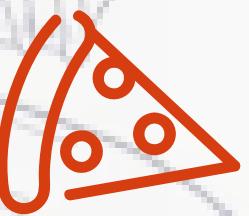




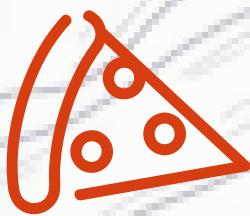
## The background of the slide is a close-up, slightly blurred image of a pizza slice, showing the cheese, toppings, and crust. Overlaid on this background are the words 'Pizza INSIGHT REPORT'. The word 'Pizza' is in a large, bold, red, serif font. The words 'INSIGHT REPORT' are in a large, yellow, outlined, sans-serif font.



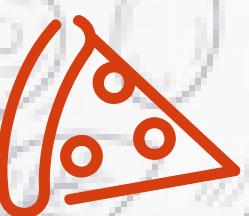
# MỤC LỤC



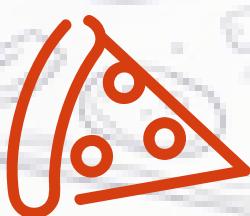
GIỚI THIỆU



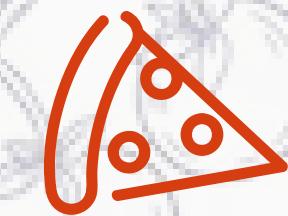
SALE TRENDS  
ANALYSIS



KPI SUMMARY



PRODUCT  
PERFORMANCE



BUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION



## GIỚI THIỆU

KPI SUMMARY

SALE TRENDS  
ANALYSIS

PRODUCT  
PERFORMANCE

BUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION



# GIỚI THIỆU

Báo cáo này trình bày những thông tin chuyên sâu và xu hướng bán hàng quan trọng được rút ra từ dataset Pizza\_sales.

Tất cả các phát hiện đều dựa trên truy vấn SQL và được trực quan hóa bằng PowerBI để hỗ trợ việc ra quyết định liên quan đến hiệu suất sản phẩm, hành vi khách hàng và tối ưu hóa doanh số.



