
Анализ эффективности продаж и покупателей

Ключевые метрики

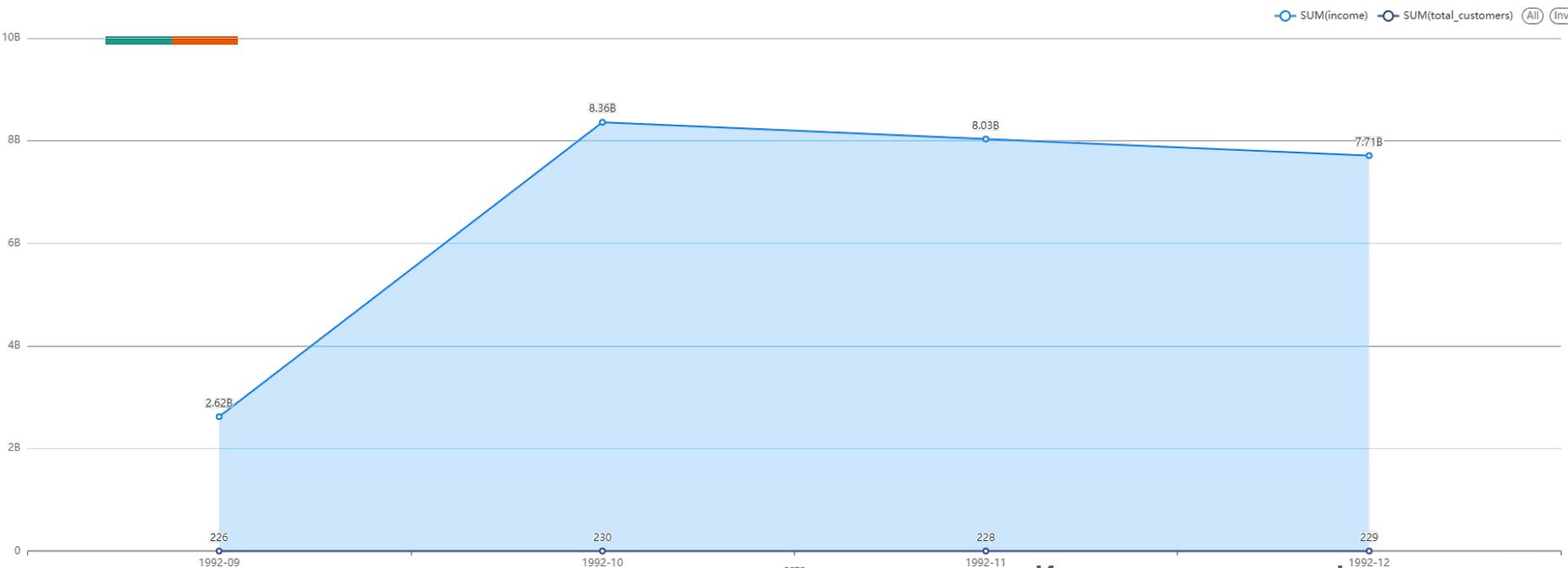


Временные тенденции

Анализ покупателей

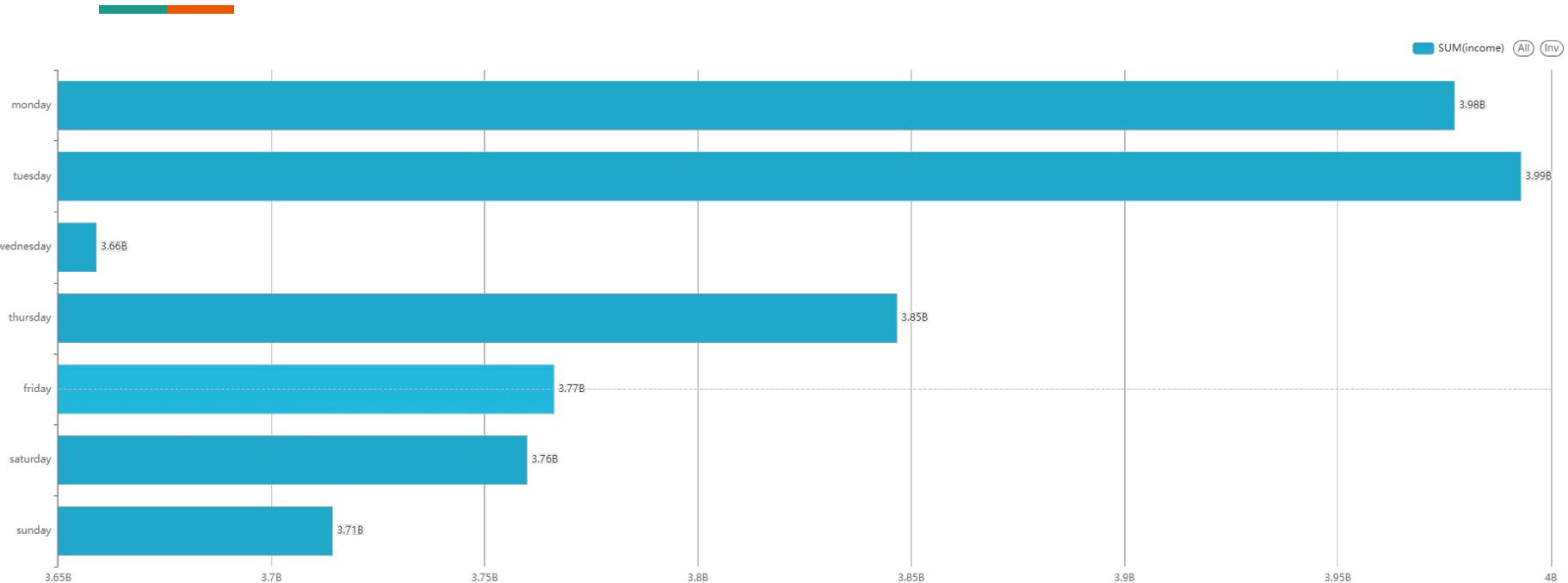
Анализ продавцов

Динамика по месяцам



