

ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG ĐANG LÀM THAY ĐỔI NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

Người trình bày: Đặng Thúy Hà
Giám đốc/ Trưởng đại diện văn phòng Hà nội
Nielsen Vietnam - 2017

NỘI DUNG ĐỀ CẬP

TỔNG QUAN KHU VỰC ĐÔNG NAM Á & THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
ĐIỀU GÌ DẪN ĐẾN SỰ TĂNG TRƯỞNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
CÁC DOANH NGHIỆP CẦN LÀM GÌ?

TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG & THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

TỔNG QUAN KHU VỰC ĐÔNG NAM Á



Số lượng
hộ gia đình
sẽ tăng
GẤP ĐÔI
trong năm 2025

LÀ NƠI ĐẦU TƯ TRỌNG YẾU
CỦA **227** công ty lớn nhất trên thế giới.
**XẾP THỨ 7 TRONG SỐ CÁC KHU VỰC THU
HÚT ĐẦU TƯ CỦA CÁC CÔNG TY LỚN**

LÀ NƠI TIỀM NĂNG LỚN CHO SỰ
PHÁT TRIỂN CỦA
E-COMMERCE
TỈ LỆ SỬ DỤNG INTERNET:
44.6% TRONG NĂM 2030

LÀ KHU VỰC CÓ NHIỀU QUỐC GIA THUỘC
TOP 10 TRONG BẢNG XẾP HẠNG CÁC
QUỐC GIA **LẠC QUAN NHẤT** THẾ
GIỚI

ĐÂY LÀ **THỜI ĐẠI** CỦA CHÚNG TA

NIỀM TIN NTD CÓ SỰ KHÁC BIỆT LỚN GIỮA CÁC KHU VỰC, NHƯNG HẦU HẾT CÁC QUỐC GIA CHÂU Á - TBD ĐỀU KẾT THÚC 2016 TRONG SỰ LẠC QUAN

	Q4 2016	Q4 2016 vs Q3 2016
SINGAPORE	86	-8
MALAYSIA	84	-6
KOREA	43	-3
TAIWAN	72	-2
HONGKONG	93	-2
INDONESIA	120	-2



CHỈ SỐ NIỀM TIN NTD

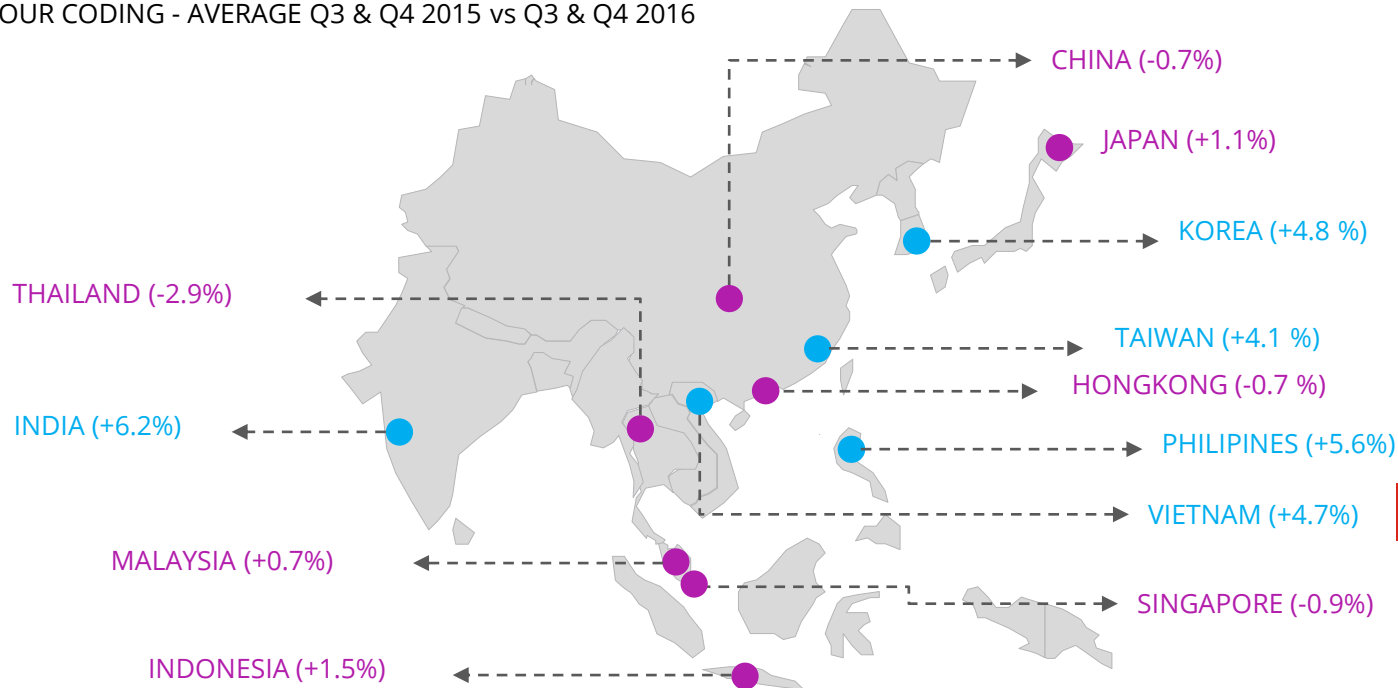
	Q4 2016	Q4 2016 vs Q3 2016
VIETNAM	112	5
NEW ZEALAND	103	3
THAILAND	110	2
CHINA	108	2
INDIA	136	2
JAPAN	73	2
AUSTRALIA	91	0
PHILIPPINES	132	0



CHỈ SỐ NIỀM TIN NTD

MỘT SỐ ĐANG LÀM ĐƯỢC TỐT HƠN, TỪ CÁI NHÌN CỦA NGÀNH HÀNG TIÊU DÙNG NHANH (FMCG)

