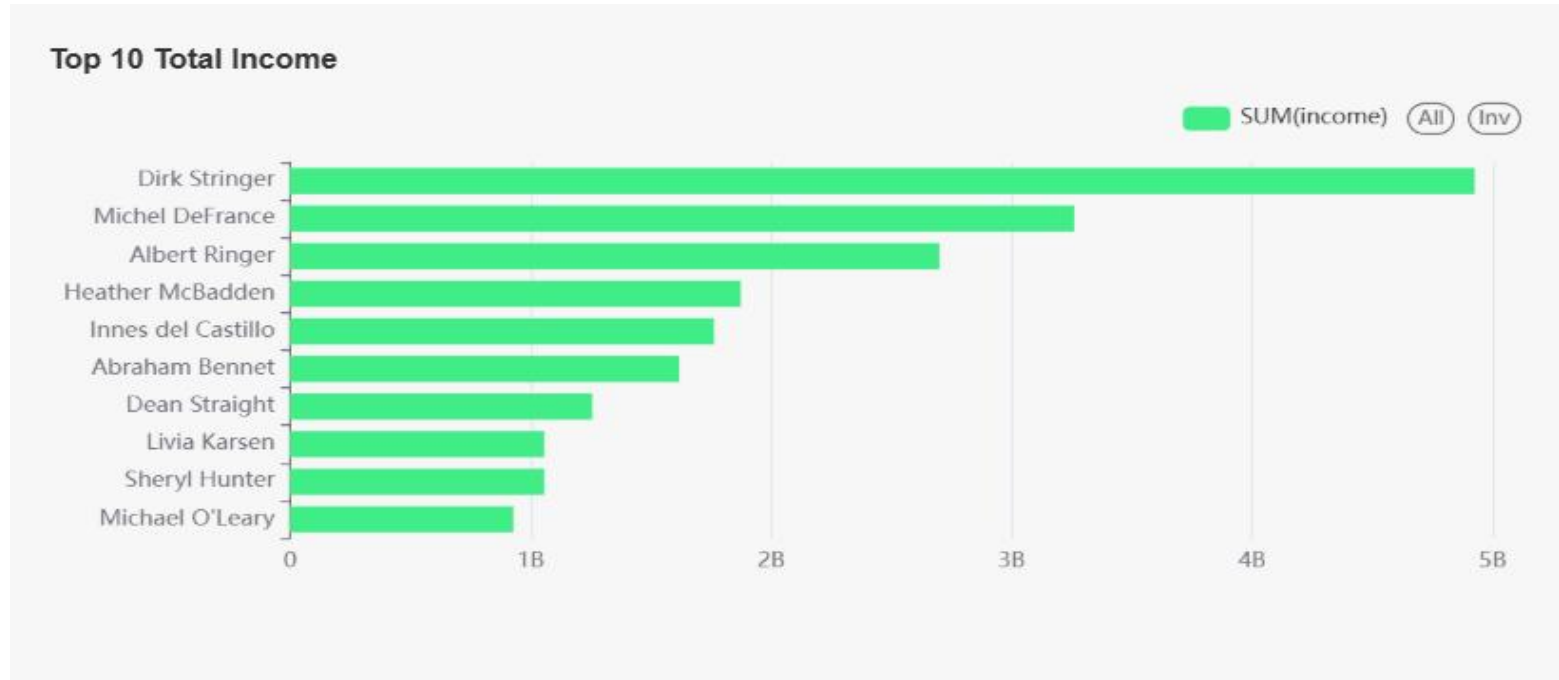


# Аналитика продаж и доходов

Итоги анализа данных на основе дашборда Preset

## 10 продавцов с наибольшим суммарным доходом



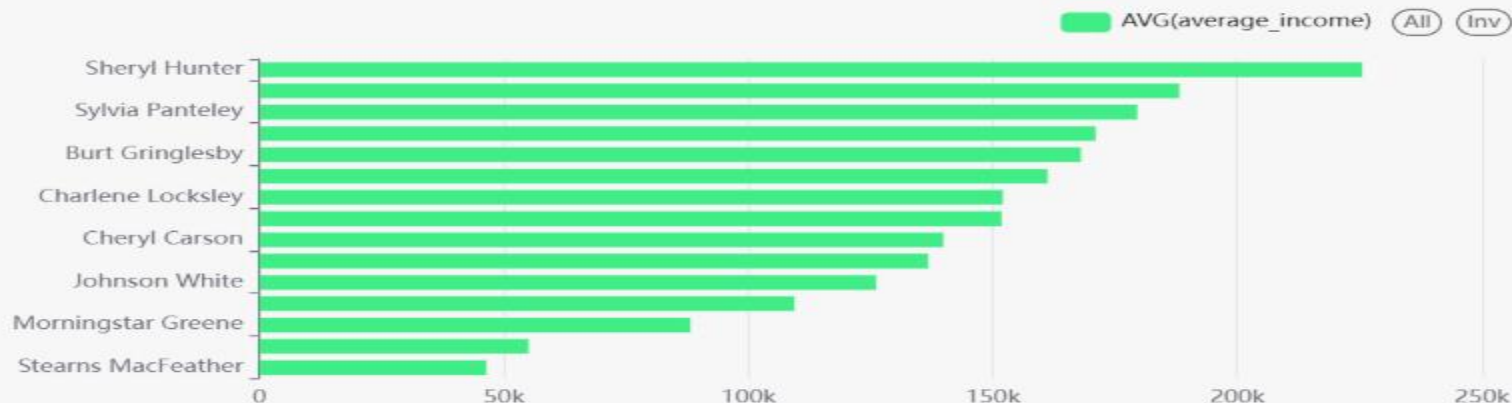
Этот график показывает 10 продавцов с наибольшим суммарным доходом.

**Лидером является** Dirk Stringer с доходом около 5B.

Первые три продавца генерируют **основную часть выручки** компании.

