

# Инструкция по работе с ПО «Аналитика жилой и коммерческой недвижимости»

## Оглавление

1. Вход на портал .....	1
2. Содержание вкладок и описание показателей по Аналитике ТЦ .....	2
2.1. «Общая информация» .....	2
2.2. «Портрет аудитории» .....	4
2.3. «Категории» .....	6
3. Содержание вкладок и описание показателей по Портрету жителя .....	11
3.1. «Портрет населения» .....	11
3.2. «Траты» .....	15
3.3. «Сбережения» .....	16
3.4. «Долги» .....	17
3.5. «Стоимость жилья» .....	21

## 1. Вход на портал

Для доступа к панели перейдите по следующим ссылкам:

- 1) Панель «Торговый центр» (ТЦ) - <https://realestate.sberanalytics.ru/?role=ln-tc>
- 2) Панель «Портрет жителя» (ПЖ)- <https://realestate.sberanalytics.ru/?role=ln-pzh>
- 3) Панель «Портрет локации» (ПЛ) <https://realestate.sberanalytics.ru/?role=ln-loc>

Вам доступен интерфейс ПО «Аналитика жилой и коммерческой недвижимости» с тремя дэшбордами: «Панель «Торговый центр»», «Панель «Портрет жителя»», Панель «Портрет локации».

Ключевые показатели Панель «Торговый центр»:

- социально-демографический профиль
- RFM-сегментация, с критериями кластеризации по актуальности, частоте покупок и величине расходов
- доходы
- расходы по категориям
- количество покупателей и визитов
- сумма расходов
- средний чек

Ключевые показатели Панель «Портрет Жителя»:

- социально-демографический профиль
- доходы населения
- интересы (наличие детей, авто, животных)
- траты жителей по категориям
- структура сбережений
- кредитная нагрузка (ипотечные и потребительские кредиты)
- стоимость жилья

Ключевые показатели Панель «Портрет локации»:

- социально-демографический профиль
- доходы населения

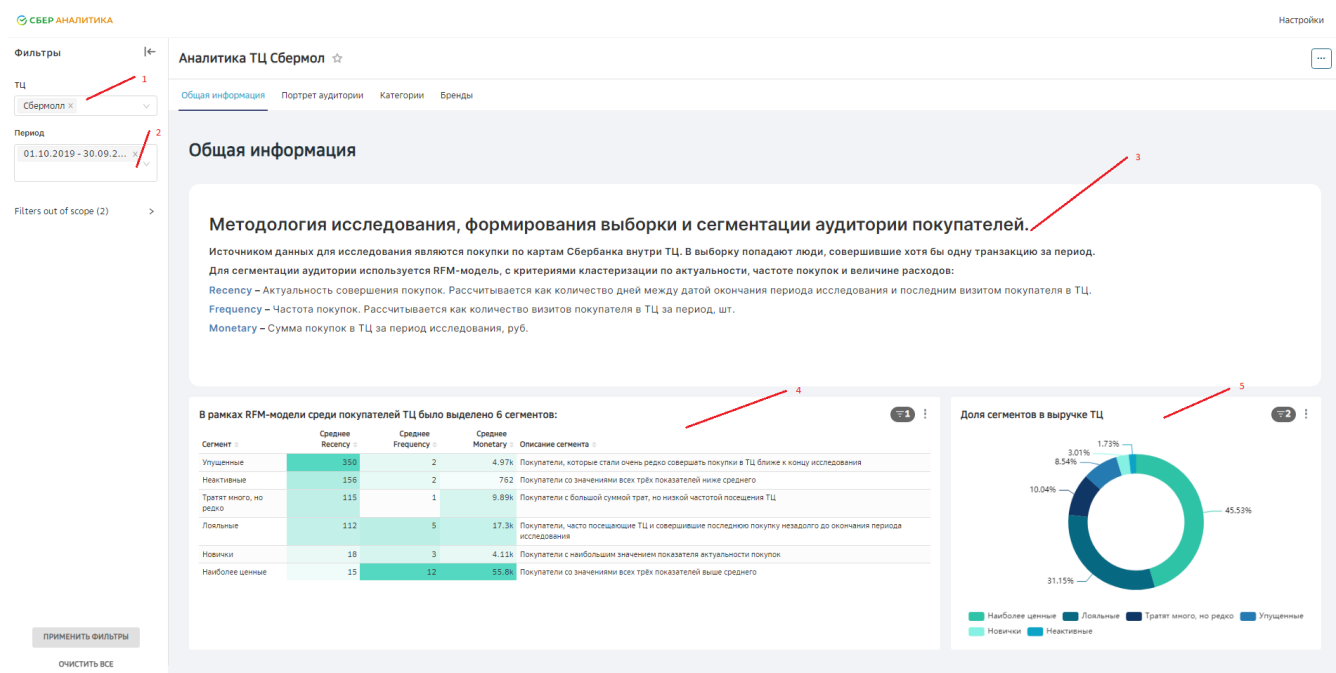
- интересы (наличие детей, авто, животных)
- средние траты по категориям внутри и вне локации
- структура сбережений
- кредитная нагрузка

## 2. Содержание вкладок и описание показателей Панель «Торговый центр»

### 2.1. «Общая информация»

Вкладка «Общая информация» раскрывает методологию исследования, формирование выборки и сегментации аудитории покупателей (Рис.1).

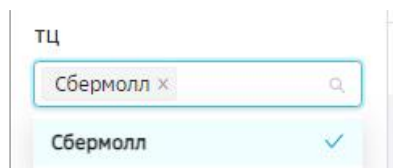
Рис.1



1. Фильтр «ТЦ» показывает исследуемый торговый центр.

Чтобы его выбрать, нажмите на строку под фильтром и выберите нужный (Рис.2).

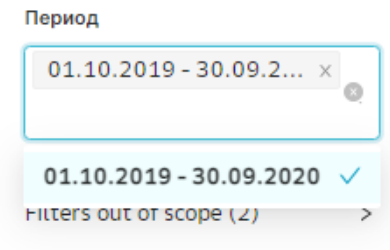
Рис.2



2. Фильтр «Период» позволяет выбрать нужный промежуток, если их несколько.

Для этого нажмите на строку под фильтром, а затем выберете исследуемый период (Рис. 3).

Рис.3



3. Методология исследования, формирование выборки и сегментации аудитории покупателей описывает саму методологию исследования для ТЦ.

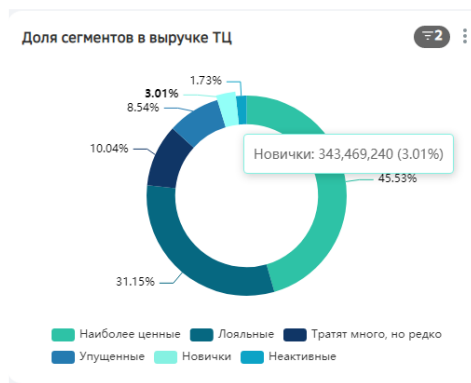
RFM – маркетинговая модель, используемая для сегментации аудитории, где: Recency – актуальность совершенных покупок, Frequency – частота покупок, Monetary – сумма покупок в ТЦ за период исследования.

4. В рамках RFM-модели выделено шесть сегментов покупателей, с их описанием и показателями.

5. Доля сегментов в выручке ТЦ.

Круговая диаграмма показывает сумму расходов всех покупателей по сегментам (Рис.4).

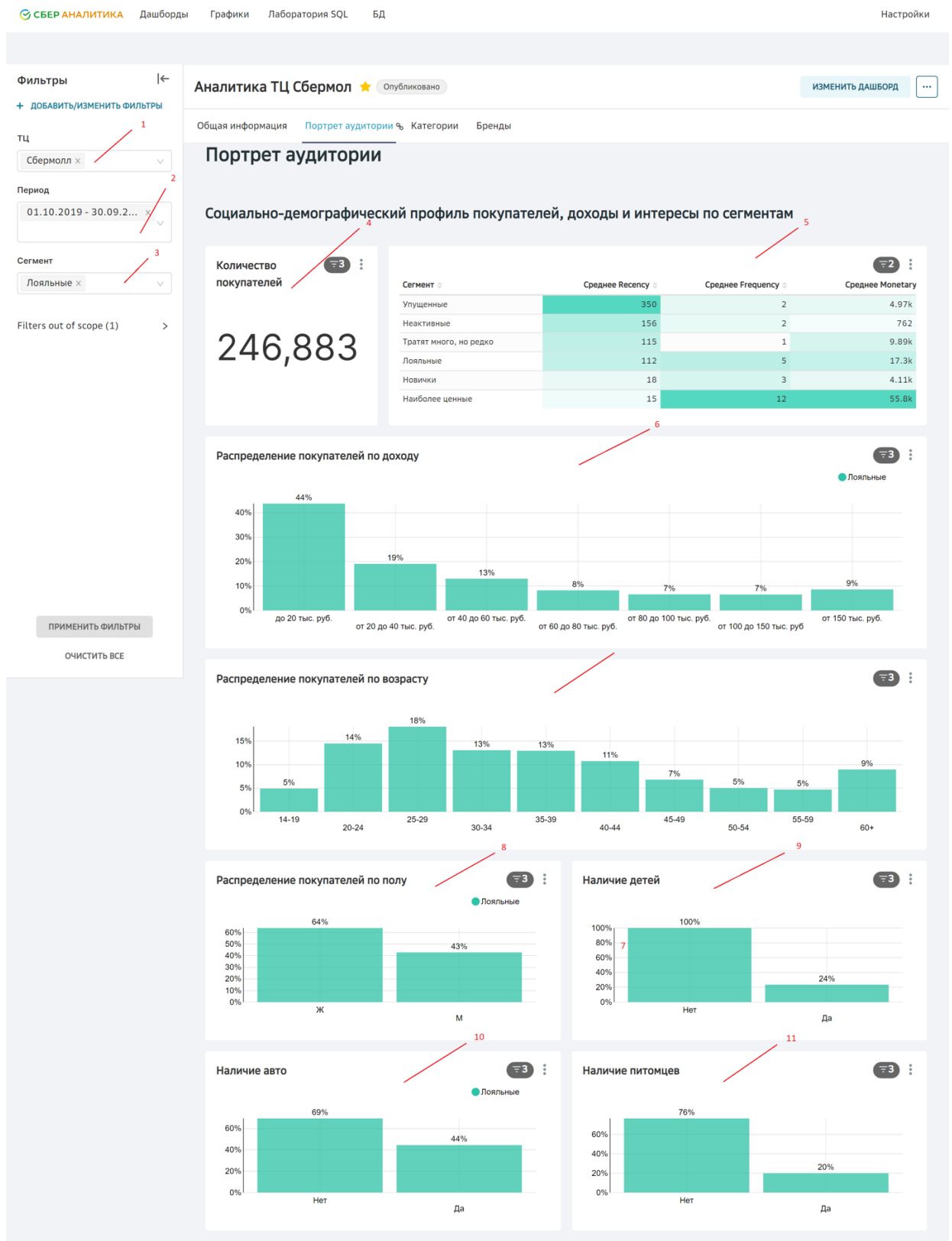
Рис.4



## 2.2. «Портрет аудитории»

Вкладка «Портрет аудитории» показывает социально-демографическую структуру клиентского потока в исследуемом ТЦ за нужный период (Рис.5).

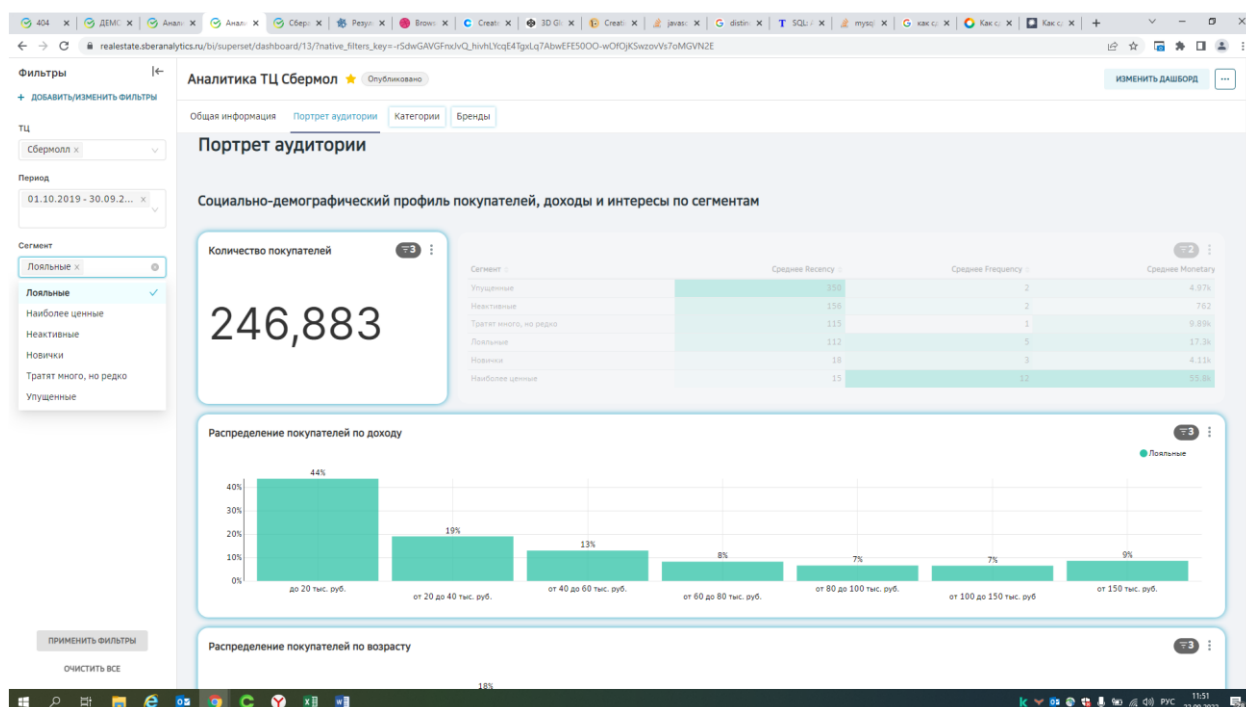
Рис.5



1. Фильтр «ТЦ» позволяет выбирать нужный торговый центр для аналитики. Для выбора исследуемого ТЦ необходимо нажать на строку под фильтром «ТЦ» и выбрать нужный.
2. Фильтр «Период» позволяет выбрать нужный исследуемый период, если их несколько. Для выбора периода, подлежащего анализу, нажмите на строку под фильтром «Период», а затем выберите исследуемый период.
3. Фильтр «Сегмент» позволяет получить информацию по одному или нескольким сегментам покупателей. Для выбора сегмента, подлежащего анализу, нажмите на строку под фильтром, а затем выберите нужный.