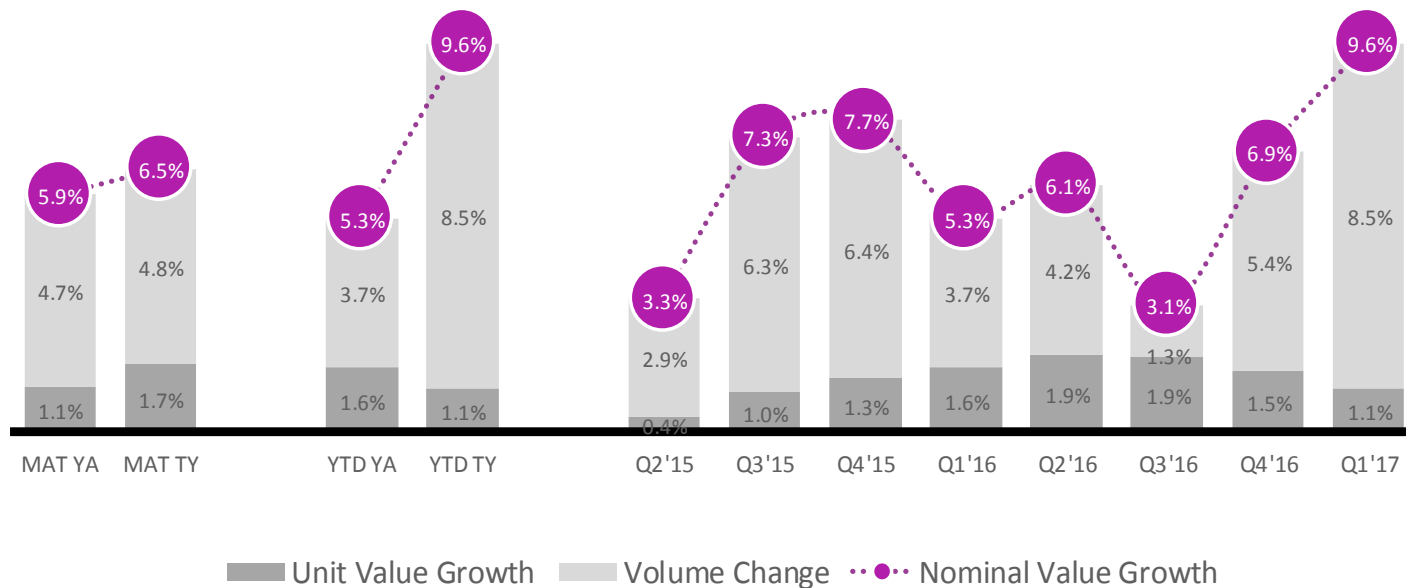
COLOUR CODING - AVERAGE Q3 & Q4 2015 vs Q3 & Q4 2016



- Doanh thu trung bình giảm
- Doanh thu trung bình tăng



NGÀNH HÀNG FMCG VẪN TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG TRONG DÀI HẠN, ĐẶC BIỆT TRONG CÁC MÙA CAO ĐIỂM



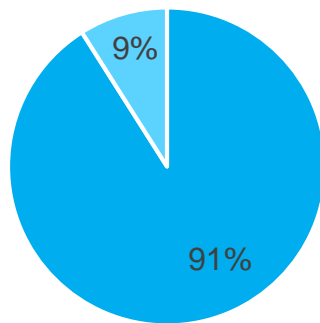
Nguồn: Nielsen Retail Index – So với năm trước

Lưu ý: Biểu đồ trên có bao gồm: Đồ dùng nữ giới, Dầu Xả, Dầu gội, Kem đánh răng, Bàn chải đánh răng, Sữa tắm, Nước rửa bát, Nước xả, Dung dịch giặt đồ, Hạt nêm, Sữa uống liền, Nước ngọt, nước suối đóng chai, Nước tăng lực, Trà uống liền, Thuốc lá, Đồ uống thể thao, Sữa đặc, Nước hoa quả, Đồ tẩy rửa, Bia, Mì ăn liền, Diệt côn trùng, Đồ uống lúa mạch, Bánh xốp, Bánh quy.

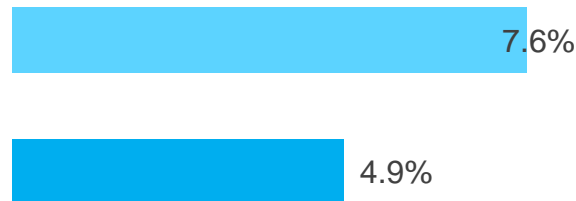
KÊNH TRUYỀN THÔNG VẪN GIỮ VỊ TRÍ QUAN TRỌNG TRONG VIỆC THÚC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG





TĂNG TRƯỞNG & ĐÓNG GÓP VÀO TỔNG DOANH SỐ FMCG Q4-2016 SO VỚI CÙNG KỲ NĂM TRƯỚC



Mức độ đóng góp



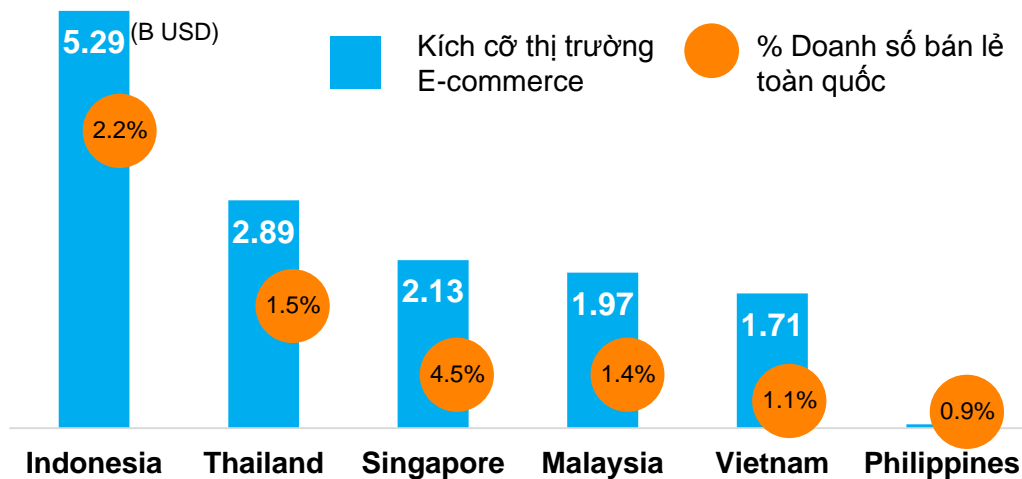
Mức độ tăng trưởng

-  Kênh hiện đại
-  Kênh truyền thống

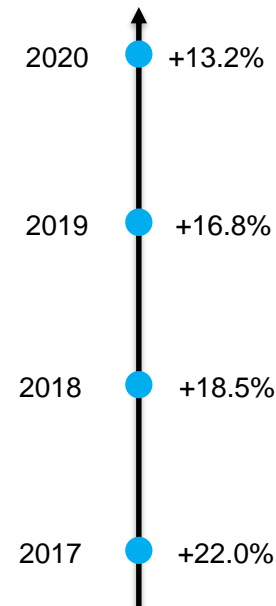
E-COMMERCE LÀ XU HƯỚNG TRONG TƯƠNG LAI VÀ SẼ TIẾP TỤC MANG LẠI NHIỀU KỲ VỌNG

KÍCH CỠ THỊ TRƯỜNG E-COMMERCE & % DOANH SỐ BÁN LẺ MỘT SỐ QUỐC GIA TRONG KHU VỰC ĐÔNG NAM Á

(2015, không tính doanh số bán vé du lịch và sự kiện)



GROWTH EXPECTATION - eMarketer -



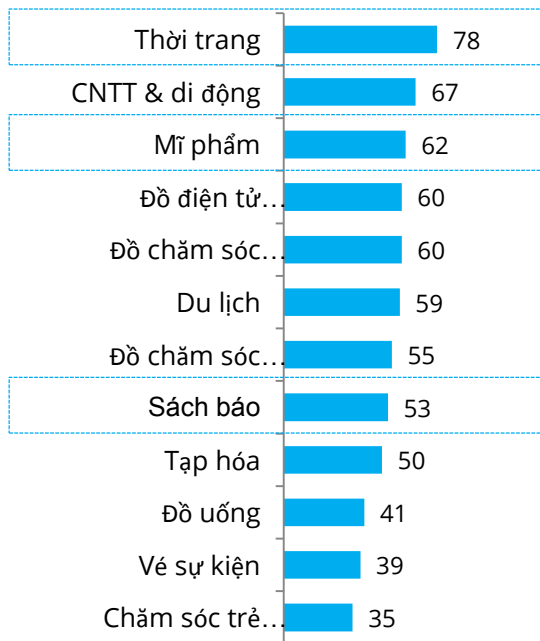
Nguồn: eMarketer, 'Retail Ecommerce Sales in Southeast Asia', Aug 2016

THỜI TRANG, MỸ PHẨM VÀ CÁC ẨM PHẨM SÁCH CÓ XU HƯỚNG ĐƯỢC MUA TRỰC TUYẾN NHIỀU NHẤT



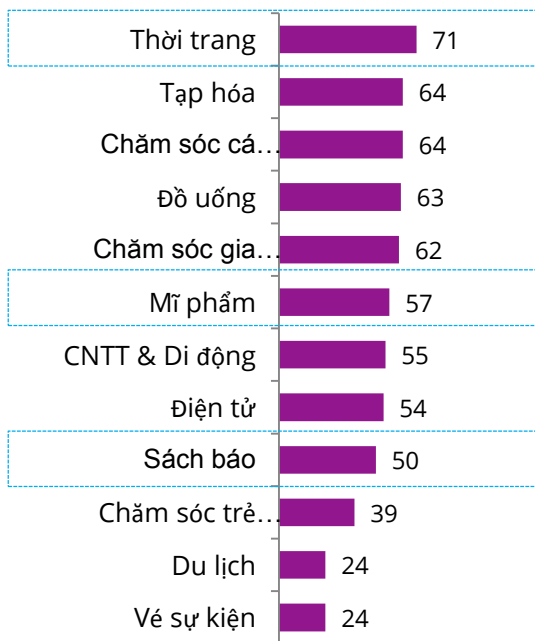
SẼ TRA CỨU THÔNG TIN **ONLINE** TRONG 3 THÁNG TỚI

■ TOTAL



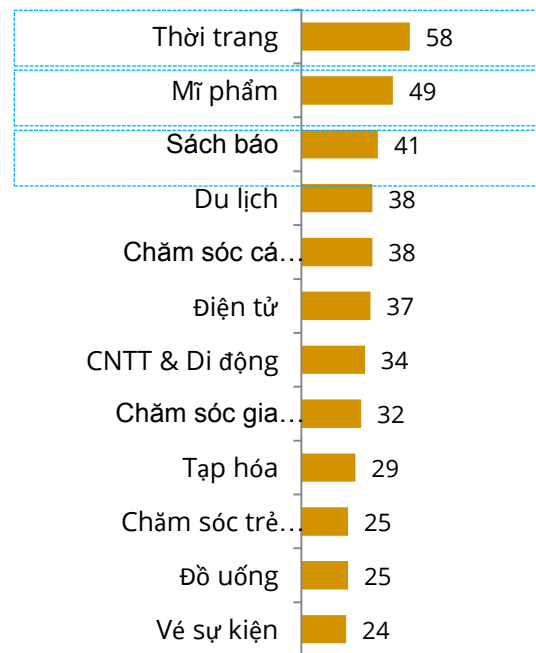
SẼ TRA CỨU THÔNG TIN **OFFLINE** TRONG 3 THÁNG TỚI

