

KHẢO SÁT

ĐÁNH GIÁ KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN

-.-.-.-.-

Vị trí: Thực tập sinh Data Analyst

Introduction

1. Audience của report là ai?
Audience của report này là ban lãnh đạo công ty, phòng sale, phòng phát triển sản phẩm, phòng logistic.

2. Ý nghĩa của report?

Report nêu ra tình hình kinh doanh của doanh nghiệp từ tổng quan đến chi tiết về doanh thu cũng như lợi nhuận đi kèm với từng thị trường, với những nước mua hàng nhiều nhất và sức tiêu thụ của từng loại sản phẩm trên các thị trường khác nhau để ban lãnh đạo cũng có các chiến lược định hướng kinh doanh, phòng sale có chiến lược tiếp thị và bán các sản phẩm với chiến lược phù ở từng thị trường, phòng phát triển sản phẩm thông qua đó có được cái nhìn về nhu cầu của sản phẩm và có kế hoạch cũng như những cải tiến trong việc phát triển sản phẩm.

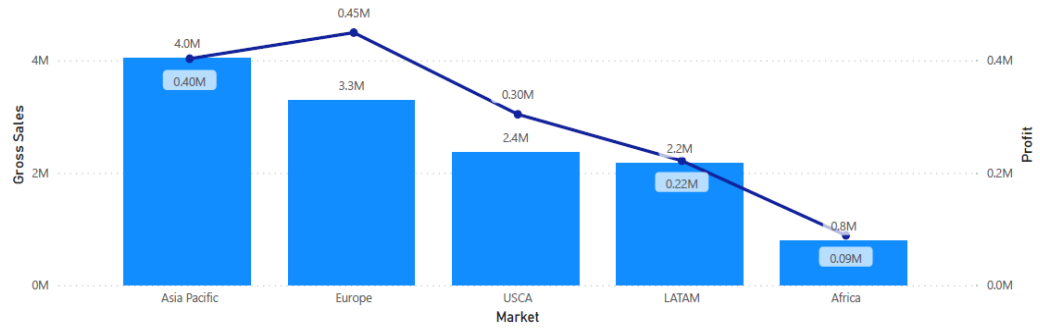
Báo cáo cũng chỉ ra xu hướng doanh thu và lợi nhuận của các thị trường.

Báo cáo cũng chỉ ra chi phí vận chuyển của từng loại mặt hàng ở từng thị trường khác nhau để phòng logistic có kế hoạch vận chuyển hàng hóa đến tay khách hàng sớm nhất với chi phí hợp lý nhất

