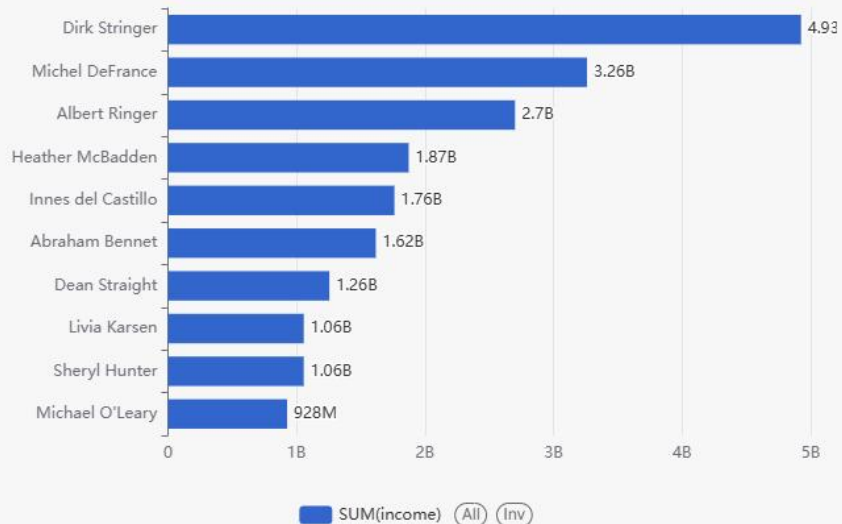


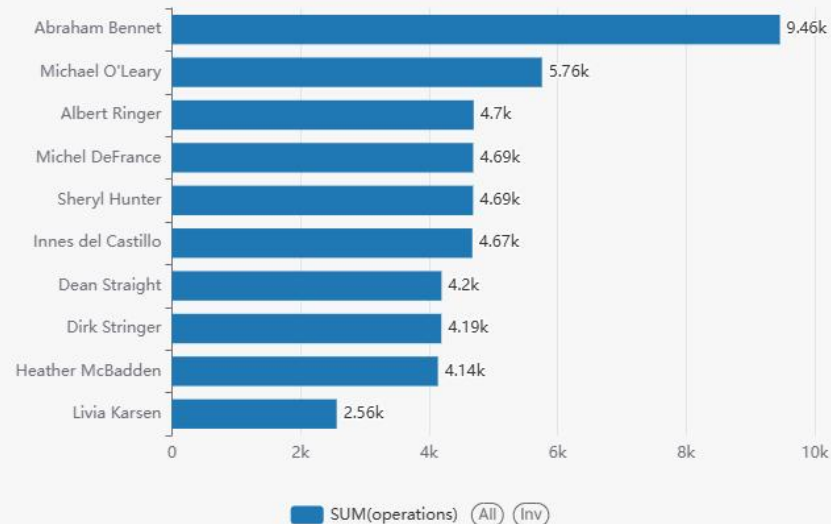
Анализ отдела продаж

Показатели продавцов

ТОП-10 продавцов по выручке

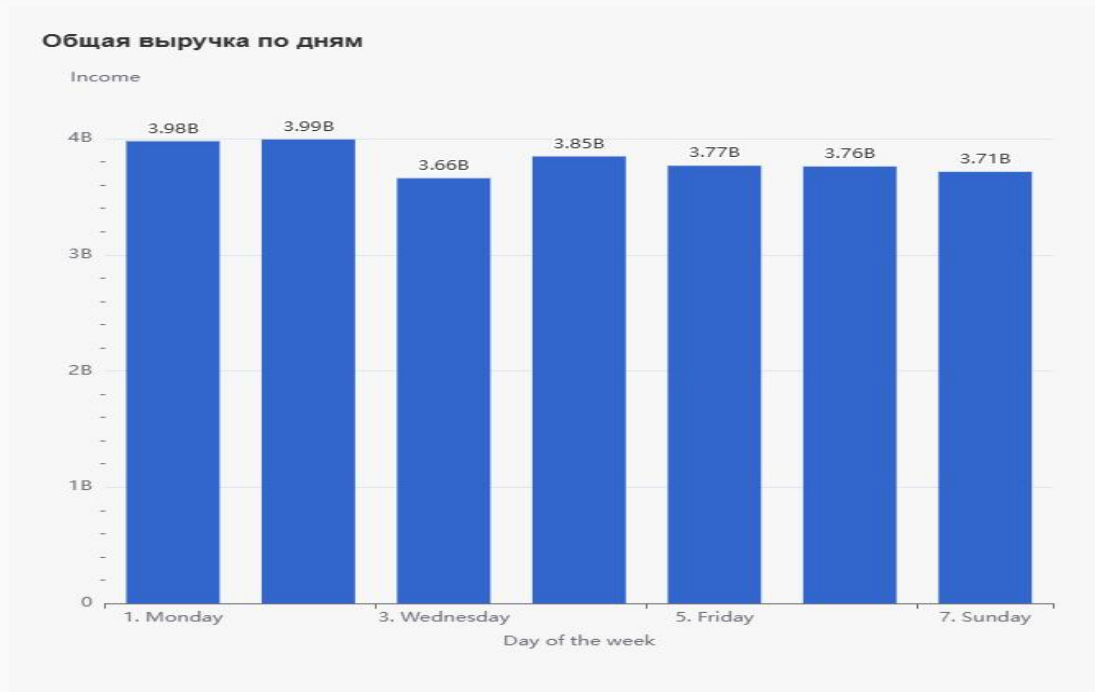


ТОП-10 продавцов по количеству сделок



Как и ожидалось, лучшие показатели по выручке у продавцов с высоким средним чеком.

Выручка по дням недели

