

Анализ товарного ассортимента интернет-магазина товаров для дома и быта «Пока все ещё тут».

Данные предоставлены заказчиком

Выполнила : Лебедева Карина

30.04.2023

Содержание

Цель исследования

Предобработка данных

Динамика выручки и количества продаж

Динамика заказов, покупателей, среднего чека

Распределение категорий товаров по выручке и количеству

ТОП-3 товаров в категории по выручке

Товары, которые покупают от 2 штук

Распределение групп ABC по количеству товаров в категориях

Распределение сегментов ABCXYZ по количеству товаров

Распределение категорий в сегментах AX, BX, CX по выручке

Распределение категорий в сегментах AX, BX, CX по выручке

Распределение категорий в сегментах AY, BY, AZ, BZ по выручке

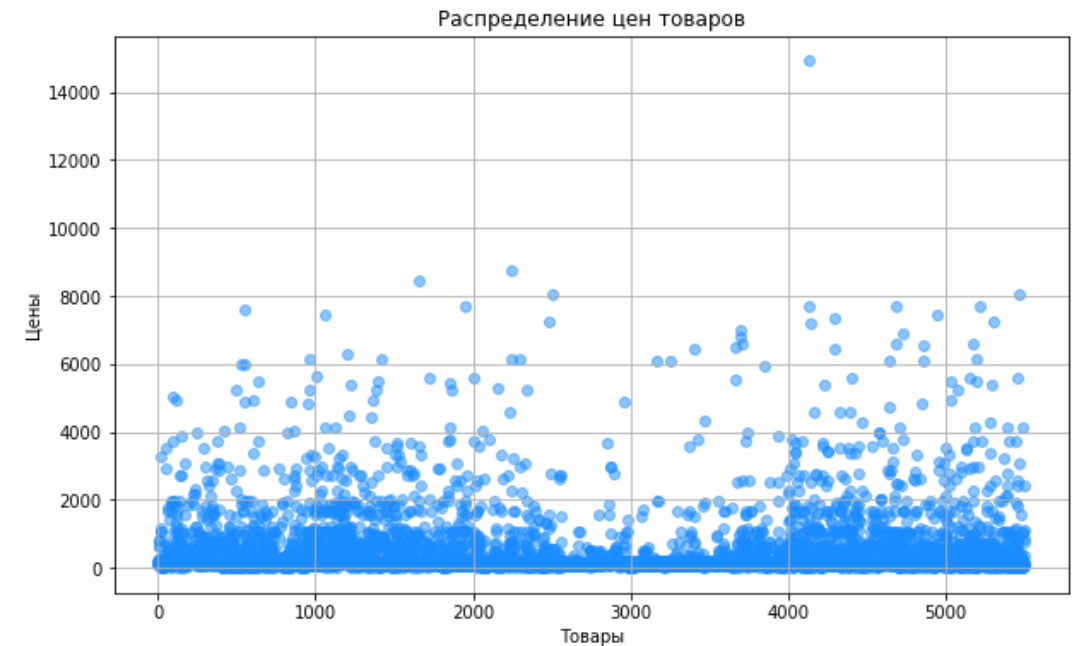
Цель исследования

**1. Исследовать товарный
ассортимент интернет-магазина
товаров для дома и быта «Пока все
ещё тут».**

**2. Выделить основной и
дополнительный ассортимент
товаров.**

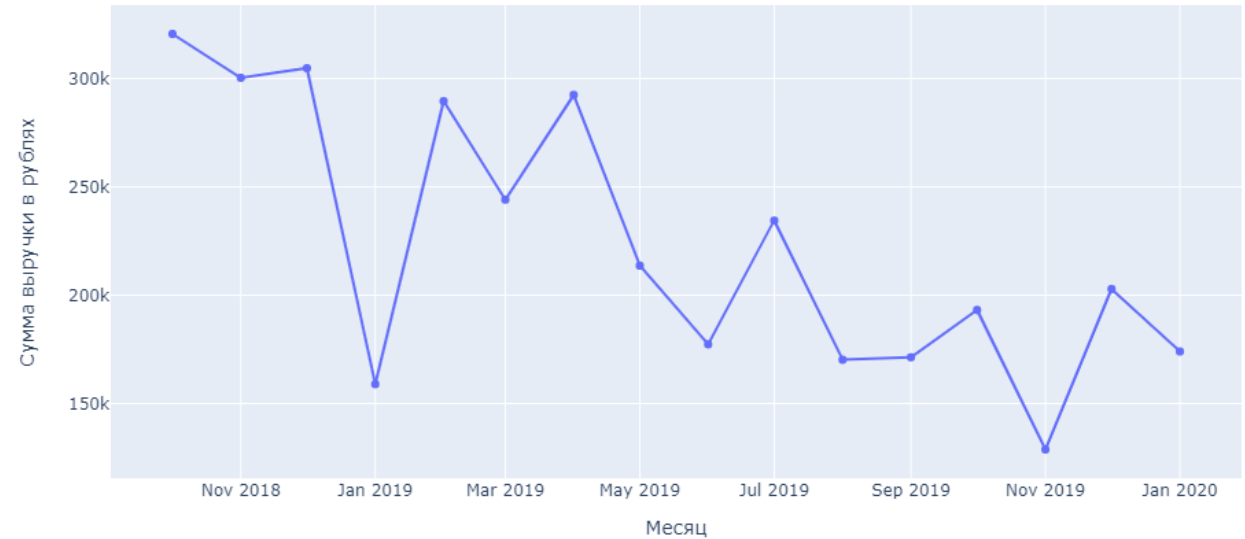
По итогу предобработки данных:

- Привели колонку date к типу DateTime;
- Нашли и очистили данные от 1900 дубликатов, что составило 25% от данных;
- Устранили выброс в данных quantity (1.04 %). Оставили заказы с менее 25 товарами.
- Создали столбцы only_date с датой, month с номером месяца, hour с часом, day_of_week с днем недели заказа, которые пригодятся в дальнейшем анализе.
- Имеем для анализа датасет из 5501 строки.



