



ABC XYZ анализ



фармакология

Исследование и
Презентацию
выполнила
Рожковская
Алёна
25,09,2020

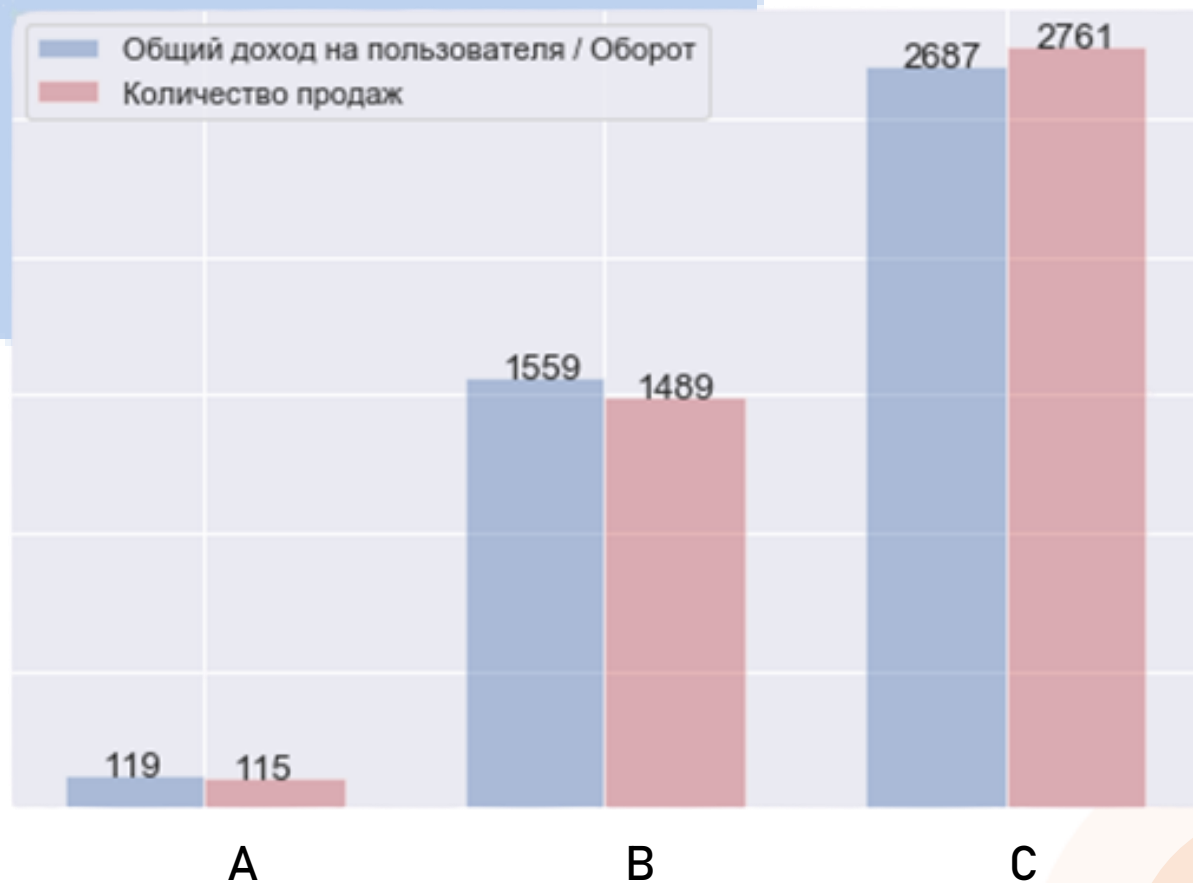
ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ



Сегментировать пользователей и найти тонкие места

Выяснить, насколько важен конкретный товар в продуктовой линейке





ABC клиенты



Клиенты были поделены
на три группы по принципу

А группа - 80% продаж/прибыли

В группа - 15% продаж/прибыли

С группа - 5% продаж/прибыли

АВС клиенты



Клиенты категории А приносят 80% от дохода таких клиентов должно быть примерно 20% от общего количества клиентов

Клиенты категории В - это средние клиенты, они приносят 15% от дохода и их должно быть 15% от общего количества.

Клиенты категории С - это мелкие клиенты, которые приносят 5% от дохода и их количество в норме 65% от общего количества.