GIỚI THIỆU

KPI SUMMARY

SALE TRENDS  
ANALYSISPRODUCT  
PERFORMANCEBUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION

\$817.860K

Total Revenue

21350

Total orders

49574

Total pizzas sold

\$38.31

Avg order value

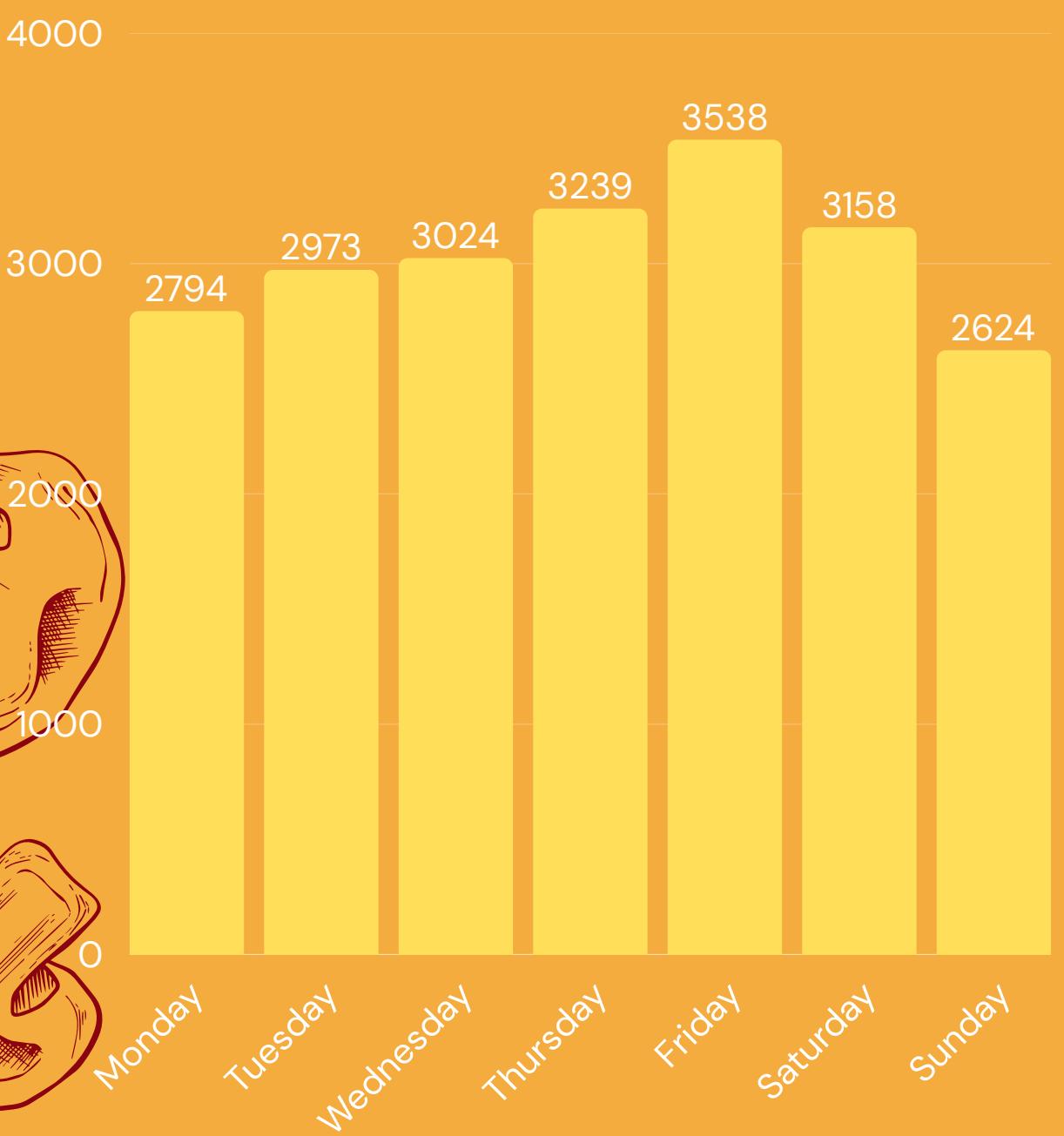
2.32

Avg pizzas per order

## Tổng quan

- Doanh thu đạt mức ấn tượng **\$817.86K**, phản ánh hiệu suất kinh doanh ổn định và sức mua cao từ khách hàng.
- Với **21.3K** đơn hàng và **49.5K** pizza được bán ra, trung bình mỗi đơn chứa khoảng 2–3 pizza, cho thấy khách hàng thường đặt theo nhóm hoặc gia đình, không chỉ cá nhân.
- Giá trị trung bình mỗi đơn (**\$38.31**) khá cao, chứng tỏ khách hàng có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho combo hoặc size lớn.
- Sự kết hợp giữa AOV cao và số lượng pizza/đơn lớn là dấu hiệu tích cực về chiến lược định giá và danh mục sản phẩm – đặc biệt nếu so với benchmark của ngành F&B, đây là mức doanh thu/đơn tương đối mạnh.
- Những chỉ số này cho thấy doanh nghiệp đang vận hành hiệu quả ở giai đoạn ổn định, nhưng cần phân tích sâu hơn để biết đâu là yếu tố đóng góp chính (loại pizza, khung giờ, ngày, khu vực...) nhằm tiếp tục tối ưu hóa.

## Daily Trends for Orders



- Thứ Sáu là ngày có lượng đơn hàng cao nhất với 3,538 orders  
→ Điều này cho thấy nhu cầu pizza tăng mạnh vào cuối tuần, có thể do thói quen ăn uống giải trí hoặc tiệc nhóm.
- Thứ Năm (3,239 orders) và Thứ Bảy (3,158 orders) cũng ghi nhận mức doanh số cao, cho thấy xu hướng tăng dần từ giữa tuần đến cuối tuần.  
→ Đây là thời điểm khách hàng bắt đầu “thư giãn”, dễ chi tiêu cho món ăn nhanh hơn.
- Đầu tuần (Thứ Hai – Thứ Tư) dao động ổn định quanh mức ~2,800–3,000 orders, phản ánh giai đoạn thấp điểm, ít hoạt động đặt hàng hơn.
- Chủ Nhật lại giảm đáng kể xuống 2,624 orders, có thể do khách hàng ăn tại nhà nhiều hơn hoặc sử dụng dịch vụ khác.

### Insights:

- Xu hướng tăng dần từ đầu đến cuối tuần, đỉnh điểm vào Thứ Sáu, gợi ý đây là “golden day” cho các chương trình khuyến mãi hoặc quảng bá.
- Doanh nghiệp nên tăng nhân sự, dự trữ nguyên liệu và đẩy mạnh marketing vào các ngày Thứ Năm–Thứ Bảy để tận dụng nhu cầu cao.
- Các ngày đầu tuần có thể áp dụng chương trình giảm giá nhẹ (Monday Deals) để kích cầu, giúp cân bằng đơn hàng trong tuần.



