**Top-down vs bottom-up forecasting**

Top-down forecasting offers a prediction of how much market share is needed to be profitable, while bottom-up forecastingoffers an understanding of which business activities have the biggest impact on financial performance. Both methods can be hugely beneficial for a business, and deciding which one to go with, if not both, will depend on what you’re using forecasting for.

**תחזית טופ דאון נגד "בוטום אפ"**

תחזית **טופ דאון** מציגה תחזית של כמה מנתח השוק צריך להיות רווחי, בזמן שתחזית "**בוטום אפ"** מציגה הבנה של איזה פעולות עסקיות יש את ההשפעה הגדולה ביותר על ביצועים כלכליים. שני השיטות יכולות להיות מאד רווחיות בשביל עסק, וההחלטה באיזה שיטה להשתמש אם לא שתי השיטות, תלויה במה החברה מנסה לחזות.

**What Is Market Share?**

Market share is the percent of total sales in an [industry](https://www.investopedia.com/terms/i/industry.asp) generated by a particular company. Market share is calculated by taking the company's sales over the period and dividing it by the total sales of the industry over the same period. This metric is used to give a general idea of the size of a company in relation to its market and its competitors. The [market leader](https://www.investopedia.com/terms/m/market-leader.asp) in an industry is the company with the largest market share.

**מהו נתח שוק?**

נתח שוק הוא אחוז המכירות הכלליות של חברה מסוימת בתעשייה מסוימת.

נתח שוק מחושב על ידי חלוקת מכירות החברה ברבעון בכל המכירות של התעשייה הספציפית באותה תקופה. החברה בעל נתח השוק הגבוה ביותר היא המובילה בתעשייה.

## Advantages of top-down forecasting

Top-down forecasting offers a more optimistic view. Being less grounded in actual business data, it allows a business to forecast a more favorable prediction of their potential market share. This makes top-down forecasting an easier way to offer a more positive outlook for directors or potential investors, as it evaluates performance based on percentage of market share, instead of being based on actual business activities.

Top-down forecasting is much quicker and easier to execute than bottom-up, as you won’t need to analyze every single detail of your business’ activities.

**היתרונות של שיטת טופ דאון**

תחזית טופ דאון מציגה נקודת מבט אופטימיסטית יוצר. נקודת המבט מתחשבת פחות במידע עסקי, ומאפשרת לעסק לחזות תחזית יותר אופטימיסטית בנוגע לנתח השוק של החברה. זה הופך את השיטה לשיטה יותר קלה כדי להציג נקודת מבט אופטימיסטית יותר בשביל מנהלים או משקיעים פוטנציאליים, כי השיטה מחשבת ביצועים לפי נתח השוק, במקום להיות מבוססת על פעולות עסקיות.

תחזית טופ דאון הרבה יותר מהירה וקלה לביצוע מאשר **תחזית בוטום אפ,** כי אין צורך בלנתח כל פרט קטן בפעולות העסק.

## Advantages of bottom-up forecasting

Bottom-up forecasting offers more realistic results. Bottom-up forecasting makes use of real sales data from the business, offering a more focused look at how the activities of the business may impact their financial growth. Bottom-up forecasting allows for a more detailed analysis of specific products or strategies.

Taking into account factors like marketing, hiring costs, production costs and so on, bottom-up forecasting allows for greater input, and output, across departments. You may find through bottom-up forecasting that it would be beneficial to increase marketing spend while finding ways to reduce labour costs, for example – so you’re able to devise more focused strategies for each area of the organisation.

Therefore, bottom-up forecasting is a better method when predicting which specific products or services present the best opportunities or which areas of the business should be prioritised.

היתרונות של שיטת בוטום אפ

**שיטת בוטום אפ מציגה תוצאות יותר ראליסטיות. השיטה משתמשת במידע של מכירות מהעסק, ומציגה נקודת מבט ממוקדת יותר על השפעות דרכי הפעולה של עסק על גדילתו. השיטה מאפשר דרך יותר מפורטת כדי לאבחן מוצר מסוים או אסטרטגיה.**

**השיטה לוקחת בחשבון גורמים כמו שיווק, עלות העסקה, עלויות ייצור וכו, השיטה מאפשר למשוב גדול יותר, ותשואה גדולה יותר מכל המחלקות.**

**ייתכן שדרך השיטה ימצא שיהיה רווחי יותר להגדיל הוצאות על שיווק ולמצוא דרכים להפחית בעלות העבודה למשל-כתוצאה מכך אפשר להציע דרכים ממוקדות יותר לשיפור כל איזור בארגון.**

**משום כך, השיטה טוב יותר כשחוזים אילו מוצרים או הזדמנויות צריכים להיות בעדיפות גבוהה יותר.**