

# PHÂN TÍCH & KHUYẾN NGHỊ TĂNG DOANH THU cho nhà hàng pizza

Phân tích bởi Nguyễn Kim Ngân



Bảng báo cáo này bao gồm

01

Khuyến nghị 1

02

Khuyến nghị 2

03

Khuyến nghị 3

04

Khuyến nghị 4

05

Khuyến nghị 5

06

Tóm tắt các khuyến nghị

# Nội dung báo cáo



## VĂN ĐỀ 1



NHÀ HÀNG CẦN MENU  
TỐI GIẢN HAY ĐA DẠNG?



## HIỆN TRẠNG

02

theo định luật Pareto

**20% sản phẩm pizza khác  
nhau đóng góp 80% doanh số**



thực tế  
**68.75% sản phẩm pizza  
khác nhau đóng góp 80%  
doanh số**



DANH SÁCH SẢN PHẨM ĐÓNG GÓP 80% DOANH THU

	pizza_name	total_revenue
0	The Thai Chicken Pizza	43434.25
1	The Barbecue Chicken Pizza	42768.00
2	The California Chicken Pizza	41409.50
3	The Classic Deluxe Pizza	38180.50
4	The Spicy Italian Pizza	34831.25
5	The Southwest Chicken Pizza	34705.75
6	The Italian Supreme Pizza	33476.75
7	The Hawaiian Pizza	32273.25
8	The Four Cheese Pizza	32265.70
9	The Sicilian Pizza	30940.50
10	The Pepperoni Pizza	30161.75

**Chưa tìm thấy sản  
phẩm có doanh số áp  
đảo**



# HIỆN TRẠNG

03

theo định luật Pareto

**80% sản phẩm pizza khác  
nhau đóng góp 20% doanh số**



thực tế

**34.38% sản phẩm pizza  
khác nhau đóng góp 20%  
doanh số**



DANH SÁCH SẢN PHẨM ĐÓNG GÓP 20% DOANH THU

	pizza_name	total_revenue
0	The Brie Carre Pizza	11588.50
1	The Green Garden Pizza	13955.75
2	The Spinach Supreme Pizza	15277.75
3	The Mediterranean Pizza	15360.50
4	The Spinach Pesto Pizza	15596.00
5	The Calabrese Pizza	15934.25
6	The Italian Vegetables Pizza	16019.25
7	The Soppressata Pizza	16425.75
8	The Chicken Pesto Pizza	16701.75
9	The Chicken Alfredo Pizza	16900.25
10	The Pepperoni, Mushroom, and Peppers Pizza	18834.50

Các sản phẩm với ý  
nghĩa làm đa dạng  
menu đang chiếm % ít  
hơn dự kiến



### CHỌN RA 4 SẢN PHẨM PIZZA CHỦ LỰC

đây sẽ là nhóm sản phẩm signature của nhà hàng

- Thu hút khách hàng
- Tạo doanh số chính cho nhà hàng



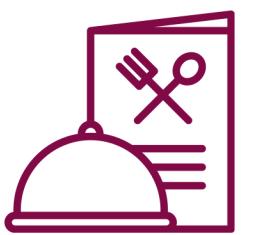
### CHỌN RA 4 SẢN PHẨM PIZZA DOANH SỐ KÉM

bắt đầu cắt giảm trước 4 sản phẩm để

- Tối ưu vận hành bếp
- Tối ưu vận hành chuỗi cung ứng



## VẤN ĐỀ 2



**R&D MÓN ĂN MỚI  
CẦN LƯU Ý GÌ**

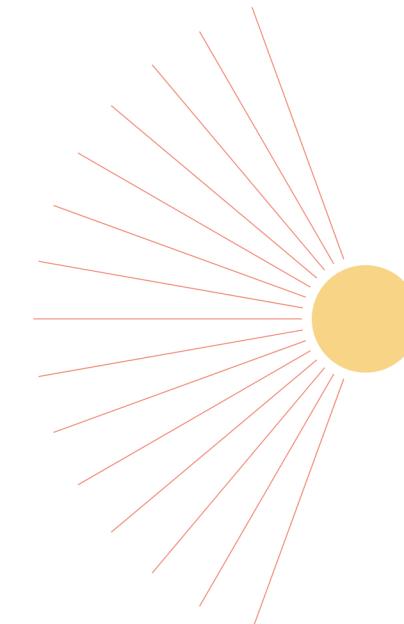


# HIỆN TRẠNG

06

	pizza_ingredients	countofProductIngredients_top_rev_80	countofProductIngredients_bot_rev_20	countofProductIngredients
0	Mozzarella Cheese	5	1	6

