

2013年度运营分析报告



目录页

Contents Page

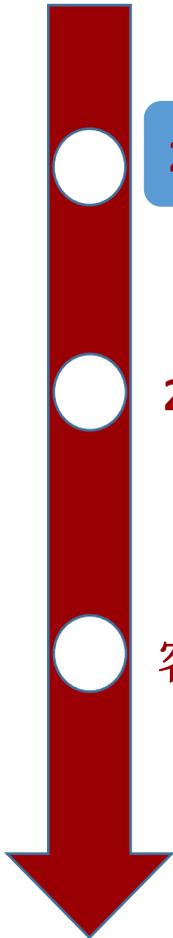
1 2013年度销售概况

2 2013年客户购买情况分析

- ◆ 客户消费金额区间分布
- ◆ 客户活跃时间走势
- ◆ 客户消费地域分布
- ◆ 销售品类排名
- ◆ 明星产品TOP 10

3 客户特征总结与归纳

过渡页
Transition page



2013年度销售概况

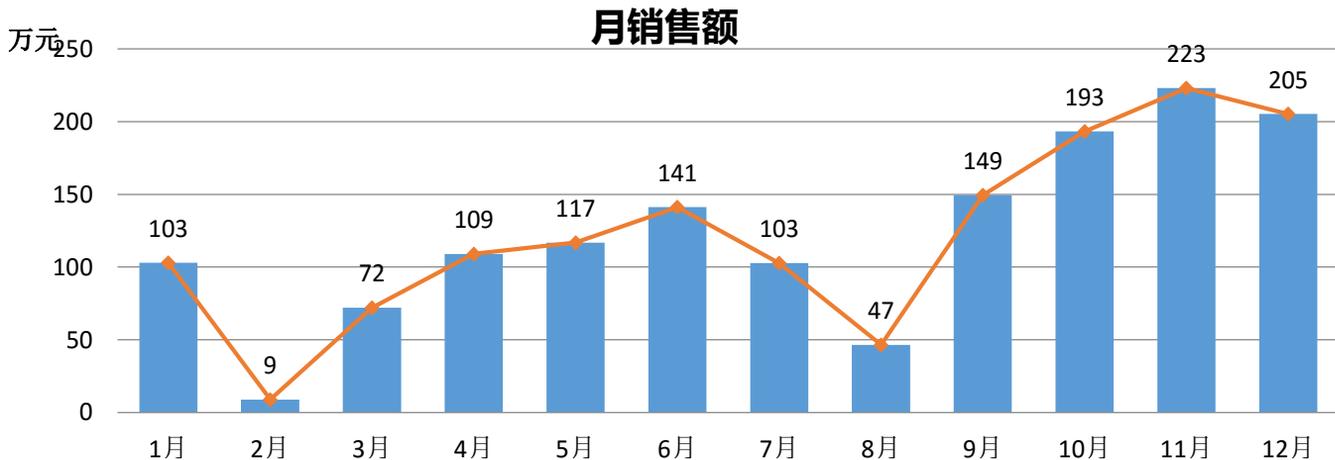
2013年客户购买情况分析

客户特征总结与归纳

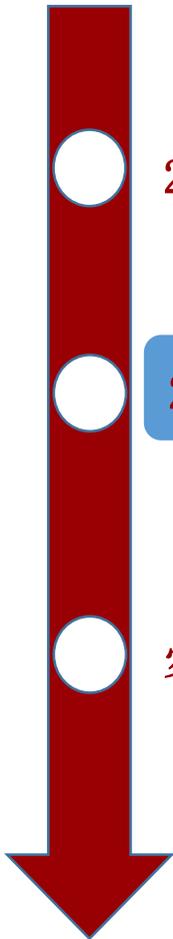
1.1 2013年度销售概况

2013年全店销售金额共计1471.49万元。销售商品件数共达25万件。
第一季度销售额183.9万元，第二季度销售额367.17万元，第三季度销售额298.7万元，第四季度销售额621.73万元。
其中，11月份销售额最佳，高达223万元，2月份销售额最低，共计9万元。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
销售额 (万元)	102.9	8.9	72.1	109.1	116.8	141.3	102.7	46.5	149.4	193.3	223.1	205.3



过渡页
Transition page



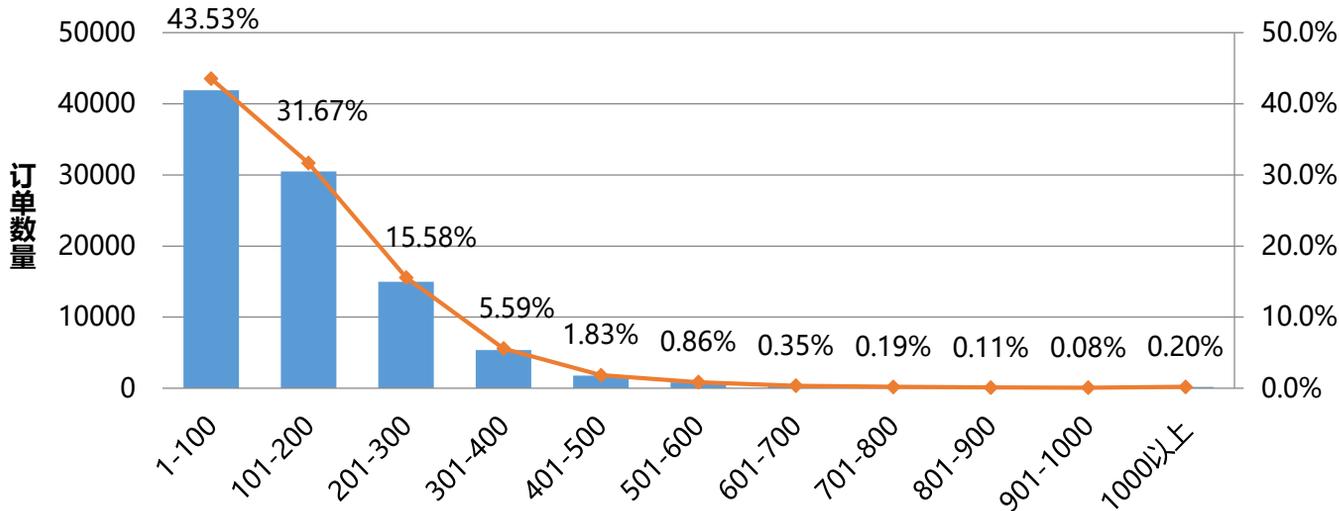
2013年度销售概况

2013年客户购买情况分析

客户特征总结与归纳

2.1 客户消费金额区间分布

单笔销售金额分布



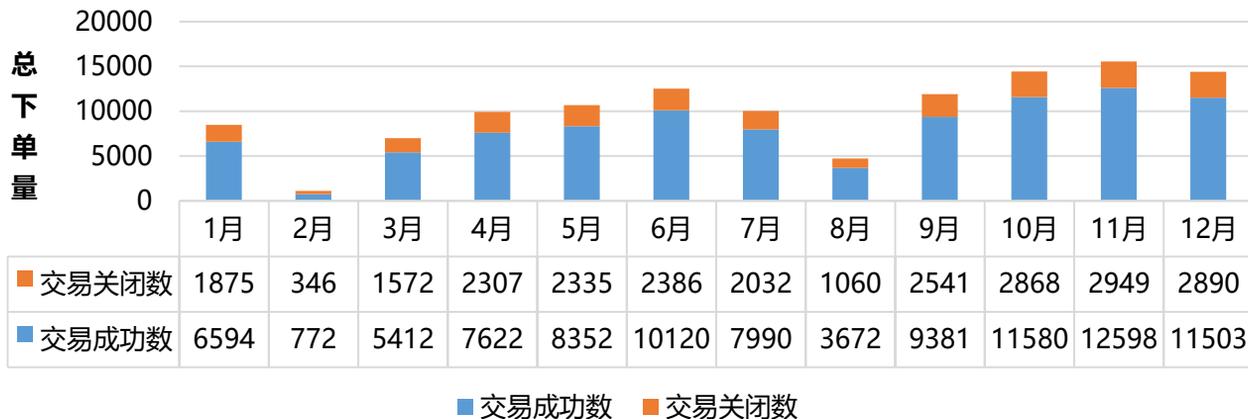
注释：根据全年数据显示，单笔销售金额在1-100元区间内的订单数量居多，说明客户购买力多集中在小额商品上；

单笔销售额在1-200区间内的订单数量占总订单数量的75%。

2.2 客户活跃时间走势

2013年全年下单量共计12万单。交易成功95596单，占总下单量的79.16%，交易失败25161单，占总下单量20.84%。其中，2月和8月为下单低潮月，2月受春节及换季影响订单量达全年最低，8月同因换季影响下单量严重回落。

年度下单情况汇总

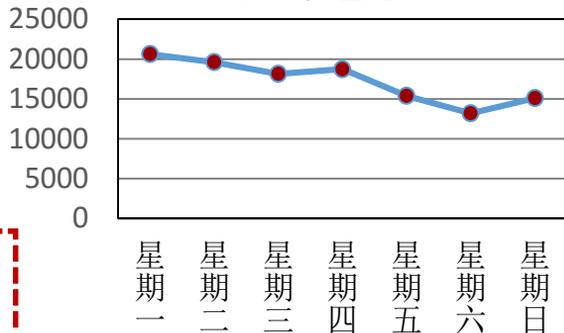


2.2 客户活跃时间走势

在客户周下单时间段显示，周一下单量最高，周四-周六呈下降趋势，周六下单量最低；后期可考虑将上架时间多放在周末期间。

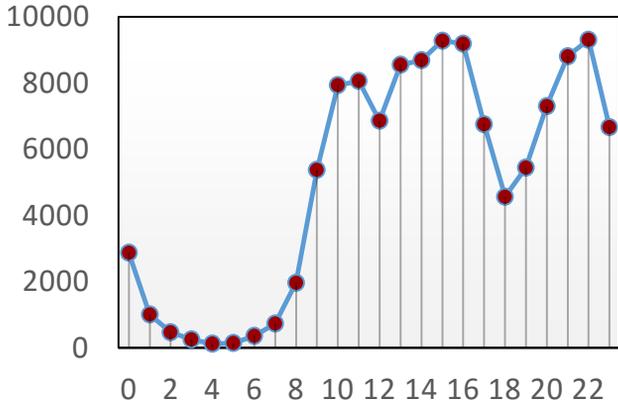
下
单
量

周下单趋势



日下单趋势

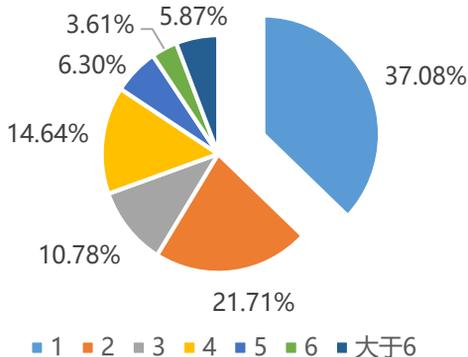
下
单
量



根据统计，下单量呈三个高峰段：
第一段：10:00-11:00
第二段：13:00-16:00
第三段：21:00-22:00

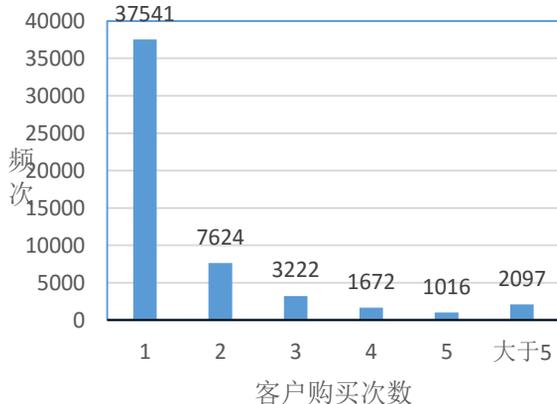
2.3 客户购买频次分析

订单商品件数分布比例



