1. Общий анализ по коэффициентам пролонгации (К1 и К2):

K1: Коэффициент K1 показывает, насколько успешно клиенты пролонгируют свои контракты в первый месяц.

Если K1 близок к 1, это означает, что многие клиенты продолжают работать с компанией в следующий месяц.

Если коэффициент значительно ниже 1, это может свидетельствовать о снижении клиентской лояльности или проблемах с удержанием.

K2: Коэффициент K2 измеряет повторные пролонгации - отношение суммы отгрузки проектов, пролонгированных во второй месяц к сумме отгрузки последнего месяца проектов, не пролонгированных в первый.

Высокие значения K2 могут указывать на успешные долгосрочные отношения с клиентами, которые не останавливаются на одной сделке.

2. Выводы по менеджерам:

На основе графиков K1 и K2 можно выявить лучших и худших менеджеров.

Менеджеры с высокими значениями K1 и K2, как, например, Попова Екатерина Николаевна, Смирнова Ольга Владимировна, Кузнецов Михаил Иванович, могут считаться наиболее эффективными в удержании клиентов и установлении долгосрочных отношений.

Менеджеры с низкими значениями K1 и K2, как, например, Петрова Анна Дмитриевна, могут требовать дополнительных усилий для улучшения своих показателей.

Это может включать большее внимание к обслуживанию клиентов или изменение подхода в работе с ними.

3. Тенденции по месяцам:

Из графиков видно, как менялись показатели K1 и K2 по месяцам. Можно отметить, в каких месяцах были сильные/слабые тренды.

Например, если K1 или K2 значительно снижается в определённые месяцы (например, в зимние или летние),

это может сигнализировать о сезонных колебаниях спроса или других внешних факторах, влияющих на поведение клиентов.

4. Рекомендации для бизнеса:

Усиление вовлеченности клиентов:

Для менеджеров с низкими значениями коэффициентов можно разработать дополнительные стратегии удержания клиентов, улучшая взаимодействие с ними.