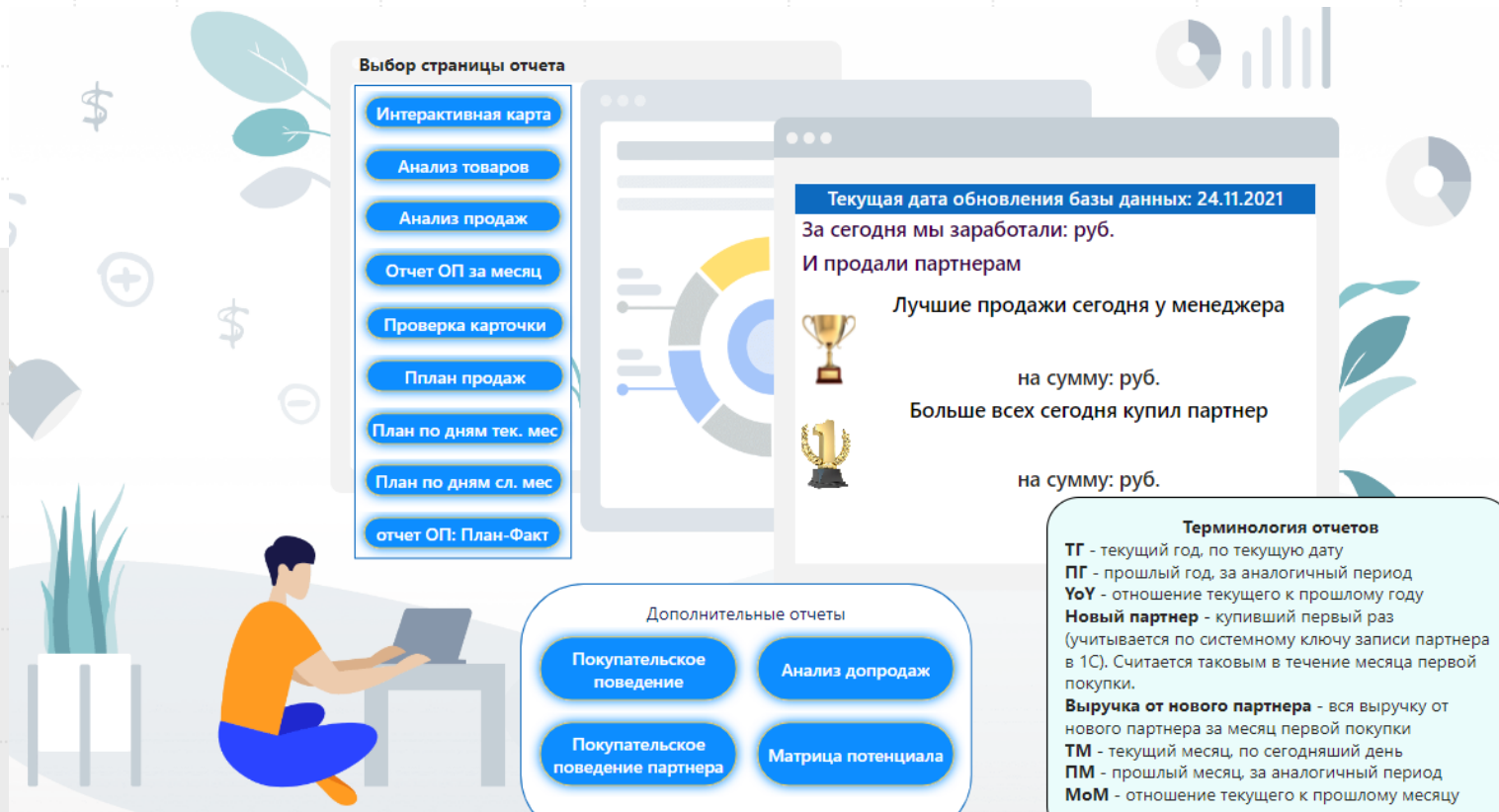


# Аналитика данных по продажам и товарам



Power BI

# Для кого предназначено решение

## *Для компаний:*

- *работающих в сегменте B2B*
- *продающих напрямую конечному заказчику или через партнерский канал*
- *управляющих большой ассортиментной матрицей*
- *имеющих разрозненные источники корпоративной информации*



# Аудитория решения

## **Высший менеджмент:**

- ✓ Генеральный директор
- ✓ Коммерческий директор
- ✓ Директор по продажам
- ✓ Директор по маркетингу

## **Средний менеджмент:**

- Руководитель отдела продаж
- Продуктовый менеджер

## **Сотрудники организации:**

- Маркетологи
- Менеджеры по продажам



# Что дает решение

- консолидацию корпоративных данных из всех систем в один интерфейс
- динамический анализ (исторический и текущий) по:
  - продажам
  - товарам и товарным группам
  - сотрудникам
  - географии
- динамика выполнения плановых показателей
- настраиваемые аналитические сценарии под бизнес-процессы
- финансовое моделирование и прогнозные модели



# Результат внедрения решения

- Управление эффективностью бизнеса (продаж) в режиме реального времени
- Рост прибыли бизнеса за счет фокусировки на точках роста
- Снижение затрат за счет исключения серых зон бизнеса
- Повышение среднего чека за счет анализа совместно продающихся товаров
- Повышение частоты покупок контрагентов за счет управления RFY матрицей