Исходя из графика можно предположить, что к середине осени (октябрь) заинтересованность клиентов в услугах начинает повышаться

Выручка по дням недели

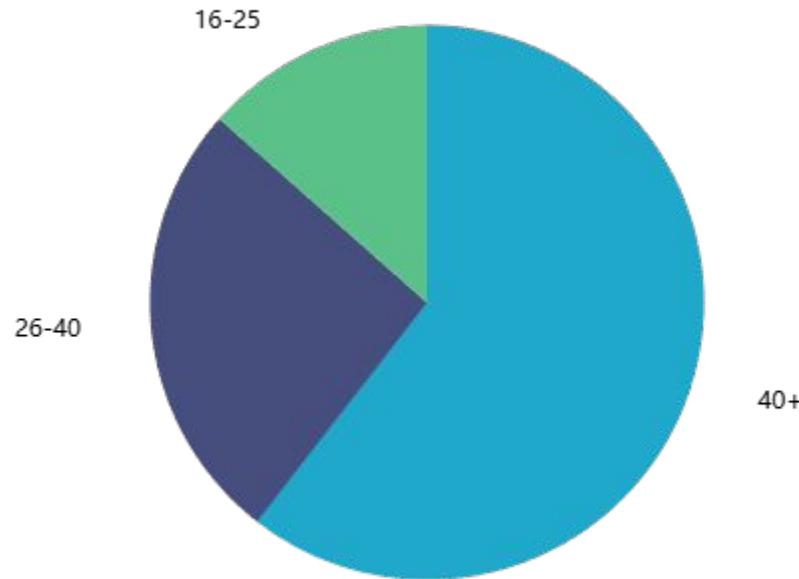


Исходя из графика можно сделать вывод, что
большинство покупок клиенты совершают в
понедельник и вторник

