



# Business Strategy

*Created by Bamboo Team*



# Our Team



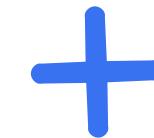
រោនេ កុនណៈ  
coding



ព័ន្ធការាន់ត៊ សរិយ  
design



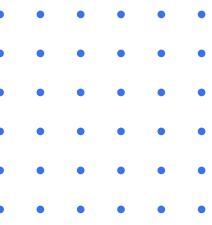
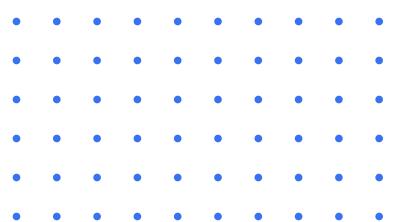
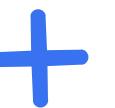
លោកនែល តែកប៉ា  
design



ពីរការាន់ សេណាភេដីយុង  
coding

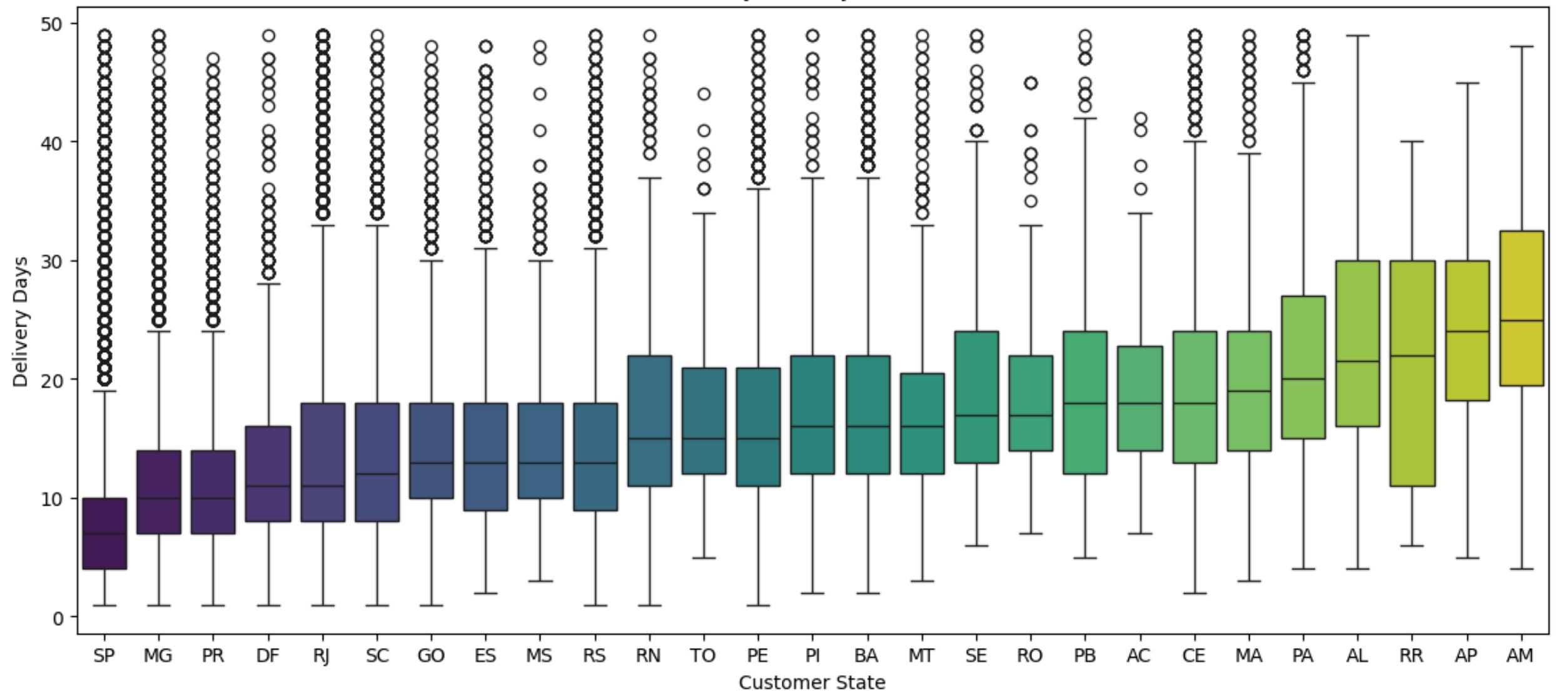


គោល ម៉ៅន ឌី  
coding





Distribution of Delivery Time by Customer State (Idea 1)



### The Problem ?

ความไม่เท่าเทียมกันในการบริการ ระยะเวลาจัดส่งสินค้าไปยังรัฐต่างๆ เช่น AM, RR ช้ากว่ามาตรฐานอย่างมาก ซึ่งนำไปสู่ความไม่พอใจของลูกค้าและอาจส่งผลให้ลูกค้าใหม่ (New Churn) ในพื้นที่เหล่านั้นสูงขึ้น

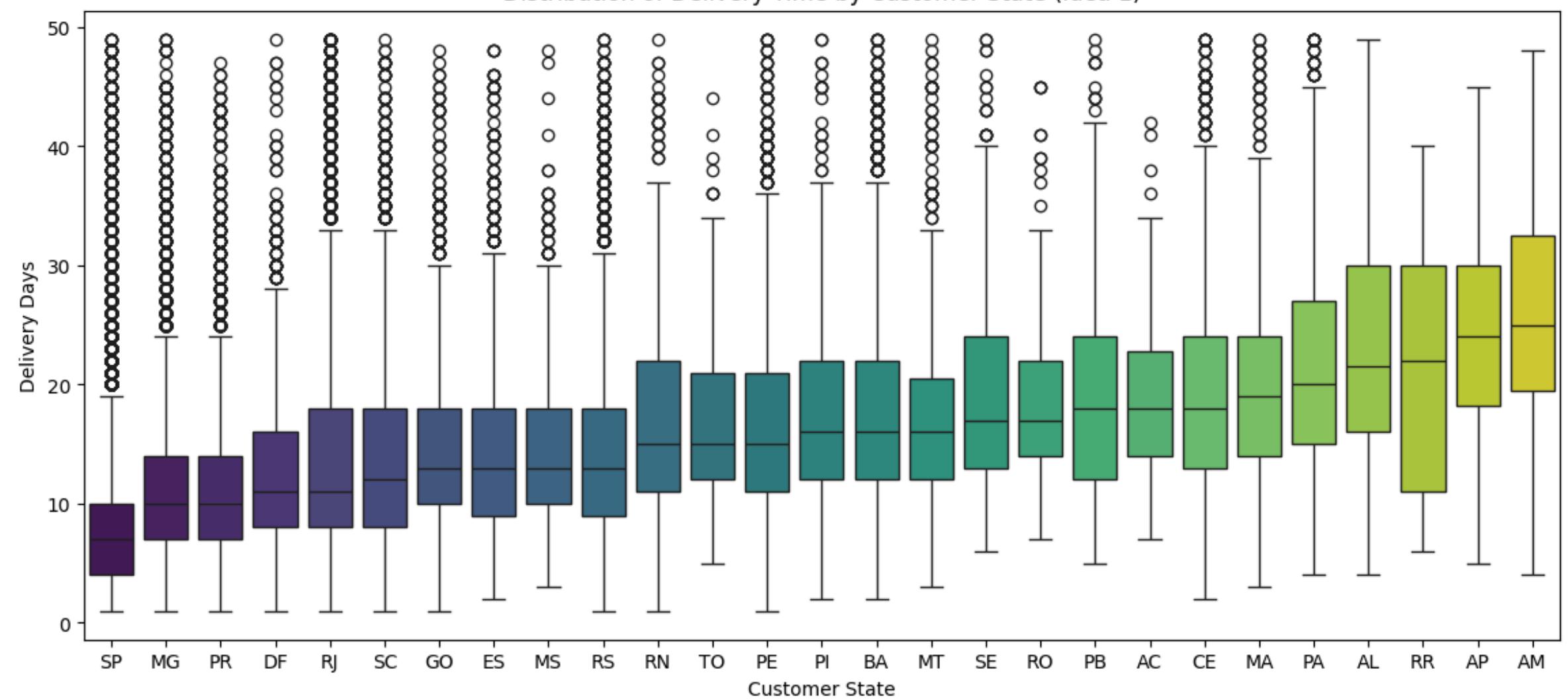
### The Finding

ความแตกต่างของเวลาจัดส่งตามภูมิภาค กราฟการกระจายตัวแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ค่าเบอร์ยั่งของวันจัดส่งในรัฐ AM และ RR อยู่ที่ประมาณ 20-25 วัน ในขณะที่รัฐที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูงอย่าง SP ใช้เวลาเพียง 5-10 วัน

### The Action

การลงทุนในศูนย์กระจายสินค้า ลงทุนสร้างหรือเช่าศูนย์กระจายสินค้าขนาดเล็ก (Mini Hubs) ในภูมิภาคที่มีระยะเวลาจัดส่งยาวนาน เช่น รัฐ AM เพื่อลดระยะเวลาจัดส่งเฉลี่ยลง 10 วัน และสร้างความเท่าเทียมในการบริการ

Distribution of Delivery Time by Customer State (Idea 1)



## EDA Insight

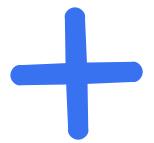
Action: การให้บริการในภูมิภาคที่มีปัญหาด้านการจัดส่ง โดยเน้นที่รัฐทางเหนือ (เช่น AM, RR, AP) ซึ่งมีระยะเวลาจัดส่งโดยเฉลี่ยสูงกว่ารัฐทางใต้ (เช่น SP) ถึง 2-3 เท่า เป้าหมาย: ลดค่ามารยฐานของเวลาจัดส่งในกลุ่มรัฐวิกฤตนี้ลงอย่างน้อย 50%

## ML Metric Insight

ความแตกต่างอย่างมากของเวลาจัดส่งระหว่างรัฐทางใต้และรัฐทางเหนือ ถือเป็น "ความเสี่ยง (Risk)" ในแง่ของความไม่เท่าเทียมในการบริการ ซึ่งอาจนำไปสู่การสูญเสียลูกค้าและลดความพึงพอใจของลูกค้า หรือจำนวนคนมาใช้บริการน้อยลง หากไม่ดำเนินการแก้ไขปัญหาด้านโลจิสติกส์ในพื้นที่เหล่านี้

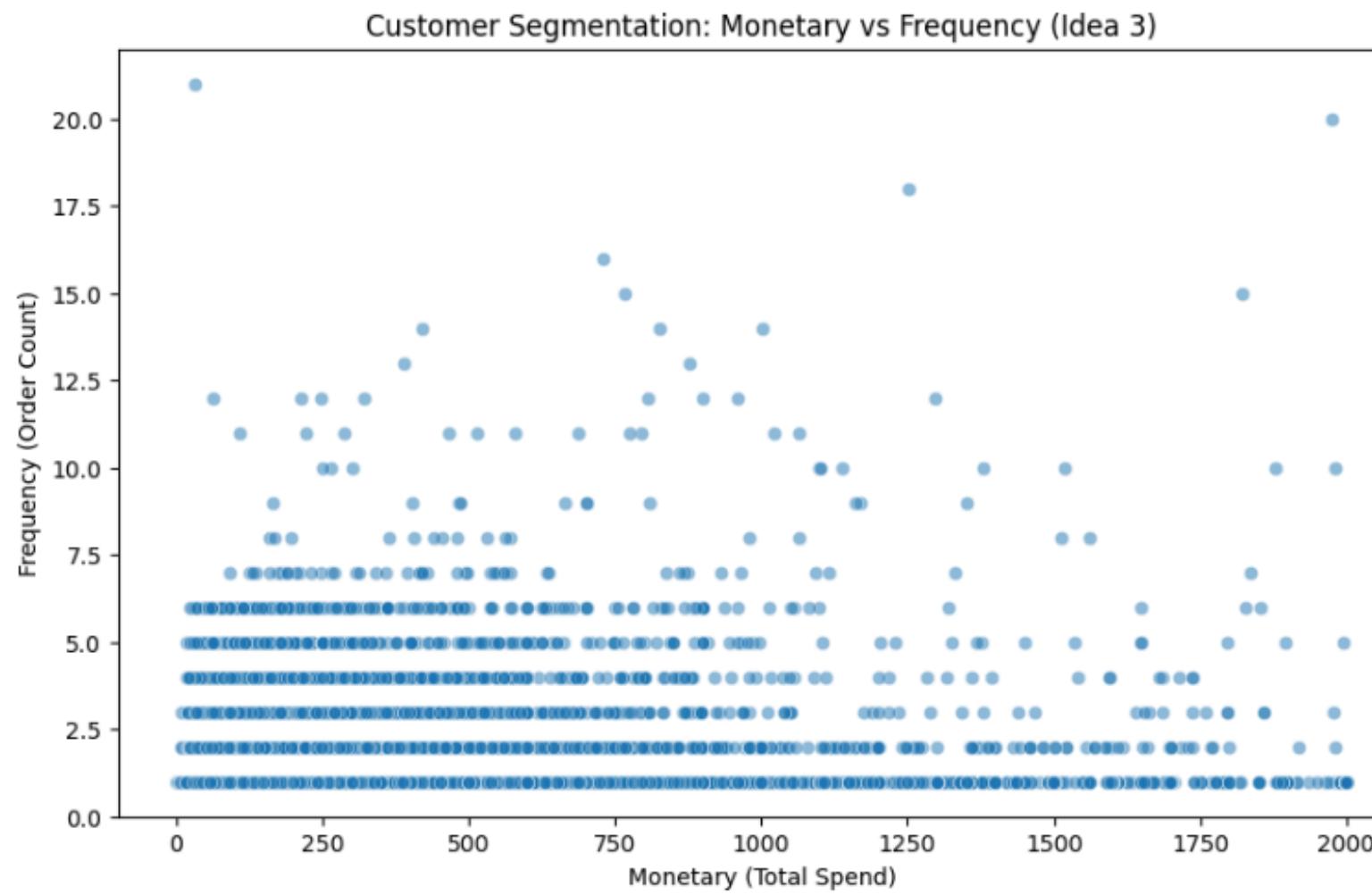
## Feature Importance

- กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าย่อย (Mini-Hubs) ในรัฐทางเหนือที่มีการจัดส่งล่าช้าที่สุด (AM, RR) เพื่อให้สินค้าสามารถจัดส่งได้รวดเร็วขึ้น และลดต้นทุนการขนส่งระยะไกล
- กลยุทธ์ด้านการตลาด/ราคา เสนอส่วนลดค่าขนส่งเพิ่มเติม หรือ เครดิต ให้กับลูกค้าในรัฐที่มีระยะเวลาจัดส่งนานกว่าค่าเฉลี่ย เพื่อชดเชยความไม่สะดวกและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า
- กลยุทธ์ด้านการสื่อสาร ปรับปรุงระบบติดตามสถานะ (Tracking System) ให้มีความแม่นยำและมีการแจ้งเตือนเชิงรุกมากขึ้น เพื่อบริหารความคาดหวังของลูกค้า (Expectation Management) ในระหว่างที่รอการจัดส่งที่ยาวนาน



# The Problem ?

ลูกค้าในแพลตฟอร์ม Olist มีแนวโน้ม ไม่กลับมาซื้อซ้ำ (Customer Churn) และเกิด ความไม่พึงพอใจจากการจัดส่งล่าช้า  
พบว่ามีคำสั่งซื้อจำนวนมากที่ ที่มีการจัดส่งล่าช้ากว่ากำหนดทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจกับการจัดส่ง คะแนนรีวิวที่ ต่ำ (1-2 ดาว) มักสัมพันธ์กับ  
การจัดส่งล่าช้า ระยะเวลาระหว่าง seller และ customer ลูกค้าที่ให้รีวิวต่ำ มีโอกาสกลับมาซื้อซ้ำน้อย  
ความล่าช้าในการจัดส่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มอัตราการเลิกใช้แพลตฟอร์ม



## The Finding

จากข้อมูล Delivery Delay คำสั่งซื้อกี่สั่งซื้ากว่ากำหนด มีค่าเฉลี่ย review\_score ต่ำกว่า  
ปกติอย่างชัดเจน ยิ่งซื้อหลายวัน คะแนนยิ่งลด  
Seller Location มีผล Seller ที่อยู่ไกลจากลูกค้า ใช้เวลาจัดส่งนานขึ้น  
Seller บางรายมีอัตรารีวิวต่ำช้า ๆ สินค้าและน้ำหนัก สินค้าที่มีน้ำหนักมาก / ขนาดใหญ่  
เสียงต่อการล่าช้า กลุ่มสินค้าเหล่านี้มักได้คะแนนรีวิวต่ำกว่า  
Feature ที่ส่งผลต่อคะแนนรีวิวมากที่สุดคือระยะเวลาการจัดส่งและตำแหน่งของผู้ขาย

# The Action

แนวทางแก้ไขเชิงข้อมูล

## ระยะสั้น

แจ้งเตือนลูกค้า ล่วงหน้า เมื่อคาดว่าจะส่งช้า  
ปรับ estimated\_delivery\_date ให้ใกล้เคียงความจริงมากขึ้น  
Flag seller ที่มีประวัติส่งช้าบ่อย

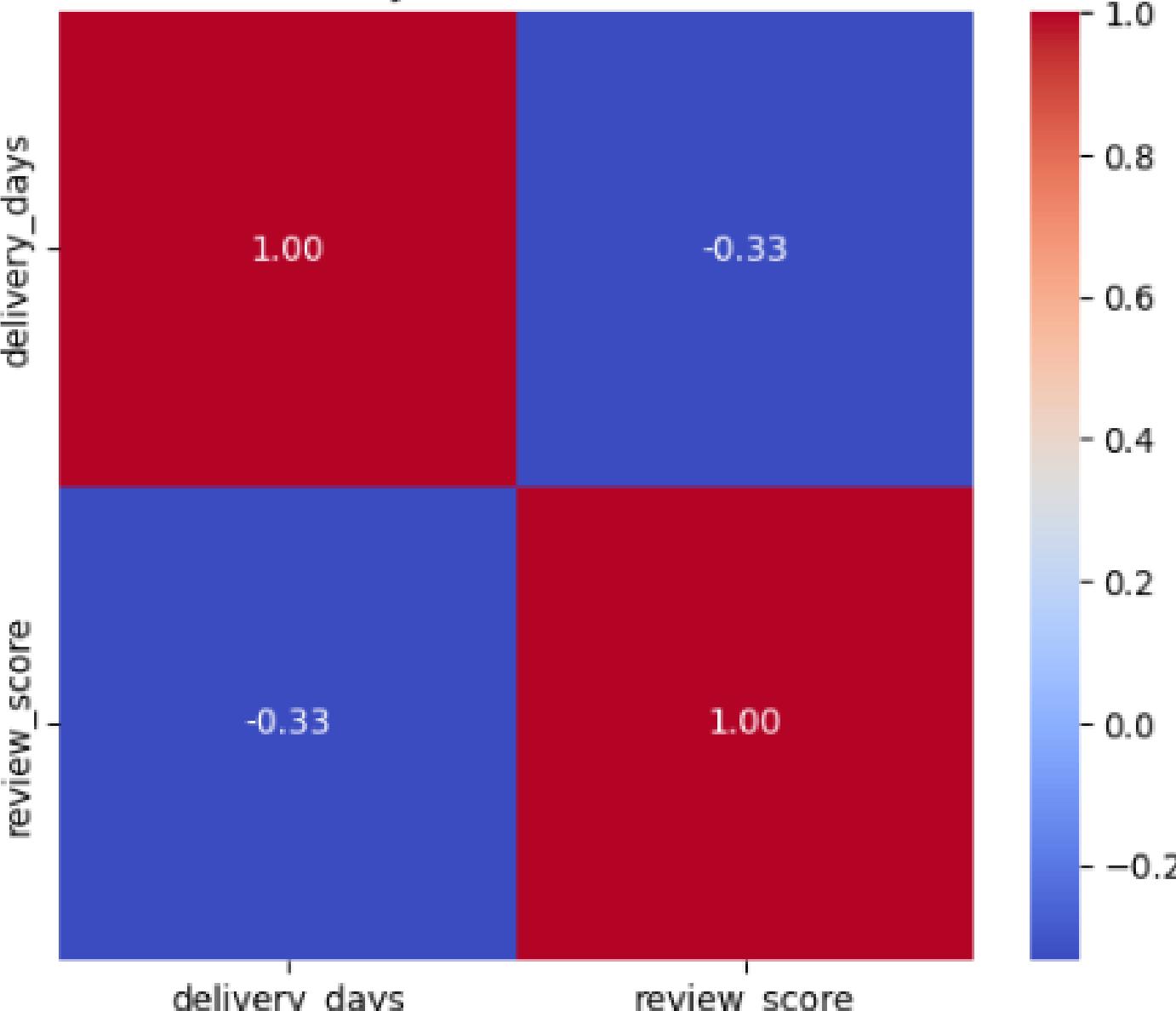
## ระยะกลาง

จัดกลุ่ม seller ตาม performance (เร็ว / ปานกลาง / ช้า)  
แนะนำลูกค้าให้เลือก seller ที่มีคะแนนจัดส่งสูง  
ใช้ข้อมูลระยะทาง + น้ำหนักสินค้า เพื่อคาดการณ์เวลาส่งที่แม่นยำขึ้น

## ระยะยาว

พัฒนาโมเดล ML เพื่อ  
คำนวณความเสี่ยงรีวิวต่อไป  
ลด churn ด้วยการจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงรุก

Correlation: Delivery Time vs Review Score (Idea 2)





# The Executive Summary



ปัญหาเร่งด่วนทางธุรกิจ เรากำลังเผชิญกับความไม่เท่าเทียมด้านโลจิสติกส์อย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรัชกาล  
หนึ่อ ระยะเวลาจัดส่งเฉลี่ยในรัชวิถี (เช่น AM, RR) มากกว่ารัชในตลาดหลัก (SP) ถึง 2-3 เท่า ซึ่งส่งผลกระทบ  
โดยตรงต่อความภักดีของลูกค้าและโอกาสในการเติบโตของตลาดใหม่  
ผลกระทบทางธุรกิจ ความล่าช้านี้สร้างความเสี่ยงต่อการสูญเสียลูกค้า และทำให้ต้นทุนในการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่  
(Acquisition Cost) ในภูมิภาคเหล่านี้สูงขึ้นอย่างไม่มีความจำเป็น

ข้อเสนอแนะ เชิงดำเนินการ ขออนุมัติ งบประมาณเพื่อดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าย่อย  
(Mini-Hubs) ในพื้นที่ทางตอนหนึ่อ ภายใต้โครงสร้างสัดส่วน การลงทุนนี้จะช่วยลดระยะเวลาจัดส่งลงอย่างมีนัยสำคัญ  
สร้างความเท่าเทียมในการบริการ และลดล็อกโอกาสทางการตลาดในภูมิภาคใหม่ได้อย่างยั่งยืน