# Состав решения

## Базовый уровень

### *информация из системы 1С*

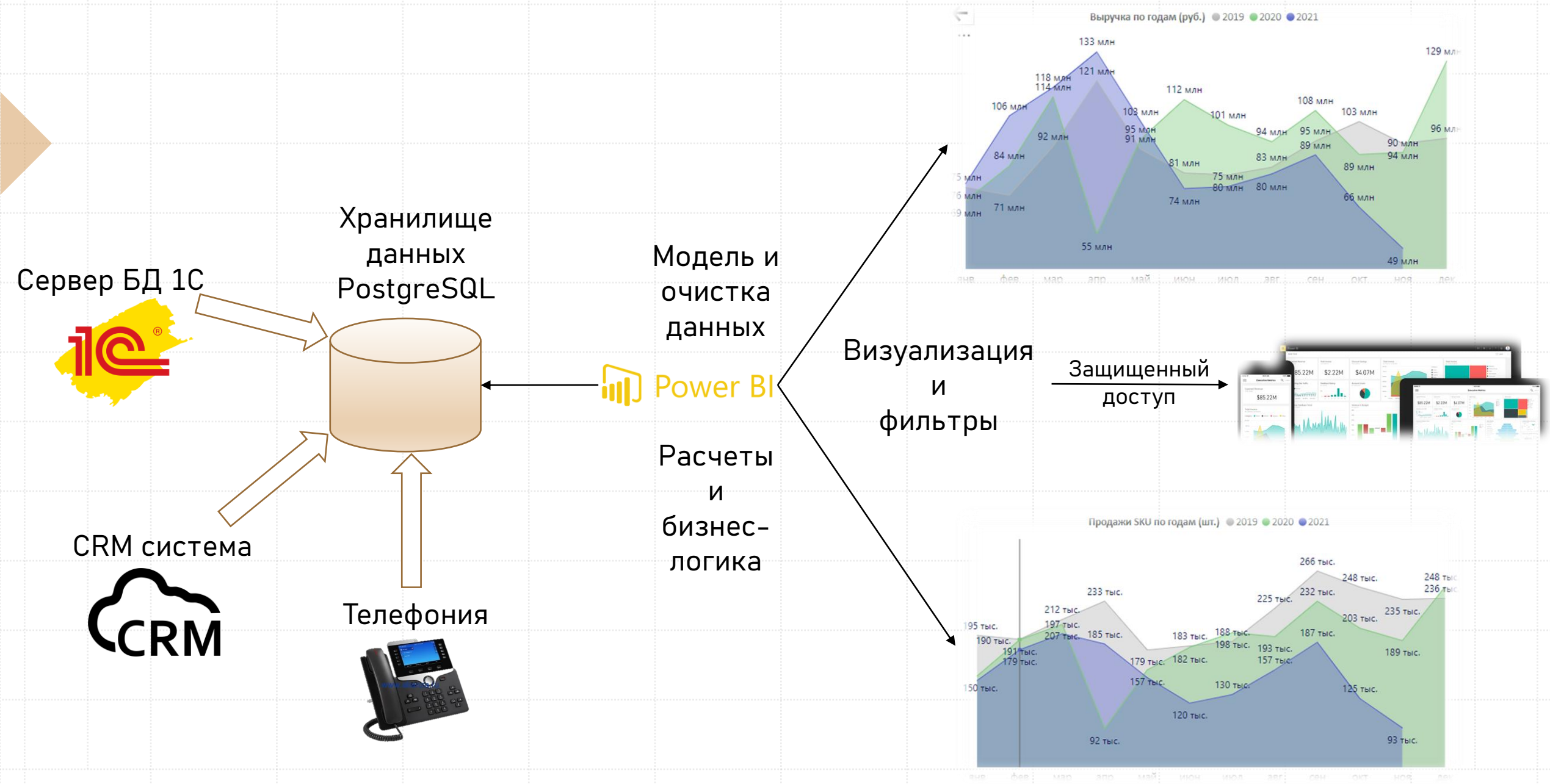
- *стандартизированный товарный каталог*
- *стандартизированный список сотрудников*
- *стандартизированный гео-каталог*
- *стандартизированная сегментация контрагентов*
- *модуль проверки ошибок в карточках 1С*
- *анализ данных за «текущую дату»*
- *интерактивная карта по географии продаж*
- *анализ продаж по товарным категориям и SKU*
- *номенклатурный анализ в разрезе контрагента*
- *модуль «управленческий анализ продаж» и динамика новых / существующих контрагентов*
- *отчетность по отделу продаж за прошлый и текущий месяца*
- *отчетность по отделу продаж за текущий день*
- *сравнительный временной анализ по контрагенту*

## Расширенный уровень

### *Расширенные аналитические сценарии на основе данных из 1С, CRM, Телефонии*

- *Динамический ABC анализ по контрагентам и товарам*
- *Динамический RFM анализ*
- *Динамический RFY анализ, матрица и финансовая модель*
- *Анализ эффективности звонков менеджеров*
- *Анализ эффективности конверсионной воронки по товарам, сотрудникам и контрагентам*
- *Анализ рентабельности продаж*
- *Динамический анализ выполнения плановых показателей*
- *Автоматизация постановки плана продаж по сотрудникам*
- *Прогнозирование выручки по сотрудникам и контрагентам*
- *Система уведомлений по статусам контрагентов*
- *Система уведомлений по складским остаткам*
- *Анализ покупательского поведения*
- *Анализ совместно продающихся товаров*
- *Система динамического ценообразования*

