



# Анализ онлайн-продаж британской розничной интернет-компании



Моисеенко Ирина

# Задачи и цели анализа

Временной анализ

Влияние дня недели/месяца/часа  
совершения покупки

RFM-анализ

Выявление портрета лояльного клиента,  
который часто покупает и имеет  
высокий средний чек

Географический анализ

Анализ продаж в зависимости от страны  
покупателя

# Атрибуты

**invoice\_no**      id транзакции  
Если номер начинается с буквы «С»  
это означает отмену покупки

**stock\_code**      id продукта

**description**      Описание продукта

**quantity**      Количество продукта в транзакции

**invoice\_date**      Дата и время совершения транзакции

**unit\_price**      Цена единицы продукта

**customer\_id**      id покупателя

**country**      Страна покупателя

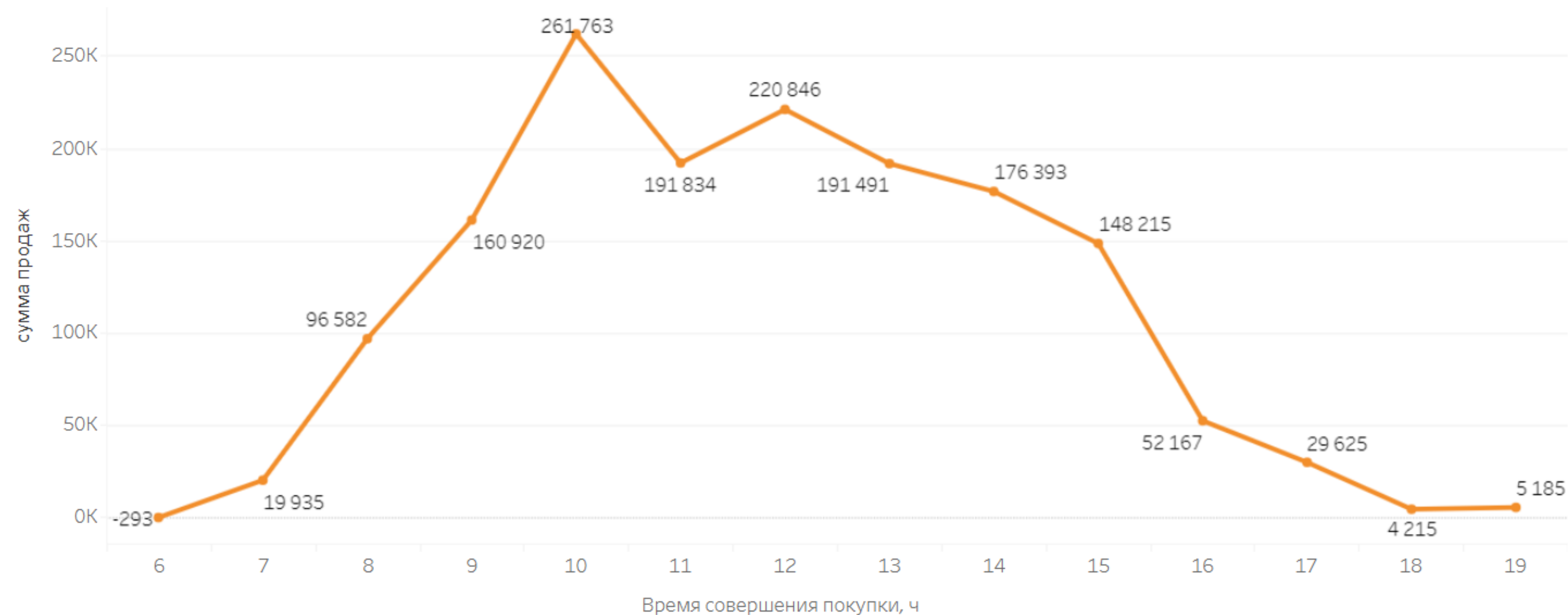
# Этапы анализа



# Временной анализ

С 10:00 до 12:00  
наибольшая сумма продаж

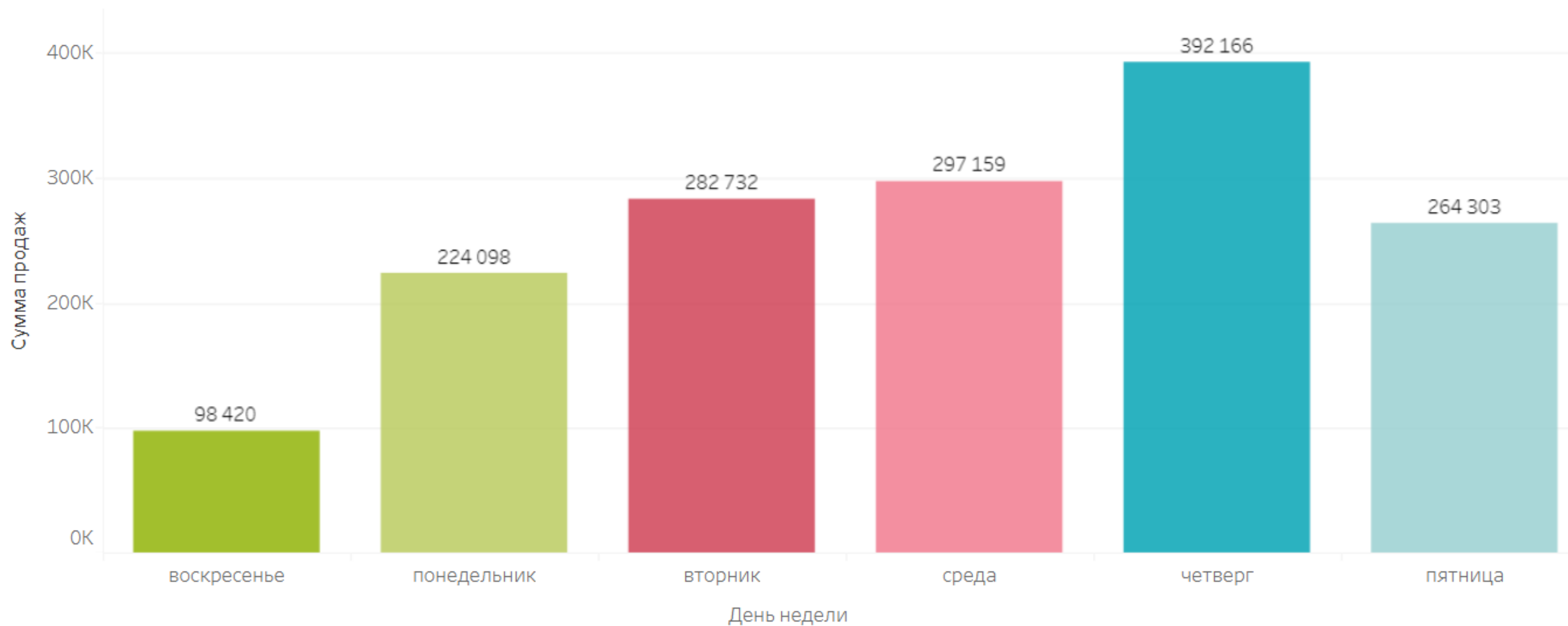
Сумма продаж в зависимости от времени покупки, ч



