

Dashboard de Ventas para Argo Sales Company Inc.

Universidad Complutense de Madrid

Máster en Big Data y Business Analytics

Trabajo Final de Business Intelligence con Tableau

Profesor: Luis Leite

Estudiante: Gary F. Martin

Entrega: Martes 25 de mayo de 2021

PARTE I - Introducción:

Antes de iniciar la creación del dashboard he investigado qué características hacen un dashboard exitoso y qué buscan los directivos en un dashboard de ventas. Luego de saber lo que compone un buen dashboard y lo que quiere ver el usuario, empecé con el diseño del mismo en base a los datos que tenía disponibles. La estructura o composición del dashboard se basa en que la información más importantes está arriba a la izquierda y luego se va ampliando el panorama con más información.

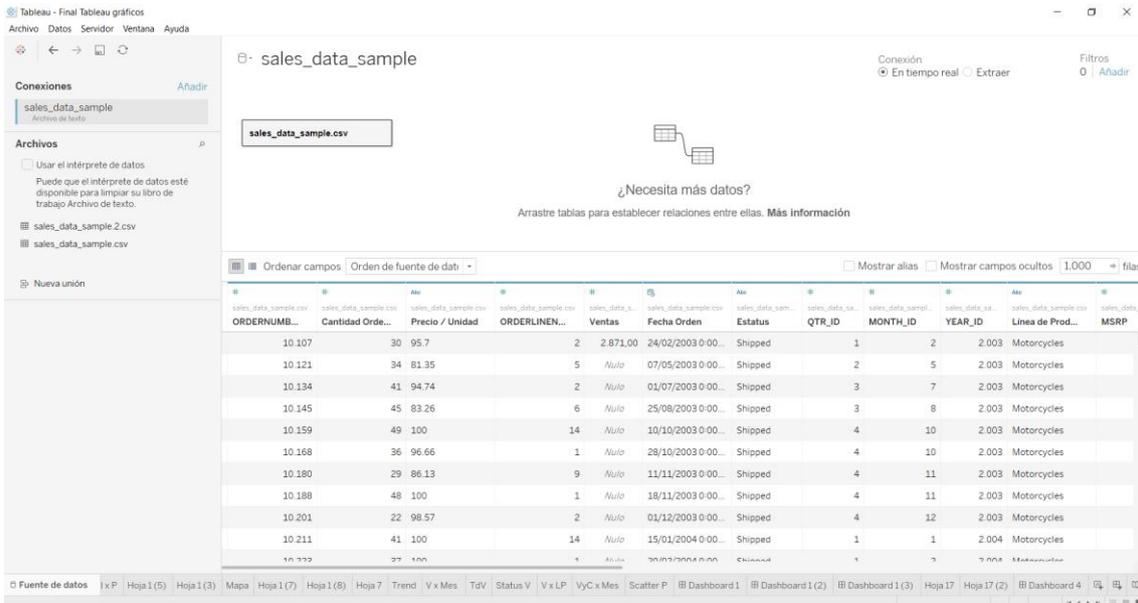
He creado un dashboard de ventas con los datos de una empresa ficticia que he encontrado en línea para los años 2003, 2004 y primer trimestre del 2005. Le he llamado a la empresa Argo Sales Company Inc. y se dedica a la venta de medios de transporte como automóviles, motos, aviones, trenes, barcos, camiones y buses a nivel global.

Este dashboard busca ayudar a los directivos y personal de ventas de esta empresa principalmente para apoyarlos con la toma de decisiones informadas. Esto lo logramos al transformar los datos históricos en insights para que los ejecutivos puedan convertirlos en acciones estratégicas que incrementen las ventas, mejoren el rendimiento de los vendedores, las relaciones con clientes, y nos permitan identificar nuevas oportunidades, entre otros.

La idea es que al inicio del dashboard tengamos una visión de cuál es la información clave y la tendencia, es decir, cuánto son las ventas totales, la media de ventas, y los principales clientes por país en el gráfico 1 de mapa. El diseño es una pirámide invertida donde en la parte superior vemos los datos más importantes, en el medio vemos la tendencia de ventas y en la parte inferior detalles granulares. He optado por redondear los números de miles a "K" con el objetivo de hacer visualmente más atractivos los gráficos y tener la información de manera más clara con menos dígitos a lo largo de la pantalla.

