



母婴用品销量分析报告

目录

1 分析背景与目的

2 分析思路与过程

3 分析结论与建议





分析背景与目的

PART1

分析背景与目的

- 二胎政策的推行有助于母婴产品的发展
- 店铺经过了几年发展，在客户规模，销量方面取得了很大提升
- 数据来源：阿里天池
- 试探索商品销售情况，发现潜在问题，并提出建议

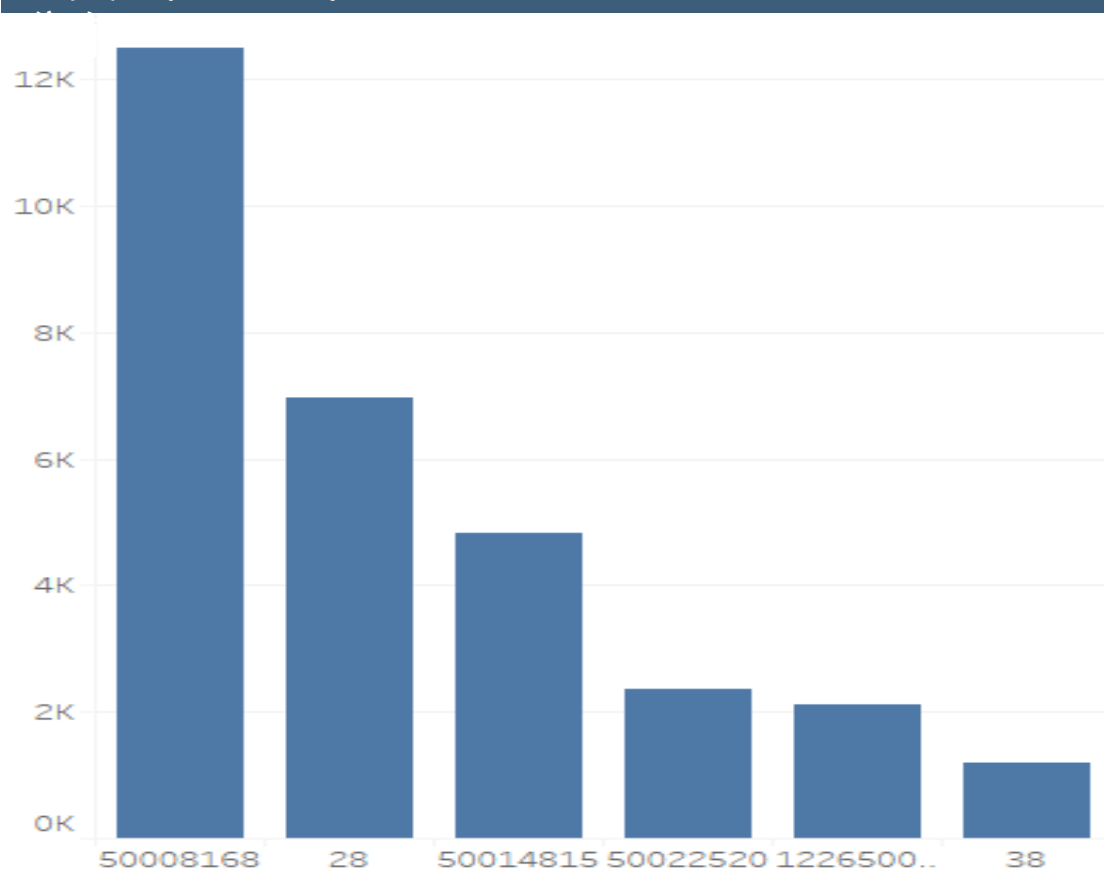


分析思路与过程

PART2

各类商品的订单情况

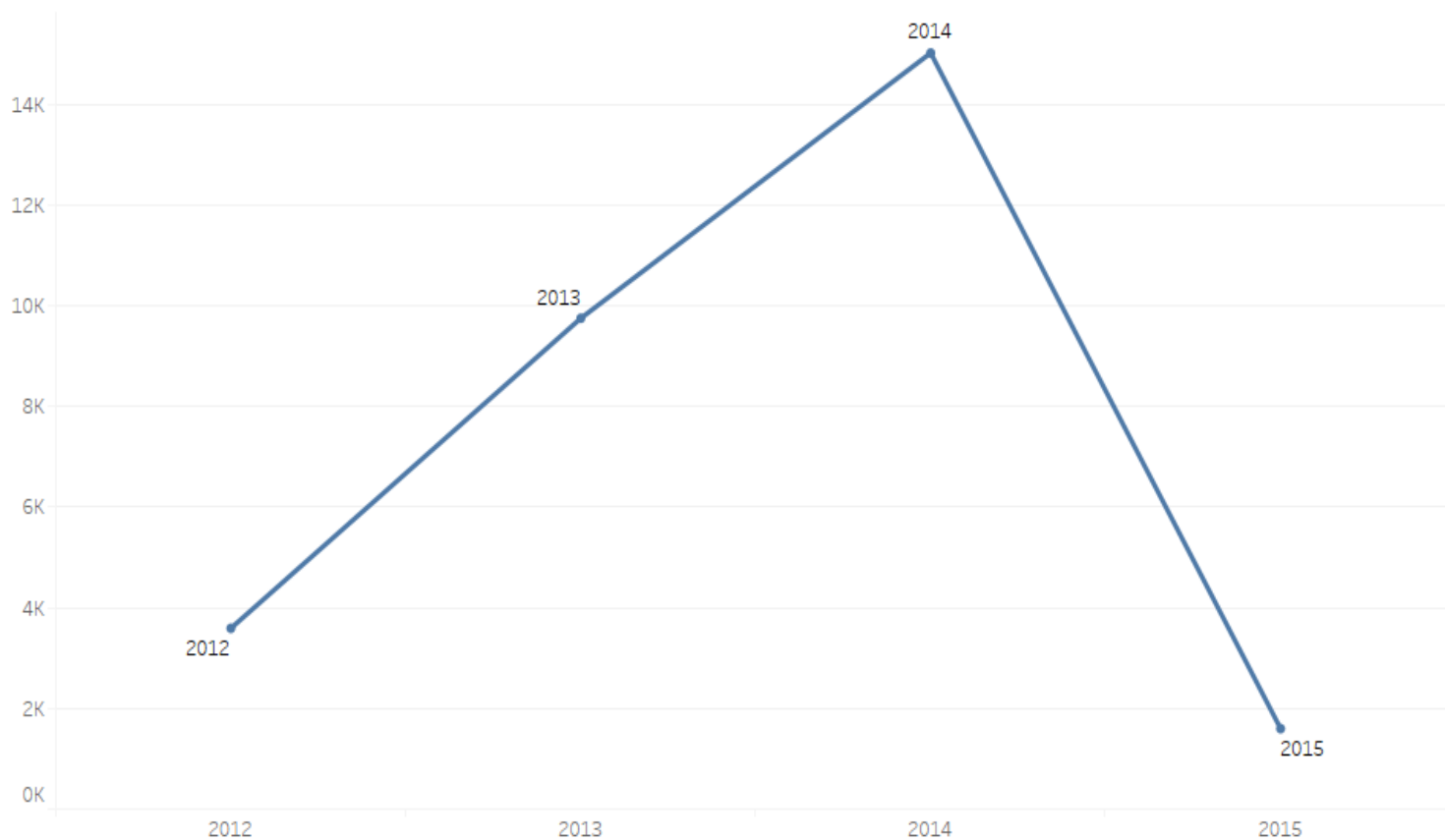
各类目商品订单



- ◆ 婴儿用品分六大类
