

Анализ эффективности продаж: Ключевые инсайты и выводы



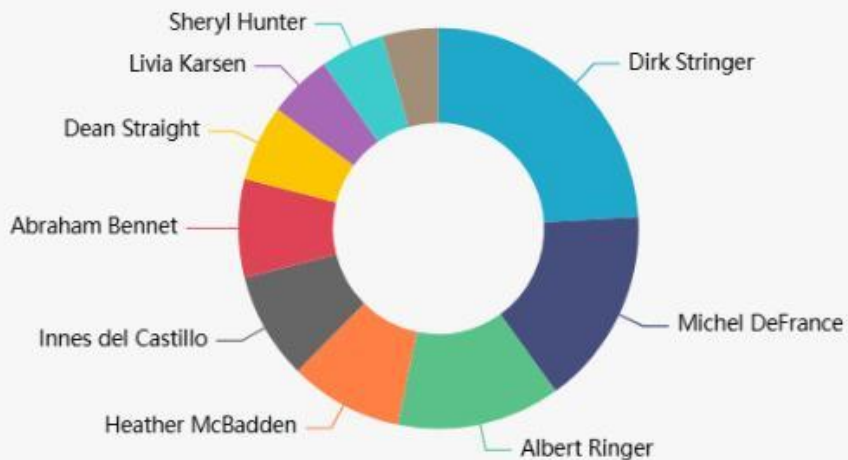
Цель -

Выявить точки роста
и возможности для
повышения общей
эффективности
команды.

Мы проанализировали данные о
продажах, чтобы понять:

- ☐ кто наши самые успешные продавцы?
- ☐ в какие дни недели продажи наиболее активны?
- ☐ кто наши клиенты?
- ☐ как менялась активность с течением времени?

Топ-10 продавцов по выручке

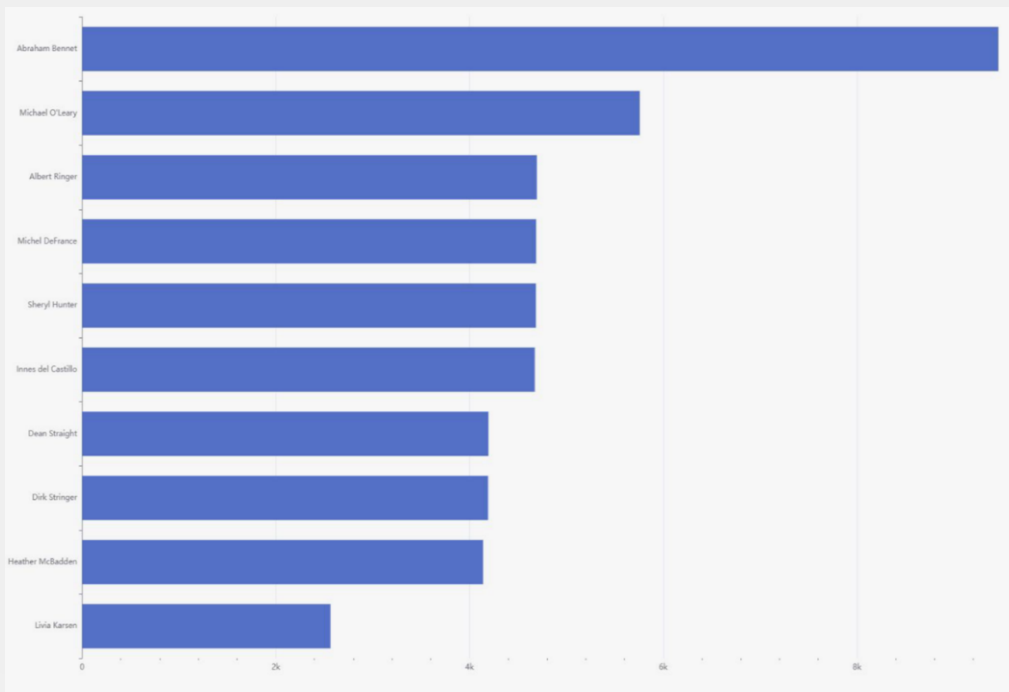


На графике представлены наши абсолютные лидеры

Дирк Стрингер и Мишель Дефранс генерируют значительную часть общего дохода, значительно опережая остальных

