

**ANALIZA PRZYCHODOWOŚCI,  
SPRZEDAŻY  
ORAZ POZYSKIWANIA KLIENTÓW**

**mgr inż. Wojciech KORSAK**

**Analiza przychodowości, sprzedaży oraz pozyskiwania klientów  
mgr inż. Wojciech KORSAK**

Spis treści

Wstęp.....	3
Przychody.....	5
Sprzedaż.....	6
Klienci.....	7
Analiza według regionów.....	8

## **Wstęp**

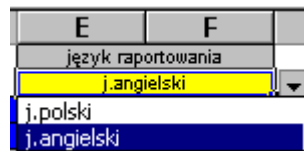
Narzędzie, które zostanie zaprezentowane służy do analizy realizacji budżetu przychodów, ilości sprzedanych produktów oraz ilości klientów. Niżej opisane przedsiębiorstwo *3prod*, składa się z 5 oddziałów regionalnych – 4 krajowych oraz jednego zagranicznego. W Polsce zlokalizowane są zakłady w Nowej Soli, Krakowie, Poznaniu oraz Gdyni, natomiast zagraniczny znajduje się w Berlinie.

Dla uproszczenia przykładu przyjęte są założenia, że w każdym z oddziałów sprzedawany jest jeden produkt oraz cena jest każdorazowo ustalana w drodze negocjacji.

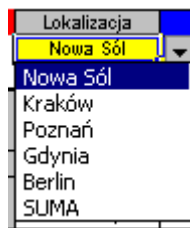
Narzędzie składa się z 4 zakładek:

- ✓ przychody
- ✓ sprzedaż
- ✓ klienci
- ✓ analiza według regionów

W trzech pierwszych zakładkach nawigacja odbywa się za pomocą trzech przycisków, które mają kolor żółty. Pierwszy przycisk (rys.1) służy do wyboru języka raportowania. Do wyboru jest wersja w języku polskim oraz angielskim. Drugi przycisk służy do wyboru oddziału przedsiębiorstwa, który mamy zamiar analizować (rys.2). Ostatnią możliwością nawigacji są paski wyboru, dzięki którym możliwe jest przeprowadzenie symulacji badanych wielkości (przychodu, sprzedaży lub ilości klientów) (rys.3).



**Rysunek 1 Wybór języka raportowania**



**Rysunek 2 Wybór analizowanej jednostki organizacyjnej**

Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
0	0	0	0

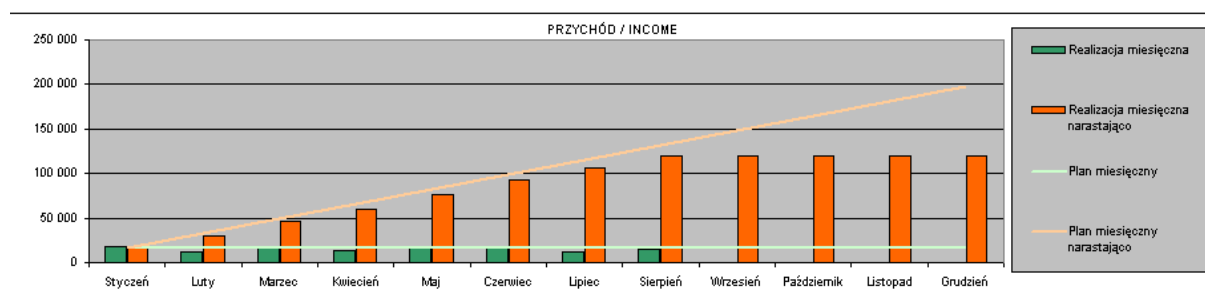
**Rysunek 3 Wybór wielkości symulowanej**

## Analiza przychodowości, sprzedaży oraz pozyskiwania klientów mgr inż. Wojciech KORSAK

Tabelarycznie przedstawione dane (rys.4) zobrazowane są w postaci wykresów (rys.5).