Возрастные группы покупателей

—

40+ 26-40 16-25 All Inv



40+

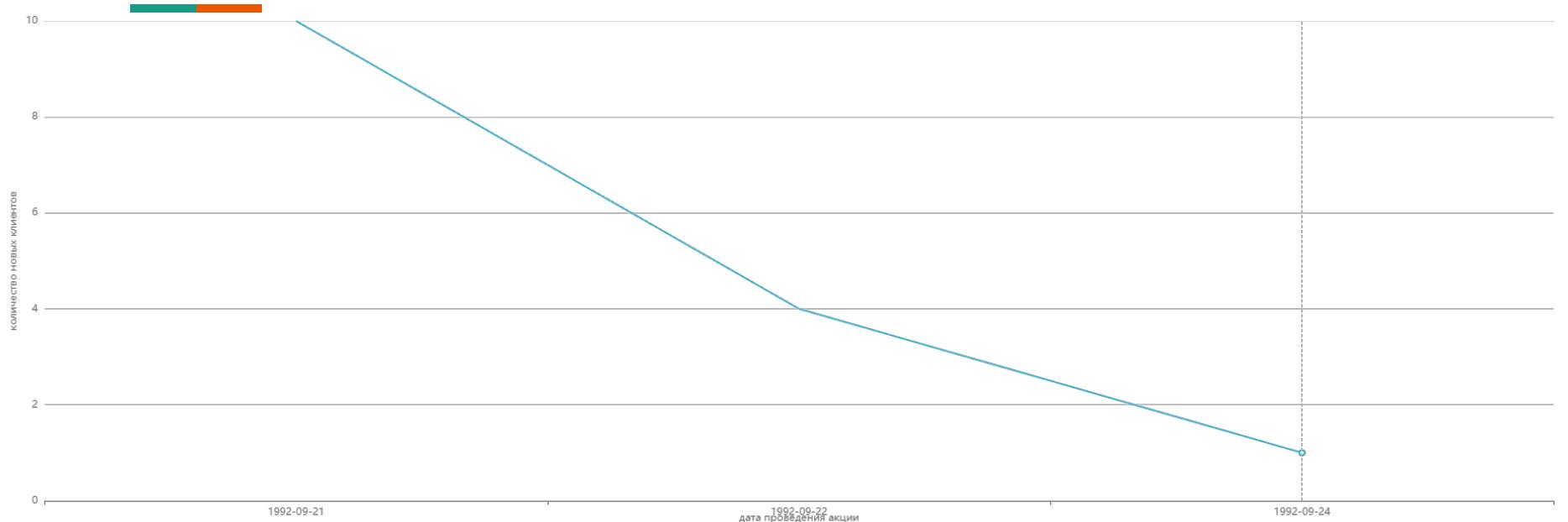
26-40

16-25

Целевая аудитория в возрасте 40+ лет, в то время как молодые люди (16-25) слабо заинтересованы в наших услугах

Новые клиенты “по акции”

COUNT(customer) (All) (Inv)

