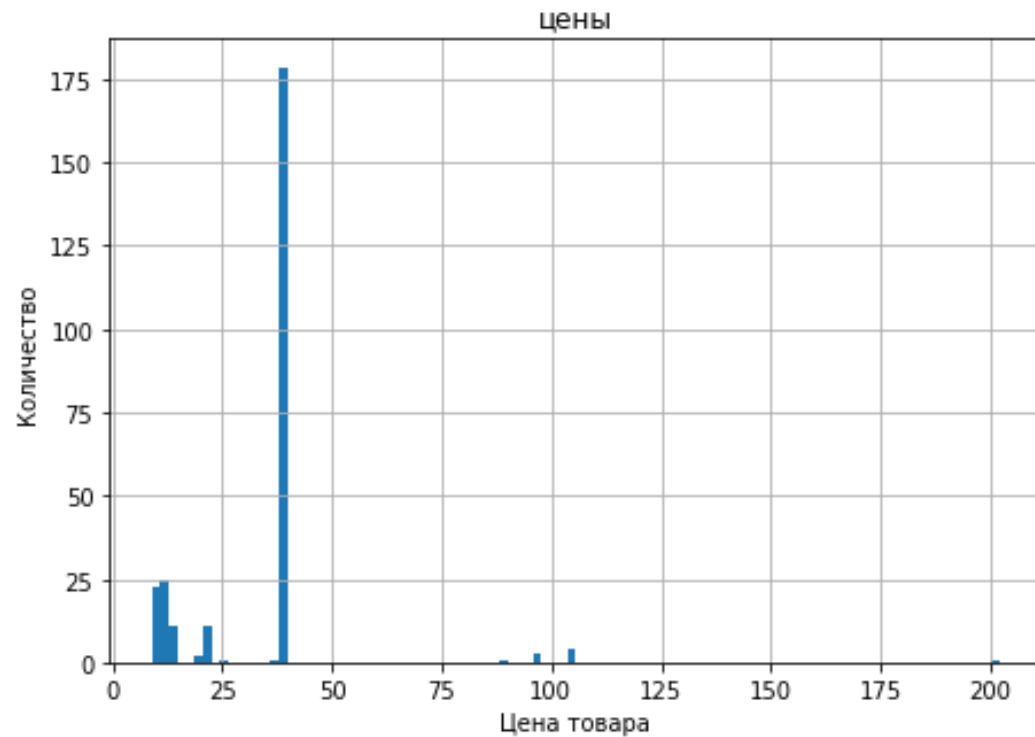
Анализ категорий: декор



Цены на декор невысокие: до 700 рублей.

Сезонность не выражена, ощущается тренд на снижение продаж.

