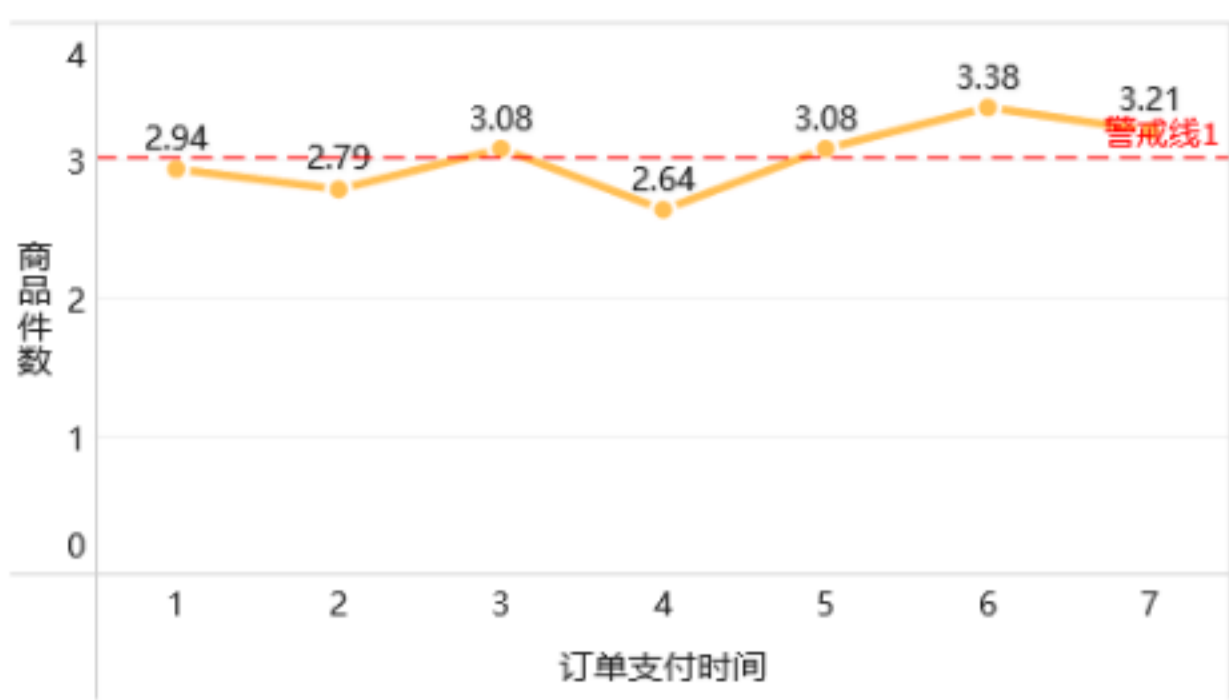
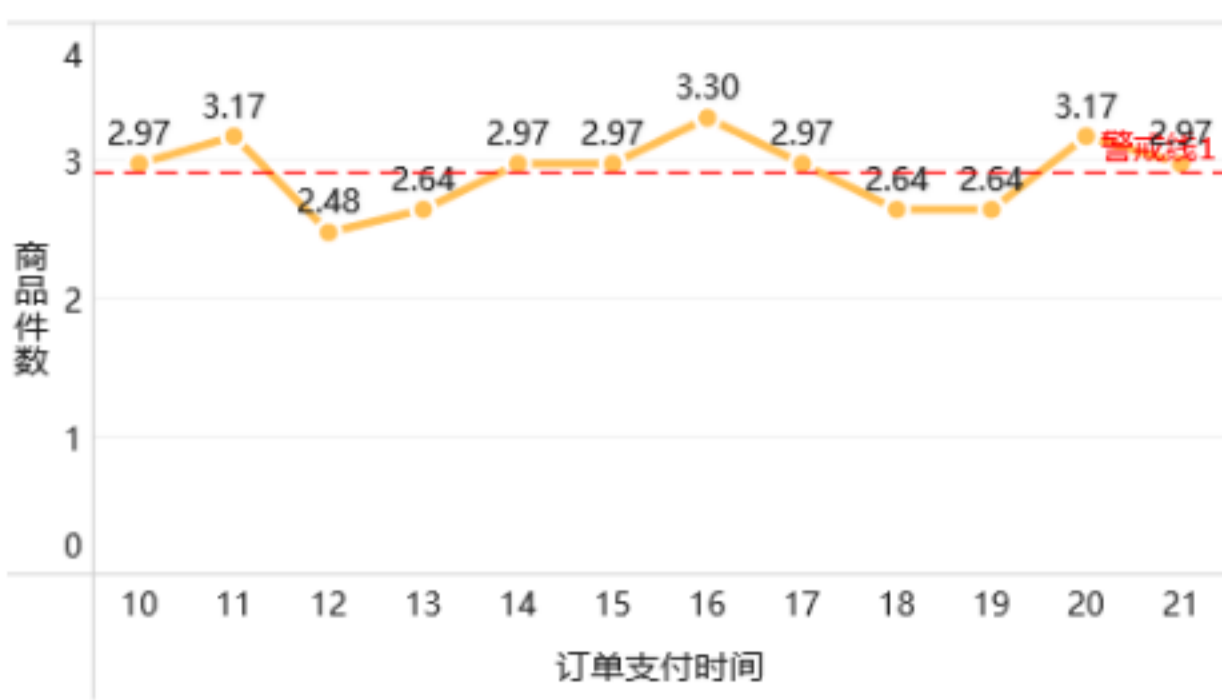


