



Проект “Продажи”



автор: Арнаутова Юлия

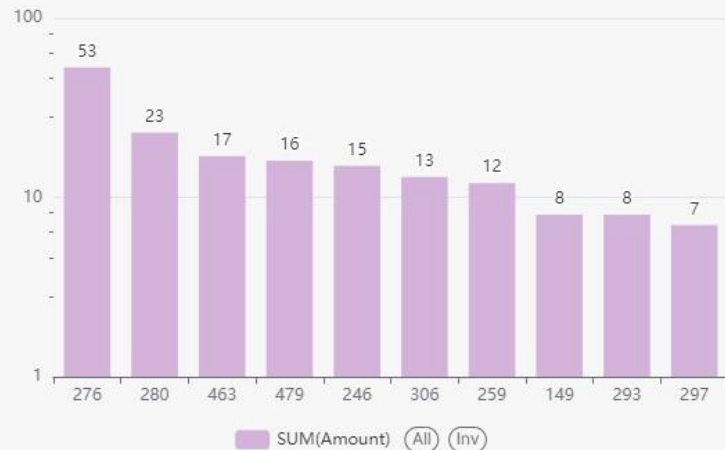


Анализ продуктов

топ 10 самых продаваемых продуктов



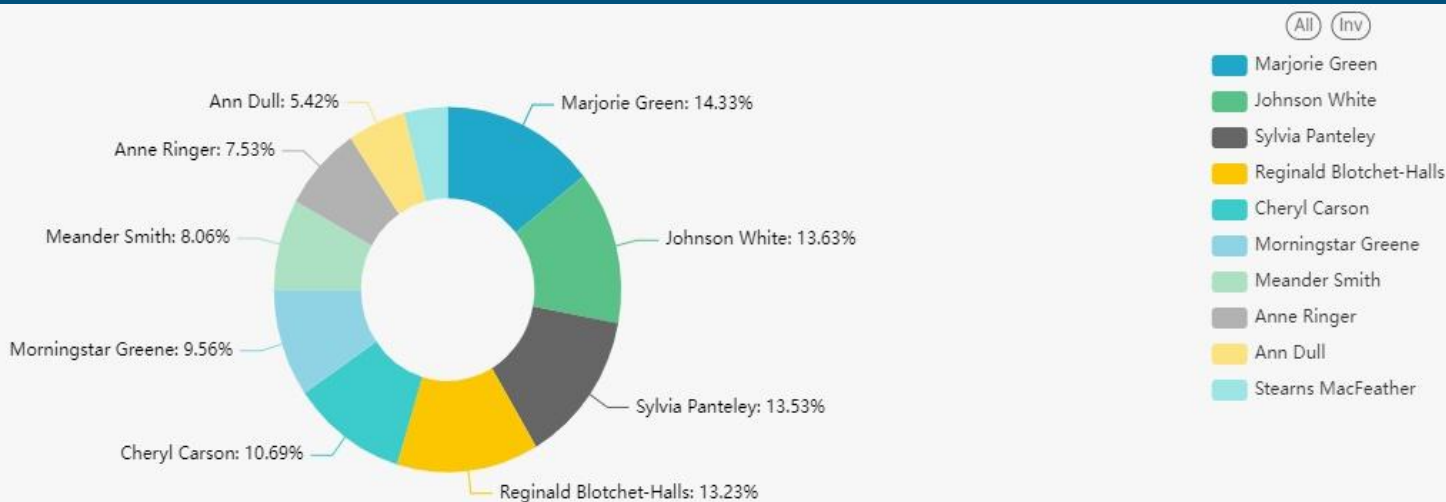
самые прибыльные товары



Если сравнить самые ходовые товары с самыми прибыльными, то можно понять, что продукты - 463, 149, 276, 306 хорошо продаются и приносят высокую прибыль компании.

Продукты 280, 479, 246, 259, 293, 297 - высокомаржинальные, т к приносят высокую прибыль, при этом продажи не частые. Продукты 399, 336, 213, 86, 416, 433 - пользуются высоким спросом, но не приносят высокой прибыли. Тут можно подумать над ценовой политикой.