# 10 продавцов с самым низким средним доходом

## Lowest average income



Этот график отображает продавцов с самыми низкими значениями *среднего дохода*.

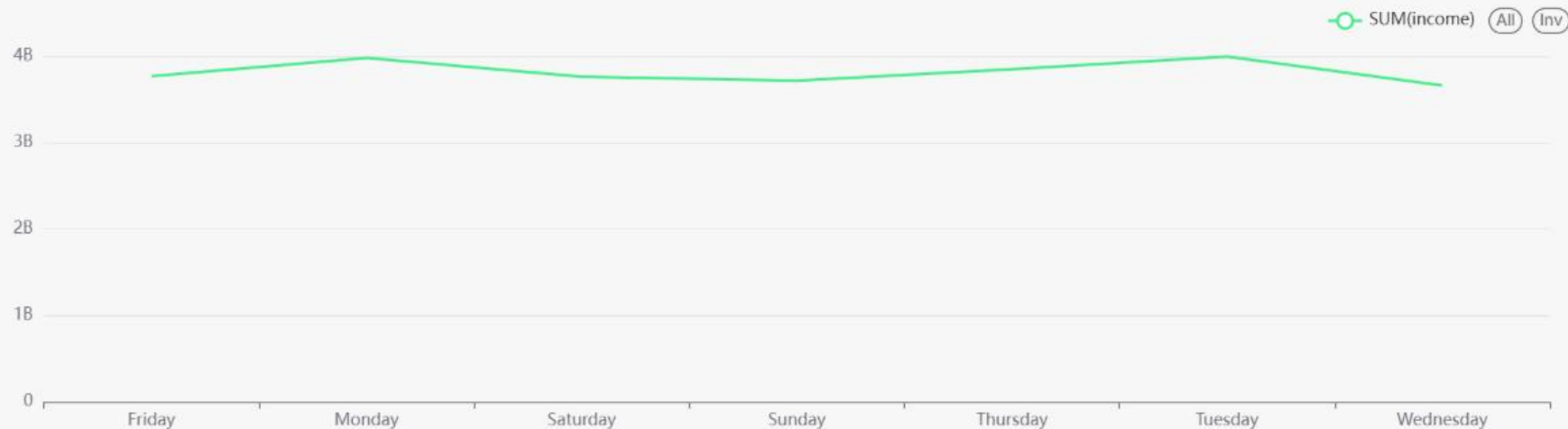
**Лидером по минимальному среднему доходу является Stearns MacFeather** — около 50k.  
Это может говорить о:

- ♦ **низком среднем чеке,**
- ♦ **небольшом числе крупных сделок,**
- ♦ **низкой активности по сравнению с коллегами.**

Также **несколько продавцов имеют доходы около 120–160k**, что говорит о сконцентрированной зоне низкой эффективности.

