

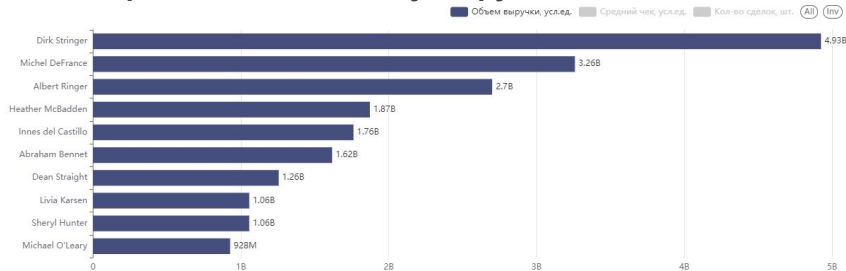
# Проект №1 курса Hexlet "Аналитика данных" - "Продажи"

Михаил Дроздов



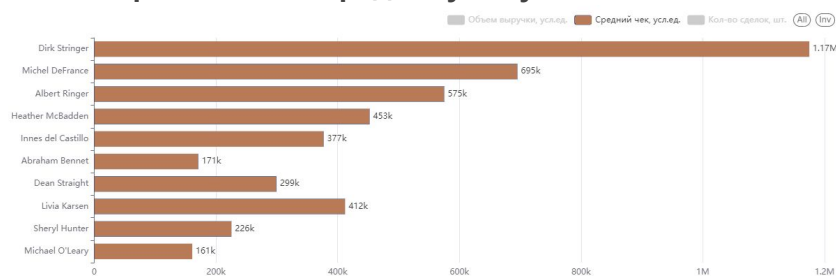
# Топ-10 продавцов по выручке

## Сравнение по объему выручки



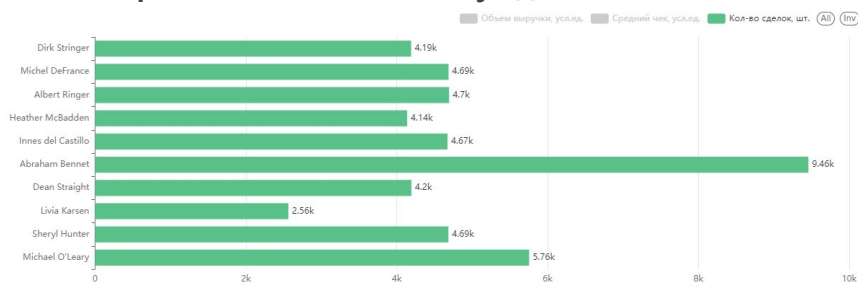
Лидер - Dirk Stringer, с более чем 50% отрывом от 2 места

## Сравнение по среднему чеку



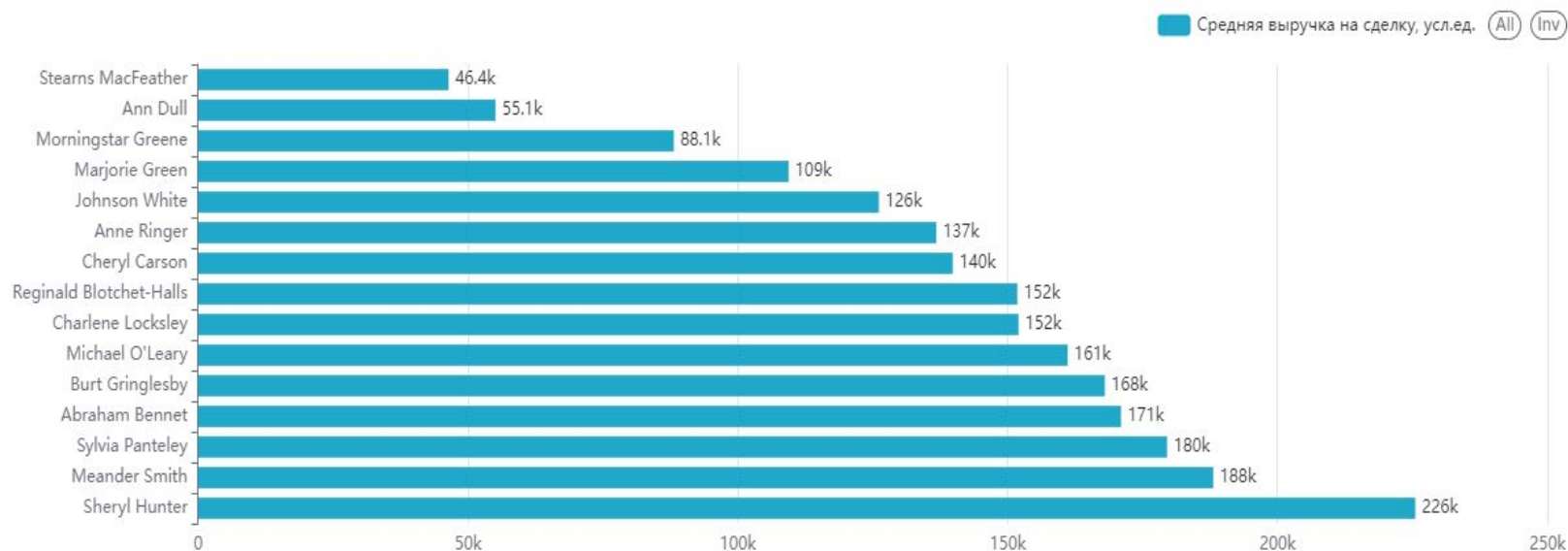
Практически линейная зависимость среднего чека и объемов выручки

