

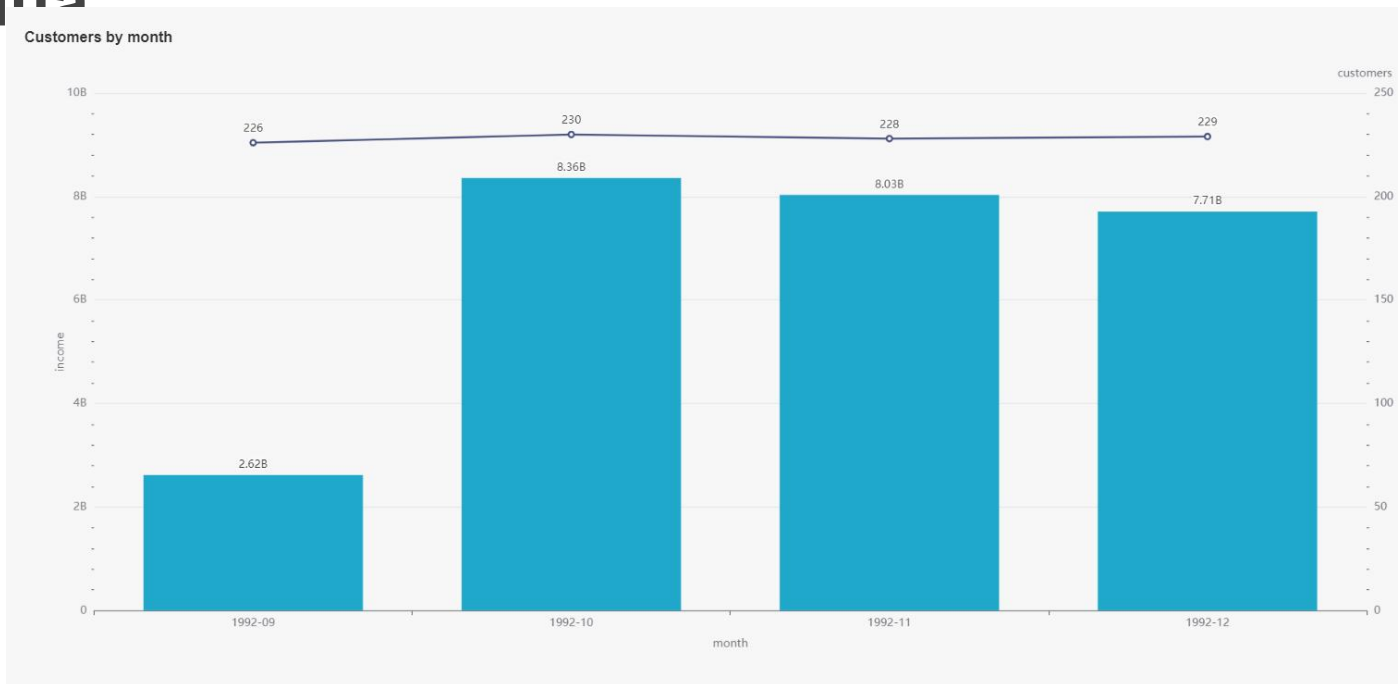
Продажи





Количество уникальных покупателей и выручка, которую они принесли за 4 месяца

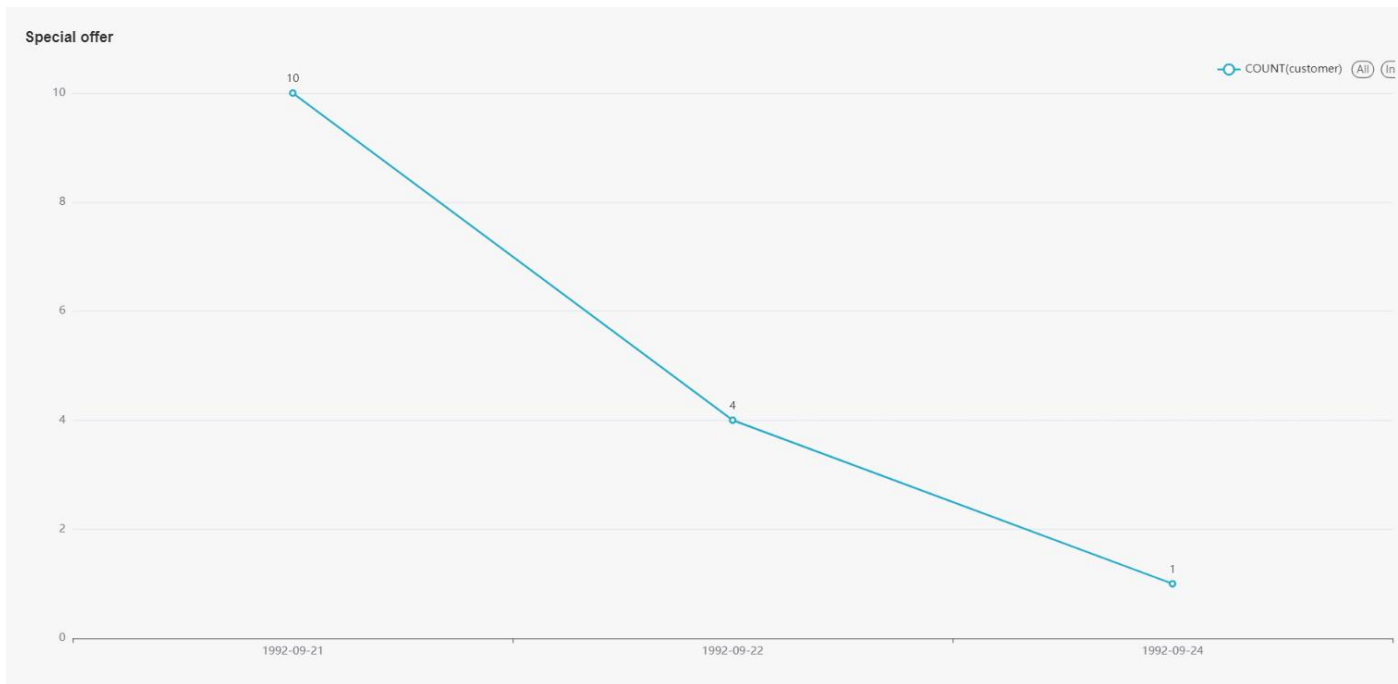
Количество уникальных покупателей не сильно менялось в течение четырех месяцев. Но выручки в четвертом месяце значительно ниже, чем во втором.





Покупатели, пришедшие во время акции

Основной приток новых покупателей, заинтересовавшихся акционными товарами был в первый день, далее - стремительно пошел на спад. На третий день не было приобретено ни одного товара по акции.

