

דו"ח מכירות ורווחיות – ספטמבר 2025



2.10.25

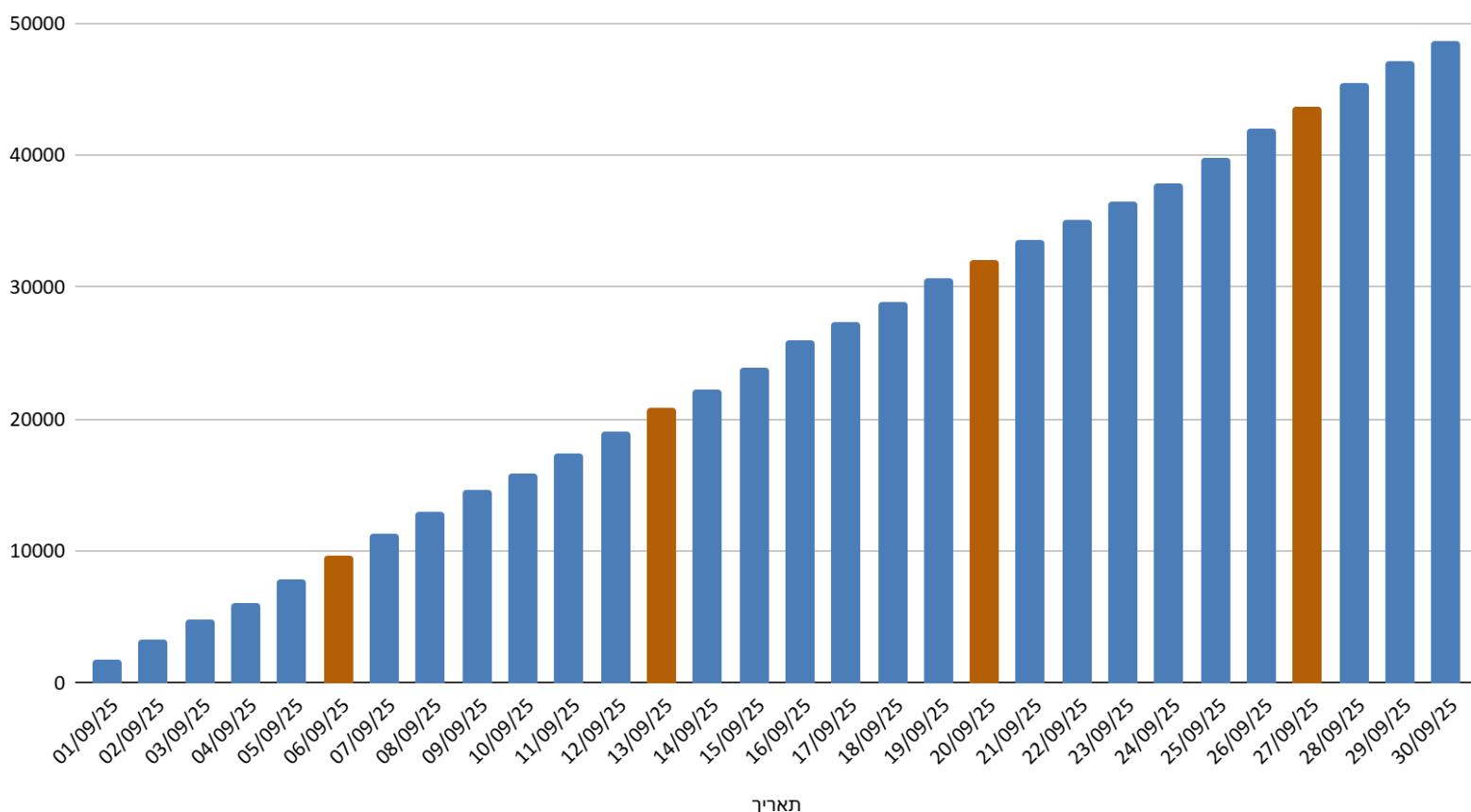
“ניתוח מבוסס דאטה – החלטות עסקיות חכמות”

דו"ח זה נבנה על בסיס נתוני המכירות של העסק במהלך חודש ספטמבר. המטרה היא להציג בצורה ברורה ופשוטה את הביצועים העסקיים, לזהות חוזקות שצריך לשמר ולהעצים, לצד חולשות שמומלץ לשפר.

הדו"ח משלב גרפים, ניתוחים ותובנות פרקטיות שיכולות לעזור לך כבעל עסק לקבל החלטות מבוססות נתונים ולא רק תחושת בטן.

מה מקבלים מהדו"ח:

- מבט כללי על המחזור החודשי – האם העסק יציב וצומח. 📊
- זיהוי שעות וימים חזקים לעומת חלשים. 🕒
- ניתוח מוצרים מובילים ורווחיים. ☕
- פילוח לפי אמצעי תשלום. 💳
- המלצות פרקטיות להגדלת רווחיות ושיפור פעילות. 💡

