

# 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.

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

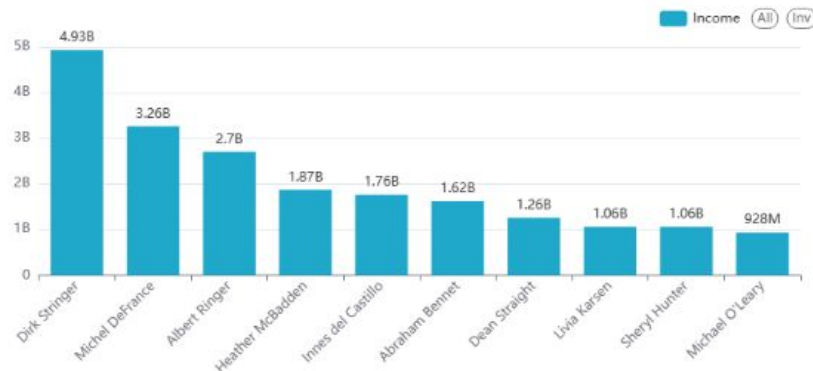
В исследуемый период , наивысшие показатели получили десять менеджеров на графике. Из них можно выделить первых трех :

Dirk Stringer

Michel DeFrance

Albert Ringer

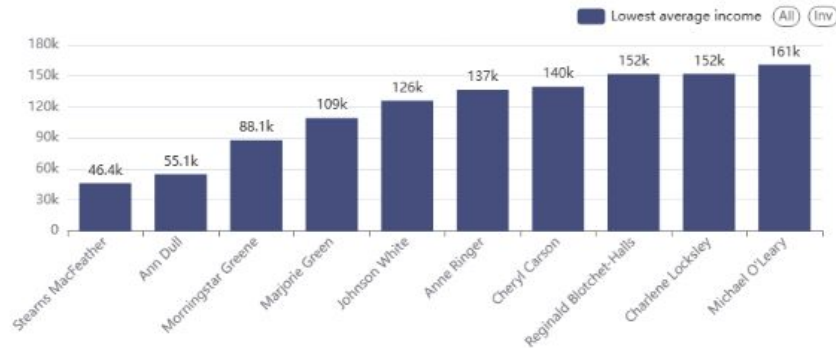
top\_10\_total\_income



# Минимальные показатели продаж

Также выделили десятку менеджеров с низкими продажами

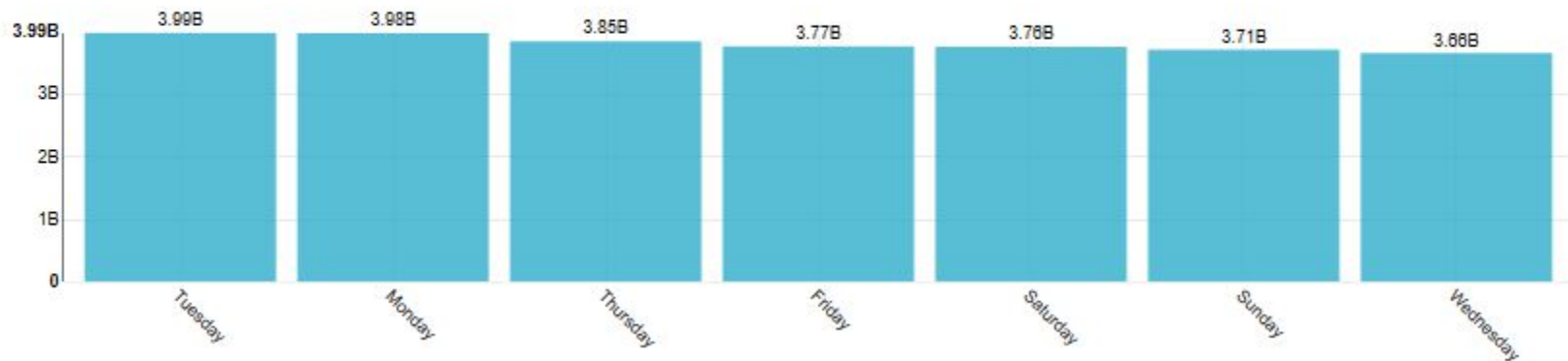
lowest\_average\_income



# Продажи по дням недели

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

day\_of\_the\_week\_income



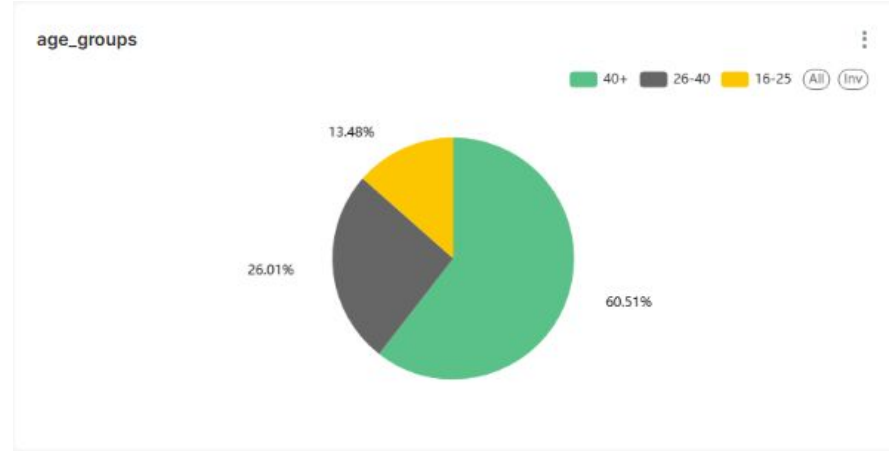


# Анализ покупателей

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

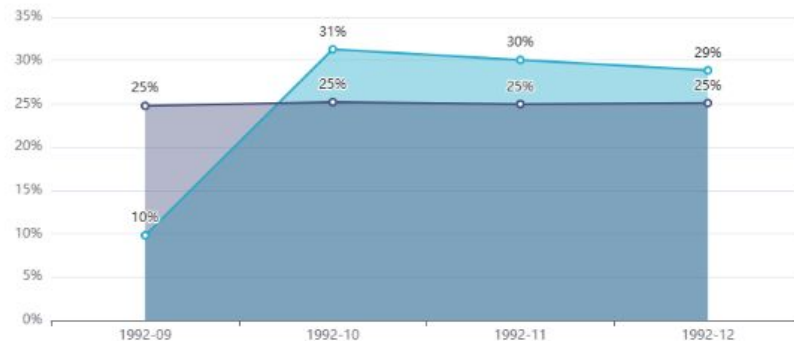
Основной массой покупателей составляют люди с возрастом более 40 лет процентное соотношение составляет 60%~, следующая по численности группа от 26 до 40 они составляют 26%~, более молодая группа же составляет всего 14%~



# 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