

# E-commerce Computer Sales Analysis

Người thực hiện : Nguyễn Minh Hiếu



# Nhiệm vụ

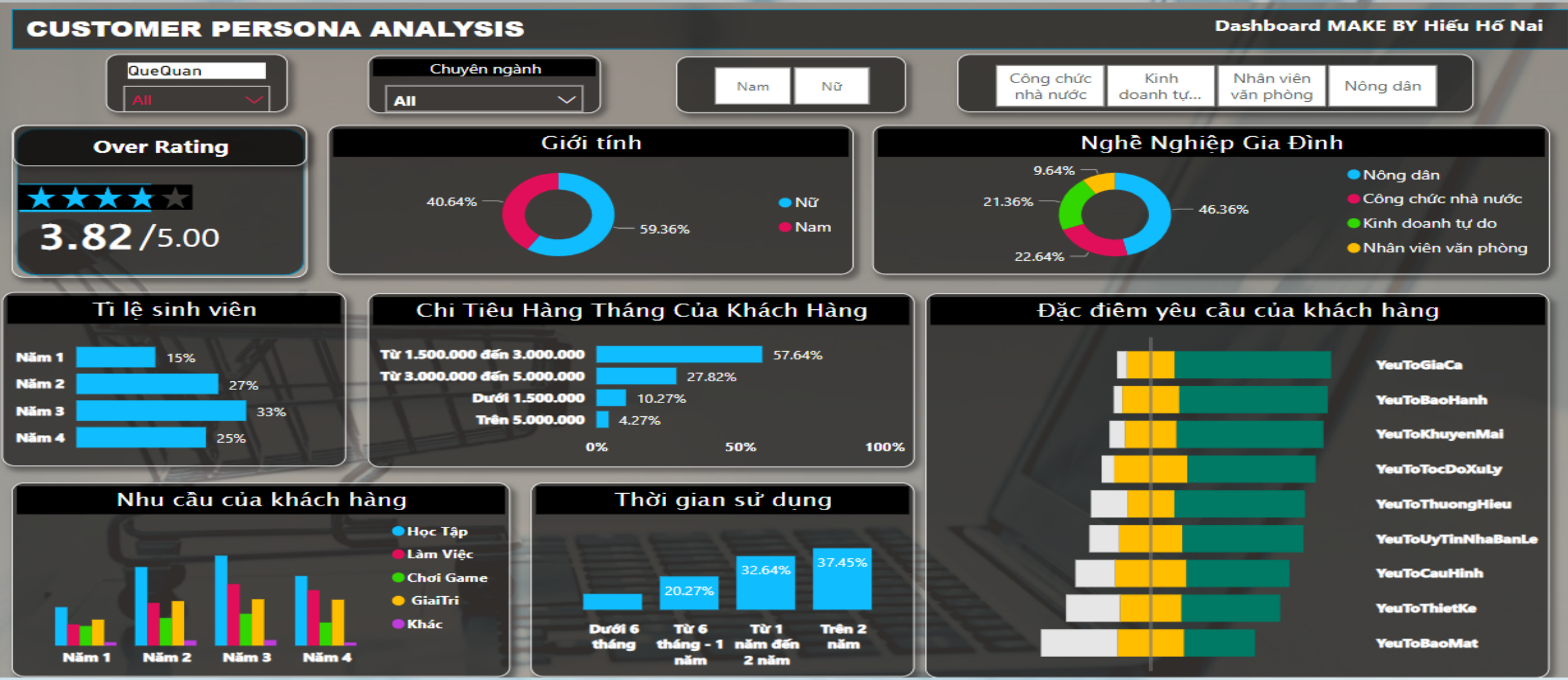
I/ Mô tả đặc trưng khách hàng mua máy tính

II/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng của các cửa hàng

III/ Đưa ra chiến lược tư vấn bán hàng

IV/ Đưa ra chiến lược cải thiện tình trạng tổng thể cho trang thương mại điện tử

DASHBOARD OVERVIEW



# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

## Đánh giá tổng thể :

- Khách hàng có cả Nam ( chiếm 40,64% ) , Nữ (59,36%)
- Nghề nghiệp gia đình gồm Nông dân (46,36%), Công chức nhà nước (22,64%) , Kinh doanh tự do (21,36%), Nhân viên văn phòng (9,64%)
- Khách hàng chủ yếu là sinh viên năm 2 , 3, 4 (85%)
- Mục tiêu sử dụng tập trung ở Học tập và làm việc
- Thời gian sử dụng chủ yếu từ 1 – trên 2 năm
- Đặc điểm các yêu cầu quan trọng nhất là yếu tố giá cả, bảo hành và khuyến mãi

# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

## Phương Pháp phân cụm khách hàng :

Dựa vào các đặc điểm nhân khẩu học để phân khúc khách hàng bao gồm :

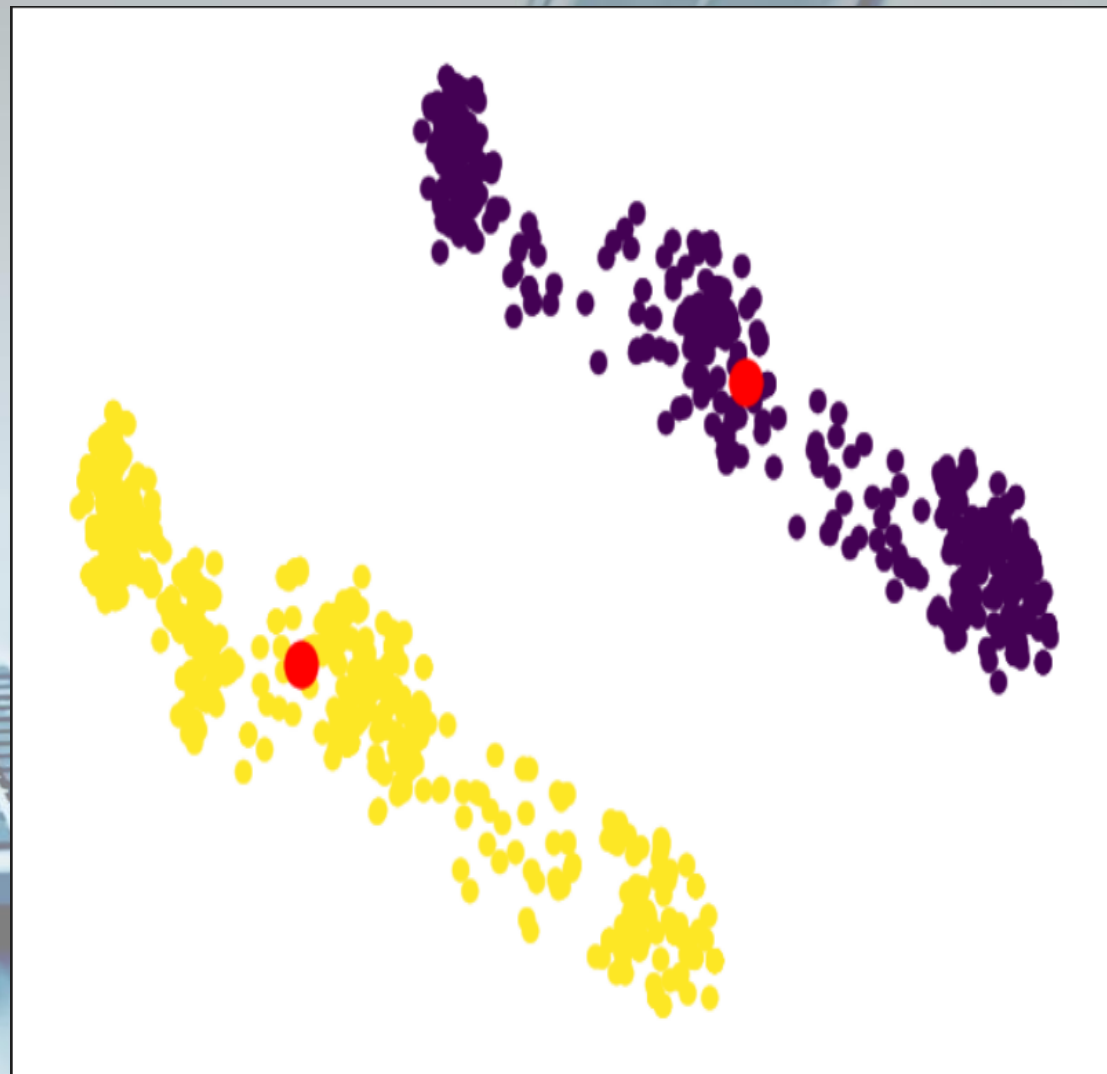
- Giới tính
- Quê quán
- Năm Học
- Chuyên ngành
- Nghề nghiệp gia đình
- Mức chi tiêu hàng tháng



# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

## Phương Pháp:

- Sử dụng phương pháp học máy K-means với các đặc trưng từ nhân khẩu học, phân cụm tối ưu với số cụm là 2 ứng với đặc trưng giới tính.
- Ngoài ra để phân tích chuyên sâu hơn, tôi sẽ phân tích vào các tình huống xuất thân gia đình bởi nền tảng thu nhập cũng đóng vai trò quan trọng trong việc chọn lựa.



# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

Phân tích xây dựng nhân khách hàng



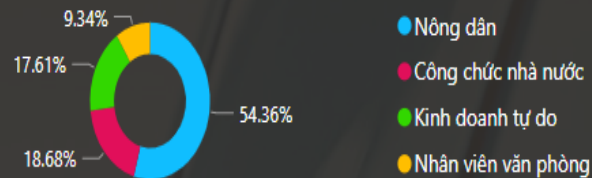
# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

Nhận xét:

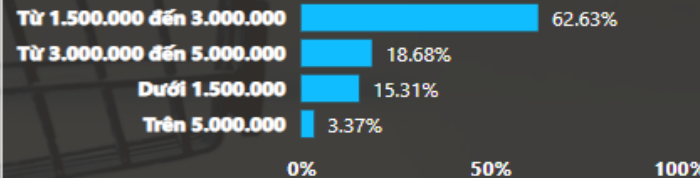
- Nhân vật khách hàng Nữ, có xuất thân từ các gia đình có điều kiện hạn chế và mức chi tiêu hàng tháng thấp, thời gian sử dụng tập trung ở mức từ 1- trên 2 năm.
- Nhân vật khách hàng Nam, có xuất thân điều kiện khá và mức chi tiêu tương đối thoải mái, và thời gian sử dụng ở mức 1- trên 2 năm

Nữ

Nghề Nghiệp Gia Đình



Chi Tiêu Hàng Tháng Của Khách Hàng

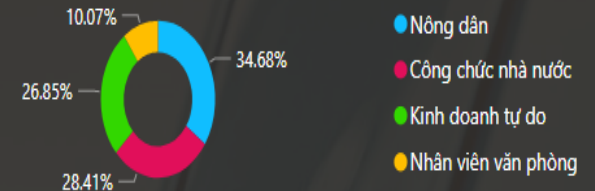


Thời gian sử dụng

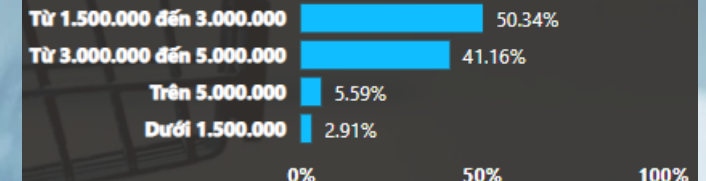


NAM

Nghề Nghiệp Gia Đình



Chi Tiêu Hàng Tháng Của Khách Hàng



Thời gian sử dụng





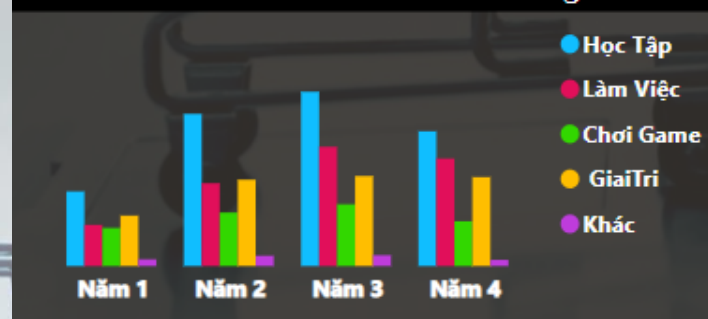
# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

Nhận xét: (\* Xếp hạng các đặc yêu cầu dựa trên hệ số tương tự NPS)

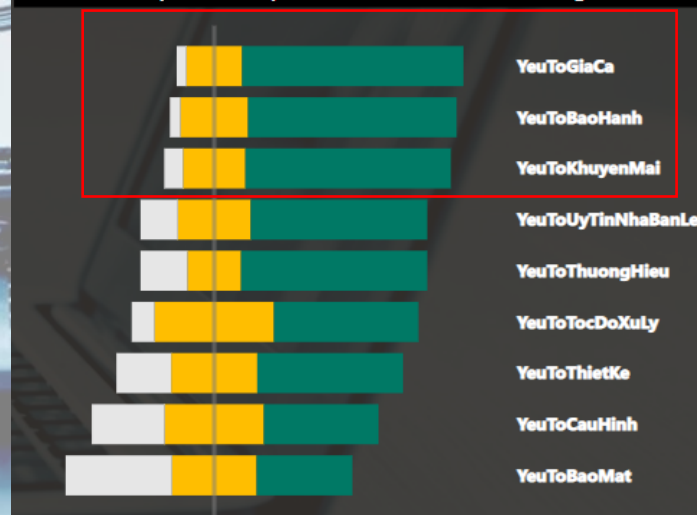
- **Nhân vật khách hàng Nữ**, có nhu cầu tập trung vào học tập và làm việc và giải trí, ít chơi game hơn Nam, và với xuất thân và mức chi tiêu, họ tập trung vào các yêu cầu giá cả nhất, sau đó là bảo hành và khuyến mãi, từ đó đánh giá được nhân vật này tập trung chủ yếu vào yếu tố rẻ, bền, có nhiều lợi ích đi kèm.
- **Nhân vật khách hàng Nam**, có nhu cầu tương đối giống Nữ, nhưng họ có nhu cầu chơi game cao hơn và với xuất thân và mức chi tiêu, họ tập trung vào các yếu tố tốc độ xử lý nhất, sau đó là giá cả và bảo hành, từ đó đánh giá được nhân vật này tập trung vào yếu tố máy tính mạnh, giá cả hợp lý.

