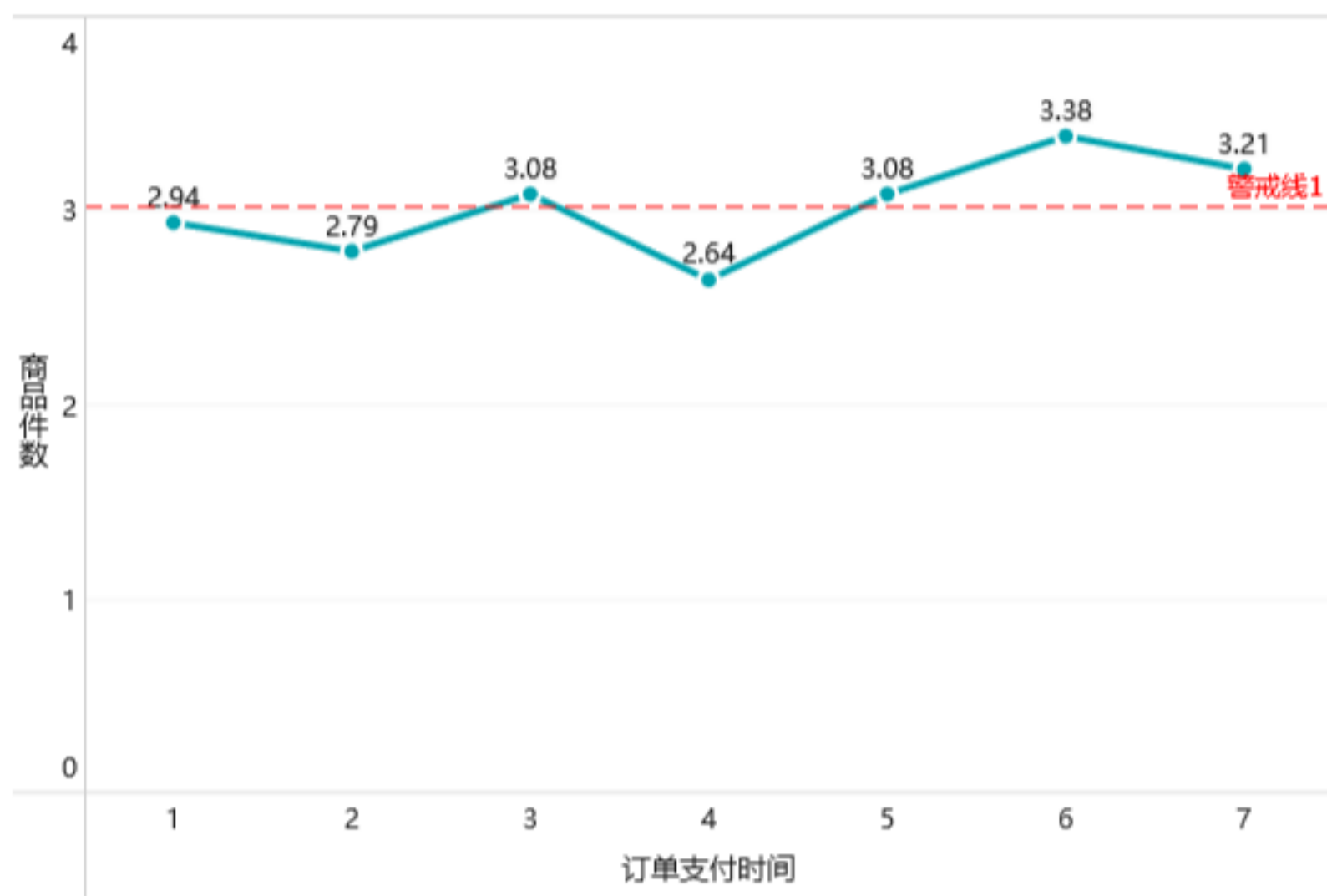


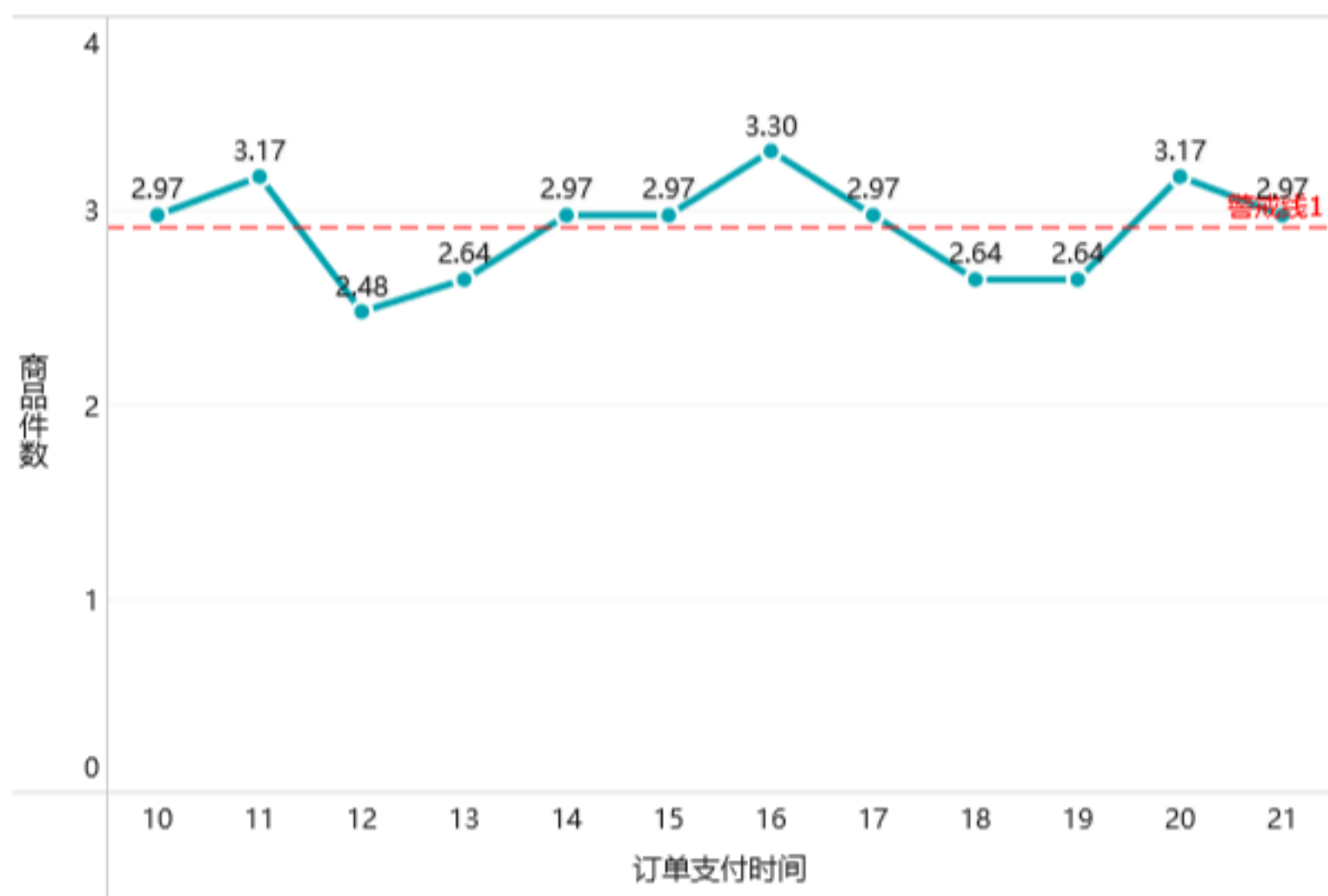
