

Проект 1: «Продажи»



- Цели проекта:
 - Анализ продаж ИП «Кабан Кабаныч».
- Этапы достижения цели проекта:
 - Проанализировать работу продавцов;
 - Проанализировать данные о покупателях.





Этап 1: Разбор сотрудников

ТОП-10 продавцов

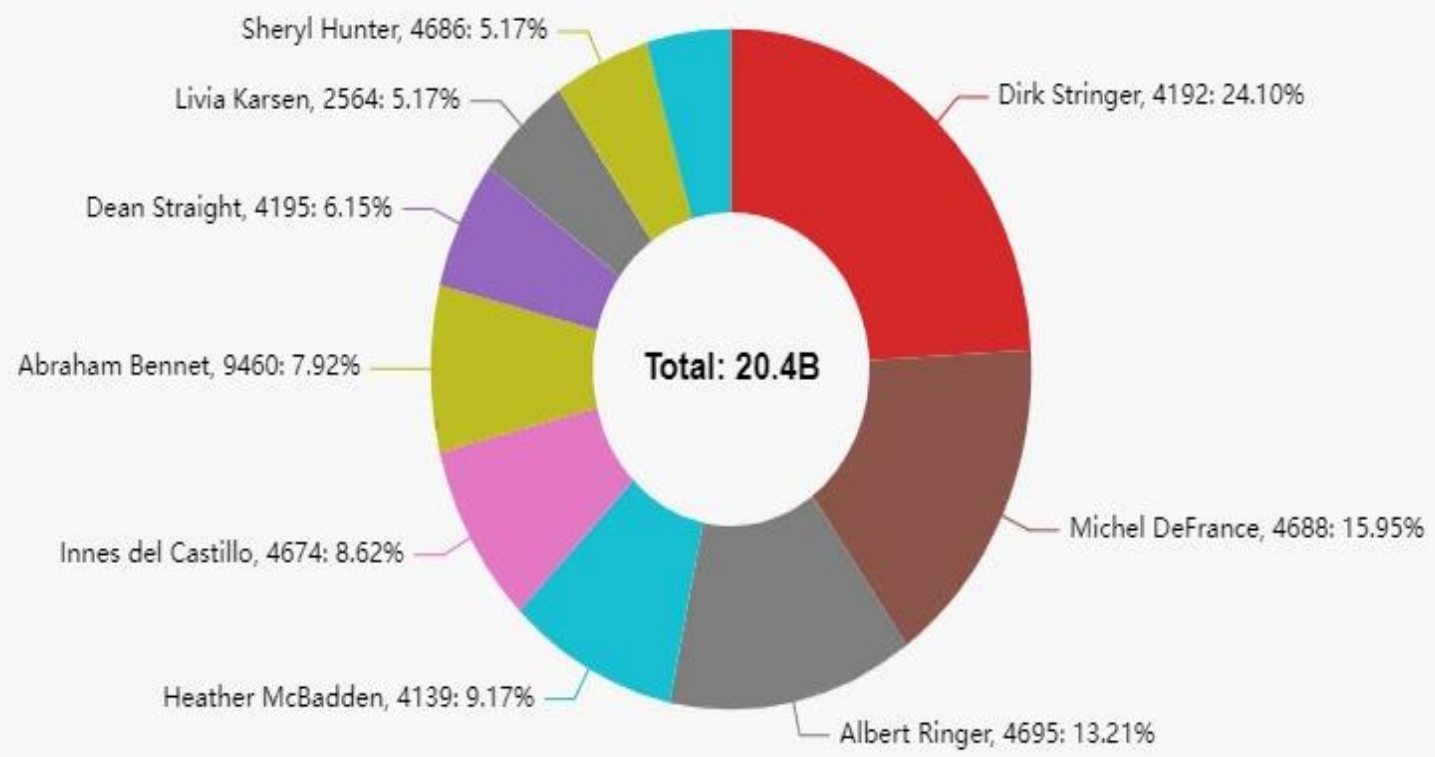
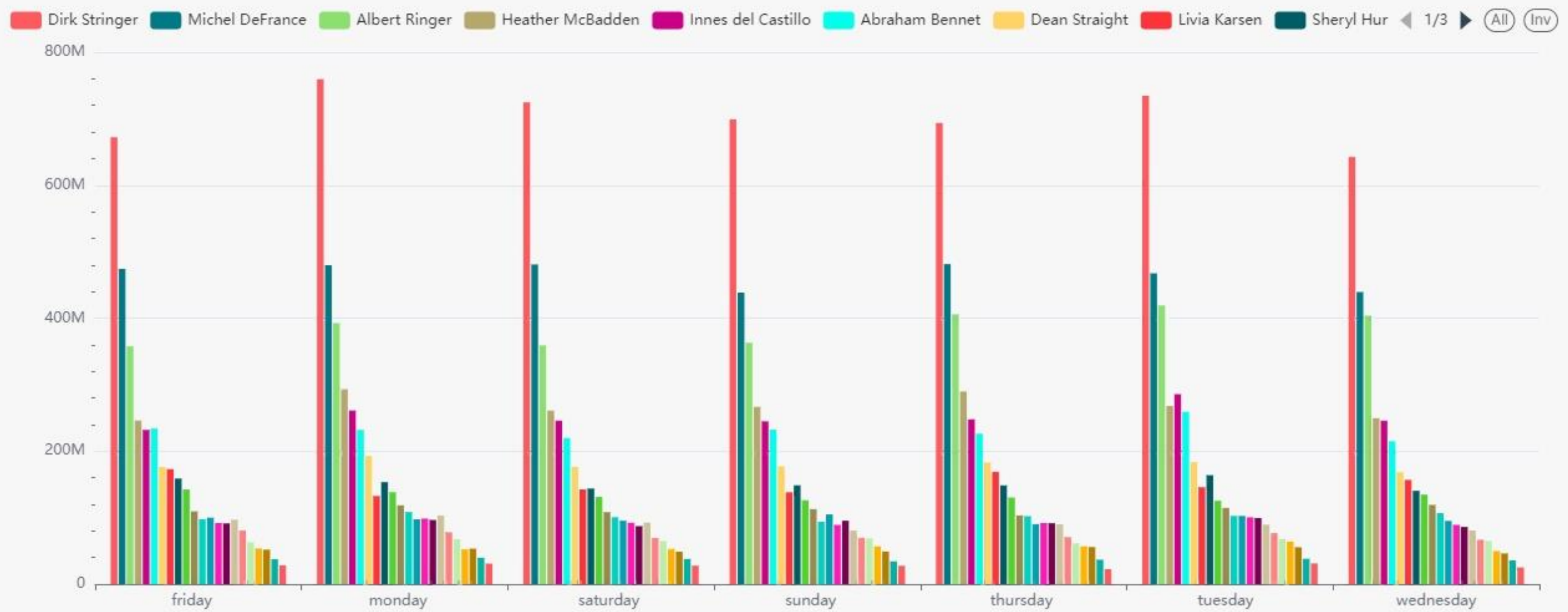


