

# Проект: Продажи

Анализ данных торговой площадки





# **Цель: анализ данных о продажах**

Задачи:

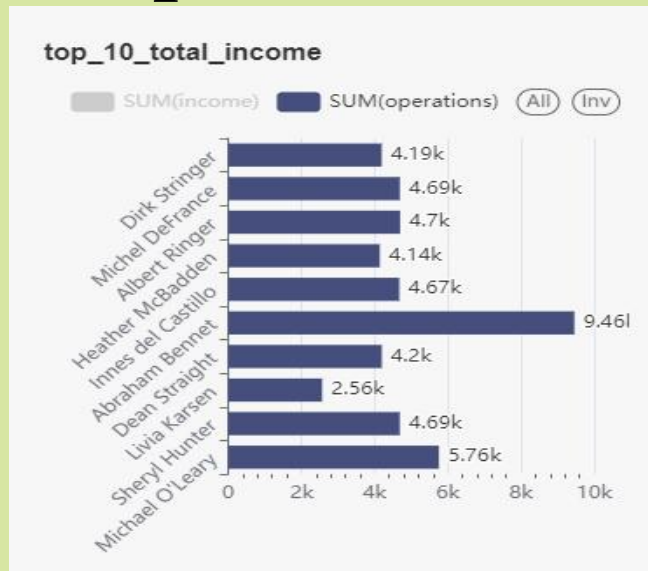
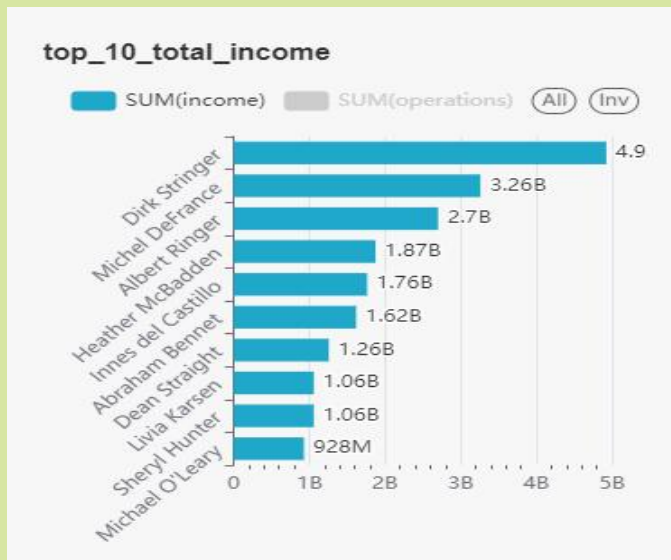
1. анализ работы продавцов
2. анализ данных о покупателях



# Введение

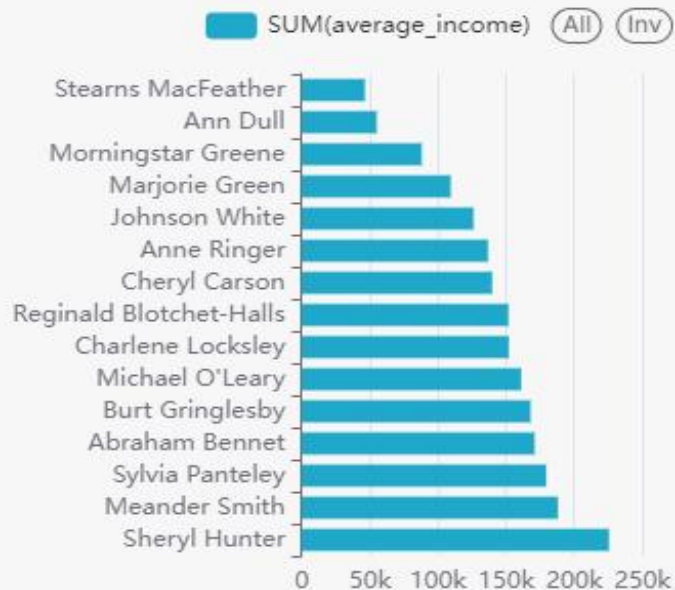
В данной презентации для анализа представлены графики и диаграммы, основанные на данных, полученных с помощью запросов sql. Визуализация проведена в Preset.

