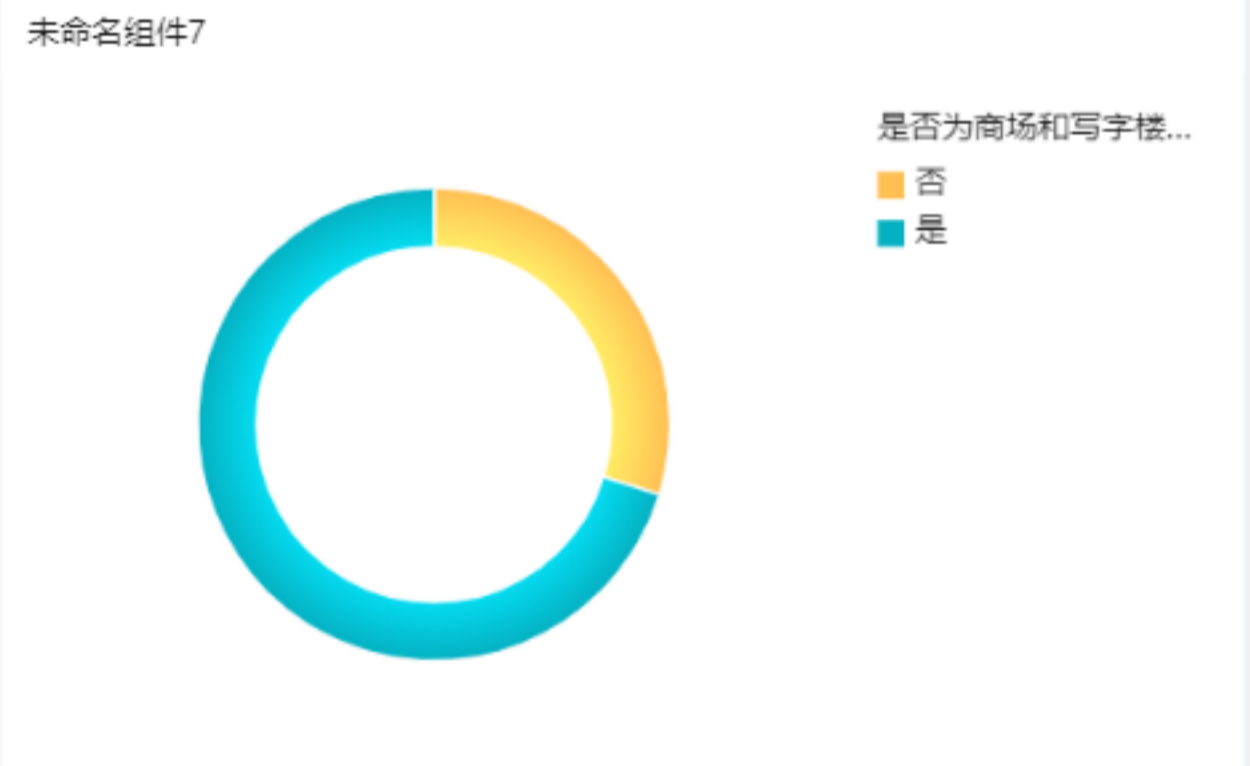
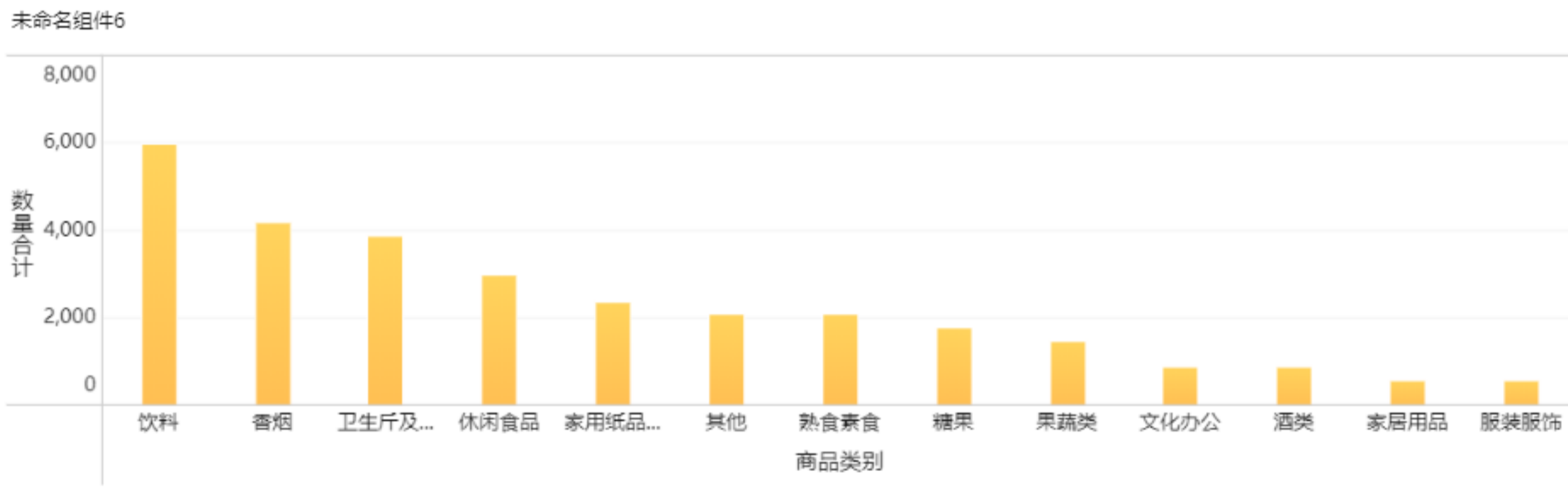
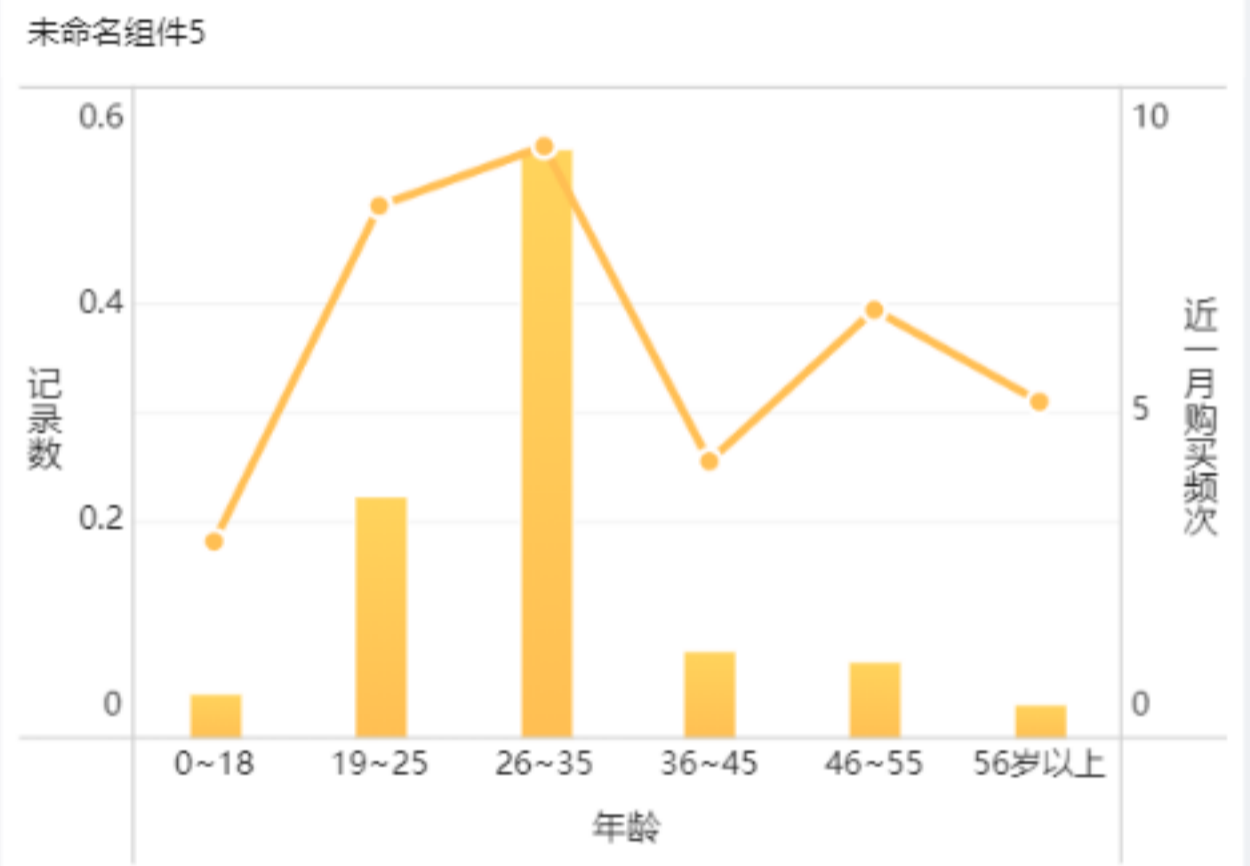
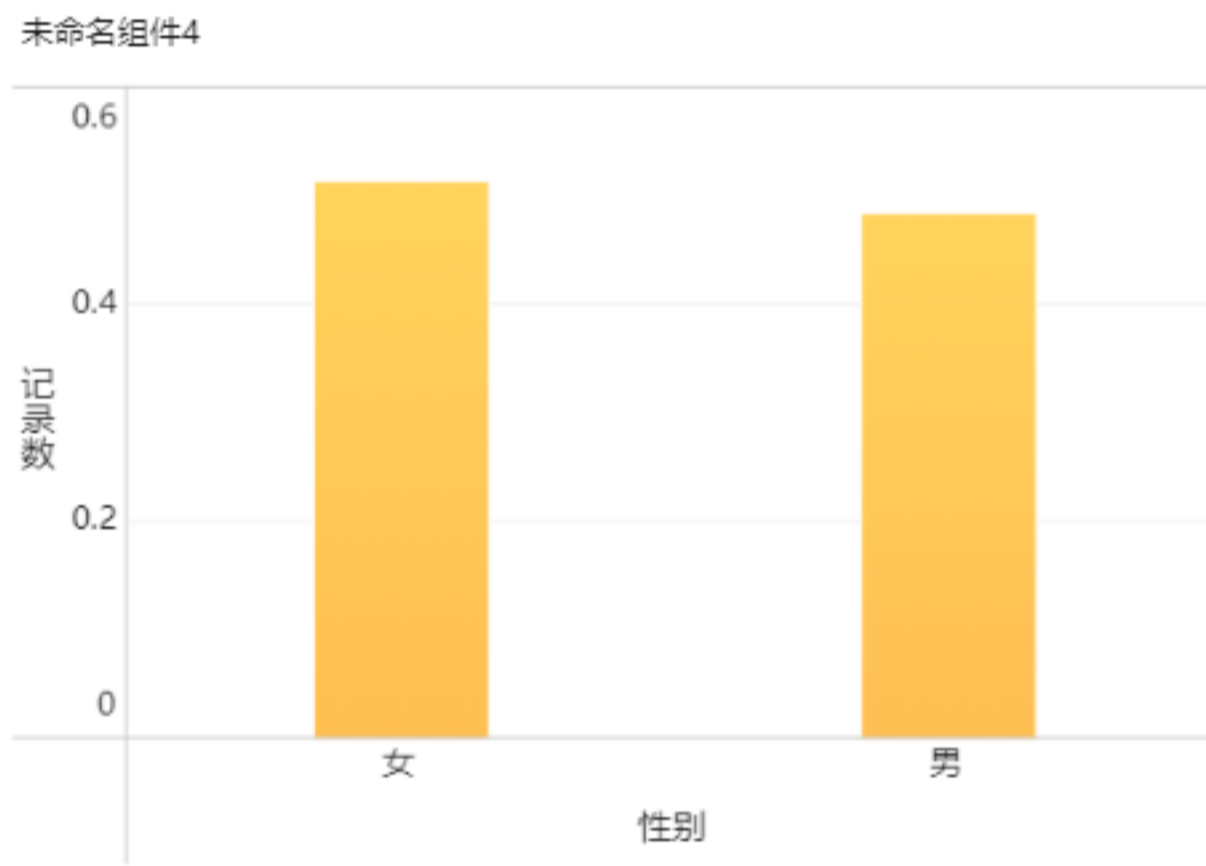
