

## Salgsstatistikens opbygning og tekniske hjælpemidler.

Af VERNER LARSEN\*).

*Salgsstatistik* kan rent praktisk gennemføres på utallige måder, og den rivende kontortekniske udvikling indenfor databehandlingsområdet samt det store udvalg af kontortekniske hjælpemidler, der idag står til rådighed, gør, at det ikke altid er helt ligetil at vælge den mest hensigtsmæssige teknik i det enkelte tilfælde.

Mange faktorer spiller ind, f. eks. antallet af varer, antallet af kunder, antallet af sælgere samt den enkelte virksomheds individuelle behov for en mere eller mindre specificeret statistik. Selvom der imidlertid er tale om behandling af mange data, er det ingenlunde givet, at salgsstatistikken enten bør udføres manuelt eller maskinelt. Selv i store virksomheder, hvor man har hulkort eller andre automationsmaskiner til rådighed, ser man hyppigt, at dele af statistikken udarbejdes manuelt med betydelig hurtighed, fordi blanketterne er rigtigt indrettet, og fordi man på den måde ikke behøver at vente på en detailleret, maskinel færdigbehandling til månedens slutning. Talrige kombinationsmuligheder mellem manuelt og maskinelt udarbejdet statistik er i høj grad mulige, afhængig af den enkelte virksomheds behov.

### *Kontortekniske hjælpemidler.*

Nedenfor følger en oversigt over de vigtigste kontortekniske hjælpemidler, der med fordel kan anvendes for at få salgsstatistikken *hurtigere, nemmere og sikrere* udført:

- 1) Velindrettede *blanketsystemer* med statistikkopi i ordreseddel eller fakturasættet og speciel indretning af denne.

\*) Salgsdirektør, civiløkonom, A/S Dansk Formulartryk.

- 2) *Peg-Board* og *Summary-Board* statistiksedler, der er lette både at optælle og afstemme, fordi de kan lægges op forskudt for hinanden med synlig kant, således at man kan sammentælle horisontalt såvel som vertikalt.
- 3) *Randhulkort*, der giver mange opdelingsmuligheder af salget ved udsortering, idet de ønskede sorteringsmuligheder simpelthen huller ind i kortene ved hjælp af en klippetang efter et bestemt codesystem.
- 4) *Additions- og kalkulationsmaskiner*, herunder additionsmaskiner, der producerer et hulbånd, hvori der samtidig indhulles kodenumre over den ønskede statistiske fordeling på varer, kunder, salgsdistrikter, etc., og som derefter viderebehandles i en elektronregnemaskine, der foretager den endelige opsplitting og skrivning.
- 5) *Bogføringsapparater og -maskiner*, der dog forudsætter, at der er tale om bearbejdning af samme materiale til bogføring såvel som statistik, og at arbejdsrytmen ikke lider under, at disse to funktioner udføres samtidigt. I modsat fald bør behandling af tal materialet til bogføring og statistik foretages i forskellige og adskilte arbejdsgange. Såfremt bogføringsmaskinen imidlertid samtidig producerer et kodebånd med de statistiske oplysninger til viderebearbejdning i hulkort- eller elektronmaskiner, er man dog ude over dette problem.
- 6) *Plankartoteker* med synlige kort til kunderegister og lagerkontrol, hvor man ved hjælp af signalsystemer kan kontrollere afvigelser fra normerne, og hvor statistiktallene iøvrigt havner.
- 7) *Faktureringsmaskiner*, der automatisk udregner fakturaerne, og som overfører de statistiske oplysninger til et kodebånd (hulbånd) i samme arbejdsgang. Oplysningerne i kodebåndet kan enten overføres til hulkort eller indlæses i en elektronregnemaskine til videre bearbejdning.
- 8) *Hulkortmaskiner*, der som regel udfører statistikken som et biprodukt af fakturering, debitorregnskab og lagerregnskab. Oplysningerne om kunder og varer er her overført til særlige kort i form af huller, der kan underkastes mekanisk eller elektronisk sortering og optælling.
- 9) *Andre datafødende maskiner* – f. eks. kassapparater, der kan frembringe kodebånd, som enten kan forvandles til hulkort, eller som

