

# Аналитическая записка

[Дашборд - Аналитика продаж, продавцов и покупателей](#)

# Анализ покупателей

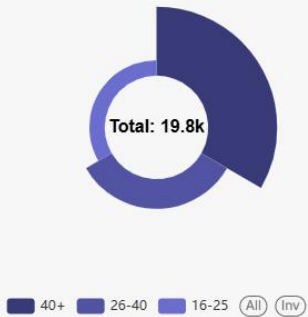
Average number of customers

228

Average income per customer

6.68B

Distribution of clients by age



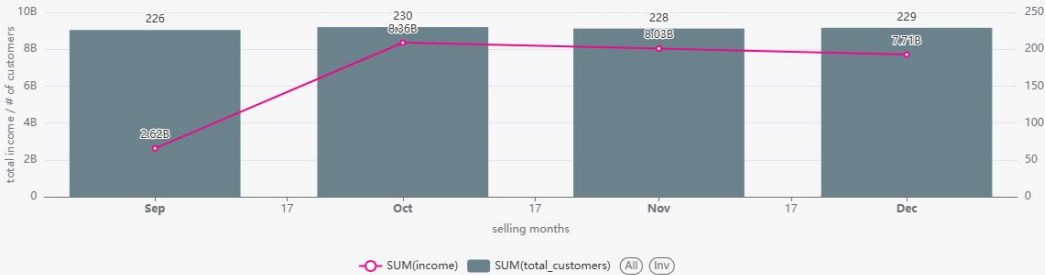
## Выводы:

Более 60% клиентов — это покупатели старше 40 лет, это наиболее представленная аудитория. Молодежный сегмент (16–25 лет) — самый малочисленный.

## Рекомендации:

Основной маркетинг, предложения и продукт следует адаптировать под возрастную категорию 40+. Есть значительный потенциал для привлечения молодежи — возможно, стоит добавить современные каналы привлечения например: соцсети, скидки для студентов, геймификация.

Number of customers and total income per month



**Выводы:** Резкий скачок выручки с сентября (2.6 млрд) к октябрю (8.3 млрд) — прирост более чем в 3 раза.

Кол-во клиентов стабильное (от 226–230), т.е. рост произошёл за счёт:

- увеличения среднего чека
- продажи более дорогих товаров
- сезонной активности (например, черная пятница, праздники Новый год, День благодарения и тд)

## Рекомендации:

Уточнить причины резкого роста в октябре — и повторить это (если маркетинговая акция, скидки, запуск новой линейки).

Подготовить аналогичные кампании заранее на каждый год и заложить затраты в бюджет.

# Анализ продавцов

Top 10 sellers by income



**Выводы:**

Dirk Stringer принес максимальный доход компании среди остальных топ-10 продавцов при не самом высоком кол-ве продаж. Abraham Bennet провел больше всего сделок (9.5k), но по выручке при этом не вошел в 5-ку лидеров.

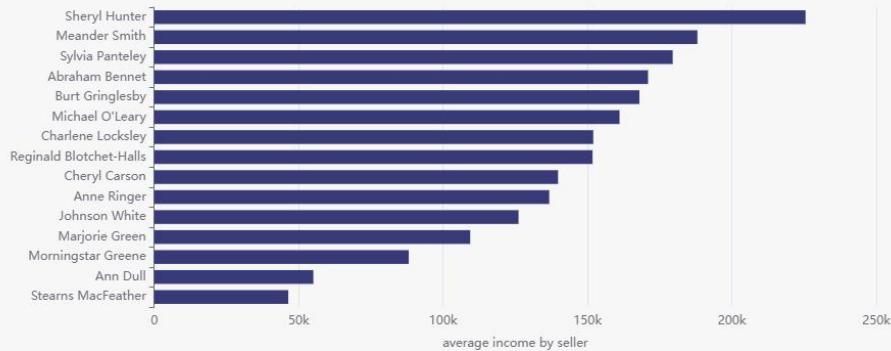
**Рекомендации:**

Анализировать практики Dirk Stringer и Michel DeFrance — возможно, направлять крупных клиентов к ним, повторять их практики по работе с клиентами.

Провести обучение для Abraham Bennet по продаже более дорогих товаров, т.к. виден потенциал.

Отслеживать соотношение "средняя выручка на операцию" и его динамику по каждому продавцу.

Lowest average income by sellers



**Выводы:**

Некоторые продавцы, например Stearns MacFeather и Ann Dull, работают с крайне низким средним чеком. При этом Abraham Bennet — один из самых активных продавцов, но с невысокой средней выручкой.

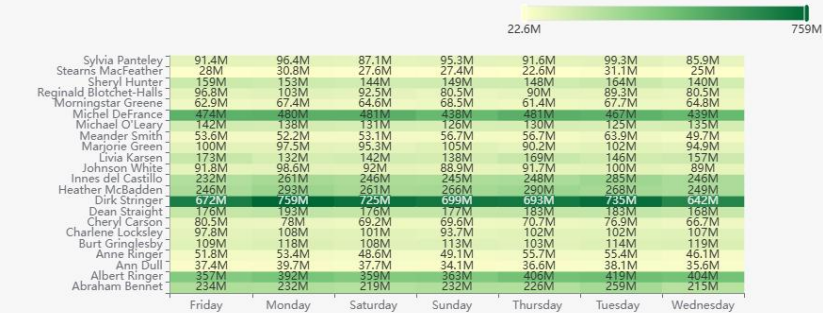
**Рекомендации:**

Пройтись по малорезультативным сотрудникам: предоставить дополнительное обучение, коучинг.

Подумать о переводе этих продавцов на другой сегмент, где можно продавать дороже.

# Анализ продавцов (продолжение)

Heatmap - day / sellers



## Выводы:

Самые прибыльные дни — понедельник и вторник (начало недели).

Нет сильно выбивающихся дней: продажи стабильны. Лидер по продажам Dirk Stringer.

## Рекомендации:

Использовать данные для планирования смен — больше менеджеров в понедельник.

Проверить, какие продукты покупают в начале недели (больше дорогих или дешевых товаров).

## Special offer

seller ↑	sale_date	COUNT_DISTINCT(customer)
Abraham Bennet	1992-09-21	3
Dirk Stringer	1992-09-21	2
Dirk Stringer	1992-09-22	1
Marjorie Green	1992-09-21	2
Marjorie Green	1992-09-22	1
Michael O'Leary	1992-09-21	3
Michael O'Leary	1992-09-22	2
Michael O'Leary	1992-09-24	1

Page Size: 100 1 to 8 of 8 Page 1 of 1

## Выводы:

Несколько клиентов впервые пришли через акцию “За 0” 21 сентября.

Abraham Bennet активно участвовал в акциях (и, предположительно, успешно приводит новых клиентов).

Эти даты совпадают с ростом выручки в следующих месяцах.

## Рекомендации:

Отслеживать конверсию таких “бесплатных” клиентов — сколько из них потом совершили покупки за деньги.

Оценить рентабельность нулевых предложений, если есть эффект — масштабировать на другие товары и других менеджеров по продажам.