

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ С АНАЛИЗОМ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ПРОЕКТУ №1.

ВЫПОЛНИЛ ЖИВЦОВ А.С.

# ОТЧЕТ О ДЕСЯТКЕ ЛУЧШИХ ПРОДАВЦОВ ПО ЧИСЛУ СДЕЛОК И ОБЪЕМУ ПРОДАЖ

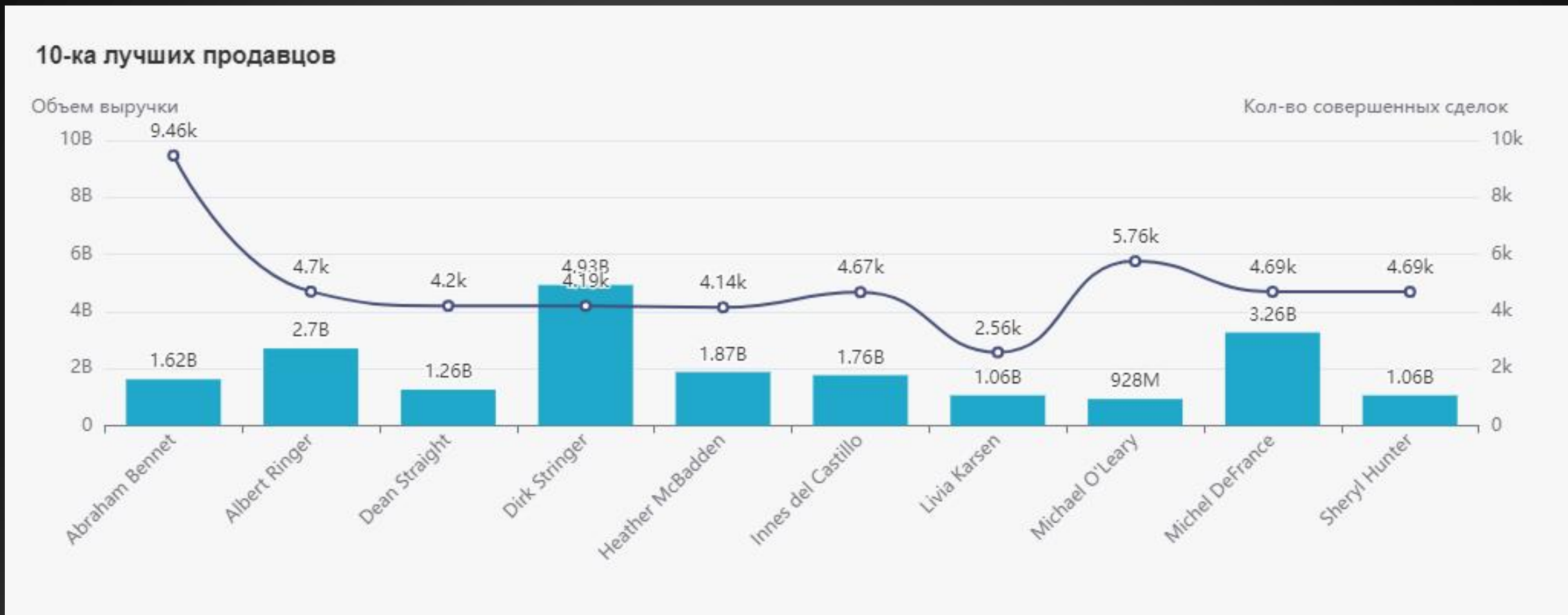
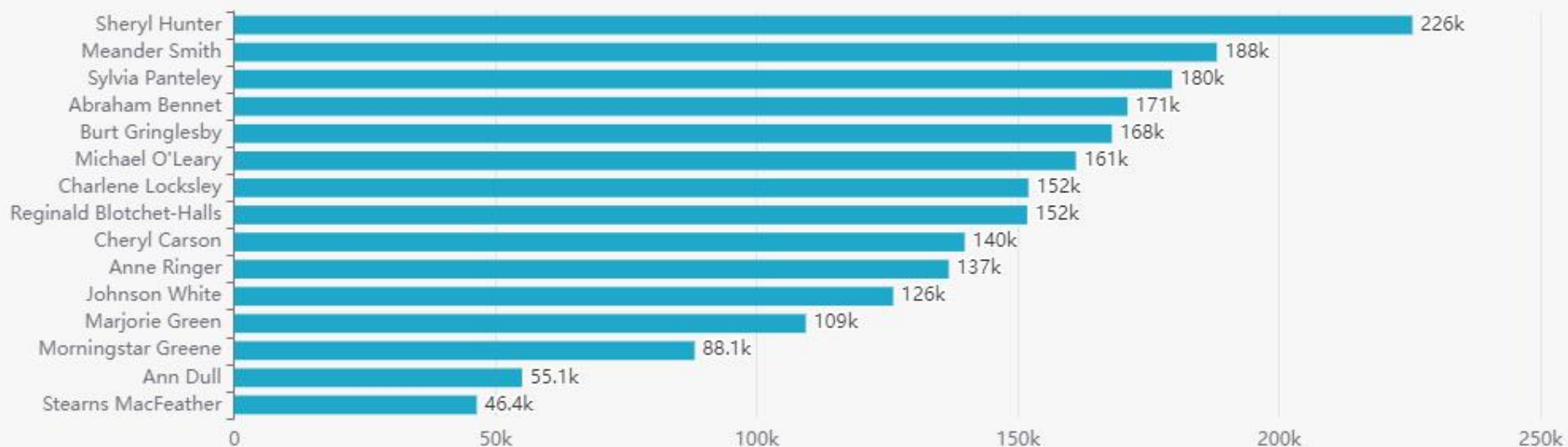


