

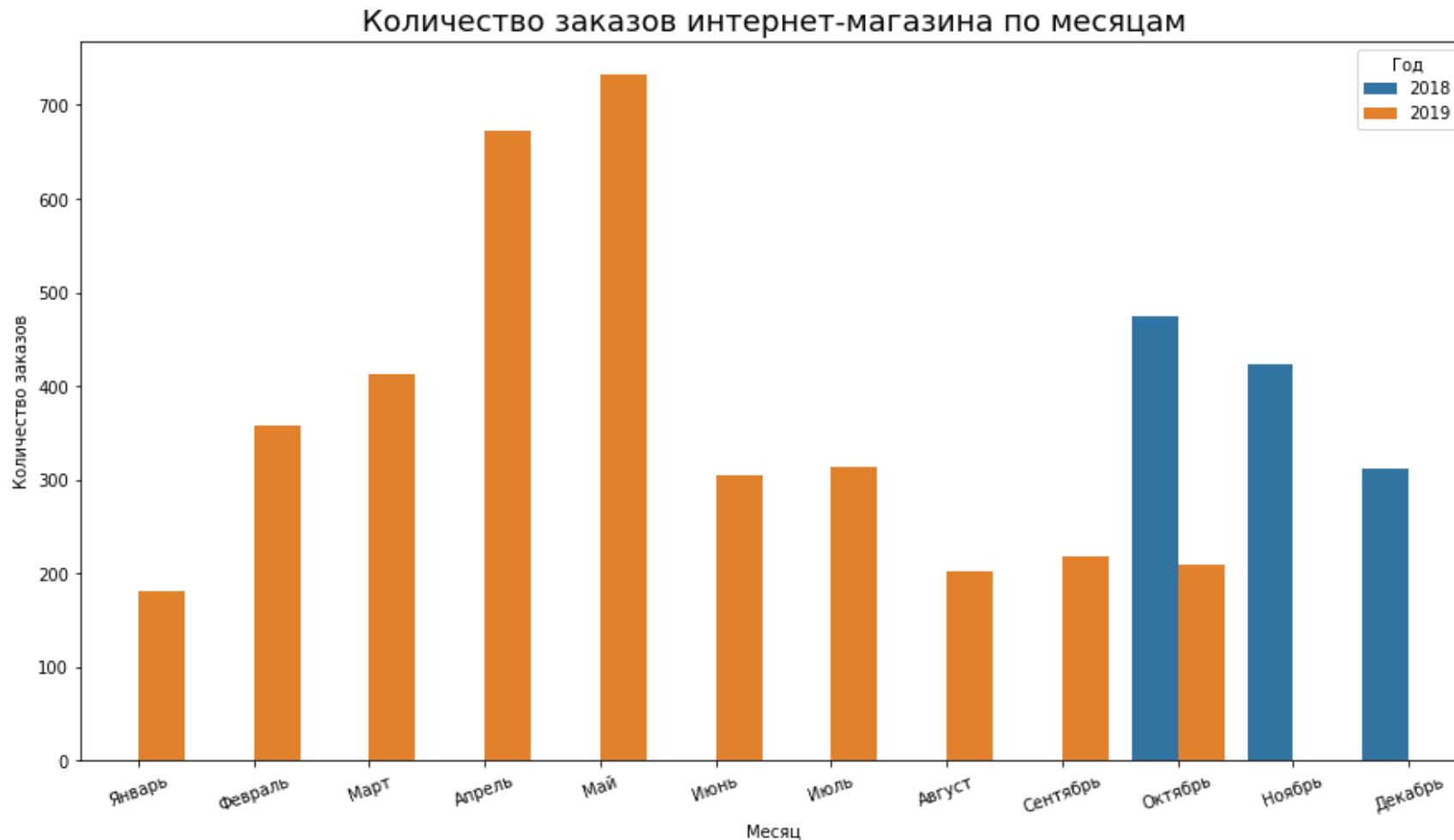
**Анализ торгового ассортимента и
выявление кластеров пользователей
магазина «Пока все ещё тут»**

за период с 01.10.2018 по 31.10.2019

Общие выводы:

- Прослеживается сезонность для товаров категории «растения и сад».
- Наблюдается негативная тенденция в структуре спроса в 2019 году по сравнению с 2018.
- Самыми популярными товарами являются товары из категорий «растения и сад» и «интерьер».
- Самыми прибыльными категориями являются «хранение и порядок», «уход за одеждой» и «растения и сад».
- Лучшие категории по среднему чеку: «хранение и порядок», «техника», «текстиль для дома», «уход за одеждой», «строительство и ремонт».
- В среднем люди заказывали в магазине 2 раза с средним чеком 970 д.е.