GIỚI THIỆU

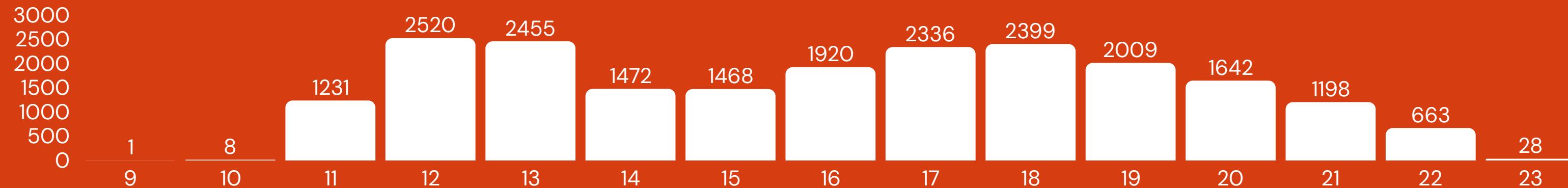
KPI SUMMARY

SALE TRENDS ANALYSIS

PRODUCT PERFORMANCE

BUSINESS INSIGHT &amp; RECOMMENDATION

## Hourly Trends for Orders



Biểu đồ cho thấy hai khung giờ cao điểm rõ rệt trong ngày:

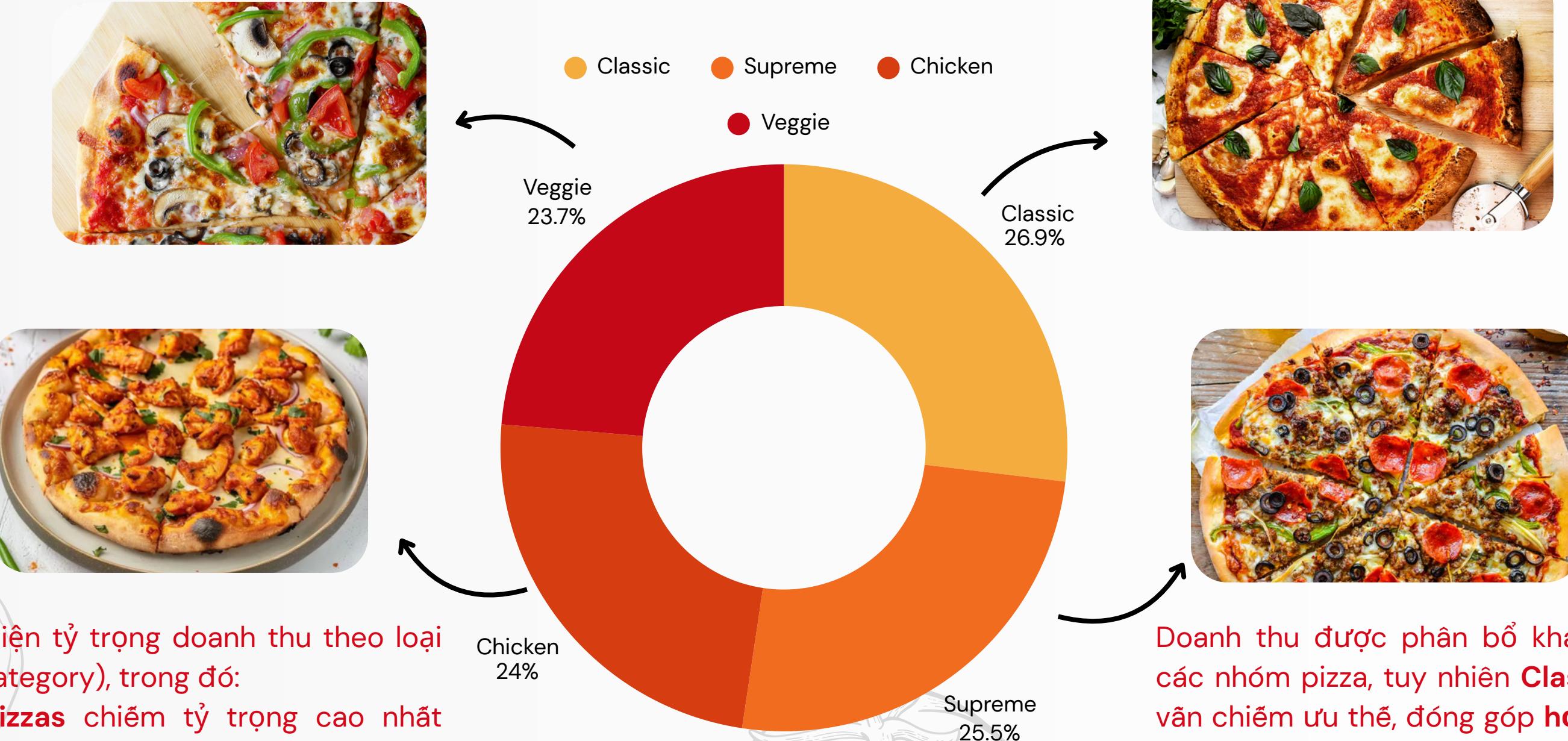
- **Buổi trưa (12h–13h)** với 2,520 orders, và
- **Buổi tối (18h–19h)** với 2,399 orders.