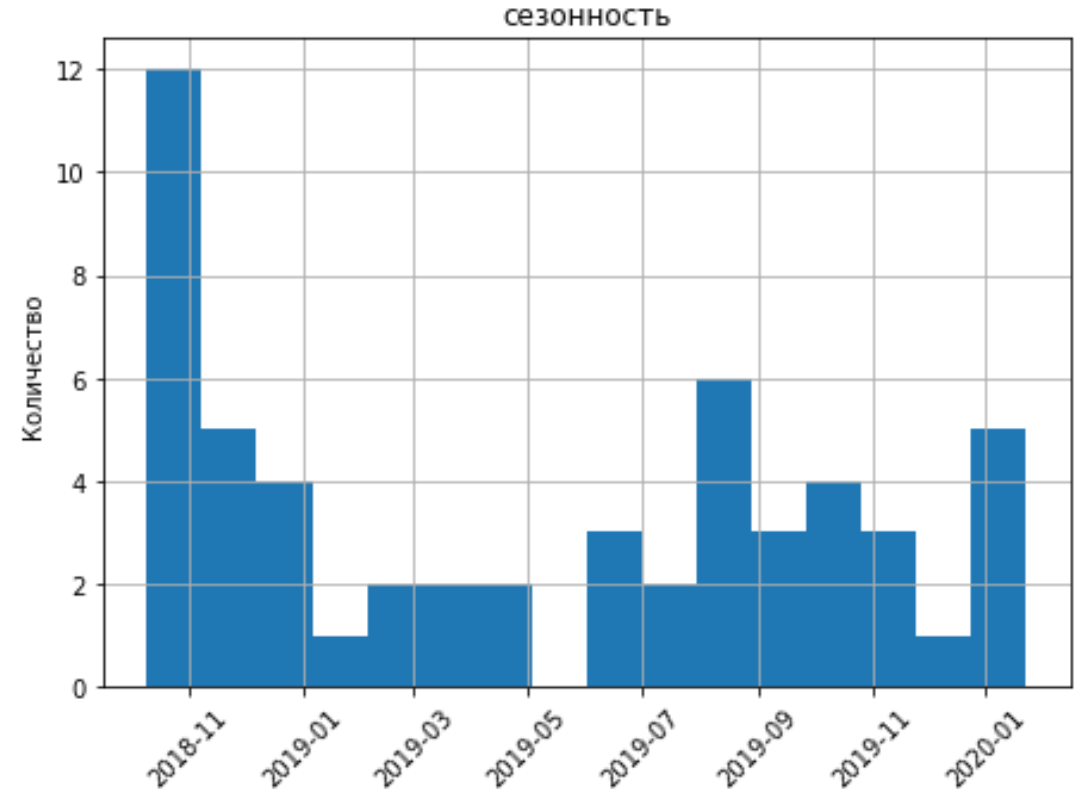
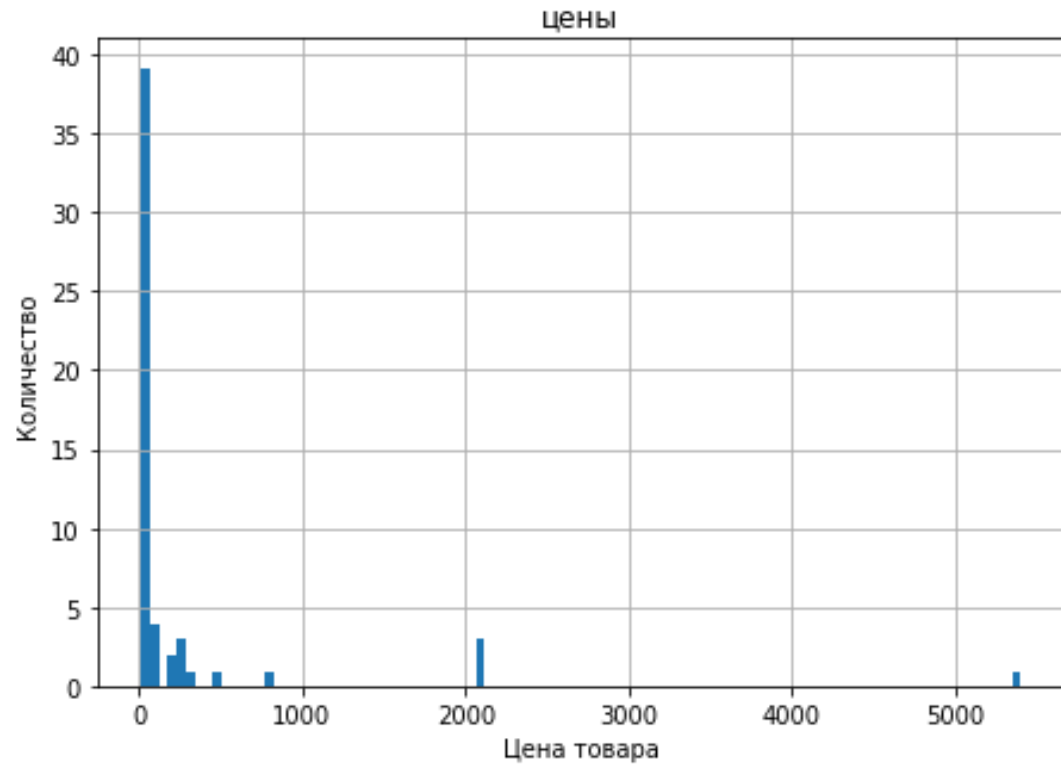
Анализ категорий: семена



Цены на семена колеблются от 10 до 200 рублей.

Ярко-выражена сезонность: товар продается в начале посадочного сезона в мае.

