

17.03.2025

АНАЛИЗ ДАННЫХ ПРОДАЖ

[ССЫЛКА НА ДАШБОРД](#)

ВИКТОРИЯ ДЖОРУХОВА



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ:

В этой презентации анализируются продажи на торговой площадке: выявляются эффективность сотрудников, динамика доходов, поведенческие особенности клиентов. Используются SQL-запросы для работы с данными и визуализация в Superset для наглядного представления результатов.

ЦЕЛИ АНАЛИЗА

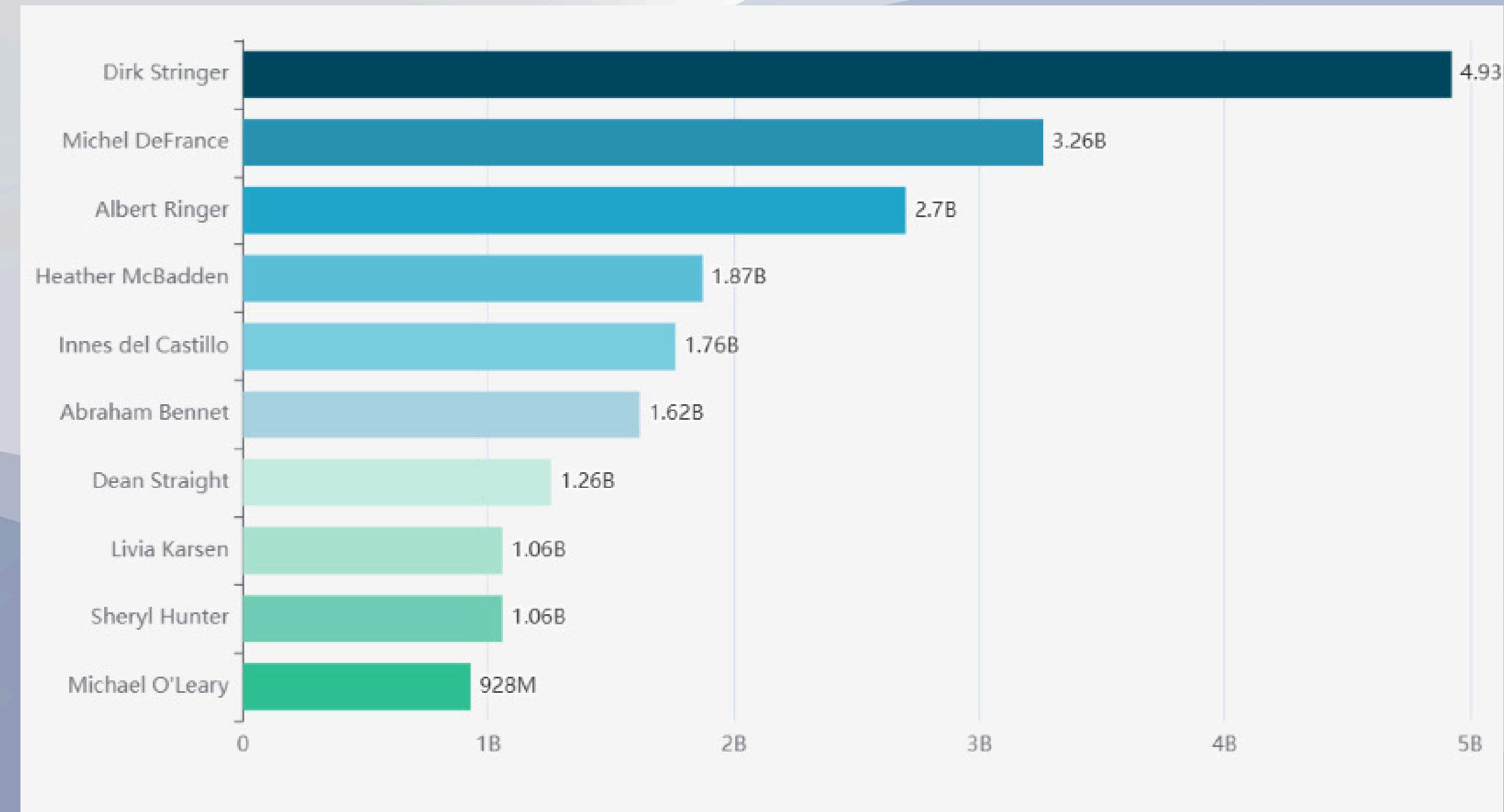
ОПРЕДЕЛИТЬ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ
СОТРУДНИКОВ ИСХОДЯ ИЗ ОБЩЕЙ И
СРЕДНЕЙ ПРИБЫЛИ

