

# Анализ продаж

на основе [дашборда в Preset](#)

## **Цель:**

проанализировать данные по продажам компании и найти точки роста

## **Задачи:**

- Проанализировать общие метрики
- Проанализировать данные в разрезе продавцов
- Проанализировать данные в разрезе покупателей

Общие продажи

26.7B

общие продажи за период

За период **сентябрь -  
декабрь 1992 года**  
общие продажи  
составили 26,7 млрд



**В октябре** были наибольшие продажи среди всех месяцев за период

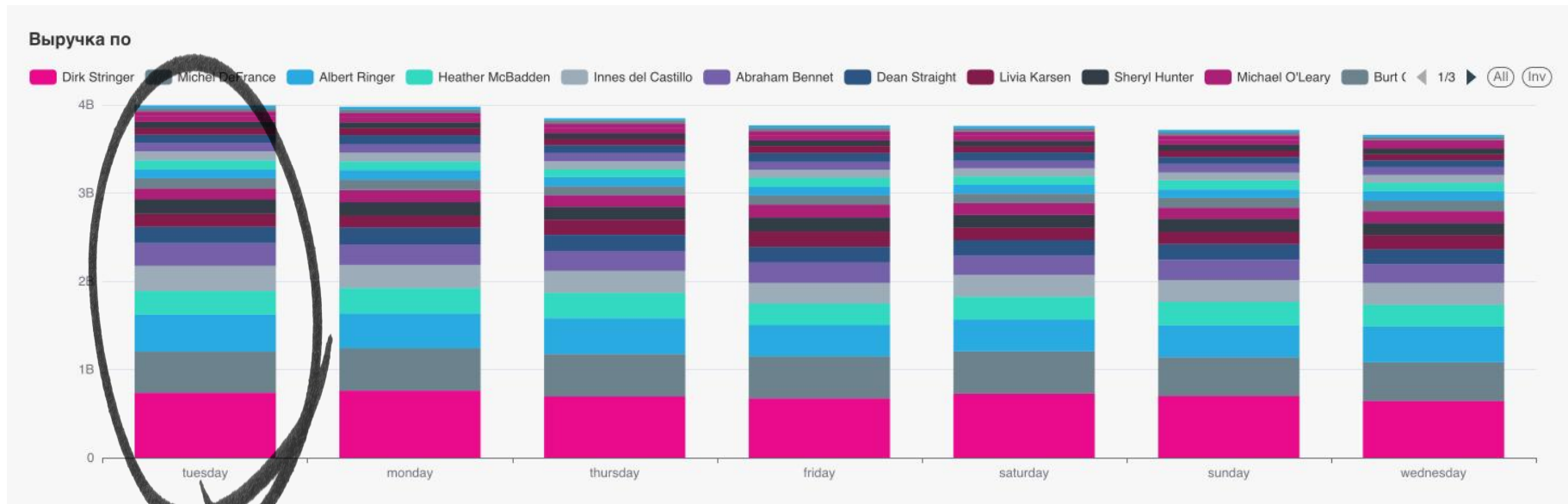
Они составили 8,36 млрд



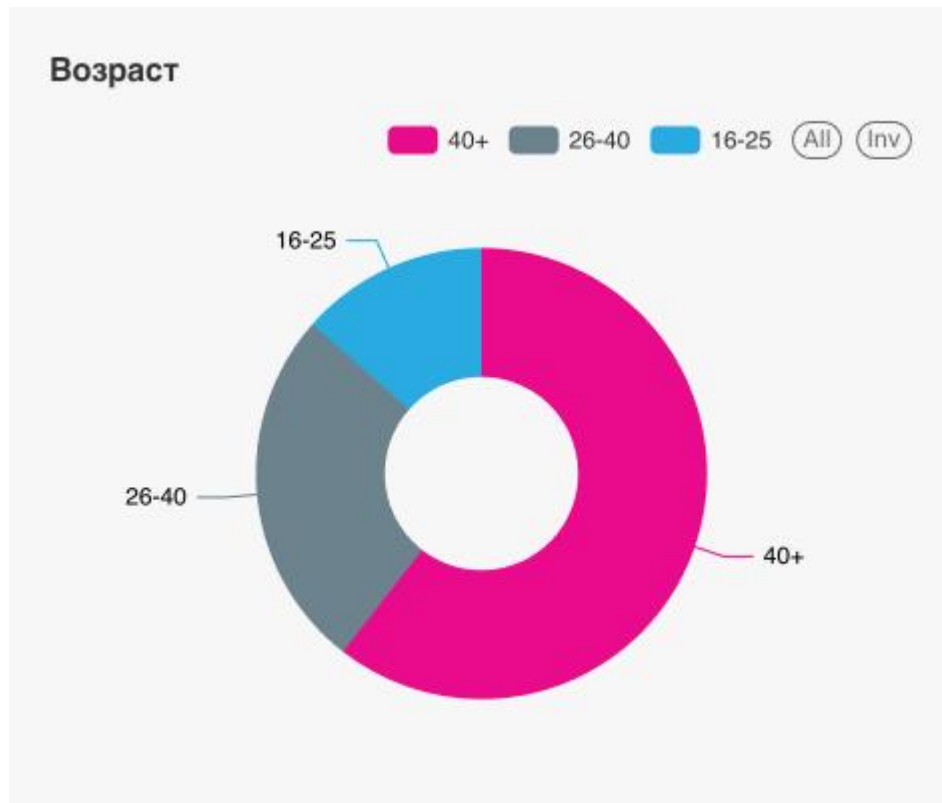
точка роста для груминга, почему продажи не выросли в декабре и ноябре по сравнению с октябрем

