

ПРОЕКТ

Продажи

Структура презентации

01

АНАЛИЗ ВЫРУЧКИ

02

ПОКУПАТЕЛИ

03

ПРОДАВЦЫ

04

АКЦИЯ

05

ИТОГИ

01

Анализ выручки

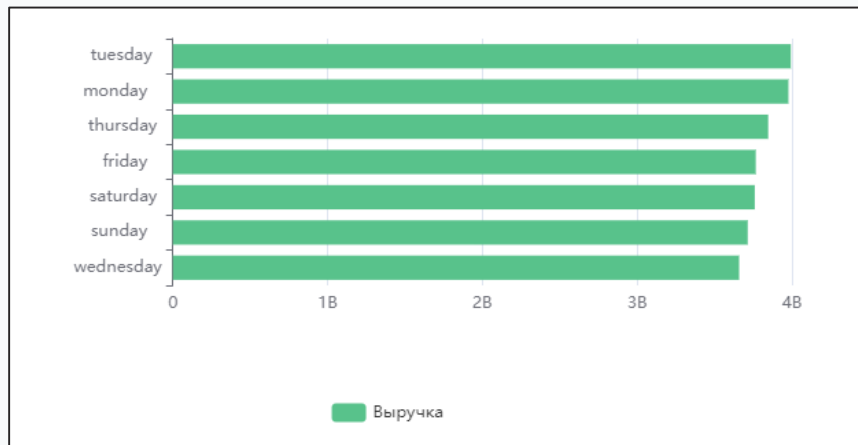
Выручка

По данным, полученным за период с конца сентября по конец декабря суммарная выручка составила **26.7 миллиардов**.

Наиболее прибыльными днями недели стали **понедельник** и **вторник**. Наименее прибыльным днём **среда**.

На данный факт можно обратить внимание при продумывании стратегии продаж.

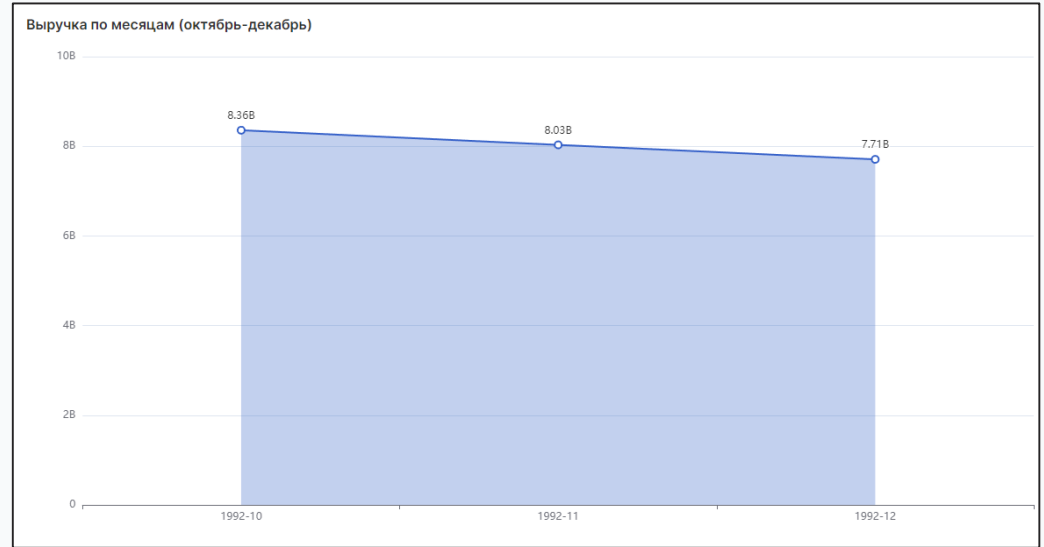
26.7 МИЛЛИАРДОВ



Выручка

На данном графике отражена динамика выручки за отрезок с октябрь по декабрь 1992 года*. Мы видим наглядное снижение суммарной прибыли к концу года. С каждым месяцем суммарная выручка уменьшалась примерно на 300 миллионов.