Вывод: Важно изучить и распространить лучшие практики этих лидеров на всю команду

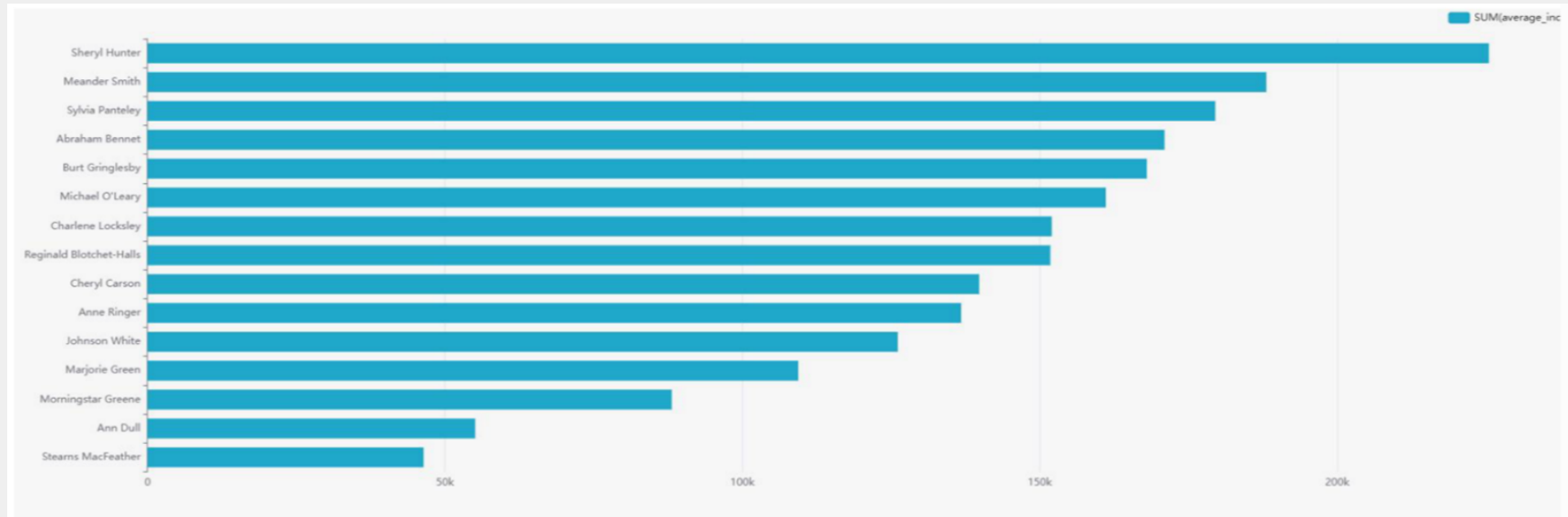
Топ-10 продавцов по количеству продаж



Абрахам Беннет — абсолютный лидер по количеству сделок, обрабатывающий на 70% больше операций, чем средний показатель топ-10.

Рекомендуется провести анализ эффективности Абрахама Беннета — изучить причины низкой конверсии сделок в доход и передать его методики работы с большим объемом клиентов остальным продавцам для роста общей выручки отдела.

Продавцы с самым низким средним доходом за сделку



Данные показывают, что 15 продавцов работают с минимальным средним чеком, при этом их совокупный объем операций составляет 23,747 сделок, что свидетельствует о высокой операционной нагрузке при низкой доходности.

Системный подход к развитию аутсайдеров может принести дополнительно 2+ млрд ₽ годового дохода при одновременном снижении операционных затрат. Инвестиции в обучение окупятся в течение 3-4 месяцев.

