

# Выявление профилей покупателей

в E-commerce, онлайн-магазин товаров для дома «Пока все ещё тут»



Иван Симанов, 20.03.2021

# Цель и задачи проекта

- Сегментировать покупателей по профилю потребления;
- Провести исследовательский анализ данных;
- Сегментировать покупателей на основе истории их покупок;
- Сформулировать и проверить статистические гипотезы.

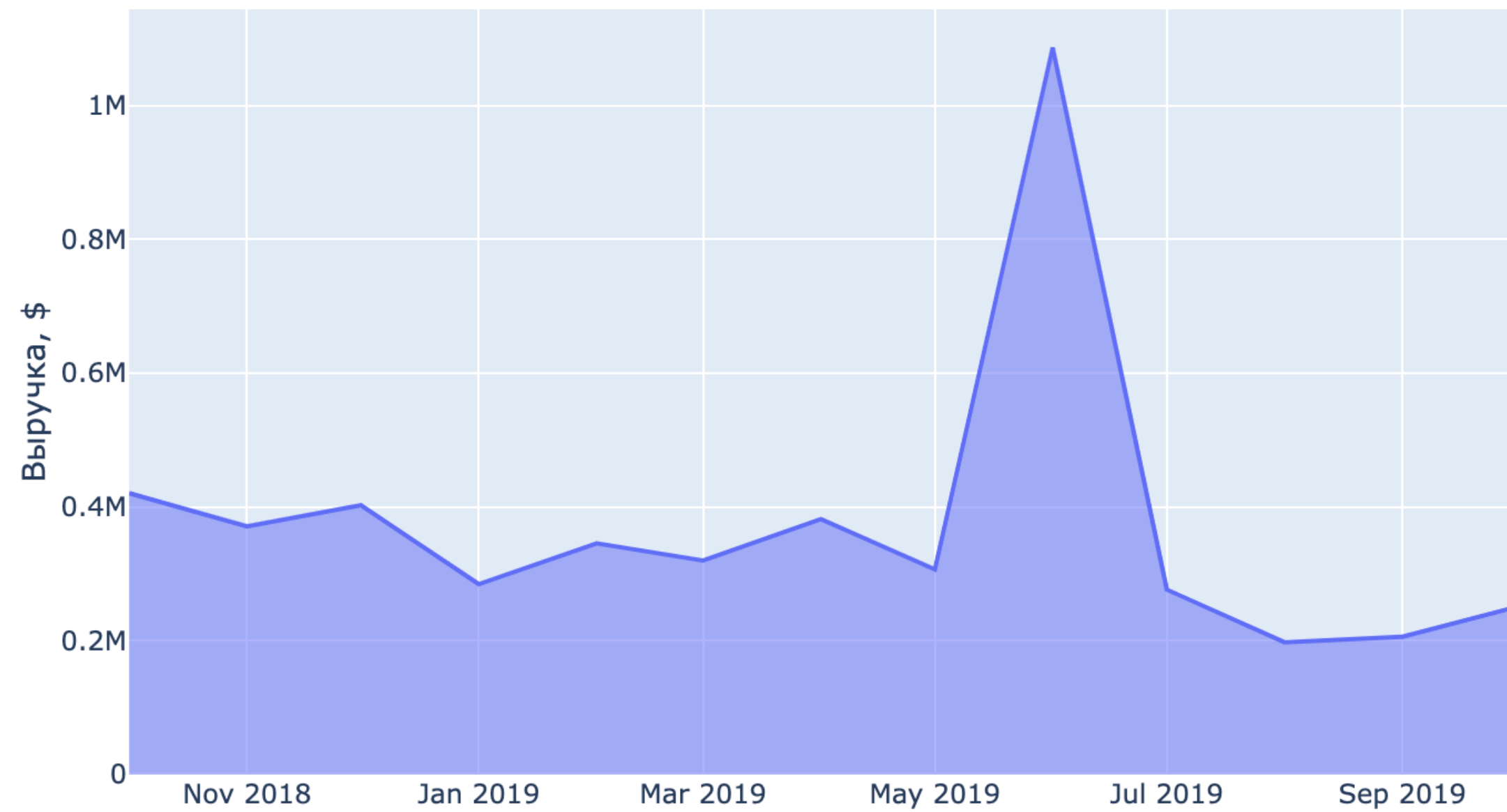
# Анализ продаж: выручка и объем

- Среднее количество заказов на покупателя: 1;
- Средняя выручка по покупателям составляет: 741.0\$;
- Средняя сумма заказа составляет: 727.0\$;
- Средняя стоимость продукта по покупателям составляет: 340.5\$;
- Среднее количество единиц товара в заказе: 1.

