**(Vietnamese)**

**Báo cáo Phân Tích Hành Vi Tài Khoản Netflix**

**I) Phân Tích Hồ Sơ (Profiles Analysis)**

1. **Maturity Level**: 100% tài khoản có mức trưởng thành là "Adults", cho thấy tất cả các tài khoản đều được cấu hình cho người dùng trưởng thành, không có hồ sơ trẻ em.
2. **Ngôn ngữ chính**: 100% ngôn ngữ mặc định của tài khoản là En-IN (tiếng Anh Ấn Độ), điều này phản ánh môi trường sử dụng ngôn ngữ phổ biến hoặc các tài khoản này chủ yếu thuộc về người dùng Ấn Độ hoặc các khu vực liên quan.
3. **Chất lượng phát trực tuyến tối đa**: 100% các tài khoản không xác định chất lượng phát trực tuyến tối đa, điều này có thể chỉ ra rằng người dùng không đặc biệt quan tâm hoặc không định cấu hình tùy chọn này.
4. **Khóa hồ sơ**: Không có tài khoản nào được khóa hồ sơ, cho thấy mức độ bảo mật của các tài khoản thấp hoặc người dùng không cảm thấy cần phải bảo vệ tài khoản bằng mật khẩu phụ.
5. **Auto Playback**: 7 tài khoản đã kích hoạt tính năng Auto Playback, cho phép phát tiếp tục tự động, điều này cho thấy thói quen xem liên tục không cần nhiều tương tác. 2 tài khoản khác đã tắt tính năng này (User 4 và User 8), có thể phản ánh cách sử dụng thận trọng hơn.
6. **Ngày tạo tài khoản**:
   * Năm 2021: 5 tài khoản (User 0, 1, 2, 3, 4)
   * Năm 2022: 3 tài khoản (User 6, 7, 8)
   * Năm 2023: 1 tài khoản (User 5)

**II) Phân Tích Thiết Bị (Devices Analysis)**

1. **Số lượng Esn sử dụng**:
   * **User 8** có số lượng Esn nhiều nhất (42 Esn), cho thấy sự đa dạng thiết bị cao hoặc việc thay đổi thiết bị thường xuyên.
   * **User 4** cũng sử dụng nhiều Esn (19 Esn), tương tự có thể do sử dụng nhiều thiết bị khác nhau.
   * Những tài khoản khác sử dụng số lượng Esn ít hơn nhưng vẫn có sự thay đổi thiết bị, cho thấy mức độ đa dạng thiết bị sử dụng tùy thuộc vào người dùng.
2. **Sử dụng Device Type**:
   * **Device Type 0**: Phổ biến nhất, với User 8 sử dụng tới 11 lần, các tài khoản khác như User 4 và User 3 sử dụng với tần suất tương đối cao.
   * **Device Type 1**: Cũng được sử dụng rộng rãi, User 8 và User 7 có số lần sử dụng cao nhất với 14 và 8 lượt tương ứng.
   * Điều này cho thấy các thiết bị thuộc nhóm Device Type 0 và Device Type 1 được ưa chuộng nhất trong nhóm người dùng này.

**III) Phân Tích Lịch Sử Tìm Kiếm (Search History Analysis)**

1. **Các bộ phim được tìm kiếm nhiều nhất**:
   * **365 Days** với 15 lượt tìm kiếm là phim được tìm kiếm nhiều nhất, đặc biệt trong nhóm ngôn ngữ En-IN và IN.
   * **Kurup (Malayalam)** và **Kantara (Hindi)** cũng được tìm kiếm nhiều, phản ánh xu hướng ưa thích phim địa phương hoặc phim khu vực.
   * **Minnal Murali** có cùng số lượt tìm kiếm với Kantara, cho thấy sự quan tâm đặc biệt đến các phim ngôn ngữ vùng miền.
2. **Thiết bị sử dụng tìm kiếm**:
   * **Device 0** là thiết bị phổ biến nhất trong việc tìm kiếm, chiếm số lượng sử dụng cao nhất trong hầu hết các khu vực và tài khoản.
   * Ví dụ, tại **IN** (Ấn Độ), **Device 0** đã được sử dụng 1299 lần, vượt xa các thiết bị khác. Điều này cho thấy phần lớn hành vi tìm kiếm và sử dụng nội dung tập trung ở một số ít thiết bị.