График выше показывает, что продавцы с наибольшей выручкой не обладают наибольшим кол-вом совершенных сделок, это ярко видно на примере D.Stringer и M.DeFrance. Отсюда можно сделать вывод, что данные менеджеры являются опытными специалистами, точно совершая объемные сделки, либо заняты продажами наиболее дорогих типов товаров.

## ОТЧЕТ О ПРОДАВЦАХ, ЧЬЯ СРЕДНЯЯ ВЫРУЧКА ЗА СДЕЛКУ МЕНЬШЕ СРЕДНЕЙ ВЫРУЧКИ ЗА СДЕЛКУ ПО ВСЕМ ПРОДАВЦАМ.

Продавцы, чья средняя выручка меньше средней выручки по всем продавцам



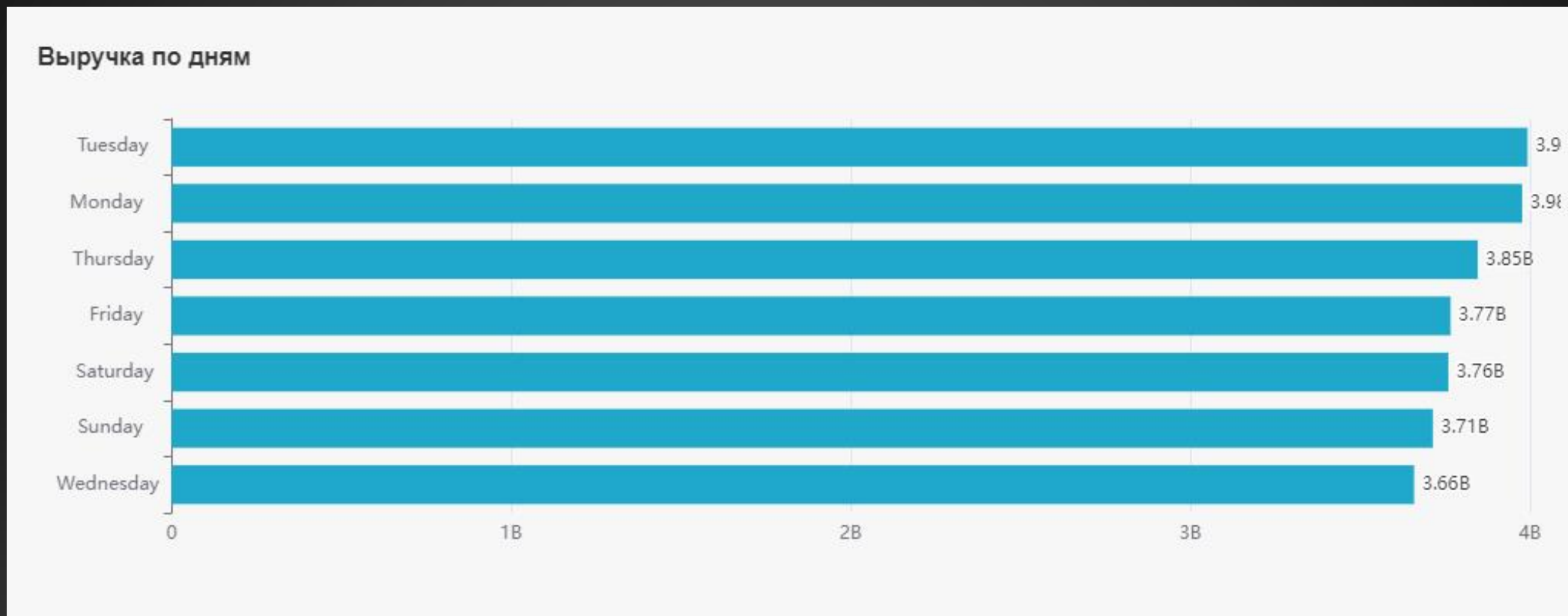
Лидерам являются:  
**S. Hunter,**  
**M. Smith,**  
**S. Panteley**

