

Анализ данных о продажах и покупателях: Путь к пониманию и росту

Отчет по результатам исследования

Что мы исследовали и зачем?

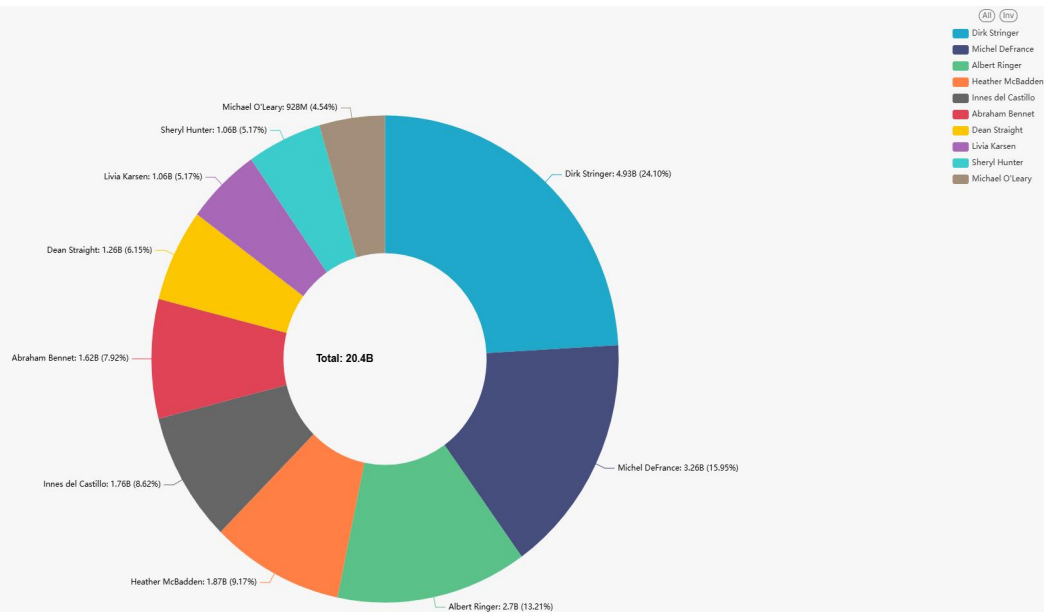


В рамках нашего исследования мы проанализировали данные о продавцах и покупателях, чтобы **лучше понять динамику продаж, оценить эффективность работы сотрудников и выявить предпочтения клиентов.**

Наша главная **цель** — определить ключевые тренды, сильные стороны и области для улучшения, которые помогут нам принимать более обоснованные бизнес-решения и, как следствие, **увеличивать прибыль.**

Мы сфокусировались на данных о выручке продавцов, активности покупателей и влиянии специальных акций, чтобы получить комплексную картину.

Топ-10 продавцов: Кто приносит основной доход?

