





50,307,890,148,742

فروش کلی (ریالی)

4,557,694,078,771

فروش تجمیعی ماه جاری (ریالی)

627,581

تعداد فاکتور کل

45.13%

میزان تحقق تارگت در ماه جاری

80.28%

درصد مشتریان فعال

78,448

میانگین تعداد فاکتور در ماه

80,161,589

میانگین ارزش هر فاکتور (ریالی)

106,247,032.32

میانگین فروش روزانه برای تحقق تارگت ها (ریالی)

15,330

تعداد مشتری کل

تاریخ

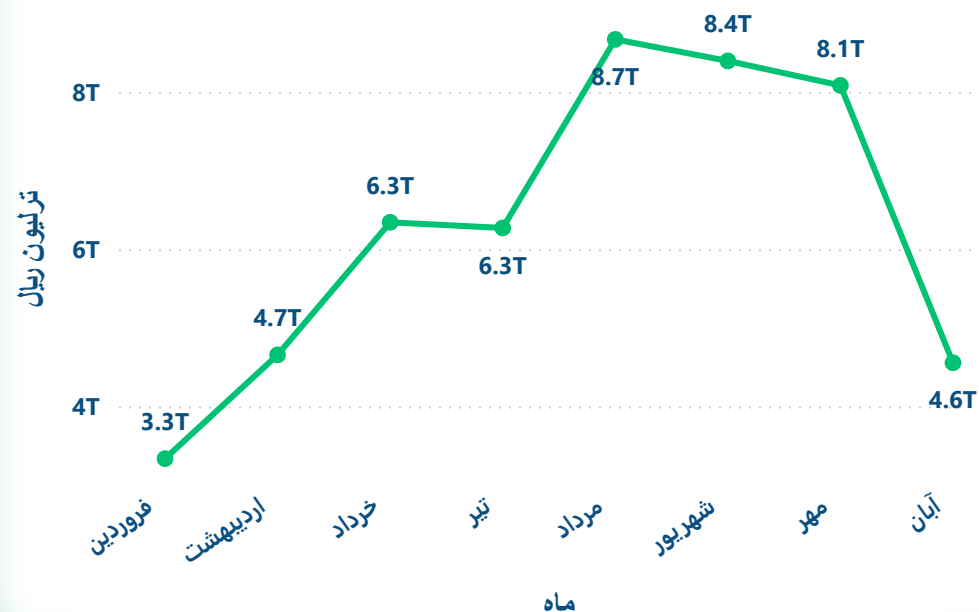
