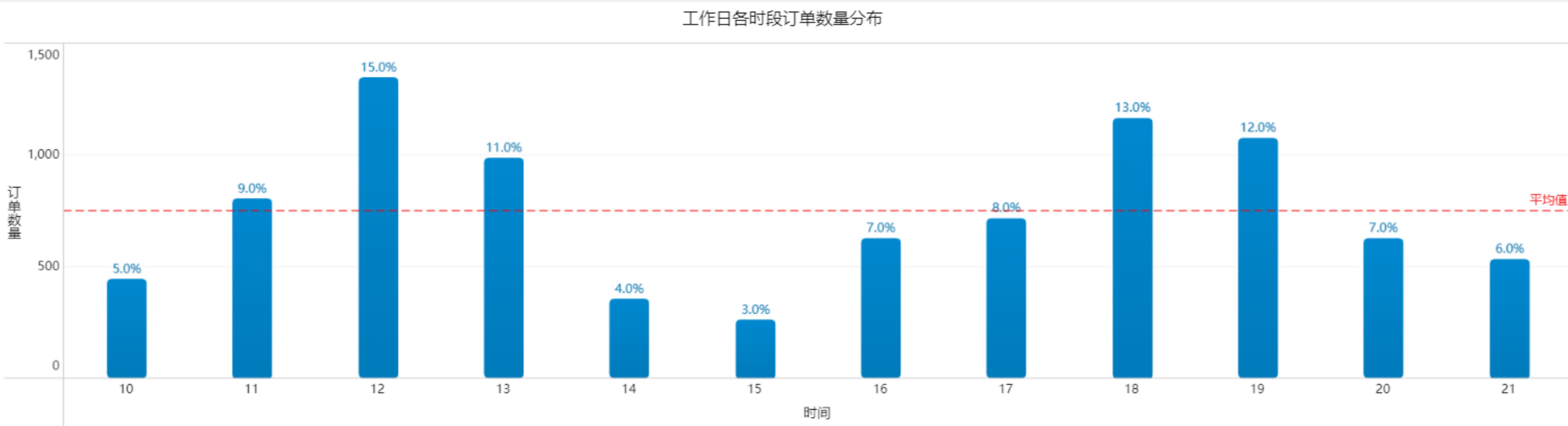
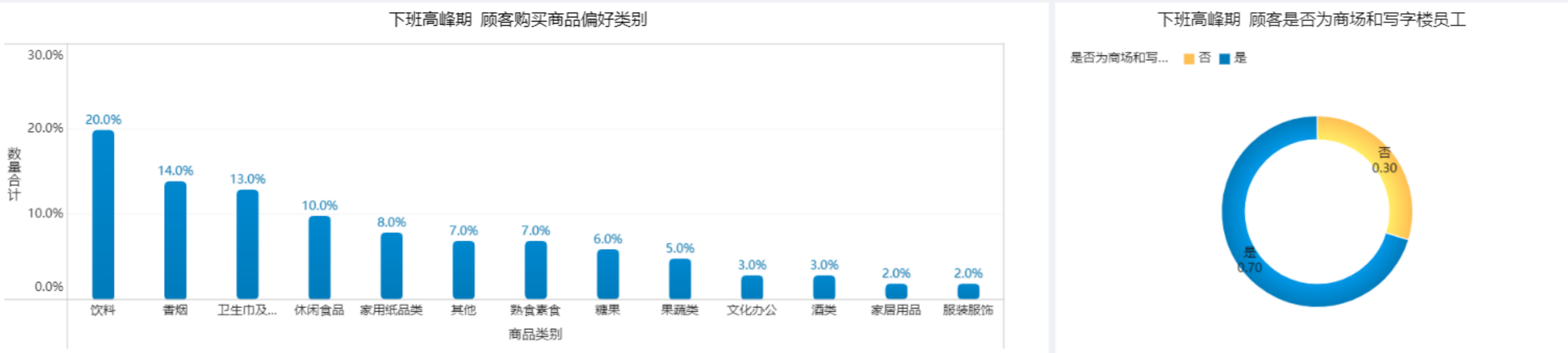
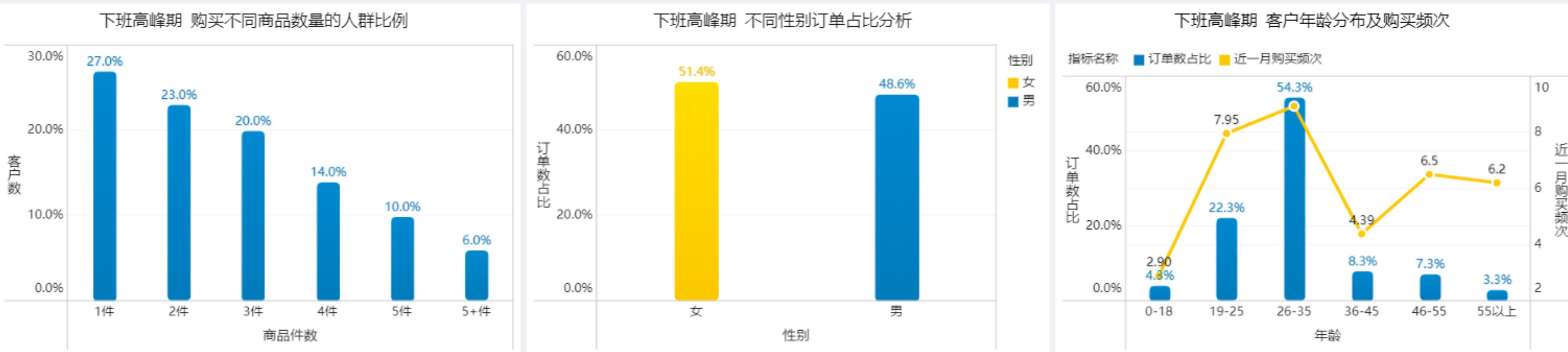