# 购物篮系数提升分析

powered by m6242133

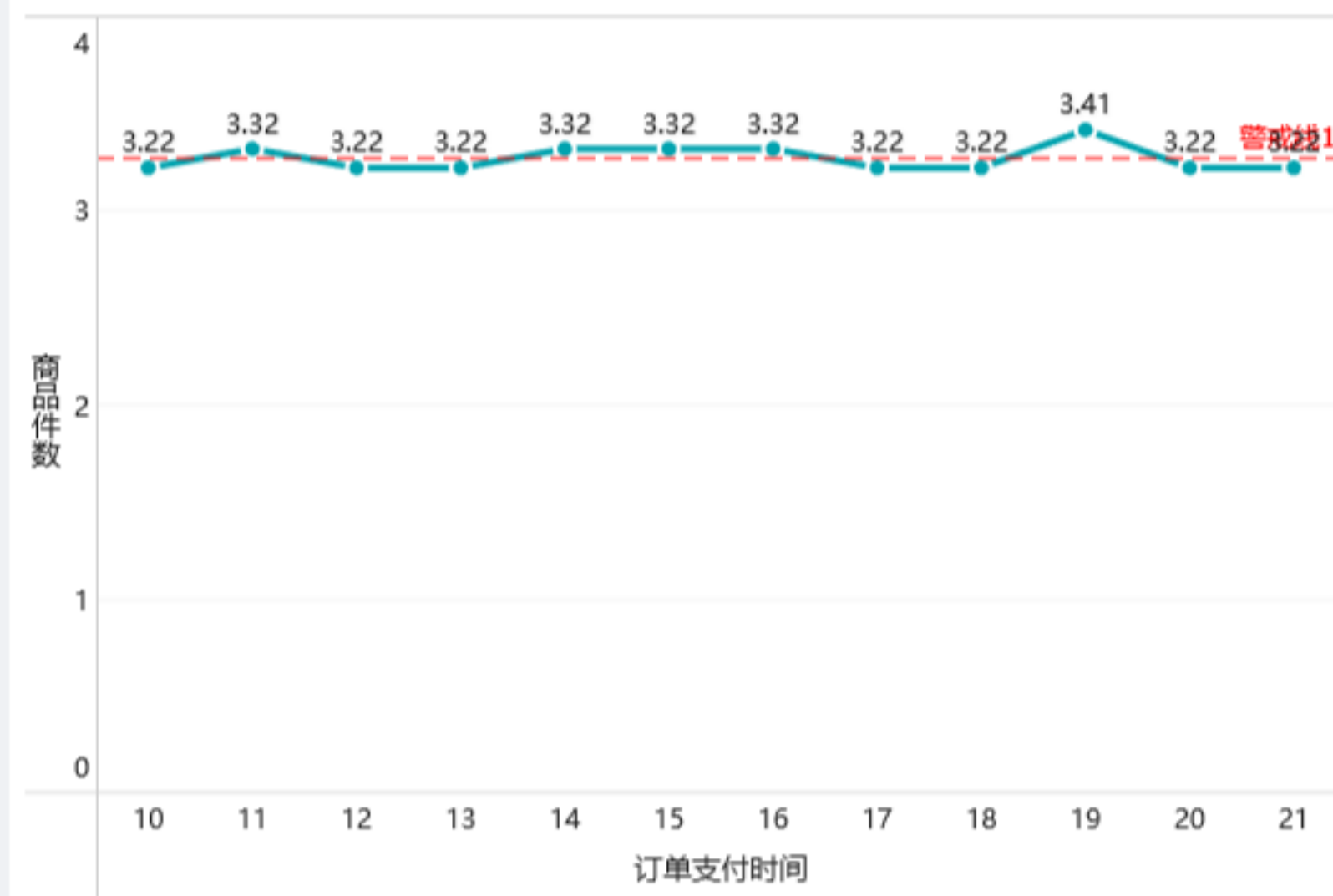
### 购物篮系数周变化趋势



