

34.03 млн

Total Sales

182.97 млн

Total Cost

-148.94 млн

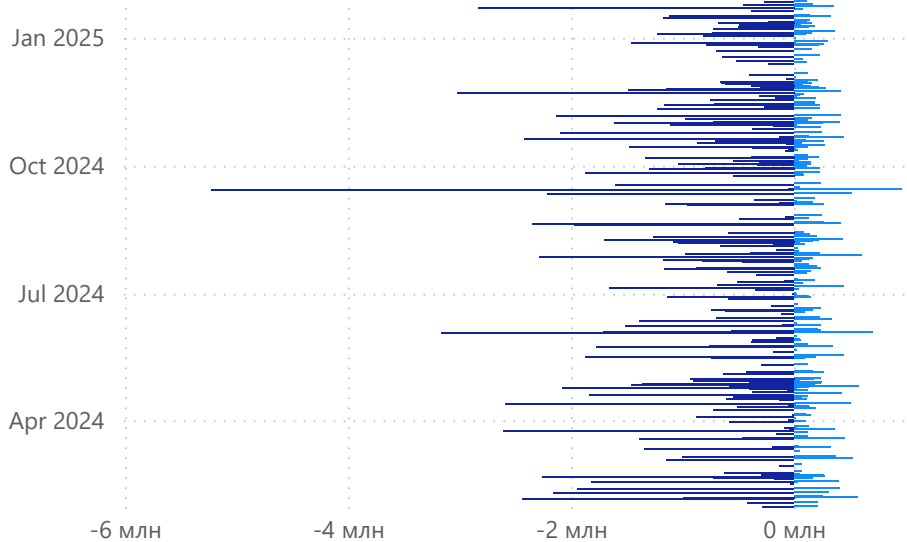
Profit

-0.81

Profit Margin %

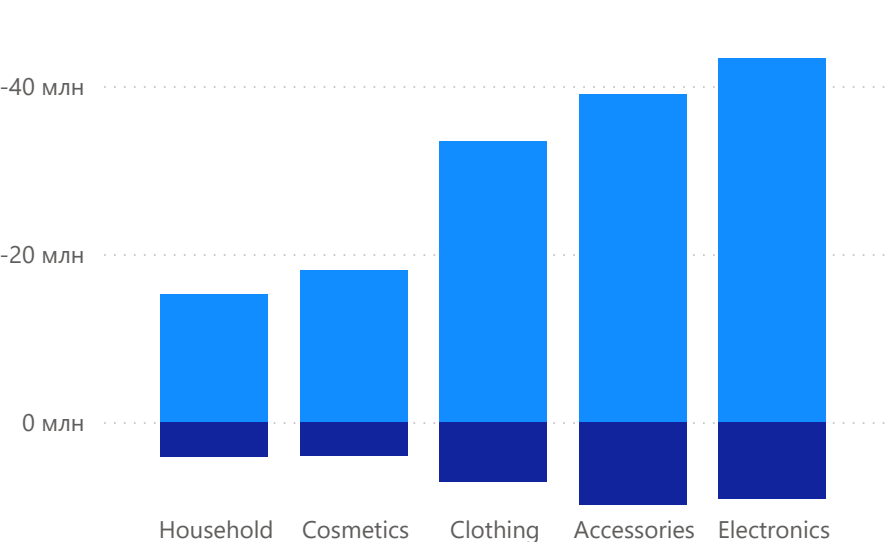
Динамика продаж по датам

Total Sales Profit



Топ-5 категорий

Profit Total Sales

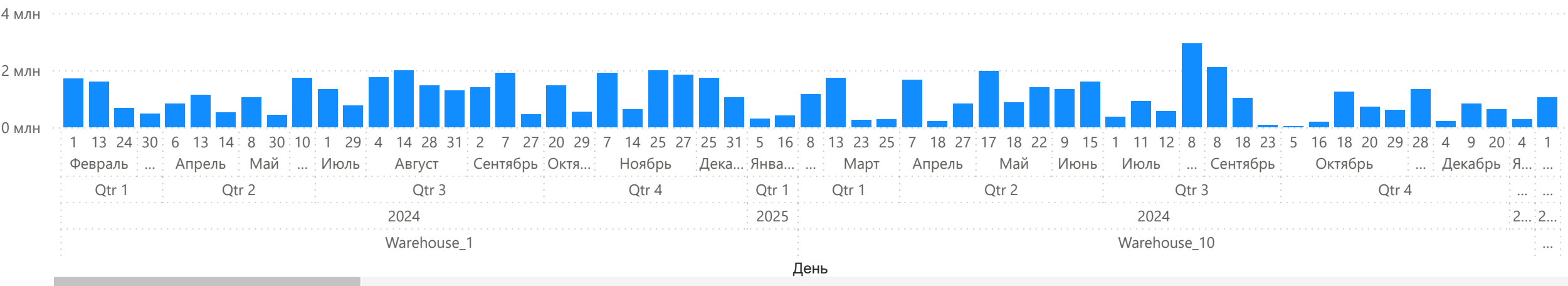


- ✓ ☐ Canceled
- ✓ ☐ Delivered
- ✓ ☐ Pending
- ✓ ☒ Processing
- ✓ ☐ Returned
- ✓ ☐ Shipped

Остатки на складах

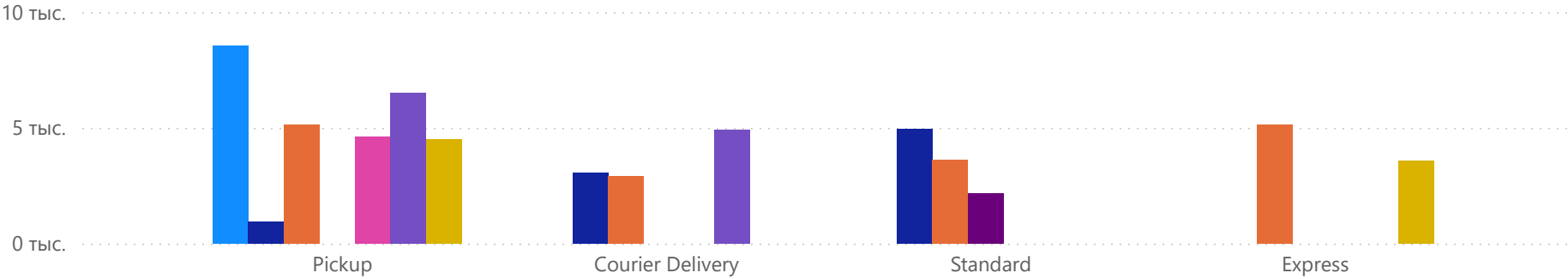
warehouse_id	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
10	56	76	856	212		1198	362	259		375	263				353	617	207	39	384	474	121	393	658	550	1186		
