

商品销售分析报告范文 产品销售动态数据分析报告

产品销售动态的数据分析，和常规的不同在于有动态二字。动态就是要关注到周的变化或者是日的变化，可以从几个维度去分析。

- 1、产品分类的销售情况。比如化妆品的销售，分为膏霜类、洗涤类、彩妆类、面膜类等，看产品的销售额占比情况。
- 2、产品价格区间销售分析。比如将产品划分为 100 以下，100-200, 200-500, 500 以上四个区间，看下销售额的构成，是哪个区间的卖的更好些，原因是什么。
- 3、从产品的动销比来分析。有的产品虽然卖的金额不少，但是相比采购量来看，还是不理想，也就是动销比偏小，那就说明这个产品还是需要加大销量的。
- 4、从销售的策略或活动来分析。比如销售策略是多卖 A 产品，但是实际却是 B 产品卖的多，说明偏离了公司的策略，也是有问题的。
- 5、产品畅销和滞销排行。公司最畅销的产品是什么，TOP10，最滞销的产品是什么，TOP10.
- 6、公司的产品线规划分析。比如年龄覆盖是否全部覆盖到了，产品线 1 适合老年，产品线 2 适合小孩，产品线 3 适合青年，但是没有适合中壮年的。这个是从宏观上分析产品线有无遗漏。

7、新品的销售情况分析。新推出的产品，有没有收到预期的效果，产品的市场渗透率或占有率多高，产品的客户满意度怎样，都可以分析。

8、竞争对手的产品策略和销售情况分析。

如何写商品销售数据分析报告范文

一份好的商品销售数据分析报告，有以下一些要点：

第一，要有一个好的框架，跟盖房子一样，好的分析肯定是有基础有层次，有基础坚实，并且层次明了才能让读者一目了然，架构清晰、主次分明才能让别人容易读懂，这样才让人有读下去的欲望；

第二，每个分析都有结论，而且结论一定要明确，如果没有明确的结论那分析就不叫分析了，也失去了本身的意义；

第三，分析结论不要太多要精，如果可以的话一个分析一个最重要的结论就好了，很多时候分析就是发现问题，如果一个一个分析能发现一个重大问题，就达到目的了，不要事事求多，宁要仙桃一口，不要烂杏一筐，精简的结论也容易让读者接受，减少重要读者的阅读心理门槛，如果别人看到问题太多，结论太繁，不读下去，一百个结论也等于0；

第四、分析结论一定要基于紧密严禁的数据分析推导过程，不要有猜测性的结论，太主观的东西会没有说服力，如果一个结论连你自己都没有肯定的把握就不要拿出来误导别人了；

第五，好的分析要有很强的可读性，这里是指易读度，每个人都有自己的阅读习惯和思维方式，写东西按照自己的思维逻辑来写，自己觉得很明白，那是因为整个分析过程是你做的，别人不一定如此了解，要站在读者的角度去写分析邮件；

第六，数据分析报告尽量图表化，这其实是第四点的补充，用图表代替大量堆砌的数字会有助于人们更形象更直观地看清楚问题和结论，当然，图表也不要太多，过多的图表一样会让人无所适从；

第七、好的分析报告一定要有逻辑性，通常要遵照：1、发现问题--2、总结问题原因--3、解决问题，这样一个流程，逻辑性强的分析报告也容易让人接受；

第八、好的分析一定是出自于了解产品的基础上的，做数据分析的产品经理本身一定要非常了解你所分析的产品；

第九、好的分析一定要基于可靠的数据源，其实很多时候收集数据会占据更多的时间，包括规划定义数据、协调数据上报、让开发人员 提取正确的数据或者建立良好的数据体系平台，最后才在收集的正确数据基础上做分析，既然一切都是为了找到正确的结论，那么就要保证收集到的数据的正确性，否则一切都将变成为了误导别人的努力；

第十、好的分析报告一定要有解决方案和建议方案，你既然很努力地去了解了产品并在了解的基础上做了深入的分析，那么这个过程就决定了你可能比别人都更清楚 第发现了问题及问题产生的原因，那么在这个基础之上基于你的知识和了解，做出的建议和结论想必也会更有意义，而且你的老板也肯定不希望你只是个会发现问题 的人，请你的那份工资更多的是为了让你解决问题的；

十一、不要害怕或回避“不良结论”，分析就是为了发现问题，并为解决问题提供决策依据的，发现产品问题也是你的价值所在，相信你的老板请你来，不是光让你 来唱赞歌的，他要的也不是一个粉饰太平的工具，发现产品问题，在产品缺陷和问题造成重大失误前解决它就是你的分析的价值所在了；

