

АНАЛИЗ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА «ПОКА ВСЁ ЕЩЁ ТУТ»

Автор: Евгений Гусев
telegram [@evgeniigsv](https://www.telegram.me/evgeniigsv)

Оглавление

- [Цели и задачи](#)
- [Выводы](#)
- [Дашборд и источник данных](#)
- [Распределение товаров по категориям](#)
- [Стоимость товаров по категориям](#)
- [Количество проданных товаров и выручка по категориям](#)
- [Распределение заказов по часам дня](#)
- [Распределение заказов по месяцам](#)
- [Распределение товаров по ассортиментным группам](#)
- [Результаты проверки гипотез](#)

Цели и задачи

- Проанализировать товары в разделении по категориям
- Проанализировать пиковые значения количества заказов по часам дня
- Рассмотреть сезонность товаров по месяцам
- Разделить товары на две ассортиментные группы, основная и дополнительная
- Сформулировать и проверить гипотезы

Выводы

- Больше всего товаров в группе **растения и семена**
- Самая высокая медианная стоимость товаров в группе **аксессуары и инструменты**, составляет 787 р.
- Около половины от всей выручки составляет товары категории **аксессуары и инструменты**
- По количеству проданных товаров треть занимает категория **аксессуары и инструменты** и ещё треть **бытовая химия и средства гигиены**
- Пик продаж в течение дня приходится на период с **10:00** до **15:00**
- Чаще всего продукция магазина покупается в период с **октября** по **январь**
- В **основной** ассортимент попали 1059 товаров, в **дополнительный** – 1274 товара
- Средняя выручка заказов, совершённых во **вторник**, и заказов, совершённых в **пятницу**, равна
- Средняя выручка заказов из группы **основного** ассортимента и заказов из группы **дополнительного** ассортимента не равна

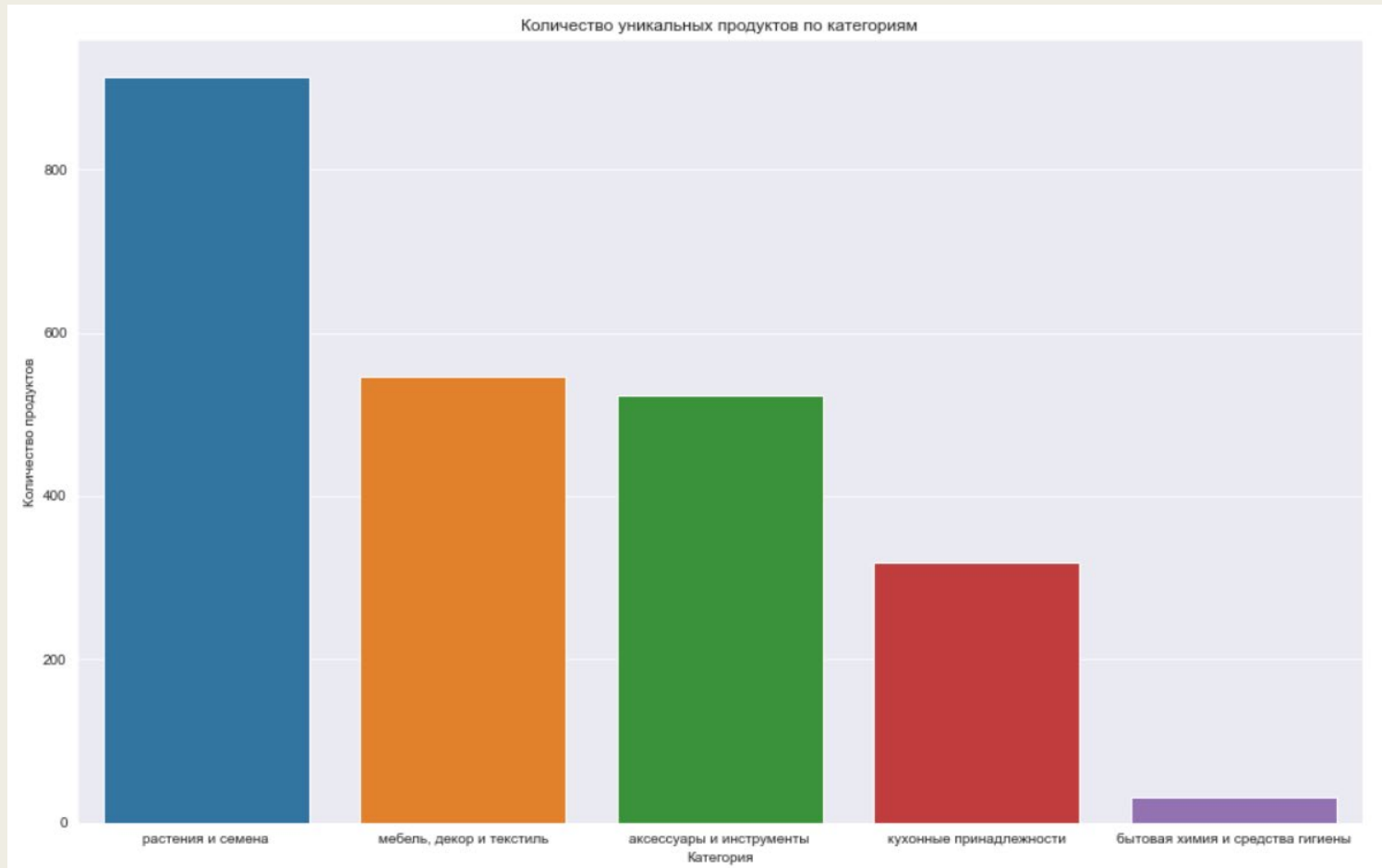
Ссылка на дашборд в Tableau Public:

https://public.tableau.com/views/E-commerce-Practicum/Dashboard1?:language=en-US&publish=yes&:display_count=n&:origin=viz_share_link

Источник данных:

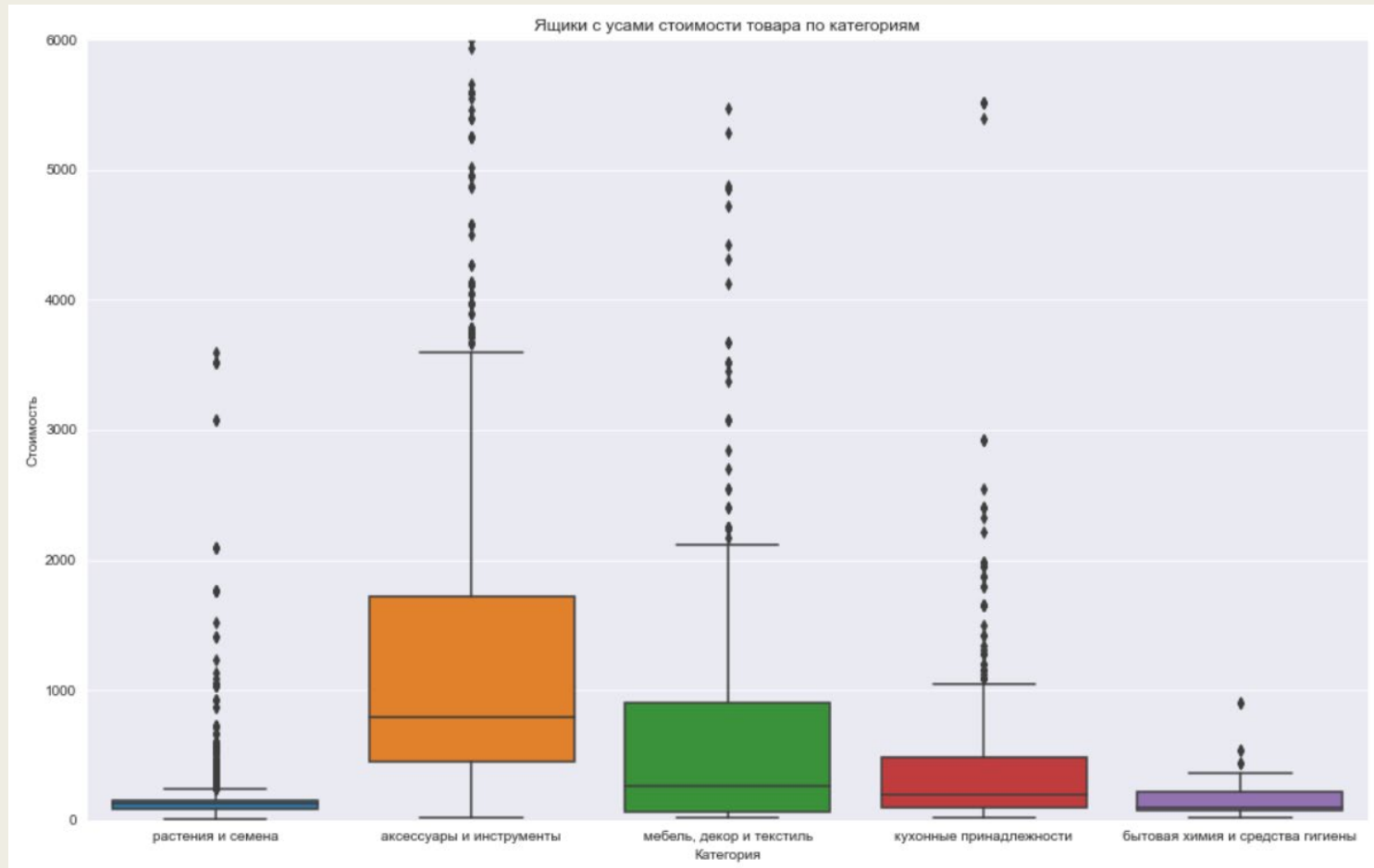
Данные о транзакциях за период с 01.10.2018 по 31.01.2020, предоставленные интернет-магазином.

