**门店医生分析系统**

**设 计 书**

**F:\正道系统宣传资料\posstar宣传资料\top-1.png**

正道LOGO-0.png **常州正道信息咨询有限公司**

**作者：黄新伯**

**日期：2012-12-3**

**目 录**

[前 言 3](#_Toc343615721)

[诊断 4](#_Toc343615722)

[一、 营业额目标设定（达标率）的合理性 4](#_Toc343615723)

[二、 业绩增长率状况分析 5](#_Toc343615724)

[三、 业绩指标综合判断 6](#_Toc343615725)

[四、 配比商品销售状况判断 8](#_Toc343615726)

[五、 定价的合理性 10](#_Toc343615727)

[六、 VIP状况判断 11](#_Toc343615728)

[七、 质量状况判断 12](#_Toc343615729)

[八、 进销平衡判断 13](#_Toc343615730)

[九、 折扣状况判断 14](#_Toc343615731)

[十、 防盗状况判断 15](#_Toc343615732)

[十一、 店员销售水平报告 16](#_Toc343615733)

[十二、 分类货品销售占比报告 17](#_Toc343615734)

[门店经营状况综合判断 18](#_Toc343615735)

[一、 门店经营状况综合判断报告 18](#_Toc343615736)

[二、 综合判断设计概要 20](#_Toc343615737)

[三、 定分权重设计 21](#_Toc343615738)

[四、 诊断意见栏设计 24](#_Toc343615739)

[五、 综合判断栏设计 27](#_Toc343615740)

[六、 指标值参数设定设计 29](#_Toc343615741)

# 前 言

做管理咨询很多年了，与众多的各行业的经营者打交道时，发现有个共性：自信与固执。既然经营一家公司，没有这一份自信与固执恐怕很难率领他的团队在商场上驰骋。这一点，我深以为然。然而这一份自信与固执也使得各经营者对管理他们的公司产生一份独特的见解，我们在做咨询工作时很难说服。由此，我萌发了开发某一个有说服力的工具的念想。这便是用数据说话的分析系统。

经营者熟悉自己的行业，熟悉自己的公司，再加上熟悉的数据，经营者更加容易了解公司的现状以及需要改进管理的方向。本系统通过对门店的人、财、物、客这四个方面的数据分析，综合反应门店的实际经营状况。

在本设计中，有两个独特的方法是迄今未在其他管理类软件中见过的。其一，计算机根据实际经营的数字提出诊断报告。其最大的好处便是客观、中肯，不掺杂个人感情判断。其二，打分制。采用大家从小熟悉的考试百分制，从营业额目标设定的合理性、业绩增长率状况判断、定价的合理性、VIP状况判断、质量状况判断、配比商品销售状况判断、防盗状况判断、进销平衡判断、折扣率判断等多个指标值，给出分数。其好处是直观、明快。

需要说明的是，用数据说话的分析系统需要行业标准值和各公司的经验值、平均值。不同行业、不同公司的标准值、经验值都不尽相同。因此，在使用该系统前，需要经营者确定这些标杆式的指标值。这些标杆式的指标值是否合理，直接影响分析系统的最终判断和给出的分数。

数据是科学管理的基础，没有数据佐证的管理行为是不可靠的，而数据分析的基础需要有准确的历史资料记录。这些基础数据的采集可以通过常州正道公司正道零售管理系统系列中的POS STAR来获取，也可通过其他软件来获得。

门店医生分析系统将成为连锁门店经营者的得力助手，一个按钮便了解门店经营的现状，这便是门店医生分析系统。

用数字说话，轻松当老板**！**

# 诊断

## 营业额目标设定（达标率）的合理性

1. 概念

达标率反映了门店业绩达成的能力。达标率是业绩指标（达标率、同期销售增长率、坪效、人效）中最为重要的业绩指标值。在本系统中，对门店经营状况综合判断时也是分数权重设定最高的参数值。

达标率以100%的完成率为衡量标准。但因为达标率的重要性将其细分为几个等级。经营者在给出业绩指标时应仔细考量，务必从实际出发，切不可盲目。全年的达标率业绩指标可按销售的旺淡季设定每个月的达标率业绩指标。如果实际达标率与设定达标率的偏差较大时，应引起充分注意，查明原因。或者还需要反思给出的达标率业绩指标值是否合理。

