

Анализ данных о продажах

Комплексный отчет о показателях продаж и поведении клиентов

Составил Шакиров Р.С.
Декабрь 2025

Топ-10 продавцов по общей выручке

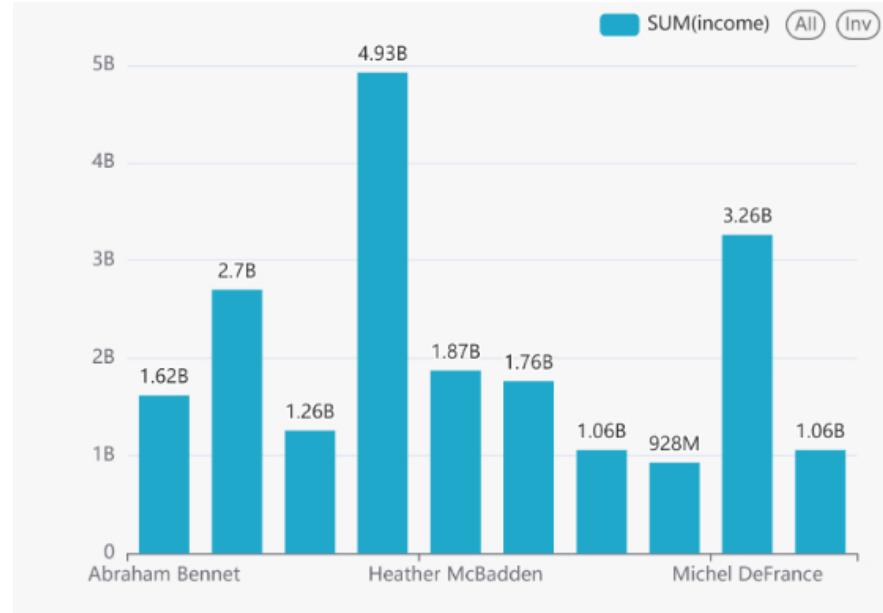
Этот график отображает 10 лучших продавцов, ранжированных по их общей выручке. Данные показывают значительные различия в эффективности продавцов: лучший из них принес около 5 миллиардов условных единиц выручки. Этот анализ помогает выявить наиболее продуктивных торговых представителей и оценить их вклад в общую выручку компании.

Ключевые инсайты:

Лидеры продаж значительно превосходят остальных специалистов.

Четкое расслоение в эффективности продавцов.

Появляется возможность проанализировать успешные стратегии продаж.

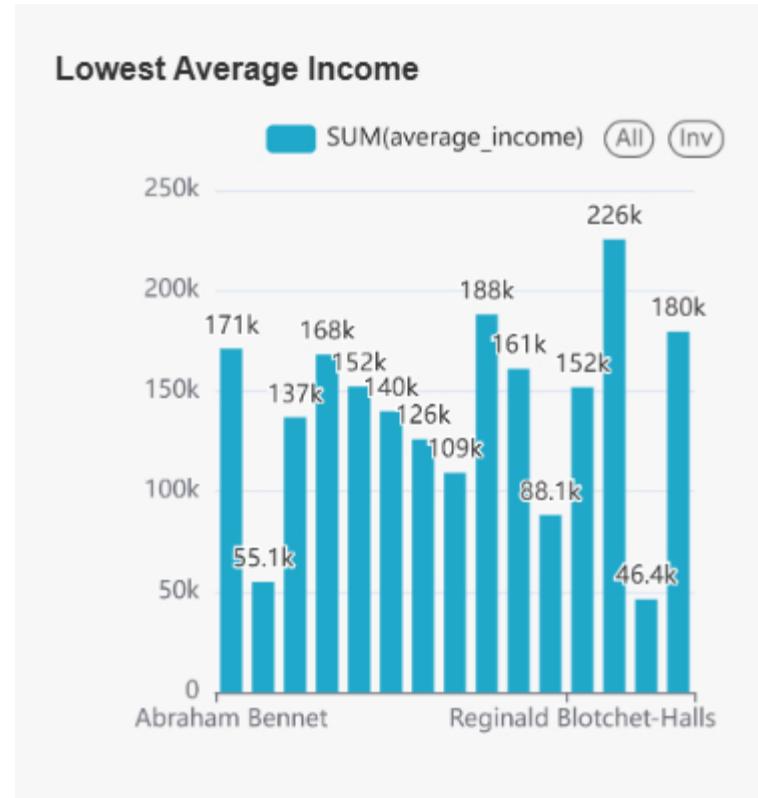


Отстающие продавцы - Анализ средней выручки

Этот анализ выявляет продавцов, чья средняя выручка за транзакцию ниже средней по компании. Эти сотрудники представляют собой возможность для проведения целевого обучения и программ повышения эффективности.

