



PHÂN TÍCH HÀNH VI VÀ XU HƯỚNG KHÁCH HÀNG TRONG VIỆC ĐẶT VÉ XEM PHIM



NỘI DUNG

01

BÀI TOÁN

02

PHÂN TÍCH TỔNG QUAN

03

PHÂN TÍCH CHI TIẾT

04

ĐỀ XUẤT

GIỚI THIỆU BÀI TOÁN

- ▶ **Tình huống:** Team Product muốn phân tích, đánh giá xu hướng và hành vi khách hàng trong quá trình sử dụng sản phẩm để đưa ra những cải tiến, chính sách để tăng số lượng đơn hàng và doanh thu cho doanh nghiệp.
- ▶ **Dữ liệu sử dụng:** dữ liệu thu thập từ lịch sử đặt mua vé online của khách hàng từ 2019 đến 2022
- ▶ **Mục tiêu:** phân tích xu hướng và hành vi khách hàng để xem hành vi khách hàng có những đặc điểm gì & Chúng ta nên làm gì để tăng trưởng doanh số cũng như cải thiện chất lượng sản phẩm trong thời gian tới.

OVERVIEW

\$1.03M
Total Revenue

119K
Total Customers

155K
Total Tickets

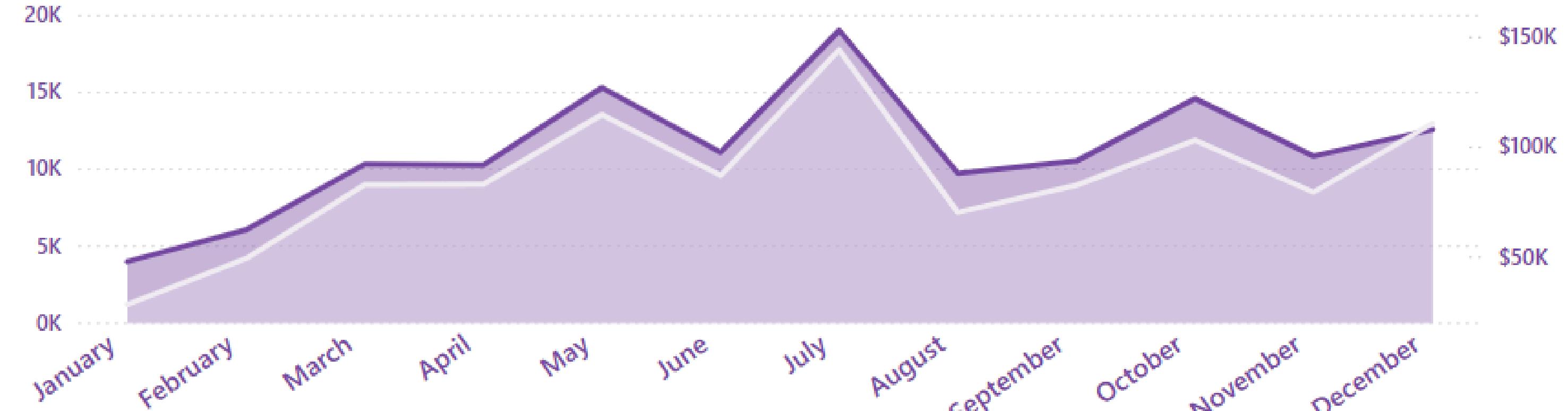
86.40%
Success Rate

64.36%
Promotion Rate

22.13%
Discount Rate

Total Tickets and Revenue By Months

Total Tickets Total Revenue



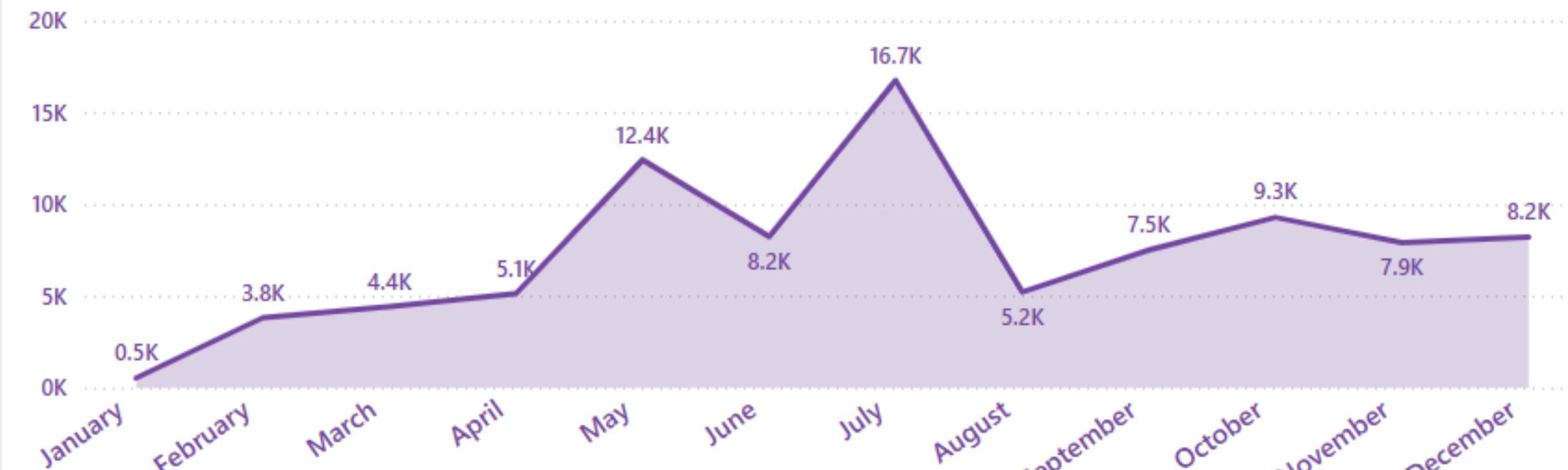
Trong năm có 2 mùa cao điểm rơi vào khoảng tháng 5-7 và những tháng cuối năm

→ Tăng cường các chiến dịch marketing để tăng doanh số và thu hút người dùng mới.