- ◆ 从图中得知5008168和28订单量最多
- ◆ 从图中得知38订单量最少

成交量随时间的变化

年成交量趋势

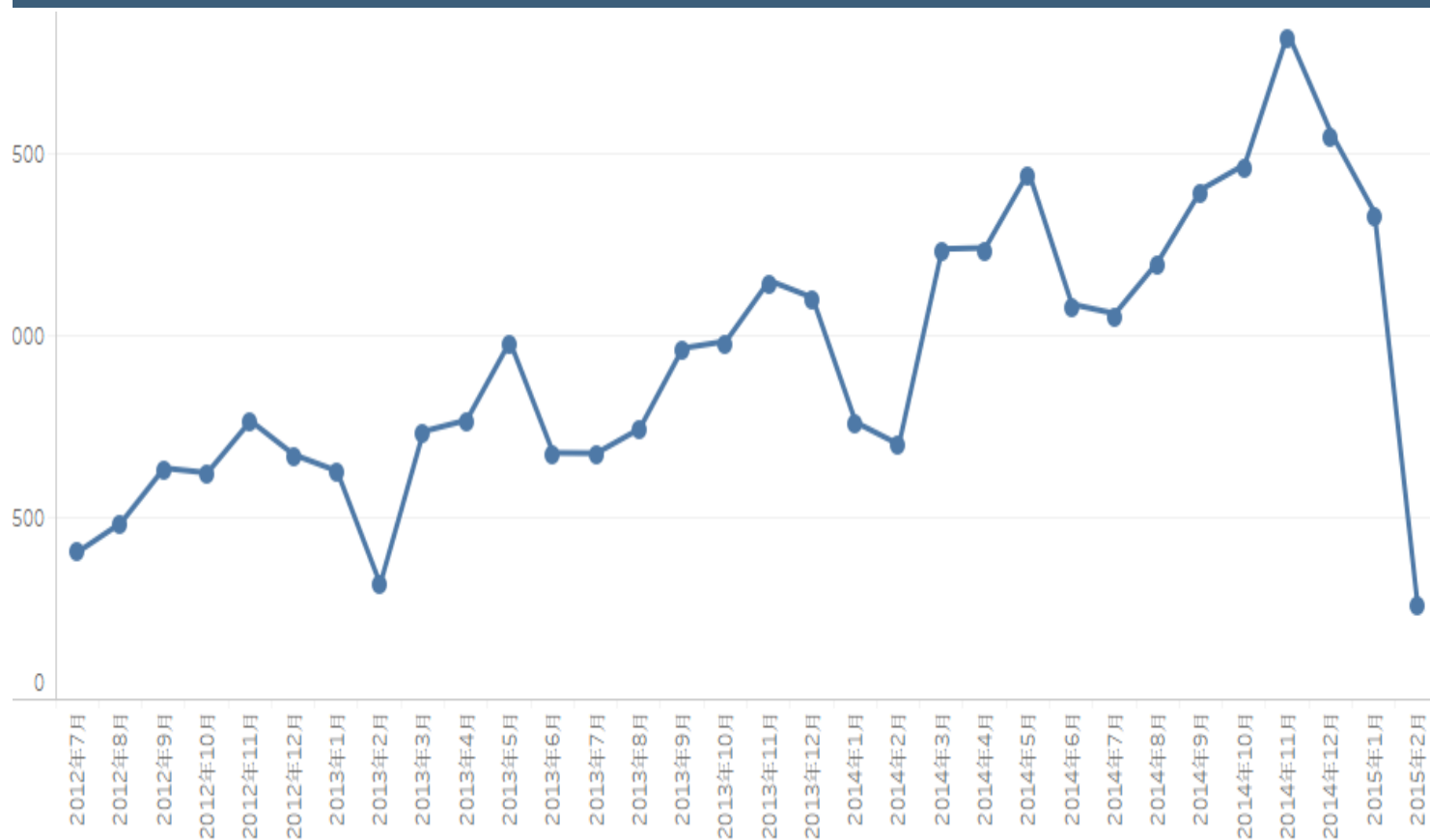


◆ 从2012年到2014年
订单量快速增长

◆ 2015年订单量骤降

成交量随时间的变化

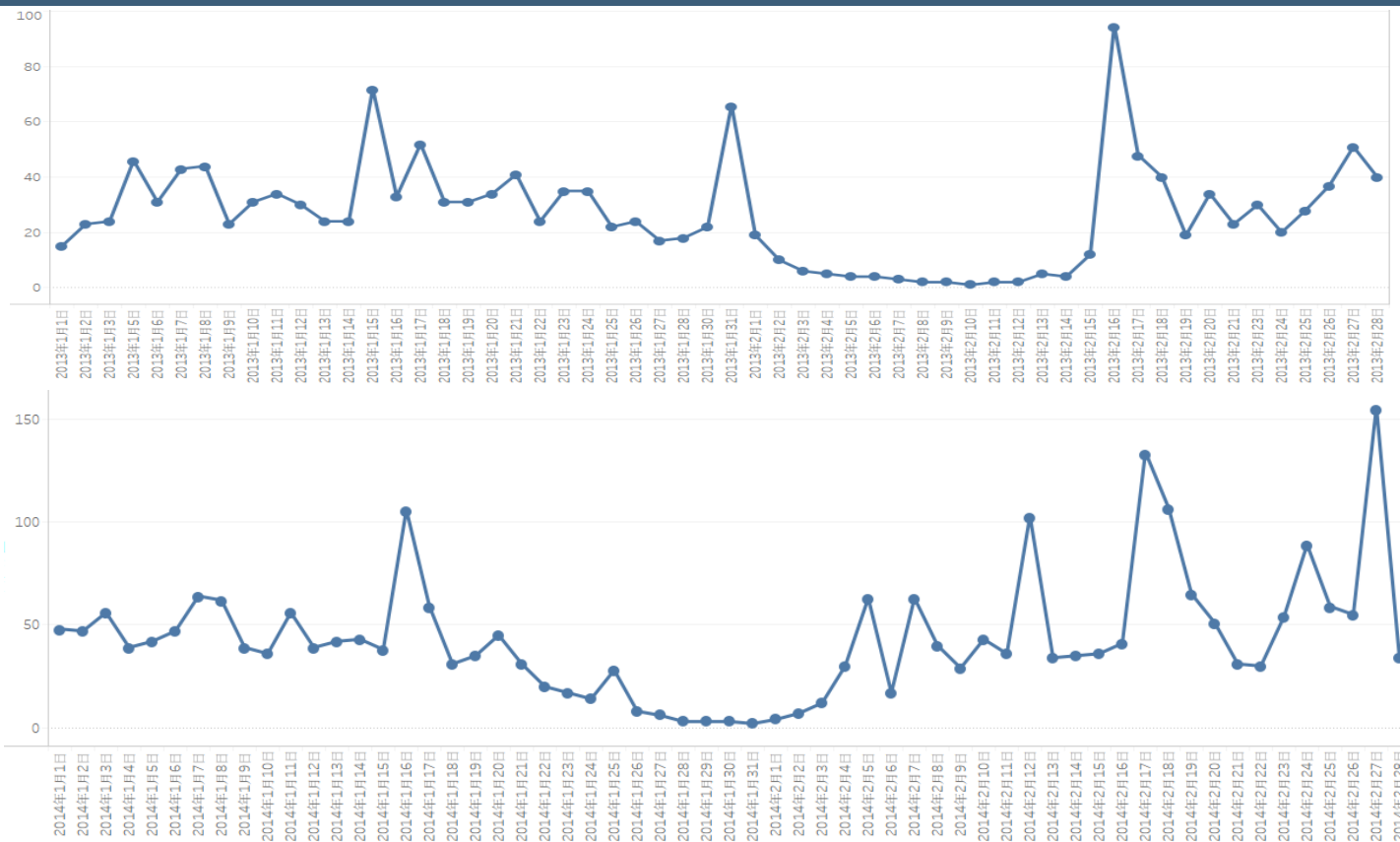
年成交量趋势



- ◆ 从2015年的数据不完整
- ◆ 2013.2014年1,2月销量下降, 可能是因为行业规律影响
- ◆ 2013.2014年5,6月销量高峰
- ◆ 2013.2014年11,12月销量高峰

