

---

# PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA KHÁCH HÀNG TRÊN SÀN TMĐT THỜI TRANG

Trần Anh Tiến

Chi tiết báo cáo: [tại đây](#)



## ĐỊNH NGHĨA CÁC DỮ LIỆU

Users	Tất cả các tài khoản có trong bộ dữ liệu
Active users	Những tài khoản sử dụng ít nhất 1 tính năng trên sàn (thích sản phẩm, follow tài khoản, bán hàng,...)
Seller	Những tài khoản đã bán hàng hoặc có sản phẩm trong gian hàng của mình
Buyer	Những tài khoản đã mua hàng hoặc có sản phẩm trong giỏ hàng của mình
Successful seller	Những tài khoản đã bán hàng thành công
Successful buyer	Những tài khoản đã mua hàng thành công
Tính năng mạng xã hội	Gồm 2 tính năng là thích và theo dõi tài khoản khác
Product wished	Số lượng sản phẩm trong giỏ hàng
Product bought	Số lượng sản phẩm đã mua
Product listed	Số lượng sản phẩm trong gian hàng
Product sold	Số lượng sản phẩm đã bán

# NỘI DUNG CHÍNH

**01**

Tổng quan về sàn TMĐT

**02**

Phân tích tính năng mạng xã hội

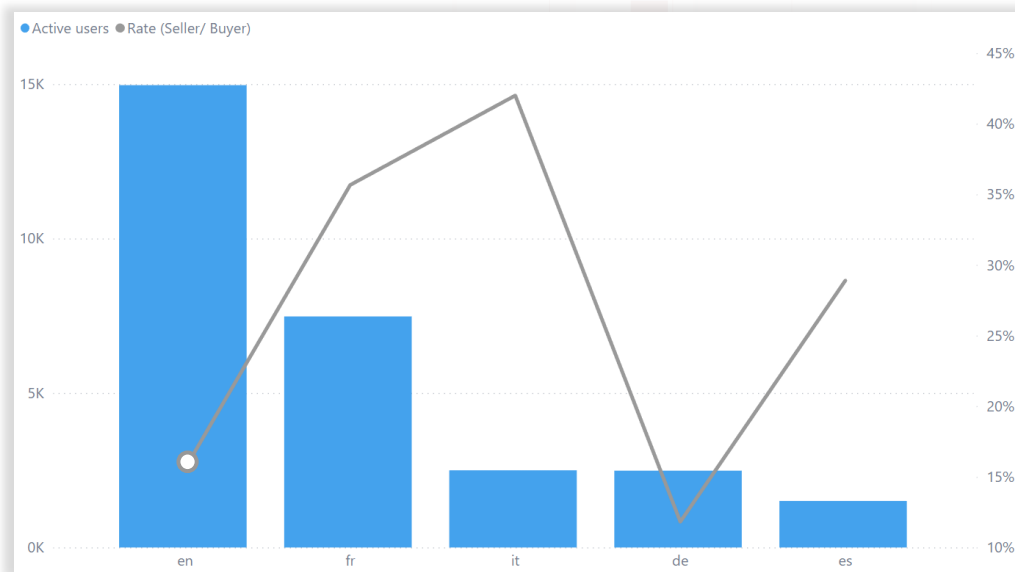
**03**

Phân tích hoạt động của các tài khoản

**04**

Phân tích các tài khoản đang không còn hoạt động

# 1. TỔNG QUAN VỀ SÀN TMĐT

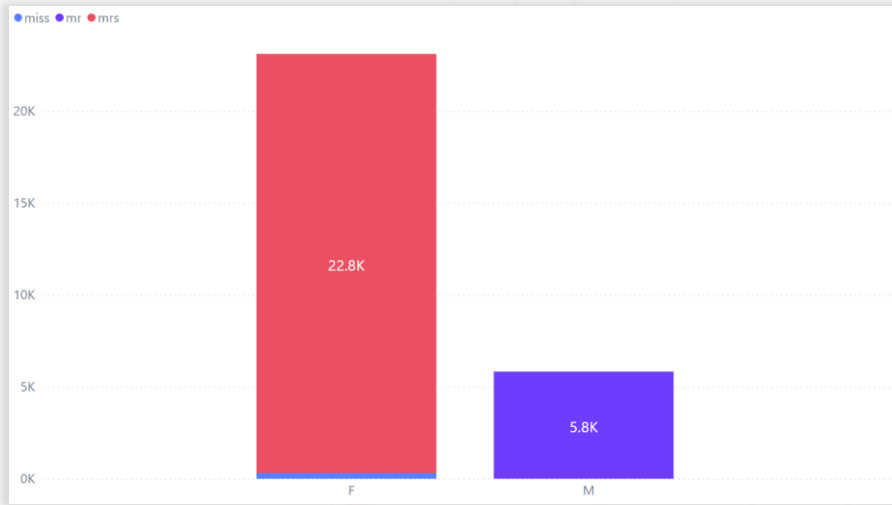


"Active users" phân chia theo ngôn ngữ

- Sàn thương mại điện tử từ Pháp, đã mở rộng ra các nước khác -> **ngôn ngữ chủ yếu được sử dụng là tiếng Anh**
- Tỷ lệ seller/ buyer của các tài khoản sử dụng tiếng Anh thấp -> **số lượng seller (người bán) dùng tiếng Anh thấp**