Tỉ lệ đặt vé thành công lên ~ 86%, trong đó có tới 64% các giao dịch sử dụng khuyến mãi và tỉ lệ khuyến mãi trung bình được áp dụng là ~22%

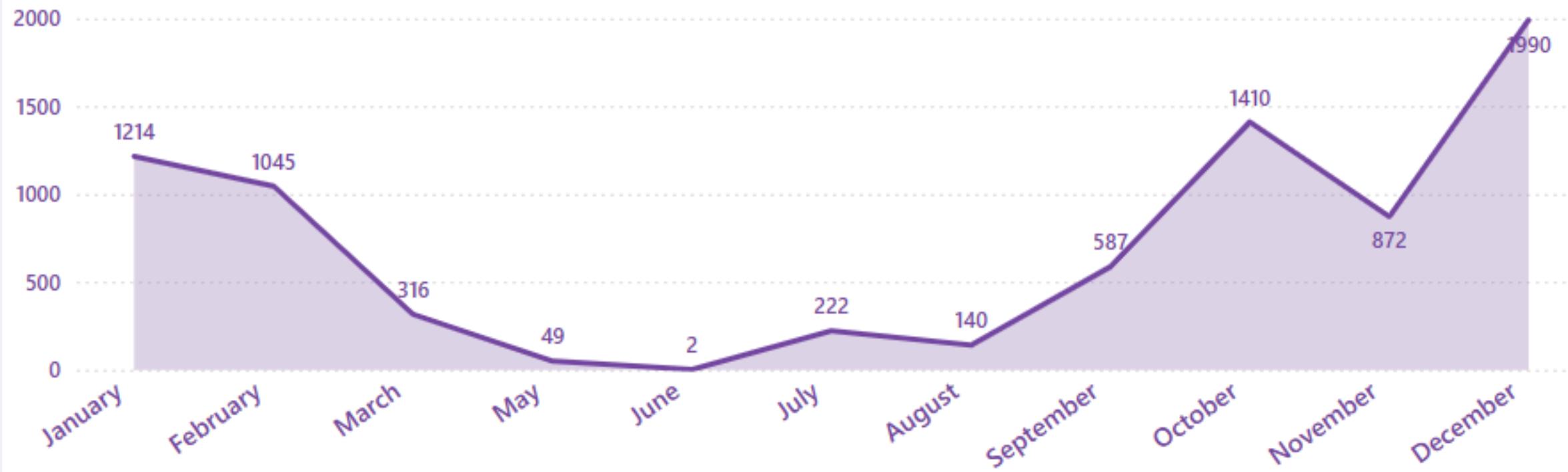
OVERVIEW

New Customers By Months



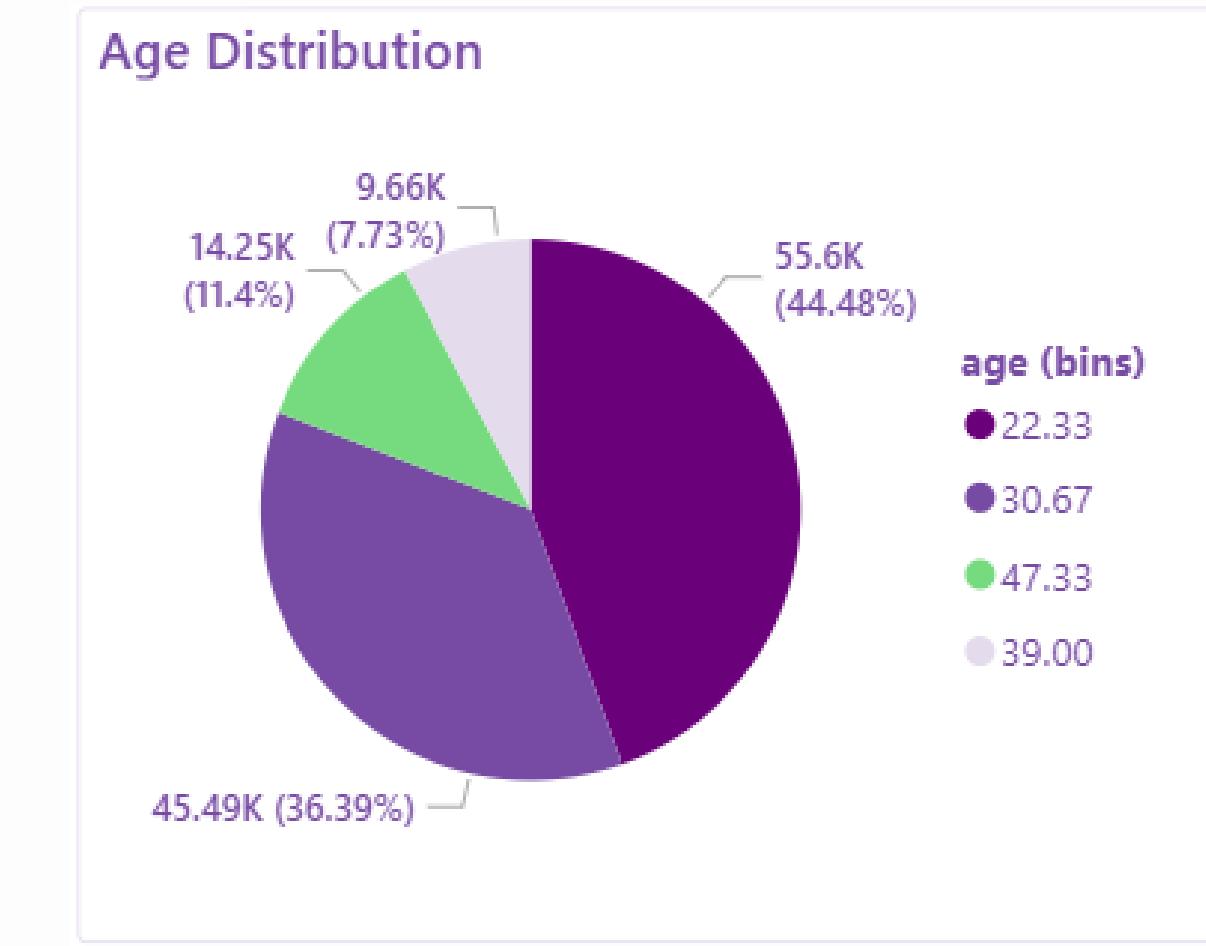
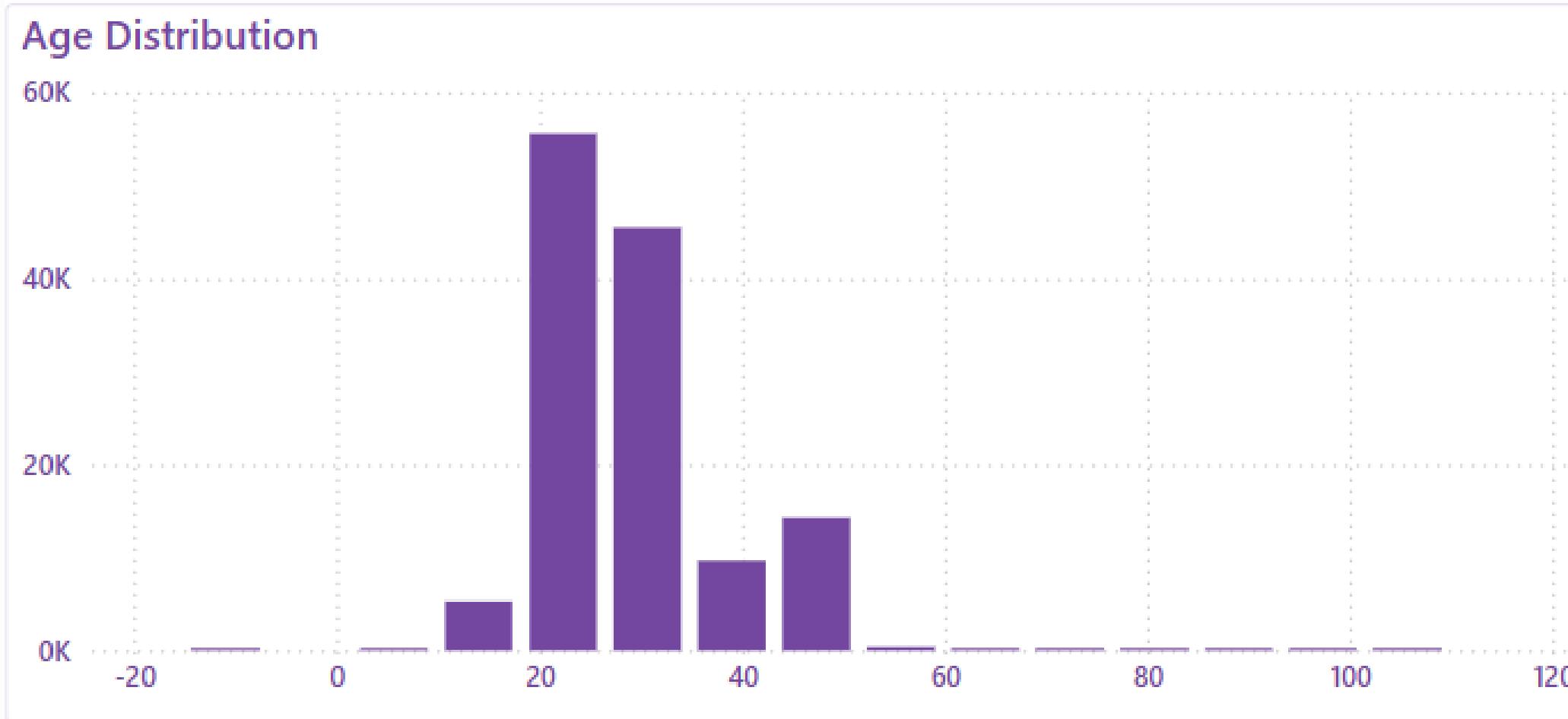
Khách hàng mới tham gia đặt vé nhiều nhất vào khoảng tháng 5 - 8 và các tháng cuối năm. Đẩy mạnh lượng vé được đặt và tăng doanh thu trong các khoảng thời gian này.

