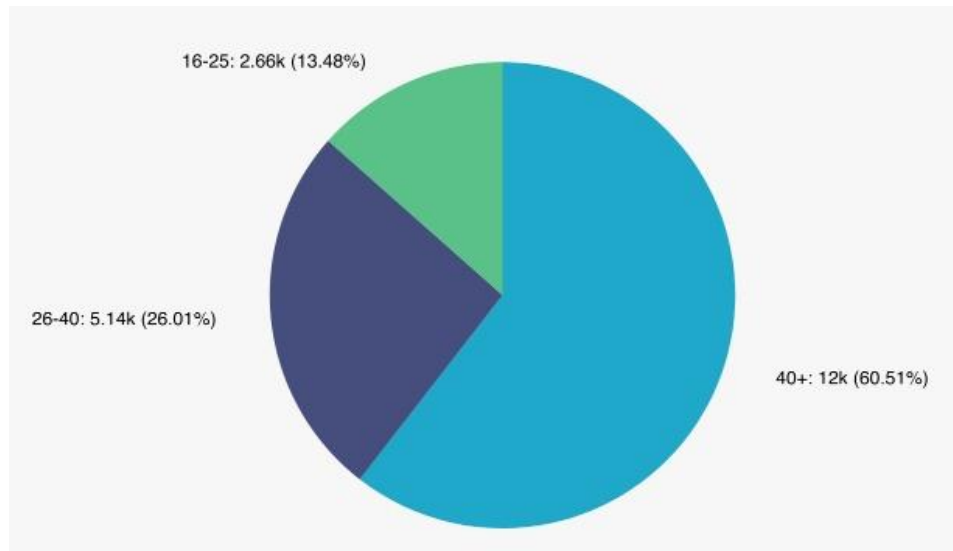


Проект №1: “Продажи”

Анализ ключевых
показателей компании
за сентябрь - декабрь 1992

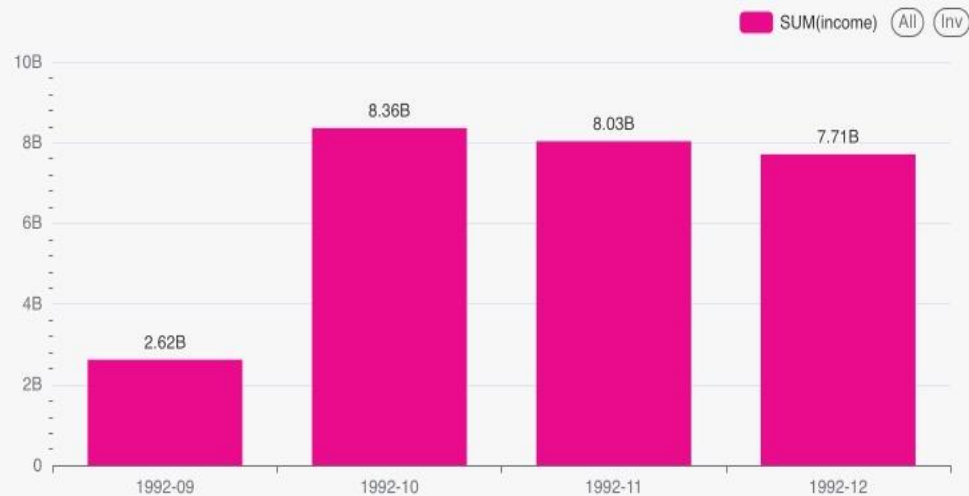
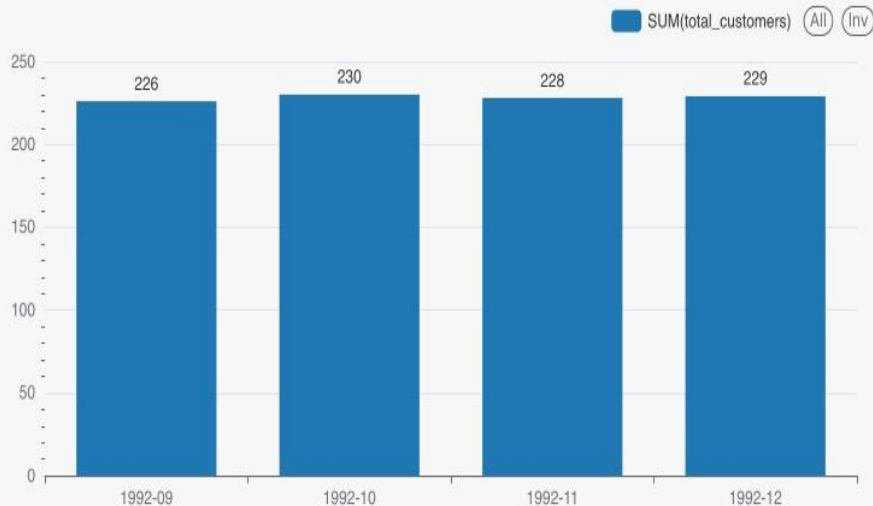
Елизавета Шеина

Возрастные группы покупателей



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

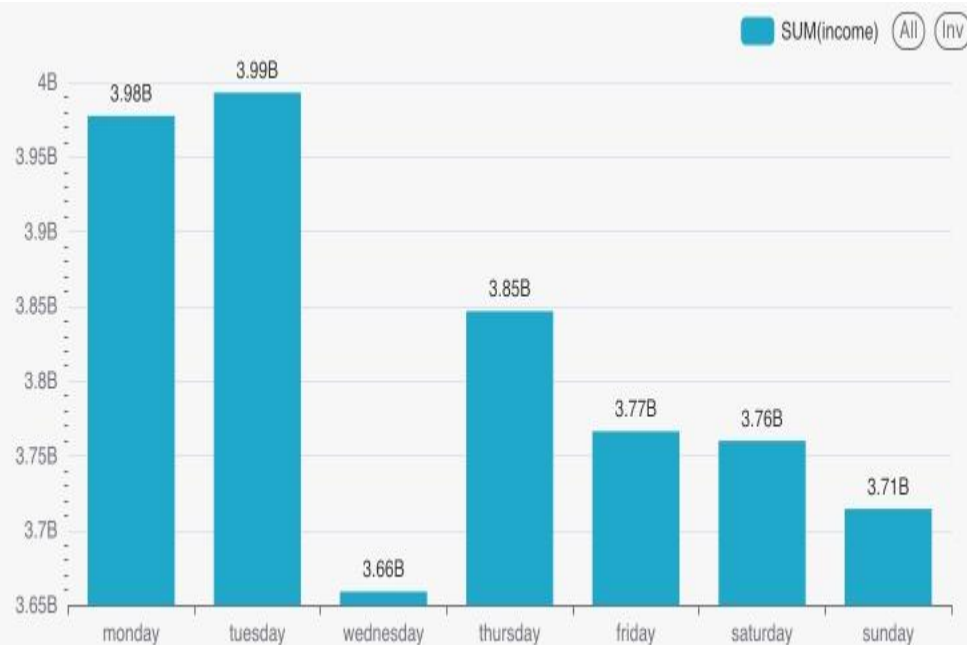
Продажи по месяцам



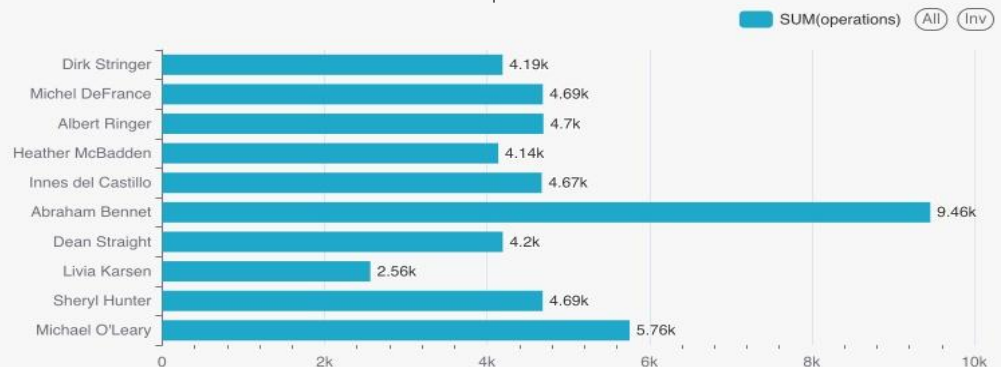
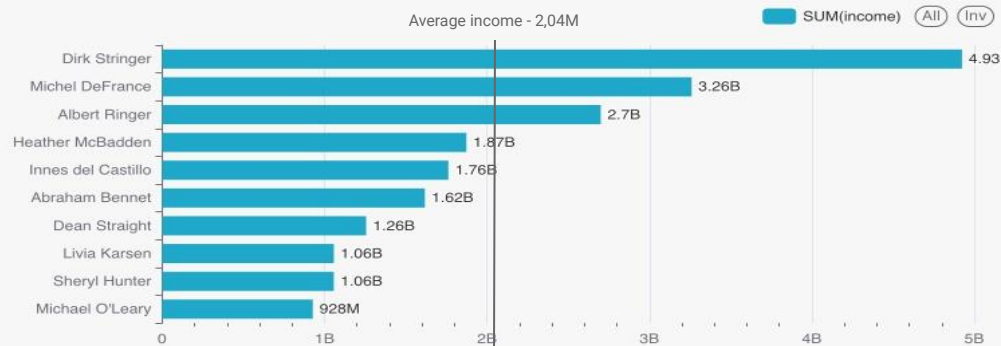
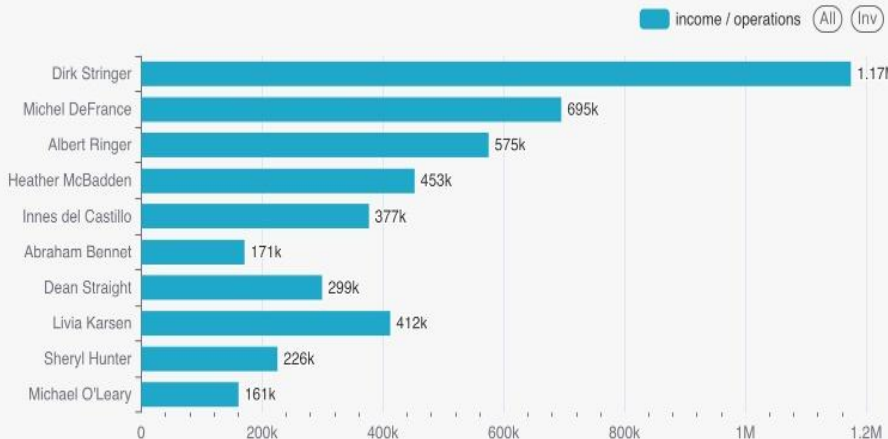
Магазин открылся 21 сентября и сразу провел акцию, во время которой привлек постоянных покупателей. Акция