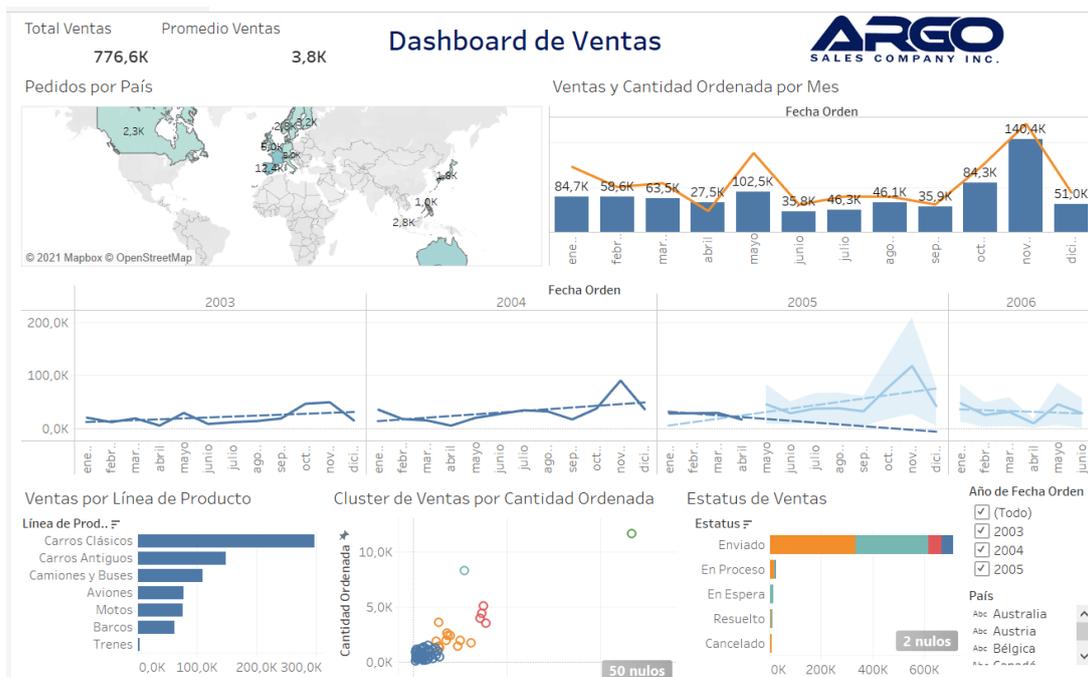
Además, he utilizado descripciones emergentes con información clave para describir con mayor detalle la situación detrás de cada gráfico, como veremos en las capturas de imagen. El objetivo es que al momento en que el directivo tenga una pregunta acerca de un dato en una gráfica, las respuestas estén en los resultados que aparecen en la descripción emergente de cada dato. Para esto seguí la regla de los 5 segundos, que dice que un dashboard debe ser capaz de responder las preguntas más frecuentes a un vistazo, idealmente en menos de 5 segundos y a eso apuesto este diseño.

PARTE II – Importación de Datos:

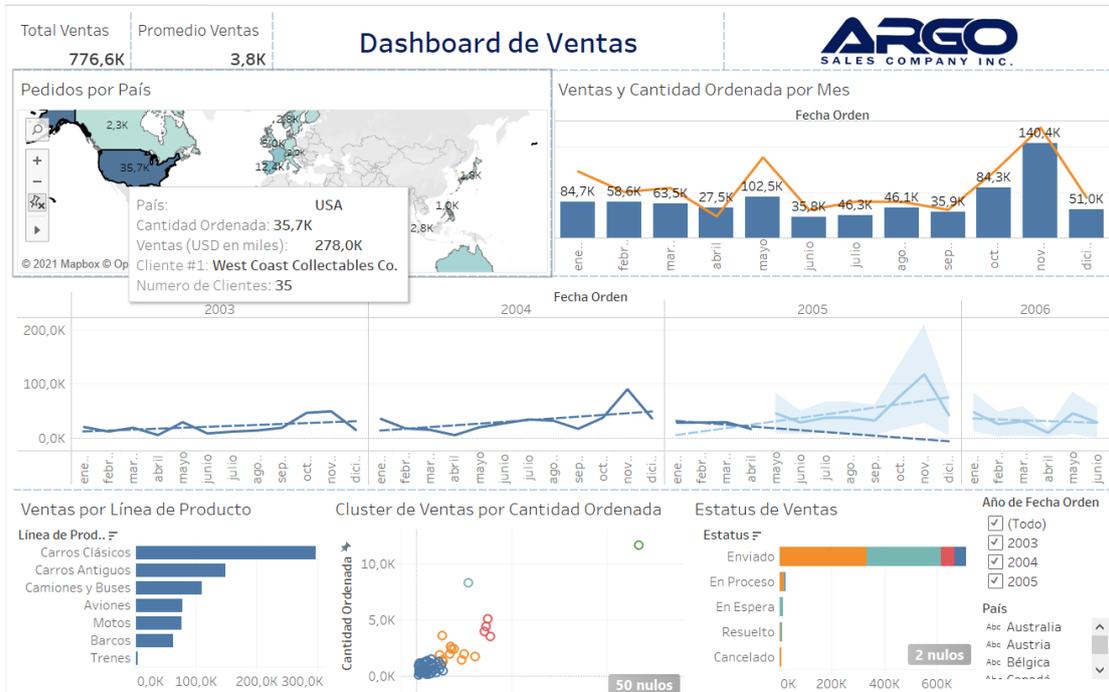


PARTE III – Vistas del Dashboard

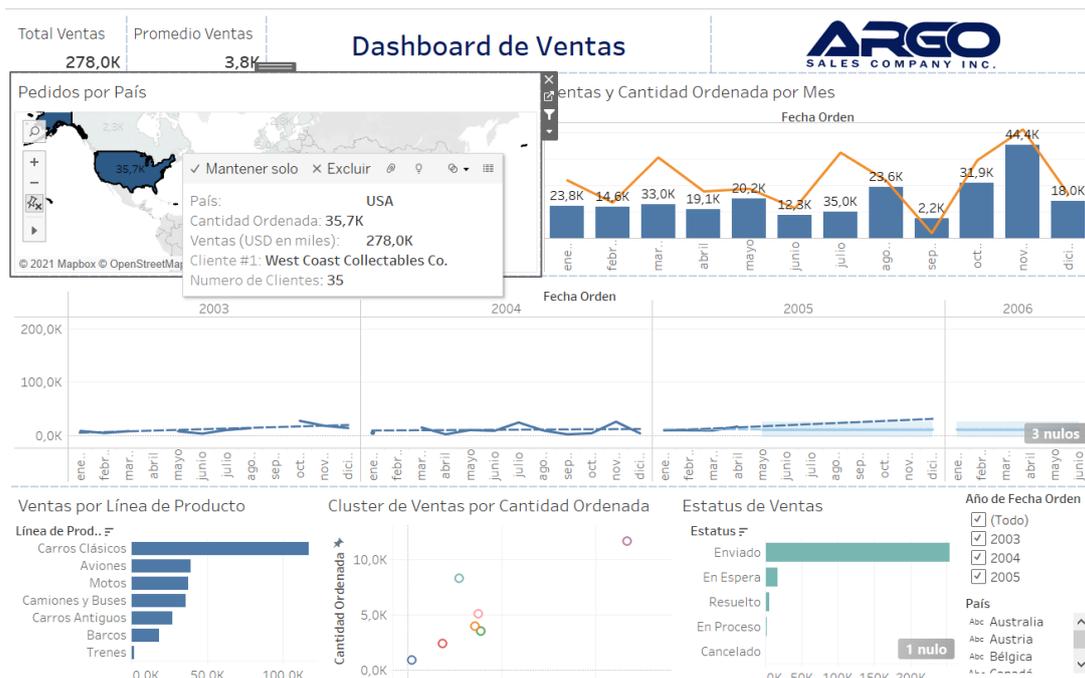
Vista 1 – Dashboard Completo: Este dashboard de ventas está compuesto por 2 KPI en la parte superior izquierda, seguido de 2 gráficos clave de Pedidos u Órdenes por País, y Ventas y Cantidad Ordenada por mes. En el centro tenemos las ventas por mes a lo largo de los años donde podemos ver la tendencia de ventas. Las últimas 3 gráficas complementan la información anteriormente mostrada dando mayor detalle, estos son un gráfico de barras de Ventas por Línea de Productos, le sigue un gráfico de cluster y otro de barra sobre el estatus de los pedidos por región. En la misma franja, al final, observamos los dos filtros que hemos colocado de Año y País en el que opera sobre todos los gráficos del dashboard una vez seleccionados.



