

A background image showing a group of business professionals in a meeting, overlaid with an orange gradient.

财务分析 如何助力营销策略的改善

王老师

目录

- 1 常见的促销活动形式
- 2 案例：苹果销售分析
- 3 促销活动的财务分析思路与指标解读
- 4 财务分析如何助力营销策略的改善

目录

- 1 常见的促销活动形式**
- 2 案例：苹果销售分析
- 3 促销活动的财务分析思路与指标解读
- 4 财务分析如何助力营销策略的改善

常见的促销活动形式

50% OFF 直接降价促销



直接促销券形式促销（销售发生前）

满额减：满100减20
满额赠：买苹果赠香蕉



买商品赠送促销券（销售发生后）



以旧换新（多体现为电子设备）

促销活动前需要针对不同的促销活动进行演算，事后进行复盘，提高下次促销活动的效率

目录

- 1 常见的促销活动形式
- 2 案例：苹果销售分析**
- 3 促销活动的财务分析思路与指标解读
- 4 财务分析如何助力营销策略的改善

案例分析—苹果销售分析

销售分析步骤：

- 1.销售价格和成本结构的明确
- 2.节约成本，优化成本结构
- 3.引入促销手段，实现销售增长

可能同步进行

	沃尔玛	一号店
销售收入（苹果）	100	100
商品成本	60	60
包材辅料	1	5
人工	15	20
物流及配送	0	5
租金及其他	4	2
净利润	20	8

目录

- 1 常见的促销活动形式
- 2 案例：苹果销售分析
- 3 促销活动的财务分析思路与指标解读**
- 4 财务分析如何助力营销策略的改善

促销形式的收入核算

50% OFF

直接降价促销：扣减收入

90元

对电商来说，两种方式的GIV不同



直接促销券促销

满额减：扣减收入

100-10元

满额赠：

- 1、销售商品或服务与赠送物发生在同一期间：商品成本
- 2、不同期间：针对销售商品和赠送的服务需要分摊公允价值，针对其适用的期间分别确认收入



买商品送促销券：当期销售时评估赠送物价值确认营销费用



以旧换新：新商品作为销售，旧商品作为采购，分开处理

促销活动的成本构成

商品成本

赠品成本

广告费用

人力成本

运输成本

辅材等包装成本

预提的营销费用（适用于销售行为发生后赠送的促销券）

COST

财务分析思路及方法

公司总体分析

去年同比分析、环比分析
横向比较分析

公司渠道分析

去年同比分析、环比分析
不同渠道对比分析

活动分析

每次活动的对比分析



财务分析思路及方法（续）

1 数据统计

- Excel和Access等office工具软件 ——数据量不大
- ERP分析，BI系统分析，报表自动出数 ——数据量很大

2 数据分析

•比例分析

销售毛利率分析（收入-成本）

边际毛利率分析（销售单价-变动成本）

固定成本分摊分析 

业务模型极限分析  vs 

利润？成本：
铺料客户数？

二次促销赠品
分析时点与成本？
在固定收入达到
非常不建
是极限时

财务评价指标的解读



沃尔玛	2006年	百分比	2016年	百分比
销售收入（苹果）	100	100%	100	100%
商品成本	60	60%	60	60%
销售毛利	40	40%	40	40%
包材辅料	1	1%	1	1%
人工	15	15%	20	20%
物流费	0	0%	2	2%
租金及其他	4	4%	20	20%
净利润	20	20%	-11	-11%

销售毛利率40%不变的情况下，净利润从20下降至-12

综合分析

- 主要在于人工成本的上升，导致SG&A费用上升21%
- 沃尔玛为了争抢线下客源，新增将门店周边的班车覆盖，导致物流费上升2%
- 租金成本上升，沃尔玛为了保持盈利性，则不得不寻找更便宜的场地和人工，逐渐撤出大型商圈

此版权归秀财网所有

财务评价指标的解读（续）



一号店	2006年	百分比	2016年	百分比
销售收入（苹果）	100	100%	100	125%
折扣（售前折扣）	0	0%	20	25%
净收入	100	100%	80	100%
商品成本	60	60%	60	75%
销售毛利	40	40%	20	25%
包材辅料	5	5%	5	6.25%
人工	20	20%	5	6.25%
物流费	5	5%	10	12.5%
租金及折旧	2	2%	10	12.5%
净利润	8	8%	-10	-12.5%

销售毛利率40%不变的情况下，净利润从20下降至-10

综合分析

- 主要在于竞争的加剧，销售折扣的让利导致收入下降
- 降低人工投入，增大自动化设备导致租金及折旧费用的大幅上升

财务评价指标的解读（续）



一号店	折扣促销	百分比	赠品促销	百分比
销售收入（苹果）	100	125%	100	100%
折扣（售前折扣）	20	25%	0	0%
净收入	80	100%	100	100%
商品成本	60	75%	60	60%
赠品	0	0%	20	20%
销售毛利	20	25%	20	20%
包材辅料	5	6.25%	8	8%
人工	5	6.25%	5	5%
物流费	10	12.5%	10	10%
租金及折旧	10	12.5%	10	10%
净利润	-10	-12.5%	-13	-13%