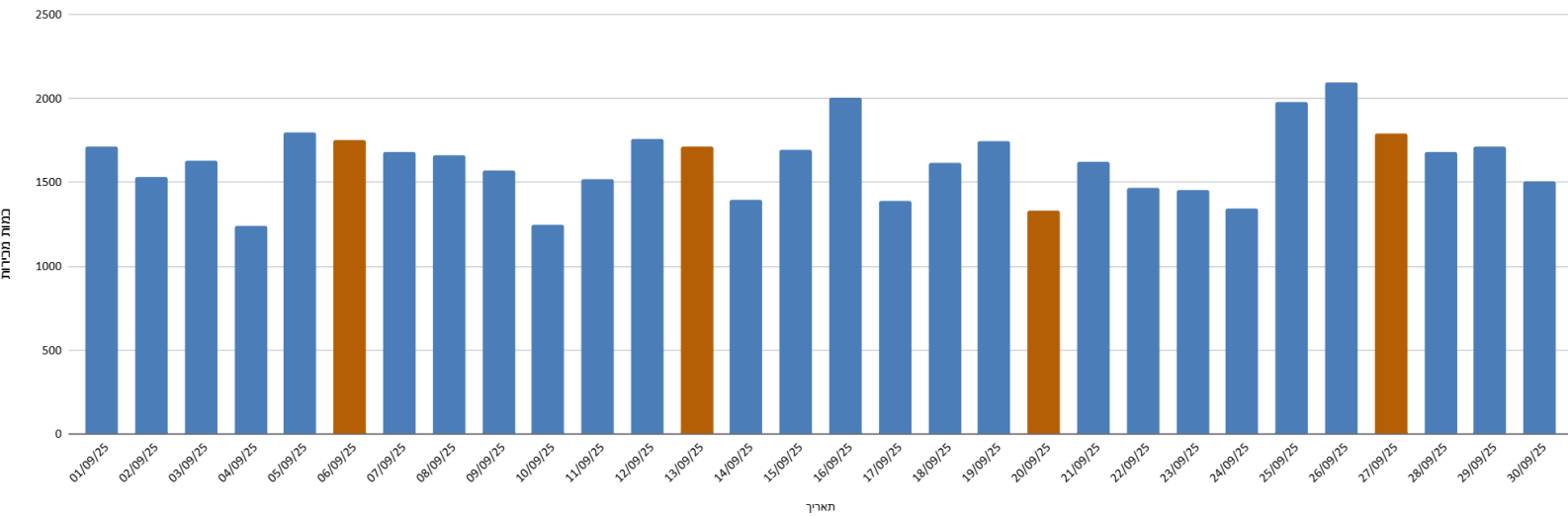


מה רואים:

הכנסות העסק מצטברות בצורה רציפה לאורך כל החודש. אין ימים שבהם אין כלל מכירות, וכל יום מתווספים עוד ועוד סכומים. ניתן לראות גם נקודות שבהן השיפוע חד יותר – כלומר היו ימים חזקים במיוחד שהכניסו הרבה בבת אחת (כמו תחילת וסוף חודש).

חוזקות: ✓

- יציבות – כל יום יש מכירות, אין "ימים מתים".
- לקוחות חוזרים באופן עקבי.
- הגרף מצביע על עסק בריא – לא עצירה ולא ירידה.



מה רואים:

יש ימים שבהם העסק מרוויח הרבה (קפיצות גבוהות), ויש ימים חלשים. אין רצף אחיד של מכירות.

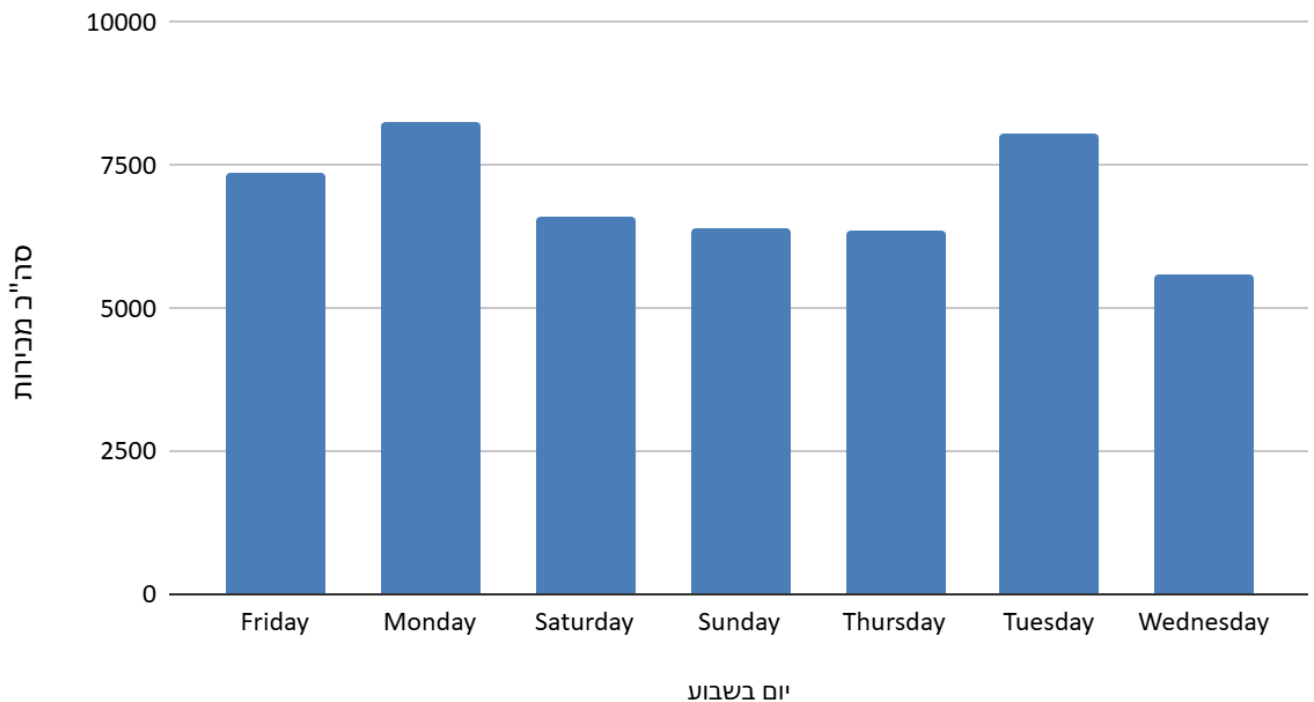
חולשות: ⚠️

- פוטנציאל הכנסות נאבד בימים חלשים.

