

# Konwent XXX Analiza

Dominik Strzałko





## Kilka słów o danych

- Dane odnośnie sprzedaży biletów na **konwent XXX**
- Dane pochodzą z okresu **03.09.2021 - 21.11.2021**
- Konwent odbywał się w dniach **19.11.2021 - 21.11.2021** i trwał **3 dni**
- Posiadamy dane o **kwocie** jaką uczestnik wydał na bilet
- Posiadamy dane o tym czy uczestnik kupił bilet **stacjonarnie** w trakcie trwania konwentu, czy **online** przez cały okres sprzedaży
- Posiadamy dane odnośnie **miasta** z którego uczestnik pochodzi
- Liczba sprzedanych biletów: **2693**



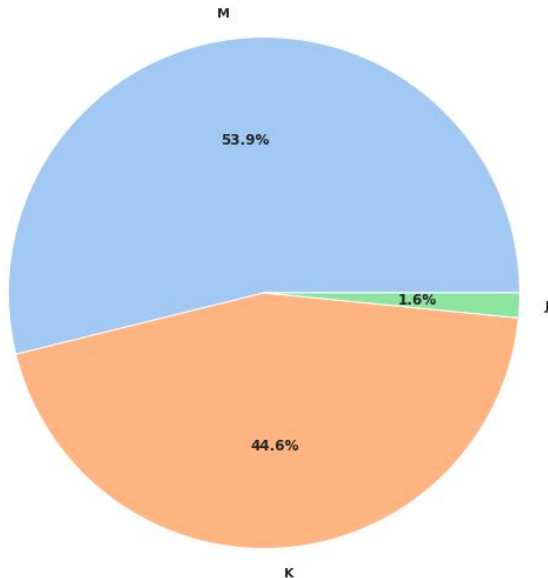
# **Uczestnicy Konwentu - Płeć**





# Uczestnicy Konwentu - Płeć

Płeć uczestników



W konwencie brało udział:

**53.9 % Mężczyzn**

**43.6 % Kobiet**

**1.6 % Osób o płci innej** niż wyżej wymienione

Widać **10 %** przewagę mężczyzn nad kobietami

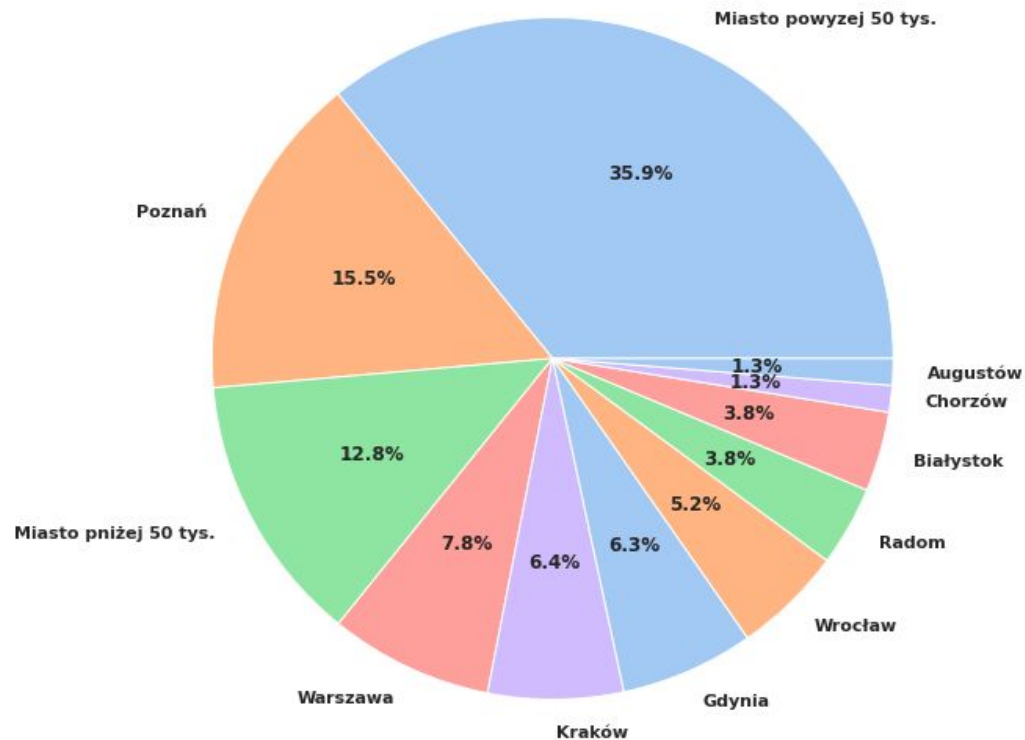


# **Uczestnicy Konwentu - Miasto zamieszkania**



# Uczestnicy Konwentu - Miasto zamieszkania

Miasta zamieszkania uczestników



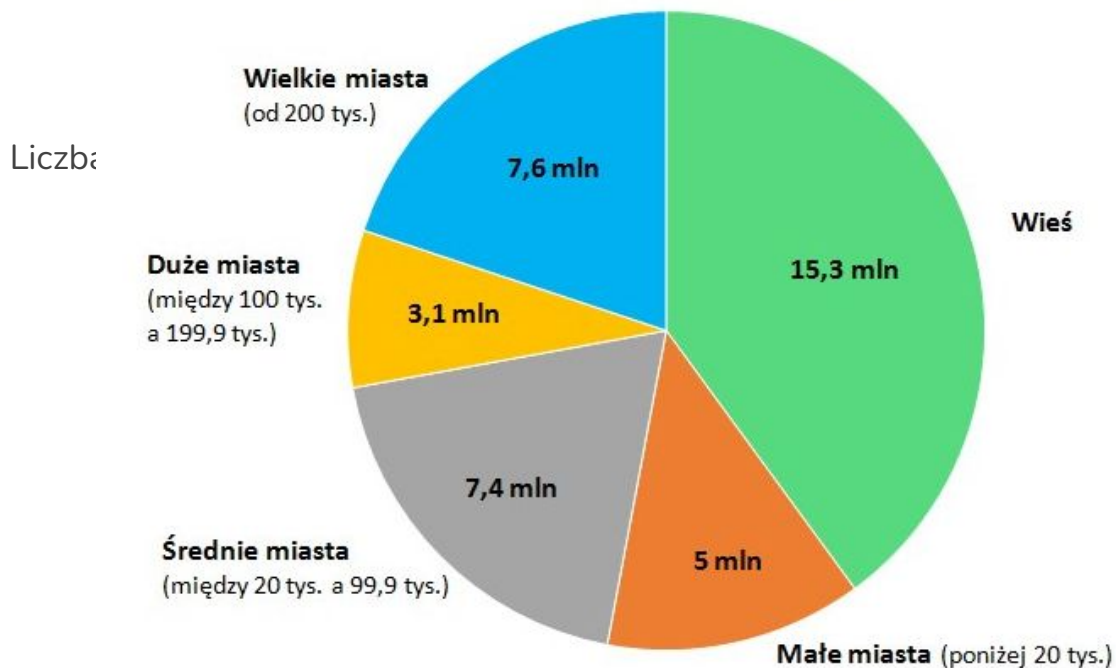


## Uczestnicy Konwentu - Miasto zamieszkania cd.

- Mieszkańcy z miast: **Poznań, Warszawa, Kraków, Gdynia, Wrocław, Radom, Białystok, Chorzów**, oraz **Augustów**, są uznani za osobne kategorie i jest ich w sumie **51.3 %**
- Najwięcej uczestników pochodzi z **Poznania**. Jest to aż **15.5 %**
- Z miast o ludności **powyżej 50 tys** mieszkańców, które nie są odrębnymi miejscowościami pochodzi **35.9 %** uczestników
- Z miast o ludności **poniżej 50 tys** mieszkańców, które nie są odrębnymi miejscowościami pochodzi **12.8 %** uczestników

# Uczestnicy Konwentu - Miasto zamieszkania cd.

Liczba ludności w miastach i na wsi w Polsce na koniec 2018 r.

