

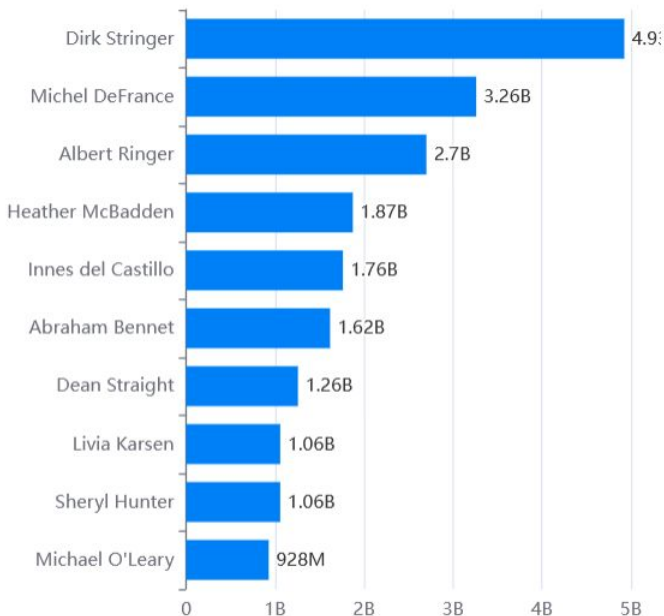
# Проект: Продажи

Анализируемый период: 21 сентября – 29 декабря 1992 года

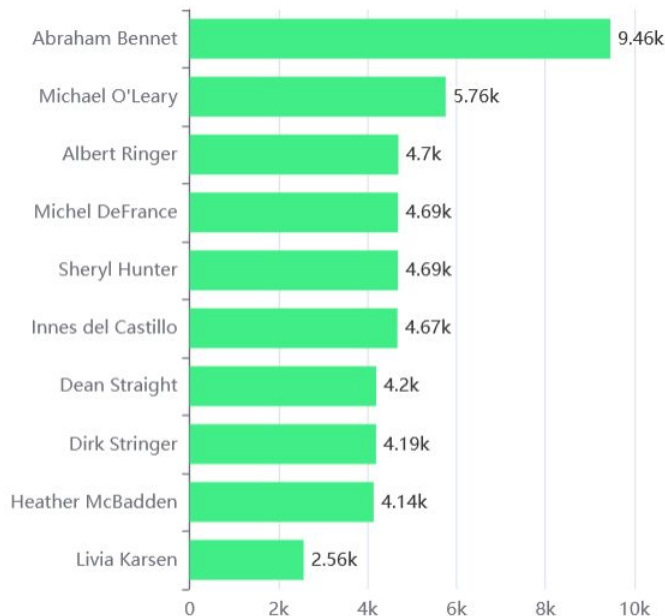
Студент: Даутов Тимур

# Анализ отдела продаж

Выручка, руб.