График демонстрирует продавцов, которые обеспечивают наибольший приток прибыли.

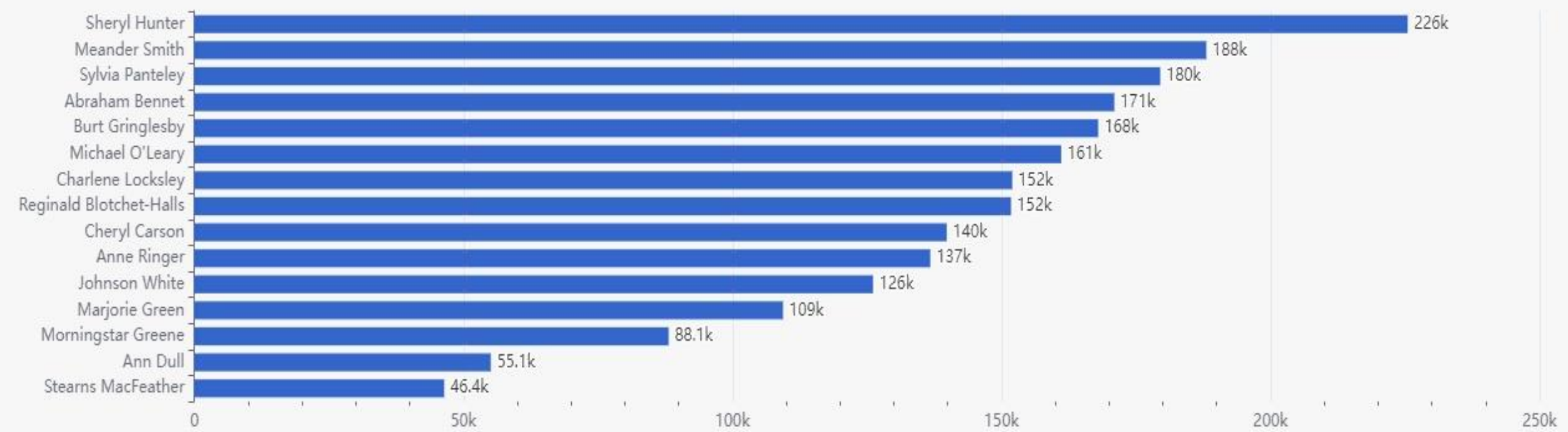
Причем не всем представленным сотрудникам приходится быть лидерами в количестве проведенных сделок. Можно предположить, что наиболее успешные сотрудники делают упор на продаже товаров с большей стоимостью.

