



## اهمیت ثبت و تحلیل داده های فروش

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



از مقدماتی ترین راه ها و کار ها در در بخش **راهکارهای فروش**، ثبت داده های فروش و تحلیل آن ها است. اما قبل از آن که بخواهیم اهمیت داده های فروش و تحلیل آن ها (analyzing sales data) بررسی کنیم ابتدا موقعیت زیر را در نظر بگیرید:

بیا بید فرض کنیم که شما خودرویی دارید که صفحه کیلومتر نداشته باشد. در این زمان چه اتفاقی می افتد؟ در این زمان شما همیشه باید نگران باشید زیرا که نمیدانید سطح بنزین، دمای آب خودرو، روغن، باتری و... در چه وضعیتی هستند.

پس می توان گفت بدون داشتن یک صفحه کیلومتر راننده نمی تواند از رانندگی خود اطمینان خاطر داشته باشد زیرا که حتی نمی داند سرعتش مجاز است یا نه، خودرو سالم است؟ و یا حتی تا مقصد خواهد 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. در ادامه با **گروه اقیانوس آبی** همراه باشید:

## اهمیت آنالیز داده های فروش

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

تفاوت بين گزارش گيري و آناليز داده ها معمولا يکي از رايج ترين مشکلاتي است که هنگام جمع آوري داده ها براي کسب و کار ها به وجود مي آيد. بيشتر **کسبو کار** ها تنها به گزارش ها تکیه مي کنند. اما بايد بدانيم که بهترين کسب و کار ها توجه اصلي خود را بر روي تجزيه و تحليل داده هاي فروش مي گذارند.

در جلسات فروش اکثرا بر سر مسائلي مانند اولويت ها و اهداف بحث مي شود. اين بحث ها باعث از دست رفتن فرصت ها مي شوند در صورتي که تمام اين بحث ها را مي توان با تجزيه و تحليل داده هاي فروش خاتمه داد و به نتيجه اي مطلوب رسيد.

#### داده هاي فروش را بايد در ۴ بخش ثبت کرده و سپس تحليل کنيد:

۱. داده ها و تحليل مرتبط با محصول
۲. داده ها و تحليل مرتبط با فروشنده
۳. داده ها و تحليل مرتبط با **انواع مشتريان**
۴. داده ها و تحليل مرتبط با کانال فروش

#### براي تحليل بايد به ۴ سوال پاسخ دهيد:

۱. **Who**: چه کساني مشتري شما بوده اند؟
۲. **What**: چه پيشنهادي به آن ها داده ايد؟
۳. **How**: چگونه، از طريق چه کانالي و توسط چه کسي با مشتري ارتباط برقرار کرده ايد؟
۴. **When**: کي و چه زماني اين ارتباط صورت گرفته است؟

## چگونه داده هاي فروش را جمع آوري کنيم؟

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

برای جمع آوری داده های فروش راه های بسیار متفاوت و متنوعی وجود دارد اما کسب و کارها باید متناسب با نیاز و سبک کسب و کار خود از یکی از روش های جمع آوری داده های فروش استفاده کنند. معمولا استفاده از یک صفحه گسترده مانند اکسپل (excel) ساده ترین و پربکارترین راه جمع آوری داده های فروش است.

راه های بیشتر و پیشرفته تری نیز وجود دارد مانند نرم افزارهای مدیریت نرم افزار ارتباط با مشتری (CRM) که اطلاعات و امکانات بسیاری را در اختیار کسب و کارها در رابطه با اطلاعات فروش قرار می دهد.

## مزایای استفاده صحیح از داده های فروش

چرا استفاده از صحیح از داده های فروش اهمیت دارد در ادامه این مطلب از **مجله اقیانوس آبی** مزیت های آن آورده شده است:

### ۱. شناسایی بهترین فروشندگان

با ثبت و تحلیل داده های فروش می توان بهترین فروشندگان و فرصت های پیش روی آن ها را شناسایی کرد. همچنین با تحلیل داده ها می توان فروشندگانی که عملکرد ضعیف تری دارند و نیاز به آموزش دارند را شناسایی کرده و معیارهایی برای عملکرد در واحد فروش کسب و کار ایجاد کرد.

این معیارها به مدیران کمک می کند تا **سیستم سازی فروش** انجام داده و ریشه مشکلات فروششان را پیدا کرد.

### ۲. درک ارزش های مد نظر مشتری

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



دومین مزیت دستیابی به ارزش های مد نظر مشتریان و مخاطبان عنوان کرد. با استفاده از فناوری امروز می توان فهمید که کدام یک از پیام های تبلیغاتی شما به دست مشتری رسیده، کدام یک مشکل مشتری را حل کرده و حتی کدام یک به جای حل مشکل باعث ایجاد سوالات بیشتری برای او شده است.

به همین دلیل می توان با ثبت و تحلیل داده های فروش **کمپین های تبلیغاتی** بهتری را اجرا کرده و پیام های تبلیغاتی موثرتری را ارسال کرد.

### ۳. کنترل عملکرد تیم فروش

بهبود عملکرد فروشندگان بدون دانستن سیر پیشرفت آن ها غیر ممکن است. داشتن یک نمودار فروش می تواند به تقویت روحیه تیم فروش کمک کند. در نمودار عملکرد فروش می توان معیار های مختلف را نشان داد، برای مثال ۳ فروشنده برتر، نرخ افزایش فروش و... با ثبت و تحلیل داده ها می توان آن ها را به اقدامات عملی برای رسیدن به اهداف خود تبدیل کرد. برای مثال در صورتی که یکی از فروشندگان در حال پسرفت در فروش خود بود می توان به کمک او رفت، او را از این موضوع آگاه کرد و دوباره او را به اوج فروش خودش رساند.