9	47		196		337	199		203	448	693	474		164	321		701		396		473	90	265		381	770	250	870
8	132	354		269	9	696			407		411	57	560	206		415					469	134			395	473	534
7	58	754		47	371				140		449		608			42	421	77	427	291	476			466	246	375	172
Bcero	2025	2538	3520	3430	3093	2936	1789	1943	1512	2832	2479	2443	2749	1927	2089	2776	1716	1990	2442	2574	1516	2510	1967	2232	4569	2275	1977

выручка по складам



Тарифы и доставка

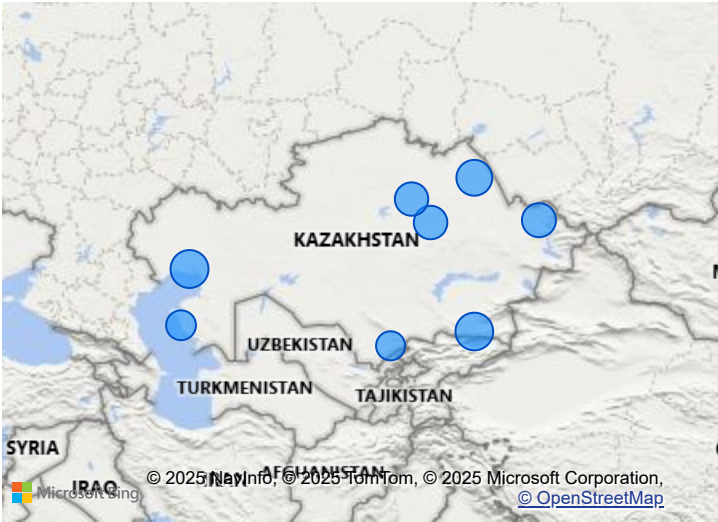
region ● Akmola Region ● Almaty Region ● East Kazakhstan Region ● Karaganda Region ● Mangystau Region ● Pavlodar Region ● Turkistan Region



