

Дата

29.01.2024

28.01.2025

Продажи и прибыль

Общая выручка

227,19 млн

Себестоимость

43,01 млн

Прибыль

184,19 млн

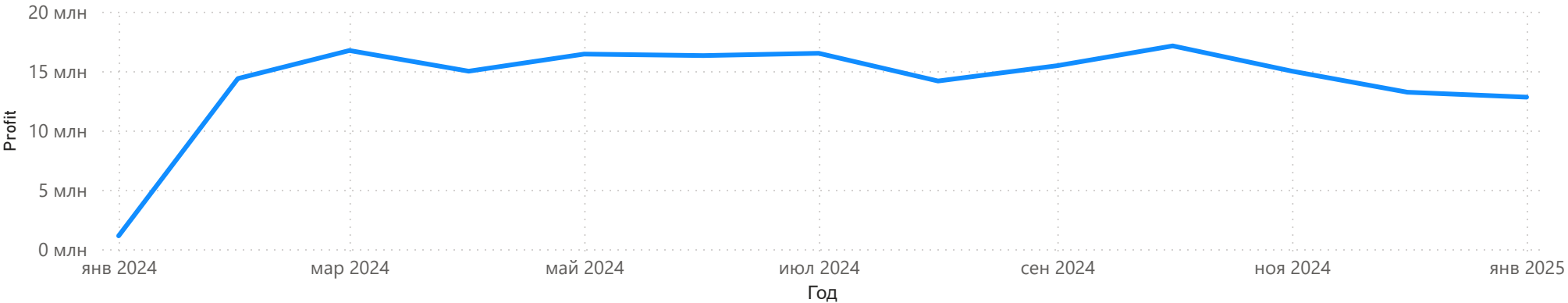
Процент маржи %

81,07%

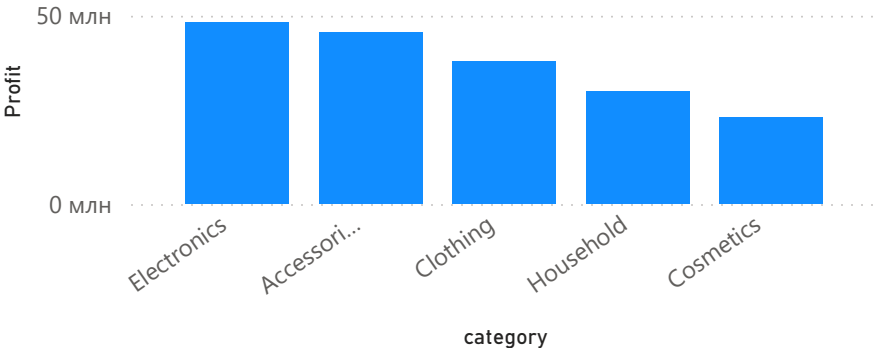
Статусу заказа

- ☐ Canceled
- ☐ Delivered
- ☐ Pending
- ☐ Processing
- ☐ Returned
- ☐ Shipped

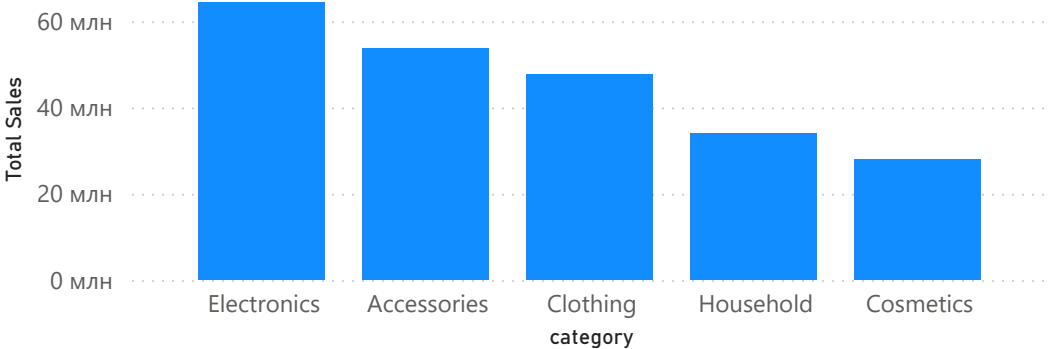
Динамика продаж по датам



Топ-5 категорий по прибыли



Топ-5 категорий по выручке



academ/ca

Логистика и склады

Общая выручка

298,29 МЛН

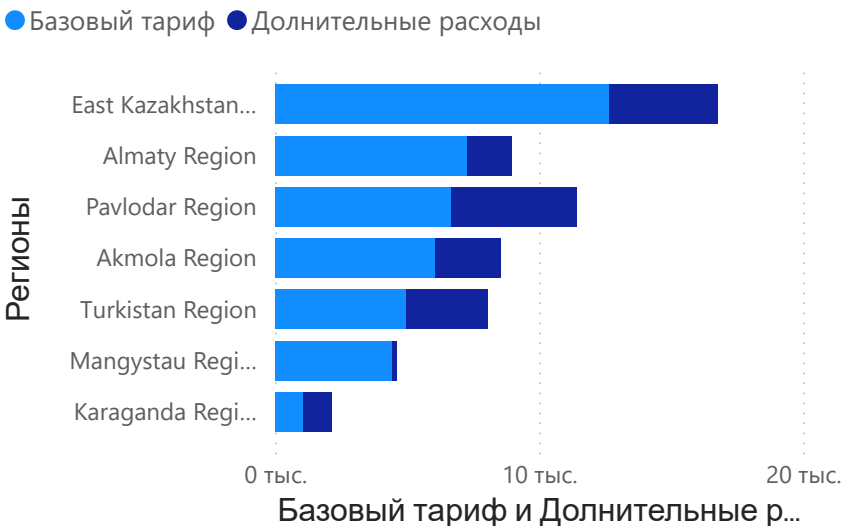
Общие расходы на доставку

60,52 ТЫС.

