

# SALES & PRODUCTS PERFORMANCE

*Analysis*

By: D. T HONG HANH

---





BBSTORE'S

bbstores\_insta

Tinh tế

Thanh lịch

Sang trọng

**bbstores\_insta:** Website: [bbstores.vn](http://bbstores.vn)

Facebook | Instagram | Shopee: BBSTORE'S

Địa chỉ: 29 - 31 Lê Văn Sỹ, Quận Phú Nhuận

Hou  
bbstores'

## BBSTORE'S - BE BEAUTIFUL STORE

BB LÀ THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG NỮ NỔI TIẾNG TẬP TRUNG VÀO CÁC SẢN PHẨM DÀNH CHO TIỆC TÙNG, CÔNG SỞ, ĐẶC BIỆT LÀ CÁC MẪU ÁO KIỂU, QUẦN, CHÂN VÁY THANH LỊCH, CHUYÊN NGHIỆP, PHÙ HỢP VỚI MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC.

BBSTORE'S NỔI BẬT VỚI SỰ KẾT HỢP HÀI HÒA GIỮA XU HƯỚNG THỜI TRANG QUỐC TẾ VÀ NÉT ĐẸP TRUYỀN THỐNG Á ĐÔNG, MANG ĐẾN PHONG CÁCH VỪA HIỆN ĐẠI VỪA TINH TẾ. THƯƠNG HIỆU CHÚ TRỌNG CHẤT LIỆU CAO CẤP, ĐƯỜNG MAY TINH XẢO CÙNG ĐỘI NGŨ THIẾT KẾ LUÔN CẬP NHẬT XU HƯỚNG MỚI, TẠO NÊN NHỮNG MẪU TRANG PHỤC ÂN TƯỢNG VÀ THỜI THƯỢNG, VỚI CAM KẾT MANG LẠI VẺ ĐẸP, SỰ TỰ TIN VÀ TRẢI NGHIỆM HÀI LÒNG NHẤT CHO KHÁCH HÀNG.



## CONTEXT

TRONG NHIỀU NĂM QUA, BB STORE'S ĐÃ XÂY DỰNG ĐƯỢC DANH TIẾNG VỀ CUNG CẤP CÁC TRANG PHỤC THỜI TRANG VÀ GIÁ CẢ PHẢI CHẮNG, TỪ QUẦN ÁO MẶC HÀNG NGÀY ĐẾN TRANG PHỤC DỰ TIỆC SANG TRỌNG. TUY NHIÊN, DO THIẾU SỰ LÃNH ĐẠO VÀ CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI, CÔNG TY ĐÃ GẶP KHÓ KHĂN TRONG VIỆC TĂNG TRƯỞNG. VIỆC PHÂN TÍCH DỮ LIỆU BÁN HÀNG SẼ GIÚP NHẬN DIỆN CÁC VẤN ĐỀ VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH, HIỆU SUẤT SẢN PHẨM VÀ HÀNH VI KHÁCH HÀNG, TỪ ĐÓ ĐƯA RA CÁC GIẢI PHÁP CẢI THIỆN DOANH THU VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG.

- PHÂN TÍCH HIỆU SUẤT BÁN HÀNG THEO DOANH THU VÀ SẢN PHẨM, GÓP PHẦN XÁC ĐỊNH NHỮNG “LỖ HỒNG” TRONG QUY TRÌNH BUÔN BÁN, CÙNG VỚI ĐÓ XÁC ĐỊNH CÁC SẢN PHẨM BÁN CHẠY VÀ SẢN PHẨM KÉM HIỆU QUẢ.
- ĐỀ XUẤT CÁC CHIẾN LƯỢC CẢI THIỆN QUẢN LÝ TỒN KHO, CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MÃI VÀ CHIẾN LƯỢC GIÁ.
- HỖ TRỢ RA QUYẾT ĐỊNH CHIẾN LƯỢC DỰA TRÊN DỮ LIỆU NHẰM NÂNG CAO LỢI NHUẬN VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG.

## OBJECTIVE

# ANALYSIS *Outline*



## 1. Sales performance analysis

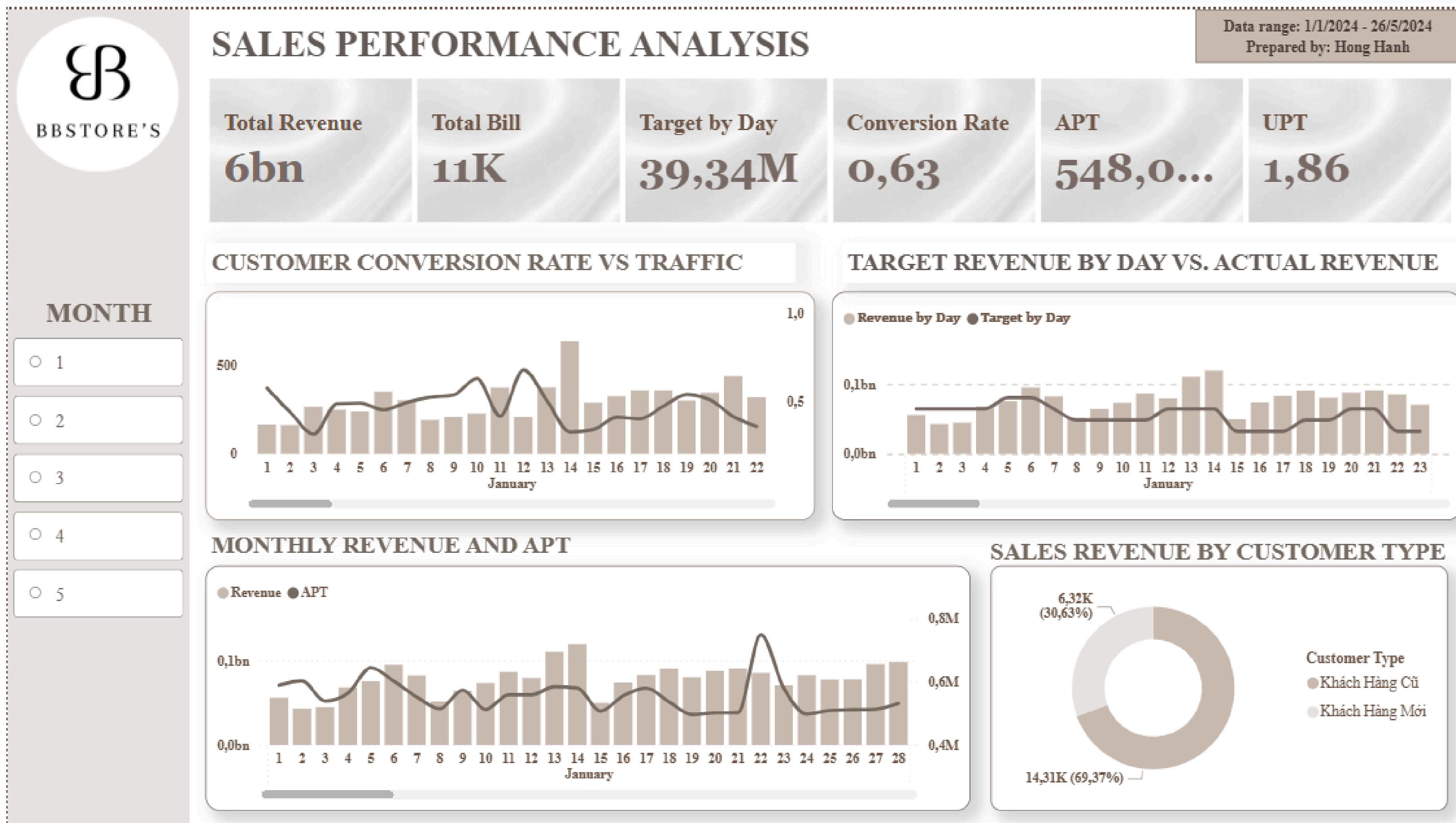
- 1.1 Dashboard Overview
- 1.2 Analysis & Recommendations

