NHÓM 6

MARKETING & SALES OPTIMIZATION

PROJECT

Tổng quan Doanh Nghiệp

WeGrow Vietnam là Học viện Giáo dục Giới tính tiên phong tại Việt Nam, chuyên cung cấp các chương trình giáo dục giới tính toàn diện cho học sinh từ tiểu học đến trung học phổ thông, cũng như cho nhà trường và doanh nghiệp.

WeGrow kích hoạt một làn sóng mạnh mẽ nâng cao nhận thức về GDGT của cộng đồng Việt Nam từ người trẻ đến các bậc phụ huynh. Bằng các dịch vụ là Trại hè, Khóa học TeenUp, Bộ sách, Giáo trình SOHE - chương trình GDGT đầu tiên và duy nhất được thẩm định để giảng dạy tại trường công trên khắp lãnh thổ Việt Nam.

DATASET

GIỚI THIỆU VỀ BỘ DỮ LIỆU

- Bộ dữ liệu bao gồm thông tin về hoạt động của các bộ phận Marketing, Bán hàng và Kho vận của công ty kinh doanh trong lĩnh vực sách giáo khoa, giáo dục, ...
- Bộ dữ liệu bao gồm 3 sheet là 3 bộ phận của công ty và các dữ liệu được thu thập từ tháng 7, tháng 8 và tháng 9 của năm 2020.
- Bộ dữ liệu có tổng 74 trường dữ liệu và 17,005 hàng giá trị.
- Nguồn: Công Ty TNHH Giáo Dục Wegrow Việt Nam.

DATASET

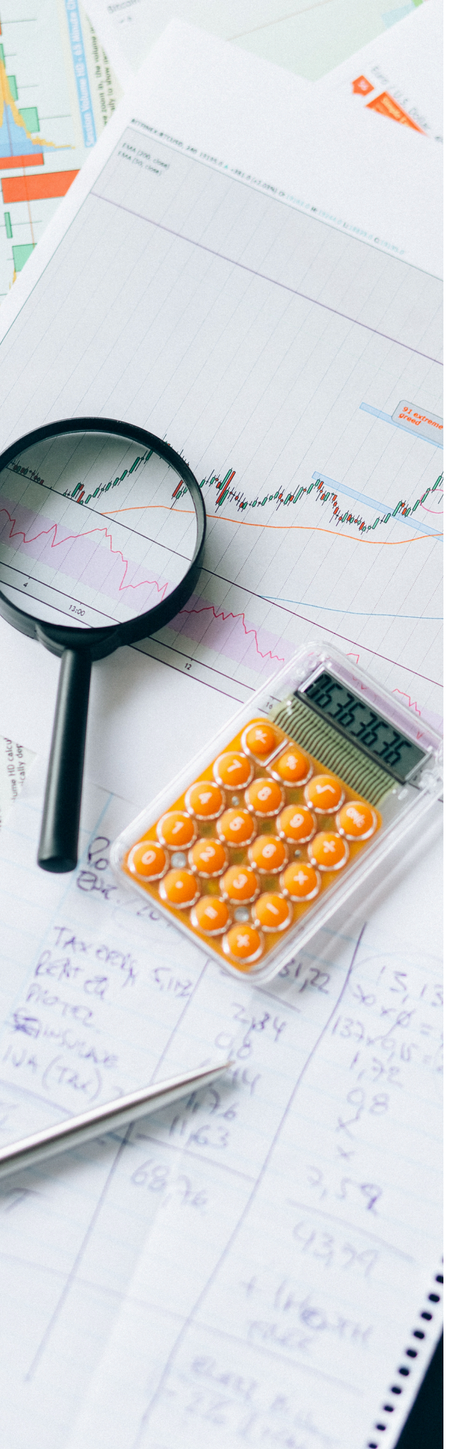
GIỚI THIỆU VỀ BỘ DỮ LIỆU

Tên cột	Mô tả
Date	Ngày diễn ra hoạt động
Channel	Kênh truyền thông
MKTer	Người phụ trách Marketing
Chiến dịch	Tên chiến dịch quảng cáo
Chi phí Marketing	Tổng chi phí dành cho tiếp thị
Impression	Số lần hiển thị quảng cáo đến màn hình ng dùng
Reach	Số lượng người tiếp cận được
Click	Số lượt nhấp vào quảng cáo
Share	Số lượt chia sẻ
Cmt	Số lượng bình luận
Inbox	Số tin nhắn nhận được
Lead MKT	Số khách hàng tiềm năng, có phản hồi, tiềm năng
Đơn hàng	Số lượng đơn hàng
Doanh thu	Tổng doanh thu
Paid Revenue 1	Doanh thu từ quảng cáo có trả phí
Giá Lead	Chi phí trung bình cho mỗi khách hàng tiềm năng
Đơn/Lead	Tỷ lệ chuyển đổi từ Lead sang đơn hàng
CPM	Chi phí cho mỗi 1.000 lượt hiển thị
CPC	Chi phí trung bình cho mỗi lần nhấp
Giá Mess(Cmt + Inbox)	Chi phí cho mỗi tin nhắn nhận được
ME1 (ME đã bao gồm thuế + phí)	Chỉ số tài chính bao gồm thuế và phí

Tên cột	Mô tả
Giờ	Thời gian giao dịch
Khách hàng	Tên khách hàng
SĐT	Số điện thoại khách hàng
Channel	Kênh khách hàng tiếp cận
Chiến dịch	Chiến dịch quảng cáo liên quan
Content	Nội dung quảng cáo khách hàng đã thấy
Marketer 2	Nhân viên Marketing phụ trách
Type of Lead	Loại khách hàng tiềm năng
Sales Admin xác nhận Type of Lead	Xác nhận loại khách hàng từ Sales Admin
Sales	Nhân viên kinh doanh phụ trách
Số lần tương tác	Số lần nhân viên kinh doanh liên hệ với khách hàng
Ngày gọi	Ngày liên hệ khách hàng
Trạng thái	Trạng thái của khách hàng
Level	Mức độ quan tâm của khách hàng
Ngày hẹn gọi lại	Ngày hẹn liên hệ lại
Close Date	Ngày chốt đơn
Tỉnh/TP	Địa phương của khách hàng
Số lượng bộ sách	Số lượng sản phẩm khách hàng mua
Số tiền giảm giá	Mức giảm giá áp dụng
Tổng tiền	Tổng tiền đơn hàng

- Một số trường dữ liệu cần giải thích như:
  - Lead MKT, Paid Revenue 1, ME1, CPM, CPC
  - Close Date, Marketer 2, type of lead.
  - CK sản phẩm, tổng tiền hàng.

Tên cột	Mô tả
STT	Số thứ tự đơn hàng
Mã đơn hàng	Mã số đơn hàng
Nhân viên tạo đơn	Người tạo đơn hàng
Chi nhánh	Chi nhánh xử lý đơn
Nguồn	Kênh mua hàng
Mã vận đơn	Mã số vận đơn
Tình trạng gói hàng	Trạng thái hiện tại của gói hàng
Trạng thái đối tác	Trạng thái xử lý của đối tác vận chuyển
Ngày đóng gói	Ngày hàng hóa được đóng gói
Ngày xuất kho	Ngày hàng rời khỏi kho
Ngày giao hàng	Ngày hàng đến tay khách hàng
Đối tác giao hàng	Đơn vị vận chuyển
Dịch vụ giao hàng	Loại dịch vụ vận chuyển
Khối lượng(g)	Trọng lượng gói hàng
Kích thước(DxRxC)	Kích thước gói hàng
Tên người nhận	Tên khách hàng nhận hàng
SĐT người nhận	Số điện thoại người nhận
Địa chỉ giao hàng	Địa chỉ nhận hàng
Tỉnh/Thành	Địa phương giao hàng
Quận/Huyện	Quận/Huyện giao hàng
Phường xã	Phường/Xã giao hàng
Trạng thái đối soát	Tình trạng đối soát thanh toán
Tiền khách phải trả cho đơn	Số tiền khách hàng cần thanh toán
Khách hàng đã trả	Số tiền khách hàng đã thanh toán
Hình thức thanh toán	Phương thức thanh toán
Tổng tiền thu hộ	Số tiền thu hộ từ đơn hàng
Phí trả đối tác	Số tiền trả đối tác vận chuyển
Ghi chú đơn giao	Ghi chú về quá trình giao hàng
Mã sản phẩm	Mã sản phẩm trong đơn
Tên sản phẩm	Tên sản phẩm
Số lượng	Số lượng sản phẩm
Đơn vị tính	Đơn vị sản phẩm
Đơn giá	Giá bán sản phẩm
CK sản phẩm	Chiết khấu theo sản phẩm
Tổng tiền hàng	Tổng giá trị đơn hàng