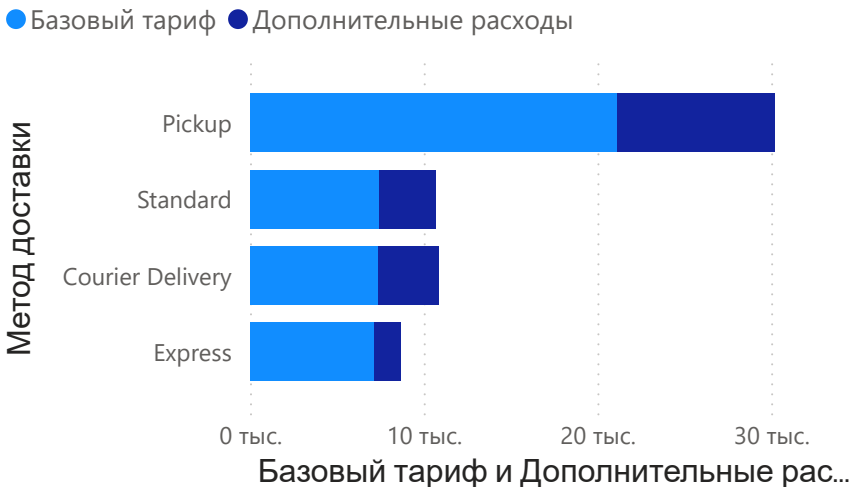
Доля логистики от выручки, %

0,02

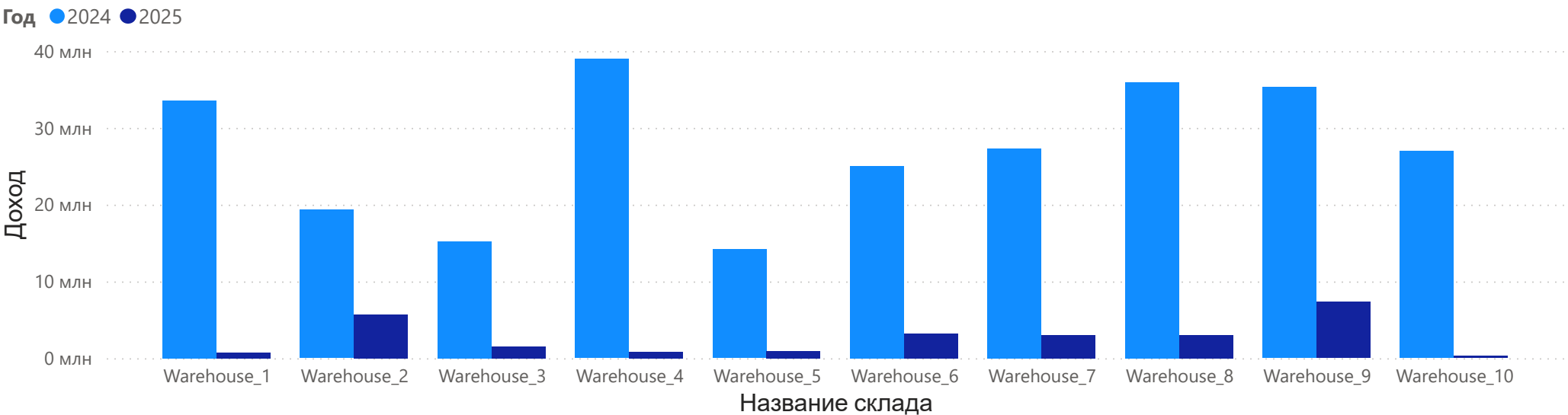
Затраты на доставку по регионам



Сравнительная диаграмма по методам доставки



Выручка по складам



Остатки на складах

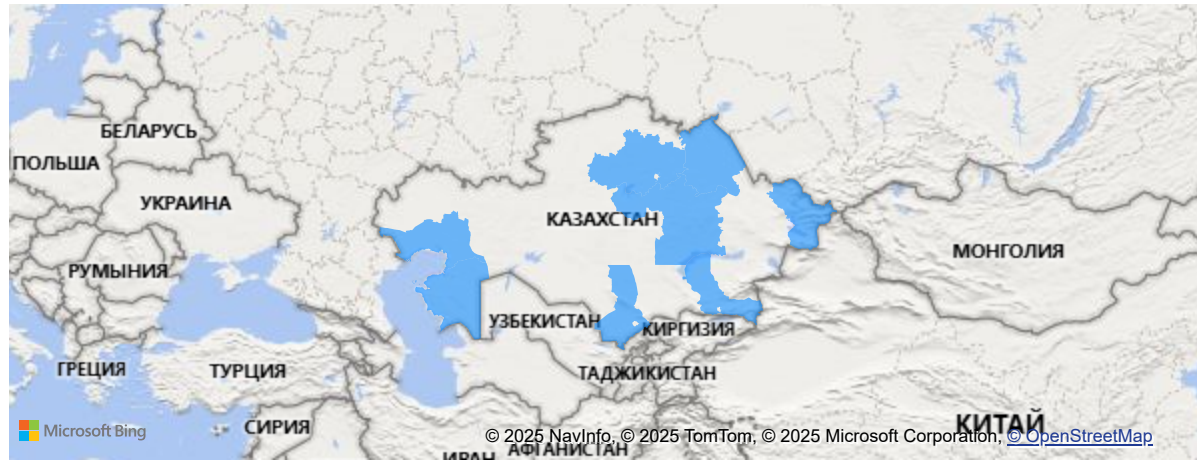
Склады/Товары	Остатки