Анализ отдела продаж

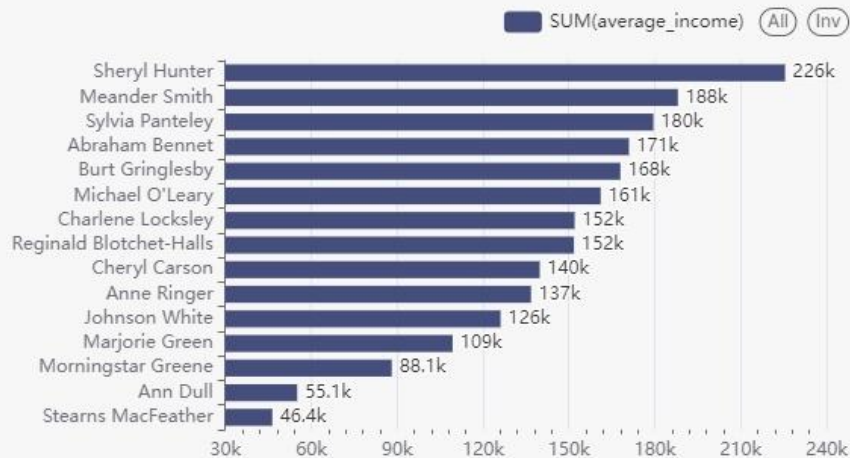


Видим распределение по доле выручки среди топ-10 продавцов.

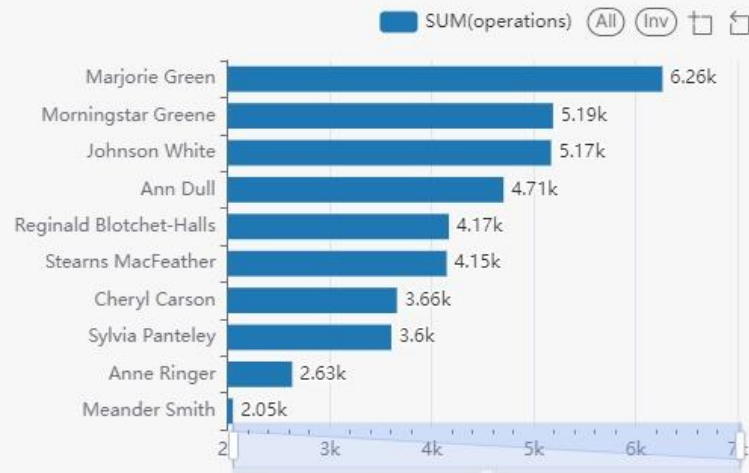
Самый эффективный продажник - Marjorie Green. Диаграмма дает наглядное представление о вкладе каждого сотрудника в общую выручку компании. Руководство может принять решение о премировании сотрудников исходя из политики компании.