## Сравнение по количеству сделок



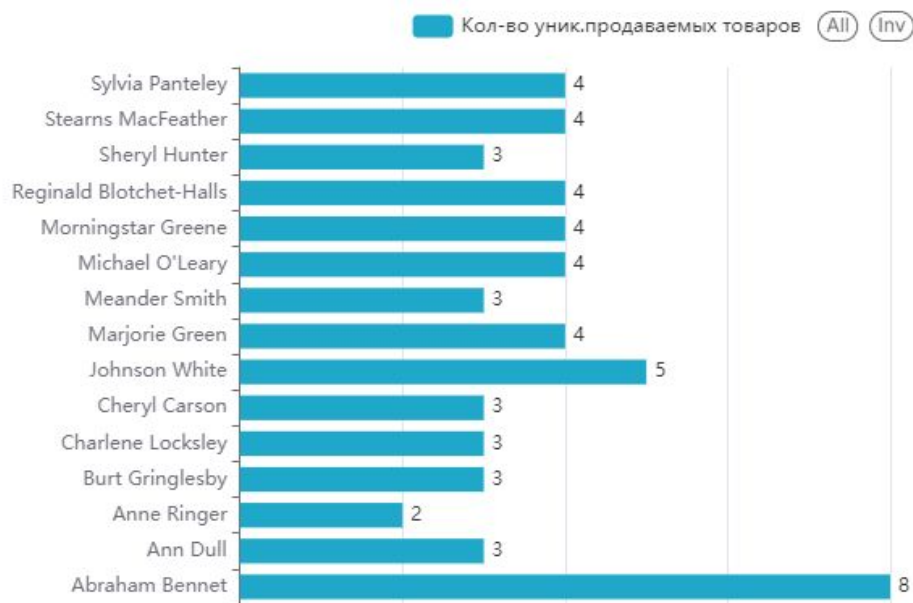
Abraham Bennet и Michael O'Leary - в топе за счет количества сделок (средний чек на 9 и 10 месте, соответственно)

## Продавцы со средней выручкой на сделку меньше средней по всем продавцам



Трое продавцов - также есть в топ-10 по выручке (Michael O'Leary, Abraham Bennet, Sheryl Hunter).

## Товары у продавцов с наименьшей ср. выручкой на сделку



Довольно часто у продавцов с низкой выручкой на сделку - ограниченный набор товаров за весь период наблюдения.

Michael O'Leary и Sheryl Hunter (из топ-10 по выручке) - по 3 уникальных товара в чеках.

