

# HỌC VIỆN NGÂN HÀNG



## BÀI THI KẾT THÚC HỌC PHẦN CÁC HỆ THỐNG THÔNG TIN TRONG NGÂN HÀNG NHÓM 7

THỨ TỰ THUYẾT TRÌNH: 1

### **ĐỀ TÀI:** **PHÂN TÍCH VÀ CẢI TIẾN** **DỊCH VỤ CHUYỂN TIỀN TỪ THIỆN VIETCOMBANK**

**Giảng viên hướng dẫn: ThS. An Phương Điệp**

**Thành viên nhóm:**

- 1. Nguyễn Thu Huyền – 24A4043051 – 0946806203  
(Nhóm trưởng)**
- 2. Ngô Hồng Ngọc – 24A4041418**
- 3. Nguyễn Thị Thanh – 24A4040378**
- 4. Nguyễn Thị Phương Thảo – 24A4041439**
- 5. Đỗ Thị Kim Huệ - 24A4044047**

**Hà Nội, tháng 12/2024**

HỌC VIỆN NGÂN HÀNG

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN & KINH TẾ SỐ

## MỨC ĐỘ ĐÓNG GÓP CỦA CÁC THÀNH VIÊN

STT	MÃ SV	HỌ TÊN	CÔNG VIỆC	MỨC ĐỘ ĐÓNG GÓP
1	24A4043051	Nguyễn Thu Huyền	<ul style="list-style-type: none"><li>- Phân tích quy trình nghiệp vụ hiện tại</li><li>- Xây dựng giải pháp cải thiện dịch vụ (tính năng xem lịch sử từ thiện)</li></ul>	20%
2	24A4041418	Ngô Hồng Ngọc	<ul style="list-style-type: none"><li>- Phân tích quy trình nghiệp vụ hiện tại</li><li>- Xây dựng giải pháp cải thiện dịch vụ (tính năng Recap hành trình từ thiện)</li></ul>	20%
3	24A4040378	Nguyễn Thị Thanh	<ul style="list-style-type: none"><li>- Phân tích quy trình nghiệp vụ hiện tại</li><li>- Xây dựng giải pháp cải thiện dịch vụ (tính năng Recap hành trình từ thiện)</li></ul>	20%
4	24A4041439	Nguyễn Thị Phương Thảo	<ul style="list-style-type: none"><li>- Phát biểu bài toán và lý do chọn bài toán</li><li>- Phân tích quy trình nghiệp vụ hiện tại</li><li>- Đề xuất khuyến nghị</li></ul>	20%
5	24A4043047	Đỗ Thị Kim Huệ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Phân tích quy trình nghiệp vụ hiện tại</li></ul>	20%

			- Xây dựng giải pháp cải thiện dịch vụ (tính năng Đặt mục tiêu từ thiện)	
--	--	--	--	--

## LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học môn Các hệ thống thông tin trong ngân hàng, nhóm đã tiếp cận và áp dụng những kiến thức mới của môn học vào thực tế để hoàn thành bài tập lớn. Đặc biệt, chúng em muốn bày tỏ lòng biết ơn chân thành đến cô An Phương Điệp, giảng viên tận tâm của Khoa Công nghệ thông tin & Kinh tế số - Học viện Ngân hàng, người đã trực tiếp chia sẻ kiến thức và hướng dẫn chúng em trong quá trình học tập.

Bất kỳ thiếu sót nào trong nội dung báo cáo là do hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm thực tế của chúng em. Do đó, chúng em rất mong nhận được sự đóng góp và ý kiến phản hồi chân thành từ cô nhằm giúp bài báo cáo của chúng em trở nên hoàn thiện hơn.

Chân thành cảm ơn sự hỗ trợ của quý cô!

## LỜI CAM ĐOAN

Nhóm tác giả xác nhận rằng nghiên cứu được tiến hành là kết quả của sự tự nghiên cứu, khám phá, và xây dựng dưới sự hướng dẫn trực tiếp từ cô An Phương Diệp. Trong nội dung của bài nghiên cứu, nhóm đã tham khảo và sử dụng thông tin từ nhiều nguồn tài liệu, bao gồm cả tiếng Việt và tiếng Anh. Các nguồn tài liệu này đã được liệt kê chi tiết trong danh mục tham khảo và được trích dẫn một cách rõ ràng để làm nguồn gốc minh bạch. Nhóm cam kết chịu trách nhiệm đầy đủ và sẵn sàng chấp nhận mọi hình phạt nếu có bất kỳ sai sót nào xảy ra.

Trân trọng!

# MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: PHÁT BIỂU BÀI TOÁN .....	1
1.1. Phát biểu bài toán.....	1
1.2. Lý do chọn bài toán.....	1
CHƯƠNG 2: THỰC HIỆN BÀI TOÁN.....	3
2.1. Phân tích quy trình hiện tại .....	3
2.1.1. Quy trình hiện tại .....	3
2.1.2. Hạn chế của dịch vụ “Chuyển tiền từ thiện” trong quy trình .....	10
2.2. Xây dựng giải pháp cải tiến dịch vụ .....	10
2.2.1. Đề xuất ý tưởng giải pháp.....	10
2.2.2. Mô hình hóa .....	14
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT KHUYẾN NGHỊ.....	49
3.1 Quy mô.....	49
3.2 Chiến lược Marketing .....	49
3.3 Rủi ro .....	50
3.3.1 Rủi ro kỹ thuật .....	50
3.3.2 Rủi ro bảo mật.....	50
3.3.4 Rủi ro khách hàng .....	51

## LỜI MỞ ĐẦU

Trong thời đại công nghệ số đang thay đổi cách chúng ta sống và làm việc, ngành ngân hàng đã và đang phát triển mạnh mẽ để cung cấp các dịch vụ tiện lợi, thông minh và toàn diện hơn. Trong số đó, dịch vụ chuyển tiền từ thiện là một lĩnh vực mang tính nhân văn cao, không chỉ giúp khách hàng thực hiện các giao dịch tài chính nhanh chóng mà còn góp phần lan tỏa những giá trị tích cực đến cộng đồng. Là một trong những ngân hàng tiên phong tại Việt Nam, Vietcombank đã không ngừng cải tiến và triển khai các dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, trong đó có các dịch vụ liên quan đến hoạt động từ thiện.

Tuy nhiên, trong bối cảnh các tổ chức từ thiện ngày càng mở rộng phạm vi hoạt động và nhu cầu của khách hàng về sự minh bạch, tiện lợi và cá nhân hóa cũng gia tăng, các dịch vụ hiện có vẫn tồn tại những điểm cần cải thiện. Đặc biệt, dịch vụ chuyển tiền từ thiện có thể đóng vai trò như một cầu nối bền vững giữa ngân hàng, khách hàng và các hoạt động xã hội, nếu được thiết kế và vận hành hiệu quả hơn.

Trong tài liệu này, nhóm tác giả sẽ đi sâu phân tích dịch vụ chuyển tiền từ thiện hiện tại của Vietcombank để làm rõ những điểm hạn chế của dịch vụ này. Từ đó, các đề xuất cải tiến sẽ được đưa ra nhằm nâng cao trải nghiệm người dùng và góp phần trong việc giúp Vietcombank tạo ra giá trị bền vững cho cộng đồng, củng cố vị thế tiên phong của ngân hàng trong lĩnh vực ngân hàng số và phát triển bền vững.



# NỘI DUNG

## CHƯƠNG 1: PHÁT BIỂU BÀI TOÁN

### 1.1. Phát biểu bài toán

Dịch vụ chuyển tiền từ thiện của Vietcombank, mặc dù đã đáp ứng một phần nhu cầu của khách hàng về việc chuyển khoản nhanh chóng và tiện lợi cho các mục đích từ thiện, nhưng vẫn còn tồn tại một số hạn chế đáng kể cần cải tiến. Hiện tại, khi khách hàng muốn tham gia vào các hoạt động từ thiện qua ngân hàng, họ thường gặp phải những khó khăn về việc theo dõi lịch sử các khoản đóng góp, cũng như việc kiểm soát và minh bạch thông tin giao dịch. Hệ thống hiện tại chưa cung cấp đủ các tính năng hỗ trợ khách hàng trong việc tổng hợp các khoản tiền đã đóng góp trong các khoảng thời gian nhất định, cũng như không cung cấp các công cụ để đánh giá tác động của các khoản đóng góp này đối với các tổ chức từ thiện.

Chưa kể, mặc dù các giao dịch này mang tính chất nhân văn và thường xuyên được thực hiện với mục đích cao cả, nhưng đôi khi sự thiếu minh bạch và khó khăn trong việc theo dõi có thể làm giảm đi cảm giác an tâm và hài lòng của khách hàng. Điều này có thể khiến khách hàng cảm thấy thiếu sự kết nối trực tiếp với các hoạt động từ thiện mà họ tham gia, cũng như không nhận được các thông tin phản hồi rõ ràng về việc sử dụng nguồn tiền này. Chính vì vậy, có một nhu cầu cấp thiết trong việc cải tiến và tối ưu hóa dịch vụ chuyển tiền từ thiện của Vietcombank, giúp đáp ứng các kỳ vọng cao hơn của khách hàng trong một xã hội ngày càng chú trọng đến sự minh bạch và trách nhiệm xã hội.

### 1.2. Lý do chọn bài toán

Cải tiến dịch vụ chuyển tiền từ thiện không chỉ là đáp ứng nhu cầu của khách hàng, mà còn mang lại nhiều lợi ích chiến lược cho Vietcombank. Đầu tiên, nhu cầu minh bạch và kiểm soát các khoản đóng góp từ thiện là rất rõ ràng và đang ngày càng gia tăng. Khách hàng không chỉ mong muốn chuyển tiền nhanh chóng, mà còn yêu cầu có thể dễ dàng theo dõi các giao dịch từ thiện của mình, xem tổng số tiền đã đóng góp trong một khoảng thời gian nhất định, và chắc chắn rằng các khoản tiền này sẽ được sử dụng đúng mục đích. Do đó, việc cải tiến dịch vụ sẽ tạo ra một nền tảng hỗ trợ khách hàng trong việc quản lý các giao dịch từ thiện một cách hiệu quả và minh bạch, giúp họ cảm thấy an tâm hơn khi tham gia vào các hoạt động từ thiện.

Thứ hai, việc cải tiến dịch vụ chuyển tiền từ thiện còn mang lại lợi ích lớn trong việc xây dựng và củng cố hình ảnh của Vietcombank như một ngân hàng có trách nhiệm xã hội, không chỉ quan tâm đến lợi nhuận mà còn đóng góp tích cực vào sự phát triển của cộng đồng. Trong bối cảnh các ngân hàng và tổ chức tài chính khác cũng đang ngày càng quan

tâm đến các dịch vụ ngân hàng số và phát triển các sản phẩm mang tính nhân văn, việc Vietcombank cải tiến dịch vụ này sẽ giúp ngân hàng nổi bật hơn trong mắt khách hàng, đặc biệt là những khách hàng có ý thức cao về trách nhiệm xã hội và muốn tham gia vào các hoạt động từ thiện. Điều này sẽ giúp ngân hàng tạo dựng mối quan hệ gắn bó lâu dài với khách hàng, xây dựng niềm tin và lòng trung thành.

Ngoài ra, cải tiến dịch vụ chuyển tiền từ thiện còn góp phần vào chiến lược phát triển ngân hàng số của Vietcombank. Ngân hàng số đang ngày càng trở thành xu hướng chủ đạo, và các khách hàng hiện nay kỳ vọng vào các dịch vụ không chỉ tiện lợi mà còn có tính cá nhân hóa cao. Việc cung cấp các tính năng bổ sung, như khả năng theo dõi chi tiết các giao dịch từ thiện, đưa ra các báo cáo tổng kết hàng quý về các khoản đóng góp, sẽ giúp Vietcombank thu hút nhóm khách hàng trẻ và các tổ chức, doanh nghiệp có hoạt động từ thiện thường xuyên. Hơn nữa, việc cải tiến dịch vụ này cũng sẽ giúp ngân hàng thu thập dữ liệu về hành vi và thói quen của khách hàng, từ đó có thể đưa ra các sản phẩm dịch vụ phù hợp hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng trong tương lai.

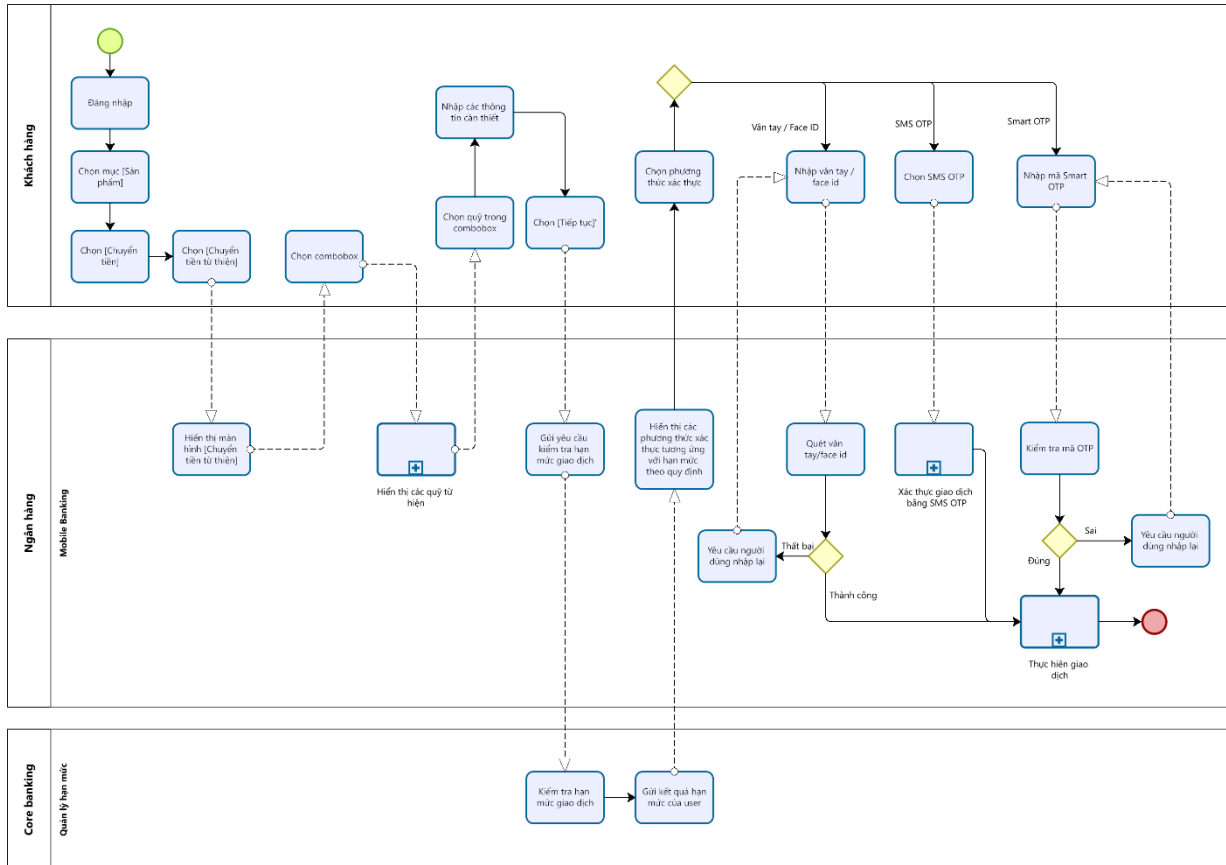
Cuối cùng, cải tiến dịch vụ chuyển tiền từ thiện cũng là một bước đi quan trọng để Vietcombank tiếp cận và giữ vững vị thế cạnh tranh trong ngành ngân hàng. Khi các ngân hàng số và các fintech khác không ngừng phát triển và cung cấp các dịch vụ tiện ích vượt trội, Vietcombank cần làm mới và nâng cao các dịch vụ hiện có để giữ chân khách hàng và thu hút khách hàng mới. Dịch vụ chuyển tiền từ thiện, với tính nhân văn và tác động xã hội lớn, chính là một trong những dịch vụ có thể giúp ngân hàng làm nổi bật giá trị cốt lõi của mình, đồng thời thể hiện vai trò không chỉ là một tổ chức tài chính mà còn là một phần không thể thiếu trong việc xây dựng một xã hội tốt đẹp hơn.

## CHƯƠNG 2: THỰC HIỆN BÀI TOÁN

### 2.1. Phân tích quy trình hiện tại

#### 2.1.1. Quy trình hiện tại

##### 2.1.1.1. Quy trình “Chuyển tiền từ thiện” tổng quát



Hình 1. Quy trình “Chuyển tiền từ thiện” tổng quát

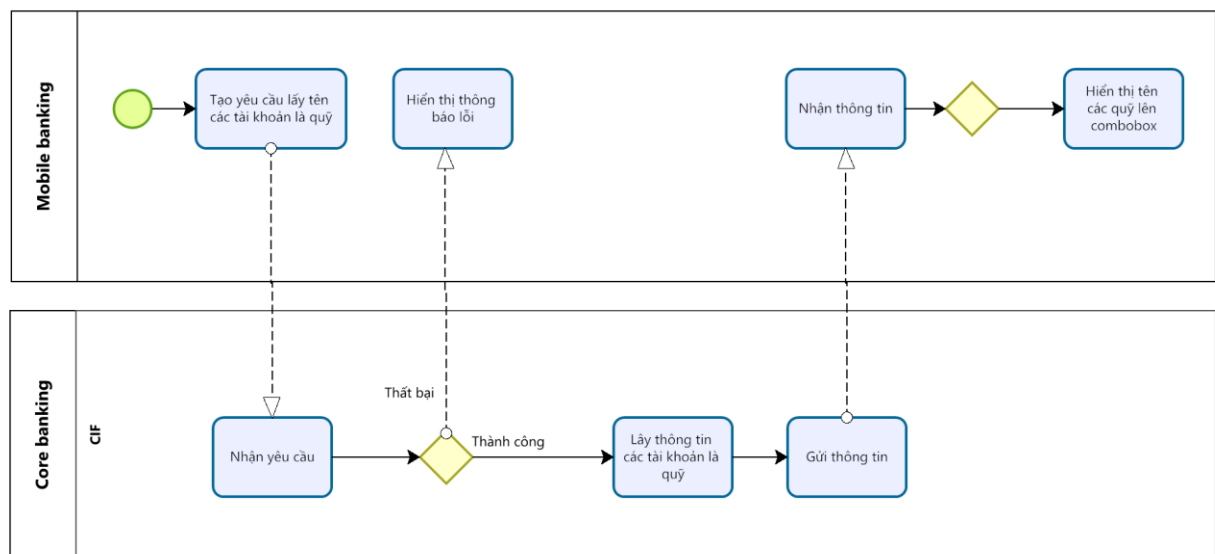
#### Mô tả quy trình

STT	Tên Hoạt Động	Mô Tả	Người/Hệ Thống Thực Hiện
1	Đăng nhập	Khách hàng đăng nhập vào ứng dụng Mobile Banking.	Khách hàng
2	Chọn mục Sản phẩm	Sau khi đăng nhập, khách hàng chọn mục Sản phẩm trong ứng dụng.	Khách hàng
3	Chọn Chuyển tiền	KH chọn mục Chuyển tiền trong menu dịch vụ của VCB Digibank	Khách hàng

4	Chọn Chuyển tiền từ thiện	Khách hàng chọn tính năng Chuyển tiền từ thiện.	Khách hàng
5	Chọn quỹ từ thiện	Hiện thị danh sách các quỹ từ thiện. Khách hàng chọn một quỹ mong muốn.	Khách hàng
6	Chọn Combobox	KH nhấn vào combobox mục Quỹ từ thiện để xem danh sách quỹ	Khách hàng
7	Hiện thị các quỹ từ thiện	Hệ thống trả ra danh sách các Quỹ / tổ chức từ thiện có tài khoản tại Vietcombank	Mobile banking
8	Chọn quỹ trong combobox	KH chọn Quỹ/tổ chức muốn chuyển tiền từ thiện	Khách hàng
9	Nhập thông tin cần thiết	Nhập thông tin giao dịch như số tiền chuyển, nội dung giao dịch, v.v.	Khách hàng
10	Chọn Tiếp tục	Khách hàng nhấn nút Tiếp tục để hoàn thành bước nhập thông tin và chuyển sang bước xác thực.	Khách hàng
11	Gửi yêu cầu kiểm tra hạn mức giao dịch	Mobile banking gửi yêu cầu hệ thống kiểm tra hạn mức giao dịch được quy định với khách hàng	Mobile banking
12	Kiểm tra hạn mức giao dịch	Corebanking kiểm tra các hạn mức phù hợp với khách hàng	Phân hệ Quản lý hạn mức
13	Gửi kết quả hạn mức của user	Corebanking trả về kết quả hạn mức tương ứng với phương thức giao dịch/phân hội KH	Phân hệ Quản lý hạn mức
14	Hiện thị các phương thức xác thực tương ứng với hạn mức theo quy định	Hiện thị hạn mức phù hợp sau khi kiểm tra	Mobile Banking
15	Chọn phương thức xác thực	Ứng dụng hiện thị các phương thức xác thực: Vân tay/Face ID (1), SMS OTP (2), hoặc Smart OTP (3). Khách hàng chọn một phương thức phù hợp.	Khách hàng
16	Nhập thông tin xác thực (1)	Kh chọn phương thức Nhập vân tay/face id	Khách hàng
17	Quét vân tay / face id	KH quét theo hướng dẫn, đến bước 22	Khách hàng
18	Nhập thông tin xác thực (2)	KH chọn SMS OTP	Khách hàng
19	Xác thực giao dịch bằng SMS OTP	Mobile banking xác thực giao dịch của KH bằng SMS OTP, đến bước 23	Mobile banking
20	Nhập thông tin xác thực (3)	KH chọn Nhập mã Smart OTP	Khách hàng

21	Kiểm tra mã OTP	Mobilebanking kiểm tra mã smart OTP mà KH nhập, đến bước 22	Mobile banking
22	Kiểm tra thông tin xác thực	Nếu thông tin sai, hệ thống yêu cầu khách hàng nhập lại. Quay lại bước (1) hoặc (3)	Mobile Banking
23	Thực hiện giao dịch	Nếu đúng, thực hiện giao dịch Chuyển tiền từ thiện.	Mobile banking

#### 2.1.1.2. Quy trình con “Hiển thị các quỹ từ thiện”



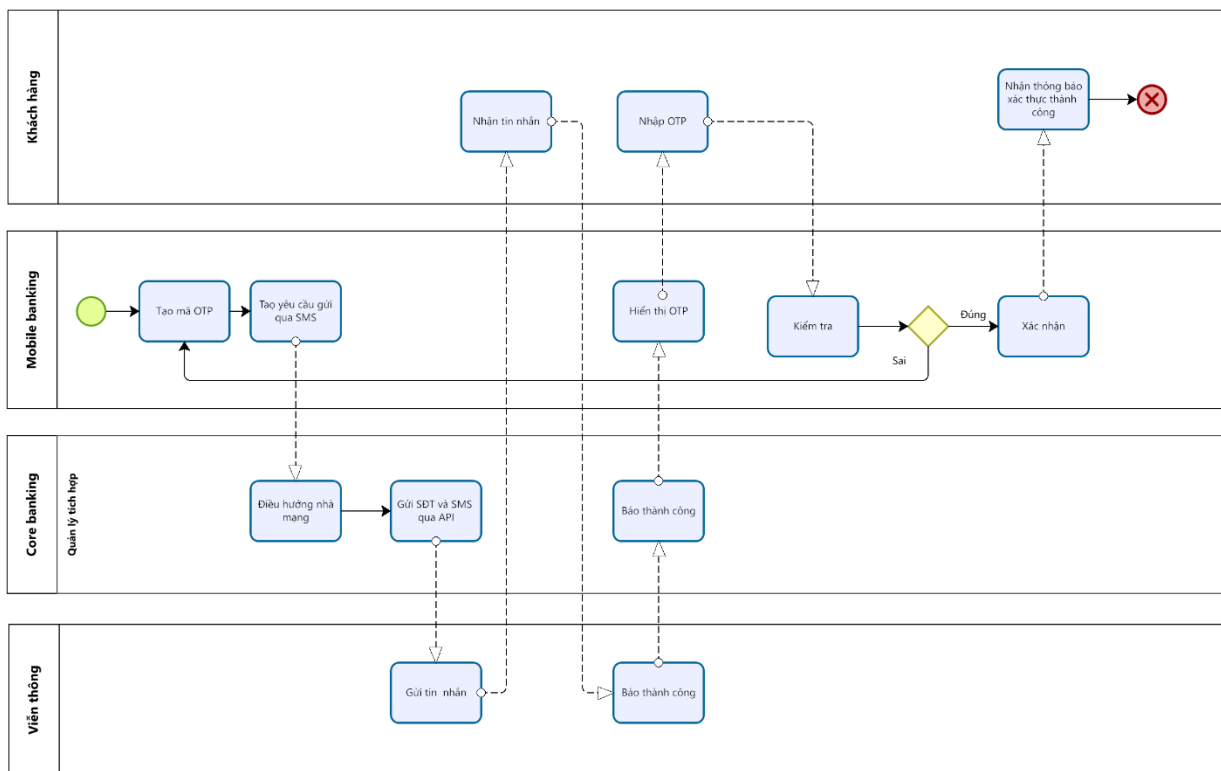
Hình 2. Quy trình “Hiển thị các quỹ từ thiện”

Mô tả quy trình:

STT	Tên hoạt động	Mô tả chi tiết	Người/Hệ thống thực hiện
1	Tạo yêu cầu lấy tên các tài khoản là quỹ	Mobile banking tạo yêu cầu lấy tên các tài khoản là quỹ từ thiện.	Mobile banking
2	Nhận yêu cầu	CIF nhận yêu cầu từ Mobile banking.	CIF
3	Hiển thị thông báo bảo lỗi	Nếu nhận yêu cầu thất bại thì thông báo lỗi tới Mobile banking.	Mobile banking
4	Lấy thông tin các tài khoản là quỹ	Nếu nhận yêu cầu thành công thì lấy thông tin các tài khoản là quỹ.	CIF

5	Gửi thông tin	Gửi thông tin về Mobile banking	CIF
6	Nhận thông tin	Nhận thông tin từ CIF	Mobile banking
7	Hiển thị các quỹ lên combobox	Mobile banking hiển thị các quỹ lên combobox	Mobile banking
8	Kết thúc	Kết thúc hoạt động này là hiển thị tên các quỹ lên combobox	Mobile banking

### 2.1.1.3. Quy trình con “Xác thực giao dịch bằng SMS OTP”



Hình 3. Quy trình “Xác thực giao dịch bằng SMS OTP”

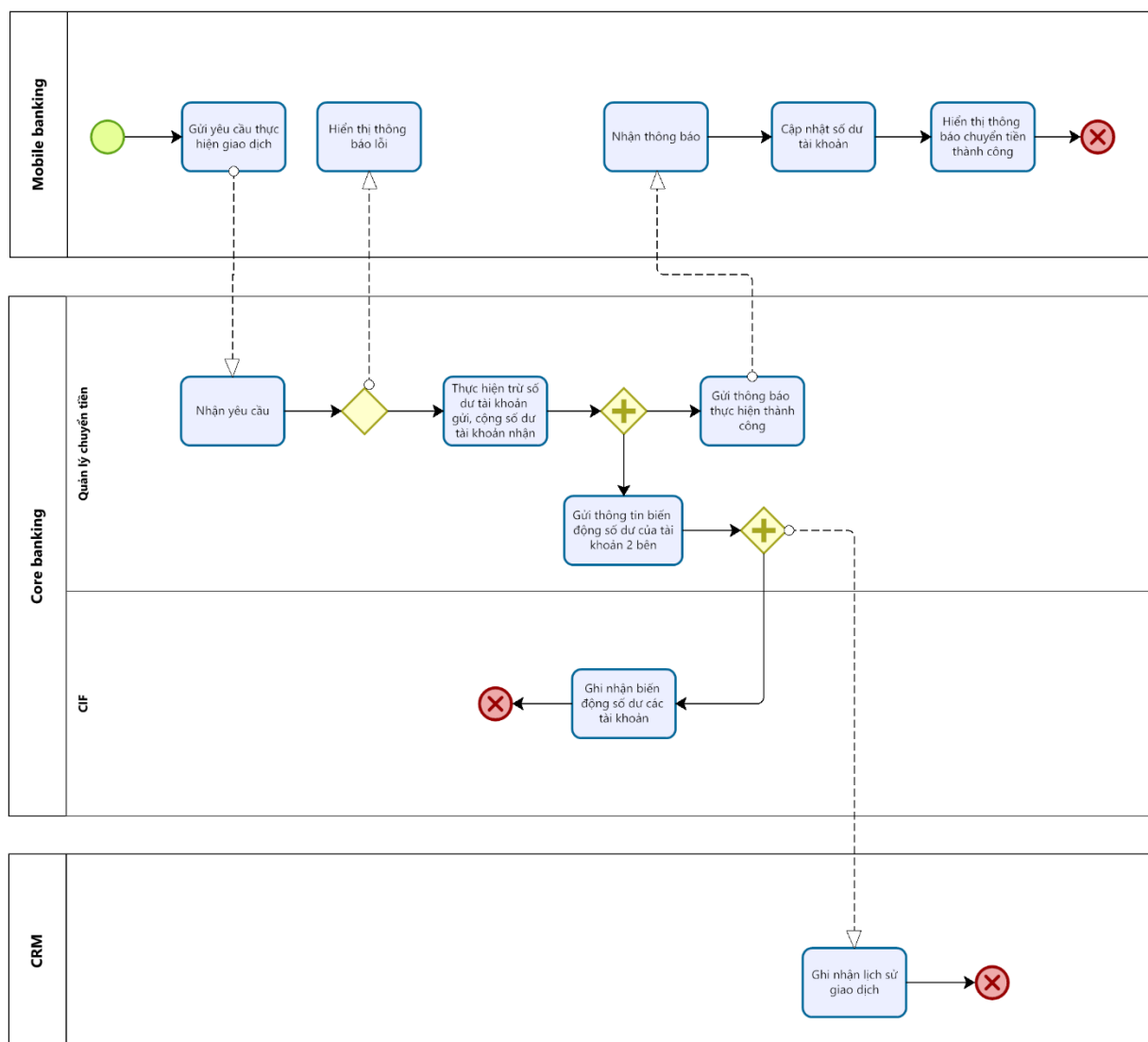
Mô tả quy trình:

STT	Tên hoạt động	Mô tả chi tiết	Người/ thực hiện
1	Tạo mã OTP	Hệ thống Mobile Banking tạo mã OTP duy nhất cho mỗi giao dịch.	Mobile Banking

2	Tạo yêu cầu gửi qua SMS	Mobile Banking gửi yêu cầu truyền mã OTP qua tin nhắn SMS đến khách hàng.	Mobile Banking
3	Điều hướng nhà mạng	Core Banking tiếp nhận yêu cầu từ Mobile Banking và chuyển thông tin cần gửi đến hệ thống nhà mạng.	Core Banking
4	Gửi số điện thoại và nội dung SMS qua API	Core Banking sử dụng API để gửi số điện thoại khách hàng và nội dung SMS (chứa mã OTP) cho nhà mạng.	Core Banking
5	Gửi tin nhắn	Nhà mạng nhận yêu cầu từ hệ thống ngân hàng và gửi mã OTP qua tin nhắn SMS đến số điện thoại của khách hàng.	Viễn thông
6	Nhận tin nhắn OTP	Khách hàng nhận được một mã OTP (One-Time Password) qua tin nhắn SMS.	Khách hàng
7	Báo thành công	Khi tin nhắn được gửi thành công, nhà mạng báo lại trạng thái cho Core Banking.	Viễn thông
8	Báo thành công	Sau khi tin nhắn được gửi thành công, Core Banking thông báo lại cho Mobile Banking.	Core Banking
9	Hiển thị OTP	Mobile Banking hiển thị mã OTP ra giao diện người dùng	Mobile Banking
10	Nhập mã OTP	Khách hàng nhập mã OTP vào ứng dụng Mobile Banking.	Khách hàng
11	Kiểm tra	Sau khi nhận được mã OTP từ phía khách hàng, ứng dụng sẽ kiểm tra tính hợp lệ của mã này..	Mobile Banking

12	Xác nhận	Nếu mã OTP đúng, gửi yêu cầu xác nhận thành công. Nếu sai, hiển thị thông báo lỗi	Mobile Banking
13	Nhận thông báo xác thực thành công	Sau khi xác thực, khách hàng nhận được thông báo xác thực thành công.	Khách hàng
14	Kết thúc quy trình	Khách hàng đã xác nhận thành công phương thức OTP	

#### 2.1.1.4. Quy trình con “Thực hiện giao dịch”



Hình 4. Quy trình “Thực hiện giao dịch”



Mô tả quy trình:

STT	Tên hoạt động	Mô tả chi tiết	Người/Hệ thống thực hiện
1	Gửi yêu cầu thực hiện giao dịch	Mobile banking gửi yêu cầu thực hiện giao dịch.	Mobile banking
2	Nhận yêu cầu	Nhận yêu cầu từ Mobile banking.	Quản lý chuyển tiền (Core banking)
3	Hiển thị thông báo lỗi	Nếu nhận yêu cầu không thành công thì Mobile banking hiển thị thông báo lỗi.	Mobile banking
4	Thực hiện trừ số dư tài khoản gửi, cộng số dư tài khoản nhận	Nếu nhận yêu cầu thành công thì thực hiện số dư tài khoản gửi, cộng số dư tài khoản nhận	Quản lý chuyển tiền (Core banking)
5	Gửi thông tin biến động số dư của tài khoản 2 bên	Sau khi thực hiện trừ số dư tài khoản gửi, cộng số dư tài khoản nhận thì gửi gửi thông tin biến động số dư của tài khoản 2 bên.	Quản lý chuyển tiền (Core banking)
6	Ghi nhận biến động số dư các tài khoản	Quản lý chuyển tiền (Core banking) ghi nhận biến động số dư các tài khoản	CIF
7	Ghi nhận lịch sử giao dịch	CRM ghi nhận lịch sử giao dịch	CRM
8	Gửi thông báo thực hiện thành công	Sau khi thực hiện trừ số dư tài khoản gửi, cộng số dư tài khoản nhận, gửi thông báo thực hiện thành công.	Quản lý chuyển tiền (Core banking)
9	Nhận thông báo	Mobile nhận thông báo thực hiện thành công	Mobile banking
10	Cập nhật số dư tài khoản	Mobile cập nhật số dư tài khoản	Mobile banking

11	Hiện thị thông báo chuyển tiền thành công	Mobile hiện thị thông báo chuyển tiền thành công	Mobile banking
----	---	--	----------------

### **2.1.2. Hạn chế của dịch vụ “Chuyển tiền từ thiện” trong quy trình**

Mặc dù quy trình chuyển tiền từ thiện hiện tại của Vietcombank đã đáp ứng đầy đủ các nhu cầu cơ bản của khách hàng, việc thiếu các tính năng mở rộng có thể hạn chế trải nghiệm người dùng và giảm sự tương tác của khách hàng với dịch vụ này.

Quy trình hiện tại chỉ đáp ứng nhu cầu một lần, thiếu đi các yếu tố khuyến khích khách hàng tham gia thường xuyên hoặc theo dõi tác động của những khoản đóng góp của họ. Điều này có thể khiến khách hàng cảm thấy thiếu động lực để duy trì các khoản đóng góp từ thiện lâu dài, vì họ không nhận được thông tin phản hồi hoặc cảm giác gắn kết mạnh mẽ với các mục tiêu từ thiện mà họ ủng hộ.

Hơn nữa, thiếu các tính năng cá nhân hóa và khả năng theo dõi lịch sử đóng góp cũng có thể khiến khách hàng không cảm thấy được thừa nhận hoặc khích lệ trong hành động từ thiện của mình, đặc biệt là đối với những người muốn tham gia một cách có hệ thống và có mục tiêu rõ ràng.

Những hạn chế này có thể khiến dịch vụ chuyển tiền từ thiện của Vietcombank chưa phát huy hết tiềm năng trong việc khuyến khích và duy trì sự tham gia lâu dài từ khách hàng.

## **2.2. Xây dựng giải pháp cải tiến dịch vụ**

### **2.2.1. Đề xuất ý tưởng giải pháp**

#### **2.2.1.1. Lịch sử giao dịch chuyển tiền từ thiện**

##### **a. Ý tưởng**

Tính năng báo cáo lịch sử giao dịch từ thiện sẽ cho phép người dùng dễ dàng truy vấn và theo dõi các giao dịch chuyển tiền từ thiện của họ trong một khoảng thời gian cụ thể. Người dùng có thể lọc các giao dịch theo khoảng thời gian và xem tổng số tiền từ thiện theo các quỹ trong khoảng thời gian đó, giúp họ tổng hợp và theo dõi chi tiết các khoản đóng góp của mình.

Sau khi truy cập vào dịch vụ “Chuyển tiền từ thiện”, người dùng sẽ thấy nút “Hành trình” - điều hướng đến màn hình lịch sử giao dịch từ thiện. Khi chọn vào nút này, hệ thống sẽ hiển thị giao diện cho phép người dùng chọn các tiêu chí lọc giao dịch theo thời gian.

Sau khi người dùng chọn, hệ thống sẽ hiển thị danh sách các giao dịch từ thiện đã thực hiện, bao gồm thông tin chi tiết về từng giao dịch: quỹ từ thiện, số tiền đóng góp, ngày thực hiện giao dịch, và hình thức chuyển tiền. Hệ thống cũng sẽ tính toán tổng số tiền đóng góp của người dùng cho từng quỹ từ thiện trong khoảng thời gian đã chọn.

b. Tính khả thi: Vietcombank đã triển khai hệ thống ngân hàng số và các ứng dụng mobile banking, do đó việc tích hợp tính năng báo cáo lịch sử giao dịch vào hệ thống hiện tại là khả thi mà không cần xây dựng lại từ đầu. Cụ thể, các hệ thống sẵn có bao gồm:

- Hệ thống quản lý quan hệ khách hàng (CRM): Cung cấp dữ liệu về các giao dịch từ thiện và thông tin liên quan đến các quỹ từ thiện.
- Business Intelligence (BI): Phân tích và tổng hợp dữ liệu giao dịch để tạo ra báo cáo chi tiết cho người dùng.
- **Mobile Banking**: Hỗ trợ giao diện người dùng trên các nền tảng di động, giúp người dùng dễ dàng truy cập báo cáo lịch sử giao dịch từ thiện.

#### 2.2.1.2. Đặt mục tiêu chuyển tiền từ thiện

##### a. Ý tưởng

Sau khi truy cập chức năng “Chuyển tiền từ thiện”, người dùng sẽ được dẫn đến giao diện chuyển tiền. Tại đây, người dùng nhấn nút “Mục tiêu”, màn hình hiển thị thông tin giới thiệu về tính năng đặt mục tiêu. Người dùng nhấn “Bắt đầu ngay”, hiển thị giao diện yêu cầu người dùng nhập số tiền hướng đến cho mục tiêu này. Sau khi nhập số tiền, người dùng sẽ chọn thời gian hoàn thành mục tiêu. Người dùng nhấn nút “Xác nhận” để hoàn tất bước thiết lập mục tiêu.

Sau khi hoàn thành các bước thiết lập mục tiêu, màn hình hiển thị chi tiết Mục tiêu yêu thương vừa lập để theo dõi tiến độ mục tiêu bao gồm:

- Thanh tiến độ mục tiêu
- Phần trăm hoàn thiện mục tiêu và số tiền đã đóng góp
- Thời gian còn lại
- Số tiền mục tiêu

Khi người truy cập lại “Mục tiêu yêu thương”, màn hình hiển thị hai phần:

- Bật/Tắt “Nhắc nhở hàng tháng”
- Thay đổi số tiền mục tiêu

##### b. Tính khả thi

Vietcombank có ứng dụng ngân hàng số VCB Digibank với khả năng quản lý tài khoản, giao dịch, và tích hợp các tính năng hiện đại. Điều này tạo nền tảng vững chắc để triển khai tính năng đặt mục tiêu từ thiện “Mục tiêu yêu thương” mà không cần thay đổi lớn về hạ tầng. Các hệ thống và phân hệ hỗ trợ sẵn có:

- Hệ thống quản lý quan hệ khách hàng (CRM): Cung cấp dữ liệu giao dịch, tài khoản, và thông tin liên quan đến các tổ chức từ thiện.
- Hệ thống Business Intelligence (BI): Tổng hợp và phân tích dữ liệu giao dịch, giúp hiển thị thông tin tiến độ đóng góp một cách chính xác và nhanh chóng.
- Mobile banking: Cung cấp giao diện thân thiện, hỗ trợ người dùng dễ dàng thiết lập và theo dõi mục tiêu.

#### 2.2.1.3. Xem Recap “Hành trình từ thiện”

##### a. Ý tưởng

Cho phép người dùng xem lại hành trình Chuyển tiền từ thiện của mình trong một quý, hiển thị popup Recap Hành trình từ thiện tại thời điểm cuối mỗi quý trong năm.

Sau khi đăng nhập, màn hình trang chủ hiển thị Popup “Hành trình từ thiện theo Quý” kèm nút “Xem Recap ngay!”. Người dùng nhấn nút “Xem Recap ngay”, màn hình hiển thị video Recap ngắn gồm:

- Trang tiêu đề “Cùng Vietcombank nhìn lại hành trình đầy ý nghĩa của bạn trong một quý vừa qua”;
- Các trang tổng hợp hình ảnh và mô tả của những Quỹ / Tổ chức từ thiện mà người dùng đã ủng hộ trong Quý vừa qua;
- Trang hiển thị Quỹ / Tổ chức từ thiện được người dùng ủng hộ nhiều lần nhất kèm tổng số tiền đã ủng hộ quỹ/tổ chức đó trong quý;
- Trang tổng hợp số lượng quỹ/tổ chức mà người dùng đã ủng hộ trong quý kèm tổng số tiền ủng hộ trong quý;
- “Giấy chứng nhận” tấm lòng hảo tâm của người ủng hộ.
- Nút lưu lại ảnh Recap và nút chia sẻ ảnh Recap lên mạng xã hội (Facebook, Instagram, Zalo, Threads, tiktok,...).

##### b. Công nghệ

Các công nghệ thiết kế video tự động:

- **Natural Language Processing (NLP):** Để biến dữ liệu mô tả quỹ thành chủ thích ngắn gọn hoặc nội dung dễ hiểu.
- **Computer Vision:** Để xử lý hình ảnh hoặc logo của các quỹ/tổ chức được nhắc đến.
- Công nghệ **AI Animation** tự động tạo hiệu ứng động cho văn bản, hình ảnh, hoặc biểu đồ.
- **Adobe Creative Cloud API:** Sử dụng trong các dự án lớn để tự động tạo và cá nhân hóa video.

### c. Tính khả thi

#### - Về mặt kỹ thuật:

- Nền tảng sẵn có: Vietcombank đã triển khai các ứng dụng ngân hàng số như VCB Digibank với khả năng quản lý tài khoản, giao dịch, và các tính năng hiện đại. Điều này giúp việc tích hợp popup “Hành trình từ thiện theo Quý” và video Recap trở nên khả thi mà không cần xây dựng lại từ đầu.
- Hệ thống / phân hệ cần thiết hiện có:
  - Hệ thống quản lý quan hệ khách hàng (CRM): Cung cấp dữ liệu giao dịch, tài khoản, và thông tin liên quan đến các tổ chức từ thiện.
  - Hệ thống Business Intelligence (BI): Xử lý, tổng hợp dữ liệu và phân tích giao dịch để tạo ra nội dung video Recap.
  - Mobile banking: Hiện Vietcombank đã có hệ thống mobile banking mạnh mẽ hỗ trợ giao diện người dùng và tương tác đa nền tảng.
  - Phân hệ Quản lý tích hợp: giúp mở các APIs kết nối tới hệ thống và nền tảng bên ngoài.

#### - Về mặt kinh doanh

- Tăng cường gắn kết khách hàng: Việc hiển thị recap cá nhân hóa giúp người dùng cảm nhận được sự đóng góp của mình có ý nghĩa. Bên cạnh đó, khách hàng sẽ có xu hướng thực hiện thêm các giao dịch từ thiện trong tương lai khi họ thấy được tác động tích cực mà mình đã tạo ra từ đó tăng cường lòng trung thành với Vietcombank.
- Chi phí phát triển hợp lý: Phát triển thêm tính năng trên nền tảng mobile banking và tích hợp các module xử lý dữ liệu BI không yêu cầu đầu tư hệ thống hoàn toàn mới, giúp tiết kiệm chi phí

#### - Về mặt vận hành:

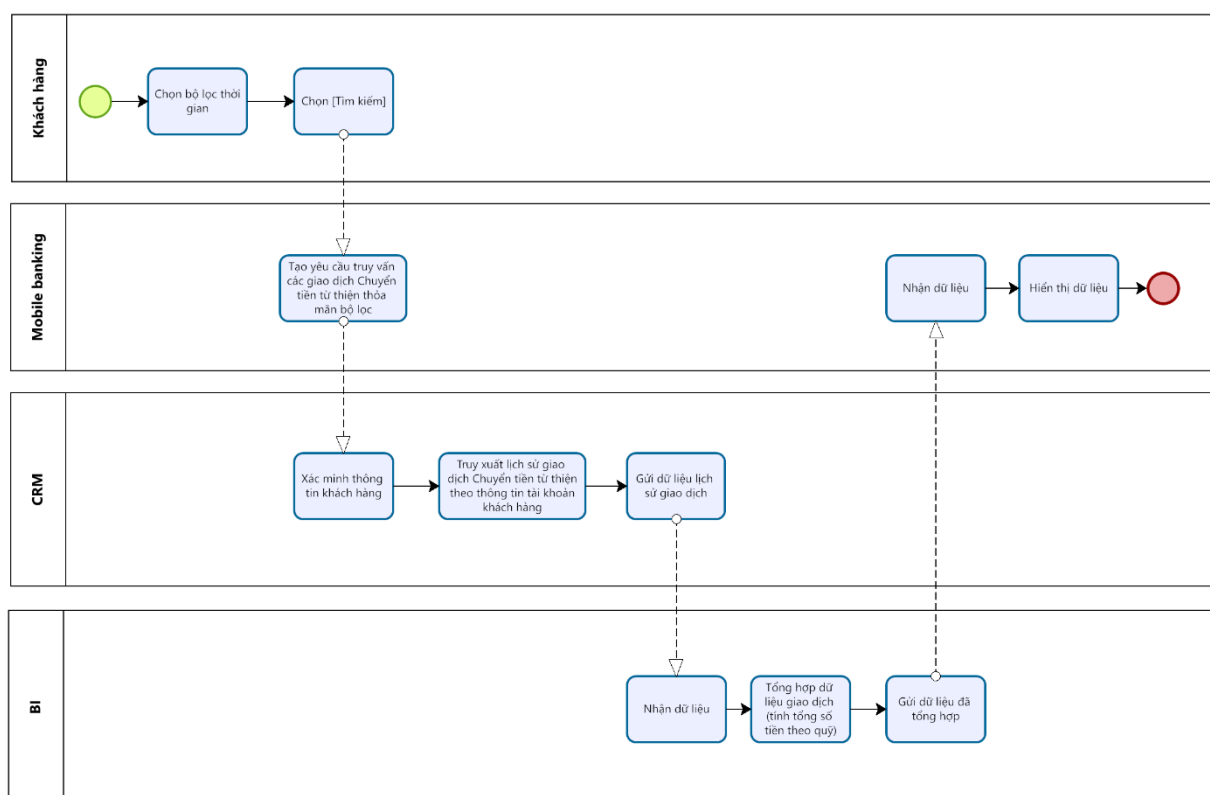
- Dữ liệu sẵn có: Các giao dịch từ thiện đã được Vietcombank ghi nhận và quản lý qua hệ thống CRM, giúp dễ dàng truy xuất thông tin để tạo nội dung recap.



3	Chọn mục Sản phẩm	Sau khi đăng nhập, khách hàng chọn mục Sản phẩm trong ứng dụng.	Khách hàng
4	Chọn Chuyển tiền	KH chọn mục Chuyển tiền trong menu dịch vụ của VCB Digibank	Khách hàng
5	Chọn Chuyển tiền từ thiện	Khách hàng chọn tính năng Chuyển tiền từ thiện. - Khách hàng có thể chọn đặt mục tiêu từ thiện (đến bước 6) - Khách hàng chọn xem lịch sử giao dịch từ thiện (đến bước 7)	Khách hàng
6	Chọn nút Mục tiêu	Khách hàng chọn mục tiêu để từ thiện trong tương lai	Khách hàng
7	Chọn nút Hành trình	Khách hàng xem lại lịch sử giao dịch từ thiện của mình theo quý	Khách hàng
8	Chọn Combobox	KH nhấn vào combobox mục Quỹ từ thiện để xem danh sách quỹ	Khách hàng
9	Chọn quỹ từ thiện	Hiện thị danh sách các quỹ từ thiện. Khách hàng chọn một quỹ mong muốn.	Khách hàng
10	Hiện thị các quỹ từ thiện	Hệ thống trả ra danh sách các Quỹ / tổ chức từ thiện có tài khoản tại Vietcombank	Mobile banking
11	Chọn quỹ trong combobox	KH chọn Quỹ/tổ chức muốn chuyển tiền từ thiện	Khách hàng
12	Nhập thông tin cần thiết	Nhập thông tin giao dịch như số tiền chuyển, nội dung giao dịch, v.v.	Khách hàng
13	Chọn Tiếp tục	Khách hàng nhấn nút Tiếp tục để hoàn thành bước nhập thông tin và chuyển sang bước xác thực.	Khách hàng
14	Gửi yêu cầu kiểm tra hạn mức giao dịch	Mobile banking gửi yêu cầu hệ thống kiểm tra hạn mức giao dịch được quy định với khách hàng	Mobile banking
15	Kiểm tra hạn mức giao dịch	Corebanking kiểm tra các hạn mức phù hợp với khách hàng	Phân hệ Quản lý hạn mức
16	Gửi kết quả hạn mức của user	Corebanking trả về kết quả hạn mức tương ứng với phương thức giao dịch/phân hội KH	Phân hệ Quản lý hạn mức
17	Hiện thị các phương thức xác thực tương ứng với hạn mức theo quy định	Hiện thị hạn mức phù hợp sau khi kiểm tra	Mobile Banking
18	Chọn phương thức xác thực	Ứng dụng hiện thị các phương thức xác thực: Vân tay/Face ID (1), SMS OTP (2),	Khách hàng

		hoặc Smart OTP (3). Khách hàng chọn một phương thức phù hợp.	
19	Nhập thông tin xác thực (1)	Kh chọn phương thức Nhập vân tay/face id	Khách hàng
20	Quét vân tay / face id	KH quét theo hướng dẫn, đến bước 22	Khách hàng
21	Nhập thông tin xác thực (2)	KH chọn SMS OTP	Khách hàng
22	Xác thực giao dịch bằng SMS OTP	Mobile banking xác thực giao dịch của KH bằng SMS OTP, đến bước 23	Mobile banking
23	Nhập thông tin xác thực (3)	KH chọn Nhập mã Smart OTP	Khách hàng
24	Kiểm tra mã OTP	Mobilebanking kiểm tra mã smart OTP mà KH nhập, đến bước 22	Mobile banking
25	Kiểm tra thông tin xác thực	Nếu thông tin sai, hệ thống yêu cầu khách hàng nhập lại. Quay lại bước (1) hoặc (3)	Mobile Banking
26	Thực hiện giao dịch	Nếu đúng, thực hiện giao dịch Chuyển tiền từ thiện.	Mobile banking

#### 2.2.2.2. Quy trình “Xem lịch sử giao dịch từ thiện”



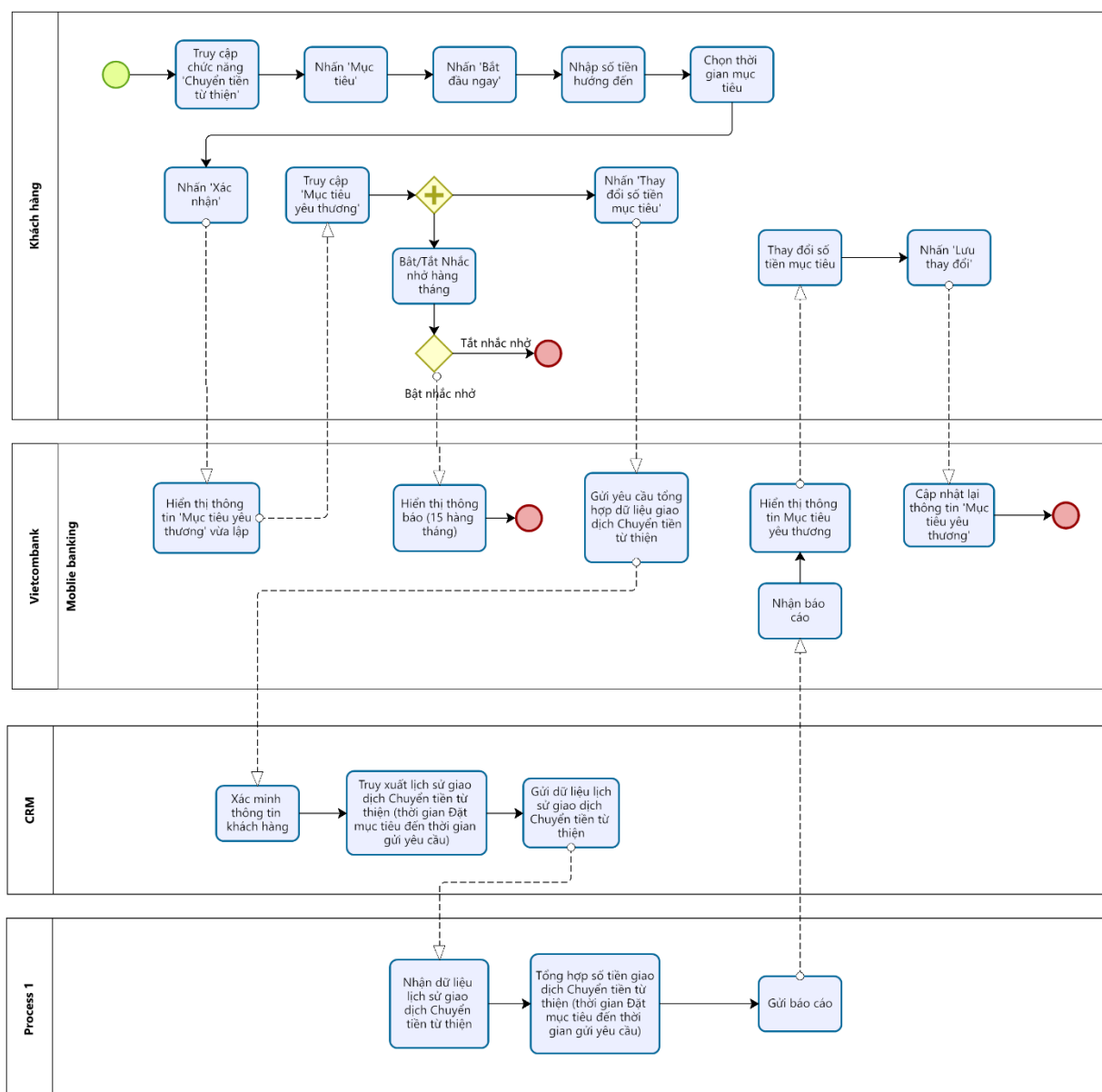
Hình 6. Quy trình “Xem lịch sử giao dịch”

Mô tả quy trình:



<b>STT</b>	<b>Tên Hoạt Động</b>	<b>Mô Tả</b>	<b>Người Thực Hiện</b>
1	Chọn bộ lọc thời gian	Chọn khoảng thời gian muốn truy vấn giao dịch.	Khách hàng
2	Chọn “Tìm kiếm”	Khách hàng ấn chọn nút tìm kiếm	Khách hàng
3	Tạo yêu cầu truy vấn giao dịch thỏa mãn	Tạo yêu cầu truy vấn các giao dịch thỏa mãn khoảng thời gian đã chọn	Mobile Banking
4	Xác minh thông tin khách hàng	Kiểm tra và xác minh thông tin khách hàng có hợp lệ và đủ quyền truy cập hay không.	CRM
5	Truy xuất lịch sử giao dịch	Truy vấn lịch sử giao dịch thỏa mãn yêu cầu khách hàng	CRM
6	Gửi dữ liệu truy xuất	Gửi dữ liệu vừa truy xuất được cho hệ thống BI	CRM
7	Nhận dữ liệu	Nhận dữ liệu giao dịch gửi về từ BI	BI
8	Tổng hợp dữ liệu	Tính tổng số tiền các giao dịch theo quỹ	BI
9	Gửi dữ liệu đã tổng hợp	Gửi dữ liệu đã tổng hợp cho hệ thống mobile banking	BI
10	Nhận dữ liệu	Nhận dữ liệu từ hệ thống BI	Mobile banking
11	Hiển thị dữ liệu	Hiển thị dữ liệu lên màn hình “Hành trình từ thiện”	Mobile banking

#### 2.2.2.3. Quy trình “Đặt mục tiêu từ thiện”



Hình 7. Quy trình “Đặt mục tiêu từ thiện”

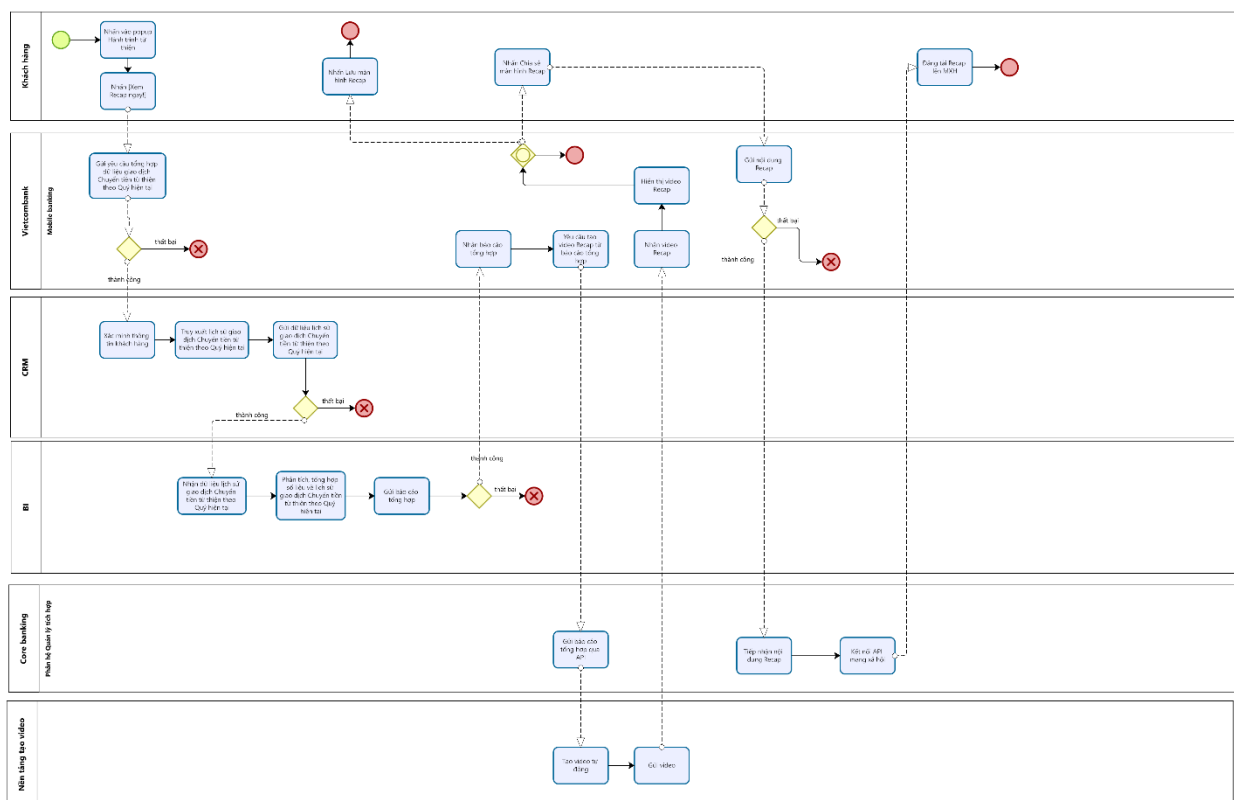
### Mô tả quy trình

STT	Tên hoạt động	Mô tả chi tiết	Người thực hiện
1	Truy cập chức năng “Chuyển tiền từ thiện”	Khách hàng truy cập chức năng “Chuyển tiền từ thiện”, khách hàng sẽ được dẫn đến giao diện chuyển tiền.	Khách hàng
2	Nhấn “Mục tiêu”	Khách hàng nhấn nút “Mục tiêu” để bắt đầu hành trình đặt mục tiêu.	Khách hàng
3	Nhấn “Bắt đầu ngay”	Khách hàng nhấn nút “Bắt đầu ngay” để chuyển đến bước tiếp theo.	Khách hàng
4	Nhập số tiền	Khách hàng nhập số tiền hướng đến cho mục tiêu này.	Khách hàng

5	Chọn thời gian hoàn thành mục tiêu	Khách hàng chọn thời gian hoàn thành mục tiêu. Có ba lựa chọn: 1 tháng, 2 tháng, hoặc 3 tháng.	Khách hàng
6	Nhấn “Xác nhận”	Khách hàng nhấn nút “Xác nhận” để hoàn tất bước thiết lập mục tiêu.	Khách hàng
7	Hiển thị chi tiết Mục tiêu yêu thương	Màn hình hiển thị chi tiết Mục tiêu yêu thương bao gồm: - Thanh tiến độ mục tiêu - Phần trăm hoàn thiện mục tiêu và số tiền đã đóng góp - Thời gian còn lại - Số tiền mục tiêu	Mobile Banking
8	Truy cập “Mục tiêu yêu thương”	Khách hàng truy cập mục tiêu thương để bật/tắt nhắc nhở hàng tháng, thay đổi số tiền mục tiêu.	Khách hàng
9	Bật/Tắt nhắc nhở hàng tháng	Khách hàng bật/tắt nhắc hàng tháng.	Khách hàng
10	Bật nhắc nhở hàng tháng	Khi bật nhắc nhở hàng tháng, khách hàng sẽ nhận được thông báo từ ngân hàng vào 15 hàng tháng và kết thúc.	Mobile Banking
11	Tắt nhắc nhở hàng tháng	Khi tắt nhắc nhở hàng tháng, ngân hàng sẽ dừng gửi nhắc nhở hàng tháng cho khách hàng và kết thúc.	Khách hàng
12	Nhấn “Thay đổi số tiền mục tiêu”	Khách hàng nhấn “Thay đổi số tiền mục tiêu” để chuyển đến giao diện thay đổi số tiền.	Khách hàng
13	Gửi yêu cầu tổng hợp dữ liệu giao dịch chuyển tiền từ thiện	Mobile Banking gửi yêu cầu đến hệ thống CRM để thu thập lịch sử giao dịch từ thiện.	Mobile
14	Xác minh thông tin khách hàng	CRM kiểm tra và xác minh thông tin khách hàng có hợp lệ và đủ quyền truy cập hay không.	CRM
15	Truy xuất lịch sử giao dịch chuyển tiền từ thiện	CRM tìm kiếm và lấy dữ liệu lịch sử giao dịch từ thiện trong cơ sở dữ liệu từ thời gian đặt mục tiêu đến thời gian yêu cầu.	CRM
16	Gửi dữ liệu lịch sử giao dịch Chuyển tiền từ thiện	Dữ liệu lịch sử giao dịch được chuyển từ CRM sang hệ thống BI để xử lý.	CRM
17	Nhận dữ liệu lịch sử giao dịch chuyển tiền từ thiện	BI nhận dữ liệu lịch sử giao dịch được CRM gửi đến.	

18	Tổng hợp số tiền giao dịch chuyển tiền từ thiện	BI tổng hợp số tiền giao dịch chuyển tiền từ thiện	BI
19	Gửi báo cáo	Hệ thống BI gửi báo cáo kết quả phân tích cho Mobile Banking.	BI
20	Nhận báo cáo	Mobile Banking nhận dữ liệu báo cáo và tiếp tục quy trình thay đổi số tiền mục tiêu.	Mobile banking
21	Hiển thị thông tin Mục tiêu yêu thương	Mobile Banking hiển thị thông tin Mục tiêu yêu thương trên giao diện ứng dụng để khách hàng thay đổi số tiền mục tiêu.	Mobile banking
22	Thay đổi số tiền mục tiêu	Khách hàng thay đổi số tiền mục tiêu.	Khách hàng
23	Nhấn “Lưu thay đổi”	Khách hàng nhấn lưu thay đổi sau khi điều chỉnh số tiền mục tiêu.	Khách hàng
24	Cập nhật lại thông tin “Mục tiêu yêu thương”	Mobile banking cập nhật lại thông tin Mục tiêu yêu thương sau khi lưu thay đổi.	Mobile banking
25	Kết thúc	Quy trình hoàn tất khi thông tin Mục tiêu yêu thương được cập nhật trên Mobile banking.	Mobile banking

#### 2.2.2.4. Quy trình “Recap hành trình từ thiện”



Hình 8. Quy trình “Recap hành trình từ thiện”

Mô tả quy trình:

STT	Tên hoạt động	Mô tả chi tiết	Người/Hệ thống thực hiện
1	Nhấn vào popup “Hành trình từ thiện”	Khách hàng nhấn vào popup hiển thị trên giao diện trang chủ sau khi đăng nhập.	Khách hàng
2	Nhấn “Xem Recap ngay!”	Khách hàng chọn nút để yêu cầu xem video Recap từ Mobile Banking.	Khách hàng
3	Mobile Banking gửi yêu cầu tổng hợp dữ liệu	Mobile Banking gửi yêu cầu đến hệ thống CRM để thu thập lịch sử giao dịch từ thiện.	Mobile Banking
4	Xác minh thông tin khách hàng	CRM kiểm tra và xác minh thông tin khách hàng có hợp lệ và đủ quyền truy cập hay không.	CRM
5	Truy xuất lịch sử giao dịch	CRM tìm kiếm và lấy dữ liệu lịch sử giao dịch từ thiện trong cơ sở dữ liệu theo quý hiện tại.	CRM
6	Gửi dữ liệu lịch sử giao dịch tới BI	Dữ liệu lịch sử giao dịch được chuyển từ CRM sang hệ thống BI để xử lý.	CRM
7	Nhận dữ liệu lịch sử giao dịch	BI nhận dữ liệu lịch sử giao dịch được CRM gửi đến.	BI
8	Phân tích, tổng hợp dữ liệu giao dịch	BI phân tích các giao dịch, tính toán các thống kê như tổng số tiền ủng hộ, quỹ nổi bật, v.v.	BI
9	Gửi báo cáo tổng hợp	Hệ thống BI gửi báo cáo kết quả phân tích cho Mobile Banking.	BI
10	Nhận báo cáo tổng hợp	Mobile Banking nhận dữ liệu báo cáo và tiếp tục quy trình tạo nội dung video.	Mobile Banking
11	Gửi báo cáo cho nền tảng tạo video	Phân hệ Quản lý tích hợp gửi báo cáo tổng hợp tới Nền tảng tạo video qua API như Adobe After Effects scripting hoặc API từ nền tảng như Lumen5	Phân hệ Quản lý tích hợp
12	Nhận báo cáo từ Mobile Banking	Nền tảng tạo video tự động nhận dữ liệu từ Mobile Banking để bắt đầu quá trình dựng video.	Nền tảng tạo video tự động
13	Tạo video tự động	Nền tảng tạo video dựng video Recap dựa trên dữ liệu nhận được qua API	Nền tảng tạo video tự động
14	Gửi video về Mobile Banking	Video Recap hoàn chỉnh được Nền tảng tạo video gửi lại Mobile Banking.	Nền tảng tạo video tự động

15	Hiển thị video Recap	Mobile Banking hiển thị video Recap trên giao diện ứng dụng để khách hàng xem.	Mobile Banking
16	Nhấn Lưu màn hình Recap	Khách hàng chọn tùy chọn lưu nội dung Recap về thiết bị cá nhân.	Khách hàng
17	Nhấn Chia sẻ màn hình Recap	Khách hàng chọn tùy chọn chia sẻ nội dung Recap lên mạng xã hội.	Khách hàng
18	Mobile Banking gửi nội dung Recap	Mobile Banking chuẩn bị nội dung cần chia sẻ và gửi yêu cầu tới các nền tảng mạng xã hội.	Mobile Banking
19	Tiếp nhận nội dung Recap từ Mobile Banking	Phân hệ Quản lý tích hợp tiếp nhận nội dung được gửi tới từ Mobile Banking.	Phân hệ Quản lý tích hợp
20	Kết nối API với mạng xã hội	Phân hệ Quản lý tích hợp mở cổng API kết nối tới các MXH như Facebook, Zalo, tiktok, Instagram, Threads...	Phân hệ Quản lý tích hợp
21	Đăng tải Recap lên mạng xã hội	Nội dung Recap được đăng tải thành công lên các nền tảng như Facebook, Twitter, v.v.	Khách hàng
22	Kết thúc quy trình	Quy trình hoàn tất khi nội dung Recap được chia sẻ thành công hoặc khách hàng lưu video về máy. (Hoặc KH đã xem được video)	Khách hàng / Mobile banking

### 2.2.3. Thiết kế giao diện giải pháp

#### 2.2.3.1. Xem lịch sử giao dịch

## Hành trình từ thiện

Từ ngày

6/9/2024



Đến ngày

6/12/2024



Bạn có thể tìm kiếm lịch sử các giao dịch trong vòng 90 ngày

Tìm kiếm

Lịch sử giao dịch

Làng trẻ em SOS Vietnam



Tổng số tiền đã quyên góp

40,000

15/09/2024 09:30:25

Trung thu cung các em nhỏ ...

-30,000 VND

10/09/2024 10:23:06

Trung thu cung các em nhỏ...

-10,000 VND

## Hành trình từ thiện

Từ ngày

6/9/2024



Đến ngày

6/12/2024



Bạn có thể tìm kiếm lịch sử các giao dịch trong vòng 90 ngày

Tìm kiếm

Lịch sử giao dịch

Ủy ban Trung ương mặt trận  
Tổ quốc Việt Nam



Tổng số tiền đã quyên góp

200,000

25/09/2024 09:55:03

Dong bao chiu thiet hai do ... -50,000 VND

21/09/2024 09:18:27

Dong bao chiu thiet hai sau b... -150,000 VND



## Hành trình từ thiện

Từ ngày

6/9/2024



Đến ngày

6/12/2024



Bạn có thể tìm kiếm lịch sử các giao dịch trong vòng 90 ngày

**Tìm kiếm**

Lịch sử giao dịch

Đóng

Xong

3	Tháng 6	2021
4	Tháng 7	2022
5	Tháng 8	2023
6	Tháng 9	2024
7	Tháng 10	2025
8	Tháng 11	2026

## ← Chi tiết giao dịch



Loại giao dịch **Chuyển tiền từ thiện**

Mã giao dịch **7128606067**

Thời gian giao dịch **25/09/2024 09:55:03**

Tài khoản nguồn



Tài khoản nhận **0011001932418**

Quỹ/ Tổ chức từ thiện **Ủy Ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam**

Ngân hàng nhận **Vietcombank**

Nội dung giao dịch **MBVCB.7128606067.D  
ong bao chiu thiet hai  
do bao Yagi.CT tu  
[Redacted] toi  
0011001932418 Uy Ban  
Trung uong Mat tran  
To quoc Viet Nam**

Phí chuyển tiền **Miễn phí**

Số tiền **50,000 VND**

## Hành trình từ thiện

Từ ngày

6/9/2024



Đến ngày

6/12/2024



Bạn có thể tìm kiếm lịch sử các giao dịch trong vòng 90 ngày

Tìm kiếm

Lịch sử giao dịch

Toàn bộ quỹ



Tổng số tiền đã quyên góp

240,000

25/09/2024 09:55:03

Dong bao chiu thiet hai do ...

-50,000 VND

21/09/2024 09:18:27

Dong bao chiu thiet hai sau b...

-150,000 VND

15/09/2024 09:30:25

Trung thu cung cac em nho ...

-30,000 VND

10/09/2024 10:23:06

Trung thu cung cac em nho...

-10,000 VND

### 2.2.3.2. Đặt mục tiêu từ thiện



Màn hình hiển thị thông tin “Mục tiêu yêu thương”

←

×

Số tiền tôi hướng đến

VND số tiền mục tiêu

1,000,0005,000,00010,000,000

123

456

789

0000

Xong

Màn hình nhập số tiền mục tiêu



Màn hình lựa chọn thời hạn mục tiêu

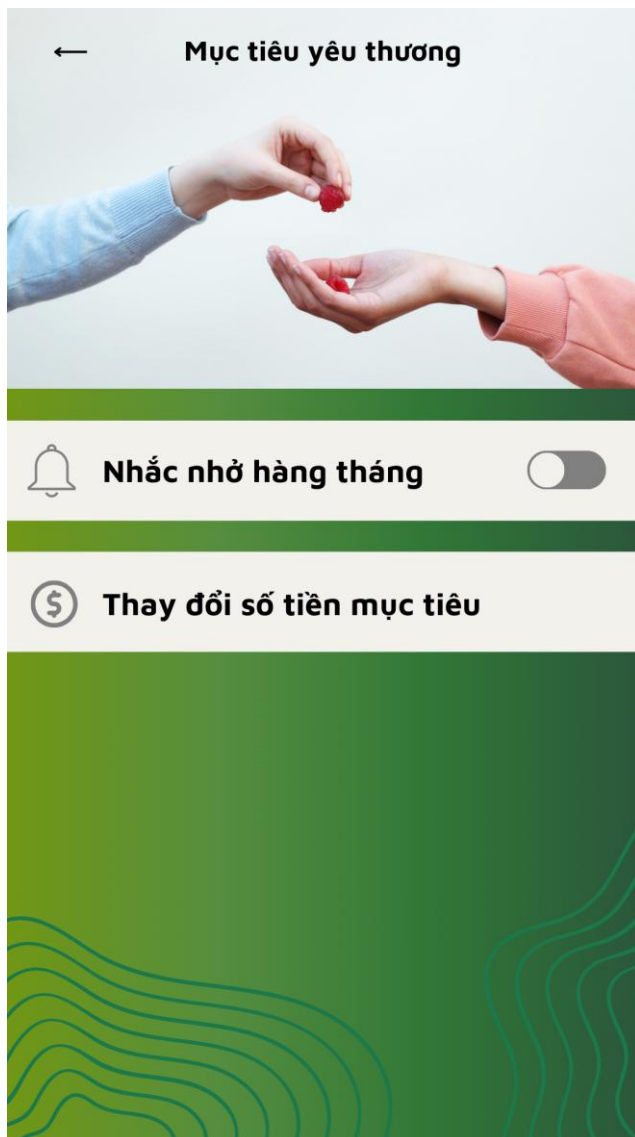


Màn hình xác nhận đặt mục tiêu

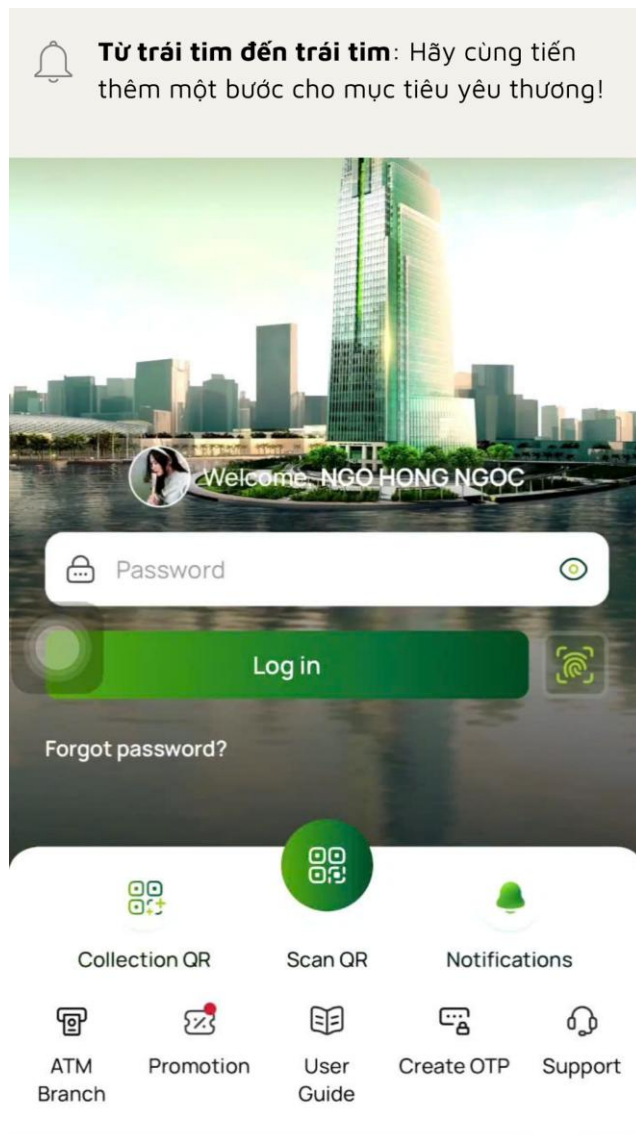


Màn hình hiển thị chi tiết mục tiêu sau khi thiết lập mục tiêu






Màn hình truy cập chi tiết mục tiêu



Màn hình thông báo 15 hàng tháng

←

Mục tiêu yêu thương



Bạn muốn hướng đến bao nhiêu cho mục tiêu này?

Số tiền hướng đến

1,000,000

⊖ ⊕

Bạn đã thực hiện

100,000

Thời hạn

2 tháng

Lưu thay đổi

Màn hình thay đổi số tiền mục tiêu

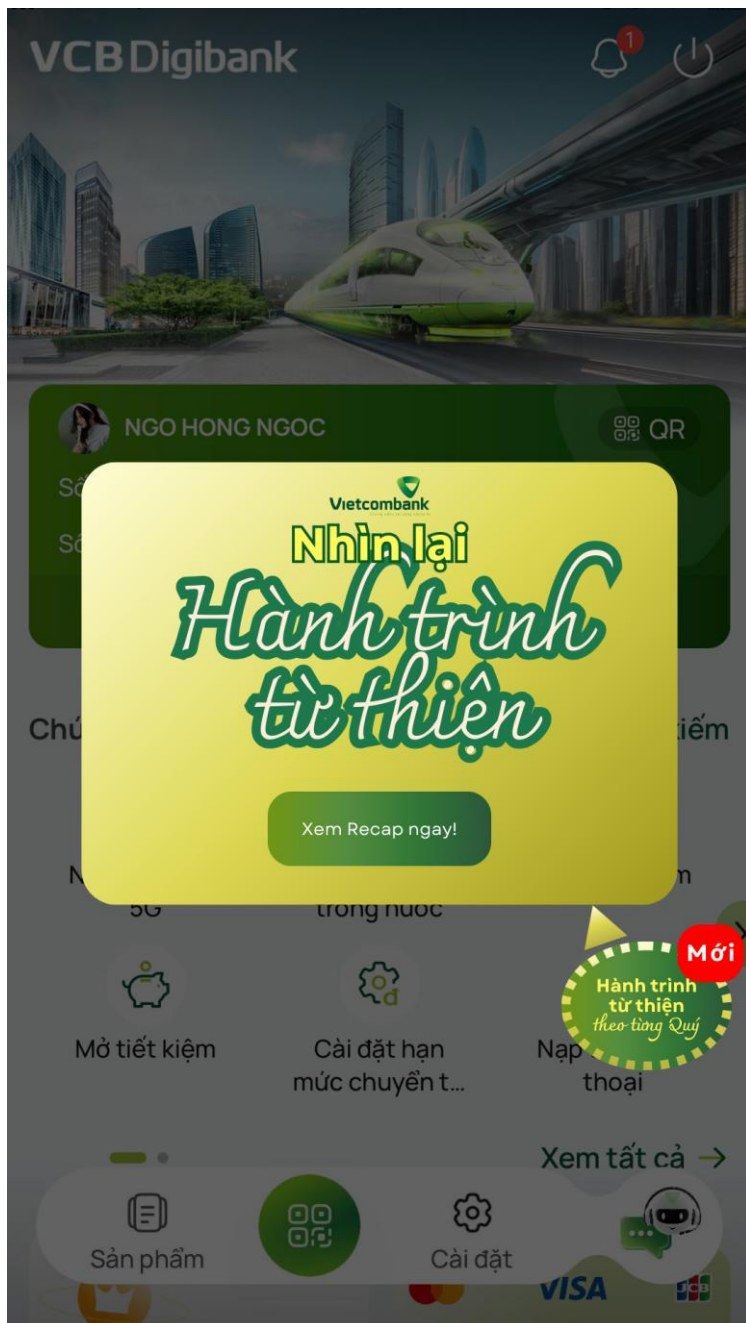


Màn hình sau khi lưu thay đổi



Màn hình thiệp cảm ơn sau khi truy cập thông báo kết thúc mục tiêu

#### 2.2.3.3. Recap hành trình từ thiện



[Recap] Màn hình popup và nút “Xem Recap ngay!”



[Recap] Màn hình mở đầu recap



*Trong quý này, bạn đã:*



*Một chạm từ trái tim ❤️  
Hành trình lan tỏa yêu thương  
bắt đầu từ đây.*



*Cùng nhau, chúng ta sẽ viết nên  
một câu chuyện mới cho các em*



*Một chút sẽ chia hôm nay,  
cả bầu trời tương lai ngày mai*

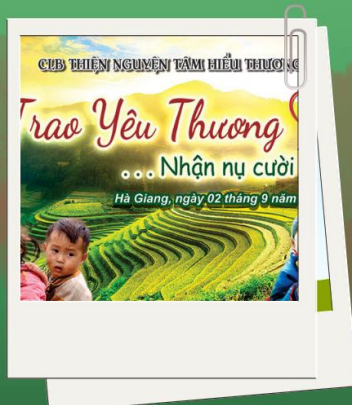
[Recap] Màn hình hiển thị các quỹ mà mô tả 1



*Trong quý này, bạn đã:*



*Không để ai bị lãng quên  
– Từng món quà là niềm vui cho  
những ngày tháng cô đơn.*



*Khi bạn cho đi, điều kỳ diệu  
bắt đầu lan tỏa*



*Những món quà nhỏ, nhưng là  
cả thế giới trong mắt các em*

[Recap] Màn hình hiển thị các quỹ mà mô tả 2

*Trong quý này, bạn đã:*

*Mang nắng ấm vào  
những ngày đông lạnh lẽo  
– Chỉ cần một cái nắm tay*



**Trái tim**  
mỗi chúng ta

CHIẾN DỊCH GÂY QUỸ CỘNG ĐỒNG  
HƯỚNG ỨNG THÁNG NHÂN ĐẠO 2023

**ĐAM MÊ, HÃY ỦNG HỘ CHIẾN DỊCH NGAY NHÉ!**

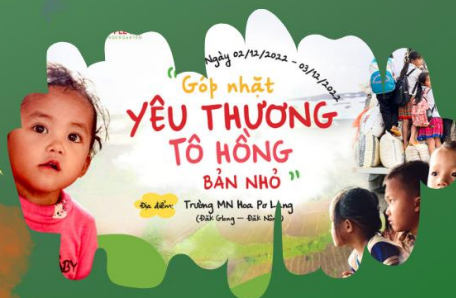
**LUYẾN KIM AN**

Hội Chữ thập đỏ  
huyện Thuận Mỹ



*Một chút sẻ chia hôm nay,  
cả bầu trời tương lai ngày mai.*

*Từng món quà nhỏ, mang đến  
nụ cười to – Cùng chấp cánh  
ước mơ cho các em!*



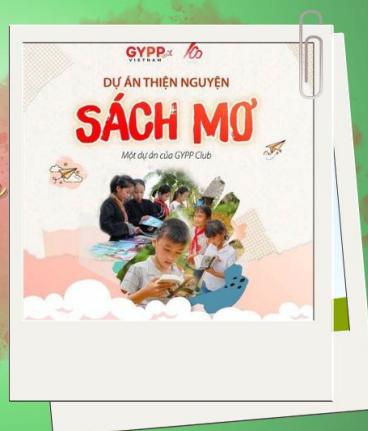
[Recap] Màn hình hiển thị các quỹ mà mô tả 3

*Trong quá này, bạn đã:*

*Chút yêu thương gửi đi,  
những đôi mắt sáng lên vì hy vọng.*



*Chạm tay vào màn hình, chạm đến  
những trái tim đang cần giúp đỡ*



*Từ thiện không chỉ là hành động  
– Đó là cả một hành trình  
của yêu thương và hy vọng!*



[Recap] Màn hình hiển thị các quỹ mà mô tả 4



**1**  
DỊCH CỘNG ĐỒNG  
**MẮT TRỜI CHO EM**  
mỗi nỗi đau hay,  
một tay giúp đỡ.  
CHIẾN DỊCH VÌ TRẺ EM BẤT-KHÁC-BIỆT

*Đây là "mảnh đất"  
thân quen nhất khi  
bạn đã "gieo"*

**3.000.000**  
*"hạt giống" với*  
**5**  
*lần "tưới tiêu"*

Download icon:  Share icon:  Illustration of a hand sowing seeds: 

[Recap] Quỹ được người dùng quan tâm nhất trong quý

Trong quý IV năm 2024, bạn đã  
**Chuyển tiền Từ thiện tới:**



**12**

Quý / Tổ chức từ thiện

với **10.000.000** “hạt mầm” được gieo



[Recap] Màn hình hiển thị tổng các quỹ và số tiền từ thiện trong quý



[Recap] Màn hình Giấy chứng nhận tấm lòng hảo tâm

## **2.3. Dự kiến hiệu quả giải pháp**

### **2.3.1. Hiệu quả đối với khách hàng**

Tăng cường sự minh bạch và tự chủ tài chính:

- Tính năng "Xem lịch sử giao dịch chuyển tiền từ thiện" giúp khách hàng dễ dàng theo dõi các khoản đóng góp từ thiện, tăng tính minh bạch và hỗ trợ quản lý tài chính cá nhân.

- Tính năng này cũng tạo niềm tin và sự thoải mái khi khách hàng có thể kiểm tra mọi thông tin chi tiết về các giao dịch.

Tăng giá trị cảm xúc và động lực cá nhân:

- "Đặt mục tiêu từ thiện và nhắc nhở" giúp khách hàng lập kế hoạch đóng góp rõ ràng, tạo động lực hành động và cảm giác thành tựu khi đạt mục tiêu.

- "Recap hành trình từ thiện" mang lại giá trị tinh thần, tạo sự tự hào về hành động thiện nguyện thông qua các video tổng kết ý nghĩa và truyền cảm hứng.

Cá nhân hóa trải nghiệm:

- Việc nhắc nhở từ thiện vào các mốc thời gian cụ thể giúp cá nhân hóa dịch vụ, khiến khách hàng cảm thấy được quan tâm, tiện lợi.

- Recap hành trình từ thiện với nội dung được tùy chỉnh theo lịch sử đóng góp của khách hàng tăng cường sự kết nối cá nhân với dịch vụ.

### **2.3.2. Hiệu quả đối với ngân hàng**

Tăng mức độ hài lòng và trung thành của khách hàng:

- Những giải pháp cải tiến làm nổi bật sự quan tâm của Vietcombank đối với lợi ích xã hội và cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, từ đó tăng lòng trung thành và tỷ lệ duy trì khách hàng.

Gia tăng hình ảnh thương hiệu:

- Tính năng Recap cho phép khách hàng chia sẻ video tổng kết lên mạng xã hội, không chỉ lan tỏa ý nghĩa từ thiện mà còn quảng bá dịch vụ của ngân hàng một cách tự nhiên và hiệu quả.

- Những dịch vụ mang tính nhân văn này giúp Vietcombank khẳng định vai trò tiên phong trong việc áp dụng công nghệ vào các dịch vụ tài chính bền vững.

Thu hút khách hàng mới:

- Khách hàng tiềm năng có thể bị thu hút bởi các giá trị nhân văn và trải nghiệm độc đáo mà dịch vụ mang lại, từ đó mở rộng thị phần cho ngân hàng.

Tối ưu hóa quan hệ đối tác:

- Các tính năng này cho phép ngân hàng hợp tác chặt chẽ hơn với các tổ chức từ thiện, xây dựng các chiến dịch mạnh mẽ hơn và gia tăng giá trị đóng góp.

### ***2.3.3. Hiệu quả đối với xã hội***

Lan tỏa giá trị nhân văn:

- Recap hành trình từ thiện và các tính năng khác không chỉ giúp khách hàng cá nhân đóng góp mà còn lan tỏa tinh thần thiện nguyện đến cộng đồng thông qua chia sẻ mạng xã hội.

- Những chiến dịch từ thiện có thể truyền cảm hứng cho nhiều người tham gia, mở rộng tác động tích cực đến cộng đồng.



## **CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT KHUYẾN NGHỊ**

### **3.1 Quy mô**

Việc triển khai trên ứng dụng Mobile Banking đòi hỏi ngân hàng cân nhắc các khía cạnh kỹ thuật, trải nghiệm người dùng, và tích hợp hệ thống.

Thiết kế giao diện người dùng (UI/UX):

- Tính năng cần được tích hợp mượt mà, dễ sử dụng, với các bước đặt mục tiêu, theo dõi hành trình, và chia sẻ chỉ trong vài thao tác đơn giản.

- Giao diện nên thân thiện, minh họa trực quan, chẳng hạn: biểu đồ tiến độ, số liệu thống kê, và recap lại hành trình từ thiện theo quý.

Khả năng mở rộng:

- Đảm bảo hệ thống có thể xử lý lượng giao dịch lớn khi tính năng này thu hút nhiều người dùng.

- Tính năng cần có khả năng mở rộng, không chỉ giới hạn ở quyền góp cá nhân mà còn có thể hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp tham gia từ thiện.

Tích hợp các tính năng phụ trợ:

- Hỗ trợ thông báo trên ứng dụng (push notification).

- Cho phép chia sẻ hành trình từ thiện qua mạng xã hội.

### **3.2 Chiến lược Marketing**

Để tính năng mới đạt thành công, ngân hàng cần xây dựng chiến lược marketing hiệu quả nhằm giới thiệu và thu hút khách hàng sử dụng. Cụ thể:

Xác định đối tượng mục tiêu:

- Hướng đến những cá nhân thường xuyên xuyên quyền góp từ thiện ( Thu thập dữ liệu từ các giao dịch từ thiện trong dữ liệu của ngân hàng)

- Những khách hàng tiềm năng đang sử dụng ngân hàng Vietcombank ( tạo các pop-up, thông báo đẩy trên ứng dụng thu hút khách hàng)

- Khách hàng trẻ quan tâm đến các giá trị xã hội. ( tạo các khảo sát gửi vào các hội nhóm, gửi cho cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội để thu thập được tệp khách hàng chất lượng quan tâm đến các chương trình, dự án thiện nguyện.)

Truyền thông giá trị cốt lõi:

- Làm nổi bật lợi ích của tính năng, như minh bạch, tạo động lực và lan tỏa giá trị cộng đồng.

- Sử dụng thông điệp dễ tiếp cận, ví dụ: “*Chia sẻ yêu thương, quản lý dễ dàng, nhìn lại hành trình tốt đẹp của bạn.*”

Kênh truyền thông:

- Tận dụng các kênh như email, mạng xã hội, thông báo trên ứng dụng (push notification), website chính thức.

- Có thể hợp tác với các chương trình truyền hình chuyên làm từ thiện để quảng bá tính năng một cách tự nhiên và lan tỏa rộng rãi.

### 3.3 Rủi ro

#### 3.3.1 Rủi ro kỹ thuật

**Mô tả chi tiết:** Việc phát triển tính năng "Hành trình từ thiện" yêu cầu đội ngũ kỹ thuật phải có năng lực chuyên sâu về thiết kế giao diện người dùng (UI/UX): Giao diện cần thân thiện, trực quan, và đồng bộ với trải nghiệm của ứng dụng Mobile Banking hiện tại.

**Nguy cơ:** Hiệu suất hệ thống bị ảnh hưởng: Lỗi kỹ thuật hoặc thiếu tối ưu có thể làm giảm tốc độ xử lý giao dịch, dẫn đến trải nghiệm không tốt cho người dùng.

**Giải pháp:**

- Tuyển dụng và đào tạo đội ngũ có kinh nghiệm trong lĩnh vực phát triển ứng dụng ngân hàng.

- Áp dụng quy trình phát triển Agile để liên tục thử nghiệm và cải tiến trong quá trình xây dựng.

#### 3.3.2 Rủi ro bảo mật

**Mô tả chi tiết:** Tính năng này yêu cầu ngân hàng thu thập và quản lý nhiều loại dữ liệu nhạy cảm:

- Thông tin cá nhân khách hàng: Họ tên, số tài khoản, lịch sử giao dịch.

- Thông tin quyên góp: Mục tiêu, số tiền đã đóng góp, các tổ chức từ thiện nhận được khoản đóng góp.

- Thông tin xã hội: Nếu khách hàng chia sẻ recap từ thiện lên mạng xã hội.

**Nguy cơ:** Kẻ xấu có thể giả mạo video recap để sử dụng sai mục đích.

**Giải pháp:** Chữ ký số (Digital Signature): Thêm dấu nhận biết không thể chỉnh sửa vào video để chứng minh nguồn gốc từ ngân hàng.

### **3.3.4 Rủi ro khách hàng**

**Mô tả chi tiết:** Dù tính năng được xây dựng với mục tiêu cộng đồng và ý nghĩa, khách hàng có thể không sử dụng vì:

- Chưa hiểu rõ giá trị: Nhiều khách hàng có thể không thấy sự khác biệt so với các hình thức quyên góp truyền thống.
- Thiếu hứng thú: Khách hàng không cảm thấy gắn kết với ý tưởng “hành trình từ thiện” hoặc không nhận ra lợi ích cá nhân.
- Lo ngại về phức tạp: Nếu quy trình đặt mục tiêu, theo dõi, hoặc chia sẻ không đủ đơn giản, khách hàng có thể không muốn dùng.

#### **Nguyên nhân:**

- Tính năng không đạt được mức độ sử dụng mong đợi, dẫn đến lãng phí nguồn lực đầu tư.
- Ngân hàng không thể tạo được giá trị khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.

#### **Giải pháp:**

- Khảo sát trước: Thực hiện khảo sát ý kiến khách hàng để đánh giá nhu cầu và điều chỉnh tính năng phù hợp trước khi phát triển.
- Chiến lược marketing sáng tạo: Tập trung vào lợi ích cụ thể mà tính năng mang lại cho khách hàng, ví dụ: cảm giác tự hào, đạt mục tiêu từ thiện cá nhân, hoặc tăng tương tác xã hội.
- Hướng dẫn sử dụng đơn giản: Thiết kế giao diện dễ hiểu và cung cấp video/nghệ thuật mô phỏng cách sử dụng.