

# تقرير شهري لأداء المبيعات – يناير إلى يونيو 2025

## 1. المقدمة

يتناول هذا التقرير تحليلًا لأداء المبيعات خلال الفترة من يناير إلى يونيو 2025، ويهدف إلى قياس مستوى النشاط التجاري، وفهم أسباب التراجع أو التحسن في الأداء، وتحديد العوامل المؤثرة لاتخاذ قرارات مستقبلية مبنية على بيانات واقعية .

## 2. نظرة عامة على الأداء العام

- بلغ إجمالي المبيعات خلال الستة أشهر الأولى من العام 1,993,075 ريال موزعة على 520 فاتورة .
- أعلى شهر من حيث المبيعات كان فبراير بقيمة 395,876 ريال، في حين سجل أبريل أقل قيمة مبيعات بـ 190,550 ريال فقط .
- عدد الفواتير انخفض من 110 فاتورة في فبراير إلى 52 فاتورة فقط في أبريل .
- متوسط قيمة الفاتورة شهد تحسنًا تدريجيًا، حيث ارتفع من 3,438 ريال في يناير إلى 4,219 ريال في يونيو .

## 3. التحليل الشهري للمبيعات

الشهر	إجمالي المبيعات	عدد الفواتير	متوسط الفاتورة	التغير الشهري %	الكمية المباعة
يناير	299,146	87	3,438	—	266
فبراير	395,876	110	3,598	+32.3%	341
مارس	358,299	93	3,852	-9.5%	268
أبريل	190,550	52	3,664	-46.8%	151
مايو	390,506	93	4,198	+104.9%	285
يونيو	358,698	85	4,219	-8.1%	271

## 4. تحليل أسباب انخفاض المبيعات

- التراجع الأكبر حصل في شهر أبريل :
  - انخفاض عدد الفواتير إلى 52 فقط .
  - المبيعات تراجعت بنسبة -46.8% مقارنة بالشهر السابق .
  - الكمية المباعة انخفضت من 268 إلى 151 .
  - لم يتم تقديم أي خصومات في أبريل.
  - الاعتماد الكامل كان على الدفع نقدًا فقط .

## 5. التحليل حسب المدينة

- جدة والدمام شهدتا انخفاضًا ملحوظًا في أبريل .
- جدة: من 99,067 في مارس إلى 24,510 في أبريل .
- الدمام: من 80,216 إلى 30,930 .
- الرياض كانت الوحيدة التي شهدت زيادة طفيفة في أبريل .

## 6. التحليل حسب المنتج

- أكثر المنتجات التي انخفضت مبيعاتها في أبريل :
  - سماعات بلوتوث: من 66,943 في مارس إلى 26,990 .
  - باور بانك: من 84,500 إلى 28,510 .
  - بالمقابل، اللابتوبات والهاتف الذي حافظت على استقرار نسبي .

## 7. الخصومات والفاتورة قبل وبعد

- إجمالي الخصومات في الـ 6 شهور: 135,725 ريال .
- شهر أبريل لم يُقدم فيه أي خصم .
- الفرق بين قيمة الفاتورة قبل الخصم وبعده بلغ حوالي 135,000 ريال، أي ما يعادل تخفيضًا بنسبة 6.3% من إجمالي الإيرادات .

## 8. التوصيات

- إعادة النظر في سياسة الخصومات خلال أشهر الركود مثل أبريل .
- تعزيز الدفع الإلكتروني وتقليل الاعتماد على النقد .
- زيادة الحملات التسويقية في المدن التي انخفضت فيها المبيعات .
- التركيز على المنتجات ذات الأداء الضعيف وتحليل أسباب التراجع فيها .