

## Analisi del Margine

Per aiutarti a prendere le opportune decisioni di marketing e per valutare la redditività di un prodotto, SIGLA dispone della specifica funzione: l'analisi del margine.

Viene calcolato il margine di guadagno di ogni singola vendita.

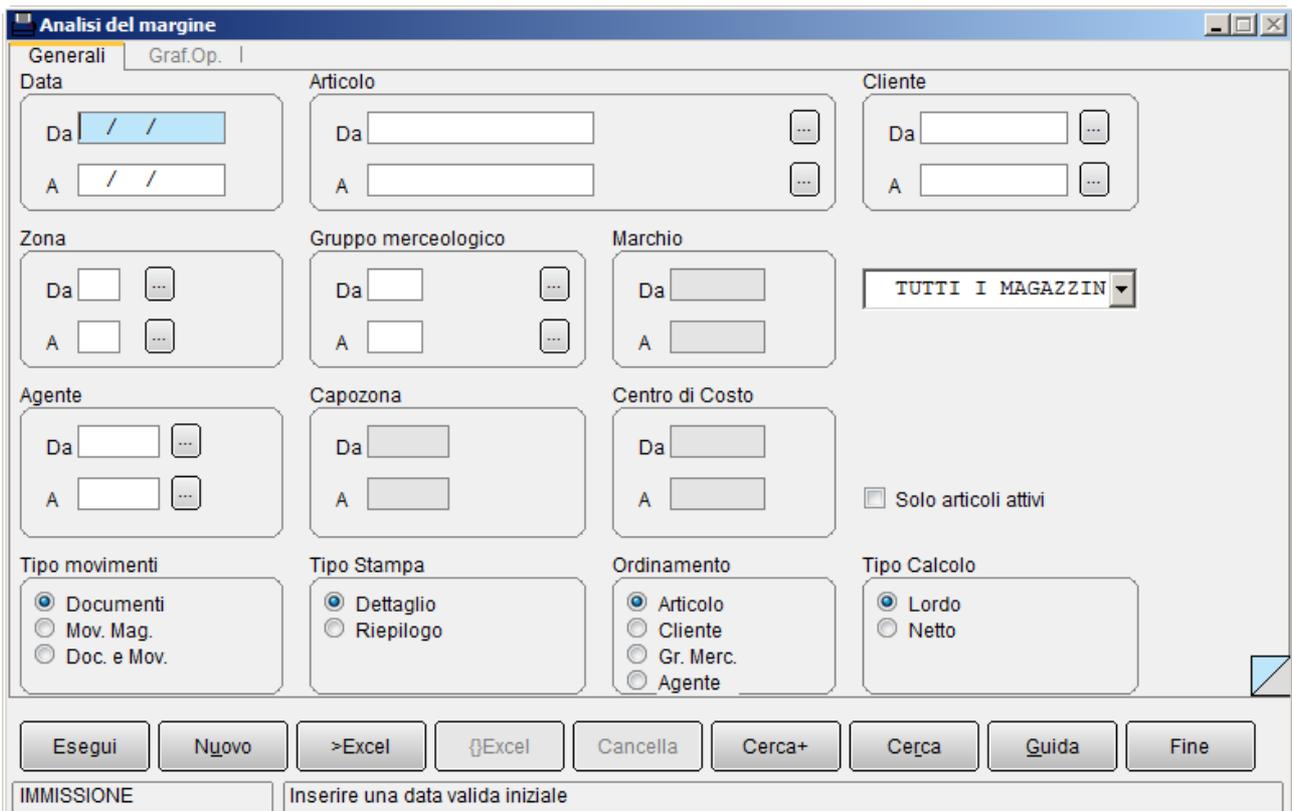


Figura 1

Nella prima pagina *Generali* si inseriscono i filtri di selezione per rilevare i dati delle vendite da analizzare.

