

מגישה: עדן מנשה
מטרה כללית:

לנתח את נתוני המכירות של חברת הממתקים, במטרה לזהות מוצריהם נמכרים ורוווחים, ערים חזקות או חלשות – לצורך שיפור קבלת החלטות העסקיות.

Κהיל יעד:

- הנהלת החברה
- מחלקת מכירות

טבלת candy distributor data dictionary - מייצגת את המשמעות עבור העמודות בטבלאות.
טבלת candy factory - מציגה את המידע על המפעלים. (PK :Factory :PK)
טבלת candy products – מציגה את מידע על המוצרים. (ProductID :PK :PK)
טבלת candy sales - מציגה את נתונים המכירות. (OrderID :PK :PK)
טבלת candy targets – מציגה יעדים שונים שנתיים. (Division :PK :PK)
טבלת szips – מציגה מידע על מיקודי הדואר. (Zip :PK :PK)

שאלות עסקיות:

1. מה סוג הממתק הרווחי ביותר ?
2. מה העיר עם הכי הרבה קונים ?

מסקנות:

- ארה"ב אחראית לכ-98% מהרווחים, מומלץ להמשיך למקד השקעה ומשאבים בשוק זה.
- מותג מוביל – Wonka Bar, מוצרי Wonka Bar אחראים לנתח הגודל של הרווחים. מומלץ להרחיב את מגוון המוצרים בסדרה זו ולתמוך בה שיווקית.
- תחום השוקולד – מנוע הרווח המרכזי, מהווה כ-95% מהרווחים. יש לשקלול העמינות הפעילות בתחום זה מול צמצום השקעה בתחוםים שלישיים יותר.
- ניו יורק ולוס אנג'לס הינם הערים הרווחיות ביותר, יש למקד קמפיינים אזוריים ופעולות קידום בעיר אלו.
- קנדה – שוק עם פוטנציאלי מוגבל תרומותה לרוח הכללי, נמוכה. מומלץ לבחון האם להשקיע בפיתוח השוק הקנדי או להתמקד בשוקים רוחניים יותר.