Продажи по дням недели



В разрезе дней одной недели самыми прибыльными днями являются Понедельник и Вторник против Среды. Очень заметен отрыв по выручке сотрудника Dirk Stringer даже в сравнении с остальными сотрудниками из Топ-10.

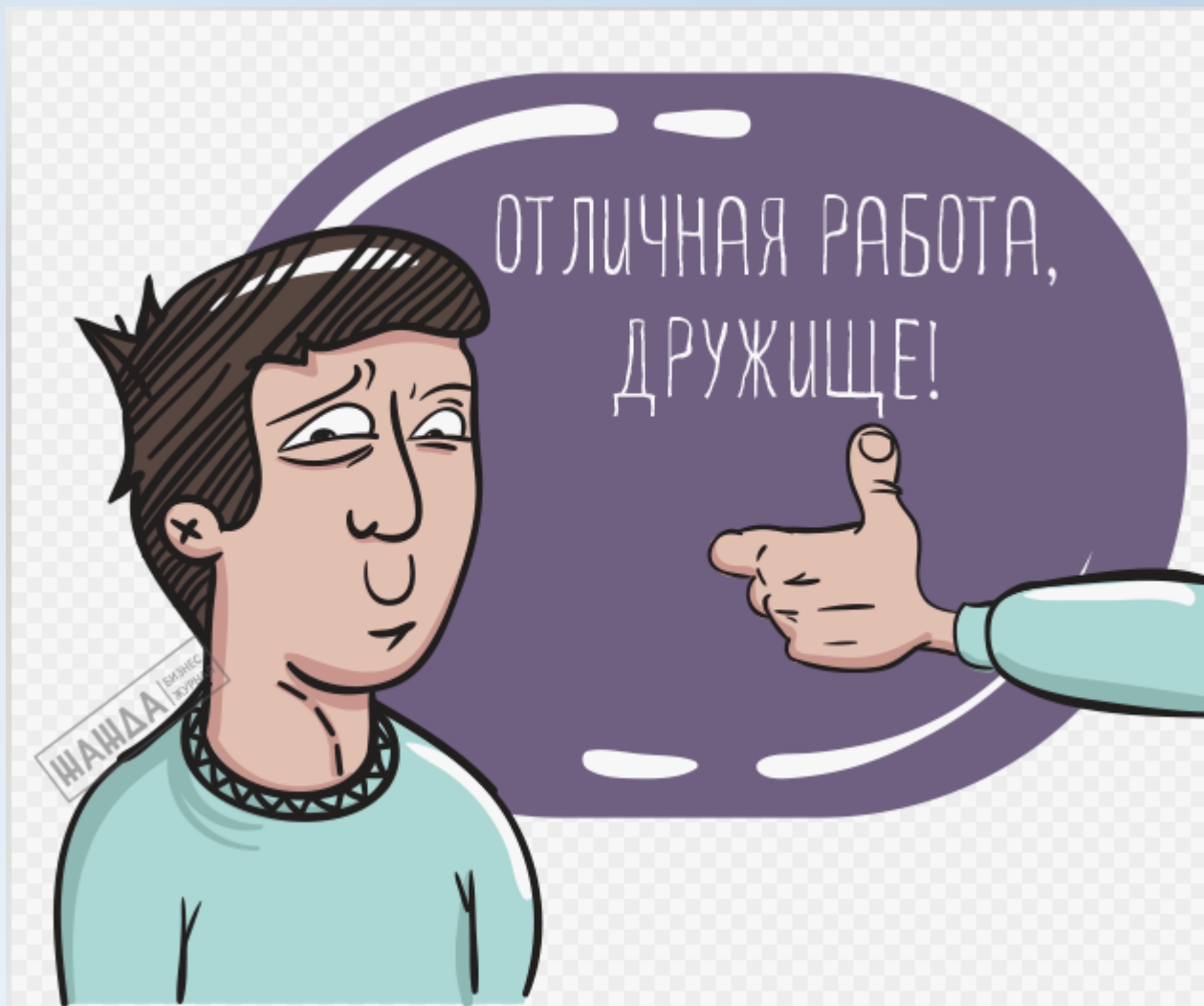
Продавцы со средней выручкой ниже общей средней