Возможно, имеет смысл провести доп. обучение для повышения продуктовой компетенции

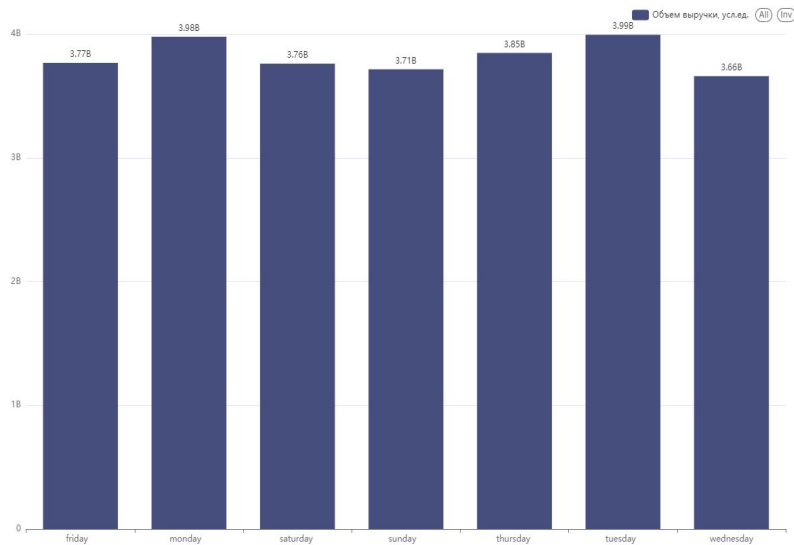
Abraham Bennet - делает объем выручки за счет большого кол-ва заказов с определенной номенклатурой с низкой стоимостью

Предложения:

- 1) разработать метрику, связанную со средней выручкой на сделку, чтобы сотрудники не акцентировались только на определенных товарах
- 2) рассмотреть низкопродаваемые остатки на предмет проведения дополнительных акций по ним, предоставить перечень продавцам

