

Таблица 1

Торговую деятельность ООО «Тинко» характеризуют следующие данные:

Наименование изделия	Цена за единицу, руб.	Количество продаж в отчетном году, единиц		Объем продаж (выручка), руб.		Процент выполнения плана по объему выручки, %	Отклонение фактического объема продаж от запланированного, руб.
		По плану	Фактически	По плану	Фактически		
Ручка шариковая (синяя)	12	700	680	8400	8160	97,14	-240
Ручка гелевая (синяя)	17	300	310	5100	5270	103,33	170
Бумага писчая (формат А4)	350	100	105	35000	36750	105	1750
Карандаши простые	10	250	240	2500	2400	96	-100
Итого	-	-	-	51000	52580	103,1	1580

Вывод: опираясь на данные таблицы, можно сделать вывод, что фактический объем продаж «ручки гелевой (синей)» превышает плановый объем продаж на 3,33% (170 руб.), а фактический объем продаж «бумаги писчей (формата А4)» превышает плановый объем продаж на 5% (1750 руб.). Но фактический объем продаж «ручки шариковой (синей)» и «карандашей простых» оказался меньше планового на 2,86% (240 руб.) и 4% (100 руб.) соответственно.

В этом году, несмотря на небольшое невыполнение плана по некоторым товарам, итоговый плановый объем продаж был перевыполнен на 3,1% (1580 руб.), что говорит о маленьком начинающемся росте продаж в ООО «Тинко» в этом году. Компания достигла поставленных целей, но при таком медленном темпе роста продаж компания не сможет развиваться и, соответственно, приносить хорошую прибыль, поэтому компании необходимо прибегнуть к рекламным акциям и кампаниям.

Для роста объема продаж ООО «Тинко» может использовать следующие средства:

- 1) проведение акций и скидок;
- 2) публикация рекламы на интернет-ресурсах и в социальных сетях;
- 3) сотрудничество с крупными канцелярскими брендами (Brauberg, Erich Krause);
- 4) коллаборация с известным блогером (реклама от него или создание продукции вместе с ним);
- 5) организация конкурсов и розыгрышей призов.