Ключевые выводы:

- Множество продавцов находятся ниже порогового значения средней эффективности.
- Существует необходимость в персональном наставничестве и поддержке.
- Имеется потенциал для оптимизации выручки через обучающие программы.
- Рекомендуется ориентироваться на лучшие практики передовых продавцов.



Динамика выручки по дням недели

Анализ распределения выручки по разным дням недели выявляет важные закономерности в покупательском поведении клиентов. Это помогает оптимизировать график работы отдела продаж и управление запасами.

Наблюдения:

- Выявлены различия в выручке между будними и выходными днями. Максимальные продажи в понедельник и четверг. Минимальные – в выходные.
- Необходимость для целевых промо-акций в дни с низкой выручкой.
- Оптимизация распределение ресурсов на основе паттернов пикового спроса.
- Оптимизация расписания работы персонала на основе прогнозов трафика.



Демография клиентов - Распределение по возрастным группам

Понимание возрастной демографии клиентов критически важно для целевого маркетинга и стратегий разработки продуктов.

Распределение по группам 16-25, 26-40 и 40+ раскрывает состав рынка и предпочтения.

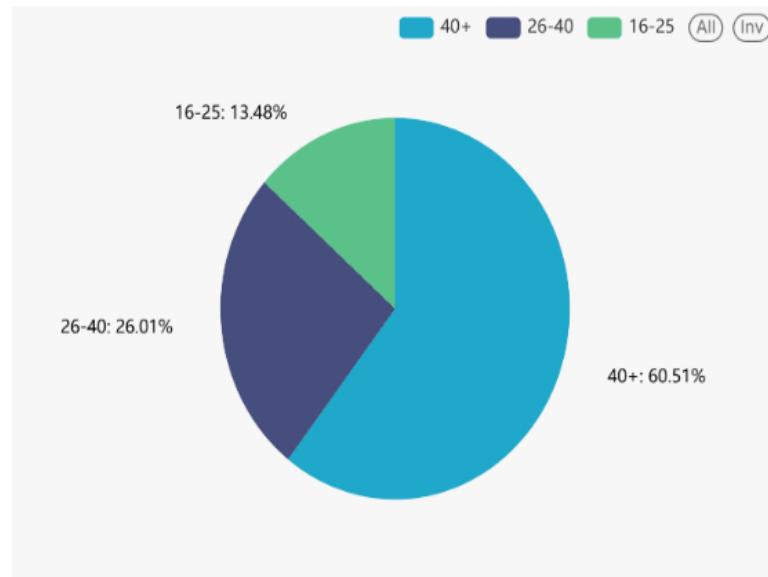
Инсайты рынка:

Возрастная группа 26-40 представляет собой крупнейший сегмент клиентов.

Значительное присутствие во всех возрастных категориях.

Возможность разработки маркетинговых кампаний, специфичных для каждого возраста.

Товарные предложения могут быть адаптированы под демографические сегменты



Тенденции привлечения клиентов - Ежемесячный анализ

Данные по ежемесячному привлечению клиентов отслеживают количество уникальных покупателей и связанную с ними выручку за каждый месяц. Этот трендовый анализ помогает прогнозировать будущий рост и планировать маркетинговые кампании.