מה לעשות: 💡

- למלא את הימים החלשים – למשל על ידי מבצעי "אמצע השבוע".
- לפרסם ברשתות ביום לפני יום חלש כדי להביא יותר לקוחות.

סה"כ מכירות לפי יום בשבוע



מה רואים:

ימי שני ושלישי בולטים כחזקים ביותר, בעוד יום רביעי חלש במיוחד. ימי סוף שבוע (שישי-שבת) טובים אך לא בשיא.

חוזקות:

- יש ימים קבועים עם פיק גבוה – קל לבנות עליהם אסטרטגיה.
- יום שני חזק – כנראה אחרי סוף השבוע לקוחות חוזרים.

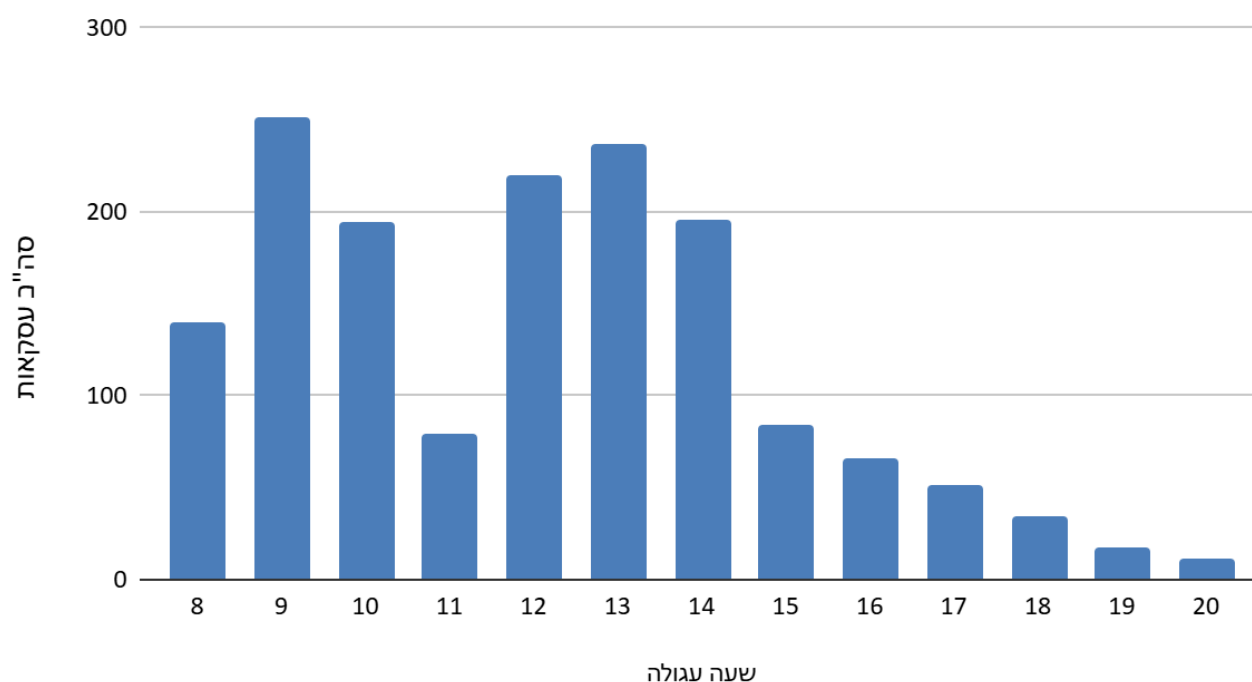
חולשות:

- יום רביעי חלש – לקוחות לא מגיעים.
- שבת לא מובילה במכירות – החמצה, כי הרבה אנשים חופשיים.

מה לעשות:

- להפוך את רביעי ל"יום מיוחד": 1+1, קינוח מתנה, Happy Hour.

שעות עומס



מה רואים:

עומס שיא בבוקר (9–13), ירידה חדה משעות הצהריים עד הערב. אחרי 15:00 הפעילות דלה מאוד.

חוזקות: ✓

- קהל בוקר יציב מאוד – עסק חיוני ללקוחות בתחילת היום.

