

Необходим дашборд, который позволит отслеживать общие метрики и поможет решать задачи:

- анализ эффективности текущего ассортимента,
- привлечение новых брендов и поддержка существующих,
- оптимизация ассортимента путем отказа от непопулярных продуктов.

Ключевые метрики, за которыми вы следите:

- общая выручка;
- продажи;
- средняя цена товара;
- процент выкупа товаров (количество выкупленных товаров / количество заказов).

Вы анализируете данные по категориям и типам товаров, брендам, странам. Для выручки важно обеспечить рост не менее 5% месяц к месяцу, а для процента выкупа — достижение планового показателя в 95%. Для улучшения метрик вы внедряете акции, скидки, кросс-продажи и пакетные предложения, стимулируя спрос. Параллельно анализируете ассортимент: исключаете товары с низким спросом и добавляете новые, ориентируясь на актуальные тренды и предпочтения клиентов.

Дашборд будет полезен всей команде:

- менеджерам продукта,
- бренд-менеджерам,
- аналитикам и маркетологам.

Основные показатели отслеживаются в динамике по месяцам. Если категория значительно отклоняется от показателей предыдущего месяца или не достигает планового процента выкупа, это становится основанием для детального анализа.

Нам необходим единый дашборд, который позволит оперативно отслеживать ключевые метрики без необходимости ежемесячного ручного сбора данных из разных источников. Он обеспечит удобный доступ к актуальной информации и станет инструментом для презентации данных на наших ежемесячных встречах с CEO, которые проходят в Zoom.

Во время встреч вы анализируете данные, выделяете ключевые тенденции, формируете гипотезы и планируете дальнейшие шаги. В первую очередь вы оцениваете выполнение плана по росту выручки (5%) как в целом по компании, так и по отдельным категориям и брендам. Если показатели не соответствуют плану, вы выявляете проблемные сегменты – категории или бренды, которые демонстрируют наибольшее падение. Для них вы разрабатываете маркетинговые меры: запуск акций, скидок и кросс-продаж для стимулирования спроса. Если бренд стабильно показывает низкие продажи и процент выкупа, вы отказываетесь от сотрудничества с ними. Вы также изучаете зависимость процента выкупа от стоимости товара. Для дорогих товаров с низким процентом выкупа разрабатываете скидочные предложения, чтобы повысить спрос.

## Особенности данных

Данные хранятся в таблице с основными метриками: SKU (ID товара), категория, предмет, бренд, наличие товара, цена, продажи и выручка, количество дней с продажами, средний процент выкупа, оборачиваемость, страна производителя.

Для анализа финансовых показателей мы используем данные за два последних месяца (декабрь и ноябрь). Также имеется отдельная выгрузка с финансовыми метриками брендов за последние полгода, собранная в полуавтоматическом режиме.

## Лист Products

- SKU — уникальный id товара.
- Категория — категория товара.
- Предмет — наименование предмета (как подкатегория/тип) товара.
- Бренд — бренд-производитель товара.
- Цена (декабрь) — средняя цена за продукт в декабре 2023
- Цена (ноябрь) — средняя цена за продукт в ноябре 2023
- Продажи (декабрь) — объем продаж в декабре 2023 (с учетом отказов, в единицах товара).
- Продажи (ноябрь) — объем продаж в ноябре 2023 (с учетом отказов, в единицах товара).
- Выручка (декабрь) — объем выручки (₽) в декабре 2023
- Выручка (ноябрь) — объем выручки (₽) в в ноябре 2023
- Средний % выкупа (декабрь) — доля выкупленных товаров от числа заказанных в декабре 2023
- Средний % выкупа (ноябрь) — доля выкупленных товаров от числа заказанных в ноябре 2023
- Страна — страна происхождения товара.

## Лист Dynamic

- Бренд — бренд-производитель товара.
- Месяц — дата начала месяца отчетности.
- Продажи — объем продаж за месяц (с учетом отказов, в единицах товара).
- Выручка — объем выручки за месяц.
- Средний % выкупа — доля выкупленных товаров от числа заказанных за месяц.