

Отчёт по продажам - МОТИВАЦИЯ



Отчёт по продажам включает в себя такие разделы как:

1 этап (продажи)

- * Отчёт по продажам итого за отдел
- * Отчёт по продажам итого по группам товара
- * Отчёт по продажам итого продавцов

2 этап (стратегические бренды)

- * Отчёт по продаже брендов за месяц (по каждому продавцу)
- * Отчёт по продаже брендов за месяц

3 этап (рейтинг продавцов)

- * Отчёт по рейтингу продавцов за каждый месяц

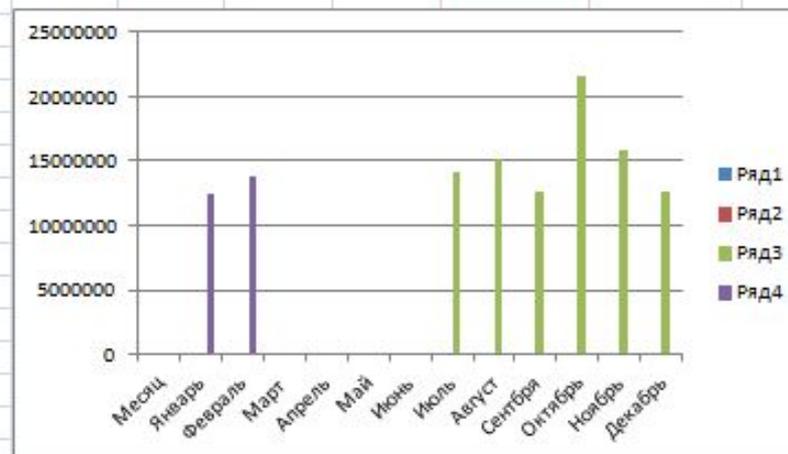
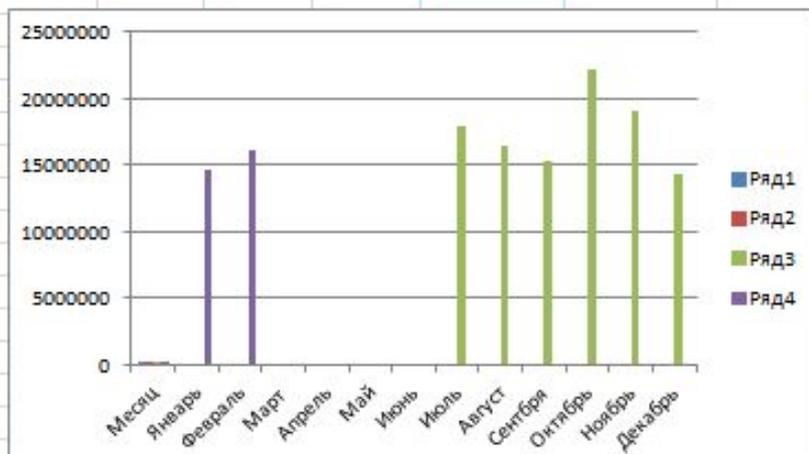
4 этап (распродажа)

- * Отчёт по распродаже

1 этап. При презентации отчёта необходимо предоставить анализ и сделать выводы

- а) На какую сумму увеличились или упали общие продажи по отделу, по группам отдела, по продавцам
- б) Что именно было сделано для увеличения продаж
- в) Причины падения или роста продаж как общие так и по продавцам
- г) Прокомментировать графики продаж
- д) Презентовать план работ по увеличению продаж на сл. месяц