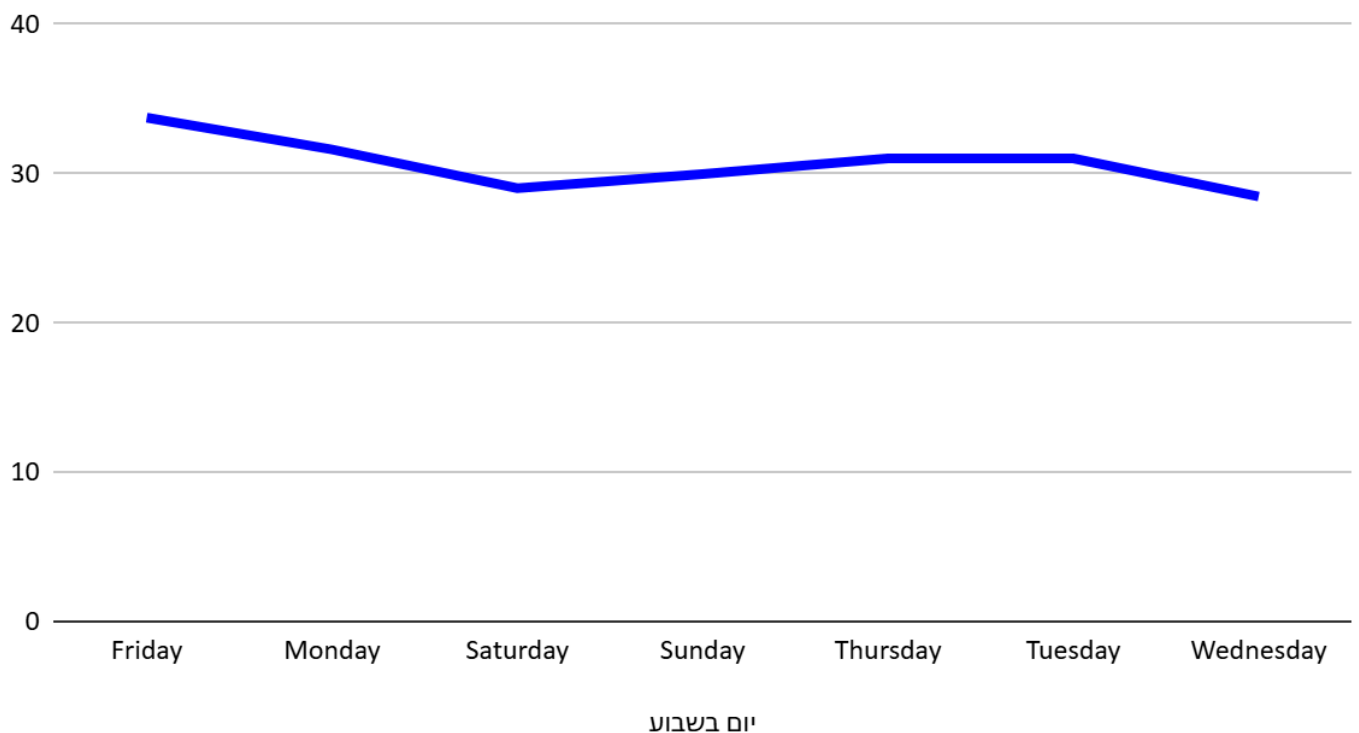
חולשות: ⚠

- שעות אחה"צ–ערב כמעט ריקות.
- חוסר ניצול של קהל ערב (סטודנטים, זוגות, משפחות).

מה לעשות: 💡

- מבצעי "קפה + עוגה" משעה 17:00.
- ערב קוקטיילים או Happy Hour למשך קהל.

צ'יק מוצע ללקוח



מה רואים:

הצ'ק הממוצע יציב סביב 30%, בלי קפיצות משמעותיות.

חוזקות: ✓

- יציבות בהוצאה ממוצעת – לקוח יודע למה לצפות.
- אין ירידות שמצביעות על לקוחות "קטנים".