New Customers By Months



Tuy nhiên có một số thời điểm như năm 2020, 2021 do ảnh hưởng mạnh của dịch Covid-19 nên số lượng khách hàng mới rất thấp hoặc hầu như không có ở một vài tháng.

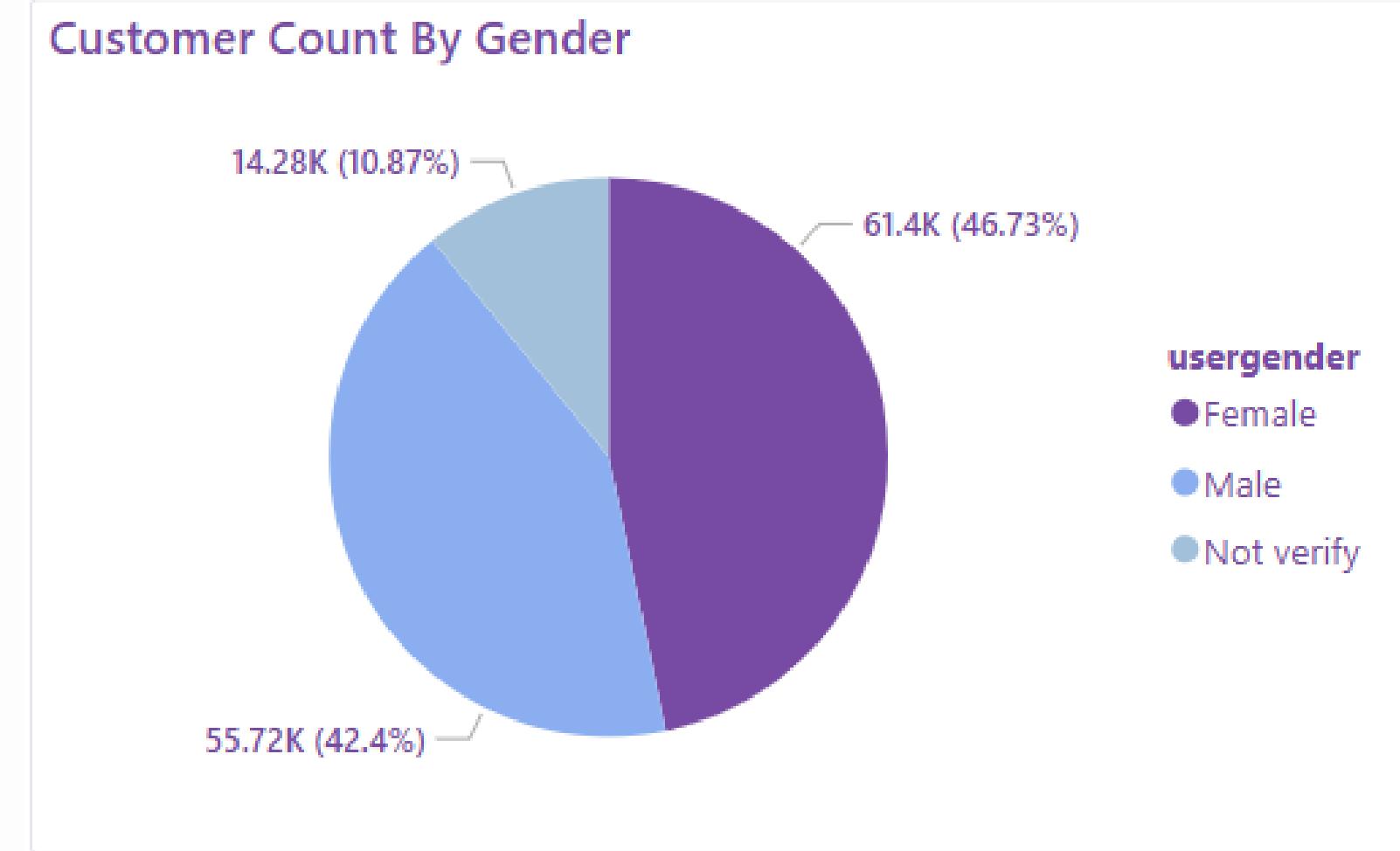
NHÂN KHẨU HỌC



Khoảng 77% khách hàng đã đi làm và có thu nhập ổn định (từ 23 - 31 tuổi)