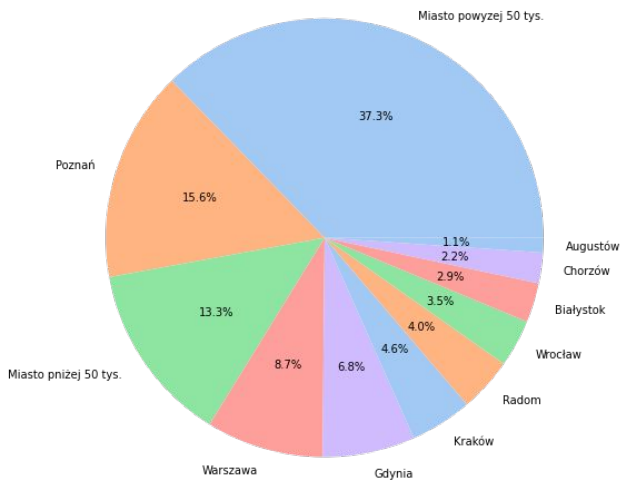




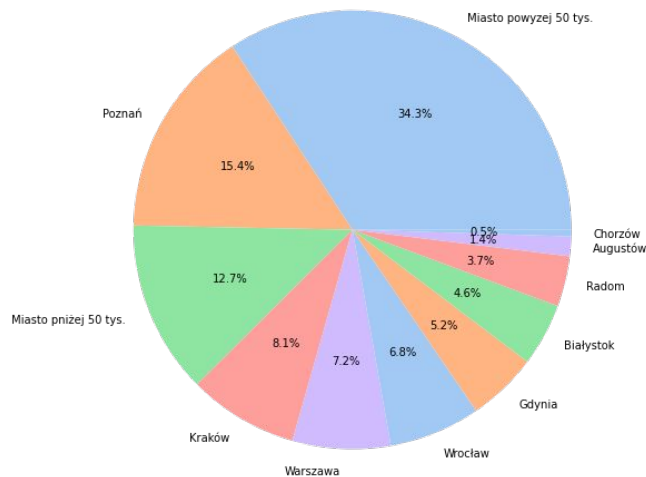


# Uczestnicy Konwentu - Miasto zamieszkania a płeć uczestnika

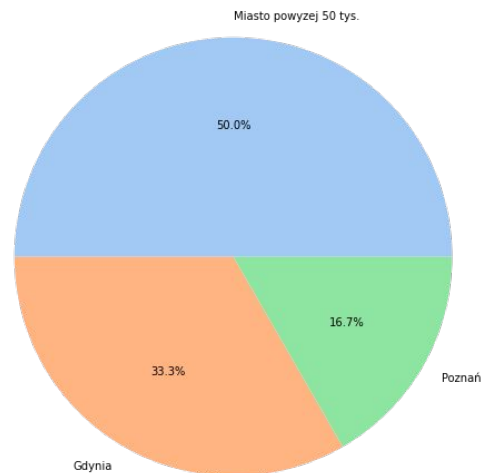
Miasto dla płci: K



Miasto dla płci: M



Miasto dla płci: J





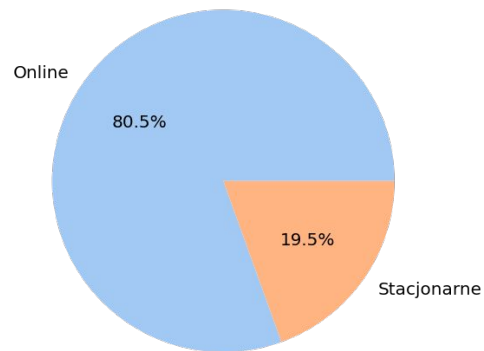
# **Uczestnicy Konwentu - Forma sprzedaży biletów**