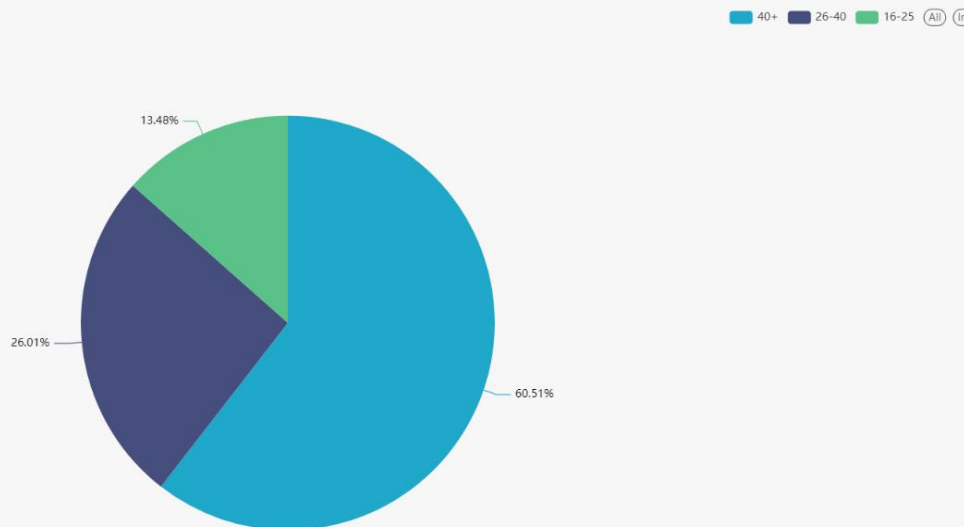




Возрастные категории покупателей

Целевой аудиторией являются люди в возрасте старше 40 лет, они составляют более половины от всех покупателей. Меньше всего покупателей в возрасте от 16 до 25 лет.