Распределение товаров по категориям



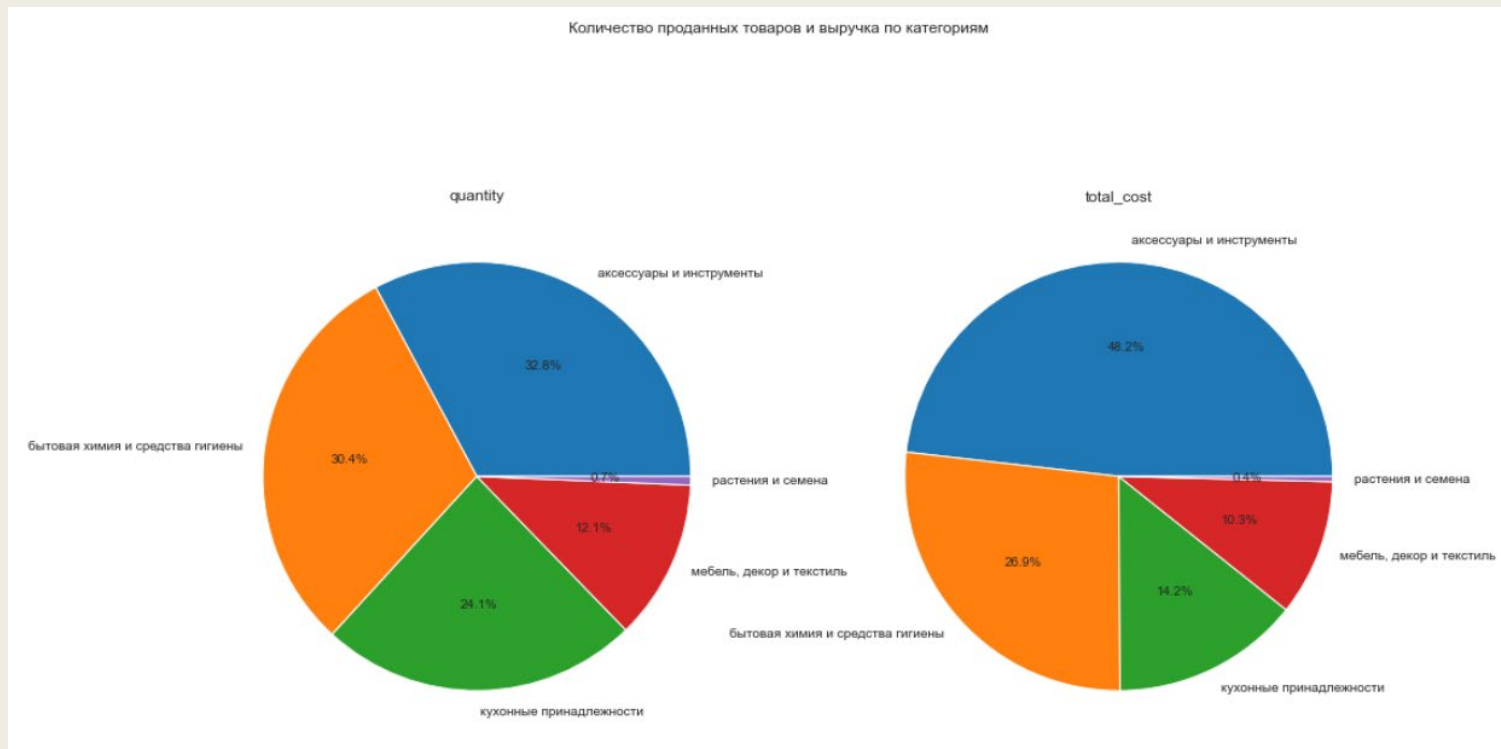
- Самая большая категория по количеству товаров – **растения и семена**, в ней более 900 товаров
- Меньше всего товаров в категории **бытовая химия и средства гигиены**, в ней 31 товар
- В остальных категориях количество уникальных товаров составляет от 300 до 600 шт.

