



 Postaw na siebie!



AKADEMIA  
CONTROLLINGU

# Prognozowanie sprzedaży produktów i usług

(2 dni)

Zapisz się>>



Twój  
pierwszy  
wybór



Akademia Controllingu Sp. z o.o.  
ul. Towarowa 35/403A  
61-896 Poznań  
Tel.: 61 852 33 53  
info@akademiacontrollingu.pl  
[www.akademiacontrollingu.pl](http://www.akademiacontrollingu.pl)

Partner strategiczny  
i wyłączny przedstawiciel  
ICV w Polsce

International Association  
of Controllers



# Prognozowanie sprzedaży produktów i usług

W świecie, gdzie analiza danych i prognozy stają się kluczowymi narzędziami w podejmowaniu decyzji biznesowych, dwudniowe szkolenie „Prognozowanie sprzedaży produktów i usług” umożliwi Ci zgłębienie wiedzy na ten temat i rozwinięcie niezbędnych umiejętności.



Szczegółowo zaplanowane warsztaty pozwolą Ci **zrozumieć procesy prognozowania sprzedaży**, co jest teraz bardziej niezbędne niż kiedykolwiek wcześniej. Zdobądź wiedzę na temat **strategii obsługi klienta, analiz ilościowych i jakościowych**, a także poznaj **praktyczne aspekty gry Beer Game**, która symuluje pracę poszczególnych podmiotów łańcucha logistycznego. Bez tych umiejętności ryzykujesz wykluczenie z dynamicznie rozwijającej się branży.

Podczas szkolenia nauczysz się, w jaki sposób prognozy mogą wpłynąć na Twoje decyzje finansowe, jak **redukować błędy w prognozach** i jak wykorzystać prognozy do **optymalizacji zapasów bezpieczeństwa**. Poznasz także metody ilościowe, takie jak **analiza regresji** i **wykres Z**, które są kluczowe dla tworzenia dokładnych prognoz. Nabytą wiedzę zastosujesz w praktyce, dzięki czemu stanieś się cennym pracownikiem w swojej organizacji.

Umiejętności prognozowania sprzedaży pozwolą Ci na **lepsze zarządzanie zasobami, optymalizowanie kosztów i poprawę rentowności** – aspekty kluczowe dla każdego profesjonalisty finansowego.

Nie zwlekaj! Weź udział w szkoleniu, by zyskać kompetencje kluczowe dla Twojej kariery i organizacji. Zdobądź umiejętności, które otworzą Ci drzwi do przyszłości finansów.

## Cele szkolenia

**Głównym celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w solidne umiejętności koncepcyjne, organizacyjne i analityczne związane z prognozowaniem sprzedaży.** Zdobyte podczas szkolenia narzędzia umożliwią precyzyjne i efektywne prognozowanie sprzedaży, poprawiając w ten sposób zarządzanie zasobami firmy, optymalizację kosztów i rentowność.

Cele szczegółowe szkolenia:

- 1. Poznanie i zrozumienie procesów prognozowania sprzedaży:** Uczestnicy zdobędą dogłębną wiedzę na temat procesów prognozowania sprzedaży, włączając w to strategie obsługi klienta, analizy ilościowe i jakościowe oraz modele matematyczne używane w prognozowaniu.
- 2. Praktyczne zastosowanie nauki poprzez symulację:** Przy użyciu gry Beer Game uczestnicy będą mieli możliwość praktycznego zastosowania zdobytej wiedzy, ucząc się, jak prognozy wpływają na działanie całego łańcucha logistycznego.
- 3. Wykorzystanie prognoz w procesie decyzyjnym:** Uczestnicy nauczą się, jak wykorzystać prognozy do podejmowania skutecznych decyzji finansowych, zarządzania zasobami i optymalizacji kosztów.



# Dlaczego warto

Dzięki udziałowi w szkoleniu nauczysz się dokładnie i efektywnie prognozować sprzedaż, co przekłada się na lepsze zarządzanie zasobami firmy, optymalizację kosztów i zwiększenie rentowności.

