



PHÂN TÍCH DASHBOARD SUPERMARKET SALES

Phân tích tình hình kinh doanh của cửa hàng

ĐƯỢC TRÌNH BÀY BỞI
ĐOÀN THỊ NGỌC YẾN



Date

1/1/2019

3/30/2019



1000

Tổng lượng đơn hàng

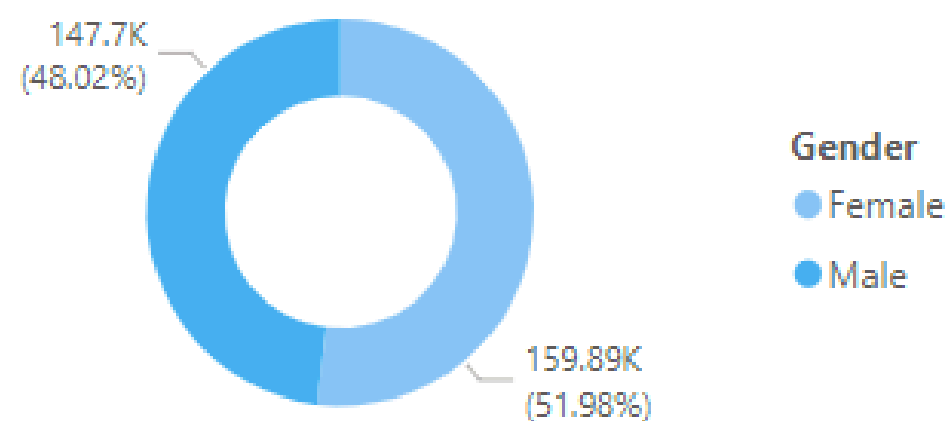
307.59K

Tổng doanh số

5510

Tổng số lượng

Tỷ trọng doanh số theo giới tính



Top 2 City có tổng doanh số lớn nhất.

