

Е-COMMERCE — ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОФИЛЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Яндекс.Практикум
DA_30
Семёнов Н.А.
hwvl@ya.ru
2022

ОБЩИЙ ВЫВОД

- В процессе исследования проведен анализ предоставленного датасета
- Датасет содержит 6737 строки и 6 колонок
- Данные представлены за период: 01.10.2018 по 31.10.2019
- Данные приведены к нужным типам и очищены от выбросов и дубликатов
- Среднее количество уникальных покупателей в день: 6
- Среднее количество уникальных покупателей в месяц: 192
- Средний Retention Rate на второй месяц «жизни» когорт: 1.4 %
- Выделены категории товаров
- Большинство покупателей (93%) совершили по 1 покупке
- Проведена кластеризация покупателей
- Определен размер продаж по категориям
- Определены статистические зависимости между кластерами

Рекомендации

Для увеличения продаж можно рекомендовать:

- Расширить ассортимент товара, который будет пользоваться спросом у более широкого круга покупателей
- Покупателям, в соответствии с принадлежностью к своему кластеру, предлагать товар основываясь на предыдущих покупках
- Повысить лояльность покупателей, организовав накопительные скидки для постоянных покупателей и сезонные распродажи
- Изучить спрос на оказание платных услуг в сотрудничестве с подрядными организациями в сфере запросов покупателей

Общая информация

■ Цель работы:

- *Анализ покупательской активности магазина для дома и быта «Пока все ещё тут».*

■ Основные задачи:

- *Проведите исследовательский анализ данных*
- *Сегментируйте покупателей на основе истории их покупок*
- *Сформулируйте и проверьте статистические гипотезы*

Определили категории товаров

- В процессе анализа, выделили следующие категории товаров:

- ☐ ***садовый инвентарь***

- ☐ ***растения***

- ☐ ***посуда***

- ☐ ***мебель***

Группы покупателей по количеству заказов

Почти 77.5% покупателей совершили 1 покупку, при 2 заказах, резкое снижение до 9.22%, что говорит о разовых (ситуативных) покупках

Категория	% по категории
заказов 1	93.47
заказов 2	5.38
заказов 3	0.81
заказов 4	0.12
заказов более 100	0.04
заказов до 5	0.04
заказов до до 10	0.04
аказов до до 50	0.081

Количество покупок по месяцам

Самый посещаемые месяцы – **май**, **апрель** и **март**, что характерно при подготовке к новому дачному сезону.

Далее идут **октябрь** и **ноябрь**, что так же объясняется закрытием дачного сезона

Месяц	Количество покупок
2019-02	265
2018-12	257
2019-04	247
2019-03	224
2018-10	220
2018-11	181
2019-10	181
2019-07	178
2019-05	172
2019-09	170
2019-08	156
2019-01	154
2019-06	152

Количество покупателей

Количество покупателей максимально в **феврале, марте, апреле и октябре**, что связано с сезонностью дачного периода.

Декабрь, как исключение, второй по величине покупателей, что возможно связано с предпраздничными закупками подарков.

Месяц	Количество покупателей
2019-02	229
2019-04	221
2018-12	216
2019-03	214
2019-07	167
2018-10	166
2019-09	164
2019-05	161
2018-11	160
2019-10	160
2019-08	150
2019-06	145
2019-01	140

Категории товаров

Наибольшая категория:

- **Растения** (43.4%)

Далее идут категории:

- **Садовый инвентарь** (28.9%)
- **Разное** (13.8%)
- **Мебель** (8.22%)
- **Посуда** (5.56%)



Кластеризация

Сегментация по 3 кластерам.

Статистически значимых различий нет между кластерами 1 и 2

Кластер	0	1	2
Категория			
quantity	1.0	3.0	2.0
price	173.0	358.0	448.0
price_sum_order	2947.0	747.0	8063.0
Мебель	202.0	107.0	8063.0
Посуда	201.0	57.0	8063.0
Разное	2215.0	188.0	8063.0
Растения	2798.0	441.0	0.0
Садовый инвентарь	1793.0	346.0	8063.0
revenue	186.0	738.0	726.0