

## Hversu vel þekkirðu viðskiptamenn þína?

Með viðskiptamannagreiningu Annata geturðu greint alla fleti viðskiptasambanda.

Góð og öflug viðskiptasambönd eru hverju fyrirtæki mikilvæg. Viðskiptamenn eru mikilvæg lífæð fyrir starfsemi fyrirtækja þar sem þeir eru oftast en ekki drifkraftur sköpunar og vaxtar í starfseminni. Stjórnendur fyrirtækja verja oft miklum tíma til að fylgjast með framlegð af sölu á vörum og þjónustu til viðskiptamanna. Hins vegar vill það oft gleymast að framlegð af vöru og þjónustu er einungis eitt greiningarstig af mörgum í því ferli að þekkja hegðun og þarfir viðskiptamanna. Skýr sýn á þætti eins og greiðsluhegðun, kauphegðun og áhrif viðskiptamanns á vöxt og viðgang fyrirtækis skipta einnig miklu máli.

### Viðskiptamannagreiningin sýnir framlegðarstig á arðsemi viðskiptamanna

Viðskiptamannagreining Annata gerir kleift að horfa á fleiri framlegðarstig í greiningu á arðsemi viðskiptamanna. Dragi viðskiptamaður greiðslur á útsendum reikningum þá verður fyrirtækið fyrir fórnarkostnaði þar sem það verður af tækifærum á að ráðstafa fjármagninu í aðra hluti. Ef viðskiptamaðurinn greiðir ekki vanskilakostnað þá er eðlilegt að fórnarkostnaður fyrirtækisins komi til lækkunar á vöru- og þjónustuframlegð af honum. Eins á það að hafa áhrif á viðskiptamannaframlegð ef viðskiptamaðurinn þiggur sölu- og markaðshvetjandi styrki frá fyrirtækinu. Sama á við um þætti eins og dreifingarkostnað. Þegar kostnaður af öllum ferlum sem snúa að samskiptum við viðskiptamanni (sem heimfæranlegur er á viðskiptamenn) er tekinn saman og dreginn frá vöru- og þjónustuframlegð þá er fyrst hægt að nálgast raunverulega framlegð af viðskiptamönnum.

Innkaupaupplýsingar um viðskiptavini						
Years	Quarters	Months	Days	2008		
Values						
Row Labels	Avg Invoice Amount	Number of Invoices	Credit Invoices Amount	Number of Credit Invoices	Number of Items Purchased	Number of Purchases Per Customer
<b>-10: Wholesale Customers</b>	<b>30.130</b>	<b>46</b>	<b>15.039</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>46</b>
1101: Forest Wholesales	85.205	3			2	3
1102: Sunset Wholesales	26.762	5	5.754	1	2	5
1103: Cave Wholesales	517	12	292	2	2	12
1104: Desert Wholesales	4.650	10			2	10
1201: Sparrow Wholesales	136.000	4	6.247	1	2	4
1202: Owl Wholesales	75.078	4	118	1	6	4

### Arðsemi, greiðsluhegðun, kauphegðun og vöxtur

Skipta má þeim mælikvörðum sem viðskiptamannagreining Annata inniheldur í fjóra þætti:

#### Arðsemi

- Nettósala og Kostnaðarverð seldra vara
- **Vöru- og þjónustuframlegð (%)**
- Nettó fjármagnskostnaður vegna vanskila
- Markaðs- og sölustuðningur (fenginn úr fjárhagsbókhalda ef við á)
- Dreifingarkostnaður (fenginn úr fjárhagsbókhalda ef við á)
- Annar kostnaður (t.d. kostnaður v/reikningagerðar)
- **Viðskiptamannaframlegð, Viðskiptamannaframlegð %**

#### Kauphegðun

- Fjöldi vara sem keyptur er og kaupupphæð
- Meðalfjöldi vara sem keyptur er og fjöldi innkaupa
- Meðalfjárhæð reiknings og fjöldi reikninga sem útgefnir er
- Fjöldi kreditreikninga sem útgefnir er og kostnaður vegna reikningagerðar

#### Greiðsluhegðun

- Útistandandi kröfur og ójafnaðar innborganir
- Biðtími útistandandi krafna og veltuhraði viðskiptakrafna
- Fjármagnskostnaður og –tekjur vegna vanskilakrafna
- Nettókostnaður af vanskilakröfum

