

Qlik Sense

פרוייקט ניתוח חברה

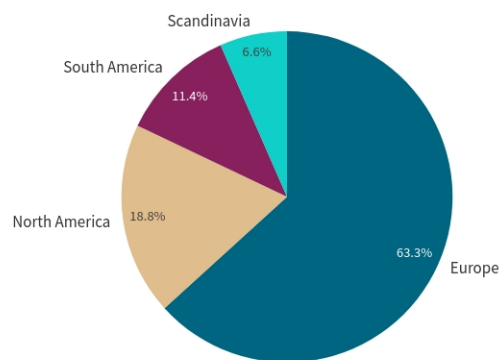
מגישים :

נתי נפרין
אוראל ארקדש

סקירה כללית :

Total Sales
13.32M

17.03k
Total Orders

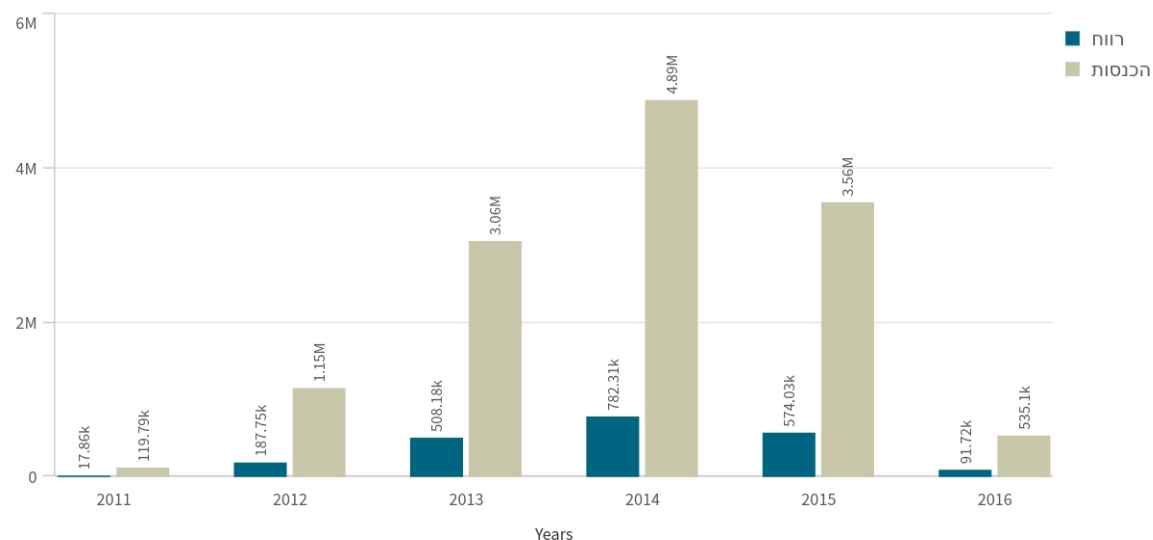


החברה הוקמה בתחילת 2003 ועוסקת בשיווק מוצרי אופנה בעולם. פעילותה העיסוקית של החברה החלה בשנת 2011 ועוסקת בשיווק בגדי מבוגרים וילדים במגוון קטגוריות.

לחברה 88 מוצרים ו-92 לקוחות מכל העולם. הכנסות החברה ליום זה הן 13.2 מיליון כאשר נתח של כ-63% משתייך לאירופה. כ-30% מהכנסות החברה ורווחיה מגיעות מגרמניה.

לחברה 35 עובדים הפזורים ב-5 סניפים הממוקמים בשוודיה, ארה"ב וצרפת מספר נציגי המכירות מתוך עובדים אלו הן 7.

בין קטגוריות הביגוד השונות, הקטגוריה הנמכרת ומרוויחה ביותר הינה בגדי נשים. כ-45% מרווחי החברה לאורך השנים נגזר ממכירות מוצרים אלו.

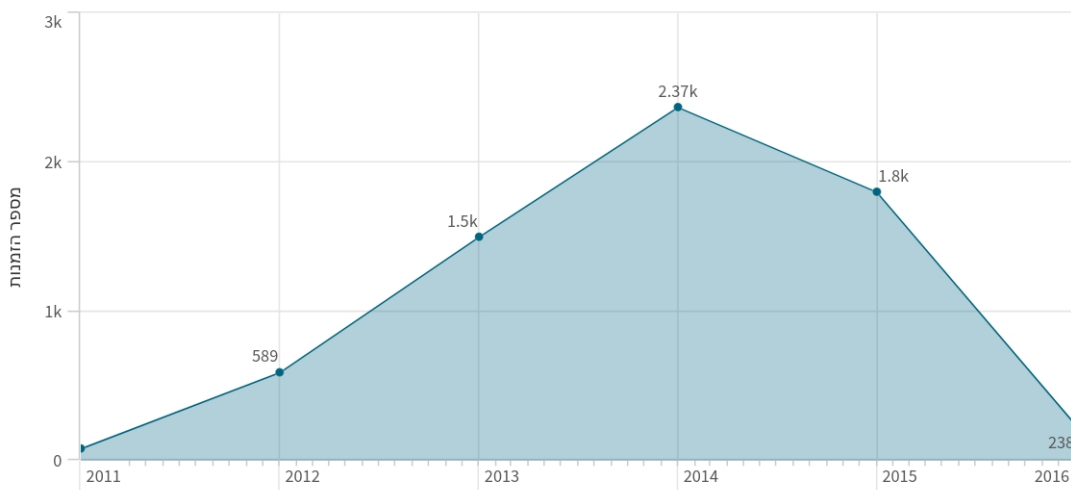


באיזו שנה הגיעה החברה לשיא מכירות?

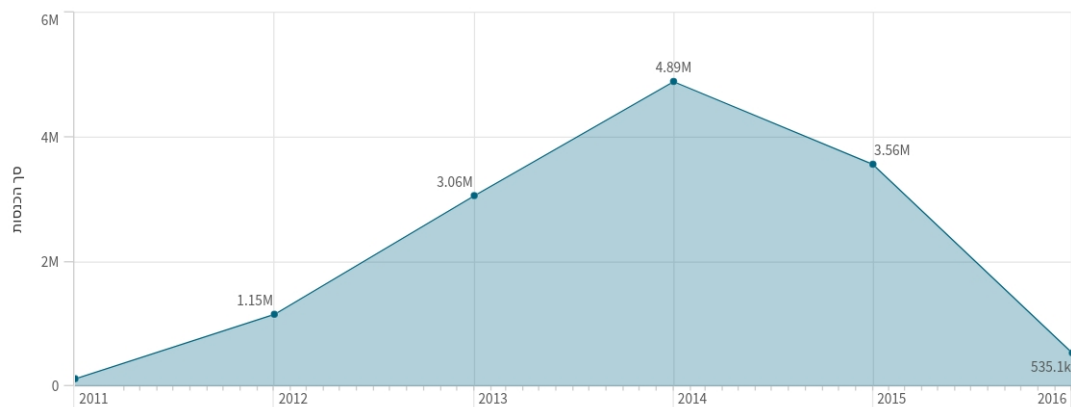
ניתן לראות כי בשנת 2014 הגיעה החברה
לשיא מכירות של 2.37 אלף הזמנות.
כמו כן, הכנסות ממכירות באותה השנה
הסתכמו בשיא של 4.89 מיליון.

Total Sales
4.89M 2.37k
Total Orders

סך הזמנות לפי שנים



סך הכנסות ממכירות לפי שנים

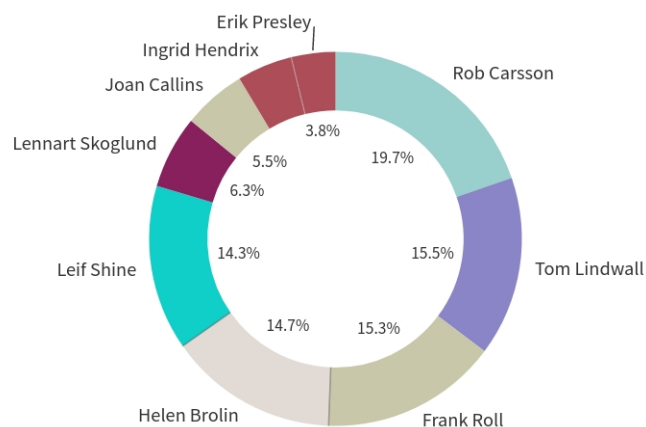


מה שם העובד שביצע הכי הרבה מכירות?