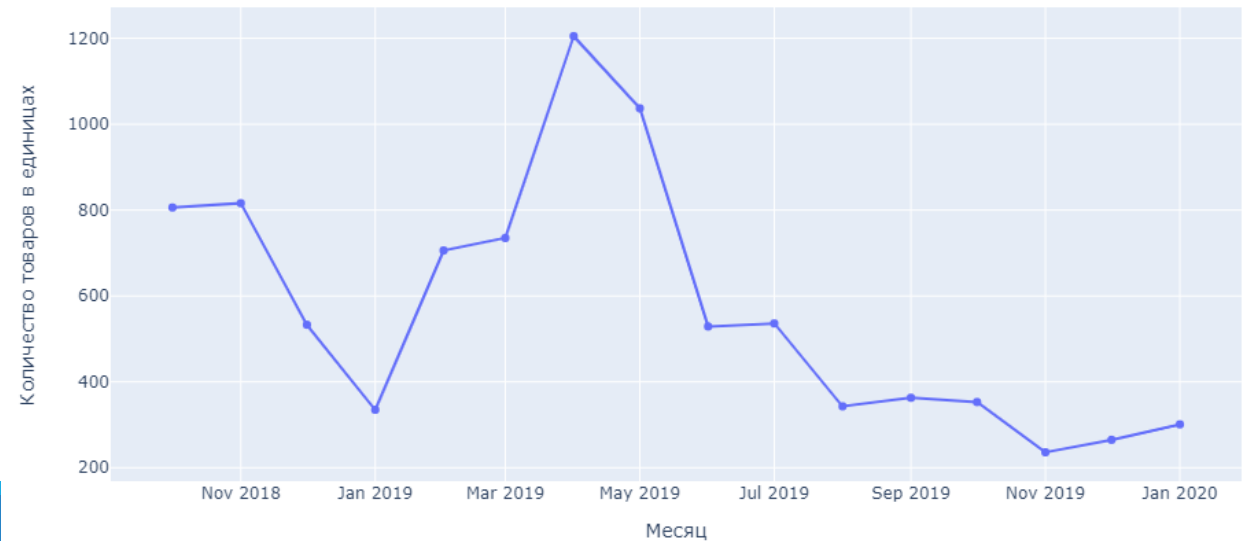
- Пик продаж приходится на октябрь 2018 года - 320653 рублей.
- Также хорошие выручки были в апреле 2019 года - 292526 руб. и в феврале 2019 года - 289601 руб.

Динамика выручки



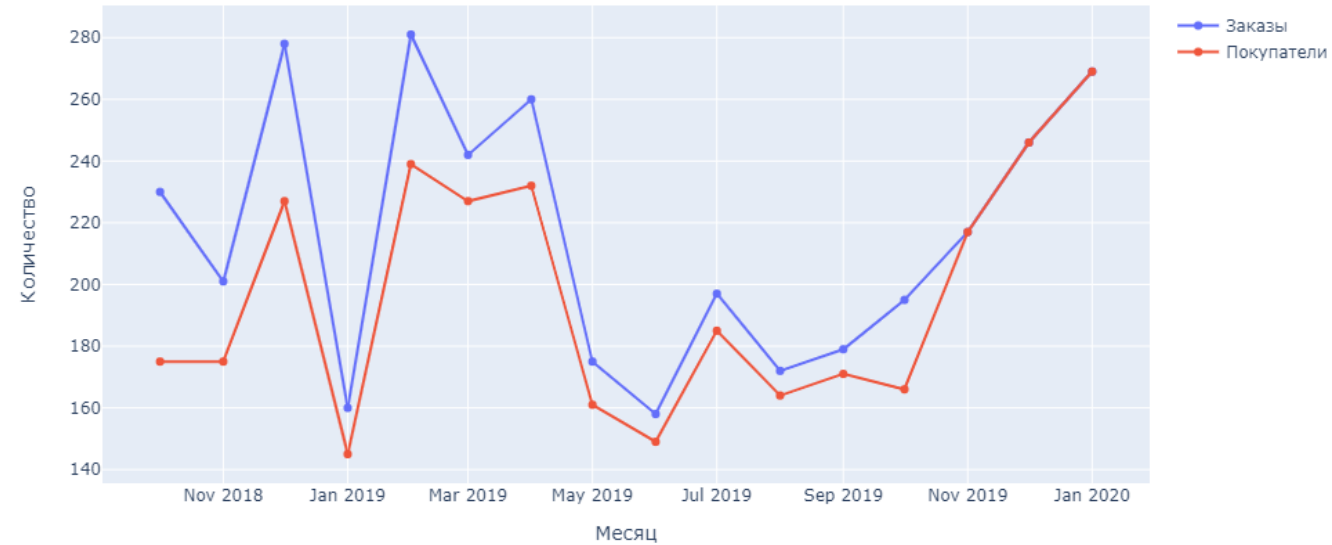
- Больше всего товаров было продано в апреле - 1205 ед. и в мае 2019 года - 1037 ед.
- Самый провальный месяц по обоим графикам - ноябрь 2019 года

Динамика количества товаров



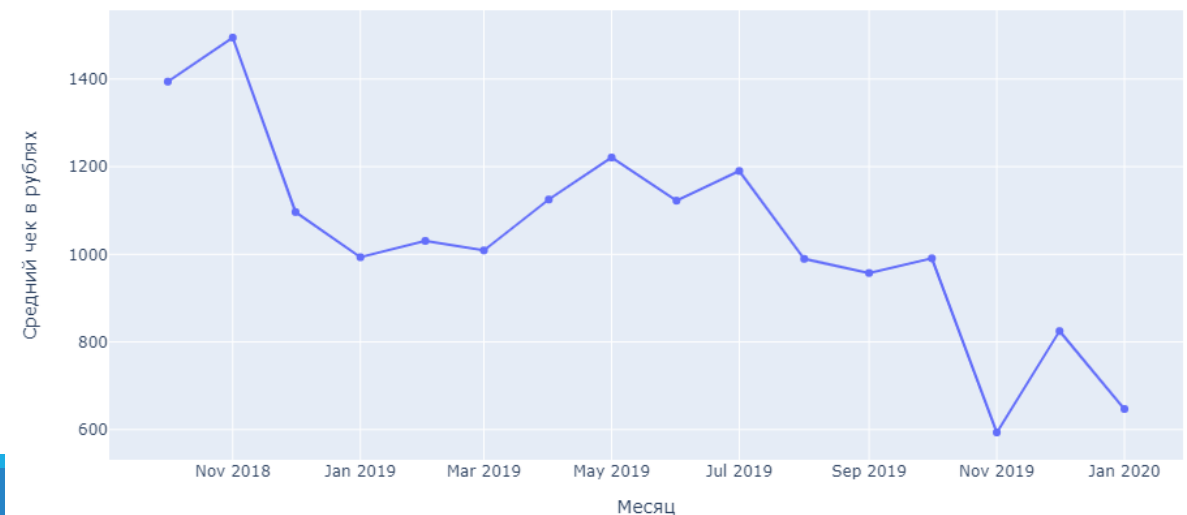
- Пики по количеству заказов и покупателей в начале периода совпадают. Это декабрь 2018 года, февраль и апрель 2019 года.
- Неожиданно мы наблюдаем рост покупателей и заказов в ноябре 2019 года.

