

14,48K

IP Address(Devices)

2437

Signed_in_emails

94,08K

Total Activities

1023

Completed ordered

16

Accesses_per_account

6,50

Accesses/device

5,49

Daily Accesses

7

Count of Type

Chiến dịch marketing của công ty Uniace

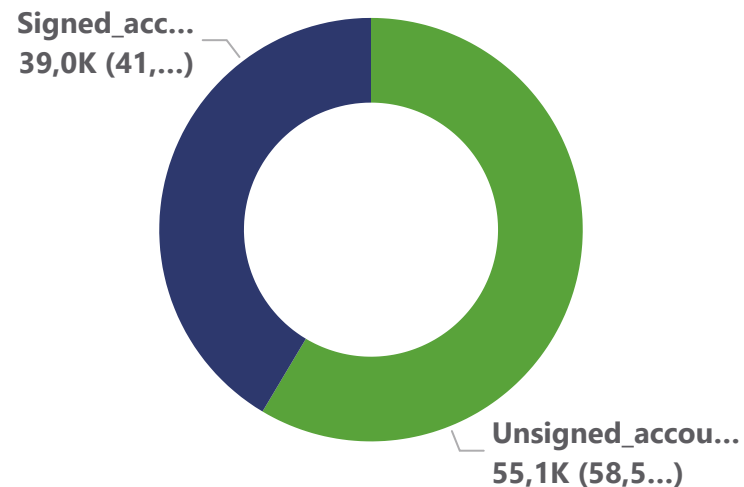
Giới thiệu: UNIACE, thành lập năm 2017 với sứ mệnh **“Close the GAP”** – Thu hẹp khoảng cách tri thức cho người Việt về tư duy đột phá, dữ liệu và công nghệ với thế giới, đã nhanh chóng trở thành một tên tuổi tiên phong trong lĩnh vực đào tạo chuyên sâu và cung cấp giải pháp chuyển đổi số cho doanh nghiệp.

Bối cảnh: Nhận thức được tầm quan trọng của dữ liệu trong kỷ nguyên số, UNIACE đã triển khai chiến dịch marketing đa nền tảng nhằm nắm bắt tâm lý và nhu cầu của khách hàng. Chiến dịch đã tận dụng sức mạnh của các kênh quảng cáo số như mạng xã hội, email marketing và các sự kiện trực tuyến (webinar), qua đó tiếp cận sâu hơn đến từng đối tượng mục tiêu. Việc thu thập dữ liệu hành vi và sở thích của khách hàng giúp UNIACE xây dựng được bức tranh toàn diện, từ đó tối ưu hóa chiến lược tiếp thị.

Kết quả từ chiến dịch đã ghi dấu ấn ấn tượng với:

- **1023 đơn hàng và khóa học được bán ra**, khẳng định sự tin tưởng của khách hàng vào các chương trình đào tạo chất lượng.
- **94,000 lượt truy cập từ 14,500 thiết bị** (máy tính, điện thoại), minh chứng cho sức hút mạnh mẽ và khả năng tiếp cận đa kênh của chiến dịch.
- Mỗi tài khoản trung bình có **16 lượt truy cập**, cho thấy sự tương tác cao và quan tâm lớn từ khách hàng đối với các nội dung và chương trình của UNIACE.

Total access times



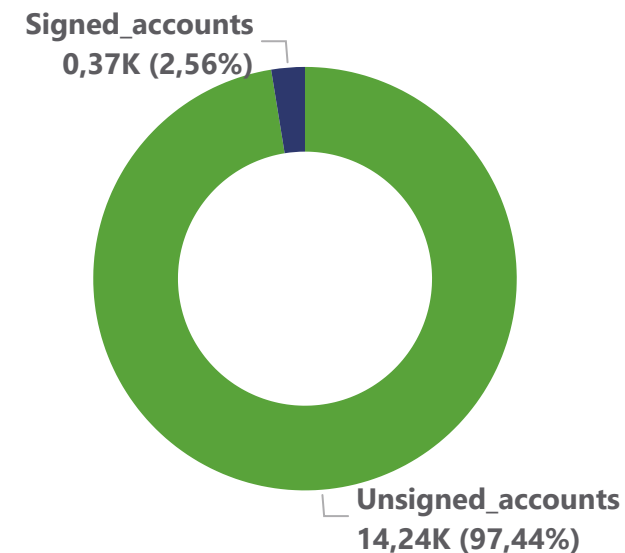
Tỉ lệ khách hàng đăng nhập là rất cao chứng tỏ trang web đã có chính sách khuyến khích tạo tài khoản tốt: Tổng số lượt tương tác của khách trang web UNIACE là **94,08 nghìn lượt** trong đó **41,4%** đến từ những **tài khoản đăng nhập** và **58,5%** là **không đăng nhập**.