- Có số ít khách hàng dưới 18 tuổi. Nhóm này sẽ gặp khó khăn khi thanh toán banking.
- Nhóm từ 19 - 25 chiếm tỉ trọng khá lớn. Đây là tệp khách hàng tiềm năng để khai thác.
- Nhóm khách hàng > 35 tuổi là tệp khách hàng đã lập gia đình

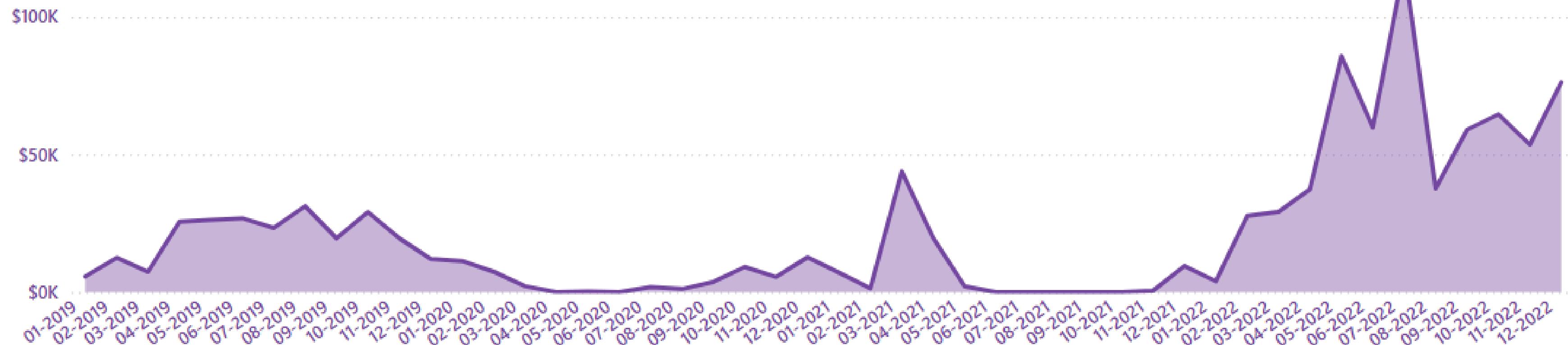
NHÂN KHẨU HỌC



Tỉ trọng giữa khách hàng Nam và Nữ khá đồng đều nhau. Trong đó có ~11% khách hàng chưa được xác thực thông tin. Cần giải quyết tình trạng này để tránh ảnh hưởng tới việc đánh giá hành vi khách hàng.

XU HƯỚNG

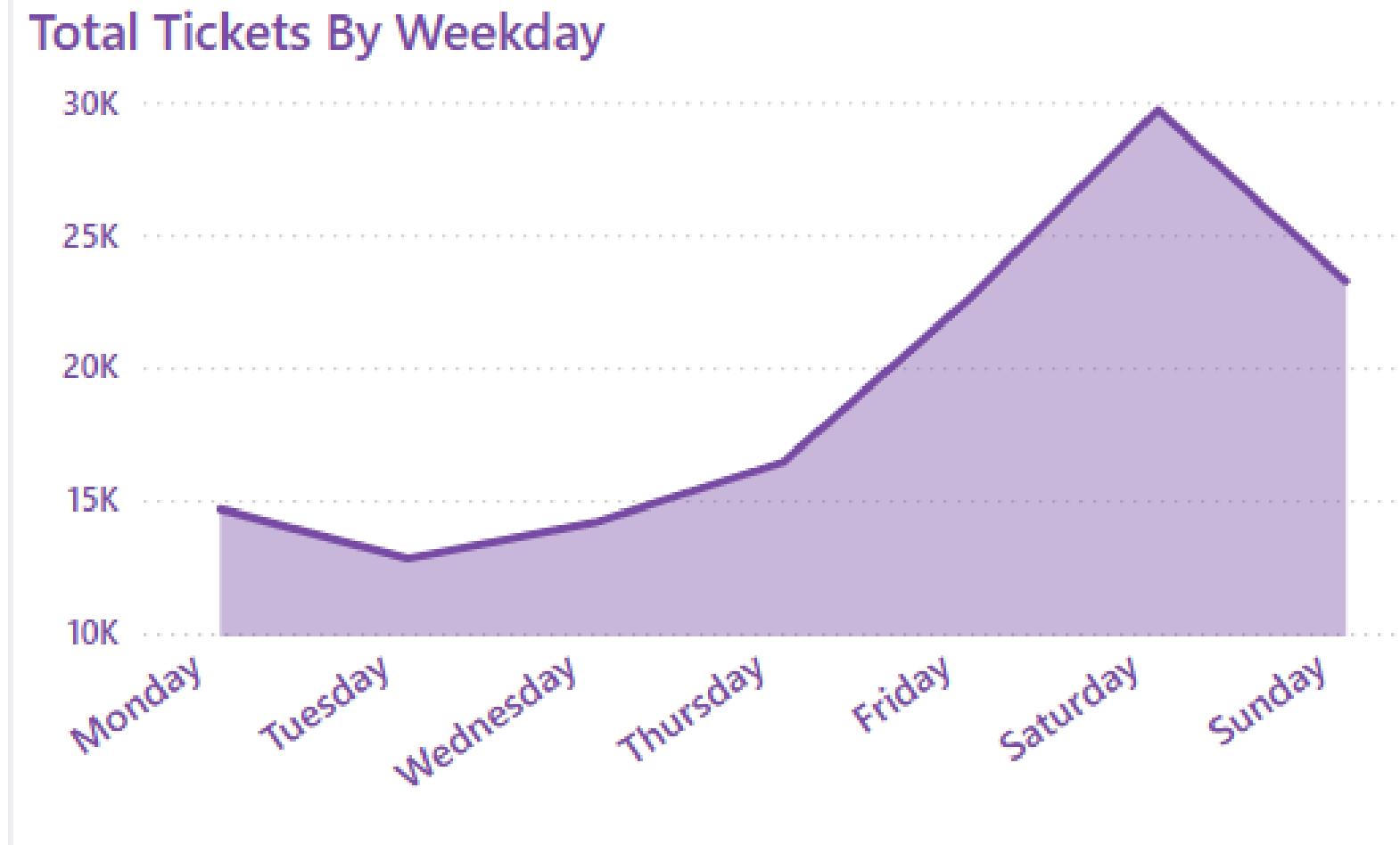
Sale Overview



Doanh thu bán vé tăng mạnh trong năm 2022, đặc biệt là ở những tháng giữa năm.

