**Raport z analizy (sprzedaż rowerów i akcesoriów rowerowych).**

Lista zakładek/arkuszy Tabelau:

1. Ceny produktów 2014.

* Tabela z cenami produktów z ostatniego roku, który jest dostępny w plikach.
* Dodatkowy podział na dwie grupy (Rowery oraz Części / Akcesoria – grupy wydedukowałem wg ID subkategorii produktu i nazw i stworzyłem dodatkową kolumnę w tabeli ProductSubcategoryID (rodzaj) i podmieniłem aliasy).
* Na potrzeby ćwiczenia przyjąłem, że ceny są w Euro i tak wszędzie sformatowałem dane, gdzie pokazane są kwoty.

1. Ilość sprzedanych produktów.

* Tabela pokazująca ilość sprzedanych produktów poszczególnych latach z podziałem na kwartały.
* Dodatkowy podział na Rowery oraz Części/Akcesoria
* Tabela posortowana malejąco wg kolumny z podsumowaniem (Grand Total).
* Pozwala zobaczyć, które produkty cieszyły się największym zainteresowaniem w poszczególnych latach i łącznie za cały 4 letni okres.

1. Wartość zamówionych produktów.

* Podobnie do tabeli z punktu 2 tylko tym razem zamiast ilości rozpatrujemy wartość zamówionych produktów w poszczególnych latach z podziałem na kwartały.
* Tabela posortowana malejąco wg kolumny z podsumowaniem (Grand Total).
* Pozwala zbadać zamówienia których produktów były najbardziej wartościowe.
* Podium to modele Mountain-200 z kategorii rowery oraz modele HL Mountain (ramy) z kategorii Części/Akcesoria.

1. Wartość zamówień per Klient.

* Wartość zamówień z podziałem na Klientów (ID).
* Tabela posortowana malejąco wg kolumny z podsumowaniem (Grand Total).
* Pozwala zbadać, którzy Klienci składali najbardziej wartościowe zamówienia łącznie i w poszczególnych latach, zaobserwować wzrostu lub spadki u Klientów.
* Tabela pokazuje też ilości zamówień u poszczególnych Klientów.
* Jeżeli Klienci to są np. sklepy stacjonarne/online, to takie informacje mogą posłużyć do prowadzenia lepszej polityki cenowej dla najlepszych klientów, aby podtrzymywać dużą sprzedaż (rabaty, zniżki na zamówienia, itp.) – np. klienci 29818, 29715, 30117 i 29636, z których każdy przekroczył pułap 700K Euro zamówień.

1. Kanały Sprzedaży

* Wykres pokazujący ilość zamówień z podziałem na sprzedaż stacjonarną i online (wg kolumny z odpowiednią flagą w bazie danych) i podziałem na kategorie Rowery, Części / Akcesoria
* Z wykresu można się dowiedzieć, że o ile w 2012 roku sprzedaż stacjonarna to był główny kanał dystrybucji, to od 2013 roku zaczęło się to zmieniać.
* W roku 2013 Części i Akcesoria częściej były kupowane online, ale sprzedaż stacjonarna stanowiła ważny kanał dystrybucji. W roku 2014 sprzedaż Części przez internet wzrosła kilkukrotnie i jest to pierwszy rok, kiedy liczba sprzedanych rowerów online była nieznacznie wyższa niż stacjonarnie.

1. Rozkład sprzedaży

* Dwa wykresy pokazujące rozkład ilości zamówień oraz ich wartości w badanym okresie. Ponownie z podziałem na Rowery oraz Części / Akcesoria.
* Widać trendy spadkowe, a największy w przypadku Rowerów (ilość zamówień w ostatnim badanym roku jest o połowę mniejsza niż rok wcześniej, co przekłada się analogicznie na sumę wartości zamówień w tej kategorii).
* Mniejszy spadek jest w przypadku ilości zamawianych produktów z kategorii Części/Akcesoria, ale patrząc na wartość zamówień w 2014 jest ona blisko 3 krotnie niższa, niż rok wcześnie (wniosek – większy odsetek sprzedawanych tańszych produktów).

1. Najczęściej zamawiane.

* Wykres pokazujący najczęściej zamawiane rowery w poszczególnych latach.
* Podobne wnioski co w pkt 3

1. Sprzedaż rowerów (size)

* Wykres pokazujący ilości zamawianych rowerów wg ich rozmiarów.
* Najbardziej pożądane rozmiary rowerów to 48, 44 o raz 42. W przypadku tego ostatniego widać trend rosnący.