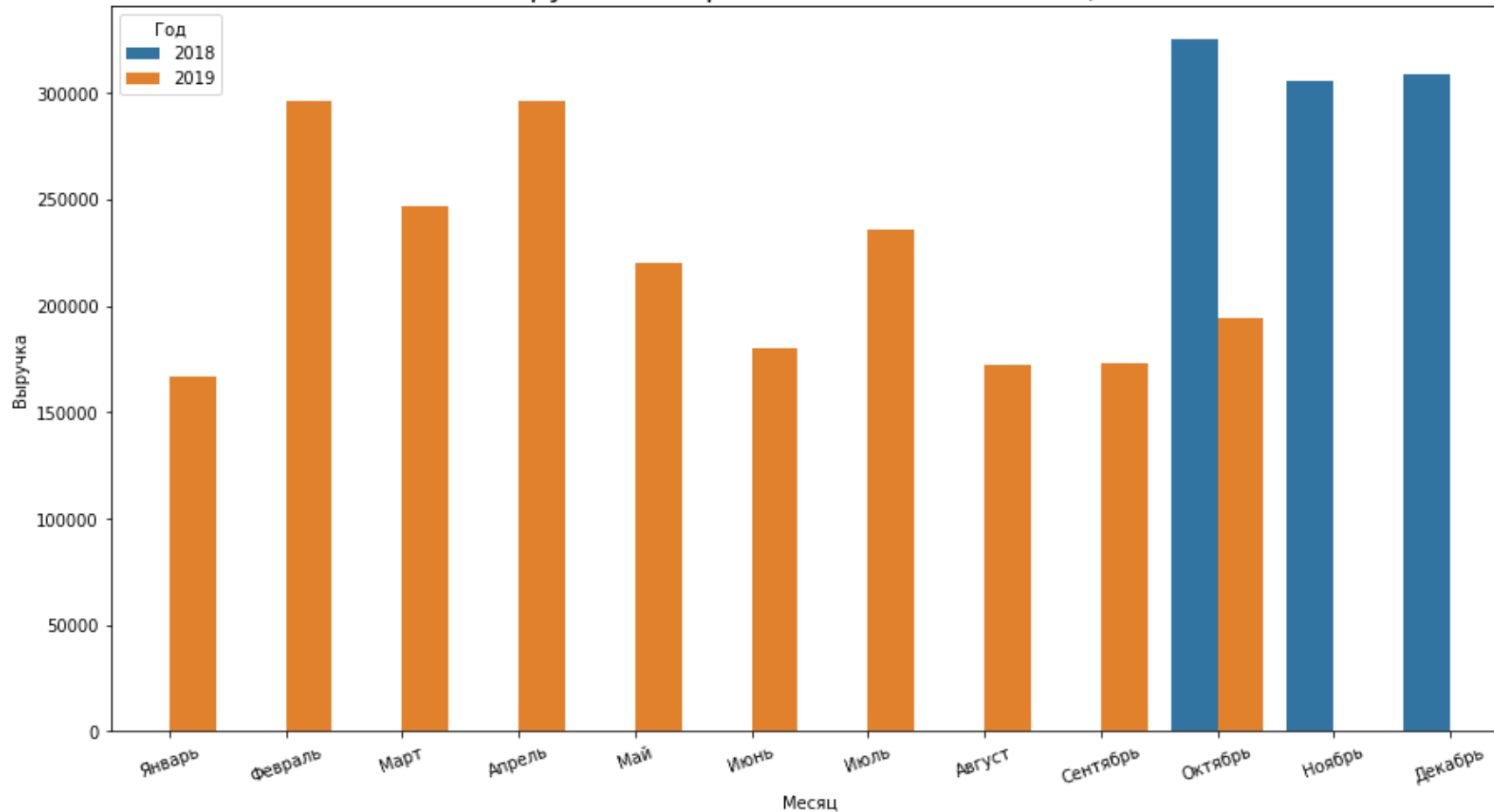
Количество заказов во времени



- С февраля 2018 наблюдается увеличение количества заказов вплоть до пиковых значений в апреле и мае. После покупательская активность значительно снижается.
- Количество заказов в октябре 2018 года на порядок выше тех же показателей 2019 года.

