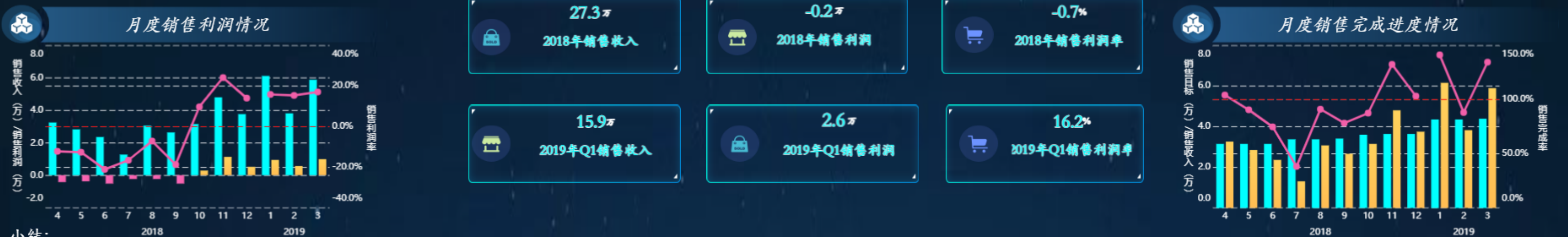
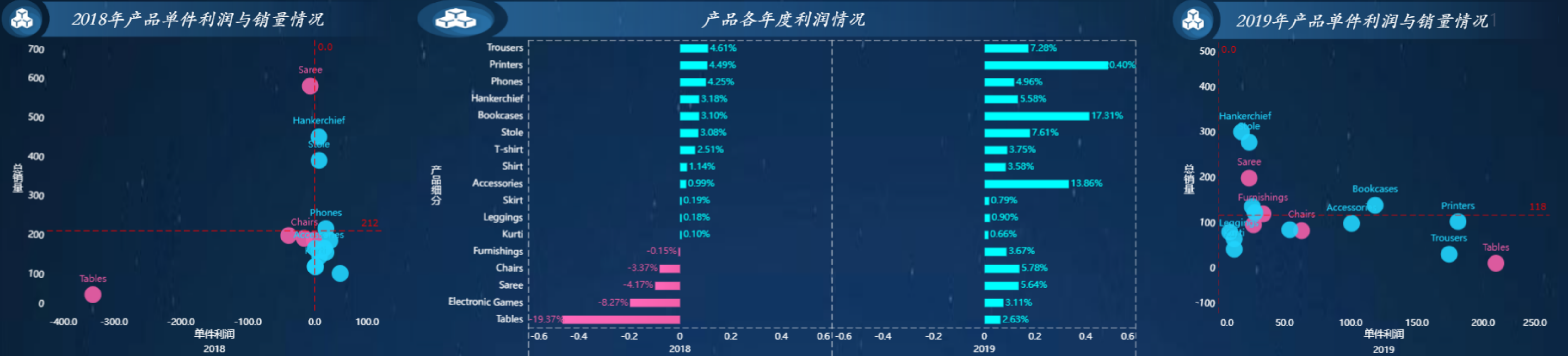