# Анализ отдела продаж



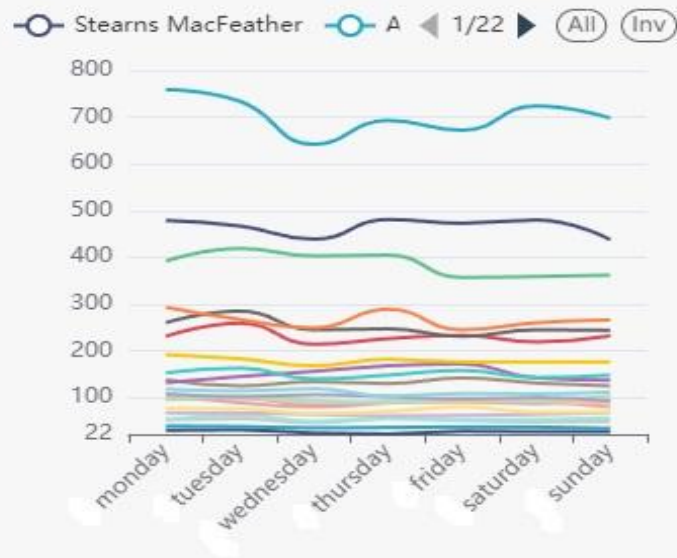
Необходимо найти лучших сотрудников компании за определенный отрезок времени. Для этого взяли данные по суммарной выручке с продаж и составили топ-10 продавцов - диаграмма слева. При этом большая выручка зависит не от количества проведенных сделок, а от их цены - на это указывает диаграмма справа. Так, например, лидер продаж Dirk Stringer находится лишь в середине по количеству проведенных сделок.

### lowest\_average\_income



Чтобы выявить эффективность работы каждого сотрудника, провели расчеты и нашли продавцов, чья средняя выручка ниже средней общей выручки - диаграмма слева. Наихудшие показатели у Stearns MacFeather и Ann Dull. Также

day\_of\_the\_week\_income\_all



day\_of\_the\_week\_income



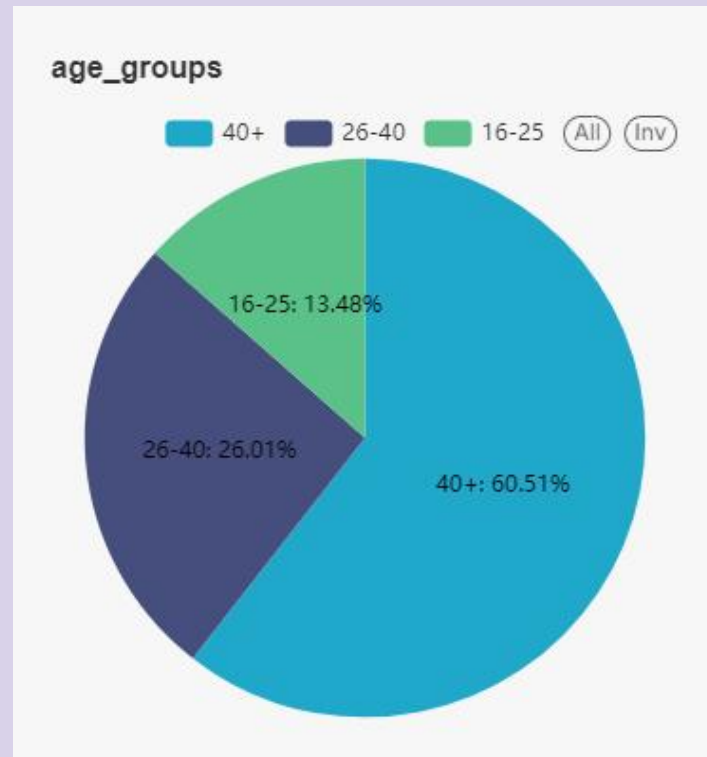
График слева отражает работу каждого сотрудника в разрезе времени. Так можно выявить самые “успешные” или “провальные” дни продавца.

На графике справа мы видим картину в целом, то есть какую выручку для компании принес каждый день недели. Меньше всего прибыли было в среду.

# Анализ покупателей

Разберем данные о покупателях и покупках.