CÔNG CỤ PHÂN TÍCH

Power BI

DATA CHECK

- Kiểm tra tổng quan dữ liệu
- Kiểm tra ouliers, làm sạch dữ liệu
- Đưa ra bộ dữ liệu hoàn chỉnh

VISUALIZATION

- Trực quan hóa dữ liệu
- Phân tích và đưa ra thông tin về tình hình kinh doanh

Mục lục

PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

Mục tiêu phân tích

EDA

- Phân tích và Khai Phá dữ liệu
- Đánh giá và làm sạch dữ liệu

Đánh giá & Giải pháp

Đưa ra chiến lược tối ưu cho doanh nghiệp

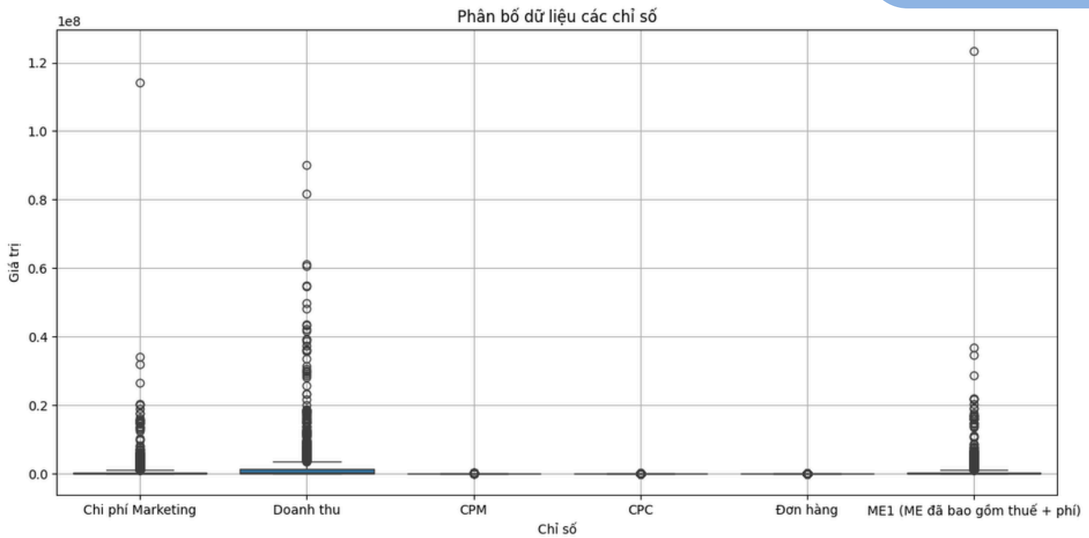
EDA

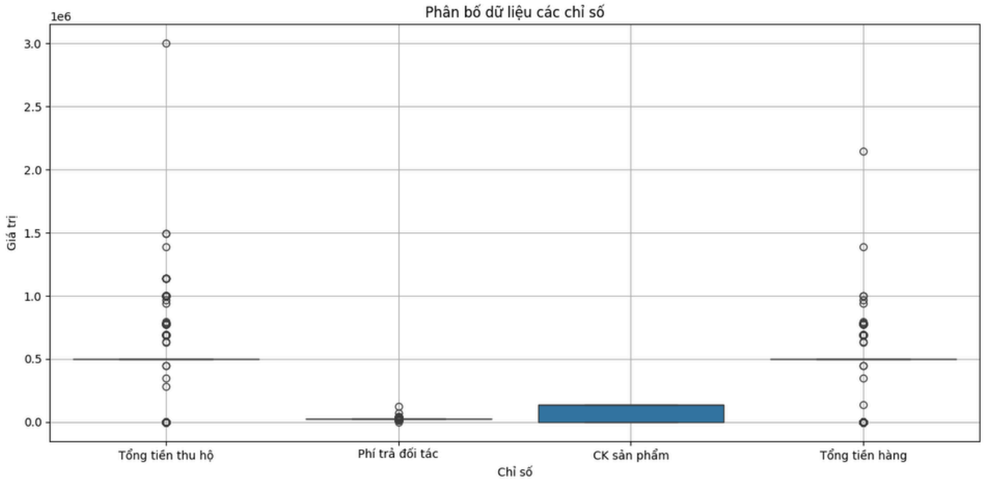
KIỂM TRA TỔNG QUAN DỮ LIỆU

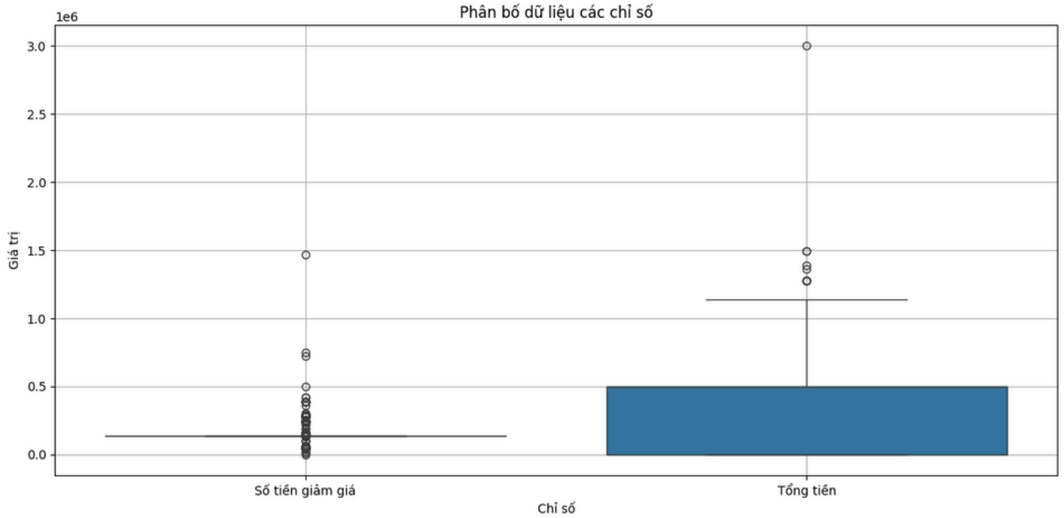
- Dựa vào việc vẽ các biểu đồ BoxPlot, HeatMap. Nhóm đã có những đánh giá ban đầu về tình trạng xuất hiện Outliers trong bộ dữ liệu của mình.
- Sử dụng các phương pháp như Z - Score, IQR để loại bỏ các Outliers sao cho dữ liệu chính xác nhất.

