

# От интуиции к фактам: Стратегия роста на основе данных

Мы проанализировали 20,000+ транзакций, чтобы заменить догадки доказательной базой.

**60.5%**

Доля выручки от сегмента  
40+ (Ядро стабильности)

**4.9 млрд**

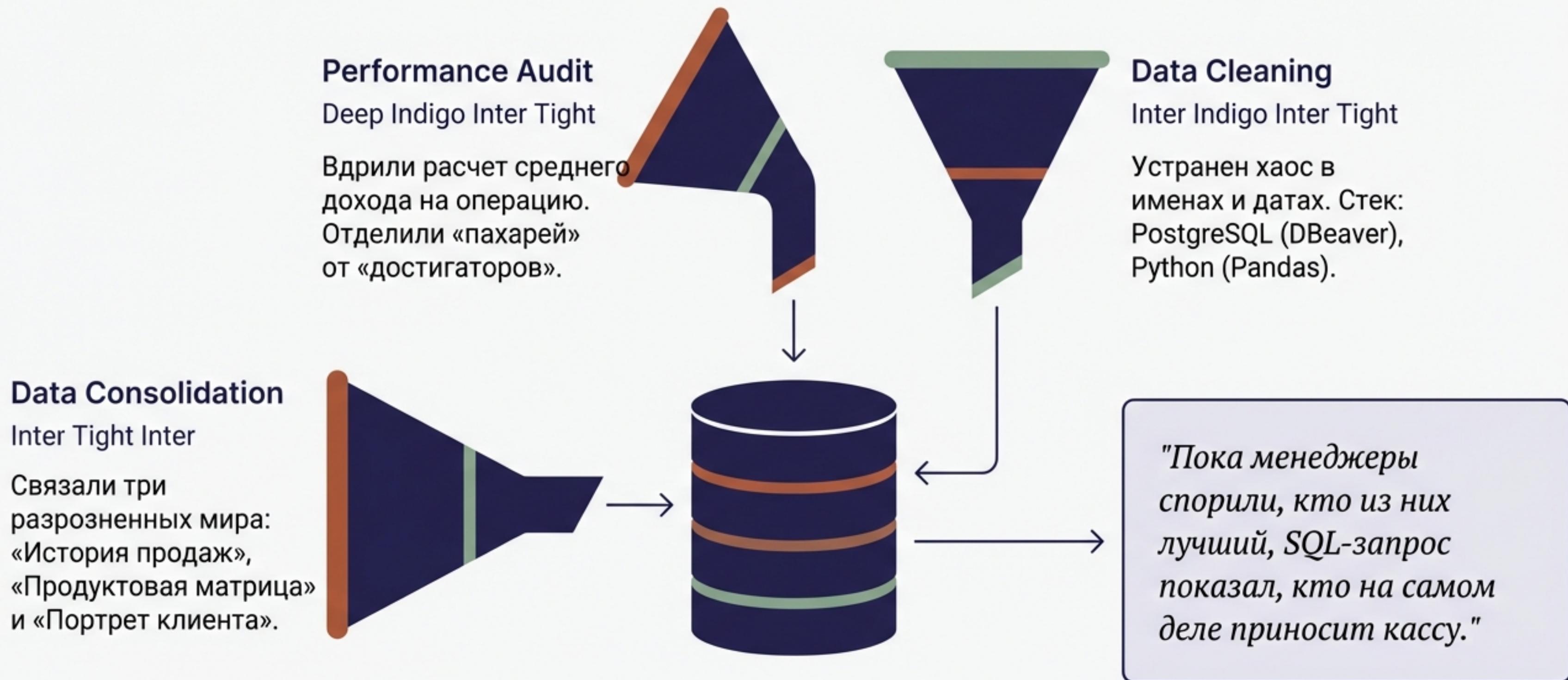
Выручка, которую приносит  
один сотрудник (Dirk Stringer)  
— риск зависимости

