

Финансовый отчет

Продажи и прибыль

Продажи и прибыль2

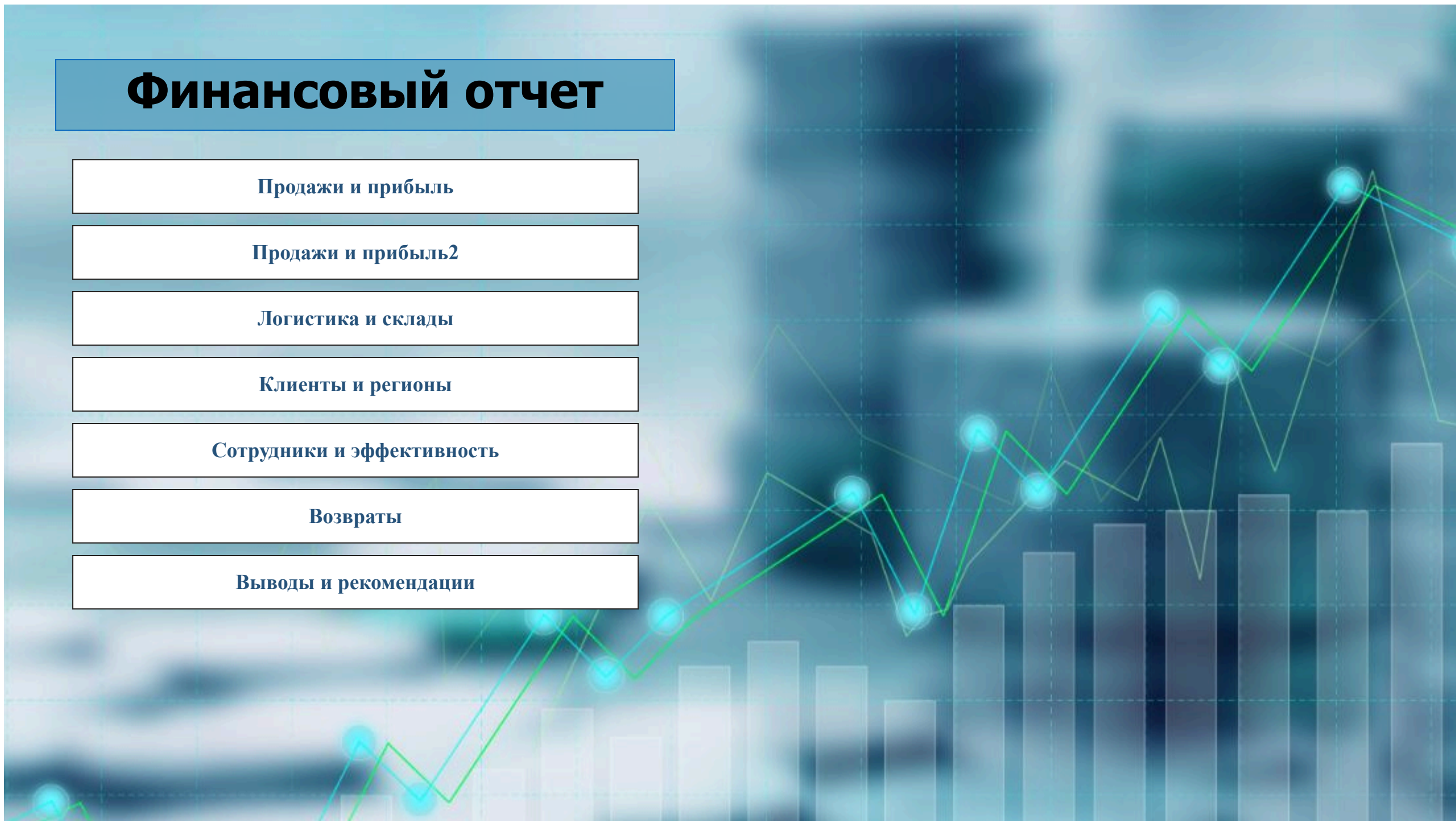
Логистика и склады

Клиенты и регионы

Сотрудники и эффективность

Возвраты

Выводы и рекомендации



Продажи и прибыль

Canceled

Delivered

Pending

Processing

>

Общая выручка

227,19...

