

Аналитика продаж

с 21.09.1992 по 30.12.1992

Накопительный результат

Выручка

26.7Б

Количество чеков

100 тысяч

Продано штук

49,5 М

Общее по магазину

Мы видим, что низкие продажи в сентябре связаны исключительно с маленьким кол-вом чеков, так как отчет начинается с 21.09. Так же, есть падение выручки и кол-ва чеков в декабре, при росте среднего чека. Возможно, это связано с сезонностью некоторых товаров и спадом продаж перед праздниками.

Динамика выручки и кол-ва покупателей

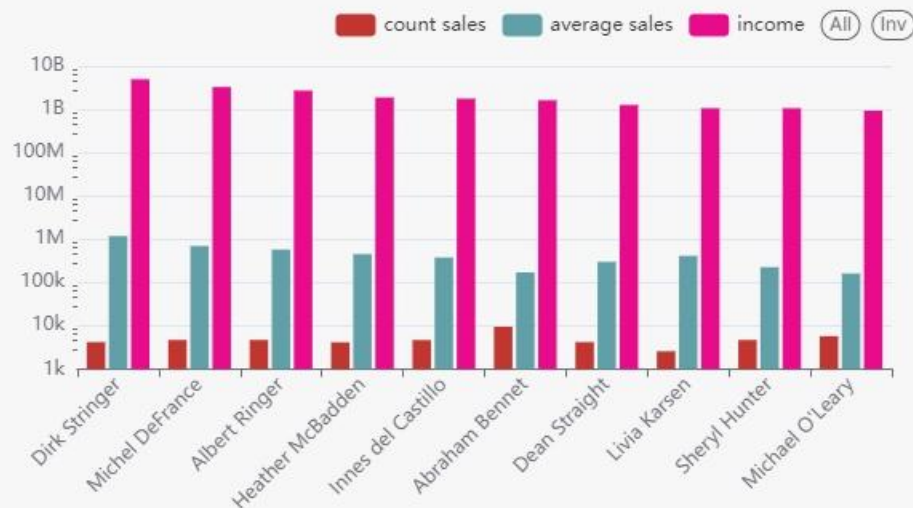


Динамика кол-ва чеков и ср. чека



Аналитика по продавцам

Корреляция кол-ва чеков и выручки по ТОП продавцам



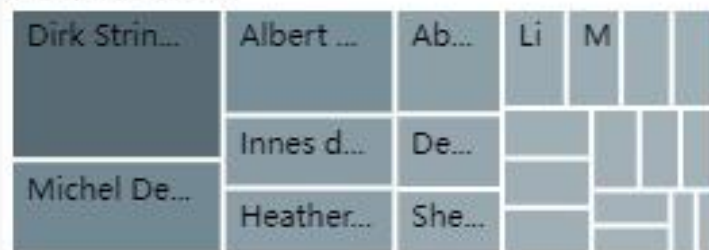
ТОП 3 продавца: Дирк Стринджер, Мишель ДеФранс, Альберт Ринджер. Причем, данные продавцы отличаются стабильностью высокой эффективности, что видно в долях по дням недели (следующий слайд).

В плане качественных показателей их объединяет самый высокий средний чек (прямая корреляция с выручкой) при не самых высоких количествах продаж.

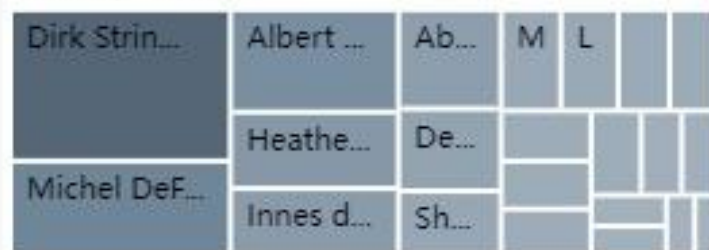
Еще хочу обратить внимание на продавца Акико Якомото - за отчетный период не имеет ни одной продажи. Возможно, это новый сотрудник, либо, у неё есть сложности с выполнением задач.