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
Realizacja miesięczna	17 600	12 520	16 100	13 784	15 946	17 541	12 121	14 852	0	0	0	0
Plan miesięczny	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500	16 500
% wykonania planu miesięcznego	106,67%	75,88%	97,58%	83,54%	96,64%	106,31%	73,46%	90,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Realizacja miesięczna narastająco	17 600	30 120	46 220	60 004	75 950	93 491	105 612	120 464	120 464	120 464	120 464	120 464
Plan miesięczny narastająco	16 500	33 000	49 500	66 000	82 500	99 000	115 500	132 000	148 500	165 000	181 500	198 000
% wykonania miesięcznego narastająco	106,67%	91,27%	93,37%	90,92%	92,06%	94,44%	91,44%	91,26%	81,12%	73,01%	66,37%	60,84%

**Rysunek 4 Tabela z danymi [opracowanie własne]**



**Rysunek 5 Wykres odzwierciedlający dane tabelaryczne [opracowanie własne]**

Po wyborze oddziału przedsiębiorstwa z listy rozwijanej, automatycznie pokazywane są, oprócz danych liczbowych i wykresu obrazującego te dane, informacje dotyczące osoby, która jest za ten oddział odpowiedzialna (imię i nazwisko, telefon oraz adres e-mail) (rys.6).

Menadżer	telefon	e-mail
Danuta Pietruszka	(54) 54 23	danuta.pietruszka@prod.pl

**Rysunek 6 Informacje o osobie odpowiedzialnej za oddział firmy [opracowanie własne]**

W zakładce „analiza według regionów” ukazywane są w tabeli zbiorczej dane, opisujące sytuację w poszczególnych oddziałach przedsiębiorstwa.

Dane : styczeń - sierpień 2004		Nowa Sól	Kraków	Poznań	Gdynia	Berlin	SUMA
Przychód	wykonanie	120464	183290	136900	91300	132800	664 754
	odchylenie od planu	-11536	-16710	900	-4700	4800	-27 246
	wykonanie budżetu 2004	60,84%	61,10%	67,11%	63,40%	69,17%	64,04%
	plan wykonania budżetu 2004	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%
Sprzedaż	wykonanie	11	20	16	6	23	76
	odchylenie od planu	-5	-12	-8	-2	-17	-44
	wykonanie budżetu 2004	45,83%	41,67%	44,44%	50,00%	38,33%	42,22%
	plan wykonania budżetu 2004	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%
Klienci	wykonanie	9	15	13	5	19	61
	odchylenie od planu	-7	-9	-3	-3	-13	-35
	wykonanie budżetu 2004	37,50%	41,67%	54,17%	41,67%	39,58%	42,36%
	plan wykonania budżetu 2004	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%
Przychód na klienta		13 384,89	12 219,33	10 530,77	18 260,00	6 989,47	10 898

**Rysunek 7 Tabelarycznie opisana sytuacja w oddziałach [opracowanie własne]**

## Przychody

W zakładce „przychody” przedstawione są przychody w podziale na określone miesiące (od stycznia do sierpnia).

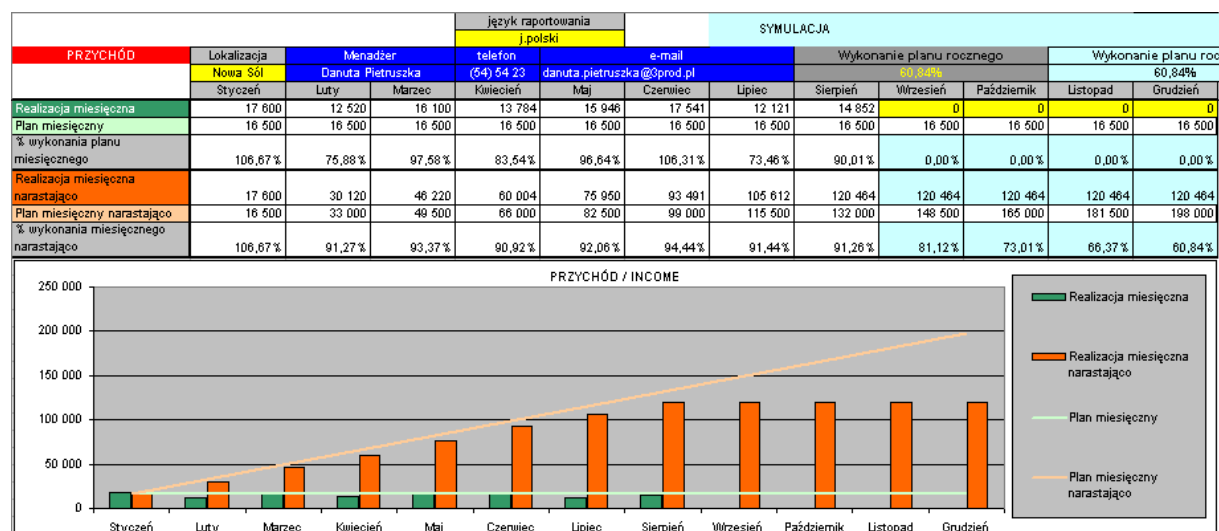
W kolejnych wierszach znajdują się informacje dotyczące:

- ✓ zrealizowanej przychodowości
- ✓ zaplanowanych przychodów w poszczególnych miesiącach
- ✓ procentowego wykonania planu miesięcznego
- ✓ zrealizowanej przychodowości miesięcznej narastająco
- ✓ planu przychodowości miesięcznej narastająco
- ✓ procentowego wykonania planu miesięcznego narastająco

W komórce I19 znajdują się procent wykonania rocznego budżetu przychodowości.

Dla miesięcy przyszłych (od września do grudnia) możemy przeprowadzić symulację. Na podstawie planowanych umów możemy zaplanować przyszłe przychody. Dokonać tego możemy za pomocą pasków przewijania. Przeprowadzając symulację, w komórce L19 mamy przedstawiony procent realizacji rocznego budżetu przychodowości przy przewidywanych wielkościach.

Z listy rozwijanej możemy wybrać interesujący nas oddział przedsiębiorstwa lub zestawienie sumaryczne, odnoszące się do wyników całej organizacji. Dane w tabeli oraz na wykresie zmieniają się automatycznie w chwili wyboru.



**Rysunek 8 Zakładka "Przychody" [opracowanie własne]**

Przyjmując założenie, że przychodowość nie jest zależna od sezonowości, miesięczny plan przychodowości stanowi 1/12 rocznego budżetu.

Przychody uzyskane przez oddział w Berlinie, mnożone są przez cenę EU, którą mamy możliwość comiesięcznie wpisywać w odpowiednim polu.

## Sprzedaż

W zakładce „Sprzedaż” zaprezentowane zostały wyniki sprzedaży w poszczególnych oddziałach przedsiębiorstwa w rozbiciu na kolejne miesiące (od stycznia do sierpnia).

W kolejnych wierszach znajdują się informacje dotyczące:

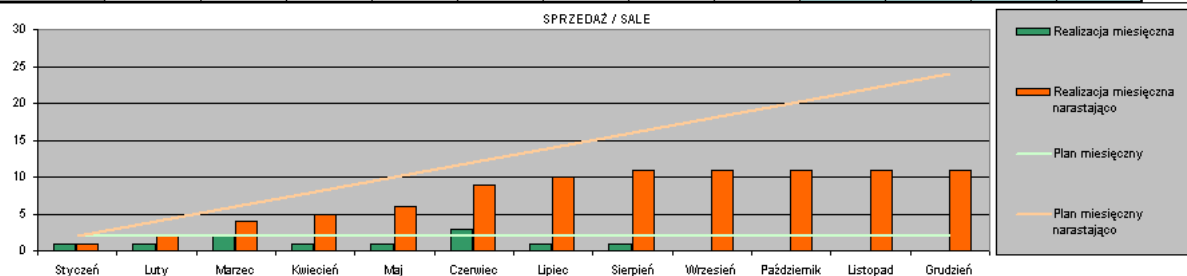
- ✓ zrealizowanej sprzedaży
- ✓ zaplanowanej sprzedaży w poszczególnych miesiącach
- ✓ procentowego wykonania planu sprzedażowego
- ✓ zrealizowanej miesięcznej sprzedaży narastająco
- ✓ planu sprzedaży miesięcznej narastająco
- ✓ procentowego wykonania planu miesięcznego sprzedaży narastająco

W komórce I19 znajdują się procent wykonania rocznego budżetu sprzedażowego przychodowości.

Dla miesięcy przyszłych (od września do grudnia) możemy przeprowadzić symulację. Na podstawie planowanych umów, trwających rozmów handlowych możemy zaplanować wielkość przyszłej sprzedaży. Dokonać tego możemy za pomocą pasków przewijania. Przeprowadzając symulację, w komórce L19 mamy przedstawiony procent realizacji rocznego budżetu sprzedażowego przy przewidywanych wielkościach.

