

PÉNZ7

2024. március 4-8.

AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Tananyag szövegkönyve

AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

TANANYAG SZÖVEGKÖNYV

Mi az értékesítési előrejelzés?

Az értékesítési előrejelzés az üzleti tervezés és menedzsment egyik legfontosabb eleme. Az értékesítési előrejelzés megjósolja, hogy egy vállalkozás mit fog eladni egy adott időszakban, akár hetente, havonta, negyedévente vagy évente. Az értékesítési előrejelzést az üzlet hatékony irányítására, valamint rövid és a hosszú távú döntések meghozatalára használják. Az értékesítési előrejelzés az üzlet minden részére hatással van, beleértve a következőket is.

Üzleti terv üzembe helyezése: Az értékesítési előrejelzés kritikus fontosságú az árak, a személyzet, a készlet és a finanszírozás meghatározásához az üzleti terv kidolgozásakor.

Tevékenységek: Az üzleti kapacitásnak (személyzet, készlet és gyártóberendezések) meg kell egyeznie az értékesítési előrejelzésekkel. Az értékesítési előrejelzés segíthet megtudni, hány terméket és mikor kell elkészíteni. (A készlet az alapanyagokat, a folyamatban lévő termékeket és az eladásra kész késztermékeket tartalmazza.)

Marketing: Az értékesítési előrejelzés hatással lesz a termékeidre, a promócióra és az árterveidre. Előfordulhat, hogy az erős verseny miatt javítanod kell termékeiden vagy szolgáltatásodon. Előfordulhat, hogy hatékonyabban kell hirdetned vállalkozásod, vagy módosítanod kell az árakat, ami elősegíti az eladások növekedését.

Értékesítés: Az értékesítési előrejelzés befolyásolhatja az értékesítési erőforrások és stratégiák elosztását.

Pénzügy: Az értékesítési előrejelzés hatással lesz a bevételre, a jövedelmezőségre, a költségvetésre (vásárlási döntésekre) és a pénzáramlásra. Például, ha az értékesítési előrejelzés az eladások 20% - os növekedésével számol, további fedezésre lehet szükséged a személyzet, a készlet, vagy a gyártóberendezések növeléséhez.

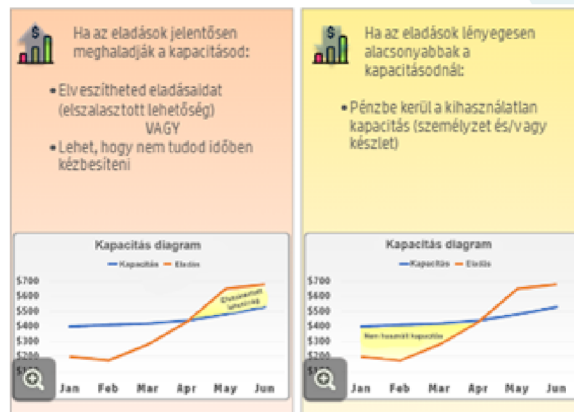
Értékesítési előrejelzés és kapacitás.

Az értékesítési előrejelzés nem lesz teljesen pontos. A kapacitástervnek tartalmaznia kell némi puffert, amely lehetővé teszi az értékesítési előrejelzések hatékony és eredményes teljesítését. (A kapacitás az a maximális termelési szint, amelyet egy vállalat el tud tartani egy termék előállításához vagy szolgáltatás nyújtásához.) Kapacitásnak meg kell egyeznie az értékesítési előrejelzésével, mert ha az eladások jelentősen meghaladják a kapacitásod, elveszítheted eladásaidat (elszalasztott lehetőség) vagy nem tudod időben kézbesíteni.



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Másrészről, ha az eladások lényegesen alacsonyabbak a kapacitásodnál, pénzbe kerül a többlet (fel nem használt) kapacitás (személyzet és/ vagy készlet) birtoklása.



Következtetés: Egy jó értékesítési előrejelzéssel tehát azonosíthatod a problémákat és a lehetőségeket, és tehetsz ellenük valamit.

Mi befolyásolja az értékesítési előrejelzést?

Az értékesítési előrejelzés készítésekor több tényezőt is figyelembe kell vened.

Verseny: Versenyed új vagy továbbfejlesztett termék vagy szolgáltatás bevezetése, illetve az árak megváltoztatása révén befolyásolhatja eladásaid.