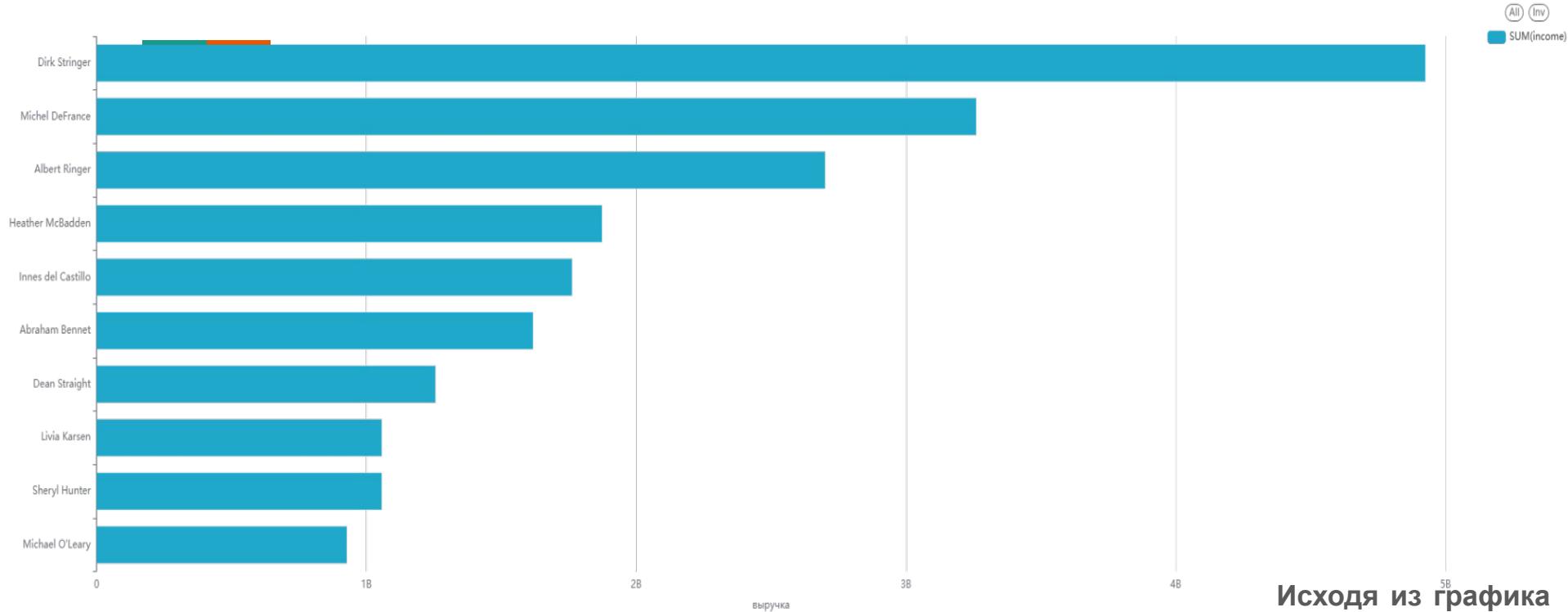


1992-09-22
дата проведения акции

1992-09-24

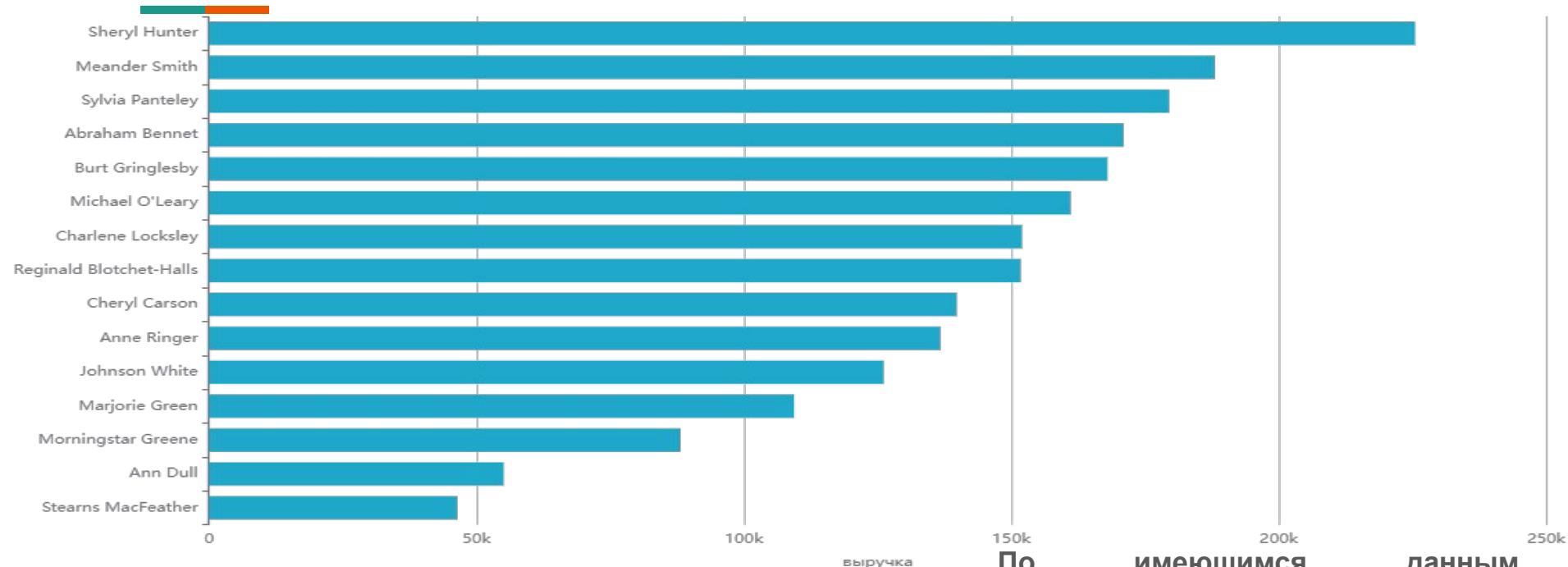
Исходя из графика, можно заметить, что в последнее время акции не приводят новых клиентов

Топ 10 продавцов



Исходя из графика
лучший продавец -
Dirk Stringer

Продавцы с низкой выручкой за сделку



По имеющимся данным, перечисленные продавцы имеют среднюю выручку за сделку ниже средней в компании

Выводы

Требует улучшения

Акционные кампании не привлекают новых клиентов, что указывает на необходимость пересмотра маркетинговой стратегии.

Бизнес сильно зависит от аудитории 40+, что создает риски стагнации и ограничивает долгосрочный рост.

Большинство продавцов имеют низкую среднюю выручку за сделку.

Сильные стороны

Сезонный рост - увеличение спроса в октябре

Стабильные пиковые дни - высокая конверсия в понедельник и вторник

Dirk Stringer демонстрирует эталонные показатели



Ссылка на dashbord

https://339c9418.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=s3x_l_OHbj5dpuunPCP-n6N6CBHD4U2Lhv8mMxGneycGKUa0wOSabDxmjr7fF2Nr