

Проект {ПРОДАЖИ}

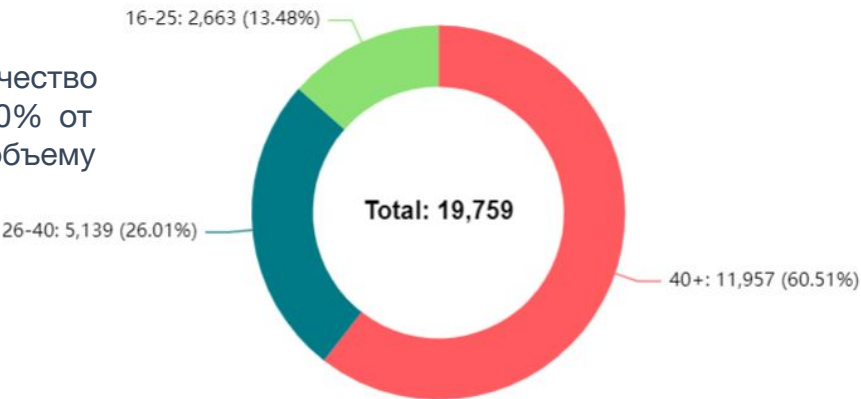
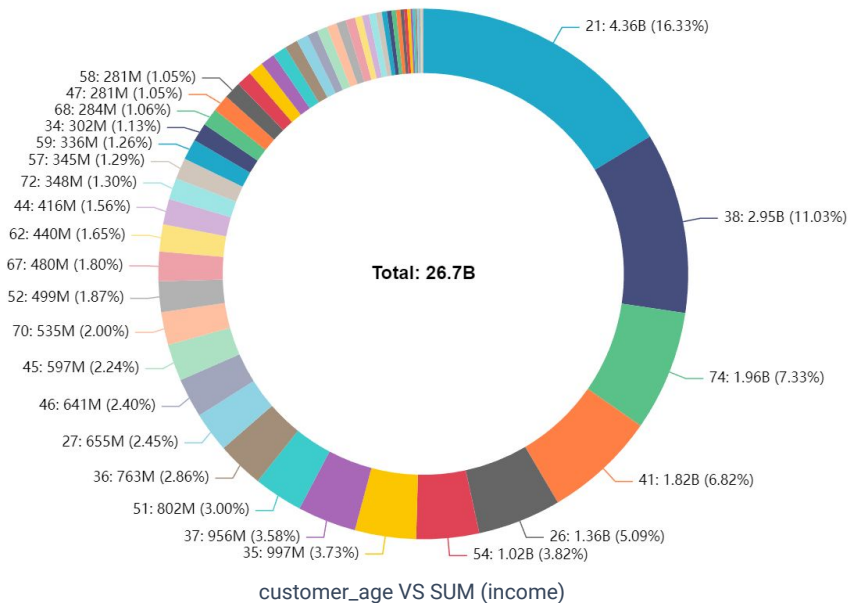
Главацкий Антон

Покупатели: Сегментация

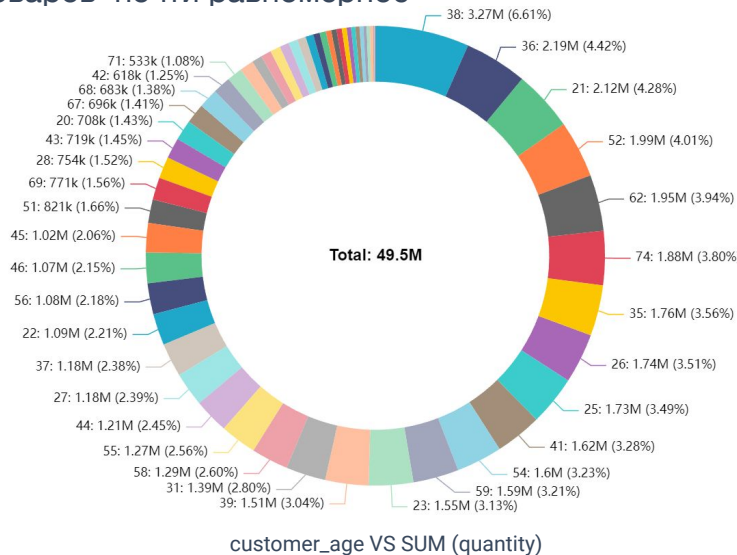
Возрастная сегментация по количеству: Основные количество покупателей по таблице **customers** товаров - 40+ категория 60% от общего количества, что более чем в 2 раза больше второй по объему категории покупателей и в 3 раза категории 16-25л.

Всего уникальных покупателей по таблице 19 759 человек
Возрастная сегментация по income и quantity, (% от ИТОГО):

- 16 - 25 : income 5,2B (19%) | quantity 7,4M (15%)
- 26 - 40 : income 9,0B (34%) | quantity 16,2M (33%)
- 40+ : income 12,4B (47%) | quantity 25,8M (52%)

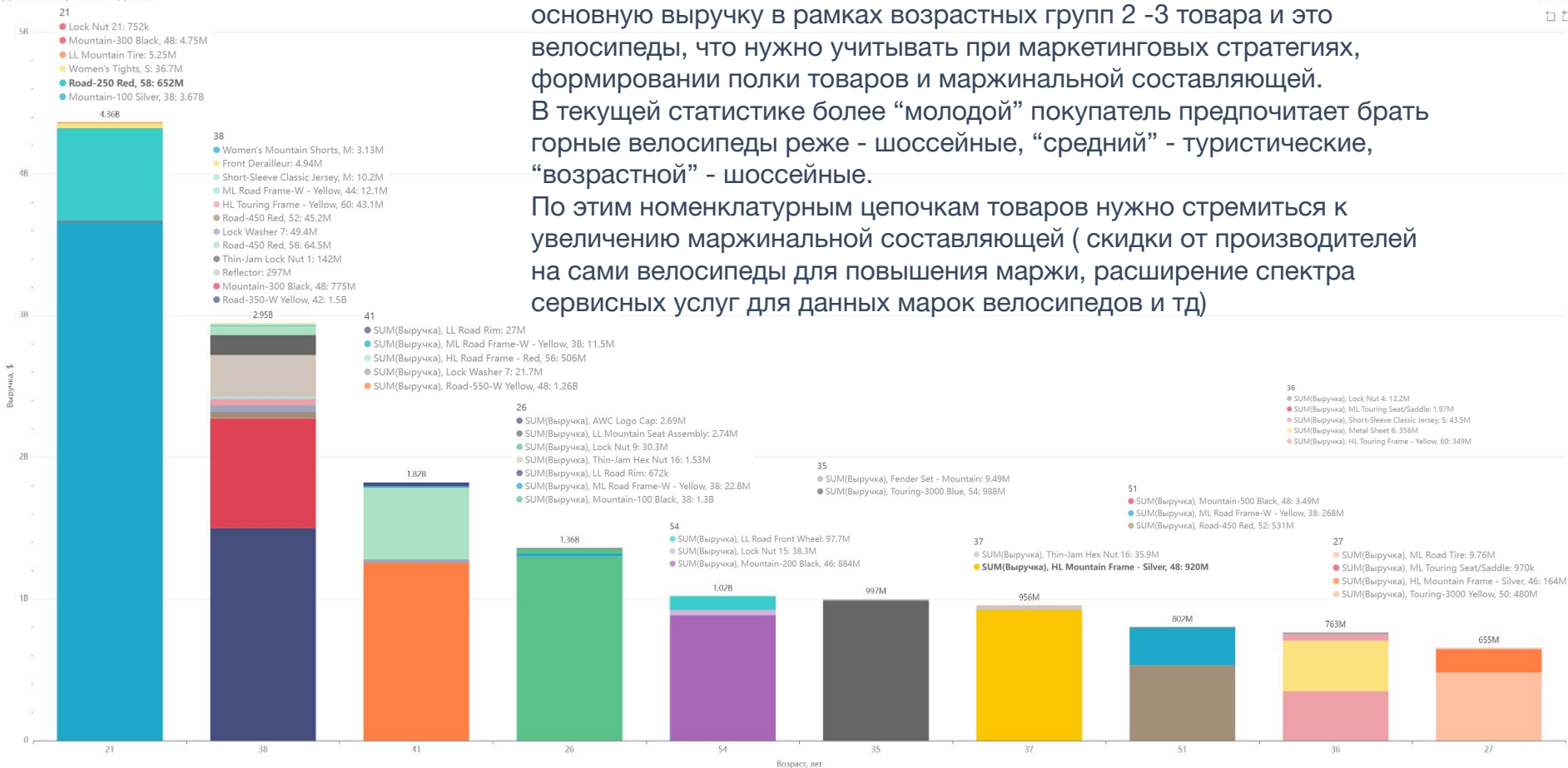


Распределение по количеству единиц проданных товаров почти равномерное



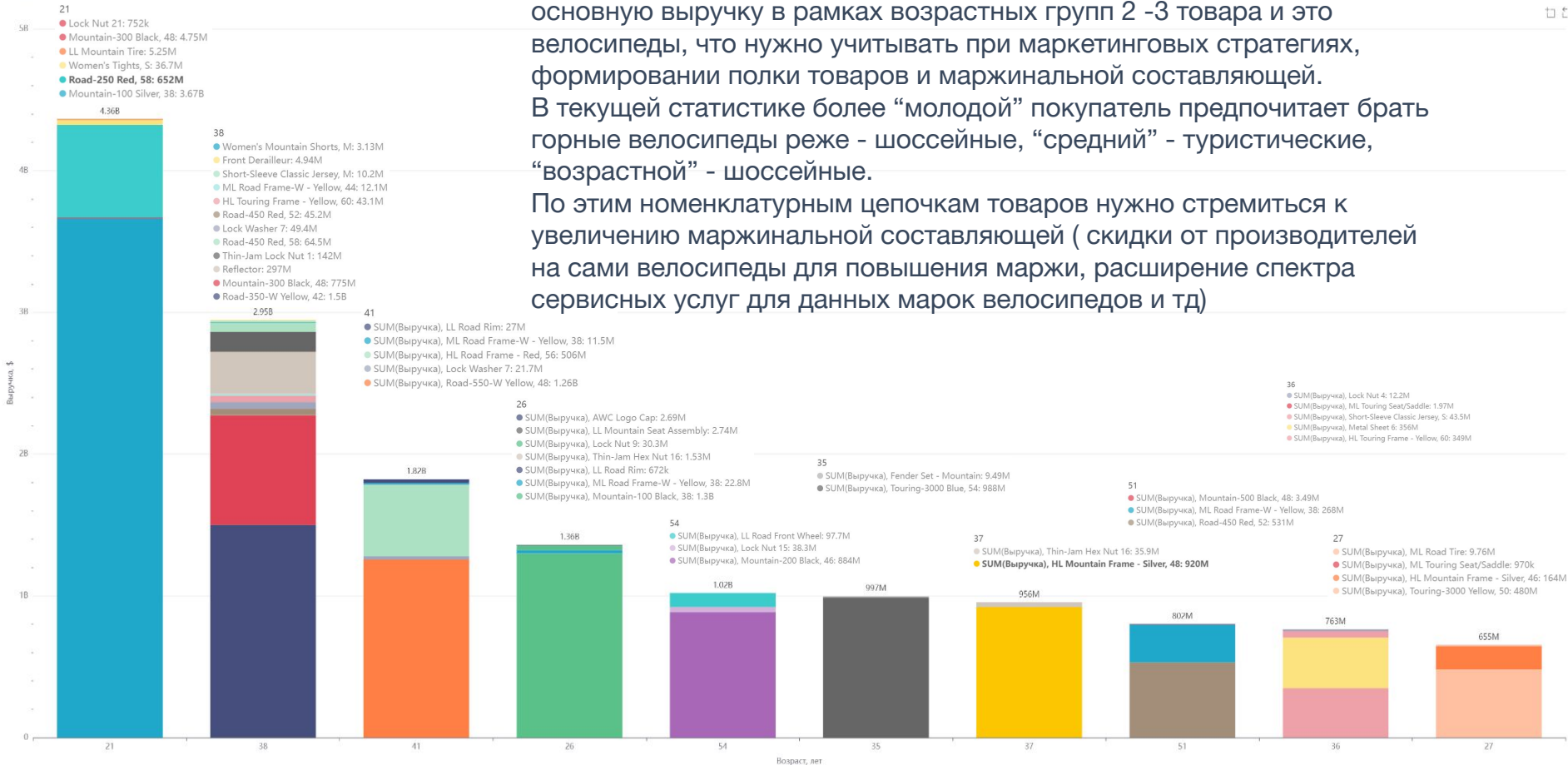
Покупатели: Сегментация возрастных групп по товару | выручке