Le opzioni disponibili per eseguire l'analisi sono:

- **Prezzo ultimo acquisto:** prezzo ultimo acquisto dell'anagrafica di magazzino.
- **Prezzo standard:** prezzo standard dell'anagrafica di magazzino.
- **Prezzo medio di acquisto:** prezzo calcolato dal rapporto fra i carichi di acquisto a valore e la quantità, dell'anno in corso, letti dai progressivi di magazzino,
- **Prezzo medio di acquisto ponderato:** prezzo calcolato dal rapporto fra i carichi da acquisto e gli inventari a valore e a quantità, dell'anno in corso, letti dai progressivi di magazzino.

L'utile per ogni singola vendita (quale movimento di magazzino) si determina sottraendo al totale vendita e il totale acquisto.

Il totale vendita è la moltiplicazione del prezzo unitario netto per la quantità di riga.

Il totale acquisto è la moltiplicazione del prezzo di acquisto unitario per la quantità di riga.

Il calcolo dell'utile può essere fatto al lordo o al netto.

Nel calcolo al lordo si selezionano solo i movimenti che aumentano lo scarico per vendita.

Nel calcolo al netto si selezionano e totalizzano anche i movimenti che diminuiscono lo scarico per vendita.

Percentualmente, il margine è lo scostamento fra il totale vendita e il totale acquisto.

Per ricarico si intende lo scostamento percentuale fra il totale acquisto e il totale vendita.