# Вторник - наиболее результативный день недели

если смотреть на сумму продаж по дням недели



# Анализ клиентов



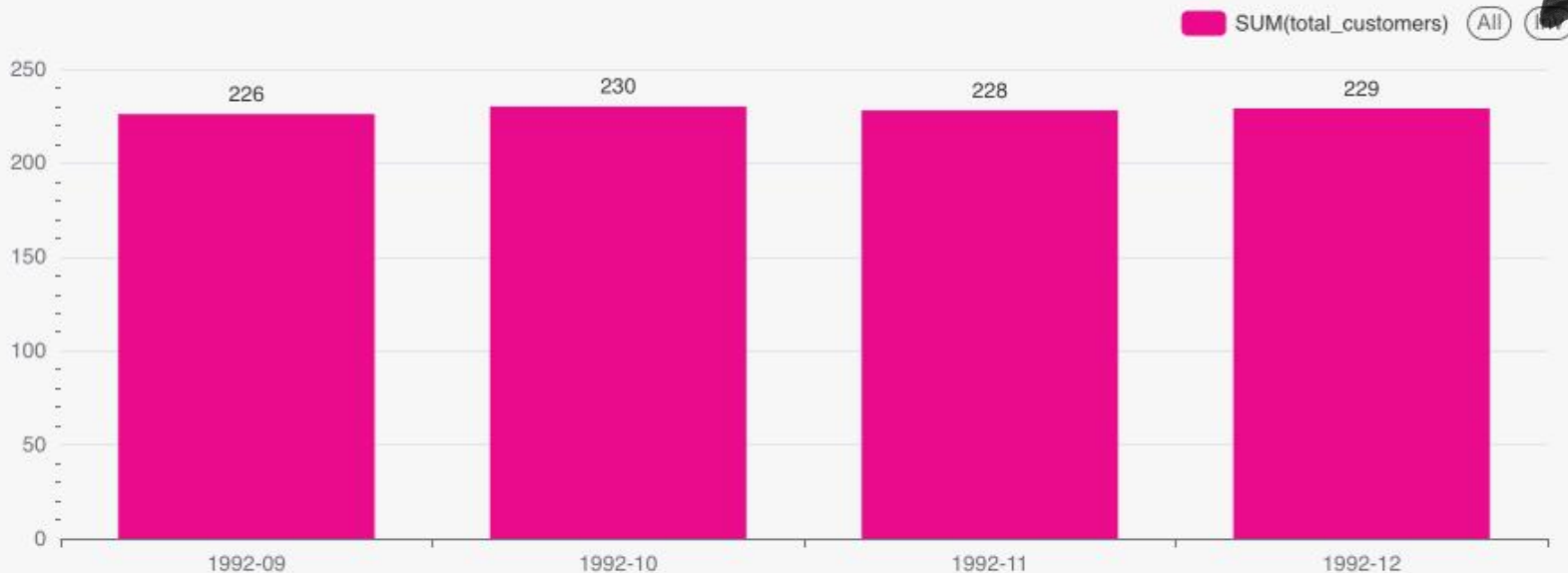
## 40+ лет

среднему клиенту  
из базы данных  
клиентов

# 228

## активных покупателей в месяц в среднем

Помесячные покупатели



# Анализ продавцов

Топ 10 продавцов по выручке



## Dirk Stringer

- продавец с наибольшими продажами за весь период (4,93 млрд)



# Анализ продавцов

Топ 10 продавцов по кол-ву сделок

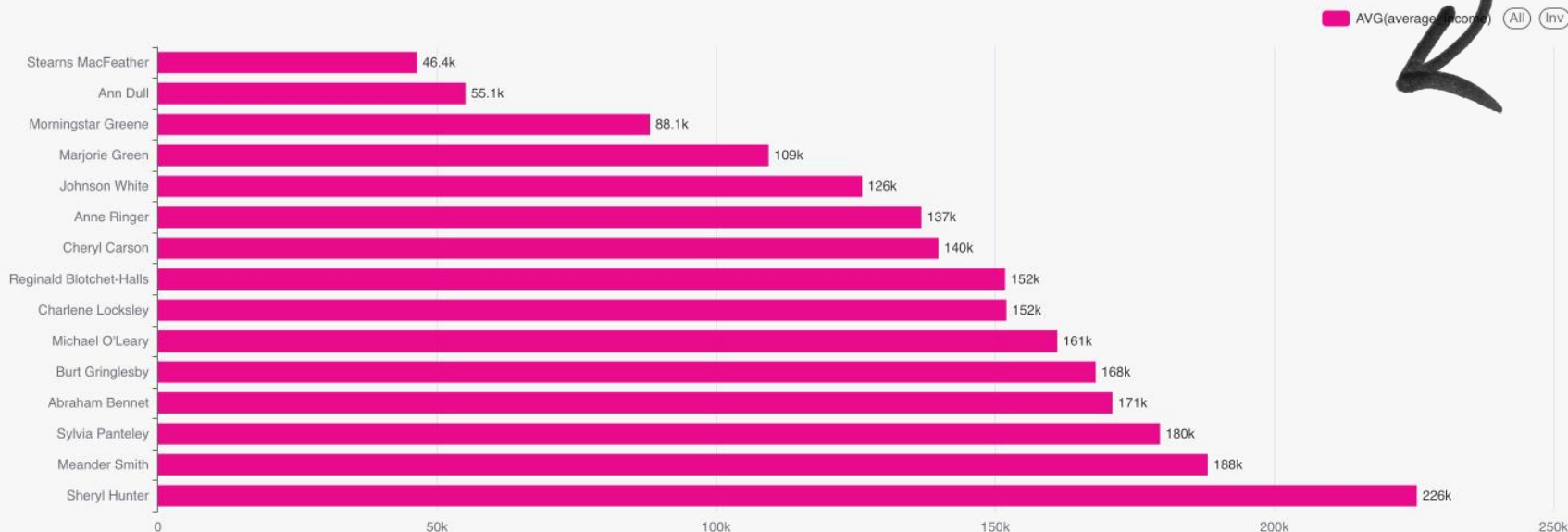


## Abraham Bennet

- продавец с наибольшим количеством сделок за весь период (9,46 тысяч)

На кого стоит **обратить внимание**:  
продавцы, у которых продажи **ниже** среднего

Продавцы со средними продажами меньше среднего



## Выводы:

- ①) Нужно обратить внимание на падение продаж после октября, прогнумить, почему уменьшились продажи (стало меньше заказов? стал меньше средний чек? проблемы с контентом/сайтом/операциями?)
- ②) Нужно обратить внимание на 10 худших продавцов, представленном на прошлом слайде, особенно на Steams MacFeather. (Со стороны компании можно, например, порисерчить ассортимент продавца, и если он продает товары, на которые нет спроса, предложить ему покупаемые альтернативы)