## II. Products performance analysis

- 2.1 Dashboard Overview
- 2.2 Analysis & Recommendations

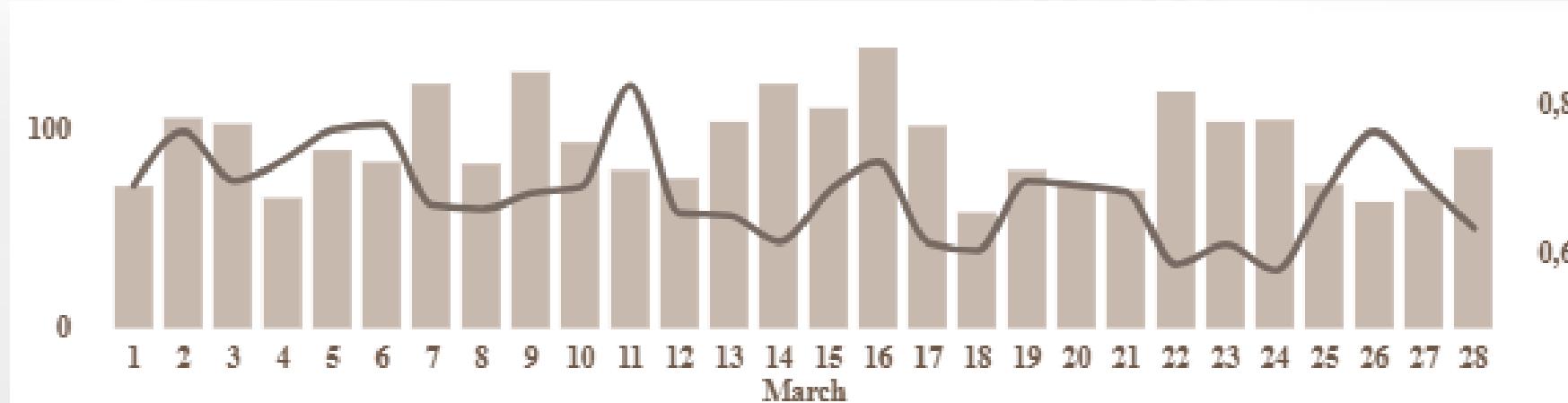
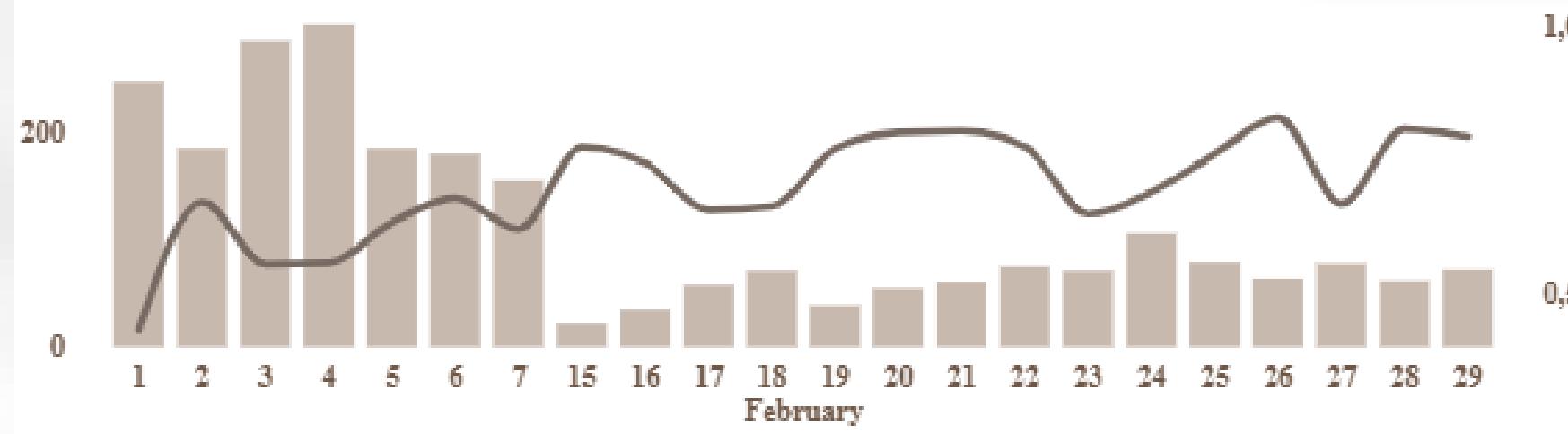
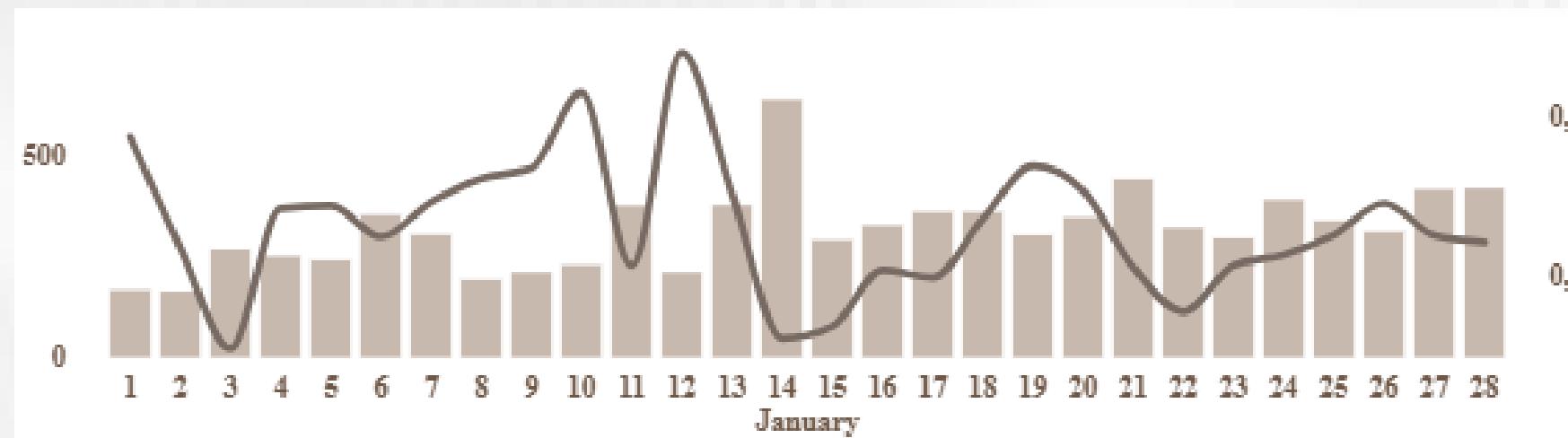


# 1.1 SALES ANALYSIS DASHBOARD OVERVIEW



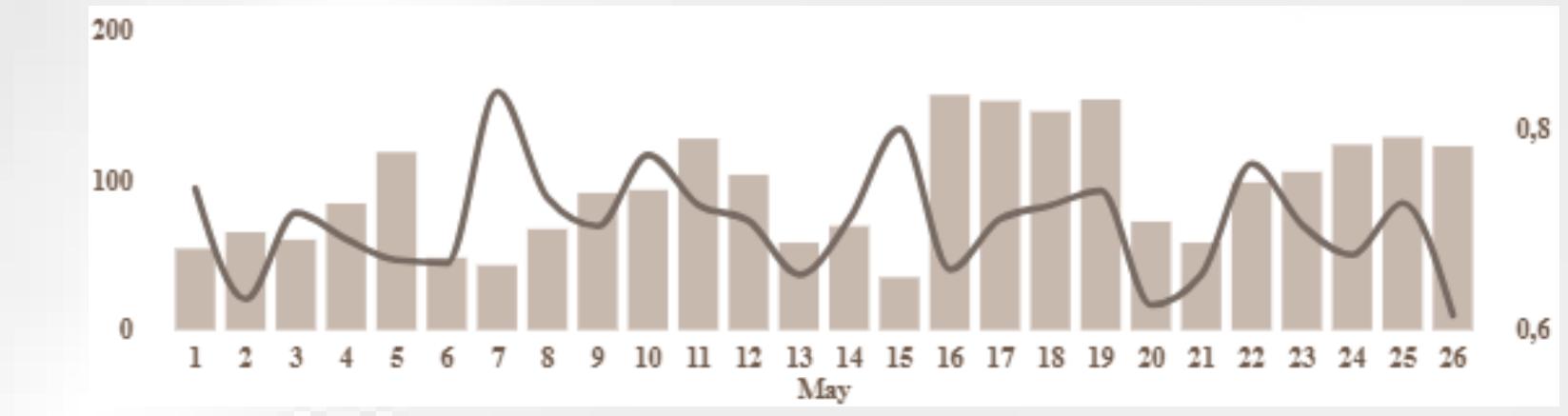
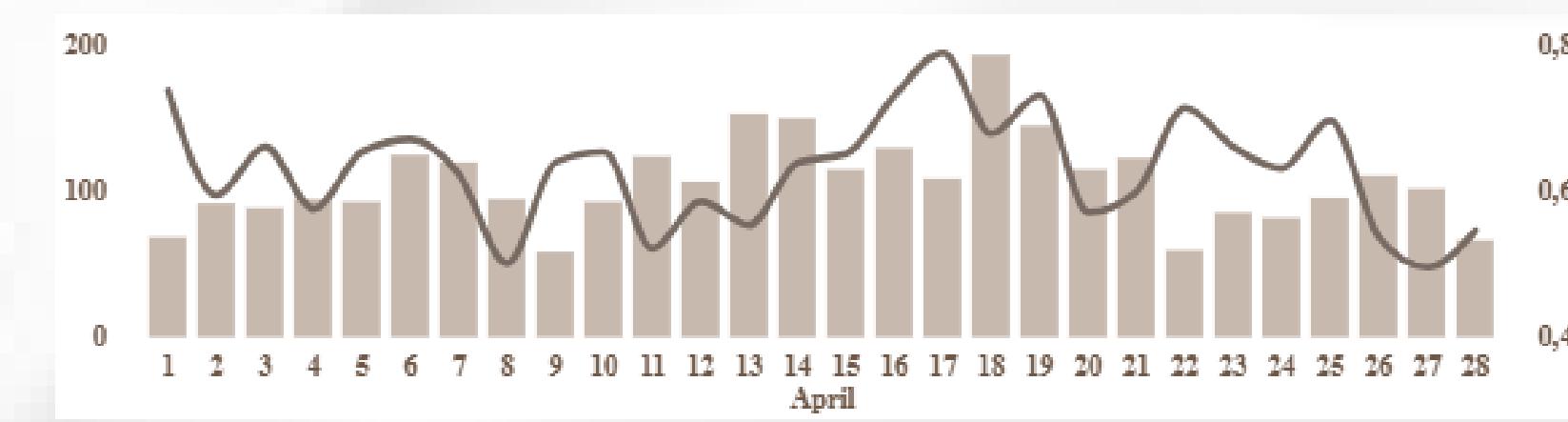
## 1.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### A. CUSTOMER CONVERSION RATE VS TRAFFIC



