

# Sales Performance\_CN

## Sales Performance & Growth Monitoring Report

(推广增长团队业绩监控分析报告)

项目背景：本项目基于互联网金融（Fintech）线下推广团队的真实业务数据，旨在通过数据监控体系解决目标达成率低、人效参差不齐及获客质量下降等问题。

### 1. 数据准备与核心逻辑 (Data Preparation & Logic)

为了实现对销售绩效的精准评估，本项目通过 SQL 构建了严格的数据清洗与计算逻辑，解决了历史数据回溯难、绩效归因复杂等痛点。

核心逻辑实现 (SQL)：

- 2ms 有效绩效归因**：定义“2ms 成交额”为用户注册后 **2个月内** 的有效投资。通过 date\_add 函数剔除无效的远期转化，聚焦新客质量。
- 人员状态动态判定**：针对销售人员频繁流动的问题，利用 case when 逻辑构建了\*\*“历史快照”\*\*，准确还原了 2020年6月 当时的在职/离职状态，避免了用当前状态统计历史业绩的误差。
- 阶梯式提成计算**：将业务规则代码化，根据产品期限（3月/6月/12月等）自动匹配 **0.5% - 2.0%** 的差异化提成系数。
- 

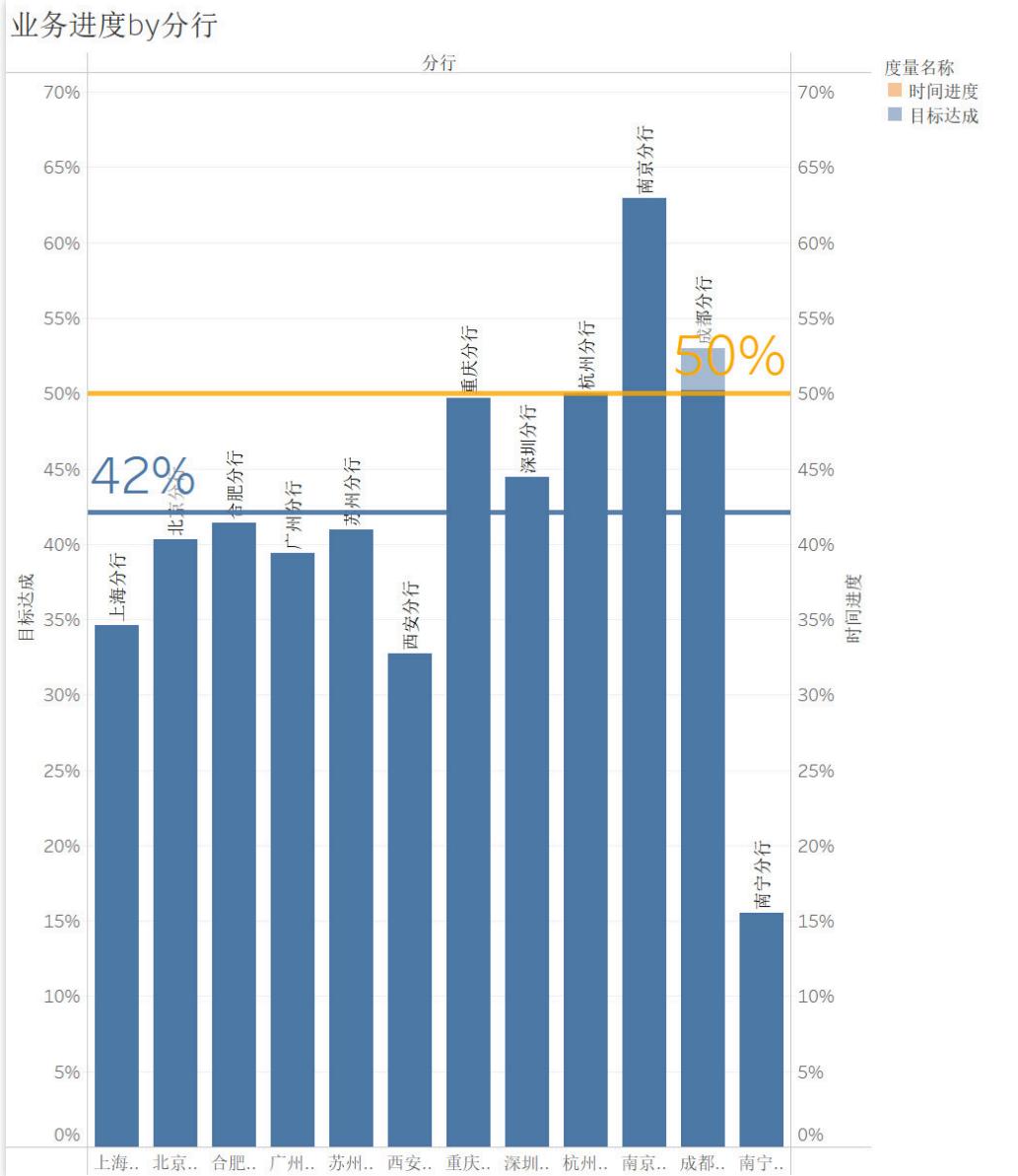
```
select
    2msjx.销售ID
    ,2msjx.职务
    ,2msjx.小组
    ,2msjx.分行
    ,2msjx.入职日期
    ,2msjx.离职日期
    ,2msjx.6月份在职情况
    ,2msjx.满标月份
    ,sum(2msjx.amount) amount
    ,sum(2msjx.amount_2ms) amount_2ms
    ,sum(case when 2msjx.产品期限 = 1 then 0*2msjx.amount_2ms
            when 2msjx.产品期限 = 3 then 0.005*2msjx.amount_2ms
            when 2msjx.产品期限 = 6 then 0.015*2msjx.amount_2ms
            when 2msjx.产品期限 = 9 then 0.018*2msjx.amount_2ms
            when 2msjx.产品期限 = 12 then 0.02*2msjx.amount_2ms
            when 2msjx.产品期限 = 18 then 0.02*2msjx.amount_2ms
            else -1 end
        ) 2ms绩效
from
(
    select
        midwlisting_id 标ID
        ,midw.user_id 用户ID
        ,midw.bid_sale_id 销售ID
        ,sif.job_name 职务
        ,sif.team 小组