העובד שביצע הכי הרבה מכירות הוא Rob Carsson. ניתן לראות גם כי הוא בין שלושת המובילים באחוז הרווח השולי. כמו כן סך הכנסותיו ממכירות עומדות על כ-20% מסך הכנסות החברה.

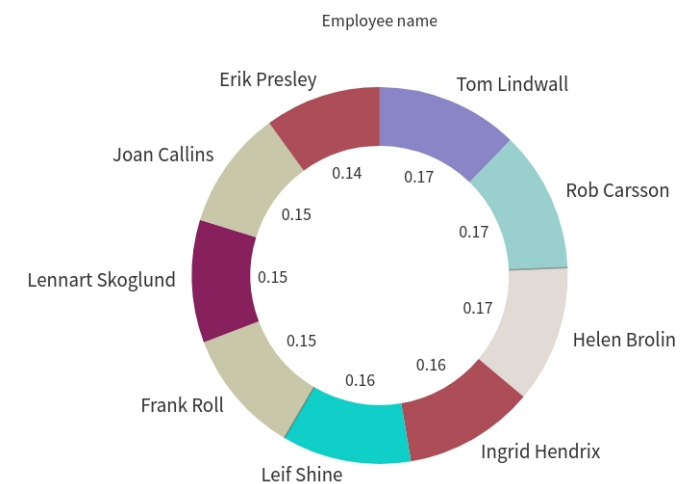
Total Sales
2.63M 1.21k
Total Orders

סך הכנסות לעובד



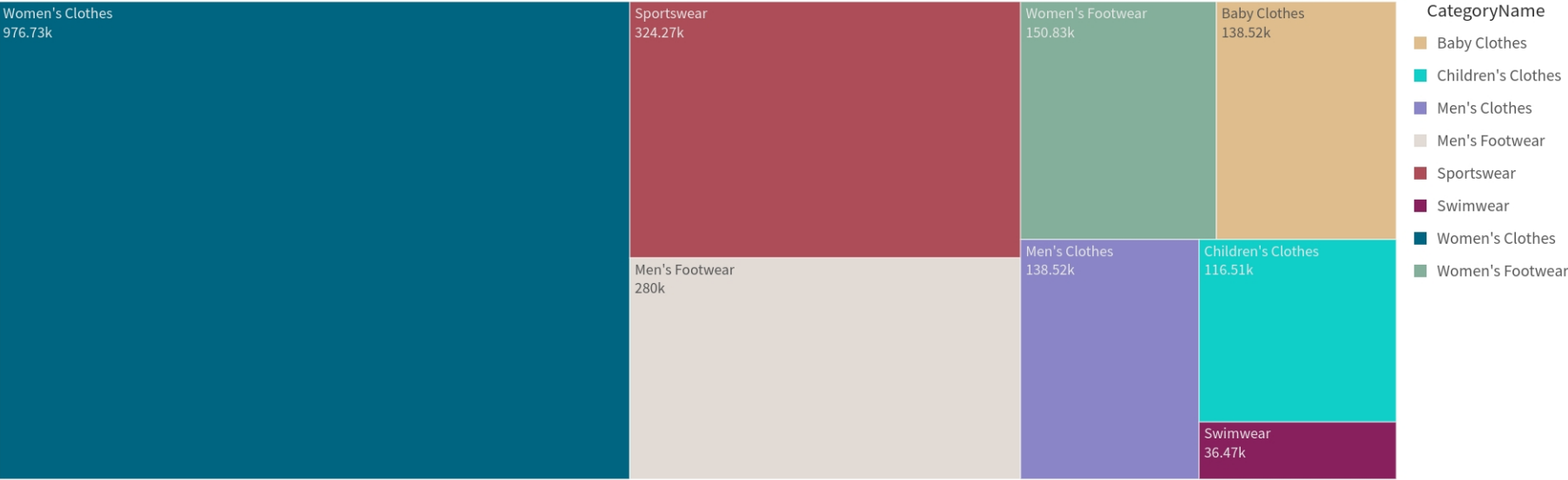
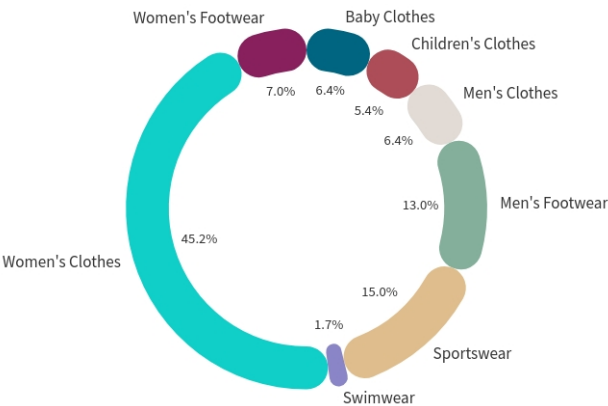
* The data set contains negative or zero values that cannot be shown in this chart.

אחוז הרווח השולי מסך המכירות - לפי עובד



באיזו קטגוריה , הגיעה החברה
לריווח שולי מקסימלי?

לחברה 8 קווי מוצר כאשר קטגוריית בגדי נשים הינה המובילה בינהם.
נתח הרווחים של קטגוריה זו עומד על כ-45% מסך רווחי החברה.



תנו הסבר אפשרי למשהו שקרה בשנת 2014

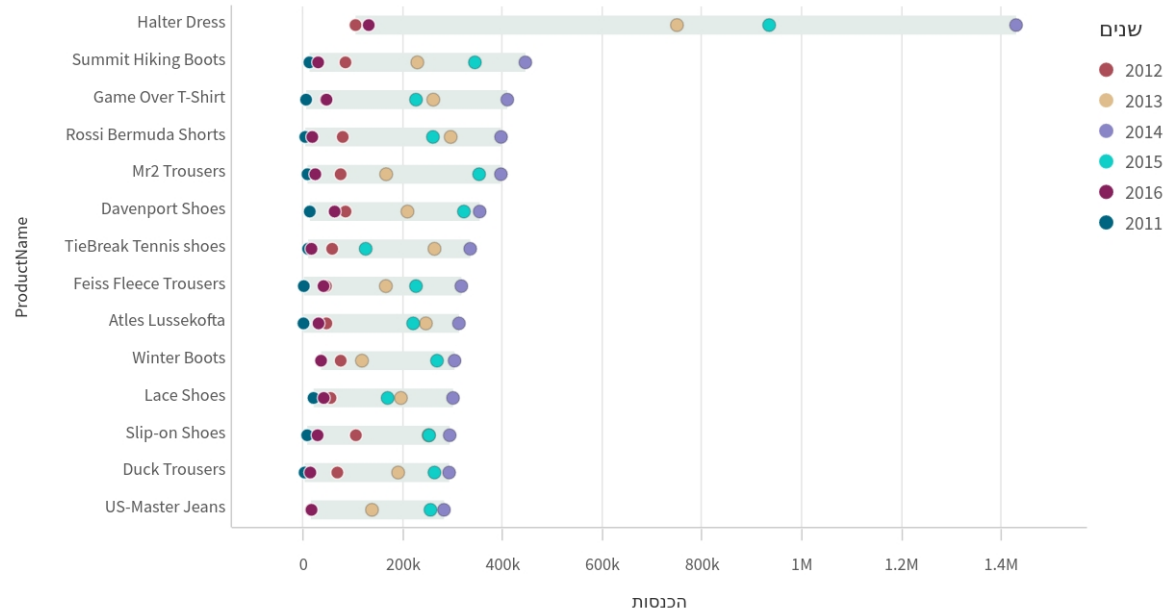
בשנת 2012 הושקה לראשונה שימלת קולר (מוצר 76) כאשר שיא מכירותיה היה בשנת 2014.

