

# E-Ticaret Satış Verileri Raporu

Bu rapor, e-ticaret satış verileri üzerinde yapılan analizleri ve görselleştirmeleri içermektedir. Veriler, farklı ürünler, müşteri segmentleri, satış fiyatları, ve satış adetleri üzerinden toplanmış ve SQL veritabanında işlenmiştir. Analizler, satışları daha iyi anlamak ve karar alma süreçlerinde yardımcı olmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

**DİPNOT:** Bu projedeki kullanılan veriler Python üzerinden rastgele oluşturulmuştur. Hiçbir gerçeklik içermemektedir.

## Veri Seti Özeti

Veri seti, aşağıdaki sütunlardan oluşmaktadır:

- **Order\_ID:** Sipariş numarası
- **Order\_Date:** Sipariş tarihi
- **Customer\_ID:** Müşteri ID'si
- **Product\_Name:** Ürün adı
- **Category:** Ürün kategorisi
- **Price:** Ürün fiyatı
- **Quantity:** Ürün adedi
- **Total\_Sales:** Toplam satış tutarı (Price \* Quantity)
- **Customer\_Segment:** Müşteri segmenti (örneğin; Bireysel, Kurumsal vb.)

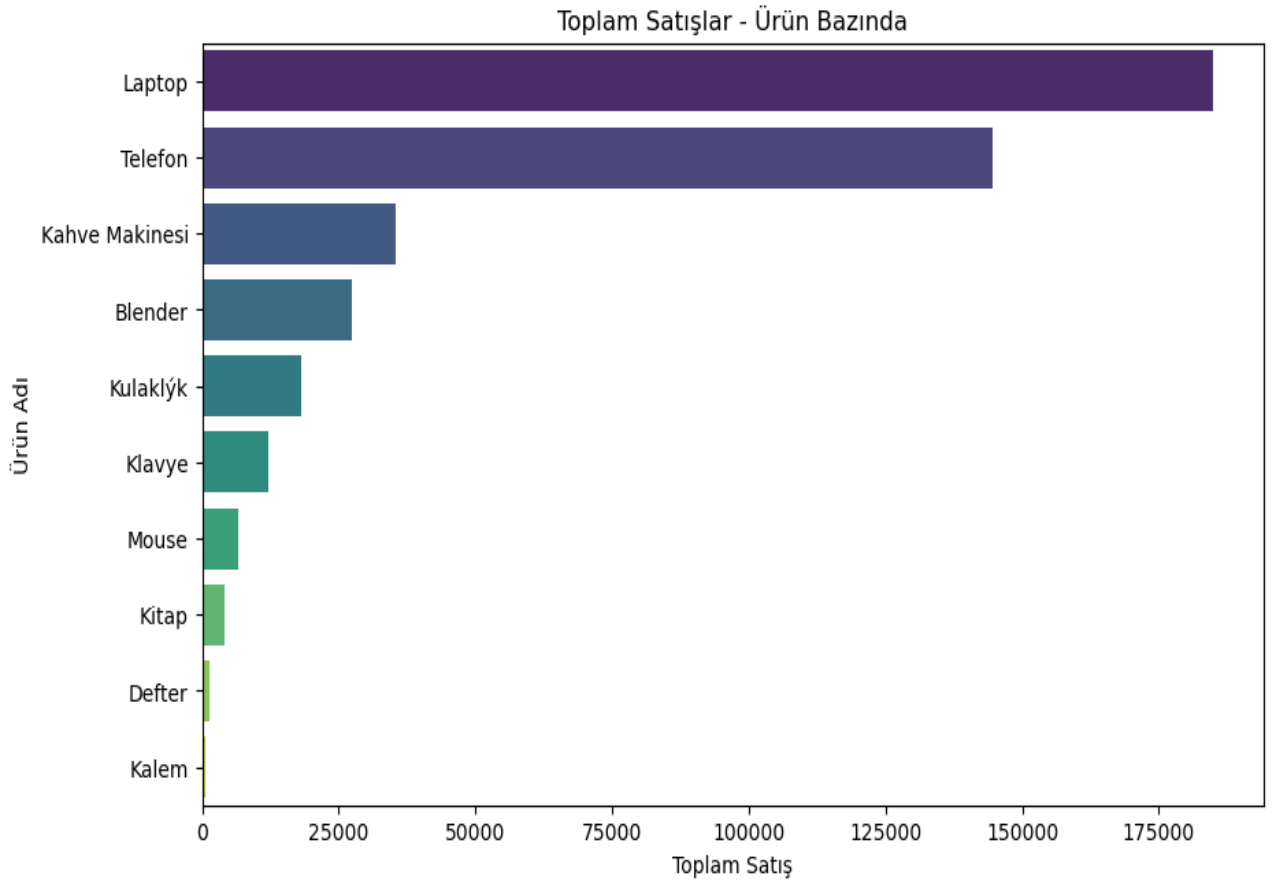
Bu veriler, SQL sorguları ile analiz edilerek görselleştirilmiştir.

## Analizler

### 1- Ürünlere Göre Toplam Satışlar

İlk olarak, ürün bazında toplam satışlar hesaplanmıştır. Aşağıdaki çubuk grafik, en yüksek satışa sahip ilk 10 ürünü göstermektedir. Bu grafik, hangi ürünlerin daha fazla satış yaptığını görsel olarak incelememizi sağlamaktadır.

#### Grafik: Ürünlere Göre Satışlar

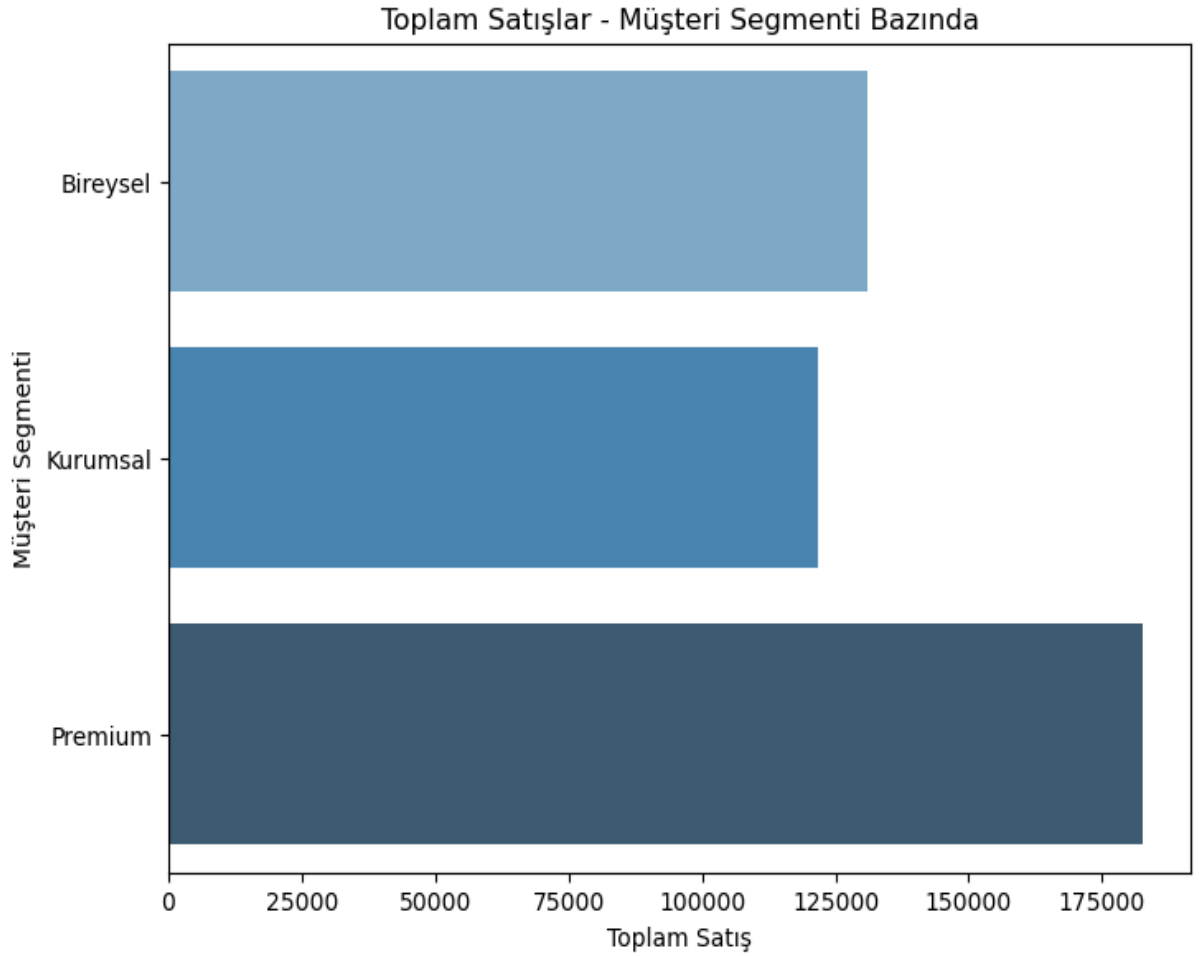


- Ürünler en yüksek satıştan düşüğe doğru sıralanmıştır.
- En yüksek satışa sahip ürünlerin, satış stratejilerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynadığı gözlemlenmiştir.

## 2- Müşteri Segmentlerine Göre Satışlar

Müşteri segmentlerine göre yapılan satış analizi, farklı müşteri gruplarının alışveriş alışkanlıklarını ortaya koymaktadır. Aşağıdaki grafik, her bir müşteri segmentinin toplam satışlarını göstermektedir.