Podczas szkolenia zdobędziesz następujące umiejętności i wiedzę:

- 1. Zawsze optymalne zasoby:** Zdobędziesz kompetencje analizowania danych historycznych sprzedaży i prognozowania przyszłych trendów, co pozwoli Ci elastycznie reagować na zmiany rynkowe i optymalizować zasoby.
- 2. Strategie sprzedaży dopasowane do jej wyników:** Będziesz w stanie zrozumieć różne scenariusze sprzedaży dzięki udziałowi w grze Beer Game, interpretować wyniki i dostosowywać swoje strategie zgodnie z nimi.
- 3. Trafne prognozy:** Nauczysz się korzystać z zaawansowanych metod ilościowych, co pozwoli Ci dokonywać precyzyjnych prognoz, nawet w skomplikowanych warunkach rynkowych.
- 4. Udana współpraca z innymi działami firmy, dostawcami czy partnerami:** Zdobędziesz wiedzę na temat kooperacji w obszarze prognozowania, co pozwoli Ci na lepszą współpracę z innymi działami firmy, dostawcami czy partnerami.
- 5. Stabilna sytuacja firmy i wzrost rentowności:** Nauczysz się wykorzystywać prognozy sprzedaży do podejmowania strategicznych decyzji finansowych, zwiększając rentowność i stabilność finansową Twojej firmy.

# Adresaci szkolenia

## Kto powinien wziąć udział w tym szkoleniu?

To szkolenie jest przeznaczone dla szerokiego grona profesjonalistów z różnych dziedzin, którzy chcą poprawić swoje **umiejętności w zakresie prognozowania sprzedaży i zarządzania zasobami firmy**. Niezależnie od stanowiska, jeżeli jesteś odpowiedzialny za planowanie, analizę, zarządzanie zasobami, kosztami czy precyzyjną prognozę sprzedaży, to szkolenie jest dla Ciebie.

W szczególności szkolenie adresowane jest do osób na stanowiskach:

1. Controllerów finansowych
2. Specjalistów ds. rachunkowości zarządczej
3. Specjalistów ds. finansów
4. Analityków biznesowych
5. Analityków sprzedaży
6. Specjalistów ds. budżetowania
7. Controllerów sprzedaży
8. Menedżerów ds. sprzedaży
9. Menedżerów ds. logistyki
10. Menedżerów ds. zakupów
11. Planistów produkcji
12. Dyrektorów Controllingu
13. Dyrektorów Finansowych (CFO)
14. i innych zainteresowanych tematyka prognozowania sprzedaży.

# Program szkolenia

## Prognozowanie sprzedaży produktów i usług

1. **Wprowadzenie do zasad zarządzania przepływem informacji:**
  - a. „Logistyczny umysł”.
  - b. Spójne i rozbieżne cele wewnątrz i na zewnątrz firmy.
  - c. Prognoza sprzedaży, etapy pracy w ramach procesu obsługi klienta.
  
2. **Całościowy proces prognozowania w ramach SOP (planowanie operacji i sprzedaży):**
  - a. Strategia obsługi klienta MTS, MTO, ATO a rola prognozowania.
  - b. Pozycje/grupy asortymentowe SKU (magazynowe, usługi) adresowane przez prognozy.
  - c. Cztery strategie łączenia prognoz z planami – silne i słabe strony.
  - d. Obiektywne przyczyny dla realizacji prognozowania – „świat” Pull i Push.
  - e. Techniki ilościowe i jakościowe.
  
3. **Analiza jakościowa w prognozowaniu:**
  - a. Dlaczego analiza ilościowa sama w sobie nie jest wystarczająca?
  - b. Kiedy krytycznym jest stosowanie analizy jakościowej?
  - c. Analiza jakościowa – metody heurystyczne.
  
4. **Wybrane metody analizy ilościowej w prognozowaniu (przykłady).**
  
5. **Beer Game** – symulacja pracy poszczególnych podmiotów łańcucha logistycznego dla uzyskania maksymalnego poziomu trafności prognozy i satysfakcja klienta przy jednocześnie najmniejszym błędnym poziomie zapasu. Użycie w prognozowaniu analizy ilościowej i jakościowej.
  