■ TOTAL



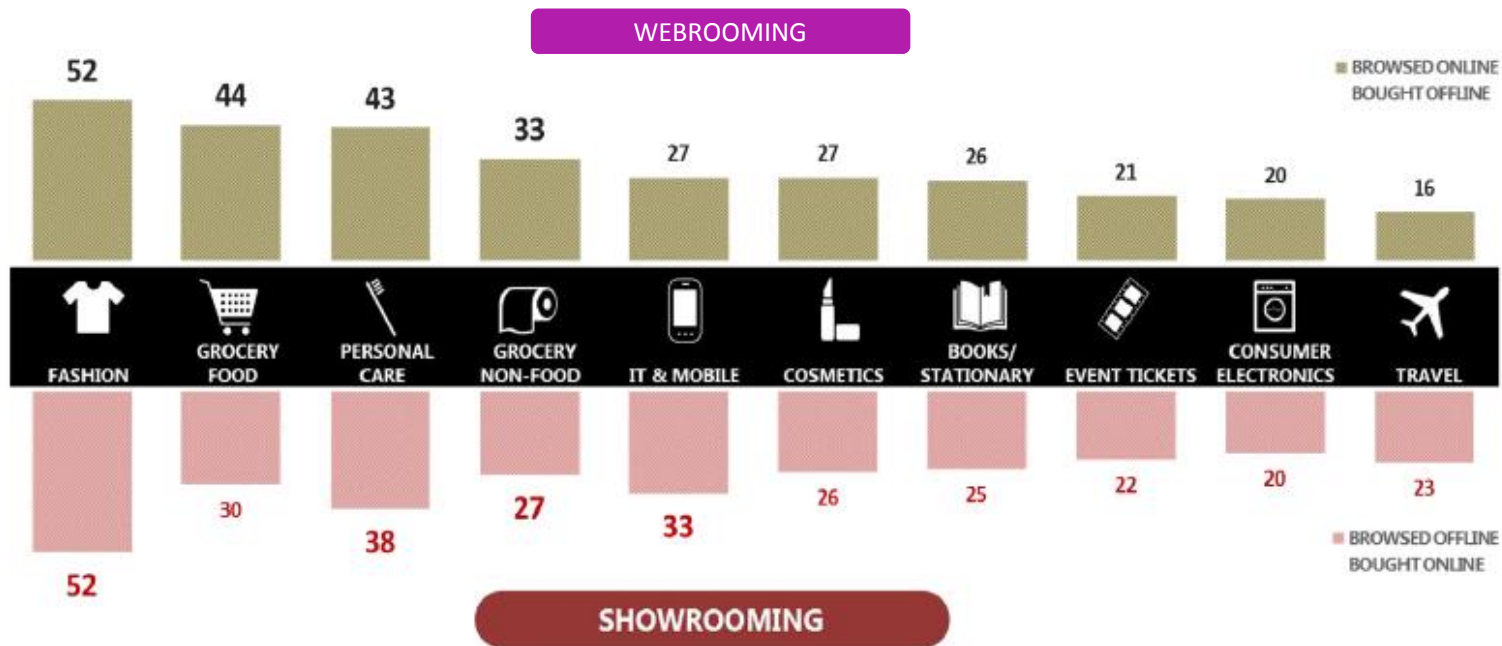
SẼ MUA HÀNG **ONLINE** TRONG 3 THÁNG TỚI

■ TOTAL

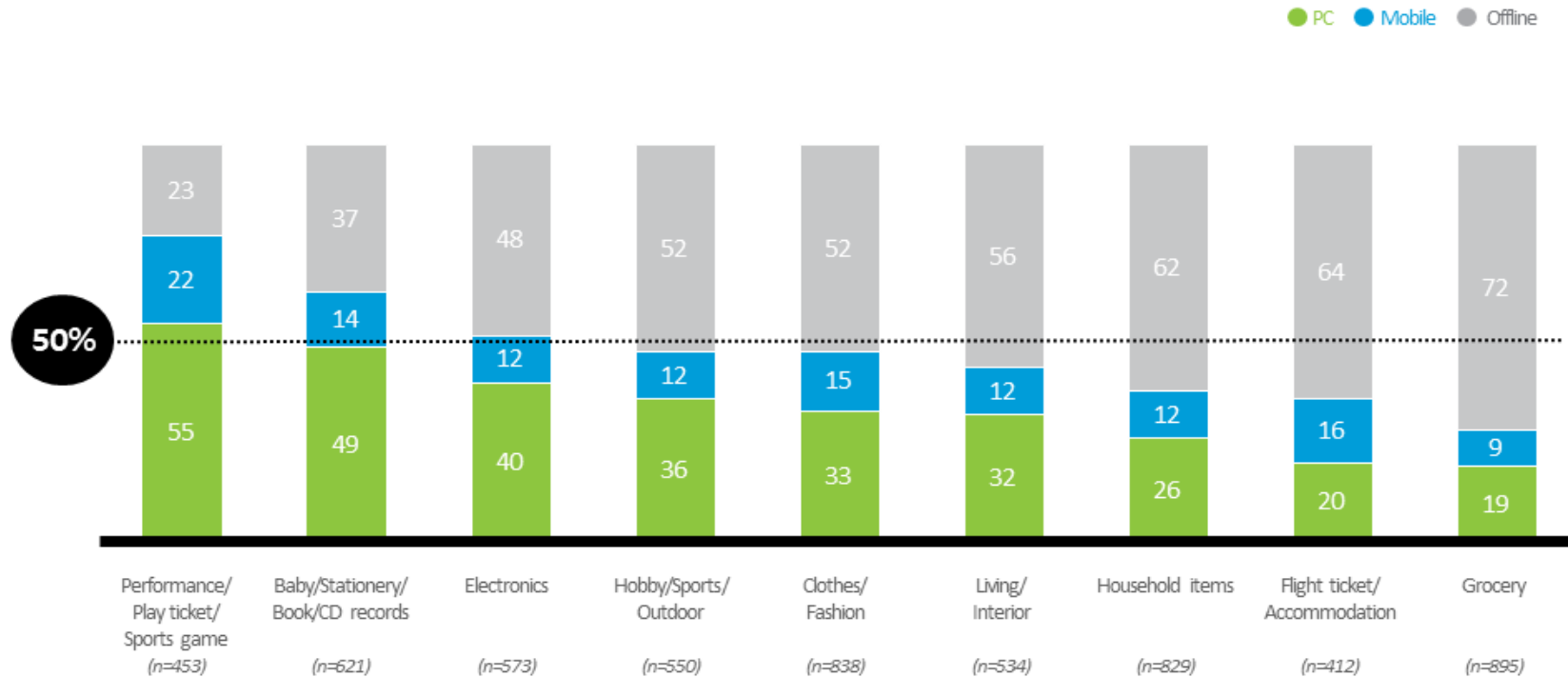


HÀNH VI MUA HÀNG ON LINE- OFFLINE, NÊN CẦN HIỂU HƠN VỀ NGÀNH HÀNG CỦA BẠN

OMNI-CHANNEL SHOPPING LANDSCAPE AND ACTIONABLE CATEGORY-SPECIFIC SHOPPER JOURNEY INSIGHTS



MỘT SỐ DANH MỤC ONLINE VƯỢT OFFLINE VỀ DOANH SỐ BÁN HÀNG



Source: Nielsen eCommerce report for Korea: Online Survey, Base=Experienced shopper by each category