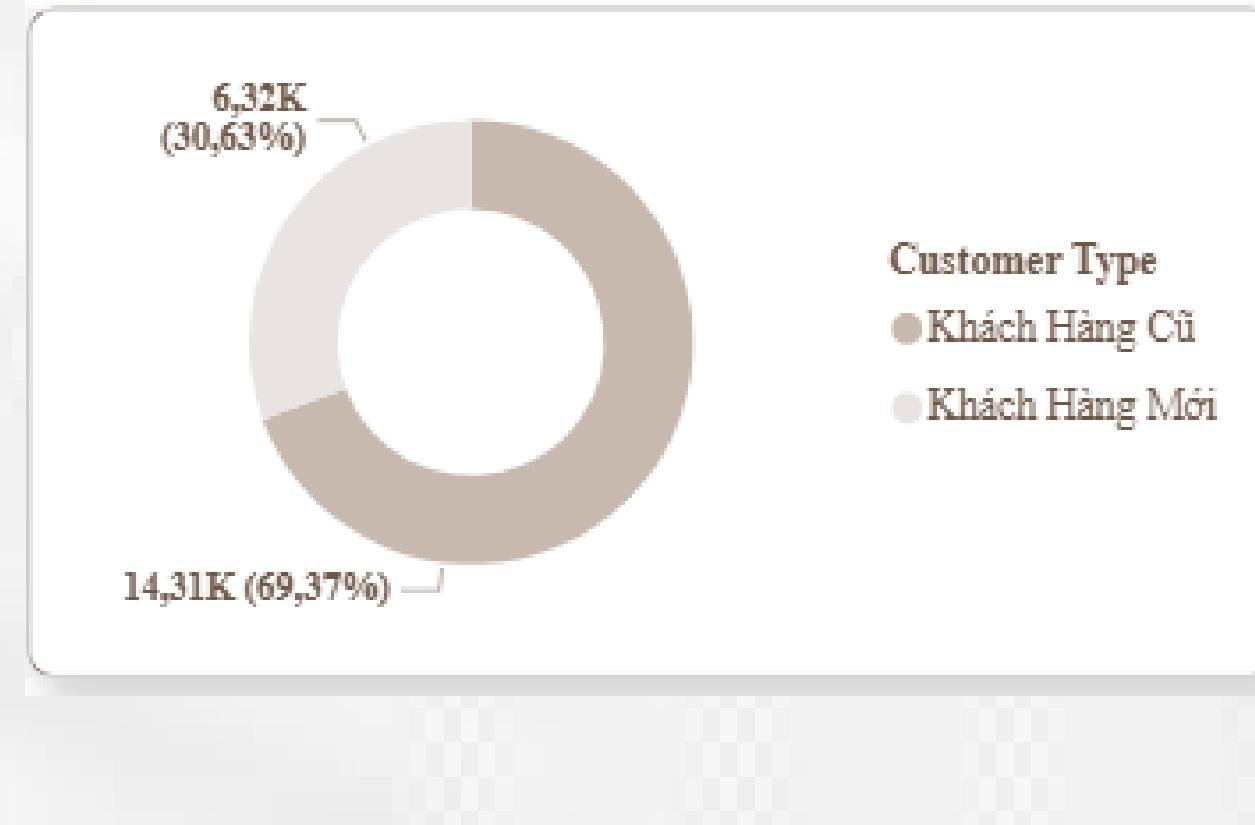
**Chú thích**

Cột: Traffic (lượng truy cập)  
Đường: Conversion Rate - tỷ lệ chuyển đổi khách mới & khách quay lại



## A. CUSTOMER CONVERSION RATE VS TRAFFIC (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)

### SALES REVENUE BY CUSTOMER TYPE



Phân tích lượt truy cập của khách hàng & tỷ lệ khách hàng quay lại (khách hàng mới & cũ)

- Hầu hết các tháng đều ghi nhận lượng khách truy cập ổn định và đồng, đặc biệt tăng mạnh vào **tháng 3**, theo sau là **tháng 1 và tháng 4**.
- Tháng 2** có lượng truy cập thấp nhất, đặc biệt ngưng hoạt động từ ngày 7-14, có thể do bảo trì hoặc nghỉ lễ, khiến traffic giảm đáng kể.
- Tuy vậy, **tỷ lệ khách quay lại (conversion rate)** trong giai đoạn này lại tăng cao, cho thấy khả năng có chương trình khuyến mãi hoặc tri ân khách hàng cũ.
- Tổng quan, lượng khách truy cập mới và khách hàng quay lại đều duy trì ở mức ổn định, thể hiện sức hút bền vững của cửa hàng.

