

E-commerce - Анализ товарного ассортимента

Содержание презентации

• Цели и период исследования.....	3
• Выводы.....	4
• Количество заказов в категориях.....	5
• Сумма покупок по дням недели.....	6
• Количество заказов категории «товары для дома» по месяцам.....	7
• Количество заказов категории «растения и горшки» по месяцам.....	8
• Количество заказов категории «сумки и тележки» по месяцам.....	9
• Рекомендации.....	10

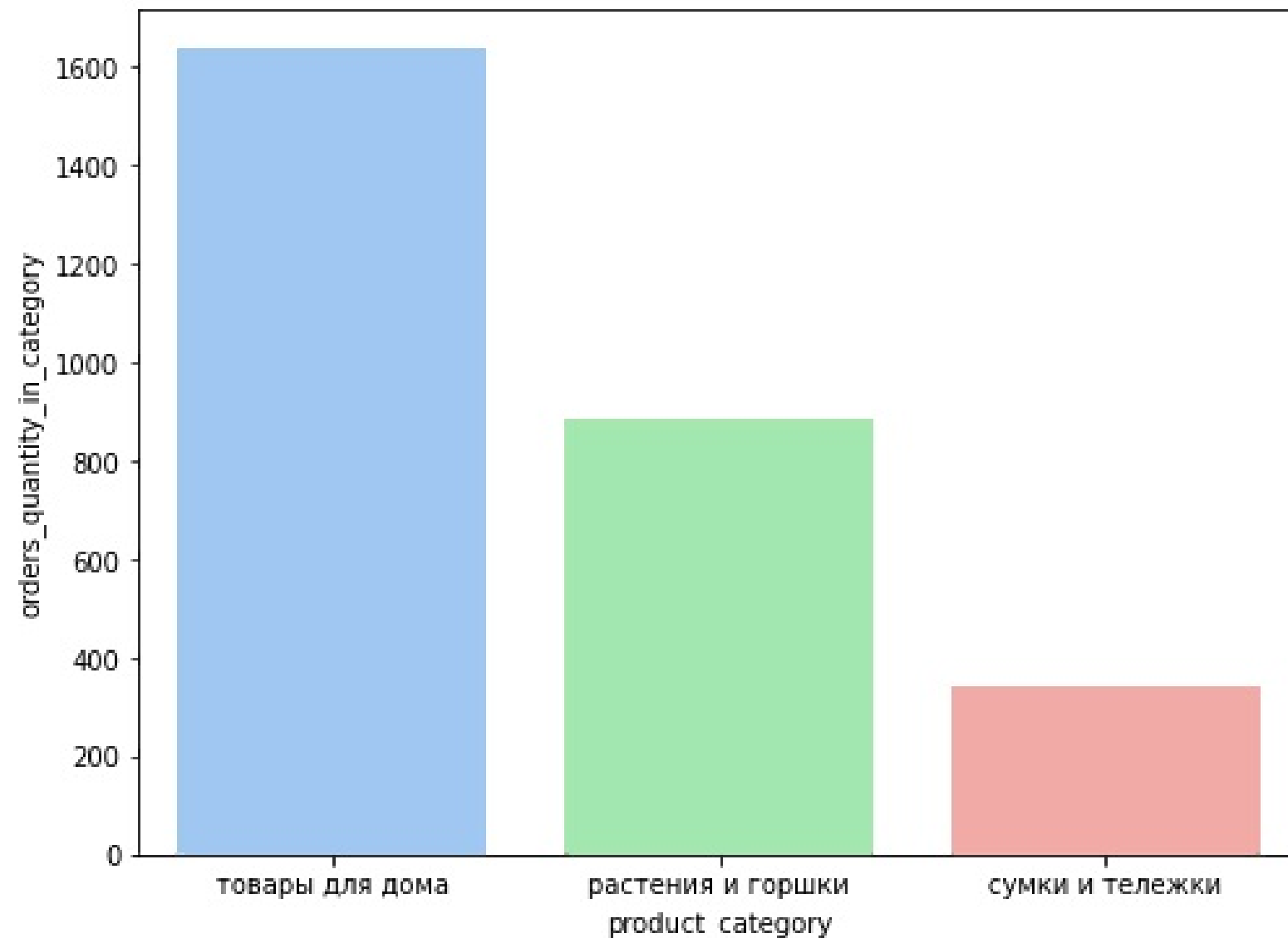
Цели и период исследования

- **Цель исследования:** создание персонализированных предложений для покупателей
- **Период исследования:** 01.10.2018 по 31.10.2019
- **Источник данных:** транзакции интернет-магазина

Выводы

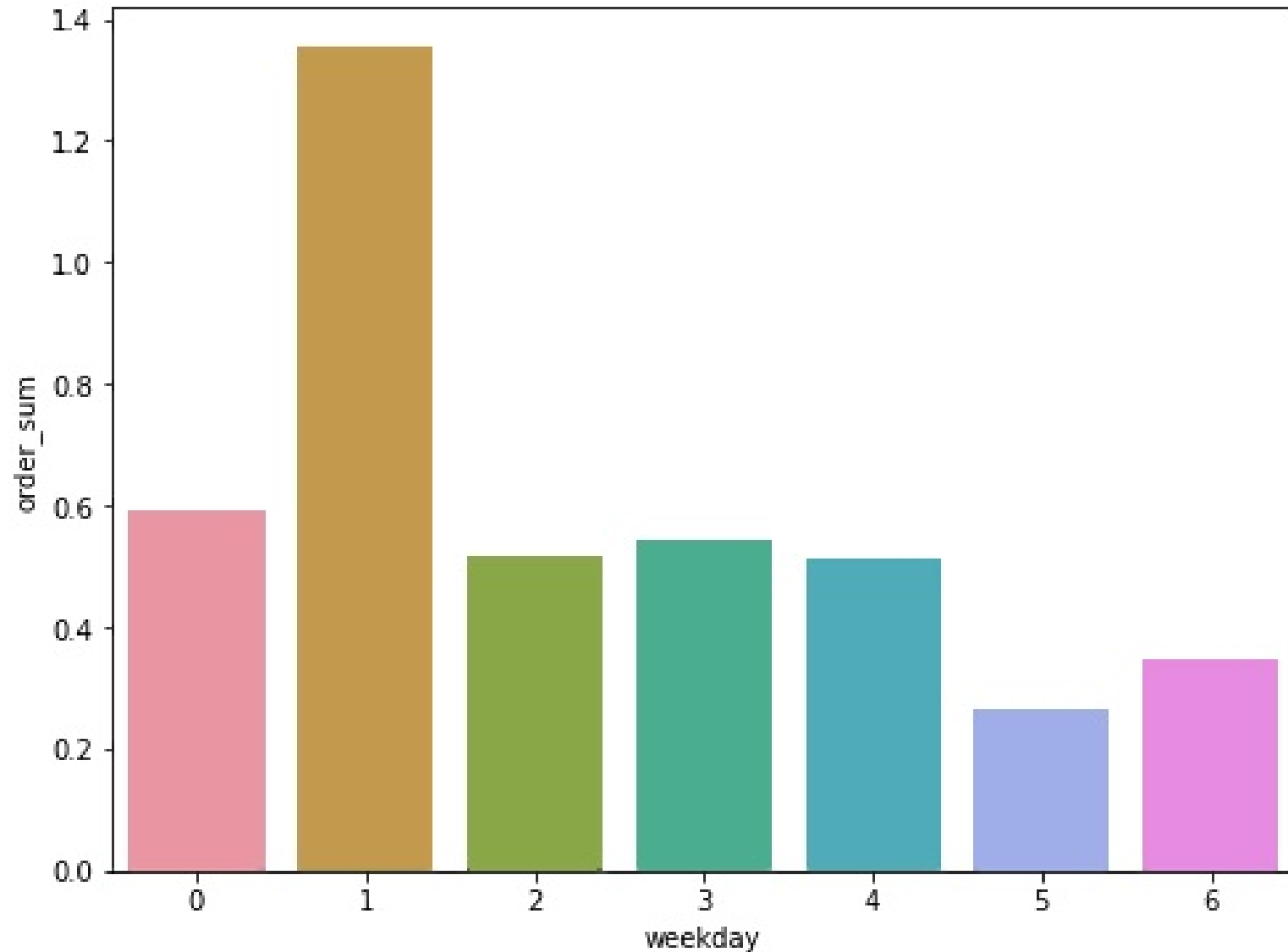