При активном окне выбора фильтра, все графики, которые подвергнутся изменению, будут выделены синей окантовкой (Рис. 6).

Рис.6



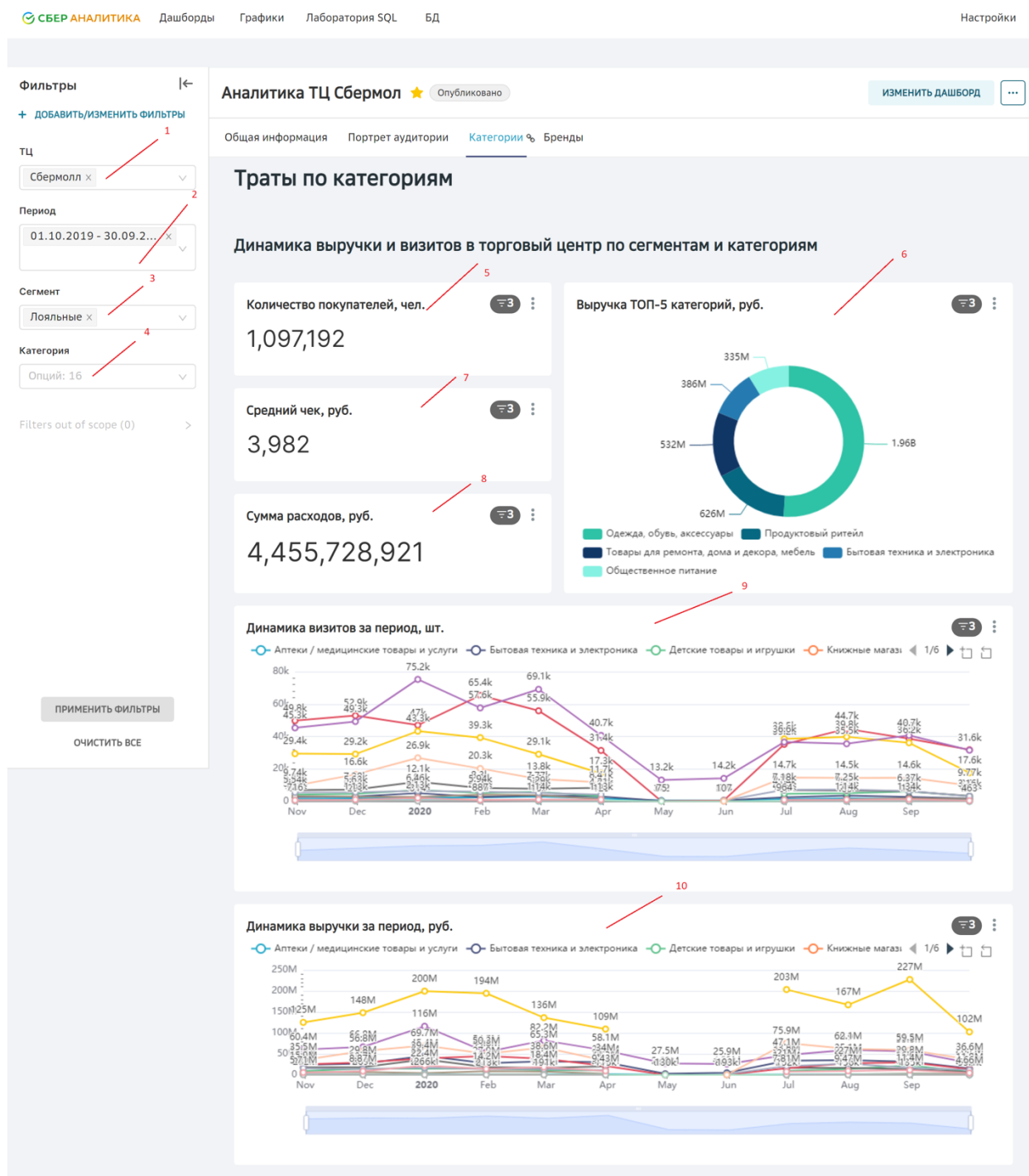
4. Количество покупателей показывает общее уникальных число покупателей в ТЦ за исследуемый период в выбранном сегменте.
5. В рамках RFM-модели среди покупателей ТЦ было выделено 6 сегментов.
6. Распределение покупателей по доходу позволяет фильтровать группы жителей по уровню их заработка.
7. Распределение покупателей по возрасту позволяет фильтровать группы жителей по этому показателю.
8. Распределение покупателей по полу позволяет фильтровать группы жителей по этому показателю.
9. Наличие детей показывает долю покупателей, у которых есть один или более ребенок. Сюда определяются покупатели, у которых есть траты в данной категории.
10. Наличие авто показывает долю покупателей, у которых есть как минимум один автомобиль. Сюда определяются покупатели, у которых есть траты в данной категории.

11. Наличие питомцев показывает долю покупателей, у которых есть домашние животные (собака, кошка и т.д.). Сюда определяются покупатели, у которых есть траты в данной категории.

### 2.3. «Категории»

Вкладка «Категории» показывает динамику выручки и визитов в ТЦ по сегментам и категориям (Рис.7).

Рис.7



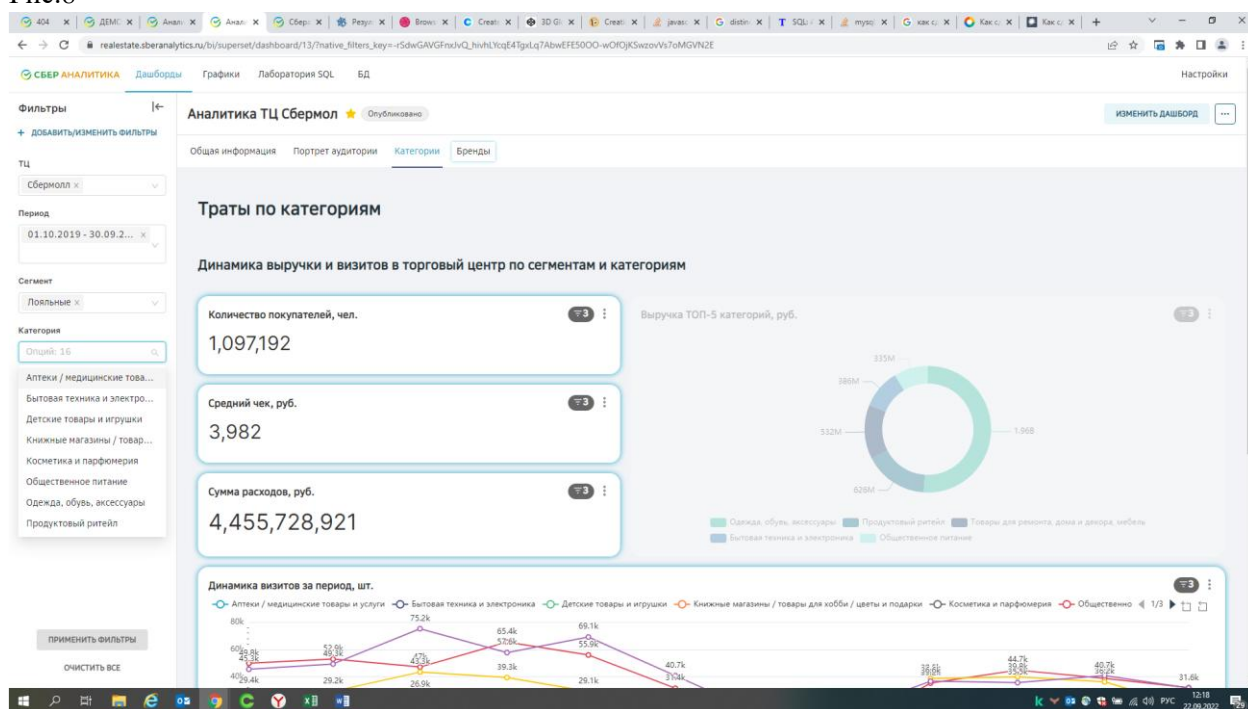
1. Фильтр «ТЦ» позволяет выбирать нужный торговый центр для аналитики. Для выбора исследуемого ТЦ необходимо нажать на строку под фильтром «ТЦ» и выбрать нужный.

2. Фильтр «Период» позволяет выбрать нужный период, если их несколько. Для выбора периода, подлежащего анализу, нажмите на строку под фильтром «Период», а затем выберите исследуемый.

3. Фильтр «Сегмент» позволяет выбрать один или несколько сегментов покупателей и посмотреть на слайд по данному сегменту. Для выбора сегмента, подлежащего анализу, нажмите на строку под фильтром «Сегмент», а затем выберите нужный.

4. Фильтр «Категория» показывает все исследуемые МСС категории. Для выбора необходимой нажмите на строку под фильтром «Категория» и выберите нужную (Рис.8).

Рис.8



5. Количество покупателей показывает сумму уникальных клиентов в выбранном сегменте по выбранной категории.

6. Средний чек показывает, какой средний чек покупки клиентов выбранного сегмента в выбранной категории исследуемого ТЦ.

7. Сумма расходов показывает общую сумму трат покупателей выбранного сегмента в выбранной категории исследуемого ТЦ.

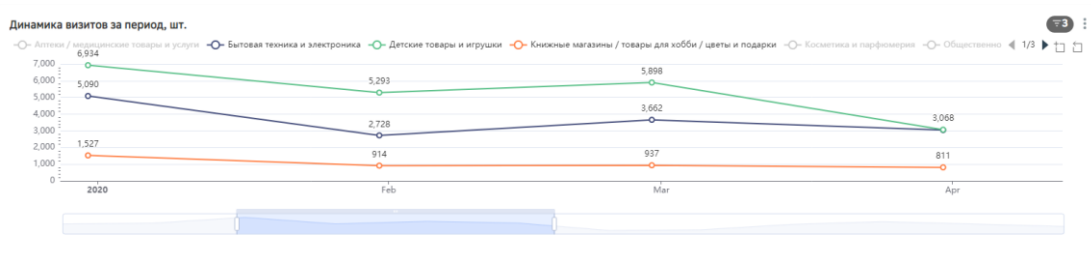
8. Динамика визитов отображает график посещений уникальных покупателей по месяцам за весь период исследования в каждой категории. График показывает, как все категории вместе, так и каждую отдельно, либо несколько в сравнении.

Для выбора нужной, можно воспользоваться фильтром «Категория», либо выбрать ее на самом графике дважды нажав на нужную категорию (Рис.9). При необходимости рассмотрения определенного интервала времени, можно воспользоваться «Временной дорожкой», которая находится внизу графика и позволяет укоротить график до нужного периода. Для этого можно выбрать период за бегунки, которые расположены по краям, либо, зажав ЛКМ, выбрать промежуток (Рис.10).

Рис.9



Рис.10



9. Динамика выручки отображает график суммы расходов уникальных покупателей по месяцам за весь период исследования в каждой категории. График показывает, как все категории вместе, так и каждую отдельно, либо несколько в сравнении.

Для выбора нужной можно воспользоваться фильтром «Категория», либо выбрать на самом графике дважды нажав на нужную категорию (Рис.9). При необходимости рассмотрения определенного интервала времени, можно воспользоваться «Временной дорожкой», которая находится внизу графика и позволяет укоротить график до нужного периода. Для этого можно выбрать период за бегунки, которые расположены по краям, либо зажав ЛКМ выбрать промежуток (Рис.10).

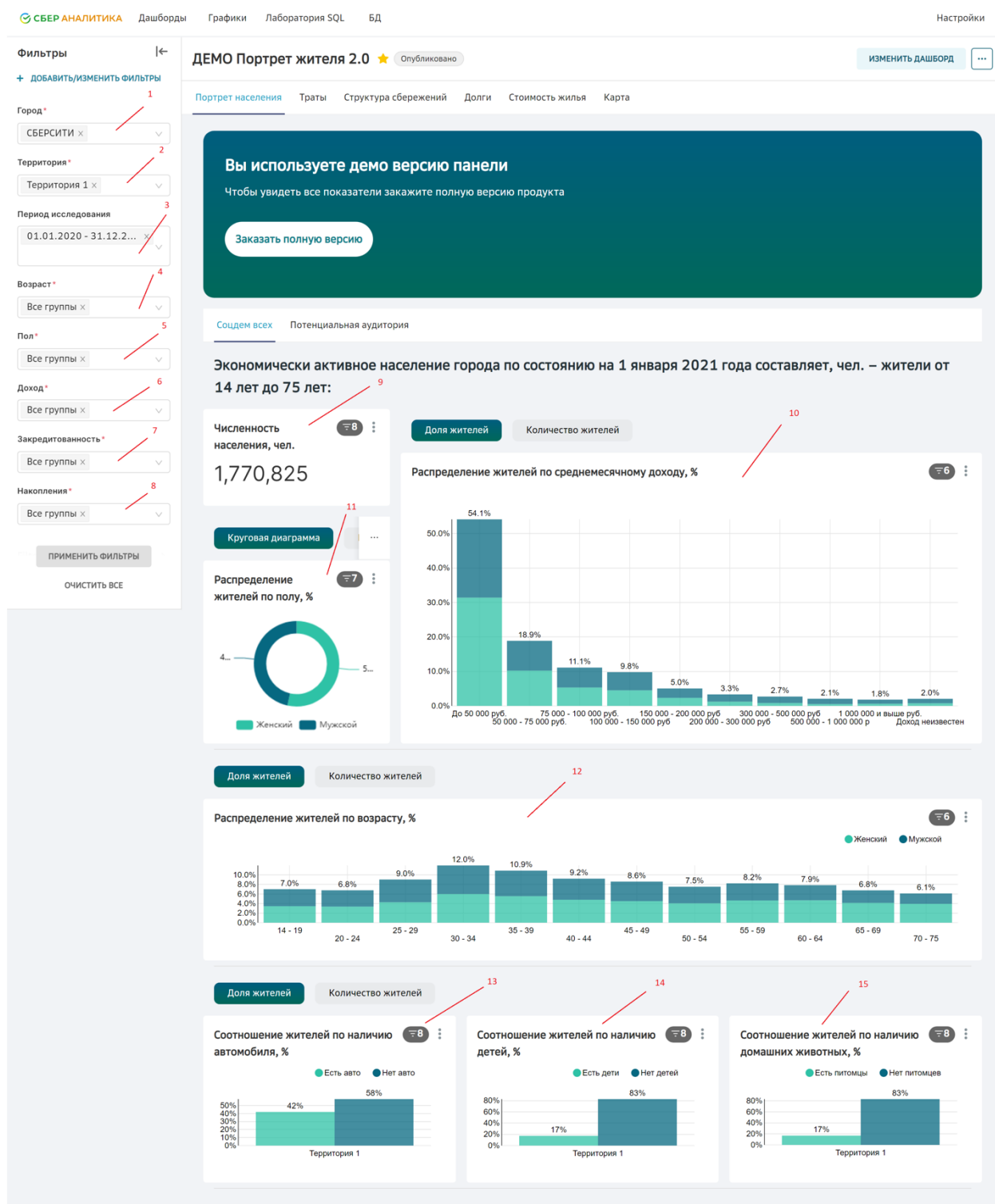
### 3. Содержание вкладок и описание показателей Панель «Портрет жителя»

#### 3.1. «Портрет населения»

Вкладка «Портрет населения» включает в себя еще две вкладки и показывает социально-демографическую структуру населения исследуемой территории.

Вкладка «Соцдем всех» показывает социально-демографический профиль всего населения исследуемой территории по полу, доходу и возрасту (Рис.11).

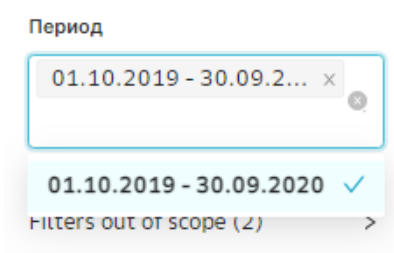
Рис.11



1. Фильтр «Город» позволяет выбирать нужный город для аналитики. Для выбора нажмите на строку под фильтром и выберите нужный.

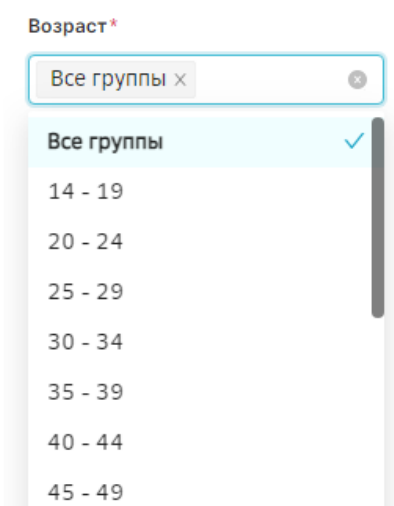
2. Фильтр «Период исследования» позволяет выбрать один или несколько нужных временных отрезков. Для выбора нажмите на строку под фильтром, а затем выберете исследуемый период (Рис.12).

Рис.12



3. Фильтр «Возраст» позволяет выбрать любую возрастную категорию для аналитики только по этой группе. Для этого нажмите на строку под фильтром «Возраст» и выберите нужную (Рис.13).

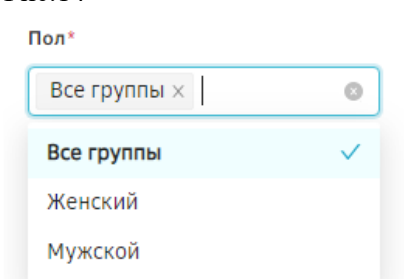
Рис.13



4. Фильтр «Пол» позволяет отфильтровать, кого вы будете исследовать – мужчин или женщин.

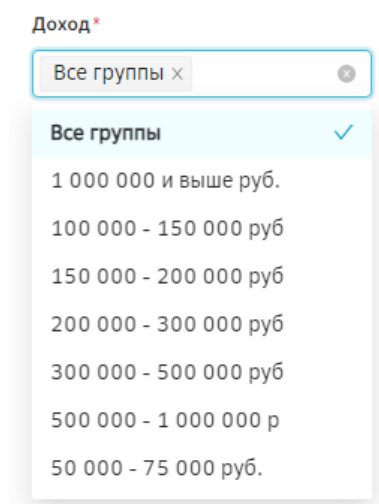
Для этого нажмите на строку под фильтром «Пол» и выберите нужный (Рис.14).

Рис.14



5. Фильтр «Доход» позволяет фильтровать весь массив информации по нужному уровню дохода. Для выбора нажмите на строку под фильтром «Доход» и выберите нужную (Рис.15).

Рис.15



6. Фильтр «Закредитованность» позволяет выбрать флаг закредитованности населения. С его помощью можно увидеть, у какой части населения есть кредиты, а у какой – нет.

7. Фильтр «Накопления» позволяет выбрать флаг накопление населения. Он поможет увидеть, у какой части населения есть накопления на счетах, а у какой – нет.

Это все основные фильтры, которые будет фигурировать на почти всех вкладках.

8. Численность населения показывает нам сумму уникальных жителей в выбранном городе, в выбранной территории за исследуемый период.

9. Распределение жителей по среднемесячному доходу показывает долю жителей по доходной группе. Сколько уникальных жителей относятся к различным доходным группам. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

10. Распределение жителей по полу показывает сколько уникальных жителей составляет мужское или женское население.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и в численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.

11. Распределение жителей по возрасту показывает сколько уникальных жителей относятся к различным возрастным группам. Есть представление как в долях, так и численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

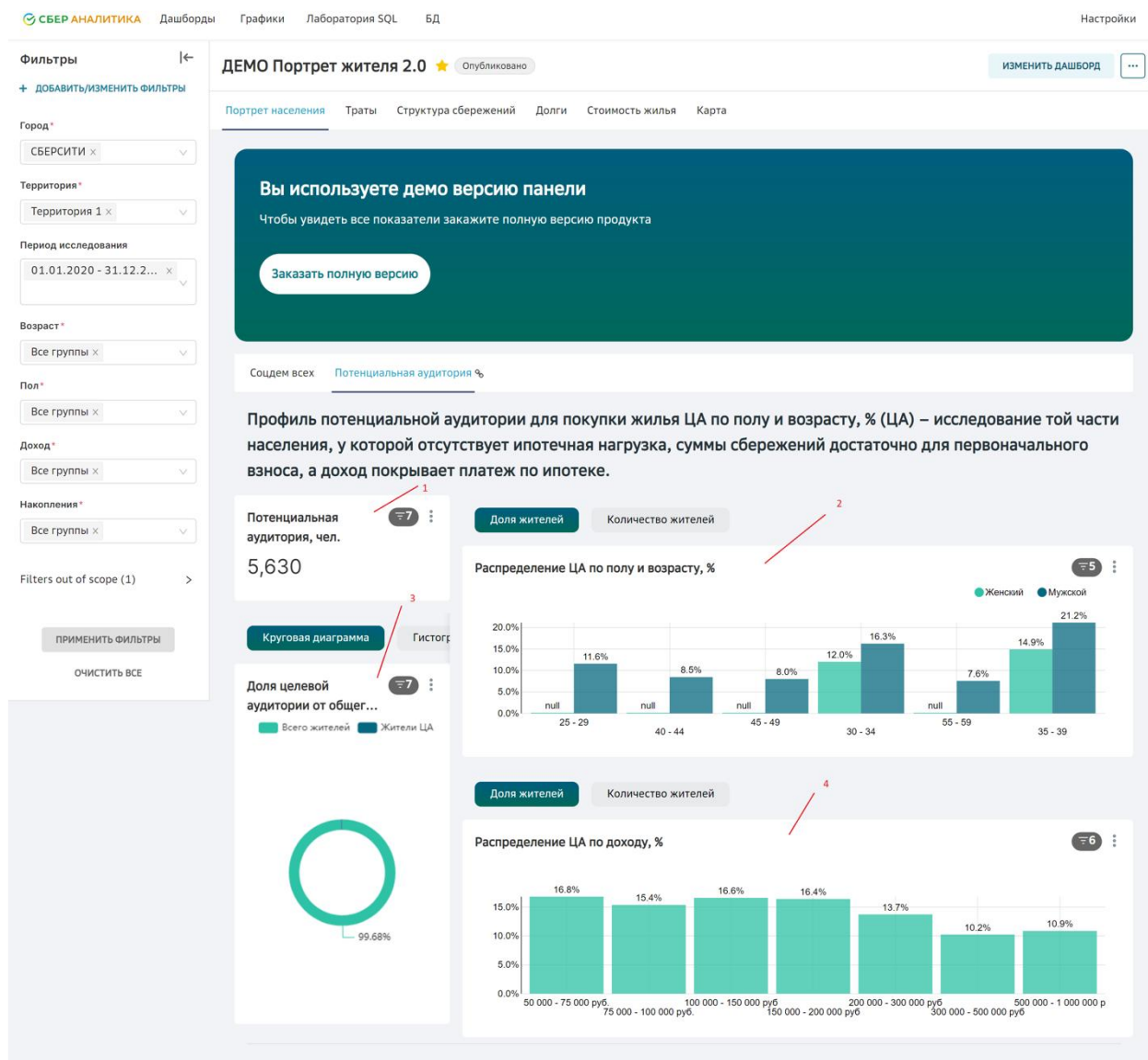
12. Соотношение жителей по наличию детей показывает долю жителей, у которых есть дети. Система определяет тех, кто производит траты в данной категории. Есть представление как в долях, так и численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

13. Соотношение жителей по наличию авто показывает долю жителей, у которых есть как минимум один автомобиль. Система определяет тех, кто производит траты в данной категории. Есть представление как в долях, так и численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

14. Соотношение жителей по наличию питомцев показывает долю жителей, у которых есть домашние животные (собака, кошка и т.д.). Система определяет тех, кто производит траты в данной категории. Есть представление как в долях, так и численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

Вкладка «Потенциальная аудитория» показывает социально-демографический профиль всего населения без ипотеки с достаточной суммой сбережений и уровнем дохода для первоначального взноса и платежей по ипотеке (Рис.16).

Рис.16



1. Потенциальная аудитория показывает количество жителей, которые подходят по заданным параметрам: отсутствие ипотеки, достаточная сумма сбережений и уровень дохода для первоначального взноса и платежей по ипотеке в выбранном городе и на заданной территории в исследуемый период.
2. Распределение ЦА (целевой аудитории) по полу и возрасту показывает сколько уникальных жителей относятся к различным половозрастным группам. Есть представление как в долях, так и численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.
3. Доля целевой аудитории показывает какой процент от общего числа жителей подходит под заданные параметры.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и в численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.

