

24.05.2022

РЕТЕЙЛ - АНАЛИЗ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Презентация по финальному проекту

Колесникова Ольга

Студентка

Яндекс.Практикум

ОГЛАВЛЕНИЕ

- Источники данных - 3
- Количество покупок по дате - 4
- Исследование по магазинам - 5
- Исследования по чекам и покупателям, средний чек, возвраты - 6
- Анализ программы лояльности - 7
- Средний чек и число покупок по программе лояльности - 11
- Проверка статистических гипотез - 12
- Выводы - 13

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

Датасет содержит данные о покупках в магазине строительных материалов «Строили, строили и наконец построили».

Данные предоставлены компанией в файлах .csv

Период выгрузки 1 декабря 2016 - 28 февраля 2017.

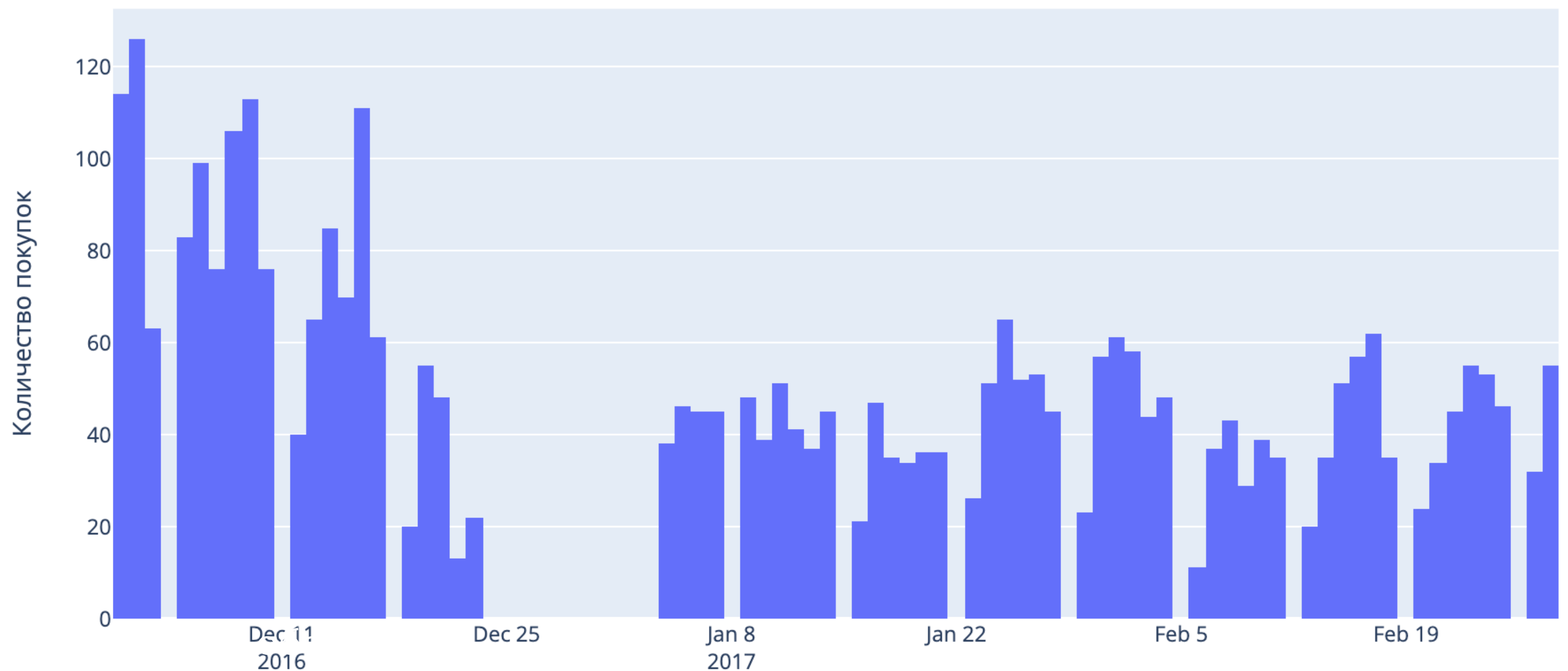


КОЛИЧЕСТВО ПОКУПОК ПО ДАТЕ

Период
исследования
- 3 месяца.