На графике указаны продавцы, чьи средние доходы за сделки ниже, чем у всех продавцов в целом. Это может означать, что у них есть проблемы с продажами. Для большинства представленных сотрудников ситуация может быть не столь плоха, как для Ann Dull и Stearns MacFeather.

Стоит заметить, что сотрудники Abraham Bennet, Michael O`Leary, Sheryl Hunter присутствуют в графике Топ-10 продавцов и в графике с сотрудниками со средней выручкой меньше общей средней.

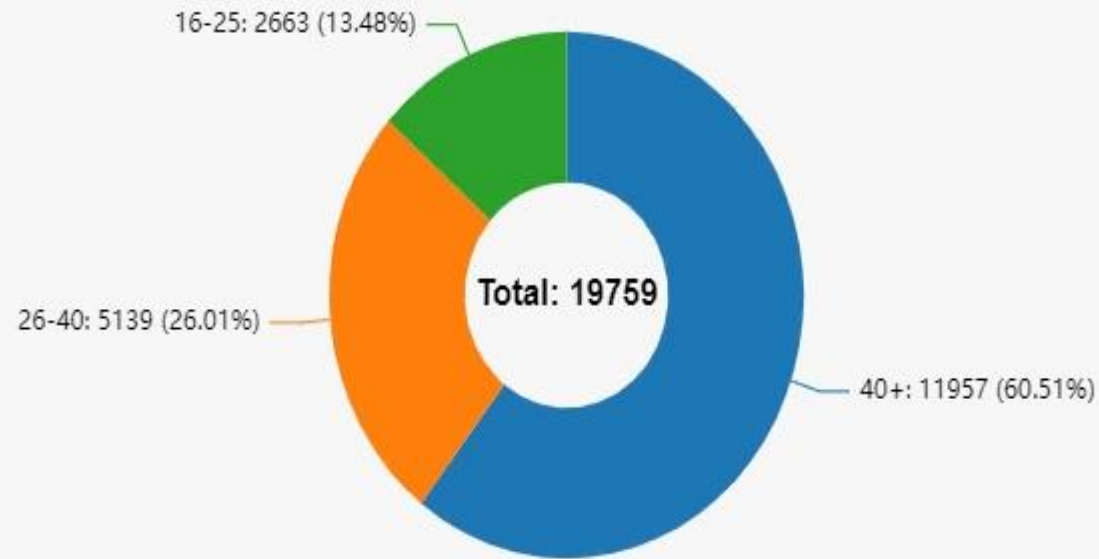
Abraham Bennet совершает большое количество сделок и так получается вырываться в список лидеров по суммарной выручке.





Этап 2: Что с покупателями?

Возрастные группы покупателей



Прежде всего, удалось выделить 3 возрастные группы покупателей.
Основными денежными мешками оказалась группа людей, которым от 40 лет.
При общем количестве заказов в почти 20 т., 60% было совершено именно из этой группы.

