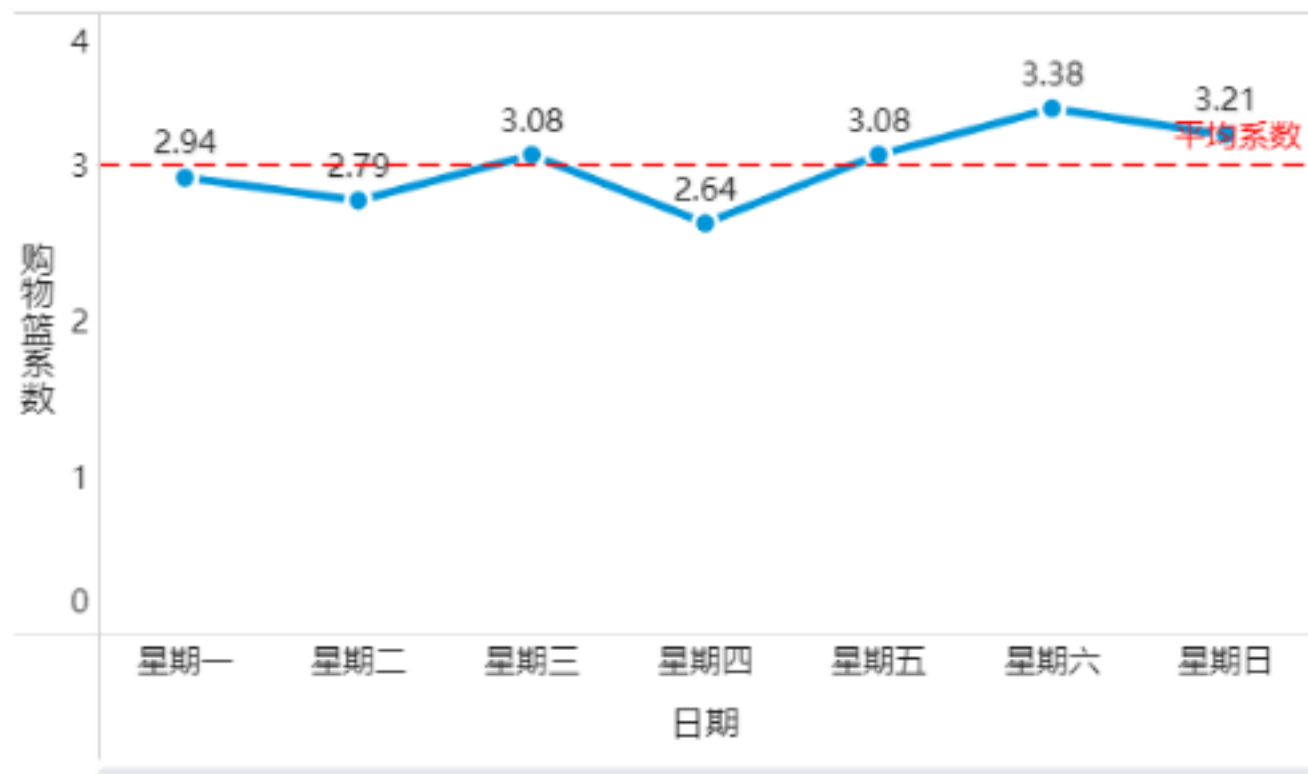
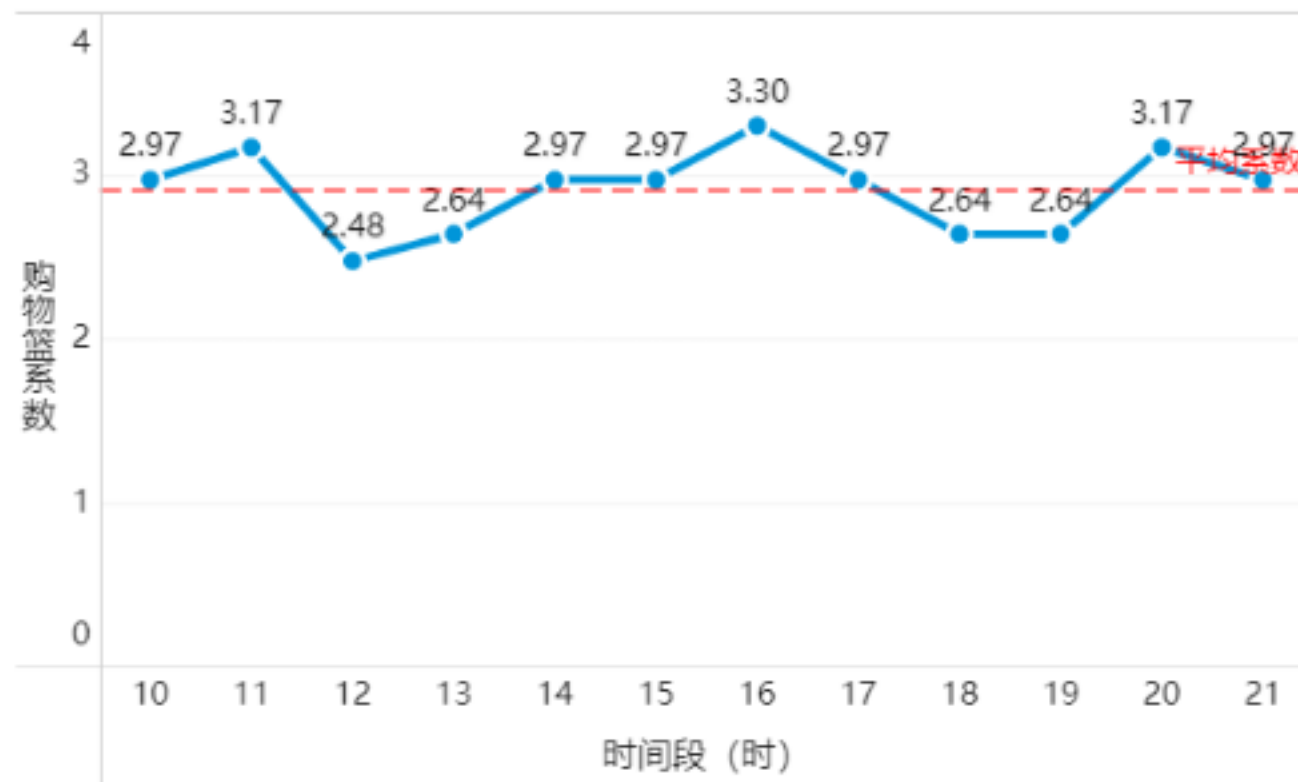


