



BANKING SERVICE ANALYSIS REPORT

Reported by: Doan Quoc Bao

Email: quocbao022001@gmail.com



TÌNH HÌNH CHUNG

- Ngân hàng đang có tất cả **42 chi nhánh** tại Việt Nam.
- Có tổng **113066** khách hàng với tổng Tài sản là **7403,7 tỷ đồng**.
- Tỷ lệ khách hàng sử dụng dịch vụ như sau:

Sử dụng App chuyển tiền

99.82

using app

Sử dụng thẻ Debit Card

89.73

debit

Sử dụng thẻ Credit Card

20.91

credit

Sử dụng Tiền gửi có kỳ hạn

12.16

time deposit

Sử dụng Vay tín chấp

0.60

unsecured loan

Sử dụng Vay thế chấp

0.16

secured loan

- Nhóm khách hàng
 - Ngân hàng có 3 nhóm khách hàng chính là: **Gold, Silver** và **Regular**.
 - Phân khúc **Regular chiếm hơn 80.6%** tổng khách hàng, còn Silver và Gold lần lượt chiếm 16.16% và 3.21%.
 - Số dư trung bình của một khách hàng Gold là 1.59 tỷ, Silver là 42.3 triệu và Regular là 9.41 triệu.
 - Khách hàng có tài sản lớn nhất với hơn 132 tỷ đồng và nhỏ nhất là 0 đồng.



PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG CÀNG ÍT THÌ CÀNG NHIỀU TÀI SẢN TẠI NGÂN HÀNG

| Phân khúc | Tổng Khách hàng | Tổng tài sản |
|-----------|-----------------|--------------|
| Gold | 3.21% | 77.97% |
| Silver | 16.16% | 10.44% |
| Regular | 80.6% | 11.59% |

Giữa các phân khúc có sự **tương quan nghịch** giữa số lượng khách hàng và tỷ trọng tài sản: nhóm khách hàng càng ít, tỷ lệ nắm giữ tài sản càng cao. Điều này cho thấy sự mất cân bằng trong cơ cấu khách hàng, khi phần lớn khách hàng chưa tận dụng nhiều dịch vụ và chưa gửi số tiền đáng kể vào ngân hàng.

Dưới đây là số dư tài khoản chung bình của các nhóm khách hàng:

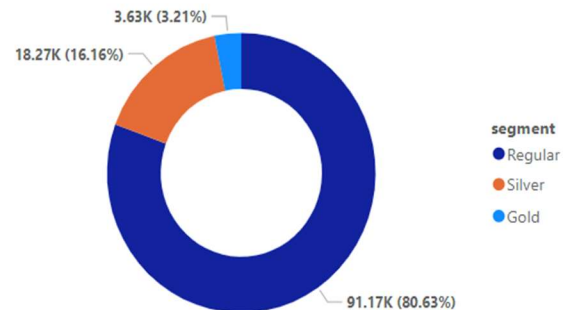
65.48M
Average asset of one Customer

1.59bn
Average asset of Gold

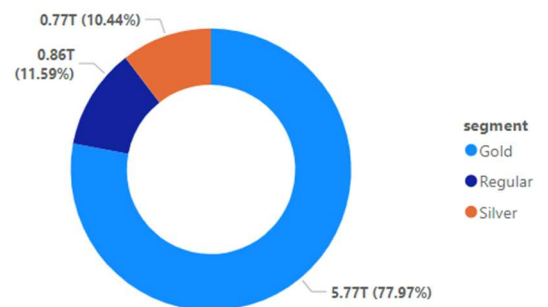
42.30M
Average asset of Silver

9.41M
Average asset of Silver

Total customers by segment



Total Amount by Segment



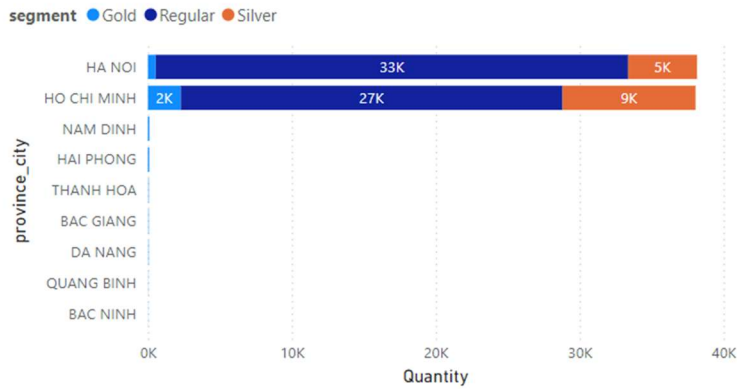
- **Nhóm Khách Gold** trung bình mỗi khách Gold gửi **1.59 tỷ** đồng cho Ngân hàng, **gấp 24 lần** so với tài sản trung bình của một khách hàng tại Ngân hàng.
- **Gía trị tài sản của một khách Gold gấp 38 lần khách Silver và 159 lần khách Regular.**