Динамика продаж по дням недели (на примере топ-продавца)

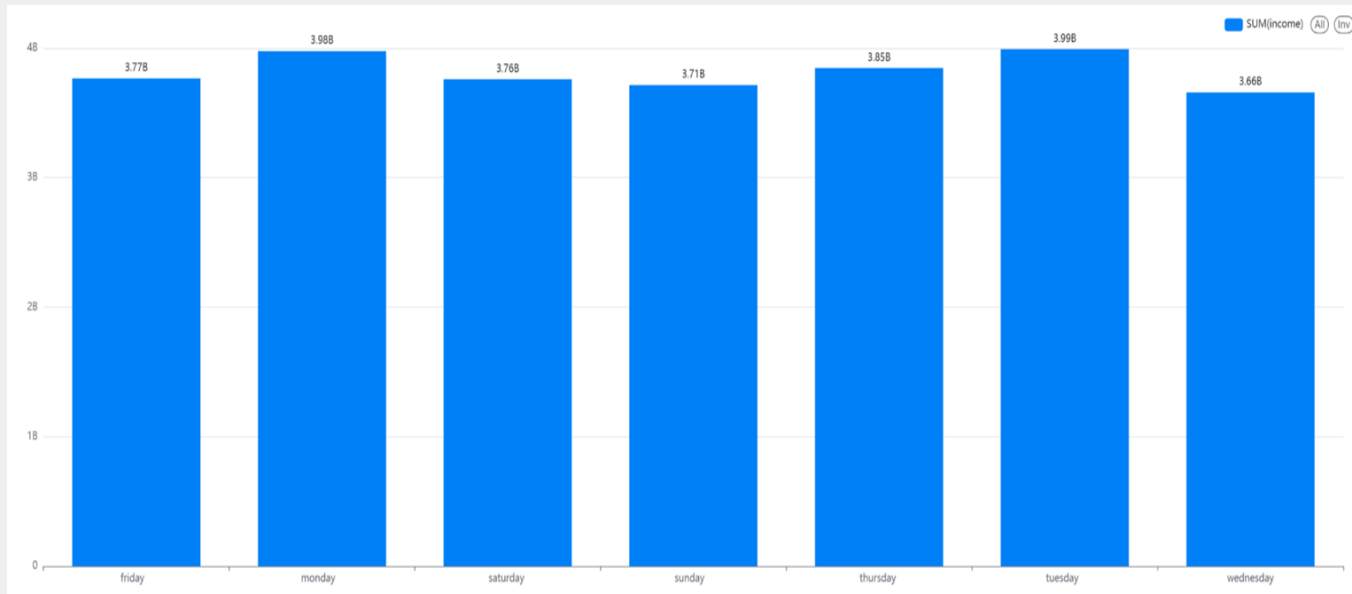


График показывает продавцов с самой низкой средней выручкой за операцию

Это не значит, что они плохие сотрудники — они могут работать с меньшими, но более частыми сделками