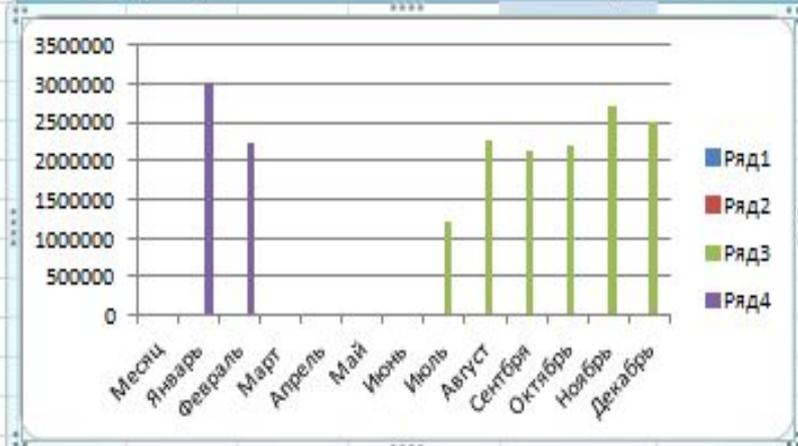
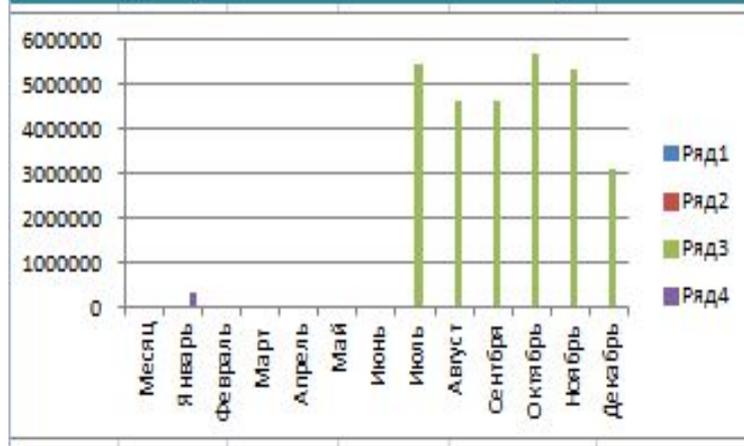
Вместе					1 этаж				
Месяц	2015	2016	2017	2018	Месяц	2015	2016	2017	2018
Январь				14604536	Январь				12378244
Февраль				16073196	Февраль				13892313
Март					Март				
Апрель					Апрель				
Май					Май				
Июнь					Июнь				
Июль			17985280		Июль			14182606	
Август			16412546		Август			15089702	
Сентябрь			15292937		Сентябрь			12583468	
Октябрь			22266413		Октябрь			21559164	
Ноябрь			19086984		Ноябрь			15772634	
Декабрь			14364855,4		Декабрь			12598949	
Итого			105409015		Итого			91786523	



1 этап. Отчёт по продажам - раздел отчёт по продавцам

Стратан				
Месяц	2015	2016	2017	2018
Январь				333073,04
Февраль				0
Март				
Апрель				
Май				
Июнь				
Июль			5433597	
Август			4648287	
Сентябрь			4641480	
Октябрь			5677000	
Ноябрь			5314595	
Декабрь			3075124,82	

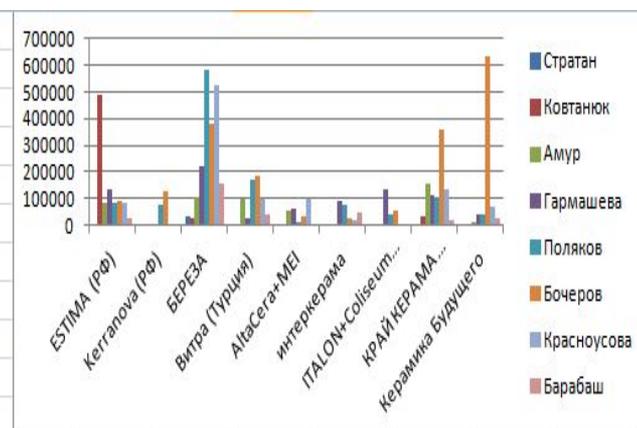
Бочеров				
Месяц	2015	2016	2017	2018
Январь				3003093,4
Февраль				2228513,6
Март				
Апрель				
Май				
Июнь				
Июль			1197813	
Август			2267040	
Сентябрь			2124662	
Октябрь			2208000	
Ноябрь			2689000	
Декабрь			2515498,39	