⇒ Nhóm Gold là nhóm “phú hào” với việc mang lại Doanh thu rất lớn cho Ngân hàng. Nhờ nguồn vốn này ngân hàng có tài sản để tham gia vào các sản phẩm đầu tư khác như cho Vay doanh nghiệp, cá nhân... Vì vậy cần tập trung phân tích thêm hành vi của nhóm này để đưa ra các chính sách duy trì.

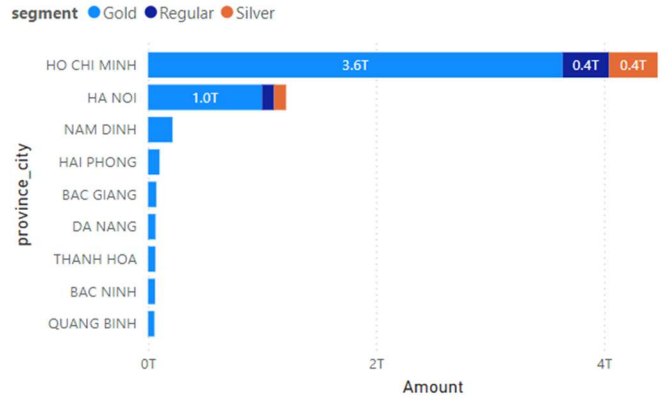
⇒ Với nhóm Regular là các nhóm khách hàng với thu nhập thấp, hiện tại chưa có nhu cầu nhiều trong việc gửi tiền; cần thêm các chính sách để thu hút họ gửi tiền tại ngân hàng và nâng hạng thành viên lên Silver và Gold.

TRUNG TÂM TÀI CHÍNH CỦA NGÂN HÀNG LÀ HỒ CHÍ MINH VÀ HÀ NỘI

Total Customers by province



Total amount by province



Trung tâm tài chính trọng điểm:

Hà Nội và Hồ Chí Minh đang giữ tỷ trọng khách hàng cao nhất, lần lượt là 38153 và 38040 người.

Tuy nhiên, Hồ Chí Minh đang giữ 4.5 tỷ tương ứng 78% tổng tài sản toàn quốc và gấp 4 lần so với Hà Nội và gấp 16 lần với Nam Định (tỉnh xếp thứ 3).

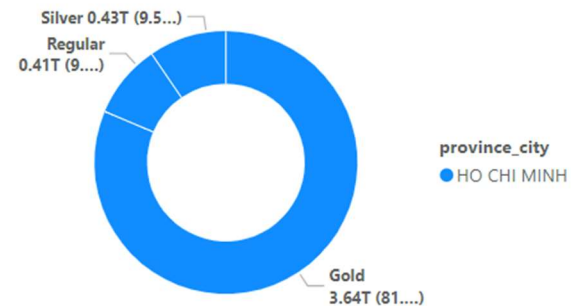
Theo phân khúc khách hàng:

- Tại TP. HCM, **nhóm Gold** đang chiếm 3,636 tỷ đồng với 2287 khách (hơn **81% tổng tài sản** theo nhóm) và chiếm **49% tổng tài sản trên Toàn quốc**;
- Tại Hà Nội, **nhóm Gold** chiếm **82.5% doanh thu** (khoảng 995 tỷ đồng) với tổng 548 khách; chiếm **13% doanh thu toàn quốc** và nhỏ gấp 3.65 lần so với HCM ở cùng nhóm.
- Ở nhóm Silver và Regular, số lượng tiền gửi tại HCM gấp khoảng 4 lần so với Hà Nội.

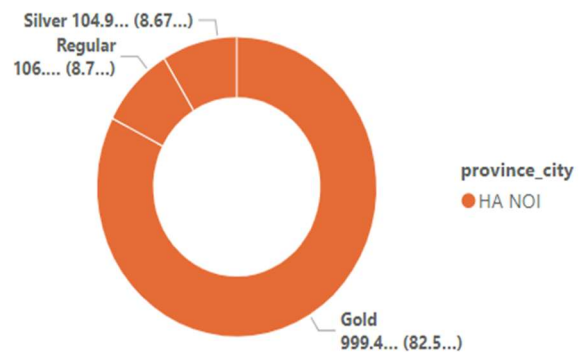
⇒ Hà Nội và Hồ Chí Minh là 2 trung tâm kinh tế trọng điểm của Ngân hàng nhưng về Doanh thu thì HCM gấp 4 lần so với Hà Nội ở tất cả phân khúc.