        ,sif.branch 分行
        ,cast(sif.reg_time as date) 入职日期
        ,cast(sif.leave_time as date) 离职日期
        ,case when cast(sif.reg_time as date) < '2020-06-01' and (cast(sif.leave_time as date) > '2020-06-01' or cast(sif.leave_time as date) is null)
            then '在职'
            when cast(sif.reg_time as date) < '2020-06-01' and cast(sif.leave_time as date) < '2020-06-01'
            then '离职'
            when cast(sif.reg_time as date) between '2020-06-01' and '2020-06-30'
            then '在职'
            when cast(sif.reg_time as date) > '2020-06-30'
            then '未入职'
            else '未知' end 6月份在职情况
        ,substring(midw.fullbid_date,1,7) 满标月份
        ,midw.amount amount
)
```

```

, case when cast(midw.cre_dt as date) <= date_add(cast(uif.cmdat_mmv_suc_ft as date),interval 2 month) then midw.amount
      else 0 end amount_2ms
      ,midw.months          //产品期限
from edw.dsx_listing_info midw
left join edw_s.dsx_user_info_daily uif
on midw.user_id = uif.user_id
left join edw_s.dsx_saler_info sif
on midw.bid_sale_id = sif.sale_id #发标销售信息
where midw.fullbid_date != 'null'
and substring(midw.fullbid_date,1,7) = '2020-06'
and uif.cmdat_mmv_suc_ft != 'null'
and cast(uif.cmdat_mmv_suc_ft as date) <= '2020-06-30'
#order by midw.fullbid_date
) 2msjx
group by 1,2,3,4,5,6,7,8
order by 10 desc