Выручка по возрастным группам



Покупатели: Сегментация возрастных групп по товару | выручке

Выручка по возрастным группам

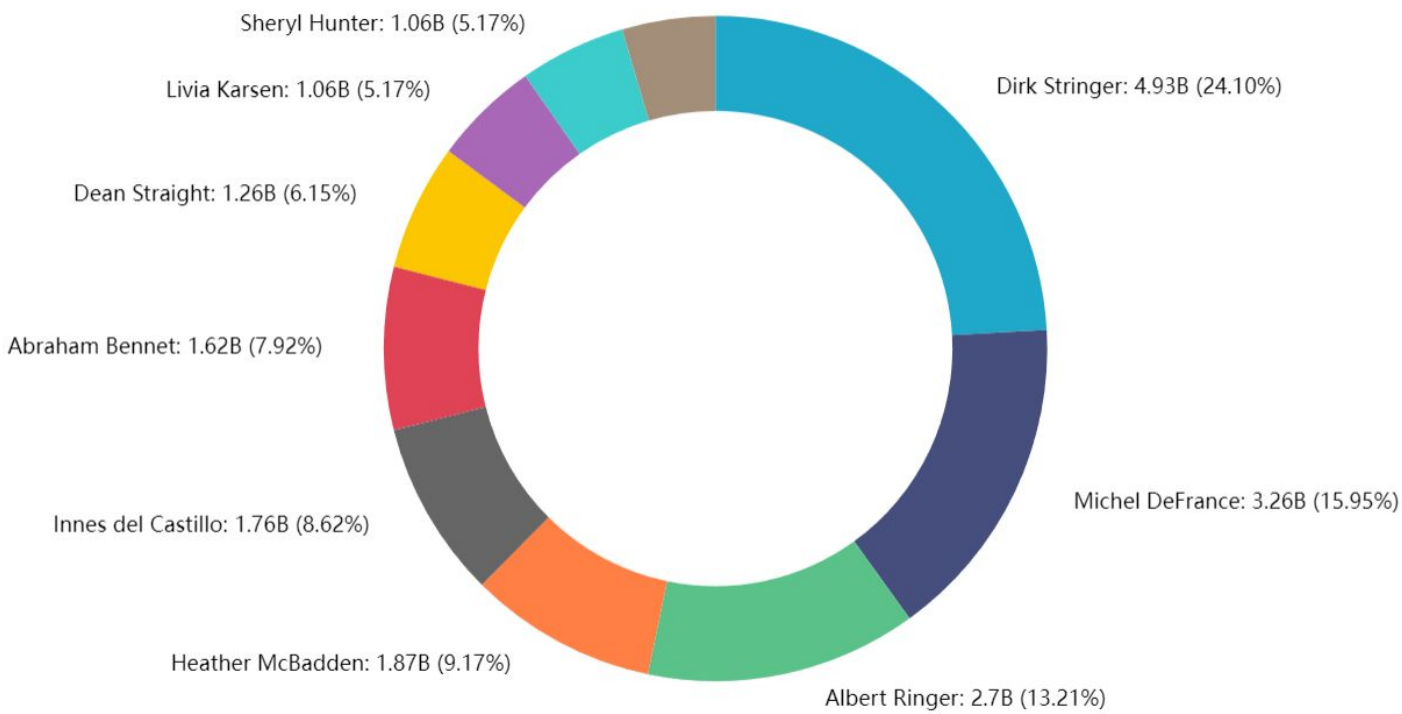


Продавцы: ТОП 10 по выручке

Половину выручки делают 5 продавцов : Dirk Stringer , Michel DeFrance, Albert Ringer, Heather McBadden, Innes del Castillo.

В целом Dirk Stringer является наиболее успешным продавцом, имеющим самый высокий доход и процентное соотношение дохода.

- Abraham Bennet проводит больше продаж, имея самые высокие процентные соотношения количества продаж.



Продавцы: ТОП 10 по по количеству проданных товаров

Самым успешным продавцом является Abraham Bennet, которому удалось продать 2 612 661 единиц товара. Он значительно опережает остальных продавцов по объему продаж.

Marjorie Green также показывает хорошие результаты, продавая 2 045 445 единиц товара. Она занимает второе место по объему продаж.

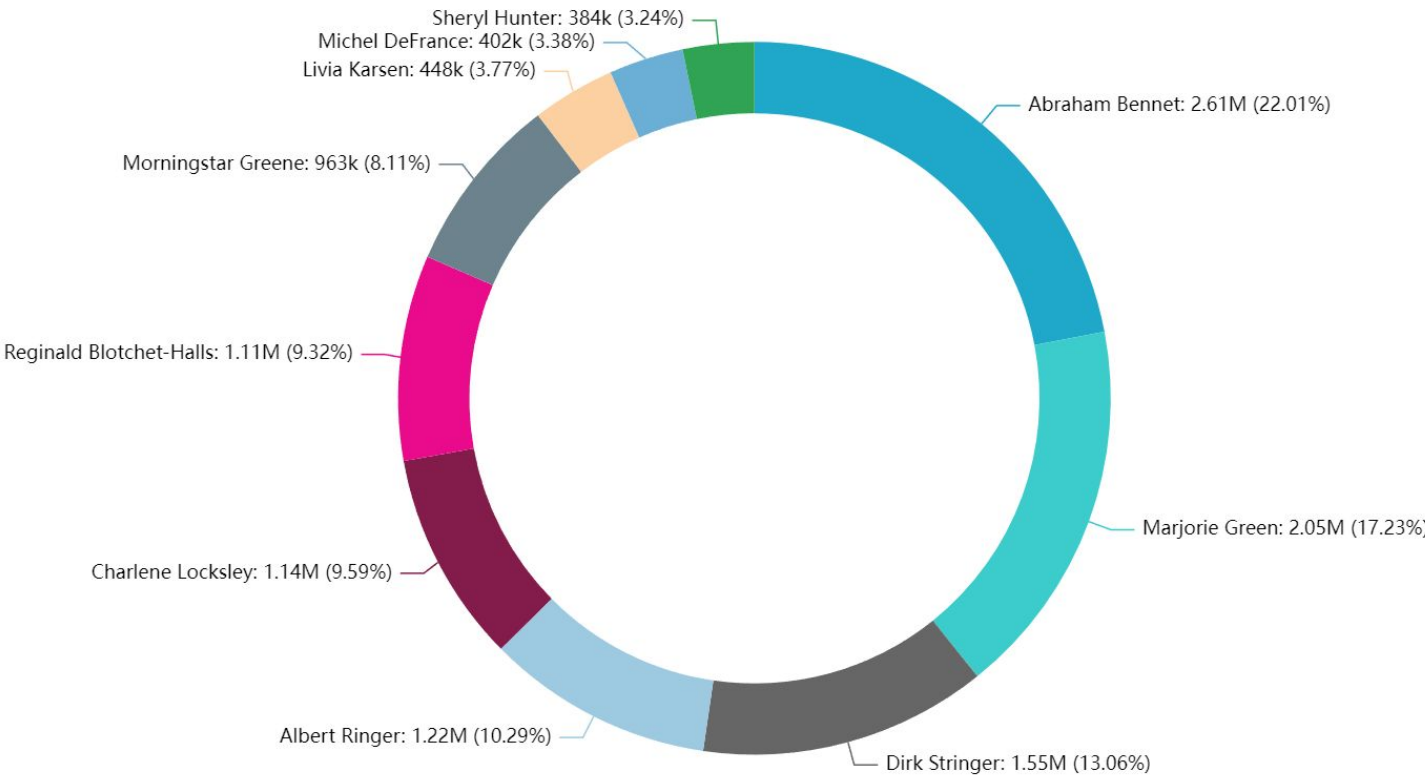
Dirk Stringer, занимающий третье место, продал 1 551 138 единиц товара. Его результаты немного уступают лидерам, но все же являются приличными.

