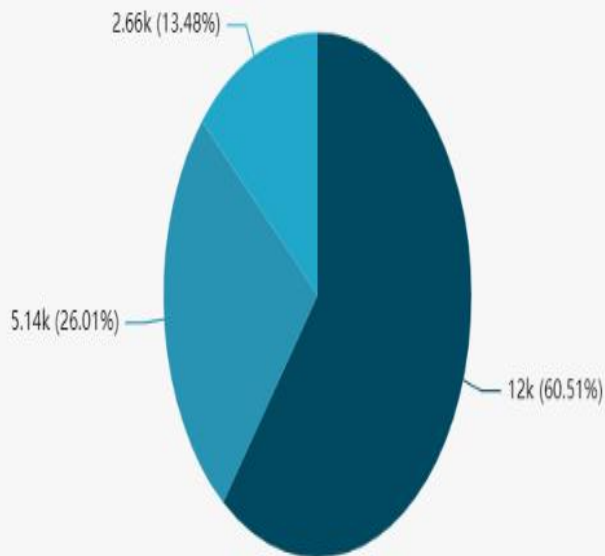
A decorative graphic on the left side of the slide consisting of two overlapping parallelograms. The front one is blue and the back one is a light greenish-blue. They are positioned diagonally, with the blue one partially covering the green one.

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

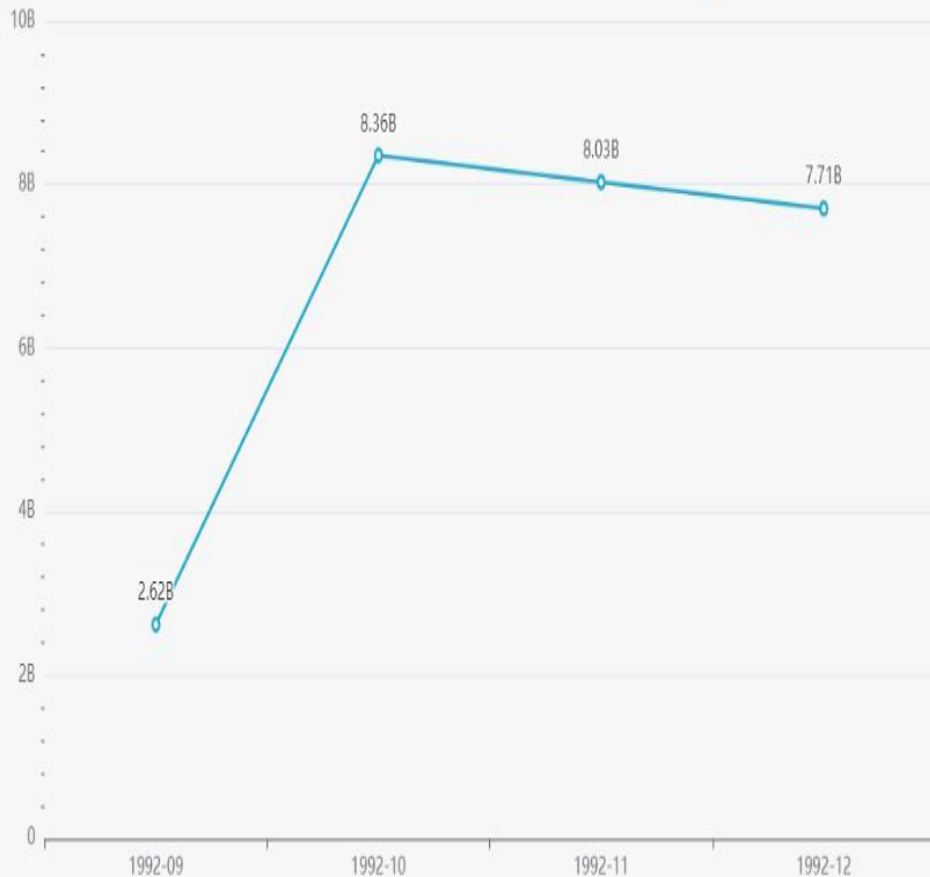
40 + (60,51%) поколение «X»

26-40 лет (26,01%) поколение «Y»