Giữa hai đỉnh này, lượng đơn giảm nhẹ vào buổi chiều (14h–16h) và giảm mạnh sau 21h, cho thấy pizza chủ yếu được tiêu thụ vào bữa ăn chính chứ không phải đồ ăn nhẹ.

→ Điều này gợi ý doanh nghiệp nên tăng cường nhân sự và chiến dịch khuyến mãi theo giờ vàng – đặc biệt là khung 12h–13h và 18h–20h – để tận dụng tối đa nhu cầu và tối ưu năng suất vận hành.



# Sales by Pizza Category



Biểu đồ thể hiện tỷ trọng doanh thu theo loại pizza (Pizza Category), trong đó:

- **Classic pizzas** chiếm tỷ trọng cao nhất **26.91%**,
- Theo sau là **Supreme (25.46%)**,
- **Chicken (23.96%)**, và
- **Veggie (23.68%)** gần như tương đương nhau.

Doanh thu được phân bổ khá đồng đều giữa các nhóm pizza, tuy nhiên **Classic** và **Supreme** vẫn chiếm ưu thế, đóng góp **hơn một nửa tổng doanh thu**.

→ Doanh nghiệp nên duy trì chất lượng và quảng bá hai dòng chủ lực này, đồng thời đa dạng hóa nhóm Veggie và Chicken để mở rộng tệp khách hàng.