Trang web có sức hút khiến khách hàng quay lại nhiều lần: Dù số lượt tương tác là **94k** nhưng chỉ có **14,5k thiết bị truy cập**.

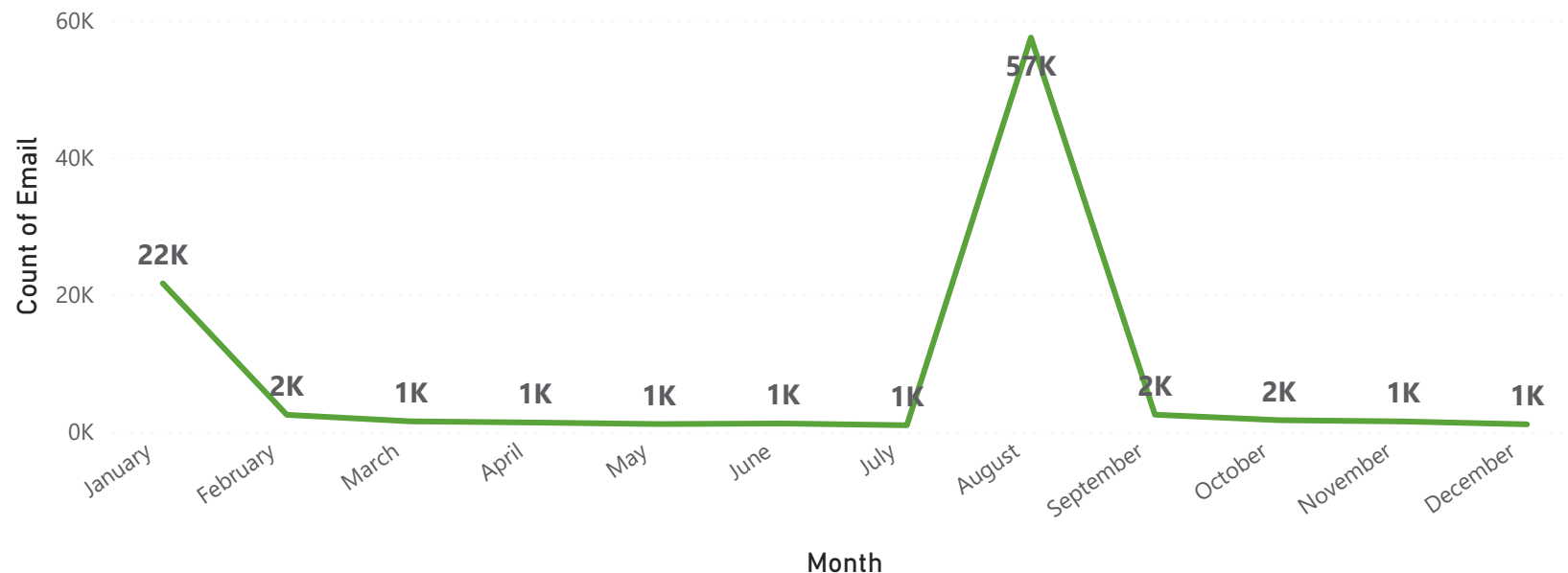
Khách hàng có đăng nhập họ rất active trên trang web nhưng chưa giữ chân được nhóm khách hàng không đăng nhập: Tỉ trọng số **thiết bị có tài khoản** chỉ chiếm **2.56%** nhưng họ lại chiếm đến **41,4% tổng hoạt động**.

Một thiết bị được đăng nhập thông qua nhiều email: Ở đây có **374 thiết bị có đăng nhập** nhưng lại có tới **2437 email**. Có thể là máy tính của trường hoặc máy tính ở văn phòng, cửa hàng.

Total Devices



Count of Activities by Month



Tháng 1, 8 - mùa cao điểm:

Số lượt truy cập của các tháng khá **đều nhau** là **1k-2k lượt** nhưng **số tương tác** tăng đột biến ở **tháng 1 và tháng 8**. Đây có lẽ là các tháng cao điểm của **sinh viên nhập học**, bắt đầu học kỳ mới hoặc là **mùa tuyển dụng**. Do đó mọi người có xu hướng tìm hiểu thêm các thông tin, khóa học để **chuẩn bị hành trang cho hành trình mới**

Tháng 1: Học kỳ mới của sinh viên

Khi đi sâu vào tháng 1, ta có thể thấy rõ **nhu cầu** của các nhóm khách hàng sinh viên phân bố **khá đồng đều** ở các trường.

