

Hexlet

Проект первого модуля:

Продажи

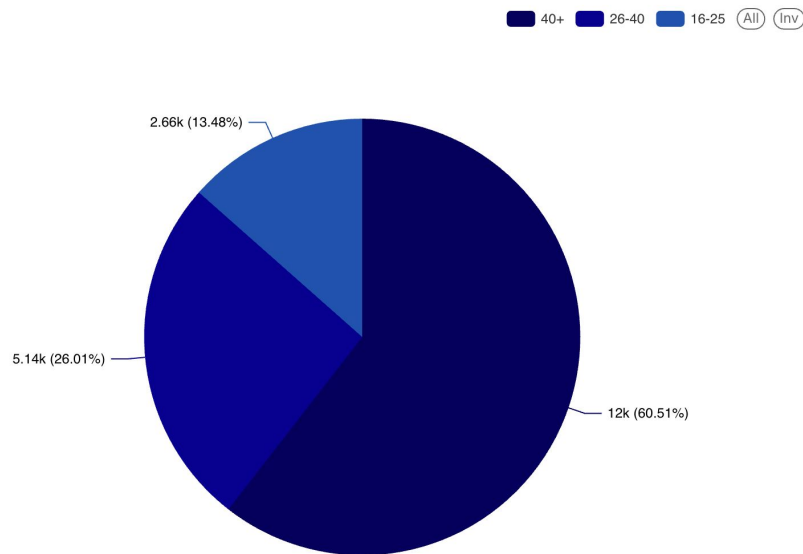
Азиз Омирбаев

<https://github.com/aziiizomirbaev/data-analytics-project-92>

В данной презентации будут рассмотрены показатели анализа такие как:

- ❖ Агрегация по возрасту
- ❖ Дни недели
- ❖ Количество сделок/ Выручка с этих сделок
- ❖ Средняя выручка < Общая средняя выручка
- ❖ Покупатели по месяцам
- ❖ Покупатели по акции

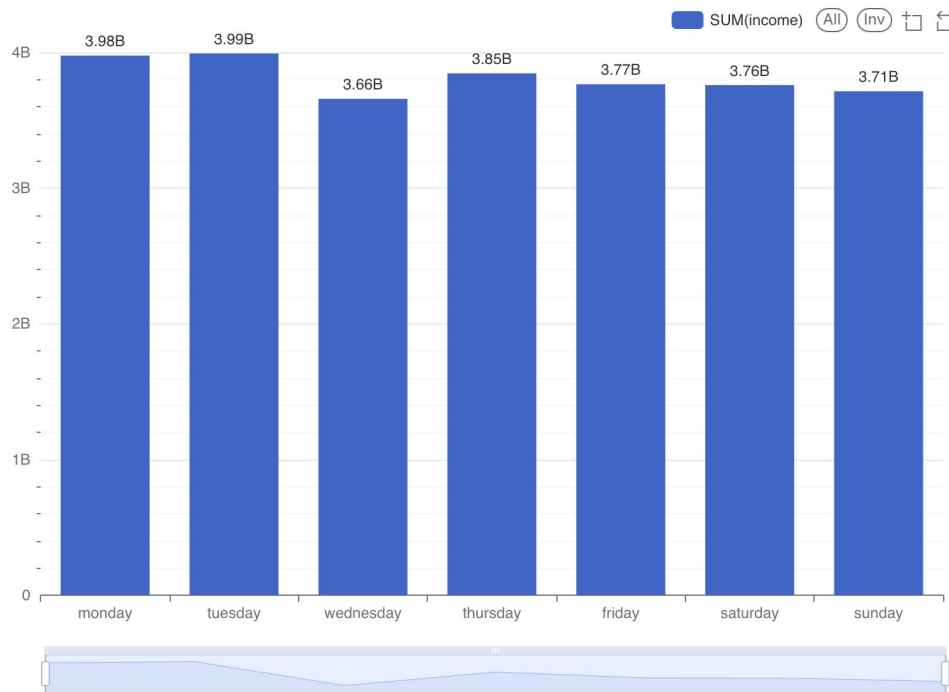
Агрегация по возрасту



На данном **Pie Chart** представлено соотношение покупателей по возрастам.

Как вы можете заметить, чуть больше половины покупателей, а именно **60,51%**, составляют люди в возрасте старше 40 лет.