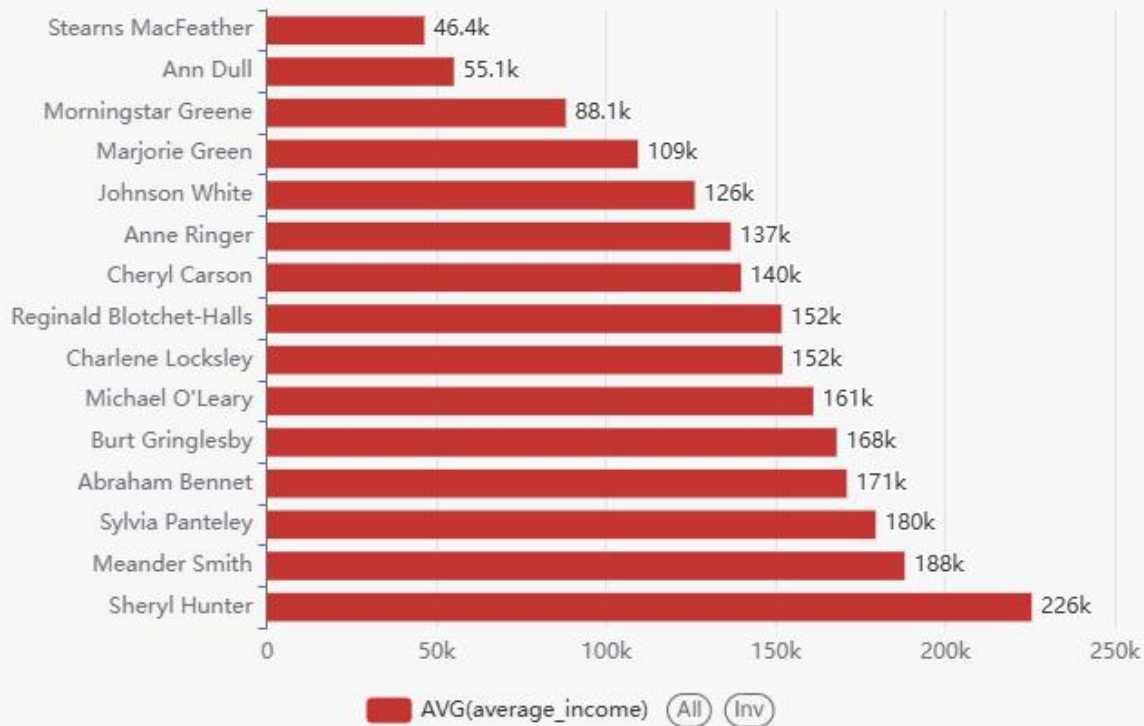


Анализ не выявил существенной зависимости выручки от дня недели.

Отстающие продавцы

Необходимо дополнительно проанализировать зависимость среднего чека от опыта работы продавцов с целью определения кадровой политики и кадровых мероприятий в отделе продаж - обучение, наставничество, ротация персонала и т.п.

