

Аналитика продаж в компании

На период с 21.09.92 по 29.12.1992

A dark blue diagonal gradient bar that starts from the bottom left and extends towards the top right, covering the lower half of the slide.

Лидеры по количеству проданной продукции

За период исследования определили 10 наиболее покупаемых продуктов.

Из них два продукта продавались в ходе проведения акций.

Наиболее продаваемые		
Name	ProductID	Total_Quantity
Touring-3000 Blue, 54	463	22241
Rear Derailleur	399	18963
ML Mountain Frame - Black, 44	336	17640
Sport-100 Helmet, Black	213	15774
Lock Washer 7	149	15019
Mountain-100 Silver, 38	276	14820
External Lock Washer 7	86	14750
ML Road Seat/Saddle	416	13800
Headlights - Weatherproof	353	11998
Flat Washer 4	26	11660

Продукты с наибольшим объемом продаж

На этой таблице показаны уже 10 продуктов, которые в наибольшей степени повысили объем продаж. Из предыдущего слайда только 3 продукта присутствуют в данном списке.

Наибольший объем продаж		
Name	ProductID	Amount
Mountain-100 Silver, 38	276	50387851
Mountain-100 Black, 38	280	23624930
Road-350-W Yellow, 42	479	16720731
Touring-3000 Blue, 54	463	16510606
HL Mountain Frame - Silve	246	13303875
Road-450 Red, 58	259	12236910
Road-550-W Yellow, 48	306	11798759
Mountain-300 Black, 48	293	8696079
Lock Washer 7	149	8470716
Road-250 Red, 58	297	7982424

Количество покупателей компании

На конец исследования база
покупателей имела уникальных
записей в количестве:

19759

Анализ отдела продаж

A dark blue diagonal gradient bar that starts from the bottom left and extends towards the top right, covering the lower half of the slide.

Наивысшие показатели продаж среди менеджеров

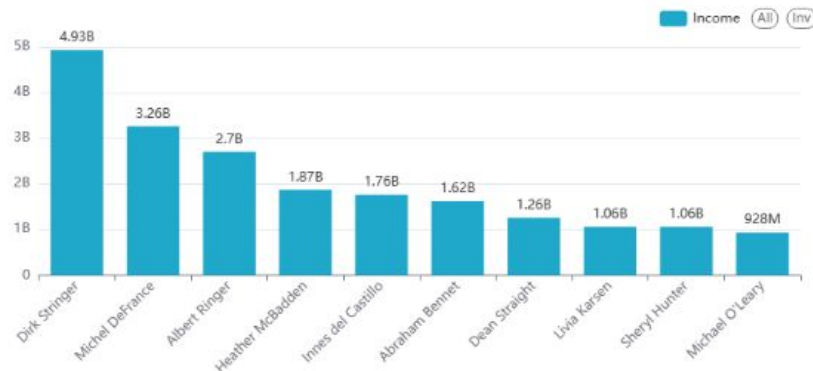
В исследуемый период , наивысшие показатели получили десять менеджеров на графике. Из них можно выделить первых трех :