# Архитектура решения





# ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЯ



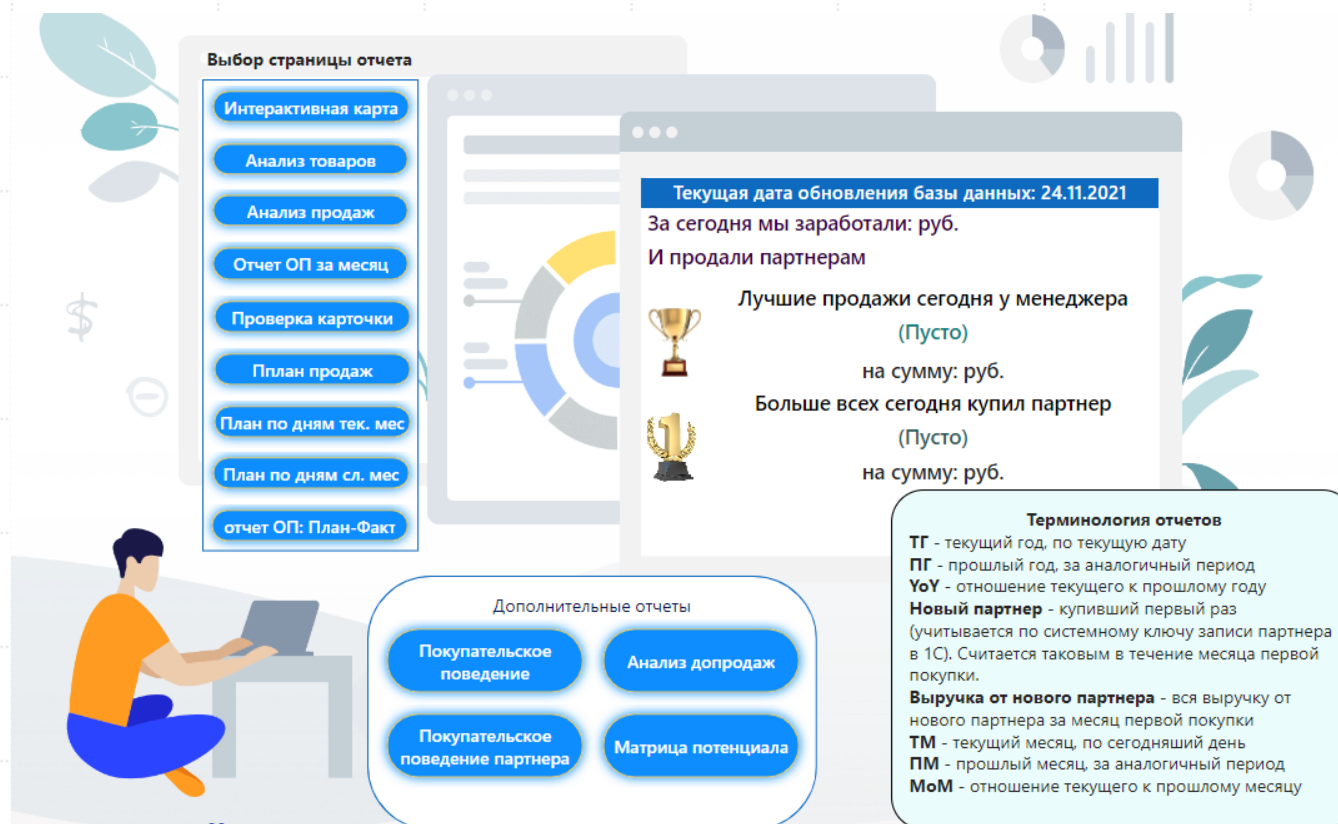
# Интерактивное меню

## Назначение:

навигация по всем отчетам и анализ лучших продаж за сегодня

## Показатели:

- Максимальная сумма продаж по сотруднику
- ФИО сотрудника
- Максимальная сумма продаж по контрагенту
- Наименование контрагента



# Гео-анализ

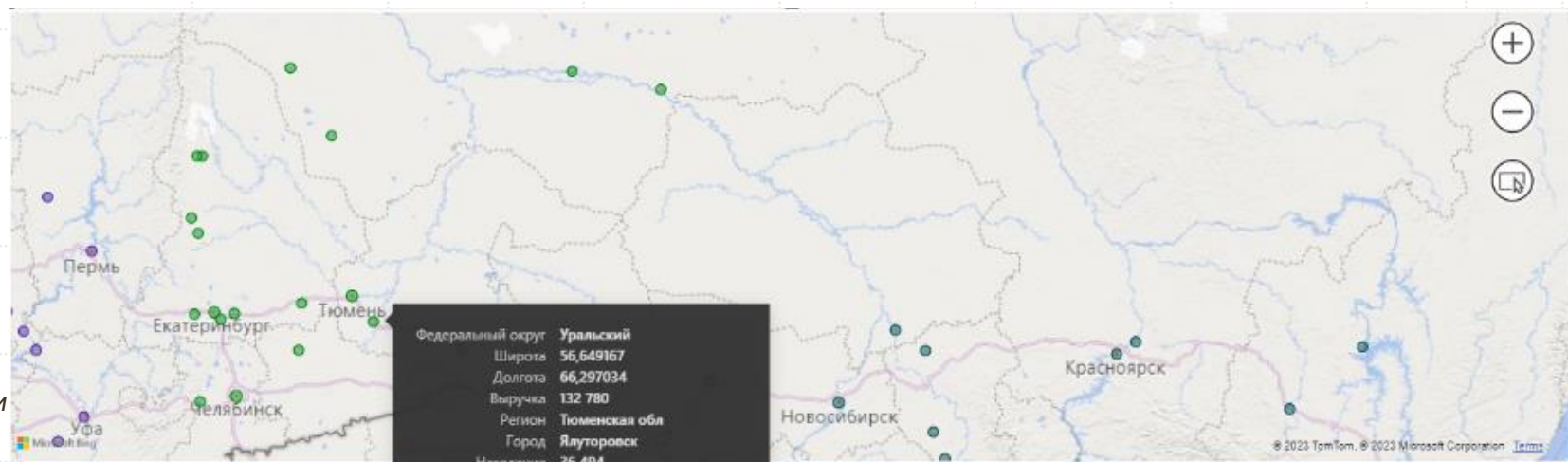
## Назначение:

динамический и исторический анализ по географии продаж в разрезах:

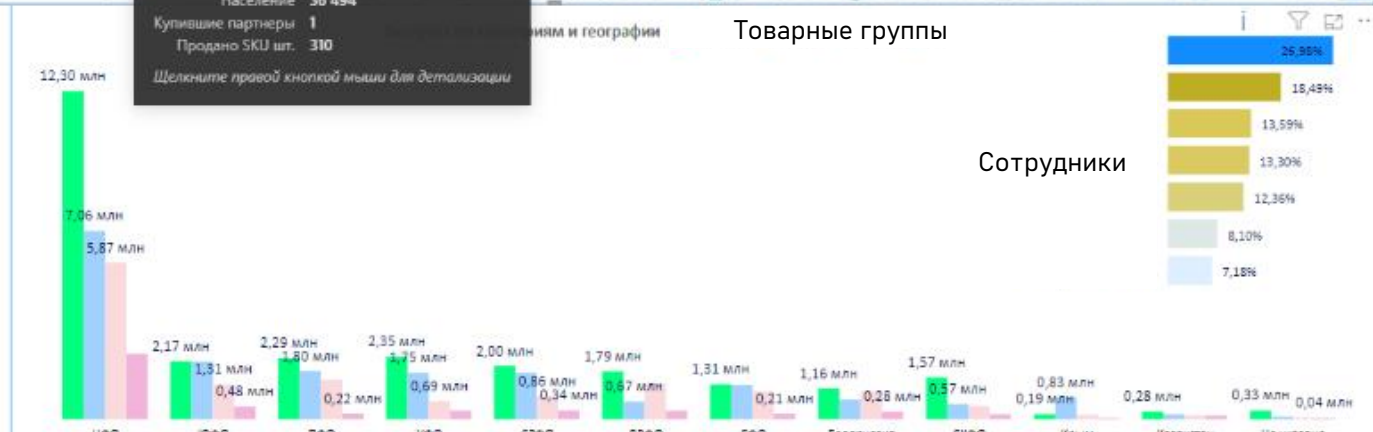
- ФО
- сотрудников
- товарных групп
- городов

## Показатели:

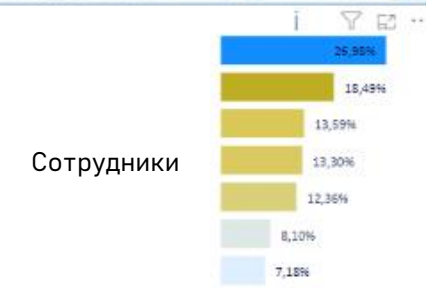
- Выручка (сотрудники, ФО, город, ТГ)
- Доля продаж по сотрудникам
- Карточка города
- Интерактивная карта
- Переход на другие отчеты по выбранным:
  - городу
  - ТГ
  - ФО
  - Сотруднику



Федеральный округ	Выручка
Центральный	27 683 762
Южный	6 125 080
Приволжский	5 798 321
Уральский	5 123 674
Северо-Западный	4 946 485
Дальневосточный	4 130 227
Сибирский	3 859 435
Белоруссия	3 217 486
Северо-Кавказский	2 834 904
Крымский	1 221 360
Казахстан	761 983
Не указано	536 066
<b>Всего</b>	<b>66 238 785</b>



Товарные группы



Сотрудники

# Анализ товаров

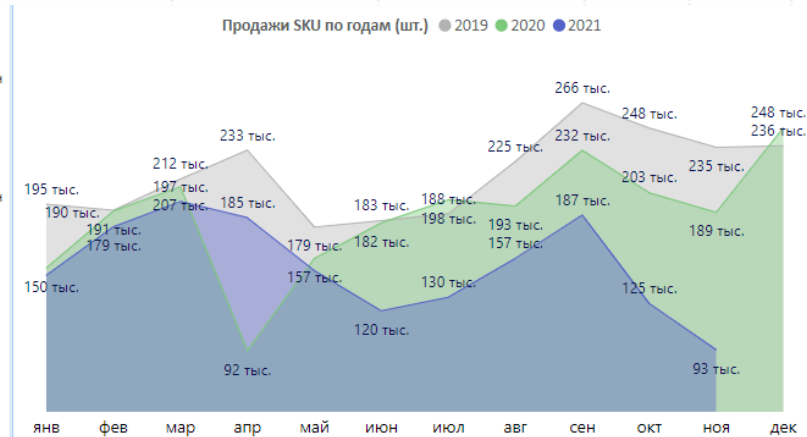
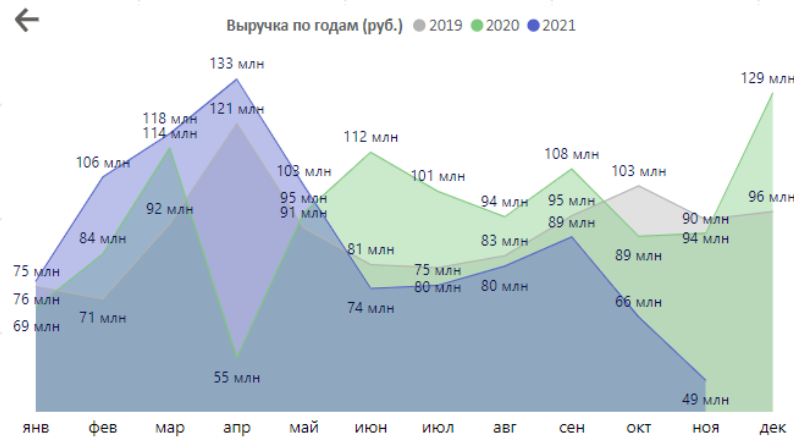
## Назначение:

динамический и исторический анализ по продажам в разрезах:

- товарных категорий, групп и подгрупп
- по годам
- выручке
- количеству SKU

## Показатели:

- выручка за текущий год
- выручка за прошлый год
- сравнение год к году по выручке
- количество SKU за текущий год
- количество SKU за прошлый год
- сравнение год к году по количеству SKU
- количество контрагентов за текущий год
- количество контрагентов за прошлый год
- сравнение год к году по количеству контрагентов
- % купивших контрагентов от общего количества
- переход на другие отчеты по выбранным параметрам