direkte kan bearbejdes i elektronmaskiner til lager- og salgsstatistik. Maskiner, der kan læse mærkesedler for solgte varer i udvalgsvareforretninger og producere hulkort eller kodebånd med samme formål for øje. Små hullemaskiner som tillader hulning af hulkort manuelt hvorsomhelst, da de er transportable. Hulkortene kan danne den sidste kopi i et blanketsæt, således at udskrivning af nota, følgeseddel samt hulkort sker samtidig. For store detailforretninger, kædeforretninger og også engros og industrivirksomheder med mange afdelinger rundt omkring i landet kan man på denne måde få udarbejdet lagerregnskab og salgsstatistik overordentlig hurtigt og nemt. Alle disse maskiner har til formål at forkorte afstanden mellem stedet for dataudfærdigelsen og databehandlingen.

- 10) *Elektronregnemaskiner* (computers) foretager den hurtigste og højst udviklede bearbejdning af de statistiske data, idet de kan »læse« hulkort, kodebånd eller magnetbånd, *opbevare* oplysningerne, *regne*, *vælge* blandt forskellige muligheder samt *udlæse* (*skrive*) resultatet. Computers er kostbare, men en udvikling er i gang mod mindre og billigere maskiner, og valget for mange mellemstore virksomheder vil i de kommende år komme til at stå mellem en mindre computer eller leje af tid på en databehandlingscentral.

Der findes altså mange forskellige løsninger og mange forskellige kombinationsmuligheder, når man skal opbygge en fornuftig og effektiv salgsstatistik. Det vil derfor sikkert være af interesse kort at gennemgå nogle praktiske eksempler på løsninger hentet fra forskellige brancher med forskelligt antal varer og kunder, og hvor man har taget vidt forskellige kontortekniske hjælpemidler i anvendelse:

### 1. Enkel salgsstatistik.

Den mest almindelige form for salgsstatistik, der udarbejdes, er sikkert på grundlag af kopier af følgesedler eller fakturaer. Som regel foretages en sortering af blanketterne i de hovedgrupper, der kan være tale om, f. eks. kundegrupper, salgsdistrikter, etc., og sammentællinger foretages for hver gruppe. Er statistikken mere kompliceret, således at der foruden de ovennævnte grupper også er en række forskellige varegrupper, må sorteringerne gentages flere gange, medens opsummeringen sker for hver gang. Hvor megen tid dette sorterings- og opsummeringsarbejde tager afhænger ganske af antallet af fakturaer,

vareposter på hver faktura samt hvor specificeret en opdeling, der er tale om.

Det mest uheldige ved dette princip er, at der ikke er nogen mulighed for afstemning af tallene før til sidst, og viser der sig fejl i sammentællingerne, kan det være ganske tidskrævende at finde dem.

## 2. *Peg-Board eller Summary-Board-metoden.*

Mange virksomheder indenfor så at sige alle brancher har en særlig statistikkopi i fakturasættet, der er indrettet således, at disse kopier kan lægges op på et såkaldt Summary-Board – et bord der enten er forsynet med pinde foroven, hvor man anbringer blanketterne, der er forsynet med tilsvarende huller, så de kan forskydes for hinanden i tagstensfacon med en synlig kant til højre eller venstre. Blanketterne kan dog også lægges op uden brug af huller, idet de så fastholdes af en klemmeanordning. I den synlige kant trækker man så de forskellige varegrupper ud fra den enkelte faktura med blyant i mængde og/eller beløb, og på den måde får man en opsplitting på det antal varearter, man har brug for. Sammentællingen er derfor kun et øjeblikks sag ved hjælp af en regnemaskine, og det har den store fordel, at man kan foretage afstemning indenfor hver enkelt oplæg af blanketter.

