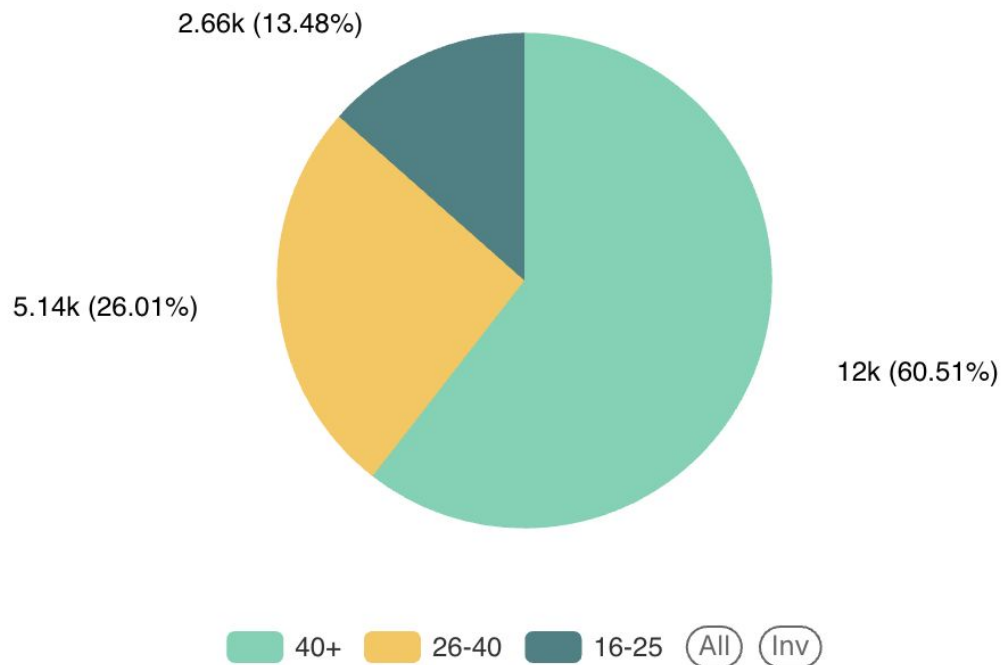


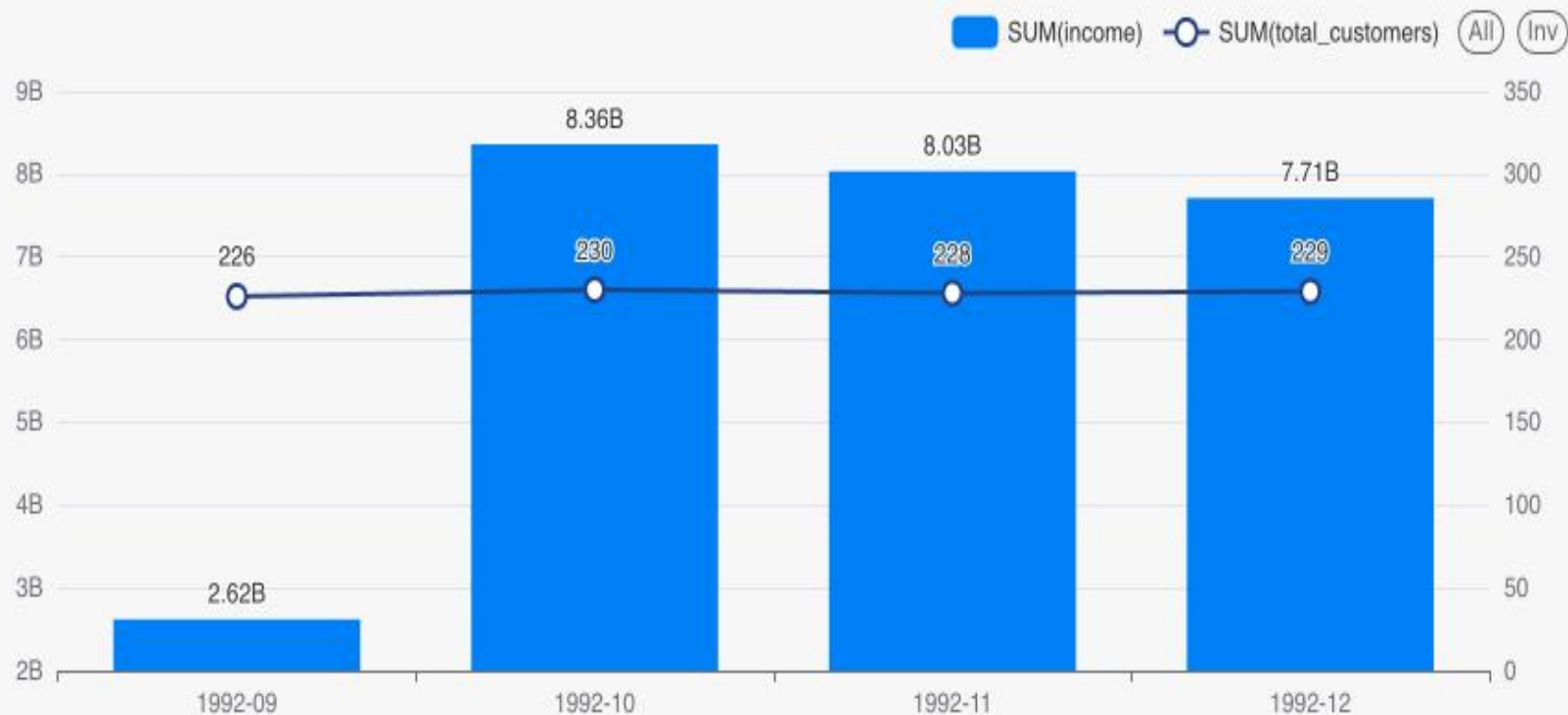
# Анализ отдела продаж

## Возрастные группы клиентов



Основной сегмент клиентов — аудитория 40+.  