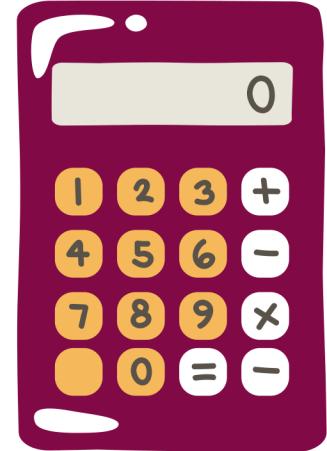
**Mozzarella Cheese xuất hiện trong 6 loại pizza  
trong đó 5 loại thuộc top đóng góp 80% doanh thu**



	pizza_ingredients	countofProductIngredients_top_rev_80	countofProductIngredients_bot_rev_20	countofProductIngredients	ingredient_score
16	Artichokes	1	4	5	-0.6

**Artichokes xuất hiện trong 5 loại pizza  
trong đó 4 loại thuộc danh sách đóng góp 20%  
doanh thu**





## TÍNH TOÁN CHỈ SỐ **INGREDIENTS\_SCORE**

**score** càng **cao** nếu **nguyên liệu** đó **xuất hiện** trong **càng nhiều món ăn** thuộc **top 80% doanh số**.

**score** càng **thấp** nếu **nguyên liệu** đó **xuất hiện** trong **càng nhiều món ăn** thuộc **top 20% doanh số**.

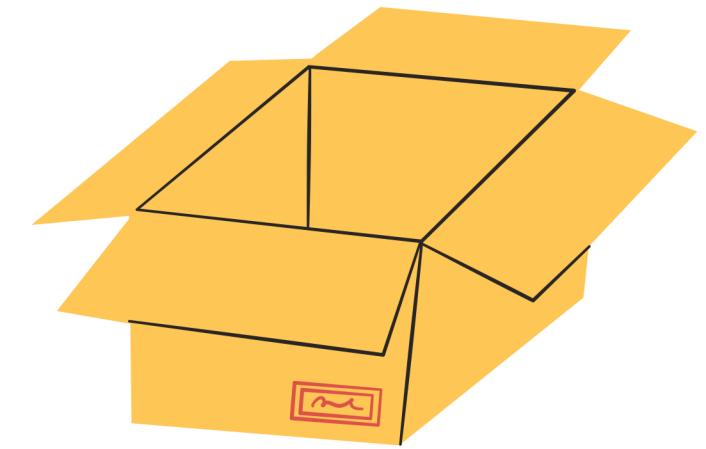


## KHUYẾN NGHỊ 2

08

Phát triển sản phẩm mới có chứa thành phần nguyên liệu có **ingredients\_score > 0**

ví dụ: Mozzarella Cheese (0.67), Pepperoni(0.5), Green Olives(0.5),...

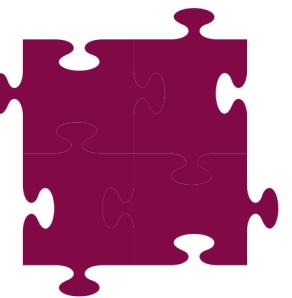


Phát triển sản phẩm mới cố gắng tránh thành phần nguyên liệu có **ingredients\_score < 0**

ví dụ: Artichokes (-0.6), Kalamata Olives (-0.33), Asiago Cheese (-0.33),...