**19,000+**

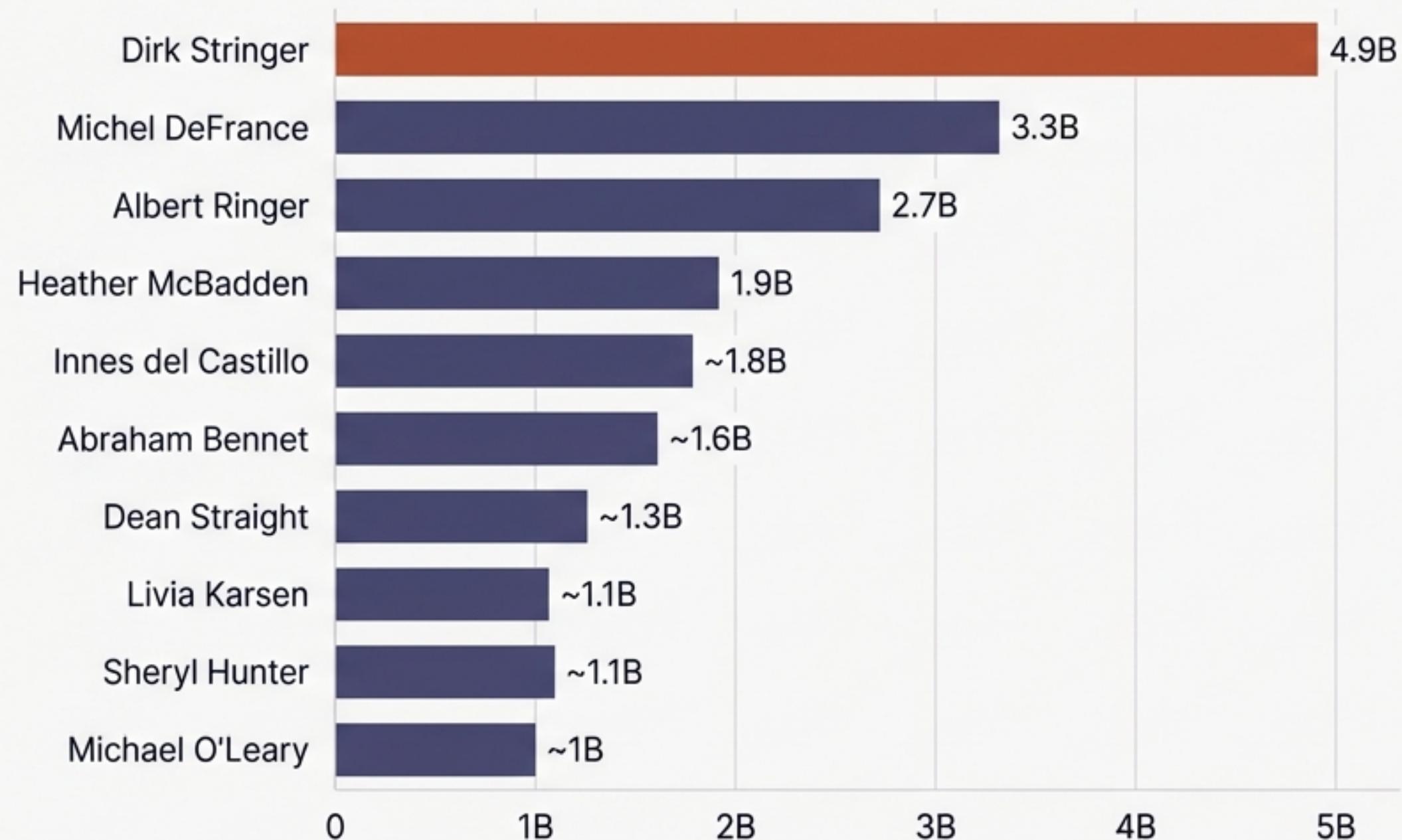
Клиентов в базе, готовой  
к масштабированию и  
предиктивным моделям

Action Box. Оцифрован портрет клиента, проведен аудит эффективности персонала и подготовлена база для внедрения AI-моделей.