Gazdaság: Egy erős gazdaságban az ügyfelek magabiztosabbak és hajlamosak több árut és szolgáltatást vásárolni. Gyenge gazdaságban a vásárlók óvatosabbak, kevesebb árut és szolgáltatást vásárolhatnak, és meghosszabbíthatják az értékesítési ciklust.

Piac vagy iparág: A piac vagy iparág irányvonala szintén befolyásolhatja az értékesítési előrejelzéseid. Növekszik vagy csökken a piac? Hogyan befolyásolja ez a tendencia az eladásaid?

Törvények: Az új törvények segíthetnek vagy árthatnak vállalkozásodnak. Meg kell fontolnod, hogy egy törvény milyen hatással lesz vállalkozásodra, és mikor.

Termékváltozások: Előre kell jelezned, hogy egy új vagy továbbfejlesztett termék vagy szolgáltatás, vagy egy új árképzési modell hogyan befolyásolja az értékesítéseid.



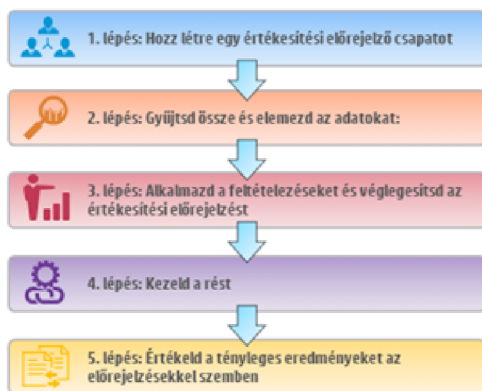
AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Szezonalitás: Az ügyfelek termékeid vagy szolgáltatásaid iránti keresletét szezonális tényezők, például időjárás, ünnepek és egyéb tényezők befolyásolhatják.



A hatékony értékesítési előrejelzési folyamat felépítésének lépései.

A jó értékesítési előrejelzés kialakításához hatékony értékesítési előrejelzési folyamatot kell felépítened. Az értékesítési előrejelzés olyan folyamat, amelyet meghatározott időközönként meg kell ismételni.

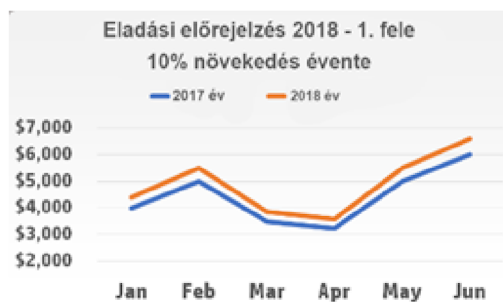


1.lépés. Hozz létre egy értékesítési előrejelző csapatot. Vond be a műveleteket, a pénzügyeket, a marketinget és az értékesítést a haladás előrejelzésbe. Minden részleg feltételezéseket és értékes betekintést nyújt, amelyek javíthatják az értékesítési előrejelzést.

2.lépés. Gyűjtsd össze és elemezd az adatokat. Az értékesítési előrejelzéshez szükséges adatok összegyűjtéséhez és elemzéséhez először meg kell határoznod azt az előrejelzési módszert vagy módszerek kombinációját, amely a legjobban működik a vállalkozásod számára. Az értékesítési előrejelzés elkészítésének néhány módja a Történelmi, az Értékesítési folyamat és a Fix kapacitás.

AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

A történelmi módszer a meglévő értékesítési információkon alapuló előrejelzést tartalmazza. Ez a megközelítés megköveteli, hogy áttekintsd a meglévő értékesítési információkat, trendeket (növekedés vagy csökkenés) és szezonalitást a jövőbeli eladások előrejelzéséhez. Ekkor megszoroznád a tavalyi eladásokat a várható árbevétel - növekedéssel vagy - csökkenéssel. Például: Ha 10 %-os növekedést vársz a tavalyi 50 000 dolláros eladásokhoz képest, akkor 50 000 dollár szorozva 1,10-zel = 55 000 dollár.



A következő tényezők elemzésével javíthatod az előrejelzést:

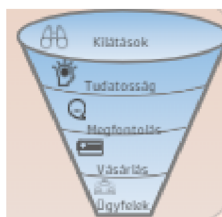
- (1) Nagyobb vásárlók vásárlási tervei,
- (2) ismétlődő üzleti tevékenységek, például hosszú távú, többéves szerződések, előfizetési bevételek stb.
- (3) Az új üzletek mennyisége (új ügyfelek megszerzése)
- (4) az elveszett üzletek mennyisége (elvesztett ügyfelek).