All

گروه کالا

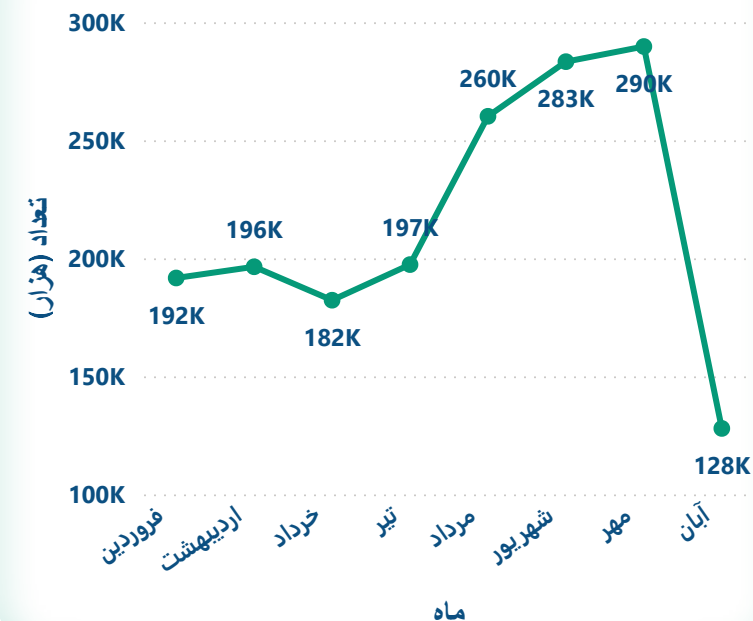
جانبی موبایل

گوشی موبایل

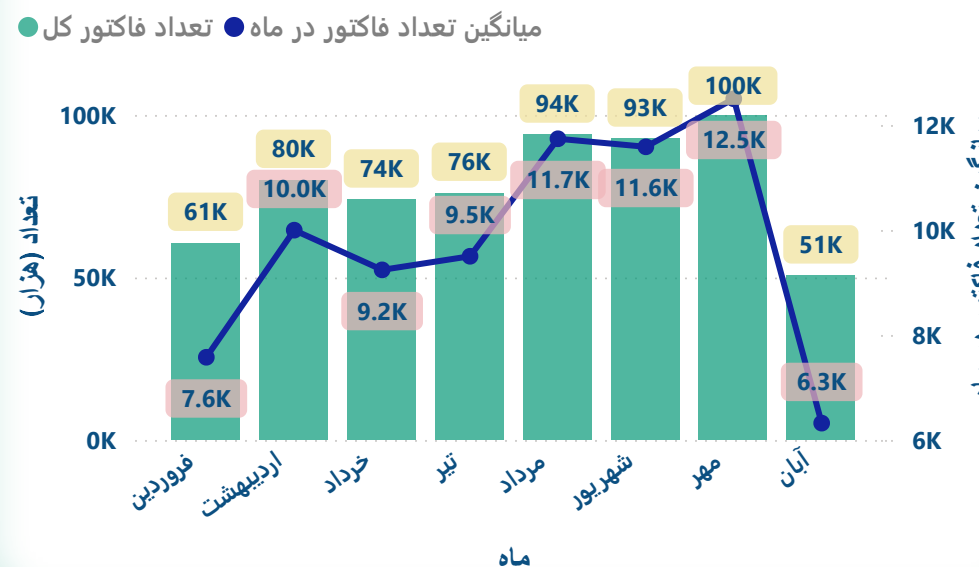
روند فروش ریالی



روند فروش تعدادی

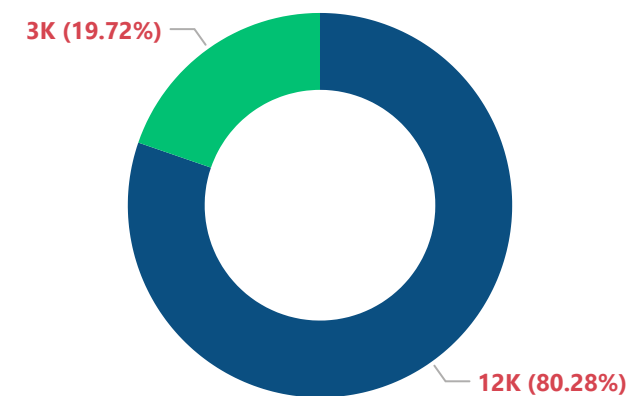


تعداد فاکتور ماهانه



درصد مشتریان فعال/غیرفعال

● تعداد مشتریان فعال ● تعداد مشتری غیر فعال



50,307,890,148,742

فروش تجمیعی سال جاری

3,338,934,946,995

فروش فروردین

