

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОФИЛЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ



ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВЕДЕНО:
ГУТОРЕВОЙ В.

Цели исследования

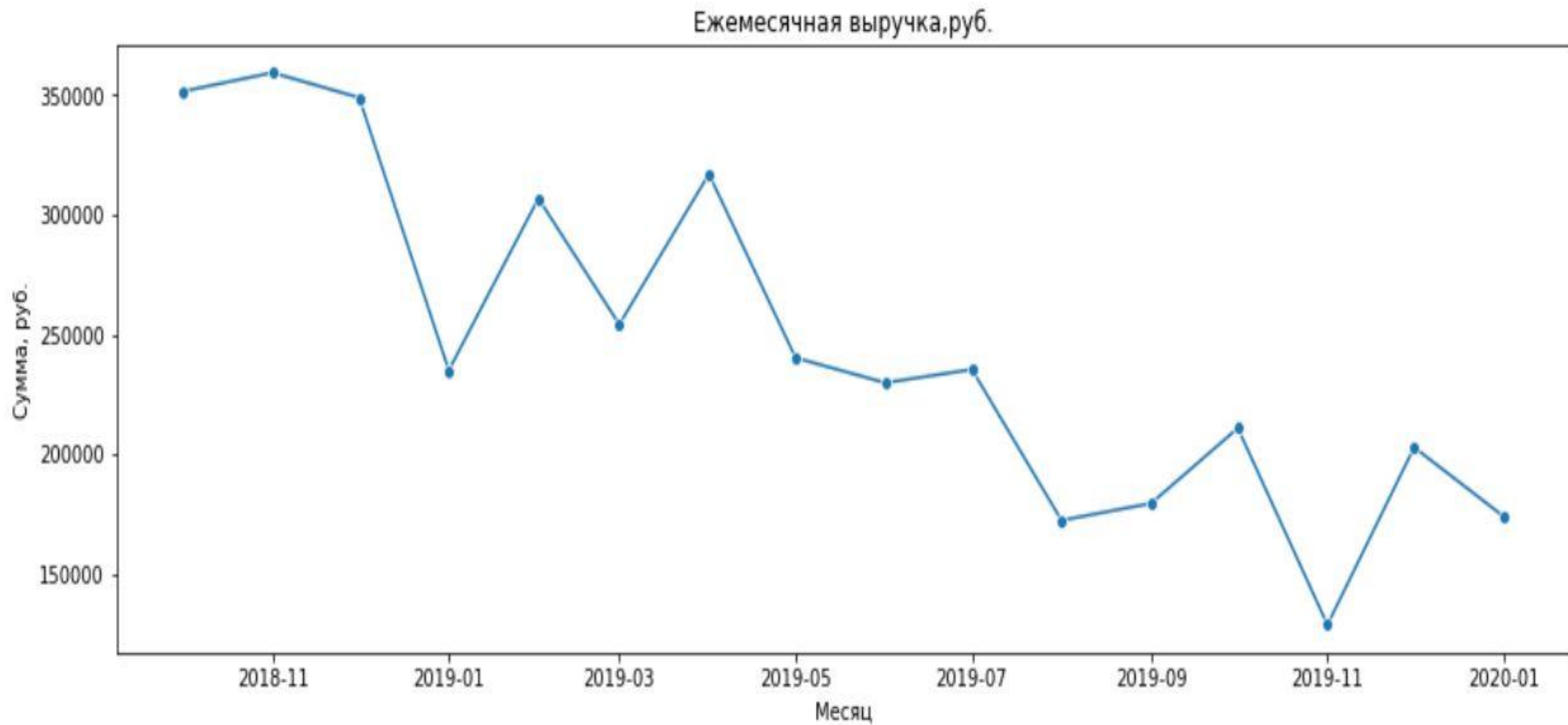
- провести анализ продаж;
- выявить возможные проблемы;
- сегментировать покупателей по профилю поведения для проведения таргетированных рассылок.

Задачи исследования

- исследовательский анализ продаж и товарного ассортимента;
- сегментация покупателей с помощью RFM-анализа, укрупнение;
- проверка сегментации;
- анализ покупательского спроса из различных сегментов.