Стоимость товаров по категориям



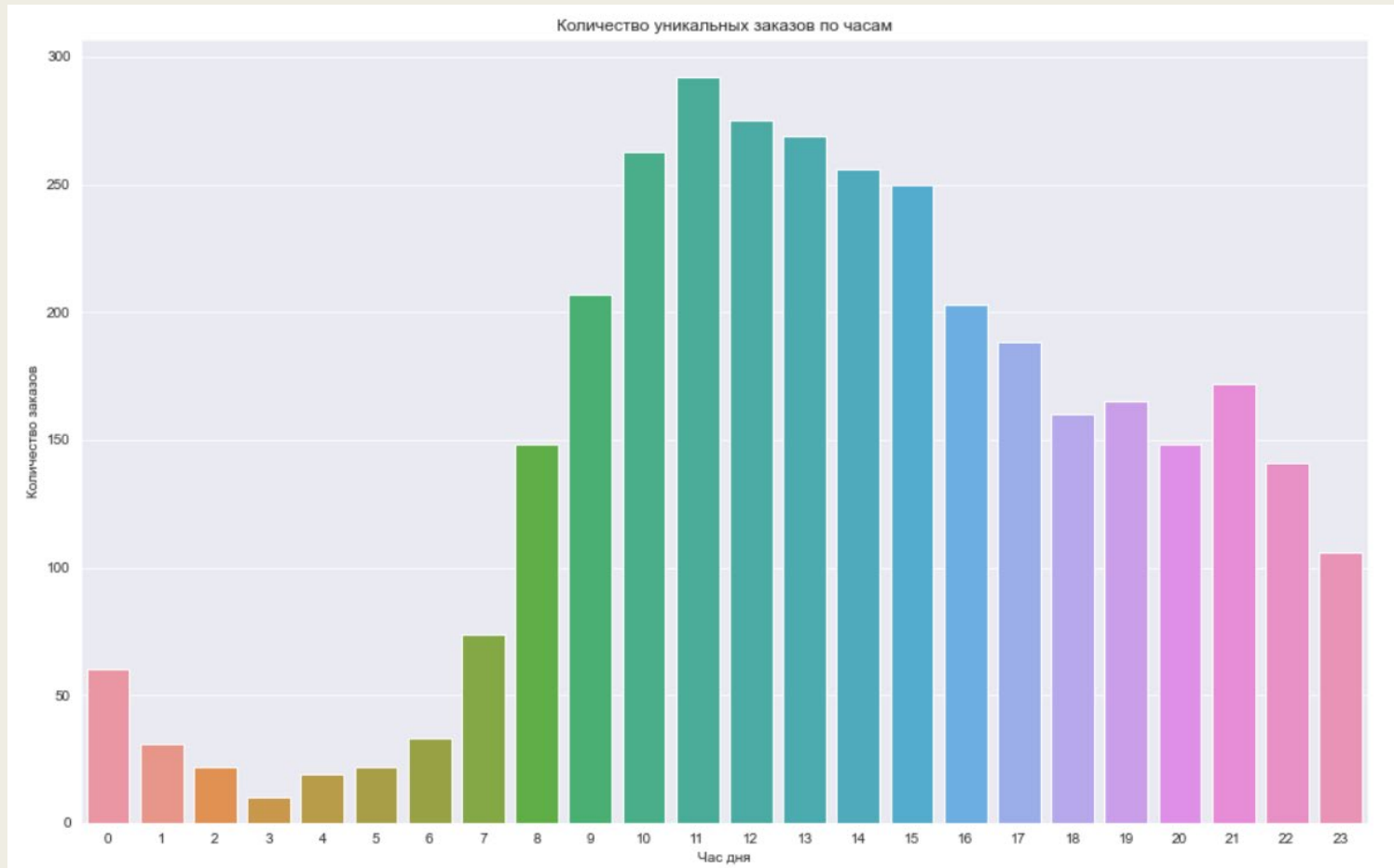
- Категория **аксессуары и инструменты** лидирует по медианной стоимости товаров, она составляет 787 руб.
- После неё идут категории **мебель, декор и текстиль** и **кухонные принадлежности** с медианами стоимости 262 и 194 руб.
- Ниже всего медианы стоимости у категорий **растения и семена** и **бытовая химия и средства гигиены**, они составляют 127 и 100 руб.