# Доход по дням недели

Day of the week income



Этот график показывает, как меняется суммарный доход в зависимости от дня недели.

**Максимальный доход приходится на понедельник и вторник — это может указывать на начало деловой активности после выходных.**

**Минимальные показатели наблюдаются в пятницу и среду,** что может быть связано с завершением недели и меньшим количеством крупных сделок.

В целом доход распределен достаточно равномерно, без резких колебаний.

# Клиенты по месяцам

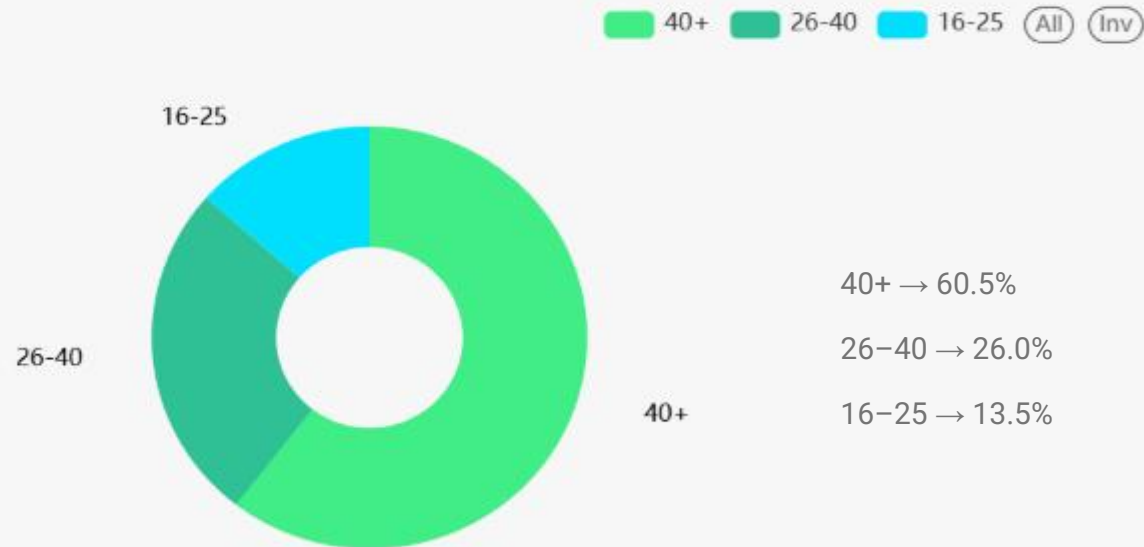
## Customers by Month



- Количество клиентов остаётся стабильным, колеблясь в диапазоне 220–230 человек в месяц.
- Пик посещаемости наблюдается в октябре — 230 клиентов.
- Минимальные значения — в сентябре и ноябре, но разница незначительная.
- Общая динамика указывает на устойчивый клиентский поток без резких перепадов.

# Распределение клиентов по возрастным группам

## Age Groups



**Основная часть клиентской базы — пользователи возраста 40+.**  
Они формируют более половины всей аудитории.

**Клиенты 26–40 лет** — вторая по величине группа и также обладают существенным весом.

**Сегмент 16–25 лет** заметно меньше остальных.

Это может сигнализировать о слабом охвате молодёжной аудитории и указывать на потенциал её развития через таргетированные акции или обновление продуктового предложения.

