

Проект «Продажи»

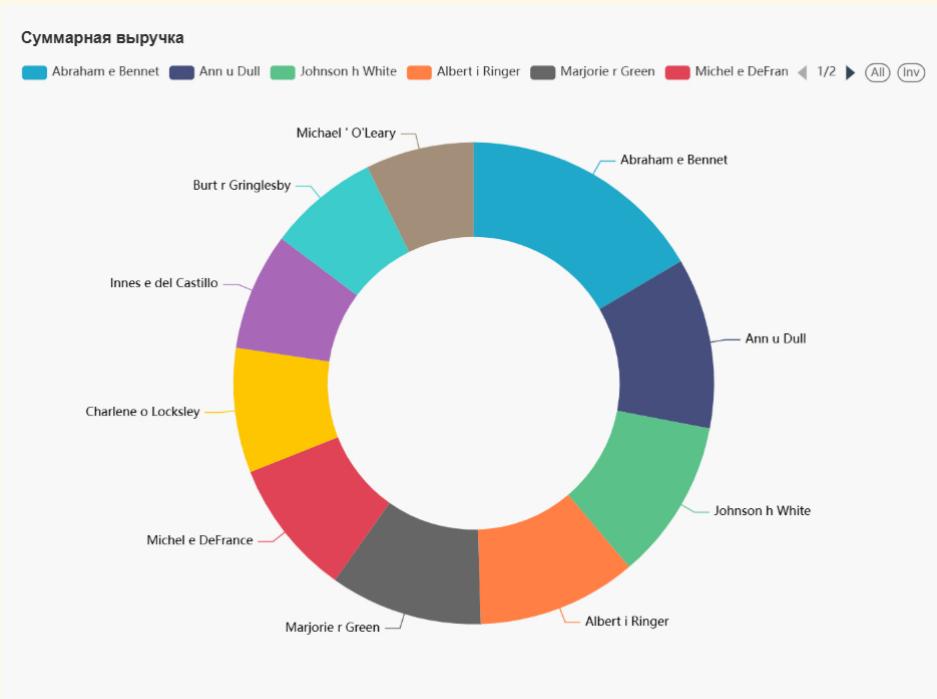
Полякова Катерина 23 ноября 2025 г.

Обзор отдела продаж

- Топ продавцов
- Средняя выручка
- Динамика выручки
- Спецпредложение
- Инсайты и выводы