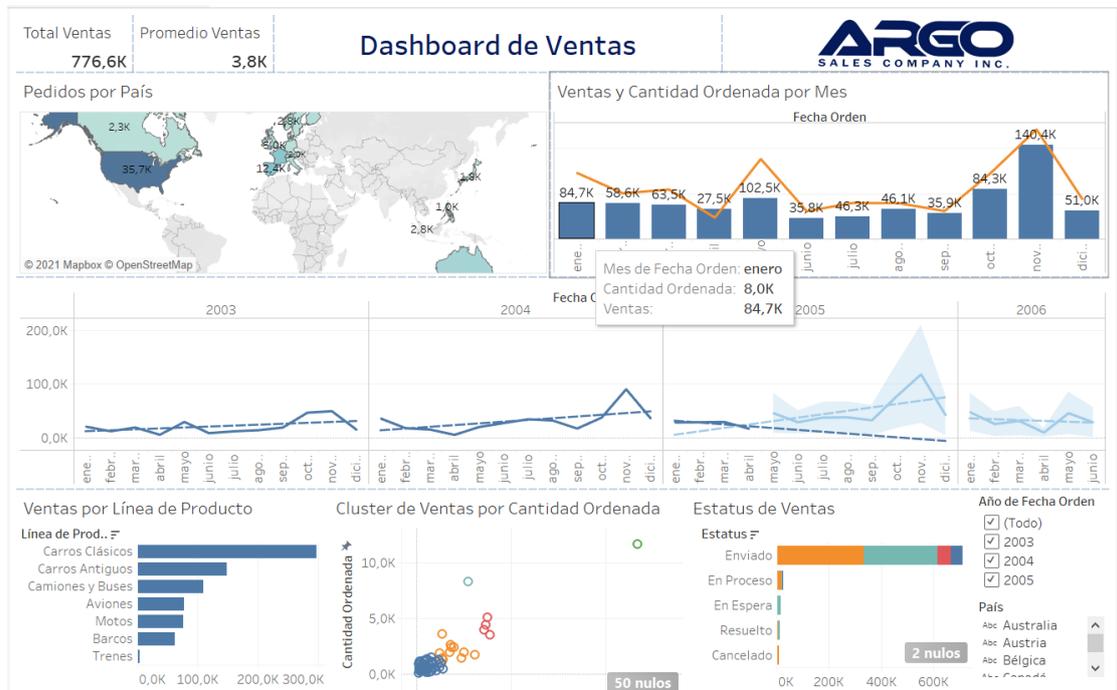
Vista 2 – Gráfico 1 de Mapa: En este mapa global de órdenes por país podemos observar por el tono de color azul, cuáles son los países donde más se está vendiendo equipo de transporte. Si ponemos el cursor sobre un país, en este caso Estados Unidos, obtendremos mayor información sobre el país, como por ejemplo, la cantidad ordenada en un periodo de tiempo, el monto de ventas en miles, el cliente principal y el número total de clientes en ese país.