Albert Ringer продал 1 222 035 единиц товара и занимает четвертое место. Он имеет небольшое отставание от тройки лидеров.

Charlene Locksley следует за Альбертом, продав 1 138 353 единиц товара. Ее результаты тоже достаточно хорошие.

Reginald Blotch-Halls продал 1 106 147 единиц товара и занимает шестое место. Его результаты близки к результатам предыдущего продавца.

Morningstar Greene, Livia Karsen, Michel DeFrance и Sheryl Hunter показывают более низкие результаты по сравнению с лидерами. Morningstar Greene продал 963 010 единиц товара, Livia Karsen - 447 657 единиц, Michel DeFrance - 401 520 единиц и Sheryl Hunter - 384 160 единиц.

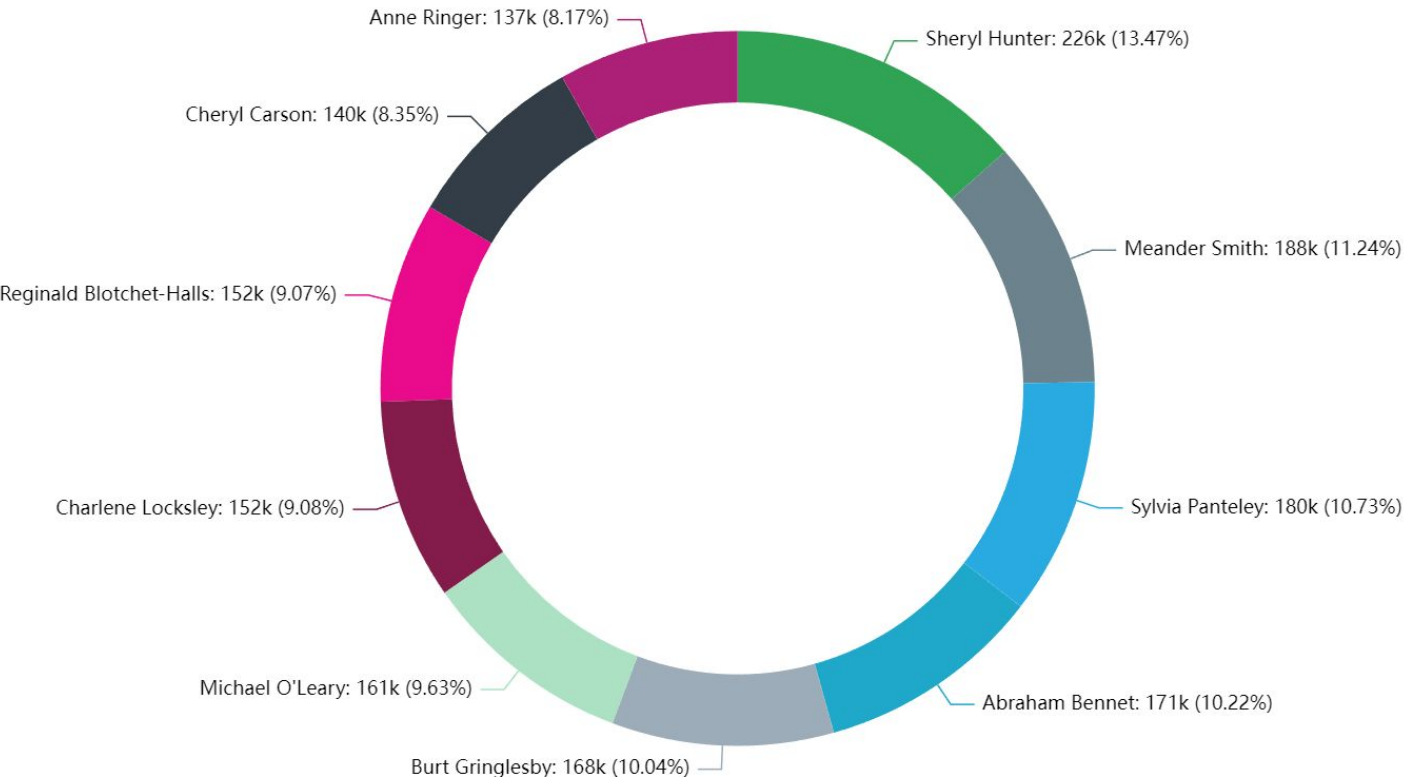


Продавцы: Выручка которых ниже общей средней выручки по компании

Из данных видно, что Sheryl Hunter имеет наибольшую сумму средней выручки среди остальных продавцов, составляющую 225516. За ней следуют Meander Smith с 188076, Sylvia Panteley с 179518, Abraham Bennet с 170983 и Burt Gringlesby с 167993.