⇒ Hồ Chí Minh là nơi tập trung nhiều khách hàng VIP; nguyên nhân do ở Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế lớn nhất cả nước và tập trung nhiều Doanh nhân và các nhà đầu tư cần vốn đầu tư,...

Total amount by province

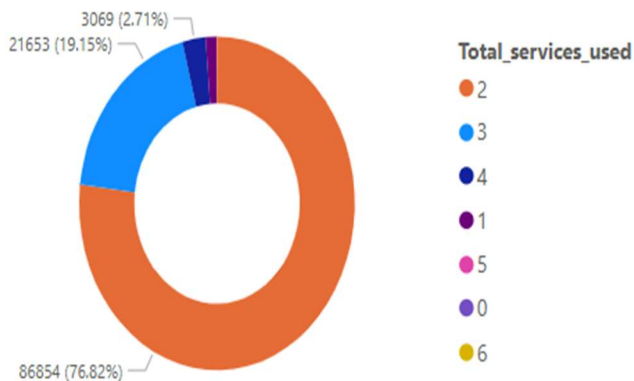


Total amount by province



DỊCH VỤ CAO CẤP CHƯA ĐƯỢC ỨNG DỤNG NHÓM GOLD THÍCH SỬ DỤNG TIỀN GỬI CÓ KỲ HẠN

Total Categorical Service by Customers



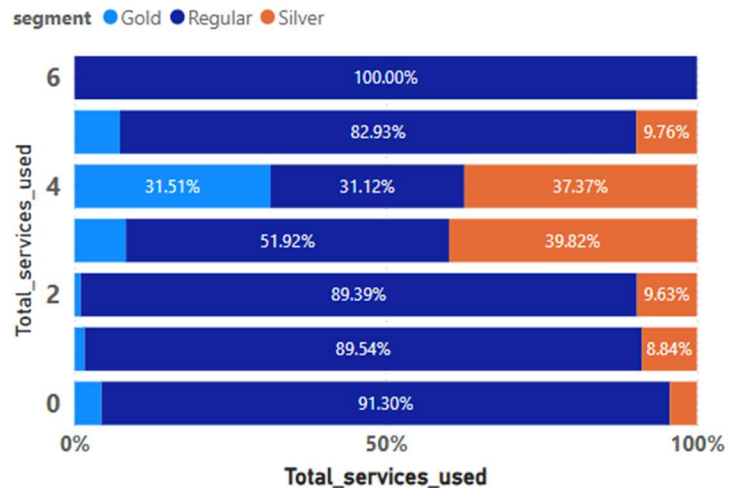
Tỷ trọng khách hàng sử dụng dịch vụ:

- Nhóm 2 dịch vụ: chiếm 76.82% và chủ yếu là App chuyển tiền và Tài khoản thanh toán.
- Nhóm 3 dịch vụ: chiếm 19.15% và chủ yếu là App, Tài khoản thanh toán và Tiền gửi có kì hạn.

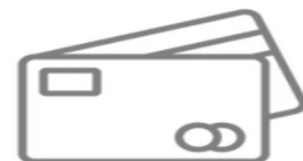
Phân bố khách hàng với số nhóm dịch vụ:

- Regular chiếm tỉ trọng cao ở hầu hết các nhóm.
- Silver chiếm tỉ trọng cao ở phân khúc sử dụng 3 và 4 dịch vụ.
- Nhóm Gold có xu hướng sử dụng 3,4,5 dịch vụ tại ngân hàng, đặc biệt với 31.51% ở nhóm 3 dịch vụ.**

Categorical Service by Segment



⇒ Nhóm khách hàng Gold và Silver có xu hướng sử dụng cùng lúc hơn 2 dịch vụ, bởi họ có khả năng tài chính dồi dào, đặc biệt là phân khúc Gold và họ ưa sử dụng các dịch vụ cao cấp như Tiền gửi có kì hạn và Tài khoản thanh toán trước trả sau.



