

Анализ отдела продаж и покупателей

Сверткова Анна

Цели

Анализ результатов акции - провести детальный анализ эффективности проведенной акции, выявив ключевые показатели успеха и области для улучшения:

- Увеличению общей выручки, среднего чека и количества проданных единиц товара.
- Привлечение новых пользователей: разработать стратегии для привлечения новых клиентов и создания стимулов для повторной покупки среди существующих пользователей.
- Увеличение числа участников акции: привлечь большее количество продавцов к участию в акции, создавая выгодные условия для сотрудничества.
- Расширение понимания целевой аудитории (ЦА): углубить анализ целевой аудитории, выявив ее предпочтения, потребности и поведение.
- Улучшение взаимодействия с клиентами: создать дополнительные каналы обратной связи для повышения уровня удовлетворенности клиентов и улучшения сервиса.
- Оптимизация маркетинговых стратегий: на основе полученных данных разработать новые маркетинговые стратегии, направленные на привлечение и удержание клиентов.

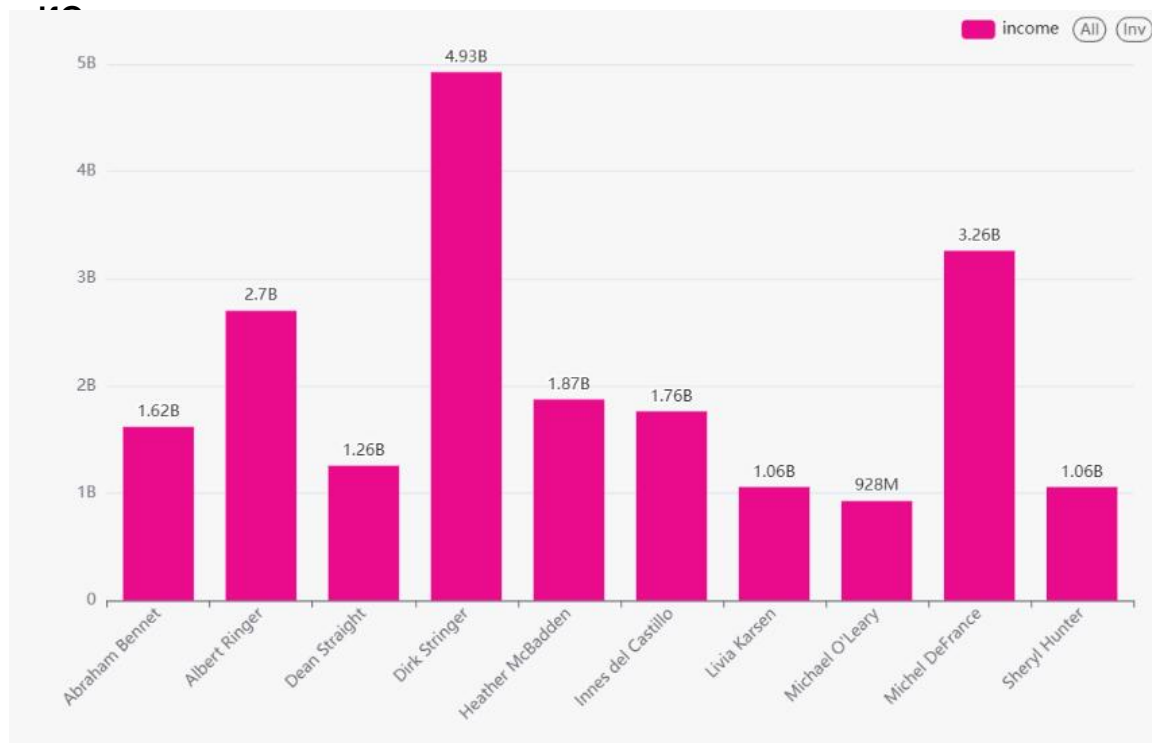
Задачи:

1. Анализ работы продавцов: выявить зависимость роста выручки и количества продаж от проведения акции, сравнив результаты продавцов, участвующих в акции, с результатами тех, кто не принимал участие. Оценить эффективность различных подходов продавцов в рамках акции и их результаты.

