

Продажи

Анализ покупателей и
продавцов



Цели и задачи исследования

Задачи:

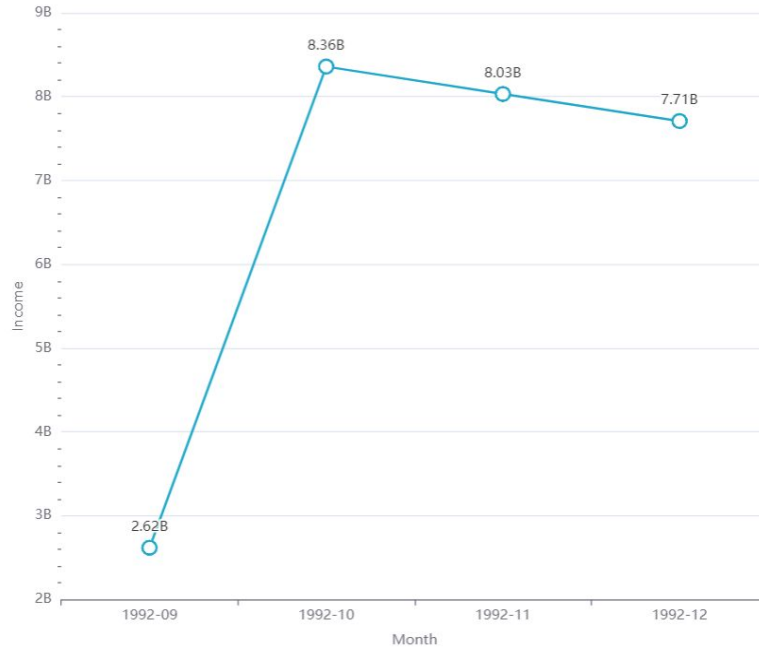
Провести анализ продаж компании, занимающейся велосипедами и запчастями, за период с конца сентября по декабрь 1992 г.
Проанализировать отдел продаж и покупателей.

Цели:

Выявление сезонности продаж, динамики валовой прибыли, определение возрастных групп клиентов.

Выявление лучших/худших сотрудников отдела продаж.

Выручка по месяцам

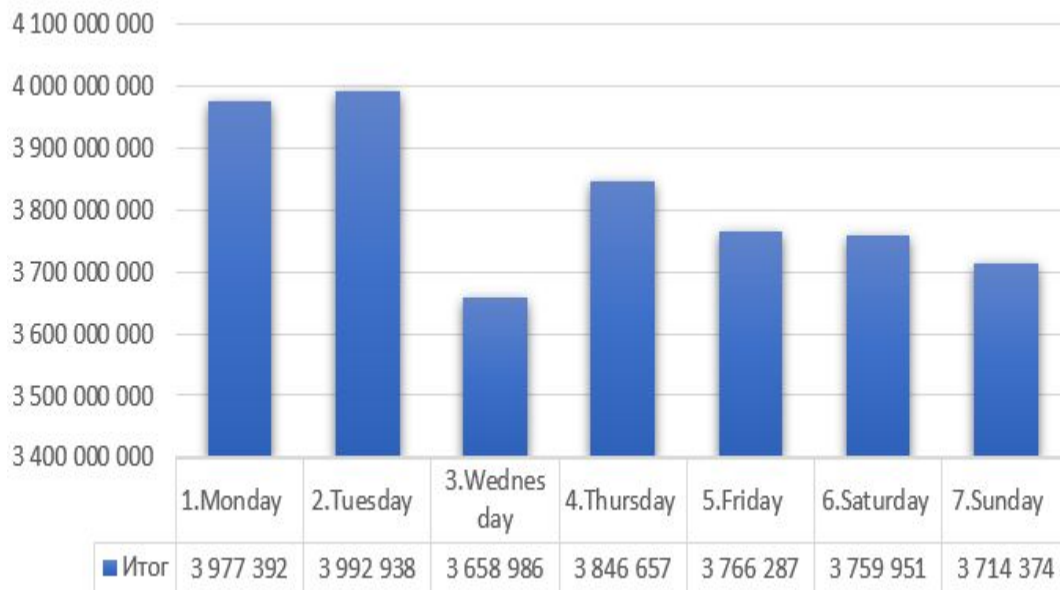


Пиковым месяцем по суммарной выручке является октябрь

Наблюдается тенденция к снижению

Данные за сентябрь представлены не полностью (только последние 10 дней)

