

Raport analizy sprzedaży według płci

Opracowanie: Oliwia Kwaśna

Źródło danych: wewnętrzny plik Excel zawierający dane sprzedażowe z lipca 2025

Data opracowania: sierpień 2025

1. Cel analizy

Celem analizy było zidentyfikowanie różnic w wynikach sprzedażowych osiągniętych przez kobiety i mężczyzn w badanym okresie. Szczególną uwagę poświęcono sprawdzeniu, która grupa częściej przekraczała ustalony próg sprzedażowy (1500 PLN), a także jak rozkładała się suma sprzedaży pomiędzy tymi grupami.

2. Zakres danych

Analizie poddano dane z 10 dni lipca 2025 roku, zawierające:

- datę sprzedaży,
- imię sprzedawcy,
- sprzedany produkt,
- wartość sprzedaży brutto,
- przypisany próg wartościowy.

Dane zawierały zarówno transakcje przekraczające próg, jak i te, które tego progu nie osiągnęły. Analiza objęła także przekształcenie danych źródłowych w formę umożliwiającą stworzenie tabel przestawnych i wykresów porównawczych.

3. Przygotowanie i przekształcenie danych

Etap 1: Import i weryfikacja danych źródłowych

Dane sprzedażowe zostały zaimportowane z pliku Excel. Obejmowały one transakcje z okresu 1.07.2025–10.07.2025, zawierające podstawowe informacje o dacie, produkcie, wartości sprzedaży, sprzedawcy oraz przypisanym progu sprzedażowym.

Wstępna kontrola wykazała:

- niejednorodne nazewnictwo (brak polskich znaków, literówki w nazwach produktów),

- brak przypisanej płci w źródle (należało ją zmapować),
- duplikaty transakcji (identyczna data, sprzedawca, produkt i kwota).

	A	B	C	D	E
1	Data	Sprzedawca	Produkt	Sprzedaż (PLN)	Przebieg (PLN)
2	1.07.2025	Anna	Tablet	1060	1500
3	1.07.2025	Bartek	Monitor	1295	1500
4	1.07.2025	Celina	Słuchawki	3292	1500
5	1.07.2025	Darek	Telefon	666	1500
6	1.07.2025	Bartek	Monitor	1295	1500
7	1.07.2025	Eliza	Monitor	1682	1500
8	2.07.2025	Anna	Słuchawki	3371	1500
9	2.07.2025	Bartek	Monitor	1885	1500
10	2.07.2025	Celina	Słuchawki	969	1500
11	2.07.2025	Darek	Tablet	3685	1500
12	2.07.2025	Eliza	Telefon	1415	1500
13	3.07.2025	Anna	Tablet	2524	1500
14	3.07.2025	Bartek	Laptop	659	1500
15	3.07.2025	Celina	Telefon	221	1500
16	3.07.2025	Darek	Słuchawki	947	1500

Etap 2: Oczyszczenie i standaryzacja danych

- Zastosowano operację "znajdź i zamień" (Ctrl+H), aby poprawić znaki specjalne (np. „Słuchawki” zamiast „Sąuchawki”).
- Usunięto duplikaty według kolumn: Data, Sprzedawca, Produkt, Sprzedaż (PLN).
- Zakres danych sformatowano jako tabela (Ctrl+T).
- Zablokowano nagłówki ("Zablokuj okienka") dla lepszej nawigacji.