Dirk Stringer

Michel DeFrance

Albert Ringer

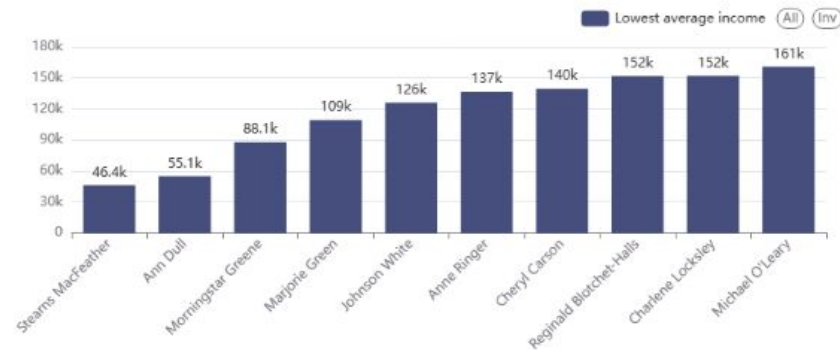
top_10_total_income



Минимальные показатели продаж

Также выделили десятку менеджеров с низкими продажами

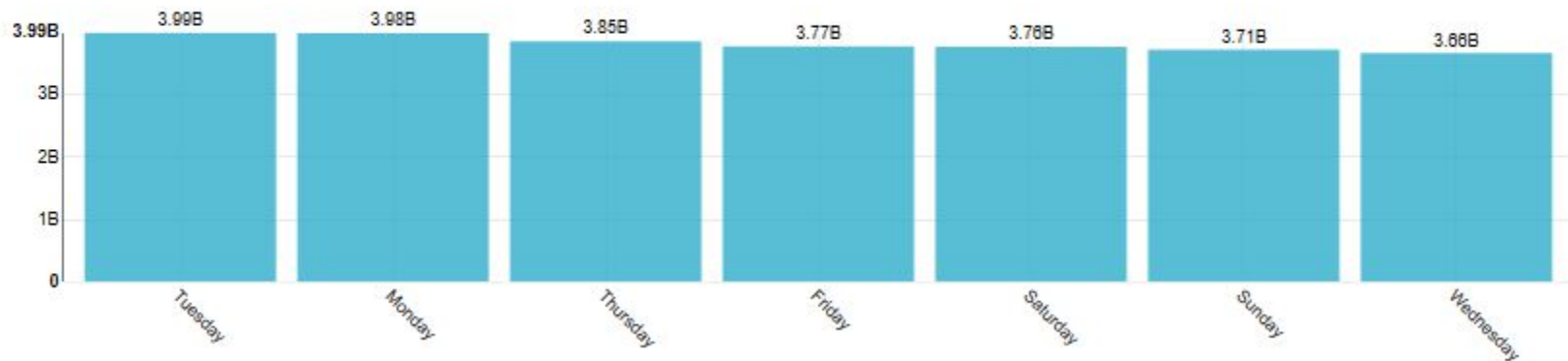
lowest_average_income



Продажи по дням недели

Наибольшее количество продаж приходится на начало недели, в конце недели идет спад.

day_of_the_week_income



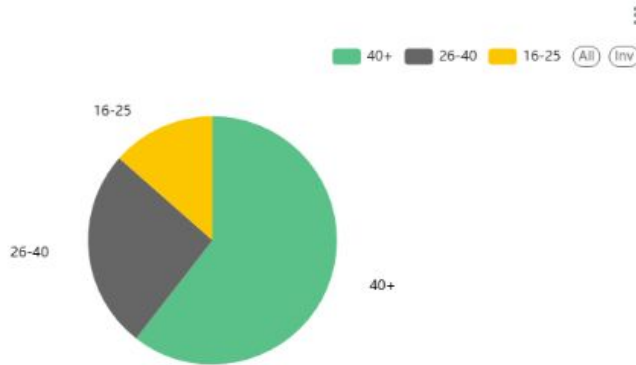
Анализ покупателей

A dark blue diagonal gradient bar that starts from the bottom left and extends towards the top right, covering the lower half of the slide.

Возрастные группы клиентов

Основной массой покупателей составляют люди с возрастом более 40 лет процентное соотношение составляет 60%~, следующая по численности группа от 26 до 40 они составляют 26%~, более молодая группа же составляет всего 14%~

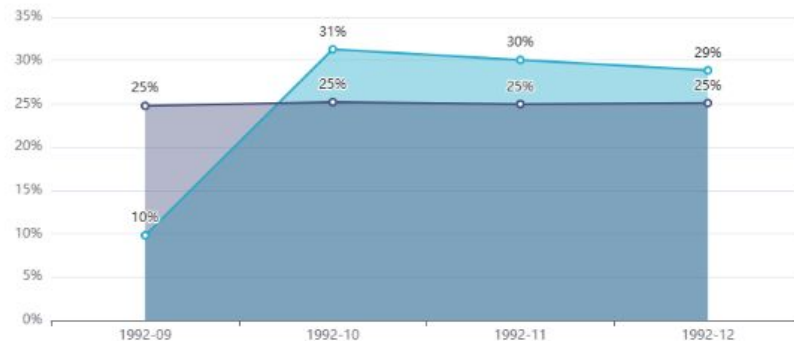
age_groups



Продажи и клиенты по месяцам

Из этого графика видно что количество уникальных покупателей практически не менялось, а сумма продаж в месяце в котором проходили акции заметно ниже чем в последующих, однако важно помнить что первая дата в 9 месяце была взята 21 число что не отражает достоверно информацию по выручке и покупателям за месяц

customers_by_month



Акции 09.92

Акции проводились в сентябре с 21 числа и принесли наибольшее количество первых покупателей на первое число .

special_offer

sale_date

COUNT(customer)

1992-09-21

10

1992-09-22

4

1992-09-24

1