



Phân tích kinh doanh và đề xuất giải pháp cho doanh nghiệp 99Bikes qua tình hình mua bán tại các cửa hàng địa phương

AGENDA

1. Tổng quan về 99Bikes
2. Mục tiêu phân tích
3. Giới thiệu dữ liệu
4. Phương pháp phân tích (Mindmap)
5. Quá trình làm sạch dữ liệu
6. Phân tích dữ liệu
7. Tổng kết





TỔNG QUAN VỀ 99Bikes

TỔNG QUAN VỀ 99Bikes



Giới thiệu

99 Bikes là một công ty tư nhân địa phương có doanh thu từ hoạt động của các cửa hàng bán lẻ xe đạp. Hoạt động tại Úc, New Zealand và UK.



Mô hình kinh doanh

99 Bikes hoạt động như một cửa hàng bán lẻ xe đạp và cũng cung cấp dịch vụ bảo trì, linh kiện cho xe đạp, mũ bảo hiểm,...



MỤC TIÊU PHÂN TÍCH

MỤC TIÊU PHÂN TÍCH

- 99Bikes mong muốn tăng doanh thu, họ đề xuất phát triển quy mô kinh doanh bằng việc mở rộng cửa hàng tại nước Úc.
- Ngoài ra, họ dự định triển khai chiến dịch truyền thông lớn nhằm thúc đẩy động lực mua từ các khách hàng tiềm năng.

=> Thông qua dữ liệu sẵn có, triển khai phân tích để hiểu được tình hình biến động trong kinh doanh của thương hiệu trong 1 năm qua.

=> Từ đó, đề xuất phương án phù hợp để phát triển mô hình kinh doanh, giải quyết bài toán tăng doanh thu trong năm mới.





GIỚI THIỆU DỮ LIỆU

GIỚI THIỆU DỮ LIỆU



Kaggle

Bộ dữ liệu thô gồm 4 sheet: Customer Address, Customer Demographic, New Customer List, Transactions



Brand (Store)

Store Location:
[Link](#)



Internet

Thời tiết nước Úc: [Link](#)
Biểu đồ phân bố nhiệt độ và lượng mưa ở Úc năm 2017: [Link](#)
Mật độ dân số NSW (DPE 2016) [Link](#)
Mật độ dân số Queensland (2017): [Link](#)
Mật độ dân số Vitoria (2017): [Link](#)
Thu nhập theo ngành nghề tại nước Úc 2017: [Link](#)
Số lượng nhân viên theo từng ngành tại nước Úc: [Link](#)
Phí thuê mặt bằng tại Úc 2017: [Link](#)



TỪ ĐIỂN DỮ LIỆU

Fact_transaction	
Column	Description
transaction_id	A unique ID that identifies an individual buying transaction
product_id	A unique ID that identifies product type
customer_id	A unique ID that identifies a customer
transaction_date	Date an customer's buying transaction took place
online_order	Contains "True" and "False" to indicate whether a customer buy online or at a store
order_status	Contains "Approved" and "Cancelled" to indicate whether a transaction happen or not
brand	Product brand that company selling
product_line	Product line of brand that company selling
product_class	Product class of brand that company selling
product_size	Product size of brand that company selling
list_price	Selling prices
standard_cost	Product cost
product_first_sold_date	The date the product was first sold

Dim_CustomerDemographic	
Column	Description
customer_id	A unique ID that identifies a customer
first_name	Customer's first name
last_name	Customer's last name
gender	The gender of the customer, indicated by "Male", "Female"
past_3_years_bike_related_purchases	
DOB	Customer's date of birth
job_title	Customer's job title
job_industry_category	Customer's job industry category
wealth_segment	The categorization a group of individuals customer based on their level of wealth
deceased_indicator	Contains "True" and "False" to indicate whether a customer is still deceased or not.
owns_car	Contains "True" and "False" to indicate whether a customer buy owns car or not

Dim_CustomerAddress	
Column	Description
customer_id	A unique ID that identifies a customer
address	Customer's address
postcode	Postcode where the customer lives.
state_id	A unique ID that identifies a state in Australia
state	State where the customer lives.
country	Country where the customer lives.
property_valuation	Ranking the asset valuation of the customer, ranging from 1 to 12

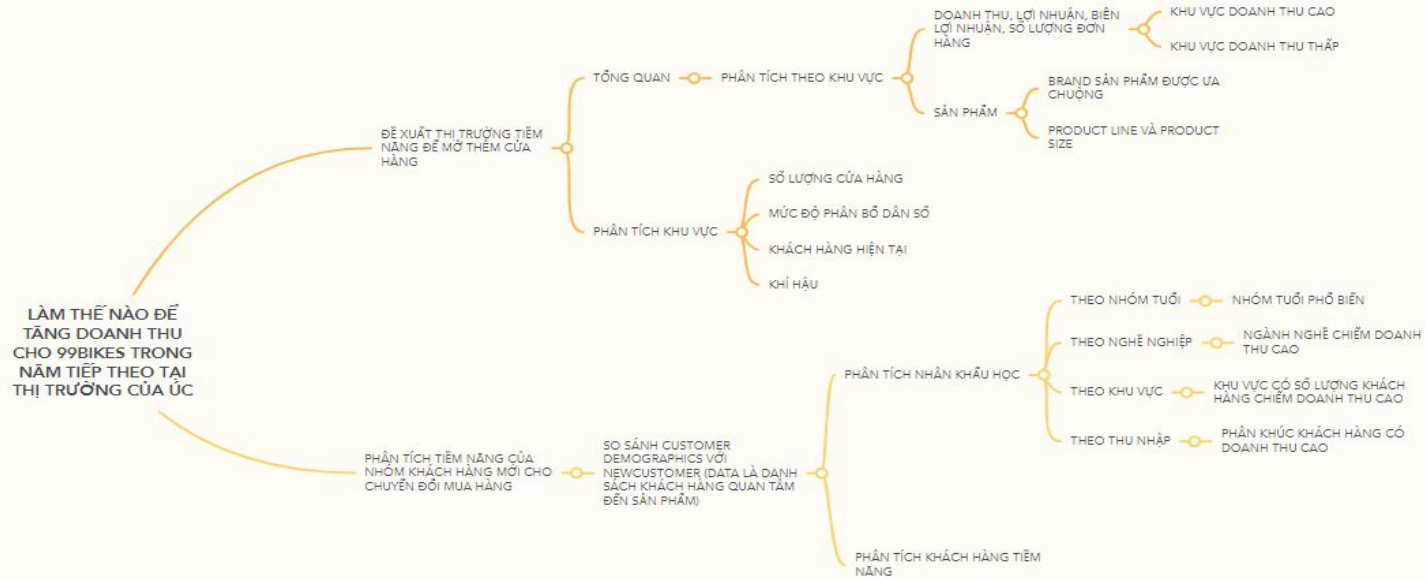
Dim_NewCustomerList	
Column	Description
first_name	New Customer's last name
last_name	
gender	The gender of the new customer, indicated by "Male", "Female"
past_3_years_bike_related_purchases	
DOB	New Customer's date of birth
job_title	New Customer's job title
job_industry_category	New Customer's job industry category
wealth_segment	The categorization a group of individuals customer based on their level of wealth
deceased_indicator	Contains "True" and "False" to indicate whether a customer is still deceased or not.
owns_car	Contains "True" and "False" to indicate whether a customer buy owns car or not
tenure	
address	New Customer's address
postcode	Postcode where new customer lives.
state	State where new customer lives.
country	Country where new customer lives.
property_valuation	Ranking the asset valuation of new customer, ranging from 1 to 12

Dim_StoreLocation	
Column	Description
state_id	A unique ID that identifies a state in Australia
city_name	City name
address	Store's address
state	State where the store is located
country	Country where the store is located



PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH (ISSUE TREE)

MINDMAP





QUÁ TRÌNH LÀM SẠCH DỮ LIỆU

QUÁ TRÌNH LÀM SẠCH DỮ LIỆU

Bước 1: Tách File

Tách từ file dữ liệu gốc thành 4 file excel riêng biệt

Bước 2: Xử lý bảng Transaction

Xóa cột trống, fill các chỗ trống bằng giá trị n/a;
Chuyển các cột về đúng định dạng (Data type).