обеспечила высокую выручку в октябре, но дальше эти показатели постепенно начали снижаться (график справа). При этом количество уникальных покупателей стабильно (график слева). Рекомендуется провести 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.



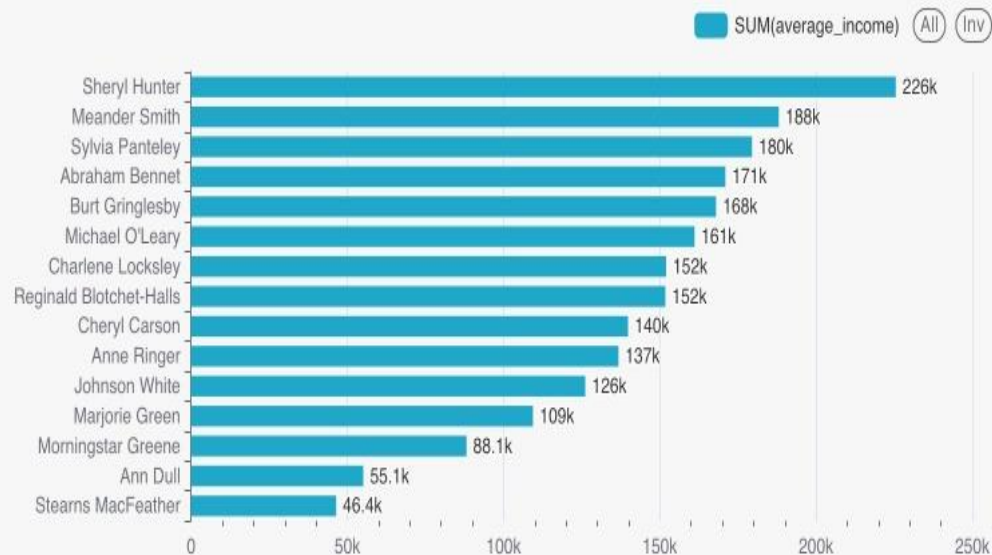
Лучшие продавцы



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!