

דו"ח מכירות ורווחיות – ספטמבר 2025



2.10.25

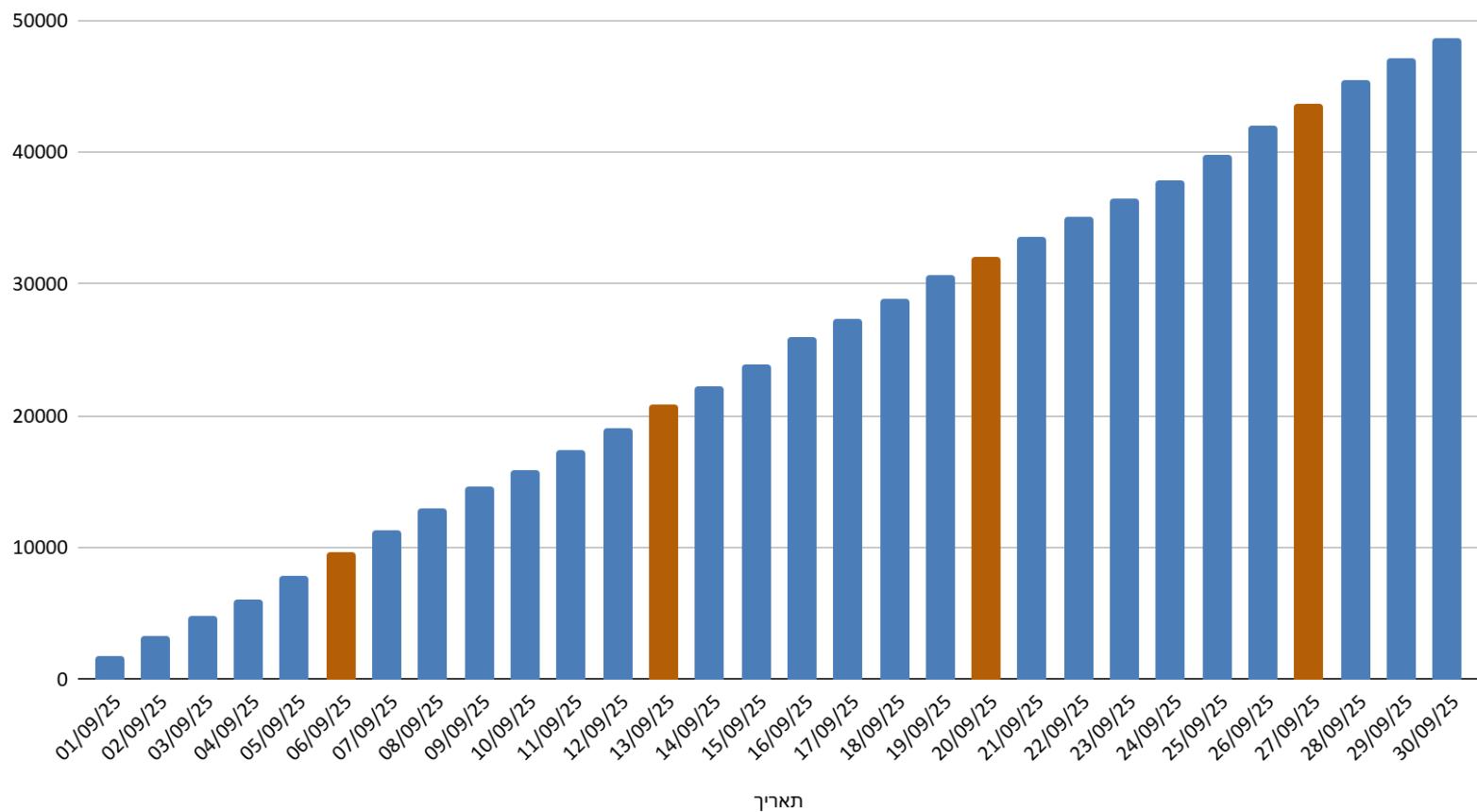
”ניתוח מבוסס דата – החלטות עסקיות חכומות“

דו"ח זה נבנה על בסיס נתונים המכירות של העסק במהלך חודש ספטמבר. המטרה היא להציג בצורה ברורה ופשרה את **הביטחונות העסקיים**, לזהות **חווקות שצרי לשמר ולהעצים**, לצד **חולשות שמומלץ לשפר**.

הדו"ח משלב גרפים, ניתוחים ותובנות פרקטיות שיכולים לעזור לך כבעל עסוק לקבל החלטות מבוססות נתונים ולא רק תחשות בطن.