Динамика заказов и покупателей



- Средний чек в ноябре ниже , чем в другие месяцы. Самый высокий средний чек наблюдается в ноябре 2018 года - 1494 рубля. А также в мае 2019 - 1220 руб. и в июле 2019 - 1190 рублей.

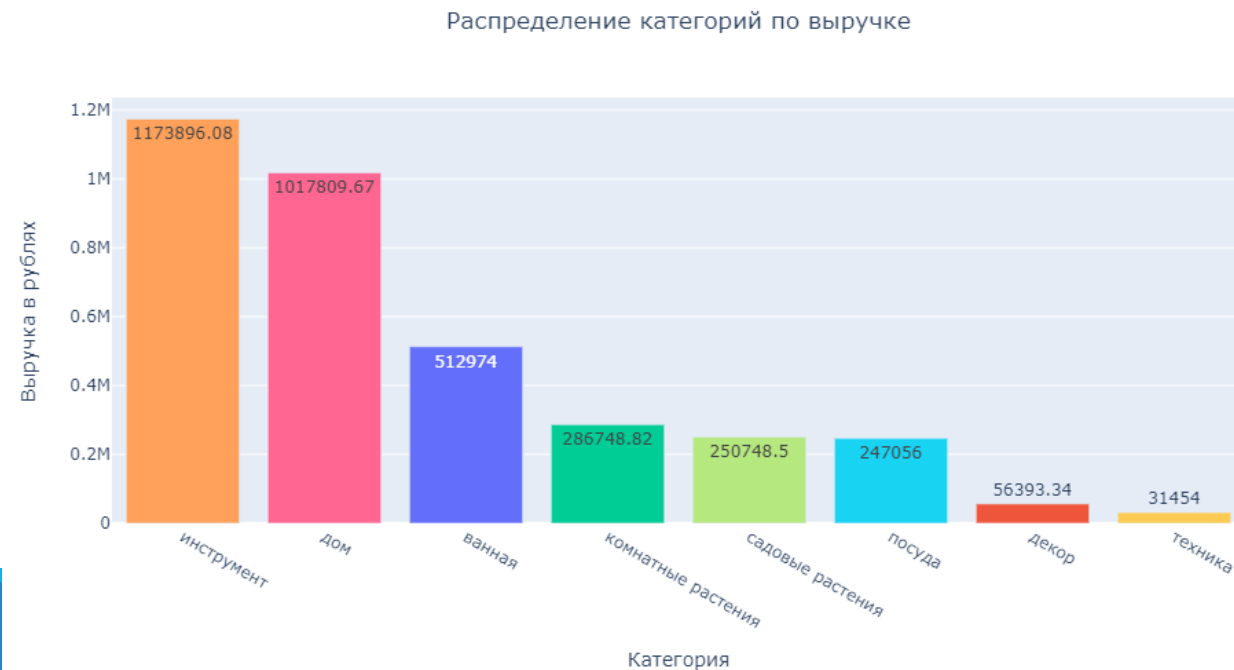
Динамика среднего чека



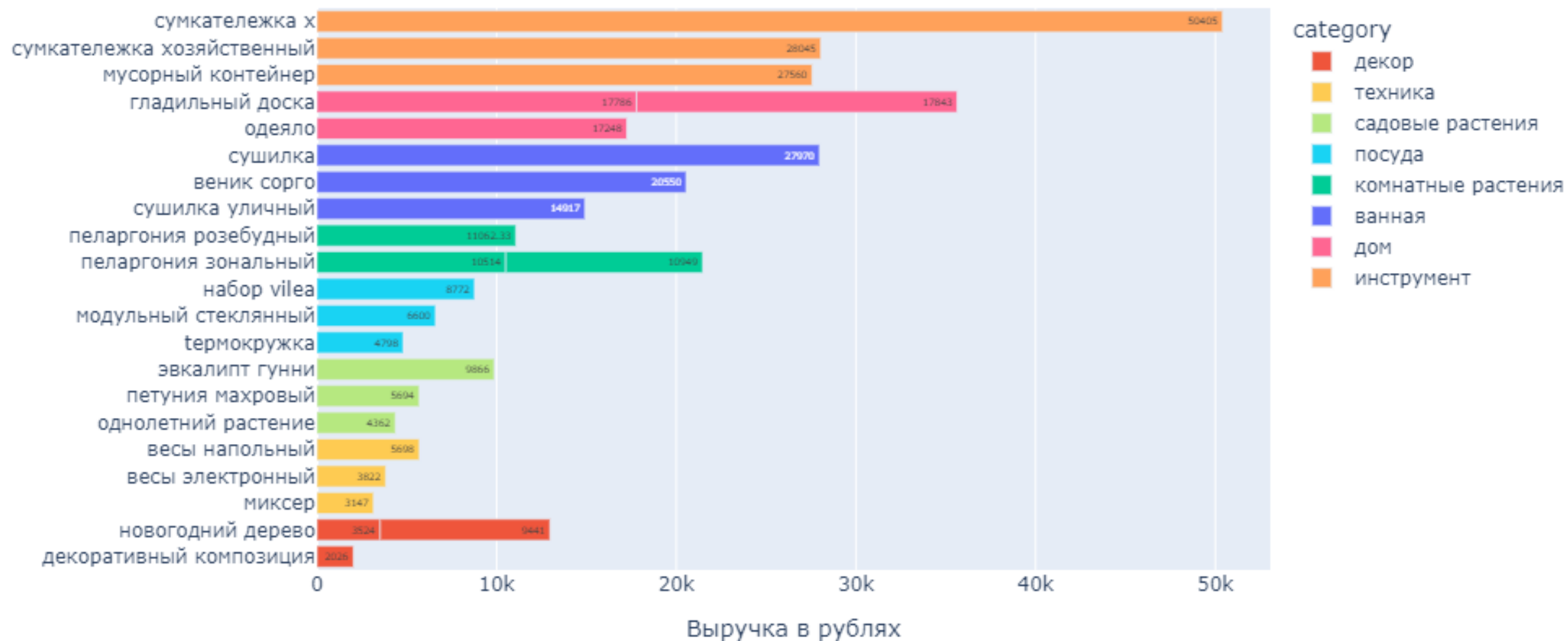
- По количеству проданных товаров лидируют группы "Садовые растения" (2448 товаров) и «Комнатные растения» (1530 товаров).



