

Проект Продажи

Кирилл Кондратьев

Компания Zoller's Cars and Accessories

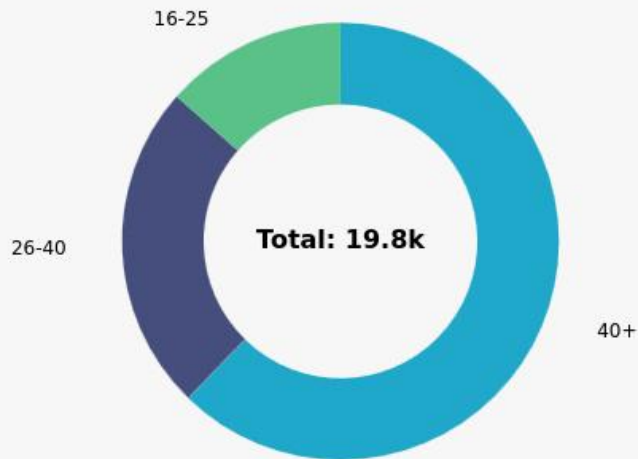
- Компания работает на рынке с 1990 года
- Оборот компании составляет 91 миллиард в последнем отчетном году со средним ежегодным ростом 3,5%
- Прибыль компании составила 3,4 миллиарда в последнем отчетном году
- Компания ищет новые пути развития и выходы на смежные рынки сбыта

Задачи настоящего анализа

- Обновить срез целевой аудитории компании
- Рассчитать эффективность продавцов, определить недостатки текущей стратегии продаж сотрудников, а также найти новые точки роста продавцов в компании
- Проанализировать динамику доходности компании в разрезах “день - месяц”, определить тенденции и тренды

Клиенты компании

Customers' Age Groups



Age Groups - Detailed

age_category	count
16-25	2663
26-40	4792
40+	12304

Сегодня в нашей компании
19 759 клиентов

Наша целевая аудитория - люди из
категории 40+ лет

Они готовы совершать крупные
покупки как для себя, так и для
своих детей (см. категорию 16-25)

Это статусные клиенты

Возможности целевой аудитории

Special Offer Customers

15

Customers

Customers Count

19.8k

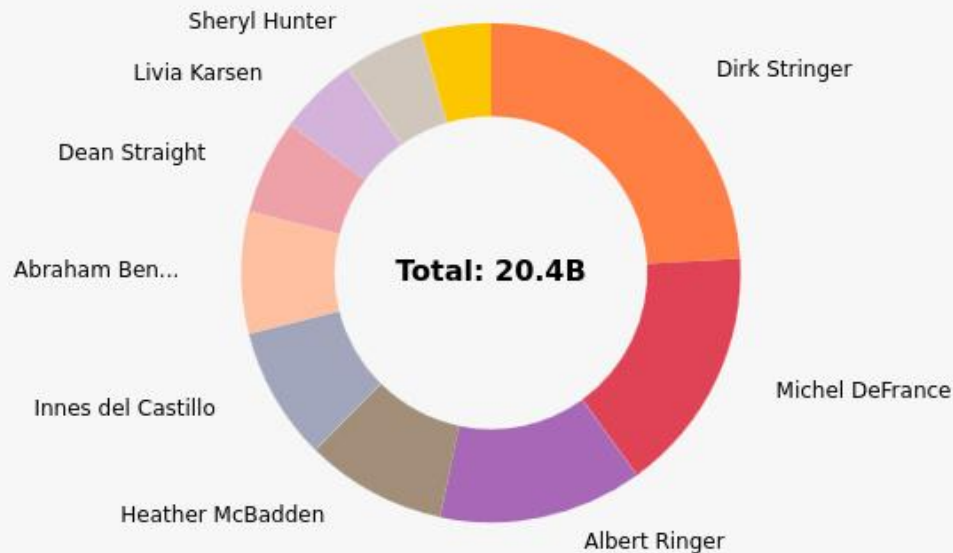
Customers

Акционные предложения не пользуются спросом среди наших целевых клиентов.

Их привлекает товар, его качество и статус, поэтому они готовы платить **полную цену**.

