

# Анализ эффективности деятельности компании

\*Анализ отдела продаж

\*Анализ покупателей



## Анализ отдела продаж

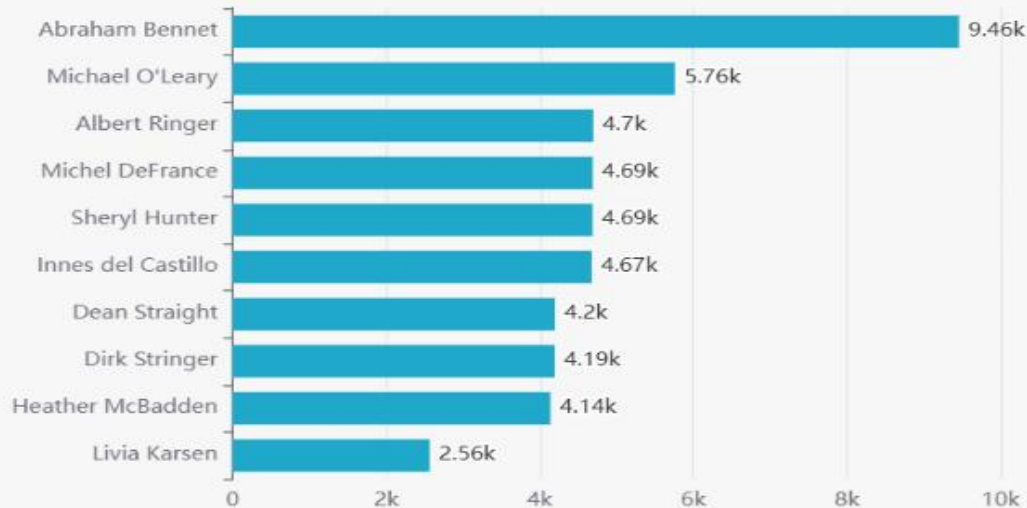
Общий объем  
продаж

26.7B

Общий объём  
продаж топ-10  
продавцов

20.4B

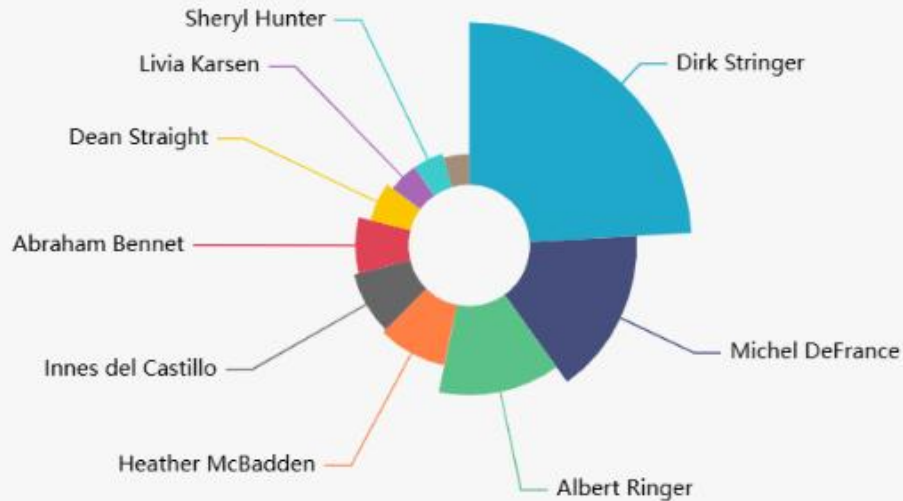
Количество сделок



Общий объем продаж за период составил **26.7B y.e.**, из них **20.4B y.e** приходится на топ-10 продавцов. На столбчатой диаграмме представлено количество сделок осуществленных топ-10 продавцами.