Дни недели

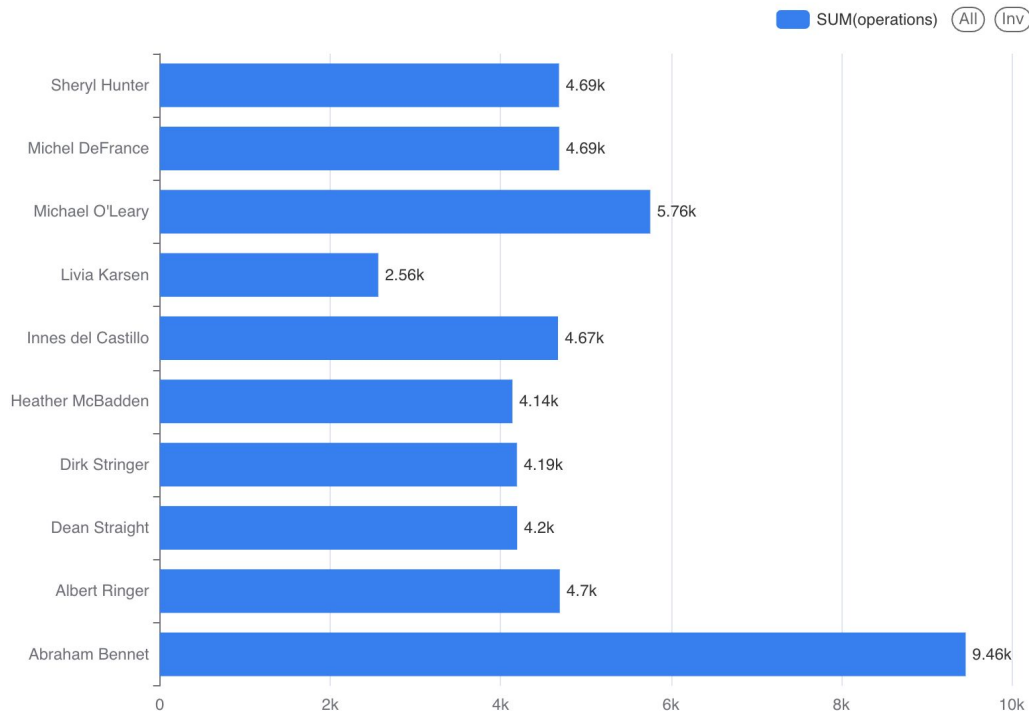


Суммарная выручка в определенный день недели

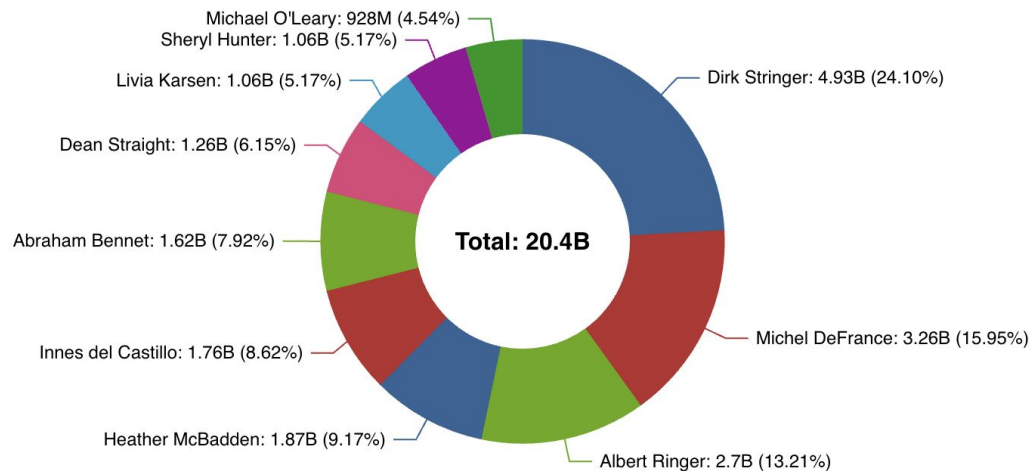
Количество сделок

По названию понятно, что представляет собой данная **столбчатая диаграмма**.

Однако давайте углубимся: на диаграмме показаны **top-10** сотрудников по количеству сделок, которые они провели за всё время работы. Лидером по количеству сделок является **Abraham Bennet**.



Выручка с этих сделок



Не смотря на то, что **Abraham Bennet** является лидером по количеству сделок, по выручке его обогнали **Dirk Stringer**, **Michel DeFrance**, **Albert Ringer**, **Heather McBadden** и **Innes del Castillo**.