Количество сделок\*

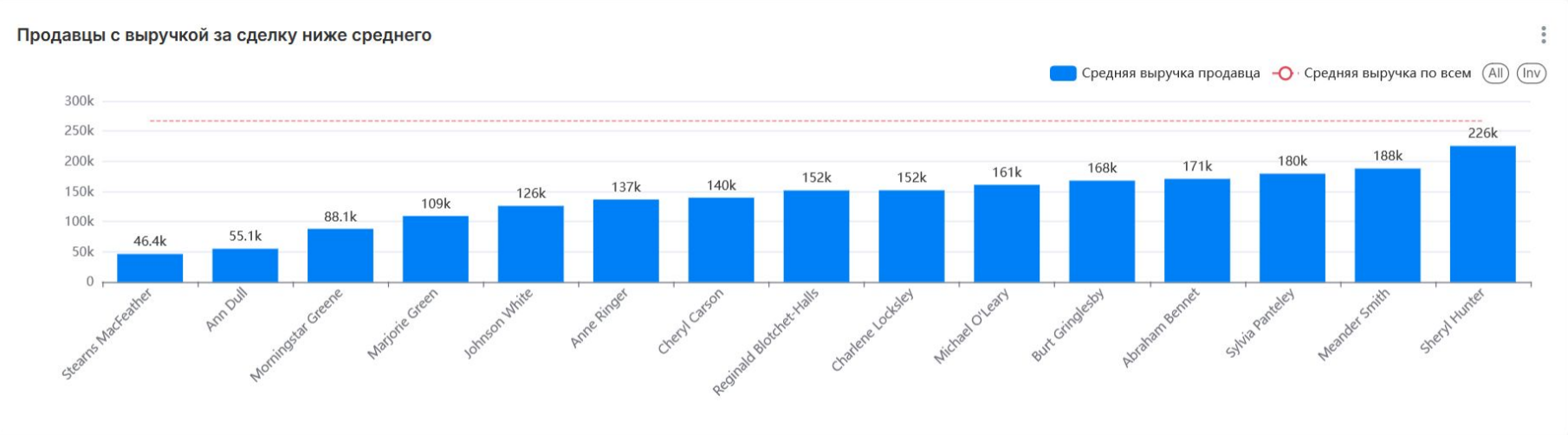


Dirk Stringer лидирует по выручке — 4,9 млрд ₽. Abraham Bennet — лидер по количеству сделок (9,46 тыс.), но занимает лишь 6-е место по выручке. Вывод: его средний чек существенно ниже, чем у Dirk Stringer.

\*Количество сделок указано для сотрудников, вошедших в топ-10 по выручке.

# Анализ отдела продаж

\*



Средняя индивидуальная выручка по отделу составляет 267 тыс. ₽. У 15 сотрудников значения ниже этого уровня.

# Анализ отдела продаж

Выручка продавцов по дням недели

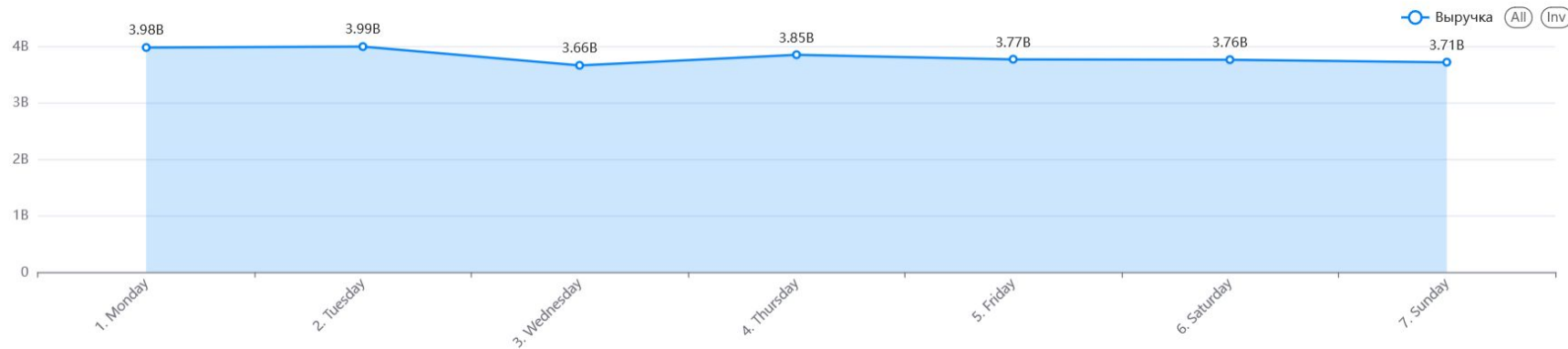
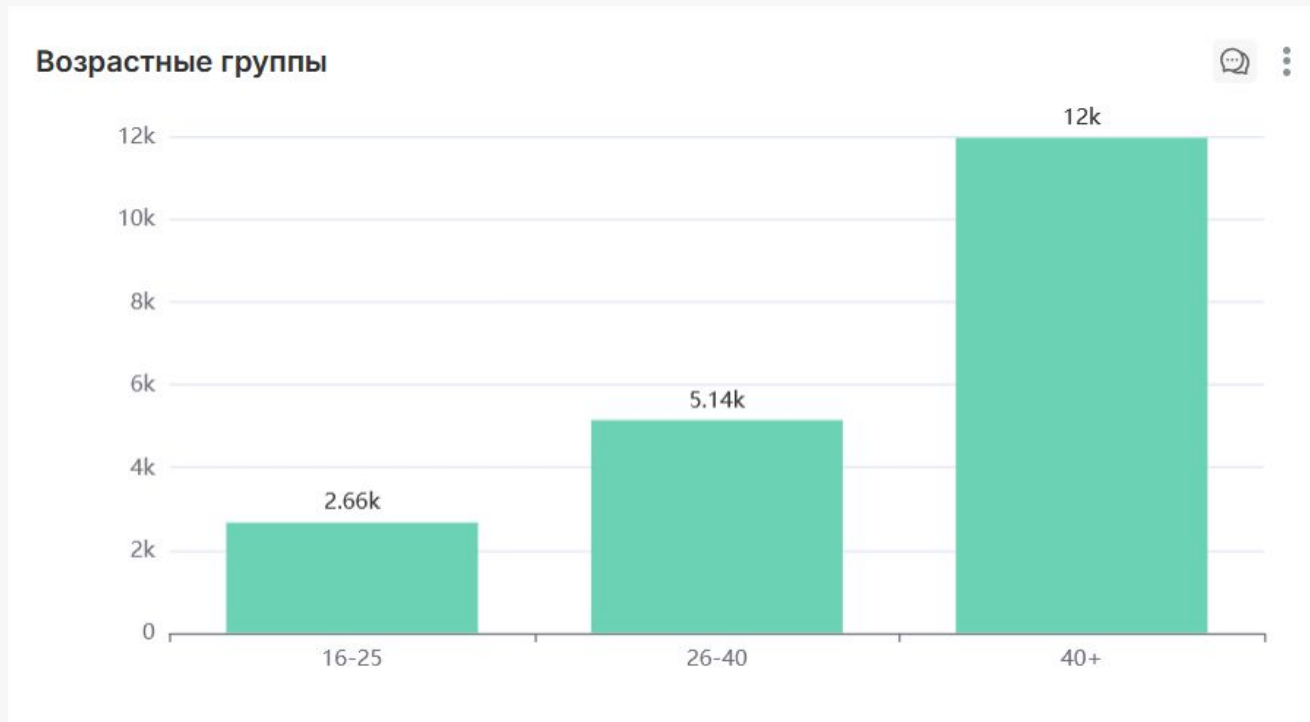