1. 达标率计算公式

达标率＝×1 00%

1. 达标率设定的合理性判断

3.1达标率<80%时，显示如下：

***达标率异常，请务必查明原因，请注意气候、季节、政治、环境等要素。***

3.2达标率在80%～90%时，显示如下：

***达标率不正常，请高度注意，查明原因，请注意员工销售能力、货品的市场认可度。***

3.3 达标率在90%～100%时，显示如下：

***达标率不理想，请注意。***

3.4达标率在100%～110%时，显示如下：

***达标率正常，请继续保持。***

3.5达标率在110%以上时，显示如下：

***达标率远远超出设定值，请分析销售良好的原因，同时考虑是否有必要调高给出的业绩指标值。***

## 业绩增长率状况分析

1. 概念

业绩增长率通过和去年同期的同比，以及和上个月的连续比这两个指标值来判断业绩增长状况。

1. 计算公式

同比＝ ×100%

连续比＝ ×100%

1. 判断显示

年同期业绩增长率设定如为10%～15%，则月同比的增长设定也同样为10%～15%，连续比则取实际值。

3.1当同比为0%以下，显示如下：

***年同期业绩增长非常不好。和上月相比业绩（上升/下降）***

3.2当同比为0～10%之间，显示如下：

***年同期业绩增长未达到预期设定，和上月相比业绩（上升/下降）***

3.3当同比在10%～15%之间，显示如下：

***年同期业绩增长达到预期设定，和上月相比业绩（上升/下降）***

3.4当同比超过15%时，显示如下：

***年同期业绩增长很好，和上月相比业绩（上升/下降）***

## 业绩指标综合判断

1. 概念

业绩数据指标包括达标率、同期销售增长率、坪效和人效这四项指标。若仅看达标率，并不能够完全看出此门店的管理经营水平，应该将所有指标综合起来看，才能反映门店的真实业绩状况。

1. 各业绩指标值的综合比较

* 达标率的比较：

实际达标率抽取第一节的营业额目标设定的实际数值。

设定达标率来源于指标值参数设定输入画面。

实际达标率 < 设定达标率（100%）时，判定为未完成；

实际达标率 ≧ 设定达标率（100%）时，判定为完成。

* 同期销售增长率（同比）的比较：

实际同比抽取第二节的业绩增长率状况分析的实际数值；

设定同比来源于指标值参数设定输入画面：

实际同比 < 设定同比（10%）时，判定为未完成；

世纪同比 ≧ 设定同比（10%）时，判定为完成。

* 人效的比较：

实际人效＝

设定人效来源于指标值参数设定输入画面：

实际人效 < 设定人效时，判定为未完成；

实际人效 ≧ 设定人数时，判定为完成。

* 坪数的比较： 实际坪数＝

设定坪效来源于指标值参数设定画面：

实际坪数 < 设定坪数时，判定为未完成；

实际坪数 ≧ 设定坪数时，判定为完成。

1. 业绩指标值综合判断

3.1在达标率和同比均未完成时，则不管坪效和人效的业绩指标值是否完成，显示如下：

***业绩指标完成状况极不理想，请严重关注，查明原因。***

3.2在达标率和同比两项指标中有一项完成、另一项未完成时，参考坪效、人效指标的完成状况。如坪效、人效指标中至少有一项未完成，显示如下：

***业绩指标完成状况不理想，请注意查明原因。***

3.3在达标率和同比两项指标中有一项完成、另一项未完成时，参考坪效、人效指标的完成状况，如坪效、人效指标均完成。显示如下：

***业绩指标完成状况未全部完成。***

3.4在达标率和同比两项指标均完成时，参考坪效、人效指标的完成状况。如坪效、人效指标中至少有一项未完成时，显示如下：

***业绩指标完成状况良好。***

3.5在达标率和同比两项指标均完成时，参考坪效、人效指标的完成状况，如坪效、人效指标也均完成。显示如下：

***业绩指标均已完成，请继续保持。***

## 配比商品销售状况判断

1. 概念

主要商品（衬衫）以外的商品称之为配比商品，如领带、西裤、西装、皮带、袜子等。通过对配比商品销售状况的分析可判断店铺商品搭配销售的合理性。还可用于套装销售和促销活动时的商品搭配及进货数量预判、货品尺寸预判。