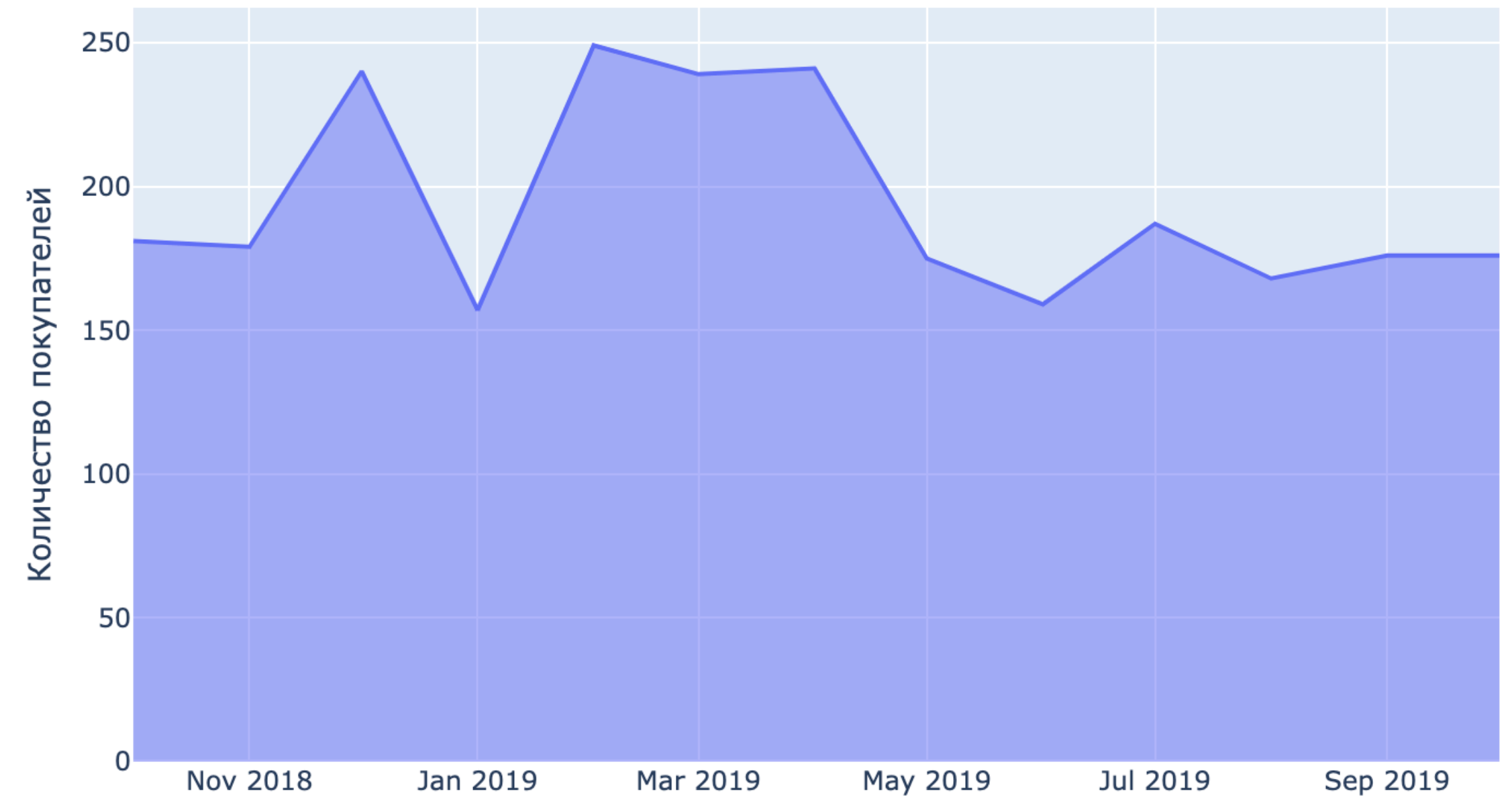
# Анализ продаж: сезонность

- Выраженной сезонности продаж не обнаружено

Динамика выручки по месяцам



