FINAL PROJECT

**I. Yêu cầu 1: Market trend**

Chart, line chart

Description automatically generated

**- Xu hướng:** tỷ lệ chuyển đổi booking có xu hướng tăng dần từ tháng 1 đến tháng 6, cao nhất là vào khoảng từ tháng 6 đến tháng 9 và giảm dần vào những tháng cuối năm.

**- Nguyên nhân:**

+ Tỷ lệ ở cả 3 nhà quảng cáo A,B,C đều có xu hướng như vậy

Graphical user interface, chart, application, line chart

Description automatically generated

+ Tổng clicks và bookings có sự thay đổi (sẽ làm thay đổi booking conversion do công thức tính booking conversion = bookings/clicks)

Chart, line chart

Description automatically generated

Sở dĩ bookings và clicks tháng 6 lên tháng 7 tăng nhưng tỉ lệ chuyển đổi booking giảm là do tốc độ tăng của bookings nhanh hơn

**- Dự đoán**: có thể là Việt Nam

Lý do:

+) lượng clicks và bookings tăng đột biến vào khoảng từ tháng 6 đến tháng 8 nên có thể đây là mùa du lịch, giống với mùa nghỉ hè ở Việt Nam các gia đình hay cho con đi du lịch.

+ ) Từ tháng 8 trở đi có xu hướng giảm trùng với thời gian bắt đầu năm học mới nên lượng khách du lịch sẽ giảm đáng kể

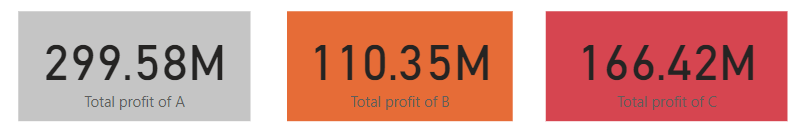
+) Từ tháng 1 đến tháng 3 lại có sự gia tăng có thể là do đi du lịch sau tết.

+) Tổng lượng bookings ở đây là khoảng 29 triệu, cũng hợp lí vì theo Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch, Năm 2019, ngành Du lịch Việt Nam đã đón hơn 18 triệu lượt khách quốc tế và phục vụ 85 triệu lượt khách nội địa.

<https://baotintuc.vn/du-lich/nam-2019-du-lich-viet-nam-dat-ky-tich-vangtang-truong-20200101080716990.htm>

**II. Yêu cầu 2: Advertiser performance**

**Lợi nhuận 3 khách hàng:**



**Xu hướng:**

- Khách hàng có xu hướng click và book vé trong khoảng từ tháng 6 đến tháng 8

- Lợi nhuận cả 3 nhà quảng có có xu hướng tăng cao từ tháng 6 đến tháng 8

- Khách hàng book từ A và B phần đông là khách hàng short, còn C thì cân bằng hơn

**- Chiến lược chung:**

+ Tiếp tục đẩy mạnh quảng cáo vào các tháng cao điểm -> những tháng này cạnh tranh cao

Solution: ra chương trình giảm giá cho người book lần đầu,…

+ Cải thiện khách hàng từ tháng 1 đến 5 và các tháng cuối năm, -> thời gian nghỉ tết đầu năm và các lễ hội ở cuối năm là những mốc thời gian mà nhu cầu du lịch tăng cao

Solution: giảm giá vé trực tiếp (thấp hơn những tháng cao điểm), đẩy mạnh quảng cáo, hoặc tổ chức các sự kiện nhỏ vào những ngày lễ ngắn.

+ Mở các gói dịch vụ, gói tham quan khác nhau -> khách hàng chọn lựa và quyết định dễ dàng hơn.

**- Chiến lược riêng cho từng nhà quảng cáo**

+ Công ty A:

+) Cải thiện các khách hàng long -> doanh số đang quá thấp so với tổng doanh số chung của toàn công ty

Solution: Ưu đãi giảm giá khi ở lâu hơn, cung cấp thêm các dịch vụ tiện ít hằng ngày cho khách hàng.

+Công ty B:

+) Cải thiện các khách hàng medium và long -> doanh số cả 2 mảng này đều đang quá thấp (tổng medium và long bằng 5% total profit B)

+) Nên đẩy mạnh chiến dịch quảng cáo và đưa ra thêm nhiều ý tưởng sáng tạo để thu hút khách hàng -> công ty B có tổng thu nhập thấp nhất.

Solution: Tổ chức các sự kiện dài ngày về văn hóa, tích cực quảng cáo cái danh lam thắng cảnh để thu hút người tham quan. Nâng cao dịch vụ tiện ít hằng ngày, cải thiện môi trường xung quanh và nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng.

+Công ty C:

+) Tăng tổng doanh thu của công ty lên -> tổng doanh thu ở C chỉ bằng 1/2 doanh thu công ty A

Solution: Đẩy mạnh quảng cáo các nhóm khách hàng lên nhiều nền tảng xã hội, đa dạng hóa phương thức quảng cáo.