Это лояльные покупатели с высокой платёжеспособностью.

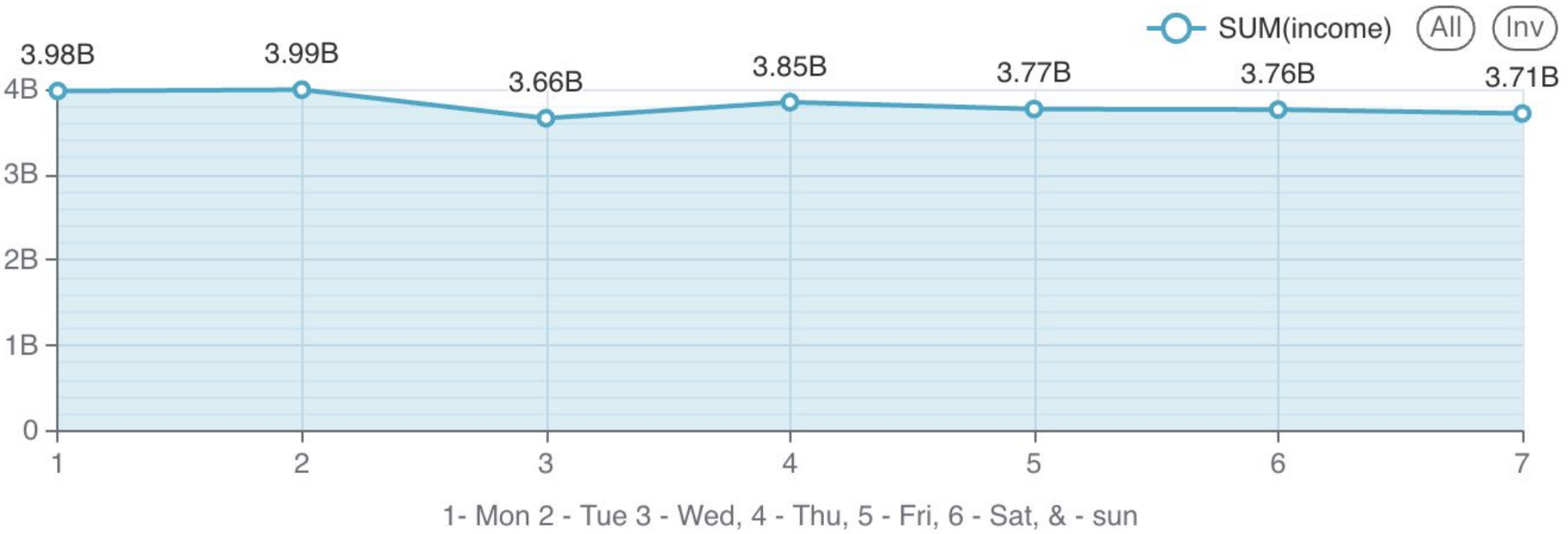
## Доход от новых клиентов за период 21 сентября – 29 декабря



