

Планування продажів

Маркетинг та продажі – це найбільш тісно пов'язані між собою функціональні напрямки діяльності підприємства. Навчальна дисципліна **«Планування продажів»** спрямована на формування навичок розробки плану з продажів продукції підприємства. Дисципліна «Планування продажів» фокусує увагу саме на детальному вивченні всіх аспектів Основні питання, що розглядаються:

- як впливає відсутність плану продажу на кінцеві результати діяльності?
- для чого і як проводити аналіз продажів за попередні періоди?
- яка інформація необхідна для побудови коректного плану продажу?
- як формувати план продажів виходячи з показників маржинальності та точки беззбитковості?
- які фактори необхідно враховувати при розробці плану продажів?
- як враховувати сезонність у продажах?
- які є резерви збільшення продажів та маржинальності?
- який часовий інтервал доцільно використовувати для деталізації планів та контролю?
- чи доцільно використовувати ті чи інші методи стимулювання продажів (наприклад, знижки)? як розрахувати і в яких випадках?
- що таке обіговість товару і як вона впливає на фінансову потребу підприємства?
- як оцінити варіативність плану продажів та ризику?