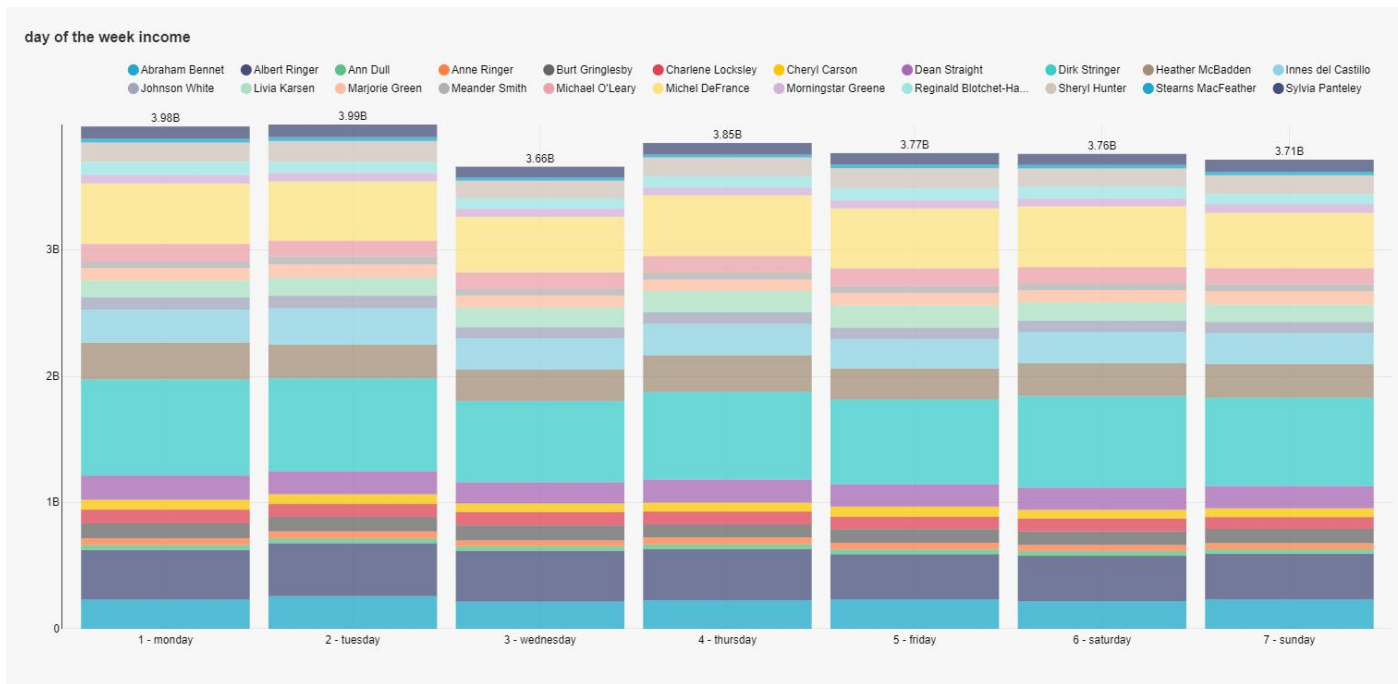
Age groups





Выручка по дням недели

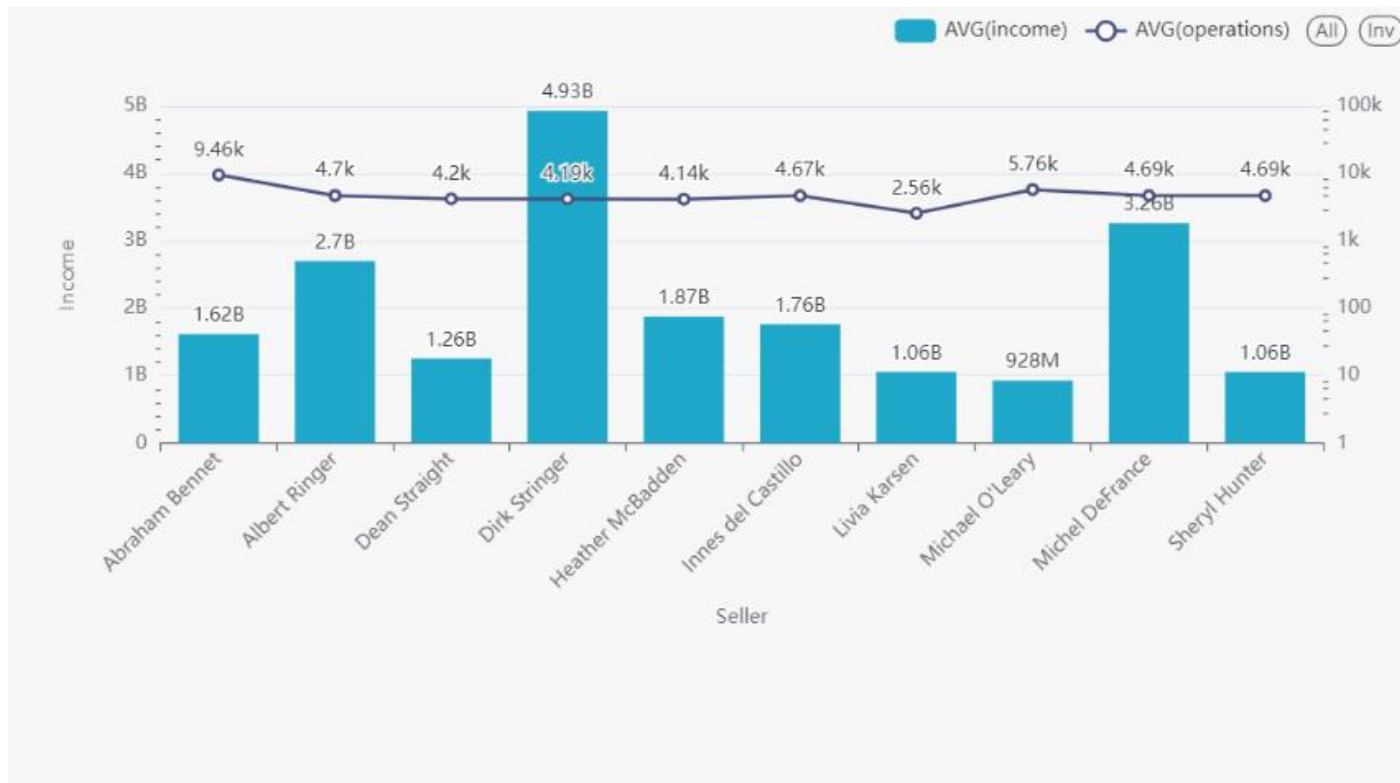
Наиболее большие выручки приходятся на первые два дня недели - вторник и понедельник. При этом видна закономерность, что определенные продавцы делают большую часть выручки каждый день.





