

Проект: Продажи

Отчет дашборда проекта

Студент: Сафронов И.А.

Цель и задачи

Цель проекта:
провести анализ
продаж

Задачи:

1. Провести анализ продавцов по количеству операций и выручке
2. Найти целевую аудиторию
3. Изучить динамику продаж

Количество операций

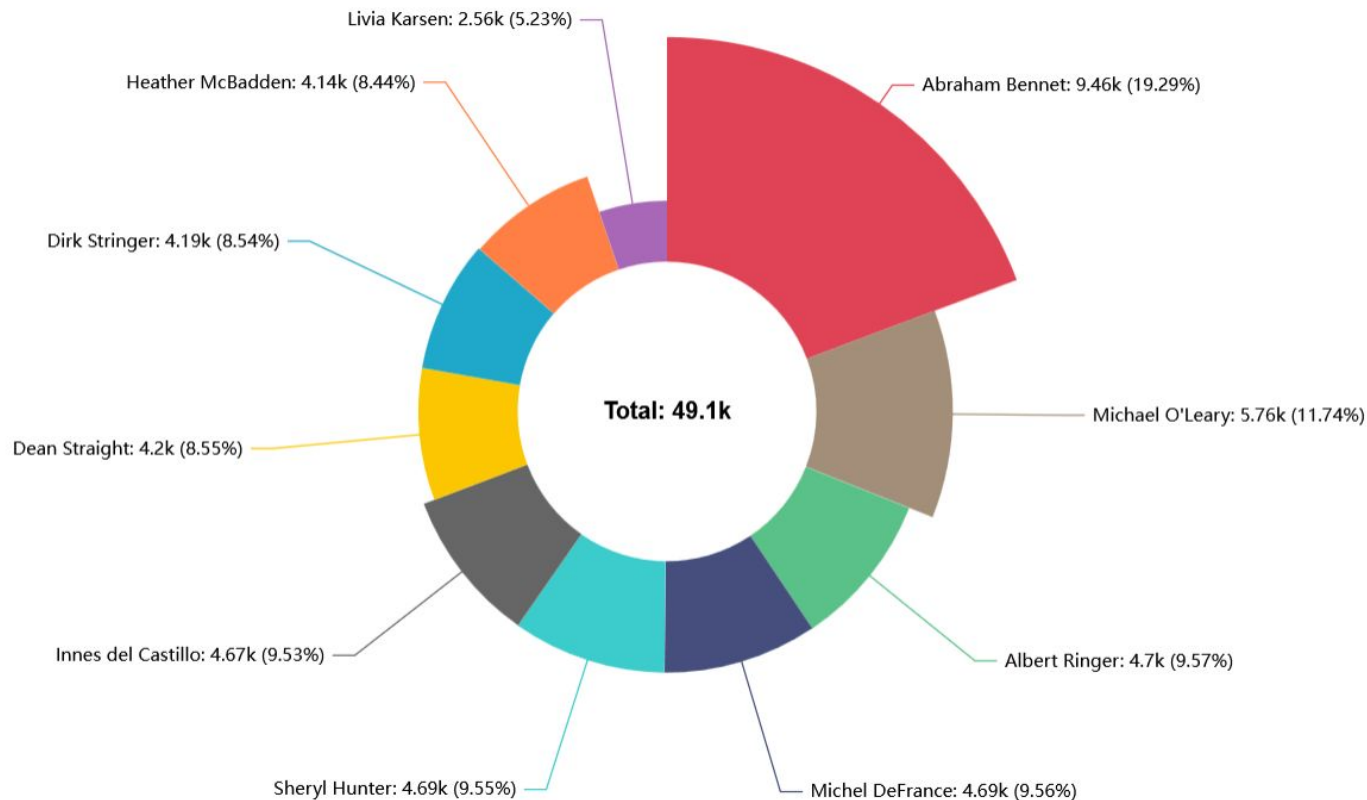


График