Bước 3: Xử lý bảng Customer Demographic

Xóa cột trống, fill các chỗ trống bằng giá trị n/a;
Chuyển các cột về đúng định dạng (Data type), xóa xột "default" và "tenor";
Đồng nhất giá trị "True", "False" ở các cột, cột Gender đưa về hết giá trị là "Male", "Female" và "Unspecified"

Bước 4: Xử lý bảng New Customer List

Fill các chỗ trống bằng giá trị n/a, xóa cột "unnamed";
Chuyển các cột về đúng định dạng (Data type);
Đồng nhất giá trị "True", "False" ở các cột, cột Gender đưa về hết giá trị là "Male", "Female" và "Unspecified".

Bước 5: Xử lý bảng Customer Address

Fill các chỗ trống bằng giá trị n/a,
Xóa cột "unnamed", chuyển các cột về đúng định dạng (Data type).



PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

Phân tích thị trường tiềm năng để mở thêm cửa hàng

Phân tích tổng quan - Overview

- Phân tích theo từng khu vực, biến động theo tháng
- Số lượng đặt/hủy đơn hàng
- Doanh thu/ Lợi nhuận
- Sản phẩm

Phân tích theo khu vực - State

- Số lượng cửa hàng
- Phân bố cửa hàng theo khu vực
- Thương hiệu được yêu thích theo khu vực

Phân tích tiềm năng của nhóm khách hàng mới cho chuyển đổi mua hàng

Phân tích khách hàng - Customer Demographics

- Số lượng khách hàng theo khu vực
- Độ tuổi - Nghề nghiệp - Thu nhập
- Phân bố khách hàng theo khu vực

Phân tích theo Khách hàng tiềm năng - Customer New

- Số lượng khách hàng
- Độ tuổi - Nghề nghiệp - Thu nhập
- Thương hiệu sản phẩm
- Khu vực cửa hàng



PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG ĐỂ MỞ CỬA HÀNG

OVERVIEW



Overview

CustomerDemographics

State

CustomerNew

Total Revenue

\$21,19M

Total Profit

\$10,64M

Profit Margin

50,24%

Product Brand

Giant
Bicycles

Norco
Bicycles

OHM Cycles

Solex

Trek
Bicycles

WeareA2B

Total Orders

19,15K

Total cancelled orders

175

Cancellation Rate

0,91%

State

All



Order status

All



Online Order?

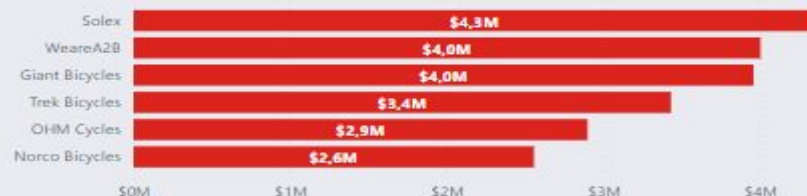
All



Total Revenue and Profit margin by Month



Total Revenue by Brand



Revenue by Product line and Product Size



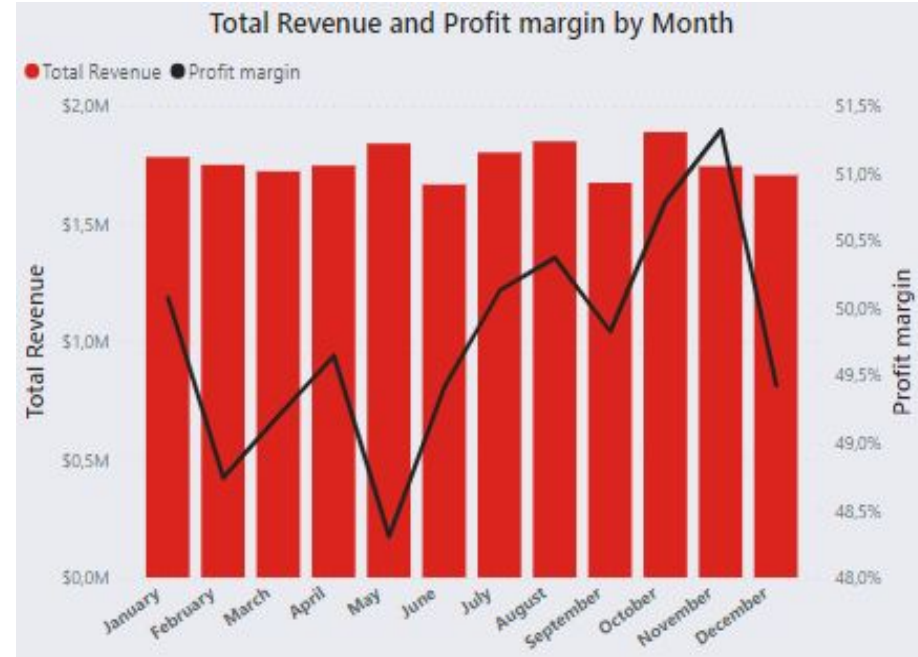
BIẾN ĐỘNG DOANH SỐ THEO THÁNG

Nhận xét:

- Doanh thu tăng trưởng đều đặn theo từng tháng, tuy nhiên, từ tháng 11 có sự suy giảm nhẹ.
- Lợi nhuận có xu hướng tăng từ tháng 6, tuy nhiên đến tháng 11 lại giảm rất nhanh.

Nguyên nhân: Lợi nhuận giảm trong các tháng 2, 5, 9, 12 do ảnh hưởng bởi một số nguyên nhân như sau:

- **Thời tiết:** Trong một số khu vực, thời tiết có thể có ảnh hưởng lớn đến việc bán xe đạp. ([Nguồn](#))
- **Mùa lễ hội:** Tháng 12 thường là thời gian của các lễ hội và kỳ nghỉ cuối năm. Người tiêu dùng chi tiêu nhiều cho các hoạt động và mua sắm liên quan đến lễ hội, và do đó, họ có thể ít quan tâm đến việc mua xe đạp trong tháng này.
- **Giảm giá và khuyến mãi:** Nếu 99Bikes thực hiện các chương trình giảm giá và khuyến mãi vào những tháng này để thu hút người mua trong giai đoạn yếu, thì doanh thu có thể giảm do giá bán thấp hơn, chi phí cho marketing.



KHU VỰC NEW SOUTH WALES (NSW)



Overview

CustomerDemographics

State

CustomerNew

Total Revenue

\$11,26M

Total Profit

\$5,6M

Profit Margin

49,69%

Product Brand

Giant
Bicycles

Norco
Bicycles

OHM Cycles

Solex

Trek
Bicycles

WeareA2B

Total Orders

10,23K

Total cancelled orders

(Blank)

Cancellation Rate

(Blank)

State

NSW

Order status

Approved

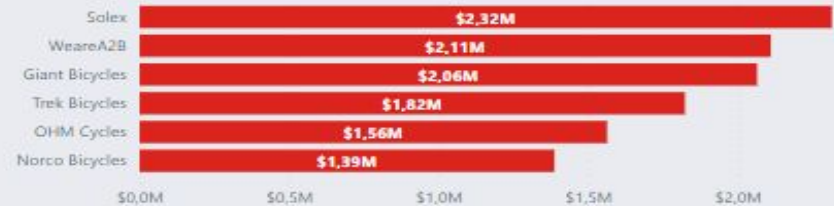
Online Order?

All

Total Revenue and Profit margin by Month



Total Revenue by Brand



Revenue by Product line and Product Size



KHU VỰC QUEENSLAND (QLD)



Overview

CustomerDemographics

State

CustomerNew

Total Revenue

\$4,57M

Total Profit

\$2,27M

Profit Margin

49,62%

Product Brand

Giant
Bicycles

Norco
Bicycles

OHM Cycles

Solex

Trek
Bicycles

WeareA2B

Total Orders

4101

Total cancelled orders

(Blank)

Cancellation Rate

(Blank)

State

QLD

Order status

Approved

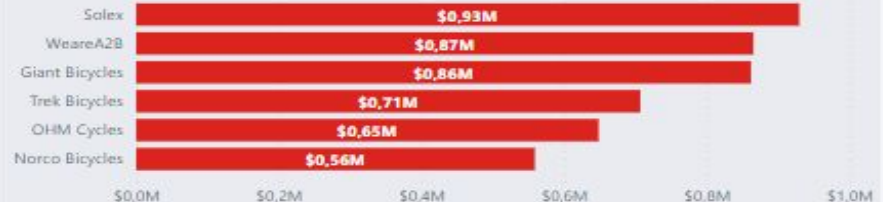
Online Order?

All

Total Revenue and Profit margin by Month



Total Revenue by Brand



Revenue by Product line and Product Size



KHU VỰC VICTORIA (VIC)



Overview

CustomerDemographics

State

CustomerNew

Total Revenue

\$5,35M

Total Profit

\$2,68M

Profit Margin

50,10%

Total Orders

4819

Total cancelled orders

(Blank)

Cancellation Rate

(Blank)

Product Brand

Giant
Bicycles

Norco
Bicycles

OHM Cycles

Solex

Trek
Bicycles

WeareA2B

State

VIC

Order status

Approved

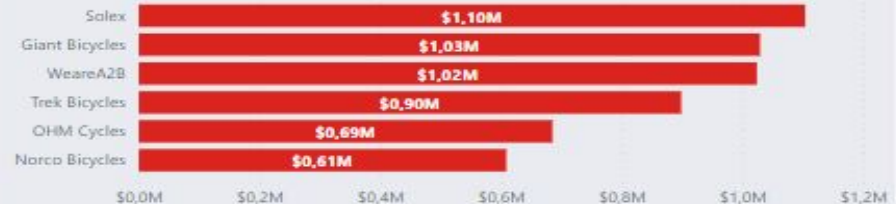
Online Order?

All

Total Revenue and Profit margin by Month



Total Revenue by Brand



Revenue by Product line and Product Size



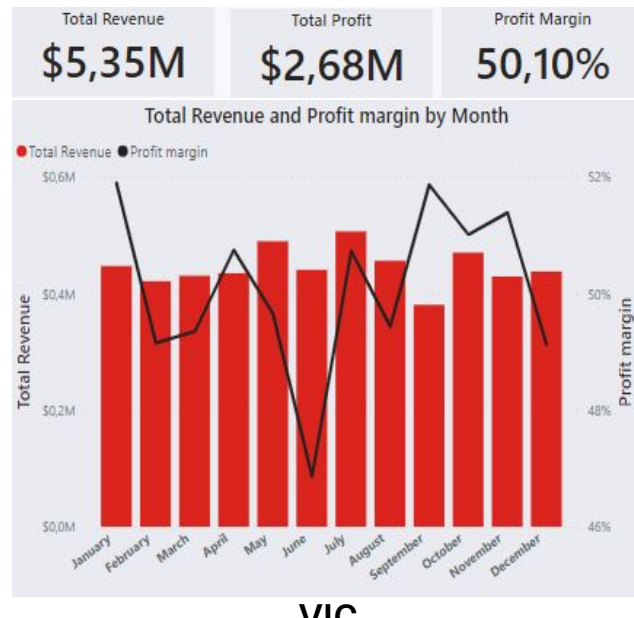
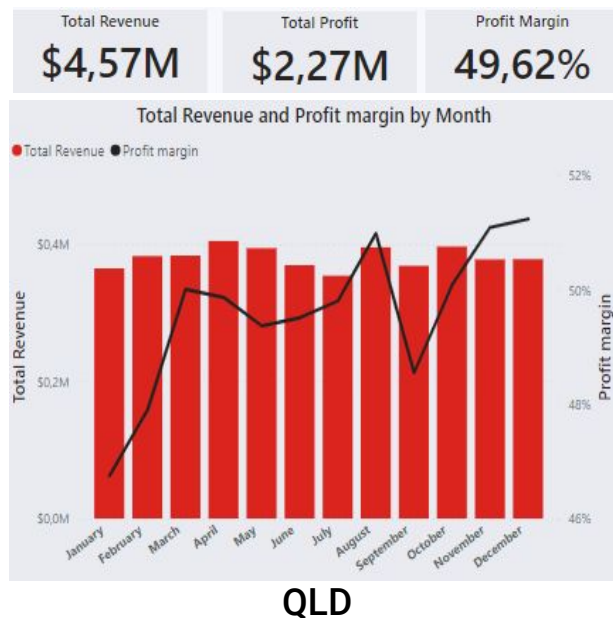
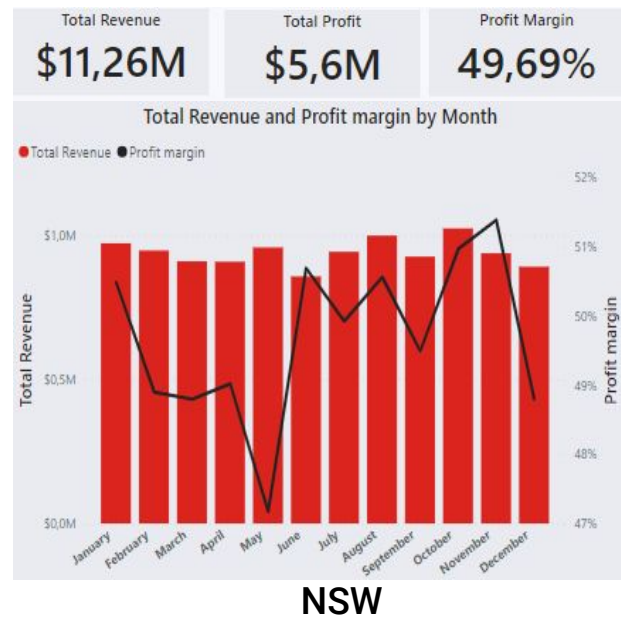
SO SÁNH VỀ DOANH THU VÀ LỢI NHUẬN CỦA BA KHU VỰC

Nhận xét:

- Khu vực NSW đang có doanh thu cao nhất, thứ tự doanh thu mang lại cao nhất lần lượt là NSW => VIC => QLD;
- Tập trung vào tháng 1 tại khu vực NSW và VIC vì thời điểm này mang lại lợi nhuận cao;
- VIC đang sở hữu số lượng tháng đem lại lợi nhuận cao nhất (5 tháng) với lợi nhuận biên ở mức 50%;
- Khu vực QLD có lợi nhuận mang xu hướng tăng trưởng và đã tăng mạnh trong tháng 12, tuy nhiên 2 khu vực còn lại có xu hướng giảm mạnh.

Nguyên nhân:

- New South Wales (NSW) tiêu thụ nhiều xe đạp do dân số cao nhất trong 3 bang, cụ thể: **Queensland - 5.3 million, Victoria - 6.681 million, NSW - 8.166 million**
- Việc lợi nhuận tăng giảm đột biến do sự tác động đặc thù từ thời tiết theo từng khu vực.
- QLD có lợi nhuận tăng dần trong khoảng nửa năm về sau bởi kinh tế khu vực này đang trên đà tăng trưởng mạnh. ([Nguồn](#))



STATE



Overview

CustomerDemographics

State

CustomerNew

Total Stores

35

Store's Location



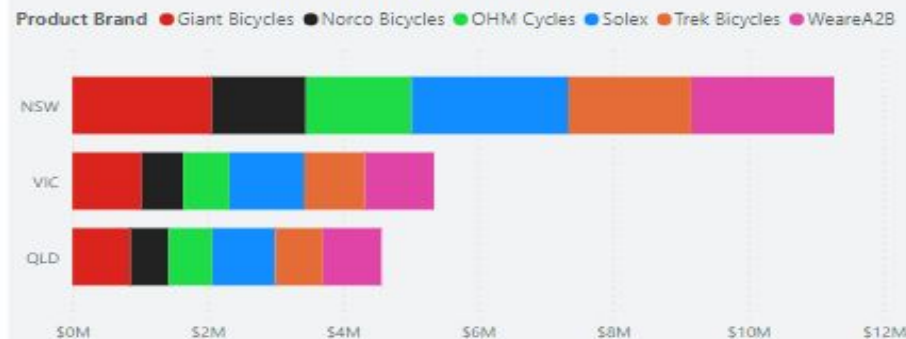
Revenue by Product Category

Product Brand	NSW	QLD	VIC	Total
⊕ WeareA2B	9,96%	4,08%	4,83%	18,88%
⊕ Trek Bicycles	8,61%	3,34%	4,24%	16,19%
⊕ Solex	10,93%	4,39%	5,21%	20,53%
⊕ OHM Cycles	7,38%	3,06%	3,23%	13,67%
⊕ Norco Bicycles	6,55%	2,64%	2,87%	12,06%
⊕ Giant Bicycles	9,75%	4,07%	4,86%	18,67%
Total	53,17%	21,58%	25,25%	100,00%

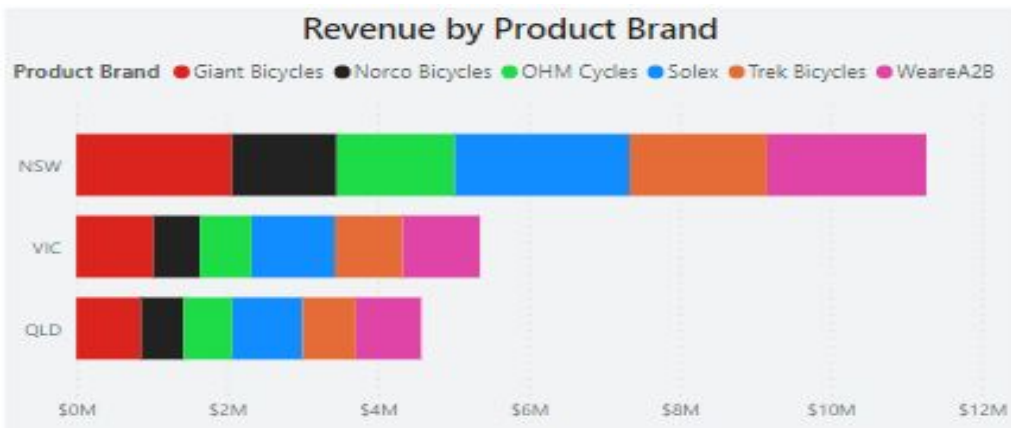
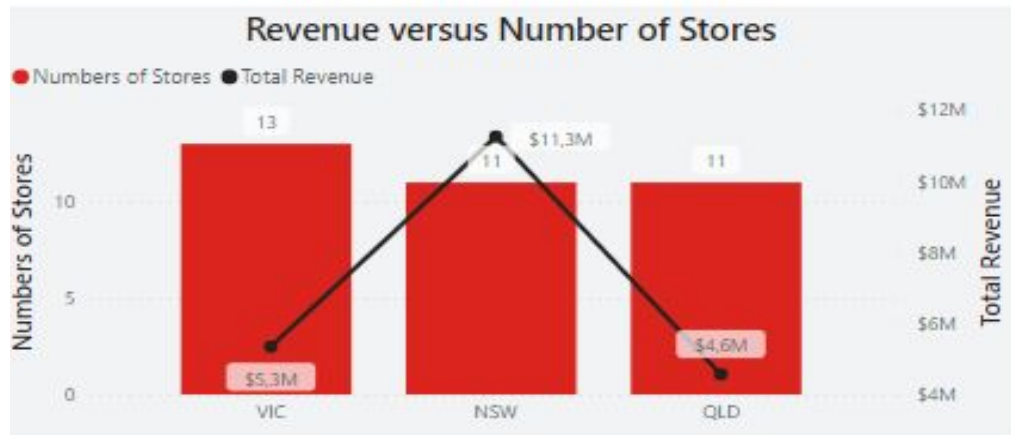
Revenue versus Number of Stores



Revenue by Product Brand



PHÂN TÍCH THEO TỪNG KHU VỰC - THƯƠNG HIỆU XE



Nhận xét:

- Khu vực VIC có số lượng cửa hàng cao nhất (13) nhưng doanh thu lại không cao (\$5,3M);
- Khu vực mang lại doanh thu nhiều nhất là NSW (\$11,3M) chỉ với 11 cửa hàng;
- Theo từng khu vực, khách hàng có sự lựa chọn dành cho các thương hiệu khá đồng đều, trong đó Solex, WeareA2B, Giant Bicycles được yêu thích nhất.

GIẢI THÍCH

Prices across the regions

Show entries Search:

State	August	September	% change
NSW	\$380	\$380	0%
VIC	\$280	\$280	0%
QLD	\$350	\$350	0%
WA	\$325	\$320	-1.53%
SA	\$255	\$260	+1.96%
TAS	\$270	\$260	-3.70%
NT	\$460	\$475	+3.26%
ACT	unavail.	unavail.	unavail.
National median	\$350	\$350	0%

Showing 1 to 8 of 8 entries [Previous](#) [Next](#)

South Australia and the **Northern Territory** were the only two capitals to record an increase in regional median rent prices in September. NT rents jumped 3.26% to \$475/week, against a 1.96% rise in SA (now \$260/week). Conversely, **Western Australia** and **Tasmania** saw prices drop in September. Prices in TAS' regional areas fell 3.7% to \$260/week, while in WA the decrease was less noticeable, down 1.53% to \$320/week. The most unaffordable state for regional rental properties was the Northern Territory. Its price increase soared rents to \$475/week, with **New South Wales** trailing behind at \$380/week.

Source: <https://www.rent.com.au/blog/rental-snapshot-september-2017>

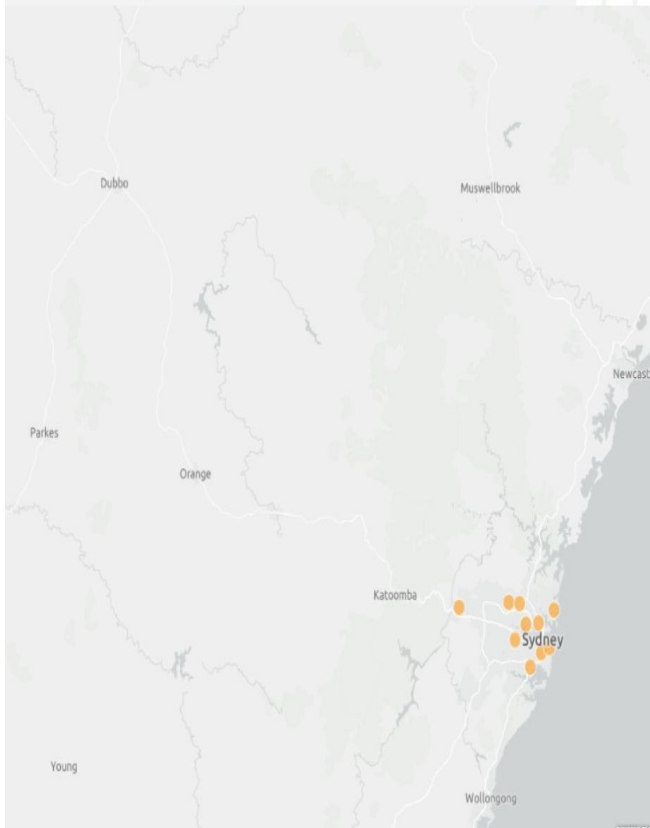
Vì sao NSW doanh thu cao nhất nhưng số lượng cửa hàng ít hơn VIC và QSL?

- Mặc dù doanh thu cao nhưng việc có nhiều cửa hàng hay không sẽ phụ thuộc vào nhiều yếu tố, đặc biệt phải kể đến là chi phí thuê mặt bằng.
- Theo dữ liệu "Rent Fee ở Úc năm 2017", khu vực NSW hiện đang có chi phí thuê mặt bằng cao nhất nên cần cân nhắc khi muốn mở thêm cửa hàng ở khu vực này.

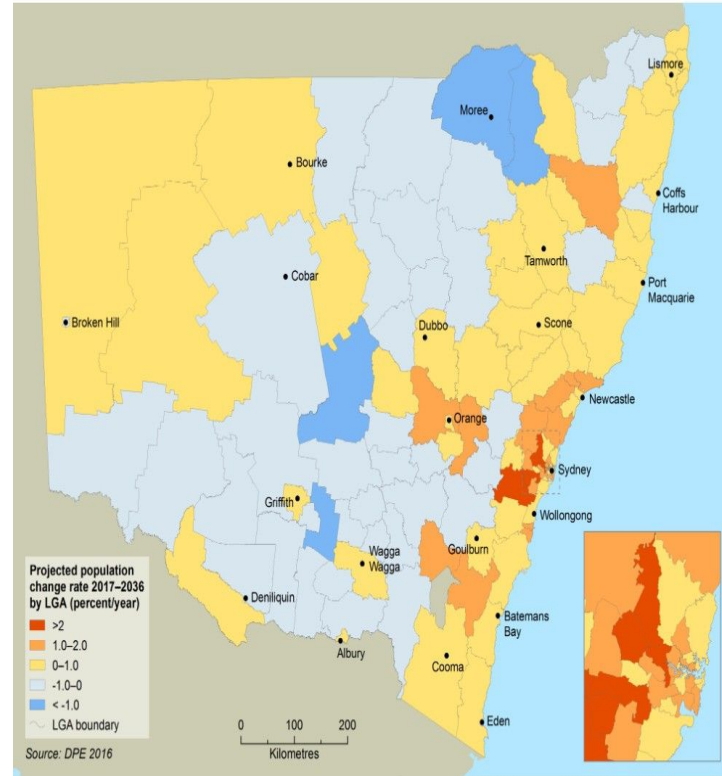
PHÂN TÍCH SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG VÀ KHÁCH HÀNG TẠI NSW

Nhận xét:

- Dù doanh thu cao, nhưng khu vực NSW lại có số lượng cửa hàng thấp (11).
- Dân số tại khu vực này đang có tỉ lệ gia tăng, đặc biệt là thành phố Orange và New Cattle. Vì thế, công ty nên cân nhắc mở thêm cửa hàng ở 2 thành phố này để thúc đẩy tiềm năng kinh doanh của mình.



Map 1.2: Projected population change, 2017-2036



GIẢI THÍCH

Cơ hội tại khu vực New South Wales (NSW), hiện khu vực này đang tiêu thụ nhiều xe đạp nhất, cụ thể:

Dân số cao: NSW - 801,150 km² (8.166 million)

- NSW có nhiều thành phố và vùng đô thị sở hữu cơ sở hạ tầng phù hợp với việc di chuyển bằng xe đạp. Hệ thống giao thông có thể thiết kế làn xe đạp riêng biệt.

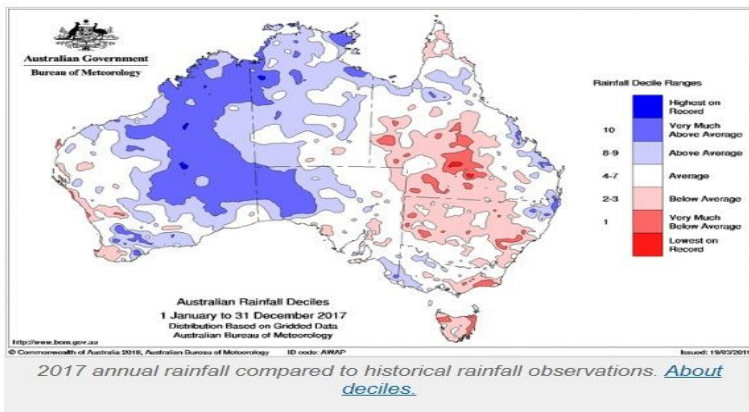
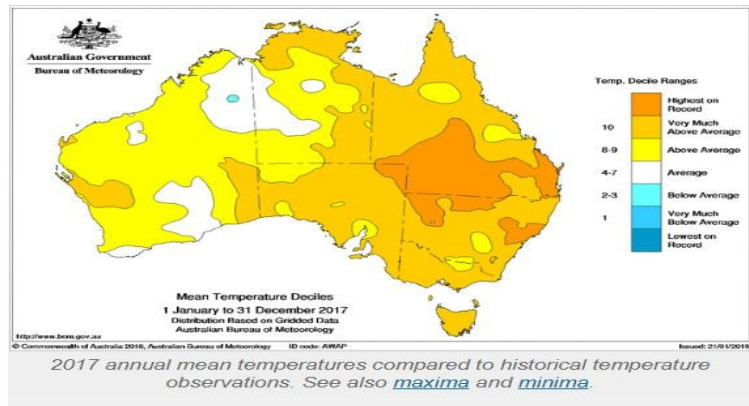
- Khí hậu ôn hòa, ít mưa ở NSW tạo điều kiện thuận lợi cho việc đi xe đạp quanh năm. (Phân tích dựa trên “Biểu đồ phân bố nhiệt độ và lượng mưa ở Úc năm 2017”). Nguồn: [Link](#)

- Văn hóa xe đạp phát triển mạnh mẽ ở NSW. Nhiều sự kiện, cuộc thi liên quan đến xe đạp được tổ chức bởi cộng đồng địa phương.

- Người lớn tuổi ở NSW quan tâm đến việc duy trì sức khỏe và thể dục.

- Người dân ở NSW có ý thức môi trường cao và quan tâm đến việc giảm ô nhiễm không khí và tắc đường.

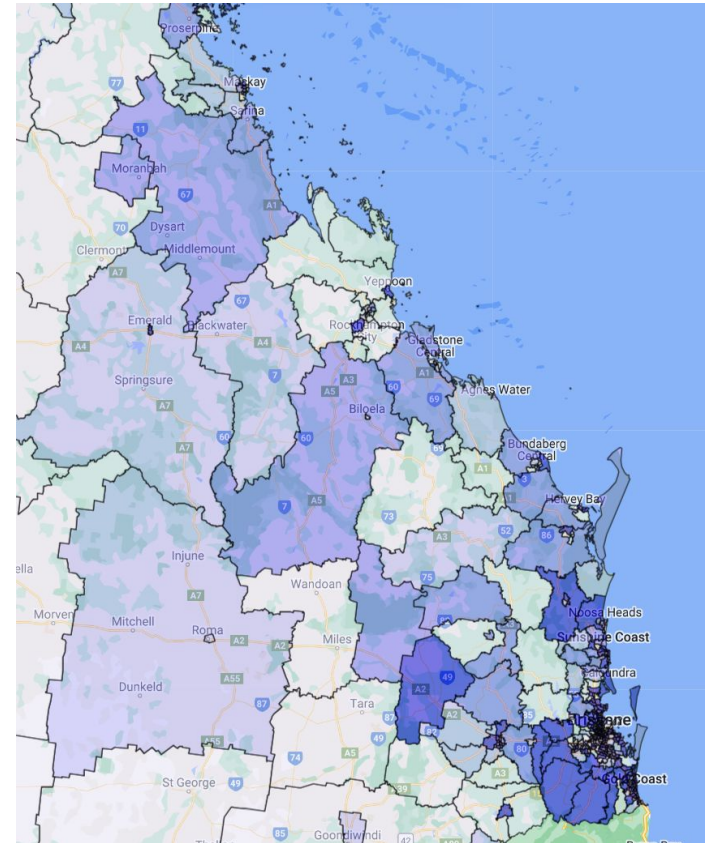
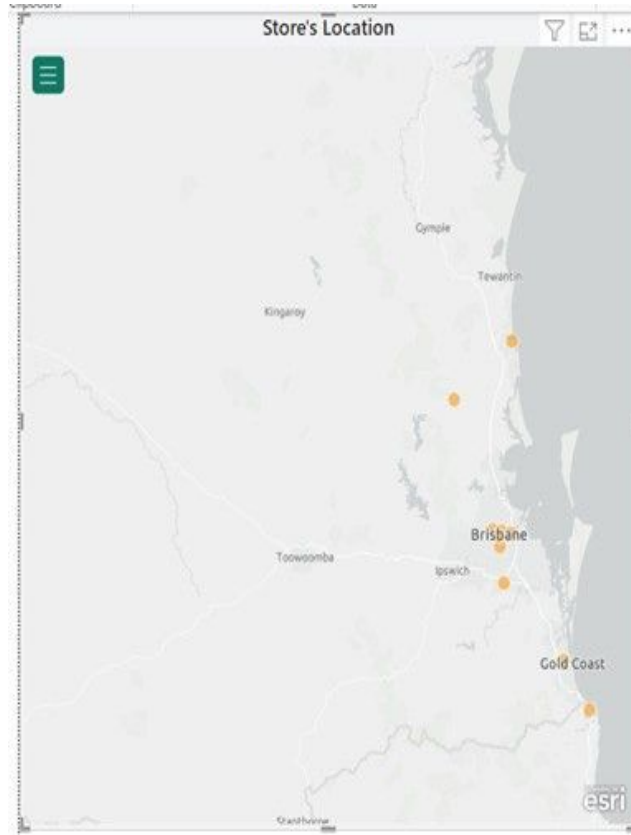
- Ngoài ra, Chính phủ và tổ chức phi chính phủ tại NSW có thể đã thúc đẩy việc sử dụng xe đạp bằng cách cung cấp các chương trình khuyến mãi, chiến dịch tạo ý thức, và hạ tầng phục vụ xe đạp.



PHÂN TÍCH SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG VÀ KHÁCH HÀNG TẠI QLD

Nhận xét:

- Doanh thu tại QLD đang chiếm tỉ lệ thấp nhất trong cả 3 khu vực. Tuy nhiên, profit margin đang có xu hướng tăng nên việc duy trì và mở rộng cửa hàng là điều cần thiết.
- Dân số tại thành phố Gold Coast, Sunshine Coast và Noosa Hinterland đang có xu hướng tăng và tập trung đông. Song 99Bikes lại có ít hoặc chưa có cửa hàng tại đây. Công ty nên xem xét mở thêm cửa hàng tại 3 thành phố kể trên để gia tăng doanh số.

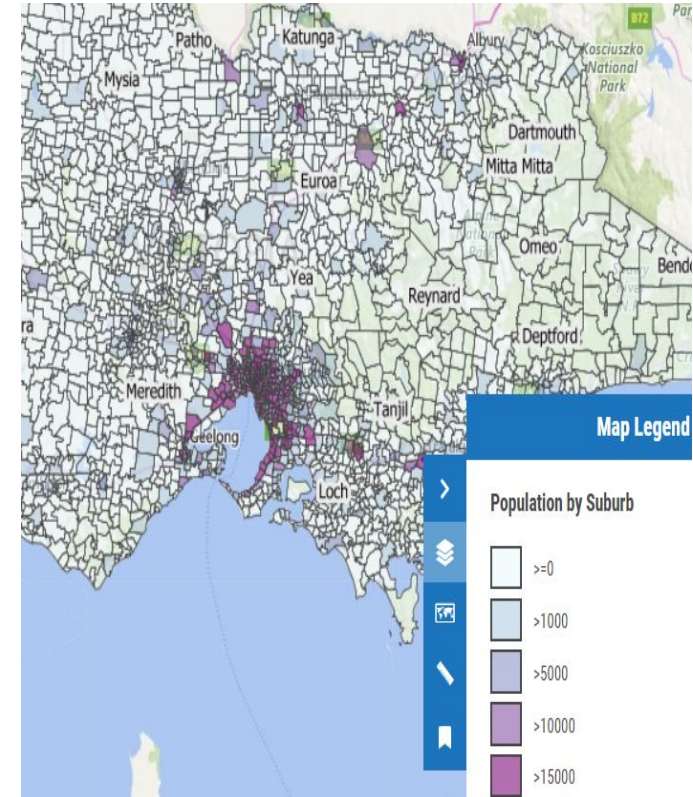
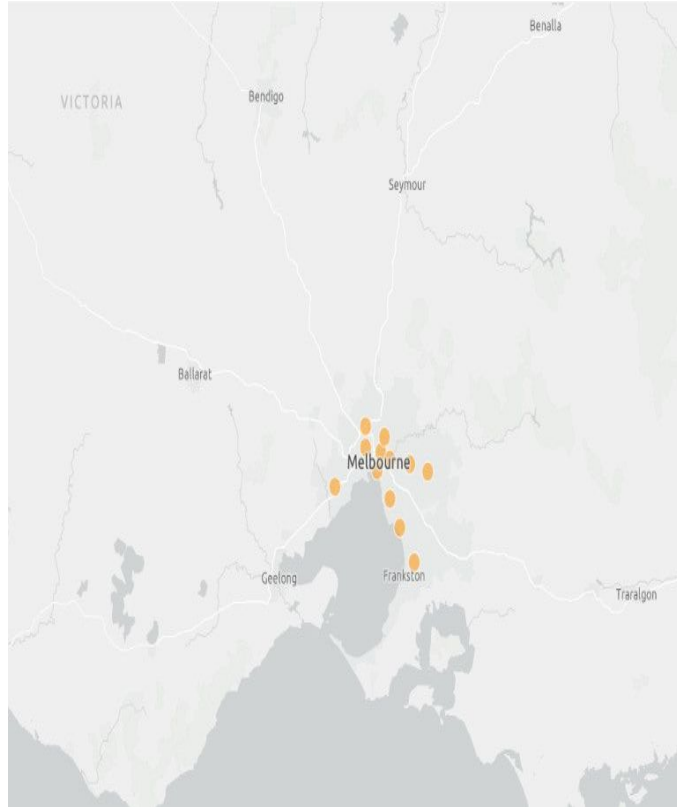


PHÂN TÍCH SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG VÀ KHÁCH HÀNG TẠI VIC

Nhận xét:

-Doanh số của VIC đang đứng thứ 2 trong 3 khu vực nhưng profit margin đang có xu hướng giảm dần. Bên cạnh đó, số lượng cửa hàng tại khu vực này chiếm nhiều nhất (13 cửa hàng).

-Tuy nhiên, theo phân tích thì các cửa hàng này đều ở khu vực đông dân (chỉ xếp sau NSW) nên tiềm năng kinh doanh vẫn rất lớn. Công ty nên duy trì các cửa hàng này và cân nhắc các chiến dịch truyền thông phù hợp để thúc đẩy doanh số và gia tăng lợi nhuận.



Source: [Link](#)



PHÂN TÍCH TIỀM NĂNG CỦA NHÓM KHÁCH HÀNG MỚI

CUSTOMER DEMOGRAPHICS



Overview

CustomerDemographics

State

CustomerNew

Revenue by Customer's Age Group



Customers by State and Product Brand

Product Brand	NSW	QLD	VIC	Total
Giant Bicycles	32,85%	13,42%	16,15%	62,43%
Norco Bicycles	30,54%	11,72%	13,28%	55,54%
OHM Cycles	31,45%	12,16%	14,07%	57,68%
Solex	37,31%	15,15%	18,61%	71,07%
Trek Bicycles	30,74%	12,13%	14,86%	57,74%
WeareA2B	32,83%	13,22%	15,39%	61,43%
Total	53,46%	21,34%	25,21%	100,00%

Order Status

- ☐ Approved
☐ Cancelled

Online Order?

- ☐ False
☐ True

Total Customers

3412

Revenue by Customer's Job Category



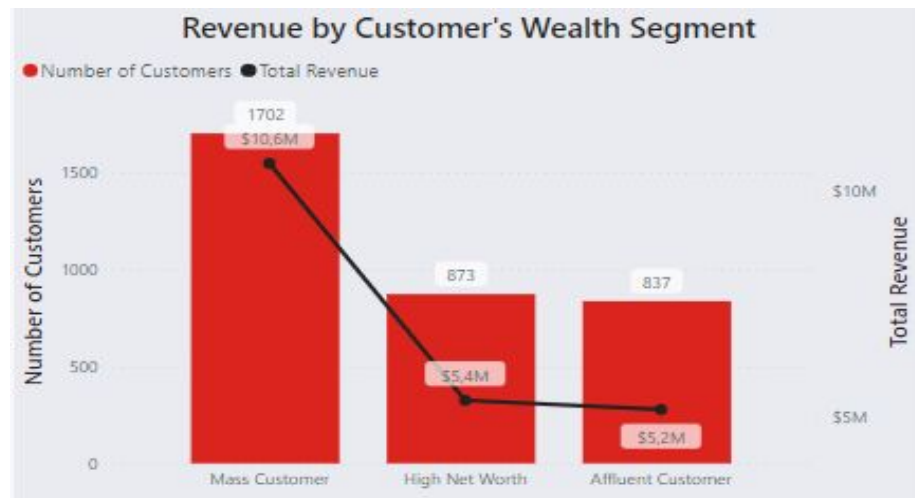
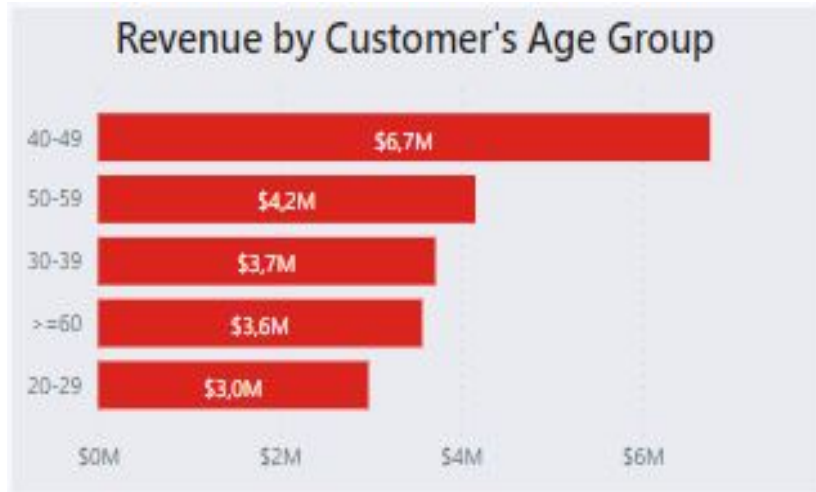
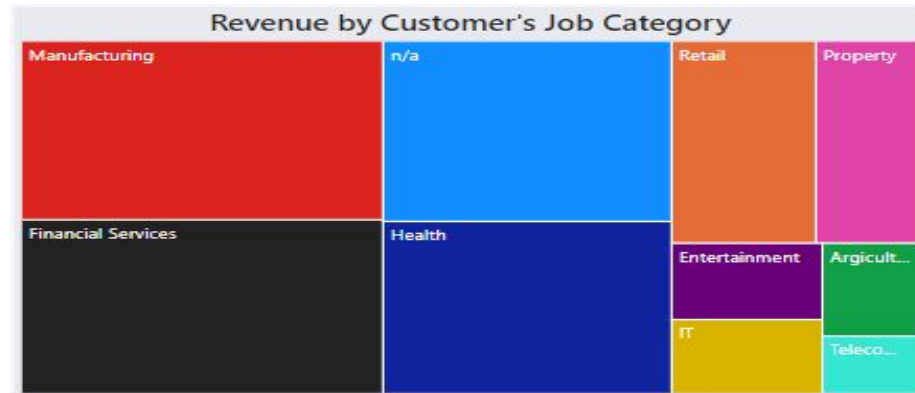
Revenue by Customer's Wealth Segment



PHÂN BỐ KHÁCH HÀNG THEO ĐỘ TUỔI - NGHỀ NGHIỆP - THU NHẬP

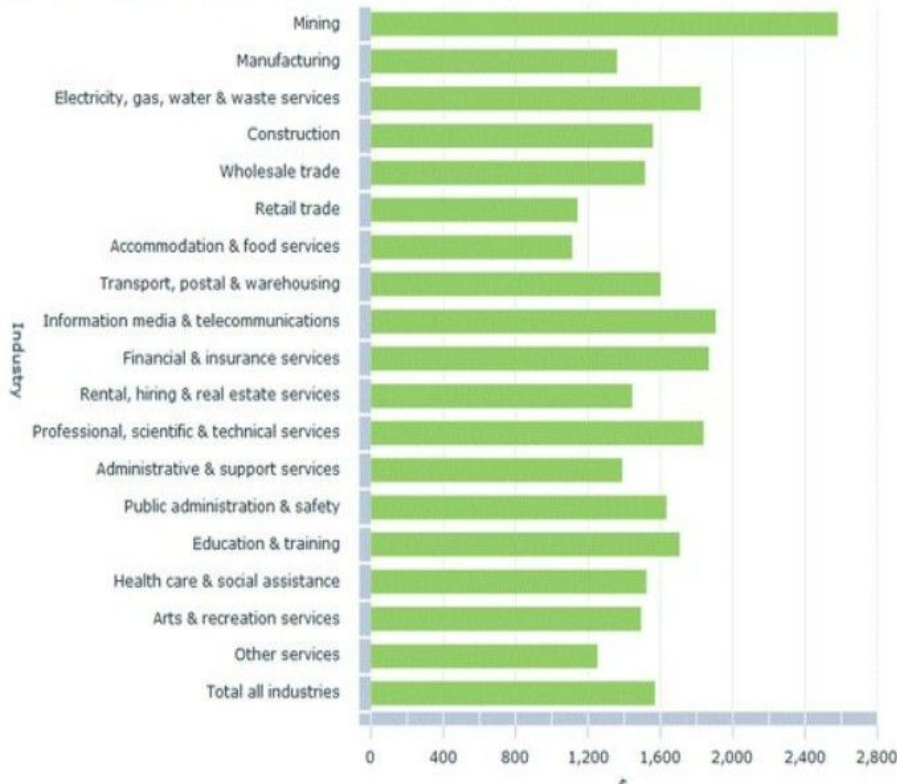
Nhận xét:

- Khách hàng tập trung ở độ tuổi 40 - 49;
- Top 3 ngành nghề của khách hàng là: Sản xuất, Dịch vụ tài chính và Sức khỏe;
- Thu nhập của khách hàng hầu hết nằm ở mức Mass Customer.



GIẢI THÍCH

Average Weekly Ordinary Time Earnings, Full Time Adults by Industry, Original, Nov 2017

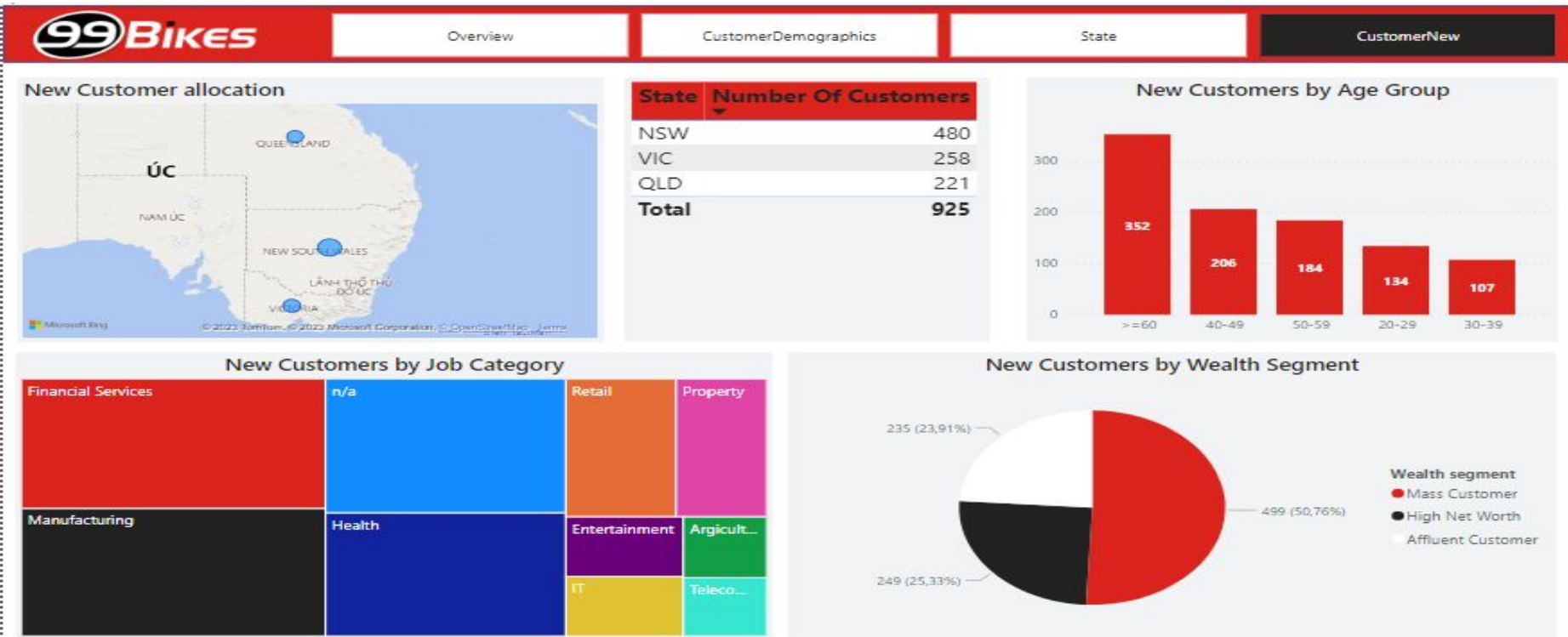


Lý do khách hàng của công ty tập trung ở độ tuổi (40 - 49); làm trong lĩnh vực sản xuất, dịch vụ tài chính, sức khỏe và thu nhập ở mức Mass Customer là:

- **Người tiêu dùng quan tâm đến rèn luyện cơ thể**, duy trì sức khỏe ở độ tuổi trung niên và lo lắng cho tình trạng sức khỏe khi về già.
- Người dùng đều muốn **chăm sóc bản thân và duy trì thể lực tốt nhất** để phục vụ cho công việc.
- Cả **ba lĩnh vực này** đều có **thu nhập cao** (Biểu đồ bên cạnh). Bởi các sản phẩm của công ty hướng đến khách hàng có thu nhập ổn định hoặc thu nhập cao (99Bikes định vị thương hiệu là high-end)
- **Nhân viên** trong 3 lĩnh vực này tại nước Úc **chiếm số lượng lớn**. Chi tiết xem tại [Link](#).

NEW CUSTOMER

New Customer là danh sách khách hàng để lại thông tin tại hội chợ, triển lãm xe đạp và chưa mua hàng. Dựa vào dữ liệu này để đánh giá đây có phải là khách hàng tiềm năng cho công ty hay không.



PHÂN TÍCH SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG VÀ KHÁCH HÀNG THEO TỪNG KHU VỰC

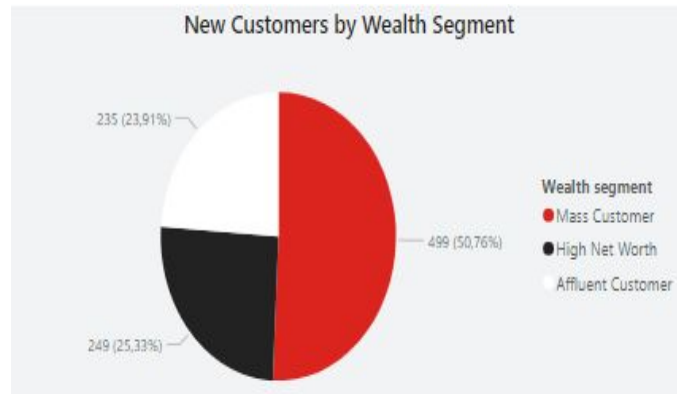
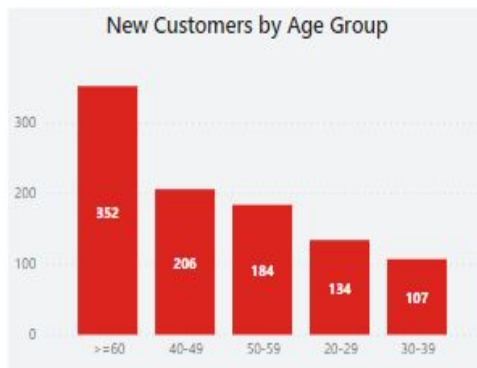
Nhận xét:

- Số lượng khách hàng tiềm năng tại khu vực NSW cao nhất với 480 người, gấp đôi so với hai khu vực còn lại => **Tương thích với dữ liệu khách hàng hiện tại tập trung nhiều ở khu vực này.**

- Độ tuổi 60 trở lên chiếm phần lớn => **Cần nhắc mở rộng thêm tệp khách hàng từ 40 trở lên thay vì chỉ tập trung từ 40-59.** Bởi khách hàng ở độ tuổi từ 40 trở lên phù hợp với **Target Consumer** của công ty. Đồng thời, sản phẩm Solex hiện đang là dòng xe bán chạy nhất, có thiết kế hoài cổ (ra đời vào thế chiến thứ II, từ năm 1946) phù hợp với thị hiếu khách hàng ở độ tuổi này.

- Lĩnh vực sản xuất, dịch vụ tài chính, sức khỏe và mức thu nhập cao vẫn chiếm số lượng lớn => **Tương đồng với tệp khách hàng hiện tại của công ty.**

State	Number Of Customers
NSW	480
VIC	258
QLD	221
Total	925



PHÂN TÍCH SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG VÀ KHÁCH HÀNG THEO TỪNG KHU VỰC

Kết luận:

- Danh sách khách hàng này được xem là tiềm năng và có khả năng chuyển đổi cao thành khách hàng chính thức nếu công ty có chiến lược tiếp thị hợp lý.

Đề xuất:

- Công ty cần chủ động giữ liên lạc với những khách hàng này bằng cách gửi thư quảng cáo, tờ rơi, khuyến mãi mua lần đầu hoặc ưu đãi dành cho thành viên để khuyến khích họ mua hàng. Bên cạnh đó, công ty cũng có thể gửi catalog về các sản phẩm đang bán chạy nhất hiện nay để khách hàng dễ tham khảo và đưa ra lựa chọn.
- Công ty có thể sampling sản phẩm bằng cách tổ chức các hoạt động thể thao ngoài trời hoặc liên kết với chính quyền địa phương cho thuê xe đạp công cộng. Từ đó, khách hàng sẽ biết đến hình ảnh của doanh nghiệp cũng như có thể trực tiếp trải nghiệm sản phẩm để dễ dàng đưa ra quyết định mua hàng.



TỔNG KẾT

PHƯƠNG ÁN ĐỀ XUẤT

Mở thêm cửa hàng

- Mở thêm cửa hàng tại thành phố Orange và New Cattle tại bang New South Wales.
- Mở thêm cửa hàng tại thành phố Gold Coast, Sunshine Coast và Noosa Hinterland tại bang Queensland.

Chương trình truyền thông

- Tập trung vào độ tuổi từ 40 trở lên.
- Triển khai thêm chương trình khuyến mãi phù hợp nhằm thúc đẩy nhu cầu mua của khách hàng tiềm năng
- Hình thức truyền thông phù hợp: Thư quảng cáo, tờ rơi, catalog khuyến mãi sản phẩm; Sampling sản phẩm kết hợp CSR (hoạt động cộng đồng).

ĐỀ XUẤT HƯỚNG PHÂN TÍCH TIẾP THEO

- Thu thập thêm thông tin về yếu tố địa lý và thời tiết tác động như thế nào đến doanh thu và lợi nhuận theo từng khu vực giữa các tháng trong năm.
- Thu thập thêm thông tin về những mẫu xe đang được ưa chuộng trên thị trường để cân nhắc mở rộng hoặc cải tiến sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.
- Thu thập và phân tích dữ liệu GDP đầu người cho từng vùng để xem xét thêm thị trường tiềm năng.

THANK YOU

