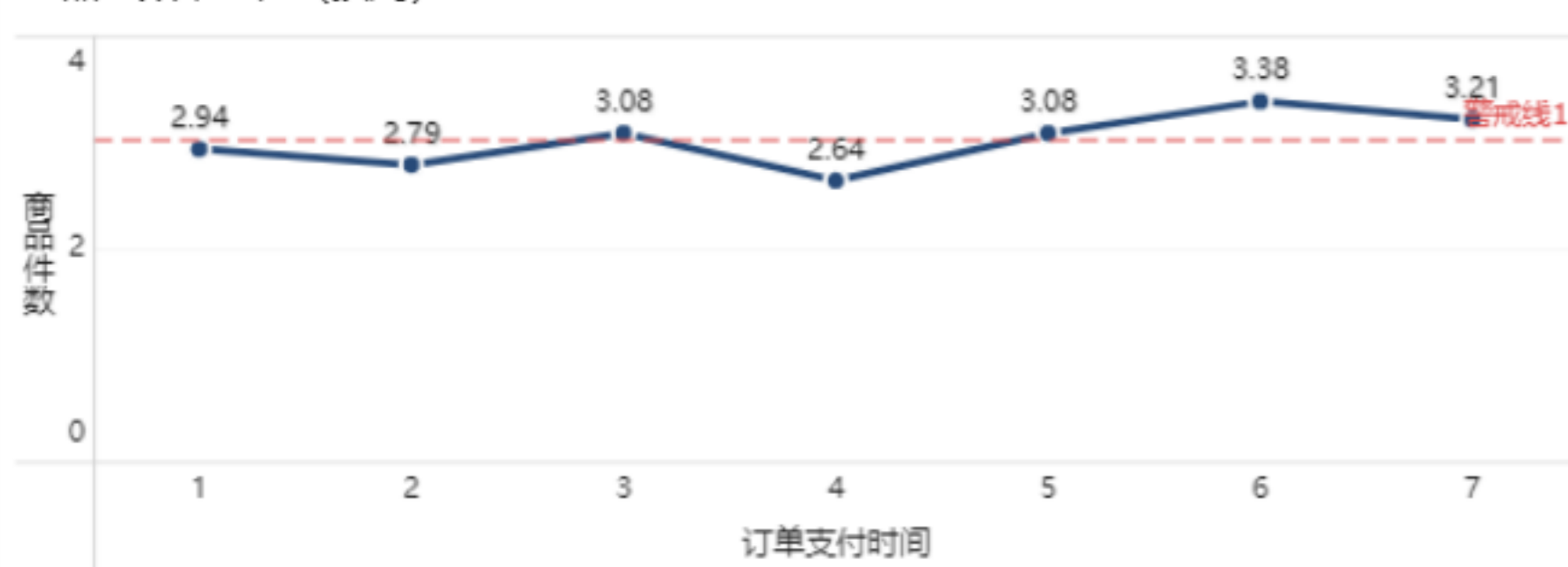
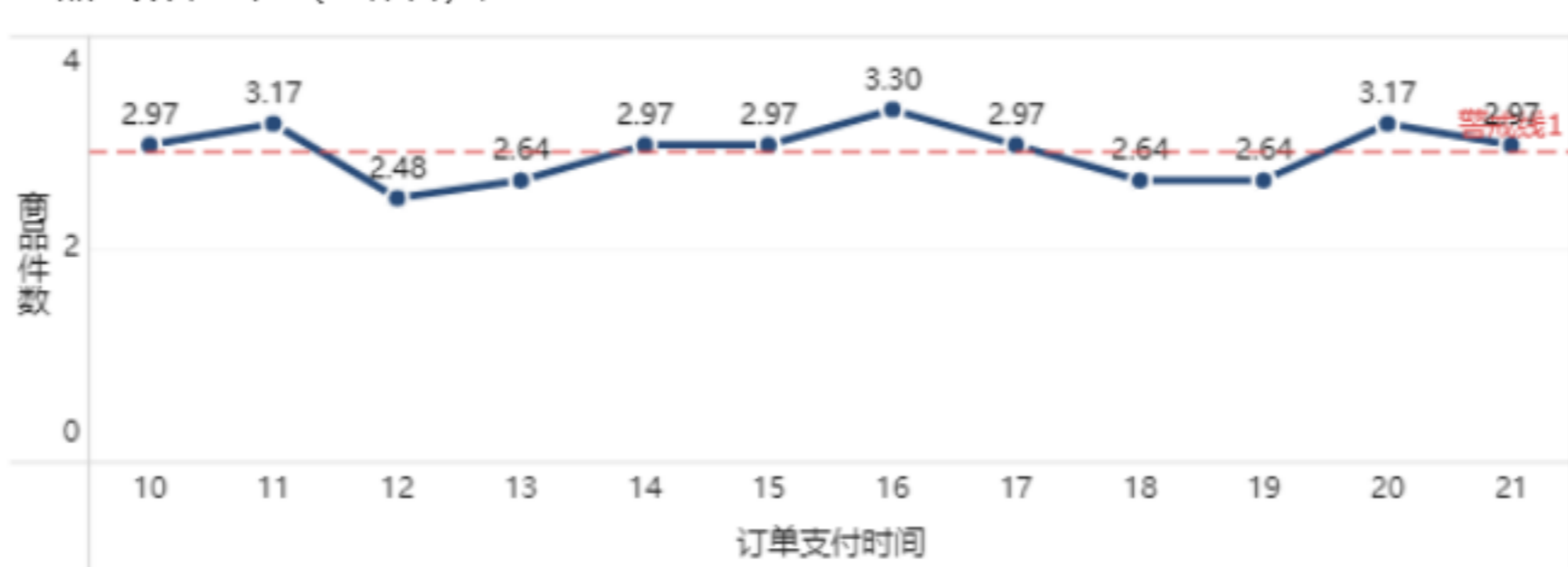


