

ORACLE

与“食”俱进

-----见证数字上的餐饮业

周意青

首席云架构师

SE Hub Interactive

议程

- 1 餐饮行业数据分析之路
- 2 听听用户怎么说
- 3 看看我们怎么做

餐饮行业数据分析之路

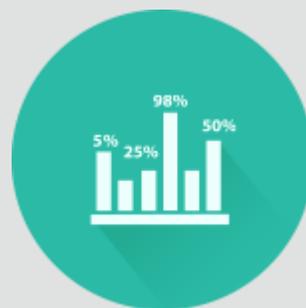
餐饮行业数据分析现状及问题

餐饮业绩的提升不仅是满足于现有的管理制度，更源于对自身及周边餐饮数据的收集、整理、分析，实现可预测、可指导，也就是“数据化管理”。



信息孤岛

集团或公司有各类信息化系统，信息孤岛问题严重；同集团下不同的门店单独的数据库，没有办法做到整合分析



数据繁杂

同集团下，同种物品在不同餐饮间采购价格偏差异常大，没有办法统控管理，帮助企业成本低化



需求变化快

周边门店的数据收集回来后，没有办法快速的跟实际业务数据做对比，没有办法掌握“整个市场的价格规律”，导致出租率下降，总体效益下降

餐饮行业发展新趋势

客户需求升级

- ▶ 餐饮已不再只是为了买一件东西，而可能是聚会、交流、文化、娱乐的多功能载体。
- ▶ 消费诉求从单一性价比转为追求材质、价格、风格、环境、服务、文化的综合体验。
- ▶ **企业如何满足消费者更加多样化、长尾、个性的需求？** (画像/行为/喜好/消费/评价)

精细化、多元化运营兴起

- ▶ IP运营
- ▶ 会员管理
- ▶ 连锁管理
- ▶ 口碑/品牌管理
- ▶ **企业如何实现降本？** (销量/成本/库存/预测)

运营管理升级

营销升级

- ▶ 跨界营销兴起
- ▶ 行业进入微利时代，成本敏感。
- ▶ **企业如何制定多渠道市场策略，触达新一代消**

费需求？增效 (品牌/商品/促销/优惠/反馈)

发展趋势

▶ 各类第三方平台(电商, 物流, 社交, 供应链...)

▶ 平台+门店商业模式形成

▶ **企业如何有效从第三方平台获能？** (流量/口碑)

多平台化

餐饮信息化建设痛点

行业主体:

客群变化, 跨界, 新业态,

外卖, 平台, 流量...

导致

竞争愈发激烈

痛点

成本越发不好控制、利润空间减小、餐食品质需要提高, 品类如何管控、创新却无数据主权...

各种系统间的数据如何整合, 如何对企业管理起到指导作用?

如何从经营产品到经营客户?

如何实现精准营销? 高效运营? 降本增效?