מה מקבלים מהדו"ח:

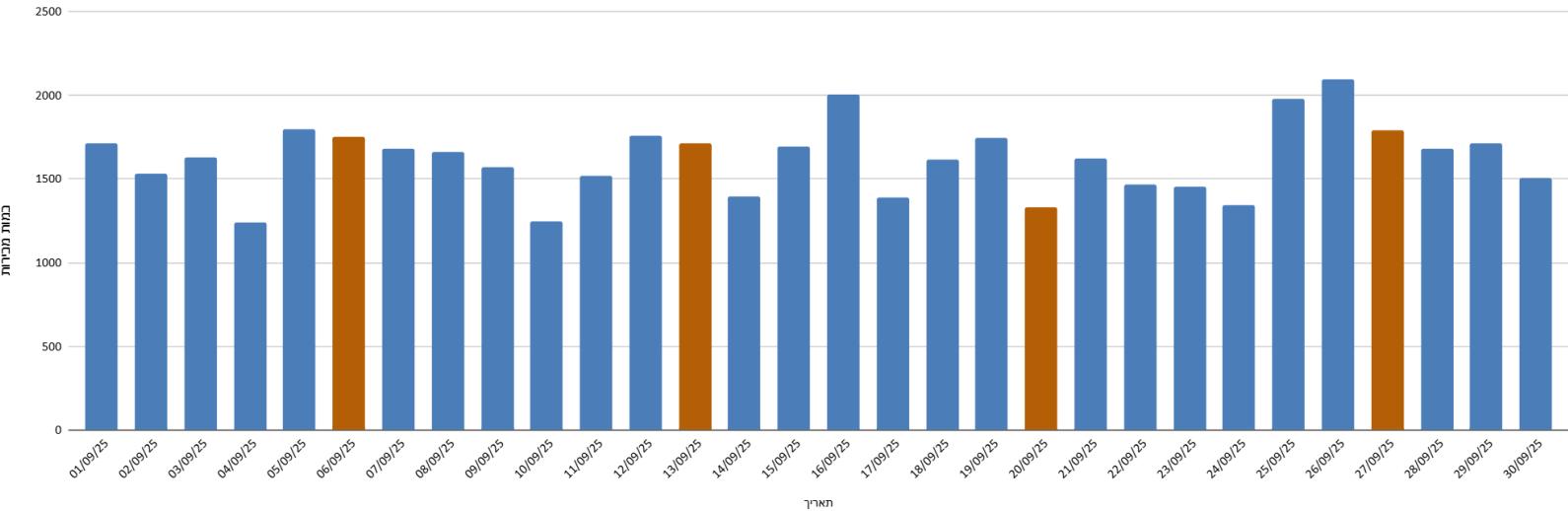
- מבט כללי על המחזור החודשי – האם העסק יציב וצומח.
- זיהוי שעות ימים חזקים לעומת חלשים.
- ניתוח מוצרים מוביילים ורווחיים.
- פילוח לפי אמצעי תשלים.
- המלצות פרקטיות להגדלת רווחיות ושיפור פעילות.

**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 השיפור חד יותר – למשל היו ימים חזקים במיוחד שהכנסו הרבה בבית אחת (כמו תחילת וסוף חודש).

✓ חוזקות:

- יציבות – כל יום יש מכירות, אין "ימים מותים".
- ליקויות חוזרים באופן עקבי.
- הגרף מצביע על עסק בריא – לא עצירה ולא ירידת.

**מה רואים:**

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

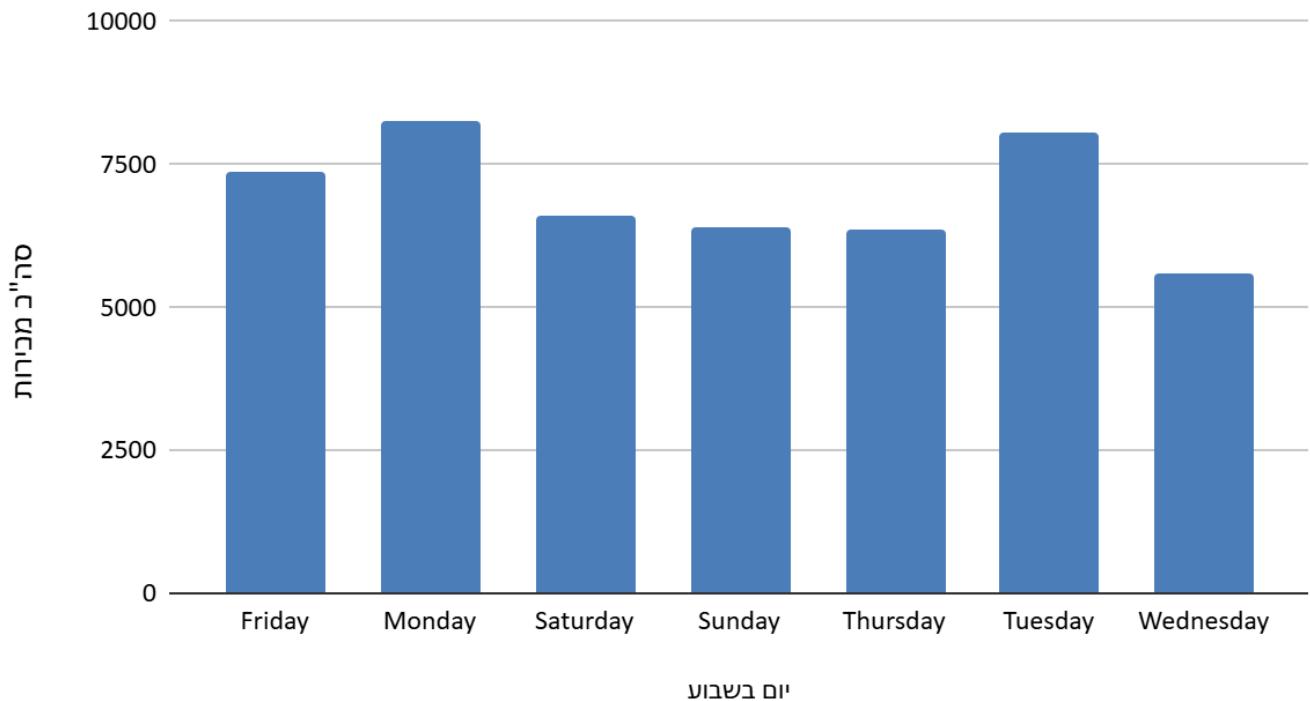
⚠️ חולשות:

- פוטנציאלי הכנסות נאבד ביום חלש.

💡 מה לעשoten:

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

סה"כ מכירות לפי יום בשבוע



מה רואים:

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

✓ חוזקות:

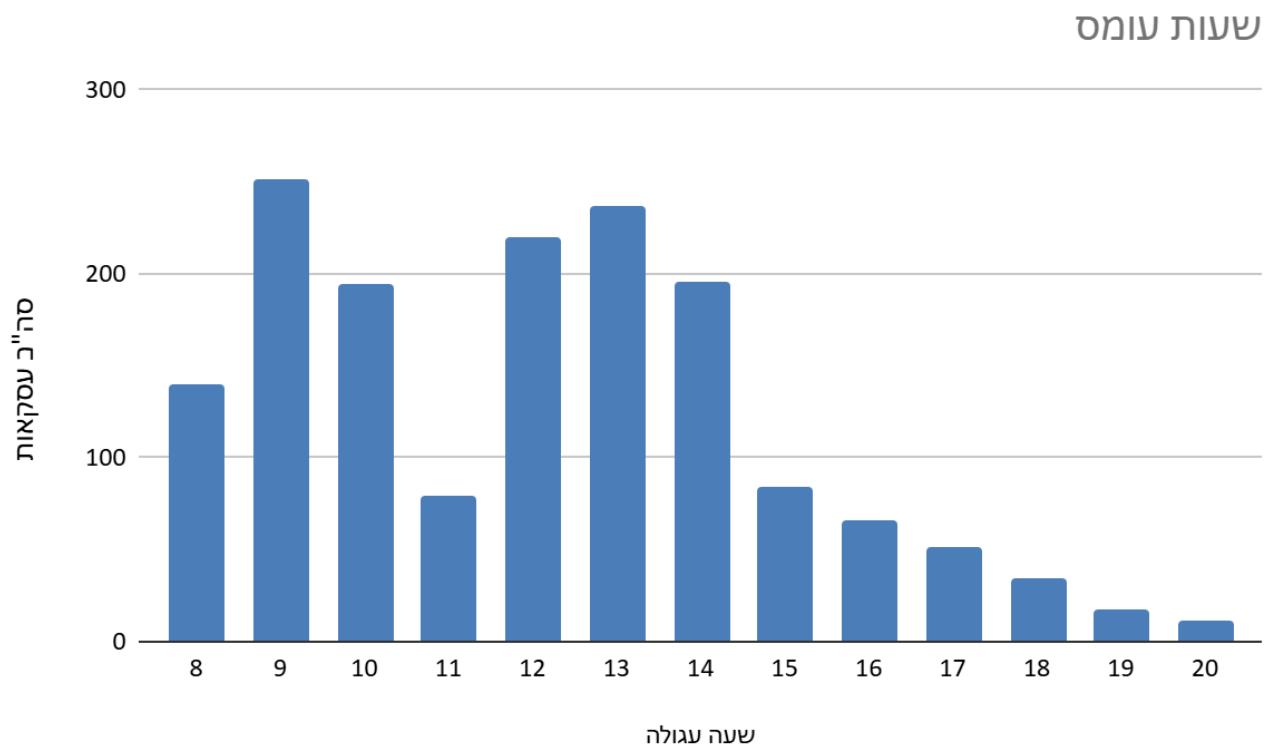
- יש ימים קבועים עם פיק גבוה – קל לבנות עליהם אסטרטגיה.
- יום שני חזק – נראה אחרי סוף השבוע ל��וחות חוזרים.

⚠ חולשות:

- יום רביעי חלש – ל��וחות לא מגיעים.
- שבת לא מובילה במכירות – החמוצה, כי הרבה אנשים חופשיים.

💡 מה לעשoten:

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



מה רואים:

עומס שייא בוקר (9–13), ירידת מושעות הצהריים עד הערב. אחרי 15:00 הפעילות דלה מאוד.

חוויקות:

- קהל בוקר יציב מאד – עסוק חיוני ללקוחות בתחילת היום.