**При анализе показателей суммарной выручки намеренно не брался в расчёт отрезок данных за конец сентября, иначе график динамики выручки становился бы нерепрезентативным.*

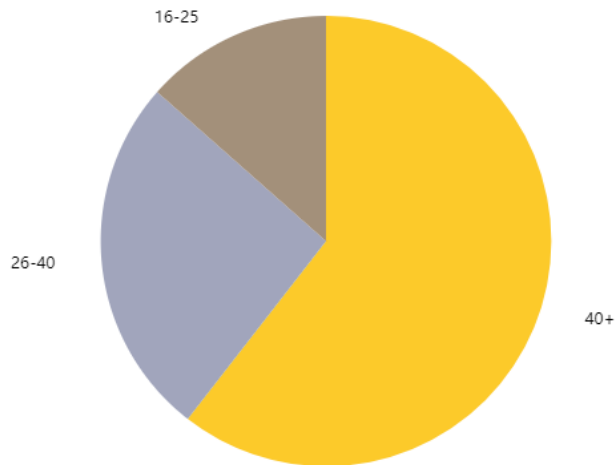


02

Покупатели

Покупатели

Возрастные группы



19759

Количество покупателей

В базе данных хранятся сведения об около **20 тысячах человек**. Наибольшую долю среди них составляют люди в возрасте **от 40 лет-около 60%**. Данный факт может помочь в определении таргетов для рекламы (стоит обратить внимание на более зрелую аудиторию).

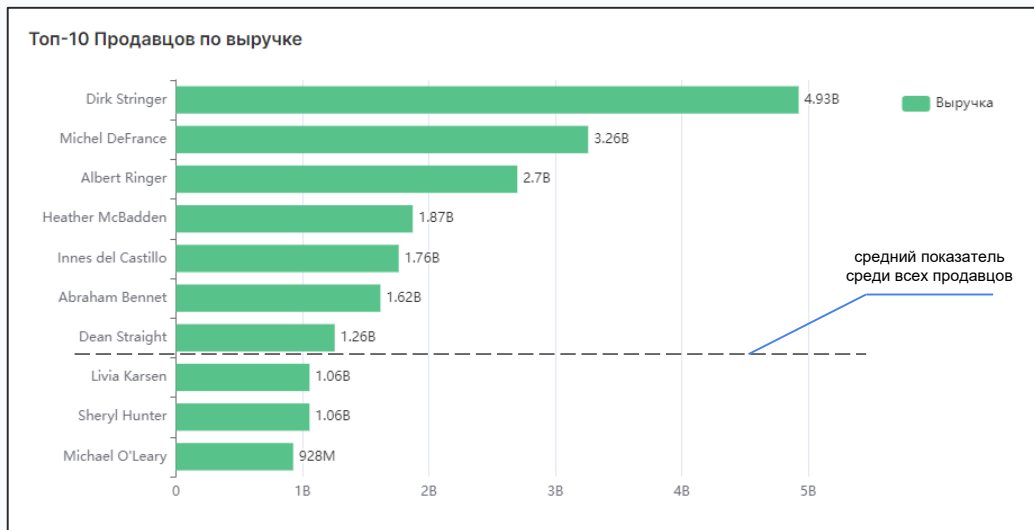
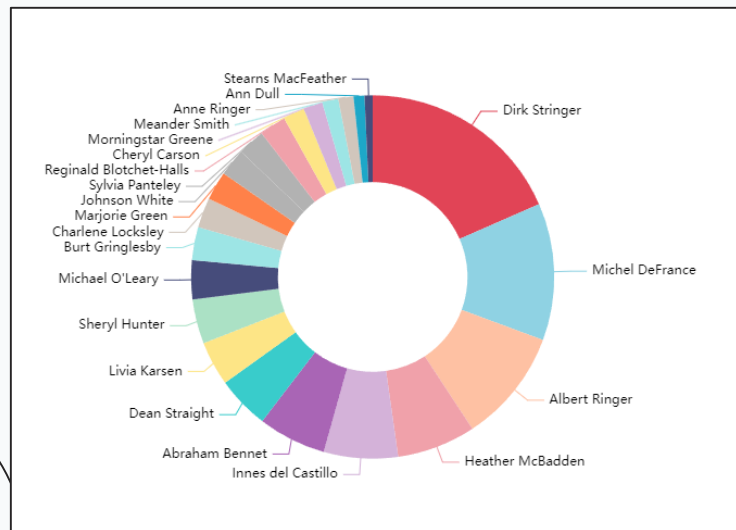
В среднем уникальных покупателей, совершивших покупки в период с конца сентября по конец декабря - **228 человек** в месяц, при этом данные по месяцам не сильно разнятся. Поэтому можно сделать вывод, что снижение прибыли не зависело от количества покупателей.

