

# VAN ARSDEL

# SALE REPORT

2011 - 2016



# CONTENT



VAN ARSDALE  
COMPANY

- 1** *Report Objectives*
- 2** *Data Validation*
- 3** *Business Sales Report Overview*
- 4** *Our Products And Customers*
- 5** *Forecast and Target Budget*
- 6** *Summary and Recommendation*





# Introduction - Objectives

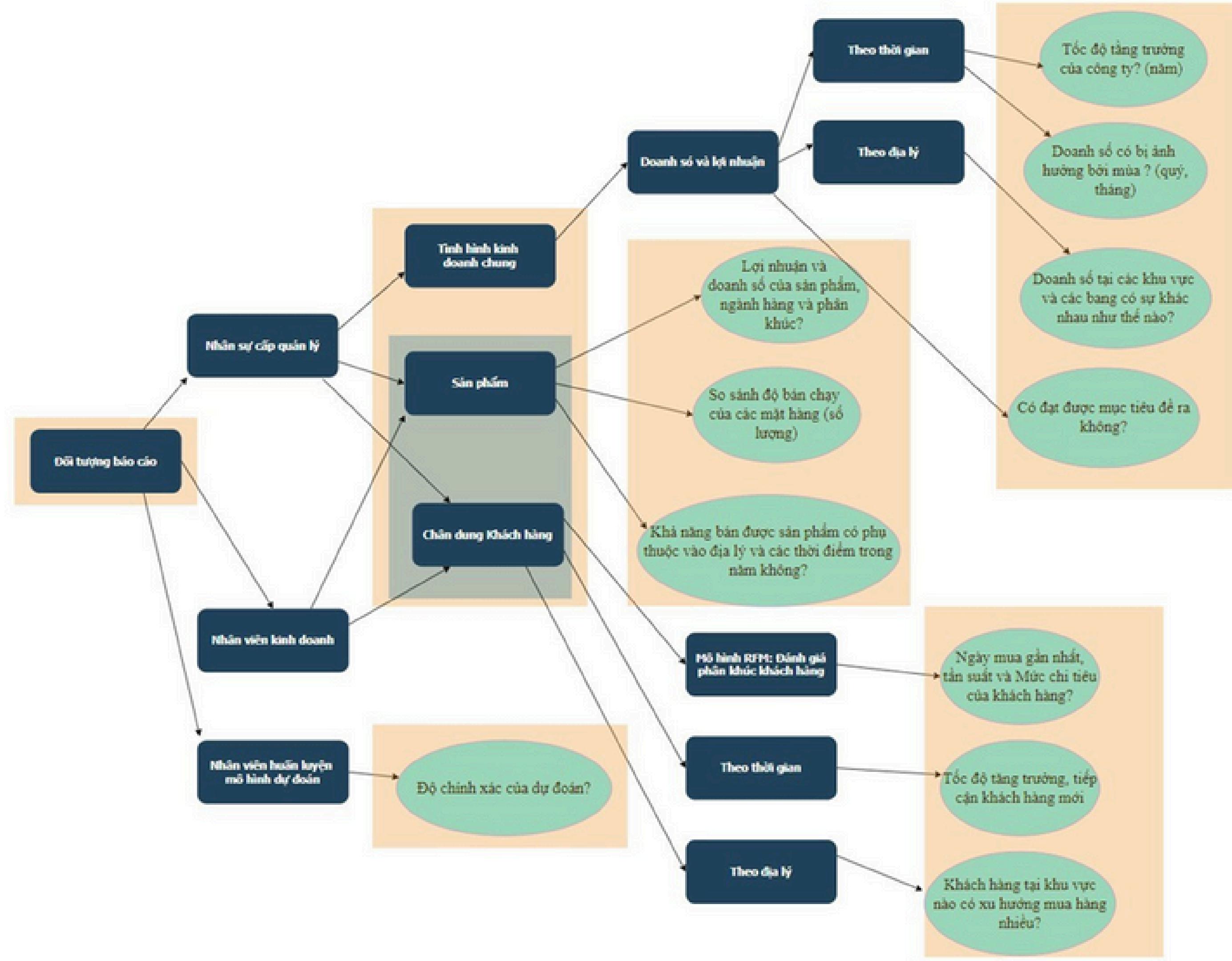
VanArsdel là công ty tự sản xuất và bán các mặt hàng thể thao đa quốc gia có địa chỉ văn phòng tại Mỹ. Theo thông tin mở, Doanh số của VanArsdel đến từ cả nguồn khách hàng nội địa Mỹ và cả quốc tế. Công ty ngoài kinh doanh các mặt hàng tự sản xuất cũng đồng thời bán các sản phẩm của các nhà sản xuất khác.



## Ý nghĩa và mục tiêu của Báo cáo

Báo cáo này có ý nghĩa trong việc Cung cấp thông tin Tổng quan về tình hình doanh thu, hiệu quả chiến dịch, các sản phẩm Mũi nhọn của công ty, Khả năng tiếp cận, giữ chân và chân dung của những khách hàng tiềm năng. Từ đó tìm ra những Insights và đưa ra các quyết định cho việc kinh doanh của doanh nghiệp.

# Tree Map





# DATA VALIDATION

## Xử lý dữ liệu trùng lặp

```
[ ] # Tìm tất cả các hàng trùng lặp
duplicates = df6[df6.duplicated()]
```

```
# Hiển thị các hàng trùng lặp
print(duplicates)
```

```
#133 dòng dữ liệu tại bảng Sales bị trùng lặp
```

	ProductID	Date	CustomerID	CampaignID	Units
494377	415	2013-08-31	269160	2	1
494903	489	2012-06-09	200785	10	1
494904	489	2012-06-09	200786	10	1
494905	489	2012-06-09	200787	10	1
494906	489	2012-06-09	200788	10	1
...	...	...	...	...	...
516351	489	2012-05-04	253938	11	1
516352	489	2012-05-04	253939	11	1
516353	489	2012-05-04	253940	11	1
519772	489	2012-01-06	254387	11	1
519775	489	2012-03-11	266938	11	1

```
[133 rows x 5 columns]
```

```
[ ] df6 = df6.drop_duplicates()
```

## Tổ chức lại bộ dữ liệu VanArsdel\_Budget

### BUDGET

	Category	Segment	Month	Year	Budget
0	Accessory	Accessory	1	2016	44650.897410
1	Mix	All Season	1	2016	11206.224230
2	Mix	Productivity	1	2016	19538.898120
3	Rural	Select	1	2016	324.833355
4	Urban	Convenience	1	2016	125587.630100
...	...	...	...	...	...
211	Urban	Convenience	12	2015	129397.143600
212	Urban	Extreme	12	2015	18422.565530
213	Urban	Moderation	12	2015	289792.452700
214	Urban	Regular	12	2015	417.296880
215	Youth	Youth	12	2015	2569.906080

```
216 rows × 5 columns
```

### FORECAST

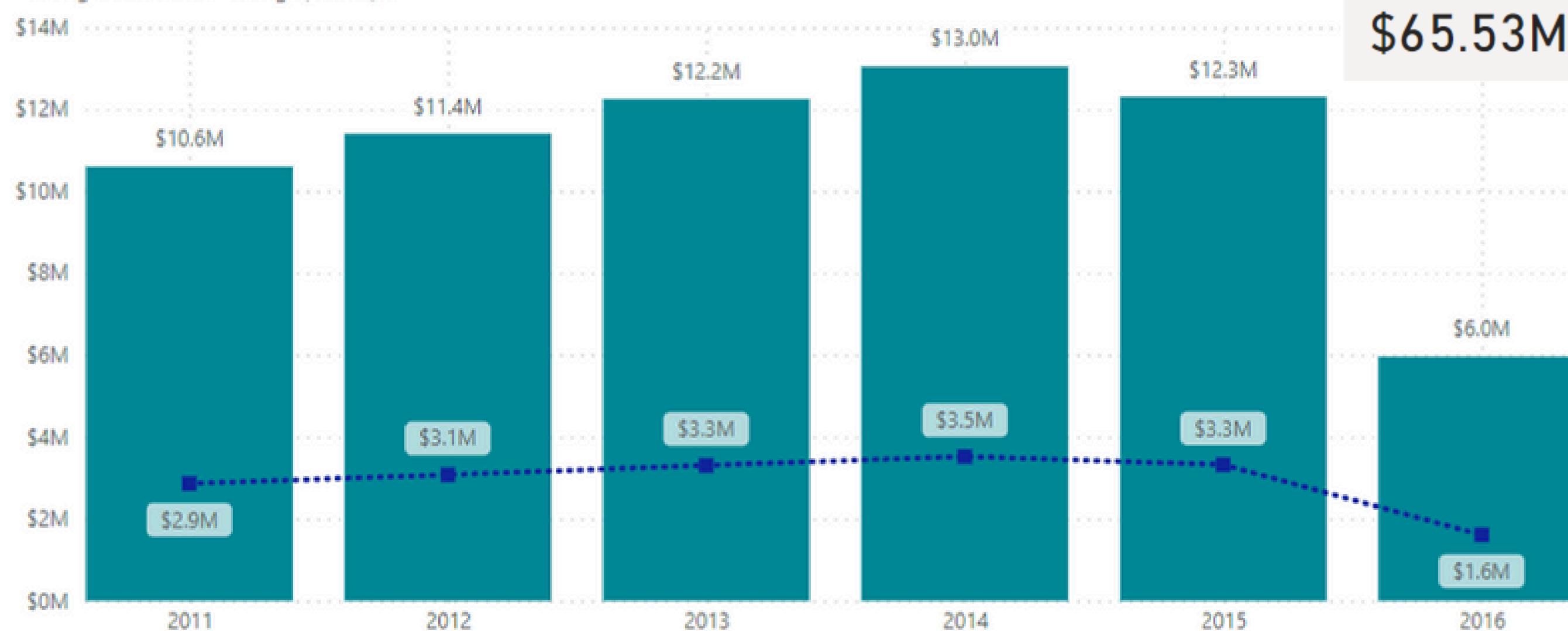
	Category	Segment	Month	Year	Forecast
0	Accessory	Accessory	1	2016	44190.578880
1	Mix	All Season	1	2016	11442.144740
2	Mix	Productivity	1	2016	19538.898120
3	Rural	Select	1	2016	311.708775
4	Urban	Convenience	1	2016	120710.440600
...	...	...	...	...	...
103	Urban	Convenience	12	2016	121859.445900
104	Urban	Extreme	12	2016	18247.112520
105	Urban	Moderation	12	2016	292661.684900
106	Urban	Regular	12	2016	405.259470
107	Youth	Youth	12	2016	2757.295065

```
108 rows × 5 columns
```