1. 配比率公式

主商品（衬衫）PB ＝×100%

主商品PB合理比 ＝ ×100%

1. 配比商品销售状况判断标准

所有配比商品销售状况合理性判断可通过与主商品PB的对比来判断。首先，同样需要设定主商品PB的经验值，暂时设定主商品PB的经验值为50%。

3.1主商品PB合理比＜ 45%，显示如下：

***配比商品销售比例偏低，请注意员工的附件销售能力和货品组合的合理，以及顾客的消费心理。***

3.2 主商品PB合理比 ＞ 55%，显示如下：

***配比商品的销售比例偏高，请调整主商品PB的设定值。***

3.3主商品PB合理在45%～55%之间，显示如下

***配比商品的销售比例适中，请保持。***

1. 套装销售建议和促销商品的搭配建议

套装销售和促销商品的搭配的根据主要有以下几点：

1. 商品的搭配组合应受到顾客的欢迎。
2. 搭配组合后的商品总价<单价商品销售价的总和
3. 促销商品可能要考虑库存积压的某单价商品。

对于①的商品搭配组合可使用配比PB进行判断，根据经验值设定各商品的PB值，例：

衬衫 50% 衬衫PB＝×100%

西裤 25% 西裤PB＝×100%

领带 5% 领带PB＝×100%

皮带 5% 皮带PB＝×100%

外套 10% 外套PB＝×100%

袜子 5% 袜子PB＝×100%

配比率公式

主商品PB（日、月）= 衬衫销售件数 / 总件数×100%

西裤PB = 西裤销售件数 / 总件数×100%

领带PB = 领带销售件数 / 总件数×100%

外套PB = 外套销售件数 / 总件数×100%

袜子PB = 袜子销售件数 / 总件数×100%

皮带PB = 皮带销售件数 / 总件数×100%

如10件衬衫应各配皮带、裤子、领带、袜子、外套各1件。

## 定价的合理性

1. 概念

ASP（件单价）指标、再结合ATV（客单价）和连带销售率能反映出顾客的消费能力，货品的定价是否合理，共同反映对象群体和顾客的承受能力。

1. 计算公式

2.1 ATV公式（客单价）

ATV（日、月、年）＝ A TV比值＝ ×100%

2.2 ASP公式（件单价）

ASP（日、月、年）＝ ASP比值＝ ×100%

1. 定价合理性的判断标准

首先需要设定主要商品的ASP（件单价），如衬衫ASP为75元，这来源于对消费者承受能力判断的经验值。

再由系统计算一定时期内的主商品的实际ASP值，两者比较。

3.1 ASP比值在95%-105%以内，显示如下：

***定价在设定范围内，请保持***

由ATV（客单价）也可间接判断定价的合理性。方法类同于ASP。

3.2 ATV比值<95%，显示如下：

***未达到消费群体的消费能力 可考虑提高定价***

3.3 ATV比值>105%，显示如下：

***已超过消费群体的消费能力，可考虑降低定价***

## VIP状况判断

1. 概念

一般情况下，VIP在45%～55%之间比较好。这时公司的利益是最大化的，市场拓展与顾客忠诚度都相对正常，业绩也相对稳定。

若低于这个数值区间，则表示有顾客流失，或者是市场认可度差，或店内的服务能力不佳。

若高于这个数值区间，则表示开发新客户的能力弱，若先高后低，就表示顾客流失严重。

1. VIP占比公式

VIP占比（日、月、年）＝ ×100%

1. VIP状况判断标准

3.1VIP销售占比低于45%，显示如下：

***VIP销售占比较低，有顾客流失。请检查服务质量，请检查商品的市场认可度。***

3.2VIP销售占比高于55%，显示如下：

***VIP销售占比较高，请注意开发新客户。***

3.3VIP销售占比在45%～55%之内，显示如下：

***VIP销售占比适中，请保持。***

## 质量状况判断

1. 概念

从门店退回总部的商品件数可以反映货品的质量问题。由此需要采购部门与进货渠道进行交涉、沟通。另一方面，报损率也反映了门店处理商品质量问题的能力。

1. 报损率公式

报损率 ＝ ×100%

1. 质量状况判断标准

可设定报损率为1%～3%，此设定根据不同行业不同公司的需要予以设定。

3.1实际报损率为3%以上时，显示如下：

***报损率过高，请通知采购部门确认货品质量，同时确认门店处理质量问题的能力。***

3.2 实际报损率1%以下时 显示如下：

***报损率较低，质量状况不错，请保持。***

3.3实际报损率在1%～3%时，显示如下：

***报损率在设定范围内，质量处在可控制范围。***

1. 一个月内无法修复并退回总部的货品包括：

①客户的退货（包括质量问题、包括无条件退货）。

②门店自检发现的质量问题。

③不包括因尺寸、颜色等原因的退货。

## 进销平衡判断

1. 概念

进销比反映门店的进货销售情况。理论上进销比等于1时最为理想。现实中门店还须考虑到实际库存状况。如果门店库存量较大，那么进销比要适当小于1较为理想；反之，如安全库存量小，则进销比应大于1较为理想。

1. 进销比公式

月进销比 ＝ ×100%

还需要分类别进行计算，如分类成衬衫、西裤、领带、袜子、外套等。当然，如果考虑各类商品的规格则更为精细。

1. 进销平衡判断标准

将进销比范围值设定为80％～120%

3.1当进销比高于120%时，显示如下：

***（西裤）销售状况良好，请注意库存量，适当增加补货。***

3.2当进销比低于80%时，显示如下：

***（西裤）销售数量低于预估，请减少补货量的同时，查明原因。***

3.3当进销比在80%～120%之内，显示如下：

***（西裤）进销状况在可控范围。***

注意：需要分类别计算。

## 折扣状况判断

1. 概念

折扣率反映门店折让的情况。直接影响门店的毛利额，是关系到利润的中很重要的指标。因门店的利润率一般情况很低，如不是搞促销，应严格控制折扣率。

1. 折扣率公式

（日、月）折扣率 ＝ ×100%

1. 折扣率判断标准

标准折扣率设定为6%～10%

3.1折扣率低于6%，显示如下：

***折扣率较低，请注意让利。***

3.2折扣率高月10%，显示如下：

***折扣率过高，请注意管控。***

3.3折扣率在6%～10%之内，显示如下：

***折扣率在设定范围内，请继续保持。***

## 防盗状况判断

1. 概念

丢失率可反映门店防盗能力，以及排班的能力。

丢失率行业水平在0.6%。

1. 丢失率公式

月丢失率＝ ×100%

（月、季、年）

1. 丢失率判定标准

3.1 丢失率超过0.6%时，显示如下：

***丢失率过高，请检查防盗措施，考虑调整排班。***

3.2丢失率在0.6%以下时，显示如下：

***丢失率在控制范围内***。

## 店员销售水平报告

1. 概念

通过一段时期内的各店员的销售金额占比和销售单数占比以及连带销售率这三个指标来判断店员的销售能力。以及把握顾客消费心理的能力。此报告作为奖罚店员的一项重要参考数据。

1. 计算公式

2.1 销售金额占比＝ ×100%

平均金额＝ （人效）

2.2 销售单数占比＝ ×100%

平均单数＝

2.3连带销售率

连带销售率（日、月、年）= 销售件数 / 客单数

1. 报告格式

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 店员 | 销售金额 | 排名 | 销售金额占比 | 销售单数 | 排名 | 销售单数占比 | 连带销售率 |
| 店员A |  |  |  |  |  |  |  |
| 店员B  .  .  .  店员N |  |  |  |  |  |  |  |

平均销售金额：

平均销售单数：

## 分类货品销售占比报告

1. 概念

销售占比反映出门店各类货品的组合与销售情况。此报告可作为门店经营决策的一项重要参考数据。

①对组货、要货或促销上作出判断。

②可了解该地区消费者的消费取向。

③比较本店与其他店的分类货品销售占比情况，可得出本店的销售特色。

④货品调拨时的一项重要参考数据。

1. 分类货品销售占比公式

日、周、月、季、年

月分类货品销售占比 ＝ ×100%

1. 分类货品销售占比判断标准

暂不作判断，仅显示报告。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 货品名 | 销售额 | 占比 | 数量 |
| 1 | 衬衫 |  |  |  |
| 2 | 西裤 |  |  |  |
| 3 | 外套 |  |  |  |
| 4 | 袜子 |  |  |  |
| 5 | 领带 |  |  |  |
| 6 | 皮带 |  |  |  |

# 门店经营状况综合判断

## 门店经营状况综合判断报告

统计日期：2011.12.7～2012.1.6

1.1门店基本信息栏

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 店 名 |  | 负 责 人 |  |
| 地 址 |  | 负责人电话 |  |
| 电 话 |  | 面 积 |  |
| 传 真 |  | 店员人数 |  |

1.2指标栏

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **业绩指标** |  | **管理指标** |  | **管理指标** |  |
| 营 业 额 |  | ATV |  | 折 扣 率 |  |
| 达 标 率 |  | ASP |  | 丢 失 率 |  |
| 同 比 |  | 进 销 比 |  | 连 续 比 |  |
| 人 效 |  | VIP占 比 |  | 主 商 品  配 比 |  |
| 坪 效 |  | 报 损 率 |  | 分类货品销售占比 |  |

1.3诊断意见栏

* 1. 门店业绩达成能力判断
  2. 同期业绩增长率判断
  3. 业绩指标综合判断
  4. 货品组合的合理性判断
  5. 定价的合理性判断
  6. 门店VIP状况判断
  7. 质量状况判断
  8. 进销平衡判断
  9. 折扣状况判断
  10. 防盗状况判断
  11. 员工销售能力状况报告
  12. 分类货品销售占比报告

1.4评分栏

××门店经营状况综合判断分数为 分。

1.5综合判断栏

门店的经营状况综合判断为良好。

您的 能力有待提高。

请您注意 货品组合的合理性。

## 综合判断设计概要

1. 设计思想

* 将门店的各项经营指标予以打分。总分数为100分。
* 各项经营指标的重要程度不同，可通过权重的方式体现。如达标率最为重要，可设定达标率单项总分为30分。

1. 显示方式

分为指标值、基本信息栏、诊断报告、评分、及综合判断这五个部分，综合判断部分表示方式。

①根据评分设定为优秀、良好、合格、不合格这四个等级。

80分以上为优秀。显示：

***门店的经营状况综合判断为优秀。***

70分～80分为良好。显示：

***门店的经营状况综合判断为良好。***

60分～70分为合格。显示：

***门店的经营状况综合判断为合格。***

60分以下为不合格。显示：

***门店的经营状况判断为不合格。***

②根据各指标值，若在设定值以下时，显示：

***您的门店业绩达成能力有待提高。***

若在设定值以上时，则不显示。

1. 如果在POS STAR中取不到相应数据，则在单项中选平均分。（例：报损率 单项设定为10分，则取5分）

## 定分权重设计

1. 权重设定

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 指标 | 权重比 | 项目  总分 |
| 1 | 业绩达成能力 | 达标率 | 25% | 25 |
| 2 | 同期业绩增长率 | 同比 | 10% | 10 |
| 3 | 业绩指标 | 达标率、同比、坪效、人效 | 5% | 5 |
| 4 | 定价 | ASP  ATV | 15% | 15 |
| 5 | 配比商品销售 | PB | 10% | 10 |
| 6 | VIP状况 | VIP占比 | 10% | 10 |
| 7 | 质量状况 | 报损率 | 10% | 10 |
| 8 | 防盗状况 | 丢失率 | 5% | 5 |
| 9 | 进销平衡 | 进销比 | 5% | 5 |
| 10 | 折扣状况 | 折扣率 | 5% | 5 |
| 11 | 店员销售水平 | 个人销售金额  个人销售单数 | 0 | 0 |
| 12 | 分类货品销售占比 | 分类货品销售占比 | 0 | 0 |

1. 分数设定
   1. 达标率分数设定
2. 达标率在100%～110%之间，给予最高分25分。
3. 达标率在110%以上，给予20分。
4. 达标率在90%～100%之间，给予18分。
5. 达标率在80%～90%之间，给予12分。
6. 达标率在80%以下，给予5分。
   1. 同期业绩增长率分数设定
7. 同比在10%～15%之间，给予最高分8分。
8. 同比在15%以上，给予10分。
9. 同比在0～10%之间，给予7分。
10. 同比在0以下，给予3分。
    1. 业绩指标分数设定
11. 四项业绩指标均完成时，给予最高分5分。
12. 达标率和同比指标完成，坪效和人效至少有一项未完成时，给予4分。
13. 达标率和同比有一项完成，坪效和人效均完成时，给予3分。
14. 达标率和同比有一项完成，坪效和人效至少有一项未完成时，给予2分。
15. 达标率和同比均未完成，不管坪效和人效是否完成，给予1分。
    1. 定价分数设定

1. 分数在±5%以内，给予15分。
2. 分数在±5%～±10%之间，给予10分。
3. 分数在±10%～±20%之间，给予5分。
4. 超过±20%，给予0分。
   1. 配比商品销售分数设定

1. 配比商品销售分数在±5%以内，给予10分。
2. 配比商品销售分数在±5%～±10%之间，给予6分。
3. 配比商品销售分数在±10%～±20%之间，给予3分。
4. 配比商品销售分数在±20%以上，给予0分。
   1. VIP占比分数设定

VIP占比＝ ×100%

①VIP占比在45%～55%之间，给予10分。

②VIP占比在35%～45%以及55%～65%之间，给予6分。

③VIP占比在25%～35%以及65%～75%之间，给予3分。

1. VIP占比在25%以下及75%以上，给予1分。
   1. 质量分数设定

报损率＝ ×100%

1. 报损率在1%以下，给予10分。
2. 报损率在1%～3%之间，给予6分。
3. 报损率在3%～5%之间，给予3分。
4. 报损率超过5%，给予0分。
   1. 防盗分数设定

丢失率＝ ×100%

①丢失率超过0.6%，给予0分。

②丢失率在0.3%～0.6%之间，给予2分。

③丢失率在0～0.3%之间，给予5分。

* 1. 进销平衡分数设定

进销比＝ ×100%

1. 进销比在±20%以内，给予5分。
2. 进销比在±20%～±30%之内，给予3分。
3. 进销比在±30%以上，给予1分。
   1. 折扣分数设定

折扣率＝ ×100%

1. 折扣率在6%～10%之内，给予5分。
2. 折扣率在1%～6%之内以及10%～15%之内，给予3分。
3. 折扣率在1%以下或15%以上，给予1分。

## 诊断意见栏设计

1. 门店业绩达成能力判断

判断依据是达标率。

显示5种可能结果中的某一项结果。

3.1 达标率异常，请务必查明原因，请注意气候、季节、政治、环境等要素。

3.2 达标率不正常，请高度注意，查明原因，请注意员工销售能力、货品的市场认可度。

3.3 达标率不理想，请注意。

3.4 达标率正常，请继续保持。

3.5 达标率远远超出设定值，请分析销售良好的原因，同时考虑是否有必要调高给出的业绩指标值。

1. 业绩增长率判断

判断依据是和去年的同比，和上个月的连续比。

显示4种可能结果中的某一项结果。

2.1 同期业绩增长率不好，和上月相比业绩上升/下降（0%以下）；

2.2 同期业绩增长率未达到预期设定，和上月相比业绩上升/下降（0～10%）；

2.3 同期业绩增长率达到预期设定，和上月相比业绩上升/下降（10%～15%）；

2.4 同期业绩增长率很好，和上月相比业绩上升/下降（15%以上）。

1. 业绩指标值的综合判断

判断依据是达标率和同比，同时参考坪效和人效。

显示5种可能结果中的某一项结果。

3.1 业绩指标完成状况极不理想，请严重关注，查明原因。

3.2 业绩指标完成状况不理想，请注意查明原因。

3.3 业绩指标完成状况未全部完成。

3.4 业绩指标完成状况良好。

3.5业绩指标均已完成，请继续保持。

1. 货品组合的合理性判断

判断依据是主商品配比。

显示3种可能结果中的某一项结果。

3.1 配比商品销售比例偏低，请注意员工的连带商品的销售能力和货品组合的合理性，以及顾客的消费心理（主商品PB合理比<45%）；

3.2 配比商品的销售比例偏高，请调整主商品PB的设定值（主商品PB合理比>55%）；

3.3 配比商品的销售比例适中，请继续保持。（主商品PB合理比在45%～55%范围内）。

1. 定价的合理性判断

判断依据是ATV（客单价）和ASP（件单价。

显示3种可能结果中的某一项结果。

4.1定价在设定范围内，请保持（ASP比值在5%以内）；

4.2未达到消费群体的消费能力，可考虑提高定价（ATV比值<5%）；

4.3已超过消费群体的消费能力，可考虑降低定价（ATV比值>5%）。

1. VIP状况判断

判断依据是VIP销售占比。

显示3种可能结果中的某一项结果。

5.1 VIP销售占比较低，有顾客流失。请检查服务质量，请检查商品的市场认可度（VIP销售占比<45%）。

5.2 VIP销售占比较高，请注意开发新客户（VIP销售占比>55%）。

5.3 VIP销售占比销售适中，请保持（VIP销售比在45%～55%）。

1. 质量状况判断

判断依据是报损率。

显示3种可能结果中的某一项结果。

