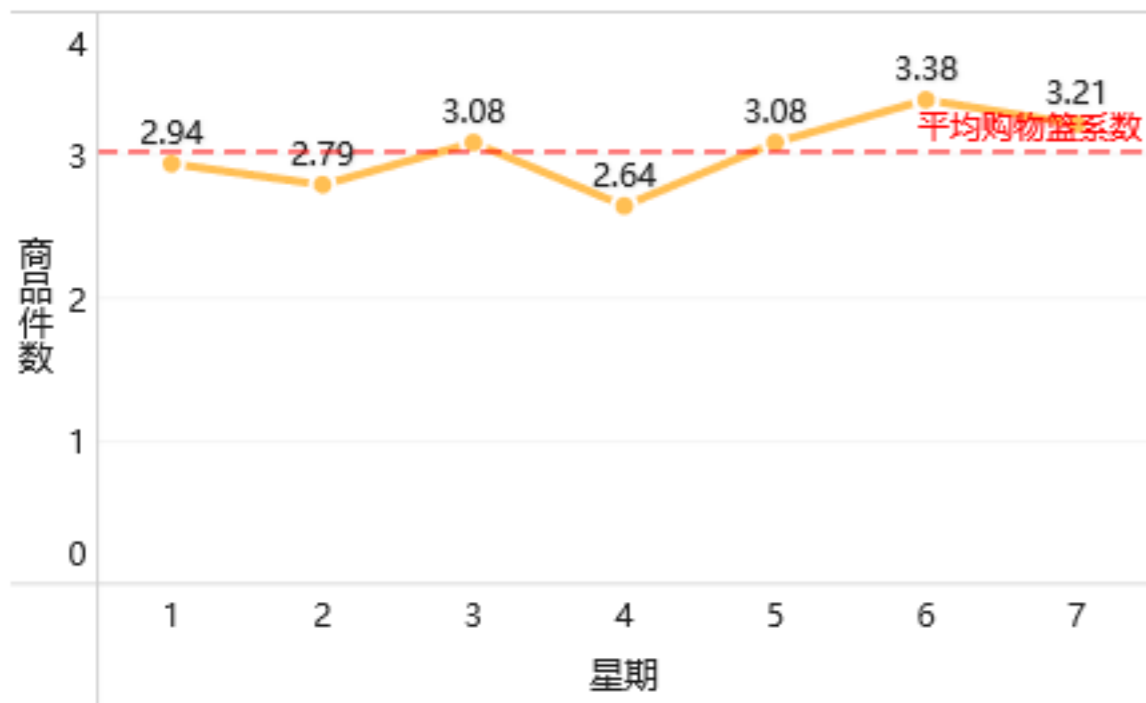
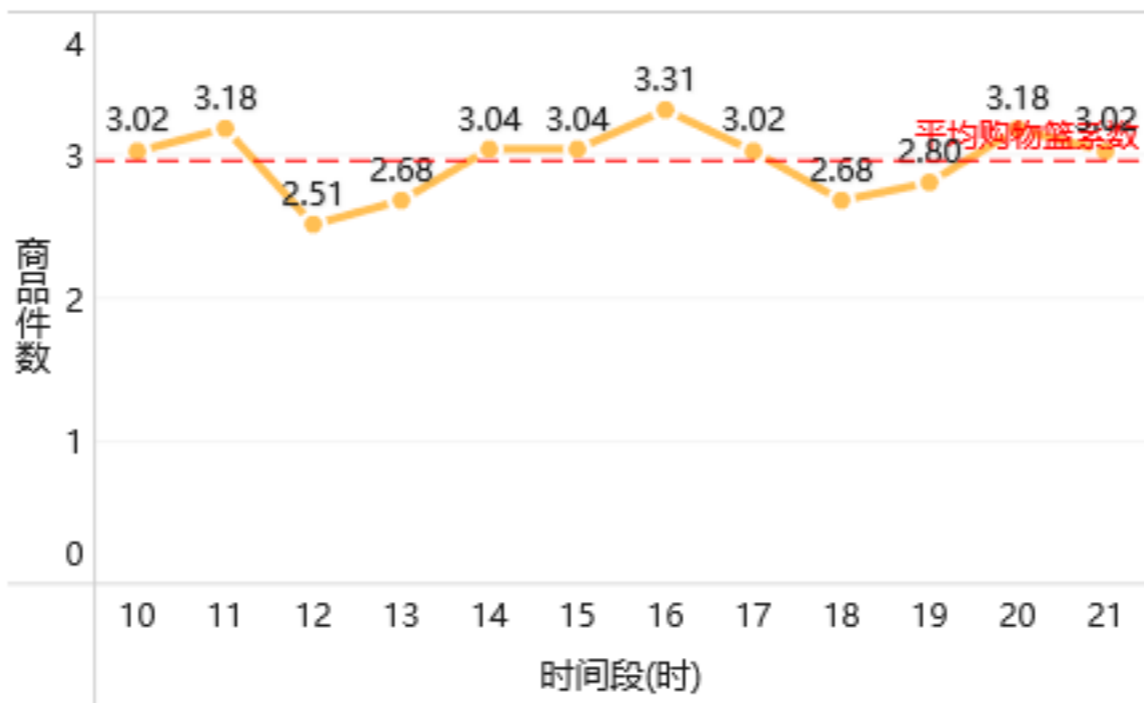


