

Анализ продаж



Цель отчета - проанализировать продажи за последние четыре месяца и выявить закономерности, по которым меняется доход

Продавцы с наибольшей выручкой

Продавец с наибольшим количеством продаж шестой в списке.

Необходимо сделать больший упор на средний чек

Топ 10

seller	operations	income
Dirk Stringer	4192	4925137932
Michel DeFrance	4688	3260240833
Albert Ringer	4695	2700327941
Heather McBadden	4139	1873192318
Innes del Castillo	4674	1762202127
Abraham Bennet	9460	1617501169
Dean Straight	4195	1256032202
Livia Karsen	2564	1056902108
Sheryl Hunter	4686	1056767862
Michael O'Leary	5757	927500459

Наименьший средний чек

Только 3 продавца со средним чеком меньше общей средней выручки входят в топ 10, что говорит о том, что этот показатель влияет на общую прибыль

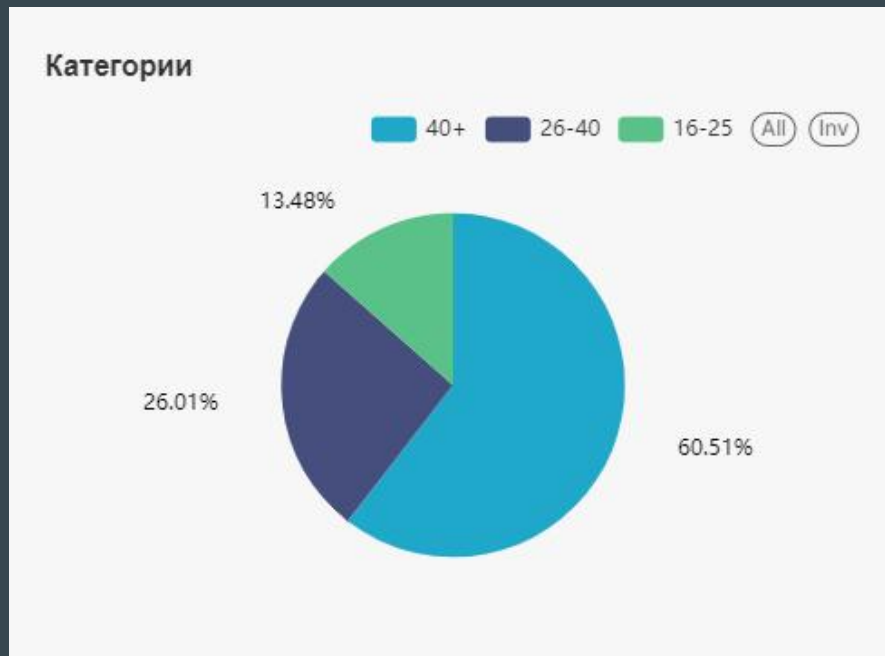
Продавцы с выручкой меньше средней

seller	average_income
Stearns MacFeather	46407
Ann Dull	55090
Morningstar Greene	88124
Marjorie Green	109395
Johnson White	126133
Anne Ringer	136767
Cheryl Carson	139818
Reginald Blotchet-Halls	151773
Charlene Locksley	152007
Michael O'Leary	161108
Burt Gringlesby	167993
Abraham Bennet	170983
Sylvia Panteley	179517
Meander Smith	188075
Sheryl Hunter	225515

Возрастные категории покупателей

Наибольшую долю составляют клиенты от 40 лет, на втором месте от 26 до 40, и самая наименьшая: от 16 до 25.

Вероятнее всего, покупатели 40+ наиболее платежеспособны и в большей степени заинтересованы в продукции компании



Выручка по месяцам

Данные о продажах были предоставлены с конца сентября, из-за чего в этом месяце такие низкие показатели выручки, но количество покупателей остается неизменным, что говорит о практически неизменном составе ежедневных или еженедельных клиентов.

В декабре выручка могла снизиться из-за праздников

Количество уникальных покупателей в каждом месяце и прибыль

selling_month	total_customer	income
1992-09	226	2618930332
1992-10	230	8358113698
1992-11	228	8031353737
1992-12	229	7708189846

Заключение

- необходимо сделать упор на повышение среднего чека
- обратить внимание на возрастную группу покупателей от 40 лет, как на самую лояльную, предложив выгодные условия
- акция с продажами по нулевой цене не привела к притоку новых покупателей
- общая прибыль остается довольно стабильной, но для увеличения необходимо привлечение новых покупателей за счет рекламной акции