Категория	Факт	Факт ПГ	YoY Факт	Факт SKU шт	Факт SKU шт ПГ	YoY SKU шт	Факт зак.кл	Факт зак.кл ПГ	YoY зак.кл	% зак.кл
Категория	758 566 388		-100,0%	1 963 468		-100,0%	1780		-100,0%	
Товарная группа	679 251 729		-100,0%	1 786 316		-100,0%	1746		-100,0%	
	45 078 979		-100,0%	135 991		-100,0%	657		-100,0%	
	20 731 303		-100,0%	33 903		-100,0%	682		-100,0%	
	10 958 043		-100,0%	11 676		-100,0%	402		-100,0%	
	95 525 293		-100,0%	278 502		-100,0%	1221		-100,0%	
Товарная подгруппа	33 761 459		-100,0%	19 964		-100,0%	639		-100,0%	
	4 145 233		-100,0%	1 423		-100,0%	141		-100,0%	
	26 664 201		-100,0%	14 536		-100,0%	660		-100,0%	
	92 971 808		-100,0%	175 050		-100,0%	1248		-100,0%	
	35 435 152		-100,0%	75 692		-100,0%	1077		-100,0%	
	91 510 997		-100,0%	249 420		-100,0%	1399		-100,0%	
<b>Всего</b>	<b>2 109 729 640</b>		<b>-100,0%</b>	<b>3 906 297</b>		<b>-100,0%</b>	<b>1998</b>		<b>-100,0%</b>	

# Анализ проданных товаров по контрагенту

## Назначение:

*динамический и исторический анализ по продажам товаров по одному или нескольким контрагентам в разрезах:*

- товарных категорий, групп и подгрупп и номенклатуры (SKU, код 1С товара)*
- по годам: текущий и прошлый*
- выручке*
- количеству SKU*

## Показатели:

- выручка за текущий год*
- выручка за прошлый год*
- сравнение год к году по выручке*
- количество SKU за текущий год*
- количество SKU за прошлый год*
- сравнение год к году по количеству SKU*
- количество уникальных проданных SKU в текущем году*
- количество уникальных проданных SKU в прошлом году*

# Управленческий анализ продаж

## Назначение:

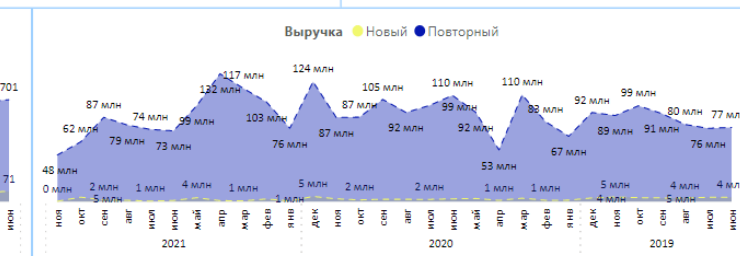
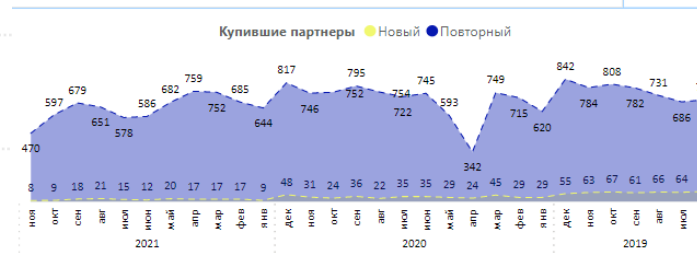
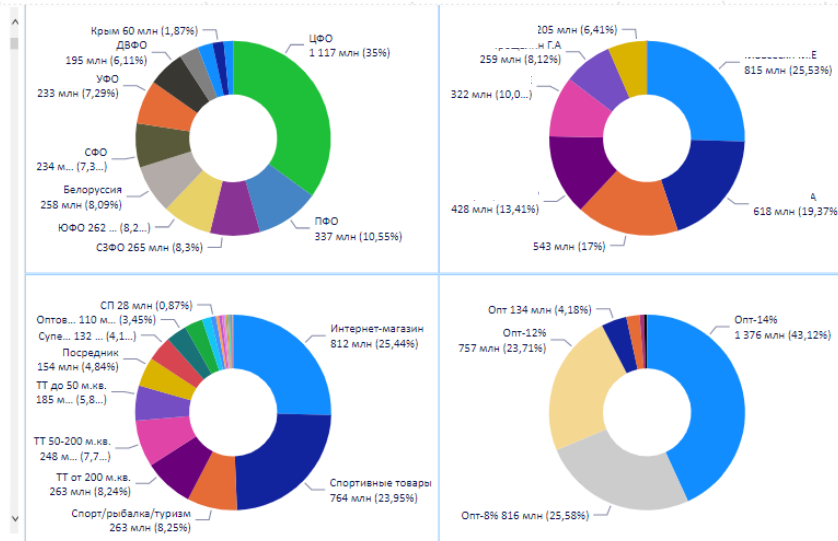
динамический и исторический анализ по продажам в разрезах:

- ценовых уровней
- географии продаж (ФО)
- сотрудников отдела продаж
- типов (группировок) контрагентов
- новых и существующих контрагентов [новым контрагент считается по уникальному коду 1С в первый месяц после регистрации ID в системе]

## Показатели:

- выручка за текущий год
- выручка за прошлый год
- Количество месяцев с продажами
- Средние продажи за месяц
- Дата последней продажи
- Выручка по новым/существующим контрагентам
- количество проданных SKU по новым/существующим контрагентам

Партнер	Факт ТТ	Факт ПГ	Мес.заказ	Ср.Факт	Посл. заказ
			1	94 874	25.06.2019
		783 547	7	111 935	15.01.2021
		1 071 470	17	63 028	12.08.2021
			2	16 315	04.07.2019
		68 853 138	35	2 453 431	23.11.2021
		14 390	2	7 195	18.06.2020
Контрагенты		50 805	6	9 917	08.05.2020
			2	321 603	11.12.2019
		215 512	15	28 888	23.11.2020
		188 220	27	14 527	28.06.2021
		14 005	3	4 668	09.04.2021
		252 231	21	38 120	12.11.2021
Всего		2 109 729 640	35	81 765	24.11.2021



