Süper Mağaza Satış Analizi

Hazırlayan:Serkan Polat

1. Sorun Bildirimi:

* Superstore veri seti, farklı kategoriler ve bölgelerdeki çeşitli ürünler için satış ve kar verileri sağlar.
* Bu projenin amacı, verileri analiz etmek ve şirketin iş performansını iyileştirmesine yardımcı olabilecek içgörüleri belirlemektir.
* Spesifik olarak, aşağıdaki gibi soruları yanıtlamayı amaçlıyoruz: en karlı ürün kategorileri hangileridir? Satış ve kâr oranı en yüksek bölgeler hangileri? En karlı ürünler nelerdir?
* Bu soruları yanıtlayarak, şirkete ürün tekliflerini nasıl optimize edebileceği ve gelirini ve kârlılığını nasıl artırabileceği konusunda önerilerde bulunmayı umuyoruz.

2. Varsayımlar:

* Süper mağaza veri kümesi, veri kümesinin kapsadığı süre boyunca mağaza tarafından gerçekleştirilen tüm işlemlerin temsili bir örneğini içerir.
* Süper mağaza veri kümesindeki veriler doğrudur ve analizden önce temizlenmiş ve ön işleme tabi tutulmuştur.
* Süper mağaza veri seti, satış ve kârlılıktaki eğilimlerin veya kalıpların tanımlanmasına izin vermek için yeterli bir zaman dilimini kapsar.
* Super Store veri kümesi, veri kümesi üzerinde gerçekleştirilen herhangi bir analizin sonuçlarını çarpıtabilecek herhangi bir önemli aykırı değer veya anormallikten etkilenmez.

3. Araştırma Soruları:

Süper mağazada yüksek satışlara hangi faktörlerin katkıda bulunduğunu anlamakla ilgileniyoruz.

* Süper Mağaza'da en yüksek kar marjına sahip ürün kategorileri hangileri?
* Doğu bölgesi ile diğer bölgeler arasında satışlarda önemli farklılıklar var mı?
* Yılın farklı aylarında ürün kategorisine göre satışlar nasıl değişiyor?
* Aynı gün kargo ile yapılan siparişlerde iade edilen ürünlerin diğer kargo seçeneklerine göre iade oranı nedir?
* Ürün kategorisine göre hafta içi satışlar ve kâr hafta sonlarına göre nasıl değişiyor?

4. Hipotezleri formüle edin

* Hipotez 1: Teknoloji ürünleri, diğer ürün kategorilerine göre en yüksek kar marjına sahiptir.
* Hipotez 2: Doğu bölgesi, diğer bölgelere kıyasla en yüksek satışa sahiptir.
* Hipotez 3: Satışlar yılın belirli aylarında daha yüksektir.
* Hipotez 4: Aynı gün kargoya verilen siparişler, en düşük iade edilen ürün oranına sahiptir.
* Hipotez 5: Şirketin hafta içi karı hafta sonundan daha fazladır.

5. Hipotezleri test edin.

***Hipotez 1: Teknoloji ürünleri, diğer ürün kategorilerine göre en yüksek kar marjına sahiptir.***

* Teknoloji ürünleri üç kategori içinde en yüksek kar marjına sahip olduğu için hipotez desteklenmektedir.

Icon

Description automatically generated

***Hipotez 2: Doğu bölgesi, diğer bölgelere kıyasla en yüksek satışlara sahiptir***.

* Orta bölge en yüksek satışlara sahip olduğu için hipotez desteklenmemektedir.

Chart, histogram

Description automatically generated

***Hipotez 3: Satışlar yılın belirli aylarında daha yüksektir.***

* Satışlar Kasım ve Aralık aylarında daha yüksektir.
* Bu, yılın belirli aylarında satışların daha yüksek olduğu hipotezimizi desteklemektedir.

Chart, line chart

Description automatically generated

***Hipotez 4: Aynı gün kargoya verilen siparişler, en düşük iade edilen ürün oranına sahiptir***.

* Hipotez, aynı gün kargoya verilen siparişlerin en düşük iade edilen ürün oranına sahip olması nedeniyle desteklenir.

A picture containing text, clipart

Description automatically generated

***Hipotez 5: Şirketin hafta içi karı hafta sonundan daha fazladır.***

ekran görüntüsü, grafik, dikdörtgen, yazı tipi içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

* Şirketin hafta içi karı hafta sonlarına göre daha yüksek olduğu için hipotez desteklenmektedir.