6. **Omówienie wyników warsztatu Beer Game:**
  - a. Konsekwencje braku identyfikacji popytu niezależnego i zależnego.

- b. Występowanie efektu Forestera, czyli tzw. efektu bicza w praktyce prognozowania.
- c. Skutki dla przedsiębiorstwa i dla całego łańcucha logistycznego.
- d. Sposoby ograniczania efektu Forestera.

**7. Metody ilościowe – obliczenia:**

- a. Zasady pracy z modelami matematycznymi, np. identyfikacja i obsługa błędu.
- b. Określenie zakresu i analiza danych historycznych.
- c. Model naiwny.
- d. Średnia ruchoma.
- e. Średnia ważona.
- f. Wygładzanie wykładnicze.
- g. Identyfikacja i potwierdzanie współczynników sezonowości.
- h. Nieciągłe zamówienia (losowe), tzw. szeregi rzadkie.
- i. Analiza regresji.
- j. Metoda Z-Chart (wykres Z).

**8. Uzgadnianie prognoz:**

- a. Horyzonty czasowe prognozowania.
- b. Grupy asortymentowe, czyli tzw. rodziny produktów i usług – korzyści z użycia.
- c. Uzgadnianie prognoz bottom-up, top-down i mieszanych.
- d. Stosowanie planistycznej listy materiałowej dla „nieprognozowania każdego wariantu pozycji sprzedawanej”.

**9. Dokładność prognozowania:**

- a. Przedział ufności prognozy.
- b. Dokładność prognoz – kalkulacja błędu.
- c. Kalkulacja zapasów bezpieczeństwa.
- d. Podsumowanie sposobów redukcji błędów prognozy – omówienie w przykładach konkretnych, praktycznych rozwiązań stosowanych w różnych branżach.
- e. Prawidłowa praca z planowaną dostępnością magazynową i tzw. dostępnością do obiecania (ATP) – redukcja poziomu konfliktów między działami.

10. **Ocena indywidualna w pracach dotyczących prognozowania i planowania:**
- a. Przedział ufności prognozy.
  - b. Zespołowa i indywidualna ocena jakości prognozowania.
  - c. Metody redukcji błędu prognozy.
  - d. Waterfall diagram.
  - e. Kalkulacja zapasów bezpieczeństwa pod dane poziomy obsługi.
11. **Kooperacja przedsiębiorstw w prognozowaniu sprzedaży:**
- a. Ograniczenia prognozowania indywidualnego.
  - b. Korzyści wynikające z kooperacji w obszarze prognozowania.
  - c. Strategia współdziałania w planowaniu, prognozowaniu i uzupełnianiu zapasów (CPFR) i zasady wdrażania CPFR.
  - d. VMI (Vendor Managed Inventory) w ramach koncepcji CPFR.
12. **Wsparcie informatyczne i sformułowanie dashboard dla wskaźnikowej weryfikacji osiągniętych celów prognozowania i planowania:**
- a. Tworzenie otwartych systemów agregacji danych z wielu źródeł.
  - b. Elastyczne lub dedykowane systemy przetwarzania danych i raportowania, np. Crystal Reports, Forecast Pro.
  - c. Zaproponowanie wskaźników i formalna walidacja zasad ich kalkulacji.
  - d. Horyzont czasowy.
13. **Zakończenie zajęć:**
- a. Podsumowanie i źródła wiedzy, również rekomendowane formularze audytu.
  - b. Wskazanie zasad prowadzenia follow-up dla dalszego rozwoju wiedzy.
  - c. Dodatkowe materiały video.
  - d. Sesja ocen.

**Wymagania techniczne dotyczące szkolenia:**

Organizator zastrzega sobie możliwość ew. nieznacznej modyfikacji programu szkoleniowego.





# Zapisz się>>



## Trener

**Dr. Adam Łazarski, DBA(PhD), MBA, mgr inż.**

Ekspert w zakresie produkcji i logistyki.