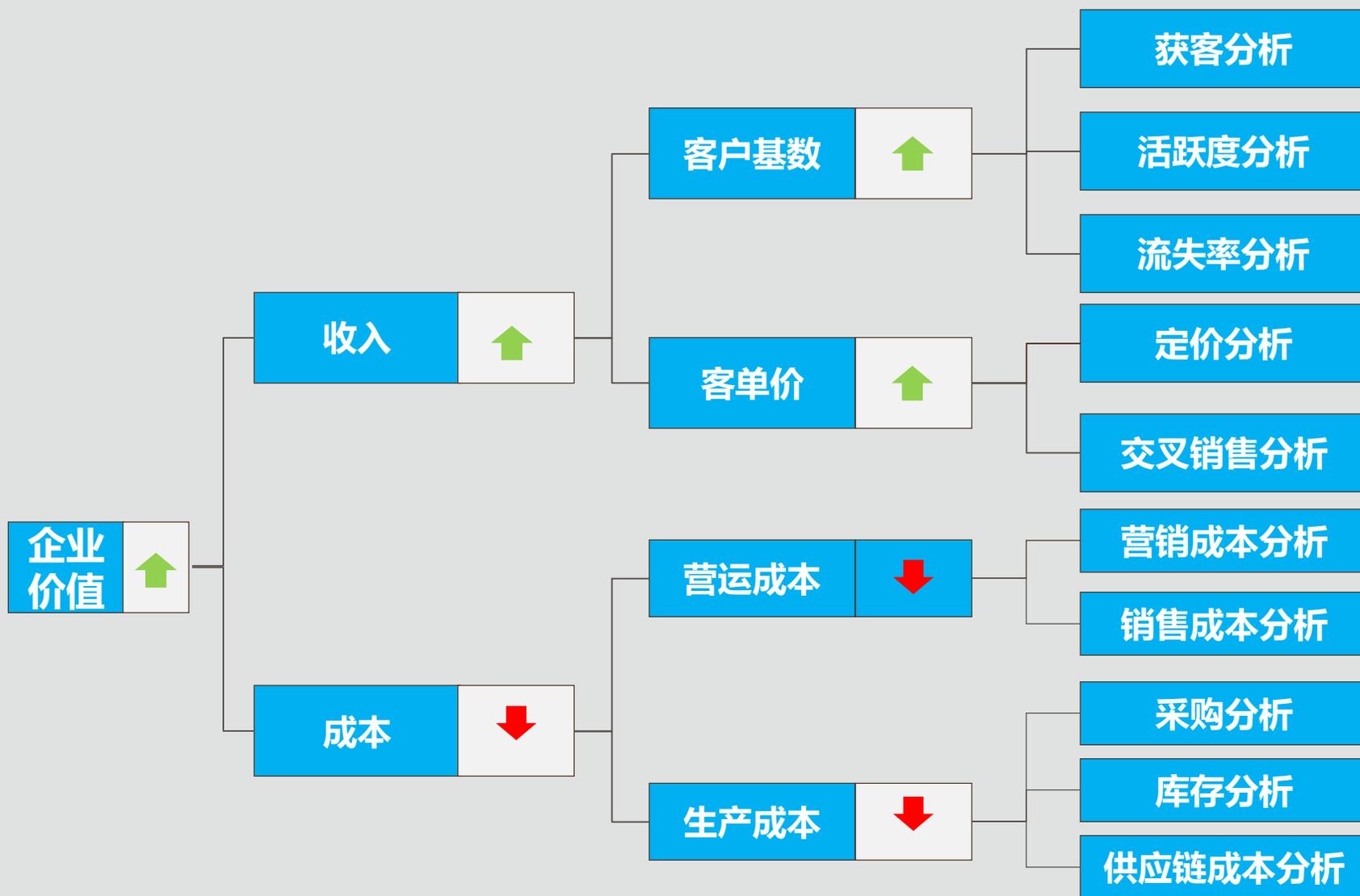
技术力量相对薄弱, 如何更自主的分析?

企业如何应对?

数据 !!



餐企经营的目标：降本增效 —— 通过构建业务数据来决策支持

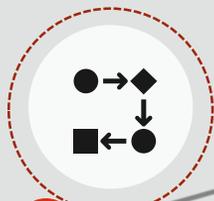


业务数据让餐企更了解自己,更了解客户!

