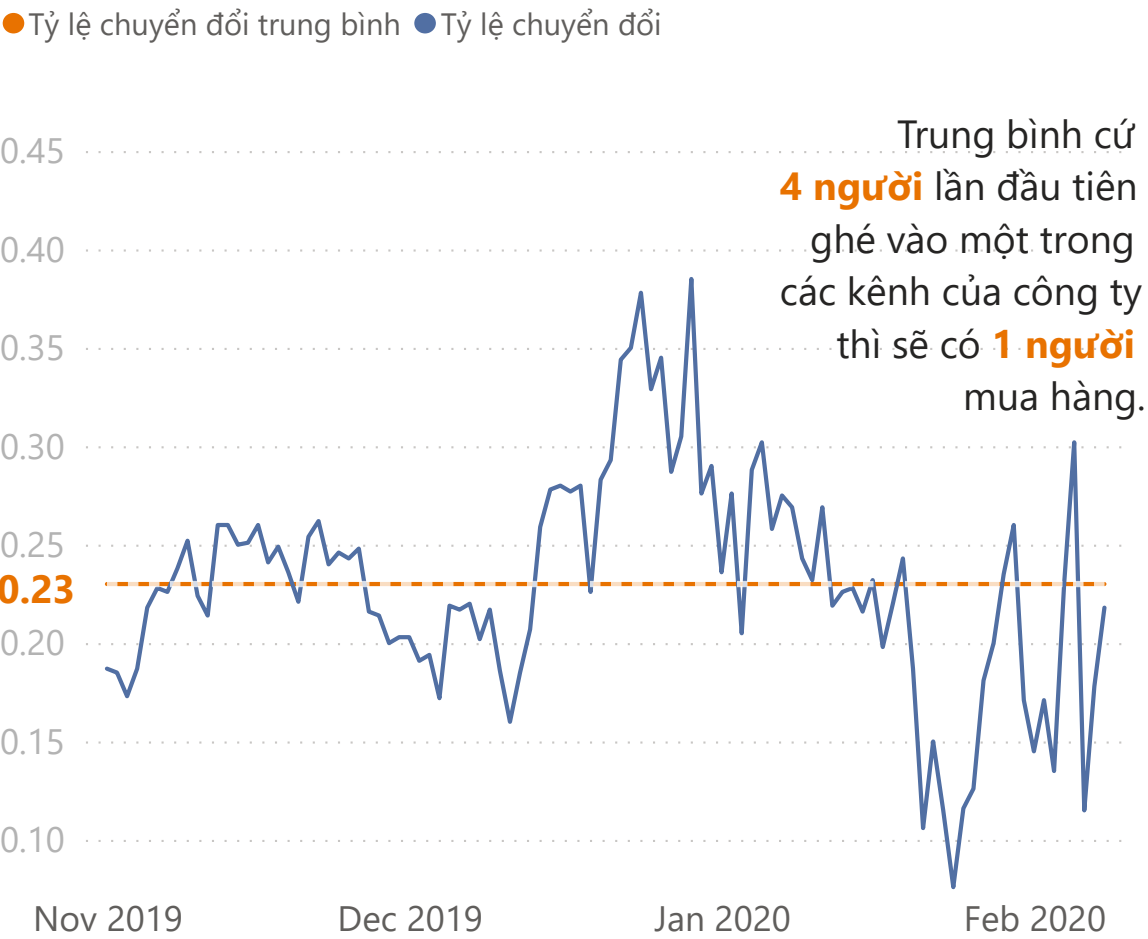
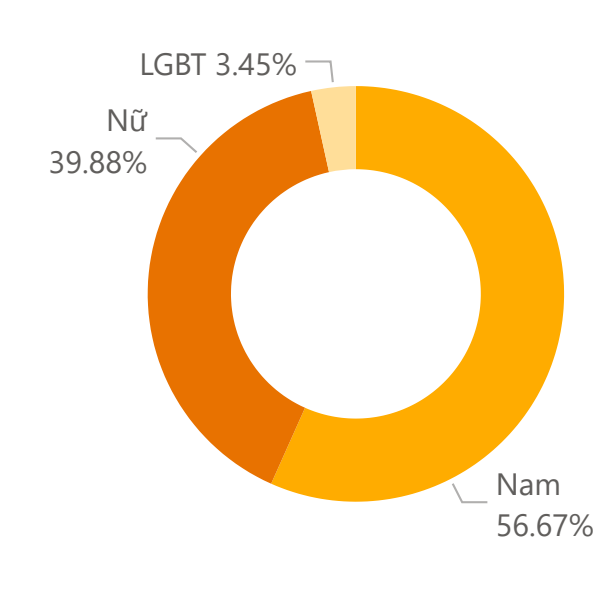