## VẤN ĐỀ 3



đâu là kết hợp  
**[Pizza A] - [Size X]**  
được yêu thích



# HIỆN TRẠNG

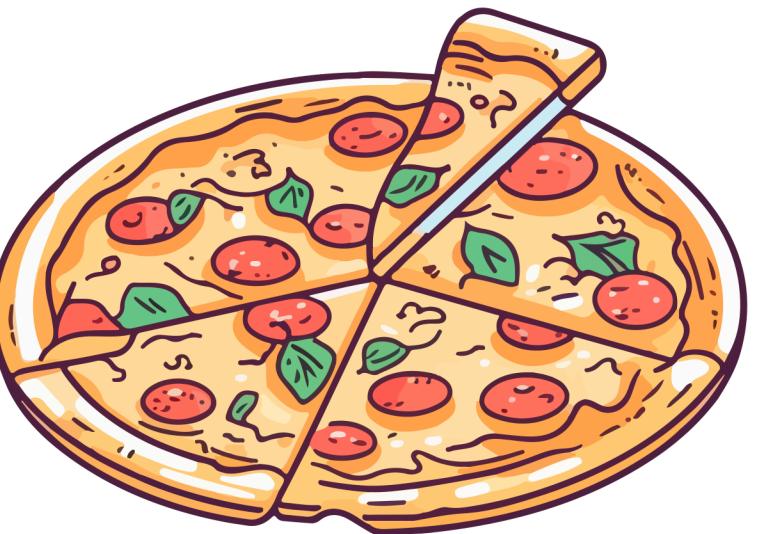
10

The Vegetables Pizza



tỷ lệ lượt order  
giữa các size  
**ĐỒNG ĐỀU**

The Calabrese Pizza

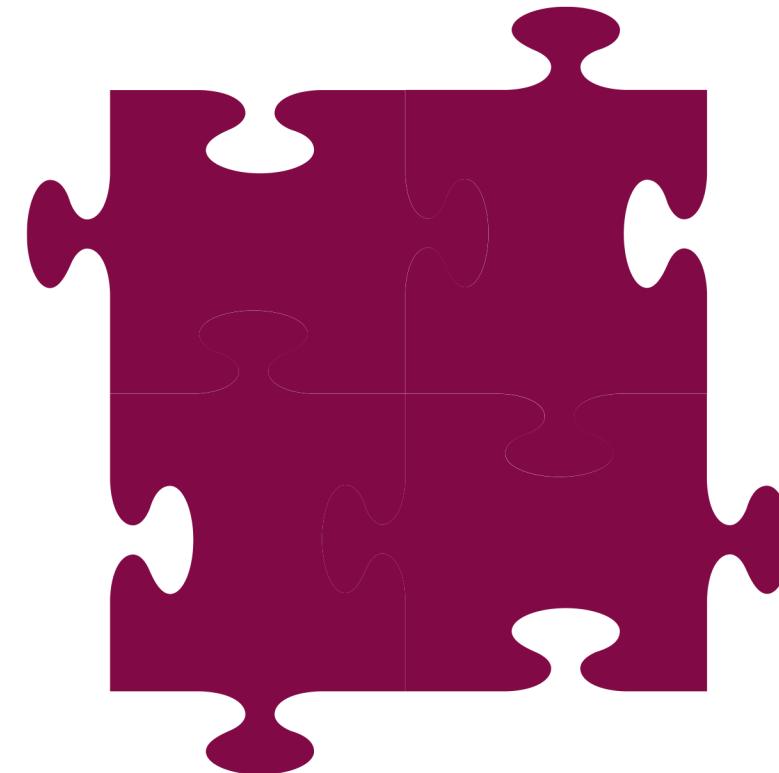


tỷ lệ lượt order  
giữa các size  
**KHÔNG ĐỒNG ĐỀU**

The Five Cheese Pizza



khách hàng chỉ order  
duy nhất 1 size  
**SIZE L**



## TẬN DỤNG

DANH SÁCH CÁC KẾT HỢP  
[PIZZA A] - [SIZE X]  
THƯỜNG ĐƯỢC ORDER CÙNG NHAU



## KHUYẾN NGHỊ 3

12



nếu muốn **tăng doanh số**  
-> có thể điều chỉnh **giá tăng** cho **size** được **order nhiều**

nếu muốn **tăng số lượng bán**  
-> có thể áp dụng **khuyến mãi** mua 1 tặng 1 cho **size** được **order nhiều**



[giả thiết] những kết hợp này đến từ hành vi của khách hàng thay vì chủ ý kinh doanh



## VẤN ĐỀ 4



boost sale  
khung giờ nào?