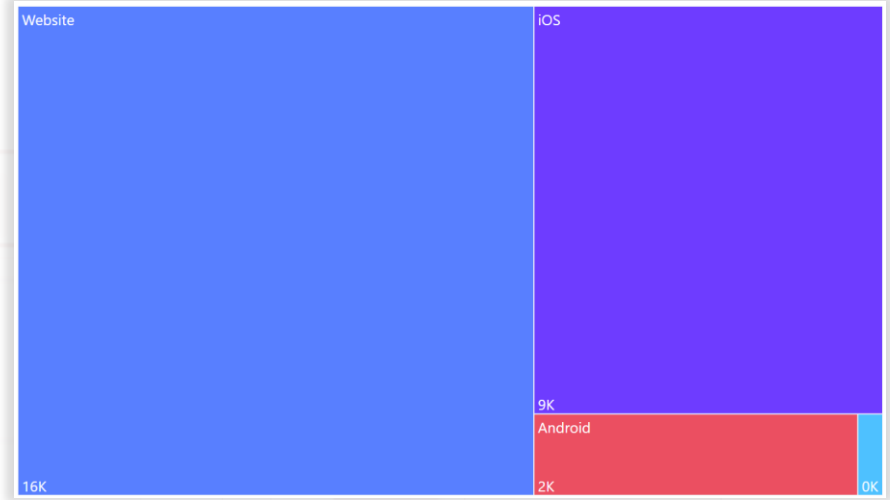
"Active users": là các tài khoản sử dụng ít nhất 1 tính năng trên sàn (mua, bán, thích sản phẩm,...)

# 1. TỔNG QUAN VỀ SÀN TMĐT



"Active users" phân chia theo giới tính

- Sàn TMĐT về thời trang có người sử dụng chủ yếu là nữ
- Phân khúc người dùng sẽ là những phụ nữ đã có gia đình (mrs)

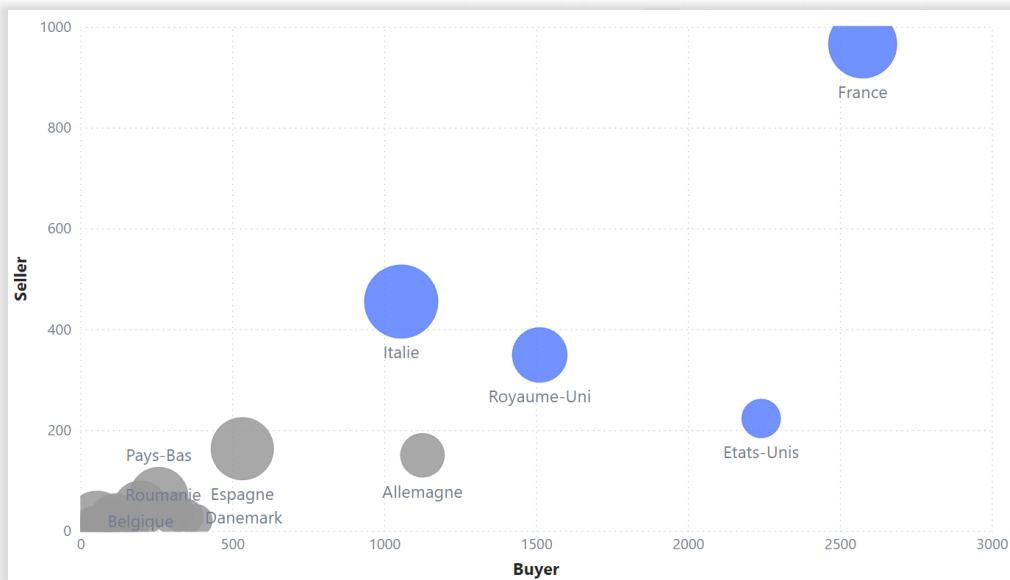


"Active users" phân chia theo nền tảng

- Nền tảng Website và iOS là các nền tảng được sử dụng nhiều nhất

"Active users": là các tài khoản sử dụng ít nhất 1 tính năng trên sàn (mua, bán, thích sản phẩm,...)

