

pis treści

Wstęp	4
1. Planowanie budżetu i ustalenie warunków bonusów z wykorzystaniem narzędzia Tabela danych	5
1.1. Model sprzedaży i wyników budżetu	5
1.2. Zadanie do wykonania	7
1.3. Tabela danych jako narzędzie analizy symulacji	8
2. Graficzna prezentacja struktury sprzedaży na wykresie bąbelkowym	13
2.1. Graficzna prezentacja osiągniętych wyników dla poszczególnych towarów	13
2.2. Ustalenie granic poszczególnych grup towarów	15
2.3. Określenie polityki sprzedaży dla poszczególnych grup produktów	17
3. Budżetowanie elastyczne sprzedaży	18
3.1. Budżetowanie elastyczne	18
3.2. Struktura sprzedaży jako podstawa budżetów cząstkowych	19
3.3. Wykonanie budżetu i analiza odchyleń	22
4. Graficzna prezentacja sprzedaży według województw	26
4.1. Analiza danych sprzedażowych z wykorzystaniem tabeli przestawnej	27
4.2. Wybór miesiąca z rozwijanej listy	28
4.3. Pobieranie danych z tabeli z użyciem funkcji WEZDANETABELI	31
5. Ocena dostawców	36
5.1. Wskaźniki oceny dostawców	36
5.2. Miesięczna ocena dostawców	37
5.3. Podział na dostawców podstawowych i alternatywnych	37
6. Rachunek marży zysku w ramach poszczególnych produktów i klientów	40
6.1. Składniki kalkulacji marży	40
6.2. Analiza marży I, II i III poziomu	41
6.3. Rachunek marżowy dla produktów	41
6.4. Rachunek marżowy dla klientów	42
7. Analiza ABC jako metoda klasyfikacji towarów w przedsiębiorstwie	44
7.2. Analiza ABC	44
7.2. Przykład analizy ABC	45
8. System raportowania wskaźników efektywności pracy przedstawicieli handlowych	49
8.1. Wskaźniki efektywności	49
8.2. Forma raportowania KPI	50
8.3. Graficzna prezentacja realizacji celów KPI	51
9. Prezentacja odchyleń sprzedaży na wykresie typu flying bridges	53
10. Konsolidacja tygodniowych planów (wykonań lub odchyleń) sprzedażowych	57
10.1. Pliki do planowania sprzedaży	57
10.2. Konsolidacja danych	58
10.3. Konsolidacja bez łączy ze źródłem danych	62
11. Zastosowanie tabel przestawnych do analizy dużych zbiorów danych sprzedażowych	66
11.1. Struktura danych wykorzystanych do tabeli przestawnej	67
11.2. Tworzenie tabeli przestawnej	67
11.3. Modyfikacja pól tabeli przestawnej	69
12. Warianty budżetu sprzedaży tworzone przy użyciu menedżera scenariuszy	76
12.1. Model budżetu sprzedaży	76
12.2. Menedżer scenariuszy	79
13. Obliczanie różnych aspektów rentowności sprzedaży	83
13.1. Budowa numeru zlecenia	84
13.2. Określenie rentowności sprzedaży w różnych aspektach	85