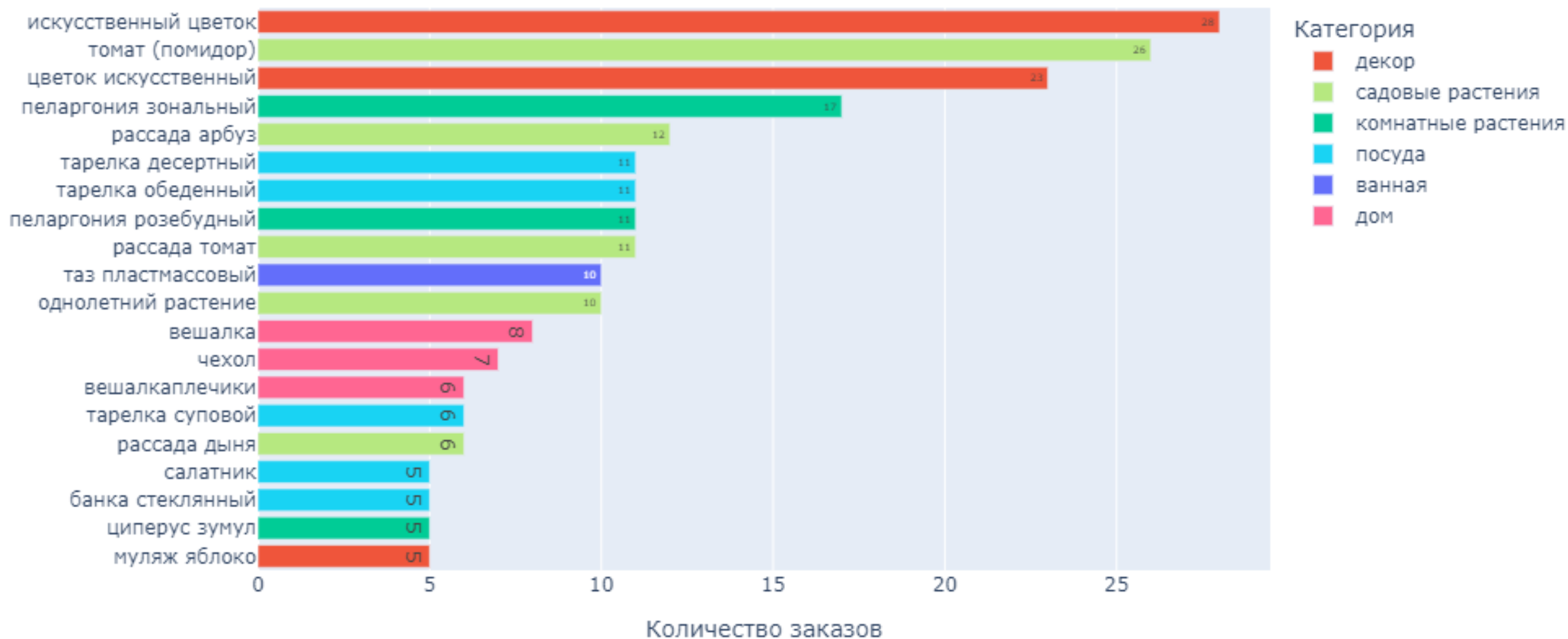
- По выручке мы видим в лидерах - "Инструмент" (1 173 896 руб.) и "Дом" (1 017 809 руб.). Очевидно, что садовые растения это мелкий и дешевый товар, а инструмент более дорогой.
- Раздел "Дом" дает хорошие результаты по двум показателям.