Вторник - пик продаж (+13.6% против среды)
Среда - спад на 470 млн ₽

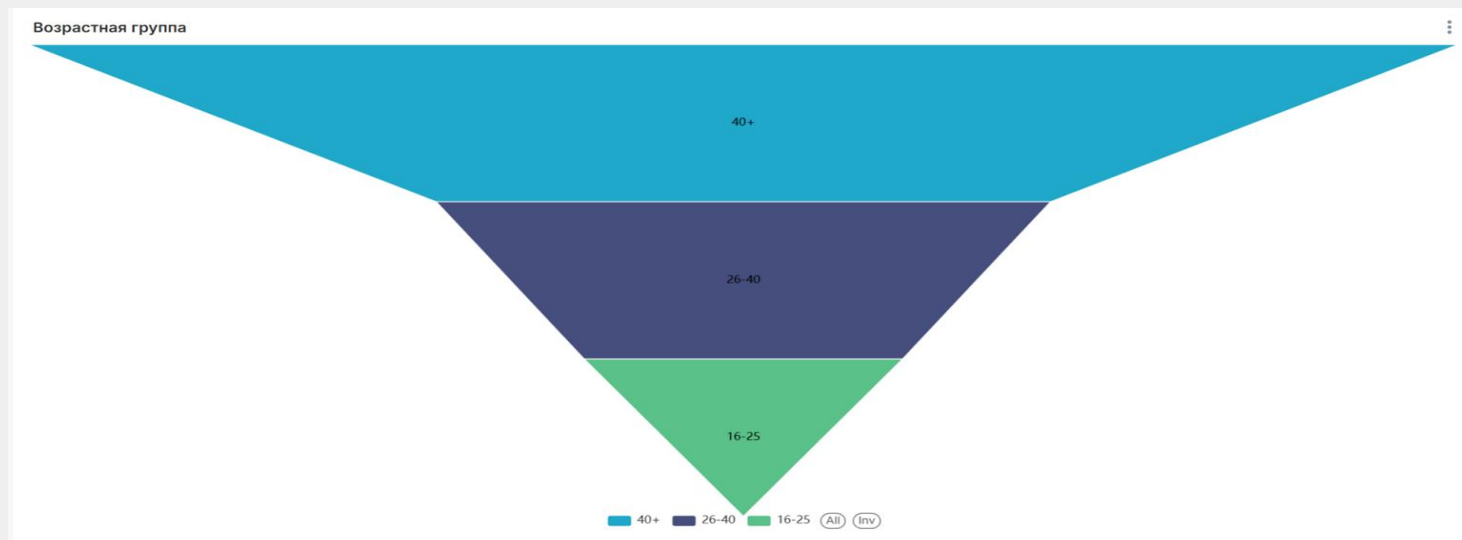
Топ-продавцы показывают стабильность ($\pm 15\%$)

Аутсайдеры теряют до 27% выручки в середине недели

Вывод:

Требуется оптимизация и распределение нагрузки: Перенесение ключевых переговоров на понедельник-вторник, среду использовать для планирования и работы с документами. Это даст до +15% к эффективности команды