购物篮系数提升分析

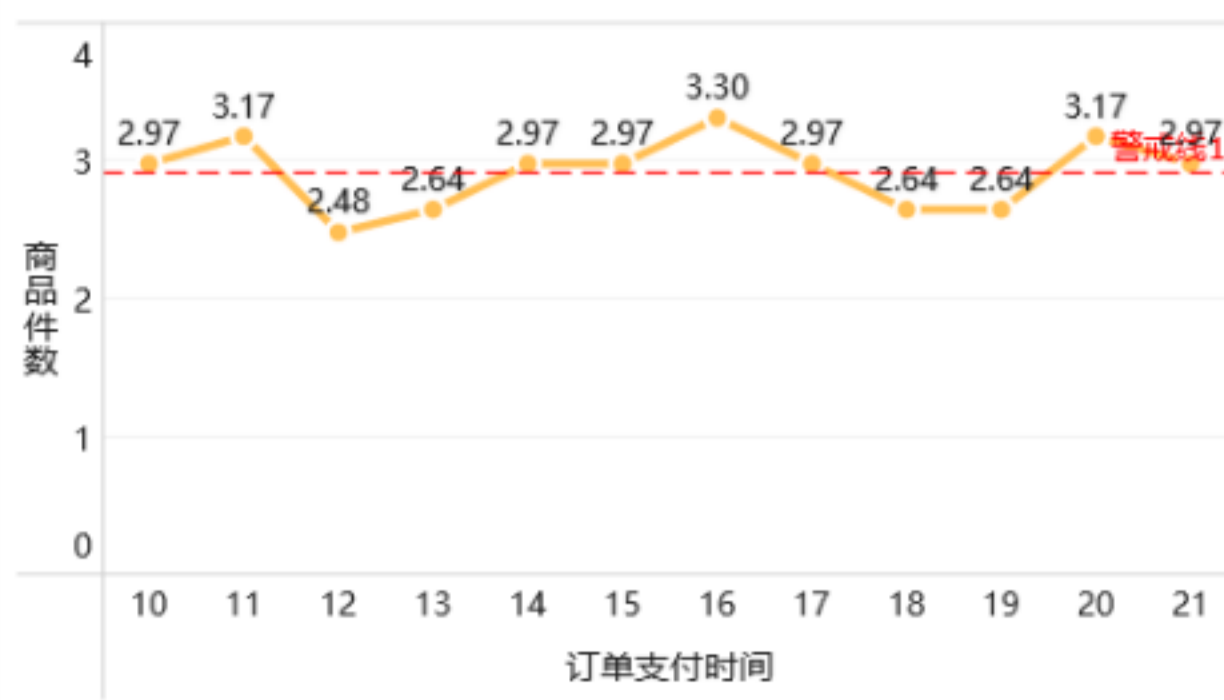
购物篮系数周变化趋势