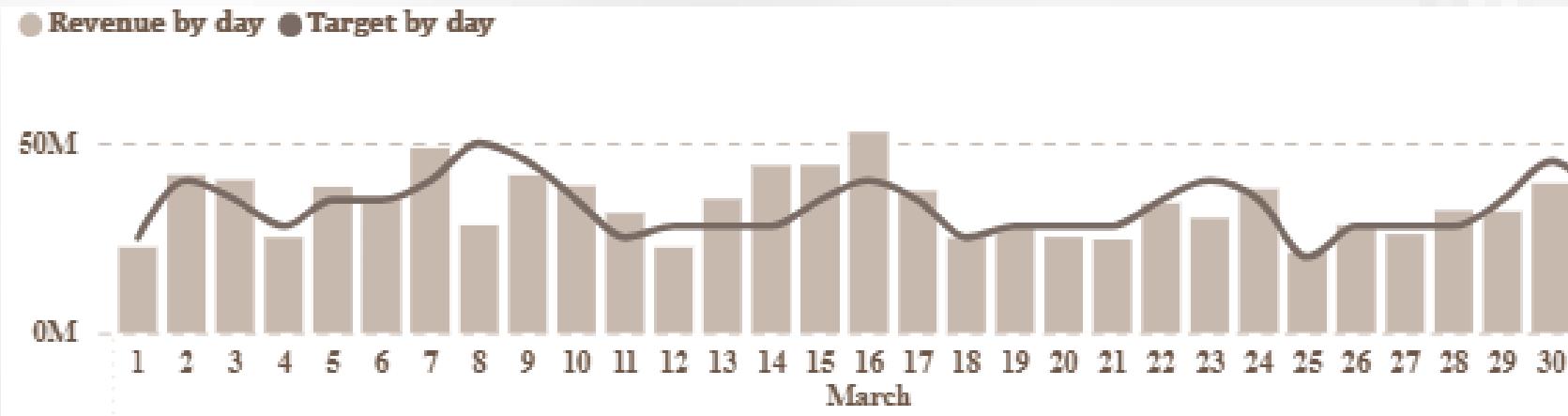
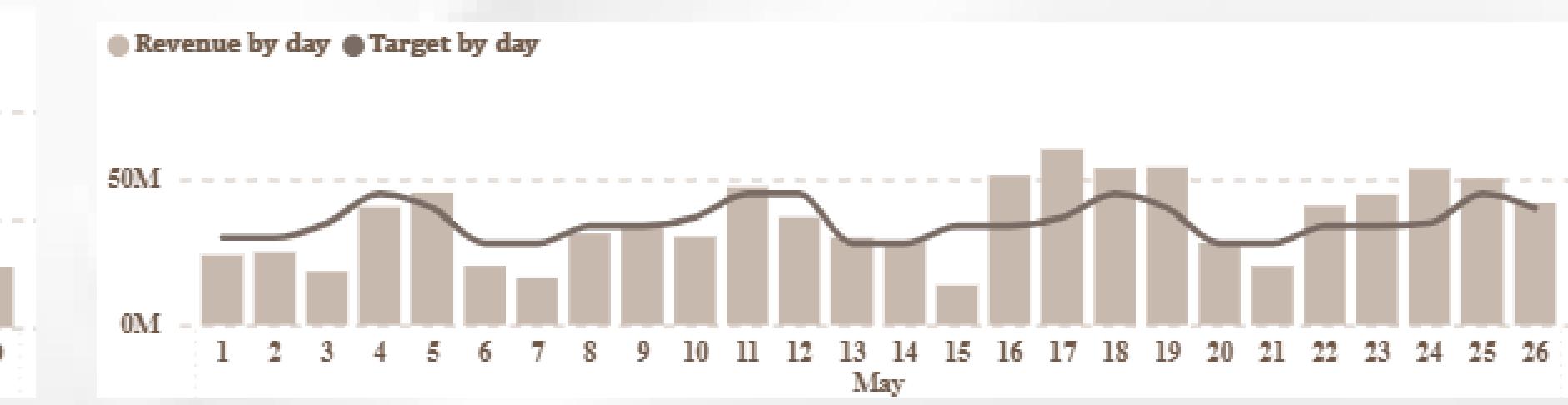
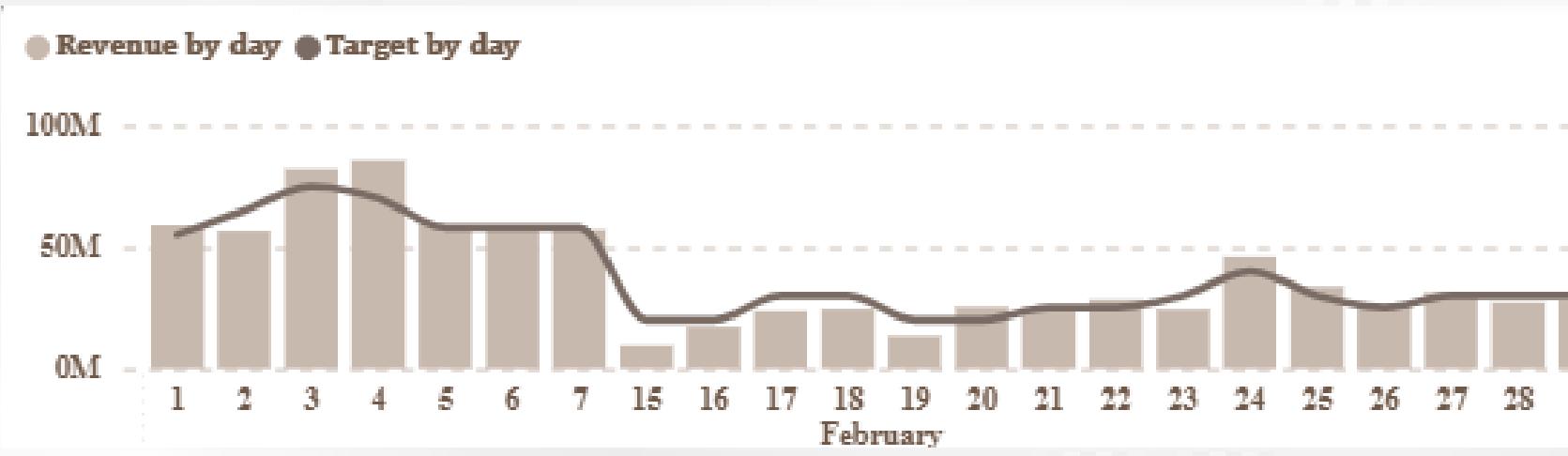
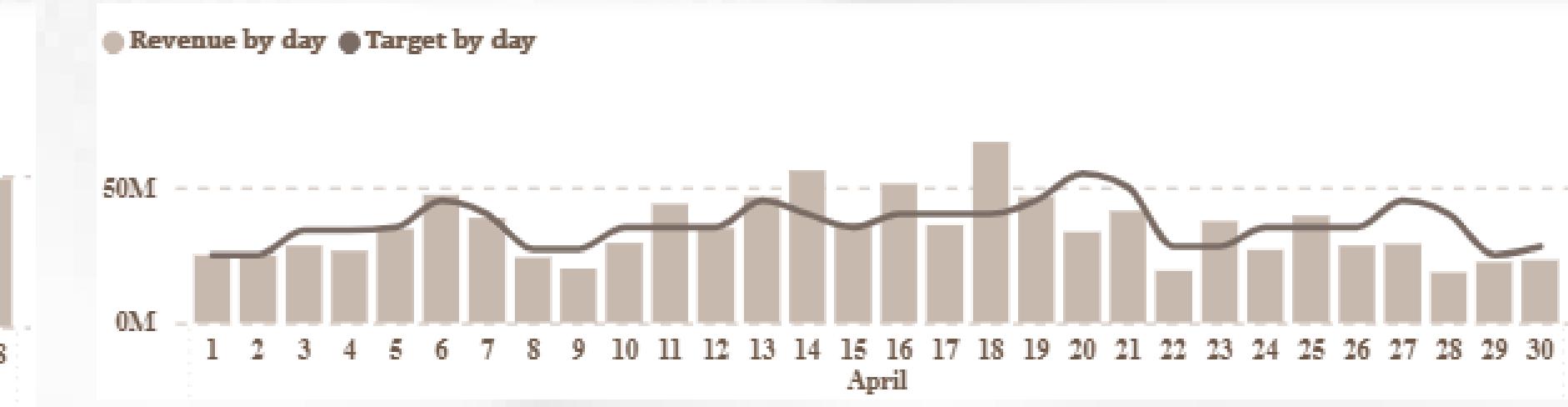
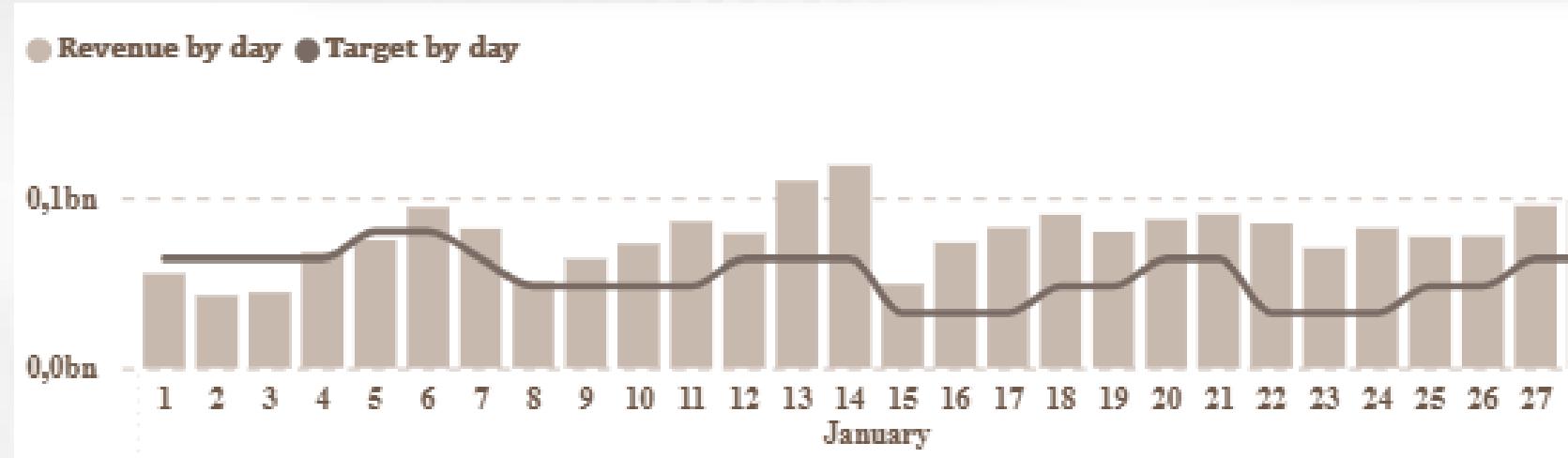
*(Cơ cấu doanh thu cho thấy khách hàng mới chiếm phần lớn, song khách hàng cũ lại mang lại tỷ lệ chuyển đổi cao hơn)*

### Recommendations:

- Duy trì các chương trình ưu đãi cho khách hàng cũ trong giai đoạn thấp điểm để giữ tỷ lệ chuyển đổi cao.
- Tăng cường quảng bá hoặc sự kiện marketing vào cuối tháng 1 – đầu tháng 2 để bù đắp giai đoạn giảm traffic.
- Xem xét tối ưu lịch hoạt động hoặc bố trí nhân sự hợp lý trước các kỳ lễ để tránh gián đoạn kinh doanh.

