

# VP BANK REPORT



July 2024

Prepared by  
Huynh Cong Hieu

Email:  
[hch.b.1710@gmail.com](mailto:hch.b.1710@gmail.com)

# Tổng quan về thông tin khách hàng dịch vụ tại VP Bank

- VP Bank hiện đang có **42 chi nhánh** đang hoạt động tại Việt Nam.
- Có tổng cộng hơn **113.000 khách hàng**, trong đó **Hà Nội và Hồ Chí Minh** chiếm hơn **67% (76.200)** lượng khách hàng.
- Khách hàng có tài sản lớn nhất khoảng **132.5 tỉ đồng** đối với phân khúc gold, **6.18 tỉ** với phân khúc regular và **1.25 tỉ** đối với phân khúc Silver.
- Hơn 80% khách hàng** tại VP Bank là **phân khúc regular**, khách hàng ở **phân khúc gold** chiếm gần **78% tổng doanh thu** của VP Bank.

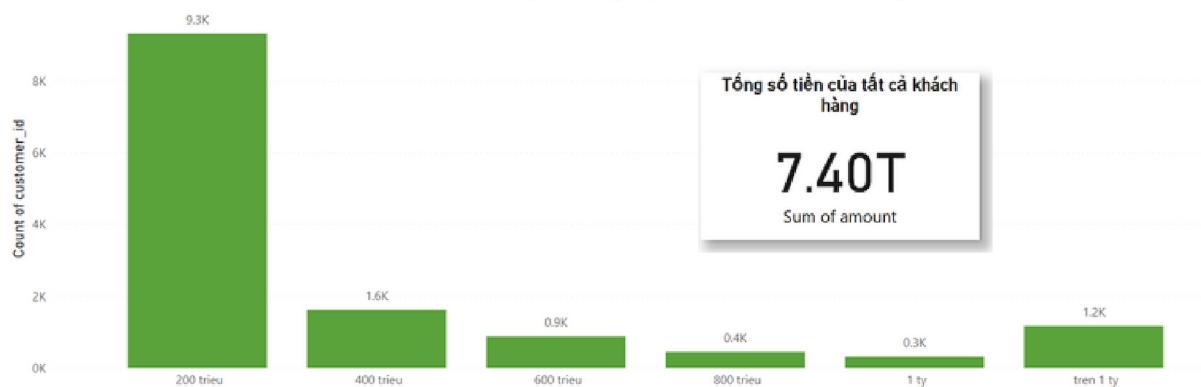
# Tổng quan tình hình gửi tiền và vay tín chấp của khách hàng



Tổng số khách hàng hiện tại của VP Bank là 113.070, nhưng số khách hàng gửi tiền chỉ có 13.750 khách hàng gửi tiền, **chiếm chỉ khoảng 12%** trên tổng số khách hàng.

Trong đó, số khách hàng lập thẻ tín dụng để sử dụng là 23.640 nhưng số khách hàng vay tín chấp chỉ 684 người, **chiếm 2.89%**. VP Bank cần khai thác những khách hàng số khách hàng lập thẻ tín dụng nhiều hơn để gia tăng doanh thu.

Phân bô số tiền gửi có kỳ hạn trên mỗi khách hàng



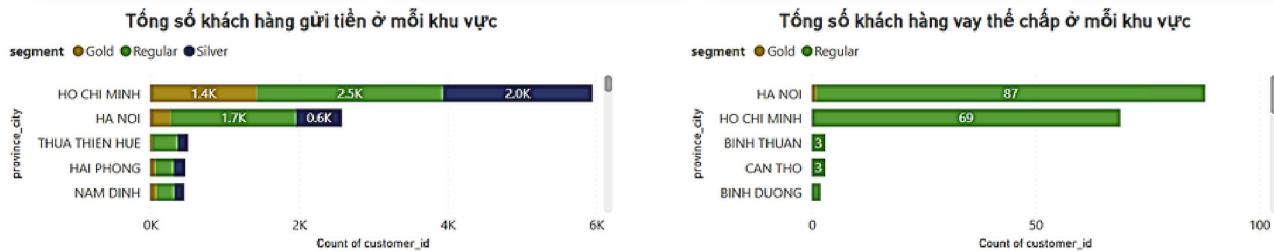
Mặc dù tổng số tiền của tất cả khách hàng là hơn 7000 tỷ, nhưng chỉ có 9310 trên 13.750 khách hàng, chiếm hơn 67% (khách hàng gửi tiền dưới 200 triệu). Từ đó ta có thể thấy, có những khách hàng gửi tiền lên tới hàng trăm tỷ. Làm cho chỉ số tiền tăng cao nhưng thực chất tổng số tiền gửi trung bình trên mỗi khách hàng không quá nhiều.



Phân khúc Gold là phân khúc mang lại nguồn tiền chủ yếu cho VP Bank, chiếm đến 77.97%, nhưng số khách hàng trong phân khúc này chỉ có 3.21%. Điều đó cho thấy rằng, chỉ có số ít khách hàng thật sự mang đến nguồn doanh thu chính cho ngân hàng.