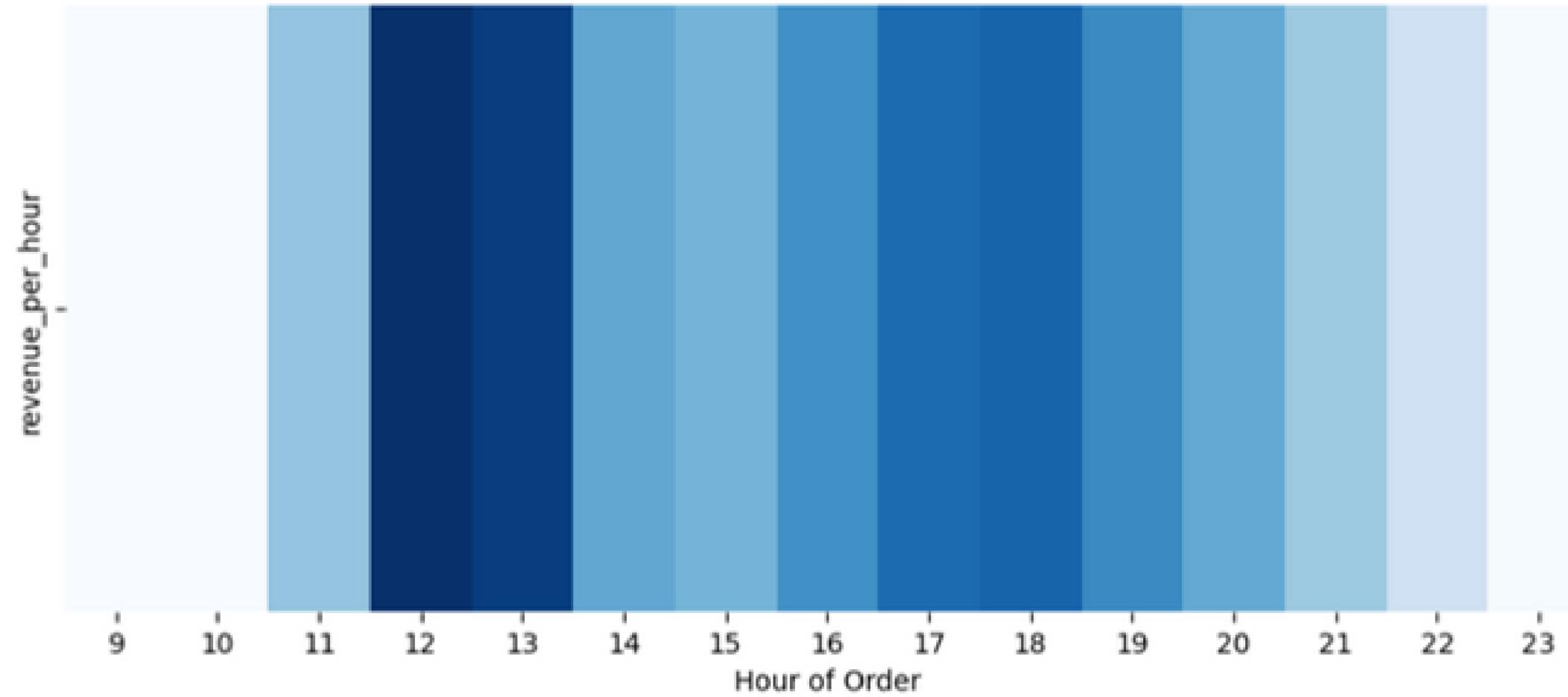


# HIỆN TRẠNG

14



Doanh số theo giờ | Scope of time: all



[giả thiết] Khung giờ thấp điểm: 14h-16h

[thực tế] Doanh số khung giờ 14h-16h: vẫn đạt mức trung bình

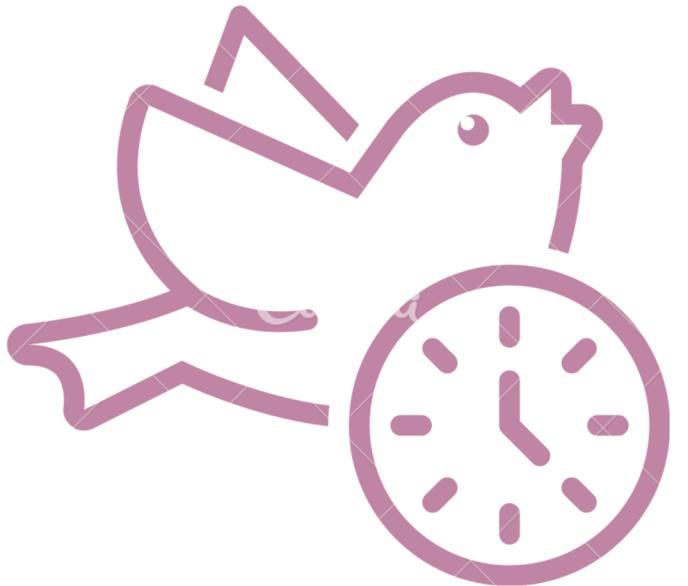


## Ý TƯỞNG

15

✓ CHÚNG TA ĐANG CÓ  
2 KHUNG GIỜ THẤP ĐIỂM CÓ THỂ THỬ KHAI THÁC

???