# Overview

## Doanh thu theo năm

- Tổng doanh thu ■ Tổng lợi nhuận



- **Tổng doanh thu của công ty trong 4,5 năm:** từ 1/2011 đến hết tháng 6/2016 đạt 65.53 triệu \$
- **Trong 6 tháng đầu năm 2016** công ty có doanh thu là 6 triệu \$.
- **2014 là năm công ty đạt doanh thu cao nhất,** đạt 13 triệu \$
- **Trung bình mỗi năm công ty thu được 3 triệu \$ lợi nhuận**

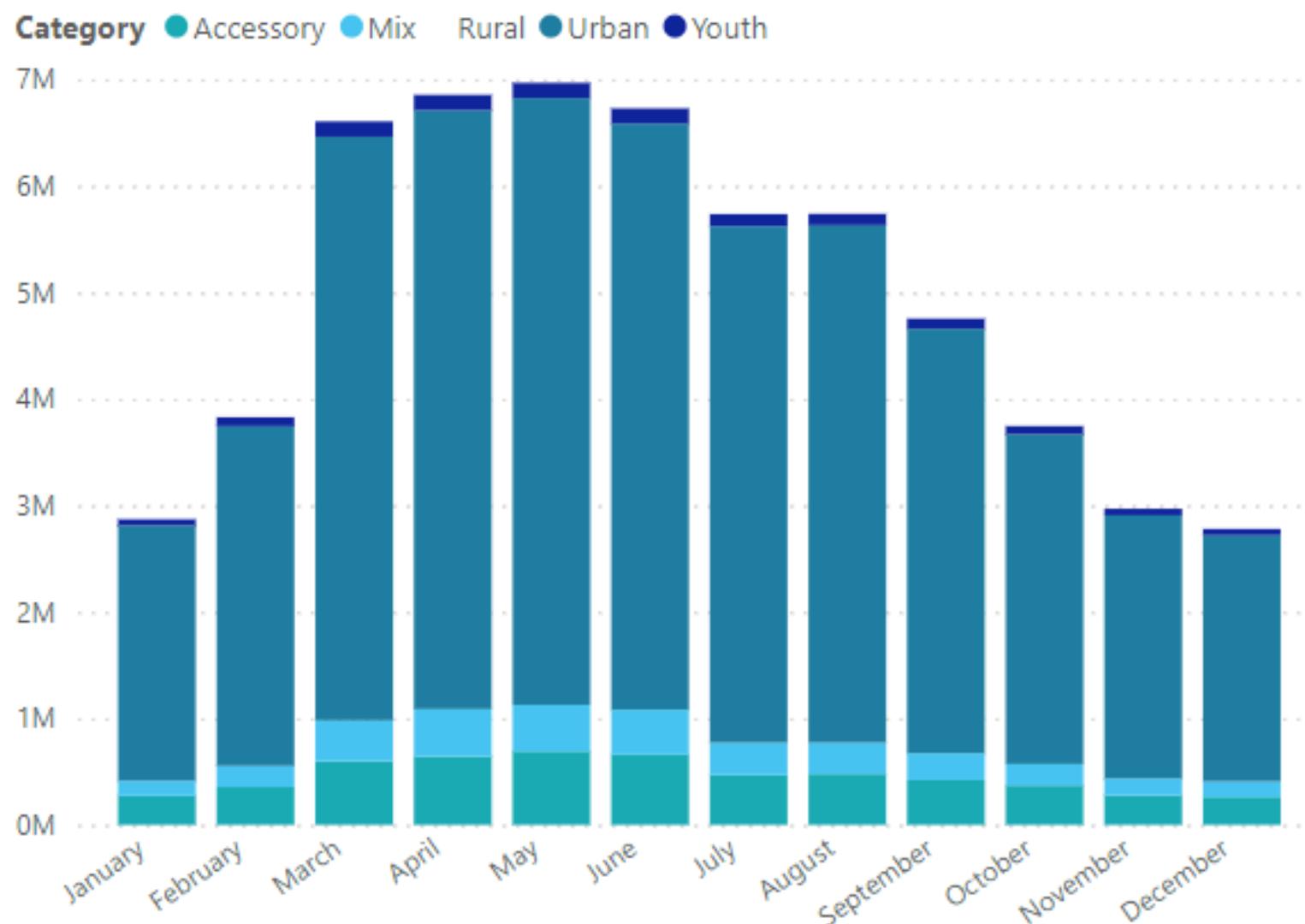
- **Công ty duy trì mức tăng trưởng doanh thu hàng năm khoảng 7%**
- **Năm 2015, công ty có mức tăng trưởng âm : -5,65%**

Year	totalRevenue	RevenueLastPeriod	RevenueYOY
2011	\$10,594,681.57		-100.00%
2012	\$11,395,555.67	\$10,594,681.57	7.56%
2013	\$12,245,085.77	\$11,395,555.67	7.45%
2014	\$13,039,508.09	\$12,245,085.77	6.49%
2015	\$12,302,641.43	\$13,039,508.09	-5.65%