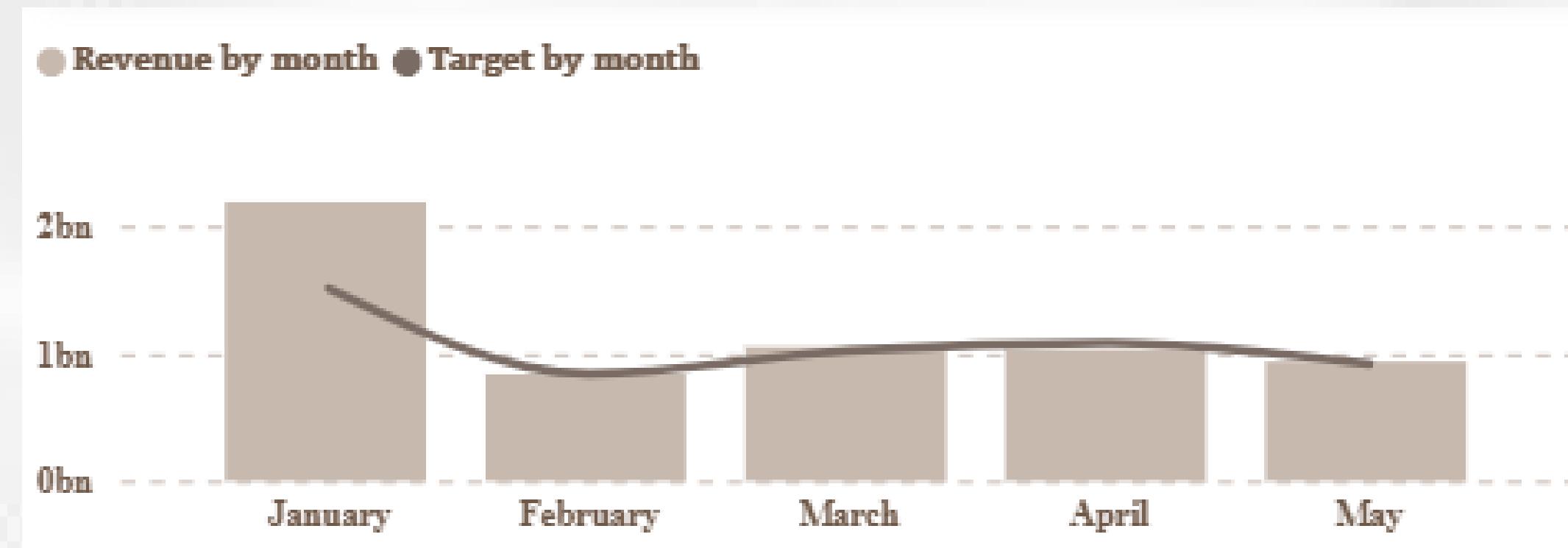
## 1.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### B. TARGET REVENUE BY DAY VS. ACTUAL REVENUE



- Doanh thu các tháng duy trì ổn định, hầu hết đạt hoặc vượt mục tiêu đề ra.
- Một số ít ngày chưa đạt target, (tập trung ở tháng 4 và tháng 5)
- Hiệu suất tổng thể khả quan, cho thấy chiến lược bán hàng và vận hành đang tương đối, nhưng vẫn chưa thể khai thác hết khả năng để tạo ra doanh thu đạt target

## B. TARGET REVENUE BY MONTH VS. ACTUAL REVENUE (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)



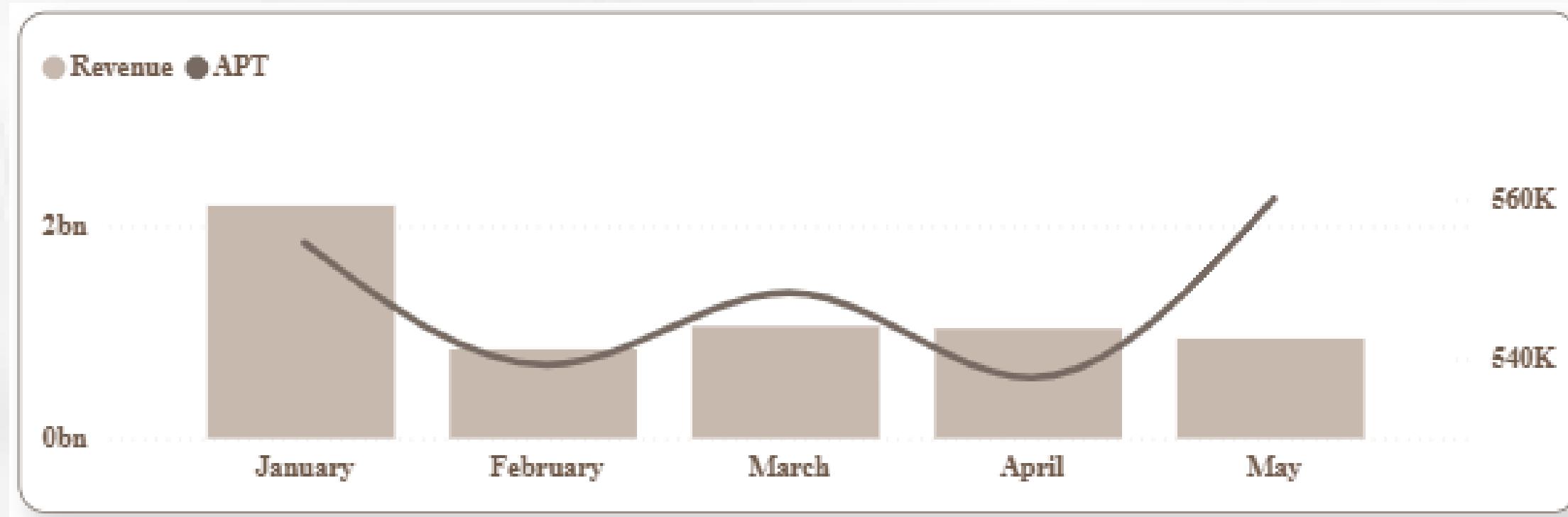
### Recommendations:

- Duy trì chiến lược hiện tại, đặc biệt trong các giai đoạn doanh thu đạt hoặc vượt mục tiêu.
- Phân tích nguyên nhân các ngày chưa đạt target để điều chỉnh kịp thời (ví dụ: thời tiết, thiếu hàng, ít khuyến mãi...).
- Tăng cường hoạt động marketing hoặc ưu đãi theo ngày nhằm kích thích doanh số ở các thời điểm thấp

## 1.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### C. MONTHLY REVENUE AND APT

#### (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)



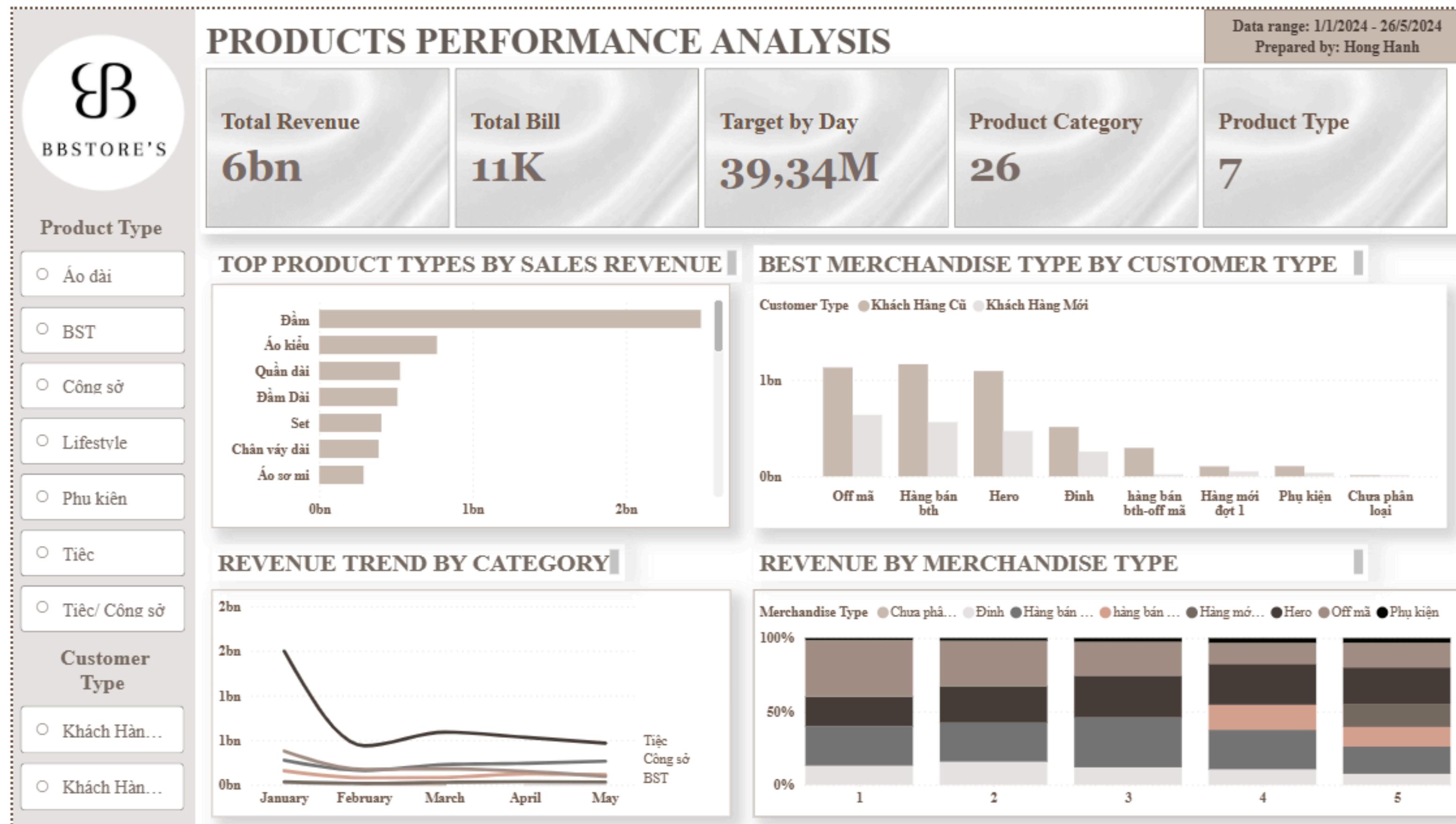
Phân tích doanh thu và Average Price per Transaction theo tháng:

- Doanh thu cao nhất vào **tháng 1**, sau đó giảm mạnh trong **tháng 2** và ổn định nhẹ từ **tháng 3-5**.
- APT giảm đầu năm rồi tăng dần về **tháng 5**, cho thấy giá trị trung bình mỗi giao dịch đang cải thiện.
- Xu hướng tiêu dùng ổn định sau giai đoạn cao điểm đầu năm.
- Doanh thu và APT có xu hướng ngược pha nhẹ - khi lượng khách giảm, giá trị đơn hàng trung bình lại tăng.

#### Recommendations:

- Tập trung tăng traffic trong các tháng giữa năm để tận dụng đà tăng APT.
- Phân tích chi tiết tháng 1 để xác định yếu tố giúp doanh thu vượt trội (ví dụ: mùa lễ, khuyến mãi đầu năm).
- Duy trì giá trị giao dịch cao bằng cách đẩy gói combo hoặc upsell sản phẩm trong các tháng doanh thu thấp

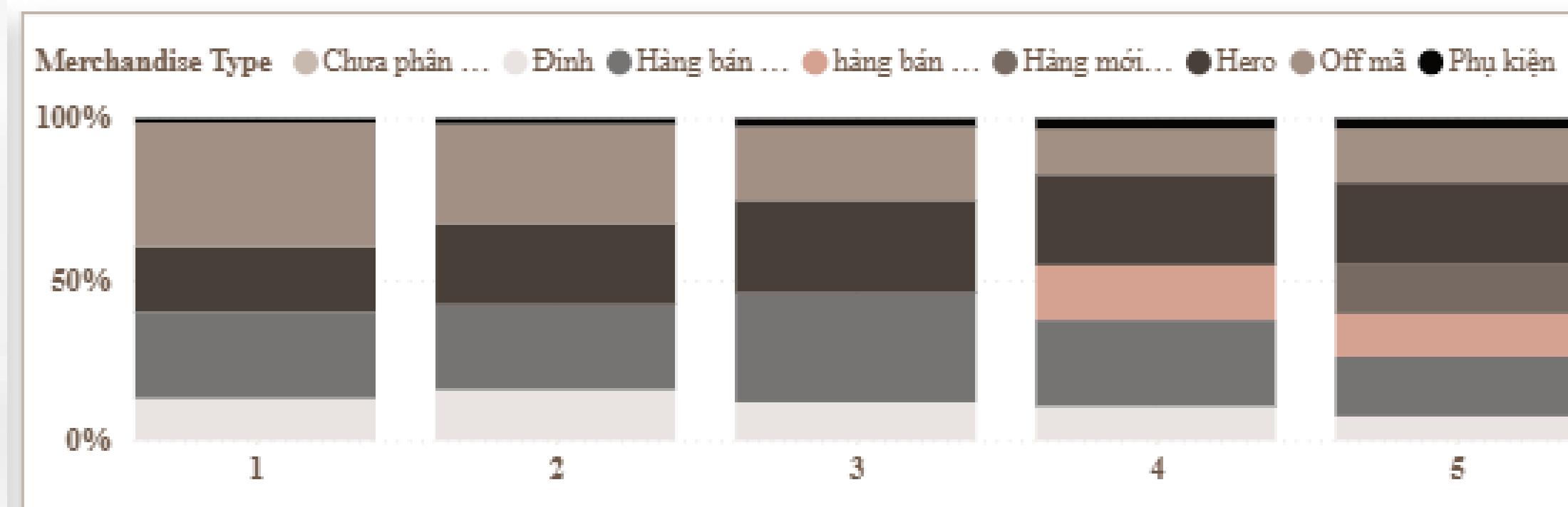
# 2.1 PRODUCTS ANALYSIS DASHBOARD OVERVIEW



## 2.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### A. REVENUE BY MERCHANDISE TYPE (JAN-MAY)

#### (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)



Phân tích doanh thu theo loại hàng hóa

- **Off mã** chiếm doanh thu cao nhất - (có thể nhờ chương trình sale off, giá tốt, nên được nhiều khách lựa chọn. Tuy nhiên, không phải nhóm duy trì lâu dài).
- **Hàng bán thường** và **Hero** đều giữ doanh số ổn định. Trong đó, **Hero** có độ bền cao và uy tín tốt trên thị trường, giúp duy trì lượng bán đều.
- **Phụ kiện** là nhóm bán ít nhất, một phần do nguồn hàng đặt từ bên thứ ba, chất lượng và mẫu mã không đồng nhất, nên khó phù hợp thị hiếu khách hàng.

