

Проект 1 “Продажи”

Юлия Сурикова

Цель исследования:

- анализ продаж компании “Велоцираптор” за 4 месяца.

Задачи исследования:

- проанализировать работу продавцов (выбрать претендентов на квартальный бонус)
- проанализировать данные о покупателях и покупках (возраст, уникальные покупатели и выручка с их участием)



Гипотезы исследования

- больше всех заработают продавцы с выручкой выше средней;
- продажи по дням недели зависят от количества работающих в эти дни продавцов;
- большинству покупателей около 30 лет;
- больше всего уникальных покупателей по акции пришло в сентябре;
- уникальные покупатели принесли одинаковую прибыль в каждом из месяцев.

Обзор компании “Велоцираптор”



Крупная компания по продажам велосипедов и комплектующих к ним.

Сотни оригинальных товаров.

Клиентами фирмы стали уже более 19000 очень спортивных людей.

Выручка за сентябрь-декабрь 1992 года составила более 26 млрд.

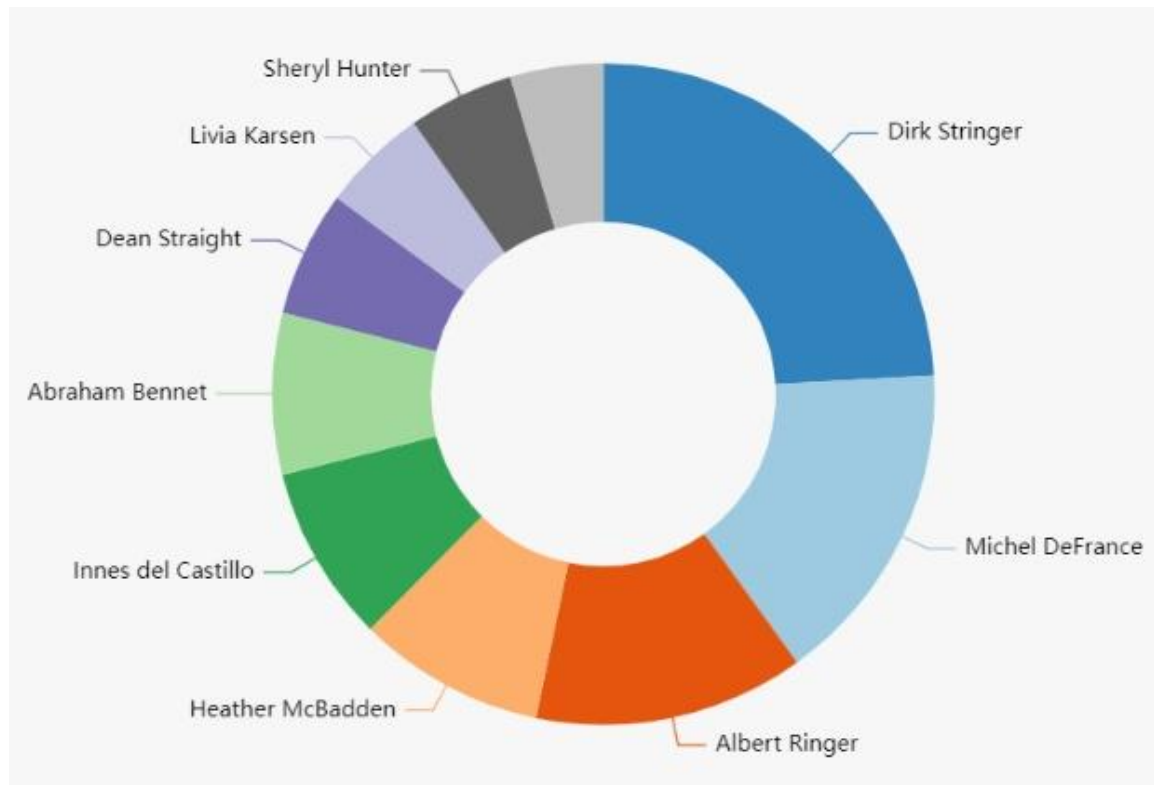
Задача 1: Квартальный бонус сотрудникам



Достанется тем, кто больше всех заработал.

Для этого и вообще проводится анализ работы продавцов.

