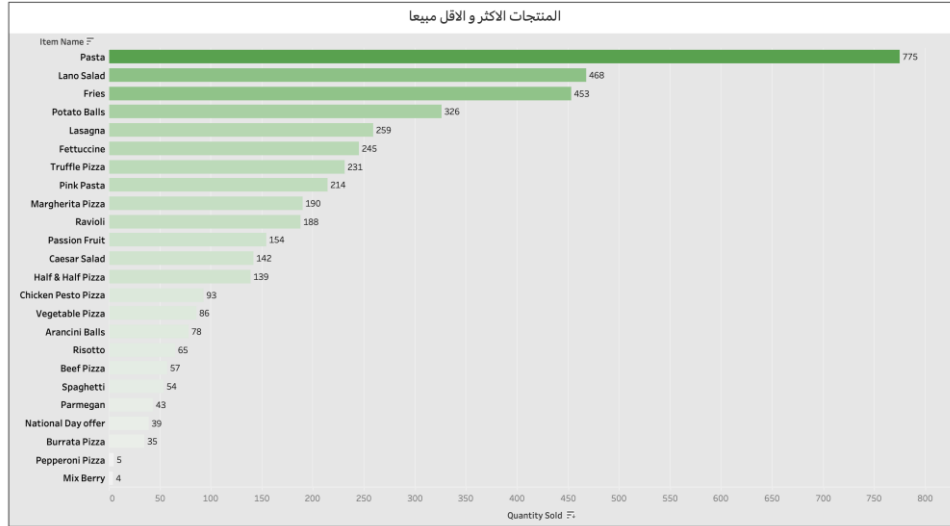


تقرير لانو لشهر سبتمبر



لمنتجات الأكثر مبيعاً:

باستا - سلطة لانو - بطاطس - كرات البطاطس - لازانيا - فوتشيني - بيتزا ترافل - بينك باستا - بيتزا مارغريتا.

ثلاثة منتجات تهيمن على المبيعات بفارق كبير عن باقي الأصناف، مما يشير إلى أنها المنتجات التي يحبها العملاء أكثر من غيرها:

- المتصدر: **Pasta** بإجمالي **775** وحدة مبيعة .
- القوة الضاربة الثانية: **Lano Salad (سلطة لانو)** بإجمالي **468** وحدة.
- الثالث: **Fries** بإجمالي **453** وحدة.

التوصية: يجب التركيز على ضمان جودة هذه المنتجات وعدم نفاد مخزونها أبداً، فهي تمثل أساس الإيرادات.

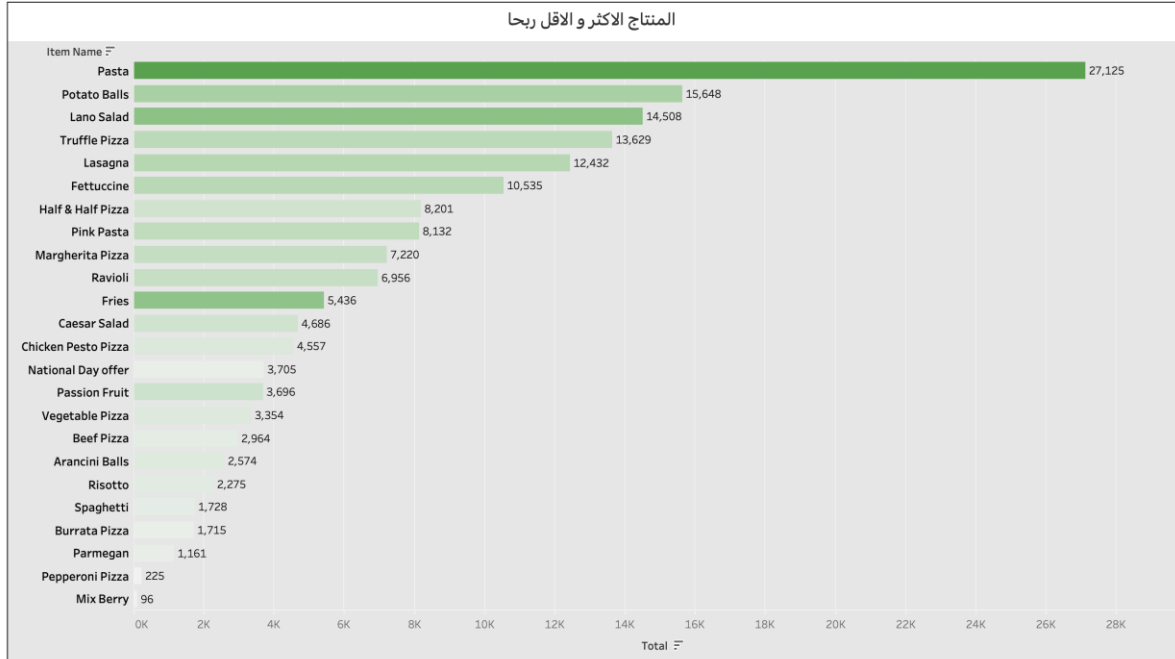
لمنتجات الأقل مبيعاً:

سباغيتي - بارمجان - بيتزا بوراتا - بيتزا ببروني - مكس بيرري

ملاحظات وتوصيات:

- السباغيتي: تحتاج إلى ترويج أكثر من قبلنا لزيادة مبيعاتها.
- البيتزا ببروني: من الواضح أن العملاء لم يقبلوها بالشكل المتوقع، علماً بأن الببروني في شركات أخرى من أكثر الأصناف مبيعاً.

- **التوصية:** يمكن تعديل وصفاتها وتقديمها بشكل جديد وطعم مختلف، فهذا سيخلق فضولاً لدى العملاء ويزيد فرص تجربة المنتج.



القوة الربحية المهيمنة (الباستا)

- **الباستا (Pasta)** تتصدر بـ **27,125 وحدة ربح**، وهيمنت بشكل كبير على الإيرادات.
- **التحليل:** الباستا هي ليست فقط المنتج الأكثر مبيعاً (كما في التحليل السابق)، بل هي **الأكثر ربحية** بفارق هائل، مما يؤكد أنها يجب أن تكون نجمة قائمة الطعام وتركيز جهود الشراء والمخزون

أكثر الطلبات التي يطلبها الزبائن معاً:

- بيتزا ترافل، كرات البطاطس، الفرايز.
- هذا أيضاً يساعدنا عند تصميم العروض، حيث يمكننا معرفة أي الأصناف تجذب الزبائن بغض النظر عن سعرها، مما يمكّننا من وضع استراتيجيات ترويجية أكثر فعالية وزيادة فرص المبيعات.

الايام الاكثر مبيعا و الاقل			
Day of Data	Weekday of Data	Quantity Sold	Total
5	Friday	359	8,660
12	Friday	317	8,320
11	Thursday	288	7,588
1	Monday	275	7,431
28	Sunday	282	7,376
4	Thursday	259	6,906
19	Friday	261	6,901
29	Monday	235	6,535
3	Wednesday	238	6,483
2	Tuesday	234	6,435
22	Monday	240	6,206
24	Wednesday	177	6,168
25	Thursday	213	5,862
26	Friday	211	5,840
6	Saturday	221	5,675
18	Thursday	215	5,521
20	Saturday	212	5,385
30	Tuesday	192	5,199
8	Monday	199	5,110
10	Wednesday	177	4,708
27	Saturday	163	4,378
7	Sunday	152	4,354
9	Tuesday	167	4,257
13	Saturday	142	4,144
14	Sunday	158	4,120
17	Wednesday	131	3,782
16	Tuesday	140	3,751
15	Monday	146	3,726
21	Sunday	88	2,524

التاريخ: 1

- إجمالي المبيعات: 7,431
- سبب الأداء: زايده في المبيعات بسبب نزول رواتب التقاعد.
- اليوم: الاثنين
- عدد الزبائن الذين زاروا المطعم: 42
- عدد الطلبات السريعة والسفري عبر الجوال: 38
- ملاحظة: هذا يُظهر تقارب عدد الطلبات بين الطلبات المحلية والطلبات السريعة في يوم نزول الرواتب.

