BÁO CÁO PHÂN TÍCH DỮ LIỆU DOANH NGHIỆP   
CUỘC THI DATA EXPLORERS 2025

**Ngành Kinh tế số - Khoa Toán Kinh tế - Trường Đại học Thương mại**

## Đề bài:

### Một công ty chuyên kinh doanh các sản phẩm: điện thoại, máy tính, phụ kiện, dịch vụ. Thông tin bán hàng năm 2024 của công ty này được lưu trữ dưới file excel Data\_V1.xlsx, trong đó gồm 6 Sheet: Khách hàng, Sản phẩm, Nhân viên, Dữ liệu bán hàng, Chi nhánh, KPI.

### Dựa vào dữ liệu, hãy phân tích trực quan dữ liệu và kể lại câu chuyện kinh doanh của công ty, từ đó hãy đưa ra những đề xuất phát triển đột phá cho năm mới.

## Bộ dữ liệu:

###### Bộ dữ liệu gồm 6 bảng với các thông tin:

### Khách hàng:

##### Mã KH: Mã số định danh của khách hàng.

##### Khách hàng: Tên khách hàng.

### Sản phẩm:

##### Mã sản phẩm: Mã định danh của sản phẩm.

##### Sản phẩm: Tên sản phẩm.

##### Nhóm sản phẩm: Loại sản phẩm.

##### Giá vốn: Giá nhập vào.

### Nhân viên:

##### Mã nhân viên bán: Mã số nhân viên bán hàng.

##### Nhân viên bán: Tên nhân viên.

### Dữ liệu bán hàng:

##### Ngày hạch toán: Ngày giao dịch.

##### Đơn hàng: Số định danh của đơn hàng.

##### Mã KH: Mã khách hàng.

##### Mã sản phẩm: Mã sản phẩm.

##### Số lượng bán: Số lượng sản phẩm được bán ra.

##### Đơn giá: Giá bán của sản phẩm.

##### Doanh thu: Tổng doanh thu từ giao dịch.

##### Giá vốn hàng hóa: Chi phí mua vào sản phẩm.

##### Mã nhân viên bán: Mã nhân viên thực hiện giao dịch với khách hàng.

##### Chi nhánh: Tên chi nhánh thực hiện giao dịch.

### Chi nhánh:

##### Mã chi nhánh: Mã định danh chi nhánh.

##### Tên chi nhánh: Tên chi nhánh.

##### Tỉnh thành phố: Địa điểm của chi nhánh.

### KPI:

##### YearMonth: Tháng và năm đánh giá KPI.

##### Mã chi nhánh: Mã của chi nhánh

##### KPI: Chỉ số hiệu suất kinh doanh.

## Đặt câu hỏi cho bộ dữ liệu:

### Sản phẩm:

#### Doanh thu và lợi nhuận:

##### Doanh thu và lợi nhuận theo nhóm sản phẩm tương quan với nhau như thế nào?

##### So sánh giữa 4 nhóm sản phẩm? Doanh thu và lợi nhuận của các nhóm như thế nào? (Cao, Trung bình, Thấp).

##### Liệu những sản phẩm có doanh thu cao nhất đã là sản phẩm có lợi nhuận cao nhất hay không? Có chắc chắn sản phẩm bán chạy nhất thì có doanh thu, lợi nhuận cao nhất hay không?

##### Các sản phẩm có giá vốn cao, thấp thì có ảnh hưởng nhiều tới doanh thu, lợi nhuận không.

##### Các sản phẩm/nhóm sản phẩm bán chạy nhất/kém nhất?

##### So sánh giữa lợi nhuận, doanh thu và số lượng bán ra giữa các nhóm sản phẩm.

##### Xu hướng tiêu thụ sản phẩm theo thời gian như thế nào? Đánh giá số lượng bán có thay đổi theo thời gian hay không? Theo dõi, xu hướng thay đổi như thế nào?

##### Doanh thu sản phẩm so sánh theo thang đo như thế nào? Dùng thang lợi nhuận/doanh thu hay số lượng bán?

##### Xu hướng doanh thu theo thời gian có bị ảnh hưởng cùng với doanh số hay số lượng bán không? Xu hướng tăng hay giảm? Tối ưu hóa chiến lược kinh doanh như thế nào?

#### Nhân viên:

##### Nhân viên đạt được doanh số như thế nào theo tháng, năm? Doanh số cao hay thấp? Doanh số đó có đạt KPI của mỗi chi nhánh đề ra không?

##### Nhân viên làm việc lâu năm, có kinh nghiệm thì doanh số sẽ như thế nào so với các nhân viên khác?

##### Hiệu suất làm việc của các nhân viên, chinh nhánh có tốt không?

##### Mối quan hệ giữa doanh số và thời gian làm việc/ doanh số và số lượng sản phẩm bán được/ lợi nhuận như thế nào?

##### Liệu nhân viên mới thì có doanh số thấp hay tăng trưởng cao hơn?

##### Tỷ lệ chốt đơn hàng của mỗi nhân viên như thế nào? Tỷ lệ chốt đơn hàng sẽ tính bằng cách nào? (theo số lượng bán được từ khách hàng tiềm năng/ trên tổng số sản phẩm của mỗi nhân viên,…) Đưa ra hướng đào tạo, khuyến khích, thưởng cho nhân viên xuất sắc, nhân viên tốt,…

#### Khách hàng:

##### Phân loại khách hàng? (Khách hàng mới, khách hàng tiềm năng, khách hàng trung thành, khách hàng vip) Từ đó phân tích nhu cầu của mỗi nhóm khách hàng và khai thác, đưa ra chiến lược kinh doanh hợp lý.