```

## 2. 分行目标达成情况监控 (Branch KPI Achievement)

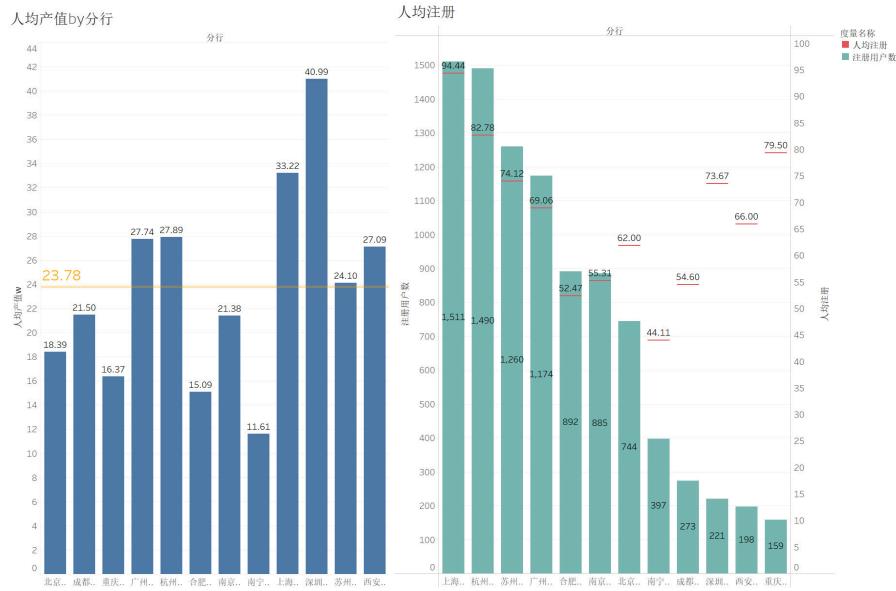


图表标题：图 1：各分行月度目标达成率（截至 6月30日）

### 核心洞察：

- 标杆分行：**南京分行表现最优，达成率高达 63%，远超公司平均水平（42%）。
- 后进分行预警：**上海分行（35%）和西安分行（33%）严重滞后。考虑到时间进度已过半（假设数据截至月中），这两家分行存在极大的 **Miss Target (未达标) 风险**。
- 整体大盘：**全公司平均达成率仅为 42%，整体进度落后于时间进度，需在下旬发起冲刺。

### 3. 人效与获客质量分析 (Sales Efficiency Analysis)

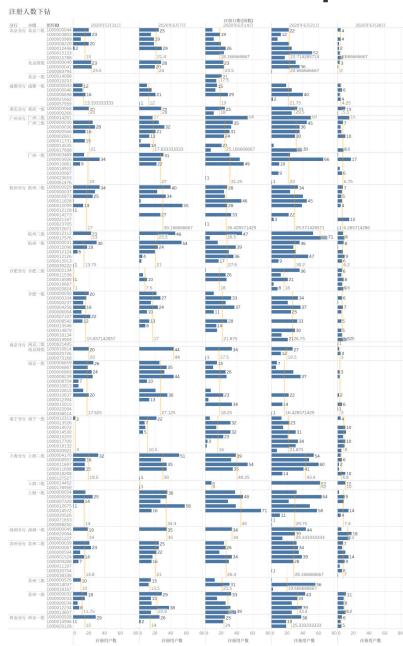


图表标题：图 2：分行人均产值 vs 人均获客数对比

#### 核心洞察：

- 高产值模式（深圳）：**深圳分行的人均产值高达 **40.99万**，接近平均水平（21.95万）的 **2倍**。尽管其人均获客数（221人）并不高，但**单客价值 (ARPU) 极高**，属于“做精做优”的模式。
- 虚假繁荣（上海）：**上海分行的人均获客数全公司第一（1511人），但人均产值却倒数第二（**11.61万**）。
  - 问题诊断：**这表明上海分行存在严重的“转化率漏斗”问题，可能存在大量无效注册（刷单/非目标客群），导致“只赚吆喝不赚钱”。