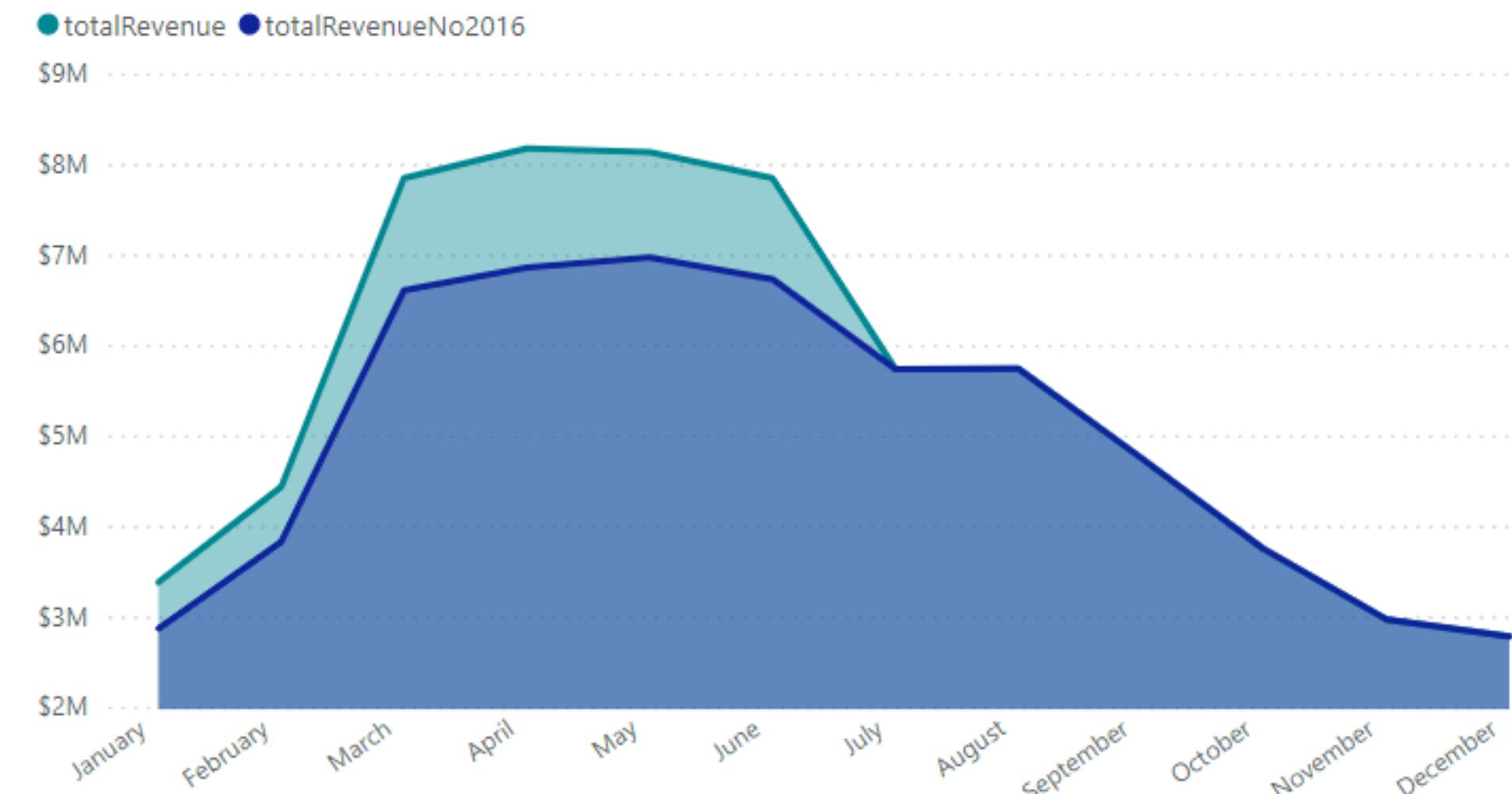
# Overview

- **Doanh thu cao nhất trong khoảng từ tháng 3 đến tháng 7: duy trì ở mức 16.5 triệu \$ và giảm dần về cuối năm.**

*Doanh thu theo tháng trong năm*

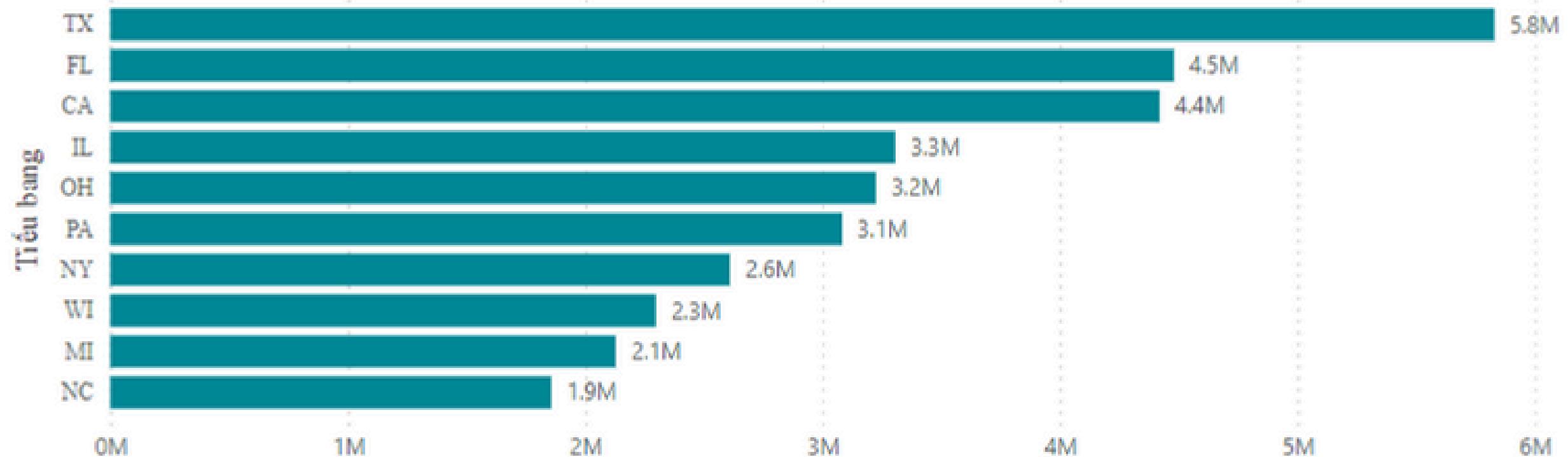
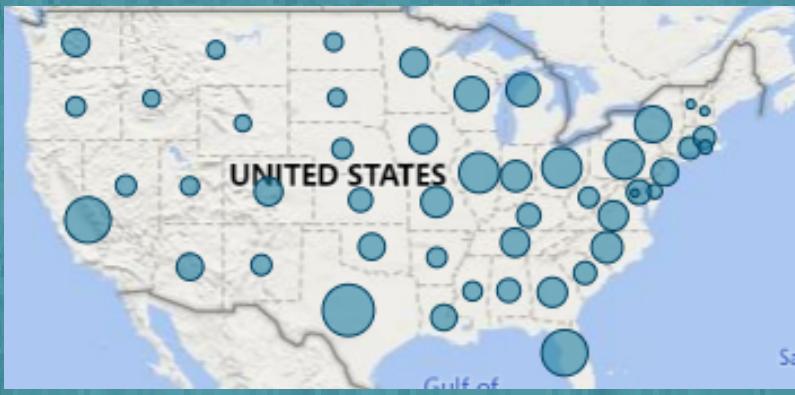


*Doanh thu theo tháng trong năm*



- Thời gian trong năm không ảnh hưởng đến  
Phần trăm tỉ lệ các loại mặt hàng bán được.