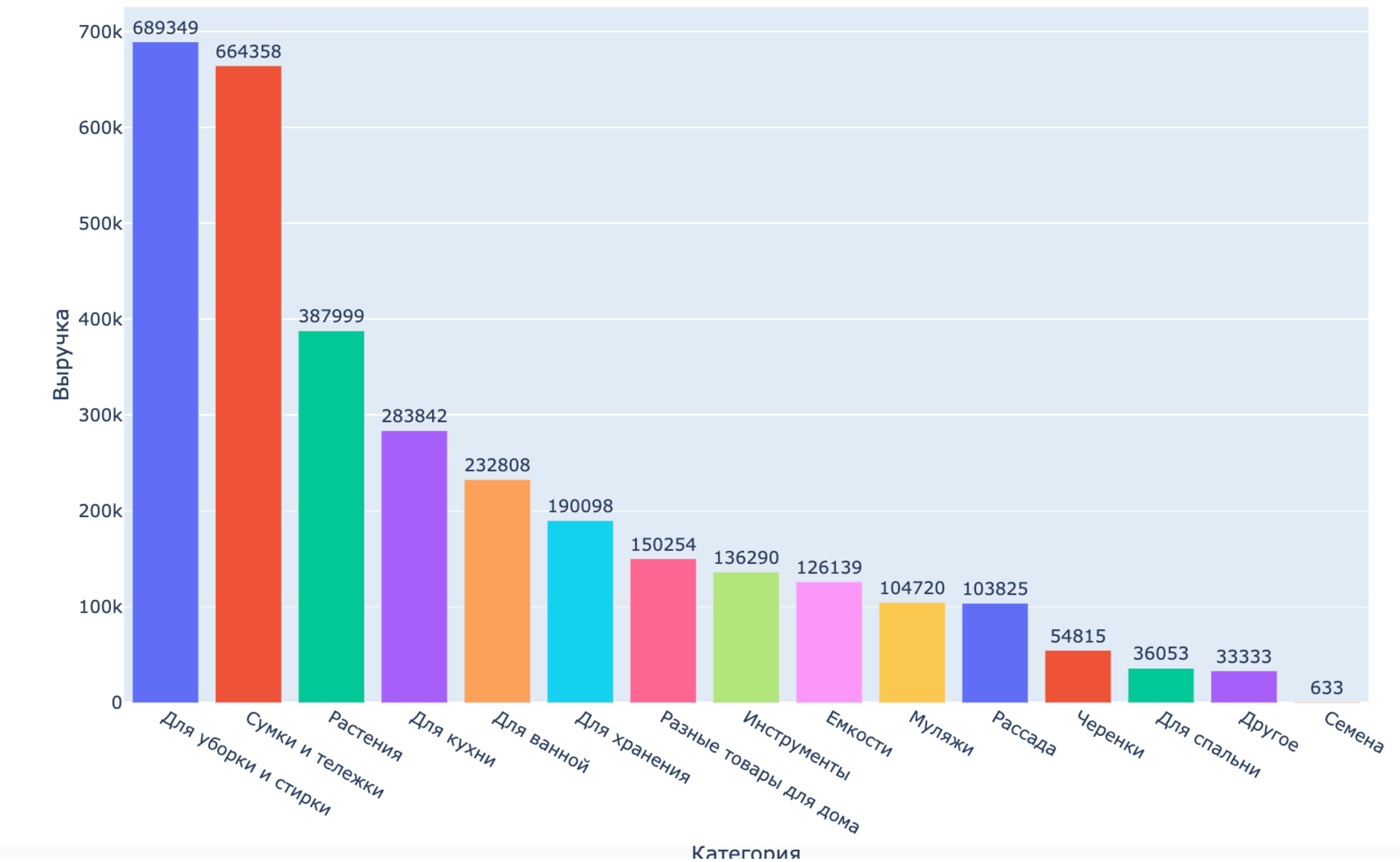
Количество покупателей по месяцам



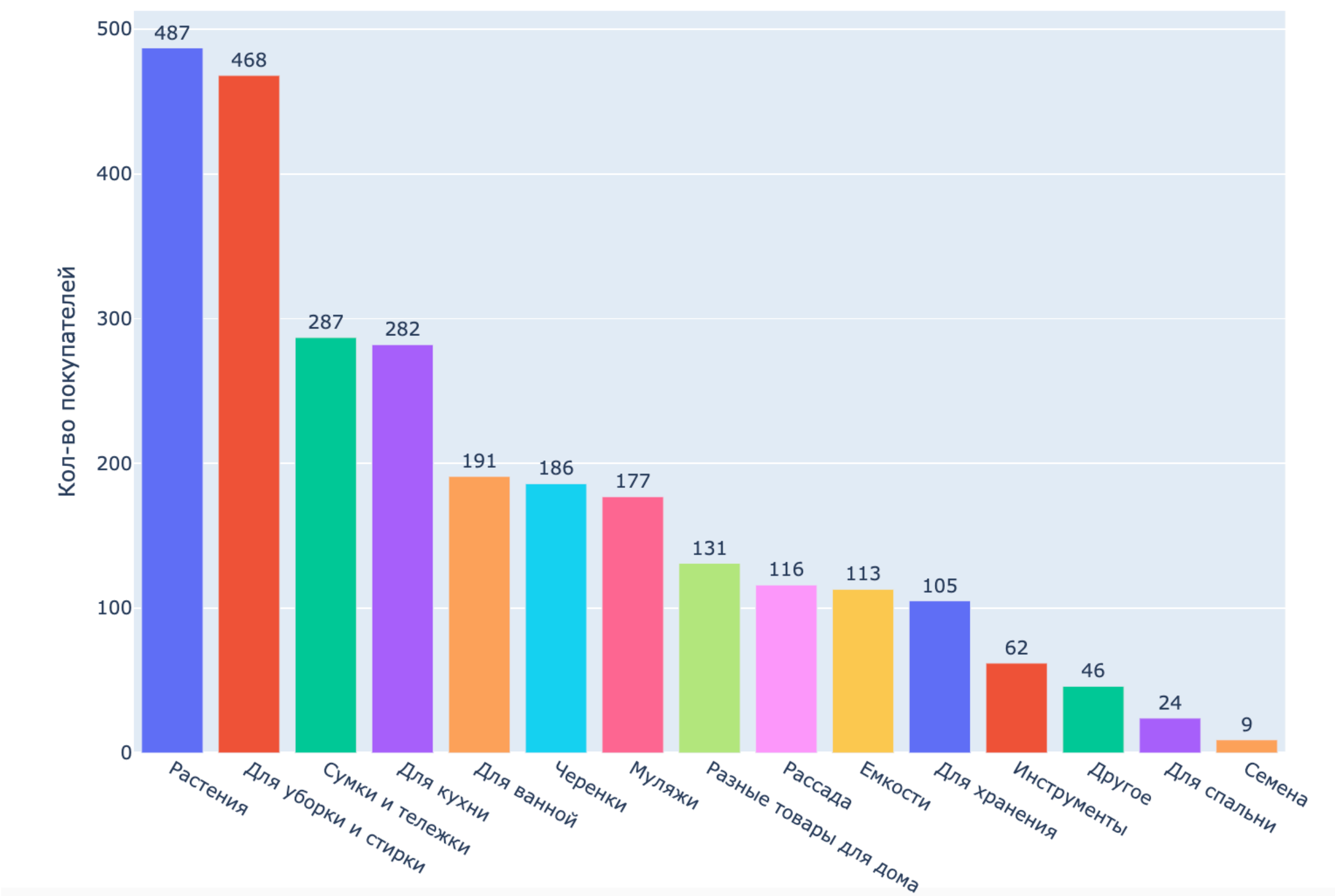
# ТОПы категорий и товаров

- В топе категории "Для ванной", "Сумки и тележки" и "Для уборки и стирки". Товаров, которые купили 5 и более пользователей - 169.