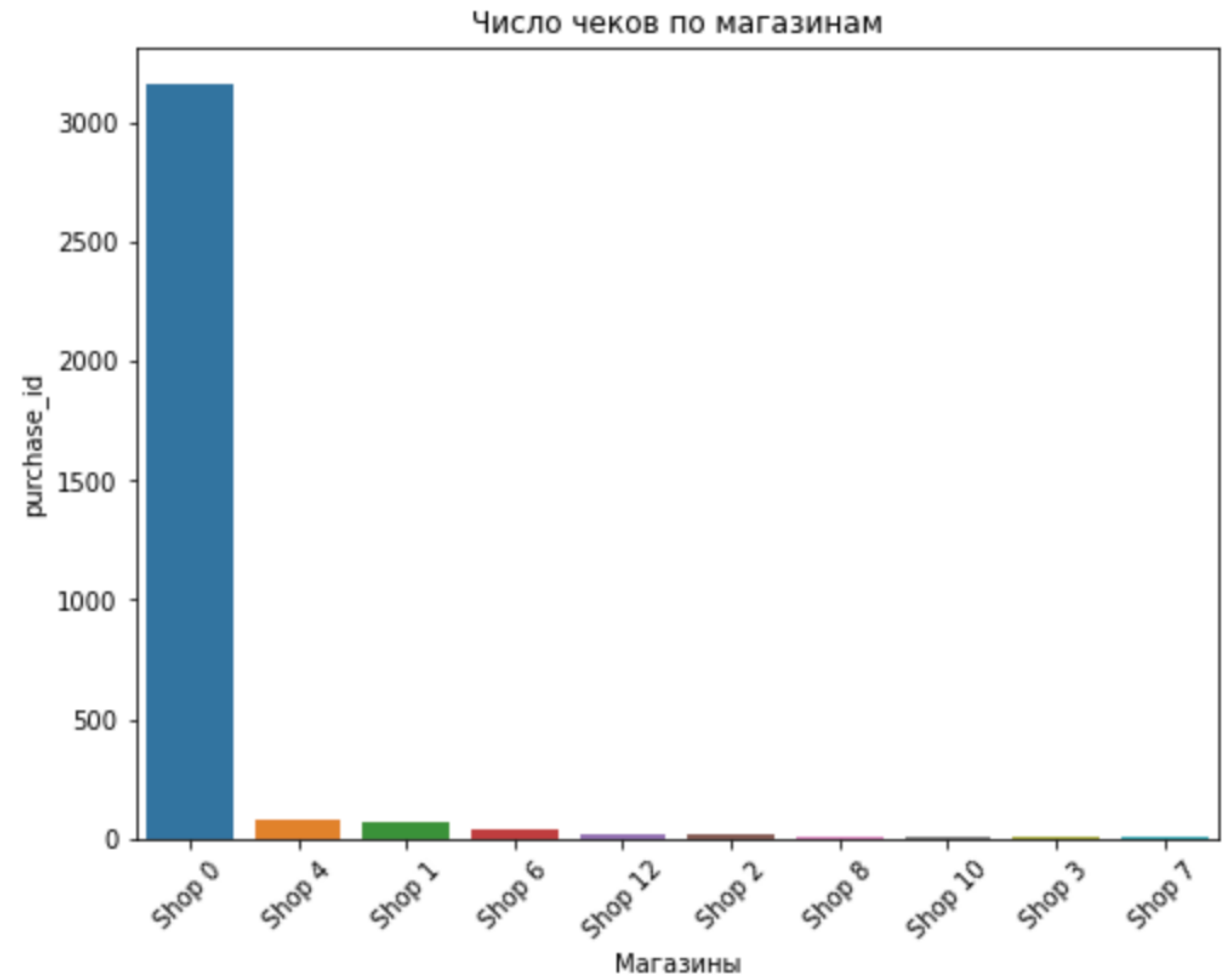
Магазин не
работает по
воскресеньям.
Также были
выходные в
рождественск
ие праздники
24 декабря - 3
января

Распределение покупок по дате



Магазин "Shop 0" лидирует по всем парметрам продаж с большим отрывом от остальных. Число чеков, проданных товаров, выручка больше в 30 раз.

Возможно он флагманский и самый большой, через него могут проходить онлайн-заказы с самовывозом или доставкой.