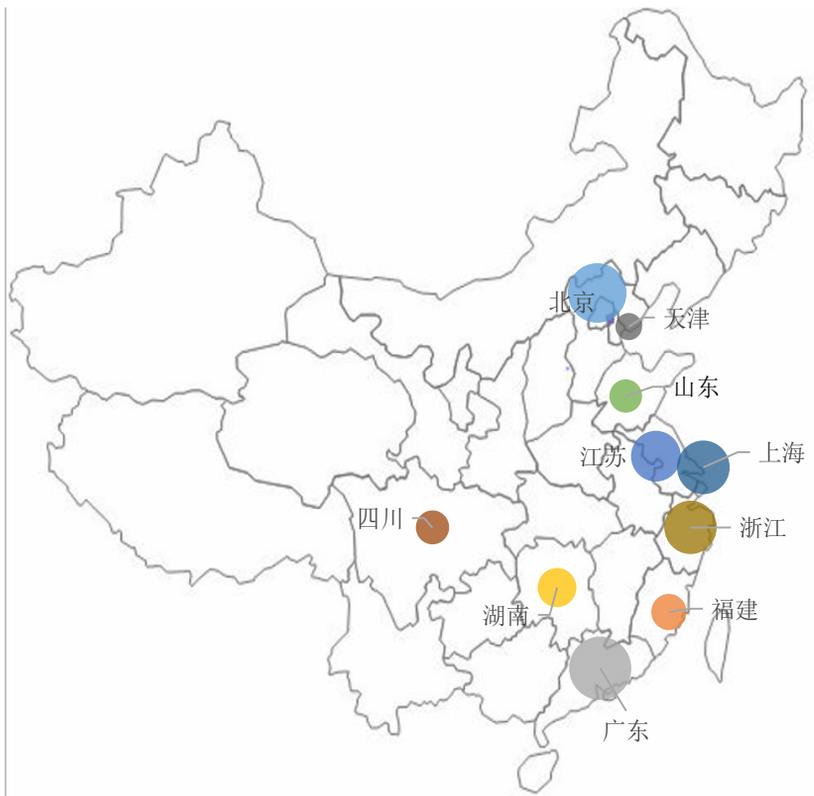
客户订单中，每单购买1件商品的占比最高，购买2件以内的商品占比超过总购买的50%。

客户购买次数分布



数据显示，客户购买一次的比例为70%，明显高于多次购买。在后期营销过程中将注重激发客户重购行为。

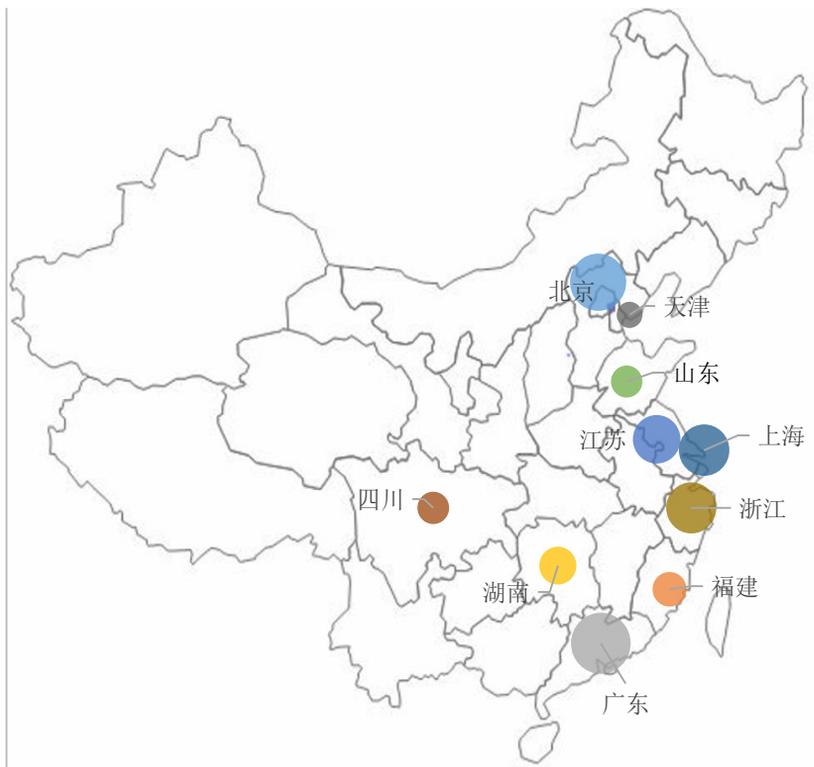
2.4 客户消费地域分布-销售额



从销售额来看，由高到低排名，位居前五名的省份有广东、北京、上海、浙江、江苏。五省合计销售额可占全国销售额的1/3。

排名	省份	占比
1	广东	9.23%
2	北京	7.82%
3	上海	6.75%
4	浙江	6.59%
5	江苏	5.99%
6	湖南	3.67%
7	福建	2.85%
8	山东	2.71%
9	四川	2.66%
10	天津	1.73%

