

# Проект: Продажи



Презентацию подготовила: Окунева Ольга

# Цели проекта

- Провести анализ продаж в компании
- Наглядно увидеть различные разрезы данных
- Выявить закономерности в продажах и их сезонность

В качестве метрик будут использованы: возраст покупателей, количество сделок продавцов, суммарная выручка по продавцам, внутринедельная сезонность продаж, ежемесячная выручка

# Введение

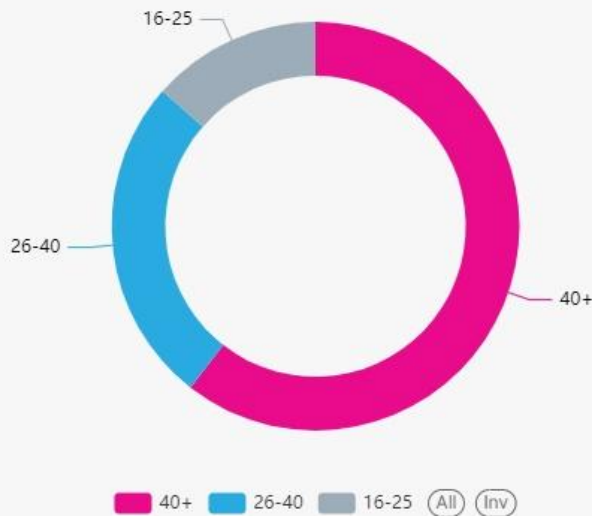
Компания, занимающаяся продажами, решила провести анализ своего бизнеса за 4 квартал

Для начала посмотрим сколько всего человек совершило покупки за данный период времени