# Фундамент данных: Как мы очистили хаос



# Риск «Звездной болезни»: Зависимость от топ-перформеров



Топ-3 менеджера удерживают 53% всей выручки компании. Dirk Stringer — абсолютный лидер (4.9 млрд). Разрыв с замыкающими топ-10 составляет более 5 раз.

## Strategic Action

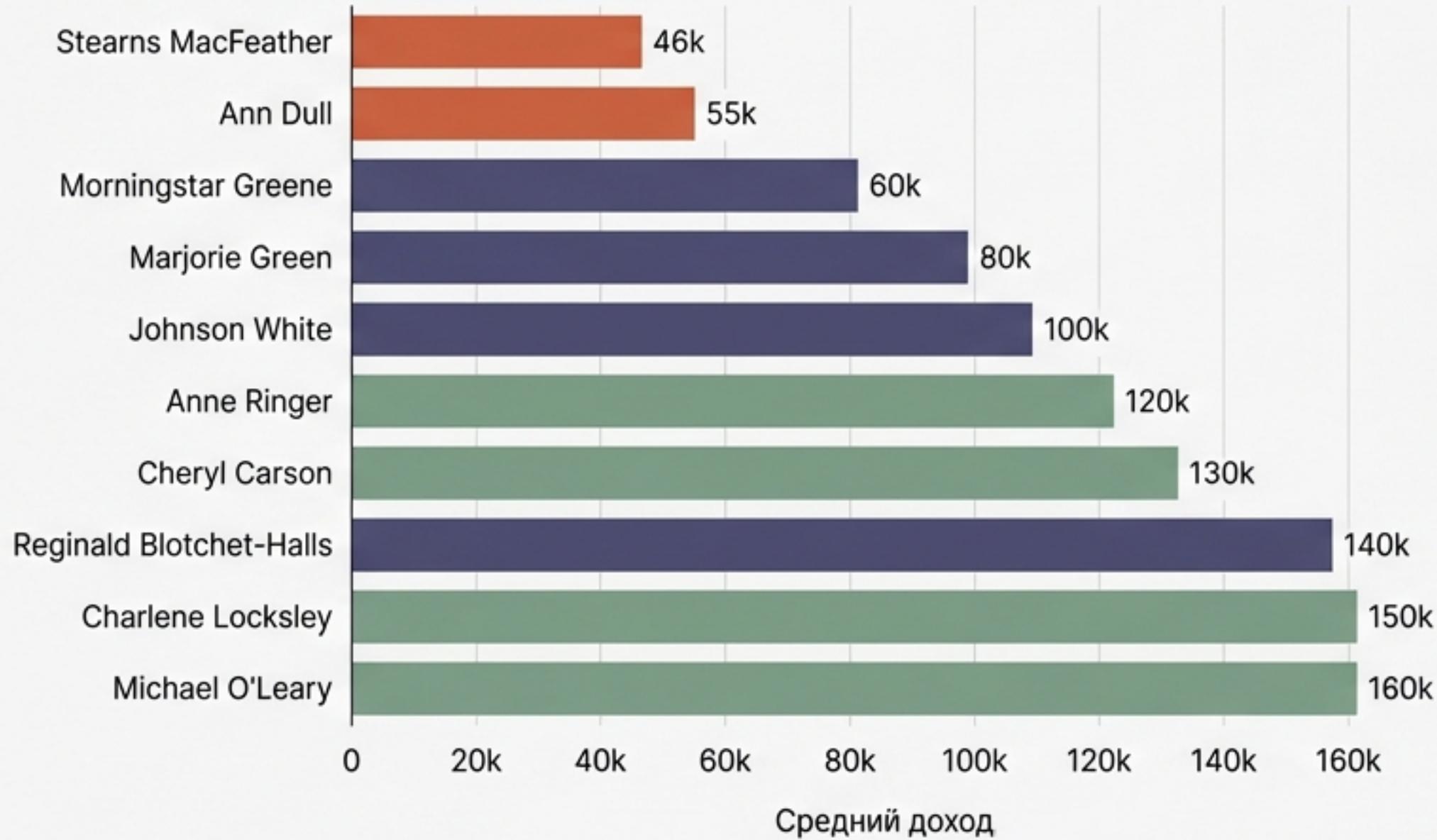
- **Аудит:** Разобрать звонки и скрипты Dirk Stringer.
- **Клонирование:** Создать базу знаний «золотых приемов».
- **Ротация:** Рассмотреть замену сотрудников со стабильно низкими показателями.