成交量随时间的变化

2013,2014年1,2月成交趋势

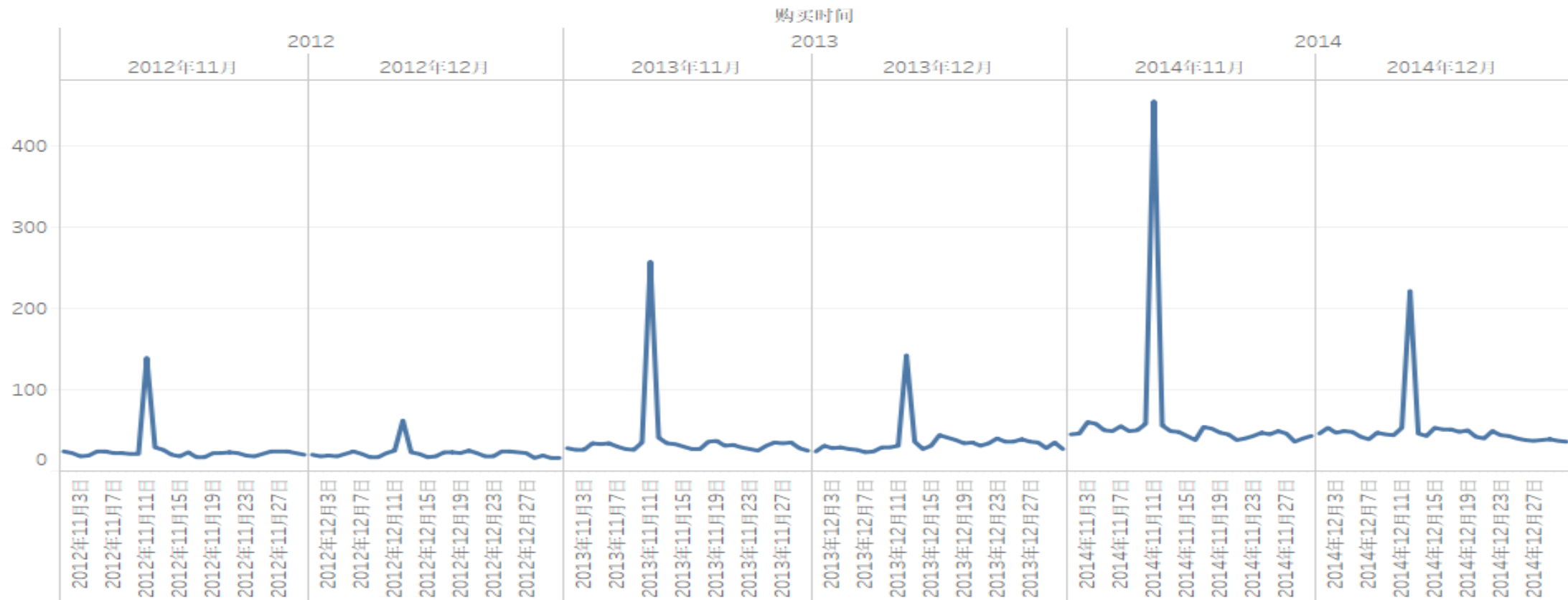


◆ 同比得知销量受行业规律影响

◆ 因为5月到6月节日集中加上卖家进行的促销活动，销量达到了高峰

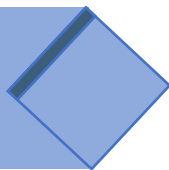
成交量随时间的变化

2013,2014年1,2月成交趋势

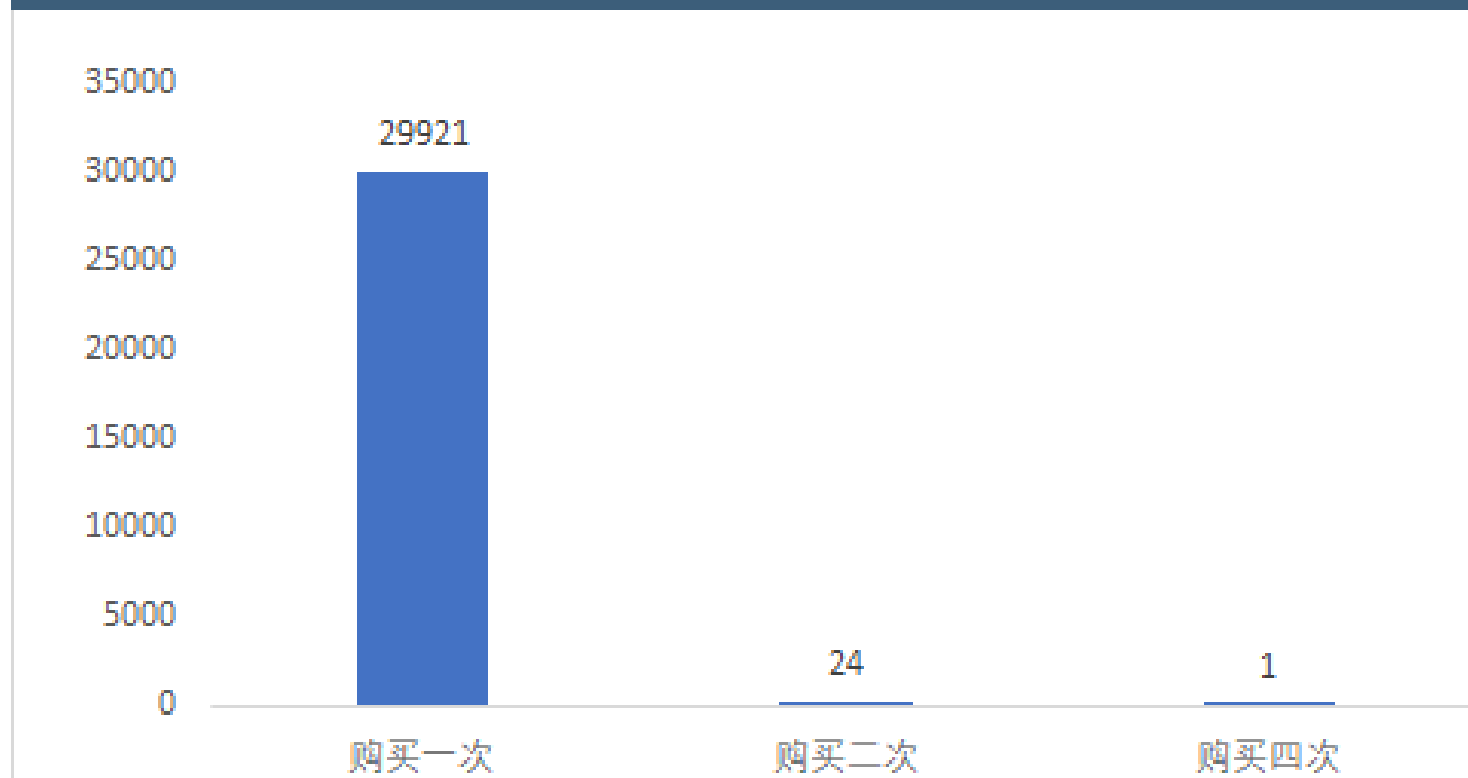


◆ 图中看出每年的11月11,12月12都会出现销量高峰。是因为双11，双12商家举办规模促销和优惠活动

