**BÁO CÁO KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DOANH THU CỦA NHÀ HÀNG TRONG 2 QUÝ CUỐI NĂM 2023**

1. **Monthly Net Sales Trend**
2. Kết quả:
   * Nhìn vào biểu đồ ta thấy tháng 12 là tháng có doanh thu cao nhất (~$70.000), điều này xảy ra do đây là tháng có nhiều lễ hội nhất năm (nhà hàng nằm ở khu vực Hobart, Úc nơi mùa hè bắt đầu từ tháng 12 – tháng 2 và được coi là mùa lễ hội trong năm) dẫn đến lượng khách du lịch trong và ngoài nước tăng cao. Bên cạnh đó, cuối năm cũng là khoảng thời gian xuất hiện nhiều cuộc tụ họp để mọi người nghỉ xả hơi cho một năm bận rộn.
   * Đối với sự giảm của tháng 11, có thể đây là lúc mọi người đang tiết kiệm tiền để chuẩn bị cho mùa lễ hội
3. Giải pháp:

* Lên kế hoạch đưa ra những ưu đãi, combo tiết kiệm hoặc những món ăn đặc trưng chỉ có vào tháng 11 để hấp dẫn khách hàng
* Bên cạnh đó cần phải sắp xếp hợp lý nhân viên, tuyển thêm nếu cần thiết để đảm bảo sự phục vụ tốt nhất cho khách hàng cho tháng 12

1. **Net Sales by Day of the Week:**
2. Kết quả:

* Doanh thu trong tuần khá ổn định, dao động từ $34.000 đến $45.000 và tăng mạnh ở 2 ngày cuối tuần Thứ Sáu và Thứ Bảy. Điều này dễ hiểu do phần đông mọi người đều có sở thích thư giãn cuối tuần bằng việc ra ngoài ăn hoặc mua đồ ăn về nhà, chưa kể nhà hàng ta có chương trình ưu đãi một vài sản phẩm bia rượu vào 2 ngày này với giá rẻ hơn ngày thường, điều này giúp thu hút khách hàng đi ăn theo nhóm.
* Ta thấy doanh thu vào ngày Chủ Nhật rất ít là do bắt đầu từ ngày 19/11/2023 nhà hàng mới bắt đầu mở cửa vào ngày Chủ Nhật (bình thường chỉ mở cửa từ T2-T7). Tuy nhiên chỉ trong vòng 1 tháng rưỡi (19/11 – 30/12) mà doanh thu của ngày Chủ Nhật đã xấp xỉ bằng 1/3.5 doanh thu của những ngày thường trong tuần, điều này chứng tỏ việc mở cửa vào Chủ Nhật là rất khả quan, nên tiếp tục việc này.

1. Giải pháp:

* Sắp xếp lịch làm của nhân viên hợp lý, trải đều ở các ngày trong tuần và tang thêm nhân viên vào những ngày cuối tuần.
* Đưa ra chương trình ưu đãi vào Chủ Nhật để hấp dẫn khách hàng, đưa doanh thu ngày chủ nhật ngang tầm với thứ sáu và thứ bảy

1. **Peak Hours to Net Sales:**
2. Kết quả:

* Thời gian cao điểm bắt đầu từ 5PM – 9PM, khoảng thời gian mọi người đi ăn tối hoặc tụ tập hẹn hò sau giờ đi làm. Tuy nhiên khoảng thời gian buổi trưa từ 11AM – 2PA doanh thu lại không đáng kể, có thể do các món chính của nhà hàng ta phục vụ chủ yếu cho việc tiệc tùng hội họp, cần thời gian lâu để ăn trong khi đa số thời gian nghỉ trưa của mọi người khá là ít, chỉ từ 1-2 tiếng.

1. Giải pháp:

* Có thể suy xét đến việc hỗ trợ giao hàng tận nơi hoặc đưa ra ưu đãi cho đơn hàng đặt nhiều vào thời gian trưa, giúp thu hút tệp khách hàng là dân văn phòng

1. **Top 10 Product Performance and Category Sales Contribution:**
2. Kết quả:

* Khi xét đến 2 khía cạnh Net Sales và Unit Sold, ta thấy danh sach Top 10 sản phẩm không đồng nhất với nhau
* Các sản phẩm TK Bone-in Chicken, Rose Ddeokbokki, Army Stew (2 servings), Spicy Pork Belly và Black bean noodles mang lại doanh thu nhiều (dao động từ $8.000 - $13.000) nhưng lại không nằm trong TOP sản phẩm được mua nhiều do giá thành cao nên dù lượng mua ít nhưng vẫn có thể mang lại nhiều doanh thu.
* Trong khi đó Rice, Shoestring Fries, Beer Bottle, Soju và Corn Cheese lại có lượng mua rất nhiều (dao động từ 442 – 1428 lượng được bán ra), xét đến đây đều là những sản phẩm thuộc danh mục Sides và Alcohol - những thứ không thể thiếu trong các bữa tụ họp nên ta dễ dàng hiểu được giá thành của chúng thường rẻ hơn và có lượng bán ra nhiều hơn.
* Bên cạnh đó, những món như 12/18pc Korean Fried Wings, TK Boneless Chicken, Half Bone-in Chicken (8pc), Beef Bulgogi Loaded Fried đều có mặt ở cả 2 danh sách, nghĩa rằng chúng vừa được mua nhiều, vừa mang lại nhiều doanh thu. Mà trong đây, ¾ sản phẩm đều thuộc danh mục Chicken – danh mục chiếm tổng doanh thu nhiều nhất (46.06%), chứng tỏ các sản phẩm về gà của cửa hàng ta rất được lòng thực khách.
* Số món ăn nằm trong danh mục K-Food xuất hiện nhiều thứ hai trong danh sách và K-Food cũng là danh mục chiếm tổng doanh thu nhiều thứ 2 (25.49%). Điều này có nghĩa là nhà hàng đã thành công trong việc nắm bắt khẩu vị của người dùng khi mở một nhà hàng đồ ăn Hàn Quốc tại Úc

1. Giải pháp:

* Tiếp tục giữ vững chất lượng của những món ăn nằm trong 2 danh sách và tìm lý do tại sao những món ăn khác nằm trong danh mục Chicken và K-Food không được người dùng ưa chuộng để cải thiện sản phẩm
* ở một nơi chuộng các loại thức ăn nhanh như Burger nhưng doanh thu của danh mục Burgers chỉ chiếm 5.02%, đứng thứ 5 trong danh sách Percentage Contribution of Each Product Categories to Total Sales, cần phải tìm hiểu khẩu vị người dân xung quanh và sản phẩm của đối thủ để nâng cao chất lượng sản phẩm

1. **Payment Method và Source of Payment:**

* Phương thức thanh toán Third Party chiếm thị phần lớn nhất trong Payment Method Preferences by Transaction Count (45.79%) và Register có lượng sử dụng nhiều nhất trong Source of Payment, nghĩa là khi khách hàng tới mua và thanh toán tại quầy thì hay trả bằng tiền mặt.
* 2 phương thức thanh toán chiếm thị phần cao tiếp theo là Master Card và Visa (lần lượt là 28.91% và 14.5%), và EFTPOS có khá ít người sử dụng khi chỉ chiếm 9.75% thị phần. do đa số mọi người hay sợ việc vị mất thông tin khi phải thanh toán trên các thiết bị yêu cầu phải cung cấp thông tin cá nhân, có thể nhà hàng ta không cần phải quá đầu tư vào các thiết bị EFTPOS, tập trung đào tạo nhân viên thu ngân để có tác phong nhanh gọn, phục vụ cho khách hàng tốt hơn
* Đối với Source of Payment, 2 nền tảng Uber Eats và Square Online có lượt đặt hàng khá đông (lần lượt là 2406 và 1887 lượt đặt hàng). Ta có thể hợp tác tăng ưu đãi hoặc các chương trình khuyến mãi ở những ứng dụng này để tiếp cận được nhiều khách hàng.

1. **Collaboration between Total Website Traffic và Sales:**

Dễ dàng nhận thấy giữa Lượt truy cập website và Doanh thu tỷ lệ thuận với nhau, lượng truy cập càng nhiều, doanh thu càng cao. Từ đó ta có thể đầu tư vào việc nâng cấp thiết kế và cập nhật trang web thường xuyên để mang đến trải nghiệm người dùng tốt nhất. Bên cạnh đó cũng có thể sử dụng các chương trình chạy quảng cáo trang web để tiếp cận thêm được nhiều khách hàng thuộc tệp khách du lịch khi mùa lễ hội tới

1. **Predict Sales Analysis in Q1 2024:**

Thời điểm cuối năm nghỉ ngơi nhiều nên khi năm mới đến, hầu hết mọi người cần phải tập trung vào công việc để hồi lại số tiền đã bỏ ra nên doanh thu tháng 1/2024 sụt giảm so với tháng 12 là chuyện có thể xảy ra, lúc này ta có thể suy xét đến việc hỗ trợ giao hàng tận nơi vào giờ ăn trưa (đề cập ở mục 3) để nâng doanh thu của mục Lunch và thời điểm trưa để bù cho buổi tối.

Nếu ít nhất ta giữ được chất lượng sản phẩm cũng như phục vụ thì việc tang doanh thu ở tháng 2 và 3 là khá khả quan