המגישים: בת-אל ארזואן 205502925

אלי אליאס 313358889

**מטלה 1:**

שאלות מחקר:

1. מציאת גידול / קיטון בהכנסות הרשת

* חישוב אחוז גידול / קיטון הכנסות מרבעון לרבעון בכל סניף בשיעור של כ-5%

|  |  |
| --- | --- |
| S | מדובר בתקופות זמן מוגדרות |
| M | ההכנסה הינה מכפלה של מחיר ליחידה וכמות שנרכשה |
| A | המדד הינו בר השגה מכיוון שהרשת יכולה לבצע פעולות שמטרתן להגדיל את היקף ההכנסות |
| R | מעקב אחר הכנסות הסניפים ייתן אינדיקציה אודות צמיחת העסק |
| T | הבדיקה מתבצעת על מכירות ב-3 השנים האחרונות |

* חישוב אחוז גידול / קיטון הכנסות מרבעון לרבעון לכל משפחת מוצרים בשיעור של כ-10%

|  |  |
| --- | --- |
| S | מדובר בתקופות זמן מוגדרות |
| M | ההכנסה הינה מכפלה של מחיר ליחידה וכמות שנרכשה |
| A | המדד הינו בר השגה מכיוון שהרשת יכולה לבצע פעולות שמטרתן להגדיל את היקף ההכנסות |
| R | מעקב אחר הכנסות המוצרים ייתן אינדיקציה אודות צמיחת העסק |
| T | הבדיקה מתבצעת על מכירות ב-3 השנים האחרונות |

* חישוב אחוז גידול / קיטון הכנסות מרבעון לרבעון לכל עובד בשיעור של כ-3%

|  |  |
| --- | --- |
| S | מדובר בתקופות זמן מוגדרות |
| M | ההכנסה הינה מכפלה של מחיר ליחידה וכמות שנרכשה |
| A | המדד הינו בר השגה מכיוון שהרשת יכולה לבצע פעולות שמטרתן להגדיל את היקף ההכנסות |
| R | מעקב אחר הכנסות מעובדים ייתן אינדיקציה אודות צמיחת העסק |
| T | הבדיקה מתבצעת על מכירות ב-3 השנים האחרונות |

1. מיפוי הכנסות החברה ע"פ לקוחות הרשת

* חישוב הכנסות מלקוחות (יעד- 20 הלקוחות הגדולים יהוו 50% מכלל הכנסות הרשת)

|  |  |
| --- | --- |
| S | מדובר בתקופות זמן מוגדרות וב-20 הלקוחות המובילים |
| M | ההכנסה הינה מכפלה של מחיר ליחידה וכמות שנרכשה |
| A | המדד הינו בר השגה מכיוון שהרשת יכולה לבצע פעולות שמטרתן להגדיל את היקף ההכנסות |
| R | ניתוח ההכנסות לכל לקוח יאפשר להתמקד בלקוחות המשמעותיים |
| T | הבדיקה מתבצעת על מכירות ב-3 השנים האחרונות |

* חישוב הכנסות מלקוחות מרבעון לרבעון (יעד- גידול בשיעור של 5%)

|  |  |
| --- | --- |
| S | מדובר בתקופות זמן מוגדרות וב-20 הלקוחות המובילים |
| M | ההכנסה הינה מכפלה של מחיר ליחידה וכמות שנרכשה |
| A | המדד הינו בר השגה מכיוון שהרשת יכולה לבצע פעולות שמטרתן להגדיל את היקף ההכנסות |
| R | ניתוח ההכנסות לכל לקוח יאפשר להתמקד בלקוחות המשמעותיים מרבעון לרבעון ולזהות מגמתיות |
| T | הבדיקה מתבצעת על מכירות ב-3 השנים האחרונות |

* אחוז הלקוחות אשר ממוצע ההכנסות לעסקה גבוה מ-4$

|  |  |
| --- | --- |
| S | מדובר בלקוח ספציפי |
| M | ממוצע הינו סך ההכנסות מלקוח חלקי מס' העסקאות שביצע |
| A | המדד הינו בר השגה מכיוון במדובר ביעד שהינו בטווח המחיר הממוצע לעסקה. |
| R | ניתוח ההכנסות לכל לקוח יאפשר לאתר לקוחות שנוטים לרכוש בכל עסקה יותר מאחרים לצורך הגדלת סכום העסקה שלהם ברכישה הבאה |
| T | הבדיקה מתבצעת על מכירות ב-3 השנים האחרונות |