

# TỔNG QUAN TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP CHO TCN HOTEL

TCN GROUP



## Về chúng tôi

---

### Công ty

TCN sở hữu hệ thống khách sạn/resort đa dạng, kết hợp hài hòa giữa di sản văn hóa và tiện nghi hiện đại.

### Dịch vụ

Khách sạn cung cấp dịch vụ lưu trú cao cấp tại hai mô hình: City Hotel và Resort Hotel.

# MỤC TIÊU



01

Tổng quan tình hình  
kinh doanh

02

Phân tích và đánh giá  
xu hướng khách hàng

03

Tổng kết vấn đề và  
đề xuất phương án



# VẤN ĐỀ

1

Tỷ lệ giữ chân  
khách hàng thấp

**3.17%**

2

Tỷ lệ hủy phòng cao

**38.7%**

3

Ảnh hưởng của Agency  
lớn

# THÔNG TIN BỘ DỮ LIỆU

```
<class 'pandas.core.frame.DataFrame'>
RangeIndex: 119390 entries, 0 to 119389
Data columns (total 36 columns):
 #   Column           Non-Null Count  Dtype  
 --- 
 0   hotel            119390 non-null   object  
 1   is_canceled      119390 non-null   int64  
 2   lead_time         119390 non-null   int64  
 3   arrival_date_year 119390 non-null   int64  
 4   arrival_date_month 119390 non-null   object  
 5   arrival_date_week_number 119390 non-null   int64  
 6   arrival_date_day_of_month 119390 non-null   int64  
 7   stays_in_weekend_nights 119390 non-null   int64  
 8   stays_in_week_nights 119390 non-null   int64  
 9   adults            119390 non-null   int64  
 10  children          119386 non-null   float64 
 11  babies             119390 non-null   int64  
 12  meal               119390 non-null   object  
 13  country            118902 non-null   object  
 14  market_segment     119390 non-null   object  
 15  distribution_channel 119390 non-null   object  
 16  is_repeated_guest  119390 non-null   int64  
 17  previous_cancellations 119390 non-null   int64  
 18  previous_bookings_not_canceled 119390 non-null   int64  
 19  reserved_room_type 119390 non-null   object  
 20  assigned_room_type 119390 non-null   object  
 21  booking_changes    119390 non-null   int64  
 22  deposit_type       119390 non-null   object  
 23  agent              103050 non-null   float64 
 24  company            6797 non-null    float64 
 25  days_in_waiting_list 119390 non-null   int64  
 26  customer_type      119390 non-null   object  
 27  adr                119390 non-null   float64 
 28  required_car_parking_spaces 119390 non-null   int64  
 29  total_of_special_requests 119390 non-null   int64  
 30  reservation_status 119390 non-null   object  
 31  reservation_status_date 119390 non-null   object  
 32  name               119390 non-null   object  
 33  email              119390 non-null   object  
 34  phone-number       119390 non-null   object  
 35  credit_card        119390 non-null   object  
dtypes: float64(4), int64(16), object(16)
memory usage: 32.8+ MB
```

## Bộ dữ liệu: hotel\_booking.csv

Dữ liệu từ khách sạn đến từ Portugal (Bồ Đào Nha) với 2 mô hình là City Hotel và Resort Hotel

Nội dung: dữ liệu về các lượt đặt phòng tại khách sạn từ 1/7/2015 - 7/9/2017. Mỗi dòng đại diện cho một lượt đặt phòng, bao gồm:

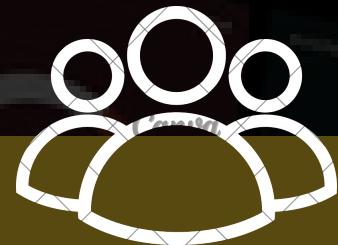
- Dữ liệu đặt phòng
- Khách hàng
- Kênh phân phối
- Dữ liệu thanh toán và yêu cầu
- Dữ liệu về thời gian

Dataset bao gồm 36 cột và 119390 dòng

# PHÂN TÍCH DỮ LIỆU



Tổng quan tình hình kinh doanh



Đánh giá xu hướng khách hàng



Tổng kết vấn đề

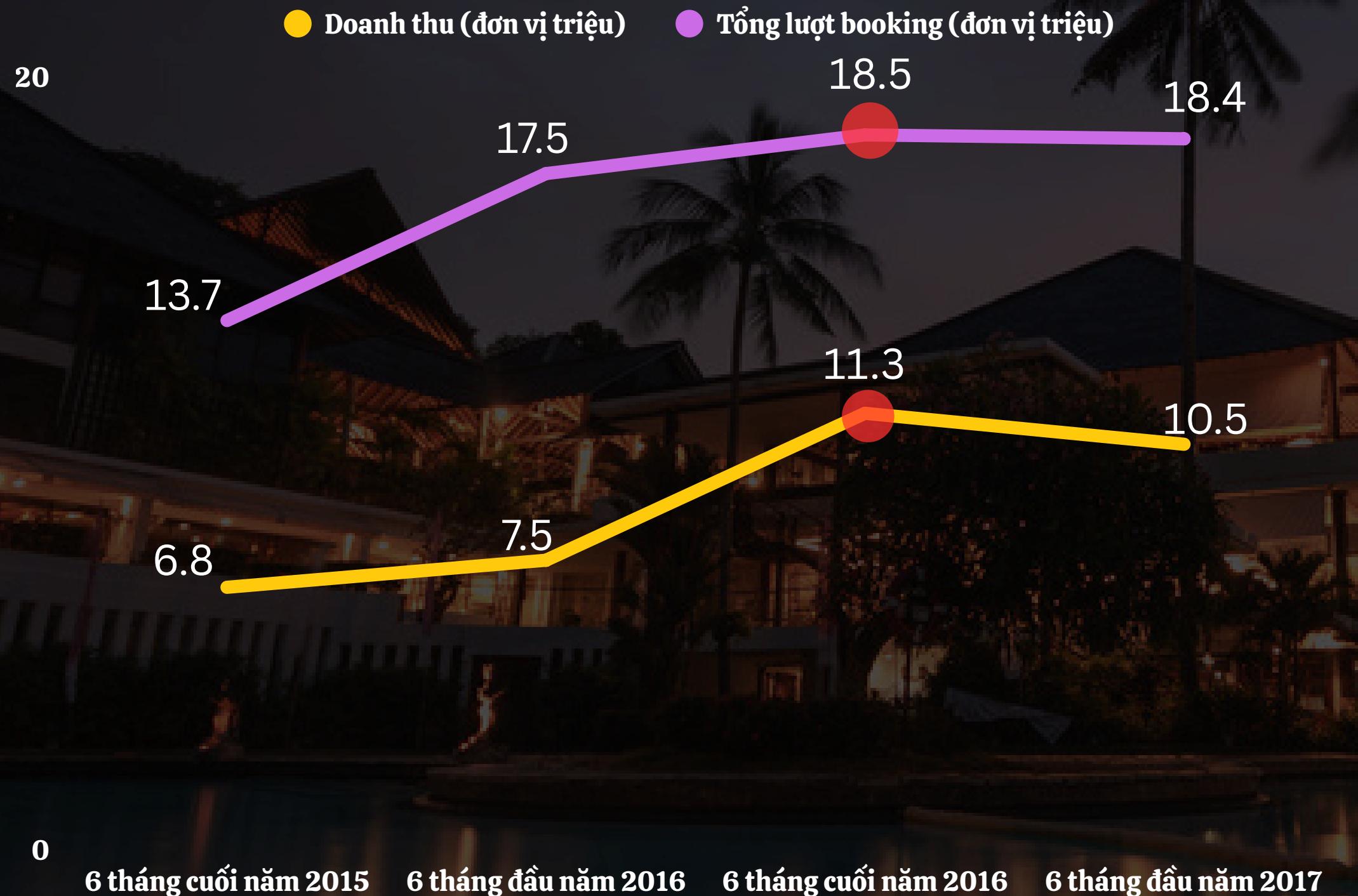


Đánh giá tác động các kênh đặt phòng



# Tổng quan tình hình kinh doanh

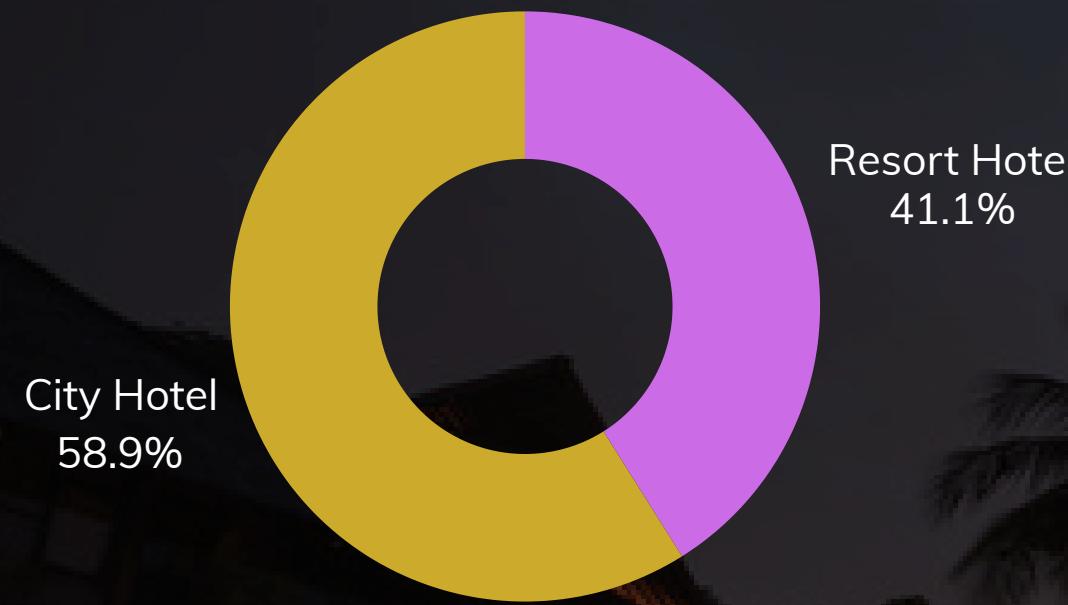
# TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH DOANH



