

ПРОДАЖИ

Автор: Кристина Максимова

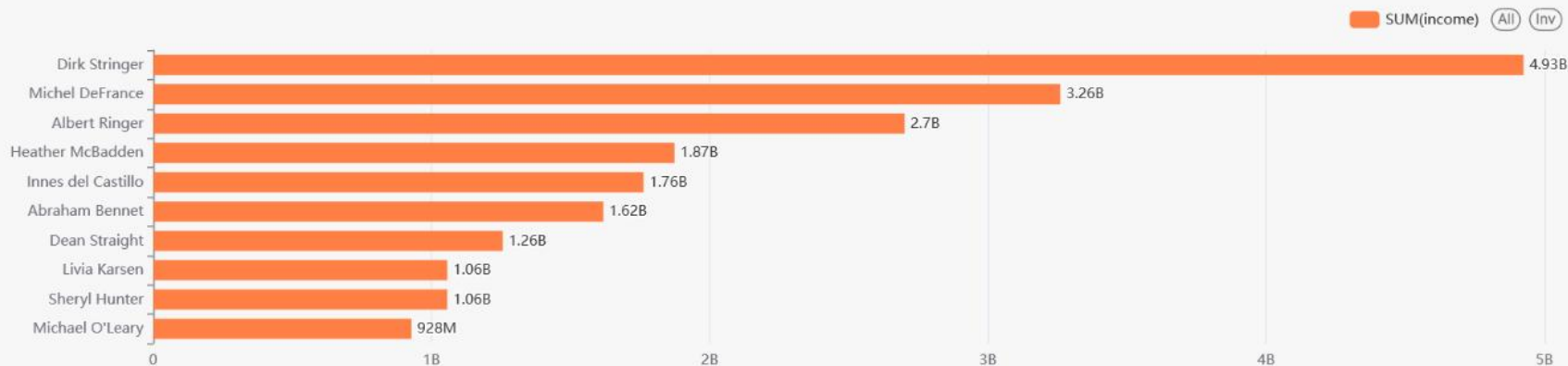




Введение

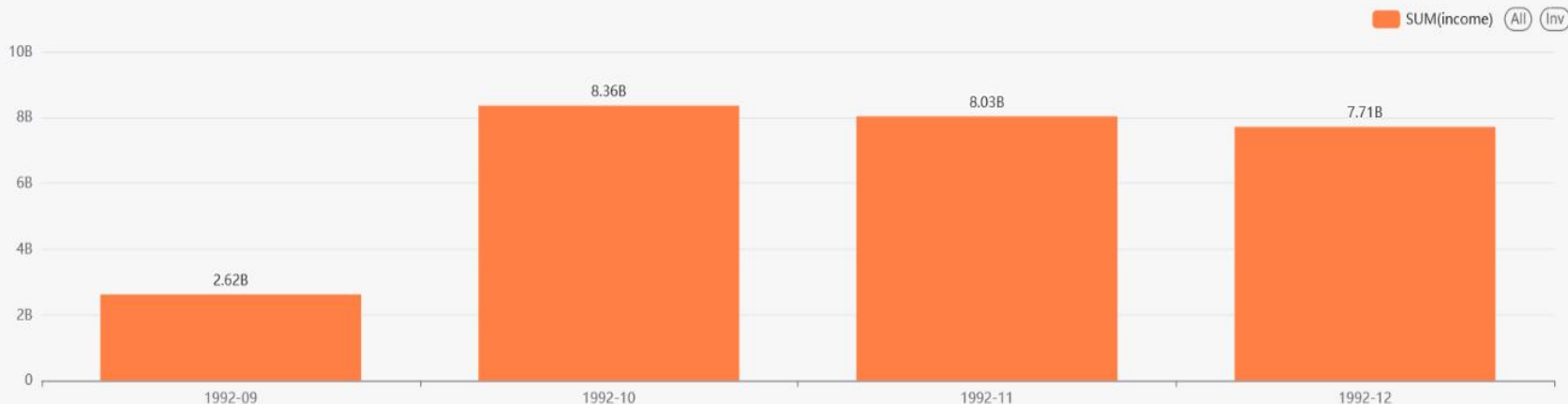
В данной презентации представлен анализ продаж компании за сентябрь-декабрь 1992 г. Рассматриваются клиентская база, работа сотрудников компании и т.д., и также представляются советы по улучшению продаж в будущем.