Nữ

Nhu cầu của khách hàng

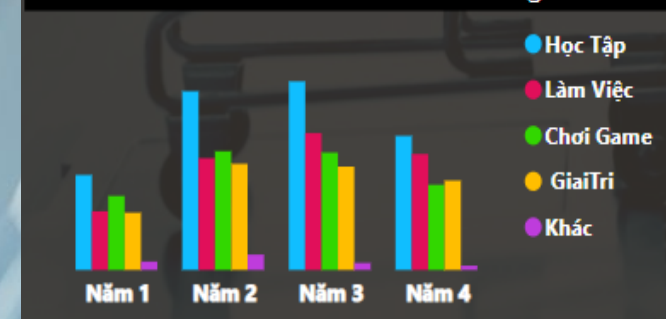


Đặc điểm yêu cầu của khách hàng

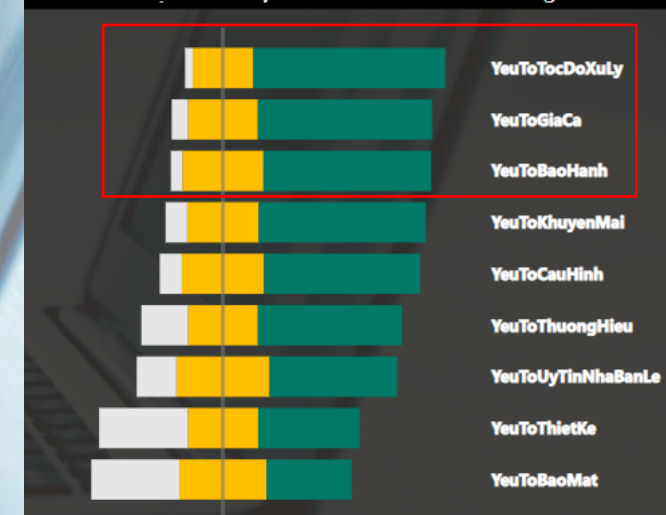


NAM

Nhu cầu của khách hàng



Đặc điểm yêu cầu của khách hàng



# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

Nhận xét:

- Cả hai nhân vật có mức đánh giá khách quan ở mức khá, chứng tỏ họ có những trải nghiệm với sản phẩm ở mức chấp nhận

Nữ

Over Rating



3.81 / 5.00

NAM

Over Rating



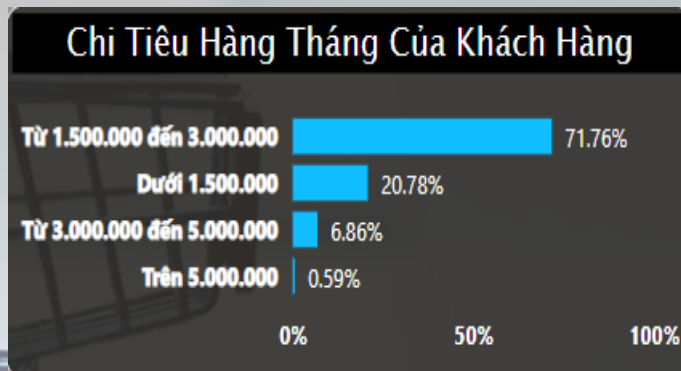
3.83 / 5.00

# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

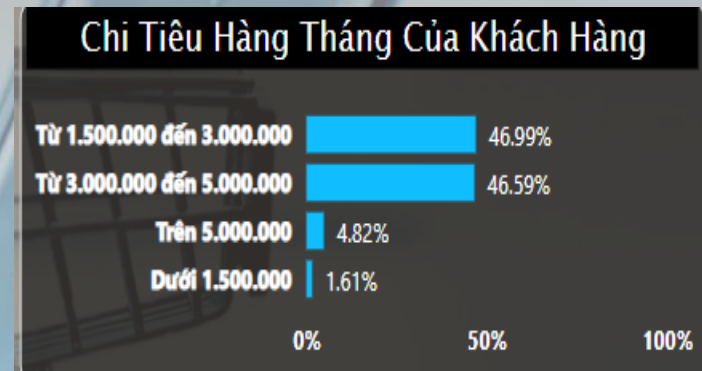
Nhận xét:

- Khách hàng có nghề nghiệp gia đình là Nông dân, họ có mức chi tiêu hàng tháng ở mức dè dặt.
- Đối với khách hàng có nghề nghiệp gia đình là công chức nhà nước, kinh doanh tự do và nhân viên văn phòng có mức chi tiêu hàng tháng ở mức trung bình khá và khá

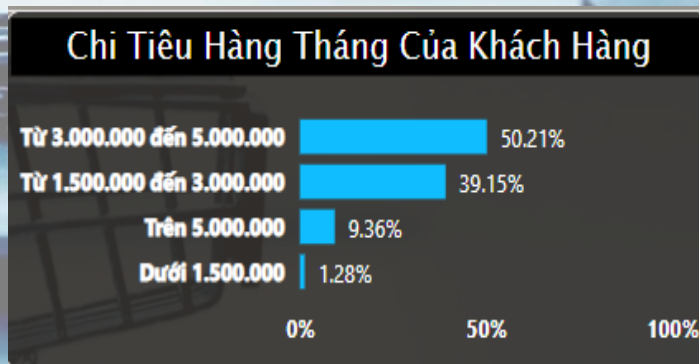
## Nông dân



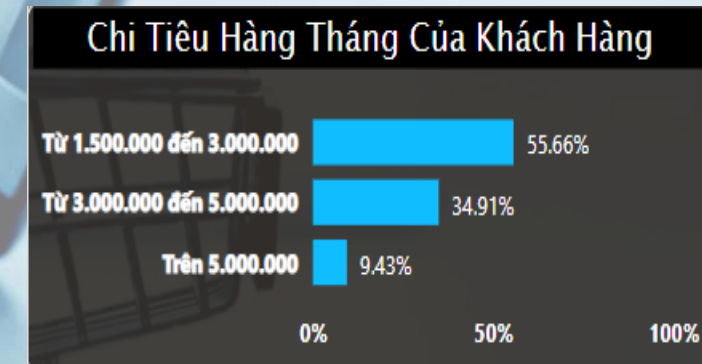
## Công chức nhà nước



## Kinh doanh tự do



## Nhân viên văn phòng



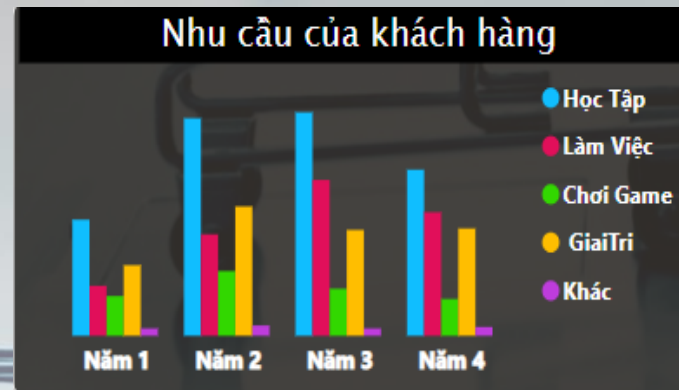


# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

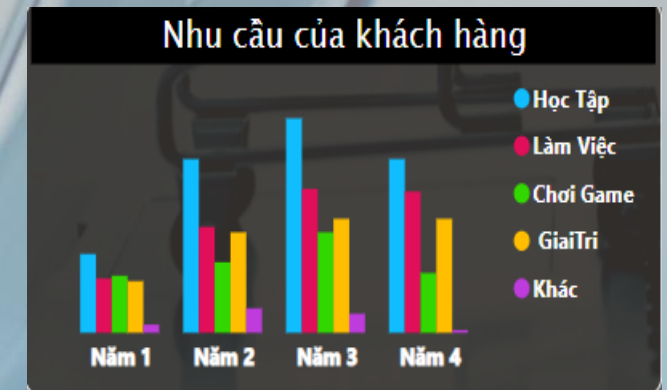
Nhận xét:

- Khách hàng có nghề nghiệp gia đình là Nông dân, nhu cầu học tập và làm việc, giải trí. Họ ít có nhu cầu chơi game.
- Đối với khách hàng có nghề nghiệp gia đình là công chức nhà nước, kinh doanh tự do và nhân viên văn phòng, họ cũng có nhu cầu cao về học tập và làm việc nhưng họ ít tập trung hơn đối với sinh viên năm nhất. Ở phân cụm này, họ có nhu cầu cao về chơi game.

