

- План продаж должен отражать объем продукции отгруженной (поставленной) потребителям продукции, объем ее прогнозируемой стоимости или объем выручки от реализации.
- Факторы, влияющие на прогноз объема продаж:
 - Объем продаж предшествующих периодов.
 - Производственные мощности.
 - Зависимость продаж от общеэкономических факторов (уровень занятости, уровень цен, уровень личных доходов и т.д.).
 - Относительная прибыльность продукции.
 - Изучение рынка, рекламная компания.
 - Ценовая политика, качество продукции.
 - Конкуренция.
 - Сезонные колебания.
 - Долгосрочные тенденции продаж для различных товаров.