ĐIỀU GÌ DẪN ĐẾN SỰ TĂNG TRƯỞNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. NGƯỜI VIỆT LÀ NHỮNG NTD KẾT NỐI

Người dùng điện thoại di động

95%

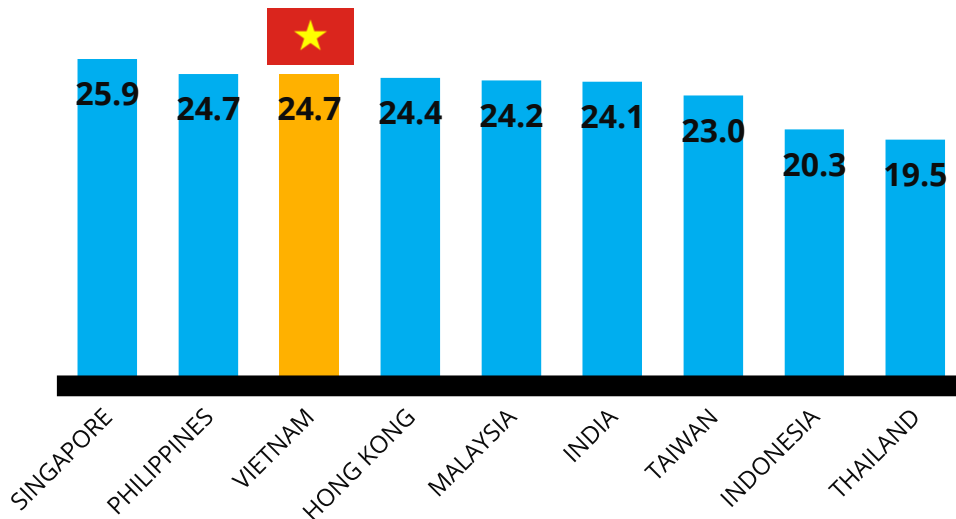
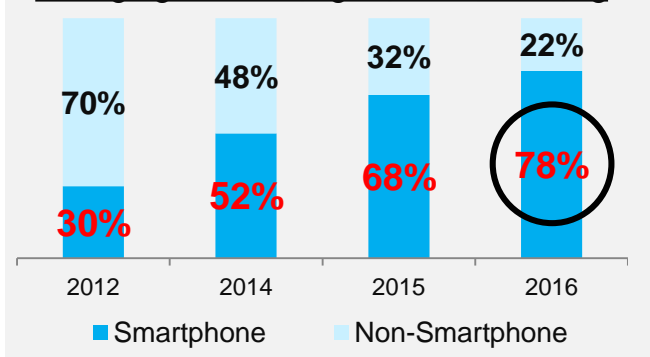
Người dùng điện thoại thông minh (trên số người dùng điện thoại)

78%



THỜI GIAN ONLINE TRUNG BÌNH HÀNG TUẦN (TIẾNG)

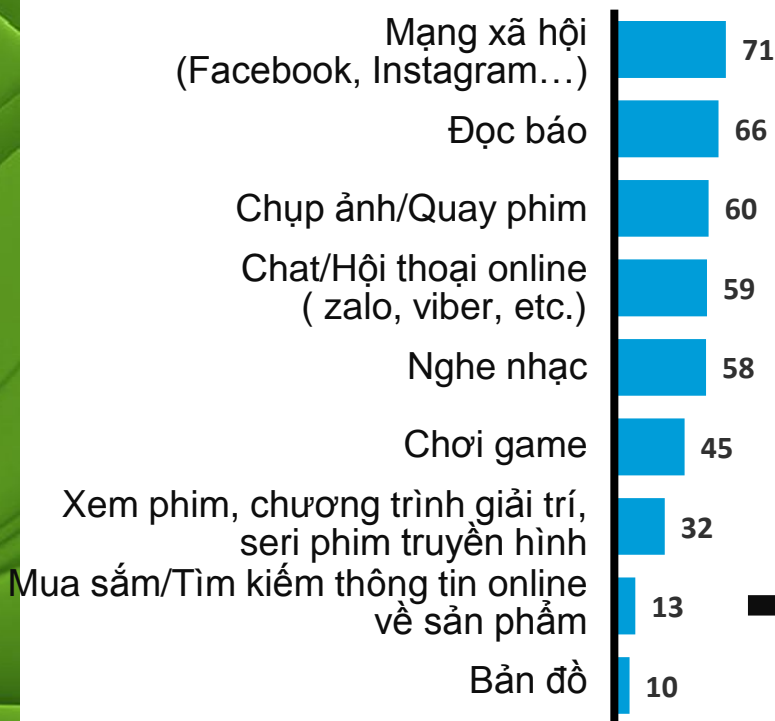
% người sử dụng smartphone trong số những người sử dụng điện thoại di động



ĐIỆN THOẠI TRỞ THÀNH 1 CÔNG CỤ PHỔ BIẾN ĐỂ MUA HÀNG ONLINE



HOẠT ĐỘNG TRÊN ĐIỆN THOẠI(%)



VAI TRÒ CỦA ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG

Tìm hiểu sản phẩm trên website/ứng dụng
79%

Xem xét phản hồi về sản phẩm
75%

So sánh giá cả online
63%

2. NHU CẦU TRÊN THẾ GIỚI ĐANG DẦN DỊCH CHUYỂN SANG CÁC HÌNH THỨC THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT



SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG NGHỆ

Tỉ lệ sử dụng Internet là 50% tại nhiều thị trường đang phát triển nhưng ước tính sẽ có 1.2 tỉ người sử dụng mới trong vòng 5 năm tới