1	Data ▼	Sprzedawca ▼	Produkt ▼	Sprzedaż (PLN) ▼	Próg (PLN) ▼
3	1.07.2025	Bartek	Monitor	1295	1500
4	1.07.2025	Celina	Słuchawki	3292	1500
5	1.07.2025	Darek	Telefon	666	1500
6	1.07.2025	Eliza	Monitor	1682	1500
7	2.07.2025	Anna	Słuchawki	3371	1500
8	2.07.2025	Bartek	Monitor	1885	1500
9	2.07.2025	Celina	Słuchawki	969	1500
10	2.07.2025	Darek	Tablet	3685	1500
11	2.07.2025	Eliza	Telefon	1415	1500
12	3.07.2025	Anna	Tablet	2524	1500
13	3.07.2025	Bartek	Laptop	659	1500
14	3.07.2025	Celina	Telefon	221	1500
15	3.07.2025	Darek	Słuchawki	947	1500
16	3.07.2025	Eliza	Laptop	3832	1500
17	4.07.2025	Anna	Monitor	1282	1500
18	4.07.2025	Bartek	Telefon	2247	1500
19	4.07.2025	Celina	Tablet	2947	1500

Etap 3: Dodanie logiki analitycznej

- Dodano kolumnę "Czy przekroczono próg?" z prostą formułą warunkową.
- Zastosowano formatowanie warunkowe: zielony = TAK, czerwony = NIE.
- Płeć sprzedawcy przypisano automatycznie funkcją XLOOKUP() (pol. X.WYSZUKAJ()) na podstawie tabeli pomocniczej.

521 f_x =JEŻELI([@[Sprzedaż (PLN)])<[@[Próg (PLN)]],"NIE";"TAK")

	A	B	C	D	E	F	G
	Data	Sprzedawca	Płeć	Produkt	Sprzedaż (PLN)	Próg (PLN)	Czy przekroczone próg
4	3.07.2025	Darek	Mężczyzna	Słuchawki	947	1500	NIE
5	3.07.2025	Eliza	Kobieta	Laptop	3832	1500	TAK
5	4.07.2025	Anna	Kobieta	Monitor	1282	1500	NIE
7	4.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Telefon	2247	1500	TAK
8	4.07.2025	Celina	Kobieta	Tablet	2947	1500	TAK
9	4.07.2025	Darek	Mężczyzna	Monitor	2099	1500	TAK
0	4.07.2025	Eliza	Kobieta	Tablet	3079	1500	TAK
1	5.07.2025	Anna	Kobieta	Laptop	3402	1500	TAK
2	5.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Słuchawki	846	1500	NIE
3	5.07.2025	Celina	Kobieta	Słuchawki	3088	1500	TAK
4	5.07.2025	Darek	Mężczyzna	Telefon	2635	1500	TAK
5	5.07.2025	Eliza	Kobieta	Laptop	2563	1500	TAK
5	6.07.2025	Anna	Kobieta	Telefon	2241	1500	TAK
7	6.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Laptop	3617	1500	TAK

C2 f_x =X.WYSZUKAJ([@Sprzedawca];\$J\$3:\$J\$8;\$K\$3:\$K\$8;"Nieznana")

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Data	Sprzedawca	Płeć	Produkt	Sprzedaż (PLN)	Próg (PLN)	Czy przekroczone próg						
2	1.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Monitor	1295	1500	NIE			Sprzedawca	Płeć		
3	1.07.2025	Celina	Kobieta	Słuchawki	3292	1500	TAK			Anna	Kobieta		
4	1.07.2025	Darek	Mężczyzna	Telefon	666	1500	NIE			Bartek	Mężczyzna		
5	1.07.2025	Eliza	Kobieta	Monitor	1682	1500	TAK			Celina	Kobieta		
6	2.07.2025	Anna	Kobieta	Słuchawki	3371	1500	TAK			Darek	Mężczyzna		
7	2.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Monitor	1885	1500	TAK			Eliza	Kobieta		
8	2.07.2025	Celina	Kobieta	Słuchawki	969	1500	NIE						
9	2.07.2025	Darek	Mężczyzna	Tablet	3685	1500	TAK						
10	2.07.2025	Eliza	Kobieta	Telefon	1415	1500	NIE						
11	3.07.2025	Anna	Kobieta	Tablet	2524	1500	TAK						
12	3.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Laptop	659	1500	NIE						
13	3.07.2025	Celina	Kobieta	Telefon	221	1500	NIE						
14	3.07.2025	Darek	Mężczyzna	Słuchawki	947	1500	NIE						
15	3.07.2025	Eliza	Kobieta	Laptop	3832	1500	TAK						
16	4.07.2025	Anna	Kobieta	Monitor	1282	1500	NIE						
17	4.07.2025	Bartek	Mężczyzna	Telefon	2247	1500	TAK						