# Отчет отдела продаж за прошлый и текущий месяца

## Назначение:

*сравнительный анализ по эффективности отдела продаж в разрезах:*

- сотрудников*
- товарных категорий*
- текущего и прошлого месяцев*
- федеральных округов*

## Показатели:

- выручка за текущий, прошлый и позапрошлый месяца*
- Сравнительный анализ выручки за периоды (MoM)*
- Количество купивших контрагентов за текущий, прошлый и позапрошлый месяца*
- Сравнительный анализ купивших контрагентов за периоды (MoM)*
- Количество проданных SKU за текущий, прошлый и позапрошлый месяца*
- Сравнительный анализ проданных SKU за периоды (MoM)*
- Количество купивших новых контрагентов за текущий, прошлый и позапрошлый месяца*



# Отчет отдела продаж за текущий день

## Назначение:

*операционный анализ эффективности отдела продаж в разрезах:*

- сотрудников*
- товарных категорий и групп*
- номенклатуры*
- купивших контрагентов*

## Показатели:

- Купившие контрагенты*
- Выручка*
- Количество проданных SKU*
- Количество новых купивших контрагентов*
- Выручка по новым контрагентам*
- Выручка по существующим контрагентам*
- Выручка и количество проданных SKU по типам контрагентов*
- Номенклатурный анализ (выручка и количество проданных SKU) по товарным группам*

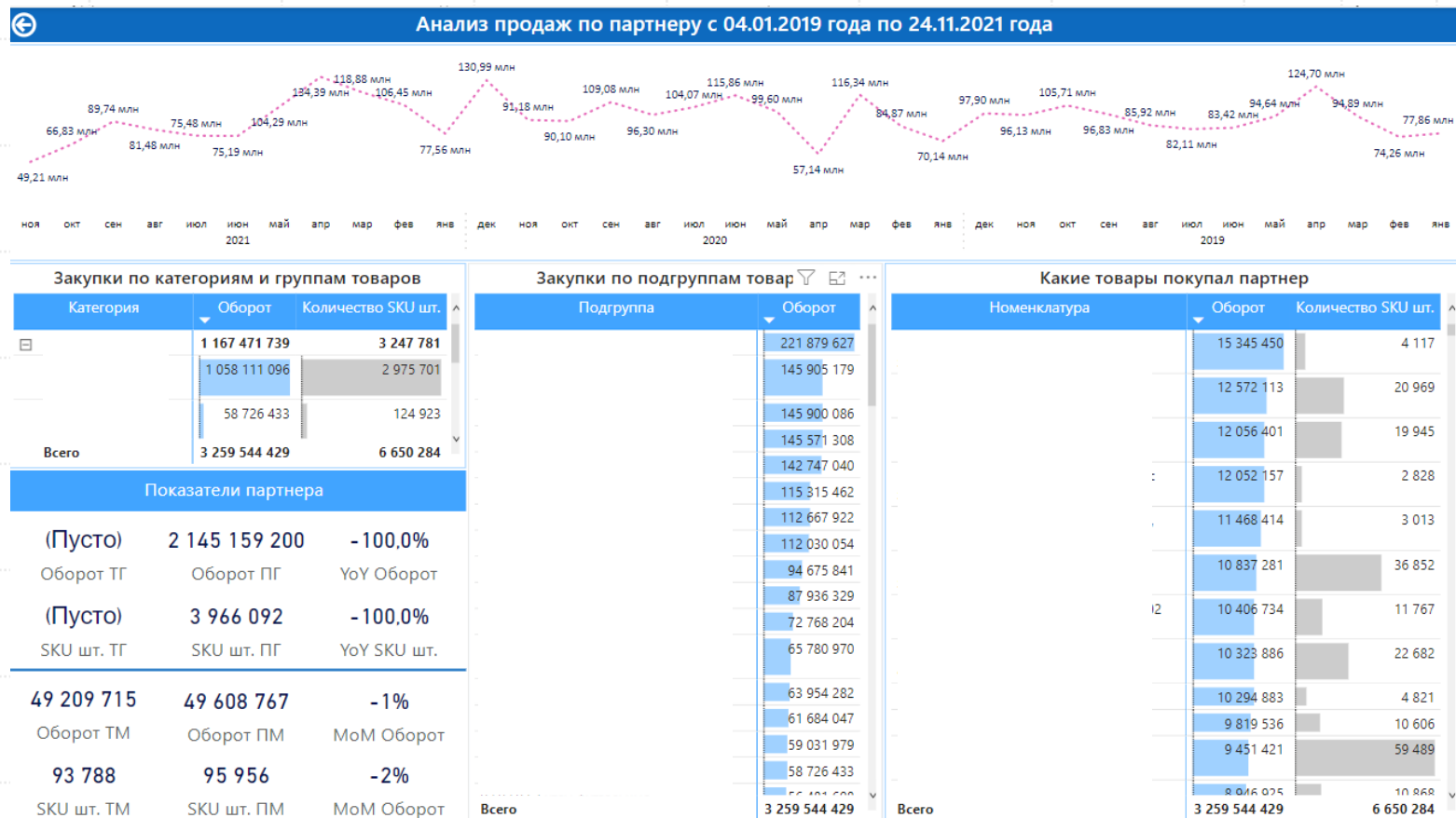
# Сравнительный временной анализ по контрагенту

## Назначение:

сравнительный временной продаж в разрезе выбранного контрагента

## Показатели:

- Динамика выручки по месяцам
- Выручка по товарным категориям, подгруппам и номенклатуре
- Количество проданных SKU по товарным категориям и номенклатуре
- Сравнительный временной анализ с прошлым годом и прошлым месяцем по:
  - выручке
  - проданному количеству SKU







# Примеры дополнительных аналитик

# Анализ допродаж

Цель отчета:

*показать точки роста оборота и прибыли по клиентам и продуктам, используя сценарии анализа совместно продаваемых (покупаемых) продуктов.*

Аудитория отчета:

*директора по продажам/продукту, руководители отдела продаж, коммерческие директора*

Как работает отчет:

*На основе заданного алгоритма (скрипта) производится сравнительный анализ, который показывает (в выбранных разрезах) какие товары продаются совместно с выбранным основным товаром*

*На основе полученных данных необходимо ставить задачи менеджерам по работе с выбранными партнерами*



# АНАЛИЗ СОВМЕСТНО ПРОДАВАЕМЫХ (ДОПРОДАЖА) ТОВАРОВ ПО ПОДГРУППАМ

Выберите основной товар: подгруппа

Множественный выбор

Выберите товар для допродажи: подгруппа

Товар 10

Кол-во клиентов, купивших оба товара по категориям

Категория 2

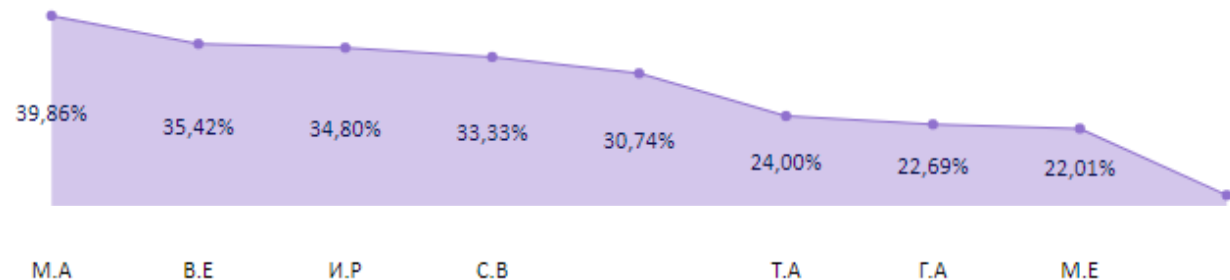
553

Категория 1

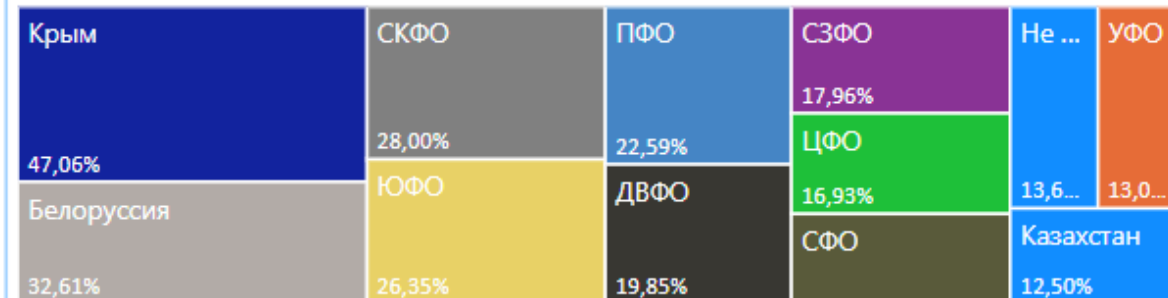
368

Выбранный основной товар: подгруппа	Купили основной товар	Купили оба товара	% купивших оба товара от основного	% купивших оба товара от всех клиентов	К. допродажи
Товар 1	655	452	69,01%	15,66%	3,58
Товар 2	413	245	59,32%	8,49%	3,08
.	225	129	57,33%	4,47%	2,98
.	219	124	56,62%	4,30%	2,94
.	783	370	47,25%	12,82%	2,45
.	1 091	486	44,55%	16,84%	2,31
.	802	351	43,77%	12,16%	2,27
Товар 8	993	421	42,40%	14,59%	2,20
Товар 9	1 544	521	33,74%	18,05%	1,75
<b>Всего</b>	<b>1 925</b>	<b>554</b>	<b>28,78%</b>	<b>19,20%</b>	<b>1,49</b>

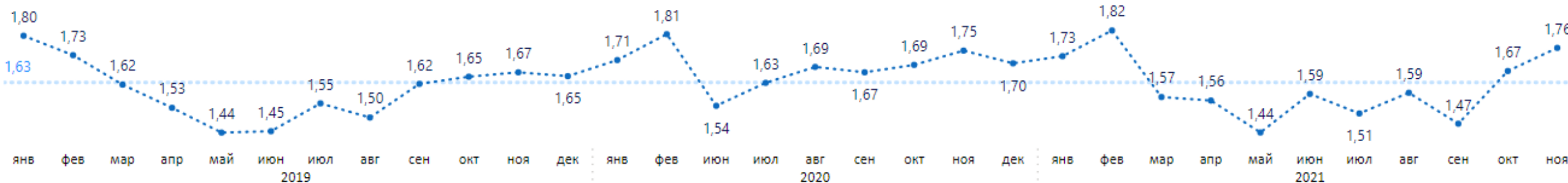
% купивших оба товара от основного по менеджерам



% купивших оба товара от всех клиентов по ФО



Динамика во времени К. допродажи



# Анализ телефонии

Цель отчета:  
*показать эффективность коммуникаций  
сотрудников с контрагентами и конверсии в деньги*