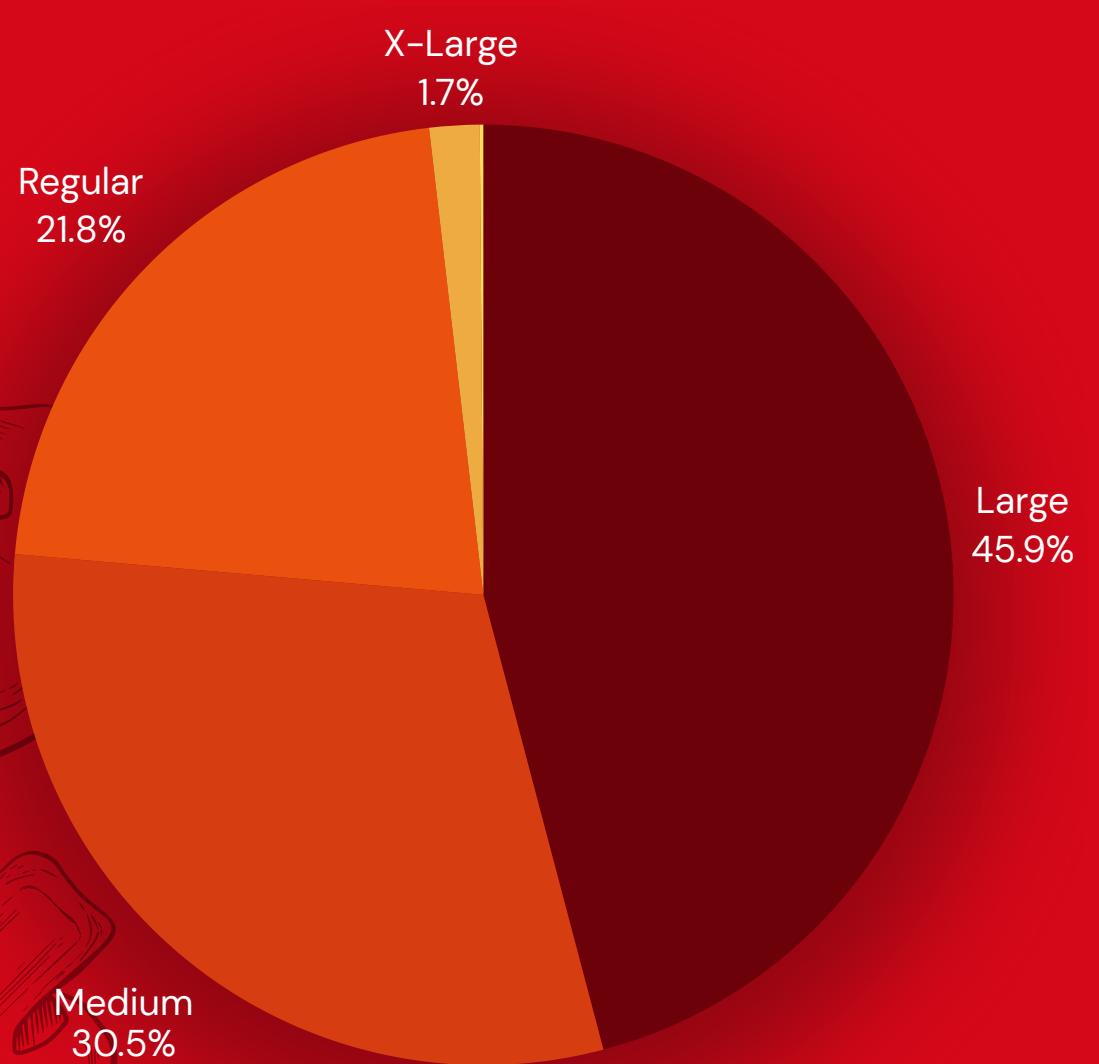
GIỚI THIỆU

KPI SUMMARY

SALE TRENDS  
ANALYSISPRODUCT  
PERFORMANCEBUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION

# Sales by Pizza Size

● Large   ● Medium   ● Regular  
● X-Large   ● XX-Large



Biểu đồ cho thấy size **Large** chiếm áp đảo với 45.89% doanh thu, theo sau là **Medium** (30.49%) và **Regular** (21.77%), trong khi **X-Large** và **XX-Large** gần như không đáng kể.

→ Khách hàng chủ yếu chọn **pizza cỡ lớn** để **chia sẻ theo nhóm hoặc gia đình**, cho thấy thói quen tiêu dùng mang tính cộng đồng cao.

Điều này gợi ý doanh nghiệp nên **tập trung phát triển combo nhóm, ưu đãi size Large–Medium** và khai thác thông điệp marketing xoay quanh “bữa ăn chia sẻ” để tăng sức hấp dẫn.