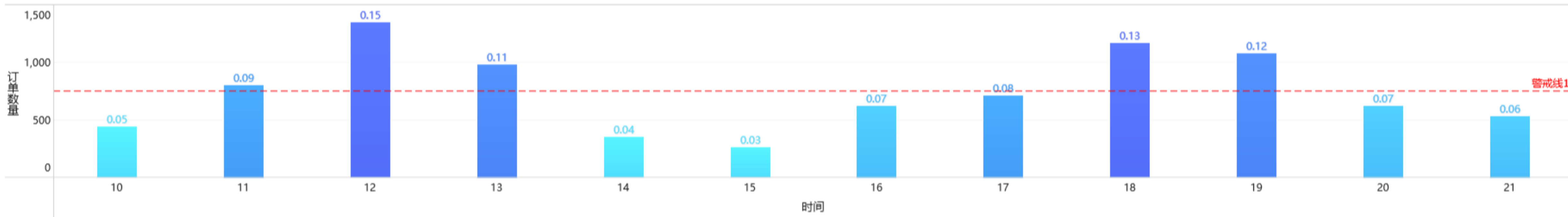
### 购物篮系数日变化趋势-工作日



### 购物篮系数日变化趋势-周末



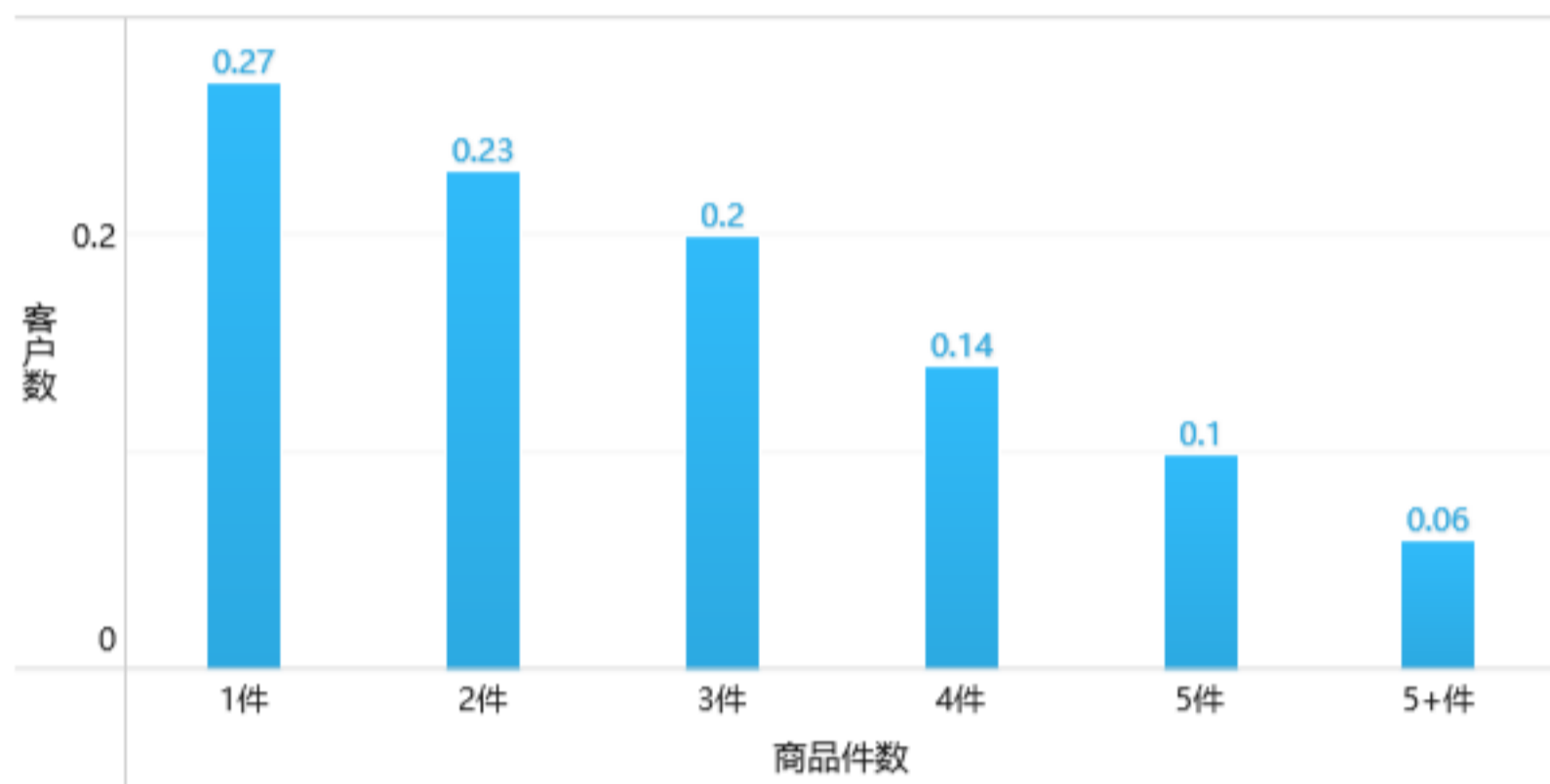
### 工作日的订单分布情况



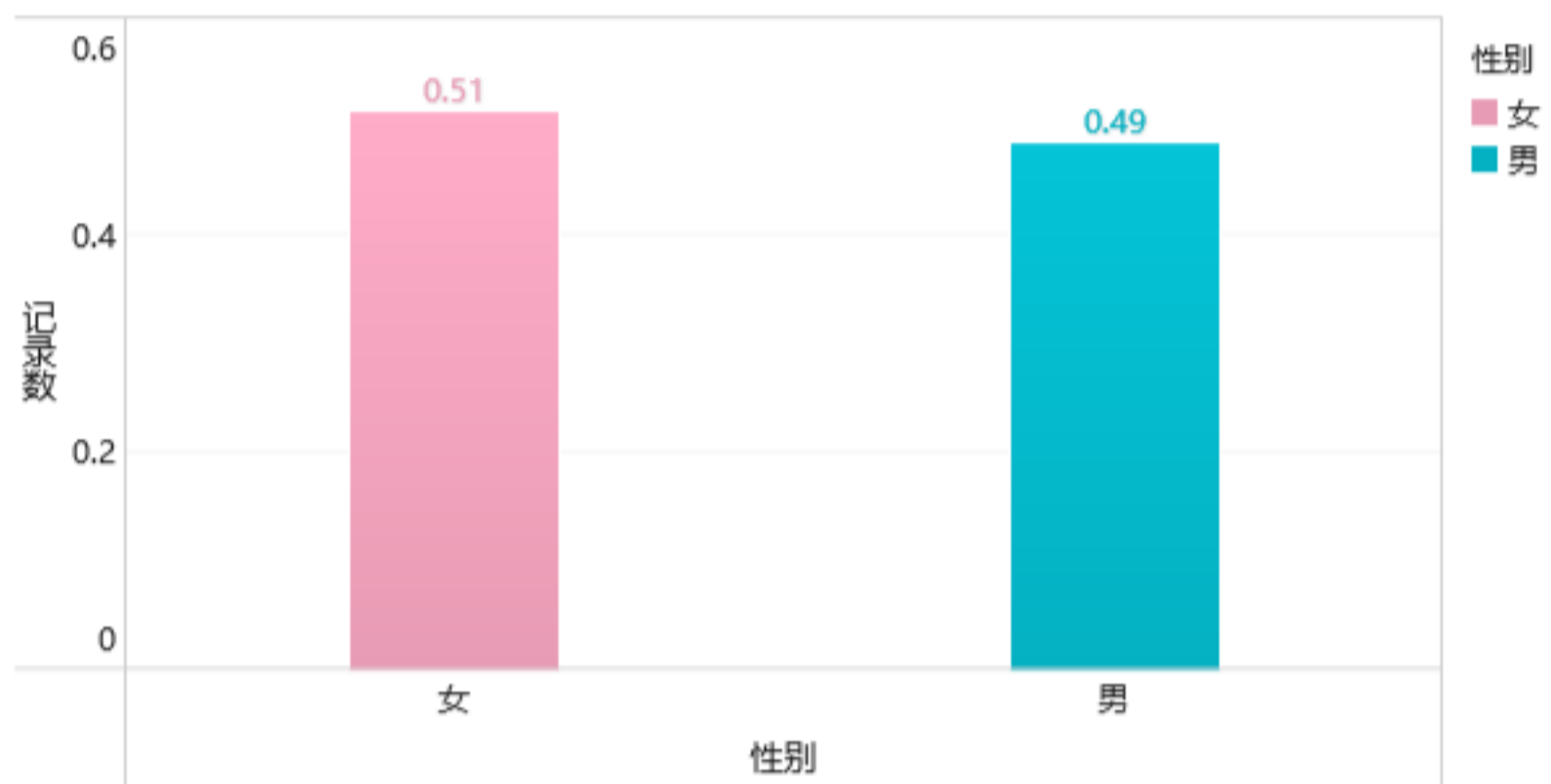
## 结论1:

周末的购物篮系数普遍比工作日高，周一到周五的12:00-14:00，18:00-20:00的购物篮系数明显偏低，而这段时间刚好属于下班购物高峰期，**需要重点提升这个时间段的购物篮系数。**