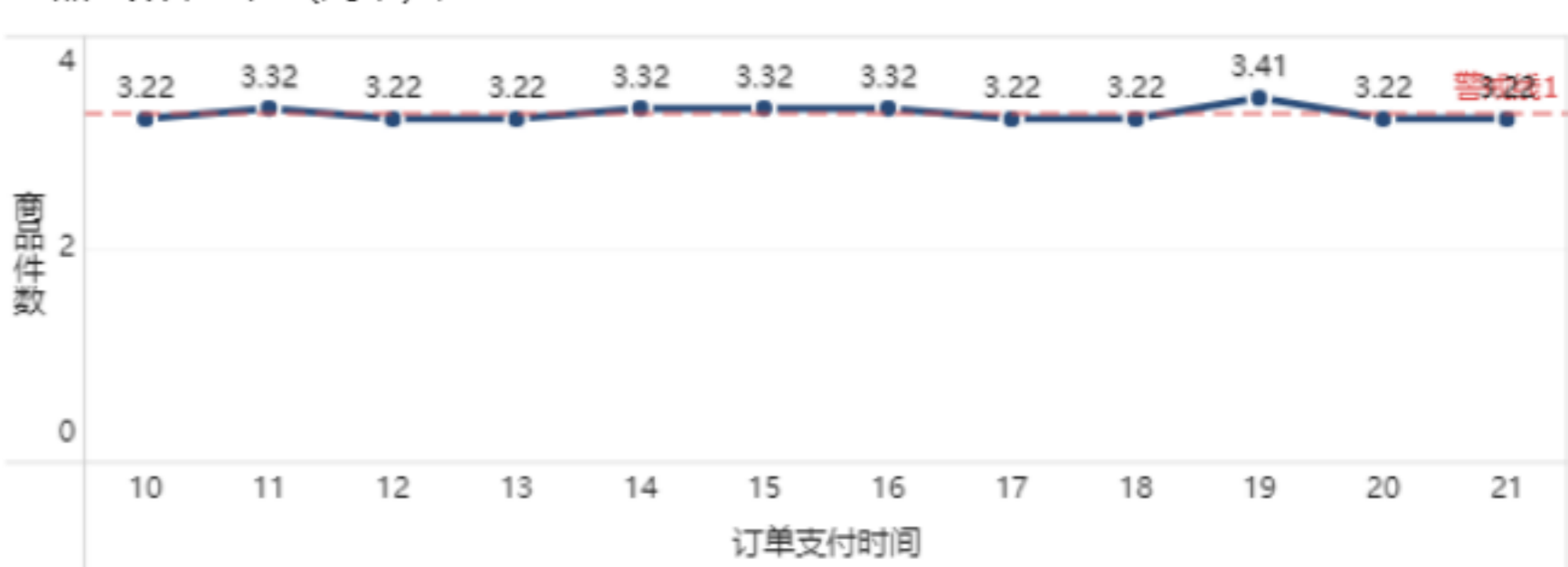
商品件数平均值 (按周)