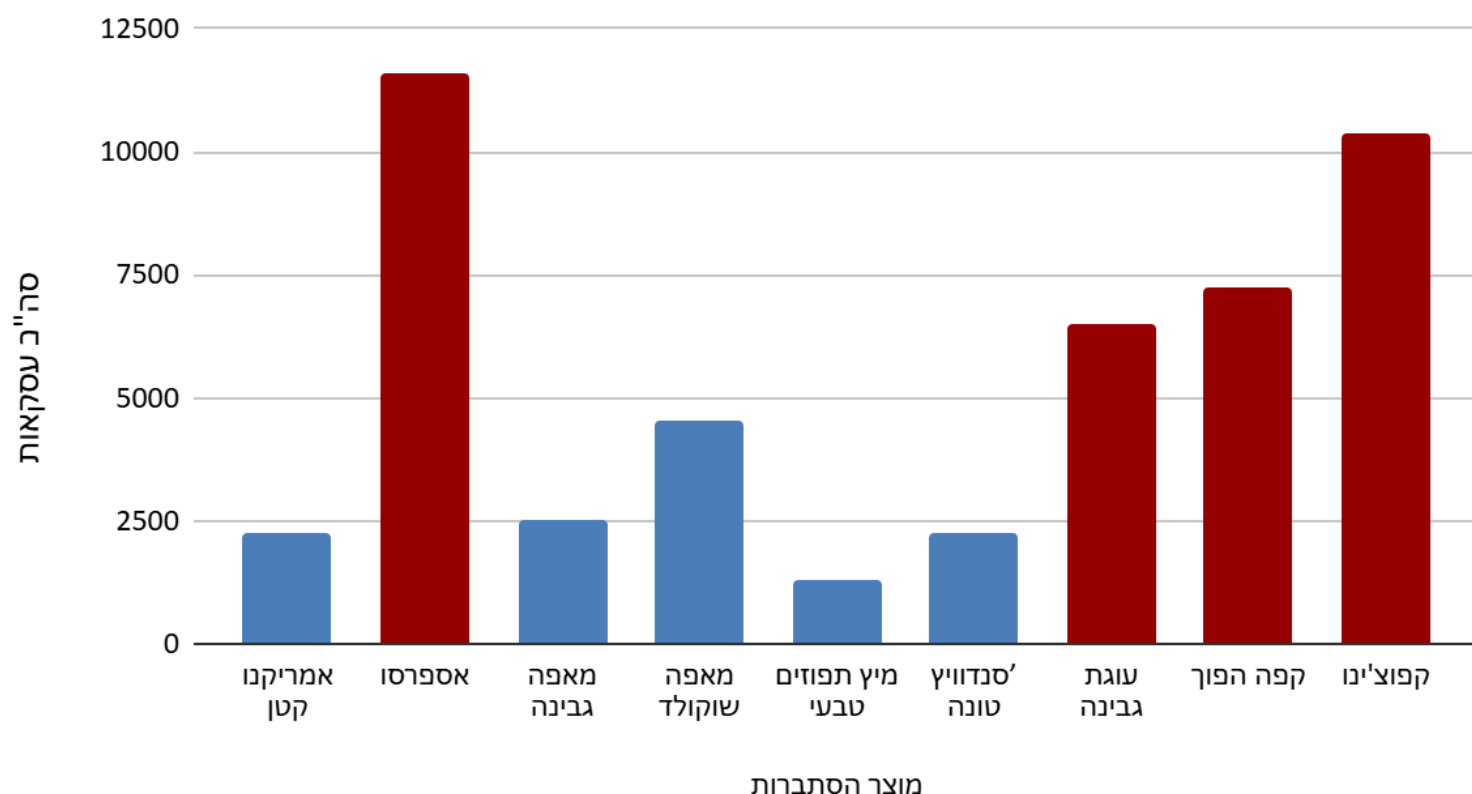
חולשות: ⚠

- אין עלייה – לא מצליחים לשכנע לקוחות להוסיף פריטים.
- פוטנציאל לא ממומש ל-Upsell (למשל קפה + מאפה).

מה לעשות: 💡

- להציע "סט קומבו": קפה + עוגה במחיר משתלם.
- להמליץ אקטיבית – בריסטה יכול לשאול "רוצה להוסיף מאפה ליד הקפה?"

מוצר הכי רווחי



מה רואים:

קפה כצפוי מוצר הכי רווחי וחזק בתפריט כאשר רוב הלקוחות מגיעים בשביל הקפה, מומלץ להציע יחד הם הקפה מאפה או סנדוויץ'.

חוזקות: ✓

- הרבה לקוחות מגיעים בשביל הקפה.

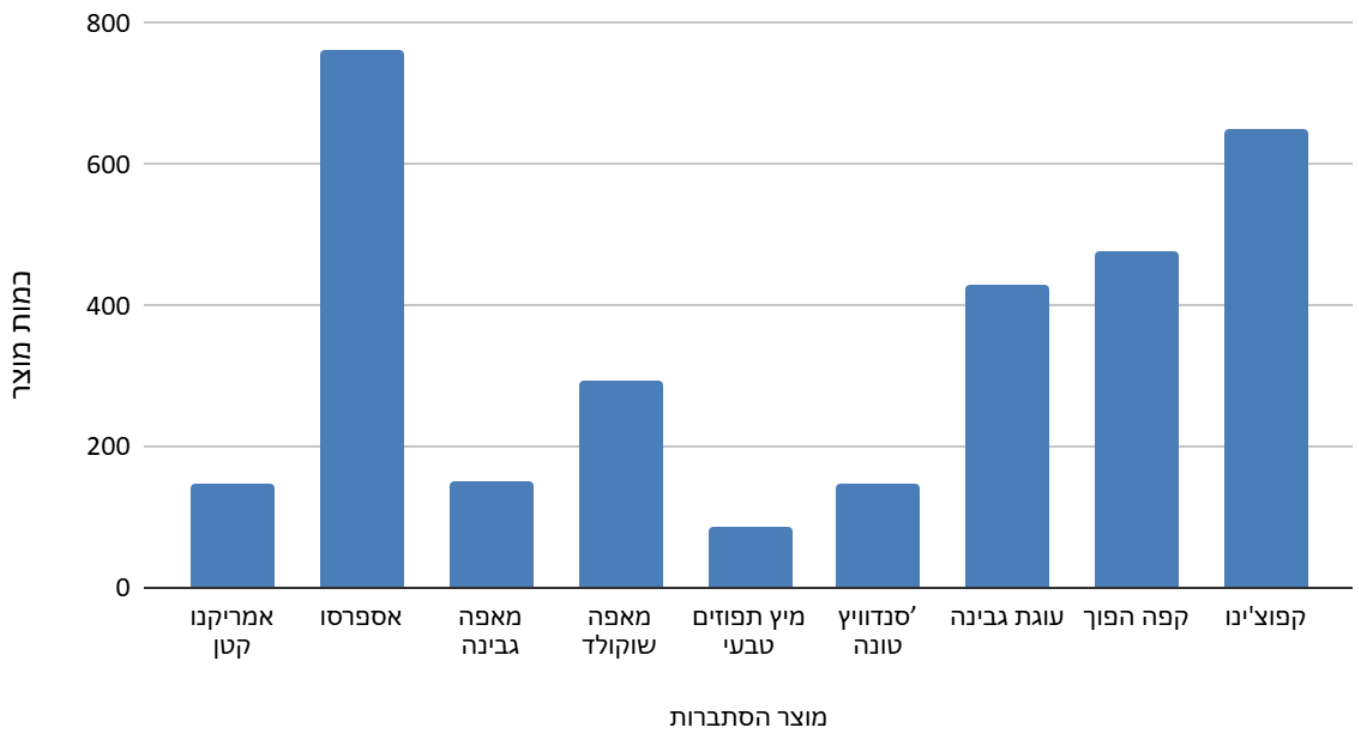
חולשות: ⚠

- הלקוחות לא קונים מספיק מוצרים חוץ מקפה.

