

# 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

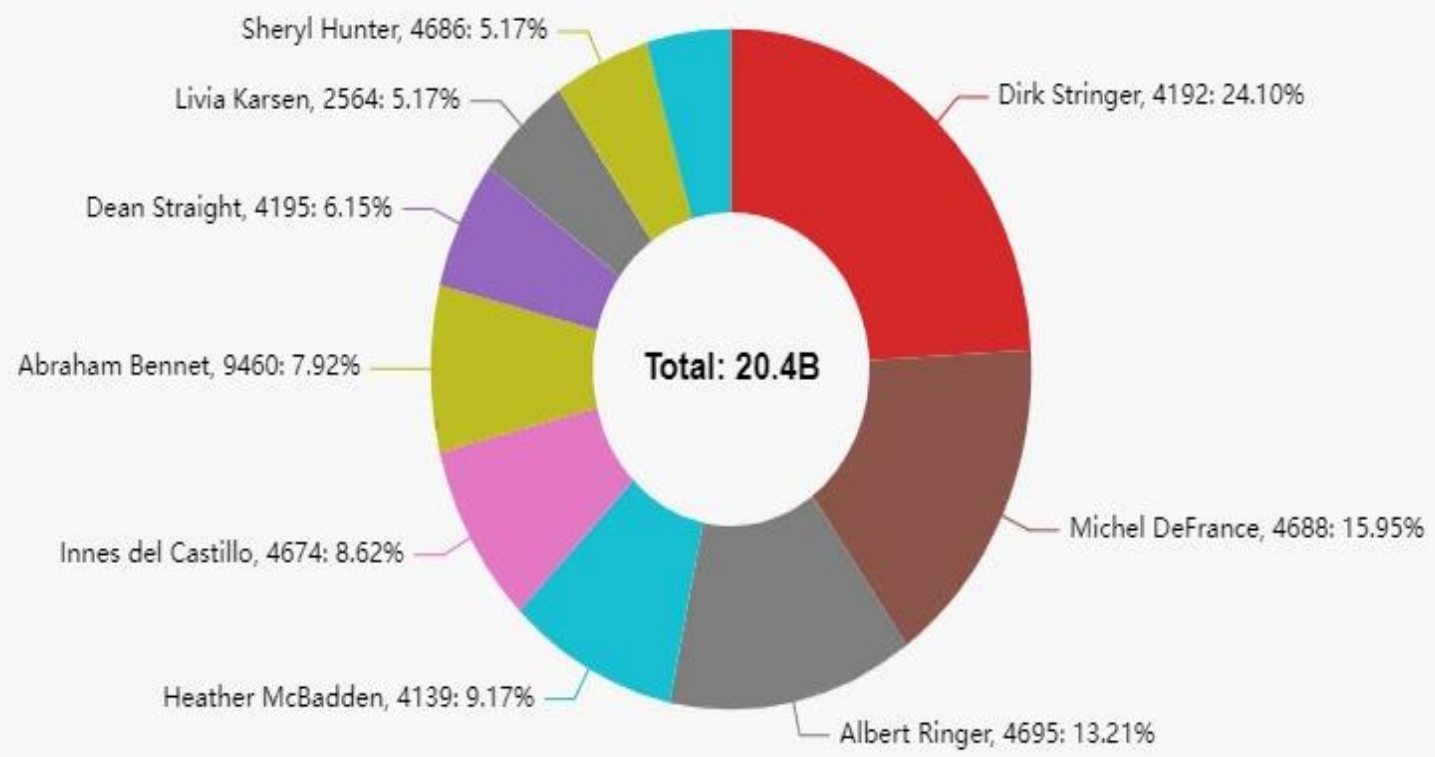
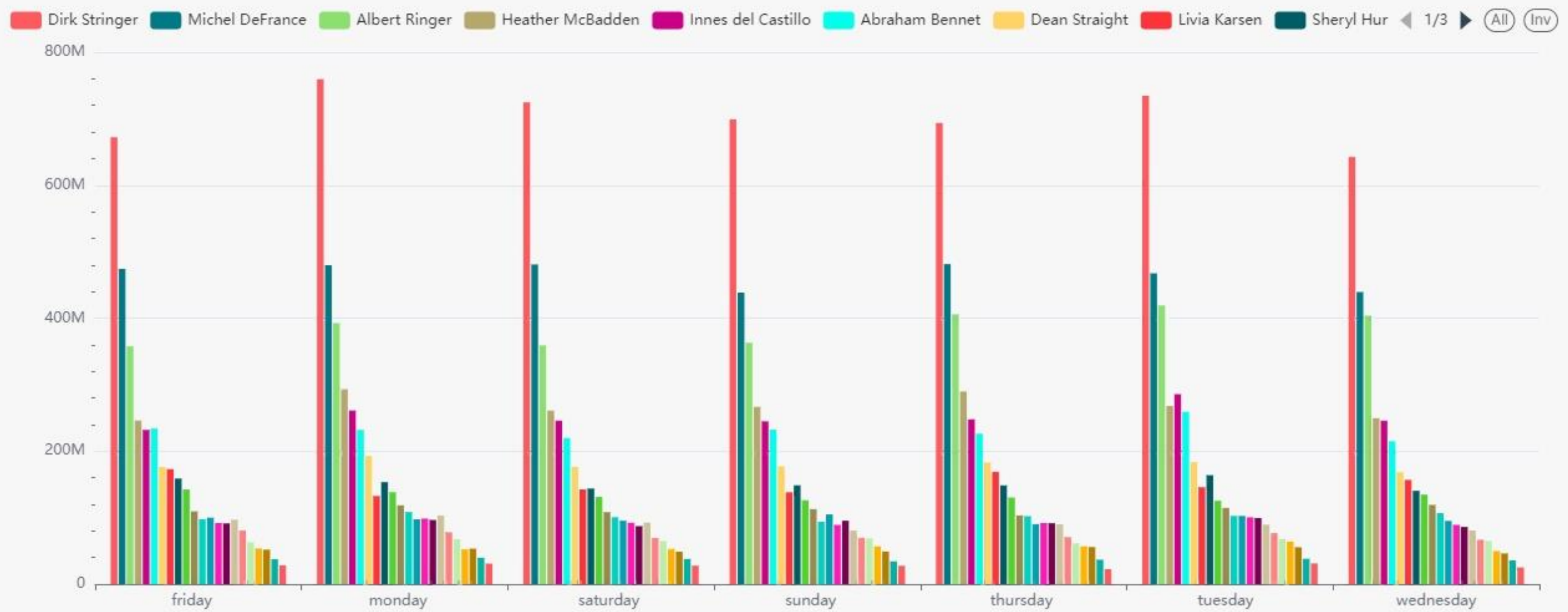