Một số tháng của năm 2020 và 2021 doanh thu rất thấp do ảnh hưởng mạnh của dịch Covid-19.

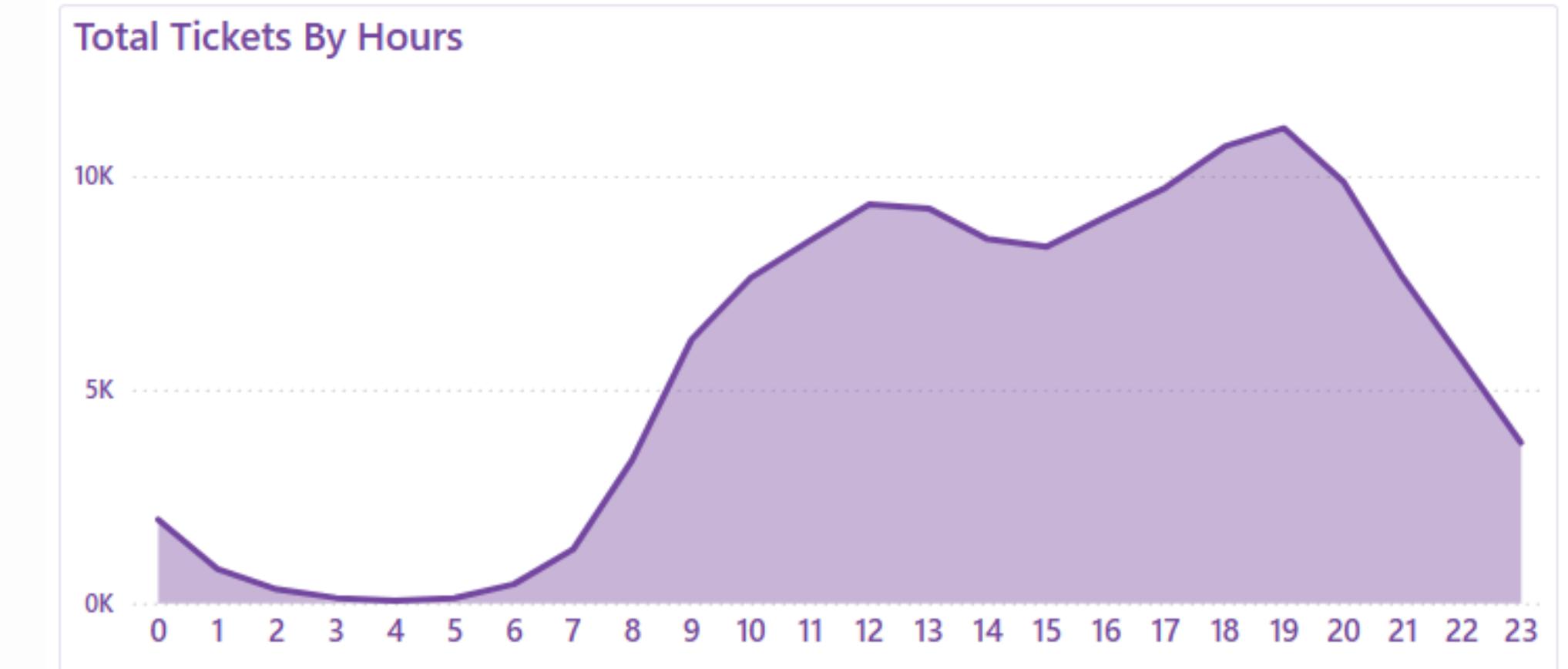
XU HƯỚNG



Vé được đặc nhiều vào khoảng thời gian từ 10h sáng đến 21h tối, và tương đối ít trong các khoảng thời gian còn lại.

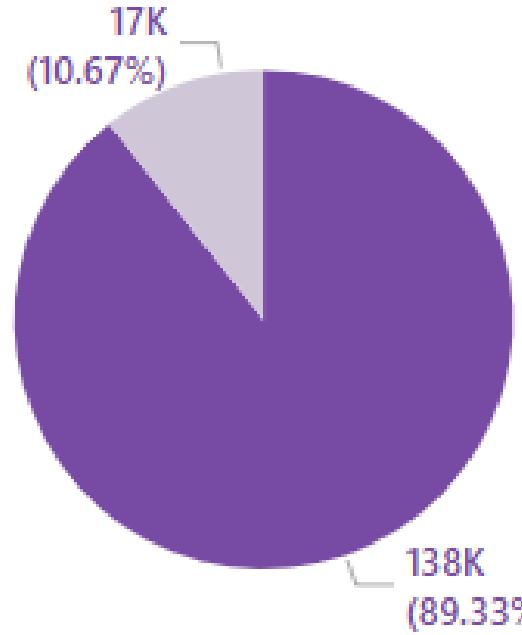
Doanh số cuối tuần tăng mạnh, gấp ~ 1.5 lần so với từ thứ 2-5 có thể do đa phần khách hàng chỉ rảnh vào khoảng thời gian cuối tuần.

→ Tạo ra các chương trình ưu đãi để thu hút khách hàng vào khoảng thời gian Thứ 2 - 5 đồng thời tăng trải nghiệm khách hàng vào các ngày cuối tuần để giữ chân khách hàng.