khung giờ sáng sớm (9h-10h30)

???



khung giờ tối muộn (20h-23h)



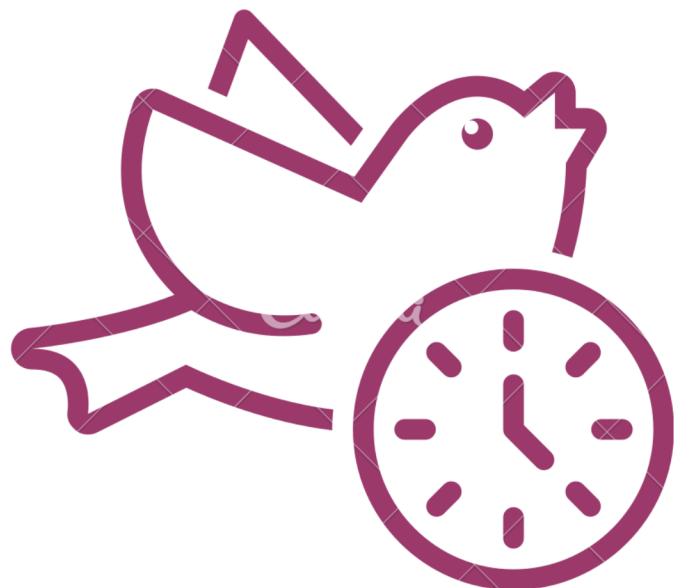
## KHUYẾN NGHỊ 4

16



thử làm gì đó để **kích cầu** tại những khung giờ này

**PIZZA-MINI ĂN SÁNG**



khung giờ sáng sớm (9h-10h30)

**PIZZA-CHILL**  
**(VD: MUA PIZZA TẶNG STRONGBOW)**



khung giờ tối muộn (20h-23h)