График демонстрирует продавцов, которые обеспечивают наибольший приток прибыли. При этом не все представленные сотрудники являются лидерами в количестве проведенных сделок.

Можно предположить, что наиболее успешные сотрудники делают упор на продаже товаров с большей стоимостью.

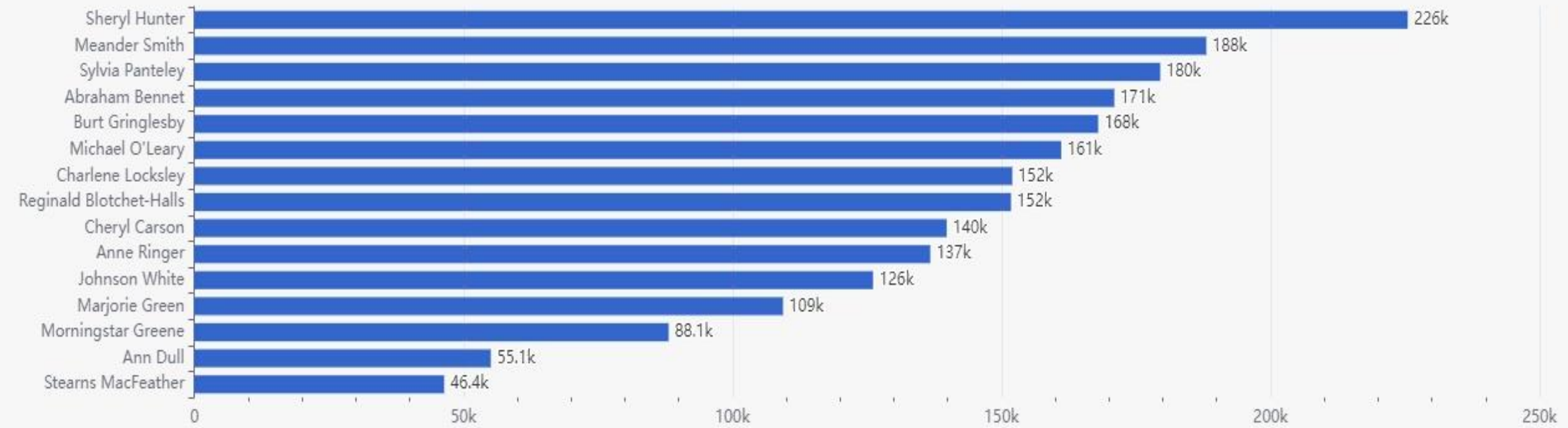
Продажи по дням недели



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.