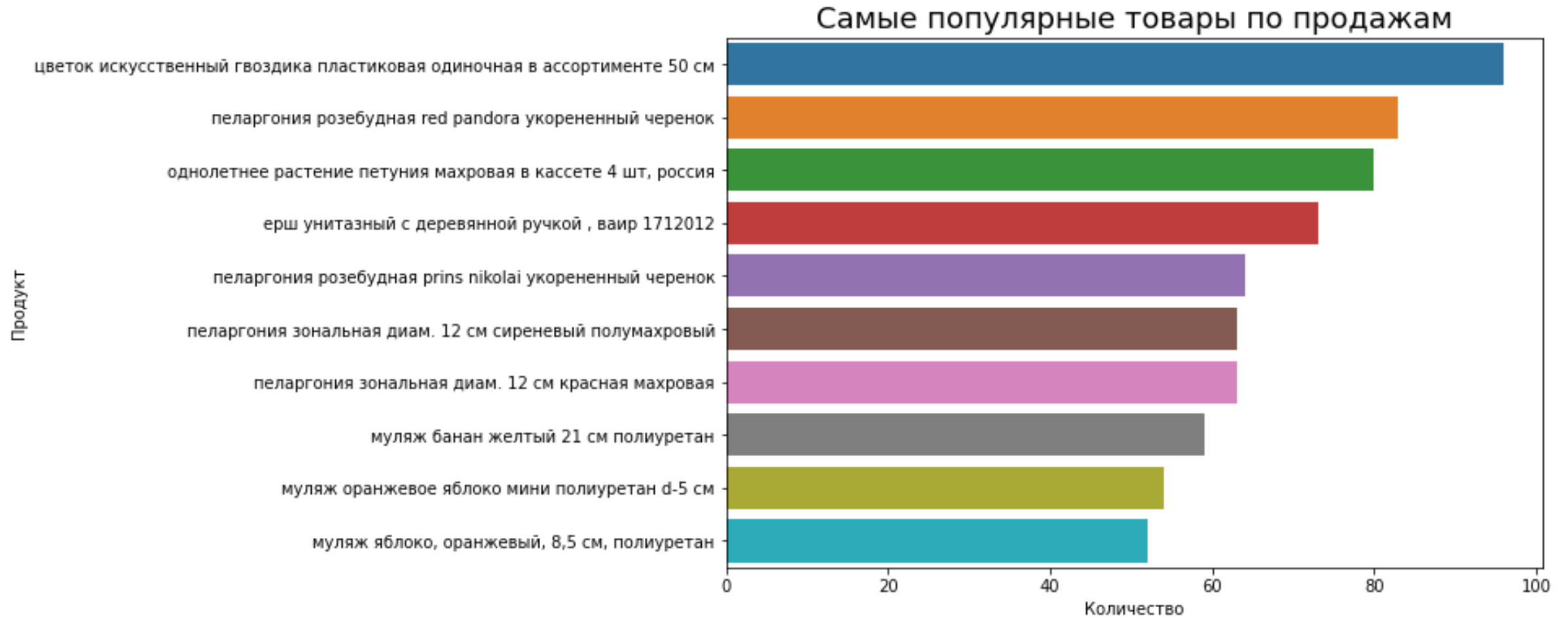
Выручка магазина во времени

Выручка интернет-магазина по месяцам