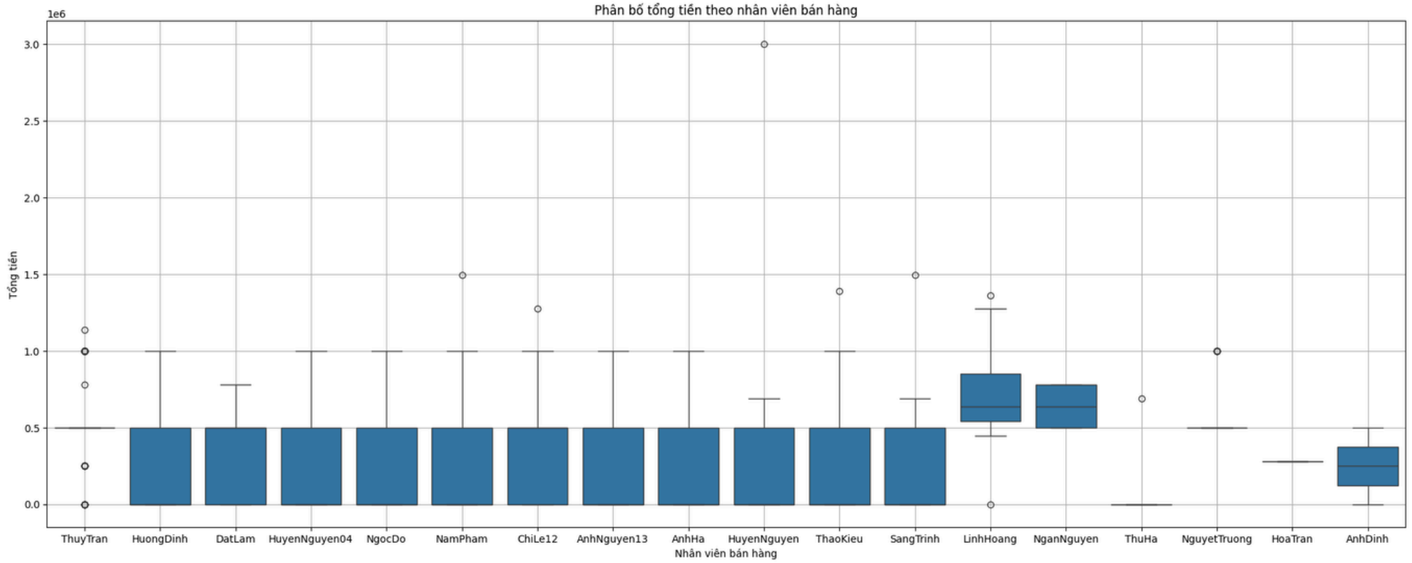
EDA

KIỂM TRA TỔNG QUAN DỮ LIỆU





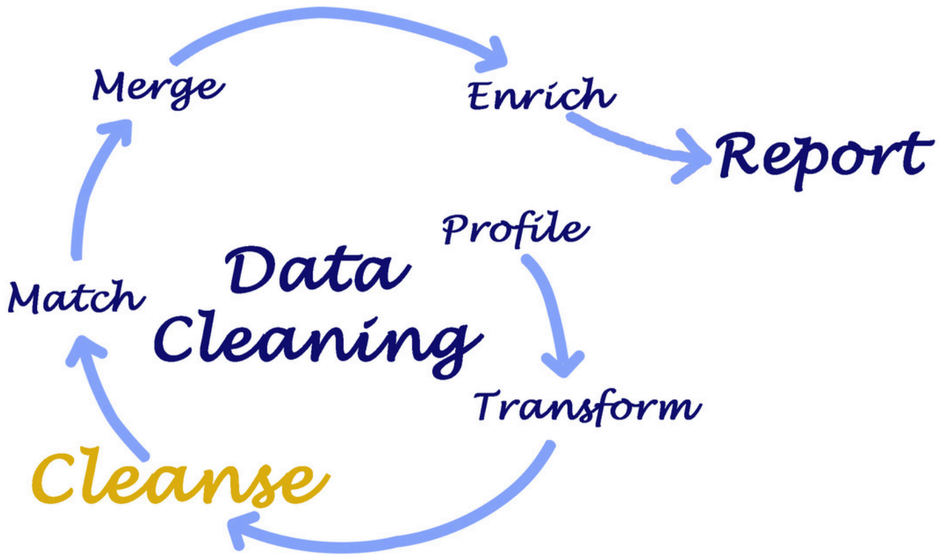




EDA

KIỂM TRA TỔNG QUAN DỮ LIỆU

- Dựa vào biểu đồ có thể thấy dữ liệu có biên độ rộng, có nhiều ngoại lai nhưng khi đi vào phân tích thì những giá trị này hoàn toàn hợp lý do chiến dịch có mức ưu đãi tốt nên khách hàng mua nhiều tiền cho nên đây không phải là ngoại lai.
- Nhìn chung bộ dữ liệu có giá trị hoàn toàn hợp lý.



LÀM SẠCH DỮ LIỆU

MARKETING

```
df["Inbox"] = df["Inbox"].replace("-", 0).astype(int)
```

Cột “inbox” nên có kiểu dữ liệu là int. Có 1 giá trị sai định dạng “-“ → giá trị sai định dạng là “0” do dựa vào bối cảnh

```
nan_row = df[pd.to_numeric(df['ME1 (ME đã bao gồm thuế + phí)'], errors='coerce').isnull()] #lấy ra những giá trị khô
```

```
nan_row.loc[nan_row['Chi phí Marketing'] > 100000, 'ME1 (ME đã bao gồm thuế + phí)'] *= 1.08
```

Cột “ME1” có 1497 giá trị thiếu và 14 giá trị bị sai
=> Cột “chi phí marketing” trên 100,000 sẽ có thuế là 8% =>
Viết hàm lọc giá trị trên 100,000 và nhân với 8%.

```
df[df.duplicated(keep=False)]
```

	Date	Channel	MKTer	Chiến dịch	Chi phí Marketing	Impression	Reach	Click	Share	Cmt	...	Lead MKT	Đơn hàng
635	2020-08-05	FB	DucVu	Mess	0	0	0.0	0	0	0	...	0	0.0
636	2020-08-05	FB	DucVu	Mess	0	0	0.0	0	0	0	...	0	0.0

2 rows × 21 columns

```
df.drop_duplicates(inplace = True)
```

Có 2 hàng dữ liệu bị duplicate, nhưng tất cả các giá trị là 0. Nghi có lỗi hệ thống. Xóa 2 hàng này.

SALES

```
df2["Content"].fillna("lop11", inplace=True)
```

Cột content có 4 giá trị bị null. Thêm 4 giá trị “lop11” do giá trị này nhiều nhất (2577 lần xuất hiện).

```
f2["Type of Lead"] = df2["Type of Lead"].replace("Con đang học lớp 7", "dathang")

f2["Type of Lead"].fillna("dathang", inplace=True)
```

Type of lead chưa đồng nhất định dạng vì có 1 ô dữ liệu “Con học lớp 7” và có 6 giá trị null. Dựa vào bối cảnh chuyển qua “datthang”

```
f2["Số tiền giảm giá"] = df2["Số tiền giảm giá"].astype(str).str.replace("-", "").astype(float)
```

Số tiền giảm giá chưa thống nhất định dạng do còn có giá trị có dấu “-“

SALES

```
[ ]  df.drop_duplicates(inplace = True)
```

Có 171 dòng không có dữ liệu gì làm ảnh hưởng đến tất cả các cột.
Nghi lỗi => xóa..

```
df.loc[df['Close Date'].dt.year == 2023, 'Close Date'] -= pd.DateOffset(years = 3)

df['Close Date']
```

Cột Close Date là ngày chốt đơn thì giá trị năm là 2023
=> Không hợp lý. Sửa Close Date lại thành 2020

VẬN ĐƠN

```
df = df.drop(columns=['Lý do hủy đơn'])

df = df.drop(columns=['Ngày hẹn giao', 'Ghi chú sản phẩm', 'Serial' ])

#tag đơn hàng null nhiều và không có giá trị phân tích => xóa
df = df.drop(columns=['Tags đơn hàng'])

df = df.drop(columns=['Ghi chú đơn hàng'])
```

4 cột sai định dạng: Lý do hủy đơn, ngày hẹn giao, ghi chú sản phẩm, serial. Nên không có dữ liệu. Nghi do lỗi hệ thống. Báo lên đội kĩ thuật để xử lý lấy lại data.

```
df3 = df3[~((df3["Mã sản phẩm"].notna()) & (df3["Mã đơn hàng"].isna()))]
```

Mã sản phẩm thừa 2124 giá trị mà không có mã đơn hàng. Không có tác dụng phân tích → xóa

```
[ ] df['SĐT người nhận'] = (df['SĐT người nhận']
        .str.replace(" ", '', regex=True)
        .str.replace("^84", "", regex=True)
        .astype('int', errors='ignore')
    )
```

- Cột SĐT người nhận có 3 dòng dữ liệu chưa đồng nhất định dạng: có khoảng trống và số 84 ở đầu
- Cột phương thức thanh toán có giá trị là null. Nếu là mua ở web thì sẽ thay bằng “chuyển khoản”.