Себестоимость

43,01 млн

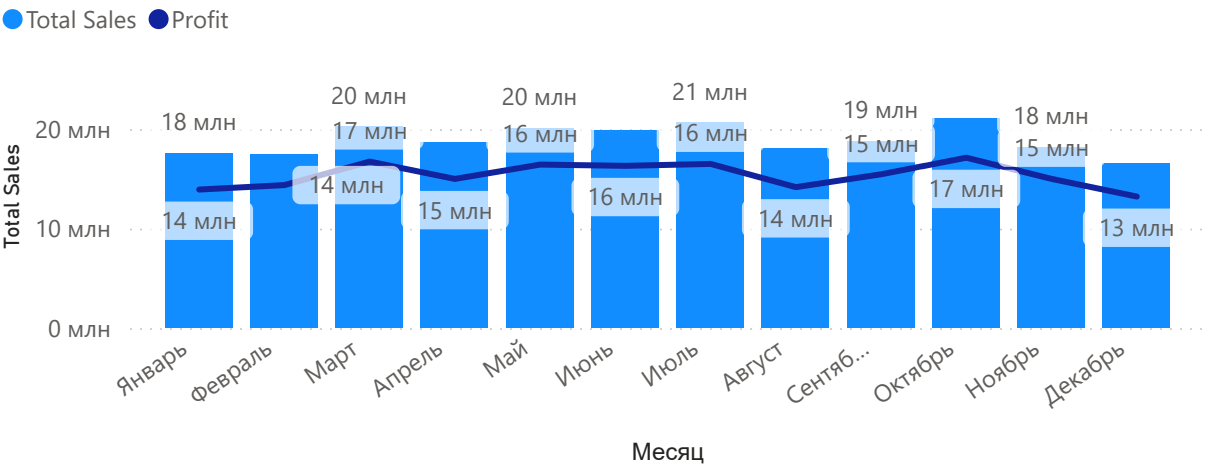
Маржа %

0,81

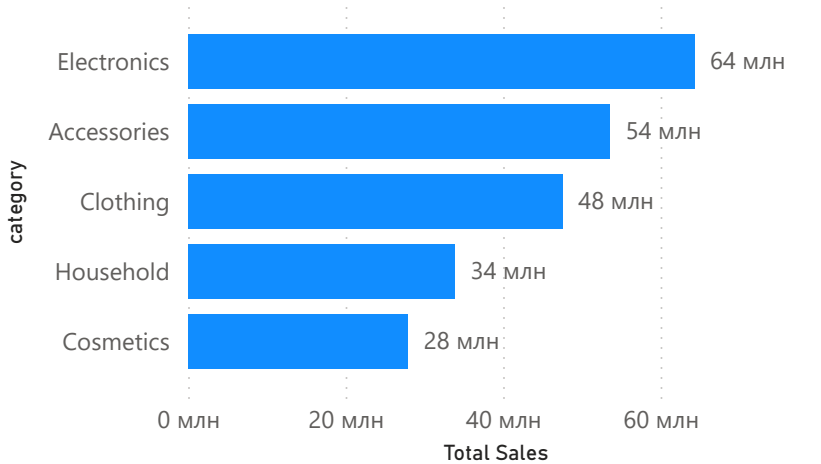
Прибыль

184,19...

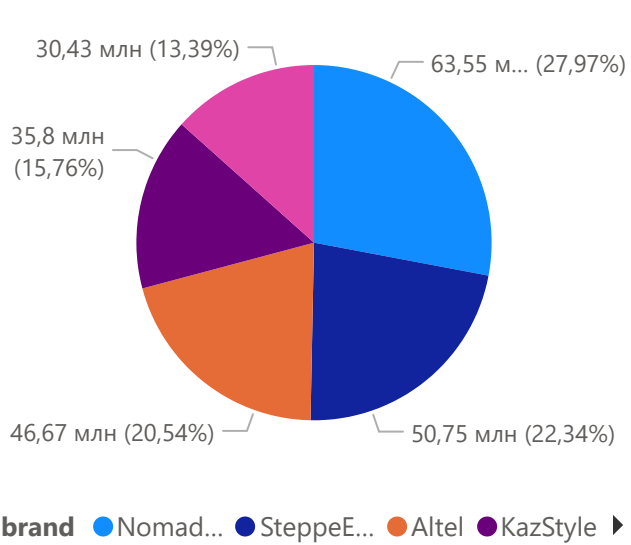
Динамика продаж по месяцам



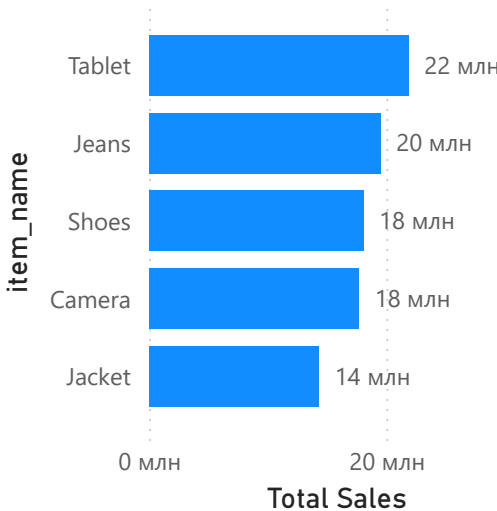
Доля продаж по категориям



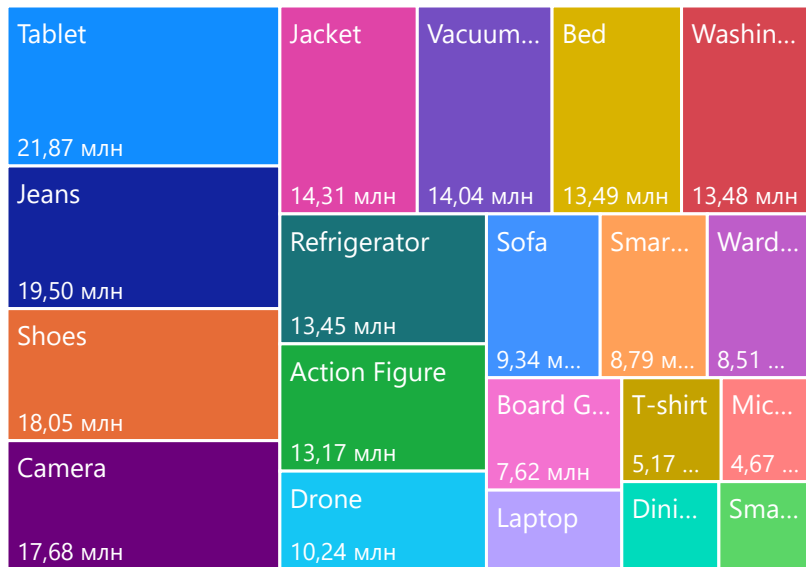
Доля продаж по брендам



Топ-5 продаж по наименованиям



Доля продаж по наименованиям



Продажи и прибыль

Выбрать ...

Qtr 1

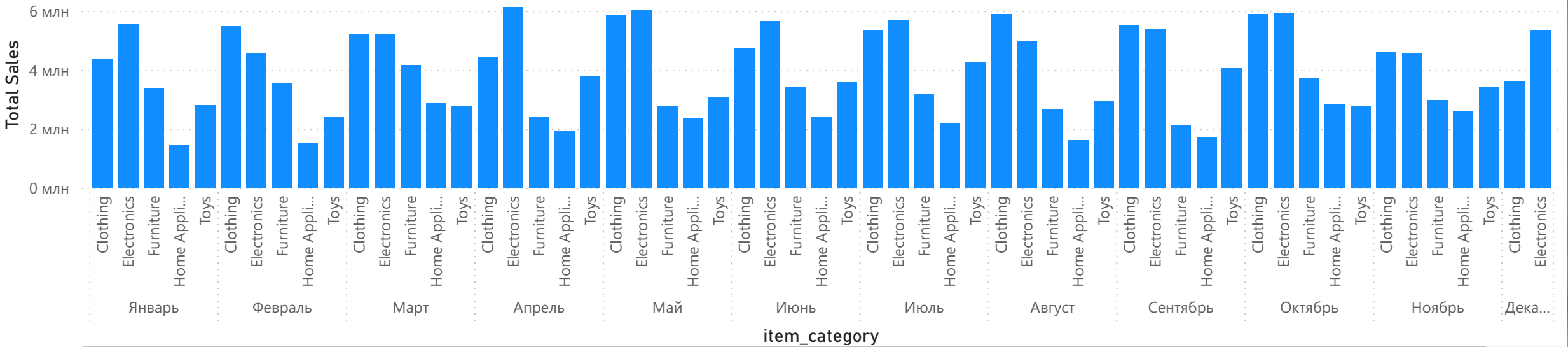
Qtr 2

Qtr 3

Qtr 4

Месяц	Action Figure	Bed	Board Game	Camera	Dining Table	Drone	Jacket	Jeans	Laptop	Microwave	Refrigerator	Shoes	Smartphone	Smartwatch	Sofa
Январь	976 640,56	898 047,16	364 279,77	928 119,06	378 559,97	861 777,30	771 018,35	1 536 391,42	363 322,94	367 001,81	1 390 112,52	1 114 515,69	108 208,71	1 196 625,28	931 786,19
Февраль	555 326,90	557 626,31	565 155,42	1 627 199,75	390 490,21	743 585,71	1 072 421,71	1 408 161,31	622 877,93	158 095,48	973 749,43	2 667 043,48	178 921,43	750 479,56	740 955,10
Март	953 459,07	1 045 839,26	626 358,13	2 623 981,73	119 394,48	1 001 710,47	1 076 307,65	1 808 146,52	362 848,34	366 265,85	1 150 885,46	1 130 689,81	261 859,39	742 871,05	525 329,55
Апрель	1 217 705,28	806 400,53	456 558,96	1 298 697,53	376 446,02	742 962,47	1 515 483,07	1 383 152,07	628 847,12	538 653,18	1 179 136,05	1 299 792,96	499 600,82	569 106,71	559 318,38
Май	1 520 443,50	695 687,50	556 239,23	1 722 440,59	525 972,81	799 756,75	1 678 010,69	1 006 960,64	844 726,85	888 303,36	1 238 156,99	1 905 693,35	302 292,49	710 294,31	576 131,38
Июнь	1 029 925,08	1 512 815,12	550 443,93	1 039 135,81	471 268,55	1 206 876,80	1 227 263,64	1 306 014,22	284 296,49	541 488,39	963 350,22	1 680 569,39	102 062,01	803 884,80	1 332 847,81
Июль	1 160 264,15	1 581 563,73	800 734,35	945 207,44	423 241,04	1 003 100,20	1 455 061,17	2 135 980,60	219 232,90	477 309,55	1 379 340,00	1 065 332,02	367 226,85	659 961,08	1 044 929,96
Август	1 742 135,38	1 118 530,31	623 586,01	1 423 243,82	290 092,51	1 225 049,74	1 331 051,78	1 300 529,91	640 172,66	214 989,69	676 810,15	1 798 171,30	377 486,79	477 319,30	790 648,10
Сентябрь	1 181 564,59	1 534 762,11	788 093,54	1 485 344,35	134 093,09	940 141,15	1 612 318,51	2 057 665,14	128 722,22	573 070,03	959 989,01	858 983,37	385 903,93	941 233,54	525 513,08
Октябрь	598 133,91	1 225 751,27	583 503,91	1 918 943,92	487 567,08	272 086,10	1 432 662,27	2 210 531,34	592 094,45	38 820,86	1 559 427,14	1 963 455,87	517 356,40	822 678,22	1 163 408,33
Ноябрь	1 305 399,15	1 476 732,94	1 098 963,91	1 360 233,09	373 137,09	434 020,36	788 672,95	1 807 083,58	416 716,73	180 552,85	975 218,86	1 243 863,31	432 343,60	798 897,15	464 444,27
Декабрь	931 000,81	1 032 590,27	604 559,91	1 310 020,43	328 640,83	1 004 251,15	354 541,43	1 539 477,79	313 179,86	327 734,31	1 003 146,70	1 324 189,38	544 330,29	320 050,83	683 250,50
Всего	13 171 998,38	13 486 346,51	7 618 477,07	17 682 567,52	4 298 903,68	10 235 318,20	14 314 813,22	19 500 094,54	5 417 038,49	4 672 285,36	13 449 322,53	18 052 299,93	4 077 592,71	8 793 401,83	9 338 562,65

Динамика продаж по категориям по месяцам



Логистика и склады

5,81E-5

доля расходов на доставку к выручке

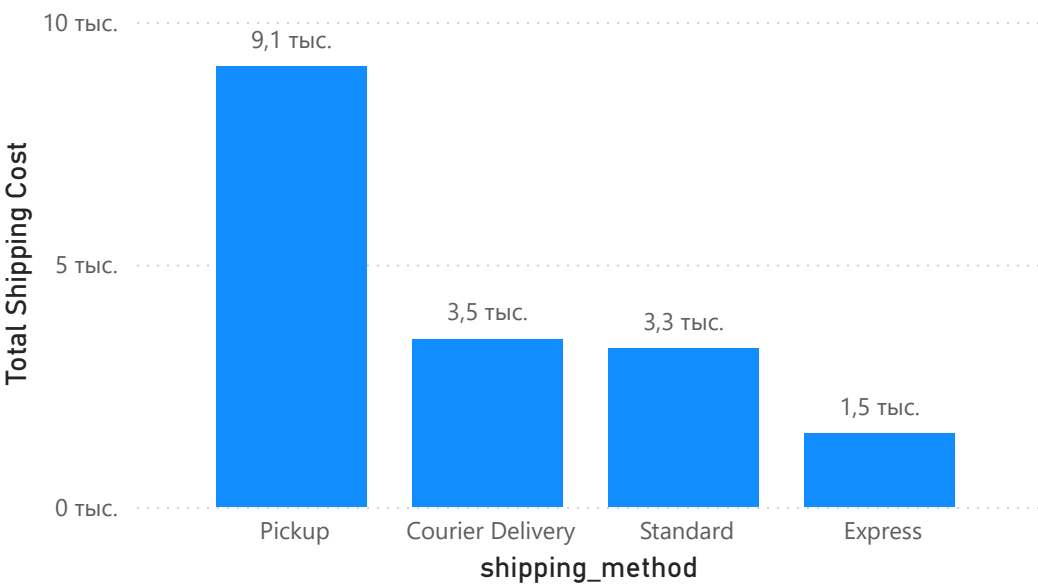
Затраты по методам доставки и регионам

region	Courier Delivery	Express	Pickup	Standard	Bcero
Akmola Region			2 470,57		2 470,57
Almaty Region	436,35		225,41	1 026,68	1 688,44
East Kazakhstan Region	499,83	849,22	1 574,77	1 173,66	4 097,48
Karaganda Region				1 061,16	1 061,16
Mangystau Region			187,07		187,07
Pavlodar Region	2 524,72		2 219,84		4 744,56
Turkistan Region		665,88	2 403,42		3 069,30
Bcero	3 460,90	1 515,10	9 081,08	3 261,50	17 318,58

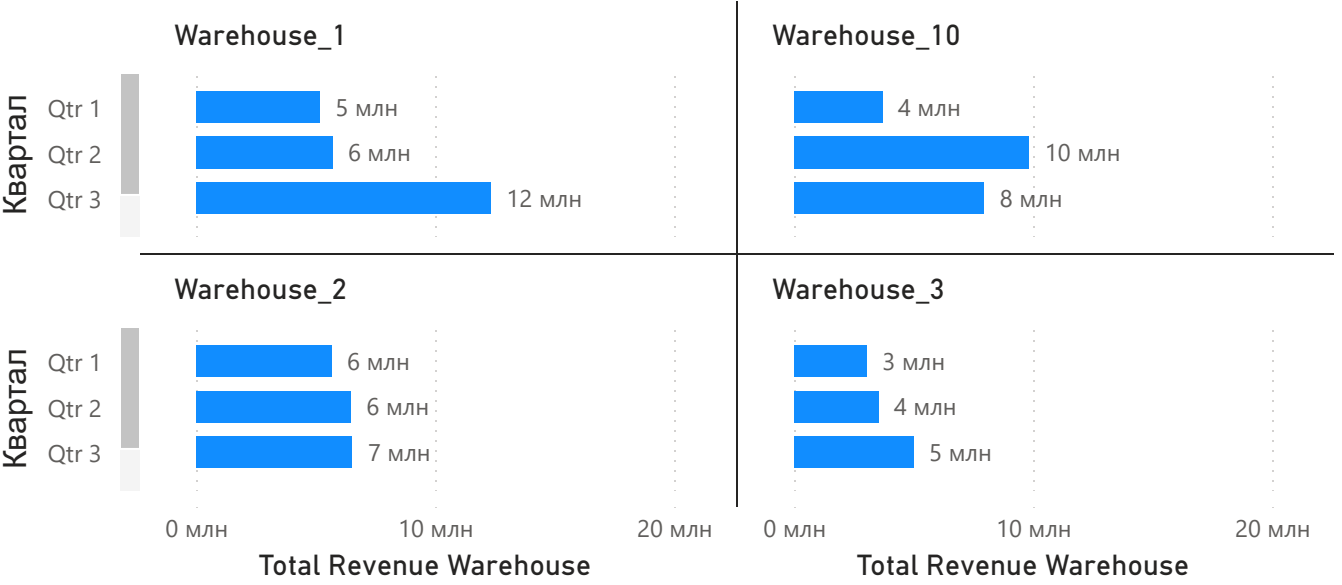
Остатки на складах

наименование	Warehouse_1	Warehouse_10	Warehouse_2	Warehouse_3	Warehouse_4	Warehouse_5	Warehouse_6	Warehouse_7
Washing Machine	536	1178	835	911	747	198	146	
Wardrobe	179	1090	224	815	556	723	51	
Vacuum Cleaner	367	673	1317	605	1214	376	1230	
T-shirt	199	76	396	348			411	
Tablet	1327	1065	2535	2462	865	525	665	1
Sofa	410	101	778	232	365		824	
Smartwatch	293	706	471	381	419		460	
Smartphone	414	543		900	405	611	452	
Shoes	1521	2528	1245	1646		1057	1709	
Refrigerator	319	353	1247	731	666	320	271	
Microwave		585			643	772	361	
Bcero	10895	15271	14586	15832	9978	10593	11336	10