מה לעשות: 💡

- לשים את המוצרים אחרים במרכז התפריט.
- להציע אותם כחלק מסט (קומבו).

כמות מוצר



מה רואים:

אספרסו מוביל בבירור בכמות, אחריו קפוצ'ינו והפוך. מאפים ומיצים הרבה פחות.

חוזקות:

- קפה = עמוד שדרה של העסק.

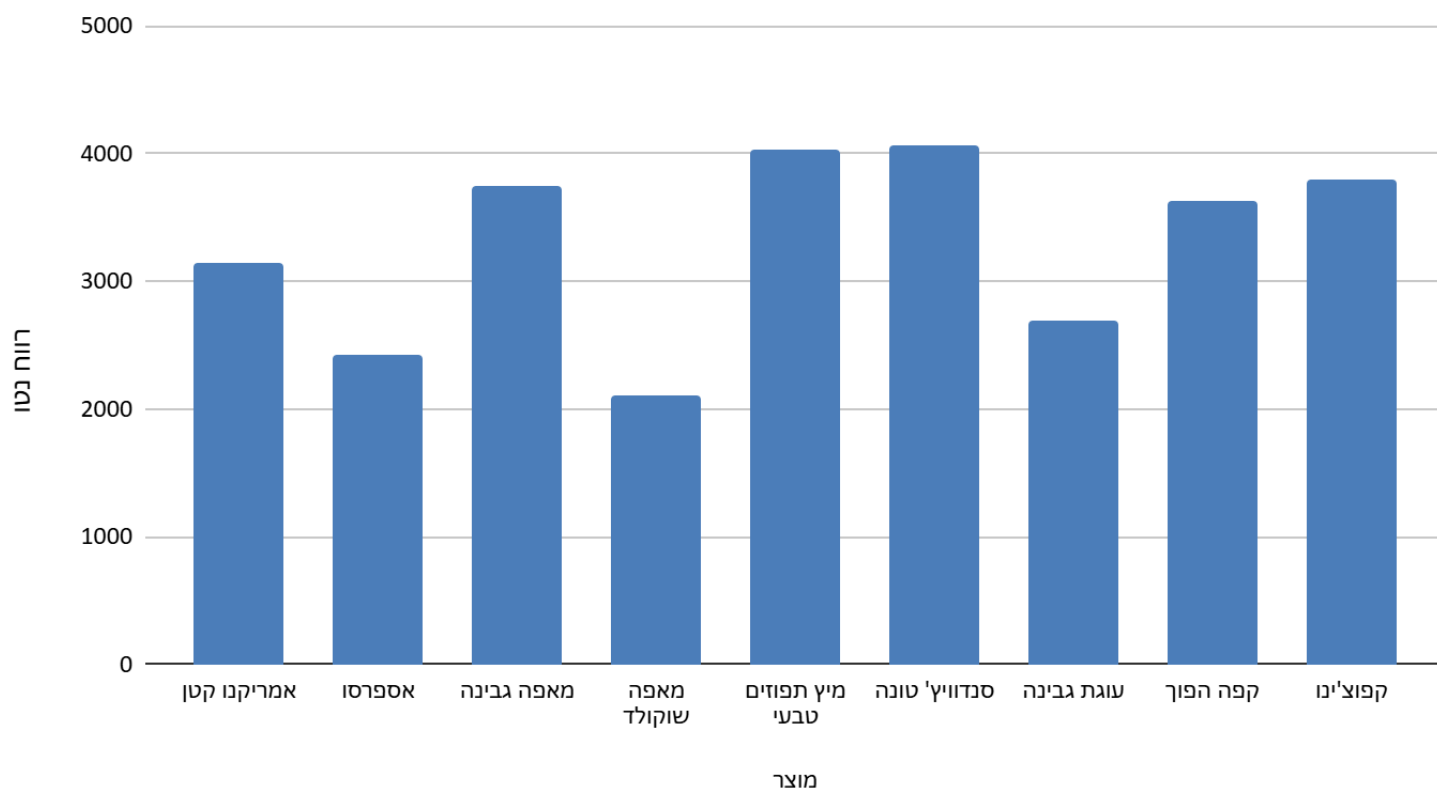
חולשות:

- תלות בקפה בלבד – סיכון אם תהיה ירידה בצריכה או עלייה במחירים.
- מוצרים אחרים לא מנוצלים – אולי כי לא משווקים אותם.

מה לעשות:

- להוסיף פרסום: "מאפה שוקולד חם ליד הקפה".

רווח נטו לפי מוצר



מה רואים:

יש מוצרים שנמכרים הרבה אבל לא מכניסים כמעט רווח (קפה), ויש מוצרים שנמכרים מעט אבל מכניסים המון (מיץ טבעי).