10 самых успешных продавцов с повышенной вероятностью получения квартальной премии



Тройка лидеров:

1. Dirk Stringer (4,9 млрд)
2. Michel DeFrance (3,2 млрд)
3. Albert Ringer (2,7 млрд)

Этими продавцами обеспечивается половина суммарной выручки 10 лучших продавцов.

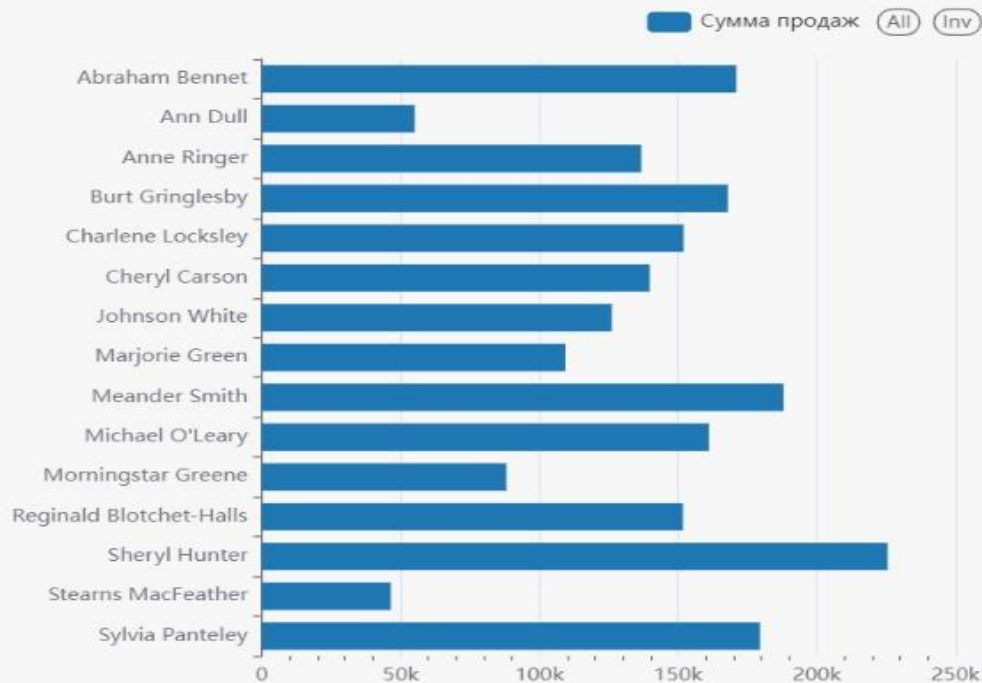
Продавцы с пониженной вероятностью получения квартального бонуса

Средняя выручка всех
продавцов составила 276609

15 продавцов показали
выручку ниже средней

Непочетный список
возглавляют Stearns
MacFeather и Ann Dull

Продавцы, чья выручка ниже средней выручки всех продавцов



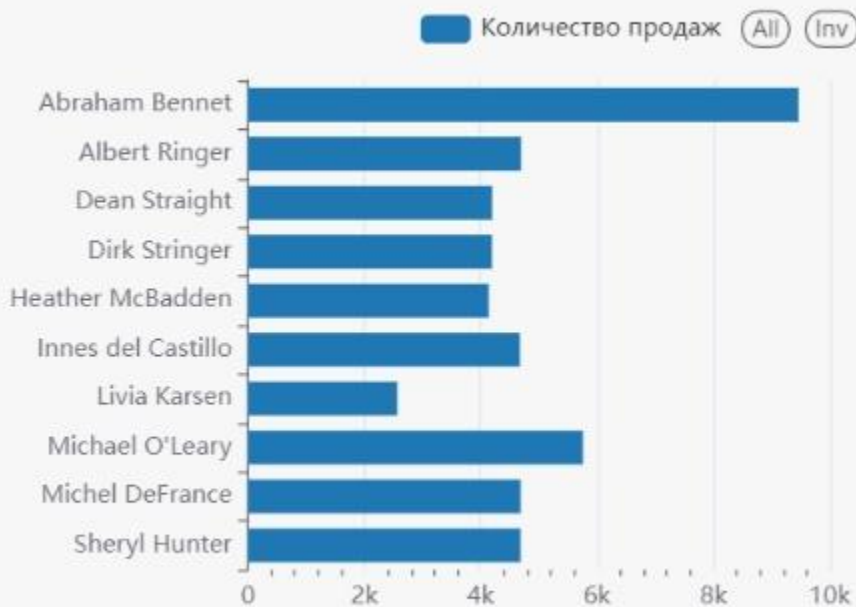
Но не все так однозначно

Между тем, сотрудники Abraham Bennet, Michael O'Leary и Sheryl Hunter напоминают нам, что не надо делать поспешных выводов.