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

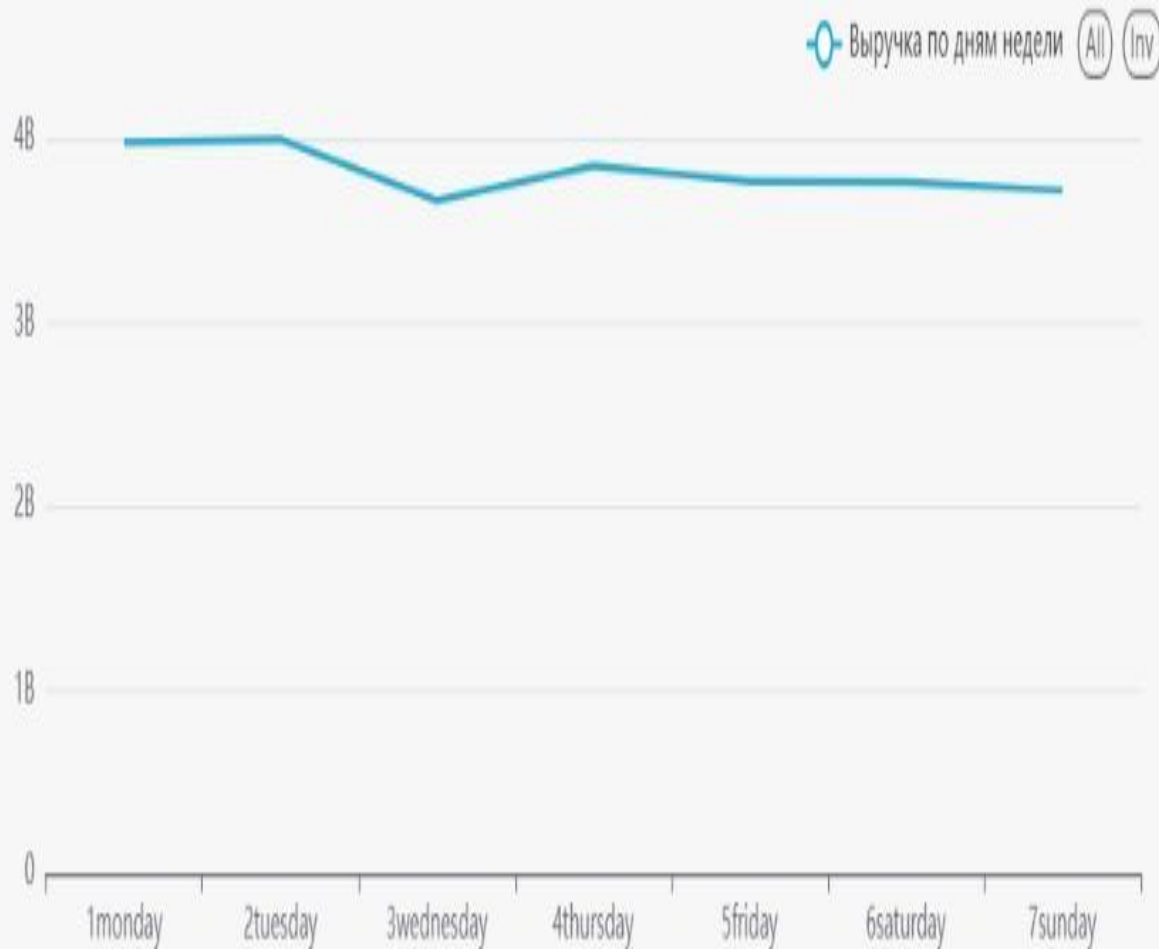
16-25 лет (13,48%) поколение «Z». По данным специалистов, данный сегмент населения составляет более 25% от общего числа населения, что делает их очень значимыми для маркетологов.

Выручка в месяцам All Inv



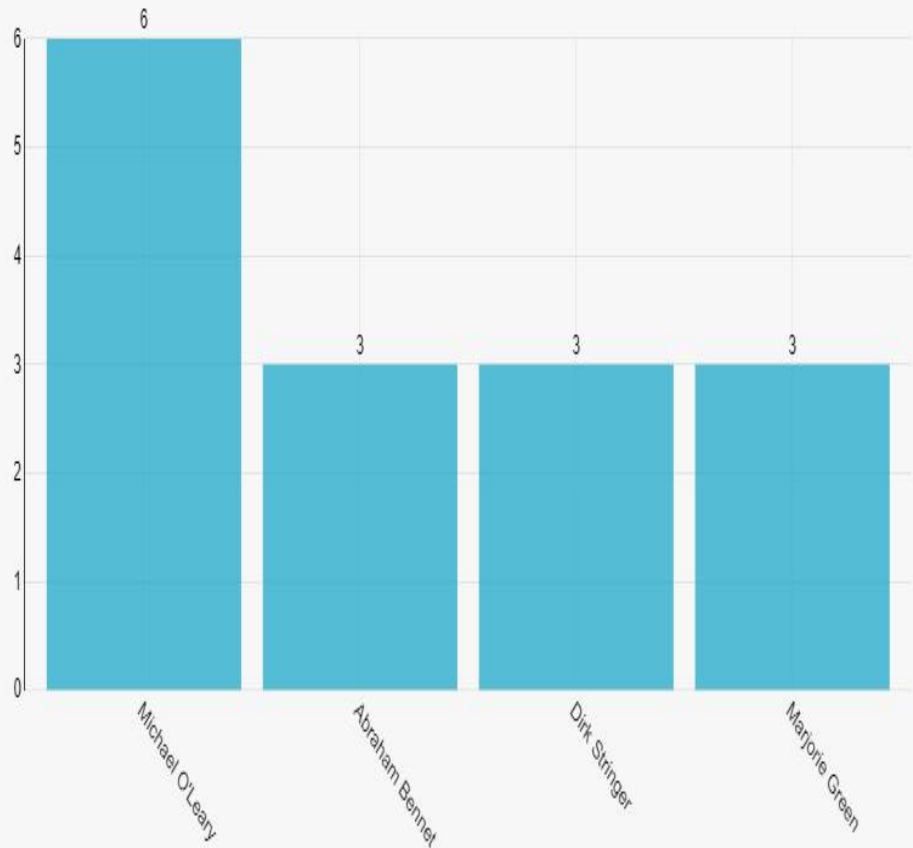
Сезонность

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

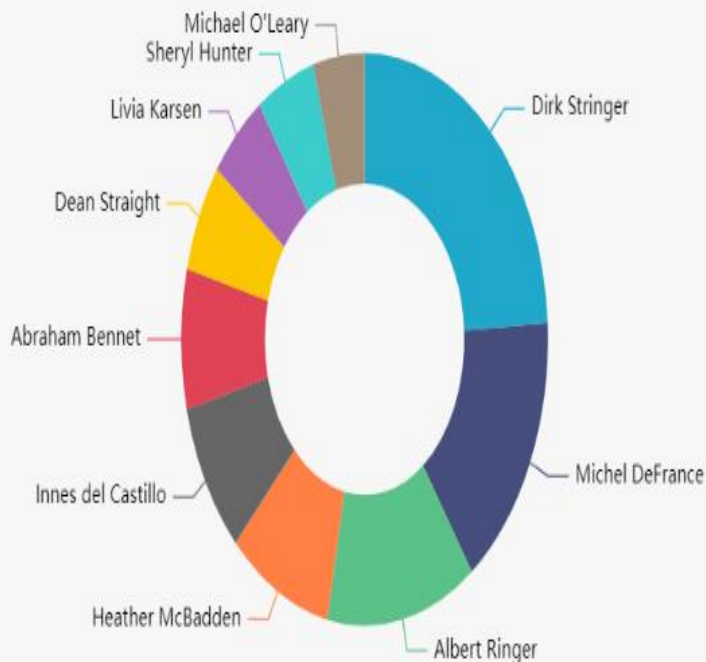


ЧТО ТАКОЕ АКЦИИ ?

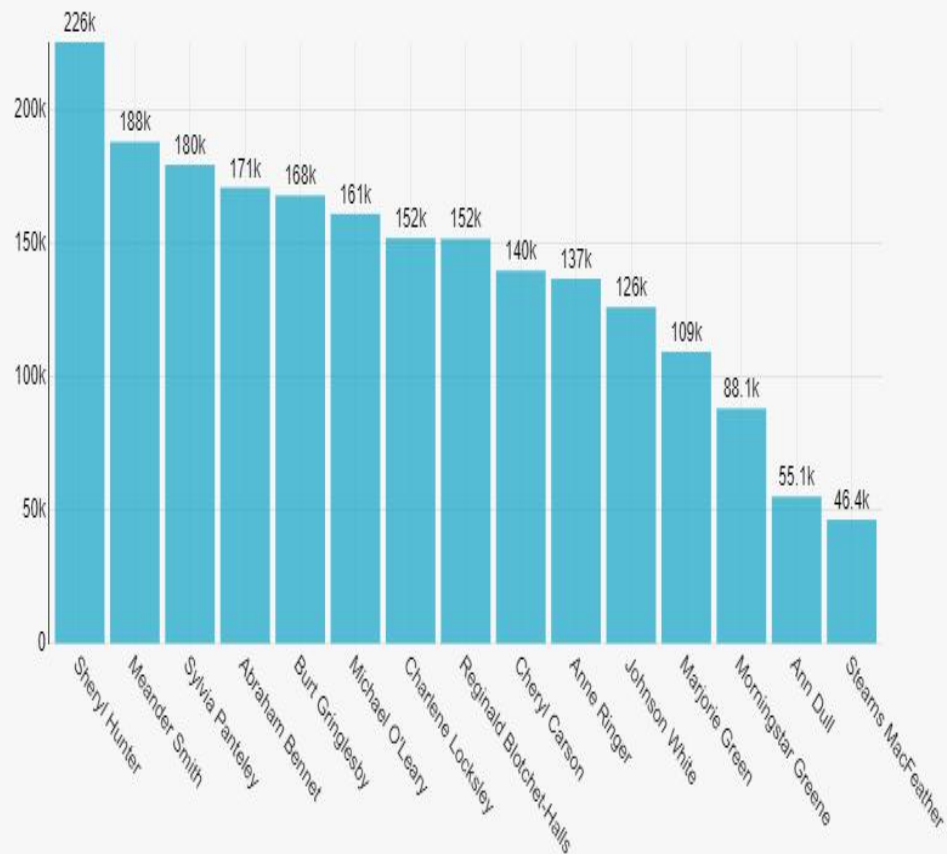
Маркетинговые (рекламные) акции – это комплекс мер, направленных на привлечение внимания потенциальных клиентов для достижения различных целей. Во время проведения специальных акций, больше всего покупателей совершили свою первую покупку у продавца Michael O'Leary. Что говорит об очень хороших навыках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