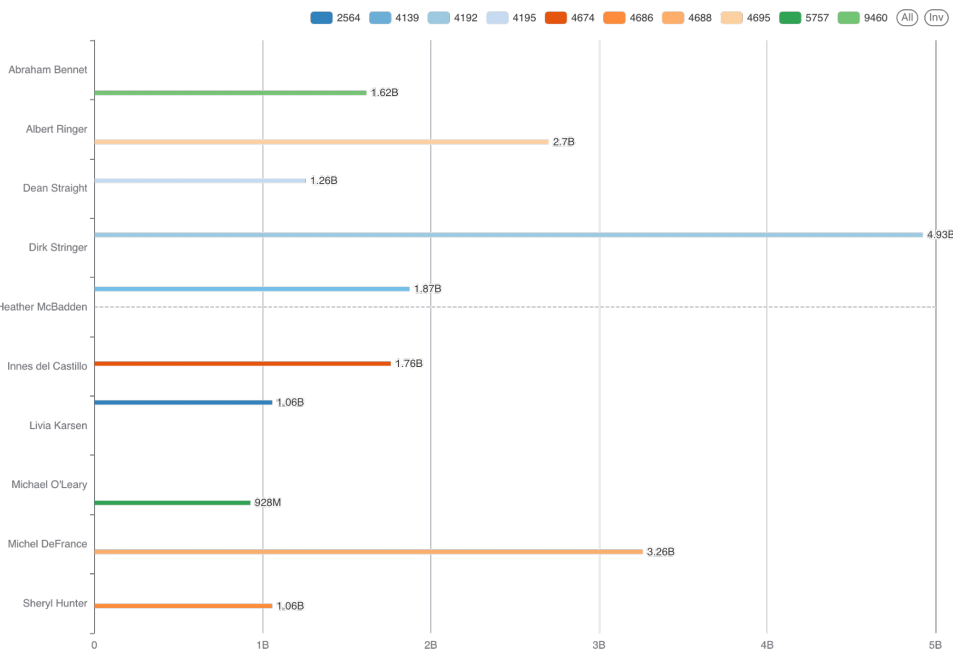
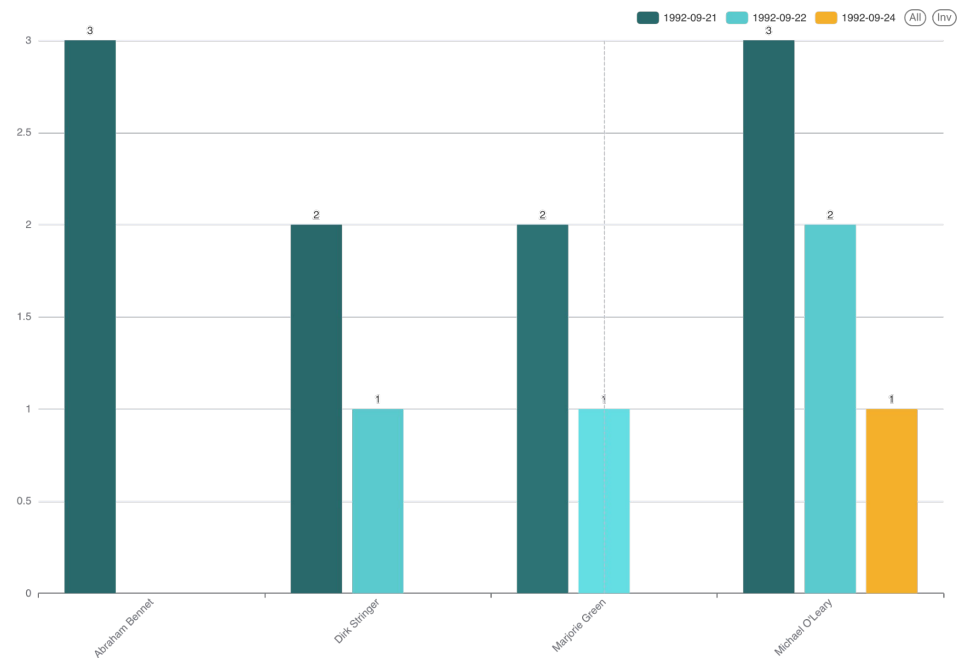

Анализ отдела продаж

Проанализирована работа продавцов, а также данные о покупателях торговой сети и их покупках.