- Doanh thu có xu hướng tăng với tỷ lệ tăng trưởng trung bình là **17.96%**
- Tổng số lượt booking có xu hướng tăng với tỷ lệ tăng trưởng trung bình là **10.97%**

# TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH DOANH

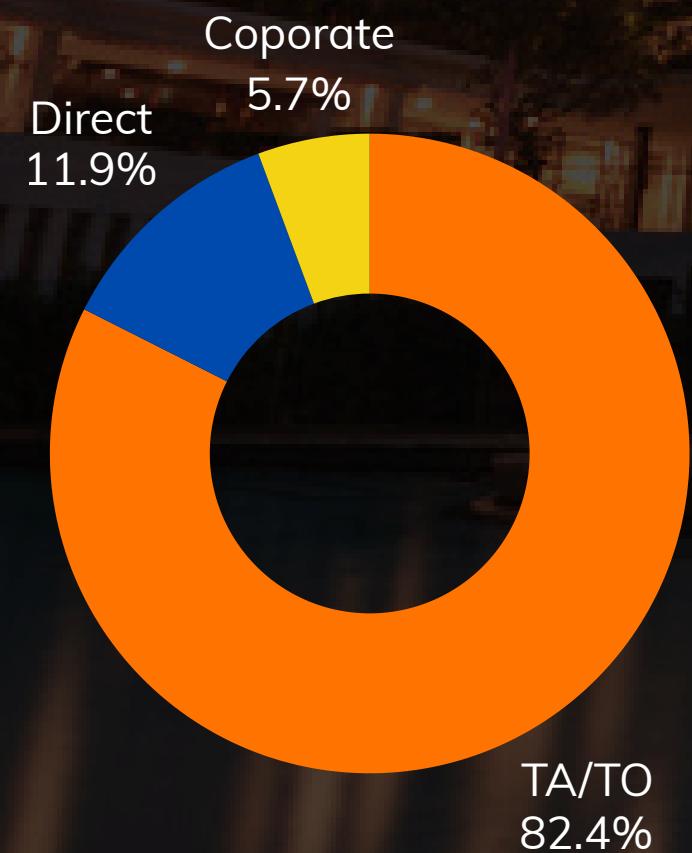
Tỷ lệ doanh thu theo từng loại hình



Công ty có 2 loại hình kinh doanh chính gồm:

- City Hotel chiếm **58.9%** doanh thu
- Resort Hotel chiếm **41.1%** doanh thu

Tỷ lệ booking theo từng kênh

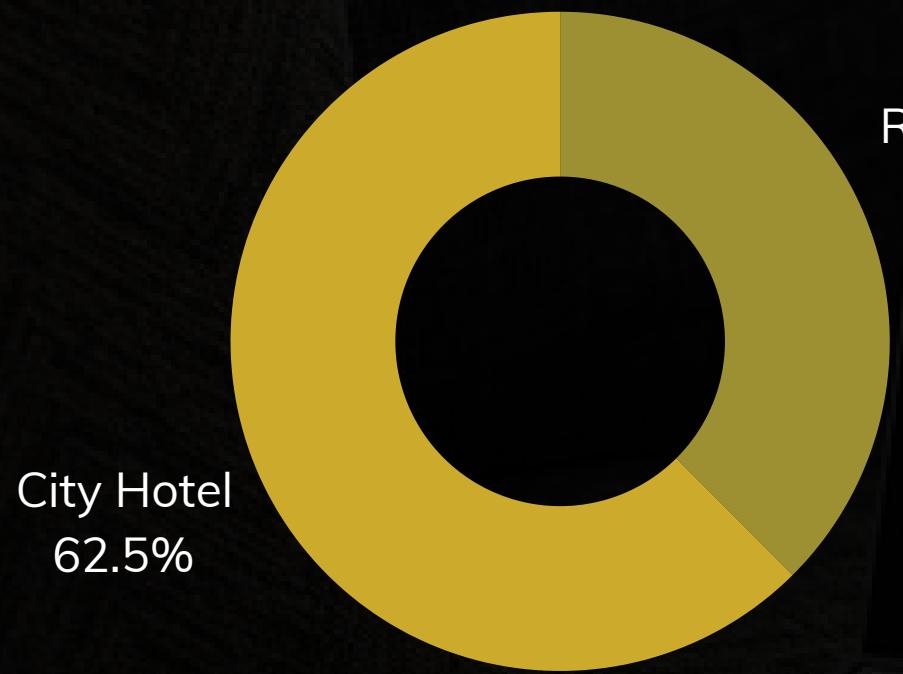


Lượt booking dịch vụ lưu trú của công ty đến từ 3 nguồn chính:

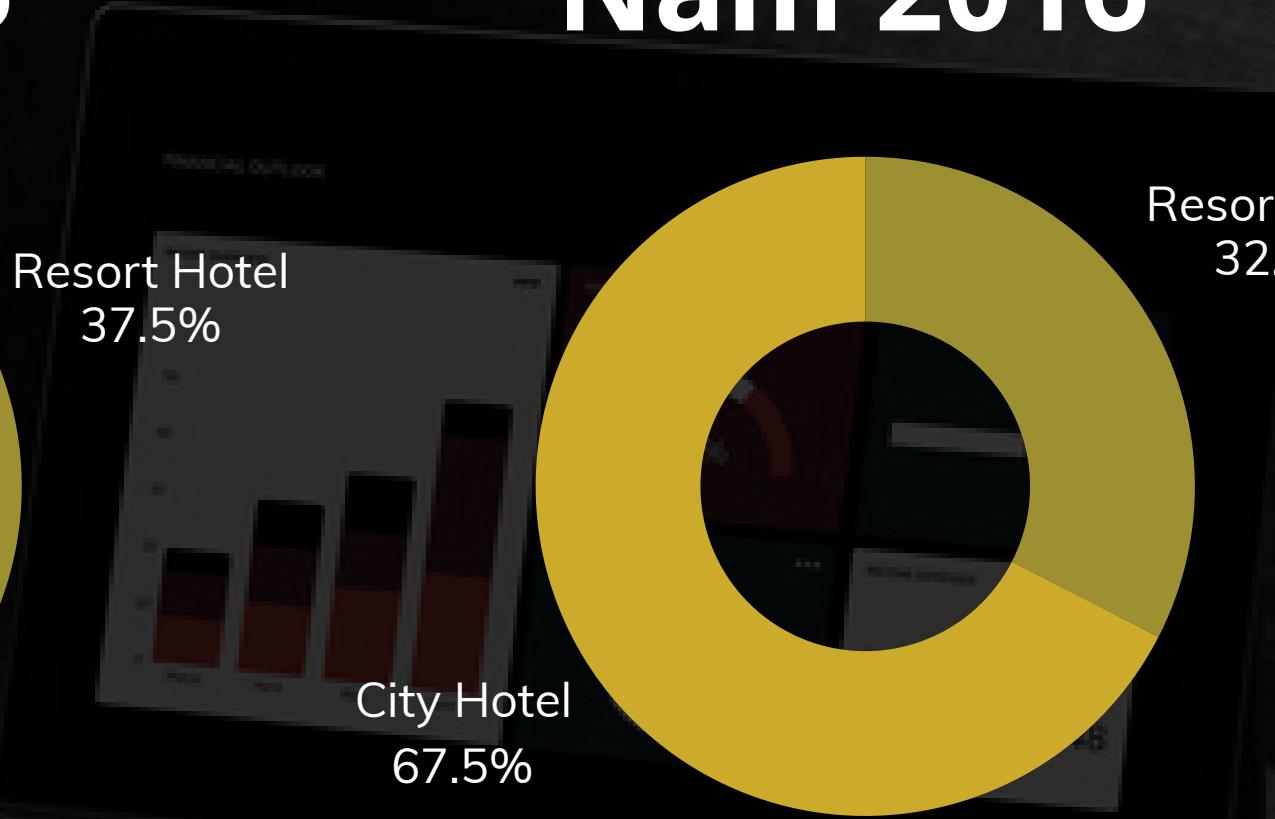
- TA/TO chiếm **82.4%** tổng số booking
- Direct chiếm **11.9%** tổng số booking
- Corporate chiếm **5.7%** tổng số booking