Zajmuje się od 26 lat realizowaniem projektów reorganizacyjnych, doradczych, audytowych, informatycznych dotyczących zagadnień planowania, harmonogramowania, sterowania produkcją, logistyką. Największy nacisk kładzie na standaryzację i automatyzację przetwarzania informacji i podnoszenie poziomu elastyczności alokowanych zasobów (ERP, APS, WMS, Kanban, algorytmy). Promuje cele Manufacturing Excellence, stosuje terminologię ASCM®, promuje metody z obszaru Przemysłu 4.0. Karierę zawodową rozpoczął w 1999 r. od realizacji projektów wdrożeniowych systemu ERP (IFS). Później Project Manager zajmujący się wdrożeniami SAP.

Jest m.in. twórcą sprawdzonej w praktyce metody analizy opłacalności i realizacji wdrożeń RFID w sektorze FMCG – na rynku międzynarodowym. Opracował (7 lat) kontekstowy framework redukujący błąd szacowania w produkcji zleceńowej/jednostkowej, np. w produkcji ETO. Jest to metoda sprawnej adaptacji narzędzi planistycznych do konkretnej praktyki/specyfiki biznesu. PMI® uznała to podejście na poziomie R.E.P.

Prelegent na konferencjach krajowych i zagranicznych. W obszarze narzędzi planistycznych unika myślenia przez „brand” czy „logo” danego systemu (IT/ICT). Preferuje bezpośrednie skupienie się na funkcjonalnościach i w odniesieniu do nich na specyfice/praktyce pracy w danym przedsiębiorstwie. Promuje poszukiwanie analogii między rozwiązaniami stosowanymi w różnych firmach, branżach, krajach. Wszystko dla promowania sprawdzonych i też innowacyjnych rozwiązań.

W 2016 r. uzyskał biznesowy tytuł DBA (Doctorate of Business Administration) w prestiżowym programie realizowanym na TiasNimbas Business School i Bradford School of Management, z akredytacją „Triple Crown”: EQUIS, AMBA, AACSB (drugi najlepszy program DBA – raport Financial Times). W Polsce jest w pionierem tego tematu.

Absolwent z wyróżnieniem elitarnego programu MBA na Georg-Simon-Ohm Management-Institute w Norymberdze (drugi najlepszy program MBA w Niemczech – raport McKinsey), laureat nagrody Schwan-Stabilo przyznawanej wąskiej grupie najlepszych absolwentów MBA.

Absolwent z wyróżnieniem Politechniki Gdańskiej – organizacja systemów produkcyjnych.

Autor, koordynator wielu dedykowanych programów szkoleniowych, jak i całych cykli rozwojowych, w tym największych (edukacja logistyczna) realizowanych w Polsce.

Staż trenerski:

26 lat, 1200 szkoleń, około 3000 dni szkoleniowych.

Prowadził warsztaty, a także świadczył dedykowane usługi szkoleniowe, doradcze, audytowe lub wdrożeniowe/integracyjne – ERP dla następujących przedsiębiorstw (wyszczególnienie nie ujmuje firm uczestników spotkań otwartych):

3M, ABB, AKZO NOBEL, A-LAKIERNIA, ALCATEL-LUCENT, ALLEGRO, ALSECCO, AL-TECH, AM, AMPLUS, AMTEK, ASSECO, ATENA, ATMOTERM, ATSI, AUDI, AVIVA, BCC, BERTELSMANN MEDIA, BMW, BOHAMET, BOMBARDIER TRANSPORTATION, BPSC, BROEN, BPH, BSH, CAN PACK, CASETECH, CITIGROUP, COFRESCO, COCA-COLA HBC, COFRESCO, COMARCH, COMERCIAL UNION, CORRECT, CTM, DALKIA, DAKO, DANONE WATERS, DĘBICA, DOVISTA,