4,657,568,851,837

فروش اردیبهشت

6,341,991,159,604

فروش خرداد

6,270,648,699,492

فروش تیر

8,666,352,951,377

فروش مرداد

8,393,108,527,785

فروش شهریور

8,081,590,932,881

فروش مهر

4,557,694,078,771

فروش آبان

15,330

تعداد کل مشتریان

80.28%

درصد مشتریان فعال

12,307

تعداد مشتریان فعال

3,023

تعداد مشتری غیر فعال

Date

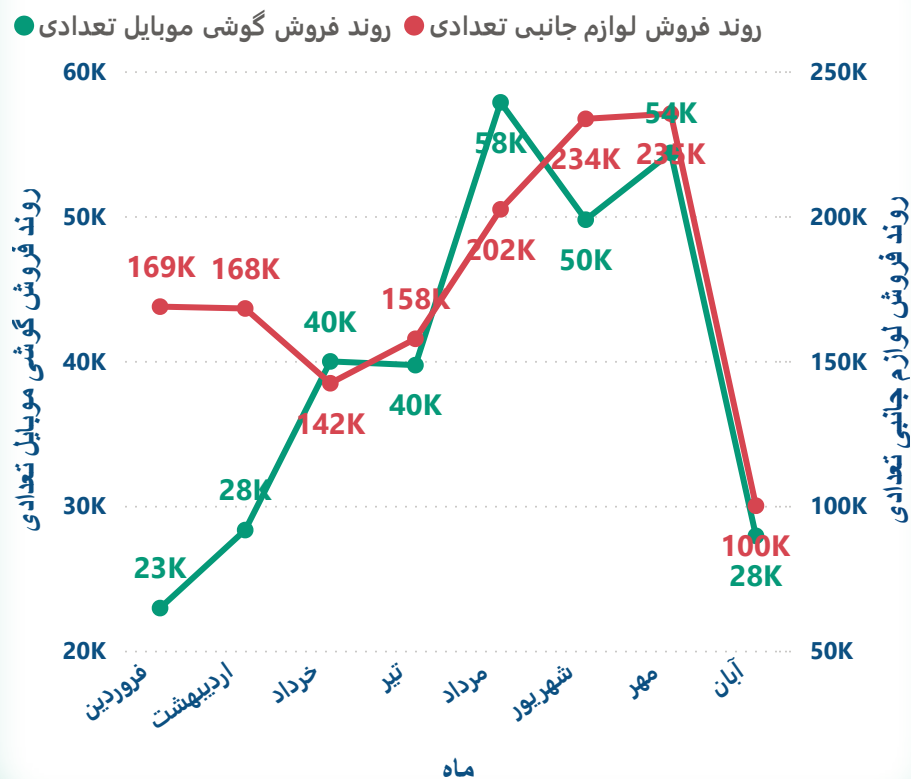
All

