

如何分析销售中各种数据 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/288/2021\\_2022\\_\\_E5\\_A6\\_82\\_E4\\_BD\\_95\\_E5\\_88\\_86\\_E6\\_c123\\_288583.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_A6_82_E4_BD_95_E5_88_86_E6_c123_288583.htm) 最近的case里client也在做商务智能项目，营销公司的老总们都很支持项目，都认为有一个很好的分析工具，但同样存有疑惑，不知道到底想要什么数据，担心商务智能不给出想要的的数据。作为局外人，我感觉这些老总是因为不知道到底需要哪些数据，为其决策提供支持。在此，我把我以前对数据的理解整理出来，希望能够为企业里有各种各样的数据，尤其是有关销售的数据，如销售额、利润、某个产品在某个渠道中的销售波动情况等等，不但很多企业外面的人，连实际作决策的人都不知道需要什么数据。为了很好把握那么多的分析数据，需要建立一个结构，立足于结构，分析数据就非常容易了。

1. 建立一个渠道、产品和时间三维数据分析概念 本质上讲，企业最重要是盈利的，盈利的手段只有一种卖产品，卖更多的产品。那些什么促销、广告、品牌、PR等等，最后都要落实到卖产品上来，所以产品一定是企业最关注的。其次价值需要传递的，从销售的角度来看，渠道是传递价格的基础，不同的渠道销量、盈利多少是要重点监测的内容，所以渠道将成为结构的一个纬度；最后，任何事物的发展都需要有时间来促成、比较的，企业发展也一样，所以时间这个纬度自然不能省。综述之，我们可以建立一个渠道、产品、时间为度的结构：

：（1）渠道维度：区域、经销商、客户类型（2）产品维度：品牌/品种，甚至于包括个别非常重要的SKU（3）时间维度：按照时间进度，比较分析数据，一般包括当月、上月、

本年累计、去年同期等等。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)