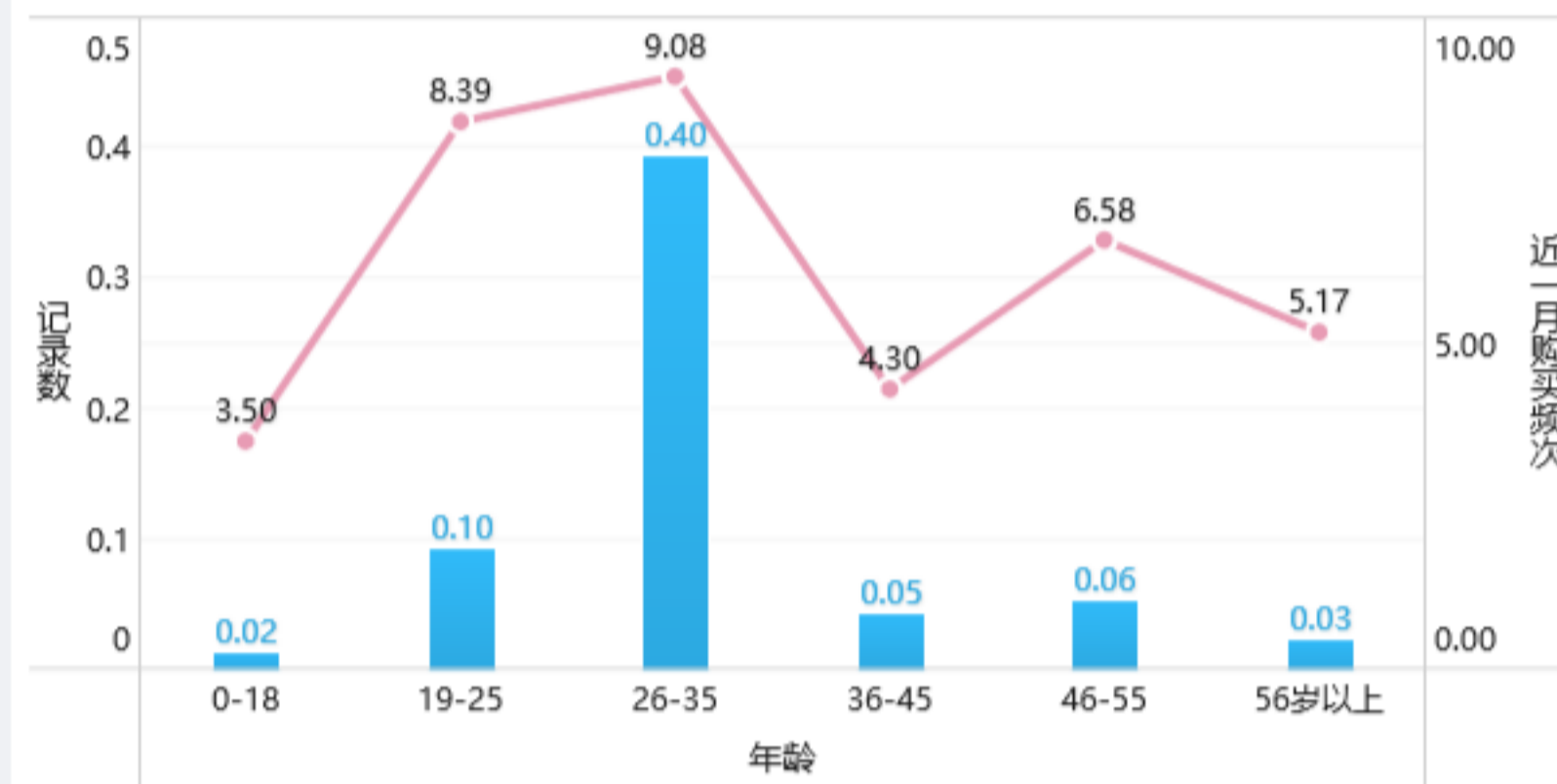
### 下班高峰期商品件数客户分布



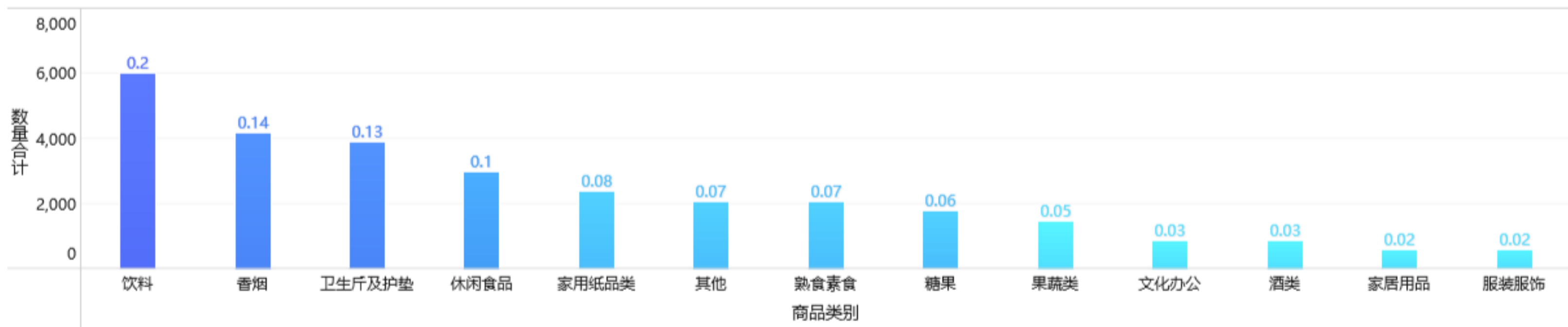
### 下班高峰期客户的性别分布



### 下班高峰期客户年龄分布及购买频次



### 下班高峰期购买客户的购物偏好



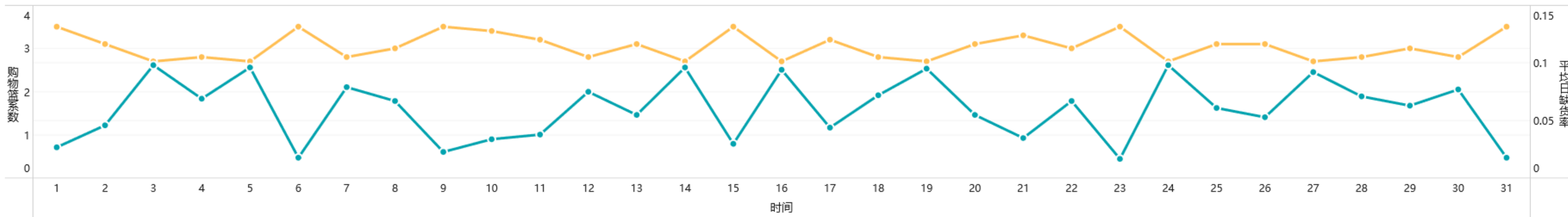
### 下班高峰期商场和写字楼员工购物人数占比



## 结论2:

- 1、在下班高峰期购买商品数在1-2件的顾客占比高达50%，这类顾客拉低了整体的购物篮系数。
- 2、在下班高峰期购买的顾客确认多为楼上商场和写字楼的员工，68%的客户分布在18-35岁，购买的频次较高，购买的商品偏好前三类为饮料、香烟、卫生巾及护垫，有很强的临时性和目的性。
- 3、在客户购买行为方面，只有少部分人在进入超市会拿购物篮，基本没有白领拿购物篮，通常在拿三件商品后就拿不下更多，很少客户会回到入口拿购物篮，所有因此放弃购物超过四件商品。因此，应该重点提升下班高峰期顾客购买件数，如饮料、香烟、卫生巾及护垫等商品，提供关联性强的商品陈列或组合，并尝试将购物篮放到超市更多的区域，方便顾客中途领取。

### 重点商品缺货情况与购物篮系数关系图



## 结论3:

- 1、根据变化趋势，重点商品缺货率与购物篮系数变化趋势正好相反，缺货率变高购物篮系数降低，与采购经理进行确认，重点商品缺货是因为超市库房小，每次进货量小，缺乏精细化的库存控制。因此建议对A类重点商品的库存进行严格的控制，减小缺货的情况，从而提高购物篮系数。