### ۴. بهبود و توسعه

با کمک ثبت و تحلیل داده های فروش می توان حدس ها را کنار گذاشته و بر اساس تحلیل های انجام شده گام های بعدی را برای توسعه کسب و کار را مشخص کرد. برای مثال زمانی که متوجه می شوید یکی از فروشندگان در رسیدگی به مشتریان به خوبی عمل می کند، می توانید شیوه انجام این کار او را تحلیل کرده و در اختیار دیگر فروشندگان قرار دهید.

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

## روش‌های آنالیز فروش

روش‌های آنالیز فروش به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا عملکرد فروش خود را به طور دقیق بررسی کرده و نقاط قوت و ضعف را شناسایی کنند. در ادامه برخی از روش‌های مؤثر در تحلیل فروش را معرفی می‌کنیم:

### – آنالیز روند (Trend Analysis)

یکی دیگر از روش‌های تحلیل داده‌های فروش، آنالیز روند می‌باشد. این روش شامل بررسی الگوهای فروش در طول زمان است تا روندها و تغییرات کلیدی شناسایی شوند. به عنوان مثال، کسب‌وکارها می‌توانند فصول پرترافیک یا دوره‌های افت فروش را شناسایی کرده و برنامه‌ریزی‌های بهتری برای تقویت استراتژی‌های بازاریابی و فروش خود انجام دهند.

### – آنالیز مشتریان (Customer Analysis)

با این روش **Customer Analysis**، رفتار خرید مشتریان بررسی می‌شود تا مشخص شود کدام گروه‌های مشتری بیشتر به خرید می‌پردازند و چه محصولات یا خدماتی مورد علاقه آن‌هاست. این اطلاعات کمک می‌کند تا استراتژی‌های بازاریابی و فروش بر اساس نیازهای مشتریان بهینه‌سازی شود.

### – آنالیز سبد محصولات (Product Mix Analysis)

این روش شامل بررسی عملکرد محصولات مختلف در سبد فروش شرکت است. با تحلیل محصولات پرفروش و کم‌فروش، می‌توان فهمید که کدام محصولات بیشترین سودآوری را دارند و باید توجه بیشتری به تولید و فروش آنها داشت.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



## -آناليز نرخ تبديل (Conversion Rate Analysis)

نرخ تبديل نشان دهنده تعداد مشترياني است كه پس از بازديد از سايت يا فروشگاه به خريداران واقعي تبديل مي‌شوند. با تحليل نرخ تبديل، كسب‌وكارها مي‌توانند بازدهي كانال‌هاي فروش خود را ارزيابي و بهبود بخشند.

## -آناليز رقبا (Competitor Analysis)

اين روش شامل مقايسه عملکرد فروش با رقبا است تا نقاط قوت و ضعف شركت نسبت به ساير رقبا شناسايي شود. اين تحليل به كسب‌وكار كمك مي‌كند تا استراتژي‌هاي رقابتي خود را بهبود دهد و با تحليل دقيق‌تر، سهم بيشتري از بازار را به دست آورد.

## -آناليز دوره‌اي (Period Analysis)

در اين روش، داده‌هاي فروش براي دوره‌هاي زماني مشخص، مثل ماهانه يا فصلي، مقايسه مي‌شود. اين مقايسه كمك مي‌كند تا تغييرات عملکرد فروش در دوره‌هاي مختلف شناسايي و اقدامات لازم براي بهبود يا جبران افت‌ها انجام شود.

## سخن پاياني

اگر داده‌هاي فروش را ثبت كنيد و تحليل آن‌ها را به صورت مستمر انجام دهيد، در آينده تبليغات و بازيابي شما با هزينه كمتر و اثرگذاري بيشتري روي مخاطب درست انجام شده و منجر به فروش بيشتري مي‌شود.



همچنین نیروی فروش شما هم در لحن صحبت، پاسخگویی به بهانه های مشتری، جزئیات پرزنت، تعداد تماس های موثر و... نیز پیشرفت خواهد کرد که در نهایت به نفع فروش و سودآوری کسب و کار شما خواهد بود.

**گروه اکیانوس آبی**، با سال‌ها تجربه در زمینه مشاوره کسب و کار در کنار شماست تا با مشاوره و آموزش تحلیل داده های فروش به شما کمک کند تا به بهترین نحو، کسب و کار خود را مدیریت کنید. برای کسب اطلاعات بیشتر و دریافت وقت مشاوره کافیست با شماره ۰۹۱۳۰۷۳۱۳۶۴ تماس بگیرید و یا از طریق وبسایت، فرم درخواست را پر کنید تا کارشناسان ما در اسرع وقت با شما تماس بگیرند.

## سوالات متداول

۱. چگونه می‌توانم از دقت داده‌های فروش اطمینان حاصل کنم؟

برای اطمینان از دقت داده‌ها، باید فرآیند جمع‌آوری داده‌ها را استانداردسازی کنید. این شامل تعریف دقیق معیارها، آموزش کارکنان برای ورود صحیح داده‌ها و انجام بررسی‌های دوره‌ای برای شناسایی و اصلاح خطاها است.

۲. چه سوالاتی را باید در تحلیل داده‌های فروش بپرسیم؟

چه محصولاتی بیشترین فروش را دارند؟

کدام کانال فروش موثرتر است؟

چه مشتریانی بیشترین ارزش را برای کسب‌وکار ایجاد می‌کنند؟

چگونه می‌توانیم فروش را افزایش دهیم؟

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



۳. چه ابزارهای رایگانی برای تحلیل داده‌های فروش وجود دارد؟

---

علاوه بر گوگل شیتز و گوگل آنالیتیکس، ابزارهای رایگان دیگری مانند Excel و Python نیز برای تحلیل داده‌ها قابل استفاده هستند.

---