# TỈ LỆ LOẠI HÌNH

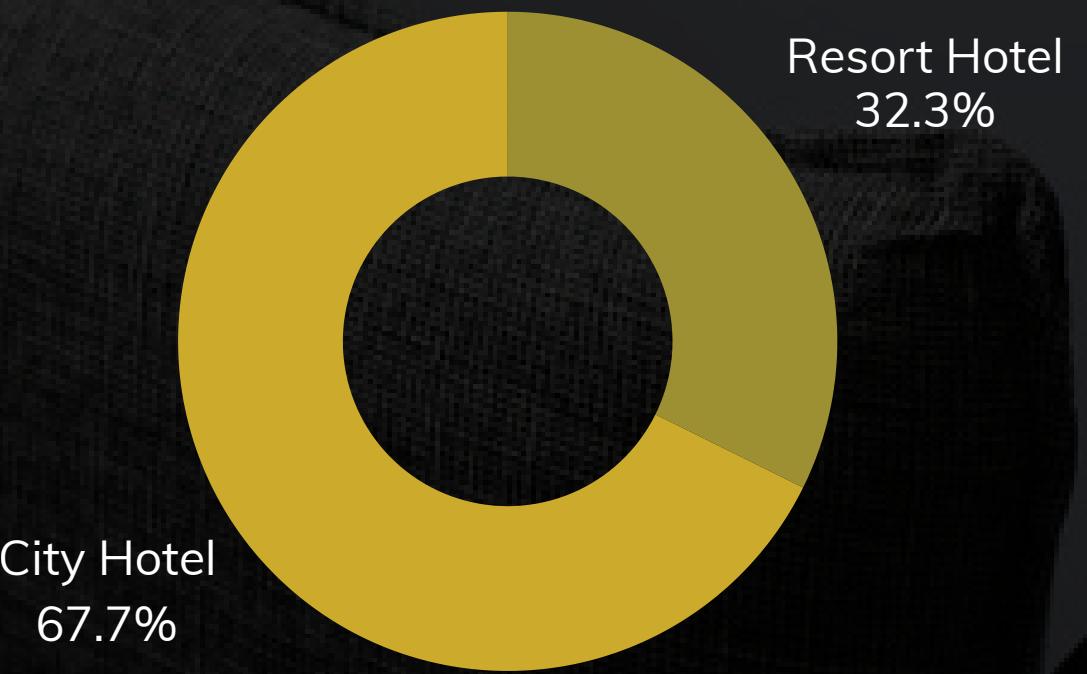
Năm 2015



Năm 2016



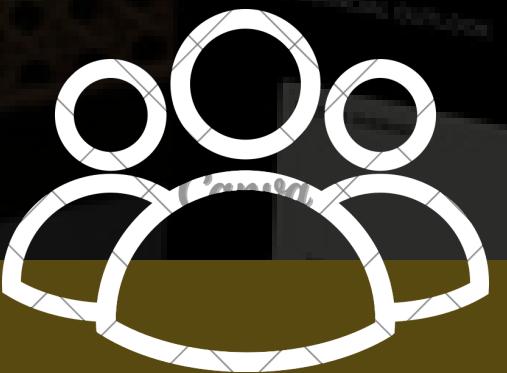
Năm 2017



Trong giai đoạn 2015 - 2017, khách hàng ưa thích loại hình City Hotel hơn Resort Hotel.

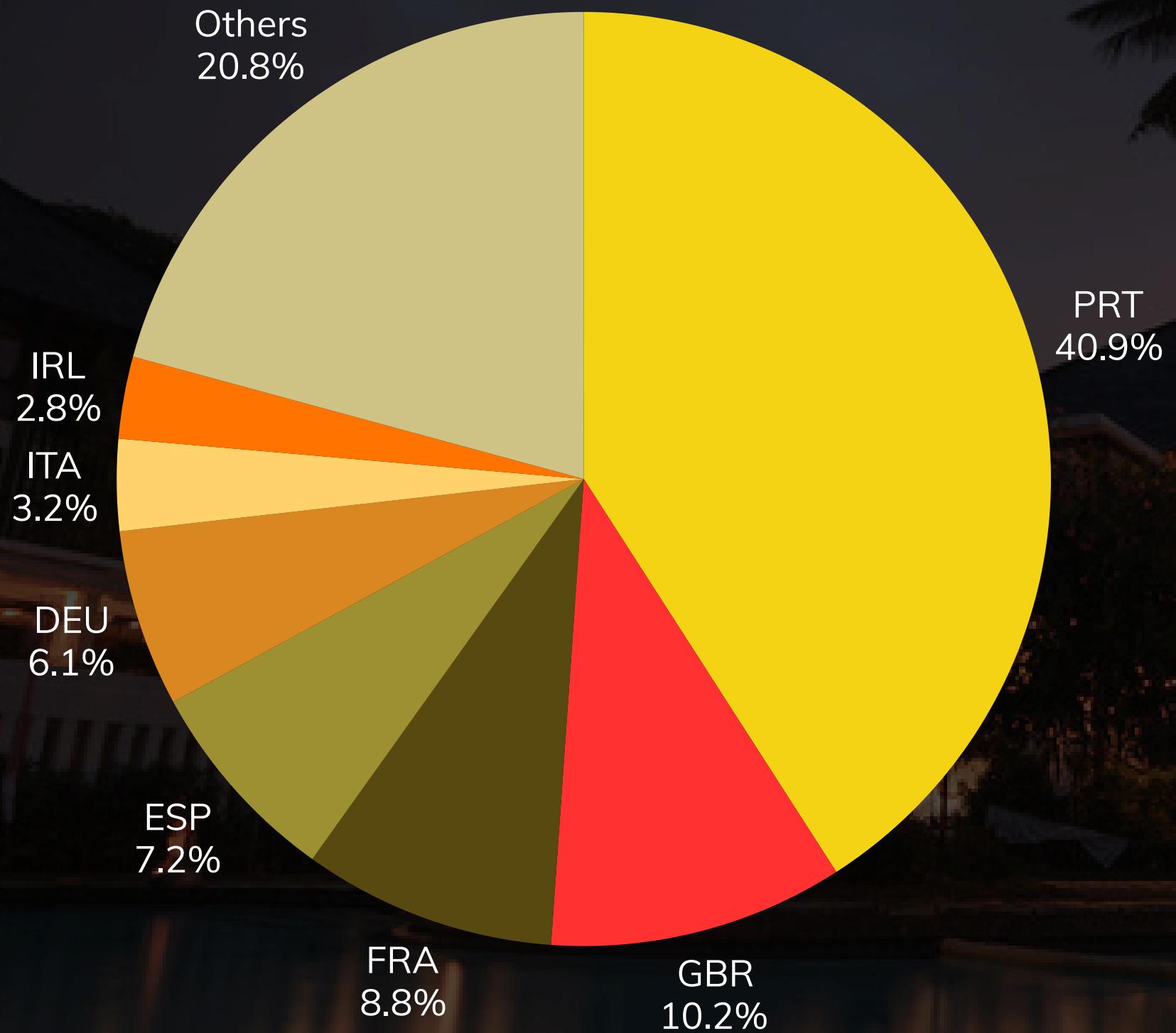
Lý do có thể xuất phát từ yếu tố vị trí địa lý, chi phí dịch vụ và mục đích của chuyến đi.

Resort Hotel có thể tối ưu hóa giá và nâng cao trải nghiệm của khách hàng



# Đánh giá xu hướng khách hàng

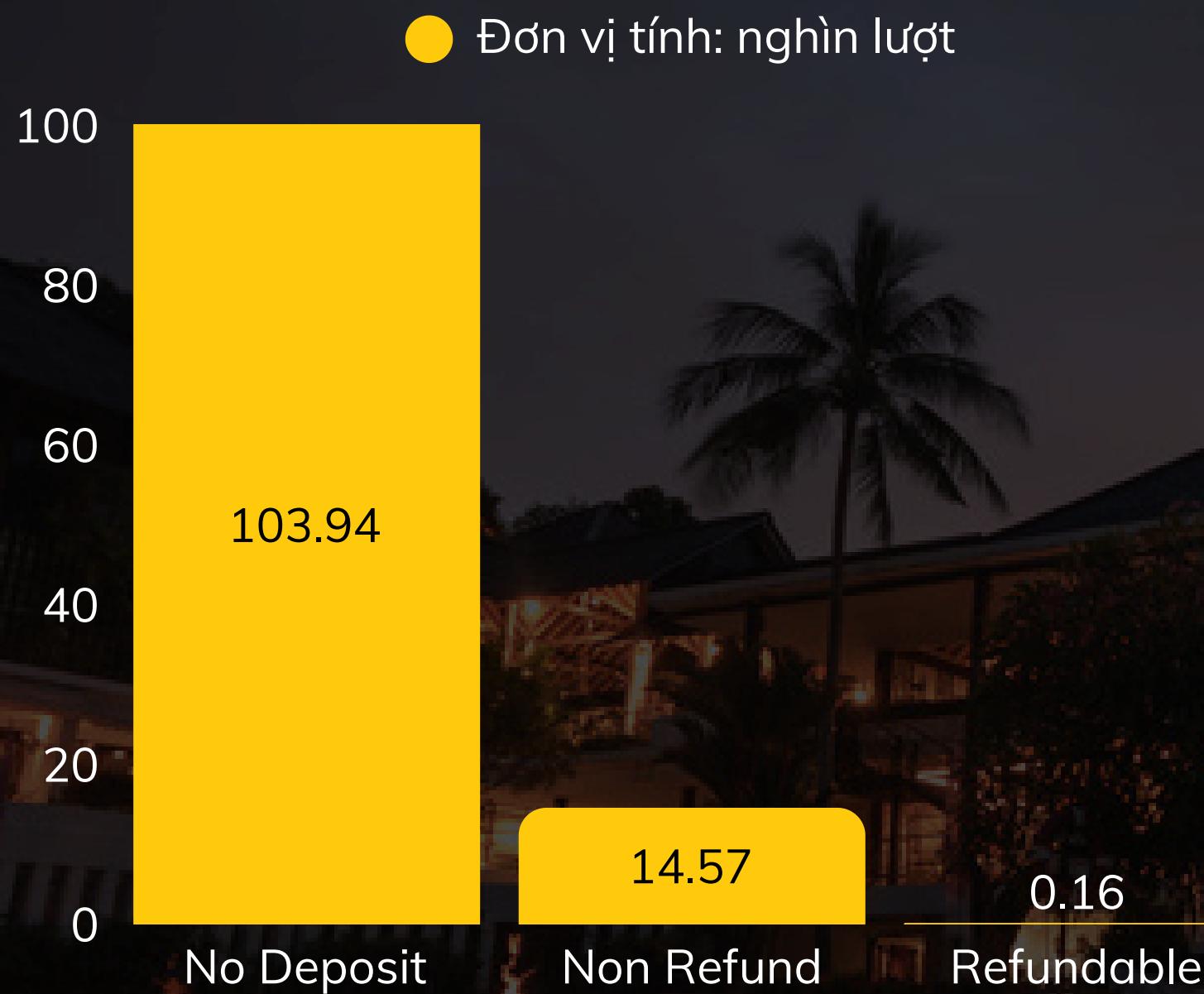
# KHÁCH HÀNG NỘI ĐỊA HAY NƯỚC NGOÀI?



Tỷ trọng khách nước ngoài cao (**59.1%**). Các khách hàng đến từ các nước **Bồ Đào Nha, Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Đức** là chủ yếu

- Du lịch là trụ cột kinh tế của Bồ Đào Nha, thu hút khách nước ngoài
- Đầu là thành viên của EU

# PHƯƠNG THỨC ĐẶT TRƯỚC KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG NHIỀU NHẤT?

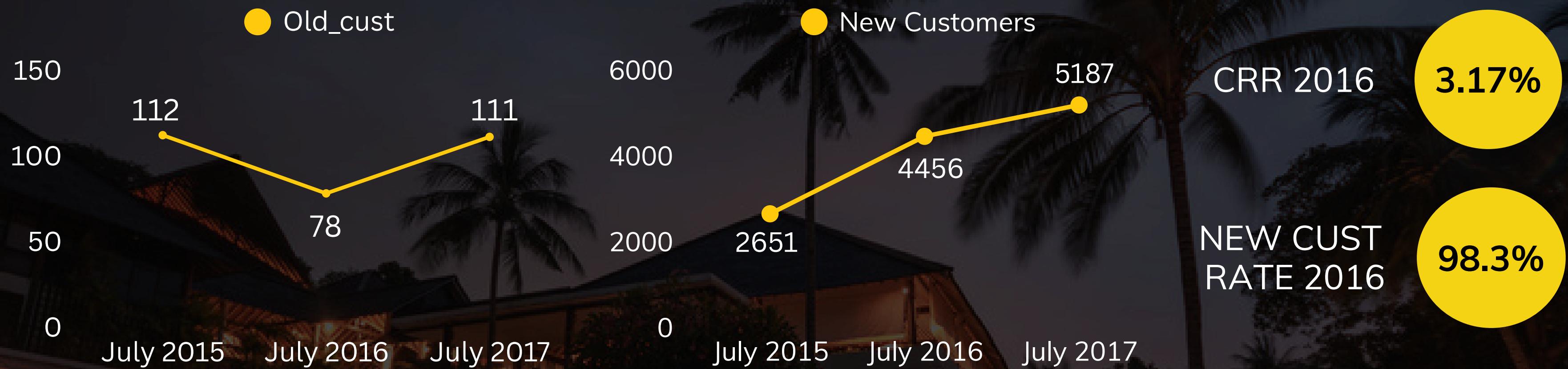


Khách hàng chọn phương thức **No Deposit** là chủ yếu



- Tâm lý tiêu dùng khách hàng không thích trả trước
- Khách sạn chưa áp dụng chính sách hoàn tiền đa dạng.

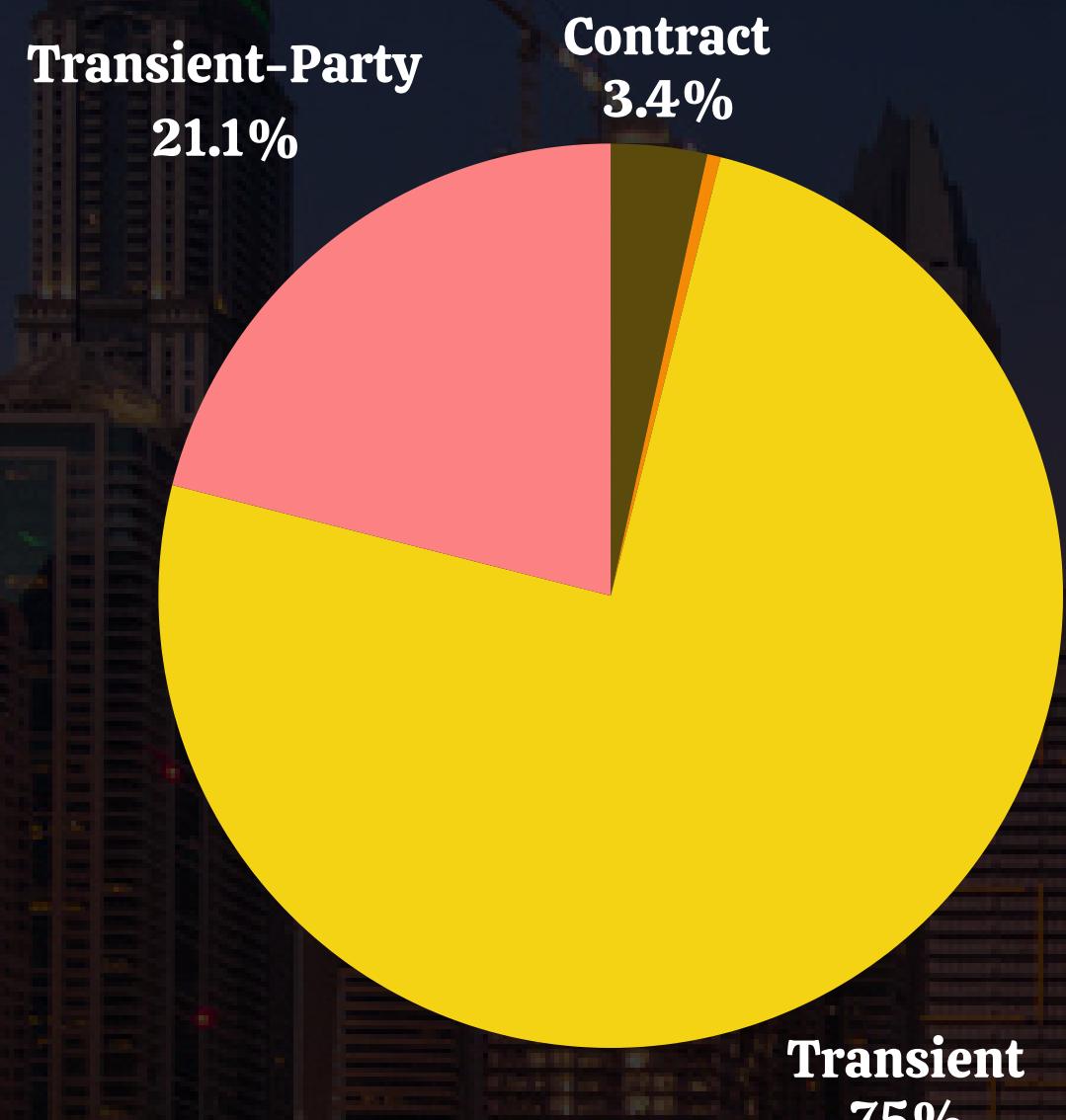
# TỶ LỆ KHÁCH HÀNG CŨ QUAY LẠI VÀ KHÁCH HÀNG MỚI ĐẾN?



