



# تقرير الأداء ليوم 6 أغسطس 2025

## نظرة عامة على الطلبات

- إجمالي عدد الطلبات: 104 طلباً.
- إجمالي القطع المباعة: 235 قطعة.
- تم تصفيف الطلبات بحسب الحالة كما يلي:

الحالة	عدد الطلبات
معلقة	74
مؤكدة/قيد الشحن	24
ملغية	5
أخرى	1

## الموديلات الأكثر مبيعاً

تم تجميع الكميات المباعة لكل موديل (دون تمييز للألوان أو المقاسات). أبرز الموديلات من الأعلى إلى الأقل:

الموديل	عدد القطع
<b>MK02</b>	55
<b>BO4</b>	40
<b>MK04</b>	33
<b>PR25</b>	24
<b>KS5</b>	21
<b>HK02</b>	16
<b>KS1</b>	10
<b>HK01</b>	7
<b>PR24</b>	6
<b>K1</b>	4
<b>D21</b>	3
<b>D4</b>	3

الموديل	عدد القطع
2	<b>SK5</b>
2	<b>LK</b>
2	<b>SK23</b>

## إنفاق الحملات الإعلانية

بعد مراجعة ملفي الحملات المحليين (X+2g X+) واستبعاد صف واحد لا يحتوى على اسم حملة (بقيمة 7 جنيه), بلغ إجمالي المصروفات الإعلانية **490.02 8 جنيه** موزعة على القنوات بالشكل التالى:

القناة	إجمالي الإنفاق (جنيه)
WEB - حملات إيزى أوردر	5 212.54
MSG - حملات ماسنجر	2 201.63
W293/W298 - حملات واتساب خارجى	1 075.85
غير معروض	0

## توزيع الإنفاق على الموديلات

تم استخراج أ��واود الموديلات من أسماء الحملات (مثل MK02 و BO4 و PR25...)، ثم توزيع تكلفة كل حملة بالتساوي على الموديلات الموجودة في اسم الحملة. الحملة التي لا تحتوى على أي موديل لم تُحتسب. الجدول التالي يوضح حجم الإنفاق وعدد الطلبات وتكلفة الطلب والقطعة لكل موديل:

الموديل	الإنفاق الإعلاني (جنيه)	تكلفة القطعة (جنيه)	عدد الطلبات	عدد القطع	تكلفة الطلب (جنيه)
<b>MK04</b>	1 464.32	104.59	14	33	44.37
<b>BO4</b>	1 456.43	76.65	19	40	36.41
<b>MK02</b>	1 444.08	55.54	26	55	26.26
<b>KS5</b>	964.99	96.50	10	21	45.95
<b>PR25</b>	510.60	63.83	8	24	21.28
<b>BO6</b>	435.25	—	0	0	—
<b>DG1</b>	418.28	418.28	1	1	418.28
<b>HK02</b>	407.17	58.17	7	16	25.45
<b>MK05</b>	392.74	392.74	1	1	392.74
<b>KS1</b>	382.03	76.41	5	10	38.20
<b>D21</b>	349.30	174.65	2	3	116.43

الموديل	الإنفاق الإعلاني (جنيه)	تكلفة القطعة (جنيه)	عدد الطلبات	عدد القطع	تكلفة الطلب (جنيه)
SK23	264.83	132.42	2	2	132.42

**ملحوظة:** الموديل **BO6** له حملة بقيمة 435.25 جنيه ولكن لم يتم تسجيل أي طلب أو قطعة لهذا الموديل يوم 6/8، لذا لا يمكن حساب تكلفة الطلب أو القطعة له.

## متوسطات التكلفة

- متوسط تكلفة الطلب** = إجمالي الإنفاق الإعلاني ÷ إجمالي الطلبات =  $104 \div 8 = 13$  جنيه للطلب.
- متوسط تكلفة القطعة** = إجمالي الإنفاق الإعلاني ÷ إجمالي القطع =  $235 \div 8 = 29$  جنيه للقطعة.

## تكاليف الشحن والتسلیم المفترضة

مع افتراض أن 70% من المنتجات تدرج للشحن و60% من الشحنات تصل إلى العميل بنجاح (أي 42% من إجمالي الطلبات)، فإن المتوسطات تكون:

المرحلة	تكلفة القطعة (جنيه)	تكلفة الطلب (جنيه)	تكلفة الطلب (جنيه)
عند الخروج للشحن (70%)	$51.61 \approx 0.7 \div 36.13$	$116.62 \approx 0.7 \div 81.63$	
عند التسليم (60% من الشحن)	$86.02 \approx (0.6 \times 0.7) \div 36.13$	$194.37 \approx (0.6 \times 0.7) \div 81.63$	

هذه الأرقام تظهر كيف ترتفع تكلفة الطلب والقطعة كلما انخفضت نسب التسليم، ما يدل على ضرورة تحسين كفاءة عمليات الشحن والتسلیم لخفض تكلفة الوحدة المعادلة.

## تقدير صافي التحصيل

استناداً إلى متوسط سعر الطلب بدون الشحن ( $\approx 883.18$  جنيه)، ومع افتراض أن العميل يدفع 50 جنيه للشحن وأن تكلفة الشحن على الشركة 30 جنيه (أي صافي 20 جنيه للشركة لكل طلب مُسلم)، يمكن تقدير صافي التحصيل كما يلى:

1. **تكلفة الإعلان للطلب المُسلم:** 194.37 جنيه (من الجدول أعلاه).
2. **صافي العائد للطلب المُسلم:** متوسط سعر الطلب (883.18) + صافي الشحن (20) - تكلفة الإعلان للطلب المُسلم  $\approx 708.81$  جنيه لكل طلب مُسلم.
3. **عدد الطلبات المُسلمة المتوقعة:**  $104 \times 0.6 \times 0.7 \approx 43.68$  طلب.
4. **صافي التحصيل المتوقع لليوم:**  $43.68 \times 708.81 \approx 30961$  جنيه.

## توصيات

1. **التركيز على الموديلات ذات العائد المرتفع:** الموديلات مثل **MK02** و**BO4g** و**PR25** تحقق مبيعات كبيرة وتكلفة طلب منخفضة نسبياً؛ ينصح بمواصلة الحملات عليها وربما زيادة الميزانية.
2. **إعادة تقييم الحملات مرتفعة التكلفة:** الموديلات ذات تكلفة طلب مرتفعة مثل **MK04** و**KS5g** يجب مراجعة نوع الحملات أو تحسين الاستهداف لتقليل التكلفة الإعلانية لكل وحدة.

- .3 تحسين نسب الشحن والتسلیم: ارتفاع تكلفة الطلب عند التسليم يدل على أن نسبة كبيرة من الشحنات لا تصل. زيادة كفاءة الشحن والتأكد مع العميل يمكن أن يقلل هذه الخسارة.
- .4 استخدام قنوات الإعلان بكفاءة: الإنفاق على قنوات WEB وMSGg يمثل معظم الميزانية؛ تحليل أداء كل قناة مقابل نتائجها (المبيعات) قد يساعد على تحسين توزيع الميزانية مستقبلاً.
- يقدم هذا التقرير صورة شاملة لأداء يوم 6 أغسطس 2025، مع التركيز على المبيعات والإعلانى وتكاليف الطلب والقطعة والمقارنة بين القنوات المختلفة. يمكن استخدام هذه المعلومات لدعم اتخاذ القرارات الخاصة بالتسويق والمخزون والخدمات اللوجستية.
-