Продавцы, чей средний чек ниже среднего по всем продавцам

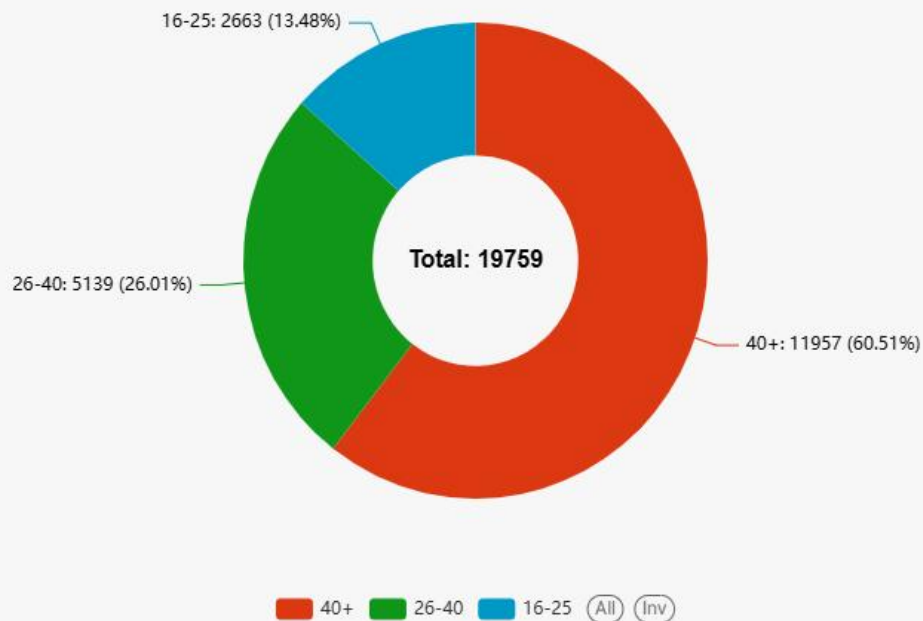


Анализ покупателей

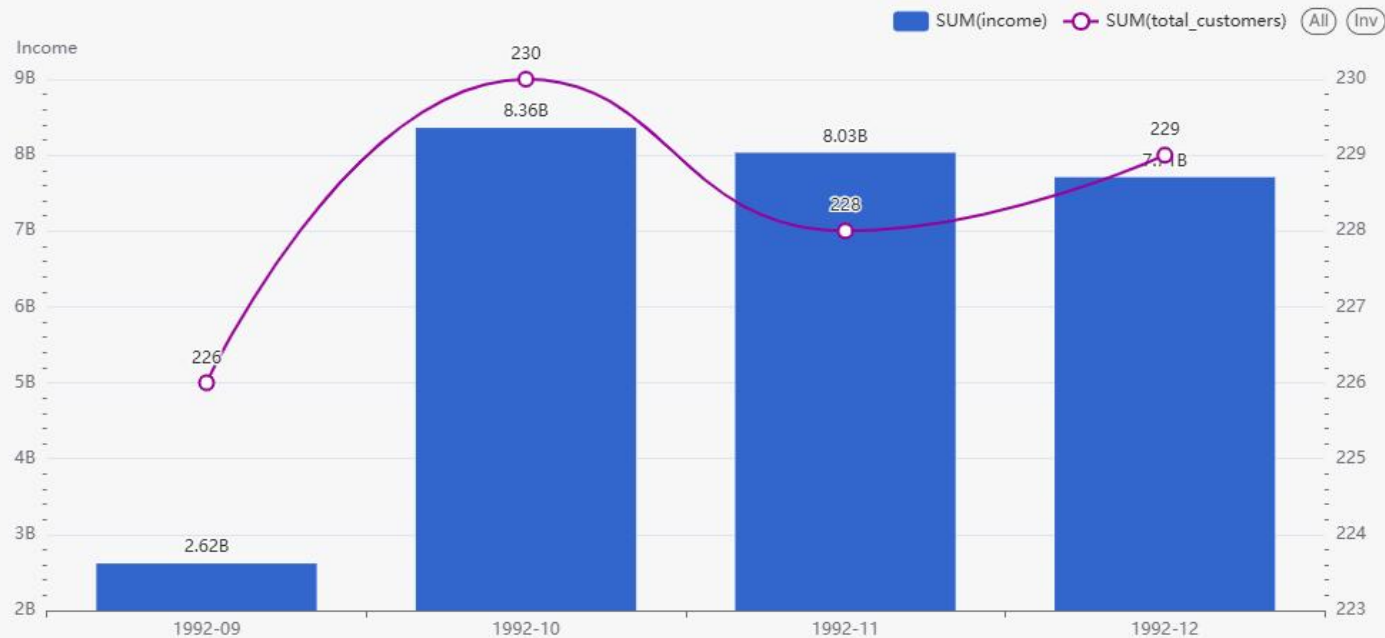
Возрастные группы покупателей

Основная аудитория - покупатели среднего возраста, старше 25 лет (86,5% от общего числа)

Среди них преобладает группа старше 40 лет (60,5% от общего числа).