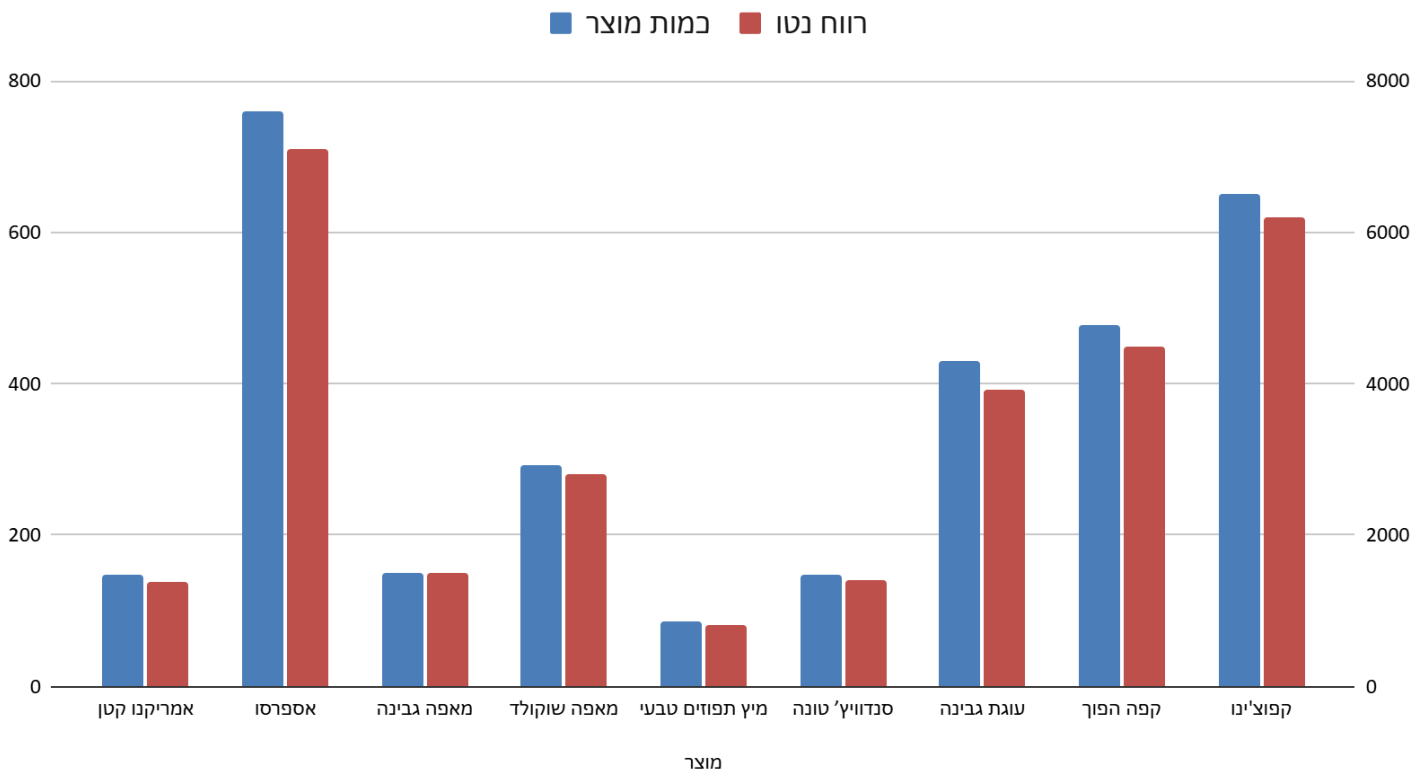
חולשות: ⚠️

- הפוקוס על מוצרים "חלשים" מוריד רווחיות כוללת.

מה לעשות: 💡

- להעלות מחירי קפה ב-1–2 ש"ח (לקוחות לא ירגישו).
- לדחוף מוצרים רווחיים יותר בפרסום.

השוואה בין כמות מוצר לרווח נטו



מה רואים:

רווחיות לא אחידה – יש מוצרים שנותנים המון, אחרים כמעט לא תורמים.

חוזקות: ✓

- חלק מהמוצרים (סנדוויצ'ים, מיצים) נותנים ערך גבוה.

- יש הזדמנות לנצל את זה יותר.