Анализ отдела продаж

продавцы чья средняя выручка ниже средней общей выручки



кол-во сделок

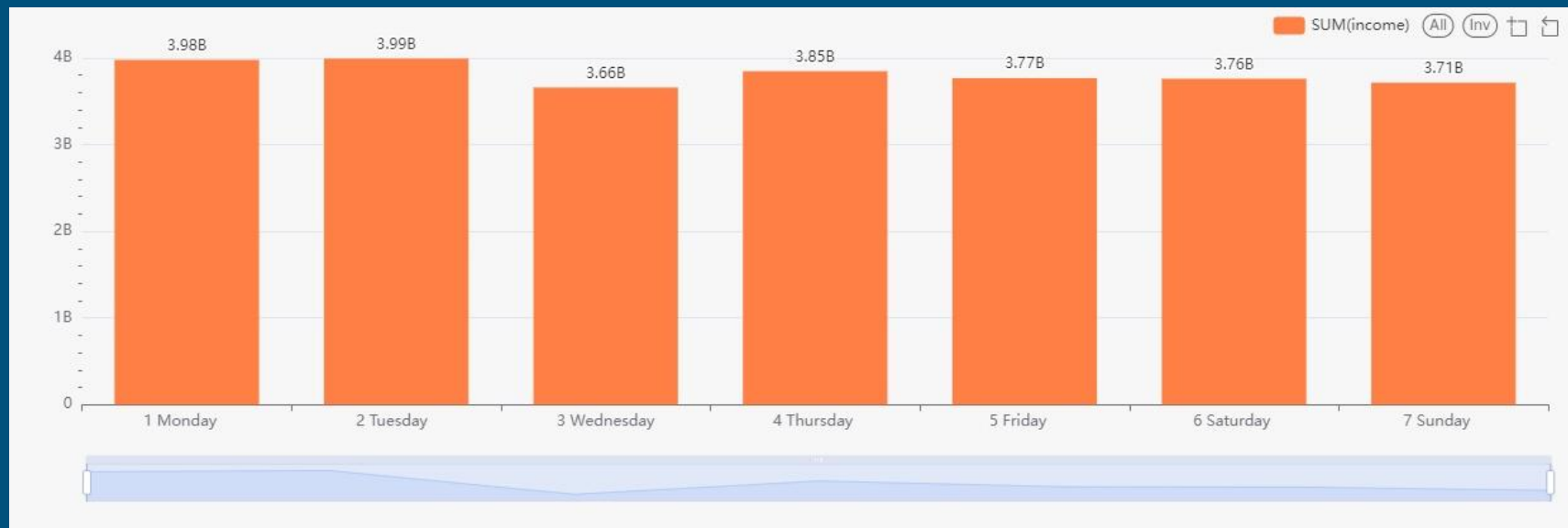


На диаграмме видим продавцов, чья средняя выручка от сделки ниже общей средней выручки за сделку.

Продавцы Reginald Blotchet-Halls, Anne Ringer, Johnson White, Marjorie Greene, Ann Dull, Stearns MacFeather из списка топ-10 по эффективности, следовательно делаем вывод, о том что они чаще продают недорогие продукты и делают основной оборот компании. Отсюда вывод, что основной оборот компании делают продукты со средней и низкой маржинальностью.

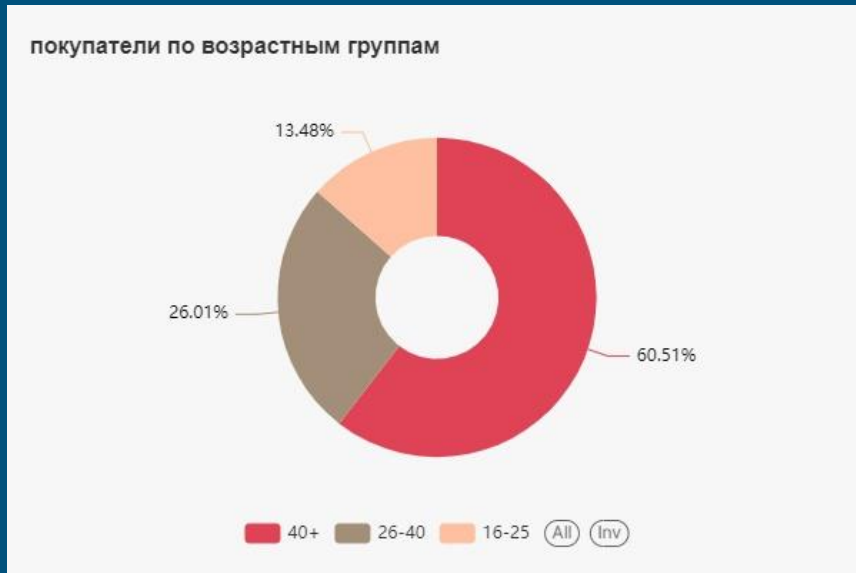
Продавцы Meander Smith, Anne Ringer, Sylvia Panteley, Cheryl Carson имеют относительно небольшое кол-во сделок и среднюю выручку за чек ниже средней общей и вместе с тем находятся в ТОП-е по эффективности. Тут явно есть потенциал для роста - при увеличении кол-ва сделок.

Анализ отдела продаж



На диаграмме видим, что максимальной суммарной выручки достигали в начале недели (пн-вт). Со среды продажи были ниже, но не критично и до конца недели держались примерно на одном уровне. В целом, тут есть небольшая зависимость продаж от дня недели.

Анализ покупателей



Из диаграммы понятно, что целевая аудитория компании - люди 40+.

Анализ покупателей



На графике видим в течение 4-ех месяцев кол-во покупателей практически не меняется. В сентябре было довольно существенное падение объема продаж. Нужно больше данных чтобы понять причины спада.

Анализ покупателей



График может помочь в понимании эффективности акции. В первый день было привлечено 10, во второй - 4, в третий - 1 лид. Что-то явно не так...