



**PHÂN TÍCH DỮ LIỆU ỨNG DỤNG**

**BÁO CÁO PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA ADIDAS 2020-2021**

Đề tài 6

Nhóm 7

Giảng viên: Nguyễn Sơn Lâm

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Thành viên | MSSV | Mức độ tham gia |
| Trịnh Hoàng Nam | 225210505 | 100% |
| Đặng Đoàn Bình | 225080332 | 100% |
| Nguyễn Nhật Huy | 225100091 | 100% |

HO CHI MINH CITY 22/6

# Mục lục

[Mục lục 3](#_Toc170321852)

[CHƯƠNG I: TỔNG QUAN. 5](#_Toc170321853)

[1.1 Lịch sử hình thành và phát triển: 5](#_Toc170321854)

[1.1.2 Sản phẩm và thương hiệu: 5](#_Toc170321855)

[1.1.3 Thành tựu và vị trí trên thị trường: 5](#_Toc170321856)

[1.1.4 Chiến lược kinh doanh: 5](#_Toc170321857)

[1.1.5 Văn hóa và trách nhiệm xã hội: 6](#_Toc170321858)

[1.1.6. Tóm tắt 6](#_Toc170321859)

[1.1.7. Giới thiệu dataset: 6](#_Toc170321860)

[CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA ADIDAS 2020-2021 7](#_Toc170321861)

[2.1. Phần biểu đồ: 7](#_Toc170321862)

[Biểu Đồ 1: Tổng doanh thu theo tháng theo năm 2020 và 2021 là bao nhiêu? 7](#_Toc170321863)

[Biểu Đồ 2: Tổng doanh thu theo mỗi năm là bao nhiêu? 9](#_Toc170321864)

[Biểu Đồ 3: Phân tích tổng lợi nhuận được tạo ra bởi mỗi nhà bán lẻ và xác định các nhà bán lẻ hoạt động tốt nhất. 10](#_Toc170321865)

[Biểu Đồ 4: Phân bổ doanh số giữa các danh mục sản phẩm khác nhau như thế nào và xác định các danh mục bán chạy nhất. 11](#_Toc170321866)

[Biểu Đồ 5: Tổng số đơn vị bán theo danh mục sản phẩm và loại giới tính để hiểu sở thích của khách hàng. 12](#_Toc170321867)

[Biểu Đồ 6: Doanh số bán hàng cho nam và nữ khác nhau như thế nào? 13](#_Toc170321868)

[Biểu Đồ 7: Tổng doanh thu hoạt động trong mỗi phương thức bán hàng là bao nhiêu? 14](#_Toc170321869)

[Biểu Đồ 8: Tổng doanh thu trong mỗi mùa là bao nhiêu? 15](#_Toc170321870)

[CHƯƠNG III: PHẦN KẾT LUẬN VÀ ĐƯA RA DỰ ĐỊNH TƯƠNG LAI CHO ADIDAS. 16](#_Toc170321871)

[3.1 Tổng kết: 16](#_Toc170321872)

[3.1.1 Kết luận: 16](#_Toc170321873)

[3.1.2 Đề xuất chiến lược: 17](#_Toc170321874)

# CHƯƠNG I: TỔNG QUAN.

Adidas là một trong những công ty thể thao hàng đầu thế giới, có trụ sở chính tại Herzogenaurach, Đức. Được thành lập vào năm 1949 bởi Adolf Dassler, Adidas đã phát triển mạnh mẽ và trở thành một trong những thương hiệu nổi tiếng nhất trong ngành thời trang thể thao. Dưới đây là một số thông tin sơ bộ về công ty này:

* 1. **Lịch sử hình thành và phát triển:**
  + Năm 1924: Adolf Dassler và anh trai Rudolf Dassler thành lập Gebrüder Dassler Schuhfabrik (Nhà máy giày anh em nhà Dassler).
  + Năm 1949: Sau khi hai anh em tách ra, Adolf Dassler thành lập Adidas, và Rudolf Dassler thành lập Puma.
  + Năm 1972: Logo Trefoil của Adidas được giới thiệu.
  + Năm 2005: Adidas mua lại Reebok để mở rộng thị trường tại Bắc Mỹ.