- **Общий доход за период 21 сентября - 29 декабря: 26.7В**
- **Почти равномерное распределение клиентов: ~230 клиентов в месяц**
- **Сентябрь показывает заниженный доход, поскольку учтено лишь 10 дней**

Несмотря на неполные данные за сентябрь, доходы по месяцам остаются высокими и стабильными. Это указывает на устойчивую покупательскую активность и стабильное поведение клиентов в течение всего периода.

# Доход по дням недели: максимум в понедельник и вторник, минимум в среду



- **Пик дохода — вторник (почти 4В)**
- **Минимум — среда (~3.66В)**

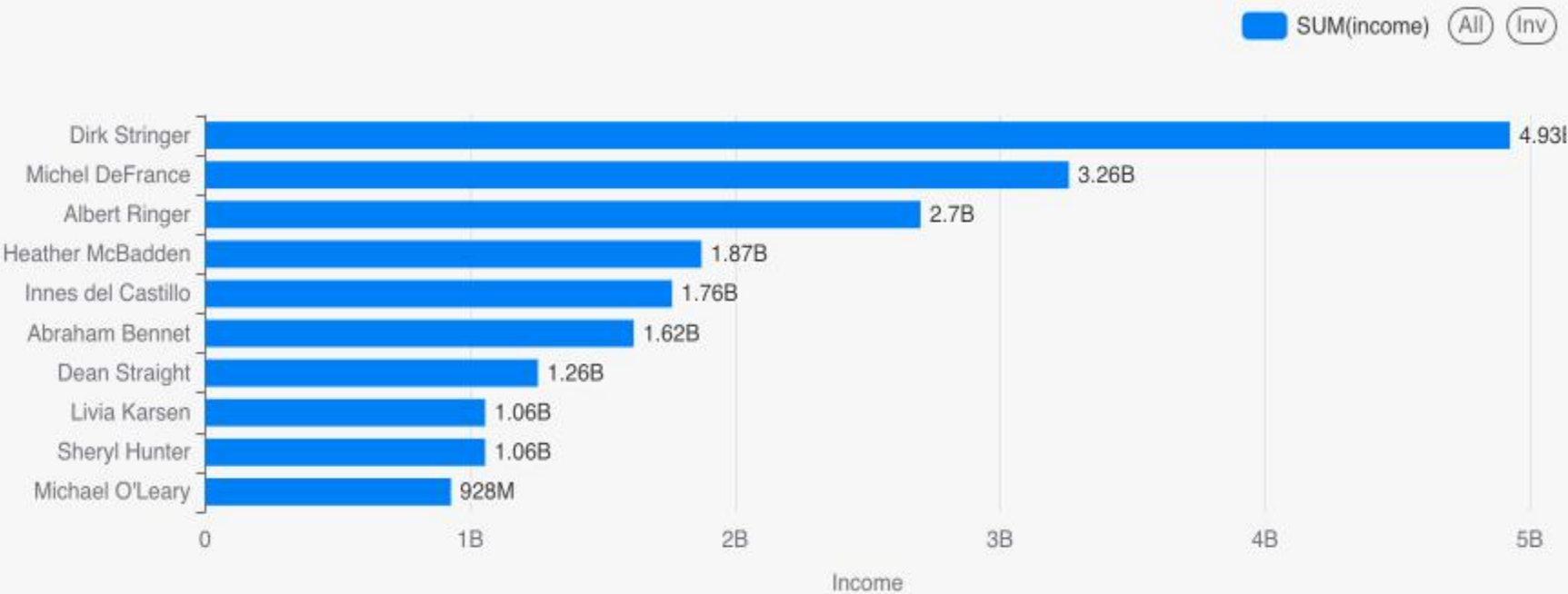
Анализ показал, что наибольший совокупный доход зафиксирован во вторник (3.99В) и понедельник (3.98В) — эти дни демонстрируют наибольшую активность покупателей. Среда оказалась наиболее слабым днём недели по показателю дохода — всего 3.66В, что на ~330М меньше, чем во вторник.