6.1报损率过高，请通知采购部门确认货品质量，同时确认门店处理质量问题的能力（报损率>3%）。

6.2报损率较低，质量状况不错，请保持（报损率<1%）。

6.3报损率在设定范围内，质量处在可控制范围（报损率在1%～3%）。

1. 进销平衡判断

判断依据是进销比。

显示3种可能结果中的某一项结果。

7.1销售状况良好，请注意库存量，适当增加补货（进销比<20%）。

7.2销售数量低于预估，请在减少补货量的同时，查明原因（进销比>20%）。

7.3进销状况在可控范围（-20%～20%）。

1. 折扣状况判断

判断依据是折扣率。

显示3种可能结果中的某一项结果。

8.1折扣率较低，请注意让利。（折扣率<6%）

8.2折扣率过高，请注意掌控。（折扣率>10%）

8.3折扣率在设定范围内，请继续保持。（在6%～10%）

1. 防盗状况判断

判断依据是丢失率。

显示2种可能结果中的某一项结果。

9.1丢失率过高，请检查防盗措施，考虑调整排班。（丢失率>0.6%）

9.2丢失率在控制范围内。（丢失率<0.6%）

1. 店员销售水平报告

参阅设计书《十、店员销售水平报告》

1. 分类货品销售占比报告

参阅设计书 《十一、分类货品销售占比报告》

## 综合判断栏设计

①综合判断

门店的经营状况综合判断为

②单项判断

从诊断意见栏中截取未能达标或不合理判断或有待提高的栏目予以表示。达标的、合理判断的不予表示。

各分项的表示方法如下:

1. 业绩达成能力

当判断结果为3.1、3.2和3.3时：

达标率不理想。请注意分析员工的销售能力，货品销售配比，销售环境以及达标率设置是否合理。

1. 业绩增长率判断

当判断结果为3.1和3.2时：

和去年相比同期业绩增长不理想。请注意是否有货品变化、员工变化、销售环境变化。

1. 业绩指标值综合判断

当判断结果为3.1、3.2和3.3时：

业绩指标值综合判断不理想。请注意分析员工的销售能力，货品的市场认可度以及业绩指标值设定的合理性。

1. 配比商品销售状况判断

当判断结果为3.1、3.2时：

主、副货品的销售配比不理想，请注意货品组合的合理性，员工的连带销售能力，请研究顾客的消费心理。请分析是否需要调整主商品配比的设定值。

1. 定价的合理性

当判断结果为3.1和3.2时：

定价可能不合适，请考虑调整定价。

1. VIP销售占比判断

当判断结果为3.1和3.2时：

VIP销售占比不合适，请注意检查服务质量和商品的市场认可度,或注意开发新客户。

1. 质量状况判断

当判断结果为3.1时：

请通知采购部门确认货品质量，同时确认门店处理质量问题的能力。

1. 进销平衡判断

当判断结果为3.1和3.2时：

进销比失衡，请注意库存调节，并查明原因。

1. 折扣状况判断

当判断结果为3.1和3.2时：

折扣率超出设定范围，请注意是否需要让利或严加管控。

1. 防盗状况判断

当判断结果为3.1时：

丢失率过高，请注意加强防盗措施，或考虑排班。

1. 店员销售水平报告

不予表示。

1. 分类货品销售占比报告

不予表示。

## 指标值参数设定设计

1. 设计思想

门店开过几年，经营者心中对门店的经营能力会有一个大致的判断。这个判断反映到本系统中便是经验值。如果再新开门店，也可将别的门店的经验值套用到新开门店中，再在实践中对经验值予以修正。

经验值或标准值的设定较为重要，直接影响到本系统判断的准确与否。而标准值的设定因为是人为所定，应尽量避免不切实际的期望和感情要素的影响。

考虑到参数设定可能需要更改，为了更改的方便，单独设计提供指标值参数设定的输入画面。

1. 指标值参数设定输入画面

|  |
| --- |
| **指标值参数设定输入画面：**  达 标 率 100% ASP（件单价） 75 元/件  同 比 10%～15% ATV（客单价） 150 元/人  月 坪 效 3000 元/坪 VIP占比 45%～55%  月 人 效 2.2 万元/人 报 损 率 1%～3%  主商品（衬衫）配比率 45～55% 进 销 比 80%～120%  西裤配比率 25% 折 扣 率 6%～10%  领带配比率 5% 丢 失 率 0.6%  皮带配比率 5%  外套配比率 10%  袜子配比率 5% |

