

# ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

## ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выявить ключевые факторы эффективности продавцов, определить сильные и слабые стороны для оптимизации работы отдела продаж

## ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Проанализировать возрастной портрет покупателей.
2. Оценить результативность продавцов по дням недели.
3. Сравнить средний доход, генерируемый каждым продавцом.
4. Сопоставить количество операций и доход от ключевых сотрудников.

# ХОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проведено на основе дашборда аналитики продаж.  
Были рассмотрены следующие метрики:

- Возрастные категории покупателей.
- Средний доход на продавца.
- Количество операций и доход по ключевым сотрудникам.
- Результативность по дням недели.

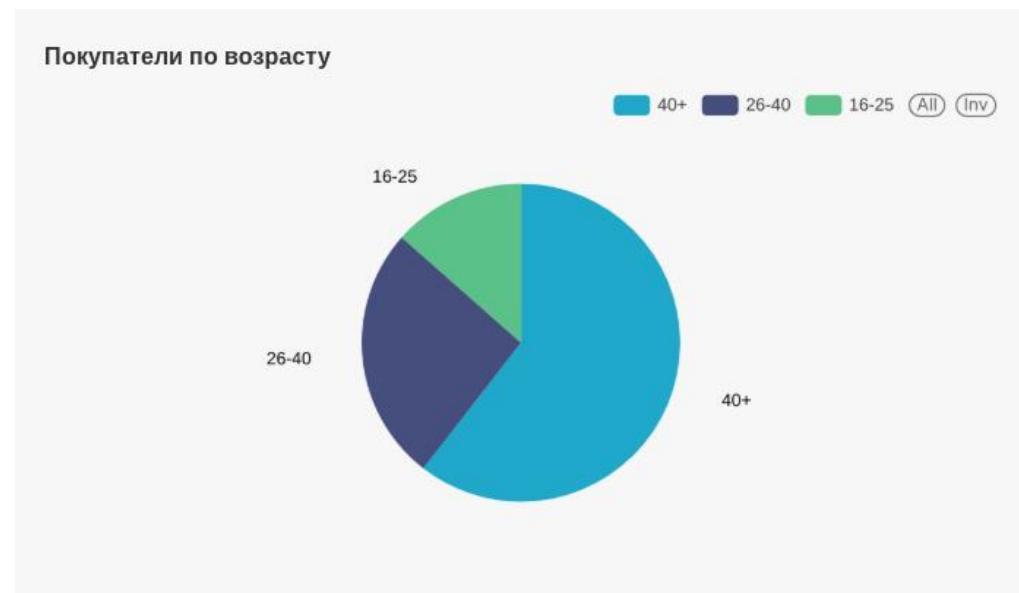
# ВОЗРАСТНОЙ ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Основная целевая аудитория — покупатели 26–40 лет.

Доля молодой аудитории (16–25 лет) минимальна.

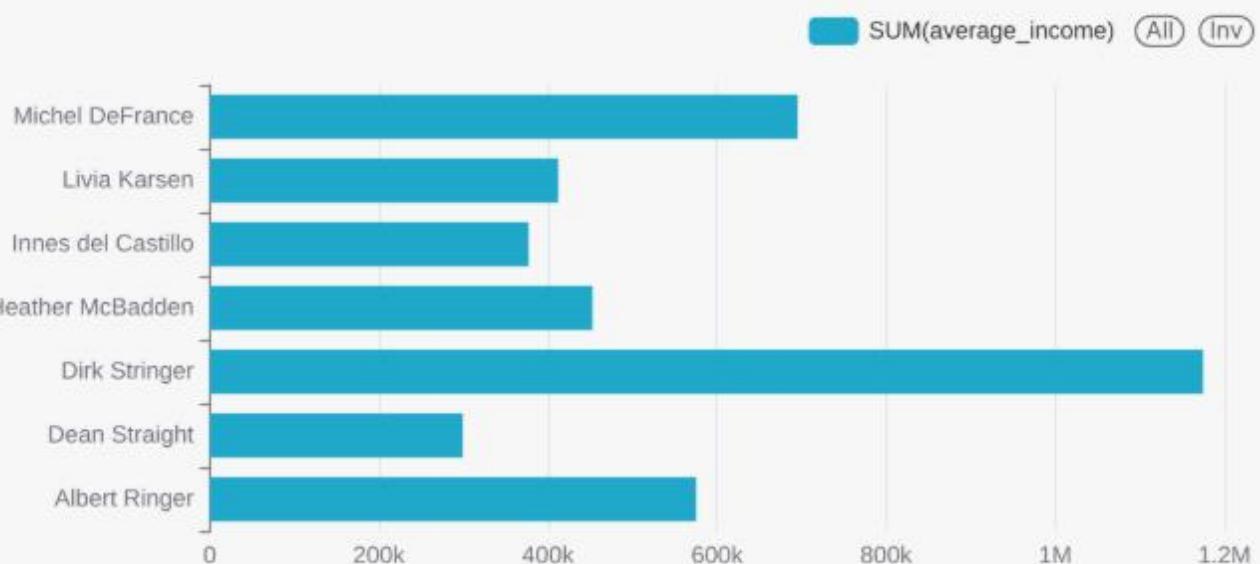
Группа 40+ представляет значительную часть клиентской базы.

**Вывод:** Рекомендуется адаптировать маркетинговые стратегии под аудиторию 26–40 лет, не исключая поддержку возрастной группы 40+.



