Торговую деятельность ООО «Результат» характеризуют следующие данные:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Цена за единицу, руб.  | Количество продаж в отчетном году, единиц  | Объем продаж (выручка), тыс. руб. | Процент выполнения плана по объему выручки, % | Отклонение фактического объема продаж от запла-нирован-ного, тыс. руб. |
| по плану | факти-чески | по плану | фактически |
| Кофе Jacobs Monarch (ст.б. 190 гр) | 706 | 1450 | 1460 | 1 023 700 | 1 030 760 | 100,69 | 7060 |
| Чай [Greenfield](https://www.ozon.ru/highlight/greenfield-1024017/?advert=U9MvxR3cGHIeA5Fa5jpt__Oh41L_PN3Llmwy7DKuL5ekszM15MVG_p9lg_XqspxejRLu8FQQHnb0lMTR4xdL30qbSilJrEBOFZwOLz6JuvLT9tj0MsCmv0hnQ8jIiehNqJxmcOkc3ywc7uqGQ8M&hs=1) (100 пак) | 365 | 1112 | 1110 | 405 880 | 405 150 | 99,82 | -730 |
| Чай МАЙСКИЙ (100 пак\*2 гр.) | 93,60 | 950 | 970 | 88 920 | 90 792 | 102,11 | 1872 |
| Кофе Черная Карта (ст.б.,190 г) | 268 | 1258 | 1325 | 337 144 | 355 100 | 99,39 | 17956 |
| Итого | – | - | - | 1855644 | 1881802 | 101,41 | 26158 |

Вывод: План по объему продаж кофе «Черная карта» практически выполнен (99,39%), также план по объему продаж чая «Greenfield» практически выполнен (99,82%). По остальным товарам план продаж перевыполнен. Таким образом, план по объему продаж кофе «Jacobs Monarch» перевыполнен на 0,69%, чай «МАЙСКИЙ» - на 2,11%. В целом, план по объему продаж бакалейных товаров был перевыполнен на 1,41%.

Для увеличения объема продаж можно провести следующие рекламные акции и кампании:

1. "Бесплатная доставка при заказе от определенной суммы". Эта акция позволит клиентам сэкономить на доставке, что может стать дополнительным стимулом для совершения покупки.
2. "Скидка на второй товар". При покупке двух или более упаковок чая или кофе клиенты получают скидку на второй товар. Это может повысить средний чек и стимулировать покупателей покупать больше.
3. "Подарочные наборы чая и кофе". Создание специальных подарочных наборов из различных видов чая и кофе с привлекательной упаковкой может привлечь внимание новых покупателей и повысить спрос на товар.
4. "Промо-акции в социальных сетях". Организация конкурсов, розыгрышей призов и специальных предложений на популярных платформах поможет привлечь внимание аудитории и увеличить узнаваемость бренда.
5. "Бонусная программа для постоянных клиентов". Возможность накопления бонусов или получения дополнительных подарков при покупке чая и кофе может стать стимулом для повторных покупок и удержания клиентов.

(с чата гпт можно просто акции сделать)