

DAN 

ІТМО



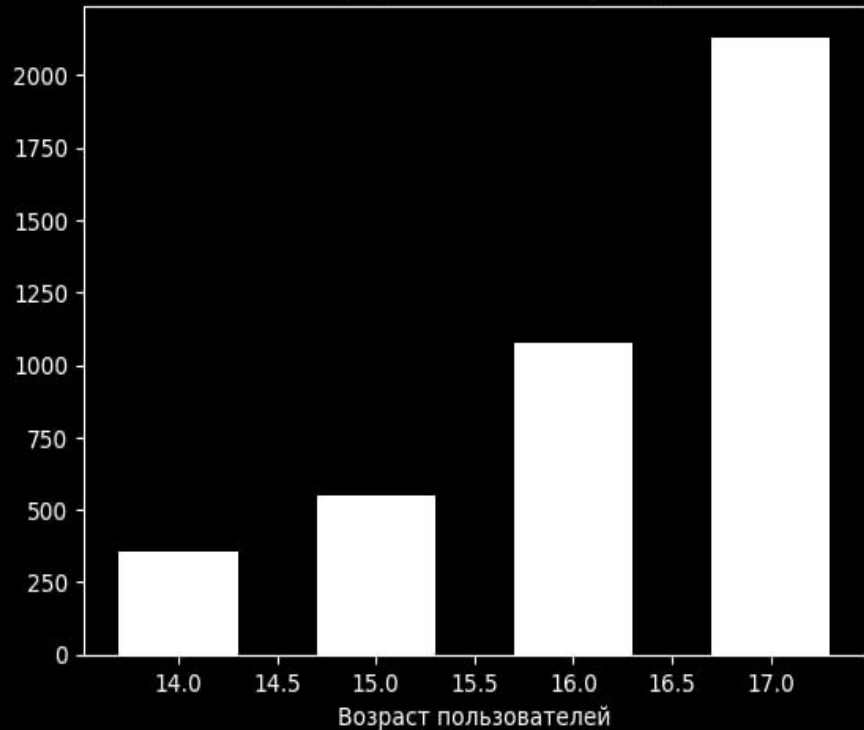
Команда № 2

**“Факторы
определяющие
паттерн покупок”**

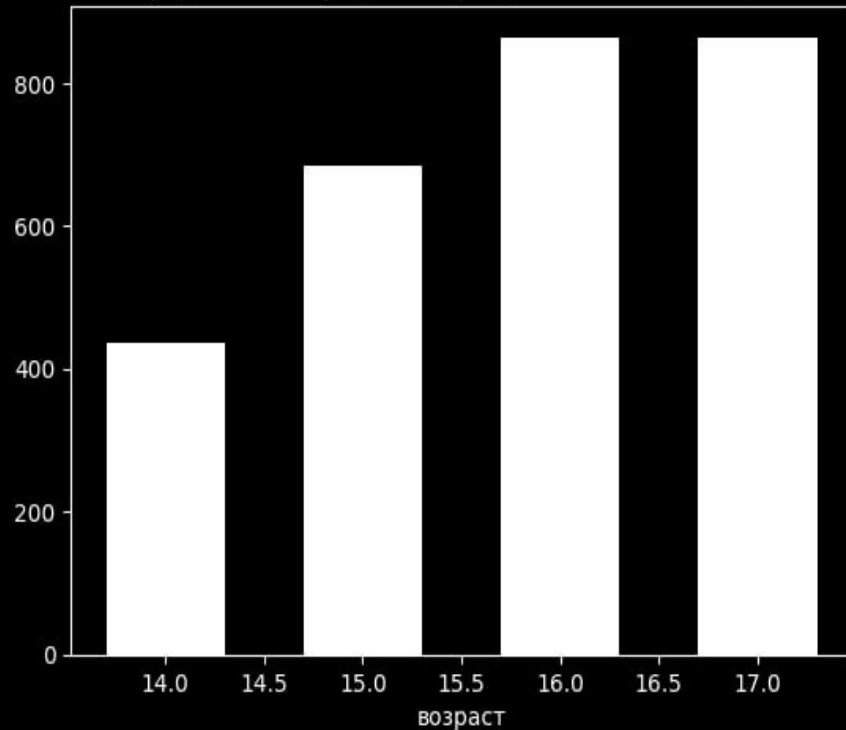


Анализ

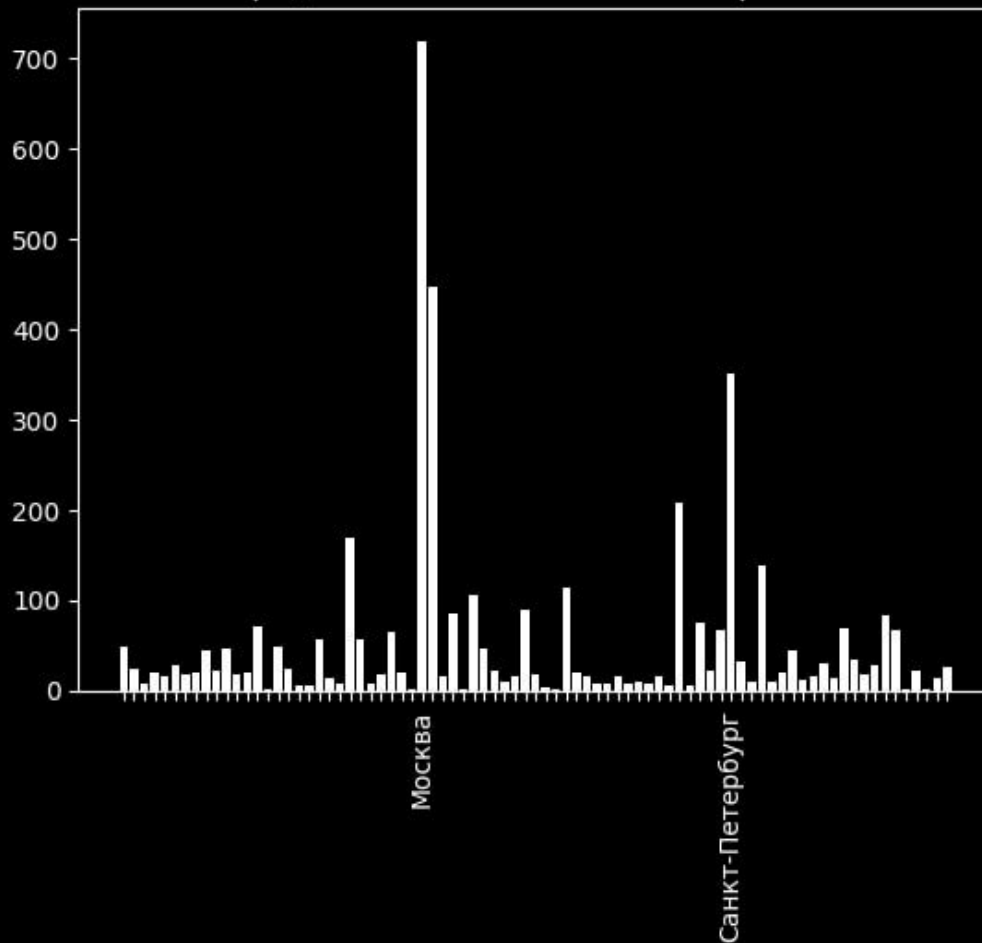
Распределение по возрасту



Распределение среднего среднего чека по возрастам



Распределение пользователей по регионам





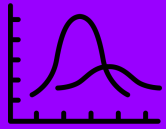
Гипотеза

Имеется определенный тренд, показывающий категорию следующей покупки относительно предыдущей.



Механизм

Клиент приобретает товар категории "А", затем в течение недели с высокой долей вероятности клиент приобретает товар категории "Б".



Доказательство

	restaurants	concerts	theater	vkusvill	flowers	books
restaurants						
concerts	0.592592				0.984615	
theater				0.683908	0.584615	
vkusvill						
flowers						
books				0.73006	0.615384	

```
{
  "vkusvill": {
    "games": 0.711038961038961
  },
  "restaurants": {
    "vkusvill": 0.7261904761904762
  },
  "concerts": {
    "games": 0.7551724137931034
  },
  "games": {
    "cinema": 0.931782945736434,
    "travel": 0.8511627906976744
  },
  "books": {
    "vkusvill": 0.7126436781609196
  },
  "theater": {
    "vkusvill": 0.7045454545454546
  },
  "sports": {
    "concerts": 0.6333333333333333
  },
  "flowers": {
    "concerts": 0.6909090909090909
  }
}
```