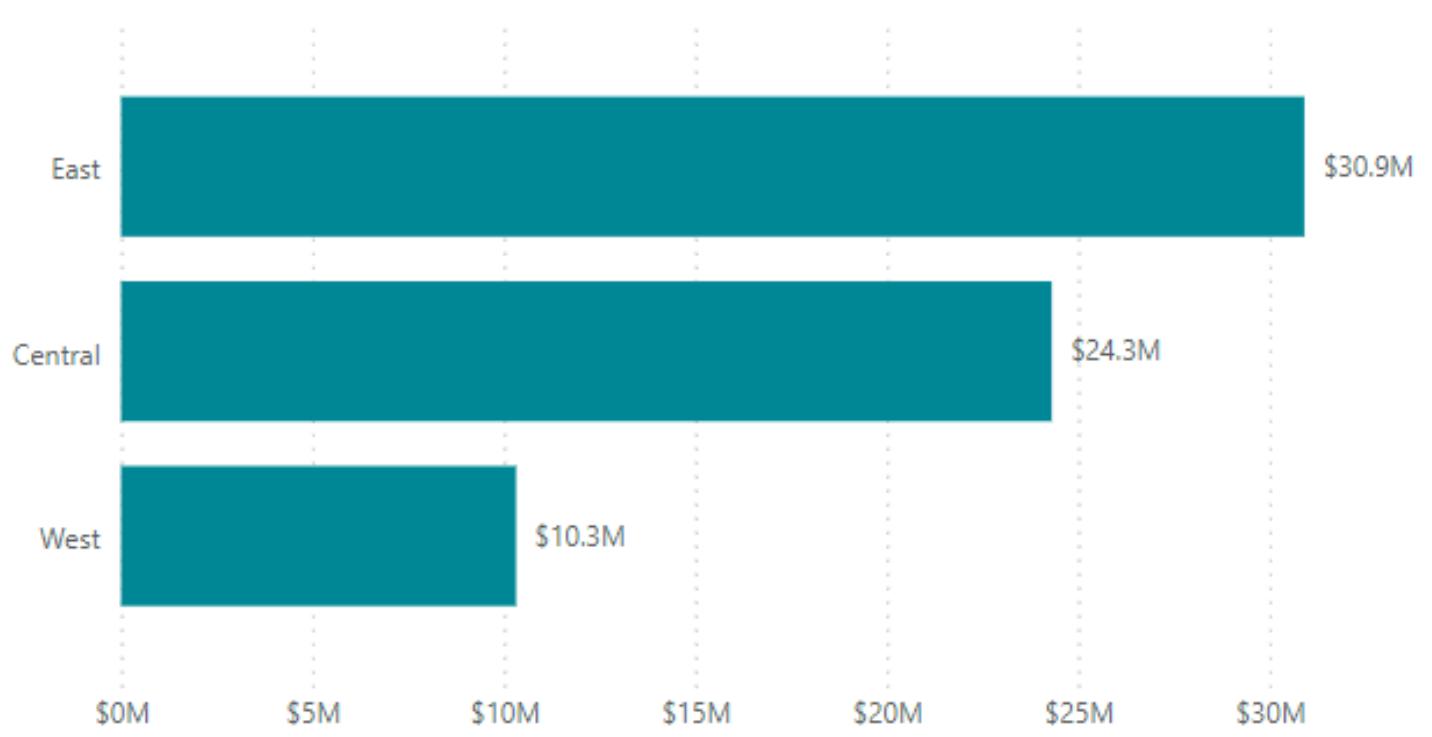
# Overview



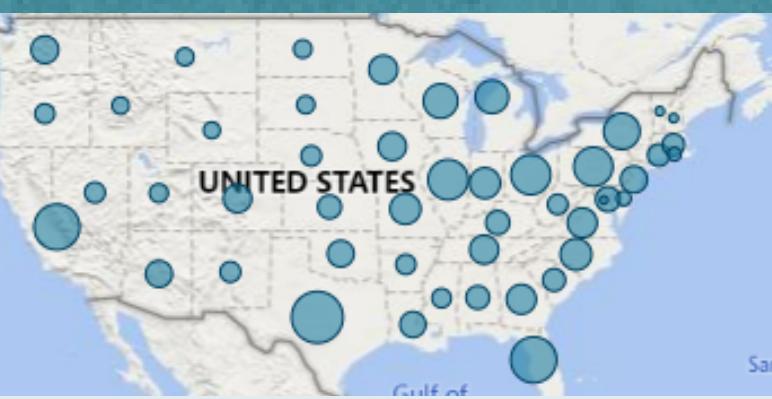
- Texas là bang có đạt doanh thu cao nhất: 5,8 triệu \$. Theo sau đó là Florida và California: 4,5 triệu \$
- North Carolina là bang có doanh thu thấp nhất: 1,9 triệu \$

- Phía Đông là khu vực tập trung doanh thu, Khi doanh thu ở đây đạt con số cao nhất trong 3 vùng là: 30,9 triệu \$
- Phía Tây có doanh thu đạt chỉ bằng 15,77% tổng doanh thu và bằng 42% doanh thu khu vực trung tâm

*Doanh thu theo vùng*

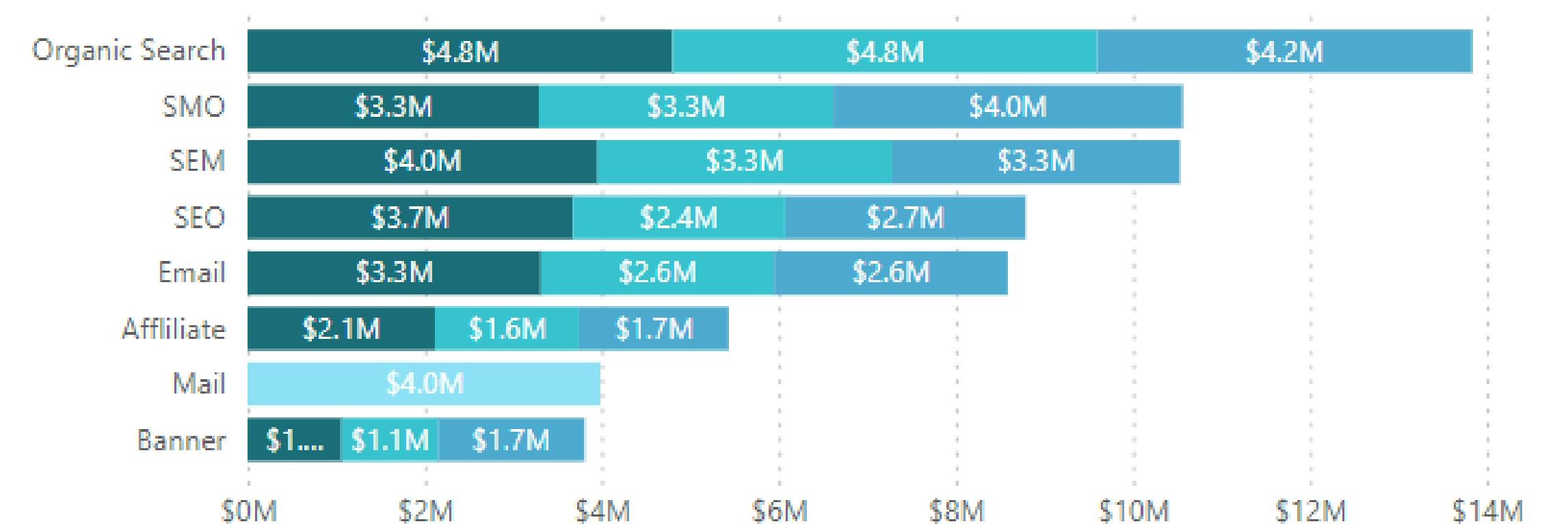


# Overview



## Kênh bán hàng

Device ● Desktop ● Desktop ● Mobile ● Paper ● Tablet



- **Organic Search là chiến dịch bán hàng tốt nhất, đạt 14,8 triệu \$ doanh thu.**
- Các Chiến dịch bán hàng SMO, SEM, SEO, SEO đều có doanh thu cao.
- Mail và Banner là các chiến dịch kém hiệu quả hơn trong việc tiếp cận khách hàng



Các chiến dịch và kênh bán hàng truyền thống như Mail và Banner đang trở nên kém hiệu quả.

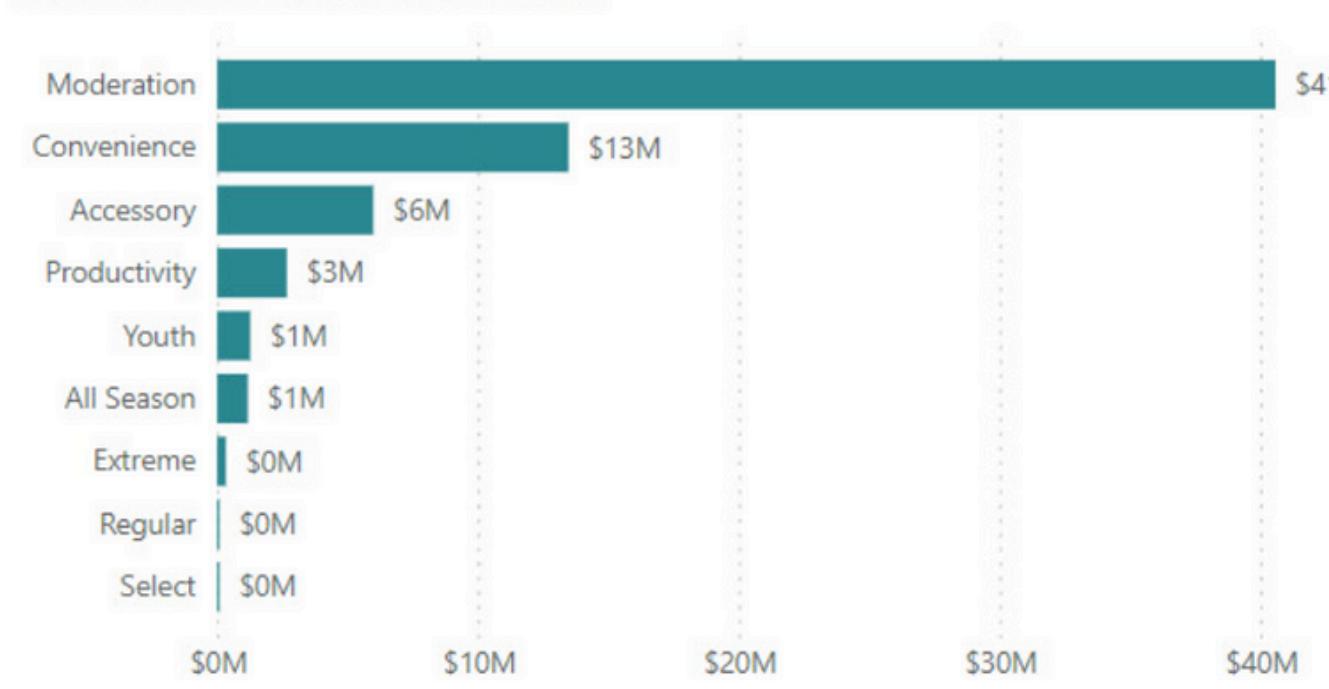
Van Arsdel cần tập trung vào xu hướng vào xu hướng chung của thời đại, Đẩy mạnh các kênh bán hàng qua Internet

