**PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH THÁNG 8 – 2023**

1. Tổng quan tình hình kinh doanh

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Doanh thu tháng 8 đạt được 1,916,220,942

Lợi nhuận 964,091,219

Tổng số khách hàng: 77

Tổng số đơn hàng:125

Tổng số sản phẩm: 126

Doanh số theo sản phẩm: Razor chiếm nhiều nhất: 1,126 tỷ

Doanh số theo nhân viên: ĐVCV đang mang lại doanh thu cao nhất: hơn 1 tỷ

1. **Phân tích**
2. Doanh thu

So với tháng 7 thì doanh số tháng 8 có sự giảm nhé với chỉ số tăng trưởng -18%. So với cùng kỳ năm ngoái thì chỉ số tăng trưởng tăng 16%

A screen shot of a graph

Description automatically generated

Phân tích sự thay đổi:

Những yếu tố có thể tác động đến sự thay đổi doanh thu:

Doanh thu = số lượng \* giá bán

Giá bán là yếu tố không thay đổi

Vậy yếu tố thay đổi chính là số lượng bán. Từ lượng bán ta có thể phân ra những tiêu điểm như: Lượng khách, tỉ lệ mua và lượng mua. Đây là những yếu tố gián tiếp ảnh hưởng đến sự thay đổi doanh thu so với tháng trước.

* 1. **Số lượng khách**

Tháng 8: 77 khách trong đó có 9 khách hàng mới

Tháng 7: 74 khách trong đó có 15 khách hàng mới

Mặc dù số lượng khách hàng tháng 8 nhiều hơn số lượng khách hàng ở tháng 7, nhưng doanh số tháng 7 lại cao hơn tháng 8. Vậy chứng tỏ rằng số trị giá hóa đơn của khách hàng ở tháng 7 nhiều hơn tháng 8.

Trị giá hóa đơn trung bình tháng 8: 16,000,000

Trị giá hóa đơn trung bình tháng 7: 20,168,000

Tháng 7 có nhiều số lượng khách hàng mới hơn, như đã phân tích tháng trước thì doanh thu từ nhóm khách hàng mới này cũng đóng góp 1 phần vào doanh thu tổng. Chính vì vậy tháng 8 số lượng khách hàng mới ít hơn nên dẫn đến doanh thu sụt giảm.

* 1. Số lượng sản phẩm

Tháng 7: 158 sản phẩm

Tháng 8: 126 sản phẩm

Trong tháng 7 bán ra được với số lượng sản phẩm nhiều hơn tháng 8, đây cũng là lý do tác động đến sự sụt giảm doanh thu tháng 8. Vậy những sản phẩm nào đã bị sụt giảm?

A screenshot of a graph

Description automatically generated

Có thể dễ dàng nhận ra sản phẩm bị sụt giảm rõ nhất đó là dòng sản phẩm premill và dòng phôi Razor.

So sánh doanh thu cùng kỳ năm ngoái:

A graph with a red line

Description automatically generated

So với cùng kỳ năm ngoái thì doanh thu có sự tăng trưởng nhẹ. Tuy nhiên doanh thu tháng 7 lên tháng 8 năm ngoái cũng có chiều hướng đi xuống.

1. Khách hàng
   1. Khách hàng mới

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Danh sách khách hàng mới trong tháng 8. So với tháng 7 thì không những số lượng khách hàng ít hơn mà giá trị mỗi đơn hàng cũng thấp hơn. Ngoài ra cũng có 2 khách hàng mới nhưng chưa chính thức sử dụng sản phẩm của bên mình, có thể mới dùng hàng mẫu nên đối tượng này chưa mang lại doanh thu cho công ty.

Trong tổng số những khách hàng trên có 3 khách hàng có khả năng mang lại giá trị cao cho lần mua tiếp theo. Đó là Lab Đại Nam – Hà Nội, Nha khoa Nụ Cười, My Lab. Đây là những khách tuy mới sử dụng lần đâu nhưng trị giá hóa đơn mua hàng được đánh giá ở mức khá được so với mặt bằng những khách hàng mới khác. Để tìm hiểu cụ thể xem nhưng khách hàng này đang hướng đến sản phẩm nào của công ty ta sẽ cùng đi vào phân tích chi tiết sau đây:

* + 1. My Lab

A diagram of a computer

Description automatically generated with medium confidence

Khách hàng này chỉ sử dụng dòng phôi Razor, trong đó dùng chủ yếu là dòng Razor 1300, và có dùng 1 ít phôi Razor Cap. Trong 1300 dùng vừa phôi trắng vừa phôi màu, Phôi màu dùng size 12 trong khi phôi trắng dùng size 14.

Đối với 1 khách hàng mới sử dụng sản phẩm của công ty mà đã có nhiều sự trải nghiệm khác nhau thì chứng tỏ sản phẩm của mình đã có sự tin tưởng nhất định đối với khách hàng này. Tuy nhiên công ty còn nhiều dòng sản phẩm khác nữa, đặc biệt là dòng Everest, có thể tư vấn thêm và cho khách hàng tiếp cận thêm sản phẩm này để tăng doanh số cũng như trải nghiệm cho khách hàng.

* + 1. Lab Đại Nam – Hà Nội

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Khách hàng này cũng chỉ sử dùng dòng phôi Razor 1300 là chính

* + 1. Nha khoa Nụ Cười

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Khách hàng này chỉ sử dụng premill

Khách hàng mới trong tháng này hầu hết chỉ dùng phôi Razor , không thấy khách hàng sử dụng phôi Everest. Lý do là gì? Tìm hiểu nguyên nhân tại sao khách hàng lại không tiếp cận dòng sản phẩm này? Do khách không đáp ứng được giá thành với dòng sản phẩm này hay khách hàng không có nhu cầu sử dụng dòng này.

* 1. **Khách hàng mới trong tháng 7**

Trong số những khách hàng mới trong tháng 7 thì có 2 khách quay lại mua hàng trong tháng 8 như sau:

**Lab Aion:**

A screenshot of a data

Description automatically generated

Tháng 8 khách hàng này quay lại chỉ tiếp tục sử dụng phôi Razor. Không thấy sử dụng phôi Everest. Có thể tìm hiểu nguyên nhân là do đâu? Ví dụ khách còn đang còn hàng tồn kho hay do dòng phôi này không còn phù hợp với nhu cầu của khách hàng này nữa.

**Lab Vũ Digtal Quãng Ngãi**

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Nhận xét: tháng 8 khách hàng mới không xài dòng phôi Everest, khách hàng mới tháng 7 cũng không sử dụng phôi này. Vậy dòng phôi này chỉ được sử dụng bởi những khách hàng cũ, doanh thu của dòng sản phẩm này cũng không có thay đổi tháng 8 không có sự thay đổi để phân tích về dòng sản phẩm này.

* 1. Khách hàng RFM

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Những khách hàng có hóa đơn mua hàng trong tháng 8, ta có thể thấy đây đều là những khách hàng có tần suất mua hàng cao và giá trị đơn hàng cũng cao. Trong danh sách trên có lab K&G có tần suất mua hàng cao, nhưng mà giá trị mỗi đơn hàng thì còn thấp.

A graph with a line

Description automatically generated

Hình: doanh thu lab K&G từ tháng 1- 8

Ta có thể thấy hầu như tháng nào khách này cũng mua hàng nhưng từ sau tháng 3 thì doanh thu bắt đầu sụt giảm mạnh, cho tới tháng 8 mới tăng đột biến lên.

A graph of a graph

Description automatically generated with medium confidence

*Hình: doanh thu theo sản phẩm lab K&G*

Trong quá khứ khách hàng này sử dụng nhiều ở dòng phôi Everest vào tháng 2, tuy nhiên đến tháng 6 mới quay lại mua nhưng doanh số từ dòng sản phẩm này lại sụt giảm đáng kể. Kể cả dòng phôi Razor cũng có sự biến thiên theo dòng phôi Everest. Vào tháng 8 thì khách này đã quay lại và mua cả 2 dòng Razor và Everest. Công ty nên có những chiến lược khai thác thêm nhu cầu của đối tượng khách hàng này và tìm hiểu nguyên nhân tại sao lại bị sụt giảm doanh số từ tháng 3 tới tháng 7. Nếu chỉ số Monetary của khách hàng này lên thì khả năng cao sẽ trở thành khách hàng “Star” của công ty.

Khách hàng có chỉ số RFM cũng đáng để xem xét là khách: Lab nha khoa Tâm Đức( RFM: 244)

A graph of a graph

Description automatically generated

Khách hàng này đã từng có đơn hàng giá trị có cho công ty vào thời điểm tháng 3, tuy nhiên sau đó tụt giảm nghiêm trọng, tới tháng 7 thì mới bắt đầu quay lại mua nhưng so với những đơn hàng trước đây thì có sự giảm mạnh. Và tháng 8 vẫn chưa đặt hàng lại. vậy nguyên nhân khiến khách hàng này thay đổi như vậy là do đâu? Công ty cần có những sự chăm sóc quan tâm đến nhu cầu của khách hàng này để đánh giá được chính xác nhóm đối tượng khách hàng.

Tương tự khách hàng Phúc An Lab có chỉ số RFM là 244. Đây cũng là khách hàng mang lại giá trị doanh thu khá cao cho doanh nghiệm nhưng thời gian gần đây thì doanh số từ khách hàng này đang có xu hướng giảm, cụ thể:

A graph with a line and a line

Description automatically generated with medium confidence

*Hình: doanh thu Phúc An Lab từ tháng 1 đến tháng 7*

Khách hàng này có giá trị hóa đơn cao nhất vào tháng 6, sang tháng 7 lại bị sụt giảm so với mức giá trị bình quân. Có thể do tháng 6 đến thời điểm hiện tại vẫn còn hàng tồn kho nên tháng 8 không có đơn hàng. Cần theo dõi khách hàng này vào tháng sau để đánh giá cụ thể hơn.

Nhìn chung đa số những khách hàng có chỉ số RFM cao thì đều duy trì được tần suất cũng như giá trị đơn hàng của mình. Chỉ có 1 và khách có sự biến thiên thay đổi thì đã phân tích ở trên.

1. **Nhân viên**

A graph with red and green bars

Description automatically generated

*Hình: doanh thu là lợi nhuận theo nhân viên*

Có 2 nhân viên có doanh thu tháng này thấp hơn tháng trước, và 3 nhân viên còn lại thì tháng này có doanh thu cao hơn.

Nhìn vào biểu đồ ta có thể dễ dàng thấy rõ được doanh thu cao nhất là Đặng Văn Công Việt. Tuy nhiên phần trăm lợi nhuận cao nhất lại là nhân viên Tạ Ngọc Tiến. Vậy nguyên nhân là gì?

Có thể do những dòng sản phẩm của TNT bán mang lại giá trị lợi nhuận cao như là dòng sản phẩm Everest. Còn sản phẩm mà ĐVCV là những dòng sản phẩm có tỉ lệ lợi nhuận thấp như Razor.

Hoặc cũng có thể do nhân viên ĐVCV đưa ra tỉ lệ chiết khấu cho khách hàng cao.

A screenshot of a computer screen

Description automatically generated

*Hình: mức chiết khấu trung bình theo nhân viên*

Có 2 nhân viên tỉ lệ chiết khấu cao hơn mức chiết khấu trung bình nên có thể đây cũng là lý do khiến cho doanh thu cao nhưng tỉ số lợi nhuận thấp.

Doanh số bán hàng của nhân viên theo thời gian:

* 1. **Đặng Văn Công Việt**

Tháng này không có khách hàng mới.

A graph on a screen

Description automatically generated

*Hình: doanh số bán hàng của nv ĐVCV từ T1-T8*

Doanh số biến động lên xuống qua từng tháng.

A graph with lines and numbers

Description automatically generated

*Hình: số đơn hàng và khách hàng của Đặng Văn Công Việt*

Nhìn vào biểu đồ ta thấy số đơn hàng và số khách hàng trong tháng 8 tăng lên so với tháng 7. Tuy nhiên doanh số tháng 8 lại thấp hơn tháng 7

Dưới đây là doanh số theo sản phẩm của nhân viên:

A graph of a line

Description automatically generated with medium confidence

*Hình : doanh số theo sản phẩm của nv ĐVCV*

Như đã phân tích ở trên thì dòng sản phẩm chính mà nhân viên này bán đó là Razor. Tuy nhiên nhìn vào biểu đồ ta có thể thấy là dòng phôi Everest có doanh số tăng từ tháng 6 đến tháng 8. Nhưng những tháng trước dòng sản phẩm này cũng biến thiên thất thường, nên để tăng tỉ suất lợi nhuận lên thì nhân viên ĐVCV nên tập trung phát triển dòng sản phẩm này.

* 1. **Từ Khánh Huy**
* Khách hàng mới: 2
* Số lượng khách hàng: 28
* Số lượng đơn hàng: 40
* Giá trị đơn hàng trung bình:
* Tỉ suất lợi nhuận: 53,83%
* Doanh thu theo sản phẩm

A graph with lines and numbers

Description automatically generated

*Hỉnh: tổng đơn hàng và khách hàng của NV Từ Khánh Huy theo thời gian*

Số lượng khách hàng tháng 8 tăng nhẹ so với tháng 7 tuy nhiên so với khoảng thời gian trước thì số lượng khách hàng lại ít hơn. Số lượng đơn hàng chỉ tăng 1 đơn so với tháng trước.

Mặc dù số lượng khách tăng nhưng doanh số tháng 8 lại bị sụt giảm so với tháng 7.

A graph with lines and numbers

Description automatically generated

*Hình: doanh thu theo thời gian của nhân viên TKH*

Dòng sản phẩm chủ yếu nhân viên này bán là Razor, trước tháng 6 thì có chiều hướng giảm, qua tháng 7 bắt đầu tăng nhưng sang tháng 8 lại giảm. Tuy nhiên đối với dòng Everest thì doanh số lại có chiều hướng đi lên so với thời điểm từ tháng 4.

* 1. **Tạ Ngọc Tiến**

A screenshot of a computer

Description automatically generated

*Hình: Tổng quan nhân viên Tạ Ngọc Tiến*

A graph of a graph

Description automatically generated with medium confidence

*Hình: Số lượng khách hàng và đơn hàng Tạ Ngoc Tiến*

A graph of a line

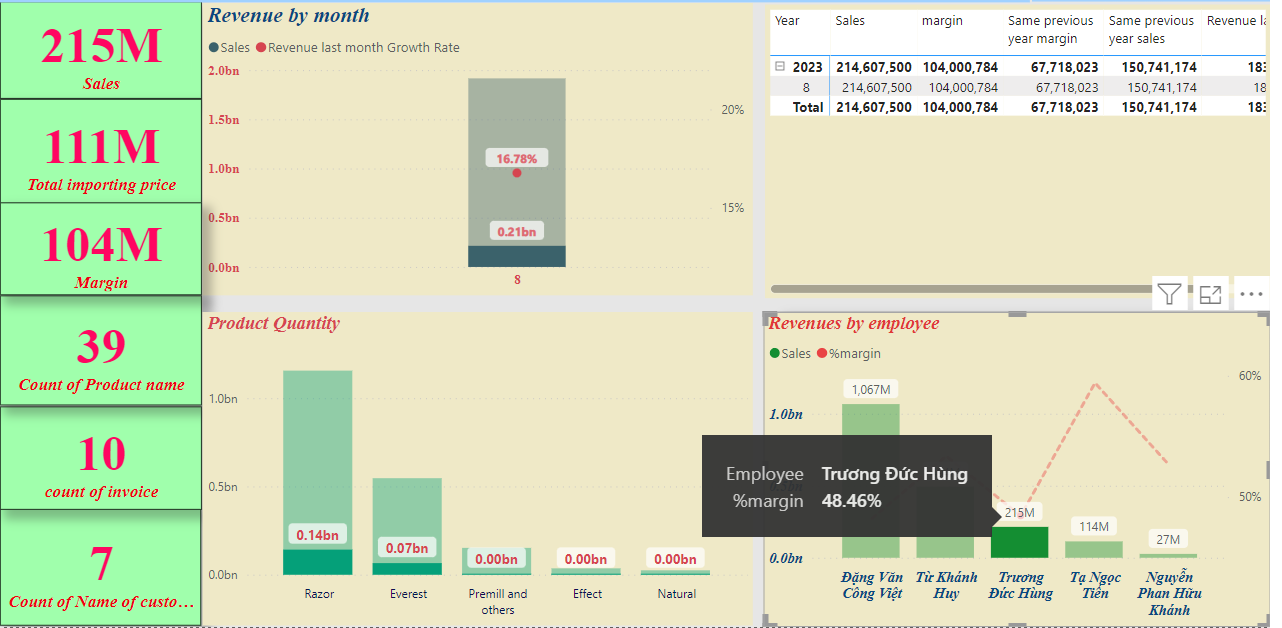
Description automatically generated with medium confidence

*Hình: doanh thu từng sản phẩm theo thời gian của nv Tạ Ngọc Tiến*

Dòng sản phẩm chính của nhân viên Tạ Ngọc Tiến đó là Everest, nhìn vào biểu đồ ta cũng dễ dàng thấy được dòng Everest vượt trội hơn hẳn những dòng sản phẩm khác. Đó là lý do vì sao tỉ suất lợi nhuận của nhân viên này lại cao nhất so với những nhân viên có doanh số cao hơn (tỉ suất lợi nhuận: gần 60%) So sánh từ tháng 2 trở đi thì ta thấy doanh số có chiều hướng đi lên đến tháng 7 lại giảm sụt, như đã phân tích ở bài trước vì tháng 7 lý do đi khai thác thị trường Hà Nội nên doanh số không có. Tuy nhiên sang tháng 8 bắt đầu lại tăng nhẹ, có khởi sắc ở dòng Everest.

Nhân viên này có 6 khách hàng mới trong tháng 8 (là nhân viên có nhiều khách hàng mới nhất). Trong đó có 5 khách hàng sử dụng sản phẩm, còn 1 khách hàng không có doanh thu (có thể đang dùng thử). Như đã phân tích ở mục khách hàng mới thì trong số những khách này nên đầu tư để khai thác thêm nhu cầu của 2 đối tượng khách hàng lab Đại Nam và Nha khoa Nụ Cười.

* 1. **Trương Đức Hùng**



*Hình:Tổng quan nhân viên Trương Đức Hùng*

Tháng này Trương Đức Hùng không có nhân viên mới.

A graph of a number of numbers

Description automatically generated with medium confidence

Số lượng khách hàng của Hùng 2 tháng gần đây vẫn giữ nguyên, không có khách hàng mới và không tăng khách hàng cũ. Số lượng khách hàng giữ nguyên nhưng lượng đơn hàng lại giảm hơn so với tháng trước.

A graph of different colored lines

Description automatically generated

*Hình: doanh thu nhóm sản phẩm theo thời gian của nhân viên Trương Đức Hùng*

Nhân viên TĐH bán được khá đều cả 2 dòng sản phẩm Razor và Everest. Đối với dòng sản phẩm Everest đạt doanh số cao nhất vào tháng 6 tuy nhiên lại đang có chiều hướng giảm dần, còn phôi Razor có xu hướng giảm từ tháng 3 tới tháng 6 bắt đầu lại tăng đều tới tháng 8.

* 1. Nguyễn Phan Hữu Khánh

A screenshot of a computer

Description automatically generated

*Hình: Tổng quan Nguyễn Phan Hữu Khánh*

A graph of a graph

Description automatically generated

*Hình: tổng đơn hàng và khách hàng của Nv Nguyễn Phan Hữu Khánh*

A graph with lines and numbers

Description automatically generated

*Hình: doanh thu theo sản phẩm của nv Nguyễn Phan Hữu Khánh*

Tháng 8 nv Khánh có doanh thu tốt nhất trong thời gian vừa qua, tuy tháng 8 số lượng đơn hàng và khách hàng giảm hơn so với tháng 7 nhưng doanh thu lại cao hơn.