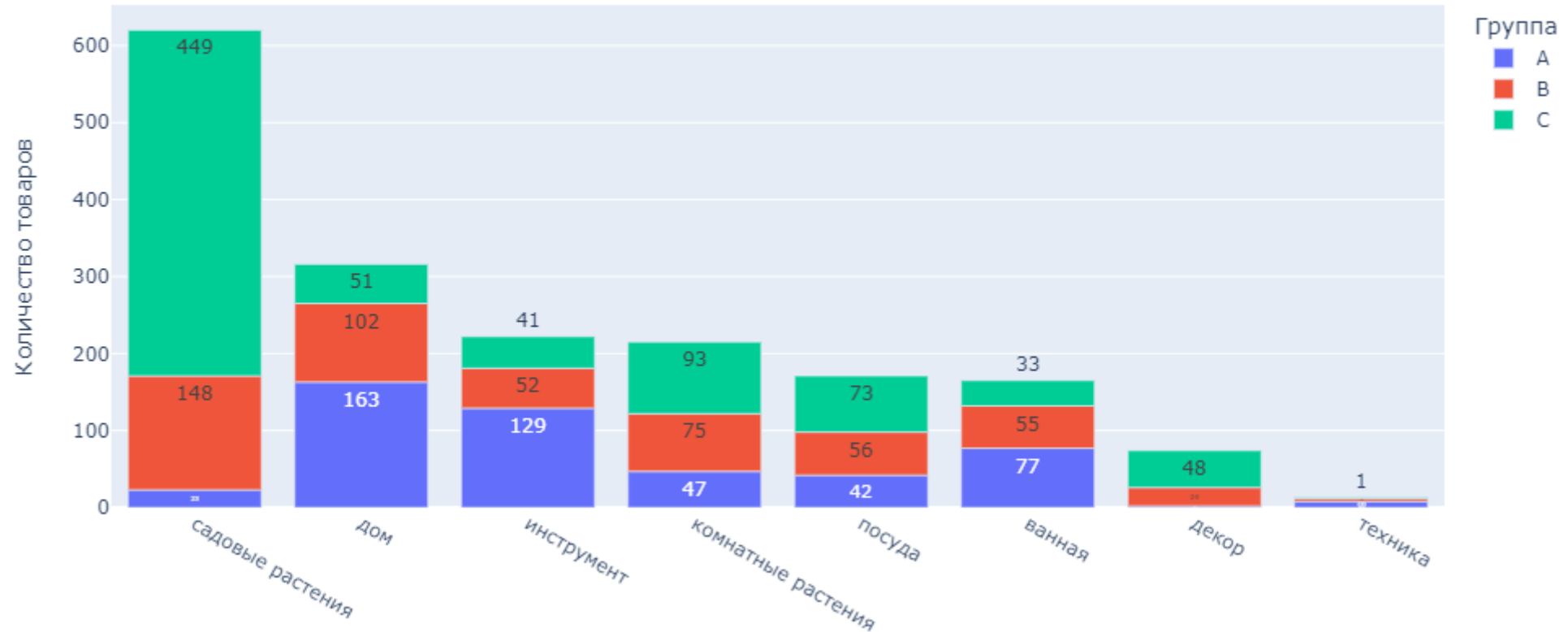
ТОП-3 товаров в категориях по выручке



Товары, которые покупают от 2 штук



Распределение групп ABC по количеству товаров в категориях



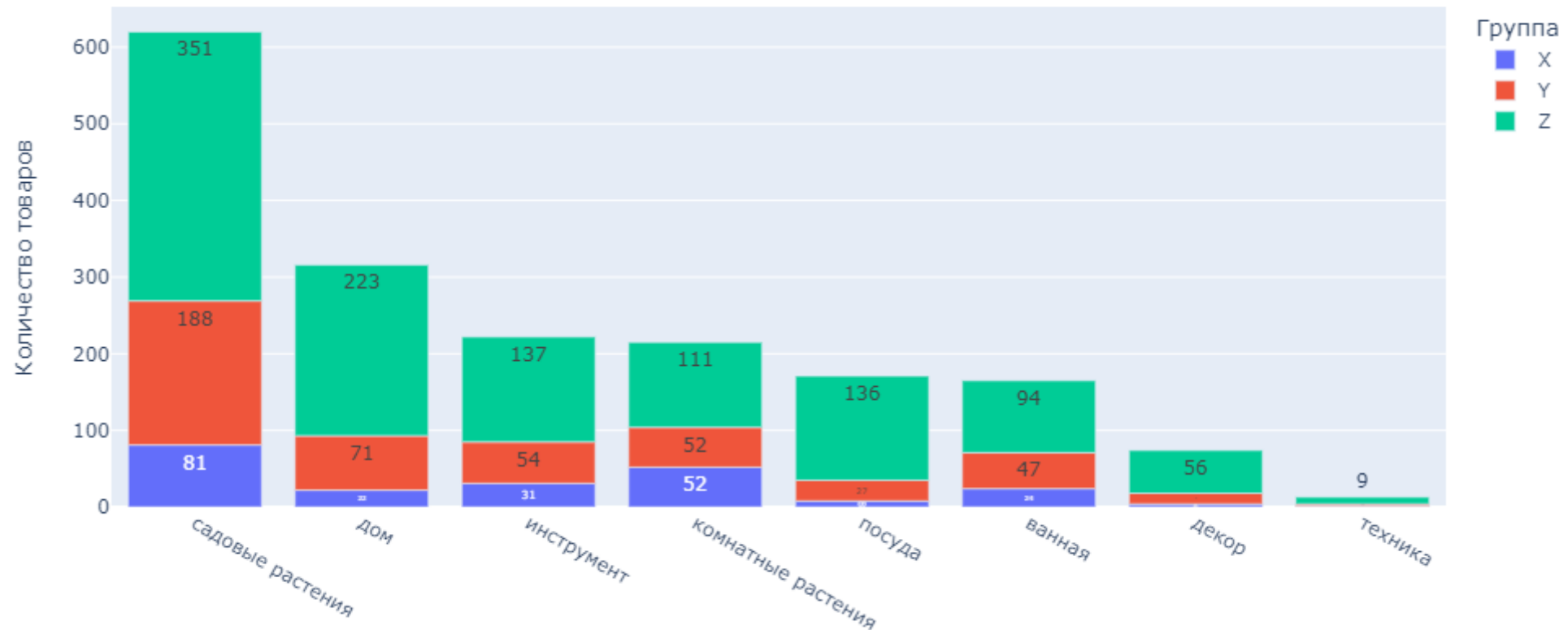
А — дают 80% выручки. Эта группа состоит из 491 товара, что составляет 27%. Больше всего таких товаров в категориях : "Дом", "Инструмент" и "Ванная".

В — формируют 14.7 % выручки и составляют 28.7 % ассортимента. Больше всего таких товаров в "Садовых растениях" в "Доме" и в "Комнатных растениях"

С —дополняют оставшиеся 5.3 % продаж и 43.9 % от всех товаров. Больше всего таких товаров в "Садовых растениях", "Комнатных растениях" и "Посуде".



Распределение групп XYZ по количеству товаров в категориях

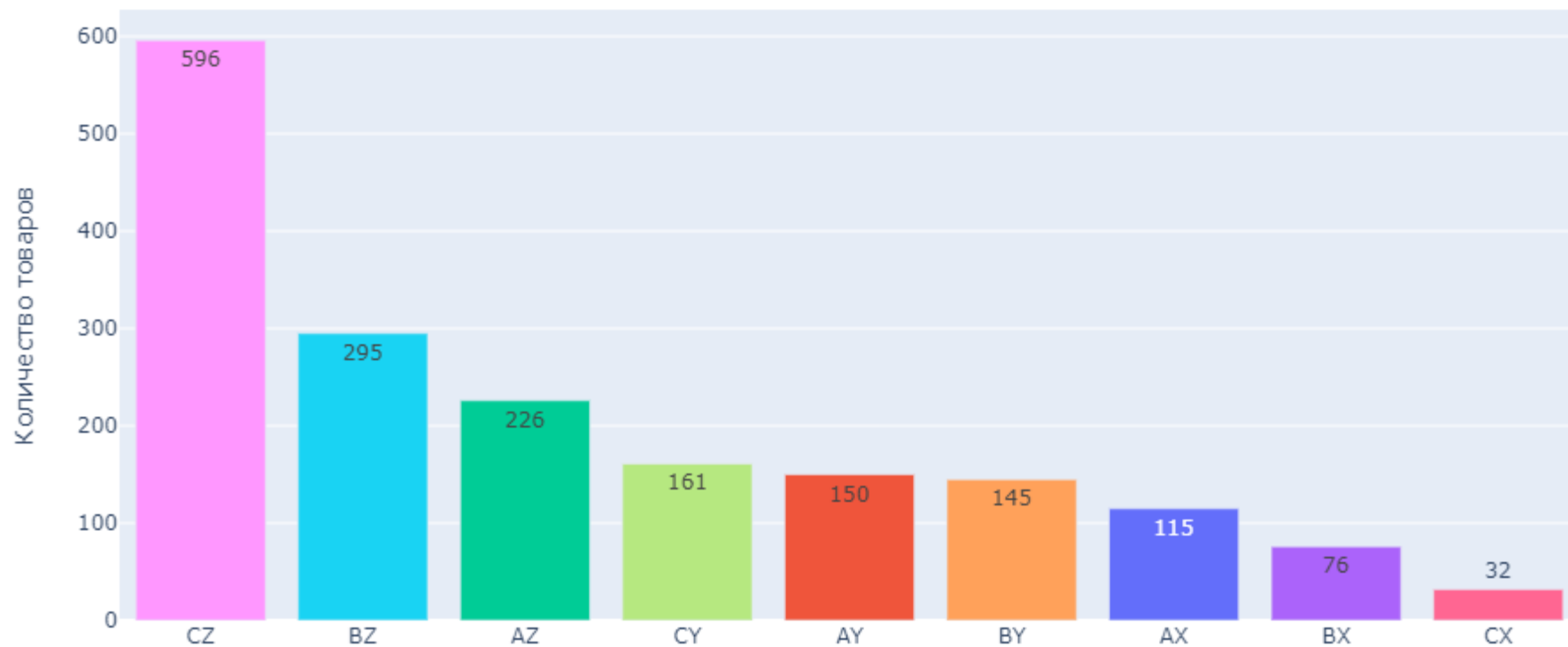


X — К этой группе относятся товары, характеризующиеся стабильной величиной потребления и высокой степенью прогнозирования. В нашем магазине таких товаров 223, что составляет 12.4 % от общего числа.