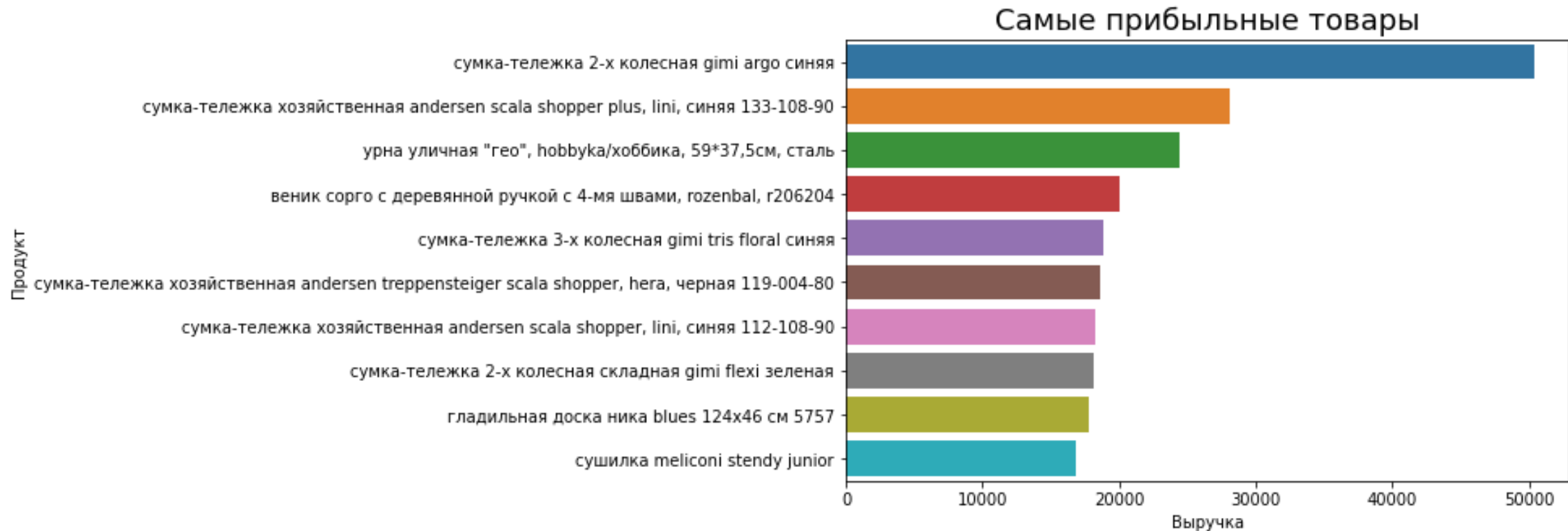
- Выручка в октябре 2018 больше чем в октябре 2019. Прослеживается негативная тенденция год к году.