Выручка по дням недели

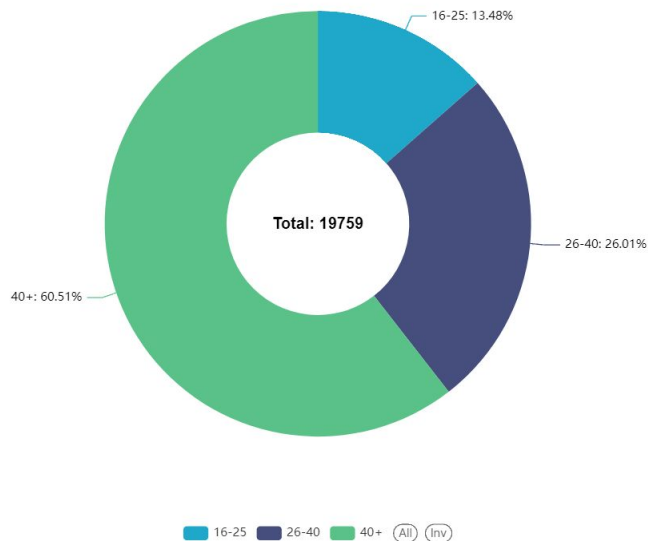


Приход денежных средств за каждый день недели составил более **3.6М** условных единиц

Самым неудачным днем являлась среда

Покупатели

Возрастные категории



Информация о покупателях с разбивкой по 3 возрастным категориям

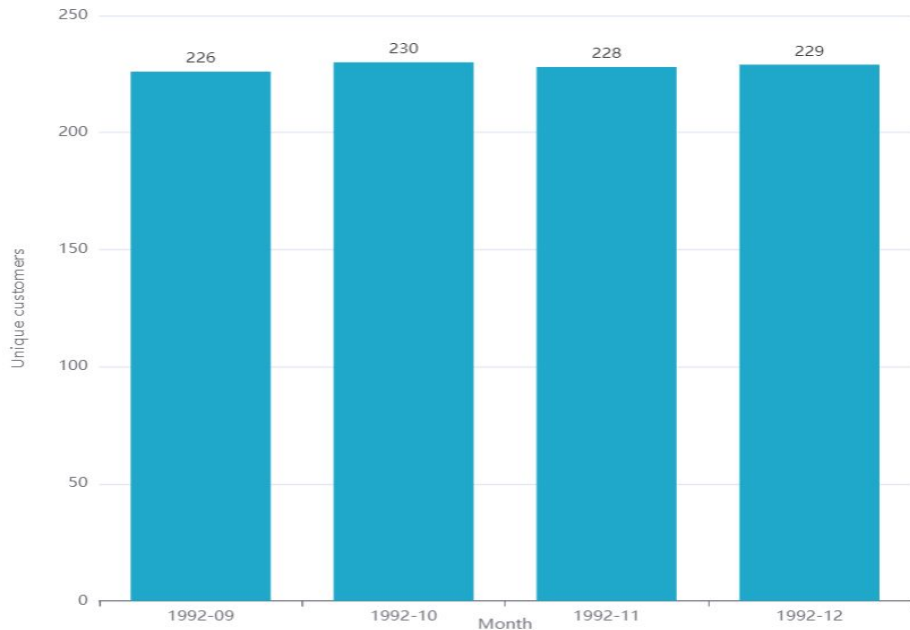
Количество уникальных покупателей **19 759**