Y — характеризуется сезонными колебаниями и средними возможностями прогнозирования. Процент товаров группы "Y": 25.4 %, в количестве 456 наименований.

Z — спрос нестабилен, покупатели приобретают товар от случая к случаю. Это товары с нерегулярным потреблением и непредсказуемыми колебаниями. Процент товаров группы "Z": 62.2 %. Их 1117 в нашем магазине.

Распределение сегментов ABCXYZ по количеству товаров



AX и **BX** обеспечивают основной доход и стабильно продаются.

AY и **BY** — это тоже высокий доход, но стабильность продаж уже ниже.

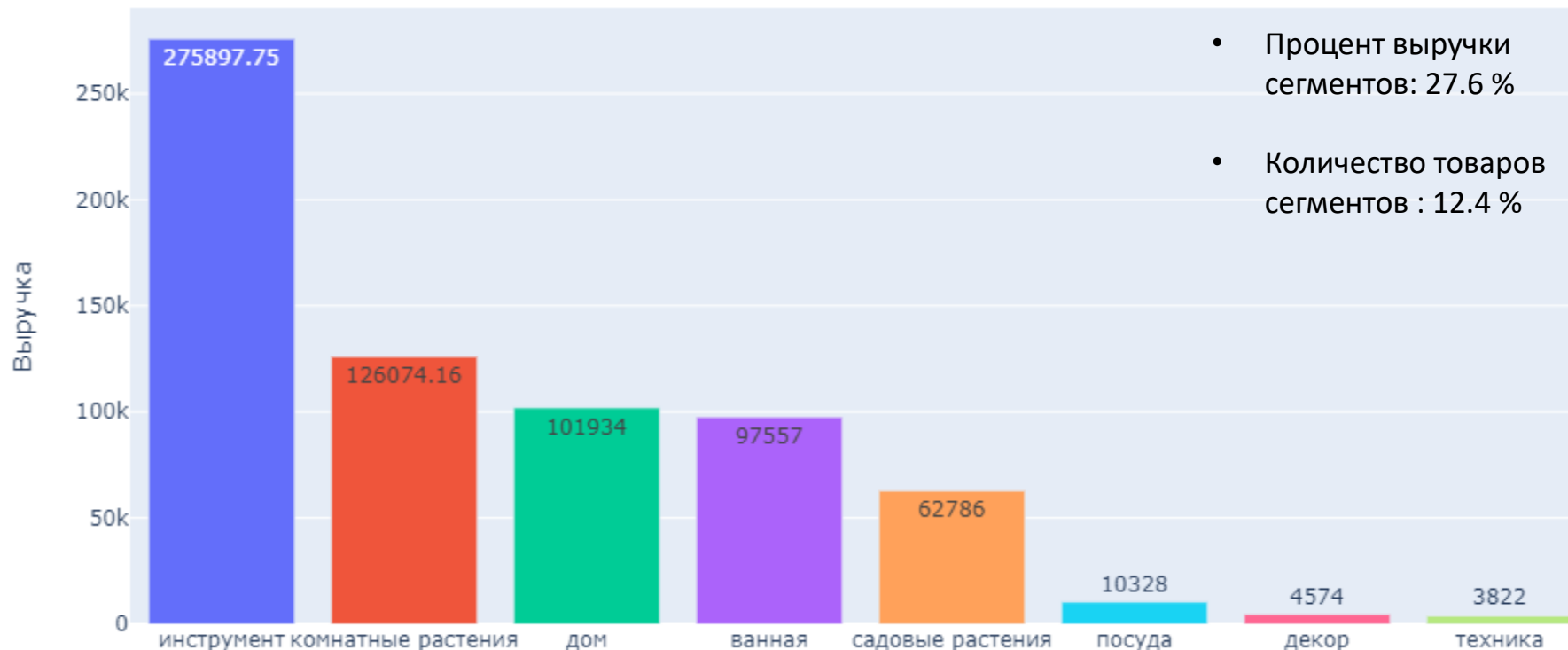
AZ и **BZ** - тоже приносят существенный доход. Но спрос на них почти невозможно спрогнозировать.

CX продается стабильно, но в небольших объемах.

CY — небольшие объемы продаж и невысокая стабильность.

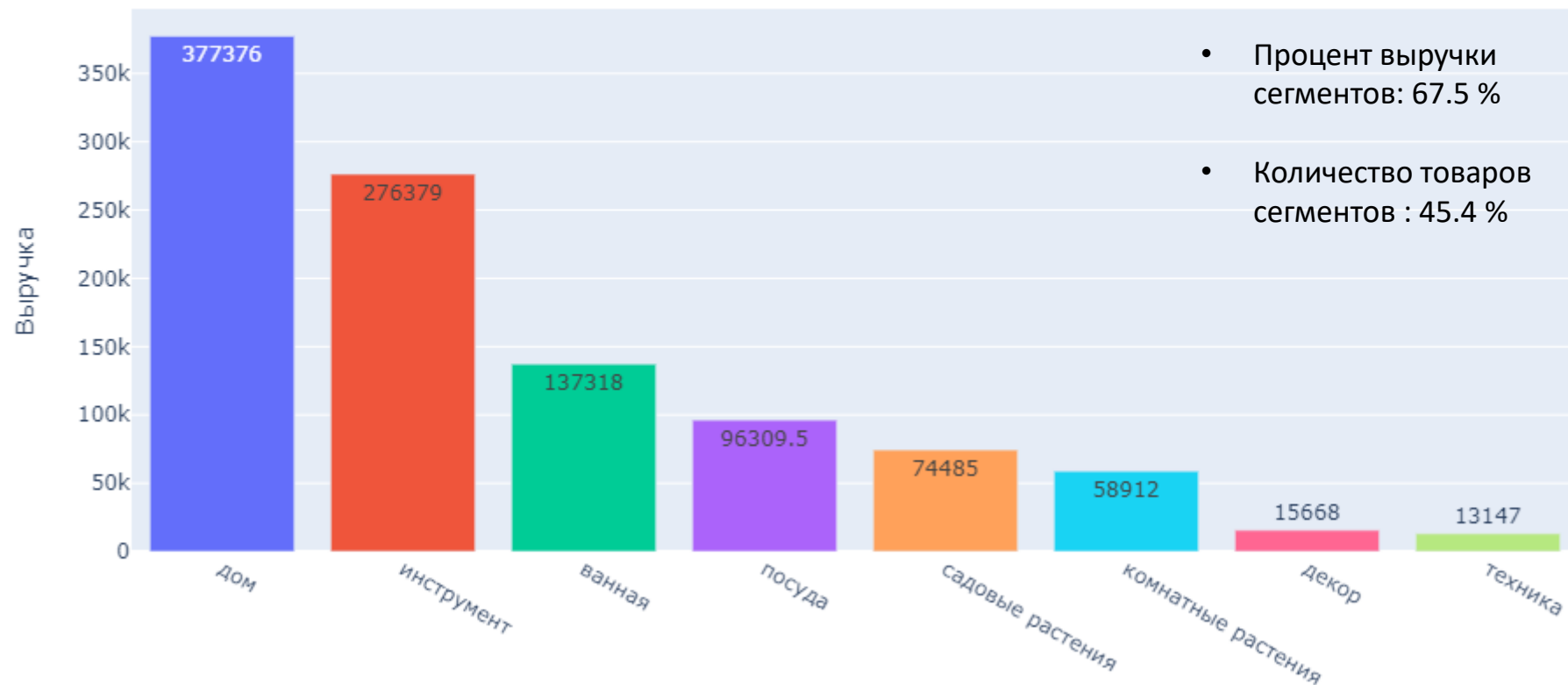
CZ - самые низкие объемы выручки, при этом спрос невозможно спрогнозировать.