Анализ категорий: ремонт



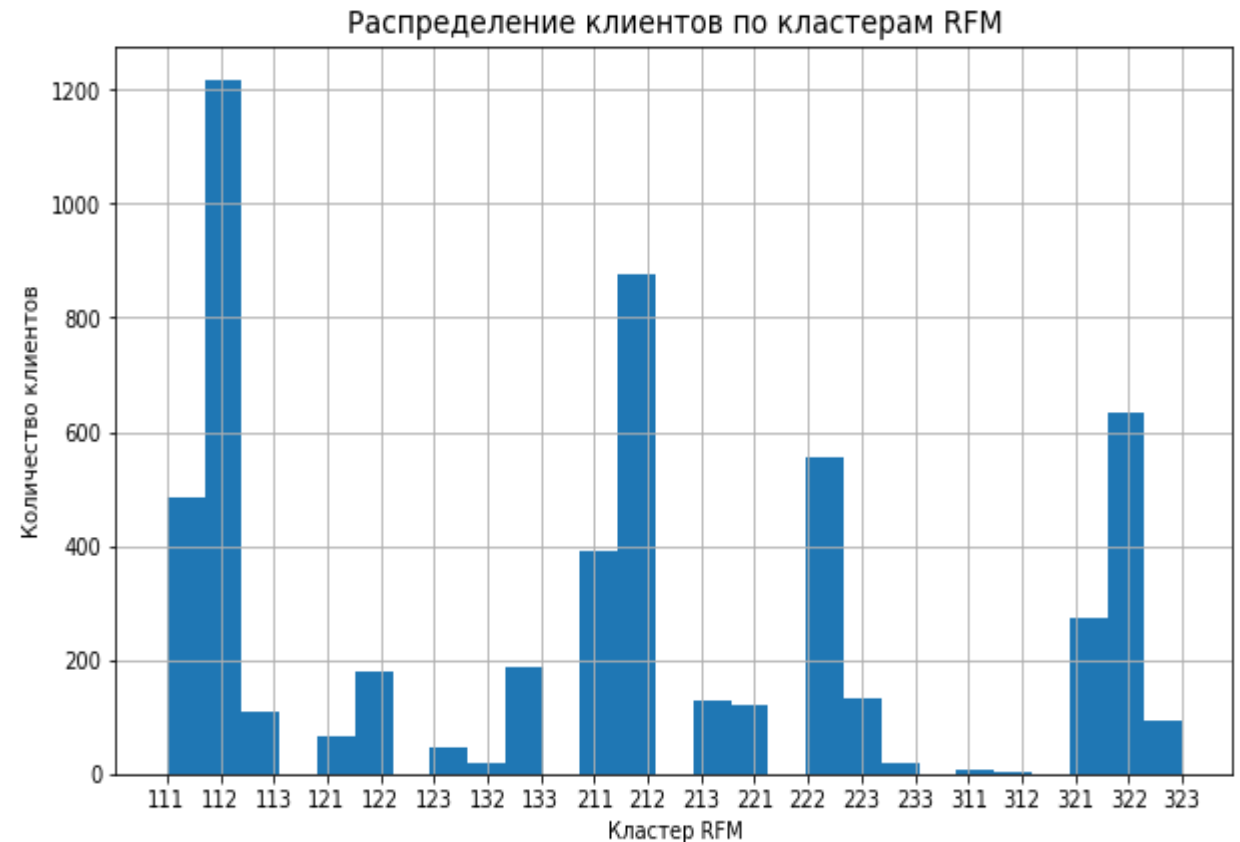
Цены от 20 рублей до 5 тыс за набор инструментов. Видим снижение продаж по сравнению с началом рассматриваемого периода.

Сезонность не прослеживается.

RFM-анализ

Для RFM-анализа провели сегментацию по трем критериям:

1. **Recency** (дата последней покупки): **3** – декабрь 19 и январь 20 года, **2** – с мая 19 по ноябрь 19, **1** – до мая 19.
2. **Frequency** (повторные заказы): **3** – более 6 заказов, **2** – от 2 до 6 заказов, **1** – 1 заказ за все время.
3. **Monetary** (принесенные деньги): **3** – более 4 тыс руб, **2** – от 600 руб до 4 тыс руб, **1** – до 600 руб за все время.



