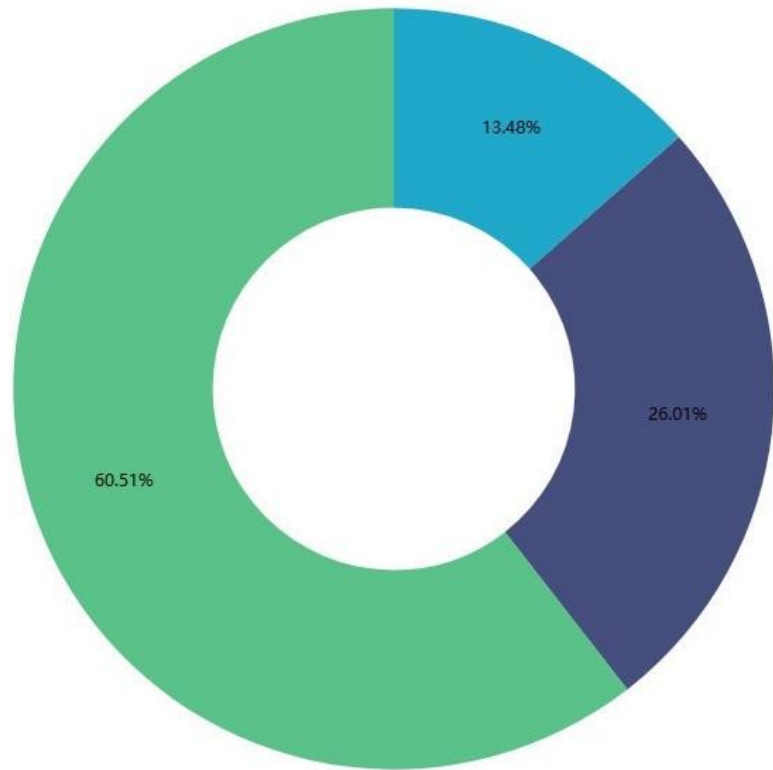


Анализ бизнес операций компании по продаже велозапчастей



16-25 26-40 40+ All Inv

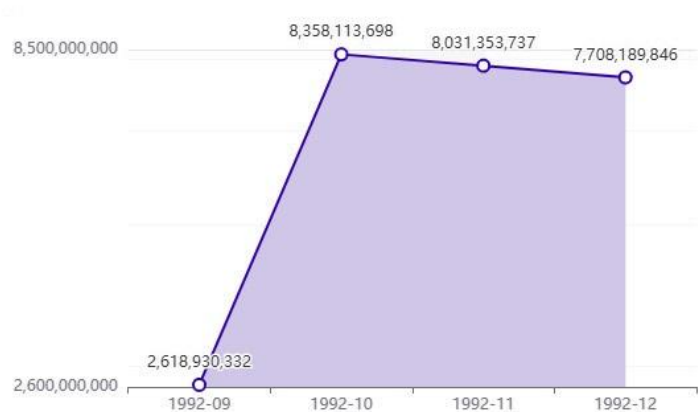
Общее количество покупателей - 19759 человек. Подавляющее большинство из них в возрасте 40+ лет в количестве 11957 человек, что составляет **60.51%** от общего числа покупателей.

Далее идет возрастная категория от 26-40 лет в количестве 5139 человек и 26.01% соответственно.

Самая малочисленная категория- 16-25 лет в количестве 2663 человека, что составляет 13.48% от общего числа покупателей.

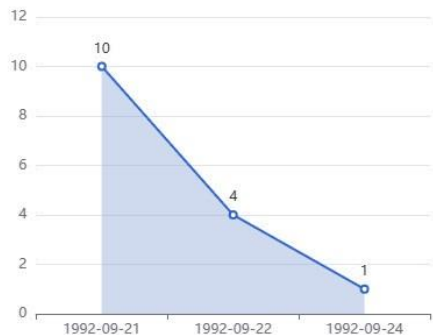
Целевая аудитория люди в возрасте 40+ лет. Что немудрено, ведь починка велосипедов - дело не простое.