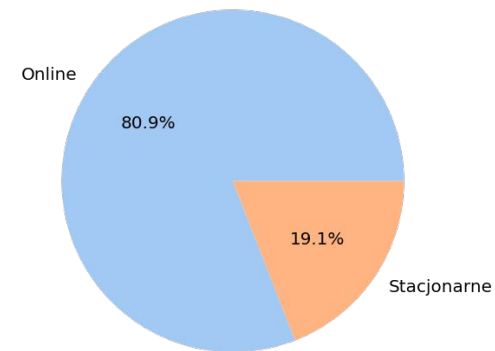


# Uczestnicy Konwentu - Forma sprzedaży biletów

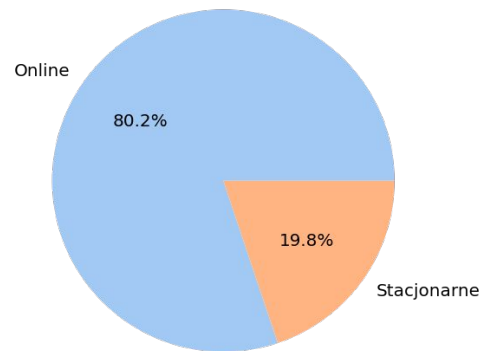
Forma sprzedaży dla wszystkich płci



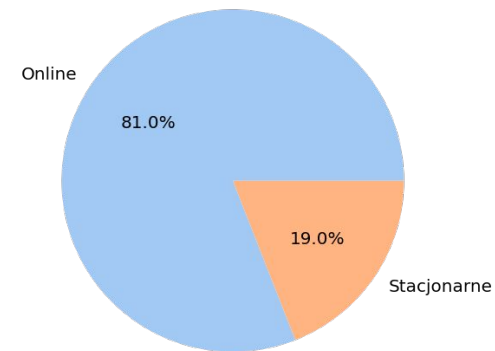
Forma sprzedaży dla płci: K



Forma sprzedaży dla płci: M



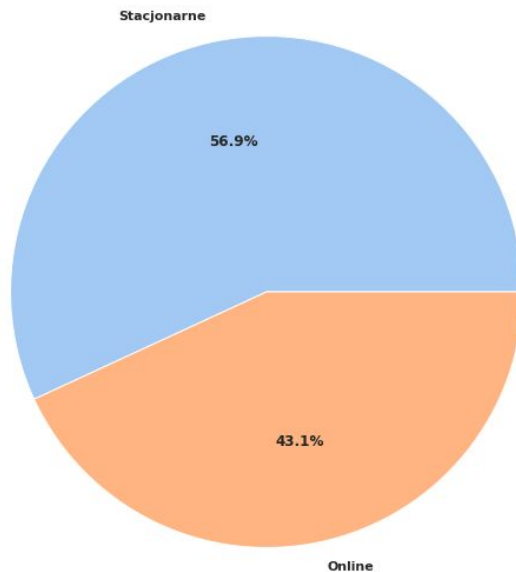
Forma sprzedaży dla płci: J





## Uczestnicy Konwentu - Forma sprzedaży biletów cd. Bilety sprzedane w trakcie trwania konwentu

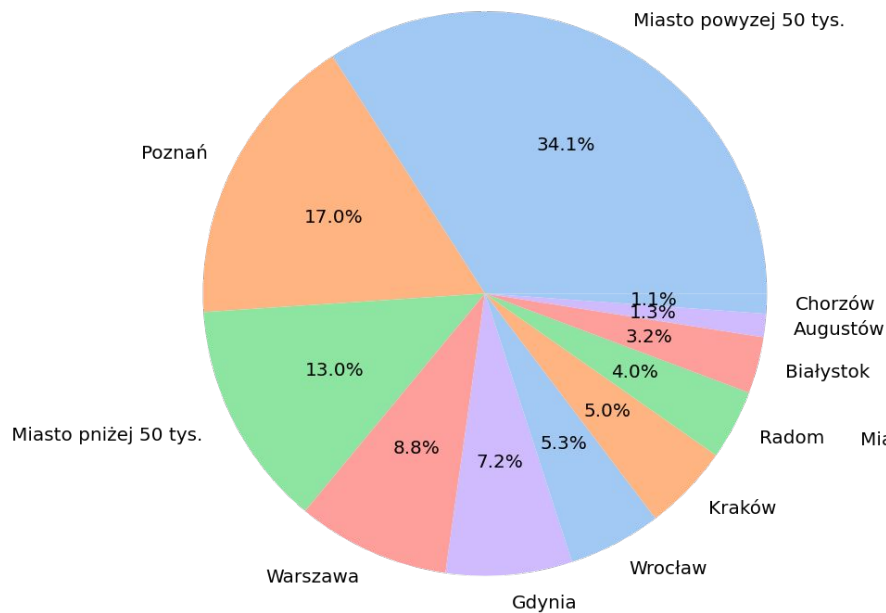
Forma sprzedaży w dniach trwania konwentu