# Products

## Xu hướng doanh thu theo danh mục sản phẩm



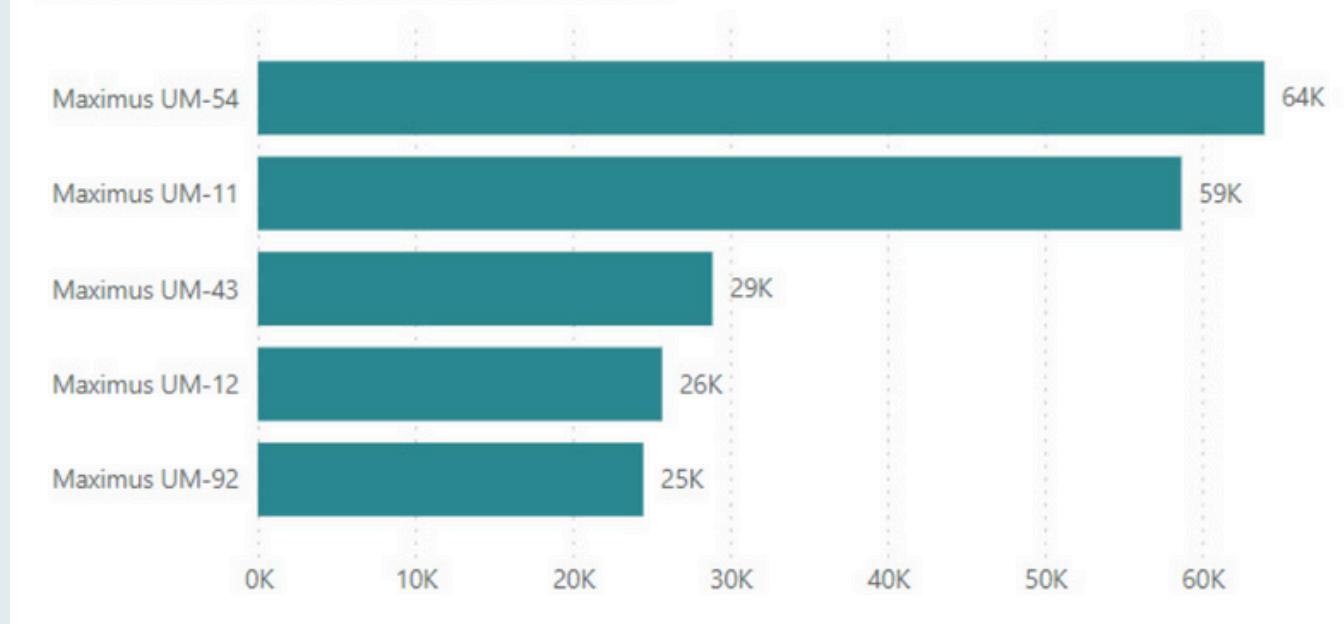
## Phân khúc có doanh thu cao nhất



- **Moderation là phân khúc đem lại doanh thu cao nhất, với 41 triệu \$.**
- **Theo sau là Convenience với 13 triệu \$.**

- **Urban là loại sản phẩm được tiêu thụ nhiều nhất, có doanh thu: 54 triệu \$ và lợi nhuận 14,6 triệu \$**
- **Rural là ngành hàng kém hiệu quả nhất, đạt 6,5 triệu \$ doanh thu và 1,7 triệu \$ lợi nhuận.**
- **Doanh thu chủ yếu đến từ quý 2, quý 3 của mỗi năm và giảm dần về cuối năm.**
- **Tỉ lệ lợi nhuận của từng loại sản phẩm là như nhau (~0,27%).**

## Top 5 sản phẩm có lượng bán nhiều nhất



- **Maximus UM-54 và Maximus UM-11 là 2 sản phẩm bán chạy nhất.**
- **Các sản phẩm khác có sức tiêu thụ chỉ bằng 1/2 so với UM-54 và UM-11.**

# Customers

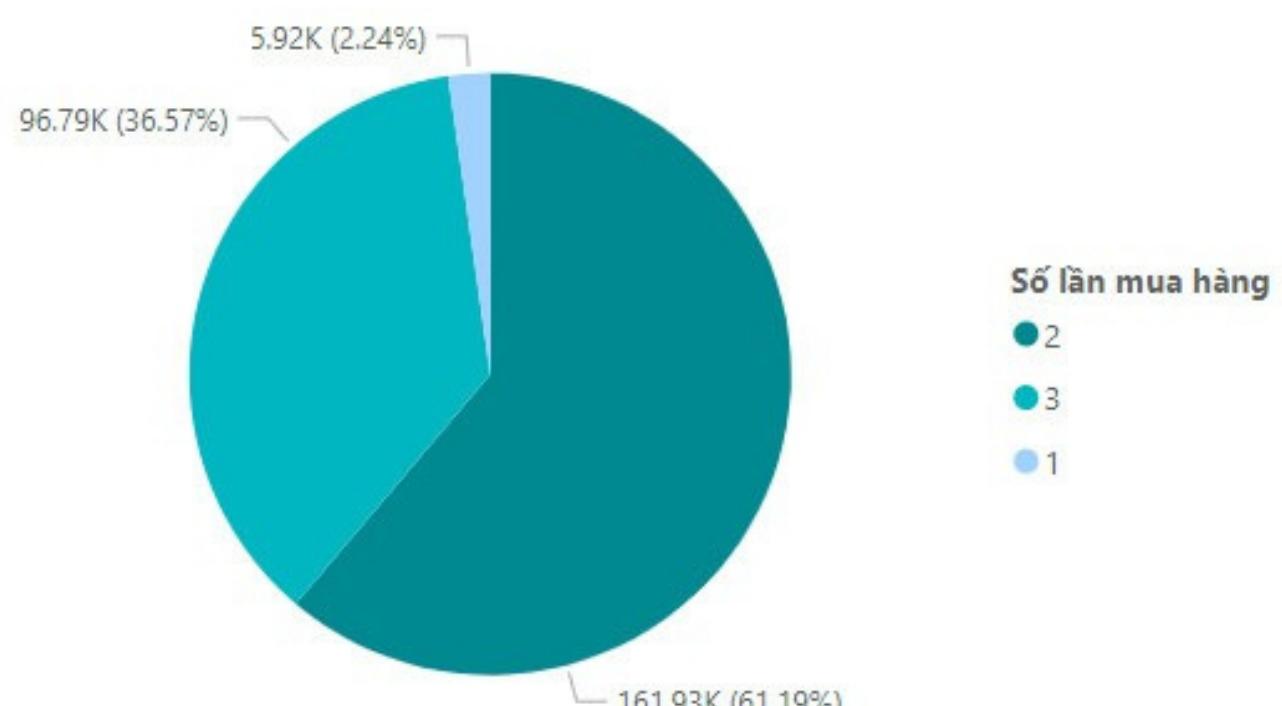
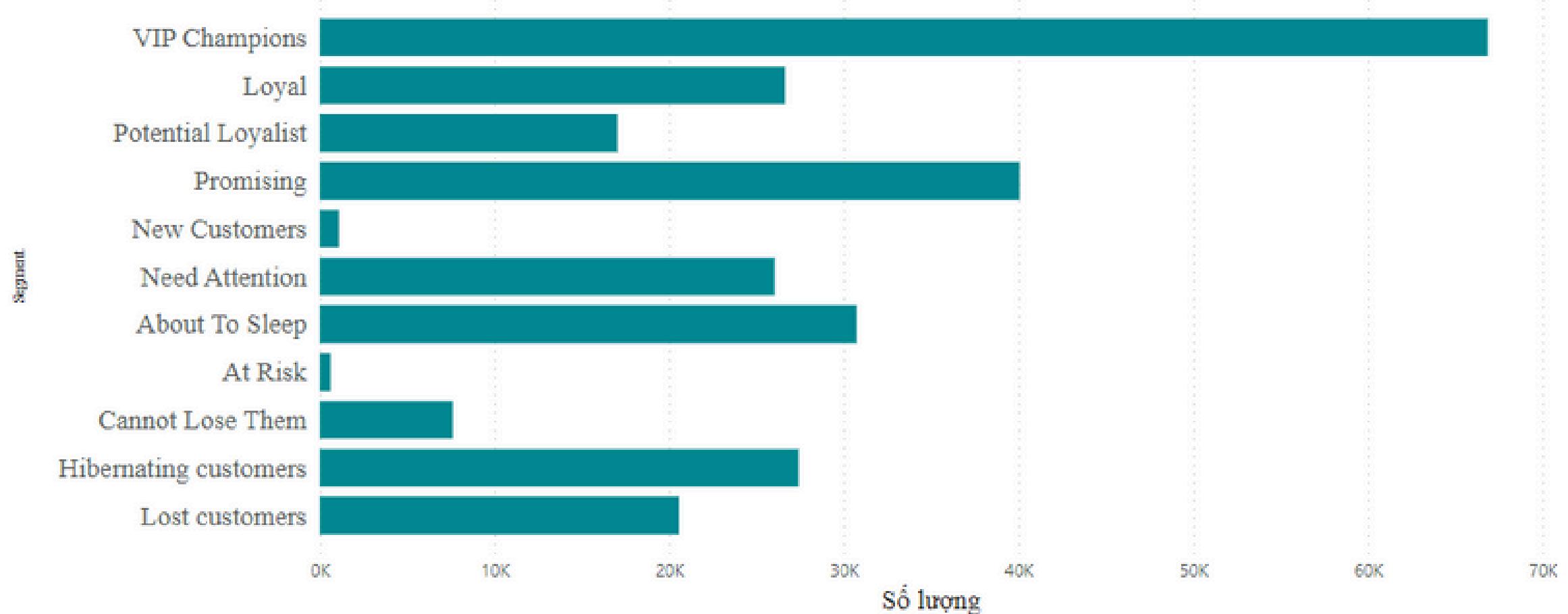
## RFM MODEL