销售毛利率40%不变的情况下，净利润从10下降至-13

- 综合分析
- 赠品增加导致辅料包材的增加，亏损加剧
 - 因为销售收入的变化，各项指标随之变动

目录

- 1 常见的促销活动形式
- 2 案例：苹果销售分析
- 3 促销活动的财务分析思路与指标解读
- 4 财务分析如何助力营销策略的改善**

财务分析助力营销改善

弄清楚不同销售渠道的每单经济性后，财务分析演算及事后复盘则极其重要。

宏观环境的分析

消费市场整体低迷的情况下消费者对商品的选择：

- 1、体现为客户下单频次的下降和每次下单额的下降
- 2、低价值生活必需品的下单频次增加

财务分析演算

包含预估销售量，设定销售目标和预计的营销费用，弄清本次促销的目的，设定ROI

前例中，一号店的促销费用为20元，预计投入20元能带回100元销售，ROI为5

盈利情况下，会以净利润产生比促销费用来核算ROI

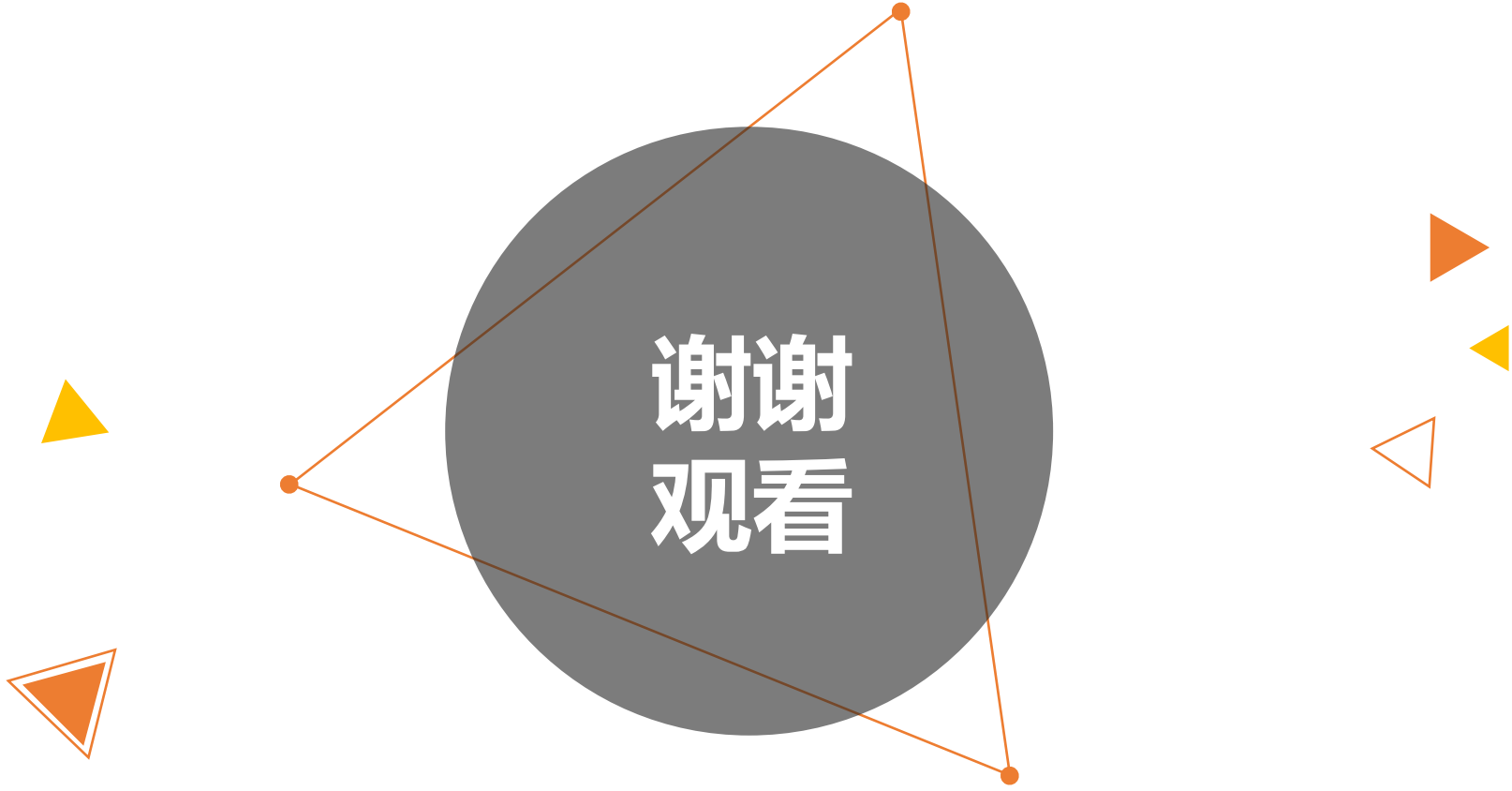
事后复盘

根据实际产生的销售结果和营销费用，对比事前演算，对比完成情况和分析差异，
根据此次指标来优化下次促销

版权声明

本网站（www.xiucai.com）刊载的所有内容，包括文字、图片、音频、视频、软件、程序、以及网页版式设计等均在网秀财网上搜集。

访问者可将本网站提供的内容或服务用于个人学习、研究或欣赏，以及其他非商业性或非盈利性用途，但同时应遵守著作权法及其他相关法律的规定，不得侵犯本网站及相关权利人的合法权益。除此以外，将本网站任何内容或服务用于其他用途时，须征得本网站及相关权利人的书面许可，否则，将承担侵犯知识产权的法律责任。



谢谢
观看