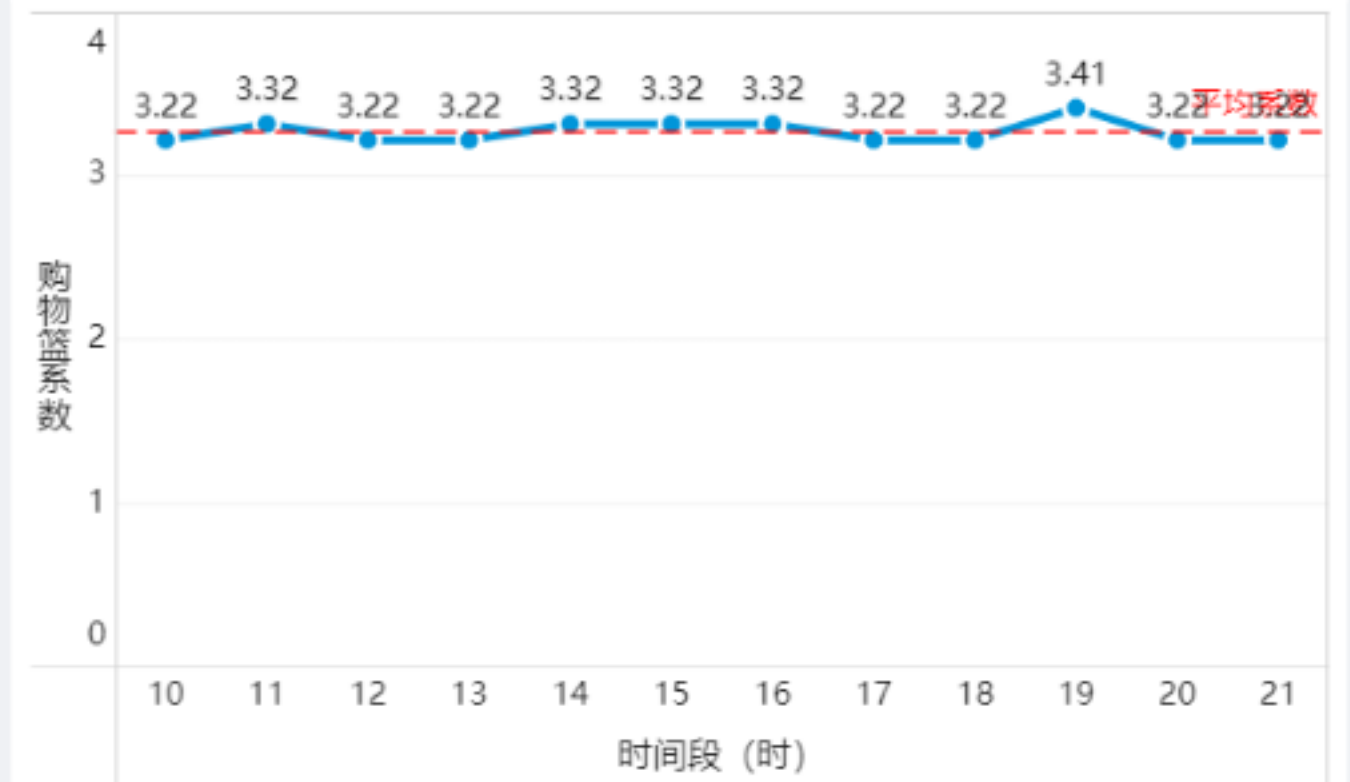
购物篮系数周变化趋势



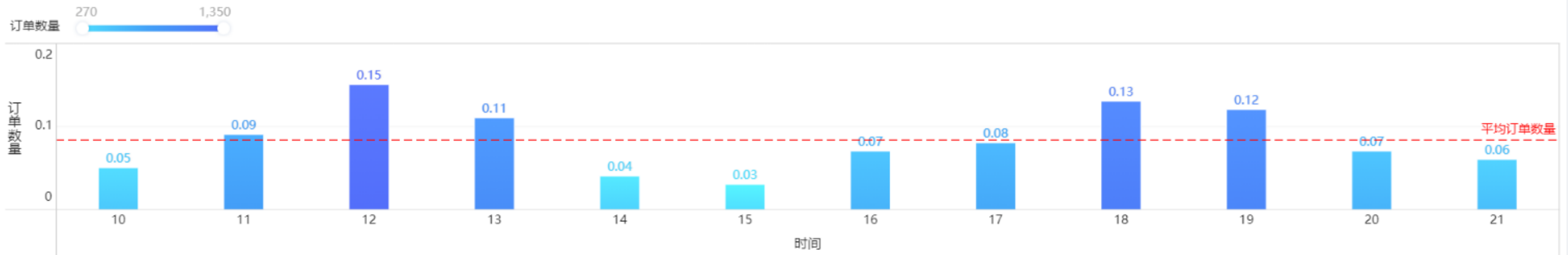
购物篮系数日变化趋势——工作日