отражает вес
продавца в
общем
количестве
проведенных
операций

Суммарная выручка

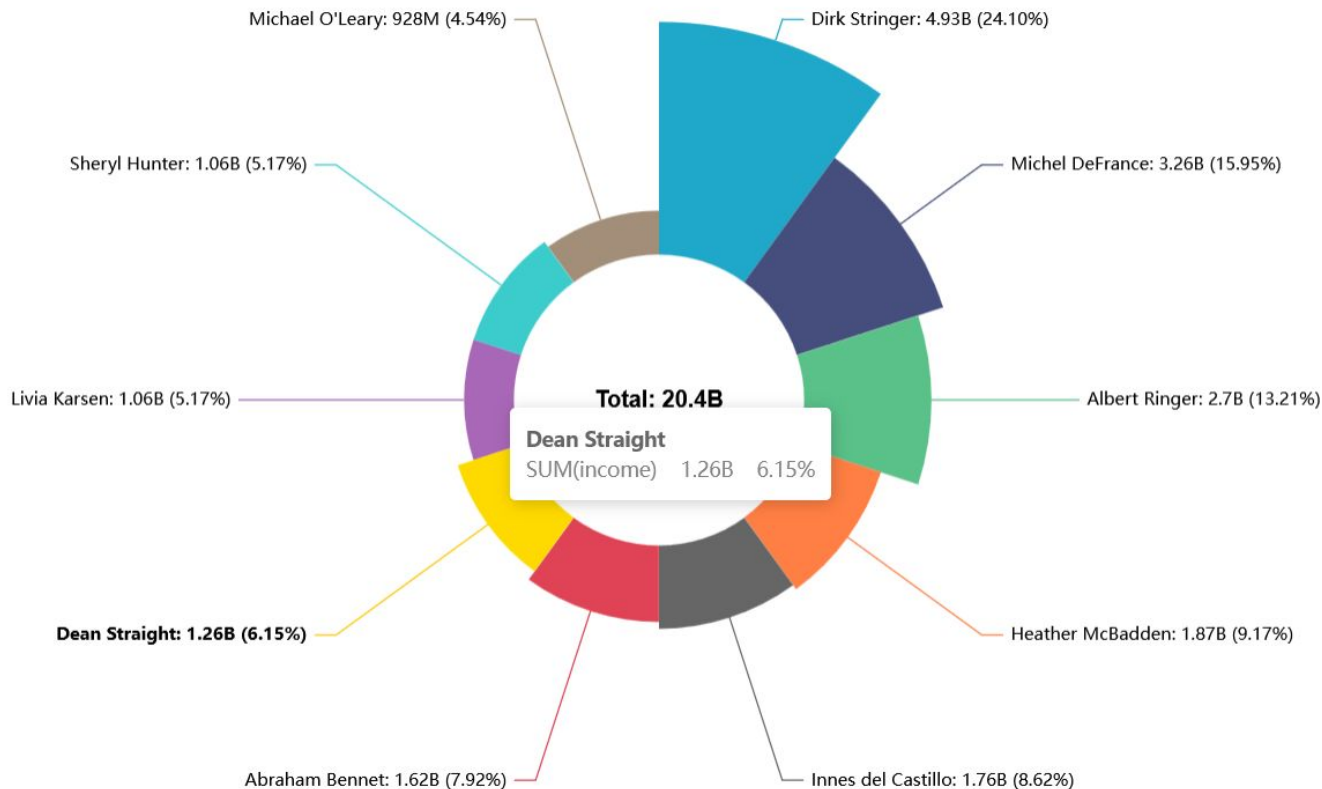
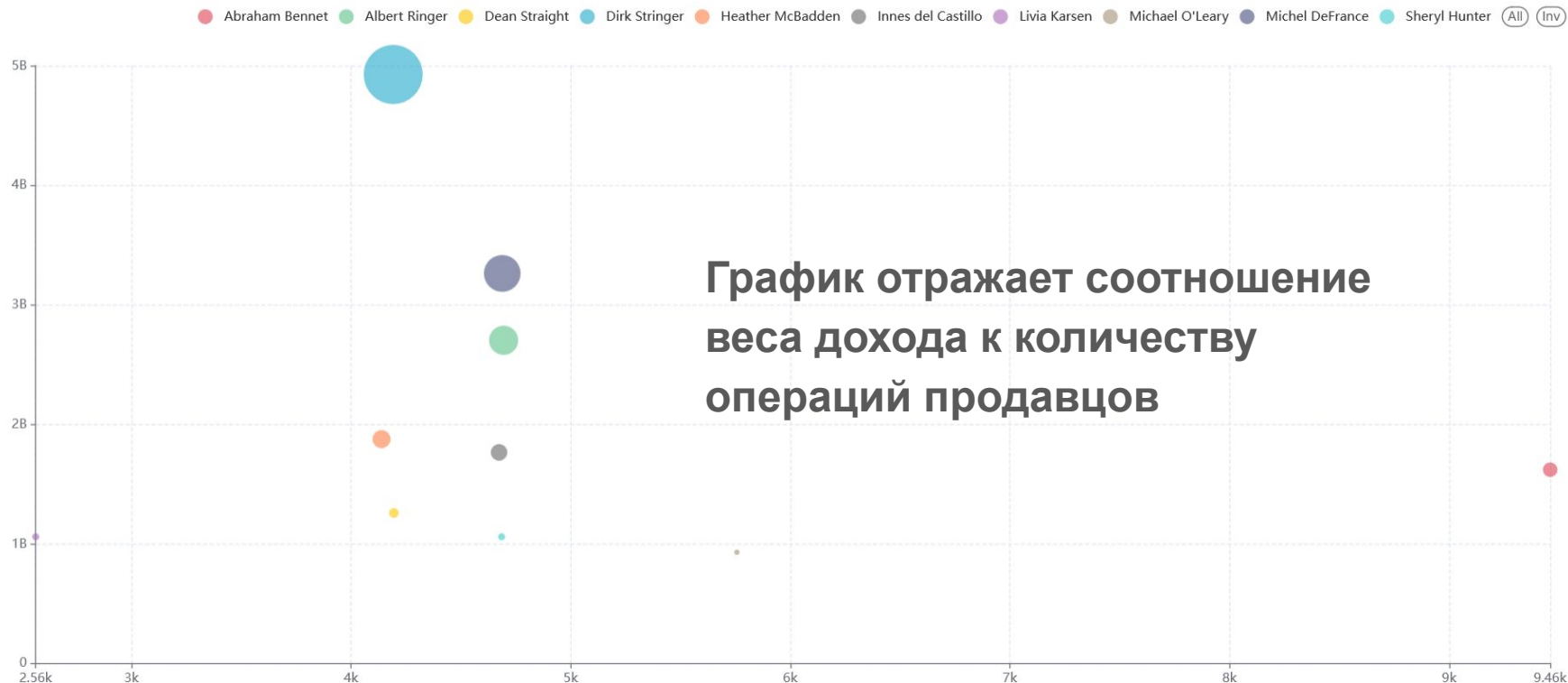