Warehouse_3	15832
Warehouse_10	15271
Warehouse_2	14586
Warehouse_9	13347
Warehouse_8	11825
Warehouse_6	11336
Warehouse_1	10895
Warehouse_5	10593
Warehouse_7	10179
Warehouse_4	9978
Всего	123842

Клиенты и регионы

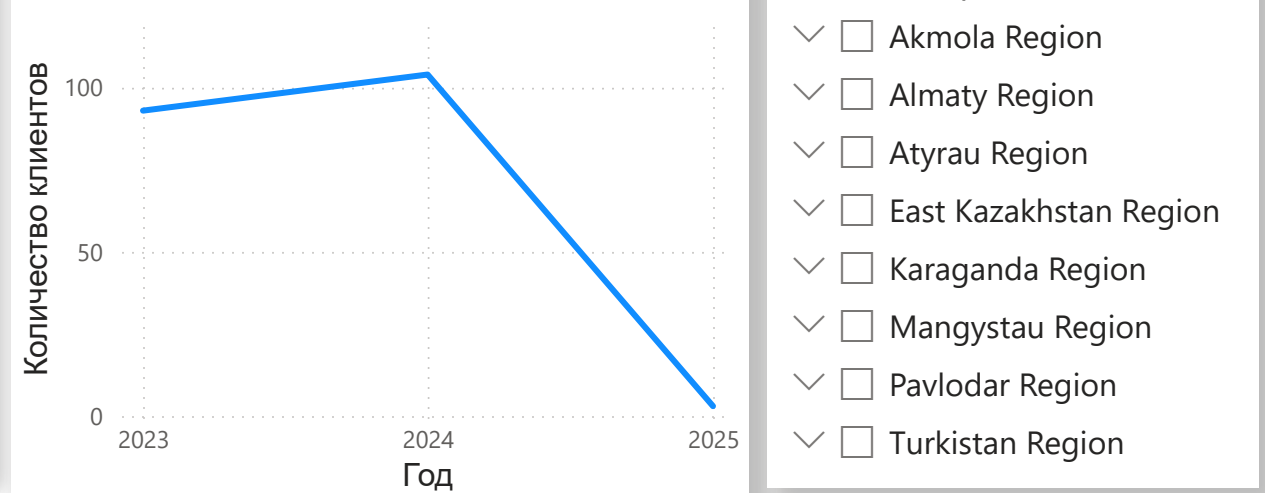
Средняя сумма заказа

252,13 ТЫС.