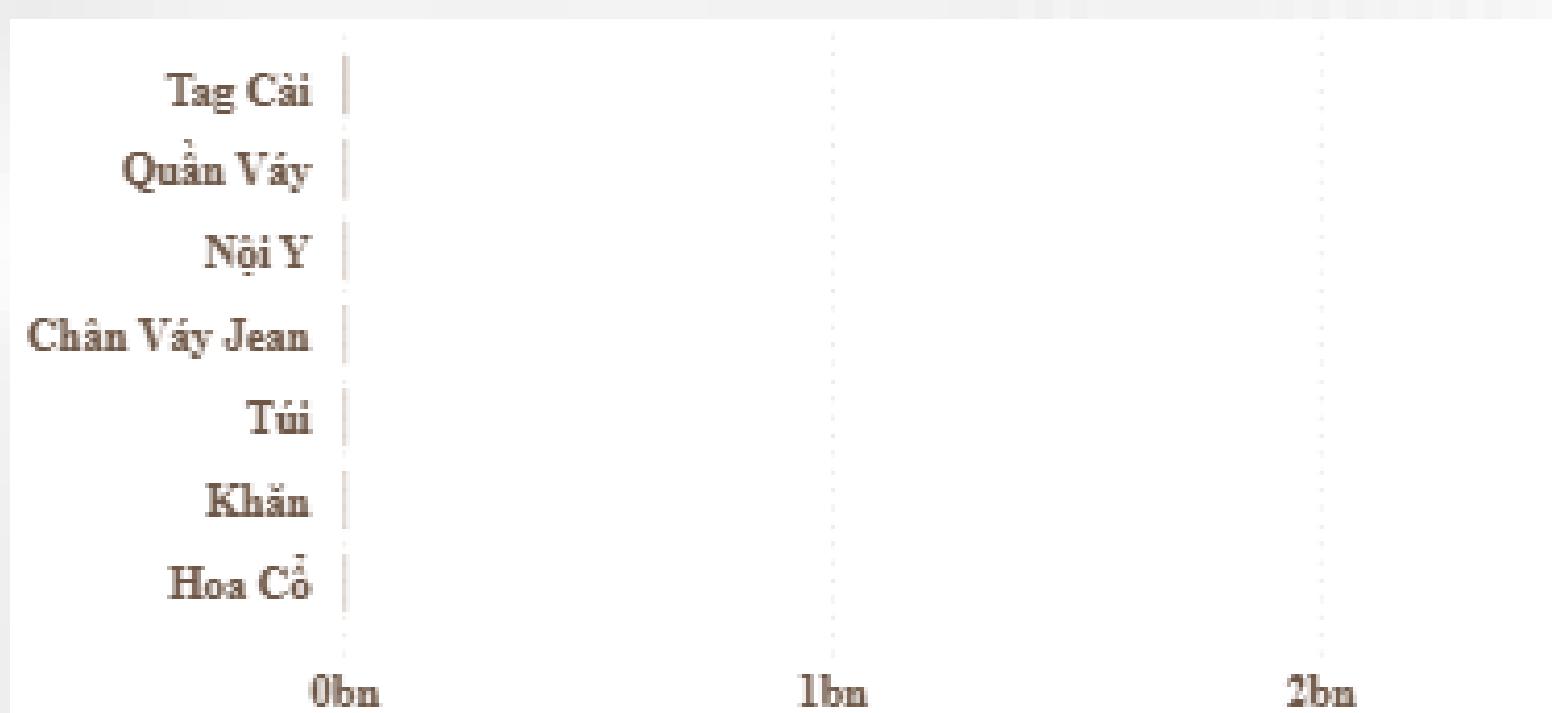
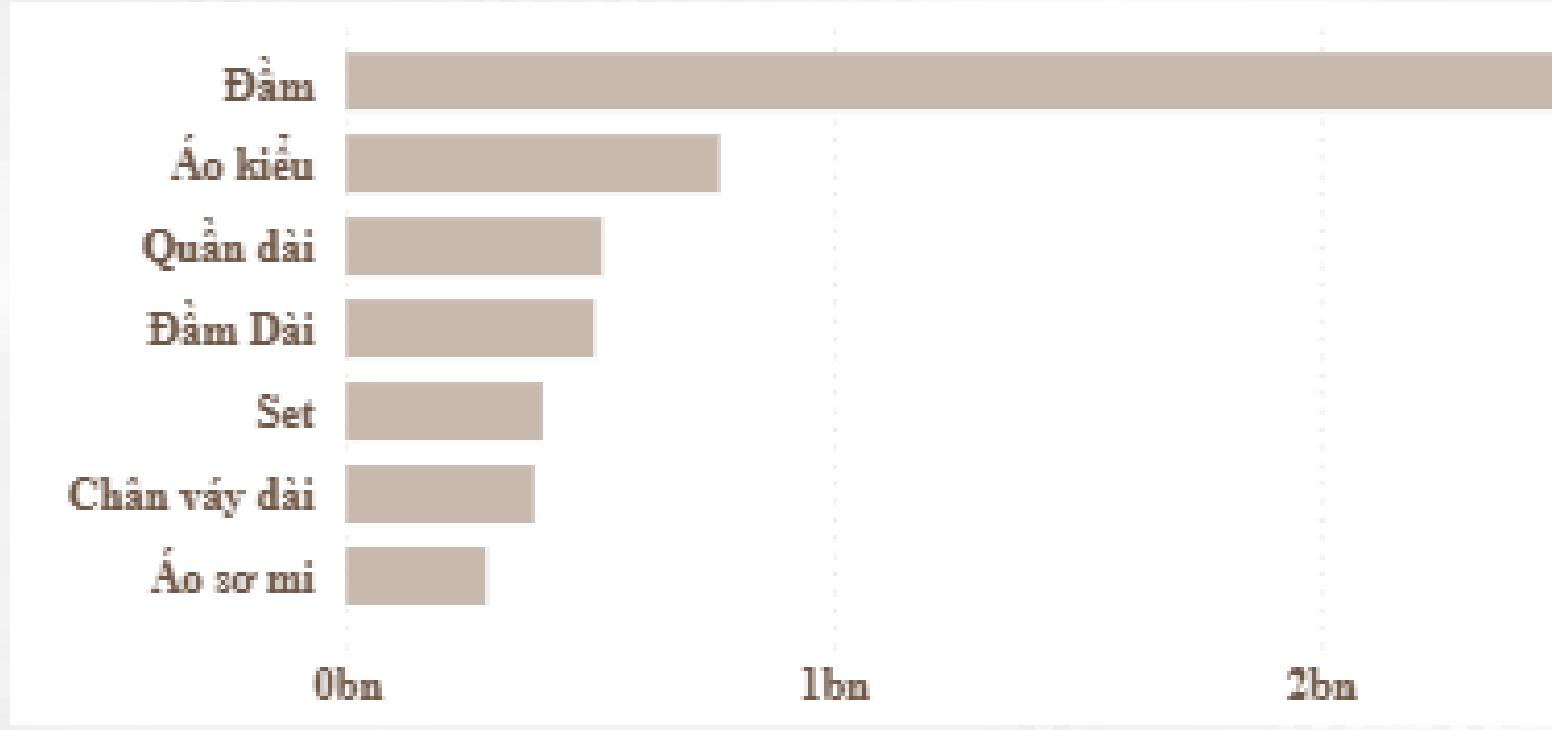
#### Recommendations

- Tiếp tục tận dụng nhóm “off mã” trong các giai đoạn thấp điểm để kích cầu, nhưng cần kiểm soát tồn kho và kế hoạch nhập hàng mới.
- Đẩy mạnh nhóm Hero qua marketing vì đây là dòng có uy tín và tiềm năng doanh số bền vững.
- Rà soát chất lượng và nguồn cung phụ kiện, hoặc chọn lọc nhà cung cấp mới để cải thiện mức tiêu thụ.

## 2.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### B. BEST-SELLING PRODUCTS & WORST-SELLING PRODUCTS

#### (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)



#### Phân tích: Top sản phẩm bán chạy & bán kém

- **Đầm** là sản phẩm bán chạy nhất, giữ vai trò chủ lực trong doanh thu.
- **Áo kiểu, quần dài, đầm dài, set đồ** có doanh thu ổn định, duy trì sức mua tốt.
- **Chân váy dài, áo sơ mi và phụ kiện (túi, khăn, hoa cài...)** là nhóm bán chậm, đóng góp thấp trong tổng doanh thu.

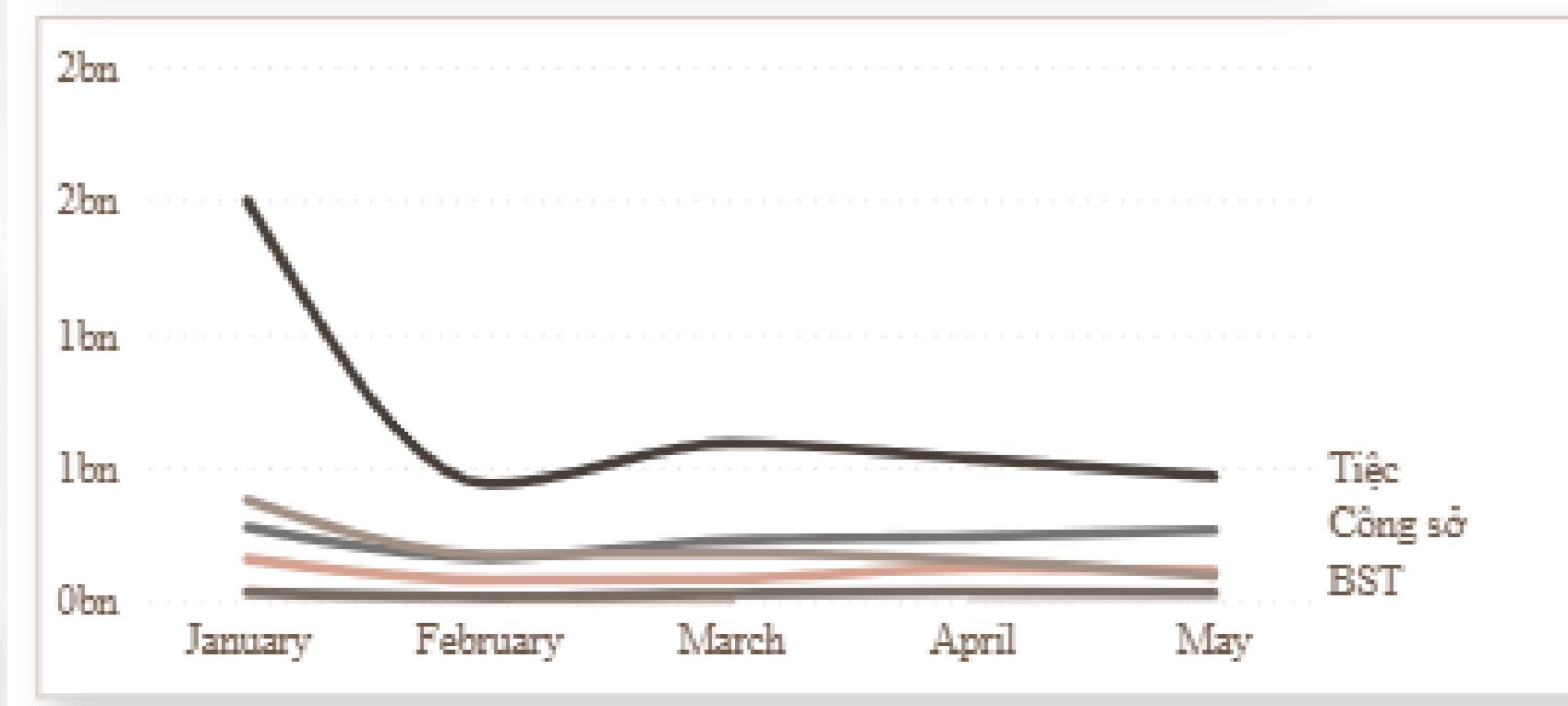
#### Recommendations

- Tập trung đầu tư nhóm sản phẩm chủ lực (đầm): mở rộng mẫu mã, tăng cường truyền thông và trưng bày nổi bật.
- Cải thiện sản phẩm bán chậm về thiết kế, chất lượng, nguyên liệu và kiểu dáng để phù hợp thị hiếu khách hàng. (khảo sát ý kiến khách hàng)
- Tối ưu nhóm phụ kiện bằng cách kết hợp bán kèm (combo, quà tặng) để gia tăng giá trị đơn hàng.