BÁO CÁO TỔNG QUAN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VÀ QUẢNG CÁO (T11/2019 - T2/2020)*

Tỷ lệ chuyển đổi theo ngày**



Tỷ lệ khách mới theo giới tính



126.4K	39.4K
Khách mới	Khách mua
140.6K	119.6K
Đơn hàng	Tổng đơn khách vắng lại

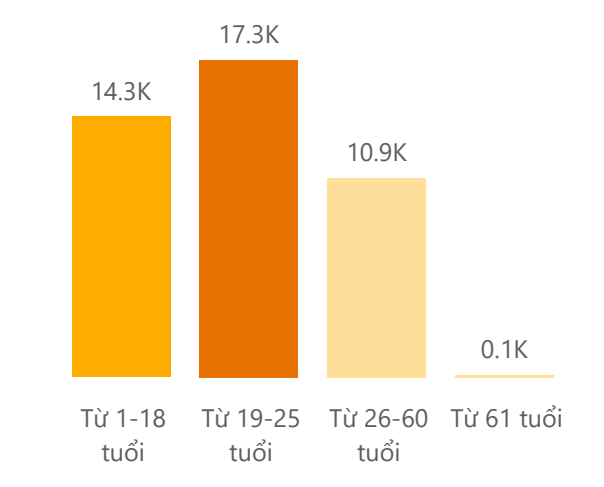
31.2%

Tỷ lệ chuyển đổi trong kỳ

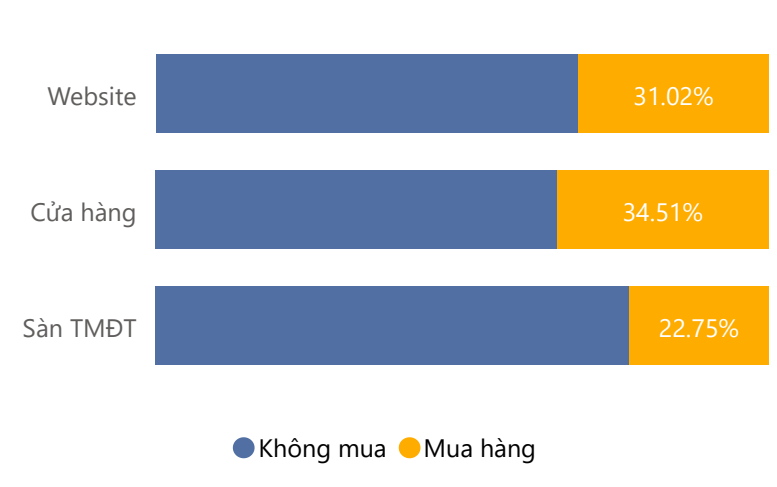
39.3%

Tỷ lệ giữ chân khách hàng

Lượng khách mới theo nhóm tuổi



Tỷ lệ khách mua hàng trên từng kênh



*Tổng hợp và phân tích dựa trên dữ liệu từ hệ thống báo cáo SAP và cơ sở dữ liệu nội bộ của công ty TNHH Thương mại SME.

**Tỷ lệ chuyển đổi hàng ngày ở đây là tỷ lệ khách mua hàng ngay trong lần đầu tiên ghé vào một trong các kênh bán hàng công ty.

HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CỦA WEBSITE CÔNG TY*

106.6K

Khách mới

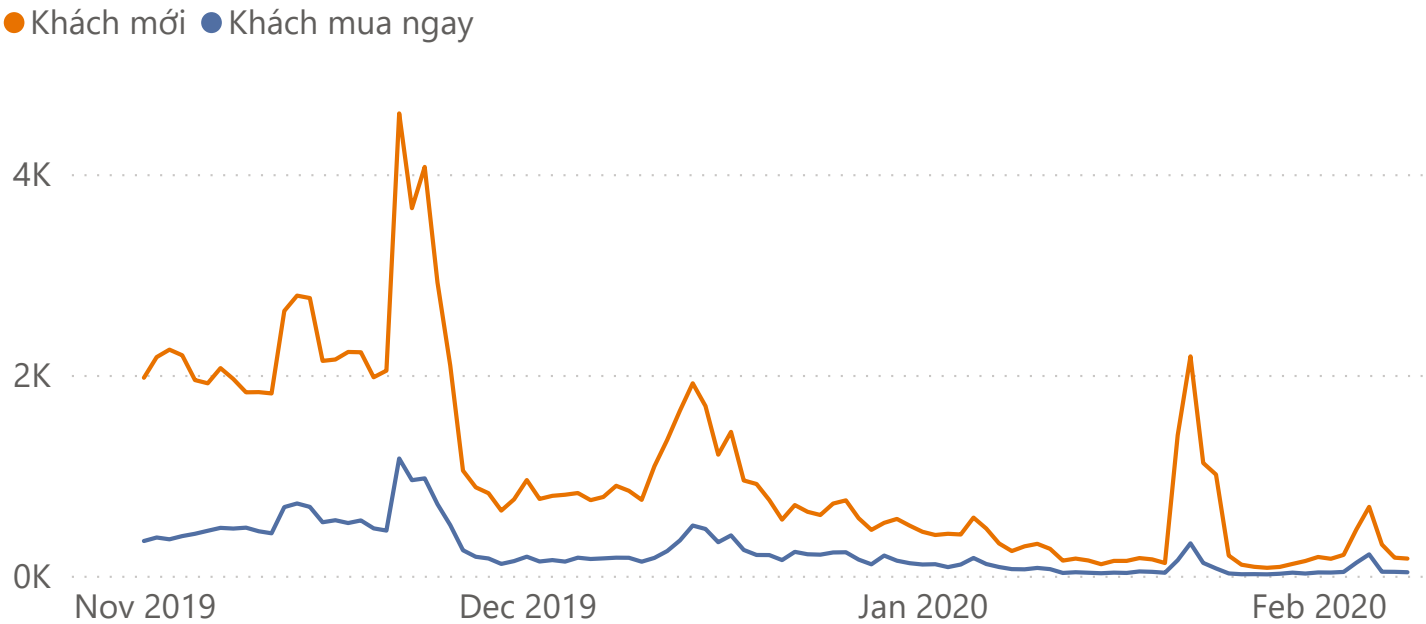
33.1K

Khách mua

12.6K

Khách có quay lại

Lượng khách mua ngay lần đầu truy cập Website

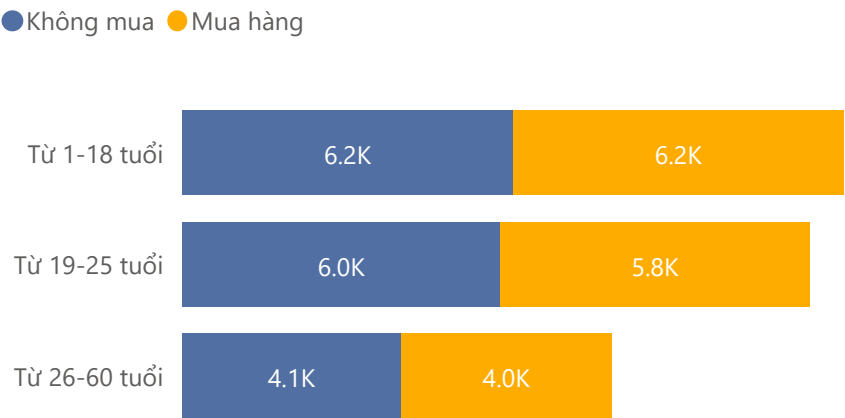


Trung bình nếu có thêm **100 khách** lần đầu vào Website của công ty sẽ có **23.7 khách mua hàng**** ngay trong lần truy cập đó.