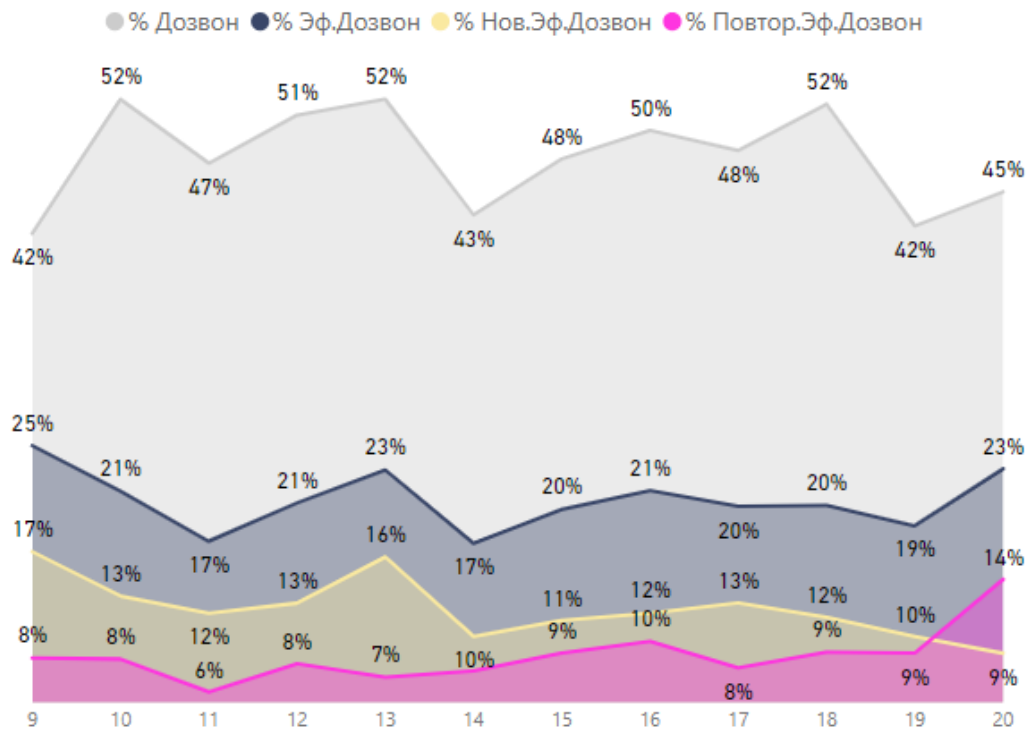
Аудитория отчета:  
*руководители отдела продаж, коммерческие  
директора*

Основные показатели отчета:

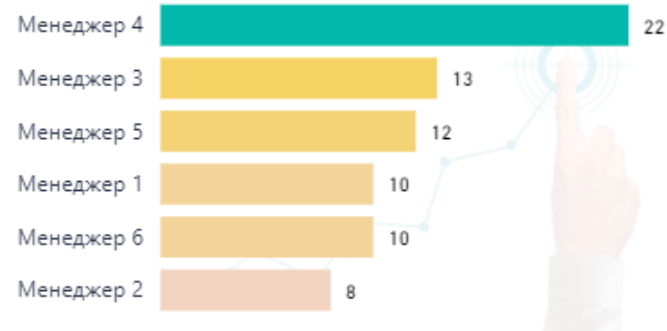
- распределение дозвона по времени рабочего дня
- эффективное время сотрудника (Talk Time) в общении с контрагентом
- контроль количества уникальных коммуникаций
- контроль коммуникаций с новыми контрагентами (или по задачам)
- конверсионные воронки



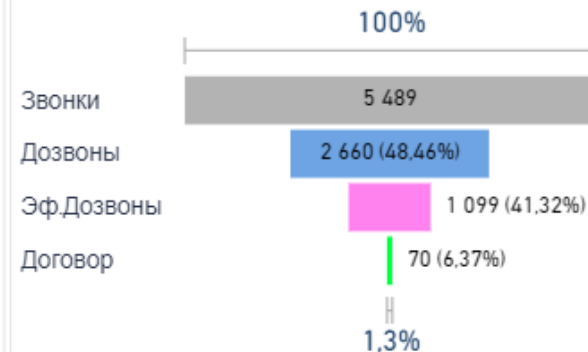
### Распределение % дозвона по времени рабочего дня



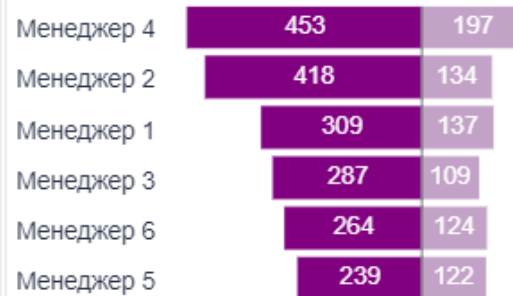
### заключенные договора



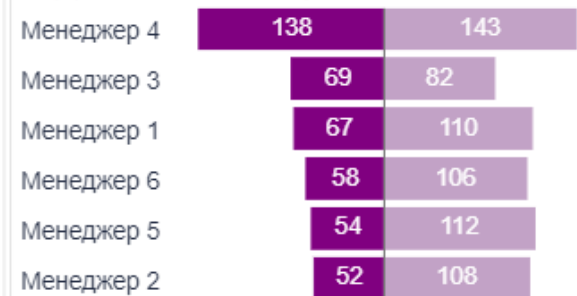
### Конверсия в договор



### Уникальные и уникальные эффективные звонки



### Эффективные повторные и новые звонки



Менеджер	Talk Time	%Talk Time	Talk Time Day	Звонки	%Дозвона	Эф.Звонки	%Эф.Дозвона	Уник.Номера	%Уник.Номеров	Уник.Эф.Звонки	Новые звонки	Нов.Эф.Дозвон	% Нов.Эф.Дозвона
Менеджер 1	20:12:57	37%	00:55:09	831	52%	177	21%	☆ 309	37%	137	440	110	13%
Менеджер 2	13:10:18	24%	00:35:56	975	50%	160	16%	★ 418	43%	134	509	108	11%
Менеджер 3	21:39:36	39%	00:59:05	816	42%	151	19%	☆ 287	35%	109	400		
Менеджер 4	34:47:07	63%	01:34:53	1 485	43%	281	19%	★ 453	31%				
Менеджер 5	17:32:32	32%	00:47:51	715	57%	166	23%	☆ 239					
Менеджер 6	21:24:04	39%	00:58:22	667	53%	164	25%	☆					
<b>Итого</b>	<b>128:46:34</b>	<b>39%</b>	<b>05:51:13</b>	<b>5 489</b>	<b>48%</b>	<b>1099</b>							