Group

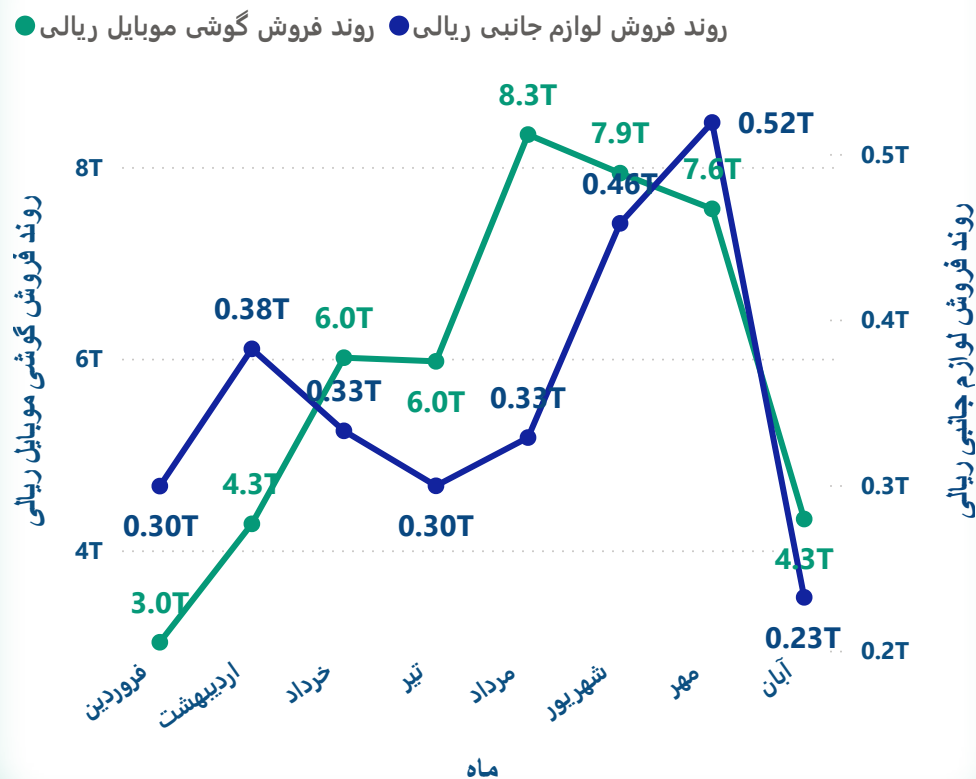
جانبی موبایل

گوشی موبایل

مقایسه روند فروش تعدادی لوازم جانبی و موبایل

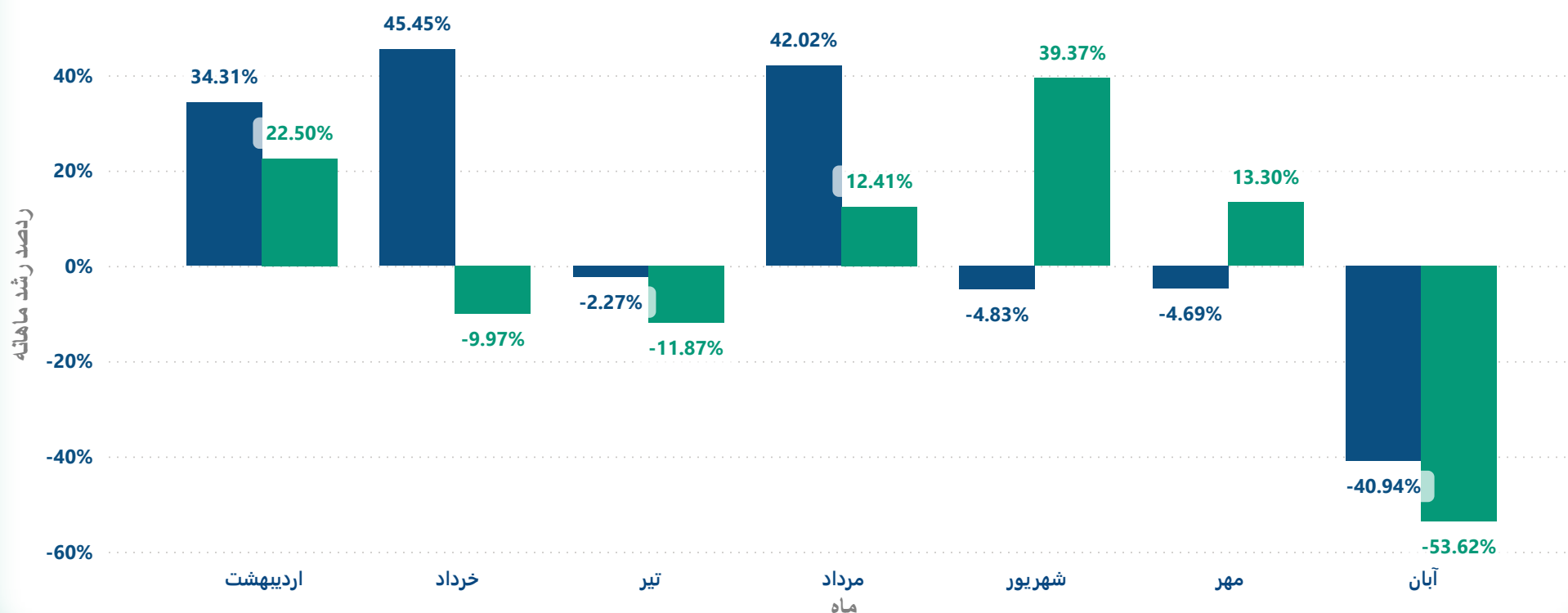


مقایسه روند فروش ریالی لوازم جانبی و موبایل

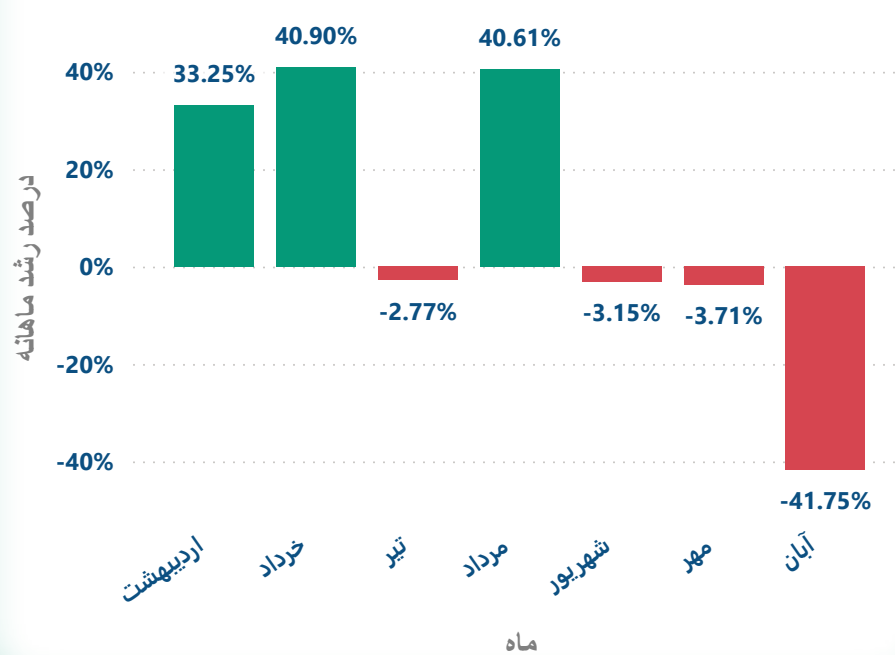


مقایسه ی رشد ماهانه ی گروه کالاها

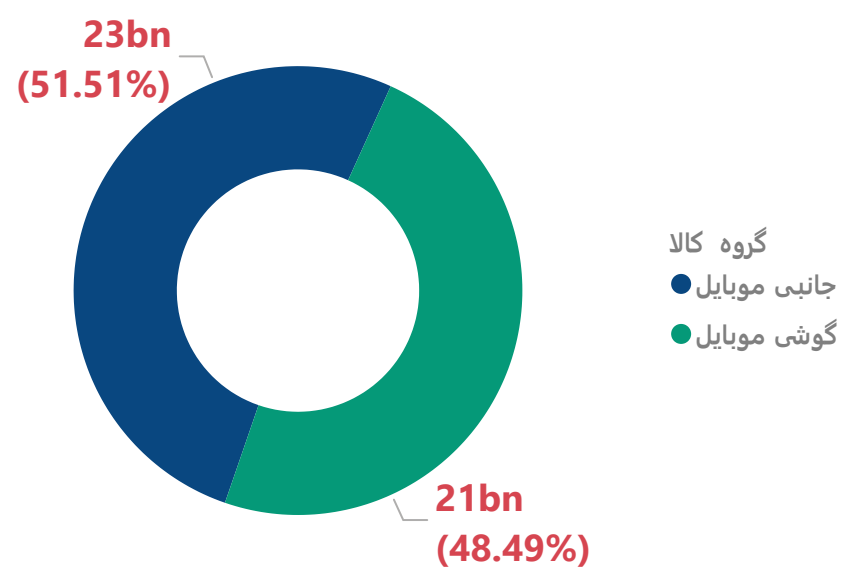
● 4 ● 7 (گروه کالا (کد 7 لوازم جانبی - کد4 گوشی موبایل)