Распределение категорий в сегментах AX, BX, CX по выручке



- В сегментах AX и BX, CX преобладают категории "Комнатные растения", "Ванна" и "Инструмент".
- Больше всего приносит выручку категории "Инструмент", "Комнатные растения" и "Дом". В частности лидируют такие товары: сумки-тележки, тележки багажные, пеларгонии, эвкалипт, сушилки для белья.

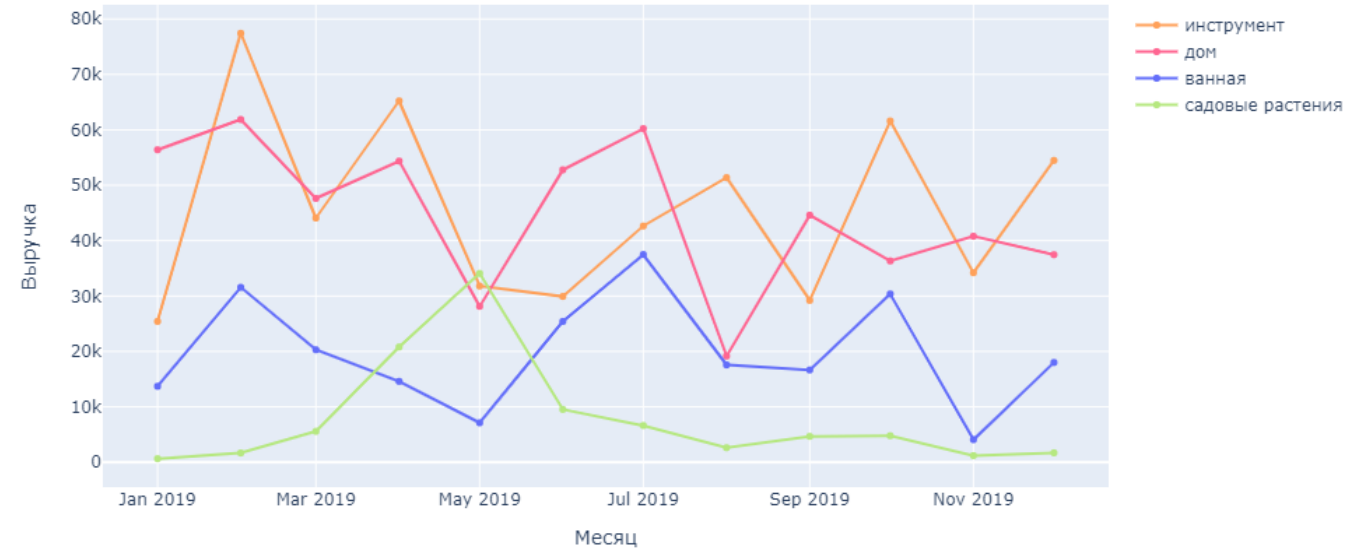
Распределение категорий в сегментах AY, BY, AZ, BZ по выручке



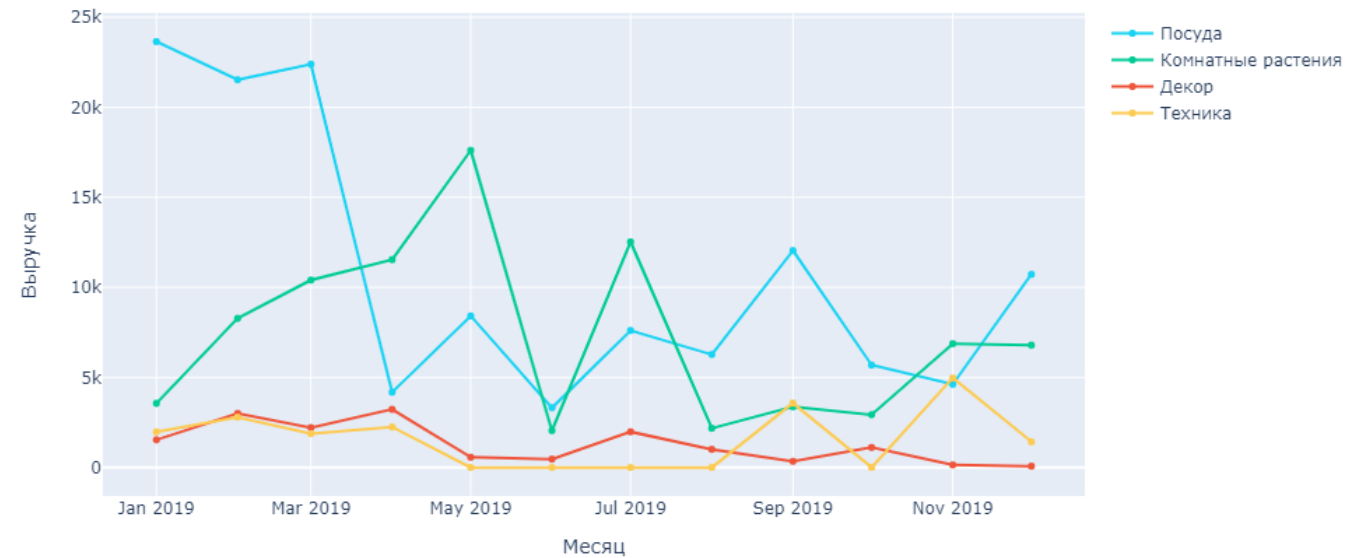
- В сегментах AY, BY, AZ, BZ преобладают категории: "Дом", "Садовые растения" и "Инструмент".
- По выручке лидируют категории: "Инструмент", "Дом" и "Ванная".
- По выручке лидируют такие товары: мусорный контейнер, сумки-тележки хозяйственные, одеяло, на матрацник, веник сорго, сиденье и чехол для гладильной доски, скатерть, швабра, полки, Спатифиллум, бак для белья, сушилки для белья, стремянка.