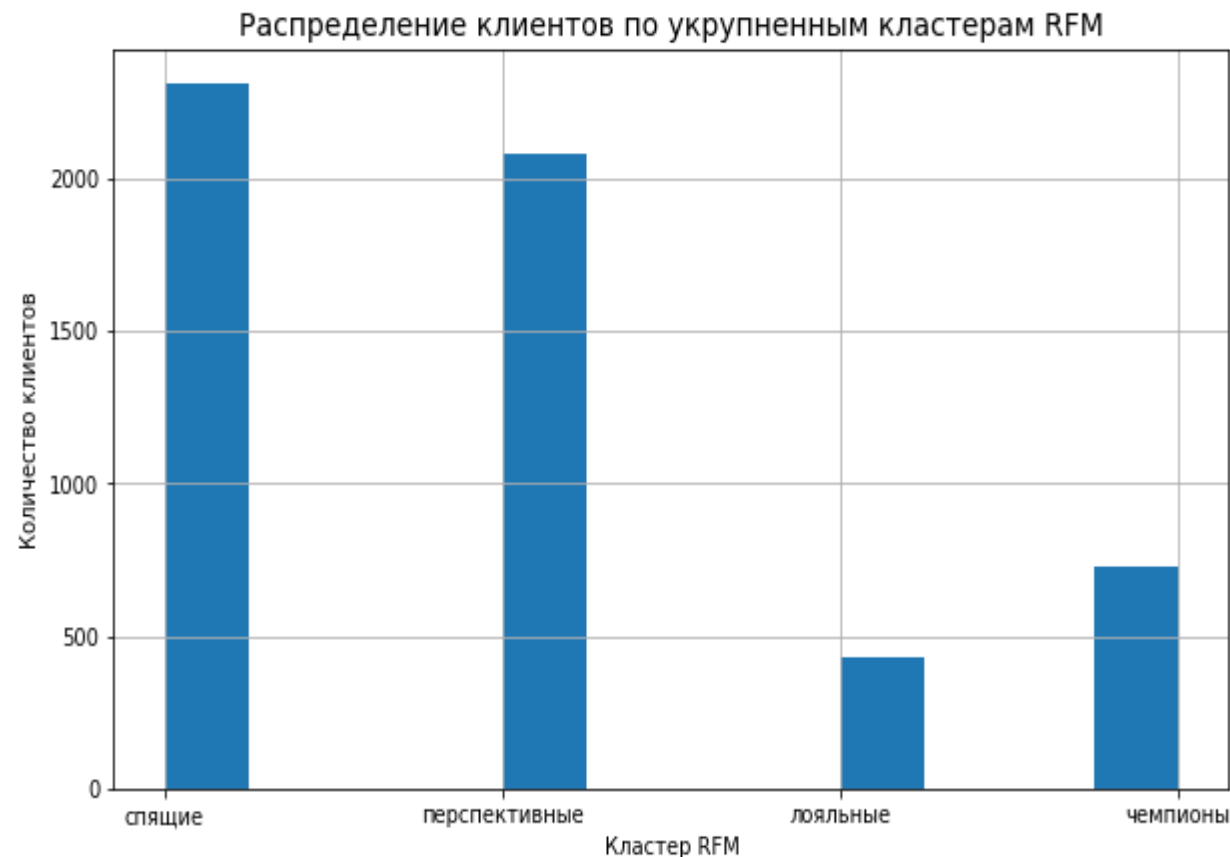
Укрупненный RFM-анализ*

«Спящие» - это старые клиенты, которые уже более 9 месяцев не приходили в наш магазин. Вернуть таких клиентов будет довольно сложно.

«Перспективные» - это недавние клиенты, которые приходили один или несколько раз и потратили разные суммы.

«Лояльные» - эти покупатели совершали покупки в последнее время, некоторые из них совершали покупки много раз, некоторые только одну, но совсем недавно. Они потратили разные суммы.