购物篮系数日变化趋势——周末



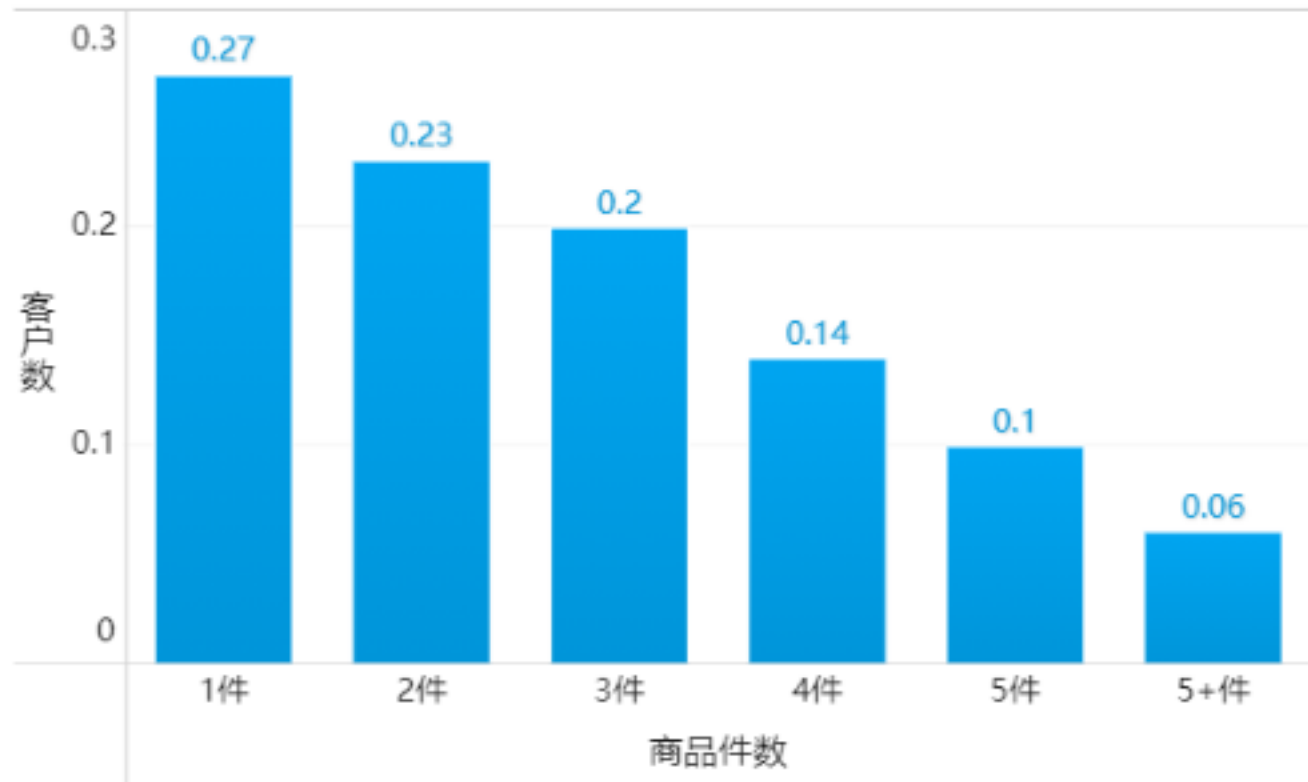
工作日的订单分布情况