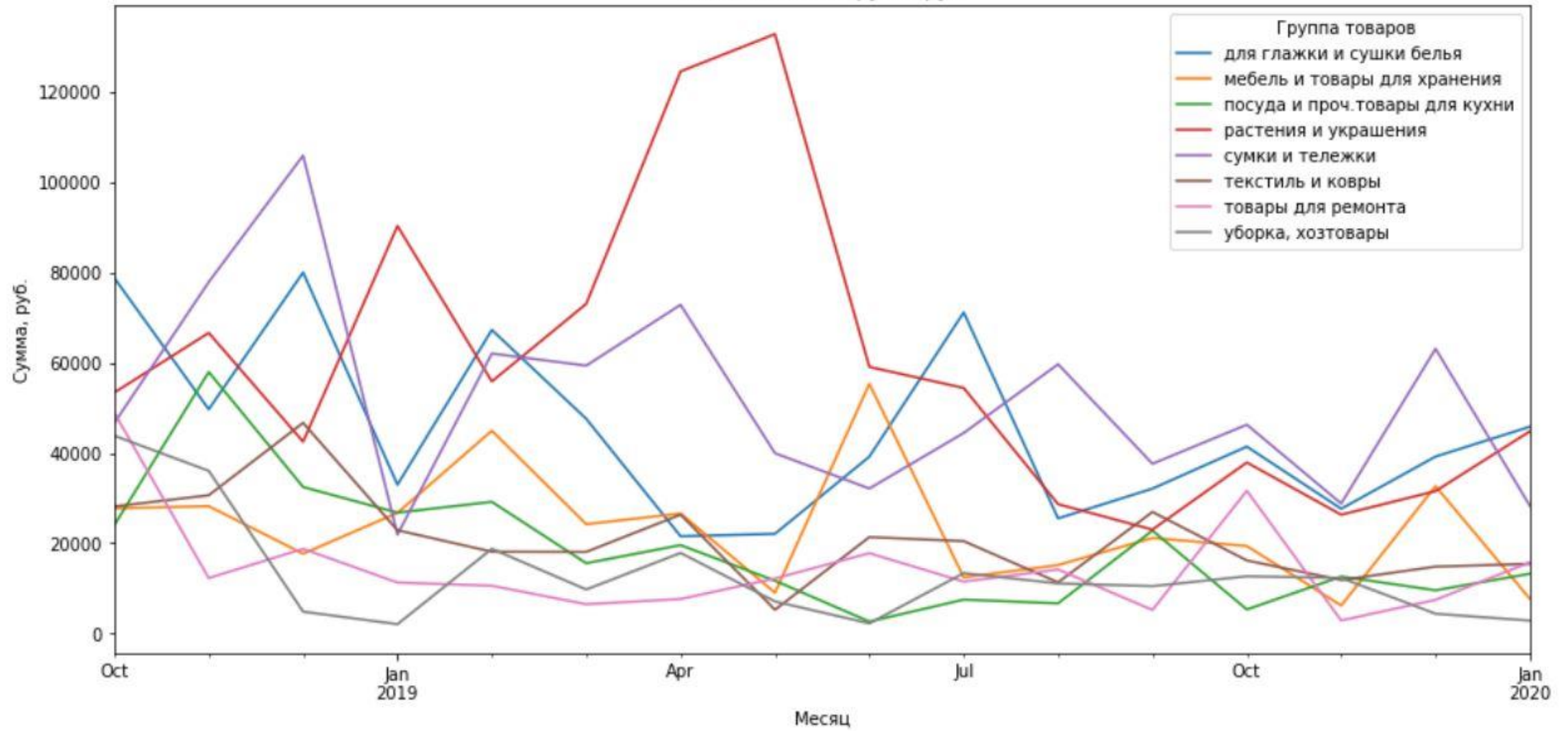
Результаты сегментации

Сегмент	Описание	Рекомендации по рассылке	Общие рекомендации
Лояльные	покупки делали в среднем 2 раза за период, последняя покупка около 45 дней назад. Общая сумма покупок на пользователя около 740руб. средний чек - 470 руб	по саженцам в апреле, растениям и украшениям в ноябре. Для глажки и сушки - в июле, февраль, предложения с посудой в окт-декабре, сумки - апрель, август и ноябрь.	предлагаем карту лояльности, в подарок при покупке саженцев дарим семена микрозелени или овощей. Предлагаем сопутствующие покупки - с товарами для глажки крахмал или набор для чистки утюга, с цветами горшки и кашпо, наборы садового, с сумками-тележками чехлы на чемоданы.
Киты	покупки 1х раз за период, 160 дней назад, на 3000 за период и 2249 за один чек	предлагаем растения в мае, товары для глажки октябрь и январь, сумки - апрель, август, октябрь, декабрь.	особый статус - сокращение сроков доставки, обработки запросов в техподдержке, подарки с покупками.
Новички	делали покупки 1 раз, около 140 дней назад, сумма покупок на 470 руб, средний чек - 600 руб..	Растения -сентябрь, октябрь. Сумки август и октябрь, глажка -октябрь, уборка и текстиль в сентябре.	рассказываем о популярных товарах, а что еще есть в магазине, позвать в телеграмм-канал, рассказать о проводимых акциях, рассказать о системе лояльности.
Сони	заказывали один раз за последние 16 мес., 305 дней назад на 740 руб.	Сумки-март, июнь, декабрь. Растения -май. Глажка -июнь, апрель, октябрь. Посуда-март, ноябрь'	'Выслать предложение с промо-кодом на покупку, рассказать о новинках, рассылка с акциями. Узнать, что случилось - проанализировать отзывы.
Потерянные	заказывали 1 раз, 410 дней назад на 385 руб..	Не тратить сильно на рассылку, можно отправить разово, например, рассылку с новинками и акциями.	Внимательно изучить отзывы - возможно были проблемы с заказом. (Растения в ноябре - транспортировка и отсутствие утепления могло привести к гибели.

