

NIVELL 2

PRESENTACIÓN

Este dashboard presenta la evolución mensual de las ventas globales y un análisis específico de la situación comercial con Alemania para dar respuesta a necesidades planteadas por el área de marketing y dirección comercial. Los datos se han agrupado en una sola página para ofrecer una lectura clara y accesible.

INSIGHTS empresariales clave

1. Análisis de la variación mensual de las transacciones del año 2021
 - **objetivo:** al menos 12.500\$ en transacciones mensuales
 - **resultados mostrados:**
 - meses que superan el objetivo: abril, agosto y diciembre
 - el resto meses por debajo del objetivo, siendo especialmente críticos marzo(5,7) y noviembre (7,7). Se observa por la varianza que los meses donde se manifiesta una mayor caída son en septiembre frente a agosto y noviembre frente a octubre.
 - **Insight:** En general no se llega al objetivo, o bien el objetivo establecido está mal establecido (demasiado optimista) o bien debería investigarse si hay una cuestión trimestral, ya que coincide con finales de trimestre más o menos. Se recomienda investigar y en cualquier caso ver si se deben llevar a cabo acciones promocionales específicas y una planificación proactiva de campañas para reforzar las ventas.
2. Foco regional específico: Alemania
 - **objetivo:** media anual de 250€
 - **resultados mostrados:** la media conseguida es de 224.30 en total, 232,62 en 2021 y 188,62 en 2022 por debajo del objetivo.
 - Rangos personalizados mínimo 100, máx 350.
3. Evolución mensual de la media en Alemania:
 - meses destacados por encima del objetivo: julio (322,76 €), agosto (281,99 €), septiembre (289,45 €), marzo 2022 (300,98 €), abril 2022 (256,02 €).
 - meses críticos por debajo del objetivo: marzo, abril, mayo, octubre, diciembre.

Insight para puntos 2 y 3: aunque la media global no llega a los 250, hay meses puntuales con buen rendimiento. Estos datos permiten identificar buenas prácticas o situaciones favorables a

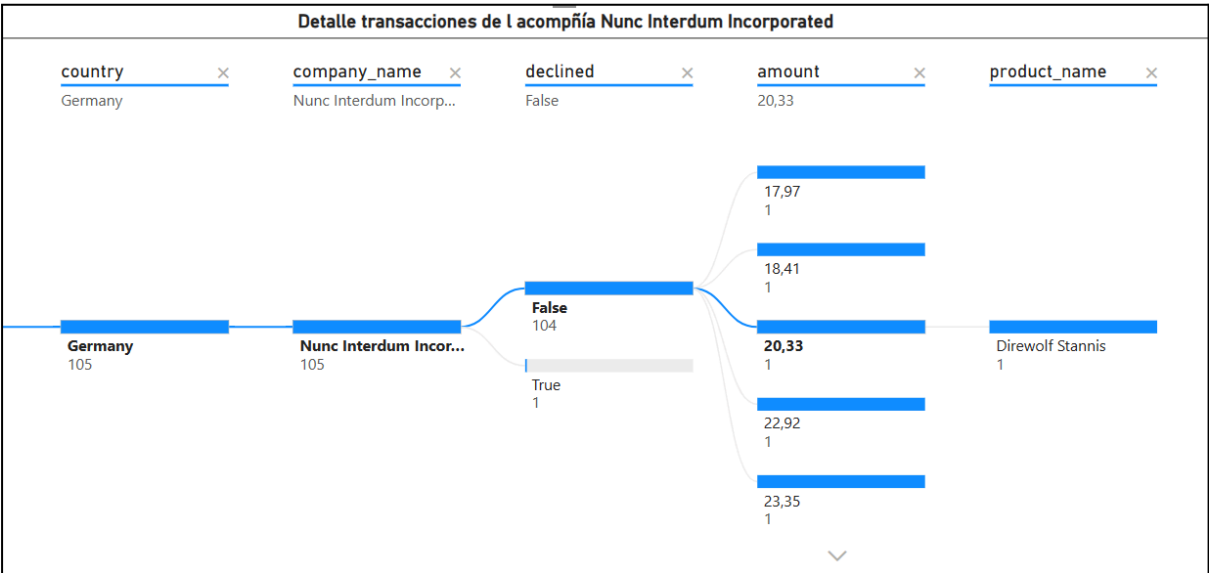
aprovechar y quizás extrapolar durante esos meses que podrían replicarse o ampliarse a los meses de menor rendimiento. Así como detectar empresas o periodos problemáticos a mejorar.

4. Comparativa de media de ventas y transacciones por país con foco en Alemania

- **Resultados mostrados:** Se observa que alemania está por debajo de la media como comentado y que ocupa el 9 puesto a nivel de ventas, aunque tiene por contra el mayor número de transacciones. Está la primera de la lista con 118 transacciones.
- **Insights:** Si se observa la cantidad de transacciones frente la media de ventas, se observa una incoherencia, debido probablemente a transacciones declinadas o a la venta regular, pero de bajo rendimiento.

5. Empresas alemanas - rendimiento individual

- **resultado mostrados:**
- empresas con mejores ventas por encima del objetivo: Ac Industries (366,81 €), Auctor Mauris Corp. (286,10€), Ac Fermentum Inc. (271,82 €)
- empresas con rendimientos bajos por debajo del objetivo: Rutorum Non Inc.(247,13€), Nunc Interdum Incorporated (224,90€) Convallis In Inc. (56,47 €) i Augue Foundation (13,94 €)
- como curiosidad comentar que hay una empresa Nunc Interdum Incorporated con muchas transacciones en comparación con el resto de empresas, pero cuya media de ventas está por debajo de la media objetivo. Al investigar un poco más de cerca se observa que tiene muchas transacciones (no declinadas) pero de ventas de productos económicos y pocas cantidades.
- **insight:** las diferencias entre empresas son significativas. Se recomienda establecer relaciones más fuertes con las empresas con medias altas y revisar los procesos con los que generan bajos rendimientos. Puede ser útil crear estrategias diferenciadas según el perfil de la compañía.



CONCLUSIÓN

1. Reforzar acciones en meses críticos (finales de trimestre?) para mejorar la constancia de las ventas.
2. Ajustar acciones en Alemania para elevar la media por encima del objetivo, muy asequible.
3. Segmentar las empresas alemanas por rendimiento y adaptar las relaciones comerciales a su capacidad real, incentivar o retirar según sea necesario.
4. Revisar la rentabilidad mensual para detectar si hay productos, canales o clientes que afecten negativamente al resultado global.
5. Investigar el caso de la empresa Nunc Interdum Incorporated y casos similares en otras empresas y países para determinar concurrencia con menor venta o venta alta puntual.
6. También observador donde suceden más declinadas para vigilar casos de fraude o problemas en el método de pago.