##### Làm thế nào để khách hàng tiềm năng thành khách hàng trung thành và làm thế nào để khách hàng trung thành và khách hàng vip sẽ luôn quay lại và quảng cáo sản phẩm cho các khách hàng mục tiêu khác?

##### Tần suất mua hàng của mỗi nhóm khách hàng?

##### Tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ của công ty là bao nhiêu?

##### Khách hàng mới và tổng lượng khách hàng là bao nhiêu?

## Phân tích dashboard:

### Doanh thu

##### Doanh thu ấn tượng: Tổng doanh thu đạt 973 tỷ VNĐ, đây là một con số đáng khích lệ.

##### Lợi nhuận tốt: Tổng lợi nhuận đạt 324 tỷ VNĐ, cho thấy hiệu quả kinh doanh tốt.

##### Số đơn hàng lớn: 9192 đơn hàng được xử lý và giao tới tay khách hàng, cho thấy quy trình bán hàng, hoạt động xử lý hiệu quả.

##### Doanh thu trung bình: Doanh thu trung bình mỗi tháng là 81 tỷ VNĐ, cho thấy hoạt động kinh doanh khá ổn định của công ty.

##### Doanh thu tháng hiện tại vượt mục tiêu: Doanh thu tháng này là 95.1 tỷ VNĐ, vượt xa mục tiêu là 80.4 tỷ VNĐ (tăng 18.31%).

###### “Công ty đã trải qua một năm đầy sôi động, thành công với tổng doanh thu đạt được là 973 tỷ VNĐ, lợi nhuận đạt 324 tỷ VNĐ và tổng số đơn hàng xử lý lên đến 9192 đơn hàng. Tuy nhiên, doanh thu không phải lúc nào cũng ổn định. Nếu nhìn vào biểu đồ doanh thu theo tháng, chúng ta sẽ thấy xu hướng doanh thu tăng mạnh trong Quý 1, đạt đỉnh vào tháng 3 với 102.3 tỷ VNĐ, rồi sau đó duy trì ổn định trong các tháng còn lại của năm. Vậy điều gì đã tạo nên cú bứt phá mạnh mẽ trong Quý 1? Đó có thể là kết quả của một chiến dịch bán hàng mạnh mẽ vào đầu năm, hoặc một sản phẩm chủ lực đạt được thành công lớn trong giai đoạn này. Nhưng nếu nhìn kĩ hơn vào doanh thu theo chi nhánh, chúng ta có thể thấy bức tranh thú vị hơn.”

### Sản phẩm:

##### Thiết bị lưu trữ dẫn đầu: “Thiết bị lưu trữ” mang lại doanh thu cao nhất (57 tỷ VNĐ).

##### Các sản phẩm khác: “Máy tính chủ”, “Thiết bị vi tính”, “Máy tính chủ HP”, “Đĩa cài đặt HP” cũng đóng góp đáng kể vào doanh thu của công ty.

##### Nhóm sản phẩm phần mềm: “Phần mềm” có doanh thu cao nhất (537 tỷ VNĐ), tiếp theo là “Phụ kiện” (271 tỷ VNĐ), và cuối cùng là “Máy tính” (145 tỷ VNĐ).

### Chi nhánh:

##### Chi nhánh TP.HCM dẫn đầu với doanh thu cao nhất trong tất cả các chi nhánh (333 tỷ VNĐ), xếp sau đó là Chi nhánh Hà Nội (320 tỷ VNĐ) và Chi nhánh Đà Nẵng ( 319 tỷ VNĐ).

### Doanh thu theo tháng:

##### Tháng 1: Tháng có doanh thu thấp nhất (15.4 tỷ VNĐ).

##### Tháng 5: Tháng có doanh thu cao nhất ( 102.3 tỷ VNĐ).

##### Xu hướng: Doanh thu có xu hướng tăng từ đầu năm, đạt đỉnh vào tháng 5 và sau đó giảm dần vào cuối năm.

###### “Các chi nhánh lớn trên cả nước đã có một cuộc đua sát sao về doanh thu. Mặc dù, Chi nhánh TP.Hồ Chí Minh dẫn đầu doanh thu nhưng khoảng cách giữa ba chi nhánh là không đáng kể. Cho thấy khả năng bán hàng giữa các chi nhánh khá cân bằng và tiềm năng ở thị trường tại các thành phố lớn.

###### Đóng góp lớn vào tổng doanh thu của công ty là “Thiêt bị lưu trữ” với 57 tỷ VNĐ, không chỉ vậy, nhóm sản phẩm “Phần mềm” cũng cho thấy sự đóng góp quan trọng vào doanh thu chung.