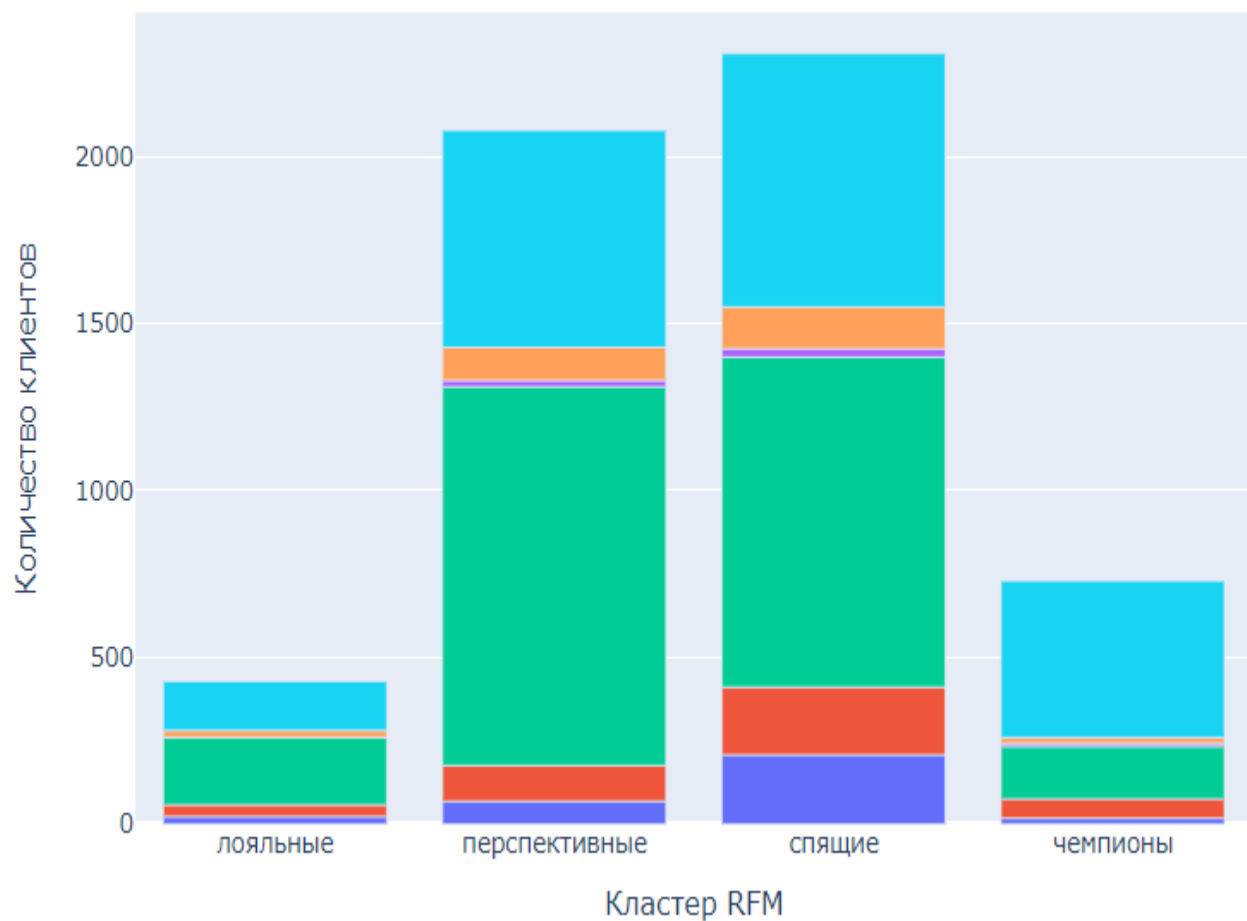
«Чемпионы» - самые перспективные клиенты: покупали недавно, делали несколько заказов, тратили средние либо большие суммы.