Топ 10 продавцов

Total Income



Топ 10 продавцов принесли компании 20,4 миллиарда дохода.

Тройка топ-селлеров:

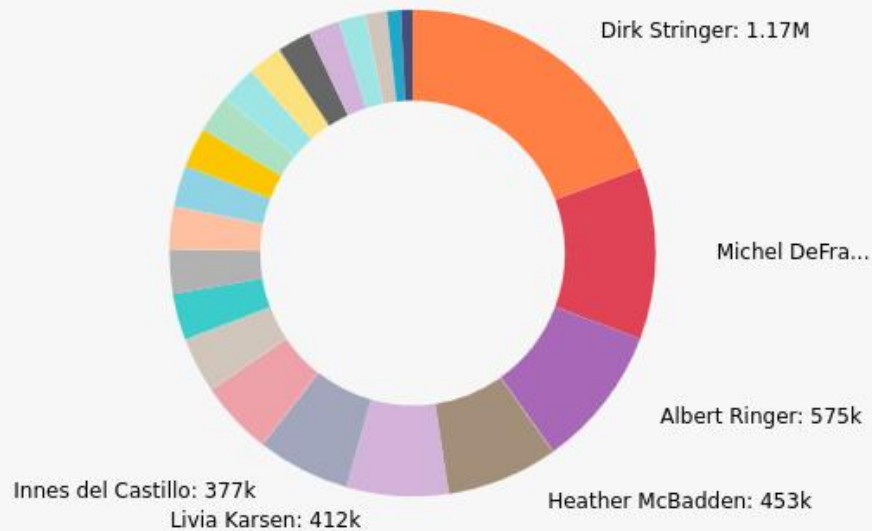
Дирк Стрингер - 4,93 млрд.

Мишель Дефранс - 3,26 млрд.

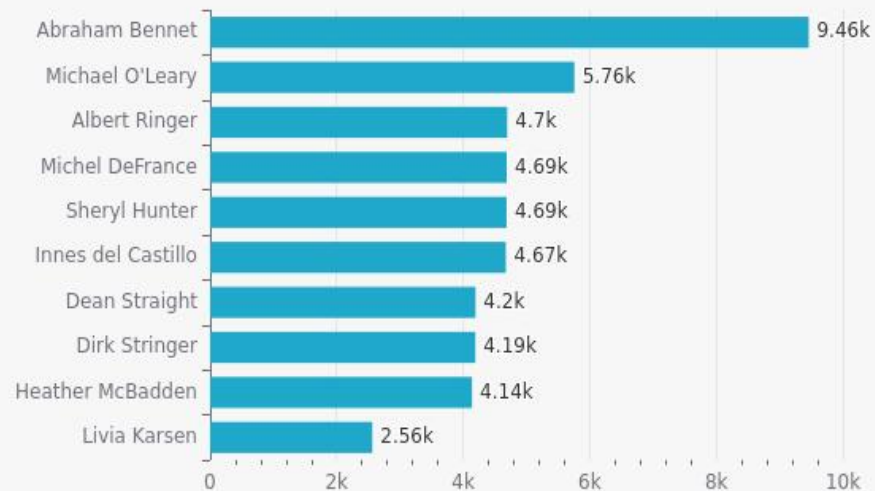
Альберт Рингер - 2,7 млрд.

Топ 10 продавцов

Average Income



Operations



Топ 10 продавцов

Тройка топ-селлеров - **Дирк Стрингер, Мишель Дефранс, Альберт Рингер** - самые эффективные продавцы с существенным вкладом в общий доход и высоким средним доходом за продажу.