Etap 4: Przygotowanie danych do analizy

- Utworzono tabelę przestawną z podziałem na płeć.
- Wyliczono udział procentowy przekroczeń progu.
- Zestawiono sprzedaż wg produktu i płci.
- Wygenerowano wykresy wspomagające analizę.

Etykiety wierszy <input type="button" value="v"/>	Liczba z Czy przekroczone próg?	Procent z Czy przekroczone próg?	Suma z Sprzedaż (PLN)
<input type="checkbox"/> Kobieta	29	58,00%	62241
NIE	9	18,00%	8602
TAK	20	40,00%	53639
<input type="checkbox"/> Mężczyzna	21	42,00%	40239
NIE	9	18,00%	7495
TAK	12	24,00%	32744
Suma końcowa	50	100,00%	102480

Etykiety wierszy <input type="button" value="v"/>	Kobieta	Mężczyzna (puste)	Suma końcowa
Laptop	16100	5411	21511
Monitor	2964	7732	10696
Słuchawki	14402	6015	20417
Tablet	19513	6716	26229
Telefon	9262	14365	23627
(puste)			
Suma końcowa	62241	40239	102480

4. Wyniki analizy i interpretacja

4.1. Przekroczenie progu sprzedaży

Płeć	Liczba przekroczeń	Udział %
Kobieta	29	58%
Mężczyzna	21	42%

Wniosek: Kobiety częściej przekraczały próg sprzedażowy. Różnica: +7 p.p. na ich korzyść.

4.2. Łączna wartość sprzedaży

Płeć	Suma sprzedaży (PLN)
Kobieta	62 241
Mężczyzna	40 239

Wniosek: Kobiety wygenerowały o 22 002 PLN więcej sprzedaży (+54%).

4.3. Sprzedaż wg produktu

Kobiety:

- Tablety: 19 513 PLN
- Laptopy: 16 100 PLN
- Słuchawki: 14 402 PLN
- Telefony: 6 264 PLN
- Monitory: 5 962 PLN

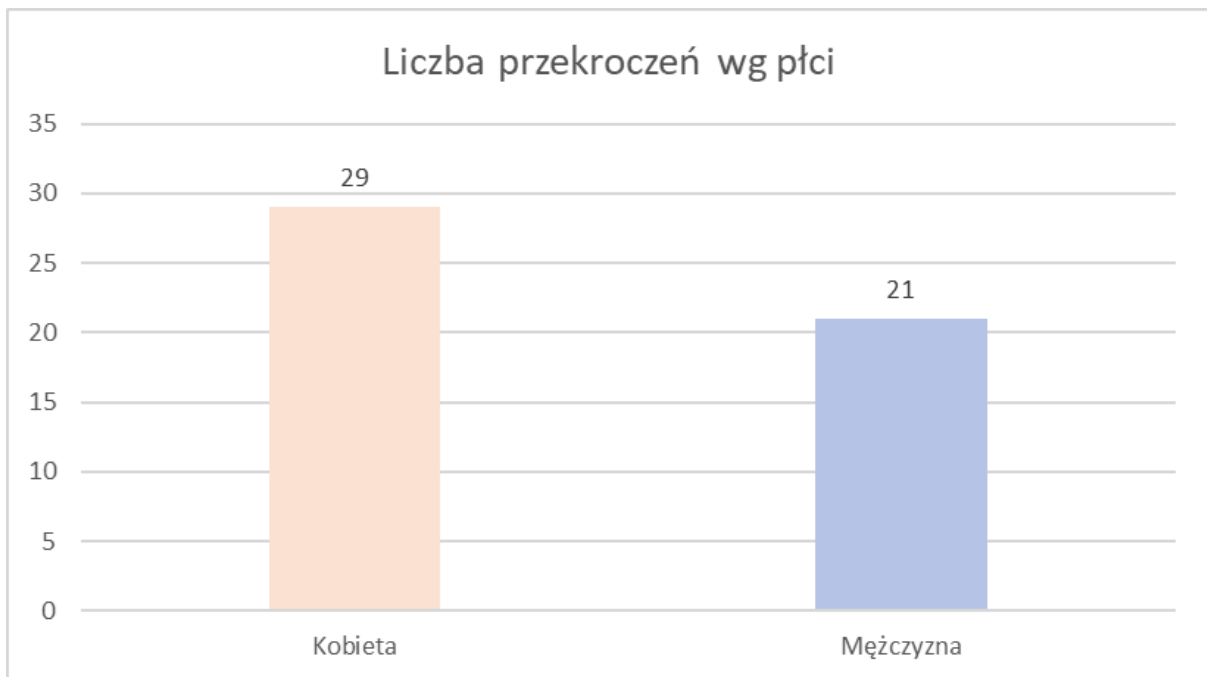
Mężczyźni:

- Telefony: 14 365 PLN
- Monitory: 7 732 PLN
- Laptopy: 3 752 PLN
- Tablety: 2 339 PLN
- Słuchawki: 3 039 PLN

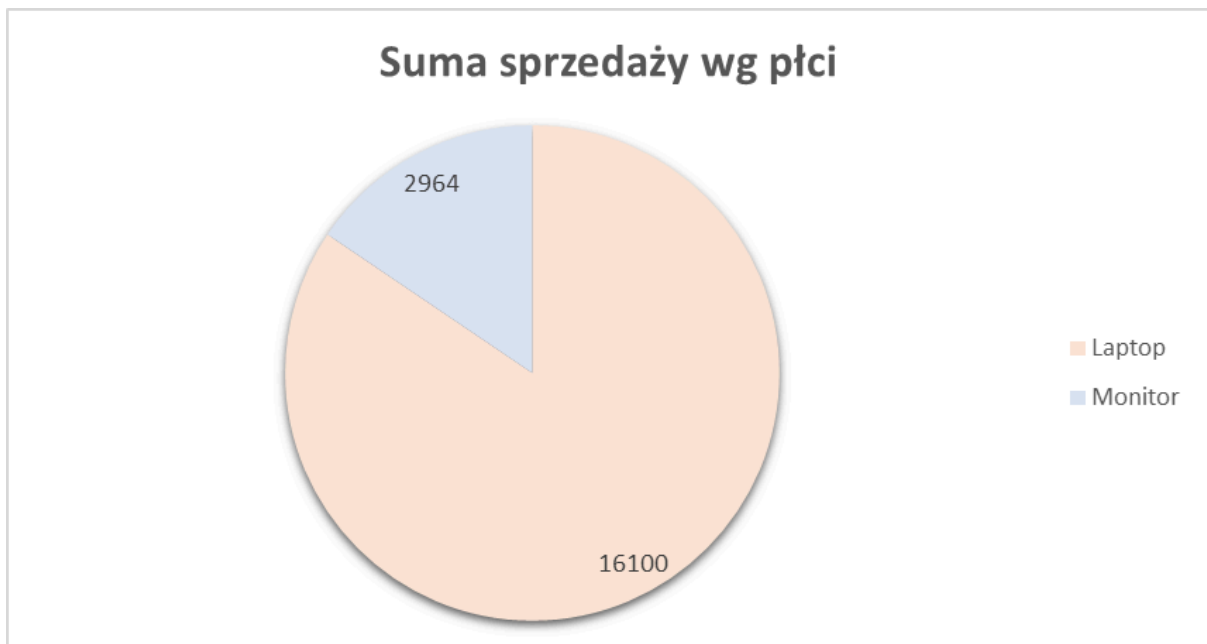
Wniosek: Kobiety dominowały w większości kategorii, wyjątkiem były telefony i monitory.