Они присутствуют и в сводной таблице 10 самых успешных продавцов, и в числе людей, с выручкой, меньше средней.

Abraham Bennet много продает недорогих товаров, таким образом суммарно много зарабатывает.

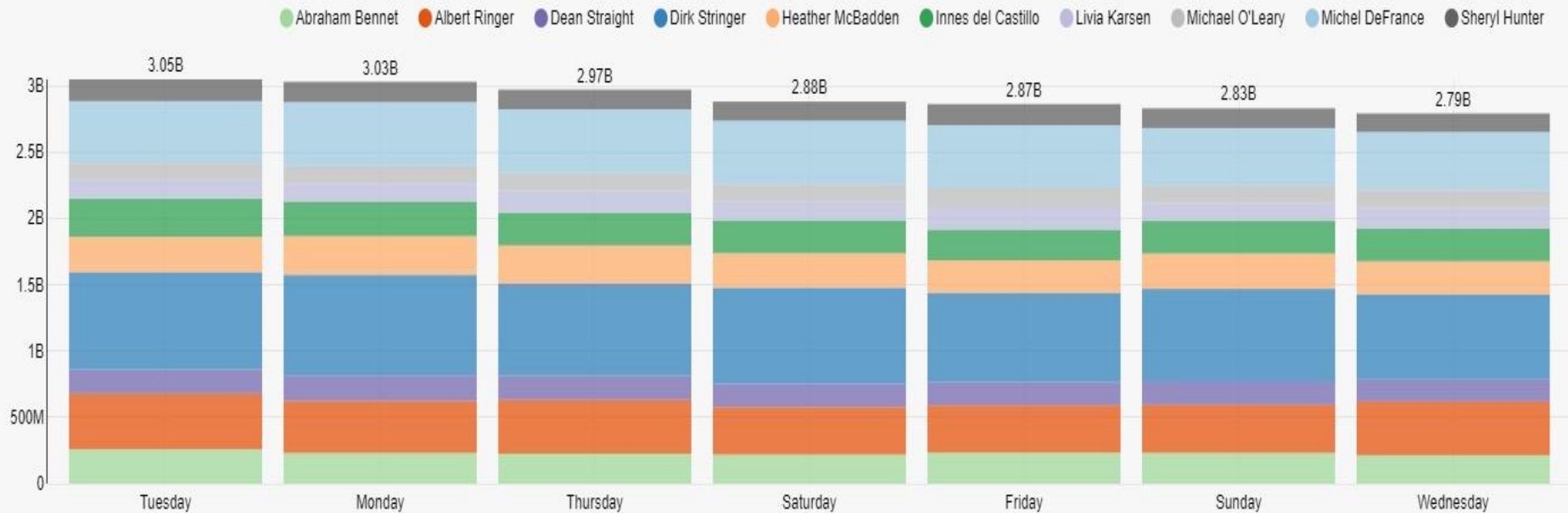
Количество продаж среди топ 10 продавцов



