

# **ПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ТЕМУ: «ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ»**

Выполнил:  
Захаров В. А.

Заказчик:  
Интернет-магазин товаров для дома  
«Пока все ещё тут»

2023 год

# Оглавление

1. [Описание проекта. Цель работы. Источник данных](#)
2. [Распределение выручки между сегментами покупателей в зависимости от частоты заказов](#)
3. [Распределение выручки между сегментами покупателей в зависимости от суммы покупок](#)
4. [Распределение выручки между сегментами покупателей в зависимости от даты последней покупки](#)
5. [Распределение заказов в категориях «Сад и Дача» и «Дом» по месяцам](#)
6. [Динамика выручки для категорий «Сад и Дача» и «Дом»](#)
7. [Динамика заказов для категорий «Сад и Дача» и «Дом»](#)
8. [Динамика среднего чека по дням для категорий «Сад и Дача» и «Дом»](#)
9. [Распределение выручки между сезонами](#)
10. [Распределение выручки между сезонами](#)
11. [Распределение выручки по сезонам в категориях «Сад и Дача» и «Дом»](#)
12. [Распределение количества заказов по сезонам в категориях «Сад и Дача» и «Дом»](#)
13. [Процентное соотношение товаров топ-7 в зависимости от выручки](#)
14. [Распределение выручки Топ-7 категорий товаров между сезонами](#)
15. [Распределение выручки товаров топ-7 в зависимости от категорий «Дом» и Сад и Дача»](#)
16. [Динамика выручки для Топ-7 категорий товаров](#)
17. [Динамика количества заказов в Топ-7 категорий товаров](#)
18. [Динамика количества единиц в заказе в Топ-7 категорий товаров](#)
19. [Динамика среднего чека по дням для Топ-7 категорий товаров](#)
20. [Итоги. Рекомендации](#)

## Описание проекта

Интернет-магазин товаров для дома «Пока все ещё тут» в срочном порядке ищет аналитиков. Необходимо помочь магазину стать лучше, а клиентам — обустроить дом своей мечты. Наши ближайшие задачи — выявление профилей покупателей, а также их сегментация и анализ. «Пока все ещё тут» — мы создаём уют!

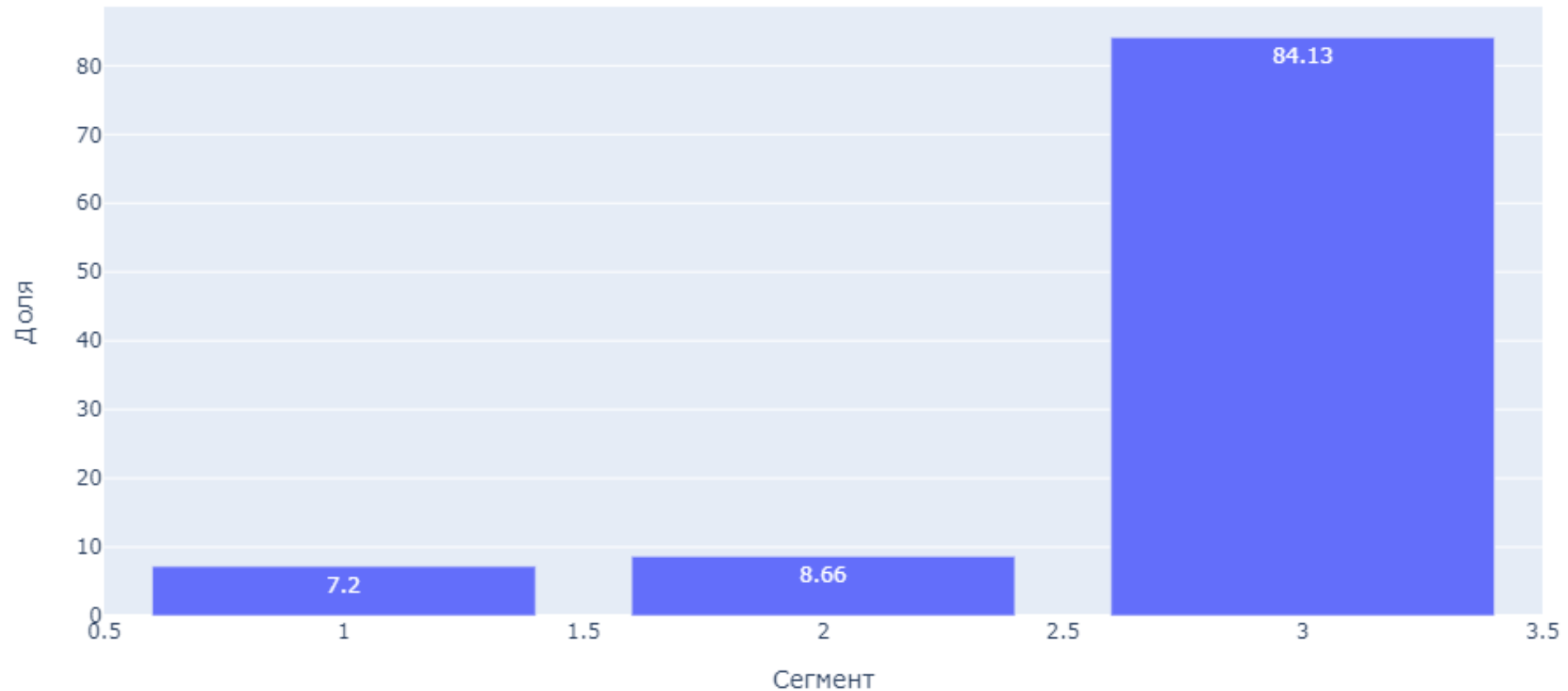
## Цель работы:

- Сегментировать покупателей по профилю потребления;
- Провести анализ сегментов;
- По итогам исследования дать рекомендации по увеличению прибыли.

**Источник данных:** датасет с транзакциями интернет-магазина товаров для дома и быта «Пока все ещё тут».

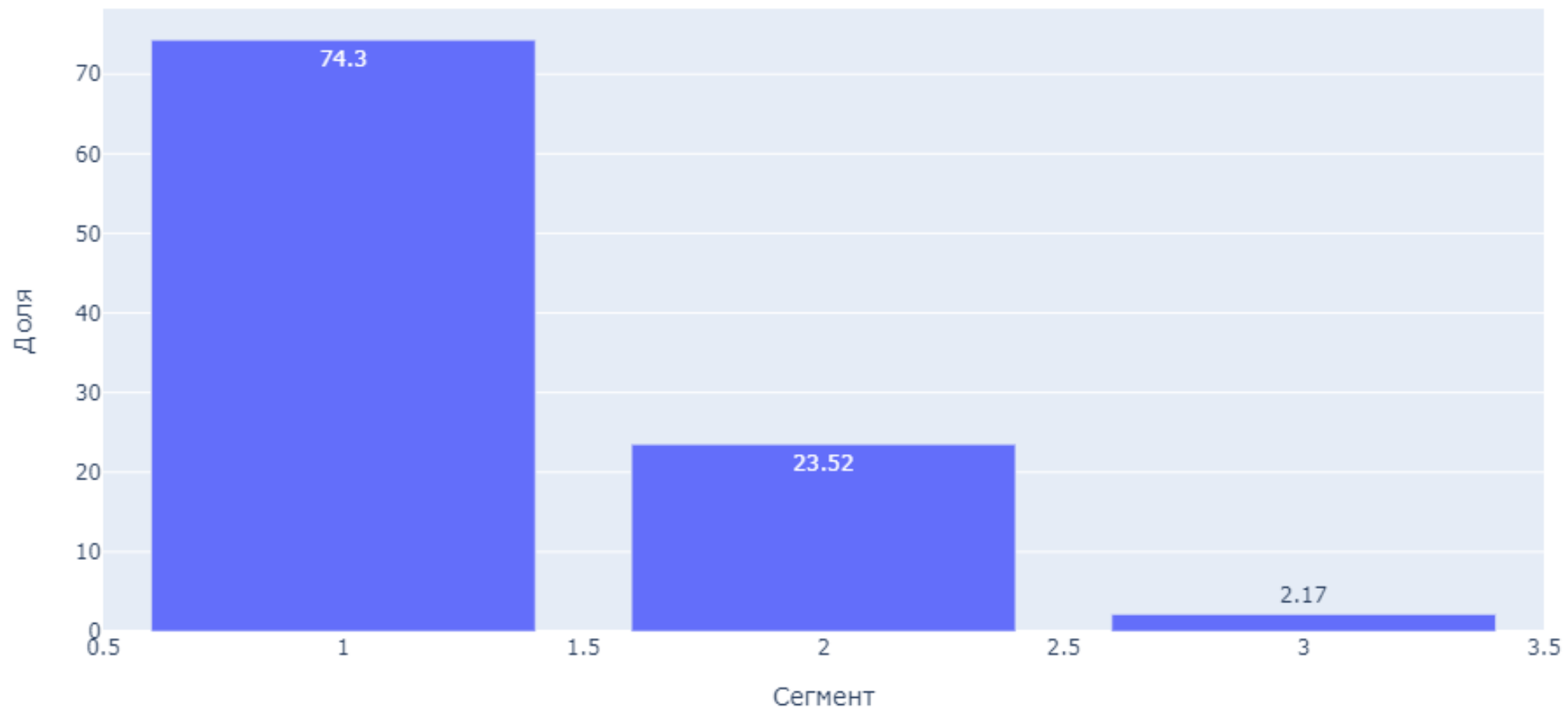
# Распределение выручки между сегментами покупателей в зависимости от частоты заказов

