

# Эффективность продаж

за период: 21.09.1992 - 29.09.1992

## Основные показатели

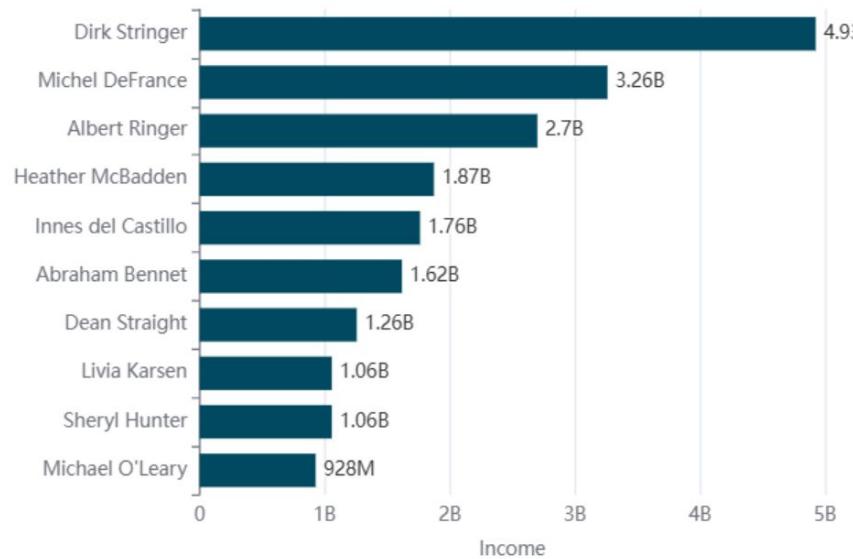
26.7 млрд Выручка

19.8 тыс Клиентов

# Ссылка на дашборд

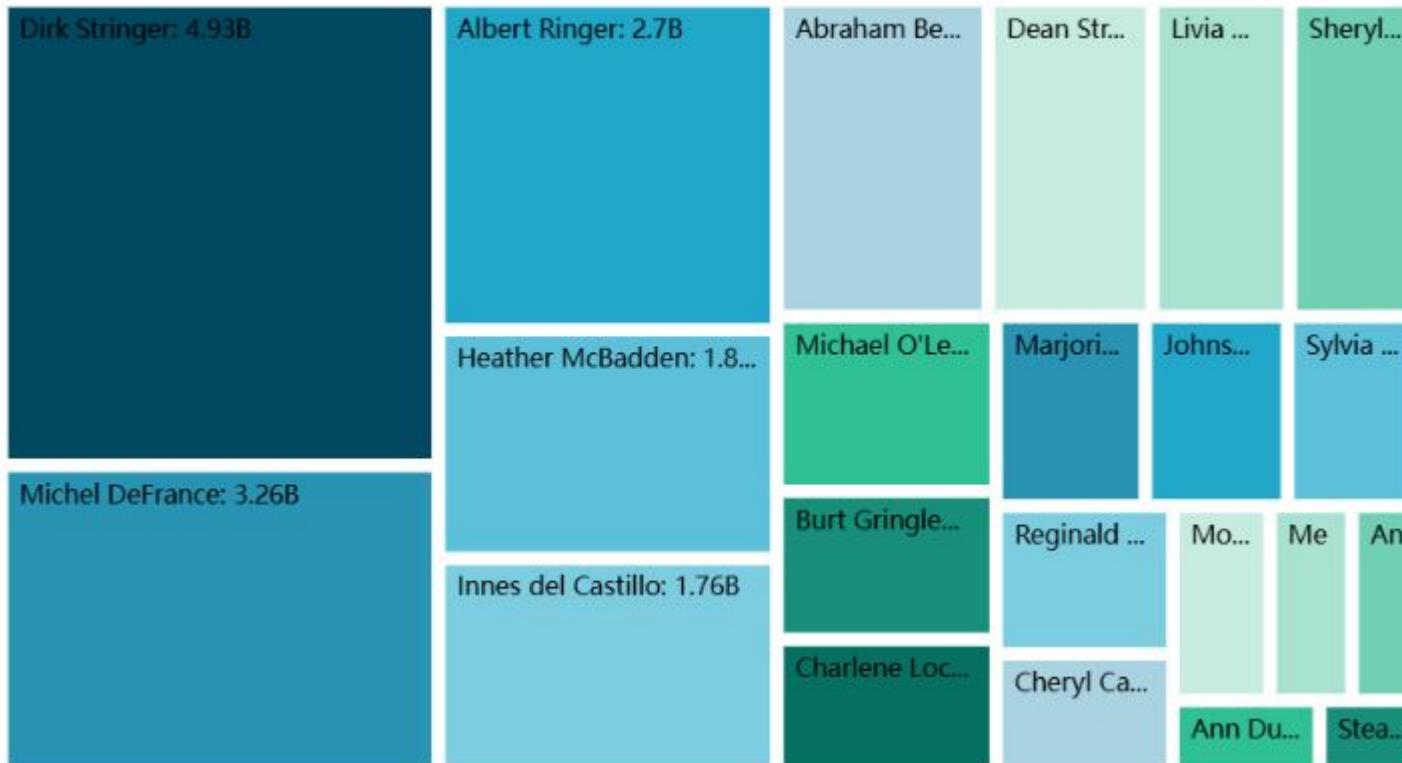
[https://a4ef8e12.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native\\_filters\\_key=9yYxXPxN7zl2n1nP0L\\_x\\_U4K4lgbw43-OVqv1o6ykOMC7PYKgYxkDcyPmHsvrfR7](https://a4ef8e12.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=9yYxXPxN7zl2n1nP0L_x_U4K4lgbw43-OVqv1o6ykOMC7PYKgYxkDcyPmHsvrfR7)