您**专注业务**

剩下的业务数据平台**来操心**

轻建模非建模



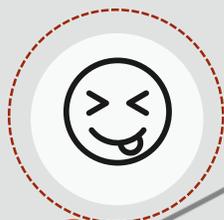
1. 食材供应链/
库存分析



2. 地域门店/
商圈分析



3. 菜品/价格/
欢迎度分析



4. 体验评价分析
食客画像/分类



5. 季节/时段之分析



6. 关联分析



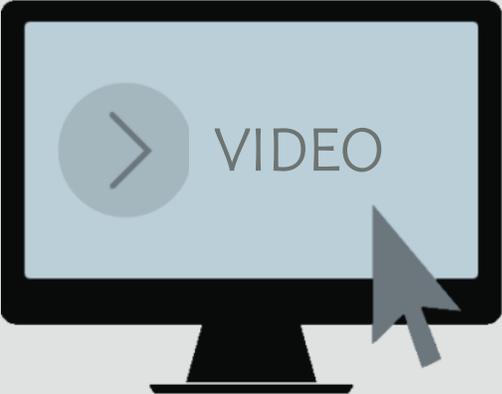
7. 降本增效

- ✓ 更了解自己
- ✓ 更了解食客
- ✓ 更了解生态
- ✓ 更了解趋势

ORACLE

听听用户怎么说

ORACLE



ORACLE

看看我们怎么做



餐饮数据分析

餐饮店驾驶舱概览

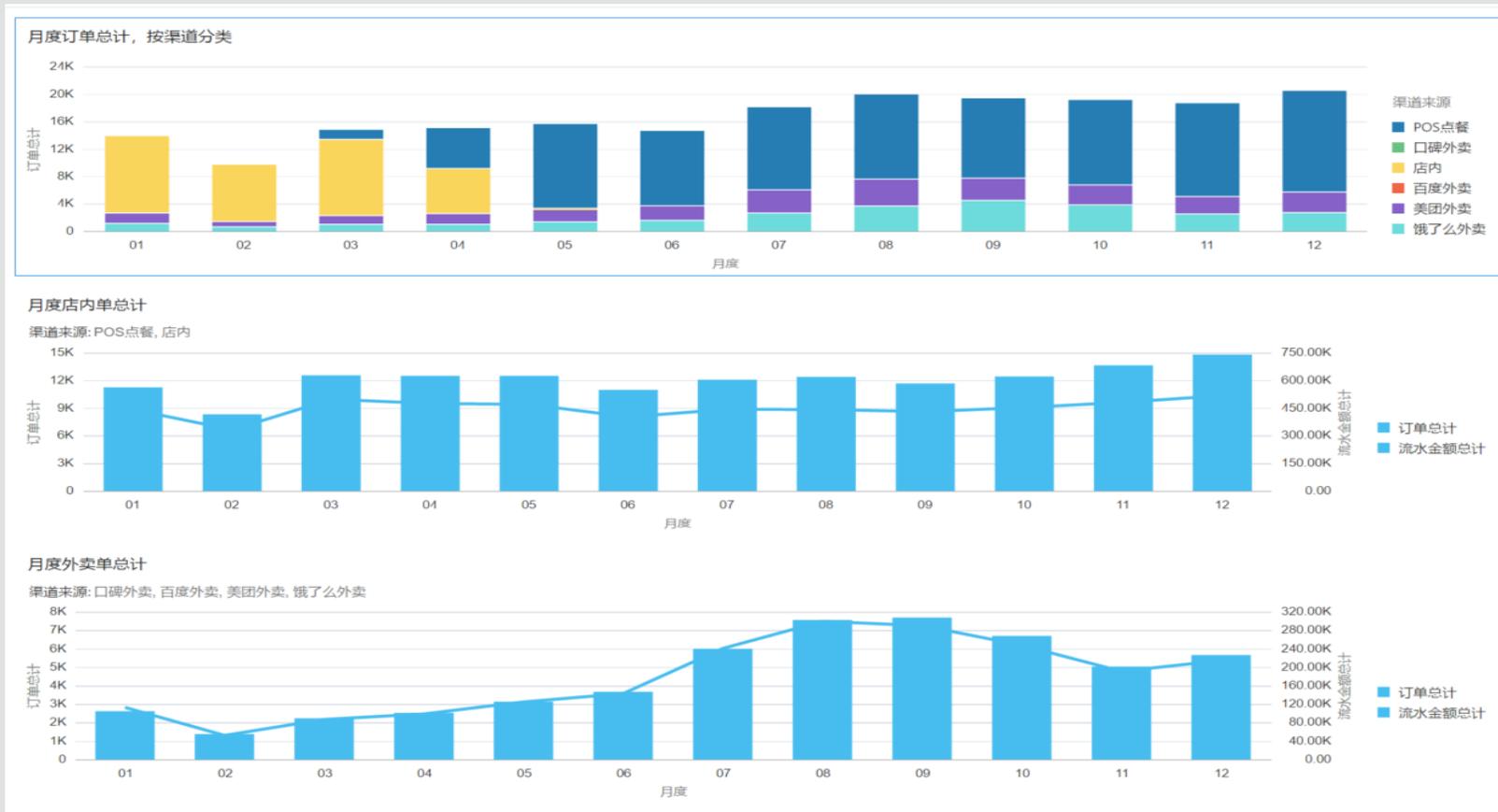


驾驶舱总体数据分析:

- 客单价
- 不同时间维度的销售量
和销售额以及环比
- 按其他不同维度的数据
展示
- 热销top10



订单分析



订单分析

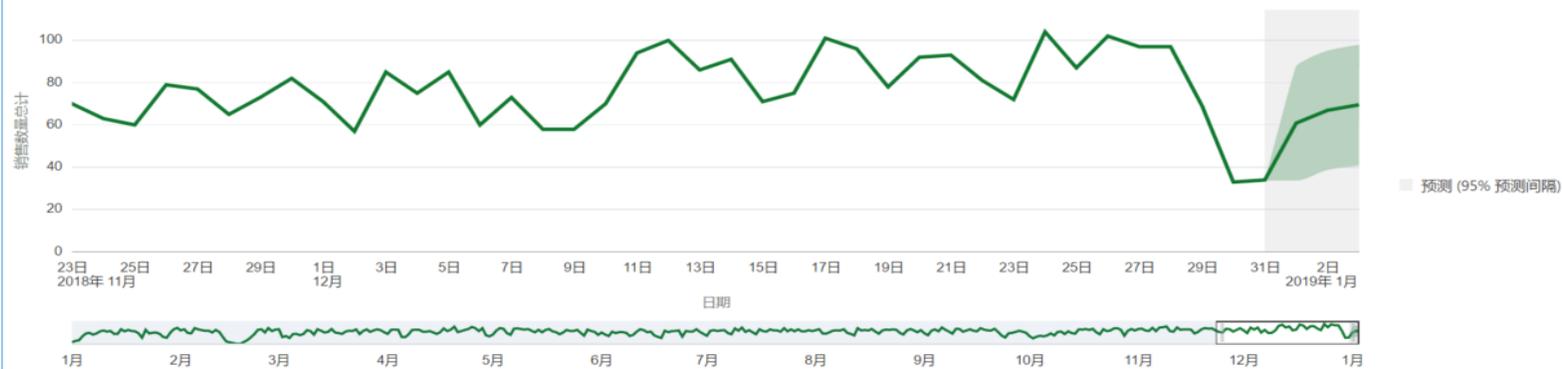
- 月度订单总计，按颜色统计不同渠道来源
- 月度堂食单
- 月度外卖单



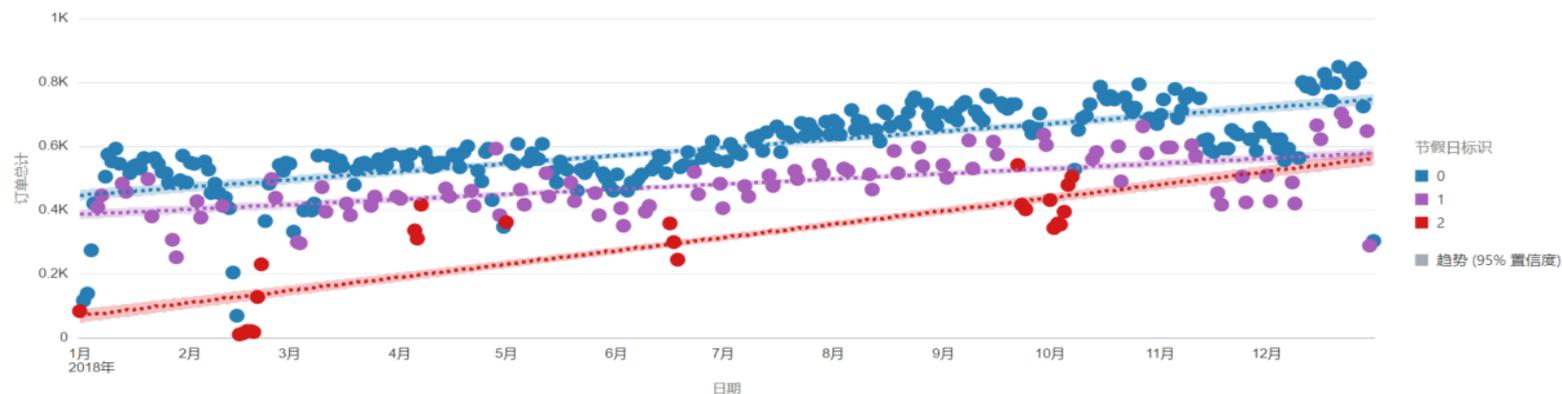
销量预测

按日期列出销售数量总计

月度:全部 菜品名称:**鱼块



订单趋势分析



销量预测

- 预测未来三天的销量
- 0代表正常工作日, 1代表的是周末, 2代表的是法定节假日, 这三种不同日子的趋势规律: 放假时趋势减少, 工作日增加。得出结论: 门店附近聚集工作环境。

Oracle业务数据平台能给餐企带来哪些价值？

掌控趋势，降本增效

- 操作简单，入门门槛儿很低（投资及人员要求）
- 敏捷，快速，
- 客户可以自身快速学习，不断探索，快速迭代，
- 所见即所得，
- 快速数据变现，解决客户业务问题，快速实现业务成果...



案例：和合谷

门店菜品分析

和合谷，是北京和合谷餐饮管理有限公司的一家中式快餐连锁企业。目前和合谷在北京、天津、河北、山西等地共有店铺150余家，年均服务北京顾客1900万人次。系统多，各部门不同步，无法让领导层从整个企业的高度来查看业务运行情况。

业务数据平台给客户带来敏捷分析及决策支持

- 业务部门人员可随时敏捷对数据进行自主分析，分析不同菜品的销售情况，尤其是季节性的畅销菜品分析
- 对企业现有的促销活动进行分析，针对不同的区域门店选择不同的促销形式
- 上线快，对市场反应快，店长根据万元用量分析，快速决策应变。