Основной объем выручки приходится на пользователей с 1 заказом.  
Первый сегмент, с 1% ото всех пользователей (8 покупателей), сгенерировал почти 8% от всей выручки магазина.



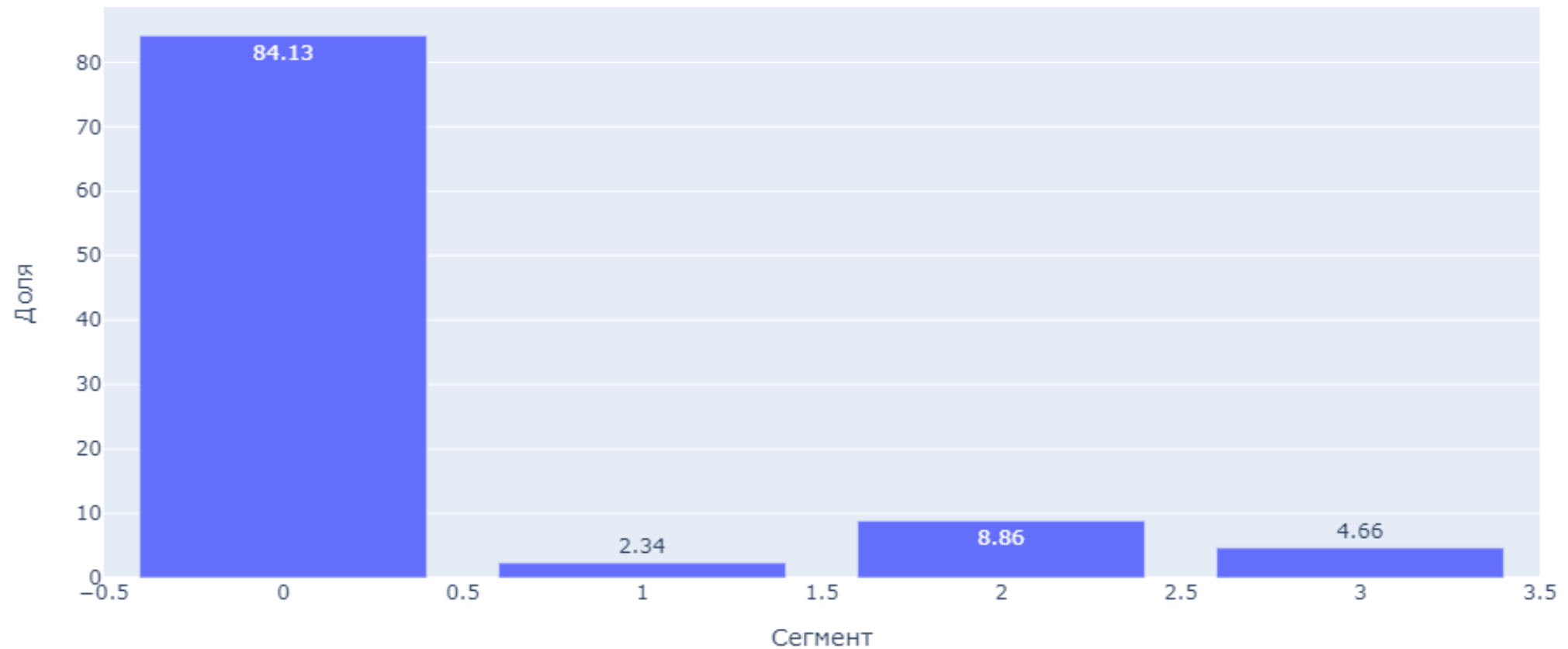
# Распределение выручки между сегментами покупателей в зависимости от суммы покупок

Покупатели из сегмента R=1 (около 24% от общего числа покупателей) сгенерировали больше 74% выручки магазина.



# Распределение выручки между сегментами покупателей в зависимости от даты последней покупки

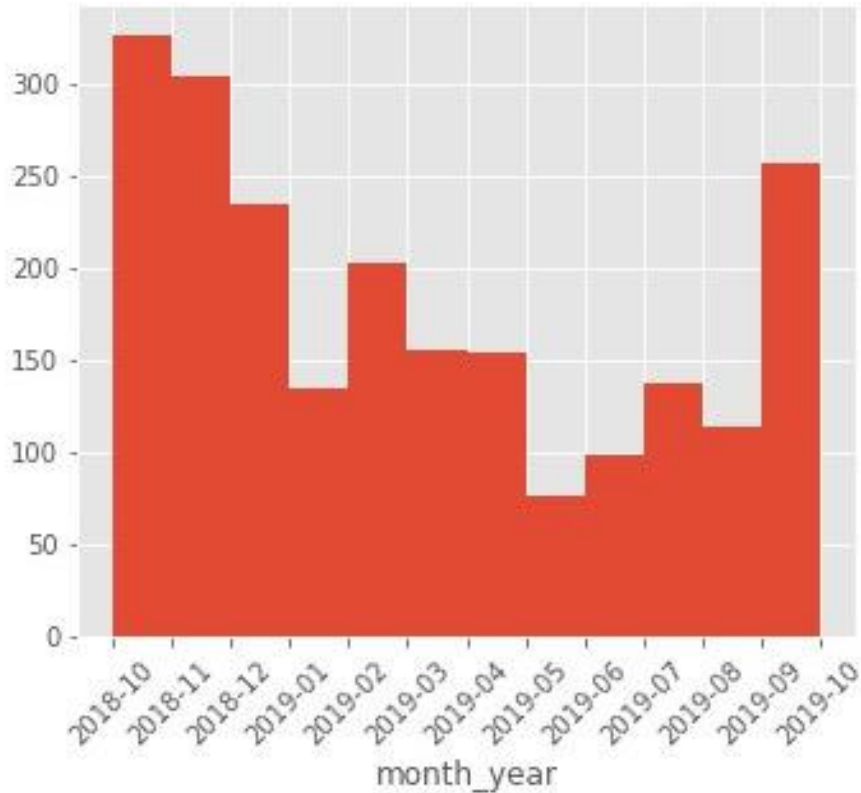
В сравнении с покупателями, которые оформили всего один заказ, на долю постоянных приходится около 16% от все выручки