6. Sonuç çıkar

* ***Hipotez 1: Teknoloji ürünleri, diğer ürün kategorilerine göre en yüksek kar marjına sahiptir.***Bu hipotez desteklenmektedir. Veriler, teknoloji ürünlerinin diğer ürün kategorilerine göre en yüksek kar marjına sahip olduğunu gösteriyor.
* ***Hipotez 2: Doğu bölgesi, diğer bölgelere kıyasla en yüksek satışlara sahiptir***. Bu hipotez desteklenmemektedir. Veriler, Doğu bölgesinin diğer bölgelere kıyasla en yüksek satışa sahip olmadığını gösteriyor.
* ***Hipotez 3: Satışlar yılın belirli aylarında daha yüksektir.***Bu hipotez desteklenmektedir. Veriler, satışların yılın belirli aylarında daha yüksek olduğunu gösteriyor.
* ***Hipotez 4: Aynı gün kargoya verilen siparişler, en düşük iade edilen ürün oranına sahiptir***. Bu hipotez desteklenmektedir. Veriler, aynı gün kargoya verilen siparişlerin en düşük iade edilen ürün oranına sahip olduğunu gösteriyor.
* ***Hipotez 5: Şirketin hafta içi karı hafta sonlarına göre daha fazladır.***Bu hipotez desteklenmektedir. Veriler, şirketin karının hafta içi günlere göre daha fazla olduğunu gösteriyor.

7. Sonuçları iletin

* Yapılan analizlere göre teknoloji ürünlerinin diğer ürün kategorilerine göre en yüksek kar marjına sahip olduğu söylenebilir.
* Şirketin karı hafta içi günlerde hafta sonlarına göre daha yüksektir. Yılın belirli aylarında satışlar daha yüksektir.
* Aynı gün kargo ile siparişler, en düşük iade ürün oranına sahiptir. Ancak Doğu bölgesinin diğer bölgelere göre en yüksek satışa sahip olduğu hipotezi veriler tarafından desteklenmemektedir.
* Bu sonuçlar, şirketin performansına ilişkin değerli içgörüler sağlar ve gelecekteki karar alma süreçlerine rehberlik edebilir.
* Bu gözlemleri etkileyen temel faktörleri tam olarak anlamak için daha fazla araştırma gerekebileceğini not etmek önemlidir.

8. Öneriler

* Şirket, karını artırmak için teknoloji ürünleri geliştirmeye ve tanıtmaya odaklanmalıdır. Ayrıca daha düşük kar marjına sahip ürünlerin üretimini ve tanıtımını azaltmayı da düşünebilirler.
* Diğer bölgelere göre satışların en fazla olduğu bölge; şirket bu bölgeye daha fazla odaklanmayı düşünebilir. Ardından şirket, diğer bölgelerdeki pazarlama ve satış stratejilerini yeniden değerlendirmelidir.
* Şirket, Kasım ve Aralık aylarında satışları en üst düzeye çıkarmaya odaklanmalıdır. Bu, bu süre zarfında popüler ürünlerin envanterini artırmayı, hedefli pazarlama kampanyaları yürütmeyi ve müşterilere promosyonlar veya indirimler sunmayı içerebilir. Bununla birlikte şirket, yeni ürün veya hizmetler sunmak veya daha yavaş aylarda promosyonlar ve indirimler sunmak gibi diğer aylarda satışları sürdürmek için stratejiler de düşünmelidir.
* Şirket, müşterilere daha fazla aynı gün kargo seçeneği sunmayı düşünebilir. Bu, ürünlerin hızlı ve verimli bir şekilde sevk edilebilmesini sağlamak için envanter ve tedarik zinciri süreçlerini optimize etmeyi içerebilir.
* Şirket, satışları artırmak için hafta sonları farklı türde promosyonlara veya indirimlere odaklanmayı düşünebilir. Örneğin, şirket yalnızca hafta sonlarına özel promosyonlar veya indirimler sunabilir veya hafta sonu alışveriş yapanları hedefleyen hedefli pazarlama kampanyaları yürütebilir. Şirket, müşteri çekmek ve satışları artırmak için hafta sonları mağaza içinde özel etkinlikler veya aktiviteler sunmayı da düşünebilir. Ayrıca şirket, ev eğlencesi veya dış mekan ürünleri gibi özellikle hafta sonu alışveriş yapanlar arasında popüler olan ürün ve hizmetler sunmaya odaklanabilir.