# Топ 10 продавцов



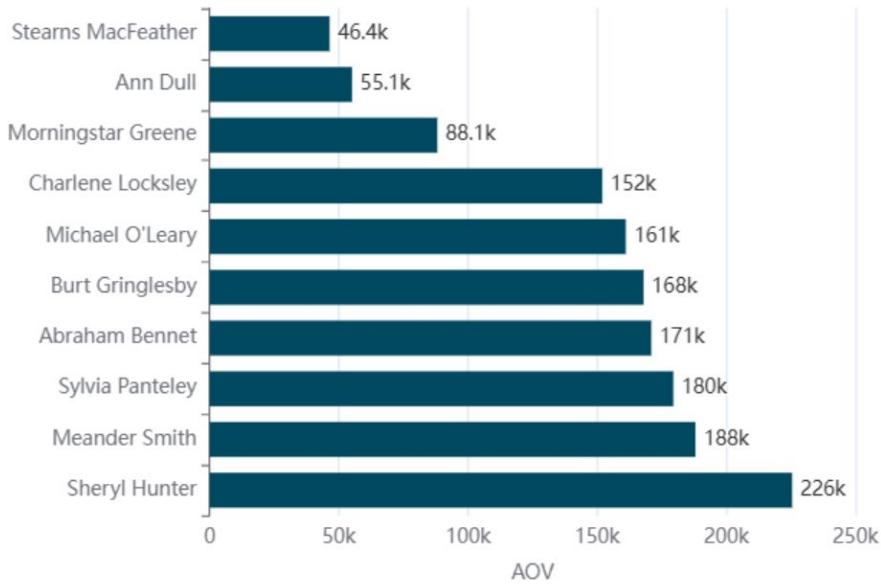
- **Dirk Stringer** лидирует с выручкой \$4.93B
- Топ-3 продавца приносят 40% от общей выручки
- Важно изучить практики топ-продавцов