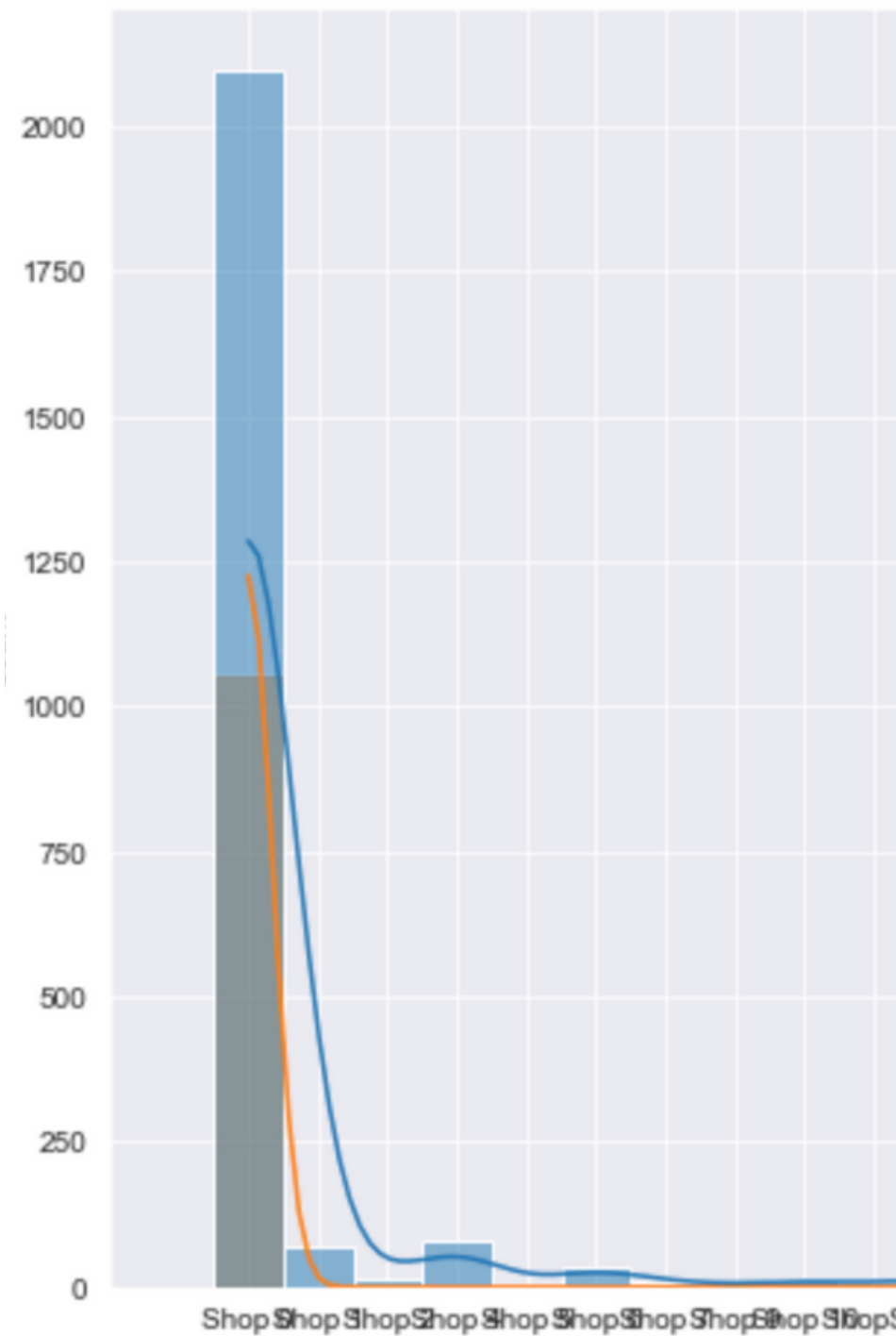


АНАЛИЗ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

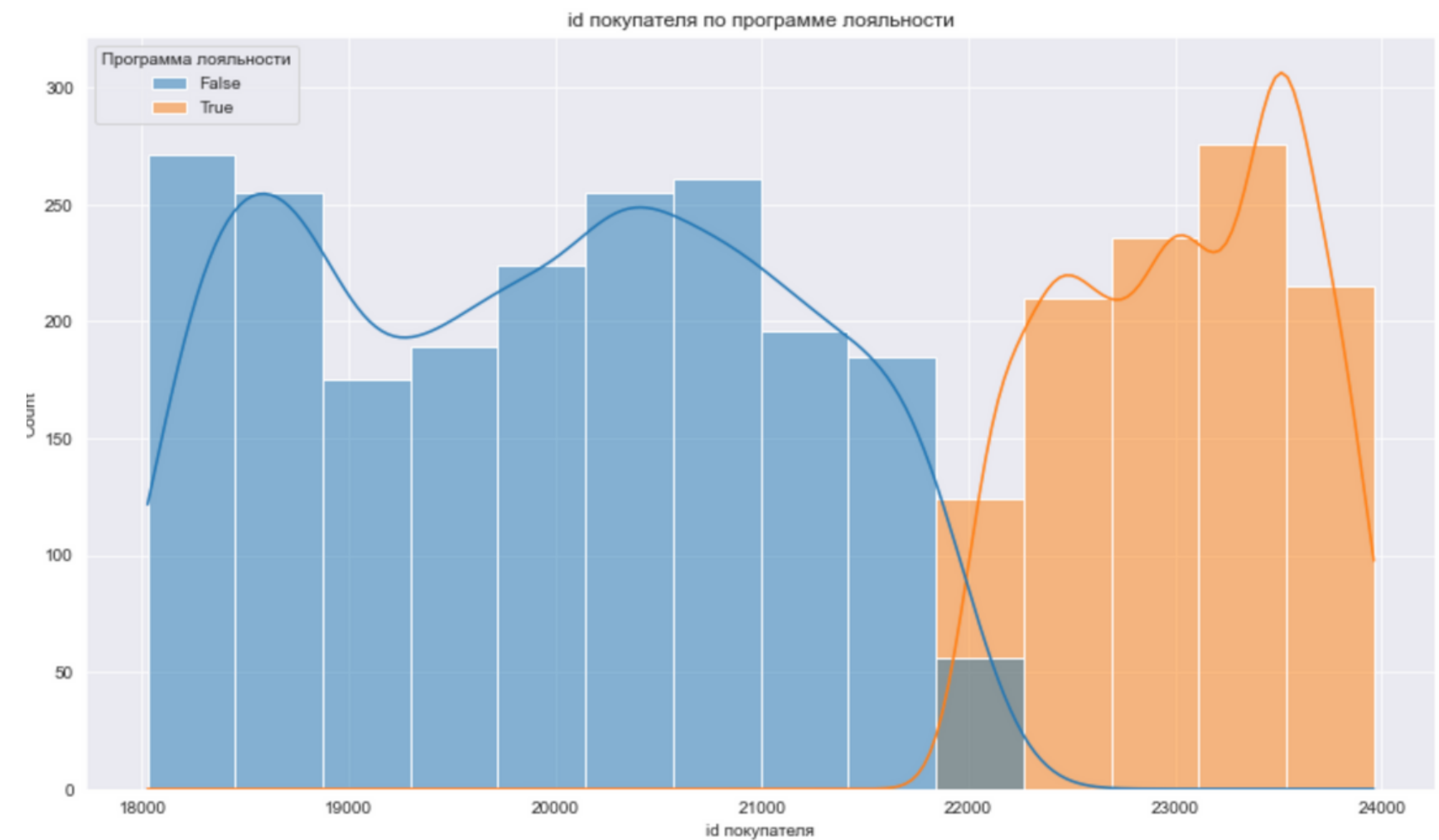
	Число чеков	Число клиентов	Среднее число товаров	Средняя цена товара
loyalty_program				
False	2410	1070	7.05	4.04
True	1061	543	7.12	4.07

Количество покупок и число клиентов с программой лояльности и без соотносятся как 2:1. Среднее число товаров - 7 и средняя цена товара - `4\$` у обеих выборок одинаковы.

АНАЛИЗ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



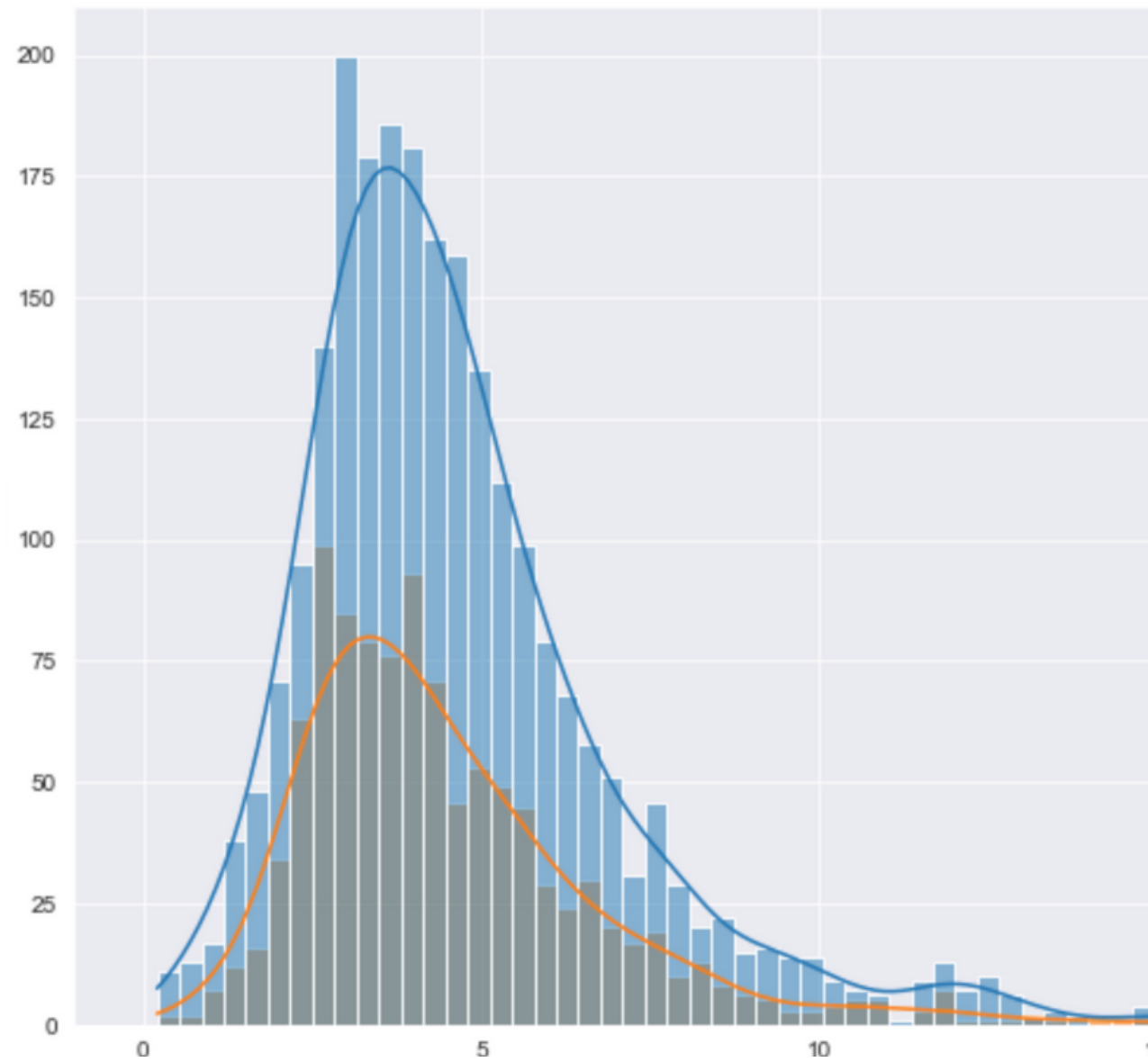
Id покупателя с программой лояльности начинается с номера 22005, пользователи групп не пересекаются