Выручка по дням недели

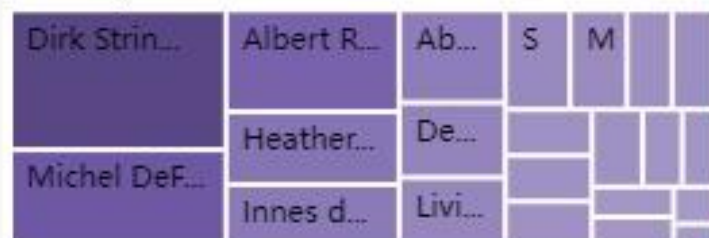
tuesday : 3.99B



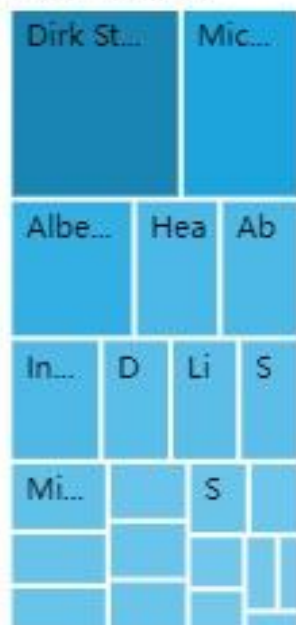
monday : 3.98B



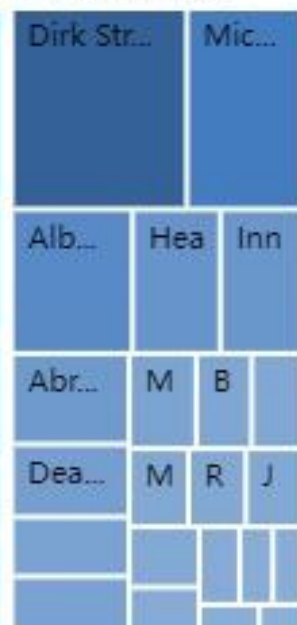
thursday : 3.85B



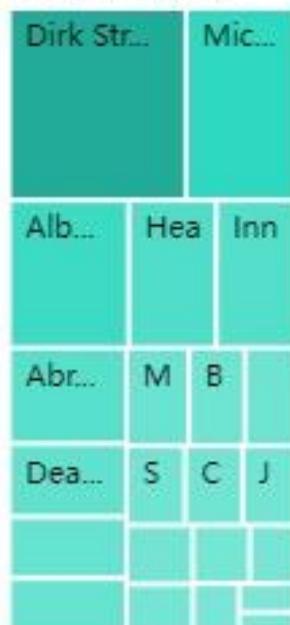
friday : 3.77B



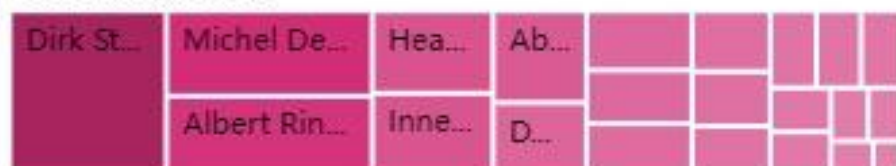
saturday : 3.76B



sunday : 3.71B



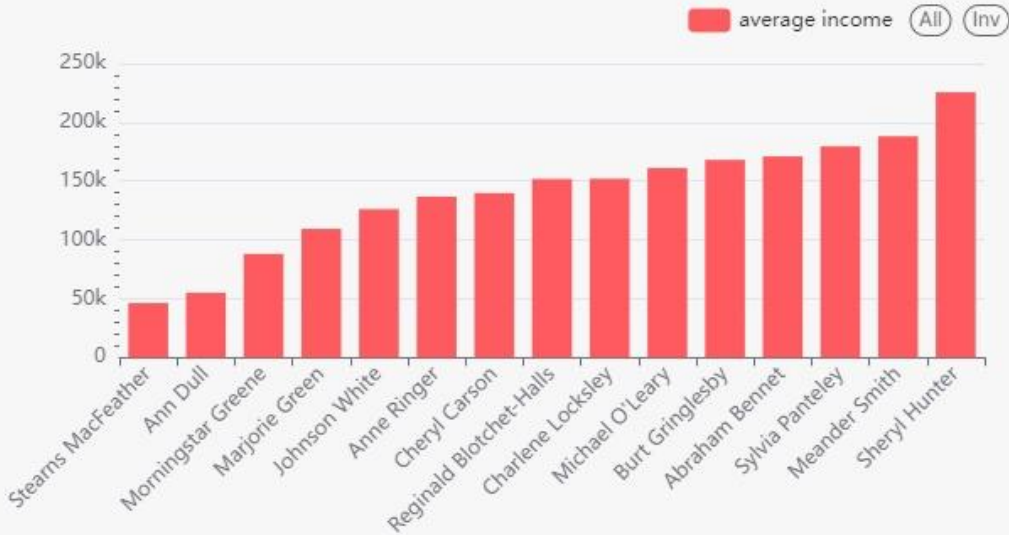
wednesday : 3.66B



На данном графике можно увидеть антиТоп 15 продавцов с самым низким средним чеком.

Т.к. на предыдущем слайде мы увидели прямую зависимость между ср.чеком и общей выручкой, считаю важным провести работу именно с данными продавцами.