Tổng quan dữ liệu

```
Index: 1510 entries, 0 to 1510
Data columns (total 21 columns):
 #   Column                        Non-Null Count  Dtype
---  ------                        --------------  -----
 0   Date                          1510 non-null   datetime64[ns]
 1   Channel                       1510 non-null   object
 2   MKTer                         1510 non-null   object
 3   Chiến dịch                    1510 non-null   object
 4   Chi phí Marketing             1510 non-null   int64
 5   Impression                    1510 non-null   int64
 6   Reach                         1510 non-null   float64
 7   Click                         1510 non-null   int64
 8   Share                         1510 non-null   int64
 9   Cmt                           1510 non-null   int64
 10  Inbox                         1510 non-null   int64
 11  Lead MKT                      1510 non-null   int64
 12  Đơn hàng                      1510 non-null   float64
 13  Doanh thu                     1510 non-null   float64
 14  Paid Revenue 1                1510 non-null   int64
 15  Giá Lead                      1510 non-null   float64
 16  Đơn/Lead                      1510 non-null   float64
 17  CPM                           1510 non-null   float64
 18  CPC                           1510 non-null   float64
 19  Giá Mess
(Cmt + Inbox)          1510 non-null   float64
 20  ME1 (ME đã bao gồm thuế + phí)  1510 non-null   float64
dtypes: datetime64[ns](1), float64(9), int64(8), object(3)
memory usage: 291.8+ KB
```

```
Index: 9504 entries, 0 to 9503
Data columns (total 21 columns):
 #   Column                            Non-Null Count  Dtype
---  ------                            --------------  -----
 0   Unnamed: 0                        9504 non-null   object
 1   Giờ                               9504 non-null   datetime64
 2   Khách hàng                        9504 non-null   object
 3   SĐT                               9504 non-null   float64
 4   Channel                           9504 non-null   object
 5   Chiến dịch                        9504 non-null   object
 6   Content                           9500 non-null   object
 7   Marketer 2                        6781 non-null   object
 8   Type of Lead                      9504 non-null   object
 9   Sales Admin xác nhận Type of Lead  5448 non-null   object
 10  Sales                             9504 non-null   object
 11  Số lần tương tác                  9496 non-null   float64
 12  Ngày gọi                          204 non-null    datetime64
 13  Trạng thái                        9318 non-null   object
 14  Level                             7984 non-null   object
 15  Ngày hẹn gọi lại                  48 non-null     datetime64
 16  Close Date                        6161 non-null   datetime64
 17  Tỉnh/TP                           3394 non-null   object
 18  Số lượng bộ sách                  7051 non-null   float64
 19  Số tiền giảm giá                  7042 non-null   float64
 20  Tổng tiền                         9504 non-null   int64
dtypes: datetime64[ns](4), float64(4), int64(1), object(12)
```

```
Index: 5820 entries, 0 to 7942
Data columns (total 35 columns):
 #   Column                        Non-Null Count  Dtype
---  ------                        --------------  -----
 0   STT                           5820 non-null   float64
 1   Mã đơn hàng                   5820 non-null   object
 2   Nhân viên tạo đơn             5820 non-null   object
 3   Chi nhánh                     5820 non-null   object
 4   Nguồn                         5820 non-null   object
 5   Mã vận đơn                    5820 non-null   object
 6   Tình trạng gói hàng           5820 non-null   object
 7   Trạng thái đối tác            5819 non-null   object
 8   Ngày đóng gói                 5820 non-null   datetime64[ns]
 9   Ngày xuất kho                 5820 non-null   datetime64[ns]
 10  Ngày giao hàng                5115 non-null   datetime64[ns]
 11  Đối tác giao hàng             5820 non-null   object
 12  Dịch vụ giao hàng             5819 non-null   object
 13  Khối lượng(g)                 5820 non-null   float64
 14  Kích thước(DxRxC)             5820 non-null   object
 15  Tên người nhận                5820 non-null   object
 16  SĐT người nhận                5820 non-null   int64
 17  Địa chỉ giao hàng             5820 non-null   object
 18  Tỉnh/Thành                    5820 non-null   object
 19  Quận/Huyện                    5820 non-null   object
 20  Phường xã                     5820 non-null   object
 21  Trạng thái đối soát           5820 non-null   object
 22  Tiền khách phải trả cho đơn   5820 non-null   float64
 23  Khách hàng đã trả             5033 non-null   float64
 24  Hình thức thanh toán          5033 non-null   object
 25  Tổng tiền thu hộ              5820 non-null   float64
 26  Phí trả đối tác               5820 non-null   float64
 27  Ghi chú đơn giao              5820 non-null   object
 28  Mã sản phẩm                   5820 non-null   object
 29  Tên sản phẩm                  5820 non-null   object
 30  Số lượng                      5820 non-null   int64
 31  Đơn vị tính                   2028 non-null   object
 32  Đơn giá                       5820 non-null   int64
 33  CK sản phẩm                   5820 non-null   int64
 34  Tổng tiền hàng                5820 non-null   int64
dtypes: datetime64[ns](3), float64(6), int64(5), object(21)
```

Marketing

Sales

Vận đơn

PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

MỤC TIÊU PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

1. Tăng hiệu quả chiến dịch Marketing và Tối ưu ngân sách quảng cáo
2. Tăng tỷ lệ chốt đơn hàng & tối ưu quy trình bán hàng (Sales)
3. Tăng hiệu suất, doanh số của nhân viên sales
4. Mục tiêu phụ trợ (Vận hành): Tối ưu tỷ lệ giao hàng thành công (Vận đơn).

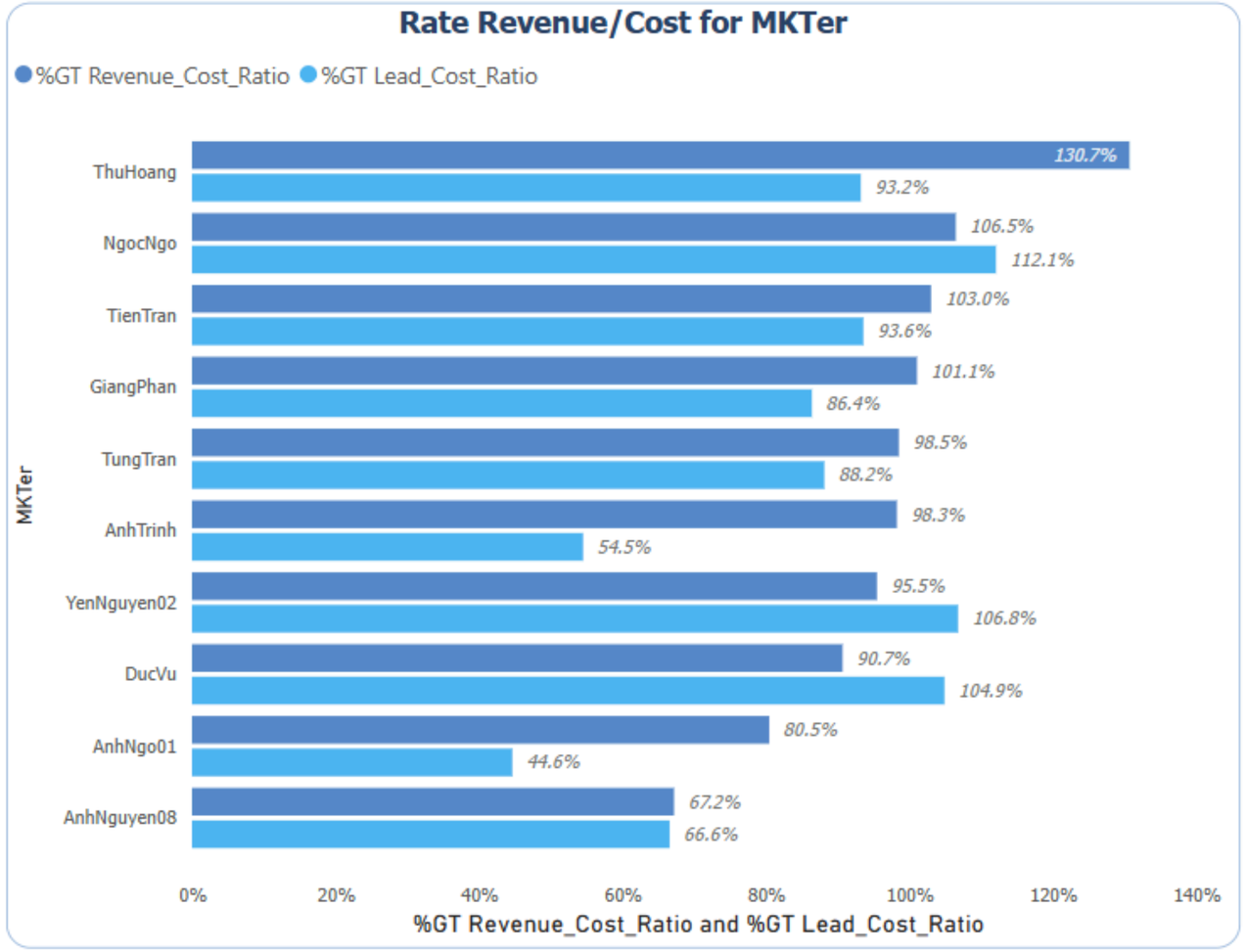
Tăng hiệu quả chiến dịch Marketing và Tối ưu ngân sách quảng cáo