# СРЕДНИЙ ДОХОД НА ПРОДАВЦА

Средний доход от продавца



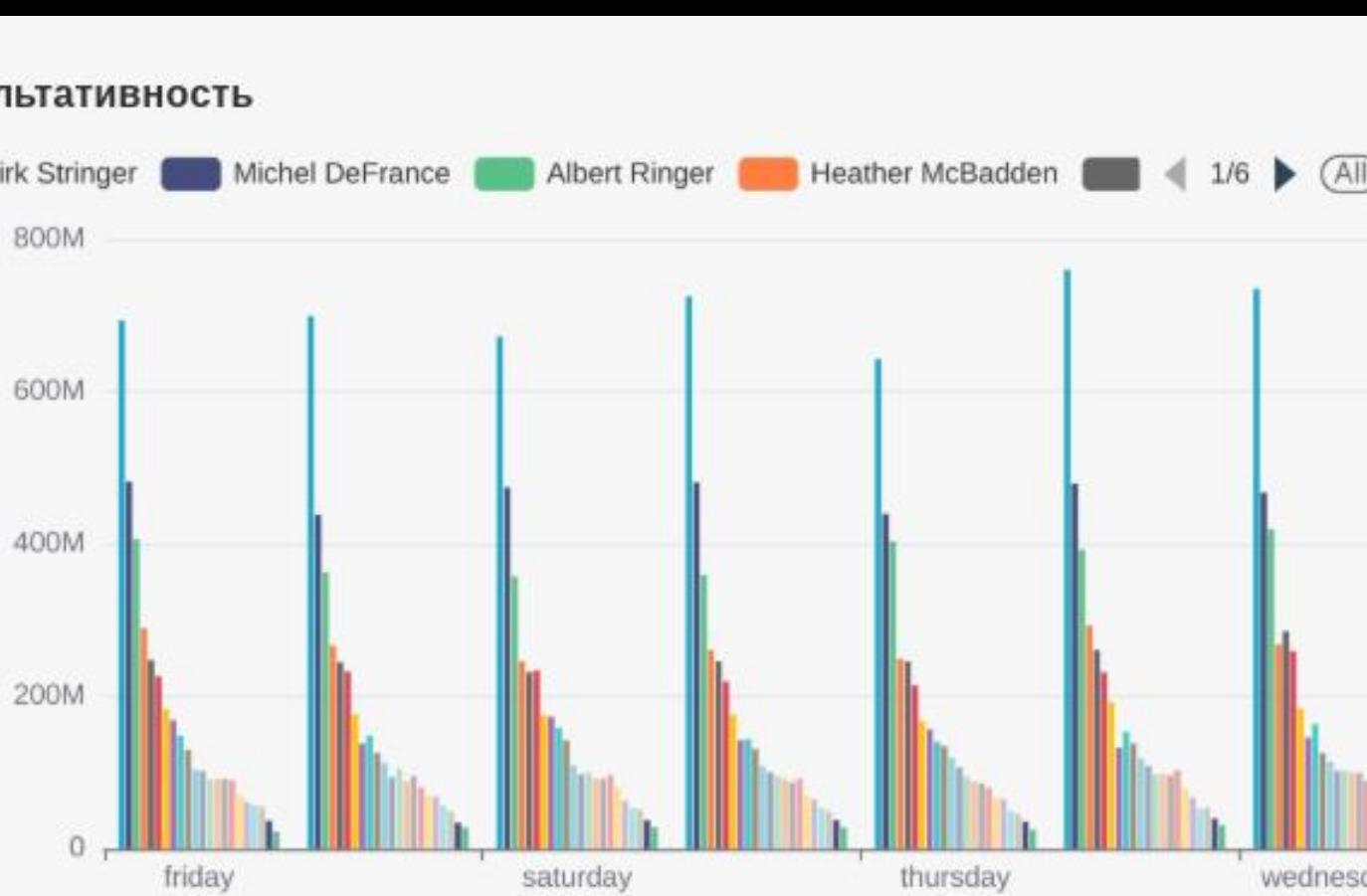
Лидеры по среднему доходу:

1. Michel DeFrance — ~1.1 млн
2. Livia Karsen — ~900 тыс.

Наиболее низкий доход у Albert Ringer и Dean Straight (~200–300 тыс.).

**Вывод:** Есть потенциал для обучения и мотивации отстающих сотрудников на основе методов лидеров.

# РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПО ДНЯМ НЕДЕЛИ



Пик продаж приходится на четверг и пятницу.

В среду и субботу наблюдается спад активности.

Продавцы Dirk Stringer и Michel DeFrance показывают стабильно высокие результаты.

**Вывод:** Рекомендуется усилить маркетинговые активности в дни спада (среда, суббота).

# РЕКОМЕНДАЦИИ

[https://ebcb7266.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native\\_filters\\_key=mU5ccQOMjNbOE8snenfxvNCkWt-FST6mCJcOxjxFu8zQkw8wNCQsbI5PXL8aAPyR](https://ebcb7266.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=mU5ccQOMjNbOE8snenfxvNCkWt-FST6mCJcOxjxFu8zQkw8wNCQsbI5PXL8aAPyR)

1

## Оптимизация работы отдела

Провести обучение для продавцов с низкими показателями дохода.  
Внедрить систему наставничества от лидеров

2

## Фокус на аудиторию

Разработать таргетированные кампании для возрастной группы 26–40 лет.  
Проанализировать потребности аудитории 40+ для повышения лояльности

3

## Управление операциями

Изучить структуру операций у Abraham Bennet для повышения среднего чека.  
Мотивировать продавцов на качественные сделки, а не только на количество операций.

4

## График активности

Скорректировать график работы и рекламные активы на дни низкой активности (среда, суббота).  
Внедрить бонусные программы для стимулирования продаж в «слабые» дни.