**زيادة المبيعات**

**قائمة المهام**

* **تحليل الوضع الحالي للمبيعات**
* أداء مبيعات المنتج في قنوات البيع (المنتجات الأقل مبيعاً، المنتجات الأكثر مبيعاً، المنتجات الأكثر ربحية، المنتجات الخاسرة، إلخ.)
* أداء مبيعات المنتج بالتفاصيل الجغرافية وتفاصيل مندوبي المبيعات
* تحليل السبب الجذري للاختلافات بين أداء المبيعات المستهدف والفعلي (تحليل التكلفة، واستراتيجية التسعير، وتأثير الأنشطة الترويجية، وما إلى ذلك)
* **تحليل المبيعات مقارنة بالمنافسين**
* جمع وتحليل المعلومات عن الأسعار والمنتجات والأنشطة الترويجية للمنافسين الرئيسيين
* جمع وتحليل المعلومات عن أداء المبيعات التفصيلية وقنوات البيع والعملاء وأساليب المنافسين الرئيسيين
* تحليل اتفاقيات المنافسين مع نقاط البيع وأنشطة دعم المبيعات
* **تعزيز أنشطة دعم المبيعات**
* بعد هذه الدراسات يتم تحديث قائمة المنتجات وإعادة التخطيط حسب قنوات البيع
* مراجعة تكاليف المنتج واستراتيجية التسعير ومراجعتها إذا لزم الأمر
* من خلال إعادة إعداد خطط نشاط الترويج للقناة / العميل، وزيادة المفاوضات مع نقاط البيع وأنشطة دعم المبيعات.