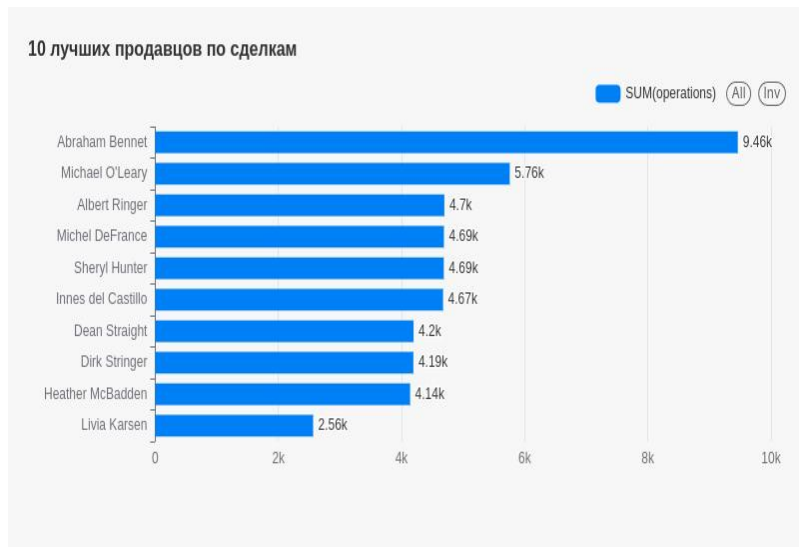


Проект Продажи

Введение

Проведем анализ, который включает эффективность работы продавцов компании, а также исследование особенностей клиентской базы. Цель нашего анализа – определить ключевых продавцов в команде, выявить слабые места и изучить демографические характеристики наших покупателей.

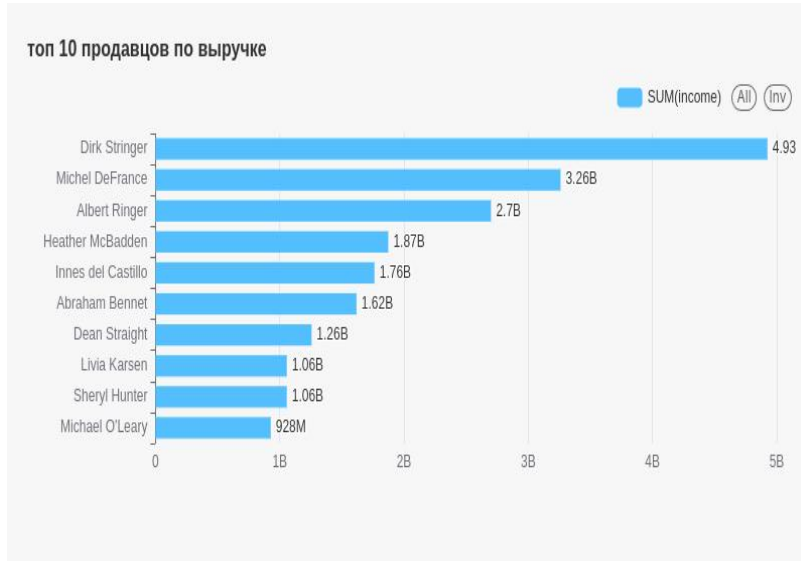
Топ-10 продавцов по количеству сделок



На основе графика видно, что лидером по количеству сделок является Abraham Bennet, который совершил 9.46k операций. Второе место занимает Michael O'Leary с 5.76k операций.

Среди топ-10 продавцов наблюдается значительная разница в количестве сделок, что указывает на существенные различия в производительности.