**IV) Phân Tích Nhấp Chuột (Click Stream Analysis)**

1. **Thời gian nhấp chuột**:
   * Hoạt động nhấp chuột trước tháng 7/2022 khá thấp, sau đó tăng đáng kể sau ngày 20/02/2023. Điều này có thể cho thấy sự thay đổi trong việc sử dụng tài khoản hoặc có các nội dung mới được quan tâm.
   * **User 8** dẫn đầu với 484 lượt nhấp chuột, tiếp theo là **User 7** với 328 lượt, cho thấy họ là người dùng tích cực nhất trong việc tương tác với nội dung.
2. **Nguồn nhấp chuột**:
   * **Source 0** chiếm tỷ lệ nhấp chuột lớn nhất, đặc biệt là của các user như User 8 và User 7, cho thấy phần lớn hành vi tương tác diễn ra từ một nguồn chính thống, có thể là từ các thiết bị quen thuộc hoặc mạng cố định.

**V) Phân Tích Hoạt Động Xem (Viewing Activity Analysis)**

1. **Bộ phim được xem nhiều nhất**:
   * **RRR (Hindi)** với thời lượng gần 3 tiếng là bộ phim được xem nhiều nhất, cho thấy xu hướng người dùng thích xem những bộ phim dài và nổi tiếng.
   * **Minnal Murali** là bộ phim có tần suất xem cao nhất với 40 lượt xem, chứng tỏ sự phổ biến của phim địa phương hoặc dòng phim siêu anh hùng trong khu vực.
2. **Ngày xem nhiều nhất**:
   * **13/06/2022** và **21/05/2023** là những ngày có số lượt xem cao nhất, với số lượt xem lần lượt là 89 và 93. Điều này có thể chỉ ra những ngày nghỉ lễ hoặc các dịp đặc biệt khiến người dùng có xu hướng xem nhiều hơn bình thường.
3. **Phân bố theo quốc gia**:
   * **Ấn Độ (IN)** dẫn đầu về số lượt xem với 5796 lượt, tiếp theo là **UAE (AE)** với 3957 lượt. Sự chênh lệch lớn này cho thấy sự tập trung hoạt động chủ yếu tại Ấn Độ và một phần tại các quốc gia Trung Đông.

**Kết Luận:**

* Các tài khoản Netflix này chủ yếu tập trung vào việc xem phim trưởng thành với nội dung từ các khu vực Ấn Độ và các vùng nói tiếng Anh.
* Người dùng có xu hướng sử dụng một số ít thiết bị nhất định (chủ yếu là Device 0 và Device 1) để tìm kiếm và xem nội dung.
* Các bộ phim địa phương và dài tập được ưa chuộng, với hoạt động nhấp chuột và tìm kiếm nội dung tăng mạnh sau đầu năm 2023.
* Một số người dùng (User 7 và User 8) có hành vi tương tác và xem phim tích cực hơn các tài khoản khác, đặc biệt trong việc sử dụng thiết bị và thời lượng nhấp chuột.