Z listy rozwijanej możemy wybrać interesujący nas oddział przedsiębiorstwa lub zestawienie sumaryczne, odnoszące się do wyników całego organizacji. Dane w tabeli oraz na wykresie zmieniają się automatycznie w chwili wyboru.

		język raportowania		SYMULACJA										
		j.polski												
SPRZEDAŻ	Lokalizacja	Menadżer	telefon	e-mail	Wykonanie planu rocznego					Wykonanie planu rocznego				
	Nowa Sól	Danuta Pietruszka	(54) 54 23	danuta.pietruszka@prod.pl	45,37%					45,83%				
	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień		
Realizacja miesięczna	1	1	2	1	1	3	1	1	0	0	0	0		
Plan miesięczny	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
% wykonania miesięcznego	50,00%	50,00%	100,00%	50,00%	50,00%	150,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
Realizacja miesięczna narastająco	1	2	4	5	6	9	10	11	11	11	11	11		
Plan miesięczny narastająco	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24		
% wykonania miesięcznego narastająco	50,00%	50,00%	66,67%	62,50%	60,00%	75,00%	71,43%	68,75%	61,11%	55,00%	50,00%	45,83%		



**Rysunek 9 Zakładka "Sprzedaż" [opracowanie własne]**

**Analiza przychodowości, sprzedaży oraz pozyskiwania klientów  
mgr inż. Wojciech KORSAK**

Przyjmując założenie, że sprzedaż nie jest zależna od sezonowości, miesięczny plan sprzedaży stanowi 1/12 rocznego budżetu.

## Klienci

W zakładce „Klienci” zaprezentowane zostały wyniki pozyskiwania klientów w poszczególnych oddziałach przedsiębiorstwa w rozbiciu na kolejne miesiące (od stycznia do sierpnia).

W kolejnych wierszach znajdują się informacje dotyczące:

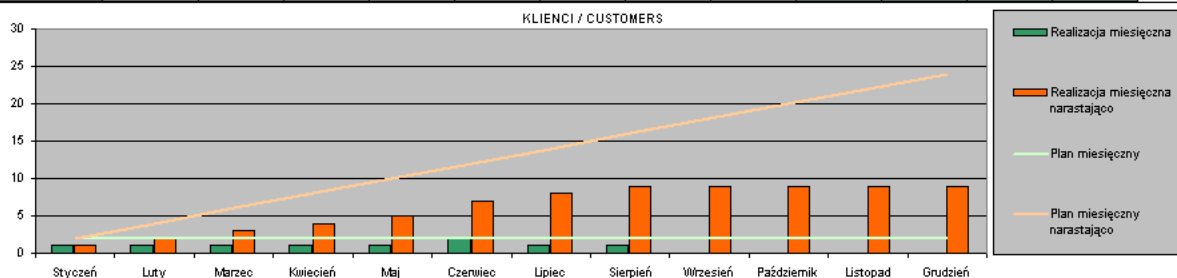
- ✓ ilości klientów
- ✓ zaplanowanej ilości klientów w poszczególnych miesiącach
- ✓ procentowego wykonania planu pozyskiwania klientów
- ✓ ilości pozyskanych klientów narastająco
- ✓ planu pozyskiwania klientów miesięcznie narastająco
- ✓ procentowego wykonania planu miesięcznego pozyskiwania klientów narastająco

W komórce I19 znajdują się procent wykonania rocznego budżetu klientowskiego.

Dla miesięcy przyszłych (od września do grudnia) możemy przeprowadzić symulację. Na podstawie trwających rozmów handlowych, planowanych efektów akcji marketingowych, aktualnej sytuacji rynkowej, wielkości popytu możemy zaplanować ilość pozyskiwanych klientów. Dokonać tego możemy za pomocą pasków przewijania. Przeprowadzając symulację, w komórce L19 mamy przedstawiony procent realizacji rocznego budżetu klientowskiego przy przewidywanych wielkościach.

Z listy rozwijanej możemy wybrać interesujący nas oddział przedsiębiorstwa lub zestawienie sumaryczne, odnoszące się do wyników całego organizacjii. Dane w tabeli oraz na wykresie zmieniają się automatycznie w chwili wyboru.