DR OETKER, DSG CANUSA, DSR, EATON, ELBUD, ELECTRIS, ELSTAR OILS, ELZAB, ENERGIA – GDAŃSKA KOMPANIA ENERGETYCZNA, ERA, ERICSSON, ESSILOR, EUROFOAM, EUROPA SYSTEMS, EXPOM, FARM FRITES, FAZOS, FINKORP ZPR, FLEXLINK SYSTEMS, FROST&SULLIVAN, GESTIND, GIWK, GRAHAM PACKAGING, GRUPA GOODYEAR, GRUPA LOTOS, GRUPA ŻYWIEC, GRUNER+JAHR, HERBAPOL, HERLITZ, HEWLETT PACKARD, HL DISPLAY, HOCHLAND, HOCHTIEF POLSKA, HYDROPRESS, IKEA INDUSTRY GROUP, INTERPLASTIC, INSTYTUT ELEKTROTECHNIKI ZAKŁAD DOŚWIADCZALNY III, INWIDO PRODUCTION, IFS POLAND, INTERCELL, INWIDO SUPPLY, IRB, JACOBS, JANIKOSODA, JELFA, JOST POLSKA, JZO, KAMPMANN, KDK, KEIPER, KIRCHHOF, KONGSKILDE, KOMPANIA PIWOWARSKA, KOTNIZ, KUJAWSKA FABRYKA MANOMETRÓW KFM, LACROIX, LAMAR, LA RIVE, LISNER, LOT, LEKAM, LOCKHEED MARTIN, LUBASZKA, LUCENT TECHNOLOGIES, LUG, LSMW, MAAG GEAR ZAMECH, MAGNETI MARELLI, MAGNETI MARELLI – PLASTIC COMPONENTS AND MODULES, MAHLE, MAN, MASTERFOODS, MEDIA MARKT, MIRACULUM, MOSTOSTAL WARSZAWA, MWV, NB, NDI, NEVAG, NOWOCZESNA FIRMA, NOWY STYL, NOVITA, NOVOL, NTPT, OBSERWTORIUM ZARZĄDZANIA, ODITK, OLVIT, PBG, PEKAES, PERI, PESA, PFLEIDERER, PGNiG, PHILIPS LIGHTING FAREL MAZURY, PHILIPS POLSKA, PILKINGTON, PLANNJA, PLAST TEAM, POCH, POCZTA POLSKA, POLFA BOLESŁAWIEC, POLKOMTEL, POLMOR, POLPHARMA, POLSKA WODA, POLSKIE SIECI ELEKTROENERGETYCZNE, POŁUDNIOWY KONCERN ENERGETYCZNY, PRATT & WHITNEY, PRESS SERVICE, PROCONTACT, PROJEKTUS, PROMENS, PZ CUSSONS, PZL MIELEC SIKORSKY-LOCKHEED MARTIN, RAFAKO, REHAU, REYNAERS, SCHWAN-STABILO, SEBN (SE BORDNETZE), SEGRO, SELPOL, SKOK IM. M. KOPERNIKA, SOKÓŁKA, SONY-ERICSSON, SPEC, STOCK, STREAMSOFT, SWEDWOOD GROUP, TAKATA-PETRI PARTS, TARGET, TECHNOLOGIE TWORZYW SZTUCZNYCH, TECHNISAT, TELEFONIKA, TESCO, TEVA, THOMSON POLKOLOR, THONI ALUTEC, TIETO ENATOR RTS, T-MOBILE, TNS OBOP, TRANSSYSTEM, TRW, TYCO, UNILEVER, WABCO, WALMARK, WARTA, WAVIN, WB ELECTRONICS, WIKA, WINCANTON, WSAIB, WSIZ, WSK MIELEC, WSK RZESZÓW, VOLVO, VORWERK AUTOTEC, VW, YETICO, ZAKŁADY TABORU KOLEJOWEGO GNIEWCZYNA, ZBU MAJKOWSKI, ZPR, ZREW.



# Kontakt



Akademia Controllingu Sp. z o.o.  
ul. Towarowa 35/403A  
61-896 Poznań

Tel.: 61 852 33 53

[info@akademiacontrollingu.pl](mailto:info@akademiacontrollingu.pl)  
[www.akademiacontrollingu.pl](http://www.akademiacontrollingu.pl)