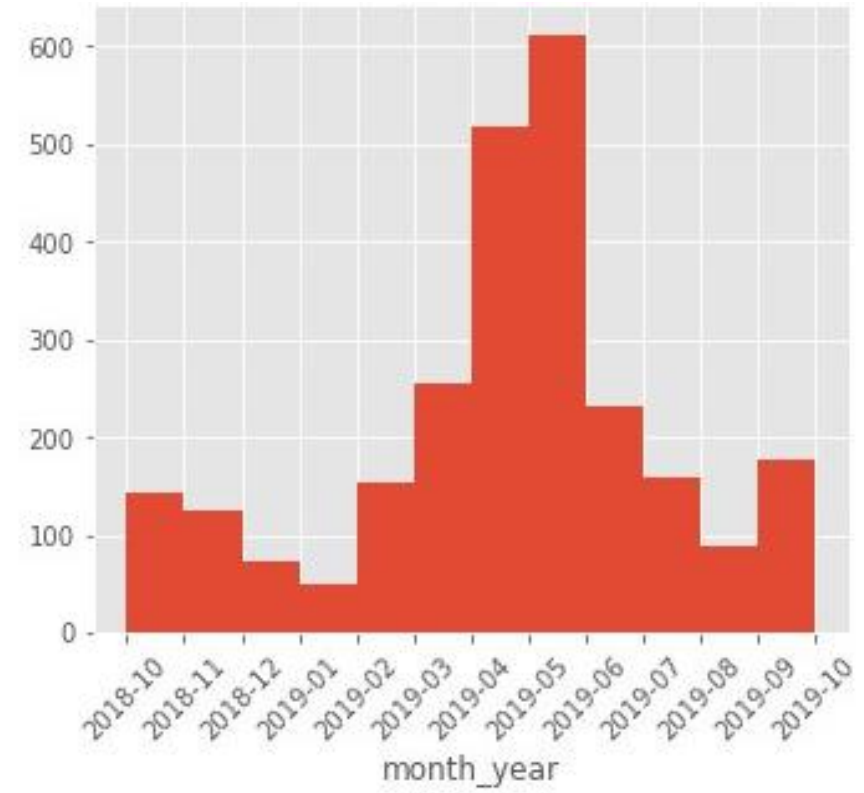
# Распределение заказов в категориях «Сад и Дача» и «Дом» по месяцам

Заметная сезонность заказов - товары категории "Дом" чаще заказывают осенью, товары категории "Сад и Дача" чаще заказывают весной, перед летним периодом

Распределение заказов в категории "Сад и Дача" по месяцам



Распределение заказов в категории «Дом» по месяцам



## Динамика выручки для категорий «Сад и Дача» и «Дом»

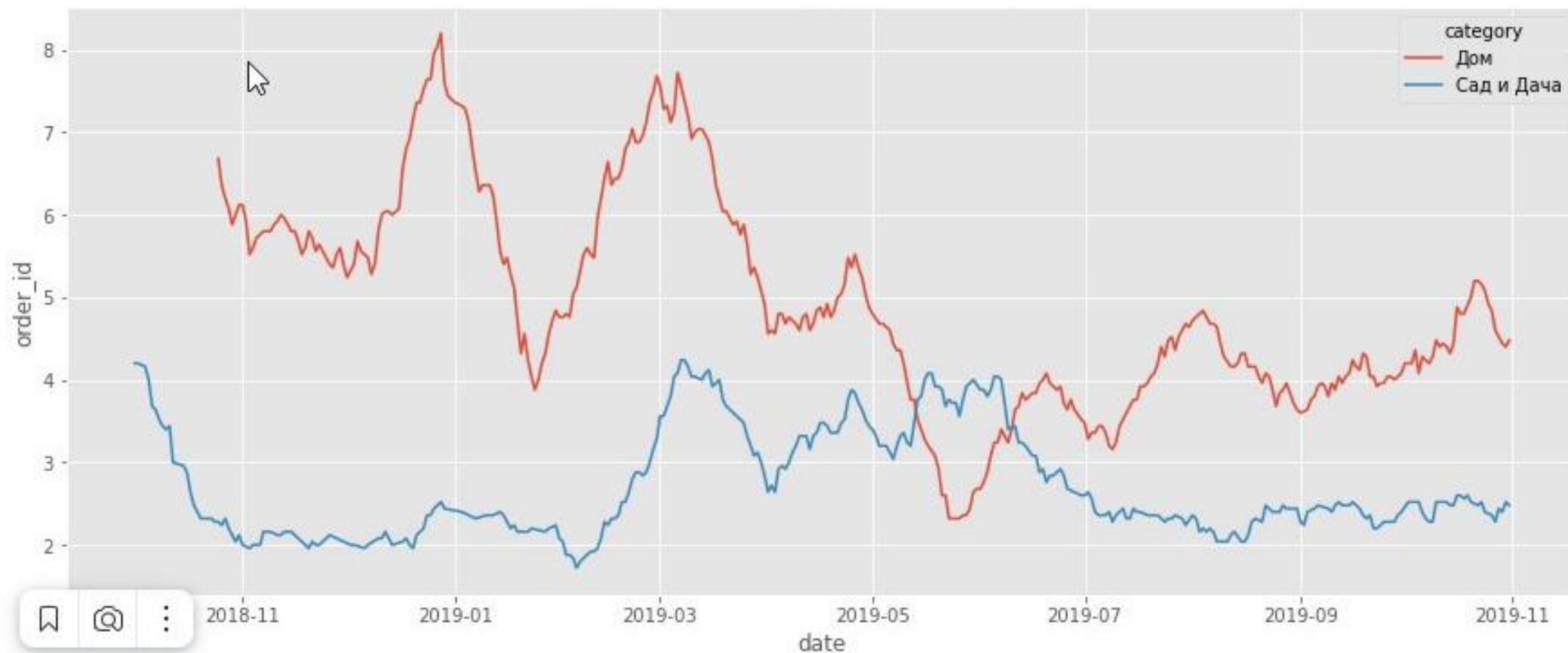
Выручка в категории "Дом" почти на всем протяжении больше, чем выручка "Сад и Дача", кроме части летнего периода, в июне, что связано с началом дачного сезона.





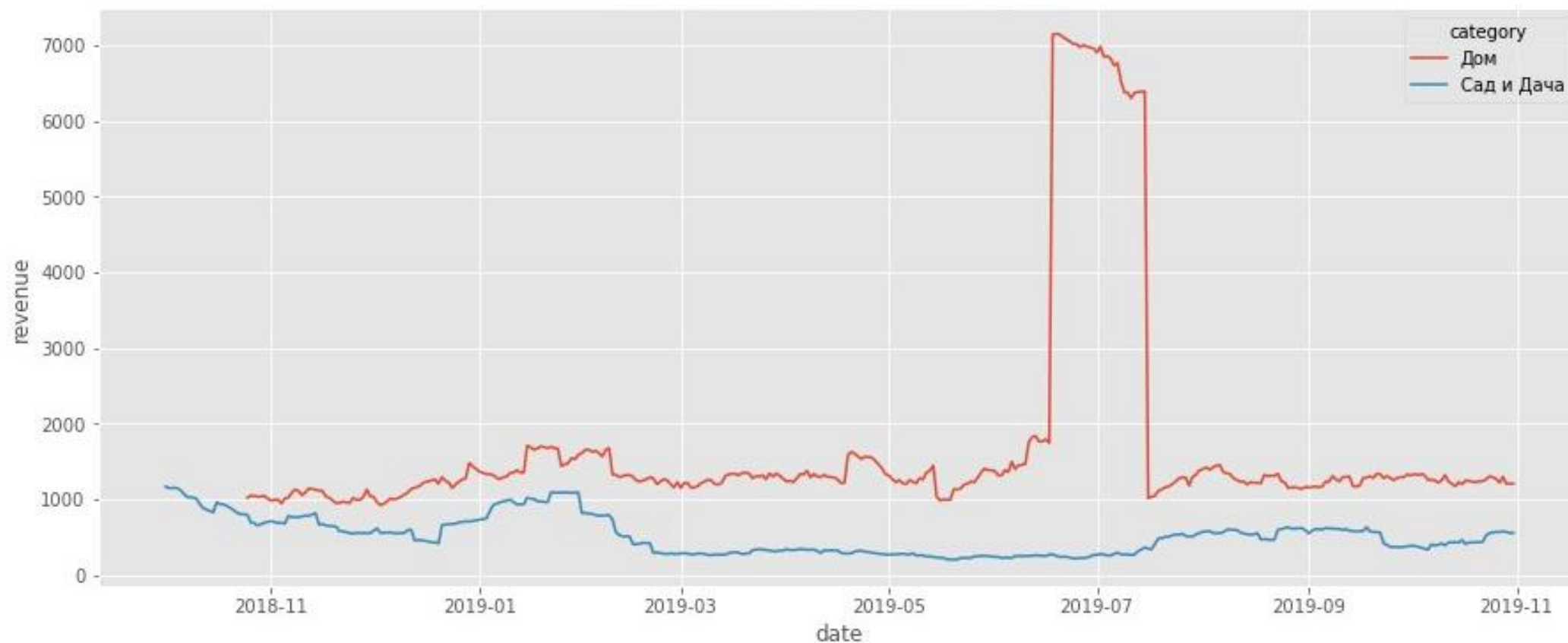
## Динамика заказов для категорий «Сад и Дача» и «Дом»

Товары категории «Дом» заказывают чаще, кроме начала летнего периода, когда увеличивается спрос на товары категории «Сад и Дача».