Naypyitaw

105,303.53

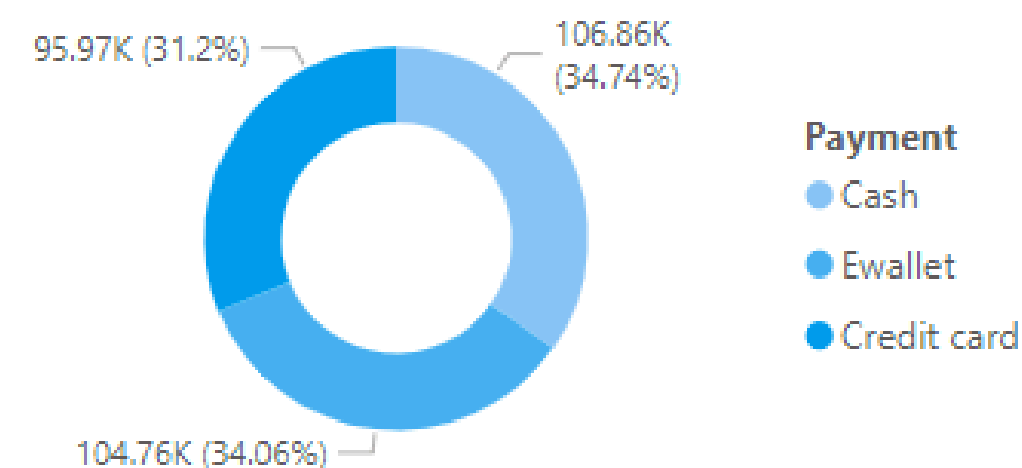
Doanh số

Yangon

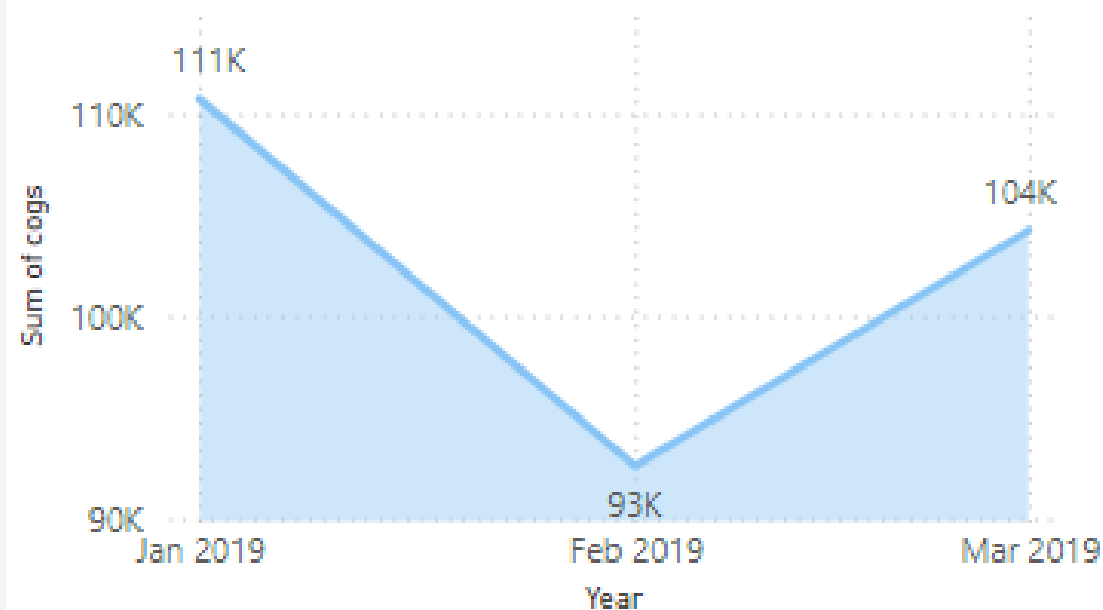
101,143.21

Doanh số

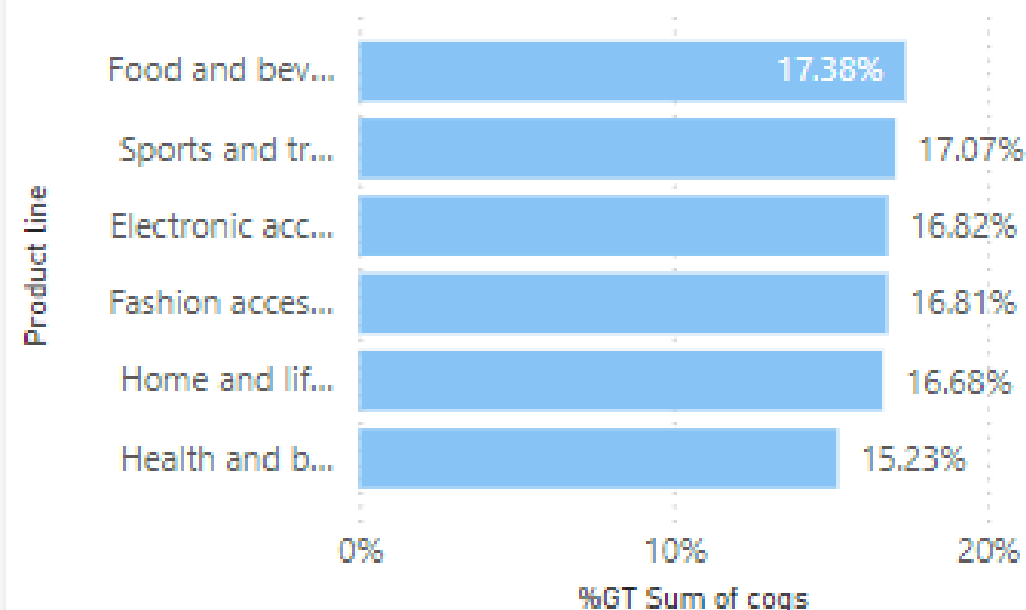
Tỷ trọng doanh số theo phương thức thanh toán