GIỚI THIỆU

KPI SUMMARY

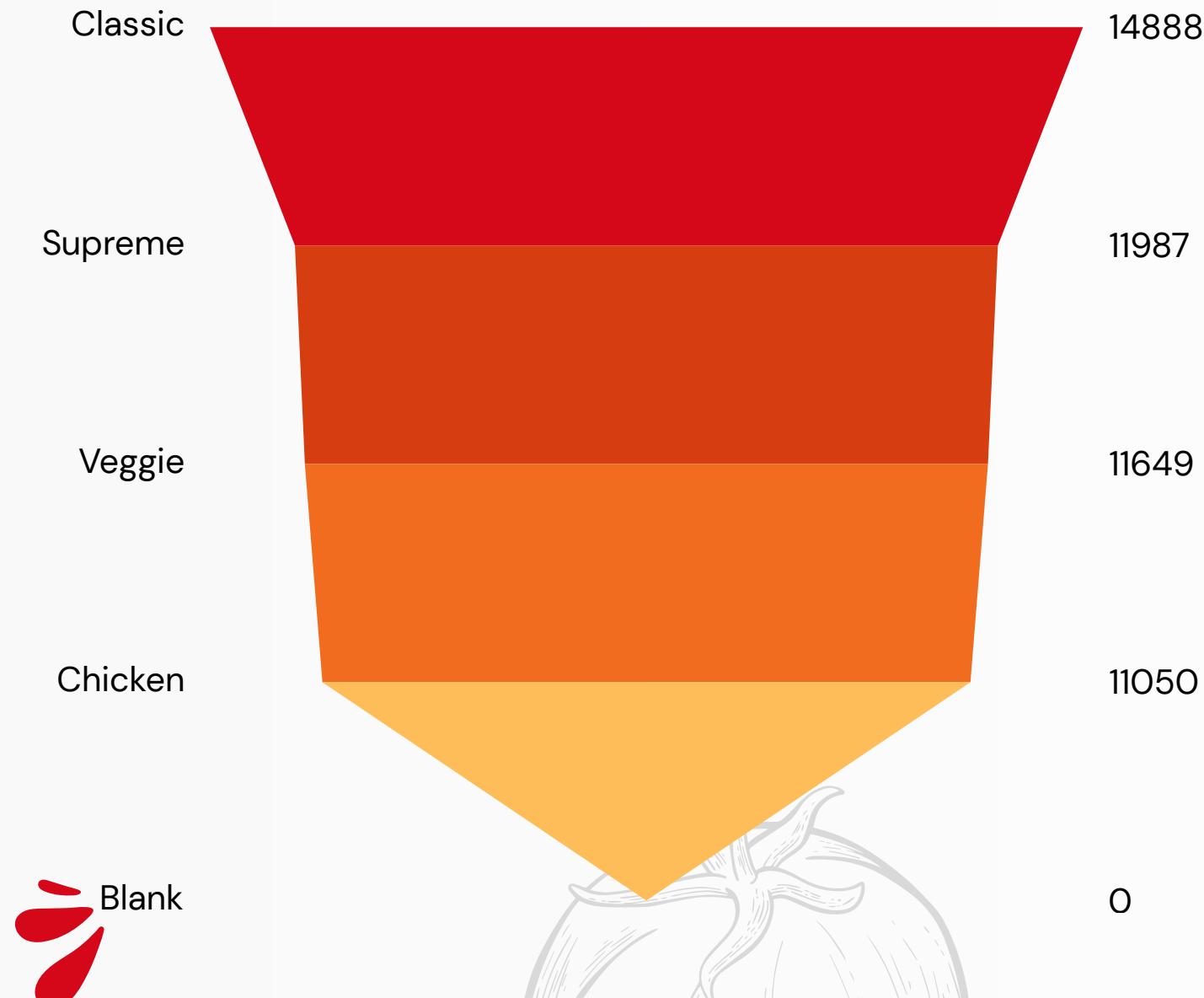
SALE TRENDS  
ANALYSISPRODUCT  
PERFORMANCEBUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION

# Total Pizza Sales by Category



Biểu đồ cho thấy **Classic pizza** dẫn đầu doanh số với 14,888 chiếc bán ra, vượt trội hơn các nhóm còn lại như Supreme (11,987), Veggie (11,649) và Chicken (11,050).

→ Điều này khẳng định **Classic** là dòng sản phẩm chủ lực, vừa phổ biến vừa có sức hút bền vững nhờ hương vị quen thuộc.



Ba nhóm còn lại có doanh số khá cân bằng, chứng tỏ menu hiện tại được phân bổ hợp lý, nhưng doanh nghiệp vẫn có thể **đẩy mạnh quảng bá** nhóm Supreme hoặc Veggie để rút ngắn khoảng cách và đa dạng hóa lựa chọn cho khách hàng.



GIỚI THIỆU

KPI SUMMARY

SALE TRENDS  
ANALYSISPRODUCT  
PERFORMANCEBUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION

## Top 5 Best Sellers

Biểu đồ cho thấy **Top 5 loại pizza bán chạy nhất** đều có **doanh số khá sát nhau**, phản ánh sự đa dạng trong thị hiếu khách hàng.

Dẫn đầu là **The Classic Deluxe Pizza** với 2,453 chiếc bán ra, cho thấy đây là **sản phẩm biểu tượng của thương hiệu**, được ưa chuộng bởi hương vị cân bằng và phù hợp số đông.

Theo sau là **The Barbecue Chicken** (2,432), **Hawaiian** (2,422), **Pepperoni** (2,418) và **Thai Chicken** (2,371) – những loại pizza kết hợp giữa hương vị truyền thống và sáng tạo, giúp duy trì sức hút ổn định.

→ Doanh nghiệp có thể **duy trì nhóm sản phẩm này như "core menu"**, đồng thời **tận dụng sức ảnh hưởng của top-seller để giới thiệu combo hoặc phiên bản giới hạn** nhằm tăng doanh thu và độ nhận diện thương hiệu.