Самые продаваемые товары магазина



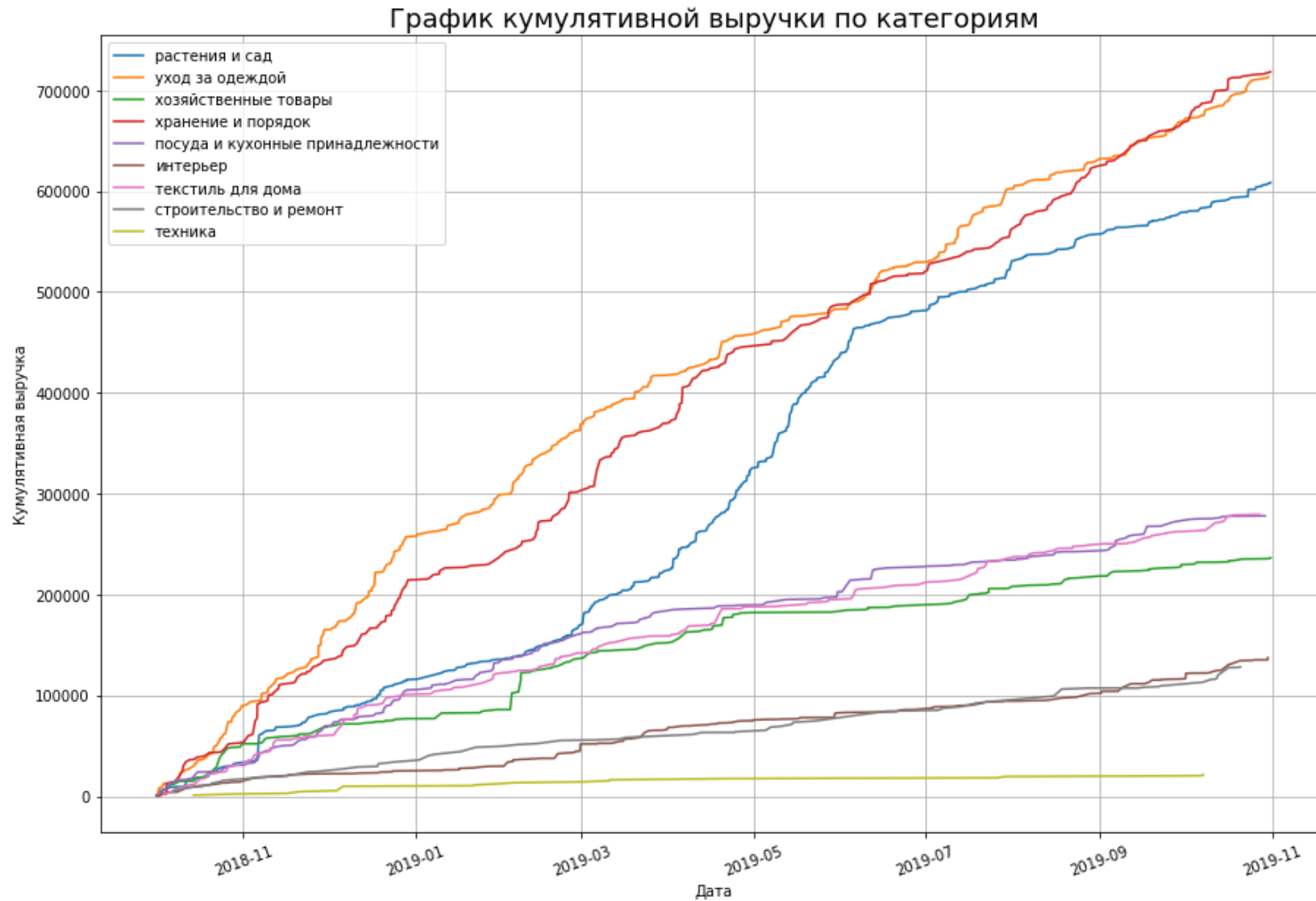
- Самыми популярными товарами являются как правило товары из категорий "растения и сад" и "интерьер". Они довольно не дорогие и их берут по несколько штук за раз.