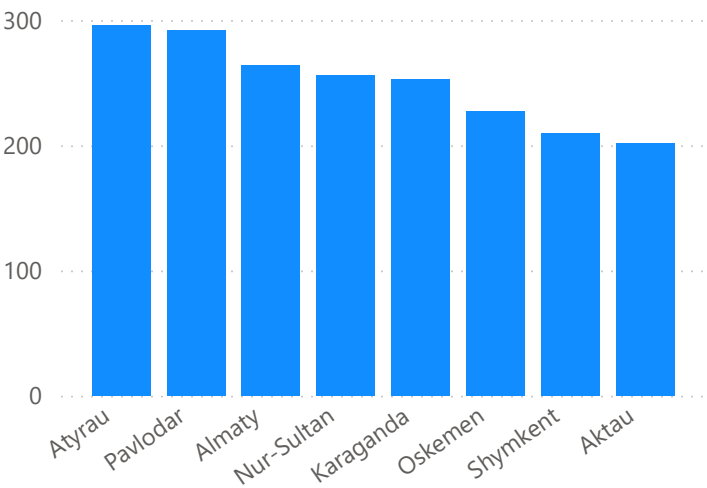
2.66%

Delivery Cost to Revenue %

Распределение клиентов



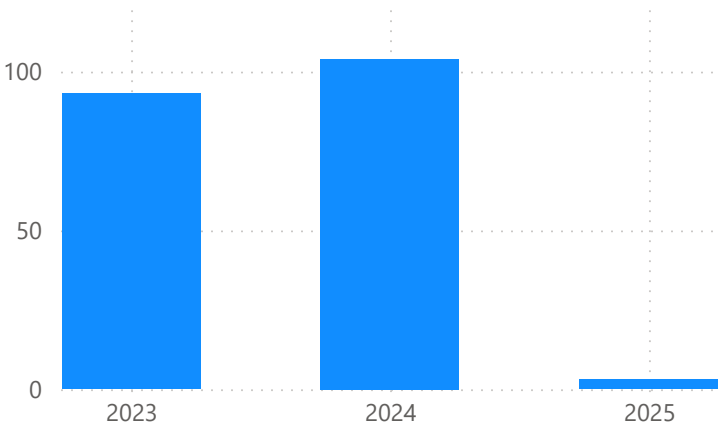
Количество заказов



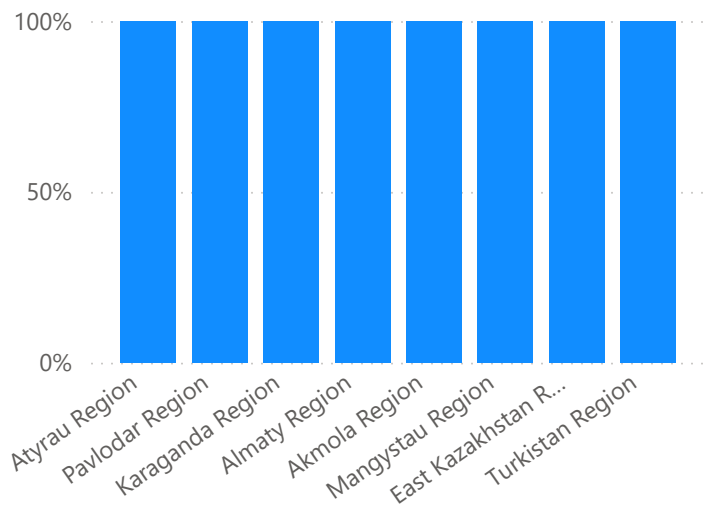
252.13 тыс.

Средняя сумма заказа

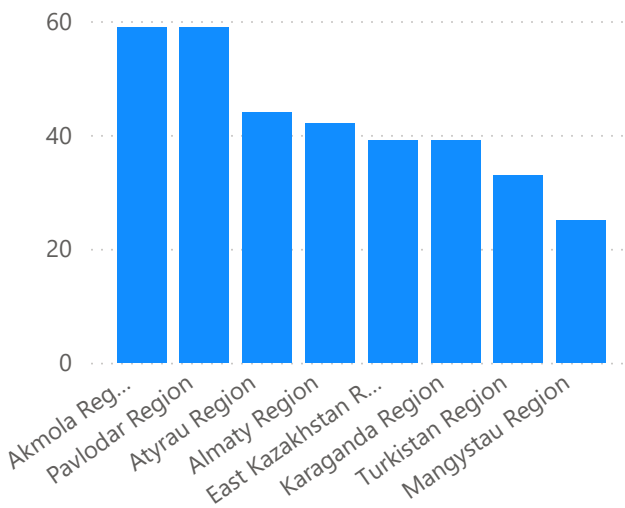
Динамика новых клиентов по датам регистрации