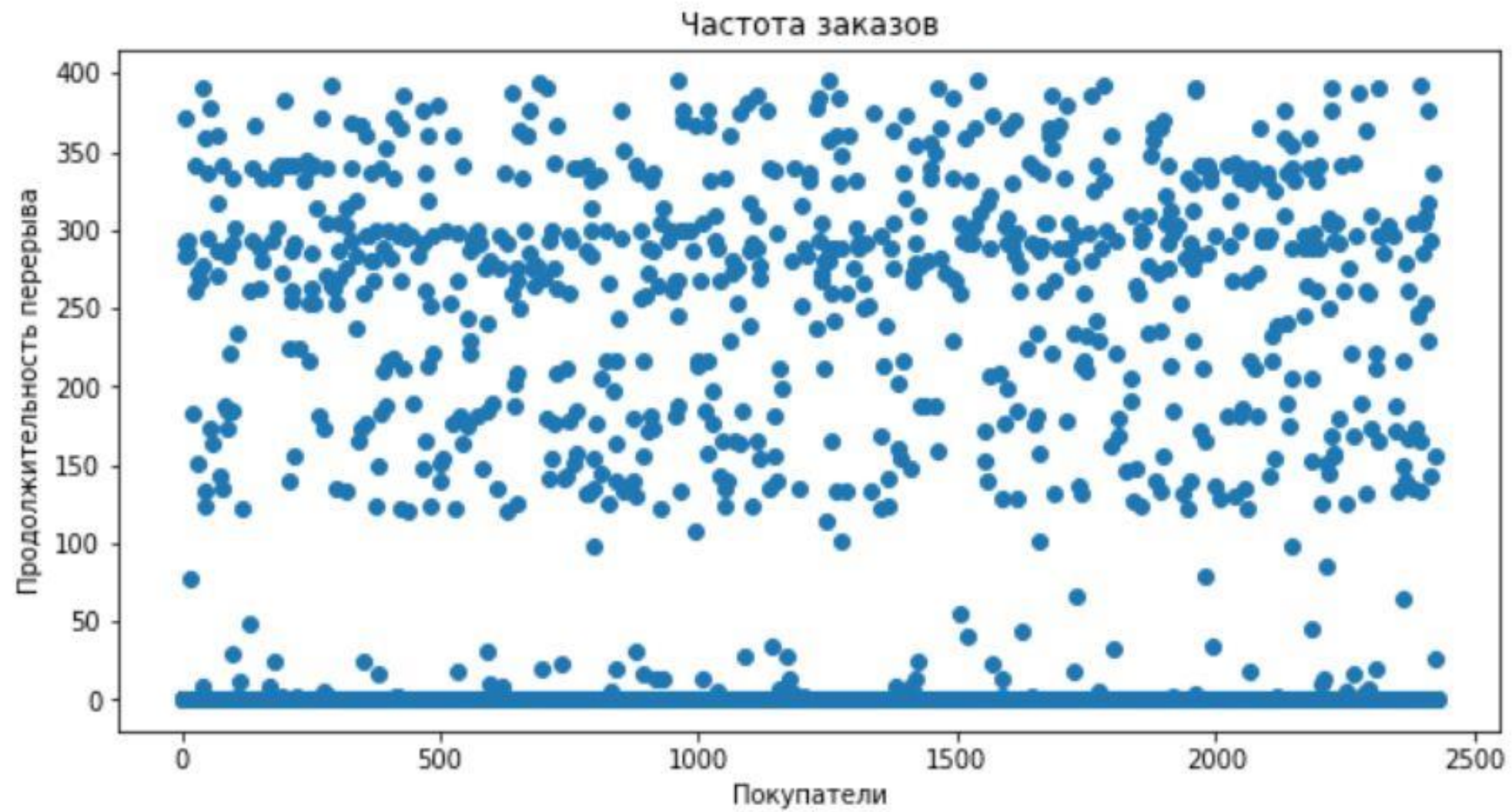


После того, как мы убрали выбросы по покупкам, на графике ежемесячной