# 1. TỔNG QUAN VỀ SÀN TMĐT



*Phân chia người bán và người mua theo đất nước*

- Sàn TMĐT bắt đầu từ Pháp nên sẽ có số lượng người mua và người bán từ Pháp là đông nhất
- Sau khi bắt đầu từ Pháp thì các nước có thời trang phát triển như Ý, Anh (Royaume-Uni), Mỹ (états unis) cũng sẽ tập trung ở trên đó

Buyer: các tài khoản đã mua hàng hoặc có sản phẩm trong giỏ hàng  
Seller: các tài khoản đã bán hàng hoặc có sản phẩm trong gian hàng

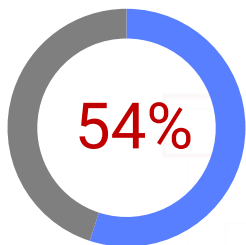
# 1. TỔNG QUAN VỀ SÀN TMĐT



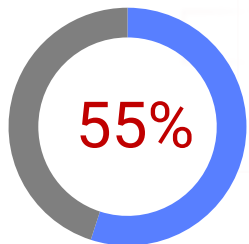
## 2. PHÂN TÍCH TÍNH NĂNG MẠNG XÃ HỘI

29K

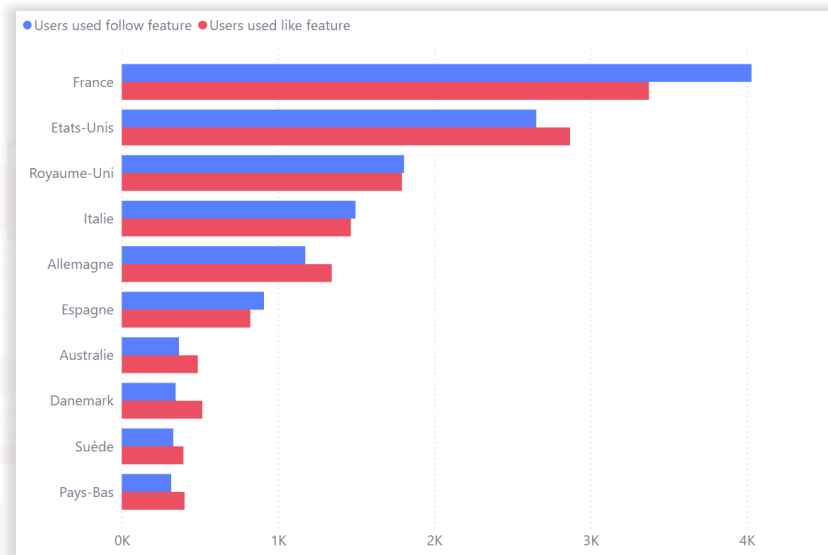
Người dùng đã hoạt động  
(active users)



Hơn 16K tài khoản đã sử dụng  
tính năng follow người khác



Hơn 16K tài khoản đã sử dụng  
tính năng like sản phẩm

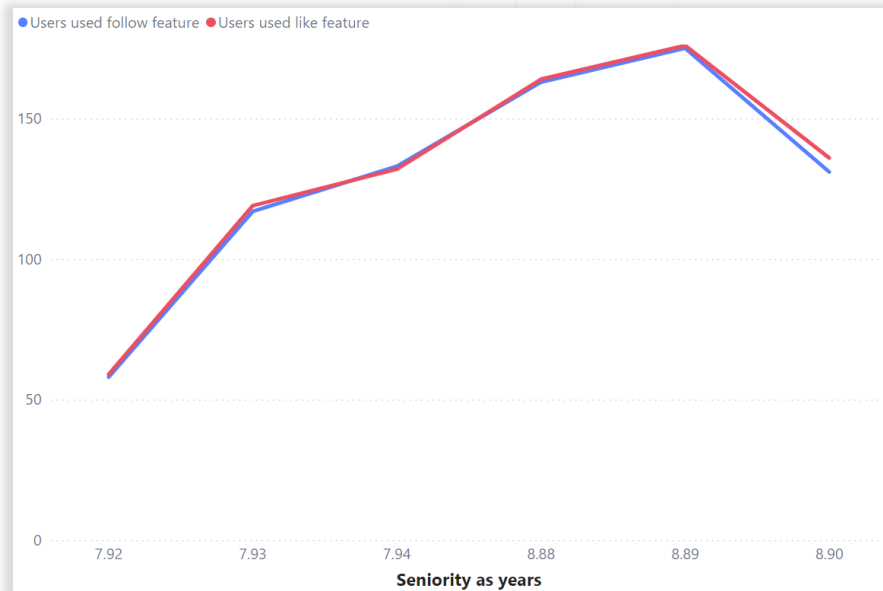


Top 10 các nước sử dụng tính năng MXH

- Các nước sử dụng nhiều tính năng MXH không có sự chênh lệch nhiều trong việc sử dụng tính năng follow tài khoản và thích sản phẩm