Самые прибыльные товары магазина



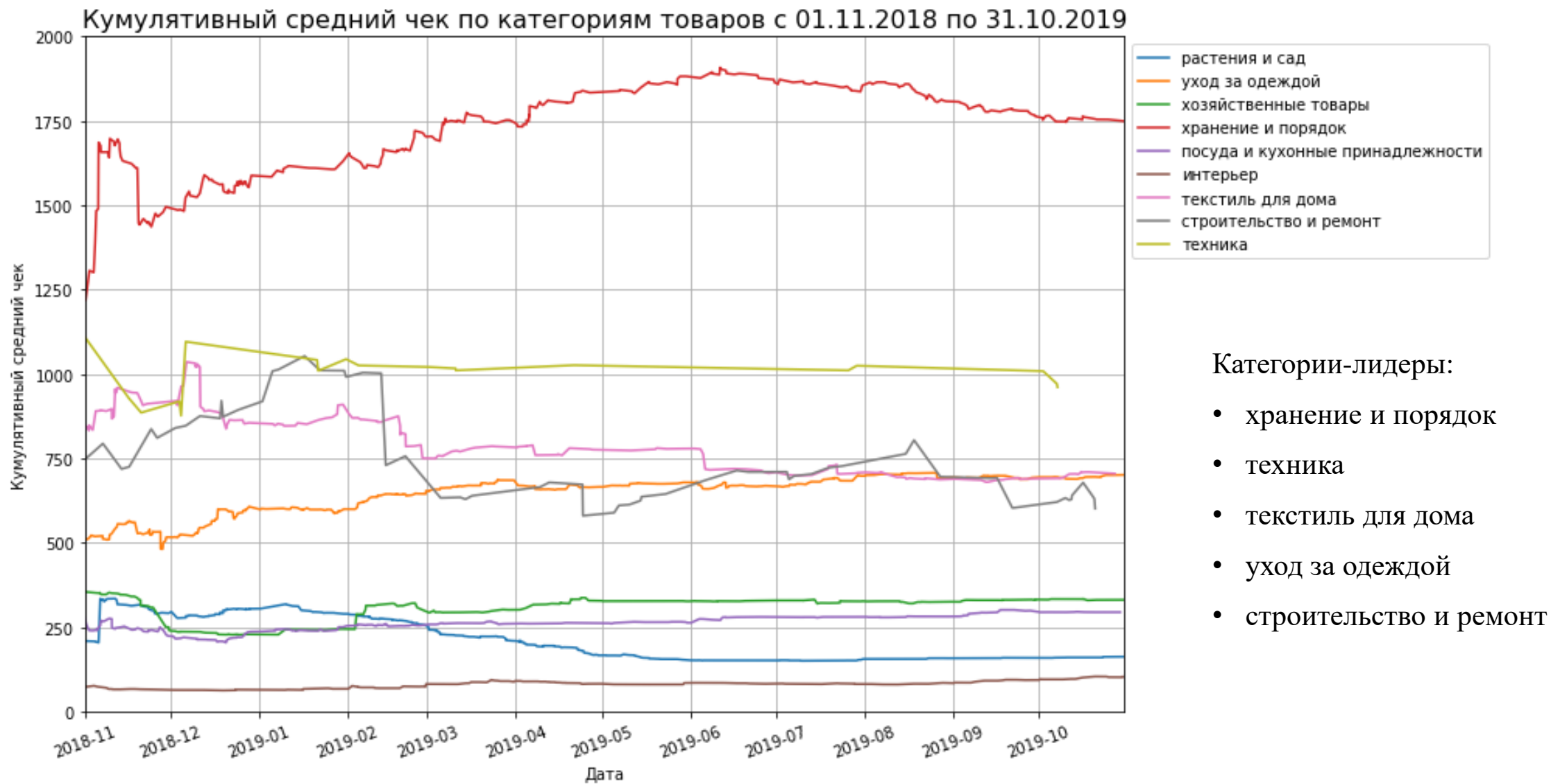
- Самыми прибыльными товарами являются товары категории "хранение и порядок" за счет своих больших цен за единицу товара.

