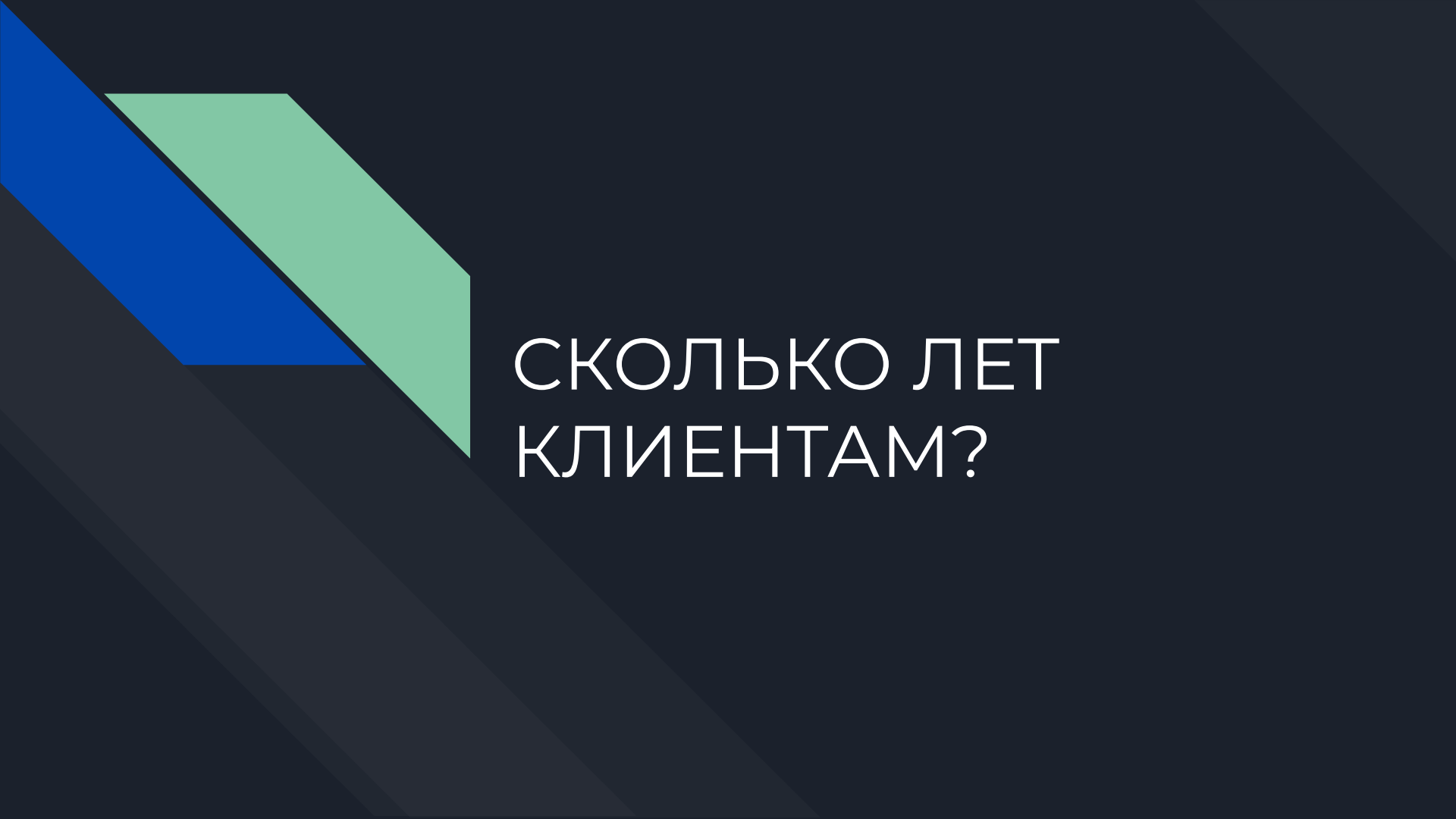
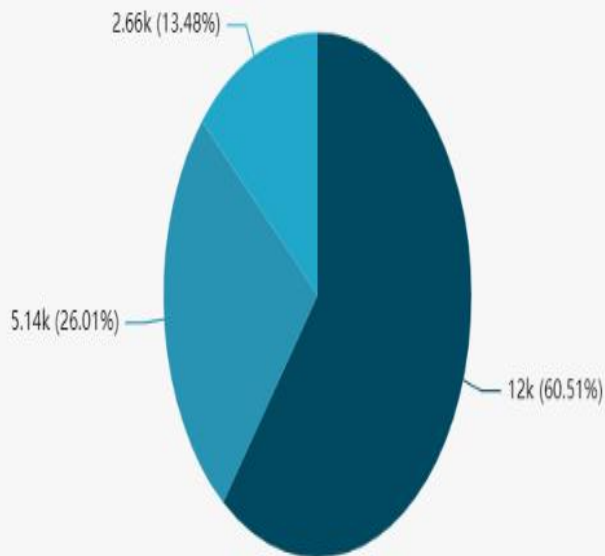
A decorative graphic on the left side of the slide consisting of two overlapping parallelograms. The front one is blue and the back one is light green. They are positioned diagonally, with the blue one partially covering the green one.