SỰ KẾT NỐI VỚI NỀN KINH TẾ TIÊU DÙNG

Người tiêu dùng kết nối làm gia tăng mức chi tiêu toàn cầu. Chi tiêu xuyên quốc gia cũng sẽ gia tăng mạnh mẽ

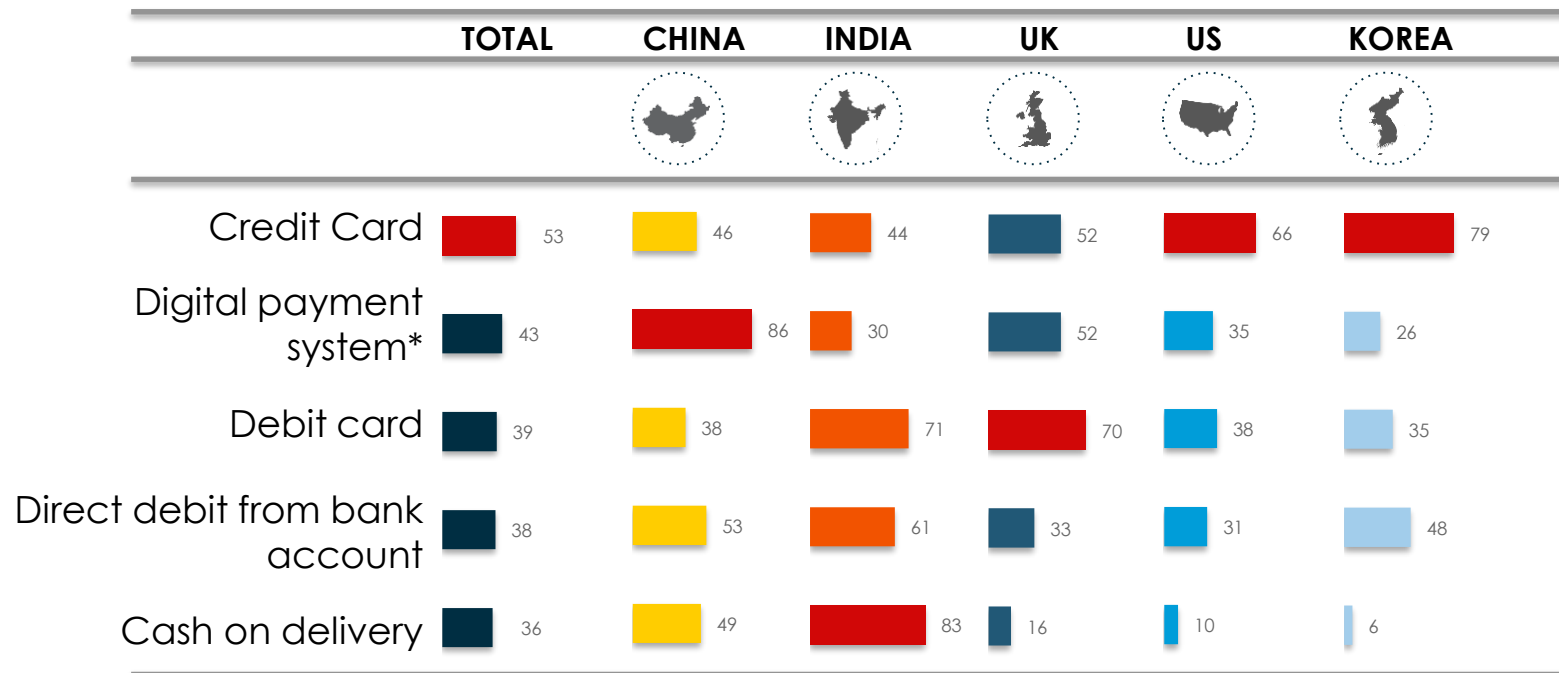


NHU CẦU CHO CÁC DỊCH VỤ NGÂN HÀNG/ TÀI CHÍNH

Vẫn còn khoảng 2 tỉ người trên thế giới chưa sử dụng các dịch vụ ngân hàng. Các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt sẽ làm thay đổi tình trạng đó

CÁC HÌNH THỨC THANH TOÁN ĐƯỢC SỬ DỤNG KHÁC NHAU GIỮA CÁC NƯỚC

Incidence of payment methods used for online purchases in past 6 months



Note*: e.g., Alipay, PayPal

Note: Survey was conducted online across 24 countries, sample of ~500 per country. Source: Nielsen Connected Commerce survey (2015).

...VÀ KẾT NỐI NGÀY Càng NHIỀU VỚI DỊCH VỤ NGÂN HÀNG DI ĐỘNG

SỬ DỤNG (%)



Mobile Banking

13

Ý định sử dụng

16%

(Trong 3 tháng tới)



Internet Banking

11



At branch

89

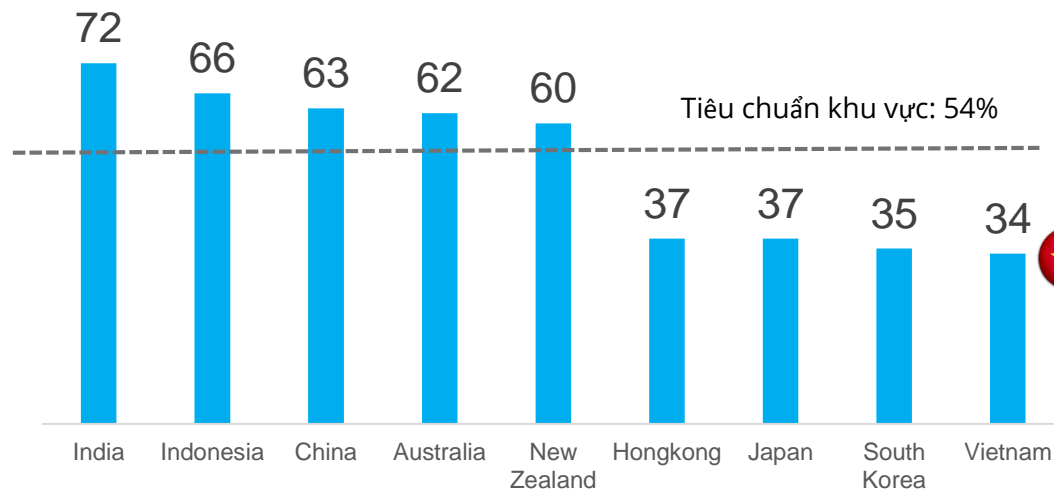
TUY NHIÊN SỰ AN TOÀN KHI THANH TOÁN VẪN LÀ MỘT RÀO CẢN LỚN