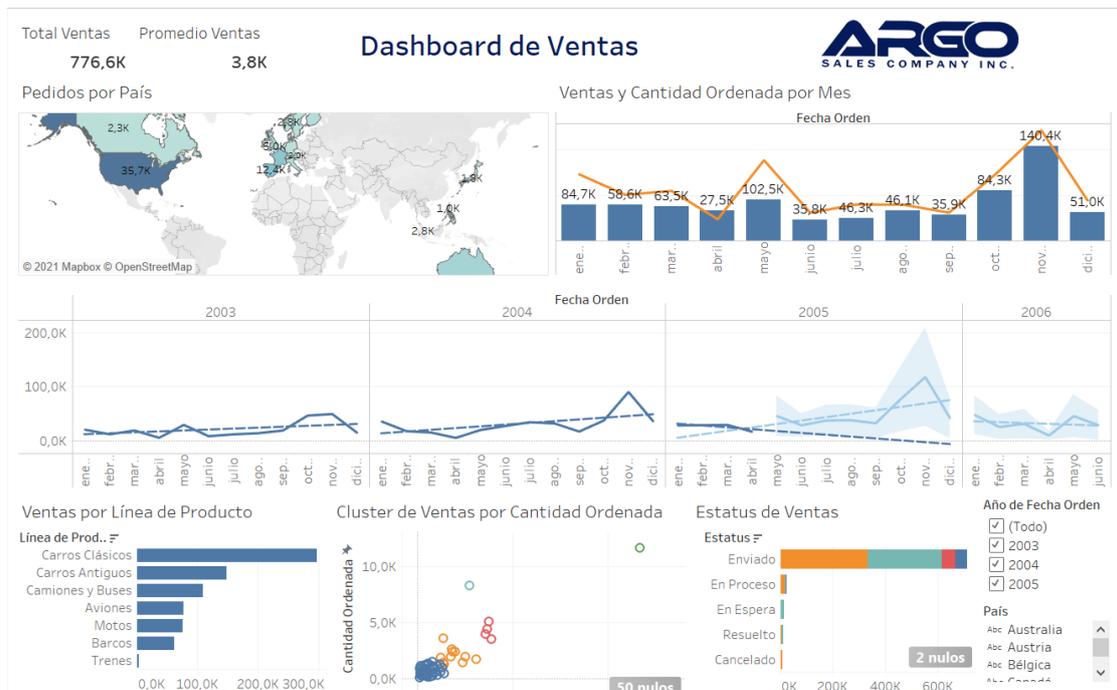
Vista 3: En esta vista podemos observar cómo al apretar sobre un país en el mapa, nos muestra los demás gráfico del dashboard en función del país que seleccionemos.



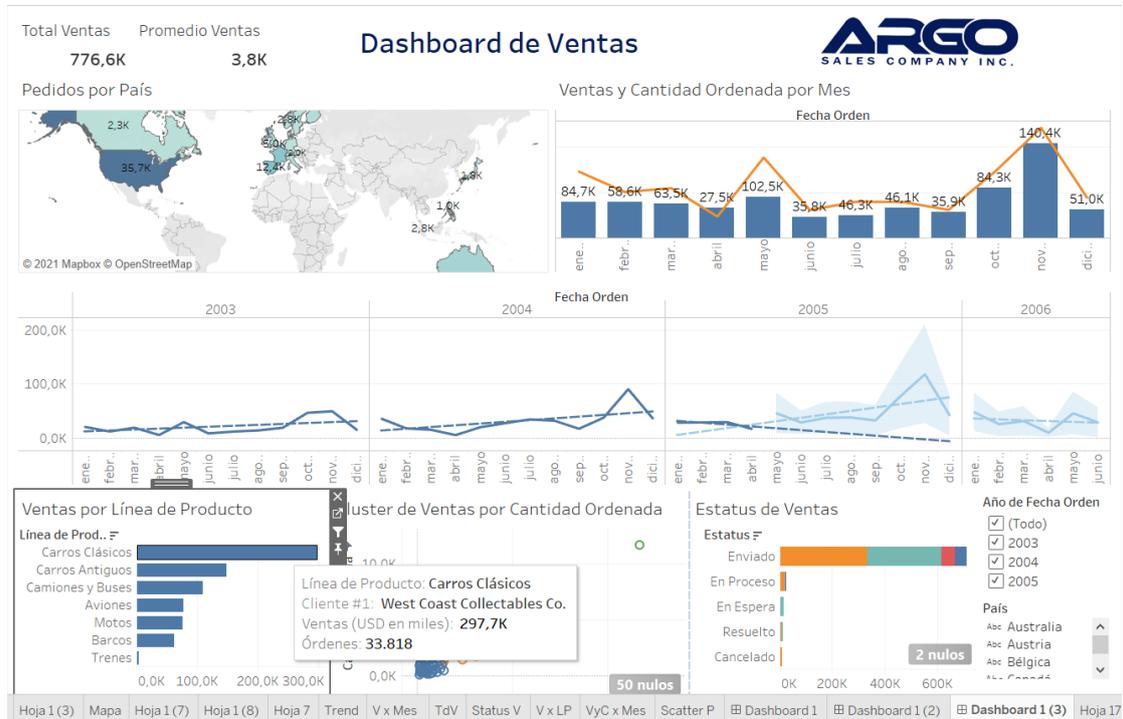
Vista 4 - Gráfico 2 de Barras y Línea: En el segundo gráfico de Ventas y Cantidad Ordenada por Mes, vemos en un breve instante los datos que más sobresalen y su tendencia. Si vamos sobre cada barra del gráfico obtendremos el mes, la cantidad ordenada y el monto en ventas.