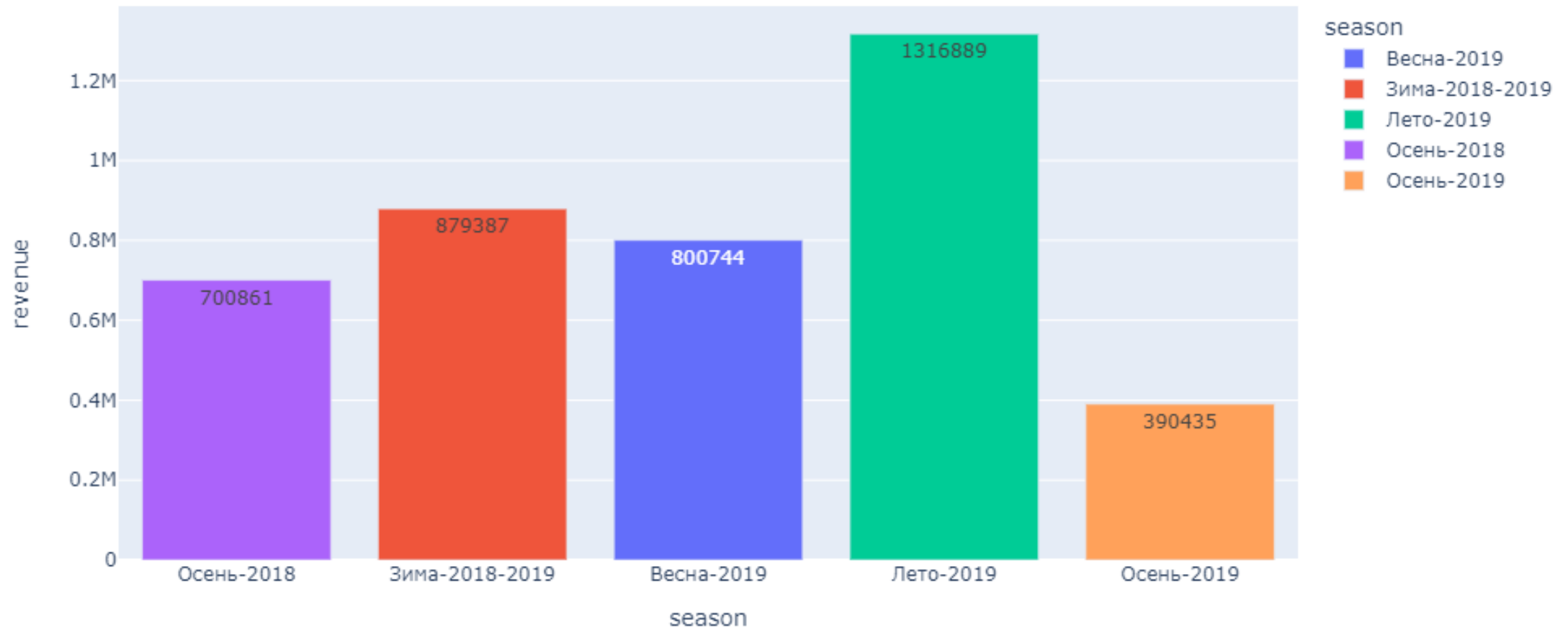
## Динамика среднего чека по дням для категорий «Сад и Дача» и «Дом»

Средней чек на протяжении всего периода выше у товаров категории «Дом».



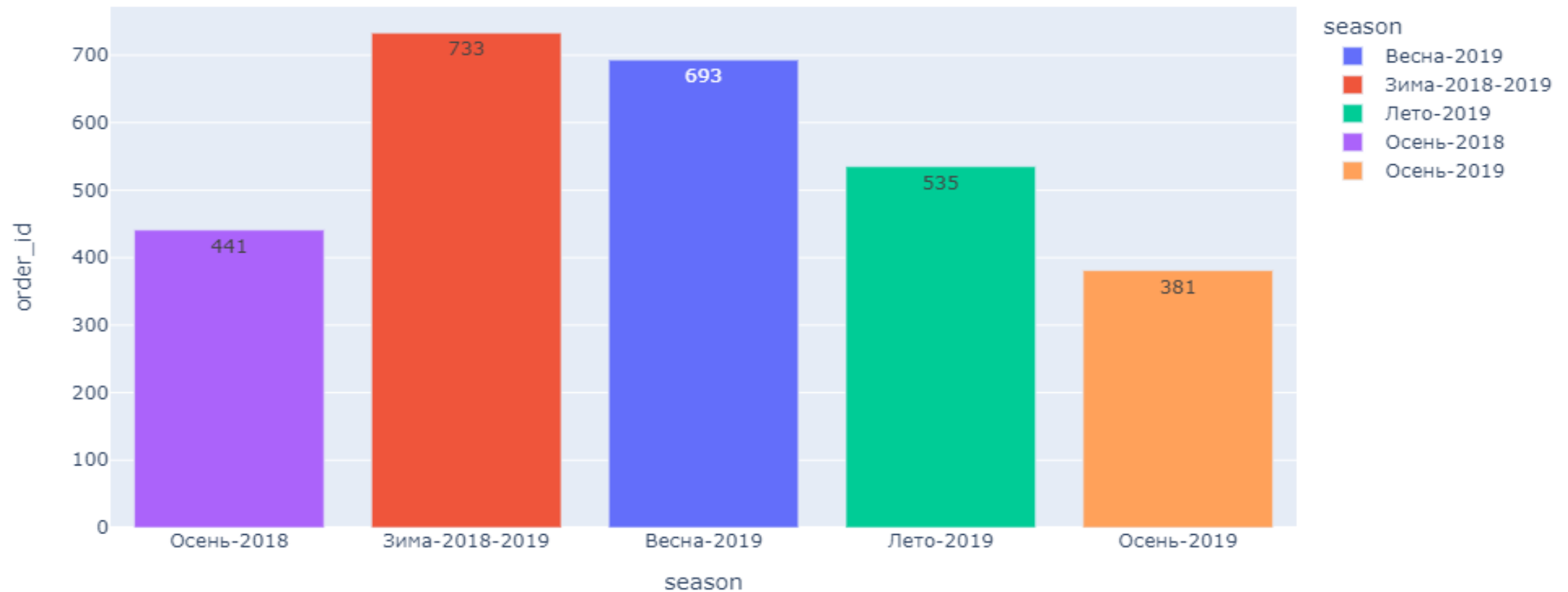
# Распределение выручки между сезонами

Наибольшую выручку демонстрирует сезон «Лето-2019»