**(English)**

**Netflix Account Behavior Analysis Report**

**I) Profile Analysis**

* **Maturity Level**: 100% of the accounts have the maturity level set to "Adults", indicating all profiles are configured for adult users, with no children's profiles present.
* **Primary Language**: 100% of the accounts default to En-IN (English India), reflecting the predominant use of this language or that the accounts primarily belong to users in India or related regions.
* **Maximum Streaming Quality**: 100% of the accounts have not defined maximum streaming quality, suggesting that users are either not particularly concerned with this setting or have not configured it.
* **Profile Lock**: No accounts have profile locks enabled, indicating a low level of security or that users do not feel the need to protect their profiles with an additional password.
* **Auto Playback**: 7 accounts have the Auto Playback feature enabled, allowing automatic episode continuation, indicating a habit of continuous viewing without much interaction. 2 accounts (User 4 and User 8) have disabled this feature, possibly reflecting a more cautious usage approach.
* **Account Creation Date**:
  + **2021**: 5 accounts (User 0, 1, 2, 3, 4)
  + **2022**: 3 accounts (User 6, 7, 8)
  + **2023**: 1 account (User 5)

**II) Devices Analysis**

* **Number of ESN (Electronic Serial Number) Used**:
  + **User 8** has the highest number of ESNs (42 ESNs), indicating either high device diversity or frequent device changes.
  + **User 4** also uses a significant number of ESNs (19 ESNs), similarly suggesting multiple device usage.
  + Other accounts use fewer ESNs but still show device diversity, indicating varying levels of device usage among users.
* **Device Type Usage**:
  + **Device Type 0**: The most commonly used device type, with **User 8** using it 11 times and other users like **User 4** and **User 3** using it frequently as well.
  + **Device Type 1**: Also widely used, with **User 8** and **User 7** having the highest usage at 14 and 8 instances, respectively.
  + This indicates that Device Type 0 and Device Type 1 are the most favored among this group of users.

**III) Search History Analysis**

* **Most Searched Movies**:
  + **365 Days** is the most searched movie, with 15 searches, particularly in the En-IN and IN language groups.
  + **Kurup (Malayalam)** and **Kantara (Hindi)** are also frequently searched, reflecting a preference for local or regional films.
  + **Minnal Murali** has the same number of searches as **Kantara**, indicating a particular interest in regional language films.
* **Devices Used for Search**:
  + **Device 0** is the most popular device for searches, with the highest usage across most regions and accounts.
  + For example, in **IN (India)**, **Device 0** was used 1299 times, far exceeding other devices. This suggests that a majority of search behavior and content usage is concentrated on a few devices.

**IV) Click Stream Analysis**

* **Click Timeframe**:
  + Click activity was relatively low before July 2022 but saw a significant increase after February 20, 2023. This could indicate a shift in account usage or the introduction of new content.
  + **User 8** leads with 484 clicks, followed by **User 7** with 328 clicks, showing they are the most active users in terms of interacting with content.
* **Click Sources**:
  + **Source 0** accounts for the majority of clicks, particularly for users like **User 8** and **User 7**, indicating that most interaction is happening from a primary, consistent source, possibly familiar devices or fixed networks.

**V) Viewing Activity Analysis**

* **Most Watched Movie**:
  + **RRR (Hindi)**, a nearly 3-hour film, is the most-watched, indicating a trend toward long, popular movies.
  + **Minnal Murali** has the highest viewing frequency, with 40 watches, highlighting the popularity of regional or superhero films.
* **Most Active Viewing Days**:
  + **June 13, 2022**, and **May 21, 2023**, had the highest viewing counts, with 89 and 93 views, respectively. These may correspond to holidays or special occasions when users tend to watch more than usual.
* **Viewing Distribution by Country**:
  + **India (IN)** leads in viewership with 5796 views, followed by the **UAE (AE)** with 3957 views. This large discrepancy highlights the concentration of activity primarily in India and, to a lesser extent, in Middle Eastern countries.

**Conclusion:**

* These Netflix accounts are primarily focused on adult content, with a strong inclination toward films from India and other English-speaking regions.
* Users tend to use a small number of specific devices (mainly Device 0 and Device 1) for searching and watching content.
* Local and long-form films are particularly popular, with click and search activity significantly increasing after early 2023.
* Some users (especially User 7 and User 8) are more actively engaged in interaction and viewing, especially regarding device usage and click frequency.