# Активность продавцов в спецпредложении

Special Offer Activity

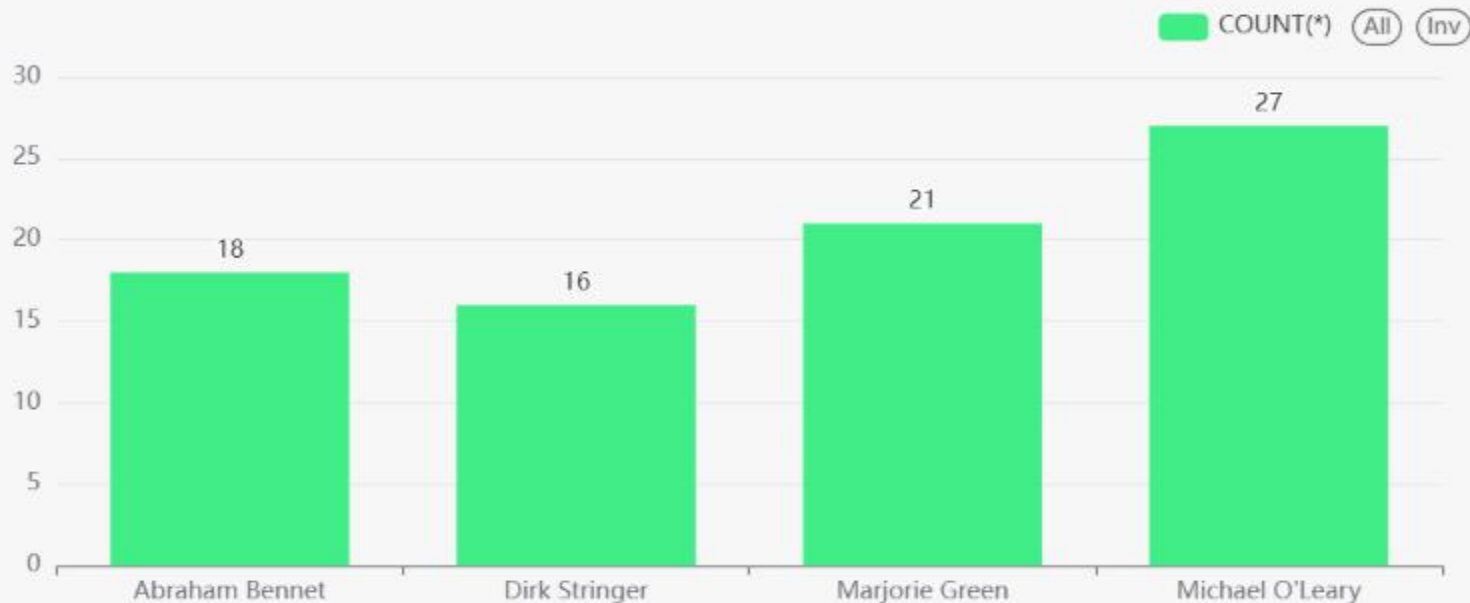


График показывает, как часто продавцы участвовали в специальном предложении.

Больше всего операций выполнили **Michael O'Leary** и **Marjorie Green**.

Остальные продавцы участвовали заметно реже.

## Короткий вывод:

Акцию активно используют только отдельные сотрудники. Остальным может потребоваться поддержка или дополнительная мотивация.