Year

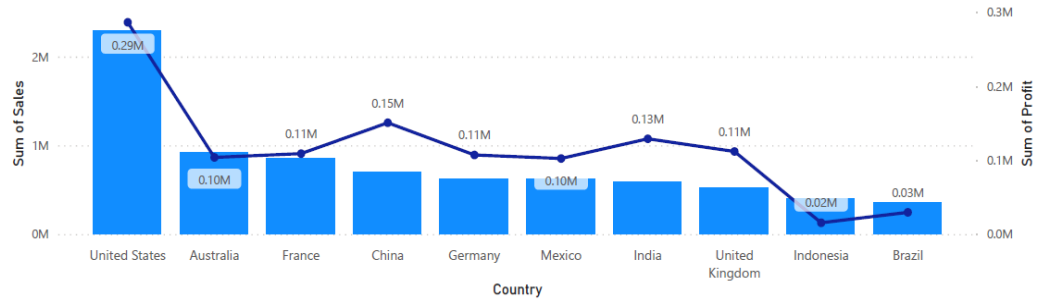
▼ Sales and Profit by Market

● Sum of Sales ● Sum of Profit



Top 10 Sales by Country and the Profit

● Sum of Sales ● Sum of Profit



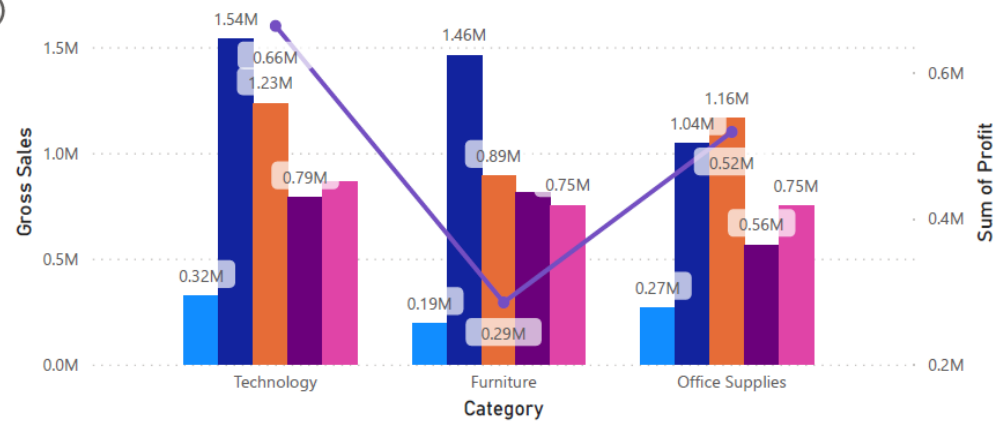
Year

2012

2016

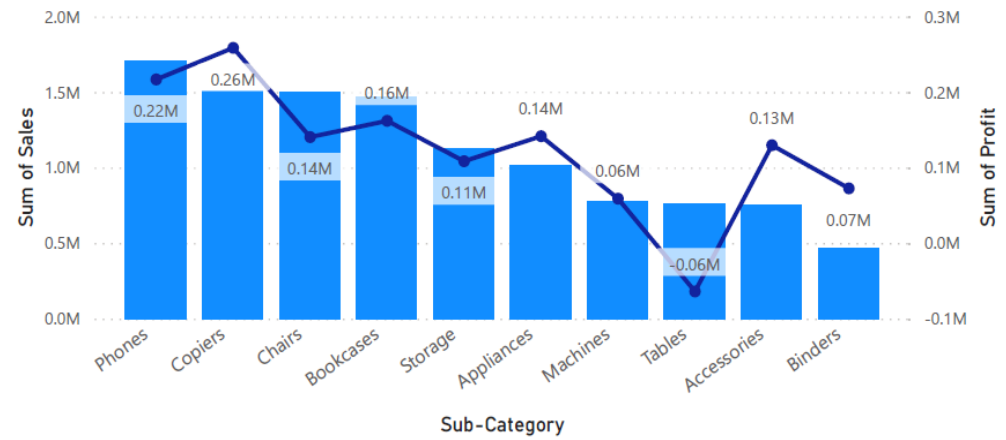
Gross Sales and Sum of Profit by Category and Market