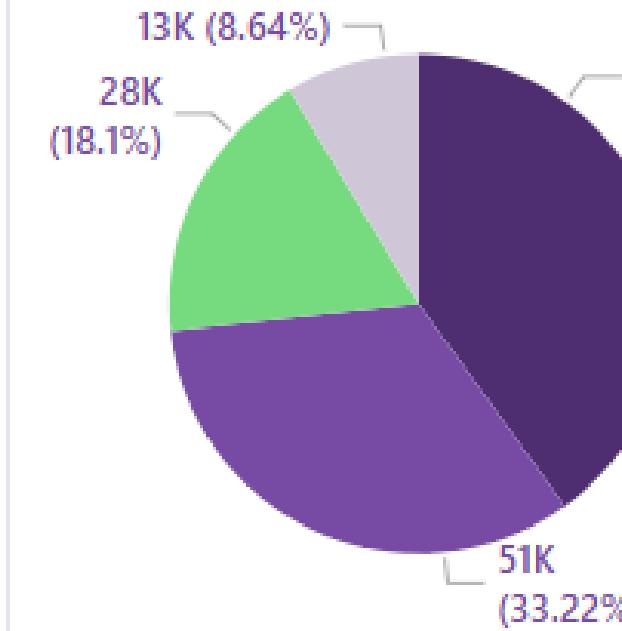
HÀNH VI KHÁCH HÀNG

Total Tickets By Platforms



Platform
● mobile
● website

Total Tickets By OS Version



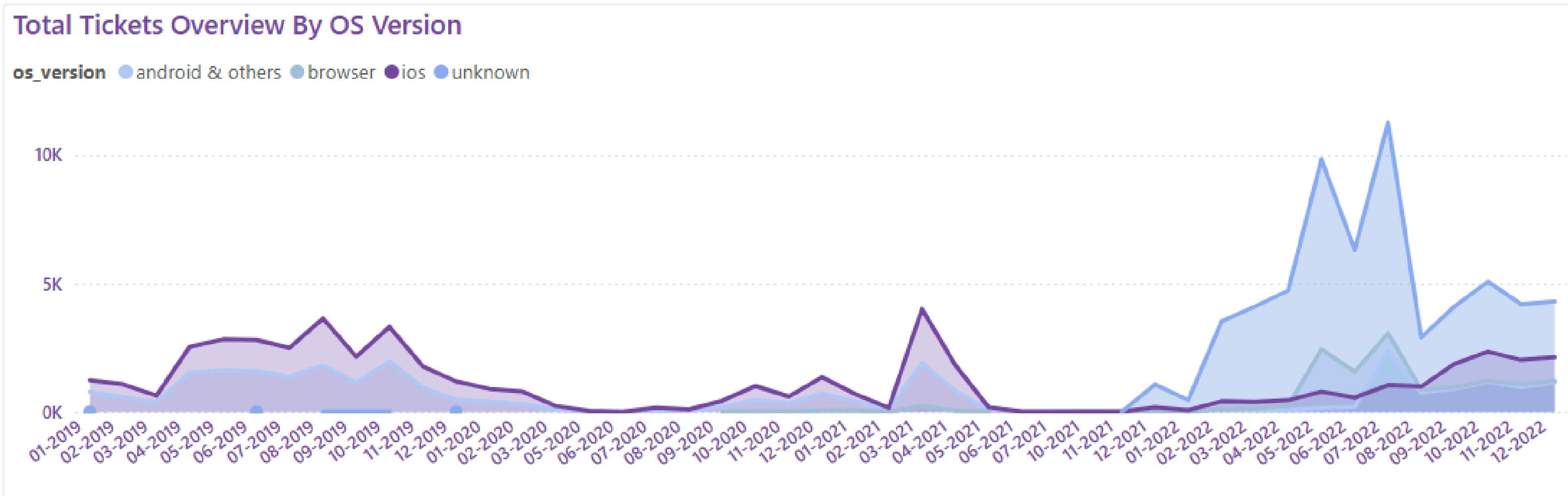
OS Version
● unknown
● ios
● android & ot...
● browser

Có tới ~90% khách hàng đặt vé thông qua app, trong đó ~33% sử dụng IOS và ~18% là Android.

→ Đánh giá trải nghiệm sản phẩm và liên tục cải tiến app để tăng trải nghiệm người dùng.

Có ~40% giao dịch không xác định được thiết bị của người dùng.

