

Анализ возрастных групп покупателей

Ключевые демографические тенденции

**Ссылка на интерактивные
показатели.**



Демография покупателей

По полученным данным.
Основную аудиторию составляют
покупатели 40+ лет, молодежь - потенциал
роста.

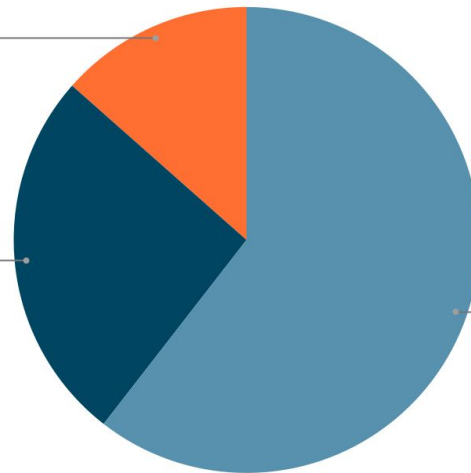
- 40+ лет (11,957 чел.)
- 26-40 лет (5,139 чел.)
- 16-25 лет (2,663 чел.)

Возрастные группы

16-25
13,5%

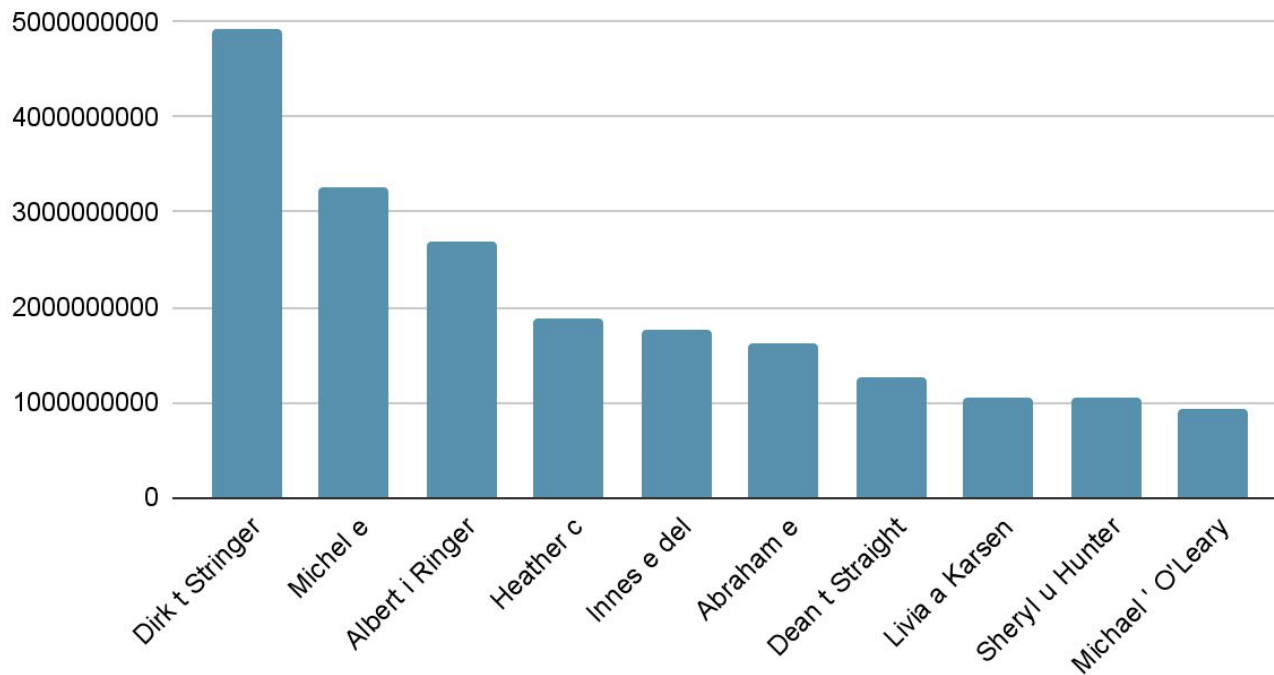
26-40
26,0%

40+
60,5%



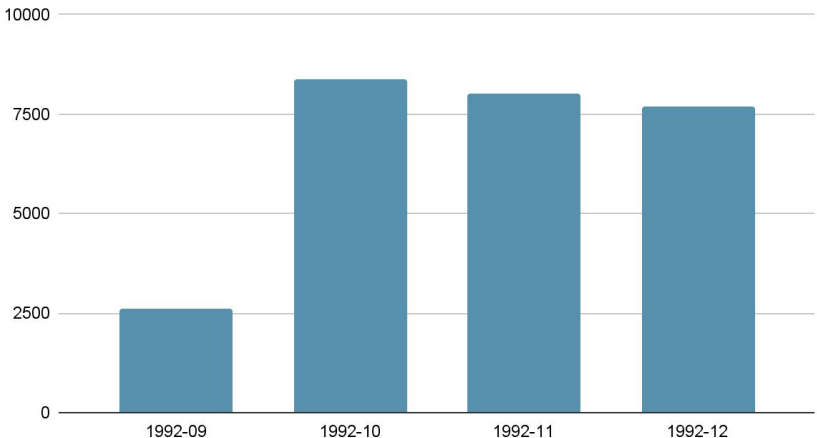
Лучшие продавцы

Прибыль лучших продавцов.

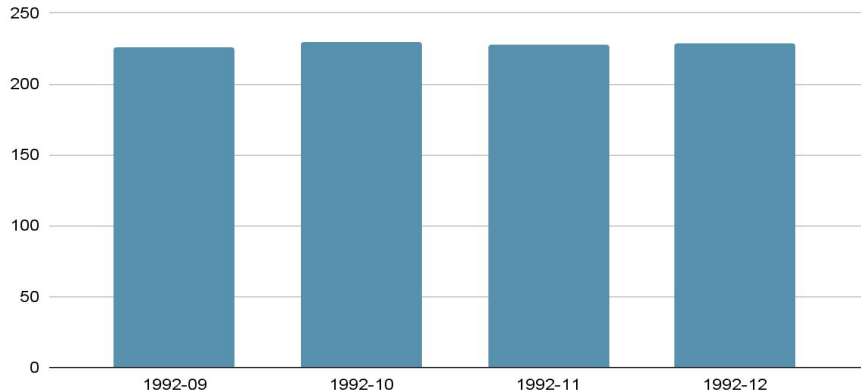


По полученным данным. Разрыв между топом и средними показателями составляет 45%

Доход в миллионах.



Общее количество клиентов



Динамика по месяцам

- Тренд: Рост среднего чека на 17% при стабильном потоке покупателей
- В сентября наблюдается отклонение. При стабильном потоке покупателей. Доходность сильно ниже остальных месяцев.
- Также наблюдается спад доходности.

Акциянные покупки

- 23% покупателей пришли по акциям
- Основной поток новых покупателей приходится на Сентябрь, что объясняет падение дохода в этом месяце. Но новые покупатели увеличили дальнейшую прибыль.

Совершение первой покупки по акции	Продавец
1992-09-21	Abraham Bennet
1992-09-21	Michael O'Leary
1992-09-21	Dirk Stringer
1992-09-21	Dirk Stringer
1992-09-21	Michael O'Leary
1992-09-21	Marjorie Green
1992-09-21	Abraham Bennet
1992-09-21	Michael O'Leary
1992-09-21	Abraham Bennet
1992-09-21	Marjorie Green
1992-09-22	Dirk Stringer
1992-09-22	Marjorie Green
1992-09-22	Michael O'Leary
1992-09-22	Michael O'Leary
1992-09-24	Michael O'Leary

Рекомендации

1. Для маркетинга:

- Рассмотреть скидки для категории 40+. Возможно это создаст больше спроса от той категории, которая создает основной доход.
- Геймификация для 16-25 лет.

2. Для продаж:

- Провести обучение слабых продавцов по методикам топ-продавцов. Чтоб повысить результативность.
- Пересмотр ключевых показателей эффективности для low-performers.