Топ продавцов

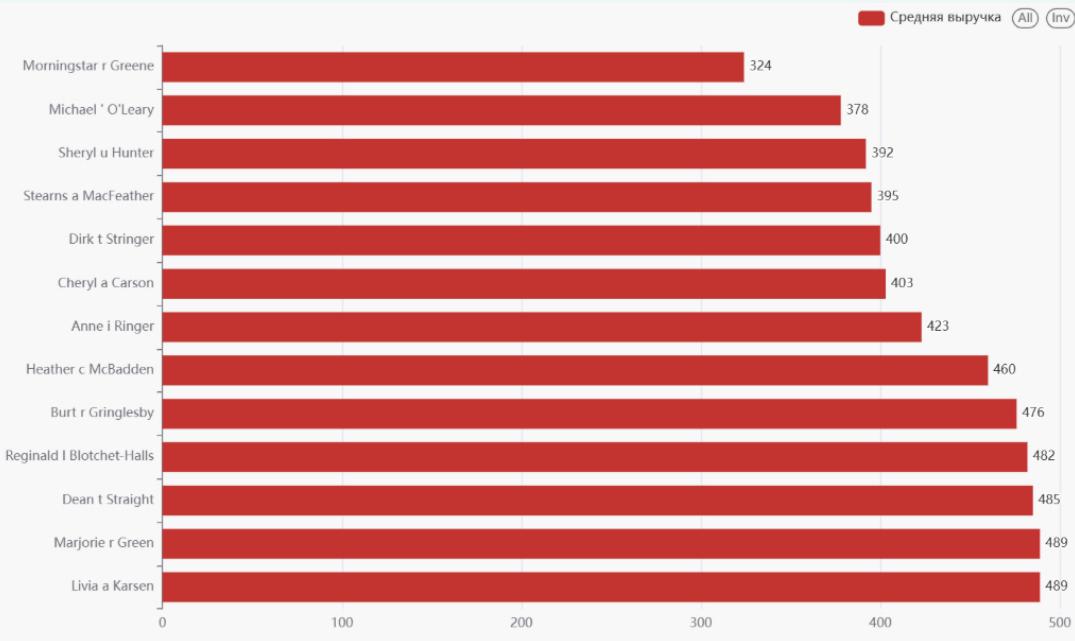


- В отделе продаж **23** сотрудника
- На диаграмме **топ-10** продавцов
- **43,5%** сотрудников дают **60,35%** выручки
- **Лидер** продаж Abraham e Bennet
- В среднем разница долей в сумме выручки между сотрудниками **0,45%**

Каждый продавец из топ-10 вносит существенный вклад в общую сумму выручки



Средняя выручка

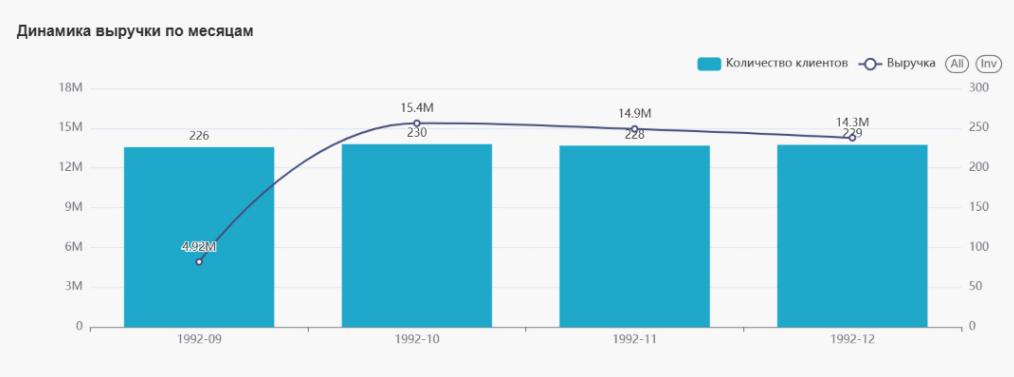


- Средняя выручка среди продавцов **495**
- На диаграмме продавцы со средней выручкой **ниже 495**

У 9 продавцов есть зона роста в показателе средней выручки

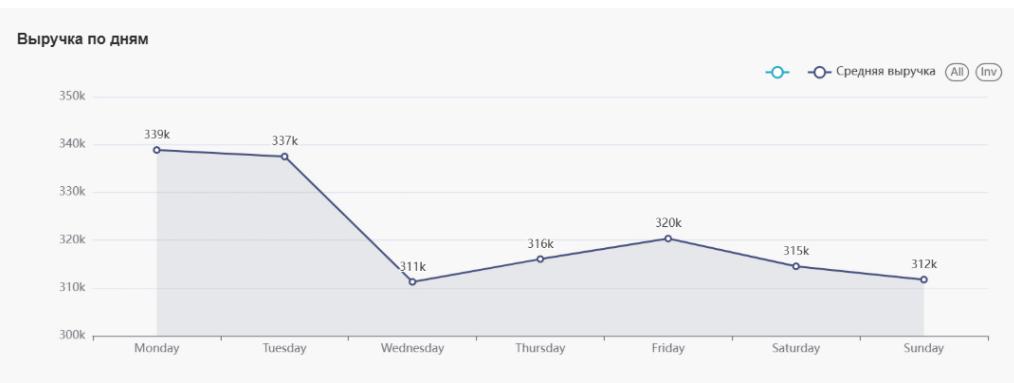


Динамика выручки



- Выручка увеличилась более чем **в 3 раза** за 1 месяц
- Количество покупателей менялось несущественно – в среднем на **0,4%** каждый месяц

Нет прямой зависимости выручки от количества покупателей. 09.1992 на выручку могли повлиять другие факторы – как внутренние, так и внешние⁵

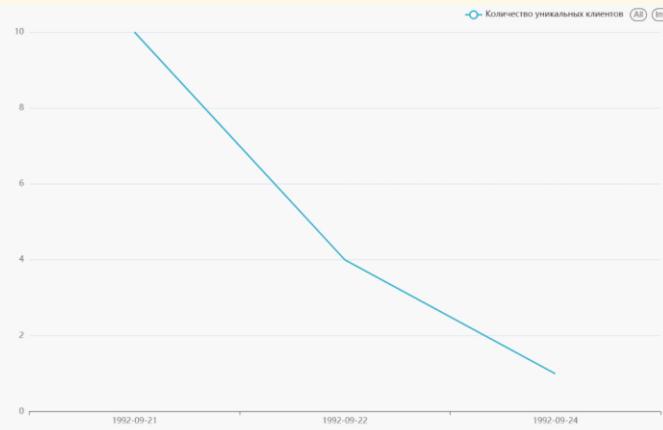


- Начало недели стало самым эффективным – приносит в среднем на **8,7% больше** выручки

Паттерн высокого старта продаж в начале недели со снижением и далее ровным поступлением выручки может быть связан со спецификой бизнеса

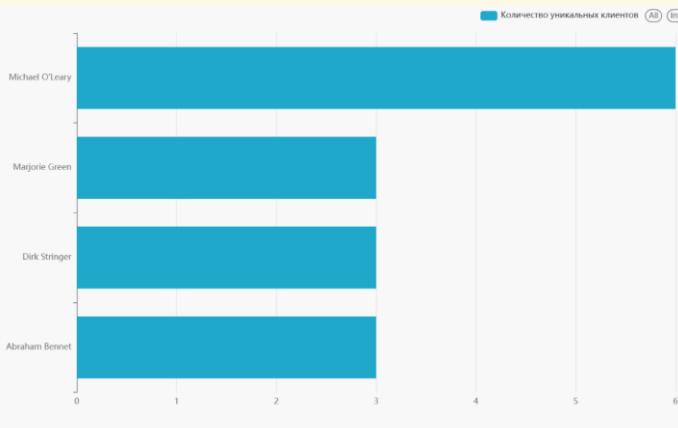


Спецпредложение



- **66,7%** клиентов воспользовались акцией в день старта
- На диаграмме отображена динамика **участия клиентов** в спецпредложении

С учетом короткого срока акции уровень вовлеченности клиентов снижался слишком быстро – в среднем на 67,5% день ко дню



- **Лидер** по количеству клиентов с акцией – Michael O'Leary
- На диаграмме отображено **участие продавцов** в обслуживании клиентов со спецпредложением

Каждый продавец продал минимум 3 клиентам специальное предложение



Инсайты и выводы

1. Следует дополнительно изучить группу топ-10 продавцов по показателям – средний чек, количество уникальных клиентов, самый покупающий клиент
2. В отделе продаж можно выделить группу отстающих по показателю средней выручки и передать им лучшие практики топ-10 продавцов
3. Необходимо выяснить причину сниженной суммы выручки за 09.1992
4. Стоит рассмотреть причину неравномерного распределения средней выручки по дням недели – загруженность в начале недели может давать отложенный негативный эффект на процессах в остальные дни
5. Спецпредложение требует дополнительного анализа по среднему чеку, суммарной выручке, средней выручке в день, стоимости привлечения, эффективности каналов уведомления – так можно понять что повлияло на резкое снижение вовлеченности клиентов и оценить успешность акции