ОЦЕНИТЬ КОЛЕБАНИЯ ПРОДАЖ ПО
МЕСЯЦАМ И ДНЯМ НЕДЕЛИ

ОЦЕНИТЬ ВЛИЯНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ
ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА ПРИБЫЛЬ И
КЛИЕНТОВ

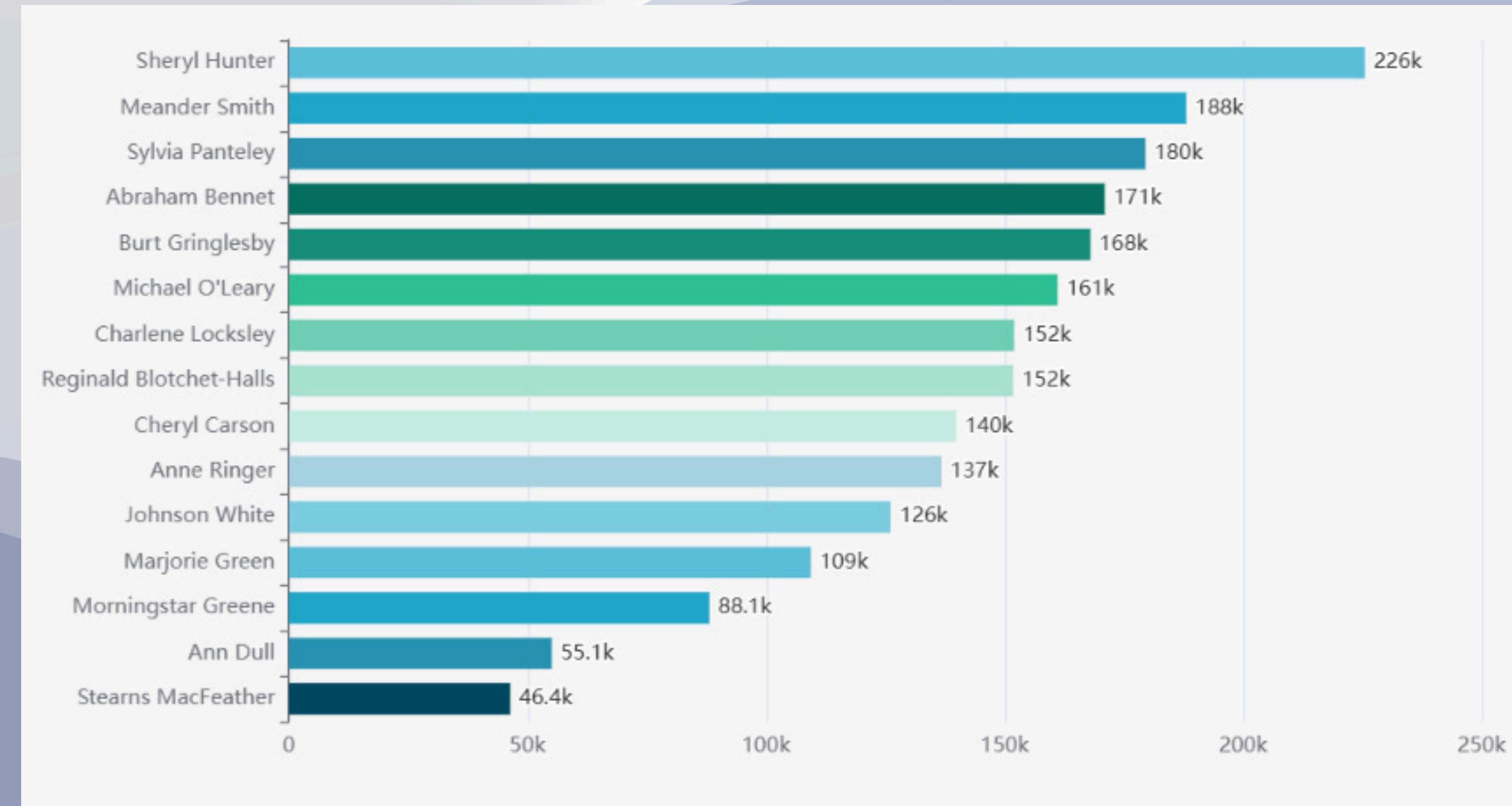
ТОП-10 ПРОДАВЦОВ ПО ОБЩЕМУ доходу

- Dirk Stringer занимает первое место с доходом 4.93 миллиарда.
- На втором месте Michel DeFrance с доходом 3.26 миллиарда.
- У продавцов с доходами менее 1.5 миллиарда было проведено значительно меньше операций, что может указывать на их более слабую активность в продажах и вовлеченность
- Некоторые продавцы - такие как Abraham Bennet (с доходом 1.62 млрд) - имеют стабильные доходы, но им может не хватать определенных условий для роста.



ПРОДАВЦЫ С САМЫМ НИЗКИМ СРЕДНИМ доходом

- Наименьший средний доход у Stearns MacFeather — 46.4 тысяч, что говорит о возможных проблемах с реализацией товара
- Sheryl Hunter и Meander Smith имеют высокие средние доходы относительно других продавцов в данном рейтинге, что может свидетельствовать о продаже более дорогих товаров или большего количества сделок. Для прояснения данной ситуации, следует рассмотреть тип товаров/услуг, которыми занимаются данные сотрудники и подробнее изучить отчеты о продажах.