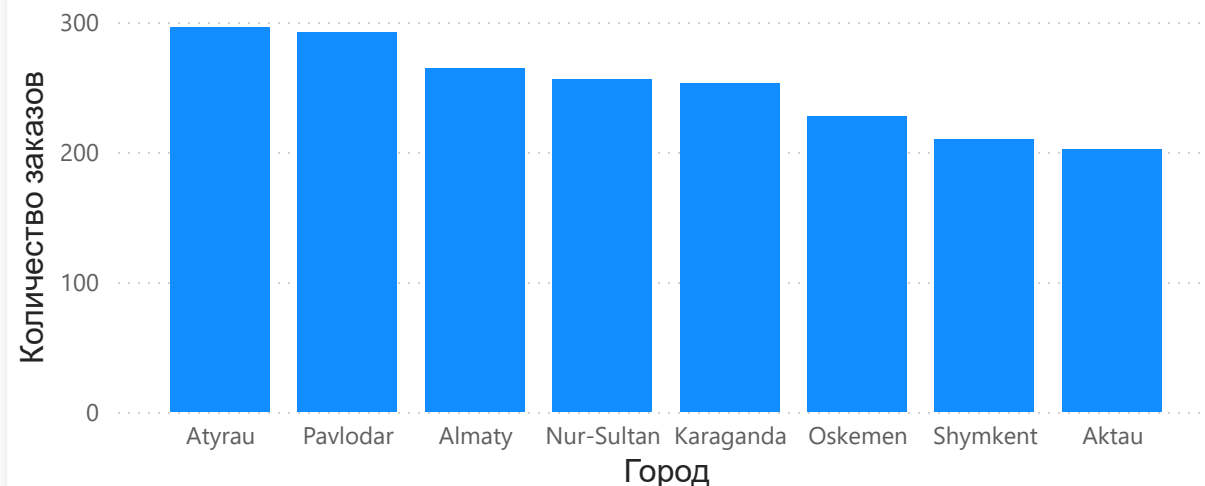
Распределение клиентов по регионам



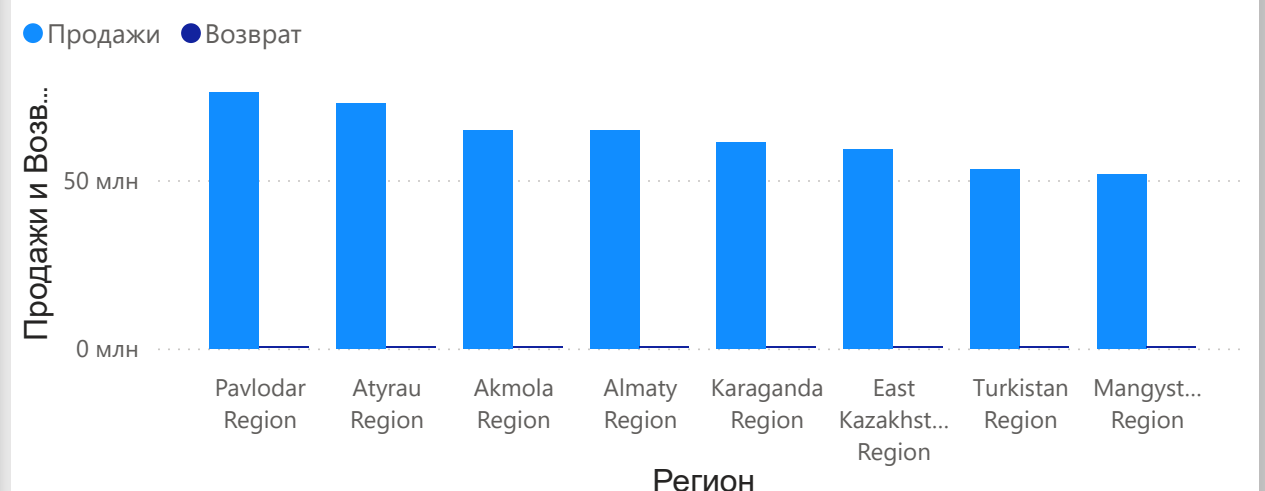
Прирост новых клиентов



Топ городов по количеству заказов



Сегментация: регионы с падением продаж + возвраты



Склады	Количество сотрудников
Warehouse_7	18
Warehouse_5	14
Warehouse_2	13
Warehouse_9	13
Warehouse_1	11
Warehouse_3	9
Warehouse_6	7
Warehouse_10	6
Warehouse_4	5
Warehouse_8	4
Всего	100