Продажи по дням

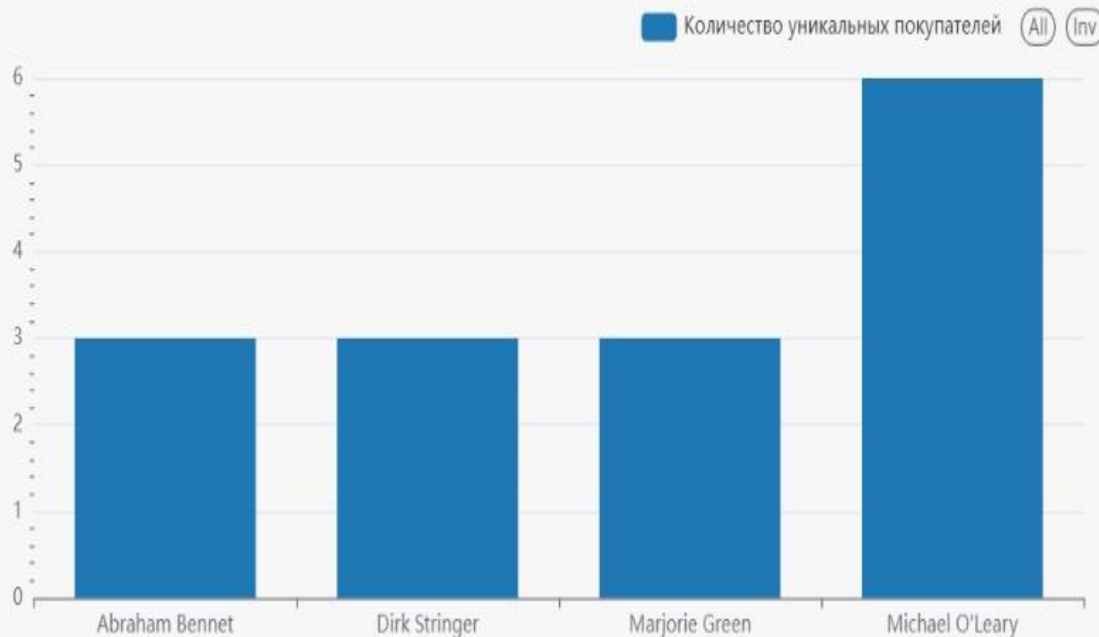
Самый прибыльный день - вторник, самый неприбыльный - среда. Разница по выручке 9%.

Выручка топ-10 продавцов по дням недели



Акции и продавцы

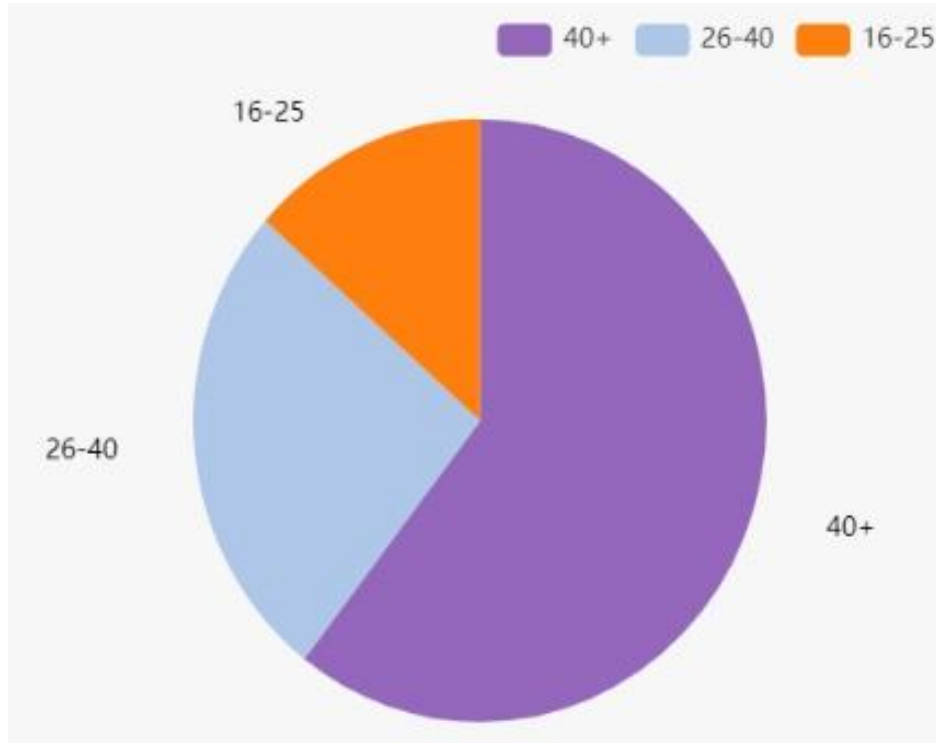
Акции и продавцы



4 продавца участвовали в привлечении уникальных покупателей через акции.

Michael O'Leary привлек в 2 раза больше уникальных покупателей, чем остальные продавцы. Что не способствовало увеличению его выручки (она ниже средней).