من تاريخ 2 إلى تاريخ 5

- أداء المبيعات: ازدادت المبيعات تدريجياً خلال هذه الفترة.
- سبب الارتفاع: تأثير نزول الرواتب، حيث زاد عدد الزبائن والطلبات.
- اليوم الأكثر مبيعاً: تاريخ 5، بسبب تزامنه مع نهاية أسبوع نزول رواتب التقاعد، بالإضافة إلى أنه كان يوم جمعة، مما ساهم في زيادة عدد الزبائن والمبيعات.

من تاريخ 6 إلى تاريخ 7 (السبت والأحد)

- أداء المبيعات: كانت هذه الأيام الأقل مبيعاً مقارنة بالأسبوع السابق.
- سبب الانخفاض: تأثير المبيعات بسبب بدء المدارس.

من تاريخ 6 إلى تاريخ 7 (السبت والأحد)

- أداء المبيعات: كانت هذه الأيام الأقل مبيعاً مقارنة بالأسبوع السابق.
- سبب الانخفاض: تأثير المبيعات بسبب بدء المدارس، مما قلل عدد الزبائن خلال عطلة نهاية الأسبوع.

(تاريخ 11 - 12) (الخميس والجمعة)

- أداء المبيعات: كانت هذه الأيام من بين الأعلى مبيعاً.
- سبب الارتفاع: تزامنها مع أيام الخميس والجمعة، حيث يزداد تدفق الزبائن عادةً في نهاية الأسبوع.
- أداء المبيعات: كانت هذه الأيام الأقل مبيعاً.
- سبب الانخفاض: تزامنها مع عطلة نهاية الأسبوع وبداية دوام المدارس، مما قلل عدد الزبائن.

تاريخ 13 - 14 (السبت والأحد)

- أداء المبيعات: كانت هذه الأيام الأقل مبيعاً.
- سبب الانخفاض: تزامن مع عطلة نهاية الأسبوع وبداية دوام المدارس، مما قلل عدد الزبائن.

أول 15 يوم من الشهر

- أداء المبيعات: كانت المبيعات مرضية ومستقرة نسبياً.
- سبب الأداء الجيد: تزامن هذه الفترة مع نزول الرواتب، مما زاد من عدد الزبائن والطلبات المحلية والسريعة.

من تاريخ 15 إلى 17

- أداء المبيعات: بدأت المبيعات تقل تدريجياً، وكانت أقل أيام الشهر.
- تفاصيل المبيعات:
 - يوم 15: المبيعات تقريباً 3,726
 - يوم 16: المبيعات 3,751
 - يوم 17: المبيعات 3,782
- سبب الانخفاض: تزامن منتصف الأسبوع مع انخفاض حركة الزبائن، مما أثر على حجم المبيعات.

من تاريخ 18 إلى 20

- أداء المبيعات: ارتفعت المبيعات تدريجياً مرة أخرى.
- سبب الارتفاع: تزامن هذه الفترة مع عطلة نهاية الأسبوع، حيث كان الخميس 18، الجمعة 19، والسبت 20، مما ساعد على زيادة عدد الزبائن والمبيعات.

تاريخ 21

- أداء المبيعات: كان هذا اليوم الأقل مبيعاً في الشهر، بإجمالي مبيعات 2,524.
- سبب الانخفاض: تزامن هذا اليوم مع قرب اليوم الوطني وإجازات موظفي المدارس والطلاب، مما أثر على عدد الزبائن.
- ملاحظة: هذا اليوم كان جزءاً من فترة الركود المعتادة منتصف الشهر.

من تاريخ 23 إلى 26

- أداء المبيعات: بدأت المبيعات بالانخفاض تدريجياً بعد اليوم الوطني.
- تفاصيل الملاحظات:
 - يوم 26 (الجمعة) عادةً يوم عالي المبيعات، إلا أن هذا الأسبوع كان انخفاض المبيعات بسبب قرب نهاية الشهر وعدم تزامنها مع نزول الرواتب بشكل كامل حتى يوم 27.