# Структура выручки по продавцам



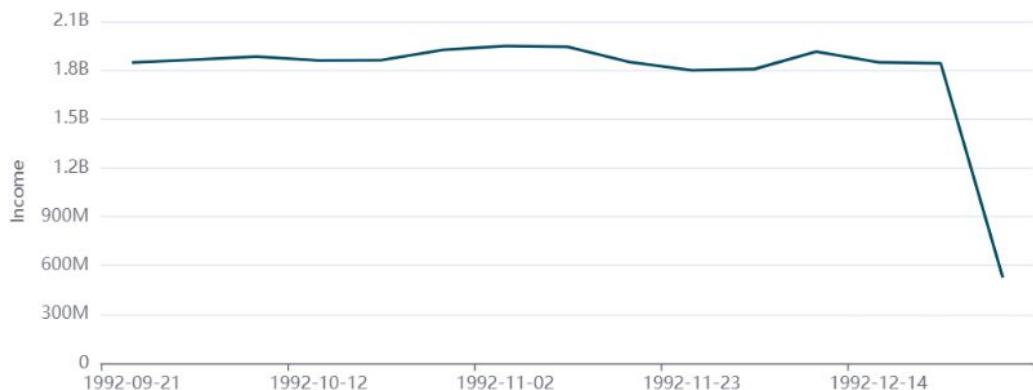
- Топ-5 продавцов приносят больше 50% от общей выручки

# Продавцы с низким AOV



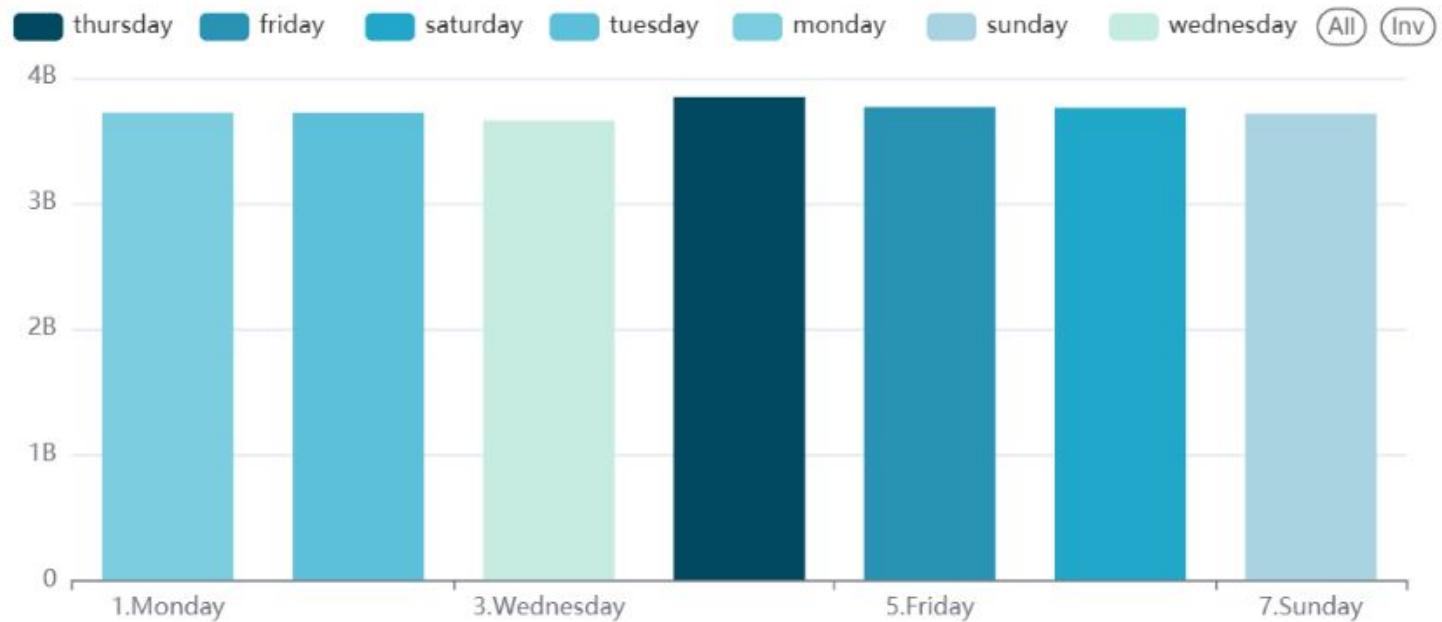
- **Sheryl Hunter** показывает самый низкий AOV (\$226k)
- Возможные причины:
  - работа с мелкими клиентами,
  - фокус на количестве, а не качестве.

