**PHÂN TÍCH DOANH SỐ BÁN HÀNG**

**1. Phần mở đầu**

**1.1. Mục tiêu báo cáo:**

Báo cáo này được thực hiện nhằm phân tích doanh số bán hàng tại quán cà phê theo nhiều khía cạnh: loại sản phẩm, thời gian trong ngày, ngày trong tuần và theo tháng. Mục tiêu chính là tìm hiểu hành vi tiêu dùng của khách hàng, xác định mô hình bán hàng và phát hiện các yếu tố mùa vụ ảnh hưởng đến doanh thu.

**1.2. Phạm vi dữ liệu sử dụng:**

Nguồn dữ liệu: Bộ dữ liệu giao dịch quán cà phê (định dạng CSV) từ Kaggle.

Thời gian: dữ liệu bao gồm các giao dịch trong một năm.

Thành phần dữ liệu: loại cà phê, doanh thu, giờ trong ngày, buổi, ngày trong tuần, tháng, phương thức thanh toán.

**1.3. Tóm tắt thông tin chính:**

**1.3.1. KPI tổng quan**

Tổng doanh thu: **112.25K $**

Tổng số đơn hàng: **3,547**

Giá trị trung bình đơn hàng: **31.65 $**

**1.3.2. Doanh số theo loại sản phẩm**

Latte (**26.88K $**) và Americano with Milk (**24.75K $**) là sản phẩm chủ lực.

Espresso (**2.69K $**) và Cortado (**7.38K $**) có doanh thu thấp, cần xem xét chiến lược cải thiện.

**1.3.3. Xu hướng theo ngày trong tuần**

**Thứ Hai** cao nhất (**30.2% – 17.36K $**).

**Thứ Tư (-13.31%) và Thứ Bảy (-12.31%)** là hai ngày doanh thu thấp.

**1.3.4. Xu hướng theo giờ trong ngày**

Cao điểm vào **10h sáng (10.20K $)** và **16h chiều (9.03K $)** → khung giờ vàng.

**1.3.5. Phương thức thanh toán**

**Card chiếm 90.95%**, bank transfer 5.06%, cash 3.99% → xu hướng cashless rất mạnh.

**1.3.6. Doanh số theo tháng**

Đỉnh doanh thu vào **tháng 3 (15.89K $)** và **tháng 10 (13.89K $)**.

Tháng thấp nhất: **tháng 4 (5.72K $)**.

Giai đoạn hè (tháng 6–8) chững lại (**6.9K – 7.6K $**).

A close-up of a chart

AI-generated content may be incorrect.

**2. Phân tích chi tiết**

**2.1 Phân tích theo sản phẩm**

Latte dẫn đầu với 26.88K, tiếp theo là Americano with Milk (24.75K) và Cappuccino (17.44K).

Espresso (2.69K) và Cortado (7.38K) có doanh số thấp nhất.

**Nhận xét:** Latte và Americano with Milk là sản phẩm quan trọng cần tập trung duy trì chất lượng và marketing. Espresso và Cortado cần xem lại định vị hoặc đẩy mạnh khuyến mãi để tăng sức hút.

A graph of different colored squares

AI-generated content may be incorrect.

**2.2 Phân tích theo thời gian trong ngày**

Doanh số tăng từ sáng sớm, đạt đỉnh 10h sáng (10.20K) và đỉnh phụ 16h chiều (9.03K). Sau 21h doanh thu giảm mạnh, kết thúc ngày ở mức thấp.

**Nhận xét:** Khách hàng mua nhiều vào giờ đi làm và giờ nghỉ chiều. Quán cần tăng nhân sự, chuẩn bị nguyên liệu và có chương trình khuyến mãi mini ở hai khung giờ này.

A graph showing a line

AI-generated content may be incorrect.

**2.3 Phân tích theo ngày trong tuần**

Thứ 2 tăng trưởng mạnh nhất (+30.2% so với trung bình).

Thứ 4 (-13.31%) và Thứ 7 (-12.31%): doanh số thấp nhất.