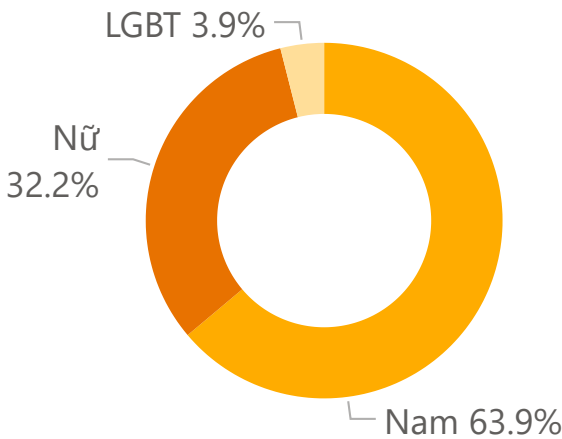
***Kết quả hồi quy tuyến tính trên phần mềm Stata do nhóm tác giả thực hiện.*

Nhìn chung, Website có hiệu quả truyền thông cao với nam giới, nhưng cuối giai đoạn đã thu hút được **hiều khách hàng nữ hơn.**

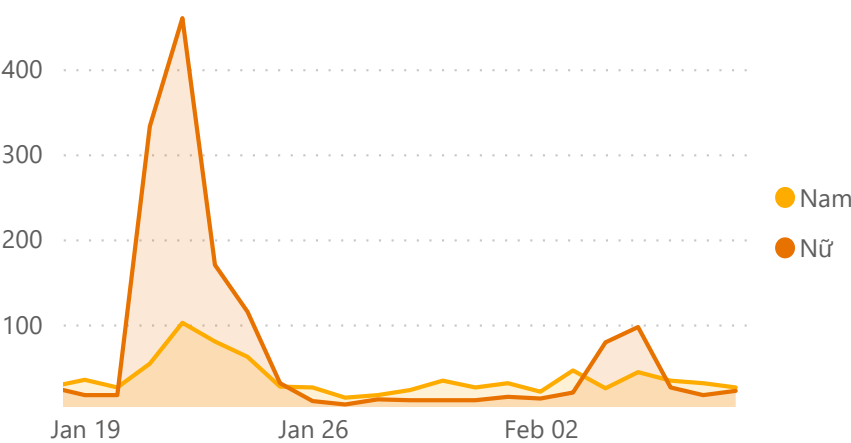
Lượng khách mới theo nhóm tuổi



Tỷ lệ khách mới theo giới tính



Lượng khách mới cuối giai đoạn



*Dữ liệu phân tích từng kênh truyền thông bỏ qua các khách hàng không rõ giới tính, độ tuổi do không có ý nghĩa, không tính đến khách trên 60 tuổi do số lượng quá ít và không tính đến khách vắng lại.

HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CỦA CỬA HÀNG*

15.9K

Khách mới

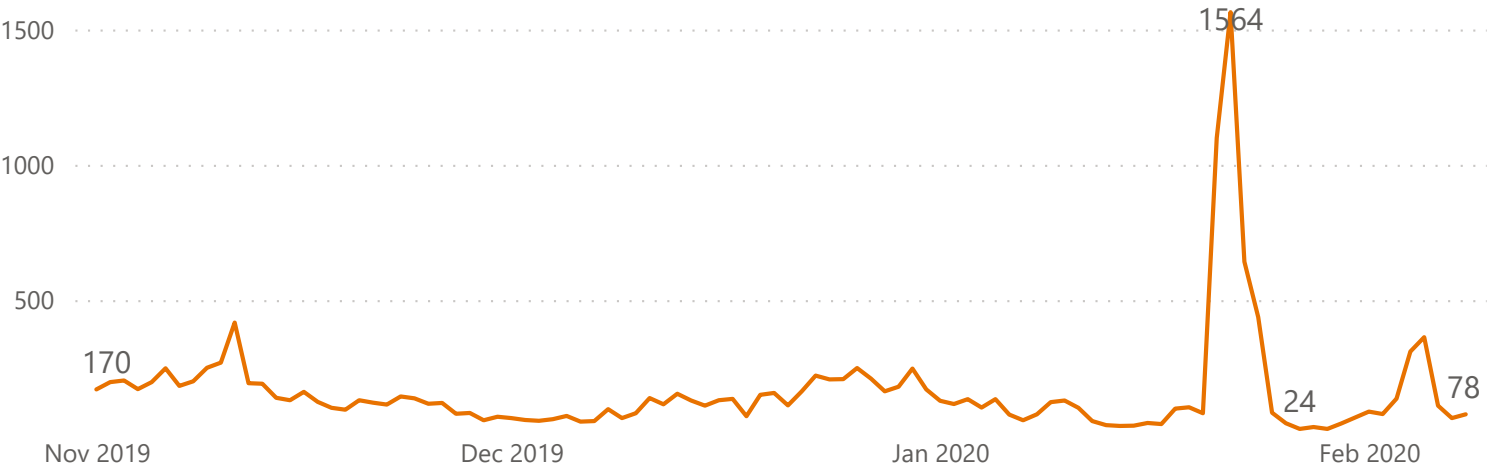
5.5K

Khách mua

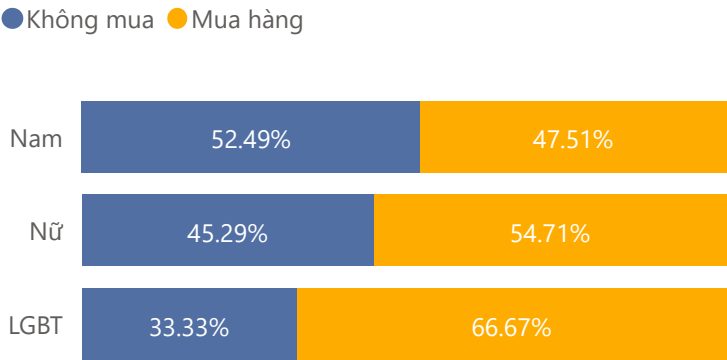
2.6K

Khách có quay lại

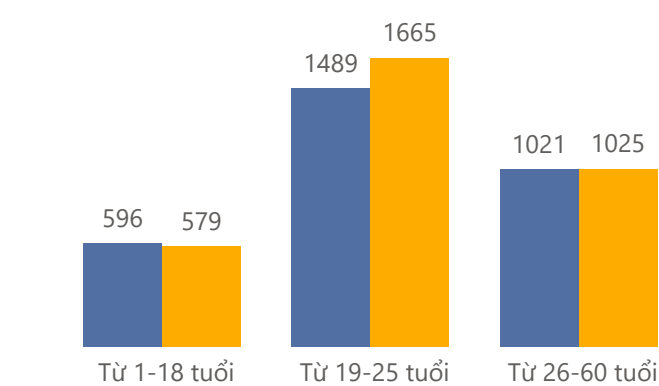
Lượng khách mới đến cửa hàng



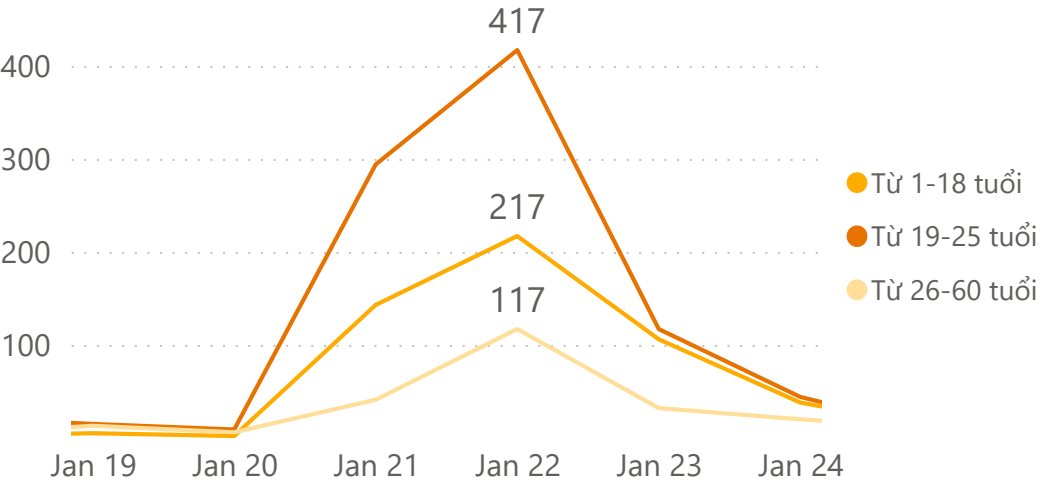
Tỷ lệ mua hàng theo giới tính



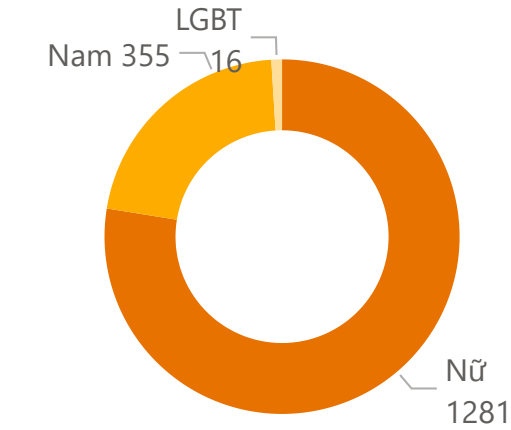
Lượng mua hàng theo nhóm tuổi



Lượng khách mới đến cửa hàng 6 ngày trước Tết 2020
Phân theo nhóm tuổi



Phân theo giới tính



Truyền thông ở cửa hàng đạt **hiệu quả cao** trong 1 tuần trước dịp Tết Nguyên Đán 2020, thu hút đa số là **khách hàng nữ từ 19-25 tuổi**.

Lượng khách đạt đỉnh vào **ngày 22/01** đối với tất cả các nhóm khách hàng.

*Dữ liệu phân tích từng kênh truyền thông bỏ qua các khách hàng không rõ giới tính, độ tuổi do không có ý nghĩa, không tính đến khách trên 60 tuổi do số lượng quá ít và không tính đến khách vắng lại.

HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CỦA SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ*

3904

Khách mới

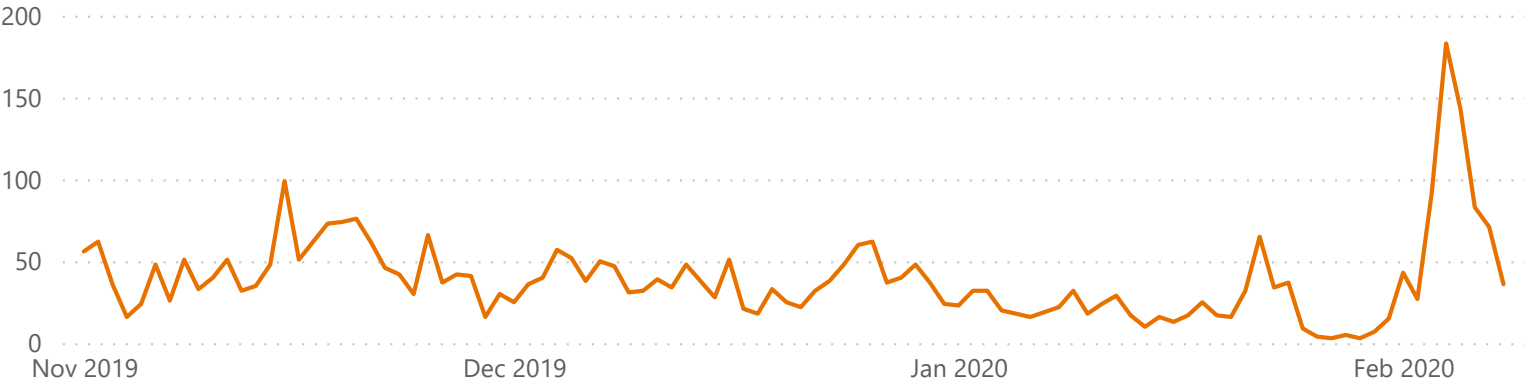
888

Khách mua

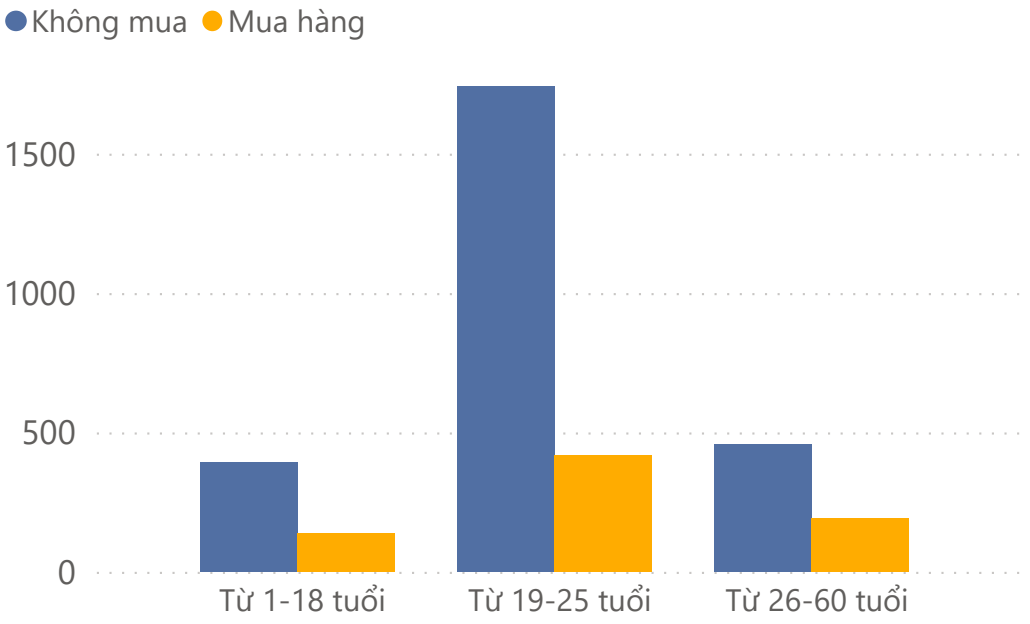
340

Khách có quay lại

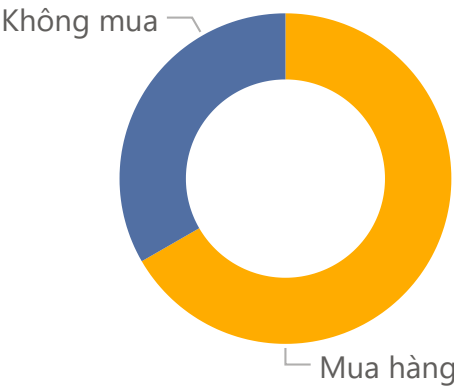
Lượng truy cập mới vào Sàn thương mại điện tử



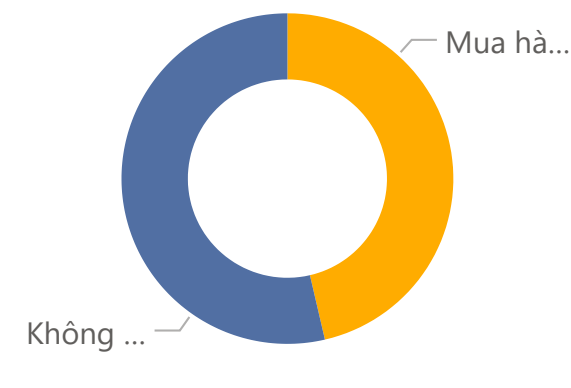
Lượng khách mua hàng theo nhóm tuổi



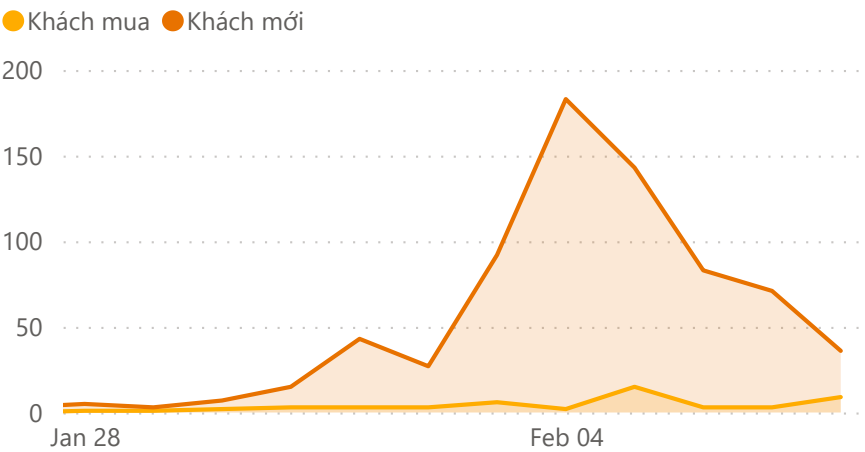
Tỷ lệ khách nữ mua hàng



Tỷ lệ khách nam mua hàng



Lượng khách mới cuối giai đoạn



Sàn TMĐT **chưa đạt hiệu quả**, tuy thu hút được lượng lớn khách hàng từ **19-25 tuổi**, nhưng **tỷ lệ mua hàng thấp**.

