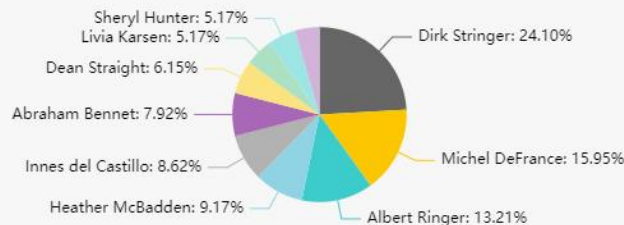


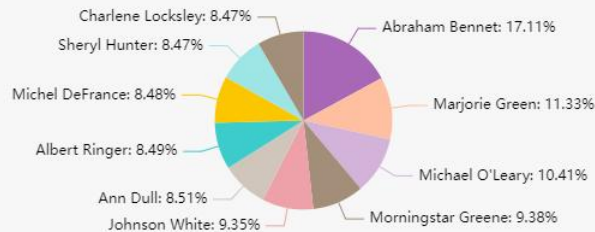
Анализ продаж

Анализ продавцов

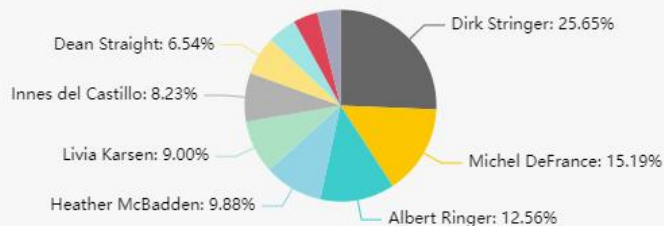
Топ 10 продавцов по выручке



Топ 10 продавцов по количеству продаж



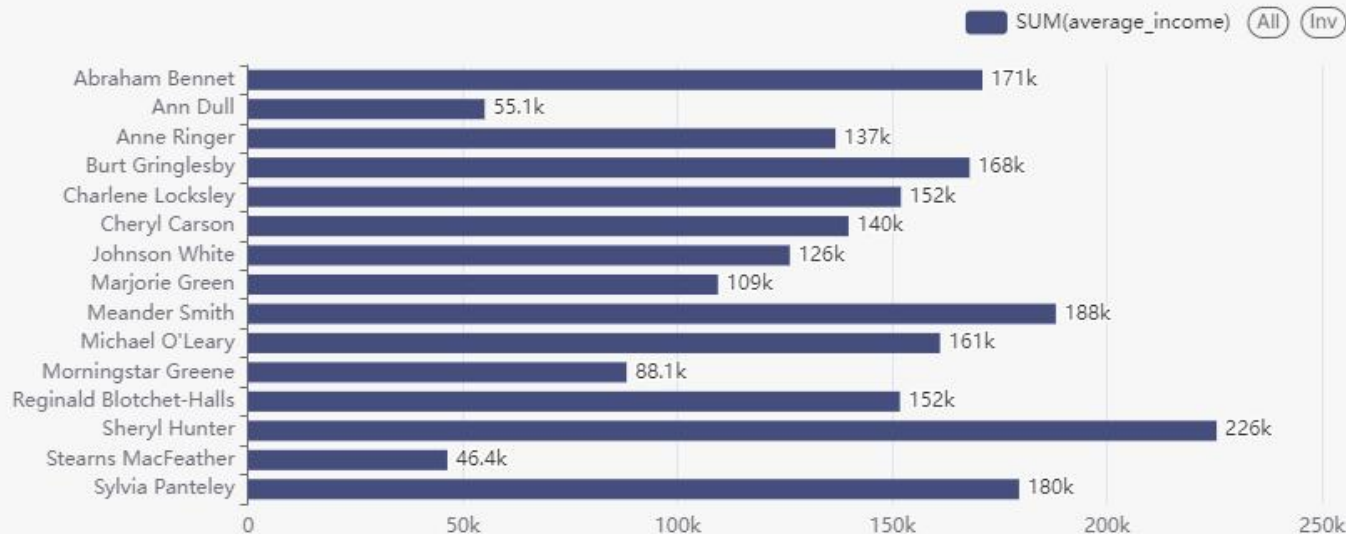
Топ 10 продавцов с максимальным средним чеком