Доля выручки по категориям товаров

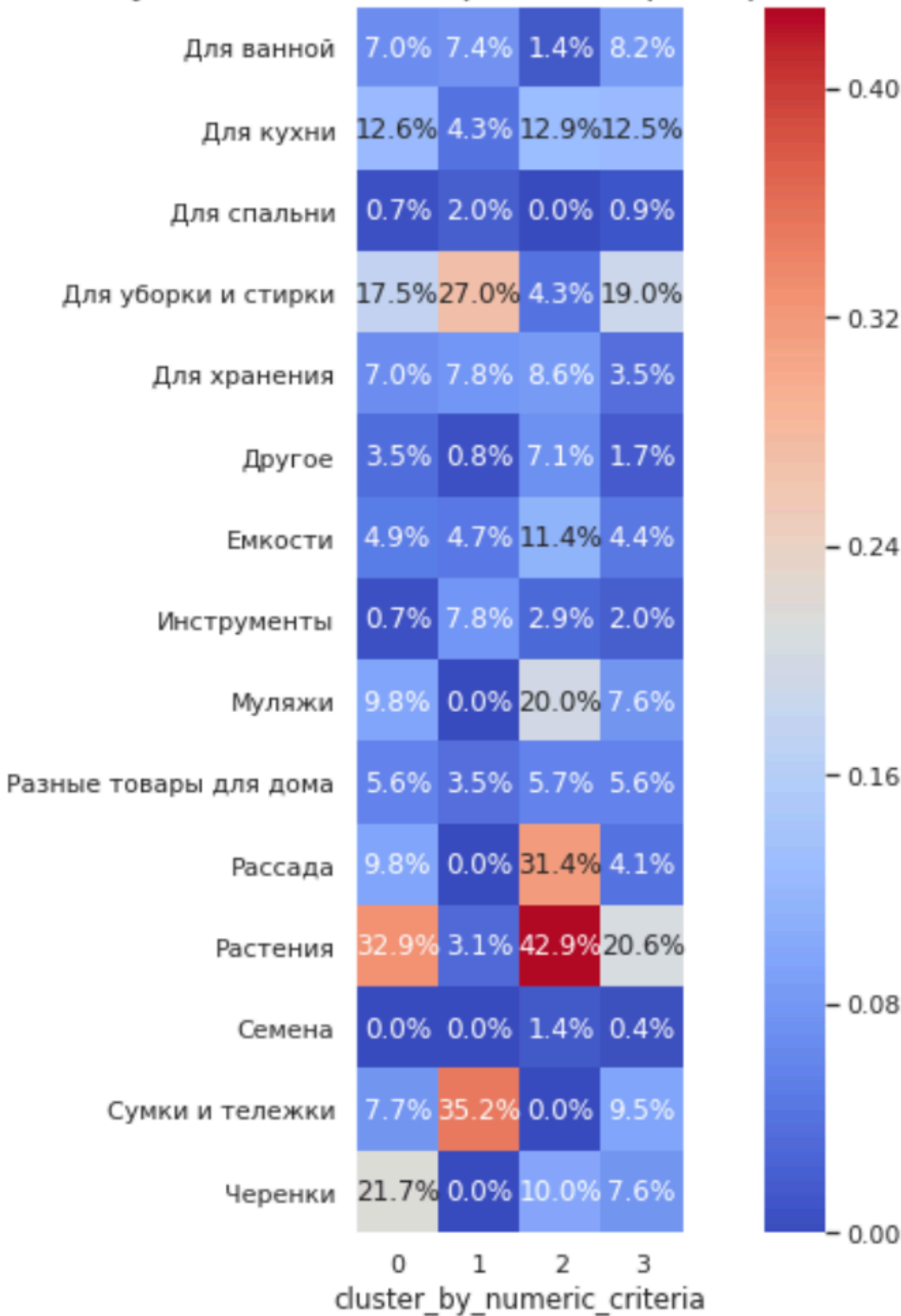


Доля покупателей по категориям товаров



# Кластеризация, тепловая карта

Процент покупателей в кластерах с товарами различных категорий