2. Анализ покупателей:

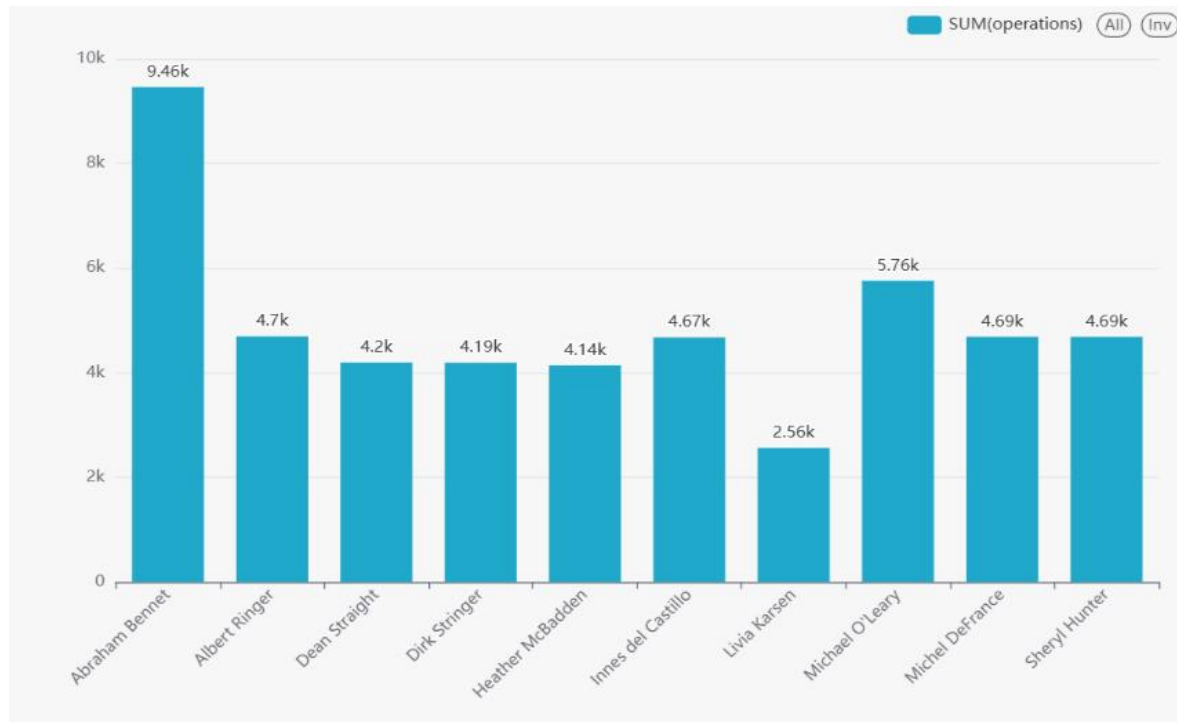
- Определить возрастные группы, активно использующие товар, для более точного понимания нашей целевой аудитории.
- Изучить динамику роста или спада числа покупателей в результате внедрения акции. Определить количество покупателей, принявших участие в акции, и их поведение.

Анализ отдела продаж и покупателей. Топ-10 продавцов по суммарной выручке



В ходе анализа были выявлены топ-10 лучших продавцов по суммарной выручке за все время. Лучший результат показал продавец Dick Stinger, заработав 4,93B. Следующий по результативности идет Michael DeFrance (3.26B)