	CustomerID	LastPurchaseDate	Recency	Frequency	Monetary	R_Score	F_Score	M_Score	RFM_Score	Segment	Scores
0	1	2013-05-17	1325	3	338.87175	1	3	5	135	Need Attention	135
1	5	2013-05-17	1325	3	292.67175	1	3	5	135	Need Attention	135
2	6	2013-05-17	1325	3	292.67175	1	3	5	135	Need Attention	135
3	7	2013-05-17	1325	3	292.67175	1	3	5	135	Need Attention	135
4	8	2013-05-17	1325	3	292.67175	1	3	5	135	Need Attention	135
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
264634	277338	2015-09-24	465	1	191.61975	4	1	2	412	New Customers	412
264635	280098	2015-08-26	494	1	191.61975	4	1	2	412	New Customers	412
264636	280333	2015-08-28	492	1	191.61975	4	1	2	412	New Customers	412
264637	281880	2015-10-02	457	1	191.61975	4	1	2	412	New Customers	412
264638	282088	2015-08-24	496	1	191.61975	4	1	2	412	New Customers	412

264639 rows × 11 columns

# Customers

Phân khúc khách hàng



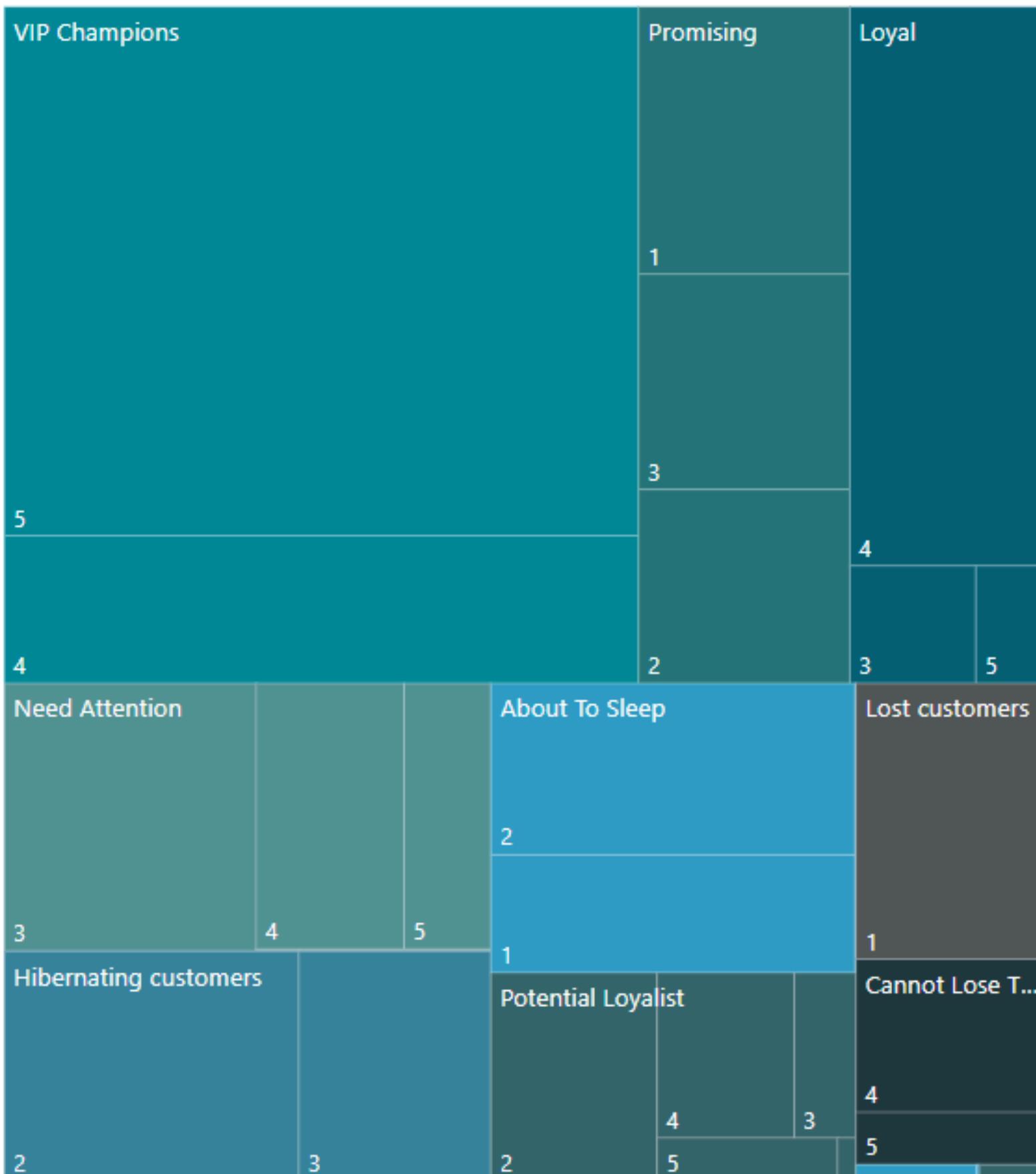
- **VIP là khách hàng có số lượng đông nhất, gần 70.000 người.**
- **Các khách hàng ở nhóm trên chiếm đa số**
- **Tỉ lệ khách hàng quay lại chiếm hơn 97%, trong đó có hơn 61,2% khách hàng mua lại lần 2 và 36,57 % khách hàng mua lại 3 lần**



**Sức khỏe doanh nghiệp đang ở mức tốt khi lượng khách hàng mua lại chiếm đa số**

# Customers

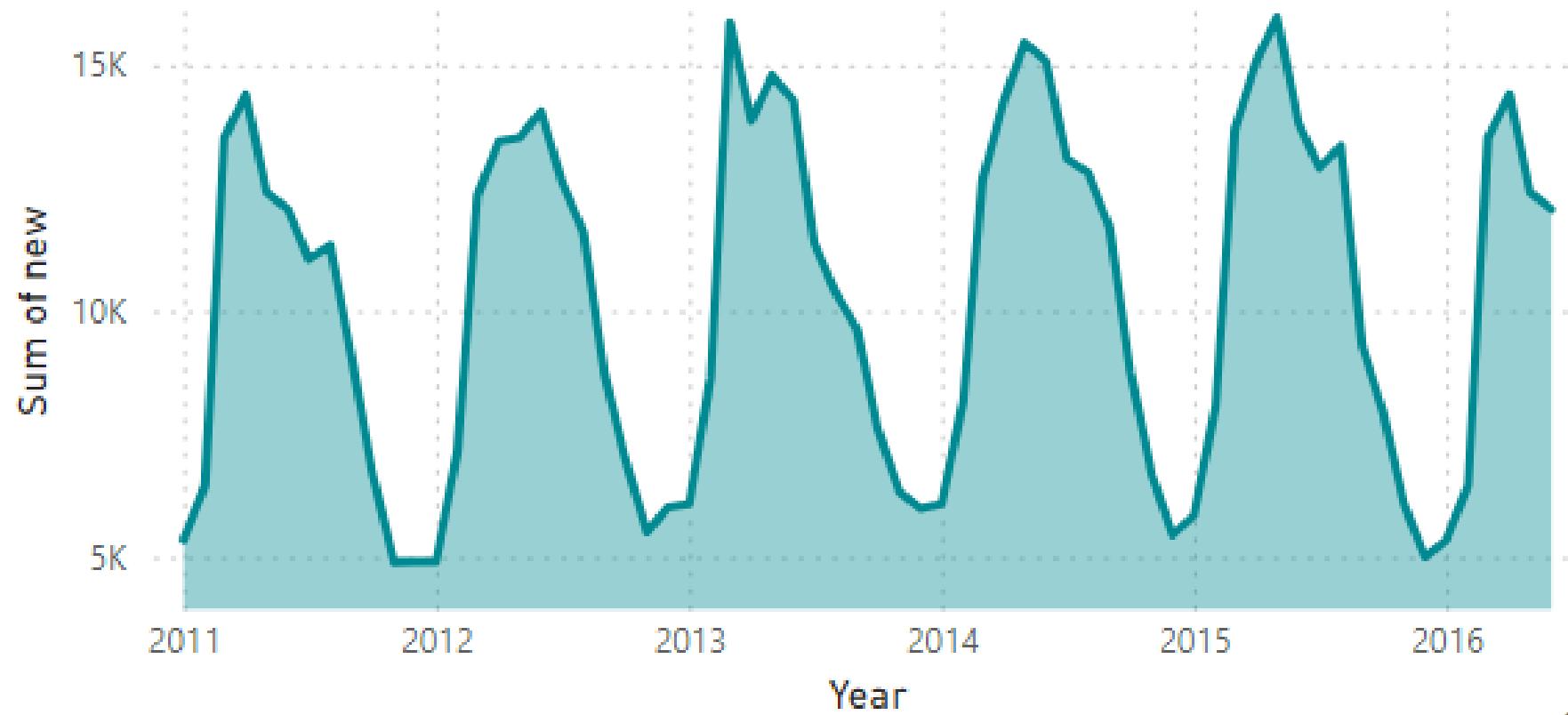
Mức độ chi tiêu theo phân khúc khách hàng



