

E-Shop kuchyňka

Koncepce projektu

V rámci projektu byl vyvinut konceptuální návrh, následně vytvořena architektura databáze a nakonec proveden import dat s navázáním relací mezi jednotlivými entitami.

Datová sada

Datová byla koncipována a vytvořena pomocí generátoru umělé inteligence.

Data byla následně importována jazykem Python.

Cíl projektu

Hlavním cílem projektu bylo poskytnout komplexní analýzu zákaznických segmentů a prodejních trendů.

Jak se mění dynamika prodeje v závislosti na čase?

Který segment zákazníků přisoudil internetovému obchodu nejvyšší hodnocení?

Jaká je struktura zákazníků e-shopu a jak se geograficky rozkládají jeho nakupující zákazníci?

Poskytnout podrobnou analýzu jednotlivých kategorií a produktů.

Určit rok, ve kterém došlo k nejvýraznějšímu poklesu v růstu prodejních čísel.

Transformace a agregace dat

Pro kvantifikaci počtu položek v rámci jednotlivých kategorií a celkového objemu prodeje produktů byla aplikována metoda agregace dat přes všechny relevantní kategorie a produkty.

Obecná logika

Výpočet meziročního růstu byl proveden podle standardního vzorce, který zahrnuje porovnání hodnot mezi dvěma po sobě jdoucími lety a určení procentuální změny.

Tento vzorec lze vyjádřit následovně:

$$\text{Procentuální změna} = \left(\frac{\text{Aktuální hodnota} - \text{Počáteční hodnota}}{\text{Počáteční hodnota}} \right) \times 100\%$$

Periodicita

Roční

Odpovědi na výzkumné otázky

• Výzkumná otázka číslo 1

Rok 2024 se ukázal být nejméně úspěšným, s celkovým počtem prodejů pouhých 5.

• Výzkumná otázka číslo 2

Obchod obdržel nejvíce pětihvězdičkových hodnocení od **ženské** klientely, přičemž mužská klientela **není**

daleko za nimi s těsným počtem hodnocení.

- **Výzkumná otázka číslo 3**

Gendrové rozložení zákazníků je **rovnoměrné**, přičemž největší geografické zastoupení mají zákazníci z **Jihomoravského kraje**.

- **Výzkumná otázka číslo 4**

Pro získání přesnějších výsledků je nutné provést důkladnější zkoumání analýzy kategorií a produktů. (viz. Vizuál)

- **Výzkumná otázka číslo 5**

Nejvýraznější pokles prodejů byl zaznamenán v roce **2023**, zatímco i rok **2019** vykázal významný úbytek.

Je pravděpodobné, že existují specifické faktory, které měly vliv na snížení nákupní aktivity.

Vytvořil: Ondřej Seidl