十二、不要创造太多难懂的名词，如果你的老板在看你的分析花 10 分钟要叫你三次过去来解释名词，那么你写出来的价值又在哪里呢，还不如你直接过去说算了，当然如果无可避免地要写一些名词，最好要有让人易懂的“名词解释”；

十三、最后，要感谢那些为你的这份分析报告付出努力做出贡献的人，包括那些为你上报或提取数据的人，那些为产品作出支持和帮助的人（如果分析的是你自己负责的产品），肯定和尊重伙伴们的工作才会赢得更多的支持和帮助，而且我想你也不是只做一锤子买卖，懂得感谢和分享成果的人才能成为一个有素养和受人尊敬的产品经理。

销售分析报表怎么写？

相信很多做商贸的老板会有这样困惑，我的哪些商品要做促销？我要在什么时候做促销？我要如何调整我的商品销售策略？做为活雷锋，我今天主要想以服装行业为例，围绕售罄率、库销比和坪效简单给大家做一分享，希望能有所帮助。对于商家而言，畅销的产品是不需促销的，只有滞销的产品才需要促销，而滞销产品可以通过售罄率来确定。

售罄率

售罄率是指一定时间段某种货品的销售占总进货的比例，是根据一批进货销售多少比例才能收回销售成本和费用的一个考核指标，便于确定货品销售到何种程度可以进行折扣销售清仓处理的一个合理尺度。（来自百度百科）

结合服装，一般服装的销售生命周期为 3 个月，如果在三个月内，不是因为季节、天气等原因，衣服的售罄率低于 60%，则大致可判断此产品的销售是有问题的，当然也不必等到三个月后才可以确定。三个月内，第一个月尺码、配色齐全，售罄率会为 40~50%，第二个月约为 20~25%，第三个月因为断

码等原因，售罄率只会有 5~10%。当第一个月的售罄率大大低于 40%时，且无其他原因时，就有必要特别关注，加强陈列或进行推广了。

以下图为例，因为是 8、9 的数据，我们不难发现，天气因素导致衬衫、连衣裙的售罄率比较低，在决策的时候可以考虑 9 月之后停止或者减少进货；而本该热卖的风衣、卫衣售罄率也很低，那我们需要思考问题出在哪里，款式还是价格还是位置不起眼？从而做出下一步的销售计划。

（图片不清楚，可以直接看报告链接）

库销比

库存量与销售额的比率，是一个检测库存量是否合理的指标，如月库销比，年平均库销比等，计算方法：月库销比，月平均库存量/月销售额，比率高说明库存量过大，销售不畅，过低则可能是生产跟不上。（来自百度百科）

库销比的设置是否科学合理，一是决定了订单供货是否能够真正实现向订单生产延伸；二是企业是否能够真正做到适应市场、尊重市场，响应订单；三是在管理时库存企业能否真正做到满足市场、不积压、不断档。

越是畅销的商品，我们需要设置的库销比越小，这就能更好地加快商品的周转效率；越是滞销的商品，库销比就越大。我们日常可以通过销售和配货将库销比维持在一定水平，并且不允许出现库销比过高或过低。一旦库销比过高或过低则表明日常销售和配货工作没有做到位。也就是说不应该等到库销比反映出库存异常的时候才进行补救应对。

同样看图说话，卫衣和衬衫的库销比就是两个很典型的例子。

坪效

坪效主要是用来计算商场经营效益的指标，用来衡量每坪的面积可以产出多少营业额。

店里不同的位置，所吸引的客户数也不同。一楼入口处，通常是最容易吸引目光的地方，在这样的黄金地段一定要放置能赚取最大利润的专柜。虽然门店的最核心指标是利润，但能够代表门店竞争力的指标却不是利润额的高低，而应该是一个强度指标，那就是坪效和人效，也就是每平米的贡献与人均贡献，这是一个可以在各门店之间相互比较的指标，是能够更全面地体现门店的基本竞争力的关键指标。

许多专卖店的坪效都领先于同行，这是店面在初期对客流、消费者购物深刻剖析并进行门店布局、动线及品类设计的优化而取得的成果，so 坪效对于一个服装店铺也是至关重要的。

下图是完整的报告，供大家参考（建议点开看大图）。对了，需要报告链接可以留邮箱哈~

什么是销售分析报告

就是对公司业绩的评估

我们公司是做家电销售的，去年年底做的澳柯玛洗衣机新疆总代理，但是因为它的容量太大，价钱太高，不是很好销售，所以现在不想做了，要给澳柯玛总公司发去一份销售分析报告，我写了一份，老总说不合格，我是实在没有办法了，才在这找人帮忙的。你回帖我很高兴，我把我写的发上去你帮我看看还有什么地方要改的