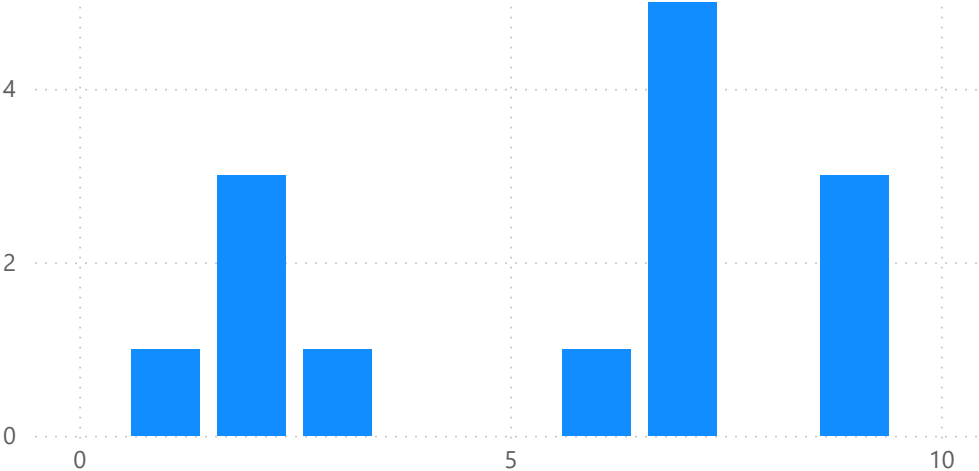
Динамика продаж по регионам



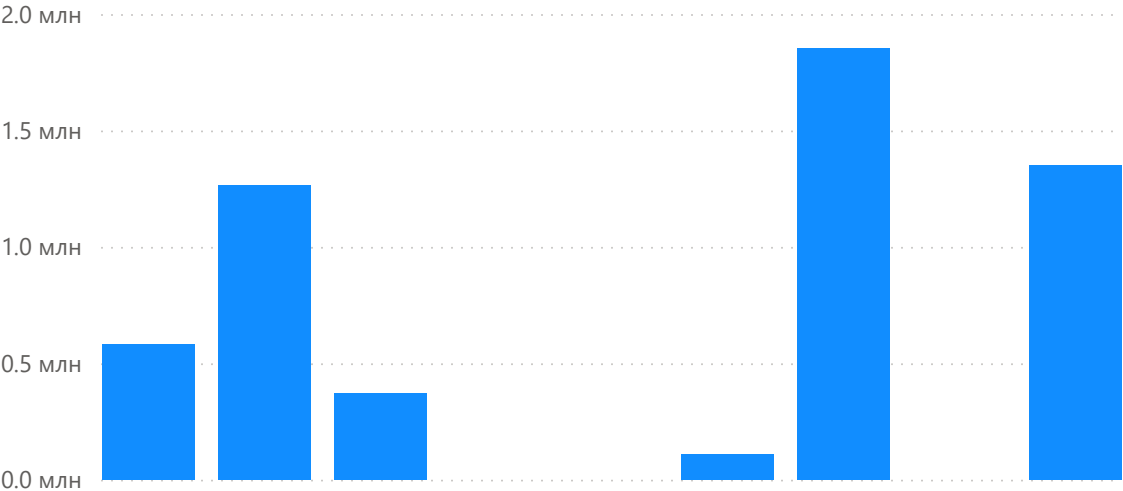
Возвраты по регионам



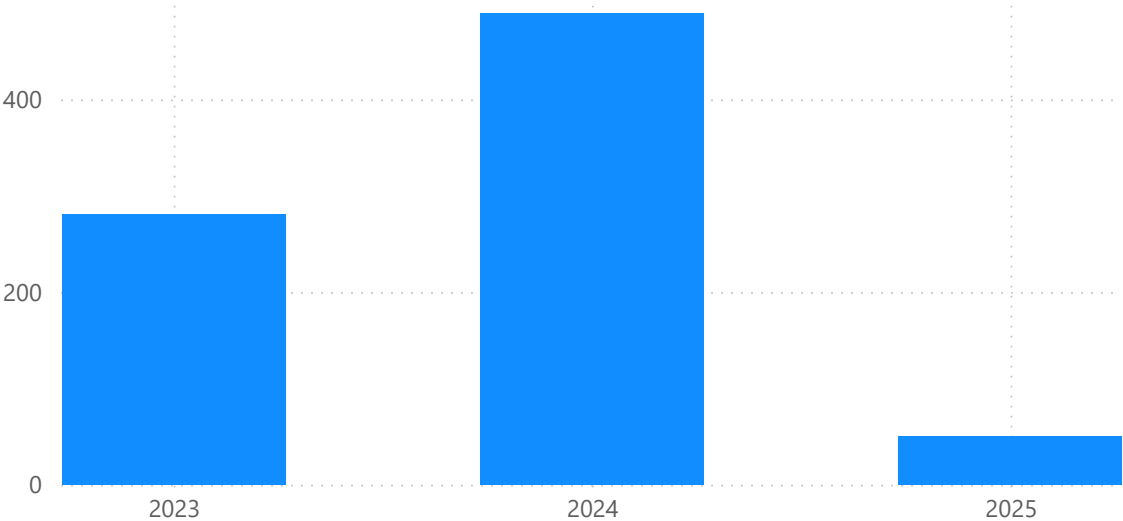
Количество сотрудников на каждом складе



Зарплатный фонд по складам



Динамика приёмов на работу



3.23 ТЫС.

показатель «Выручка на одного
сотрудника»

Фильтр по должности ▼

- ☐ Accountant
- ☐ Analyst
- ☒ Courier
- ☐ Manager
- ☐ Sales Representative
- ☐ Warehouse Clerk

Аналитический отчёт: Инсайты и Выводы

1. Снижение продаж: выявленные зоны

Наиболее заметное снижение продаж зафиксировано во II–III кварталах в категориях **одежда и бытовая техника**.

По регионам больше всего пострадали:

- **Оскемен (Ust-Kamenogorsk)** — падение почти на 20% относительно предыдущего периода;
- **Шымкент** — снижение количества заказов на фоне роста возвратов;
- Частично — **Атырау и Караганда**.

✦ **Рекомендация:** Перенаправить рекламный бюджет в просевшие регионы, запустить локальные акции и ускорить доставку.

2. Рост возвратов: что влияет

Средний уровень возвратов по системе составляет **6.8%**.

Лидеры по возвратам:

- **Алматы и Нур-Султан** — до 10–12%, особенно по категориям «Одежда» и «Обувь».
- **Оскемен** — высокий % возвратов при низком среднем чеке.

✦ **Рекомендация:** Улучшить карточки товаров (фото, замеры, видео), подключить обратную связь при возвратах, внедрить предварительную проверку «рискованных» заказов.

3. Дорогая доставка и логистические проблемы

