

Результаты исследования продавцов и покупателей компании за 1992 год

Выполнила проект Ашуркова З.

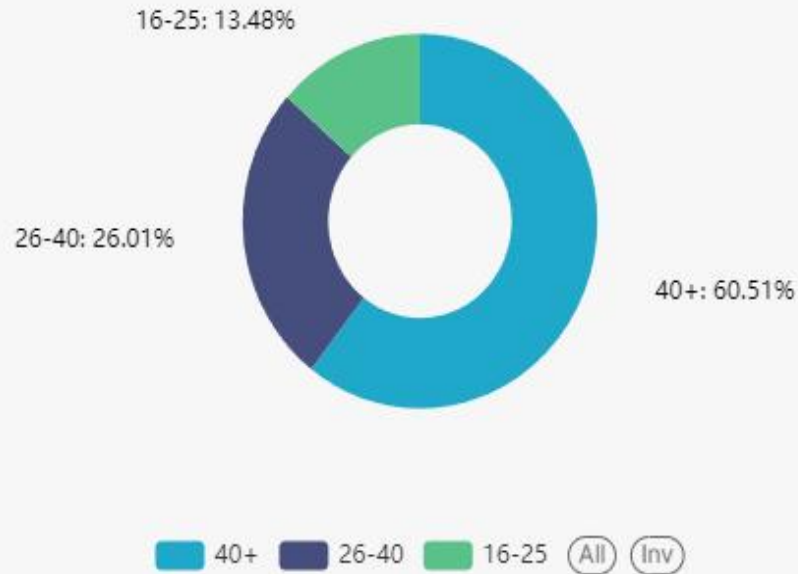
СКОЛЬКО ЛЕТ ВАШИМ КЛИЕНТАМ?

Маркетинг поколений – это стратегия, которая ориентирована на различные возрастные группы потребителей.

Проанализировав клиентов компании, можно сделать вывод, что основная часть покупателей относится к группе 40 + (60,51%) и 26-40 лет (26,01%).

В большинстве своем это семейные люди с уже сформированным уровнем достатка и социальным классом.

И последняя 16-25 лет (13,48%) - молодежь. У представителей данной группы уровень достатка и принадлежность к определенному социальному классу еще не сформированы.

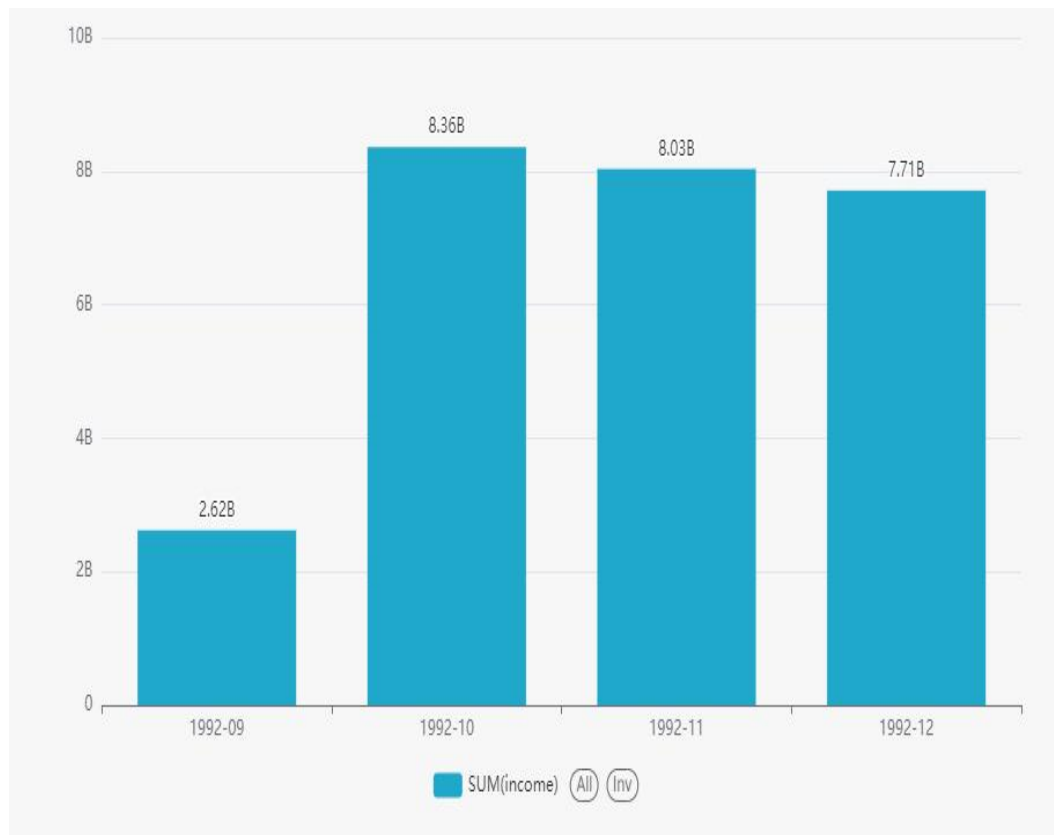


ЧТО ТАКОЕ СЕЗОННОСТЬ?