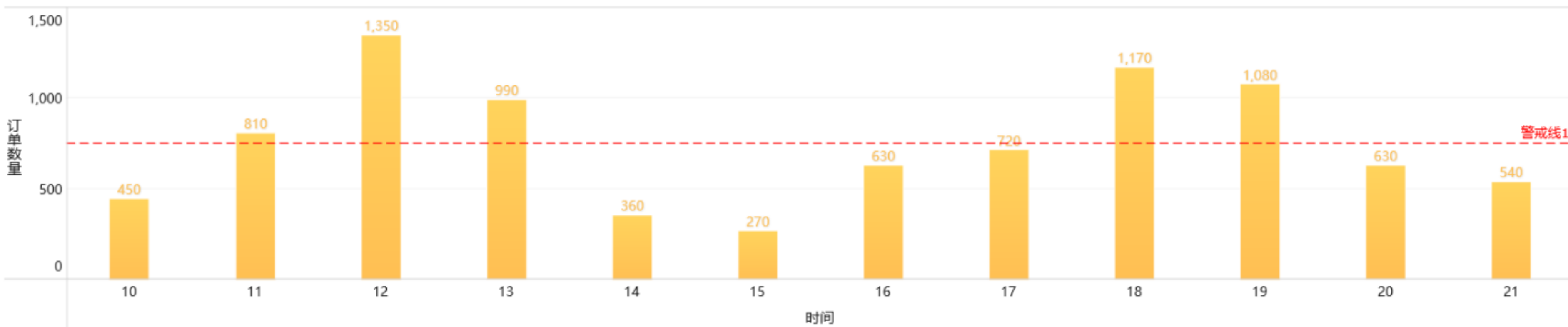
购物篮系数日变化趋势-工作日



购物篮系数日变化趋势-周末