כיוון שקטגורית בגדי נשים זו הקטגוריה המרוויחה ביותר, התלות במוצר זה משפיעה באופן ניכר על הכנסות החברה לאורך השנים.

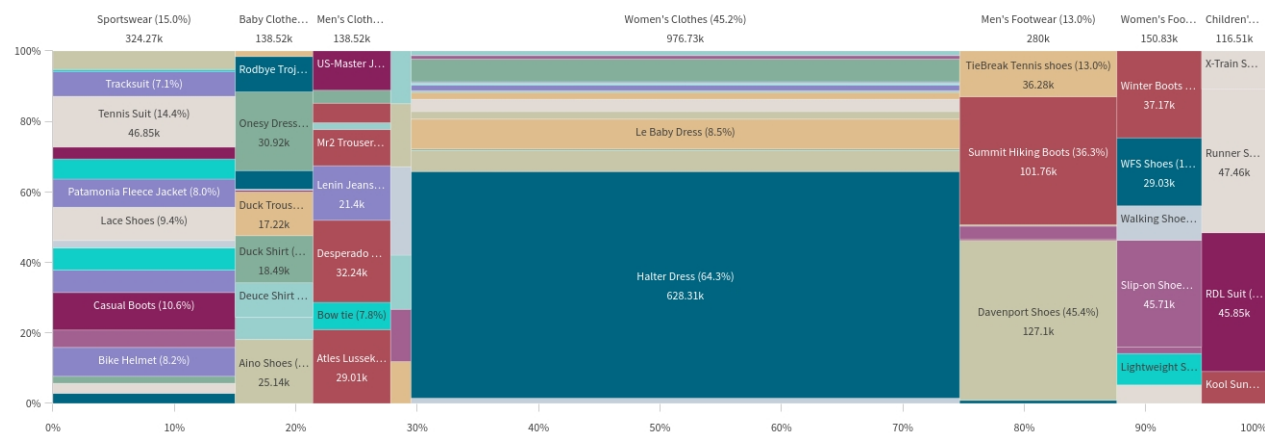
ניתן לראות כי החלק היחסי ברווחי קטגורית בגדי נשים למוצר זה הינו כ-64%.

כמו כן ניתן לראות שמספר המוצרים בכל קטגוריה כמעט לא השתנה לאורך השנים.

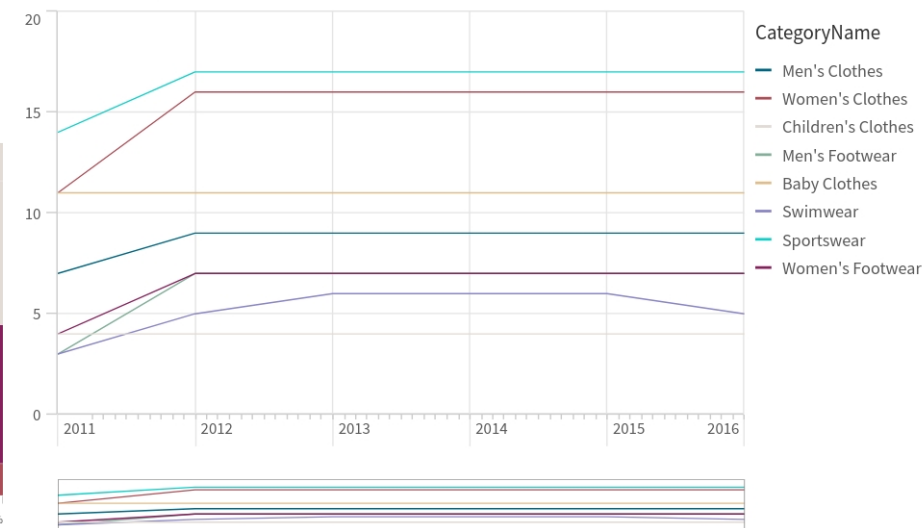
סך הכנסות ממכירות לכל מוצר לפי שנים



רווח שולי לפי קטגוריות



מספר מוצרים לקטגוריה לפי שנים



חלוקת עובדים לפי משרדים

במפה המוצגת ניתן לראות את פילוח המכירות בכל משרד לפי אנשי המכירות. ניתן לראות כי בסיאטל, ארה"ב וב-ניס, צרפת ישנו איש מכירות 1 בלבד. בשטוקהולם, שוודיה אין כלל מכירות.

חלוקת עובדים לפי משרדים בפילוח כמות מכירות



Employee name	Q	OfficeCity	Q
Erik Presley		Lund	
Frank Roll		Lund	
Helen Brolin		Paris	
Ingrid Hendrix		Paris	
Joan Callins		Paris	
Leif Shine		Lund	
Lennart Skoglund		Nice	
Rob Carsson		Seattle	
Tom Lindwall		Lund	

דירוג אנשי המכירות בחברה

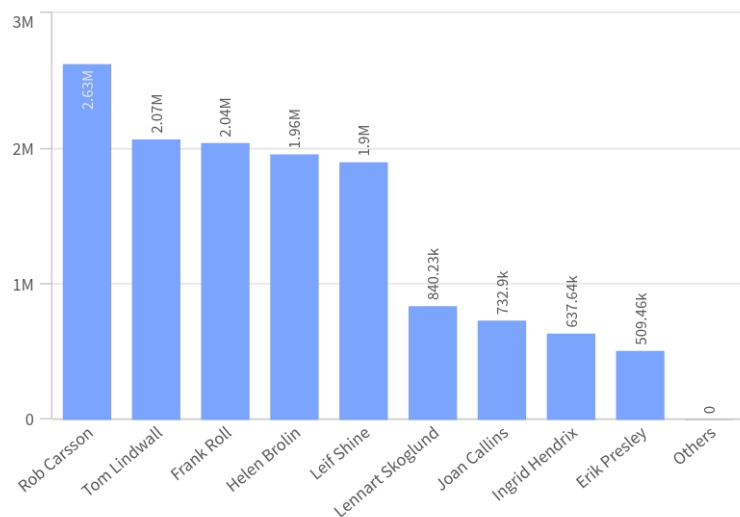
5 אנשי המכירות המובילים בחברה מרוויחים יחד לחברה כ-80% מרווחיה לאורך השנים.

ניתן לראות כי המוצר הראשי אותו מוכרים שלושה מבין חמשת נציגי המכירות המובילים, הינו המוצר הנמכר ביותר - שימלת קולר.

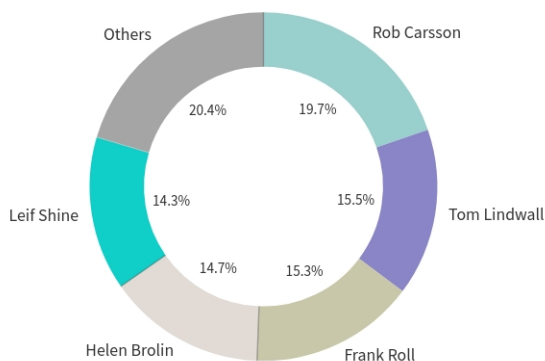
הכנסות שלושת הנציגים יחד ממוצר זה מהוות כ-65% מהכנסות המוצר.

יש לשים לב כי התלות במוצר זה גבוהה.