Результаты исследования по продажам



СКОЛЬКО ЛЕТ
КЛИЕНТАМ?

40+ 26-40 16-25 All Inv



Сегодня на рынке находятся четыре поколения: «бэби-бумеры», «X», «Y» и «Z». Каждое поколение имеет свои уникальные характеристики, которые влияют на их поведение как потребителей.

Проанализировав рынок потребителей, можно сделать вывод, что основная часть покупателей относится к группе

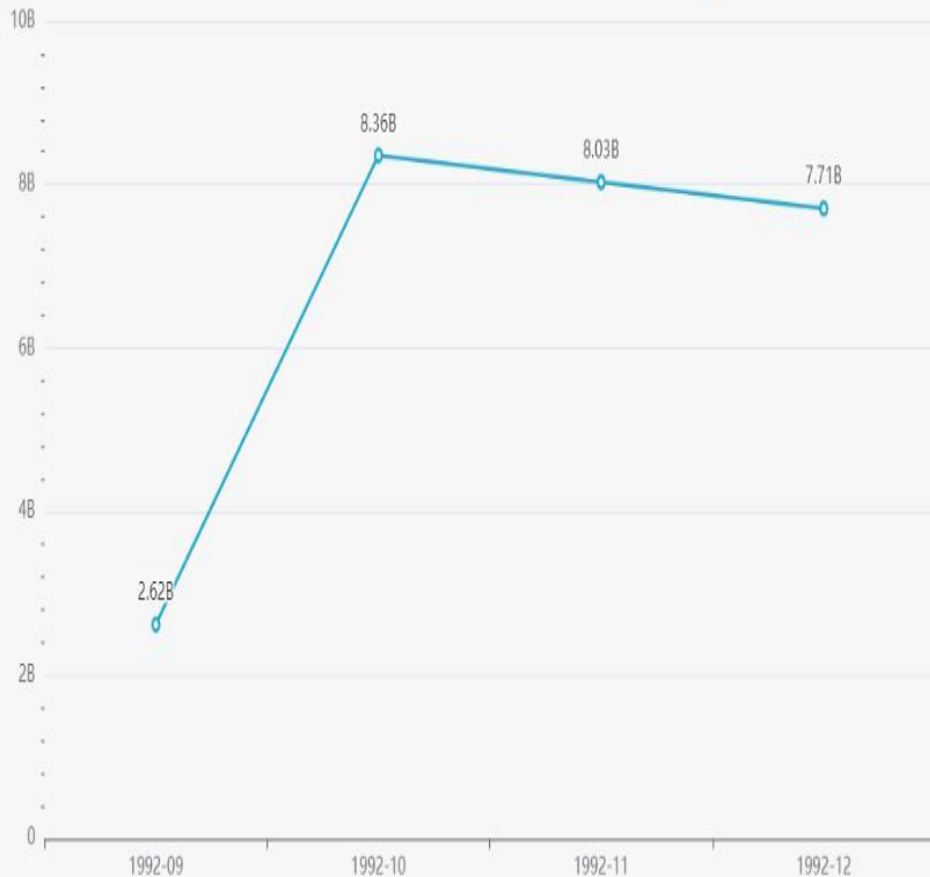
40 + (60,51%) поколение «X»

26-40 лет (26,01%) поколение «Y»

Первые две группы семейные люди с с определенным уровнем достатка и социальным классом.