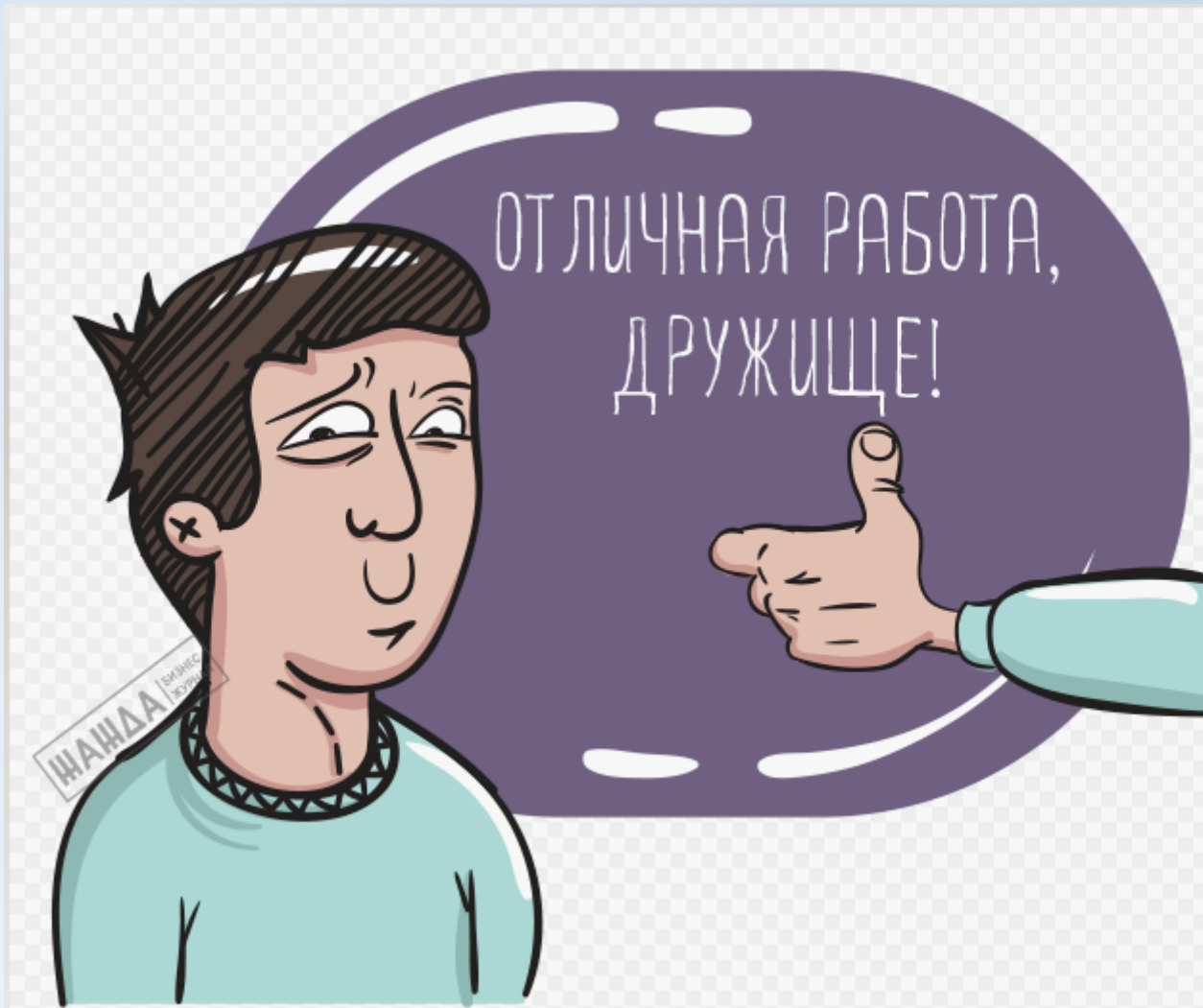
Продавцы со средней выручкой ниже общей средней



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.



