Intellect

Business Intelligence

— Analiza sprzedaży Podręcznik





Business Intelligence od 2Intellect.com Sp. z o.o.

SPIS TREŚCI

1

Analiza sprzedaży

2/48

- Informacja ogólna 3
- 2 Analiza struktury oraz dynamiki sprzedaży 3
- 3 Analiza koszyka sprzedaży 13
- 4 Analiza cen rzeczywistych sprzedaży 18
- 5 Analiza grup kontrahentów 24
- 6 Analiza cech asortymentu 27
- 7 Analiza koncentracji sprzedaży 30
- 8 Analiza wskaźników statystycznych 33
- 9 Akcje marketingowe 37
- 10 Kontrakty sprzedaży 39
- 11 Zamówienia sprzedaży i sprzedaż utracona 42
- 12 Analiza natężenia sprzedaży z wizualizacją mapy 42
- 13 Słowniki i kartoteki 43



1 INFORMACJA OGÓLNA

Analiza sprzedaży

3/48

Obszar, który pozwoli efektywnie przeanalizować strukturę i dynamikę sprzedaży. Na podstawie inteligentnych porównań będziesz mógł wyciągać wnioski na temat stanu oraz trendów występujących w obrotach przedsiębiorstwa. Intellect pomoże wykrywać niebezpieczeństwa oraz wskazać najrentowniejsze kombinacje parametrów sprzedaży.

Dane na rzecz modułu pochodzą z bufora transz danych **Sprzedaż**.

Transza danych **Sprzedaż** zawiera wszystkie pozycje dokumentów sprzedaży z zadanego okresu.

W wielu miejscach spotkasz przycisk podglądu bufora danych. Na podstawie wyglądu przycisku będziesz wiedział, czy masz wystarczające dane do wykonania zestawienia w zadanym okresie.

Sygnatura z zielonym znakiem zaznaczenia wyboru ✓ (tzw. ptaszek lub fajka) oznacza, że posiadasz wystarczające dane do wykonania zestawienia.

Sygnatura z czerwonym znakiem zakazu ⊘ (okrąg z ukośną linią) oznacza brak danych w buforze Intellecta dla wskazanego okresu.

2 ANALIZA STRUKTURY ORAZ DYNAMIKI SPRZEDAŻY

— Analiza struktury oraz dynamiki oparta na matrycy

Opcja: Sprzedaż / Analiza struktury oraz dynamiki sprzedaży

Intellect daje Ci możliwość skutecznej i szybkiej budowy zestawień z wykorzystaniem konfiguratora. Konfigurator składa się z kolejnych logicznych kroków deklarowania parametrów zestawienia.

Zestawienia Intellecta mogą być deklarowane i zapamiętywane w katalogach. Dzięki temu będziesz mógł odpowiednio – według założonego klucza – pogrupować swoje zestawienia.

Pod prawym przyciskiem myszy masz dostęp do następujących opcji:

- Edycja matrycy Uruchamia konfigurator zestawienia dla wybranego rekordu.
- Utwórz nową matrycę na podstawie Kopiuje wybrane zestawienie.
- Serie Bezpośredni dostęp do serii filtrujących (niezależnie od konfiguratora).
- Analiza sprzedaży Uruchamia wykonanie zestawienia.

1	Edycja matrycy
	Usuń matrycę
Ф,	Utwórz nową matryce na podstawie
MV	Serie [2]
4	Analiza sprzedaży



4/48	Zestawienie sprzedaży: Edycja r	natrycy _ 🗆 🛪
	i 🔟 🗾 🍃 🚰 i	€
Analiza sprzedaży	Intellect Wizard	Witamy w kreatorze tworzenia matrycy analizy sprzedaży
		To narzędzie pomoże Gi przygotować matrycę analizy sprzedaży. Matryca przygotowana przez Giebie będzie zawsze dostępna do wykorzystania lub modyfikacji na liście "Matryce analizy sprzedaży". Pozwól teraz poprowadzić się krok po kroku przez tworzenie matrycy.
		Wprowadź Komentarz opisujący zestawienie Zestawienie sprzedaży
		Socráb traktowania korakt
		K Korekty sa traktowane jako niezależne dokumenty
		Wybierz podstawe analizy (oś OX)
		czas *
		Nazwa katalogu
		Moje analizy v
		Kliknij przycisk "Dalej" aby kontynuować
		< Westecz Dalej > Anuluj

Pierwszy krok konfiguratora (opcja Nowa matryca analizy sprzedaży lub Edycja matrycy dla istniejącego zestawienia).

Istotnym parametrem, który należy zadeklarować podczas tworzenia matrycy analizy sprzedaży, jest sposób traktowania korekt.

Dostepne opcje traktowania korekt:

- Korekty są traktowane jako niezależne dokumenty Wskazanie korekty jako niezależnego dokumentu w dacie jego wystawienia.
- Korekty są doliczane do dokumentów podstawy Wskazanie dokumentu jako dokumentu związanego z dokumentem korygowanym i wpływającym na dokument korygowany w dacie jego wystawienia.

Korekty są traktowane jako niezależne dokumenty 🎉 Korekty są doliczane do dokumentów podstawy

Dalej musisz podjąć decyzję co do sensu osi OX na wykresie graficznym.

Masz następujący wybór:

- asortyment
- cecha sprzedaży
- czas •

- dostawcy asortymentu •
- indeksy
- jednostki analityczne
- kontrahenci .
- marki asortymentu •
- miejsce generowania sprzedaży •
- rynek



Business Intelligence od 2Intellect.com Sp. z o.o.

Analiza sprzedaży

asortyment	
cecha sprzedaży	
czas	
dostawcy asortymentu	
indeksy	
jednostki analityczne	
kontrahenci	
marki asortymentu	
miejsce generowania sprzedaży	
rynek	

W zależności od wyboru inna będzie dziedzina wykresu.

W następnym kroku będziesz mógł Twoją dziedzinę doprecyzować. Np. jeżeli wskażesz jako dziedzinę czas to po lewej stronie będziesz mógł wybrać okres oraz jednostkę czasu, a następnie wybierając przycisk na środku wygenerować argumentu 0X. Lista z prawej strony to lista wybranych argumentów 0X. Pod prawym przyciskiem myszy masz dostęp do opcji umożliwiającej wykasowanie wybranych przez Ciebie argumentów 0X.

Jeżeli wybierzesz inny rodzaj argumentu 0X to zobaczysz po lewej stronie listę z słownikiem dostępnych wartości – posługując się techniką *drag and drop* będziesz mógł zapełnić listę Twoich wybranych argumentów 0X.

Zestawienie sprzedaży: Edycja matrycy		,	¢,
👅 💋 🎓 😰 🗊			
Image: Second	nel podstawy analizy orzaz od zakresu danych. Można dowolnie manipulować odsjąc nowy.	• •	
	July 2010 August 2010 September 2010 October 2010 December 2010 December 2010 Edycja Listy Listy Listy Uzba zaczytanych rekordow 12 rekordów Oglej >	atrycy=;	

W następnym kroku zobaczysz listę serii filtrujących. Na starcie system dodaje jedną serię bez ustawienia wartości filtrujących.





Ty masz oczywiście możliwość edycji lub dodania następnych serii.

[Zestawienie sprzedaży] -> Sprzedaż całkowita: Edycja serii	,
i 📴 🛛 🏫 😰 🖄 🚽 🗧 i 🕹 🎸 🗡	♥ ← ♥
Dane ogólne serii	
Numer 1 Nazwa serii 5przedaż całkowita Przedmiot analizy wartość sprzedaży -	Opis serii
Definicje filtrów dla serii	
Porcevo asortymentu Asortyment Prace - Programy pozostale Prace - Uslugi techniczne - programowe Prace - Uslugi techniczne - sprzętowe Prace - Sprzęt Style Style Style Style Style Style Style	Wybrany filtr asortymentu Id ▲ ▲ Id ▲ ▲ ■

W serii ustawiamy również sens wartości 0Y na Twoim wykresie. Na starcie dla pierwszej serii system wskazał Wartość sprzedaży, jednak Ty możesz to zmienić na następujące wartości:

< Wstecz Dalej > Anuluj

- ilość sprzedaży •
- kartotekowy koszt sprzedaży •
- marża na sprzedaży •
- marża na sprzedaży rzeczywista •
- rzeczywisty koszt sprzedaży •
- średnia cena sprzedaży •
- wartość sprzedaży •
- zysk na sprzedaży na podstawie kartoteki •
- zysk na sprzedaży na podstawie kosztu rzeczywistego



6/48

Analiza sprzedaży

ilość sprzedaży
kartotekowy koszt sprzedaży
marża na sprzedaży
marża na sprzedaży rzeczywista
rzeczywisty koszt sprzedaży
średnia cena sprzedaży
wartość sprzedaży
zysk na sprzedaży na podstawie kartoteki
zysk na sprzedaży na podstawie kosztu rzeczywistego

Uwaga: Kartotekowy koszt sprzedaży to zadeklarowany koszt dla poszczególnych indeksów w opcji **Rachunek kosztów**. **Rzeczywisty koszt sprzedaży** to koszt sprzedaży pobrany z systemu zewnętrznego z każdą pozycją sprzedaży (pod warunkiem, że system zewnętrzny taką informację udostępnia).



Okno zestawienia – wyświetlane po zakończeniu konfiguratora lub poprzez opcję Analiza sprzedaży

Główny obszar okna to prezentacja graficzna zestawienia. Lista w dolnym lewym rogu zawiera dane liczbowe prezentowane na wykresie graficznym. W prawym dolnym rogu znajdują się listy zdarzeń, spekulacji oraz trendów (przełączanie pomiędzy listami odbywa się z pomocą zakładek wertykalnych).

Zauważ, że poprzez zakładkę **Zdefiniowane serie** w oknie głównym masz dostęp do zadeklarowanych serii oraz filtrów zestawienia.

Możesz zadeklarować dowolną liczbę zdarzeń w powiązaniu z argumentem OX lub okresem, co zostanie zaprezentowane na Twoim wykresie.

Poprzez zakładki wertykalne możesz przełączyć widok na listę trendów. Możesz zadeklarować dowolna liczbę krzywych opisujących trendy dla Twojego wykresu. Podczas deklaracji krzywej wskazujesz względem jakiej serii krzywa ma być wytyczona oraz dla jakiego okresu w przyszłości linia ma być wytyczona. Trend dla danych w przyszłości może zostać zwiększony o wartość odchylenia standardowego (sigma1, sigma2, ...). Generowanie trendu



odbywa się metodą najmniejszych kwadratów dla wartości argumentów OX zaznaczonych na drugiej zakładce.

Analiza sprzedaży

🖸 🗾 🚖	imenty OX		kad obliczer	sie trendu	1	> ←				
Dane ogólne	amoney ox	meniodząco w s		nic crendo						
Nazwa		trend sprzedaż	y							
Opis		trend wartości	sprzedazy						•	
Seria		Sprzedaż całko	wita				•			
Okres w przyszłości										
Rok 2)11 -	Miesią	:	3		·				
Opcje dodatkowe										
Uwzględnij odchyle brak Uyrysuj trend	nie standar przy urucho	dowe mieniu analizy			•					
🔲 Uwzględnij pro	nozowany	kurs waluty								
Prognozowane kurs	/ walut								 	
Prognozowane k	ursy walu	t 🖃 Nowa pr	ognoza kurs	su waluty	11 V	125	4 5	2	4	
Id	Wart	ość zmiany [%]	-					Waluta		
Brak danych										



Przykład wytyczonego trendu



```
9/48
```

Poprzez zakładki wertykalne możesz przełączyć widok na listę spekulacji. Spekulacja to rodzaj wirtualnego obliczenia dla zadeklarowanych przez Ciebie wirtualnych warunków. Dla swoich symulacji możesz zmienić między innymi ceny asortymentu, kursy walut, koszty.

Analiza sprzedaży

Zestawienie sprze	daży: Nowa spekulacji	3				- = X
: 🔟 🗾 🖕	🖻 🖻 👆 🔹	= 🏂 💰 🗸	(🗢 🛛 🗧			
Dane ogólne						
Nazwa spekula	cji Spekulacja waluto	wa				
Seria	Sprzedaż całkowit	a	•			
i 📕 Pozycje Ze	stawienie sprzedaży: 1	 Nowy pozycja speku	lacji		в X	📢 🔚 🔹
Id 📥 Roc	🖸 🗹 🎓 🞥	◎ - =	÷ 🍻 /	/ ⊃ ⇐	•	Koszt
Brak danv	Opcje spekulacji					
	Id	1				
	Rodzaj spekulacji				-	
	Wartość zmiany [%]	ana cen asortymentu				
Edycja Listy Li	Zmi	ana kursu waluty iana kosztów			Ju:	=43/COM_PATH=
/id_matrycy=1					er	ty
Sprzedaz ca						

W wyniku dodanej spekulacji na wykresie pojawi się dodatkowa seria dla zadeklarowanych warunków.

Dla każdego elementu na wykresie masz dostęp do następujących opcji:

- Nowe zdarzenie
- Generuj nowy trend
- Nowa spekulacja
- Drilowanie danych
- Pozycje dokumentów sprzedaży dla argumentu 0X
- Pozycje dokumentów sprzedaży dla serii
- Label point visible (Widoczność etykiety punktu czy ma być widoczny opis punktu na grafice)

9	Nowe zdarzenie
ΜĮ	Generuj nowy trend
	Nowa spekulacja
==	Drilowanie danych
Þ	Pozycje dokumentów sprzedaży dla argumentu OX
Þ	Pozycje dokumentów sprzedaży dla serii
1	Label piont visible

Szczególnie przydatna może być opcja **Drilowanie danych**. Umożliwia ona analizę wybranego argumentu 0X dla wybranych współrzędnych. Korzystając z tej opcję będziesz mógł dowolnie żeglować po danych wykorzystując wybrane przez siebie konteksty i filtry.



Analiza sprzedaży



Forma "żeglowania" po danych może być zmieniona przez naciśnięcie przycisku wskazanego elipsą

Masz wówczas dostęp do panelu, za pomocą którego możesz zaprojektować arkusz analityczny. Wystarczy przesunąć (technika *drag and drop*) wybrane pola na miejsca deklaracji wierszy oraz kolumn zestawienia.