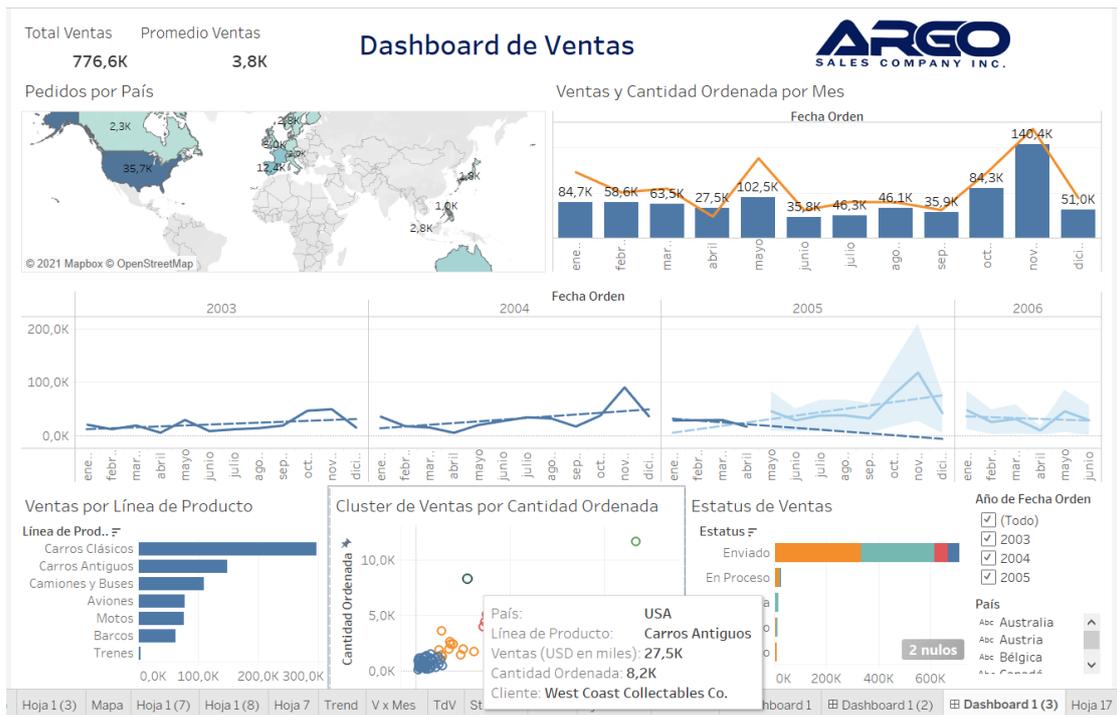
Vista 5 - Gráfico 3 de Línea y Tendencia: En este tendencial de Ventas por mes a lo largo del tiempo podemos notar con mejor detalle la tendencia a futuro con su estimación de ventas a un año.