商品件数平均值 (工作日) 趋势



商品件数平均值 (周末) 趋势

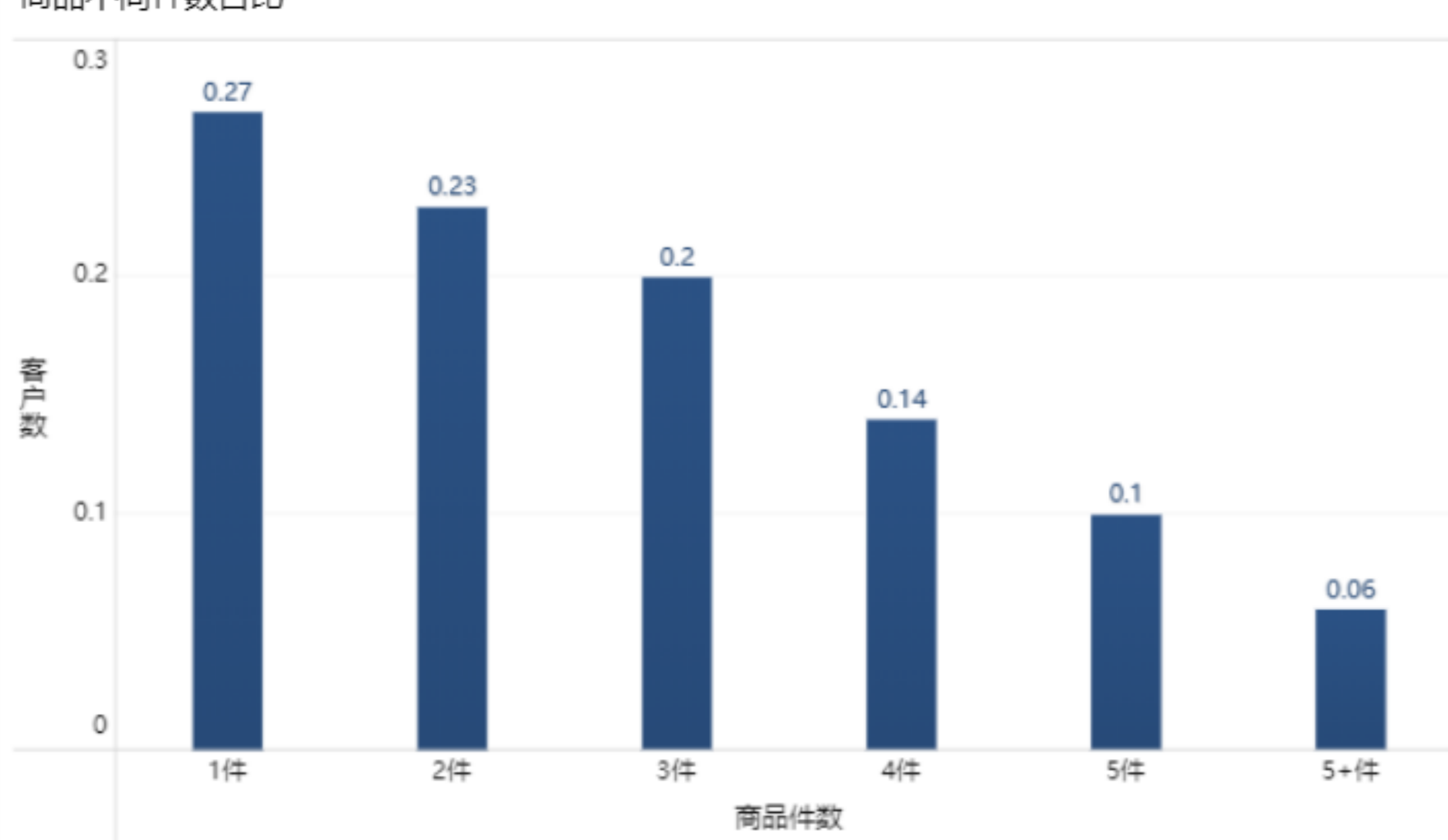


商品件数 (按时段) 趋势

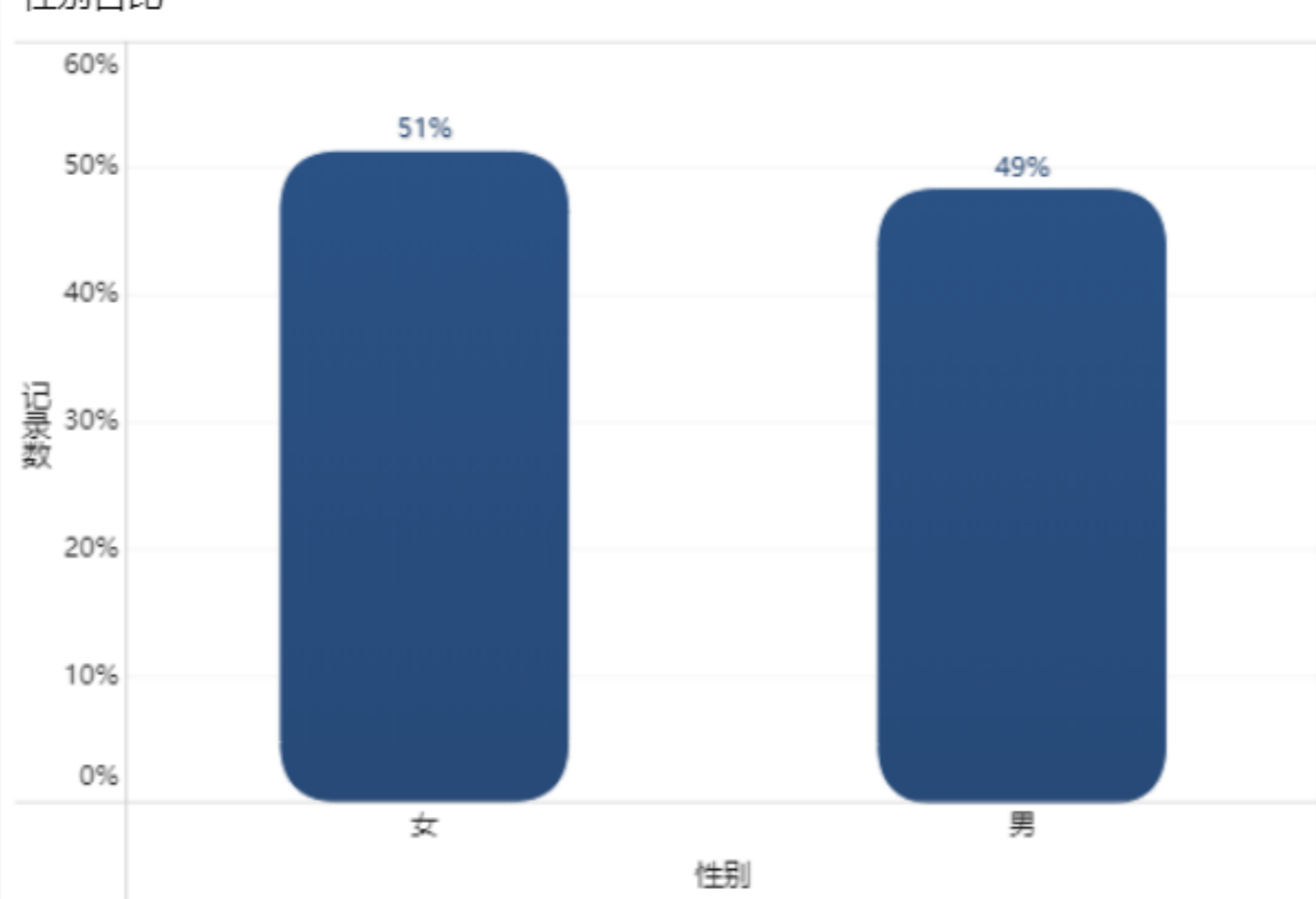


结论1:
周末的购物篮系数明显高于工作日，周一至周五的12:00-14:00和18:00-20:00的购物篮系数明显偏低，这两个时间段刚好是下班高峰期，因此需要重点提升该时间段购物篮系数。