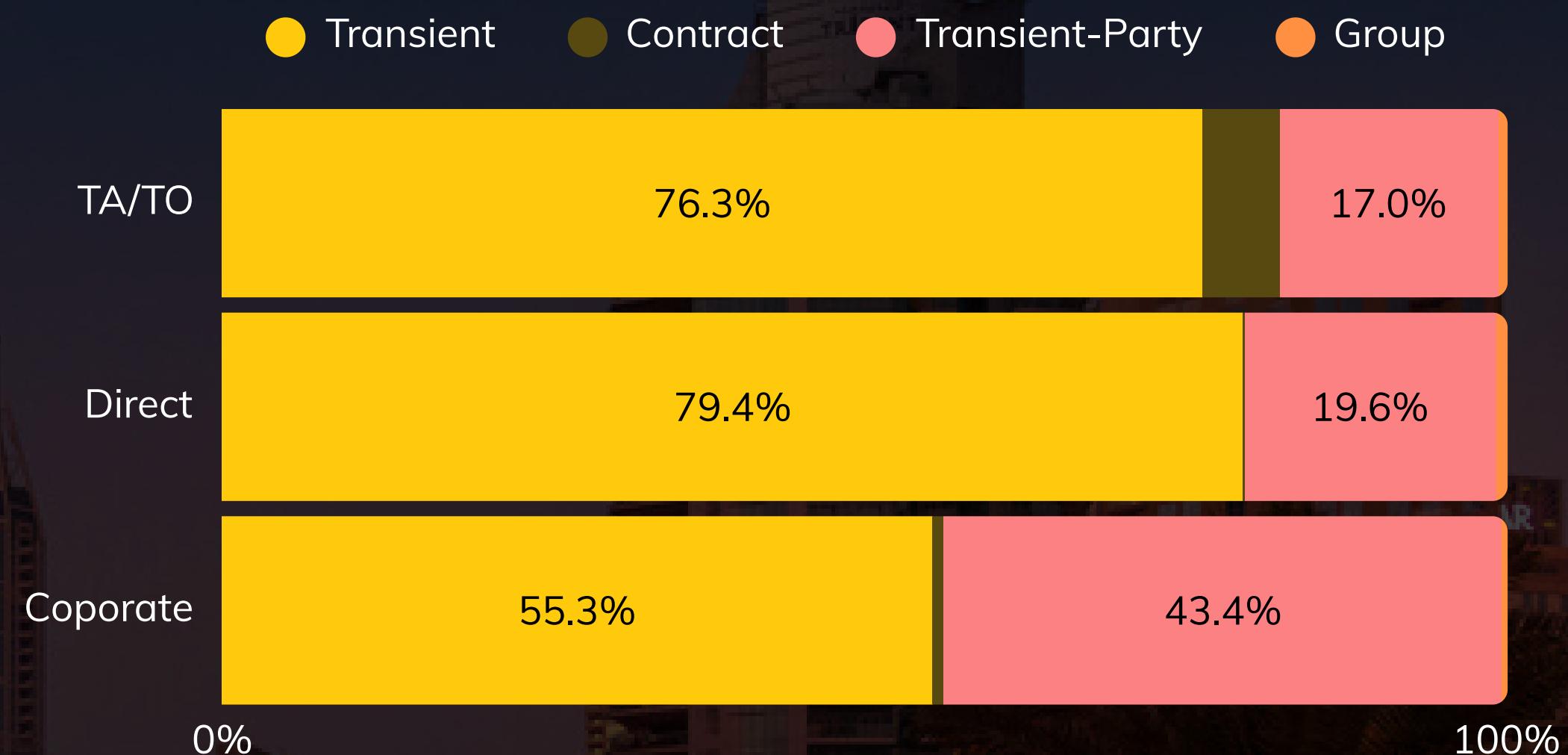
- Tỷ lệ khách cũ quay lại rất thấp, chỉ **3.17%** trong năm 2016 (so với **55%** của trung bình ngành)
- Khách cũ không ổn định
- Khách mới tăng trưởng đều giữa các năm

- Ảnh hưởng của xu hướng du lịch cá nhân
- Chính sách chăm sóc khách hàng chưa hiệu quả
- Cạnh tranh cao

# KHÁCH HÀNG Ở PHÂN KHÚC NÀO LÀ NHIỀU NHẤT?



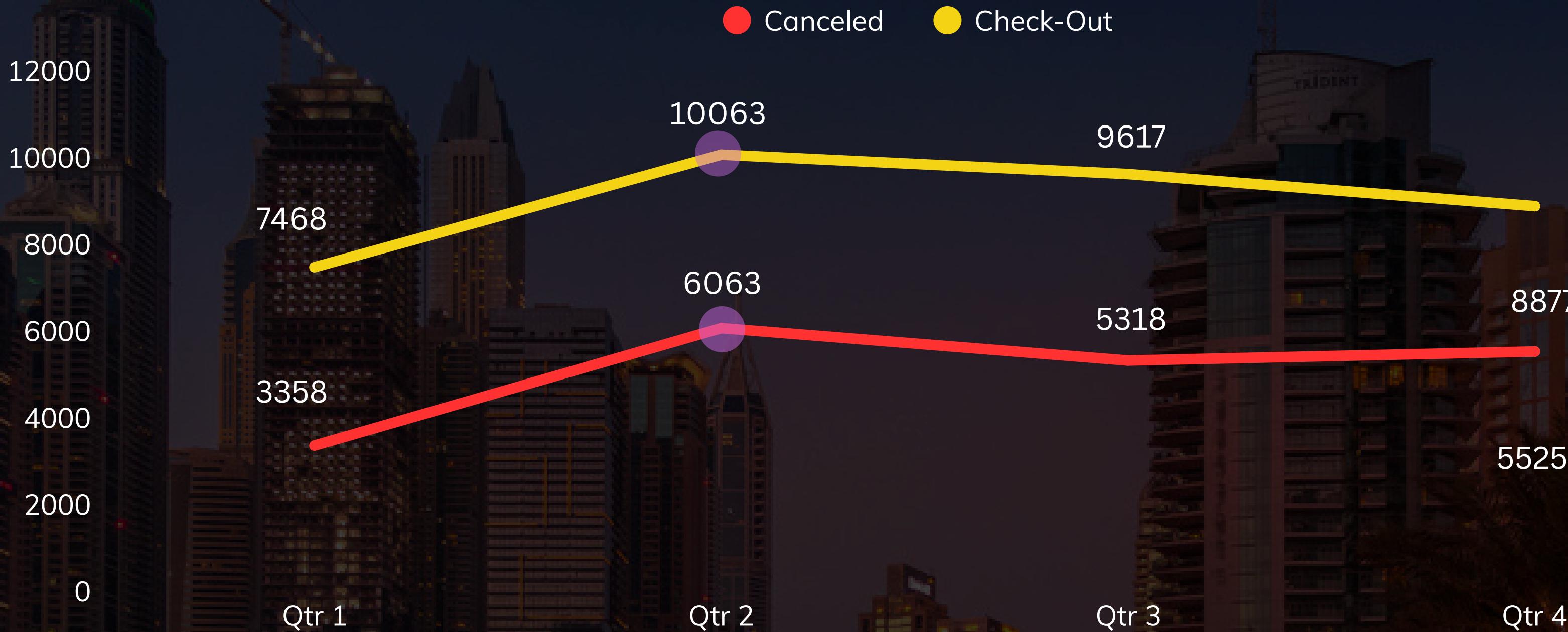
Tệp khách hàng chủ yếu là **khách lẻ lưu trú ngắn hạn**, chiếm **96.08%**, phân bổ đều theo 3 kênh booking.



Xu hướng du lịch cá nhân tăng <=> khách sạn thay đổi chiến lược kinh doanh  
Chính sách visa, thị thực đơn giản hóa  
Sự phát triển của các kênh đặt phòng



# THỜI GIAN KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ PHÒNG



- Khách hàng có xu hướng sử dụng dịch vụ phòng nhiều nhất vào Quý 2 và Quý 3.
- Tỷ lệ cancel có cùng xu hướng tăng giảm theo tỷ lệ booking.



- Quý 2 và Quý 3 là khoảng thời gian thời tiết ấm áp, thuận lợi cho các buổi dã ngoại.

# THỜI GIAN CHỜ TRUNG BÌNH

THỜI GIAN CHỜ TRUNG BÌNH

THỜI GIAN CHỜ TRUNG BÌNH CỦA KHÁCH  
ĐÃ SỬ DỤNG DỊCH VỤ

THỜI GIAN CHỜ TRUNG BÌNH CỦA KHÁCH  
ĐÃ HỦY ĐẶT PHÒNG

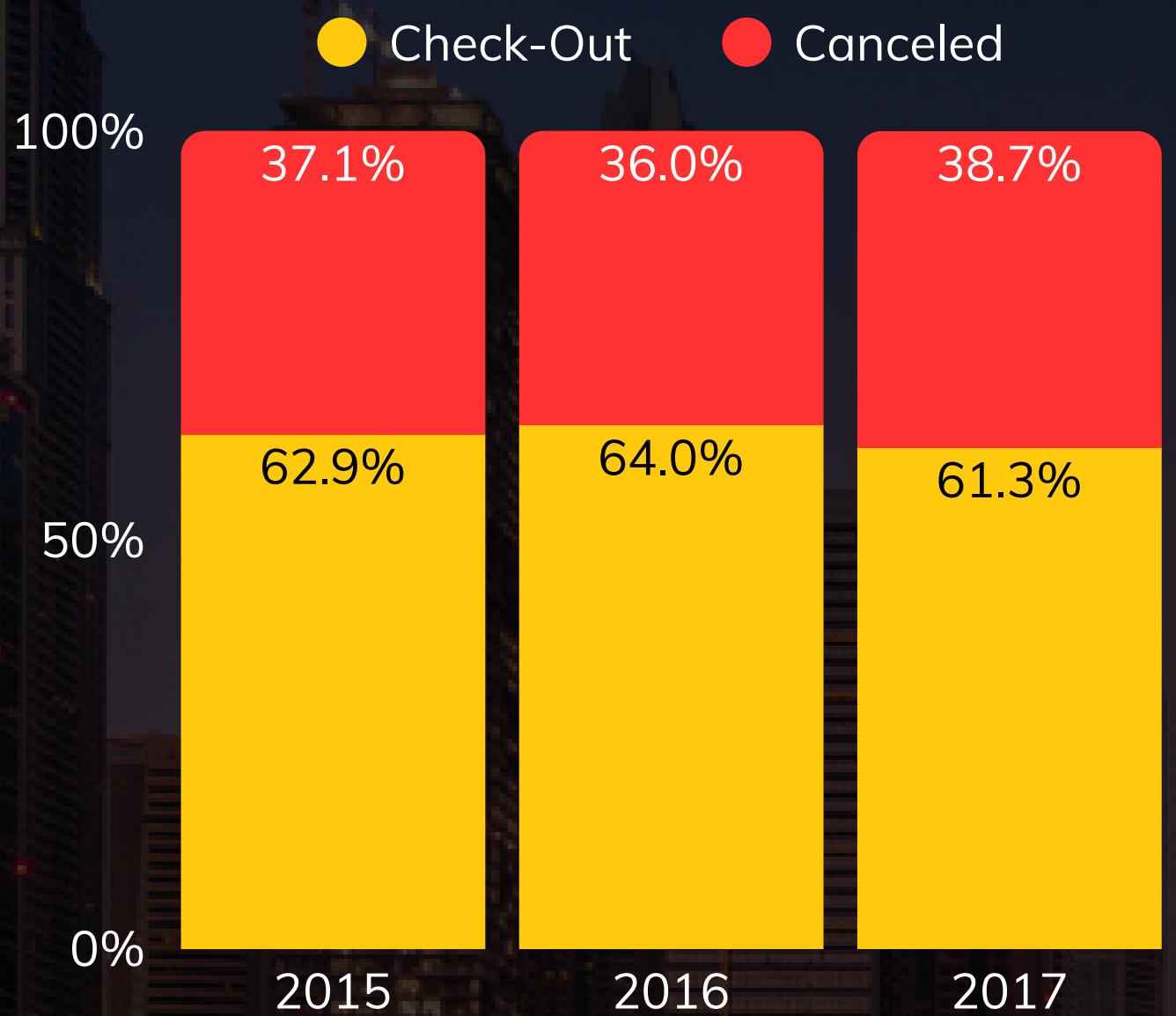
96  
NGÀY

76  
NGÀY

130  
NGÀY

Sử dụng phương pháp **IQR** để  
tìm ra các giá trị ngoại lai.  
Tỷ lệ khách hàng sẽ sử dụng  
dịch vụ cao hơn nếu thời gian  
book trước trung bình **không**  
**quá 3 tháng**

# TỶ LỆ KHÁCH HÀNG HỦY ĐẶT PHÒNG



Tỷ lệ hủy đặt phòng vẫn thấp hơn so với trung bình ngành nhưng có xu hướng tăng.

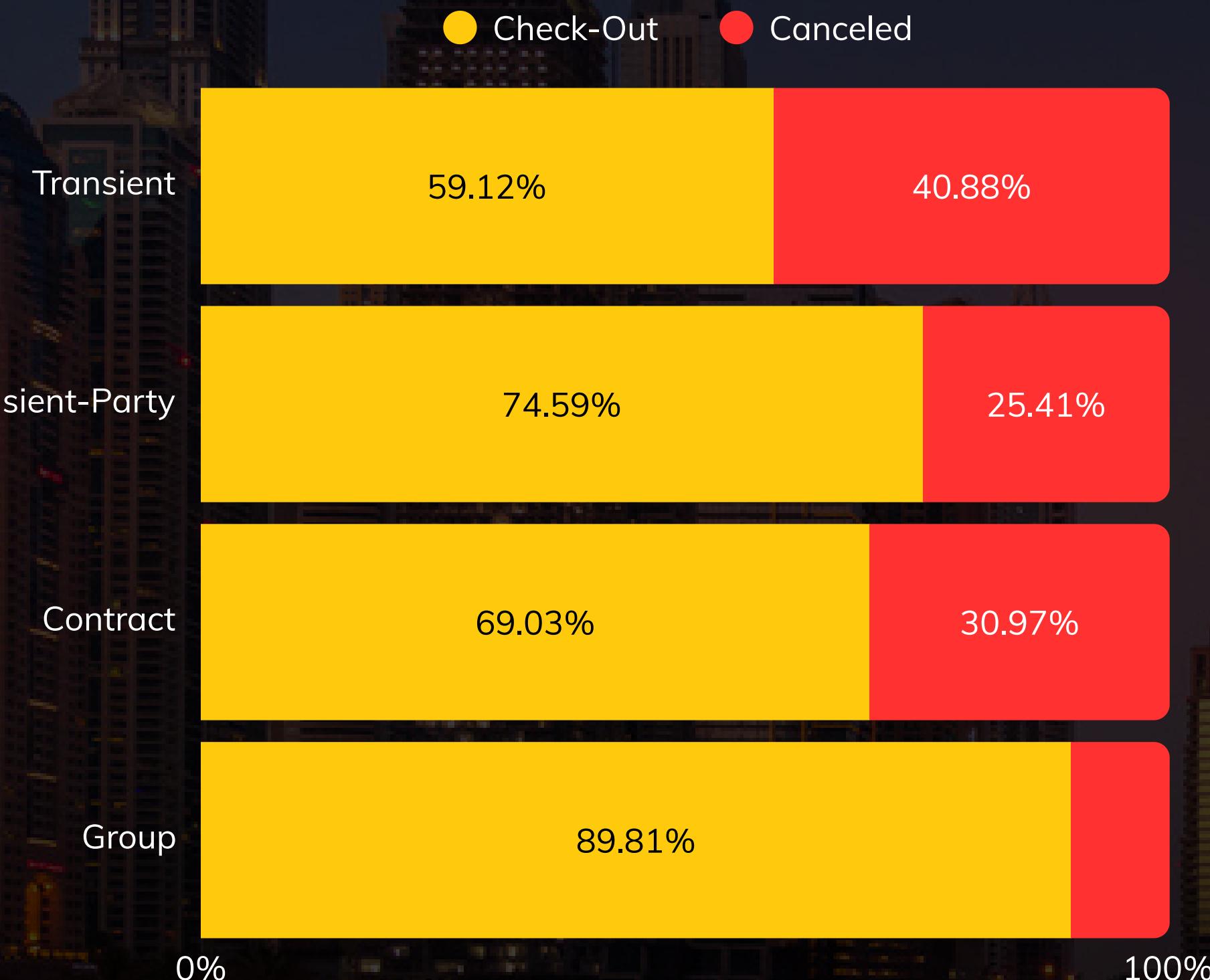


- Tệp khách hàng chính của khách sạn là khách lẻ
- Phương thức đặt trước là No Deposit

Tỉ lệ cancel booking ở Châu Âu

[www.d-edge.com](http://www.d-edge.com)

# TỶ LỆ CANCEL BOOKING THEO PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG



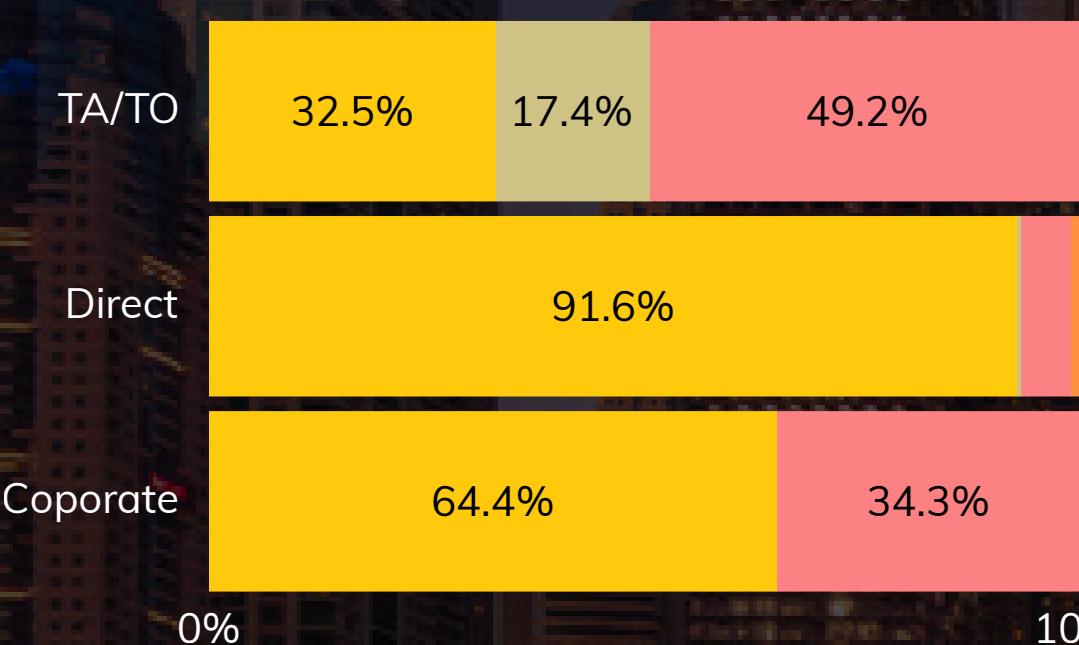
Phân khúc khách hàng theo nhóm (Party) hoặc theo đoàn (Group) có tỷ lệ cancel thấp hơn so với các nhóm khách hàng lẻ.