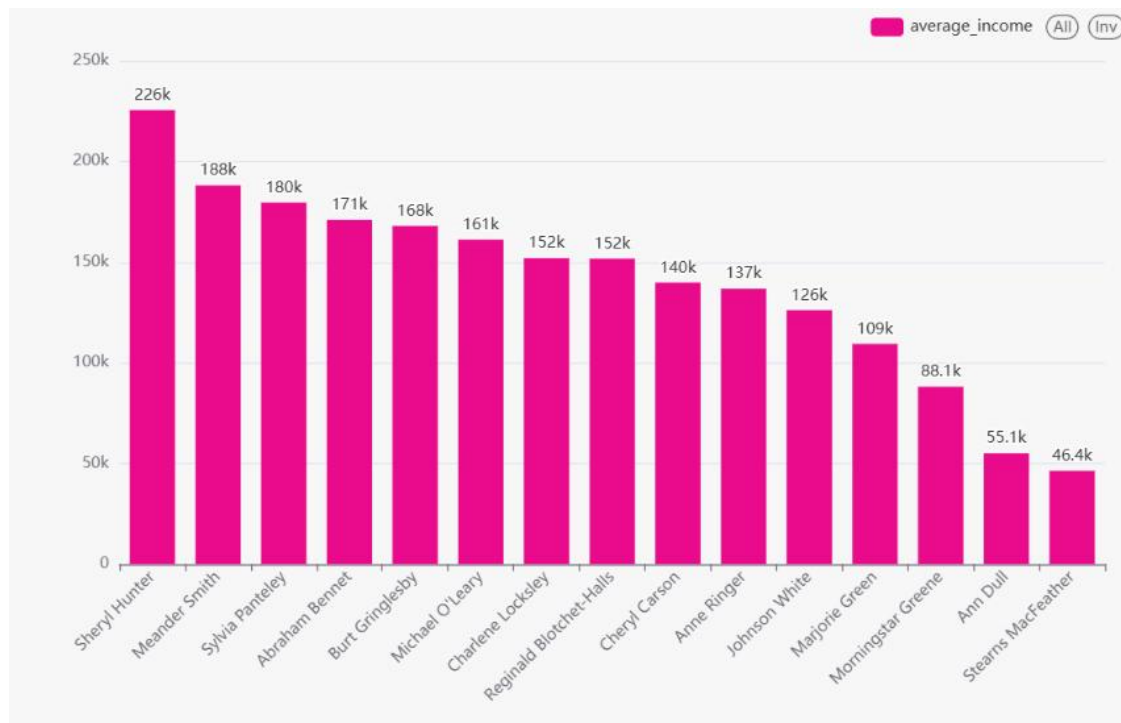
Топ-10 продавцов по количеству продаж



Лучший результат по количеству продаж показал продавец Abraham Bennet, продав 9,46K единиц товара. Следующий по результативности идет Michael O'Leary (5,76K)

Соотнеся графики, можно сделать вывод о том, что нет зависимости выручки от количества проданных единиц.

Продавцы, чья выручка ниже средней выручки всех продавцов



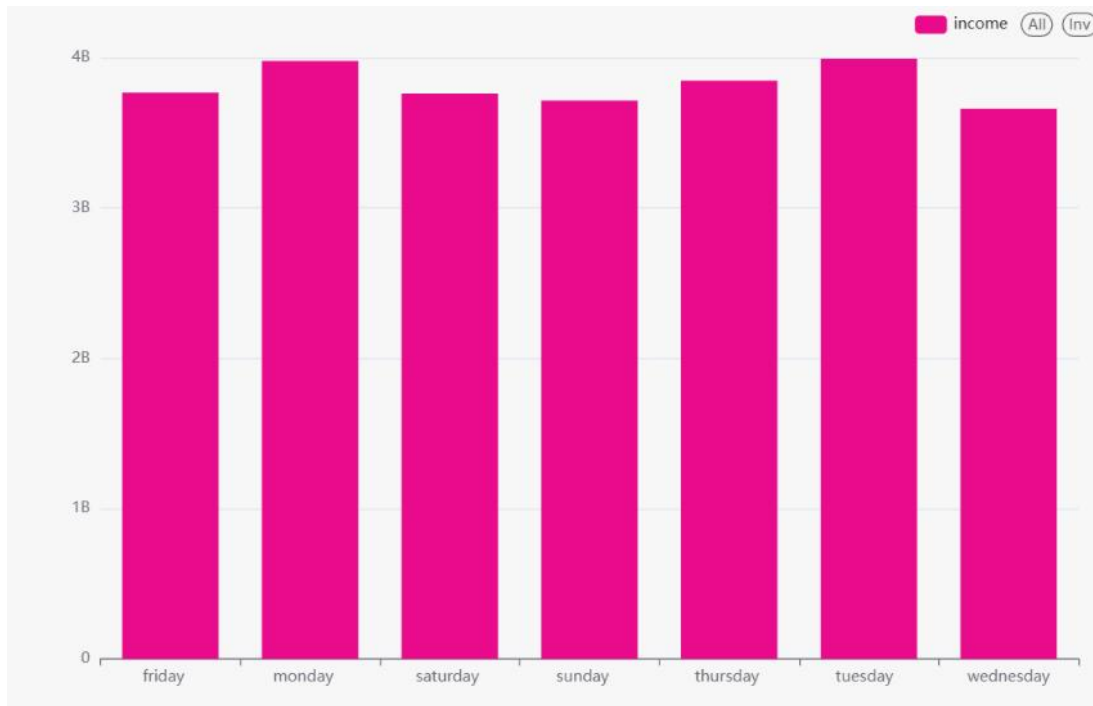
На графике представлены продавцы с самой низкой результативностью по выручке. Однако, часть продавцов лидируют по количеству проданных единиц.