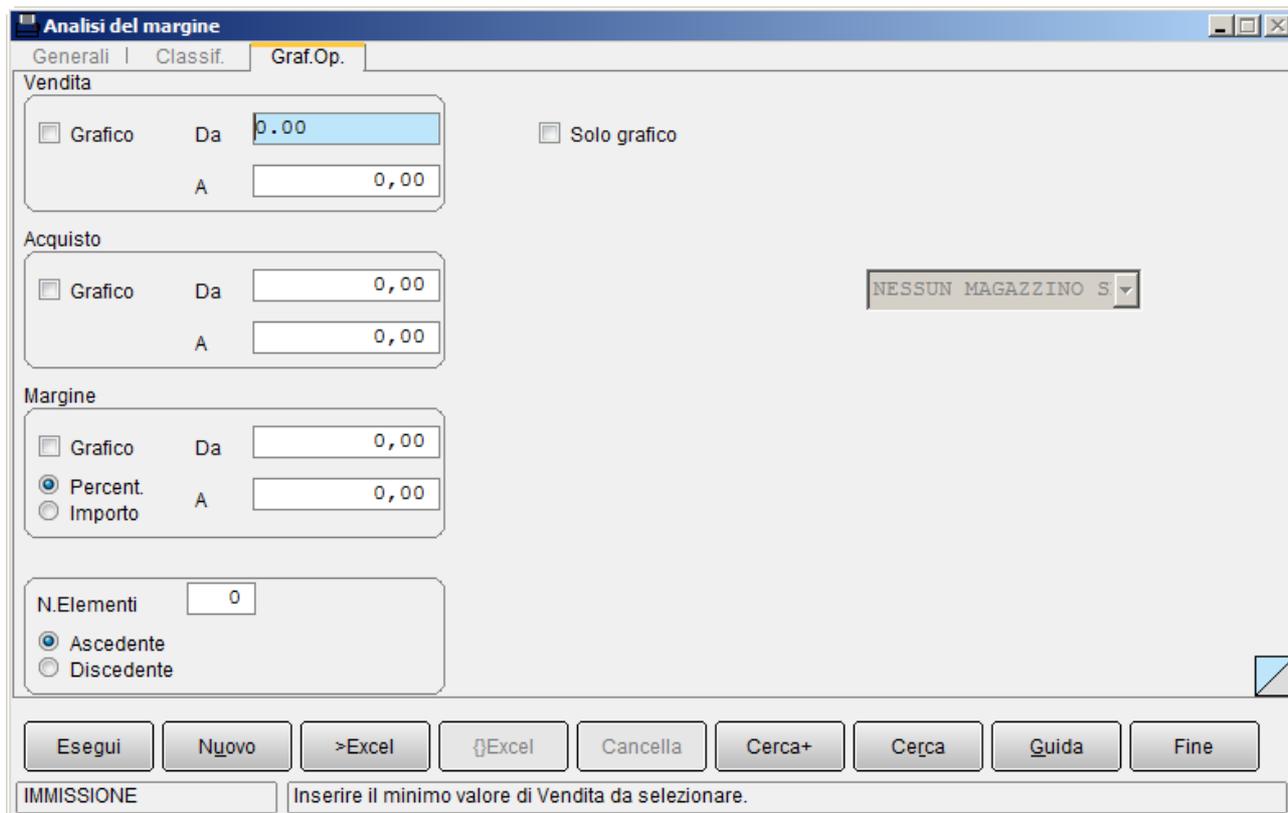


Figura 2

Nella seconda pagina è possibile definire le impostazioni per elaborare l'aspetto grafico dell'analisi.