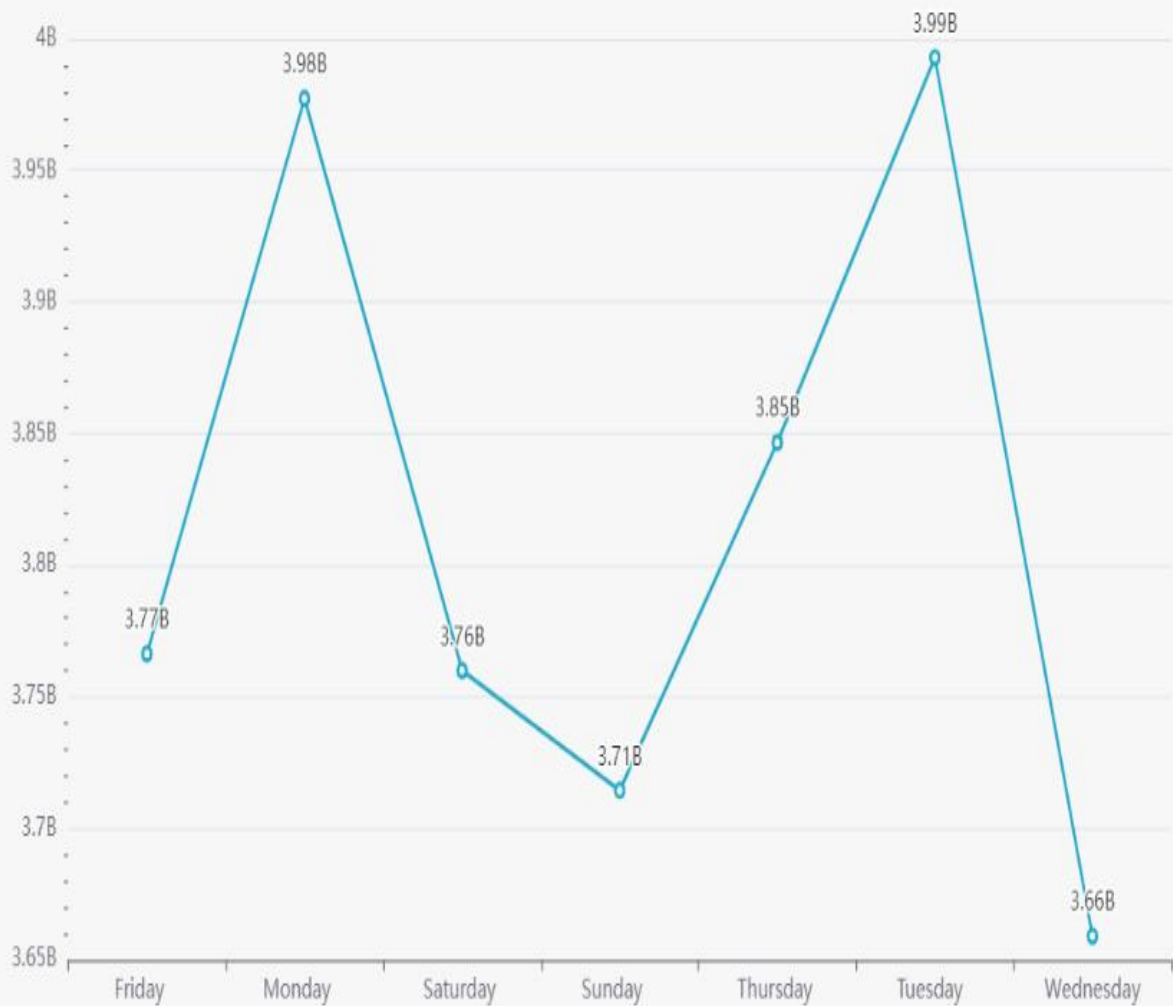
16-25 лет (13,48%) поколение «Z». По данным специалистов, данный сегмент населения составляет более 25% от общего числа населения, что делает их очень значимыми для маркетологов.