- У Садовых растений пик продаж приходится на май - время начала дачного сезона. Спрос на товары можно спрогнозировать.
- В "Ванной", "Доме", "Инструментах" сложно увидеть какую-то сезонность или закономерность. Спрос нестабилен и не прогнозируем.
- В категории "Посуда" выручки были высокими в начале года. В январе, феврале и марте.
- В категории "Комнатные растения" всплеск продаж в мае и в июле.
- В "Технике" большинство месяцев без выручек, что формирует нестабильность.

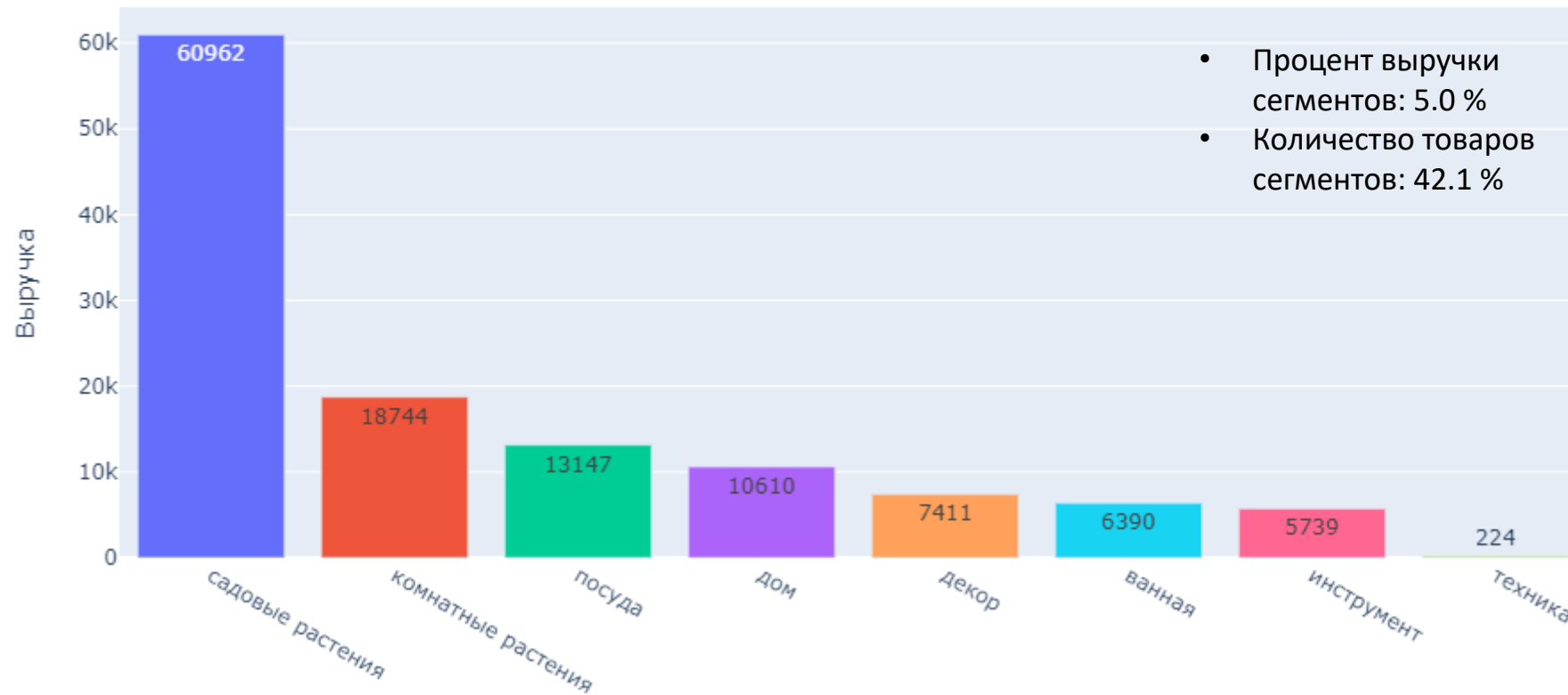
Динамика выручки категорий в сегментах AY, BY, AZ, BZ



Динамика выручки категорий в сегментах AY, BY, AZ, BZ



Распределение категорий в сегментах CY и CZ по выручке



- По категориям в сегментах по количеству товаров преобладают "Садовые растения" и "Комнатные растения" и "Посуда"
- По выручке в сегменте преобладают: "Садовые растения" и "Комнатные растения" и "Посуда"
- Товары, которые приносят больше всего выручки : Тележка хозяйственная складная, Пеларгония зональная, Роза садовая, Сушилка для белья и пр.

Рекомендации для отдела маркетинга:

1. Убрать невостребованную категорию "Техника" - на закупку товара уходит много средств, а спросом они не пользуются.
2. Обеспечить постоянным ассортиментом категории сегментах АХ , ВХ и СХ. Эти товары отличаются хорошим товарооборотом и стабильностью. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, при том, что расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется. Поэтому создание избыточного страхового запаса необязательно.
3. Товары группы АУ, ВУ при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить их постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас.
4. Товары группы АЗ, ВЗ при высоком товарообороте отличаются низкой прогнозируемостью расхода. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к затовариванию. По этим товарам рекомендуется пересмотреть принципы их реализации. Например, можно реализовывать товары данной группы только под заказ или найти поставщиков, которые смогут поставить товар на склад в кратчайшие сроки и т.д.
5. Заранее подготовиться к сезонному спросу в категории "Садовые растения".
6. В группу товаров СЗ обычно попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых компания несет потери. Выводить из ассортимента необходимо остатки товаров, взятых под заказ или уже не выпускающихся, то есть товаров, обычно относящихся к категории неликвидов (стоков).
7. По товарам группы СУ можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей.
8. Обеспечивать постоянным наличием магазин товарами из ТОПа по выручке и популярности.
9. Проводить акции для стимулирования покупательского спроса на сезонный товары из тех, что покупают от 2 в комплекте и имеют постоянный спрос.
10. Усовершенствовать систему сбора данных и качественной выгрузки, ввести категоризацию товаров.

Контакты

Тел: +7 909 535 95 85

E-mail: 14liniya@mail.ru