- Товарный ассортимент делится на 3 категории: «растения и горшки», «товары для дома» и «сумки и тележки».
- Наибольшее количество заказов - в категории «товары для дома» - 1638 шт. (57.2% от общего числа). В категории «растения и горшки» товаров в половину меньше - 884 шт. (30.8%), а самое маленькое количество товаров в категории «сумки и тележки» - 344 шт. (12% от общего числа). И по сумме заказов «товары для дома» лидируют.
- Итоги по категориям товаров по месяцам и дням недели:
- Особым спросом товары для дома пользуются в феврале, октябре (пик продаж) и декабре.
- Растения пользуются большим спросом с февраля по май и в октябре. Пик продаж - апрель и октябрь.
- Сумки и тележки чаще всего покупают с февраля по апрель, в августе, и с октября по декабрь. Пик продаж - август, октябрь (самый большой спрос), декабрь.
- Самое большое количество заказов категории «товары для дома» приходится на понедельник и вторник, а на субботу - самое маленькое.
- Растения чаще всего заказывают в понедельник, вторник и четверг, меньше всего - в субботу.
- Товары категории «сумки и тележки» чаще заказывают во вторник, среду (чаще всего) и пятницу, реже всего - в субботу.
- Среди товаров в заказах выделяются те, которые чаще продаются отдельно от других (основные), и те товары, которые чаще покупают вместе с другими товарами (дополнительные). Сумма заказов основных товаров намного превышает таковую у дополнительных товаров, и заказывают их чаще.