Tháng 8: Mùa tuyển dụng

Tháng 8 là sự nổi trội hoàn toàn của nhóm **khách hàng cá nhân** và **nhóm không đăng nhập** cuối cùng là **officer**.

17

Unsubscribe

100% số lượt Unsubscribe đều đến từ nhóm khách hàng cá nhân. 17 lượt là số lượng không nhiều so với tổng số 16,8k email của nhóm này do đó đây chưa phải là vấn đề nghiêm trọng

79,8K

Page clicks

Tổng số lượt click vào page là gần 80 nghìn lượt chiếm tới 85% tổng số hoạt động.

Sinh viên chủ yếu tương tác với page:

Sinh viên vào trang web của Uniace đều tương tác với page thể hiện qua tỉ trọng khá cao giữa page clicks và lượt tương tác của sinh viên.

Nhóm khách hàng không đăng nhập và nhóm khách hàng cá nhân sẽ luôn chiếm tỉ trọng cao trong từng hoạt động vì họ có số lượng lớn.

Trang web đã được tận dụng đúng mục đích, để dành tăng doanh thu

Khi đào sâu vào từng phân khúc khách hàng, các chủ đề họ tương tác với web thường là:

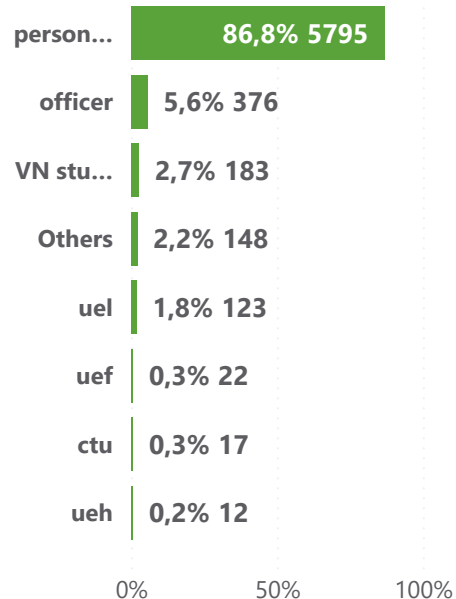
- Khóa học -chiếm tỉ trọng cao nhất
- Cung cấp thông tin
- Excel

Đây là một tín hiệu tốt vì nguồn doanh thu trang web chủ yếu đến từ việc bán khóa học, do đó cần nhiều lượt truy cập, càng dễ tăng tỉ lệ chuyển đổi

6676

List additions

Total List additions



Khách hàng không đăng nhập thường không mua hàng:

- Có thể thấy rằng những khách hàng không đăng nhập thì họ sẽ không có xu hướng thêm hàng vào giỏ hàng, Hoặc đó là tính năng của hệ thống.

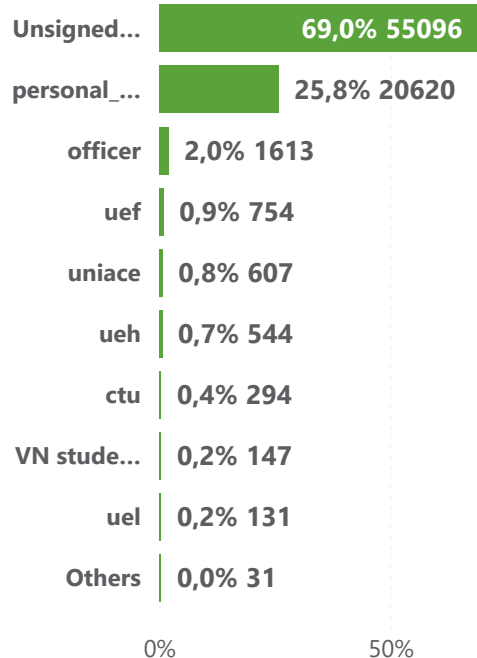
- Nếu khắc phục được nhược điểm này, có thể là cho khách hàng mua hàng mà không cần đăng nhập, thì sẽ tăng nguồn lợi, doanh thu cho doanh nghiệp

Officer là nhóm có kỹ năng quản lý tiền bạc tốt.

Nhóm khách hàng cá nhân và officer thường có xu hướng thêm hàng vào giỏ trước khi ra quyết định mua hàng.

Một vài sinh viên cũng đã học được kỹ năng này. Cần nhắc trước khi ra quyết định nhưng tỉ lệ chỉ khoảng 10-20%

Total Page clicks

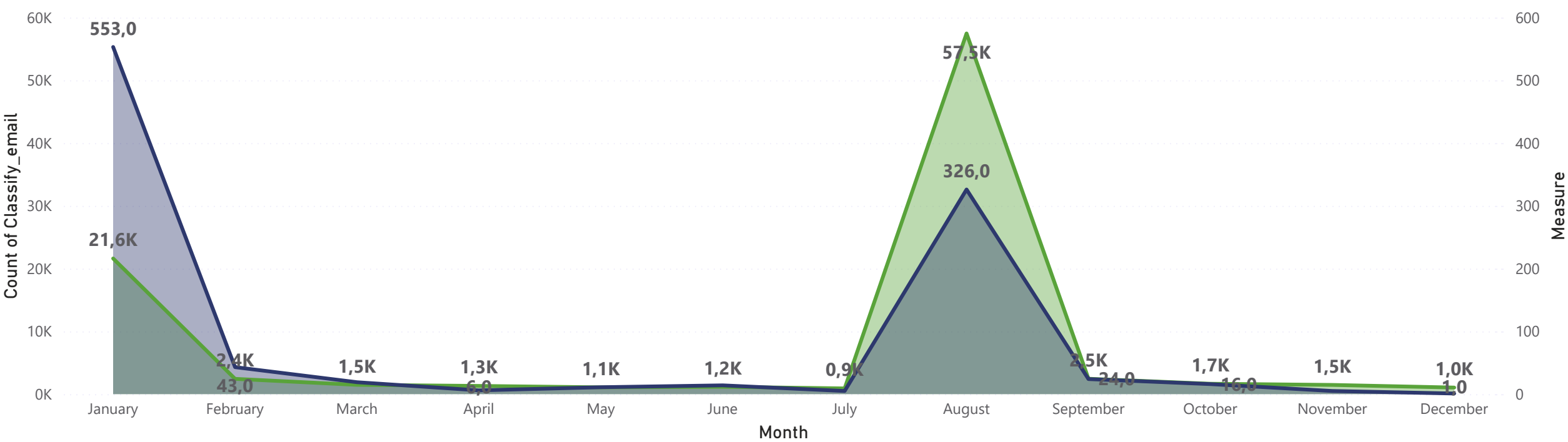


Hoạt động của khách hàng

Khách hàng khi đăng nhập vào trang web họ sẽ có rất nhiều tác vụ: Đăng ký, đăng nhập, điền form, Nhưng báo cáo này chỉ quan tâm đến những hoạt động mang lại giá trị của khách hàng đó là:

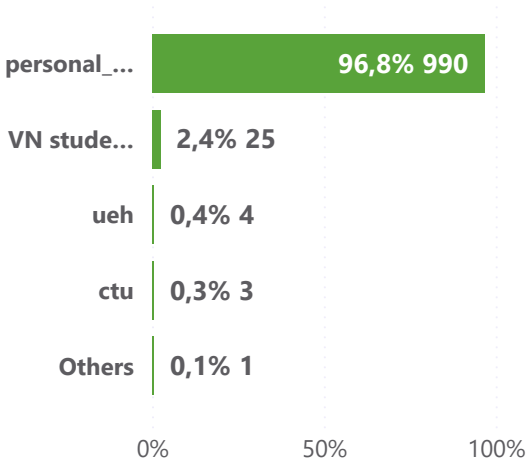
- Page clicks: Số lượt tương tác trên page
- Unsubscribe: Số lượt hủy subscribe
- List additions: Số lượt thêm sản phẩm vào giỏ hàng
- Completed Ordered: Số lượt thanh toán

Total activities and completed orders



1023
Completed ordered

Total completed orders



Phần lớn khách hàng mua khóa học là khách hàng cá nhân:

- Tỷ lệ chuyển đổi từ khi thêm khóa vào giỏ hàng đến khi ra quyết định mua hàng cũng rất ấn tượng: Khoản **15%**
- Nguyên nhân có lẽ là bởi họ là nhóm có công việc do đó sẵn sàng chi tiêu khóa học để nâng cao kiến thức

Doanh số còn lại đến từ nhóm khách hàng sinh viên với 3% tỷ lệ chuyển đổi từ lúc thêm hàng vào giỏ hàng