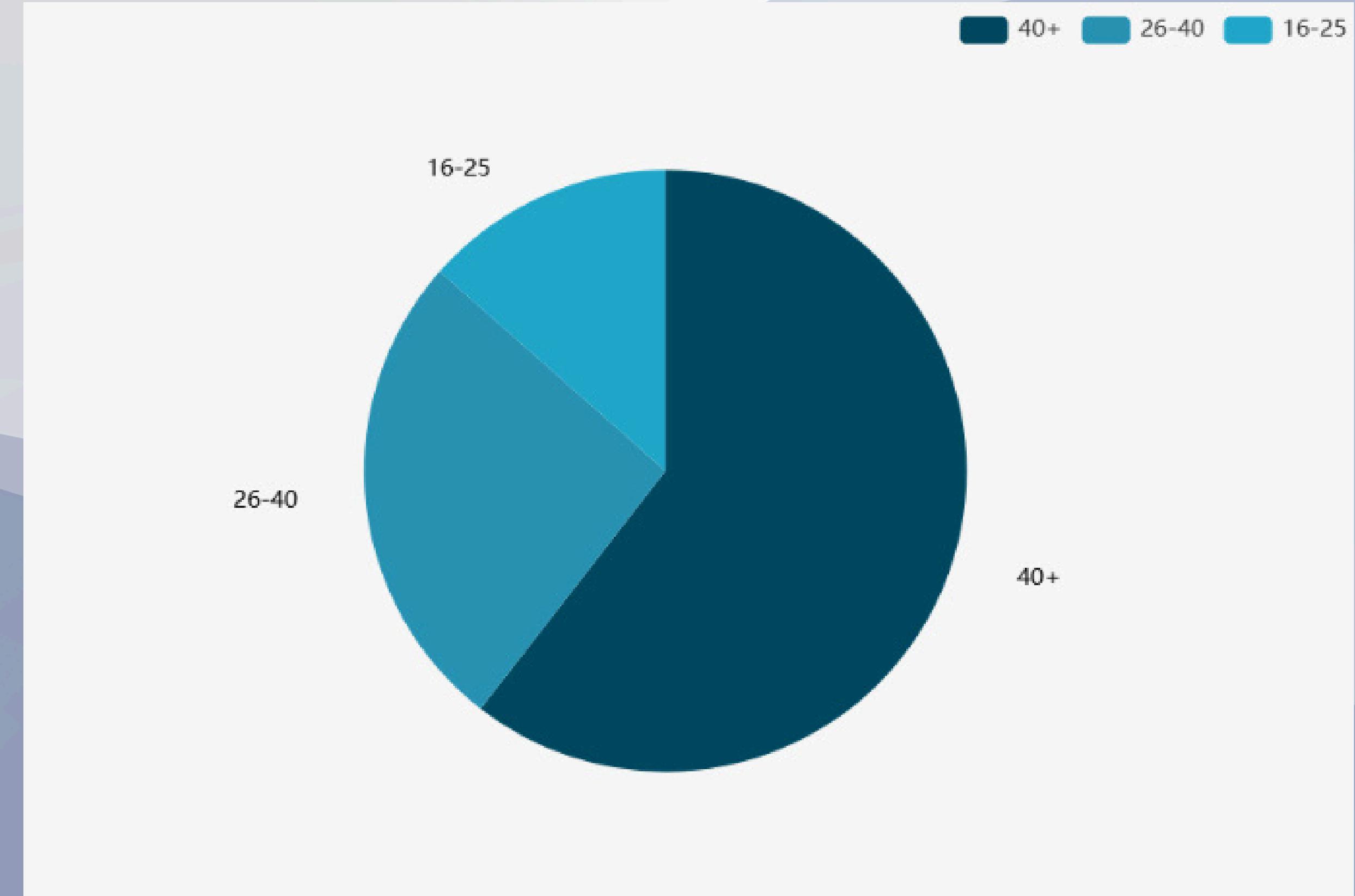
ДИНАМИКА ПРИБЫЛИ ПО ДНЯМ НЕДЕЛИ

- Результативность продавцов значительно отличается в зависимости от дня недели. Это может быть связано с рабочими или выходными днями, когда покупатели активнее приобретают товары.
- Понедельник, вторник и пятница — ключевые дни для максимизации доходов, тогда как среда и выходные требуют дополнительных усилий для увеличения продаж.



АНАЛИЗ КЛИЕНТОВ, ИСХОДЯ ИЗ ИХ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ

- Более половины клиентов находятся в возрастной группе '40+', что делает их основной целевой аудиторией.
- Однако значительно меньшая вовлеченность групп '26-40' и 'до 25 лет' требует корректировки маркетинговых стратегий.