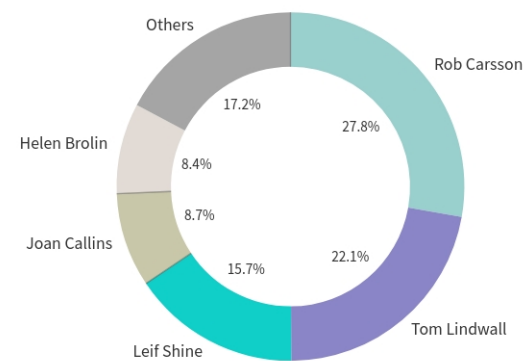
דירוג אנשי מכירות לפי הכנסות ממכירות



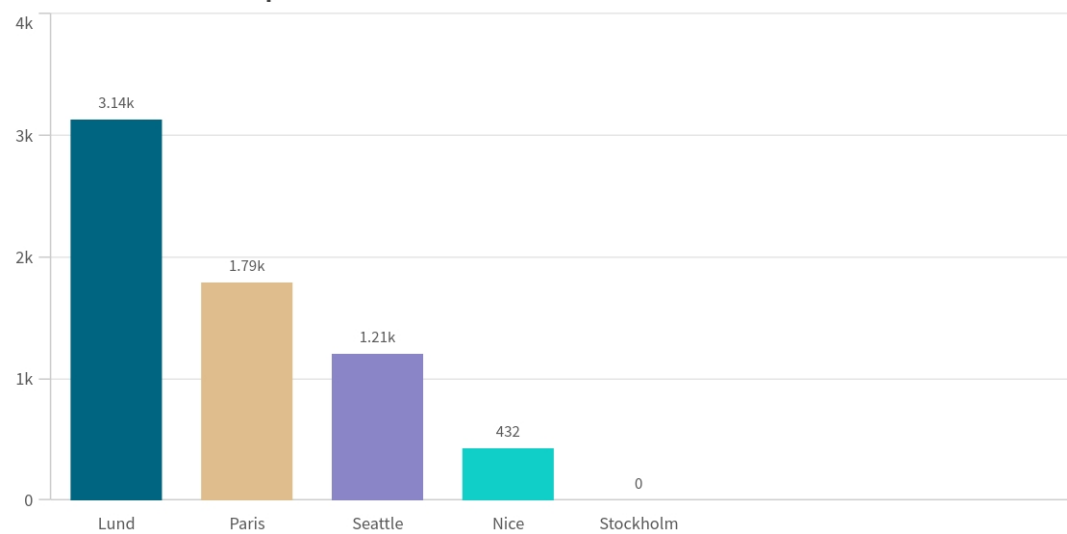
סך הכנסות לעובד



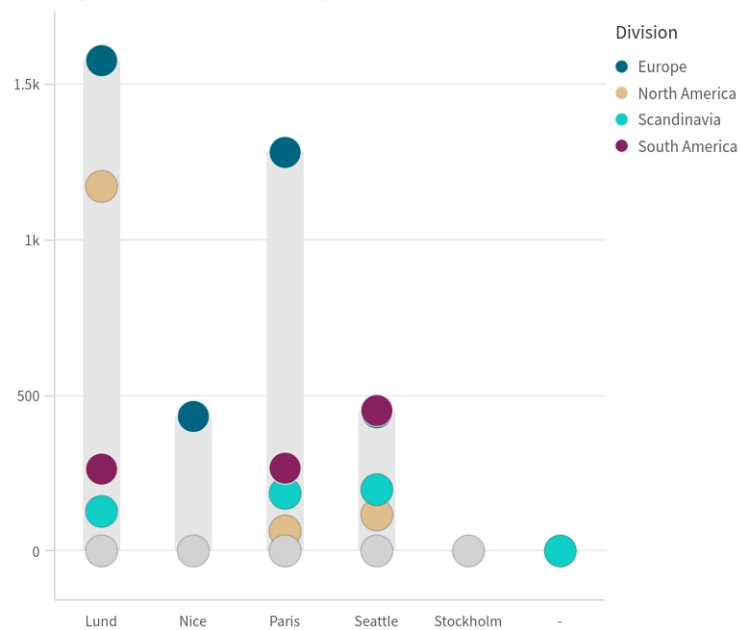
פילוח הכנסות ממכירות שימלת קולר



סך כמות מכירות לפי משרדים



סך כמות מכירות לפי משרד ומחלקה



איזה משרד מייצר מספר מכירות הכי גבוה ?

המשרד ב-לאנד, שוודיה הינו המשרד עם כמות המכירות הגבוהה ביותר.

בנוסף המשרד ב-שטוקהולם, שוודיה אינו משרד מכירות, אלא משרד מטה הנותן שירותי IT ונמצא בו עובד אחד בלבד, ג'ודי קרופור.

ניתן לראות כי בפיזור המכירות על פני יבשות, המשרד בסיאטל, ארה"ב מוכר מוצרים בעיקר לאירופה. כמו כן, אחוז ניכר ממכירות המשרד ב-לונד, שוודיה הינן ליבשת אמריקה ולארה"ב בפרט.

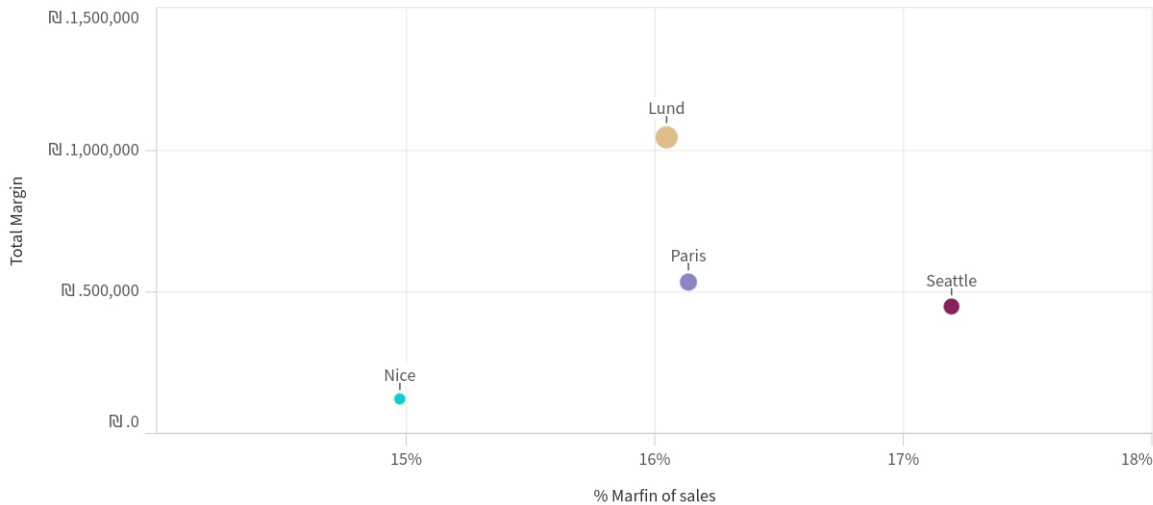
איזה משרד ריווח שולי- ריווח לחלק בסך מכירות - גבוה ביותר?

המשרד בעל שולי הרווח הגבוהים ביותר הינו המשרד בסיאטל, ארה"ב.

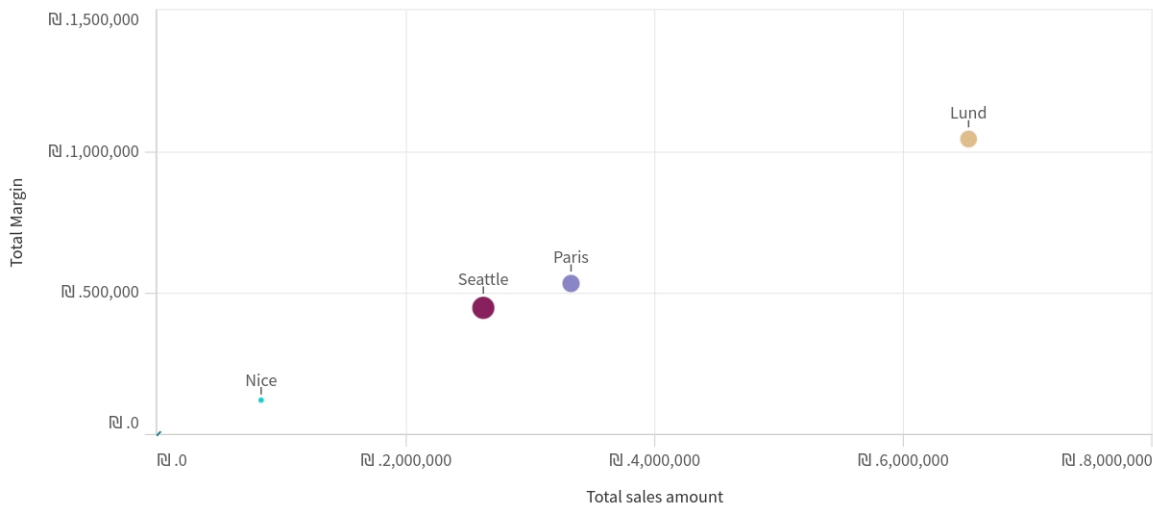
בהצגת פיזור המשרדים לפי סך הכנסות לעומת סך רווח שולי המשרד בלאנד, שוודיה מוביל. עם זאת, בהצגת פיזור המשרדים לפי סך רווח שולי לעומת אחוז רווח שולי ניתן לראות כי המשרד בלאנד, שוודיה אומנם מרוויח יותר אך בסיאטל אחוז הרווח גבוה יותר משמעותית.