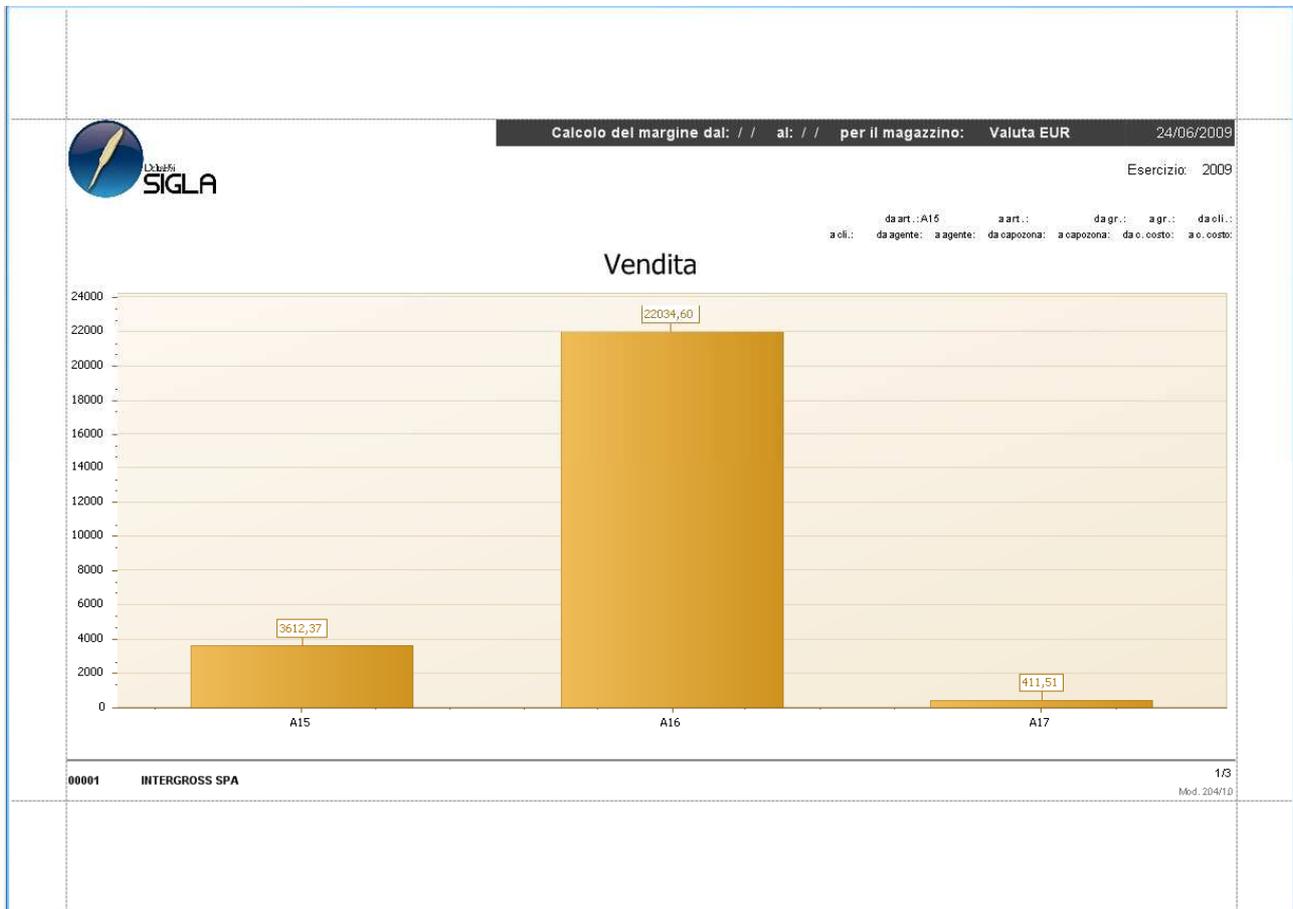


Figura 3

E' possibile avere una stampa e un grafico di semplice lettura.