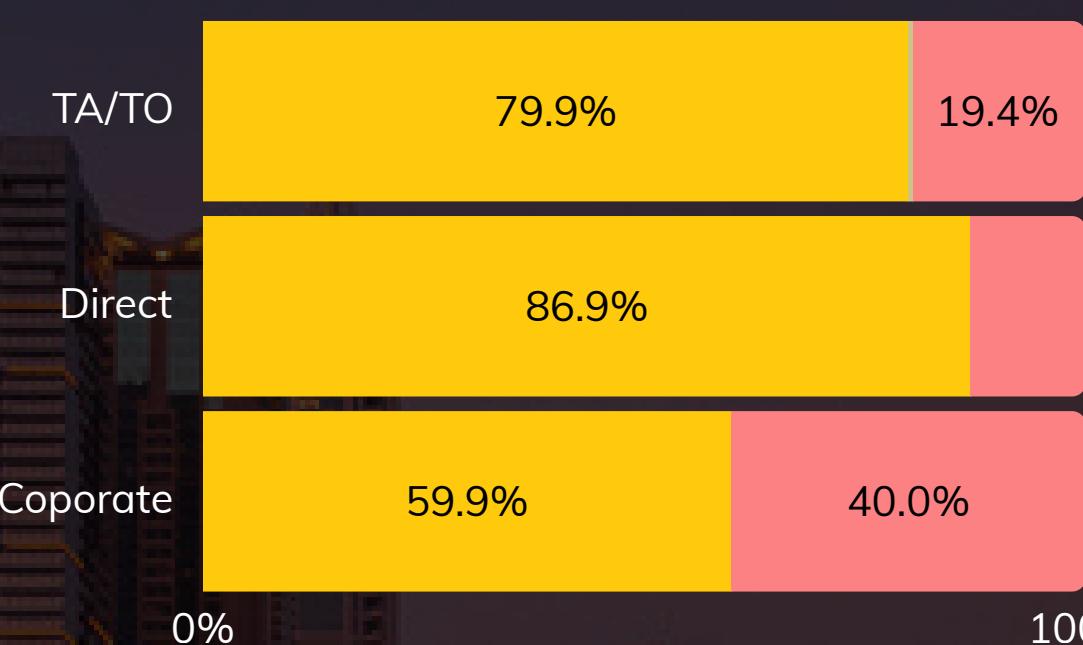
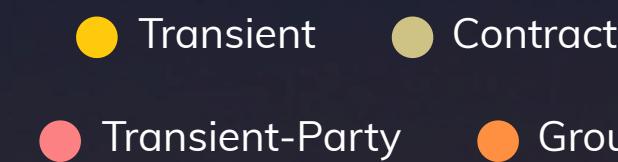
Lịch trình của khách lẻ dễ bị thay đổi

# TỈ LỆ KHÁCH HÀNG THEO TỪNG KÊNH ĐẶT PHÒNG VÀ NĂM

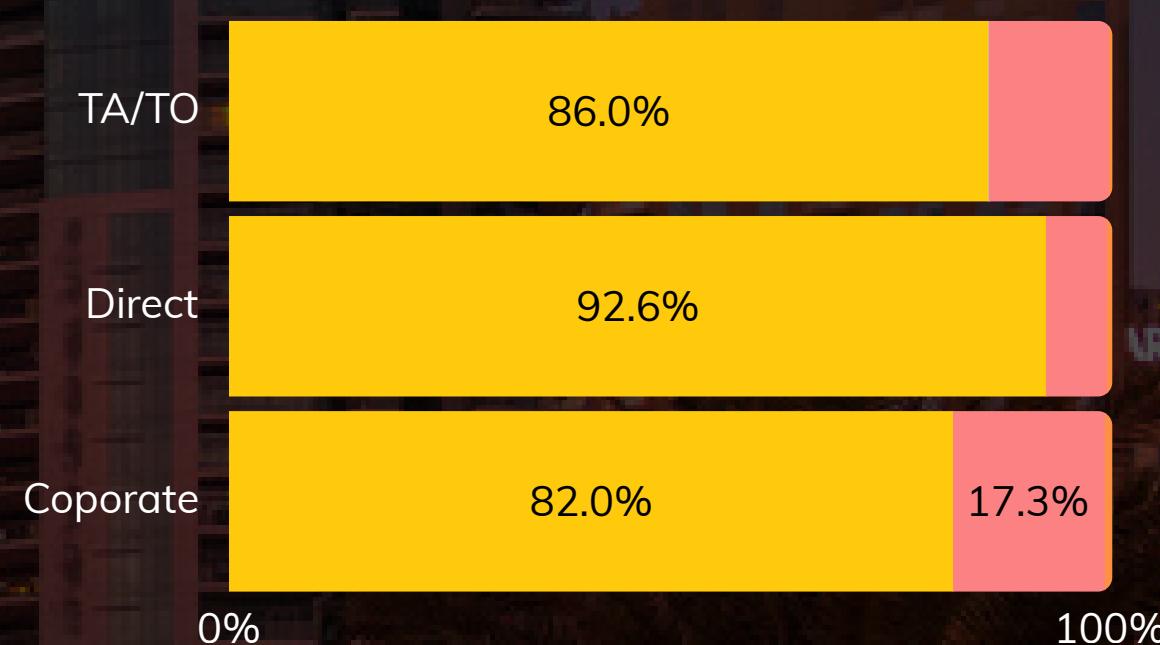
Năm 2015



Năm 2016



Năm 2017



Transient có xu hướng tăng và trở thành nguồn khách chính của các kênh.  
Transient - party có xu hướng giảm nhưng vẫn là nguồn khách lớn thứ 2 của các kênh.

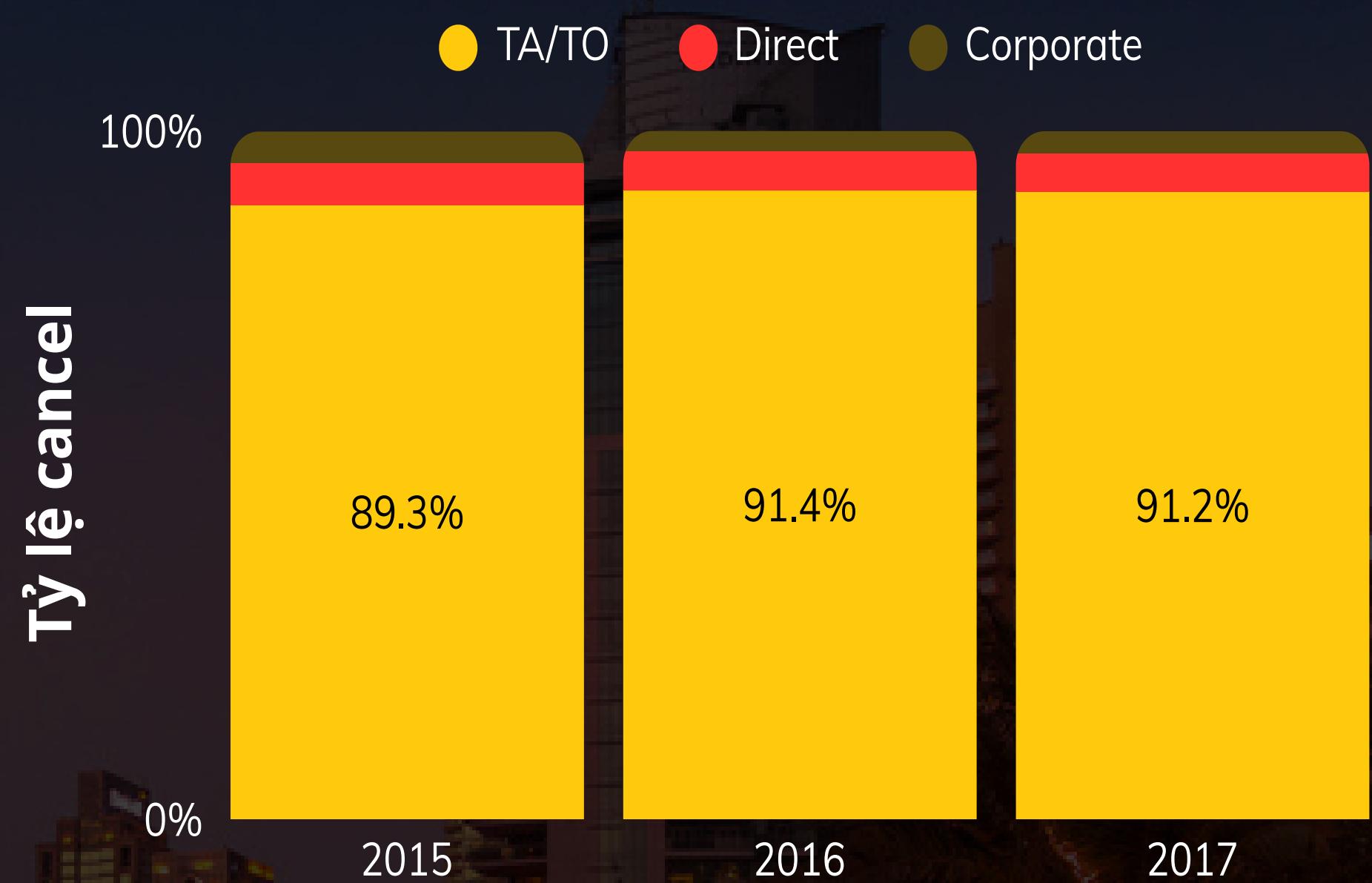
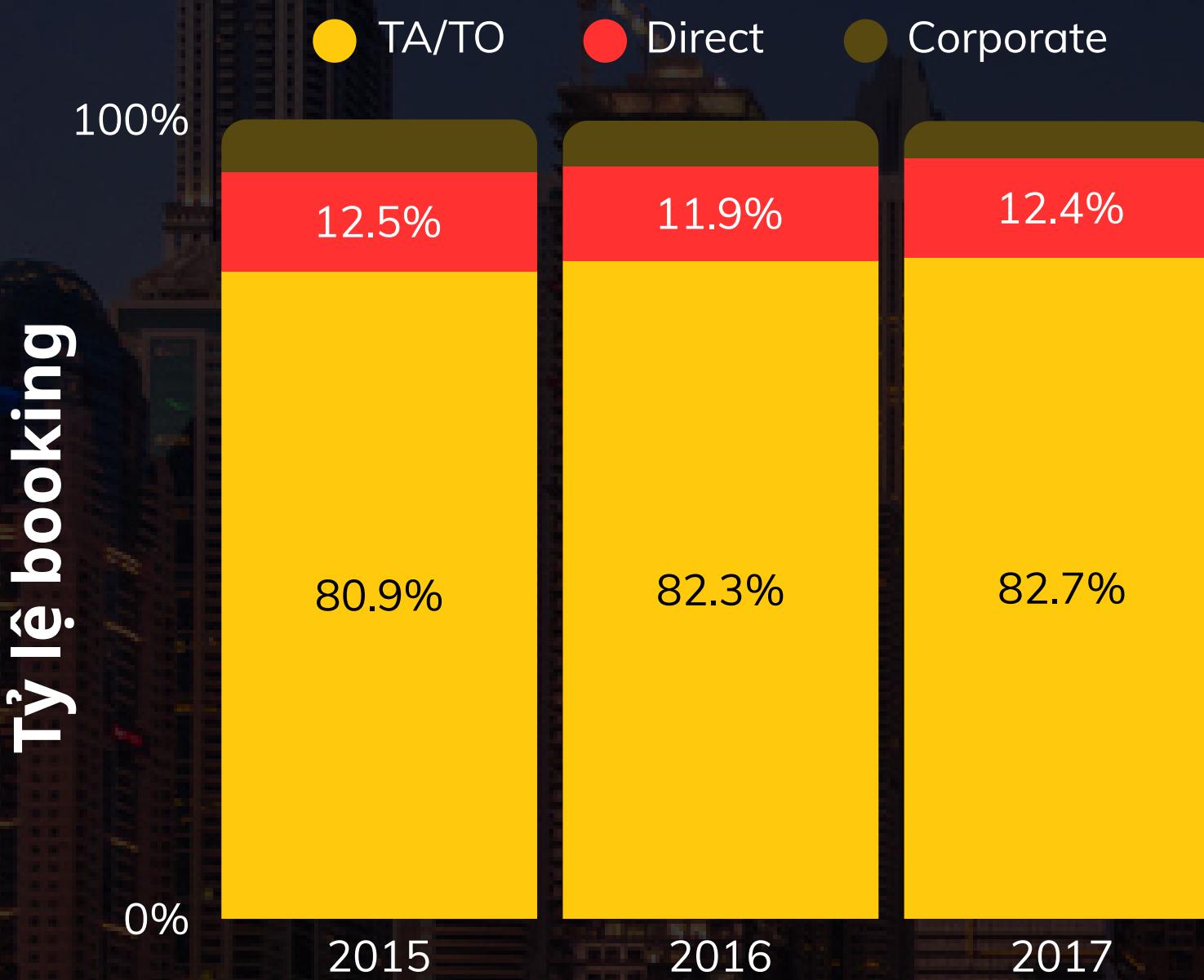
Xu hướng du lịch cá nhân tăng <=> khách sạn thay đổi chiến lược kinh doanh  
Chính sách visa, thị thực đơn giản hóa  
Sự phát triển của các kênh đặt phòng