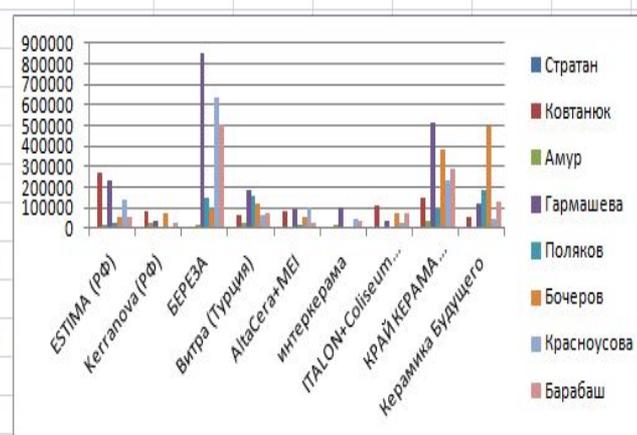
2 этап. При презентации отчёта по стратегическим брендам необходимо предоставить анализ и сделать выводы

- На какую сумму увеличились или упали продажи по брендам конкретного продавца
- Что именно было сделано для увеличения продаж стратегического бренда через продавца
- Причины падения или роста продаж по брендам по продавцам
- Прокомментировать графики продаж
- Презентовать план работ по увеличению продаж стратегических брендов на сл. месяц

январь	Стратан	Ковтанюк	Амур	Гармашева	Поляков	Бочеров	Красноусова	Барабаш	Итого
ESTIMA (РФ)		489686,3	80055,41	131656,73	82667,15	89059,18	84557,58	23329,62	
Kerranova (РФ)			2306,3	4665,6	73775,52	125089,9			
БЕРЕЗА	36298,27	28001	101870,4	219650,39	579967,9	380060,5	526269,91	158183,5	
Витра (Турция)			96165,84	28733,51	168785,1	183529	97235,56	38679,92	
AltaCera+MEI			55195,98	58437,27	12942,51	29324,16	99719,13		
интеркерама				88233,94	74725,44	22471,51	17056,25	45316,37	
ITALON+Coliseum Gress+GRASARO				134096,08	37969,11	54279,9	1679,76		
КРАЙ КЕРАМА (керама мараци)		33683,43	153538,4	112817,63	103280,8	360937,8	134656,77	20061,45	
Керамика Будущего			11880	39937,45	37348,79	632901,8	68341,94	26199,49	
Итого	36298,27	551370,7	501012,3	818228,6	1171462	1877654	1029516,9	311770,3	