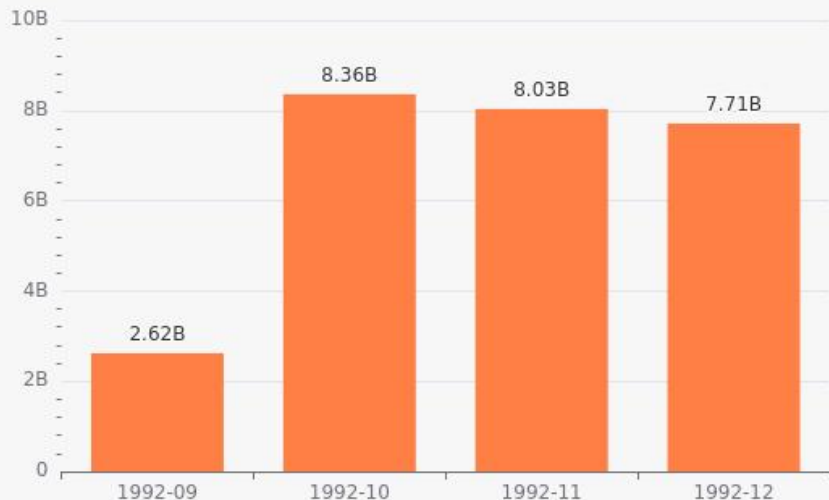
Ливия Карсен совершила меньше всего продаж, но при этом достигла высокого уровня среднего дохода за каждую из них.

Майл Олири и **Абрахам Беннет** вошли в Топ 10 за счет большого объема “недорогих” продаж. При этом Абрахам Беннет совершил наибольшее количество “недорогих” продаж.

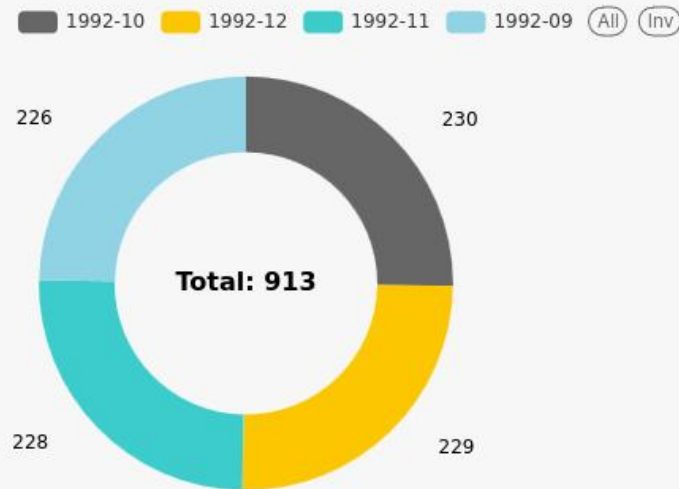
Майкл Олири принес наибольшее количество продаж по акционным предложениям.

Ежемесячный доход

Income by month



Customers by month



С сентября по декабрь компания обслуживала сопоставимое количество клиентов. При этом сентябрьский доход оказался в **три раза ниже**, чем в остальные месяцы.

Имеющихся данных недостаточно, чтобы выделить сезонность или определить точную модель поведения потребителя.

Распределение дохода по дням недели

Daily Productivity	
weekday	SUM(sum)
tuesday	3.99B
monday	3.98B
thursday	3.85B
friday	3.77B
saturday	3.76B
sunday	3.71B
wednesday	3.66B

Наибольший доход от продаж компания получает в начале недели - по **понедельникам и вторникам**.

Наименьший - в среду и на **выходных**.

Краткое резюме исследования

- Целевая аудитория компании не изменилась, ключевой сегмент - статусные клиенты возраста 40+ лет
- В компании работают три топ-селлера, которые приносят больше половины общего дохода, который генерирует десятка самых эффективных продавцов
- Доходы компании характеризуются стабильными показателями после резкого роста в октябре 1992 года.

Рекомендации по итогам исследования

- Не смотря на явный успех в продажах сегменту “40+” необходимо в равной мере мотивировать клиентов “26-40” (25% бизнеса) и клиентов “16-25” (13,5% бизнеса)
- В компании всего три сотрудника, которые концентрируются на “больших” продажах. Остальные достигают показателей большими объемами “малых” продаж. Необходимо мотивировать сотрудников на увеличение среднего дохода от продажи и на увеличение количества позиций в одной продаже
- Выяснить причины низкого результата продаж по сентябрю 1992, причины резкого роста в октябре, чтобы достигнуть увеличения продаж, которые держатся на одном уровне три месяца (10,11,12)