**SATIŞLARI ARTIRMAK İÇİN**

**CHECKLIST**

* + **Mevcut satış durumu analizi**
* Satış kanalı ayrıntısında ürün satış performansları (en az satan ürünler, en çok satan ürünler, en karlı ürünler, zararda ürünler vb.)
* Coğrafi ve satış sorumlusu detayında ürün satış performansları
* Hedef ve gerçekleşen satış performansları arasındaki farkların kök-neden analizi (maliyet analizi, fiyatlama stratejisi, tutundurma faaliyetlerinin etkisi vb.)
	+ **Rakiple karşılaştırmalı Satış Analizi**
		- Ana rakiplerin fiyat, ürün, tutundurma faaliyetleri üzerine bilgi toplamak ve analiz etmek
		- Ana rakiplerin detaylı satış performansı, satış kanalları, müşterileri ve yöntemleri üzerine bilgi toplamak ve analiz etmek
* Rakiplerin satış noktaları ile anlaşmaları ve satış destek aktiviteleri (SDA) analizi
	+ **Satış destek aktivitelerinin güçlendirilmesi**
		- Bu çalışmalar sonrasında ürün listesi güncellemeleri ve satış kanallarına göre yeniden planlama yapılması
		- Ürün maliyetlerinin ve fiyatlama stratejisinin gözden geçirme ve gerekirse revizyon
		- Kanal / Müşteri bazlı tutundurma faaliyet planlarının yeniden hazırlanarak, satış noktaları ile görüşmeler ve satış destek faaliyetlerinin artırılması