График
отражает вес
суммарной
выручки
каждого
продавца от
общего веса

Соотношение дохода к количеству операций



Анализ результатов продавцов

Livia Karsen - относительно **высокий доход** при самом **низким количеством операций**, скорее всего **работает с премиальным сегментом**

Dirk Stringer - самый **высокий доход** при **среднем количестве операций**, скорее всего **продает дорогие товары** или **работает с крупными клиентами**

Michael O'Leary - **большое количество операций** и при **невысоком доходе**, у него **очень низкий средний чек**, и скорее всего его **продажи нацелены на массовые и недорогую продукцию**

У топ 3 лидеров **низкий разрыв по доходам**, затем идет резкое падение, скорее всего у них **эсклюзивные покупатели** или **уникальная (дорогая) продукция**

Рекомендации:

1. Можно **изучить линейку продукции лидеров** и **распространить их опыт** и продукцию остальным
2. Продавцам с большим количеством операций, но низким доходом — рассмотреть **способы повышения среднего чека**
3. Продавцам с малым количеством операций, но высоким доходом — **увеличить охват, не теряя маржинальности**
4. **Проанализировать средний чек** у каждого продавца для уточнения гипотез

Количество покупателей по возрасту

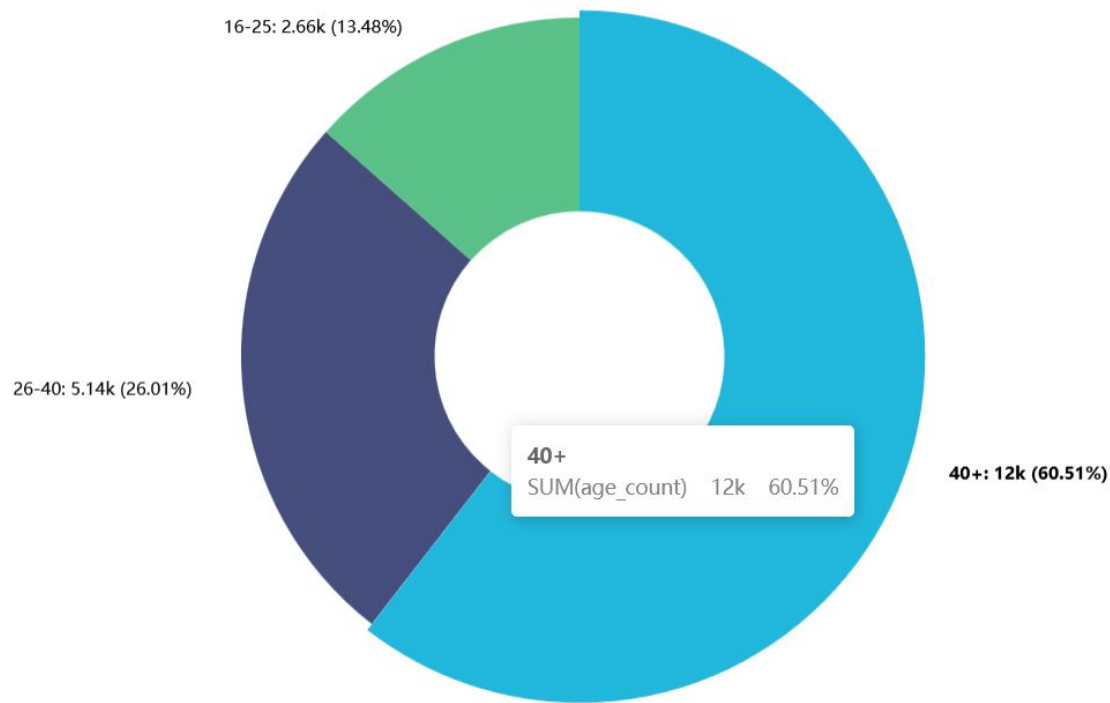


График показывает долю покупателей по возрастам

Самая большая доля - 40+

Анализ показателей возрастных категорий

Целевая аудитория магазина - 40+

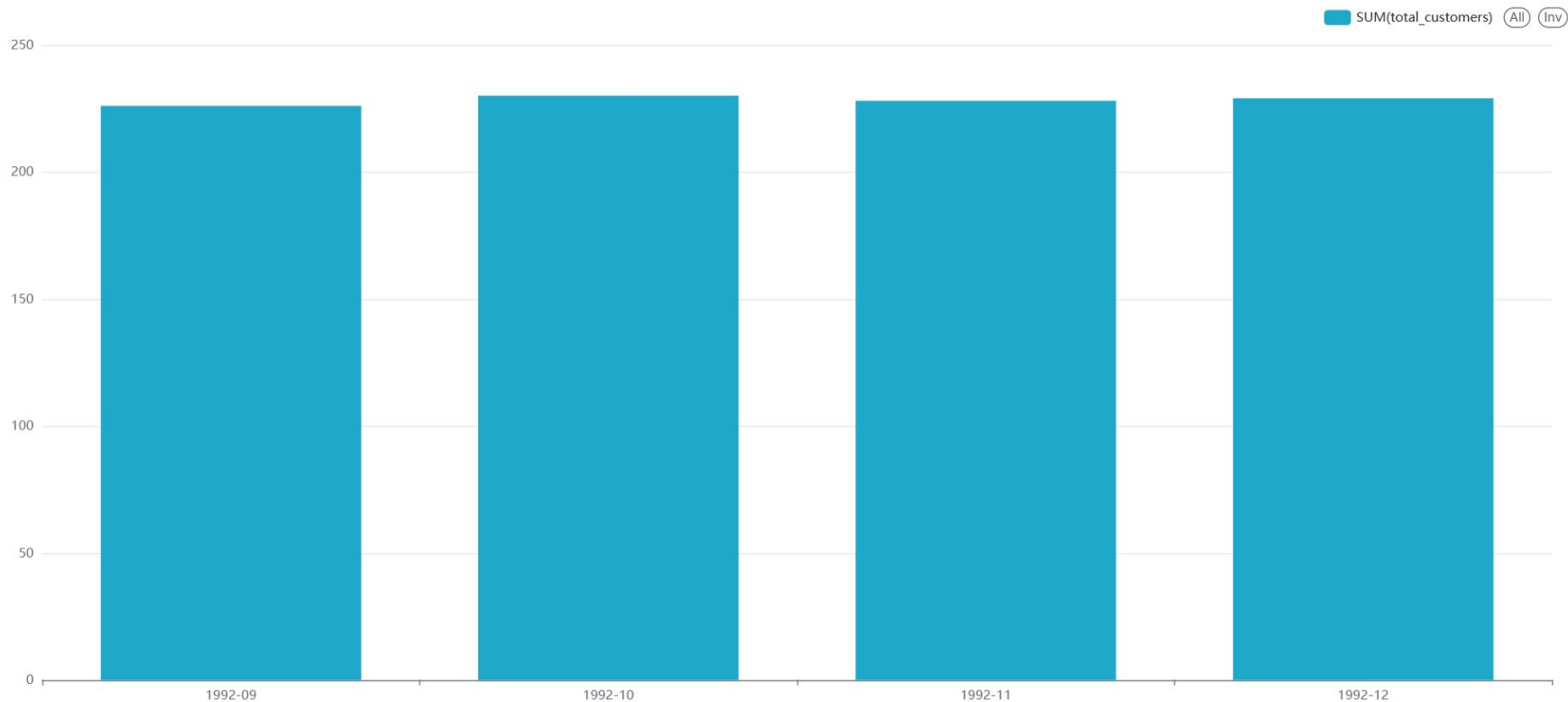
Товары/услуги интересуют в большей степени покупателей возраста 40+

Чтобы удержать покупателей 40+ нужно для них создать специальные программы лояльности - **они наша главная целевая аудитория**