Market ● Africa ● Asia Pacific ● Europe ● LATAM ● USCA ● Sum of Profit



Top 10 Sum of Sales by Sub-Category and Sum of Profit

● Sum of Sales ● Sum of Profit



Year

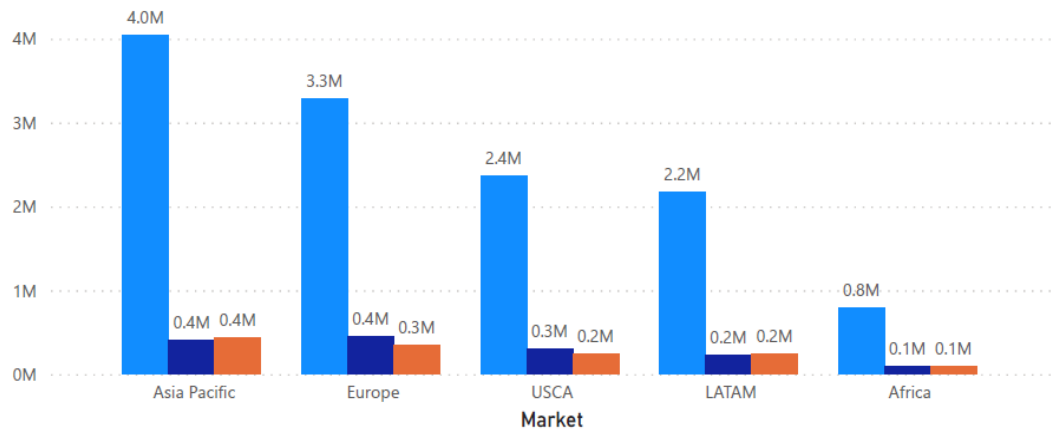
2012

2016



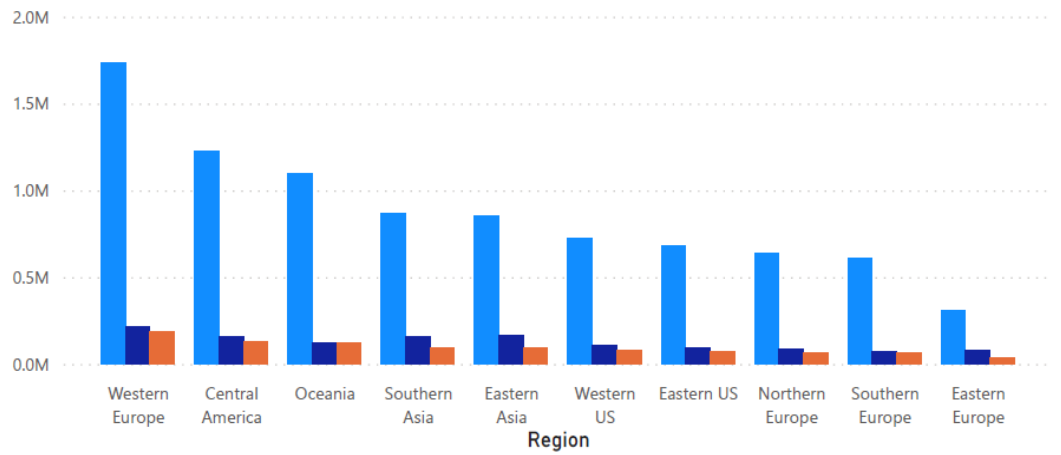
Sum of Sales, Sum of Profit and Sum of Shipping Cost by Market

Sum of Sales Sum of Profit Sum of Shipping Cost



Top 10 Profit by Region and the Gross Sales

Sum of Sales Sum of Profit Sum of Shipping Cost



Market ● Africa ● Asia Pacific ● Europe ● LATAM ● USCA ● Average of Profit

Gross Sales

Average of Profit

Year

Year	Africa	Asia Pacific	Europe	LATAM	USCA	Average of Profit
2012	0.15M	0.70M	0.55M	0.40M	0.50M	27.5
2013	0.15M	0.85M	0.70M	0.45M	0.50M	28.0
2014	0.25M	1.10M	0.85M	0.60M	0.60M	29.5
2015	0.30M	1.20M	1.00M	0.70M	0.75M	28.5
2016	0.02M	0.05M	0.05M	0.02M	0.02M	26.0

Country ● China ● France ● India ● United Kingdom ● United States ● Sum of Profit

Sum of Sales (Left Y-axis, 0.0M to 0.8M)

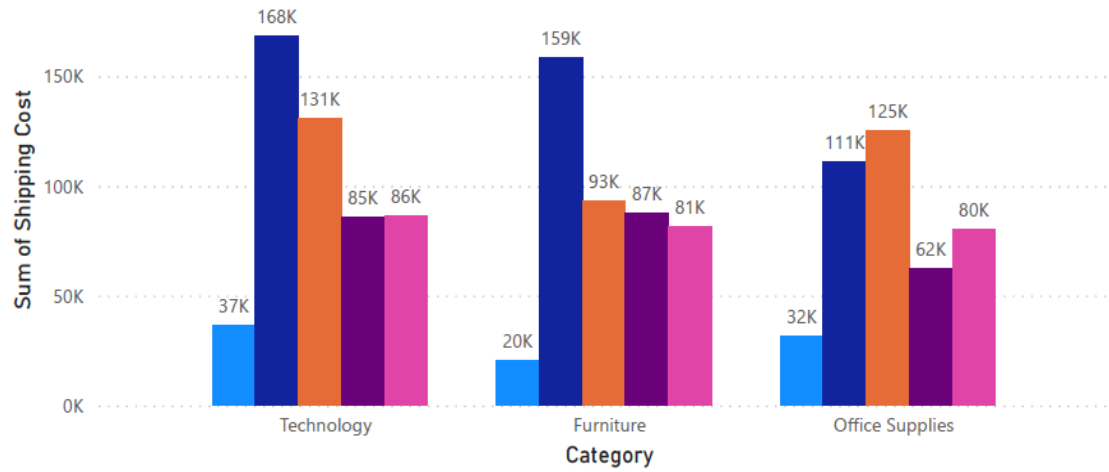
Sum of Profit (Right Y-axis, 0.0M to 0.3M)

Year (X-axis: 2012, 2013, 2014, 2015, 2016)

Year	China (Sales)	France (Sales)	India (Sales)	United Kingdom (Sales)	United States (Sales)	Sum of Profit (Profit)
2012	0.15M	0.12M	0.08M	0.08M	0.48M	0.13M
2013	0.12M	0.18M	0.14M	0.12M	0.48M	0.16M
2014	0.19M	0.22M	0.15M	0.12M	0.60M	0.20M
2015	0.22M	0.32M	0.20M	0.19M	0.75M	0.24M
2016	0.01M	0.01M	0.01M	0.01M	0.02M	0.00M

Sum of Shipping Cost by Category and Market

Market ● Africa ● Asia Pacific ● Europe ● LATAM ● USCA



Sum of Shipping Cost by Sub-Category and Market

Market ● Africa ● Asia Pacific ● Europe ● LATAM ● USCA