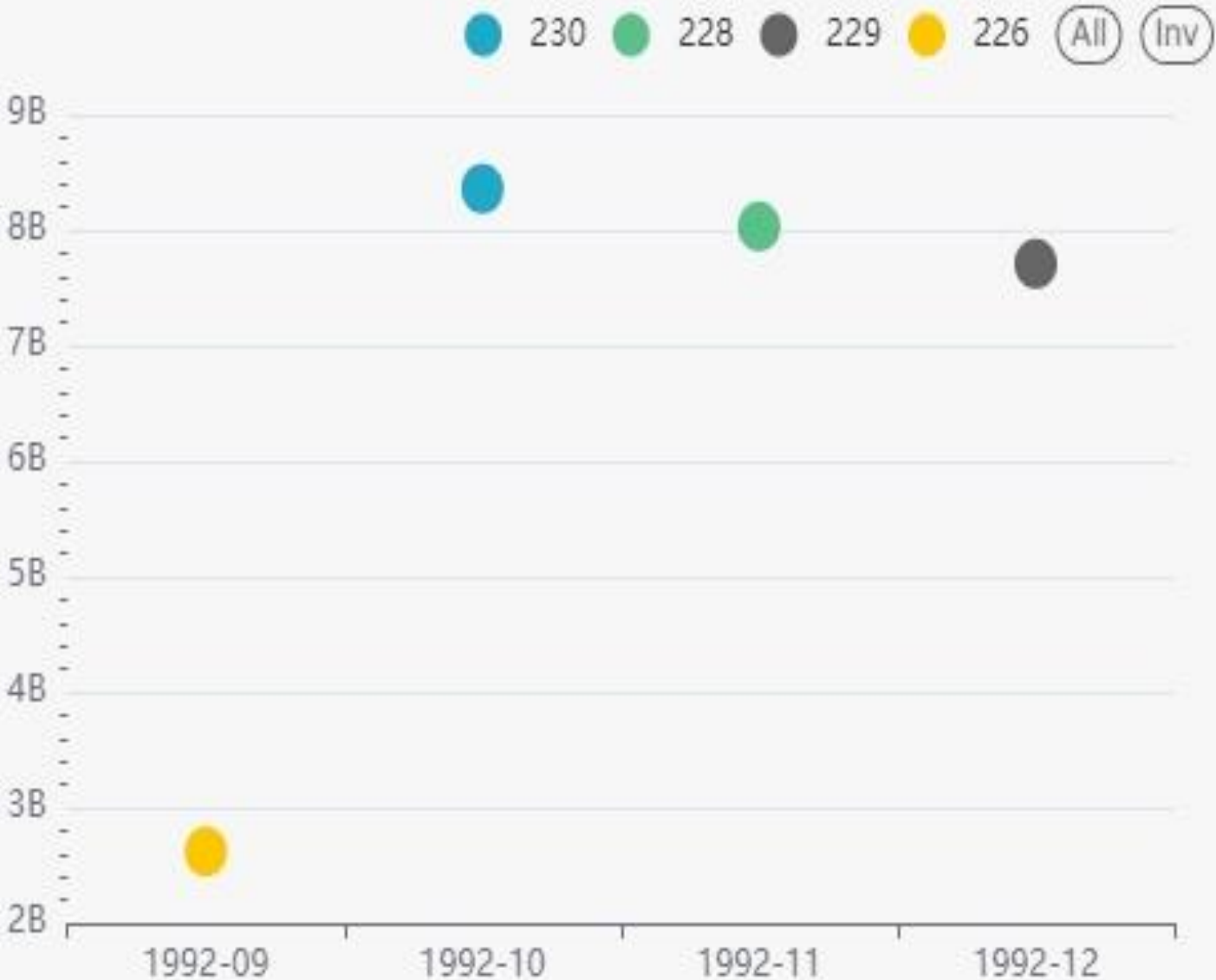
Также можно предположить что наиболее молодая категория покупателей еще не сформировала свои предпочтения и не имеет достаточного опыта в покупках.

График демонстрирует, что с сентября по октябрь количество покупателей резко увеличилось.