Топ 10 продавцов



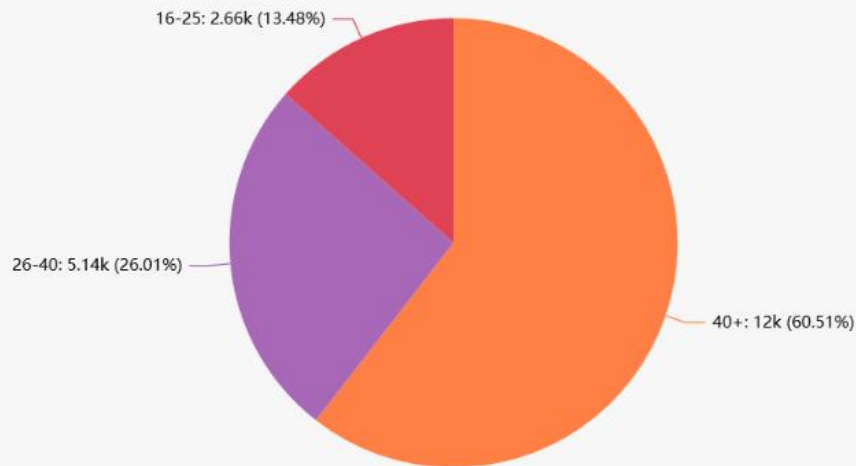
- Лучший продавец - Dirk Stringer, с большим отрывом от остальных - ближайший продавец, Michel DeFrance, продал на 1,67 миллиардов меньше;
- Лишь один продавец не достиг 1 миллиарда;
- Сумма выручки большинства продавцов оказалась менее 2х миллиардов и более 1го миллиарда.

Суммарная выручка



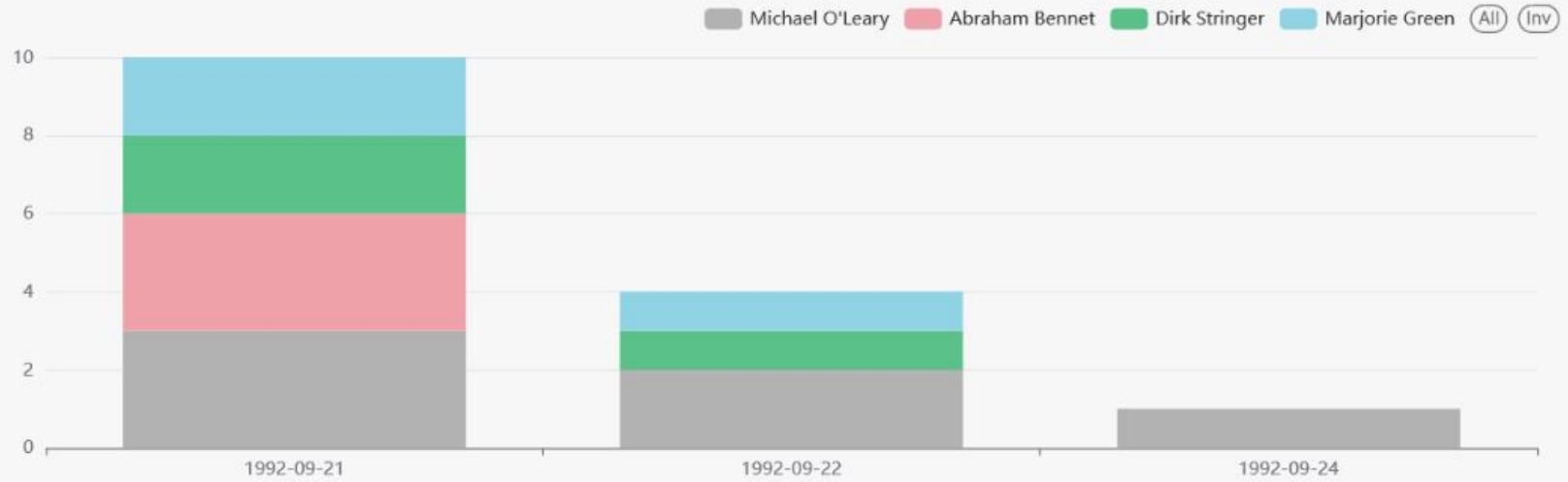
- Хотя в сентябре выручка и меньше всего, на это есть причина - у нас есть данные за неполный месяц, поэтому в данном случае мы не можем сказать, что это - худший месяц по выручке;
- Если сравнивать остальные месяцы, то мы видим, что начиная с ноября суммарная выручка становилась все меньше и меньше, достигнув самой низкой отметки в декабре;