Остальные дни (четверг, пятница, суббота, воскресенье) распределены относительно равномерно, с небольшими колебаниями в пределах 3.71–3.85В.

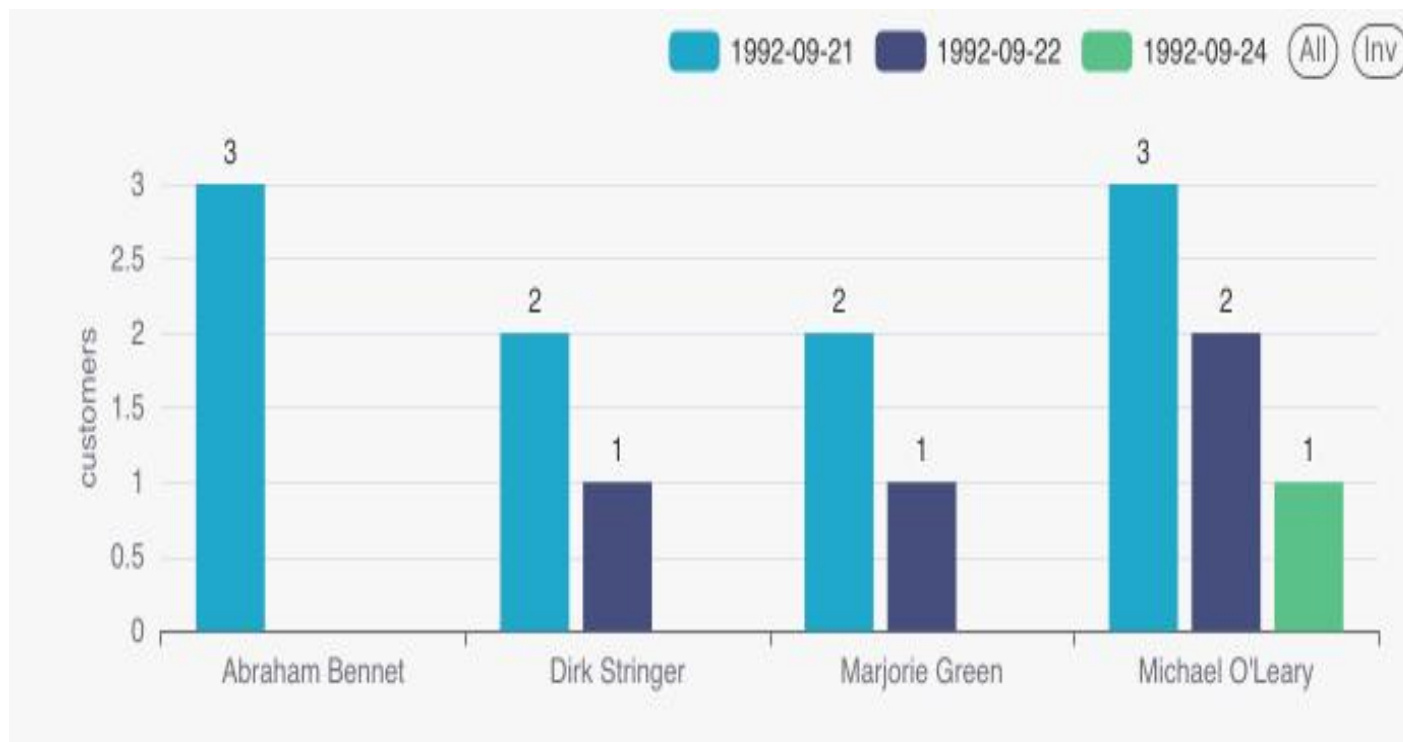
Среда — потенциальная точка роста. Падение активности в этот день может быть связано с особенностями поведения клиентов в середине рабочей недели.