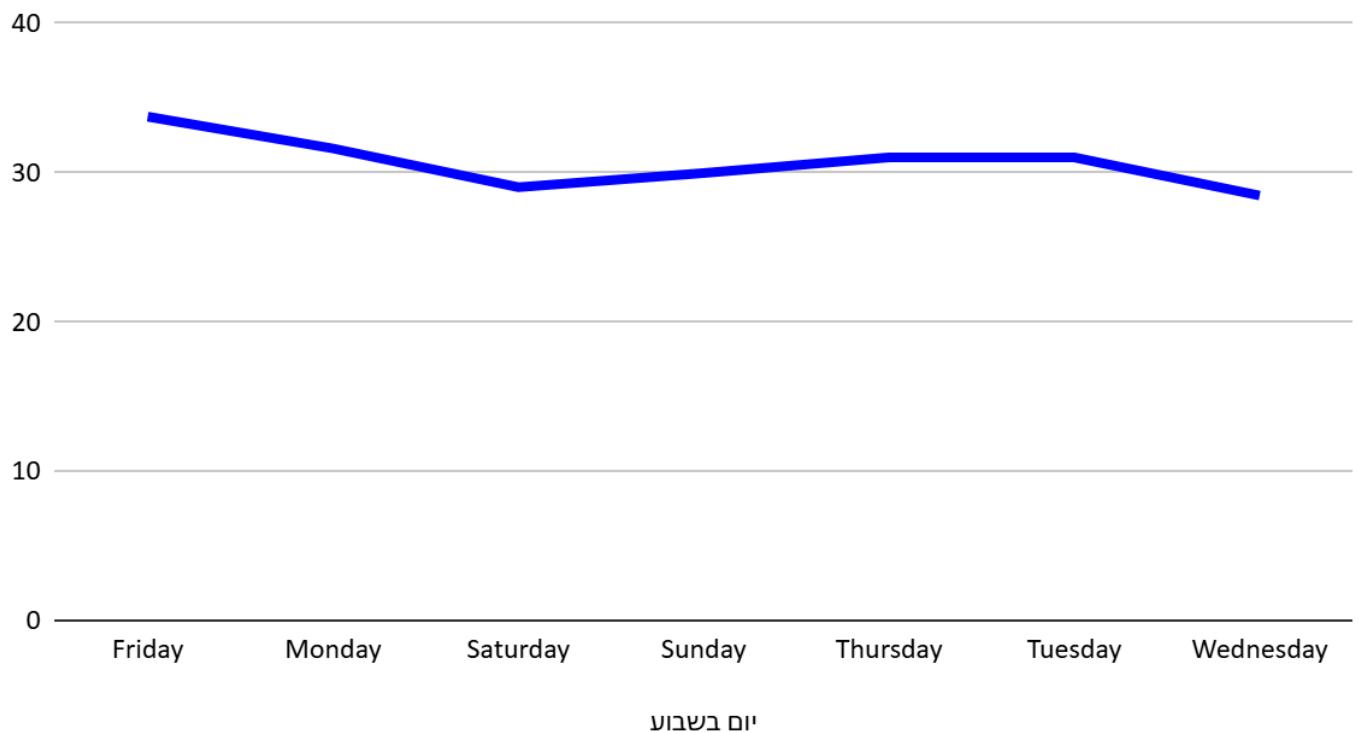
חולשות:

- שעת אחיה"צ–ערב כמעט ריקות.
- חוסר ניצול של קהל הערב (סטודנטים, זוגות, משפחות).

מה לעשות:

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

ציק ממוצע לлокוח



מה רואים:

הציק הממוצע יציב סביב 30 ני, בלי קפיצות משמעותיות.

chodkot:

- יציבות בהוצאה ממוצעת – לוקוח יודע למה לצפות.
- אין ירידות שמצוינות על לוקחות "קטנים".