Michael O'Leary имеет сумму средней выручки, равную 161108, Charlene Locksley - 152007, Reginald Blotchet-Halls - 151773, Cheryl Carson - 139818 и Anne Ringer - 136768.

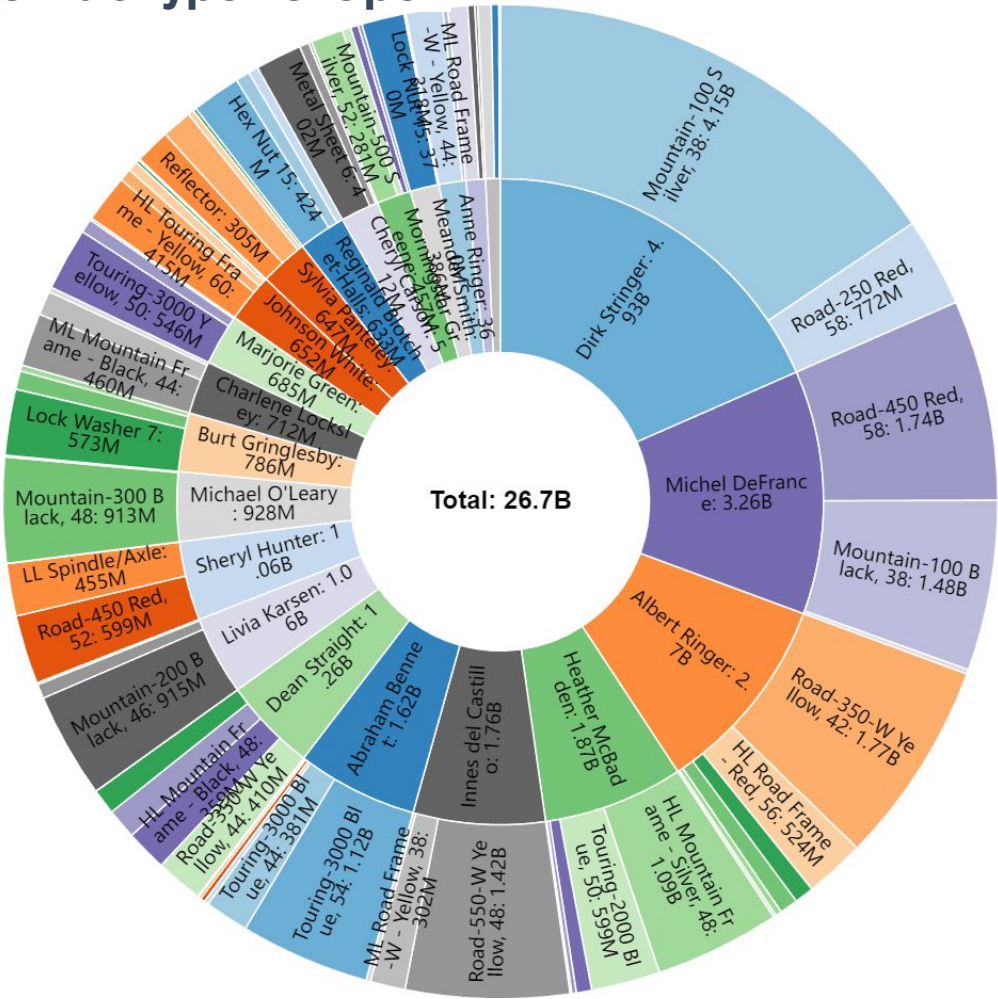
На основе этих данных можно сделать вывод, что Sheryl Hunter меньше всех по средней выручке отклоняется от средней по компании, Anne Ringer - больше всех