# Временной анализ

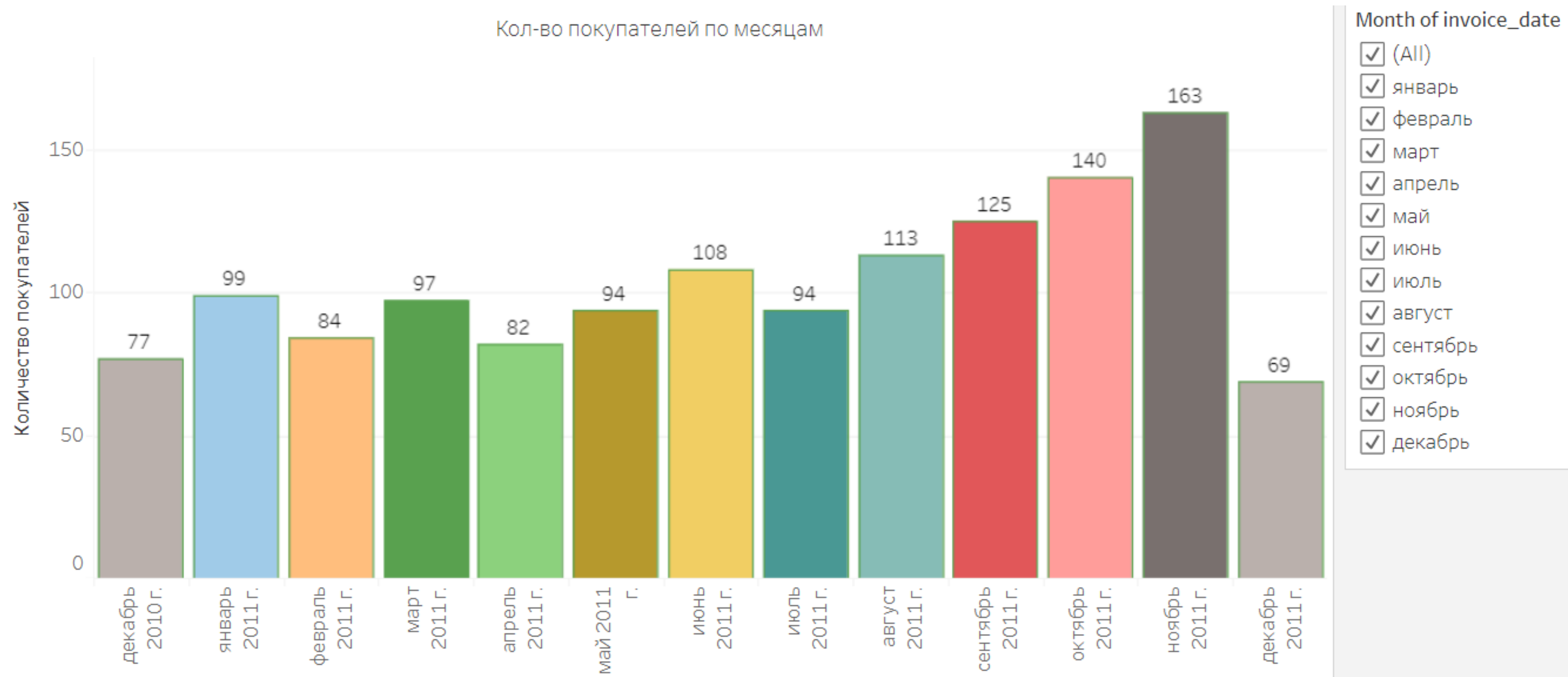
1. В четверг наивысший показатель прибыли
2. В выходной день продается меньше продукции, чем в будний