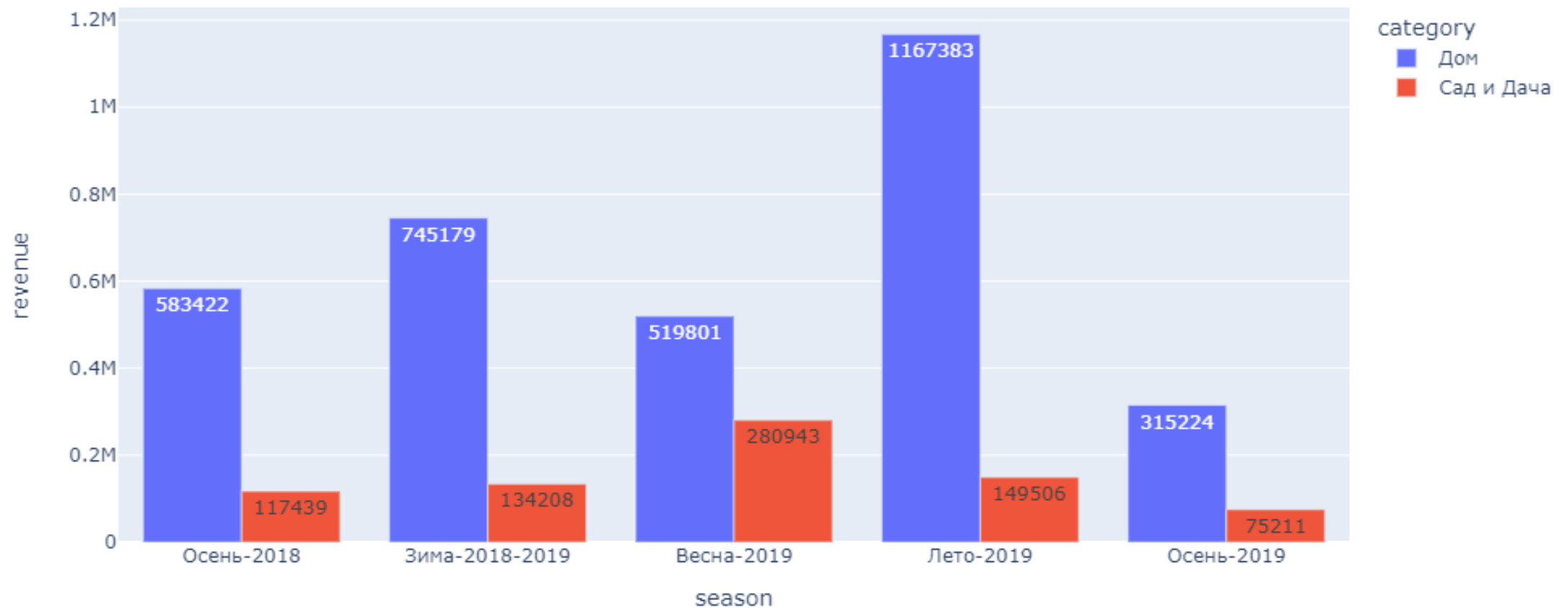
## Распределение количества заказов между сезонами

С наибольшим количеством заказов лидирует сезон «Зима-2018-2019».



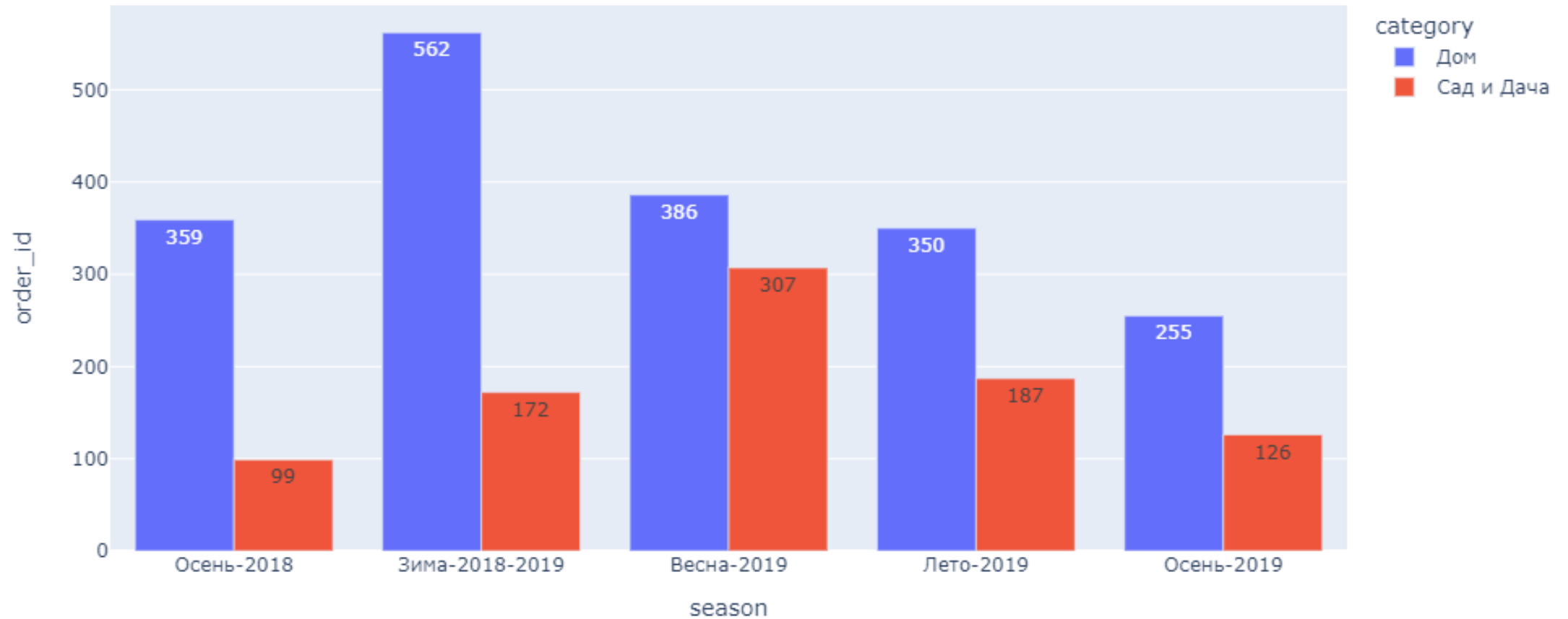
## Распределение выручки по сезонам в категориях «Сад и Дача» и «Дом»

В каждом из сезонов преобладает выручка в категории «Дом».



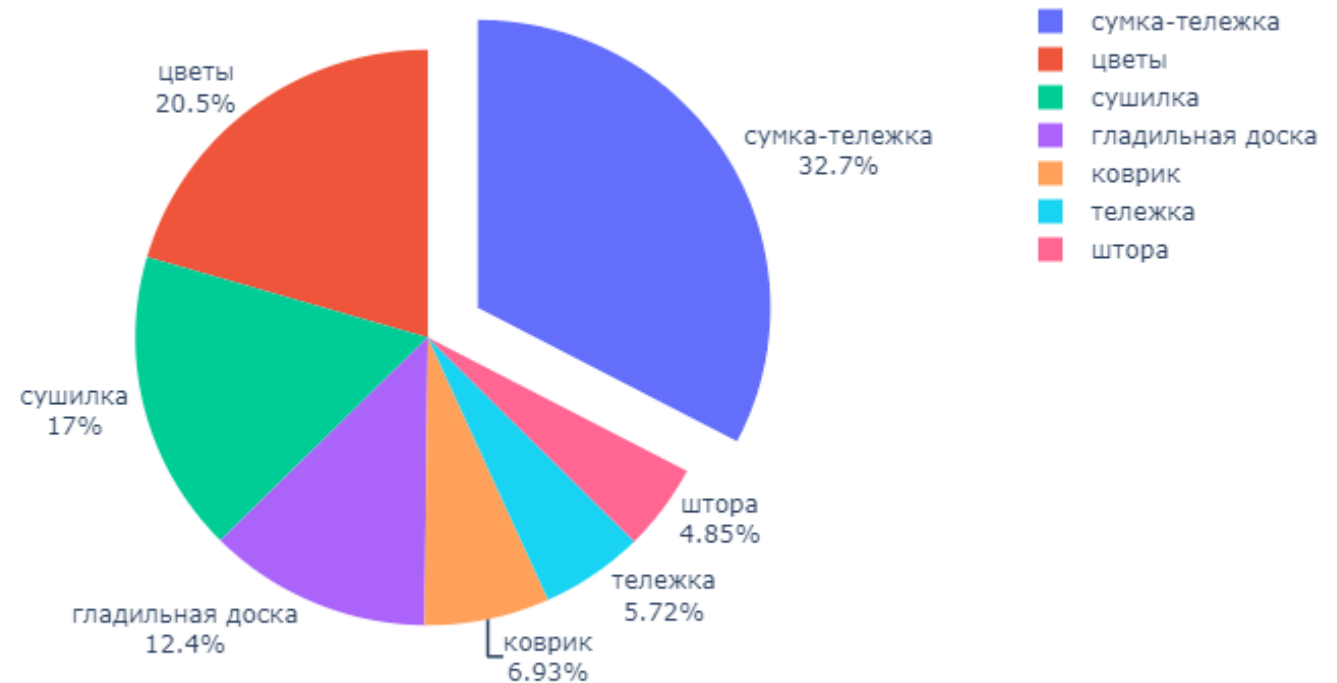
## Распределение количества заказов по сезонам в категориях «Сад и Дача» и «Дом»

По количеству заказов в каждом из сезонов преимущество на стороне категории «Дом».



