

Проект “Продажи”

Дашборд <https://datalens.yandex.cloud/l54jwsu0md848>

Студент Ефремова А.В

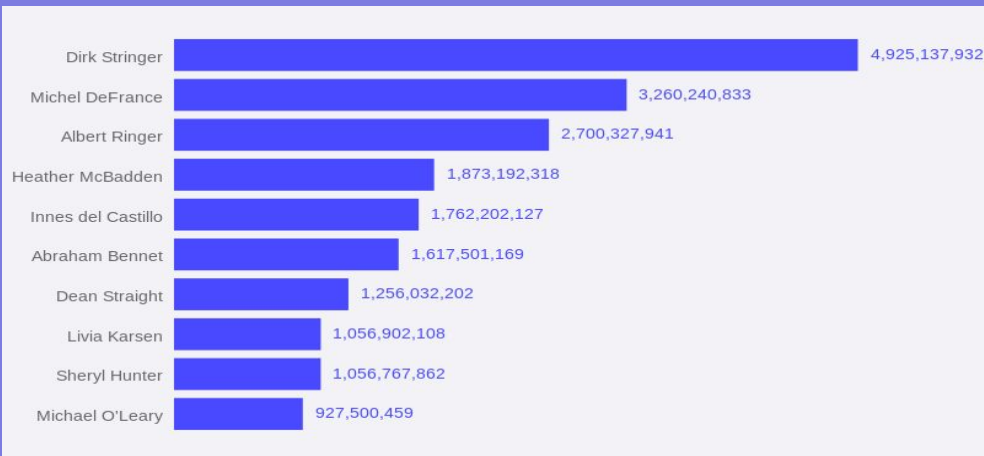
В магазине “**Чижик**” решили подвести итоги квартала.

Цель отчета:

1. Проверить сколько выручки приносит каждый продавец на неделе и определить топ 10 лучших продавцов для начисления новогоднего бонуса;
2. Сравнить результаты выручки, учитывая среднюю выручку каждого продавца для дальнейшего обучения, рассмотрения новой мотивации сотрудников;
3. Проведение акций
4. Определить целевой возраст покупателей, чтобы выработать политику компании на будущий год