Foruden rubrikker i den ene kant til brug på Summary-Board kan statistikkopien i den anden side forsynes med randhuller til udsortering. Et firma, som ikke er tilfreds med at få en fordeling på de enkelte salgsdistrikter, man har i firmaet, men en fordeling amt for amt, således at man kan sammenholde de opnåede resultater med andre tal, der er tilgængelige amtsvis, indklipper både salgsdistriktet og ved siden af amtsdistriktet i randhullerne. Herefter kan man foretage en udsortering ved at stikke en sorterepind igennem hullerne – først for repræsentantdistriktet, hvorefter alle de blanketter falder ud, som hører under dette distrikt, og de tælles så sammen. Når man er færdig med repræsentantsalgsdistrikterne foretager man så en udsortering for amter, der derefter tælles sammen.

## 3. *Salgsstatistik for ordreindgangen.*

Et landbrugsmaskinefirma har kombineret udskrivning af faktura, ordrebekræftelse, ekspeditionssedler, bogholderi- og statistikbilag, således at alle disse formularer udskrives på een gang ved gennemskrift i endeløse baner. Denne virksomhed har det problem, som andre produktionsvirksomheder, at der for mange maskiner er tale om adskillige måneders leveringstid, og man kan derfor ikke vente på at få salgsre-

sultaterne frem på grundlag af den fakturerede statistik, men ønsker også at få tallene frem for de indgåede ordrer måned for måned. Ved en kombination af disse to optællinger er det muligt at konstatere, hvor store ordrebeholdninger der ligger i virksomheden – et tal der er af fundamental betydning for tilrettelæggelsen af produktionen.

I det pågældende landbrugsmaskinefirma har man på statistikkopien foretaget en opdeling i fire forskellige varegrupper, og herunder på forskellige modeller under disse varegrupper. Statistikoptællingen foregår efter samme principper som i det foregående eksempel, men her foretager man en opsummering afdeling for afdeling, idet man har ni afdelinger over hele landet, og herunder sælger for sælger pr. afdeling. På denne måde kan man løbende følge, hvordan salget går fra det øjeblik ordren modtages, idet den indeværende ordrebeholdning jo er grundlaget for den fakturerede omsætning, man kan vente om 3, 4 eller 6 måneder.

#### 4. *Randhulkort som hængemærker.*

I et stormagasin har man brug for en statistik over herre- og damekonfektion delt op på størrelser, farver, mønstre, prisgrupper og leverandører. Dette problem er klaret på den måde, at man udformer det hængemærke, der sidder på hver frakke, som et randhulkort, hvor man har indklippet alle de oplysninger, man ønsker at bearbejde statistisk, i hullerne. Når varen er solgt, går det kombinerede hængemærke og statistikbilag til kontoret, hvor det opbevares til månedens afslutning. Alt hvad der er solgt i løbet af måneden sorteres derefter med en sorterepind i alle ønskede kategorier. Resultaterne indføres på salgslister, der anbringes i en ringbog forskudt for hinanden i tagstensfacon, således at man med eet blik ned over en side kan se salgstillene gruppe for gruppe.

På denne måde har man et fremragende dispositionsgrundlag, og man har altid føling med, hvad der er gang i, og hvad der ikke er gang i med henblik på sæsonsvingninger og på hvilke dessins, størrelser, mønstre, farver, leverandører, o. s. v. man skal lægge vægten ved sine næste indkøb.

#### 5. *Kombineret ordreudskrivning af repræsentanten med salgsstatistik*

Når man handler med mærkevarer, har man særlige muligheder for at forenkle ordreudskrivning og salgsstatistik, fordi man kan fortrykke samtlige varearter på selve ordresedlen – altså det første bilag, der udskrives for at sætte en ordre i gang, d. v. s. at man ved at kombinere

ordreseddel, bogholderi- og statistikbilag med eengangs-carbon lader repræsentanten selv udskrive *hele* ordresættet hos detailhandleren, og eventuelt lade denne være faktura også. Derved undgås afskrivnings- og overføringsfejl.