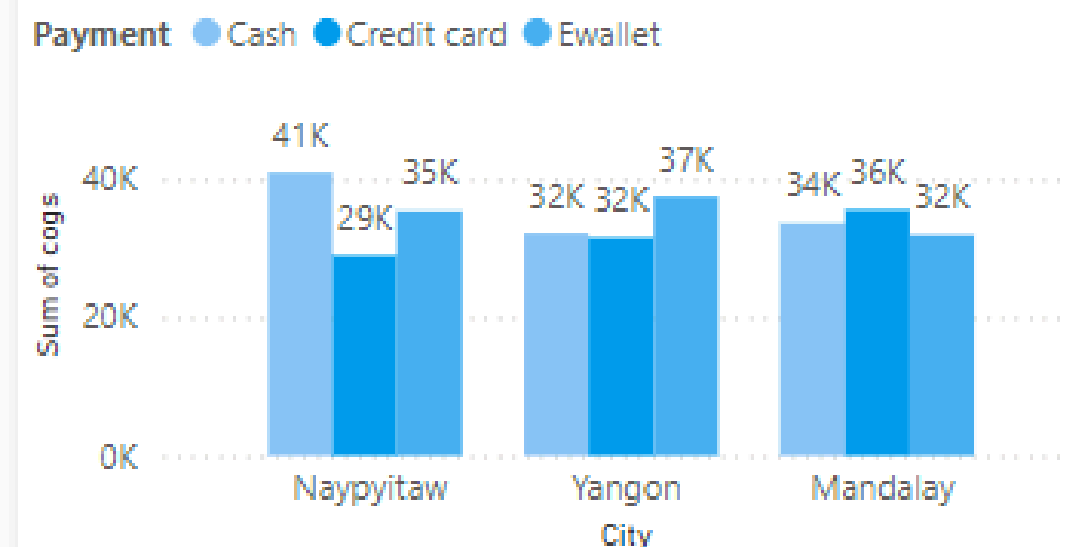
Doanh số của các sản phẩm theo thời gian



Tỷ trọng doanh số theo từng Product line



Doanh số theo các phương thức thanh toán ở các thành phố



PHÂN TÍCH

- Tổng doanh số của tất cả các chi nhánh là \$307.59K
- Naypyitaw đạt được doanh số cao nhất với tổng cộng \$105,303.53
- Hạng mục Food and Beverages dẫn đầu doanh số ở tất cả các chi nhánh với tổng doanh thu \$53,471.25 chiếm hơn 17.38% trong tổng số
- Thanh toán bằng tiền mặt là phương thức thanh toán ưa thích nhất trên tất cả các chi nhánh, chiếm \$106.86K tương đương 34.74% tổng doanh số.
- Phương Thức Thanh Toán Theo Chi Nhánh:
 - Naypyitaw: Thanh toán bằng tiền mặt- Cash là phương thức chủ đạo.
 - Yangon: Thanh toán bằng thẻ tín dụng- Credit card là phổ biến nhất.
 - Mandalay: Thanh toán bằng ví điện tử- Ewallet là phổ biến nhất.
- Tháng 1 có doanh số cao nhất với tổng doanh số khoảng \$110,754.16
- Tổng số lượng hàng hóa được bán ra ở tất cả các chi nhánh là 5,510

Branch	Sum of Quantity	Sum of cogs	%GT Sum of cogs
A	1859	101,143.21	32.88%
B	1820	101,140.64	32.88%
C	1831	105,303.53	34.24%
Total	5510	307,587.38	100.00%

Customer type	Sum of Quantity	Sum of cogs	Sum of Total
Member	2785	156,403.28	164,223.44
Normal	2725	151,184.10	158,743.30
Total	5510	307,587.38	322,966.75

- Hiệu suất của các chi nhánh:
 - Cả Chi nhánh A và Chi nhánh B đều có đóng góp gần như giống nhau cho doanh số
 - Mặc dù số lượng bán ra của Chi nhánh C tương đối gần so với hai chi nhánh còn lại, nhưng COGS của nó chiếm 34,24% tổng COGS, điều này cho thấy hạng sản phẩm bán ra có giá đắt hơn so với các chi nhánh khác.
- Hiệu suất theo loại khách hàng
 - Khách hàng thành viên mua số lượng nhiều hơn một chút (2785 đơn vị) so với khách hàng thường (2725 đơn vị).
 - Chi tiêu cao hơn từ khách hàng thành viên: Khách hàng thành viên chiếm tỷ lệ COGS cao hơn (156,403.28 so với 151,184.10) và tổng doanh thu (164,223.44 so với 158,743.30), điều này cho thấy khách hàng thành viên có thể đang mua các mặt hàng có giá trị cao hơn hoặc có xu hướng mua với số lượng lớn hơn.