Для начала проанализируем возраст покупателей. На графике справа представлено распределение покупателей по возрастным группам. Категория “40+” включает наибольшее количество покупателей, категория “16-25” - наименьшее.



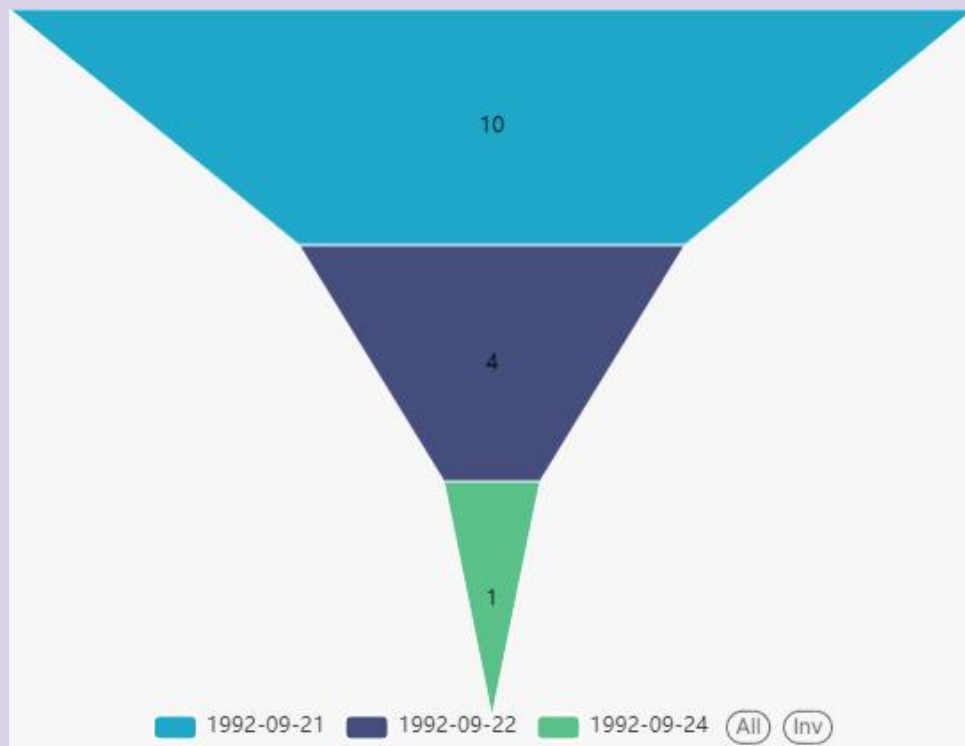


Далее проведем анализ данных по количеству покупателей и выручке по месяцам.

Как видно из графика, показатель выручки с октября по декабрь снизился, но количество уникальных покупателей в среднем находится на одном уровне. Можно предположить, что данная тенденция сложилась ввиду того, что покупатели предпочитали более дешевый продукт.

Показатели сентября не берем во внимание, так как данные по нему предоставлены не в полном объеме.





Компания с целью привлечения новых клиентов провела акцию - товар отпускали со стоимостью равной 0. Но на графике видно, что данная акция не несет ценности для покупателя, ведь за все время удалось привлечь всего 15 новых покупателей. Если в первый день акцией воспользовались 10 человек, то уже на четвертый день - только один.



# Заключение

В данной работе был проведен анализ данных торговой площадки в два этапа:

1. Анализ отдела продаж компании.

## Выводы:

Нашли топ-10 продавцов и выявили взаимосвязь, что их “успех” не зависит от количества проведенных сделок. Также нашли менее эффективных в работе продавцов - их средняя выручка меньше общей средней выручки.

Рассмотрели работу каждого сотрудника и выручку по дням недели. В среду компания получила меньше всего дохода.



## 2. Анализ покупателей компании.

### Выводы:

Из анализа следует, что самой платежеспособной возрастной категорией покупателей является категория 40+ - 60%. В периоде с октября по декабрь показатель выручки снижался, хотя количество покупателей в среднем оставалось на одном уровне. Компания предприняла действия по привлечению новых клиентов и провела акцию, которая за 4 дня привела 15 новых покупателей, но после 4-го дня успех акции сошел на нет.

Ссылка на дашборд:

<https://7a02f9be.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/p/jPleaOdVgXN/>