**Grafik: Müşteri Segmentlerine Göre Satışlar**

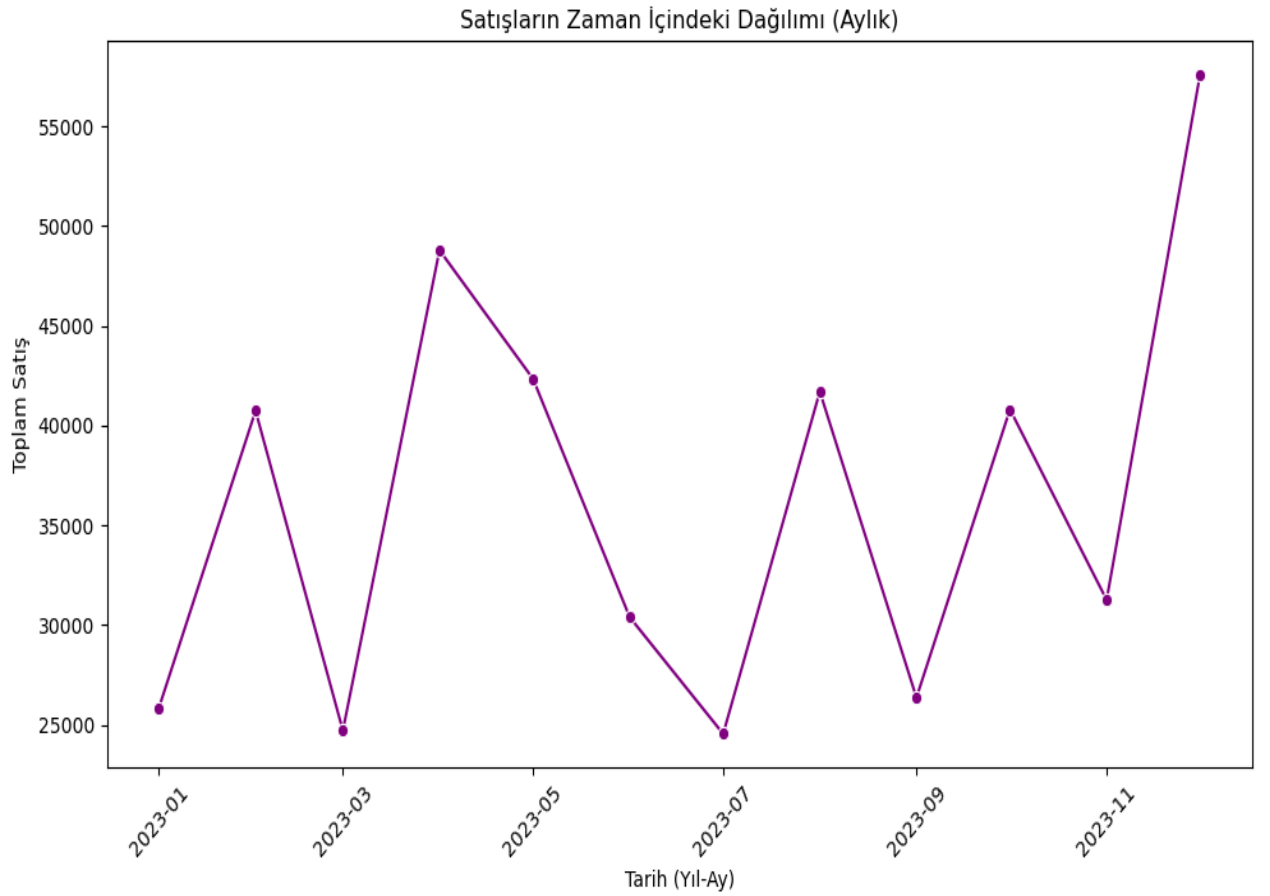


- **Kurumsal** segmentinin, **Bireysel** segmentten daha fazla satış yaptığı görülmektedir.
- Müşteri segmentleri üzerinden yapılan satış analizleri, pazarlama stratejilerinin daha doğru ve hedeflenmiş şekilde planlanmasını sağlar.

### 3- Satışların Zaman İçindeki Dağılımı

Veri setinde **Order\_Date** sütununa dayalı olarak satışların zaman içindeki dağılımı incelenebilir. Bu analiz, hangi dönemlerde daha fazla satış yapıldığını ve satışların mevsimsel bir trend gösterip göstermediğini anlamamıza yardımcı olur.

#### Grafik: Zaman İçinde Satış Dağılımı



- Satışlar belli bir dönemde daha yoğunlaşabilir.
- İlgili analiz, gelecekteki satış trendlerinin tahmin edilmesine olanak sağlar.

## Sonuç

Bu proje, e-ticaret satış verilerini analiz ederek önemli eğilimler ortaya çıkarmıştır. Ürün bazında yapılan inceleme, bazı ürünlerin diğerlerinden çok daha fazla satış yaparak şirket gelirine önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Bu ürünler üzerine daha fazla reklam ve promosyon çalışması yapılabilir. Ayrıca, müşteri segmentlerine göre yapılan analiz, yüksek gelir grubundaki müşterilerin daha büyük alışverişler yaptığını ve bu segmentlere özel stratejilerle satışların artırılabilceğini ortaya koymaktadır. Satışların zaman içindeki dağılımı ise, belirli dönemlerde (örneğin tatil sezonu ve yıl sonu indirimleri) önemli satış artışları yaşandığını göstermektedir. Bu tür mevsimsel artışlar göz önünde bulundurularak, gelecekteki kampanyalar ve stok yönetimi planlaması yapılabilir. Genel olarak, veri analizi ile elde edilen bu bilgiler, ürün çeşitliliği, pazarlama stratejileri ve müşteri segmentasyonunun optimize edilmesini sağlayarak, şirketin satış performansını artırabilir. Veriye dayalı kararlar almak, daha hedeflenmiş pazarlama kampanyaları, müşteri ilişkileri yönetimi ve stok planlaması gibi alanlarda etkili aksiyonlar alınmasını mümkün kılar. Bu proje, şirketlerin veri odaklı stratejilerle rekabetçi avantaj elde etmelerini sağlayacak bir temel sunmaktadır.