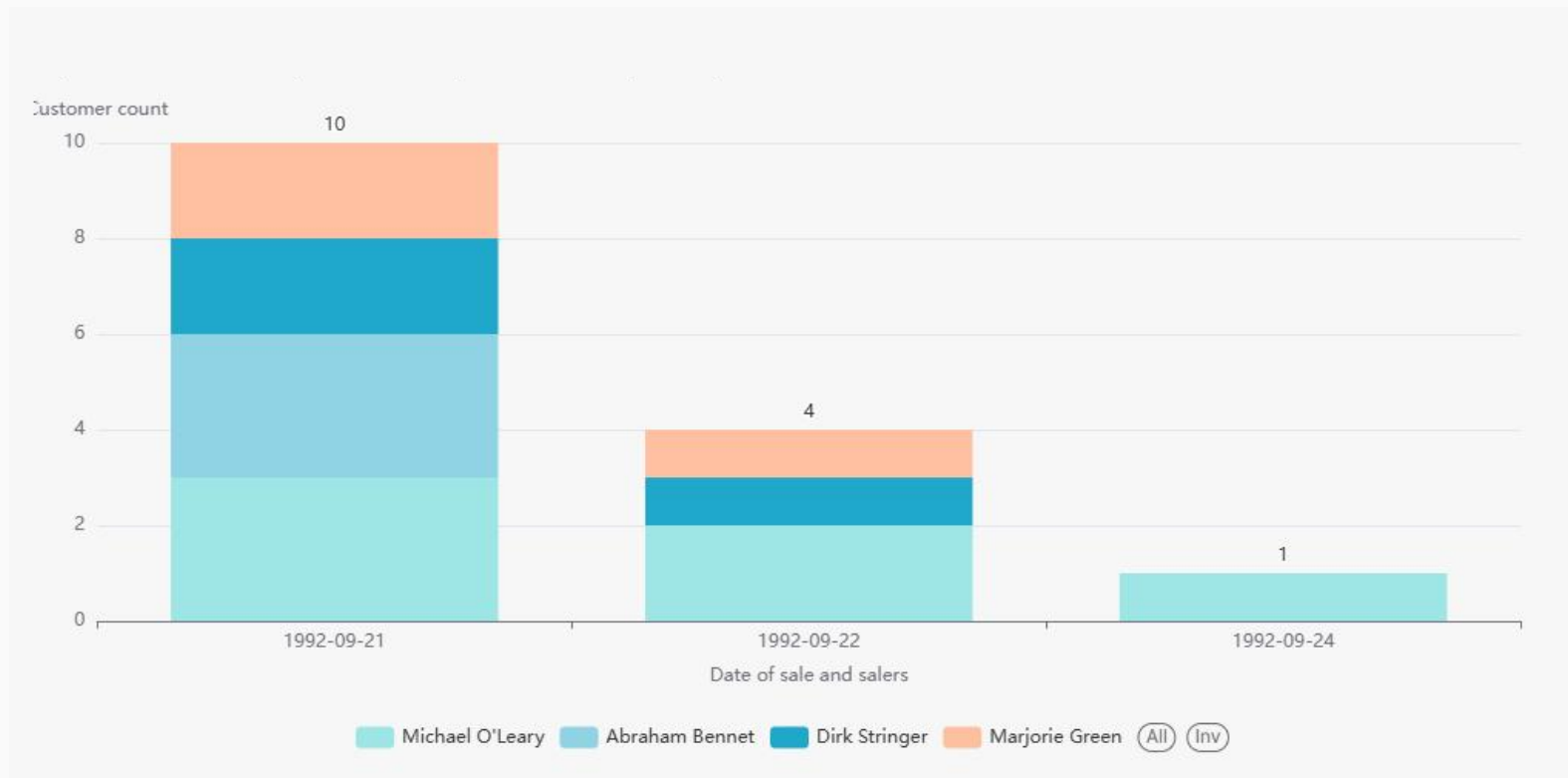


Количество уникальных покупателей и общая выручка по месяцам



Отмечен резкий прирост выручки с октября, при этом количество уникальных покупателей существенно не изменилось.

Количество первичных покупателей в дни проведения акции



Покупатели, сделавшие первую покупку во время акции

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

Краткие выводы

- Требуется анализ опыта работы продавцов с целью определения кадровой политики и мероприятий в отделе продаж (наставничество, обучение, ротация и т. п.)
- Увеличение общей выручки с октября без существенного прироста уникальных покупателей говорит о высоком потенциале дальнейшего роста выручки за счет мероприятий по увеличению количества покупателей.
- Проведенная акция не показала высокой эффективности, т.к. привлекла только 15 первичных покупателей (менее 10% от среднемесячного количества покупателей). Требуется дополнительный анализ результатов акции для окончательных выводов.