Количество человек, совершивших  
покупки в 4 квартале

19.8k

Возрастные группы

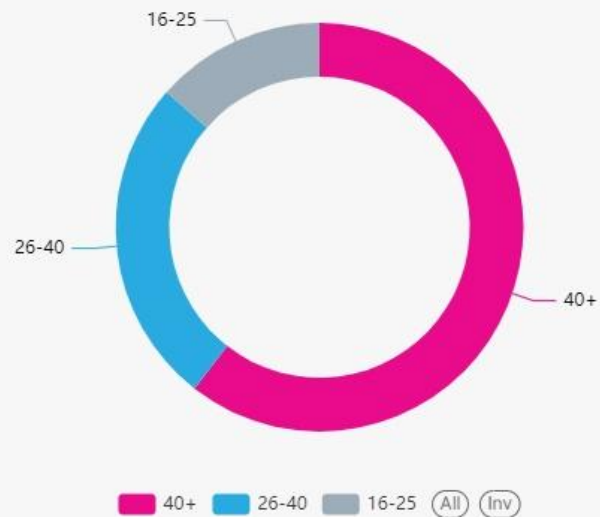


## Круговая диаграмма

### "Возрастные группы"

показывает, что основной контингент покупателей - люди старше 40 лет

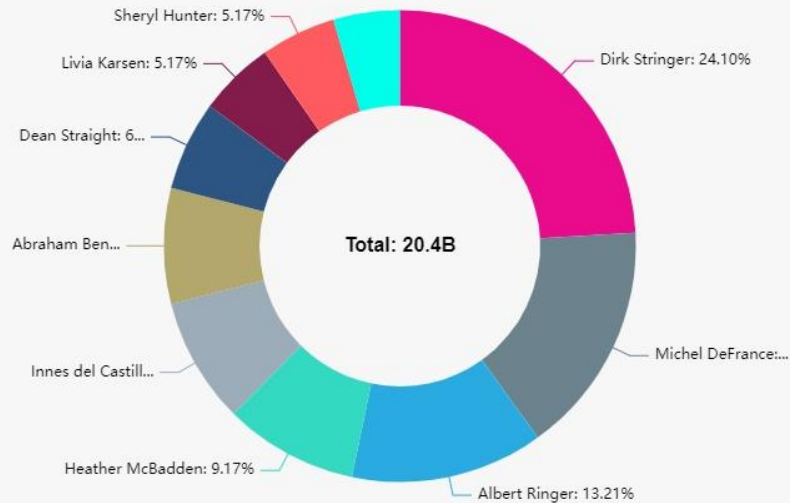
Возрастные группы



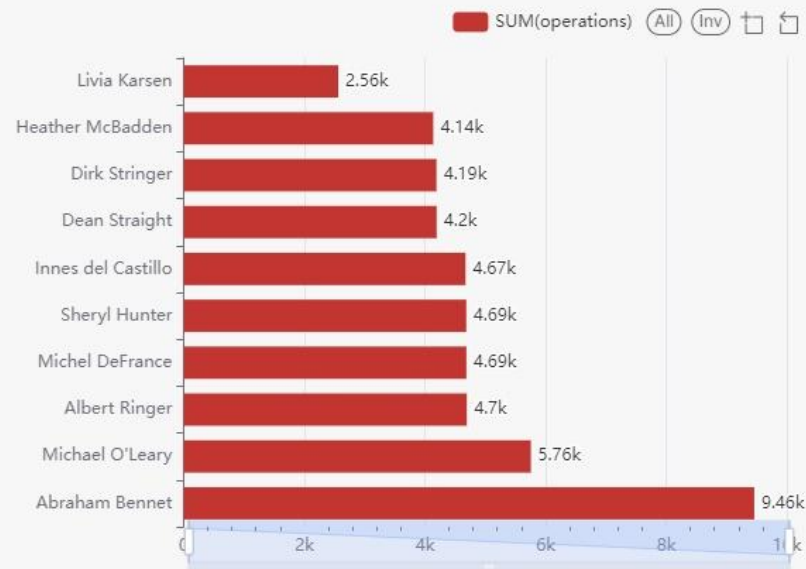
# Топ-10 продавцов

Суммарная выручка

Dirk Stringer Michel DeFrance Albert Ringer Heather McBadden  
Innes del Castillo Abraham Bennet Dean Straight Livia Karsen Sheryl Hunter (All) (Inv)  
Michael O'Leary



Количество сделок

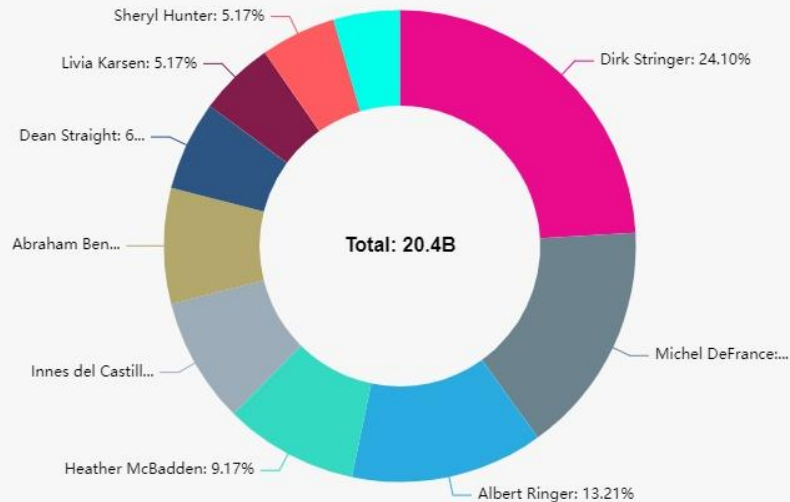


Далее рассмотрим диаграммы по выручке от продаж и количеству продаж у каждого из продавцов. Заметим, что суммарная выручка не зависит от количества сделок

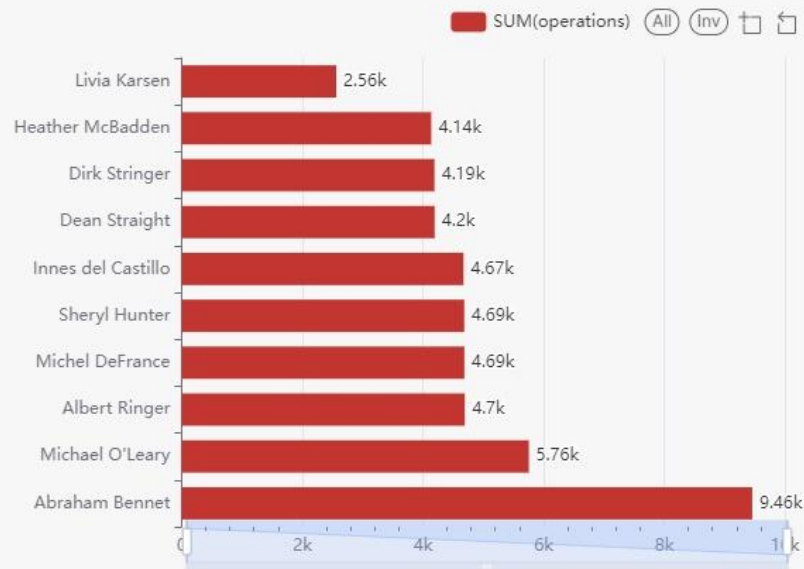
# Топ-10 продавцов

## Суммарная выручка

Dirk Stringer   Michel DeFrance   Albert Ringer   Heather McBadden  
Innes del Castillo   Abraham Bennet   Dean Straight   Livia Karsen   Sheryl Hunter   (All)   (Inv)  
Michael O'Leary