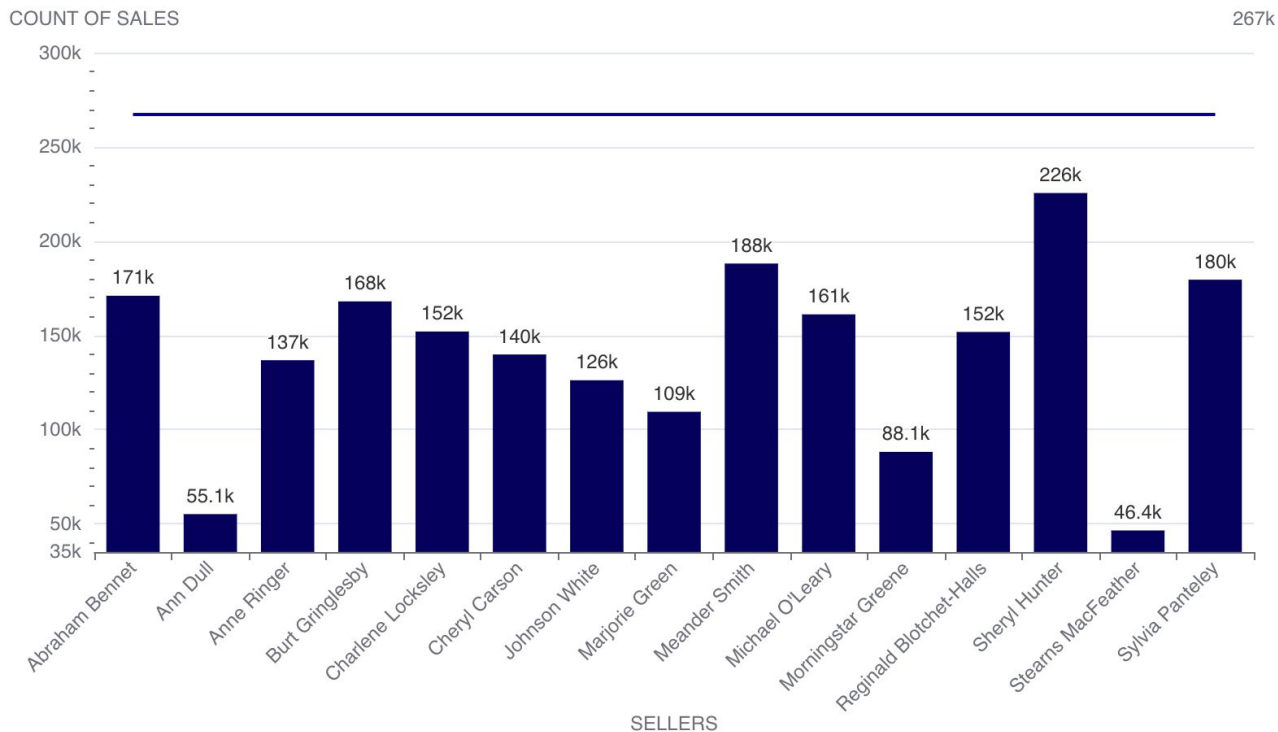
Средняя выручка < Общая средняя выручка

На следующем слайде представлены сотрудники, чья средняя выручка ниже общей средней выручки компании.

Данный анализ позволяет выявить тех, кто требует дополнительного внимания, например, для повышения квалификации, пересмотра условий работы или распределения клиентов.