Возрастные группы



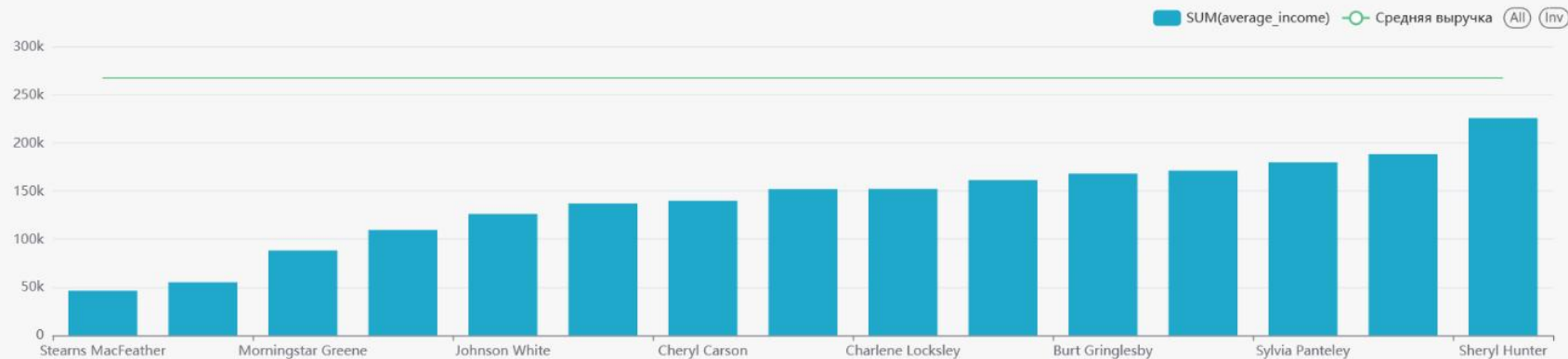
- Наиболее крупная группа покупателей - в возрасте за 40 лет, около 60%;
- Наименьшая группа покупателей - в возрасте от 16 до 25 лет, больше 13%;
- С повышением возраста увеличивается количество покупателей.