выручки мы видим постоянное падение.

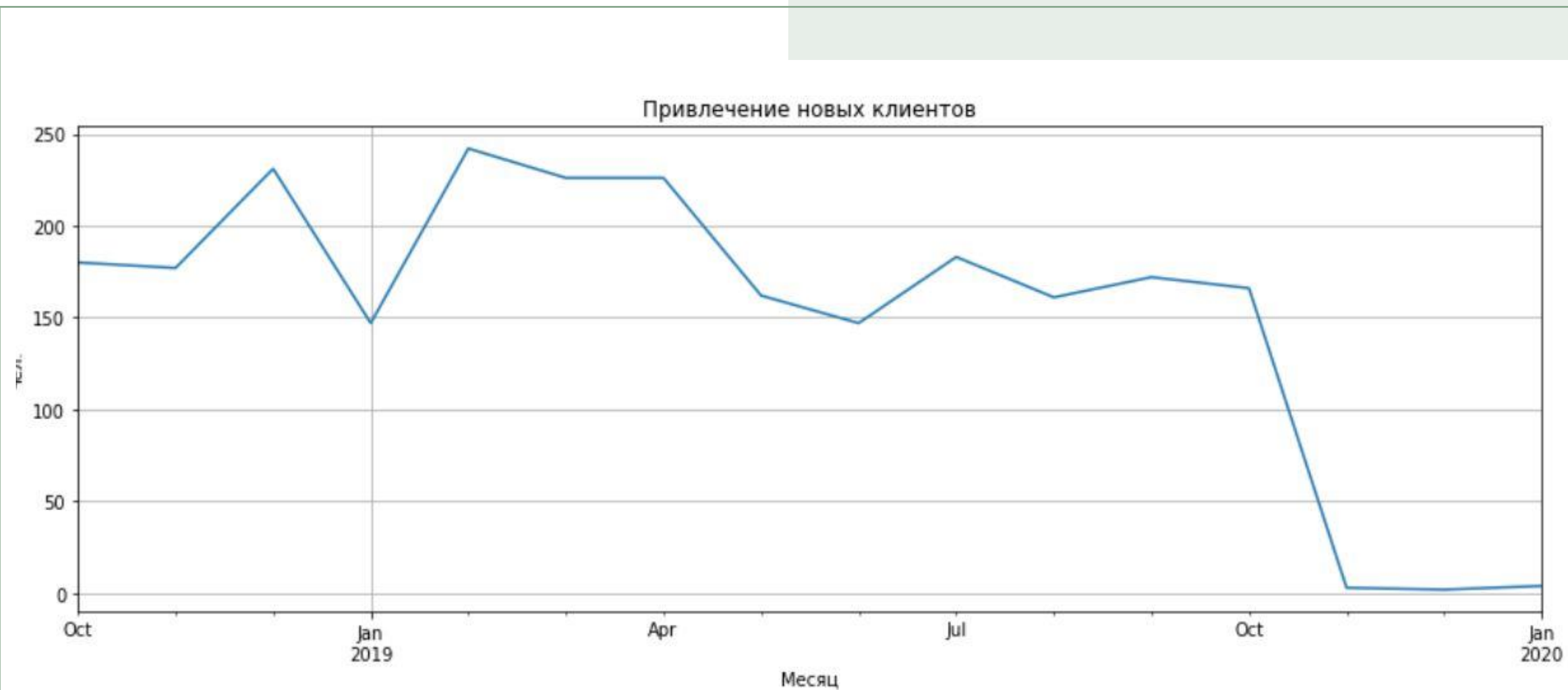
Ежемесячная выручка,руб.