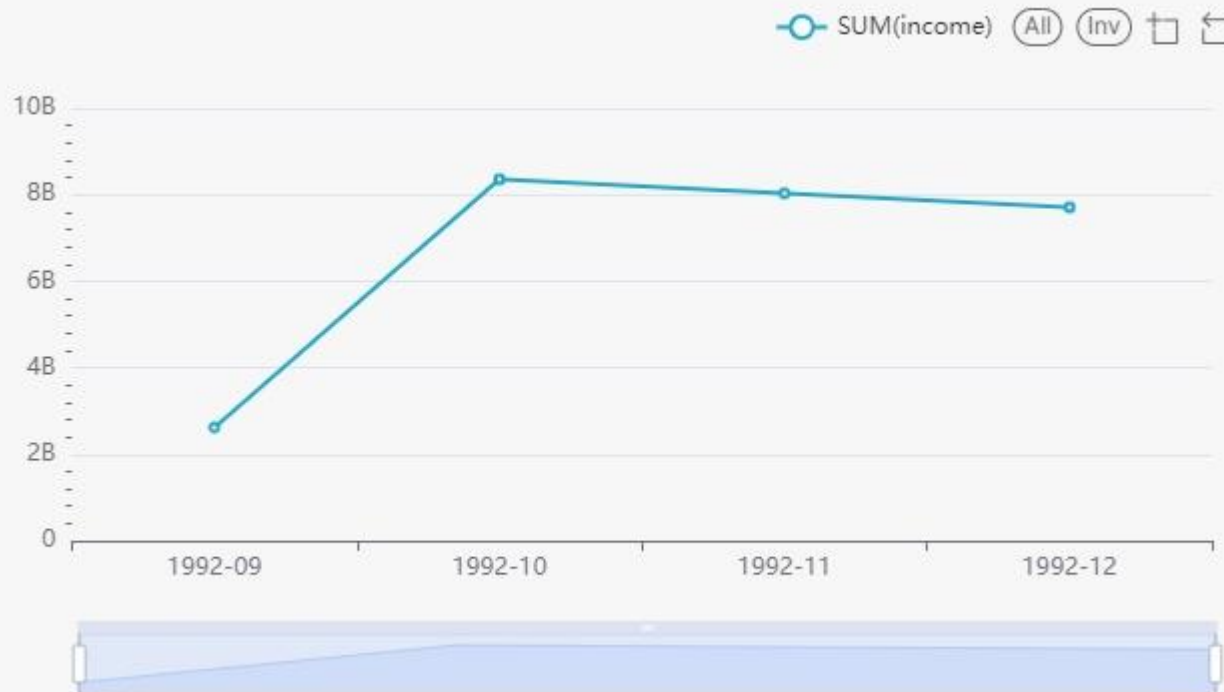
## Количество сделок



Соответственно, следует обратить внимание на методы работы продавца с самой большой выручкой и самым большим количеством сделок

# Ежемесячная выручка за 4 квартал

Выручка по месяцам за 4 квартал

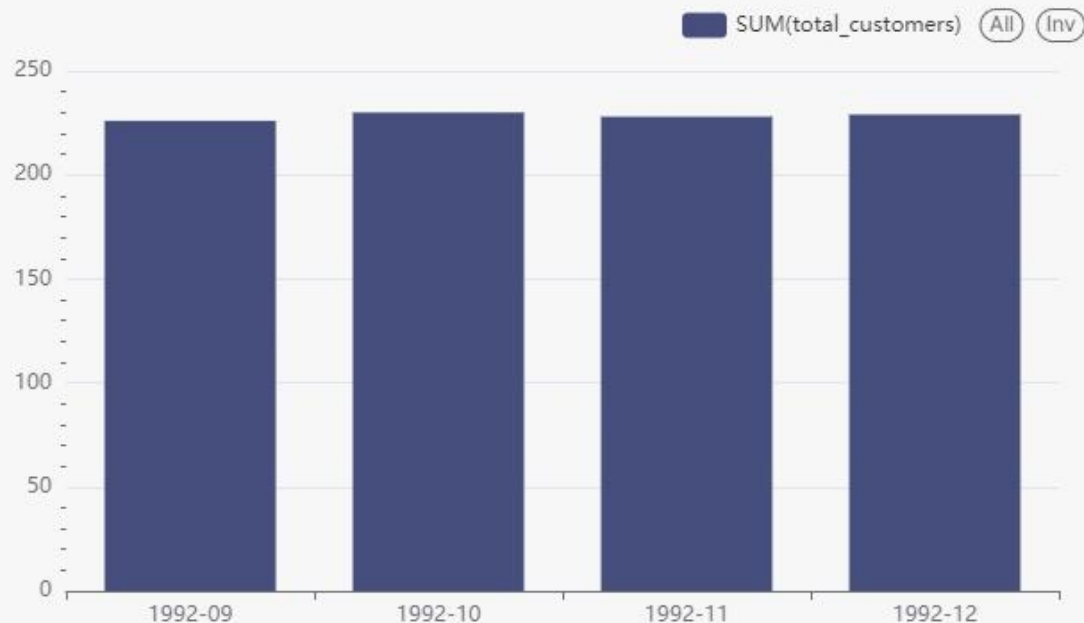


Данный график показывает нам, что в октябре произошел пик продаж.