Общий доход на пользователя /Оборот

Процент категории А = 2.73 %

Процент категории В = 35.72 %

Процент категории С = 61.56 %

Продажи

Процент категории А = 2.63 %

Процент категории В = 34.11 %

Процент категории С = 63.25 %

ABC клиенты



Доли клиентов смещены от стандартных - это говорит о нарушениях в работе с клиенткой базой

Доля категории А существенно ниже стандартной, это значит, что компания недобирает клиентов именно в этой категории

Необходимо проанализировать методы работы с клиентами группы А. Определить, как применять эти методы к клиентам категории В, чтобы увеличить средний чек и перевести их в категорию А

	id_user	ABC_total_revenue_user	ABC_item_quantity
6	00adcd873458b5168dffccd74da5ea61	C	B
28	02f798df57537c4cbffb785988d6cde4	C	B
39	03f5b6734a4fc8ebf6e4a9d5dd5770ae	C	B
55	05449520d5b46ce109a1a89af1688b3a	C	B
70	06f94a48ed433b8d94e2cae86c322056	C	B
...
4313	fb2e5eb92a40a8b783ff2be99ddafe31	C	B
4333	fc30c4ad94c000b37a8e50c6c34b8d8d	C	B
4340	fd998c5c58300257b2be21d455b77a2f	C	B
4356	ff2cd2ebe579c9e0d4b3f683574b4422	C	B
4364	ffd37e7a80b26ce40a6f4a28d73d7f99	C	B

