

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「營運資料分析」職能範疇

名稱	統計及分析銷售數據
編號	107140L3
應用範圍	對銷售數據進行分析和統計，尋找背後的規律和隱含的資訊，從而把握市場發展規律，提升科學管理和決策的水準。
級別	3
學分	3 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握銷售數據分析的意義及數據的收集方法 <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解常用的銷售數據，掌握其意義 ● 掌握銷售數據的收集方法及保證數據的準確性：收集以下數據：銷售日期、銷售區域、銷售地點、經銷商、產品系列、產品名稱、產品價格、銷售額、銷售數量，等等。 2. 掌握各種銷售數據分析的步驟和方法 <ul style="list-style-type: none"> ● 整體銷售分析： <ul style="list-style-type: none"> ● 銷售額、銷售量分析：分析總體銷售額、量，與行業標準比較，從而分析企業的業績狀況 ● 季節性分析：一句行業銷售淡旺季規律，與銷售數據中的銷售行程進行對比，可以提供管道壓貨規劃和生產運作規劃 ● 產品結構分析：通過總體產品結構分析，瞭解整體產品結構分佈和重點產品表現 ● 價格體系分析：通過總體價格結構分析，提供價格結構調整的合理性建議 ● 區域分析： <ul style="list-style-type: none"> ● 區域分佈：分析企業的銷售區域及各區域的表現，檢索重點區域、發現潛在市場，提出後續的區域佈局策略 ● 重點區域分析：對重點區域的行銷狀況予以重點分析，解析該區域的發展走勢和結構特點，為未來在重點區域的發展提供借鑒 ● 區域銷售異動分析：對增長或下跌明顯的區域予以分析，總結經驗教訓，以抓住機會、避免潛在的威脅 ● 區域產品分析：將重點區域中的產品結構進行實踐上的橫向對比，進行多要素複合分析 ● 產品線分析： <ul style="list-style-type: none"> ● 產品線結構分析：分析產品系列和單產品結構分佈，檢索重點產品發展趨勢及新產品的市場表現 ● 重點產品分析：針對重點產品進行分析，發現存在的問題，提供產品改進意見 ● 產品區域分析：通過對產品的銷售區域分佈的分析，區分重點產品及一般性產品，為產品線的劃分和進一步細化提供參考 ● 價格體系分析： <ul style="list-style-type: none"> ● 價格體系構成分析：劃分出符合實際的價格區間劃分標準，尋找主導價位 ● 價格產品分析：主導價位區間的趨勢分析，主導價格區間的產品構成以及發育狀況，分析主導價位產品成長空間 ● 價格區域分析：各區域的價位構成分析，尋找各區域的主導價格以及價格層次的產品線戰略分佈 3. 展示專業能力 <ul style="list-style-type: none"> ● 於處理及編製數據時必須嚴格遵守相關法例要求 ● 於處理及編製數據時保證數據的準確性
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解銷售數據的概念和意義； ● 能夠針對數據分析收集數據，保證數據的準確性和可用性 ● 掌握數據分析的步驟和方法
備註	