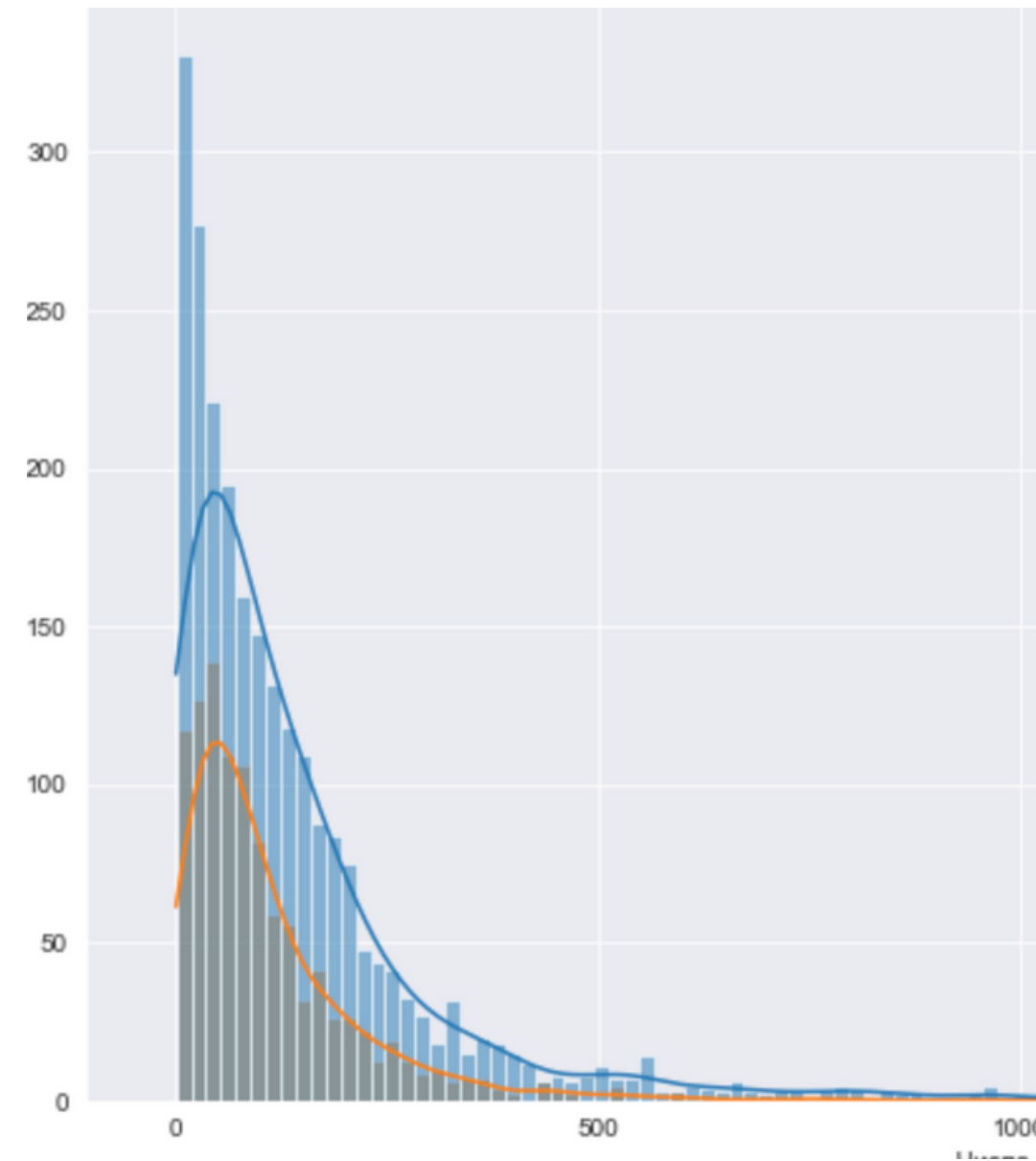
АНАЛИЗ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