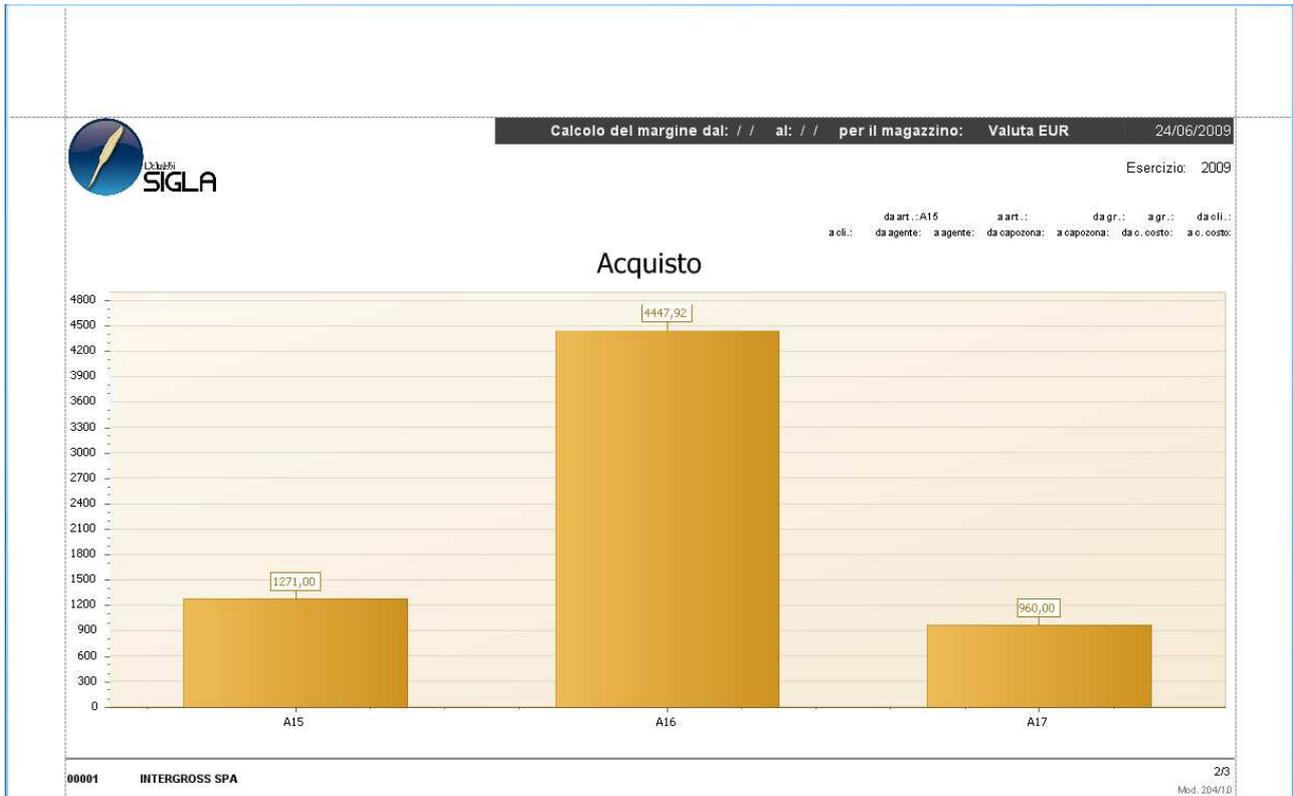


Figura 4

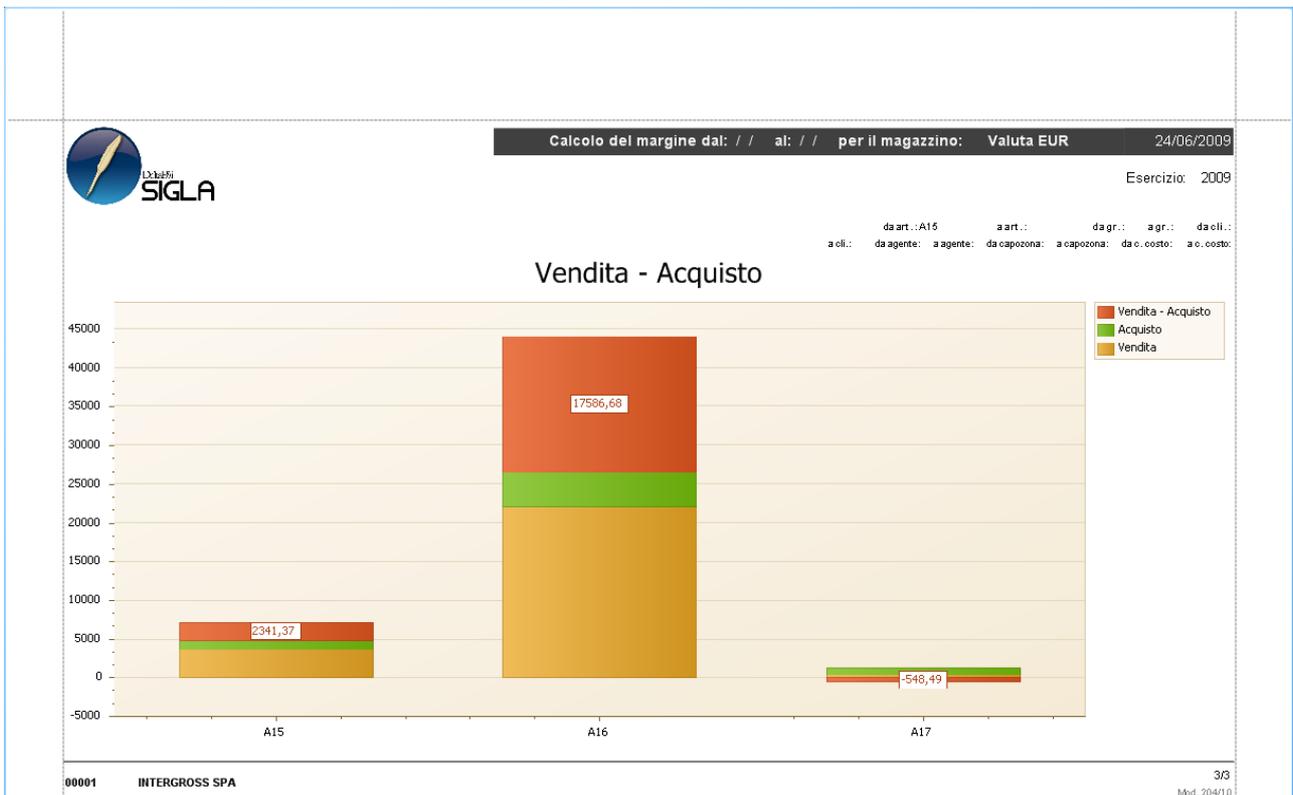


Figura 5