

Raport z realizacji celów sprzedażowych na 2024 rok

1. Realizacja celów sprzedażowych

1.2 Cel: wzrost kwoty marży o **7%** w stosunku do kwoty marży w roku 2023, przy zachowaniu poziomu procentowego marży: **33,00%**

Wynik: Wzrost kwoty marży o **5,88%**

Plan roczny PLN	3 485 685,00
Realizacja	98,89%

2023	2024
Marża PLN	Marża PLN
3 255 662,28	3 447 078,51

Sumaryczna marża procentowa.

Marża % 2019	Marża % 2020	Marża % 2021	Marża % 2022	Marża % 2023	Marża % 2024	Różnica 2024/2023
32,30%	32,27%	33,26%	32,83%	34,10%	36,94%	2,84 pkt. proc

2. Działania związane z realizacją celów sprzedażowych

2.1 Rozwój kluczowych klientów firmy (z kategorią A)

Założenia: Wzrost kwoty obrotów kluczowych klientów firmy (kat. A) co najmniej 6% w stosunku do kwoty obrotów roku poprzedniego, przy zachowaniu podobnego poziomu procentowego marży, jak w roku 2023

Wyniki: Spadek kwoty obrotów kluczowych klientów (z kategorią A) w roku 2024 w stosunku do roku 2023 wyniósł: **5,91%** przy wzroście kwoty marży o **3,17%**

2023		2024	
Obrót	Marża	Obrót	Marża
6 752 568,65	2 187 656,90	6 353 459,26	2 256 931,78

Poziom procentowy marży **wzrósł o 3,12 pkty procentowe** i wyniósł: **35,52%**

Zestawienie wyników sprzedaży 2024/2023 do klientów kat. A w załączniku nr 1

Działania: W I kwartale 2025 Opiekunowie kluczowych klientów, dokonają analizy przyczyn spadków sprzedaży.

2.2. Pozyskanie nowych klientów firmy (z potencjałem A, B)

Założenia: Pozyskanie co najmniej 5 nowych klientów z potencjałem A, B. Wdrożenie systemu motywacyjnego dla handlowców.

Wyniki:

W roku 2024 pozyskano 46 nowych klientów z tego **3** z potencjałem A i **1** z potencjałem B

Zestawienie wyników sprzedaży do nowych klientów w załączniku nr 2

Wdrożono system premiowy za pozyskanie Nowego Klienta Premiowanego'24 zgodnie z regulaminem.

2.3. Monitorowanie i analiza wdrożeń

Założenia: Co najmniej 50% wdrożeń zamkniętych pozytywnie (zakończonych sprzedażą)

Wyniki:

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ilość wdrożeń zamkniętych pozytywnie w roku:	47%	51%	50%	48%	51%	43%	48%	48%
Ilość wdrożeń zamkniętych negatywnie w roku:	53%	49%	50%	52%	49%	57%	52%	52%

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Różnica 2024/2023
Ilość wdrożeń dodanych w danym roku:	884	792	886	834	483	411	390	350	-40
Ilość wdrożeń zamkniętych pozytywnie w danym roku:	445	426	434	417	266	203	190	169	- 21
Ilość wdrożeń zamkniętych negatywnie w danym roku:	499	433	431	449	259	263	207	184	-56

Wdrożenia zamknięte negatywnie w 2024		
Przyczyna zamknięcia negatywnego	udział %	ilość
Za wysoka cena	21%	39
Inny	23%	42
MOQ za duże	0%	0
Niski potencjał	5%	9
Pośrednik	2%	3
Rezygnacja	49%	91

2.4. Wdrożenie nowych produktów.

Założenia: Co najmniej 4 wdrożenia RFID zakończone sprzedażą

Wyniki:

Rozpoczęto 16 nowych wdrożeń RFID,

1 wdrożenie zakończone sprzedażą – OPTIDATA

8 wdrożeń zamkniętych negatywnie. Najczęstsza przyczyna zamknięcia negatywnego to rezygnacja po zapoznaniu się z ofertą.

7 wdrożeń otwartych, gdzie nadal prowadzone są działania handlowe

Sporządziła:

Katarzyna Obłaza

2025-01-09