Drilowanie danych							
011100	· uo	7 Dane uniowanej	SCIII				
Analiz	zowana seria "Sp	rzedaz całkowita"	_				
Scież	ka: [czas] M	ay 2010 -> [indeks	9]				
	Analizowana se	ria "Sprzedaż cał	cowita" 📢 💥	\$,		
	Nr dokumentu	Marka Dostaw	ca Kontrahent	Indeks			
	Asortyment F	Rynek Kwartał	Miesiąc				
	wartosc sprzedaz	y llosc sprzedazy	Drop Column Helds	Here			
	Rok	miejsce 💌	Grand Total				
			Wartosc sprzed	liosc sprzedazy			
	2010	WEW	43,15	551 624,00			
		URGW	264 290 02	16 173 344 00			
		URG	176 082 21	9 140 392 00			
		UPGK	78 593 41	3 515 390 00			
		LIPG	1 171 395.64	13 358 204.00			
		TEL	1 858.77	3 516 197.00			
		SPT	280,48	351 556,00			
		PRLW	156 634,50	1 406 163,00			
		PRL	664 325,19	2 812 135,00			
		PRGW	10 356,00	351 521,00			
		POS	38 835,00	351 557,00			
		PAL	8 824,61	3 164 690,00			
		AUW	0,00	3 163 446,00			
	2010 Total		2 818 444,26	64 336 029,00			
	Edytuj akcję 丨 Licz	ba rekordów 🛛 183 re	kordów 0,016 s Pa	rametersIn			



11/48 Analiza struktury oraz dynamiki oparta na technice drag and drop Opcja: Sprzedaż / Analiza sprzedaży drag and drop Analiza sprzedaży Intellect daje Ci niesłychanie szybkie i efektywne narzędzie do budowania zestawień sprzedaży. Panel składa się z następujacych obszarów: listy słownikowe lista zestawienia . lista filtrów i poziomów zestawienia 📌 🔟 | \$ Waluta- 🖉 EUR [1] / Obszar list Zakres czasu słownikowych ania sprzedaży Od 2010 - 1 -Do 2010 - 12 -😳 🔻 🗧 🔽 d 4 33 🔻 🖄 XX 🔻 Indeks Skrót nazwy Miej Nazwa cechy Oprog > 🕕 Polsk Wielkość sieci hand Przedział czasow 🖯 Usługi Kolor KONTRAHENT 124 UPG 🕣 Sprzęt indeks 2 KONTRAHENT 1216 PRS nazwa indeks 3 SPT 🕕 Miesiąc 🕂 Kwartał KONTRAHENT 12 indeks 4 KONTRAHENT 664 URG Kwartał
 Półrocze
 Rok
 Miesiąc (bały okres)
 Kwartał (cały okres)
 Półrocze (cały okres) UPC indeks 5 KONTRAHENT 896 indeks 6 KONTRAHENT 1078 > PRL U ST indeks 7 KONTRAHENT 1213 indeks 8 KONTRAHENT 982 P RR KONTRAHENT 628 POS indeks 9 Edycja Drze Wartości analizy ie / filtry 📔 🎭 Nowa seria n 😂 🔽 🛃 🛃 🔁 Wartości ar Typ złącz... Wa Nazwa serii es 1 (Miesi... Series 2 (inde... es 3 (KON... Series 4 (UPG) es 5 (PRL) Se is 6 (Usługi) 🛛 Su Obszar listy Series 2 (ind... AND Wartość s. zestawienia > st Series 3 (KO... AND Series 4 (UPG) AND Wartość s... luty 3 215 638.60 0.00 0.00 1 016 369.80 93 243.65 0.00 4 325 252.05 46 621.83 marzec kwiecień maj czerwiec 2 245 378,15 0,00 0,00 376 753,69 1 057 056,92 0,00 3 679 188,77 188 376,84 Series 5 (PRL) AND
 Series 6 (Usl... AND Wartość s. 1 428 222.93 0,00 0,00 181 620.65 24 126,99 0,00 1 633 970,57 12 063.49 Wartość s.. Suma 2 871 155,37 676 749,53 4 741 208,22 0,00 0,00 1 193 303,32 0,00 338 374,77 2 997 567,61 0,00 802 037,22 613 823,02 0,00 4 413 427,86 306 911,51 > 0,00 lipiec sierpień 1 568 764,41 0,00 0,00 169 298,19 243 717,56 0,00 1 981 780,16 84 649,09 2 587 178,91 0,00 345 672,84 21 476,38 2 954 328,12 10 738,19 0,00 0,00 wrzesień paździerr 3 928 153,39 0,00 0,00 857 441,07 1 435 417,02 0,00 6 221 011,48 428 720,53 2 037 588,27 0,00 0,00 306 785,13 -58 607,87 0,00 2 285 765,54 Obszar listopad 3 264 430,47 0,00 0,00 554 121,50 279 995,10 0,00 4 098 547,08 139 997,55 5 124 122,92 0,00 1 357 430,01 648 541,14 0,00 7 130 094,07 324 270,57 grudzień 0,00 list filtrów i poziomów

Panel analizy sprzedaży

— Tworzenie wierszy zestawienia

Jeżeli przeciągniesz pozycję (zaznaczone pozycje) listy słownikowej na obszar listy zestawienia, przeciągnięta pozycja (zaznaczone pozycje) staje się argumentem OX.

Przeciągnięta pozycja automatycznie tworzy zapis w liście poziomów zestawienia (informacja o użytym słowniku).

Podczas każdego przeciągnięcia system bada, czy dany słownik był użyty dla któregoś z poziomów zestawienia. Jeżeli tak, to przeciągnięta pozycja jest dodawana do pozycji na odpowiadającej jej poziomie. W innym razie tworzony jest następny poziom, zaś przeciągnięta pozycja rozgałęzia każdą pozycję dotychczas najniższego poziomu.

W przypadku słowników: cech sprzedaży oraz przedziałów czasowych, każdy główny węzeł jest traktowany jako inny rodzajowo słownik.



zestawienia

- Tworzenie kolumn zestawienia

Analiza sprzedaży

Jeżeli przeciągniesz pozycję słownika na listę filtrów na wolne pole, to system automatycznie stworzy nową kolumnę (nową serie) filtrującą obszar sprzedaży dla wskazanej pozycji.

Jeżeli przeciągniesz pozycję słownika na listę filtrów na istniejącą serię, to system doda do filtrów danej serii przeciągniętą pozycję.

Podczas tworzenia pierwszych wierszy system – dla Twojej wygody – doda automatycznie serię nie zawierającą jakichkolwiek filtrów. Edycja serii może dać możliwość modyfikacji przedmiotu obliczeń.

Nowa seria	-		х
🛛 🖸 🖌 🚰	<u>ò</u>		
Nazwa serii			
Rodzaj serii	seria danych 👻		
Naliczanie wartości	wartość sprzedaży 👻		
Rodzaj złączenia	wartość sprzedaży ilość sprzedaży zysk na sprzedaży na podstawie kartoteki średnia cena sprzedaży katotekowy koszt sprzedaży		
	rzeczywisty koszt sprzedaży zysk na sprzedaży na podstawie kosztu rzeczyw marża na sprzedaży marża na sprzedaży rzeczywista	vistego	

Edycja serii umożliwia zmianę przedmiotu obliczeń

Podczas edycji możesz ponadto zmienić zasady łączenia filtrów – AND lub OR – co ma znaczenie, jeżeli stosujesz więcej niż jeden filtr dla danej serii.

Seria danych (kolumna) może mieć charakter agregujący istniejące kolumny. Musisz wówczas wskazać **Rodzaj serii = seria agregująca** oraz wybrać rodzaj agregacji (patrz poniżej).

Nowa seria		-		x
🔟 💋 🍃 🚰	Ô			
Nazwa serii				
Rodzaj serii	seria agregująca 👻			
Rodzaj agregacji	Ilość 👻			
	Ilość			
	Suma			
	Średnia			
	Mediana			-
	Min		OK	
	Max		OK	



Analiza sprzedaży

Ana	iiza sprzedazy														
(9 🗾 💋 😰 I	💲 Waluta 🧕	EUR [1]	-											
Za	kres czasu	Indel	~	Acostumon	•	Kantrahang		Dunck		Mining		orouppip corradatu	Coshus	or and a star	
0	d 2010 + 1 +	I I I I I I I I I I I I I I I I I I I	sy	Asorcymen		Kontralient		Kynek		Mejse	s yei	ierowana sprzedazy	cecity s	przeuazy	*
Do	2010 - 12 -	1.00	V S 8	2 * *	19 ÷			2 ~ ~ ~	87 *	12 N		👋 📽 🚬	8	e 😭	+
		In	deks	Nazwa		Skrót na	zwy	Nazwa		Mie	jsce		Nazv	va cechy	
Pr	zedział czasowy	8		Opro	ogramowanie	7		Polska		8			<u> </u>	vielkość sieci	handlowej
tre	eName 🤽 🗞 🚅	> ind	eks 1	> 🕂 Usru	igi vet	KONTRA	HENT 1241			UPO			⊕• K	olor	
	nazwa	ind	eks 2			KONTRA	HENT 1216			PR	5				
	🕣 Miesiąc	ind	eks 3			> KONTRA	HENT 1217			S P					
	🐠 Kwartał	ind	eks 4			KONTRA	HENT 664			UR	i				
	Półrocze	ind	eks 5			KONTRA	HENT 896			UP	D				
	🕢 Rok	ind	eks 6			KONTRA	HENT 1078			> PRI					
>	Miesiąc (cały okres)	ind	eks 7			KONTRA	HENT 1213			US	г				
H	Kwartał (cały okres)	ind	eks 8			KONTRA	HENT 982			P R	ર				
P	Porrocze (cary okres)	ind	eks 9			KONTRA	HENT 628			PO:					
	c 1 : o		1.10								· · ·				
	Edycja Urzewa														
V	/artości analizy														
	Wartości argumentów dla s	serii 📜 🔻	😸 ∑ 🍒								Se	rie / filtry 🌯 No	wa seria	5 💊	4
	ox	Series 1 (Miesi.	. Series 2 (inde	Series 3 (KON	Series 4 (UPG)	Series 5 (PRL)	Series 6 (Usługi)	Suma	Mediana			Nazwa serii	Typ złącz.	Wartość	f Nazw
	7										>	Series 1 (Mie	AND	Wartość	s
IIE,	churzeń	2 060 353 9		0.00	709 502 11	-229 330 70	0.00	3 449 525 00	0.00			Series 2 (ind	AND	Wartość	s
IF	luty	3 215 638 6	0 0,00	0,00	1.016.369.80	93 243 65	0,00	4 325 252 05	45 521 83			Series 3 (KO	AND	Wartosc	s
IE	marzer	2 245 378 1	5 0.00	0,00	376 753 69	1 057 056 92	0,00	3 679 188 77	188 376 84			Series 5 (DPI)	AND	Wartość	. 5 c
	kwiecień	1 428 222 0	3 0,00	0,00	181 620 65	24 126 99	0,00	1 633 970 57	12 053 49		IF	+ Series 6 (List	AND	Wartość	s
IE	mai	2 871 155 3	7 0.00	0,00	1 193 303 32	676 749 53	0,00	4 741 208 22	338 374 77			- Suma		Suma	
	czerwiec	2 997 567 6		0,00	802 037 22	613 823 02	0,00	4 413 427 85	305 911 51		-	Mediana		Mediana	
	linier	1 569 764 4	1 0,00	0,00	169 209 10	242 717 56	0,00	1 091 790 16	84 649 09		-				
	sierpień	2 587 179 0	1 0,00	0,00	345 672 94	21 476 29	0,00	2 954 328 12	10 738 19						
	urraciań	3 029 153 3	9 0,00	0,00	957 441 07	1 435 417 02	0,00	6 221 011 48	428 720 53						
	naździarnik	2 037 598 3	7 0,00	0,00	306 795 13	-59 607 97	0,00	2 285 765 54	420 (20,33						
	lictonad	3 264 420 4	.7 0,00	0,00	554 121 50	270 005 10	0,00	4 008 547 09	130.007.55						
	iscopdu	5 204 430,*	., 0,00	0,00	1 057 121,50	2/9 995,10	0,00	7 100 00 107	133 337,33						
	Lan Manon	E 1.74 1.11													



Kolumny agregujące są pokazywane w innym kolorze; w obszarze listy zestawienia możemy zobaczyć prezentację graficzną (przycisk z czerwoną strzałką)

3 ANALIZA KOSZYKA SPRZEDAŻY

— Korelacje w koszyku sprzedaży

Intellect pozwoli Ci sprawdzić, czy w Twoim koszyku sprzedaży istnieją jakieś związki pomiędzy indeksami asortymentowymi. Może być przecież tak, że jeden indeks (lub grupa indeksów) wymusza zakup innego indeksu (lub grupy indeksu). System dokona statystycz-nej analizy związków i odpowie Ci z jakim prawdopodobieństwem możesz zakładać istnienie asocjacji pomiędzy grupami indeksów. Podczas przetwarzania jako jeden koszyk jest zakładany zbiór indeksów asortymentowych sprzedawanych na jednym dokumencie sprzedaży. Asocjacje wyznaczone są w oparciu o algorytm *apriori*.

Opcja: Sprzedaż / Korelacje w koszyku sprzedaży

Każde badanie asocjacji jest dokonywane dla określonych parametrów. Matryce takich parametrów są gromadzone w kartotece korelacji.





Analiza sprzedaży



Wykorzystując opcję **Nowa korelacja** możesz dodać nowy zbiór parametrów dla poszukiwań związków asocjacyjnych.

Objaśnienia parametrów:

- Minimalny próg częstości Minimalna procentowa ilość koszyków w całym zbiorze dla jakich istnieje asocjacja.
- **Minimalny próg ufności** Minimalny procentowy próg wystąpień jeśli \rightarrow to.

Wszystkie filtry można ze sobą łączyć!

Konfigurację korelacji można edytować nawet po dokonaniu wyznaczeń asocjacji, jednak powoduje to konieczność ponownego wygenerowania asocjacji.

Pod prawym przyciskiem myszy są dostępne następujące opcje:

- Edycja korelacji
- Usuń korelacje
- Pokaż obliczone korelacje
- Oblicz korelacje w koszyku sprzedaży

1	Edycja korelacji
	Usuń korelacje
	Pokaż obliczone korelacje
1 7	Oblicz korelacje w koszyku sprzedaży

Obliczenia asocjacji przedstawione są na dwóch zakładkach:

- Drzewo asocjacji Drzewo prezentuje asocjacje występujące dla danego indeksu(ów).
 Po rozwinięciu węzła mamy podgląd na wszystkie asocjacje związane z danym indeksem(ami), informacje o ufności, wartościach sprzedaży cząstkowych, łącznych oraz o przyroście sprzedaży jaki generuje nam dana asocjacja
- Lista asocjacji Daje nam podgląd ma wszystkie wyznaczone asocjacje wraz z wartościami, ufnością oraz przyroście wartości. Indeksy występujące w danej asocjacji wyświetlone są na listach poniżej.