# Динамика продаж по неделям



- Пиковые продажи - в конце октября / начале ноября, но в целом динамика ровная
- Последняя неделя - неполная, включает в себя только первые два дня недели

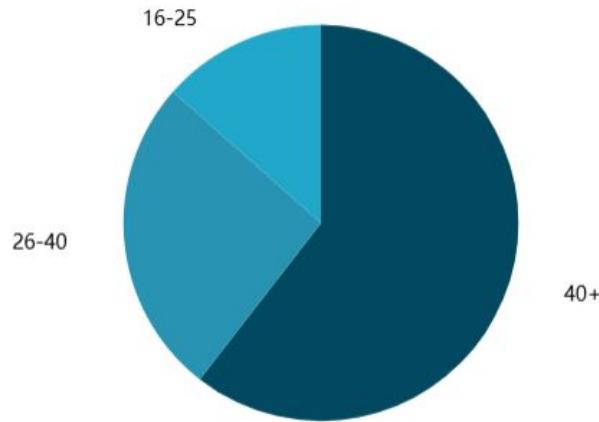
# Динамика продаж по неделям



- За рассматриваемый период топ продаж приходился на четверг, а минимальные продажи были по средам\*

\*- из анализа дней недели исключены 28 и 29 декабря, т.к. неделя не полная

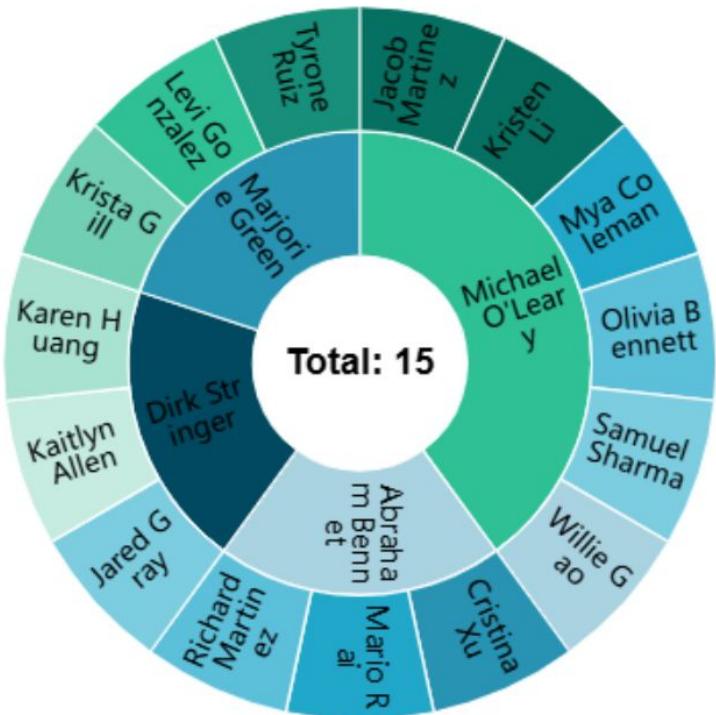
# Сегментация клиентов по возрасту



Доминирующая группа - 40+ (61%),  
наиболее платежеспособная аудитория;

Малая доля молодежи (13%), есть  
потенциал для развития.

# Специальные предложения



Специальные предложения привлекли 15 клиентов в начале продаже в сентябре и были осуществлены:

- **Michael O'Leary - 6 клиентов**
- Marjorie Green - 3 клиента
- Dirk Stringer - 3 клиента
- Abraham Bennet - 3 клиента

# Выводы

## **Сильные стороны:**

- Сильная команда топ-продавцов
- Стабильный рост клиентской базы
- Здоровая возрастная структура аудитории

## **Точки роста:**

- Повысить средний чек у 50% продавцов - программа обучения для продавцов с низким AOV, перенять практики топ-5 продавцов
- Развивать молодежный сегмент, возможно подумать над новой линейкой продуктов
- Мало клиентов по специальным предложениям – нужно продумать эффективные промо-механики для привлечения