## VẤN ĐỀ 5

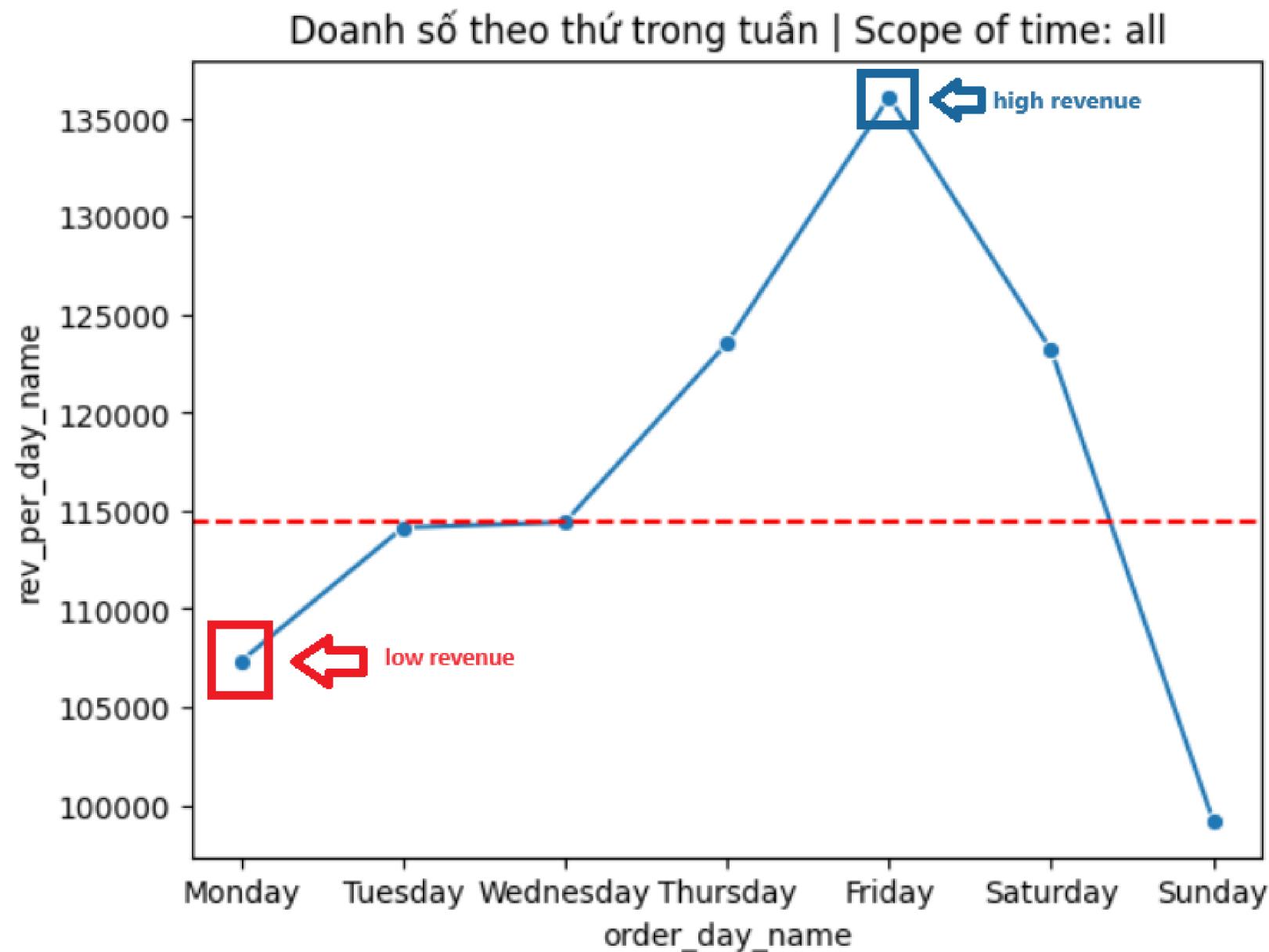


làm gì  
vào mỗi ngày trong tuần



# HIỆN TRẠNG

18



DOANH THU GIỮA CÁC THỨ  
TRONG TUẦN  
KHÔNG ĐỀU NHAU



**TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH NHÂN SỰ & KẾ HOẠCH BÁN HÀNG  
DỰA THEO TÌNH HÌNH DOANH SỐ THỰC TẾ**



## KHUYẾN NGHỊ 5

20

# TUESDAY

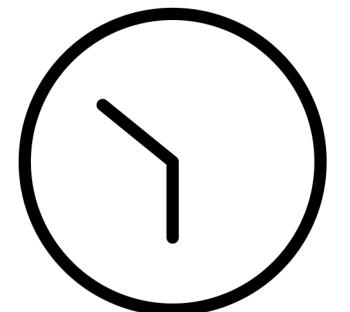


# 08:30

CÓ THỂ TRIỂN KHAI DEAL CHO  
KHUNG GIỜ SÁNG SỚM

(vì đây là thứ có phát sinh doanh số từ  
8h30 sáng)

# FRIDAY



# 10:30

CÓ THỂ TRIỂN KHAI NHÂN SỰ MỎNG  
HƠN CHO KHUNG GIỜ SÁNG SỚM VÀO  
NGÀY DOANH SỐ PHÁT SINH TRỄ  
(vì thứ 6 doanh số phát sinh từ 10h30  
sáng)

# TÓM TẮT 5 KHUYẾN NGHỊ

01

## ĐẨY MẠNH & CẮT GIẢM sản phẩm

- Đẩy mạnh 4 sản phẩm chủ lực.
- Cắt giảm 4 sản phẩm doanh số kém.

02

## R&D sản phẩm

- Xác định nguyên liệu thường có trong các sản phẩm doanh số cao & thấp.
- Phát triển các sản phẩm mới chứa nguyên liệu tốt & tránh nguyên liệu chưa tốt.

03

## THỬ NGHIỆM chiến lược giá mới

- Tăng giảm giá bán dựa trên doanh số giữa các kết hợp [PIZZA A - SIZE X]

04

## BOOST SALE tại các khung giờ mới

- Thủ triển khai “pizza mini-ăn sáng” cho khung giờ sáng sớm (9h-10h30)
- Thủ triển khai “pizza-chill” cho khung giờ tối muộn (20h-23h)

05

## TRIỂN KHAI kế hoạch bán hàng & nhân sự tối ưu đến từng ngày

- Có thể triển khai deal cho khung giờ sáng sớm vào thứ 3.
- Có thể triển khai nhân sự mỏng hơn cho khung giờ sáng sớm vào ngày doanh số phát sinh trễ như thứ 6.

# Xin cảm ơn!

Đừng ngần ngại liên hệ  
nếu bạn có bất kỳ câu hỏi nào.

✉ [ngan.work.2000@gmail.com](mailto:ngan.work.2000@gmail.com)

