



MCI SOLUTIONS

case study

Presentation by GROWLYTICS

DANH MỤC

- 1 USER JOURNEY ANALYSIS
- 2 SOLUTION PROPOSAL
- 3 BUSINESS REQUIREMENT ANALYSIS

- 4 IMPACT ASSESSMENT
- 5 COMMUNICATION & COLLABORATION PLAN








SCENARIO

Anh Minh, một nhân viên sale mới, có mục tiêu nhanh chóng tạo và hoàn tất đơn hàng đầu tiên trên hệ thống để kịp chỉ tiêu tuần.

EXPECTATIONS

- Đặt đơn nhanh chóng, quy trình minh bạch
- Hệ thống rõ ràng, dễ hiểu
- Yên tâm hoàn thành KPI

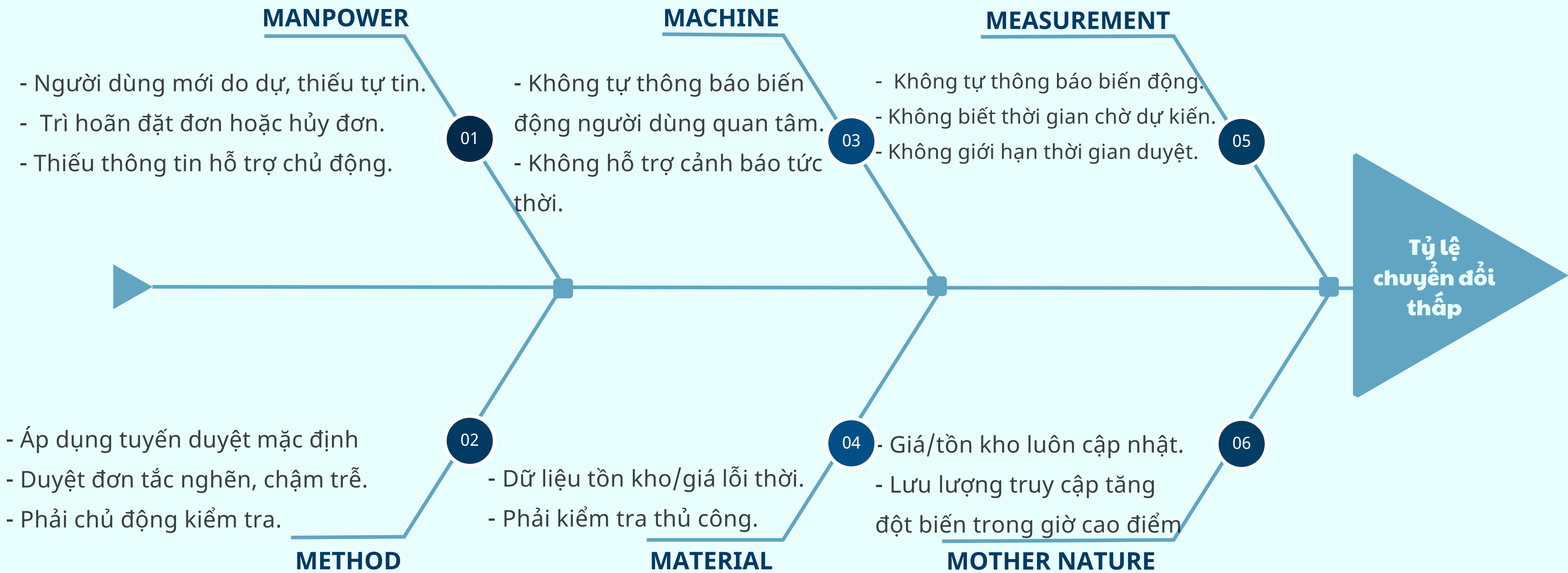
¹ Rangarajan et al., Industrial Marketing Management [2005].

STAGE	AWARENESS	CONSIDERATION	PURCHASE	RETENTION	ADVOCACY
STEPS	<div>- Nhân viên kinh doanh được công ty yêu cầu đăng ký tài khoản</div> <div>- Nhận KPI mục tiêu, danh sách khách hàng được phân công phụ trách</div>	<div>- Đăng ký tài khoản</div> <div>- Đăng nhập lần đầu và nhận tutorial</div> <div>- Xem danh mục sản phẩm (Tìm kiếm sản phẩm, xem tồn kho, so sánh giá,...)</div> <div>- Xem hồ sơ khách hàng</div>	<div>- Thêm sản phẩm vào giỏ</div> <div>- Nhập số lượng, chọn kho, chọn phương thức xuất hàng</div> <div>- Gửi đơn hàng và chờ duyệt</div> <div>- Nhận thông báo trạng thái đơn hàng</div>	<div>Theo dõi tiến độ KPI theo tuần/tháng ngay trên dashboard</div> <div>Nhận gợi ý sản phẩm dựa trên lịch sử mua hàng</div> <div>Kiểm tra cập nhật tồn kho/kho hàng theo vùng</div>	<div>Đánh giá trải nghiệm ứng dụng sau một số đơn hàng</div> <div>Chia sẻ app cho đồng nghiệp</div>
TOUCHPOINTS					
CUSTOMER EXPERIENCE	<div>Thought: “App này có giúp tôi làm việc hiệu quả hơn không?”</div> <div>Emotion: Hoài nghi, tò mò</div>	<div>Thought: “Giá sản phẩm có thay đổi sau khi tôi thêm vào giỏ hay khi duyệt đơn không?”</div> <div>“Nếu tôi đã xem sản phẩm trước đây, app có nhắc lại hoặc gợi ý khi sản phẩm sắp hết hàng hay có biến động giá không?”</div> <div>“Tôi có biết sản phẩm tôi quan tâm còn đủ hàng ở kho gần nhất không, hay phải kiểm tra nhiều lần?”</div> <div>Emotion: Do dự và bối rối</div>	<div>Thought: “Đặt đơn xong chắc lại chờ duyệt lâu, không biết lần này bao nhiêu cấp mới xong đây.”</div> <div>“Giá trị đơn này hơi cao, không biết có bị chuyển lên nhiều cấp phê duyệt hay không.”</div> <div>“Nếu biết trước tuyến duyệt thì tôi đã giải thích với khách dễ hơn, đỡ bị hối giao hàng.”</div> <div>Emotion: Căng thẳng và thiếu tự tin</div>	<div>Thought: “Xem KPI trực tiếp trên dashboard giúp tôi theo dõi tiến độ dễ hơn hẳn.”</div> <div>“Có lịch sử đơn và gợi ý sản phẩm nên đặt lại đơn cũng nhanh, không mất thời gian.”</div> <div>Emotion: Cảm giác yên tâm và thuận tiện</div>	<div>Thought: “ “Ứng dụng giúp tôi làm việc nhanh và ít sai sót hơn, chắc giới thiệu cho đồng nghiệp cùng dùng cho tiện.”</div> <div>Emotion: Tích cực, tin tưởng</div>

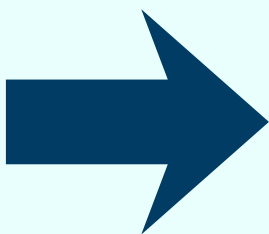
01 USER JOURNEY MAP



STAGE	DIGITAL TOUCHPOINTS	HUMAN TOUCHPOINTS	PROCESS TOUCHPOINTS
AWARENESS	- Nhắc nhở từ quản lý khu vực về việc tải app và tạo tài khoản	- Nhắc nhở từ quản lý khu vực	- Thời gian xử lý ban đầu của hệ thống
CONSIDERATION	- Form đăng ký & OTP/SSO Google/Microsoft - Popup onboarding - Dashboard cá nhân hiển thị KPI & đơn hàng - Danh mục sản phẩm: tìm kiếm, filter, so sánh giá/tồn kho - Hộp phản hồi / chat hỗ trợ gửi đề xuất cải tiến	- Hotline hỗ trợ đăng ký - Quản lý khu vực hướng dẫn thao tác xem kho, sản phẩm	- Xử lý dữ liệu đăng ký và thông tin danh mục sản phẩm
PURCHASE	- Danh mục sản phẩm & chi tiết sản phẩm - Giỏ hàng / Checkout - Thông báo trạng thái đơn hàng - Chat hỗ trợ trực tiếp	- Telesale hỗ trợ đơn lớn - Quản lý khu vực giải thích tuyến duyệt	- Quy trình phê duyệt đơn nhiều cấp, đối soát kho & giá, quá tải hệ thống
RETENTION	- Dashboard KPI - Lịch sử đơn hàng - Push notification về giao hàng, tồn kho - Module gợi ý sản phẩm dựa trên lịch sử mua	- Quản lý khu vực review KPI định kỳ	- Cập nhật báo cáo KPI, đồng bộ tồn kho
ADVOCACY	- Popup đánh giá - Hộp phản hồi và chat hỗ trợ gửi đề xuất cải tiến	- Đội CSKH gọi xin phản hồi - Quản lý khu vực ghi nhận góp ý	- Quy trình xử lý góp ý



01 NGUYÊN NHÂN VỚI FISHBONE



- Thiếu cơ chế cảnh báo biến động tồn kho, giá tức thời
- Quy trình duyệt đơn cố định cần qua đủ các cấp duyệt.
- Không hiển thị rõ trạng thái xử lý và tuyến duyệt

AI REALTIME STOCK & PRICE ALERT

- Theo dõi các sản phẩm mà nhân viên quan tâm trong vòng 1 tuần gần nhất
- Cập nhật tức thì biến động tồn kho và giá
- Gửi thông báo push và dashboard alert

DYNAMIC APPROVAL ROUTING

- Sử dụng AI để đánh giá rủi ro đơn hàng theo thời gian thực
- Tự động chọn tuyến duyệt phù hợp (auto-approve, 1 cấp duyệt hoặc nhiều cấp duyệt)



Triển khai hệ thống cảnh báo giá/tồn kho theo thời gian thực để tăng tỷ lệ người dùng hoàn tất đơn hàng đầu tiên trong 7 ngày từ 25% lên 40–50% trong vòng 4 tuần.

02 GIẢI PHÁP AI REALTIME STOCK & PRICE ALERT

Tiêu chí SMART	Mô tả chi tiết
Specific	<ul style="list-style-type: none">- Tự động đánh giá mức độ rủi ro của từng đơn hàng.- Chọn tuyến duyệt phù hợp: duyệt ngay, duyệt 1 cấp hoặc duyệt nhiều cấp.
Measurable	<p>Các chỉ số đo lường:</p> <ul style="list-style-type: none">- Giảm 30–60% số đơn phải duyệt qua nhiều cấp;- Giảm thời gian duyệt từ nhiều giờ xuống còn vài phút;- Tăng 20–30% số người dùng tạo được đơn đầu tiên;- Giảm 40% số đơn bị hủy do chờ quá lâu;
Achievable	<ul style="list-style-type: none">- Doanh nghiệp đã có sẵn dữ liệu về khách hàng, lịch sử mua hàng và tồn kho- Hệ thống cần thêm phần phân loại rủi ro, điều chỉnh quy trình duyệt từng mức.
Relevant	<ul style="list-style-type: none">- Giải quyết vấn đề lớn nhất của giai đoạn tạo đơn: người dùng phải chờ duyệt quá lâu và không biết đơn đang ở đâu.
Time-bound	<ul style="list-style-type: none">-Giải pháp có thể triển khai trong vòng 3 tháng: 4–6 tuần để chuẩn bị dữ liệu và xây dựng phần đánh giá rủi ro; 2–4 tuần để hoàn thiện giao diện và luồng duyệt; 1–2 tuần thử nghiệm trên nhóm nhỏ; đánh giá kết quả sau 1–3 tháng kể từ ngày áp dụng chính thức.

PHÂN KHÚC

- Người dùng mới
- Người dùng ít am hiểu công nghệ



CÁC YÊU CẦU KỸ THUẬT/QUY TRÌNH

- API cập nhật tồn kho & giá
- Hệ thống push notification
- Cải tiến UI/UX hiển thị gợi ý sản phẩm
- Tracking & Analytics
- Đào tạo nhân viên kinh doanh
- Chính sách bảo mật & quyền truy cập dữ liệu
- Event Listener / Message Queue
- AI Recommendation



Triển khai hệ thống phân loại rủi ro và tự động chọn tuyến duyệt để rút ngắn thời gian duyệt đơn, giảm 30–60% duyệt nhiều cấp, tăng 20–30% tỉ lệ tạo đơn đầu tiên, hoàn thành trong 3 tháng.

02 GIẢI PHÁP DYNAMIC
APPROVAL ROUTING

Tiêu chí SMART	Mô tả chi tiết
Specific	<ul style="list-style-type: none">- Tự động đánh giá mức độ rủi ro của từng đơn hàng.- Chọn tuyến duyệt phù hợp: duyệt ngay, duyệt 1 cấp hoặc duyệt nhiều cấp.
Measurable	<p>Các chỉ số đo lường:</p> <ul style="list-style-type: none">- Giảm 30–60% số đơn phải duyệt qua nhiều cấp;- Giảm thời gian duyệt từ nhiều giờ xuống còn vài phút;- Tăng 20–30% số người dùng tạo được đơn đầu tiên;- Giảm 40% số đơn bị hủy do chờ quá lâu;
Achievable	<ul style="list-style-type: none">- Doanh nghiệp đã có sẵn dữ liệu về khách hàng, lịch sử mua hàng và tồn kho- Hệ thống cần thêm phần phân loại rủi ro, điều chỉnh quy trình duyệt từng mức.
Relevant	<ul style="list-style-type: none">- Giải quyết vấn đề lớn nhất của giai đoạn tạo đơn: người dùng phải chờ duyệt quá lâu và không biết đơn đang ở đâu.
Time-bound	<ul style="list-style-type: none">-Giải pháp có thể triển khai trong vòng 3 tháng:<ul style="list-style-type: none">4–6 tuần để chuẩn bị dữ liệu và xây dựng phần đánh giá rủi ro;2–4 tuần để hoàn thiện giao diện và luồng duyệt;1–2 tuần thử nghiệm trên nhóm nhỏ;đánh giá kết quả sau 1–3 tháng kể từ ngày áp dụng chính thức.

PHÂN KHÚC

- Nhân viên kinh doanh tuyến đầu
- Các cấp quản lý và người duyệt đơn



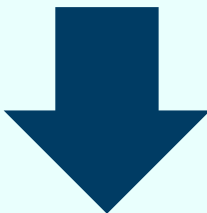
CÁC YÊU CẦU KỸ THUẬT/QUY TRÌNH

- Phát triển API cho quy trình phê duyệt động
- Tích hợp mô hình đánh giá rủi ro vào hệ thống
- Cải tiến giao diện người dùng để hiển thị tuyến duyệt
- Tích hợp thông báo đẩy theo thời gian thực
- Chuẩn hóa và cập nhật quy trình phê duyệt nội bộ
- Đào tạo ngắn gọn cho đội ngũ liên quan



5 TIÊU CHÍ

- Tác động
- Nỗ lực triển khai
- Rủi ro TSCTÁC
- Phù hợp chiến lược
- Chi phí



AI Realtime Stock
& Price Alert

TIÊU CHÍ	Tiêu chí phụ	Trọng số (%)	Giải pháp A	Điểm số	Giải pháp B	Điểm số
TÁC ĐỘNG	Tác động	30%	4	1,2	5	1,5
	- Tăng đơn hàng đầu tiên		1		1	
	- CTR thông báo		1		1	
	- Add-to-cart sau notification		1		1	
	- Quay lại xem sản phẩm		1		1	
	- Giảm bỏ giỏ hàng		0		1	
NỖ LỰC TRIỂN KHAI	Nỗ lực triển khai	25%	4	1	3	0,75
	- API sẵn sàng		1		1	
	- Notification service		1		1	
	- UI/UX cải tiến		1		0	
	- Data tracking		1		1	
	- Nhân sự vận hành		0		0	
RỦI RO	Rủi ro	20%	4	0,8	3	0,6
	- Phụ thuộc it bên ngoài		1		1	
	- Dễ triển khai		1		0	
	- Dễ debug		1		1	
	- Ít rủi ro bảo mật		1		1	
	- Không ảnh hưởng workflow		0		0	
PHÙ HỢP CHIẾN LƯỢC	Phù hợp chiến lược	15%	4	0,6	5	0,75
	- Hỗ trợ KPI activation		1		1	
	- Tăng doanh thu		1		1	
	- Tương thích roadmap		1		1	
	- Đóng góp ROI		0		1	
	- Tăng trải nghiệm khách hàng		1		1	
CHI PHÍ	Chi phí	10%	5	0,5	3	0,3
	- Chi phí lập trình		1		0	
	- Chi phí duy trì		1		0	
	- Chi phí tích hợp		1		1	
	- Chi phí đào tạo nhân viên		1		1	
	- Chi phí cơ sở hạ tầng		1		1	
TỔNG ĐIỂM		100%		4,1		3,9

BUSINESS
REQUIREMENT

03YÊU CẦU
KINH DOANH

BR ID	Tên yêu cầu	Mô tả Business Requirement
BR01	Tăng tỷ lệ người dùng hoàn tất đơn đầu tiên	Cần nâng tỷ lệ người dùng mới tạo đơn đầu tiên (25%) giúp người dùng ra quyết định sớm hơn, đảm bảo mục tiêu activation.
BR02	Tăng tỷ lệ quay lại ứng dụng trong 7 ngày đầu sau đăng ký	Đặt mục tiêu tăng tỷ lệ quay lại ứng dụng trong giai đoạn này nhằm đảm bảo người dùng duy trì sự quan tâm, từ đó nâng cao khả năng tạo được đơn hàng đầu tiên.
BR03	Tăng khả năng hiểu hành vi người dùng để tối ưu tỷ lệ kích hoạt	Cần có khả năng nắm bắt rõ hơn hành vi của người dùng trong giai đoạn đầu như mức độ tương tác, sản phẩm được quan tâm, tần suất truy cập để xác định các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở việc tạo đơn đầu tiên.
BR04	Tăng doanh thu từ nhóm người dùng mới	Người dùng mới là nhóm có chi phí thu hút cao, vì vậy đặt mục tiêu gia tăng doanh thu từ nhóm này bằng cách cải thiện tỷ lệ chuyển đổi trong 7 ngày đầu.
BR05	Xây dựng nền tảng dữ liệu phục vụ cá nhân hóa và tự động hóa	Trong trung và dài hạn có khả năng cá nhân hóa trải nghiệm và triển khai các hoạt động marketing/tương tác tự động dựa trên hành vi người dùng. Dự án này được kỳ vọng tạo nền tảng dữ liệu ban đầu về hành vi và mức độ quan tâm của người dùng, làm cơ sở cho các sáng kiến cá nhân hóa và automation ở các giai đoạn sau.

FUNCTIONAL REQUIREMENT

ID	Mô tả chức năng	Tiêu chí Chấp nhận	Mức độ Ưu tiên
FR01	Đồng bộ dữ liệu tồn kho và giá realtime	Hệ thống phải có khả năng nhận và hiển thị thay đổi về tồn kho (theo từng kho/vùng) và giá bán theo thời gian thực	M
FR02	Cảnh báo rủi ro tồn kho	Hệ thống phải tự động kích hoạt cảnh báo khi mô hình AI phân tích xu hướng bán hàng (Time-Series Forecasting) và dữ liệu hành vi dự đoán rằng tồn kho của sản phẩm quan tâm có xác suất cao (trên 80%) sẽ vượt ngưỡng an toàn hoặc hết hàng trong 48 giờ tới	M
FR03	Cảnh báo biến động giá	Hệ thống phải tự động kích hoạt cảnh báo khi giá bán của sản phẩm quan tâm có sự biến động (tăng hoặc giảm) vượt quá 2% so với giá cuối cùng mà NVKD đã xem (hoặc so với giá niêm yết gần nhất).	M
FR04	Phân phối cảnh báo	Cảnh báo phải chứa tên sản phẩm, biến động cụ thể, và đường dẫn trực tiếp đến trang Checkout.	S
FR05	Tính năng Tắt/Mở Cảnh báo	Nhân viên kinh doanh phải có khả năng tắt hoặc tùy chỉnh tần suất nhận cảnh báo cho từng loại sản phẩm/loại cảnh báo (Tồn kho/Giá) trong cài đặt ứng dụng.	C

NONFUNCTIONAL REQUIREMENT

NFR ID	Nhóm	Mức độ ưu tiên	Mô tả ngắn gọn
NFR01	Performance	M	Hệ thống cập nhật thay đổi giá/tồn kho và hiển thị cảnh báo cho người dùng trong tối đa 3-5 giây, không làm chậm trải nghiệm duyệt sản phẩm.
NFR02	Usability	S	Thông báo ngắn gọn, dễ hiểu, dẫn về đúng trang sản phẩm trong 1-2 thao tác và giới hạn tần suất để tránh spam.
NFR03	Security	M	Dữ liệu giá/tồn kho và log hành vi phải truyền qua kênh mã hóa và chỉ hiển thị đúng đối tượng được phân quyền theo khu vực/nhóm khách hàng.
NFR04	Scalability	S	Hệ thống chịu được mức tăng tải 3-5 lần số user/sự kiện mà không cần thay đổi lớn về kiến trúc hay gián đoạn dịch vụ.

SUCCESS METRICS

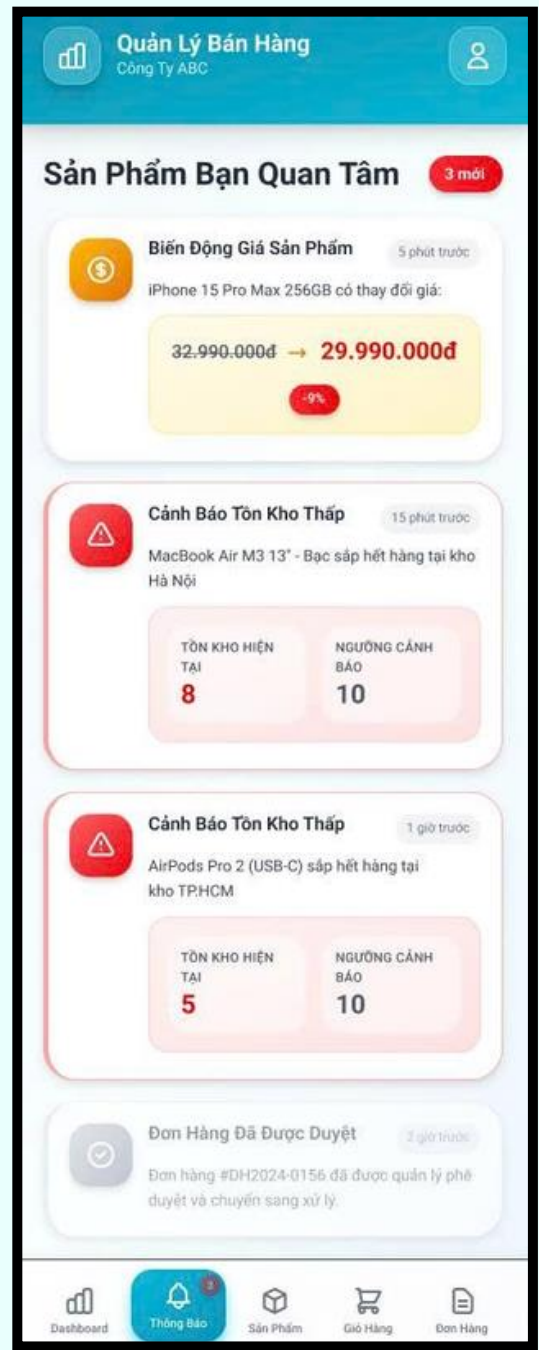
ID	KPI	Định nghĩa	Ước tính hiện tại	Mục tiêu sau khi triển khai
SM-01	Tỷ lệ người dùng mới có đơn trong 7 ngày	Phần trăm người dùng mới tạo ít nhất 1 đơn hàng trong vòng 7 ngày sau khi đăng ký	Khoảng 25%	40-50%
SM-02	Số người dùng hoàn tất đơn đầu tiên mỗi ngày	Số người dùng mới trong ngày có đơn hàng đầu tiên thành công	Khoảng 15 người/ngày	25-30 người/ngày
SM-03	Thời gian đến đơn hàng đầu tiên	Thời gian trung bình (ngày/giờ) từ lúc đăng ký tài khoản đến khi tạo đơn hàng đầu tiên	Hiện trạng (chưa tối ưu, giả định ~3-5 ngày)	Giảm ít nhất 20% so với hiện trạng
SM-04	Tỷ lệ thêm vào giỏ sau khi xem cảnh báo giá/tồn	Phần trăm lượt thêm sản phẩm vào giỏ trong một khoảng thời gian nhất định sau khi người dùng xem cảnh báo giá/tồn kho	0% (chưa có tính năng)	12-15%
SM-05	Tỷ lệ bỏ giỏ hàng	Phần trăm giỏ hàng có sản phẩm nhưng không chuyển thành đơn mua	Theo số liệu hiện tại của hệ thống	Giảm ít nhất 10% so với hiện trạng
SM-06	Tỷ lệ quay lại ứng dụng trong 7 ngày đầu	Phần trăm người dùng mới quay lại ứng dụng ít nhất 1 lần trong 7 ngày sau đăng ký	Theo số liệu hiện tại	Đạt khoảng 25% hoặc tăng rõ rệt so với hiện trạng



Giao diện Dashboard



Giao diện Sản phẩm



Giao diện Thông báo

- **PO** chịu trách nhiệm phê duyệt
- **BA** chịu trách nhiệm thu thập và phân tích yêu cầu
- **Dev Team** và **QA** tập trung vào kỹ thuật và kiểm thử.
- **Sales** và **Customer Support** tham vấn và hỗ trợ,
- **End Users** được thông báo và tham gia đào tạo/UAT.

Hoạt động / Vai trò	Product Owner	Business Analyst	Dev Team	QA/Test	Sales Dept	Customer Support	End Users
1. Thu thập và phân tích yêu cầu	A	R	C	I	C	C	I
2. Xác định giải pháp và đặc tả chức năng	A	R	C	C	C	C	I
3. Thiết kế kỹ thuật	I	C	R	C	I	I	I
4. Phát triển tính năng	I	C	R	S	I	I	I
5. Kiểm thử (Unit, Integration, UAT)	I	C	S	R	C	C	I
6. Duyệt nghiệm thu	A	C	C	R	C	C	I
7. Triển khai lên môi trường Production	A	I	R	S	I	I	I
8. Đào tạo và hướng dẫn sử dụng	C	R	S	S	C	R	I
9. Hỗ trợ sau triển khai	I	C	S	S	C	R	A
10. Theo dõi KPI và cải tiến liên tục	A	R	C	C	C	C	I

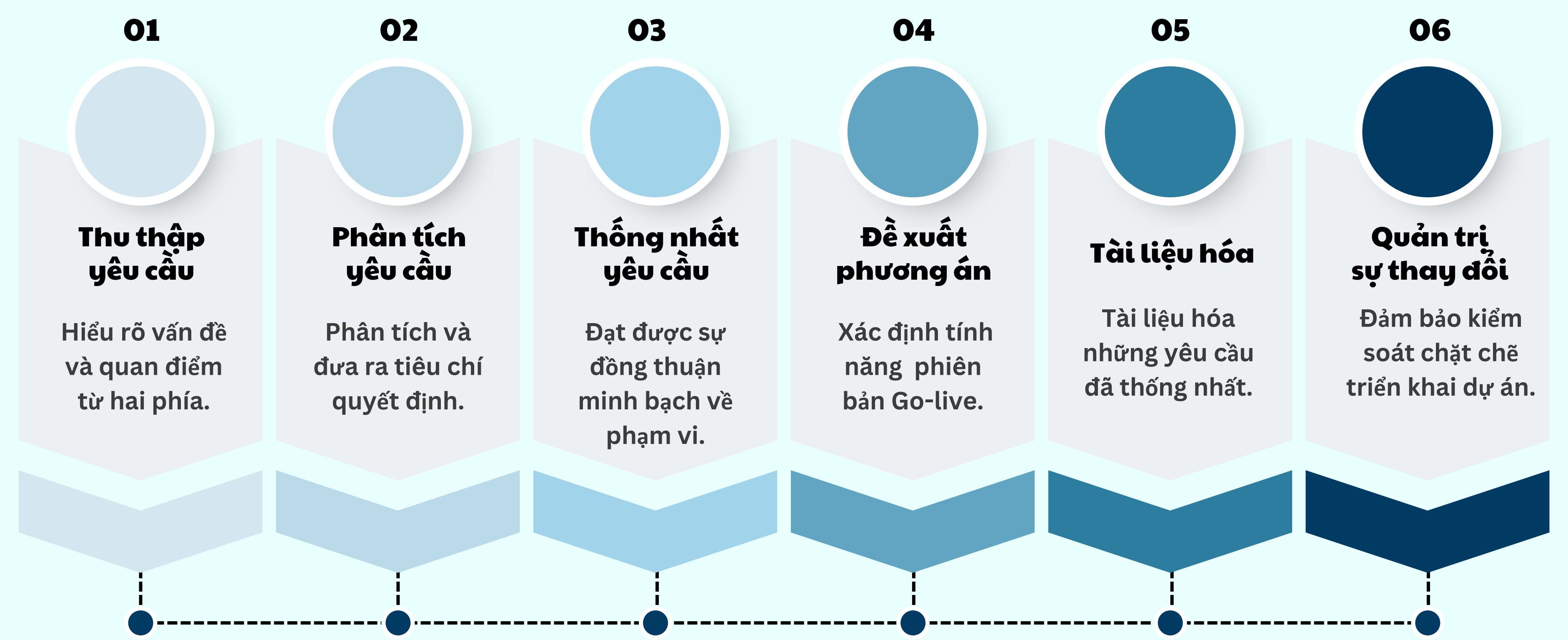
COST & BENEFIT MATRIX

	Ngắn hạn	Dài hạn
Hữu hình (đo lường được)	<ul style="list-style-type: none">- Tăng ngay tỉ lệ đơn đầu tiên trong 7 ngày: từ khoảng 25% lên mục tiêu 40–50%, số user có đơn đầu tiên tăng từ 15 lên 25–30 người/ngày.- Giảm thời gian từ đăng ký đến đơn đầu tiên (time-to-first-order)- Tăng hành vi thêm vào giỏ sau khi xem cảnh báo- Tăng số lượt quay lại ứng dụng trong tuần đầu nhờ các cảnh báo giá/tồn kho.	<ul style="list-style-type: none">- Doanh thu bền vững hơn từ nhóm người dùng mới- Cải thiện hiệu suất đội kinh doanh- Tối ưu chi phí marketing và tồn kho
Vô hình (khó đo trực tiếp)	<ul style="list-style-type: none">- Cảm nhận của người dùng mới tốt hơn: thấy hệ thống “chủ động nhắc nhở”- Tăng niềm tin vào dữ liệu của hệ thống vì thấy giá/tồn kho được cập nhật liên tục, rõ ràng.- Tạo cảm giác sản phẩm “thông minh, quan tâm đến người dùng”, không phải chỉ là catalogue khô.	<ul style="list-style-type: none">- Nâng hình ảnh thương hiệu số trong B2B: trải nghiệm gần với B2C hiện đại- Xây nền văn hóa ra quyết định dựa trên dữ liệu (data-driven) cho các bước sau như recommendation, chiến dịch tự động.- Tăng mức độ gắn bó dài hạn

RISK MATRIX

Ma trận quản trị rủi ro		Mức độ ảnh hưởng			
		Rất thấp (1)	Thấp (2)	Trung bình (3)	Cao (4)
Khả năng xảy ra của rủi ro	Chắc chắn xảy ra (4)			Sự cố spam cảnh báo.	Vấn đề hiệu suất Hệ thống
	Dễ xảy ra (3)			Người dùng quay lại thói quen cũ.	Sai lệch dữ liệu tồn kho và giá dẫn đến cảnh báo sai.
	Có khả năng (2)		Không hiểu cách sử dụng tính năng.		Trì hoãn triển khai API tồn kho và giá.
	Có thể tránh được (1)		Chi phí vận hành tăng nhẹ ngoài dự kiến.		Rò rỉ thông tin nhạy cảm.

- Vấn đề hiệu suất hệ thống
- Sự cố spam cảnh báo
- Sai lệch dữ liệu tồn kho, giá



05 KẾ HOẠCH GIAO TIẾP & PHỐI HỢP