

Презентация для проекта

Выполнил Новиков Денис



Возрастная группа покупателей

По данной столбчатой диаграмме можно сделать несколько выводов:

Целевая аудитория

Бизнес ориентирован на более зрелую аудиторию, что может означать, что продукты или услуги соответствуют потребностям и интересам этой возрастной группы.

Покупательская способность

Клиенты старше 40 лет, как правило, имеют более высокий уровень дохода и финансовую стабильность, что может способствовать большему объему покупок.

Долгосрочные отношения

Более зрелые клиенты могут быть более лояльными, что создает возможность для построения долгосрочных отношений и повторных продаж.

Столбчатая диаграмма, показывающая количество покупателей в разных возрастных группах: 16-25, 26-40 и 40+

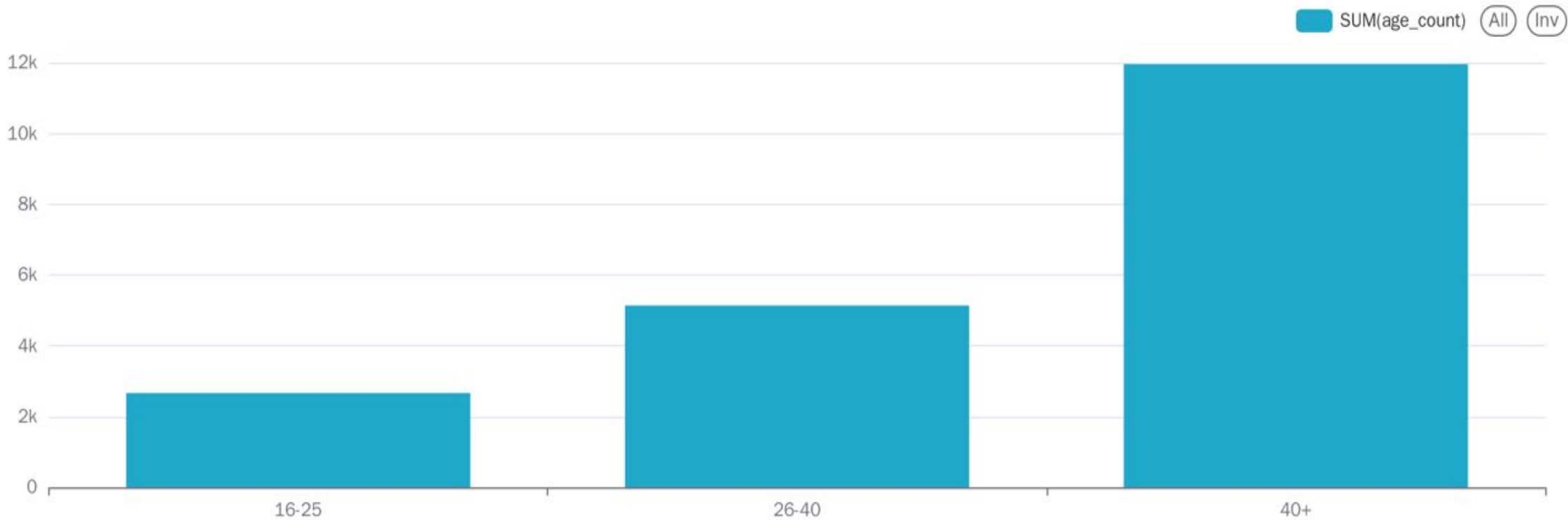


Таблица с выручкой по продавцам

По таблице можно сказать, что в некоторые дни у каждого продавца выручка больше, чем в остальные:

Пятница и суббота

- Эти выходные дни, когда у людей больше свободного времени для шопинга.
- Покупатели более расслаблены и открыты для совершения спонтанных покупок.

Понедельник

- Начало рабочей недели, когда у многих людей появляется желание что-то приобрести "для настроения".
- Некоторые магазины могут предлагать скидки или акции в начале недели, чтобы стимулировать спрос.