Количество проданных товаров и выручка по категориям



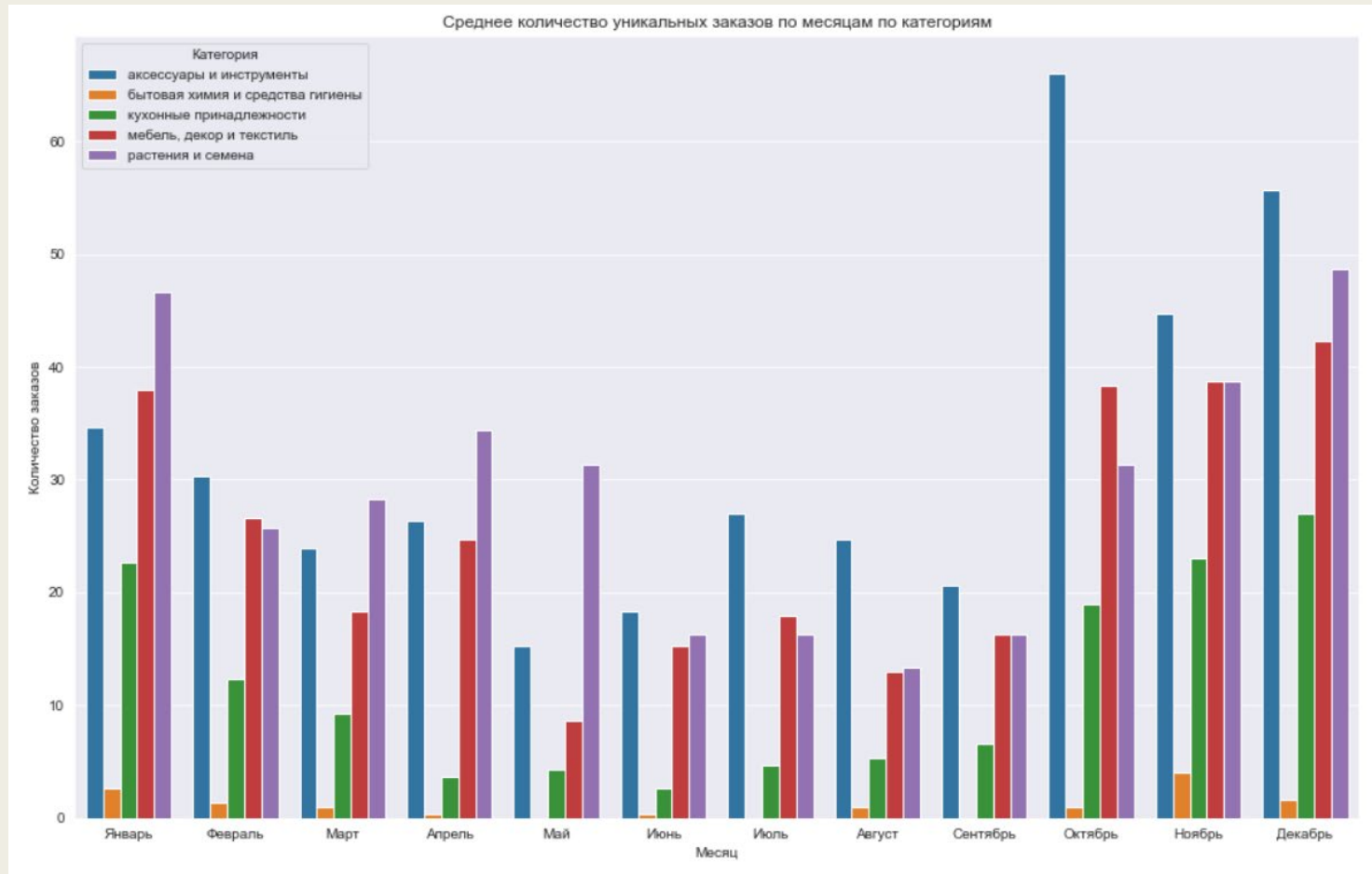
- Почти одинаковое количество товаров было продано в категориях **аксессуары и инструменты** и **бытовая химия и средства гигиены**, примерно по трети для каждой из этих категорий
- По выручке товары категории **аксессуары и инструменты** составляют почти половину от общей выручки
- Меньше всего продаж и меньше всего выручки принесла категория **растения и семена**, менее 1% от продаж и менее 0,5% от общей выручки