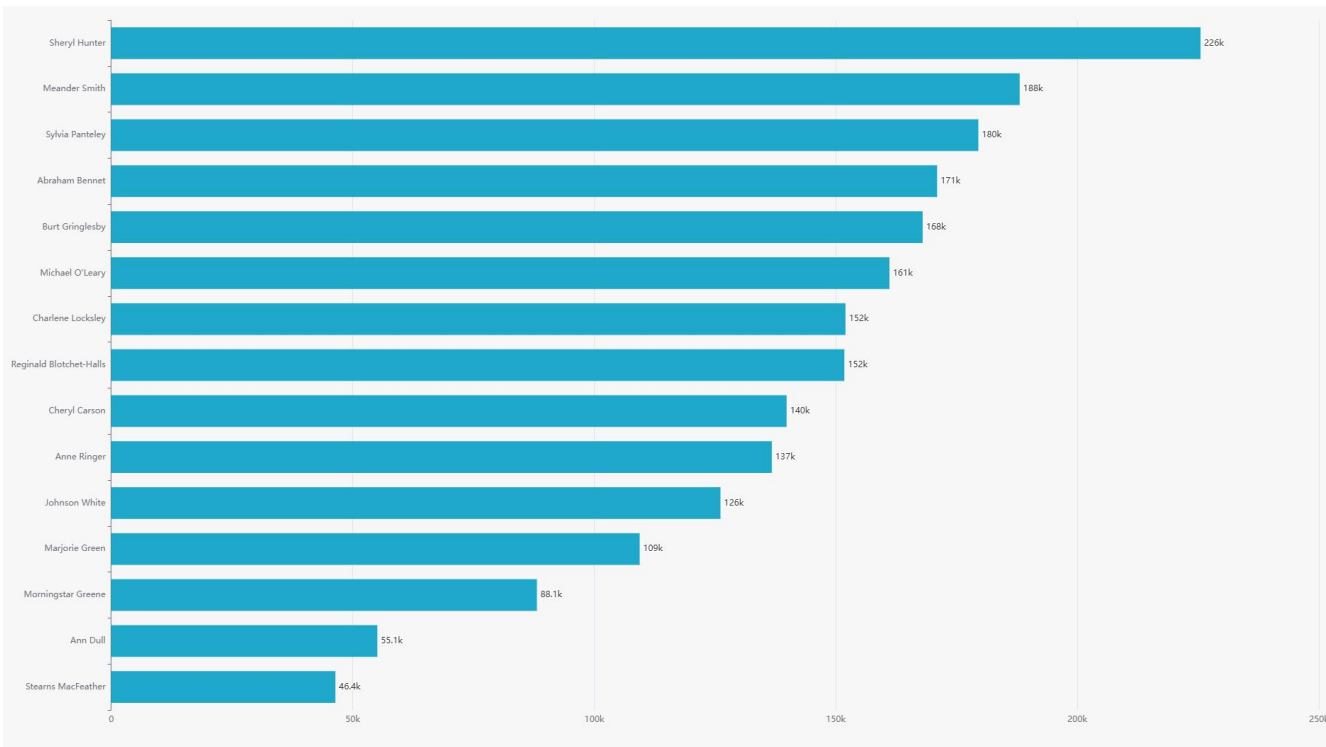


Этот график наглядно демонстрирует **десять продавцов с самой высокой общей выручкой**. Выручка указана в миллиардах для удобства восприятия.

Вывод: Дирк Стрингер является нашим безусловным лидером, его выручка составляет почти 5 миллиардов, что значительно превышает показатели других продавцов. Мишель Дефранс и Альберт Рингер также показывают превосходные результаты, входя в тройку лидеров. Интересно отметить, что у Авраама Беннета самое большое количество операций, но его выручка находится в середине списка, что может говорить о большом объеме мелких сделок.

Возможности для роста

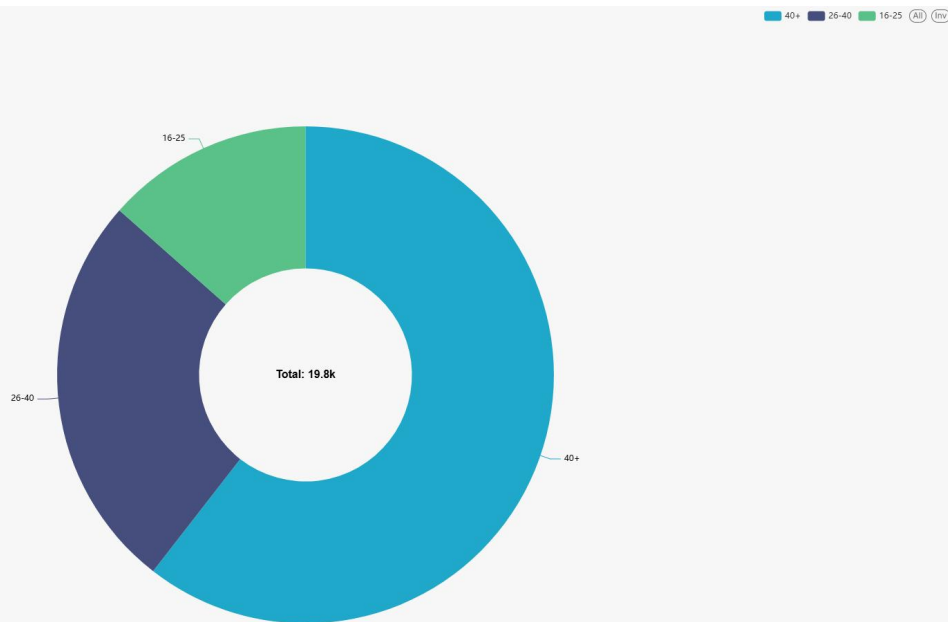
Продавцы с выручкой ниже средней: Где есть потенциал?



Здесь представлены продавцы, чья **средняя выручка на одну операцию ниже общей средней по всей компании**. Список отсортирован по возрастанию средней выручки.

