



مهندس کامبیز فروزان
مدیر امور تحقیقات، بذر و آموزش
شرکت توسعه گشت دانه های روغنی

نکات حیاتی در پیگیری فروش

نکات حیاتی در پیگیری فروش

اگر کیفیت محصولات را در شرکت بذری به قلب آن تشبیه کنیم فروش را می توان به جریان خون آن تشبیه نمود. موفقیت شما در یک شرکت به شدت به آنکه با چه دقتی فروش را پیگیری کرده و آن را رصد می کنید وابسته است. شما به دقت فروش کالای خود را رصد کنید، اگر شما از کارکنان فروش تمام وقت به عنوان کارمندان استفاده می کنید باید حتماً رصد فروش خود را نیز با کارمندان انجام دهید. گزارشات فروش باید به دقت توسط یک گروه در طی فصل فروش مرور شود تا امکان ارزیابی فرآیند میسر باشد. آنها باید در انتهای سال بتوانند آنالیز لازم را در رابطه با آنکه چه روشی جواب داده یا مفید نبوده است، ارائه دهند. اخذ گزارشات زیر، نمونه هایی از روشهای قابل استفاده در پیگیری فروش به حساب می آیند.

این دو عبارتند از: «گزارش پیگیری فروش محصولات» و

«گزارش جدول امتیاز فروش».

این دو گزارش می توانند بسته به شرایط سازگار شوند. هرچه قدر شرکت شما بزرگتر می شود این گزارشات می تواند برای مدیران ارشد شرکت با ارزش تر باشد.

شرکتهای موفق، پیگیری فروش را از نزدیک و به دقت انجام داده و می آموزند چگونه فروش شرکت هر سال می تواند رشد کند.

الف: گزارش پیگیری فروش محصولات

این گزارش میزان فروش را در طی سالها و در طی فصل فروش سال جاری را نشان می دهد. این گزارش خیلی ساده بوده و ستونها به خوبی گویا هستند. شما باید تصمیم بگیرید که آیا این گزارش را برای فروش محصولی خاص می خواهید یا برای کل فروش.

برای انتخاب هریک از این گزارشات دلایل خوبی وجود دارد. صورت فروش محصولات خاص، فروش مستقیم به کشاورزان مستقیم و یا فروش از طریق فروشندگان نهاده ها و یا زمانی که صورت می پذیرد فروش کل برای فروش مثلاً برای دولت یا موسسات غیر دولتی انجام می شود این گزارشات مفید است.

هر خط این گزارش باید شامل یک محصول باشد. به عبارت دیگر شما نباید نام کلی محصول را بنویسید (مثلاً سورگوم) بلکه باید نام رقم را درج کنید. برای مثال اگر شما ۳ واریته لوبیا به فروش می رسانید باید ۳ خط از گزارش را برای هریک از این ارقام درج نمایید. شما می توانید این گزارش را به تناوب به روز رسانی کنید. بسیاری از شرکتهای بزرگ حداقل این کار را هفتگی انجام می دهند شما می توانید این عملیاتها را به محض دریافت اطلاعات خوب به روز رسانی کنید. در قسمت بالای گزارش قسمتی برای درج تاریخ گزارش هفتگی باید



در نظر گرفته شود (برای مثال هفته منتهی به ۱۴ فروردین ۱۳۹۲ خورشیدی).

حتماً به یاد داشته باشید که فرمت گزارشی از این دست باید قابل انعطاف باشد و بتواند براساس نیازهای شما تغییر کند. اگر شما نخواهید گزارش را برای از دست دادن نکات کلیدی تغییر دهید باید نکات مد نظر را هابلایت کنید و گرنه نمی توانید گزارش دقیقی تهیه نمایید.

گزارش پیگیری فروش محصول

پوشش دهنده محدوده زمانی (تاریخ درج شود)

نکته: در ستون سایه دار، فرمول داده شده و به طور اتوماتیک محاسبه می شود.