Сотрудники и эффективность

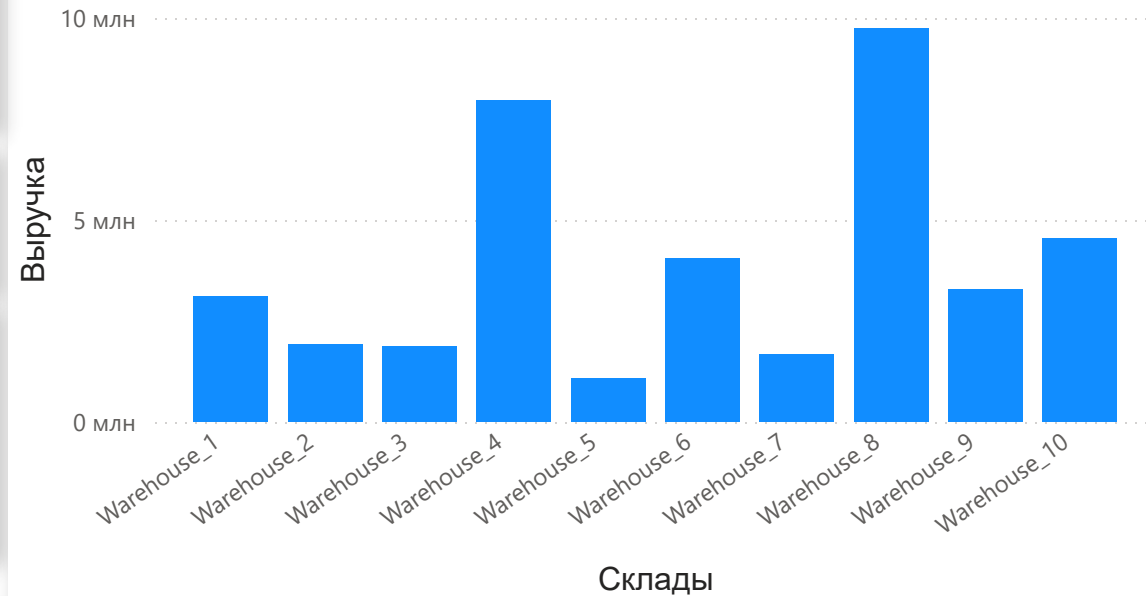
Фильтр по должности

Все

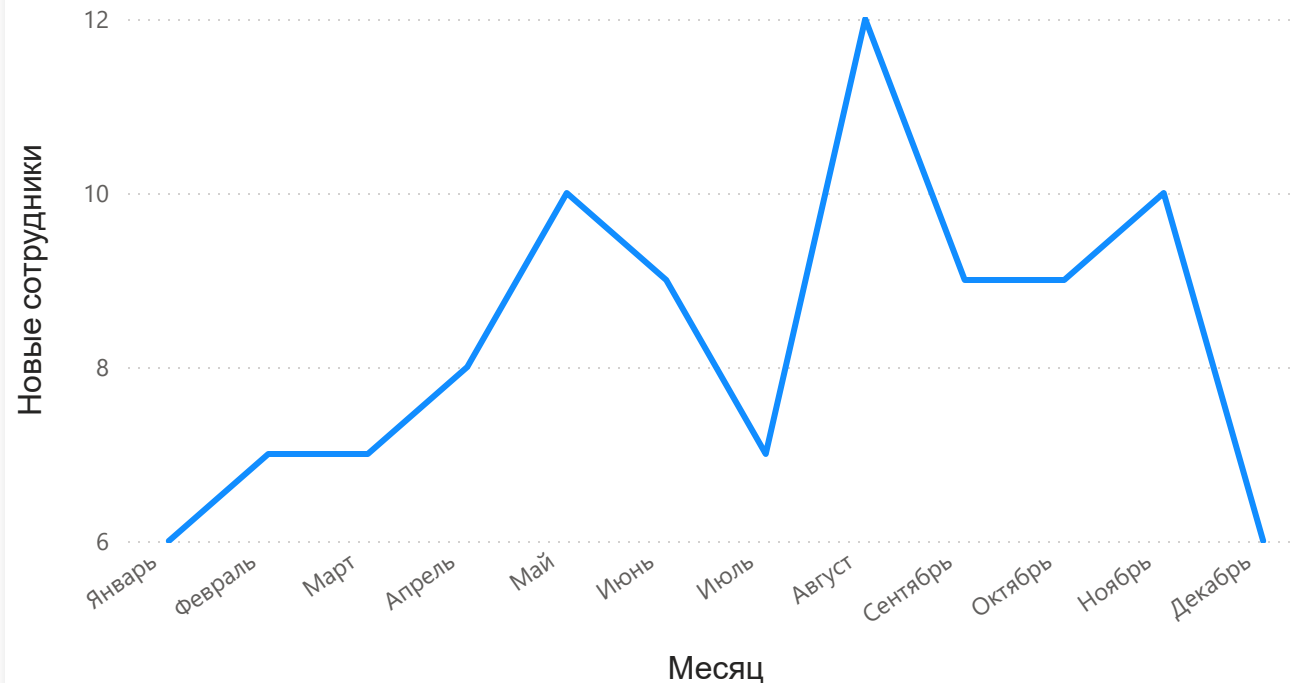
Общая сумма зарплат по всей компании

33,64 МЛН

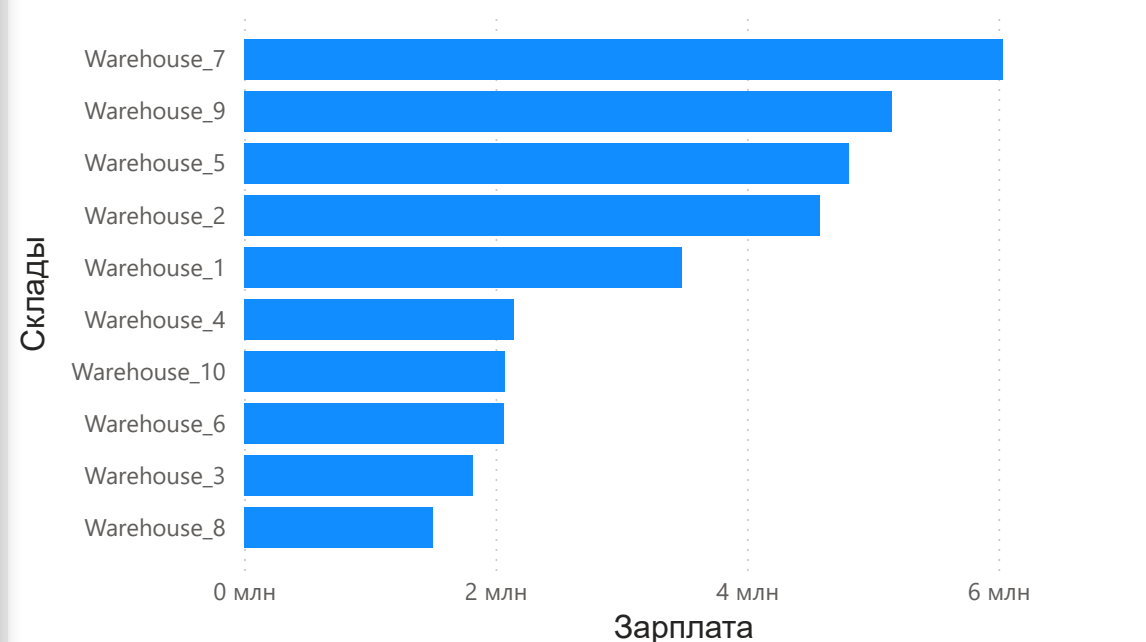