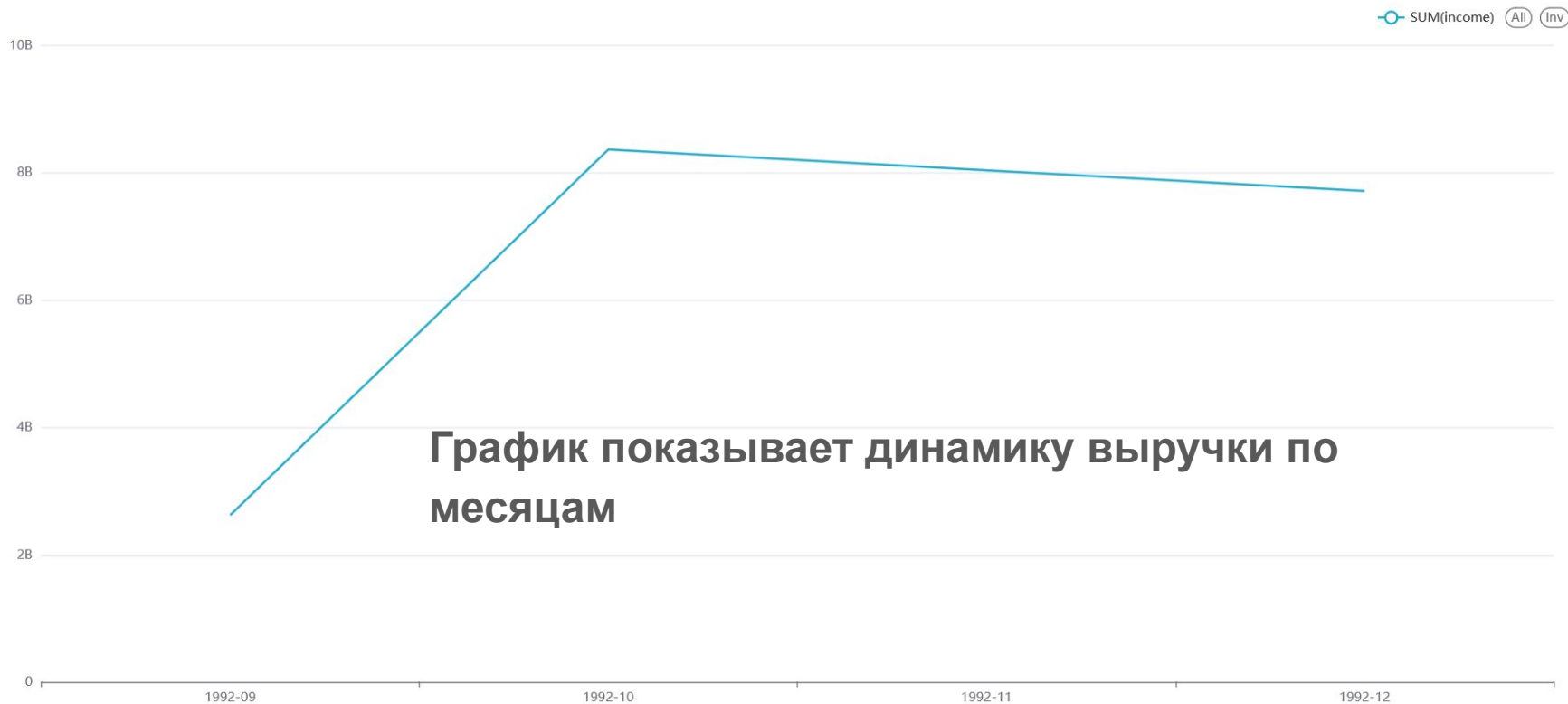
Чтобы увеличить количество молодежи (16-25) среди покупателей, нужно создать условия и продукцию/услуги для них (например использовать соцсети, добавить взаимодействие через чаты, сайты)

Для покупателей возраста 26-40 - можно провести дополнительное исследование

Количество клиентов по месяцам



Динамика выручки



Соотношение динамики дохода и покупателей

Для полного анализа данных мало (только 4 месяца)