Причину такой зависимости и реальную результативность можно выявить только детально рассмотрев продаваемые товары (их стоимость в соотношении к количеству) и выручку по каждому продавцу в разрезе по месяцам, чтобы выявить динамику роста.

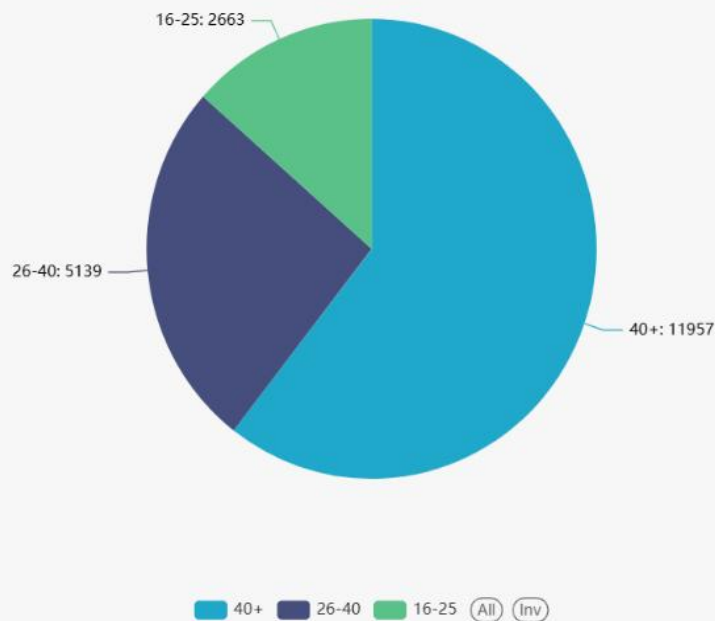
Распределение выручки по дням недели

На столбчатой диаграмме видно, что выручка распределилась равномерно по дням недели.

Можно сделать вывод, что товары стабильно пользуются спросом, это можно учесть в настройке рекламы, а также на производстве.



Возрастные группы покупателей



Из анализа покупателей была выявлена наша основная целевая возрастная группа - это люди 40+ (11957 человек).

Второе и третье место занимают группы 26-40 лет (5139) и 16-25 лет (2663) соответственно.