# Скрытый потенциал: Работа с «Аутсайдерами»

60%

40%

## Низкий Средний Доход (Аутсайдеры)

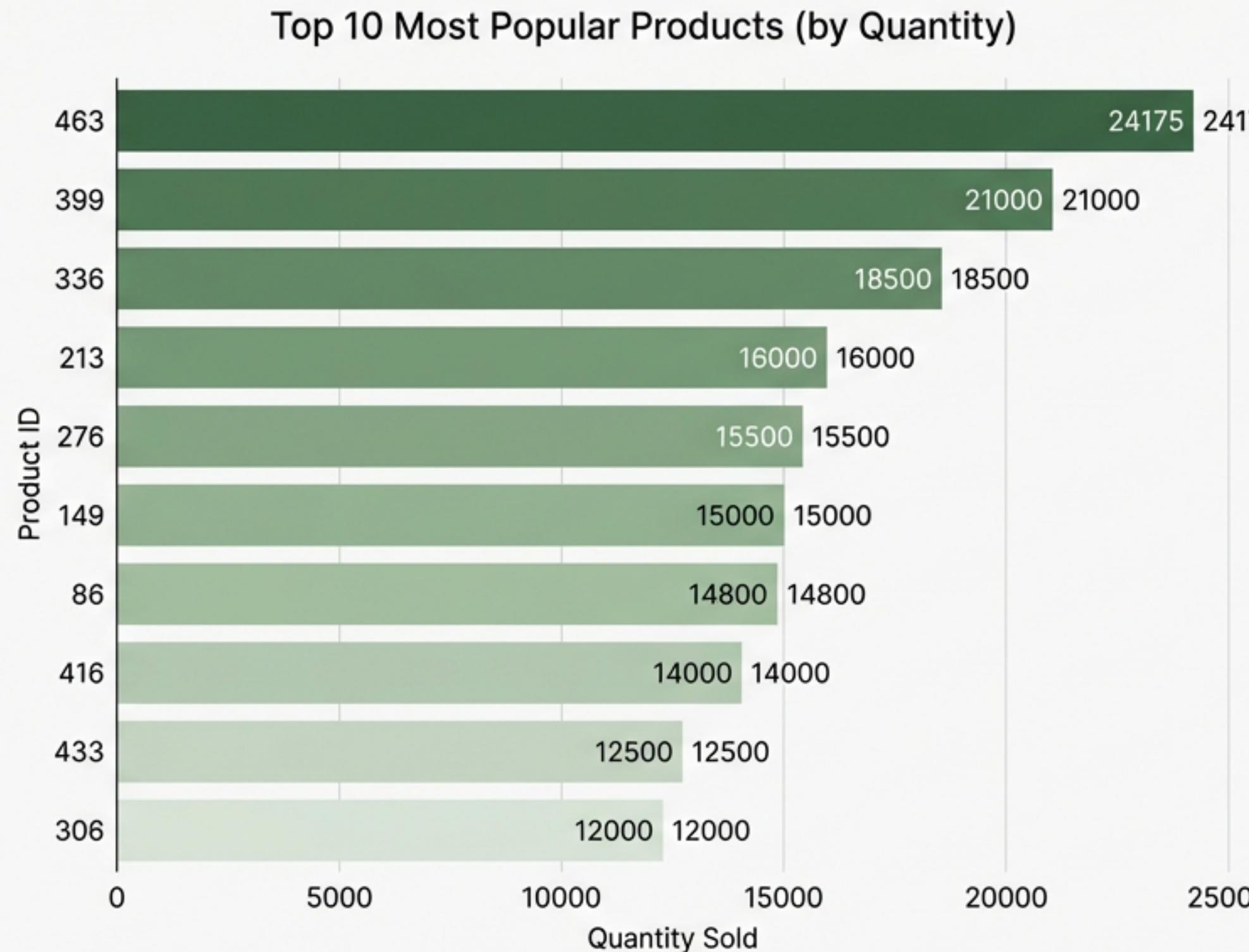


Менеджеры Stearns MacFeather и Ann Dull показывают критически низкий средний доход (46-55 тыс.). Проблема не в отсутствии сделок, а в неумении делать Upsell (допродажи).

### Strategic Action

- Обучение: Внедрить Upsell-тренинги.
- Мотивация: Изменить KPI. Платить не за количество сделок, а за рост среднего чека.
- Цель: Подтягивание аутсайдеров до среднего уровня — это «бесплатные» деньги.