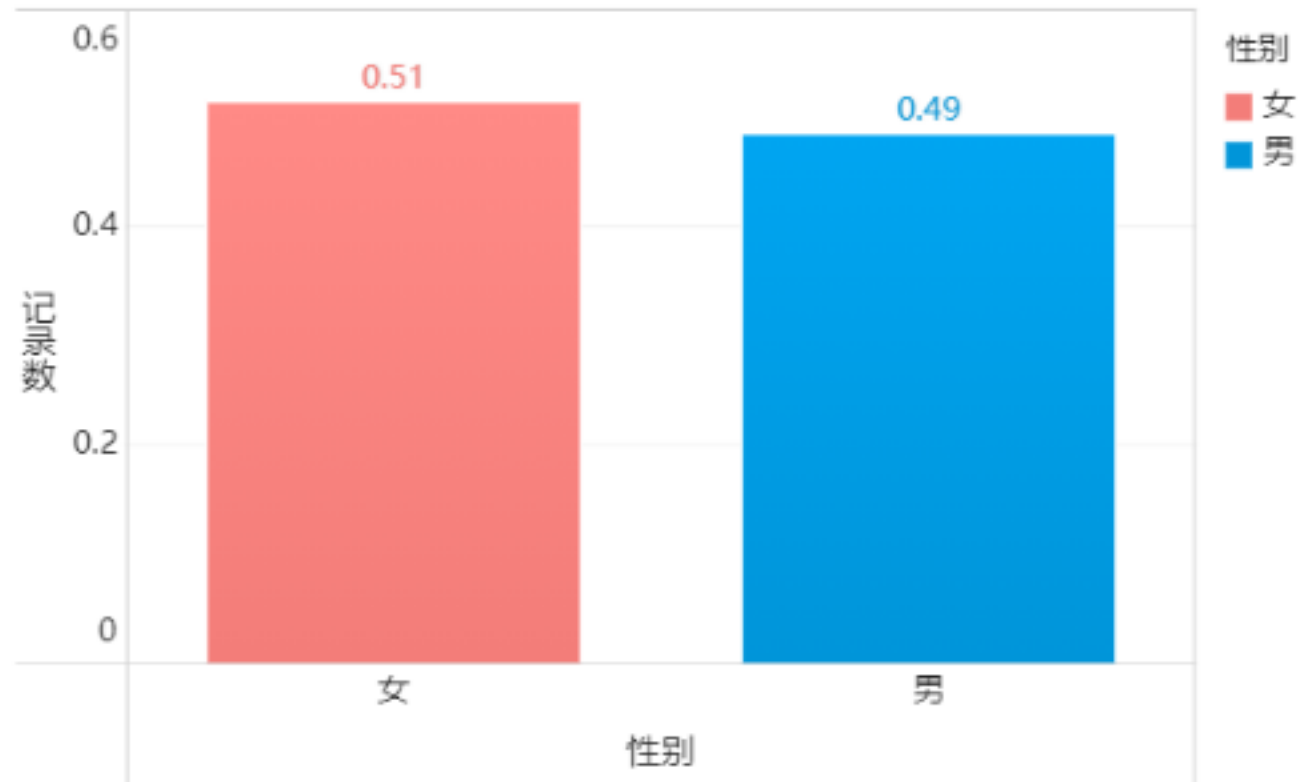
结论1:

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。

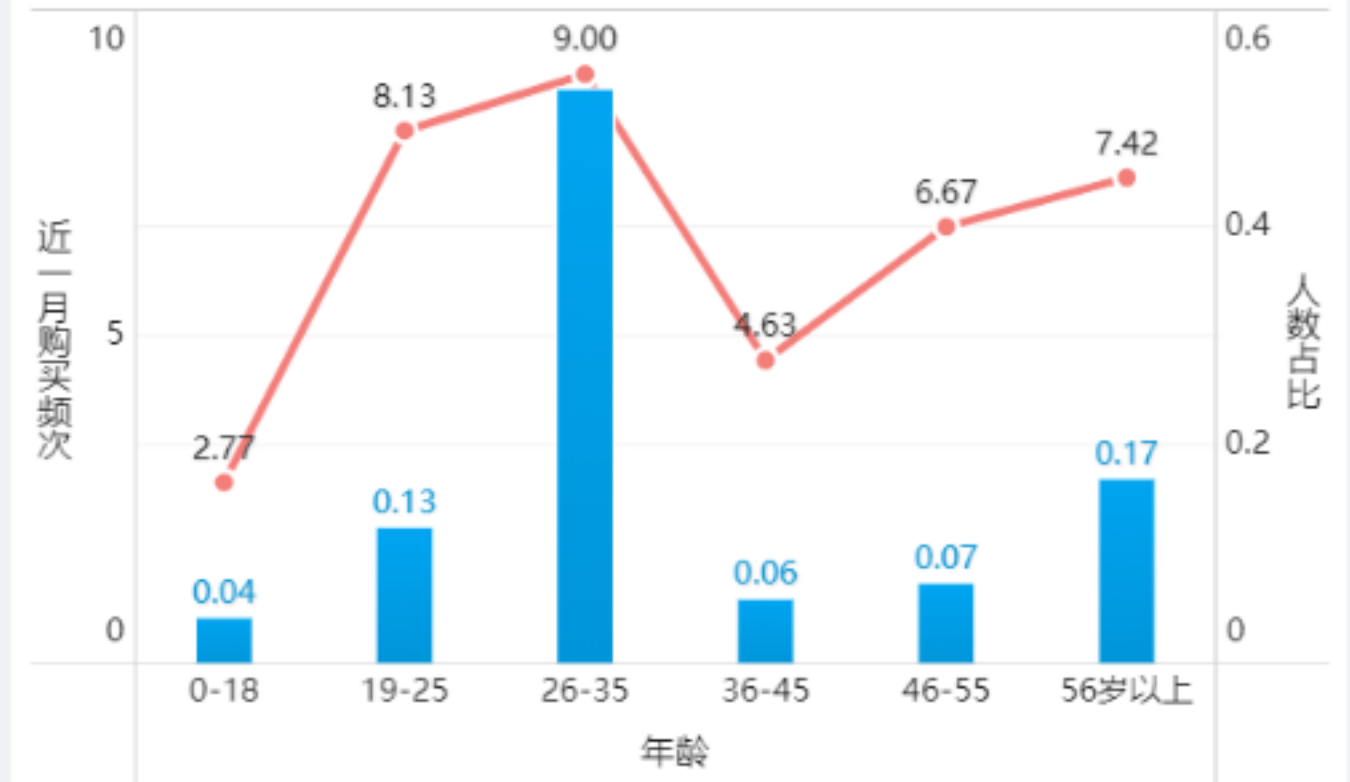
下班高峰期商品件数客户分布



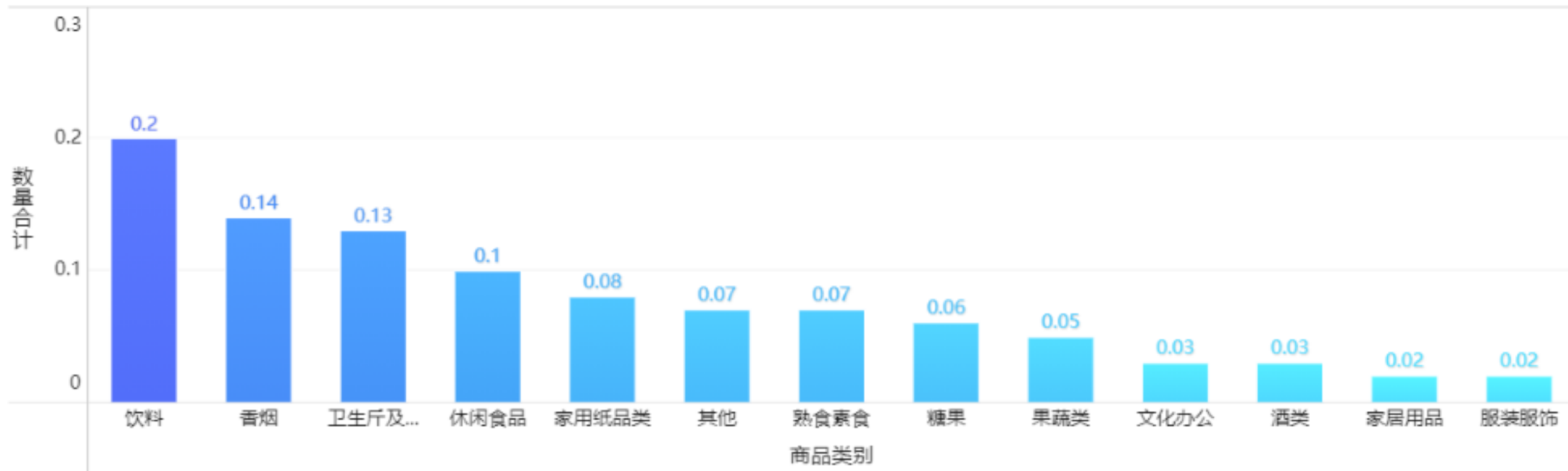
下班高峰期客户的性别分布



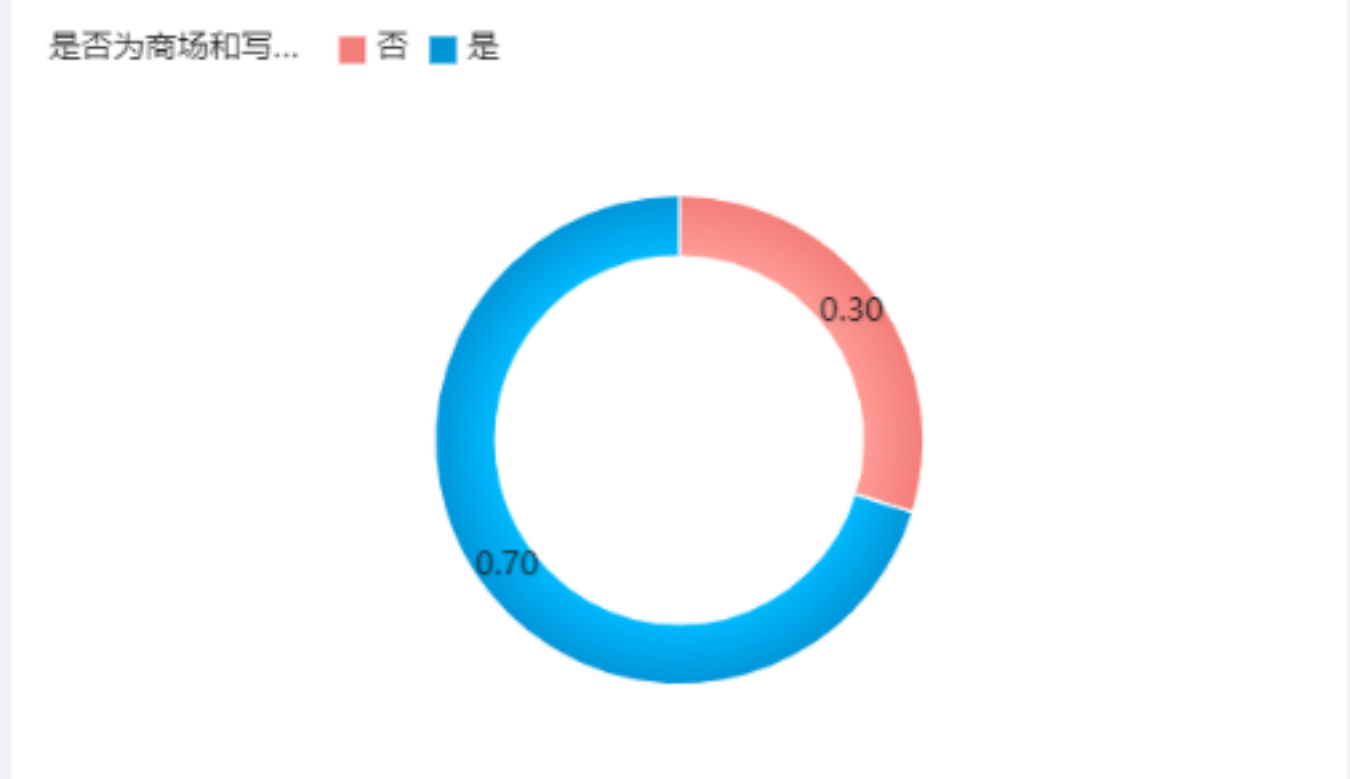
下班高峰期客户年龄分布及购买次数



下班高峰期购买客户的购买偏好



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为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.....