297 rows × 3 columns

ABC товары

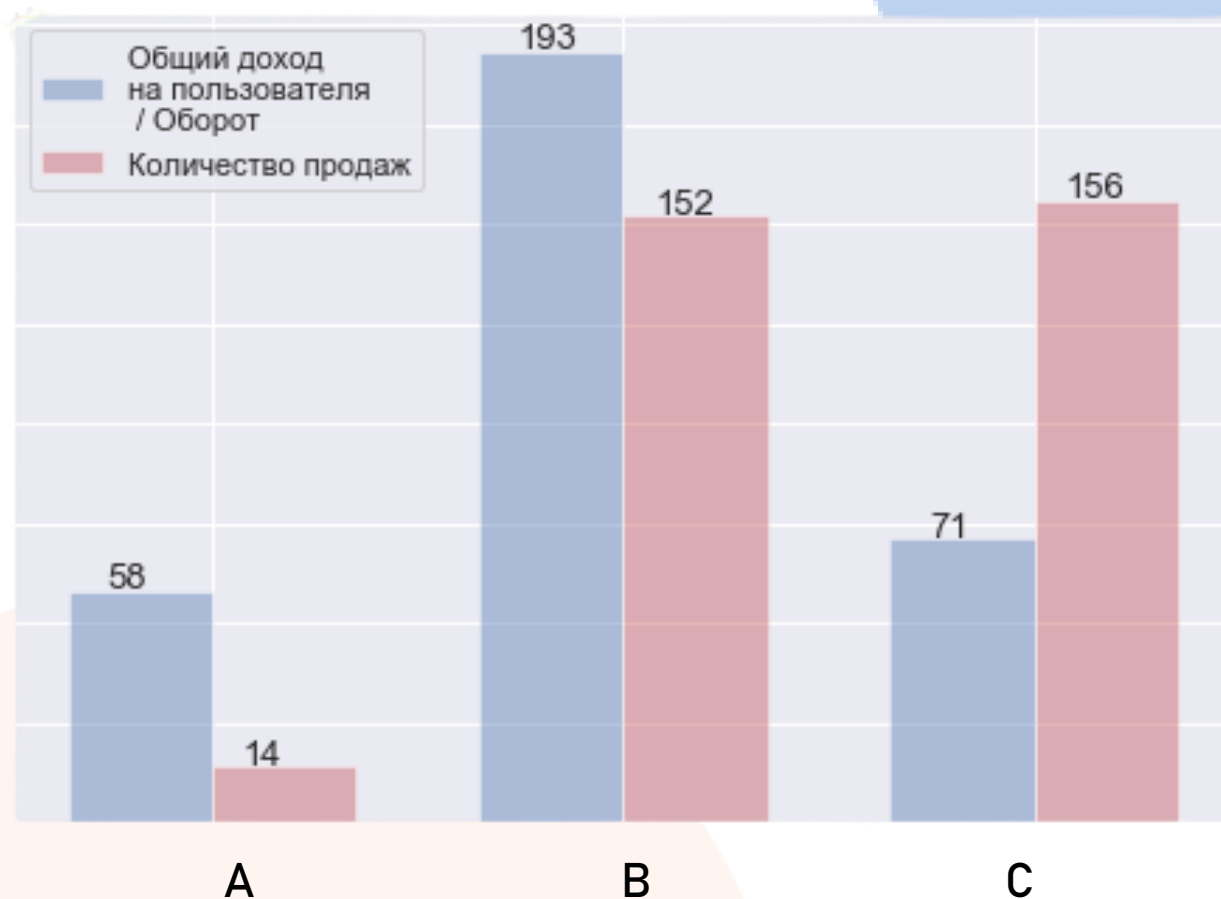


АА — товары-лидеры, категория наивысшего приоритета, товары постоянно должны быть в наличии, необходим тщательный контроль уровня запасов

АВ — товары которые принесут максимальную эффективность при проведении промоакций

ВА, ВВ, ВС, СВ — товары-среднячки, средний уровень управления запасами и размещением на полках

СС — товары-аутсайдеры, необходим детальный анализ категории и выведение из ассортимента самых низкоэффективных товаров



ABC товары

Привычные доли при анализе товаров
также оказались смещенными

Необходимо проработать товары
вошедшие в группу А и В

Как и в случае с клиентами необходимо
предпринять меры чтобы перевести
товары из категории В в категорию А

Общий доход /Оборот

Процент категории А = 2.73 %

Процент категории В = 35.72 %

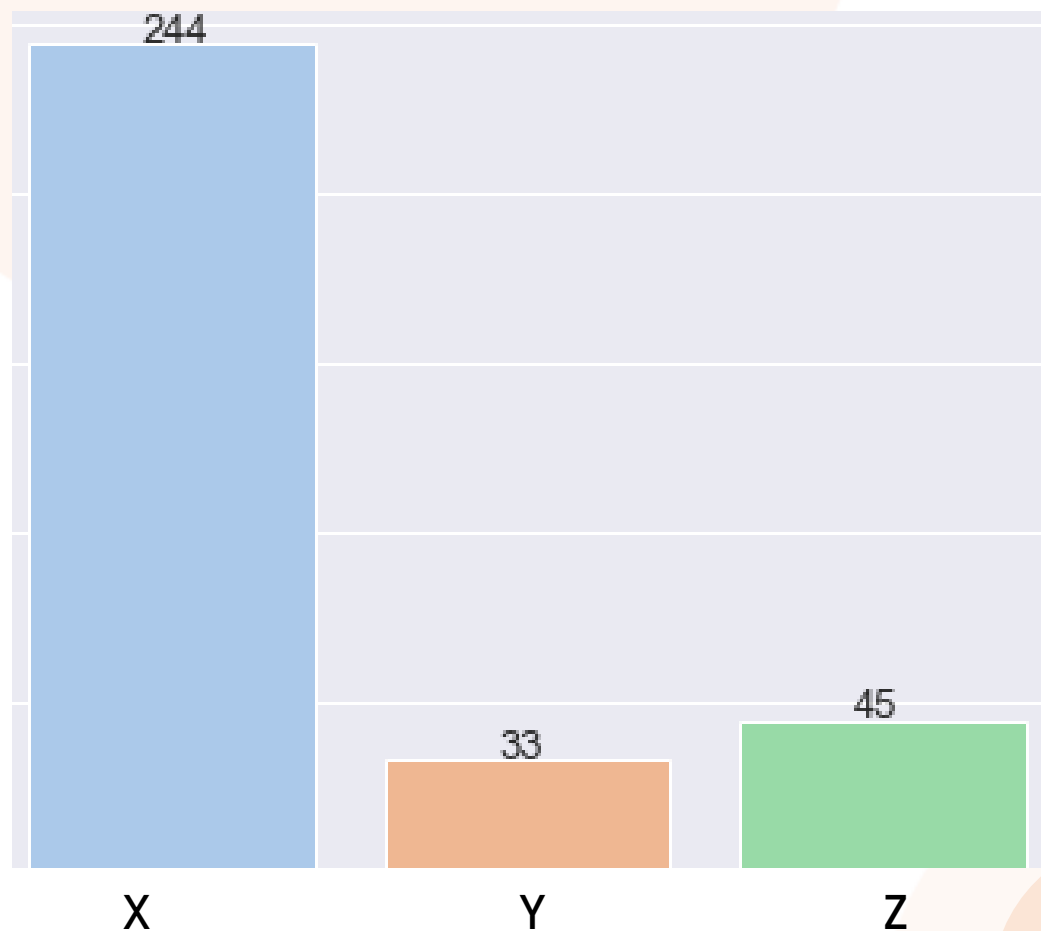
Процент категории С = 61.56 %

Продажи

Процент категории А = 2.63 %

Процент категории В = 34.11 %

Процент категории С = 63.25 %



XYZ товары



Товары компании были классифицированы в зависимости от характера их потребления и точности прогнозирования изменений в их потребности в течение определенного временного цикла