# Сезонность товаров по категориям

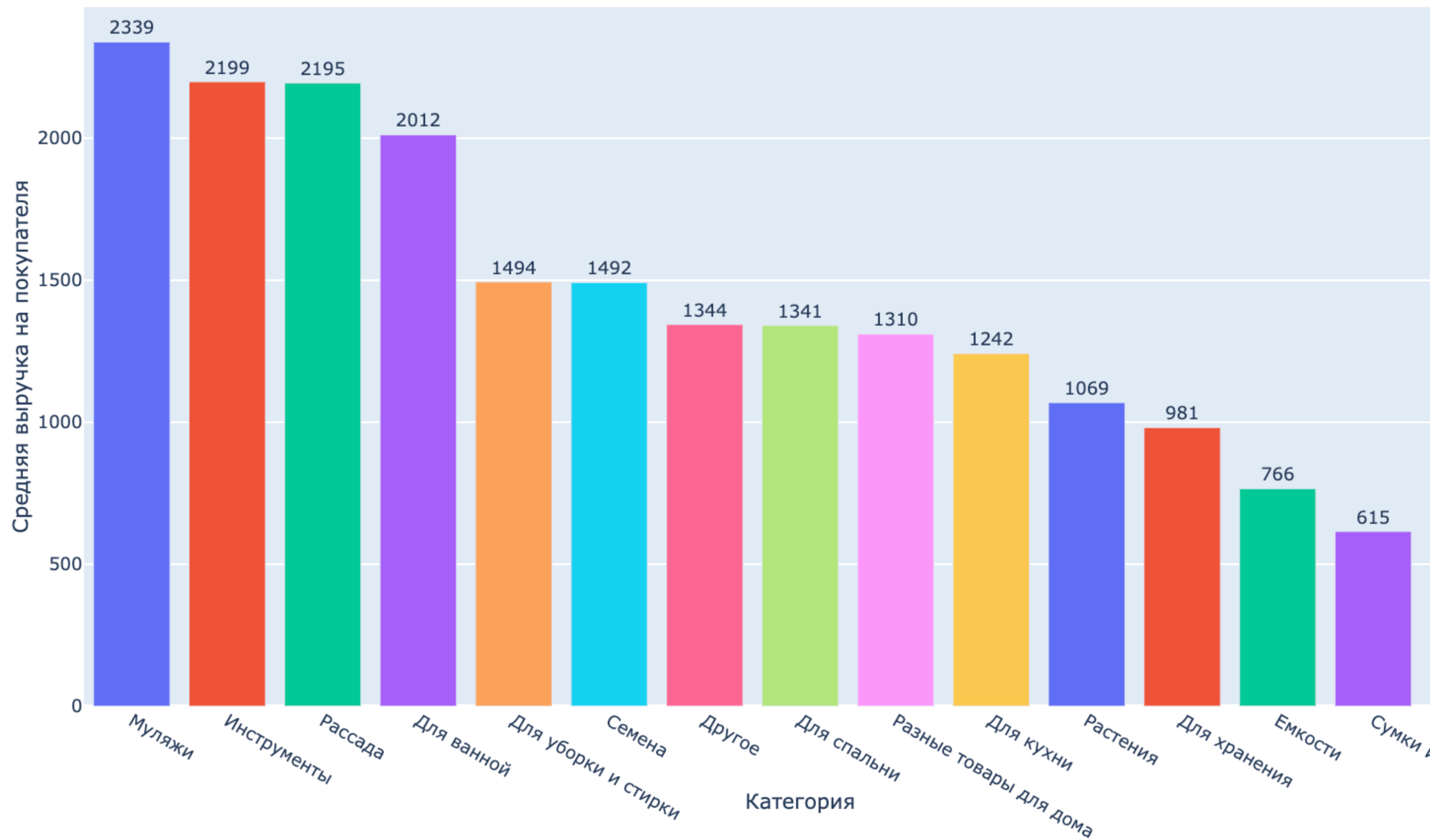
- Логично высокий спрос на растения в апреле, рассаду в мае, сумки и тележки в августе и тд.