Распределение заказов по часам дня



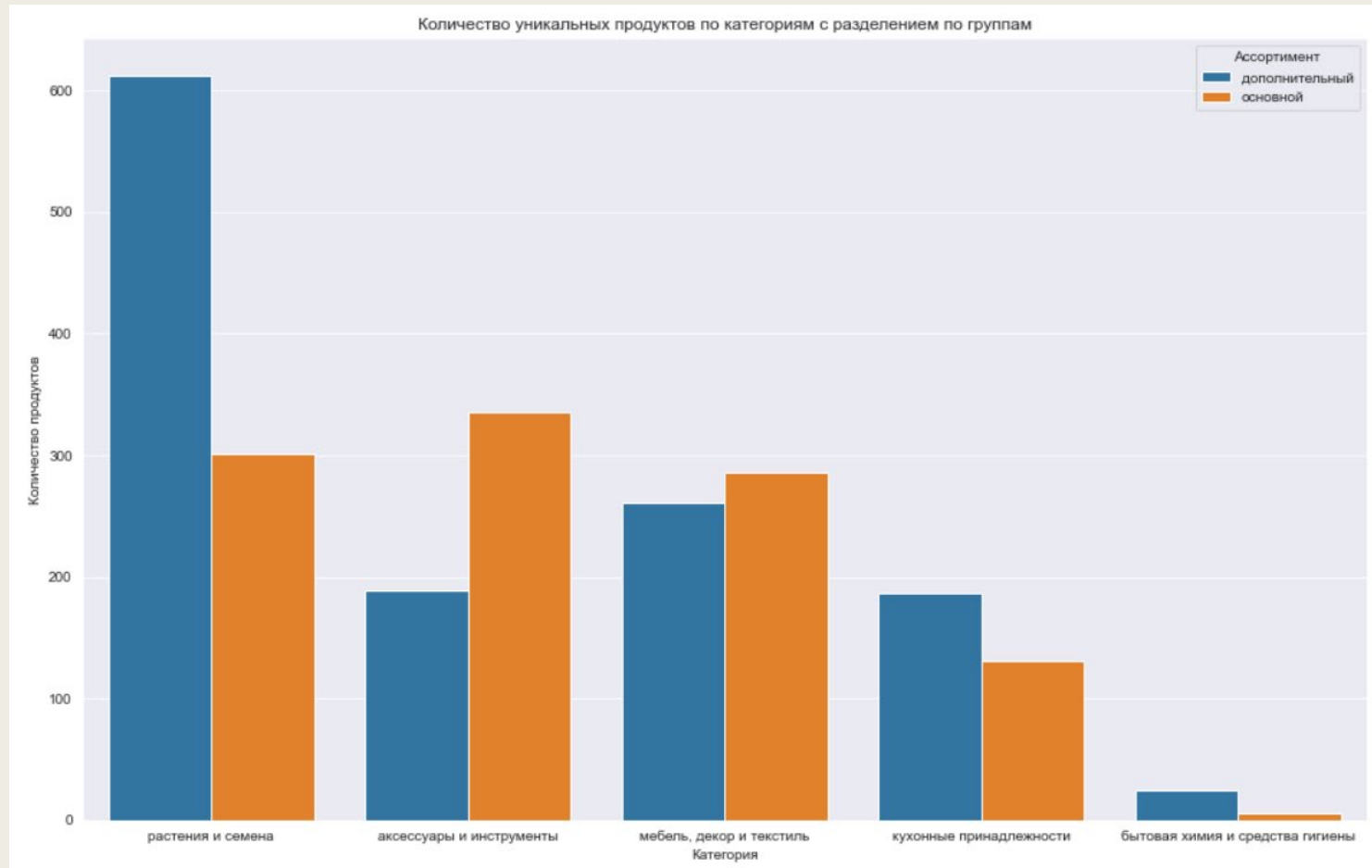
- В течение дня продажи начинают расти с **7:00**
- Самый большой пик продаж приходится на период с **10:00** до **15:00**, после чего происходит спад
- Второй рост заказов в течение дня приходится на **21:00**

Распределение заказов по месяцам



- В целом продукция магазина чаще всего покупается в период с **октября по январь**, при этом лидером является **декабрь**
- Реже всего продукция покупается с **мая по сентябрь**, с небольшим повышением в **июле**. Меньше всего заказов происходит в **июне**

Распределение товаров по ассортиментным группам



- По результатам ABC-тестов в **основной** ассортимент попали 1059 товаров, в **дополнительный** – 1274 товара
- В категориях **растения и семена, кухонные принадлежности и бытовая химия и средства гигиены** количество товаров **дополнительного** ассортимента значительно превышает **основной** ассортимент
- В категориях **аксессуары и инструменты и мебель, декор и текстиль** наоборот, товаров **основного** ассортимента больше

Результаты проверки гипотез

Мы проверили две гипотезы с помощью t-критерия Стьюдента и выяснили, что:

- средняя выручка заказов, совершённых во **вторник**, и заказов, совершённых в **пятницу**, равна
- средняя выручка заказов из группы **основного** ассортимента и заказов из группы **дополнительного** ассортимента не равна