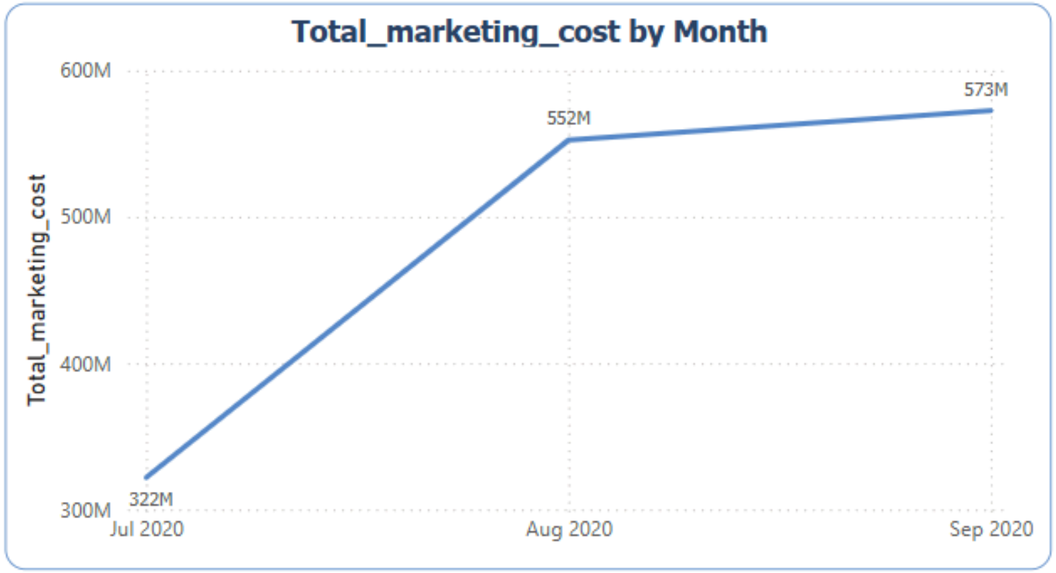
Total Revenue	Total MKT Cost	Marketing Cost Ratio	Total Order	Total Leads MKT	Total ME1
3.44bn	1.45bn	42.06%	6804	9261	1.72bn

Tổng quan về hiệu suất của các chiến dịch Marketing và bán hàng với:

- **Tổng doanh thu đạt 3.44 tỷ, trong khi tổng chi phí marketing là 1.45 tỷ. Tỷ lệ chi phí marketing trên doanh thu là 42.06%.**
- **Các chiến dịch tiếp cận được 9261 khách hàng tiềm năng và mang về 6804 đơn hàng chiến 73,4%.**
- **ME1 chiếm tỷ lệ lớn so với tổng doanh thu, có thể cần cân nhắc cắt giảm các chi phí không cần thiết hoặc tìm cách tối ưu hóa thuế**

Tăng hiệu quả chiến dịch Marketing và Tối ưu ngân sách quảng cáo

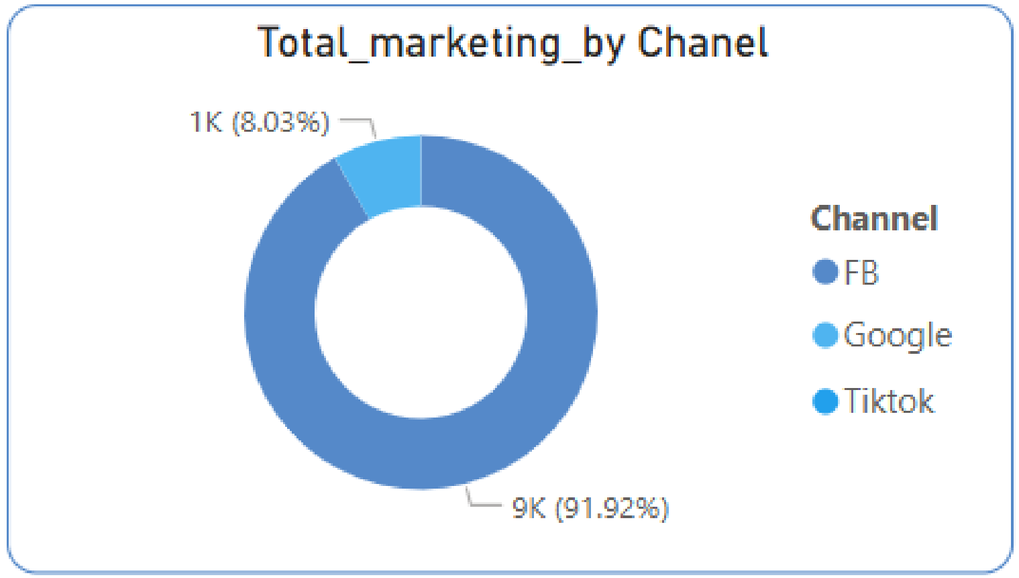


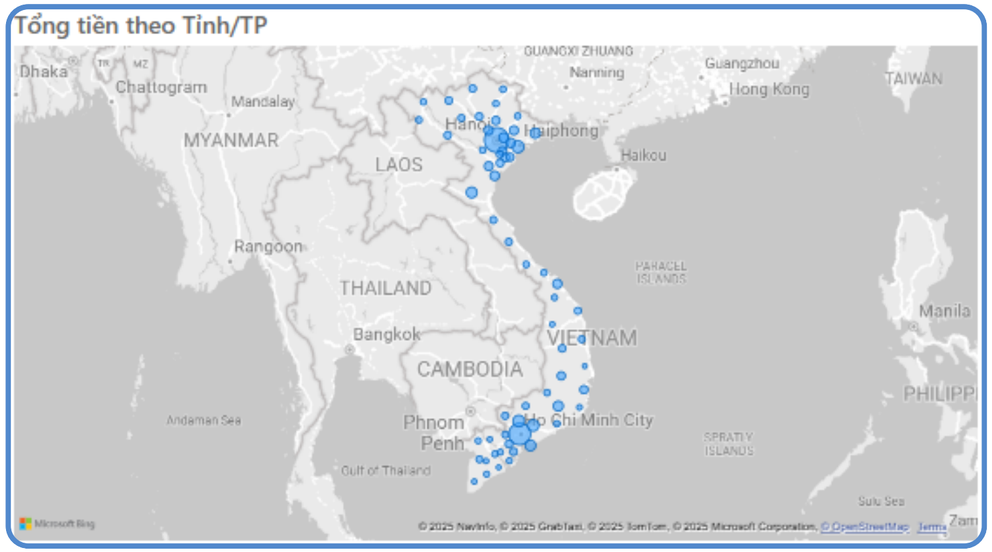


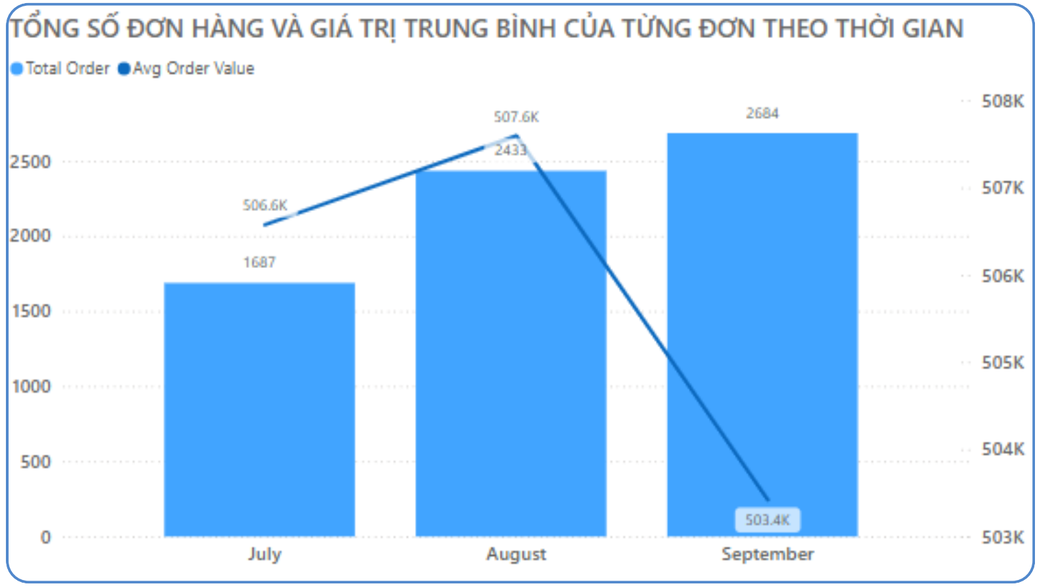
- Các nhân viên marketing như: **ThuHoang, NgocNgo và TienTran** có tỷ lệ doanh thu so với chi phí marketing (Revenue_Cost) rất tốt (>100%), cho thấy hiệu quả rất cao trong việc chuyển đổi ngân sách marketing thành doanh thu thực tế.