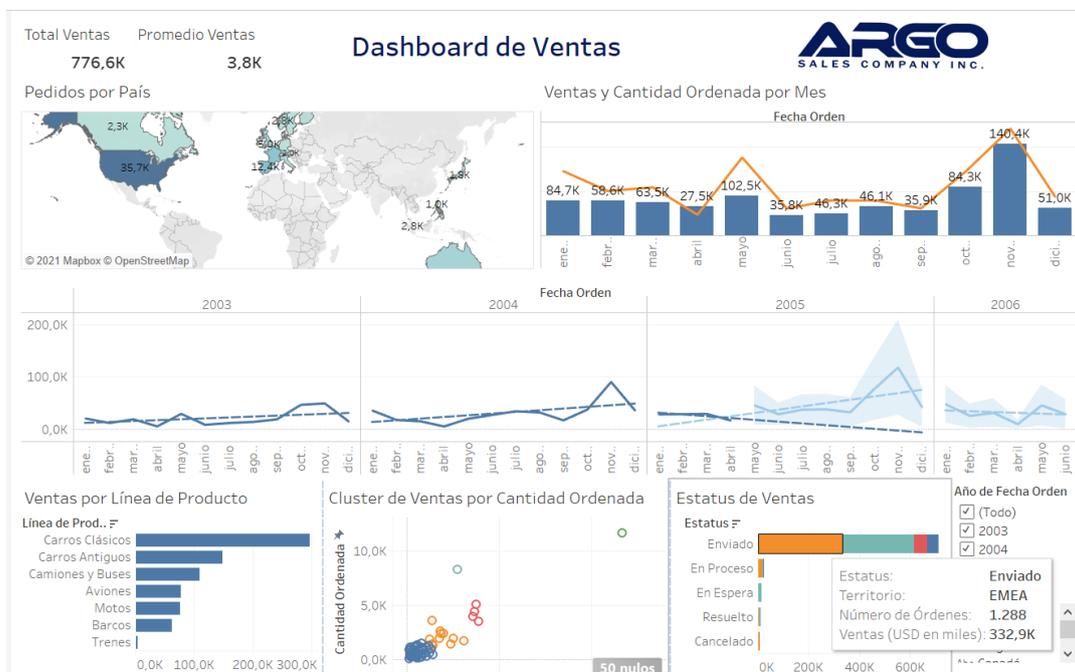
Vista 6 - Gráfico 4 de Barra: Podemos ver en el gráfico de Ventas por línea de producto que el producto más vendido son los carros clásicos y antiguos. Si vamos sobre cada línea de producto conocemos más acerca de quién es el principal cliente, cuántas han sido las ventas y el número de órdenes.



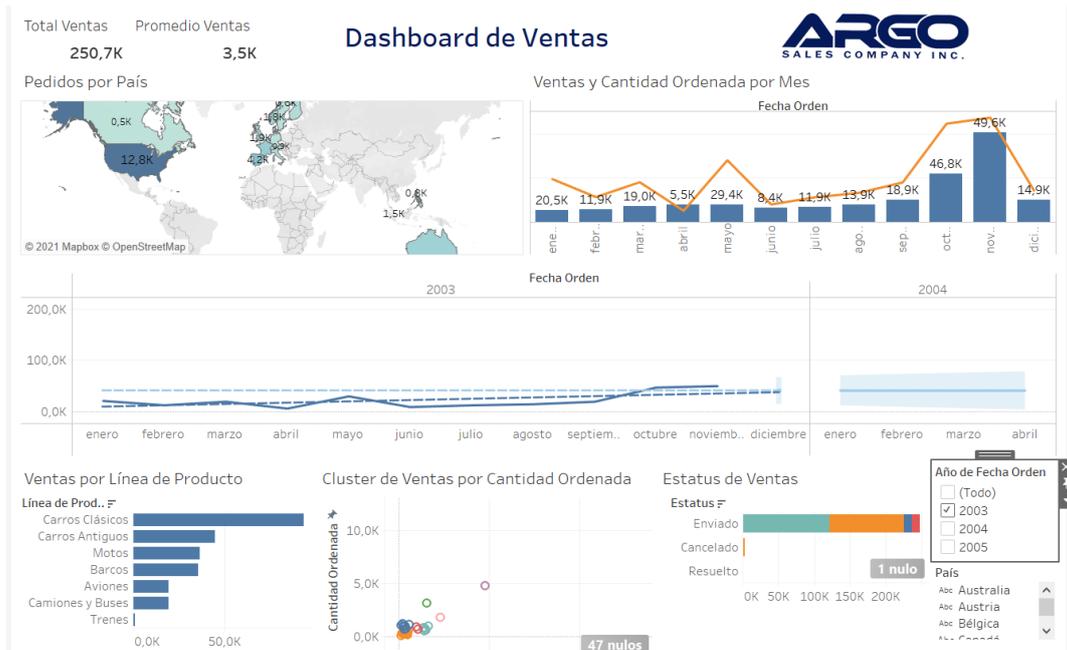
Vista 7 - Gráfico 5 de Cluster: El gráfico de Cluster de Ventas por Cantidad Ordenada por clientes nos permite identificar diferentes grupos de clientes dependiendo de las variables anteriormente seleccionadas para los ejes del gráfico. Dando sobre cualquiera de los puntos podemos aprender de qué país ha sido esta venta, qué línea de producto fue comprada, el monto en ventas, cantidad ordenada y el cliente que hizo la compra. Esto nos da una ventaja a la hora de crear nuevas ofertas para nuestros clientes y entender mejor acerca de los hábitos de compra de su clientela.