ככל הנראה הסיבה לכך היא נוכחות של נציג מכירות 1 בלבד בסיאטל לעומת 4 נציגי מכירות ב-לאנד.

פיזור - סך רווח שולי לעומת אחוז רווח שולי לפי משרד



פיזור - סך הכנסות ממכירות לעומת רווח שולי לפי משרד



סך הכנסות ממכירות לעומת הרווח השולי בחלוקה למשרדים

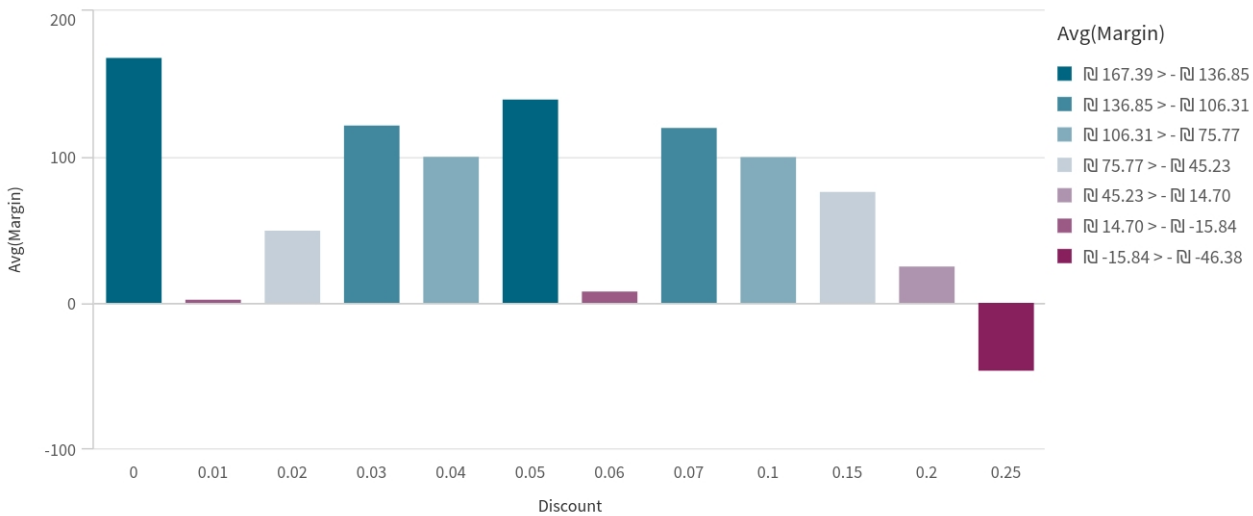
OfficeCity	Q	Total sales amount	Total Margin	% Marfin of sales
Seattle		₪ 2,625,611	₪ 451,428	17.2%
Paris		₪ 3,330,414	₪ 537,405	16.1%
Lund		₪ 6,524,986	₪ 1,047,184	16.0%
Nice		₪ 840,228	₪ 125,840	15.0%
Stockholm		₪ 0	₪ 0	-
Totals		₪ 13,321,238	₪ 2,161,857	16.2%

האם קיימת בחברה רמת הנחה, ולפיה, המוצרים נמכרים בהפסד ? מהי אותה

ברמת הנחה של 25% החברה מוכרת את מוצריה בהפסד ובעצם נתינת ההנחה החברה מסבסדת את לקוחותיה.

ניתן לראות כי ברמות נוספות של הנחות הרווח נמוך, אך עלינו לבדוק פרטנית לעומק נקודות כגון: האם מדובר בעיסקאות ספציפיות שהשפיעו על הממוצע או בביקוש נמוך לרמת הנחות אלו וכו'.

ממוצע רווח\הפסד לעומת הנחה שניתנה



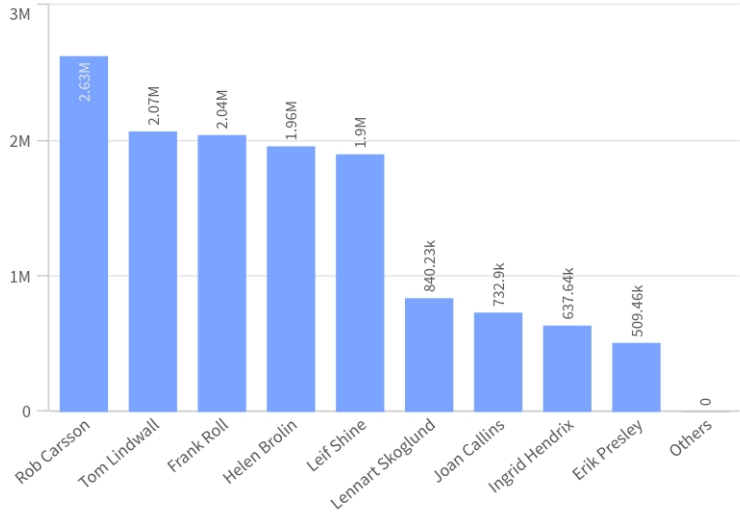
בעיית תפעול - האם ישנם עובדים שחולקים כתובת מייל זהה ?

מבדיקה חיצונית שנערכה ע"י מבקר החברה - נתי נפרין - נמצא כי ישנה כתובת מייל כפולה בין: ג'ון קאלינס - מנהל מכירות בחברה ל-ג'ון קליבס - מנהל מוצר בחברה.

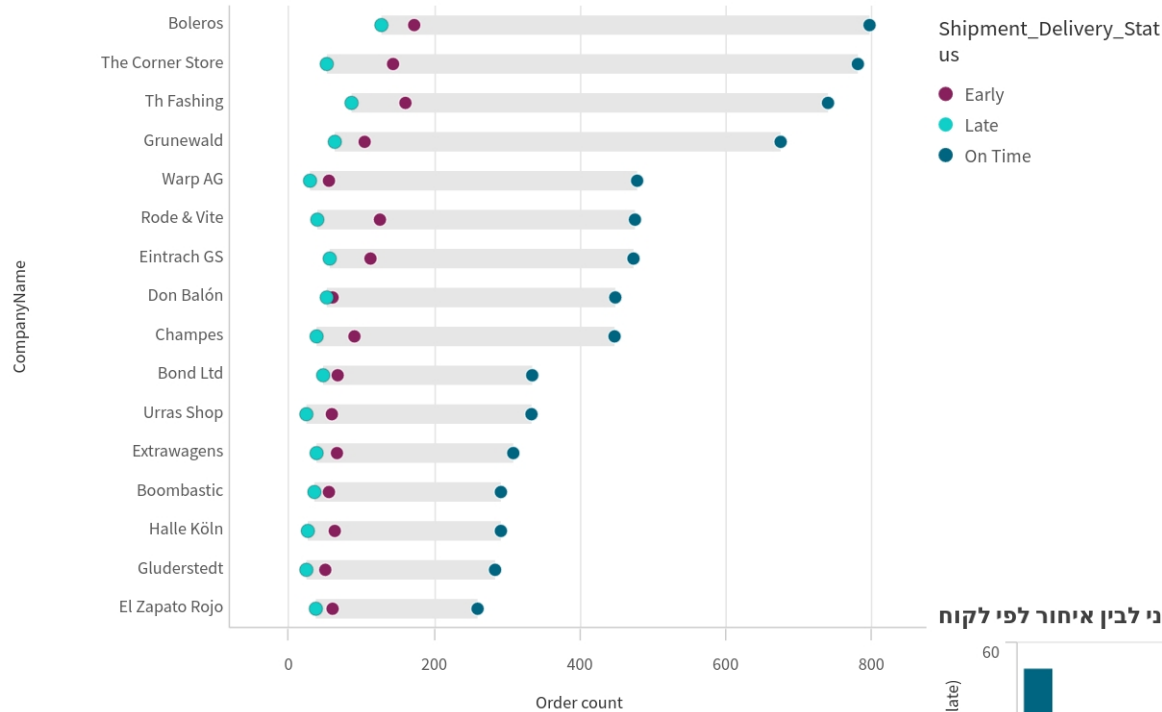
ג'ון קאלינס אינו בין המובילים במכירות, האם ישנו פוטנציאל לפגיעה במכירות של ג'ון קאלינס בעקבות התקלה?