En anden mulighed er at kombinere udskrivning af ordresedlen med kundekortet med gennemskrift i een skrivning, idet ordresedlen er forsynet med carbonisering eller trykt på NCR-papir. Kundekortet er på denne måde med andre ord å jourført samtidig med udfærdigelsen af de nødvendige ordrebilag. Sælgeren anbringer ordresedlen forskudt på kundekortet i forhold til sidste besøg, således at han kan se, hvad kunden købte sidst, hvad der jo ikke er af mindst betydning, når man står i forretningen, da det i høj grad kan være bestemmende for en ny ordres størrelse. En af kopierne anbringes senere på et Summary-Board til udfærdigelse af salgsstatistikken.

Nogle mærkevarefirmaer har forsynet selve kundekortet med randhuller, som, når de udklippes, gør det muligt at foretage en sortering af kortene efter bestemte kategorier, f. eks. i tur-nummerorden, altså ved tilsendelse af kortene, medens der iøvrigt kan være rubrikker, der giver oplysninger om ejerforhold, butikstype, geografisk placering, altså om der er tale om købstad, by og land, og kundekategori. Ved hjælp af en sorterepind kan man foretage en udsortering efter alle mulige kriterier og på denne måde få konstateret, hvordan omsætningen ligger, og hvordan varefordelingen er indenfor disse muligheder.

#### 6. *Ordreudskrivning over spritduplikator med randhulkort til statistik.*

Har man mange kunder, mange varer og en hel del restordrer, kan man med fordel gå en anden vej ved ordreudskrivning og fakturering og samtidig få et let tilgængeligt grundlag for salgsstatistikken. Systemet virker på den måde, at den originale ordreseddel fra repræsentanten overføres til en spritmaster – det vil sige en original, hvorfra man på en spritduklikeringsmaskine udfærdiger alle de nødvendige bilag – dels de bilag, hvor den fulde tekst skal være med, altså regning, bogholderikopi og provisionskopi, og samtidig de bilag, hvor visse oplysninger kan udelades, følgeseddel f. eks. uden priser, følgeseddelkopi og forsendelsesbilag. Endvidere kuverter og mærkesedler og endelig enkeltbilag på randhulkort, der hver indeholder een varepost.

Varerne tages frem efter disse enkeltbilag, som i forvejen er sorteret, således at det enkelte lagerafsnit kun modtager bilag over de varer, som lagerafsnittet repræsenterer. Bilagene for de varer, som ikke kan ekspederes, fordi de ikke er på lager, returneres til kontoret. Enkelt-

bilagene sorteres efter varenummer ved hjælp af hullerne i kanten, og derefter adderes varepost for varepost på en regnemaskine, således at man på den måde har et let grundlag for at trække salgstillene sammen.

### 7. *Kunderregistre.*

Når man ønsker at følge salget kunde for kunde, kan det være fordelagtigt at oprette et plankartotek for hver kunde, hvor tallene fra statistikbilagene havner. Foruden selve statistikken bør kortet indeholde alle faste oplysninger om kunden, leveringsbetingelser, kreditværdighed, personlige forhold, specielle rabatter, priser, tilsendelse af reklame-materiale, etc. Et sådant kort kan kombineres med et besøgsrapport-kort, der anbringes i forbindelse med hovedkortet, og som indeholder de samme faste oplysninger til sælgerens orientering samt en tilsvarende salgsstatistik. Resten af kortet tjener som rapportkort for repræsentanten.

I den synlige kant markerer et signal, hvornår kunden skal besøges, og kortet tilsendes repræsentanten i henhold til signalet, der efter endt besøg afgiver rapport og sender den tilbage til hovedkontoret, der flytter signalet til næste besøgsdato. Samtidig kan den synlige kant indeholde dato for sidste ordre og markering af, hvilke varegrupper kunden køber, og hvilken han ikke køber hos firmaet.