Аутсайдеры:  
**M. Greene,**  
**A. Dull,**  
**S. MacFeather.**

Данный график показывает продавцов, чей средний чек меньше общего среднего чека по всем менеджерам.

Интересной особенностью является то, что **A. Bennet** и **M. O'Leary** присутствует в выборке как по топовым менеджерам по объему сделанных продаж, так и в списке продавцов, чей средний чек меньше общего среднего чека по всем менеджерам. Данная закономерность объясняется тем фактом, что недостаток в среднем чеке они добирают кол-вом совершенных сделок.

## ОТЧЕТ О ВЫРУЧКЕ ПО ДНЯМ НЕДЕЛИ.



Наиболее прибыльными днями являются вторник и понедельник, в то время как среда содержит наименьшую долю прибыли по отношению к остальным дням недели. Возможно это связано с проведением акций в данные дни. В целом существенного разброса по дням не наблюдается.

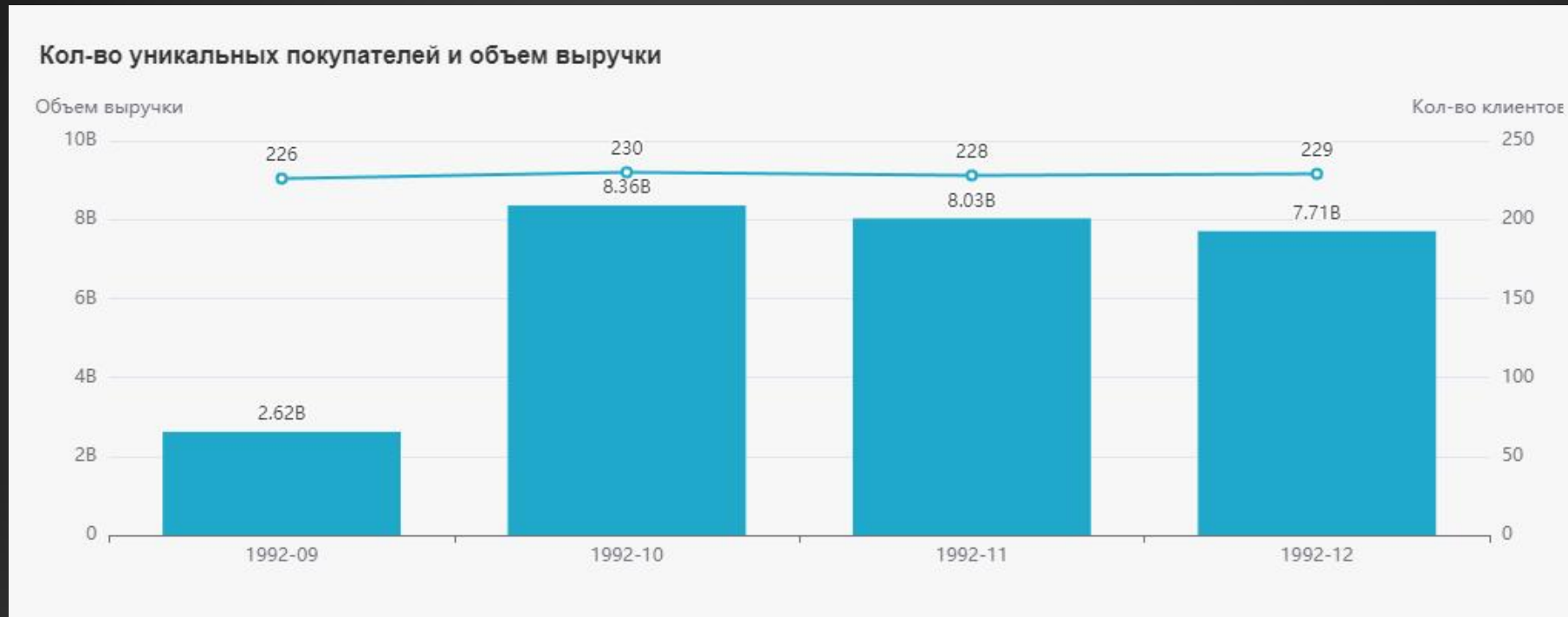


## ОТЧЕТ О КОЛИЧЕСТВЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ В РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУППАХ

Из инфографики видно, что среди покупателей преобладают люди возраста 40+, в то время как молодежь составляет меньшинство. Можно сделать вывод, что товар преимущественно рассчитан на более возрастную группу населения либо его могут позволить финансово-состоявшиеся люди, какими, как правило, являются более возрастные индивиды.

