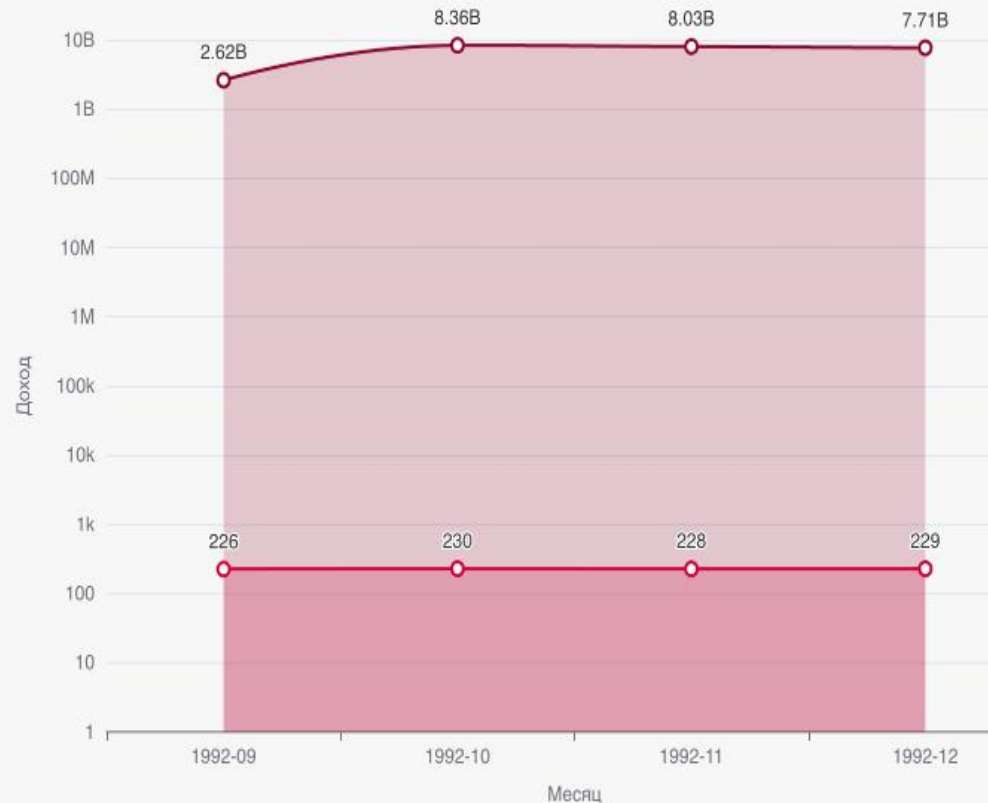


# Проект “Продажи”



# Динамика количества уникальных покупателей и их выручки за четыре месяца (сентябрь–декабрь 1992 года).



## Количество покупателей:

- Количество остаётся стабильным, варьируя в узком диапазоне (226–230);
- Максимальное значение зафиксировано в октябре (230), минимальное — в сентябре (226).