# Магнит для трафика: Драйверы охвата



24,175

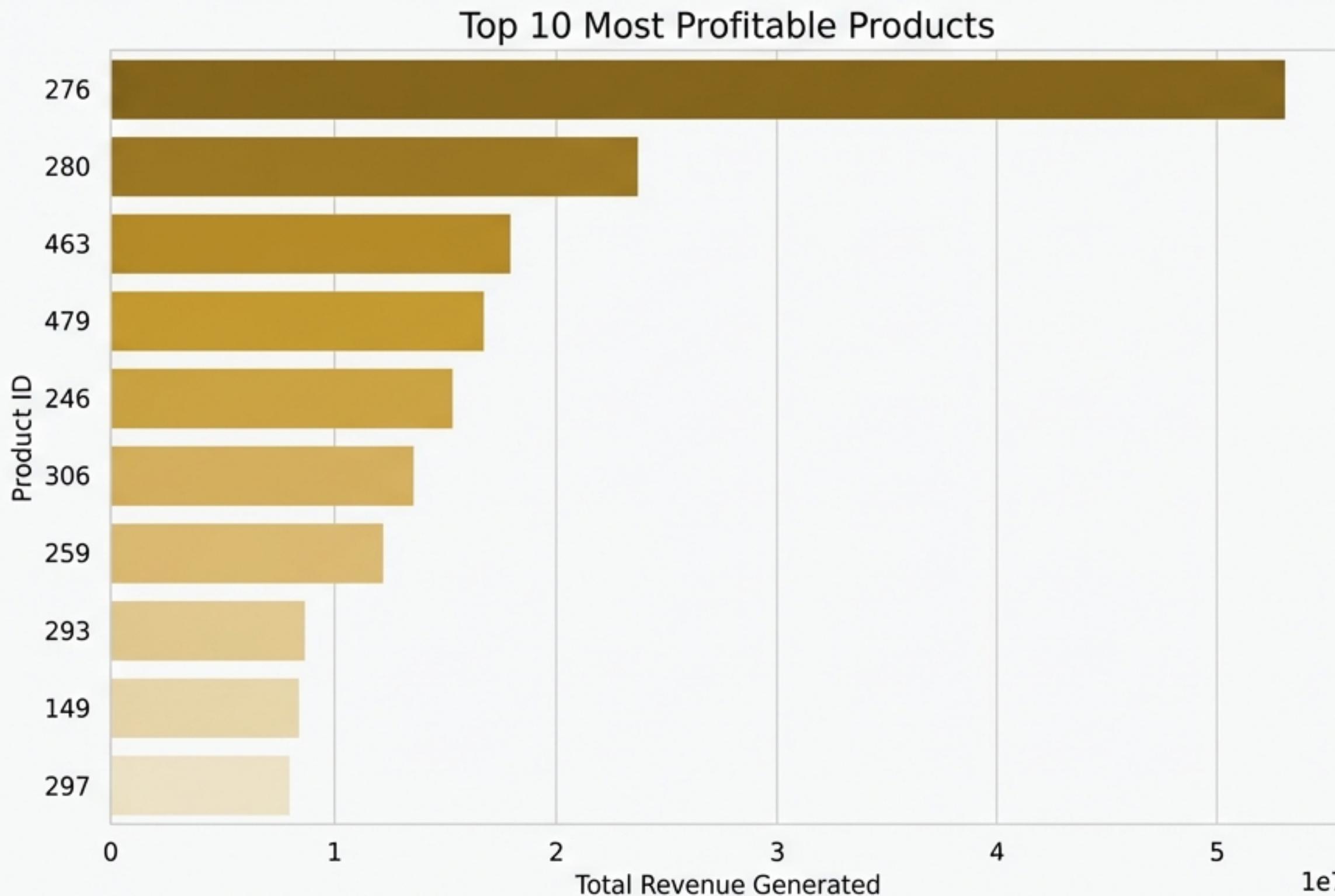
Проданных единиц товара №463

Это «входной билет» для клиента.  
Высокий спрос, но средняя  
маржинальность.

## Strategic Action

- **Lead-магниты:** Использовать №463 для привлечения холодного трафика.
- **Автоворонки:** Настроить автоматический Upsell более дорогих товаров сразу после покупки этих хитов.