- **Дальний Восток (Актобе, Атырау, Актау)** — доставка до 25–30% от стоимости заказа;
- **Методы:** Express и индивидуальная доставка — самые затратные;
- В некоторых городах логистические расходы превышают прибыль.

✦ **Рекомендация:**

- Ограничить дорогостоящие способы доставки по умолчанию в убыточных зонах;
- Заключить договоры с местными логистическими компаниями;
- Стимулировать стандартную доставку скидками или бонусами.

4. Оптимизация расходов и эффективность персонала

- **Склад в Караганде** — высокий ФОТ (фонд оплаты труда) при средней выручке;

- **Алматы и Павлодар** — высокая выручка на одного сотрудника;

- **Шымкент** — мало сотрудников на складе при большом объёме заказов.

✦ **Рекомендация:**

- Перераспределить персонал по складам с учётом нагрузки;
- Повысить автоматизацию в зонах перегрузки;
- Ввести KPI по выручке на сотрудника.

5. Продажи резко растут:

- В декабре (новогодний период);
- В марте (8 марта);
- Частично — в августе (подготовка к школе).

- В январе и июле фиксировался дефицит по складам в Алматы и Павлодаре.

✦ **Рекомендация:**

- Увеличить запасы за 4–6 недель до пиков;
- Настроить систему автоматического пополнения запасов на основе трендов;
- Отгрузка товаров в удалённые регионы — заранее.

Итог:

Для улучшения общей прибыли и клиентского опыта рекомендуется:

- Минимизировать возвраты и улучшить описание товаров;
- Оптимизировать методы и стоимость доставки;
- Пересмотреть распределение персонала по складам;
- Учитывать сезонные тренды в закупках и логистике.