## Выручка:

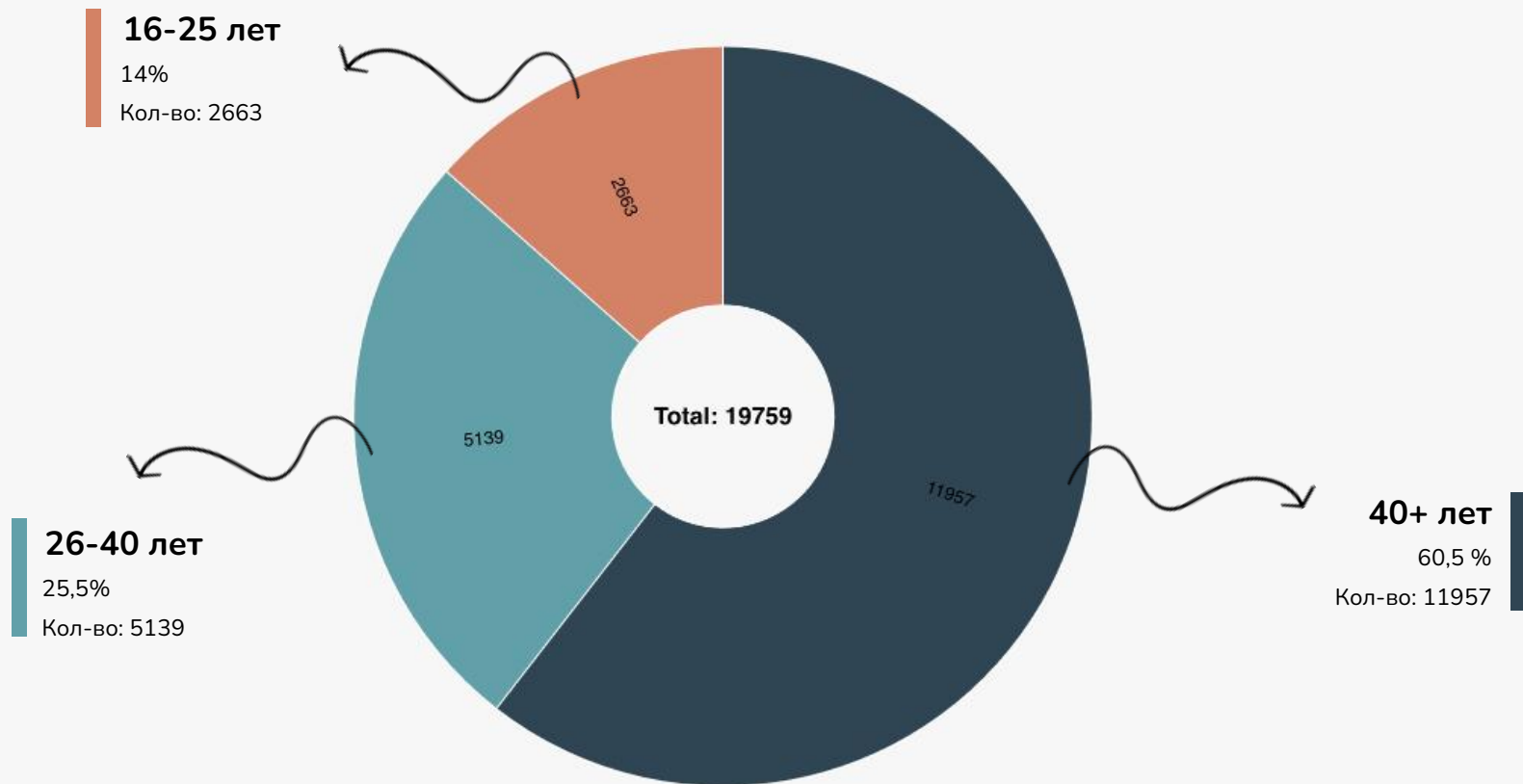
- В октябре достигнут пик выручки — 8.36 млрд, что более чем в 3 раза выше сентябрьского показателя (2.62 млрд);
- В ноябре и декабре выручка постепенно снижается, но остаётся на высоком уровне (8.03 млрд и 7.71 млрд соответственно).



## Стабильность аудитории:

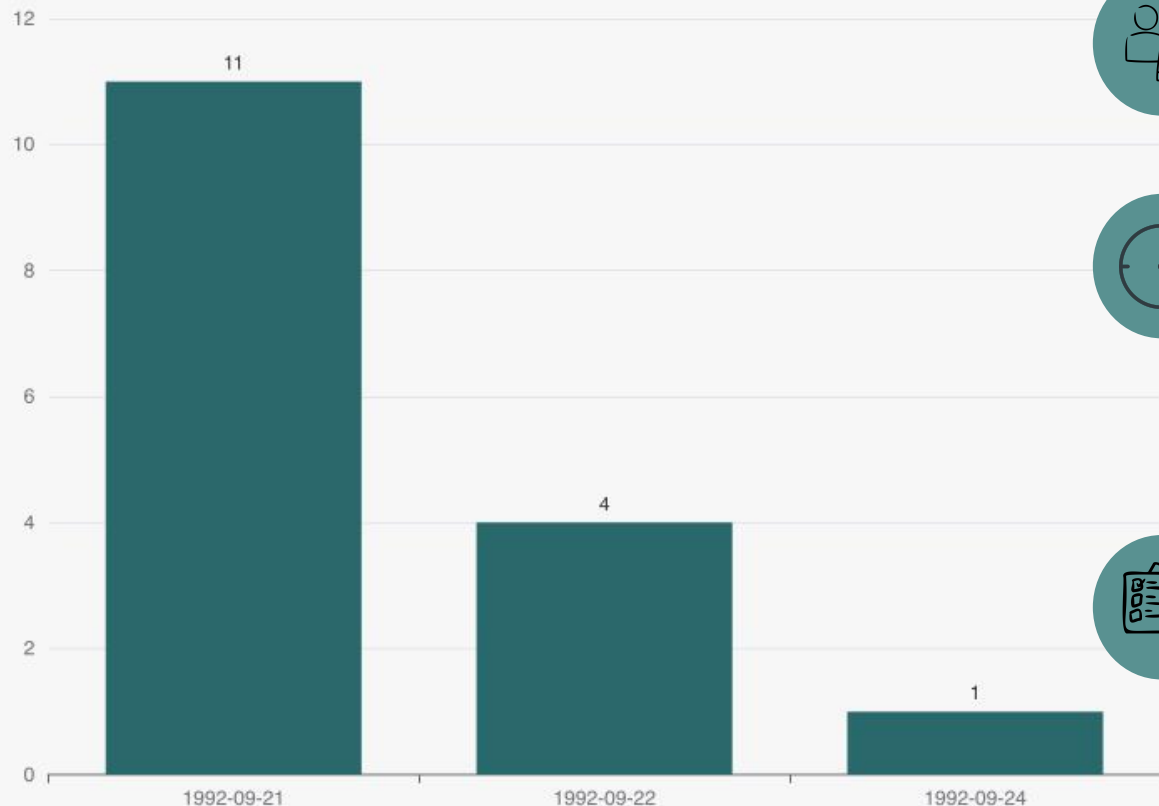
- Количество покупателей практически не меняется, что говорит о устойчивой клиентской базе;
- Рост выручки в октябре: Резкий скачок может быть связан с сезонным спросом, акциями или запуском новых товаров.