<div>e-mail 🔍</div> <div>Employee name 🔍</div>	Count(EmployeeID)	<div>e-mail 🔍</div> <div>Employee name 🔍</div>	Count(EmployeeID)
⊕ ??g@stockholm.se	1	⊖ jcs@paris.fr	2
⊕ akt@lund.se	1	Joan Callins	1
⊕ alt@paris.fr	1	John Cleaves	1
⊕ bpk@lund.se	1		
⊕ bpn@seattle.com	1		
⊕ csu@lund.se	1		
⊕ dln@lund.se	1		
⊕ epy@stockholm.se	1		
⊕ frl@lund.se	1		
⊕ hbn@stockholm.se	1		
⊕ ibl@seattle.com	1		
⊕ ihx@paris.fr	1		
⊕ jae@nice.fr	1		
⊕ jcd@stockholm.se	1		
⊕ jcg@paris.fr	1		
⊕ jcs@paris.fr	2		
⊕ jcu@paris.fr	1		
⊕ jtl@nice.fr	1		
⊕ kan@paris.fr	1		
⊕ lla@paris.fr	1		
⊕ lsd@nice.fr	1		
⊕ lse@lund.se	1		
⊕ maz@stockholm.se	1		
⊕ mkr@seattle.com	1		
⊕ msi@nice.fr	1		
⊕ mtn@nice.fr	1		
⊕ mto@nice.fr	1		
⊕ rcn@seattle.com	1		
⊕ rgi@nice.fr	1		
⊕ rwd@paris.fr	1		
⊕ sga@nice.fr	1		
⊕ sld@seattle.com	1		

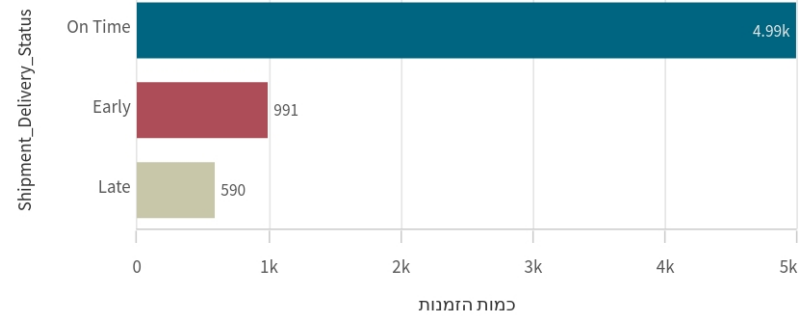
דירוג אנשי מכירות לפי הכנסות ממכירות



פיזור מכירות ללקוח לפי הגעה



חלוקת הזמנות לפי תאריך הגעה



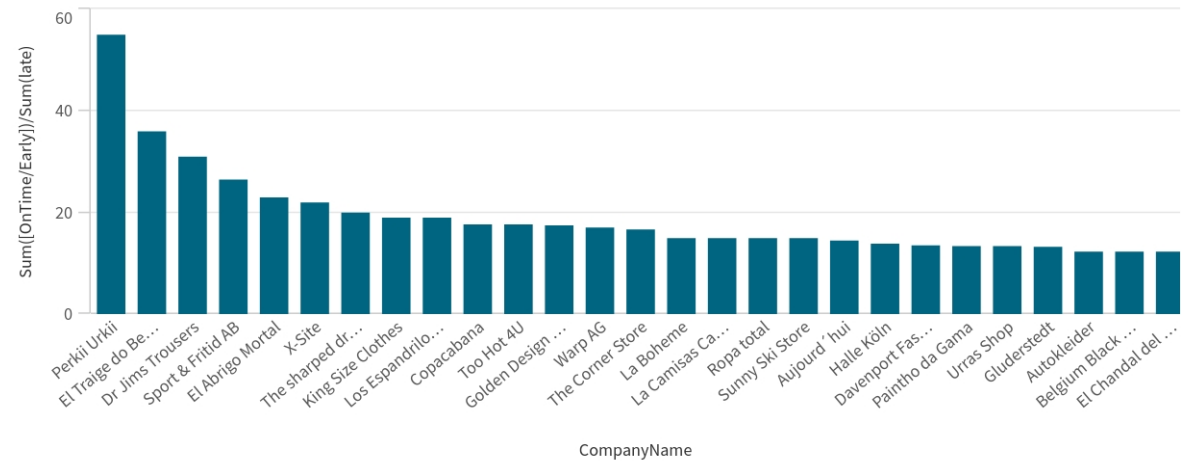
פיזור מכירות לפי מועד הגעת המוצר ללקוח

בבדיקת פיזור הזמנות אל מול לקוחות לפי מועד הגעת מוצר, ניתן לראות כי לא ניתן לקבוע ברמת לקוח האם הגעת המוצר בזמן מגדילה את כמות המכירות.

בולרוס הינו הלקוח שמזמין הכי הרבה (אירלנד) רוב הזמנותיו מגיעות בזמן או לפני, אך בבדיקת היחס בין מספר ההזמנות שמגיעות בזמן או לפני לבין מספר ההזמנות שאיחרו, אנו רואים שפרקיל אורקי הינו המוביל.

נציין כי פרקיל אורקי אינו לקוח גדול כלל.

היחס בין הגעה בזמן או לפני לבין איחור לפי לקוח



פיזור מכירות לפי מועד הגעת המוצר לפי מדינה

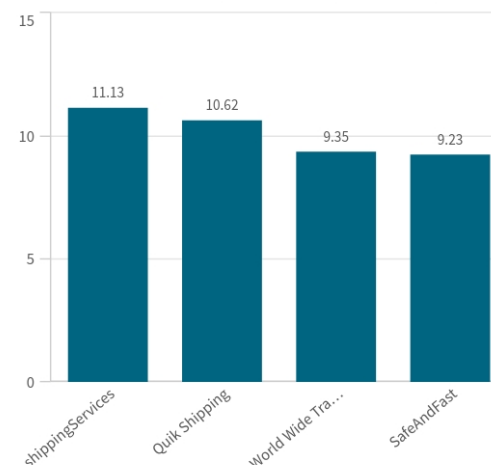
בבדיקת היחס בין מספר ההזמנות שמגיעות בזמן או לפני לבין מספר ההזמנות שאיחרו ניתן לראות כי במדינות בהן היחס גבוה, אין כל מובהקות שהן יהיו בין המובילות בהזמנות.

כגון פינלנד שהינה בין המדינות עם מספר ההזמנות הנמוך ביותר אך עם זאת יחס ההגעה בזמן הוא הגבוה ביותר.

