

# 报告框架

## 前期分析

### 前期分析

数据组合 (22)					
其他数据 (1)	产品信息 (3)	订单信息 (6)	销售信息 (5)	客户信息 (3)	地区信息 (4)
行ID	产品ID	订单ID	销售经理	客户ID	国家
	子类别	发货日期	利润	客户名称	地区
	类别	订单日期	折扣	客户ID	城市
		是否退回	数量	细分	省/自治区
		计划发货天数	销售额		
		实际发货时间			

### 可能需要计算得到的数据

- 计划发货时间与实际发货时间的偏差 = 实际发货时间 - 计划发货时间
- 利润率 = 利润 / 销售额
- 平均单价 = 销售额 / 数量
- 折扣前价格 = 销售额 / (1-折扣)
- 折扣额 = 折扣前价格 - 销售额
- 平均利润 = 利润 / 数量

	产品信息	订单信息	销售信息	客户信息	地区信息
产品信息	/	不同月份销量最高的服装类型 不同月份的服装销量最好的月份/季度 不同类型服装的退货比例	不同类别及子类别服装与销售额的关系 与销售数量的关系 与利润率的关系 与平均利润的关系 不同类型服装的平均单价	不同细分类型客户的不同类别服装喜好	不同地区主要购买服装的类别 不同省份最喜爱的服装类型 不同类型主要销往的地区排行
订单信息	不同月份销量最高的服装类型 不同月份的服装销量最好的月份/季度 不同类型服装的退货比例	实际发货时间的分布/与计划发货天数的对比 退货分布	不同月份/季度的销售额/销售数量走势 不同月份/季度的利润走势	不同客户的订单数量分布 不同细分客户的订单数量分布	不同地区的订单数量占比 不同地区的平均发货时间发布
销售信息	不同类别及子类别服装与销售额的关系 与销售数量的关系 与利润率的关系 与平均利润的关系 不同类型服装的平均单价	不同月份/季度的销售额/销售数量走势 不同月份/季度的利润走势	不同销售经理的销售额排行 不同销售经理的利润排行	这里也许可以做个桑吉图。表现不同销售经理对应的客户 不同客户的销售额汇总 不同细分的销售额汇总	不同地区的销售额 不同地区的销售数量 不同销售经理主要销往的地方
客户信息	不同细分类型客户的不同类别服装喜好	不同客户的订单数量分布 不同细分客户的订单数量分布	这里也许可以做个桑吉图。表现不同销售经理对应的客户 不同客户的销售额汇总 不同细分的销售额汇总	/	/
地区信息	不同地区主要购买服装的类别 不同省份最喜爱的服装类型 不同类型主要销往的地区排行	不同地区的订单数量占比 不同地区的平均发货时间发布	不同地区的销售额 不同地区的销售数量 不同销售经理主要销往的地方	/	/
各维度分析组合					

## 总述

## 目录

- 销售业务分析 (商端)
- 客户分布分析 (客户端)
- 销售经理分析
- 订单售后分析

## 销售业务分析

### 不同类别服装

- 1 不同类别及子类别服装与销售额的关系
- 2 与销售数量的关系
- 3 与利润率的关系
- 4 与平均利润的关系
- 5 不同类型服装的平均单价

分析不同类别服装的销售业绩，根据业绩表现对单价、折扣、利润率、销售地区等做出调整。

### 不同时间服装

- 1 不同月份销量最高的服装类型
- 2 不同月份的服装销量最好的月份/季度
- 3 不同月份/季度的销售额/销售数量走势
- 4 不同月份/季度的利润走势

分析时间维度的销售业绩，根据业绩表现判断各时间段的热卖品和滞销品、促销活动的效果、应季服装的趋势等。根据表现对不同时间段的单价、折扣做出调整，设计出更受欢迎的促销活动。

## 客户分布分析

### 地域

- 1 不同类型主要销往的地区排行
- 2 不同地区的订单数量占比
- 3 不同地区的销售额
- 4 不同地区的销售数量
- 5 各省利润占比

针对不同地域的业绩表现调整各品类的主营区域，有针对性地维持高业绩地区、调整策略开拓低业绩地区。

### 客户及细分

- 1 不同细分类型客户的不同类别服装喜好
- 2 不同客户的订单数量分布
- 3 不同细分客户的订单数量分布
- 4 不同客户的销售额汇总
- 5 不同细分的销售额汇总

根据各类客户的业绩表现，对不同层次用户进行分档，推出更加定制化的销售服务，维护高业绩用户，并努力开拓更多低业绩用户的收益。

## 销售经理分析

### 不同销售经理

- 1 不同销售经理的销售额排行
- 2 不同销售经理的利润排行
- 3 这里也许可以做个桑吉图，表现不同销售经理对应的客户
- 4 和折扣相关

分析各销售经理的业务流向及业绩，对低业绩者进行业务调整。

## 订单售后分析

### 退货

- 1 不同地区的平均发货时间发布
- 2 实际发货时间的分布/与计划发货天数的对比
- 3 不同类型服装的退货比例
- 4 退货分布

分析订单发货的情况，及时做出改进以提高发货效率，进而提升客户满意度和订单周转量。

分析各订单的退货情况，及时对业务做出改进，减少退货比例。

## 未来趋势和预测