Выходные дни

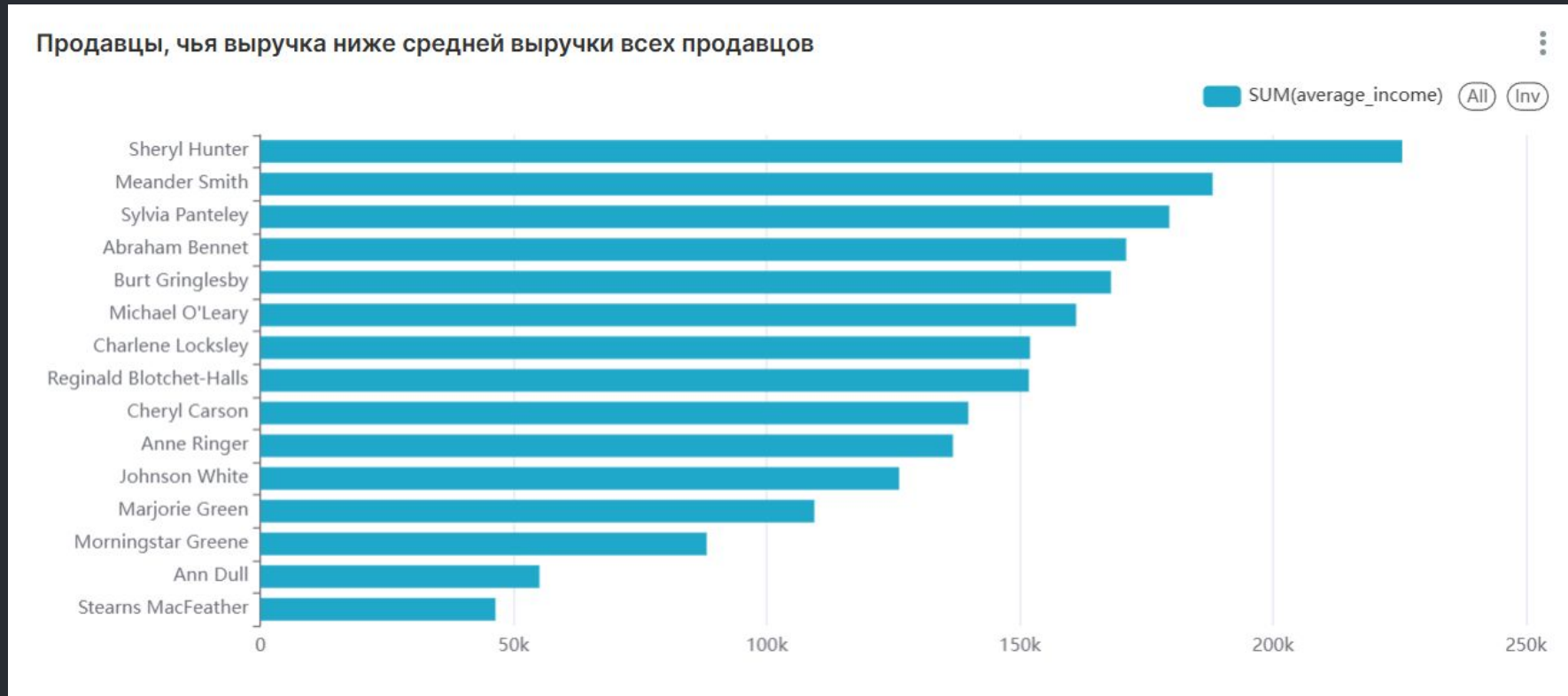
- Суббота и воскресенье, когда люди больше свободны для походов по магазинам.
- Высокий трафик покупателей в торговых центрах, магазинах одежды и развлекательных заведениях.

Отчет с данными по выручке по каждому продавцу и дню недели

seller	day_of_week	SUM(income)
Dirk Stringer	MONDAY	759M
Dirk Stringer	TUESDAY	735M
Dirk Stringer	SATURDAY	725M
Dirk Stringer	SUNDAY	699M
Dirk Stringer	THURSDAY	693M
Dirk Stringer	FRIDAY	672M
Dirk Stringer	WEDNESDAY	642M
Michel DeFrance	THURSDAY	481M
Michel DeFrance	SATURDAY	481M
Michel DeFrance	MONDAY	480M
Michel DeFrance	FRIDAY	474M
Michel DeFrance	TUESDAY	467M
Michel DeFrance	WEDNESDAY	439M
Michel DeFrance	SUNDAY	438M
Albert Ringer	TUESDAY	419M

Продавцы, чья выручка ниже средней

По данному графику можно сказать, у какого продавца самая маленькая выручка по сравнению с другими (это у Stearns MacFeather) . На такое может влиять много причин, например:



Недостаток навыков и компетенций

- Возможно, эти продавцы нуждаются в дополнительном обучении техникам продаж, работе с возражениями, презентации товаров и услуг.

Низкая мотивация

- Эти продавцы могут быть менее заинтересованы и вовлечены в свою работу.
 - Возможно, им не хватает стимулов или системы поощрения за достижение результатов.

Неэффективное распределение нагрузки

- Возможно, эти продавцы загружены другими задачами, которые отвлекают их от основной работы.
 - Менеджмент может неправильно распределять обязанности и ресурсы между сотрудниками.

Продавцы с самой большой выручкой

По данной диаграмме можно сделать вывод что лучший продавец - это Dirk Stringer. Про этих продавцов можно сказать что у них:

Большой опыт работы

- Продавцы с самой высокой выручкой, скорее всего, имеют значительный стаж и опыт в этой сфере.