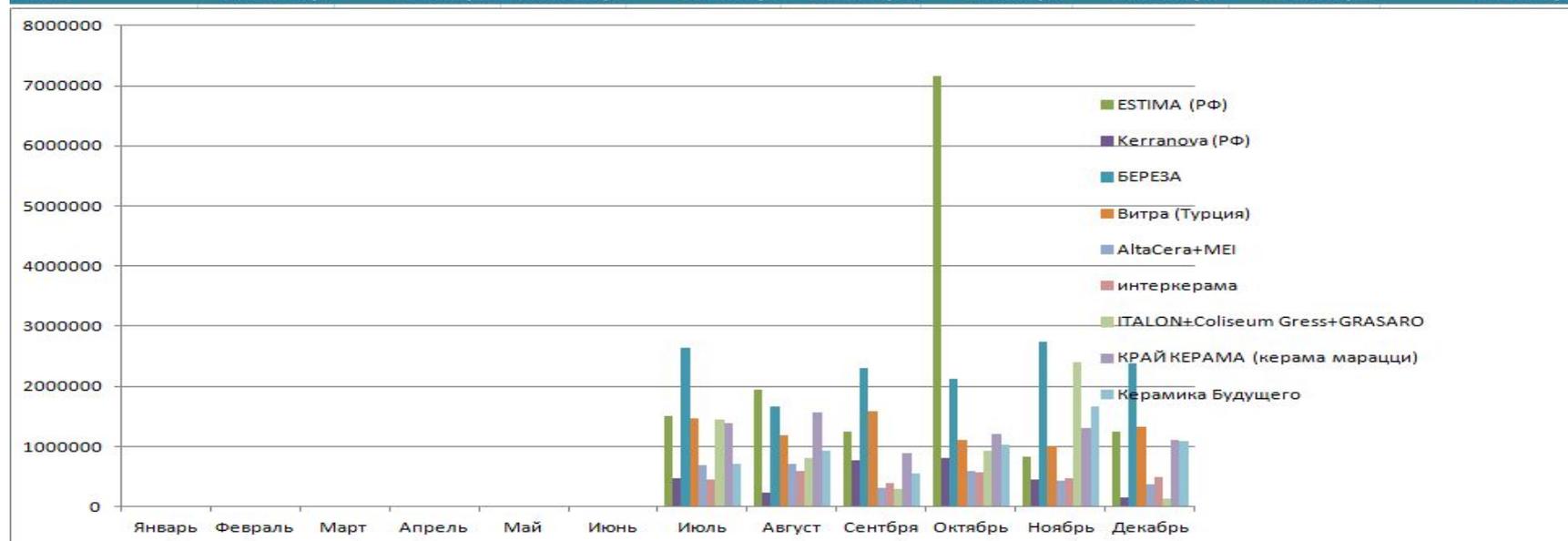
февраль	Стратан	Ковтанюк	Амур	Гармашева	Поляков	Бочеров	Красноусова	Барабаш	Итого
ESTIMA (РФ)		272459,9	16328,52	228458,9	23784,49	57145,92	134255,39	51972,7	3271932,3
Kerranova (РФ)		78246	25038,72	38452,18	238,46	75206,88		27601,56	244783,8
БЕРЕЗА	11437,94	15715,06	847551,91	151244,2	88594,08	631068,2	505574,8	2299585,89	
Витра (Турция)	66930,09	21960,44	181228,3	159256,8	118969,8	60767,02	75636,41	691277,58	
AltaCera+MEI	82180,87		95527,43	20358,25	56370,98	101698,86	25304,93	381441,32	
интеркерама	8903,63	13323,53	97103,77	4213,45	9795,59	48412,03	31380,87	213132,87	
ITALON+Coliseum Gress+GRASARO	105697,4		38265,76	2530,59	74849,23	26551,2	74244,84	295855,36	
КРАЙ КЕРАМА (керама мараци)	146082,6	32905,72	516867,77	88688,16	382599,9	232809,97	289609,1	1768794,39	
Керамика Будущего	52681,41	1603,53	122119,78	186048,7	496017,6	43165,6	131517,5	1036091,72	
Итого									



2 этап. При презентации отчёта по стратегическим брендам необходимо предоставить анализ и сделать выводы

- На какую сумму увеличились или упали продажи по брендам
- Что именно было сделано для увеличения продаж стратегического бренда
- Причины падения или роста продаж по брендам
- Прокомментировать графики продаж
- Презентовать план работ по увеличению продаж стратегических брендов на сл. месяц