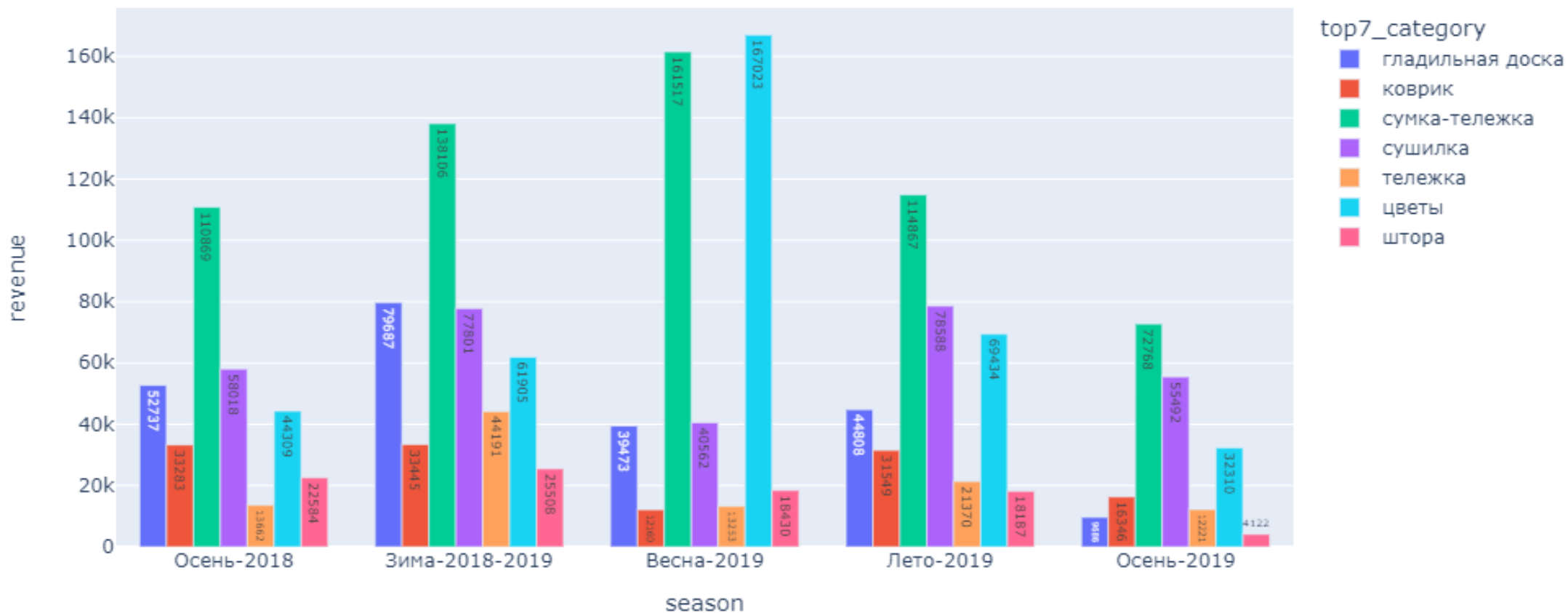
## Процентное соотношение товаров топ-7 в зависимости от выручки

- 44% от всей выручки генерируют топ-7 категорий товаров
- 14% от всей выручки приходится на категорию «сумки-тележки»
- Среди товаров топ-7 "сумки-тележки" занимают долю в 32,7%.



# Распределение выручки Топ-7 категорий товаров между сезонами

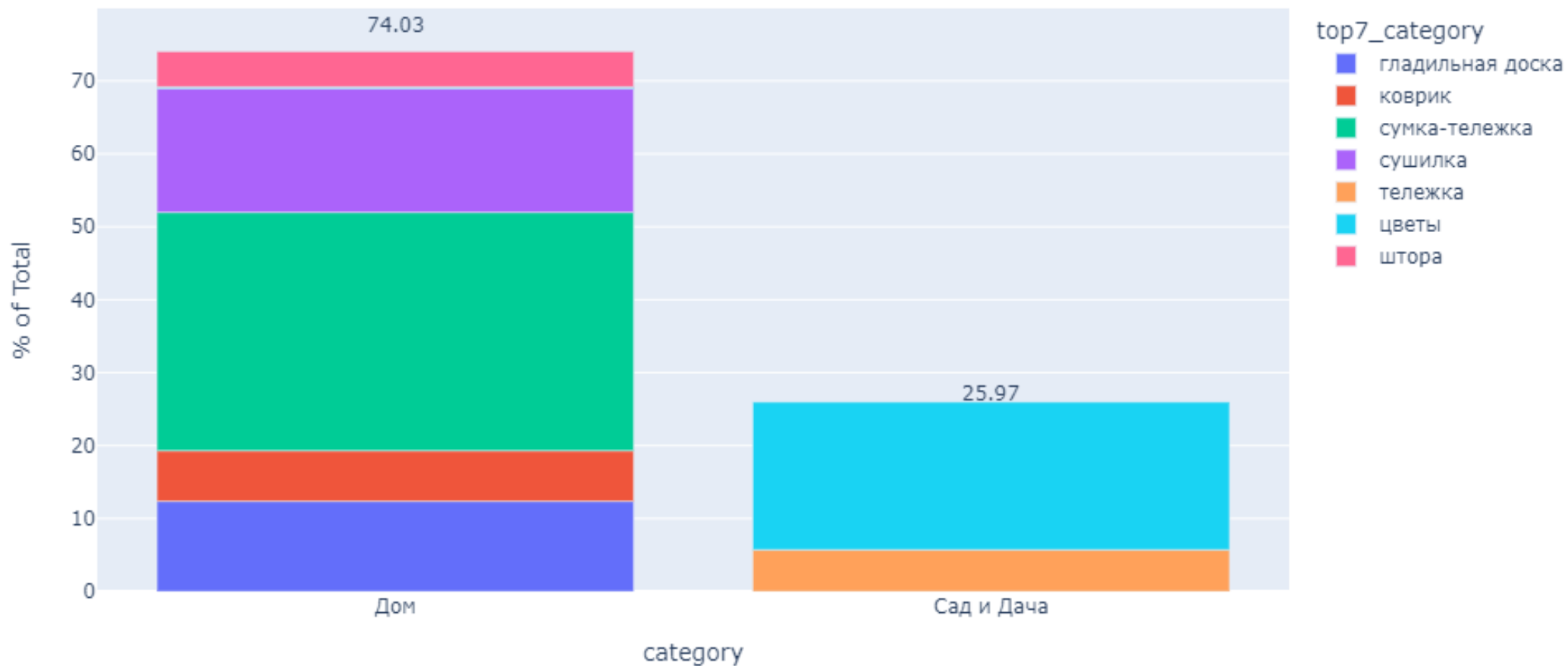
Весна – время для продажи цветов. Сумки-тележки хорошо берут в любое время года