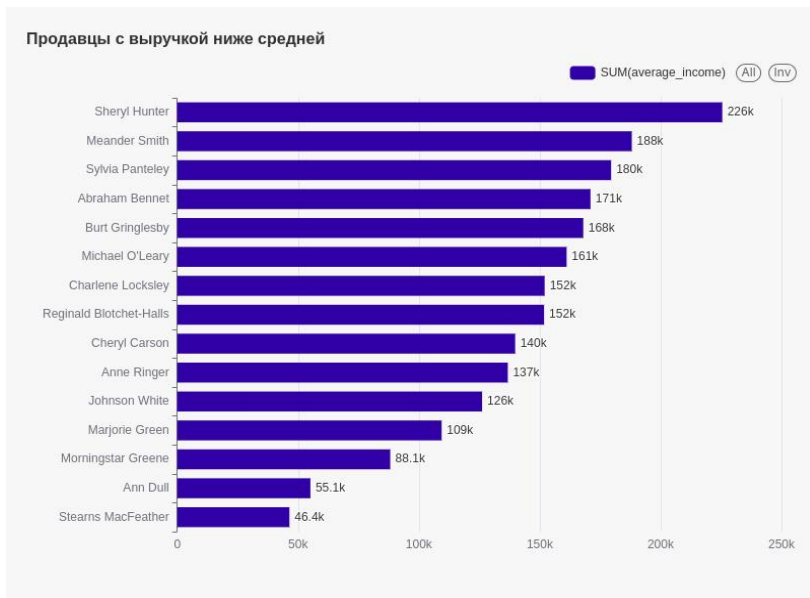
топ-10 продавцов по выручке



Явно выделяется продавец Dirk Stringer который принес 4.93B выручки. На втором месте находится Michel DeFrance с 3.26B.

Видно значительное расслоение между лидером и остальными продавцами.

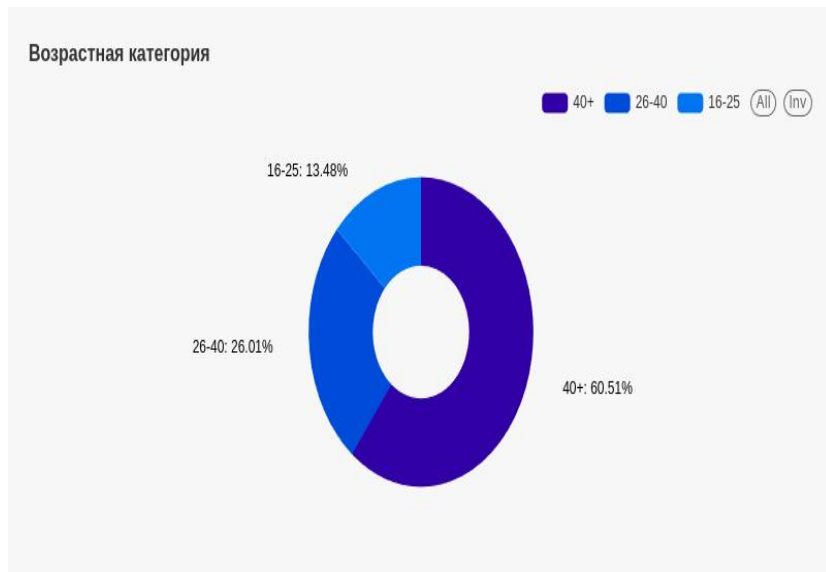
Продавцы с выручкой ниже средней



Третий график показывает среди продавцов с низкой выручкой лидирует Sheryl Hunter с 226k . С наименьшими показателями демонстрируют Ann Dull с 55.1k Stearns MacFeather 46.4k.

Сотрудники с наименьшими показателями в этом списке требуют внимания для анализа причин.

Возрастная категория покупателей



Из графика видно что большая часть аудитории преобладает старшее поколение в возрасте 40+ и составляет 60.51%.

Аудитория в возрасте 26-40 составляет 26.01% и самая младшая аудитория в возрасте 16-25 составляет 13.48%.

Преобладание старших возрастных групп указывает на то, что основную часть нашей клиентской базы составляют зрелые потребители.

Заключение

В результате анализа выявили, что Abraham Bennet и Dirk Stringer являются лидерами по количеству сделок и выручке соответственно. Их опыт и стратегии могут быть использованы для обучения других сотрудников с низкими показателями низкой выручки. Были выявлены ключевые продавцы, которые обеспечивают основную часть дохода компании, а также определили группы сотрудников, требующих поддержки.

Кроме того, было установлено, что большая часть наших покупателей относится к возрастной категории 40+ , что требует адаптации стратегий маркетинга и продаж для привлечения более широкого круга клиентов.