Conclusiones-Análisis de datos de ventas

En la base tenemos los datos de ventas desde 2003 hasta mitad de 2005.

Se puede ver cierta estacionalidad en las ventas, habiendo un mayor monto vendido en la segunda mitad del año, por lo que puede ser buena idea adaptar los canales de comercialización a este comportamiento.

En cuanto a las ventas totales, vemos un marcado incremento mes a mes que esta impulsado mas por cantidad que por precio, por lo que también nos podemos adaptar a esta dinámica preparándonos para aumentar la capacidad de manejar un stock cada vez mas amplio.

Viendo nuestros productos, el mas vendido por cantidad y por ingreso por ventas generado es el S18\_3232, líder en 11 de los 29 meses que tenemos en la base. Mas allá de eso, los ingresos por ventas no están excesivamente concentrados en pocos productos, y tienden a estar cada vez menos concentrados a medida que avanzamos en los meses de los que tenemos registro. Esto implica que no dependemos demasiado del desempeño de unos pocos productos para mantener los ingresos por ventas, pero también significa que es menos claro que productos tenemos que enfocarnos en apoyar ya sea en su marketing, canales de venta o inventarios.

Haciendo un análisis por zona, vemos que mas de un tercio de las ventas se realizan en Estados Unidos, que es también el que mas incrementó sus ventas si comparamos primer mes de datos contra último mes, por lo que es de suma importancia fortalecer la presencia de este país. También prestar atención a Europa, donde hay muchos países que también tienen un importante volumen de ventas y mucho crecimiento en este aspecto, como España(Madrid es la ciudad con más ventas, teniendo un 11% del total), Bélgica o Francia.

Finalizamos viendo quienes y de donde son los 10 clientes que mas compraron, por unidades y por monto, es importante tenerlos en cuenta desde el área de comercial para fortalecer vínculos con ellos. También quienes se destacan por hacer ordenes de compra mas caras, o de mayor cantidad de unidades.