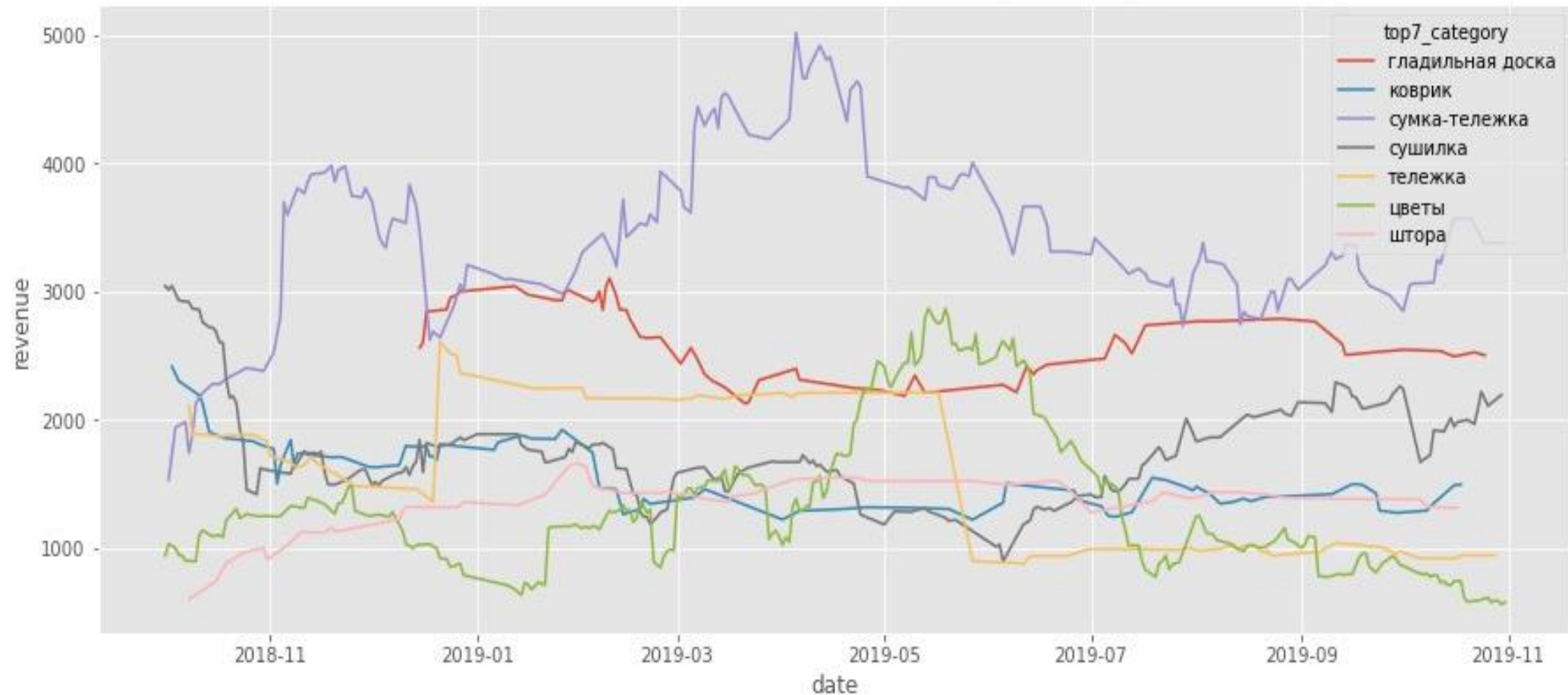
## Распределение выручки товаров топ-7 в зависимости от категорий «Дом» и Сад и Дача»

В топ-7 товаров по выручке преобладают товары из категории «Дом».



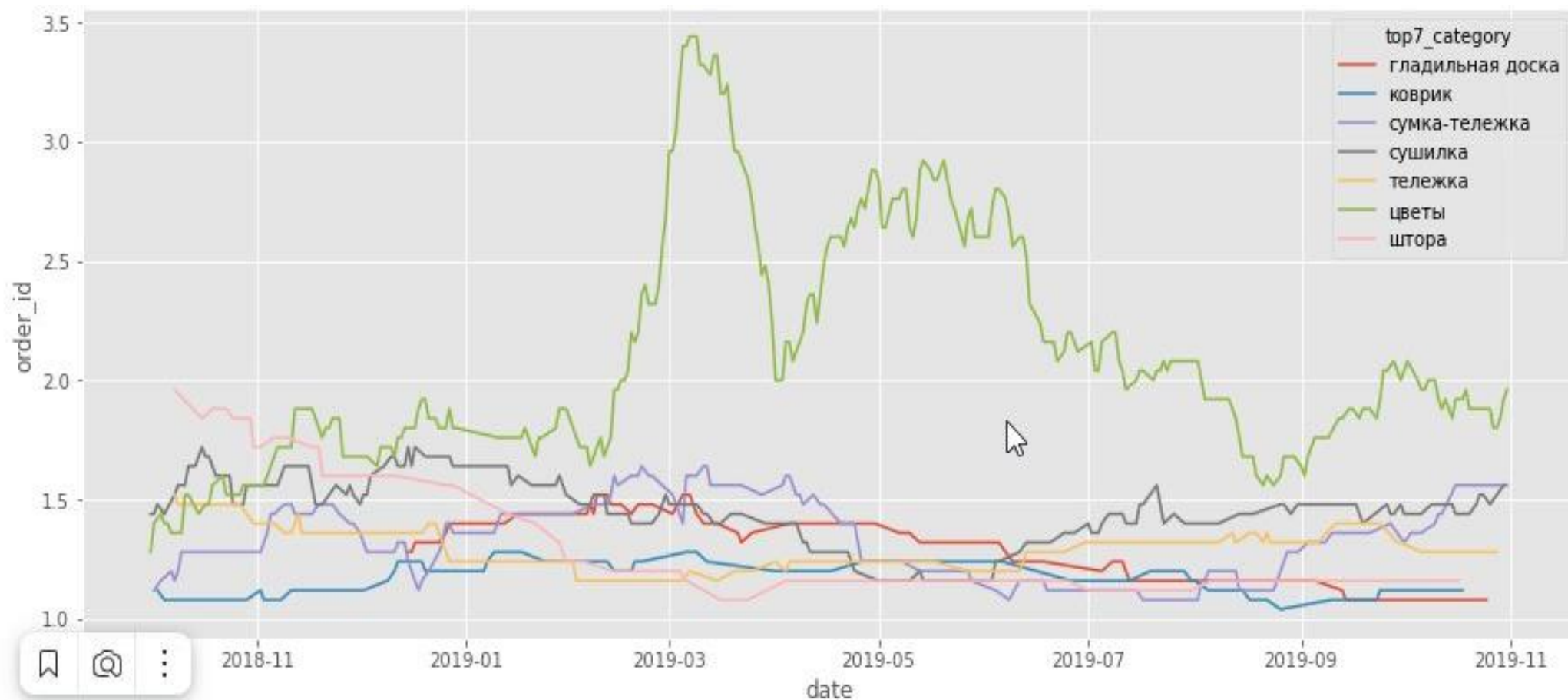
## Динамика выручки для Топ-7 категорий товаров

Почти на всем протяжении рассматриваемого периода преобладает выручка в категории «Сумка-тележка». Заметны некоторые сезонные колебания в выручке, особенно в категории «Цветы» перед началом дачного сезона.