# Анализ отдела продаж

Суммарная выручка в разрезе продавцов

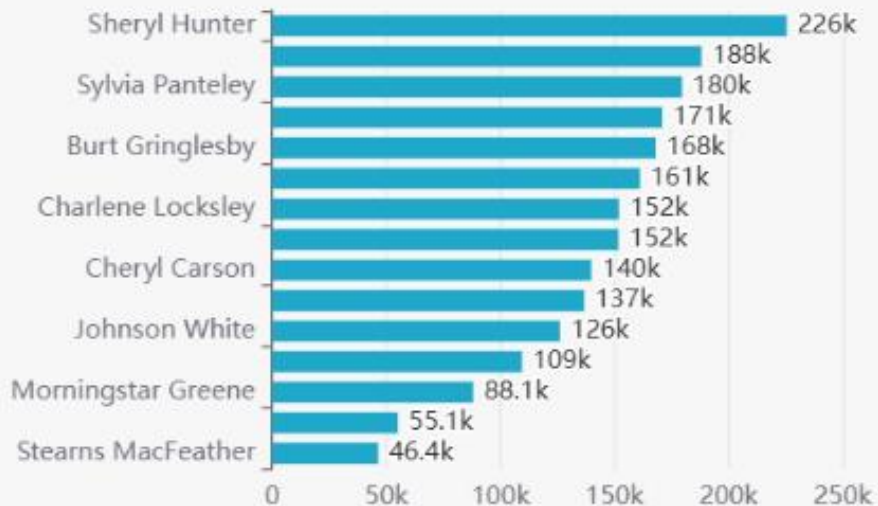


Круговая диаграмма демонстрирует распределение **выручки в разрезе продавцов**.

Наибольший вклад приходится на Dirk Stringer, Michel DeFrance и Albert Ringer,

## Анализ отдела продаж

### Продавцы с выручкой за сделку меньше общей средней выручки



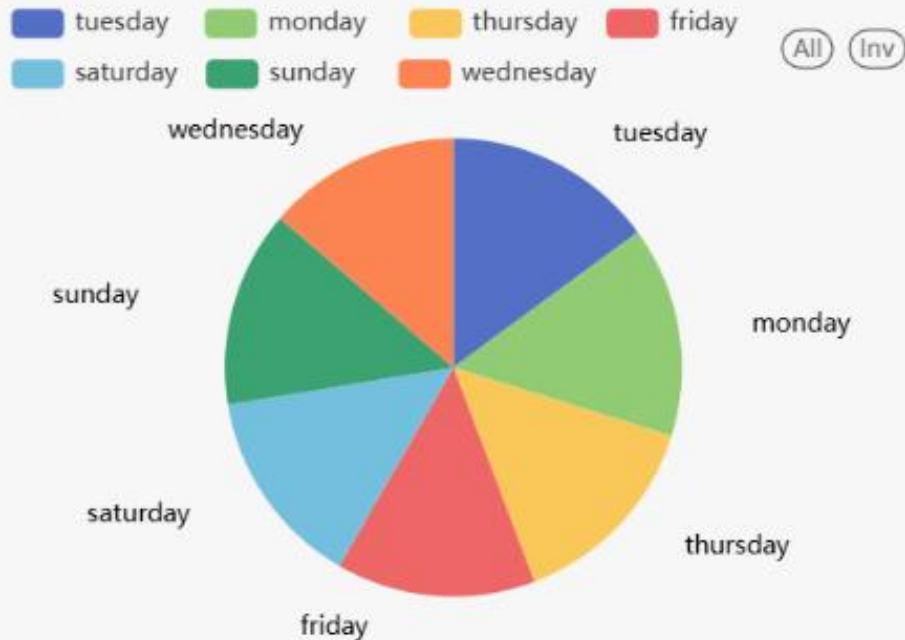
Средняя выручка за сделку составляет  
**267K у.е.**

Столбчатая диаграмма слева  
демонстрирует продавцов, у которых  
средняя выручка за сделку меньше.

Наихудшие результаты проделанной  
работы продемонстрировал Stearns  
MacFeather.