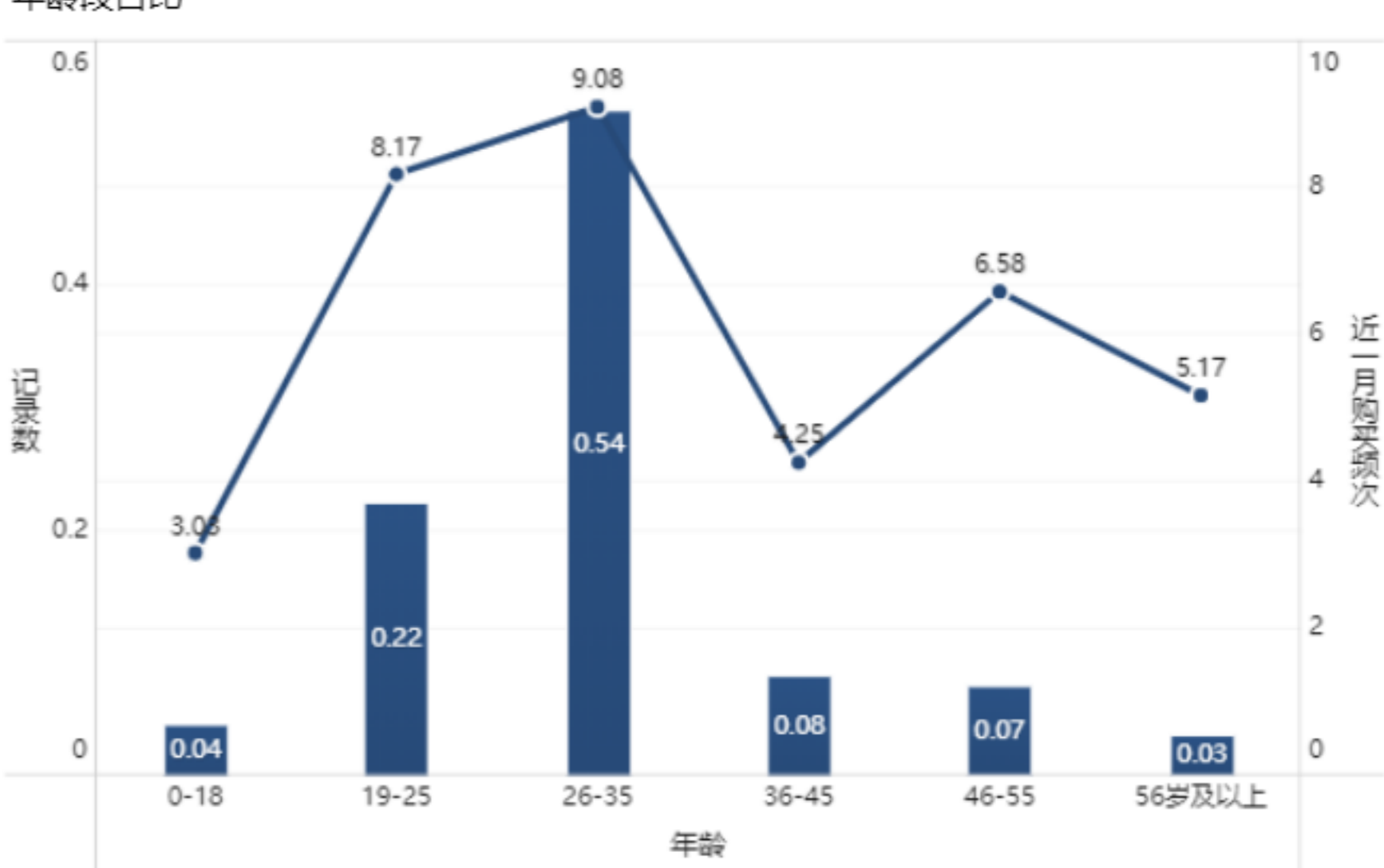
商品不同件数占比



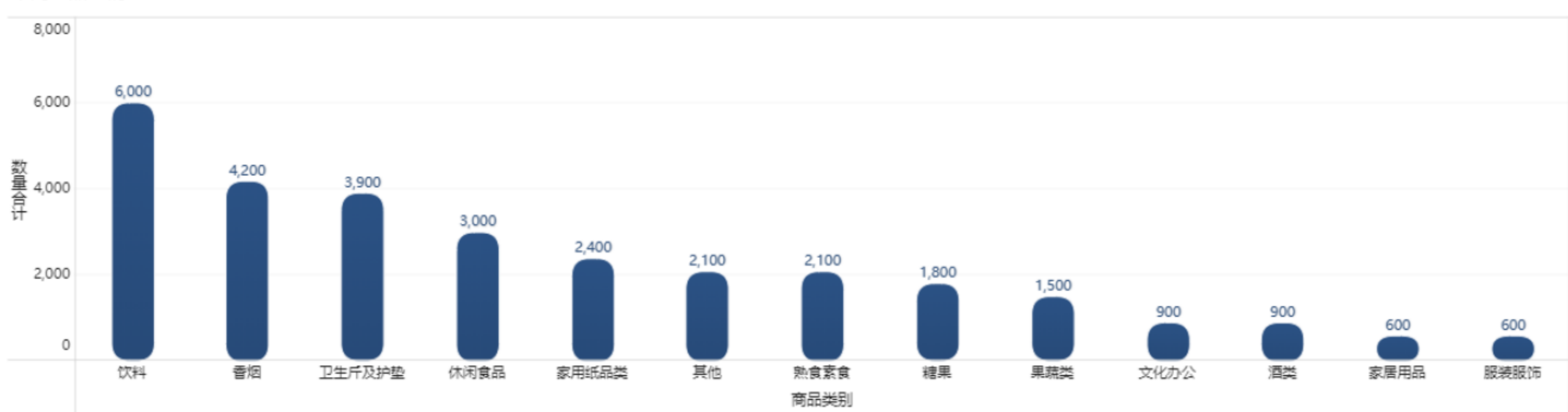
性别占比



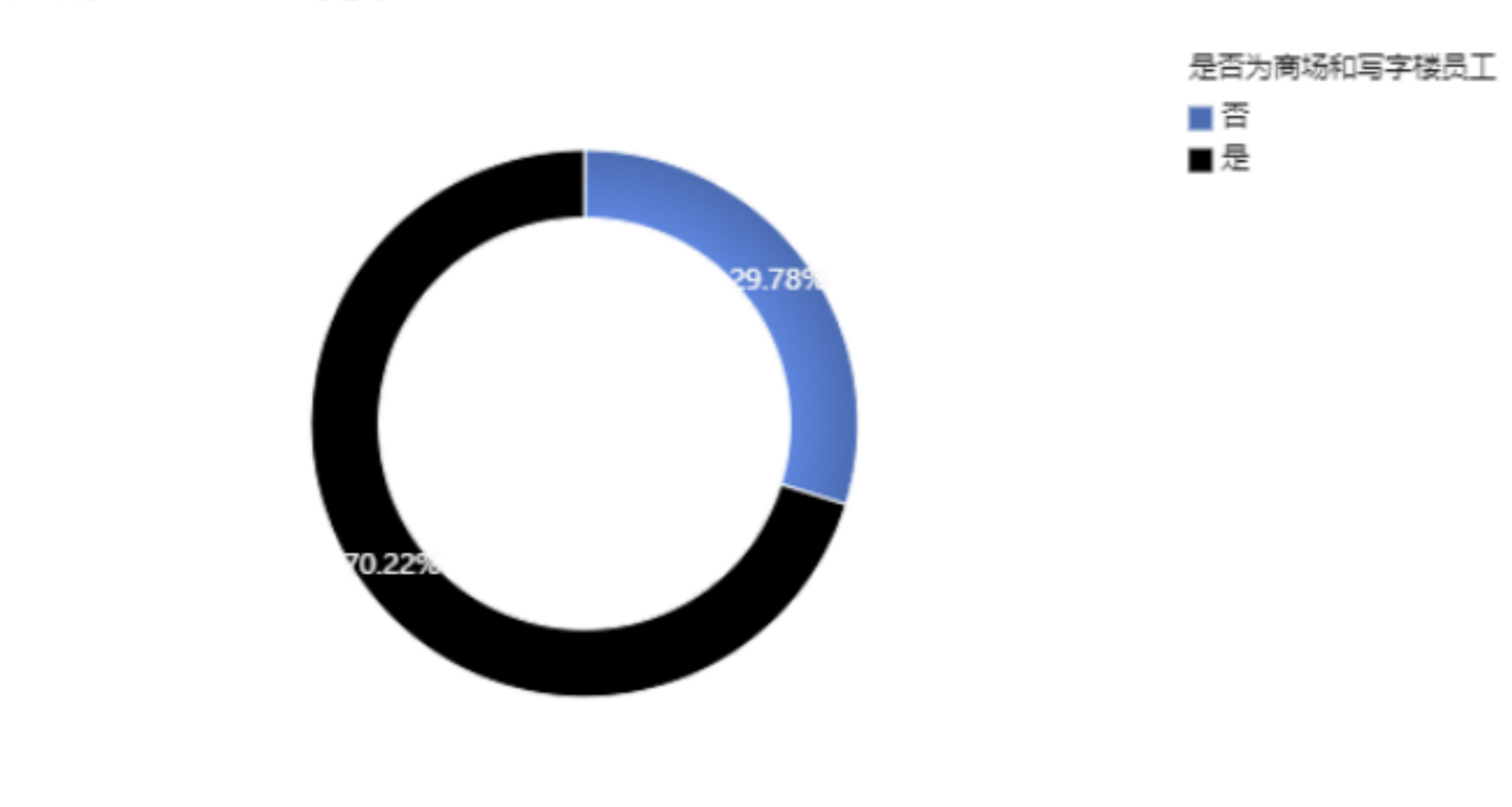
年龄段占比



不同商品的销量

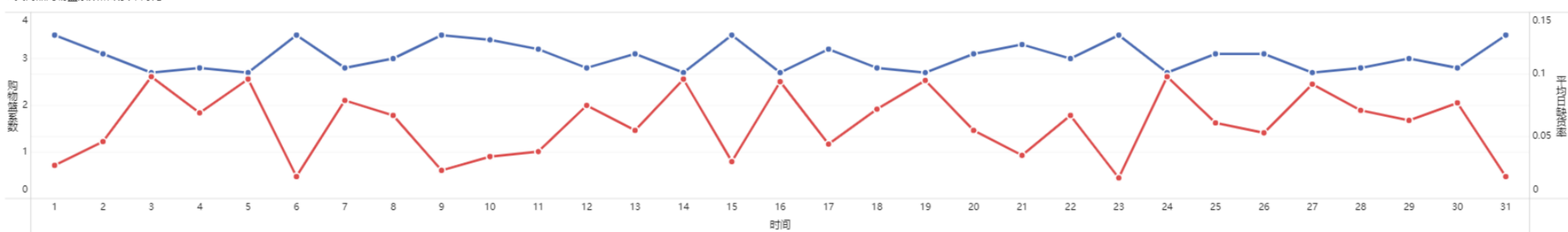