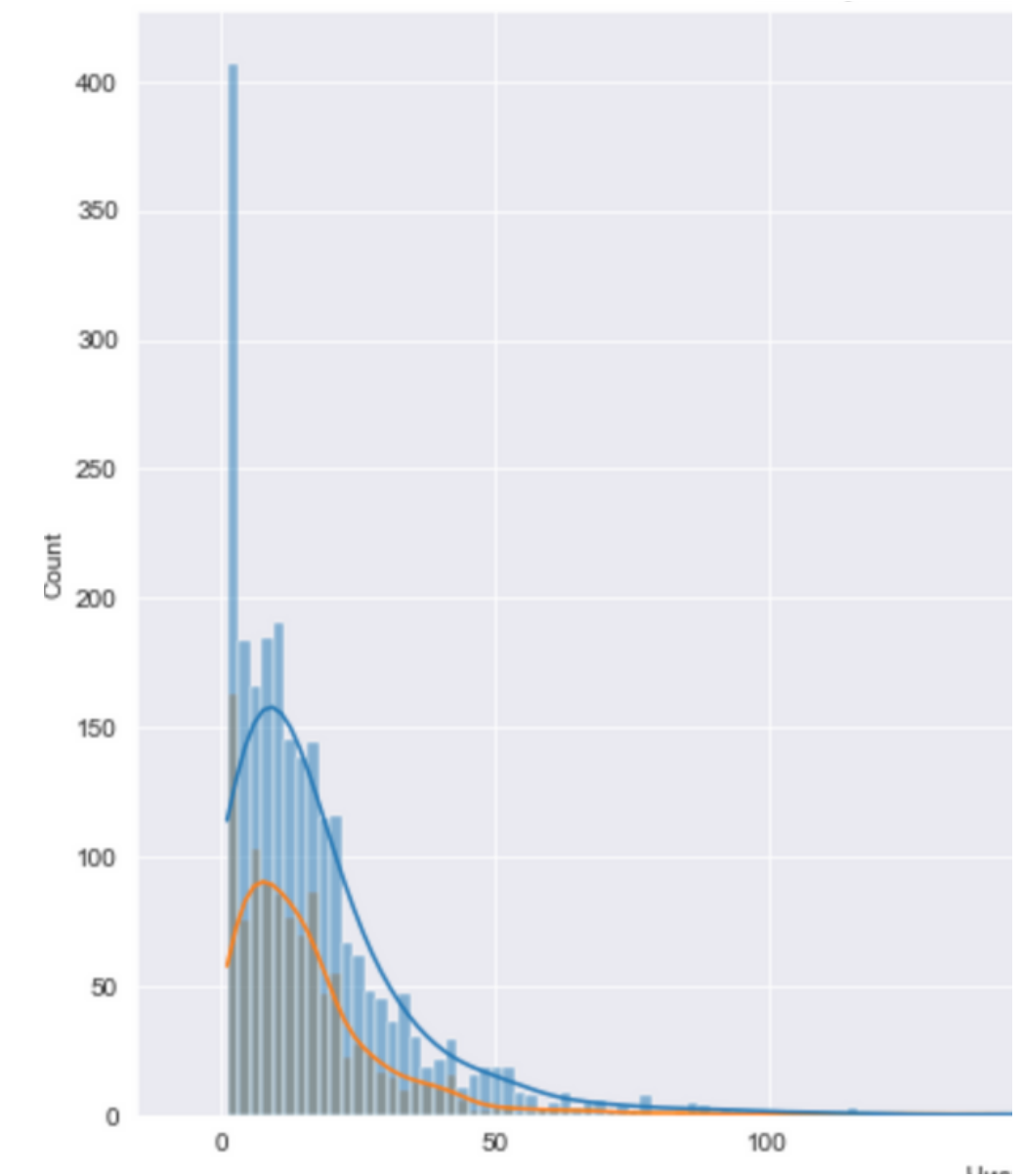
Средняя цена за товар в чеке



Число всех товаров в чеке



Число уникальных товаров в чеке

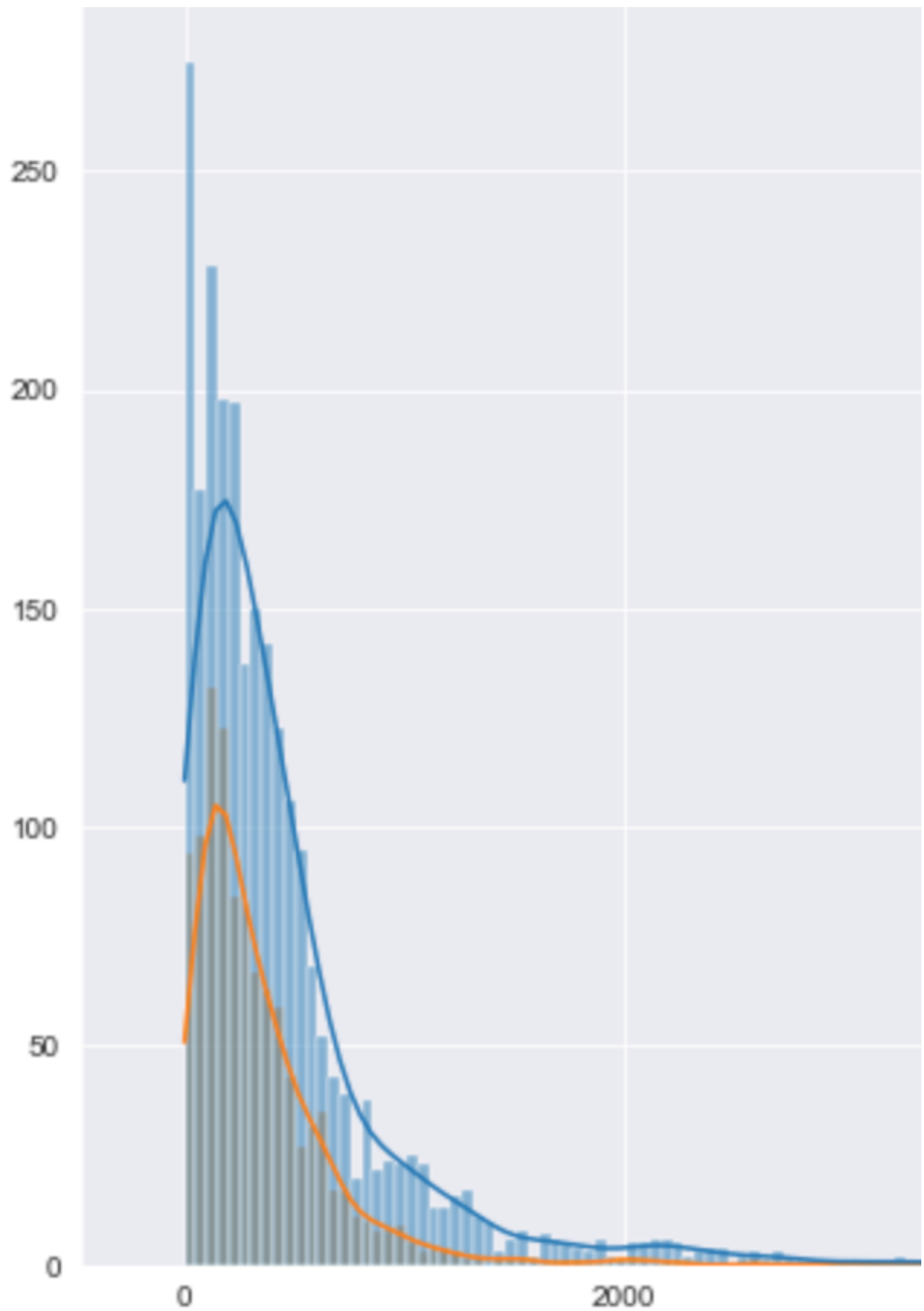