تاريخ 27 (السبت)

- أداء المبيعات: بلغت المبيعات 4,378.
- سبب الانخفاض: كان يوم السبت وبعده بداية دوام المدارس، مما قلل عدد الزبائن والطلبات.
- ملاحظة: على الرغم من قرب نزول الرواتب، إلا أن تأثير عطلة نهاية الأسبوع والمدارس قلل من حجم المبيعات مقارنة بالرواتب المعتادة.

تاريخ 28 (الأحد)

- أداء المبيعات: حقق المبيعات ربحاً جيداً ومرضياً بإجمالي بيع 7,376، على الرغم من كونه يوم الأحد عادةً أقل نشاطاً.
- ملاحظة: هذا الأداء يعكس قوة الطلب بعد اليوم الوطني وقرب انتهاء الشهر.

تاريخ 29 - 30

- أداء المبيعات: بدأت المبيعات بالانخفاض تدريجياً.
- ملاحظة: هذا الانخفاض يعتبر أمراً إيجابياً لأنه يحدث في منتصف الأسبوع، وهو طبيعي بعد الذروة التي تلي نزول الرواتب.

تحليل الفترات الأخيرة من الشهر:

- الفترة في منتصف الأسبوع الأخير من الشهر بعد نزول الرواتب تُظهر أفضل أداء مقارنة بمنتصف الشهر، مما يعكس تأثير الرواتب على حركة المبيعات وزيادة الطلبات

هنا تحليل طلبات العملاء :

تحليل الطلبات السفري ((Pick Up

- أكثر الأيام طلباً:
 - يوم الاثنين: 157 طلب
 - اليوم التالي (الثلاثاء): 151 طلب
- التحليل:
 - يوضح هذا أن الطلبات السفري تزداد في منتصف الأسبوع على عكس عطلة نهاية الأسبوع، حيث يكون تركيز الزبائن على الطلبات المحلية والسريعة أو زيارة المطعم، مما يعكس سلوك العملاء وتوزيع الطلبات خلال أيام الأسبوع.

عدد الزيارات	عدد الأشخاص
40	2 أشخاص
25	3 أشخاص
8	4 أشخاص
11	5 أشخاص
2	6 أشخاص
1	9 أشخاص
1	10 أشخاص

- غالبية الزيارات تكون من شخصين أو ثلاثة، مما يشير إلى أن معظم الزبائن يزورون المطعم بمجموعات صغيرة.
- زيارات المجموعات الكبيرة (6 أشخاص فأكثر) نادرة، وهذا يمكن أخذه في الاعتبار عند التخطيط للعروض أو ترتيب الطاولات

تحليل الزبائن حسب وجود الأطفال

- الزبائن بدون أطفال: 56 عميل
- الزبائن مع أطفال: 37 عميل

التحليل:

على الرغم من أن غالبية الزبائن (56 عميل) يزورون المطعم بدون أطفال، إلا أن عدد العملاء الذين يأتون مع أطفالهم (37 عميل) يمثل شريحة كبيرة يجب الاهتمام بها. وأكثر ما يطلبه هؤلاء الزبائن من هذه الفئة هو كرسي الأطفال، مما يعزز تجربة العملاء ويساهم في زيادة المبيعات.

لخاتمة

بناءً على التحليل التفصيلي للمبيعات خلال الشهر، يتضح أن حركة المبيعات تتأثر بعدة عوامل رئيسية، منها: تزامن نزول الرواتب، عطلة نهاية الأسبوع، بداية دوام المدارس، والمناسبات الوطنية.

كما أظهرت البيانات أن المنتجات الأكثر طلباً والمجموعات الشائعة لدى الزبائن توفر فرصاً ممتازة لتصميم عروض ترويجية، فيما يجب التركيز على المنتجات الأقل مبيعاً وتطوير استراتيجيات ترويجية لها.

بالإضافة إلى ذلك، يوفر تحليل حجم المجموعات ووجود الأطفال لدى الزبائن رؤى مهمة لتعزيز تجربة العملاء وزيادة المبيعات، من خلال تجهيزات خاصة بالعائلات والعروض الملائمة.

وَشكراً