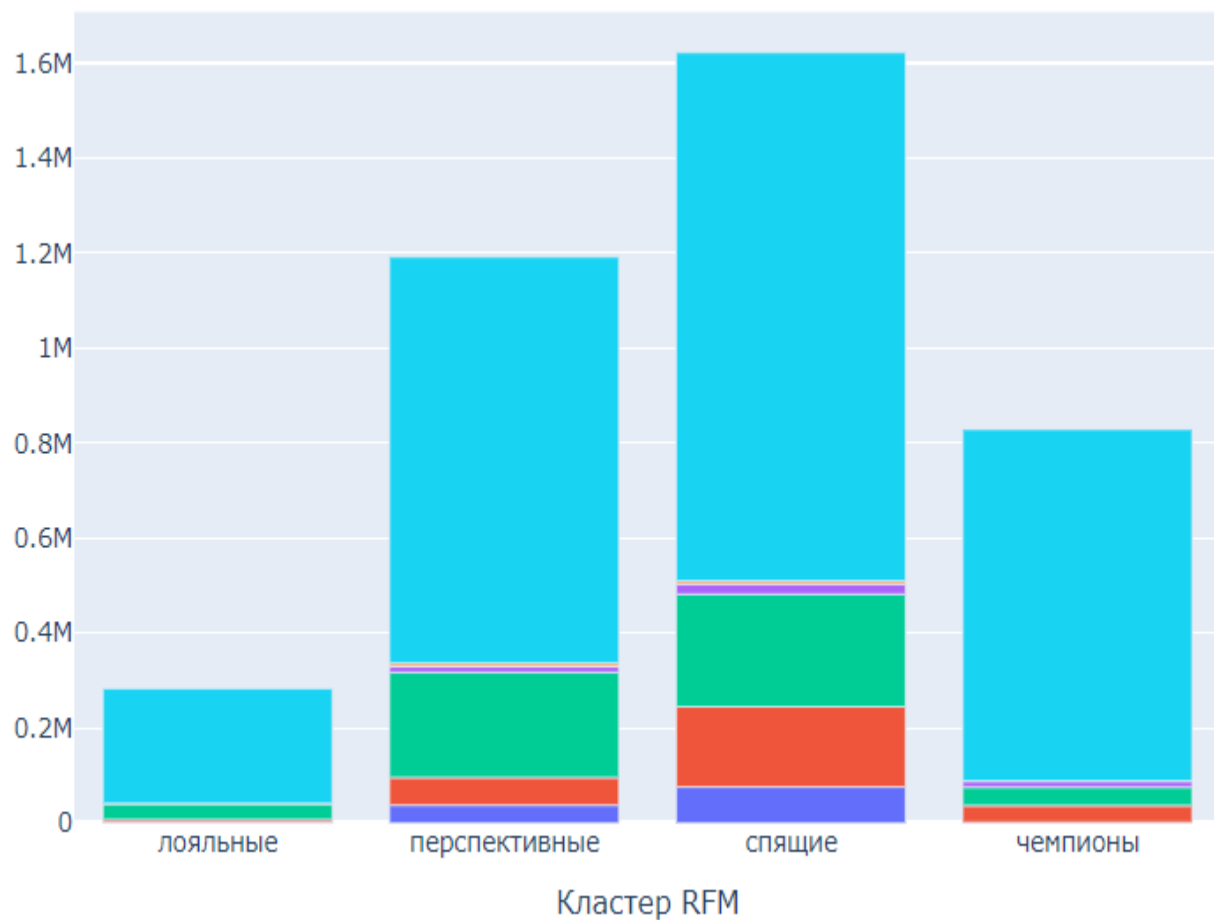
* корректность разбиения была подтверждена статистическим тестом Манна – Уитни с коэффициентом статистической значимости 0.008 с учетом поправки Бонферрони