Выручка на одного сотрудника по складам



Динамика приёма на работу



Зарплатный фонд по складам



Процент возвратов, %

17,00

Доля логистики от выручки по регионам, %

0,01

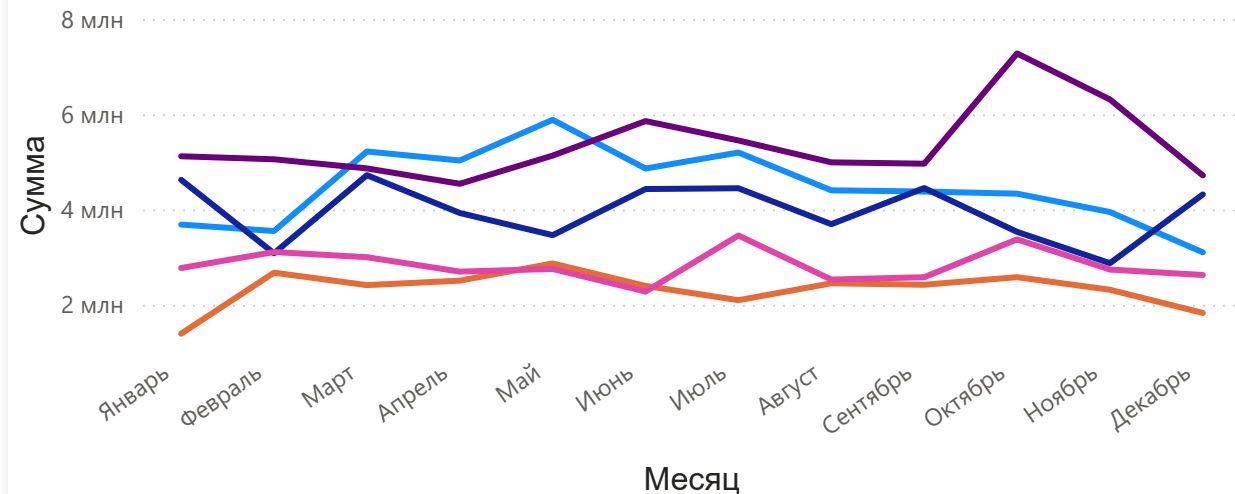
Логистические расходы по регионам

60,52 тыс.