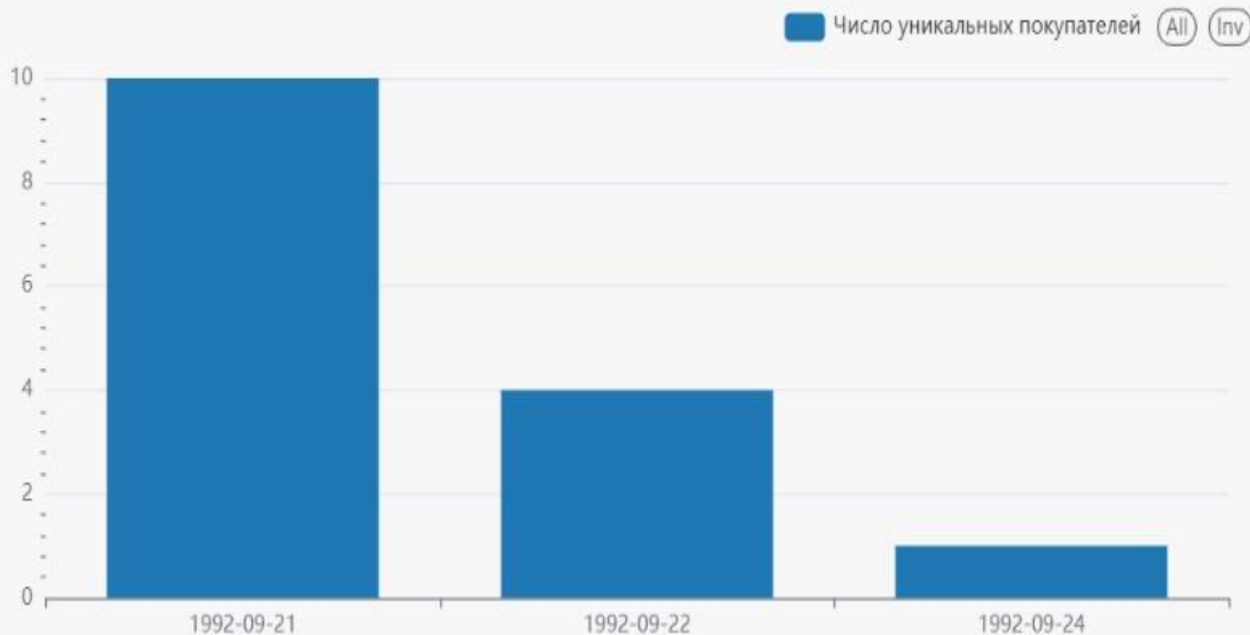
Задача 2. Анализ покупателей. Возраст покупателей



Встречаются покупатели всех платежеспособных возрастов, но больше всего людей старше 40 лет (60%).