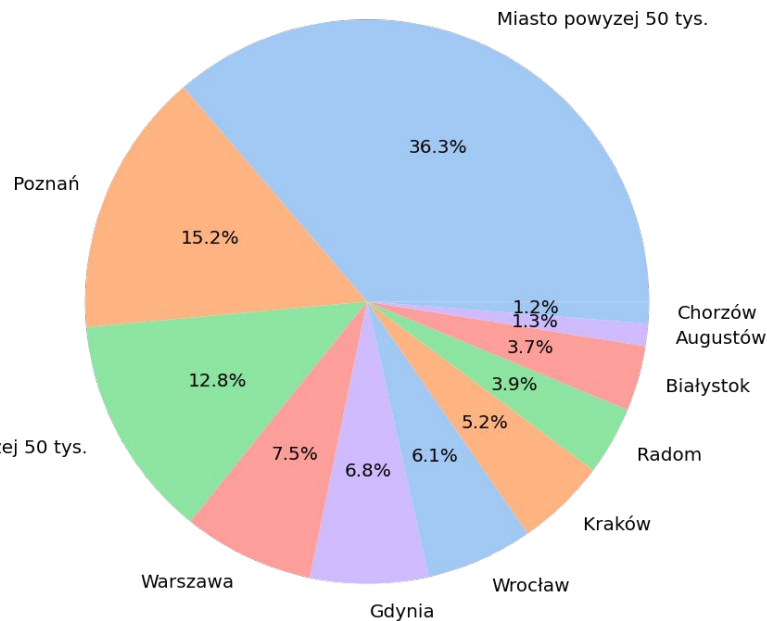


# Uczestnicy Konwentu - Forma sprzedaży biletów a miasto

Miasto dla biletów Stacjonarnych



Miasto dla biletów Online





## Uczestnicy Konwentu - Forma sprzedaży biletów wnioski

- Ponad **80%** biletów zostało sprzedane w formie **online**
- W **trakcie trwania konwentu** większość uczestników kupiło bilety stacjonarnie, aż **56.9 %**
- **Płeć** uczestnika **nie wpływa** na formę sprzedaży biletów