Пик заказов приходится на сезон приобретения рассады.



Нет удержания клиентов, - часто заказы не повторяются. А если повторяются - через 100-400 дней.



Новых клиентов в последнее время нет.

Товарные категории

(распределение
по выручке)



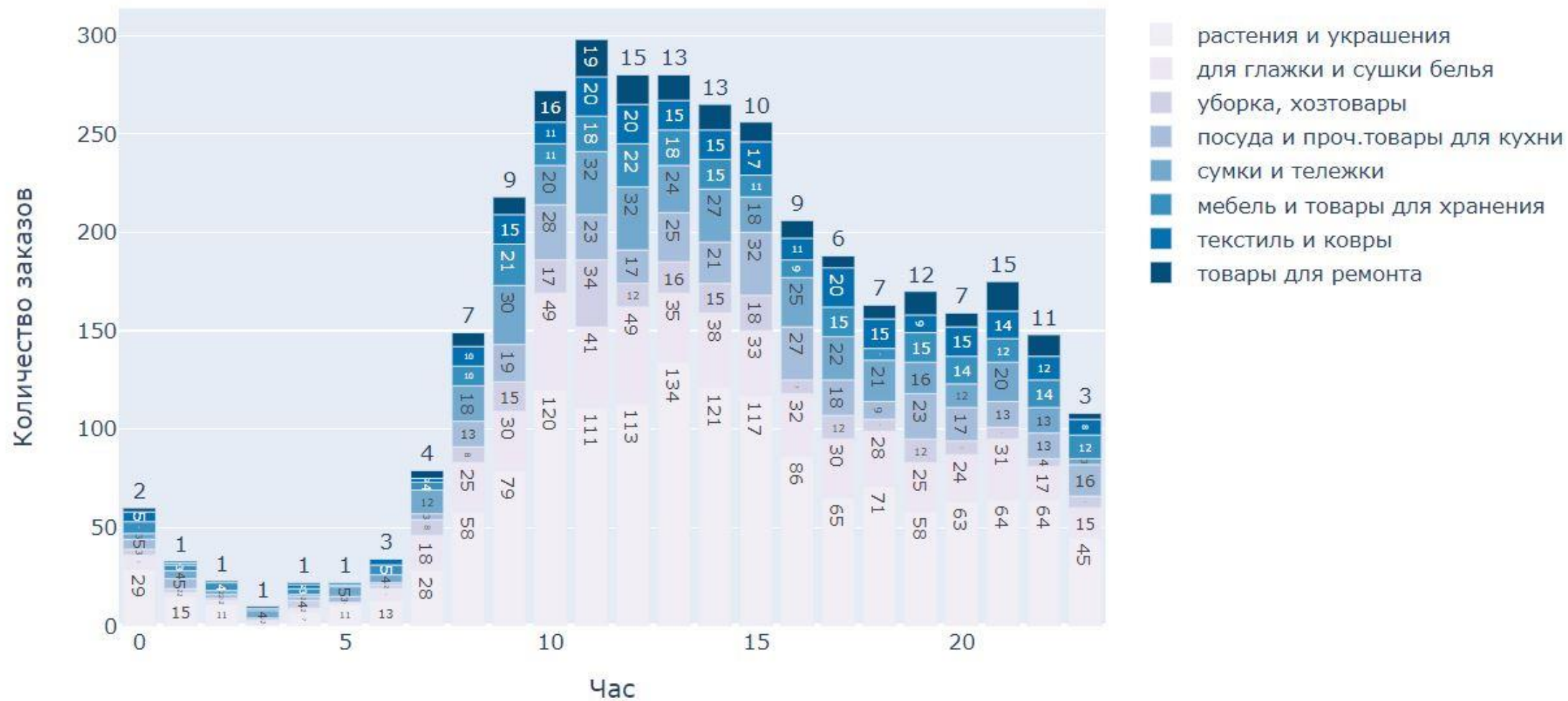
Самая высокая доля выручки у растений.