По результатам анализа диаграмм мы видим, что **лидером продаж по выручке и среднему чеку является Dirk Stringer**. Его выручка составляет практически четверть от выручки 10 лучших продавцов. Однако, если анализировать график продавцов по количеству продаж, то мы видим, что Dirk Stringer не входит даже в топ-10, исходя из этого наблюдения можно сделать вывод, что данный продавец продавал более дорогостоящий товар, совершая меньшее количество продаж. **Лидером по количеству продаж является Abraham Bennet**, при этом по выручке он занимает лишь 6-е место и данного продавца нет в среди продавцов с максимальным средним чеком, как следствие данный продавец хорошо продает дешевый товар и обслуживает максимальное количество покупателей.

Анализ продавцов с низким средним чеком

Продавцы, чья средняя выручка ниже средней выручки всех продавцов



Исходя из диаграммы мы видим, что разброс средней выручки продавцов велик от 46,4 K у Stearns MacFeather и до 226K у Sheryl Hunter. Обращаю внимание, что несмотря на низкий средний чек Sheryl Hunter входит в топ 10 продавцов по количеству продаж и выручке, а Abraham Bennet, входящий в этот список вообще является лидером Топ-10 по количеству продаж. Так низкий средний чек может быть обусловлен низкой стоимостью товара, а не плохой работой продавца.

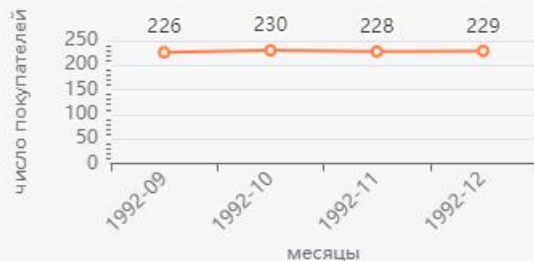
Анализ продажи акционного товара



Максимальное количество акционного товара было продано Abraham Bennet, в 4 раза больше, чем Anne Ringer. Продажа акционного товара позволяет познакомиться с товаром покупателю, простимулировать продажи и как следствие развивать бизнес. Учитывая, что Abraham Bennet является также лидером по продажам мы видим, что продажа акционного товара приносит свои плоды.