# **Data a liczba sprzedanych biletów**





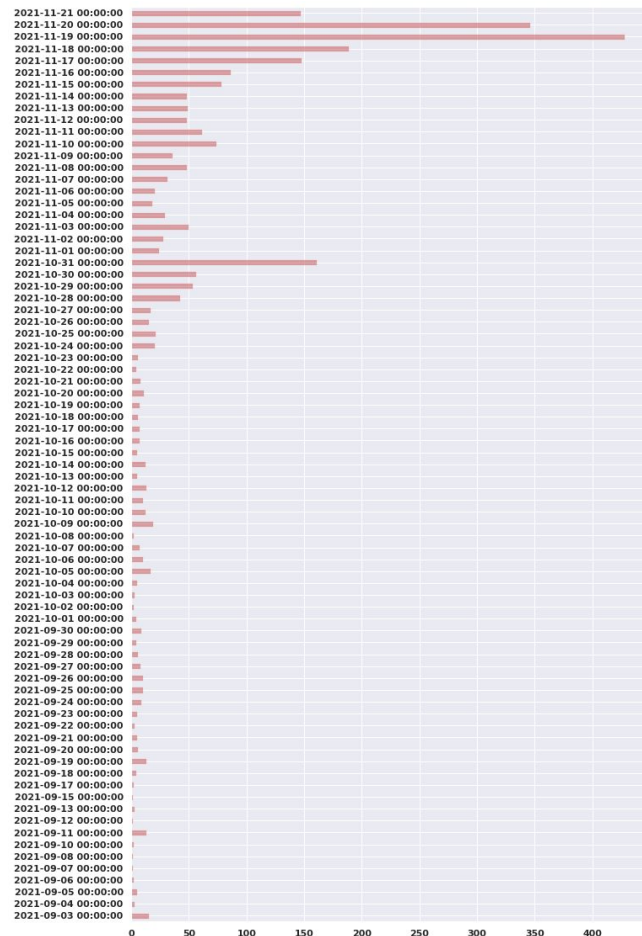
# Data a liczba sprzedanych biletów

Data rozpoczęcia sprzedaży: **03.09.2021**

Data zakończenia sprzedaży: **21.11.2021**

Liczba dni w sprzedaży: **80**

Liczba dni w które bilety się sprzedały: **77**







## Data a liczba sprzedanych biletów cd.

- Liczba sprzedanych biletów: **2693 (100 %)**
- Liczba sprzedanych biletów w **trakcie trwania** konwentu: **921 (34 %)**
- Liczba sprzedanych biletów **od 24.10.2021 do końca** konwentu: **2371 (88 %)**  
To tylko **29 dni z 80** w których trwała sprzedaż
- Liczba sprzedanych biletów w **pierwszym miesiącu** sprzedaży: **150 (5.5 %)**

Dni Warte uwagi:

- Od dnia **28.10 do 31.10** widać znaczący wzrost zainteresowania kupnem biletów: **312 (11.5 %)**