Тарифы и доставка



Выручка по складам



Клиенты и регионы

29.01.2024

28.01.2025

Регион
Все

Статус заказа
Все

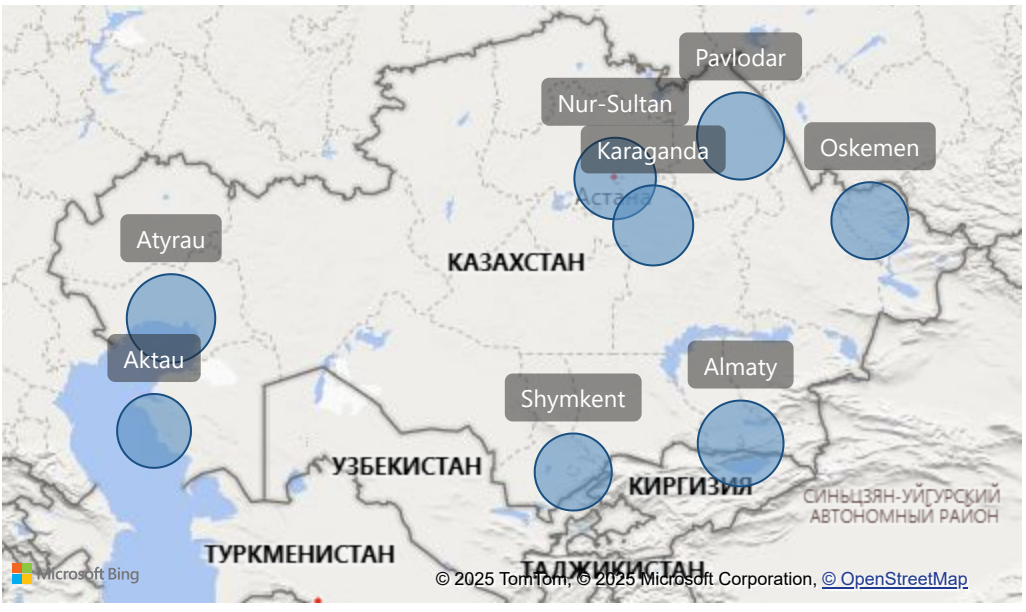
Total Clients
200

AOV
113,60...

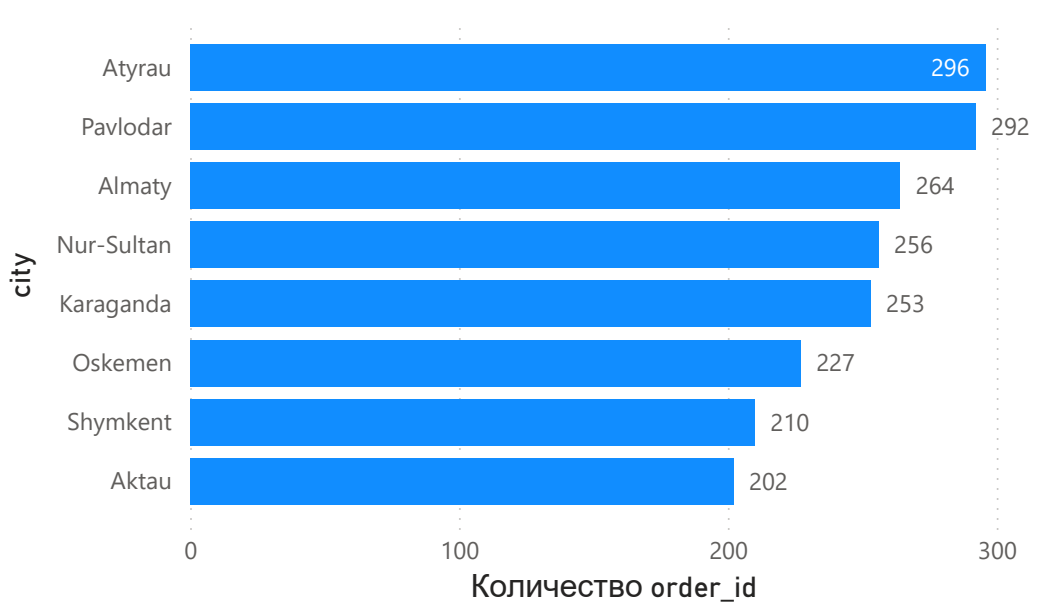
Total Orders
2 тыс.

Return Rate %
0,17

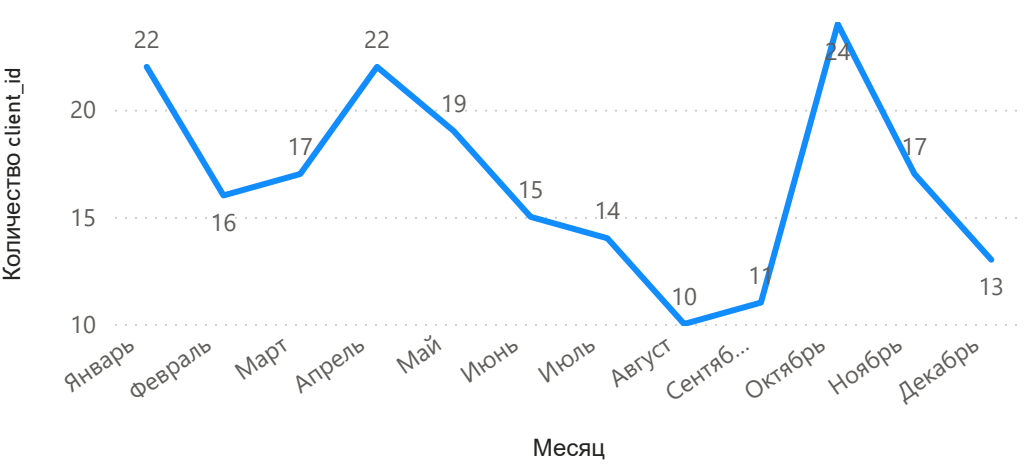
Карта клиентов



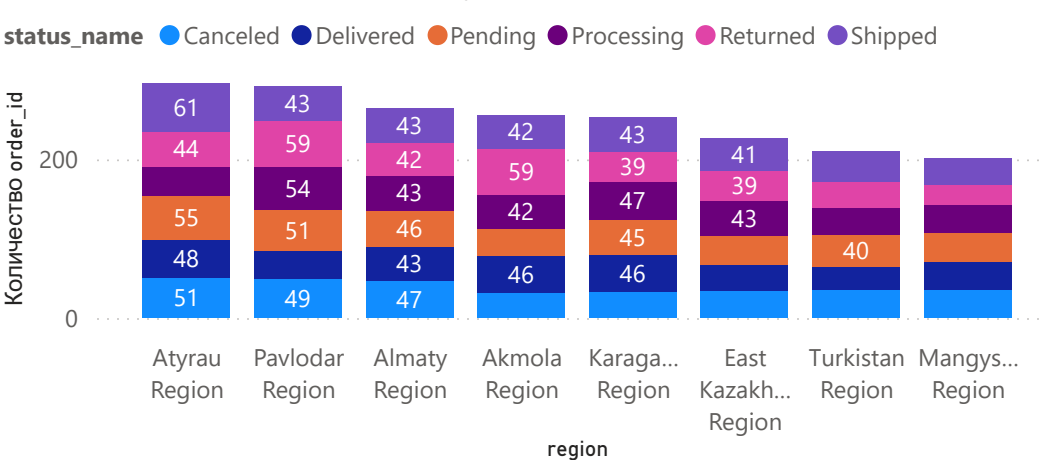
Количество заказов по городам



Динамика новых клиентов



Заказы по регионам и статусам



Сотрудники и эффективность

Выбрать ...