## Количество покупателей в разных возрастных группах



# Анализ продаж новым покупателям во время акции (бесплатные товары)

## Динамика по датам



### Количество покупателей:

- Всего новых покупателей, совершивших первую покупку во время акции: 16.



### Динамика по датам:

Основная активность новых покупателей наблюдалась:

- 21 сентября 1992 года - 12 покупок (75% от общего числа);
- 22 сентября 1992 года - 3 покупки;
- 24 сентября 1992 года - 1 покупка.

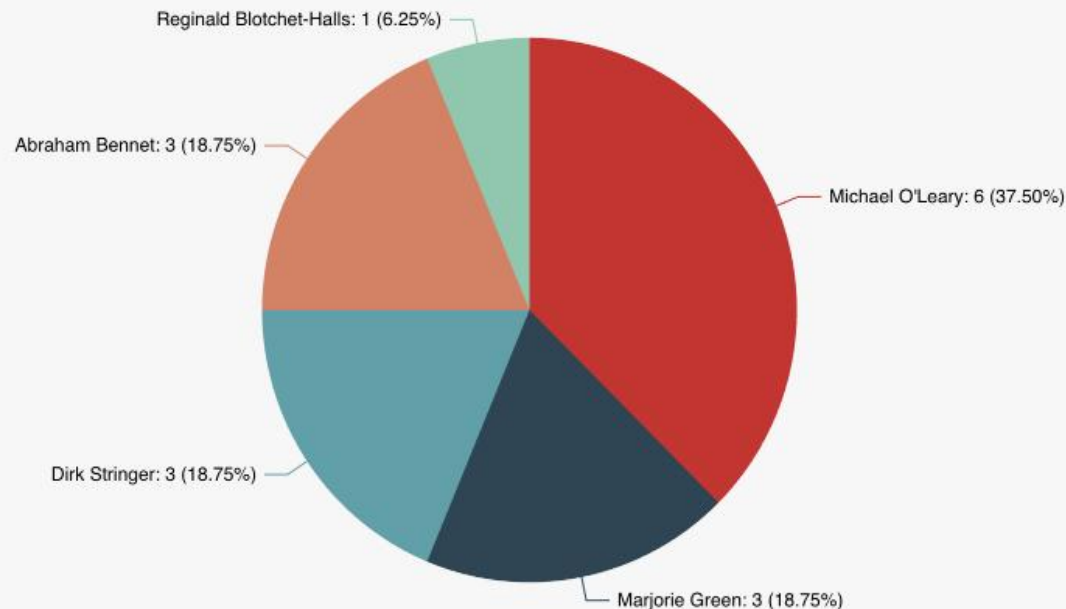


### Рекомендации:

- Рассмотреть возможность сокращения продолжительности подобных акций до 1-2 дней, так как основная активность приходится на первые сутки.
- Провести последующий анализ, стали ли эти покупатели постоянными клиентами.