Количество заказов в категориях



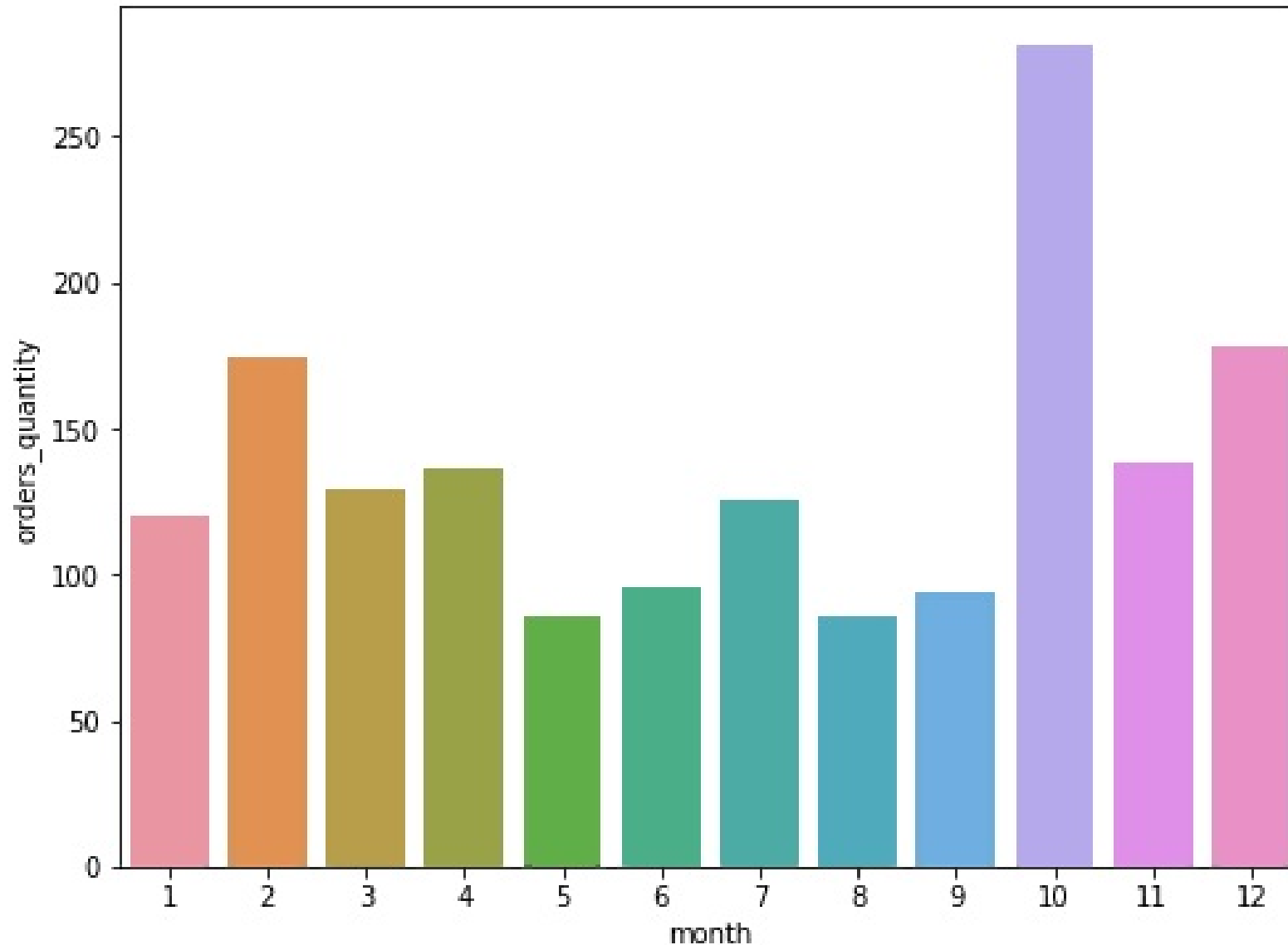
- Наибольшее количество заказов - в категории «товары для дома» - 1638 шт. (57.2% от общего числа). В категории «растения и горшки» товаров в половину меньше - 884 шт. (30.8%), а самое маленькое количество товаров в категории «сумки и тележки» - 344 шт. (12% от общего числа).