案例：香港麦当劳

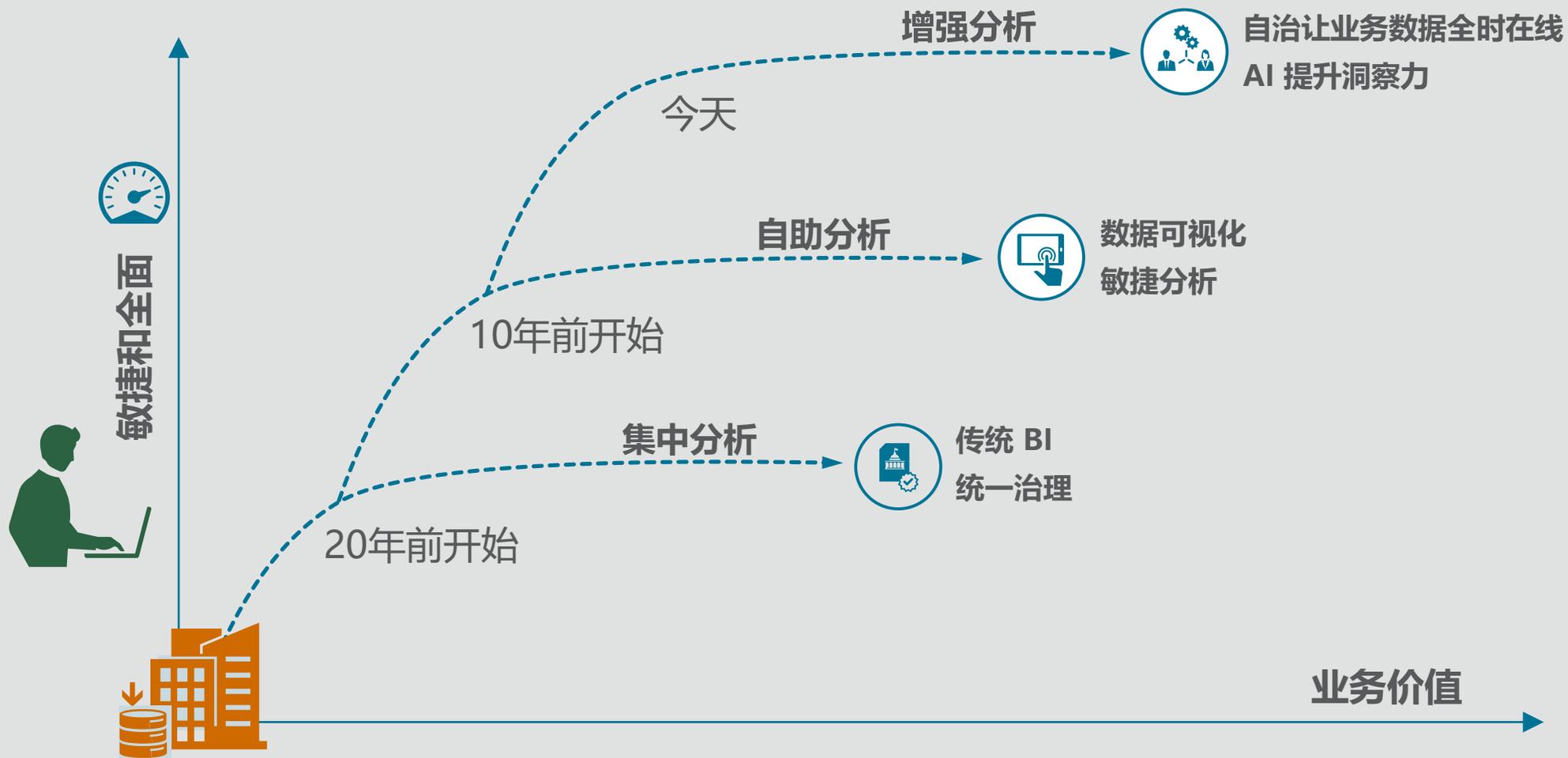
历史销售洞察和购物篮分析

麦当劳，美国著名快餐公司，成立于1940年，创始人Richard and Maurice McDonald，总部位于美国加利福尼亚州的圣贝纳迪诺。1975年在香港开设第一家门店，麦当劳是第一家始终提供清洁卫生间的餐厅，这促使顾客要求其他餐厅和机构提供同样的服务。

业务数据平台给客户带来敏捷分析及决策支持

- 高效率商品销售分析：购物篮查询分析速度提升240倍
- 深度洞察，更好支持市场活动
- 利用优化的存储，更多的历史数据能被分析（自动压缩11倍，1TB 支持62年销售数据）