Сезонность является одним из внешних факторов, влияющих на спрос и объемы продаж.

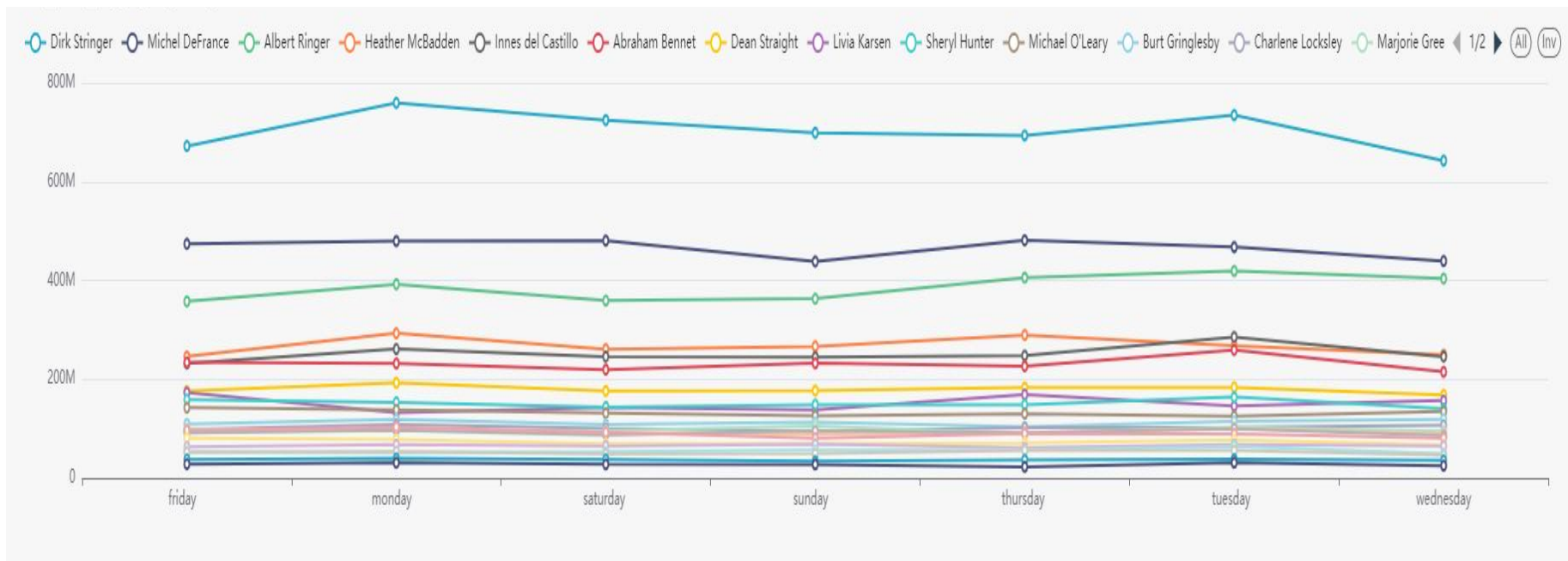
Она характеризуется предсказуемыми периодическими колебаниями, которые чаще всего повторяются ежегодно.

Так, анализ продаж показывает, что самая высокая выручка приходится на три последних месяца в году.