Общей средней выручкой является - 267165.88

Средняя выручка < Общая средняя выручка



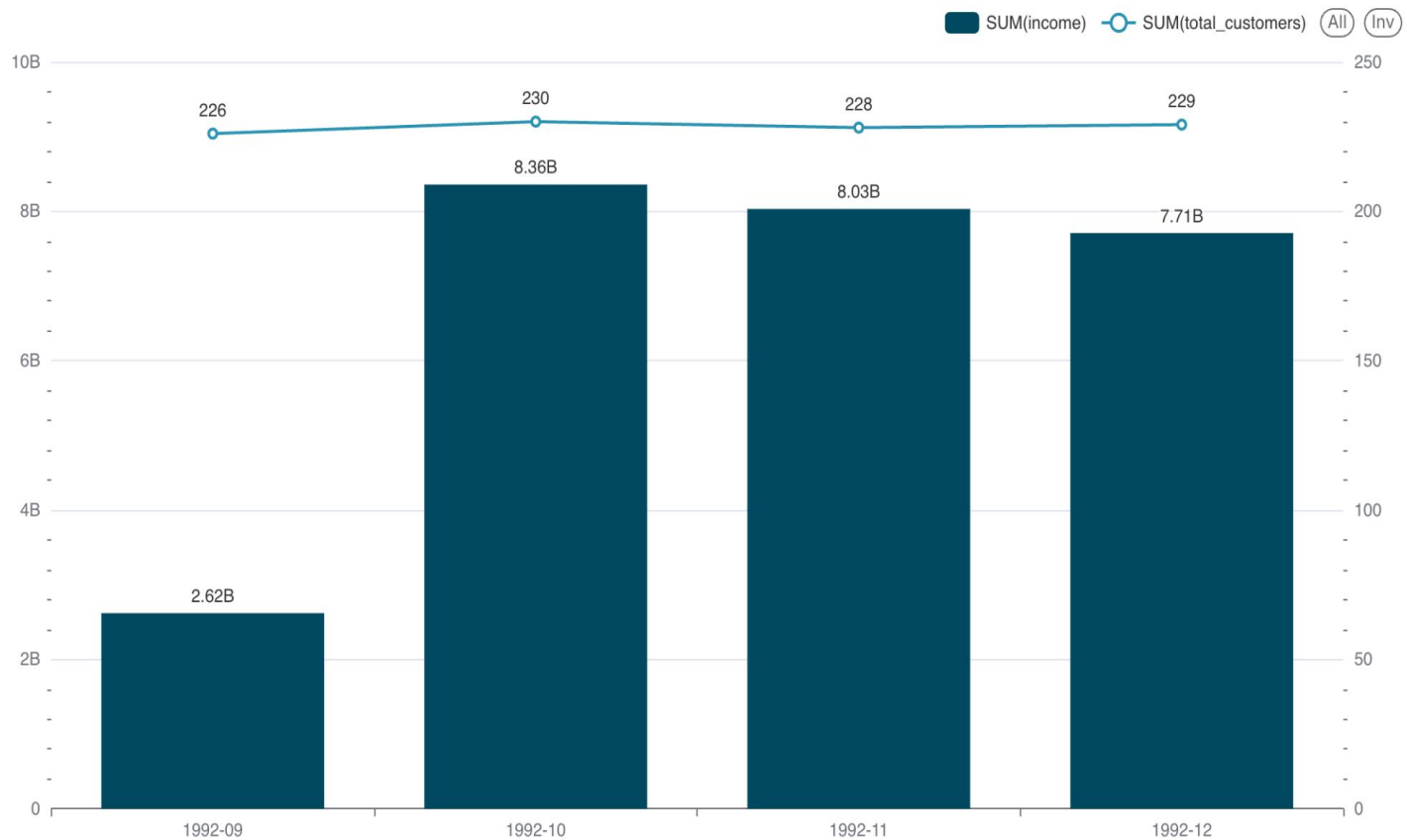
Покупатели по месяцам

На следующем слайде вы увидите распределения количества покупателей по месяцам: сентябрь, октябрь, ноябрь и декабрь 1992 года.

Помимо количества покупателей, вы также увидите показатели выручки (*income*), рассчитанной на основе этих посетителей.

Для визуализации данных использована смешанная диаграмма (*Mixed Chart*), которая позволяет одновременно отображать оба показателя, обеспечивая наглядность и удобство сравнения.

Покупатели по месяцам



Покупки по акции

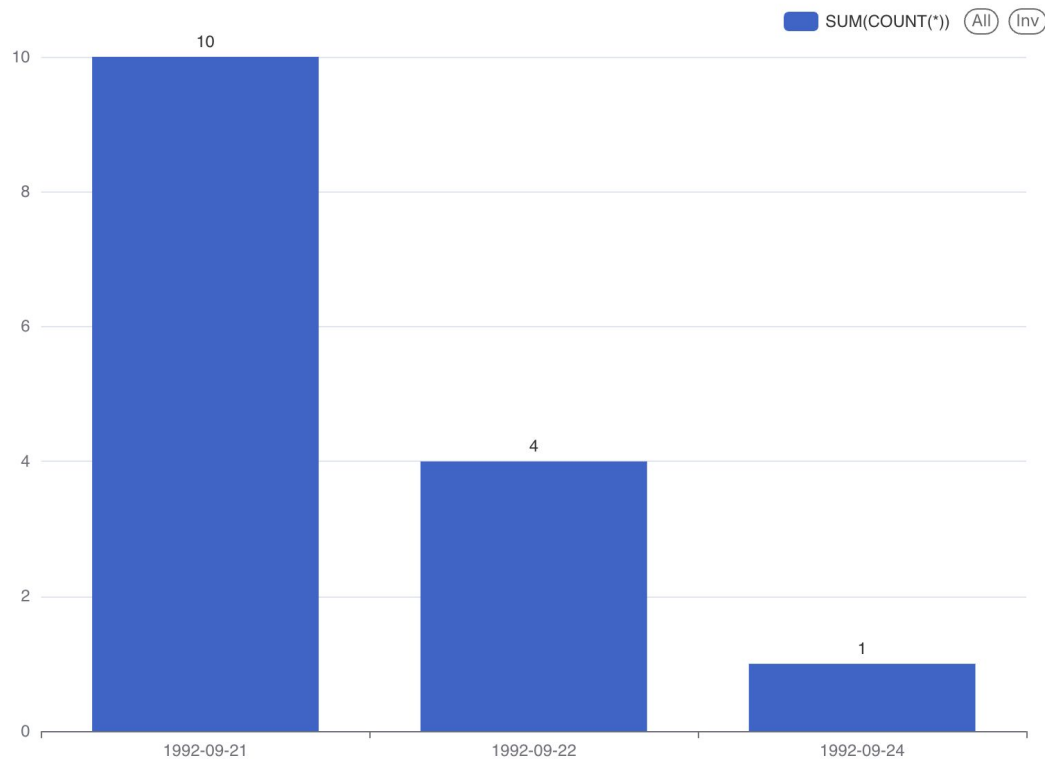
Покупка по акции означает, что продукт был приобретен по специальному предложению с нулевой стоимостью

Для анализа необходимо выделить покупателей, которые воспользовались этой акцией. Эти данные помогут понять, насколько эффективной была акция, определить вовлеченность клиентов и оценить, влияет ли она на их последующие покупки

Покупки по акцији

customer ↕	sale_date ↕	seller ↕
Cristina Xu	1992-09-21	Abraham Bennet
Jacob Martinez	1992-09-21	Michael O'Leary
Jared Gray	1992-09-22	Dirk Stringer
Kaitlyn Allen	1992-09-21	Dirk Stringer
Karen Huang	1992-09-21	Dirk Stringer
Krista Gill	1992-09-22	Marjorie Green
Kristen Li	1992-09-21	Michael O'Leary
Levi Gonzalez	1992-09-21	Marjorie Green
Mario Rai	1992-09-21	Abraham Bennet
Mya Coleman	1992-09-24	Michael O'Leary
Olivia Bennett	1992-09-21	Michael O'Leary
Richard Martinez	1992-09-21	Abraham Bennet
Samuel Sharma	1992-09-22	Michael O'Leary
Tyrone Ruiz	1992-09-21	Marjorie Green
Willie Gao	1992-09-22	Michael O'Leary

Покупки по акции



Итоги

Основной сектор покупателей - это люди за 40.

Наибольшая выручка наблюдалась в начале недели и понижалась к концу. Лидером по количеству сделок является Abraham Bennet, однако по выручке он отстает, это значит что много сделок != много выручки (в контексте максимальных значений)

Выявлены сотрудники со средней выручкой ниже общей средней выручки, что требует внимания к производительности.

Акционные предложения привлекли новых покупателей (чья первая покупка составляла 0 у.е.)

Кроме того, мы видим в октябре 1992 года случился торговый бум, что впоследствии принес выручку в 3.19 раз больше чем за сентябрь этого же года.

Рекомендации

Сфокусироваться на основном сегменте покупателей - людям за 40.

Провести тренинги и мастер-классы для сотрудников, чья средняя выручка ниже общей средней выручки. Возможно стоит создать поощрительную систему.

Чтобы уравновесить выручки по дням, возможно стоит создать спец.предложения по этим дням, например, всем известная "черная пятница", но которая будет действовать каждую неделю и на определенные категории товаров.

Анализировать влияние акций на привлечение новых клиентов.

Спасибо за внимание

Ссылка на Dashboard:

https://55141b3f.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native_filters_key=ZoC02neXM-wCsOsG2-5xqDVrcdql4MAqZY0XE3e-Tb49fzAMlAmzkXHndJ7Nqlv