Hipermarket Tesco

Kontekst

W związku z rosnącymi wymaganiami i ostrą konkurencją na rynku, firma Tesco poszukuje wiedzy na temat tego, co jest dla niej najlepsze. Chciałaby zrozumieć, które produkty, regiony, kategorie i segmenty klientów powinny być ich celem, a których powinni unikać.

Możesz nawet pójść o krok dalej i spróbować zbudować model regresji, aby przewidzieć sprzedaż lub zysk. Zaszalej z zestawem danych, ale także upewnij się, że dostarczasz pewnych spostrzeżeń biznesowych w celu poprawy.

**Zmienne:**

Identyfikator wiersza => Unikalny identyfikator dla każdego wiersza.

Order ID => Unikalny identyfikator zamówienia dla każdego klienta.

Data zamówienia => Data zamówienia produktu.

Data wysyłki => Data wysyłki produktu.

Ship Mode=> Tryb wysyłki określony przez klienta.

Customer ID => Unikalny identyfikator identyfikujący każdego klienta.

Nazwa klienta => Nazwa klienta.

Segment => Segment, do którego należy Klient.

Kraj => Kraj zamieszkania klienta.

Miasto => Miasto zamieszkania klienta.

Stan => Stan zamieszkania klienta.

Kod pocztowy => Kod pocztowy każdego klienta.

Region => Region, do którego należy Klient.

Identyfikator produktu => Unikalny identyfikator produktu.

Kategoria => Kategoria zamówionego produktu.

Podkategoria => Podkategoria zamówionego produktu.

Nazwa produktu => Nazwa produktu

Sprzedaż => Sprzedaż produktu.

Ilość => Ilość produktu.

Rabat => Udzielony rabat.

Zysk => Poniesiony zysk/strata.