- X группа - товары с устойчивым спросом
- Y группа - товары имеющие средний спрос
- Z группа - товары случайного спросом

ABC XYZ товары

матрица

Группа AX —самые востребованные и приносящие главную долю прибыли. Если их не будет достаточно на прилавке и на складе, то выручка будет ниже

Группы BX — товары приносящие меньше прибыли, но остающиеся востребованными. Их дефицит скажется на выручке не так болезненно, как в случае с товарами группы AX, но все еще ощутимо

Группа AY — устойчивый спрос отсутствует. Но по прибыли сохраняют лидирующие позиции. Имеет смысл закупать товары этой категории в достаточном количестве.

Группа AZ - товары хоть и вошли в число лидеров по приносимым деньгам, но имеют малый спрос из-за чего оказывают меньшее влияние на итоговую прибыль или выручку. На усмотрение руководителя выполняется отказ или производится некоторый запас

Остальные — чем ближе к правому нижнему углу, тем меньше востребованность, доля прибыли и, следовательно, тем меньше надобность в запасах

Можно безболезненно отказаться от этих товаров совсем или перейти к поставкам только под заказ

	A	B	C
X	[767613 951921 705681 815557 440751 920549 670769 717769 829339 323551 851784 856834 800815 920558 702859 795905 654914 399012 29111 893817 30069 440422 767534 296311 695760 859452 30373 763051 897243 345128 719931 683014 825239 837387 873070 922069 876676 489945 852769 654323 30064 702331 963811 304254]	[20222 1628 1736 1678 1751 1787 14625 1642 14709 233758 1639 1698 1619 1635 1734 1748 1713 1815 1773 1618 1772 1721 1764 17186 233798 1722 1663 1723 1696 176407 1760 183809 1771 1605 1677 169800 1833 1729 19316 1855 1744 1599 1814 1768 1750 1827 14648 26490 20045 1752 1626 1714 18114 1688 182916 1770 1676 1685 1832 1823 1746 1747 1638 1653 1613 1606 1695 18117 1812 14923 1656 1741 1603 1682 225565 1699 1798 1826 1728 1647 1637 1854 1795 1704 233009 1650 1633 1781 1778 1636 1689 1825 1835 170391 14620 1809 1811 1645 205512 1612 245601 1791 1681 1666 1665 1652 1786 1727 1783 1756 176816 1733 1664 1684 1701 1624 1745 1610 1634 1830 1715 29090 1705 1777 1641 1822 1700 1718 1709 14943 1631 1717 1646 1720 1621 29073 1719 17583 1757 1629 255392 1632 1710 1789 25928 1598 1819 20995 1834 26481 1649 255399 181504 1785 1707 1706 239525 21005 1731 1657 1654 1651 1820 18331 15405 1661 233797 1813 1615 1616 1806 1780 1738 1644]	[1774 113345 1856 113368 15348 1775 143811 1767 1742 113373 24453 1797 113334 14584 134786 1737 142671 14598 188665 14587 14542 14549 1836 14601 1801 1625]
Y	[763014 886224 869336 955997 942314 30057 896875 855241]	[1623 1674 159151 1659 1675 1687 1755 1726 1611 1793 1779 1782 1602 1679 26489 21426 1769 245612]	[1799 15352 920576 1697 836776 1660 111613]
Z	[852747 952979 958105 971249 971264 983951]	[225036]	[1730 14608 5263 893816 5288 170433 5292 530 5353 5359 928090 875973 15407 96407 84735 176938 182931 5216 27197 18113 763037 1776 1800 29072 1808 800814 815553 245608 244118 20044 226373 225002 205997 4936 5159 859451 5203 0]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ исследования



Было обнаружено смещение в процентном распределении групп как товаров так и клиентов

Для каждой проблемы выработаны первичные рекомендации

Возникли вопросы?

Вы можете связаться с нами в [vkontakte](#), [facebook](#) [instagram](#) или посмотреть [контакты](#)

Понравилась, проделанная работа и хотите продолжить сотрудничество?

Узнайте, что мы [еще умеем](#)