Недельная сезонность продаж



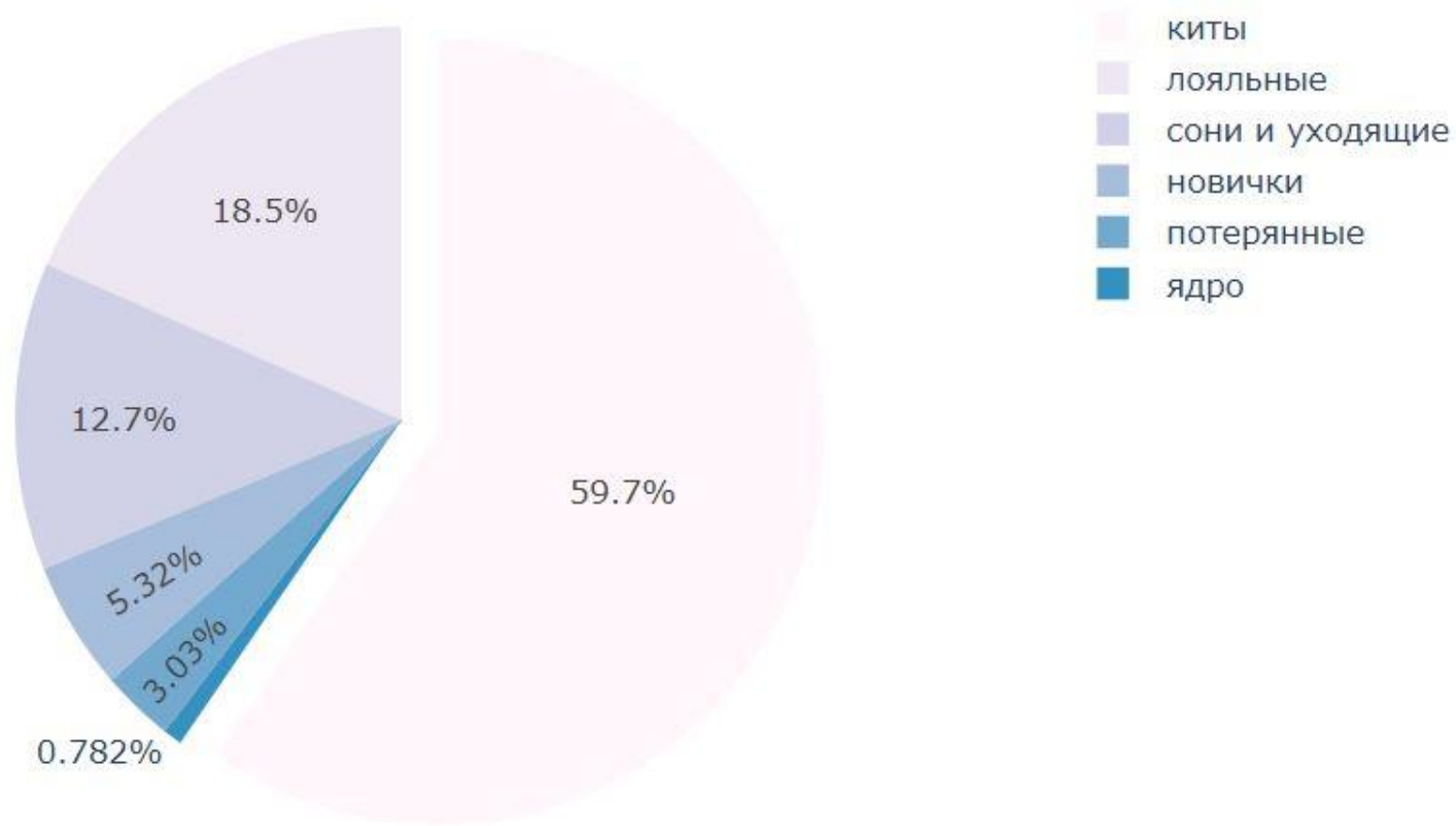
Распределение заказов по дням недели, где 0 - это понедельник, а 6 - воскресенье

Дневная сезонность продаж



Пик заказов с 10-00 до 15-00.