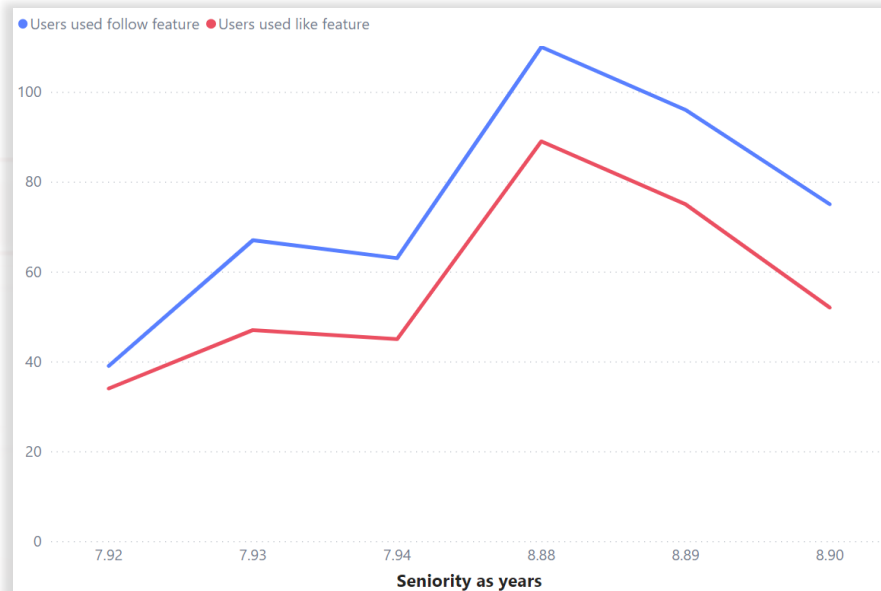


## 2. PHÂN TÍCH TÍNH NĂNG MẠNG XÃ HỘI



Các tài khoản trong nhóm mua nhiều sử dụng tính năng MXH

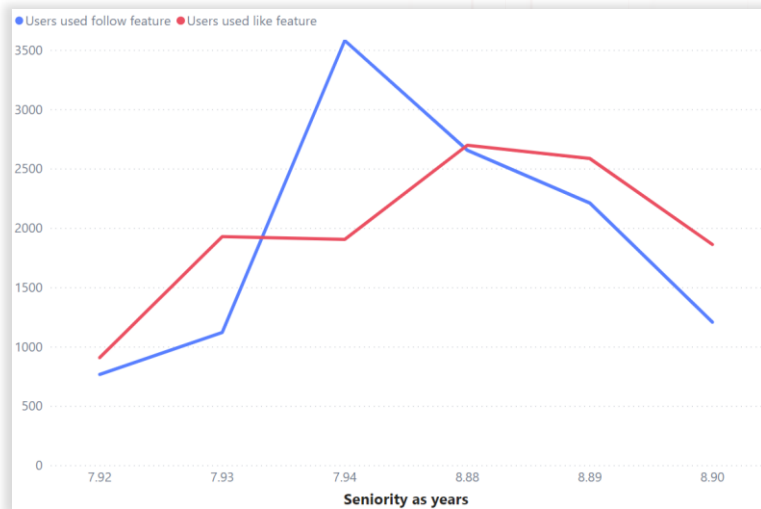
- Nhóm mua nhiều có 913 tài khoản, 88% sử dụng tính năng follow, 90% sử dụng tính năng like
- Trong nhóm này, các tài khoản có thâm niên càng cao sử dụng tính năng này càng nhiều



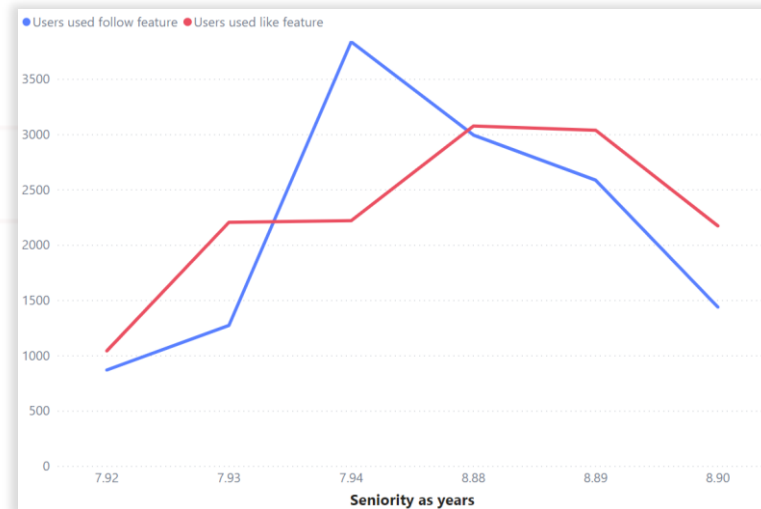
Các tài khoản trong nhóm bán nhiều sử dụng tính năng MXH

- Nhóm bán nhiều có 458 tài khoản, 99% sử dụng tính năng follow, 76% sử dụng tính năng like
- Trong nhóm này, các tài khoản có thâm niên 8.88 năm sử dụng nhiều tính năng MXH

## 2. PHÂN TÍCH TÍNH NĂNG MẠNG XÃ HỘI



Các tài khoản trong nhóm không mua sử dụng tính năng MXH



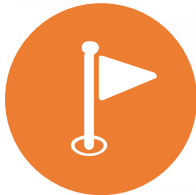
Các tài khoản trong nhóm không bán sử dụng tính năng MXH