Выручка по дням недели



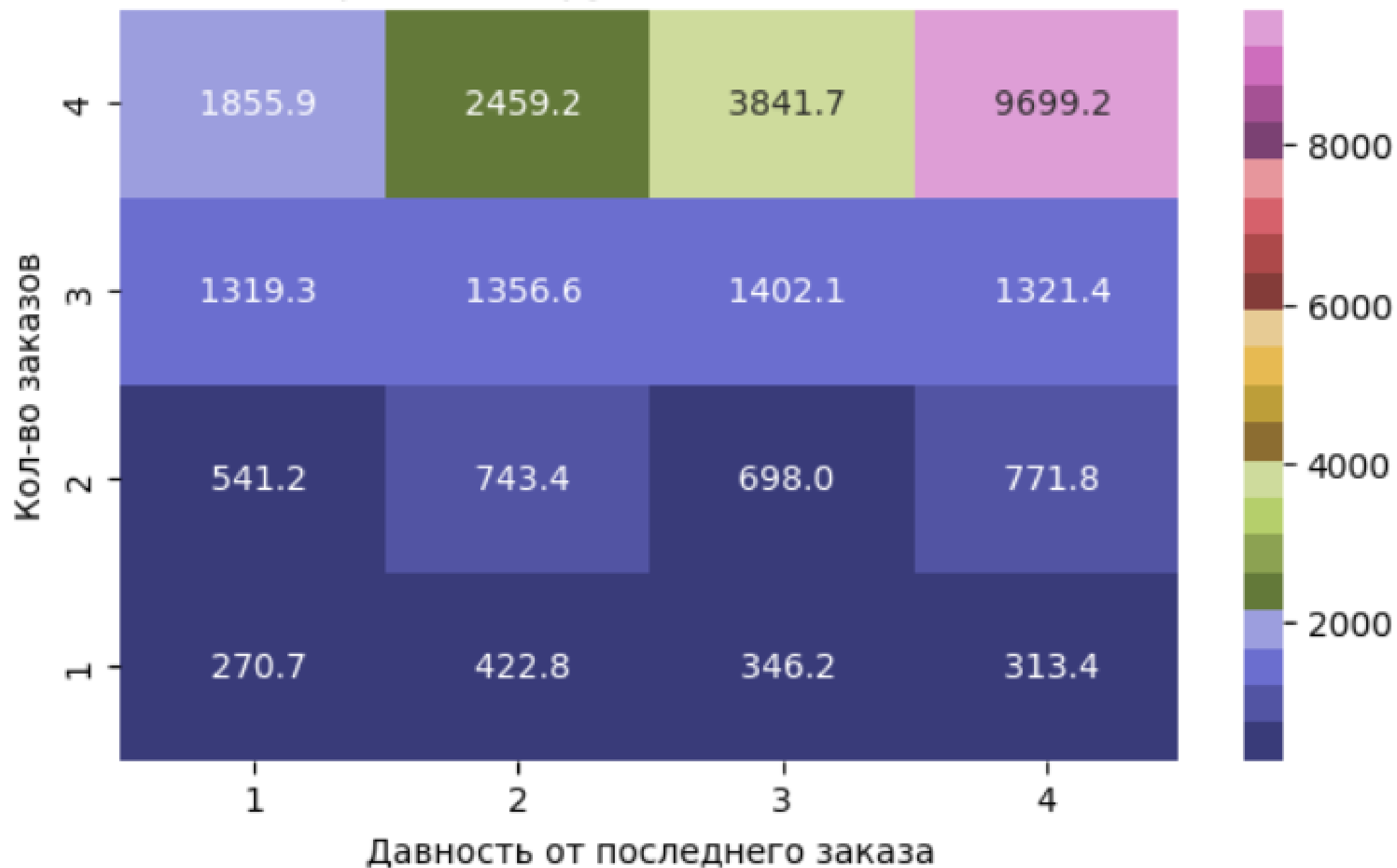
# Временной анализ

Количество уникальных покупателей начало расти в августе и достигло пика в ноябре