Кумулятивная выручка по категориям

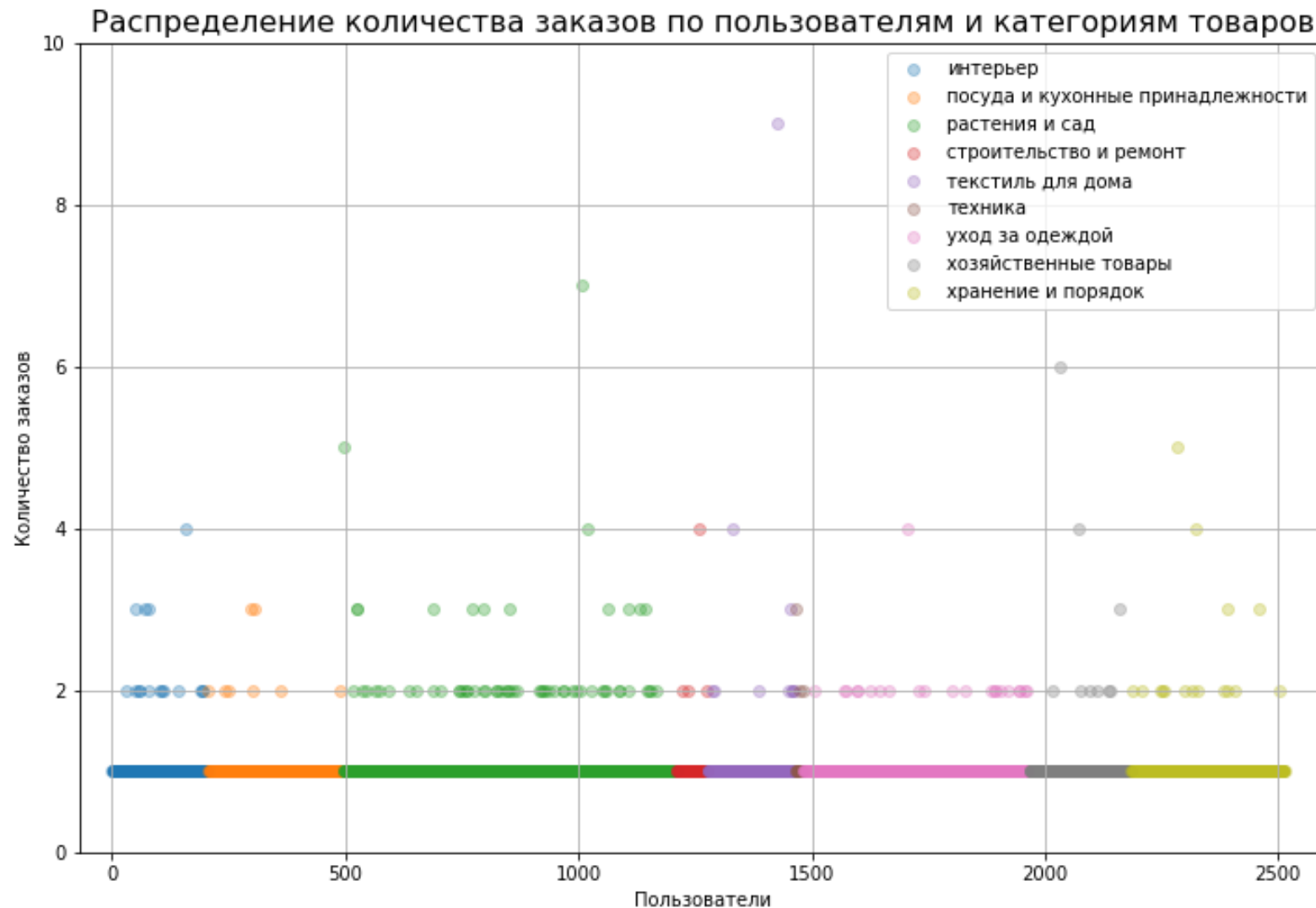


- Самыми прибыльными категориями являются "хранение и порядок", "уход за одеждой и "растения и сад"
- У категории "растения и сад" прослеживается сезонность: высокие продажи с марта по июнь.

Кумулятивный средний чек по категориям



Количество заказов по пользователям



- Пользователи делали в большинстве своем от одного до трех заказов (среднее 2).

Стоимость заказов по пользователям



- Основная масса заказов лежит в диапазоне не выше 2.5 тысяч.

Сегментация пользователей

cluster	0	1	all_mean
orders	1.99	2.03	2
price	501.89	3512.43	787.53
quantity	2.09	1.92	2.08
revenue	834.58	5724.32	1298.53
avg_check	625.05	4251.69	969.15

- Используя машинное обучение и алгоритм К-Means получили два кластера пользователей. Разделение на кластеры высокого качества: Silhouette Score = 0,73.
- Кластер 0 не может похвастать выдающимися показателями. Люди из него покупают «по мелочи».
- Кластер 1 выглядит предпочтительнее за счет покупки более дорогих товаров, а соответственно большей выручки и среднему чеку.

Рекомендации:

- Проработать новые маркетинговые решения - ведь количеству заказов в день, месяц есть куда расти.
- Использовать сезонный фактор для категории "растения и сад" и увеличивать продажи путем рекомендаций в этот период.
- Для более платежеспособного кластера рекомендовать более прибыльные и дорогие товары.
- Изучить механизм конверсии покупателей в постоянные, ведь многие покупатели не совершают больше 1го заказа.
- Обратить внимание на "аномальных" клиентов. Скорее всего, это оптовики, для которых возможны особые условия.