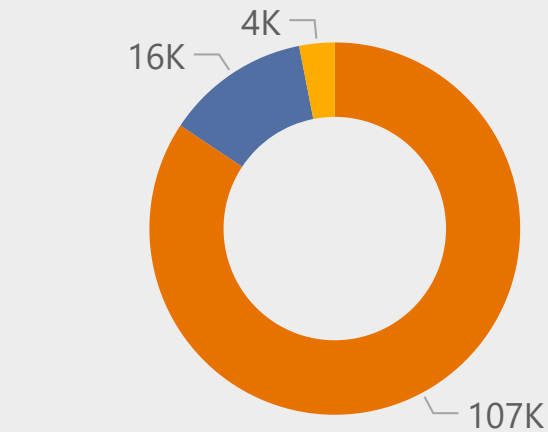
Đầu tháng 2 lượng truy cập đã tăng lên nhưng hầu như **không tạo ra lượt mua mới**.

*Dữ liệu phân tích từng kênh truyền thông bỏ qua các khách hàng không rõ giới tính, độ tuổi do không có ý nghĩa, không tính đến khách trên 60 tuổi do số lượng quá ít và không tính đến khách vắng lại.

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỀ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO VÀ TRUYỀN THÔNG

Lượng khách mới trên các kênh

Website Cửa hàng Sàn TMĐT



Kiến nghị đối với Website:

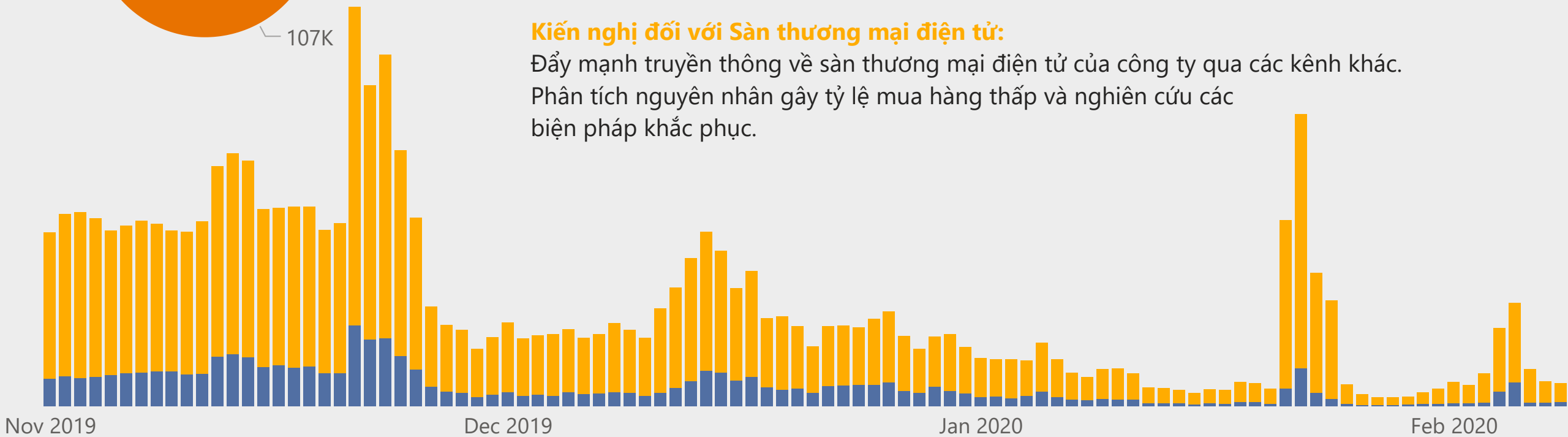
Tiếp tục đẩy mạnh kế hoạch truyền thông đối với khách hàng nam, đồng thời khai thác vào các giới còn lại. Đẩy mạnh bán các sản phẩm dành cho lứa tuổi học sinh trên website của công ty.

Kiến nghị đối với Cửa hàng:

Thúc đẩy các sự kiện truyền thông và bán hàng offline ở cửa hàng vào các dịp lễ, Tết, các dịp đặc biệt để thu hút khách hàng nữ, tập trung khai thác nhóm khách hàng từ 19-25 tuổi.

Kiến nghị đối với Sàn thương mại điện tử:

Đẩy mạnh truyền thông về sàn thương mại điện tử của công ty qua các kênh khác. Phân tích nguyên nhân gây tỷ lệ mua hàng thấp và nghiên cứu các biện pháp khắc phục.



Khách mua ngay Khách mới

Thực hiện bởi Rider Team (Đào Nguyên Tiến, Nguyễn Hoài Nam, Lê Hà Vy) - 2021