4.4. Wykresy

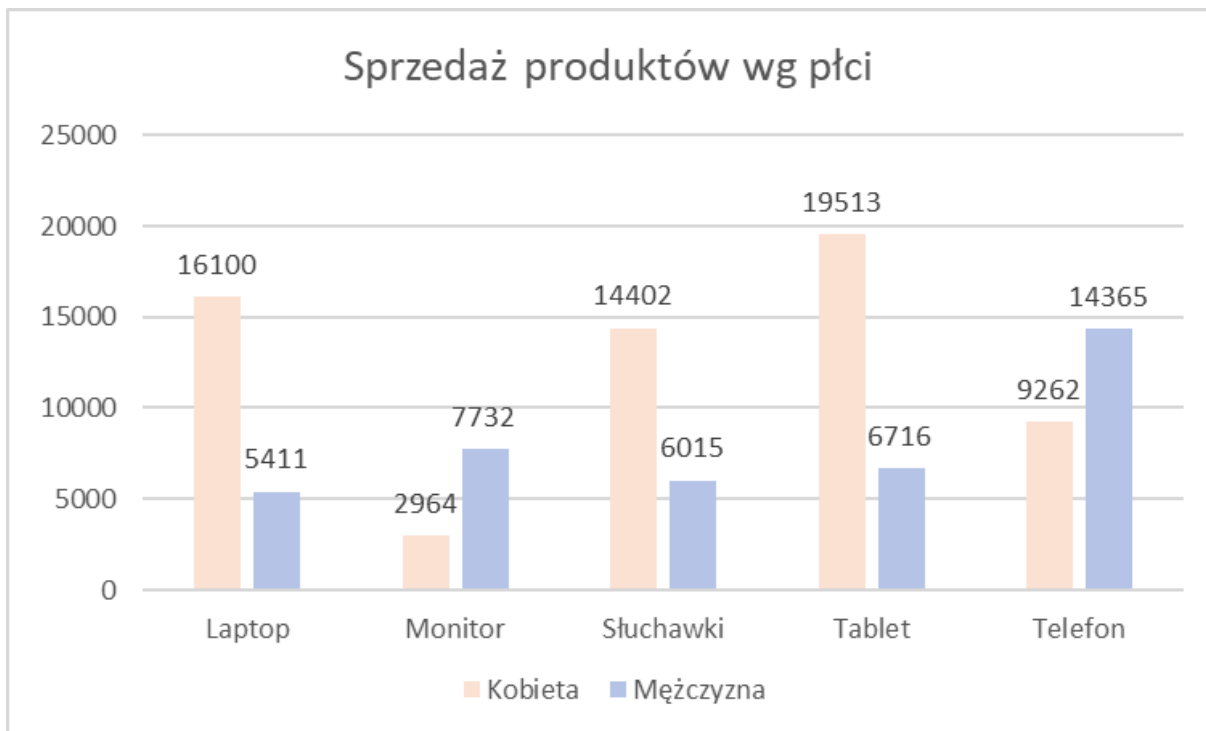
- Wykres 1: Liczba przekroczeń progu wg płci



- Wykres 2: Suma sprzedaży wg płci



- Wykres 3: Sprzedaż wg produktu i płci



5. Wnioski końcowe i rekomendacje

Wnioski:

- Kobiety częściej przekraczały próg sprzedażowy.
- Generowały większą sumę sprzedaży.
- Najlepszy wynik kobiet: tablety; mężczyzn: telefony.

Rekomendacje:

- Rozważyć dodatkowe wsparcie motywacyjne dla mężczyzn.
- Monitorować dane w szerszym horyzoncie czasowym (miesiąc/kwartał).
- Docenić najlepszych sprzedawców i analizować ich strategię.