نرخ رشد ماهانه



هزینه ی پست به تفکیک گروه کالا





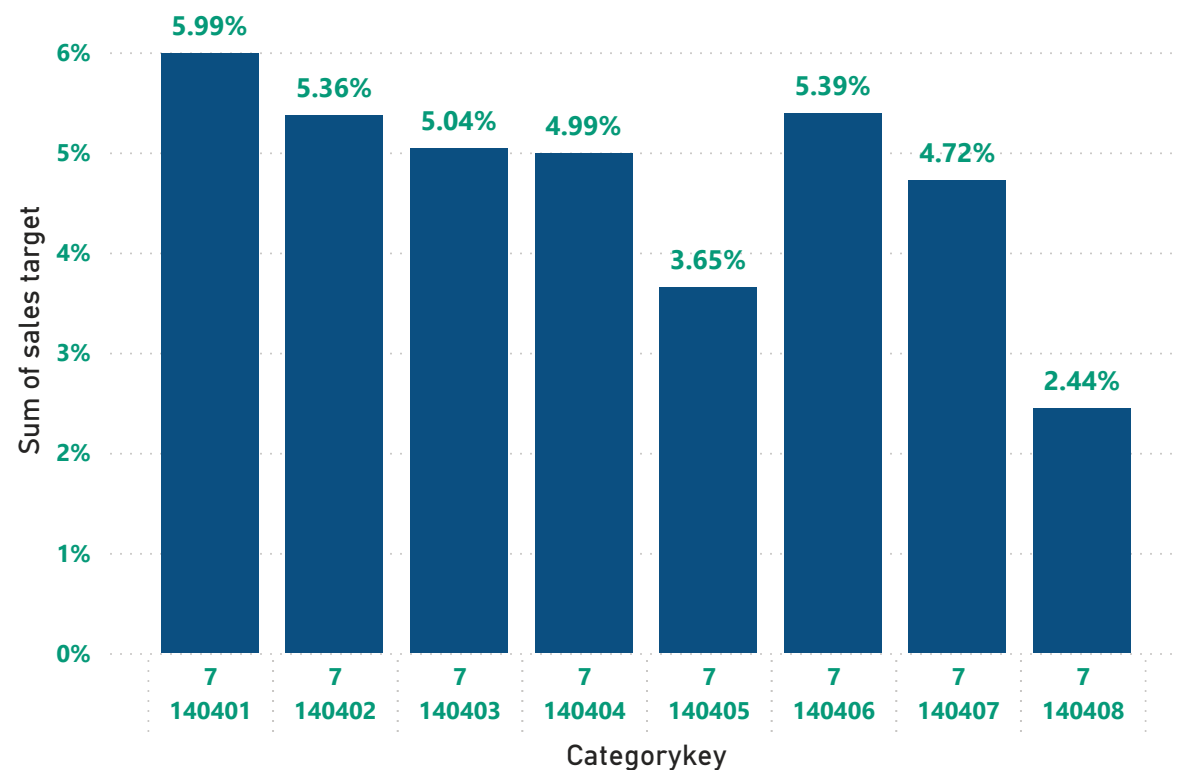
درصد تحقق تارگت ها در گروه لوازم جانبی

Categorykey	DateID	Sum of TargetAmount	Sum of total sales	Sum of sales target
7	140401	5,000,000,000,000	299,338,488,995	5.99%
7	140402	7,125,000,000,000	382,235,361,851	5.36%
7	140403	6,600,000,000,000	332,717,432,700	5.04%
7	140404	6,000,000,000,000	299,507,839,508	4.99%
7	140405	9,000,000,000,000	328,659,051,376	3.65%
7	140406	8,500,000,000,000	458,041,517,782	5.39%
7	140407	11,000,000,000,000	518,962,304,737	4.72%
7	140408	8,500,000,000,000	333,116,000,000	2.44%

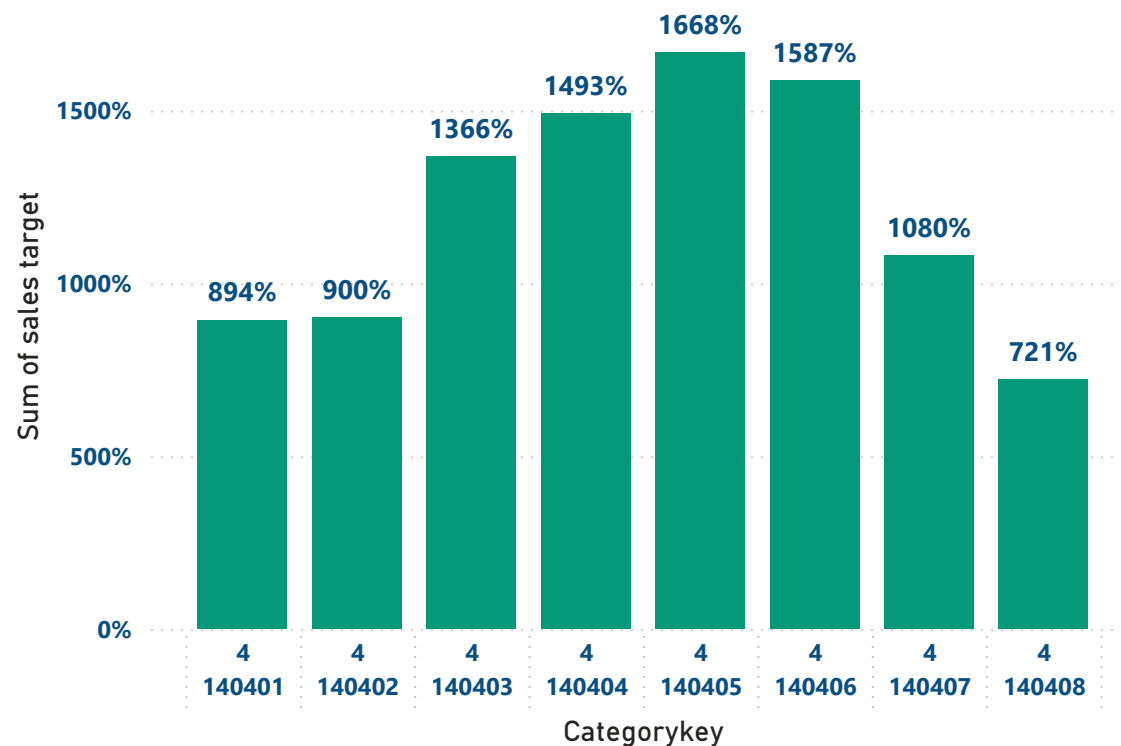
درصد تحقق تارگت ها در گروه گوشی موبایل

Categorykey	DateID	Sum of TargetAmount	Sum of total sales	Sum of sales targ
4	140401	340,000,000,000	3,039,596,458,000	894.00%
4	140402	475,000,000,000	4,275,333,489,986	900.07%
4	140403	440,000,000,000	6,009,273,726,904	1365.74%
4	140404	400,000,000,000	5,971,140,859,984	1492.79%
4	140405	500,000,000,000	8,337,693,900,001	1667.54%
4	140406	500,000,000,000	7,935,067,010,003	1587.01%
4	140407	700,000,000,000	7,562,628,628,144	1080.38%
4	140408	600,000,000,000	4,325,517,117,069	720.92%

درصد تحقق تارگت ها در گروه لوازم جانبی



درصد تحقق تارگت ها در گروه گوشی موبایل

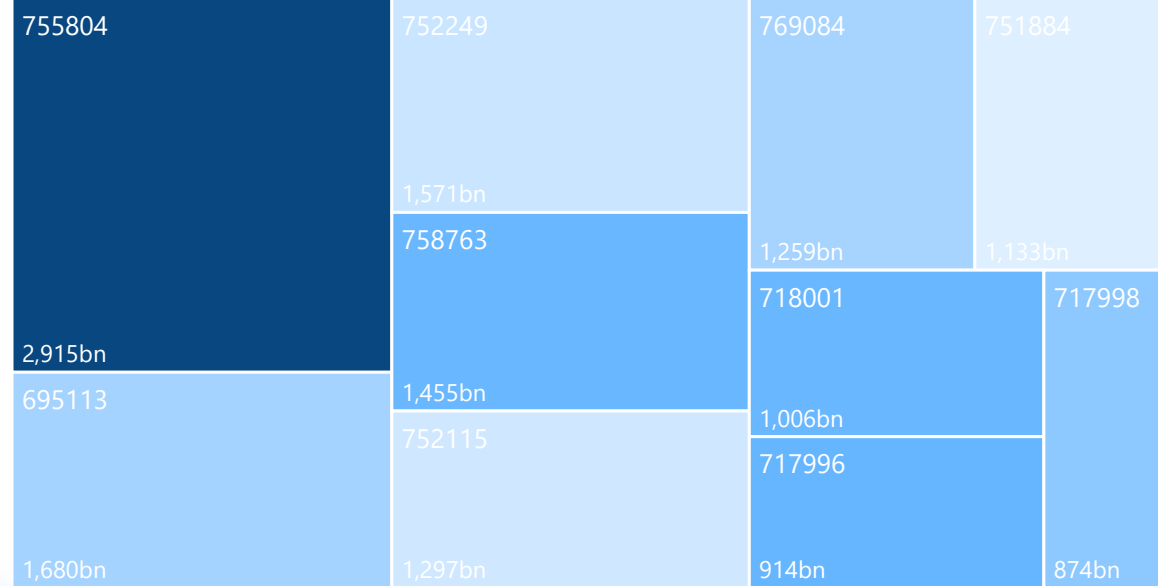




ده کالای پر فروش (ریالی)

ProductKey	Sum of Product Price
755804	2,914,604,370,000
695113	1,680,293,490,000
752249	1,571,303,250,112
758763	1,455,329,710,000
752115	1,297,297,210,000
769084	1,258,961,490,000
751884	1,133,016,640,000
718001	1,005,555,710,000
717996	914,268,120,000
717998	874,047,400,000
Total	14,104,677,390,112

ده کالای پر فروش (ریالی)



