

BÁO CÁO CHIẾN DỊCH CHẠY QUẢNG CÁO TRÊN FACEBOOK

Kết quả tổng quan về chiến dịch

Dữ liệu được thu thập từ ngày 1-20/07/2022, gồm:

Record Count

4.957

Campaign

64

Successful

2.872

Unsuccessful

2.065

Product

29

%Successful

57,94%

- 4957 dòng với 64 chiến dịch và 29 sản phẩm.
- Có 2872 đơn hàng đã được chốt thành công, chiếm tỉ lệ là gần 58%, bên cạnh 2065 đơn hàng không/chưa chốt thành công.

Sản phẩm

| | Product | Record Count ▾ | %Successful |
|-------------|---------------|----------------|-------------|
| 1. | Collagen M... | 2 N | 56,6% |
| 2. | COMBO 2 H... | 678 | 65,3% |
| 3. | Shower Gel | 542 | 62,7% |
| 4. | Scar Cream | 503 | 48,5% |
| 5. | Foundation | 242 | 74,0% |
| 6. | Foot Mass... | 200 | 65,1% |
| 1 - 29 / 29 | | | < > |

| | Product | Record Count ▾ | %Successful |
|-------------|----------------|----------------|-------------|
| 24. | Concealer P... | 3 | 66,7% |
| 25. | Melasma Pen | 3 | 100,0% |
| 26. | Scar Patch | 1 | 100,0% |
| 27. | Hunmui Too... | 1 | 100,0% |
| 28. | Solid Perfu... | 1 | 100,0% |
| 29. | Teeth White... | 1 | 100,0% |
| 1 - 29 / 29 | | | < > |

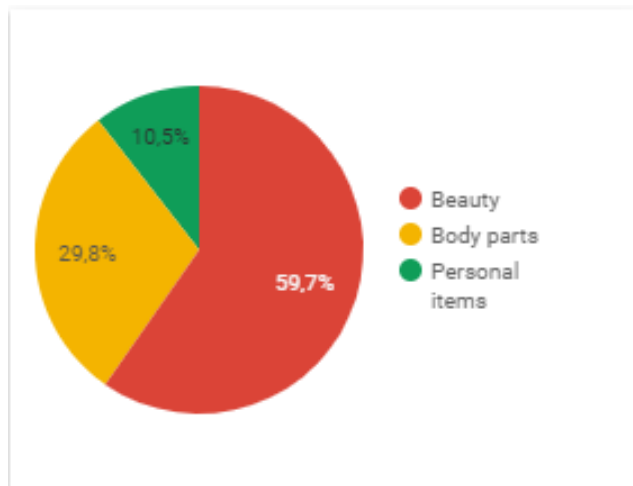
Bảng bên trên thể hiện cho các sản phẩm, số lượng đơn (kể cả thành công và chưa/không thành công) và tỉ lệ chốt đơn thành công của nó:

- Các sản phẩm như Collagen Mask, Combo 2 đều có số lượng đơn cao và tỉ lệ chốt đơn thành công cũng khá cao.

→ Đơn vị bán hàng nên đẩy mạnh các chiến dịch quảng cáo cho các loại sản phẩm này.

Quan sát thêm hình bên dưới, thể hiện cho 2 sản phẩm riêng lẻ có trong Combo 2, thấy được là số lượng đơn rất thấp. Điều này rất hợp lý với tâm lý người mua hàng, vì khi mua combo thường sẽ được giảm 1 ít tiền, đồng thời nếu combo đủ số tiền tối thiểu còn được miễn phí ship. → Đơn vị bán hàng nên xem xét trên tình hình thực tế có thể kết hợp các loại sản phẩm nào với nhau để đánh đúng nhu cầu của người tiêu dùng và vẫn mang lại lợi nhuận.