Сумма покупок по дням недели



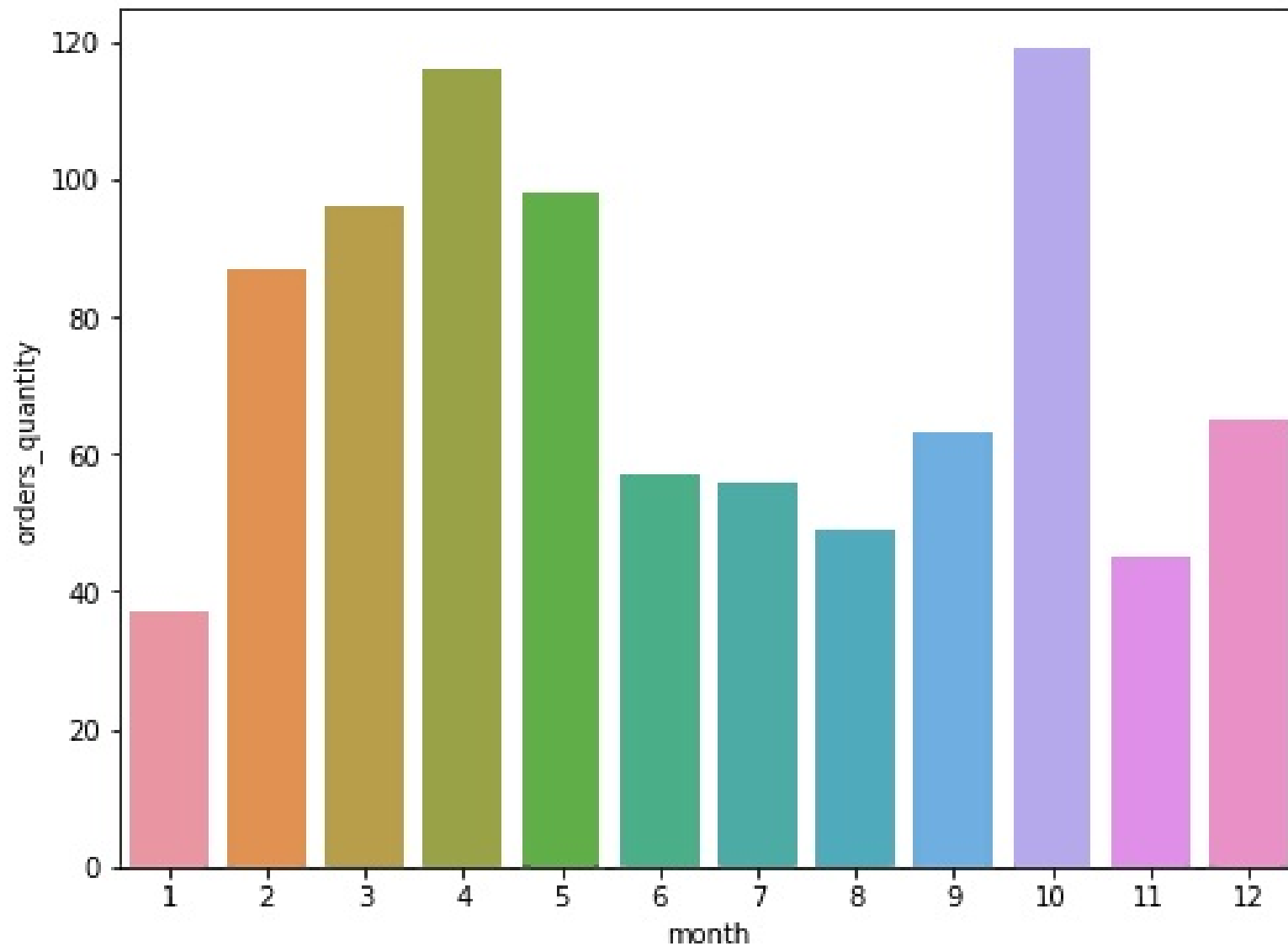
- Самыми дорогостоящие заказы делали во вторник, меньше всего тратились в субботу. А понедельник в этой метрике не отличился, хотя по понедельникам делают больше всего заказов.