Доля выручки по сегментам покупателей



Категория 'ядро' перераспределена в анализе в "китов".

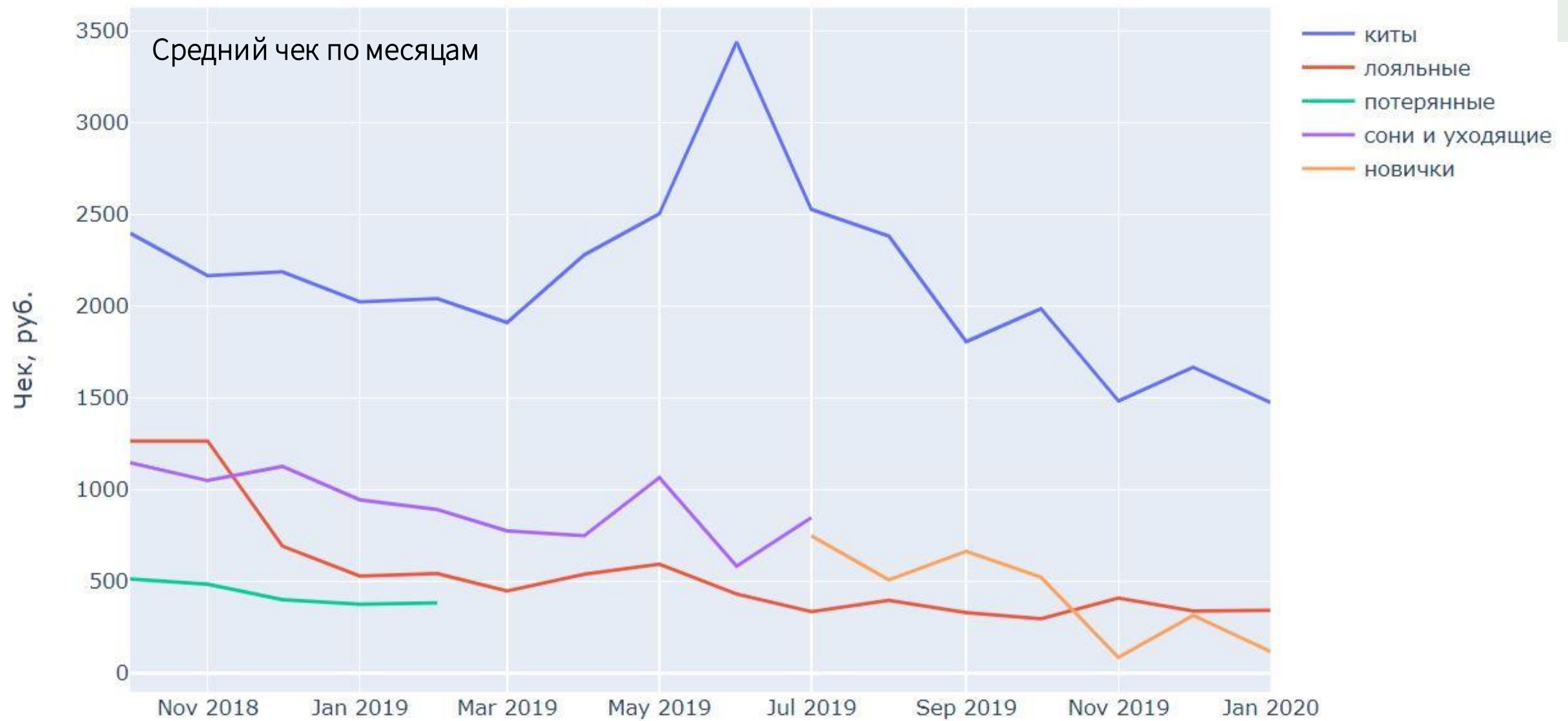
Доля продаж по товарным группам в разрезе сегментов покупателей



- растения и украшения
- для глажки и сушки белья
- сумки и тележки
- мебель и товары для хранения
- текстиль и ковры
- товары для ремонта







Вне сезона рассады средний чек 'китов' значительно падает

Результаты

На основе сегментации провести работу с основным костяком покупателей - китами, лояльными и сонями, учитывая их предпочтения и любимые товары, а также проанализировать отзывы о товарах, приобретаемых 'потерянными'. Безусловно требуется привлечение новых клиентов, акциями и мероприятиями в социальных сетях.