- Trong cả 2 nhóm không mua và không bán, tính năng follow tăng đột biến ở những người có thâm niên 7.94 năm
- Nhóm không mua có hơn 24k tài khoản, 52% sử dụng tính năng follow, 54% sử dụng tính năng like
- Nhóm không bán có hơn 27k tài khoản, 51% sử dụng tính năng follow, 55% sử dụng tính năng like

## 2. PHÂN TÍCH TÍNH NĂNG MẠNG XÃ HỘI



Tính năng MXH được nhiều người sử dụng. Những tài khoản không mua và không bán có tỷ lệ sử dụng tính năng này thấp

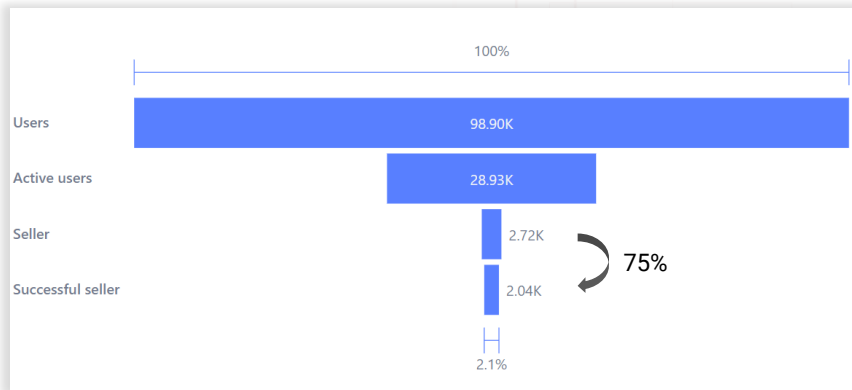


Tính năng MXH sử dụng tốt nhất là trên mobile (iOS, android) -> doanh nghiệp cần tối ưu hóa giao diện, tốc độ load,... trên mobile



Cần giúp người bán thấy sử dụng tính năng này sẽ giúp họ tăng doanh thu -> Thêm tính năng đăng bài -> Hệ thống gợi ý các bài viết cho người mua hàng -> Người bán có thêm traffic vào gian hàng -> Tích cực đăng bài hơn, người mua dùng nhiều tính năng này hơn

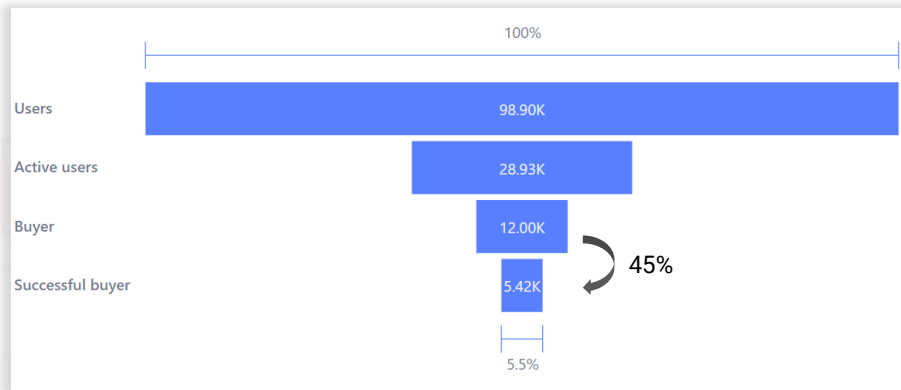
### 3. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TÀI KHOẢN



Tỷ lệ chuyển đổi của những người bán hàng thành công

- Tỷ lệ chuyển đổi từ 1 tài khoản ban đầu -> 1 tài khoản được bán được hàng trên sàn là 2,1%
- 75% các tài khoản là seller thì đều đã bán ít nhất 1 sản phẩm

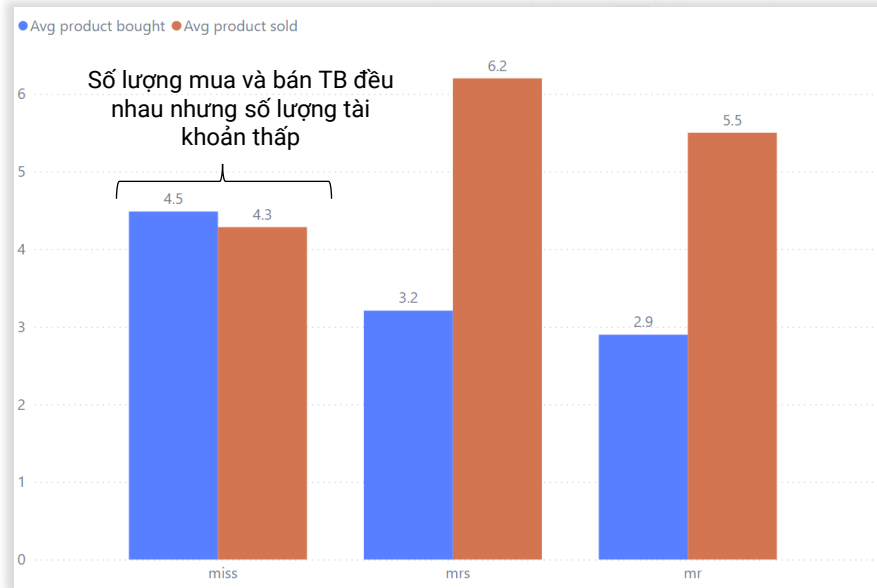
**=> Các tài khoản có sản phẩm trong giỏ hàng hoặc có hàng trong gian hàng của mình có tỷ lệ cao sẽ mua hàng hoặc bán hàng trên sàn**