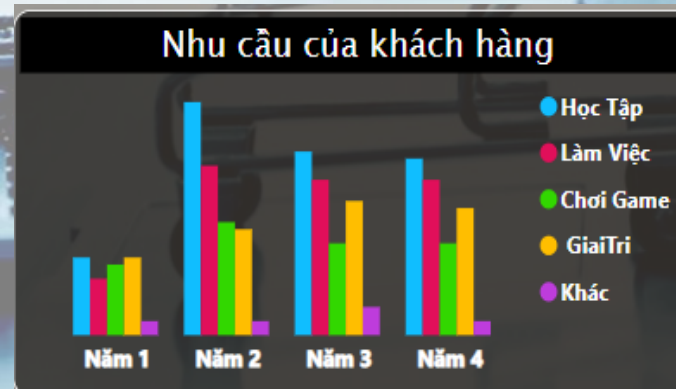
Nông dân



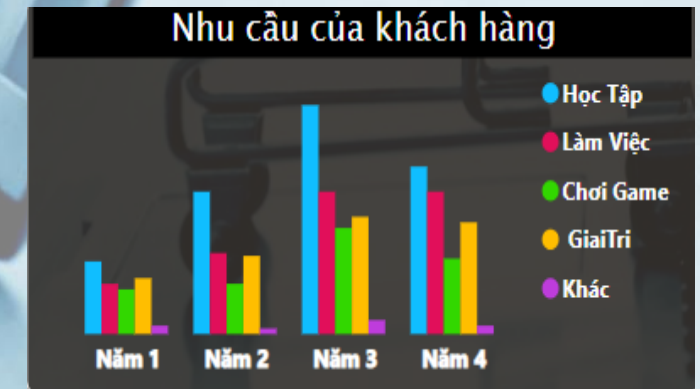
Công chức nhà nước



Kinh doanh tự do



Nhân viên văn phòng



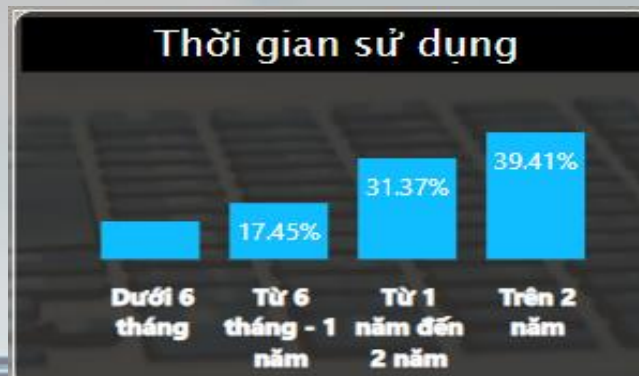


# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

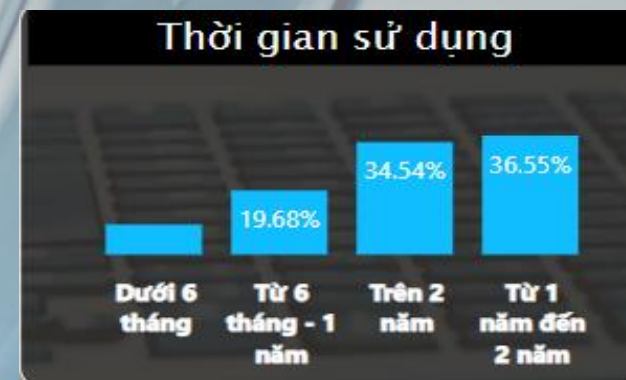
Nhận xét:

- Đối với Khách hàng có nghề nghiệp gia đình từ Nông Dân, Công Chức nhà nước và Kinh Doanh tự do, họ có xu hướng sử dụng sản phẩm lâu dài từ 1 đến trên 2 năm
- Đối với Khách hàng có xuất thân từ Nhân viên văn phòng, họ có xu hướng thay đổi công nghệ liên tục từ 6 tháng đến 2 năm .

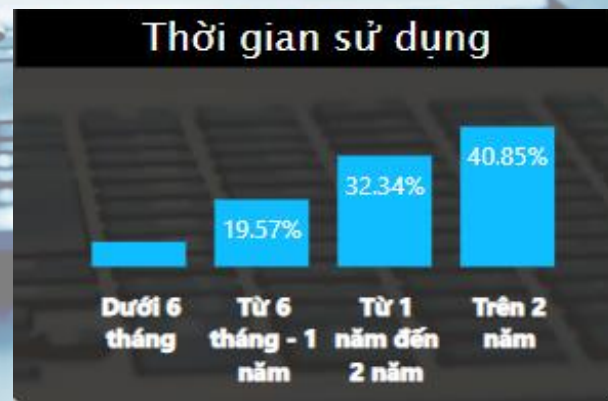
## Nông dân



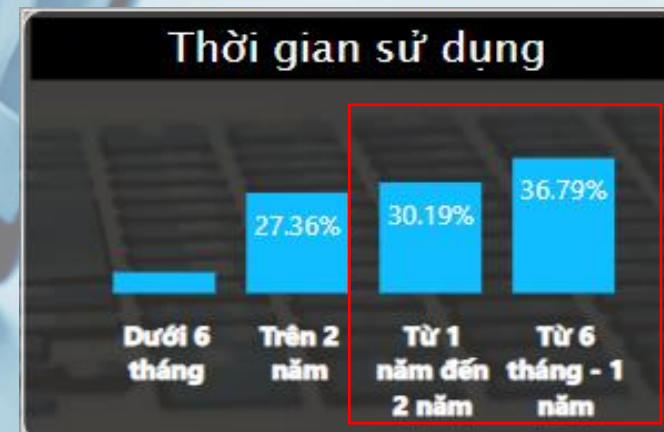
## Công chức nhà nước



## Kinh doanh tự do



## Nhân viên văn phòng



# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

## Nhận xét:

- Khách hàng có nghề nghiệp gia đình là Nông dân có xu hướng lựa chọn các yếu tố về giá cả, bảo hành và khuyến mãi là các yếu tố quan trọng nhất, đây cũng là điểm đau của họ bởi vấn đề thu nhập.
- Khách hàng có nghề nghiệp gia đình là Công chức nhà nước và Kinh doanh tự do đề cao các yếu tố về giá cả, bảo hành và tốc độ xử lý phục vụ cho việc chơi game
- Khách hàng có nghề nghiệp nhân viên văn phòng có xu hướng chạy theo công nghệ.

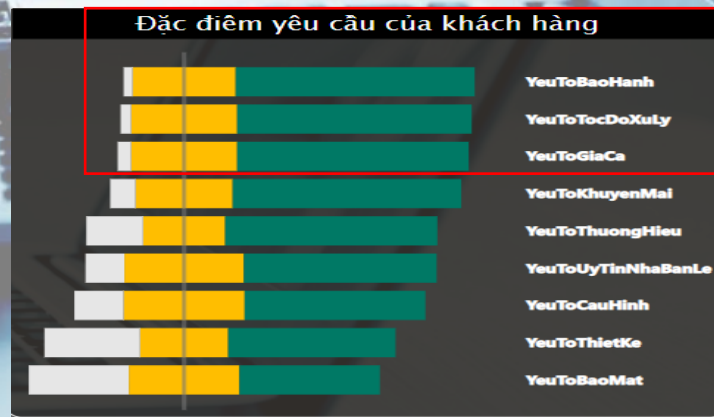
## Nông dân



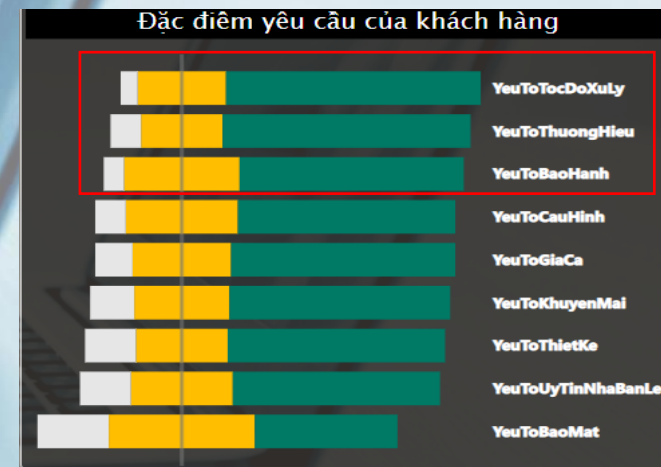
## Công chức nhà nước



## Kinh doanh tự do



## Nhân viên văn phòng



# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

Nhận xét:

- Khách hàng có xuất thân nông dân có xu hướng khá khó tính trong việc chọn lựa mua hàng hơn so với các khách hàng có xuất thân khác.

Nông dân

Over Rating



3.60/5.00

Công chức nhà nước

Over Rating



4.02/5.00

Kinh doanh tự do

Over Rating



3.97/5.00

Nhân viên văn phòng

Over Rating



4.03/5.00

# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

## Tổng kết xây dựng nhân vật khách hàng theo giới tính

Nhân vật	Nhân vật 1	Nhân vật 2
Giới tính	Nữ	Nam
Tỉ lệ	59.36%	40.64%
Nhu cầu	Học tập, làm việc, Giải trí	Học tập, làm việc, giải trí, chơi game
Điểm đau	Yếu tố giá cả và độ bền sản phẩm kèm khuyến mãi đi kèm	Yếu tố tốc độ xử lý của máy tính và giá cả phải chăng kèm theo dịch vụ vào hành đi kèm
Tính cách	Kỹ tính	Kỹ tính

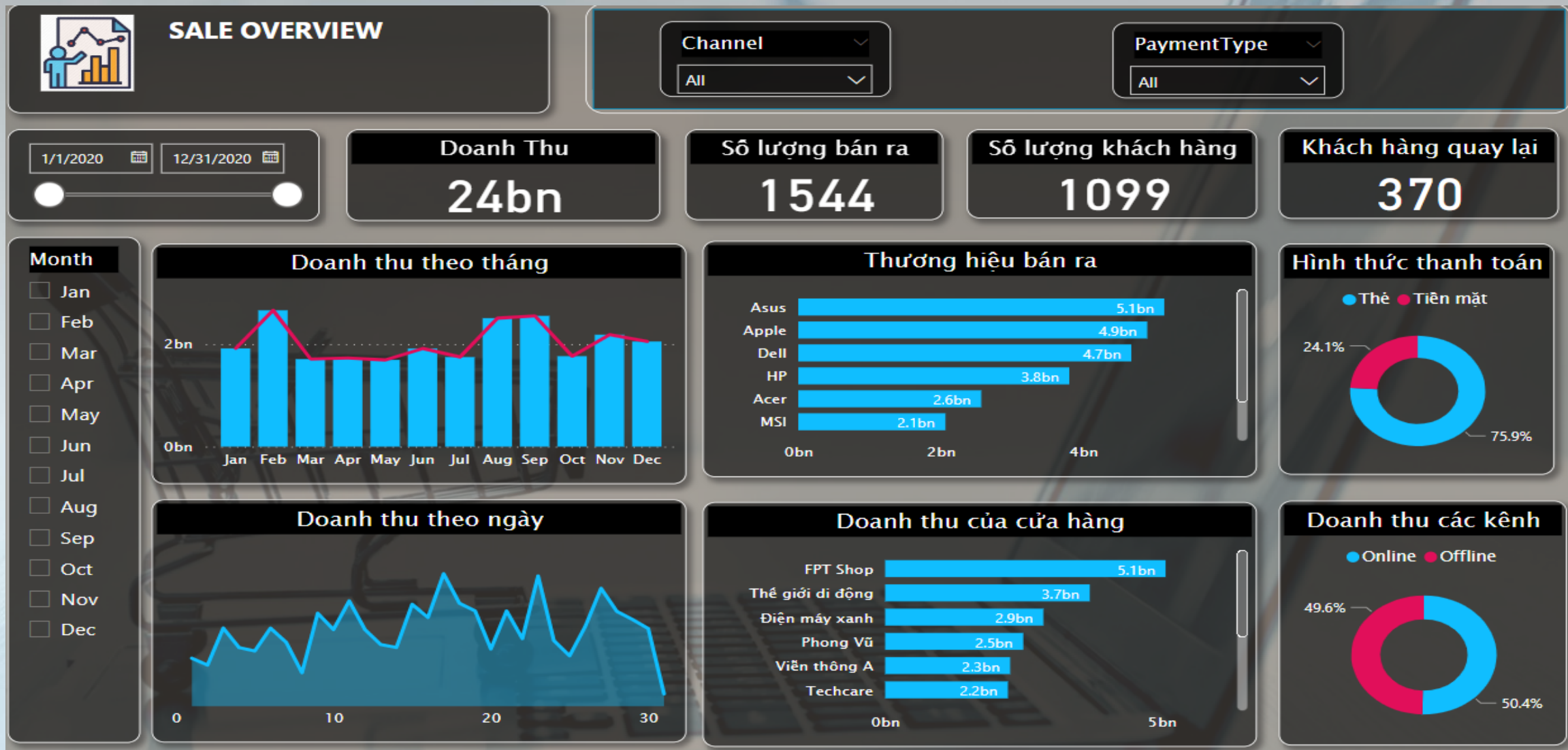


# I/ Mô tả đặc trưng khách hàng

## Tổng kết xây dựng nhân vật khách hàng theo xuất thân

Nhân vật	Nhân vật 1	Nhân vật 2	Nhân vật 3	Nhân vật 4
Xuất thân	Nông dân	Công chức nhà nước	Kinh Doanh	Nhân viên văn phòng
Mức chi tiêu	Thấp	Trung Bình	Cao	Cao
Yêu cầu mua hàng	Rẻ, bền, nhiều khuyến mãi	Rẻ, tốc độ xử lý tốt và có bảo hành	Yếu tố chất lượng dịch vụ bảo hành, Tốc độ xử lý và giá cả	Yếu tố tốc độ xử lý, thương hiệu, bảo hành và cấu hình
Xu hướng	Người cần tính bền bỉ và lâu dài	Người cần giá cả phải chăng, máy tính mạnh và dịch vụ đi kèm	Người cần dịch vụ đi kèm và tốc độ xử lý	Người chạy theo công nghệ
Tính cách	Khó tính	Dễ tính	Dễ Tính	Dễ Tính

### III/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

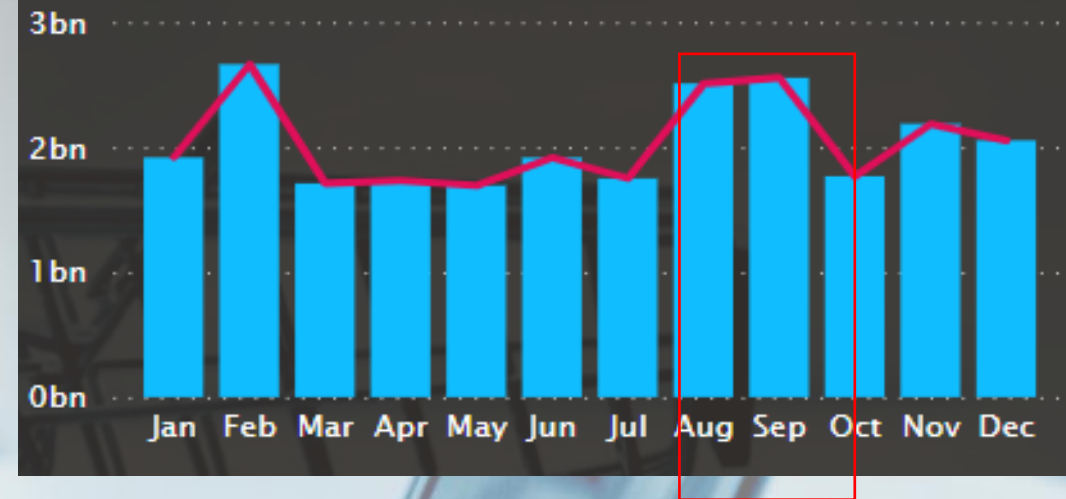


### III/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

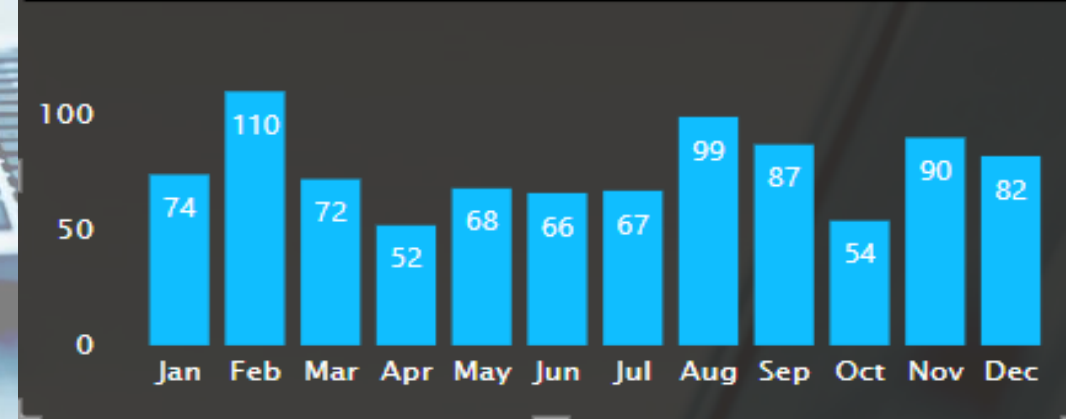
Nhận xét:

- Ở Quý I (Tháng 1,2,3), nhu cầu mua máy tính tăng mạnh ở tháng 2, thường tháng này là đầu năm âm lịch, các chương trình khai xuân đi kèm.
- Ở quý II (tháng 4,5,6), các chương trình khuyến mãi giảm và xu hướng bán hàng chậm lại ở những tháng này và có xu hướng tăng nhẹ vào đầu kỳ hè là tháng 6
- Ở quý III (tháng 7,8,9), xu hướng tăng vào tháng 8, 9 là tháng đầu năm học.
- Ở quý IV, khách hàng mua tăng ở các tháng có khuyến mãi là tháng 11 và 12

Doanh thu theo tháng



Số lượng khuyến mãi trong năm



## II/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

Nhận xét:

Số lượng bán hàng chủ yếu từ ngày 17 đến ngày 25 hàng tháng

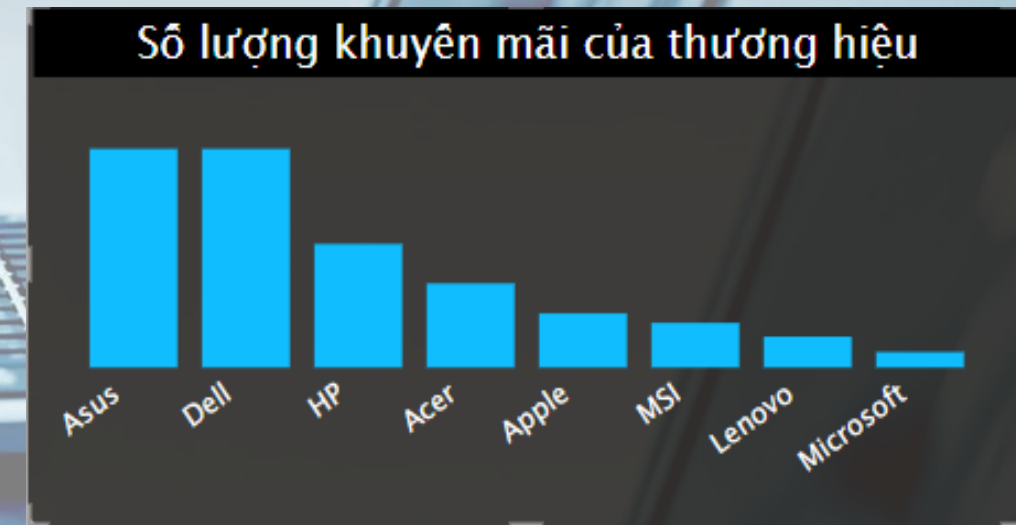
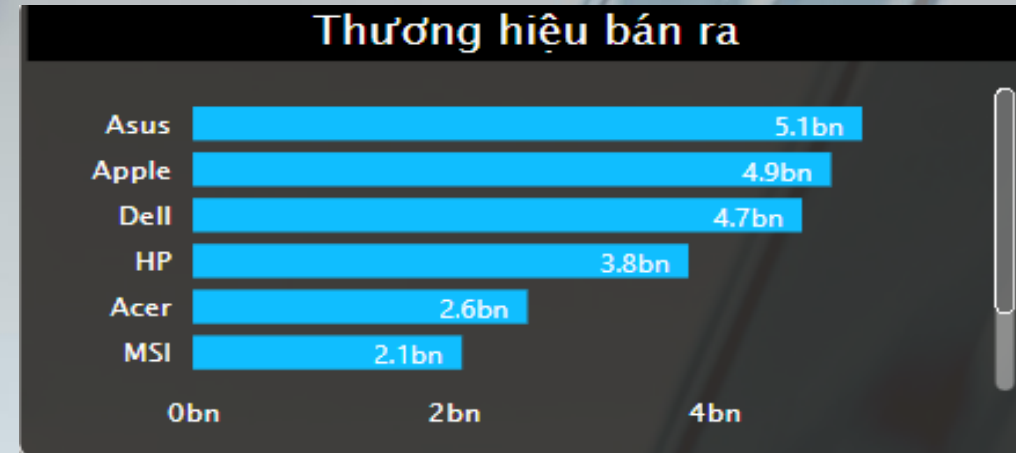




### III/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

Nhận xét:

- Doanh thu các thương hiệu máy tính tỉ lệ với các khuyến mãi đi kèm ngoại trừ Apple chứng tỏ Apple có một tập khách hàng trung thành lớn và có uy tín với tập khách hàng này.



### III/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

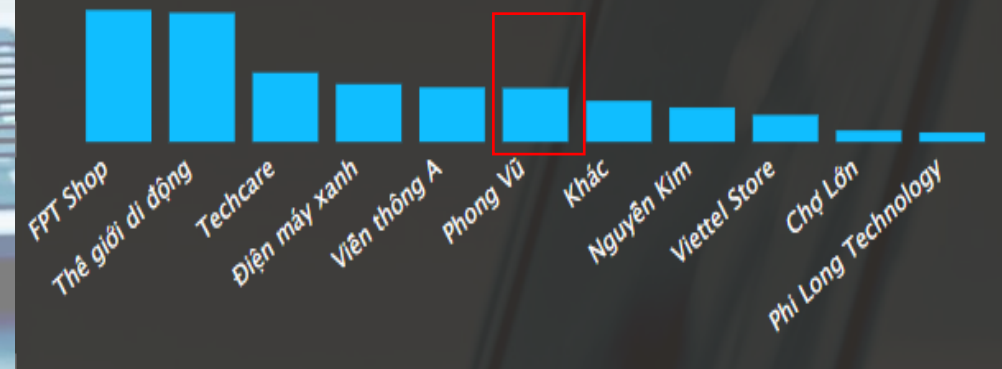
Nhận xét:

- Đa số khách hàng tập trung vào các cửa hàng bán lẻ của các tập đoàn lớn, và có uy tín kèm theo nhiều ưu đãi khuyến mãi.
- Phong vũ là cửa hàng có ít khuyến mãi nhưng lại có doanh số vẫn thuộc trong Top 4, chứng tỏ đã xây dựng được thương hiệu cá nhân với các khách hàng và có khả năng cạnh tranh với các tập đoàn lớn.

Doanh thu của cửa hàng



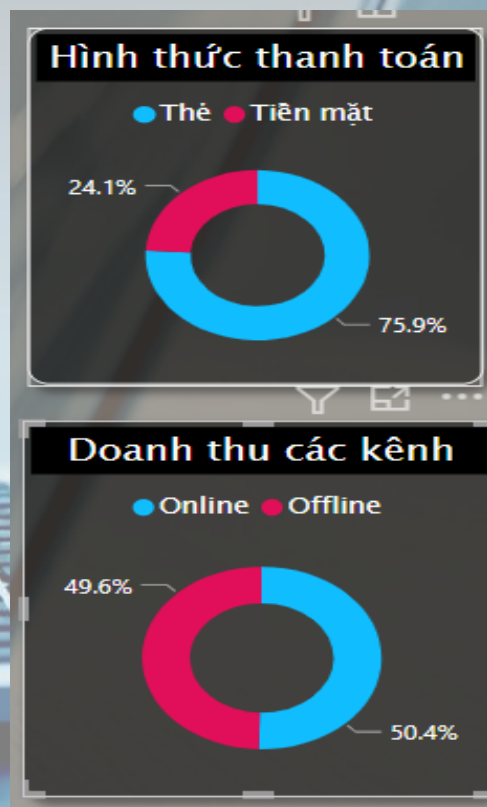
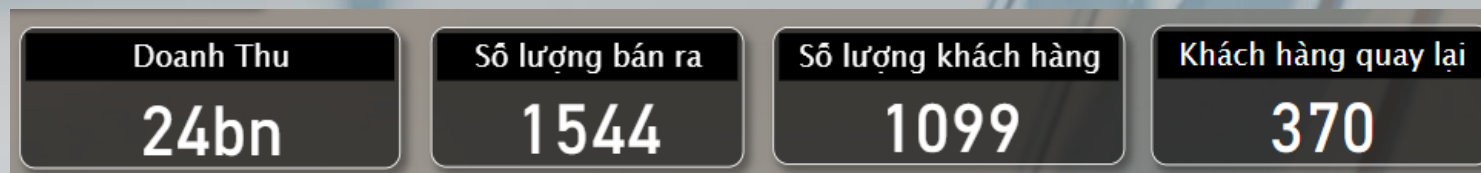
Số lượng khuyến mãi của thương hiệu



### III/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

#### Nhận xét:

- Khách hàng đa số thanh toán bằng hình thức trả thẻ
- Doanh thu ở hai kênh Online và Offline gần như bằng nhau
- Số lượng khách hàng tin tưởng và quay lại mua hàng trên tổng khách hàng tương đối cao đối với mặt hàng sử dụng lâu dài như máy tính.



## II/ Nhận xét tình hình tiêu thụ máy tính và bán hàng ở các cửa hàng

### Kết luận

- Doanh thu ở hai kênh bán hàng Online và Offline có lợi nhuận ngang nhau
- Doanh thu bán hàng chủ yếu ở các thời điểm ,các sản phẩm, và các cửa hàng có nhiều chương trình khuyến mãi.
- Apple là thương hiệu có khả năng mang lại lợi nhuận lớn cho cửa hàng vì có uy tín về mặt thương hiệu mà tốn ít chi phí dành cho khuyến mại
- Khách hàng có xu hướng lựa chọn các cửa hàng của các tập đoàn lớn như FPT , Thế giới di động, hoặc các cửa hàng đã xây dựng được niềm tin cho khách hàng như Phong Vũ.



# III/ Chiến lược tư vấn bán hàng

## Cách 1: Tư vấn theo giới tính

- Đối với khách hàng là Nữ, lựa chọn tư vấn các sản phẩm và thương hiệu có tiêu chí bền kèm theo các khuyến mại đi kèm, và giá cả phải chăng, tập trung tư vấn vào các sản phẩm thương hiệu đến từ Asus, Dell sẽ mang lại hiệu quả cao
- Đối với khách hàng Nam, lựa chọn các sản phẩm có thương hiệu có tốc độ xử lý mạnh và giá cả phải chăng kèm theo các dịch vụ bảo hành đi kèm, tập trung tư vấn Asus, Dell, Apple sẽ mang lại hiệu quả cao.

# III/ Chiến lược tư vấn bán hàng

## Cách 2: Tư vấn theo xuất thân

Đối với các khách hàng xuất thân gia đình từ **Nông Dân**, tập trung tư vấn vào các sản phẩm có phân khúc giá thành thấp nhưng bền, đi kèm nhiều khuyến mãi.

**Tập trung tư vấn vào thương hiệu Asus, Dell sẽ mang lại nhiều hiệu quả. Ngoài ra khách hàng này khó tính, cần nhiệt tình và kiên trì.**

Đối với khách hàng xuất thân từ **Công chức nhà nước** và **Kinh Doanh tự do**, cần tư vấn các sản phẩm có giá cả phải chăng, nhưng đạt được các tiêu chí về tốc độ xử lý và các tiêu chí về dịch vụ bảo hành đi kèm.

**Tập trung tư vấn vào các thương hiệu như Asus, Apple, Dell sẽ mang lại nhiều hiệu quả**

Đối với **Khách hàng có xuất thân từ Nhân viên văn phòng**, cần tư vấn sản phẩm hợp với xu hướng công nghệ và đạt các tiêu chí về Tốc độ xử lý, cấu hình và các yêu cầu về thương hiệu.

**Tập trung tư vấn vào các sản phẩm của Apple sẽ mang lại nhiều hiệu quả.**

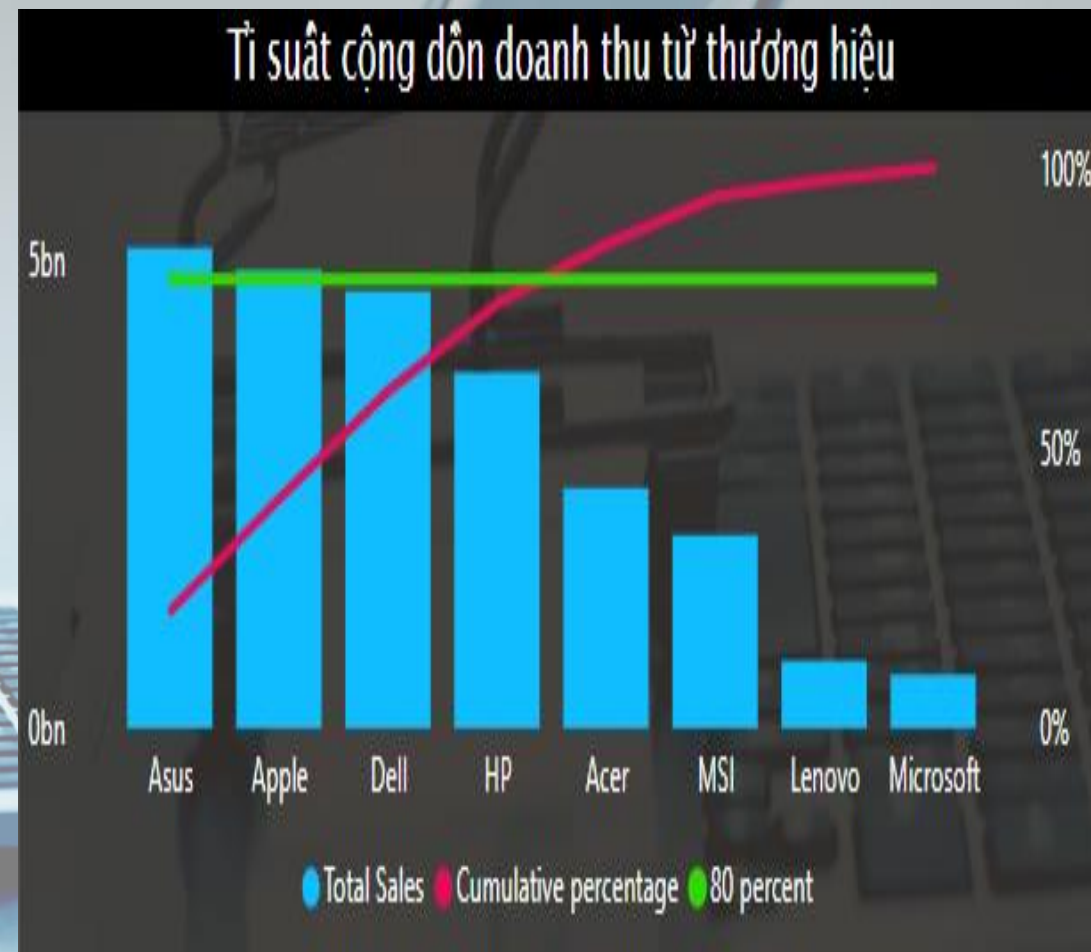
## IV/ Đưa ra chiến lược cải thiện tổng thể tình trạng của trang thương mại điện tử



#### IV/ Đưa ra chiến lược cải thiện tổng thể tình trạng của trang thương mại điện tử

##### Đánh giá:

- Doanh thu chủ yếu đến từ các thương hiệu Asus, Apple, Dell và HP (80%). Tập trung bán và phát triển các thương hiệu này để tối ưu lợi nhuận
- Các thương hiệu như Lenovo, Microsoft mang lại doanh thu cực thấp, nên cân nhắc ngừng nhập hàng và bán các sản phẩm này để tối ưu chi phí tồn kho và bảo quản

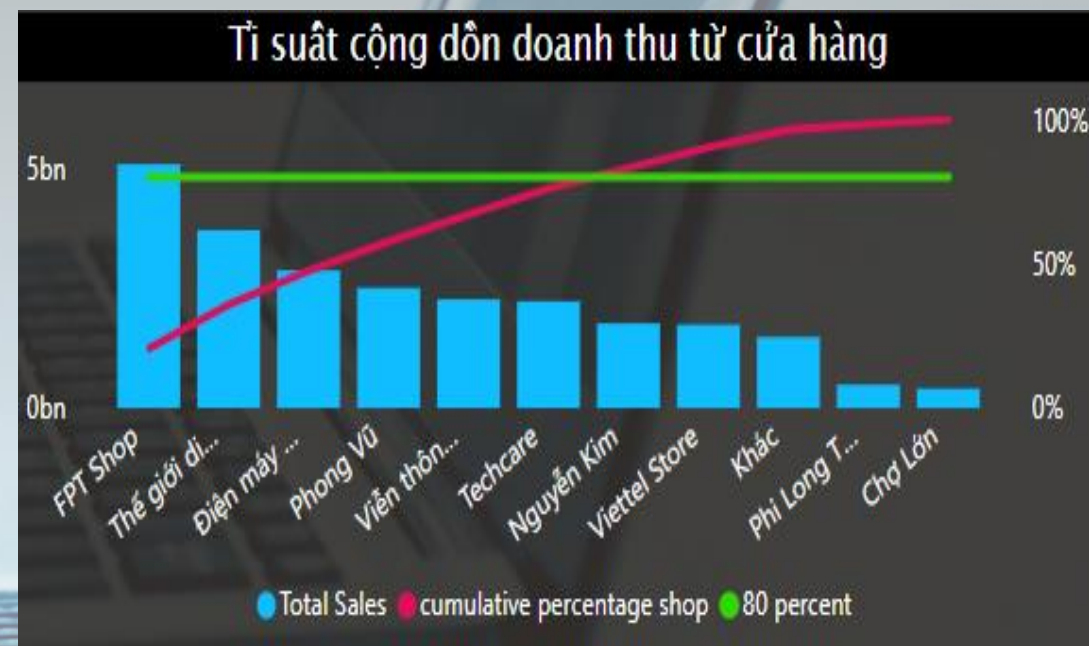




#### IV/ Đưa ra chiến lược cải thiện tổng thể tình trạng của trang thương mại điện tử

##### Đánh giá:

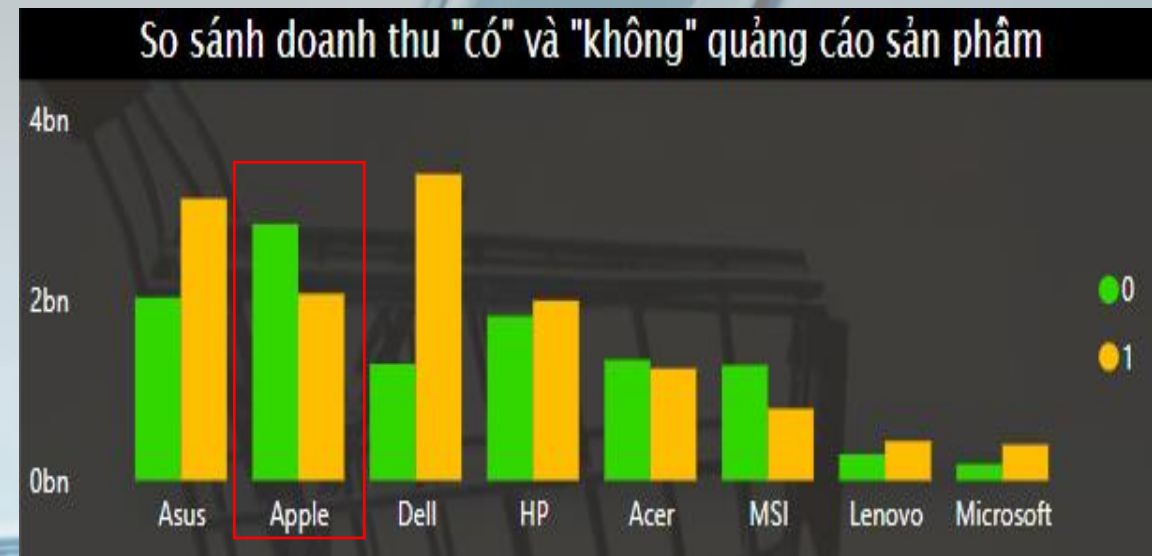
- Doanh thu chủ yếu đến từ các cửa hàng của các tập đoàn lớn và các cửa hàng có nhiều khuyến mãi
- Cần xem xét và tối ưu kinh doanh ở các cửa hàng khác.



#### IV/ Đưa ra chiến lược cải thiện tổng thể tình trạng của trang thương mại điện tử

Đánh giá:

- Đối với các sản phẩm của thương hiệu Asus, Dell vào HP, cần tiếp tục các chương trình khuyến mãi để thúc đẩy doanh thu.
- Đối với sản phẩm có thương hiệu và uy tín như Apple, cần tiếp tục tư vấn và nhập hàng một cách liên tục để tối ưu chi phí vì đây là sản phẩm chủ chốt
- Với một số sản phẩm của Lenovo và Microsoft, cần xem xét cắt giảm ngừng nhập hàng để tối ưu hóa chi phí tồn kho



## IV/ Đưa ra chiến lược cải thiện tổng thể tình trạng của trang thương mại điện tử

Đánh giá:

- Đa số, các nguồn thông tin khách hàng vẫn còn ở hình thức tiếp thị truyền thống. Cần tiếp tục phát huy bằng cách xây dựng thương hiệu, uy tín của nhà bán lẻ, và chất lượng dịch vụ, đào tạo tư vấn viên để giữ chân khách hàng.
- Ngoài ra, nguồn thông tin từ mạng xã hội cũng rất tốt, cần tiếp tục phát huy và cải thiện bằng các nội dung quảng cáo chất lượng trên mạng xã hội.
- Xem xét cải thiện chất lượng hoặc cắt giảm nếu không cần thiết để tối ưu chi phí đối với quảng cáo bằng phương tiện truyền thông.

