

113.07K

Tổng số khách hàng

7,404bn

Tổng số tài sản (VND) trong tài khoản

133bn

Tài khoản với số tiền lớn nhất (VND)

65.48M

Số tiền trung bình trong tài khoản

67.95K

Số tiền median trong tài khoản

BÁO CÁO TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CỦA KHÁCH HÀNG

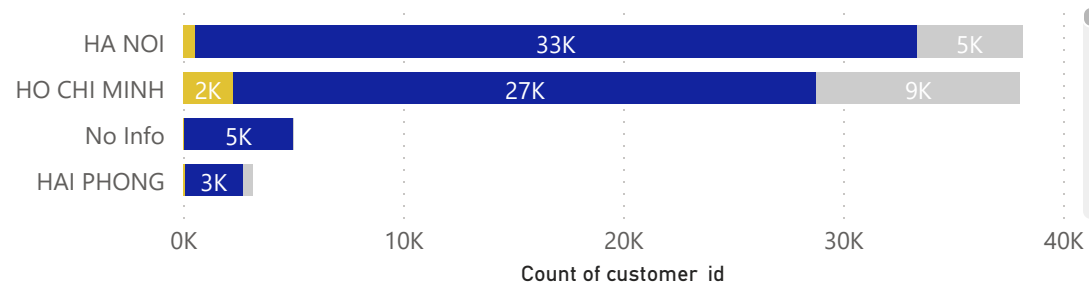
Phân khúc	App Chuyển tiền	Tài khoản thanh toán	Thẻ tín dụng	Gửi tiền có kỳ hạn	Vay tín chấp	Vay thế chấp
Gold	3610	3364	1713	2272	9	2
Regular	91025	82658	12255	7523	629	183
Silver	18227	15436	9675	3952	46	0
Total	112862	101458	23643	13747	684	185

TÓM TẮT: Để tăng trưởng đạt KPI là 20%, cần:

- Tập trung vào **các tỉnh thành với lượng tài sản lớn**, đặc biệt là **Tp. Hồ Chí Minh**.
- Doanh số ở **phân khúc Silver** chưa **thực sự ấn tượng**, cần tập trung **chuyển hóa khách hàng** từ phân khúc Regular thành các khách hàng ở phân khúc cao hơn là Silver hoặc Gold
- Tập trung phát triển 2 dịch vụ là **Thẻ tín dụng** và **Tiền gửi có kỳ hạn** như là 2 dịch vụ trọng yếu do có số **tài sản trung bình trong tài khoản cao** và **tỉ trọng lớn khách hàng phân khúc cao**

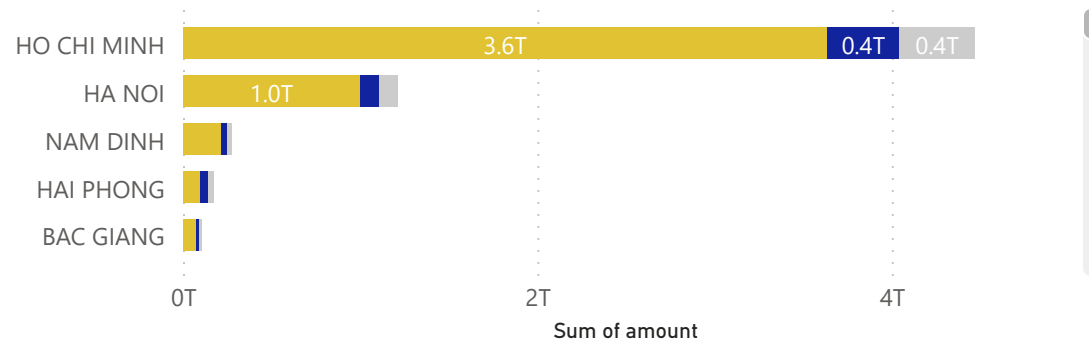
Số khách hàng theo tỉnh thành và phân khúc