Az értékesítési előrejelzés elkészítésének második módja az Értékesítési folyamat.

Az értékesítési folyamat a terméked vagy szolgáltatásod iránt érdeklődő ügyfelek listája. Létrehozhat sz értékesítési előrejelzést az értékesítési folyamatból úgy, hogy meghatározod azon ügyfelek százalékos arányát, akik valószínűleg megvásárolják a terméked vagy szolgáltatásod, és hogy mikor.

Számos kulcsfogalom kapcsolódik az értékesítési folyamathoz:

Az "értékesítési tölcser" követi az ügyfeleket a vásárlási folyamaton keresztül, a termék vagy szolgáltatás kezdeti tájékoztatásától a vásárlásig.



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Az "értékesítési ciklus" az értékesítési folyamatra utal, beleértve:

- a potenciális ügyfelek keresését,
- a kapcsolatfelvételt az ügyfelekkel,
- a minősítő vezetéseket,
- a bemutatást az ügyfeleknek,
- az értékesítési javaslatot,
- és az üzlet lezárását.

Az értékesítési ciklus a vállalkozástól függően változhat.

Végezetül, az "eladás valószínűsége" arra utal, hogy a vásárló mekkora valószínűséggel vásárol. Az értékesítési ciklus korai szakaszában lévő ügyfelekhez kisebb az eladási valószínűség, míg az értékesítési ciklus késői vevőihöz nagyobb az eladási valószínűség. Egy ismétlődő ügyfélhez nagyobb valószínűséggel rendelhető hozzá, mint egy új ügyfélhez.

Az értékesítési előrejelzés elkészítésének harmadik módja a rögzített kapacitás. A "fix kapacitású" értékesítési előrejelzések olyan vállalkozásokra vonatkoznak, mint például éttermek, szállodák, taxiszolgáltatások vagy más, rögzített kapacitással rendelkező vállalkozások. Az előrejelzés a vállalkozásodnak kapacitásán alapul.

Például egy étteremben van meghatározott számú asztal, ülőhely és nyitvatartási idő.

Kapca Kávéház - eladási előrejelzés						
Asztalok	12					
Helyek	4					
Ébédiasztalok	2					
Vacsoraasztal	24					
Ébéd kapacitás	96					
Vacsora kapacitás	115					
Ébéd átlag ára	\$ 12					
Vacsora átlag ára	\$ 20					
Munkanapok/hónap	24					
Hónap	January	February	March	April	May	June
Ébéd kapacitás	60%	60%	50%	60%	75%	80%
Vacsora kapacitás	50%	45%	35%	60%	70%	90%
Ébéd bevétel	\$ 16,589	\$ 18,589	\$ 13,824	\$ 16,589	\$ 20,736	\$ 22,118
Vacsora bevétel	\$ 27,600	\$ 24,840	\$ 19,320	\$ 33,120	\$ 38,640	\$ 49,680
Teljes bevétel	\$ 44,189	\$ 41,429	\$ 33,144	\$ 49,709	\$ 59,376	\$ 71,798

Az általad használt előrejelzési módszertől függetlenül tartalmaznia kell:

- Az eladott egységek számát → Segít a kapacitással kapcsolatos döntések meghozatalában
- A bevételeket és költségeket → Segít a pénzügyi döntések meghozatalában

• **Az eladott egységek számát** (termék vagy szolgáltatás) → Segít a kapacitással kapcsolatos döntések meghozatalában

• **A bevételeket és költségeket** (változó és fix) → Segít a pénzügyi döntések meghozatalában



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

3. lépés: Alkalmazd a feltételezéseket és véglegesítsd az értékesítési előrejelzést. A verseny, a gazdaság és a termékedben vagy szolgáltatásodban bekövetkezett változások befolyásolhatják az értékesítési előrejelzést. Gondold végig, mi befolyásolhatja jövőbeli értékesítéseid, és írd le ezeket a feltételezéseket.

Például előfordulhat, hogy céged két hónapon belül új terméket mutat be, vagy egy versenytárs elveszítheti eladásait, és fennáll a veszélye annak, hogy megszűnik.

Miután leírtad a feltételezéseidet, gondold át, hogyan és mikor befolyásolják az eladásaidat, és ennek megfelelően módosítsd értékesítési előrejelzéseid.