Đánh giá tác động các  
kênh đặt phòng

# TỶ LỆ BOOKING VÀ CANCEL QUA CÁC KÊNH ĐẶT PHÒNG

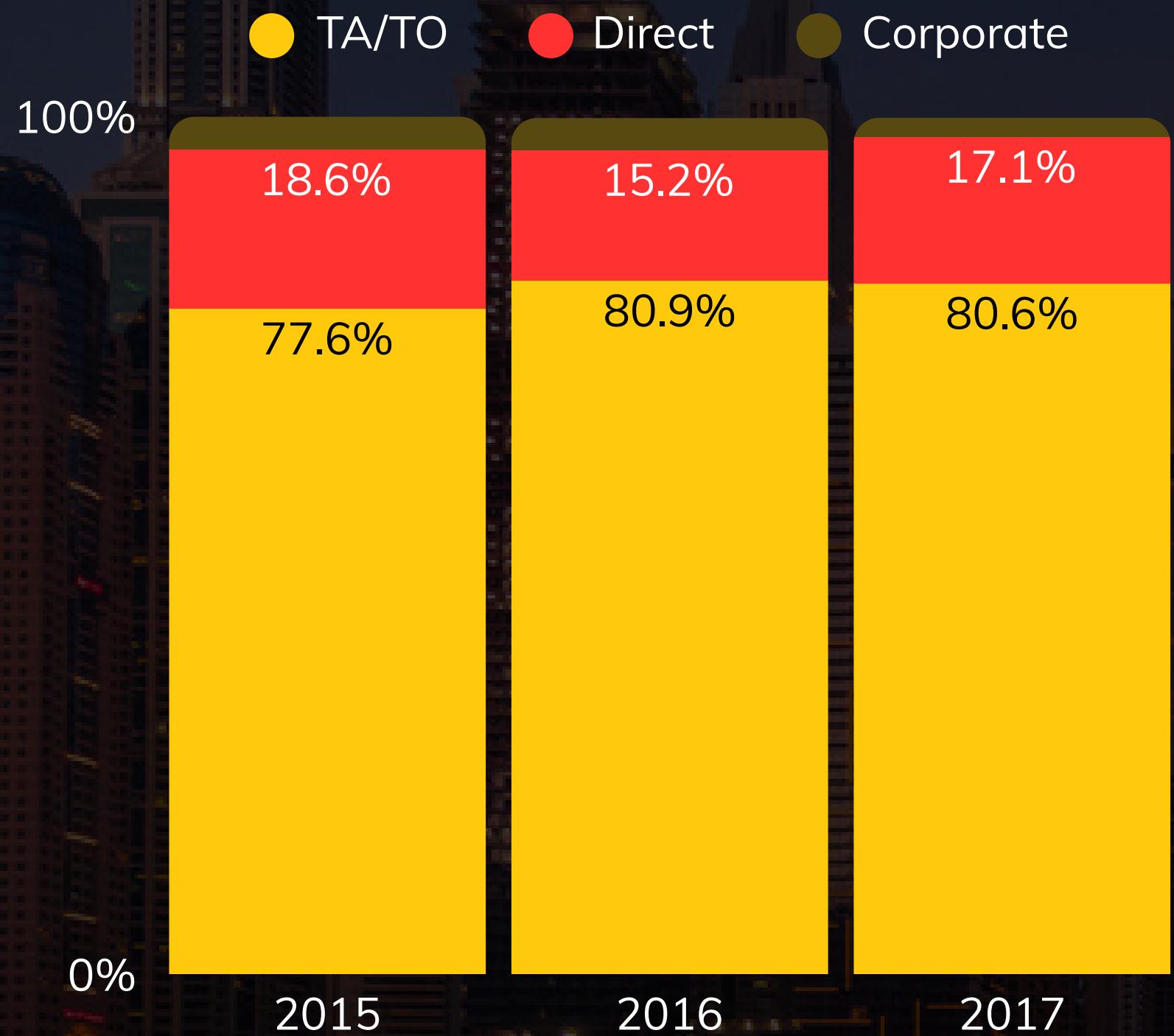


Tỷ lệ đặt phòng phần lớn đến từ Agency, và theo đó tỷ lệ cancel ở kênh này cũng cao nhất qua các năm

- Sự phát triển của kênh đặt phòng trực tuyến
- Quy trình đặt phòng qua TA/ TO đơn giản, nhanh chóng, tích hợp nhiều tiện ích



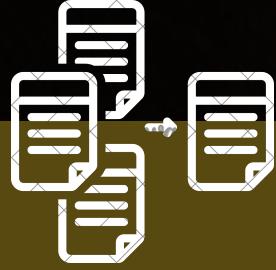
# TỈ LỆ DOANH THU QUA CÁC KÊNH THEO NĂM



Doanh thu phần lớn đến từ Agency



Tỷ lệ đặt phòng từ Agency cao nhất



# TỔNG KẾT VẤN ĐỀ

**1. Tỷ lệ giữ chân khách hàng quá thấp, chỉ 3.17% so với trung bình ngành là 55%**

- Khách sạn chưa có nhiều chương trình chăm sóc khách hàng hấp dẫn

**2. Tỷ lệ khách hàng giữa các phân khúc còn chênh lệch rõ rệt.**

**3. Tỷ lệ hủy phòng dù thấp hơn so với trung bình ngành nhưng vẫn là một tỷ lệ cao**

- Khách sạn chưa áp dụng nhiều chương trình về phương thức đặt phòng trước
- Khách sạn chưa có chính sách áp dụng cho khách hàng có thời gian đặt trước dài

**4. Do tính đặc thù của ngành và vị trí địa lý, khách sạn chỉ hoạt động hiệu quả vào quý 2 và quý 3 (mùa du lịch cao điểm do thời tiết trở nên ấm áp hơn).**

**5. Doanh thu của khách sạn còn phụ thuộc quá nhiều vào các Agency.**



# ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

- Liên kết với các dịch vụ như nhà hàng/địa điểm vui chơi, kết hợp gói dịch vụ, ưu đãi với các hoạt động và trải nghiệm tại địa phương.
- Tăng tỷ lệ khách hàng Group và Contract: Đưa ra các gói ưu đãi dành riêng, có đội ngũ chăm sóc khách hàng riêng cho phân khúc này.
- Tăng tỷ lệ booking từ các kênh Direct, Corporate: đơn giản hóa quy trình đặt phòng thông qua website/app khách sạn/gọi điện trực tiếp.
- Khách sạn cần có chính sách riêng nhằm điều chỉnh việc đặt phòng trước với thời gian dài của khách hàng.
- Khách sạn nên triển khai ưu đãi cho khách có đặt cọc phòng sớm kèm theo chính sách hoàn tiền linh hoạt và hấp dẫn.
- Các hoạt động ưu đãi nên được tăng cường vào quý 1 và quý 4 để tận dụng cơ hội thu hút khách trong giai đoạn thấp điểm và cao điểm.
- Tổ chức khảo sát định kỳ để lắng nghe ý kiến khách hàng và thực hiện cải tiến cần thiết.

# THANK YOU