## Анализ отдела продаж

### Распределение выручки по дням недели

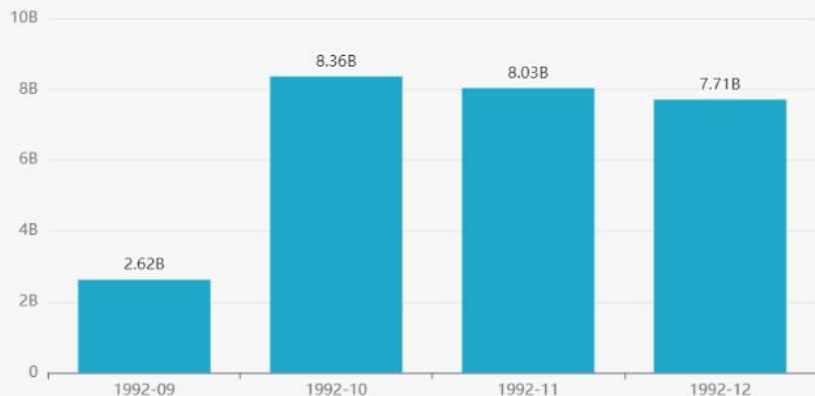


Круговая диаграмма слева демонстрирует распределение выручки по дням недели.

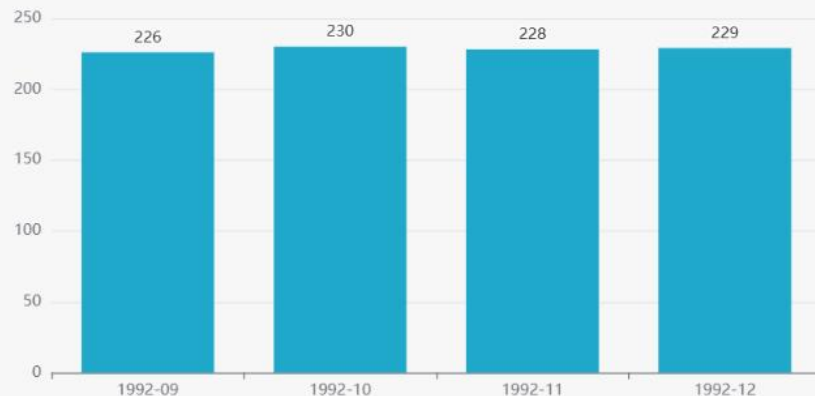
Можно сделать вывод, что выручка распределялась равномерно.

# Анализ покупателей

Динамика выручки по месяцам



Динамика количества покупателей

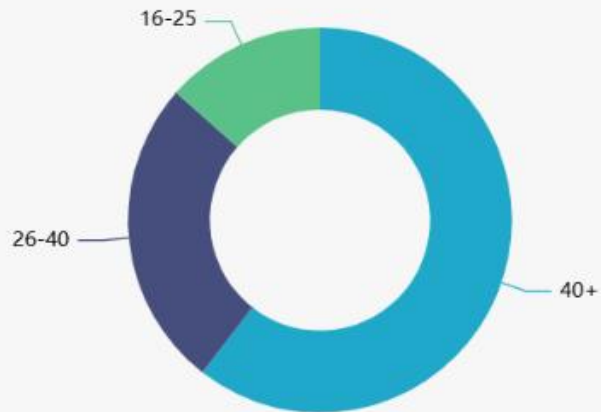


Графики выше демонстрируют динамику выручки по месяцам и динамику количества покупателей.

В октябре 1992 года был стремительный рост выручки по сравнению с сентябрем. В целом с октября по декабрь 1992 года наблюдалось снижение объема выручки.

Количество покупателей изменялось незначительно в течении анализируемого периода.

### Количество покупателей в разных возрастных группах



Круговая диаграмма демонстрирует распределение покупателей в разных возрастных группах.

Можно сделать вывод, что наибольшее количество покупателей компании находится в категории 40+.