Ved hjælp af sådanne eller lignende signaler, f. eks. for markering af faldende eller stagnerende omsætning har salgsledelsen mulighed for at koncentrere sig om de kunder, der kræver særlig opmærksomhed, og gøre sælgeren bekendt med, at der er noget galt. Signalerne »husker« med andre ord for chefen, og han skal ikke gennemblade samtlige kartotek kort men kan nøjes med at koncentrere sig om *undtagelserne*.

### 8. *Sælgerkontrol i et kontormaskinefirma.*

Et specialsalgssfirma er interesseret i at følge, hvilke besøg sælgerne har aflagt hos kunder såvel som kundeemner, hvor mange demonstrationer han har haft af de forskellige varearter, hvad der har været af servicearbejde etc. Disse oplysninger trækkes sammen med de egentlige salgstal ud fra sælgernes daglige rapporter, og med mellemrum foretages på dette grundlag en analyse af en række forskellige forhold, der siger mere om, hvordan de enkelte sælgeres arbejde end de nøgne salgstal. Følgende områder har interesse i forbindelse med en sådan analyse:

1. Besøgstal ialt.
2. Besøgstal pr. ordre.
3. Telefonopringninger.
4. Gennemsnitligt besøgsantal pr. dag.
5. Besøgsantal hos gamle kunder.
6. Besøgsantal hos nye kunder.
7. Totalsalg i beløb og antal i forhold til kvota.
8. Nysalg i beløb og antal.
9. Gentagne ordrer i beløb og antal.
10. Antal nysalg i forhold til gentagne ordrer.
11. Salget fordelt på varegrupper med forskellig bruttoavance.
12. Demonstrationer fordelt på varegrupper.
13. Gennemsnitlig ordrestørrelse.
14. Analyse af ordrer efter størrelse.
15. Totale rejseomkostninger.
16. Totale omkostninger i forhold til totalsalg.
17. Omkostninger pr. besøg.
18. Omkostninger pr. ordre

På den måde kan man på en mere dybtgående måde konstatere, om en sælger er i fremgang eller i tilbagegang, eller om der er tale om stagnation, hvordan hans arbejdsmetoder ligger, og hvordan han reelt ligger i forhold til sine kolleger, og i forhold til hvad firmaet venter sig af ham.

#### 9. Indkøbs- og lagerkontrol.

Formålet med *lagerkontrol* er at skabe den mest effektive lageromsætningshastighed, således at der ikke er bundet mere kapital end nødvendigt i lageret, men samtidig gælder det om at afbalancere lageret til efterspørgslen, for at virksomheden kan yde den bedst mulige kunde-betjening ved at kunne levere hurtigt. Endelig tilsigter lagerkontrollen at undgå tab gennem forringelse og forældelse ved at gøre opmærksom på varer, der ikke er bevægelse i.

Lagerkartoteker føres hyppigt i plankartoteker som et rent beholdningsregnskab, men ønsker man at føre lageret både i antal og værdi, er en bogholderimaskine med journal ønskelig af hensyn til afstemningsmulighederne. Lagerudgangen sammentælles periodevis til en forbrugsstatistik pr. måned, pr. kvartal, halvår eller år, der som regel føres i forbindelse med lagerkortet og således danner grundlaget for nye indkøb.