PHÂN BỐ CHI TIẾT SỬ DỤNG DỊCH VỤ CỦA CÁC PHÂN KHÚC

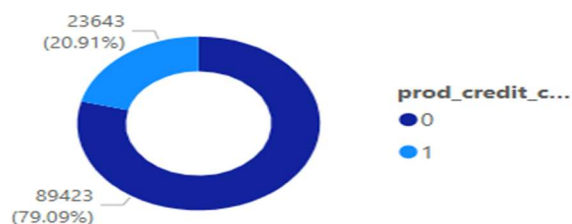
| segment | prod_app | prod_ca | prod_credit_card | prod_td | prod_upl | prod_secured_loan | Sum of amount |
|---------|----------|---------|------------------|---------|----------|-------------------|----------------------|
| Gold | 3610 | 3364 | 1713 | 2272 | 9 | 2 | 5,772,827,637,034.71 |
| Regular | 91025 | 82658 | 12255 | 7523 | 629 | 183 | 858,053,267,699.46 |
| Silver | 18227 | 15436 | 9675 | 3952 | 46 | 0 | 772,820,724,233.54 |
| Total | 112862 | 101458 | 23643 | 13747 | 684 | 185 | 7,403,701,628,967.71 |

Các dịch vụ sử dụng phổ biến nhất tại ngân hàng là App ngân hàng và thẻ Debit với tỉ lệ sử dụng rất cao, lần lượt là 99,28% và 89.73%. Tuy nhiên lại không phải là các sản phẩm mang lại nhiều doanh thu và lợi nhuận cho ngân hàng.

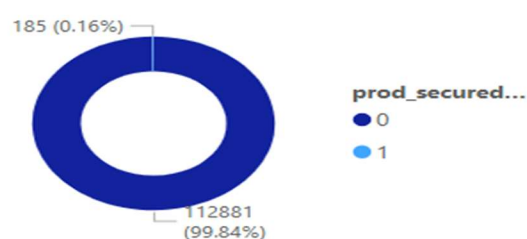
Sử dụng Dịch vụ cao cấp tập trung ở nhóm Gold và Silver vì họ có tài chính mạnh và nhờ các dịch vụ cao cấp ấy đã mang lại số Tiền gửi lớn với hơn 5.7 tỷ đồng cho ngân hàng.

Tuy nhiên theo biểu đồ đã phản ánh rõ tỷ lệ sử dụng dịch vụ cao cấp của khách hàng chưa cao, điều này thể hiện rõ hơn ở biểu đồ sau:

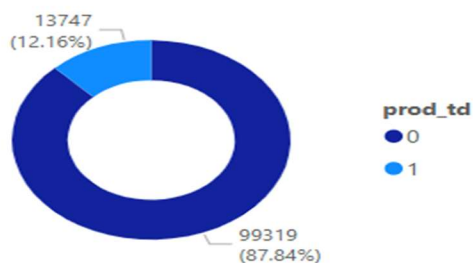
Credit card



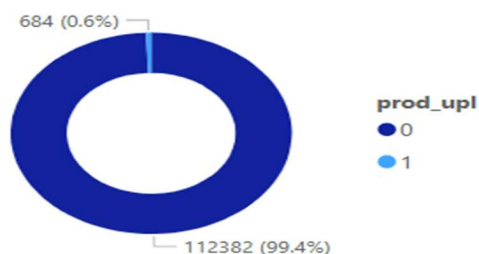
Secured Personal Loan



Time Deposits



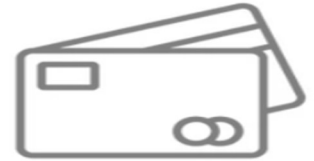
Unsecured Personal Loan



- Dịch vụ thẻ credit với 21% khách đang sử dụng.
- Tiền gửi có kỳ hạn chiếm 12%.
- Sản phẩm cho vay tín chấp và thế chấp chiếm chưa được 1%.

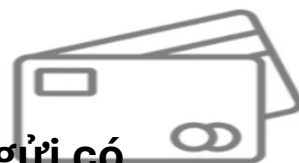
⇒ Cần đẩy mạnh các chương trình thu hút khách hàng sử dụng các sản phẩm dịch vụ này, trước tiên là sản phẩm thẻ credit và tiền gửi có kỳ hạn.

PHÂN BỐ CHI TIẾT KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ THEO SỐ LƯỢNG



| Total customers | prod_app | prod_debit_card | prod_credit_card | prod_secured_loan | prod_time deposit | prod_unsecured loan | Sum of amount |
|-----------------|----------|-----------------|------------------|-------------------|-------------------|---------------------|-----------------------------|
| 76987 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 291,399,572,831.20 |
| 15384 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 254,317,988,962.26 |
| 5478 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3,066,013,282,098.62 |
| 5023 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 884,365,861,327.04 |
| 4826 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 606,713,953.44 |
| 2860 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 2,803,660,016,592.33 |
| 1259 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 897,488,150.09 |
| 481 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 589,415,182.28 |
| 216 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 39,076,501,259.66 |
| 98 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 990,119,139.63 |
| 80 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 33,294,818,791.19 |
| 69 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 274,839,166.07 |
| 63 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2,397,858.44 |
| 41 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0.00 |
| 33 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 9,203,477,946.17 |
| 29 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 3,705,520,498.72 |
| 23 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00 |
| 23 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0.00 |
| 113066 | | | | | | | 7,403,701,628,967.71 |

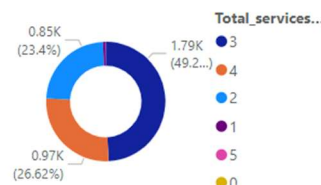
- Nhóm 2 dịch vụ (App, debit) có số lượng nhiều nhất với gần 77,000 khách hàng nhưng lại mang về doanh thu thấp với hơn 291 tỷ đồng.
 - Nhóm 2 dịch vụ (app và tiền gửi có kỳ hạn) mang về doanh thu hơn 884 tỷ đồng cao hơn gấp 4 lần so với nhóm trên tuy khách hàng chỉ có hơn 5,000 khách.
 - Nhóm 3 dịch vụ (app, debit và credit) mang về nhiều doanh thu nhất với hơn 3,066 tỷ đồng và đứng thứ 3 về số lượng khách hàng với gần 5,500 khách.
 - Nhóm sử dụng 4 dịch vụ (app, debit và credit, tiền gửi có kỳ hạn) mang về doanh thu thứ nhì với 2,803 tỷ đồng tuy số lượng khách xếp thứ 6.
- ⇒ Nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ cao cấp có xu hướng mang về doanh thu tiền gửi nhiều hơn so với nhóm không sử dụng.
- ⇒ Nhóm 2 dịch vụ (không sử dụng sản phẩm cao cấp) cần thúc đẩy sử dụng thêm sản phẩm cao cấp.
- ⇒ Nhóm 2 và 3 và 4 dịch vụ (có sử dụng sản phẩm cao cấp) cần chiến dịch tăng thêm số lượng khách hàng.



Phân khúc khách hàng Gold ưa sử dụng dịch tiền gửi có kỳ hạn

| Total customers | prod_app | prod_debit card | prod_credit card | prod_time deposit | prod_secured loan | prod_unsecured loan | Sum of amount |
|-----------------|----------|--------------------|---------------------|-------------------|----------------------|------------------------|----------------------|
| 962 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 2,568,368,757,993.95 |
| 1054 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2,490,778,956,396.21 |
| 218 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 327,710,322,656.04 |
| 720 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 183,973,377,996.37 |
| 618 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 145,962,198,711.07 |
| 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 24,198,757,790.50 |
| 11 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 14,683,214,253.67 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 10,331,984,770.00 |
| 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 3,403,954,931.00 |
| 3632 | | | | | | | 5,772,827,637,034.71 |

Categorical Service by Gold



Phân khúc Gold là những khách hàng VIP với số lượng tiền gửi vượt trội so với phân khúc Silver và Regular. Tuy Số lượng khách hàng Gold chỉ chiếm hơn 3,600 khách nhưng Doanh thu mang về gần 5,800 tỷ đồng. Đặc điểm của nhóm khách hàng Gold này là:

- Sử dụng từ **3 dịch vụ** trở lên với tỷ lệ khá cao khoảng **75%**.
- Dịch vụ ưa thích là Thẻ Credit và Tiền gửi có kì hạn: với tỉ lệ khách hàng sử dụng khá cao lần lượt là **47% và 62.56%**.
- Tiền gửi tại Ngân hàng với dịch vụ **Tiền gửi có kỳ hạn** là hơn **5,393 tỷ đồng => chiếm 92.98% tổng lượng tiền gửi của nhóm Gold**.

⇒ Có thể nói, Gold là nhóm có **Mức độ trung thành cao** với 75% sử dụng từ 3 dịch vụ trở lên, họ **ưu tiên sử dụng dịch vụ cao cấp và là Nguồn vốn quan trọng và đóng vai trò quan trọng trong nguồn vốn huy động của ngân hàng**.

Đề xuất:

- Tăng cường các chương trình ưu đãi dành riêng cho nhóm Gold để duy trì và phát triển mối quan hệ lâu dài.
- Khuyến khích nhóm này sử dụng thêm các dịch vụ sinh lời khác như đầu tư hoặc vay vốn để tối ưu lợi nhuận cho ngân hàng.