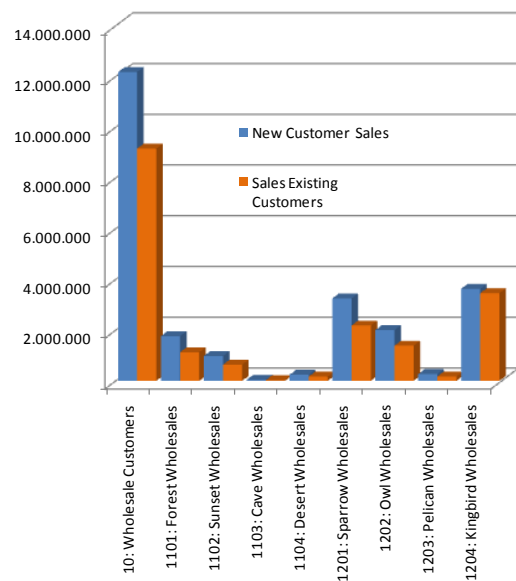
#### Vöxtur

- Nýir viðskiptamenn og hlutdeild nýrra viðskiptamanna í sölu
- Söluupphæð vegna nýrra viðskiptamanna
- Vöxtur í sölu vegna núverandi viðskiptamanna og vöxtur í sölu vegna nýrra viðskiptamanna
- Meðalsala per nýjan viðskiptamann og meðalsala á viðskiptamann

Á meðan að mæling á arðsemi og greiðsluhegðun snýr að beinum fjárhagslegum ávinningi fyrirtækisins í nútíð og fortíð af því að eiga í viðskiptum við viðskiptamanninn þá eru mælingar á kauphegðun og vexti meira til þess fallnar að greina sölutækifæri meðal núverandi viðskiptamanna og –hópa og sjá hvar vaxtatækifæri liggja til framtíðar. Mælingar á kauphegðun er ætlað að gera mögulegan samanburð milli viðskiptamanna, t.d. eins og fjölda vara sem keyptar eru milli tímabila og fjárhæðir. Á þann hátt má greina umfang viðskipta hvers viðskiptamanns samanborið við aðra og skoða viðskiptasögu hans í sögulegu samhengi og kanna hver þróunin er.

## Viðskiptamannagreining Annata - ávinningurinn er augljós og skýr!

Með því að nálgast viðskipti viðskiptamanns með þessum hætti og bera saman við aðra sambærilega viðskiptamenn má greina hvar tækifæri geta legið í að selja viðskiptamanni vörur sem hann er ekki að kaupa en ætti mögulega að vera að kaupa miðað við samanburðinn við aðra viðskiptamenn. Með því að greina stærðir eins og fjölda útgefinna reikninga og meðalfjárhæð á reikning þá er hægt að fá vísbendingar um hvort viðskiptasambandið kalli á mikla umsýslu og kostnað fyrir fyrirtækið í formi tíðra reikninga fyrir lágar upphæðir. Ef til vill gæti verið hagkvæmara að biðla til viðskiptamannsins að kaupa sjaldnar á tímabilinu og þá fyrir hærri fjárhæðir hverju sinni.



Áhugavert er að greina þróun í sölu fyrirtækis milli sambærilegra tímabila. Þar gefst kostur á að greina áhrif nýrra viðskiptamanna á vöxt eða samdrátt og bera saman við áhrif núverandi viðskiptamanna. Gjarnan er rætt um að auðveldara sé að selja núverandi viðskiptamannahópi vörur og þjónustu en að afla nýrra viðskiptamanna og ef samanburðurinn sýnir að nýir viðskiptamenn standi að mestu leyti undir vexti í sölu þá eru öll líkindi til þess að frekari sölutækifæri séu að fara forgörðum.

## Aðrar greiningar

Greiningarlausnir sem draga fram lykilþætti um árangur fyrirtækja geta reynst mjög öflugt vopn til eftirlits og árangursstjórnunar. Auk viðskiptamannagreiningar býður Annata upp á:

- Aldursgreining birgða (viðbót við birgðagreininguna)
- Fjárhagsgreining
- Sölugreining
- Smásölugreining (Retail)
- Viðskiptamannagreining
- Verkbókhaldsgreining

## Upplýsingar veita:

Art Schalk, s. 617 1055, art@annata.is

Marteinn Þór Arnar, s. 660 1033, marteinn@annata.is