Топ 10 продавцов

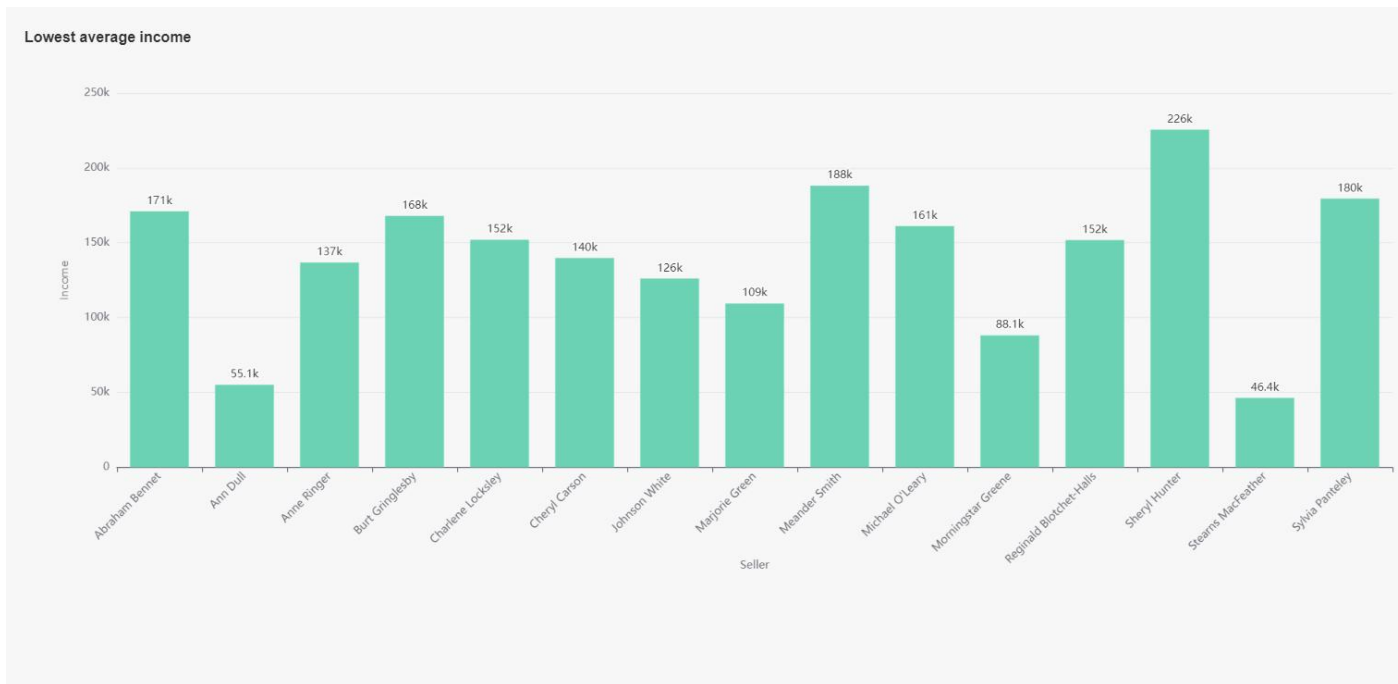
На графике видна закономерность, что у определенных продавцов выручки выше при меньшем количестве продаж. Значит, они успешно повышают средний чек покупки.





Продавцы с низким средним чеком

График содержит информацию о продавцах, чья средняя выручка за сделку меньше средней выручки за сделку по всем продавцам.





Итоги

- Выручка магазина не сильно зависит от количества уникальных покупателей. За последние три месяца выручка пошла на спад.
- Акция на товары была актуальна только в первый день.
- Среди продавцов сильно выделяется один человек с самым высоким средним чеком, делающий большую часть продаж ежедневно.
- Также среди продавцов есть люди, чей средний чек значительно ниже среднего чека по всем продавцам. Они приносят наименьшую прибыль магазину.

► [Ссылка на дашборд](#)