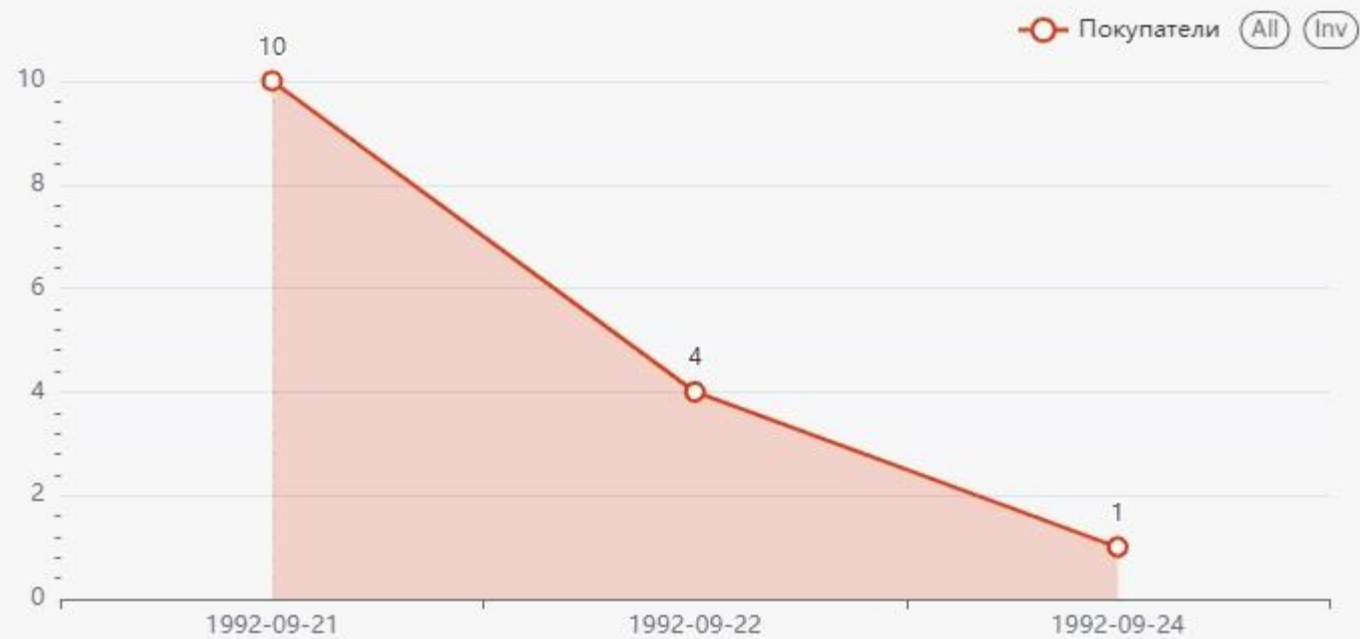
С октября количество постепенно снижается, но при этом держится на достаточно высоком уровне по сравнению с первым месяцем.

Низкий уровень выручки в сентябре может объясняться тем, что в сентябре проводилась акция, в рамках которой некоторые товары отпускались бесплатно.

Кол-во уник. покупателей и выручка от них



Кол-во покупателей при акции



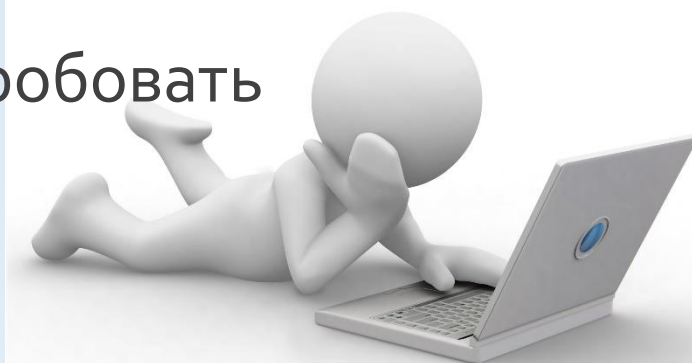
Проведение акции с отпуском товаров бесплатно вряд ли можно считать удачной, поскольку за время ее проведения получилось заполучить лишь 15 новых покупателей.

Возможно стоит навести суеты в отделе маркетинга и выяснить в чем причина такого результата.

Выводы

Пройдены оба этапа в рамках анализа доходности от продаж ИП «Кабан Кабаныч».

1. Выяснили, что необходимо любить покупателей за 40+, поскольку они являются основным каналом сбыта.
2. Необходимо пересмотреть бюджет отдела маркетинга, глядя на результаты по заманиванию новых покупателей невыгодной акцией.
3. Узнали, что малое количество проведенных сделок не говорит о малой выручке и наоборот.
4. Выявили успешных продавцов, которых можно попробовать привлечь к обучению менее успешных коллег.



Спасибо за внимание!!!



Подробнее ознакомиться с графиками можно [по данной ссылке](#)