**Бизнес-отчёт по панели анализа продаж**

**1. Общие KPI (верхняя панель)**

* **Profit (49,5 тыс.)** — общая прибыль компании за выбранный период. Показывает, сколько осталось после вычета себестоимости и расходов. Рост этого показателя — цель бизнеса.
* **Sales (484,2 тыс.)** — общий объём продаж в денежном выражении. Это валовая выручка до вычета затрат.
* **Quantity (7 581)** — количество единиц товаров, проданных за период. Помогает оценить объём физической реализации.
* **Discount (315,5)** — сумма предоставленных скидок в денежном выражении. Высокие скидки могут стимулировать продажи, но снизить прибыль.
* **Годовые фильтры (2014, 2015, 2016, 2017)** — позволяют анализировать данные за отдельный год или сравнивать периоды.

**2. Sales by Category (Продажи по категориям)**

Панель в виде горизонтальных столбцов, показывает:

* **Technology** — наибольшая выручка среди категорий (0,18 млн).
* **Furniture** — средний уровень продаж (0,16 млн).
* **Office Supplies** — наименьшая выручка (0,15 млн).

**Бизнес-смысл:** помогает понять, какие товарные группы приносят наибольший доход и на что стоит направлять маркетинг.

**3. Sales by Month (Продажи по месяцам)**

Линейный график, показывающий колебания продаж по месяцам.

* Есть пики и спады, которые могут быть связаны с сезонностью или акциями.
* Позволяет прогнозировать будущие продажи и планировать складские запасы.

**4. Monthly Sales & Quantity Totals (Ежемесячные продажи и количество)**

Комбинированный график (столбцы + линия):

* Столбцы — объём продаж.
* Линия — количество проданных единиц.

**Вывод:** помогает анализировать, связано ли увеличение продаж с ростом количества товаров или с ростом средней цены.

**5. Sales by Ship Mode (Продажи по способу доставки)**

Круговая диаграмма:

* **Standard Class** — 63,11% продаж.
* **Second Class** — 21,57%.
* **First Class** — 15,32%.

**Смысл:** помогает понять предпочтения клиентов в доставке и оптимизировать логистику.

**6. Sales by Segment (Продажи по сегментам)**

Круговая диаграмма:

* **Consumer** — 48,53% (основной сегмент покупателей).
* **Corporate** — 30,62%.
* **Home Office** — 20,85%.

**Смысл:** даёт понимание, на кого направлены основные продажи и какой сегмент стоит развивать.

**7. Sales vs Profit (Продажи и прибыль)**

Точечная диаграмма, где:

* Каждая точка — отдельный товар или сделка.
* Положение точки показывает объём продаж и прибыль по этому товару.

**Вывод:** позволяет выявить товары с высокой выручкой, но низкой прибылью (или наоборот).

**8. Category Profits Summation (Прибыль по категориям)**

Круговая диаграмма:

* **Technology** — 45,65% прибыли.
* **Office Supplies** — 43,43%.
* **Furniture** — 11,01%.

**Смысл:** показывает, что категория с наибольшей выручкой (Technology) действительно даёт больше всего прибыли.

**9. Treemap Analysis: Category Sales Summation (Древовидная карта продаж)**

* Цвет и размер прямоугольника показывают долю продаж по категориям.
* Позволяет визуально оценить вклад каждой подкатегории в общий объём.

**10. Products (Top 10) — Топ-10 товаров**

Список товаров с наибольшей суммой продаж:

* Лидер продаж — **Canon ImageCLASS** и **Staples**.
* Общая сумма по топ-10 — значительная часть выручки.

**Смысл:** помогает выявить ключевые товары для поддержания и продвижения.

**11. Sales by Quarter (Продажи по кварталам)**

Круговая диаграмма:

* Q4 (четвёртый квартал) — 37% продаж (пик активности, вероятно из-за новогодних продаж).
* Остальные кварталы — равномернее.

**Вывод:** важно усиливать маркетинг и складские запасы перед четвёртым кварталом.

**Общие выводы**

1. Основная прибыль идёт из категории **Technology**, и она же лидер по продажам.
2. Сегмент **Consumer** — ключевая аудитория, на которую стоит направлять маркетинг.
3. Большинство клиентов выбирает **Standard Class** доставки.
4. Продажи значительно возрастают в **четвёртом квартале**, что требует подготовки.
5. Есть товары-лидеры, которые формируют значительную часть оборота, — их нужно поддерживать в ассортименте.