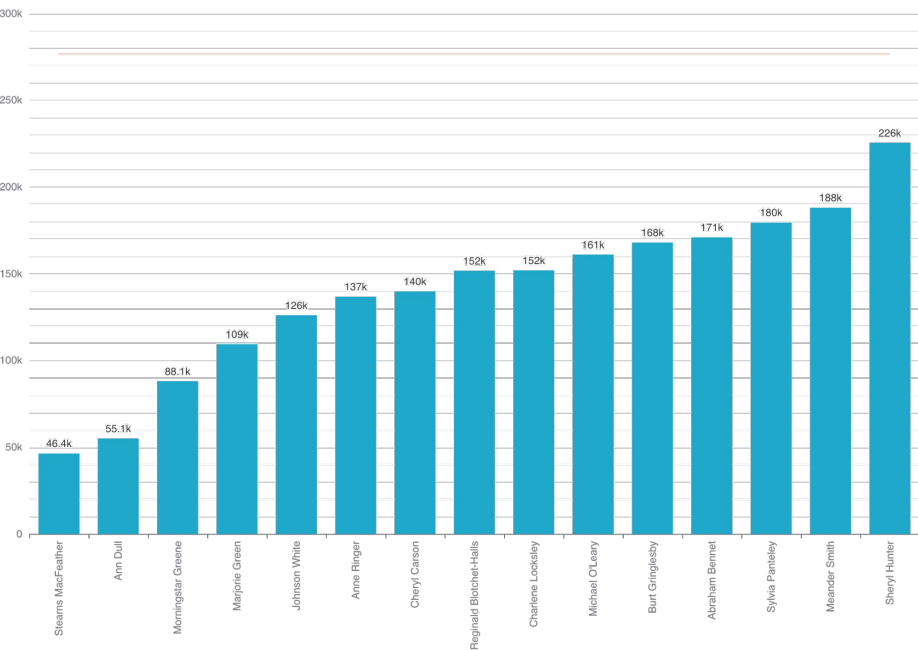
Первая диаграмма отображает десятку лучших продавцов. Из нее мы можем сделать вывод, кто был лучшим из лучших: а также о большом разрыве между 1м и 10м местами.

Вывод: лучшим продавцом является Дирк Стрингер, худшим Майкл О'Лири и разрыв между их показателями отличается в 5 раз.



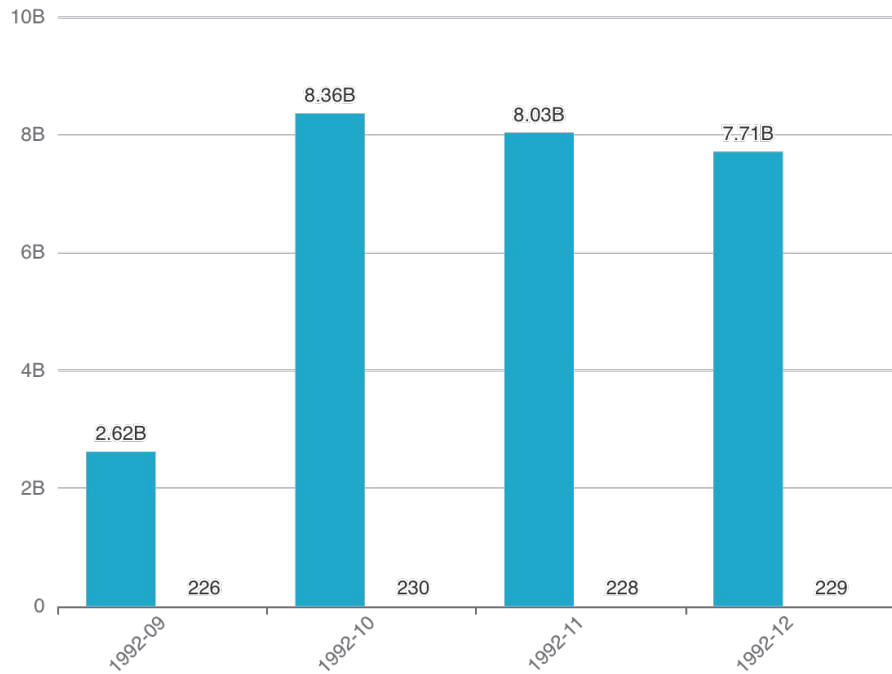
Данный отчет о покупателях, первая покупка которых была в ходе проведения акций, в нем мы видим, количество покупателей в день проведения акции было у каждого продавца.

Вывод: некоторые продавцы не продавали ничего в некоторые из дней, а также лучшие показатели продаж у Майкла О'Лири, и 6 продаж, которые он сделал.



Этот график отражает 10 худших продавцов в порядке возрастания. Мы можем увидеть, что худший продавец на 1 месте и его результат в 5,6 раз меньше, чем у первого места в этом списке, а также последние 2 включены как лучшие из худших и худшие из лучших на первом графике. Также, на графике мандариновым цветом выделена линия среднего значения до которого худшие продавцы “не дотянули”, среднее значение составляет 276 тысяч.