```
{
  "fuel": {
    "cinema": 0.585812356979405,
    "travel": 0.6224256292906178
  },
  "restaurants": {
    "games": 1.0
  },
  "concerts": {
    "fuel": 0.5524861878453039
  },
  "games": {
    "fuel": 0.7633587786259542
  },
  "books": {
    "concerts": 0.5,
    "theater": 0.5882352941176471
  },
  "theater": {
    "vkusvill": 0.654320987654321,
    "games": 0.5802469135802469
  },
  "sports": {
    "games": 1.0
  },
  "flowers": {
    "concerts": 0.6538461538461539,
    "theater": 0.7692307692307693
  }
}
```

```
{
  "restaurants": {
    "concerts": 0.9166666666666666,
    "books": 0.7916666666666666,
    "theater": 0.875
  },
  "books": {
    "vkusvill": 0.625
  },
  "theater": {
    "vkusvill": 0.5
  },
  "sports": {
    "books": 0.9047619047619048,
    "theater": 1.0
  }
}
```

Применение

1. Объединение коррелирующих товаров в категории.
2. Всплывающие сообщения с предложением купить товар из коррелирующей категории.
3. Акции на товары из коррелирующих категории.

Перспективы

1. Изучение новых корреляций.
2. Анализ отдельных товаров в каждой категории.
3. Уточнение количества сессий пользователя во вкладке “Тинькофф город”.
4. Просмотр действий пользователя в приложении.

DAN



ІТМО



Команда № 2

Абрамов Арсений Ярославович
Азаренко Андрей Андреевич
Юдин Андрей Алексеевич