1. Метрики:

* Прибыль – для оценки эффективности сервиса в целом.
* Количество заказов – для мониторинга общей картины роста (например, позволит вовремя увеличить ресурсы, для удовлетворения большего числа заказов).
* ROMI (прибыль с одного рубля вложенного в маркетинг) – для оценки эффективности маркетинга в целом.
* Churn rate (отток пользователей) – для оценки эффективности методов удержания клиентов; для оценки удовлетворенности клиентов сервисом.
* Количество новых пользователей – для оценки эффективности привлечения клиентов, для оценки роста сервиса.
* Количество негативных отзывов/жалоб – для детекции проблем, для оценки удовлетворенности сервисом.

2. Анализ данных:

Более 63% пользователей не воспользовались сервисом повторно, стоит поработать над удержанием клиентов. При том, что среднее количество заказов на постоянного клиента равно 6 это может стать точкой роста.

Подтвердилась гипотеза, что средний чек на покупки у ритейлера 1 выше, и это различие статистически значимо.

В данный момент количество отмен заказов достаточно маленькое, несущественное для проведения анализа причин. Но стоит периодически обращать внимание на этот показатель.

Можно отметить сезонный спад с августа и до нового года. Возможно, в этот период не помешает дополнительная стимуляция пользователей, например в виде акций. Пик заказов в свою очередь приходится на период с конца весны и до августа. При этом значительных отличий среднего чека не наблюдается.

Пик заказов по времени приходится на период с 7 утро и до обеда. Возможно, в это время требуется больше доставщиков.

3. Проблема ненайденных товаров:

В ходе анализа было определено: отмена|замена товара характерна для случаев, когда заказ начинают собирать на следующий день или позже (около 2/3 отмен). Можно избежать большей части отмен, если все заказы будут собираться в день их создания. Необходимо выяснить причину задержки, ведь заявлено, что доставка происходит день в день.

Так же стоит отметить, что отмена|замена товаров не связана с определенным товаром, городом или ритейлером.

В качестве решения этой проблемы можно добирать ненайденные товары в ближайших магазинах. Для ускорения процесса стоит по возможности, подключать комплектовщика из этого магазина.

\*. *В ходе анализа били замечены ошибки в данных:*

* Существуют пробелы в графах: город в котором расположен магазин и ритейлер, а также в адресе покупателя. Необходимо выяснить с чем связана эта проблема при получении данных.
* В заказе может быть 0 в графе количество товаров и общий вес.
* В 6 случаях указано время начала доставки раньше, чем создания самого заказа.