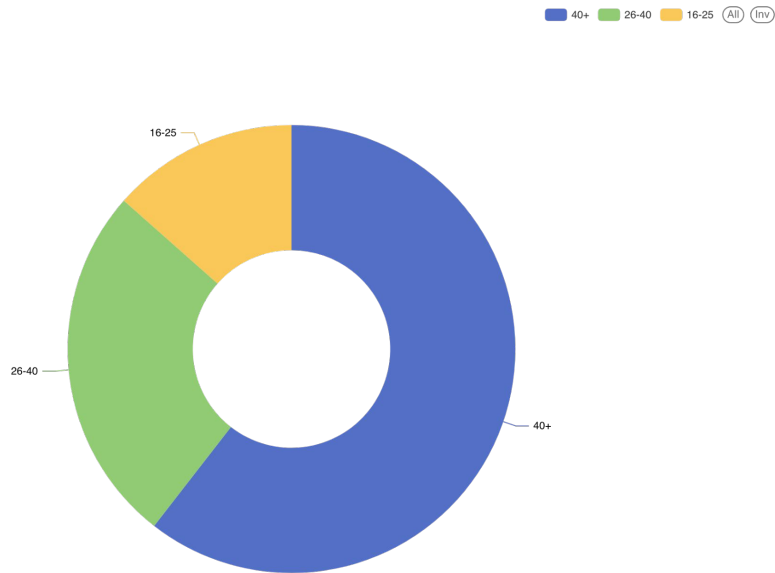
Вывод: мы видим, что границы лучших и худших продавцов очень близки и это дает повод к пересмотру показателей оценки продавцов. Также мы можем понять сколько не дотянули худшие продавцы благодаря линии среднего значения.



На графике представлены данные по количеству уникальных покупателей и выручке, которую они принесли в конкретный месяц.

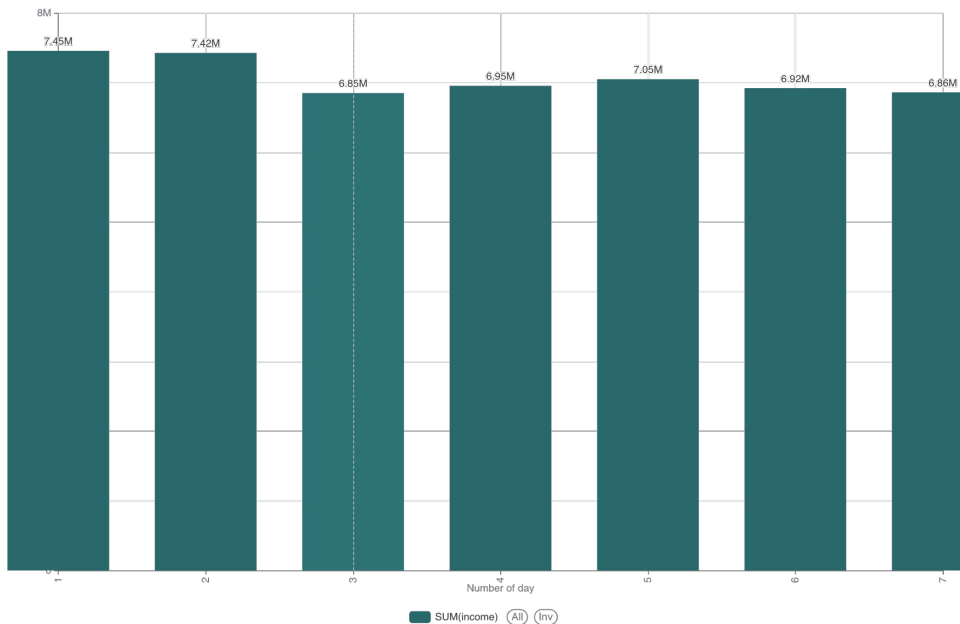
Вывод: в сентябре была самая низкая выручка при почти одинаковом количестве покупателей, но также нам необходимо уточнить, что отчет был предоставлен с 21 сентября, соответственно, мы не можем сделать вывод о том, что продажи в сентябре были самые низкие из-за недостатка данных.

Если рассматривать период от октября до декабря - мы видим, что прослеживается спад на 300 миллионов в месяц.



На этой диаграмме мы видим, что подавляющее большинство покупателей в возрасте от 41 года.

Вывод: нам необходимо добавить ассортимент для клиентов 40+, а также расширить предложения для более молодой аудитории.



Данный график отражает выручку по дням недели. В нем мы видим, что в понедельник и вторник лучшие показатели выручки.

Вывод: из этой схемы мы можем составить представление о том, каким образом нам необходимо составить рабочий график, чтобы получить самые высокие продажи.

Вывод:

- 1) Мы нашли лучших и худших продавцов, нам необходимо принять решение об их работе, дать премию, возможно направить на курсы, при необходимости уволить
 - 2) Решение о судьбе продавцов надо принимать из графика номер 2, некоторые продавцы не работали все рабочие дни, возможно, они могли принести большую выручку
 - 3) Нам необходимо понять причину спада продаж к декабрю, это может быть как ухудшение в нашей работе, так и сезонная норма
 - 4) Также необходимо более детально изучить потребности всех возрастных категорий наших клиентов
 - 5) Мы должны модифицировать рабочие графики для улучшения продаж
 - 6) Мы составили общую картину, для более глубоких изменений, необходимы дополнительные исследования
-