Большая часть покупателей (60.5 %) представлена в категории 40+

Самой малочисленной категорией (13.5%) является категория от 16 до 25 лет



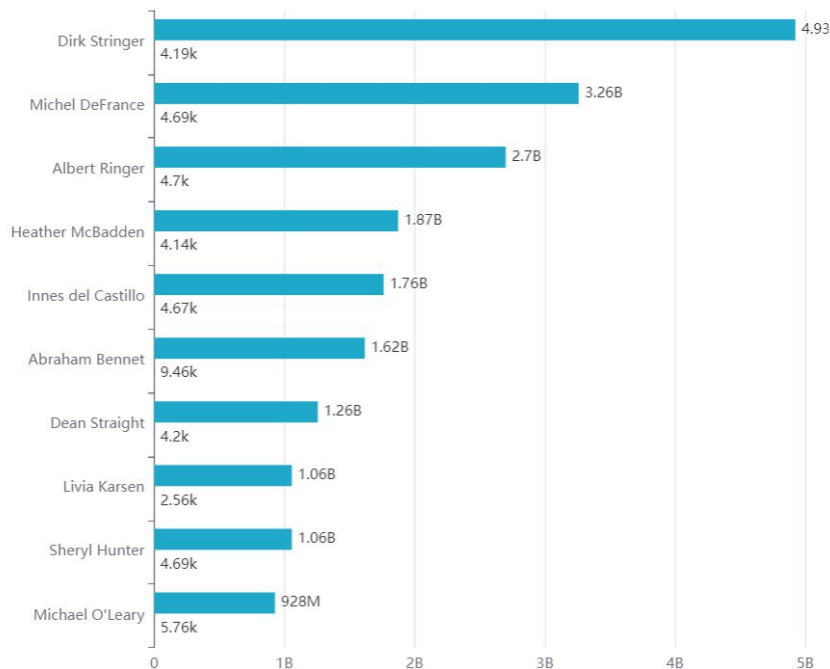
Уникальные посетители по месяцам



Количество уникальных посетителей в месяц за исследуемый период практически не изменяется и держится в районе **228**



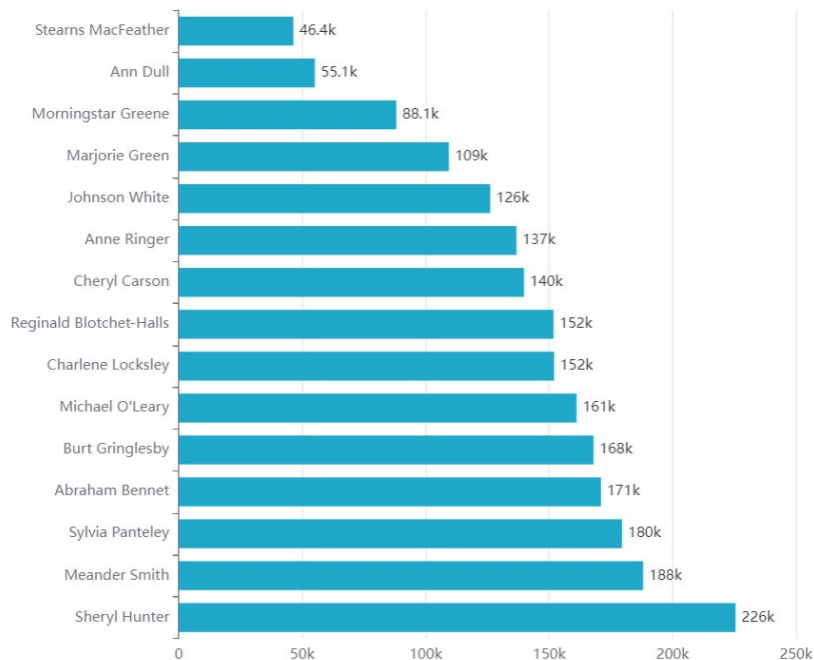
Отдел продаж. Топ-10 лучших продавцов по прибыли.



Стоит отметить явного лидера, который превосходит более чем в 5 раз своего коллегу с 10 места, при этом имея меньшее количество совершенных сделок



Отдел продаж. Продавцы с выручкой ниже средней.



Средняя выручка по всем продавцам составляет 267 т. условных единиц

Больше половины отдела продаж имеет выручку ниже среднего показателя.



Выводы

На основании изученных данных можно выделить первоочередные задачи для решения и соответственно развития компании в будущем:

1. Привлечение новых клиентов возрастной категории 16-25, т.к. это самый малочисленный сегмент покупателей, что довольно странно для компании такого профиля.
2. Пристальное внимание к отделу продаж. Неестественная разница в показателях менеджеров. Уточнение причины такого разброса. Мотивация отстающих, увольнение нечестных.

Спасибо за внимание (: