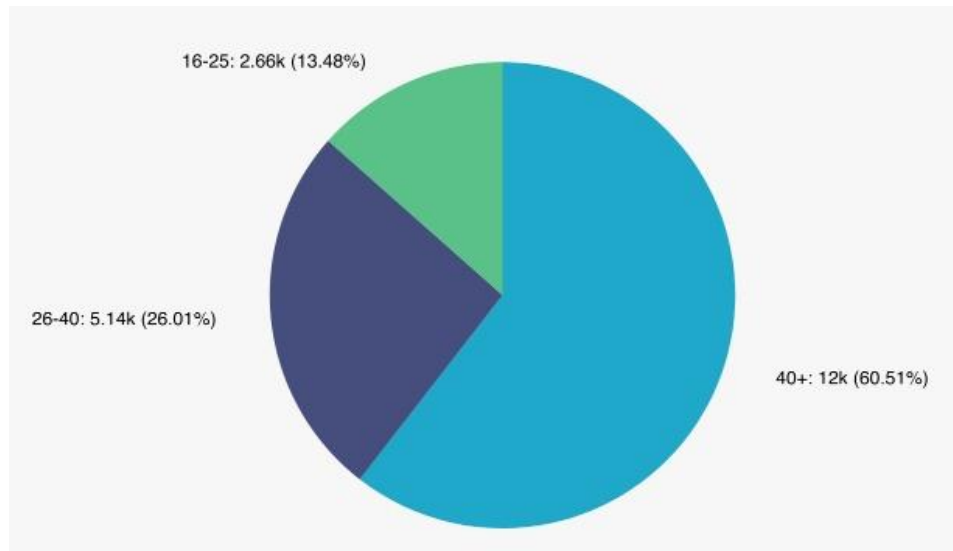


# Проект №1: “Продажи”

Анализ ключевых  
показателей компании  
за сентябрь - декабрь 1992

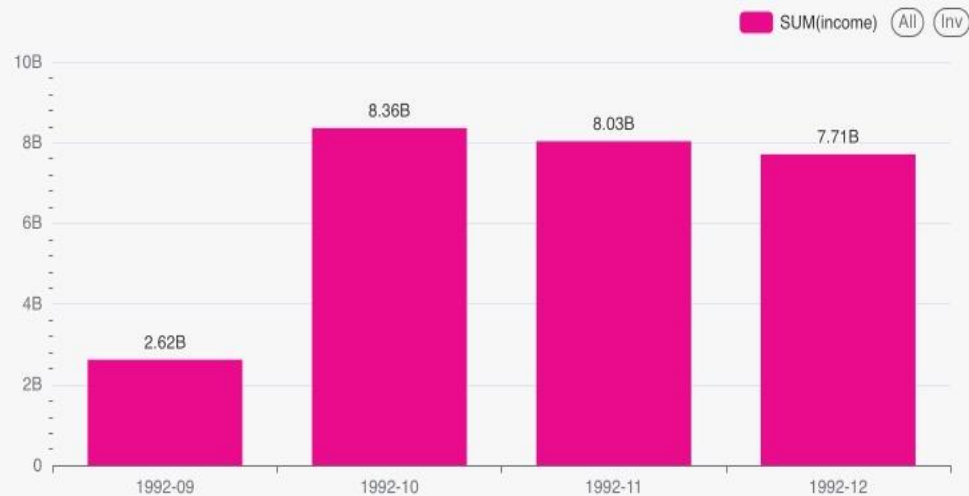
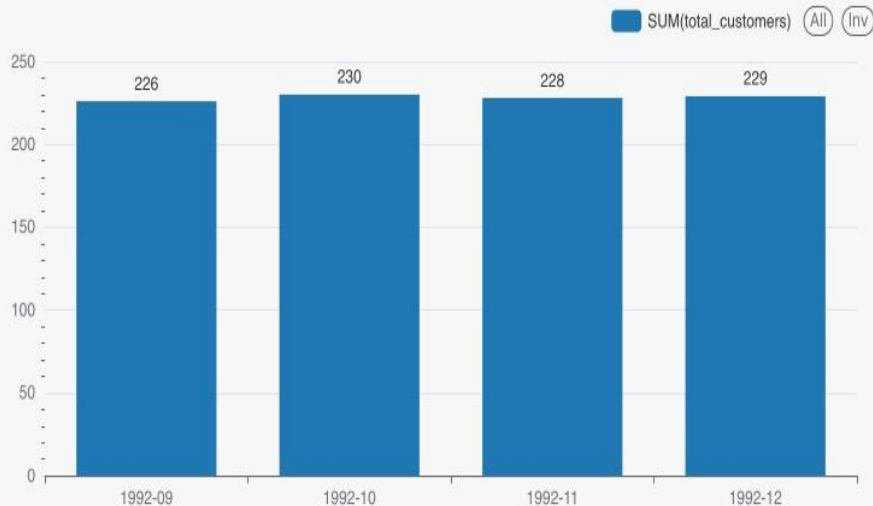
Елизавета Шеина

# Возрастные группы покупателей



Около 60% покупателей - в возрасте от 40 лет.  
Рекомендуется сосредоточиться на ассортименте  
продуктов, интересующих эту группу.

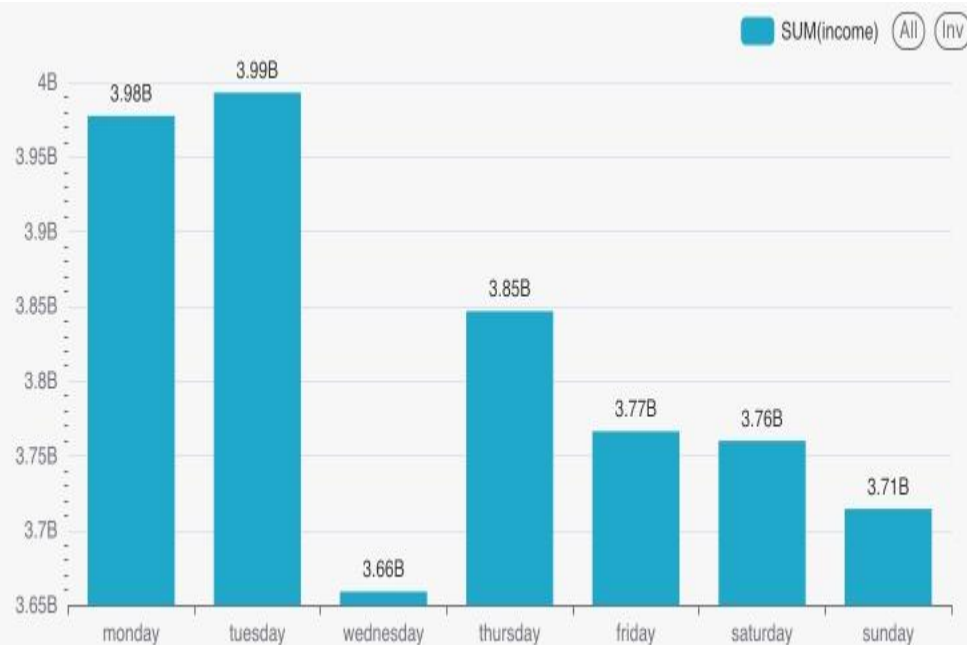
# Продажи по месяцам



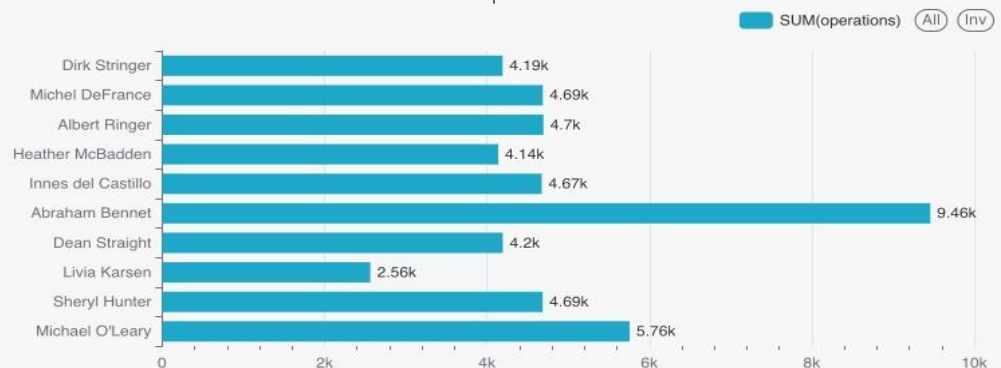
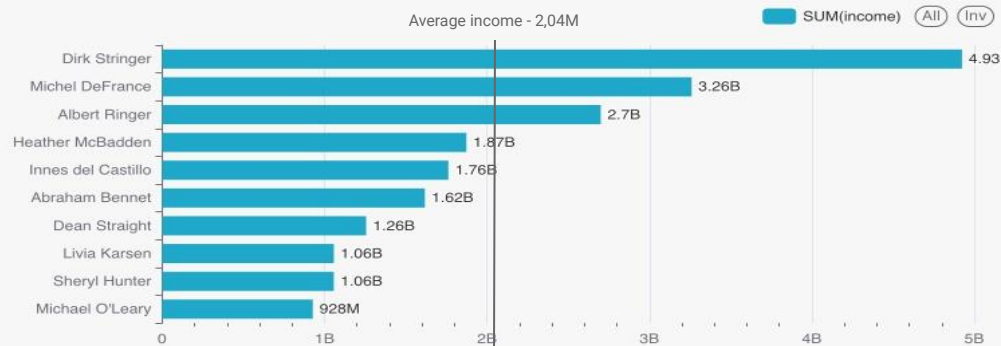
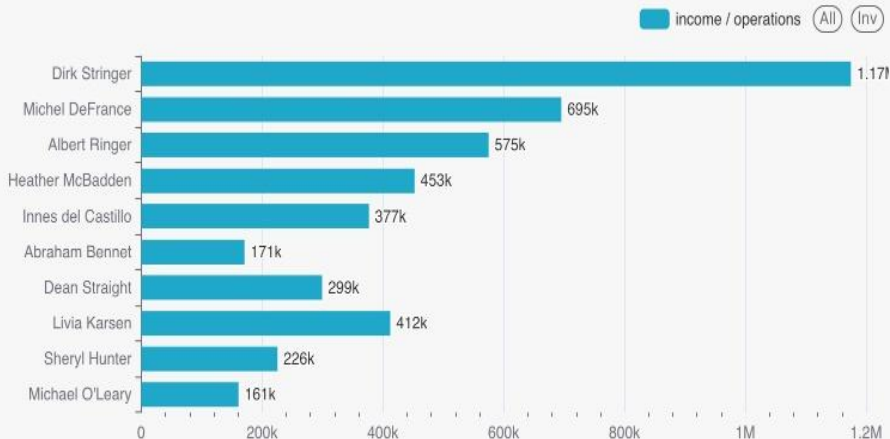
Магазин открылся 21 сентября и сразу провел акцию, во время которой привлек постоянных покупателей. Во время акции некоторые товары отпускались бесплатно, поэтому выручка за сентябрь значительно ниже, чем в дальнейшем (график справа). Акция обеспечила высокую выручку в октябре, но дальше эти показатели постепенно начали снижаться. При этом количество уникальных покупателей стабильно (график слева). Рекомендуется провести повторную акцию для привлечения новых постоянных покупателей.

# Выручка по дням недели

За весь период самая высокая выручка была по понедельникам и вторникам. Значительно меньше продаж было по средам и воскресеньям - рекомендуется пересмотреть график продавцов и перераспределить лучших, чтобы в течение недели они работали равномерно. Так они будут приносить компании еще больше денег, поскольку не будут конкурировать друг с другом за одних покупателей. Также рекомендуется для проведения акций выбирать дни с низкими, но не минимальными, продажами - например, пятницу или субботу.



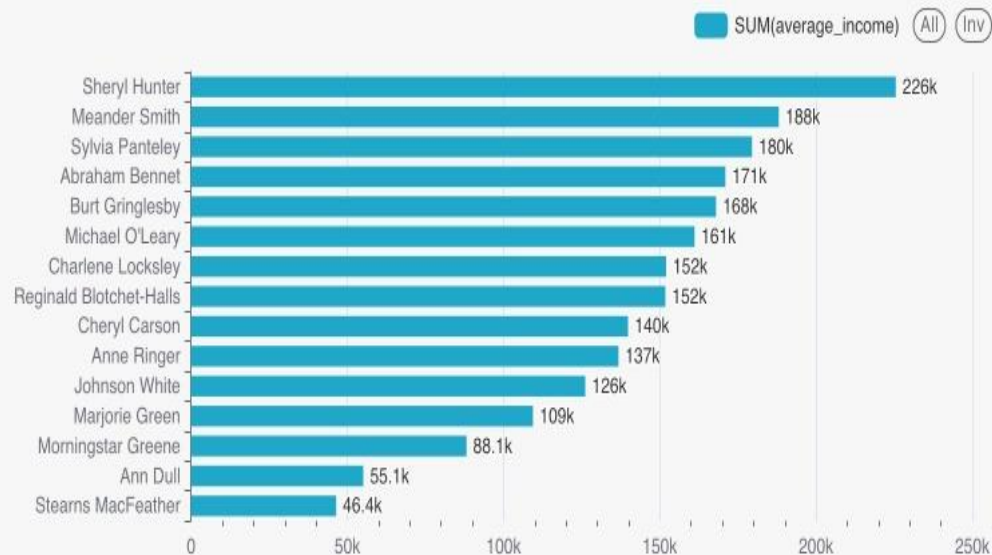
# Лучшие продавцы



Dick Stringer не только возглавил с большим отрывом список из 10 лучших продавцов (график справа сверху), но и оказался самым эффективным - средняя выручка с одной сделки у него составила 1,17 млн (график слева).

Рекомендуется поработать над эффективностью остальных продавцов, особенно Abraham Bennet и Michael O'Leary - их средний чек в 10 раз ниже, чем у лидера, при этом сделок они совершили больше, чем остальные продавцы (график справа внизу).

# Худший средний чек



Трое из продавцов на графике попали в топ-10 по выручке, несмотря на низкий средний чек.

Рекомендуется пересмотреть систему мотивации, чтобы для повышения собственного дохода продавцам было интересно не только гнаться за количеством сделок, но и продавать больше в одни руки. Для этого подойдет введение KPI, завязанных на размере среднего чека и, например, наличии в нем наиболее ликвидных товаров.

Спасибо за внимание!