



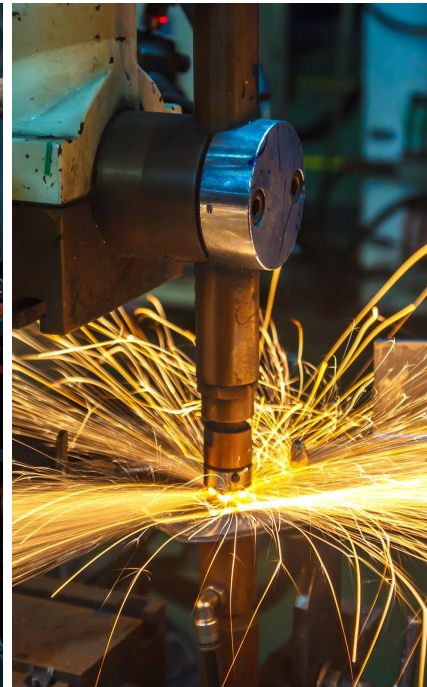
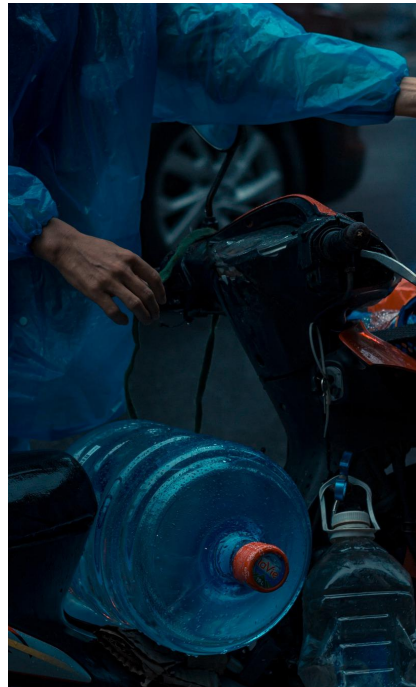
Analyse des ventes





Ventes

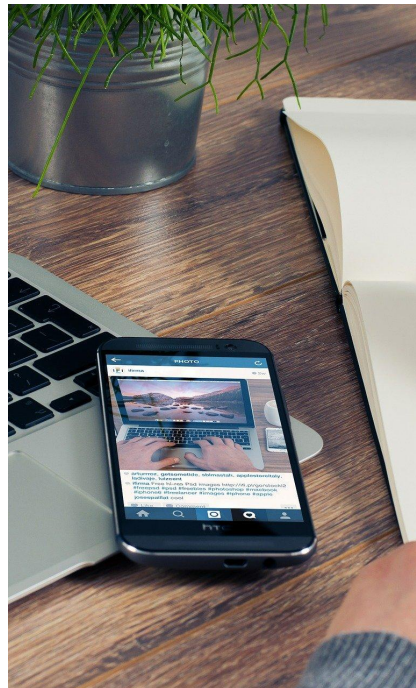
C'est un indicateur très important. Ils donnent le chiffre d'affaire d'une entreprise mais aussi la tendance des derniers mois. Il doit être surveillé tous les jours afin de rectifier la courbe. Au-delà même du prix, on doit savoir si les produits attirent toujours les clients ou il faut les renouveler.





Quantité

La quantité pourrait faire partie des ventes d'une entreprise. Au-delà, du prix ou même des profits, cela reflète une tendance d'achats. Il est nécessaire de surveiller cette donnée afin d'anticiper sur la demande et ne jamais se retrouver en manque de produits.





Sous-catégories

C'est aussi une donnée essentielle de bonne santé. Cela montre que les clients ne veulent pas seulement acheter des produits essentielles ou de référence. Cela montre que notre Merchandising est efficace et pousse à l'achat supplémentaire.





Nombre de clients

Insérez votre texte ici Insérez votre texte ici Insérez votre
texte ici Insérez votre texte ici Insérez votre texte ici Insérez
votre texte ici Insérez votre texte ici.

Conséquences pour le client :

Insérez votre texte ici Insérez votre texte ici Insérez votre
texte ici Insérez votre texte ici Insérez votre texte ici Insérez
votre texte ici Insérez votre texte ici Insérez votre texte ici
Insérez votre texte ici Insérez votre texte ici.





Profits

La donnée la plus essentielle! Au-delà de la quantité ou même du nombre de client, le directeur doit maintenir les profits voire les augmenter. L'argument essentielle qui surplante tous les autres chiffres bons ou mauvais. S'il y a pas de profits, l'entreprise est en équilibre, mais le déséquilibre n'est jamais loin.





Retours

Les retours peuvent être considérés comme des pertes. La satisfaction client est quasi-nul. On doit rester vigilant sur cette donnée en cas de produits défectueux. Dans le cas, le temps de réaction est important.





Conclusion

Ces mesures doivent être scrutées quotidiennement afin d'avoir une réaction rapide. Ce sont des indicateurs de la bonne santé de l'entreprise. On pourra bien sûr voir dans le temps qu'elles sont les produits qui diminuent en achat et ceux qui baissent. Et les retours ne sont pas à négliger.



Merci !