# RFM-анализ

Средняя выручка по сегментам



**11, 21, 22, 31, 41, 42, 12, 32**  
нелояльные клиенты. Маленькая  
выручка, мало покупали

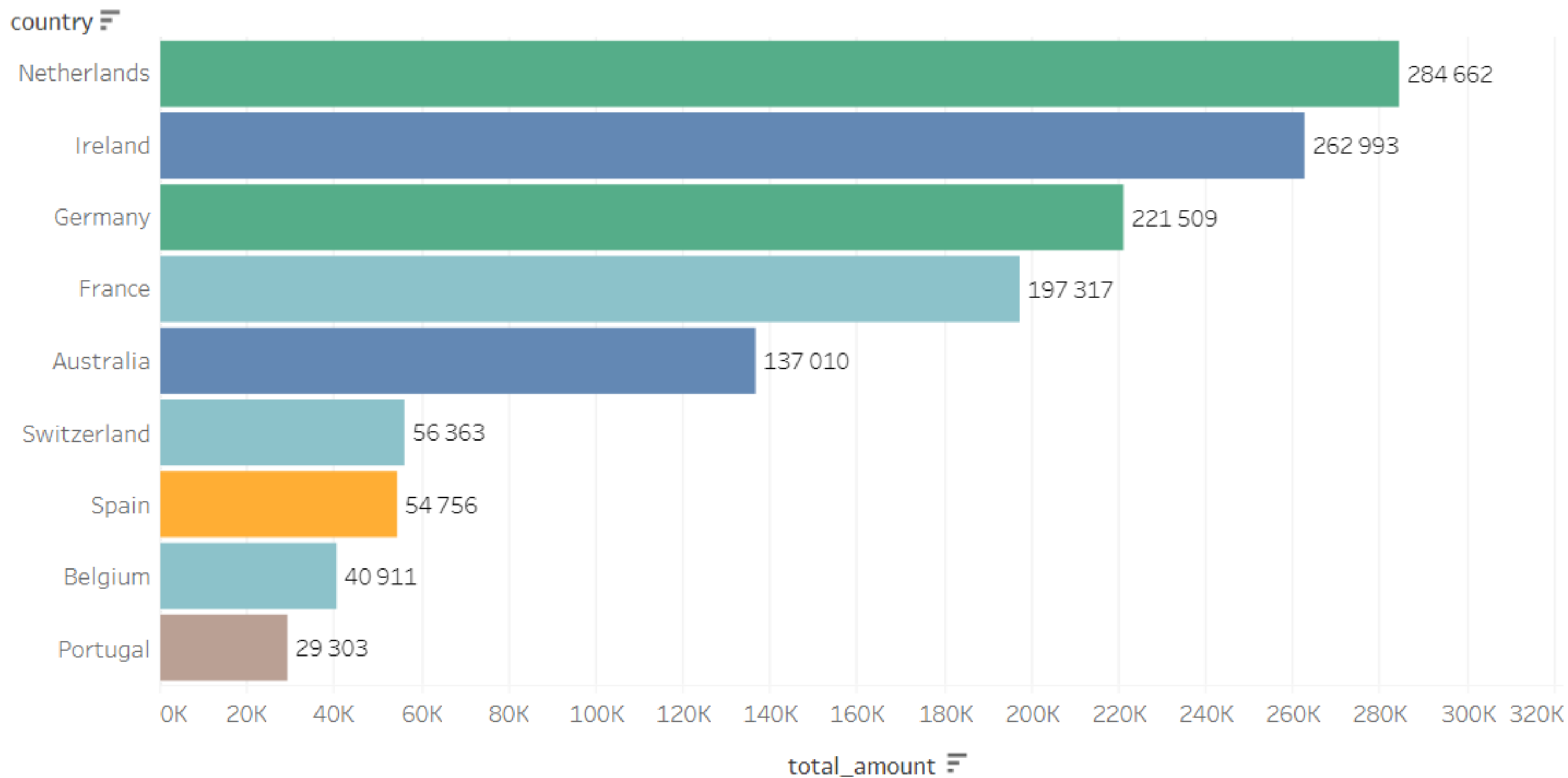
**33, 43** перспективные клиенты

**13, 23, 14, 24** - потерянные  
клиенты. Нужно выяснить что  
случилось

**34, 44** - лояльные клиенты, купили  
много, недавно и на большие суммы

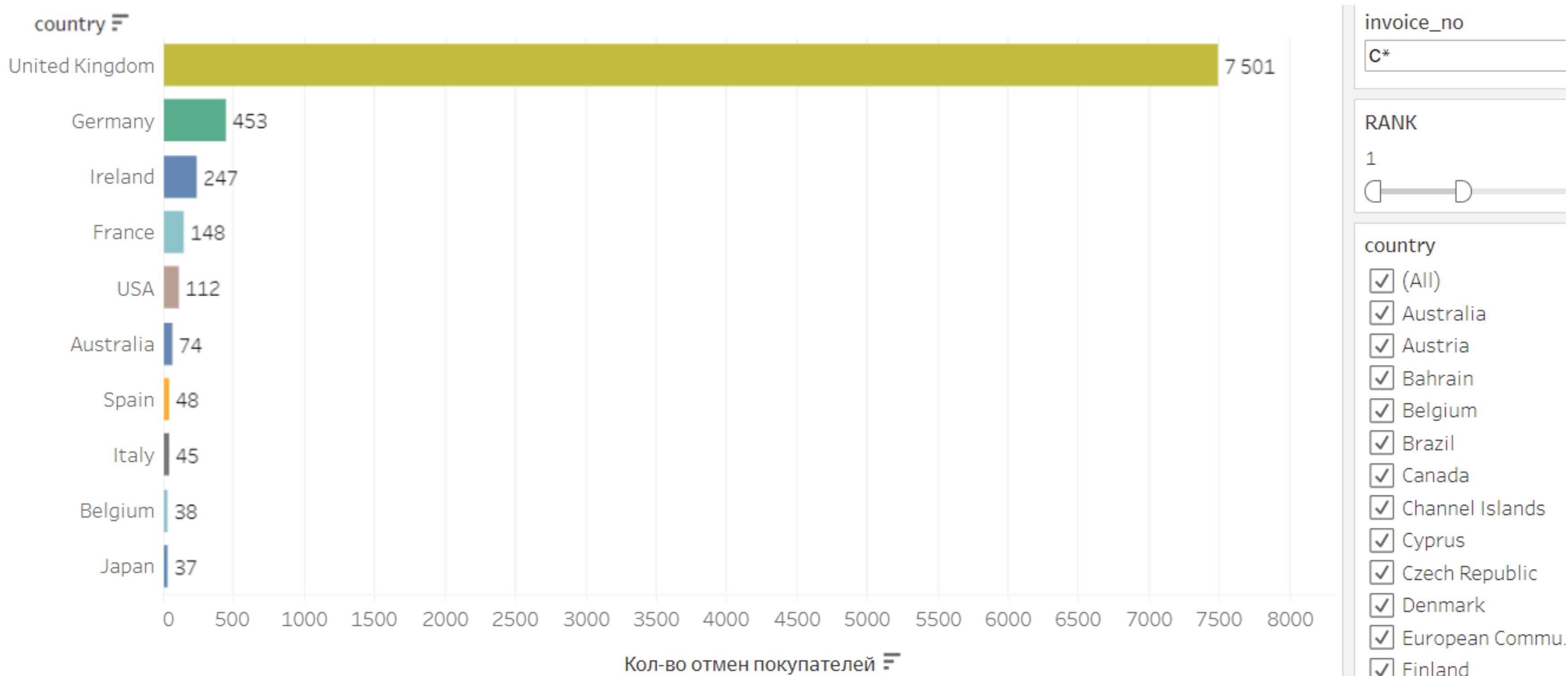