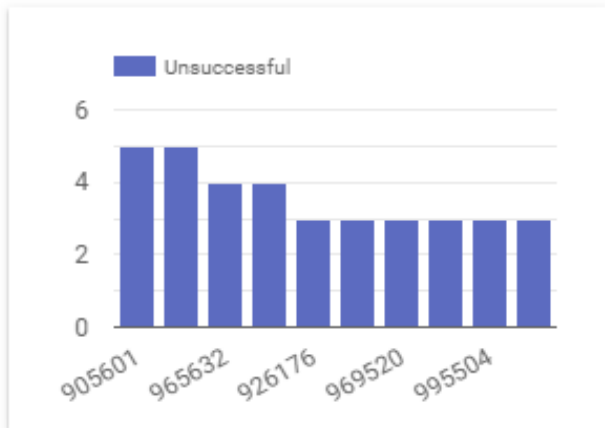
Nhóm sản phẩm



Biểu đồ hình tròn thể hiện cho phần trăm số lượng đơn của các nhóm sản phẩm thuộc về Beauty, Body parts, Personal items, qua đó:

- Sự quan tâm của mọi người dành cho các sản phẩm liên quan đến sắc đẹp là rất lớn.
- Đơn vị bán hàng nên đẩy mạnh các chiến dịch quảng cáo cho các loại sản phẩm liên quan đến sắc đẹp, đồng thời đa dạng hóa các loại sản phẩm. Từ kết quả phân trước, đơn vị bán hàng cũng có thể cân nhắc việc kết hợp các loại sản phẩm này lại với nhau.

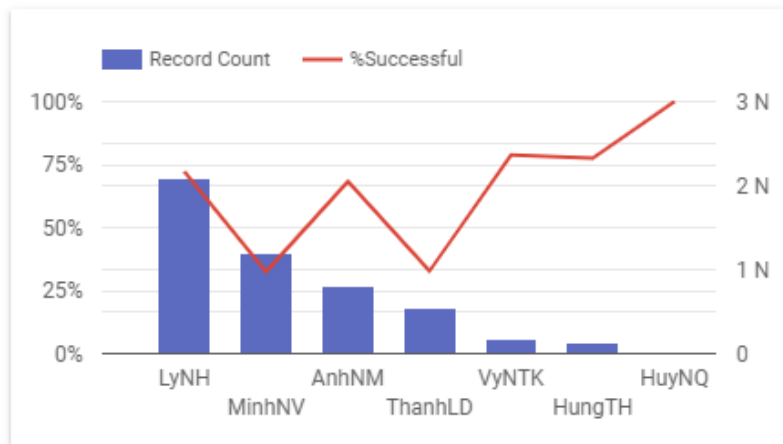
Người mua hàng



Hai biểu đồ bên thể hiện cho top 10 người mua hàng có số lượng đơn được chốt thành công (hình bên trên) và chưa/không thành công (hình bên dưới). Đối với mỗi trường hợp có thể xử lý như sau:

- Lưu lại thông tin liên hệ của những người có số lượng đặt hàng và chốt đơn thành công nhiều và đưa ra các ưu đãi dành riêng cho họ (các ưu đãi này cũng nên được thông báo khi chạy chiến dịch quảng bá).
- Lưu lại thông tin liên hệ của những người có số lượng lớn các đơn hàng chưa/không được chốt thành công. Những người này có thể là do họ quá bận, không để ý đến điện thoại, hoặc họ đặt bừa, cũng có thể là do người khác thuê để quấy phá. Vì vậy, với những trường hợp này, đơn vị bán hàng có thể xem xét khi thấy họ đặt tiếp (có thể chỉ liên hệ với họ 1 lần, nếu không được thì thôi luôn, còn nếu tình trạng này diễn ra quá nhiều thì có thể chặn họ luôn,...).

Người chạy chiến dịch

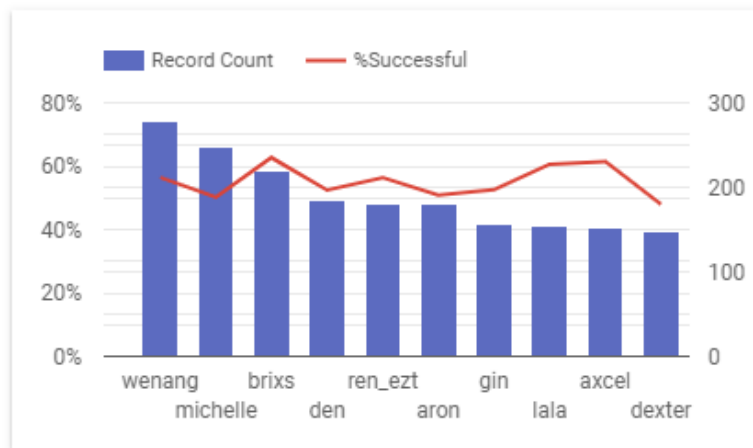


Hình trên thể hiện cho số lượng đơn và tỉ lệ chốt đơn thành công đối với từng nhân viên chạy chiến dịch:

- Các nhân viên: LyNH, MinhNV,...có số lượng đơn lớn.
- Các nhân viên: HuyNQ, VyNTK,...có tỉ lệ chốt đơn thành công lớn.