Распределения по программе лояльности и обычным покупкам схожи

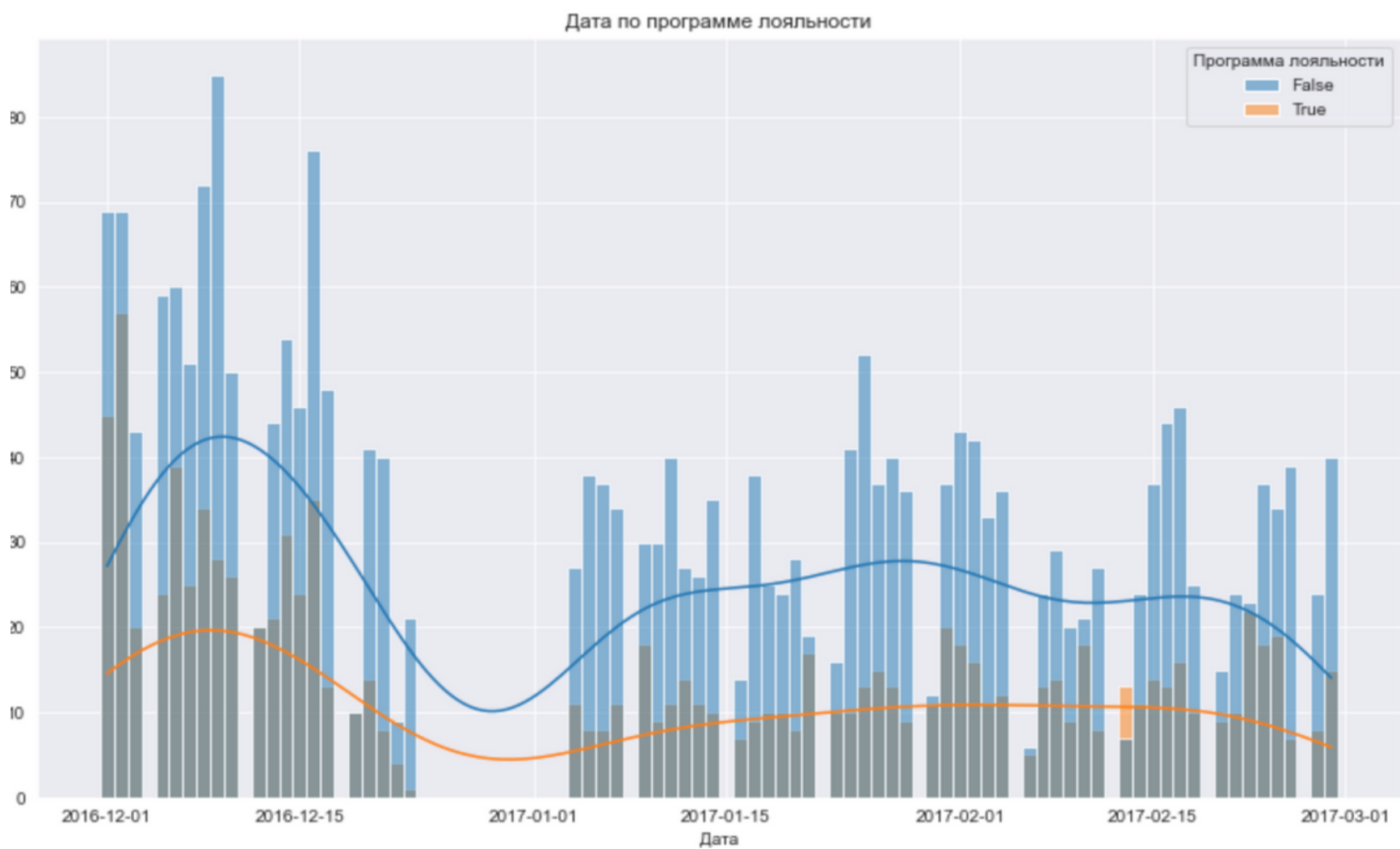
АНАЛИЗ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



