



## اهمیت ثبت و تحلیل داده های فروش

تیم تحریریه اقیانوس آبی

قبل از اینکه در مورد اهمیت داده های مربوط به فروش و تحلیل آن ها صحبت کنیم موقعیت زیر را در نظر بگیرید:

فرض کنید که خودروی شما صفحه کیلومتر نداشته باشد. چه اتفاقی می افتد؟ اگر ندانید که سطح بنزین، دمای آب خودرو، روغن، باتری و ... در چه وضعیتی هستند دائماً نگران خواهید بود. مگر غیر از این است که بدون صفحه کیلومتر از رانندگی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

خود اطمینان خاطر نخواهید داشت؟ زیرا نمی دانید آیا سرعتتان مجاز است، خودروی شما سالم است و آیا تا مقصد خواهید رسید یا نه!

صفحه کیلومتر برای این است تا شما تصمیمات درستی در مورد خودروی خود بگیرید، مثل کاهش یا افزایش سرعت، کنترل دور موتور، بنزین زدن و ... .

در بحث فروش نیز همینطور است. قبل از انجام تکنیک های افزایش فروش باید وضعیت صفحه کیلومتر فروش کسب و کارتان را بدانید. پس از همین حالا یک فایل اکسل تهیه کنید و داده های فروش خود را ثبت کنید. اگر تا به امروز این کار را نمی کردید، مثل راننده خودرویی بوده اید که صفحه کیلومتر ندارد و نمی توانستید تحلیل درستی از وضعیت فروش کسب و کار خود داشته باشید.

## چه تحلیل هایی باید در بخش فروش انجام شوند؟

داده های فروش را باید در ۴ بخش ثبت کرده و سپس تحلیل کنید:

۱. داده ها و تحلیل مرتبط با محصول

۲. داده ها و تحلیل مرتبط با فروشنده

۳. داده ها و تحلیل مرتبط با مشتری

۴. داده ها و تحلیل مرتبط با کانال فروش

برای تحلیل داده های فروش باید به ۴ سوال پاسخ دهید:

Who: چه کسانی مشتری شما بوده اند؟

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

What: چه پيشنهادي به آن ها داده ايد؟

How: چگونه، از طريق چه کانالي و توسط چه کسي با مشتري ارتباط برقرار کرده ايد؟

When: کي و چه زماني اين ارتباط صورت گرفته است؟

بعد از ثبت داده هاي فروش وظيفه شما تحليل پيوسته آن ها است:

۱. شما بايد بدانيد که کدام محصول بازخورد بهتري داشته است؟
۲. کدام بازار هدف تمايل بيشتري به محصول شما داشتند و نظرات مشتريان را در مورد محصولات جمع اوري و ثبت کنيد.
۳. کدام بازاریاب و فروشنده تعداد تماس بيشتري، تعداد تماس موثر بيشتري، فروش بيشتري، جلسات مذاکره حضوري بيشتري و ... داشته است؟
۴. کدام کانال تبليغاتي براي شما موثرتر بوده است؟ بازاریابي ايميلي، رسانه اجتماعي، اس ام اس، نمايشگاه، فروش حضوري، نامه و يا فکس؟

اگر اين تحليل ها را به صورت مستمر انجام دهيد، در آينده تبليغات و بازاریابي شما با هزينه کمتر و اثرگذاري بيشتري روي مخاطب درست انجام شده و منجر به فروش مي شود. همچنين نيروي فروش شما هم در لحن صحبت، پاسخگويي به بهانه هاي مشتري، جزئيات پرزنت، تعداد تماس هاي موثر و ... نيز پيشرفت خواهد کرد که در نهايت به نفع فروش کسب و کار شما خواهد بود.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.