###### Mặc dù doanh thu của mỗi chi nhánh đều vượt mức KPI (250 tỷ VNĐ / năm) một cách ấn tượng, nhưng chúng ta cần phải lưu ý đến xu hướng doanh thu giảm dần vào các tháng cuối năm. Điều này có thể do ảnh hưởng của thị trường, nhu cầu tiêu dùng của tệp khách hàng. Vì thế, chúng ta cần có những biện pháp để duy trì đà tăng trưởng trong những tháng tiếp theo và xem xét liệu mức KPI công ty đưa ra tại các chi nhánh có quá thấp hay không? ”

### Khách hàng:

###### “Công ty có một lượng tệp khách hàng nhất định, nhưng thật thành công khi tỷ lệ khách hàng quay lại khá cao. Tổng khách hàng đã mua hàng theo từng khu vực cao nhất là Đà Nẵng (1866 khách), Hà Nội (1850 khách) và Hồ Chí Minh (1826 khách).

###### Công ty chúng ta có lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, sản phẩm lớn nhưng đi sâu hơn chúng ta sẽ thấy sự khác biệt khi khách hàng tiềm năng chiếm 70.36%, 23.92% là khách hàng thân thiết và khách hàng VIP chỉ chiếm 5.73%. Có thể thấy rằng, đa số khách hàng mới chỉ dừng lại ở mức khách hàng tiềm năng và chưa trở thành khách hàng trung thành. Vì thế, chúng ta cần phải có chiến lược để giữ chân khách hàng tiềm năng, biến khách hàng tiềm năng thành khách hàng trung thành. Đồng thời, chúng ta cũng phải có những chương trình, chiến lược kinh doanh, khuyến khích các tệp khách hàng trung thành, VIP luôn tin vào dịch vụ, sản phẩm của chúng ta và qua đó, nhờ họ để tìm thêm tệp khách hàng mới cho công ty.”

### Nhân viên:

###### “Không có gì ngạc nhiên khi nhân viên bán hàng chính là lực lượng nòng cốt, quyết định thành công của công ty. Nhưng doanh thu của mỗi nhân viên lại có sự chênh lệch. Chúng ta có biểu đồ thể hiện các nhân viên có doanh cao nhất và các nhân viên có số đơn hàng xử lý cao nhất. Điều đó cho thấy chúng ta có những nhân viên xử lý rất nhiều đơn hàng nhưng doanh thu của nhân viên lại thấp. Có lẽ, những nhân viên có số lượng đơn hàng xử lý lớn đang tập trung vào những đơn hàng có giá trị lợi nhuận thấp, hoặc có thể chưa khai thác hết tiềm năng trên thị trường. Chúng ta cần phải có các buổi đào tạo, chương trình hỗ trợ, thưởng cho nhân viên có tỷ lệ doanh thu/ đơn hàng cao nhất.”

## Một số giải pháp đề suất cho công ty:

### Sản phẩm:

##### Đa dạng hóa, tối ưu hóa các sản phẩm thuộc nhóm “Máy tính” và “Phụ kiện”: Phát triển thêm các dòng sản phẩm mới, đa dạng, thích hợp với nhu cầu của mỗi nhóm khách hàng để tăng doanh thu, doanh số cho công ty.

##### Tập trung vào sản phẩm nhóm “Phần mềm” và “Thiết bị lưu trữ ”: tăng cường quảng bá sản phẩm. Nếu cần thiết, phải cải tiến để cạnh tranh với các sản phẩm của công ty đối thủ trên thị trường.

##### Tăng cường kinh doanh, phát triển “Dịch vụ” hoặc giảm bớt, tập trung vào các sản phẩm đóng góp nhiều doanh thu hơn. Có thể đưa dịch vụ đi kèm với các sản phẩm khác để nâng cao lợi thế cạnh tranh so với các công ty đối thủ.

### Chi nhánh:

##### Nghiên cứu và áp dụng các chiến lược kinh doanh, quảng cáo, tiếp thị của chi nhánh TP. Hồ Chí Minh cho các chi nhánh khác.

##### Đầu tư vào chi nhánh Hà Nội và Đà Nẵng để tận dụng nguồn lực, khai thác tối đa tiềm năng của hai thị trường này.

### Khách hàng:

##### Tìm hiểu nhu cầu khách hàng trung thành và khách hàng vip để có đa dạng sản phẩm, đưa ra nhiều chính sách dành riêng cho mỗi nhóm khách hàng, thu hút khách hàng tham gia.

### Thị trường:

##### Tập trung, tăng KPI, tăng cường quảng bá và chuẩn bị đầy đủ sản phẩm để đáp ứng cho nhu cầu của khách hàng vào các mùa cao điểm.

##### Tạo ra các chương trình khuyến mãi, quà tặng. Điều chỉnh sản phẩm để phù hợp với tệp khách hàng và theo thời gian trong năm.

##### Thường xuyên nghiên cứu thị trường để nhanh chóng thay đổi, thích nghi với thị trường