是否为商场和写字楼员工

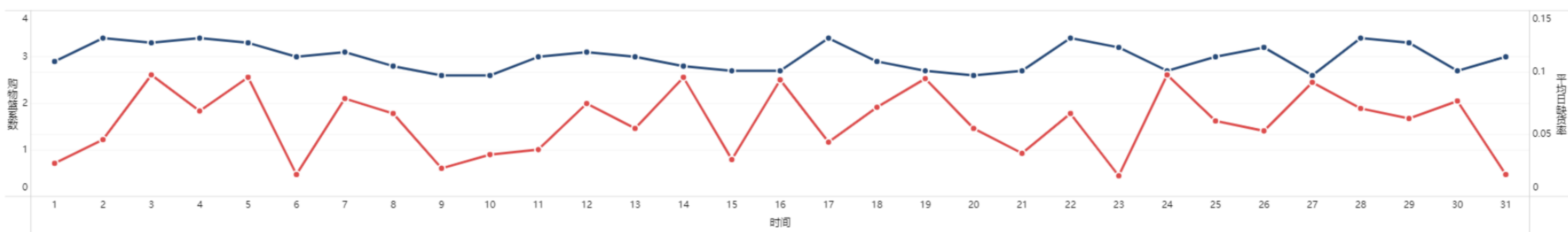


结论2:
1. 在下班高峰期购买1件商品的顾客较多，这类客户拉低了购物篮系数；
2. 在下班高峰期的顾客多为商场和写字楼员工，76%的顾客年龄分布在18-35岁，他们购买的商品大多为饮料、香烟和卫生巾，购买的临时性和目的性较强；