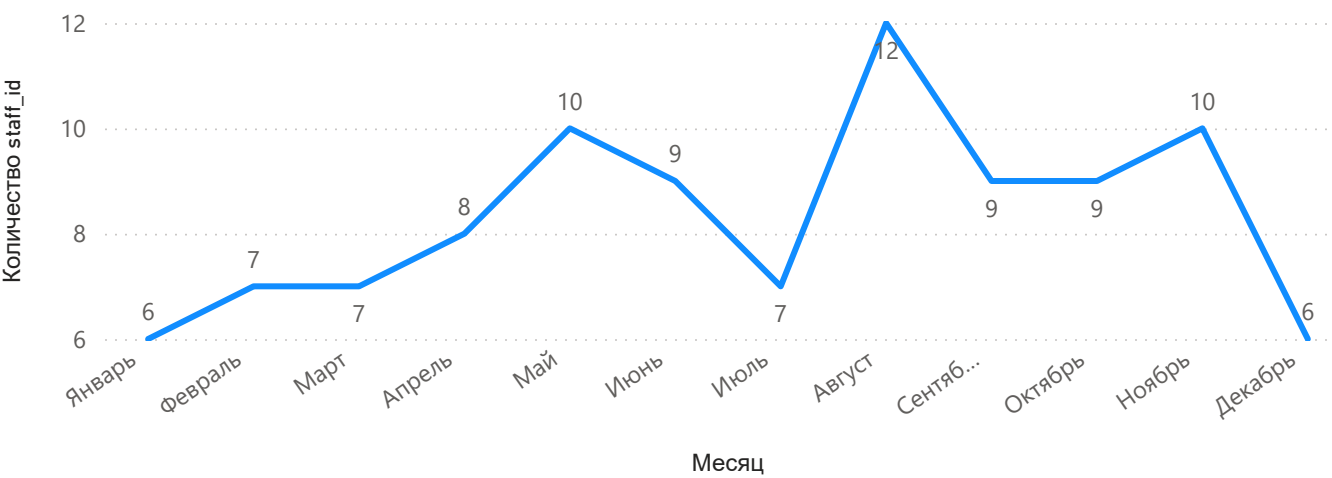
Qtr 1

Qtr 2

Qtr 3

Qtr 4

Динамика приема сотрудников



Кол-во сотрудников

100

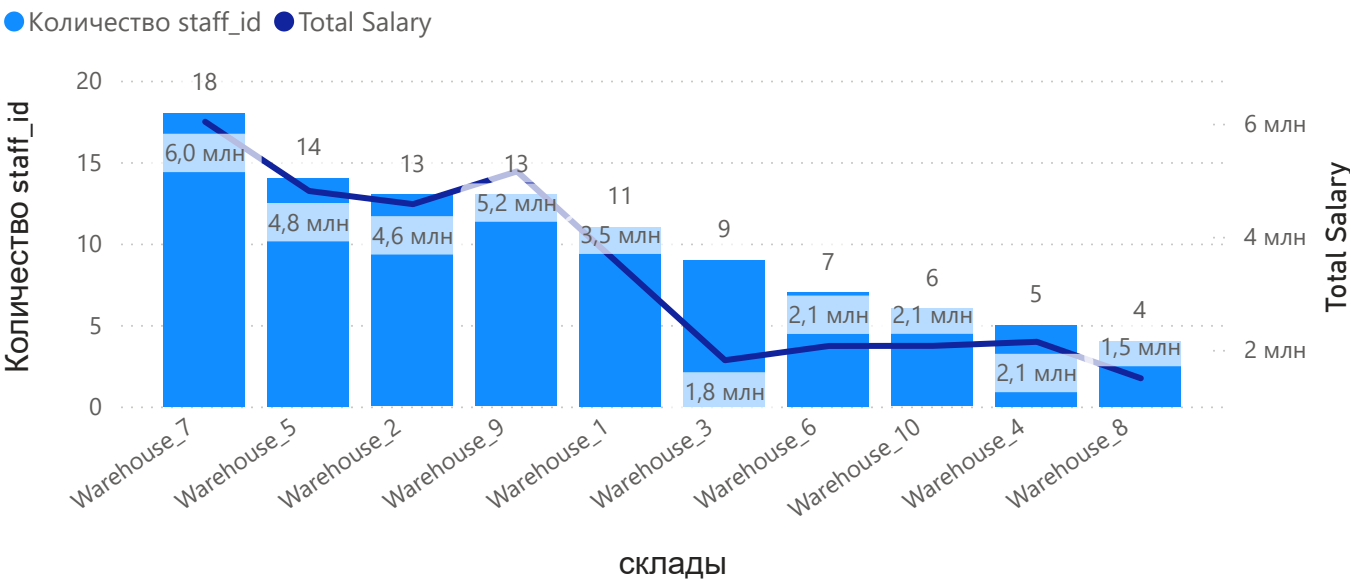
Выручка на 1 сотрудника

2,98 млн

Фонд ЗП

