

Инструкция по работе с ПО «Аналитика ассортимента»

Оглавление

Инструкция по работе с ПО «Аналитика ассортимента»	1
1. Вход на портал.....	2
2. Содержание вкладок и описание показателей.....	2
2.1. Анализ сегментов целевой аудитории	2
2.2. «Профиль товара».....	5

1. Вход на портал

Для доступа к панели перейдите по ссылке:

<https://assortment.sberanalytics.ru/>

Вам доступен интерфейс панели «Аналитика ассортимента» с двумя вкладками: «Анализ сегментов целевой аудитории» и «Профиль товара».

2. Содержание вкладок и описание показателей

2.1. Анализ сегментов целевой аудитории

Вкладка «Анализ сегментов целевой аудитории» помогает оценить взаимосвязи между особенностями покупок и характеристиками целевой аудитории в разрезе региона покупки, с возможностью отслеживания динамики по годам, кварталам, месяцам (Рис.1).



Рис.1

- Фильтр «Период» позволяет анализировать показатели в годовой, квартальной и месячной детализации. Для выбора необходимого периода нажмите на иконку под фильтром, а затем выберите временной промежуток (Рис. 2).

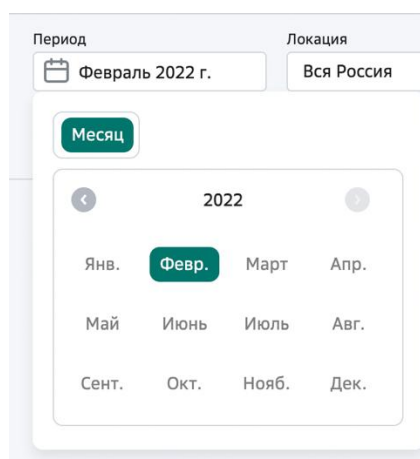


Рис.2

- Фильтр «Локация» позволяет анализировать регион покупки. Для выбора необходимой территории, подлежащей анализу, нажмите на иконку под фильтром «Локация», а затем выберите субъект (Рис. 3).

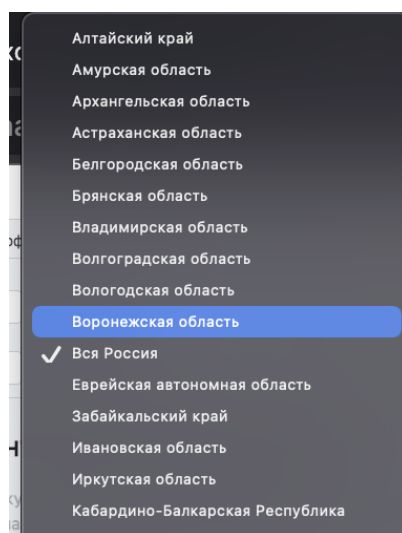


Рис.3

- Фильтр «Категория» позволяет анализировать показатели только по покупкам выбранной категории. Чтобы выбрать нужную информацию, нажмите на иконку под фильтром «Категория», а затем выберите нужное значение (Рис. 4).

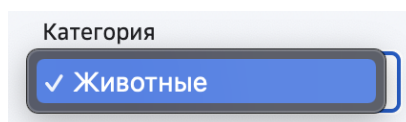


Рис.4

- Фильтр «Подкатегория» позволяет анализировать показатели только по покупкам выбранной подкатегории. Список подкатегорий зависит от того, какая категория выбрана в фильтре «Категория». При изменении выбора фильтра «Категория», опции для выбора в фильтре «Подкатегория» также изменятся. Для выбора необходимой подкатегории, нажмите на иконку под фильтром и выберите нужное значение (Рис. 5).