Выручка в месяцам All Inv



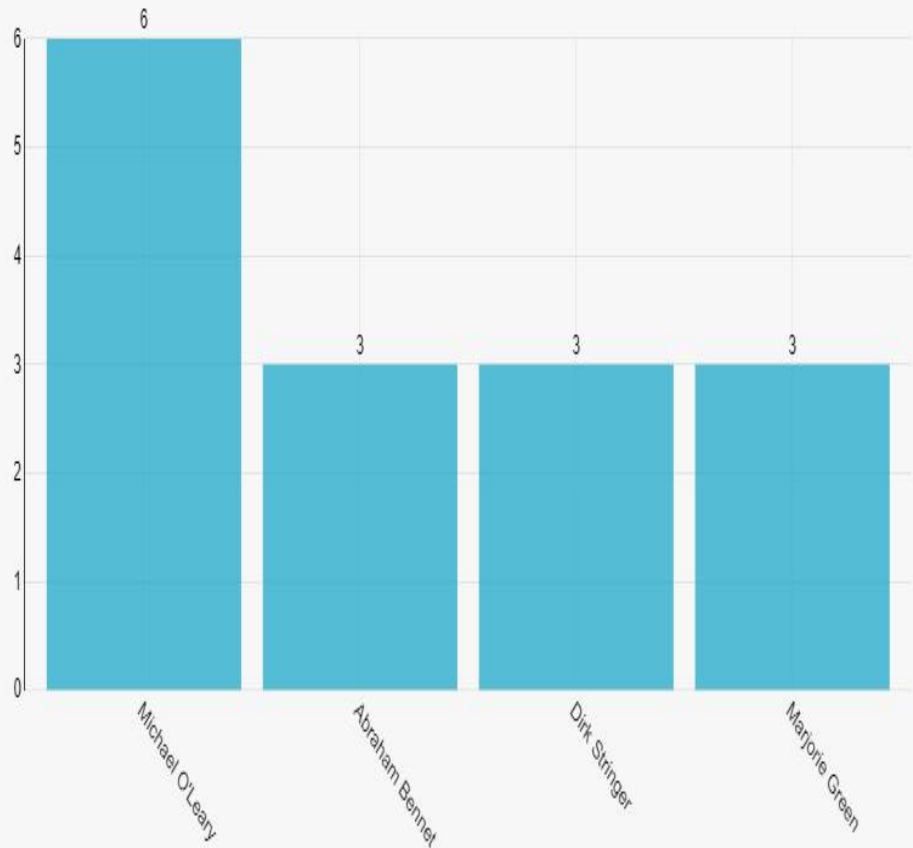
Сезонность

спроса: Спрос на товары и услуги не бывает статичным. Всегда есть периоды более высокого и более низкого спроса. На востребованность того или иного товара может влиять фактор сезонности. К таким колебаниям спроса компаниям всегда нужно готовиться заранее — разрабатывать стратегию действий под каждый вид сезонного спроса. Для полного анализа, необходимы данные за несколько лет. За последние 4 месяца, можно сделать вывод, что в последние месяцы года, сумма продаж примерно на одном уровне



имеет ли значение день?

В праздники количество клиентов может вырасти на четверть, подсчитали в Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ). Вместе со спросом растёт и нагрузка на бизнес. На графике с данными по выручке по каждому продавцу и дню недели, можно заметить, что продажи в течении недели примерно одинаковы. Однако в тройку вошли продавцы DirK Stringer принес больше всего выручки. Michel DeFrance и Albert Ringer примерно шли на одном уровне

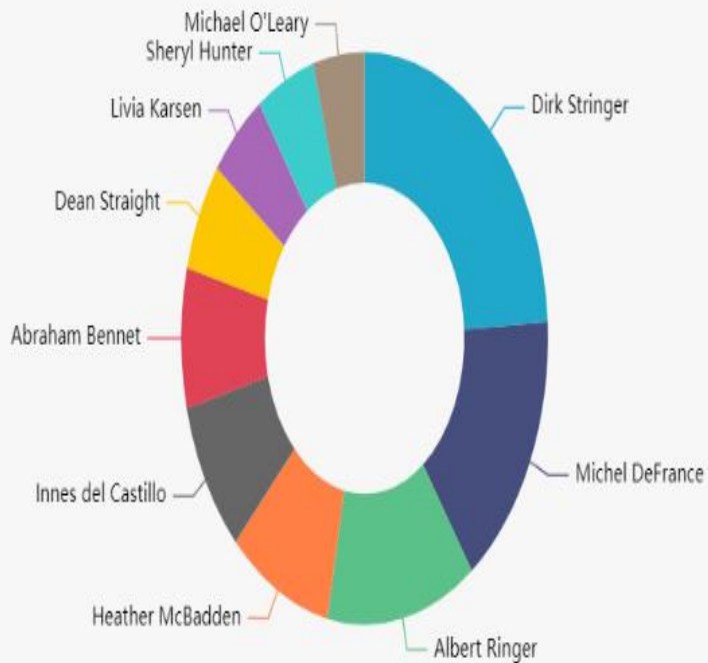


ЧТО ТАКОЕ АКЦИИ ?