Продавцы: ТОП 10 по выручке и номенклатуре товаров

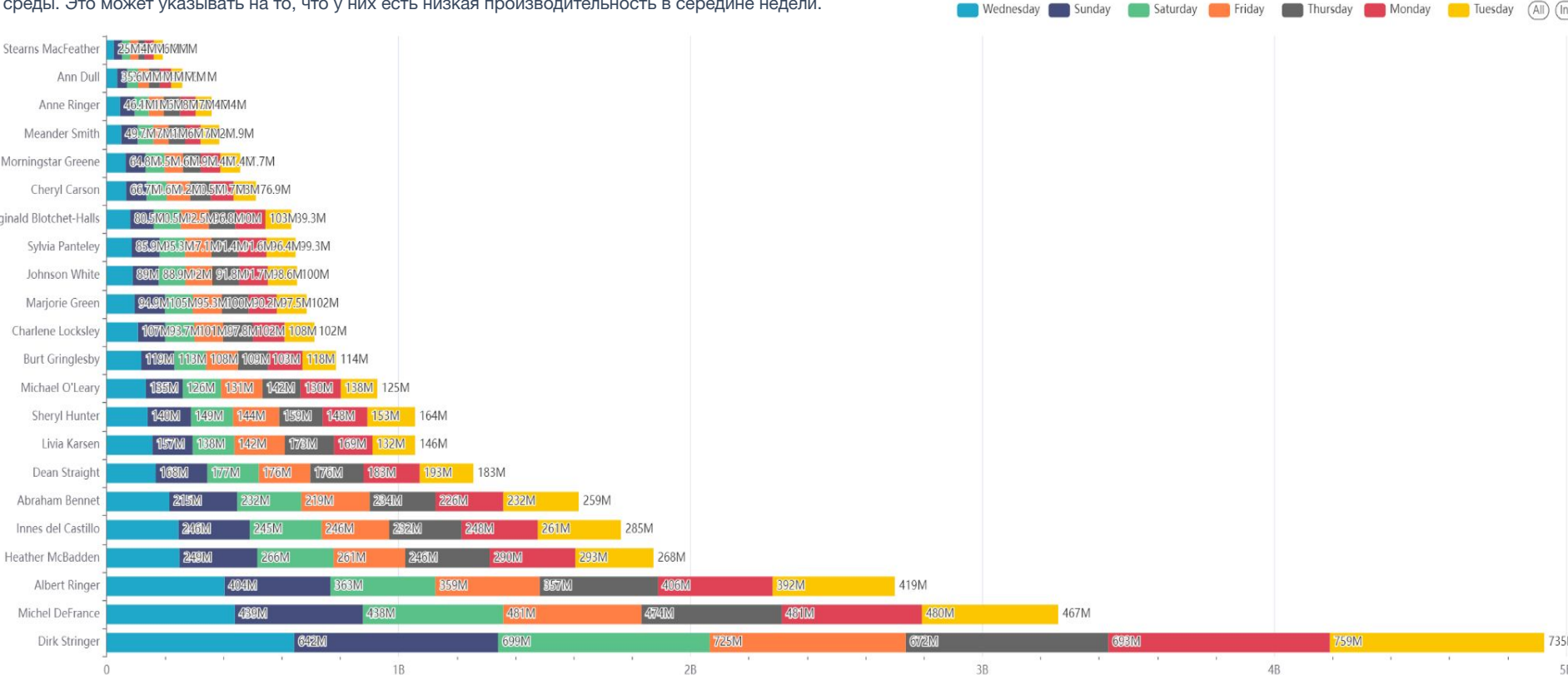
Из статистики видно

- 1. Самый высокий доход был получен от продажи товара "Mountain-100 Silver, 38" продавцом Dirk Stringer, сумма дохода составила 4,153,019,472.
- 2. Второй по высоте дохода продавец - Albert Ringer, он получил 1,770,725,307 от продажи товара "Road-350-W Yellow, 42".
- 3. Сумма дохода от продажи всех товаров превышает 10 миллиардов долларов.
- 4. Продавец Burt Gringlesby получил доход от продажи товара "Lock Washer 7" в размере 573,062,352 долларов.
- 5. Популярными товарами с высоким доходом также являются Road-450, Mountain-100, Road-550-W, Touring-3000, HL Mountain Frame и Mountain-200.
- 6. Некоторые товары, такие как External Lock Washer , Chainring Bolts, Lock Washer 3 и Flat Washer 4, не принесли дохода.



Продавцы: выручка продавцов по дням недели

По результатам анализа данных Абрахам Беннет и Альберт Рингер имеют наибольшие значения для всех дней недели. Пятница, суббота и воскресенье обычно являются днями с наибольшими значениями для большинства продавцов. Дирк Стрингер имеет высокие значения для понедельника и вторника, но низкие значения для среды. Это может указывать на то, что у него есть высокая производительность в начале недели, но она снижается к середине недели. Какие-то значения, например, Морнингстар Грин и Регинальд Блотчет-Холлс, колеблются в течение недели, но общая тенденция сложно определить без знания контекста этих данных. Майкл О'Лири и Сильвия Пантели имеют низкие значения для вторника и среды. Это может указывать на то, что у них есть низкая производительность в середине недели.



Выручка: дни недели

Из анализа выручки в разрезе День недели - продавец (ТОП 3) можем сделать следующие выводы : в основном разница между днями по выручке небольшая, все таки в понедельник показатель выручки наибольший. Основной объем выручки приносит три продавца Dirk Stringer, Michel DeFrance, Albert Ringer

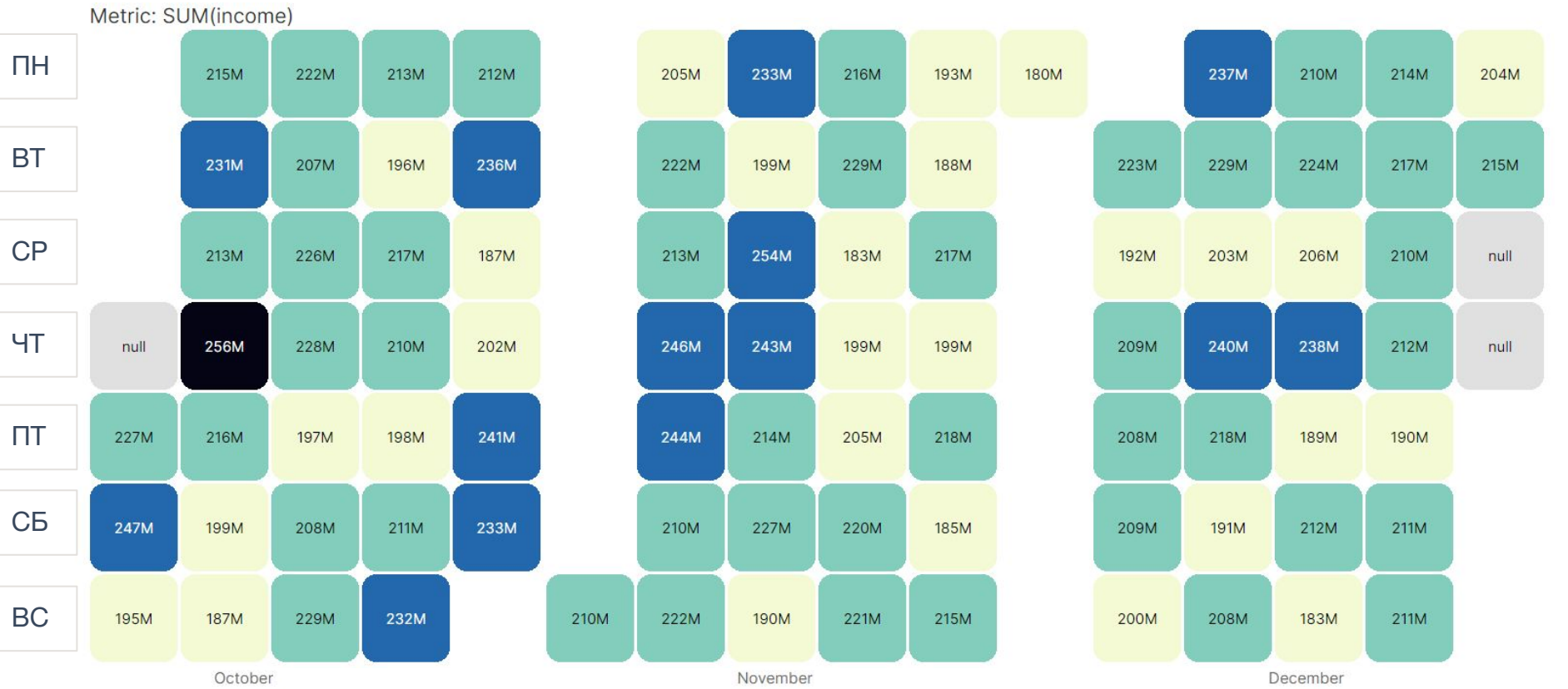
1. Dirk Stringer является лидирующим сотрудником отдела продаж с самым высоким объемом продаж на понедельник, вторник и субботу. Это может говорить о его высокой производительности и индивидуальных навыках продаж. 2. Michel DeFrance также показывает хорошие результаты, особенно в четверг и субботу. Он является вторым по объему продаж сотрудником. 3. Albert Ringer значительно отстает от Dirk Stringer и Michel DeFrance по объему продаж, но все равно демонстрирует стабильность, особенно во вторник и четверг. 4. В целом, понедельник, вторник и суббота являются самыми успешными днями для отдела продаж, в то время как среда и воскресенье привлекают меньше продаж. 5. У общей суммы продаж Dirk Stringer показывает наиболее высокие результаты, за ним идут Michel DeFrance и Albert Ringer. 6. Важно отметить, что эти данные могут быть использованы для выявления лучших дней и сотрудников, а также для определения причин меньшего успеха в определенные дни и у сотрудников. Это позволяет оптимизировать стратегию продаж и предпринять необходимые шаги для увеличения объемов продаж в слабые дни и у сотрудников. 7. Подробнее также можно изучить данные, используя другие факторы, например, сегмент рынка, продуктовую линию, клиентскую аудиторию и прочее. Это позволит более точно определить факторы, влияющие на продажи, и разработать более эффективные стратегии продаж.