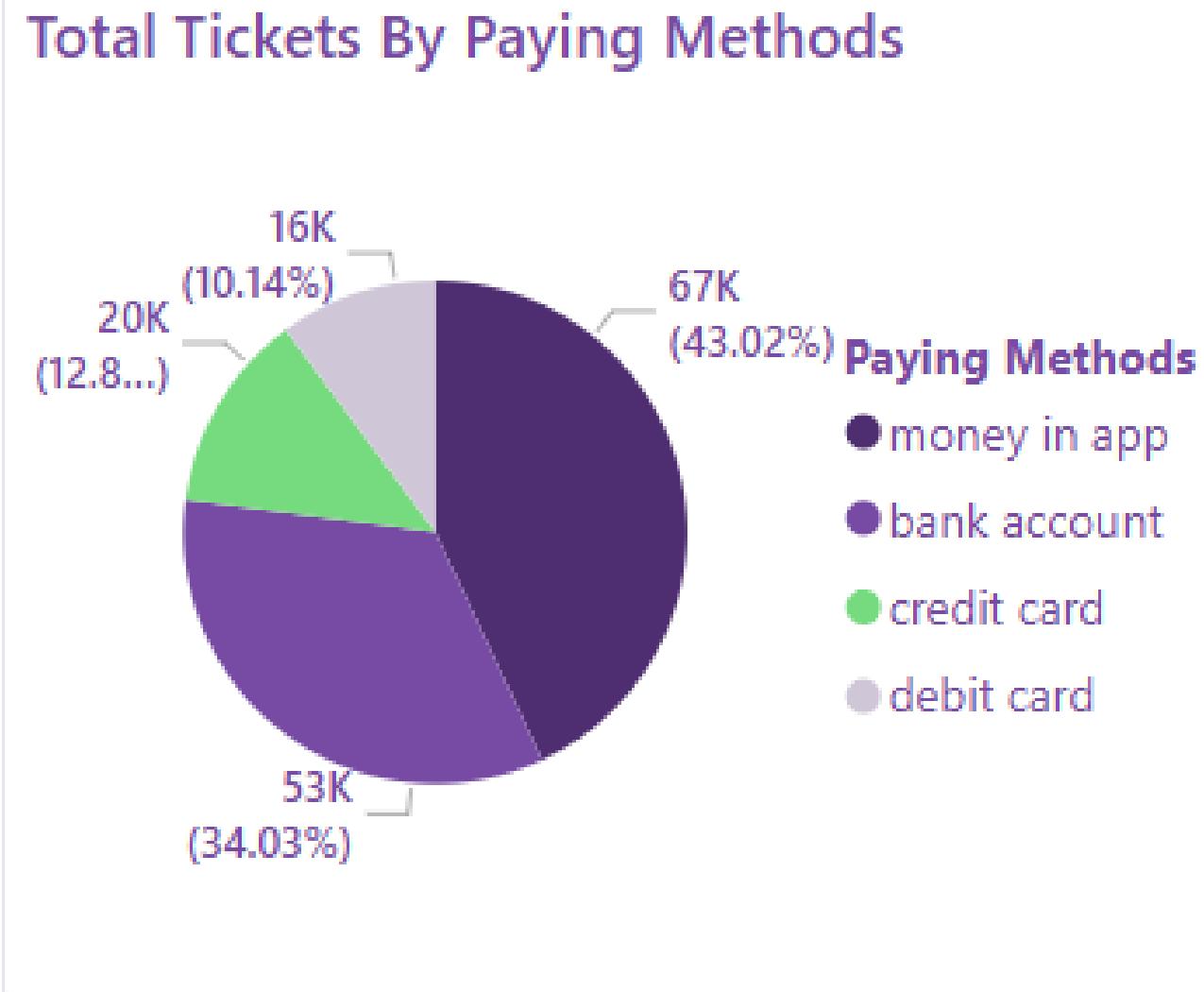
HÀNH VI KHÁCH HÀNG



Tình trạng lỗi xác minh thiết bị của người dùng xuất hiện nhiều trong năm 2022

→ Kiểm tra lại hệ thống để khắc phục tình trạng này, tránh ảnh hưởng đến quá trình thu thập dữ liệu

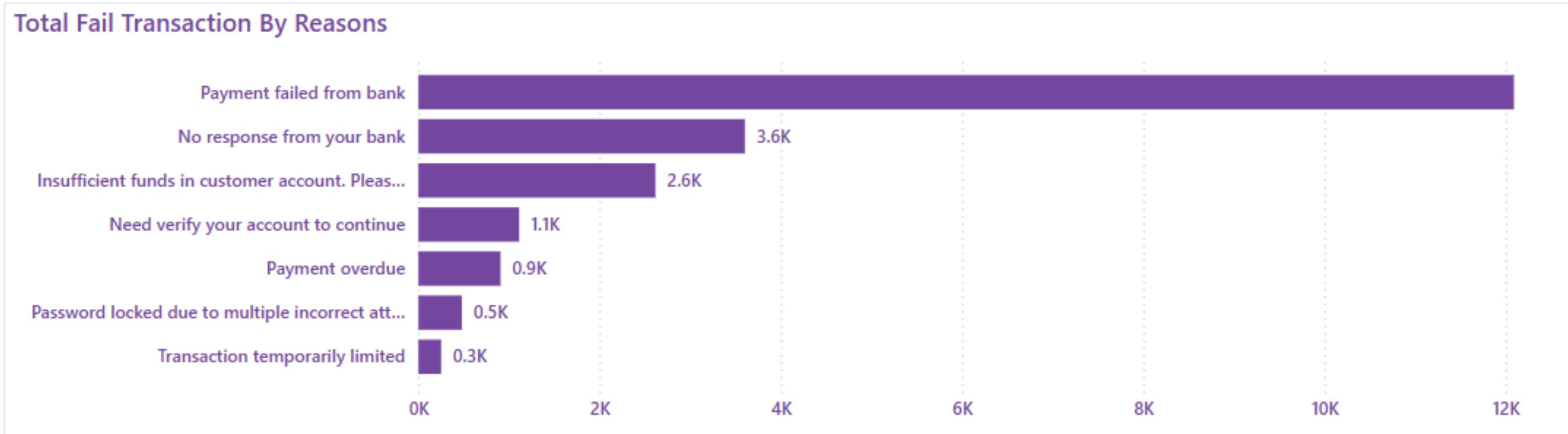
HÀNH VI KHÁCH HÀNG



~80% khách hàng thanh toán qua app và tài khoản ngân hàng. Credit card và debit card ít được ưa chuộng do rào cản về tuổi tác đối với một số khách hàng nên tỉ lệ sở hữu debit, credit card ở nhóm < 25 là rất thấp.

- Tiếp tục nâng cấp trải nghiệm ở các luồng thanh toán này để tránh ảnh hưởng đến quá trình sử dụng dịch vụ của khách hàng.
- Tạo các chương trình liên kết với các trường Đại học để phát thẻ debit/credit cho sinh viên.

HÀNH VI KHÁCH HÀNG



Tỉ lệ thành công ~90%. Trong số 10% lỗi thanh toán còn lại đa phần xuất phát từ lỗi do Ngân hàng.
Thanh toán qua app tỉ lệ thành công rất cao.

→ Các lỗi do ngân hàng và bên thứ 3 khách hàng không thể can thiệp nên cần hệ thống phải giải quyết kịp thời khi phát sinh sự cố.

HÀNH VI KHÁCH HÀNG

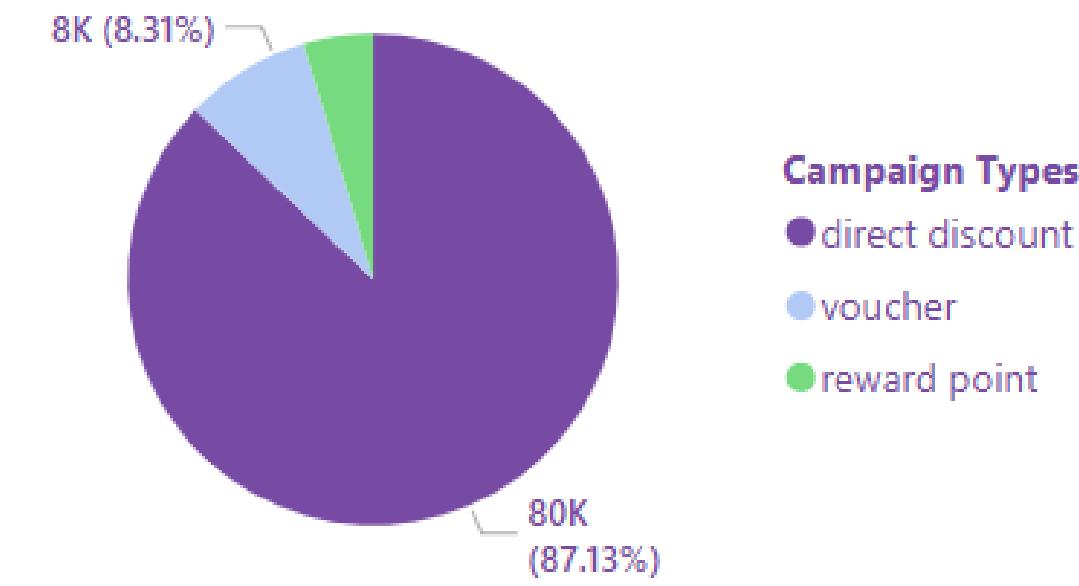
81.16%

Customers Buy Ticket One Time pct

68.18%

Customers Buy One Ticket Used Pro...