### 1.1.2 Sản phẩm và thương hiệu:

* + Adidas chuyên sản xuất các sản phẩm thể thao như giày dép, quần áo, và phụ kiện.
  + Các sản phẩm nổi bật bao gồm giày chạy bộ, giày bóng đá, quần áo thể thao, và nhiều dòng sản phẩm hợp tác với các nhà thiết kế nổi tiếng.
  + Công ty còn sở hữu một số thương hiệu khác như Reebok, TaylorMade (trước khi bán lại), và Runtastic.

### 1.1.3 Thành tựu và vị trí trên thị trường:

* + Adidas là thương hiệu thể thao lớn thứ hai thế giới sau Nike.
  + Công ty đã tài trợ cho nhiều vận động viên và đội tuyển nổi tiếng, cũng như tham gia vào nhiều sự kiện thể thao lớn.
  + Adidas được biết đến với việc liên tục đổi mới trong công nghệ sản xuất và thiết kế sản phẩm, chẳng hạn như công nghệ Boost trong giày chạy bộ.

### 1.1.4 Chiến lược kinh doanh:

* + Adidas tập trung vào việc phát triển bền vững và bảo vệ môi trường, thông qua các sáng kiến như sử dụng vật liệu tái chế và giảm lượng khí thải.
  + Công ty đặt mục tiêu mở rộng thị trường tại các khu vực mới nổi và tăng cường hiện diện trực tuyến.

### 1.1.5 Văn hóa và trách nhiệm xã hội:

Adidas cam kết về trách nhiệm xã hội và môi trường, với các chương trình hỗ trợ cộng đồng và cải thiện điều kiện làm việc cho công nhân trong chuỗi cung ứng.

Công ty cũng thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập trong môi trường làm việc của mình.

Adidas không chỉ là một biểu tượng trong ngành thời trang thể thao mà còn là một phần quan trọng của văn hóa thể thao toàn cầu.

### 1.1.6. Tóm tắt

Adidas đã trải qua một giai đoạn đầy thử thách trong năm 2020 do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, nhưng công ty đã cho thấy khả năng phục hồi mạnh mẽ trong năm 2021 nhờ vào các chiến lược kinh doanh linh hoạt và sáng kiến sáng tạo. Mặc dù vẫn còn những thách thức phía trước, đặc biệt là về chuỗi cung ứng, Adidas vẫn tiếp tục hướng đến sự phát triển bền vững và tăng trưởng trong tương lai.

### 1.1.7. Giới thiệu dataset:

Để phân tích dữ liệu bán hàng của Adidas trong năm 2020-2021 và cải thiện hiệu suất bán hàng cũng như tối ưu hóa chiến lược kinh doanh, nhóm chúng tôi sử dụng bộ dữ liệu Adidas US Sales datasets:

Adidas US Sales datasets bao gồm 9649 hàng và 13 cột với các biến như sau:

**+Retailer (Nhà bán lẻ):** Đại diện cho doanh nghiệp hoặc cá nhân bán sản phẩm Adidas trực tiếp cho người tiêu dùng.

**+ Retailer ID (ID nhà bán lẻ):** Mã định danh được gán cho mỗi nhà bán lẻ

**+ Invoice Date (Ngày lập hóa đơn):** Ngày diễn ra một hóa đơn hoặc giao dịch bán hàng cụ thể.

**+Region (Khu vực):** Khu vực địa lý hoặc vùng cụ thể nơi diễn ra hoạt động bán hàng, hoặc bán lẻ.

**+State (Bang):** Đại diện cho một đơn vị hành chính hoặc lãnh thổ cụ thể trong một quốc gia.

**+City (Thành phố):** Khu vực đô thị, nơi hoạt động bán hàng hoặc bán lẻ được thực hiện.

**+Product (Hàng hóa):** Những mặt hàng được sản xuất ra để bán.

**+Price per Unit (Giá trên 1 sản phẩm):** Chi phí hoặc giá liên quan đến một đơn vị sản phẩm.

**+Units Sold (Hàng hóa đã bán):** Số lượng đơn vị của một sản phẩm cụ thể được bán trong một giao dịch bán hàng.

**+Total Sales (Tổng doanh thu):** Tổng doanh thu được tạo ra từ các giao dịch bán hàng.

**+Operating Profit (Lợi nhuận hoạt động):** Lợi nhuận mà nhà bán lẻ kiếm được từ hoạt động kinh doanh thông thường.

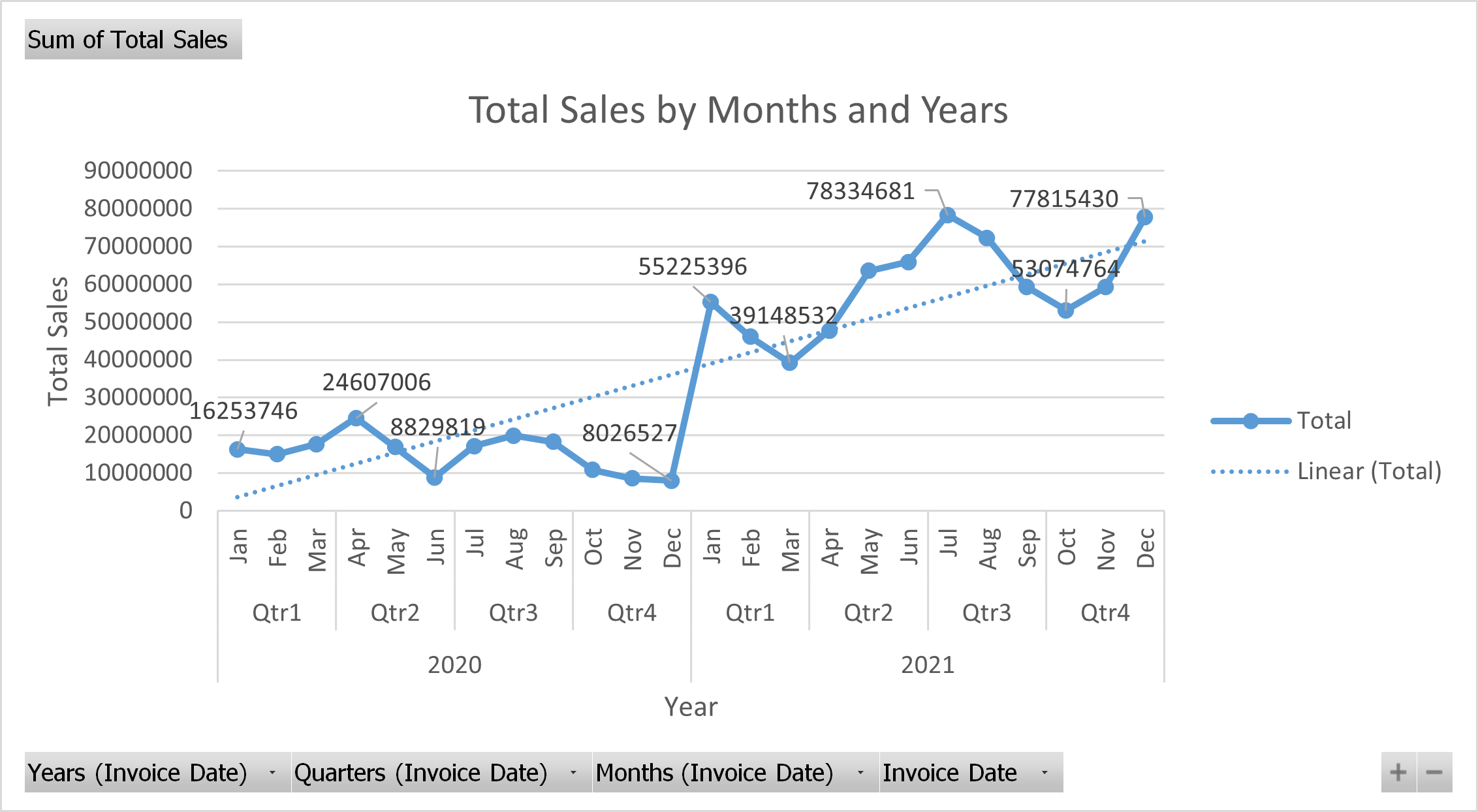
**+Operating Margin (Tỷ suất lợi nhuận hoạt động):** Thước đo tài chính cho biết lợi nhuận và hiệu quả hoạt động của một nhà bán lẻ.