- Khách hàng VIP là những khách hàng chiếm phần lớn doanh thu của công ty  
→ Cần được quan tâm đặc biệt  
VD: Nhận được những ưu đãi đặc biệt,...
- Nhóm khách hàng Promising và Loyal là những khách hàng có tần suất và mức chi tiêu ổn định  
→ Chăm sóc để duy trì sử ổn định  
VD: Các chương trình tích điểm thành viên,...
- Need Attention và Cannot Lose Them là 2 nhóm khách hàng có mức chi tiêu tốt, đóng góp nhiều doanh thu nhưng có lần gần nhất mua hàng đã xa  
→ Có những chính sách nhắc lại khách hàng  
VD: Gửi thông tin mặt hàng, chương trình ưu đãi qua Email cá nhân,...

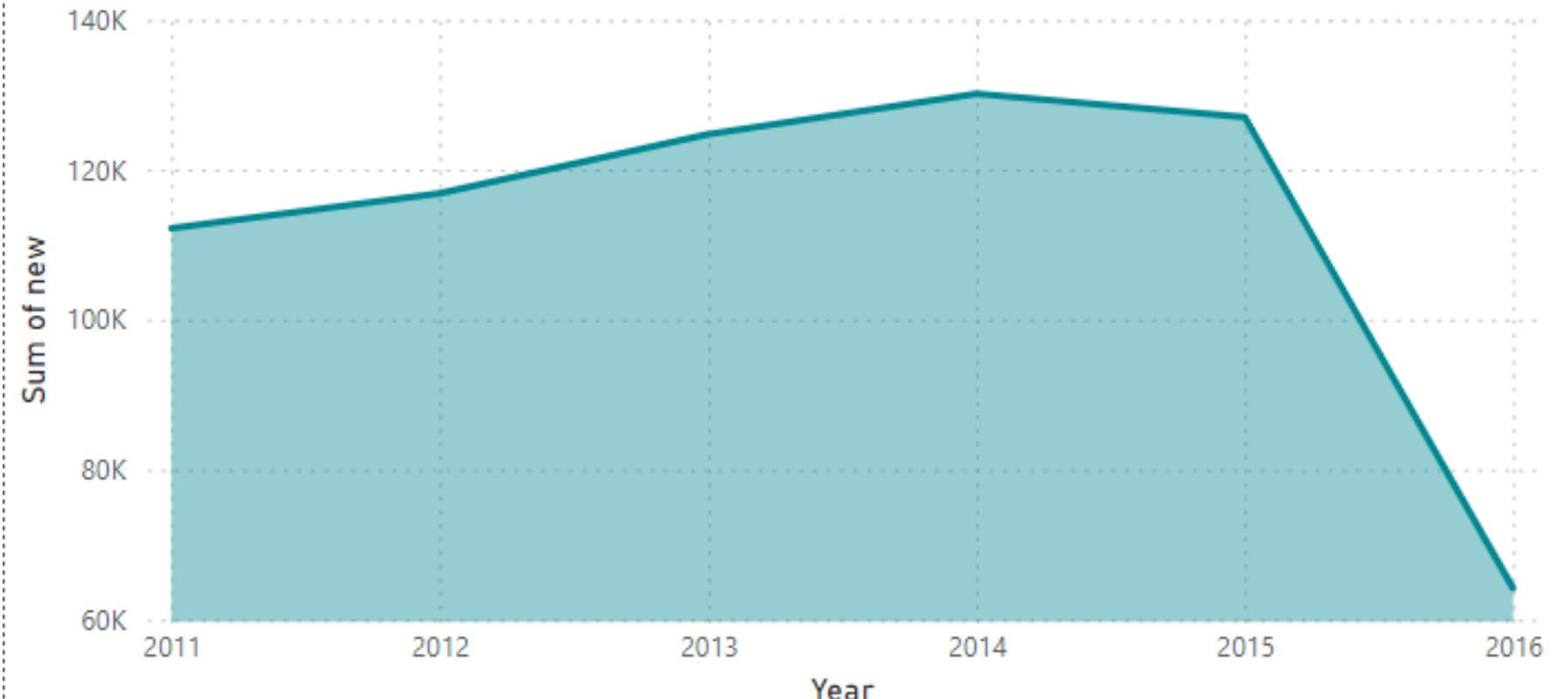
# Customers

*Khách hàng mới*

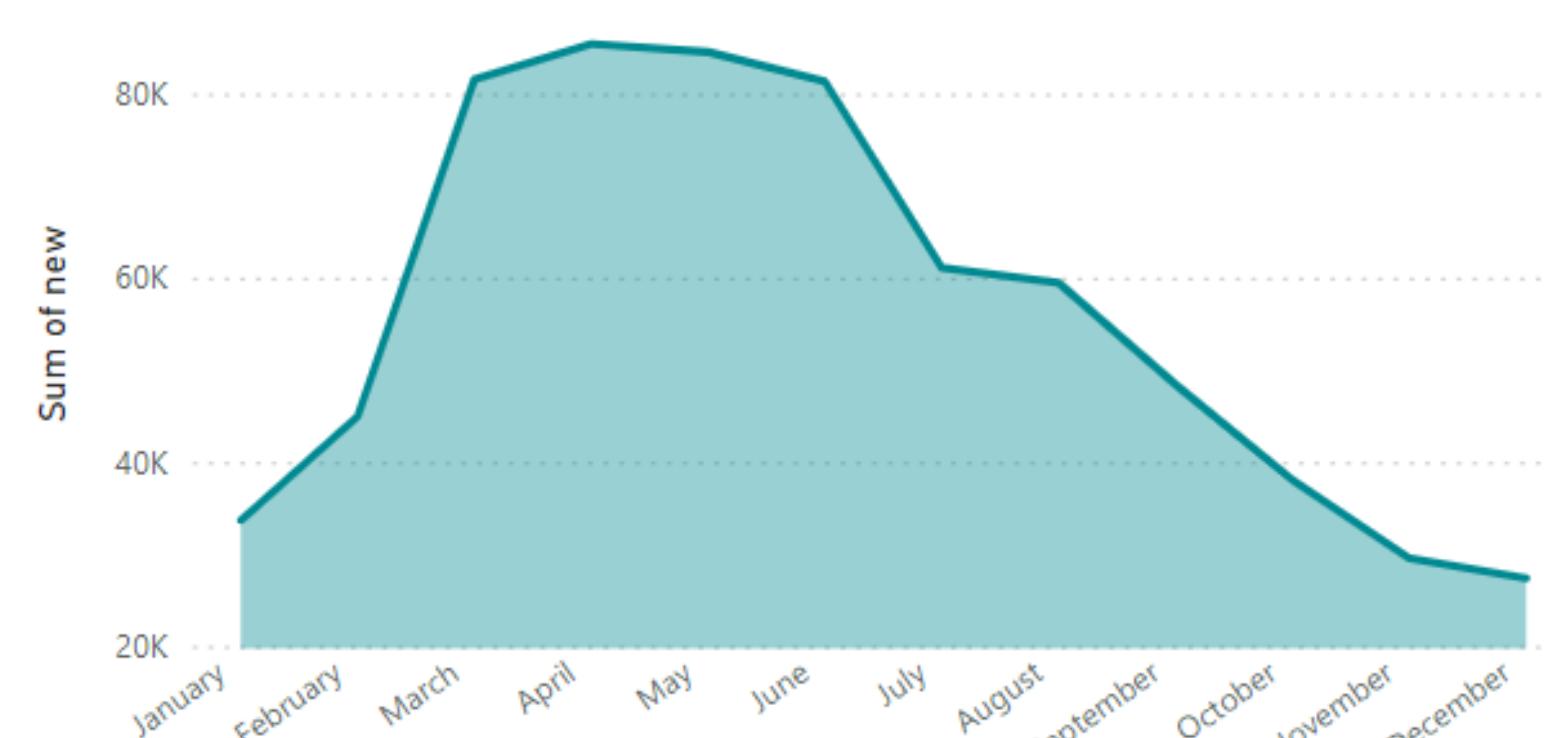


- Xu hướng trong các năm có sự tương đồng: Quý 2 là quý có số lượng khách hàng mới lớn nhất
- Các tháng đầu và cuối năm có số lượng khách hàng mới ít hơn
- Khả năng tiếp cận khách hàng mới ổn định và tăng nhẹ qua các năm