Đồng pha với số lượng hoạt động theo từng tháng là số lượt chốt đơn theo từng tháng. Quan sát kỹ hơn ta thấy chúng có quan hệ tuyến tính với nhau và đạt đỉnh tại **tháng 1 và 8**

Tháng 1 là tháng chiếm số lượng đơn hàng nhiều nhất trong năm - nên tập trung

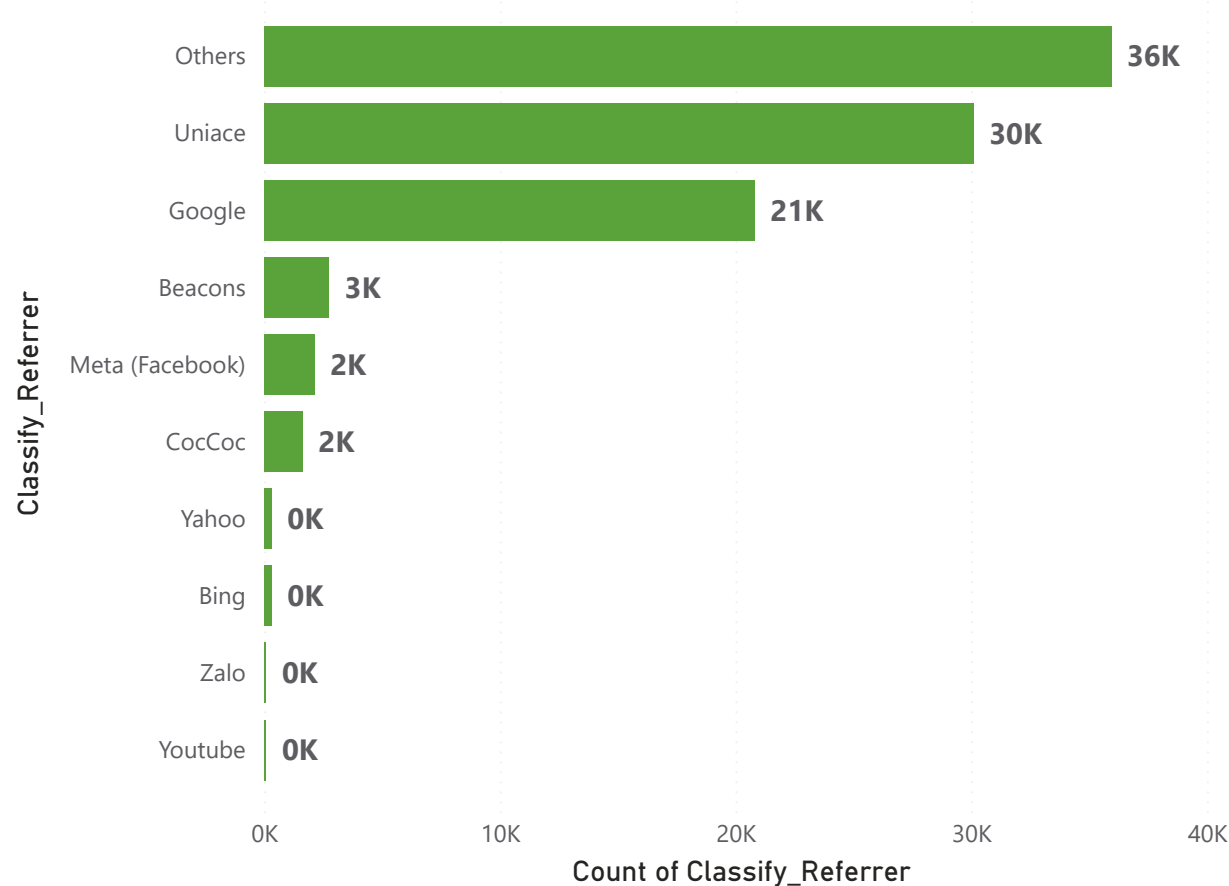
Uniace và Google là 2 nguồn có số lượt tương tác cao nhất ở cả các khách hàng đăng nhập và không đăng nhập.

Do đó nếu muốn nâng cao số lượng khách hàng ta cần tập trung triển khai quảng cáo trên Google

Hiệu suất của **nguồn Others** cũng khá lớn nên nếu chi phí rẻ thì ta vẫn có thể cân nhắc triển khai trên các nguồn thuộc nhóm này

Điểm quan trọng nhất cần lưu tâm đó là hầu hết khách hàng chốt đơn đều đến từ nguồn Others

Count of Classify_Referrer



Count of Signed_in account by Classify_Referrer

