

Обучение пользователей

1. Общая информация

Название отчёта	Анализ эффективности продаж	
Бизнес-цель отчёта	Быстро оценивать и контролировать динамику продаж, активности пользователей и качество товаров для принятия оперативных бизнес-решений	
Подразделение заказчика	Отдела маркетинга	
Заказчик	руководитель отдела маркетинга	
Целевая аудитория дашборда	руководитель отдела маркетинга, отдел продаж, отдел маркетинга	
Дата отчета	21.10.2025	
Автор отчета	Лапшина Виктория	
Ссылка на дашборд	https://superset.bi-analysts.education-services.ru/superset/dashboard/p/WE8VAyyNK0g/	
Описание дашборда	Дашборд содержит несколько вкладок для анализа общих показателей, поведения пользователей и качества товаров. 1. Общие показатели отображает основные метрики для бизнеса, например общую выручку, средний чек, конверсию в заказ и т.п. Данные метрики позволяют увидеть общую картину эффективности продаж. 2. Вкладка с анализом качества товаров содержит более детальную информацию о продажах товаров: количество проданных товаров, выручку по категориям, средний рейтинг. Это позволяет сформировать понимание о том, какие товары приносят больше прибыли и имеют более высокий рейтинг. 3. Вкладка с анализом пользователей содержит поведенческие метрики: DAU, LTV, ARPU. Графики позволяют лучше понять поведение пользователей, их активность и вовлеченность.	

2. Показатели / метрики

№	Название показателя	Комментарий
1	Общая сумма продаж (GMV)	показывает общий доход компании
2	Количество заказов	отображает общее количество сделанных пользователями заказов
3	Количество покупателей	показывает общее количество уникальных покупателей
4	Количество продавцов	показывает общее количество уникальных продавцов
5	Средний рейтинг товаров	отображает, какую оценку в среднем пользователи ставят тому или иному товару
6	Количество отзывов	показывает общее количество отзывов, оставленных покупателями
7	Конверсия в заказ	показывает, сколько пользователей из зарегистрированных совершили хотя бы один заказ
8	Средний размер покупки (средний чек)	отображает, сколько в среднем пользователи тратят на заказ
9	Количество позиций в заказе	отображает среднее количество товаров в одном заказе
10	Retention rate	отображает долю пользователей, которые совершили заказ повторно
11	LTV	отображает доход, который компания получила с пользователя за период 3 месяца
12	ARPU	показывает, сколько в среднем получает компания с одного активного пользователя
13	ARPPU	показывает, сколько в среднем получает компания с одного платящего пользователя
14	DAU	отображает количество уникальных пользователей за день

3. Фильтры

Название фильтра	Значения фильтра	Комментарий
Дата	диапазон дат	позволяет выбрать период, по которому будут рассчитываться значения в графиках
Категории	категории продуктов	позволяет выбрать категорию продуктов для фильтрации интересующих продуктов
Статус заказа	new, paid, shipped, canceled	позволяет отфильтровать данные по статусу заказа
Рейтинг	рейтинг товаров	позволяет выбрать товары с определенным рейтингом

4. Визуализации

№	График	Комментарий	Тип визуализации
Общие показатели			
1	GMV	показывает общий доход компании	индикатор
2	Средний чек	отображает, сколько в среднем пользователи тратят на заказ	индикатор
3	Конверсия в заказ	показывает, сколько пользователей из зарегистрированных совершили хотя бы один заказ	индикатор
4	Количество заказов	отображает общее количество сделанных пользователями заказов	индикатор
5	Количество продавцов	показывает общее количество уникальных продавцов	индикатор
6	Количество покупателей	показывает общее количество уникальных покупателей	индикатор
7	Топ-10 категорий товаров по продажам	отображает топ категорий с наибольшей выручкой	столбчатая диаграмма
8	Динамика среднего чека	отображает, как менялся средний чек по месяцам	линейный график
9	Динамика заказов по статусам	отображает соотношение заказов с разными статусами	линейный график
Анализ товаров			
10	Количество проданных товаров	показывает, сколько товаров было реализовано за отчетный период	индикатор
11	Средний рейтинг	отображает, какую оценку в среднем пользователи ставят тому или иному товару	индикатор
12	Среднее количество товаров в заказе	отображает среднее количество позиций в заказе	индикатор
13	Количество отзывов	показывает общее количество отзывов, оставленных покупателями	индикатор
14	Детализация продаж	отображает детальную информацию по продажам отдельных товаров: выручку, количество заказов, статусы	таблица
15	Рейтинг товаров		столбчатая диаграмма
Анализ пользователей			
16	ARPU	показывает, сколько в среднем получает компания с одного активного пользователя	индикатор
17	ARPPU	показывает, сколько в среднем получает компания с одного платящего пользователя	индикатор
18	LTV	отображает доход, который компания получила с пользователя за период 3 месяца	индикатор
19	Количество активных пользователей	показывает общее количество уникальных покупателей	индикатор
20	DAU	отображает количество уникальных пользователей за день	линейный график
21	Конверсия в покупку	показывает, сколько пользователей из зарегистрированных совершили хотя бы один заказ в динамике	линейный график
22	Retention Rate	отображает долю пользователей, которые совершили заказ повторно	таблица

5. Сигналы и аномалии

Показатель	Комментарий
Количество заказов	резкие падения количества заказов может сигнализировать о проблемах в пользовательском пути, также следует отслеживать динамику количества заказов по статусам - увеличение отмененным заказов может говорить о проблемах с качеством доставки товаров или самих товаров
Средний чек	снижение среднего чека может говорить о том, что пользователи стали покупать более дешевые товары или стали покупать меньше товаров; данную метрику стоит отслеживать вместе со средним количеством товаров в заказе
Средний рейтинг	рейтинг товаров напрямую говорит о качестве приобретаемых покупателями товаров
DAU	снижение данного показателя может говорить о низкой вовлеченности пользователей и неэффективности рекламных кампаний
Конверсия	низкий показатель конверсии может говорить о том, что пользователи не заинтересованы в покупках или сталкиваются с проблемами на каком-то из этапов до совершения заказа
Retention Rate	процент удержания пользователей напрямую говорит о ценности товаров для пользователей, снижение данного показателя может говорить о незаинтересованности пользователей товарами