复购率表现



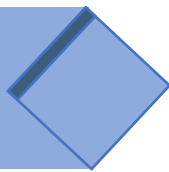
复购分布



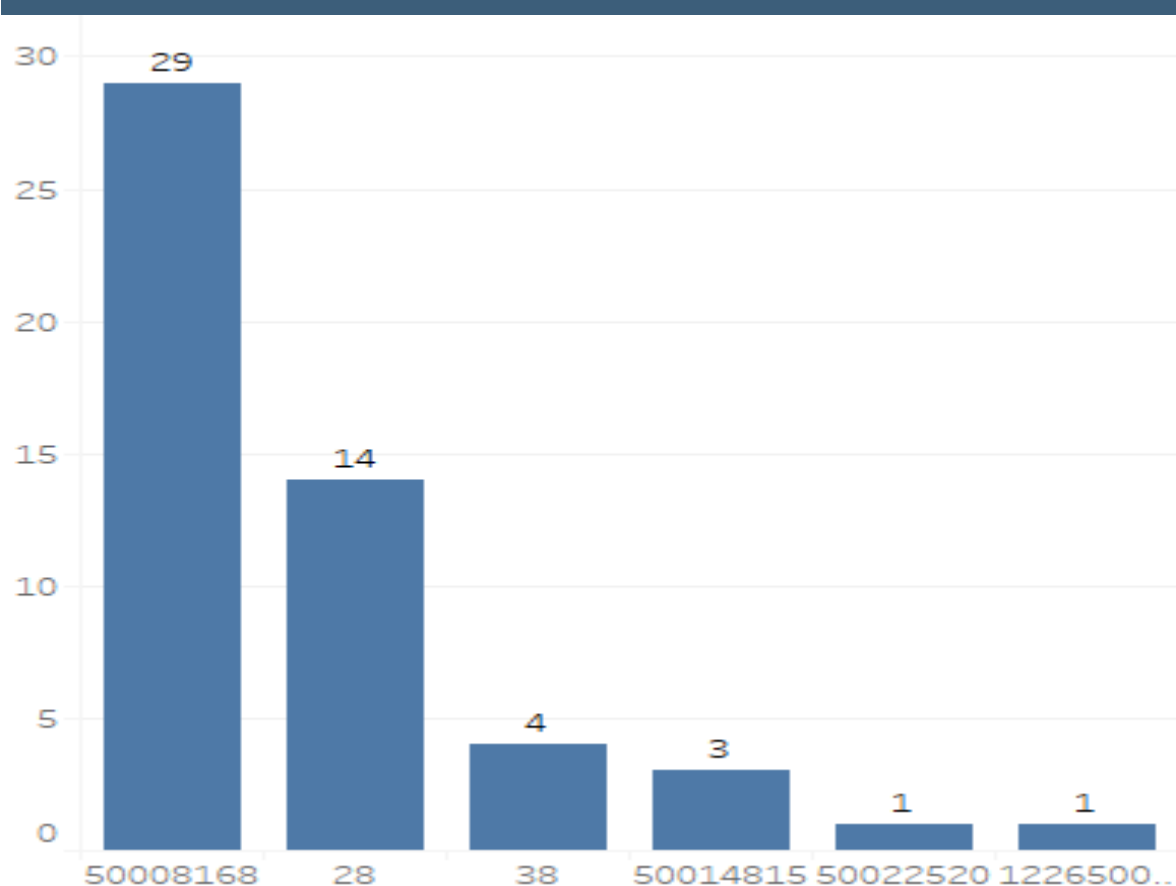
◆ 购买用品一次的用户占了大多数，店铺需要提高用户的复购率

◆ 复购率为 $24/29921$ ，因此很少有人二次购买

复购产品分布

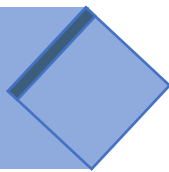


复购产品分布

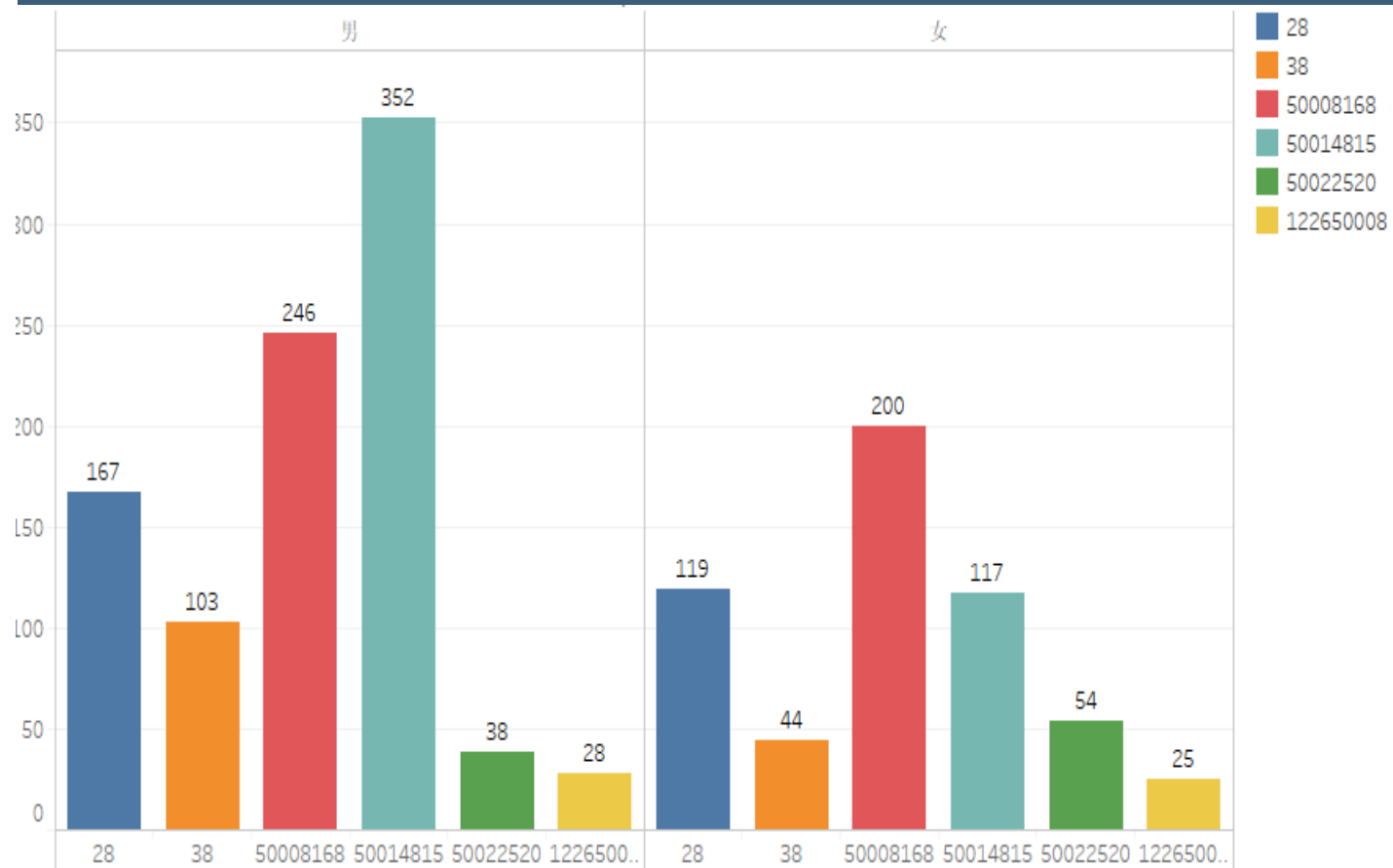


- ◆ 复购用户产生了52个订单，其中商品50008168是回购次数最多的，其次是28