Средний чек по продавцам (худшие)



Работа продавцов с акцией

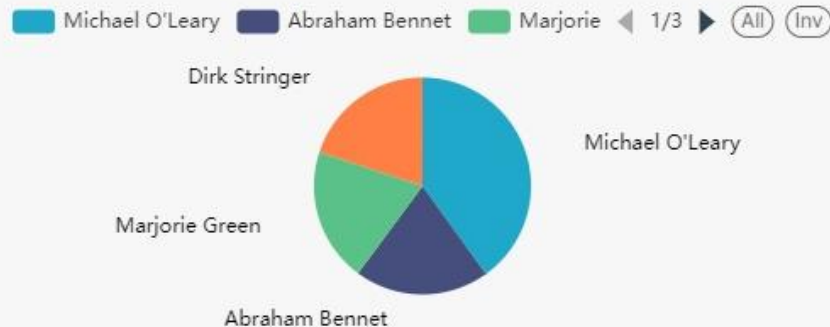
В таблице мы видим каким продавцом и сколько покупателей удалось привлечь с помощью акции.

Отдельно моё внимание привлекли Абрахам Беннет и Майкл О'Лири, которые так же попали в Топ 10 по выручке (слайд 4) и имеют большое кол-во чеков, однако, имеют низкий ср. чек из-за большого кол-во продаж товаров по акции, что видно на круговой диаграмме справа. Однако, Дирк Стринджер так же имеет большое кол-во продаж акционного товара, но смог удержать один из самых высоких средних чеков и Топ по выручке.

Кол-во привлеченных по акции

	метрический	подсчет клиентов			
	продавец	Абрахам Беннет	Дирк Стрингер	Марджори Грин	Майкл О'Лири
дата продажи					
1992-09-21		3	2	2	3
1992-09-22			1	1	2
1992-09-24					1
Итого (Сумма)		3	3	3	6

Продажи акционного товара по продавцам



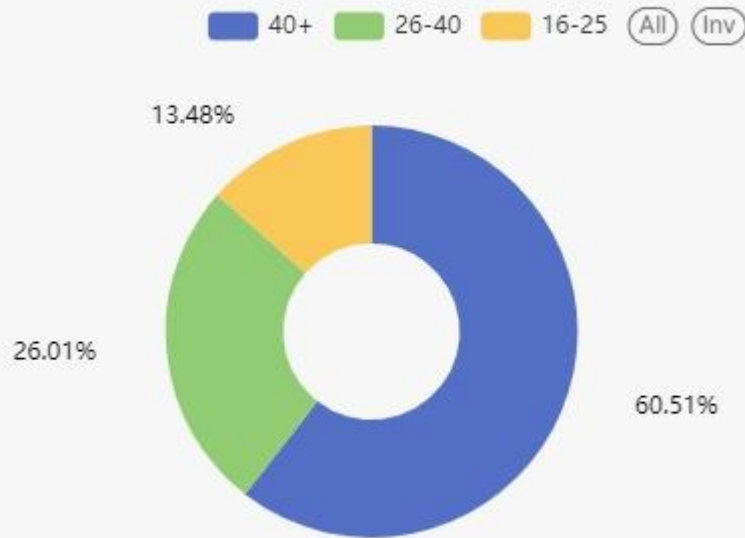
Аналитика в разрезе покупателей

Возрастные категории

Всех клиентов поделили на 3 категории: 16-25 лет 26-40 лет 40+ лет.

Из круговой диаграммы видно, что основная доля (60,5%) покупателей приходится на категорию 40+.

Доля клиентов в разрезе возрастной категории



Продажи по возрастным категориям

Суммарная выручка и количество покупок, так же, максимально приносятся группой 40+. Так же, в этой категории сравнительно небольшое количество покупок по акции (5%). Соответственно, эту группу можно считать приоритетной.

Однако, стоит обратить внимание, что средний чек самый высокий у группы молодых людей 16-25 лет (+61% к ср. чеку группы 40+). И в этой возрастной группе самая низкая доля покупок акционного товара, т.е они готовы покупать по полной стоимости.

Соответственно, стоит уделить внимание данной возрастной категории с помощью дополнительных инструментов (обзвон клиентов с информированием о текущих акциях или выгодных предложениях, промокоды на скидку, провести опрос данных покупателей с целью узнать какие товары им интересны и тд). При увеличении кол-ва чеков на 10% за отчетный период, мы бы заработали дополнительные 520млн., что составляет 19% от общей выручки.

Покупатели в разрезе возрастной категории



Хочу обратить внимание, что клиенты, совершавшие покупки по акции, не покупали ничего по полной стоимости за 3 отчетных месяца. Т.е для этих покупателей наш продукт интересен, однако, только по акционной цене. Самая большая доля (13%) в категории 26-40.

Доля покупок по акции %