Количество заказов категории «товары для дома» по месяцам



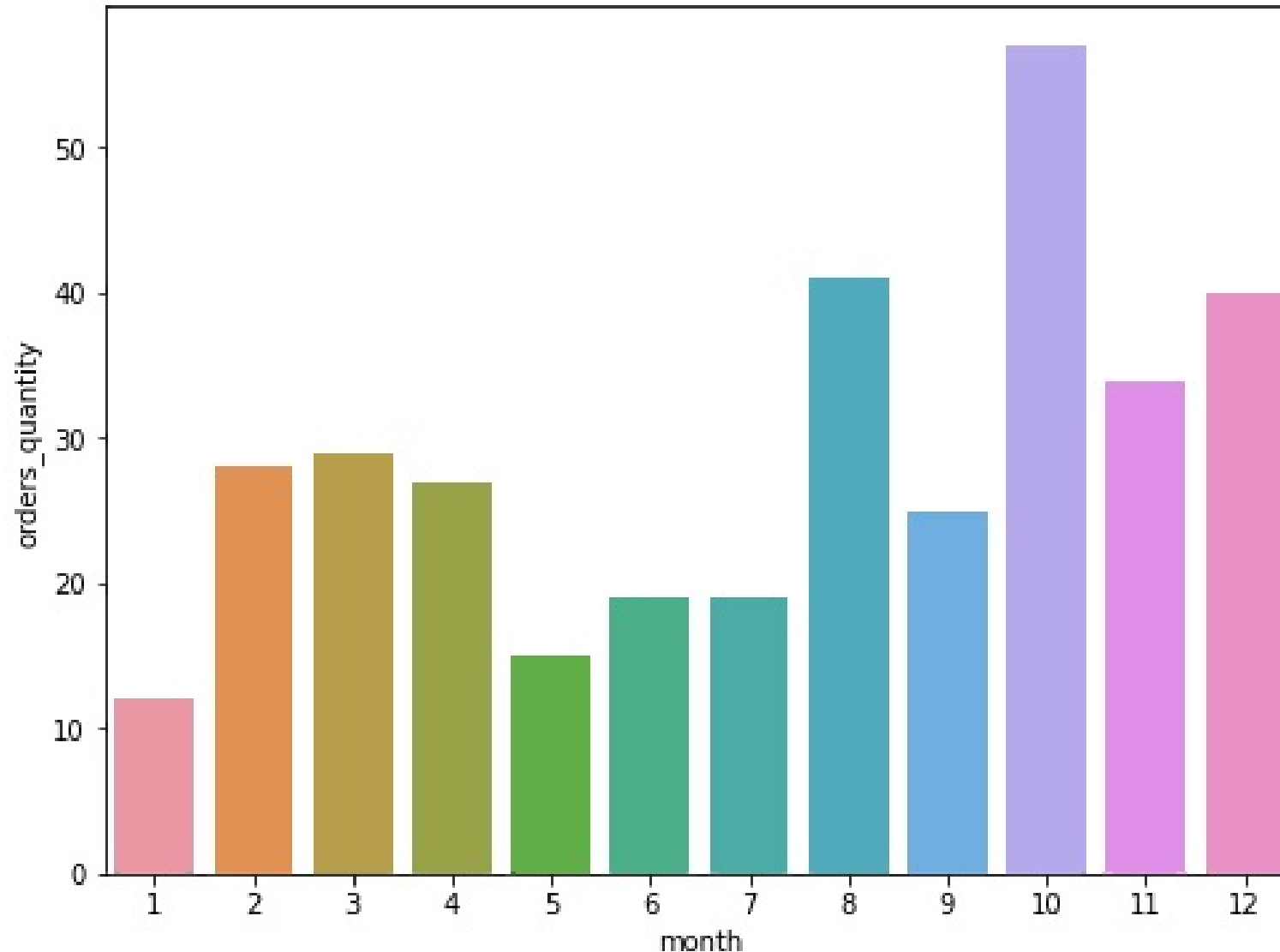
- Особым спросом товары для дома пользуются в феврале, октябре (пик продаж) и декабре.

Количество заказов категории «растения и горшки» по месяцам



- Растения пользуются большим спросом с февраля по май и в октябре. Пик продаж - апрель и октябрь.

Количество заказов категории «сумки и тележки» по месяцам



- Сумки и тележки чаще всего покупают с февраля по апрель, в августе, и с октября по декабрь. Пик продаж - август, октябрь (самый большой спрос), декабрь.

Рекомендации

- Устраивать больше акций для категории «товары для дома», т.к. они приносят наибольший доход.
- Для клиентов, которые заказывают товары партиями, можно предоставлять скидки на большее количество единиц товара в заказе. А также предлагать дополнительные товары той же категории.
- При проведении рекламных кампаний упор делать на основной товар, т.к. сумма и количество заказов основных товаров намного превышает таковые у дополнительных товаров. А товары, выявленные как дополнительные можно предлагать в отдельном блоке.
- Учитывать спрос в разные периоды времени на разные категории товаров при планировании рекламных кампаний.

Спасибо!

Презентацию подготовила
Валерия Любезнова