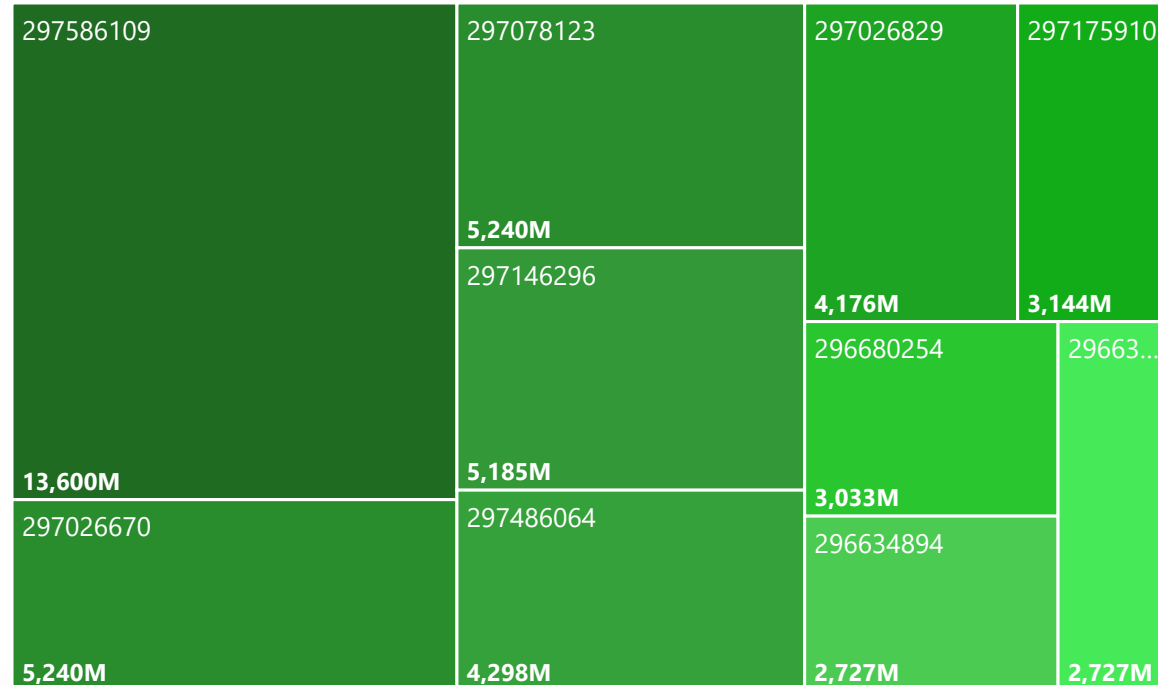
ده کالای پر فروش (تعدادی)

ProductKey	Sum of Quantity
287992	90,648
205179	41,188
88618	40,924
231398	38,098
37644	37,198
205178	34,953
662141	31,670
440156	30,325
686224	29,185
154788	25,120
Total	399,309

ده سفارش برتر (ریالی)

OrderKey	Sum of Product Price
297586109	13,600,000,000
297026670	5,240,000,000
297078123	5,240,000,000
297146296	5,185,000,000
297486064	4,298,000,000
297026829	4,176,000,000
297175910	3,144,000,000
296680254	3,033,000,000
296634894	2,727,000,000
296634899	2,727,000,000
Total	49,370,000,000

ده سفارش برتر (ریالی)



ده سفارش برتر (تعدادی)

OrderKey	Sum of Quantity
288540703	3,000
291424973	2,255
288048611	1,000
288071676	1,000
288103038	1,000
288276746	1,000
288576642	1,000
291838789	1,000
291838791	1,000
291860099	1,000
296390481	1,000
296765770	1,000
Total	15,255



تحلیل روند فروش نشان می‌دهد سازمان تا شهریورماه در مسیر رشد پایدار قرار داشته و فروش به اوج خود رسیده است؛ اما از مهر و به‌ویژه آبان یک نقطه شکست در روند فروش مشاهده می‌شود که منجر به افت قابل‌توجه فروش ماهانه شده است

مقایسه گروه‌های کالایی نشان می‌دهد گوشی موبایل سهم اصلی فروش را دارد اما نوسانات بالاتری تجربه می‌کند، در حالی که لوازم جانبی ثبات نسبی بیشتری داشته اما در ماه‌های پایانی افت شدیدتری ثبت کرده است. این اختلاف رفتار، ضرورت استراتژی فروش تفکیک‌شده برای هر گروه کالا را نشان می‌دهد

همچنین اختلاف محسوس بین فروش واقعی و تارگت‌ها در برخی ماه‌ها بیانگر آن است که تارگت‌گذاری متناسب با ظرفیت واقعی بازار انجام نشده و رشد ماه‌های خوب باعث ایجاد انتظارات غیرواقعی در ماه‌های بعد شده است

کاهش عملکرد فروش در ماه‌های پایانی ناشی از تغییر رفتار خرید مشتریان فعال، نوسان گروه‌های کالایی و ضعف در تنظیم تارگت‌ها است. تمرکز بر افزایش میانگین سبد خرید مشتری، بازنگری تارگت‌گذاری و استفاده شاخص رشد ماهانه به‌عنوان هشدار زودهنگام می‌تواند مسیر رشد را اصلاح کند