## 2.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### C. PRODUCT TREND BY CATEGORY AND REVENUE

#### (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)



##### • Sản phẩm thuộc bộ sưu tập:

Nhóm này chiếm tỷ trọng doanh thu thấp nhất, cho thấy mức độ nhận biết hoặc tầm ảnh hưởng của các bộ sưu tập còn hạn chế, chưa tạo được sức hút mạnh mẽ đối với khách hàng.

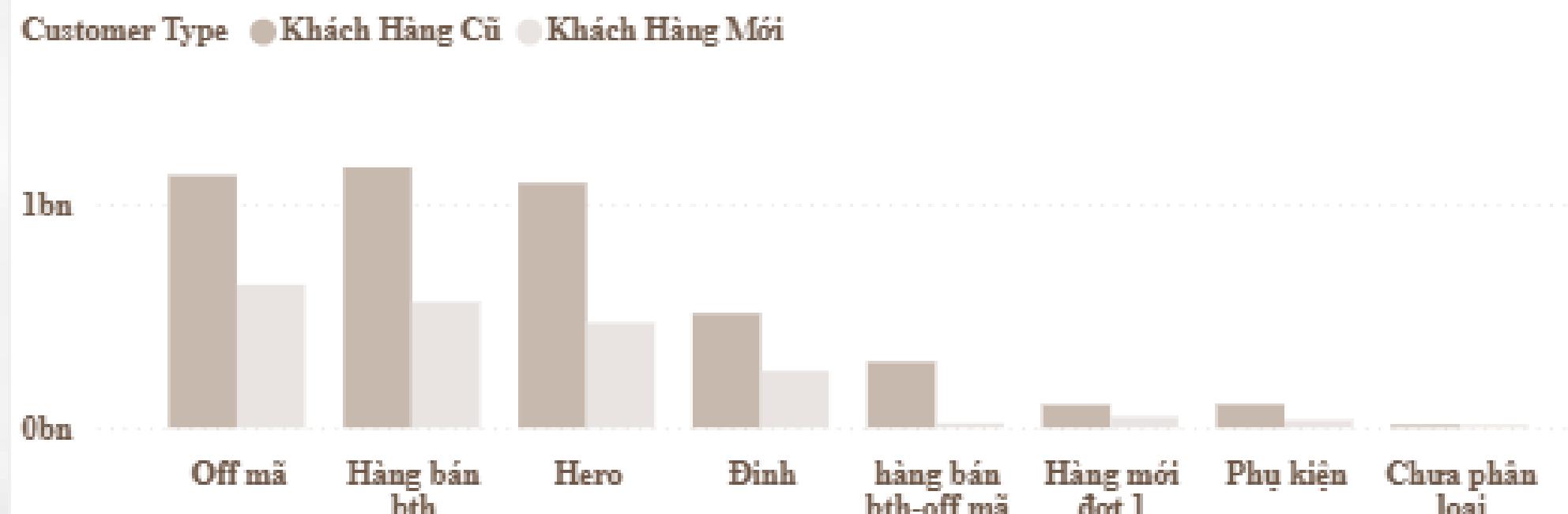
##### Recommendations

- **Đồ đi tiệc:** Được ưa chuộng nhất, bán mạnh trong tháng 1 - giai đoạn lễ hội. Tăng cường quảng bá và ra mắt sớm bộ sưu tập lễ/Tết.
- **Đồ công sở:** Làm mới mẫu mã, áp dụng khuyến mãi combo để kích cầu. Tối ưu nhóm phụ kiện bằng cách kết hợp bán kèm (combo, quà tặng) để gia tăng giá trị đơn hàng.
- **Sản phẩm bộ sưu tập:** Chiếm tỷ trọng doanh thu thấp, mức nhận diện và sức hút còn hạn chế. Đẩy mạnh truyền thông và định vị rõ concept từng bộ sưu tập.

## 2.2 ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

### D. PRODUCT TREND BY CATEGORY AND REVENUE

#### (ANALYSIS & RECOMMENDATIONS)



#### Recommendations

→ **Off-mã** : Duy trì chương trình khuyến mãi định kỳ để thu hút khách mới, kết hợp up-sell sang sản phẩm bán bình thường để tăng giá trị đơn hàng.

→ **Hàng Hero & Hàng đinh**: Giữ luôn sẵn hàng, quảng bá như “best-seller” hoặc “signature product” để tăng độ trung thành khách cũ.

→ **Hàng mới & phụ kiện**: Tăng đa dạng mẫu mã, kết hợp nghiên cứu thị hiếu khách hàng để cải thiện sức hút.

**Tối ưu sự kết hợp giữa các mặt hàng để vừa giữ chân khách cũ, vừa thu hút khách mới.** Triển khai marketing thử nghiệm (ví dụ: mini campaign, social media teaser) để tăng nhận diện sản phẩm mới.

**Hàng off-mã:** Thu hút nhiều khách hàng mới và cũ nhờ giá ưu đãi hấp dẫn. Tuy nhiên, khách hàng cũ vẫn trung thành với **hàng bán bình thường**, các mẫu luôn được ưa chuộng quanh năm, góp phần xây dựng thương hiệu và giữ chân khách lâu dài.

- **Hàng Hero & Hàng đinh:**

Đây là các sản phẩm **vòng đời bền, luôn có sẵn trong cửa hàng**, giúp giữ chân khách hàng cũ hiệu quả. Chúng tạo ra điểm nhận diện thương hiệu và đảm bảo doanh thu ổn định.

- **Hàng mới đợt 1 & phụ kiện:**

Thu hút được lượng mua từ cả khách cũ và khách mới, nhưng hiệu ứng chưa bền, có thể do mẫu mã chưa đa dạng hoặc chưa hoàn toàn hợp thị hiếu.

# Recommendations

## Sales and store management

- DUY TRÌ ƯU ĐÃI CHO KHÁCH CŨ, TĂNG TRAFFIC GIAI ĐOẠN THẤP ĐIỂM.
- QUẢNG BÁ, SỰ KIỆN MARKETING DỊP LỄ ĐỂ BÙ ĐẮP GIẢM TRAFFIC.
- PHÂN TÍCH NGUYÊN NHÂN DOANH THU THẤP VÀ ÁP DỤNG ƯU ĐÃI THEO NGÀY.
- TĂNG TRAFFIC GIỮA NĂM, DUY TRÌ GIÁ TRỊ GIAO DỊCH BẰNG COMBO/UPSELL.

## Products management

- TẬN DỤNG HÀNG ƯU ĐÃI, KIỂM SOÁT TỒN KHO, LÊN KẾ HOẠCH NHẬP HÀNG.
- ĐẨY MẠNH SẢN PHẨM CHỦ LỰC/HERO, GIỮ LUÔN SẴN HÀNG ĐỂ TĂNG TRUNG THÀNH.
- LÀM MỚI MẪU MÃ ĐỒ CÔNG SỞ, ĐỒ ĐI TIỆC, CẢI THIỆN BỘ SƯU TẬP ĐỂ TĂNG SỨC HÚT.
- TĂNG ĐA DẠNG MẪU PHỤ KIỆN, KẾT HỢP COMBO/MARKETING THỬ NGHIỆM.
- TỐI ƯU KẾT HỢP CÁC NHÓM SẢN PHẨM ĐỂ GIỮ KHÁCH CŨ VÀ THU HÚT KHÁCH MỚI.





*Thank you*

**FOR YOUR ATTENTION**

I HOPE THE INSIGHTS PROVIDED IS HELPFUL TO YOU. THANK YOU FOR TAKING  
THE TIME TO REVIEW IT.

YOUR FEEDBACK IS GREATLY APPRECIATED AND VERY VALUABLE TO ME.