- Chi phí marketing có xu hướng tăng đều trong 3 tháng (7-8-9/2020), cho thấy công ty đang mở rộng ngân sách quảng cáo một cách tích cực.

Tăng hiệu quả chiến dịch Marketing và Tối ưu ngân sách quảng cáo







- Kênh quảng cáo Facebook chiếm tỷ trọng cao nhất (91.92%), đây là kênh hiệu quả nhất để thu hút Lead. Các kênh Google và Tiktok rất nhỏ, có thể đang thử nghiệm hoặc chưa hiệu quả.

Tập trung hơn nữa vào Facebook vì đây là kênh mang lại hiệu quả cao nhất. Hạn chế hoặc tối ưu lại ngân sách cho Google và Tiktok.

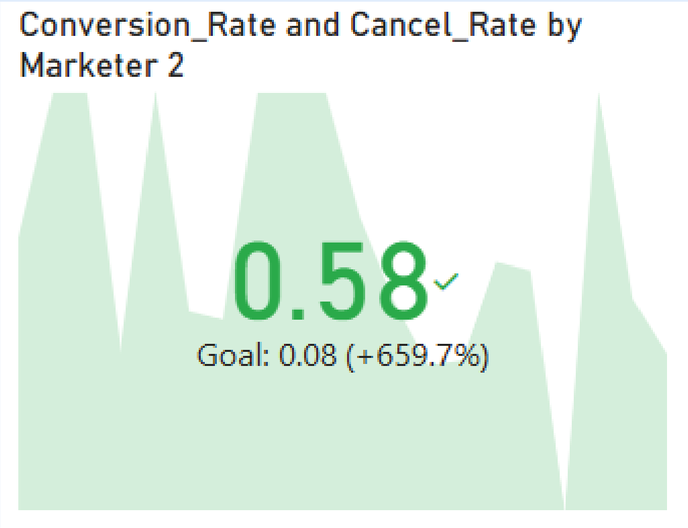
Xem xét tăng ngân sách cho những nhân viên marketing hiệu quả cao (ThuHoang, NgocNgo) để tiếp tục đẩy mạnh hiệu quả doanh thu/chi phí.

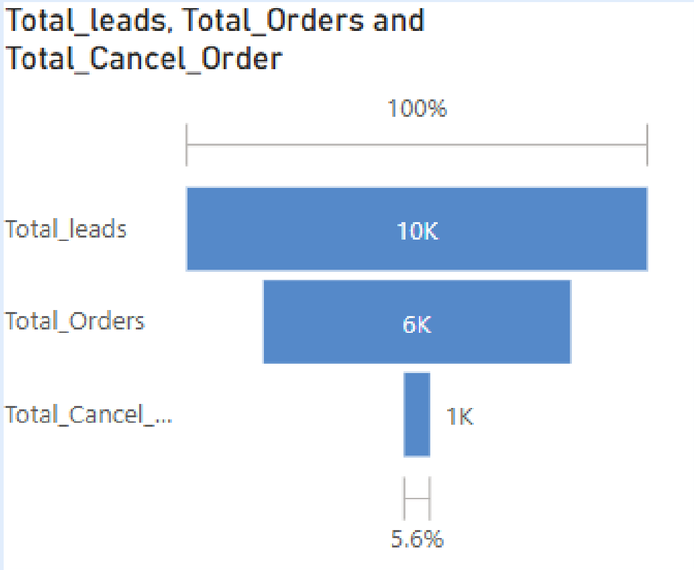
Giám sát xu hướng chi phí marketing theo từng tháng để tránh vượt ngân sách quá cao so với doanh thu.

ĐỀ XUẤT PHƯƠNG ÁN MARKETING

VẤN ĐỀ	NGẮN HẠN	TRUNG HẠN
Chi phí Marketing đang quá cao	Cần đánh giá lại hiệu quả của các chiến dịch. Từ đó thay đổi chương trình lại cho phù hợp để tối ưu chi phí MKT.	Theo dõi sát sao các chiến dịch hoạt động. Từ đó loại bỏ những chiến dịch không mang lại doanh thu và tạo ra chiến dịch mới phù hợp hơn với đối tượng.
Chưa đa dạng các kênh truyền thông	Doanh thu hiện tại mới chỉ đến từ FB. Với xu thế video ngắn đang ngày càng phát triển thì công ty nên đẩy mạnh thêm các chiến dịch ở nền tảng khác đang có xu thế.	Phát triển thêm các loại hình MKT như livestream trên các nền tảng khác. Xây dựng thương hiệu để làm truyền thông tốt hơn.
Nhiều đơn hàng nhưng giá trị trung bình mỗi đơn hàng thấp	Có thể thử các chiến lược upselling, cải thiện sản phẩm, hoặc điều chỉnh giá để tăng giá trị đơn hàng. Mang lại doanh số tốt hơn.	Tạo các combo với ưu đãi hơn để tăng giá trị đơn hàng của khách hàng.

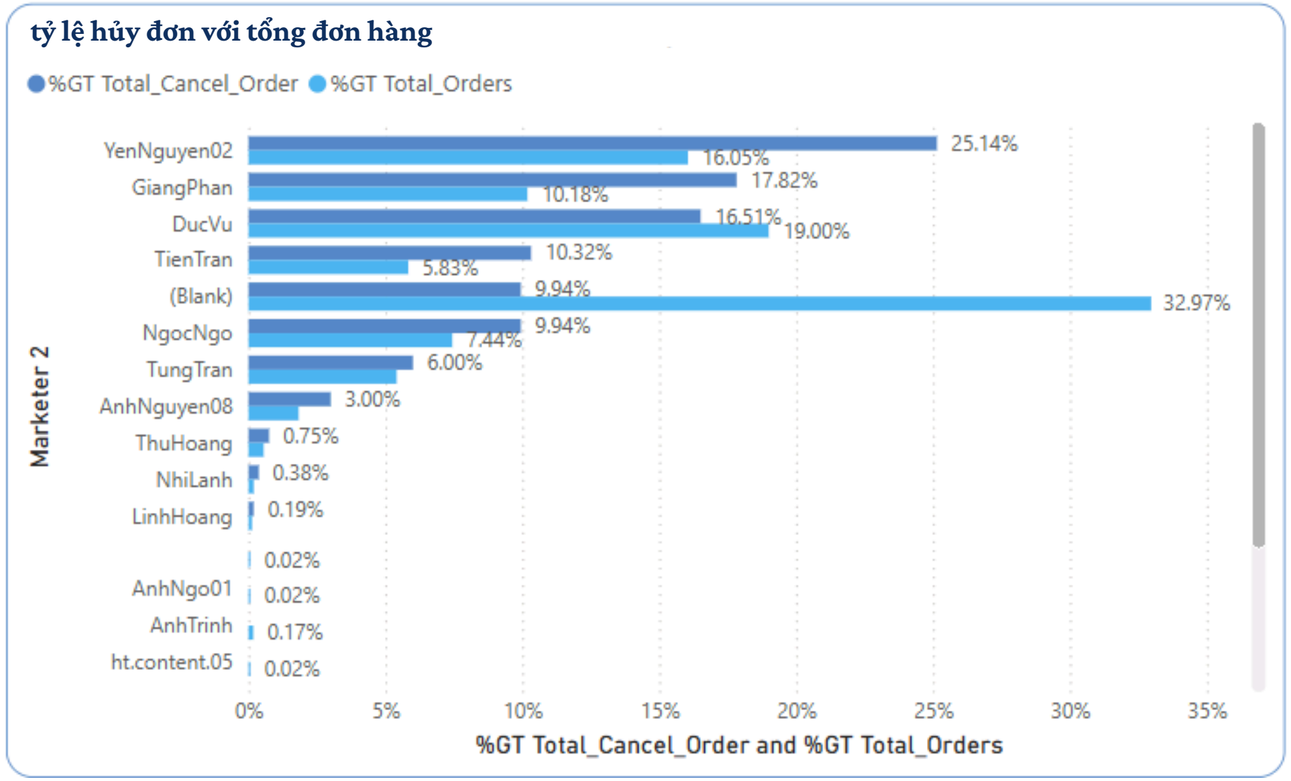
Tăng tỷ lệ chốt đơn hàng & tối ưu quy trình bán hàng (Sales)