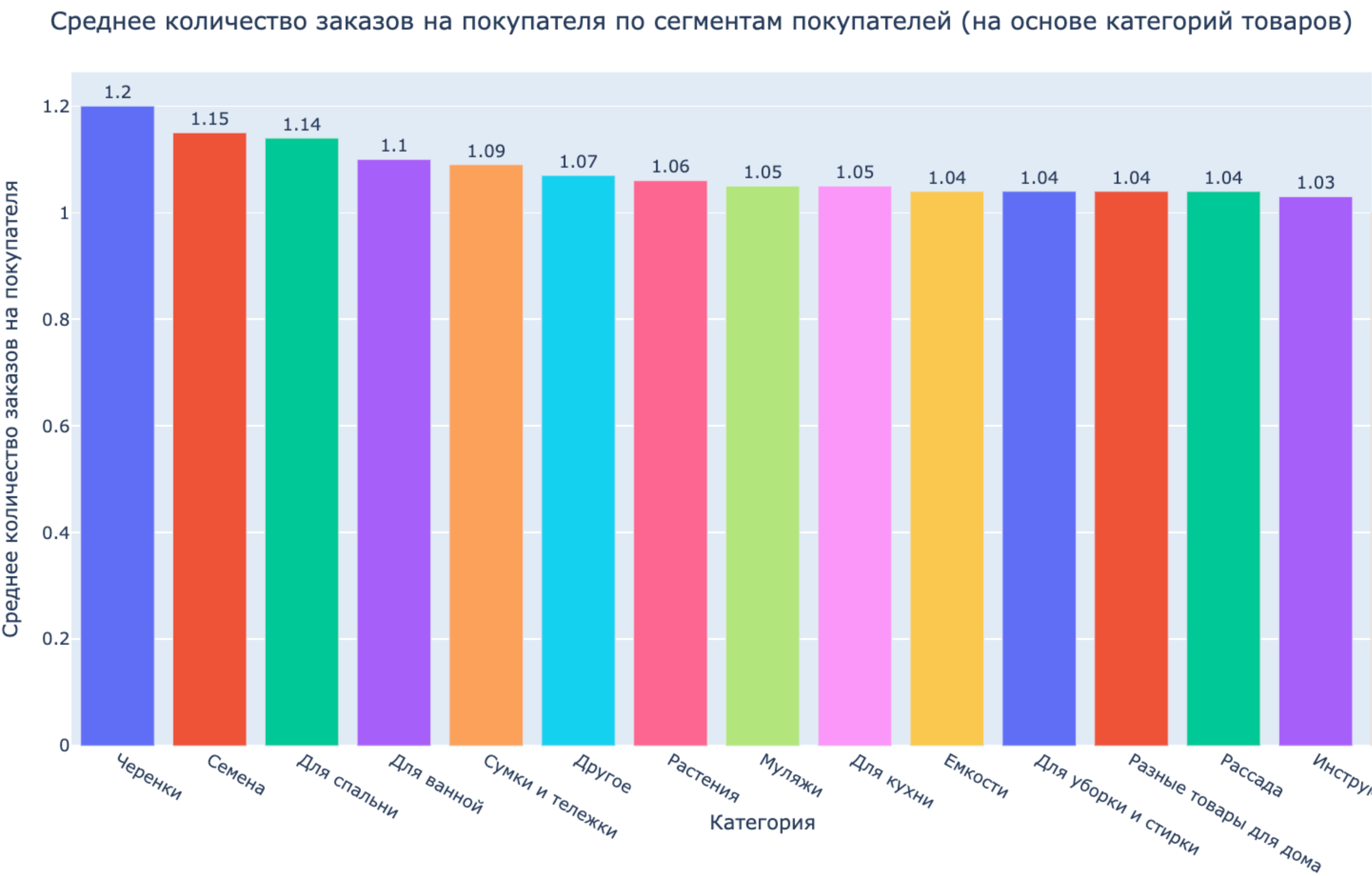
# Средняя выручка на покупателя по категориям

Средняя выручка на покупателя по сегментам покупателей (на основе категорий товаров)





# Среднее кол-во заказов на покупателя по категориям



# Выводы

- Определено, что пользователи совершают межкатегориальные покупки только в 3-4 категориях товаров - "Растения", "Рассада", "Семена" и "Черенки". По всем остальным категориям пользователи, как правило, совершают покупки внутри одной категории.
- В ТОПах: категория "Растения" и самая популярная с точки зрения количества покупок, но по общей выручке она занимает лишь 3-е место - 12% от всей выручки, что в два раза меньше, чем у каждой из первых по выручке двух категорий - "Сумки и тележки" (21% от всей выручки) и "Для уборки и стирки" (20% от всей выручки).
- Выраженная сезонность продаж некоторых товаров/категорий: Растения - пик покупок в апреле, Товары для уборки и стирки, емкости, для хранения, для кухни и для ванной всего покупают в мае, Рассада - пик покупок имеют в мае, Черенки - пик в марте, Сумки и тележки - пик в августе, Инструмент в основном покупают осенью и зимой.

# Рекомендации

- Для создания спецпредложений рекомендуется использовать списки наиболее покупаемых товаров внутри категорий, кроме случаев, когда покупателей интересуют категории "Растения", "Рассада", "Семена" и "Черенки" - так как в этом случае имеет смысл предлагать пользователям списки самых покупаемых позиций по всем этим четырем категориям.

**Спасибо за внимание!**