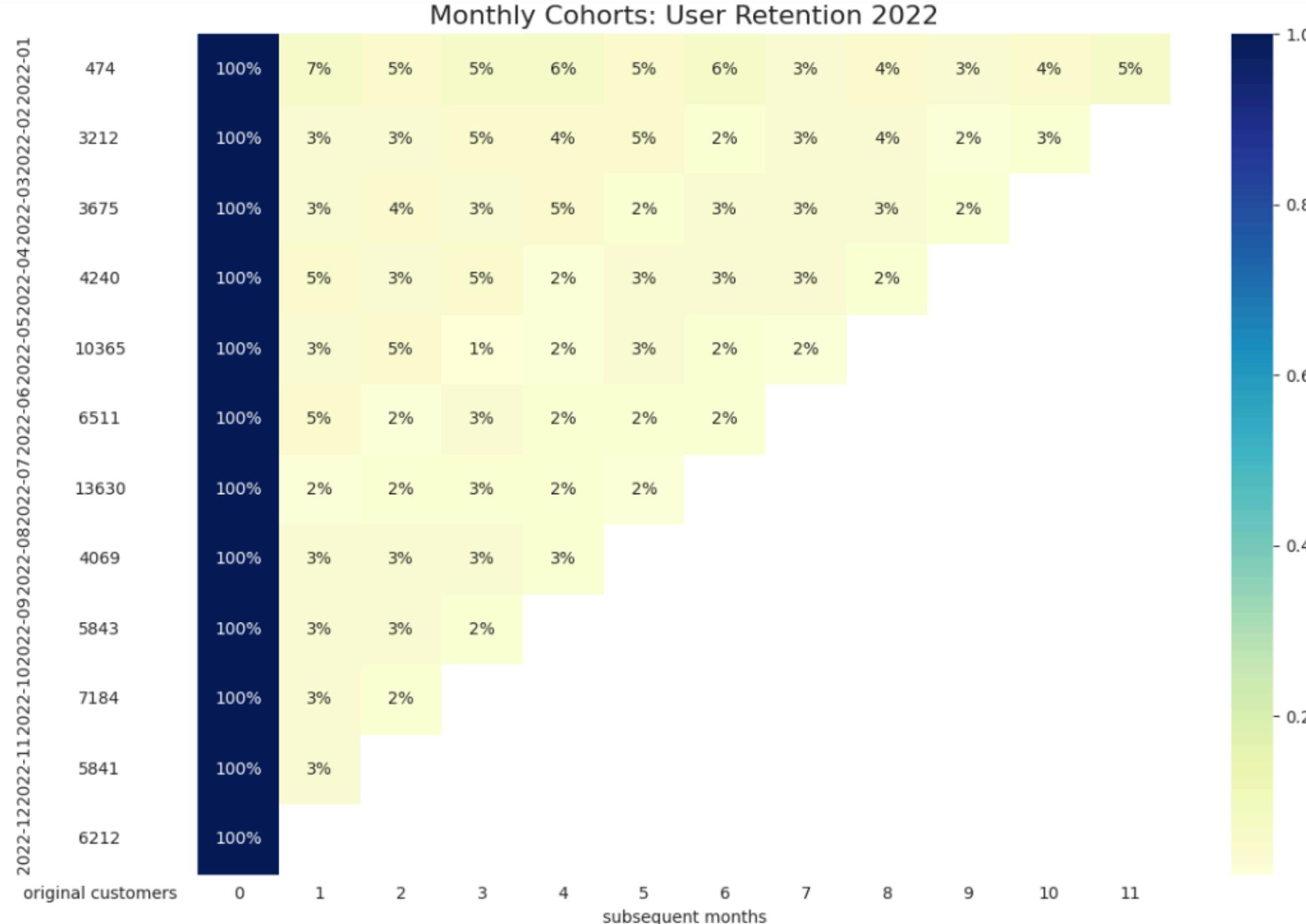
Total Tickets By Campaign Type



Có ~81% khách hàng chỉ tham gia đặt vé một lần rồi thôi, ~70% trong số họ sử dụng khuyến mãi, đặt vé một lần rồi thôi. Và loại khuyến mãi được ưa chuộng nhất là direct discount với ~87%.

→ Đẩy mạnh chương trình direct discount để thu hút khách hàng mới và có các biện pháp để giữ chân khách hàng cũ.

CUSTOMER RETENTION



Retention sau 1 tháng rất thấp, giao động từ 2-7% và cũng k có sự cải thiện ở những tháng sau đó.

Quá tập trung vào đẩy mạnh các chiến dịch, ưu đãi cho khách hàng mới nhưng không có chương trình để giữ chân khách hàng cũ.

→ Tạo ra các chương trình Loyalty để khuyến khích khách hàng quay lại mua hàng và sử dụng dịch vụ nhiều hơn.

ĐỀ XUẤT - Phát triển doanh số

Khách hàng mới

- Tăng cường đẩy mạnh các chiến dịch để kích thích khách hàng sử dụng dịch vụ và giữ chân khách hàng.
- Phát triển các customer segments tiềm năng: tạo ra các chương trình dành cho nhóm 18-25 tuổi (sinh viên và đi làm) và nhóm > 30 tuổi (người có gia đình), các nhóm này chiếm đa số khách hàng sử dụng dịch vụ.
- Đẩy mạnh các chiến dịch marketing vào giao đoạn cao điểm (mùa phim bom tấn hoặc giữa năm) để tăng doanh số.

Khách hàng cũ

- Đẩy mạnh chiến dịch direct discount (87% KH dùng khuyến mãi này)
- Cải thiện retention: tạo các chương trình dành cho KH cũ từ t2-t5 để tăng doanh số đồng thời tăng % retention. Hoặc có chương trình tích điểm thưởng sau mỗi lần đặt vé và tặng coupon cho lần đặt vé tiếp theo.
- Cross selling: coupon giảm giá khi đặt theo combo, chương trình khuyến mãi khi đặt nhiều vé.

ĐỀ XUẤT - Cải thiện chất lượng sản phẩm

Nền tảng sử dụng

- Tập trung đánh giá UI/UX để cải thiện chất lượng ứng dụng (89% khách hàng sử dụng app).
- Chú trọng luồng thanh toán từ app và bank account (80% khách hàng sử dụng).
- Khắc phục lỗi không xác minh được thiết bị của người dùng (xuất hiện nhiều vào năm 2022).

Khả năng thanh toán của khách hàng

- Khuyến khích khách hàng thanh toán qua app để tránh tình trạng lỗi do bên thứ 3 (ngân hàng).
- Phối hợp với bên ngân hàng để khắc phục tình trạng lỗi khi thanh toán (hầu hết lỗi thanh toán do bên ngân hàng).



**THANKS FOR
LISTENING**