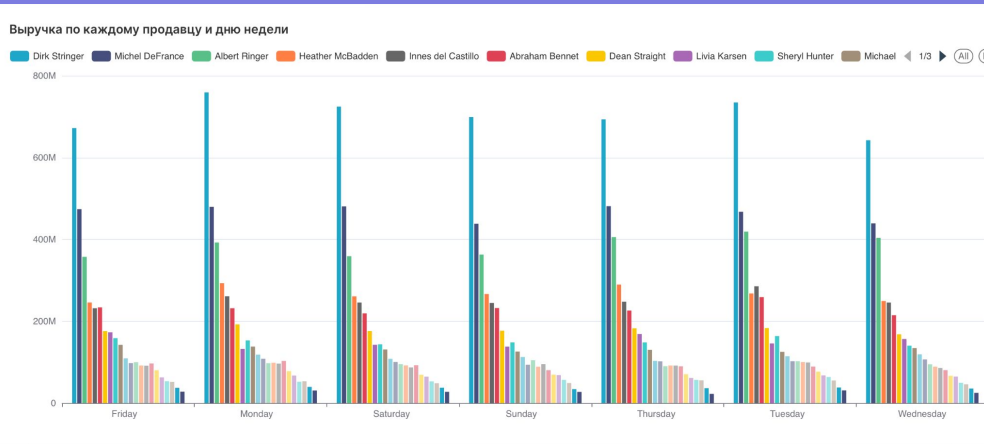
Сроки: Квартал

Топ-10 продавцов за квартал. Выручка по каждому продавцу и дню недели

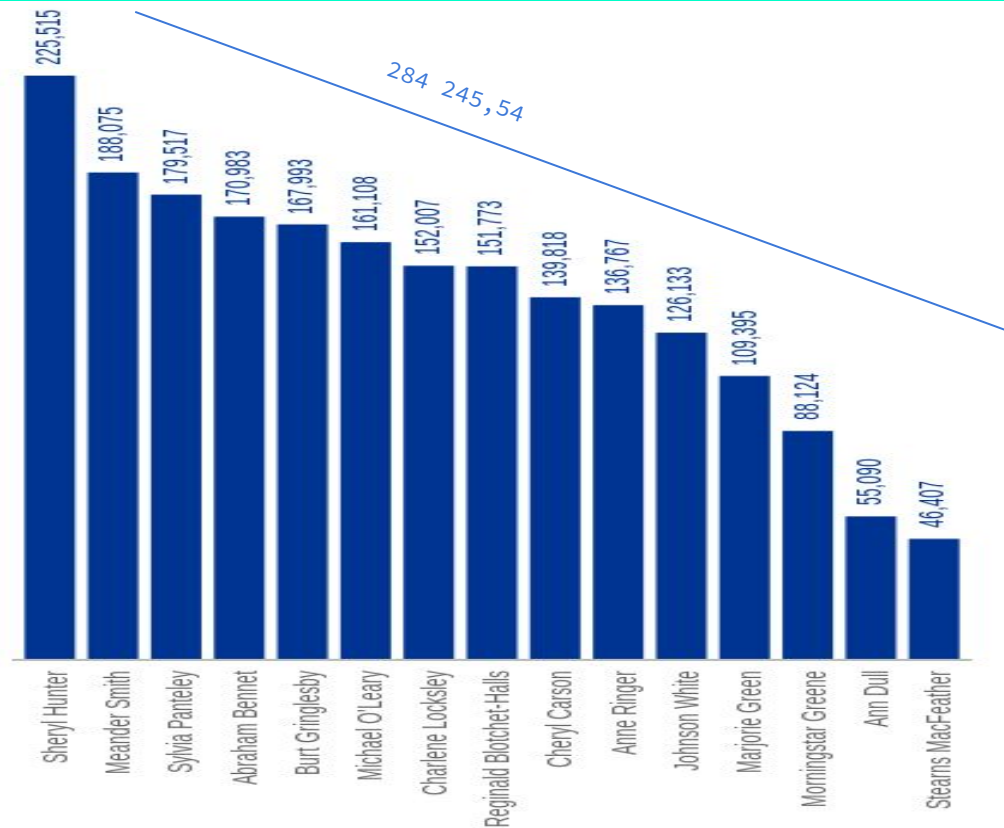


Выводы по графикам:

- Лидирующую позицию по выручке из 10 продавцов за квартал занимает Dirk Stringer
- Dirk Stringer каждый день в неделе в рассматриваемом периоде показывал наилучшие результаты
- Michel De France и Albert Ringer имеют небольшое отставание в 8% и 10% соответственно
- Остальная часть продавцов показала менее хорошие результаты - разница между суммой продаж топ 1 от топ 4 составляет около 15%