2.4 客户消费地域分布-销售量



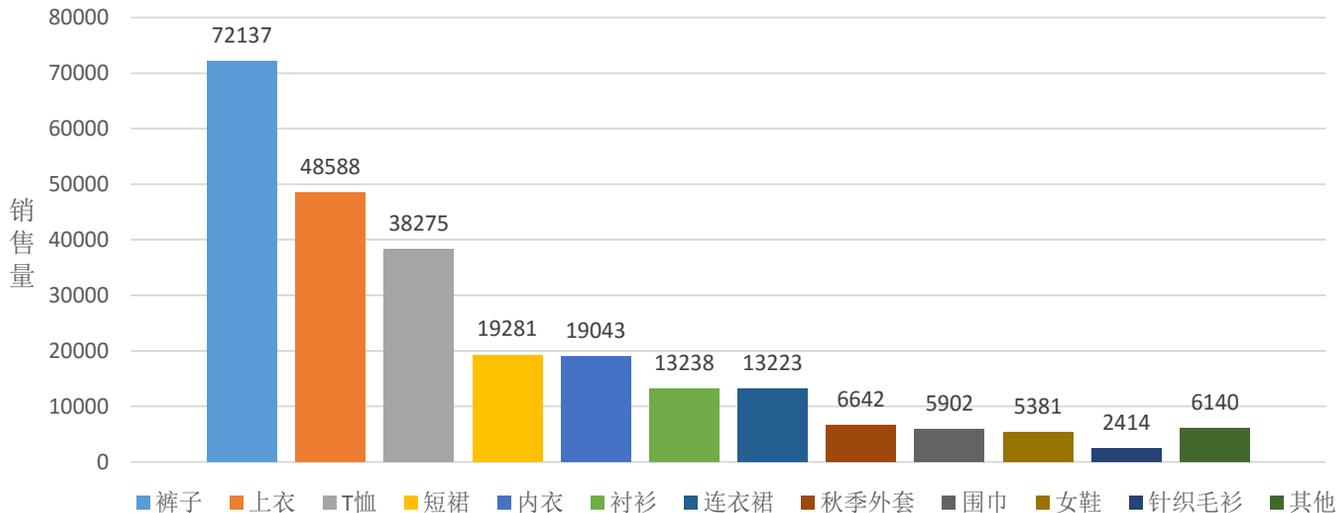
从销售量来看，排名前五名的省份依然是广东、北京、上海、浙江、江苏，占总销售量的1/3。由此可以推测，这五个省高价值客户居多。



排名	省份	占比
1	广东	9.25%
2	北京	8.18%
3	上海	6.63%
4	浙江	6.55%
5	江苏	5.90%
6	湖南	3.57%
7	福建	2.99%
8	四川	2.65%
9	山东	2.56%
10	天津	1.72%

