

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 corner and extends towards the top right corner, covering the lower half of the slide.

Лидеры по количеству проданной продукции

За период исследования определили 10 наиболее покупаемых продуктов.

ProductID	TotalQuantity
463	24175
399	20769
336	18480
213	15774
276	15600
149	15019
86	14750
416	13800
433	12181
306	12150

Продукты с наибольшим объемом продаж

На этой таблице показаны уже 10 продуктов, которые в наибольшей степени повысили объем продаж.

ProductID	Amount
276	53039844
280	23624930
463	17946311
479	16720731
246	15350625
306	13613953
259	12236910
293	8696079
149	8470716
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 corner and extends towards the top right corner, covering the lower half of the slide.

Наивысшие показатели продаж среди менеджеров

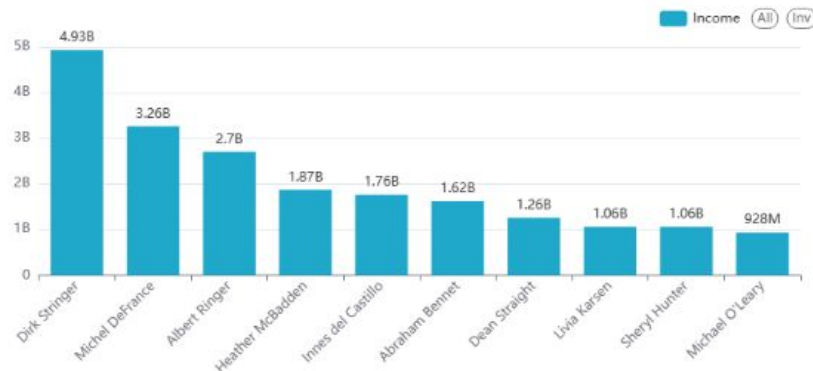
В исследуемый период , наивысшие показатели получили десять менеджеров на графике. Из них можно выделить первых трех :

Dirk Stringer

Michel DeFrance

Albert Ringer

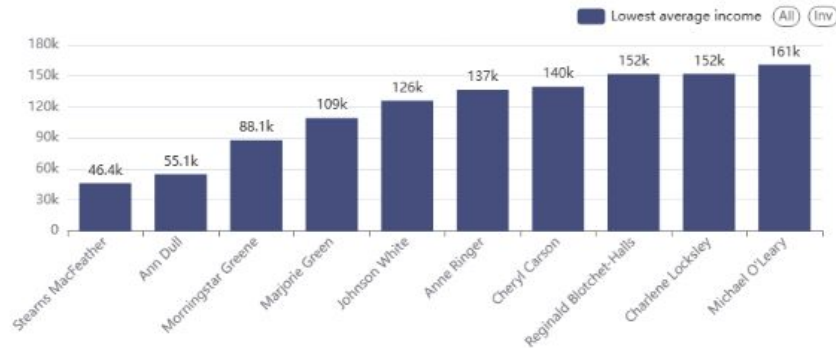
top_10_total_income



Минимальные показатели продаж

Также выделили десятку менеджеров с низкими продажами

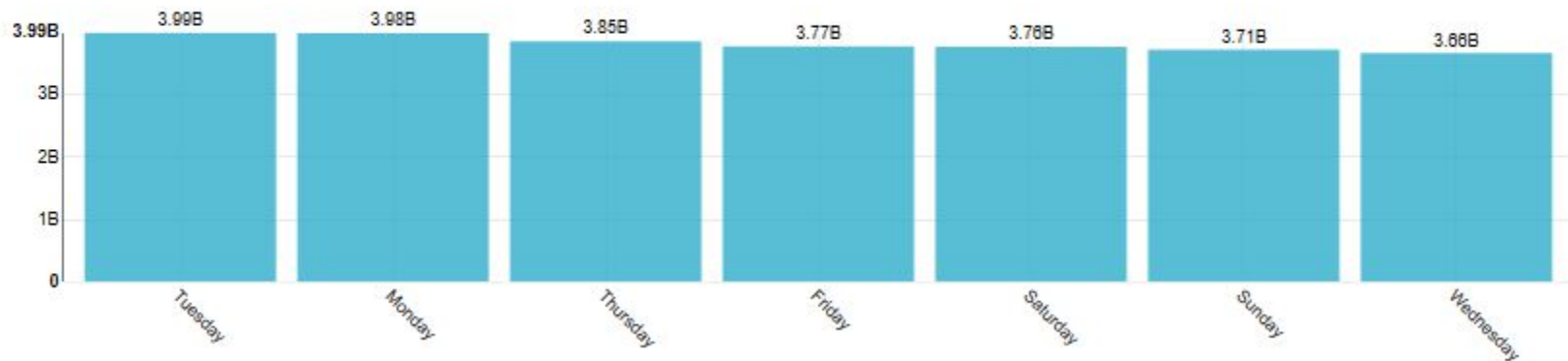
lowest_average_income



Продажи по дням недели

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

day_of_the_week_income

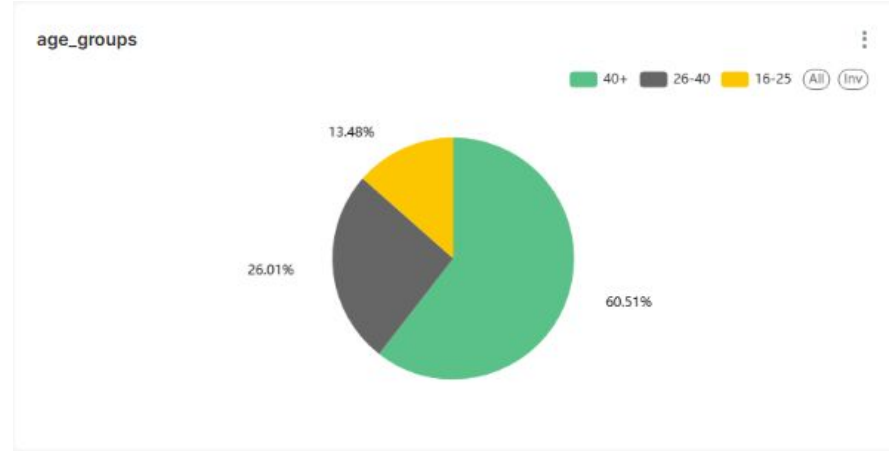


Анализ покупателей

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

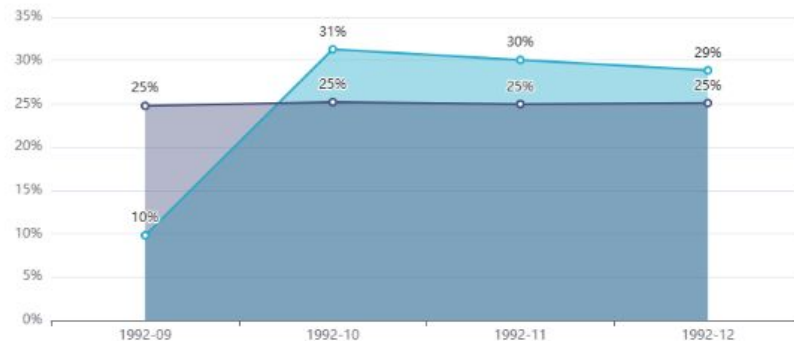
Основной массой покупателей составляют люди с возрастом более 40 лет процентное соотношение составляет 60%~, следующая по численности группа от 26 до 40 они составляют 26%~, более молодая группа же составляет всего 14%~



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