График демонстрирует стабильную динамику выручки в течение недели с наиболее высокими показателями по понедельникам, вторникам и четвергам.

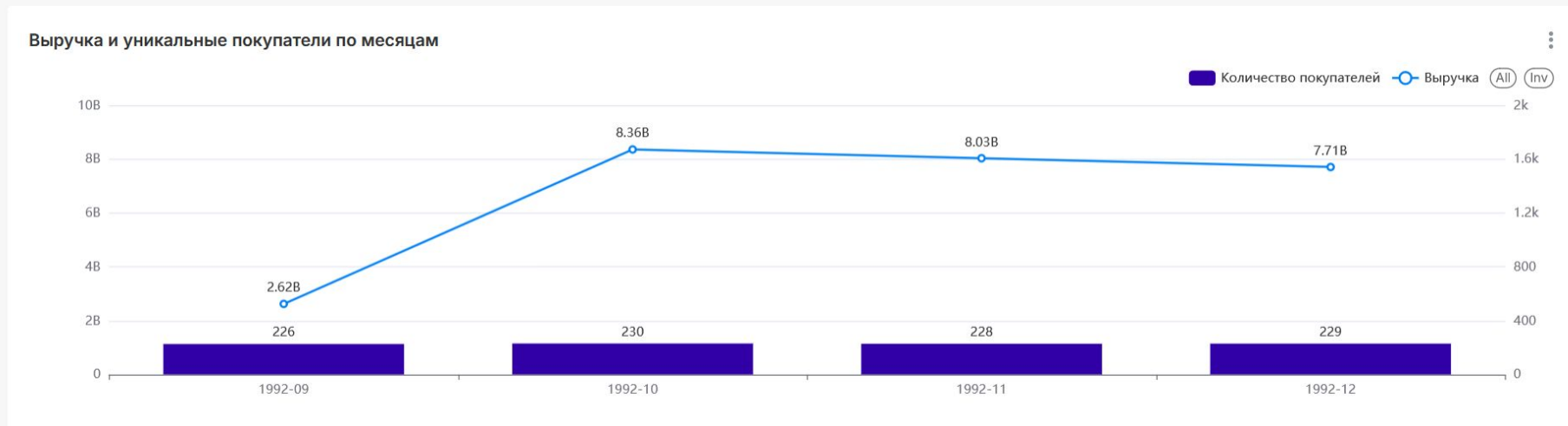
Среда — день с наименьшей выручкой у большинства продавцов, что может свидетельствовать о снижении деловой активности в середине недели.