- ◆ 应针对商品特征做进一步分析，探寻原因

性别对销量的影响

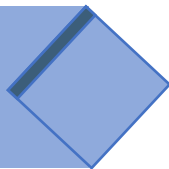


婴儿性别对销量的影响

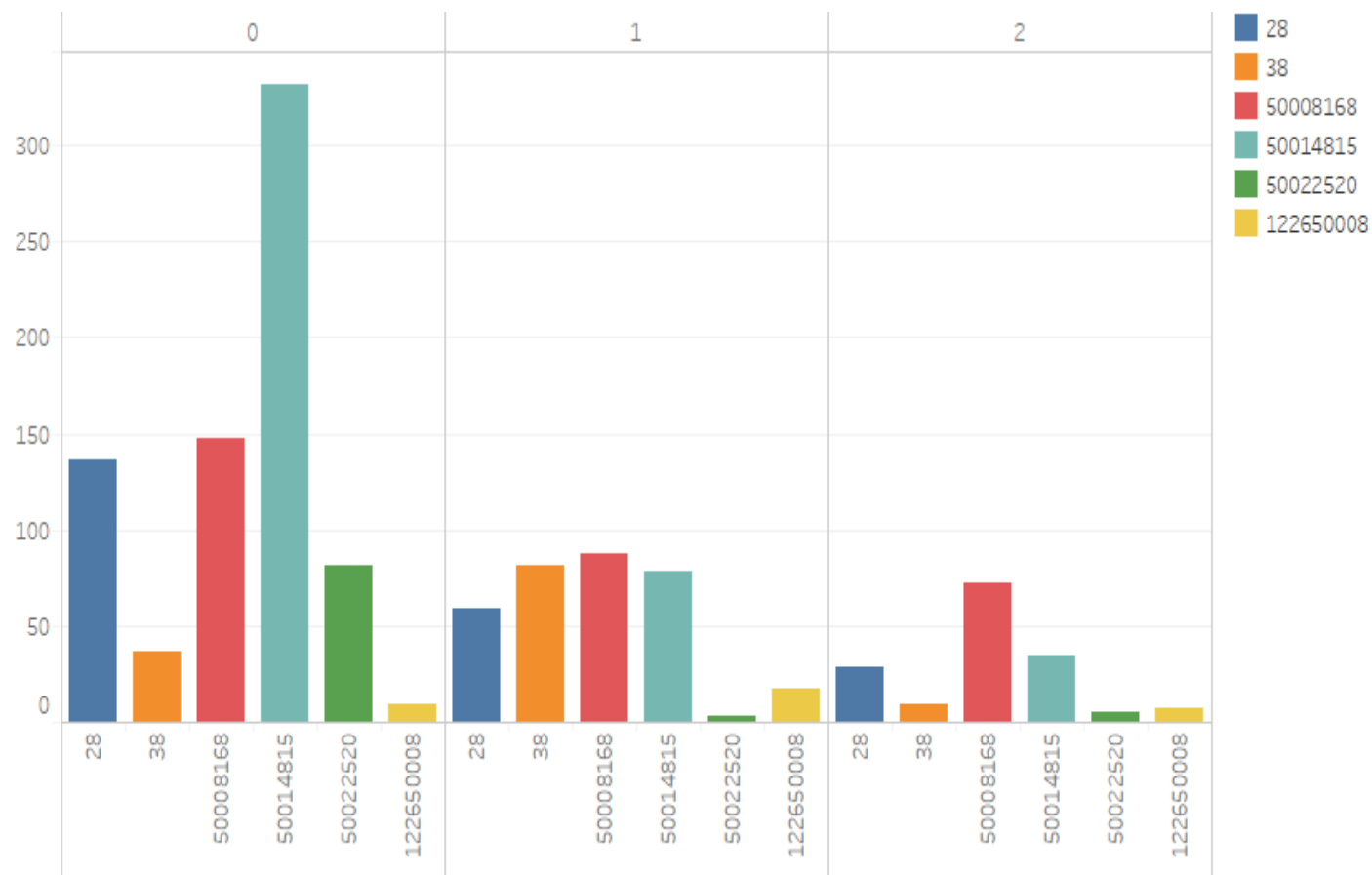


- ◆ 男婴的购买力比女婴更强
- ◆ 50008168, 50014815, 28在男女婴儿商品中受欢迎
- ◆ 50022520受女婴欢迎
- ◆ 1226500销量最低但是性别差异最小

年龄对销量的影响



年龄对销量的影响



◆ 0-2岁的婴儿更青睐50014815，其次是50008168

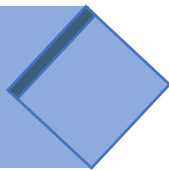
◆ 随着年龄增长，各商品的销售量逐渐下降



分析结论与建议

PART3

复购产品分布



- ◆ 50008168类是最受欢迎的，销量也是最高的，可把这类商品作为主打
- ◆ 店铺的销售量在1-2月份是最低的，应在这是节省推广资源
- ◆ 复购率太低，应提高用户粘性，具体还需深入分析
- ◆ 店铺在进行营销时主推适合0-2岁的婴儿用品，对50014815,50008168,28类加大推广力度
- ◆ 店铺主要是男婴消费，店铺的商品介绍，营销活动可以根据受众不同针对制作



THANK YOU