时间与购物篮系数的关系 -从周和日两个维度分析购物篮系数的变化趋势，日分析拆分为工作日和周末，同时分析工作日内各时段的订单数量



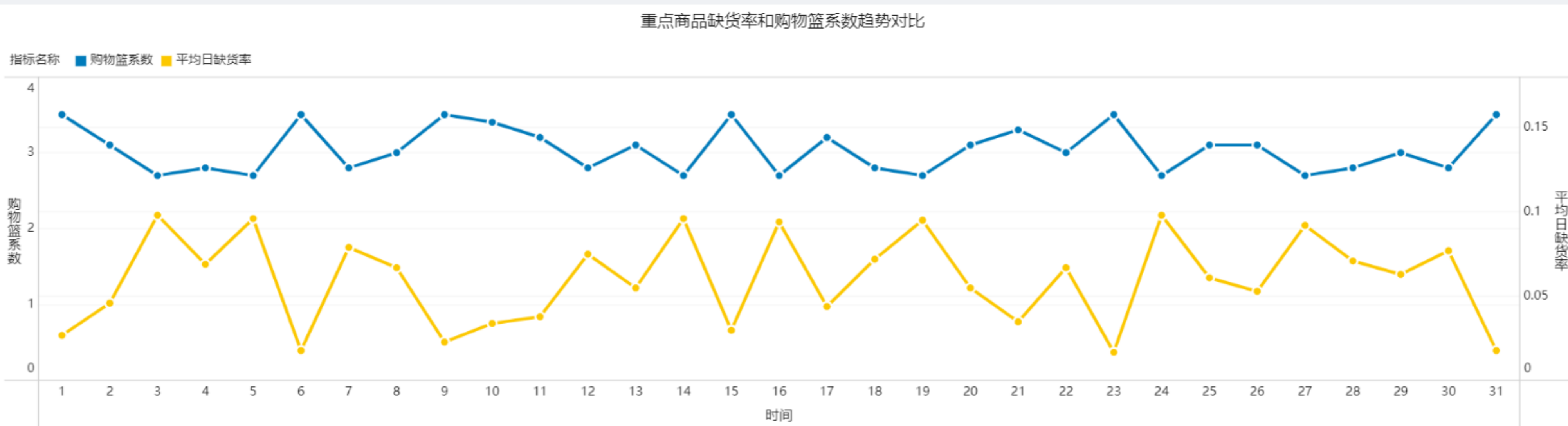
结论:
从分析图表中可以看出，周末的购物篮系数整体高于工作日；
工作日内12:00-14:00和18:00-20:00两个时间段的购物篮系数明显偏低，但该时间段本应属于下班购物高峰期，而周末没有这样的现象；
通过订单数量分析，工作日内12:00-14:00和18:00-20:00两个时间段的订单数量高于均值，但购物篮系数却低于均值，其中原因需进一步分析，需重点提升该时间段购物篮系数。

顾客购买行为与购物篮系数的关系 -从购物件数、性别、年龄等维度对比客户特征，对重点年龄段进行订单明细和用户背景比较



结论:
在下班高峰期，购买1-2件商品的客户占比高达50%，这类客户购买行为拉低了购物篮系数；
在下班高峰期消费的顾客多为商场和写字楼员工，其中19-35岁的顾客占比76.6%，且购买频次较高，平均大约每周2次；购买商品偏好前三类为：饮料、香烟、卫生巾及护垫，都具有临时性和目的性；
通过观察，只有10%左右的顾客会在超市入口处拿购物车，这部分人以家庭主妇和游客为主，基本没有白领人士；选取2-3个商品后双手不够用，很少会选择回入口处取购物车，而超市内部没有购物筐；
因此，19-35岁的白领人群造成了下班高峰期购物篮系数低的现象。
接下来，可通过将白领人群购买频次高的物品进行关联陈列或组合销售，同时，在超市内部主通道放置购物车，以提高购物篮系数。

重点商品缺货与购物篮系数的关系 -同时观察A类商品缺货率和购物篮系数的变化趋势



结论:
根据趋势线，可以看出A类商品缺货率和购物篮系数的变化趋势呈现相反状态，缺货率升高则购物篮系数降低；由于库房存储空间有限，造成了补货不及时、缺货现象时有发生，缺乏精细化的库存控制；
由于A类商品对销售额的影响重大，因此需要严格监控A类商品的库存，减少直至避免缺货现象的发生，从而提高购物篮系数。