Overgangen til automatisk lagerregnskab ved hjælp af hulkort eller kodebånd indebærer forskellige problemer, bl. a. fordi det i almindelighed både vil være kostbart og forbundet med vanskeligheder at få lagertallene frem hver eneste dag, med mindre systemet primært er indrettet til lagerregnskab. Dette gælder navnlig, når man anvender en data-behandlingscentral udenfor firmaet. Såfremt lagertallene kun kan komme frem f. eks. een gang om måneden, har man jo ingen mulighed for i den mellemliggende periode at slå op i et kartotek for at se, hvad der er på lager. Dette kan naturligvis løses ved at disponere tilstrækkeligt stort, så man ikke risikerer at udgå i visse varer i månedens løb eller ved simpelthen at holde de varer, der omsættes sjældent, uregelmæssigt eller i stærkt varierende kvanta, uden for den automatiske lagerstatistik og føre dem manuelt. I dette som i andre tilfælde er man ikke altid bundet til at skulle vælge enten den ene eller den anden form. Man har som regel mulighed for at kombinere.

Hulkort og elektronregnemaskiner kan programmeres til at markere, hvilke varer der skal disponeres i, hvilke varer der har for lav omsætningshastighed, etc. Lagerkontrol ved en elektronregnemaskine i firmaet giver mulighed for nøjagtige matematiske beregninger over lagerbehov og indkøbsdispositioner i relation til indeværende eller forventede ordrer i en given periode, hvorved den mest gunstige omsætningshastighed opnås.

#### *10. Hulkort.*

Antallet af virksomheder, der idag er gået ind for hulkort – altså kort forsynet med huller, der sorteres ad mekanisk eller elektronisk vej – er betydeligt og er stadigt voksende, hvadenten man har hulkortmaskinerne placeret i virksomheden, eller man anvender en servicecentral udenfor huset. Ved hjælp af hulkort kan man gennemanalysere de samme oplysninger på en række forskellige måder. Fra de samme hulkort kan man f. eks. få totalsalg pr. kunde, pr. kundegruppe, pr. varegruppe, pr. sælger, pr. distrikt eller pr. landsdel – alt afhængigt af om de nødvendige oplysninger i første omgang er hullet ind i hulkortet. Det vil som regel ikke kunne betale sig at indføre hulkort for statistik alene men lade statistikken være et biprodukt af fakturering, debitorregnskab eller lagerregnskab.

Oplysninger om kunder og varer hules i forvejen ind i hulkortene, således at man i et såkaldt plukkartotek har stående forudhullede navnekort pr. kunde og forudhullede varekort i det nødvendige antal. Efter ordresedlen fremtages de nødvendige kort, altså pr. kunde og pr. vare,

og kortene går derefter til fakturering i hulkortmaskiner. Herefter foretages så statistikken ved udsortering i alle de grupper, der er brug for. Totaltallene fremkommer på såkaldte tabulatorlister, og de vigtigste tal fra disse lister føres i kartotek, således at man kan foretage en direkte og umiddelbart sammenligning af tallene.

I de tilfælde, hvor salg af varer sker decentraliseret fra et større antal salgssteder, kan salgskartoteker og hulkort kombineres. Et bryggeri med ca. 200 depoter over hele landet har hvert et plankartotek i bogform med et statistikkort for hver kunde. På et overhængsblad indfører depotet hver dag dagens salg pr. kunde fordelt på øl- og sodavandssorter, og ved månedens slutning sendes overhængsbladet til hovedkontorets hulkortafdeling, der opsummerer tallene og sender totaltallene retur pr. kunde pr. vare til indføring på hovedkortet i de respektive depoter. Dette princip kan imidlertid i fremtiden tænkes afløst af et system, hvorefter hulkortene udskrives samtidig med salgsnotaerne, således at hulkortene i hullet stand sendes ind til hovedkontoret fra depoterne. Det indledende skrivearbejde er på denne måde elimineret samt hovedkontorets hullearbejde.