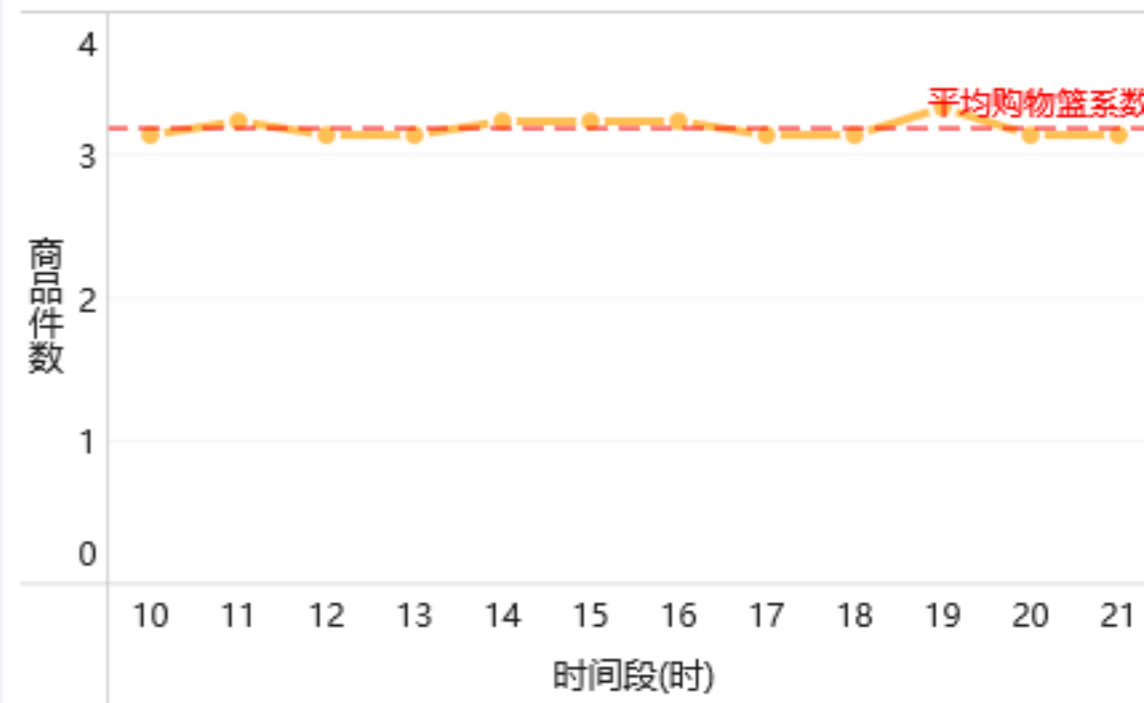
购物篮系数周期变化



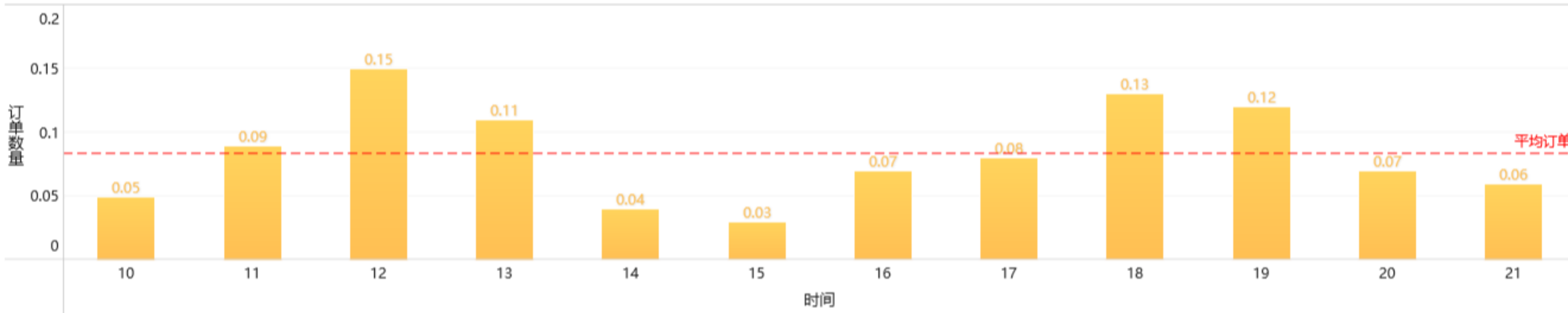
购物篮系数日变化趋势-工作日



购物篮系数日变化趋势-周末



工作日的订单分布情况