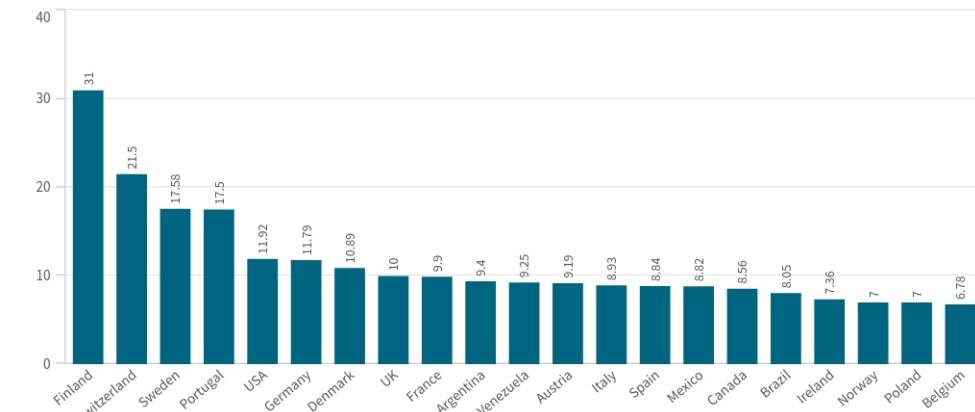
בנוסף גרמניה היא המדינה עם מספר ההזמנות הכי גבוה אך נמצאת במקום ה-6 ביחס ההגעה בזמן לעומת איחור.

לעומת זאת ניתן לראות מדינות כמו בלגיה בהן יחס ההגעה נמוך אך גם כמות ההזמנות.

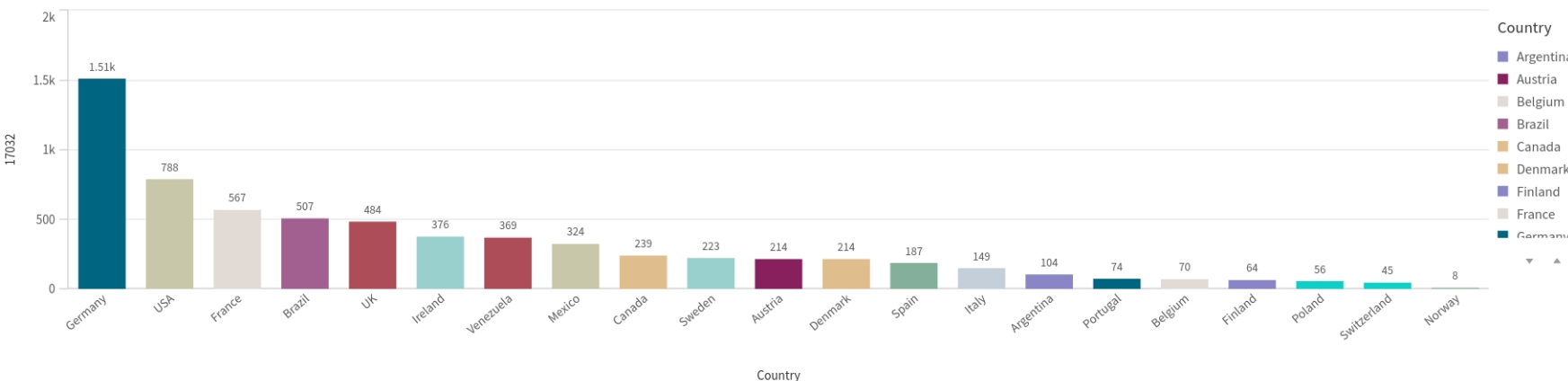
היחס בין הגעה בזמן או לפני לבין איחור לפי חברת משלוח...



היחס בין הגעה בזמן או לפני לבין איחור לפי מדינה



סך מכירות לכל מדינה

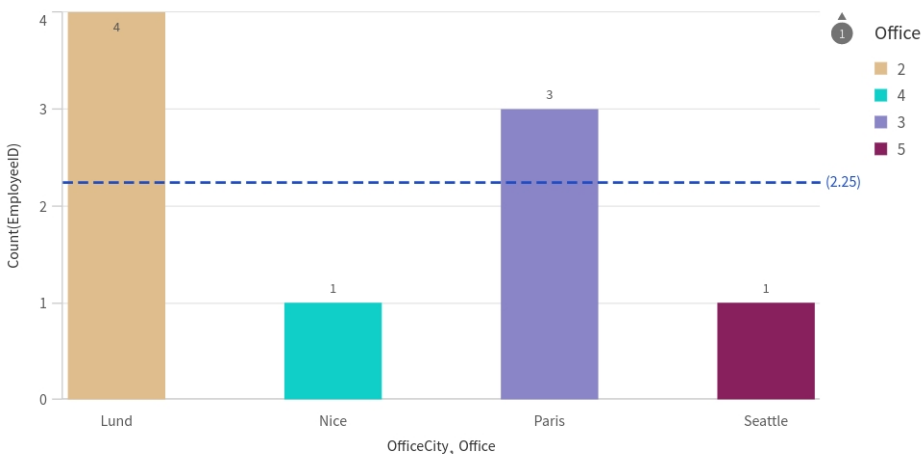


צפיפות עובדים במשרד

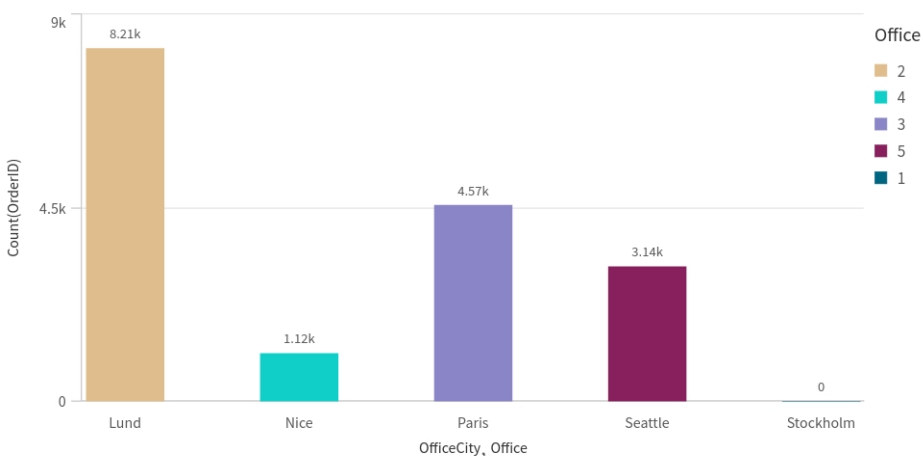
בחברה מועסקים 35 עובדים, מתחלקים ל- 5 משרדים. יעילות הצפיפות (כמות עובדים למ"ר) הינה גבוהה, 4 מתוך 5 משרדים נמצאים מעל הרף התחתון (ממוצע עובד למשרד).

במשרד בפרז קיימת צפיפות גבוהה מהרף העליון, מאחר ונמצאים בו 10 עובדים. במשרד בניס ובסיאטל ישנו נציג מכירות 1, אך עם זאת כמות המכירות בסיאטל גדולה פי 3. בשטוקהולם ישנו עובד 1 בלבד במשרד.