# 10 самых популярных товаров

## 10 Popular Products

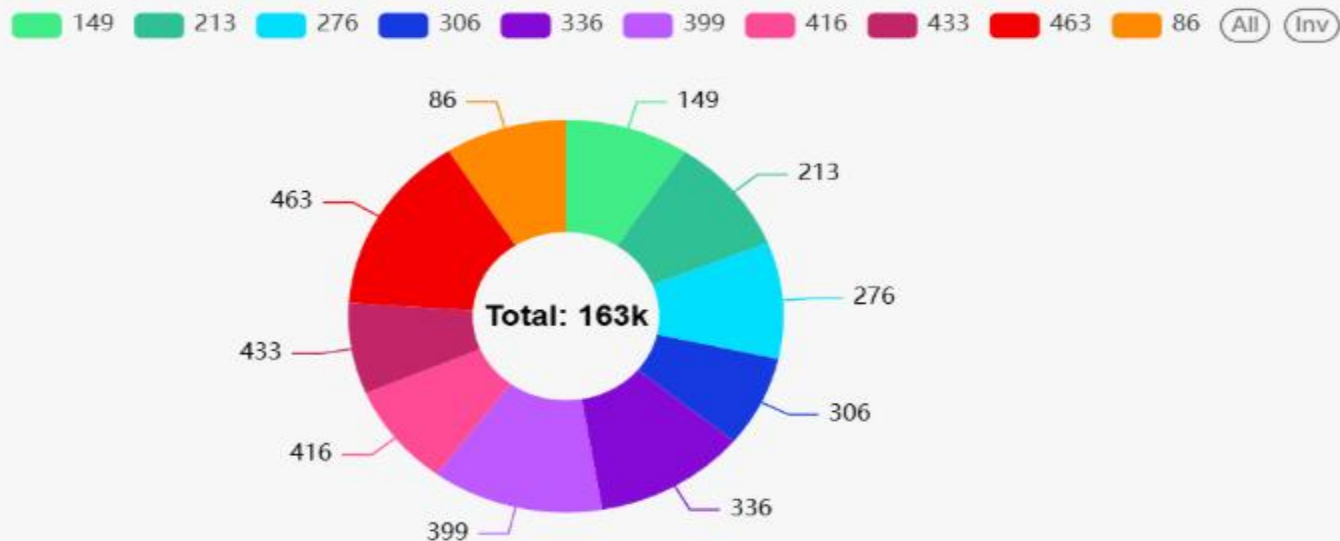


Диаграмма показывает 10 товаров, которые покупают чаще всего.  
Спрос распределен равномерно — сильных скачков между товарами нет.

### Короткий вывод:

Это основные товары, на которые стоит делать акценты в акциях и поддерживать их наличие на складе.



# 10 самых прибыльных товаров

Top 10 Profitable Products

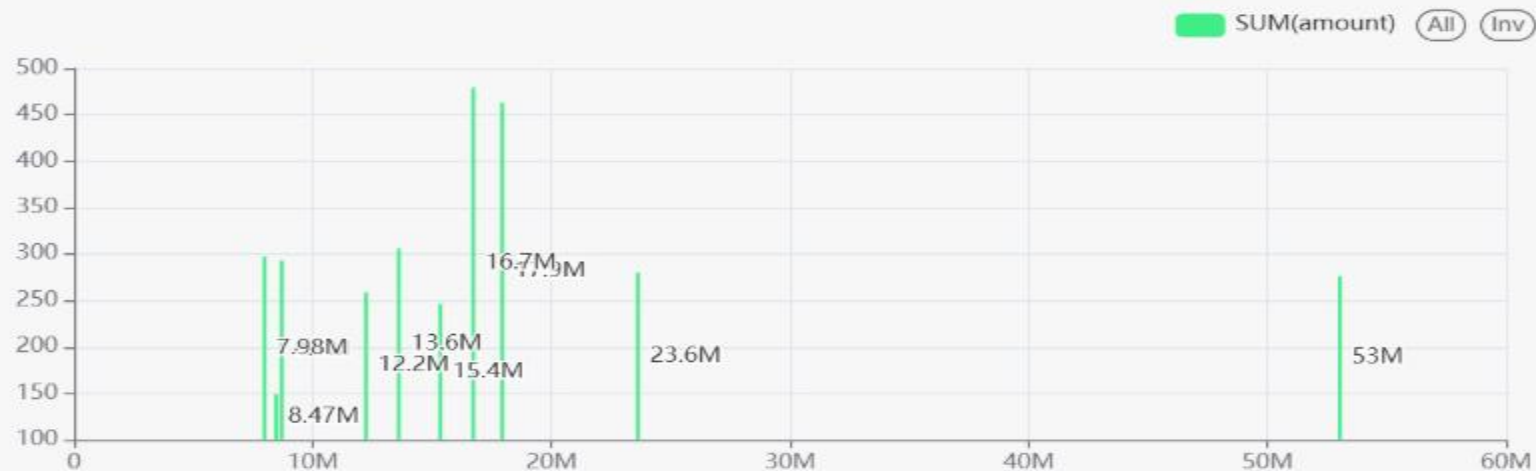


График показывает товары, которые приносят наибольшую прибыль. Один товар значительно лидирует, остальные распределены ровнее.

## Короткий вывод:

Компания зависит от нескольких ключевых позиций. Важно поддерживать их наличие и рассмотреть усиление продвижения.

# Итоги и дальнейшие шаги

## Итоги анализа

- Основная часть клиентов — возрастная группа **40+**, что говорит о стабильной и платежеспособной аудитории.
- Продажи и прибыль распределены неравномерно: есть **ключевые товары-лидеры**, которые приносят основной доход компании.
- Наиболее активные продавцы значительно выделяются, в то время как часть сотрудников участвует в спецпредложениях реже.
- Спрос в течение недели и по месяцам показывает **чёткую сезонность**, которую важно учитывать при планировании акций и загрузки.

## Короткий вывод

Компания имеет сильные позиции, но есть зоны роста:  
расширение молодёжной аудитории, увеличение вовлечённости продавцов и фокус на прибыльных товарах.

[Полный дашборд доступен по ссылке](#)