Распределение по кластерам

по количеству покупок



по выручке



category

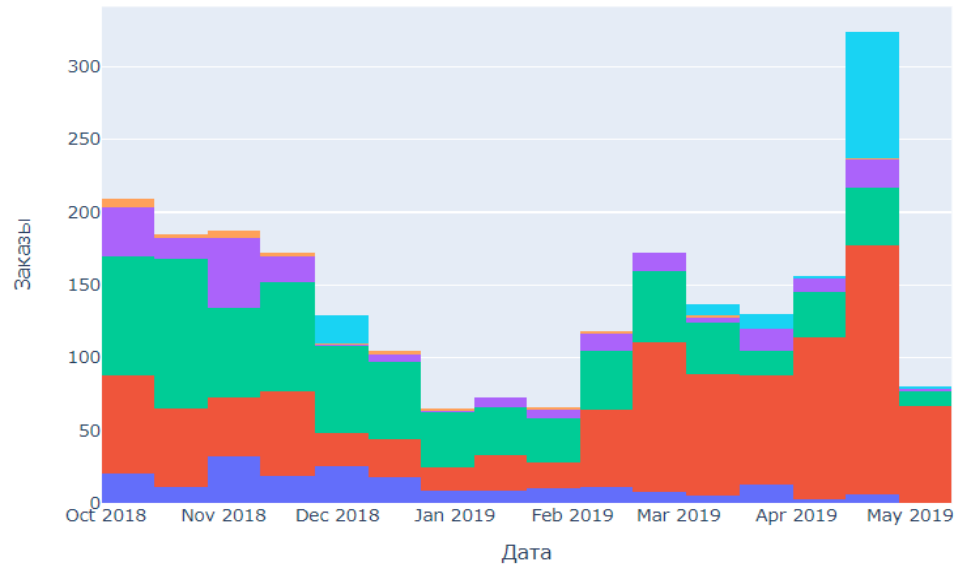
- декор
- посуда
- рассада/комнатные растения/живые цветы
- ремонт
- семена
- товары для дома и дачи

Сезонность товаров по кластерам

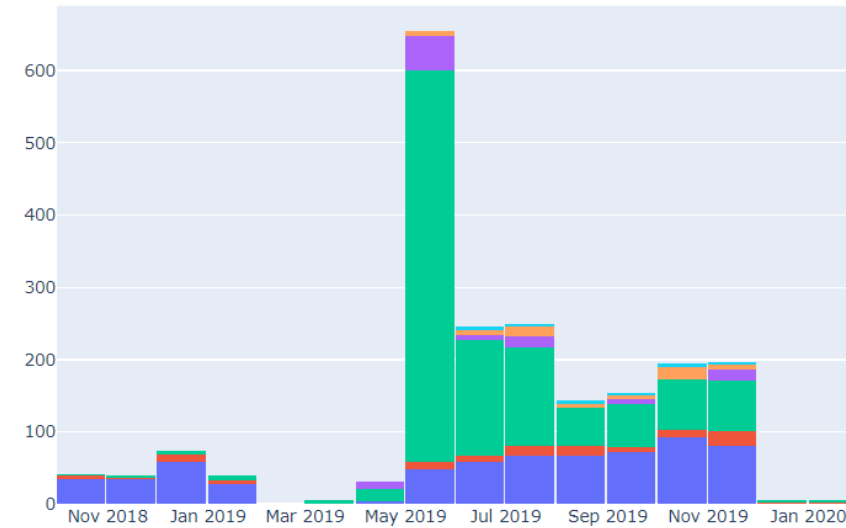
category

- посуда
- рассада/комнатные растения
- товары для дома и дачи
- декор
- ремонт
- семена

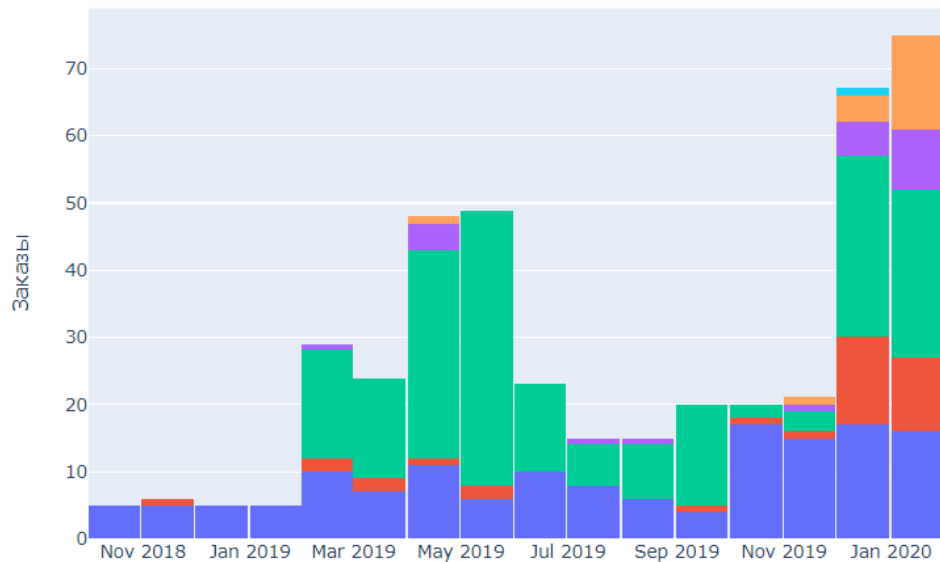
Сезонность покупок кластера "спящие"



