Вывод

Динамика продаж у компании положительная. Больше всего прибыли приносят продажи офисных кресел, а также мелко офисной канцелярии.

Крупными партнерами, приносящую значительную часть выручки, являются B2B – клиенты. У корпоративных клиентов узко сегментированная корзина покупок, в основном на один заказ приходится 2 различных товара. Сумма каждого заказа составляет незначительную выручку.

У каждого корпоративного клиента ориентировочно 6 постоянных адресов доставок. Учитывая незначительное кол-во товаров в одном заказе, можно заключить, что служба доставки принимает высокую нагрузку. Это подтверждает статистика и фиксированные данные - обнаружены постоянные задержки заказов второго класса, который является наиболее часто выбираемым у клиентов. Доставка выполняется малоэффективно.

Так же можно заметить, что основная точка роста новых корпоративных клиентов приходится на 2017 г., после чего происходит стагнация роста, которая обратно коррелирует с уровнем задержек в доставки. Можно предположить, уровень низкоэффективной транспортировки грузка является причиной масштабируемости числа новых клиентов.

Определено:  
Есть необходимость в улучшении качества службы доставки, для решения проблем с числом роста новых клиентов и масштабируемости бизнеса.

Решение:  
Для подтверждения выведенного определения, можно рассмотреть открытие офлайн магазинов в самом популярном штате по доставке – California, это позволит уменьшить транспортные расходы, снизить нагрузку на логистику, собрать данные числа новых клиентов, а так же выявить статистику постоянных задержек в доставке.