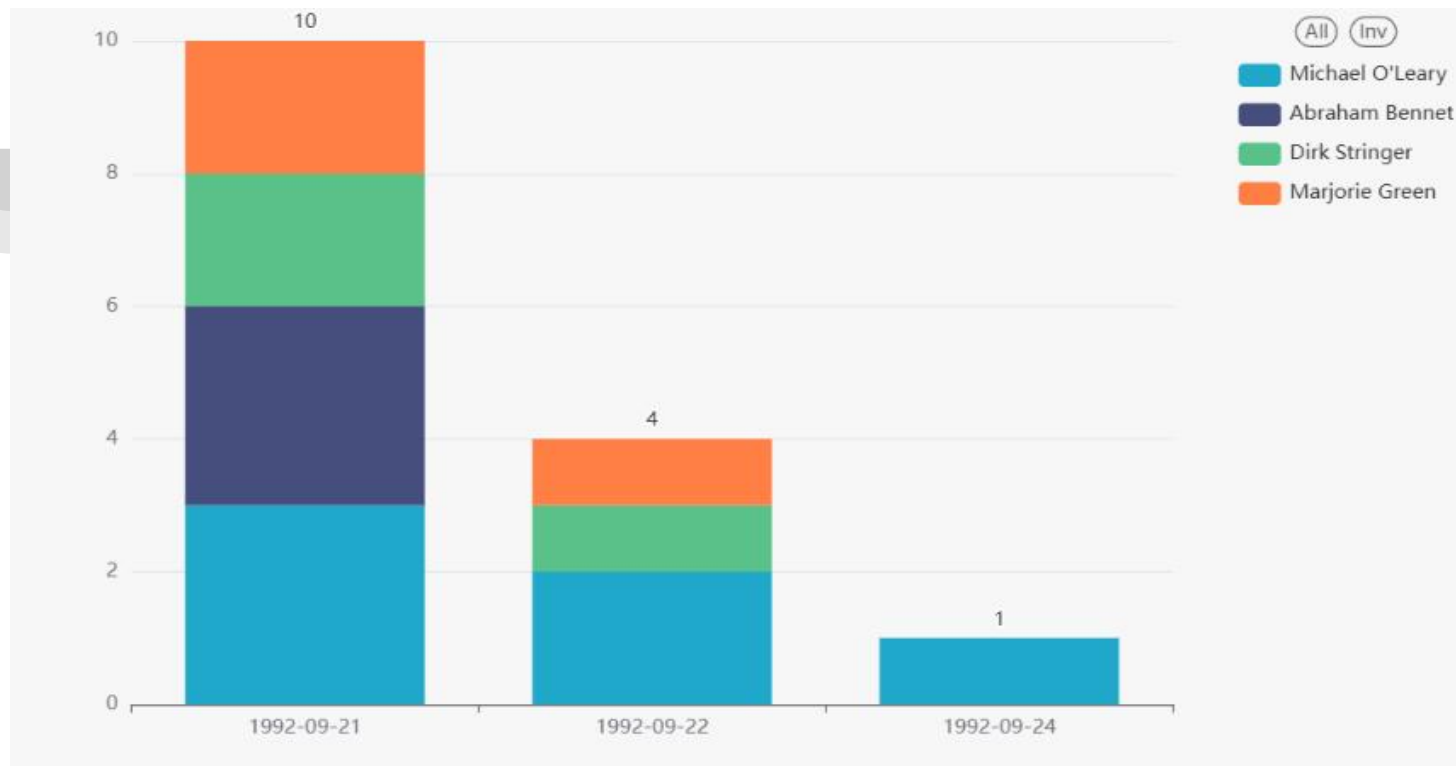


График демонстрирует количество покупателей привлеченных благодаря акции (в разрезе продавцов).

Наиболее эффективной акция была в первые дни. Благодаря ей удалось привлечь 10 и 4 новых покупателей 21 и 22 сентября 1992 года соответственно.

Наилучшие результаты показал продавец Michael O'Leary, он смог привлечь больше всего новых покупателей.





**Ссылка на дашборд:**

[https://4cfbdd00.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native\\_filters\\_key=3S7B5n3vT80tiFxzbXjEUIm9AfCqFnZ3aXdcQxlg\\_9ZHCuODcJlZD0x9wKGS0oLf](https://4cfbdd00.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native_filters_key=3S7B5n3vT80tiFxzbXjEUIm9AfCqFnZ3aXdcQxlg_9ZHCuODcJlZD0x9wKGS0oLf)

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**