The Classic Deluxe Pizza

2453

The Barbecue Chicken Pizza

2432

The Hawaiian Pizza

2422

The Pepperoni Pizza

2418

The Thai Chicken Pizza

2371

0 500 1000 1500 2000 2500



GIỚI THIỆU

KPI SUMMARY

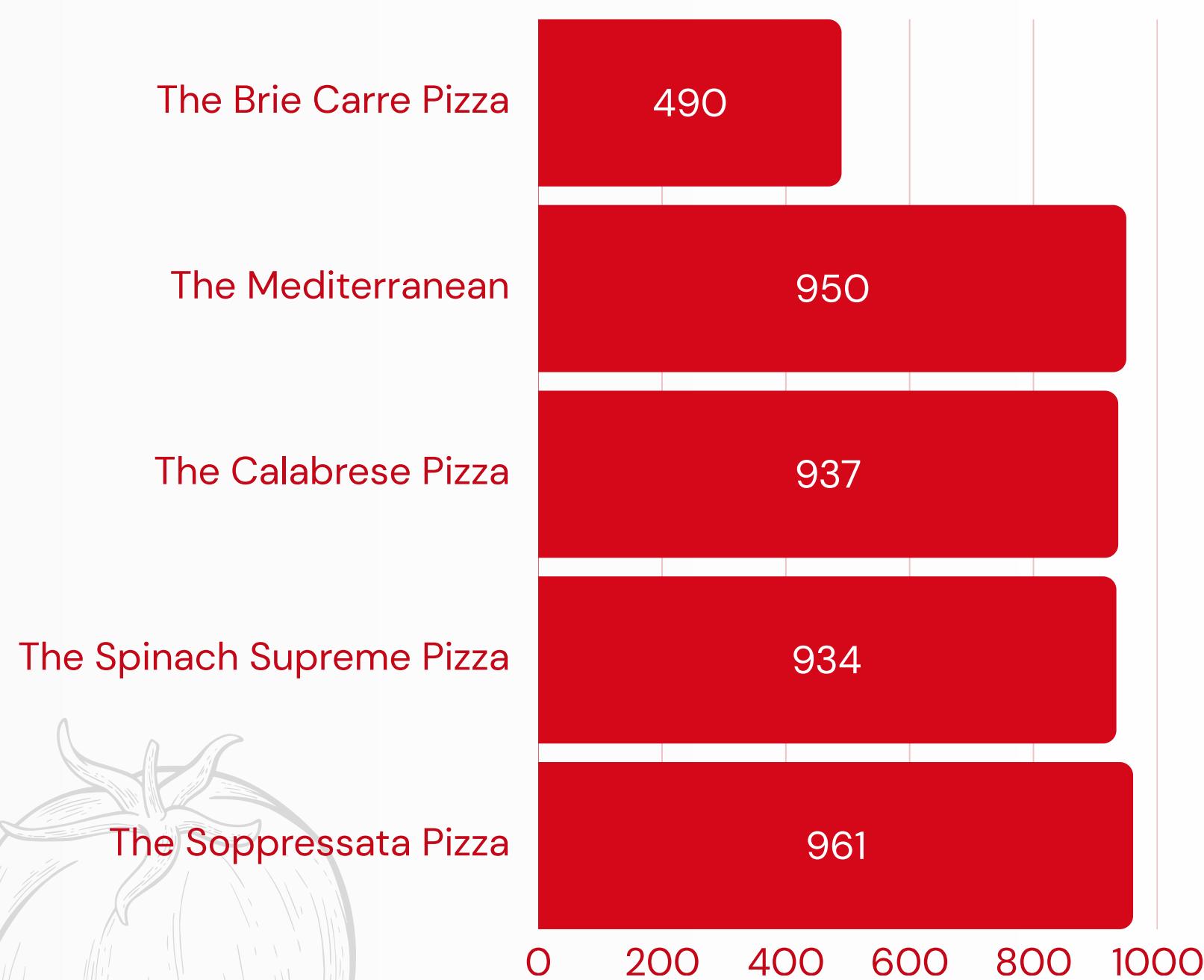
SALE TRENDS  
ANALYSISPRODUCT  
PERFORMANCEBUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION

## Bottom 5 Worst Sellers

Nhóm 5 sản phẩm có doanh số thấp nhất với mức bán ra dao động quanh 900–960 chiếc, riêng The Brie Carre Pizza chỉ đạt 490 chiếc, thấp gần một nửa so với các loại khác.

→ Điều này cho thấy **mức độ ưa chuộng thấp đối với các dòng pizza mang hương vị đặc trưng hoặc nguyên liệu kén người ăn** (như phô mai Brie, rau chân vịt).