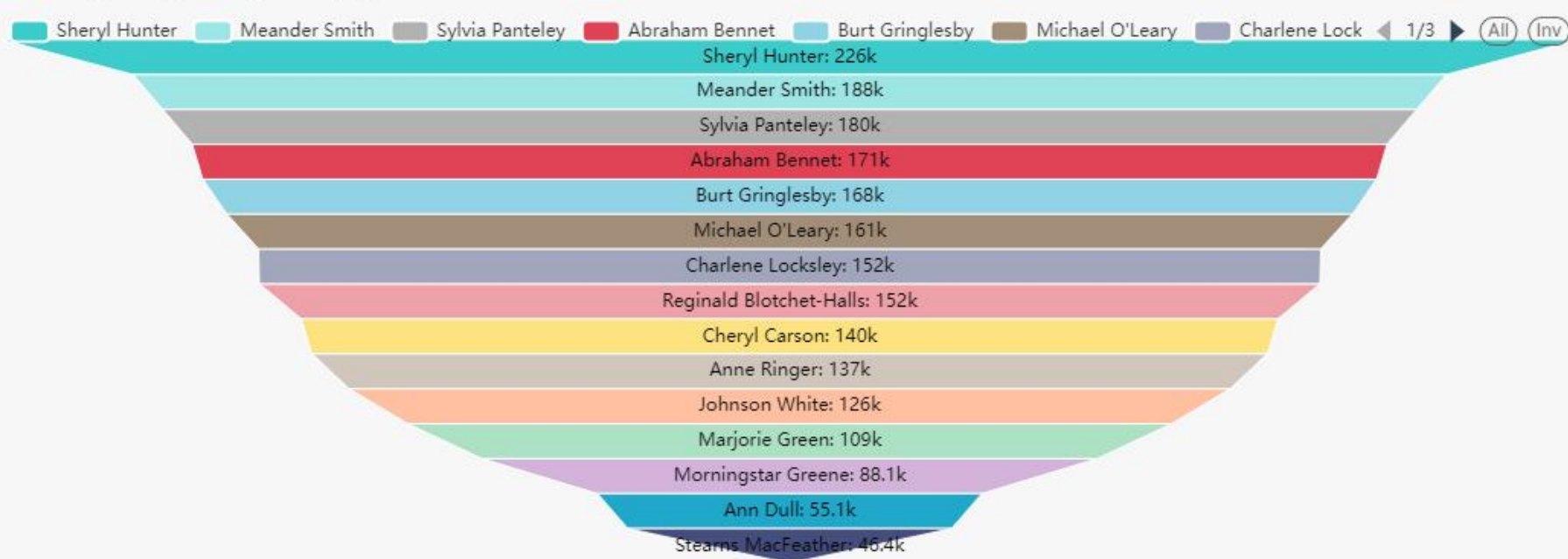
ДЕНЬ НЕДЕЛИ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ?

На графике с данными по выручке по каждому продавцу и дню недели, можно заметить, что продажи в течении недели примерно одинаковы, в понедельник и пятницу эти показатели чуть выше, но не сильно. Так же видно что продавец Dirk Stringer, принес больше всего выручки. На втором месте Michel DeFrance. И замыкает тройку лидеров Albert Ringer.



ТОП “НЕПРИБЫЛЬНЫХ” ПРОДАВЦОВ

Данный график содержит информацию о продавцах, чья средняя выручка за сделку меньше средней выручки за сделку по всем продавцам. Самый маленький средний чек у Stearns MacFeather. При этом мы видим, что продавец Dirk Stringer, отсутствует в данном списке, что означает, что его средняя выручка за сделку выше средней по всем продавцам.