03

Продавцы

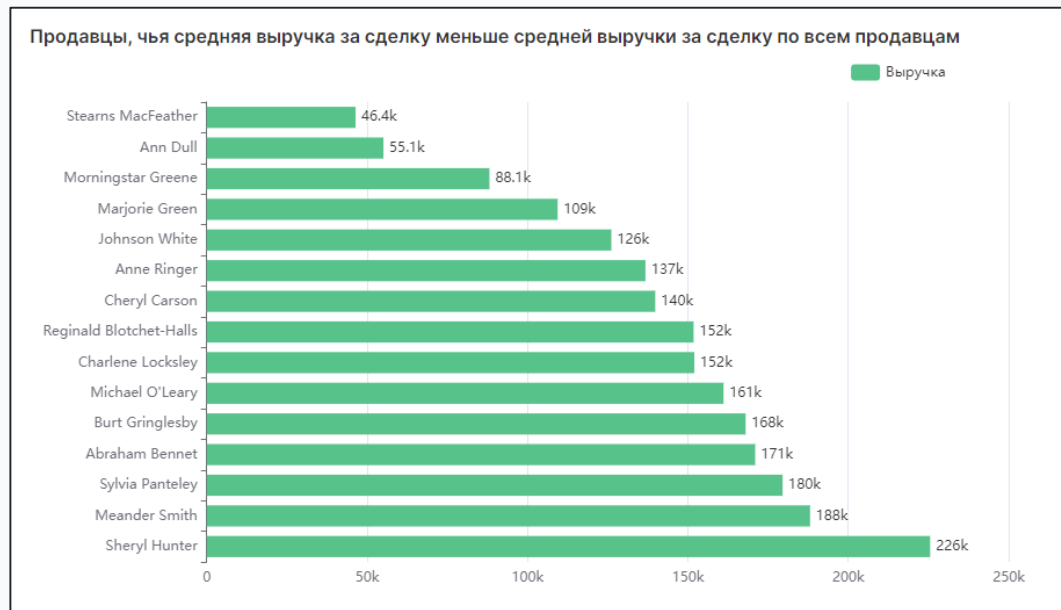
Продавцы

На данных графиках представлено распределение общей прибыли по продавцам и Топ-10 продавцов по суммарной выручке. Наиболее успешными по данному показателю стали **Dirk Stringer - 18,5%** от общей суммы, **Michel DeFrance – 12,2%** и **Albert Ringer – 10,1%**. Семеро продавцов из Топ-10 добились значений выше среднего показателя выручки по всем продавцам (**1.2 миллиарда**).



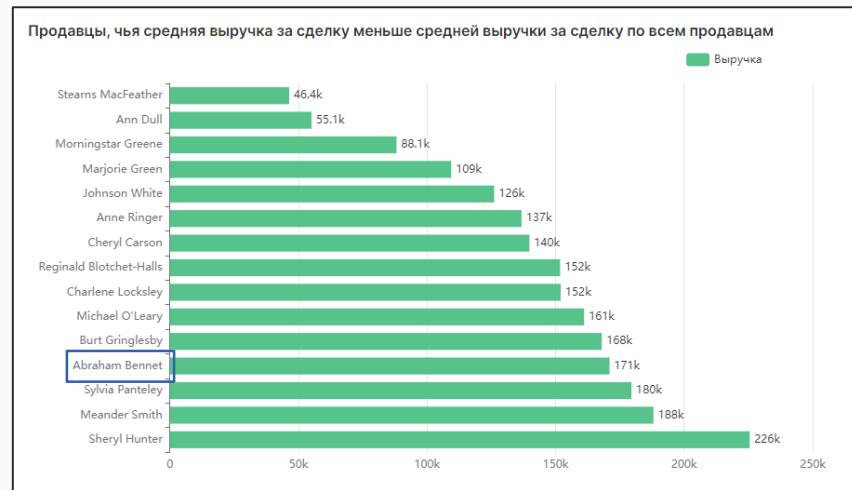
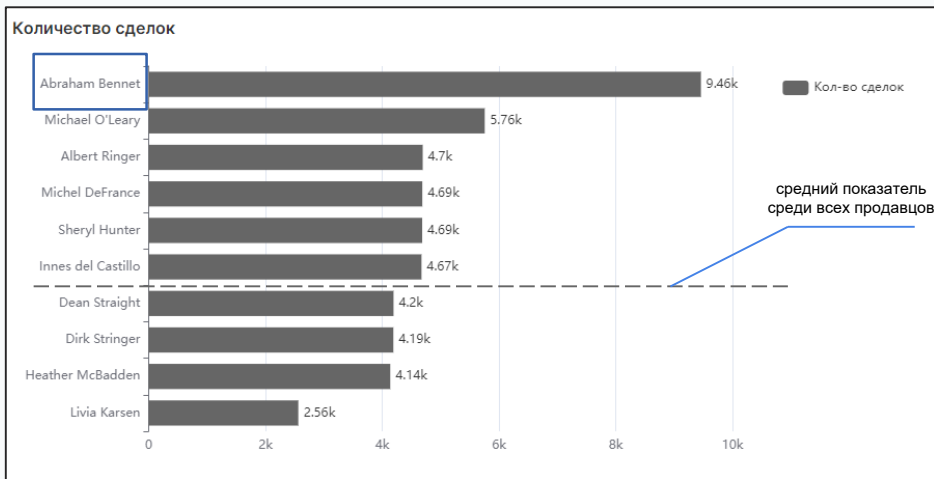
Продавцы