2.5 销售品类排名

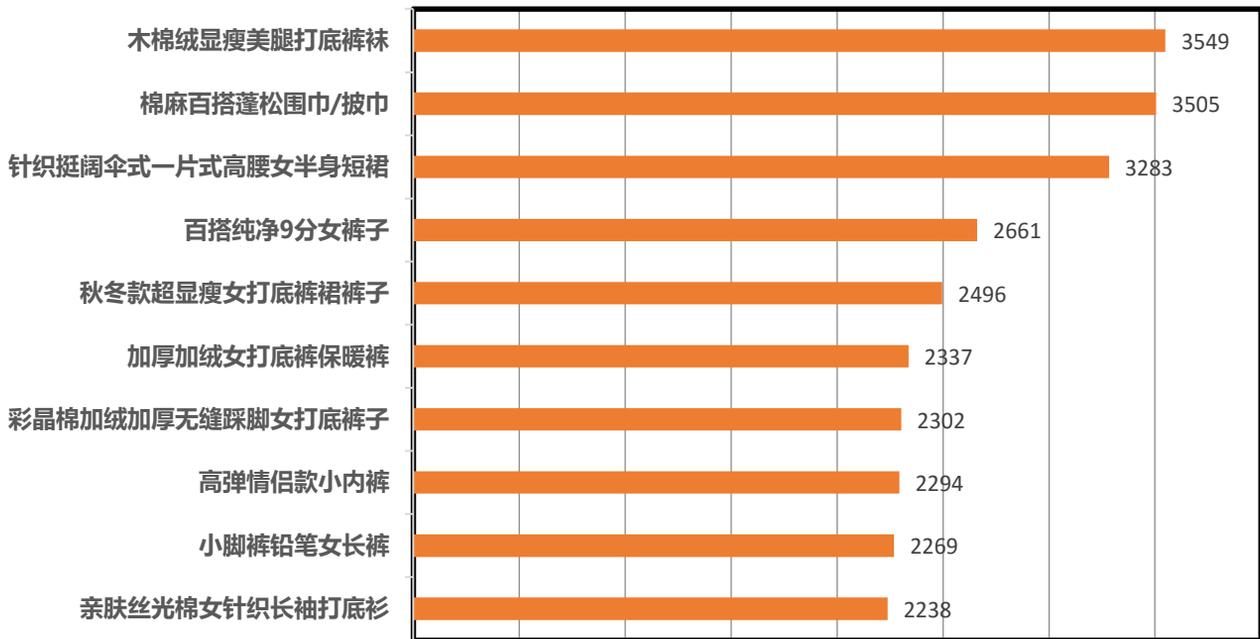
品类销售情况



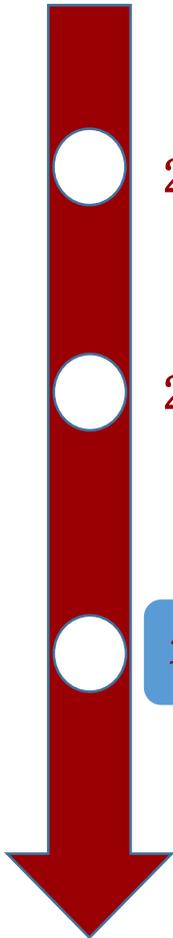
2013年销售品类中，裤子销量最高，已突破7万件，其次为上衣类。由此本年度将增加裤子、上衣、T恤和短裙的库存量，并将以上四大类作为本年度的重点营销对象。

2.6 明星产品TOP 10

全年商品TOP 10



过渡页
Transition page

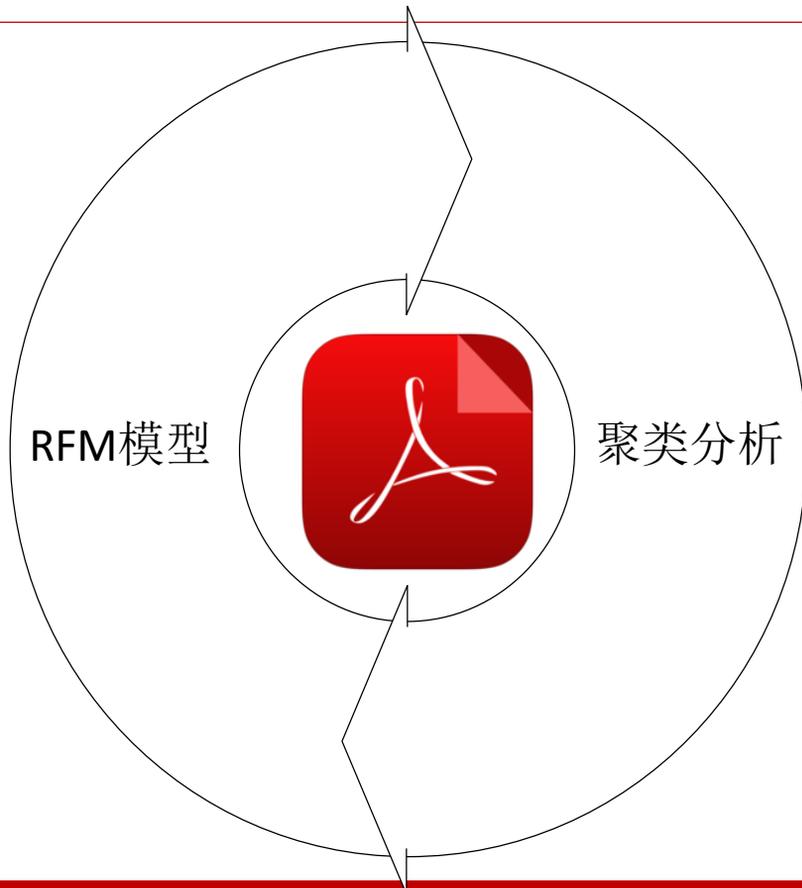


2013年度销售概况

2013年客户购买情况分析

客户特征总结与归纳

3. 客户特征总结与归纳





Thank You

小组成员：

周海鹏 陈光 冯媛 刘贺