Акции и покупатели

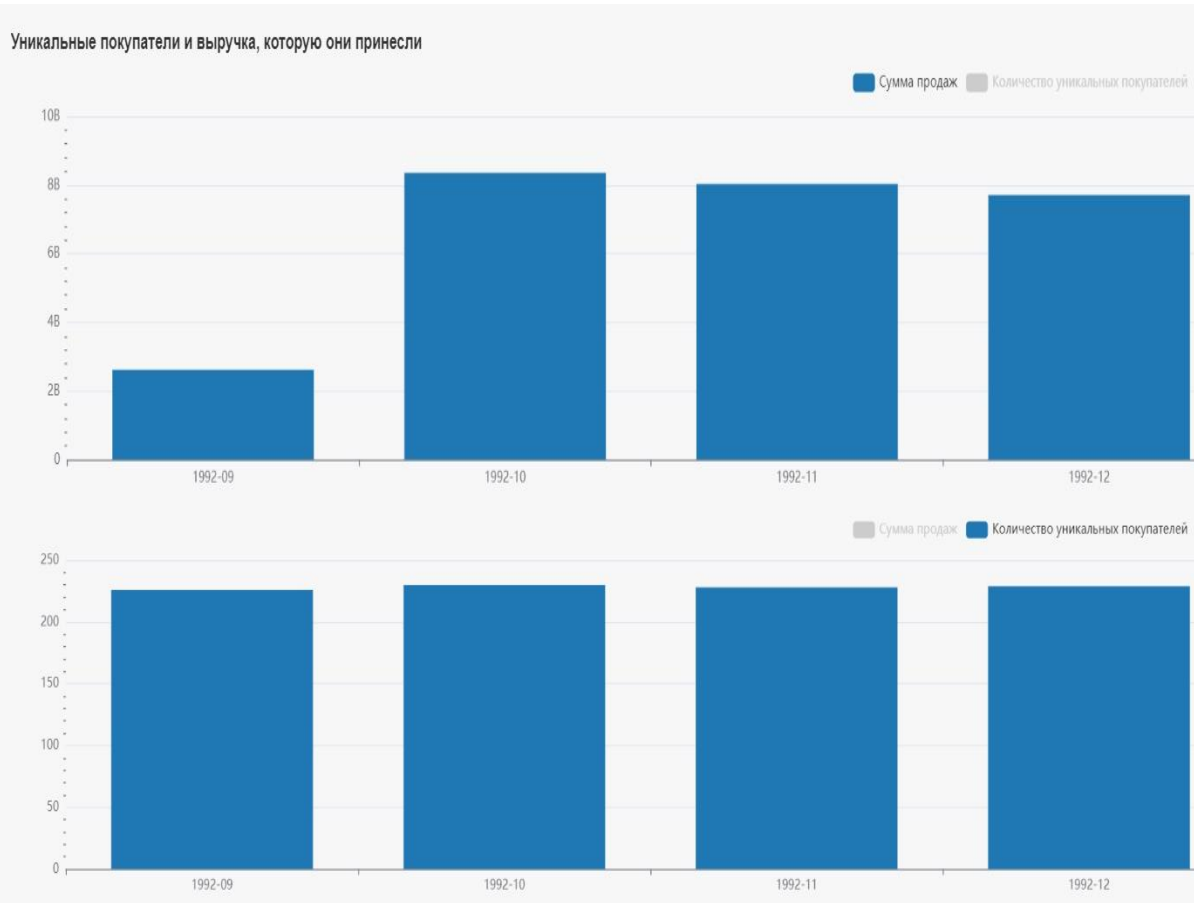
Покупатели, первая покупка которых произошла в ходе акции



Все покупатели, совершившие первую покупку в ходе проведения акций, сделали это в сентябре, большинство 21 сентября.

Всего их было 15 человек.

Покупки и уникальные покупатели



Низкий уровень выручки в сентябре 1992, при почти одинаковом количестве покупателей. Это может быть частично объяснено тем, что в сентябре бесплатно отпускали акционные товары.

Максимальная выручка в октябре с дальнейшим снижением к новому году.

Выводы

Цель и задачи исследования достигнуты:

- проанализирована работа продавцов (есть список претендентов на квартальный бонус, исследована работа по дням недели, изучена средняя выручка и участие в привлечении новых покупателей)
- проанализированы данные о покупателях и покупках (есть данные про возраст, сформирован отчет об уникальных покупателях и выручке с их участием)



Трансформация изначальных гипотез

- Продавцы с выручкой ниже средней попадают в число тех, кто много заработал (Abraham Bennet, Michael O'Leary и Sheryl Hunter);
- Продажи по дням недели не зависели от количества сотрудников (в понедельник все работали, а по четвергам отсутствовало максимальное количество - 4 сотрудника);
- Большинство покупателей старше 40 лет;
- Больше всего новых уникальных покупателей по акции пришло в сентябре;
- Уникальные покупатели принесли неодинаковую прибыль в каждом из месяцев (в сентябре был минимум, в октябре максимум).

Рекомендации

- Выяснить факторы эффективности сотрудников (как Dirk Stringer (4,9 млрд) и Michel DeFrance (3,2 млрд) заработали много больше остальных продавцов; как Abraham Bennet продает больше всех товаров) и возможно ли (рационально ли) эти факторы прививать остальным продавцам.
- рассмотреть потенциал привлечения и собственно способы привлечения покупателей 26-40 лет.



Спасибо за внимание!



Подробнее графики можно рассмотреть по ссылке:

https://c09901f4.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=peG7GPkfojaaZ07TIFdEz9Hk_8ym-mWvV9zyDS_DBxxGC97SLzJCMcCZFvQ0BUA