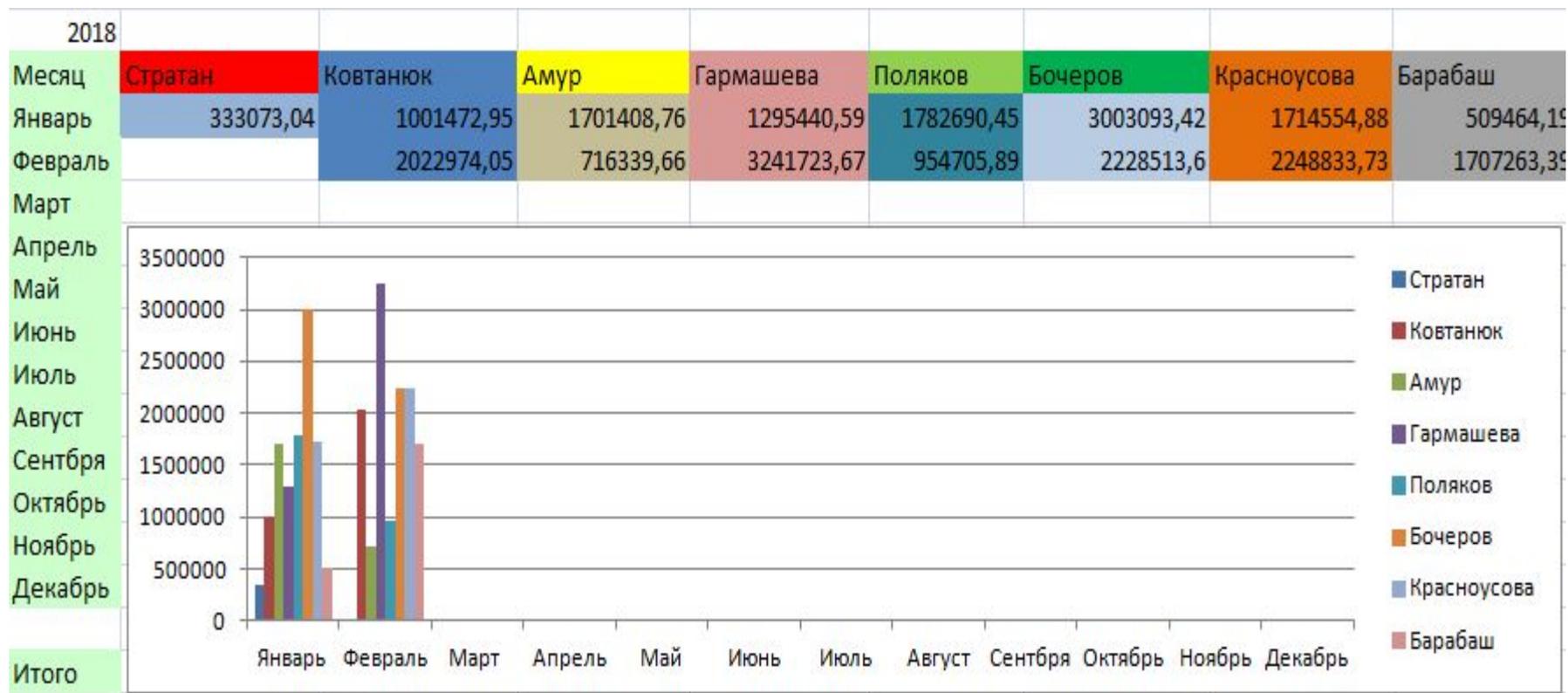
Месяц	ESTIMA (РФ)	Kerranova (РФ)	БЕРЕЗА	Витра (Турция)	AltaCera+MEI интеркерама	ITALON+Colisei	КРАЙ КЕРАМА	Керамика Будущего	
Январь									
Февраль									
Март									
Апрель									
Май									
Июнь									
Июль	1511967,87	477760,68	2638371,1	1458798,3	684757,97	440277,85	1439588,62	1390076,88	705890,97
Август	1935678,14	232274,07	1669954,77	1192978,36	710934,51	597941,49	811729,14	1568549,95	930711,94
Сентябрь	1249147,22	767259,55	2301107,42	1590304,59	319136,21	398025,54	291688,42	896448,61	557798,26
Октябрь	7154214,68	804294,38	2126733,09	1099596,14	597403,5	569067,15	919222,04	1204592,51	1024164,62
Ноябрь	826743,5	453962,64	2733857,47	997790,5	422463,4	473766,65	2398867,45	1296680,25	1665815,11
Декабрь	1237690,29	151474,89	2389078,83	1332573,31	376476,76	481294,1	137278,31	1107459,04	1080481,54
итого	13915441,7	2887026,21	13859102,7	7672041,2	3111172,35	2960372,78	5998373,98	7463807,24	5964862,44



3 этап рейтинг продавцов.

При презентации этого отчёта необходимо понимать:

- а) Причины увеличения или уменьшения кол-ва продаж конкретного продавца
- б) Вывод из анализа «стратегические бренды» выполнены ли планы по продаже стратег брендов
- в) доп моменты обсуждаемые на собрании



4 этап отчёт по распродажам



Основные вопросы по отчёту продаж распродажного товара

- 1) Единая формула создания отчёта в 1с
- 2) Единая система ценообразования
- 3) Метод определение распродажной позиции
- 3) Время подачи отчёта
- 4) Шаблон отчёта