3. 在客户购买行为方面，很少有客户会拿超市门口的购物篮，在购买超过3件商品之后，基本就拿不下更多的商品了，这时候很少有顾客会到门口取购物篮，而在超市里，很少有放置购物篮的地方，大多数顾客就会放弃购买更多的东西。
建议:
提高下班高峰期顾客购买商品件数，提供饮料、香烟、卫生巾及护垫关联性强的商品陈列或组合，还可以尝试在超市多处摆放购物篮，方便顾客领用。

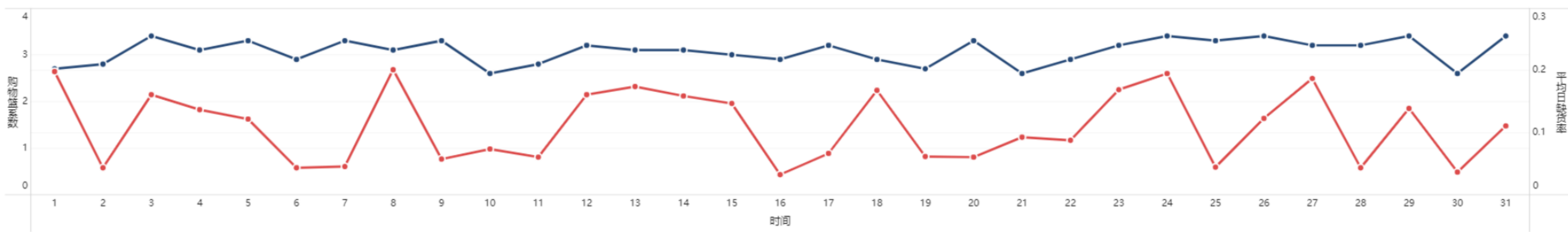
A类商品购物篮系数和缺货率对比



B类商品购物篮系数和缺货率对比



C类商品购物篮系数和缺货率对比



结论3:
根据变化趋势来看，A类商品的缺货率和购物篮系数正好相反，缺货率越低购物篮系数越高，与采购经理确认得出，是因为库房小，进货量小，缺乏精细化库存控制。
建议:
对A类商品进行精细化控制，降低A类商品的缺货率，以此提高购物篮系数。