Tỷ lệ chuyển đổi của những người mua hàng thành công

- Tỷ lệ chuyển đổi từ 1 tài khoản ban đầu -> 1 tài khoản mua hàng trên sàn là 5,5%
- 45% các tài khoản là buyer thì đều đã mua ít nhất 1 sản phẩm

### 3. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TÀI KHOẢN

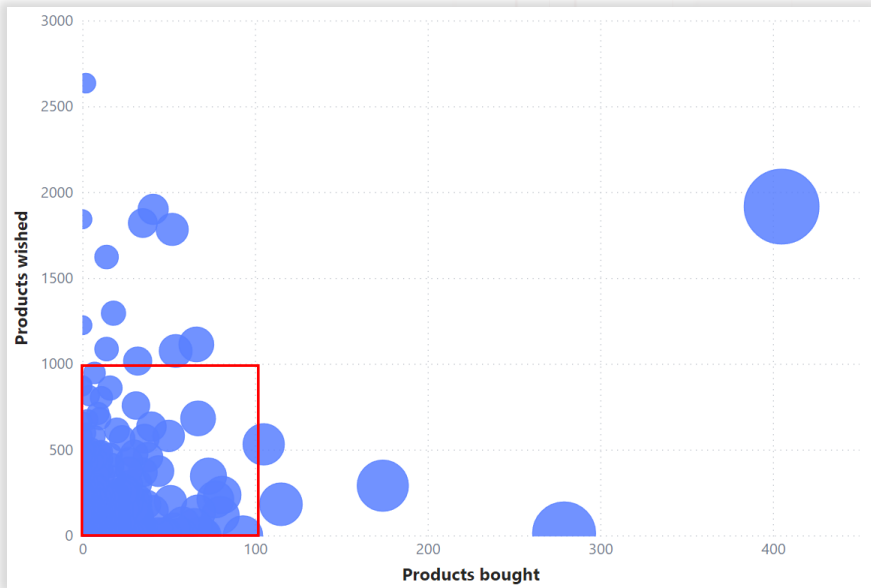


Số lượng sản phẩm mua TB và bán TB theo danh xưng

- Các tài khoản là mrs và mr có số lượng bán TB ở mức cao
- Các tài khoản là miss có số lượng mua TB cao hơn so với mrs và mr. **Số lượng cái tài khoản miss thấp -> chưa thể kết luận các tài khoản có lượng mua TB cao hơn mrs và mr**

**-> Ta sẽ tìm hiểu về việc mua và bán các sản phẩm trên sàn ở phần tiếp theo**

### 3. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TÀI KHOẢN



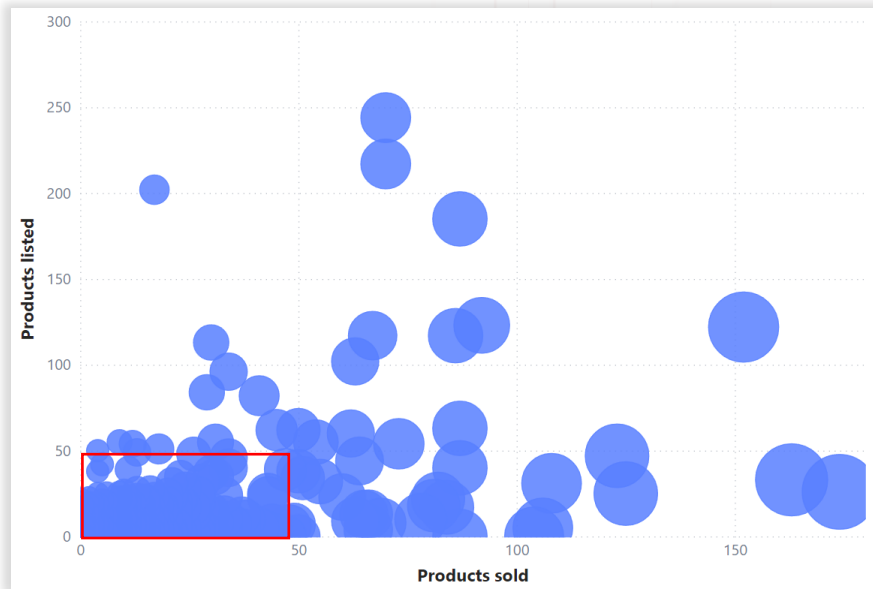
Mối tương quan giữa việc có sản phẩm trong giỏ hàng và mua hàng

