

Продажбите се изчисляват към стоките наличности в началото на одитния период, като към тях се прибавят доставките, направени през съответния 60-дневен период, и от тази сума се вадят стоките наличности в края на одитния период.

2. Обем на стойностните продажби (Sales Value) - това е паричното изражение на количествените продажби, направени от магазините, обикновено при база 1000 лв.

3. Обем на продадени единици (Sales Items) - измерването е аналогично на количествените продажби, отчетени в опаковки или брой изделия. Тъй като за определена група стоки има голямо разнообразие от размери, този показател не може да отрази действителния пазарен дял на даден производител, а по-скоро дава броя на случаите на закупуване на отделна марка или разновидност на марка в определен грамаж.

4. Дял от продажбите при наличност (потенциален пазарен дял) (Share in shops handling) - показва дела на продажбите на всяка марка само в тези магазини, където тя е присъствала. Този показател се получава като отношение между пазарния дял на дадена марка и претеглената дистрибуция и отговаря на въпросите: "Какъв би бил пазарният дял при наличие на 100% дистрибуция?" или "Независимо от дистрибуцията как се отнася дадена марка към останалите по отношение на потребителското търсене?".

5. Средна закупена цена на продукт (Average price per Unit).

6. Средна цена на дребно за съответен размер или вариант за всяка марка (Average price per Item).

7. Общ обем на запасите (в %) (Stock Volume) - дава количествата запаси, складиращи по рафтовете и в складовите помещения на магазина. Относителният дял показва процента на съответната марка от общите запаси на продуктова категория в търговската мрежа. Запасите са свързани с пазарния дял и търговската площ, но обикновено водещите марки имат по-малки запаси поради по-големия си оборот.

8. Обем на запасите в магазина (в %) (Forward Stock Volume) - отнася се единствено до запасите в самия магазин, без наличностите в складовите помещения.

9. Обем на покупките (доставките) (в %) (Purchases Volume) - покупките, направени от търговците на дребно, изразени в същите единици, както и пазарният дял от продажбите. Например ако търговците очакват по-големи продажби, тогава обемът на покупките ще се увеличи, но ако това очакване не се реализира, тогава ще има нарастване на запасите. В следващия период покупките най-вероятно ще бъдат по-ниски в сравнение с продажбите, с което отново се постига равновесие.

10. Покритие на налични запаси (Stock Cover in Days) - броят дни, за който се изчерпват наличните запаси от дадена марка при текущо темпо на