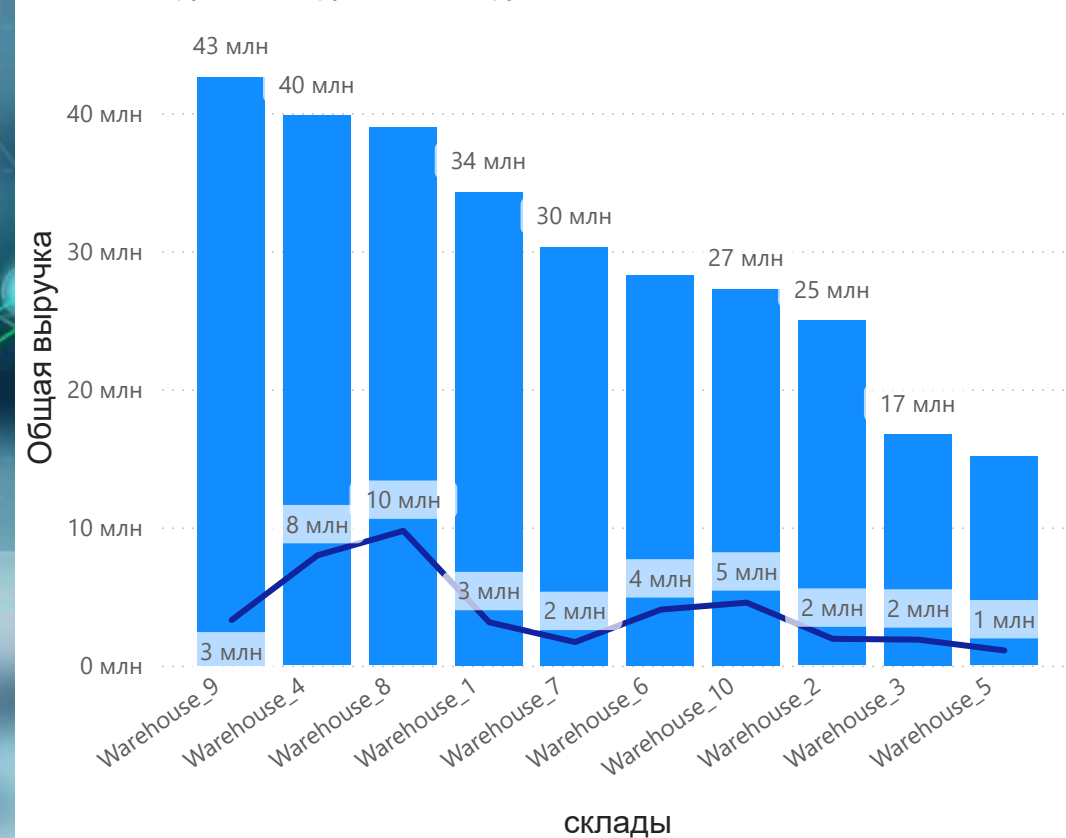
33,64 млн

Количество сотрудников и фонд зарплаты по складам



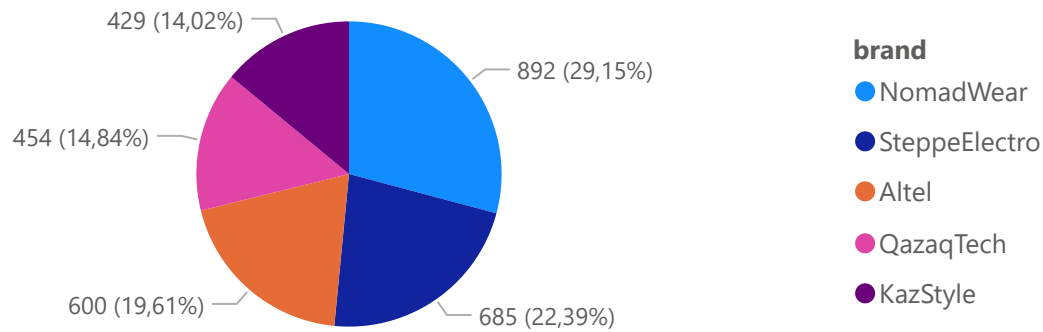
Персонал и выручка по складам

Общая выручка (blue bar), Выручка на 1 сотрудника (dark blue line)