# Выручка по дням недели

Итоговые объемы выручки по дням недели

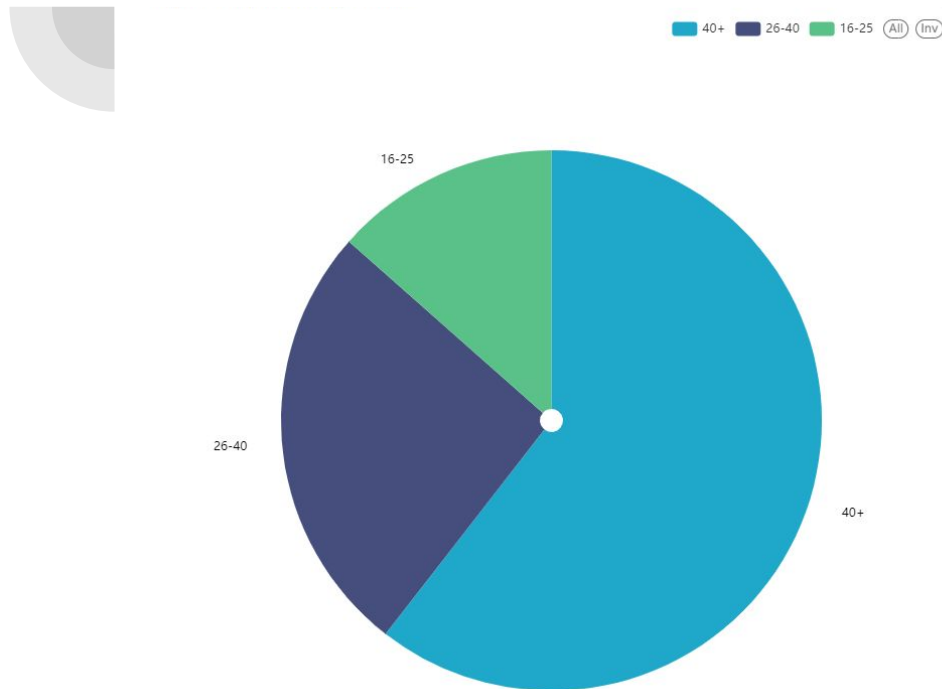


Объемы выручки по продавцам

name	weekday	income
Dirk Stringer	monday	759M
Dirk Stringer	tuesday	735M
Dirk Stringer	saturday	725M
Dirk Stringer	sunday	699M
Dirk Stringer	thursday	693M
Dirk Stringer	friday	672M
Dirk Stringer	wednesday	642M
Michel DeFrance	thursday	481M
Michel DeFrance	saturday	481M
Michel DeFrance	monday	480M
Michel DeFrance	friday	474M
Michel DeFrance	tuesday	467M
Michel DeFrance	wednesday	439M
Michel DeFrance	sunday	438M
Albert Ringer	tuesday	419M
Albert Ringer	thursday	406M
Albert Ringer	wednesday	404M
Albert Ringer	monday	392M
Albert Ringer	sunday	363M
Albert Ringer	saturday	359M
Albert Ringer	friday	357M
Heather McBadden	monday	293M
Heather McBadden	thursday	290M
Innes del Castillo	tuesday	285M

Распределение выручки однородно (в т. ч. и по продавцам отдельно) - разница в среднем чеке практически не зависит от определенных смен

# Группы возрастов покупателей



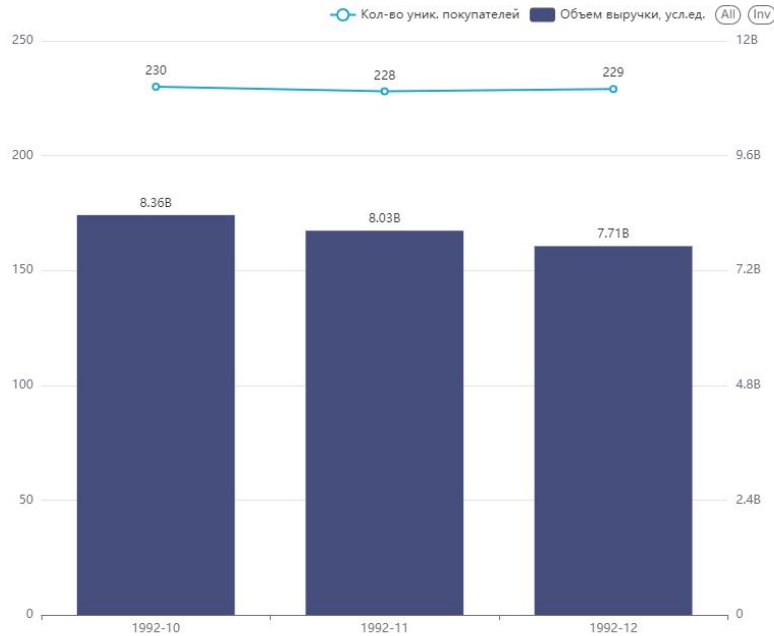
1 место по кол-ву - группа "40+" (~60%) - платежеспособная группа с бóльшим наличием свободного времени :)

Исходя из наименования товаров, и такого распределения групп по возрастам, предполагаю, что ниша компании - товары для туризма

Предложение:

- 1) по ассортименту группы "40+" - рассмотреть проведение маркетинговых мероприятий, а также рассмотреть расширение ассортимента по части комплементарных товаров
- 2) по другим группам - для привлечения аудитории рассмотреть адаптацию имеющихся товаров под их потребности, а также добавление новой продукции в ассортимент

## Данные по покупателям по месяцам



- Стабильное кол-во уникальных покупателей - постоянные клиенты
- Снижение объемов выручки к декабрю - сезонность
- Сентябрь 1992 г. - часть данных отсутствует



### Первые акционные покупки у покупателей

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

- Небольшое кол-во покупателей воспользовались акцией при своей первой покупке
- Только 4 уникальных продавца





# Рекомендации

- Доп.обучение сотрудников касаясь товарного ассортимента и его свойств, анализ и передача опыта от коллег из топ-10 с высоким средним чеком покупки, разработка метрик оценивания эффективности работы продавцов
- Рассмотрение причин низкой эффективности проводимой акции (с товарами с нулевой стоимостью) для улучшения результатов будущих
- Проведение маркетинговых акции/мероприятий по привлечению новых клиентов, учитывая тек.сезонность (например, проведение скидок по актуальным товарам в этот период с эластичным спросом), по группе 40+ - расширение ассортимента комплементарных товаров

Ссылка на дашборд - <https://683e0fc8.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/9/>