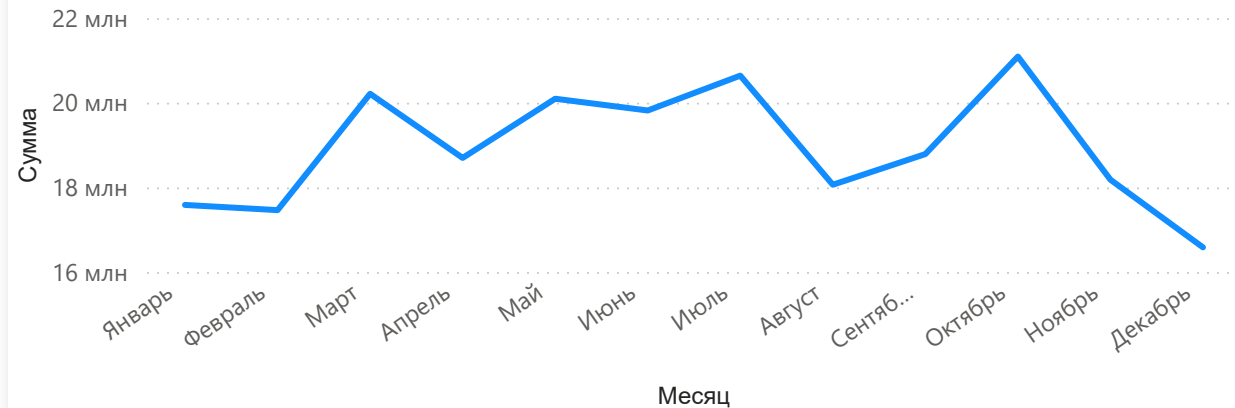
Инсайты

Продажи по месяцам и категориям

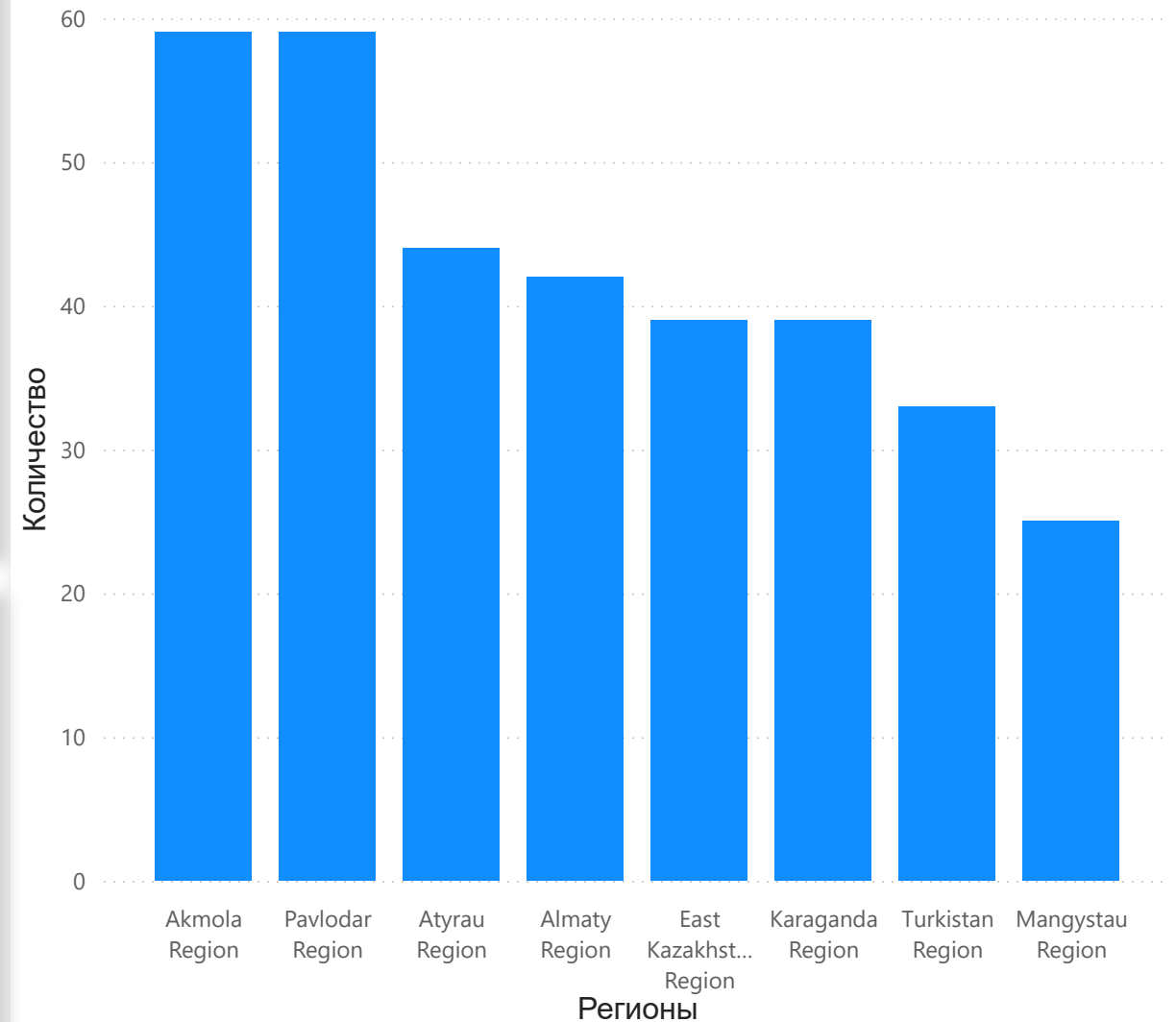
category Accessories Clothing Cosmetics Electronics Household



Продажи по месяцам



Возвраты по регионам



Аналитические инсайты: ключевые «боли» и выводы

▼ 1. Снижение продаж в отдельных категориях

Анализ помесечных продаж показывает снижение в категориях:

- **Accessories:** -16% (с 3,6 млн в январе до 3,0 млн в декабре),
- **Clothing и Electronics:** ~-6%,
- **Cosmetics** — единственная категория с ростом: +28,5%.

📌 Рекомендации:

Усилить маркетинг и продвижение по снижающимся категориям, особенно Accessories. Косметику — масштабировать и продвигать как растущий сегмент.

📦 2. Высокие логистические затраты

Общие расходы на доставку: **60,52 тыс.**

Средняя доля логистики от выручки — 0,01%.
Однако по регионам выявлены «дорогие» зоны — **East Kazakhstan, Almaty, Pavlodar** — особенно при методе **Pickup**.

📌 Рекомендации:

Переоценить целесообразность выбора метода доставки в этих регионах, пересмотреть договоры с логистами, усилить контроль затрат.

🔄 3. Возвраты: анализ и география

Процент возвратов — около **1% от всех заказов**, что считается нормой.
Лидеры по возвратам: **Akmola** и **Pavlodar Region** (по 59 возвратов).

📌 Рекомендации:

Изучить причины возвратов в этих регионах: логистика, качество упаковки, ошибки в комплектации. При необходимости — настроить дополнительную проверку заказов.

🎄 4. Анализ сезонности

Продажи в декабре **не достигли пика** (16,5 млн), в то время как:
Октябрь: 21,0 млн
Июль и март: по 20+ млн

📌 Рекомендации:

Пик приходится на **осень**, а не на зиму. Нужно:
Строить запасы к октябрю,
Усилить рекламную активность в декабре: «новогодние акции», «подарочные предложения».

✅ Общий вывод

Компания демонстрирует хорошие финансовые результаты, однако нуждается в:

Корректировке продуктовой линейки,
Оптимизации логистики в ряде регионов,
Повышении эффективности маркетинга в пиковые сезоны,
Контроле возвратов и увеличении клиентской удовлетворенности.