میزان فروش خالص در تاریخ مد نظر	میزان برگشت در تاریخ مد نظر	میزان محصول دریافت شده در تاریخ مد نظر	درصد تیل به هدف	هدف فروش در سال جاری (کیلوگرم)	کل فروش سال قبل (کیلوگرم)	لیست محصولات در هر ردیف به تفکیک نوع و اجزای هر محصول (مثلاً نام رقم)

ب: گزارش جدول امتیاز فروش

این گزارش زمانی که فروش به صورت فروش منطقه ای و یا فروش به وسیله فروشندگان و ویزیتورها انجام می شود مفید است. باید همیشه اطلاعات سال های قبل را با واحد های مشابهی مانند کیلوگرم ثبت نمایید. در بند (کل واحدهای فروش) منظور تعداد واحد های فروخته شده از کالا از طریق کانالهای فروش است که مشمول فروش کلی به واحد های غیر دولتی نیز می شود. این بخش بدور مجانی توزیع شده برای پلانهای آزمایشی یا مقاصد دیگر را نیز در بر می گیرد.

این فرم همچنین دارای ستونی برای هدف گذاری کل فروش توسط عوامل فروش می باشد. این ستون نشان دهنده هدف فروش برای هر مورد (هر خط از گزارش) می باشد که شما آنها را پیگیری می کنید. در ستون های دیگر فضایی وجود دارد که وضعیت سفارشات در طی سال مانند وضعیت تحویل، واحد های برگشت شده و فروش خالص را نشان می دهد اگر شما به برنامه اکسل آشنا باشید می توانید با ایجاد یک پوشه برای هر محصول گزارش را تهیه کنید و یک پوشه جمع کل از سایر پوشه ها را برای تعیین کل فروش براساس واحد فروش تهیه کنید.

شما همچنین می توانید این گزارش را به تناوب به روزرسانی کنید، بسیاری از شرکتهای بزرگ این کار را حداقل ماهیانه انجام می دهند. شما می توانید به محض دریافت اطلاعات، به روزرسانی را انجام دهید. در قسمت بالای فرم باید محلی برای ثبت زمان و تاریخ عملیات (مثلاً هفته منتهی به نیمه فروردین ۱۳۹۲) اختصاص داده شود.

لطفاً به یاد داشته باشید که فرمت این گزارش انعطاف پذیر است و می تواند براساس نیازهای خاص شما تغییر کند. اگر شما نخواستید تا گزارش را برای از دست دادن اطلاعات کلیدیتان تغییر دهید شما باید آنها را هایلایت کرده و از ترکیب اطلاعات استفاده کنید.

گزارش جدول امتیاز فروش

تاریخ درج شود

نکته: در ستون سایه دار، فرمول داده شده و به طور اتوماتیک محاسبه می شود.

نوع محصول (مثلا ذرت)

فروش خالص	میزان برگشت داده شده در تاریخ مد نظر (Kg)	میزان تحویل شده در تاریخ مد نظر (Kg)	سفارشات در این محدوده زمانی (Kg)	درصد سفارشات به نسبت هدف	سفارشات فروش در تاریخ مد نظر (Kg)	کل فروش سال جاری و هدف گذاری کلی (Kg)	کل فروش در سآلهای قبل کل فروش واحد
							فروش در استان A
							فروش در استان B
							و ...
فرمول می تواند کل فروش خالص را نشان دهد.	محصولات مصرف نشده عودت شده به فروشنده.	این ستون باید نشان دهد که چه میزان از محصول سفارش داده شده دریافت شده است.	سفارشات را در محدوده زمانی جدید لیست کنید. این ستون جدول، ستون خوبی است که بتوانید از وضعیت جاری ارزیابی کنید.	بر پایه نسبت تقسیم ستون D/C برای ارزیابی میزان نزدیکی به اهداف محاسبه می شود.	تاریخ مد نظر را وارد کنید که برای هر منطقه جداگانه درج می شود. شما باید این بخش را به روز رسانی کنید.	این ستون باید شامل سال جاری و هدف گذاری فروش در محل باشد.	توجه داشته باشید کل فروش شامل کل واحدهای فروخته شده است که باید بابت آن پرداخت شود. این شامل بذور نمونه آزمایشی رایگان هم می شود. این ستون باید شامل سال پایانی باشد.