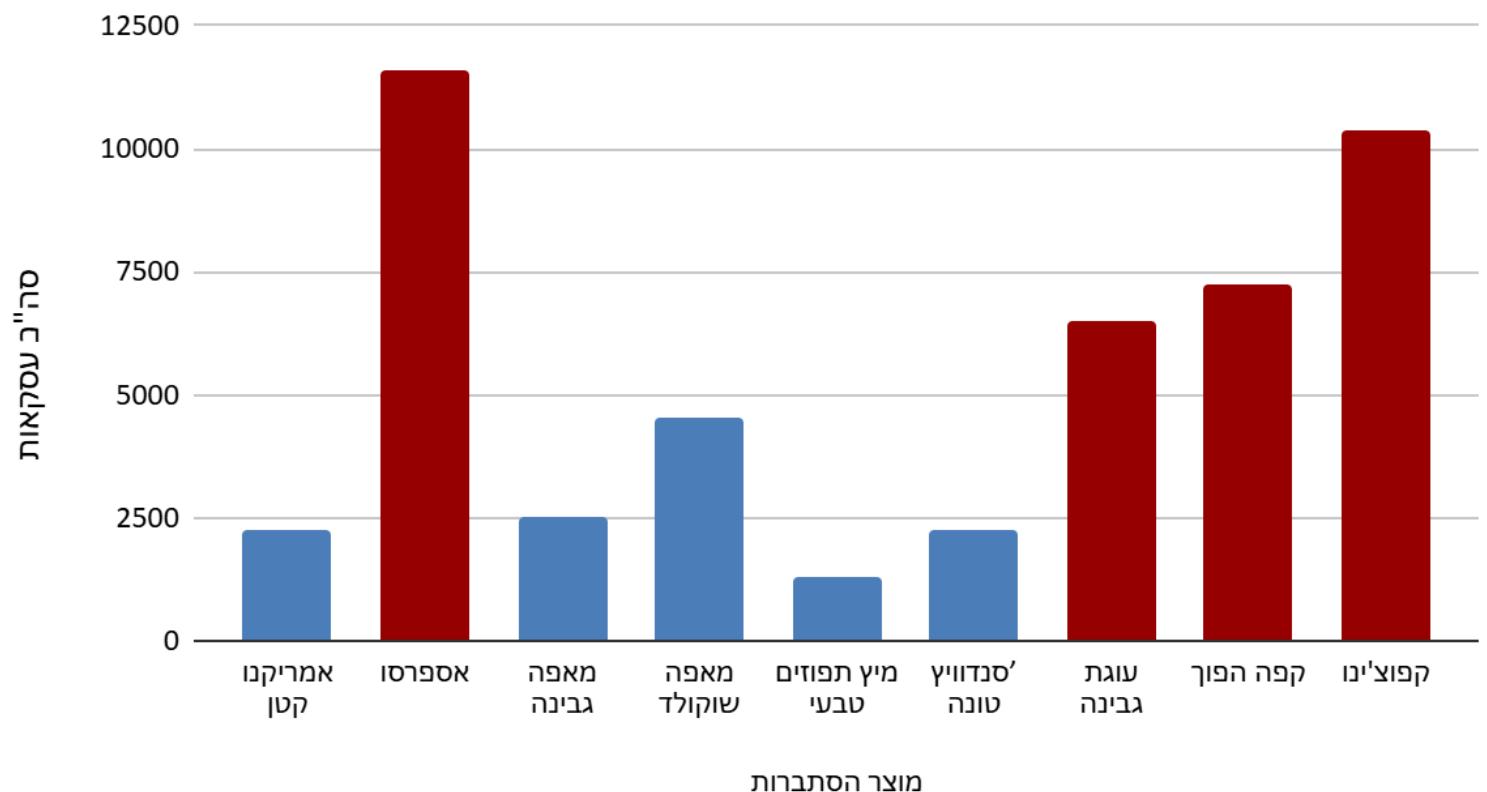
חולשות:

- אין עלייה – לא מצלחים לשכנע לוקוחות להוסיף פריטים.
- פוטנציאל לא ממושך *Up-sell* (למשל קפה + מאפה).

מה עושים:

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

מוצר הכוי רוחחי



מה רואים:

קפה כצפי מוצר הכוי רוחחי וחזק בתפריט כאשר רוב הלקוחות מגיעים בשבייל הקפה, מומלץ להציג יחד הם הקפה מאפה או סנדוויץ.

✓ חזקות:

- הרבה ללקוחות מגיעים בשבייל הקפה.

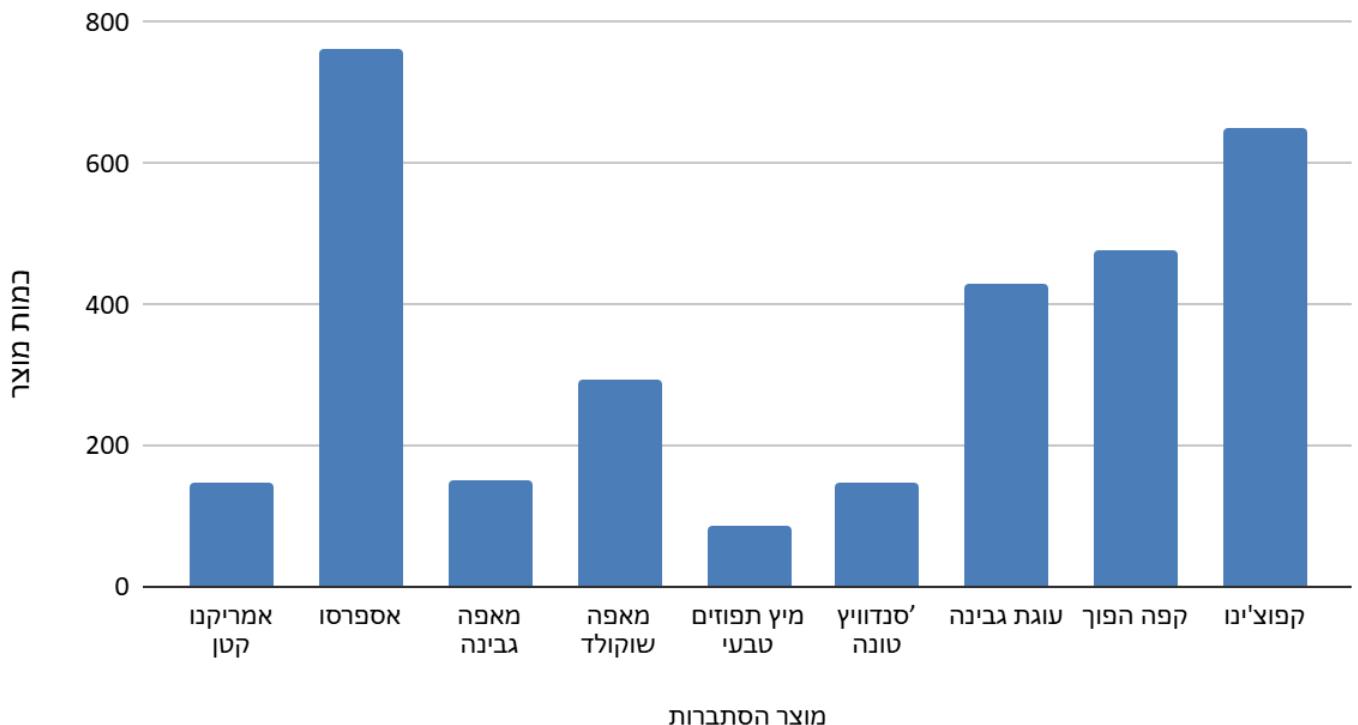
⚠ חולשות:

- הלקוחות לא קונים מסויק מוצרים חזק מקפה.

💡 מה לעשות:

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

כמויות מוצר



מה רואים:

אספרסו מוביל במכירות בכמות, אחריו קופצ'ינו והפק. מאפים ומיצים הרבה פחות.

חולצות: ✓

- קפה = עמוד שדרה של העסוק.

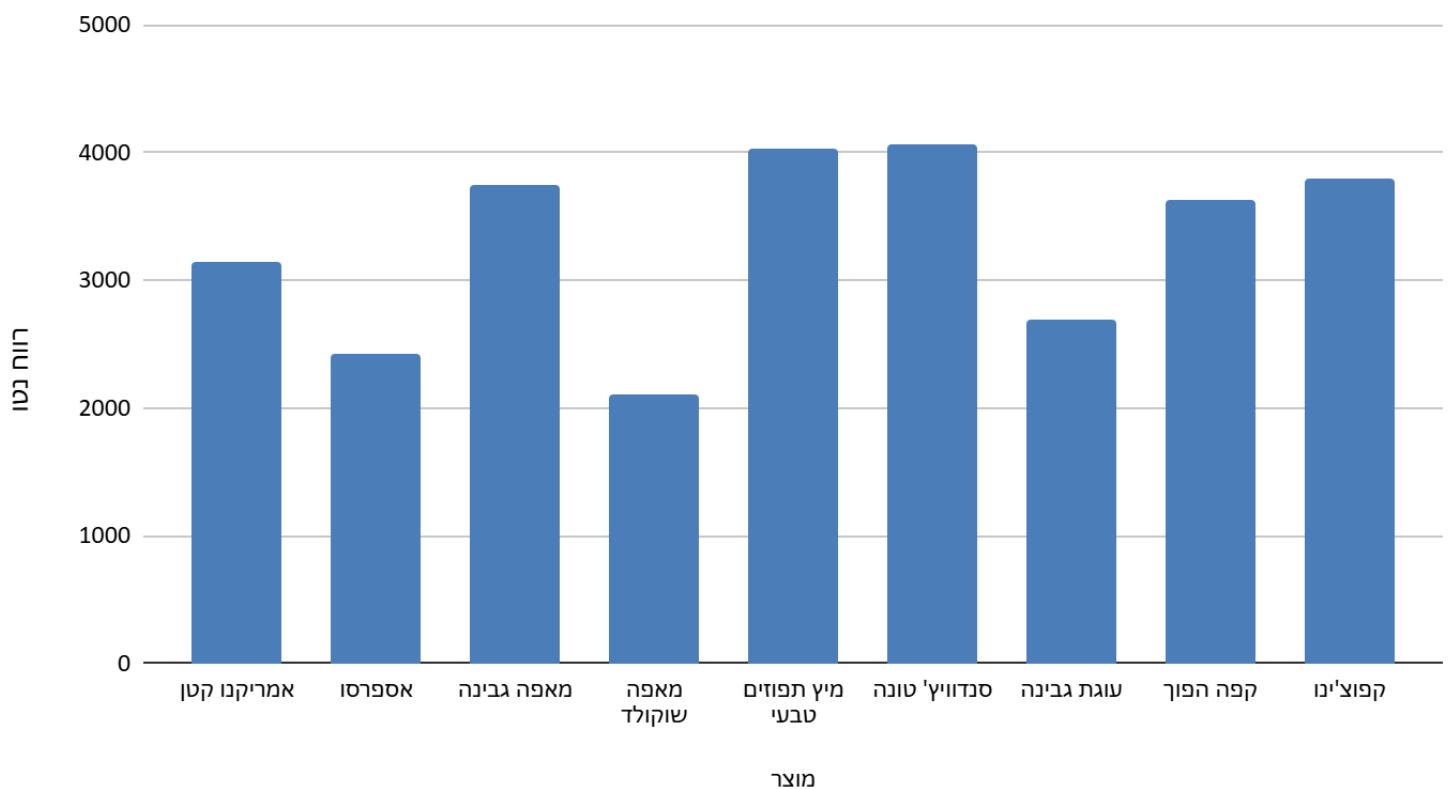
⚠ חולשות:

- תלות בקפה בלבד – סיכון אם תהיה ירידה לצריכה או עליה במחירים.
- מוצרים אחרים לא מנוצלים – אולי כי לא משוקרים אותם.

