# Продажи интернет-магазина



**4,02 млн ₽**
Выручка

**2 010**
Заказов

**2 000 ₽**
Средний чек

# Квартал в трёх показателях

Синтетический набор: апрель, май и июнь; средний чек взвешен по заказам.

01

**4,02 млн ₽**

выручка за квартал

02

**2 010**

заказов за квартал

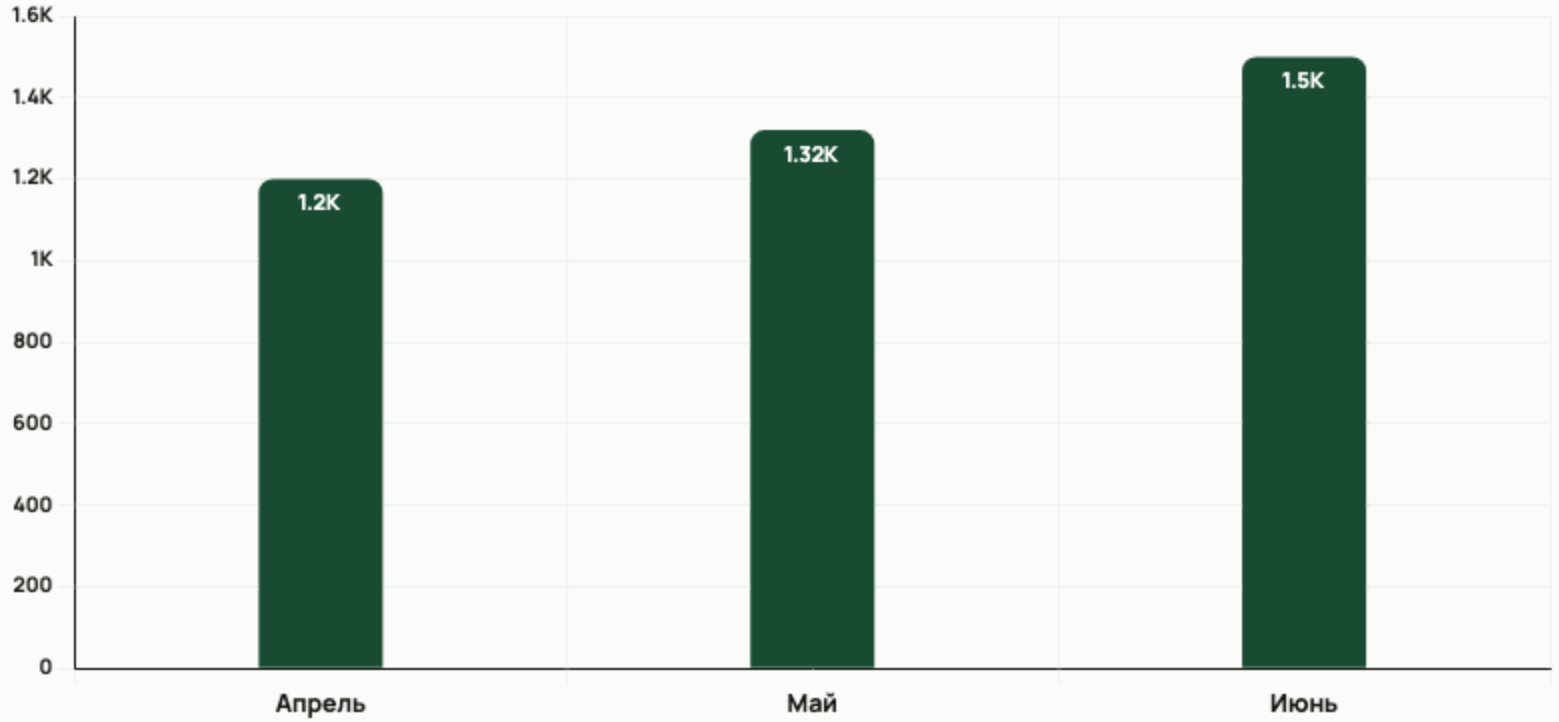
03

**2 000 ₽**

средний чек

# Выручка растёт каждый месяц

Синтетические данные. На диаграмме — тысячи рублей.