- Mức độ phân tán tập trung ở gốc tọa độ và men theo chiều Oy
- Số lượng sản phẩm trong giỏ hàng tập trung từ 0 – 1000 sản phẩm. Số lượng sản phẩm đã mua tập trung từ 0 – 100 sản phẩm

**Khách hàng đang chờ một sự tác động để thực hiện hành vi mua hàng của mình**

**Các tài khoản mua số lượng nhỏ + nhiều tài khoản cùng mua -> Số lượng mua hàng TB thấp**

### 3. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TÀI KHOẢN



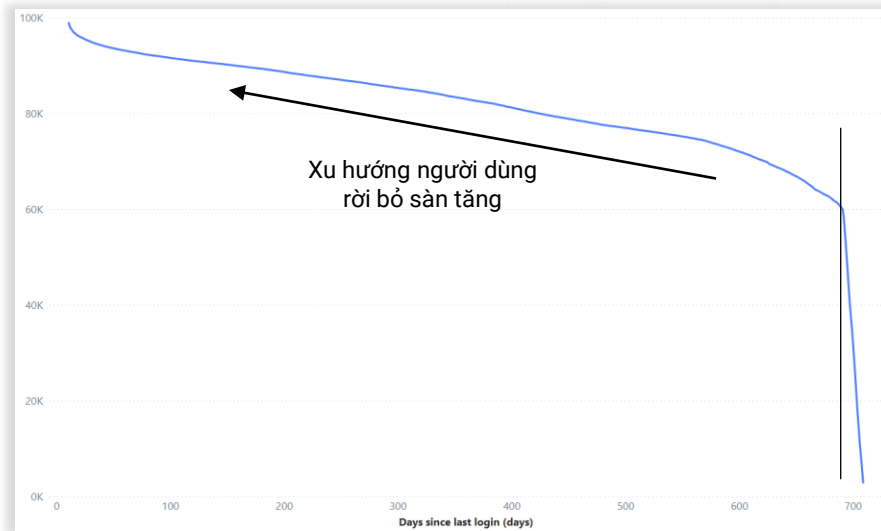
Mối tương quan giữa việc có sản phẩm trong gian hàng và bán hàng

- Mức độ phân tán tập trung ở góc tọa độ và men theo chiều Ox
- Số lượng sản phẩm trong gian hàng tập trung từ 0 – 50 sản phẩm. Số lượng sản phẩm đã bán tập trung từ 0 – 50 sản phẩm

**Số lượng sản phẩm có trong gian hàng ít sẽ giúp người mua không bị rối khi lựa chọn sản phẩm**

**Số lượng bán hàng TB cao vì có nhiều tài khoản bán được nhiều hàng**

## 4. PHÂN TÍCH CÁC TÀI KHOẢN KHÔNG CÒN HOẠT ĐỘNG

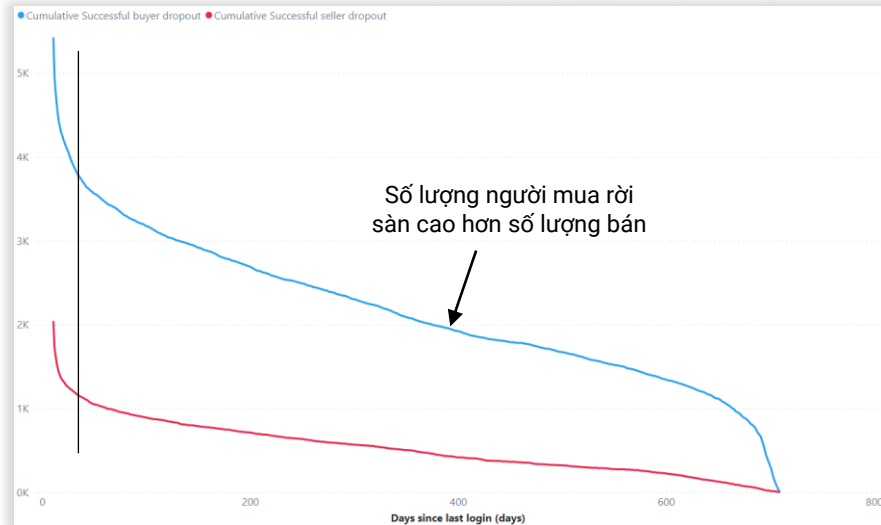


*Tổng lũy kế các tài khoản rời bỏ sàn*

- Từ ngày 691 – 709 (18 ngày) có tổng số 59.960 tài khoản rời bỏ sàn -> TB mỗi ngày hơn 3k tài khoản rời bỏ sàn
- Sau ngày 691, số lượng tài khoản rời bỏ sàn tăng dần theo thời gian



## 4. PHÂN TÍCH CÁC TÀI KHOẢN KHÔNG CÒN HOẠT ĐỘNG



Tổng lũy kế các tài khoản successful buyer và successful seller rời bỏ sàn

- Từ ngày 0 – 11, số lượng successful buyer và successful seller rời sàn cao. **Nhưng** thời gian rời bỏ sàn còn thấp, **vẫn có cơ hội để giữ họ lại**

**Các successful buyer rời đi -> Không có khách hàng mua  
-> successful seller rời đi**

## 4. PHÂN TÍCH CÁC TÀI KHOẢN KHÔNG CÒN HOẠT ĐỘNG

Days since last login (days)	User dropout	Haven't bought & sold	Successful buyer	Average of seniority (years)	Average of products bought
11	811	219	441	8.51	5.19
12	409	163	187	8.48	2.96
13	344	157	134	8.50	1.77
14	311	153	123	8.50	1.97
15	235	104	98	8.52	1.69
17	208	124	62	8.48	1.22
16	189	110	58	8.53	0.92
694	3368	3315	51	8.00	0.02
701	3516	3465	49	8.88	0.02
695	3677	3626	47	7.98	0.01
702	3838	3792	46	8.88	0.01
18	151	92	44	8.51	0.94
20	143	87	43	8.50	1.07
703	3792	3749	43	8.89	0.01
692	3046	3002	41	7.96	0.01
699	3103	3061	40	8.88	0.02
693	3384	3341	39	7.99	0.01
22	128	77	37	8.44	1.48
26	102	55	37	8.57	1.01
25	101	60	36	8.54	0.80
27	97	57	36	8.57	1.05
696	3565	3527	36	8.00	0.01
697	2930	2894	36	8.01	0.01
705	3328	3292	35	8.89	0.01
19	125	80	34	8.44	1.78
691	1779	1742	34	8.00	0.02

Số lượng người mua hàng rồi bỏ sản

Days since last login (days)	User dropout	Successful seller	Avg product sold by successful seller
11	811	306	14.50
12	409	93	13.12
13	344	87	7.49
14	311	59	8.61
15	235	53	7.87
16	189	33	6.18
17	208	34	3.97
18	151	22	3.18
19	125	15	4.60
20	143	17	5.53
21	108	15	6.40
22	128	21	11.19
23	114	14	7.00
24	124	9	6.33
25	101	12	4.33
26	102	12	4.50
27	97	7	5.14
28	95	10	4.00
29	96	11	5.27
30	108	11	6.82
31	91	10	3.80
32	83	8	3.13
33	81	10	3.30
34	107	12	2.50
35	58	5	5.80
36	72	7	5.29

Số lượng người mua hàng rồi bỏ sản

- Các tài khoản đã mua hàng và bán hàng số lượng lớn nhất rồi bỏ sản vào thời gian gần đây

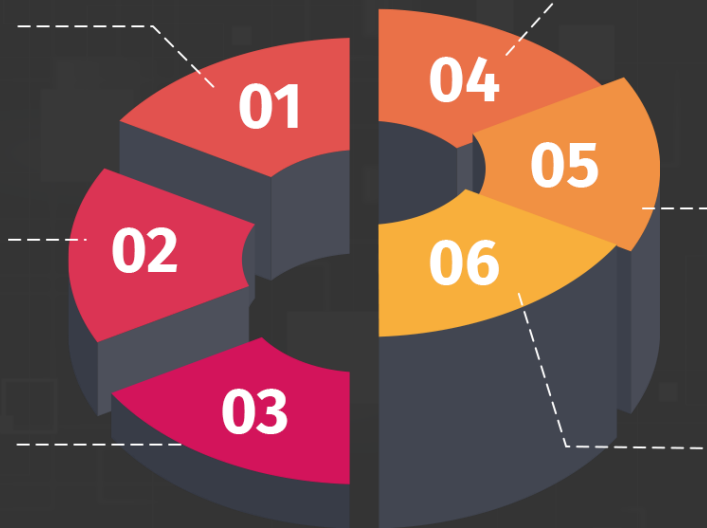
-> Các tài khoản đã mua và bán hoạt động tích cực thì không thể tự rời đi như vậy. Có thể đối thủ cạnh tranh đẩy mạnh truyền thông, có các chương trình ưu đãi (voucher, freeship) cho người mua và giao diện tốt hơn nên đã thu hút được người bán và người mua từ doanh nghiệp

# TỔNG KẾT

Cần mở rộng tệp khách hàng nữ trẻ tuổi và nam giới trên sàn

Tính năng MXH cần thêm việc đăng bài để thu hút người bán và người mua

Nếu sàn TMĐT là sàn hướng đến các sản phẩm giá trị cao thì nên tập trung vào việc xây dựng thương hiệu và mở rộng tệp khách hàng



Tỷ lệ chuyển đổi từ users thành active users thấp -> cần tạo ra các chương trình để thúc đẩy việc hoạt động trên sàn của người dùng

Tỷ lệ chuyển đổi từ người mua/ người bán tiềm năng thành người mua/ người bán thành công cao

Các tài khoản rời đi gần đây có lượng mua/ bán cao -> vẫn có cơ hội để giữ họ lại



# XIN CHÀO VÀ HẸN GẶP LẠI

Liên hệ: [anhtientran146@gmail.com](mailto:anhtientran146@gmail.com)