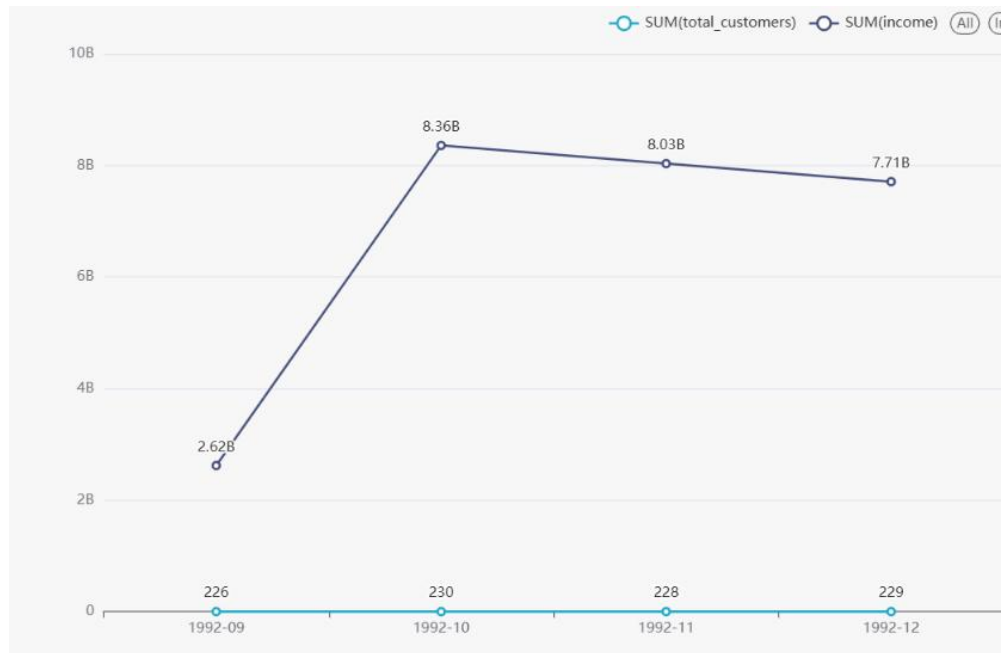
Покупатели, первая покупка которых пришлась на время проведения акции

| sale_date | customer | seller |
|------------|------------------|-----------------|
| 1992-09-21 | Cristina Xu | Abraham Bennet |
| 1992-09-21 | Jacob Martinez | Michael O'Leary |
| 1992-09-21 | Kaitlyn Allen | Dirk Stringer |
| 1992-09-21 | Karen Huang | Dirk Stringer |
| 1992-09-21 | Kristen Li | Michael O'Leary |
| 1992-09-21 | Levi Gonzalez | Marjorie Green |
| 1992-09-21 | Mario Rai | Abraham Bennet |
| 1992-09-21 | Olivia Bennett | Michael O'Leary |
| 1992-09-21 | Richard Martinez | Abraham Bennet |
| 1992-09-21 | Tyrone Ruiz | Marjorie Green |
| 1992-09-22 | Jared Gray | Dirk Stringer |
| 1992-09-22 | Krista Gill | Marjorie Green |
| 1992-09-22 | Samuel Sharma | Michael O'Leary |
| 1992-09-22 | Willie Gao | Michael O'Leary |
| 1992-09-24 | Mya Coleman | Michael O'Leary |

Из таблицы видно, что в акции активно участвовали Michael O'Leary и Dick Stinger.

Это объясняет самую высокую выручку продавца Dick Stinger и большее количество проданных единиц Michael O'Leary.

Количество покупателей и суммарная выручка по месяцам



Рост количества покупателей и выручки по месяцам оказался неравномерным. Число клиентов выросло в октябре в сравнении с сентябрем, в октябре был спад, в декабре снова последовал рост. Резкий рост выручки наблюдается в октябре (почти в 4 раза в сравнение с сентябрем), далее последовал небольшой спад, как в ноябре, так и в декабре.

Резкий рост был связан с началом проведения акции, однако количество покупателей значительно не выросло. *могу предположить, что акция была формата (2+1 или 3+1), т.к. количество выручки на одного покупателя стало больше.

Вывод: проводимая акция действительно принесла видимые результаты: продавцы, активно участвующие в ней, лидируют по выручке и количеству проданного товара.

Рекомендации:

1. Активнее продвигать акцию среди новых и действующих клиентов за счет рекламы, т.к. во время проведения акции не выявлено роста числа покупателей, что может свидетельствовать о неосведомленности пользователей.
2. Привлекать больше продавцов к участию в акции за счет мотивации роста в доходе.

*ссылка на дашборд

<https://838919b3.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/p/KQWRBaoeINP/>

PS.

Вугар, привет!

Хочу сделать небольшую оговорку по поводу целей/задач/рекомендаций.

У меня есть такое подозрение, что я немного ухожу в маркетинговую часть, тк я работаю сейчас маркетологом, я немного мыслю, как мне кажется, по другому и иду немного не туда, начинается какая-то продуктовая история. В идеале я хочу работать именно продуктовым аналитиком. Надеюсь это не ошибка или не сильная ошибка. И хотелось бы от тебя получить рекомендации по структуре именно написания целей и задач на будущее.

Спасибо!