Вероятно, с добавлением обучающих роликов и рекламы, ориентированных на более юных покупателей, частично решит этот вопрос.

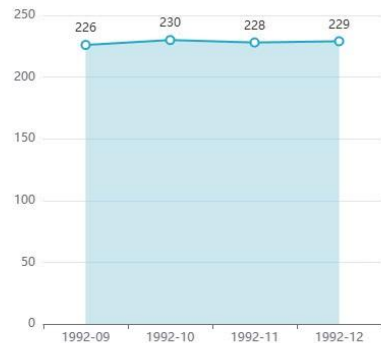


В период с сентября по октябрь произошел резкий рост выручки на 5 739 183 366 (21%), а с октября по декабрь наблюдаем плавное снижение выручки на 649 923 852 (2%). Общая выручка за 3 месяца составила 26,716,587,613.

Первые покупки по акции

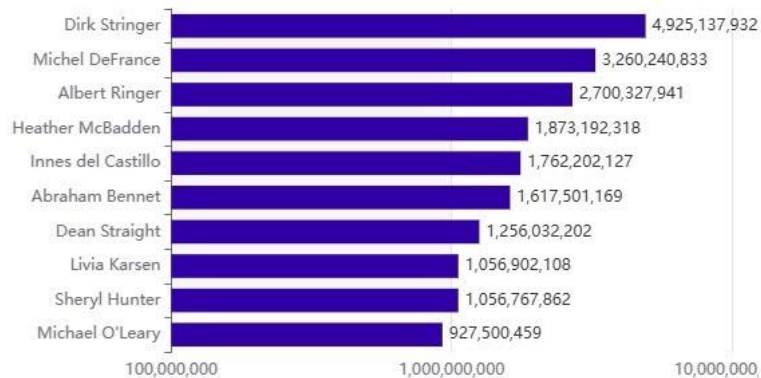


Новые покупатели

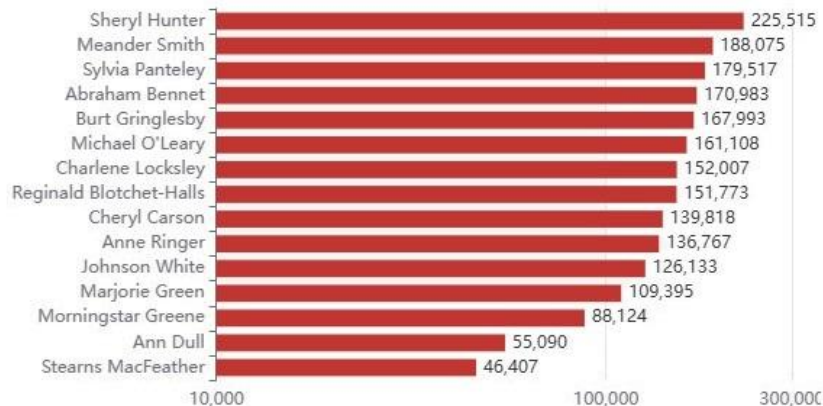


Вероятно, это было связано с проведением акции (о чем, свидетельствует график первых покупок по акции). В этот же период наблюдаем ежемесячный умеренный приток новых покупателей.

Проведение акции не дало
большого притока новых
покупателей, но в разы
увеличилась прибыль.
Необходимо и далее проводить
подобные акции.



На верхнем графике отражены 10 продавцов с наибольшей выручкой за 3 месяца.



На нижнем графике отражен список продавцов, у которых средняя выручка ниже средней выручки всех продавцов.

В списке сотрудников, чья средняя выручка ниже средней выручки всех продавцов, есть два человека, которые также входят в список лучших - 10 продавцов- Abraham Bennet и Michael O'Leary. Для более точного анализа, нужно больше исходных данных и дистанция больше, чем 3 месяца.

В дальнейшем имеет смысл провести работу с сотрудниками, чья средняя выручка ниже средней выручки всех продавцов.