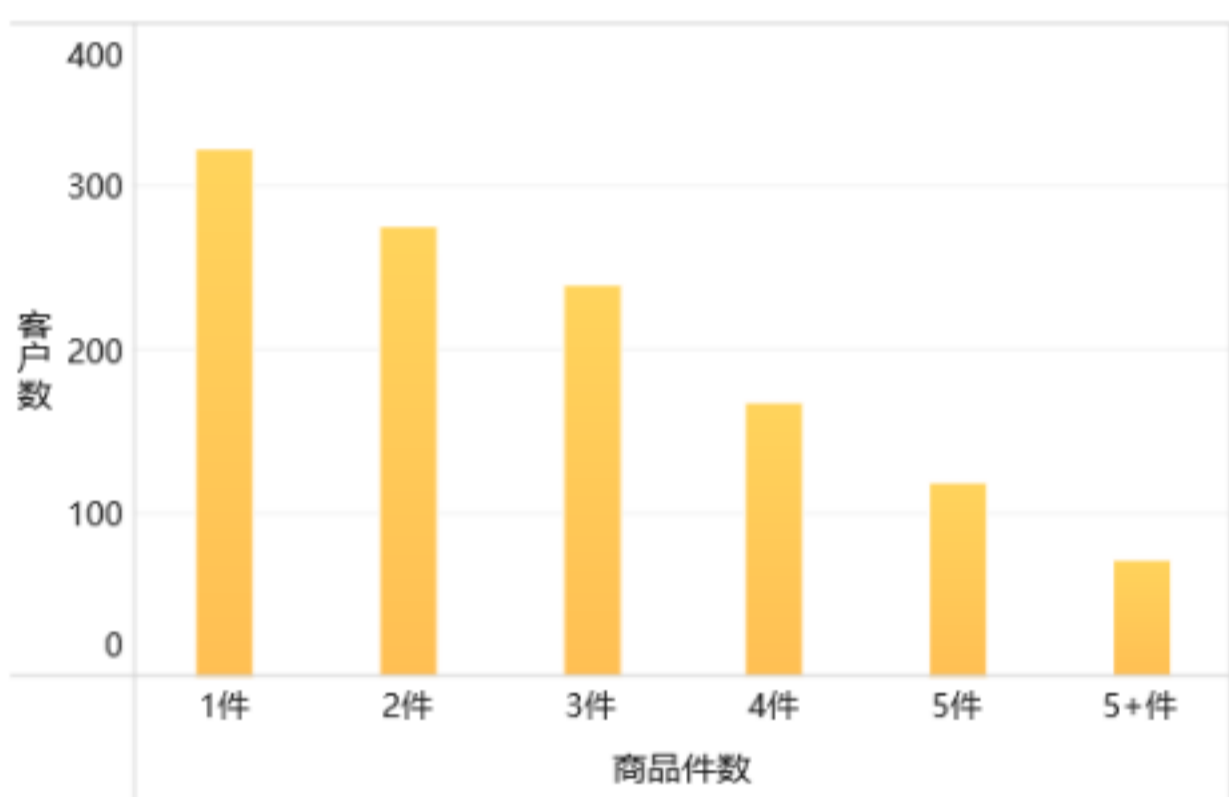
未命名组件



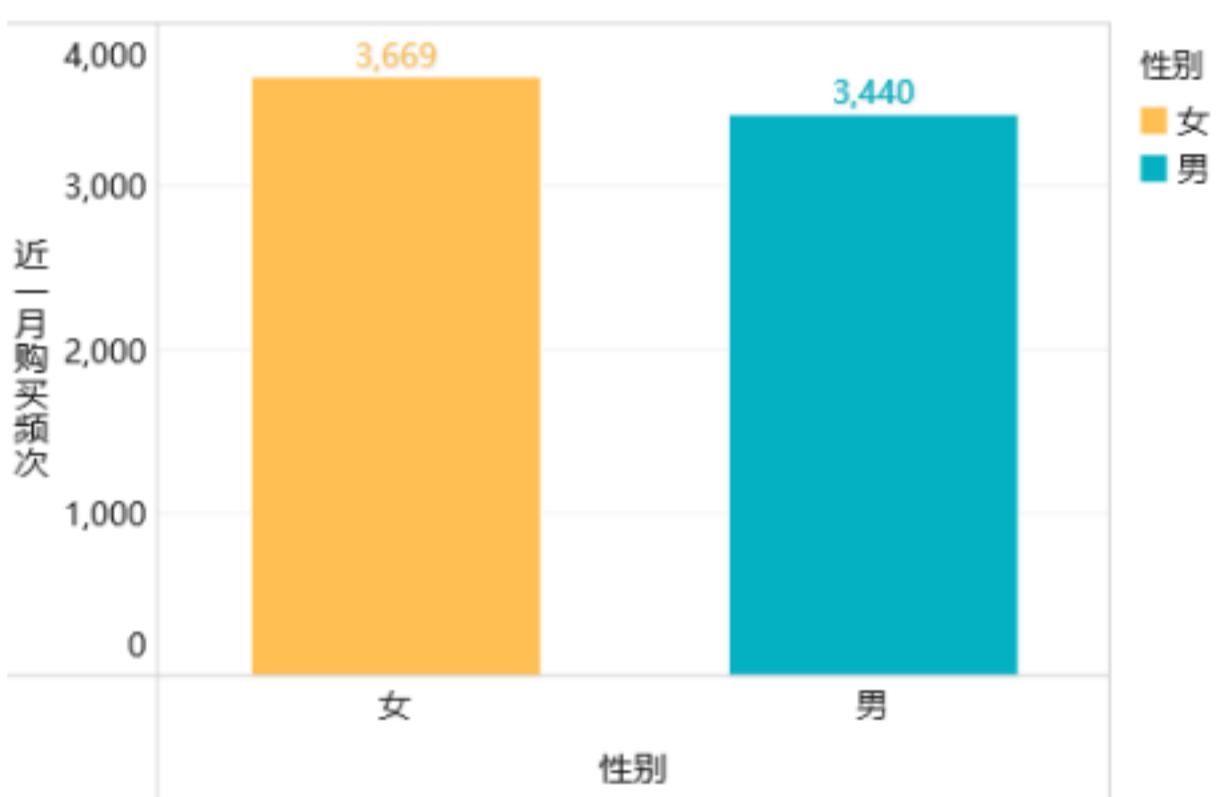
结论1:

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。

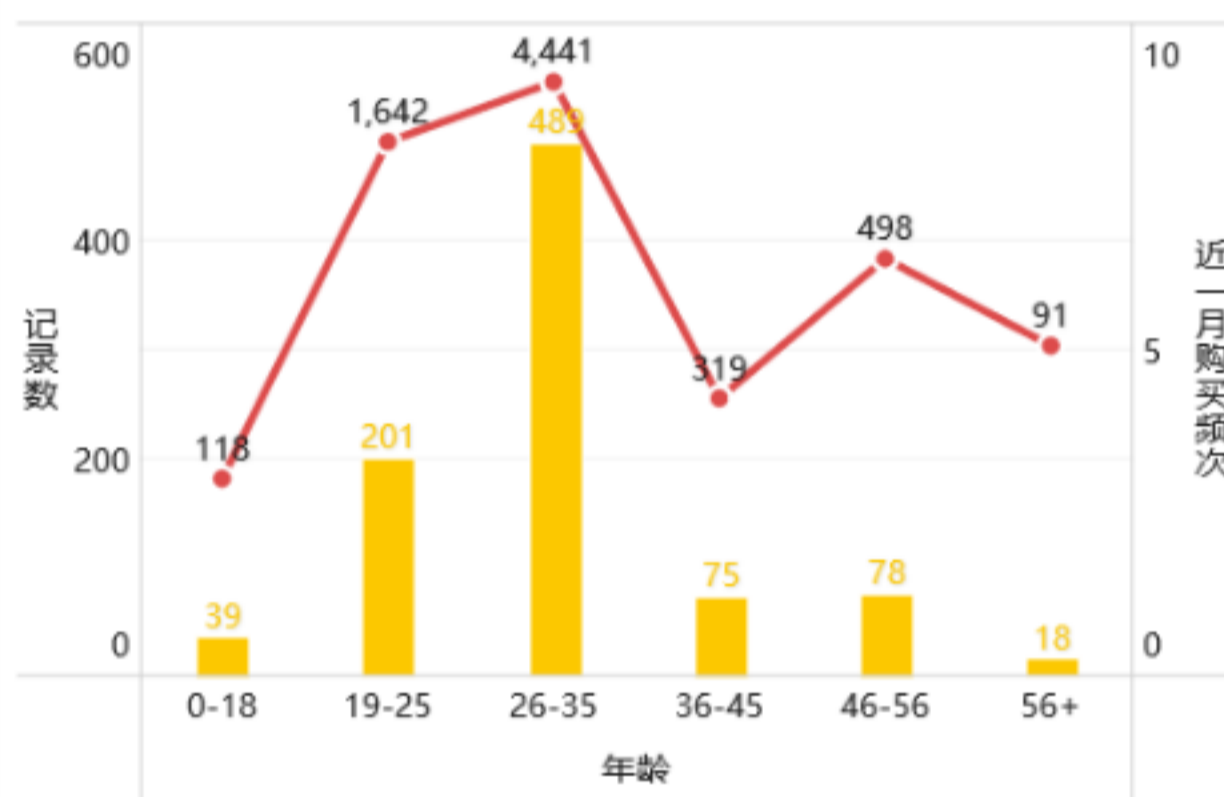
下班高峰期商品件数客户分布



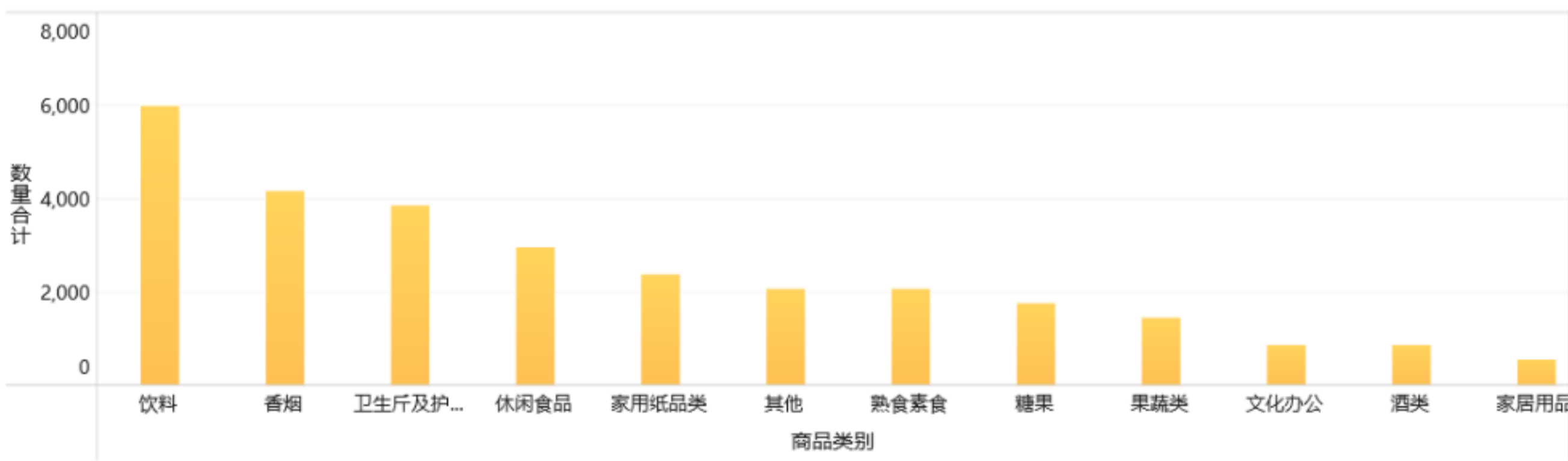
顾客性别分布



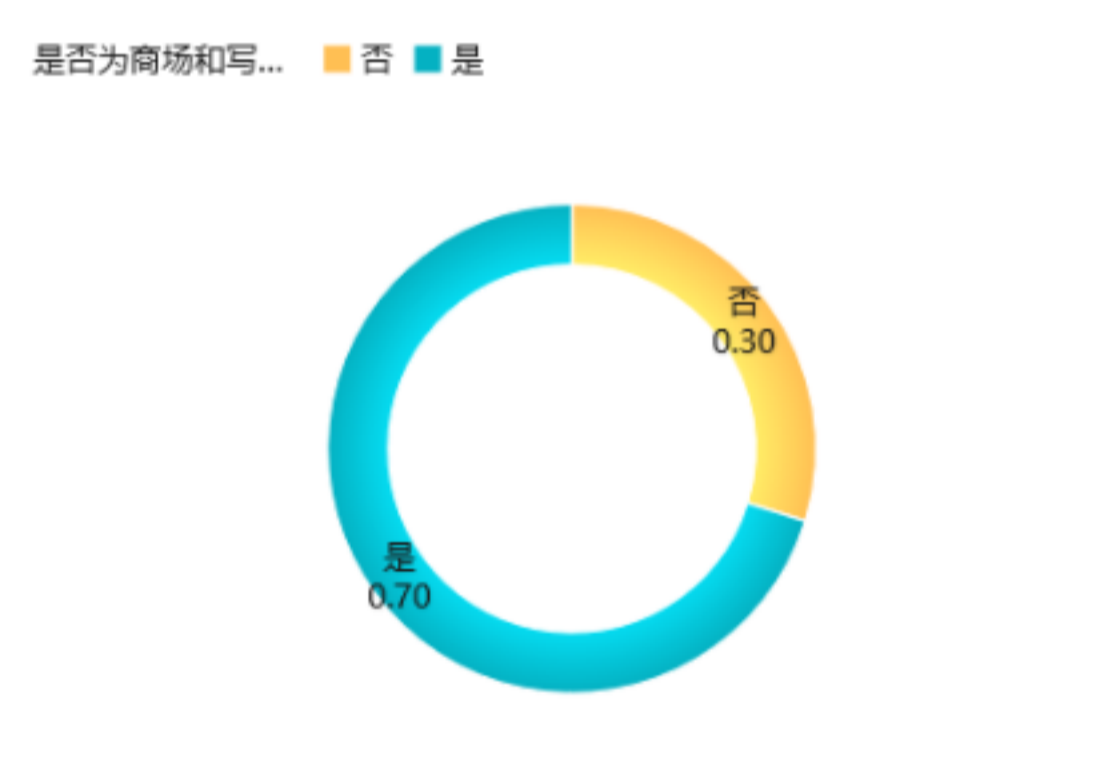