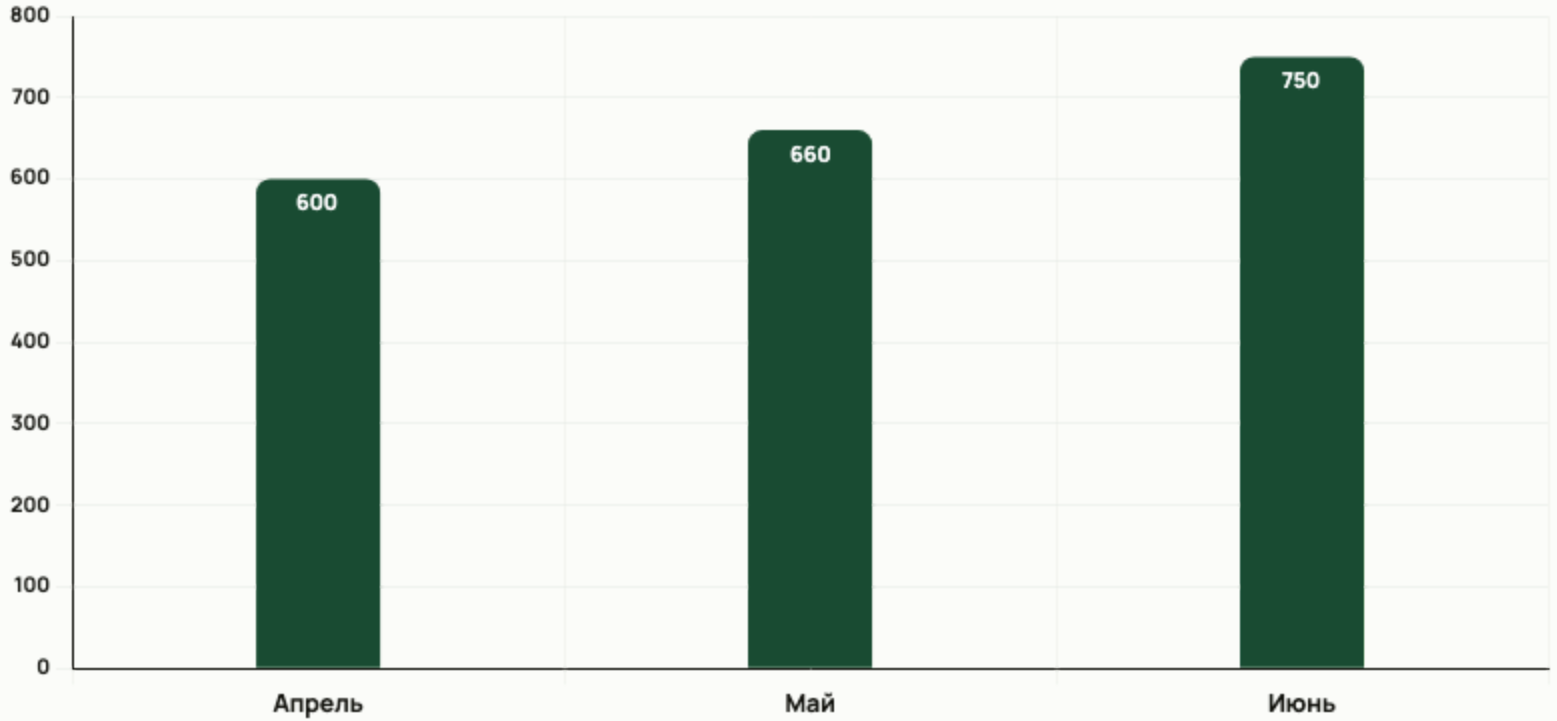

**1500**

**Июнь · Выручка, тыс. ₽**

Итого 4 020 тыс. ₽ · не прибыль

# Рост выручки связан с числом заказов

Средний чек во всех трёх месяцах — 2 000 ₽. Данные синтетические.