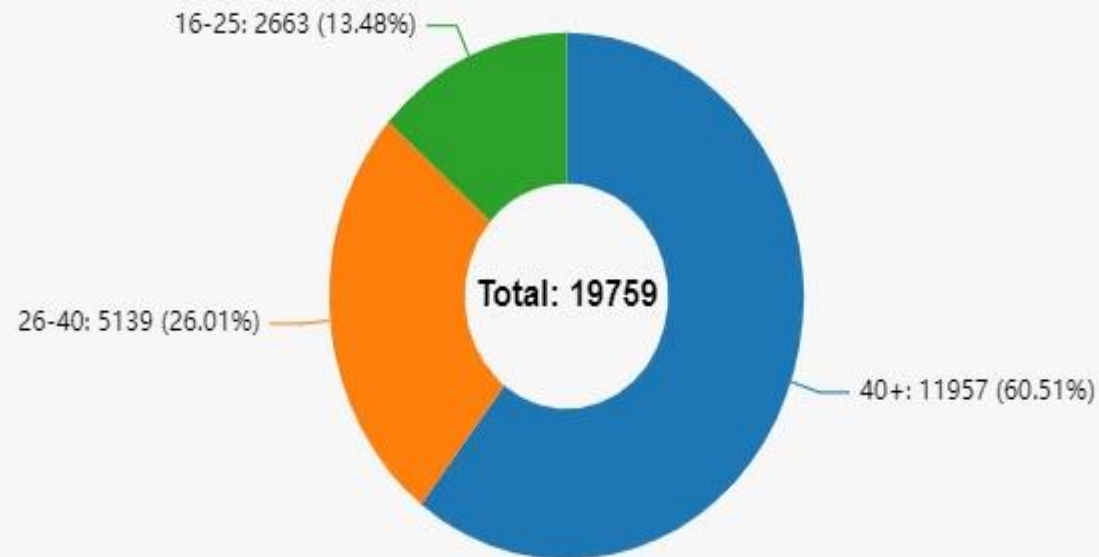




Этап 2: Что с покупателями?



## Возрастные группы покупателей



Прежде всего, удалось выделить 3 возрастные группы покупателей.

Основной платежеспособной группой оказалась категория клиентов, 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 справа демонстрирует, что с сентября по октябрь количество покупателей резко увеличилось.

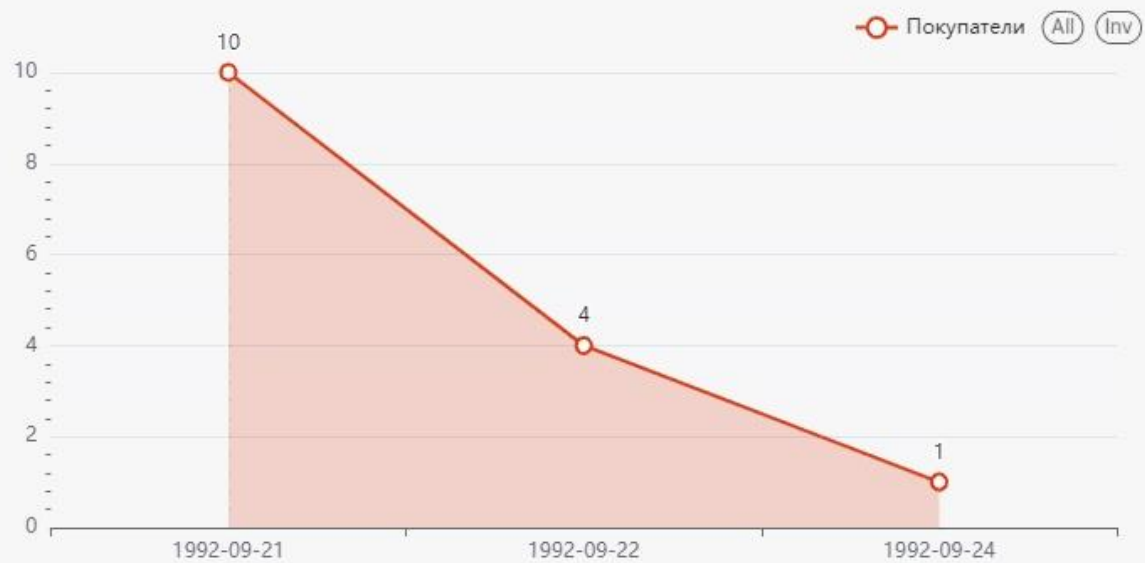
С октября количество постепенно снижается, но при этом держится на достаточно высоком уровне по сравнению с первым месяцем.

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.

# Выводы

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

- Выяснили, что покупатели в возрастном сегменте от 40 лет являются наибольшим источником выручки (60%);
- Необходимо выяснить чем руководствовались в отделе маркетинга, принимая решение о запуске акции с сомнительными результатами, а также выяснить что именно привлекло в период акции небольшой приток новых покупателей;
- Узнали, что малое количество проведенных сделок не говорит о малой выручке и наоборот;
- Выявили успешных продавцов, которых можно попробовать привлечь к обучению коллег с меньшими показателями.





# Спасибо за внимание!!!



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