关于澳柯玛洗衣机在新疆市场销售的
分析报告

澳柯玛洗衣机于 2005 年 10 月进疆以来,通过各个岗位上员工的不懈努力,虽然取得一定的成绩和市场占有有力,但是从运作情况来看,总体形式一般,在市场销售中存在个别问题使澳柯玛洗衣机在销售中受到冷淡的主要原因有以下几点:

1、容量大

一般家庭人口数大多在三到五人之间,半自动与全自动相比,半自动使用率要高于全自动洗衣机,而澳柯玛半自动洗衣机最小容量是 6.8 公斤,海尔、小天鹅以及其他成熟品牌洗衣机大多都在 5.5 公斤至 6.5 公斤左右,相对澳柯玛半自动洗衣机容量要全面的多,这就致许多经销商不打算再做此产品,同时也使澳柯玛洗衣机在新疆销售缓慢的主要原因。

2、价位高

新疆的消费群体大多是工薪阶层和农民工,消费水平有限;各地经销商普遍认为价格过高,不易接受而澳柯玛洗衣机价位与海尔、小天鹅洗衣机价格接近,有的甚至每台高出 50-100 元左右,很不利于洗衣机的销售。因为容量大了相应的价钱也就高了,所以消费群体要比其他成熟品牌洗衣机的消费群体小的多。

3、售后服务工作滞后

售后服务无法与销售工作同步进行。我们在 12 月底已将坏机型号及破损情况上报至澳柯玛办事处,至今售后服务的问题也没有解

决,致使一部分坏机型积压库房,造成经销商资金的占用,无法正常进货,同时也造成了经销商对澳柯玛品牌认识上的偏差。其次澳柯玛办事处的售后部门也不积极配合解决售后问题,也没有给客户及时、满意的答复。

新疆处于祖国最西边，地域辽阔，而我们的经销商大多在南疆，那里经济并不富裕，加之澳柯玛洗衣机产品单一，不能完全符合市场需求，建议厂家生产低容量洗衣机产品，从而完全满足市场不同层次用户的需求，同时洗衣机的价格相应的也就降低了，消费者容易接受，对厂家、代理商、经销商实现多赢。

产品 and 市场分析报告怎么写(大纲)

看报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读易懂。

一、市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

(一) 标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

关于标题，一般要在

与标题同一页，把被调查单位、调查内容明确而具体地表示出来，如《关于哈尔滨市家电市场调查报告》。有的调查报告还采用正、副标题形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。如：《消费者眼中的枣读者群研究报告》。

(二) 目录

如果调查报告的内容、页数较多，为了方便读者阅读，应当使用目录或索引形式列出报告所分的主要章节和附录，并注明标题、有关章节号码及页码，一般来说，目录的篇幅不宜超过一页。例如；

目录

- 1、调查设计与组织实施
- 2、调查对象构成情况简介
- 3、调查的主要统计结果简介
- 4、综合分析
- 5、数据资料汇总表
- 6、附录

（三）概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

（四）正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

（五）结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

（六）附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更详尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

二、市场调查报告的内容

市场调查报告的主要内容有：

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。

产品构思和调研报告的参考格式

1. 产品构思

说明产品的主要功能是什么，产品如何开发，谁购买和使用产品，如何销售。

2. 市场调查

说明市场发展历史和趋势，市场总额与份额统计等。

3. 政策调查

调查与本产品相关的政策。

4. 同类产品调查

调查同类产品功能、质量、价格，以及主要优点和主要缺点。

5. 竞争对手调查

调查各竞争对手的市场状况，以及他们在研发、销售、资金、品牌等方面的实力。

6. 用户调查

调查一些老用户和潜在用户，记录他们的需求与建议。

可行性分析报告的参考格式

1. 市场分析

(1) 分析市场发展历史与发展趋势，说明本产品处于市场的什么发展阶段；

(2) 本产品和同类产品的价格分析；

(3) 统计当前市场的总额，竞争对手所占的份额，分析本产品能占多少份额。

(4) 产品消费群体特征，消费方式以及影响市场的因素分析。

2. 政策调查

(1) 分析有无政策“支持”或者“限制”；

(2) 分析有无地方政府（或其它机构）的“扶持”或者“干扰”。

3. 技术和时间分析

(1) 从技术角度分析本产品“做得了吗？”，“做得好吗？”；

(2) 按照正常的运作方式，开发本产品并投入市场还来得及吗？

(3) 预算中的人员能及时到位吗？

(4) 预算中的软硬件能及时到位吗？

4. 成本—收益分析

(1) 估计总成本；

(2) 估计总收益。

5. SWOT 分析

- (1) 我们的强项是什么？我们如何利用这些强项？
- (2) 我们的弱项是什么？我们如何减少这些弱项的影响？
- (3) 市场为我们提供什么样的机会？我们如何把握这些机会？
- (4) 什么威胁着我们的成功？我们如何有效地对付这些威胁？