Készíts forgatókönyv-elemzést

Ha nagy a bizonytalanság az értékesítési előrejelzésedben az ügyfelek, a versenytársak, a beszállítók vagy más tényezők miatt, érdemes lehet forgatókönyvelemzést készíteni, amely tartalmazza a legjobb, a legvalószínűbb és a legrosszabb forgatókönyveket. A legjobb és legrosszabb esetnek olyannak kell lennie, ami valóban megtörténhet.

Így például az "A" ügyfél lehet a legnagyobb ügyfeled (az eladások 20%-át teszi ki), és gyakran ismétlődő rendeléseket ad. A legjobb forgatókönyv az lehet, hogy "A" ügyfél 30%-kal növeli a megrendeléseid a tavalyi rendelésekhez képest. A legvalószínűbb forgatókönyv az lehet, hogy "A" ügyfél ugyanazt rendeli meg, mint tavaly. A legrosszabb forgatókönyv az lehet, hogy "A" ügyfél törli vagy késlelteti a megrendelését.



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

A "B" termék bevezetését februárra tervezik és várhatóan 20%-kal növeli az eladásokat.

A legjobb esetben a "B" termék bevezetése időben megtörténik, és a vásárlók nagyon szeretik a terméket. A legvalószínűbb forgatókönyv szerint a "B" termék bevezetése 1 hónapot késik. A legrosszabb esetben a "B" termék bevezetése 3 hónapot késik.



A "C" szállító a termékednek kritikus összetevője és előfordulhat, hogy nem tudja kielégíteni az igényeidet, ami késlelteti megrendeléseket.

A legjobb forgatókönyv szerint "C" szállító időben szállítja az alkatrészt a számodra szükséges mennyiségben. A legvalószínűbb történés az, hogy "C" szállító 1 hónapos lemaradásban van a szükséges mennyiség szállításával. A legrosszabb forgatókönyv szerint a "C" szállító csak a megrendelt alkatrészek 70%-át tudja szállítani.



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

A "B" termék bevezetését februárra tervezik és várhatóan 20%-kal növeli az eladásokat.

A legjobb esetben a "B" termék bevezetése időben megtörténik, és a vásárlók nagyon szeretik a terméket. A legvalószínűbb forgatókönyv szerint a "B" termék bevezetése 1 hónapot késik. A legrosszabb esetben a "B" termék bevezetése 3 hónapot késik.



A "C" szállító a termékednek kritikus összetevője és előfordulhat, hogy nem tudja kielégíteni az igényeidet, ami késlelteti megrendeléseket.

A legjobb forgatókönyv szerint "C" szállító időben szállítja az alkatrészt a számodra szükséges mennyiségben. A legvalószínűbb történés az, hogy "C" szállító 1 hónapos lemaradásban van a szükséges mennyiség szállításával. A legrosszabb forgatókönyv szerint a "C" szállító csak a megrendelt alkatrészek 70%-át tudja szállítani.



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

4. lépés. **Kezeld a rést.** Mivel nehéz megjósolni a jövőt, az értékesítési előrejelzés nem lesz pontos. Ha a "tényleges eladások" jelentősen eltérnek az előrejelzéstől, akkor döntéseket kell hoznod a különbség (a rést) kezelésére.

A: Az eladások 30%-kal nőttek májusban, egy akciónak köszönhetően. Megfelelő megoldás lehet további nyersanyag vásárláshoz a hitel igénylése, kapacitás növelése vagy tájékoztatni a vásárlókat a termék kézbesítésénél késésre lehet számítani.

B: A nyersanyaghiány júliusban váratlanul 40%-kal csökkentheti a termelést. A helyzetre adott megfelelő válaszlépések közé tartozhat a hiány megértésének kísérlete és más beszállítók keresése, az ügyfelek tájékoztatása, hogy a termék kiszállítása késni fog, valamint a kapacitás átcsoportosítása vagy csökkentése.



C: B versenytárs 50%-kal csökkentette az árakat és novemberben csökkentette eladásaid

Megoldás lehet az, hogy értékeled az árképzési és promóciós lehetőségeket az eladások növelése érdekében vagy megkérdezed a nagy ügyfeleket a vásárlási terveikről, hogy megértsd a hatást.



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

5. lépés: Értékelj a tényleges eredményeket az előrejelzésekkel szemben.

Az értékesítési előrejelzési folyamat utolsó lépése a tényleges értékesítés és az értékesítési előrejelzés összehasonlítása.