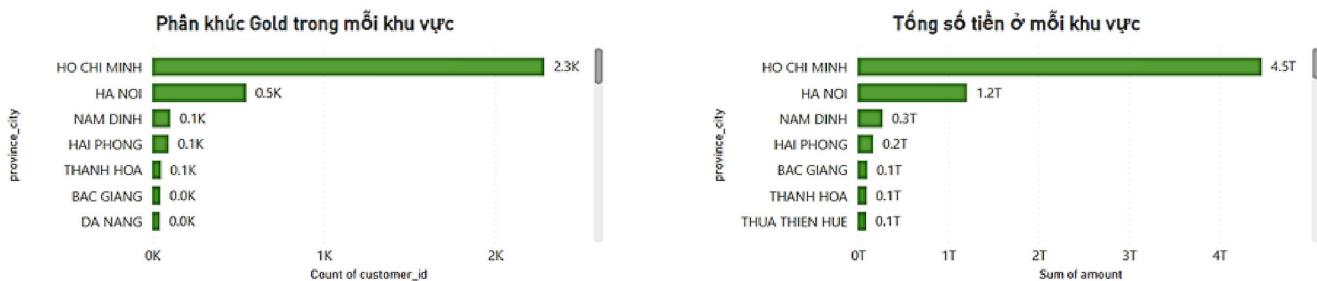
=> VP Bank cần tập trung khai thác nhiều hơn ở phân khúc Regular để mang lại lợi nhuận nhiều hơn

# Hành vi sử dụng dịch vụ của khách hàng trong mỗi khu vực trong Việt Nam



Tại thành phố Hồ Chí Minh, khách hàng có xu hướng gửi tiền nhiều hơn tại Hà Nội. Đây là thành phố phát triển về kinh tế, người dân có thể có xu hướng gửi tiền tiết kiệm nhiều hơn để lấy lãi xuất và phân khúc gold cũng tập trung ở đây nhiều hơn

Mặc khác, người dân tại Hà Nội thì xu hướng vay thẻ chấp để mua nhà hoặc đầu tư đất đai nhiều hơn Hồ Chí Minh. Và người dân cũng không có xu hướng cho việc gửi tiền tiết kiệm nhiều, có thể người dân có xu hướng muốn để tài sản dưới dạng đất đai hoặc đầu tư thay vì gửi tiền sinh lãi tại ngân hàng.



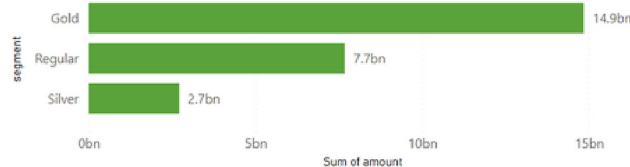
Từ dữ liệu trên, có thể thấy rằng số lượng doanh thu mà khách hàng mang đến cho VP Bank sẽ đến từ 2 đầu khu vực là thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Trong đó, Hồ Chí Minh chiếm đến 2.300 khách hàng đến từ phân khúc Gold. Đây cũng là phân khúc mang đến số doanh thu nhiều nhất cho VP Bank tại chi nhánh Hồ Chí Minh

## Tổng số khách hàng sử dụng những dịch vụ chính trong mỗi phân khúc

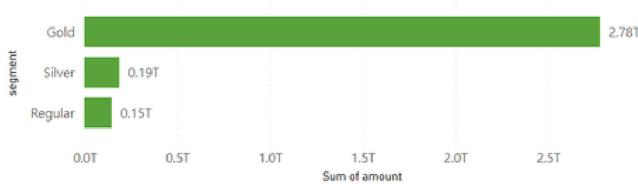
segment	Sum of prod_credit_card	Sum of prod_secured_loan	Sum of prod_td	Sum of prod_app	Sum of prod_ca
Gold	1713	2	2272	3610	3364
Regular	12255	183	7523	91025	82658
Silver	9675	0	3952	18227	15436
<b>Total</b>	<b>23643</b>	<b>185</b>	<b>13747</b>	<b>112862</b>	<b>101458</b>

Mặc dù phân khúc regular chiếm hơn 51% trên tổng số khách hàng sử dụng dịch vụ tại ngân hàng. Nhưng số tiền vay tín chấp tại đến từ hầu hết khách hàng ở phân khúc gold, điều đó cho thấy khả năng chi nhiều tiền đến từ phân khúc này cực kỳ nhiều, họ sẵn sàng chi tới hàng chục tỷ cho các hoạt động về tài sản, đầu tư, bảo hiểm đến vay vốn.

## Tổng số tiền ở mỗi phân khúc vay tín chấp



## Tổng số tiền ở mỗi phân làm thẻ tín dụng



## Những khách hàng sử dụng dịch vụ chính của VP Bank

Count of customer_id	prod_credit_card	prod_upl	prod_td	prod_app
64	1	0	0	0
17095	1	0	0	1
1	1	0	1	0
2419	1	0	1	1
3	1	1	0	0
98	1	1	0	1
6	1	1	1	1
<b>19686</b>				

Chỉ có 6 khách hàng sử dụng toàn bộ 4 dịch vụ chính của ngân hàng, vì vậy có thể thấy tỉ lệ khách hàng thực sự mong muốn dùng nhiều hơn 2 dịch vụ cực kỳ ít.

Trong đó, đa phần khách hàng sử dụng dịch vụ “thẻ tín dụng” và “app chuyển tiền”. Ngân hàng cần khuyến khích tệp khách hàng này nhiều hơn chuyển qua vay tín chấp để tăng doanh thu

## Để tăng KPI 20%

Hiện tại, chúng ta có khoảng hơn 15% khách hàng lập thẻ tín dụng trên toàn bộ khách hàng, nhưng chưa sử dụng dịch vụ vay tín chấp. Số lượng vay tín chấp chỉ chiếm tới 0,5% so với những khách hàng sử dụng 4 dịch vụ chính

- Cần lên các chương trình ưu đãi và chăm sóc khách hàng nhằm mục đích chuyển đổi khách hàng, làm cho họ có nhu cầu vay nhiều hơn
- Chuyển đổi khách hàng từ regular thành gold bởi vì lượng khách hàng regular chiếm nhiều nhưng số tiền chi tiêu tại thua gold. Đây là tệp khách hàng tiềm năng có thể khai thác để tăng doanh thu.