6. 其它

例如知识产权分析

- (1) 分析是否已经存在某些专利将妨碍本产品的开发与推广；
- (2) 分析本产品能否得到知识产权保护，如何获得？

内衣销售分析报告范文

回顾这半年来的工作，我在公司领导及各位同事的支持与帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，较好地完成了自己的本职工作。通过半年来的学习与工作，工作模式上有了新的突破，工作方式有了较大的改变，现将半年来的工作情况总结如下：

一、办公室的日常管理工作。

办公室对我来说是一个全新的工作领域。作为办公室的负责人，自己清醒地认识到，办公室是总经理室直接领导下的综合管理机构，是承上启下、沟通内外、协调左右、联系四面八方的枢纽，推动各项工作朝着既定目标前进的中心。办公室的工作千头万绪，在文件起草、提供调研资料、数量都要为决策提

供一些有益的资料，数据。有文书处理、档案管理、文件批转、会议安排、迎来送往及用车管理等。面对繁杂琐碎的大量事务性工作，自我强化工作意识，注意加快工作节奏，提高工作效率，冷静办理各项事务，力求周全、准确、适度，避免疏漏和差错，至今基本做到了事事有着落。

1、理顺关系，办理公司有关证件。公司成立伊始，各项工作几乎都是从头开始，需要办理相关的手续及证件。我利用自己在 xx 部门工作多年，部门熟、人际关系较融洽的优势，积极为公司办理各类证件。通过多方努力，我只用了月余时间，办好了 xxx 证书、项目立项手续\xxxx 产权证产等。充分发挥综合部门的协调作用。

2、及时了解 xxxxxx 情况，为领导决策提供依据。作为 xxxxxx 企业，土地交付是重中之重。由于 xxx 的拆迁和我公司开发进度有密切关联，为了早日取得土地，公司成立土地交付工作小组。我作小组成员之一，利用一切有利资源，采取有效措施，到 xx、xx 拆迁办等单位，积极和有关人员交流、沟通，及时将所了解的拆迁信息、工作进度、问题反馈到总经理室，公司领导在最短时间内掌握了 xxxxxx 及拆迁工作的进展，并在此基础上进一步安排交付工作。

3、积极响应公司号召，深入开展市场调研工作。根据公司（0x 号办公会议精神要求，我针对目前 xx 房地产的发展情况及房屋租售价格、市场需求、发展趋势等做了详细的市场调查。先后到土地、建设、房管部门详细了解近年房地产开发各项数据指标，走访了一些商业部门如 xx，\xx 又到 xx 花园、xx 花园、xx 小区调查这些物业的租售情况。就 x 号地块区位优势提出“商业为主、住宅为辅、凸现区位、统筹兼顾”开发个人设想。

4、认真做好公司的文字工作。草拟综合性文件和报告等文字工作，负责办公会议的记录、整理和会议纪要提炼，并负责对会议有关决议的实施。认真做好公司有关文件的收发、登记、分递、文印和督办工作；公司所有的文件、审批表、协议书整理归档入册，做好资料归档工作。配合领导在制订的各项规章制度基础上进一步补充、完善各项规章制度。及时传达贯彻公司有关会议、文件、批示精神。

5、落实公司人事、劳资管理工作。组织落实公司的劳动、人事、工资管理和员工的考勤控制监督工作，根据人事管理制度与聘用员工签订了劳动合同，按照有关规定，到劳动管理部门办好缴纳社保（养老保险、失业保险、医疗保险）的各项手续。体现公司的规范性，解决员工的后顾之忧；

6、切实抓好公司的福利、企业管理的日常工作。按照预算审批制度，组织落实公司办公设施、宿舍用品、劳保福利等商品的采购、调配和实物管理工作。办公室装修完毕后，在 x 月份按照审批权限完成了购置办公用品、通讯、复印机、电脑等设备的配置工作。切实做好公司通讯费、招待费、水电费、车辆使用及馈赠品登记手续，严格按照程序核定使用标准；

7、做好公司董事会及其他各种会议的后勤服务工作。董事会在 xxxxx 召开期间，认真做好会场布置、食宿安排工作。落实好各种会议的会前准备、会议资料等工作。

二、加强自身学习，提高业务水平

由于感到自己身上的担子很重，而自己的学识、能力和阅历与其任职都有一定的距离，所以总不敢掉以轻心，总在学习，向书本学习、向周围的领导学习，向同事学习，这样下来感觉自己半年来还是有了一定的进步。经过不断学习、不断积累，已具备了办公室工作经验，能够比较从容地处理日常工作中出现的各类问题，在组织管理能力、综合分析能力、协调办事能力

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/636205223102011010>