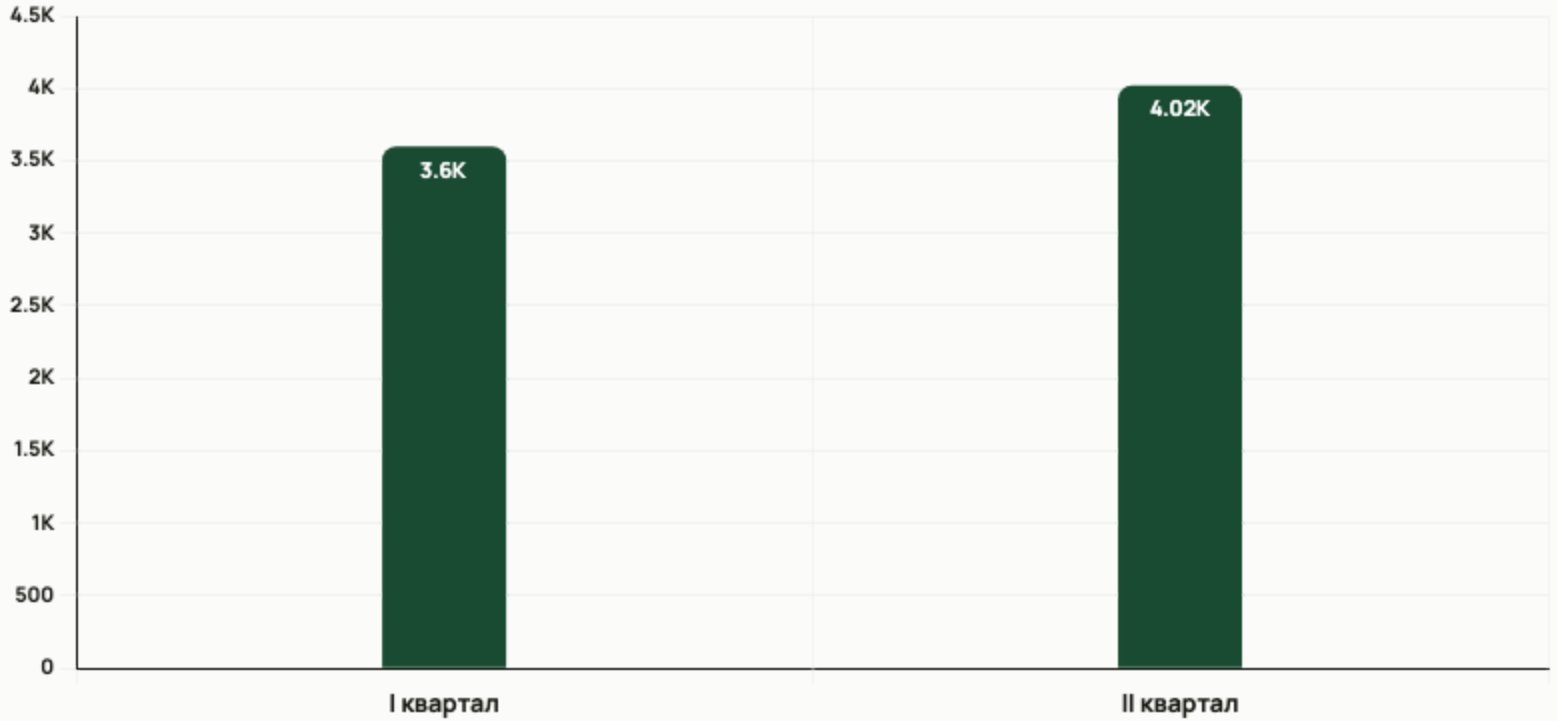

**750**

**Июнь · Заказы, шт.**

600 + 660 + 750 = 2 010 заказов

# К прошлому кварталу: +11,7%

Предыдущий квартал: 1 800 заказов и 3,6 млн ₽. Обе базы синтетические.