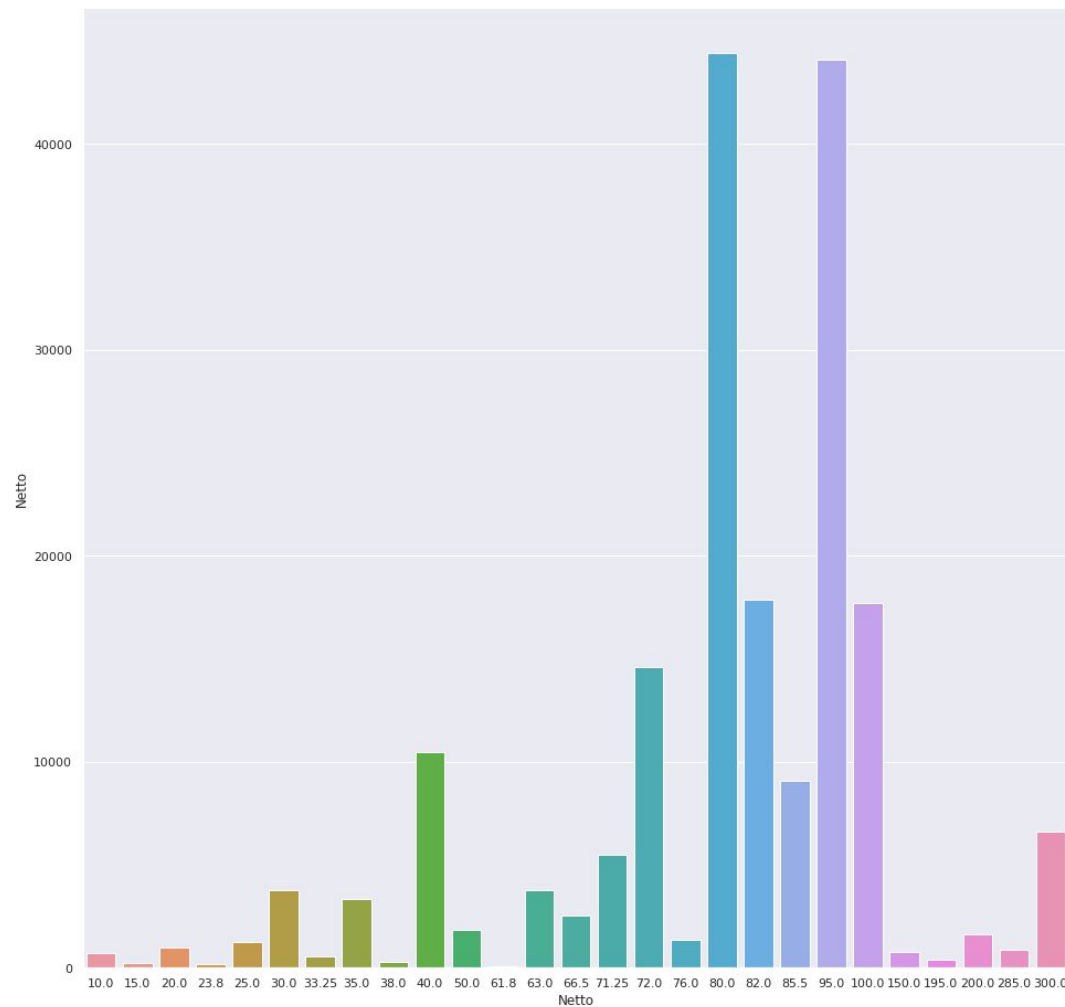


# Przychód Netto





# Przychód Netto





## Przychód Netto cd.

- Całkowity przychód Netto: **194752.65 zł (100 %)**
- Przychód Netto w **trakcie trwania** konwentu: **50893.0 zł (26.1 %)**
- Przychód Netto **od 24.10.2021 do końca** konwentu: **168708.35 zł (86.6 %)**
- Liczba sprzedanych biletów w **pierwszym miesiącu** sprzedaży: **11001.8 (5.6%)**

Dni Warte uwagi:

- Od dnia **28.10 do 31.10** przychód netto **24636.25 zł (12.6%)**



# Ceny biletów a przychód netto

- Największy przychód netto pochodzi z biletów za **80 zł** i **95 zł**. Kolejno **44400.0 zł** (**22.8 %**) i **44080.0 zł** (**22.6 %**). Razem jest to ponad **45%** całego przychodu
- Innymi znaczącymi biletami są:
  - **40 zł** - przychód **10480.0 zł** (**5.4 %**)
  - **72 zł** - przychód **14616.0 zł** (**7.5 %**)
  - **82 zł** - przychód **17876.0 zł** (**9.2%**)
  - **85.5 zł** - przychód **9063.0 zł** (**4.7%**)
  - **100 zł** - przychód **17700.0 zł** (**9.1%**)
  - **300 zł** - przychód **6600.0 zł** (**3.4%**)
- Wszystkie wyżej wymienione bilety wygenerowały razem: **164,815 zł** czyli prawie **85%** przychodu