Сумма чека



Распределение покупок по датам



Распределения по программе лояльности и обычным покупкам схожи

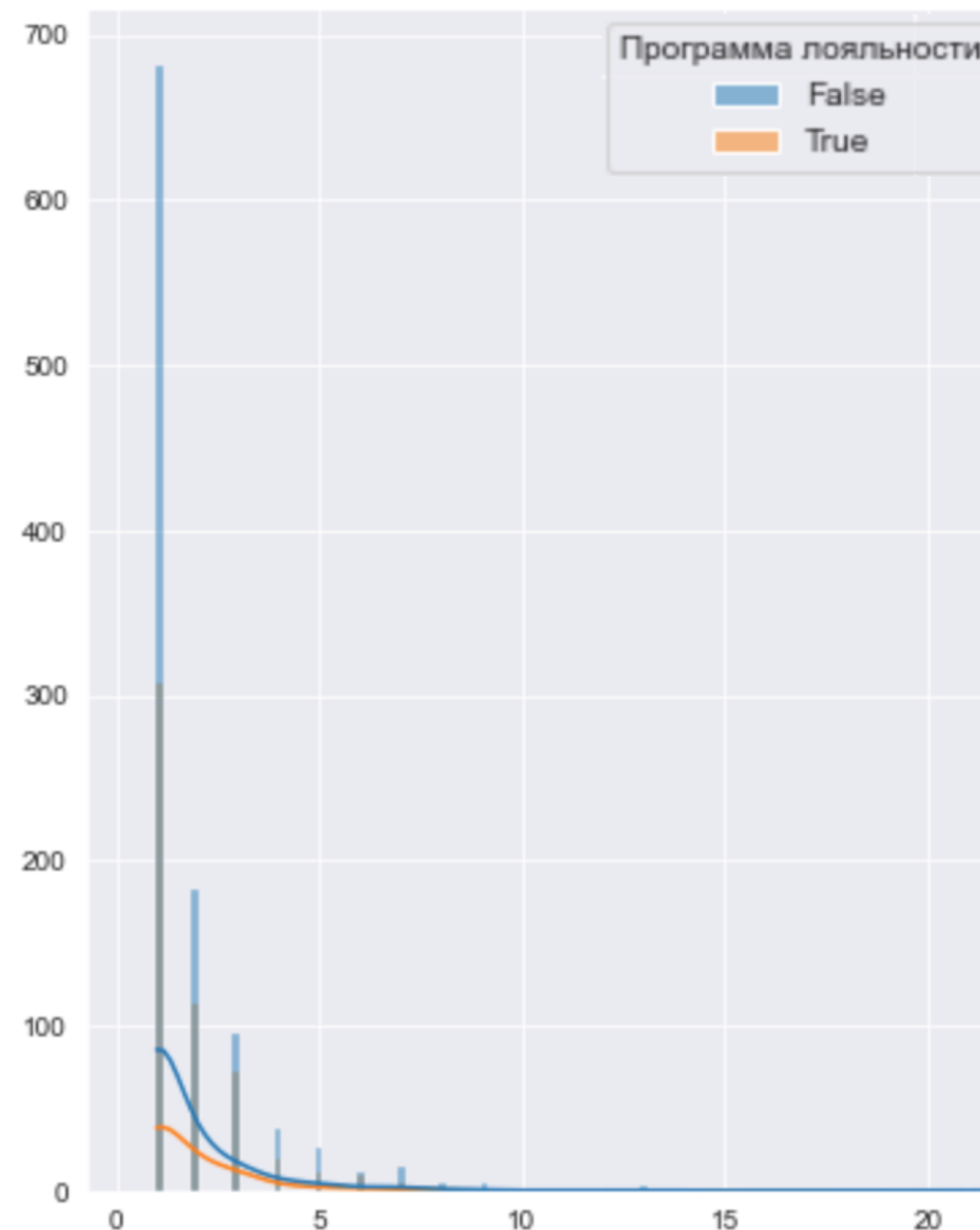
Среднее количество покупок примерно одинаково: 1.93-1.95

Средние по числу уникальных товаров в чеке, числу всех товаров, средней цены за товар и среднего чека немного ниже у клиентов по программе лояльности.

СРЕДНИЙ ЧЕК

- по программе лояльности: 340.5\$
- обычного покупателя: 457\$

Количество покупок по пользователям



ПРОВЕРКА СТАТИСТИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ

1 СРЕДНЯЯ СУММА ПОКУПКИ ПО ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ И БЕЗ НЕ РАВНА;

2 СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ТОВАРОВ В ЧЕКЕ ПО ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ И БЕЗ НЕ РАВНО;

3 СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ПОКУПОК ОДНИМ ПОКУПАТЕЛЕМ ПО ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ И БЕЗ РАВНО;

4 СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ТОВАРА ПО ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ И БЕЗ НЕЕ НЕ РАЗЛИЧАЕТСЯ.

ВЫВОДЫ АНАЛИЗА ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ:

Программа лояльности пользуется спросом только в основном магазине Shop O

Среднее число покупок и стоимость одного товара равны для покупателей с программой лояльности и без

При этом для покупателей с программой лояльности количество товаров меньше и средний чек ниже, чем у обычных клиентов.

- Средний чек по программе лояльности: 340.5\$
- Средний чек обычного покупателя: 457\$

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ НЕ ВЫГОДНА ДЛЯ СЕТИ МАГАЗИНОВ

Лучше пересмотреть условия программы лояльности или вовсе отказаться от нее. Больше покупок, бОльшую сумму чеков она не приносит.

Анализ подготовлен
Колесниковой Ольгой,
студенткой Яндекс.Практикум

email: kod678@gmail.com
tg: olya_utrom