

ANALIZA ZAMÓWIEŃ

Agregacja zamówień według produktów, terminów, odbiorców i innych parametrów – np. kolorów czy dat przydatności, bilansowanie zamówień z obecnymi i prognozowanymi stanami magazynowymi, tworzenie forecastu na podstawie obecnych zamówień, weryfikacja z planem sprzedaży.

ANALIZA SPRZEDAŻY

Wielokryterialna analiza sprzedaży oraz poszczególnych rodzajów rabatów/ marż, umożliwiającą wyznaczenie rzeczywistej marży na sprzedaży – zarówno planowanej, jak i wykonanej.

PLANOWANIE SPRZEDAŻY

Planowanie sprzedaży metodami „top down”, „bottom up”, „zero based”, lub innymi, agregacja planów sprzedaży z wielu planów cząstkowych, opracowywanych np. przez managerów w różnych lokalizacjach geograficznych, konfrontowanie ze sobą różnych wersji i metod planowania, obsługa procesu akceptacji planów.

KOSZTY PRODUKCJI

Kalkulacja kosztów produkcji w zależności od receptur i przebiegów procesów technologicznych, czy wielkości partii produkcyjnych, możliwość uwzględnienia w kalkulacji elementów rachunku kosztów ABC, możliwość wielowariantowej kalkulacji kosztów produkcji w zależności od receptury/Klienta.

KOSZTY PRZEBROJEŃ

Analiza ewidencji czasu pracy, analiza czasów potrzebnych na przebrojenie maszyn w poszczególnych liniach technologicznych w zależności od wyrobów, czy innych parametrów technologicznych, nałożenie tych informacji na dane kosztowe, dotyczące np. kosztów pracy, amortyzacji, czy energii, możliwość oszacowania kosztów przebrojeń, wpływających na całkowite koszty produkcji, a tym samym – skali redukcji kosztów wytworzenia, możliwych do osiągnięcia przy produkcji długich serii produkcyjnych).

KOSZTY JAKOŚCI

Analiza przyczyn powstawania braków według dowolnych kryteriów – np. operacji technologicznych, wyrobów, pracowników, zmian, rodzaju braków, czy przyczyn powstawania, możliwość publikacji wyników w przyjaznej formie graficznej, planowanie działań korygujących itp.

KOSZTY ZAOPATRZENIA

Tworzenie budżetu zakupowego na podstawie planu sprzedaży, zamówień, wyjściowych stanów magazynowych oraz danych technologicznych, możliwość agregacji kosztów zaopatrzenia według dostawców/indeksów, okresów czasowych, możliwość kalkulacji spodziewanych bonusów zakupowych i porównania ich z wykonaniem, możliwość analizy historii zakupów i płatności dla danego dostawcy itp.

ZWIĘKSZAMY EFEKTYWNOŚĆ FINANSOWĄ



MARŻE NA PRODUKTACH

Nałożenie na siebie informacji na temat planowanych i wykonanych przychodów oraz kosztów bezpośrednich i pośrednich w przekroju poszczególnych produktów/Klientów/segmentów rynku – zarówno w postaci wielopoziomowej kalkulacji marż pokrycia, jak też ew. alokacji pełnych kosztów na produkt. Dzięki temu – możliwość zarządzania „strukturą konsumpcji” przychodów przez poszczególne procesy w organizacji (np. produkcję, zaopatrzenie, obsługę Klientów, transport, magazynowanie, utrzymanie ruchu, zaopatrzenie, czy zarządzanie).

ZYSK/MARŻA

RYNEK

PRZYCHODY

KLIENCI

KLIENCI POTENCJALNI

KOSZTY PRODUKCJI

KOSZTY PRZEBROJEŃ

KOSZTY JAKOŚCI

KOSZTY ZAOPATRZENIA

KOSZTY PRACY

MARŻE RETRO/ BONUSY

KOSZTY LOGISTYKI

KOSZTY PRACY

Obliczanie zapotrzebowania na pracę według poszczególnych stanowisk/wydziałów, planowanie zatrudnienia, planowanie wynagrodzeń z uwzględnieniem rozmaitych „ruchów kadrowych” – np. przyjęć, zwolnień, awansów, czy długotrwałych urlopów, możliwość symulacji efektów zmian w systemie motywacyjnym itp.

MARŻE RETRO/ BONUSY

Kalkulacja i rozliczanie planowanych i zrealizowanych marż retrospektywnych na poszczególnych indeksach/Klientach, w zależności od szczegółowych warunków upustowych nawet dla bardzo dużych zbiorów danych, możliwość zdefiniowania dedykowanego algorytmu kalkulacji bonusów.

KOSZTY LOGISTYKI

Analiza, kalkulacja i planowanie kosztów dostarczenia produktów do Klientów w zależności od odległości, środka transportu, wielkości partii, czy częstotliwości dostaw. Możliwość wykorzystania w kalkulacji metodyki ABC, porównanie kosztów planowanych i wykonanych według różnych kryteriów, analiza odchyleń.