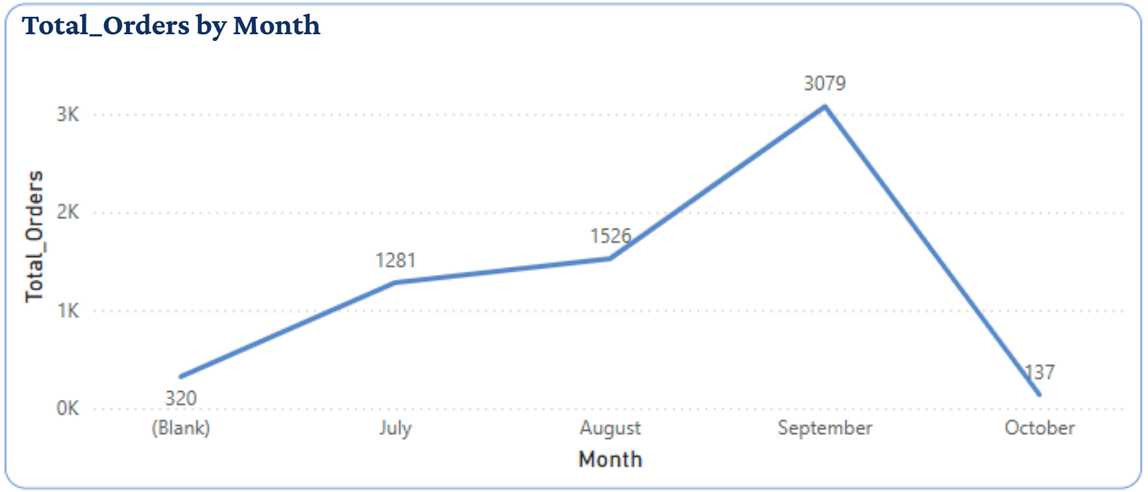




- Tỷ lệ chuyển đổi tổng thể hiện tại đạt 58%, khá ổn, nhưng có thể cải thiện thêm.
- Tỷ lệ hủy đơn tổng thể khoảng 5.6% là con số chấp nhận được, tuy nhiên vẫn còn dư địa để cải thiện.

Tăng tỷ lệ chốt đơn hàng & tối ưu quy trình bán hàng (Sales)





- Đơn hàng tăng liên tục từ tháng 7 đến tháng 9 nhưng giảm mạnh vào tháng 10 vì data này chỉ chứa giá trị đầu tháng 10

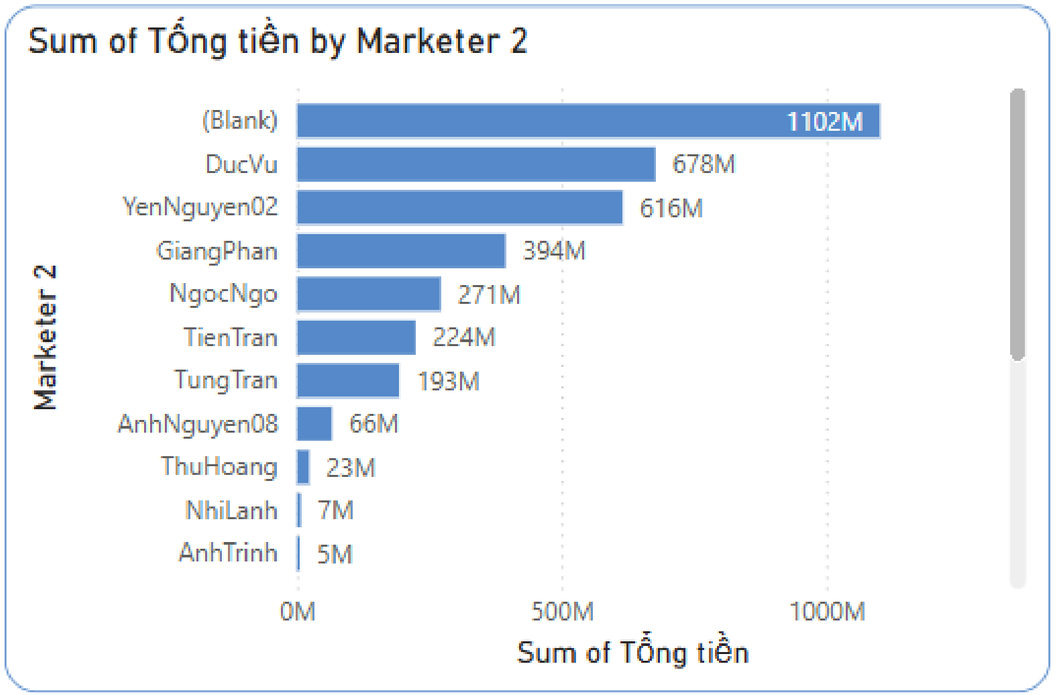
- Một số nhân viên như **YenNguyen02, GiangPhan, DucVu** có tỷ lệ hủy đơn rất cao (trên 15%), đây là nhóm Sales cần được hỗ trợ và đào tạo thêm về kỹ năng chốt sales.

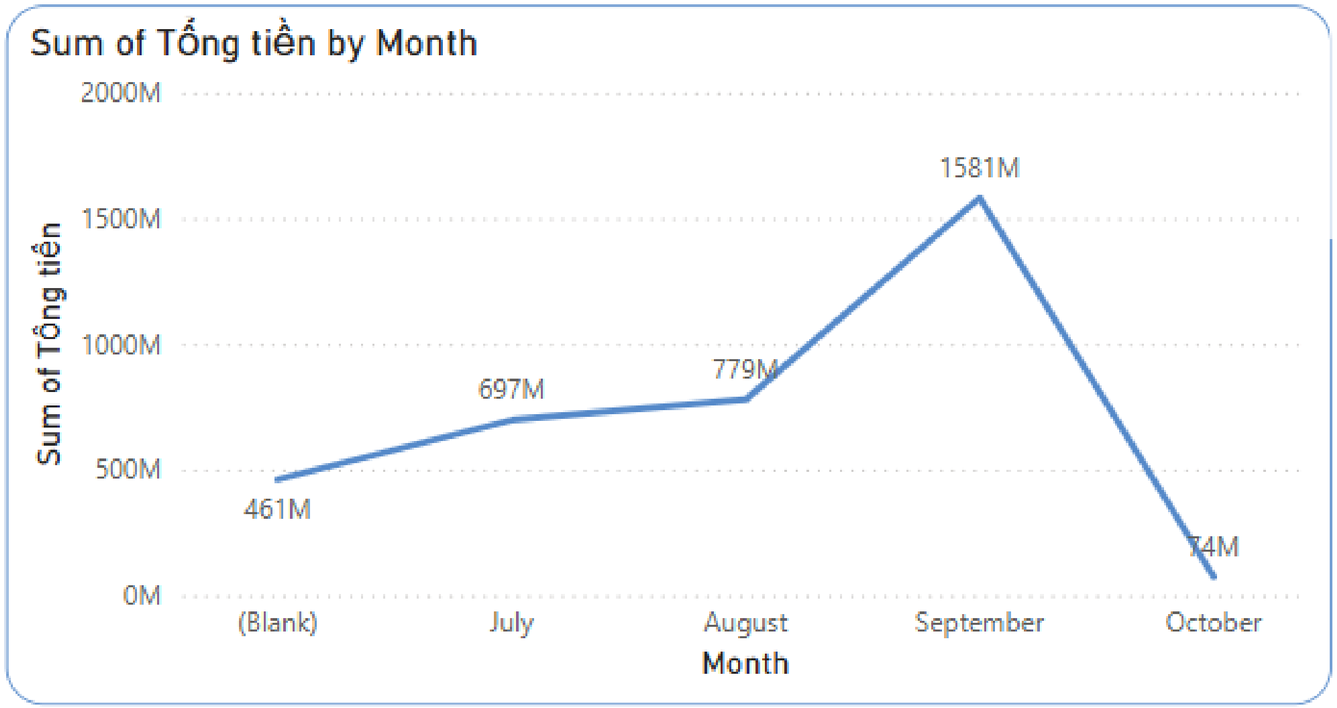
- **Tổ chức đào tạo hoặc hỗ trợ đặc biệt cho các nhân viên có tỷ lệ hủy đơn cao.**
- **Đẩy mạnh hơn nữa kỹ năng chốt sale, giảm tỷ lệ hủy xuống dưới mức 5%.**

