

Phân tích dashboard:

1. Văn phòng có mã 1 có hiệu quả làm việc cao, mang lại doanh thu lớn với chỉ 1 nhân viên duy nhất. Cần xem xét các hình thức tặng thưởng cho nhân viên có thành tích tốt này, hoặc xem xét cử thêm người để có thể tối ưu hoá doanh thu. Ngoài ra, 2 nhân viên ở văn phòng có mã 4 cũng rất có khả năng.
2. Mặt hàng 'classic cars' có số lượng hàng tồn kho lớn, cần xem xét các chiến dịch truyền thông/ khuyến mãi để nhanh chóng xử lý. Mặt hàng 'Trains' có vẻ dễ tiêu thụ, ít tồn kho.
3. Nhìn chung, thời gian vận chuyển trung bình của các mặt hàng là ngang nhau. Các mô hình với tỉ lệ khác nhau cũng không có nhiều sự khác biệt trong thời gian giao hàng, vậy nên có thể đảm bảo sự đồng bộ trong thời gian giao hàng cho khách.
4. Tỉ lệ huỷ đơn hàng là 2.5%. Các đơn hàng đang chờ xử lý, gặp vấn đề phát sinh chỉ chiếm lượng nhỏ. Đội ngũ logistic đang làm tốt nhiệm vụ
5. Nhu cầu đặt hàng thường tăng mạnh vào tháng 11, có lẽ là để chuẩn bị cho các dịp lễ trong tháng 12. Nhìn chung trong năm lượng cầu không quá biến động, giảm nhẹ vào cuối tháng 6, lúc gần hết mùa hè và tăng mạnh vào cuối tháng 11. Sau đó đến đầu năm thì nhu cầu giảm mạnh về mức trung bình của năm. Cần chú ý các chiến dịch nhập hàng cũng như truyền thông trong tháng 11
6. Phần lớn đối tượng khách hàng đến từ châu Âu, cụ thể là khu vực Tây Âu. Ở vùng Bắc Mỹ cũng có một lượng khách hàng lớn, tuy nhiên số khách hàng này chỉ tập trung vào một vùng, chứ không rải rác như phía châu Âu, có lẽ là do yếu tố về văn hoá.
7. Các khách hàng tại khu vực Bắc Mỹ có xu hướng để lại dư nợ nhiều hơn so với những khách hàng châu Âu.
8. Thời gian vận chuyển đến khu vực châu Âu là ngắn nhất, sau đó đến khu vực Bắc Mỹ. Khu vực châu Á, đặc biệt là Đông Nam Á có nhiều trở ngại trong việc vận chuyển, đây là khu vực chiếm thời gian lâu nhất để giao hàng.