О наборе данных

Контекст:

Рост супермаркетов в большинстве густонаселенных городов увеличивается, а рыночная конкуренция также высока. Набор данных является одним из исторических продаж компании супермаркетов, которая зафиксировала данные в 3 разных филиалах за 3 месяца. Методы прогнозной аналитики данных легко применять с этим набором данных.

Информация об атрибутах

Invoice id: сгенерированный компьютером идентификационный номер счета-фактуры.

Branch: Филиал суперцентра (доступны 3 филиала, обозначенные A, B и C).

City: Расположение суперцентров

Customer type: Тип клиентов, записанный Участниками для клиентов, использующих карту участника, и Нормальный для клиентов без карты участника.

Gender: Гендерный тип клиента

Product line: Общие группы категоризации товаров - Электронные аксессуары, Модные аксессуары,

Продукты питания и напитки, Здоровье и красота, Дом и образ жизни, Спорт и путешествия

Unit price: Цена каждого товара в $

Quantity: Количество продуктов, приобретенных клиентом

Tax: 5% налоговый сбор за покупку клиента

Total: Общая цена с учетом налога

Date: Дата покупки (запись доступна с января 2019 года по март 2019 года)

Time: Время покупки (с 10 утра до 9 вечера)

Payment: Оплата, используемая клиентом для покупки (доступны 3 метода - наличные, кредитная карта и электронный кошелек)

COGS: Себестоимость проданных товаров

Gross margin percentage: процент валовой прибыли

Gross income: Валовой доход

Rating: Рейтинг стратификации клиентов по их общему опыту покупок (по шкале от 1 до 10)