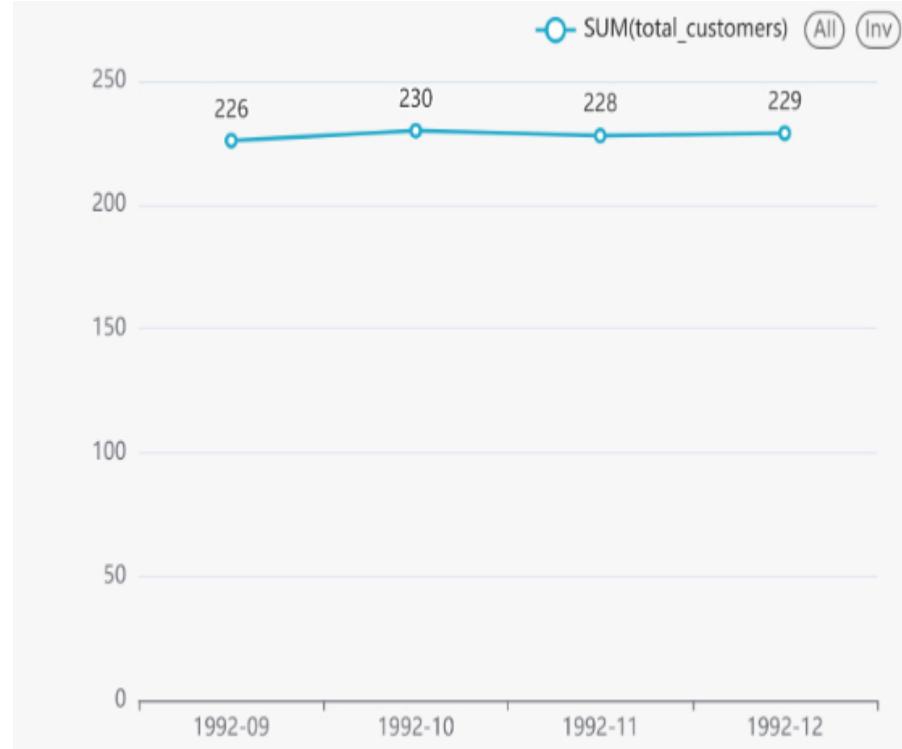
Индикаторы трендов:

Выявлены сезонные закономерности в привлечении клиентов.

Пиковые месяцы требуют дополнительных ресурсов.

"Медленные" месяцы — возможность для агрессивного маркетинга.

Показатели роста год к году позволяют отслеживать эффективность.



Анализ специальных предложений и ссылка на дашборд

Клиенты, чья первая покупка была совершена во время специальных промо-акций (бесплатные товары или товары с нулевой стоимостью), представляют собой отдельный сегмент. Эти клиенты могут требовать стратегий повторного вовлечения для увеличения частоты повторных покупок и среднего чека.

Промо-стратегия:

Отслеживать показатели удержания клиентов, пришедших с первой покупки.

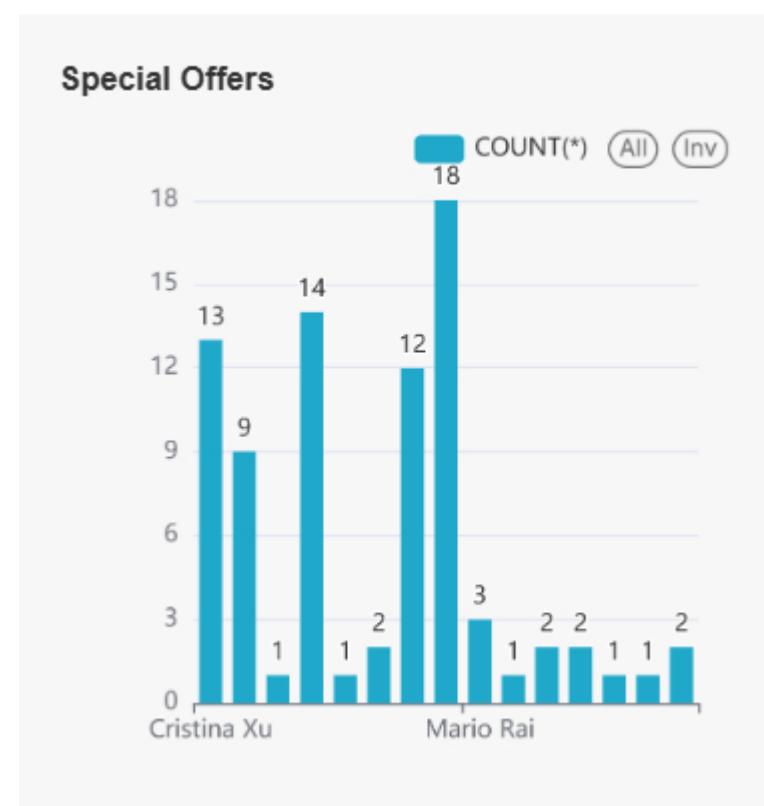
Разработать программы лояльности для "промо-клиентов".

Мониторить пожизненную ценность (LTV) клиентов по спецпредложениям.

Создать целевые кампании по допродажам (upselling).

Интерактивный дашборд: Доступ к полному анализу и данным в реальном времени по ссылке:

<https://d03919ff.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/9/>



Ключевые Рекомендации

- 1. Развитие - программы обучения для отстающих продавцов
- 2. Оптимизация - планирование ресурсов по дням недели
- 3. Маркетинг - целевые кампании для демографических сегментов
- 4. Удержание - программы лояльности для всех типов клиентов