



AdventureWorks
Company

Phân tích kinh doanh

Sales Analysis

Trình bày: Nguyễn Tiến Nam

Bộ phận: Data Analyst

Tổng Quan

- Giới thiệu
- Lịch sử
- Sứ mệnh
- Tổng quan
- Chi tiết sản phẩm
- Chi tiết khách hàng
- Đề xuất chiến lược

Giới thiệu

AdventureWorks

- Công ty đa quốc gia, sản xuất và phân phối xe đạp, phụ kiện leo núi bằng kim loại, composite
- Công ty bắt đầu hoạt động kinh doanh từ tháng 5/2011
- Sản phẩm chính gồm: Bikes, Accessories, Clothing, Components
- Khách hàng tập trung ở Bắc Mỹ, Châu Âu và Châu á



Lịch sử

2008

Mua lại nhà máy sản xuất
tại Mexico.

2011

Chính thức đưa sản phẩm xe
đạp leo núi và phụ kiện vào
kinh doanh.

2012

Mở rộng được hơn 100 đại lý
thân thiết và gần 1.000
nhân sự trên toàn thế giới.

Hiện tại

Doanh số đạt được **109 triệu \$**,
chiếm **30%** thị trường xe đạp
leo núi và phụ kiện trên toàn
thế giới.

Sứ mệnh

“Lựa chọn xe đạp - Lựa chọn lối sống xanh”

Khi bạn mua một chiếc xe đạp của chúng tôi, bạn không chỉ nhận được một chiếc xe đạp tuyệt vời với một mức giá tuyệt vời mà bạn sẽ trồng thêm một cây xanh, góp phần tạo lên môi trường sống xanh. Ở đó chúng ta tự do đạp chiếc xe yêu thích của chính mình.

Mục tiêu

Ban giám đốc
nắm rõ được tình hình
hoạt động của công ty

\$70.60M
Doanh thu Mục tiêu
năm 2015

Còn 40%
Tỷ lệ khách hàng rời
đi năm 2015

OVERVIEW

31/05/2011 - 30/06/2014, Sales \$109,846,381, Profit \$9,371,904

Year	Category	Customer
All	All	All

Sales

Total Sales
\$109.85M

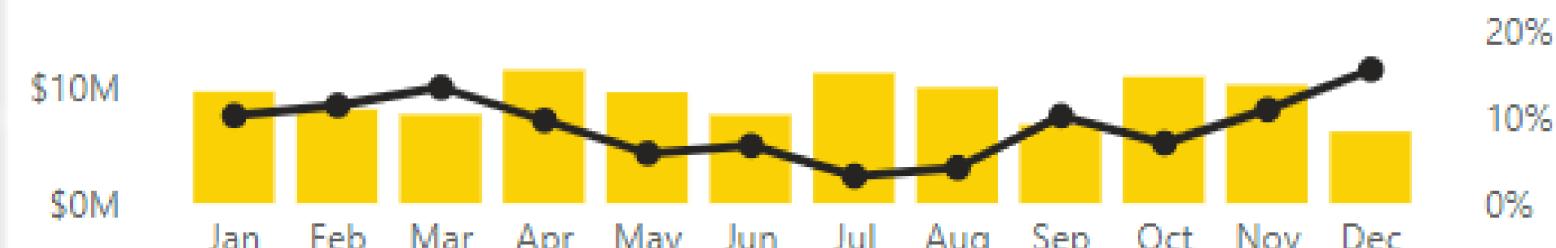
Total Profit
\$9.37M

Total Order
31K

Sales
\$23.09M
Goal: 5.87%

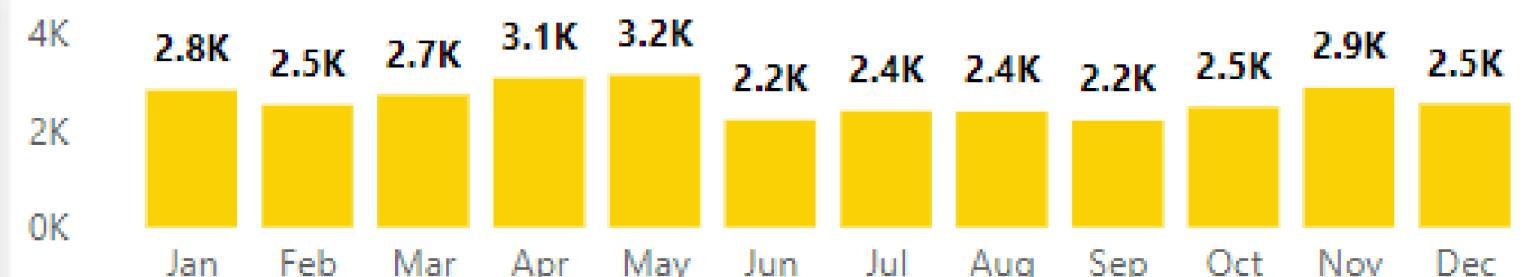
Total Sales and ROS by Month Short

● Total Sales ● ROS



Profit
\$3.59M
Goal: 376.57%

Total Order by Month Short



Order
12,373
Goal: 199.30%

Product

Total Sub
37

Total Qty
275K

Total Sales by Category

Bikes

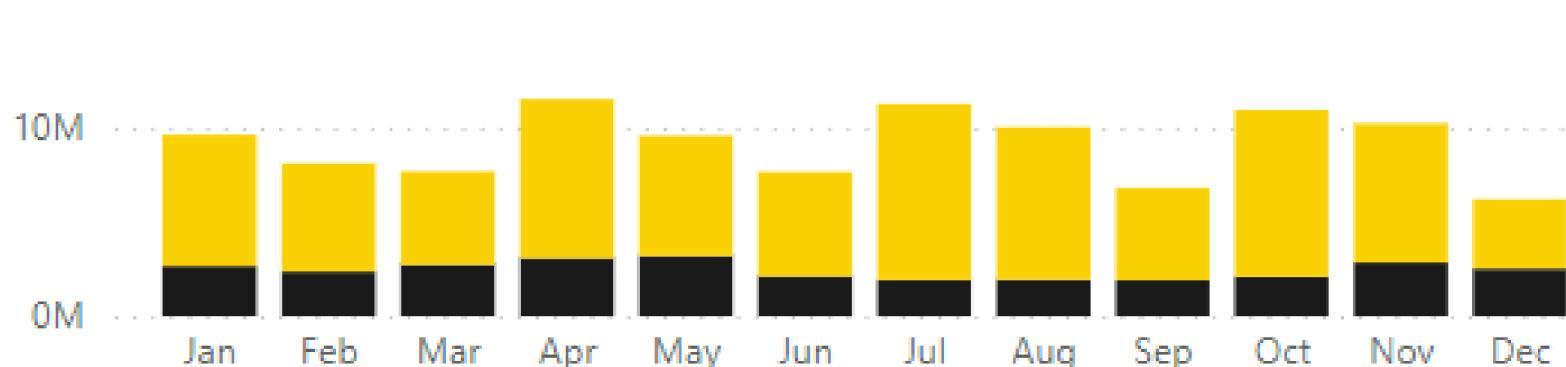
Customer

Sales Online %
26.7%

Customer Online %
96.7%

Sales Online and Sales Off by Month Short

● Sales Online ● Sales Off



Sales Offline
80.49M

Sales/Customer
126.75K

Sales Online
29.36M

Sales/Customer
1.59K

Customer Off

	Sales Off	Count of Order Off
29486	519,411.36	12
29489	380,454.03	12
29497	700,803.79	12
29509	299,530.49	12
29521	184,846.24	12
29522	492,362.76	12
29523	619,616.13	12
Total	80,487,704.18	3806

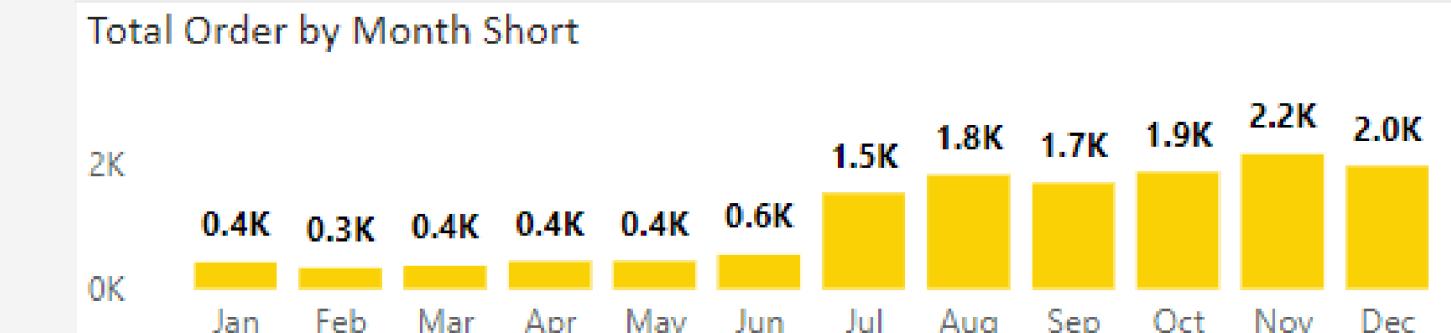
Customer On

	Sales On	Count of Order On
11000	8,248.99	3
11001	6,383.88	3
11002	8,114.04	3
11003	8,139.29	3
11004	8,196.01	3
11005	8,121.33	3
11006	8,119.02	2
Total	29,358,677.22	27659

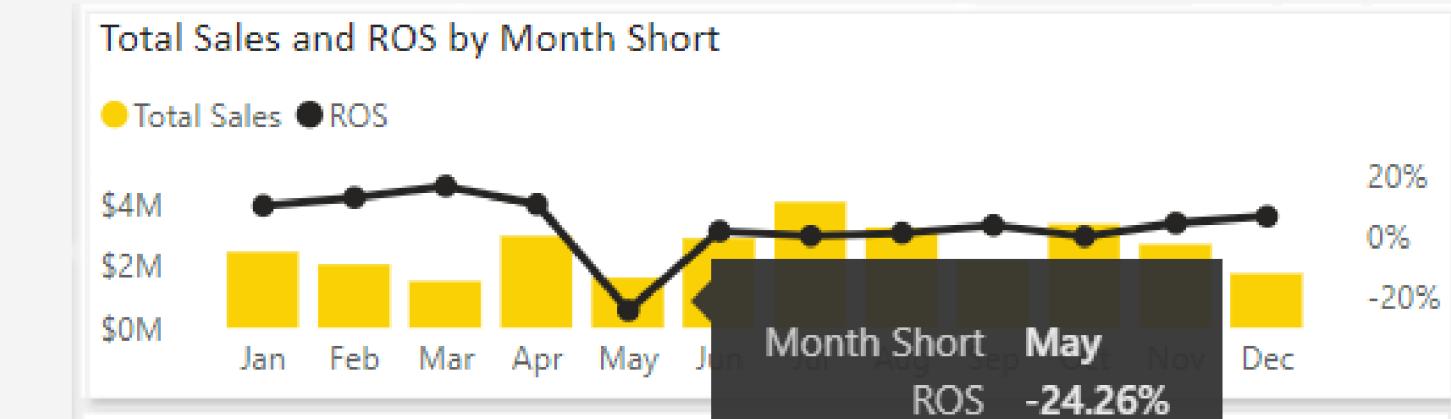
Subcategory	Unit Price	Total Sales	Total Profit	ROS
Road Bikes	3,578	\$5,549,896.77	\$2,182,219.47	39.3
Mountain Bikes	2,295	\$2,896,277.38	\$1,316,276.98	45.4
Mountain Bikes	2,320	\$2,818,787.85	\$1,281,060.16	45.4
Touring Bikes	2,384	\$2,992,007.85	\$1,132,175.79	37.8
Road Bikes	2,443	\$2,797,635.75	\$1,033,095.30	36.9
Road Bikes	1,701	\$1,580,219.71	\$574,567.92	36.3
Road Bikes	2,182	\$1,653,624.38	\$474,973.87	28.1
Total		\$109,846,381.40	\$9,371,903.63	8.1

Doanh thu

- Tổng doanh thu từ nửa cuối 2011 đến nửa đầu 2014 là **109 triệu \$**
- Tốc độ tăng trưởng trung bình lên đến **80%/năm**
- Tỷ suất lợi nhuận ròng là **8.53%**
- Lượng mua hàng thường nhiều vào những tháng cuối năm như T9, T10, T11, T12
- Năm 2013 có sự bùng nổ về đơn hàng, tăng **264.39%** so với năm 2012
- Tuy nhiên Năm 2012 lại có sự giảm sút về lợi nhuận, đặc biệt tháng 5/2012 là tháng có tỷ suất lợi nhuận âm đến **-24.26%** so với doanh thu tháng đó



Order **13,752**✓
Goal: 264.39%



Câu hỏi

Tại sao năm 2013 có sự bùng nổ về đơn hàng ?

- Đơn hàng tăng do tất cả các sản phẩm đều có lượng mua tăng. Đặc biệt là sản phẩm Accessories bùng nổ với lượng bán ra 2013 là **9.286 đơn**, còn năm 2012 chỉ là **373 đơn**. Tăng **2.389%**
- Giá thành của Accessories giảm từ **20\$/sp** năm 2012 xuống **18\$/sp** năm 2013
- Năm 2013 công ty đẩy mạnh các chương trình Marketing, như giảm giá trung bình 1%/sp với sản phẩm Accessories

Category	Total Order
Accessories	373
Bikes	3,602
Clothing	667
Components	727
Total	3,774

Category	Total Order
Accessories	9,286
Bikes	7,391
Clothing	4,515
Components	1,154
Total	13,752

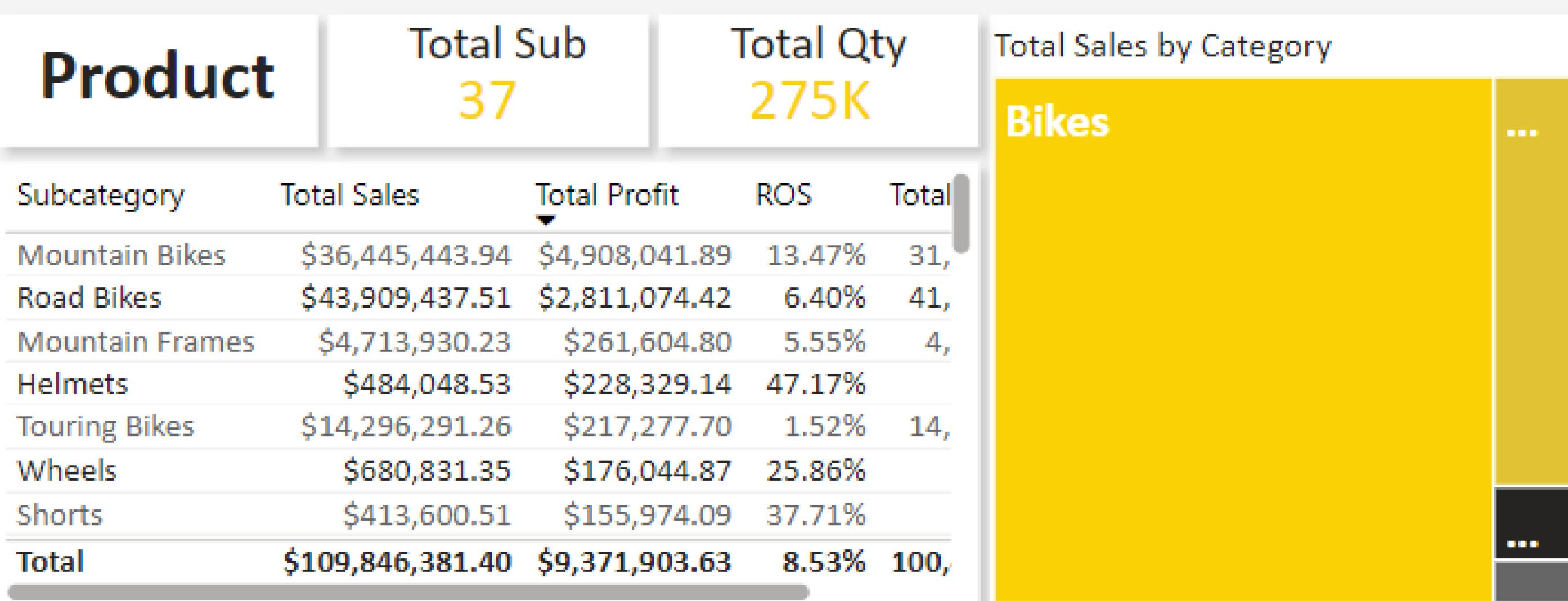
Tại sao tháng 5/2012 có tỷ suất lợi nhuận âm?

- Tháng 5/2012 lợi nhuận âm chủ yếu do sản phẩm Bikes. Doanh số tháng này sản phẩm Bikes chiếm đến **90%**.
- Bikes, giá bán là **1.523\$/sp** thấp hơn giá Cost là **1.757\$/sp**.
- Bikes, tỷ lệ Discount cao lên tới **7%/sp**.
- Sau đó đến sản phẩm Clothing cũng đem lại lợi nhuận âm, nhưng không đáng kể.
- Tuy nhiên, các vấn đề đã được cải thiện ngay vào các tháng sau đó và đem lại kết quả tích cực hơn.

Category	Avg Discount	Total Sales	Total Profit	Sum of Total_Cost
Bikes	0.07	\$1,489,381.94	(\$398,268.39)	1,887,650.33
Clothing	0.00	\$7,108.08	(\$1,980.67)	9,088.75
Accessories	0.00	\$4,279.54	\$1,505.24	2,774.30
Components	0.00	\$141,297.30	\$395.16	140,902.14
Total	0.05	\$1,642,066.86	(\$398,348.65)	2,040,415.51

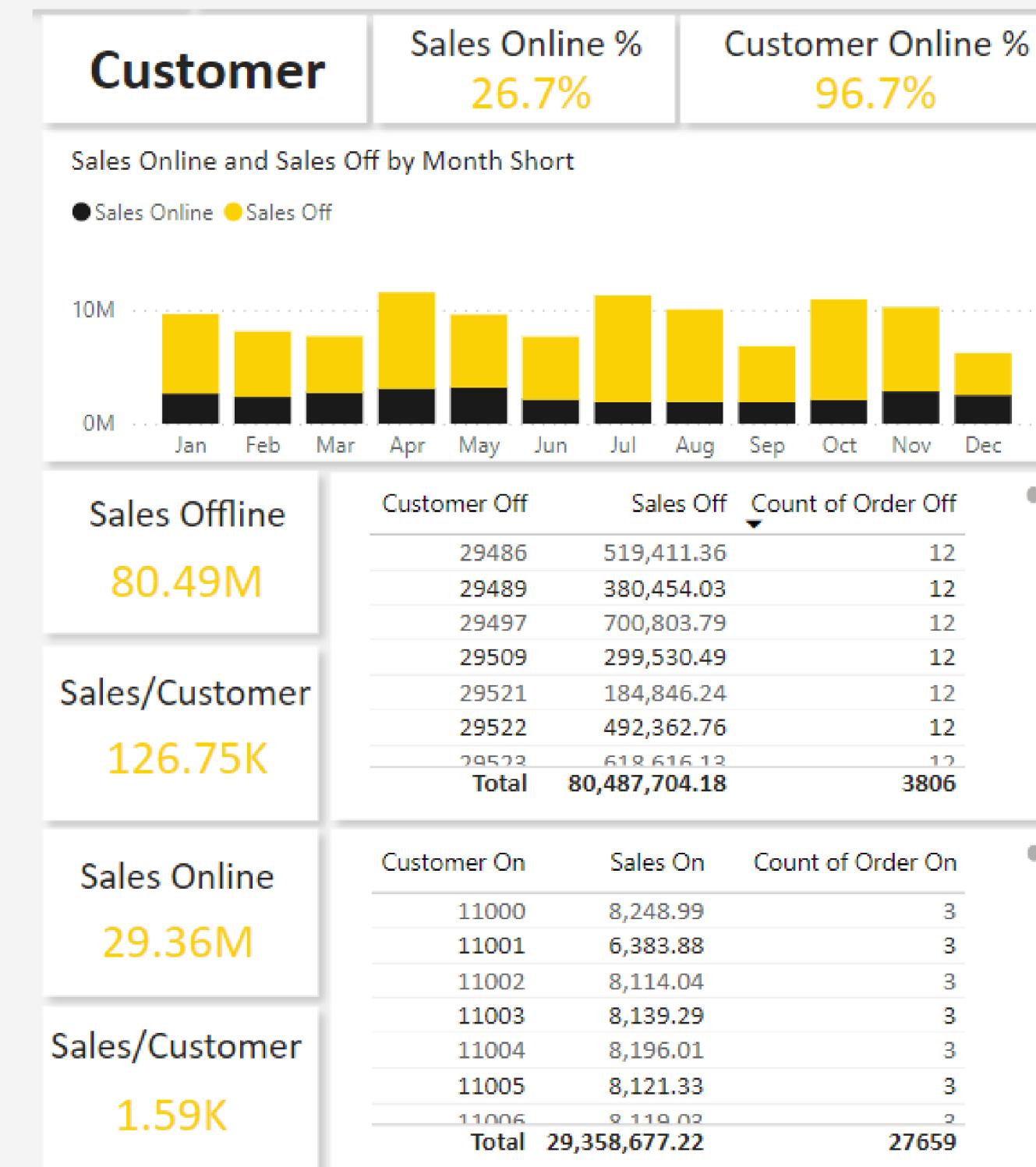
Sản Phẩm

- Sản phẩm công ty bao gồm **4 Category, 37 Subcategory, 119 Model, 295 Product**
- Bikes chiếm **85%** doanh số trong 4 sản phẩm, sau đó là Component **10%**, xong đến Clothing **3%**, cuối cùng là Accessories **2%**
- Trong Bikes có 3 Subcategory chủ lực đem lại doanh số nhiều nhất là Mountain Bikes, Road Bikes, Touring Bikes. Đây cũng là 3 sản phẩm cốt lõi của công ty.
- Sản phẩm Accessories có biên lợi nhuận cao lên đến trung bình **50,03%/Sp**



Khách hàng

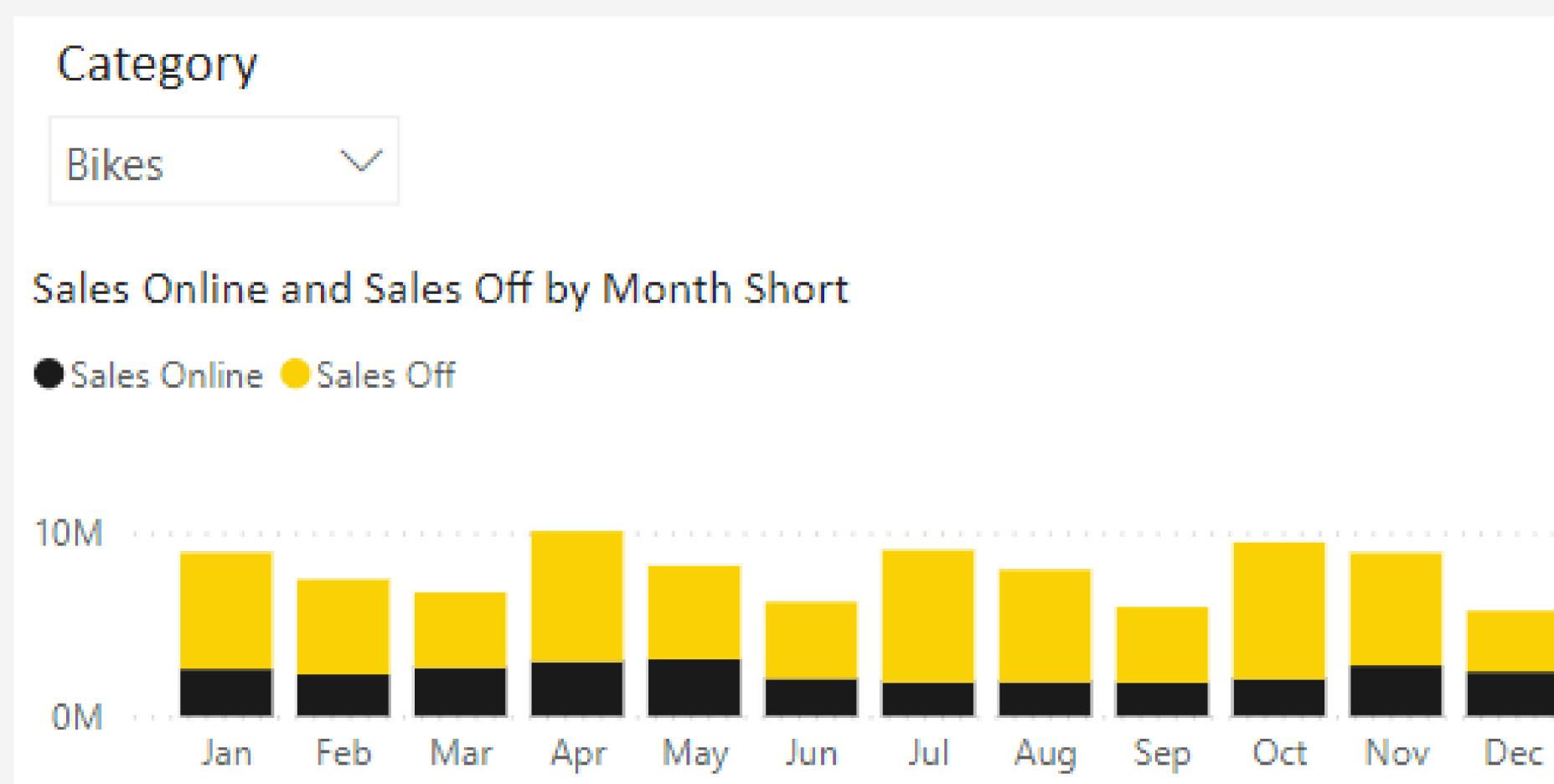
- Công Ty hiện có tổng **19.000** khách hàng
- Các khách hàng trải dài trên **3 châu lục** Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Á và trên **10 quốc gia** như Mỹ, Canada, Úc,...
- Hiện có 2 hình thức khách hàng là khách hàng **Online** và khách hàng **Offline**.
- Khách hàng Online chiếm **96,7%** trên tổng số khách hàng, nhưng chỉ chiếm **26,7%** doanh thu tổng.



Câu hỏi

Tại sao khách hàng Online chiếm 96,7% nhưng lại chỉ đem lại 26,7% doanh số ?

- Các khách hàng Offline tuy ít, nhưng họ chủ yếu là các đại lý. Nên lương mua thường rất lớn và ổn định qua các năm.
- Khách hàng mua Online họ chỉ thường mua các phụ kiện như Clothing, Components. Trong khi khách hàng mua Offline lại chủ yếu mua Bikes, sản phẩm này có giá bán cao hơn **gấp nhiều lần** các sản phẩm trên



PRODUCT DETAILS

Year: All Month: All Category: All Customer: All CountryRegion: All

Total Order

275K

Total Qty

31K

Sales per Order

3.49K

Category, Subcategory, Model# and Total Product

Category

4

Subcategory

37

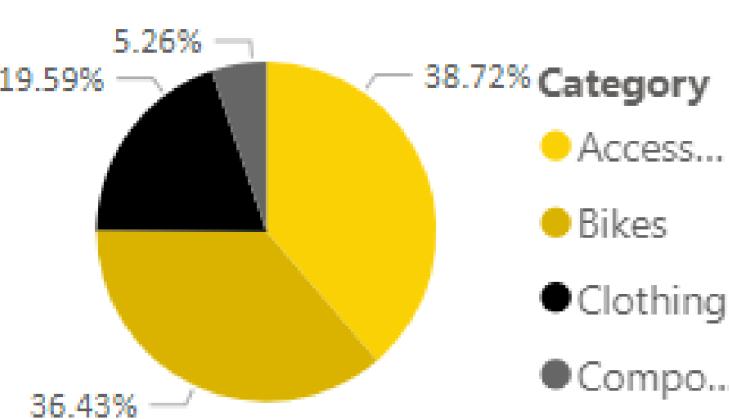
Model#

119

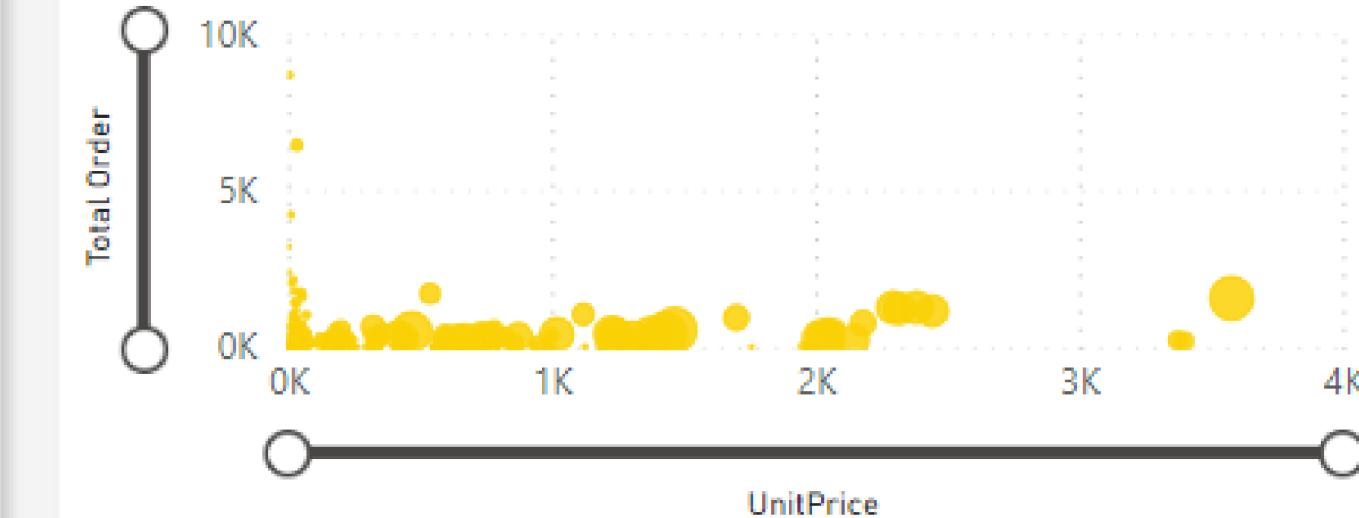
Total Product

295

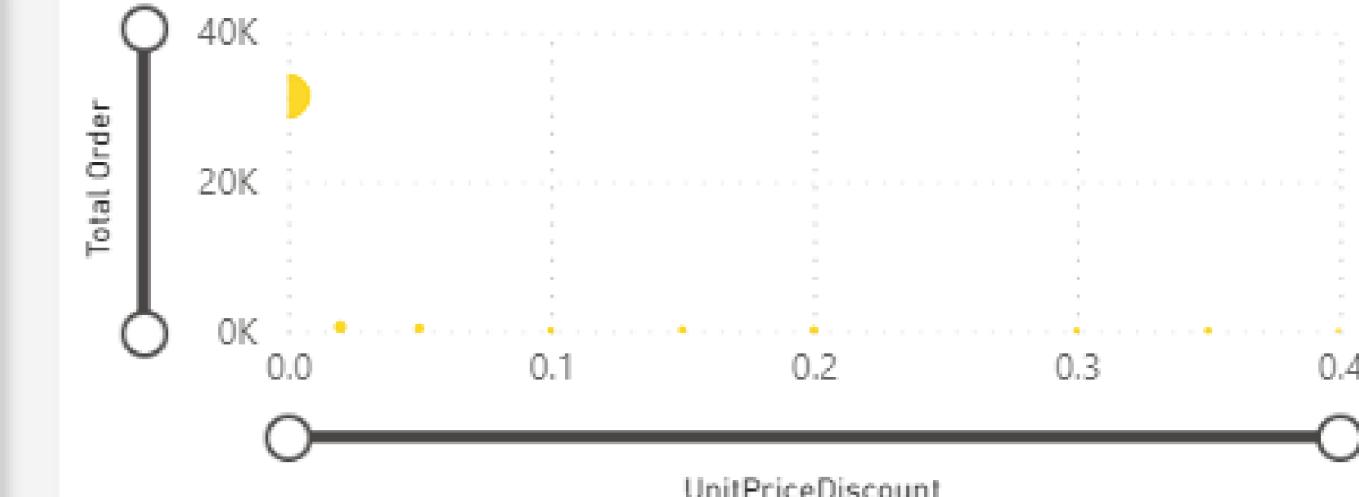
Total Order by Category



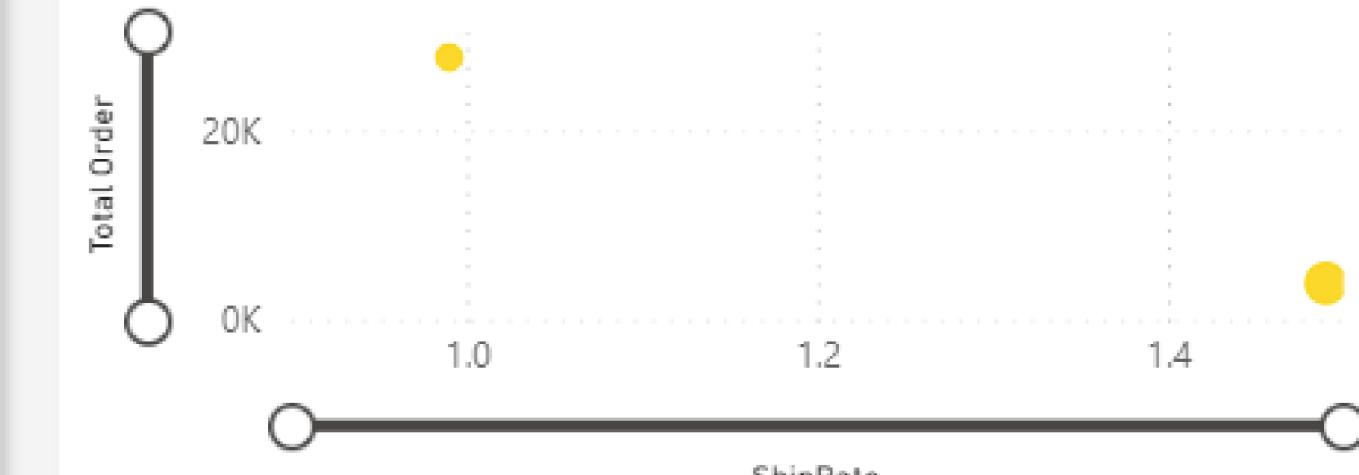
Total Order and Total Sales by UnitPrice



Total Order and Total Sales by UnitPriceDiscount



Total Order and Total Sales by ShipRate

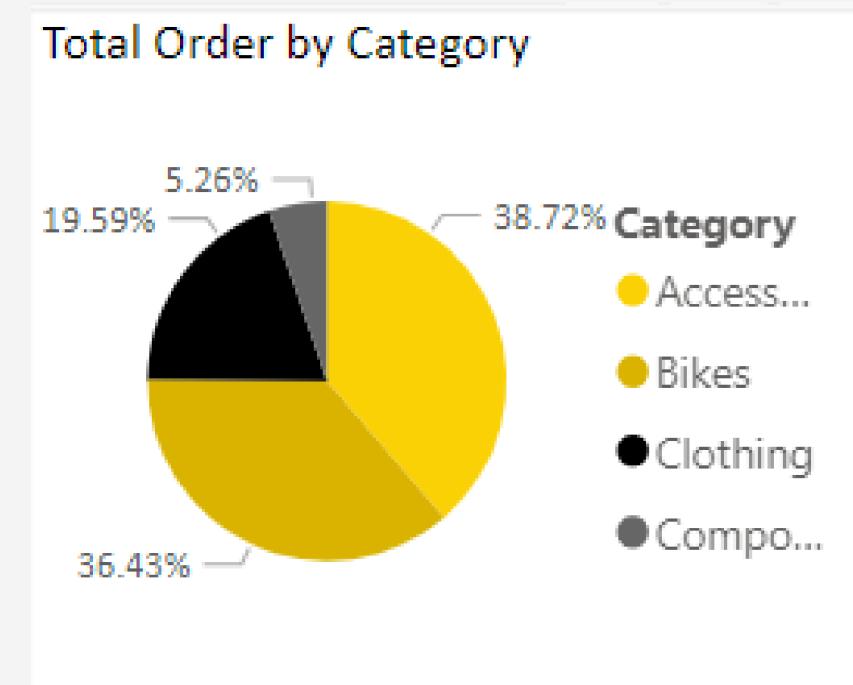


Name	Total Qty	Total Sales	Total Pro
Mountain-200 Black, 38	2,977	\$4,400,592.80	\$673,4
Mountain-200 Black, 42	2,664	\$4,009,494.76	\$674,2
Mountain-200 Silver, 38	2,394	\$3,693,678.03	\$663,7
Mountain-200 Silver, 42	2,234	\$3,438,478.86	\$611,0
Mountain-200 Silver, 46	2,216	\$3,434,256.94	\$629,6
Mountain-200 Black, 46	2,111	\$3,309,673.22	\$666,7
Road-250 Black, 44	1,642	\$2,516,857.31	(\$36,3)
Road-250 Black, 48	1,498	\$2,347,655.95	\$18,3
Road-250 Black, 52	1,245	\$2,012,447.78	\$76,5
Road-150 Red, 56	664	\$1,847,818.63	\$406,0
Road-350-W Yellow, 48	1,622	\$1,774,883.56	\$19,0
Road-150 Red, 62	600	\$1,769,096.69	\$466,3
Touring-1000 Blue, 60	1,120	\$1,721,242.51	\$61,4
Road-350-W Yellow, 40	1,477	\$1,657,198.18	\$58,3
Road-250 Red, 58	946	\$1,587,008.18	\$116,0
Touring-1000 Blue, 46	1,002	\$1,586,953.57	\$102,0
Road-150 Red, 48	493	\$1,540,803.06	\$470,3
Total	274,914	\$109,846,381.40	\$9,371,9

Country	Total Qty	Total Order	Total Sales
Southwest	59,105	6,224	\$24,184,609.60
Canada	49,381	4,067	\$16,355,770.45
Northwest	36,776	4,594	\$16,084,942.55
Australia	18,293	6,843	\$10,655,335.96
Central	19,493	385	\$7,909,009.01
Southeast	18,875	486	\$7,879,655.07
United Kingdom	20,099	3,219	\$7,670,721.04
France	19,906	2,672	\$7,251,555.65
Northeast	19,843	352	\$6,939,374.48
Germany	13,143	2,623	\$4,915,407.60
Total	274,914	31,465	\$109,846,381.40

Chi tiết sản phẩm

- Sản phẩm Accessories có lượng bán tăng nhiều qua các năm từ 2011-2014. Đến năm 2014, lượng bán đã vượt qua sản phẩm Bikes.
- Top 1 sản phẩm doanh số là sản phẩm **Mountain-200 Black, 38**
- Top 1 sản phẩm bán chạy là sản phẩm **AWC Logi Cap**
- Top 1 sản phẩm lợi nhuận là sản phẩm **Mountain-200 Black, 42**
- Doanh số đến nhiều nhất là từ **Châu Mỹ chiếm 72%, Châu Âu là 19%**, cuối cùng là **Châu Á 9%**. Trong đó **SouthWest, Canada, NorthWest** là các nước chiếm doanh số cao nhất.
- Tình hình chung, **giá bán và Discount** không ảnh hưởng nhiều đến lượng đặt đơn. Nhưng **giá vận chuyển** thì ngược lại, nó ảnh hưởng rất lớn đến lượng đặt đơn.



Country	Total Qty	Total Order	Total Sales
Southwest	59,105	6,224	\$24,184,609.60
Canada	49,381	4,067	\$16,355,770.45
Northwest	36,776	4,594	\$16,084,942.55
Australia	18,293	6,843	\$10,655,335.96
Central	19,493	385	\$7,909,009.01
Southeast	18,875	486	\$7,879,655.07
United Kingdom	20,099	3,219	\$7,670,721.04
France	19,906	2,672	\$7,251,555.65
Northeast	19,843	352	\$6,939,374.48
Germany	13,143	2,623	\$4,915,407.60
Total	274,914	31,465	\$109,846,381.40

CUSTOMER DETAILS

Year	Month	Category	Customer	CountryRegion
All	All	All	All	All

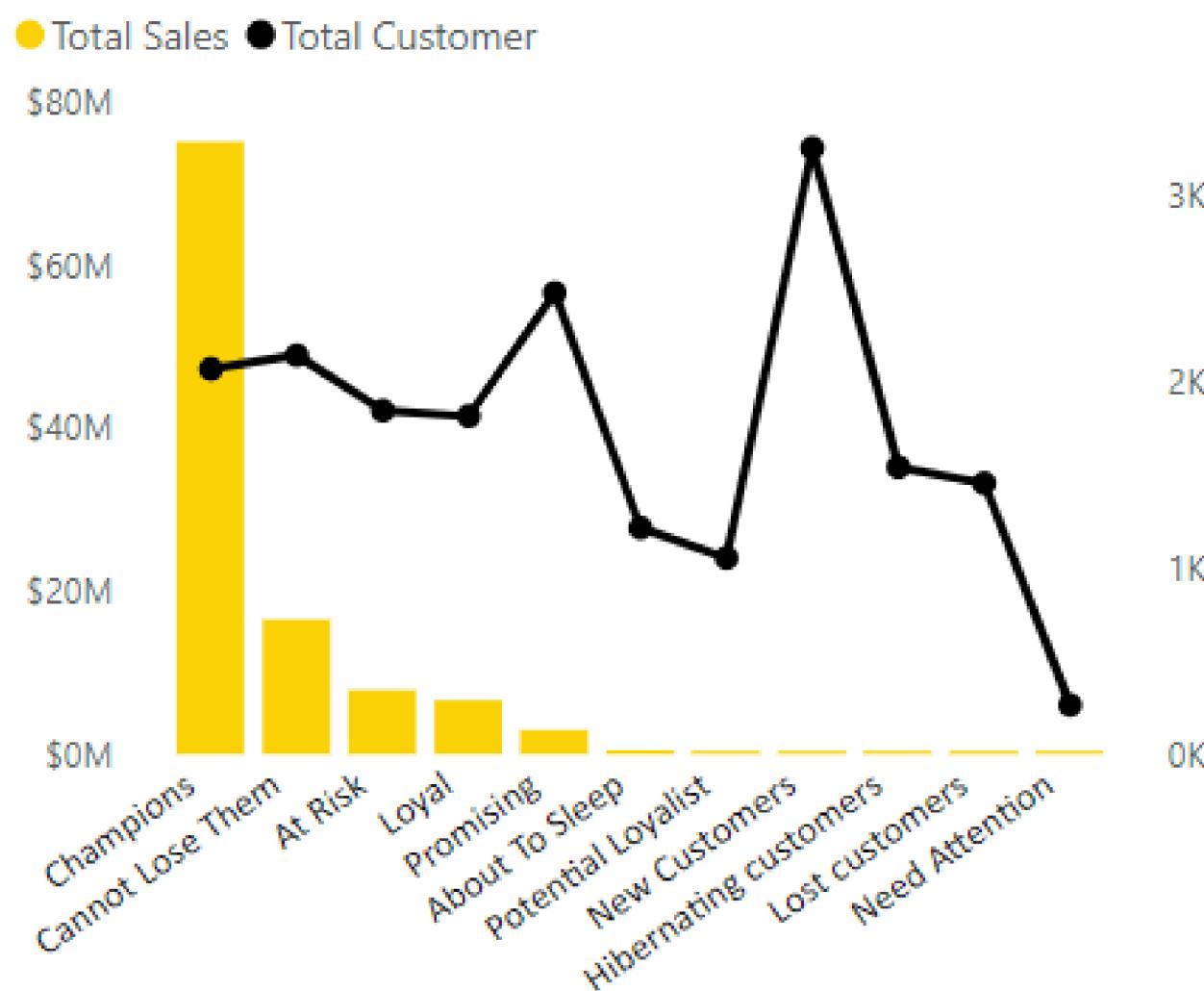
Total Customer
19K

Year	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
+ 2011	1365			181			187			183			124	
+ 2012	2949			194			195	21	23	208	54	102	287	1
+ 2013	8541	235	257	473	281	314	512	301	315	478	282	334	284	1
+ 2014	6264	98	111	101	74	23	6							
Total	19119	333	368	949	355	337	900	322	338	869	336	436	695	3

Sales Per Customer
5.75K

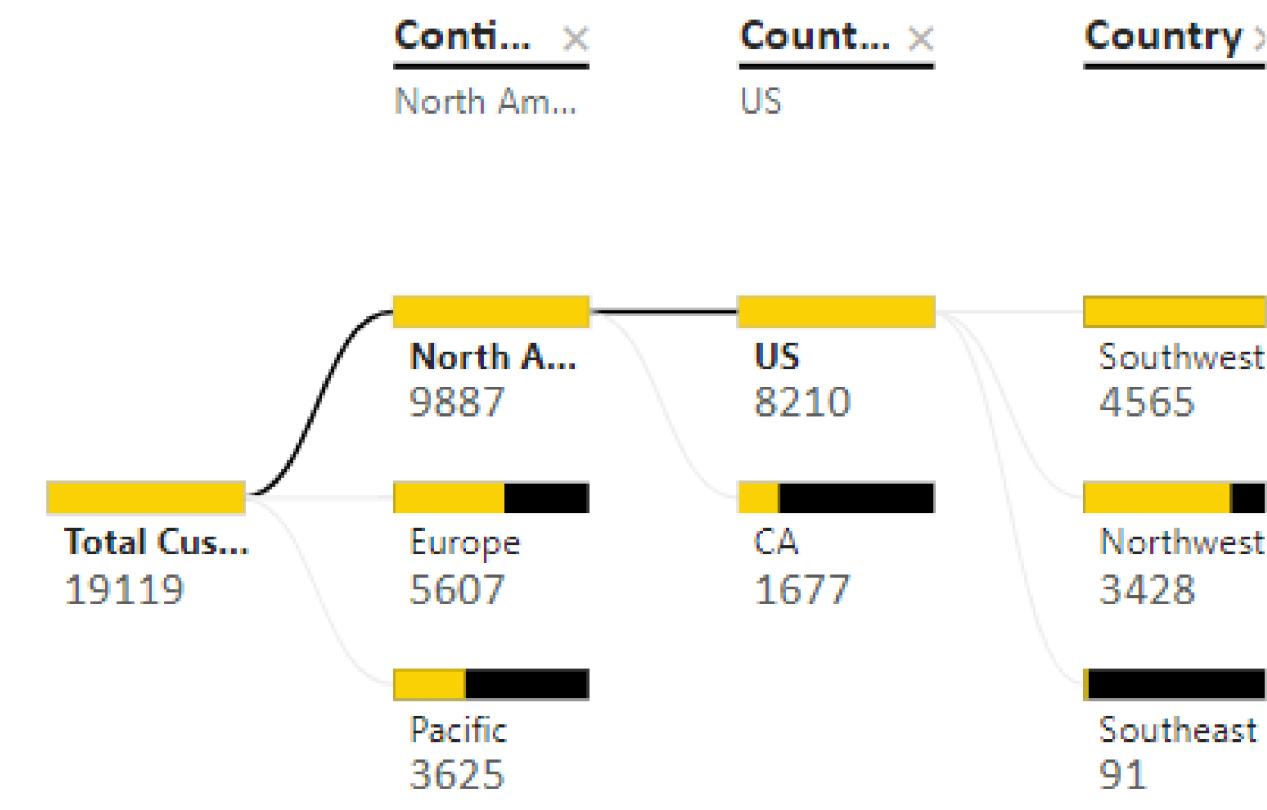
Order Per Customer
1.65

Total Sales and Total Customer by Segment



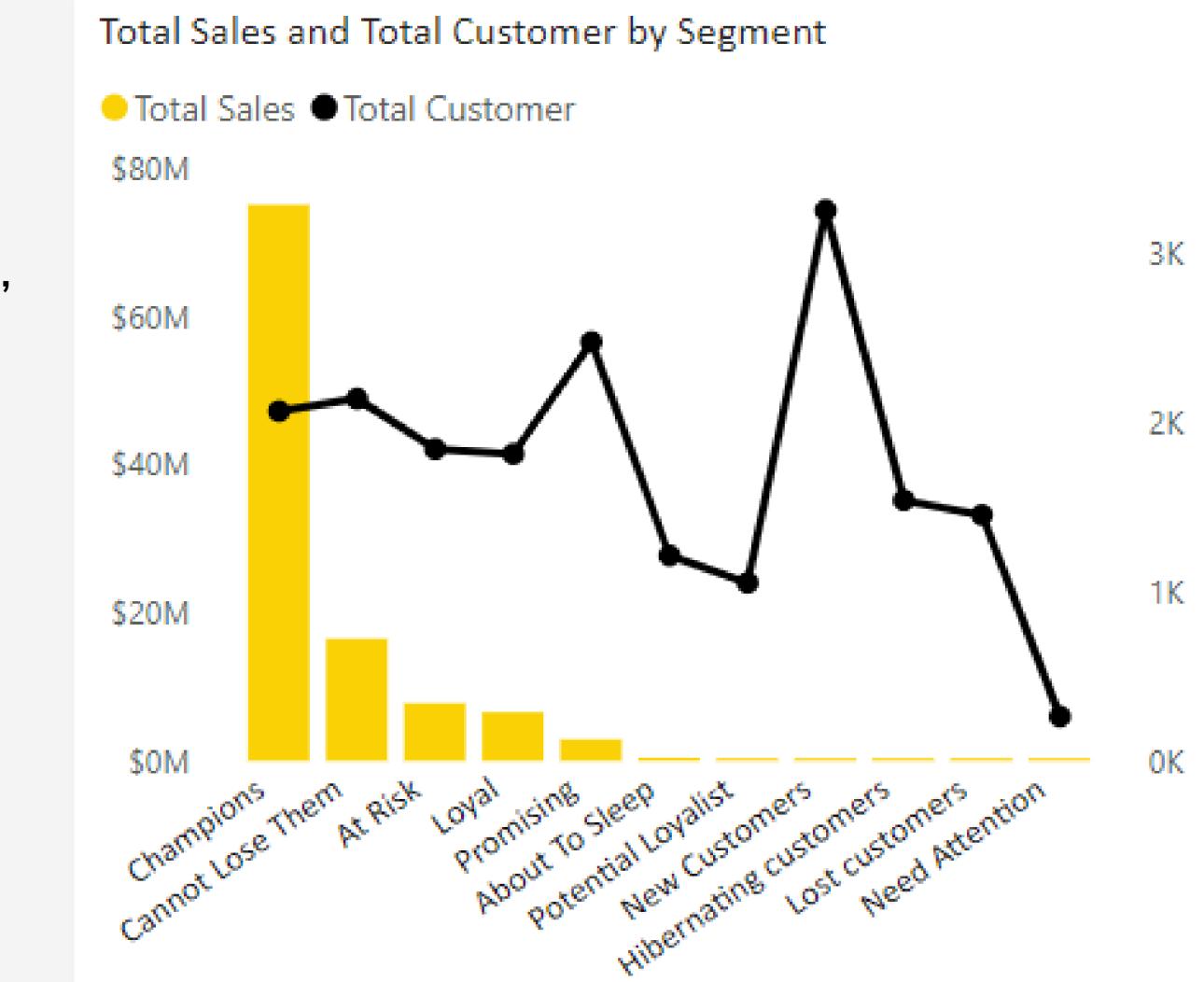
CustomerID	Segment	R Value	F value
30048	Champions	3,615	8
30107	Champions	3,585	12
29818	Champions	3,585	12
29580	Champions	3,615	12
29712	Champions	3,585	8
29497	Champions	3,615	12
29997	Champions	3,585	8
29913	Champions	3,585	8
30046	Champions	3,554	8
29523	Champions	3,585	12
29522	Champions	3,585	12
29559	Champions	3,554	8
30050	Champions	3,554	8
30000	Champions	3,615	8
29734	Champions	3,615	12
29744	Champions	3,615	8
29770	Champions	3,554	8
Total		70,439,509	31,465

Total Customer by CountryRegionCode



Chi tiết khách hàng

- Lượng khách hàng mới tăng đều qua các năm đặc biệt năm 2013 có đến **8.541** khách hàng mới. Nhưng lượng khách không quay lại lên đến **65,6%**, cũng như thời gian quay lại của khách hàng lâu và không thường xuyên.
- Tập khách hàng **Champions** đang là tập khách hàng chủ chốt của công ty, khi chiếm đến **70%** doanh số. Trong khi lượng khách hàng này không nhiều hơn so với tệp khách hàng khác như Promising, New Customers.
- Khách hàng **ID 29818** hiện là khách hàng đem lại doanh thu cao nhất cho công ty với **12 lần** mua, tổng doanh số là **\$877K**.
- Cũng như sản phẩm, các khách hàng cũng tập trung chủ yếu ở Châu Mỹ chiếm **52%**, Châu Âu là **30%**, cuối cùng là Châu Á **18%**. Trong đó SouthWest, Canada, NorthWest là các nước có khách hàng nhiều nhất.



Chiến lược đề xuất

- Nhóm sản phẩm dẫn: Sản phẩm Accessories (Do biên lợi nhuận cao)
 - Giảm giá sản phẩm để để tạo phễu khách hàng, cạnh tranh với đối thủ
 - Đưa ra các chương trình khuyến mãi như mua Bikes tặng kèm Accessories, giảm giá 5%-10%
- Nhóm sản phẩm chiến lược: Bikes
 - Tạo các thiết kế khác biệt như gọn nhẹ, chắc chắn tạo cảm giác an toàn, thân thiện với môi trường,....
 - Dùng tiếp thị truyền thông để quảng bá sản phẩm như vận động viên nổi tiếng, quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội.
- Nhóm sản phẩm doanh số: Clothing
 - Tăng giá sản phẩm để tạo lợi nhuận ổn định cho công ty.
- Tập trung vào 3 nhóm khách hàng: Champions, At risk, New Customer
 - Champions: Cung cấp ưu đãi đặc biệt cho khách hàng như giá ưu đãi, mức chiết khấu cao hơn, hoặc quyền truy cập độc quyền vào các sản phẩm mới.
 - At risk: Gửi cho họ các chiến dịch tái kích hoạt cá nhân hóa để tái thiết lập kết nối và tư vấn, chăm sóc để cung cấp cho họ các sản phẩm phù hợp để khuyến khích mua hàng tiếp theo.
 - New Customer: Theo dõi và gửi phiếu khảo sát cho khách hàng sau khi họ đã mua hàng. Hỏi ý kiến và phản hồi của khách hàng về trải nghiệm mua hàng và sản phẩm.

\$70.60M
Doanh thu Mục tiêu
năm 2015

Còn 40%
Tỷ lệ khách hàng rời
đi năm 2015

Thank You For Listening !

“Please feel free to provide feedback and ask any questions.”