Anal	iza	sprzed	laży
		· ·	

1 🖌 🏫 🚰 🖄	🗊 🛛 📑 Raport 🗍 📁 🎽	💲 Waluta 🥑 EUR [1]	-		
ewo asocjacji 🛛 Lista asocjacji					
ocjacje w koszykach sprzed	laży 🏷 🔖 🛃 🖨				
Indeksy	Ufność [%]	Suma wartości JEŚLI	Suma wartości TO	Łączna wartość spr	Przyrost wartości [%
📄 indeks 203					
indeks 387	13,83%	2 949,77	17 624,63	20 574,41	597,49%
indeks 1178	3%	83,51	2 704,88	2 788,39	3238,99
indeks 1179	10,49%	2 603,91	9 139,77	11 743,68	3519
indeks 1722	5,88%	9 102,91	8 300,29	17 403,20	91,189
indeks 335	23,83%	10 377,16	23 592,28	33 969,43	227,35%
indeks 335; indeks 1	3,86%	1 492,86	6 900,48	8 393,34	462,239
📄 indeks 203; indeks 335					
indeks 1722	16,19%	4 852,37	3 540,97	8 393,34	72,979
📄 indeks 203; indeks 1722					
indeks 335	65,61%	5 033,83	3 359,51	8 393,34	66,749
indeks 206					
indeks 338	89,6%	29,27	3 636,59	3 665,85	12425%
🖨 indeks 335					
indeks 203	63,41%	23 592,28	10 377,16	33 969,43	43,999
indeks 387	7,18%	2 729,71	4 171,83	6 901,54	152,839
- indeks 1722	11,37%	3 690,24	3 833,22	7 523,46	103,879
indeks 203; indeks 1	10,27%	3 359,51	5 033,83	8 393,34	149,849
indeks 335; indeks 1722					

Wszystkie wartości sprzedaży podane są w walucie przelicznikowej, którą można zmienić w każdym momencie.

Korelacja 1: Pokaż obliczone korelacje			_ = >
i 😈 💋 🎓 😰 i 😨 i	📙 Raport 📁 💲 Waluta 🧕 EUR [1]	*	
Drzewo asocjacji Lista asocjacji			
Korelacie w koszykach sprzedaży	** 🐨 K. 🛷 🔨 💟 🚳 🔚	٨	
Umosc korelacji [%]	Suma wartosci JESLI	Suma wartosci 10	Lączna w Przyrost w
23,83%	10 377,16	23 592,28	33 969,43 227,35%
16,19%	4 852,37	3 540,97	8 393,34 72,97%
> 13,83%	2 949,77	17 624,63	20 574,41 597,49%
11,98%	4 171,83	2 729,71	6 901,54 65,43%
11,37%	3 690,24	3 833,22	7 523,46 103,87%
10,49%	2 603,91	9 139,77	11 743,68 351%
10,27%	3 359,51	5 033,83	8 393,34 149,84%
7,18%	2 729,71	4 171,83	6 901,54 152,83%
5,88%	9 102,91	8 300,29	17 403,20 91,18%
3,86%	1 492,86	6 900,48	8 393,34 462,23%
3%	83,51	2 704,88	2 788,39 3238,9%
			•
Edycja Listy Liczba zaczytanych rekordow	22 rekordów 0,000 s /id_akcji_asoc=24/COM_F	ATH=[Korelacja 1] /id_asocjacji=5854 B:-1	A:3404 Edycja Listy
V			V
🛛 indeksy JEŚLI 👯 🔻 答 🚅	🚬 🎦 💶 🔹	y TO 👯 🔻 答 💰 ∑ 🍒	💶 🗧
Id Indeks Asort	yment Id	Indeks Asortyn	nent
1 indeks 203 Oprog	gramowanie 3 💦 🖒		mowanie 3
	Ufność		

Zestawienia koszyków sprzedaży

Opcja: Sprzedaż / Zestawienia koszyków sprzedaży

Intellect pozwoli Ci na tworzenie zestawień analizujących zawartość koszyków sprzedaży. Matryce parametrów dla poszczególnych zestawień są zgromadzone w kartotece.

.....

Zestawienie koszyków sprzedaży 💷 🗖 🗴								
😇 💋 🎓 🚰 🖻								
🛛 Zestawienie koszyków sprzedaży 🕞 Nowa r	natryca analiza koszyków sz	przedaży 🔽 🌜 🏠	🕴 🥵 🚬	S 🤨 皆 🤞	è			
Lp 🔶 Nazwa matrycy	Rodzaj współrzędnej OX	Typ współrzędnej OY	Sposób traktowania	a korekt	Opis			
₽								
> 1 Matryca 1	okres sprzedaży	🍦 średnia arytmetyczna z	🕅 Korekty są trak	towane jako niezależr	ied 🔺 👻			



W kartotece – dla każdego rekordu – pod prawym przyciskiem myszy są dostępne następujące opcje:

Analiza sprzedaży

- Edycja koszyka sprzedaży
- Edycja matrycy analizy koszyków sprzedaży (wizard)
- Usuń matrycę koszyków sprzedaży
- Serie analizy koszyków sprzedaży
- Analiza koszyków sprzedaży

1	Edycja koszyka sprzedaży
1	Edycja matrycy analizy koszyków sprzedaży (wizard)
-	Usuń matrycę koszyków sprzedaży
Μţ	Serie analizy koszyków sprzedaży [1]
	Analiza koszyków sprzedaży

Opcja **Nowa matryca** pozwoli Ci na uruchomienie konfiguratora zestawienia.

W pierwszym kroku konfiguratora określasz między innymi:

- **Typ współrzędnej OY** Masz do wyboru: średnią arytmetyczną z koszyka, medianę wartości z koszyka, liczbę koszyków.
- **Rodzaj współrzędnej OX** Masz do wyboru: okres, rynek, kontrahenci, miejsce generowania sprzedaży.
- **Sposób traktowania korekt** Masz do wyboru wskazanie korekty jako niezależnego dokumentu w dacie jego wystawienia lub wskazanie dokumentu jako dokumentu związanego z dokumentem korygowanym i wpływającym na dokument korygowany w dacie jego wystawienia.

Matryca 1: Edycja matrycy analizy	v koszyków sprzedaży (wizard)	_ =	×
📴 💋 🍃 🚰 🗰			
Intellect Wizard	Konfiguracja anali	zy koszyków sprzedaży	
	Zestawienie mające na celu znalezienie za parametrami (czasem, rynkiem)	ależności pomiędzy wartością koszyka sprzedaży a innymi	
	Lp	1	
	Nazwa matrycy	Matryca 1	
	Typ współrzędnej OY	🖌 średnia arytmetyczna z wartości koszyka 👻	
	Rodzaj współrzędnej OX	okres sprzedaży 👻	
	Sposób traktowania korekt	K Korekty są traktowane jako niezależne dokume 👻	
	Opis matrycy	Matryca od 2004 do 2010 roczna	
		•	
	Kliknij przycisk "Dalej" aby kontynuować		
		< Wstecz Dalej > Anuluj	

W następnym kroku konfiguratora precyzujesz zakres argumentów 0X. Jeżeli więc np. wybrałeś okres możesz teraz doprecyzować rodzaj okresu. Zauważ, że masz możliwość edycji listy z wartościami atrybutu 0X (prawy przycisk myszy).



17 /	48
------	----

Analiza sprzedaży

Wybierz okres analizy	[Wybrane argumenty czasu 👔 💙 🛃 🚬 🎽 🔇 🖻
do 2010 v 12 v 😜		2
Wybierz jednostkę okresu analizy		2004
Rok -	V	2006
		2007
		2009
		2010

W następnym kroku deklarujesz serie. W serii masz możliwość ustawienia filtrów, dzięki czemu możesz ograniczyć zakres przetwarzanej sprzedaży. Dla większej wygody Intellect na starcie doda serię bez ustawionych filtrów.

Matr	ryca 1: Edyc	ja matrycy analizy koszyków	sprzedaży (wiz	ard)				-	•	×
C	0 🗾 📩	· 💤 🖻								
ĸ	onfiguracja : Możemy s kolejnego	serii dla analizy tworzyć wiele serii dla których c słupka.	lefiniujemy różne	filtry. Każda seria	zostanie przedstaw	iona na analizi	e w postaci			
1	👋 Serie an	alizy koszyków sprzedaży	📰 Nowa seria	dla analizy koszyki	ów sprzedaży 🏾 🏅	V 45	st 🔀	2	•	
	Lp	Nazwa serii		Data od	Data do	Opis serii				
	⊽ > 1	Wszystko				Series 1				
					()	och Lunn a		Fee		
E	oyoja tisty Li	zoarzaczytanych rekordow 1	rekordów U,UU	u s i (id_rodzaju=)	1/la_konnig_koszyk=	86/10_typu=1	COM_PATH=	limatryca	τΓ h	
					<	<u>W</u> stecz	Dalej >	Anu	luj	٦

W rezultacie otrzymujemy zestawienie wartości (współrzędna 0Y zadeklarowana przez użytkownika) dla argumentów 0X.



Analiza sprzedaży



Dla każdego prostokąta (argumentu OX) , pod prawym przyciskiem myszy, masz dostępne następujące opcje:

- Modyfikuj dane serii
- Modyfikuj matrycę analizy koszyków sprzedaży
- Pozycje dokumentów sprzedaży dla argumentu OX
- Label point visible (Widoczność etykiety punktu czy ma być widoczny opis punktu na grafice)

1	Modyfikuj dane serii
1	Modyfikuj matrycę analizy koszyków sprzedaży
>	Pozycje dokumentów sprzedaży dla argumentu OX
>	Pozycje dokumentów sprzedaży dla serii
1	Label piont visible

Poniżej możesz zobaczyć jak wygląda kartoteka pozycji dokumentów sprzedaży dla argumentu 0X.

4 ANALIZA CEN RZECZYWISTYCH SPRZEDAŻY

– Zestawienia porównawcze rzeczywistych cen sprzedaży

Opcja: Sprzedaż / Zestawienia porównawcze rzeczywistych cen sprzedaży

Intellect daje możliwość analizy rzeczywistych cen sprzedaży asortymentu we wskazanych podziałach.



Zestawienia mogą być zapamiętane w postaci matryc – dzięki temu zawsze będziesz mógł się odwołać do wcześniej zapamiętanej matrycy.

Analiza sprzedaży

Pod prawym przyciskiem myszy masz dostęp do następujących opcji:

- **Edycja konfiguracji** Uruchomienie konfiguratora. Jeśli konfiguracja jeszcze nie istnieje, w tym miejscu znajduje się opcja **Nowa konfiguracja**.
- Usuń konfiguracje
- Lista serii dla zestawienia cen rzeczywistych Bezpośredni dostęp do serii oraz filtrów skojarzonych z daną serią z pominięciem konfiguratora.
- **Analiza porównawcza cen rzeczywistych** Generuje Twoje zestawienie dla wybranej matrycy parametrów.

1	Edycja konfiguracji
-	Usuń konfiguracje
M	Lista serii dla zestawienia cen rzeczywistych [1]
4	Analiza porównawcza cen rzeczywistych

Poniżej widzisz rycinę pierwszego kroku konfiguratora:

Nowa konfiguracja		_ — ×
🛛 🗾 🍃 🚰 🚊		
Intellect Wizard	Kreator konfig rzeczywistych Lp Nazwa zestawienia Typ współrzędnej OY Sposób traktowania korekt Opis zestawienia	11 Zestawienie porównawcze cen i średnia arytmetyczna ceny K Korekty są traktowane jako niezależne dokumenty Opis zestawienia
	Kliknij przycisk "Dalej" aby kontyr	nuować
		< <u>₩</u> stecz <u>D</u> alej > <u>A</u> nuluj

Istotnym parametrem, który musisz zadeklarować jest **sposób traktowania korekt**.

Dostepne opcje:

- Korekty są traktowane jako niezależne dokumenty Wskazanie korekty jako niezależnego dokumentu w dacie jego wystawienia.
- Korekty są doliczane do dokumentów podstawy Wskazanie dokumentu jako dokumentu związanego z dokumentem korygowanym i wpływającym na dokument korygowany w dacie jego wystawienia.



Dalej musisz podjąć decyzję co sensu osi 0Y na wykresie graficznym.



Masz następujący wybór:

średnia arytmetyczna ceny

Analiza sprzedaży

mediana ceny sprzedaży

średnia arytmetyczna ceny 9 mediana ceny sprzedaży

W następnym kroku musisz wskazać te indeksy, które chcesz poddać analizie. Zauważ, że z lista po lewej stronie to słownik dostępnych indeksów, zaś lista po stronie prawej zawiera pozycje wybrane przez Ciebie. Wybór następuje z wykorzystaniem techniki *drag and drop*: musisz przesunąć wybrane elementy z listy słownikowej do listy wyboru. Wyboru możesz dokonać ponadto nie wskazując bezpośrednio indeksy lecz asortyment – wskazując w ten sposób grupowo wszystkie indeksy powiązane z asortymentem (należy wówczas zmienić wskazanie w polu **Zakres badania dla rodzaju**).