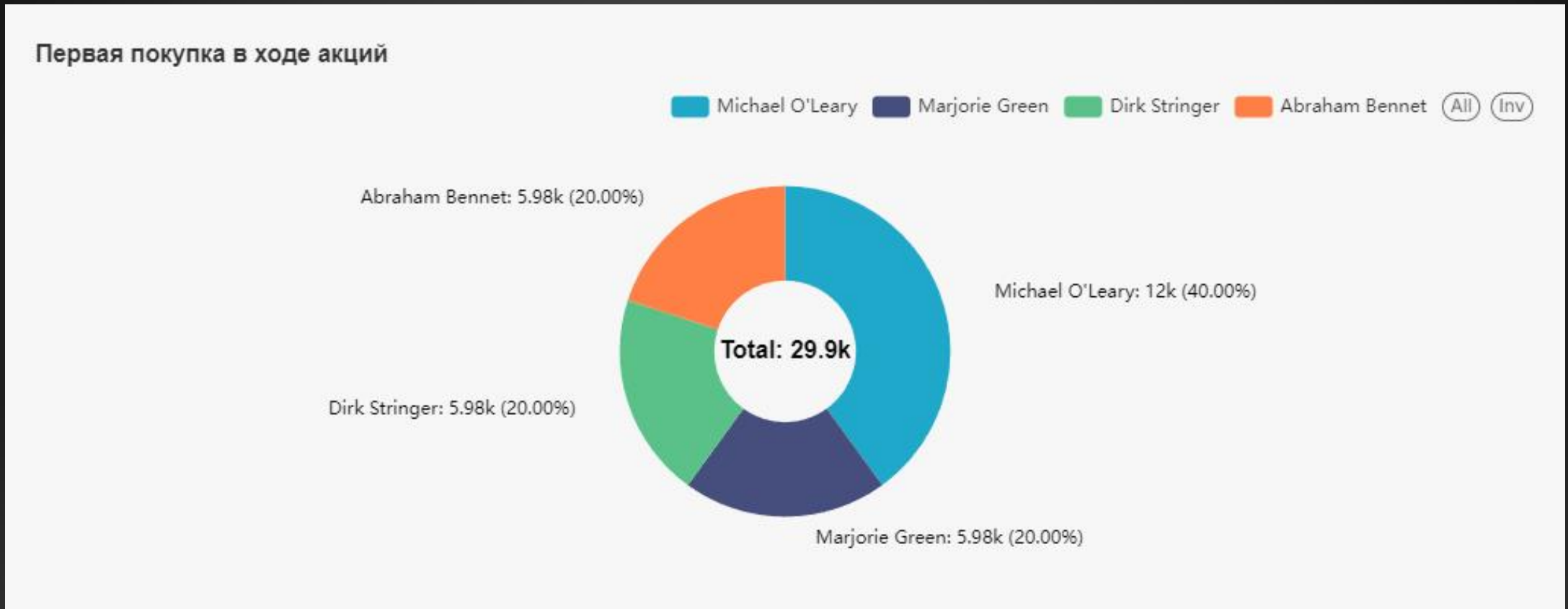


# ОТЧЕТ ПО КОЛИЧЕСТВУ УНИКАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ВЫРУЧКЕ, КОТОРУЮ ОНИ ПРИНЕСЛИ.



ВЫРУЧКА В МЕСЯЦ НЕ ИМЕЕТ ПРЯМОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ КОЛ-ВА УНИКАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ. СКОРЕЕ ВСЕГО НАМ БЫЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНЫ НЕПОЛНЫЕ ИЛИ НЕКОРРЕКТНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ АНАЛИЗА. ДАННЫЙ ТЕЗИС МОЖНО ПОДТВЕРДИТЬ ТЕМ, ЧТО В СЕНТЯБРЕ НАБЛЮДАЕТСЯ «ПРОСАДКА» ПО ВЫРУЧКЕ, ОДНАКО КОЛ-ВО ПОКУПАТЕЛЕЙ НЕЗНАЧИТЕЛЬНО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ДРУГИХ МЕСЯЦЕВ.

## ОТЧЕТ О ПОКУПАТЕЛЯХ, ПЕРВАЯ ПОКУПКА КОТОРЫХ БЫЛА В ХОДЕ ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИЙ



В ходе проведения акций наибольшее кол-во новых клиентов было привлечено менеджером Michael O'Leary. Всего было привлечено 29,9к новых клиентов. Дальнейший анализ поможет определить, переросли ли привлеченные по акциям покупатели в постоянных клиентов магазина.

# ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

1) Лидерами по объему принесенной выручки являются менеджеры:

D.Stringer, M.DeFrance, A.Ringer. Руководству следует рассмотреть возможность их поощрения в зависимости от принятой в компании системы мотивации и премирования.

2) Следует провести дальнейший анализ деятельности продавцов, а именно:

Выяснить, как давно в организации работают такие специалисты, как M.Greene, A.Dull, S.MacFeather, являющиеся аутсайдерами по объему привлеченных в компанию денежных средств. Если это связано с тем, что они только недавно работают в фирме, то следует дать им время до конца испытательного срока на возможность проявить себя. Если же это специалисты, давно работающие в компании, то им следует или пересмотреть свой портфель клиентов (найти новых, «реанимировать» старых и т.п.), или же задуматься над сменой деятельности.



ВЫШЕПРИВЕДЕННЫЕ ИНФОГРАФИКИ БЫЛИ  
СОЗДАНЫ С ПОМОЩЬЮ ДАШБОРДА В PRESET:

[HTTPS://CF9E9109.US2A.APP.PRESET.IO/SUPERSET/  
DASHBOARD/8/?NATIVE FILTERS KEY=X02MAXEE  
X1XEAJ7PFQLBEACRQLPTOVAW00YJ1AETSMJ9NI8C  
LKNCSOS 2J2ZBSD](https://cf9e9109.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=x02maxee<br/>x1xeaj7pfqlbeacrqlptovaw00yj1aetSMJ9NI8C<br/>LKNCSOS 2J2ZBSD)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!