## 4. 获客趋势异常监控 (Acquisition Drill-down)

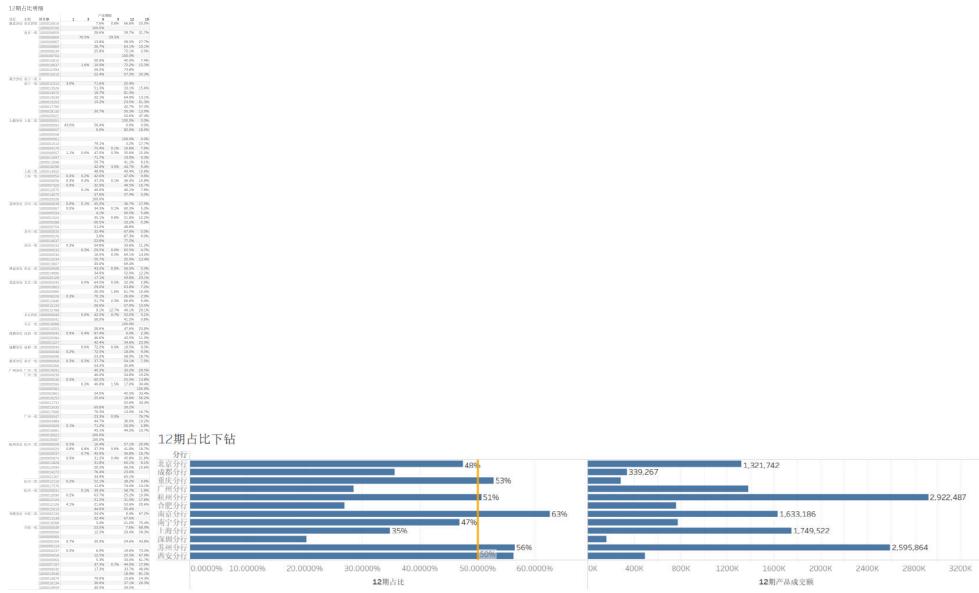


图表标题：图 3 : 销售小组周维度注册人数下钻

**核心洞察：**

- 流量下滑预警：**监控发现，**6月第3周** 多个核心销售小组（如北京一理财组、成都一组）的注册获客数出现明显断崖式下跌。
- 归因定位：**通过下钻功能，可直接定位到具体的小组长和销售个人。需在一一线晨会上复盘是否因“地推渠道受阻”或“销售动作变形”导致。

## 5. 产品结构优化分析 (Product Portfolio Analysis)



图表标题：图 4 : 各分行 12期 (高价值) 产品成交占比

**核心洞察：**

- 利润引擎：****12期 (一年期) 产品** 是公司利润率最高的SKU。
- 结构分化：**

- **优质结构：**南京（63%）和苏州（56%）的长周期产品占比极高，不仅业绩好，且客户留存更稳。
  - **结构失衡：**深圳分行虽然人效高，但12期产品占比仅为21%，主要依赖短期产品冲量。长期来看，其客户资金流失风险较大。
- 

## 6. 策略建议 (Strategic Recommendations)

基于以上数据分析，向管理层提出以下改进策略：

1. **治理上海分行“虚假繁荣”：**立即叫停上海分行单纯追求“注册量”的考核导向，将KPI权重向“**实名转化率**”和“**入金率**”倾斜，清洗无效产能。
2. **推广南京/深圳经验：**
  - a. 组织南京分行分享“长周期产品话术”，提升全公司的利润率。
  - b. 挖掘深圳分行的高净值客户获取渠道，在其他一线城市复制。
  - c. (注：深圳人效高但长周期少，说明客户有钱但倾向短期，需针对性提升信任度)
3. **精细化过程管理：**针对第3周流量下滑的小组，实施“**日颗粒度**”的复盘机制，确保月底冲刺阶段流量回升。