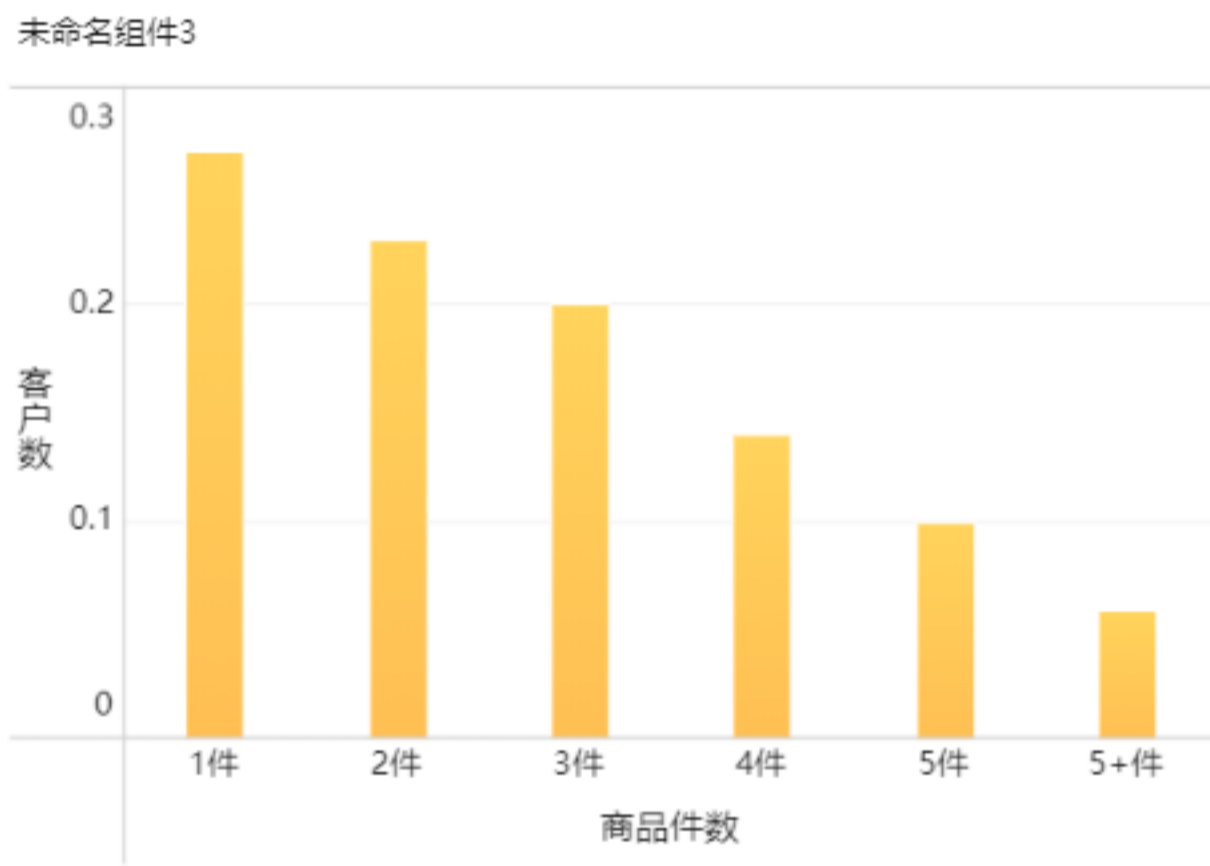
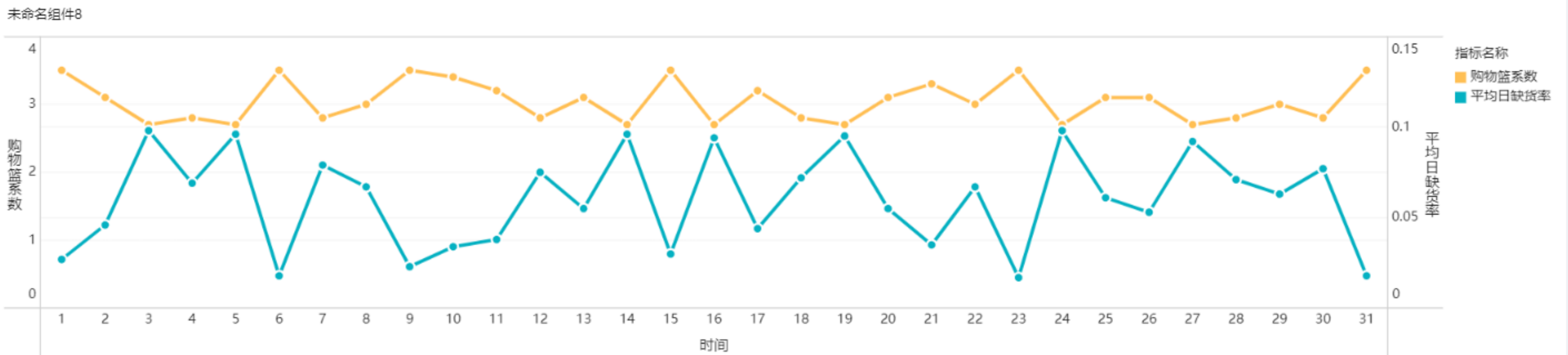


结论1:  
周末的购物篮系数普遍高于工作日, 周一到周五的12:00-14: 00, 18:00-20:00的购物篮系数明显偏低, 而这两个时间段刚好是下班的购物高峰期, 需要重点提升下班高峰期的购物篮系数。



结论2:  
1. 在下班高峰期购买商品件数在1-2件的顾客占比高达50%, 这类客户拉低了整体的购物篮系数。  
2. 在下班高峰期购买商品的顾客确认为多为楼上商场, 写字楼的员工, 68%的顾客分布在18~25岁, 他们购买的产品多为饮料、香烟、卫生巾及护垫  
3. 在客户的采购行为方面, 只有少数人在进入超市时, 去拿购物篮, 其余人并没有拿购物篮的习惯, 导致拿不下三件以上的商品, 可在超市中进行购物篮的多点陈列, 推出关于饮料、香烟、卫生巾及护垫的关联套餐, 方便相关顾客。



根据变化趋势, 重点A类商品的缺货率与购物篮系数正好相反, 缺货率越高, 购物篮系数越低, 与采购经理进行确认, 是因为超市库房小, 进货量小, 缺乏精细化的库存控制。因此建议对A类商品的库存进行严格的控制, 从而提高购物篮系数。