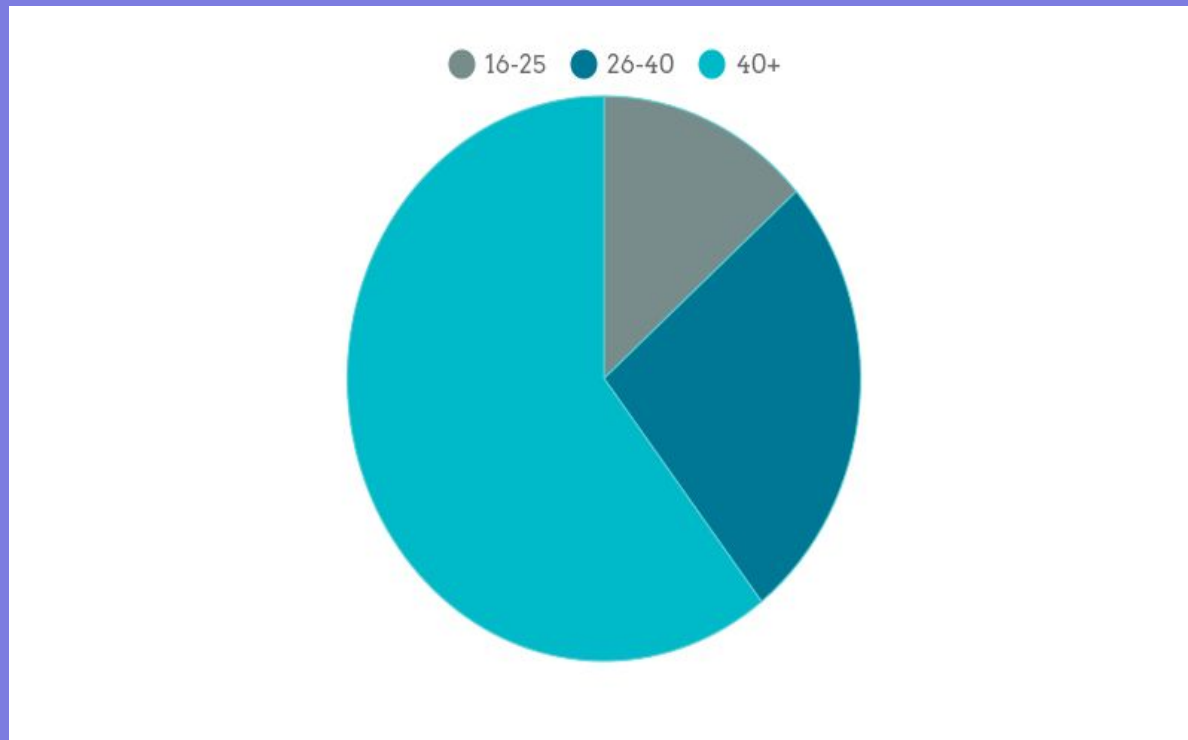
Продавцы, чья выручка ниже средней выручки всех продавцов



Выводы по графику:

- У 15 продавцов средняя выручка оказалась меньше средней выручки всех продавцов

Возрастная группа клиентов магазина



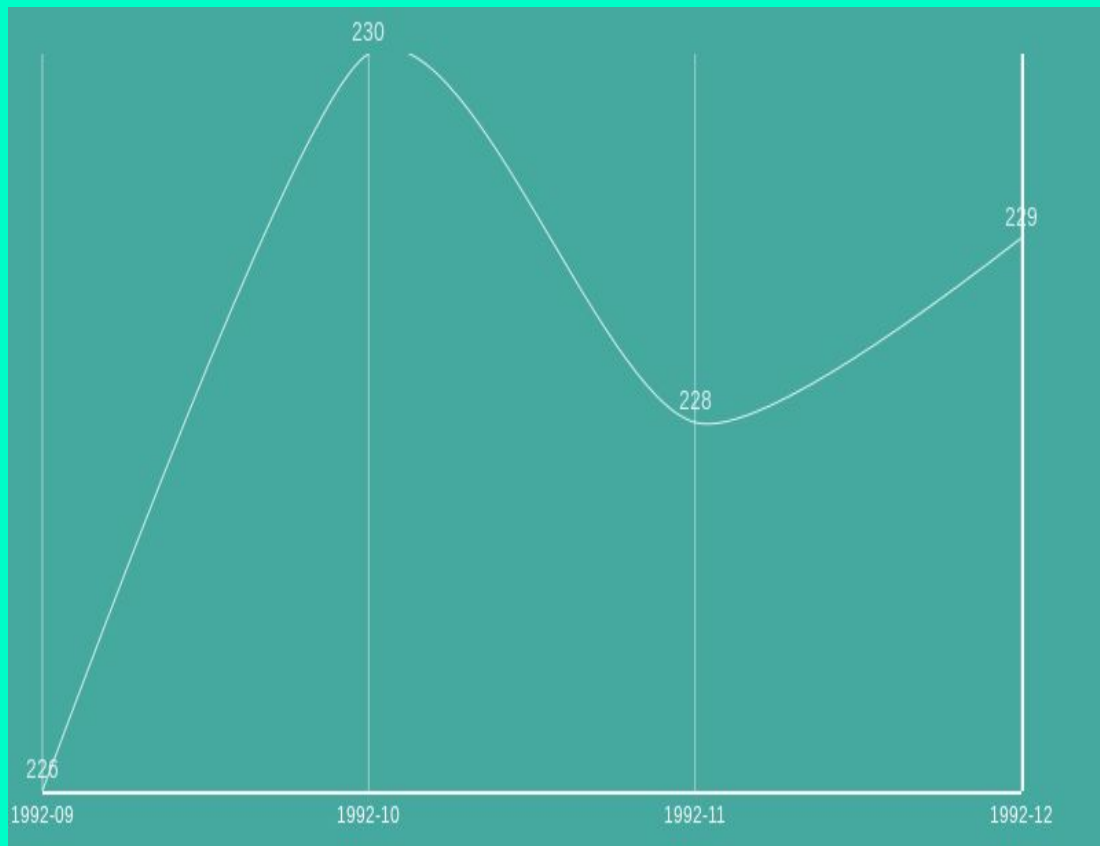
Выводы по графику:

- 60,5% клиентов в магазине возраста 40 + лет
- 26% занимают клиенты возраста от 26 до 40 лет
- Меньшая часть клиентов возраста от 16 до 25 лет - 13,5%

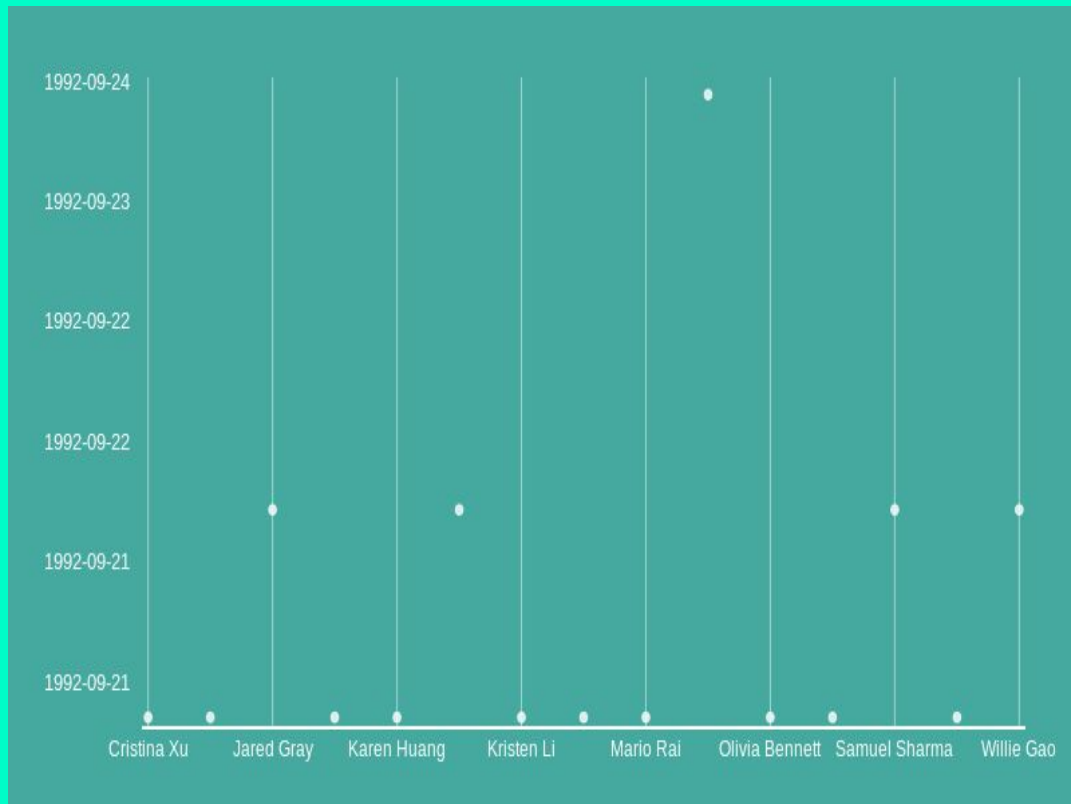
Количество покупателей по месяцам

Выводы по графику:

- Количество покупателей по месяцам +/- стабильно - нет резких выпадов в количестве
- На графике виден небольшой прирост клиентов в октябре 2022 - время проведения акции, где некоторые товары можно было купить по цене 0, что увеличило проходимость и спрос
- После окончания акции магазину удалось сохранить лояльность новых пришедших клиентов



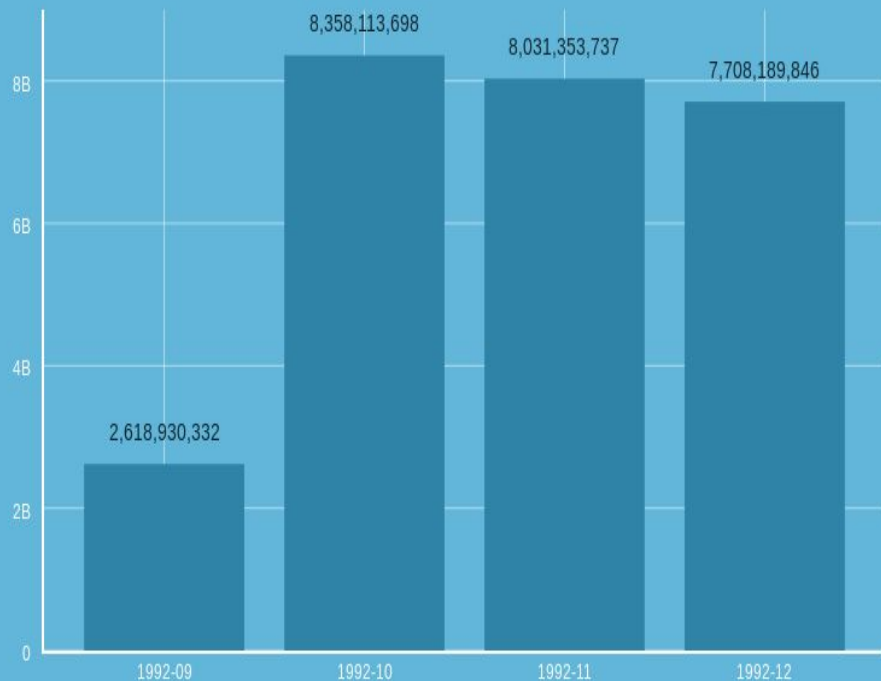
Покупатели, первая покупка которых пришлась на время проведения специальных акций



Выводы по графику:

- Первый день проведения 21/09 показал значительный интерес к акции
- В первый день большинство клиентов поучаствовали в акции и приобрели акционный товар
- В остальные дни количество покупок товаров в рамках акции значительно уменьшилось
- Виден курс на проведение однодневных акций - “Товар дня”

Выручка магазина по месяцам



Выводы по графику:

- На время проведения акции в октябре 1992 года виден прирост выручки магазина
- По сравнению с сентябрем продажи выросли более чем на 60%
- Акция с бесплатным товаров увеличила сумму чека клиента
- В ноябре и декабре 1992 года после окончания акции магазину удалось сохранить стабильность выручки от продажи товаров - выбросов не наблюдается

Результаты

1. Магазин определил топ-10 продавцов и вручил победителям подарки;
2. Со многими из 10 обсуждается вопрос по дополнительному функционалу - обучение других сотрудников.
3. С некоторыми ребятами попрощались после проведения теста - окончание квартала
4. Заложили дополнительные средства на обучение новых сотрудников, так как результаты анализа показали что большая половина не справляется по выручке
5. Целевая группа клиентов магазина - клиенты 40 +, цели магазина - введение программы лояльности, бонусы пенсионерам, коллаборации с блогерами, чтобы увеличить поток молодой аудитории.