Các ngày còn lại dao động quanh mức 5%.

**Nhận xét:** Khách hàng tiêu thụ mạnh đầu tuần, yếu giữa tuần và cuối tuần. Có thể tận dụng Thứ 2 để ra mắt sản phẩm mới, đồng thời triển khai khuyến mãi “Mid-week Boost” (Thứ 4) và “Weekend Combo” (Thứ 7) để bù đắp.

A graph with colorful squares

AI-generated content may be incorrect.

**2.4. Tỷ lệ phương thức thanh toán**

**Thanh toán qua thẻ (card) chiếm ưu thế tuyệt đối:** Tỷ lệ 90.95%, cho thấy đa số khách hàng quen với việc quẹt thẻ hoặc dùng dịch vụ thanh toán thẻ. Đây là xu hướng phù hợp với thanh toán không tiền mặt, tiện lợi và nhanh chóng.

**Chuyển khoản ngân hàng (bank transfer) chiếm 5.06%:** Có sử dụng nhưng chưa phổ biến, chủ yếu là nhóm khách hàng cẩn trọng hoặc giao dịch lớn.

**Tiền mặt (cash) chiếm 3.99%:** Tỷ lệ rất thấp, chứng tỏ khách hàng hầu như đã rời bỏ hình thức truyền thống.

**A pie chart with a number of different colored circles

AI-generated content may be incorrect.**

**Nhận xét:** Doanh nghiệp cần tập trung tối ưu trải nghiệm thanh toán thẻ (POS, QR code, liên kết ví điện tử với thẻ).

Cashless rate (96%) là một lợi thế → có thể đẩy mạnh marketing với thông điệp “Thanh toán nhanh – không tiền mặt”. Tuy nhiên, không nên bỏ qua cash → cần đảm bảo sẵn sàng phục vụ nhóm nhỏ khách hàng vẫn muốn dùng tiền mặt.

**2.5 Phân tích theo tháng /mùa vụ**

Cao nhất: Tháng 3 (15.89K) và Tháng 10 (13.89K).

Thấp nhất: Tháng 4 (5.72K).

Xu hướng cho thấy mô hình mùa vụ: Q1 và Q4 là cao điểm, Q2 thấp nhất.

**Nhận xét:** Nên chuẩn bị chiến dịch marketing lớn cho Q1 và Q4, đồng thời tìm giải pháp kích cầu cho Q2, đặc biệt là Tháng 4.

A graph with different colored bars

AI-generated content may be incorrect.

**3. Kết luận & Đề xuất**

**3.1. Kết luận**

Doanh thu tập trung mạnh vào **một số sản phẩm chủ lực** (Latte, Americano with Milk).

**Mùa vụ ảnh hưởng lớn**: Tháng 3 & 10 bùng nổ, tháng 4 và mùa hè suy giảm.

**Hành vi khách hàng**: Thích mua đầu tuần (Thứ Hai), cao điểm sáng và chiều.

**Thanh toán không tiền mặt** đã trở thành chuẩn mực với tỷ lệ áp đảo.

**3.2. Đề xuất**

**Duy trì sản phẩm chủ lực**: tiếp tục đầu tư marketing và giữ chất lượng cho Latte & Americano with Milk.

**Cải thiện sản phẩm yếu**: xem lại định vị Espresso & Cortado, có thể tung khuyến mãi combo để tăng sức hút.

**Khai thác mùa vụ**: nhân đôi nỗ lực vào Tháng 3 & 10, đồng thời xây dựng chương trình kích cầu cho Tháng 4 và giai đoạn hè.

**Tận dụng hành vi khách hàng**: tập trung khuyến mãi vào **Thứ Hai**, và khung giờ **10h sáng – 16h chiều**.

**Đẩy mạnh thông điệp cashless**: nâng cao trải nghiệm thanh toán thẻ/QR, dùng đây như điểm nhấn marketing “thanh toán nhanh – tiện lợi”.