WEEKDAY-SELLER-INCOME



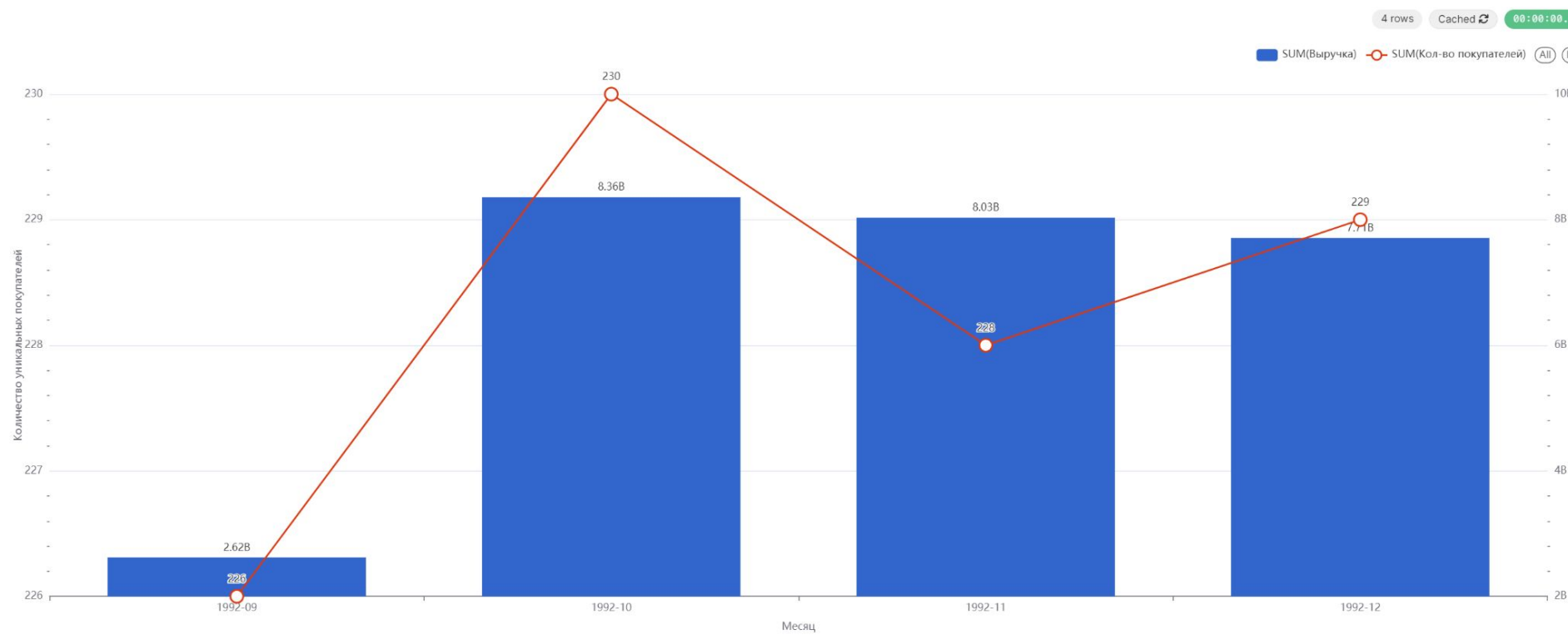
Продажи: выручка по дням недели

Вторник и четверг имеют наибольшие объемы продаж. Это может быть связано с тем, что люди, проведя понедельник на работе и оценив свои потребности, откладывают покупки на вторник и четверг. Понедельник и воскресенье имеют наименьшие объемы продаж. Объемы продаж в эти дни могут быть ниже из-за того, что люди часто отдыхают или готовятся к рабочей неделе, не тратя много денег. Остальные дни недели (среда, пятница, суббота) имеют промежуточные значения объемов продаж.



Покупатели: уникальные покупатели и выручка по ним

Исходя из данных можно сделать следующие выводы: 1. Компания в целом наблюдает рост выручки с сентября по октябрь 1992 года, значительное снижение в декабре 1992 года, а в ноябре 1992 года выручка осталась примерно на том же уровне, что и в октябре. 2. Количество покупателей в течение этого периода остается относительно стабильным, с небольшими колебаниями. В декабре было замечено самое низкое значение, а в октябре самое высокое. 3. Можно предположить, что причиной снижения выручки в декабре может быть сезонное падение спроса или другие факторы, такие как конкуренция или экономические проблемы.