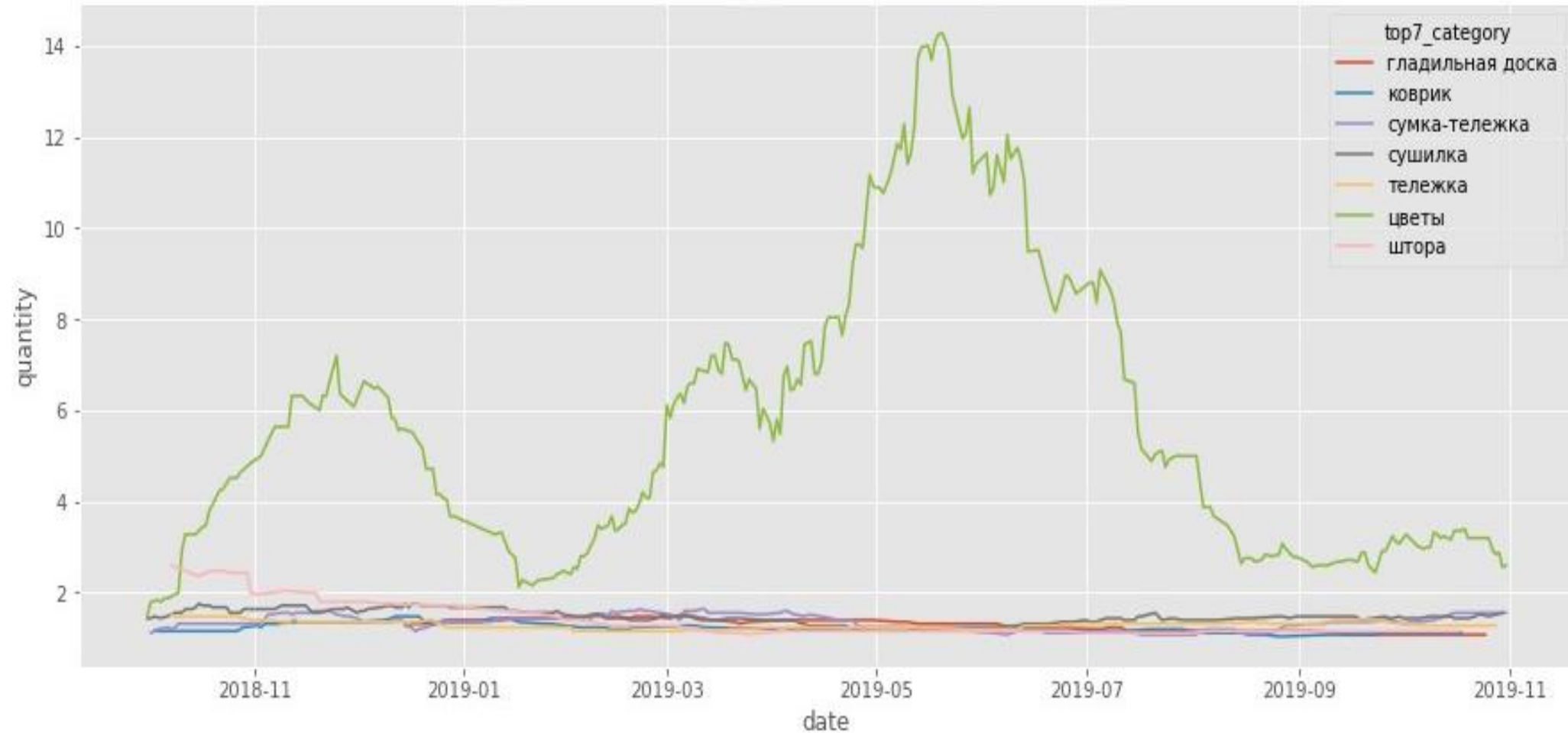
## Динамика количества заказов в Топ-7 категорий товаров

На этом графике заметно огромное количество заказов в категории «Цветы», с явными сезонными колебаниями. Для остальных категорий количество заказов в целом распределено равномерно на протяжении всего периода.



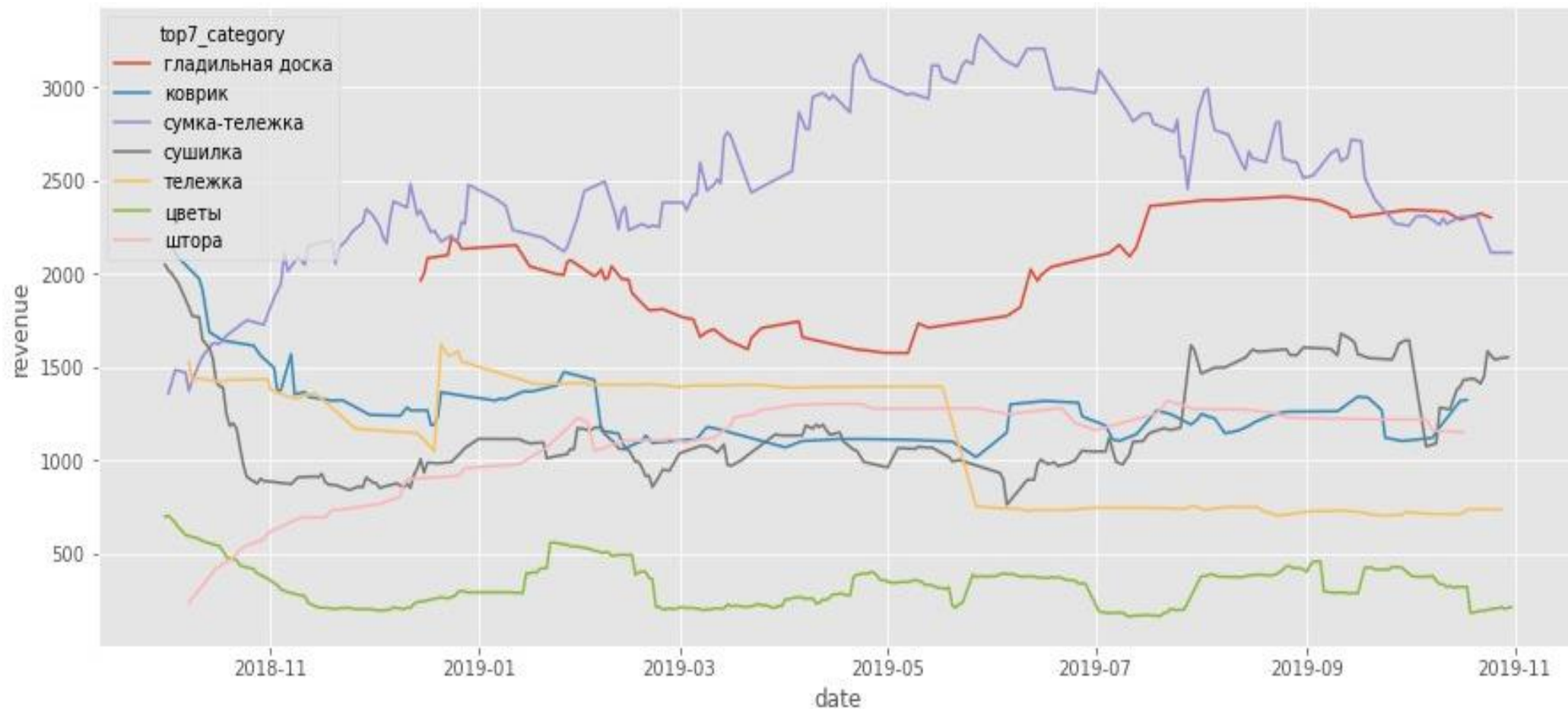
## Динамика количества единиц в заказе в Топ-7 категорий товаров

В данной характеристике подавляющее преобладание категории «Цветы». Опять можно отметить сезонные колебания.



## Динамика среднего чека по дням для Топ-7 категорий товаров

На этом графике отмечаем сезонность в категории «Сумка-тележка», средний чек стабильно выше, чем в остальных категориях. Нельзя не отметить так же самый низкий средний чек для категории «Цветы».



# Итоги. Рекомендации

## Работа с покупателями:

- Разработка ряда мер по увеличению конверсии постоянных покупателей и их последующее удержание
- Поддержание лояльности постоянных покупателей
- Разработка программы для возвращения постоянных покупателей в оттоке

## Работа с сезонностью и категориями товаров:

- Следить за наполняемостью и разнообразием ассортимента сезонных товаров
- Равномерное поддержание ассортимента категорий «Сад и Дача» и «Дача»

## Работа с Топ-7 товаров по выручке:

- Поддержание и увеличение ассортимента категории «Сумка-тележка»
- Средний чек в категории товара "Штора" вырос в 2 раза за год. Немного расширяем ассортимент, с периодическим акцентом на данный товар на главной странице
- Низкий средний чек в категории «Цветы» сопровождается большим количеством заказов в этой категории. Рекомендация - более активно продвигать сопутствующие товары, аналогичные товары, с периодической рассылкой новинок в данной категории
- Остальные категории товаров из топ-7 продаются достаточно стабильно, следить за пополнением ассортимента, своевременно добавлять на полки новинки