Возможно это связано с проведением рекламных акций

## Количество покупателей за 4 квартал

Количество покупателей за 4 квартал



Однако у компании нет движения в количестве клиентов - из месяца в месяц их количество примерно одинаковое, даже с учетом проводимых рекламных акций

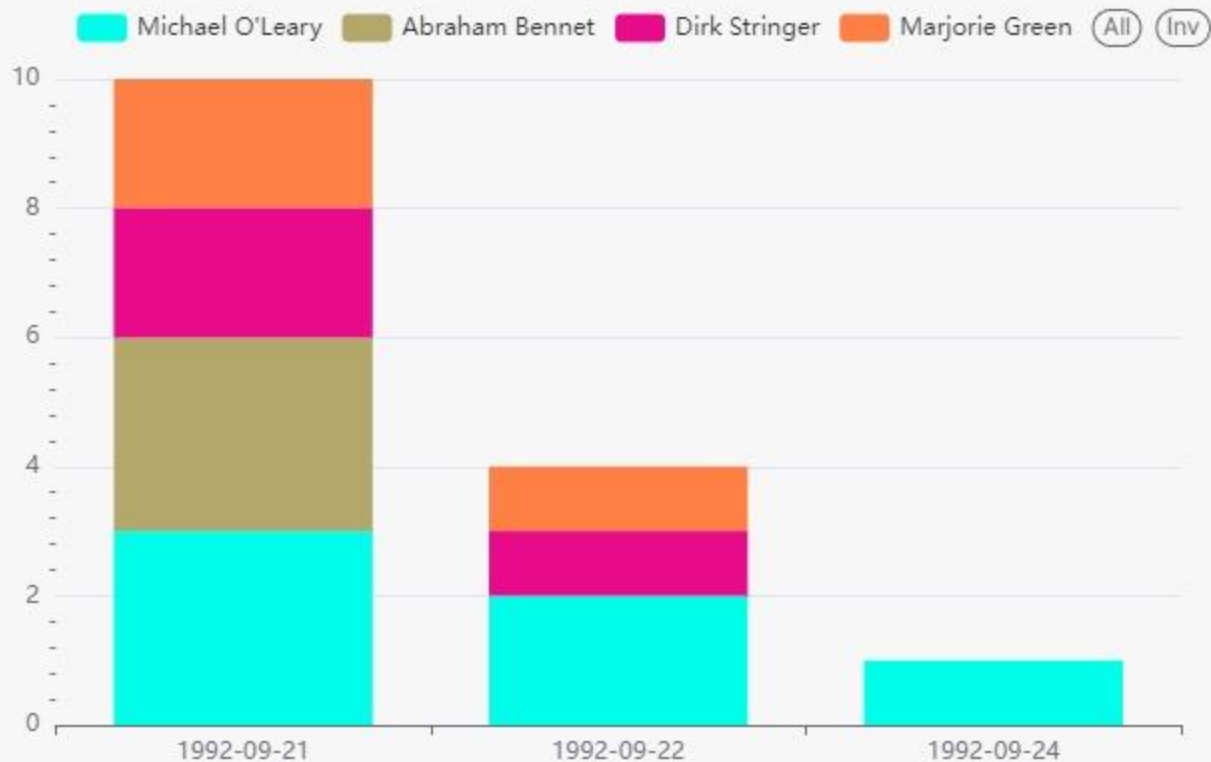


### Выручка по дням недели



Смотря на линейный график с выручкой, можно сделать вывод о том, что среда является наименее популярным днем для совершения покупок у клиентов

## Количество продаж товара по акции



Столбчатая диаграмма показывает, количество людей, совершивших первую покупку в ходе проведения акций

Оформленный дашборд по продажам можно посмотреть по ссылке ниже:

[https://6e217d00.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native\\_filters\\_key=gyuHI9hemVDcbRuylcq90tjeeLf4o7e4SnbLwFSPmmPib9zEKA0iryQ0YffqPbL](https://6e217d00.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=gyuHI9hemVDcbRuylcq90tjeeLf4o7e4SnbLwFSPmmPib9zEKA0iryQ0YffqPbL)

# Заключение

- Проведен анализ продаж в компании
- Просмотрены различные разрезы данных
- Выявлены закономерности в продажах и их сезонность

У компании растущие продажи и стабильная клиентская база

Для роста продаж стоит подумать над привлечением новых клиентов, возможно стоит разработать новые рекламные акции

Спасибо за внимание!