**+Sales Method (Phương thức bán hàng):** Cách tiếp cận hoặc kênh được nhà bán lẻ sử dụng để bán sản phẩm hoặc dịch vụ của mình.

# CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA ADIDAS 2020-2021

## 2.1. Phần biểu đồ:

Biểu Đồ 1: Tổng doanh thu theo tháng theo năm 2020 và 2021 là bao nhiêu?



**Nhận xét:**

**Doanh thu năm 2020:**

1. **Tháng cao điểm và thấp điểm:**
   * Tháng có doanh thu cao nhất: Tháng 4 với 24,607,006 USD.
   * Tháng có doanh thu thấp nhất: Tháng 12 với 8,026,527 USD.
2. **Biến động doanh thu:**
   * Sự chênh lệch giữa tháng cao điểm (tháng 4) và tháng thấp điểm (tháng 12) là khá lớn. Tháng 4 có doanh thu cao gấp khoảng 3 lần tháng 12.

**Doanh thu năm 2021:**

1. **Tháng cao điểm và thấp điểm:**
   * Tháng có doanh thu cao nhất: Tháng 7 với 78,334,681 USD.
   * Tháng có doanh thu thấp nhất: Tháng 3 với 39,148,532 USD.
2. **Biến động doanh thu:**
   * Sự chênh lệch giữa tháng cao điểm (tháng 7) và tháng thấp điểm (tháng 3) vẫn là đáng kể, nhưng ít mạnh mẽ hơn so với năm 2020. Tháng 7 có doanh thu cao gấp đôi tháng 3.
   * Doanh thu thấp nhất trong năm 2021 (tháng 3) vẫn cao hơn nhiều so với tháng cao nhất của năm 2020 (tháng 4).

**So sánh giữa năm 2020 và 2021:**

Năm 2021 cho thấy một sự tăng trưởng mạnh mẽ về doanh thu so với năm 2020, cả ở mức cao nhất và mức thấp nhất của các tháng.

Điều này có thể do nhiều yếu tố, bao gồm sự phục hồi sau các ảnh hưởng kinh tế của đại dịch COVID-19, chiến lược kinh doanh mới, hoặc các yếu tố thị trường khác.

Biểu Đồ 2: Tổng doanh thu theo mỗi năm là bao nhiêu?

A graph with numbers and a bar

Description automatically generated

**Nhận xét:**

* Năm 2020:
  + Doanh thu đạt 182,080,675
* Năm 2021:
  + Doanh thu đạt 717,821,450
  + Mức tăng trưởng so với năm 2020: 294%.

Biểu đồ Total Sales by Year cho ta thấy doanh số bán hàng của adidas đang dần được phục hồi sau đại dịch Covid 19. Doanh số bán hàng đã chứng kiến mức tăng trưởng ấn tượng trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2021. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng sự tăng trưởng này có thể bị ảnh hưởng bởi yếu tố cơ sở thấp do đại dịch Covid-19 gây ra vào năm 2020. Mặc dù vậy, mức tăng trưởng 294% vẫn là một con số ấn tượng và cho thấy sự phục hồi tích cực của nền kinh tế sau đại dịch.

Biểu Đồ 3: Phân tích tổng lợi nhuận được tạo ra bởi mỗi nhà bán lẻ và xác định các nhà bán lẻ hoạt động tốt nhất.

A graph of sales

Description automatically generated

**Nhận xét:**

* West Gear đứng đầu với lợi nhuận hoạt động cao nhất, khoảng 856,678,732 M .
* Foot Locker xếp thứ hai với lợi nhuận hoạt động khoảng 807,221,248 M .
* Sports Direct xếp thứ ba, với lợi nhuận khoảng 743,329,550 M.
* Kohl's đứng tiếp theo, với lợi nhuận hoạt động khoảng 368,112,526 M .
* Amazon có lợi nhuận thấp hơn so với ba nhà bán lẻ đứng đầu, khoảng 288,185,033 M.
* Walmart có lợi nhuận thấp nhất trong số các nhà bán lẻ được liệt kê, khoảng 257,820,526 M .

Lợi nhuận hoạt động của các nhà bán lẻ đang diễn biến không đồng nhất, với một số nhà bán lẻ đạt kết quả tốt và một số khác gặp khó khăn. Xu hướng này có thể tiếp tục trong tương lai do các yếu tố như cạnh tranh khốc liệt trong bán lẻ, thay đổi hành vi tiêu dùng, chi phí hoạt động tăng cao, đổi mới công nghệ,….v.v

Biểu Đồ 4: Phân bổ doanh số giữa các danh mục sản phẩm khác nhau như thế nào và xác định các danh mục bán chạy nhất.

A pie chart with numbers and a graph

Description automatically generated

**Nhận xét:**

* Giày thể thao đường phố (Street Footwear) là danh mục bán chạy nhất (37,4% tổng doanh số).
* Trang phục (Apparel) đứng thứ hai (33,6% tổng doanh số).
* Trang phục thể thao (Athletic Footwear) xếp thứ ba (28,9% tổng doanh số).

Tập trung vào Giày thể thao đường phố (Street Footwear):

* Đây là mặt hàng chủ lực và đóng góp đáng kể vào doanh thu.
* Đầu tư vào việc phát triển sản phẩm mới, nâng cao chất lượng và thiết kế.
* Tăng cường các chiến dịch quảng bá, sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội, KOLs (Key Opinion Leaders), và influencers để tăng cường nhận diện thương hiệu

Biểu Đồ 5: Tổng số đơn vị bán theo danh mục sản phẩm và loại giới tính để hiểu sở thích của khách hàng.

A graph of sales

Description automatically generated

**Nhận xét:**

Tổng Quan Số Lượng Sản Phẩm Bán Ra :

* Nam giới: 1,335,529 sản phẩm.
* Phụ nữ: 1,143,332 sản phẩm.

Danh Mục Sản Phẩm Theo Giới Tính:

* Trang phục (Apparel):
  + Nam giới: 306,683 sản phẩm.
  + Phụ nữ: 433,827 sản phẩm.
  + *Nhận xét*: Danh mục này bán chạy nhất ở phụ nữ nhưng là danh mục bán thấp nhất ở nam giới.
* Giày dép thể thao (Athletic Footwear):
  + Nam giới: 435,526 sản phẩm.
  + Phụ nữ: 317,236 sản phẩm.
  + *Nhận xét*: Danh mục này là danh mục bán chạy thứ hai ở nam giới và thứ ba ở phụ nữ.
* Giày dép đường phố (Street Footwear):
  + Nam giới: 593,320 sản phẩm.
  + Phụ nữ: 392,269 sản phẩm.
  + *Nhận xét*: Danh mục này là danh mục bán chạy nhất ở nam giới và thứ hai ở phụ nữ.
* Nam giới có xu hướng ưa chuộng Street Footwear nhất trong khi mặc hàng này là mặt hàng kém ưa chuộng nhất ở nữ . Và ngược lại, với Apparel là mặt hàng ưa chuộng nhất ở Nữ nhưng lại là mặt hàng kém ưa chuộng nhất ở Nam.
* Sự khác biệt này thể hiện rõ ràng xu hướng tiêu dùng khác nhau giữa hai giới, giúp các nhà bán lẻ và tiếp thị tối ưu hóa chiến lược kinh doanh để đáp ứng nhu cầu riêng biệt của từng nhóm khách hàng.

Biểu Đồ 6: Doanh số bán hàng cho nam và nữ khác nhau như thế nào?

A graph of sales by gender

Description automatically generated

**Nhận xét:**

Doanh số bán hàng của nam giới và nữ giới:

* Doanh số bán hàng của nữ giới là 413,673,569 USD.
* Doanh số bán hàng của nam giới là 486,228,556 USD.
* Doanh số bán hàng của nam giới cao hơn của nữ giới, đạt 72,554,987. Tập trung vào thị trường nam giới.

Biểu Đồ 7: Tổng doanh thu hoạt động trong mỗi phương thức bán hàng là bao nhiêu?

A graph of sales by a method

Description automatically generated

**Nhận xét:**

* Biểu đồ hình cột thể hiện tổng doanh số bán hàng được chia thành ba phương thức chính: bán hàng trực tiếp (In-store), bán hàng trực tuyến (Online) và bán hàng qua đại lý (Outlet).
* In-store đạt doanh thu cao nhất với $356.6M, tiếp theo là Outlet với $295.6M và cuối cùng là Online với $247.7 M.
* Điều này cho thấy bán hàng trực tiếp là phương thức hiệu quả nhất trong việc tạo doanh thu cho doanh nghiệp.
* Doanh nghiệp nên tập trung vào việc phát triển kênh bán hàng trực tiếp để tăng doanh thu.
* Một số chiến lược có thể bao gồm:
  + Mở rộng thêm cửa hàng.
  + Cải thiện trải nghiệm mua sắm tại cửa hàng.
  + Chạy các chương trình khuyến mãi và ưu đãi dành riêng cho khách hàng mua sắm trực tiếp.
  + Việc theo dõi và phân tích hiệu quả của các kênh bán hàng khác nhau cũng rất quan trọng để doanh nghiệp có thể điều chỉnh chiến lược phù hợp.

Biểu Đồ 8: Tổng doanh thu trong mỗi mùa là bao nhiêu?

**A graph of sales by seasons and year

Description automatically generatedNhận Xét:**

Xu hướng doanh số bán hàng:

Năm 2020:

* **Mùa xuân**: Doanh thu đạt mức 59,185,597 USD, đây là mùa có doanh thu cao nhất trong năm.
* **Mùa hạ**: Doanh thu giảm mạnh xuống còn 45,853,812 USD, giảm đáng kể so với mùa xuân.
* **Mùa thu**: Doanh thu tiếp tục giảm xuống còn 37,763,005 USD, cho thấy xu hướng giảm liên tục từ mùa xuân đến mùa thu.
* **Mùa đông**: Doanh thu có sự tăng nhẹ lên 39,278,261 USD, nhưng vẫn thấp hơn so với đầu năm.

*Nhận xét:* Từ mùa xuân đến mùa thu, doanh thu đã liên tục giảm sút, thể hiện sự suy giảm trong hoạt động kinh doanh qua các mùa. Dù mùa đông có dấu hiệu tăng trưởng nhẹ, nhưng tổng thể doanh thu vẫn ở mức thấp, không đủ để bù đắp cho những thiệt hại đã xảy ra trước đó.

Năm 2021:

* **Mùa xuân**: Doanh thu tăng mạnh lên 150,471,177 USD, một khởi đầu ấn tượng so với cùng kỳ năm trước và cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ.
* **Mùa hạ**: Doanh thu đạt đỉnh cao nhất trong hai năm với 216,540,455 USD, thể hiện sự bùng nổ doanh số trong mùa hè.
* **Mùa thu**: Doanh thu giảm nhẹ nhưng vẫn duy trì ở mức cao với 171,666,827 USD, cho thấy sức mua vẫn ổn định.
* **Mùa đông**: Doanh thu tiếp tục tăng nhẹ lên 179,142,991 USD, duy trì mức cao sau đỉnh điểm mùa hạ.

*Nhận xét:* Từ đầu năm, doanh thu đã có sự phục hồi mạnh mẽ với kết quả mùa xuân cao hơn nhiều so với năm 2020. Mùa hè năm 2021 là giai đoạn bùng nổ doanh số, đạt đỉnh điểm trong năm. Mặc dù mùa thu chứng kiến doanh thu giảm nhẹ, nhưng vẫn duy trì ở mức cao. Đến mùa đông, doanh thu tiếp tục xu hướng tăng nhẹ, cho thấy sự ổn định và duy trì doanh số ở mức cao.

Tăng trưởng doanh số bán hàng năm 2021:

Doanh số bán hàng năm 2021 đã đạt mức tăng trưởng đáng kể so với năm 2020. Điều này cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch Covid-19 và có thể là kết quả của các chiến lược thích ứng hiệu quả của công ty trong môi trường kinh doanh khó khăn.

# CHƯƠNG III: PHẦN KẾT LUẬN VÀ ĐƯA RA DỰ ĐỊNH TƯƠNG LAI CHO ADIDAS.

## 3.1 Tổng kết:

##### 3.1.1 Kết luận:

Tóm lại, việc phân tích doanh số bán hàng của Adidas đã cung cấp những hiểu biết sâu sắc có giá trị về hiệu quả hoạt động kinh doanh. Dưới đây là những phát hiện chính:

Doanh số bán hàng tăng đáng kể:

Doanh số bán hàng đã tăng mạnh từ năm 2020 đến năm 2021, với doanh số tăng vọt 294% vào năm 2021. Sự tăng trưởng đáng kể này có thể là do sự phục hồi sau tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19 đối với doanh số bán hàng vào năm 2020. Năm 2020, tổng doanh thu lên tới 182,080,675 USD, trong khi vào năm 2021, tổng doanh thu đạt 717,821,450 USD.

Các nhà bán lẻ có hiệu quả hoạt động hàng đầu:

West Gear và Foot Locker nổi lên là các nhà bán lẻ có hiệu suất hoạt động hàng đầu, tạo ra lợi nhuận lần lượt là 85,667,873.18 USD và 80,722,124.81 USD. Tăng cường quan hệ đối tác với các nhà bán lẻ này có thể dẫn đến tăng trưởng và thành công hơn nữa.

Phân tích danh mục sản phẩm:

Giày dép đường phố nổi lên là danh mục sản phẩm bán chạy nhất, đóng góp doanh thu 336,828,953 USD, chiếm 37.4% tổng doanh thu và Trang phục là danh mục sản phẩm bán chạy thứ 2 với doanh thu 302,767,274 USD, chiếm 33.6% tổng doanh thu, còn lại là giày dép thể thao là 260305576 USD chiếm 29%. Hiểu được sở thích của khách hàng, đặc biệt là về giới tính, là rất quan trọng để nhắm mục tiêu các nỗ lực tiếp thị một cách hiệu quả.

Doanh thu theo giới tính:

Nam giới có tổng doanh thu cao hơn Nữ giới là 72,554,987 USD. Điều này hoàn toàn hợp lý với việc số lượng sản phẩm bán ra theo Nam giới là 1,335,529 sản phẩm cao hơn Nữ giới là 192,197 sản phẩm.

Hiệu quả của Phương pháp bán hàng:

Bán hàng tại cửa hàng được chứng minh là phương pháp hiệu quả nhất, tạo ra doanh thu trị giá 356,643,750 USD. Mặt khác, doanh số bán hàng online hoạt động tương đối thấp hơn, với tổng doanh thu là 247.672.882 USD. Điều quan trọng là phải nâng cao nền tảng bán hàng online và thực hiện các chiến lược tiếp thị kỹ thuật số có mục tiêu để thúc đẩy doanh số bán hàng online.

Mô hình bán hàng theo mùa:

Phân tích chỉ ra vào năm 2020, doanh số của mùa xuân đạt đỉnh cao nhất là 59,185,597 USD trong năm và giảm dần xuyên suốt .Cho đến năm 2021, doanh số tăng vọt chóng mặt đạt đỉnh cao nhất tại mùa hè với 216,540,455 USD. Điều này cho thấy doanh thu phục hồi một cách đáng kinh ngạc và duy trì tiếp tục ở mức cao đến mùa thu và mùa đông năm 2021.

Phân tích 5 thành phố có doanh thu cao nhất 2020-2021:

Có sự thay đổi hoàn toàn ở 5 thành phố hàng đầu từ năm 2020 đến năm 2021, điều này có thể cho thấy sự thay đổi trong xu hướng thị trường hoặc sở thích nhân khẩu học. Năm 2020, mức phân bổ doanh số bán hàng giảm dần từ New York đến Denver. Vào năm 2021, doanh số bán hàng được phân bổ đồng đều hơn giữa các thành phố hàng đầu, với khoảng cách nhỏ hơn giữa số liệu bán hàng cao nhất và thấp nhất trong top 5.

##### 3.1.2 Đề xuất chiến lược:

Chiến lược marketing và thu hút khách hàng:

**+Triển khai các chiến lược marketing**: đối với nam giới, tập trung nỗ lực tiếp thị vào việc quảng cáo Giày đường phố và Giày thể thao vì những danh mục này cho thấy doanh số bán hàng cao hơn. Đối với phụ nữ, hãy nhấn mạnh vào Trang phục vì danh mục được họ mua nhiều nhất. Khảo sát sở thích của người tiêu dùng trong danh mục Giày thể thao để xem liệu các tính năng hoặc kiểu dáng mới có thể thúc đẩy doanh số bán hàng cao hơn ở Nữ giới hay không.

**+Triển khai các chiến lược tối ưu hóa hoạt động trong mùa hè**, thúc đẩy doanh số bán hàng trong thời điểm hè. Điều này có thể bao gồm tăng cường nhân sự, khuyến mãi đặc biệt hoặc cung cấp sản phẩm phù hợp cho mùa hè vì doanh số mùa hè cao hơn so với các mùa khác

**+Thu thập và phân tích phản hồi,sở thích của khách hàng:** để hiểu rõ hơn nhu cầu của họ, điều chỉnh thông điệp tiếp thị và tối ưu hóa việc cung cấp sản phẩm.

**+Liên tục theo dõi hiệu suất bán hàng**: theo dõi các chỉ số hiệu suất chính và thu thập thông tin chi tiết về khách hàng để tối ưu hóa thông điệp tiếp thị và cung cấp sản phẩm.

Đầu tư vào phương thức bán hàng:

**+Tập trung vào phương thức bán hàng In-store:** vì đây là phương thức bán hàng có doanh số cao nhất trong 3 phương thức. Đồng thời, nâng cao nền tảng bán hàng online, cải thiện trải nghiệm người dùng và đầu tư vào các chiến dịch tiếp thị kỹ thuật số có mục tiêu để thúc đẩy doanh số bán hàng trực tuyến vì đây cũng là nguồn thu dồi dào khi không phải tốn nhiều chi phí mặt bằng.

Mở rộng đối tác chiến lược:

**+Tăng cường quan hệ đối tác**: với các nhà bán lẻ hoạt động hiệu quả nhất để tối ưu hóa vị trí sản phẩm và khám phá các cơ hội hợp tác tiếp thị.

**+Xem xét mở rộng hoạt động tại các khu vực có hiệu suất cao**: và các thành phố mục tiêu có tiềm năng tăng trưởng. Đồng thời tập trung vào việc tận dụng sự thành công của các Khu vực, Tiểu bang và Thành phố có hiệu suất cao để xác định và nhân rộng các chiến lược thúc đẩy tăng trưởng doanh số bán hàng vượt trội và triển khai các chiến lược này tại các địa điểm có hiệu suất thấp.

🡺***Bằng cách thực hiện những khuyến nghị này, doanh nghiệp có thể tận dụng điểm mạnh của mình, giải quyết các lĩnh vực cần cải thiện và thúc đẩy tăng trưởng doanh số bán hàng bền vững, cuối cùng đạt được thành công lâu dài trên thị trường.***