# Общий доход топ-10 продавцов ≈ 20.39B

Топ-10 продавцов



## Продавцы, наиболее вовлеченные в промо-кампанию

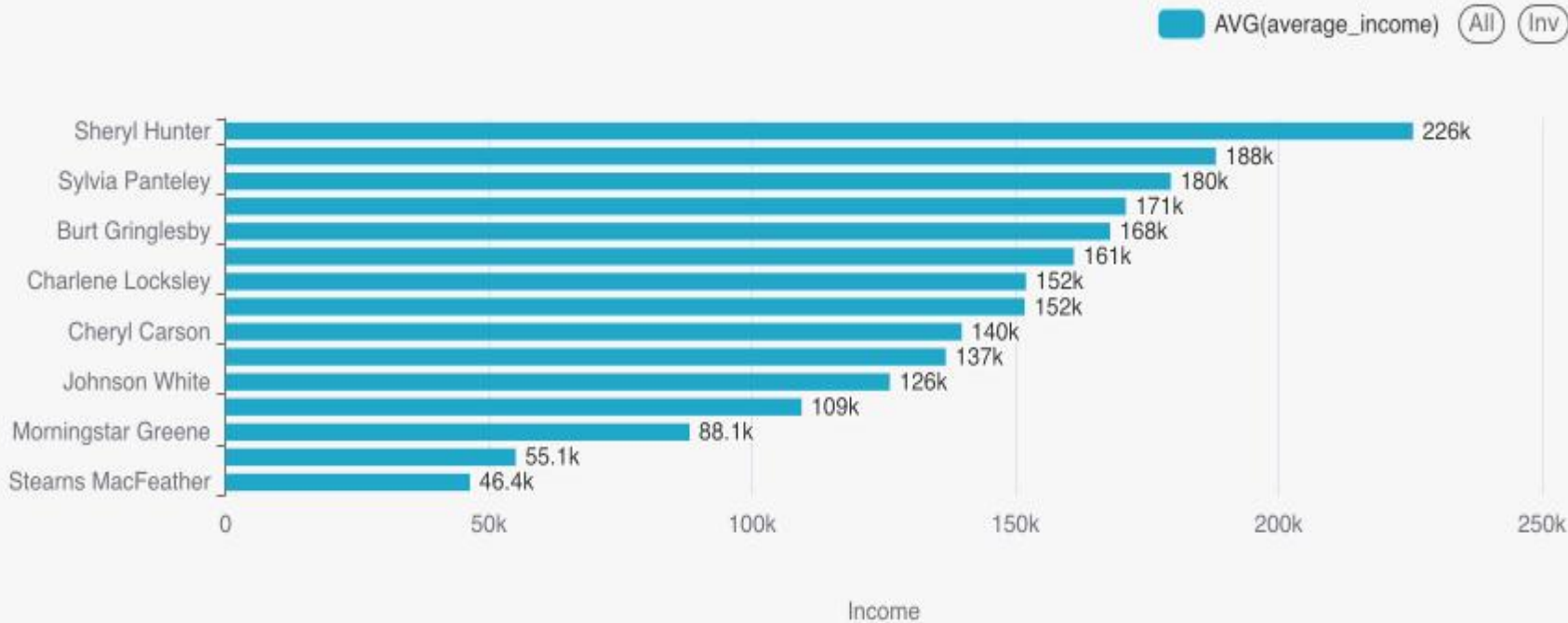




- Dirk Stringer, Michael O'Leary, и Abraham Bennet входят в топ-10 продавцов по общему доходу. Это свидетельствует не только об их высоких результатах в рамках промо-кампании, но и о стабильной эффективности в обычных продажах.
- Эти сотрудники демонстрируют высокий уровень вовлеченности и адаптивности к разным форматам продаж.
- Они эффективно используют промо-акции как инструмент привлечения новых клиентов или стимулирования покупательской активности.
- Стоит рассмотреть возможность выделения этих продавцов как внутренних наставников в программе обучения других сотрудников, изучить их практики и сценарии взаимодействия с клиентами.

# Некоторые продавцы показывают доходы ниже 100к, это в 20+ раз ниже топов

Продавцы с наименьшим доходом



- **Лидер отдела продаж — Dirk Stringer (4.93B)**
- **3 продавца из топа приносят половину совокупного дохода**

Основной объем выручки сосредоточен у небольшого числа ключевых продавцов. Следует задуматься о возможности масштабирования их успешных стратегий, поддержки и мотивации. Их опыт может служить моделью для роста остальных участников команды.

Продавцы с наименьшим доходом, вероятно, демонстрируют низкую активность, либо предлагают товары с невысокой маржинальностью. Следует провести анализ товарного ассортимента и дополнительно оценить стратегии продаж самих продавцов.