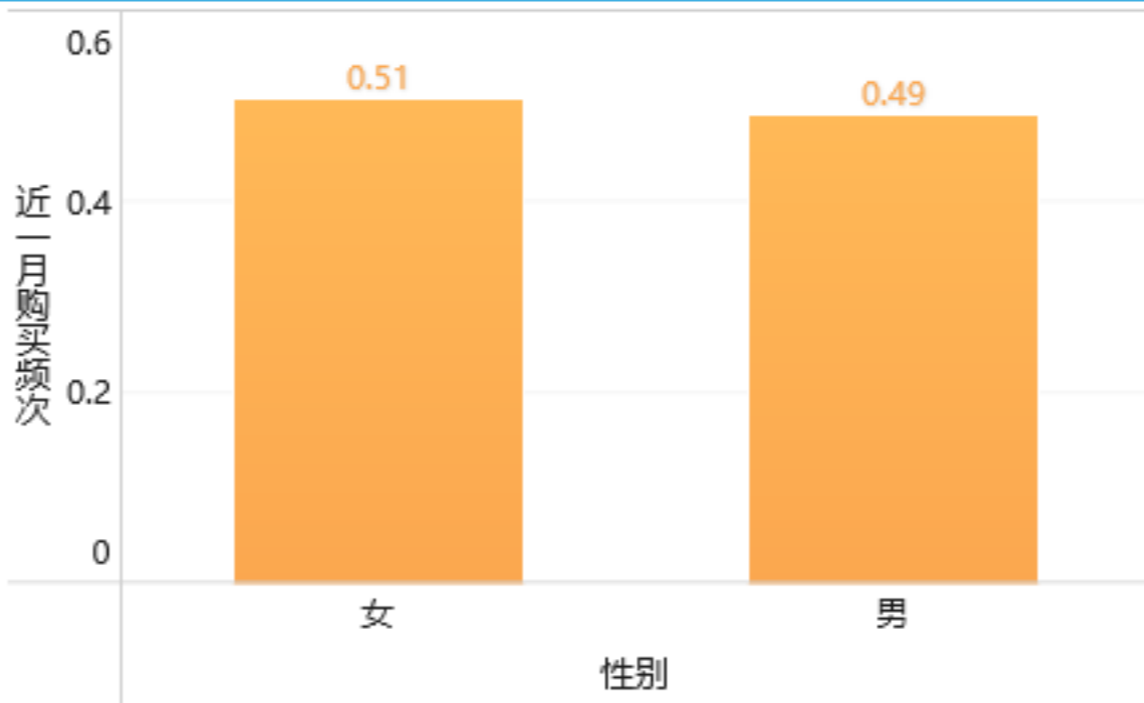


结论1:
周末的购物篮系数普遍比工作日高,周一到周五的12:00-14:00, 18:00-20:00的购物篮系数明显偏低,而这段时间刚好属于下班购物高峰期,需要重点提升这个时间段的购物篮系数。

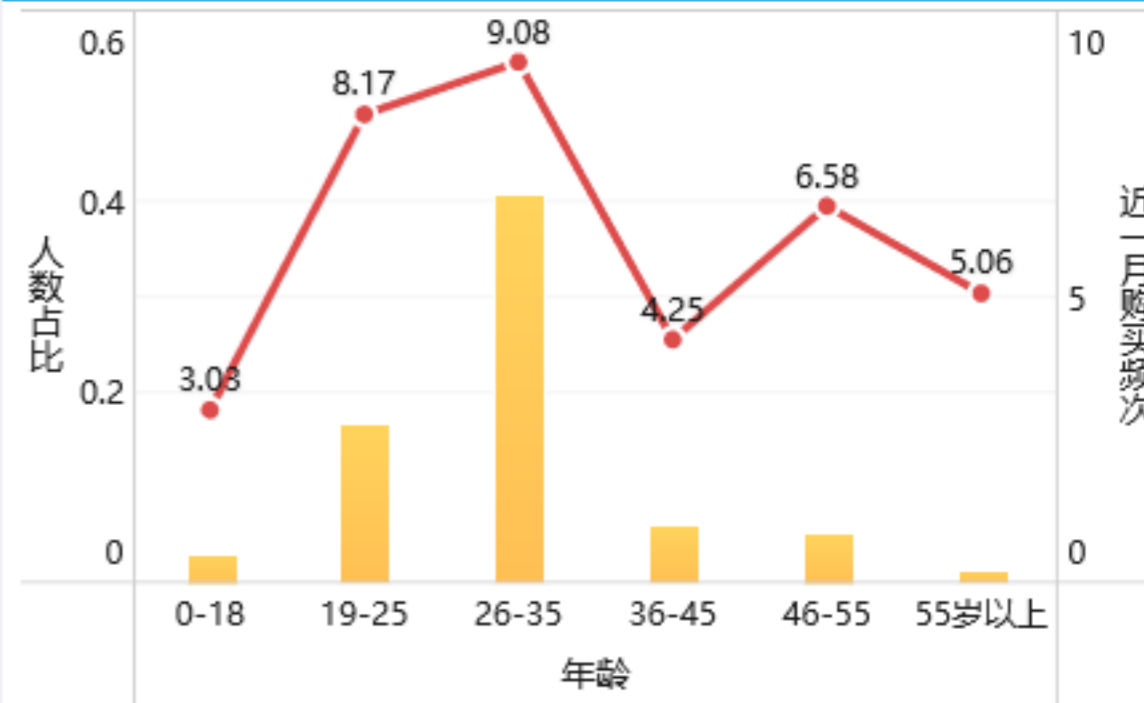
下班高峰期的客户购买件数分布



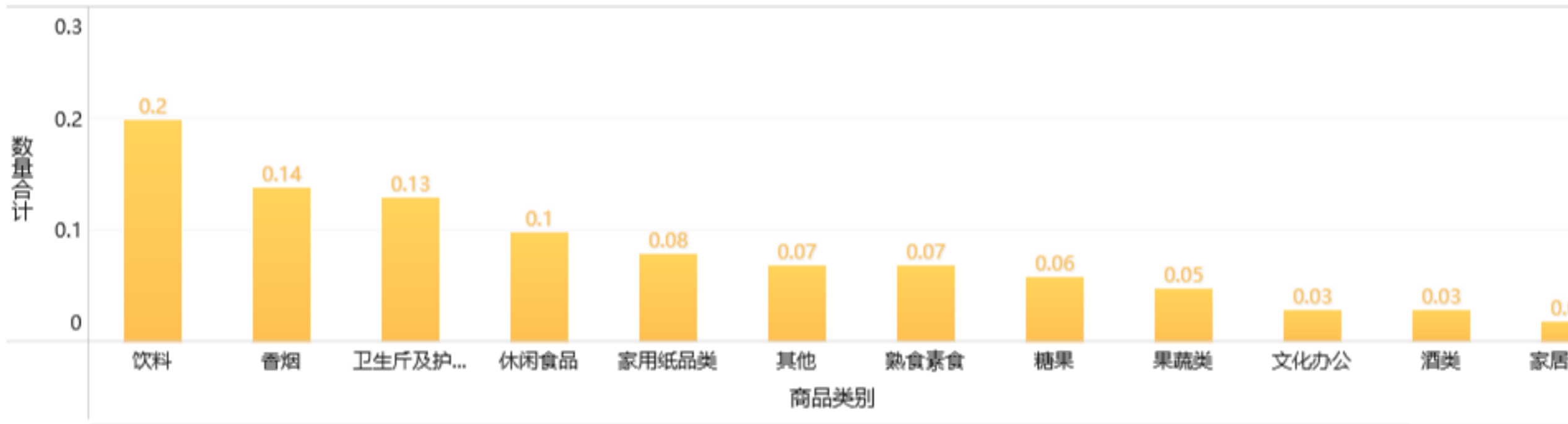
下班高峰期客户性别的分布



下班高峰期年龄分布及购买频次



下班高峰期客户购买的偏好



下班高峰期商场写字楼购买人数分布



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、在购物的行为上，通过线下观察统计，发现只有10%的人在超市购物时拿购物篮，基本没有白领拿购物篮，而三件后拿不了更多东西，很少会入口拿购物篮，所以购物就少了。
因此，应该关注写字楼的员工和白领，可针对饮料、香烟、卫生巾及护垫等商品，提供关联性强的商品摆放与组合，提高这类客户的购物篮系数，并尝试将购物篮放在超市不同区域，方便客户中途领取。