→ Cần khen thưởng các nhân viên này. Đơn vị bán hàng có thể đặt ra KPI cho từng đợt và nhân viên nào đạt được KPI thì sẽ được thưởng một số tiền. Thêm vào đó, tỉ lệ chốt đơn thành công cao có thể là do cách chạy chiến dịch của nhân viên đó tốt, đánh vào tâm lý người mua, vì vậy có thể tổ chức các buổi họp để các nhân viên chia sẻ kinh nghiệm cho nhau.

Nhân viên chốt đơn

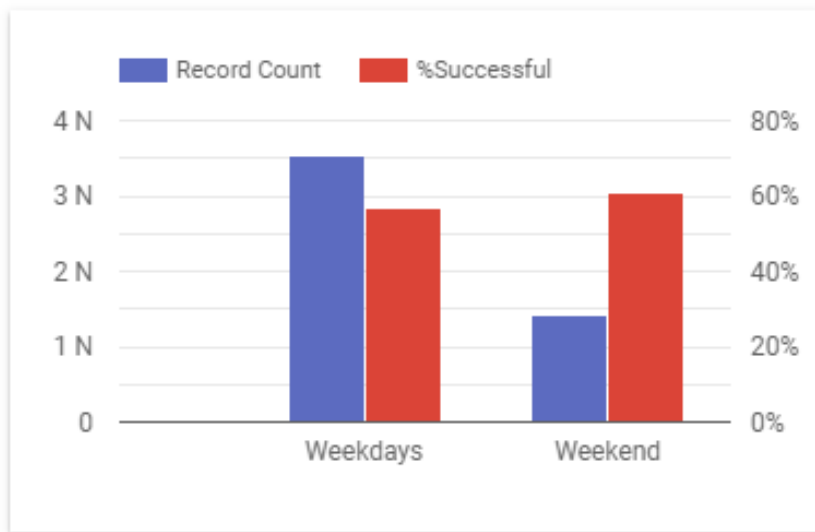


Hình trên thể hiện cho số lượng đơn và tỉ lệ chốt đơn thành công đối với từng nhân viên tư vấn chốt đơn:

- Các nhân viên: wenang, michelle,...có số lượng đơn lớn.
- Các nhân viên: brixs, axcel...có tỉ lệ chốt đơn thành công lớn.

→ Cũng như đối với các nhân viên chạy chiến dịch, cần khen thưởng các nhân viên này. Đơn vị bán hàng có thể đặt ra KPI cho từng đợt và nhân viên nào đạt được KPI thì sẽ được thưởng một số tiền. Thêm vào đó, tỉ lệ chốt đơn thành công cao có thể là do cách tư vấn của nhân viên đó tốt, vì vậy có thể tổ chức các buổi họp để các nhân viên chia sẻ kinh nghiệm cho nhau.

Tình trạng chốt đơn vào những ngày trong tuần và cuối tuần



Biểu đồ thể hiện cho số lượng đơn và tỉ lệ chốt đơn thành công của những ngày trong tuần và cuối tuần, qua đó thấy được:

- Tỉ lệ chốt đơn thành công ở những ngày cuối tuần là cao hơn chút so với trong tuần.

→ Vì những ngày cuối tuần mọi người thường sẽ rảnh hơn nên tỉ lệ họ nghe được điện thoại sẽ cao hơn. Vì vậy, đơn vị bán hàng nên đẩy mạnh các chiến dịch quảng bá và chốt đơn vào thời gian này.

Thêm vào đó, hiện nay trên các trang bán hàng online khác thường sẽ có các đợt khuyến mãi vào ngày 1/1, 2/2,...Đơn vị bán hàng có thể tận dụng điều này để có các chương trình khuyến mãi vào các ngày như vậy (có thể là giảm giá, tặng voucher, miễn phí ship,...).

Cảm ơn vì đã theo dõi!