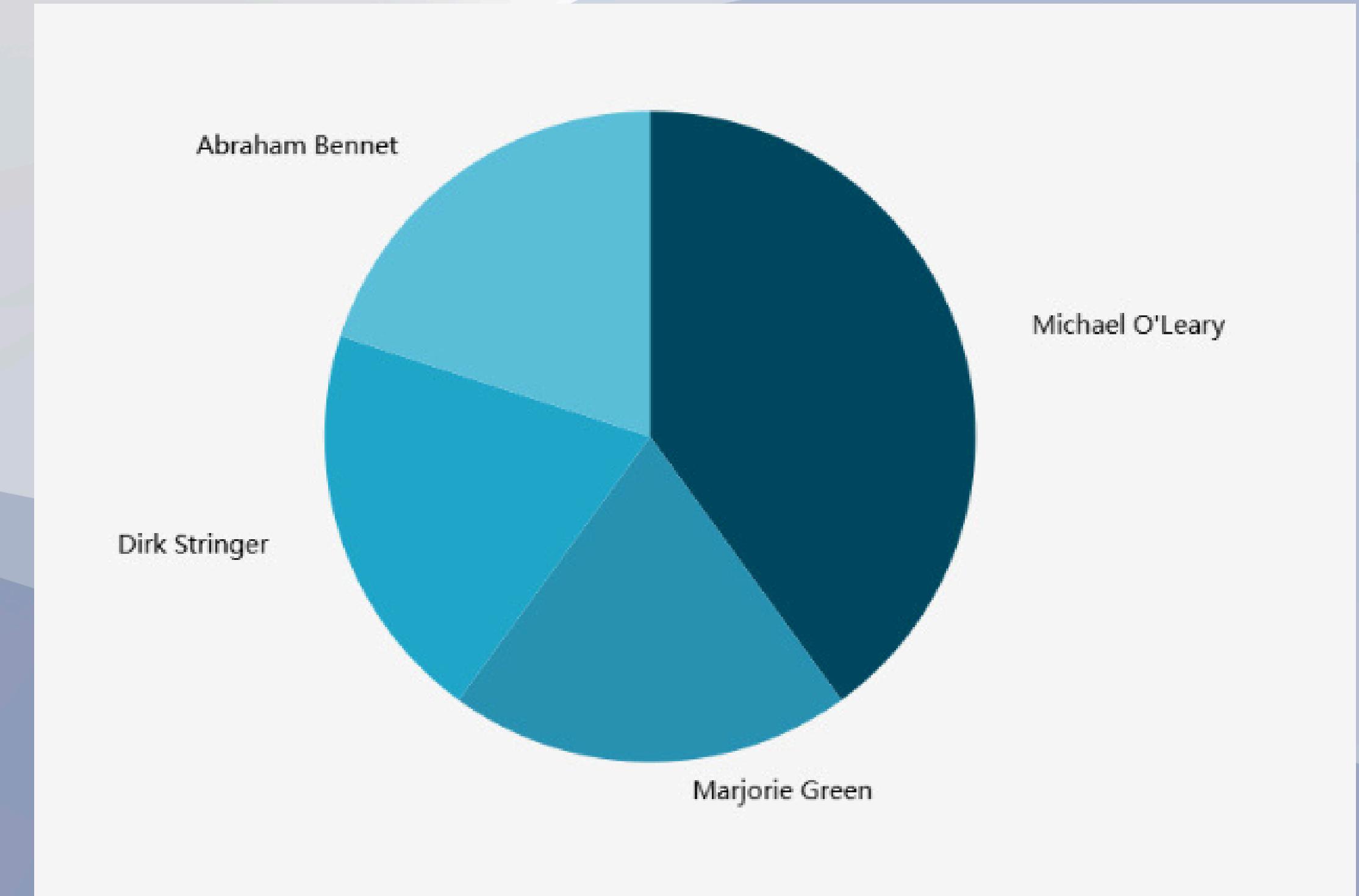
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ ПО МЕСЯЦАМ

- Октябрь и ноябрь показывают увеличение доходов, что может быть связано с сезонными распродажами, праздничными скидками или новым маркетинговым подходом в компании.
- Сентябрь и декабрь показывают стабильный доход, но с небольшим падением по сравнению с октябрем. Это может указывать на осенние и зимние акционные кампании или снижение активности в конце года. Возможно, проблема в неудачно выбранной маркетинговой стратегии в данный период



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПРОДАВЦОВ В ПРЕДЛОЖЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ АКЦИЙ КЛИЕНТАМ

- Некоторые сотрудники - такие как Dirk Stringer и Abraham Bennet - активно участвуют в специальных предложениях, что может быть причиной их успешных продаж и высокой прибыли за счет привлечения большего числа клиентов. Вовлеченность остальных продавцов не прослеживается, что может быть причиной низкой средней прибыли
- Продавцы, которые редко предлагают специальные акции и предложения, должны работать над улучшением качества обслуживания или искать другие способы привлечения клиентов.



66 РЕКОМЕНДАЦИИ:

- Продавцы, чей доход в определенные дни недели меньше, должны учитывать потребности клиентов в эти дни. Например, суббота и воскресенье - это дни, когда покупательская активность спадает, соответственно продавцам следует сосредоточиться на корректировке своей маркетинговой стратегии в эти дни.
- Продавцам стоит активно использовать октябрь и ноябрь для реализации специальных предложений и акций, поскольку это месяцы с высоким доходом.
- В сентябре и декабре, когда наблюдается снижение активности, можно предложить уникальные акции или скидки, чтобы стимулировать спрос в эти месяцы
- Продавцы, которые не используют акции в своей деятельности, должны пересмотреть свою стратегию и начать внедрять специальные предложения (скидки, акции, распродажи), чтобы стимулировать спрос.
- Продавцы с низким доходом должны улучшить видимость своих товаров, возможно, через участие в рекламных кампаниях или сотрудничество с платформами для улучшения рейтинга их предложений.
- Анализ клиентских данных может помочь выявить паттерны покупок, что даст возможность для точной настройки рекламных кампаний и предложений.