# Анализ покупателей



- Наибольшая часть клиентской базы — в возрасте 40+ (12 тыс. человек);
- Группа 26–40 лет — 5,14 тыс;
- Молодых клиентов 16–25 лет — 3 тыс.

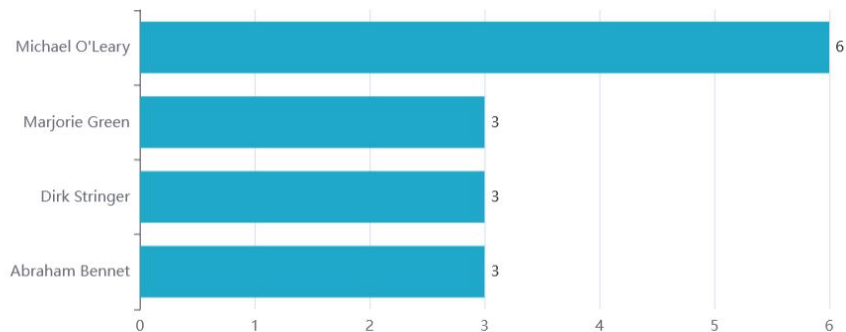
# Анализ покупателей



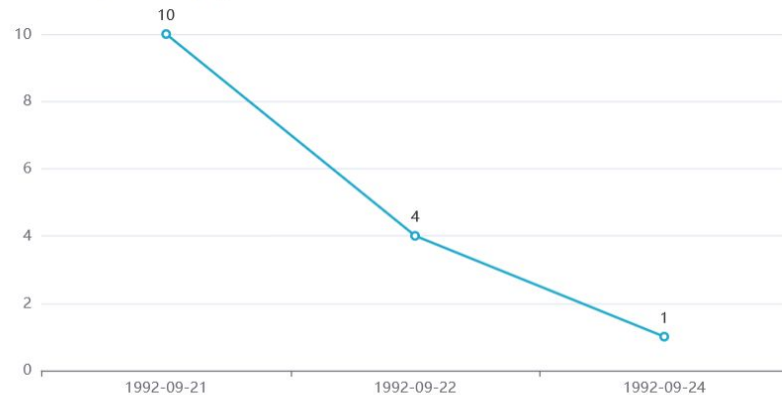
Данные показывают, что при практически неизменном числе клиентов выручка значительно колеблется, что может свидетельствовать о сезонных колебаниях или изменениях в средних расходах клиентов.

# Анализ эффективности акции

Топ продавцов по акционным клиентам



Динамика акционных продаж



За три дня акции в ней приняли участие 15 уникальных клиентов. Наиболее активный день — понедельник. Лидером по количеству привлеченных акционных клиентов стал Michael O'Leary.

# Выводы

- Dirk Stringer — лидер по выручке (4,9 млрд ₽), а Abraham Bennet по количеству сделок (9,46 тыс.).
- Средняя индивидуальная выручка в отделе составляет 267 тыс. ₽, при этом 15 сотрудников работают ниже этого уровня.
- Выручка наиболее высокая по понедельникам, вторникам и четвергам, в то время как среда демонстрирует спад.
- Основная часть клиентов — люди старше 40 лет. Молодежная аудитория значительно меньше, что может стать зоной для развития.
- За три дня акции приняли участие 15 уникальных клиентов, с пиком активности в понедельник.
- По результатам анализа был построен [дашборд](#).