# Korelacja danych

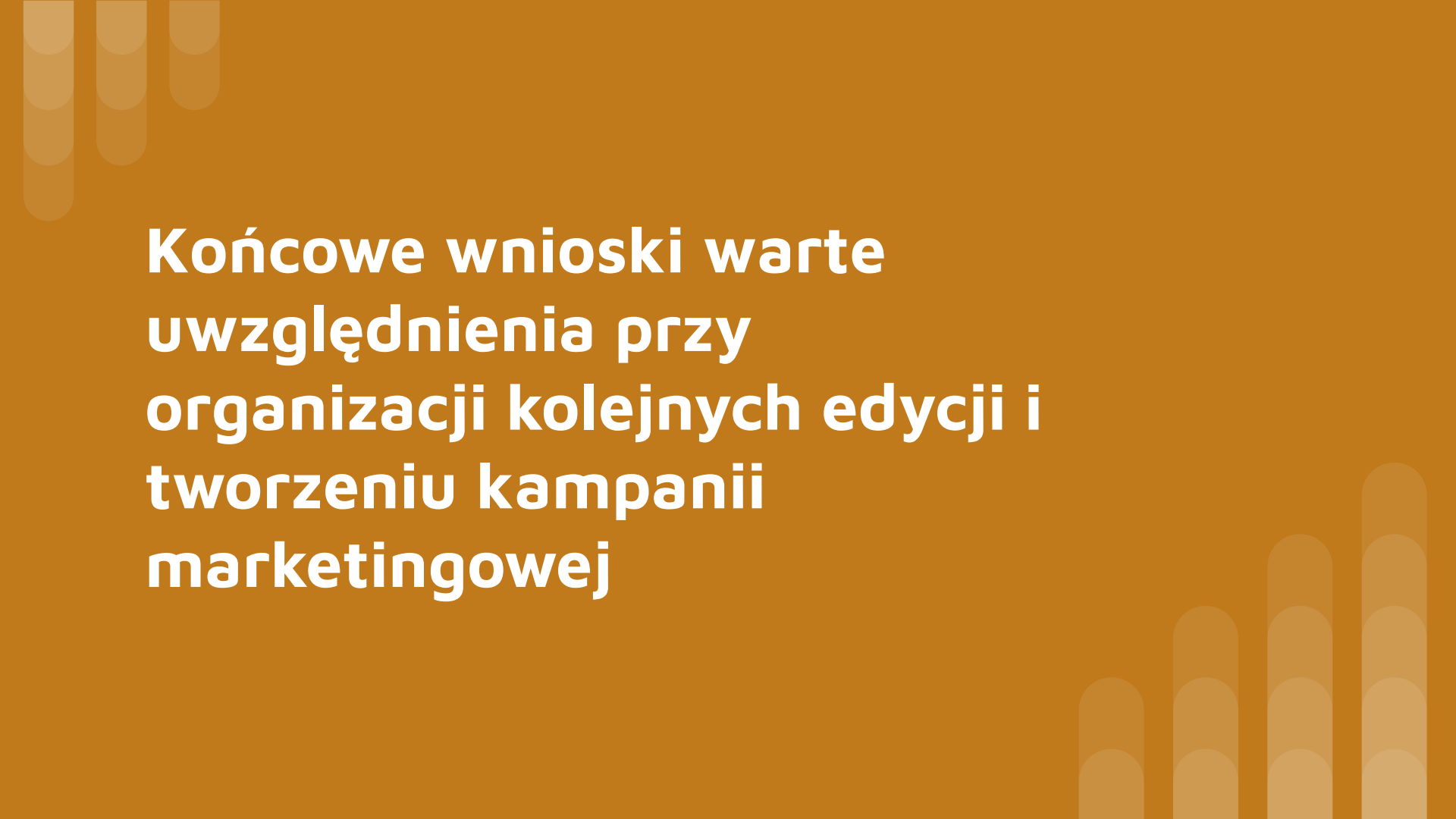




# Korelacja wartości

- Największa korelacja zachodzi pomiędzy **datą zakupu biletu** a **formą jego sprzedaży**
- Można też zauważyć minimalną korelację pomiędzy **miastem zamieszkania uczestnika** a **ceną biletu** jaki kupił.
- Nie ma żadnej korelacji pomiędzy **Wartością biletu** a **formą jego sprzedaży** oraz **datą transakcji**





**Końcowe wnioski warte  
uwzględnienia przy  
organizacji kolejnych edycji i  
tworzeniu kampanii  
marketingowej**





## Końcowe wnioski warte uwzględnienia przy organizacji kolejnych edycji i tworzeniu kampanii marketingowej

- Jest aż **10 % mniej Kobiet** niż **Mężczyzn** wśród uczestników konwentów
- Z miast o ludności **poniżej 50 tys** mieszkańców, pochodzi **12.8 %** uczestników, gdzie z tych miejscowości pochodzi **ponad połowa** całej ludności Polski
- **Podczas trwania konwentu** wciąż **ponad połowa** kupujących bilety woli to robić **stacjonarnie**
- Liczba sprzedanych biletów **od 24.10.2021 do końca** konwentu: **2371 (88 %)**  
To tylko **29 dni z 80** w których trwała sprzedaż. Oznacza to, że przez 51 dni Kampania marketingowa przynosiła **bardzo słabe efekty**. Warto przemyśleć **czy warto inwestować** w kampanię w tym czasie, lub czy nie powinna być **mocno zmodyfikowana**



## Końcowe wnioski warte uwzględnienia przy organizacji kolejnych edycji i tworzeniu kampanii marketingowej cd.

- Od dnia **28.10 do 31.10** widać znaczący wzrost zainteresowania kupnem biletów. Bardzo możliwe, że była w tym czasie przeprowadzona **udana kampania marketingowa**
- **Ponad ¼ całkowitego przychodu** zostało wygenerowane w **trakcie trwania konwentu**
- bilety w cenie **80 zł netto** i **95 zł netto** sprzedają się najlepiej, i stanowią aż **44%** przychodu
- Bilety w cenie **10,15,20,23.8,33.25,38,61.8,150,195,285 zł netto** przynosiły bardzo mały zysk w ogólnym rozrachunku

**Koniec**