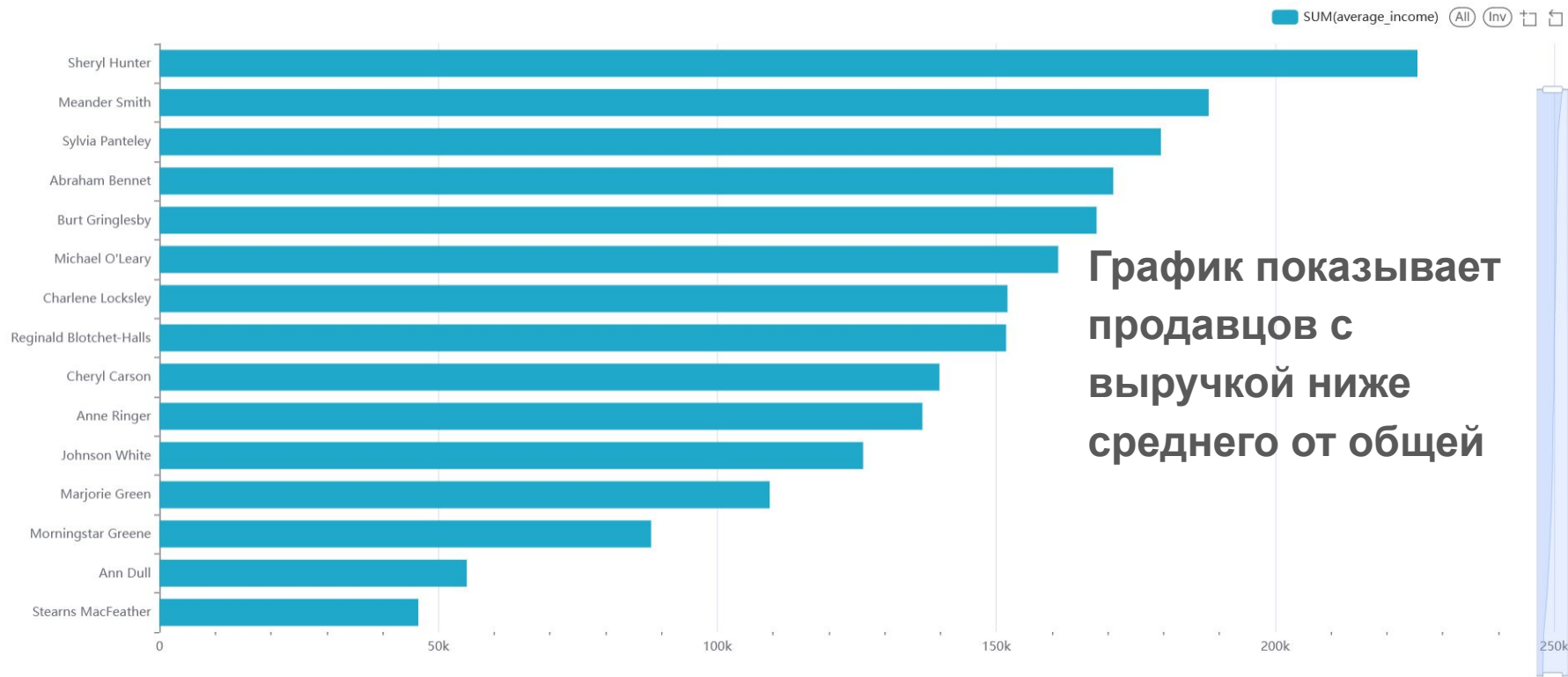
За весь период количество покупателей не сильно изменилось

Динамика дохода показывает **резкий рост с сентября на октябрь** - либо **ввели новую продукт** на продажу или **только открыли магазин** и только-только раскручивались

В декабре немного уменьшился доходов, т. е. уменьшился средний чек - это может быть **сезонность**, **спад интереса** к продукции или вообще ничего не значит и просто небольшие **колебания по продажам**

Для анализа уменьшения дохода нужен дополнительное исследование

Выручка ниже средней



Анализ графика выручки ниже средней

В графике есть продавцы, которые входят в топ 10 по выручке (Abraham Bennet, Sheryl Hunter, Michael O'Leary), это значит что высокий общий доход можно получить даже при относительно невысоком среднем доходе, если у продавца очень много операций

У некоторых продавцов средний доход выше, чем у Abraham Bennet, но их нет в списке топ-10 по общему доходу. Для попадания в топ доходу высокого среднего дохода недостаточно — нужно еще и большое число операций

Есть две стратегии:

1. Большое количество операций, при невысоком среднем чеке
2. Большой средний чек (крупные сделки) в малом объеме

Предложения по промоакциям

1. Можно определить какая продукция больше всех покупается среди покупателей возраста 16-25, 25-40 и 40+ и больше продвигать эту продукцию среди них предлагая различные скидки или наборы с этими продуктами
2. Для продвижения продаж, можно ввести скидки на первую покупку, тематические/сезонные скидки, скидки за большой объем покупки
3. Можно ввести программу лояльности, с уникальными предложениями и персональными скидками

Заключение

1. Нужно поддерживать и развивать целевую аудиторию 40+, провести исследования и расширять молодую аудиторию
2. Поддерживать лидеров по продажам (премии, бонусы), перенимать их опыт и распространять на других:
 - a. Livia Karsen
 - b. Dirk Stringer
 - c. Michael O'Leary
3. Для анализа динамики продаж нужно больше информации
4. Изучить продавцов с самой низкой выручкой: как давно они работают, есть ли положительная динамика по продажам. По результатам принимать решение: либо увольнять, либо обучать
5. Для продвижения можно ввести различные промо акции - “Первая покупка”, сезонные/тематические скидки, разные скидки на различную категорию покупателей, программа лояльности

Ссылка на дашборд по продажам: [Дашборд "Продажи"](#)