💡 מה לעשوت:

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

רוח נטו לפי מוצר



מה רואים:

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

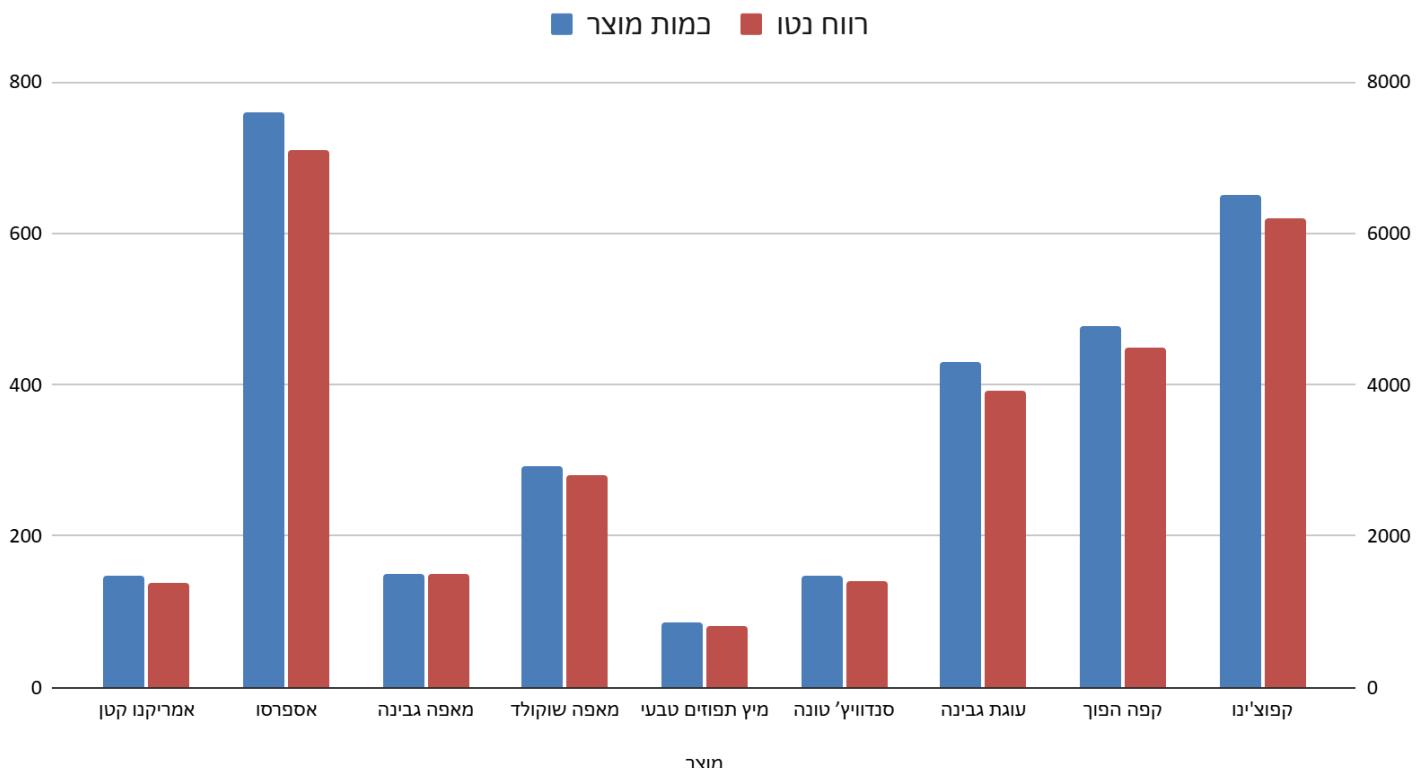
חולשות: !

- הפקוס על מוצרים "חלשים" מוריד רוחות כוללת.

מה לעשوت:

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

השוואה בין במות מוצר לרוח נטו



מה ראויים:

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

חוזקות:

- חלק מהמוצרים (סנדוויצים, מיצים) נתונים ערך גבוה.

- יש הזדמנויות לנצל את זה יותר.