# Генераторы прибыли: Матрица маржинальности



**53 млн**

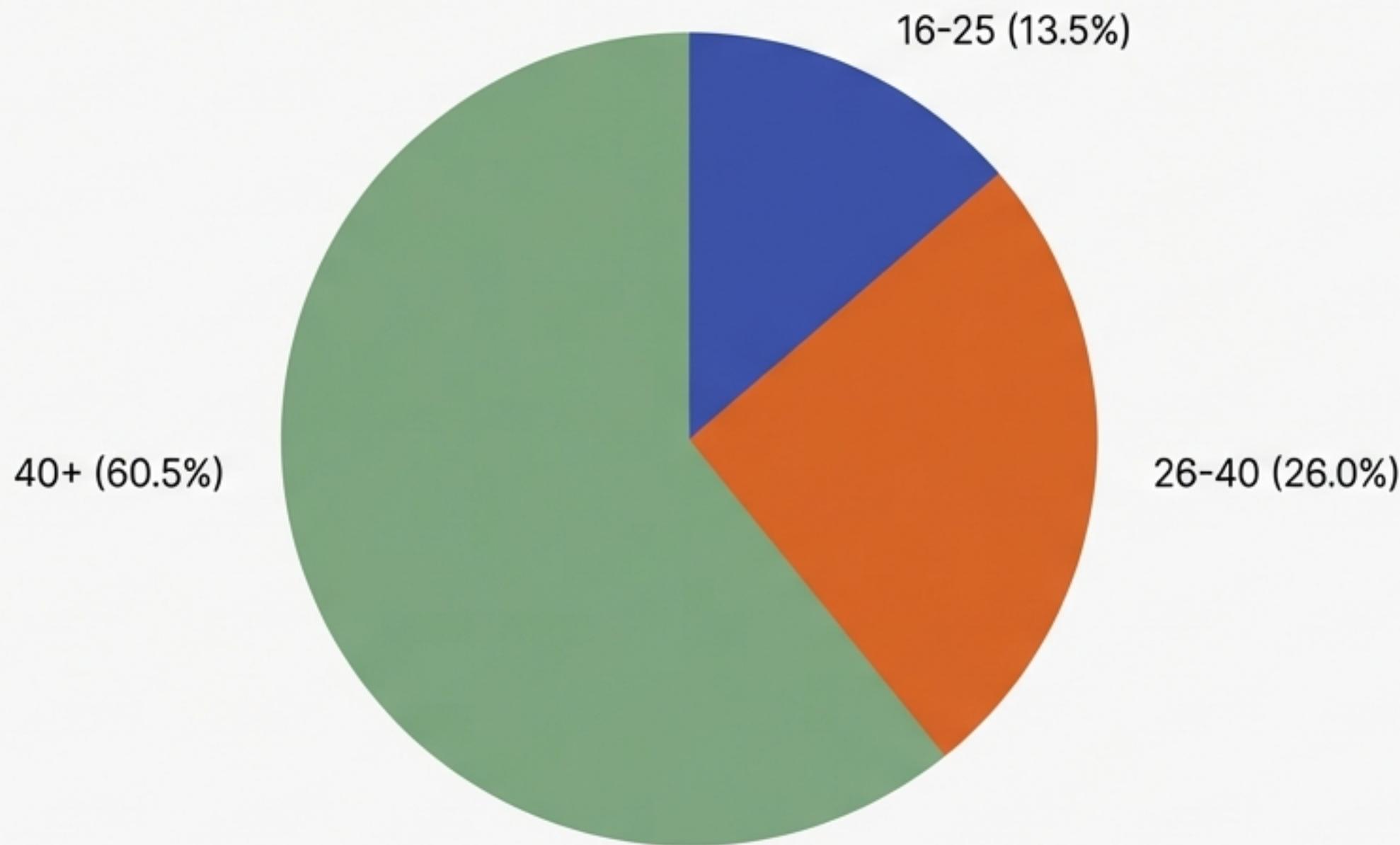
Выручка товара №276

Топ по количеству не совпадает с топом по деньгам. №276 приносит в 3 раза больше денег, чем лидер по количеству.

## Strategic Action

- Масштабирование:** Весь рекламный бюджет направить на №276 и №280 (самый высокий ROI).
- Bundling:** Объединить «Магниты» (№463) с «Генераторами» (№276) в один чек.

# Стратегия поколений: Где лежат деньги?



## Сегмент 40+



Ядро дохода. Требуют стабильности, качества и программы лояльности. Персонализация и офферы на основе доверия.