4. Распределение ЦА (целевой аудитории) по доходу показывает сколько уникальных жителей относятся к перечисленным доходным группам. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

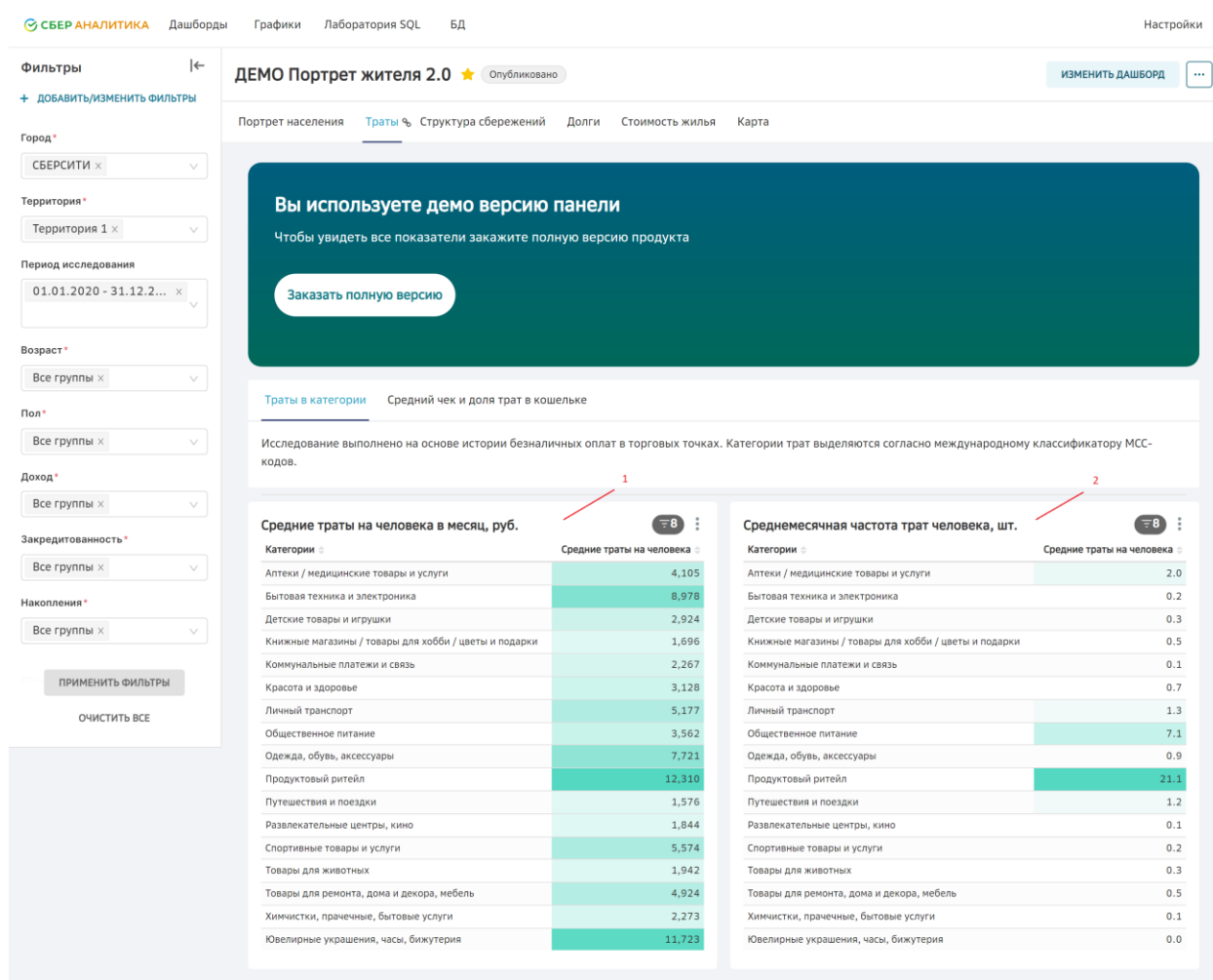
### 3.2. «Траты»

Вкладка «Траты» показывает распределение трат жителей в данной территории по МСС-категориям.

Подразделяется на две вкладки «Траты в категории» и «Средний чек и доля трат в кошельке».

Вкладка «Траты в категории» (Рис.17).

Рис.17

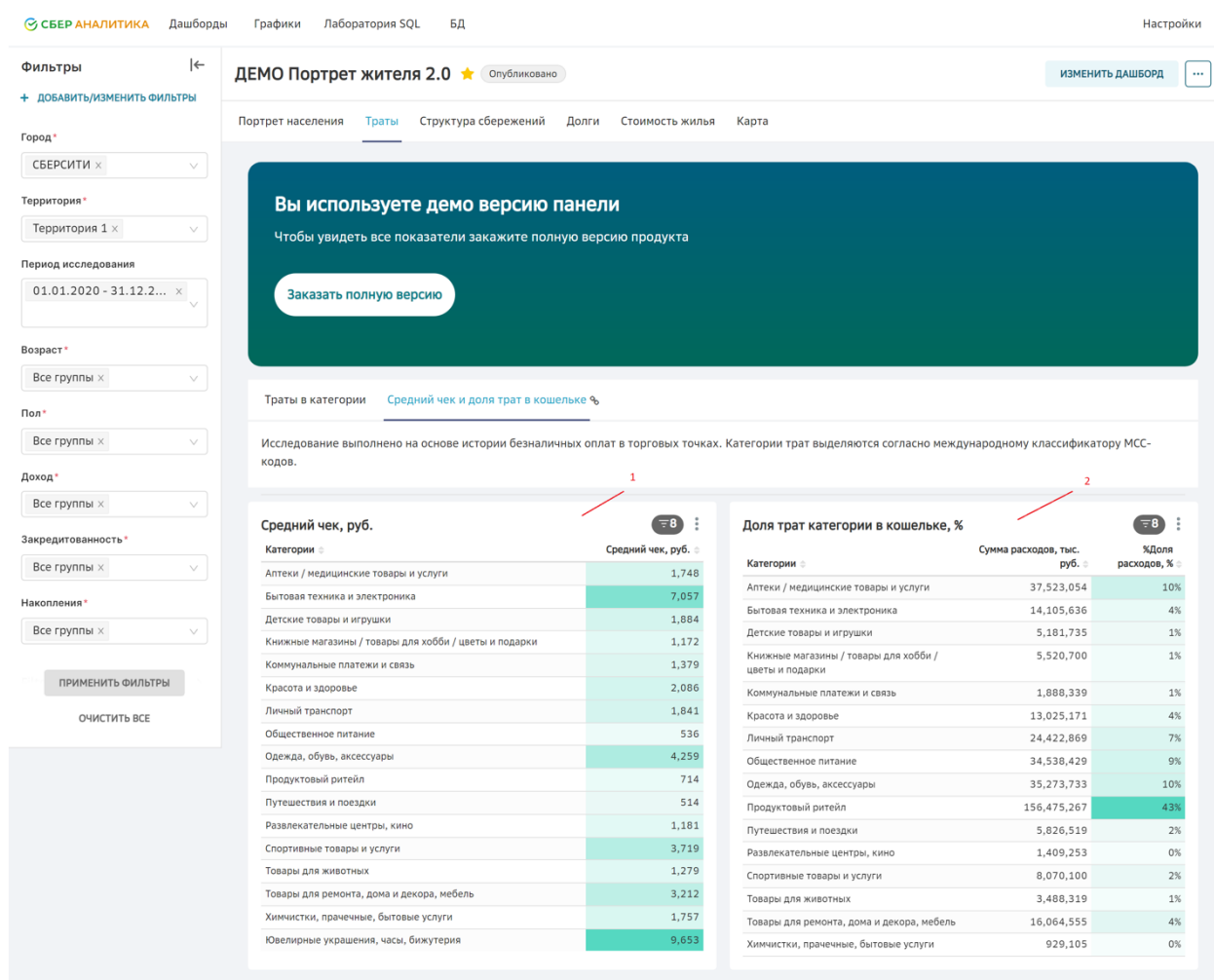


1. Средние траты на человека в месяц показывают какую сумму в среднем тратит человек в месяц в перечисленных категориях в выбранной территории на исследуемом периоде.

2. Среднемесячная частота трат человека показывает, как часто житель тратит деньги в перечисленных категориях в выбранной территории на исследуемом периоде.

Вкладка «Средний чек и доля трат в кошельке» (Рис.18).

Рис.18



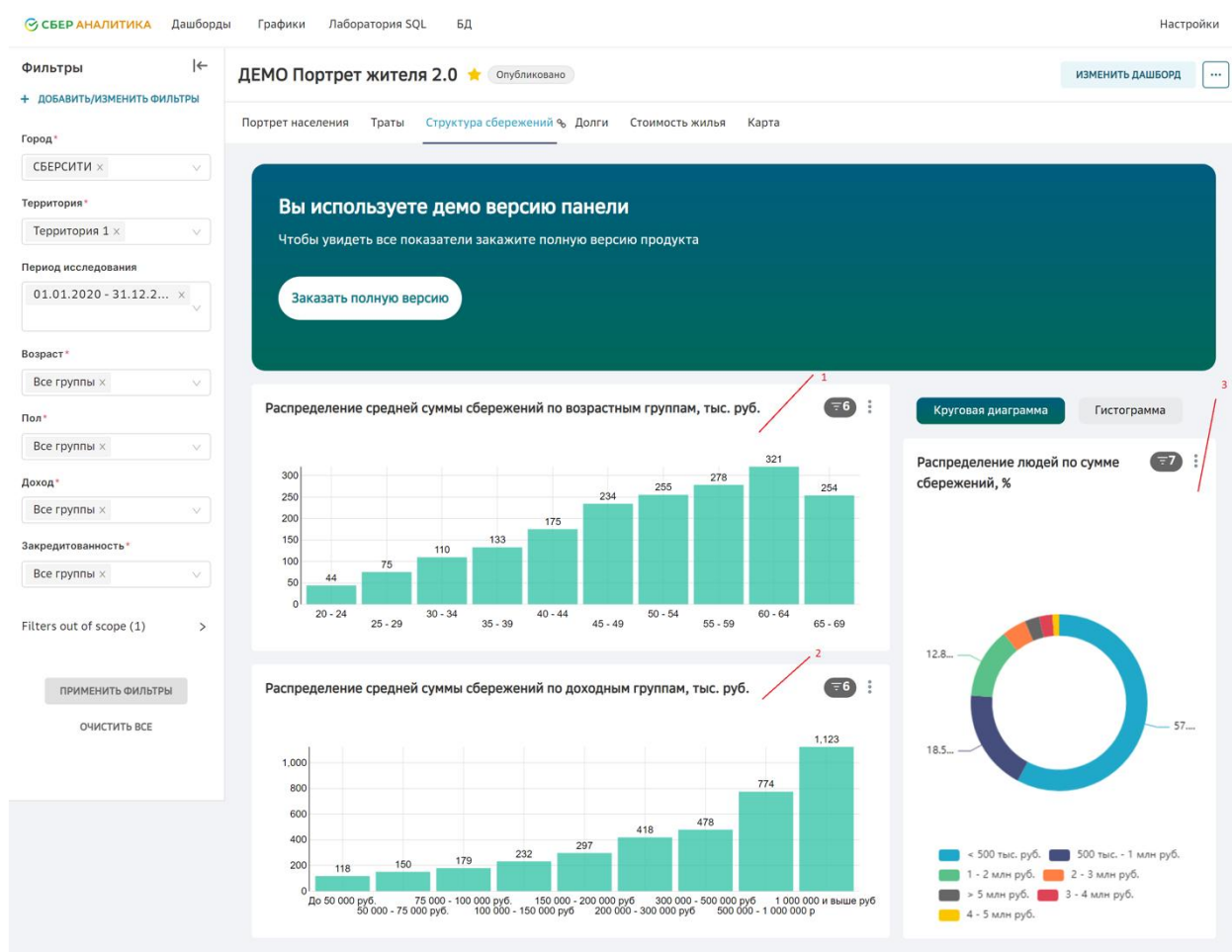
1. Средние чек показывает, какой средний чек на человека приходится в перечисленных категориях в выбранной территории на исследуемом периоде.

2. Доля трат категории в кошельке показывает сумму расходов жителей и долю этих трат от общей суммы расходов в перечисленных категориях в выбранной территории на исследуемом периоде.

### 3.3. «Структура сбережений»

Вкладка «Сбережения» показывает сумму накоплений населения с разбивкой по возрасту и доход (Рис.19).

Рис.19



1. Распределение средней суммы сбережений по возрастным группам показывает какая сумма сбережений имеется у жителей в различных

возрастных группах в выбранной территории на исследуемом периоде.

2. Распределение средней суммы сбережений по доходным группам показывает какая сумма накоплений имеется у жителей в различных доходных группах в выбранной территории на исследуемом периоде.