Phân khúc ● Gold ● Regular ● Silver

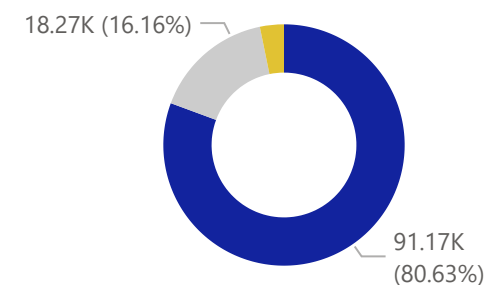


Tổng số tiền theo tỉnh thành và phân khúc

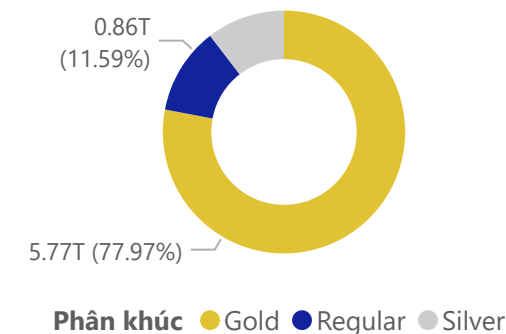
Phân khúc ● Gold ● Regular ● Silver



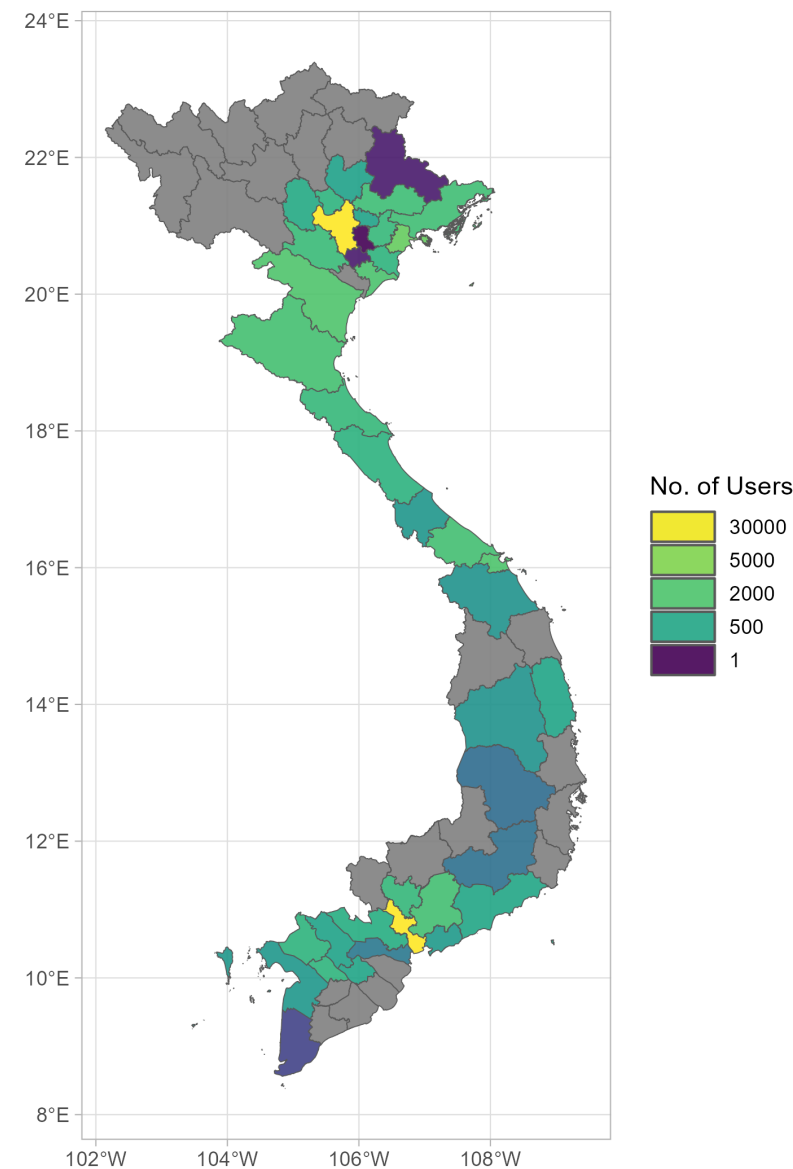
Số khách hàng theo phân khúc



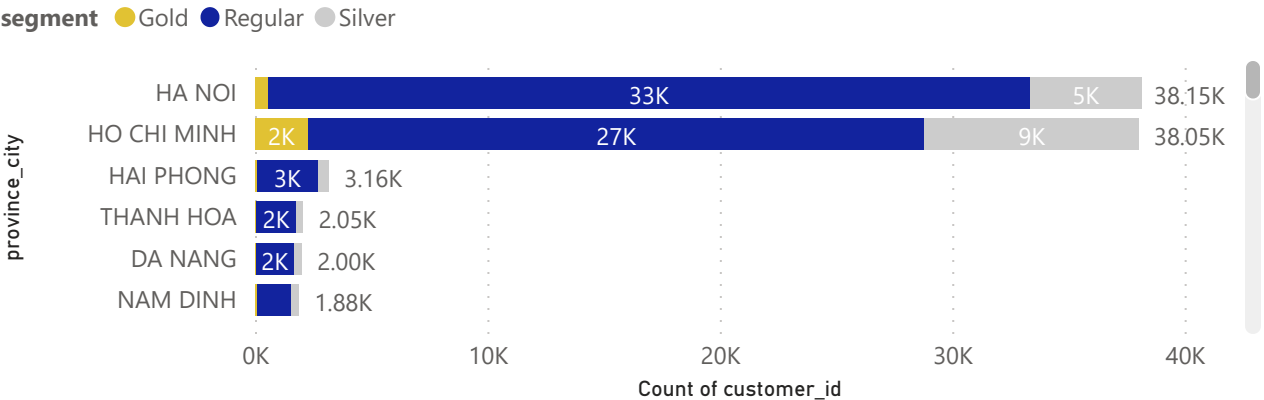
Tổng số tiền theo phân khúc



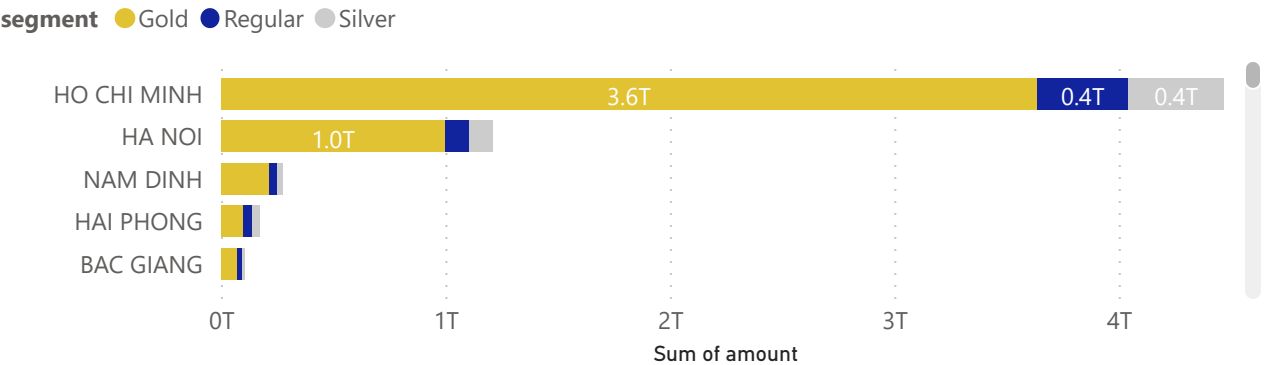
Phân bố khách hàng theo tỉnh thành



Count of customer_id by province_city and segment



Sum of amount by province_city and segment



Độ phủ sóng của ngân hàng là khá cao trên cả nước, trong đó tập trung lớn nhất là **2 thành phố lớn là Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh** với hơn **38,000 khách hàng**

- Phân bố khách hàng của ngân hàng khá **Top-heavy**, khi số khách hàng tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh **nhều hơn các tỉnh thành khác cộng lại**
- Tp. Hồ Chí Minh tuy có lượng khách hàng tương đương với Hà Nội nhưng **tổng tài sản** mà khách hàng nắm giữ tại đây lại **cao hơn rất nhiều** so với khu vực Thủ đô
- Các vùng **chưa có khách hàng** bao gồm khu vực **miền núi Bắc Bộ** và một số tỉnh **Đồng bằng sông Cửu Long**

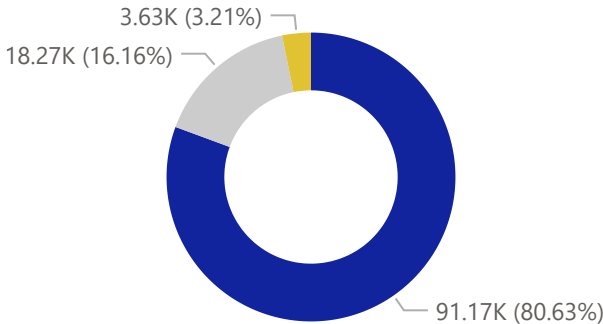
--> Ngân hàng có thể cân nhắc mở rộng hoạt động ở các địa phương này, tuy nhiên các tỉnh này **chưa có nhiều tiềm năng về tài chính ngân hàng**, nên có lẽ chưa có lợi ích lớn khi mở rộng vào đây (ngoại trừ Lào Cai, nơi có nhiều hoạt động giao thương xuất nhập khẩu nhưng lại chưa có chi nhánh của ngân hàng)

--> Tuy nhiên **chiến lược tốt nhất vẫn là tập trung vào các tỉnh thành với lượng tài sản lớn, đặc biệt là Tp. Hồ Chí Minh**

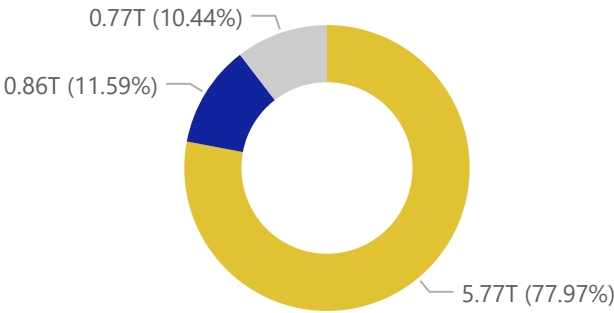
Phân bố khách hàng theo phân khúc



Số khách hàng theo phân khúc

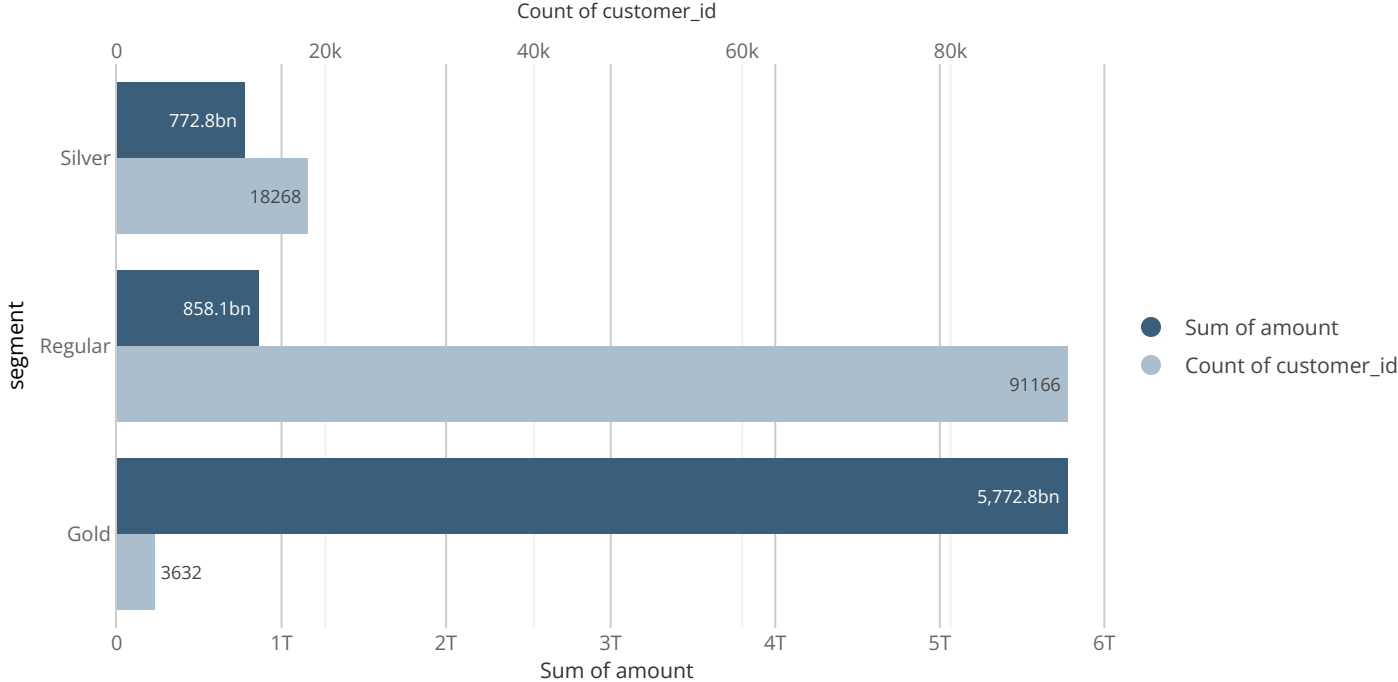


Tổng số tiền theo phân khúc



Phân khúc Gold Regular Silver

Sum of amount, Count of customer_id, Sum of amount and Count of customer_id by segment



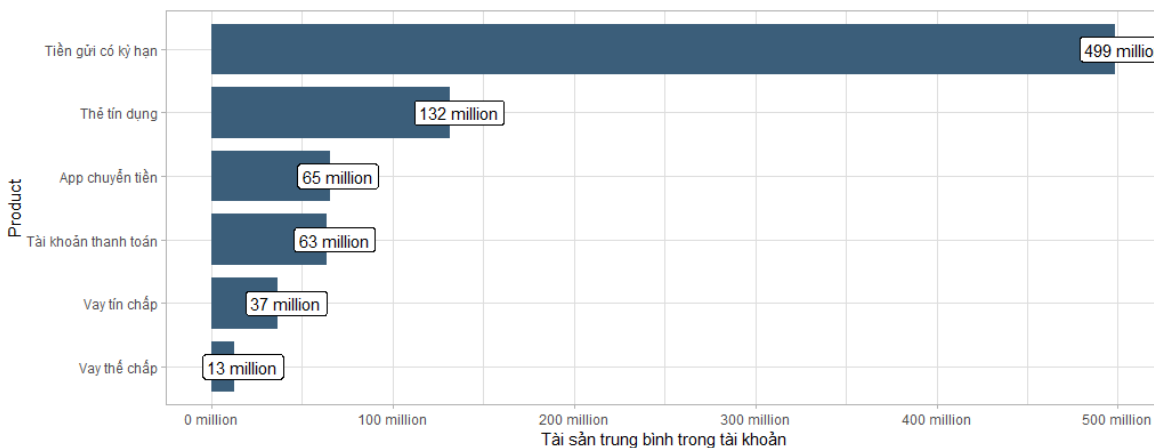
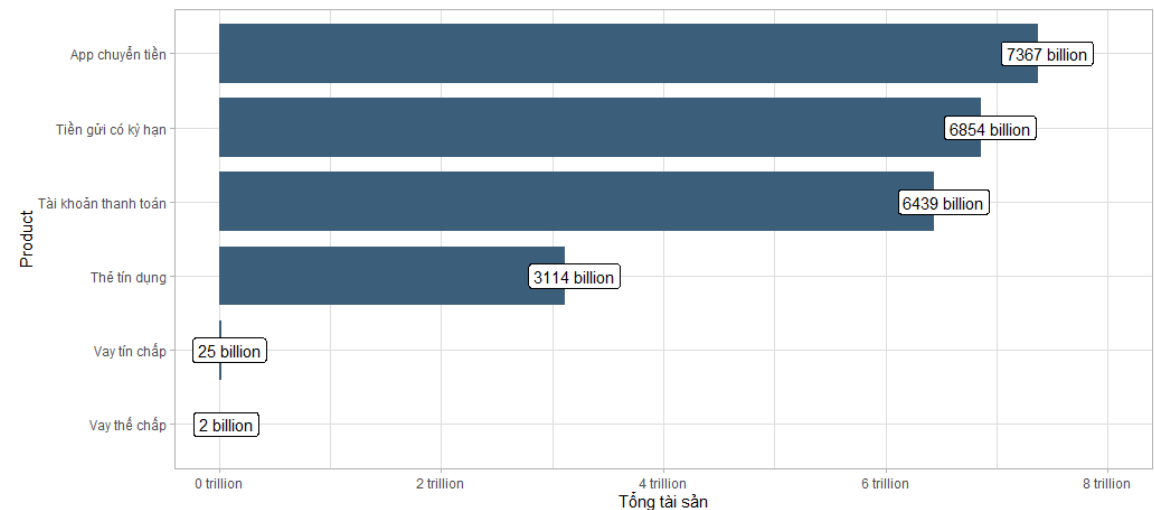
Về phân bố khách hàng theo phân khúc:

- Về số lượng, khách hàng **Gold** chỉ bao gồm **3,632 người**, chiếm **3.21% tổng số** khách hàng, tuy nhiên lượng tài sản ở phân khúc này lại là rất lớn, với tổng cộng là **5.8 nghìn tỉ VND, chiếm 77.79%**
- Ở chiều ngược lại là phân khúc Regular, chiếm **đa số về số lượng nhưng số tài khoản thấp**. Tuy nhiên, đây là phân khúc **dễ thu hút khách hàng mới** nhất vì không cần những sự commitment quá cao
- Phân khúc Silver tuy là phân khúc cao cấp hơn Regular nhưng lượng tài sản **không quá ấn tượng**, thậm chí còn **ít hơn Regular về tổng tài sản**

--> Để tăng KPI dựa vào phân khúc khách hàng, có thể có chiến lược như sau:

- Tập trung **chuyển hóa khách hàng từ phân khúc Regular** thành các khách hàng ở phân khúc cao hơn là Silver hoặc Gold bằng cách **tăng niềm tin** ở người dùng vào dịch vụ của ngân hàng, đồng thời **tăng ưu đãi** cho các thành viên Gold hoặc Silver, khuyến khích người dùng sử dụng dịch vụ hơn. **Khách hàng ở phân khúc cao hơn sẽ sử dụng dịch vụ đều hơn**, mang lại nguồn doanh thu đều đặn và ổn định. **Cần tập trung vào phân khúc Silver hiện đang có doanh số chưa thực sự ấn tượng**
- Ngoài ra còn có thể **thu hút thêm nhiều khách hàng mới** ở phân khúc Regular; tuy doanh số không cao nhưng **số lượng dễ tăng hơn các phân khúc khác**

Phân bố khách hàng theo dịch vụ



Phân khúc	App Chuyển tiền	Tài khoản thanh toán	Thẻ tín dụng	Gửi tiền có kỳ hạn	Vay tín chấp	Vay thế chấp
Gold	3610	3364	1713	2272	9	2
Regular	91025	82658	12255	7523	629	183
Silver	18227	15436	9675	3952	46	0
Total	112862	101458	23643	13747	684	185

Về phân bố khách hàng theo dịch vụ:

- Số tài khoản có sử dụng dịch vụ **App chuyển tiền** chiếm **số lượng lớn nhất với 112,862 tài khoản**, tiếp đến là số tài khoản sử dụng dịch vụ **Thanh toán** với **101,458 tài khoản**.
- Tổng tài sản** ở các tài khoản có sử dụng dịch vụ **App chuyển tiền** là **cao nhất với 7.4 nghìn tỉ VND**
- Về **trung bình** tài sản trong tài khoản, các tài khoản sử dụng dịch vụ **Tiền gửi có kỳ hạn** là **cao nhất với trung bình 499 triệu VND/tài khoản** - khá dễ hiểu khi các chủ tài khoản tiền gửi có kỳ hạn có xu hướng để nhiều tiền trong tài khoản để tăng lãi. Ngoài ra, các tài khoản sử dụng dịch vụ **Thẻ tín dụng** cũng có lượng tiền trung bình khá cao ở mức **132 triệu VND/tài khoản**, cũng dễ giải thích khi các dịch vụ Thẻ tín dụng yêu cầu chủ tài khoản có một mức thu nhập ổn định
- Lưu ý là các tính toán này chỉ bao gồm các tài khoản có sử dụng dịch vụ nhất định. Nếu tài khoản nào không sử dụng dịch vụ nào thì sẽ được loại ra trong phép tính toán của dịch vụ đó

Theo từng phân khúc:

- Số tài khoản ở phân khúc **Silver** và **Gold** có sử dụng dịch vụ **Thẻ tín dụng** và **Tiền gửi có kỳ hạn** có **tỉ trọng khá cao so với các dịch vụ khác** - Đây là **2 dịch vụ có số tiền trung bình trong tài khoản cao nhất**.

--> Có thể xem dịch vụ **Thẻ tín dụng** và **Tiền gửi có kỳ hạn** là **2 dịch vụ trọng yếu** của ngân hàng với **điểm trung bình cao** và có **tỉ lệ cao khách hàng trong phân khúc cao cấp**. Cần tập trung phát triển 2 dịch vụ này để hướng tới nguồn doanh thu ổn định.

Ngoài ra, dịch vụ **App chuyển tiền** có **khối lượng tài sản lớn** và là dịch vụ **phổ biến nhất** của ngân hàng, đặc biệt quan trọng khi tiền điện tử đang ngày càng phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam, và đây là loại hình **dịch vụ cơ bản** cần có. Nên **phát triển những sản phẩm liên quan đến loại hình dịch vụ này** để tăng số lượng khách hàng đến với ngân hàng.