## Сегмент 16-25

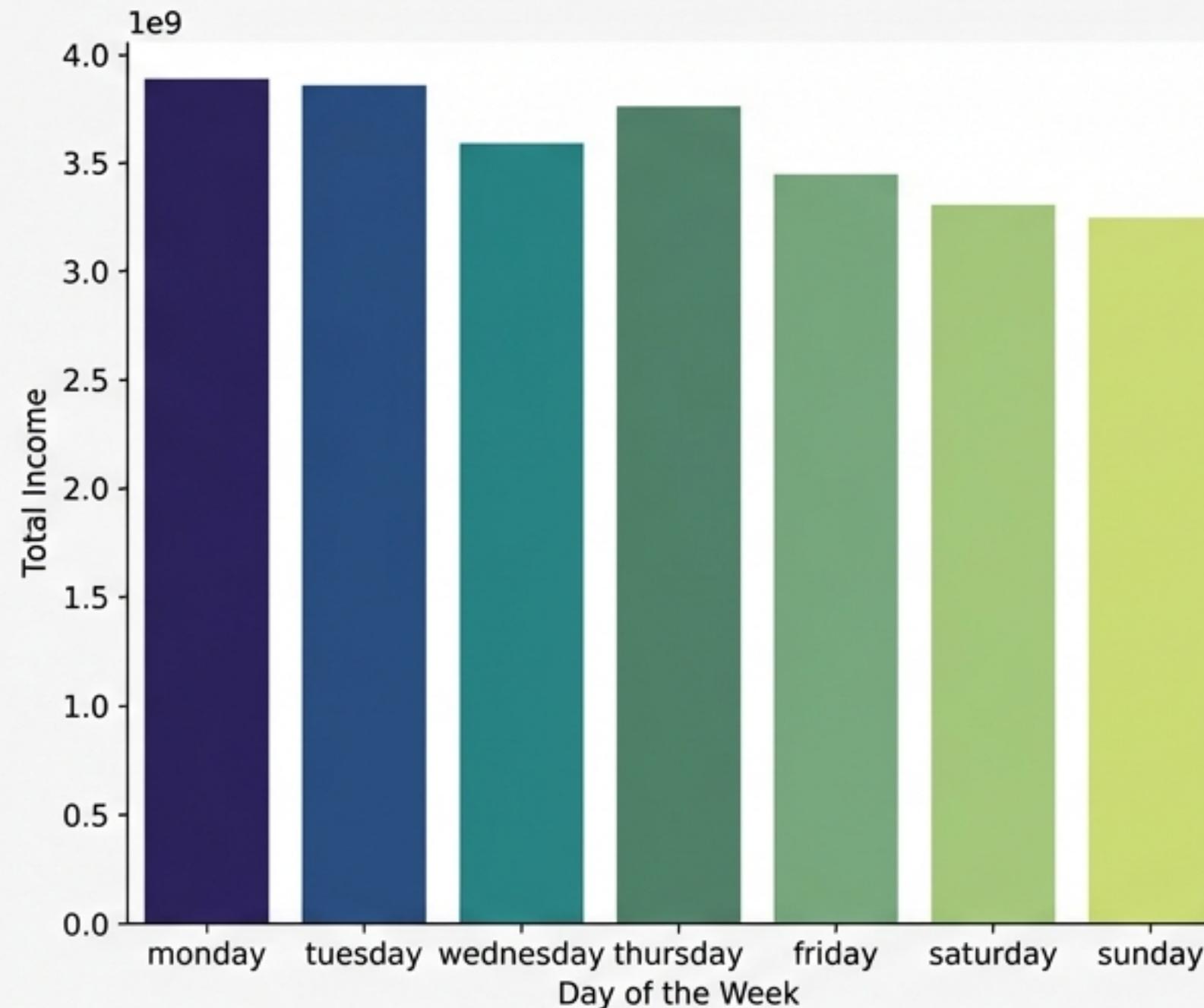


Зона роста. Активны, но низкий чек. Требуют геймификации, Tripwire-офферов в мессенджерах и трендового SMM.

# Сезонный пульс: Фактор Октября



# Недельный ритм: Оптимизация графика смен



Понедельник и Вторник — дни максимальной выручки. Среда — «яма» эффективности.

Риск: Ошибка в графике персонала в начале недели = прямая потеря прибыли.

## Strategic Action

- **Staffing:** Максимальная смена на Пн-Вт.
- **Admin:** Перенести планерки и обучение на среду.
- **Анализ:** Выяснить причину провала среды.

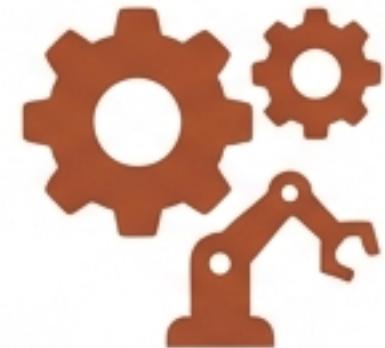
# Roadmap: План захвата рынка

## 1. Масштабирование (Scaling)



- +30% к бюджету на высокомаржинальные товары (№276).
- Фокус креативов на сегмент 40+.

## 2. Автоматизация (Automation)



- Запуск **автоворонок** для молодежи через Lead-магниты (№463).
- Ежедневный **мониторинг ROI**.

## 3. Оптимизация (Optimization)



- Перераспределение **лидов** от **аутсайдеров** к лидерам.
- Усиление штата под "Тяжелый Понедельник" и "Пиковый Октябрь".