Акция



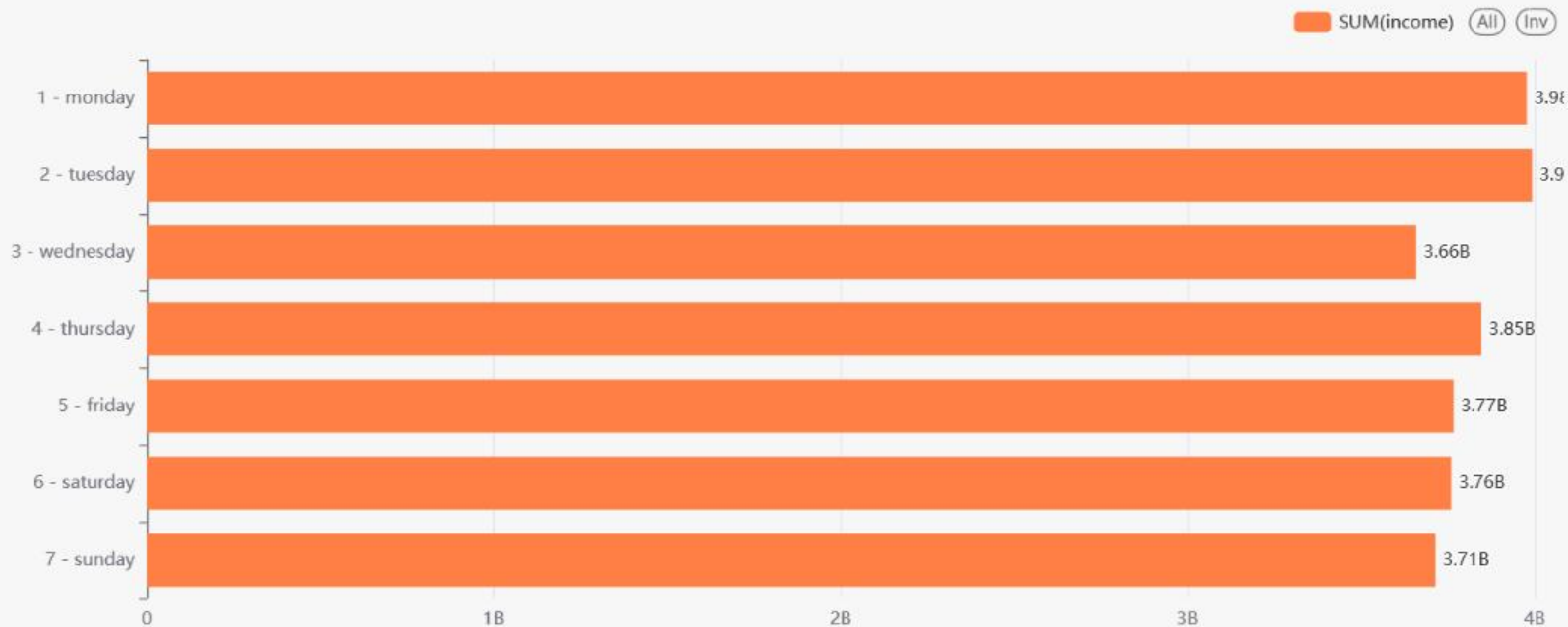
- Больше всего новых клиентов акция привлекла в первый день проведения;
- Продавец, у которого было больше всего новых клиентов во время этой акции - Michael O'Leary;

Худшие показатели по средней выручке



- Продавец, ближайший к линии средней выручки - Sheryl Hunter (226 тысяч);
- Продавец с наименьшей средней выручкой - Stearns MacFeather (46,4 тысяч);
- Большинство продавцов на данной диаграмме находятся намного ниже линии средней выручки, в районе 120-180 тысяч.

Выручка по дням недели



- Лучший день по выручке - вторник, худший - среда;
- Самый большой объем продаж - в начале недели - помимо среды, начиная с четверга продажи постепенно падают.



Заключение

- Согласно диаграмме “Топ 10 продавцов”, продавец Dirk Stringer имеет выручку намного опережающую остальных - имеет смысл, чтобы узнать причину этого успеха, чтобы остальные продавцы также смогли повысить свои продажи;
- В диаграмме “Суммарная выручка по месяцам” мы видим, что общая выручка начала постепенно падать, начиная с ноября - требуется выяснить, по какой причине это происходит;
- В диаграмме о возрастных группах покупателей мы видим, что их большинство - за 40 лет, и наименьшая группа - от 16 до 25 лет - следует рассмотреть возможности увеличения последней группы покупателей;



Заключение

- Согласно диаграмме “Акция”, наибольшее количество покупателей было привлечено в первый день ее проведения, и приток новых покупателей резко упал на следующий день; сама акция либо продолжалась всего лишь 3 дня, либо после 3х дней новых покупателей, участвовавших в ней, стало ноль. Следует изучить эту акцию, чтобы последующие проводились более эффективно;
- В диаграмме о худших показателях по средней выручке самая низкая средняя выручка - у продавца Stearns MacFeather - имеет смысл либо найти мотивацию для повышения продаж у этого сотрудника, либо найти нового;
- В “Выручке по дням недели” видно, что среда является худшим днем по продажам - советуем выяснить, что является тому причиной; также следует обратить внимание на то, что начиная с четверга до конца недели продажи постепенно снижаются.



Автор

Кристина Максимова

[Дэшборд](#)