Nowa	konfigurac	ja							-	•	>
	Z 📩	· 🔁 应									
Wy	b ór zakres W przypa podrzędn [,]	u analizy dku wybory węzła drz ych	ewa asortymentowego analiza zosł	anie	wył	xonana dla	sumy indeksów węzła	oraz węzłów			
	Zakres bada	ania dla rodzaju	indeksy					•			
j l	ista dostę.	pnych indeksów 🏅	🕻 🔻 🧏 😹 🚬	•	i L	ista wybr	anych indeksów 🚦	11 🔻 🦉	a 💈		
	Id 👻	Indeks 👻	Nazwa indeksu 🔍	-		Id	Indeks	Nazwa indeksu]
	196604	WINDOWS7PRO3	WINDOWS 7 PRO OEM PL 32BIT		>	195049	PandAnty-Ti-winN	Panda Antyvirus Ti	tanium d	a	1
	194897	WINMIC2KSER	Windows 2000 SERVER PL OEM			196711	PAM-DDR2-2GB	Pamiec RAM 2GB 5	TAX KVR	30	
	194638	WINMIC2KPRO	WINDOWS 2000 PROFESSION			196603	MONITORLCD19A	MONITOR LCD 19"	ASUS VE	1	
	194891	WINMIC2KP	Windows 2000 PL OEM		Г						1
>	196429	BAT_ACER	Whitenergy Bateria Acer Aspire		:						
	196369	11212345678901	wewe		1						
	196498	WENT:FANDER	WENTYLATOR: FANDER 120MM								
	195926	WENSPISPA07	Wentylator SPIRE SPA07B2								
	195808	WENSPIST208	Wentylator SPIRE 5T208B1H3T								
	195293	WENPROCEGR	Wentylator na procesor karty g								
	194636	WENPROCE	Wentylator na procesor	•							
Ed	ycja Listy – Li	iczba zaczytanych rek	ordow 2247 rekordów 0,031 s	/FS=	Eď	ycja Listy	Liczba zaczytanych re	ekordow 3 rekordó	w 0,00	s	
							< <u>W</u> stecz	Dalej >	Anu	luj	

W następnym kroku wskazujesz rodzaj argumentu 0X, czyli dziedzinę Twojego zestawienia.

Masz następujący wybór:

- okres sprzedaży
- rynek
- kontrahenci
- miejsce generowania sprzedaży

okres sprzedaży	
rynek	
kontrahenci	
miejsce generowania sprzedaży	

Jeżeli wskażesz jako dziedzinę czas to po lewej stronie będziesz mógł wybrać okres oraz jednostkę czasu, a następnie wybierając przycisk na środku wygenerować argumenty 0X. Lista z prawej strony to lista wybranych argumentów 0X. Pod prawym przyciskiem myszy masz dostęp do opcji umożliwiającej wykasowanie wybranych przez Ciebie argumentów 0X.

Jeżeli wybierzesz inny rodzaj argumentu 0X to zobaczysz po lewej stronie listę z słownikiem dostępnych wartości – posługując się techniką drag and drop będziesz mógł zapełnić listę Twoich wybranych argumentów 0X.





Analiza sprzedaży

Nowa konfiguracja		_ = X
i 😈 💋 🊖 📌 🔟		
Deklaracja osi OX W przypadku wybory drzewa rynku ba	idana będzie suma	s kontrahentów należących do węzła oraz węzłów podrzędnych.
Rodzaj współrzędnej OX	okres sprzedaży	• •
Wybierz okres analizy od 2010 - 10 - do 2011 - 10 - Wybierz jednostkę okresu analizy Miesiąc	•	Wybrane argumenty czasu Image: Comparison of the second secon
		< <u>W</u> stecz Dalej > Anuluj

W następnym kroku zobaczysz listę serii filtrujących. Na starcie system dodaje jedną serię bez ustawienia wartości filtrujących.

Nc	wa	konfi	igur	acja												- =	×
	٣	/		🚖 🛜	Ó												
	Del	klara	cja	serii													
	17	\) Lis	ita s	serii dla zes	stawienia cen rz	eczywistyc	h 📻 Nowas	eria 👯 🏅	V	S 🕯	•	5	Σ	2	••	8	•
		Lp		Nazwa serii		~	Data od	Data do		Opis serii							
	9																
	>		1	Series 1					:	Series 1							
	Edv	vcia Lie	chu	Liczba zaczy	rtanych rekordow	1 rekordów	0.016 c /6d	rodzaju-1 <i>l</i> id	kon	fia cepv-5	6 lid o	orii—48	lid rod	7aiu—1	lid kor	fia cer	
		-spanus	σcγ	- 10200 20129	Kany anno Kondow	110101000	- 0,010 3 - /idj	0020,01/10_	1404	ng_cony=c	62 710 <u>-</u> 51		na_100		10 <u>1</u> 001	ng_cor	<u> </u>
											<		Dele			ر مىلىنى ئىرىكى مىلىنى ئىرىكى مىلىنى ئىرىكى مىلىنى ئىرىكى مىلىنى ئىرىكى ئىرىكى ئىرىكى ئىرىكى ئىرىكى ئىرىكى ئىرى ئىرىكى ئىرىكى	
										L	< <u>w</u> stee	<u> </u>	Uale	1>		₩nnin)	

Możesz oczywiście dodać nową serię lub edytować już istniejącą.

Series 1: Edycja serii	_ = ×
: 😇 🞽 🎓 🙋 🕅 🐇 💻 🕻 📚 🦯 🖻	
Dane ogólne serii	
Numer	Opis serii Series 1
Nazwa serii Series 1	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
Definicje filtrów dla serii	
Rynek Kontrahenci Miejsce generowania sprzedaży	
Drzewo rynku 🔽 🧏 🧕 💿 🚅 👙	
Rynek	
> (export	
Zespół Jarosław Nowak	
Zespól Rafał Nowak	
Zespół Michał Brewiński	
Zespół Jacek Kaczor	
INNE INNE	



Wygenerowane zestawienie wygląda następująco:

Analiza sprzedaży



Pod prawym przyciskiem myszy – dla poszczególnych elementów zestawienia – masz dostęp do opcji:

- Modyfikuj dane serii
- Modyfikuj konfiguracje zestawienia cen
- Pozycje dokumentów sprzedaży dla argumentu 0X
- Pozycje dokumentów sprzedaży dla serii
- Label point visible (Widoczność etykiety punktu czy ma być widoczny opis punktu na grafice)



— Poszukiwanie reguł ekstremów dla cen rzeczywistych

Opcja: Sprzedaż / Poszukiwanie reguł ekstremów dla cen rzeczywistych

Za pomocą niniejszej opcji będziesz mógł znaleźć taką kombinację trzech współrzędnych, dla których wartości cen sprzedaży osiągają ekstremum (minimum lub maksimum).

Analiza jest generowana w oparciu o matrycę parametrów. Lista matryc jest dla Ciebie dostępna po wyborze powyższej opcji.

Dzięki konfiguratorowi będziesz mógł przejść proces tworzenia nowej matrycy zestawienia w sposób szybki i uporządkowany.



22 / 48

W pierwszym kroku ustawiasz okres analizy:

za sprzedaży	- 😇 🛛 🎓 😰									
	Intellect Wizard	Konfiguracja ana rzeczywistych	ilizy ekstremów dla cen/wartośc							
		Analiza dostarcza nam informacji da j ekstrema. Lp Nazwa analizy Okres badania Opis analizy	akich kombinacji współrzędnych (reguł) cena/wartość rzeczywista osiąga 1 Konfiguracja ekstremum 2010 • 1 • do 2010 12 • 10 Opis konfiguracji							
		Kliknij przycisk "Dalej" aby kontynuow	ać							
			< Wstecz Dalej >							

W kroku następnym musisz wskazać zakres indeksów podlegających badaniu:

Koni	ìgur	acja eks	tremum:	Edycja ko	nfiguracj	i (Wizard)											
U	3	Z 💈	2	Ó													
D	ekla	iracja fi	ltró w anal	izy													
	:	Filtrami a zawężon	inalizy moga a do wybra	ą być w zale nych indeks	znosci od ów i asori	l wyboru konki tymentów. W	etne indek: przypadku	sy i c brak	ałe u w	grup) ybory	asorty analize	mentowe. C wane będą)znacza to ze wszystkie inc	e analiza zost leksy,	anie		
ſ	Wуb	ór indek	sów Wył	ór indeksóv	v blokowa	o - przez węzły	asortymer	ntow	е								
1	Ind	eksy do	wyboru		-	Σ 🐒 (🚺 🖂		1	Inde	ksy w	ybrane 🏅	t 🔻 🕴	5 🥵	Σ Σ	۲.	~ ×
Γ	Ic	d 🔺	Indeks	Nazwa	Asorty.	Jm	Uwagi		Γ	Id	-	Indeks	Nazwa i	Asorty	Jm	Uwa	gi
	>		SYMINSFK	Symfon	INNE			1		>	19588	7 LicGraf		. INNE			
		194482	SYMINS	Symfon	INNE	h			11-								
		194483	SYMINSST	Symfon	INNE	h											
		194484	SYMINS	Symfon	INNE	h											
		194485	SYMINSKP	Symfon	INNE	h											
		194486	SYMINSSP	Symfon	INNE	h											
		194487	SYMINSEP	Symfon	INNE	h											
		194488	SYMINS	Symfon	INNE	h											
		194489	SYMINS	Symfon	INNE	h											
		194490	SYMINS	Symfon	INNE	h											
		194491	SYMAK	Symfon	INNE	h											
		194492	SVMAK	Symfon	TNNE	Ь		-	L								_
E	dycja	a Listy I	iczba zaczy.	tanych reki	ordow 2	249 rekordów	0,141 s	/id_	¢ E	dycja	Listy l	iczba zaczyl	tanych rekor	dow 1 reko	rdów 0,0	16 s /id	_ceny_k
																a 👝	
													< ₩	stecz	<u>D</u> alej >		Anuluj





W kroku następnym określasz współrzędne analizy. Masz trzy rodzaje współrzędnych: czas, rynek, miejsca generowania sprzedaży. Dla każdego rodzaju możesz wskazać pozycje. System dokona obliczeń dla każdej kombinacji pozycji dla wszystkich współrzędnych:

Analiza sprzedaży

Konfiguracja ekstremum: Edycja konfiguracji (Wizard) _ 🗆 X
😇 🗾 🎓 💤 🔟	
Deklaracja współrzędnych (reguł) analizy System wyznaczy ekstrema z wszystkich kombinacj wybrana (posiadać pozycje) Współrzędna czasu Współrzędna rynku Współrz	i pozycji wybranych współrzędnych. Co najmniej jedna współrzędna musi zostać gdna miejsca generowania sprzedaży
Współrzędna czasu	Wybrane współrzędne czasu 🐩 🔽 绪 🚬 🍒 🚺 🔤
Jednostka współrzednej Miesiąc • Generuj współrzędne czasu • Wyczyść współrzedne czasu	Współrzędna czsu Współrzędna czsu January 2010 February 2010 March 2010 April 2010 June 2010 June 2010 June 2010 June 2010 September 2010 October 2010 October 2010 June 2010 September 2010 October 2010 June 2010 June 2010 September 2010 October 2010 June 2010
	< Westercz Dalej > Anuluj

Poniżej widzisz okno uruchamiane po uruchomieniu opcji **Oblicz ekstrema cen** lub bezpośrednio po zakończeniu konfiguratora:

Konfiguracja ekstremum: Oblicz ekstrema cen 🛛 📃 🗖 🗙										
🛛 🖉 🎓 🎥 🙆 🐺 Raport 📁 💲 Waluta 🧟 EUR [1] 🚽										
Współrzędne reguł	Wynik ol	Wynik obliczneń 🛛 📝 🛃 🎽								
Miejsce generowania sprzedaży	Indeks	Okres	MGS	Rynek	Wartość					
Rynek 🛛	8									
Czas	> LicGraf	January 2010	PRLK	Zespół Jacek Kaczor	1 386 193,75					
	LicGraf	September 2010	PRL	Zespól Rafał Nowak	1 183 198,89					
/ Filtry dodatkowe	LicGraf	November 2010	PRLK	Zespół Jacek Kaczor	737 148,71					
10 pozvcij o pajuvitstaj cenje	LicGraf	February 2010	PRLW	Zespół Jacek Kaczor	683 603,88					
To pozycji o najwyzszej cenie.	LicGraf	December 2010	PRLW	INNE	647 250,00					
5 pozycji o najnižszej cenie.	LicGraf	October 2010	PRLK	Zespół Jacek Kaczor	573 895,00					
50 % Odchylenie od średniej	LicGraf	December 2010	PRLW	Zespół Jacek Kaczor	558 361,00					
50 % Odchylenie od mediany	LicGraf	November 2010	PRLW	Zespół Jacek Kaczor	543 690,00					
Sposób rozliczania korekt	LicGraf	March 2010	PRL	Zespól Rafał Nowak	451 602,29					
K Korekty sa traktowane jak	LicGraf	December 2010	UPGW	Zespół Jacek Kaczor	258 900,00					
	1									
Informacje dodatkowe										
Wartość średniei : 200598.2										
Wartość mediany : 91566,46										
	/									
Oblicz	/									
	(
	Edycja Listy	Liczba zaczytanych rekordow	10 rekordów 0,0	00 s ParametersIn Paramete	rsOut B:-1 R:-1 A:-1					
× /										

W obszarze wskazanym elipsą ustawiasz parametry generowanego zestawienia – zestawienie generujesz przyciskiem **Oblicz**.

5 ANALIZA GRUP KONTRAHENTÓW

Opcja Intellecta dla wszystkich tych, którzy chcieliby dokonać segmentacji dziedziny swoich odbiorców. Podział oraz kryteria przydziału do poszczególnych segmentów będzie dokonywał się według zasad, które określisz niezależnie dla każdego grupowania. Opcja może mieć duże znaczenie szczególnie dla tych, którzy chcą np. podzielić rynek swoich odbiorców dla celów marketingowych...



— Słowniki cech kontrahentów

Opcja: Sprzedaż / Słowniki cech kontrahentów

Analiza sprzedaży

Opcja umożliwiająca zdefiniowanie dowolnej liczby słowników oraz ich pozycji:

Sło	Słowniki cech kontrahentów 💶 🗖									
	😇 🗵 🎓 😰 🗊									
9	Słowniki cech kontrahentów 🦯 Nowy słownik cech kontrahenta 👿 🎋 🏠 🤣 🍯									
	Lp 🔶 Jednokrotnego wyboru			Opis słownika	٦					
7			8							
>		1	☑	Wielkość kontrahenta						
		1	\checkmark	zakres wspólpracy						
		1		jakość kontrahenta						

Zauważ, że możesz zadeklarować pozycje słownika jako pozycje jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru:

Wi	elkość	kontrahenta: Edytuj słownik ce	ch kontr	ahenta	1					-	•	x
	. ك	🗡 🎓 😰 🖾 🚽 📼	🗞						•			
	Opis sh Wielko	ownika 55 kontrahenta tdy kontrahent może posiadać tylko j	edną cech	ę z tego	¢	iika						
ļ	ozycj	e słownika cech kontrahentów	🕂 Now	a cecha	(pozyc	:ja sło	wnik	3)	к.н. к.н.	٨		-
		Nazwa cechy	Opis poz	/cji								
>		Duży										
	2	średni										
	3	mały										

Przydzielone cechy kontrahentów będą mogły wpływać na ich przydział do stworzonych przez Ciebie grup kontrahentów. Grupy te możesz stworzyć w oknie "Grupowanie (profilowanie) kontrahentów".

Przydział cech do kontrahentów

Opcja: Sprzedaż / Przydział cech do kontrahentów

Opcja szybkiego i efektywnego przydzielania wartości cech do poszczególnych kontrahentów – wykorzystujesz technikę drag and drop:

Pr	zydział cech do kontrahentów										-	•	x
	🔟 🗾 🖕 🚰 🔟 🛛	D											
Į.	ista kontrahentów 👯 🔻	15	st 🐒	-		Cechy przypisane k	ontrahentowi 🏅	• Ce	ch	y nie należące do l	ontrahenta(ów)	•
	Nazwa	Id	Miasto			Słownik cech 🛛 🔺	Cecha		N	azwa cechy / sło	Opis pozycji	Unika	alny
8					5				G	Wielkość		E]
	KONTRAHENT 1241	9	Poznań		E	- Brak danvch		- >		— Duży			
-	KONTRALIENT 1216	0	Venków	11						– Średni		E	
	KONTRAHENT 1216	9	KI dhuw							Mały			
	KONTRAHENT 1217	9	Byczyna						6	- Lokalizacja			
	KONTRAHENT 664	9	Poznań										
	KONTRAHENT 896	9	Sady/ k										
	KONTRAHENT 1078	9	Poznań										
	KONTRAHENT 1213	9	Luboń										
	KONTRAHENT 982	9	Poznań										
	KONTRAHENT 628	9	Poznań										

— Definiowanie grupowania kontrahentów

Opcja: Sprzedaż / Definiowanie grupowania kontrahentów



Deklaracja logiki przydziału każdego z Twoich kontrahentów do poszczególnych segmentów. Możesz stworzyć wiele grupowań. Każde grupowanie będzie miało swoje grupy (segmenty) oraz swoje zasady przydziału kontrahentów do poszczególnych grup.

Analiza sprzedaży

Jak działa grupowanie kontrahentów?

Automatyczny przydział kontrahentów przez system do grup zdefiniowanych przez użytkownika polega na przejściu następujących etapów:

1 Stworzenie grupowania i definicji jego grup przez użytkownika

Użytkownik tworzy grupowanie przy pomocy Kreatora nowego grupowania lub zwykłego formularza edycyjnego. Wewnątrz grupowania definiuje grupy – ich nazwy oraz filtry i kryteria decydujące o sposobie przydzielania kontrahentów do tych grup.

2 Obliczenie grupowania przez system

Użytkownik wybiera opcję "Generuj grupowanie" (lub "Odśwież Grupowanie"). System czyści ewentualny poprzedni przydział kontrahentów do grup wybranego grupowania, a następnie dla każdego kontrahenta i każdej grupy po kolei:

- Sprawdza, czy kontrahent spełnia filtry grupy (jeśli zdefiniowano) jeśli nie, kontrahent nie wchodzi do grupy (niezależnie od pozostałych definicji grupy).
- Dla każdego kryterium oblicza odległość kontrahenta od grupy. Dla kryteriów dotyczących cech sumuje wartości cech kontrahenta wg definicji wpływu cech na odległość. Dla kryteriów dotyczących asortymentu sumuje wartości pozycji asortymentu wg definicji, analogicznie do cech, lecz uwzględniając jeszcze prawdopodobieństwa występowania asortymentu w koszyku kontrahenta, dzięki czemu wartość jest bardziej dokładna. Jeśli wartość dla kryterium przekroczy maksymalną wartość graniczną dla jednostki, kontrahent nie wchodzi do grupy.
- Sprawdza, czy suma wartości obliczonych ze wszystkich kryteriów (poprzedni punkt) nie przekracza maksymalnej wartości granicznej dla grupy. Jeśli wartość nie została przekroczona, kontrahent zostaje przydzielony do grupy.

Po przejściu etapu nr 2 można już oglądać skład grup, a także – w drugą stronę – jakie grupy zostały przydzielone danym kontrahentom.

Jakiego typu kryteria przydziału można zdefiniować?

Filtry kontrahentów:

- Suma wartości sprzedaży dla kontrahenta
- Trend wzrostu sprzedaży dla kontrahenta (w procentach)

Filtrów dotyczą następujące warunki:

- wartość musi mieścić się w zdefiniowanym zakresie,
- wartość jest liczona w zakresie dat zdefiniowanych w grupowaniu (obiekcie nadrzędnym do grup),
- można opcjonalnie dofiltrować asortyment (wartość liczona jest wtedy tylko ze sprzedaży dotyczącej wybranego asortymentu),
- (dot. wyłącznie trendu wzrostu sprzedaży) liczony jest procent wzrostu ostatniego miesiąca okresu względem pierwszego, ale wzdłuż linii trendu dla całego okresu.

Kryteria określają jakie rzeczy i jak bardzo wpływają na decyzję systemu, czy przydzielić kontrahenta do grupy. Dostępne są następujące kryteria:

- Cechy ze słownika cech kontrahentów
- Asortyment występujący w koszykach kontrahenta (jego prawdopodobieństwo wystąpienia)



Analiza sprzedaży

Aby kontrahent został przydzielony do danej grupy przez system musi przejść wszystkie włączone filtry w grupie, a jego odległość wyliczona na podstawie kryteriów (wartości obliczone na podstawie poszczególnych kryteriów sumują się) musi być mniejsza od zdefiniowanej wartości granicznej.

– Grupowanie kontrahentów

Opcja: Sprzedaż / Grupowanie kontrahentów

Opcja uruchamiająca przetwarzanie grupowania (tj przydział kontrahentów do segmentów grupowania). Zasady grupowania zostały opisane dla opcji **Deklarowanie grup kontrahenckich**.

— Poszukiwanie ekstremów dla asortymentu i grup kontrahentów

Opcja: Sprzedaż / Poszukiwanie ekstremów dla asortymentu i grup kontrahentów

Opcja dzięki której możesz obliczyć ekstrema (minima oraz maksima) dla dwóch współrzędnych: segmentów wybranego grupowania oraz indeksów (lub alternatywnie asortymentu) – wszystko dla zadeklarowanego okresu. Zestawienie jest obliczane po uruchomieniu opcji **Oblicz**.

6 ANALIZA CECH ASORTYMENTU

Intellect daje Ci możliwość badania sprzedaży pod kątem definiowanych przez Ciebie cech asortymentowych.

— Słowniki cech dla indeksów

Opcja: Sprzedaż / Słowniki cech dla indeksów

Dzięki tej opcji możesz zbudować dowolną liczbę słowników zawierających dowolna liczbę pozycji:

Lis	ta s	słowników cech indeksów 💷 🗖 🗙							
	٢	/	/		🔁 👔	<u>i</u>			
1	:ech	y in	ıdek	sów	📆 Now	y słownik dla indeksu 🔽 😤 💰 🥵 🎽 🔇			
	Id			Nazwa	a słownika	3			
9									
>	•		51	Kolor					
Γ		L	ista j	pozycji	cech sło	wnika indeksów			٦
		٩,	Id			Wartość cechy			ור
		7							
		>			100) czerwony			
					101	zielony			
					102	niebieski			
	Ð		52	wielko:	ść				_

Pod prawym przyciskiem myszy dla wskazanego rekordu (słownika) masz dostępne następujące opcje:

• Edycja słownika indeksu



- 28 / 48
- Usuń cechę indeksu
- Indeksy dla słownika cech

Analiza sprzedaży

• Nowa pozycja cechy



Opcja **Indeksy dla słownika cech** pokazuje wszystkie indeksy skojarzone z jakąkolwiek wartością pozycji wybranego słownika.

Pod prawym przyciskiem myszy dla wskazanego rekordu (pozycji słownika) masz dostępne następujące opcje:

- Edycja pozycji cechy
- Indeksy dla cechy
- Usuń pozycję cechy



Opcja **Indeksy dla słownika cech** pokazuje wszystkie indeksy skojarzone z wartością pozycji wybranego słownika.



– Przydział cech dla indeksów

Opcja: Sprzedaż / Przydział cech dla indeksów

Analiza sprzedaży

Korzystając z powyższej opcji masz możliwość przydziału wartości cech dla poszczególnych indeksów. Realizujesz to korzystając z technologii *drag and drop* – należy uchwycić wybrany słownik i przesunąć do listy na środku. Po upuszczeniu będziesz musiał wskazać wartość wybranego słownika.

Pr	zydział cech d	lla indeksów											x
-	ම 🖂 1	2 👰 🙍											
	📔 Indeksy	X 🔻 🍇 💰	F 💈 🎽 🔹 -	V	Cechy	dla indeksu:	Przypisanie cech dla		:ecl	hy indeksó	ów 📴 Nowy słownik dla ind	eksu	
	Id 🔺	Indeks	Nazwa indeksu 🚖				wielu indeksow		Id	Nazwa	słownika		
7				÷.	1 (S	- 💰 🚬 🍒	🔇 🖻 🍹 -	8					
	203565	indeks 1	indeks 1		id	Nazwa cechy	Nazwa pozycji		Θ	Kolor			
	203566	indeks 2	indeks 2	>	150224	Kolor	zielony	Г	1	Lista po	zycji cech słownika indeksów		
	203567	indeks 3	indeks 3		150225	wielkość	średni	L		۹ Id	Wartość cechy		
>	203568	indeks 4	indeks 4							8			
	203569	indeks 5	indeks 5							100	czerwony		-
	203570	indeks 6	indeks 6							> 101	zielony		
	203571	indeks 7	indeks 7							102	niebieski		
	203572	indeks 8	indeks 8					l.		Lucetter &	t		
	203573	indeks 9	indeks 9					P		Wielkoso		1	
	203574	indeks 10	indeks 10	:				:		Lista po	zycji cech słownika indeksów		_
	203575	indeks 11	indeks 11	1				1		۹ Id	Wartość cechy		
	203576	indeks 12	indeks 12							8			
	203577	indeks 13	indeks 13							103	duży		
	203578	indeks 14	indeks 14							> 104	średni		
	203579	indeks 15	indeks 15							105	mały		
	203580	indeks 16	indeks 16					E					
	203581	indeks 17	indeks 17										
	203582	indeks 18	indeks 18					L					
	203583	indeks 19	indeks 19					L					
	203584	indeks 20	indeks 20										
	203585	indeks 21	indeks 21										
	203586	indeks 22	indeks 22										
			• • • • • • • •										

Masz również dostęp do blokowego przydziału cech dla indeksów – opcja **Przydział cech dla** wielu indeksów.

Korzystając z technologii drag and drop możesz wskazać wiele indeksów oraz wiele pozycji słowników – przesuwając je do środkowych list. Opcja **Przypisz cechy** buduje związki pomiędzy wybranymi indeksami oraz cechami.





– Analiza ekstremów cech dla indeksów

Opcja: Sprzedaż / Analiza ekstremów cech dla indeksów

Analiza sprzedaży

W powyższej opcji możesz zbadać, dla jakich wartości wybranych współrzędnych wartości sprzedaży osiągają maksymalne wartości. Możesz wskazać maksymalnie 5 słowników, których wszystkie kombinacje pozycji zostaną przeliczone. Dzięki temu dla wybranego okresu będziesz mógł odnaleźć taką kombinację cech asortymentowych, która przynosi Ci największą wartość.



7 ANALIZA KONCENTRACJI SPRZEDAŻY

— Opcja: Sprzedaż / Analiza koncentracji sprzedaży

Intellect pomoże odpowiedzieć Ci na pytanie jak bardzo jest skoncentrowana Twoja sprzedaż. Proces konfiguracji matrycy analizy sprzedaży (opcja **Nowa matryca progów koncentracji**) powiedzie Ciebie do celu w sposób prosty i szybki.

W jaki sposób Intellect będzie obliczał koncentrację?

System pogrupuje wyniki podmiotów od największej wartości do najmniejszej. Następnie dokona przydziału – po kolei – idąc od największej wartości, każdego podmiotu do kolejnych grup koncentracji.

Przykład:

- Do progu 0–80% będą przydzielone wszystkie podmioty od początku listy (ułożonej wg malejącej wartości) do tego podmiotu, którego wartość narastająco z poprzednimi dają wartość większą niż 80% sumy całości.
- Do progu 80–90% będą przydzielone wszystkie podmioty które kwalifikują się do progu od 0–90 % z wyłączeniem tych, które kwalifikują się do progu 0–80%.



```
31 / 48
```

Rezultatem obliczeń jest wskaźnik określający procent ilości podmiotów zakwalifikowanych do poszczególnych progów.

Analiza sprzedaży

W pierwszym kroku konfiguratora musisz określić co chcesz badać: koncentrację sprzedaży ze względu na Twoich kontrahentów czy też koncentrację sprzedaży ze względu na indeksy asortymentowe lub ich syntetyczne odpowiedniki czyli węzły drzewa rynku lub drzewa asortymentowego (pole **Grupuj dane wg podmiotu**).

Możesz zadecydować, czy koncentracji obliczasz dla ilości czy wartości (pole **Przydział podmiotów do progów w oparciu**).

Ponadto musisz wskazać sposób traktowania dokumentów korekt. Masz do wyboru wskazanie korekty jako niezależnego dokumentu w dacie jego wystawienia lub wskazanie dokumentu jako dokumentu związanego z dokumentem korygowanym i wpływającym na dokument korygowany w dacie jego wystawienia.

Nowa matryca progów koncentra	cji (Wizard)	_ = ×
Intellect Wizard	Konfiguracja matrycy System pogrupuje wyniki dla podmiotów grupy o Apograpia Wolfk bedga przydałone wszystek na przydałone wszystek w porzeczególnych progoł wolfkałone wszystek wynikiem jest % lości podmiotów zakwalifikowa k p wynikiem jest % lości podmiotów zakwalifikowa p wynikiem jest % lości podmiotów do progów w oparcu o posób traktowania korekt: Djos matrycy Klimij przycisk "Delej" aby kontynuować	analizy koncentracji sprzedaży dwyniku największego do najmniejszego. Następnie dokona przydziału opodnioty od początku listy do tego podmiotu, którego wartość rejesząni 80% sumy całkowcje wartość omioty, które wardiniujus jed do progu 0-90% z wykluczeniem owy owy okonceptient indry, które wardiniujus jed do progu 0-90% z wykluczeniem owy wardiniujus jed do progu 0-90% z wykluczeniem owy indry k wardiniujus jed do progu 0-90% z wykluczeniem indry k <
		< Wstecz Dalej > Anuluj

W kroku drugim konfiguratora definiujesz progi. Progi powinny być tak dobrane, aby były dopasowane do potrzeb przedsiębiorstwa. Można skorzystać z opcji automatycznie dodające progi co 10% lub co 20%.

