

Outline

1. Define Problem

- SituationThấu hiểu hành vi mua sắm của khách hàng
- ComplicationDữ liệu mua sắm của khách hàng trong 1 năm kể từ 2023-03-01 đến 2024-02-29
- Questions

Hành vi khách hàng có những đặc điểm gì?

Đề xuất những giải pháp để tăng doanh số, cải thiện sản phẩm và tăng khách hàng

2. Customer Behavior

- Demographic

34.2% khách hàng thuộc độ tuổi thiếu niên, còn đi học (18-24 tuổi)

Nhóm dưới 18 tuổi bị rào cản về tài chính, tài khoản thanh toán, phụ thuộc vào người lớn

Nhóm 25-34 tuổi chiếm 17%, khá tiềm năng để khai thác vì thuộc độ tuổi phát triển sự nghiệp

Nhóm 35-44 tuổi chiếm 14.7%, cần đẩy mạnh khai thác vì thuộc độ tuổi ổn định tài chính nhưng lại ít mua hàng

Nhóm 45-59 tuổi chiếm tỷ lệ khá cao 23.8%, tiếp tục khai thác

Nhóm 60+ tuổi chỉ chiếm 10.4% nhưng khó khai thác thêm

Khách hàng Nam gấp ~1.5 lần so với Nữ

Đẩy mạnh maketing, các chương trình khuyến mãi, các sản phẩm dành riêng cho phụ nữ

Nâng cao trải nghiệm người dùng, có các bộ lọc, phân loại dành cho phụ nữ

Khách hàng đến từ US (31.5%) và UK (20.9%) chiếm phần lớn

Đẩy mạnh maketing ở Australia, Canada và Germany

Khách hàng có thu nhập cao chỉ chiếm 24.9%

Tạo thêm các sản phẩm ở phân khúc cao hơn

Xây dựng các chương trình cho khách hàng VIP

43.2% là khách hàng có thu nhập trung bình, tiếp tục ưu tiên khai thác

Tạo thêm các chương trình khuyến mãi, giảm giá hướng đến khách hàng thu nhập thấp

48.5% là khách hàng Regular thuộc độ tuổi 18-24 và có thu nhập trung bình

30.2% là khách hàng New, tạo các chương trình khuyến mãi cho khách hàng lần đầu mua sắm

21.3% là khách hàng Premium, tạo các chương trình để tri ân khách hàng VIP
- Trend

Mùa cao điểm rơi vào cuối năm, trước và sau Tết, kỳ nghỉ hè

Tập trung maketing vào các thời điểm này để tăng doanh số

Doanh thu và số lượng sản phẩm bán ra cao hơn vào thứ 4 và 5

Tiếp tục maketing các sản phẩm vào 2 ngày này

Đẩy mạnh các chương trình khuyến mãi vào đầu và cuối tuần
- Method

Khách hàng gần như không có sự ưu tiên khi chọn phương thức giao hàng

Có thể xem xét các chương trình khuyến mãi hoặc miễn phí ship để tăng số lượng đơn hàng và doanh số

Cân nhắc phí ship cho từng quốc gia, loại sản phẩm để tối ưu giá cho khách hàng

Phương thức thanh toán

55.3% khách hàng sử dụng debit/credit card để thanh toán

Ưu tiên khai thác, tạo các chương trình liên kết ngân hàng để ưu đãi cho khách hàng

20.2% khách hàng thanh toán qua PayPal, đẩy mạnh vì sự tiện lợi

Tạo các chương trình ưu đãi, quy trình nhanh gọn khi thanh toán qua app

24.5% khách hàng trả tiền mặt
- Satisfaction

65% khách hàng có đánh giá sản phẩm từ trung bình đến tốt

Tìm hiểu lại nguyên nhân tại sao lại có 35% khách hàng đánh giá không tốt

Đẩy mạnh maketing cho các sản phẩm có đánh giá tốt

Nhóm 35-60+ có đánh giá tốt hơn, cần chú trọng vào nhóm khách hàng còn lại

65% khách hàng đánh giá dịch vụ tốt

Nhóm khách hàng Regular mua hàng nhiều nhưng phản hồi tích cực vẫn chưa cao, cần tập trung chăm sóc nhóm khách hàng này

Tỷ lệ phản hồi không thay đổi nhiều theo thời gian, phản hồi tiêu cực vẫn không giảm, cần tìm hiểu lại nguyên nhân

3. Recommendation

- Tăng trưởng doanh số

Khách hàng mới (New)

Tạo thêm các chương trình ưu đãi cho khách hàng mới, khai thác các nhóm tuổi từ 25-44 (phát triển sự nghiệp, ổn định tài chính, đã lập gia đình)

Tập trung maketing cho các chương trình khuyến mãi, giảm giá sản phẩm để thu hút khách hàng

Đẩy mạnh các chiến dịch vào các giai đoạn cuối năm, trước và sau Tết, kỳ nghỉ hè để tăng doanh số

Thu hút khách hàng mới từ khách hàng cũ bằng các chương trình ưu đãi như giới thiệu bạn bè, người thân mua hàng

Khách hàng cũ (Regular, Premium)

Thay đổi, tạo thêm các chương trình tích điểm thưởng, thăng hạng thành viên, tặng mã giảm cho các lần mua tiếp theo

Tặng các mã giảm giá, chương trình ưu đãi cho khách hàng cũ nếu mua hàng vào đầu hoặc cuối tuần

Đẩy mạnh các chiến dịch bán chéo (cross selling)

Giảm giá cho các sản phẩm khi mua cùng một nhãn hàng trong cùng một đơn hàng

Chương trình ưu đãi cho khách hàng khi mua sản phẩm với số lượng nhiều

Đề xuất combo những sản phẩm nên hoặc thường xuyên được mua cùng nhau
- Cải thiện chất lượng sản phẩm

Nền tảng mua sắm

Tạo thêm các bộ lọc riêng cho từng nhóm khách hàng, từng nhãn hàng

Tạo các bộ sưu tập, combo theo mùa, theo xu hướng, theo mục đích

Thường xuyên cập nhật ứng dụng, cải thiện UI/UX để khách hàng dễ dàng sử dụng

Phương thức thanh toán và giao hàng

Tạo thêm các chương trình ưu đãi, giảm giá cho các phương thức giao hàng theo danh mục, quốc gia

Đẩy mạnh các chương trình liên kết với ngân hàng, bên thứ 3, để hướng khách hàng đến việc thanh toán qua App

Tiếp tục khai thác nguồn tiền từ Debit/Credit card vì có đến 55.3% khách hàng sử dụng

Phản hồi của khách hàng

Chăm sóc khách hàng nhanh chóng qua hotline hoặc online

Tìm hiểu nguyên nhân về các phản hồi hoặc đánh giá không tốt từ khách hàng ngay lập tức

Làm việc với các nhãn hàng về các sản phẩm bị đánh giá thấp

Chú trọng đề xuất các sản phẩm được đánh giá tốt, có khả năng mua lại để tăng doanh số