**CẢM GIÁC AN TOÀN KHI
MUA SẺ ONLINE**



**THU HÚT NGƯỜI MUA HÀNG
HÀNG ONLINE**



**AN TOÀN BẢO MẬT
THANH TOÁN**

86%

GIÁ CẢ

85%

SỰ TIỆN LỢI

85%

The latest [MasterCard Online Shopping Survey](#), based on an online poll of 8,738 consumers in 14 countries across the region

3. SỰ GIA TĂNG CỦA LƯỢNG NTD ĐƯỢC KẾT NỐI CỦNG CỐ YẾU TỐ LIÊN KẾT VÀ SỰ TƯƠNG TÁC ĐA KÊNH



NHÂN TỐ THỨC ĐẦY TĂNG TRƯỞNG TIỀM NĂNG



Cách tiếp cận thông thường:

**TÀNG LỚP
TRUNG LƯU**



Kiểm được
\$10-20/ngày



Cách tiếp cận hiện đại:

**NGƯỜI MUA HÀNG
ĐA KÊNH**



Có Kết Nối
Internet

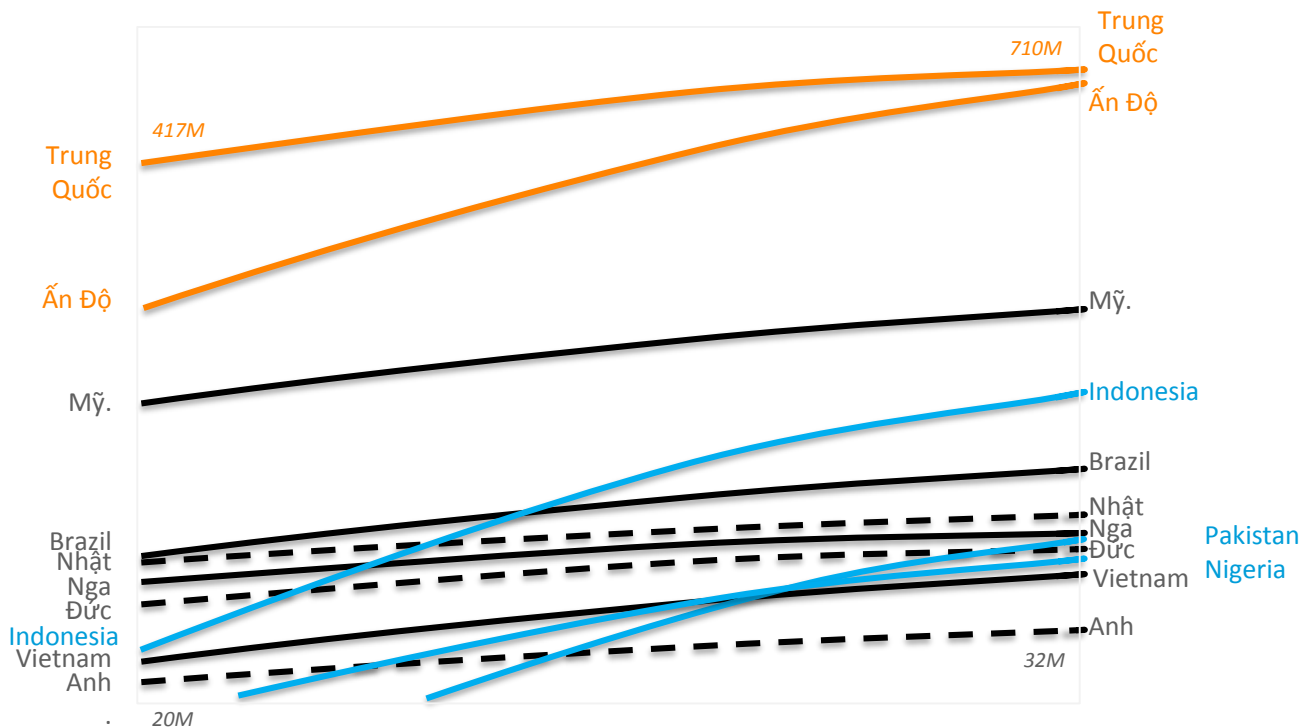


Sẵn sàng chi tiêu thu
nhập tùy ý



TOP 10 CÁC THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG

Top 10 Thị Trường cho người tiêu dùng kết nối theo dân số 2015 - 2025

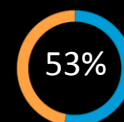
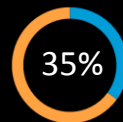
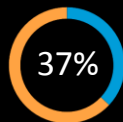
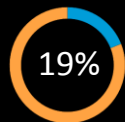
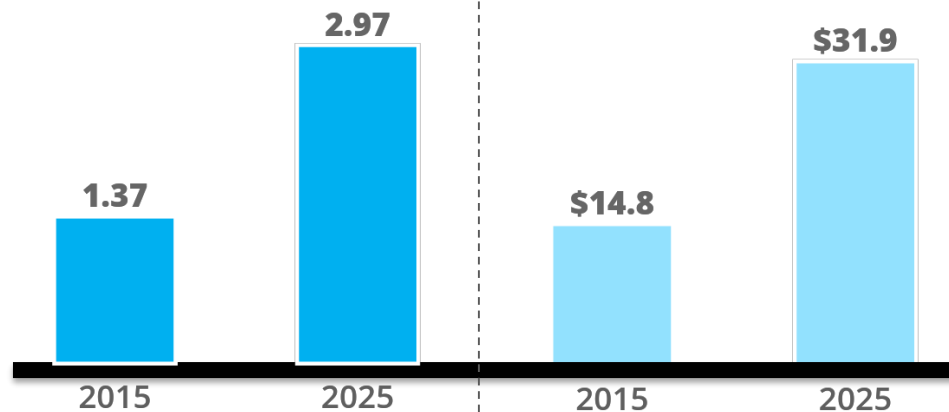