ĐỀ XUẤT PHƯƠNG ÁN SALES

VẤN ĐỀ	NGẮN HẠN	TRUNG HẠN
Kiểm soát tỷ lệ hủy đơn hàng	Đơn hàng bị hủy đang ở mức ổn định và có thể kiểm soát. Tuy nhiên cần tìm hiểu lý do khách hàng hủy đơn để cải thiện dịch vụ, từ đò tăng trải nghiệm mua hàng.	Phát triển thêm bộ phận CSKH để chăm sóc các khách hàng đã mua hàng thành công. Tìm hiểu lý do hủy đơn hàng từ đó kịp thời nắm bắt để tư vấn lại cho KH.
Nhân viên bán hàng đạt doanh số thấp	ThuyTran dẫn đầu với doanh thu vượt trội. Các nhân viên còn lại, đặc biệt nhóm cuối, cần được hỗ trợ thêm qua đào tạo hoặc điều chỉnh chiến lược để tăng hiệu quả. Đội ngũ có sự phân hóa rõ rệt, cần đồng bộ hóa năng lực và tạo cơ chế thưởng khuyến khích.	Tạo thêm các KPIs để cho nhân viên thực hiện. Và hoàn thành doanh số cùng các KPIs thì mới được tính lương. Để đảm bảo các quy trình tư vấn bán hàng và lợi nhuận cho công ty.

Tăng hiệu suất, doanh số của nhân viên sales





- Nhân viên DucVu, YenNguyen02, GiangPhan có doanh thu cao nhất, thể hiện rõ hiệu suất bán hàng vượt trội trong đội ngũ Sales.

- Tổng doanh thu từ các đơn hàng tăng đều qua các tháng => Đội ngữ Sale hoạt động khá hiệu quả tuy nhiên chỉ tập trung ở một vài cá nhân

Tăng hiệu suất, doanh số của nhân viên sales

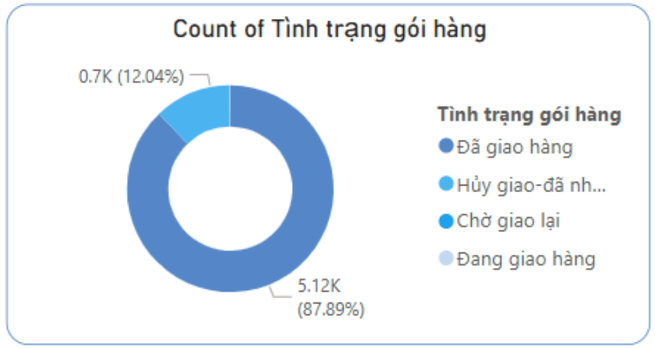
Marketer 2	Total_leads	Total_Orders	Total_Revenue_Sales	Conversion_Rate_Salesperson
	2723	2091	1102316460	0.77
	1	1	499000	1.00
AnhNgo01	1	1	499000	1.00
AnhNguyen08	195	116	66328000	0.59
AnhTrinh	11	11	5489000	1.00
DucVu	1851	1205	677612000	0.65
GiangPhan	1013	646	394146000	0.64
ht.content.05	1	1	499000	1.00
HuyDo	7	7	3493000	1.00
HuyenNguyen05	1	1	499000	1.00
LinhHoang	10	8	3755000	0.80
LyLuu	3	2	499000	0.67
Total	**9504**	**6343**	**3591008187**	**0.67**

- Tỷ lệ chuyển đổi trung bình của Sales là 67%, khá tốt, nhưng vẫn có những nhân viên dưới trung bình như AnhNguyen08 (59%), NhiLanh (57%), cần cải thiện.

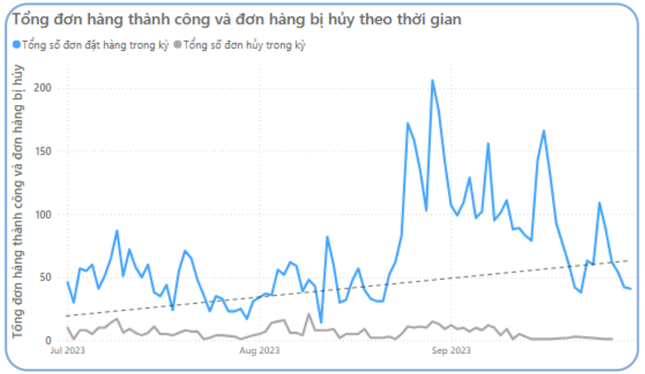
Tuyên dương và có chế độ khen thưởng, đãi ngộ tốt hơn với các nhân viên có hiệu suất cao để duy trì động lực làm việc.

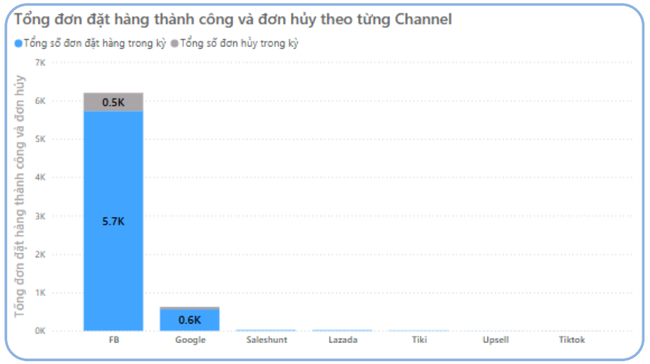
Tập trung đào tạo thêm các kỹ năng chốt sales cho những nhân viên có tỷ lệ chuyển đổi thấp hơn mức trung bình của công ty (dưới 60%).

Mục tiêu phụ trợ (Vận hành): Tối ưu tỷ lệ giao hàng thành công (Vận đơn).



Nhân viên tạo đơn	Total_Deliveries	Successful_Deliveries	Delivery_Success_Rate
Đinh Thu Hường	193	181	0.94
Đinh Thục Hoàng Anh	20	16	0.80
Đỗ Khánh Linh	63	63	1.00
Đỗ Thị Hồng Ngọc	97	86	0.89
Hà Minh Anh	70	65	0.93
Huyền Nguyễn CS	78	73	0.94
Kiều Phương Thảo	22	19	0.86
Lâm Thái Đạt	64	62	0.97
Lê Phương Chi	209	198	0.95
Nguyễn Thị Huyền	182	166	0.91
Nguyễn Vũ Ngọc Anh	108	97	0.90
Phạm Bảo Nam	170	159	0.94
Phi Dương	5	5	1.00
Sáng Trịnh	74	70	0.95
Trần Thị Thúy	4460	3843	0.86
Trần Thủy Tiên	4	3	0.75
Total	**5820**	**5107**	**0.88**





- Tỷ lệ giao hàng thành công tổng thể của công ty là 88%, đây là tỷ lệ khá tốt, nhưng vẫn có thể cải thiện thêm.
- Một số nhân viên vận đơn có hiệu suất vượt trội (Đỗ Khánh Linh, Phi Dương, Trương Minh Nguyệt đạt gần 100%).
- Tình trạng giao hàng chủ yếu là "Đã giao hàng" (87.89%), tỷ lệ "hủy giao" và "chờ giao lại" khoảng 12%, cần giảm hơn nữa.

Mục tiêu phụ trợ (Vận hành): Tối ưu tỷ lệ giao hàng thành công (Vận đơn).

Đề xuất cho công ty:

- Duy trì, khuyến khích nhân viên giao hàng hiệu suất cao để họ chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm với đồng nghiệp.
- Đưa ra các biện pháp cụ thể giảm đơn hàng thất bại hoặc chờ giao lại, ví dụ như xác nhận kỹ khách trước khi giao, hoặc thay đổi đối tác vận chuyển nếu cần thiết