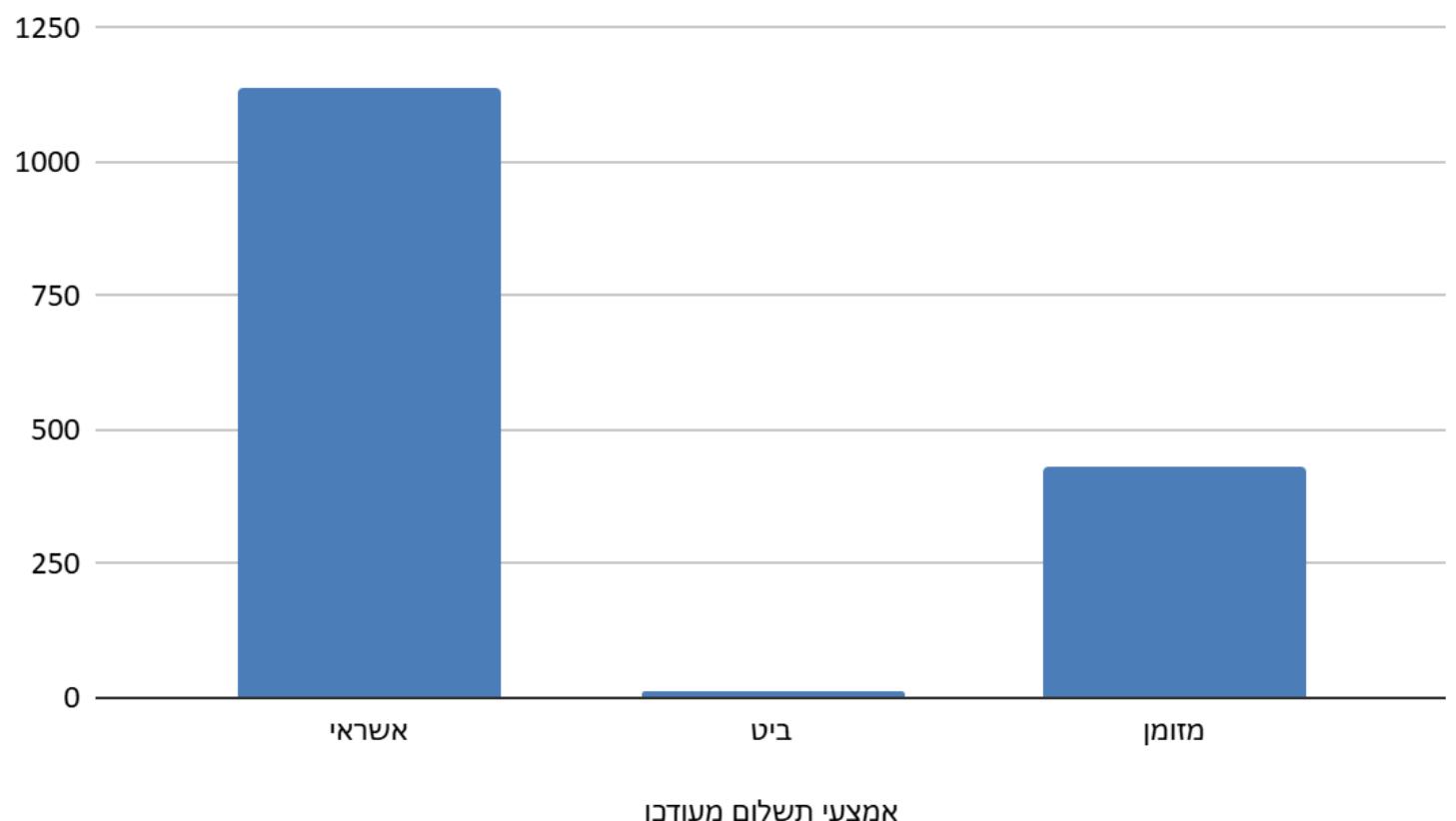
חולשות:

- לא מספיק השקעה בקידום המוצרים כי משתמשים.
- מוצרים "חזקים בכמות" אבל חלשים ברוח – לא מנהלים נכון.

מה לעשות:

- להציג את המוצריים הרווחיים על לוח הקפה / פרסום מיוחד.
- לקדם אותם כ-“ מוצר מומלץ ”.

பிளாக் அட்சு தீவிரம்



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

יחד עם זאת, **קיימות נקודות שדרוג ברורות:**

- **ניתול נון של ימי רביעי ושבועת הערב יכול להוסיף כ-10–15% למחזור החודשי.**
- **קידום מוצרים רוחניים (מיצים, סנדוויצים) יכול להגדיל את הרווח הנקי גם בלי להגדיל כמוות לקוחות.**
- **תמחור חדש של מוצרים מסוימים (אספרסו) יגדיל את הרווחיות בלי לפגוע בביטחון.**

чисוב ROI

- כרגע יומן רביעי חלש – **5,500 מכירות מול 7,000** ביום נוסף. אם נצליח להעלות את רביעי לימי הרגילים של העסק, מדובר **ב1,500 ש"נ נוספים במחזור החודשי, 18,000 ש"נ בשנה**. כדי מאד לעשות מבצעים ביום רביעי או לעשות פרסום חזק.

- רוב העסקאות מתרכזות בבוקר עד צהרים (09:00–13:00). אחרי 15:00 יש ירידת 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 ש”מ–17:00 עד הסגירה, או **איירואים מיוחדים** – ערב סטודנטים, טעימות.

מצומם שעות פועלות – אם כלום לא עובד, עדיף לסגור שעה–שעתים מוקדם ולהסוך בעליות עובדים וחשמל.

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

עם צ’ק ממוצע של 30 ש – זה **18,000 ש נספים בחודש** במקום הפוד.

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

ROI=5600%