

Le funzioni di questo modulo estraggono i dati dai diversi archivi di vendite e fatturazioni e li memorizzano in **archivi storici** già organizzati e predisposti per le elaborazioni **statistiche**:

- q statistiche sul **venduto** (ordini clienti);
- q statistiche sullo **spedito** (documenti di trasporto);
- q statistiche sul **fatturato** (fatture immediate, differite, etc.).

I dati memorizzati possono essere **confrontati** anche con i **dati previsionali (budget)** precedentemente inseriti a fronte di ogni articolo, linea di prodotto, cliente, zona, ...

Negli archivi storici i dati statistici sono memorizzati in record che contengono: **articolo, cliente, quantità, valore, mese e anno, agente** (o sotto-area), **indirizzo destinazione merci**, etc...; da questi dati si possono fare ulteriori **aggregazioni**:

- q dagli articoli si possono ricostruire i dati per categoria merceologica, gruppo, classe, marca, linea di prodotto, conto ricavi ..
- q dai clienti si possono ricostruire i dati per zona, o categoria cliente, o area (*la categoria cliente è infatti eventualmente utilizzabile anche per individuare macro-aree geografiche*) ..
- q i dati relativi agli agenti, che nel tempo possono cambiare e devono quindi essere indipendenti da clienti e zone, possono anche essere utilizzati per le sotto-aree.

Mentre i dati storico-statistici vengono sempre memorizzati al **livello minimo di frammentazione**, e possono quindi essere poi successivamente aggregati, i **dati previsionali (budgets di vendita)** possono contenere valori solo per i **livelli superiori di aggregazione** (ad es. per *linee di prodotto* o per *zone*).

In genere si inseriscono le previsioni di periodo (mensili o annuali) per articoli o *Linee di Prodotto* a fronte di agenti o *zone* e da questi dati possono essere ricalcolati i valori globali di previsione.

La flessibilità offerta da questa struttura consente anche di effettuare **previsioni su basi diverse**: ad es. per alcune Linee di Prodotto previsioni sugli agenti, su clienti per altre (ovvio che in questi casi i dati riepilogativi degli agenti o dei clienti non coincidono con il totale del budget aziendale, mentre quello per Linee di Prodotto invece sì, e il controllo di coerenza dei valori inseriti può essere comodamente verificato sui diversi report ottenibili).