- Volt különbség?
- Miért volt különbség?
- Mennyire volt jelentős különbség?

Ezeket a megállapításokat alkalmazni kell a jövőbeli értékesítési előrejelzésekre, amelyeknek idővel növelniük kell a pontosságukat.




Előrejelzési buktatók.

Az értékesítési előrejelzés létfontosságú vállalkozásod sikeréhez. Fontos, hogy elkerüld a gyakori buktatókat.

Az egyik buktató az, hogy nem tekinted át rendszeresen az értékesítési előrejelzéseid. Az előrejelzés felülvizsgálatának elmulasztása jelentősen befolyásolhatja vállalkozásod sikerét. Mivel a piac és a vállalkozásod folyamatosan változik, az értékesítési előrejelzést rendszeresen frissíteni kell és felülvizsgálni, és meg kell osztani a vállalkozás minden részével.

Mivel a fontosabb üzleti döntések az értékesítési előrejelzéseden alapulnak, egy másik veszélyes buktató a túlzott optimistaság. Ezért reálisnak kell lenni. A kihasználatlan vagy elégtelen kapacitás pénzbe kerülhet.

Végül a rossz adatok vagy rossz feltételezések rossz előrejelzést eredményeznek. Szánj időt arra, hogy értékesítési előrejelzésed a lehető legpontosabbá tudd. Teszteld feltevéseid, és szükség szerint módosítsd előrejelzéseid.

 <p>Nincs rendszeresen felülvizsgálva</p> <p>A piac és a vállalkozásod folyamatosan változik. Az értékesítési előrejelzést rendszeresen frissíteni kell és felülvizsgálni, és meg kell osztani a vállalkozás minden részével (értékesítés, műveletek, marketing és pénzügyek).</p>	 <p>Túlságosan optimista</p> <p>A főbb üzleti döntések az értékesítési előrejelzéseden alapulnak. Fontos, hogy realisták legyünk. A kihasználatlan vagy elégtelen kapacitás pénzbe kerülhet.</p>	 <p>A rossz adatok vagy a rossz feltételezések</p> <p>A rossz adatok vagy a rossz feltételezések rossz előrejelzést eredményeznek. Szánj időt arra, hogy értékesítési előrejelzésed a lehető legpontosabbá tudd. Teszteld feltevéseid, és szükség szerint módosítsd előrejelzésed.</p>
--	--	---



AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Táblázat testreszabása az értékesítési előrejelzéshez.

A táblázatok segíthetnek a számok rendszerezésében és a számítások automatizálásában, amikor értékesítési előrejelzést készítesz. Számos különféle megoldás létezik a piacon.

Ingyenes táblázatok: Ingyenesen használhatod a táblázatokat. Íme néhány népszerű ingyenes szoftvercsomag: Libreoffice, Apache OpenOffice, and Google Sheets.

Microsoft Excel: Az Excelt sokat használják az üzleti életben. Tekintsünk meg két módot a Microsoft Excel használatára saját értékesítési előrejelzési táblázat létrehozására és testreszabására.

[Hogyan szabhatod személyre az értékesítési előrejelzési táblázatot?](#)

Testreszabhatod saját értékesítési előrejelzéseid táblázatát. Előfordulhat például, hogy megjósolhatod, hogy mikor lesznek a legnagyobb eladások, a termelés és a készlet növelése érdekében.

Ebben a modulban egy képlet másolását és a feltételes formázást tanuljuk meg és gyakoroljuk.

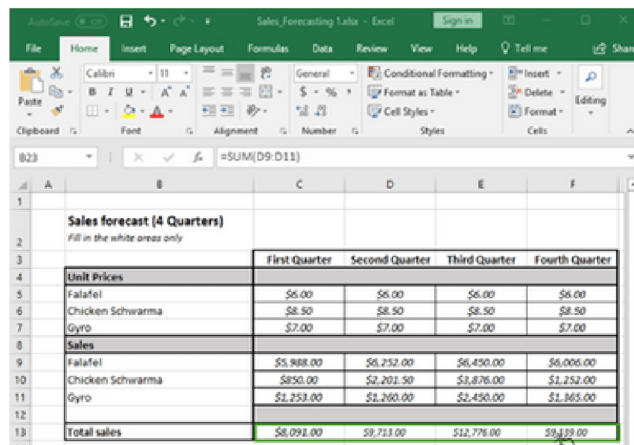
[Képlet másolása:](#)

Először is az Excel segítségével automatikusan másolhatsz tartalmat és képleteket anélkül, hogy ezt manuálisan, celláról cellára kellene megtenned. Ez a funkció gyorsabbá és egyszerűbbé teszi a táblázatok létrehozását és szerkesztését. Segít elkerülni a hibákat is.