下班高峰期客户年龄及购买频次分布



下班高峰期购买物品偏好



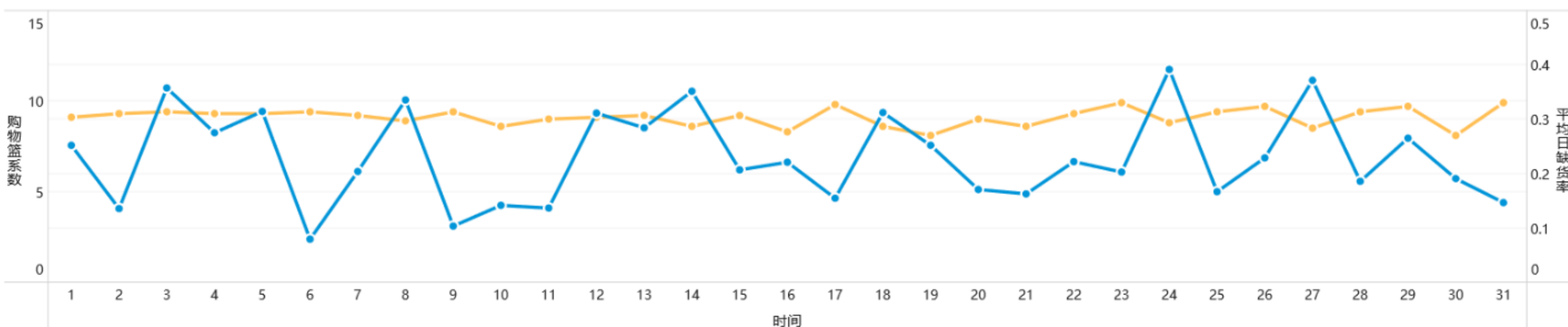
客户为楼上商场和写字楼的员工占比



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.....

未命名组件1



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。