*Khách hàng mới theo năm*



*Khách hàng mới theo tháng trong năm*



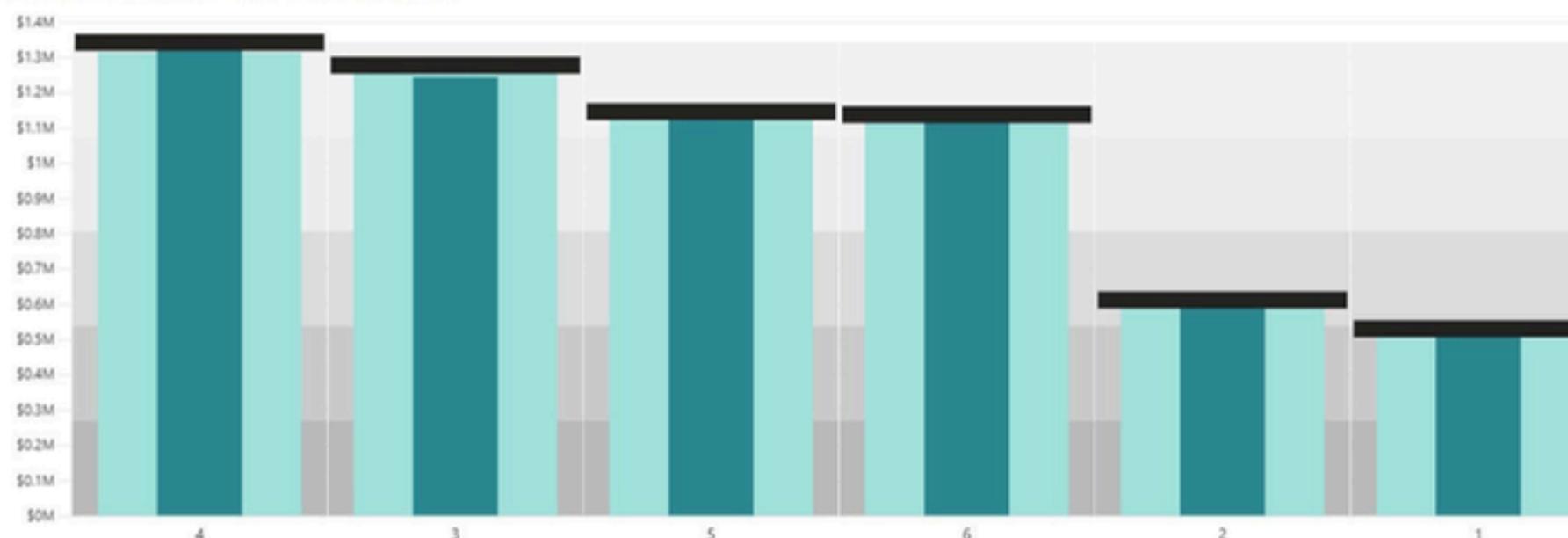
# Budget

Dự toán nửa đầu 2016  
\$6M

Doanh thu cần đạt (nửa đầu 2016)  
\$6.04M

Số liệu thực tế  
\$5.96M

So sánh giữa Budget đề ra và Doanh thu thực tế

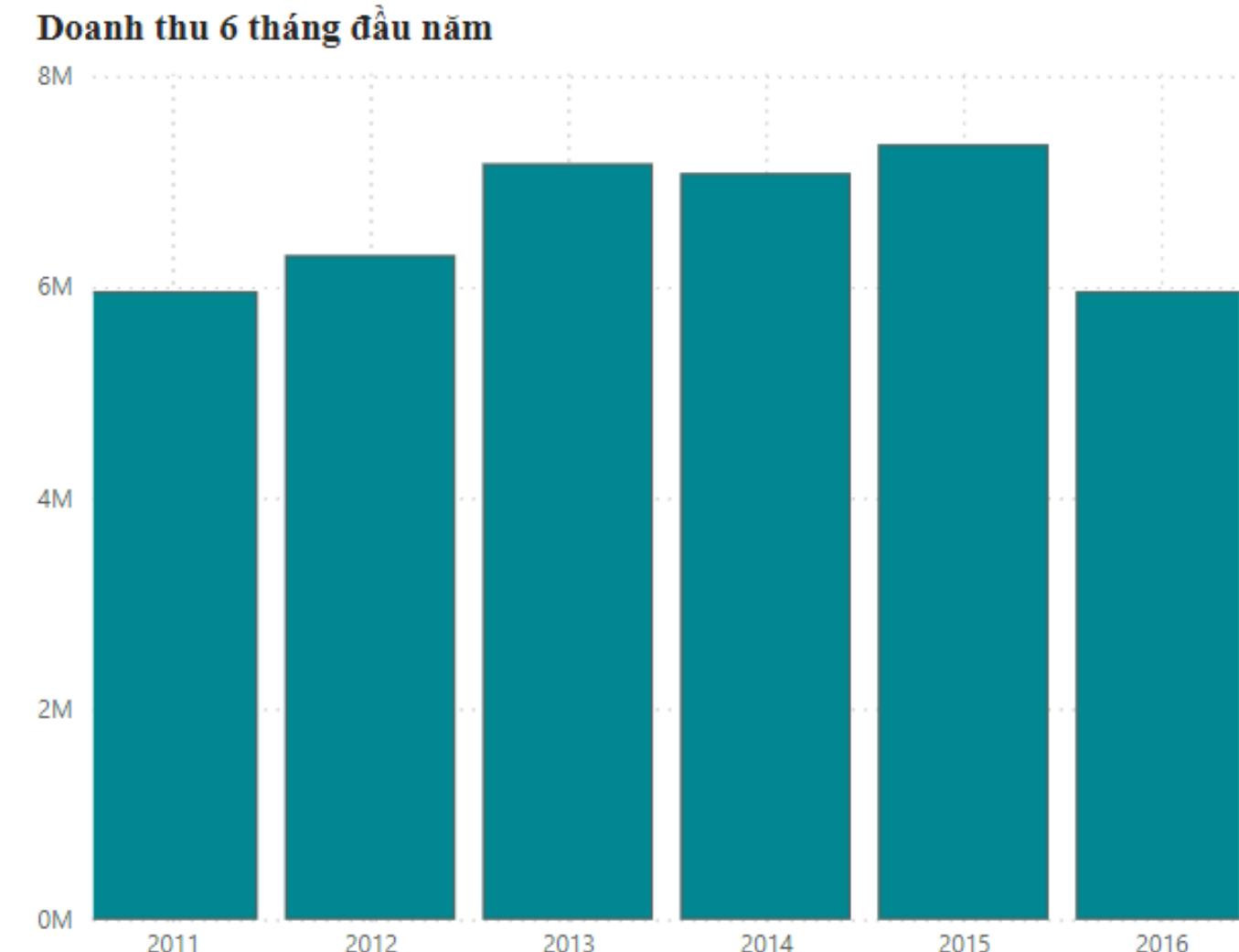


- Doanh thu 6 tháng đầu năm của 2016 giảm so với các năm về trước.



Theo như dự báo của công ty và JPMorgan về nền kinh tế toàn cầu trong năm 2016: GDP toàn cầu có nguy cơ giảm. Van Arsdel cần có thêm chính sách để giảm thiểu rủi ro và giữ cho doanh thu không sụt giảm trong nửa cuối của 2016

- Trong 2 quý đầu năm 2016, tổng doanh thu là 5.96 triệu \$, thấp hơn 0,08 triệu so với dự kiến của công ty và 0,04 triệu so với dự đoán.
- Hầu hết các tháng trong nửa đầu tháng 6 đều có doanh thu xấp xỉ hoặc kém hơn so với dự báo và KPI doanh thu cần đạt trong tháng đó



# SUMMARY AND RECOMMENDATION

## SUMMARY

- Van Ardel có mức tăng trưởng ổn định qua các năm
- Các mặt hàng liên quan đến đô thị chiếm thị phần chính trong doanh số của công ty
- Công ty đạt xấp xỉ mục tiêu của 6 tháng đầu năm 2016, dù đang trong giai đoạn khó khăn của nền kinh tế
- Công ty đã nắm bắt được xu hướng của thời đại và tập trung đẩy mạnh các kênh bán hàng qua Internet

## RECOMMENDATION

- Nghiên cứu và cập nhật xu hướng của thời đại số trong việc tiếp cận và bán hàng
- Thêm các chương trình thành viên, khuyến mãi, gửi mail,.. và các chính sách riêng biệt để thu hút từng loại khách hàng

THANK'S FOR  
WATCHING



## Phân khúc khách hàng