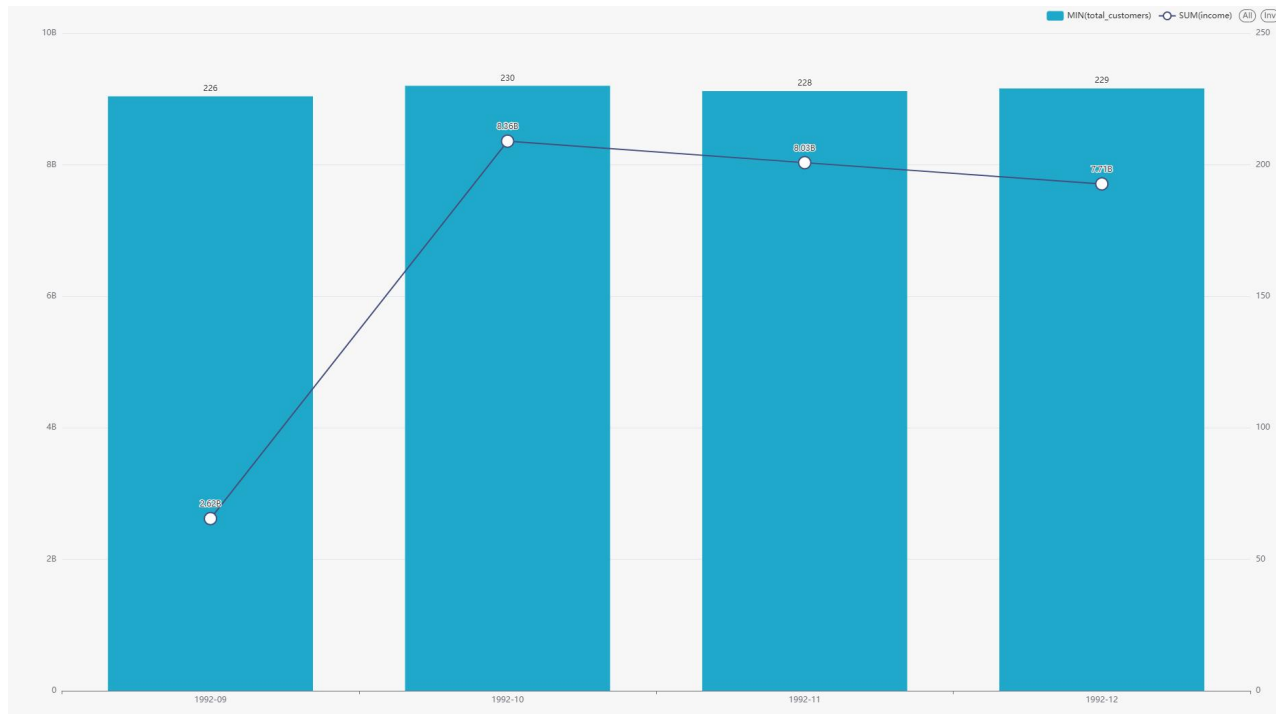
Мы видим, что у **Стирнса Макфизера** и **Энн Далл** средняя выручка значительно ниже остальных. Также обратите внимание, что **Майкл О'Лири** и **Авраам Беннет**, которые были в топе по общей выручке, здесь также присутствуют, что подтверждает гипотезу о большом количестве их операций с невысоким средним чеком.

Возрастной портрет аудитории: Понимание наших клиентов



Эта диаграмма иллюстрирует **распределение наших покупателей по основным возрастным группам**. Наша **основная аудитория — это покупатели старше 40 лет**, которые составляют наибольшую долю от общего числа клиентов. Группа от 26 до 40 лет является второй по численности.

Количество покупателей и выручка



Этот график отображает **динамику изменения количества уникальных покупателей и общей выручки каждый месяц** в течение исследуемого периода.

Заметен **существенный скачок выручки в октябре** по сравнению с сентябрем, при этом количество клиентов оставалось относительно стабильным. Это может указывать на успешные крупные сделки или увеличение среднего чека. В ноябре и декабре выручка немного скорректировалась, но осталась на значительно более высоком уровне, чем в сентябре.



Ключевые выводы и рекомендации

Основные выводы:

- **Выявлены лидеры продаж**, чей опыт может быть масштабирован на всю команду.
- **Определены пиковые дни продаж**, что позволяет оптимизировать ресурсы.
- **Установлен основной возрастной сегмент покупателей** для более точечного маркетинга.
- **Отслеживается положительная динамика роста выручки**, несмотря на стабильное количество покупателей в последние месяцы.
- **Спецпредложения показали свою эффективность** как инструмент привлечения новых клиентов.

Рекомендации:

- **Разработать программы наставничества**, используя опыт наших лучших продавцов.
- **Оптимизировать расписание работы и маркетинговую активность** с учетом дневной и месячной динамики продаж.
- **Фокусировать маркетинговые усилия и ассортимент** на наиболее перспективных возрастных группах.
- **Продолжать использовать и анализировать эффективность акций** для привлечения новых клиентов, возможно, расширяя их применение.



Итоговый дашборд

Для более глубокого изучения данных, интерактивного взаимодействия и просмотра всех деталей нашего анализа вы можете ознакомиться с моим подробным дашбордом.

Ссылка на дашборд:

<https://cf80c98a.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/p/n5O0Dw9mQyP/>