חולשות: ⚠

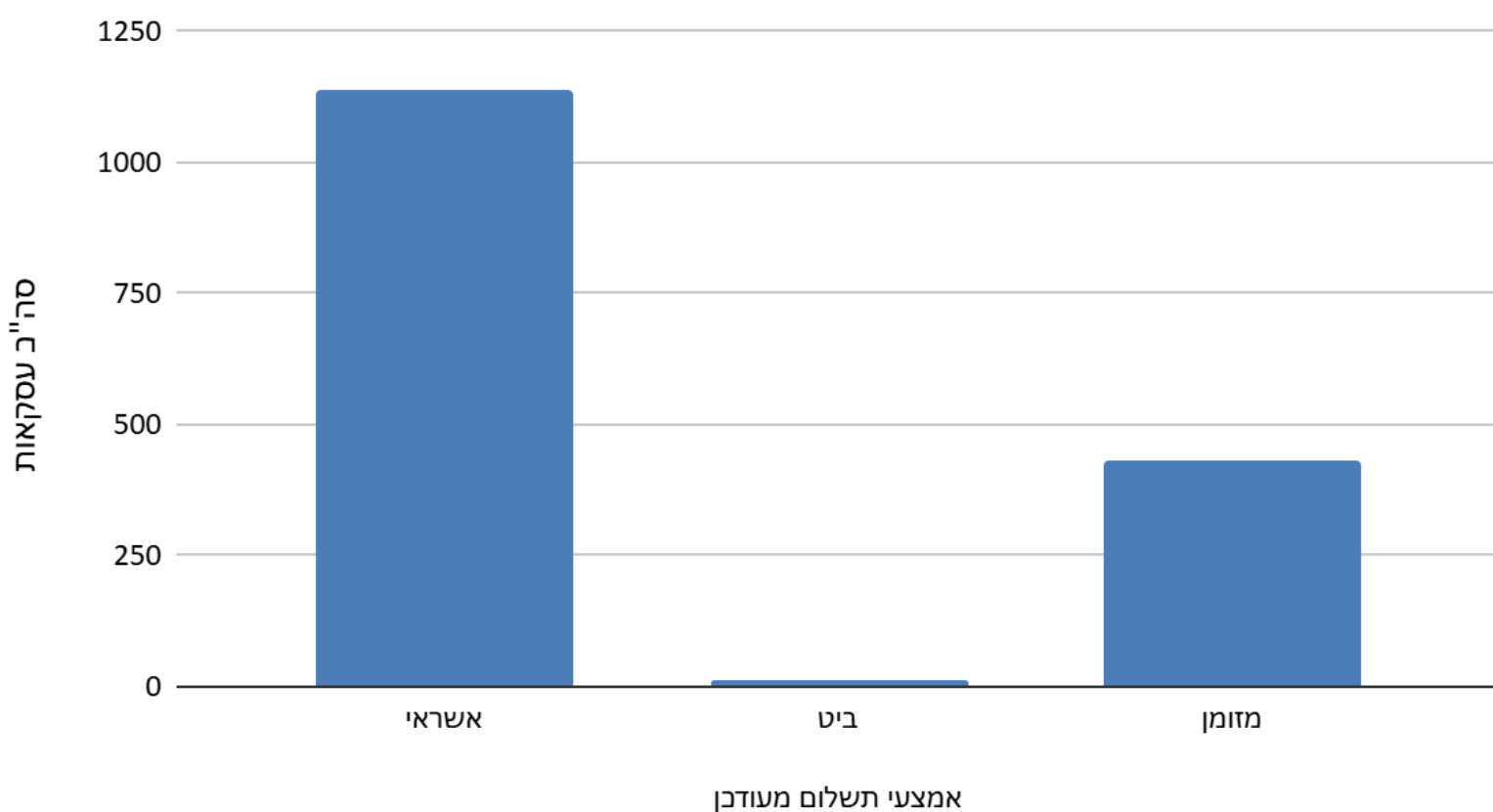
- לא מספיק השקעה בקידום המוצרים הכי משתלמים.

- מוצרים "חזקים בכמות" אבל חלשים ברווח – לא מנוהלים נכון.

מה לעשות: 💡

- להציג את המוצרים הרווחיים על לוח הקפה / פרסום מיוחד.
- לקדם אותם כ-"מוצר מומלץ".

פילוג אמצעי תשלום



העסק מציג בסיס יציב וחזק – לקוחות קבועים, הכנסות עקביות, מוצר מוביל (קפה) וצ'ק ממוצע יציב.

יחד עם זאת, קיימות נקודות שדרוג ברורות:

- ניצול נכון של ימי רביעי ושעות הערב יכול להוסיף כ-10%–15% למחזור החודשי.
- קידום מוצרים רווחיים (מיצים, סנדוויצ'ים) יכול להגדיל את הרווח הנקי גם בלי להגדיל כמות לקוחות.
- תמחור מחדש של מוצרים מסוימים (אספרסו) יגדיל את הרווחיות בלי לפגוע בביקוש.

חישוב ROI

- כרגע יום רביעי חלש – 5,500 מכירות מול 7,000 ביתר הימים. אם נצליח להעלות את רביעי לימים הרגילים של העסק, מדובר ב-**1,500 ₪ נוספים במחזור החודשי, 18,000 ₪ בשנה**. כדאי מאוד לעשות מבצעים בימי רביעי או לעשות פרסום חזק.

- רוב העסקאות מתרכזות בבוקר עד צהריים (09:00–13:00). אחרי 15:00 יש ירידה חדה, ובערב (17:00–20:00) כמעט אין פעילות. המשמעות: העסק פתוח, משלם על עובדים, חשמל, שכירות – אבל הקופה ריקה. חוסר ניצול של 40%–50% משעות הפתיחה. כדאי מאוד לעשות **מבצעי ערב** – “קפה + עוגה ב-20 ₪” מ-17:00 עד הסגירה, או **אירועים מיוחדים** – ערב סטודנטים, טעימות.

צמצום שעות פעילות – אם כלום לא עובד, עדיף לסגור שעה–שעתיים מוקדם ולחסוך בעלויות עובדים וחשמל.

גם אם נצליח להביא רק עוד 20 לקוחות ביום בשעות הערב, זה אומר **600 לקוחות בחודש**.

עם צ'ק ממוצע של 30 ₪ – זה **18,000 ₪ נוספים בחודש** במקום הפסד.

בשורה התחתונה: העסק בריא, אבל יש מקום לגדול. יישום ההמלצות יכול לייצר צמיחה מהירה, להגדיל רווחיות ב +20,000 ₪ שקלים בחודש.

ROI=5600%