

## Què és el pla de vendes

En un pla de màrqueting també es pot fer una **previsió de vendes** i, per tant, de **futurs ingressos**.

És aconsellable fer un pla de vendes amb un **escenari normal** (pensant que les coses aniran com està previst) i un **escenari pessimista** (pensant que poden passar esdeveniments que facin que no es compleixin les previsions normals) que estimi les vendes en un % inferior al de l'escenari normal.

L'**elaboració d'aquests escenaris**, del **nombre de vendes** (productes o serveis) i els **ingressos esperats** per les mateixes, definint un preu de venda unitari, conformen el **pla de vendes**.

El Pla de Vendes inclou una **previsió anual de les vendes** dins cada línia i cada producte o servei. També s'inclou les **accions comercials** o **estratègies** que es faran i en quin moment del temps (pla d'acció comercial) per tal de dur a terme les previsions esperades. Les **unitats de venda i les quantitats fixades** dins l'escenari realista, serviran com quadre de comandament i indicadors d'èxit del bon funcionament de les estratègies de màrqueting i comercials dissenyades.

## Pressupost

El pressupost a destinar dependrà per sobre de tot de la capacitat del negoci, però també s'ha de tenir en compte el sector i el moment de l'entitat.

## Com mesurar el pla de vendes

Per saber si les inversions fetes en màrqueting o les accions definides en el pla de vendes funcionen tenim dues eines principals, el ROI i els KPIs.

- **ROI (Return of Inversion - Retorn de la inversió).**

El ROI ens serveix per calcular si la inversió feta en determinada acció és rentable o no.

$$\text{ROI} = (\text{Benefici aconseguit} - \text{inversió feta}) / \text{inversió feta}$$

Aquesta dada és fonamental per avaluar un projecte. Si el retorn de la inversió és positiu, significa que el projecte és rendible. En cas contrari si el resultat és negatiu la inversió no és rendible i estaríem perdent diners

- **KPI (Key Performance Indicator)** - Els Indicadors de desenvolupament són metes numèriques que marquem en cada acció d'un pla de vendes. Pot ser la xifra de negoci o ingressos que esperem assolir en un determinat moment en el temps, el nombre de clients que esperem generar amb una acció o el nombre de productes o serveis que esperem haver ofert abans de determinada data. Aquest objectiu numèric ha de ser mesurable i va lligat a una o varies accions.

Per altra banda, també tenim altres eines com:

- Les avaluacions qualitatives que podem treure de comentaris, opinions, ressenyes de la clientela per saber si estan satisfets o el producte / servei compleix les seves expectatives.