科技改变分析方式



满足业务人员需求



融合更多数据

自己轻松上传和分析数据



获得更多答案

发现隐藏模式和以前未知的趋势



规模化利用更多
洞察

创建和分享有数据支持的案例

Oracle业务数据平台的创新方法

业务
导向

由小
及大

简化
程序

敏捷
高效

业务数据从哪儿来?



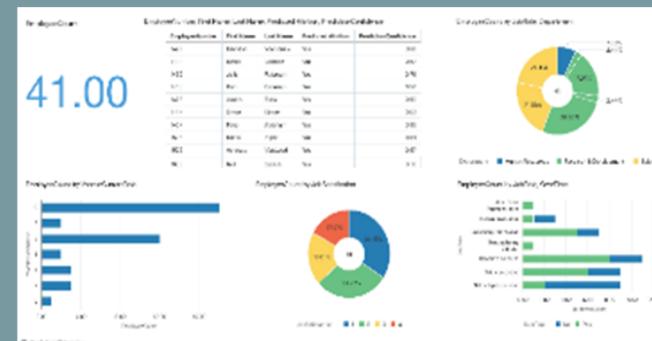
ADW/业务系统/Excel...

业务数据间的关系?



业务逻辑关联图

业务数据怎么用?



业务分析画布

迭代、验证、固化





给您一个舞台，让您精彩创新！



ORACLE