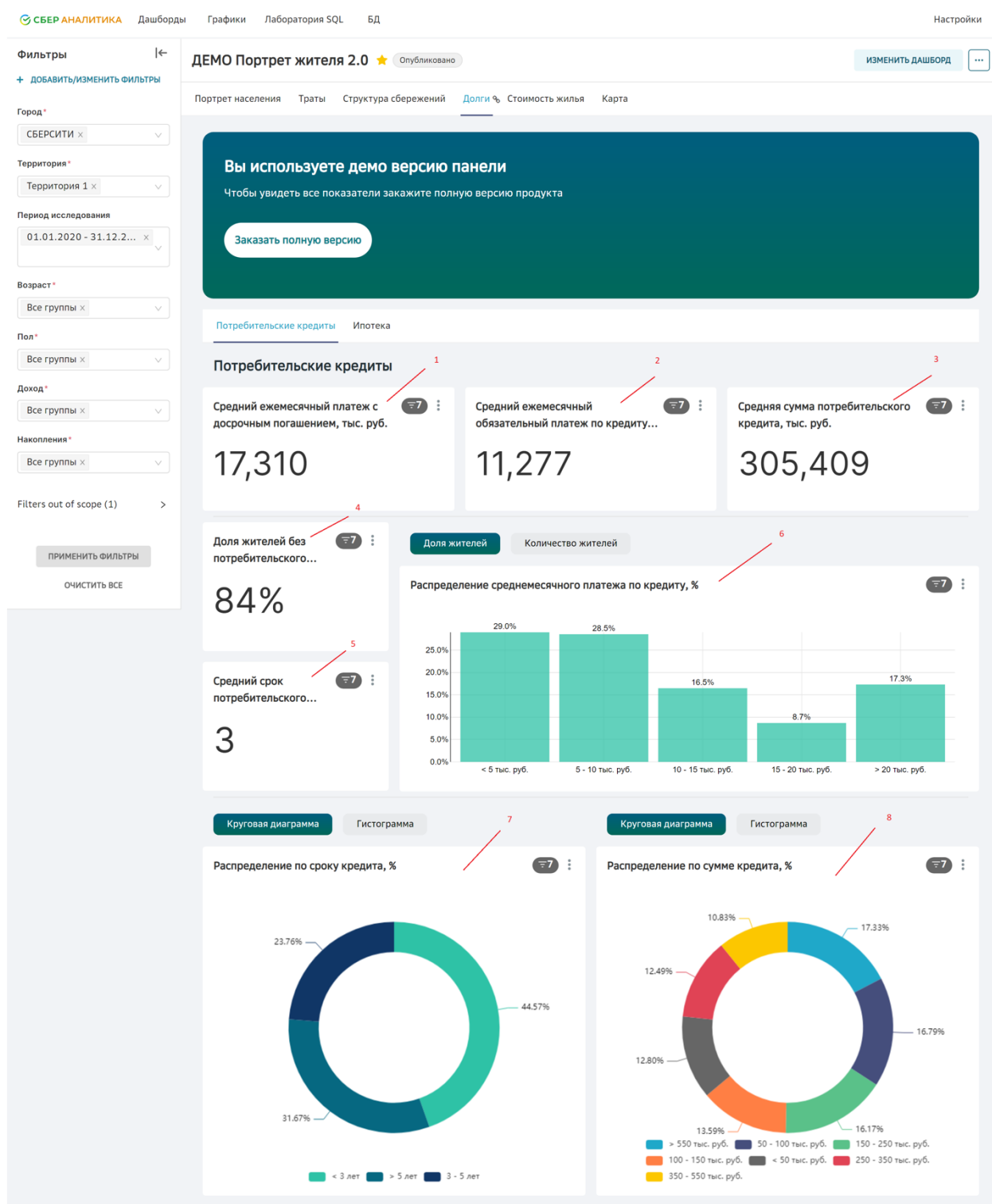
3. Распределение людей по сумме сбережений показывает какую долю составляет население у которых есть диапазон сбережений. Вкладка как в долях, круговой диаграммой, так и численном формате – гистограммой. Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.

### 3.4. «Кредитная нагрузка»

Вкладка «Кредитная нагрузка» делится на две вкладки «Потребительские кредиты» и «Ипотека» и показывает распределение этой финансовой нагрузки на население.

Вкладка «Потребительские кредиты» (Рис.20).

Рис.20



1. Средний ежемесячный платеж с построчным погашением показывает сколько в среднем платит житель исследуемой территории по потребительскому кредиту, чтобы досрочно погасить свой кредит.
2. Средний ежемесячный обязательный платеж по кредиту показывает сколько в среднем обязан платить платит житель исследуемой территории по потребительскому кредиту, чтобы погасить свой кредит вовремя.
3. Средняя сумма потребительского кредита показывает на какую сумму в среднем берет потребительский кредит житель исследуемой территории.

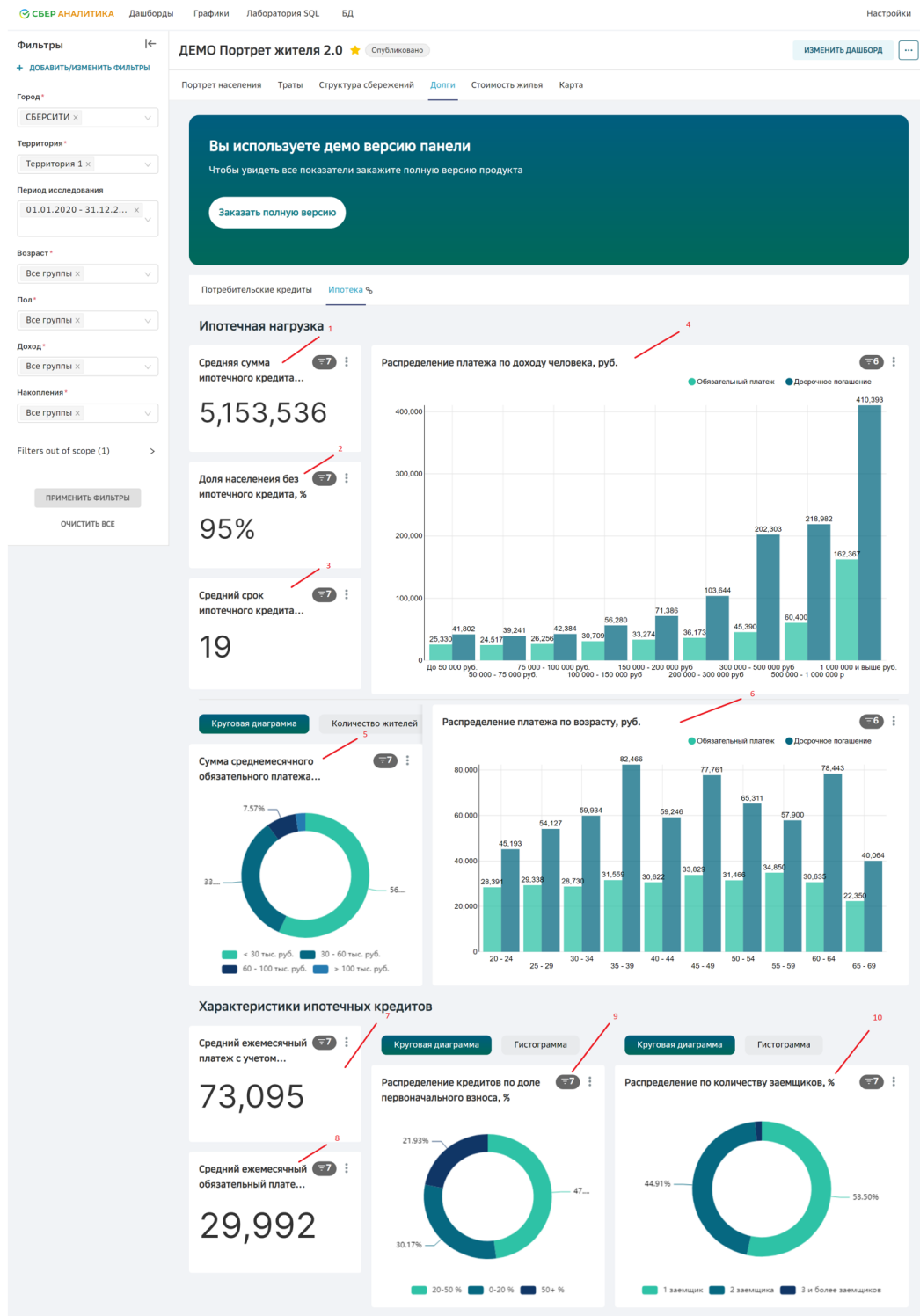
4. Доля жителей без потребительского кредита показывает какой процент населения не имеет потребительского кредита в исследуемой территории.
5. Средний срок потребительского кредита показывает на какой срок, в среднем, берут потребительский кредит жители исследуемой территории.
6. Распределение среднемесячного платежа по кредиту показывает долю жителей, которые взяли потребительский кредит по различным группам сумм кредита.
7. Распределение по сроку кредита показывает долю жителей в зависимости от срока выданного займа.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.

8. Распределение по сумме кредита показывает долю жителей распределенных по группам сумм кредита.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и численном формате – гистограмма. Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно. Вкладка «Ипотека» (Рис.21).

Рис.21



1. Средняя сумма ипотечного кредита показывает на какую сумму в среднем житель исследуемой территории берет ипотечный кредит.
2. Доля жителей без ипотечного кредита показывает какой процент населения не имеет ипотечной нагрузки в исследуемой территории.
3. Средний срок ипотечного кредита показывает на какой срок в среднем берут ипотечный кредит жители исследуемой территории.

4. Распределение платежа по доходу показывает какую сумму в среднем платят жители исследуемой территории по различным доходным группам.

5. Сумма среднемесячного обязательного платежа показывает в долях, как распределена сумма ипотечного кредита.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки

«Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно 6. Распределение платежа по возрасту показывает, сколько в среднем платит по кредиту каждая возрастная группа жителей исследуемой территории.

7. Средний ежемесячный обязательный платеж по кредиту показывает сколько в среднем обязан платить житель исследуемой территории по потребительскому кредиту, чтобы погасить свой кредит вовремя.

8. Средняя сумма потребительского кредита показывает на какую сумму в среднем берет потребительский кредит житель исследуемой территории.

9. Распределение кредитов по доле первоначального взноса показывает количество жителей, которые внесли больший или меньший процент первоначального взноса за ипотеку.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.

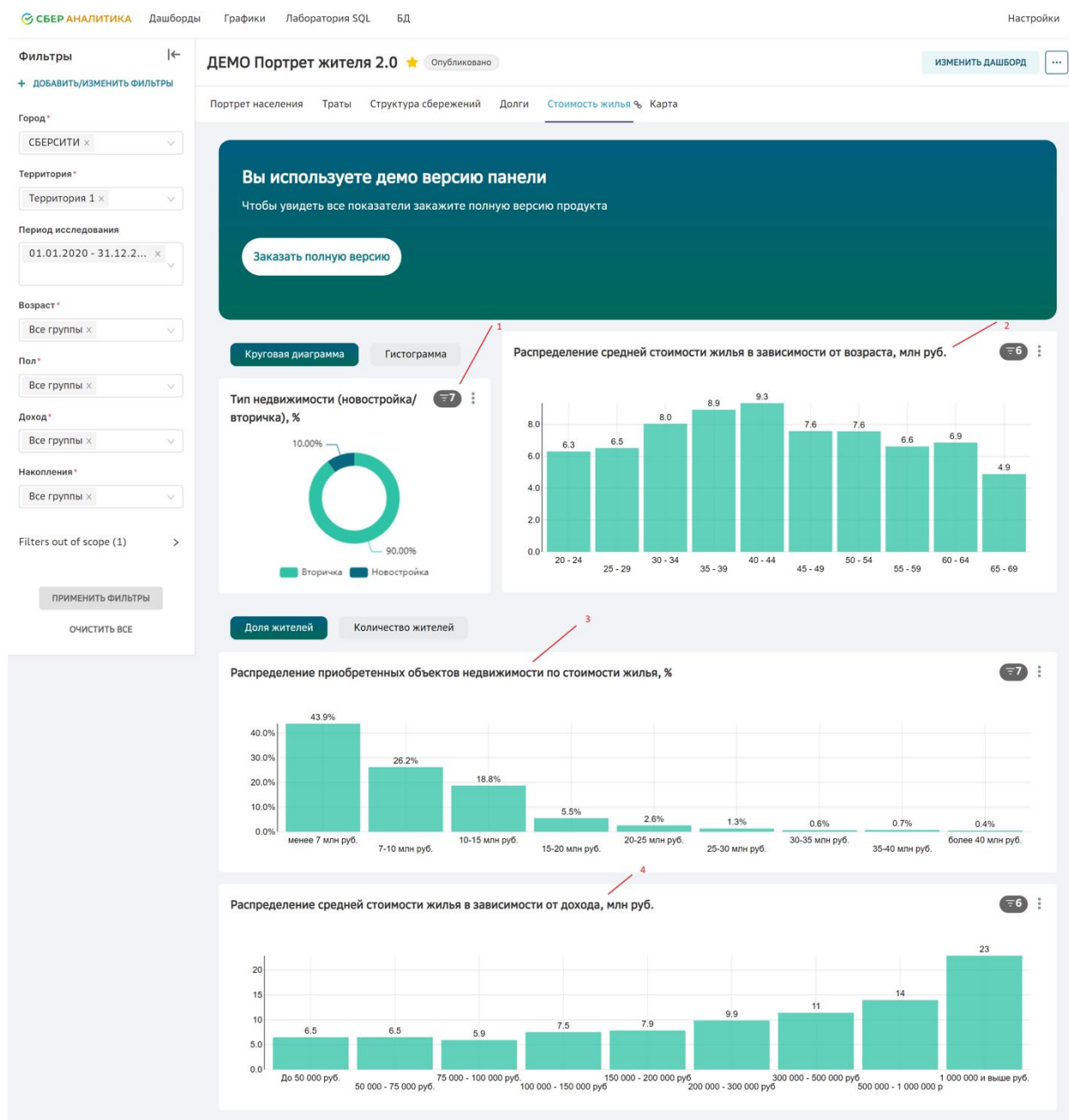
10. Распределение по количеству заемщиков показывает количество жителей с одним или более со заемщиков. Так как ипотечный кредит берется либо на одного человека, либо на несколько людей, то ипотечная нагрузка меняется с условием количества со заемщиков.