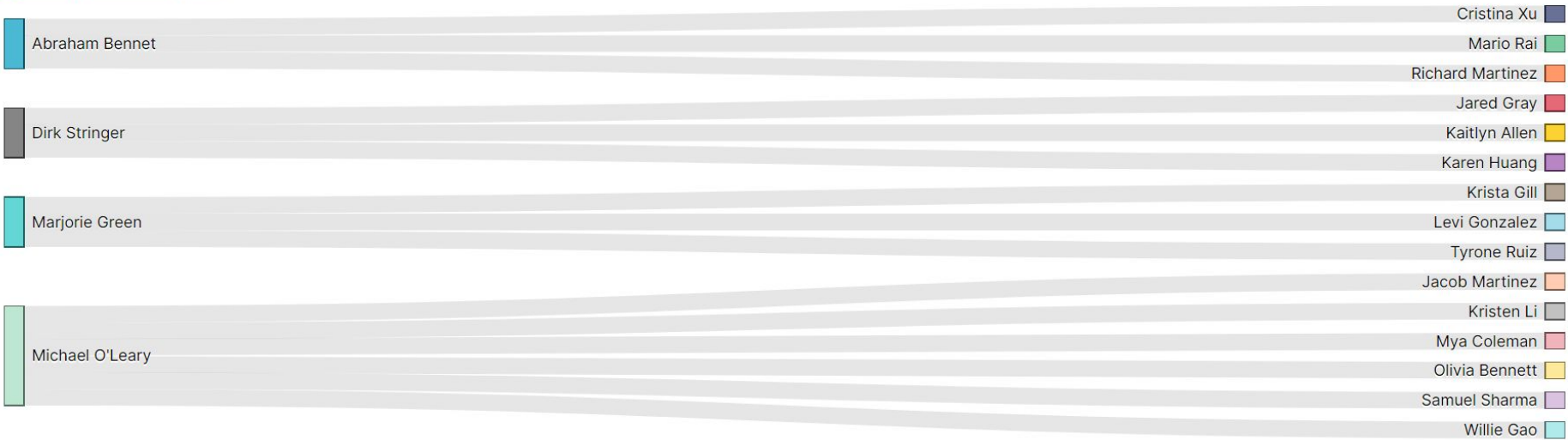


Покупатели: первая покупка которых была в ходе проведения акций

Необходимо проводить дальнейший анализ данных, чтобы определить эффективность акций и выявить, какие виды товаров были наиболее популярны среди покупателей. Эта информация поможет разработать более точные и эффективные маркетинговые стратегии для каждого из продавцов.

✓

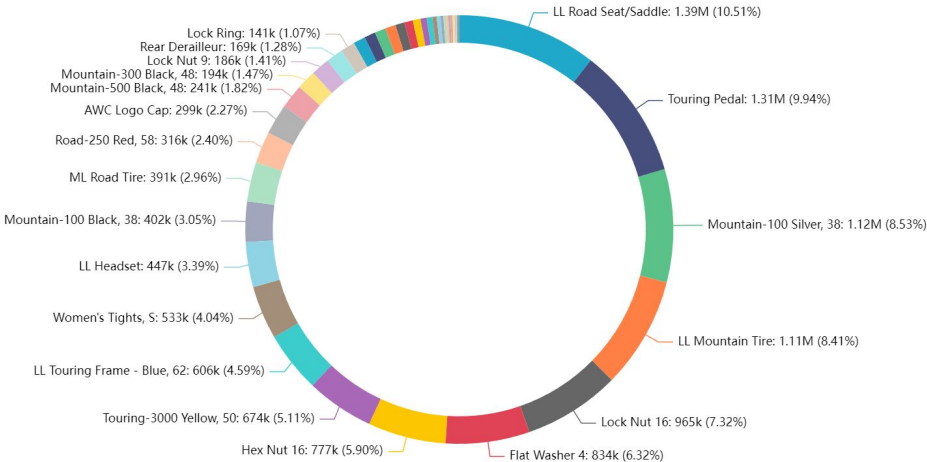
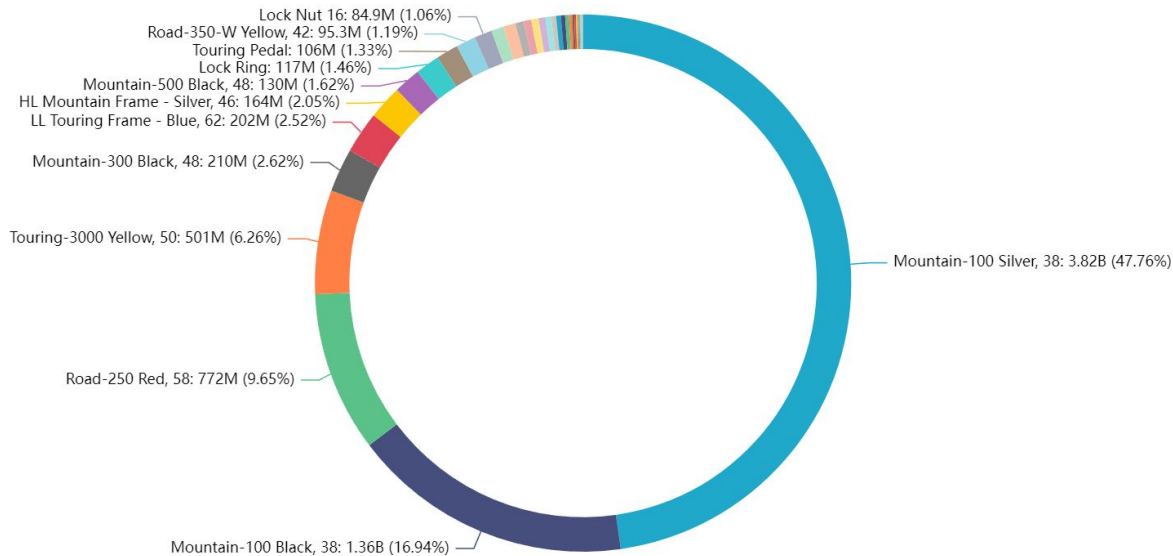
Товары со скидкой



Товары: Выручка по товарам

Статистика по товарам показывает, что основную выручку приносят продажи горных велосипедов, на втором месте - шоссейные и туристические.

Следовательно, эти товары должны быть доминантой при формировании концепции сервиса для велосипедов, маркетинговых акций (например мероприятия должны в первую очередь быть нацелены на потребителей горных велосипедов и тд).



Статистика по количеству продаваемых товаров показывает, что целесообразно выручку закладывать в такие товары как сиденья, педали (объемы продаж также могут свидетельствовать о низком качестве этих запчастей), камеры для колес. Также в выборку попал один велосипед - Mountain-100 Silver, 38. Нужно отдельно проанализировать этот товар по всем показателям, с целью увеличения доли велосипедов в ТОПе по количеству продаж.