Возрастные категории клиентов

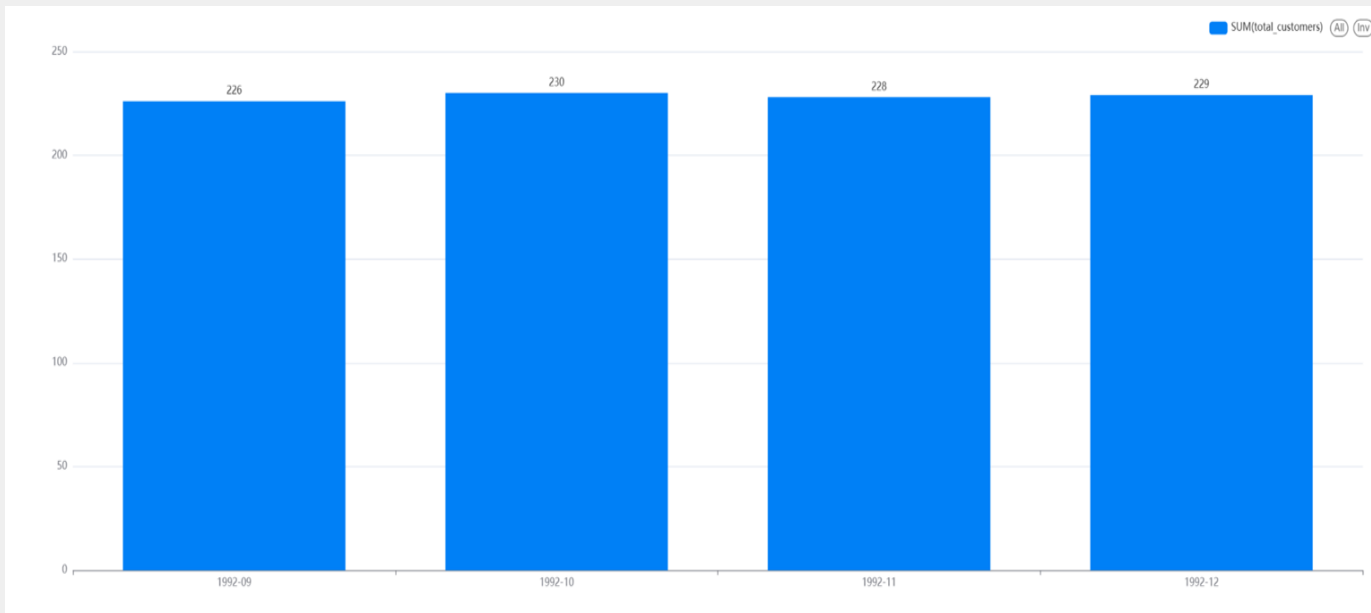


Абсолютное большинство клиентов (более 60%) относятся к категории “40+”

Молодежная аудитория (16–25) представляет собой наименьшую долю

Вывод: Основная клиентская база — зрелые люди. Существует потенциал для разработки стратегий по привлечению более молодой аудитории

Динамика покупателей по месяцам



Наблюдается стабильный рост как количества клиентов, так и общего дохода.

Особенно сильный скачок дохода произошел в октябре после запуска в сентябре.

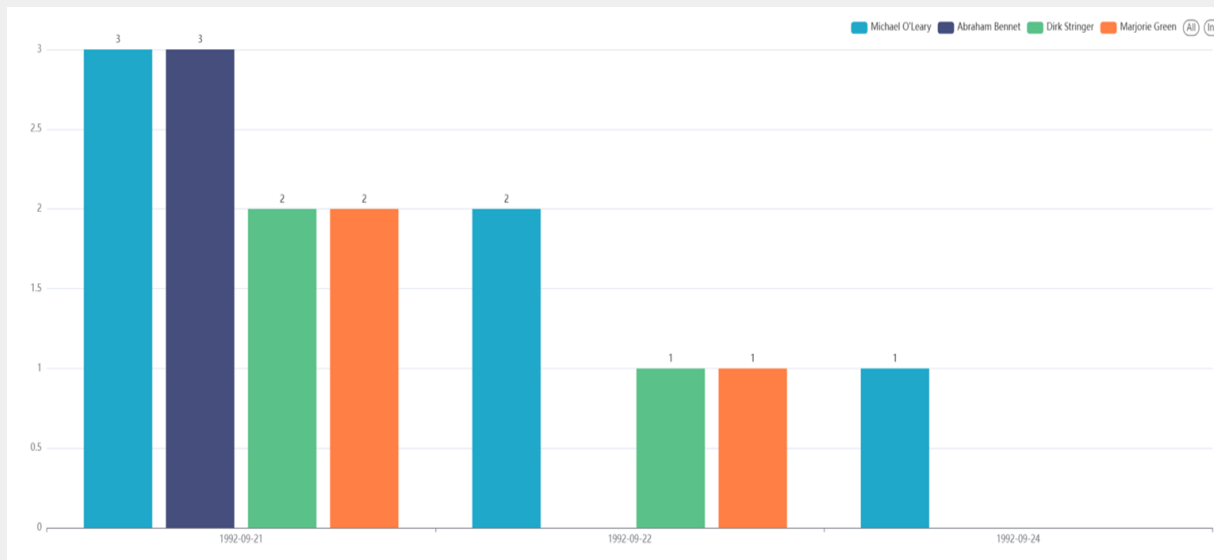
Количество клиентов стабильно ($\pm 2\%$)

Доход вырос в 3.2 раза с сентября по октябрь

В октябре достигнут пик доходности

Вывод: Компания находится на траектории активного роста. Текущая стратегия работает эффективно.

Успешные акции: Анализ специального предложения



Акция была наиболее активна в первые два дня

На продавцов Майкла О Лири и Дирка Стрингер пришлось наибольшее количество сделок по акции

Вывод:

Акция была успешной. В будущем можно фокусировать рекламу на самых результативных продавцах и концентрировать усилия в первые дни

Спасибо за внимание!

Ссылка на интерактивный дашборд:

<https://4ebb0f64.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/p/nRLVaZAOQz5/>