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и в численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно

### **3.5. «Стоимость жилья»**

Вкладка «Стоимость жилья» показывает распределение стоимости жилья по социально-демографическому профилю населения, возрасту и доходу, а также дает разбивку по стоимости купленных объектов (Рис. 22).

Рис.22



1. Распределение по типу недвижимости (новостройка/вторичка)

Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и в численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.

2. Распределение средней стоимости жилья в зависимости от возрастных групп показывает сколько в среднем стоит жилье для жителя, который купил квартиру в выбранной территории за исследуемый период.

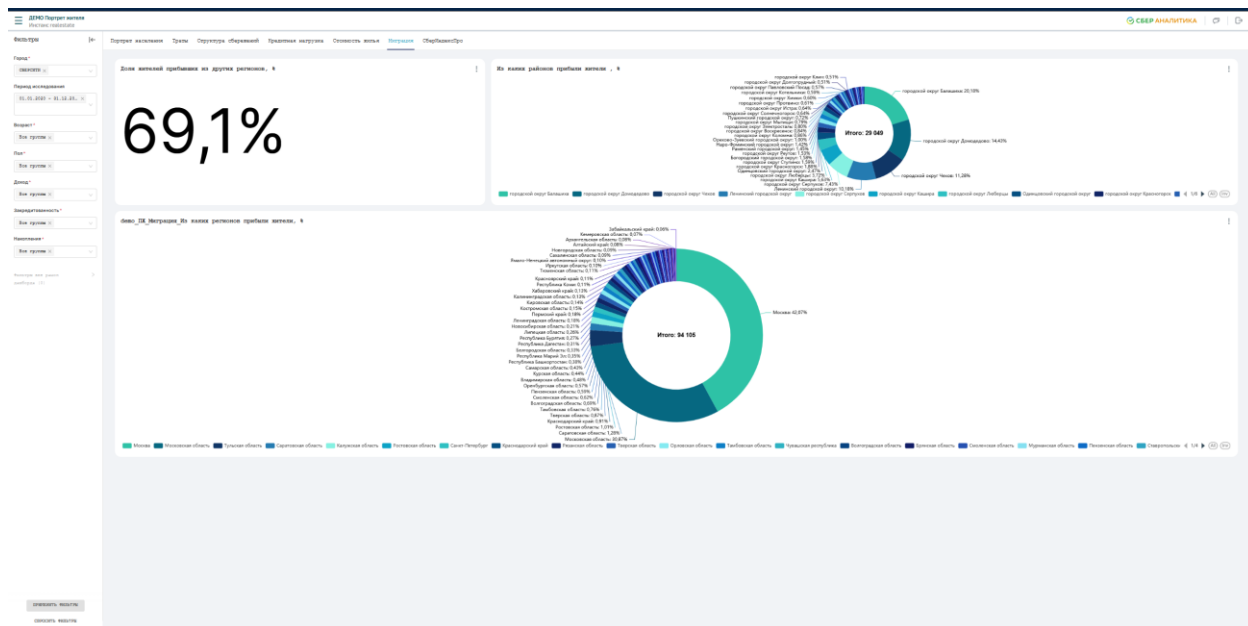
3. Распределение приобретаемых объектов недвижимости по стоимости жилья показывает долю объектов недвижимости, распределённых по различным группам. Есть представление как в долях, так и численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

4. Распределение средней стоимости жилья в зависимости от доходных групп, показывает сколько в среднем стоит жилье для жителя, который купил квартиру в выбранной территории за исследуемый период.

**3.6. «Миграция».** Вкладка «Миграция» показывает количество транзитных покупателей, совершивших покупки в населенном пункте исследования с распределением на проживающих в районах домашнего региона или других регионах РФ (Рис.23).

Регионы и муниципалитеты, из которых переезжают на постоянное место жительства на исследуемую территорию (с распределением по долям: территории с наибольшими долями (%)) являются потенциальной целевой аудиторией для клиента)

Рис.23

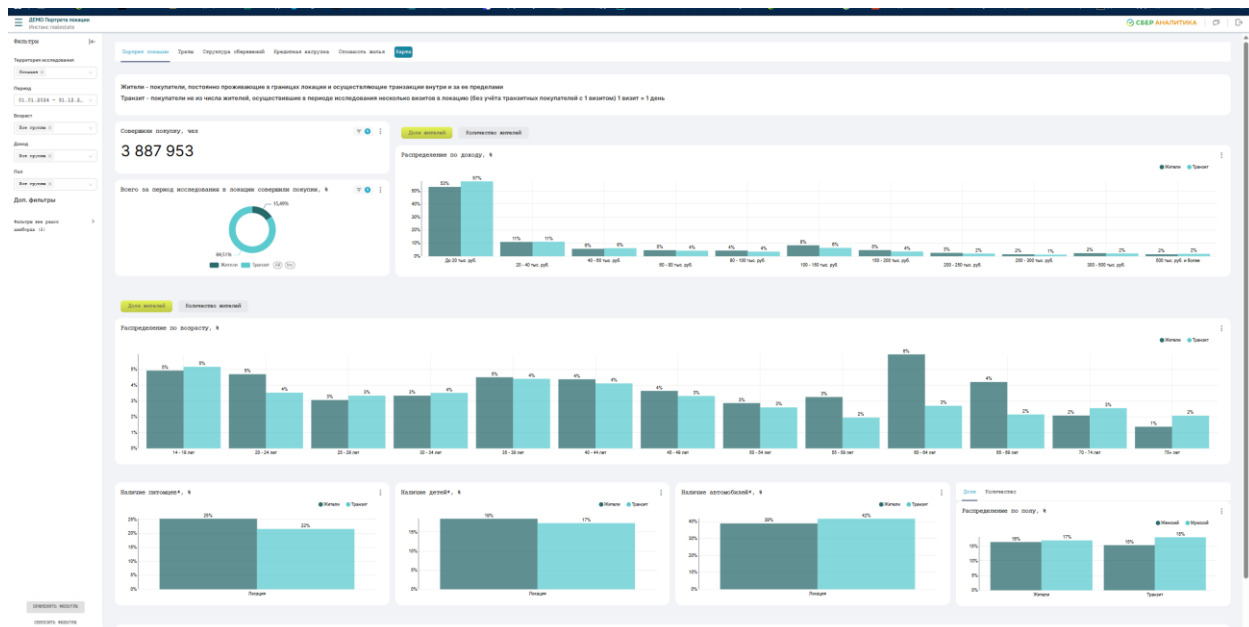


## 4. Содержание вкладок и описание показателей Панель «Портрет локации».

### 4.1. Вкладка «Портрет локации»

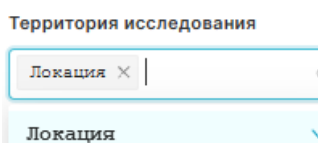
Вкладка «Портрет локации» показывает социально-демографический профиль жителей исследуемой локации по полу, доходу, возрасту (количество жителей и распределение между жителями и транзитными покупателями) (Рис.24)

Рис.24



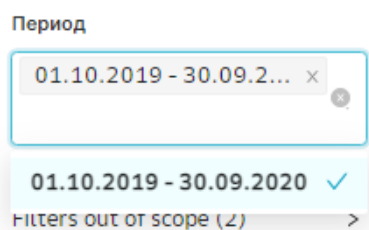
1. Фильтр «Территория исследования» позволяет выбирать нужную локацию для аналитики. Для выбора нажмите на строку под фильтром и выберите нужную (Рис.25).

Рис.25



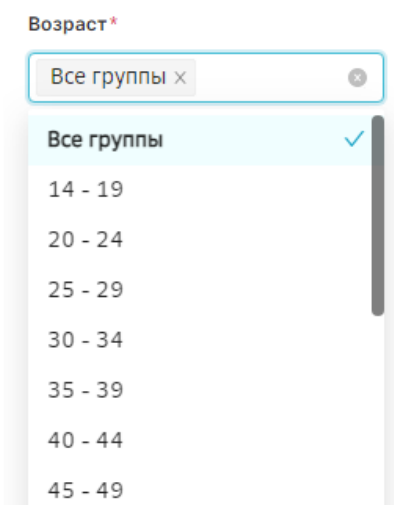
2. Фильтр «Период исследования» позволяет выбрать один или несколько нужных временных отрезков. Для выбора нажмите на строку под фильтром, а затем выберете исследуемый период (Рис.26).

Рис.26



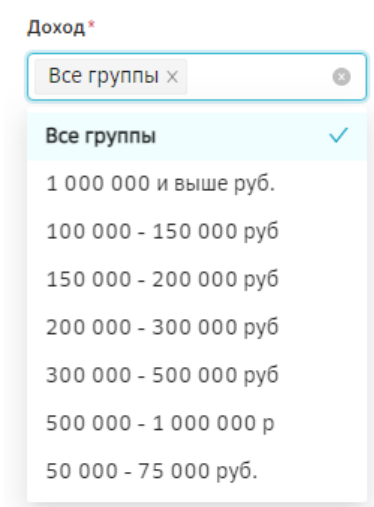
3. Фильтр «Возраст» позволяет выбрать любую возрастную категорию для аналитики только по этой группе. Для этого нажмите на строку под фильтром «Возраст» и выберите нужную (Рис.27).

Рис.27



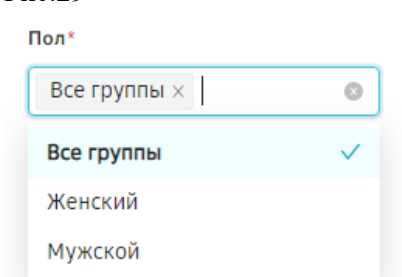
4. Фильтр «Доход» позволяет фильтровать весь массив информации по нужному уровню дохода. Для выбора нажмите на строку под фильтром «Доход» и выберите нужную (Рис.28).

Рис.28



5. Фильтр «Пол» позволяет отфильтровать, кого вы будете исследовать – мужчин или женщин. Для этого нажмите на строку под фильтром «Пол» и выберите нужный (Рис.29).

Рис.29



Это все основные фильтры, которые будет фигурировать на почти всех вкладках.

6. Совершили покупку показывает нам сумму уникальных покупателей в выбранной локации за исследуемый период.

7. Распределение жителей по среднемесячному доходу показывает долю жителей по доходной группе. Сколько уникальных жителей относятся к различным доходным группам. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

8. Распределение покупателей на жители и транзит показывает сколько уникальных покупателей в каждой группе.

9. Распределение жителей по возрасту показывает сколько уникальных жителей относятся к различным возрастным группам. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

10. Соотношение жителей по наличию питомцев показывает долю жителей, у которых есть домашние животные (собака, кошка и т.д.). Система определяет тех, кто производит траты в данной категории. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

11. Соотношение жителей по наличию детей показывает долю жителей, у которых есть дети. Система определяет тех, кто производит траты в данной категории. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

12. Соотношение жителей по наличию авто показывает долю жителей, у которых есть как минимум один автомобиль. Система определяет тех, кто производит траты в данной категории. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

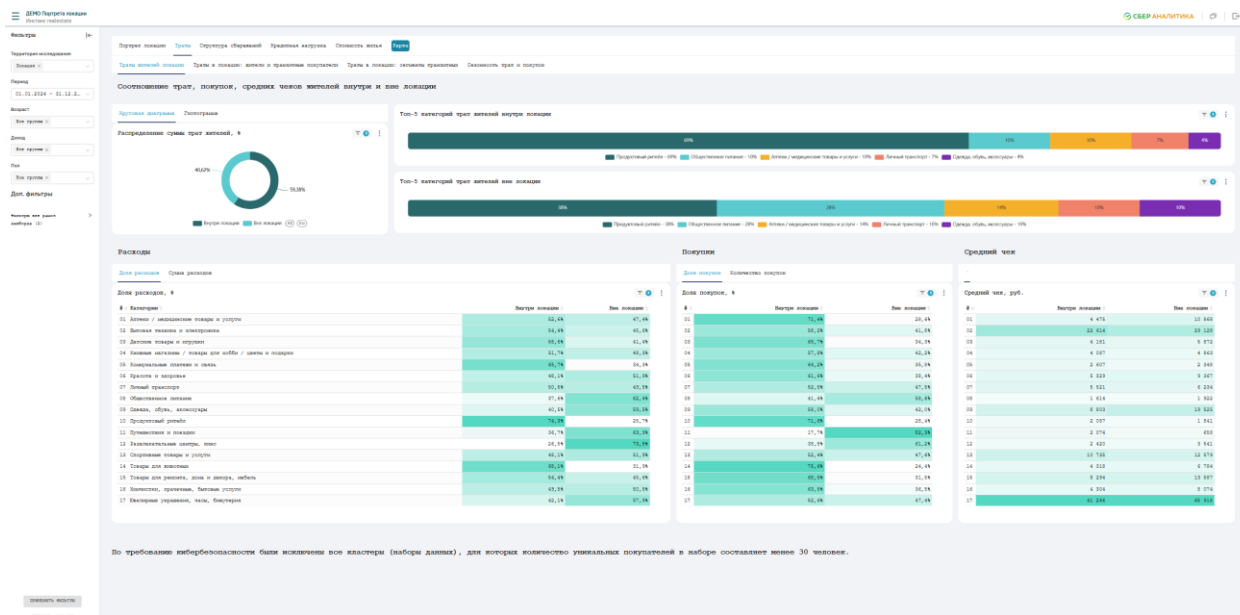
13. Распределение жителей по полу показывает сколько уникальных жителей составляет мужское или женское население. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля жителей» и «Количество жителей» соответственно.