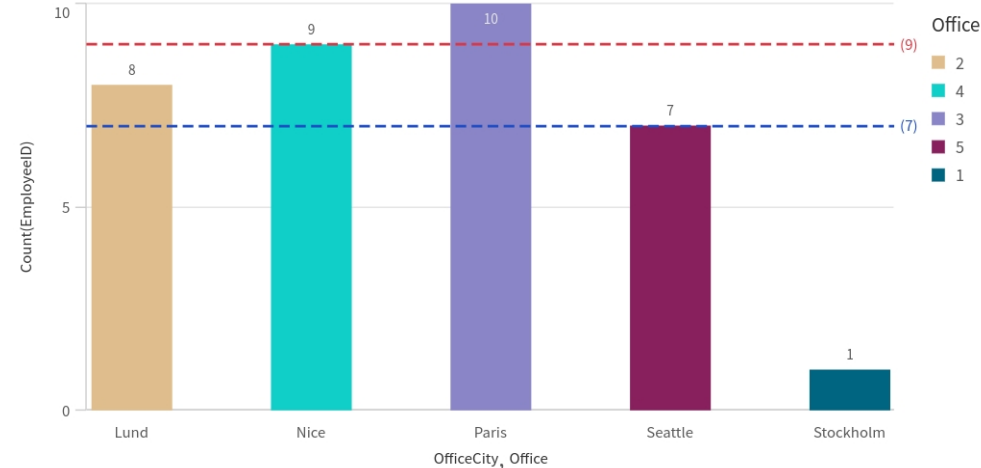
מספר אנשי מכירות במשרד



מספר מכירות למשרד



מספר עובדים במשרד



וּוּתָק עֹוּבָדִים בַּמִּשְׁרָד

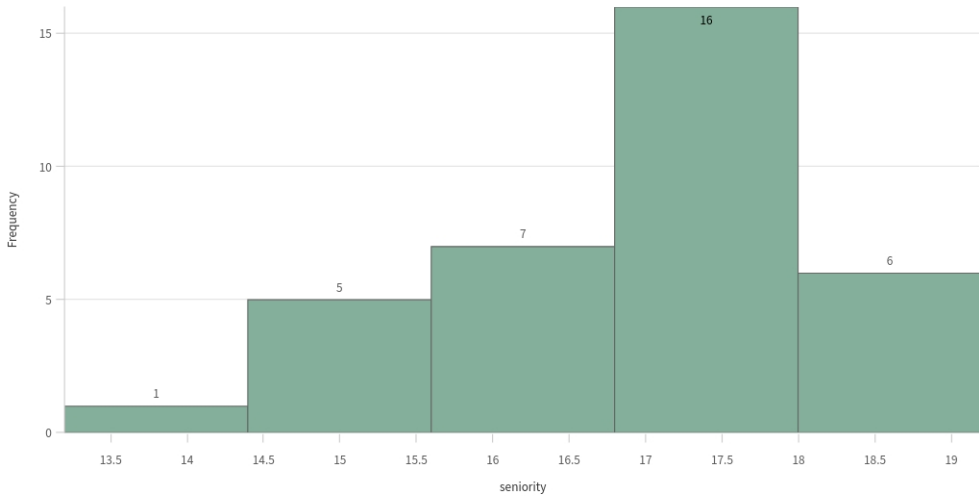
בַּחֲבֵרָה 35 עֹוּבָדִים.

כָּל הָעֹוּבָדִים בַּחֲבֵרָה מוֹעֲסָקִים לִפְחוֹת 13 שָׁנָה וְעַד לֹכ-19 שָׁנִים.

הוּוּתָק הַשְׁכִּיחַ בַּחֲבֵרָה הֵינּוּ בֵּין 16.8 - 18 שָׁנִים וְכוֹלָל 16 עֹוּבָדִים.

Employee name	Q	EmployeeID	Q	Hire date	Q	Seniotiry	
Luke Lanza		51		3.1.2003		18.9	
Cezar Sandu		23		22.2.2003		18.7	
Jerry Tessel		37		2.8.2003		18.3	
Erik Presley		2		14.9.2003		18.2	
Frank Roll		1		1.10.2003		18.1	
David Lawson		19		10.10.2003		18.1	
?sten ?rlig		42		24.12.2003		17.9	
Ricardo Gucci		48		1.1.2004		17.9	
Ann Lindquist		33		11.1.2004		17.9	
Lennart Skoglund		6		17.1.2004		17.8	
Kaya Alpan		46		21.1.2004		17.8	
Sven Stevenson		29		29.1.2004		17.8	
Andrew Kent		44		31.1.2004		17.8	
Leif Shine		8		5.3.2004		17.7	
Binh Protzmann		22		6.3.2004		17.7	
Mario Kregler		27		5.6.2004		17.5	
Joan Callins		4		3.9.2004		17.2	
Rob Carsson		3		1.10.2004		17.1	
John Cleaves		20		3.10.2004		17.1	
Bob Park		43		9.10.2004		17.1	
Mike Ashkenaz		52		30.11.2004		17.0	
Marcus Salvatori		39		7.1.2005		16.9	
Miro Takako		21		22.2.2005		16.7	
Judy Crawford		24		8.6.2005		16.4	
Rolf Wesenlund		32		29.7.2005		16.3	
Jacques Clouseau		36		2.8.2005		16.3	
Joe Cheng		45		2.8.2005		16.3	
Ingrid Hendrix		5		17.10.2005		16.1	
Stefan Lind		161		28.12.2005		15.9	
John Applegate		38		2.9.2006		15.2	
Sunil Gupta		41		4.1.2007		14.9	
Michelle Tyson		47		1.2.2007		14.8	
Helen Brolin		9		15.2.2007		14.8	
Tom Lindwall		7		22.2.2007		14.7	
Ira Baumel		30		31.12.2007		13.9	

הַתְּפִלּוֹת וּוּתָק בַּחֲבֵרָה



1. על מנת להקטין את הוצאות החברה, על החברה לסגור את הסניף בשטוקלהום, שוודיה ולהעביר את העובד היחיד המצוי שם, במידת האפשר, לסניף ב-לונד.
 2. על החברה לרענן ולהגדיל את היצע מוצרי החברה על מנת לנתק את תלות החברה בקטגוריית בגדי נשים המהווה כ-45% מסך רווחי החברה ובפרט משימלת קולר המהווה כ-64% מסך הכנסות אלו. התלות במוצר זה וברווחיותו פגעה בהכנסות החברה בשנים 2015 - 2016 כיוון ששלושת הנציגים הרווחיים ביותר של החברה מכרו בעיקר מוצר זה. כמו כן, גרמניה, המדינה הרווחית ביותר לחברה, הזמינה כ-37% מהזמנות שימלת קולר וצרפת המדינה השלישית ברווחיותה לחברה, הזמינה כ-20% מהזמנות מוצר זה. פגיעה באטרקטיביות המוצר מהווה פגיעה בהכנסות ממדינות אלו.
 3. בסיס החברה הן הכנסותיה ואלו תלויות בנציגי המכירות. על החברה לגייס נציגי מכירות נוספים ואף במקום נציגים וותיקים אשר אינם מייצרים מכירות והרווח השולי שלהם נמוך. לצורך ההשוואה, בכל אחד מהמשרדים בניס ובסיאטל ישנו נציג מכירות אחד בלבד, אך הכנסות המשרד בניס גבוהות פי 3 מהכנסות המשרד בניס, כמו כן גם הרווח השולי בניס נמוך מכל שאר המשרדים.
 4. על החברה לבטל את מתן הנחה של 25%. ניתן להבין כי ישנה בעיה ברווחיות מתן אחוזי הנחה נוספים ועל החברה לבחון זאת אך בוודאות ניתן לומר כי מתן הנחה של 25% מביא לידי הפסד ובעצם נתינת ההנחה החברה מסבסדת את לקוחותיה.
 5. על החברה לנטרל את הגורמים היכולים לגרום לפגיעה במכירותיה, כאשר אחד מגורמים אלו הינו זמן המשלוח והחברה האחראית אליה. בבחינת הנתונים ניתן לראות כי ישנן מדינות בהן מספר ההזמנות נמוך וגם היחס בין הגעת ההזמנות בזמן או לפני הזמן, לעומת איחור, נמוך. לכן כחלק משיפור ביצועי החברה במדינות אלו, על החברה לבחון את החלפת חברת המשלוחים Safe and Fast. לחברה זו היחס הנמוך ביותר בין מספר ההזמנות המגיעות בזמן או לפני, לעומת איחור.
- בנוסף: על החברה לבחון האם המייל הזהה בין ג'ון קאלינס ל-ג'ון קליבס פגע בביצועי קליבס ואולי ישנם לקוחות שהתפספסו ועדיין ניתן להחזירם.