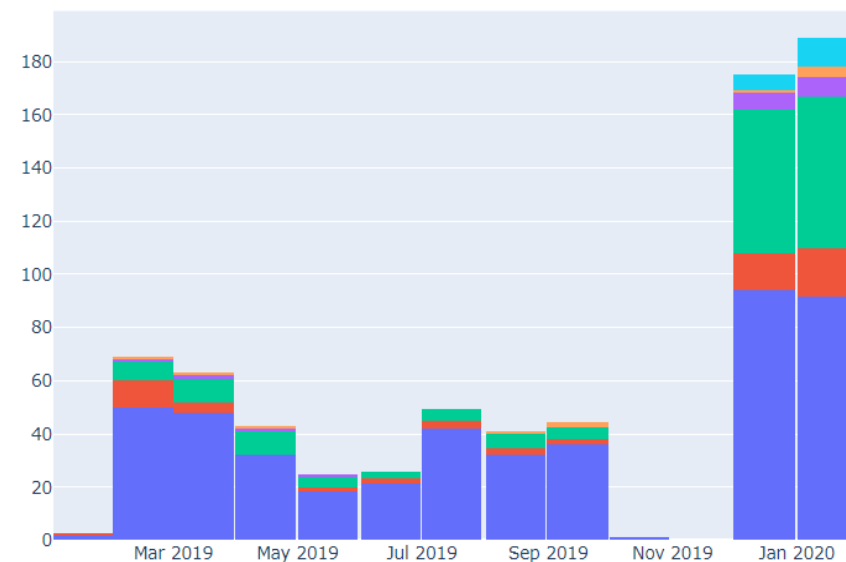
Сезонность покупок кластера "перспективные"



Сезонность покупок кластера "лояльные"



Сезонность покупок кластера "чемпионы"



Рекомендации для рассылки

- **Спящие.** Вернуть таких клиентов будет сложно, стоит провести для них рассылку в самую последнюю очередь. Если выходить к ним с рассылками, то можно разослать предложения по рассаде и растениям до начала весеннего сезона, в феврале-марте, и предложения по семенам в апреле.
- **Перспективные.** Нам нужно периодически напоминать о себе рассылками с текущими акциями, а также сделать целевую рассылку перед началом дачного сезона: семена, рассада, растения со скидками. Важно не потерять контакт с этими покупателями, так как со временем они могут перейти в разряд Лояльных и Чемпионов.
- **Лояльные.** Этих покупателей объединяет лояльность к нам, которую следует поддерживать: предложить зарегистрироваться в программе лояльности, присылать специальные предложения только для постоянных покупателей. В течение всего года эти клиенты покупают товары для дома; рассаду, семена и растения в течение весенне-летнего периода, и также в последнее время эти клиенты покупают много посуды и декора.
- **Чемпионы.** Самый большой упор следует сделать на товарах для дома и посуды. Такие рассылки можно проводить круглогодично.

Общие рекомендации: категория "товары для дома" приносят самый высокий доход и больше всего интересна людям. Стоит сделать упор именно на развитие этой категории. "Рассаду/цветы" покупают тоже много, однако эта категория не такая прибыльная. Для нее имеет смысл искать оптовиков, учитывая сезонность товара (поиск оптовиков необходимо проводить до начала сезона). "Посуда" - перспективная категория: можно попробовать увеличить ассортимент и провести в осенне-зимний период общую рассылку о новых поступлениях. "Семена", "ремонт", "декор": ассортимент этих категорий небольшой, соответственно люди могут покупать эти товары только "за одно" с нашими основными категориями. Не стоит делать на них упора и тратить ресурсы на их развитие.