Product line	total order	sumofsale
Electronic accessories	170	51,750.03
Fashion accessories	178	51,719.90
Food and beverages	174	53,471.28
Health and beauty	152	46,851.18
Home and lifestyle	160	51,297.06
Sports and travel	166	52,497.93
Total	1000	307,587.38

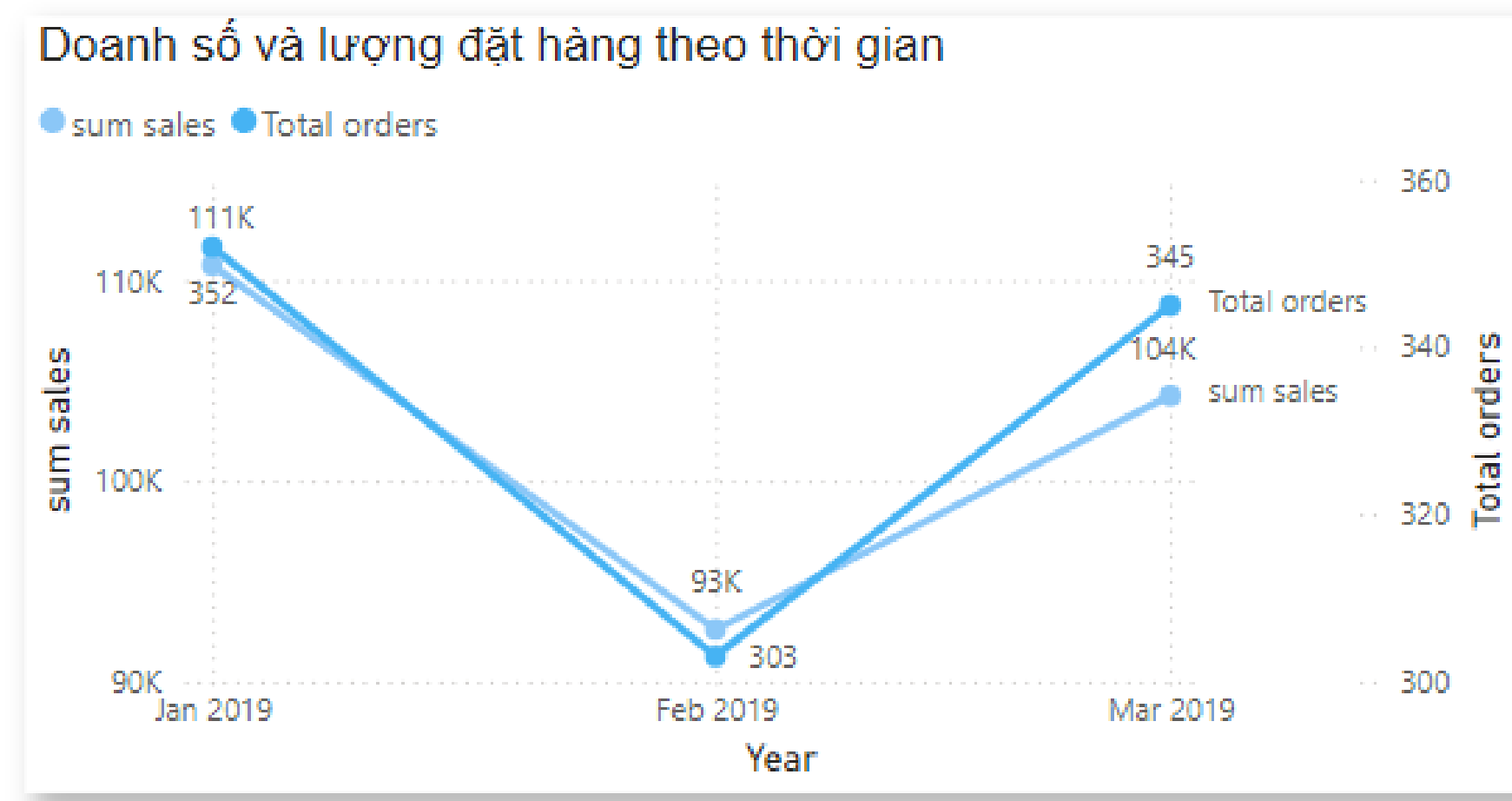
- Fashion Accessories có số lượng đơn hàng cao nhất với 178 đơn, tiếp theo là Electronic Accessories với 170 đơn và Food and Beverages với 174 đơn.
- Health and Beauty có số lượng đơn hàng thấp nhất với 152 đơn
- Food and Beverages dẫn đầu về doanh số với 53,471.28
- Mặc dù Fashion Accessories có số lượng đơn hàng cao nhất, doanh số chỉ đứng thứ ba với 51,719.90, thấp hơn cả Electronic Accessories và Sports and Travel.