# Анализ продаж новым покупателям во время акции (бесплатные товары)

## Распределение новых покупателей между продавцами



Michael O'Leary Marjorie Green Dirk Stringer Abraham Bennet Reginald Blotchet-Halls

All Inv

### Количество покупателей:

- Всего новых покупателей, совершивших первую покупку во время акции: 16.

### Эффективность продавцов:

- Michael O'Leary показал наилучший результат, оформив более трети всех акционных продаж (37.5% всех акционных продаж);
- Трое продавцов (Stringer, Bennet, Green) показали одинаковые результаты и имеют равные доли по 18.75%;
- Reginald Blotchet-Halls значительно отстает от коллег, у него наименьшее количество новых клиентов (6.25%).

### Рекомендации:

- Изучить методы работы Michael O'Leary для возможного обучения других продавцов;
- Проанализировать причины низкой эффективности Reginald Blotchet-Halls.

# Анализ отдела продаж

## Топ-10 лучших продавцов по выручке

Продавец	Суммарная выручка	Кол-во сделок
Dirk Stringer	4.93B	4.19k
Michel DeFrance	3.26B	4.69k
Albert Ringer	2.7B	4.7k
Heather McBadden	1.87B	4.14k
Innes del Castillo	1.76B	4.67k
Abraham Bennet	1.62B	9.46k
Dean Straight	1.26B	4.2k
Livia Karsen	1.06B	2.56k
Sheryl Hunter	1.06B	4.69k
Michael O'Leary	928M	5.76k



### Ключевые показатели:

- Средняя выручка на сделку у лидера (Dirk Stringer) составляет ~1.18 млн. Второе и третье место у Michel DeFrance (0.70 млн) и Albert Ringer (0.57 млн);
- Abraham Bennet совершил рекордные 9.46 тыс. сделок, но занял лишь 6 место по выручке;
- Michael O'Leary, показавший лучший результат в акционных продажах, находится на последнем месте в топ-10.



### Неравномерность эффективности:

- Разрыв между 1 и 10 местом составляет 5.3 раза по выручке;
- При этом количество сделок у лидера (4.19k) меньше, чем у аутсайдера топа (5.76k).

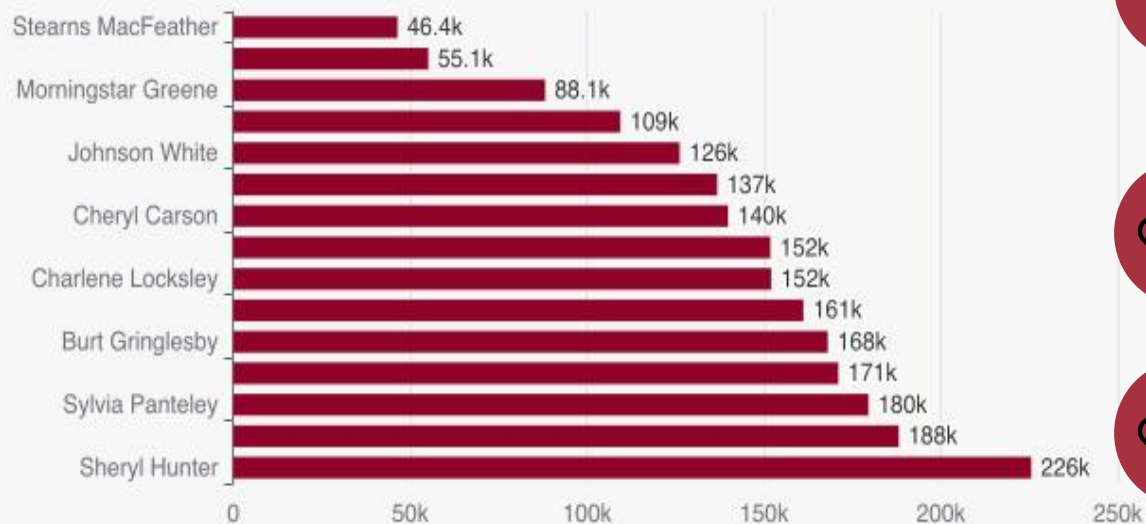


### Рекомендации:

- Провести обучение по методикам Dirk Stringer для повышения средней выручки;
- Проанализировать товарный ассортимент у наиболее эффективных продавцов.