KLIENCI	język raportowania		SYMULACJA											
	j.polski		Wykonanie planu rocznego							Wykonanie planu rocznego				
	Lokalizacja	Menadżer	telefon	e-mail	37,50%							37,50%		
	Nowa Sól	Danuta Pietruszka	(64) 64 23	danuta.pietruszka@sprod.pl										
	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień		
Realizacja miesięczna	1	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	0		
Plan miesięczny	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
% wykonania miesięcznego	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	100,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
Realizacja miesięczna narastająco	1	2	3	4	5	7	8	9	9	9	9	9		
Plan miesięczny narastająco	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24		
% wykonania miesięcznego narastająco	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	58,33%	57,14%	56,25%	50,00%	45,00%	40,91%	37,50%		



**Rysunek 10 Zakładka "Klienci" [opracowanie własne]**

Przyjmując założenie, że sprzedaż nie jest zależna od sezonowości, miesięczny plan pozyskiwania klientów stanowi 1/12 rocznego budżetu.

## **Analiza według regionów**

W zakładce „Analiza według regionów” przedstawione są dane bazujące na zakładkach : „Przychody”, „Sprzedaż” oraz „Klienci”.

Dane na temat przychodów, sprzedaży, klientów oraz przychodowości według klientów ukazane są według regionów plus zestawienie zbiorcze.

Przychody za okres (od stycznia do sierpnia) scharakteryzowane są w ujęciu:

- ✓ zrealizowanej przychodowości
- ✓ odchylenia od planu (stan rzeczywisty – plan)
- ✓ wykonanie budżetu na 2004 (wartość rzeczywiście osiągnięta)
- ✓ plan wykonania budżetu 2004 (wartości zaplanowana)

Sprzedaż za okres (od stycznia do sierpnia) scharakteryzowana jest w ujęciu:

- ✓ ilości rzeczywiście sprzedanych produktów
- ✓ odchylenia od planu sprzedaży (stan rzeczywisty – plan)
- ✓ wykonanie budżetu na 2004 (wartość rzeczywiście osiągnięta)
- ✓ plan wykonania budżetu 2004 (wartości zaplanowana)

Ilość pozyskanych klientów za okres (od stycznia do sierpnia) scharakteryzowana jest w ujęciu:

- ✓ ilości rzeczywiście pozyskanych kontrahentów
- ✓ odchylenia od planu (stan rzeczywisty – plan)
- ✓ wykonanie budżetu na 2004 (wartość rzeczywiście osiągnięta)
- ✓ plan wykonania budżetu 2004 (wartości zaplanowana)

Przychodowość na klienta obliczana jest jako iloraz uzyskanych przychodów i ilości klientów pozyskanych w danym okresie.

**Analiza przychodowości, sprzedaży oraz pozyskiwania klientów  
mgr inż. Wojciech KORSAK**

W przypadku jeśli plan nie jest zrealizowany, jest to sygnalizowane w arkuszu poprzez kolor czerwony czcionki. W sytuacji wypełnienia planu z nadwyżką – sygnalizowane jest to zielonym kolorem czcionki. W poniższym przykładzie widzimy, że w oddziale poznańskim oraz w Berlinie przychód przekroczył wielkości planowane (kolor zielony). Reszta wielkości badanych jest niższa od zaplanowanych (kolor czerwony).

Dane : styczeń - sierpień 2004

		Nowa Sól	Kraków	Poznań	Gdynia	Berlin	SUMA
Przychód	wykonanie	120464	183290	136900	91300	132800	664 754
	odchylenie od planu	-11536	-16710	900	-4700	4800	-27 246
	wykonanie budżetu 2004	60,84%	61,10%	67,11%	63,40%	69,17%	64,04%
	plan wykonania budżetu 2004	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%
Sprzedaż	wykonanie	11	20	16	6	23	76
	odchylenie od planu	-5	-12	-8	-2	-17	-44
	wykonanie budżetu 2004	45,83%	41,67%	44,44%	50,00%	38,33%	42,22%
	plan wykonania budżetu 2004	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%
Klienci	wykonanie	9	15	13	5	19	61
	odchylenie od planu	-7	-9	-3	-3	-13	-35
	wykonanie budżetu 2004	37,50%	41,67%	54,17%	41,67%	39,58%	42,36%
	plan wykonania budżetu 2004	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%	66,67%
Przychód na klienta		13 384,89	12 219,33	10 530,77	18 260,00	6 989,47	10 898

**Rysunek 11 Zakładka "Analiza według regionów" [opracowanie własne]**