Здесь мы видим данные о продавцах, чья средняя выручка за сделку оказалась меньше средней. Мы могли бы предложить, что данные продавцы работают чуть менее эффективно, чем могли бы, но рассмотрим следующий слайд.



Продавцы

Взглянув на график по количествам сделок среди Топ-10 продавцов по суммарной выручке мы заметим, что продавец совершивший наибольшее количество сделок среди них, также имеет показатель средней сделки ниже среднего.



На основе имеющихся данных мы можем выдвинуть гипотезу о влиянии цены продаваемых товаров продавцом на долю его суммарной выручки от общей прибыли. Такое может происходить, если например продавцы работают в разных отделах, и даже при примерно равном количестве сделок у них будет разница в суммарной выручке. Также на итоговую прибыль и показатель средней сделки каждого продавца могли повлиять товары, проданные по акции.

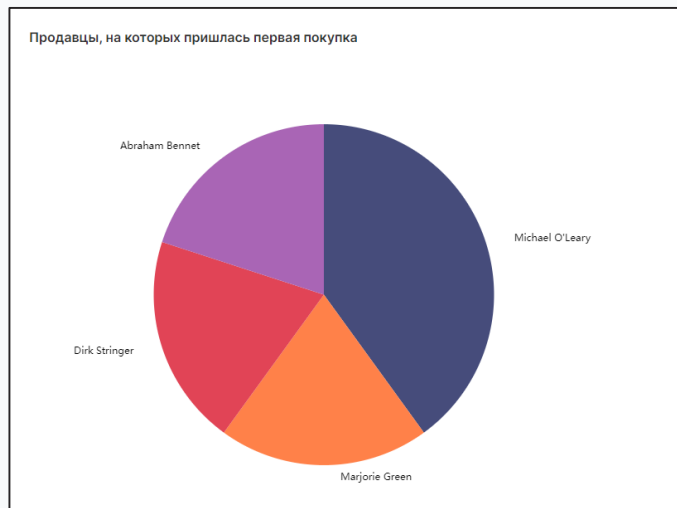
04

АКЦИЯ

Акция

Всего **15** человек совершили свою первую покупку именно по акции. Наибольшее количество покупателей, совершивших свою первую покупку пришлось на **21 сентября**. Среди продавцов, на кого больше остальных приходилась первая покупка был **Michael O'Leary**.

Все первые покупки по акции приходятся на конец сентября. Отсутствие данных до 21 сентября может говорить нам о том, что акция возможно проводилась в связи с открытием магазина. Однако наличие данных о 20 тысячах покупателях, большая часть которых не производила покупок за период, доступный нам для анализа, скорее всего свидетельствует об открытии филиала крупной сети.



05

Итоги

Итоги

Подводя итоги на основе полученных данных можно отметить, что:

1. Компании следует сосредоточить внимание на продвижении товаров в начале недели (пн-вт), поскольку посетители активнее покупали товар именно в эти дни.
2. К концу года наблюдается снижение общей прибыли. Следует повысить показатели в следующем году.
3. В продвижении рекламы стоит ориентироваться на возрастную аудиторию 40+, поскольку она составляет около 60% от общего количества покупателей.
4. Снижение общей прибыли не было связано со снижением посещаемости.
5. Нельзя сделать однозначный вывод, что приносимая продавцами прибыль напрямую зависела от количества совершённых ими сделок.
6. Проведение акции можно считать не столь эффективным, поскольку всего лишь 15 покупателей из средней посещаемости 228 человек в месяц были привлечены благодаря её условиям (совершили свои первые покупки в эти дни).

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Ссылка на дашборд:

https://de782a2d.eu5a.app.preset.io/superset/dashboard/9/?native_filters_key=x6W97beX3kSl n7aDdxi3nGbLPE70mj6Tx3UQOb9ASWCLgeao8tOipXqT9mo06-Vj