	hour	total_order
1	10	37
2	11	36
3	13	40
4	15	33
5	19	35

- Khung giờ cao điểm: Các khung giờ 10, 11, 13, 15, và 19 có tổng số đơn hàng cao hơn số lượng đơn hàng trung bình theo giờ trong tháng.
- Khung giờ 13h có số đơn hàng cao nhất với 40 đơn hàng
- Điều này có thể cho thấy xu hướng mua sắm cao vào giữa buổi sáng và chiều tối.

	year ▼	month ▼	sum_sales ▼	total_orders ▼	TotalSalesBefore ▼	TotalOrdersBefore ▼
1	2019	1	110754.16	352	NULL	NULL
2	2019	2	92589.88	303	110754.16	352
3	2019	3	104243.34	345	203344.04	655

- Xu hướng giảm mạnh về cả số lượng đơn và doanh số vào tháng 2
- Đến tháng 3 thì lượng đơn đặt hàng có tăng lại gần bằng tháng 1 nhưng tổng doanh số lại thấp hơn rất nhiều so với tháng 1



ĐỀ XUẤT

Tập Trung Phát Triển Thị Trường Naypyitaw:

1

- Đề xuất tập trung vào Naypyitaw như một thị trường chính để tăng trưởng và mở rộng, đặc biệt trong dòng sản phẩm Thực Phẩm và Đồ Uống.
- Điều này có thể bao gồm việc tăng cường các chiến dịch marketing, giới thiệu các sản phẩm mới hoặc tối ưu hóa chuỗi cung ứng để đảm bảo sự thành công liên tục và có thể tăng thêm thị phần tại Naypyitaw.

Cân Nhắc Chiến Lược Cho Mandalay:

2

- Bên cạnh đó, việc khám phá các chiến lược để thu hẹp khoảng cách với Mandalay, nơi có tổng doanh số thấp nhất, cũng có thể mang lại lợi ích để đạt được hiệu suất khu vực cân bằng hơn.

Khuyến Khích Sử Dụng Thanh Toán Không Tiền Mặt:

3

- Cân nhắc cung cấp các gói ưu đãi bao gồm giảm giá hoặc khuyến mãi đặc biệt khi khách hàng sử dụng thanh toán bằng Ví điện tử hoặc Thẻ tín dụng để khuyến khích khách hàng sử dụng các phương thức thanh toán này, và hạn chế sử dụng tiền mặt nhằm đảm bảo an toàn cho khách hàng.

Cải thiện chương trình thành viên:

4

- Vì khách hàng thành viên đóng góp nhiều hơn cho doanh số, cân nhắc mở rộng chương trình thành viên, cung cấp thêm các ưu đãi hoặc giảm giá để thu hút thêm thành viên.

5

- Tăng cường nhân sự và dịch vụ trong khung giờ cao điểm để đảm bảo phục vụ tốt hơn lượng khách hàng lớn
- Chạy các chương trình khuyến mãi trong khung giờ thấp hơn: