



BÁO CÁO TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ VÀ ĐỀ XUẤT PHƯƠNG ÁN TĂNG DOANH THU

Người thực hiện: Trần Hoài Nam

MỤC LỤC

I. TỔNG QUAN VỀ DỮ LIỆU

1. File aum.csv: Thông tin tổng tài sản mà khách hàng nắm giữ
2. File cust.csv: Thông tin về phân khúc và nơi ở của khách hàng
3. File prod_holding.csv: Thông tin về các sản phẩm khách hàng sử dụng

II. PHÂN TÍCH MÔ TẢ TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGÂN HÀNG

1. Tình hình tổng quan
2. Tình hình sử dụng dịch vụ
 - 2.1 Tình hình sử dụng dịch vụ theo phân khúc khách hàng
 - 2.2. Tình hình sử dụng dịch vụ theo khu vực “Hà Nội” và “Hồ Chí Minh”
 - 2.3. Tình hình sử dụng dịch vụ so với tổng tài sản.

III. ĐỀ XUẤT PHƯƠNG ÁN TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 20%

I. TỔNG QUAN VỀ DỮ LIỆU

1. File aum.csv: thông tin tổng tài sản mà khách hàng nắm giữ

Trường dữ liệu	Mô tả
customer_id	Mã số định danh của khách hàng
amount	Tổng tài sản khách hàng nắm giữ

2. File cust.csv: Thông tin về phân khúc và nơi ở của khách hàng

Trường dữ liệu	Mô tả
customer_id	Mã số định danh của khách hàng
segment	Phân khúc khách hàng
province_city	Tỉnh/ thành phố nơi khách hàng sinh sống

3. File prod_holding.csv: Thông tin về các sản phẩm khách hàng sử dụng

Trường dữ liệu	Mô tả
customer_id	Mã số định danh của khách hàng
prod_ca	Sản phẩm tài khoản thanh toán
prod_td	Sản phẩm tiền gửi có kỳ hạn
prod_credit_card	Sản phẩm thẻ tín dụng
prod_app	Sản phẩm app chuyển tiền trên mobile
prod_secured_loan	Sản phẩm vay thế chấp
prod_upp	Sản phẩm vay tín chấp

II. PHÂN TÍCH MÔ TẢ TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGÂN HÀNG

1. Tình hình tổng quan:

113.07K

Tổng Khách Hàng

7.40T

Tổng tài sản

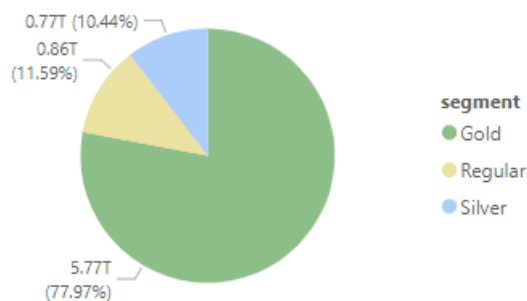
132.50bn

Tài sản lớn nhất mà khách hàng có

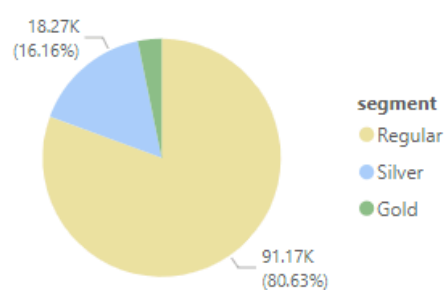
65.48M

Số tài sản trung bình

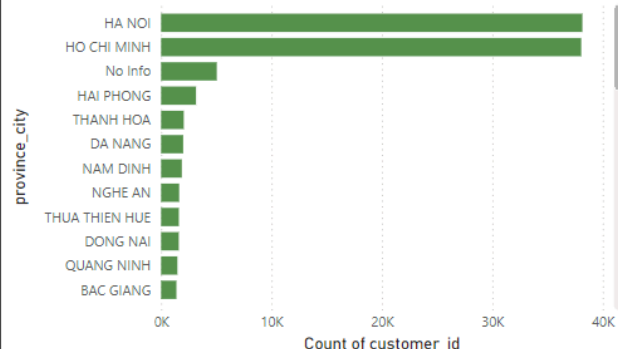
Sum of amount by segment



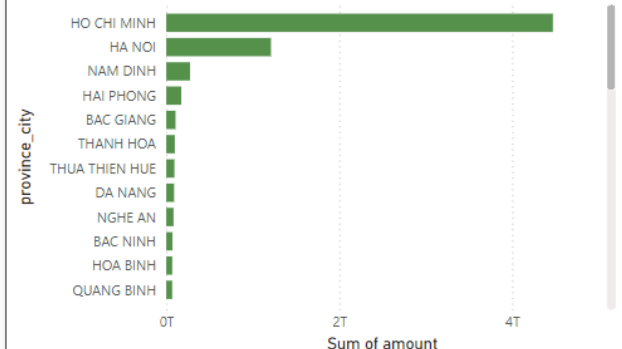
Count of customer_id by segment



Count of customer_id by province_city



Sum of amount by province_city



Số lượng khách hàng lớn nhất đến từ Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh với số khách hàng gần bằng nhau. Tuy nhiên lượng tiền gửi của TP. Hồ Chí Minh cao hơn đến 3 lần. Điều này cho thấy khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh không chỉ đông đảo mà còn có tiềm lực tài chính mạnh mẽ hơn, với khả năng tích lũy tài sản lớn.

Phân khúc Regular chiếm đến 80% tổng số khách hàng, cho thấy đây là phân khúc phổ biến nhất mà ngân hàng đang phục vụ. Điều này có thể giải thích do các sản phẩm và dịch vụ dành cho phân khúc này có tính dễ tiếp cận và phù hợp với phần lớn khách hàng.

Phân khúc Gold tuy chỉ chiếm 3.21% tổng số khách hàng nhưng có giá trị tài sản vượt trội, với tài sản trung bình đạt 1.589 tỷ đồng, cao hơn hẳn so với các phân khúc khác. Điều này cho thấy nhóm khách hàng Gold là những cá nhân có thu nhập cao và khả năng tích lũy tài sản lớn, làm cho phân khúc này trở thành nhóm khách hàng ưu tiên mà ngân hàng cần tập trung chăm sóc.

2. Tình hình sử dụng dịch vụ:

2.1 Tình hình sử dụng dịch vụ theo phân khúc khách hàng

prod_app	Count of customer_id
0	204
1	112862
Total	113066

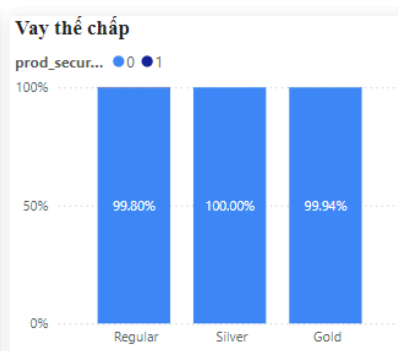
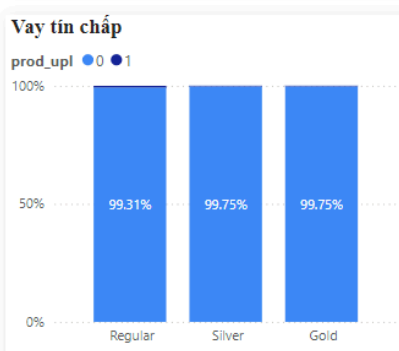
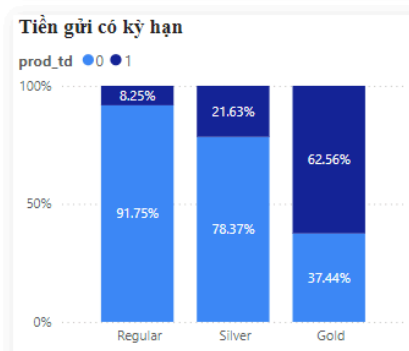
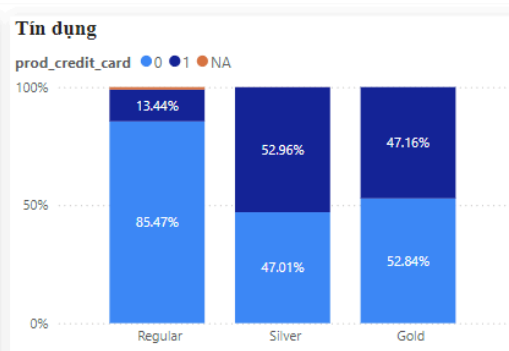
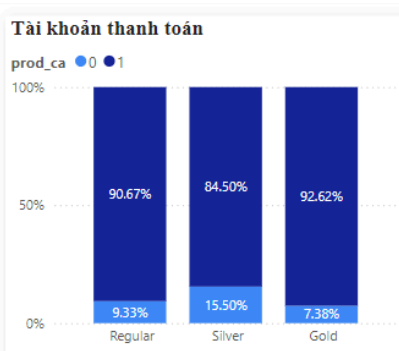
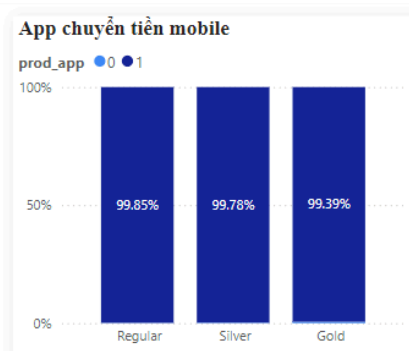
prod_ca	Count of customer_id
0	11608
1	101458
Total	113066

prod_credit_card	Count of customer_id
0	88427
1	23643
NA	996
Total	113066

prod_td	Count of customer_id
0	99319
1	13747
Total	113066

prod_upl	Count of customer_id
0	112382
1	684
Total	113066

prod_secured_loan	Count of customer_id
0	112881
1	185
Total	113066



Các khách hàng hiện nay đang sử dụng tổng cộng 6 dịch vụ của ngân hàng. **Dịch vụ được sử dụng nhiều nhất là sản phẩm app chuyển tiền mobile và sản phẩm tài khoản thanh toán.**

Nhóm khách hàng Regular là nhóm khách hàng chủ yếu sử dụng hầu hết các sản phẩm dịch vụ ngân hàng từ thẻ tín dụng, app mobile, vay thế chấp,...

Nhóm khách hàng Gold chiếm tỷ lệ thấp hơn nhiều so với Regular có thể là do nhu cầu vay vốn thấp hoặc có thể họ có những lựa chọn tài chính khách phù hợp hơn.

Sản phẩm vay thế chấp ít phổ biến nhất trong các nhóm sản phẩm có thể là do các điều kiện vay khắt khe về tài sản (yêu cầu phải có nhà, đất, xe,...), thủ tục rườm rà và nguy cơ bị mất tài sản cao. Từ đó, khách hàng sẽ có xu hướng tìm đến các sản phẩm vay đơn giản và ít thủ tục hơn, chẳng hạn như vay tín chấp.

=> Nguồn lợi nhuận quan trọng của ngân hàng đến từ vay tín chấp và vay thế chấp nhưng hai dịch vụ đó lại ít được khách hàng quan tâm và sử dụng. Ngân hàng cần tập trung cải thiện chính sách và quy trình cho vay tín chấp và thế chấp để tăng sức hút với khách hàng. Đồng thời, đầu tư mạnh mẽ vào các dịch vụ số hóa như ứng dụng mobile để duy trì xu hướng phát triển.

2.2. Tình hình sử dụng dịch vụ theo khu vực “Hà Nội” và “Hồ Chí Minh”

Phân khúc khách hàng	Tỉnh/TP	Số lượng khách hàng	Chuyển tiền mobile	Thanh toán	Tiền gửi có kì hạn	Thẻ tín dụng	Vay thế chấp	Vay tín chấp
Gold	HA NOI	548	546	519	270	296	1	0
Regular	HA NOI	32815	32765	29545	1697	5706	87	228
Silver	HA NOI	4790	4779	4082	607	3026	0	13
Gold	HO CHI MINH	2287	2272	2143	1430	1127	0	4
Regular	HO CHI MINH	26524	26475	23673	2509	4600	69	210
Silver	HO CHI MINH	9237	9215	7861	2010	4931	0	25
Total		76201	76052	67823	8523	19686	157	480

Phân khúc khách hàng	Tỉnh/TP	Tiền gửi có kì hạn	Thẻ tín dụng	Dùng cả hai dịch vụ
Gold	HO CHI MINH	1	1	666
Regular	HO CHI MINH	1	1	434
Silver	HO CHI MINH	1	1	685
Gold	HA NOI	1	1	132
Regular	HA NOI	1	1	248
Silver	HA NOI	1	1	261
Total		1	1	2426

Tỉnh/TP	Dịch vụ	Tỉ lệ sử dụng
Hồ Chí Minh	Chuyển tiền mobile	99.94%
Hồ Chí Minh	Thanh toán	88.66%
Hồ Chí Minh	Thẻ tín dụng	28.06%
Hồ Chí Minh	Tiền gửi có kì hạn	15.66%
Hồ Chí Minh	Vay thế chấp	0.18%
Hồ Chí Minh	Vay tín chấp	0.63%
Hà Nội	Chuyển tiền mobile	100.00%
Hà Nội	Thanh toán	89.65%
Hà Nội	Thẻ tín dụng	23.70%
Hà Nội	Tiền gửi có kì hạn	6.76%
Hà Nội	Vay thế chấp	0.23%
Hà Nội	Vay tín chấp	0.63%

- Hồ Chí Minh có tỷ lệ sử dụng dịch vụ "Chuyển tiền mobile" cao nhất (99.94%), cho thấy đây là dịch vụ phổ biến nhất tại thành phố này.

- Tại Hà Nội, "Chuyển tiền mobile" cũng đạt 100% nhưng quy mô sử dụng nhỏ hơn.
- Regular chiếm tỷ trọng lớn nhất ở cả hai thành phố, thể hiện đối tượng khách hàng phổ thông là mục tiêu chính.
- Silver và Gold chiếm tỷ lệ nhỏ hơn nhưng có dấu hiệu sử dụng đa dạng dịch vụ hơn điển hình là dịch vụ "Tiền gửi có kì hạn" và "Thẻ tín dụng" nhận được sự quan tâm khá lớn.
- Dịch vụ "Vay thế chấp" và "Vay tín chấp" có tỷ lệ sử dụng rất thấp (<1%), không nhận được sự quan tâm của khách hàng các nhóm.

=> Hai dịch vụ đang kinh doanh tốt nhất ở 2 chi nhánh Hà nội và TP. Hồ Chí Minh là "Tiền gửi có kì hạn" và "Thẻ tín dụng".

=> Nhóm "Silver" là nhóm đa phần cần vay để tiêu xài. Không có nhiều tiền nhàn rỗi để đầu tư thụ động hay tiết kiệm.

2.3. Tình hình sử dụng dịch vụ so với tổng tài sản.

Ở phần trên chúng ta có thể thấy rằng hai dịch vụ đang kinh doanh tốt nhất tại chi nhánh là "Thẻ tín dụng" và "Tiền gửi có kì hạn" bây giờ ta sẽ so sánh tổng tài sản của những khách hàng sử dụng hai dịch vụ này với những khách hàng còn lại xem như thế nào ?

Tổng tài sản của tất cả dịch vụ

Số lượng khách hàng	Chuyển tiền mobile	Thanh toán	Tiền gửi có kì hạn	Thẻ tín dụng	Vay thế chấp	Vay tín chấp	Sum of amount
113066	112862	101458	13747	23643	185	684	7,403,701,296,164.60

Tổng tài sản của tất cả dịch vụ ngoại trừ thẻ tín dụng và tiền gửi có kì hạn

Số lượng khách hàng	Chuyển tiền mobile	Thanh toán	Tiền gửi có kì hạn	Thẻ tín dụng	Vay thế chấp	Vay tín chấp	Sum of amount
78778	78731	77491	0	0	0	487	292,961,086,214.10

Tổng tài sản khi có dùng thẻ tín dụng hoặc tiền gửi có kì hạn

Số lượng khách hàng	Tiền gửi có kì hạn hoặc thẻ tín dụng	Sum of amount
34288	34288	7,110,740,209,950.61

=> Hai dịch vụ "Tiền gửi có kì hạn" và "Thẻ tín dụng" đang đóng góp vào tổng tài sản nhiều nhất lên đến con số hơn 90% tổng tài sản của chi nhánh.

III. ĐỀ XUẤT PHƯƠNG ÁN TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 20%

Để tăng doanh thu, ta cần chú trọng vào những dịch vụ có thể tạo ra lãi suất cho ngân hàng như: Thẻ tín dụng, Gửi tiền có kỳ hạn, Vay tín chấp và Vay thế chấp. Trong đó:

1. Thẻ tín dụng

- Hiện tỷ lệ người dùng chỉ 21%, cần khai thác bằng:
 - Tặng quà hoặc giảm phí thường niên cho khách hàng mới.
 - Triển khai chương trình trả góp lãi suất thấp hoặc 0%.

2. Gửi tiền có kỳ hạn

- Thu hút khách hàng mới bằng lãi suất ưu đãi đặc biệt.

3. Khai thác nhóm khách hàng tiềm năng

- Tư vấn và chăm sóc khách hàng chưa sử dụng dịch vụ.
- Khuyến khích khách hàng gửi tiết kiệm sử dụng thêm thẻ tín dụng hoặc vay vốn.

4. Vay tín chấp và vay thế chấp

- **Truyền thông:**
 - Đa dạng kênh (Facebook, Instagram, TikTok) phù hợp với khách hàng mục tiêu.
 - Sử dụng thông điệp đơn giản, gần gũi (VD: "Sở hữu nhà mơ ước từ 5 triệu/tháng").
- **Tăng niềm tin:**
 - Công bố chính sách vay, lãi suất minh bạch.
 - Cung cấp công cụ tính vay online và tư vấn miễn phí (chatbot, hotline).
- **Đơn giản hóa quy trình vay:**
 - Hỗ trợ đăng ký trực tuyến, xét duyệt tự động, và giảm giấy tờ.