Уникальные покупатели и выручка, принесенная ими, по месяцам

Количество уникальных покупателей по месяцам

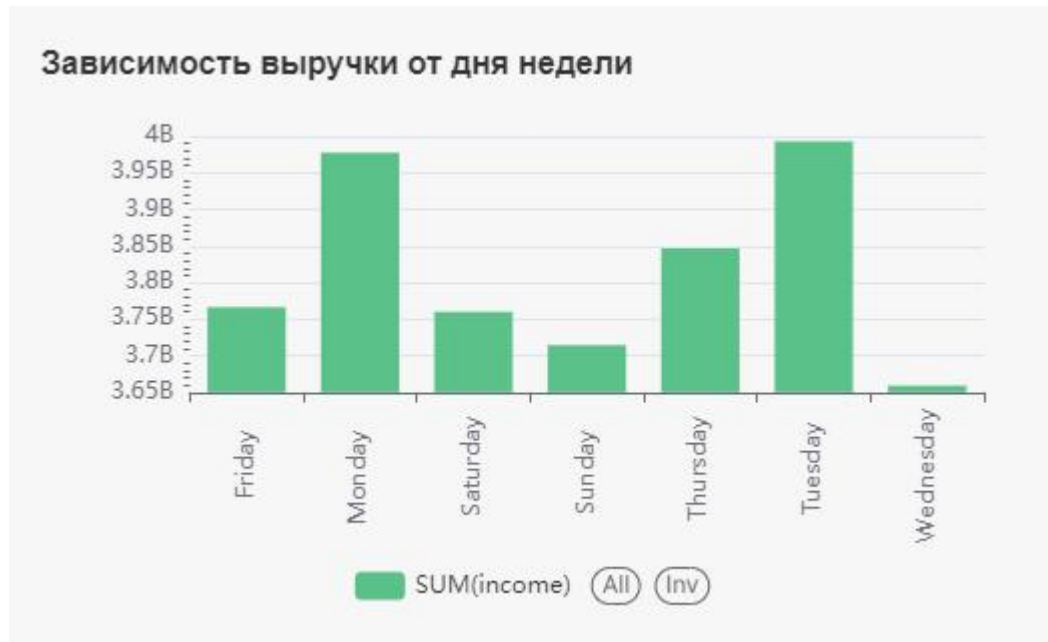


Выручка, принесенная в каждый месяц



При анализе мы видим, что количество уникальных покупателей стабильно, однако в сентябре выручка была значительно ниже. Обратим внимание, что анализ продаж магазина начинается с 21 сентября и как следствие рассматривать сентябрь наравне с последующими месяцами, с точки зрения выручки, не корректно. К концу года мы видим небольшой спад по выручке, это может быть обусловлено сезонностью товара, количеством рабочих дней

Зависимость выручки от дня недели

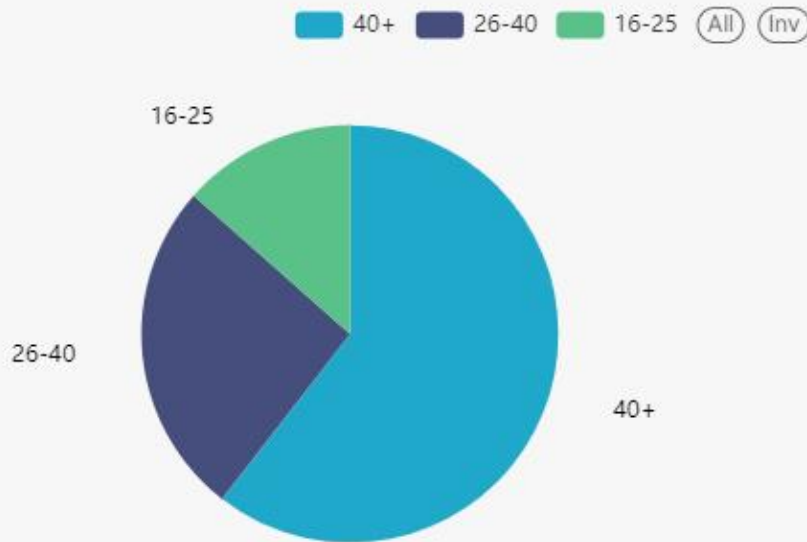


По результатам анализа мы видим, что максимальная выручка в магазине во вторник и понедельник, а минимальная в среду. Причиной может быть, например:

- трафик вокруг магазина в зависимости от дня недели
- дежурство определенных продавцов, которые не смогли наладить контакт с покупателями
- график работы магазина
- при условии безналичного расчета в магазине по средам возможны проблемы с проведением платежей через банк

Анализ возраста покупателей

Количество покупателей в разных возрастных группах



По результатам анализа мы видим, что подавляющее количество покупателей составляют лица старше 40 лет, минимальную группу составляют лица от 16 до 25 лет. Это может быть обусловлено ассортиментом, месторасположением магазина, стоимостью товара.

Для расширения возрастной аудитории можно предусмотреть расширение ассортимента и ввести товарные единицы, более ориентированные на молодое поколение, можно также предлагать бонусы, интересные молодому поколению. Люди, возраста 40+ как правило более стабильны в доходе, могут себе чаще позволить товары не первой необходимости либо товары более высокой ценовой категории, если исходить из этого, то можно также предложить расширить ассортимент за счет более дешевого товара.