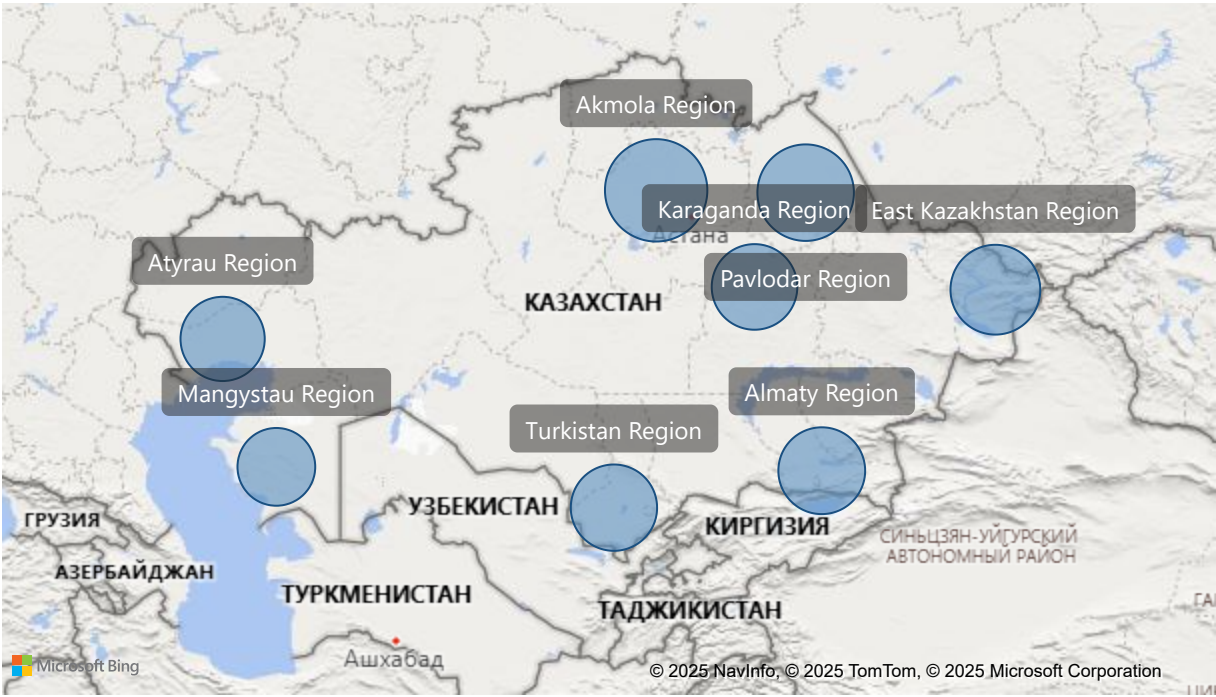


Возвраты

Возвраты по брендам



Карта возвратов



Наименование

Бренд

Все

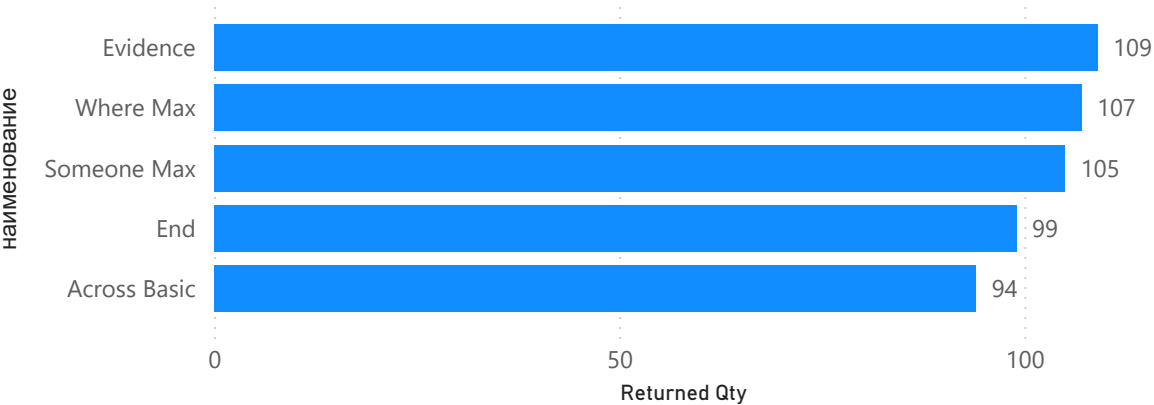
Все

Доля возвратов, %
0,17

Заказов по возврату
340

Кол-во возвратов
3 тыс.

Топ-5 возвратов по наименованию



Матрица возвратов по регионам

region	Clothing	Electronics	Furniture	Home Appliances	Toys	Всего
Akmola Region	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Almaty Region	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
Atyrau Region	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15
East Kazakhstan Region	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17
Karaganda Region	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15
Mangystau Region	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12
Pavlodar Region	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
Turkistan Region	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
Всего	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Анализ продаж, доходов и расходов

- Проблема: Несмотря на высокую общую маржу, продажи в категориях Clothing (28 млн) и Cosmetics (34 млн) значительно ниже, чем в Electronics (64 млн) и Accessories (54 млн).
- Динамика по месяцам: Резкие спады в январе (13 млн), феврале (14 млн) и июле (13 млн). Пики продаж в ноябре (21 млн) и декабре (20 млн).
- Рекомендация: Сфокусироваться на продвижении слабых категорий через targeted-рекламу и акции. Провести анализ причин сезонных спадов.

Снижение продаж в городах и регионах

- Наибольшее количество заказов в городах: Almaty (296), Nur-Sultan (292), Karaganda (264).
- Наименьшее количество заказов: Aktau (202), Shymkent (210), Oskemen (227).
- Проблема: В регионах Atyrau и Pavlodar фиксируется низкая активность клиентов и высокие логистические затраты.
- Рекомендация: Запустить региональные промоакции, улучшить условия доставки (например, бесплатная доставка при заказе от определенной суммы).

Эффективность работы складов и сотрудников

- Проблема: На некоторых складах (например, Warehouse_7 и Warehouse_5) наблюдается низкая выручка на сотрудника при высоких затратах на зарплату.
- Рекомендация: Провести аудит процессов на неэффективных складах, оптимизировать штат и внедрить KPI для сотрудников.

Логистические затраты

- Общие логистические затраты: 17 315,58.
- Наибольшие затраты в регионах: Pavlodar (4 744,56) и East Kazakhstan (4 097,48).
- Самый дорогой метод доставки: Standard (9 081,08), затем Courier Delivery (3 460,90).
- Проблема: Высокие затраты на доставку в удаленных регионах снижают общую маржу.
- Рекомендация: Внедрить зональную тарификацию, развивать сеть пунктов самовывоза в проблемных регионах, пересмотреть тарифы на стандартную доставку.

Сезонность и складские запасы

- Пики продаж: ноябрь (21 млн) и декабрь (20 млн).
- Спады: январь (13 млн), февраль (14 млн), июль (13 млн).
- Проблема: Дисбаланс запасов на складах. Избыток товаров в категориях Electronics и Household, недостаток в Clothing и Cosmetics.
- Рекомендация: Увеличить запасы к ноябрю в категориях Electronics и Accessories, снизить закупки в Clothing и Cosmetics. Внедрить систему прогнозирования спроса.

Возвраты товаров

- Общий процент возвратов: 0,17% (низкий показатель).
- Наибольшее количество возвратов у брендов: NomadWear и SteppeElectro.
- Топ-5 возвращаемых товаров: Evidence (109), Where Max (107), Someone Max (105), End (99), Across Basic (94).
- Проблема: Высокий процент возвратов в категориях Clothing и Electronics.
- Рекомендация: Улучшить качество описаний товаров, добавить размерные сетки для одежды, усилить контроль качества.

Итоговые рекомендации:

1. Оптимизация ассортимента: Сфокусироваться на развитии категорий Electronics и Accessories, провести ребрендинг Clothing и Cosmetics.
2. Снижение логистических издержек: Пересмотреть тарифы на доставку, развивать сеть самовывоза.
3. Управление запасами: Внедрить систему прогнозирования спроса для избежания затоваривания и дефицита.
4. Работа с возвратами: Улучшить качество товаров и описаний для снижения возвратов.
5. Повышение эффективности персонала: Внедрить KPI и провести обучение сотрудников на неэффективных складах.