#### **4.2. Вкладка «Траты».**

Вкладка «Траты» включает в себя четыре вкладки и показывает соотношение трат, покупок, средних чеков жителей внутри и вне локации, траты транзитных покупателей внутри локации, сегментацию транзитных покупателей по частоте покупок, сезонность трат и покупок внутри локации исследованиям

4.2.1. Вкладка «Траты жителей локации» «Траты жителей локации» показывает Соотношение трат, покупок, средних чеков жителей внутри и вне локации (Рис.30)

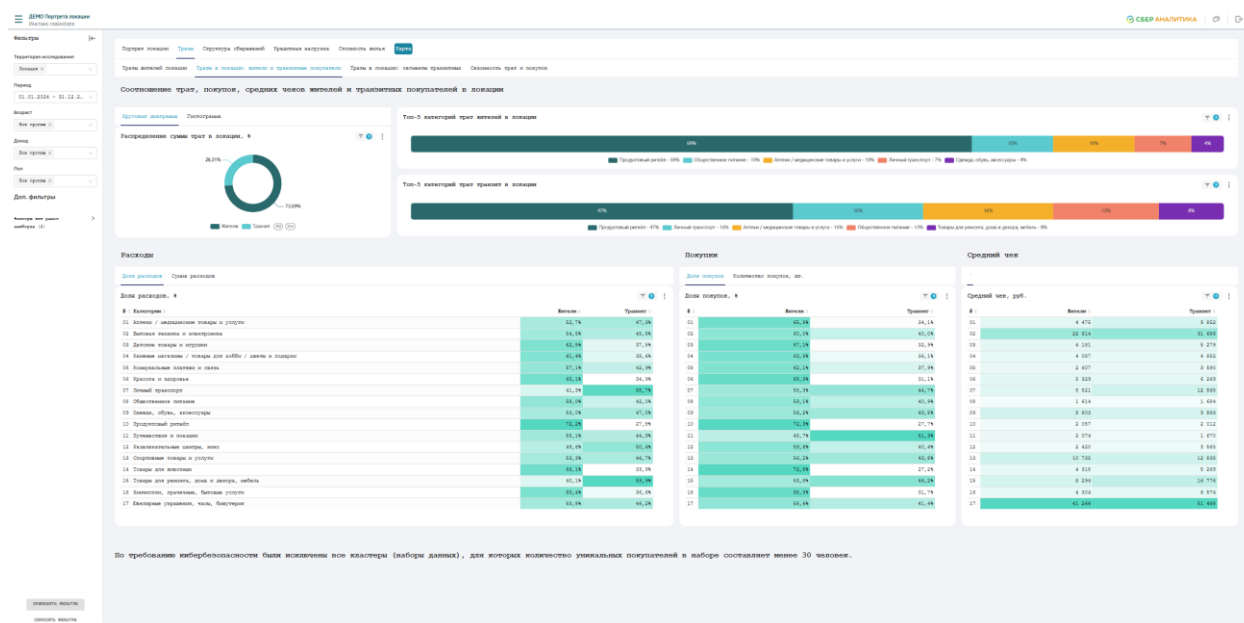
Рис.30



1. Распределение суммы трат жителей показывает траты внутри и вне локаций. Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и в численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.
2. ТОП-5 категорий трат жителей внутри локаций в долях от общих трат
3. ТОП-5 категорий трат жителей вне локаций в долях от общих трат
4. Расходы показывают траты жителей внутри и вне локаций (17 категорий). Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля расходов» и «сумма расходов» соответственно.
5. Покупки показывают количество покупок по категориям внутри и вне локаций. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля покупок» и «количество покупок» соответственно.
6. Средний чек по категориям внутри и вне локаций

4.2.2. Вкладка «Траты в локациях: жители и транзитные покупатели» «Траты в локациях: жители и транзитные покупатели» показывает соотношение трат, покупок, средних чеков жителей и транзитных покупателей в локациях (Рис.31)

Рис.31

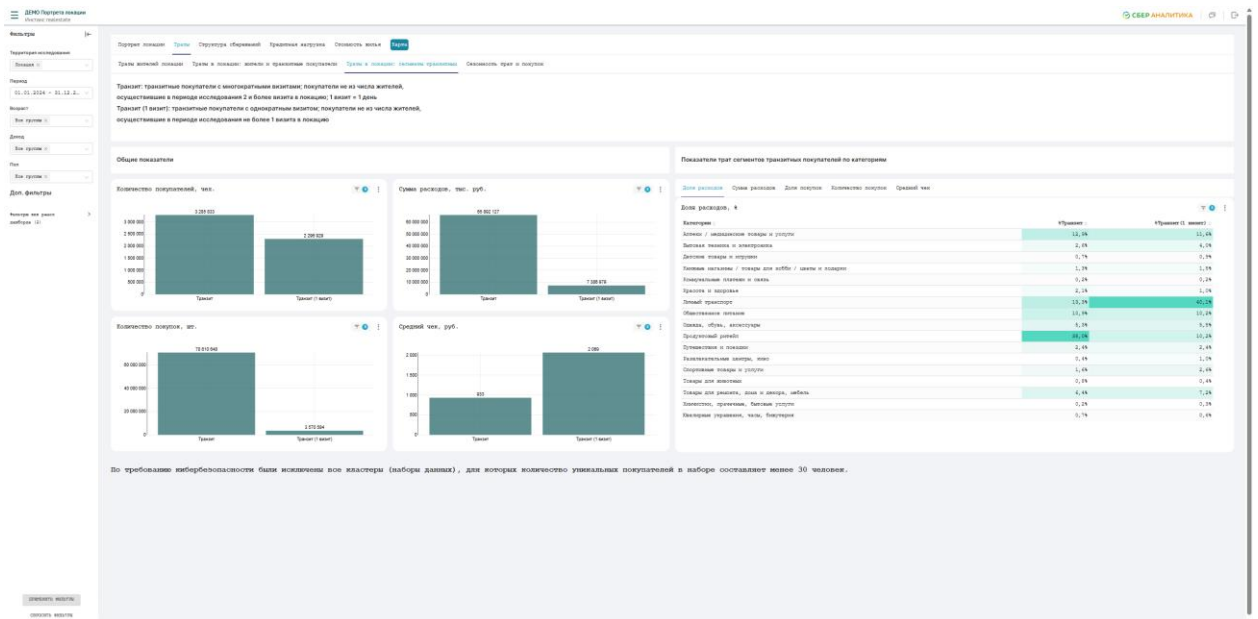


1. Распределение суммы трат в локации на жителей и транзит. Есть представление как в долях (круговая диаграмма), так и в численном формате (гистограмма). Переключается при помощи кнопки «Круговая диаграмма» и «Гистограмма» соответственно.
2. ТОП-5 категорий трат жителей в локации
3. ТОП-5 категорий трат транзит в локации
4. Расходы показывают траты внутри локации с распределением на жителей и транзит по категориям.  
Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля расходов» и «сумма расходов» соответственно.
5. Покупки показывают количество покупок с распределением на жителей и транзит по категориям. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля покупок» и «количество покупок» соответственно.
6. Средний чек по категориям с распределением на жителей и транзит

4.2.3. Вкладка «Траты в локации: сегменты транзитных»

4.2.4. «Траты в локации: сегменты транзитных» показывает сегментацию транзитных покупателей (не проживающих в локации) на регулярно тратящих (транзит) или с одной транзакцией (однократно купили) (транзит (1 визит)) в период исследования (Рис.32)

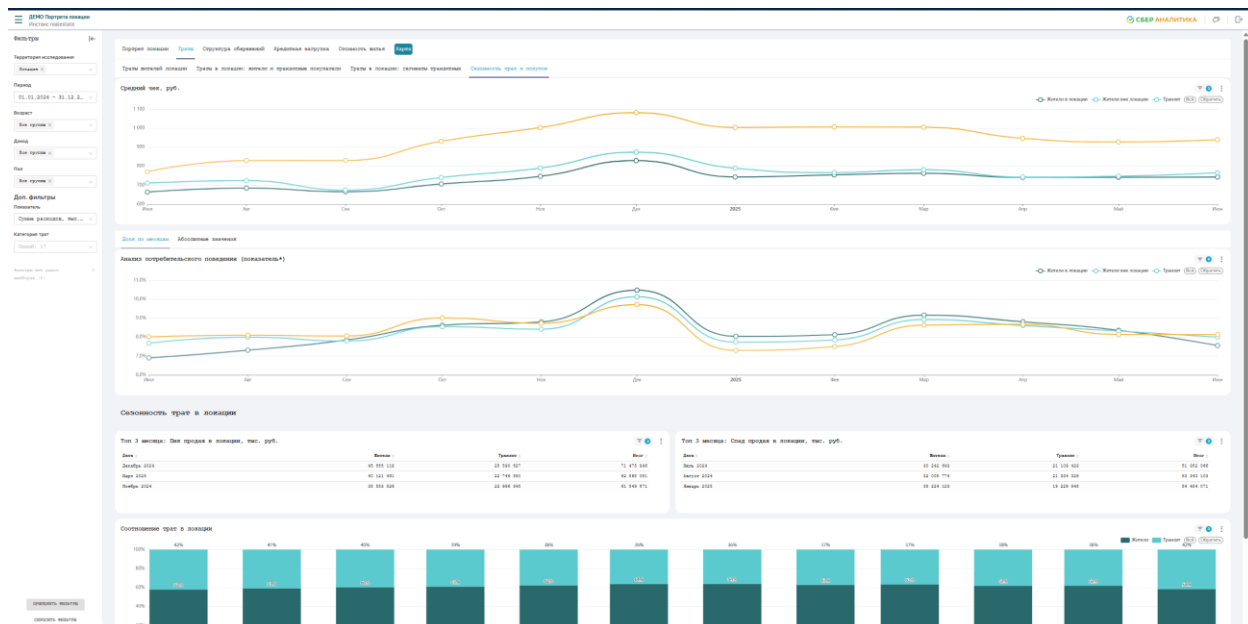
Рис.32



1. «Общие показатели» с распределением на транзит и транзит (1 визит)
  - 1.1. Количество покупателей
  - 1.2. Сумма расходов
  - 1.3. Количество покупок
  - 1.4. Средний чек
2. «Показатели трат сегментов транзитных покупателей по категориям» с распределением на транзит и транзит (1 визит). Переключается при помощи кнопок
  - 2.1. Доля расходов» показывает долю каждой категории в общем объеме трат
  - 2.2. Сумма расходов» показывает расходы в численном выражении по каждой категории
  - 2.3. Доля покупок» показывает долю каждой категории по сумме покупок
  - 2.4. Количество покупок» показывает в численном выражение количество покупок по каждой категории
  - 2.5. Средний чек по категориям
- 4.2.5. Вкладка «Сезонность трат и покупок»
 

«Сезонность трат и покупок» показывает динамику трат внутри локации в ежемесячной динамике (Рис.33)

Рис.33

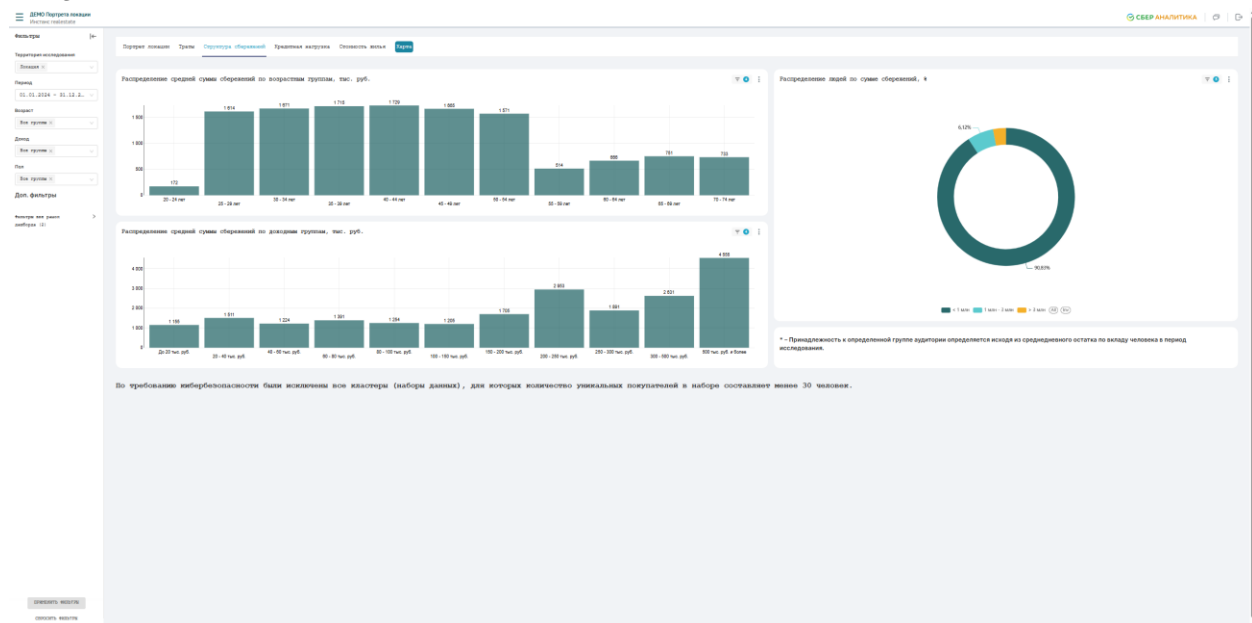


1. Средний чек» трат жителей внутри и вне локации, транзитных покупателей внутри локации в помесячной динамике
2. Анализ потребительского поведения показывает общие траты жителей внутри и вне локации, транзитных покупателей внутри локации в помесячной динамике. Есть представление как в долях, так и в численном формате, переключается при помощи кнопки «Доля по месяцам» и «Абсолютное значение» соответственно. Можно выбирать показатель оценки потребительского поведения по двум параметрам: «сумма расходов» и «количество покупок». Выбор соответствующего показателя осуществляется на панели слева в фильтре «Доп. фильтры» - «Показатель\*» (выбор – «Сумма расходов, тыс. руб.» или «Количество покупок, шт.»)
3. Сезонность трат в локации показывает ТОП месяцев по объему трат
  - 3.1. Топ 3 месяца: Пик продаж в локации по сумме трат за период исследования показывает месяцы с максимальными продажами
  - 3.2. Топ 3 месяца: Спад продаж в локации по сумме трат показывает месяцы с минимальными продажами
4. Соотношение трат в локации показывает в помесячной динамике распределение в долях между жителями и транзитными покупателями