Ha egy cella tartalmát a szomszédos cellákba szeretnéd másolni az Excel drag and drop funkciójával, egyszerűen kattints a cellára, és húzd át a szomszédos cellákon.

[Gyakorlatban:](#)

A kész táblázatnál képlet segítségével az első negyedéves kiadásokat összesítjük. Ezt a képletet nem kell egyesével minden oszlopnál kitölteni, hanem a "drag and drop" funkcióval a többi cellába is átmásoljuk a képletet.



The screenshot shows an Excel spreadsheet titled "Sales Forecasting Table - Excel". The formula bar displays "=SUM(D9:D11)". The spreadsheet contains a table with the following data:

	First Quarter	Second Quarter	Third Quarter	Fourth Quarter
Unit Prices				
Falafel	\$6.00	\$6.00	\$6.00	\$6.00
Chicken Schwarma	\$8.50	\$8.50	\$8.50	\$8.50
Gyro	\$7.00	\$7.00	\$7.00	\$7.00
Sales				
Falafel	\$5,988.00	\$6,252.00	\$6,450.00	\$6,006.00
Chicken Schwarma	\$850.00	\$2,201.50	\$3,876.00	\$1,252.00
Gyro	\$1,253.00	\$1,260.00	\$2,450.00	\$1,365.00
Total sales	\$8,091.00	\$9,713.00	\$12,776.00	\$8,623.00

AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Az Excel másik funkciója a feltételes formázás. A feltételes formázás lehetővé teszi, hogy meghatározott formátumot alkalmazz a meghatározott feltételeknek megfelelő cellákra. Bizonyos feltételek és szabályok alkalmazásával módosíthatod a kijelölt cellák színét és formátumát.

Például beállíthatsz egy feltételt, amely csak azokat a cellákat emeli ki, amelyek értéke a “Tényleges összértékesítés” felső 10%-án belül van. Ehhez először válaszd ki azokat a cellákat, amelyekben alkalmazni szeretnéd a feltételes formázást, majd a Kezdőlap lapon válaszd ki a “Felső/Alsó szabályok”, majd a “Legfelső 10%” lehetőséget. Végül válaszd ki a kívánt szöveget és kitöltési szint, majd kattints az “OK” gombra.

Az Excel csak azokat a cellákat emeli ki, amelyek értéke a felső 10%-on belül van. A Feltételes formázás szolgáltatásban számos egyéb feltételes szabály található, amelyek segítségével kiemelhetők a különböző feltételeknek megfelelő cellák.

Ebben a tevékenységben a valós eredményeket a feltételes formázást használó előrejelzésekhez viszonyíthatod.

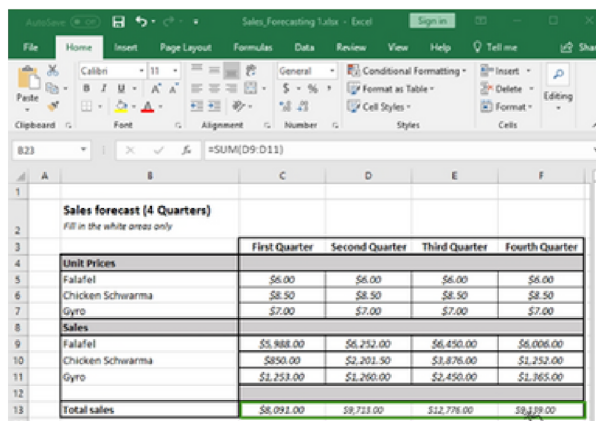
Két feltétel felállítása:

Az egyik ZÖLD színnel kiemeli azokat a tényleges eladásokat, amelyek meghaladták az előre jelzett eladásokat.

A másik PIROSSal kiemeli azokat a tényleges eladásokat, amelyek kisebbek voltak, mint az előre jelzett eladások.

Először válaszd ki a cellákat, amelyre alkalmazni szeretnéd a feltételes formázást!

