



# BÁO CÁO TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CỦA KHÁCH HÀNG

Presented By :  
**Dat Bui**

# I. Tình hình tổng quan

113.07K

Tổng số khách hàng

7.40T

Tổng số tài sản (VND)

67.95K

Số tiền median

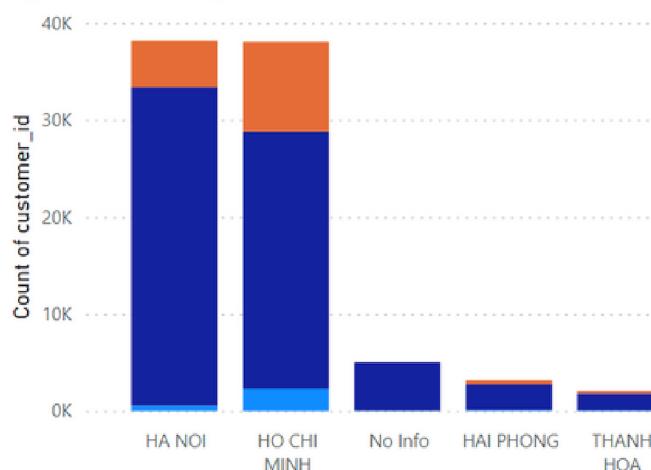
65.48M

Số tiền trung bình

Sự chênh lệch lớn giữa số tiền trung bình và số tiền median trong tài khoản cho thấy có rất nhiều khách hàng chỉ tạo thẻ mà không bỏ tiền vào tài khoản

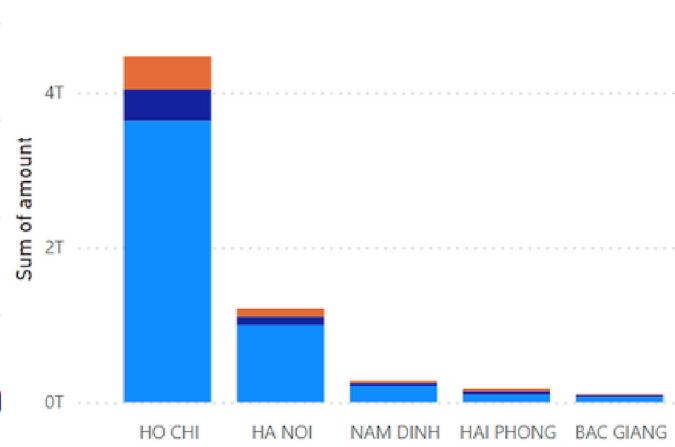
Số khách hàng theo tỉnh thành và phân khúc

segment ● Gold ● Regular ● Silver



Tổng số tiền theo tỉnh thành và phân khúc

segment ● Gold ● Regular ● Silver



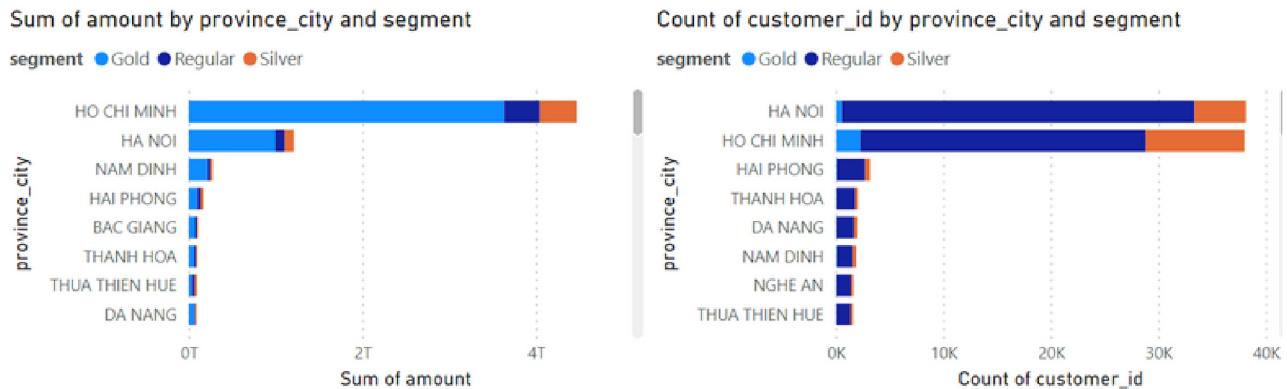
**TÓM TẮT:** Để tăng trưởng đạt KPI là 20%, cần:

- 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

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

- 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

## II. Tình hình khách hàng theo khu vực



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 nhiều 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

## II. Tình hình khách hàng theo phân khúc

9.41M

Average of amount

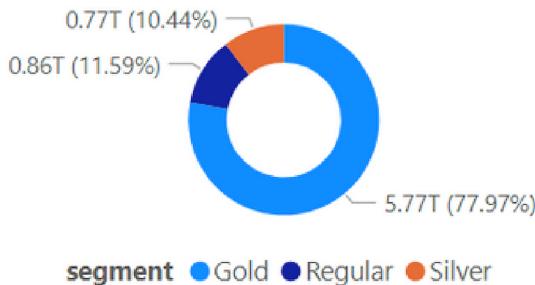
42.30M

Average of amount

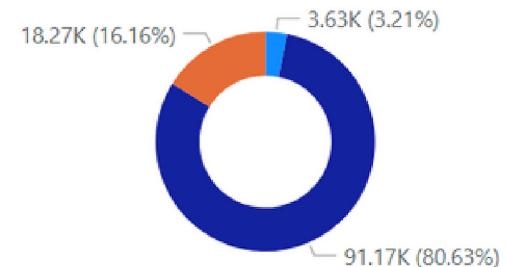
1.59bn

Average of amount

Tổng số tiền theo phân khúc



Số khách hàng theo phân khúc



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

## II. Tình hình khách hàng theo phân khúc

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
<b>Total</b>	<b>112862</b>	<b>101458</b>	<b>23643</b>	<b>13747</b>	<b>684</b>	<b>185</b>

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.

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  
--> 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 khoản 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.