# Топ стран по сумме продаж (кроме UK)

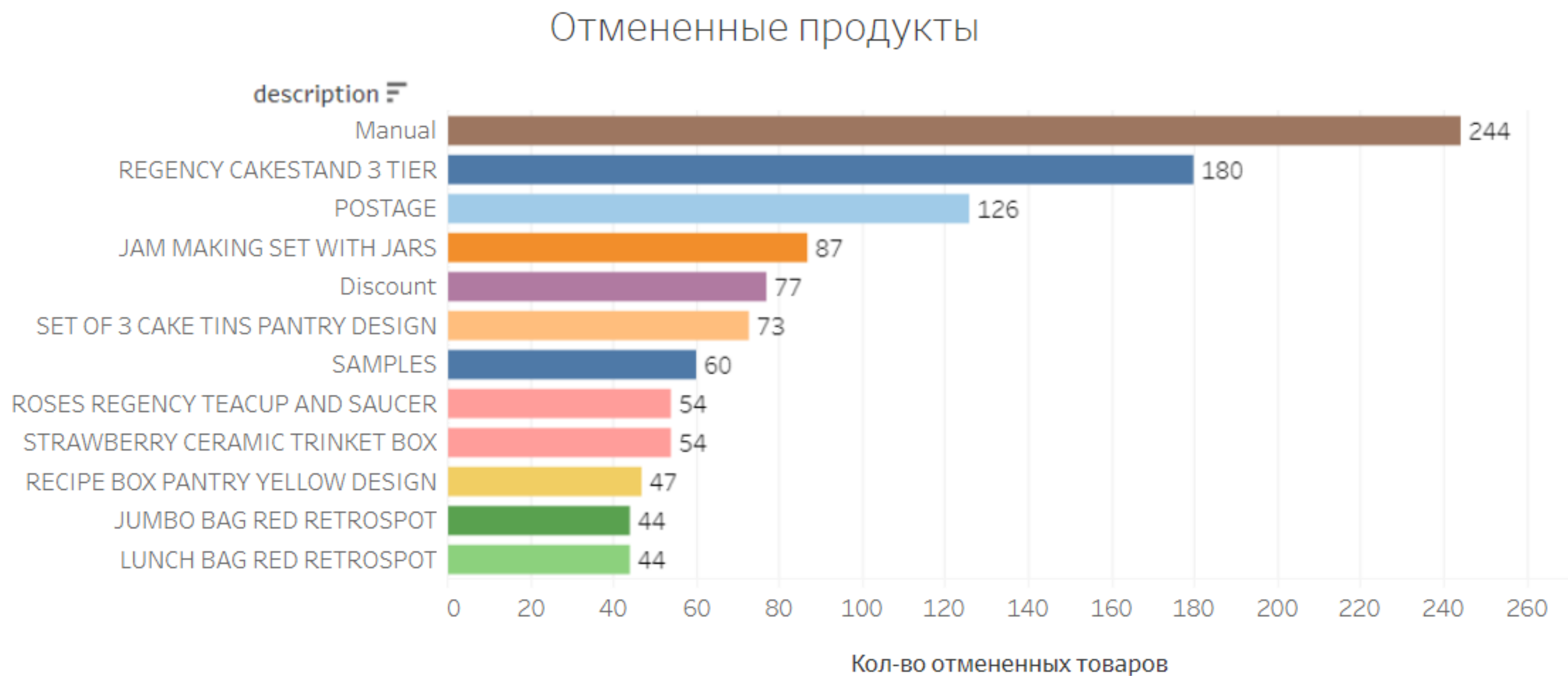


# Количество отмененных товаров

Больше всего отмен было совершено в UK



# Какие товары отменяли чаще всего?



RANK

1 12

invoice\_no

C\* x

country

x

- ☒ (All)
- ☒ Australia
- ☒ Austria
- ☒ Bahrain
- ☒ Belgium
- ☒ Brazil
- ☒ Canada
- ☒ Channel Islands
- ☒ Cyprus
- ☒ Czech Republic
- ☒ Denmark
- ☒ European Commu...



# Выводы



- 1) Покупательская способность выше с 10ч. до 12ч.
- 2) В выходной день сумма продаж меньше чем в будни
- 3) С августа по ноябрь максимум продаж



Проведено сегментирование покупателей. Выявили потерянных клиентов, которых нужно попробовать вернуть



Рассчитали метрики в разрезе каждой страны: средний чек, сумма продаж, количество уникальных клиентов



Визуализация итогов в Tableau  
[Dashboard\\_general](#)  
[Dashboard\\_map](#)



Вопросы?

Проект на Github