
Анализ продаж в компании

Ирина Ималина, аналитик данных

Цели и задачи проекта

Анализ клиентской и продажной базы

- Изучить структуру клиентов, распределение по возрасту, географии и активности.
- Выявить ключевые сегменты клиентов для целевого маркетинга.

Анализ продаж и товарных категорий

- Определить самые и наименее продаваемые товары.
- Проанализировать динамику продаж по времени (месяцы, дни недели).
- Выявить сезонные тренды и пики спроса.

Создание интерактивного дашборда

- Визуализировать ключевые показатели эффективности (KPI) для быстрого понимания данных.
- Обеспечить наглядность для разных уровней управления (маркетинг, продажи, руководство).

Поддержка принятия управленческих решений

- Позволить быстро оценивать эффективность сотрудников и отделов.
- Облегчить принятие решений по ассортименту, акциям и продвижению товаров.

Прогнозирование и выявление закономерностей

- Использовать исторические данные для выявления трендов.
- Подготовить базу для дальнейшего прогнозирования продаж и поведения клиентов.

Оптимизация бизнес-процессов

- Обнаружить узкие места в продажах и взаимодействии с клиентами.
- Предложить улучшения на основе аналитики данных.

Используемые инструменты

- Google sheets
- Dweaver
- Preset

Процесс работы

Сбор и подготовка данных

- Импорт данных о клиентах, продажах и товарах.
- Очистка данных, проверка на пропуски и дубликаты.

Анализ данных

- Исследовательский анализ (EDA) для выявления закономерностей.
- Сегментация клиентов и анализ продаж по товарам, сотрудникам, времени.

Визуализация и создание дашборда

- Формирование интерактивных графиков и таблиц.
- Создание дашборда для наглядного представления ключевых показателей.

Выводы

- Интерпретация полученных результатов.

Результаты

- Создан интерактивный дашборд для наглядного анализа продаж и клиентов.
- Проведена сегментация клиентов и анализ их активности.
- Выявлены наиболее и наименее продаваемые товары.
- Подготовлены ключевые метрики для отслеживания эффективности сотрудников и отделов.

Выводы по дашборду

- С начала второго месяца пришли несколько крупных клиентов, что привело к кратному увеличению прибыли.
- Продажи по дням недели практически не различаются.
- Количество сделок не коррелирует напрямую с выручкой — важно учитывать среднюю стоимость покупки.

Ссылка на дашборд:

[https://bb932f4a.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters key=KR2heb63wv8
Paq12YtEyIYXpyEoGWF5aH2U3lfUpHk3FAGBSMcXYuG0K72-Z9kiT](https://bb932f4a.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters%20key=KR2heb63wv8Paq12YtEyIYXpyEoGWF5aH2U3lfUpHk3FAGBSMcXYuG0K72-Z9kiT)