某印度公司19年Q1销售分析报告

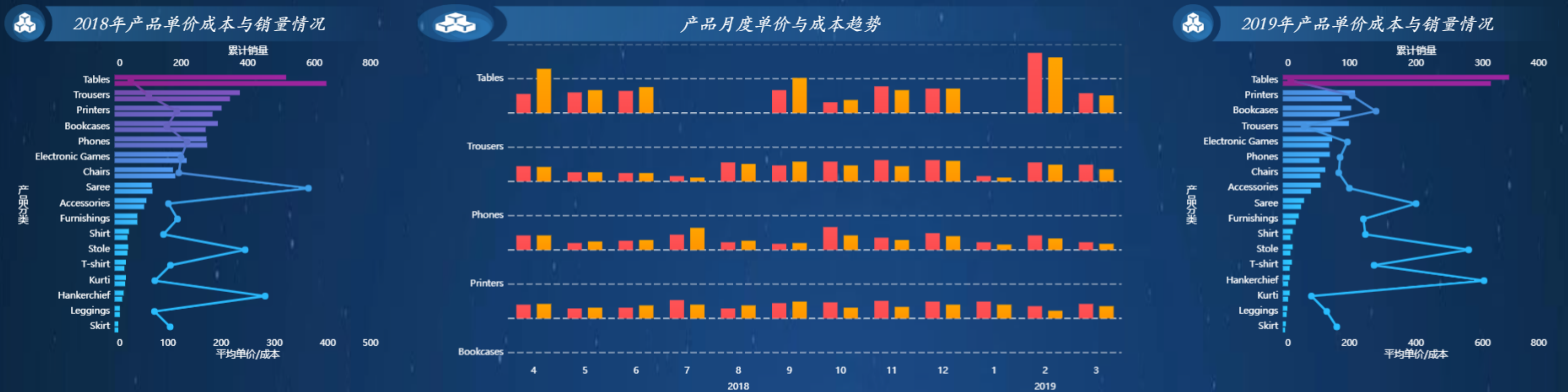
—Powered by ran1025



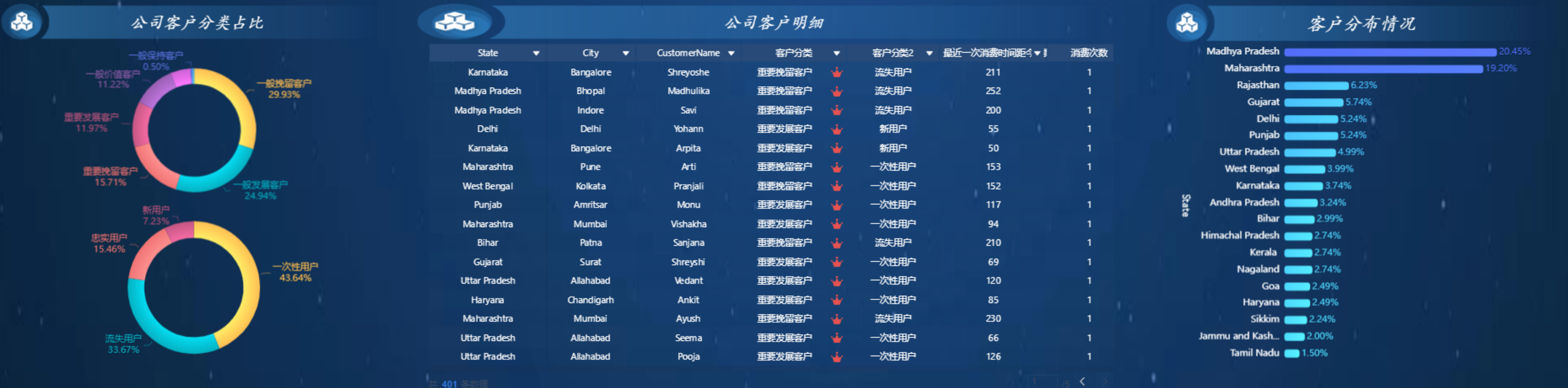
小结：
1、通过核心指标分析该公司2018年收入27.3万但利润确只有-0.2万，呈现亏损状态；但2019年又转亏为盈，Q1已经实现收入15.9万，利润2.6万；
2、我们来看月度数据发现这个转亏为盈的状态是从18年10月份开始，猜测公司10月份做了战略调整；而月度销售收入目标达成情况还较为良好，因此我们可以初步把问题定位在成本上；那么负利润的问题是不是真的如猜测呢？我们进一步分析...



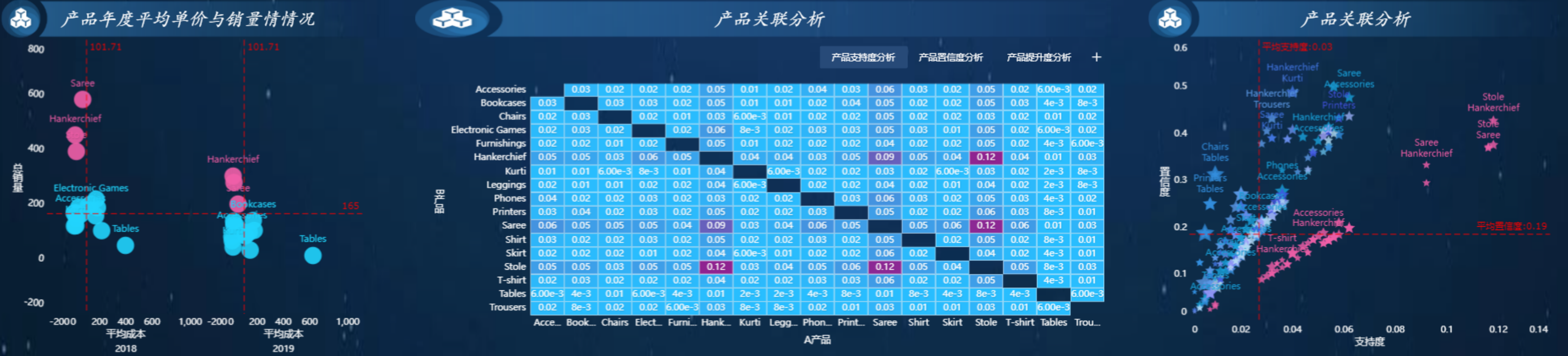
小结：
1、通过各产品年度利润对比，我们发现导致2018年负利润的关键产品在【Tables】【Electronic Games】【Saree】【Chairs】；且19年产品【Printers】【Bookcases】【Accessories】利润贡献有了较大提升；
2、【Tables】平均单件利润由-331变成209，【Electronic Games】平均单件利润由-38变成26，【Saree】平均单件利润由-6变成23，【Chairs】平均单件利润由-15变成62；产品平均单件利润有了大幅度提升，但是到底是我们的单价提升了还是成本有所降低，又或是在销量上有了改进形成的？我们进一步分析...



小结：
1、我们拉出各产品各年度平均单价/成本和销量对比发现，产品【Tables】作为高价商品，2年销量都不高，但是因为成本远大于单价导致产生了较大负利润，从2018年11月开始该产品控制成本开始小于于单价；【Electronic Games】【Chairs】情况相似
2、【Saree】能较大幅度影响年度利润额在于他虽然单价低，但是销量高，同样因为成本大于单价问题而产生较大负利润；
3、【Printers】由于控制住了成本+适当提高单价，因此对19Q1利润贡献占比达20.4%；【Bookcases】由于扩大了销量+适当提高单价，因此对19Q1利润贡献占比达17.3%
可以看到19年产品由于控制住了成本+适当提升单价+扩大销量使公司转亏为盈，可以接下来对客户情况进行分析



小结：
1、通过对客户进行RFM分类，发现公司客户基础较为薄弱，公司【一般挽留客户】【一般发展客户】就已超过50%，而【重要价值客户】【重要发展客户】占比较低；通过对客户购买时间进行分类，公司【一次性客户】【流失客户】占据主流；
2、通过客户分布发现，公司的全体客户群体主要覆盖在城市【Madhya pradesh】【Maharashtra】，通过钻取发现【重要价值客户】【重要发展客户】【重要挽留客户】同样主要分布在这两个城市；因此这个城市可以作为后续营销重点；
我们找到了我们的关键客户，也定位了关键客户主要分布，那么我们可以确定一种营销手段对客户进行精准营销以提升利润，那么哪些产品可以被选作重点营销产品呢？



小结：
1、通过对产品成本/销量划分4象限，发现产品【Hankerchief】【Stole】【Saree】2年的单价较低而销量又较高，且头巾/披肩/纱丽服对用户的价值也较高，可以初步定位为营销商品；
2、通过产品关联分析发现，【Hankerchief】与【Stole】支持度/置信度/提升度都最高，因此可以被确定为营销商品；
一场营销活动一定是有目标和判断成功标准的，因此我们需要去确定19年上半年公司的销售收入目标...



小结：
1、通过二次移动平均法我们可以简单预测201904-06月销售收入分别为6.0, 6.4, 6.8万；2019H1的销售收入目标最低也达到35.1万，按照与Q1同样的销售利润率，推测2019Q1应该达到利润5.7万

总结：
1、通过数据分析我们发现公司19年Q1相比18年转亏为盈，销售利润率由-0.7%达到16.2%，19Q1销售收入实现15.9万，销售利润实现2.6万；
2、出现这一良性转变的关键在产品【Tables】【Electronic Games】【Saree】【Chairs】与【Printers】【Bookcases】【Accessories】，通过控制成本+适当提升单价+扩大销量的组合拳达到了这一巨幅提升；
3、但同时我们也发现公司的现存问题，公司客户基础薄弱，重要客户与忠实客户占比较低；
4、为了保持甚至超越Q1的成绩，也为了改善公司客户结构留住重要客户，我们可以考虑针对不同的客户选取引流品的打造/关联销售等一系列营销策略，在产品上可以主要考虑【Hankerchief】与【Stole】作为着手点，地区上以城市【Madhya pradesh】【Maharashtra】作为试点；
5、通过简单的销售预测我们可以把19上半年销售收入35.1万，利润5.7万作为最低目标，如未达到此目标半年度分析的时候需要去深挖原因与解决方案。