Tuy doanh số hạn chế, các sản phẩm này vẫn có thể giữ vai trò “signature” trong menu cao cấp, nhưng doanh nghiệp nên xem xét lại **chiến lược giá, công thức hoặc kênh quảng bá** để cải thiện sức hút – đặc biệt với Brie Carre, có thể thử phiên bản mini hoặc combo dùng thử để tăng tần suất đặt hàng.





GIỚI THIỆU

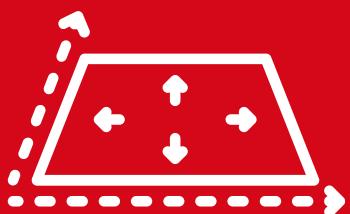
KPI SUMMARY

SALE TRENDS  
ANALYSISPRODUCT  
PERFORMANCEBUSINESS INSIGHT &  
RECOMMENDATION

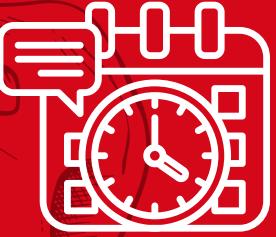
# BUSINESS INSIGHT



Tệp khách hàng chính là nhóm có hành vi ăn uống theo “sharing culture”, coi pizza là món ăn chung thay vì món lẻ.



Khách hàng ưa chuộng size lớn để chia sẻ, chứng tỏ pizza được xem như món ăn tập thể.



Thói quen tiêu dùng tập trung rõ rệt vào thời điểm giải trí và ăn cùng người khác, nên đây là cơ hội lớn để chạy khuyến mãi giờ vàng và cuối tuần.



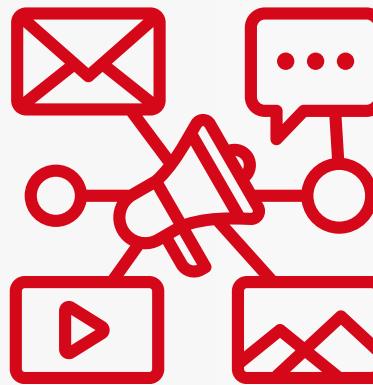
Các dòng pizza mang hương vị “cao cấp” hoặc kén người ăn chưa phù hợp với thị hiếu khách hàng chính hiện tại.



Thực đơn hiện tại cân bằng tốt giữa các hương vị, nhưng Classic và Supreme vẫn là “cash cows” – sản phẩm mang doanh thu chính, giúp duy trì ổn định lợi nhuận.



# RECOMMENDATIONS



## Marketing & Promotion

- Triển khai "Weekend Pizza Boost" campaign: giảm giá hoặc tặng topping vào Thứ Năm-Thứ Bảy.
- Tạo "Lunch & Dinner Combo" cho size Large/Medium trong khung 12h–13h và 18h–20h.
- Dùng Classic Deluxe hoặc BBQ Chicken làm "hero product" trong quảng cáo.



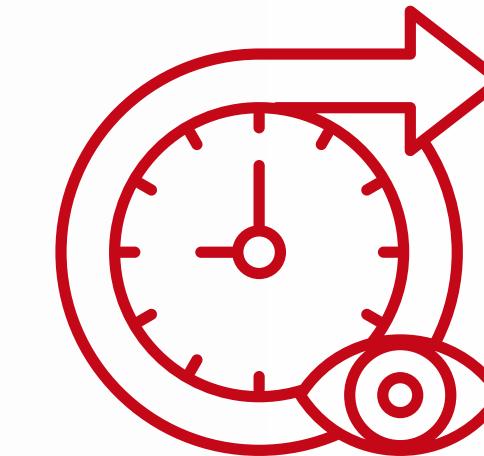
## Menu Optimization

- Giữ Classic, Supreme, BBQ Chicken làm nhóm core offering.
- Đánh giá lại công thức và chiến lược giá của Brie Carre và Mediterranean; có thể thử phiên bản mini, seasonal hoặc combo thử vị.
- Mở rộng nhóm Veggie-friendly options để tiếp cận khách hàng quan tâm đến sức khỏe.



## Operations & Inventory

- Tăng tồn kho và nhân sự vào cuối tuần và giờ cao điểm để giảm thời gian phục vụ.
- Dự báo nhu cầu bằng Power BI dashboard theo ngày và giờ để tối ưu nguyên liệu.



## Long-term Strategy

- Phát triển chương trình loyalty cho nhóm khách hàng đặt theo nhóm hoặc công ty, như "Corporate Pizza Friday".
- Khai thác insight tiêu dùng theo thời gian để xác định thời điểm ra mắt sản phẩm mới.



*Thank  
you!*