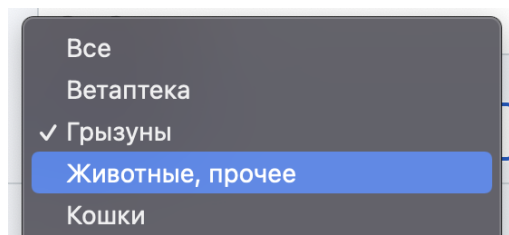


Рис.5

- Фильтр «Товар» позволяет анализировать показатели только по покупкам выбранной товарной группы. Список товаров зависит от того, какая подкатегория выбрана в фильтре «Подкатегория». При изменении выбора фильтра «Подкатегория», опции для выбора в фильтре «Товар» также изменятся. Для выбора необходимой товарной группы, нажмите на иконку под фильтром и выберите нужное значение (Рис. 6).

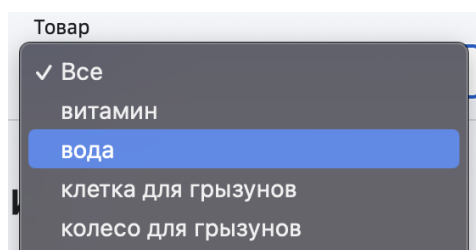


Рис.6

- Показатель «Востребованность товара» отражает отношение доли трат конкретной социально-демографической группы на выбранную категорию товаров к доле трат на эту же группу среди всех покупателей. Позволяет понять, насколько товарная группа более весома в кошельке изучаемой группы, чем среди всех покупателей этой товарной группы в заданный промежуток времени на исследуемой территории.

- Показатель «Устойчивость потребления» отражает отношение частоты потребления товарной группы среди представителей изучаемой социально-демографической группы к частоте потребления этой же группы всеми покупателями в целом. Позволяет понять, насколько покупки товарной группы для изучаемой группы более устойчивая практика, чем среди всех покупателей этой товарной группы в заданный промежуток времени на исследуемой территории.

- Показатель «Средние траты» отражает отношение средних трат на товарную группу, которые совершаются определенной социально-демографической группой, к средним тратам на эту же товарную группу, но совершенных всеми ее покупателями. Позволяет понять, насколько больше в среднем эта категория покупателей тратит на товарную группу в сравнении со всеми потребителями в заданный промежуток времени на исследуемой территории.

- Показатель «Доля в кошельке покупателя» отражает отношение трат на изучаемую товарную группу ко всем тратам покупателей на исследуемую территорию в заданный промежуток времени. Отображается в разбивке по полу и возрасту покупателей.

- Показатель «Детализация показателей для выбранного периода и географии» отражает информация о показателях 6-9 в табличном отображении. Данные могут быть отображены в разбивке по полу и возрасту покупателей, что выбирается кликом по фильтру (Рис. 7).

Детализация показателей для выбранного периода и географии				
		Пол	Возраст	
Возрастная группа, лет	Доля в кошельке покупателя	Востребованность	Устойчивость потребления	Средние траты
15-19	0.07%	+163.09%	-1.85%	-11.29%
20-24	0.05%	+80.68%	2.81%	7.18%
25-29	0.03%	+6.92%	1.77%	4.29%
30-34	0.03%	+5.98%	-0.56%	-4.05%

Рис.7

2.2. «Профиль товара»

Вкладка **«Профиль товара»** раскрывает социально-демографическую структуру покупателей изучаемой товарной группы с разбивкой по регионам покупки, с возможностью отслеживания динамики по годам, кварталам, месяцам (Рис.8). Во вкладке доступны все вышеизложенные фильтры.

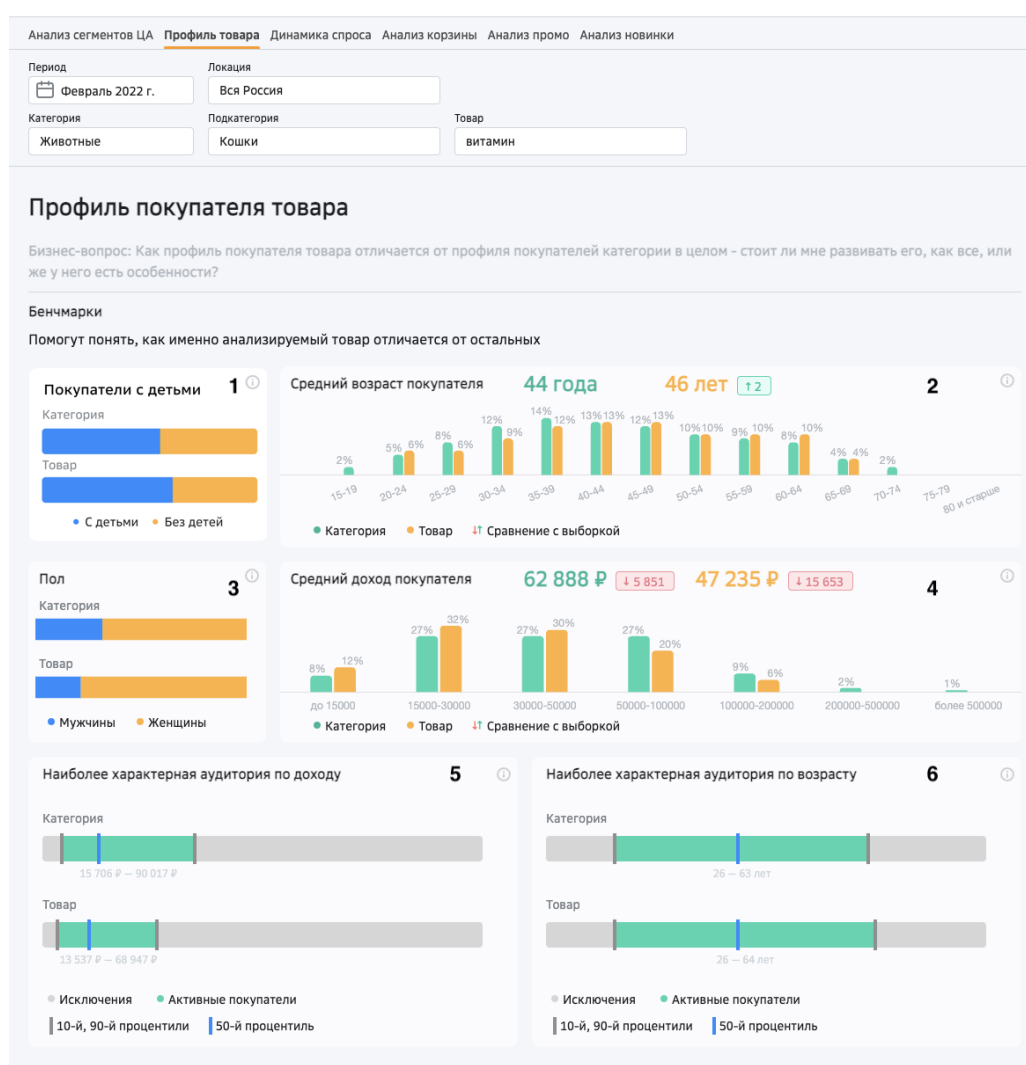


Рис.8

- Показатель «Покупатели с детьми» отражает долю клиентов, у которых есть один и более ребенок, от общего количества покупателей анализируемого товара в конкретный период на определенной территории.

- Показатель «Возраст» отражает долю клиентов определенных возрастных групп от общего количества покупателей анализируемого товара в конкретный период на определенной территории.
- Показатель «Пол» отражает долю мужчин и женщин, которые покупают анализируемый товар в конкретный период на определенной территории.
- Показатель «Средний доход покупателя» отражает средний доход и долю клиентов с разным достатком от общего количества покупателей анализируемого товара в конкретный период на определенной территории.
- Показатель «Наиболее характерная аудитория по доходу» отражает верхнюю границу уровня дохода для 10%/50%/90% покупателей с наименьшим доходом от общего количества покупателей анализируемого товара в конкретный период на определенной территории.
- Показатель «Наиболее характерная аудитория по возрасту» отражает верхнюю границу возраста для 10%/50%/90% более молодых покупателей от общего количества покупателей анализируемого товара в конкретный период на определенной территории.