A “Kezdőlapon” válaszd ki a “Feltételes formázás”/”Conditional Formatting lehetőséget, majd az “Új szabály”/”New rule” menüpontot. Válaszd ki a “Használd képletet a formázandó cellák meghatározásához lehetőséget, majd írd be a képletet (pl: =B15>B9) és nyomd meg a “Formátum” gombot, válaszd ki a “Dölt”/”Bolt” opciót és a zöld színt, majd OK-val mentsd el.



	First Quarter	Second Quarter	Third Quarter	Fourth Quarter
Unit Prices				
Falafel	\$6.00	\$6.00	\$6.00	\$6.00
Chicken Swarma	\$8.50	\$8.50	\$8.50	\$8.50
Gyro	\$7.00	\$7.00	\$7.00	\$7.00
Sales				
Falafel	\$5,888.00	\$6,252.00	\$6,450.00	\$6,006.00
Chicken Swarma	\$850.00	\$2,201.50	\$3,876.00	\$1,252.00
Gyro	\$1,253.00	\$1,260.00	\$2,450.00	\$1,965.00
Total sales	\$8,092.00	\$9,713.00	\$12,776.00	\$9,223.00

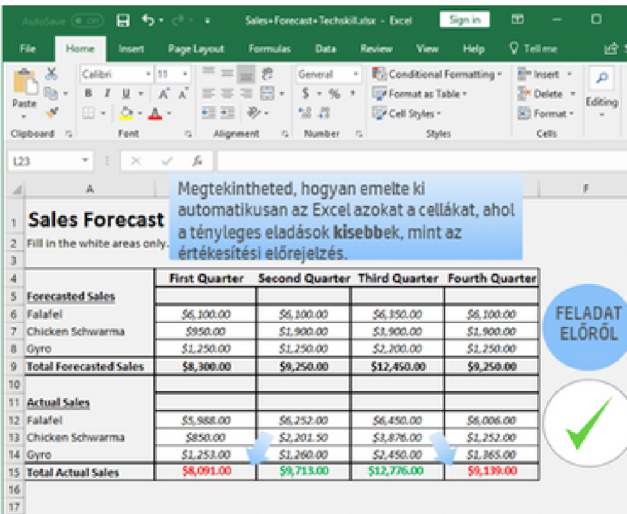


AZ ELŐREJELZÉS TUDOMÁNYA AZ ÉRTÉKESÍTÉSÜNKBEN

Most emeljük ki pirossal azokat a cellákat, amelyeknél a tényleges eladások kisebbek voltak az előre jelzett értékesítéseknél.

Először válaszd ki a cellákat, amelyre alkalmazni szeretnéd a feltételes formázást!

A “Kezdőlapon” válaszd ki a “Feltételes formázás”/”Conditional Formatting” lehetőséget, majd az “Új szabály”/”New rule” menüpontot. Válaszd ki a “Használj képletet a formázandó cellák meghatározásához” lehetőséget, majd írd be a képletet (pl: =B15<B9) és nyomd meg a “Formátum” gombot, válaszd ki a “Dőlt”/”Bolt” opciót és a piros színt, majd OK-val mentsd el.



Megtekintheted, hogyan emelte ki automatikusan az Excel azokat a cellákat, ahol a tényleges eladások kisebbek, mint az értékesítési előrejelzés.

	First Quarter	Second Quarter	Third Quarter	Fourth Quarter
Forecasted Sales				
Falafel	\$6,100.00	\$6,100.00	\$6,150.00	\$6,100.00
Chicken Schwarma	\$950.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00
Gyro	\$1,250.00	\$1,250.00	\$2,300.00	\$1,250.00
Total Forecasted Sales	\$8,300.00	\$9,250.00	\$12,450.00	\$9,250.00
Actual Sales				
Falafel	\$5,988.00	\$6,252.00	\$6,450.00	\$6,006.00
Chicken Schwarma	\$850.00	\$2,201.50	\$1,876.00	\$1,252.00
Gyro	\$1,253.00	\$1,260.00	\$2,450.00	\$1,365.00
Total Actual Sales	\$8,091.00	\$9,713.00	\$12,776.00	\$9,139.00

Ahogy látható volt, számos billentyűparancs és tipp segíthet a táblázatkezelő szoftverek hatékonyabb használatában.

Megtanultuk használni:

- “Húzási” módszert, a cellák másolásához és beillesztéséhez
- Feltételes formázást az adatok könnyebb megtekintéséhez.
- Szinte minden számítás vagy képlet, amely táblázatkezelő szoftverben hozol létre, úgynevezett “hivatkozott” cellát használ.