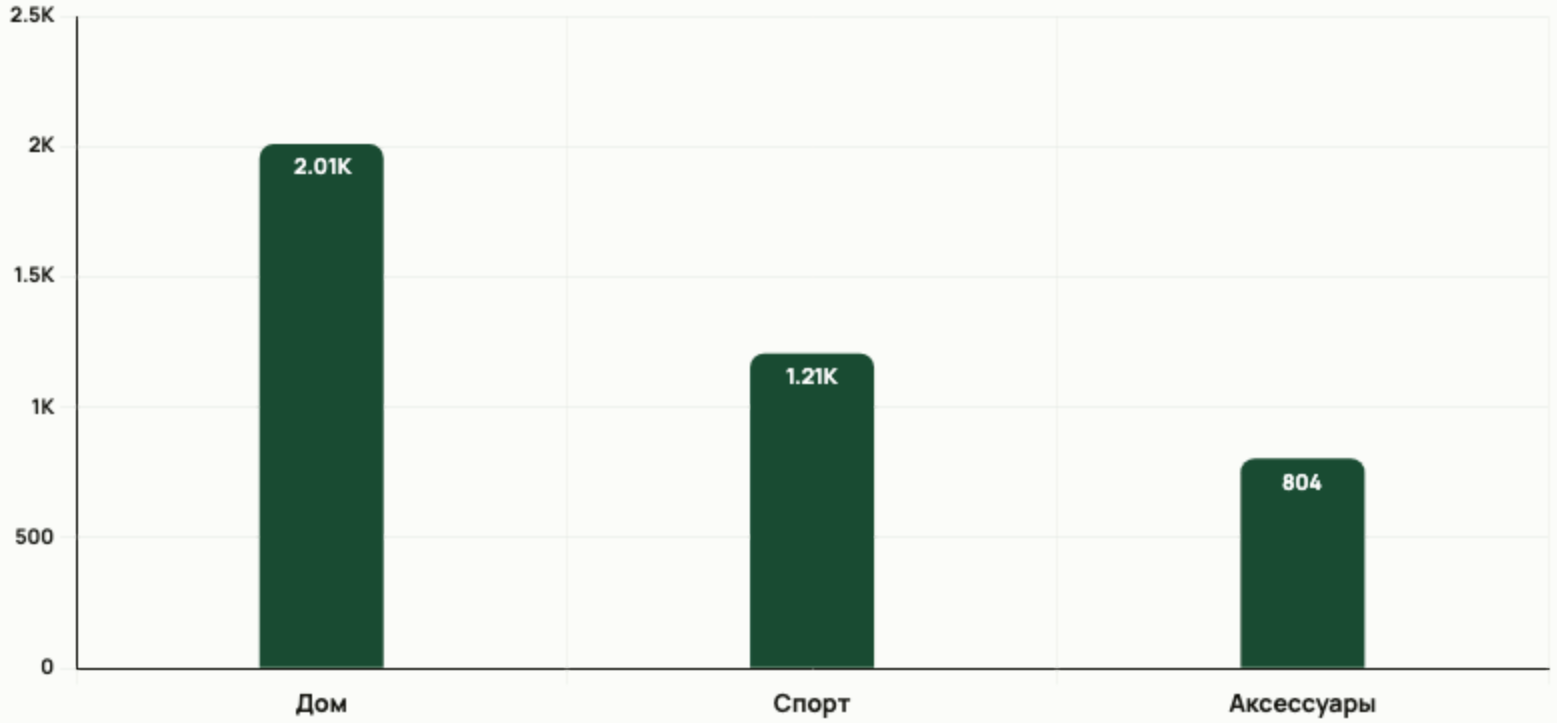

**4020**

**II квартал · Выручка, тыс. ₽**

(4 020 000 / 3 600 000 − 1) × 100 ≈ 11,7%

# Вклад категорий в выручку

Дополнительная синтетическая структура; суммы точно равны итогу квартала.




**804**

**Аксессуары · Выручка, тыс. ₽**

2 010 + 1 206 + 804 = 4 020 тыс. ₽ · доли 50% / 30% / 20%

# Что видно непосредственно в данных

Наблюдения ограничены показателями учебного набора.

01

## Динамика

Заказы: 600 → 660 → 750; выручка движется вместе с ними.

02

## Чек

2 000 ₽ каждый месяц: рост чека в модели отсутствует.

03

## Структура

Категория «Дом» даёт половину квартальной выручки.

# Гипотезы о причинах роста

| Гипотеза | Какие данные нужны |
| --- | --- |
| Стало больше трафика | Посещения по каналам |
| Выросла конверсия | Сессии и оформленные заказы |
| Улучшилось наличие | Остатки и отмены |

Эти объяснения не подтверждены текущими данными.

# План следующего квартала

План действий, не прогноз продаж.

01

## Месяц 1

Сверить определения и возвраты

02

## Месяц 2

Проверить каналы и конверсию

03

## Месяц 3

Оценить тест и принять решение

# Итог: рост заказов при стабильном чеке



Подтверждено моделью: 2 010 заказов и чек 2 000 ₽

Пока неизвестно: Причины роста и прибыльность

Решение: Проверить каналы, конверсию и возвраты