[Dodaj progi co 10%	Dodaj progi co 20%				
🔶 De	finicje procentowe p	progów koncentracji 📰 Nowy pr	óg 👯 💎	🌤 🔥 👎	🕨 🛃 🚡 🛣 🤇) 📴 👙
Lp	▲ od [%]			do [%]		
	1		0%			10%
	2		10%			20%
	3		20%			30%
	4		30%			40%
	5		40%			50%
	6		50%			60%
	7		60%			70%
	8		70%			80%
	9		80%			90%
	10		90%			100%





W trzecim kroku deklarujesz serie. Każde obliczenie koncentracji jest rachowane przez Intellect dla każdej serii z osobna. Dzięki temu, możesz w serii określić swoje preferencje co do zakresu analizowanych danych ustawiając odpowiednie filtry.

Analiza sprzedaży

N	owa	matryca	prog	gów koncentracji	(Wizard)							-	•	х
	٢	<u>/</u>		🔁 应										
	De	finicje se Definic porówi	erii a je ser nawca	nalizy koncentrcj ii danych pozwalają zą danych.	i na zawężenie zakresu i	danych podlegają	cych analizie, a	ı także w zależ	tności od o	definicji na ana	lizę			
	17	Serie	prog	jów koncentracji	📴 Nowa seria koncer	ntracji sprzedaży	30 V	🍇 🏠	♦ 💰		•»	皆 🔶		
		Lp		Nazwa serii				Data od		Data do		Opis serii		
	8			Carlos I				2010 10 01		2011 10 01				2
	7		1	Series 1				2010-10-01		2011-10-31		A	÷	
	Ed	ycja Listy	Liczł	oa zaczytanych reko	rdow 1 rekordów 0,	000 s /id_progu	=41 /id_serii_	wsk=30 B:5	08 R:50	9 A:3328 Ed	dycja List	y		
-									_			3		_
									< <u>₩</u> s	tecz <u>D</u>	alej >	Anu	ıluj	

Filtry (deklaracja serii) mogą dotyczyć okresu, asortymentu, indeksów, kontrahentów, dostawców indeksów, miejsc generowania sprzedaży, marek, cech sprzedaży:

Series 1: Edycja serii koncentracji sprz	edaży	- = ×
i 🔟 💋 🏫 💤 🙆 i 🗊	⊰ = > & / ∋ < ⇒	
Dane sreii	Serier 1	
Nazwa serii Series 1	Opis seri	-
Filtry edycyjne	Zakres dat	
Czas	Data do [2010] 10 Data do [2011] 10 🞯 Podględ transzy	
Indeks	Pozostare nicry	
Rynek	Filtr asortyment Filtr indeksy Filtr rynek Filtr kontrahenci Filtr dostawcy Filtr marki Filtr miejsce ger	nerc 4 🕨
Kontrahent	Drzewo asortymentu 🗹 🥸 🥸 😅 💣 👄	
Dostawca Marka	Asorcymenc	
Miejsce generowania sprzedaży	te- Usługi	
Cecha sprzedaży	😥 🕀 🗇 Sprzęt	



Poniżej możesz zobaczyć wynik obliczeń. Rezultatem obliczeń jest wskaźnik określający procent ilości podmiotów zakwalifikowanych do poszczególnych progów.

Analiza sprzedaży



8 ANALIZA WSKAŹNIKÓW STATYSTYCZNYCH

— Opcja: Sprzedaż / Analiza wskaźników statystycznych

Intellect daje Ci wielkie możliwości w zakresie definiowania swoich wskaźników bazujących na przeliczeniach pozycji sprzedaży. Konfiguracja odbywa się w za pomocą konfiguratora, który poprowadzi Cię prosto do celu.

W pierwszym kroku musisz wskazać sposób traktowania dokumentów korekt. Masz do wyboru wskazanie korekty jako niezależnego dokumentu w dacie jego wystawienia lub wskazanie dokumentu jako dokumentu związanego z dokumentem korygowanym i wpływającym na dokument korygowany w dacie jego wystawienia.



34 / 48	Nowa matryca wskaźników statys	tycznych	_ = X
	🛛 🖸 🍃 🐕 🔟		
Analiza sprzedaży	Intellect Wizard	Konfiguracja ma	trycy wskaźników statystycznych
Analiza spizedazy		Konfiguracja marycy polega na zdefin interpretacji ich wyników.	iowanu parametrów ogólnych, serii danych oraz wskaźników statystchnych i
		Lp	1
		Nazwa matrycy wskaźnika	Wskaźniki statystyczne sprzedaży
		Sposób traktowania korekt	Ҟ Korekty są traktowane jako niezależne dokumenty 👻
		Opis matrycy wskaźnika	Zb iór wskaźników statystycznych sprzedaży
			•
		Kliknij przycisk "Dalej" aby kontynuow	ać
			< Wstecz Dalej > Anuluj

W kroku następnym deklarujesz poszczególne wskaźniki obliczeniowe wraz z interpretacją ich wyników.

Nc	wa matr	yca wskaźników	v statystycznycł	ı							x
	i	🚖 🚰	Ô								
	Konfigui Ws ana	r acja wskaźnik kaźniki statystyc; alizy wskaźniki to	ów statystyczny zne pozwalają na : argumentu OX	v ch (argumentóv zdefiniowanie dowo	OX) Inych fur	nkcji stat	ystyczny	ch dla danych zwróco	nych z serii. Na wykr	esie	
	🕌 🕌 Lis	sta wskaźników	/ statystycznyc	h	Ŧ		Inter	pretacja wskaźnik	a	.	
	lp	Nazwa wskaźr	nika Algo	Nowy wska	źnik		^	Wartość od	Wartość do	Interpretacja	j
	Brak (danych		₩ ▼ 4 ₩ Σ 2 G &	2 5	*	Brak	danych			
	Edycja Li	sty Liczba zaczy	tanych rekordow	0 rekordów 0,0	00 s		Edycja I	isty Liczba zaczytan	ych rekordow 0 reł stecz	xordów 0,016 s //N	

Deklaracja algorytmu obliczenia każdego wskaźnika odbywa się w języku C#.

Nowy wskaźnik	•	x
👅 🗾 🎓 😰 🕼 🖑 🖃 🌤 🏕 🗸 🍅 < 🐡		
Dane wskaźnika 🗌 Interpretacje wartości wskaźnika		
Dane wskaźnika		1
lp 1		
Nazwa wskaźnika Mediana wartości sprzedaży		
V Wskaźnik walutowy		
Algorytm wskaźnika		i
E Language - E		



Algorytm

Algorytm służy do wyliczeń dowolnych wartości dla danych zaczytanych na podstawie defi-Analiza sprzedażynicji serii.

Algorytm jest ciałem funkcji zwracającej wartość [double] i jest pisany w języku C#. Dane wejściowe algorytmu to obiekt DataTable o nazwie "dtData" z kolumnami [total] [year] [month] [id_index] [id_partner][quantity][price].

Dostępne są podstawowe statystyczne funkcje:

- getCount(); Zwraca ilość rekordów
- getAvg(); Średnia arytmetyczna wartości
- getSum(); Suma
- getMin(); Zwraca najmniejszą wartość
- getMax(); Zwraca największą wartość
- getMedian(); Mediana wartości
- getAvgGeo(); Średnia geometryczna wartości
- getStdDev(); Odchylenie standardowe

Funkcje domyślnie działają na kolumnie total.

Przykład użycia funkcji bezparametrowej:

return getSum();

Funkcje mogą zostać sparametryzowane nazwą kolumny. Oznacza to, że funkcja będzie wykonywać obliczenia na wartościach z danej kolumny.

```
Przykład użycia funkcji sparametryzowanej:
```

```
return getSum("price");
Przykład algorytmu:
double d=0;
int z=dtData.Rows.Count;
if (z>0)
{
foreach(DataRow row in dtData.Rows)
{
    d+=Convert.ToDouble(row["wartosc"]);
    }
return d/z;
}
else
return 0;
```



Algorytmy wszystkich zadeklarowanych wskaźników są obliczane dla serii. W seriach możesz zadeklarować filtry ograniczające zakres przeszukiwanych danych pozycji sprzedaży:

Analiza sprzedaży

Series 1: Edycja serii wskaźnika	_ = ×
i 🔟 🗾 🎓 😰 i 🗊	- = \$ & / \$ < ⇒
Image: Series 1 Dane sreii Lp Image: Series 1 Fitry edycyjne Czas Asortyment Indeks Rynek Kontrahent Dostawca Marka Meijsce generowania sprzedaży	Opis seri wskažnika Series 1 Opis seri wskažnika Series 1 Zakres dat Data do 2010 • 10 • Data do 2011 • 10 • @ Podgląd transzy Pozostałe fikry Fikr asortyment Drzewo asortyment Asortyment @ Oprogramowanie @ Oprogramowanie @ Oprogramowanie
Cecha sprzedaży	/id_asort=25/id_asort_nad=-1/id_f=4/id_ob=25 '/id_seri_wsk=31/COM_PATH=[Series 1] 'Edycja Drzewa

Pod prawym przyciskiem myszy masz opcję **Analiza wskaźników statystycznych**. Panel wykonania obliczeń dla zadeklarowanych wskaźników statystycznych wygląda tak jak na rycinie poniżej:

Wskaźniki statystyczne sprzedaży: Analiza wskaźników statystycznych	
🧕 💋 🏫 😰 🌐 🇊 💲 🛛 🕏 EUR [1] 🚽 🔚 Raport 📁	
🐺 Zdefiniowane serie analizy 🛛 👪 Analiza wskaźników statystycznych	
Parametry analizy	
Sposób traktowania korekt 🔣 Korekty są traktowane jako niezależne dokumenty 🔹	
Zdefiniowane serie podlegające modyfikacji	
Serie analizy	
Data of 2010 v 10 v Data do 2011 v 10 v @ Podgląd transzy	
Series 1 Pozostałe filtry	
Fitr asottyment Fitr indeksy Fitr indeksy Fitr indeksy Fitr dostawcy Fitr marki Fitr miejsce generowani Drzewo asortymentu Asortymentu Asortymentu Asortymentu Asortymentu Indexta fitr miejsce generowani Indexta fitr miejsce generowani Asortymentu Asortymentu Indexta fitr miejsce generowani Indexta fitr miejsce generowani Indexta fitr miejsce generowani Asortymentu Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce generowani Indexta fitr miejsce generowani Indexta fitr miejsce Oprogramowanie Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Sprzet Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Oprogramowanie Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Oprogramowanie Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Oprogramowanie Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Oprogramowanie Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitr miejsce Indexta fitre Indexta fitr mie	
L Wykonai analize	

Po uruchomieniu opcji **Wykonaj analizę** otrzymujesz wyniki – patrz zakładka **Analiza** wskaźników statystycznych.



AKCJE MARKETINGOWE

Analiza sprzedaży

9

Ewidencja akcji marketingowych

Opcja: Sprzedaż / Ewidencja akcji marketingowych

Intellect da Ci możliwość prowadzenia ewidencji akcji marketingowych:



Dodając nową akcję marketingową wskazujesz okres jest trwania oraz okres prawdopodobnego oddziaływania:

lowa akcja		- = ×
🔟 🗾 🚖 🖉 🗎	🐁 💻 l 🗞 💰 🦯 🔹	
Data od	2011-05-01 *	
Data do	2011-09-30 *	
Oddziaływanie od	2011-07-01 🔹	
Oddziaływanie do	2011-10-31 🔹	
Odpowiedzialny za realizację:		
Piotr Gawroński		*
Opis akcji		
Akcja promocyjna na bilboardach mieszkańców	w miastach powyżej 100 tys	^
		-

Pod prawym przyciskiem myszy masz dostęp do szeregu kartotek, dzięki którym będziesz mógł szczegółowo opisać i sparametryzować Twoja akcję marketingową:

- Edytuj akcję
- Usuń akcję
- Zmień status
- Budżet akcji
- Harmonogram akcji
- Target akcji
- Komentarze
- Cele marketingowe
- Raport



38 / 48	1	Edytuj akcję
	-	Usuń akcję
Analiza sprzedazy	Ç	Zmień status na
	≣	Budżet akcji [0]
	匾	Harmonogram akcji [0]
	匾	Target akcji [0]
	⊫	Komentarze [0]

Cele merketingowe [0] Raport

Þ

W opcji Budżet akcji masz dostęp do kartoteki pozycji budżetu oraz możesz edytować kartotekę pozycji budżetu – możesz dodać dowolną liczbę pozycji budżetu na opisywaną akcję marketingową:

Þ	.kcja p	romo	cyjna i	na bilb	oarda	ach w i	miasta	ch I	oow)	rżej	-		×
	۲	/	\	2	Ô				2				
	Opis p	ozycji	budżet	u									
												-	
	Kwota						Wa	aluta	EU	R ₹]		

W opcji Harmonogram akcji masz dostęp do kartoteki etapów akcji i możesz wpisać poszczególne etapy marszruty wraz ze wskazaniem dat:

☑ ✓ ★ ▲ ▲ ▲ ▲ Od 2011-09-02 • Do 2011-10-03 •
Od 2011-09-02 - Do 2011- 10-03 -
Do 2011-10-03 -
Opis etapu
•

W opcji Target akcji masz dostęp do kartoteki celów policzalnych akcji marketingowych i możesz dopisywać kolejne pozycje do Twojej kartoteki. Zauważ, że policzalne cele możesz określać względem konkretnego wycinka czasowego z przeszłości oraz względem konkretnych identyfikatorów, które są celem akcji marketingowych (rynek, asortyment, dostawca, marka...).

Dla konkretnego rynku i asortymentu wskazujesz plan wzrostu sprzedaży względem odcinka historycznego:



Analiza sprzedaży

Parametry targ	etu (wszystkie wypełnion	e będą wymagane)
Rynek		x
Asortyment		X
Dostawca		X
Marka		x
Względem:		
Od	2011 - 10 -	
Do	2011 🔻 10 👻 🎯	
Plan dla targeti	J	

W opcji **Komentarze** będziesz mógł przeglądać kartoteką komentarzy na temat przeprowadzonej akcji marketingowej (możesz oczywiście ją również edytować).

W opcji **Cele marketingowe** będziesz miał dostęp do kartoteki opisowych celów akcji marketingowej.

— Analiza efektywności akcji marketingowych

Opcja: Sprzedaż / Analiza efektywności akcji marketingowych

Po wybraniu opcji zobaczysz kartotekę akcji marketingowych. Pod prawym przyciskiem myszy dla wybranej akcji marketingowej znajdziesz opcję **Analizuj efektywność**. W ten sposób uruchomisz wizarda, który przeprowadzi Ciebie przez proces parametryzacji akcji marketingowej.

W wyniku zestawienia otrzymasz porównanie rzeczywistej efektywności akcji marketingowej do założonej – poprzez porównanie sprzedaży historycznej wraz z planami wzrostu do sprzedaży rzeczywistej w okresie oddziaływania akcji marketingowej.

10 KONTRAKTY SPRZEDAŻY

Kartoteka kontraktów sprzedaży

Opcja: Sprzedaż / Kartoteka kontraktów sprzedaży

Intellect da Ci możliwość prowadzenia kartoteki kontraktów i promes. Dzięki temu będziesz mógł rozliczać swoich kontrahentów oraz posiadasz informacje, które mogą Ci służyć do analizy przyszłego popytu na Twój asortyment.

Kartoteka jest filtrowana ze względu na następujące parametry: okres umowy/promesy, rodzaj (kontrakt lub promesa) oraz status (w edycji, w realizacji, zamknięta). Dodanie nowego kontraktu/promesy – opcja **Nowy kontrakt / promesa**. Dodanie pozycji (czyli wskazanie indeksów wraz z parametrami ilościowymi oraz wartościowymi) to opcja **Dodanie pozycji kontraktu / promesy**.



Analiza sprzedaży

Kontrakty sprzedaży									= x	
🔟 💋 🎓 😰 🔚 Raport 📁										
Umowy od: 2010-01-01 • do: 2011-10-10 • 📝 Kontrakty 🔯 Promesy 🕒 w Edycji 🕒 w Realizacji 😝 Zamknięte 💎										
: Kontrakty sprzedaży 🚽 Nowy kontrakt / promesa 🎊 👿 🎋 🥩 🍸 🎬 😫										
Rok Nr umowy	Zawarty Początel	Koniec	Rodzaj	Kontrahent	Ryr	nek	Status	Opis	w	
> 📝 2011 123/DE	2011-08-24 2011-09-	01	Kontrakt	KONTRAHEN	T 982	0	W edycji	asdasd	EUR	
2011 124	2011-09-08 2011-09-	08 2011-10-12	Kontrakt	KONTRAHEN	T 1078	Θ	W edycji	Kontrakt na dostawę prosa i jęczmienia	EUR	
Edycja Listy Liczba zaczytanych rekordów i 2 rekordów i 0,000 s i /data_od=2010-01-01 00:00:00/data_do=2011-10-10 23:59:59/rodzaj_umowy=1/status=1/kontrahent=0/rynek=0/s										
1 2011-09-02 indeks	u .		liosc	11 b	22.00	Indeks 5				
					22,00	,				

Kartotekę możesz dodatkowo filtrować uruchamiając opcję wskazaną elipsą na rysunku poniżej:

Umowy od:	2010-01-01 × do:	2011-10-10 *	📝 Kontrakty	🎅 Promesy	😑 w Edycji	🜖 w Realizacji 🧕 Zamknięte	
Kontrahent:	(brak filtru)	⋆ × Rynek:	(brak filtru)	- × Asorty	ment: (brak filtru)	 X Indeks: (brak filtru) 	××/

Masz wówczas możliwość filtrowania kartoteki dla kontrahenta, rynku, drzewa asortymentowego, indeksu.

Dodając kontrakt / promesę masz możliwość dodania pełnego, skrupulatnego opisu:

To 🔽 🌟 😰 📄 🥌 🖊 🏷 🎸 🖉 🖌 👄 🖉 To The Section of the Secti	EUR ¥
Rok umowy 2011 - Nr umowy 124 Rodzaj umowy 📝 Kontrakt - Waluta	EUR -
Rok umowy 2011 - Nr umowy 124 Rodzaj umowy 📝 Kontrakt - Waluta	EUR 🔻
Początek 2011-09-08 • Koniec 2011-10-12 • Zawarta 2011-09-08 •	
Kontrahent KONTRAHENT 1078 Rynek (pole jest puste)	~ ×
Onis	_
i Times New Roman • 12 • A • ** • B / U U S 😌 X* X, A * A - i Normal • i * 😣	
Kontrakt na dostawę prosa i jęczmienia	

Podobnie z pozycjami – wskazując parametry ilościowe oraz wartościowe dla konkretnego indeksu możesz zadeklarować wyczerpujący opis:

124: Nowa pozycja kontraktu / promesy	- = ×
i 🔟 💋 🏚 😤 🖄 🐇 💳 🌢 🚓 🕢 🛸 🗢 🔿	
Indeks 9 *	
Do dnia 2011-10-12 • Ilość 222 h Wartość 21212 EUR	
Opis	
D 😂 🖓 😏 😏 🖓 🦿 🖓 🐺 📕 💻 🗄 🗄 🧏 🏧 🖬 🖷 💭 🖓 🖓 🖓 🖓	
i Times New Roman 🔹 12 🔹 🛧 • 🥍 ॰ B / U U S 🛠 X² X A A 🕫 Normal 🔹 🕫 🖺 🚷 🕫	
ΙΩ, ΙΗ, Ι۹ ۹, ΙΕ, Ια Ε.	
j 🖄 → Borders → 📮 j 🗊 💽 📮 j 🖽 🎟 📰 📮 j 📻 🛶 🛛 0,5 pt 🛛 —— → 🗹 → 🖕	

Na liście kontraktów – pod prawym przyciskiem myszy masz dostęp do następujących opcji:



- Edytuj kontrakt / promesę
- Usuń kontrakt / promesę

Analiza sprzedaży

Dokumenty powiązane

Zmień status



Opcja **Zmień status na** pozwala Ci odpowiednio statusować kontrakty oraz promesy.

W opcji **Dokumenty powiązane** będziesz mógł wskazać dokumenty złożone w **Repozytorium**, które mają związek z danym kontraktem. Może to być np. umowa kontraktu do której będziesz miał dostęp on-line:

123/DE: Dokumenty powiązane					_ = ×
0 🗹 🎓 🞥 🖻					
Opcje					
Filtr Wszystkie dokumenty Moje dokumenty					
🛛 🧱 Dokumenty powiązane 🛛 🗱 Dołącz dokument 👘 🛛 💎	8 🥵 ∑ 👌	¥ 🔄 👙			
Nazwa dokumentu 🔺 Utworz Autor	Złożony Przez	Pry	Rozmia Nr .	Lokalizacja	Opis dokumentu
₽		8			
Brok donuch					

– Rozliczanie kontraktów

Opcja: Sprzedaż / Rozliczanie kontraktów

Intellect da Ci możliwość sprawdzenia (rozliczenia) kontraktów oraz promes. Pod prawym przyciskiem myszy dla wybranego rekordu (kontraktu) masz możliwość wyboru opcji **Roz-***licz kontrakt*.

Rozliczanie kontraktów						-	= ×
😈 💋 🊖 💤 🔟 🗟 Raport 📁							
Umowy od: 2011-01-01 - do: 2011-10-10 -							
i Kontrakty sprzedaży 👯 🔻 🧏 🐒 🦉 🖉 😫 🗢							
Rok Nr umowy Zawarty Początek	Koniec Rodzaj	Kontrahent	Rynek		Status	Opis	w
> 📝 2011 123/DE 2011 09 24 2011 09-01	Kontrakt	KONTRAHENT 982		0	W realizacji	asdasd	EUR
2011 124 2011-09-08 2011-09-08 :	2011-10-12 Kontrakt	Kontrahent 1078		0	W realizacji	Kontrakt na dostawę prosa i jęczmienia	EUR

Otrzymasz zestawienie w postaci drzewa, w którym dla każdej założonej daty sprzedaży jest przydzielona lista indeksów wraz z kolumnami opisującymi stopień realizacji kontraktu/promesy na koniec danego okresu. Realizacja jest obliczana na podstawie rzeczywistej sprzedaży dla danego kontrahenta w zadanym okresie dla poszczególnych indeksów asortymentowych:



Analiza sprzedaży

124:	Rozlicz kontra	kt(y)											x
۵	🗾 😭	🔊 🖻 📔	🕕 丨 📑 Rapo	rt 📁 💲 Waluta	🖉 EUR [1]	-							
Do	dnia	Stan	Nazwa indeksu	Asortyment	Sprzedano	Ilość w kon	Jednostka	Ilość zreali	Sprzedano za	Wartość w	Warto	ścio	
=	2011-10-05	۹	2 indeks(ów)	2 asortyment(ów)	0	233	•	0%	0,00	21 234,00		C	%
>	2011-1	۲	indeks 453	Oprogramowanie 1	0	11	szt.	0%	0,00	22,00		0	%
	2011-1	۸	indeks 9	Oprogramowanie 3	0	222	h	0%	0,00	21 212,00		C	%
÷	2011-10-07	۹	1 indeks(ów)	1 asortyment(ów)	0	32323	h	0%	0,00	23 323,00		C	%
	L 2011-1	۹	indeks 9	Oprogramowanie 3	0	32323	h	0%	0,00	23 323,00		C	%
÷	2011-10-12	0	2 indeks(ów)	1 asortyment(ów)	0	44477	h	0%	0,00	2 356,00		C	%
	- 2011-1	0	indeks 19	Oprogramowanie 3	0	44444	h	0%	0,00	222,00		C	%
	2011-1	0	indeks 38	Oprogramowanie 3	0	33	h	0%	0,00	2 134,00		C	%

.....

11 ZAMÓWIENIA SPRZEDAŻY I SPRZEDAŻ UTRACONA

— Opcja: Sprzedaż / Zamówienia sprzedaży i sprzedaż utracona

Intellect da Ci możliwość porachowania sprzedaży utraconej. Dla zadanego okresu oraz nastaw filtrów (możesz ograniczyć analizę wskazując pulę kontrahentów lub indeksów podlegających analizie) możesz wygenerować zestawienie (opcja **Wykonaj analizę sprzedaży utraconej**), które podliczy wartość sprzedaży utraconej tj zamówionej lecz nie sprzedanej. Zestawienie jest tworzone na podstawie transzy **Zamówienia** oraz **Sprzedaż**.

An	Analiza sprzedaży utraconej 🛛 🗖 🛪											
	U /	🖌 🏠 💦 🔟 📙 Rap	ort 🣁	🔰 🖇 Waluta 💈	E E	UR	R[1] -					
	/ Filtry	- dane do analizy	orzedaży utrac	onei								
Ľ						_						
	Zamówienia zamknięte złożone w okresie od 2010 + 1 + do 2010 + 3 +											
_												
Fi	ltr kontr	ahenci Filtr indeksy					1		1]		
ĸ	ontrah	enci do wyboru 💢 🕎 👔	🕴 🔼 🥈	š 📢 🖂	*	L	Id	Skrót nazwy	Kod miasta	Miasto		
	Id	Skrót nazwy	Kod miasta	Miasto		8	3					
9					=	>	97450	KONTRAHENT 1217	46-220	Byczyna		
>	97448	KONTRAHENT 1241	60-539	Poznań		L	97449	KONTRAHENT 1216	30-091	Kraków		
	97451	KONTRAHENT 664	60-162	Poznań								
	97452	KONTRAHENT 896	62-080	Sady/ k Poz								
	97453	KONTRAHENT 1078	60-693	Poznań								
	97454	KONTRAHENT 1213	62-032	Luboń								
	97455	KONTRAHENT 982	60-003	Poznań								
	97456	KONTRAHENT 628	60-572	Poznań								
	97457	KONTRAHENT 2446	67-700	Czarnków								
	97458	KONTRAHENT 1211	62-052	Komorniki								
	97459	KONTRAHENT 988	61-623	Poznań								
	97460	KONTRAHENT 1204	00-805	Warszawa								
	97461	KONTRAHENT 1066	62-081	Wysogotowo								
	97462	KONTRAHENT 1199	76-100	Sławno								
	97463	KONTRAHENT 1200	60-311	Poznań								
	97464	KONTRAHENT 1177	60-688	Poznań								
	97465	KONTRAHENT 1185	60-173	Poznań								
	97466	KONTRAHENT 1327	55-230	Miłoszyce	•							
Edy	·cja List·	y Liczba zaczytanych rekordow	2671 rekordóv	v 0,047 s Par	ame							
									🔏 🛛 Wykonaj analiz	e sprzedaży utaconej		

12 ANALIZA NATĘŻENIA SPRZEDAŻY Z WIZUALIZACJĄ MAPY

— Opcja: Sprzedaż / Analiza natężenia sprzedaży z wizualizacją mapy

Intellect daje Ci możliwość spojrzenia na sprzedaż poprzez mapę. Sprzedaż może być przypisana do jednostki terytorialnej: kraj, region lub miasto. Jednostki terytorialne są skojarzone z kontrahentem.



Ustawiając parametry analizy możesz filtrować Twoją sprzedaż korzystając z zakładek filtrujących: asortyment, indeksy, rynek, kontrahenci, dostawcy, marki, miejsca generowania sprzedaży.

Analiza sprzedaży

Po uruchomieniu opcji **Wykonaj analizę** otrzymujesz mapę z prezentacją graficzną wielkości sprzedaży dla wybranych przez Ciebie jednostek terytorialnych.

Wizualizacja sprzedaży na mapie	vizualizacja sprzedaży na mapie 💷 🗖 🗙									
🛛 🖸 🚖 🖉 🖄 🕏	Waluta 🦉 EUR [1] 🚽 👻									
V Filtry 🔐 Analiza sprzedaży na mapie										
Okres analizy										
Od 2010 * 1 * Do 2010 * 10 *										
Podstawa analizy	Filtry dodatkowe									
🖲 Kraj	Filtr sortyment 🛛 Filtr indelsy Filtr rynek. Filtr kontrahenci Filtr dostawcy Filtr marki Filtr miejsce generowania sprzedaży 🎸 Drzewo asortymentu 🖉 🌜 😵 🚓									
C Region	Asortyment									
🔘 Miasto	Usługi Sprzęt									

13 SŁOWNIKI I KARTOTEKI

— Lista zestawień złożonych w Repozytorium

Opcja: Sprzedaż / Lista zestawień złożonych w Repozytorium

Intellect daje Ci możliwość przechowywania wygenerowanych przez Ciebie raportów w repozytorium. Dzięki temu raporty mogą być komentowane przez różnych użytkowników oraz mogą być przedmiotem niezależnego procedowania. W tej opcji masz dostęp do wszystkich raportów złożonych w **Repozytorium** z obszaru Analizy Sprzedaży.