1. 有关日、周、月、季、年综合判断的实用性分析

本设计的初期设计考虑的是以月为单位进行统计分析。在实际应用中，可能需要日、周、季、年和任意时间段的统计分析。而这些其他时间段的统计可能因为数据而变得没有实际意义。以下对此作分析：

1. 达标率

实际的一定时间内的营业额的数值抽取没有问题，但一定时间内的业绩指标值需要设定。

从实际情况考虑，日、周、月、季、年的达标率状况作为经营者都有可能想知道。因此另外需要有关日、周、月、季、年的业绩指标设定值。

任意时段的设定值暂不作考虑，因为实际情况可能没有意义。

最简单的输入方式是提供一个目标营业额的输入框，可不管日、周、月、季、年或任意时段，由门店的管理经营者任意设定。其优点是输入方便，软件制作也简单。其缺点是如果同时需要一年中12个月的达标率一致时，无法同时提供。有关此缺点的弥补以后另做打算。

表达方式：

统 计 日 期 ～

目标营业额

1. 同比

从实际情况考虑，同比在月同比或季同比时有意义。因此，日、周、年以及任意时段的同比不予考虑。

同比中所用的数据均为实际数据，数据抽取没有问题，无需设定。

1. 连续比

从实际情况考虑，连续比在月连续、年连续时有意义。因此，日、周、季以及任意时段的连续不予考虑。

连续比中所用的数据均为实际数据，数据抽取没有问题，无需设定。

1. 主商品PB

从实际情况考虑，一段时间内的主商品PB的计算才有意义。月、年的主商品PB计算最为常用。

主商品PB中所用的数据均为实际数据，数据抽取设定没有问题，无需设定。

1. ATV（客单价）
2. ASP（件单价）

从实际情况考虑，一段时间内ATV、ASP的计算才有意义，月、年的ATV和ASP的计算最为常见。

需要设定值，设定值的抽取来源于指标值参数设定画面。

1. VIP占比

从实际情况考虑，一段时间内的VIP占比的计算才有意义。月、季、年的VIP占比的计算最为常见，但会有促销期。因此，任意时段的计算也有意义。

VIP占比中所用实际数据的抽取没有问题。VIP占比的设定值来源于指标值参数设定画面。

1. 报损率

从实际情况考虑，一段时间内的报损率计算才有意义。

一般都是批量进货，所以有问题时往往是某一批次的问题。忽高的报损率应注意批次。

报损率中所用实际数据的抽取没有问题。报损率的设定值来源于指标值参数设定画面。

1. 进销比

从实际情况考虑，一段时间内的进销比计算才有意义，因为还涉及库存，避免因无货造成丧失销售机会，因此该计算会比较频繁。另外，皮带、上装、西裤等的类别计算也是必须的。

需要设定值，设定值来源于指标值参数设定画面。

1. 折扣率

从实际情况考虑，一段时间内的折扣率计算才有意义。涉及促销和货品搭配的销售。需要设定值，设定值来源于指标值参数设定画面

1. 丢失率

从实际情况考虑，月盘点、年盘点较为常见。

需要设定值，设定值来源于指标值参数设定画面。

**指标值综合判断的实用性分析表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 指标值 | 日 | 周 | 月 | 季 | 年 | 任意  时段 |
| 1 | 达标率 | OK | OK | OK | OK | OK | OK |
| 2 | 同比 | NO | NO | OK | OK | NO | NO |
| 3 | 连续比 | NO | NO | OK | NO | OK | NO |
| 4 | 主商品PB | NO | NO | OK | OK | OK | OK |
| 5 | ATV | NO | NO | OK | OK | OK | OK |
| 6 | ASP | NO | NO | OK | OK | OK | OK |
| 7 | VIP占比 | NO | NO | OK | OK | OK | OK |
| 8 | 报损率 | NO | OK | OK | OK | OK | OK |
| 9 | 进销比 | NO | OK | OK | OK | OK | OK |
| 10 | 折扣率 | NO | NO | OK | OK | OK | OK |
| 11 | 丢失率 | NO | NO | OK | NO | OK | NO |

说明：NO的意思并不表示不可计算，而是并无多大实际意义