#### *11. Kodebåndsteknik i forbindelse med hulkort eller elektronregnemaskiner.*

Kodebåndsteknikken gør det muligt at overføre oplysninger fra originalbilag til kodebånd i samme øjeblik udskrivningen finder sted. Det vil sige, at når originalen, f. eks. fakturasættet, er udskrevet korrekt, vil alle de senere oplysninger også være korrekte. Der findes en række forskellige kodebåndsproducerende maskiner, herunder Telex fjernskrivere, således at ordrer kan overføres over store afstande, og iøvrigt nu også ved hjælp af en særlig lejet ledning over det normale telefonnet. Når ordren modtages, foreligger den altså både i skriftlig form samt i kodebåndform. Oplysningerne i kodebåndet kan ved hjælp af en særlig maskine overføres til hulkort, eller man kan putte kodebåndet direkte ind i en elektronregnemaskine og få lavet sin statistik på denne. På denne måde har man mulighed for at udnytte en elektronregnemaskine på servicebasis til en rimelig pris, hvad der vil kunne betale sig for mange mindre og middelstore firmaer. En faktureringsmaskine, der samtidig kan producere kodebånd, arbejder på den måde, at man ligesom ved hulkortteknikken sætter forudhullede vare- og navnekort ind i maskinen, der derefter automatisk udskrives fakturaen. Samtidig hules som nævnt kodebåndet, og dette kan så forvandles til et hulkort,

hvorefter statistikken fremstilles gennem sortering af hulkortene. En medicinalvarefabrik får på denne måde følgende statistik udført:

1. Salget til den enkelte kunde månedsvis og akkumuleret.
2. Salget i hvert underdistrikt (postdistrikt og/eller by) månedsvis og akkumuleret.
3. Salget i hvert hoveddistrikt (amt) månedsvis og akkumuleret.
4. Salget branchevis opdelt efter betalingsbetingelser månedsvis og akkumuleret (med branche tænkes her på kundekategorier, f. eks. detailkunder, engroskunder, industrikunder, o. s. v.).
5. Den samlede salgsfordeling på op til 10 forskellige betalingsbetingelser månedsvis og akkumuleret.
6. Salget branchevis opdelt på repræsentanter månedsvis og akkumuleret.
7. Salget til den enkelte branche månedsvis og akkumuleret.
8. Den enkelte repræsentants salg månedsvis og akkumuleret.
9. De enkelte varers salg månedsvis og akkumuleret.
10. Den enkelte varegruppes samlede salg månedsvis og akkumuleret.

En anden løsning på dette problem er anvendelsen af en kodebåndsproducerende regnemaskine. Efter fakturaen foretages optællingen på denne regnemaskine, hvor man samtidig indtjper antal solgte enheder, dessinnummer og distriktsnummer for hver hver varepost. Kodebåndet indeholder på denne måde alle de oplysninger, der er nødvendige for at foretage den automatiske salgsstatistik. Ved slutningen af måneden sendes kodebåndet pr. post til en elektronregnecentral, og i løbet af forbløffende kort tid foreligger resultatet med den fordeling og specifikation, man ønsker.

#### *Aslutning.*

Disse forskellige eksempler på løsning af virksomhedens salgsstatistiske problemer, der kun må betragtes som eksempler, giver et indtryk af, hvor mange muligheder og kombinationer af muligheder, der eksisterer. Kostbare statistikmaskiner er imidlertid ikke nogen ubetinget nødvendighed for at udarbejde en effektiv salgsstatistik – ofte drejer det sig blot om en rationel og hensigtsmæssig indretning af de blanketter, der danner grundlaget for statistikken, men det kan under alle omstæn-

digheder betale sig at drage fordel af den specialviden, som forhandlere af de forskellige kontortekniske hjælpemidler sidder inde med.

Den skærpede konkurrence betyder, at den enkelte virksomhed må vide mere indgående besked med sine varers, sine kunders og sine sælgeres stilling, udvikling og fremtidige muligheder. Moderne salgskontrol hjælper til sikrere at *vurdere og korrigere, planlægge og disponere* med nutidens og fremtidens muligheder og mål for øje.

---

## **GRAASTEN ANDELSSLAGTERI**

G R A A S T E N

TLF. (046) 5 12 11

TELEX 3 3 1 2

---