**4.3. Вкладка «Структура сбережений».**

«Структура сбережений» показывает сумму накоплений населения с разбивкой по возрасту и доход (Рис.34)

Рис.34



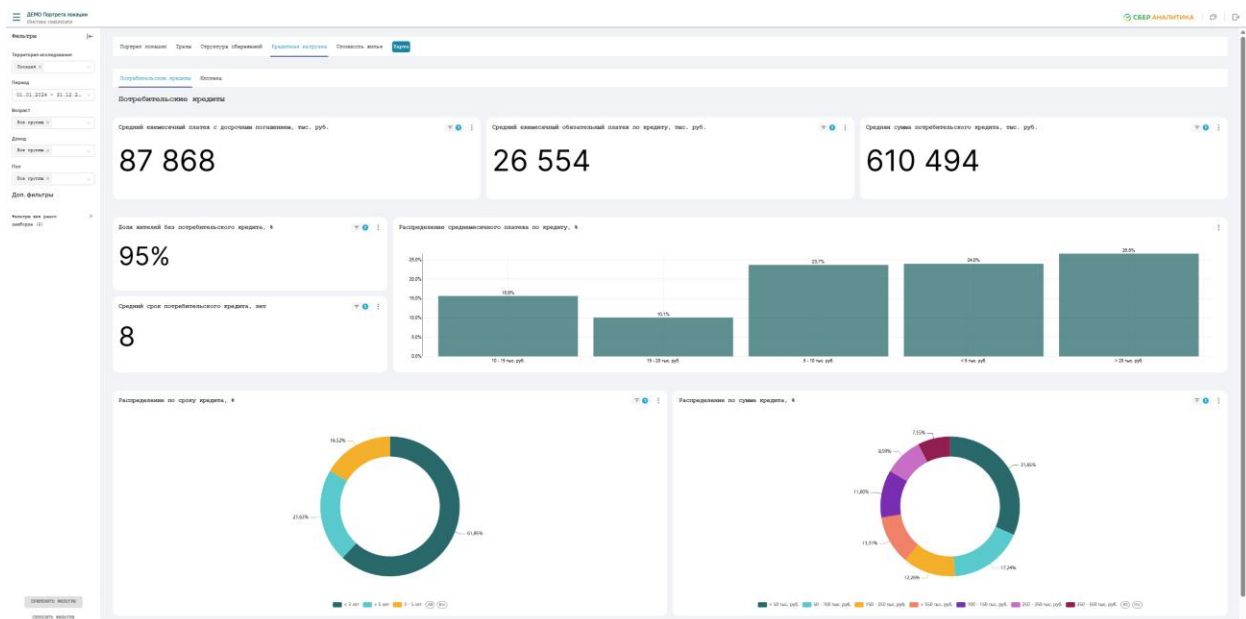
1. Распределение средней суммы сбережений по возрастным группам» показывает какая сумма сбережений имеется у жителей в различных возрастных группах в выбранной локации в исследуемом периоде.
2. Распределение средней суммы сбережений по доходным группам» показывает какая сумма накоплений имеется у жителей в различных доходных группах в выбранной территории на исследуемом периоде.
3. Распределение людей по сумме сбережений» показывает какую долю составляет население у которых есть диапазон сбережений.

#### 4.4. Вкладка «Кредитная нагрузка».

«Кредитная нагрузка» делится на две вкладки «Потребительские кредиты» и «Ипотека» и показывает распределение этой финансовой нагрузки на население.

##### 4.4.1. Вкладка «Потребительские кредиты: (Рис.35)

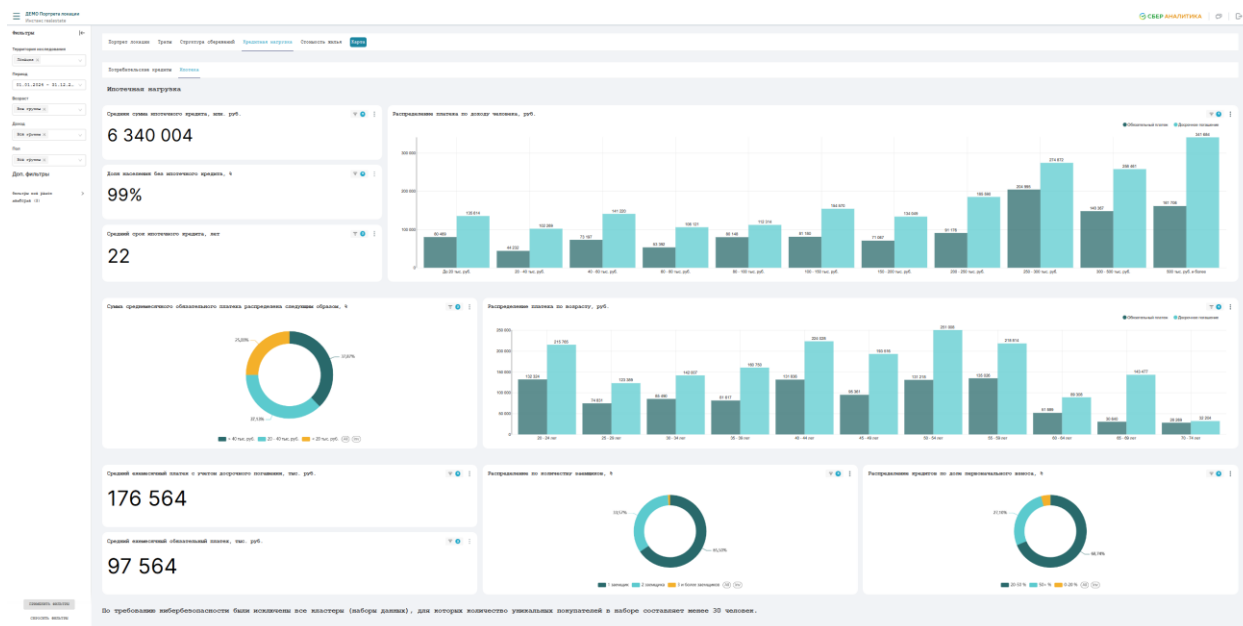
Рис.35



1. Средний ежемесячный платеж с построчным погашением показывает сколько в среднем платит житель исследуемой локации по потребительскому кредиту, чтобы досрочно погасить свой кредит.
2. Средний ежемесячный обязательный платеж по кредиту показывает сколько в среднем обязан платить платит житель исследуемой локации по потребительскому кредиту, чтобы погасить свой кредит вовремя.
3. Средняя сумма потребительского кредита показывает на какую сумму в среднем берет потребительский кредит житель исследуемой локации.
4. Доля жителей без потребительского кредита показывает какой процент населения не имеет потребительского кредита в исследуемой локации.
5. Средний срок потребительского кредита показывает на какой срок, в среднем, берут потребительский кредит жители исследуемой локации.
6. Распределение среднемесячного платежа по кредиту показывает долю жителей, которые взяли потребительский кредит по различным группам сумм кредита.
7. Распределение по сроку кредита показывает долю жителей в зависимости от срока выданного займа.
8. Распределение по сумме кредита показывает долю жителей распределенных по группам сумм кредита.

4.4.2. Вкладка «Ипотека» (Рис.36).

Рис.36

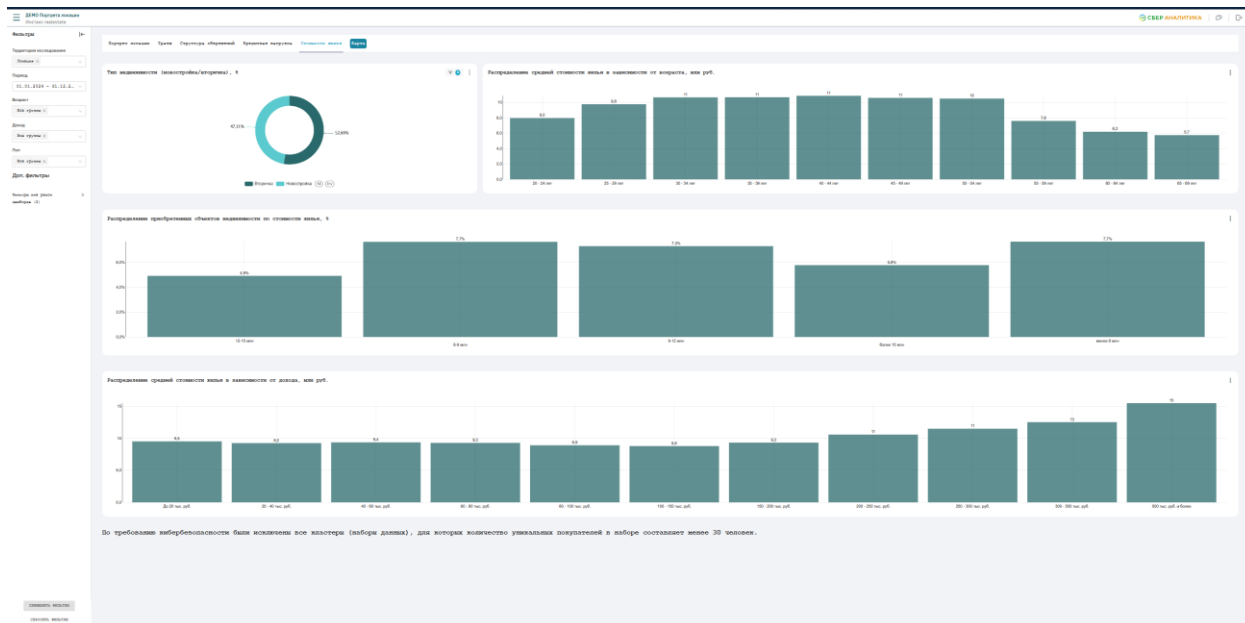


1. Средняя сумма ипотечного кредита показывает на какую сумму в среднем житель исследуемой локации берет ипотечный кредит.
2. Доля жителей без ипотечного кредита показывает какой процент населения не имеет ипотечной нагрузки в исследуемой локации.
3. Средний срок ипотечного кредита показывает на какой срок в среднем берут ипотечный кредит жители исследуемой локации.
4. Распределение платежа по доходу показывает какую сумму в среднем платят жители исследуемой локации по различным доходным группам.
5. Сумма среднемесячного обязательного платежа показывает в долях, как распределена сумма ипотечного кредита.
6. Распределение платежа по возрасту показывает, сколько в среднем платит по кредиту каждая возрастная группа жителей исследуемой локации.
7. Средний ежемесячный обязательный платеж по кредиту показывает сколько в среднем обязан платить житель исследуемой локации по потребительскому кредиту, чтобы погасить свой кредит вовремя.
8. Средняя сумма потребительского кредита показывает на какую сумму в среднем берет потребительский кредит житель исследуемой локации.
9. Распределение кредитов по доле первоначального взноса показывает количество жителей, которые внесли больший или меньший процент первоначального взноса за ипотеку.
10. Распределение по количеству заемщиков показывает количество жителей с одним или более со заемщиков. Так как ипотечный кредит берется либо на одного человека, либо на несколько людей, то ипотечная нагрузка меняется с условием количества со заемщиков.

#### 4.5. Вкладка «Стоимость жилья».

«Стоимость жилья» показывает распределение стоимости жилья по социально-демографическому профилю населения, возрасту и доходу, а также дает разбивку по стоимости купленных объектов (Рис.37).

Рис.37



1. Распределение по типу недвижимости (новостройка/вторичка)
2. Распределение средней стоимости жилья в зависимости от возрастных групп показывает сколько в среднем стоит жилье для жителя, который купил квартиру в выбранной локации за исследуемый период.
3. Распределение приобретаемых объектов недвижимости по стоимости жилья показывает долю объектов недвижимости, распределённых по различным группам.
4. Распределение средней стоимости жилья в зависимости от доходных групп, показывает сколько в среднем стоит жилье для жителя, который купил квартиру в выбранной локации за исследуемый период.