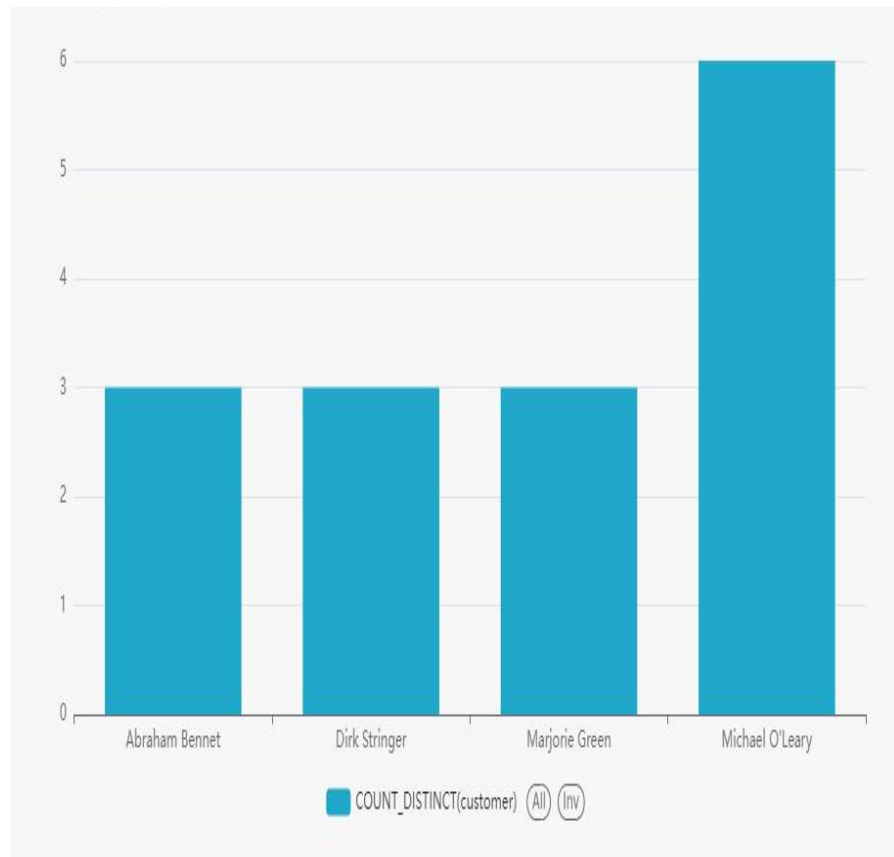


Во время проведения специальных акций, больше всего покупателей совершили свою первую покупку у продавца Michael O'Leary. Что говорит об очень хороших навыках в привлечении клиентов.

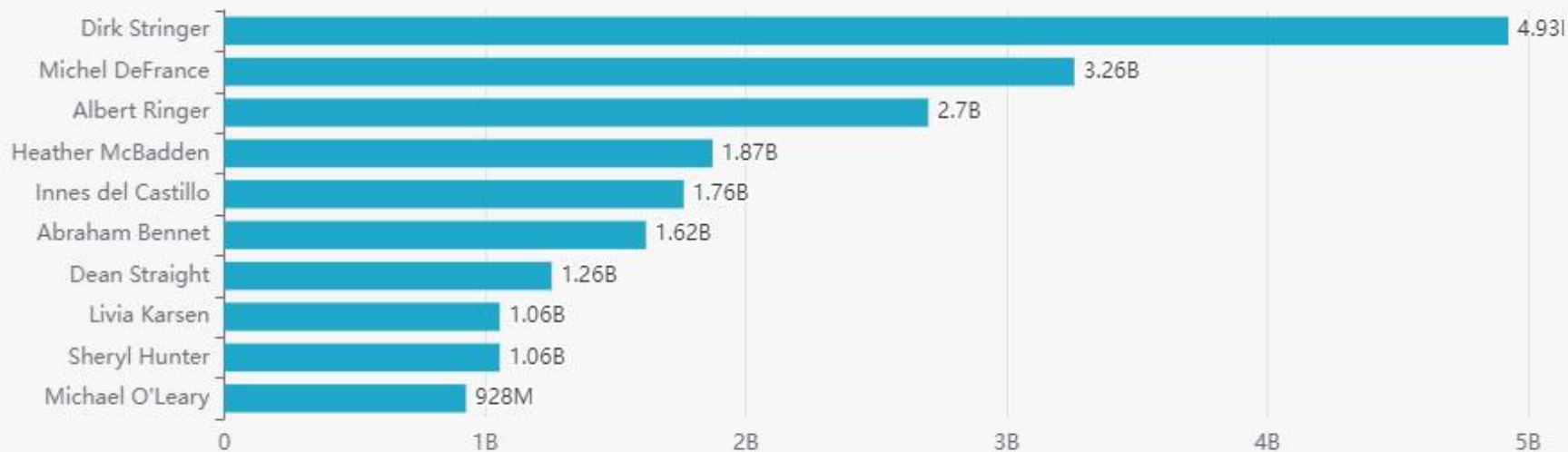
Но к сожалению, данный продавец только на 10 месте, по суммарной выручке с проданных товаров и средняя выручка по чеку так же ниже средней суммы чека по всем продавцам .

Скорее всего это связано с тем, что акционные товары отпускали со стоимостью равной 0.

АКЦИИ... ИЛИ КАК ПРИВЛЕЧЬ КЛИЕНТОВ?



ТОП 10 ПРОДАВЦОВ ЭТОЙ КОМПАНИИ



**В тройке лидеров: Dirk Stringer, Michel DeFrance и Albert Ringer.
Это те же продавцы, что были лидерами продаж по дням недели.**

КАКОЙ ВЫВОД МОЖНО СДЕЛАТЬ?

Основные покупатели компании входят в возрастную группу 40+, а это экономически активное население, и их социальный уровень и доход полностью сформированы.

Последние 3 месяца года - самые прибыльные.

День недели - почти не влияет на выручку.

У 65% продавцов средний чек за сделку меньше, среднего чека по всем продавцам.

АКЦИИ - привлекают клиентов.

ссылка на полный дашборд по теме

<https://a2ecb38b.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/p/lejprKE0P98/>