# Анализ отдела продаж

## Продавцы с самой низкой средней выручкой за сделку



### Критерий отбора:

- Средняя выручка за сделку ниже средней по всем продавцам

### Сортировка:

- По возрастанию средней выручки (от худшего к лучшему в данной категории)

### Разброс показателей:

- Разрыв между худшим (Stearns MacFeather) и лучшим в этом рейтинге (Sheryl Hunter) составляет 3.3 раза;
- Все показатели находятся в диапазоне 46.4k-168k.

### Проблемные зоны:

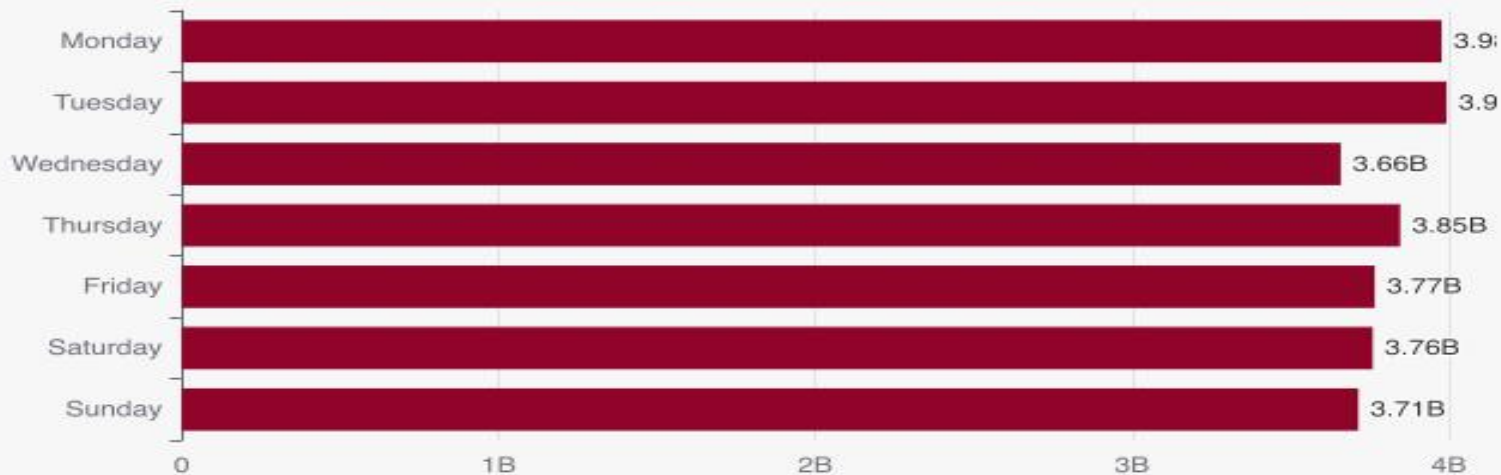
- Существует значительный разрыв в эффективности между лучшими и худшими продавцами.

### Рекомендации:

- Внедрить программу наставничества от топ-продавцов;
- Пересмотреть распределение клиентов между продавцами;
- Провести анализ товарного ассортимента по каждому проблемному продавцу;
- Ввести KPI по минимально допустимой средней выручке.

# Анализ отдела продаж

## Анализ выручки по дням недели



### Ключевые наблюдения:

- Равномерное распределение: разница между самым прибыльным (Пн, Вт - 3.9B) и наименее прибыльным днем (Ср - 3.66B) составляет всего 6.5%;
- Выручка стабильна в течение всей недели без выраженных пиков и спадов;
- Выходные дни (Сб, Вс) показывают результаты на уровне рабочих дней;
- Среда - единственный день с показателем ниже 3.7B.



### Выводы:

- Равномерное распределение выручки указывает на устойчивую бизнес-модель;
- Клиентский поток не зависит от дня недели;
- Равномерная загрузка персонала в течение недели;
- Возможность гибкого графика без риска потери выручки.



# Спасибо!

Студент: Milena Almazyan

a.milena101@gmail.com

3 июня 2025 года

Ссылка на дашборд:

[https://191c7ce2.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/12/?native\\_filters\\_key=z9mtzGr3q1vBlPsebVzk8e46LgEEGvBUgsg93JZ2U-UDsvH5dwVUiuLckUXLoS\\_c](https://191c7ce2.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/12/?native_filters_key=z9mtzGr3q1vBlPsebVzk8e46LgEEGvBUgsg93JZ2U-UDsvH5dwVUiuLckUXLoS_c)