Source: Nielsen Global Consumer Confidence Survey (2010-2015);
The World Bank; The International Monetary Fund; The Demand Institute

SỐ LƯỢNG TĂNG DẦN TRONG NỀN KINH TẾ TOÀN CẦU

Số Lượng Người Tiêu
Dùng Kết Nối (tỷ người)

Chi Tiêu Thường Niên từ Người
Tiêu dùng Kết Nối (nghìn tỷ USD)



SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG KẾT NỐI VIỆT NAM 2025

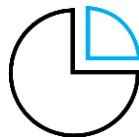


2017

23 TRIỆU NGƯỜI

**CHI TIÊU THƯỜNG
NIÊN
\$50 TỈ**

**38% CỦA
TỔNG TIÊU THỤ**



2025

40 TRIỆU NGƯỜI

**CHI TIÊU
THƯỜNG NIÊN
\$99 TỈ**

**48% CỦA
TỔNG TIÊU THỤ**

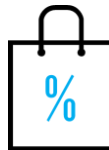
NHÂN TỐ CHÍNH ẢNH HƯỞNG TỚI MUA HÀNG ONLINE: XEM XÉT CÁC PHẢN HỒI VÀ SO SÁNH VỚI CÁC KÊNH OFFLINE KHÁC

Hoạt động trước khi mua hàng



77%

Đọc nhận xét và phản hồi về sản phẩm



73%

Kiểm tra khuyến mại



72%

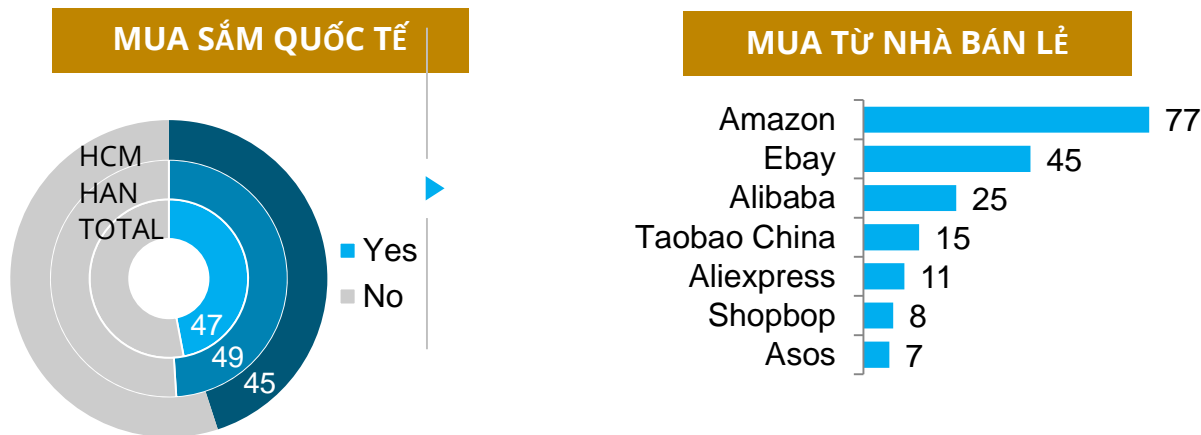
So sánh giá cả giữa các kênh



70%

Kiểm tra danh tiếng và chất lượng của thương hiệu

MUA SẮM QUỐC TẾ - KHÔNG CÒN RÀO CẢN THỰC SỰ NÀO NỮA



PHÂN LOẠI DANH MỤC MUA SẮM QUỐC TẾ

Mỹ phẩm	53	Sách	15
Thời trang	51	Thực phẩm tạp hóa	14
Công nghệ thông tin	36	Chăm sóc em bé	13
Du lịch	31	Đồ uống	10
Thiết bị điện tử tiêu dùng	27	Vé sự kiện	7
Chăm sóc cá nhân	20	Chăm sóc gia đình	7

VẬY ĐIỀU TIẾP THEO LÀ GÌ?

NHẬN THỨC HAY THỰC TẾ?

THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG NÀO SẼ KHUYẾN KHÍCH BẠN MUA HÀNG TRỰC TUYẾN?

64%

Trả lại tiền nếu sản phẩm không giống như đơn đặt hàng

48%

Mang sản phẩm thay thế ngay trong ngày nếu sản phẩm đó không giống đơn đặt

51%

Gửi text/e-mail khi mặt hàng đặt hết để khách hàng lựa chọn sản phẩm khác

CHÍNH XÁC

58%

Thời gian chuyển hàng chính xác

57%

website cập nhật thông tin về tiến độ chuyển hàng

47%

Có rất nhiều địa điểm thuận tiện để khách hàng nhận hàng

THỎA MÃN

53%

Vận chuyển hàng miễn phí vận chuyển nếu mua số lượng hàng nhất định

51%

Vận chuyển miễn phí từ thứ 3-5 hàng tuần

44%

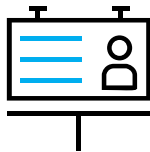
Mua thẻ vận chuyển hàng năm và được vận chuyển miễn phí

PHÍ VẬN CHUYỂN

DOANH NGHIỆP CẦN LÀM GÌ?



CẢI TIẾN MÔ HÌNH
KINH DOANH
THEO HƯỚNG
ĐA KÊNH



PHÁT TRIỂN CƠ
SỞ DỮ LIỆU VỀ
NHÓM KHÁCH
HÀNG KẾT NỐI &
HIỂU RÕ HỌ



NẮM LẮY CÁC CƠ
HỘI KỸ THUẬT SỐ
ĐỂ KẾT NỐI HỌ



CẢI THIỆN NIỀM
TIN CỦA NGƯỜI
TIÊU DÙNG



Dang Thuy Ha

Director, Client Leadership

Mobile: +84 904 282 283

Level 03, Song Hong Park view
Building,

165 Thai Ha, Dong Da Dist.,
Hanoi City, Vietnam

www.nielsen.com