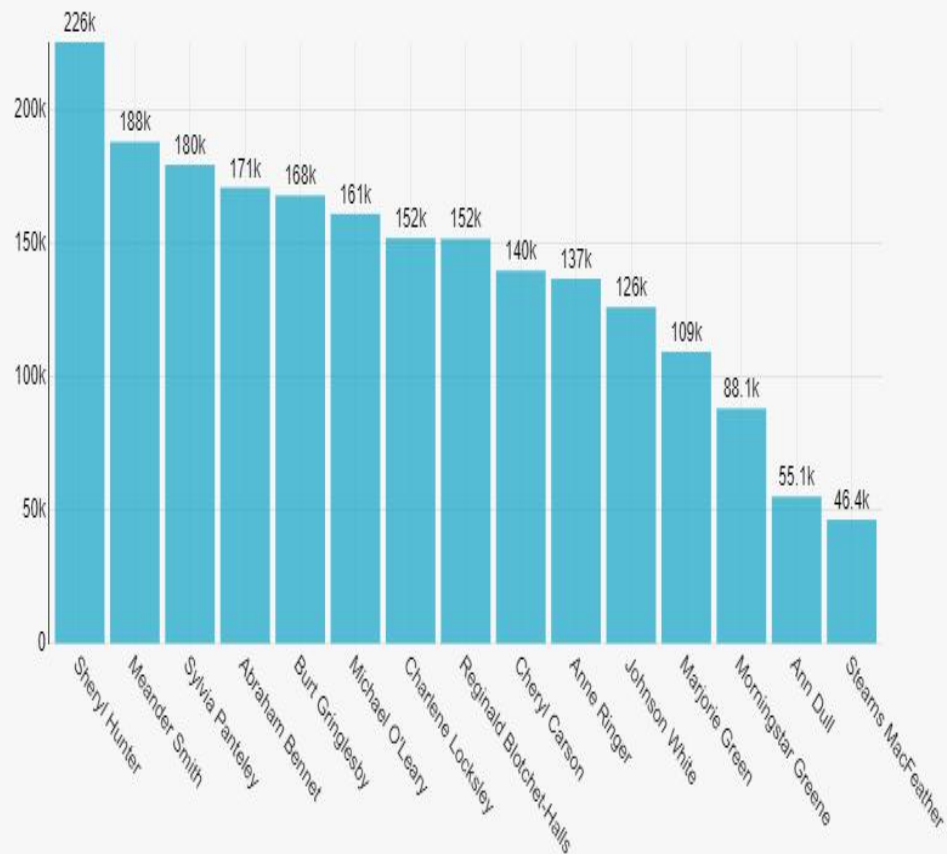
Маркетинговые (рекламные) акции – это комплекс мер, направленных на привлечение внимания потенциальных клиентов для достижения различных целей. Во время проведения специальных акций, больше всего покупателей совершили свою первую покупку у продавца Michael O'Leary. Что говорит об очень хороших навыках клиентоориентированности.

All Inv

- Dirk Stringer
- Michel DeFrance
- Albert Ringer
- Heather McBadden
- Innes del Castillo
- Abraham Bennet
- Dean Straight
- Livia Karsen
- Sheryl Hunter
- Michael O'Leary



Не смотря на то что, у Michael O'Leary хороший навык клиентоориентированности. Он все же занимает 10 месте, по суммарной выручке с проданных товаров.



ТОП ПРОДАВЦОВ КТО ПРИНЕС МЕНЬШЕ ВСЕГО ПРИБЫЛИ

Данный график показывает, чья средняя выручка за сделку меньше 267 166 - средней выручки за сделку по всем продавцам.

Самый маленький средний чек у Stearns MacFeather.

При этом мы видим, что продавец Dirk Stringer, отсутствует в данном списке, что означает, что его средняя выручка за сделку выше средней по всем продавцам.

КАКОЙ ВЫВОД МОЖНО СДЕЛАТЬ?

Основные покупатели компании входят в возрастную группу 40+

Последние 3 месяца года - самые прибыльные.

День недели - почти не влияет на выручку.

АКЦИИ - привлекают клиентов.

У 65% продавцов средний чек за сделку меньше, среднего чека по всем продавцам.