

trustingsocial

Question 2 Presentation

DANG NHAT VIET

LƯU Ý

Những đơn hàng có số lượng lớn có thể đến từ những khách hàng sỉ. Để đảm bảo tính chính xác, những đơn hàng này sẽ được loại bỏ.

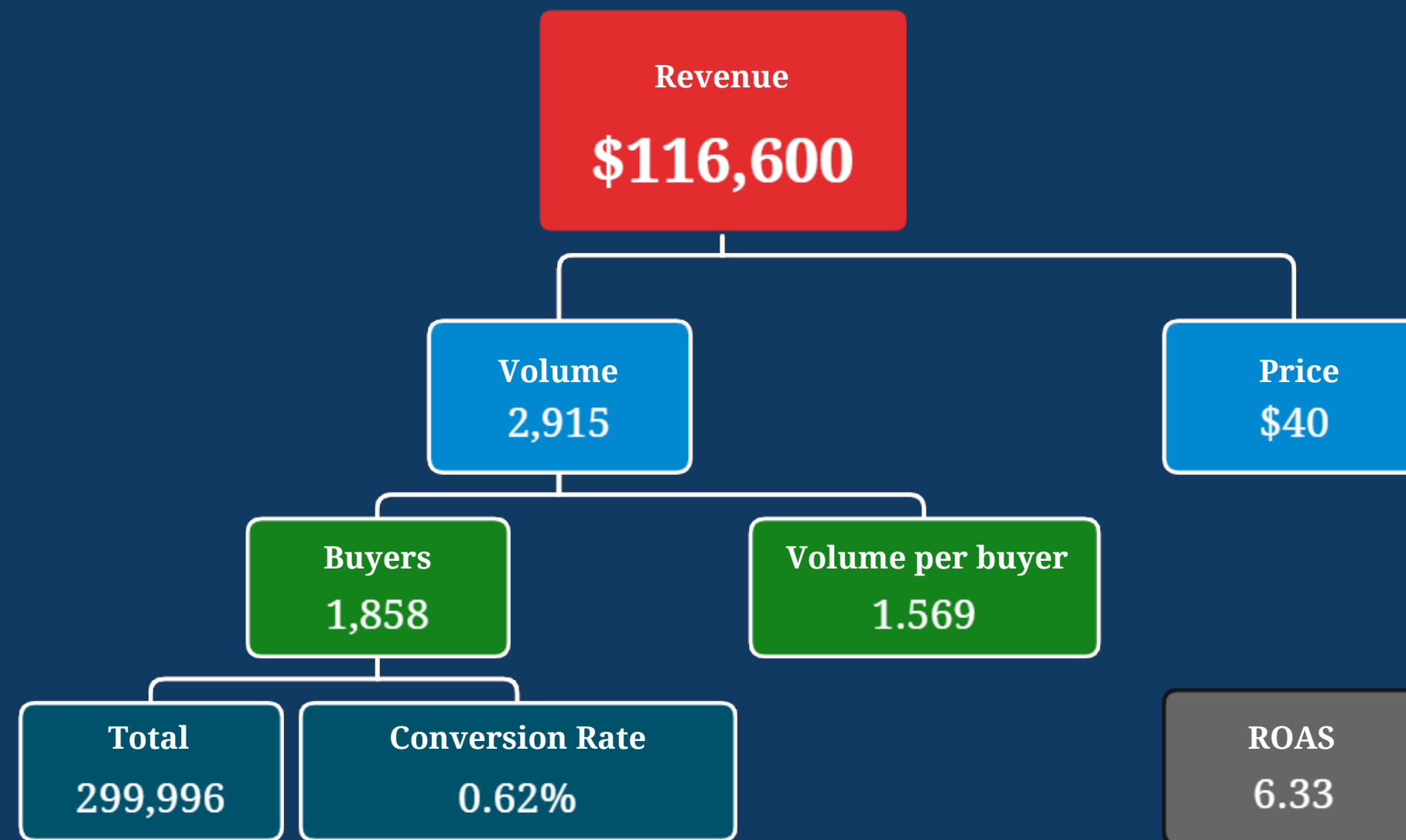
id	send_date	estimated_age	age_range	channel	coupon	clicked	last_step	nb_units	order_value
3,528	04/06/2019	24	18-30	SMS	2	1	purchased	100	3,994
4,773	04/18/2019	31	31-45	SMS	2	1	purchased	60	2,394
659	04/03/2019	53	46-60	SMS	2	1	purchased	30	1,194
2,193	04/01/2019	46	46-60	SMS	4	1	purchased	30	1,188

Số liệu được tính toán trong bài trình bày

trustingsocial

Budget Allocation

DOANH THU THÁNG 4 2019



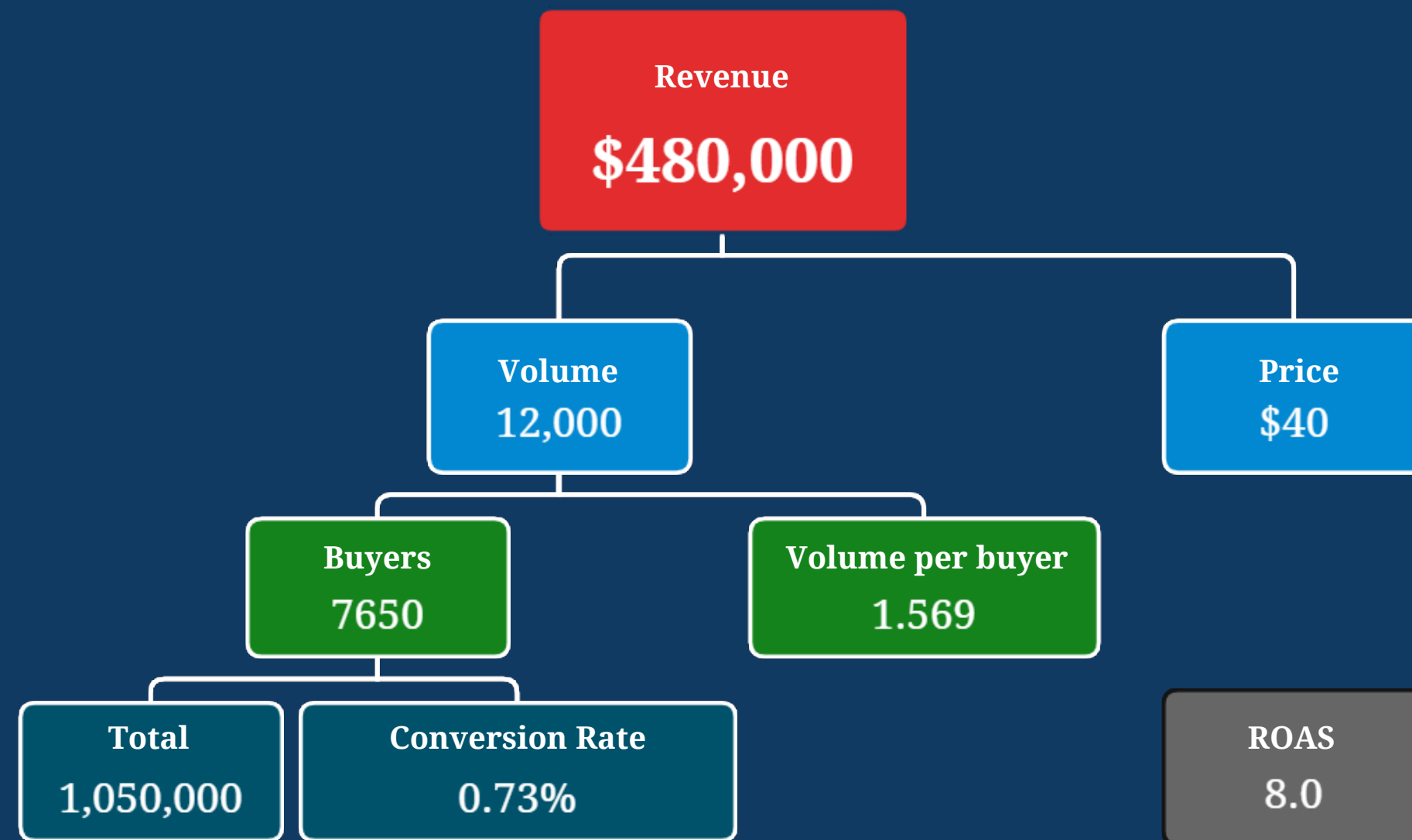
Doanh thu bán lẻ của tháng trước đạt \$116,600.

Tuy nhiên tỷ lệ chuyển đổi thiếu hiệu quả khi thấp hơn nhiều so với tỷ lệ chuyển đổi chung của thị trường cho ngành hàng Đồ gia dụng là 1.09%.

Vấn đề này xuất phát từ việc chạy lần đầu nên chưa thể chọn lọc đối tượng chính xác.

➡ Mục tiêu cho tháng kế tiếp sẽ là cải thiện tỷ lệ chuyển đổi khách hàng và đạt ROAS = 8.

MỤC TIÊU DOANH THU THÁNG 5 2019

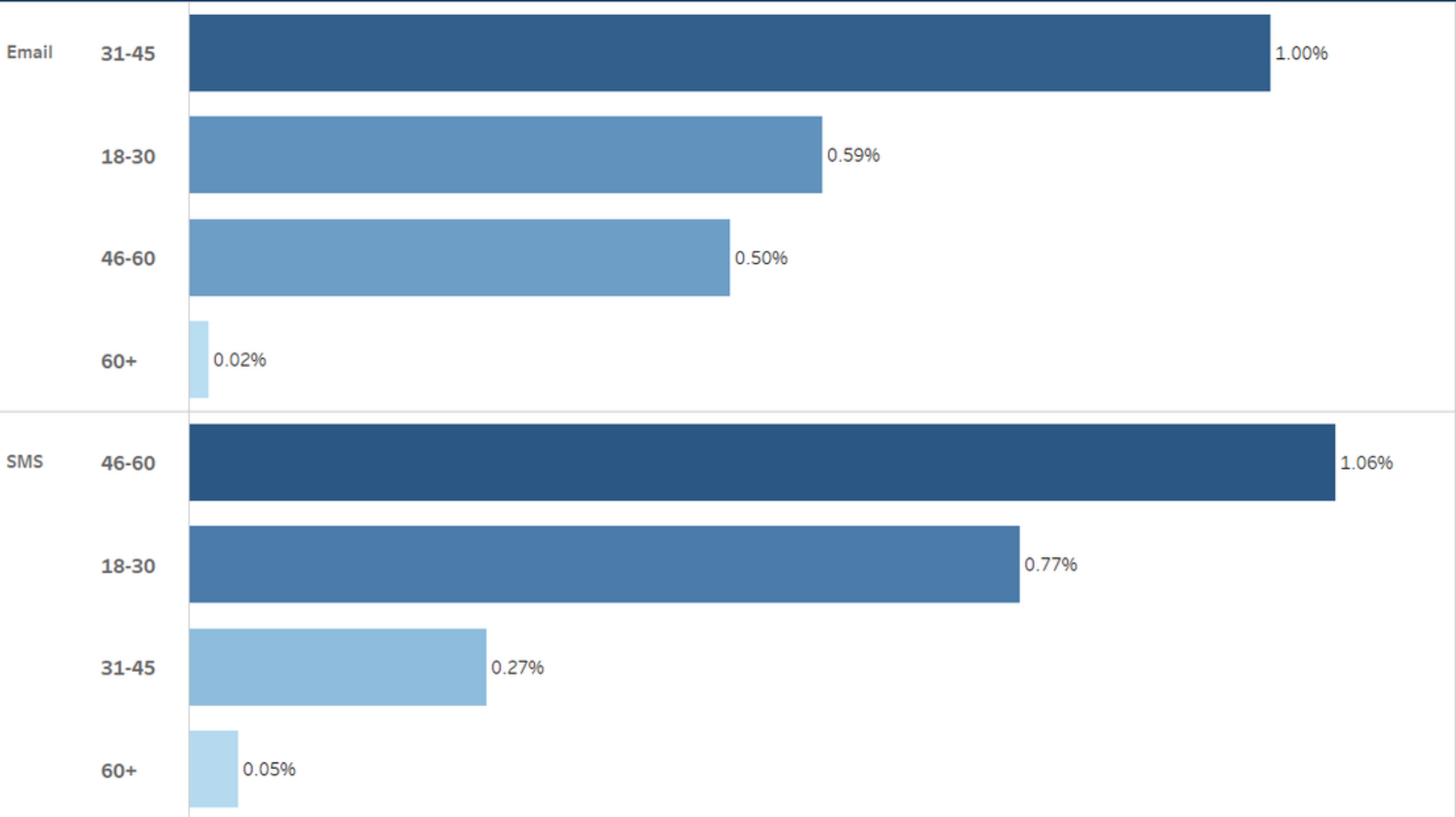


Mục tiêu doanh thu cho tháng tiếp theo là \$480,000.

Với sức mua không đổi và tỷ lệ chuyển đổi kì vọng đạt 0,73%. Việc tiếp cận một tệp khách hàng rộng hơn thì việc tối ưu hiệu quả là cần thiết.

➡ Phân bổ lại ngân sách trên các kênh đến từng nhóm khách hàng một cách hợp lí dựa trên lịch sử hoạt động tháng 4.

Tỷ lệ chuyển đổi theo từng kênh, từng nhóm tuổi



Kênh Email hoạt động hiệu quả hơn với nhóm khách hàng từ 31-45 tuổi.

Trong khi đó, đối với 2 nhóm tuổi là 18-30 và 46-60 thì kênh SMS lại tỏ ra hiệu quả hơn so với Email.

Kênh Email hay SMS đều không hiệu quả khi tiếp cận nhóm 60+.

➡ Nên dùng kênh Email để tiếp cận nhóm tuổi 31-45 và SMS để tiếp cận nhóm 18-30 và 46-60 để đạt được hiệu quả tốt nhất.

Bảng ngân sách dự kiến

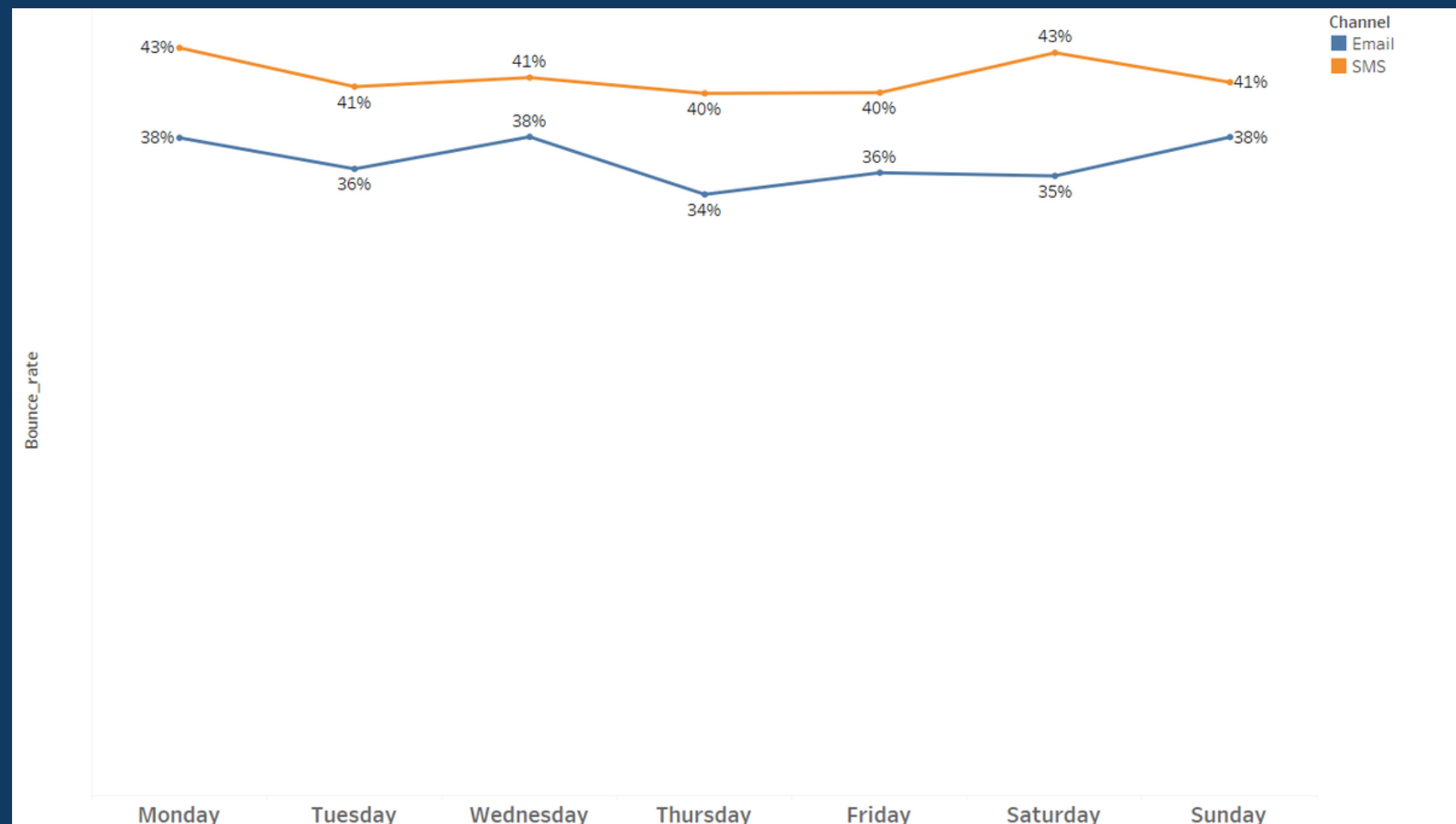
	Email	SMS
18 - 30		\$12,500
31 - 45	\$22,500	
46 - 60		\$25,000

trustingsocial

Website Performance

BOUNCE RATE: **39%**

Bounce rate theo từng kênh, ngày trong tuần



Bounce rate trung bình cả tháng là 39%, con số khá cao so với mặt bằng chung của các web site Ecommere (dao động 20 - 45%).

Nguyên nhân cho vấn đề này có thể xuất phát từ giao diện landing page chưa phù hợp với tệp khách hàng khi mà sản phẩm của thương hiệu trải dài nhiều độ tuổi.

Trong đó kênh SMS luôn có bounce rate cao hơn Email. Nguyên nhân cho vấn đề này là do sự thiếu ổn định khi dùng thiết bị di động.

Bounce rate theo từng kênh, nhóm tuổi

18-30	Email	38%
	SMS	35%
31-45	Email	35%
	SMS	48%
46-60	Email	39%
	SMS	42%
60+	Email	31%
	SMS	33%

Có thể thấy sự chênh lệch giữa bounce rate giữa các kênh trong từng nhóm tuổi thường không quá đáng kể. Chỉ có nhóm 31-45 tuổi là có sự khác biệt đáng chú ý giữa hai kênh.

Không tính đến các yếu tố như tính ổn định của thiết bị, sự khác biệt này có thể đến từ giao diện trên mobile của landing page gây ảnh hưởng xấu đến trải nghiệm người dùng khiến họ rời bỏ website.

Bên cạnh đó ta cũng thấy tỉ lệ bounce rate giữa các nhóm tuổi đóng góp phần lớn doanh thu cũng khá cao (>35%) so với tiêu chuẩn chung của thị trường nên cần cân nhắc xem lại giao diện của landing page để phù hợp cho từng nhóm tuổi.

Tỷ lệ người rời trang sau khi đọc review

49%

Đây là một con số rất cao, là một sản phẩm thế hệ mới, đồng nghĩa với việc niềm tin cho sản phẩm chưa cao.

Cần có những hành động khuyến khích những người đã mua hàng quay lại review. Ví dụ như tặng coupon cho lần mua tiếp theo khi tham gia đánh giá sản phẩm để có thể gây dựng lòng tin cho khách hàng tới sau.

Bên cạnh đó, cần phải thiết kế phần review sao cho thuận tiện với người dùng, cho phép họ đăng hình ảnh, video trải nghiệm sản phẩm để tăng lòng tin cho khách hàng.

Abandonment Rate

50%

Đây là một con số thấp so với chuẩn thị trường nói chung (60-80%).

Để cải thiện, có thể cân nhắc các biện pháp sau:

- Đơn giản hóa quy trình thanh toán, mua hàng không cần tạo tài khoản.
- Cung cấp đa dạng các phương tiện thanh toán.
- Rõ ràng các chính sách hoàn trả.

Khuyến nghị:

- Điều chỉnh landing page (tốc độ tải site, UI/UX, nội dung,...).
- Khuyến khích khách hàng quay lại review.
- Thiết kế phần review thuận tiện cho người dùng.
- Đơn giản hóa quy trình thanh toán, mua hàng không cần tạo tài khoản.
- Cung cấp đa dạng các phương tiện thanh toán.
- Rõ ràng các chính sách hoàn trả.

THANK YOU