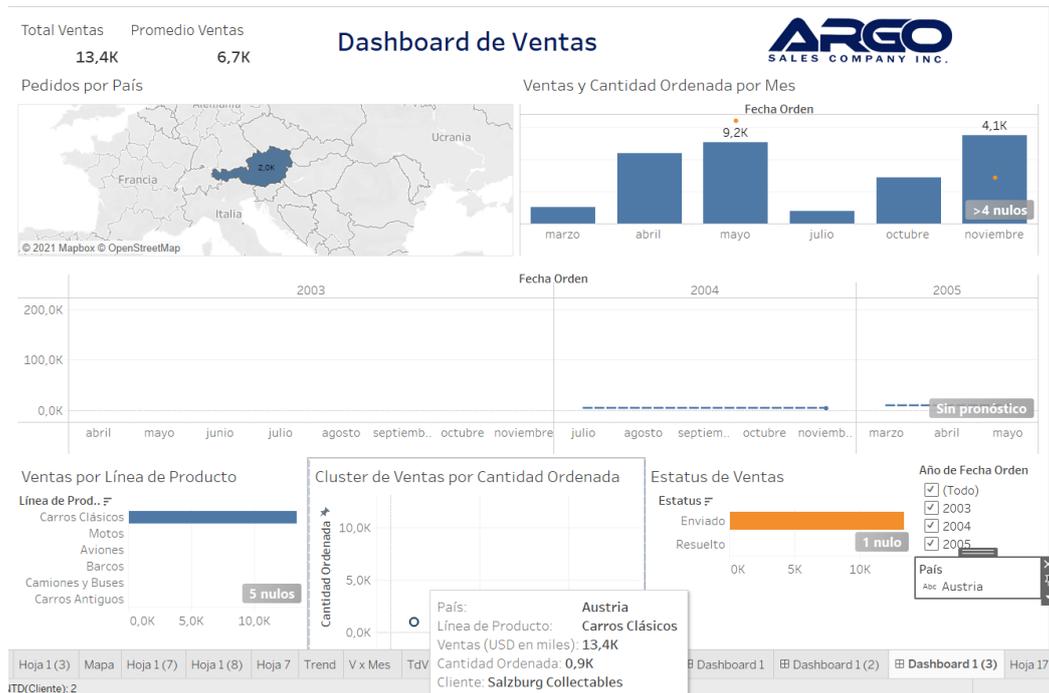
Vista 8 - Gráfico 6 de Barras: Este gráfico nos sirve para monitorear el Estatus de Órdenes de Venta por región a lo largo del tiempo. Así podremos aprender de pasados errores y prácticas sobre clientes, montos de venta, territorio donde operan y las órdenes.



Vista 9: Ejemplo de Filtro por Año.



Vista 9: Ejemplo de Filtro por País.



PARTE IV - Conclusiones:

El propósito de este dashboard de ventas es brindar un resumen de la situación de manera fácil y rápida de comprender por medio de KPIs y diferentes tipos de gráficos. Esto permitirá a los directivos y vendedores de Argos Sales Company Inc principalmente monitorear los objetivos de ventas por medio de filtros, el comportamiento de los clientes, identificar nuevas oportunidades

de negocio y clientes potenciales, pero sobre todo para tomar decisiones informadas del negocio.