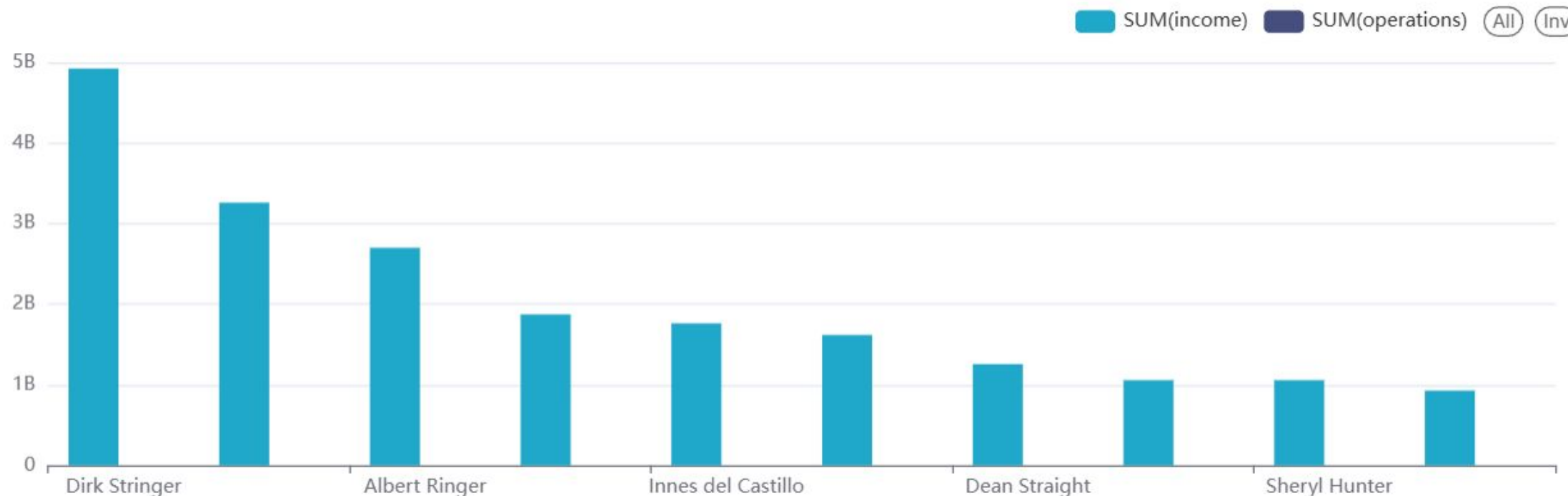
Эффективное использование ресурсов

- Такие продавцы, вероятно, умеют эффективно распределять свое время и ресурсы, чтобы максимизировать продажи.

Лучшая клиентская база

- Возможно, эти продавцы работают с наиболее перспективными и платежеспособными клиентами.

Продавцы у которых наибольшая выручка



Покупатели и акция

Покупатели, первая покупка которых пришлась на время проведения специальных акций

customer	seller	sale_date
Cristina Xu	Abraham Bennet	1992-09-21
Mario Rai	Abraham Bennet	1992-09-21
Richard Martinez	Abraham Bennet	1992-09-21
Kaitlyn Allen	Dirk Stringer	1992-09-21
Karen Huang	Dirk Stringer	1992-09-21
Levi Gonzalez	Marjorie Green	1992-09-21
Tyrone Ruiz	Marjorie Green	1992-09-21
Jacob Martinez	Michael O'Leary	1992-09-21
Kristen Li	Michael O'Leary	1992-09-21
Olivia Bennett	Michael O'Leary	1992-09-21
Jared Gray	Dirk Stringer	1992-09-22
Krista Gill	Marjorie Green	1992-09-22
Samuel Sharma	Michael O'Leary	1992-09-22
Willie Gao	Michael O'Leary	1992-09-22
Mya Coleman	Michael O'Leary	1992-09-24
Olivia Bennett	Reginald Blotchet - Halls	1992-11-10

В этой таблице представлено время акций, какие покупатели воспользовались её и какие продавцы продали продукт во время действия акций. Если покупатели воспользовались акцией, можно сделать следующие предположения:

1. Высокая ценовая чувствительность:
 - Эти покупатели особенно внимательны к ценам и скидкам, они ищут выгодные предложения.
 - Они, вероятно, регулярно отслеживают акции и специальные предложения.
2. Экономия затрат:
 - Для этих покупателей важно снизить расходы на приобретение товаров или услуг.
 - Они стремятся получить максимальную ценность за свои деньги.
3. Импульсивность:
 - Привлекательная акция может побудить этих покупателей совершить незапланированную покупку.
 - Они могут приобрести товар или услугу, которые изначально не планировали.

Общие выводы

Я проанализировал данные продавцов и покупателей, отразил полученные результаты в виде графиков и выполнил дашборд, выявил положительные и отрицательные стороны бизнеса. Помог компании проанализировать работу продавцов, покупок и покупателей, предъявив несколько отчётов. Были выполнены:

1. Отчет с продавцами у которых наибольшая выручка
2. Отчет с продавцами, чья выручка ниже средней выручки всех продавцов
3. Отчет с данными по выручке по каждому продавцу и дню недели
4. Отчёт с возрастными группами покупателей
5. Отчёт с количеством покупателей и выручкой по месяцам
6. Отчёт с покупателями первая покупка которых пришлась на время проведения специальных акций





Ссылка на дашборд:

https://4a564c03.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=UhdtT7TWIp-LISGZXmGkszsSbXwygDIUPX3gTTgC-3iqOJaeini0LbAWBKiYN TGXb