Dokument	Dokumenty powiązane ze sprzedażą										
0	😇 💋 🎓 😰										
Opcje											
Filtr	Filtr Wszystkie dokumenty Moje dokumenty										
🛛 📔 Doku	imenty powiązane 🛛 🗮 Dołą	cz dokument.	🔅 🔻 🤅	5 🛃 🛔	<u>s s s</u>	÷					
	Nazwa dokumentu 🔶	Utworz	Autor	Złożony	Przez	Pry	Rozmia	Nr	Lokalizacja		
8											
>	Analzia sprzedaży	2011-09	Piotr Gawroński	2011-09	Piotr Gawro			0	sprzedaz		
Edycja Listy	Liczba zaczytanych rekordow	1 rekordów	0,000 s /tryb_fil	trowania_doł	umentow=modu	Jł∕id_ma	dulu=2 /id	_dokum	entu=209/id_	obsza	
Dokume	nty - załączniki 👘 🔻 💎	8 d	Σ 🚡 🐠	E							
Ikona	Nazwa							Rozmia	(KB)		
> 👃	Analzia sprzedaży.pdf									274 k	

Zauważ, że kartotekę zapamiętanych raportów możesz filtrować tak, aby mieć dostęp tylko do raportów Twojego autorstwa.



– Rynek i asortyment

Opcja: Sprzedaż / Rynek i asortyment

Analiza sprzedaży

Najważniejszymi identyfikatorami syntetycznymi sprzedaży są: drzewo asortymentowe oraz drzewo rynku. Każdy kontrahent powinien należeć do jakiegoś 'liścia' czyli ostatniego węzła drzewa rynku. Każdy węzeł nadrzędny pełni funkcję węzła agregacyjnego.

Podobnie każdy indeks asortymentowy powinien należeć do jakiegoś 'liścia' czyli ostatniego węzła drzewa asortymentowego. Każdy węzeł nadrzędny pełni funkcję węzła agregacyjnego.

Rynek i asortyment	Rynek i asortyment _ 🗖 🗙									
0 🗹 🚖 🔊 🏛										
Drzewo asortymentu 🐾 Nowy asortyment 🐇 🗞 🥩 👙	Drzewo Rynku 📔 🐾 Nowy rynek 🛛 🖏 💕 🗳									
nazwa	Rynek									
> 🖃 Oprogramowanie	> 🖃 Polska									
Oprogramowanie 1	Wschód									
Oprogramowanie 2	Półnosc									
Oprogramowanie 3	Południe									
😑 Usługi	Zachód									
Usługa 1										
Usługa 2										
Usługa 3										
😑 Sprzęt										
Im Sprzęt 1										

Po zadeklarowaniu drzewa asortymentowego pod prawym przyciskiem myszy masz dostępne następujące opcje:

- Nowy asortyment
- Edycja asortymentu
- Usuń asortyment
- Indeksy powiązane z asortymentem

•	Nowy asortyment
1	Edycja asortymentu
	Usuń asortyment
Æ	Indeksy powiązane z asortymentem [3]

Przydział indeksów do drzewa asortymentowego następuje automatycznie podczas pobierania transz **Indeksy** na podstawie informacji zawartych w sterowniku pobierania danych.

Po zadeklarowaniu drzewa rynku pod prawym przyciskiem myszy masz dostępne następujące opcje:

- Nowy rynek
- Edycja rynku
- Usuń rynek
- Kontrahenci powiązani z rynkiem

63	Nowy rynek
1	Edycja rynku
-	Usuń rynek
⊫	Kontrahenci powiązani z rynkiem [48]



Przydział kontrahentów do drzewa rynku następuje automatycznie podczas pobierania transz **Kontrahenci** na podstawie informacji zawartych w sterowniku pobierania danych.

Analiza sprzedaży

— Słowniki jednostek analitycznych

Opcja: Sprzedaż / Słowniki jednostek analitycznych

Jeżeli dojdziesz do wniosku, że na użytek analiz potrzebujesz jednostkę analityczną grupującą węzły drzewa asortymentowego, węzły drzewa rynku lub pozycje miejsc powstawania sprzedaży to możesz to zrealizować poprzez stworzenie słownika jednostek analitycznych.

Nowa jednostka analityc	zna _ 🗖	x
🔟 🗾 🚖 🚰	៙ - = > & / > < >	
		٦
Rodzaj jednostki	asortyment 🔹	
Opis jednostki	Grupowanie drzewa asortymentowego	
Pozycje słownika jedno	stek analitycznych 🌯 Nowa pozycja 🐁 🗞 🤹 🛧 🚸 👙	
lp Nazw	a pozycji .]
> ··· 1 Oprog	ramowanie + usługi	2
i 2 Sprzę	: + usługi	2

Zauważ, że jednostki analityczne mogą być również zadeklarowane w postaci drzewa, co pozwoli Ci na wygodną, dopasowaną do Twoich potrzeb analizę.

Każda pozycja słownika to suma wybranych węzłów drzewa rynku, drzewa asortymentu lub miejsc generowania sprzedaży.

Nowa pozycja		_ = ×						
: 🔟 🗾 🎓 🚰	🚊 🐇 = 🎉 💰 🦯 🦻							
Lp 1 Nazwa pozycji Oprogramowanie z usługami Pozycja nadrzedna X								
Węzły sumowane w rama	ch pozycji							
Oprogramowanie (* 1997) Usługi S								
Dodaj Wyczyść 2 element(ów) na liście								

Słowniki cech sprzedaży

Opcja: Sprzedaż / Słowniki cech sprzedaży

Jeżeli dojdziesz do wniosku, że potrzebujesz dodatkowych identyfikatorów sprzedaży – możesz użyć **Cechy sprzedaży**. W niniejszej opcji możesz stworzyć dowolną liczbę słowników.

\$	Słownik cech sprzedaży												
		ك	Z 😭	2	Ô								
1000	5	łowni	k cech spr	zedaży	📰 Nowy słownik	V	- 15	-	Σ	2	•	5	\$
		Id 📥	Nazwa sło	wnika								Nazw	a słownika
	7												
		16	Kolor									Kolor	
	>	17	Wielkość si	eci hand	owej							Wielko	ość sieci handlowej



Słowniki te mogą przyjmować dowolną liczbę wartości.

Analiza sprzedaży

Nowy słownik Nazwa słownika Kolor Lista cech 🔐 Nowa pozycja 🐊 💟 🏷 <table-cell-columns> 🎽 <table-cell> 🏝 🍝 Id – Nazwa cechy 16 Mebleski 15 Czerwony 14 Zelony

Każda pozycja pobieranej sprzedaży może być przez Ciebie ocechowana (to znaczy, że do pozycji sprzedaży będzie przydzielana konkretna wartość z wybranego słownika) w sterowniku pobierania danych dla **Sprzedaży**. Cechowanie będzie się odbywało na podstawie pola (lub wielu pół) zwracanych przez zapytanie do bazy systemu zewnętrznego.

— Lista kontrahentów

Opcja: Sprzedaż / Lista kontrahentów

Słownik kontrahentów to słownik identyfikatorów odbiorców Twojej sprzedaży.

Słownik przedstawia wiernie zawartość transz danych z bufora Kontrahenci.

Lis	ista kontrahentów 💶 🗖 🗙															
	😇 💋 🎓 😰															
ļL	ista ko	ntrahentów - tran	isze 🔻 🚦	s 🛃	Σ	<u>s</u> 😵	🦉 🍕									
	Ind	Nazwa	Skrót nazwy	Rynek	Nip	NIP UE	Adres	Dost	Kod	Miasto	Regon	Krs	Rok	Miesiąc	Data pobrania	
7																
	97448	KONTRAHENT 1	KONTRAH	Półnosc	781		ul. Ko?c		60-539	Poznań			2011	7	2011-08-23	-
	97449	KONTRAHENT 1	KONTRAH	Półnosc	676		ul. Bron		30-091	Kraków			2011	7	2011-08-23	
	97450	KONTRAHENT 1	KONTRAH	Półnosc	751		Gołkowi		46-220	Byczyna			2011	7	2011-08-23	
	97451	KONTRAHENT 664	KONTRAH	Półnosc					60-162	Poznań			2011	7	2011-08-23	
	97452	KONTRAHENT 896	KONTRAH	Półnosc	781		ul. Ludo		62-080	Sady/			2011	7	2011-08-23	
>	97453	KONTRAHENT 1	KONTRAH	Półnosc	781-		lut obo		60-693	Poznań			2011	7	2011-08-23	
	97454	KONTRAHENT 1		idycja kor	ntrahent r	na transzy	ıkac		62-032	Luboń			2011	7	2011-08-23	
	97455	KONTRAHENT 982	KONTRAH	Półnosc	777		ul. Woł		60-003	Poznań			2011	7	2011-08-23	
	97456	KONTRAHENT 628	KONTRAH	Półnosc	781		ul. Obo		60-572	Poznań			2011	7	2011-08-23	
	97457	KONTRAHENT 2	KONTRAH	Półnosc	763		ul. Cho		67-700	Czarn	57200		2011	7	2011-08-23	
	97458	KONTRAHENT 1	KONTRAH	Półnosc	777		ul. Pozn		62-052	Komo			2011	7	2011-08-23	
	0.000			6.0			1.110		· · · · · · · ·	- ·				-		

Każda pozycja słownika (transzy) może być przez Ciebie edytowana. Edycja pozycji słownika oznacza edycję pozycji transzy i powoduje oflagowanie transzy jako edytowanej.

Rynek	
Półnosc	() X
Dane Kontrahenta	
Nazwa	KONTRAHENT 1078
Skrót nazwy	KONTRAHENT 1078
NIP	781-16-98-676
NIP UE	
Adres	ul. Obornicka 263A
Kod miasta	60-693
miasto	Poznań
Regon	
KRS	
	Dostawca
Identyfikator zewnęt	rzny
	1078



– Lista indeksów

Opcja: Sprzedaż / Lista indeksów

Analiza sprzedaży

Słownik indeksów to słownik identyfikatorów asortymentu podlegającego sprzedaży.

Słownik przedstawia wiernie zawartość transz danych z bufora **Indeksy**.

Lis	ta indek	sów										_ =	×
	0	1 🚖 👰 🚊											
	ista ind	eksów 🟹 🍒 💰	2 8	٠	ē 4								
	Indeks	Nazwa indeksu	Indeks	Jm	Marka	Dostawca	Asortyment	Rynek	Transza	Rok	Miesiąc	Data pobrania	
9													-6
	203636	indeks 72	indeks 72	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	-
	203638	indeks 74	indeks 74	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203640	indeks 76	indeks 76	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203646	indeks 82	indeks 82	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203647	indeks 83	indeks 83	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203648	indeks 84	indeks 84	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
>	203649	indeks 85	indeks 85	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Indiana		2011	7	2011-08-23	
	203651	indeks 87	indeks 87	szt.	adidas	KONTRA	Oprogram	Edycja p	ozycji transzy	Indeksy	7	2011-08-23	
	203655	indeks 91	indeks 91	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203657	indeks 93	indeks 93	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203658	indeks 94	indeks 94	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203660	indeks 96	indeks 96	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203661	indeks 97	indeks 97	szt.	adidas	KONTRA	Oprogramo	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203662	indeks 98	indeks 98	szt.	adidas	KONTRA	Oprogramo	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203667	indeks 103	indeks 103	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203668	indeks 104	indeks 104	szt.	adidas	KONTRA	Oprogramo	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203669	indeks 105	indeks 105	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203670	indeks 106	indeks 106	szt.	adidas	KONTRA	Sprzęt 1	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
	203671	indeks 107	indeks 107	szt.	adidas	KONTRA	Oprogramo	Półnosc	2312	2011	7	2011-08-23	
F	202672	indoka 109	indoke 109	~~+	adidae	KONTRA	000000000	Dálaoce	2212	2011	7	2011-09-22	_

Każda pozycja słownika (transzy) może być przez Ciebie edytowana. Edycja pozycji słownika oznacza edycję pozycji transzy i powoduje oflagowanie transzy jako edytowanej.

Indeks (ndeks 65) Nazwa indeks 85 Asortyment [Sprzęt 1	Pozycja na transzy I	ndeksów	
Nazwa indeksu [indeks 85 Asortyment [Sprzęt 1	Indeks	ndeks 85	
Asortyment Sprzęt 1	Nazwa indeksu	indeks 85	
JM Est	Asortyment	Sprzęt 1	x
Marka adidas X. Dostawca CONTRAHENT 688 X. Identyfikator zewnętrzny	MC	szt.	X
Dostawca KONTRAHENT 668	Marka	adidas	x
Identyfikator zewnętrzny	Dostawca	KONTRAHENT 688	X
85	Identyfikator zewnęt	rzny	85

— Słowniki miejsc powstawania sprzedaży

Opcja: Sprzedaż / Słowniki miejsc powstawania sprzedaży

Miejsca generowania sprzedaży to kanały sprzedaży, których identyfikacja jest istotna z punktu widzenia analizy sprzedaży.

Słownik jest budowany automatycznie podczas pobierania danych o sprzedaży. Niezależnie od automatycznego sposobu dodawania pozycji słownika, możesz sam dodawać pozycje – opcja **Nowe miejsce sprzedaży**.



Analiza sprzedaży

	u 🖌	7	<u> </u>	<u>0</u>								
۲	liejsca spr	zedaży	-	Nowen	niejsce	sprzed	laży	V	15	57	Σ	-
	Identy	Miejsce										
9												
٦	570417	UPG										1
	570419	P RS										
	570418	S PT										
>	570393	URG										
	570400	U PO										=
	570409	PRL										
	570408	U ST										
	570410	P RR										
	570391	POS										
	570407	U RP										
	570392	PRG										-

— Marki asortymentu

Opcja: Sprzedaż / Marki asortymentu

Marki asortymentowe to cechy indeksów asortymentowych, których identyfikacja jest istotna z punktu widzenia analizy sprzedaży.

Słownik jest budowany automatycznie podczas pobierania danych o indeksach. Niezależnie od automatycznego sposobu dodawania pozycji słownika, możesz sam dodawać pozycje – opcja **Nowa marka**.



