



DataMinds

# Bản thuyết trình kế hoạch phát triển kinh doanh

Data Got Talent 2024

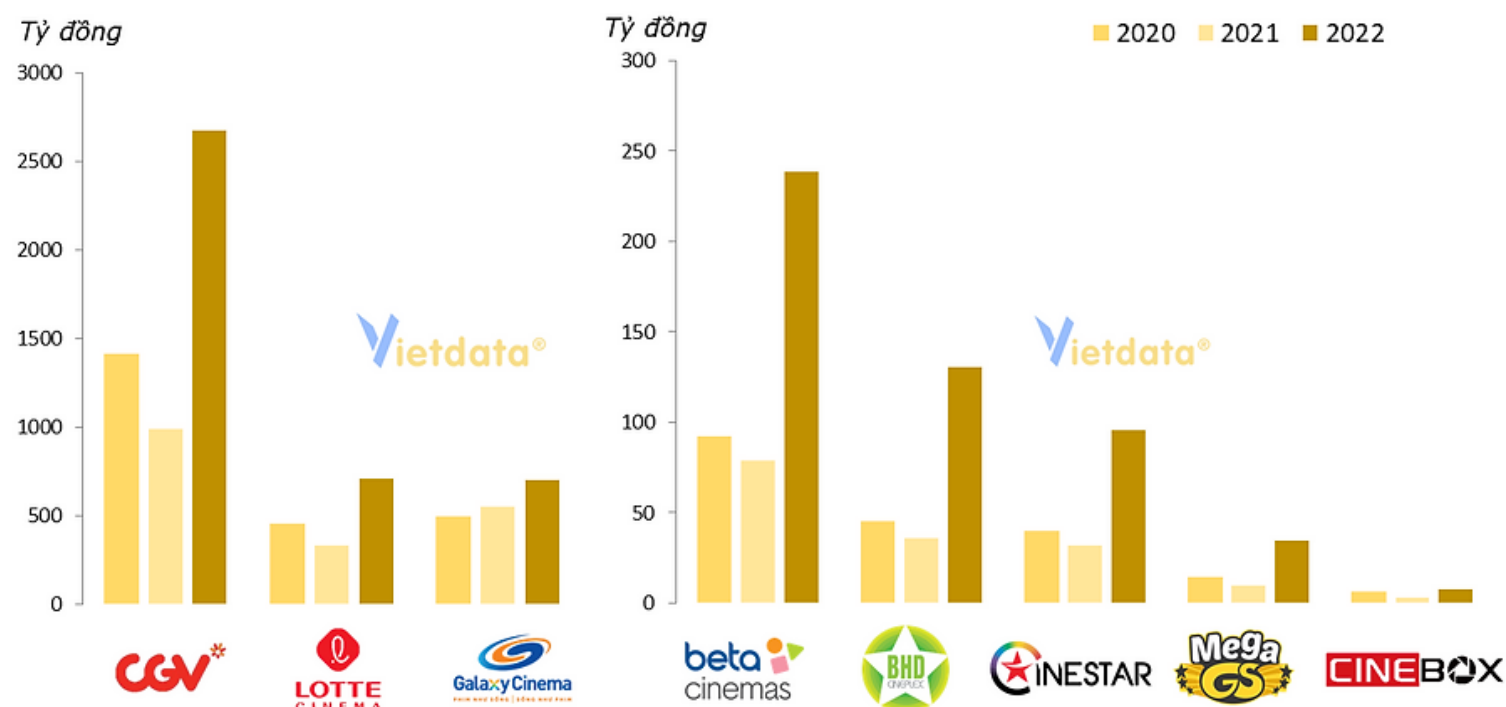


# Overview

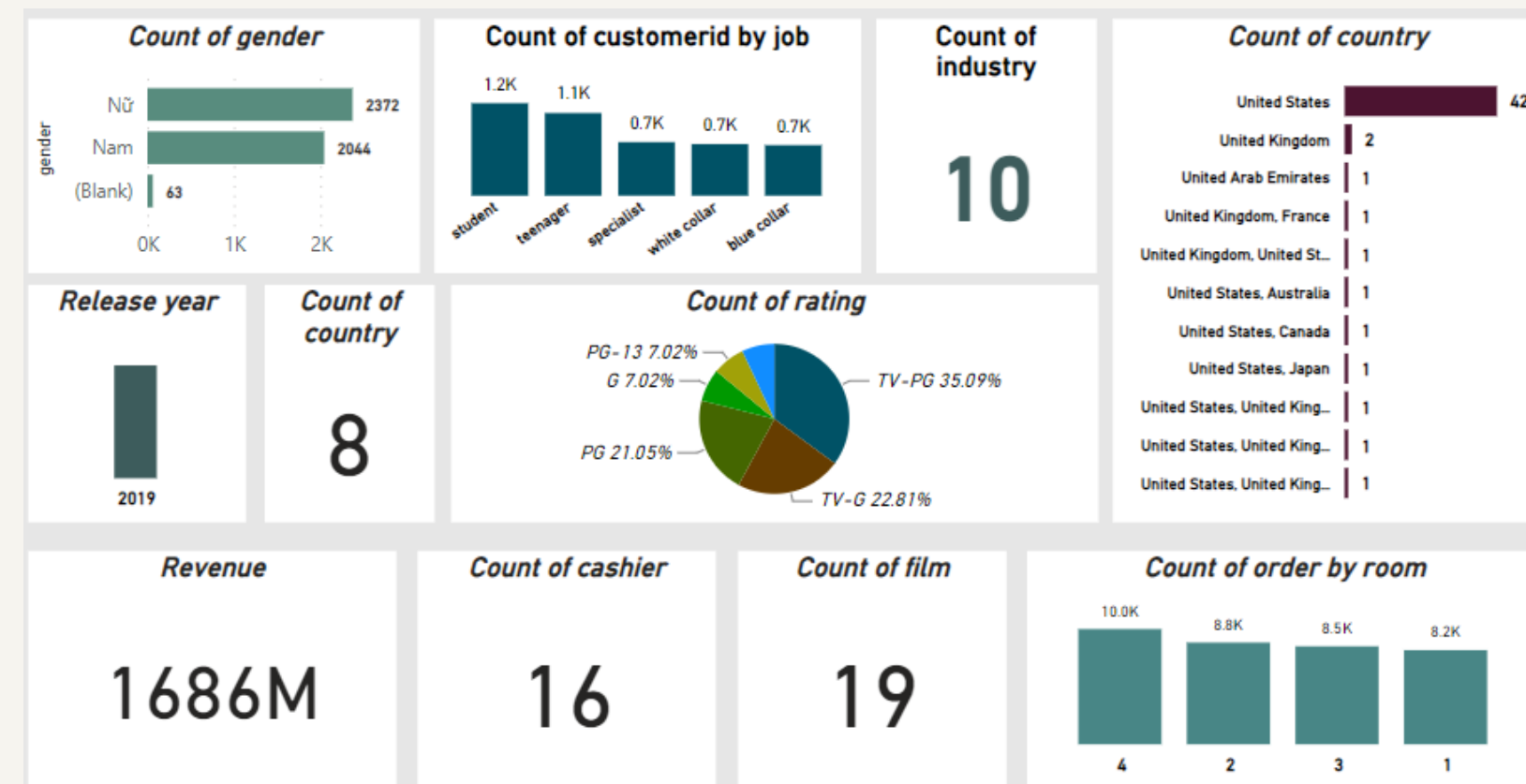
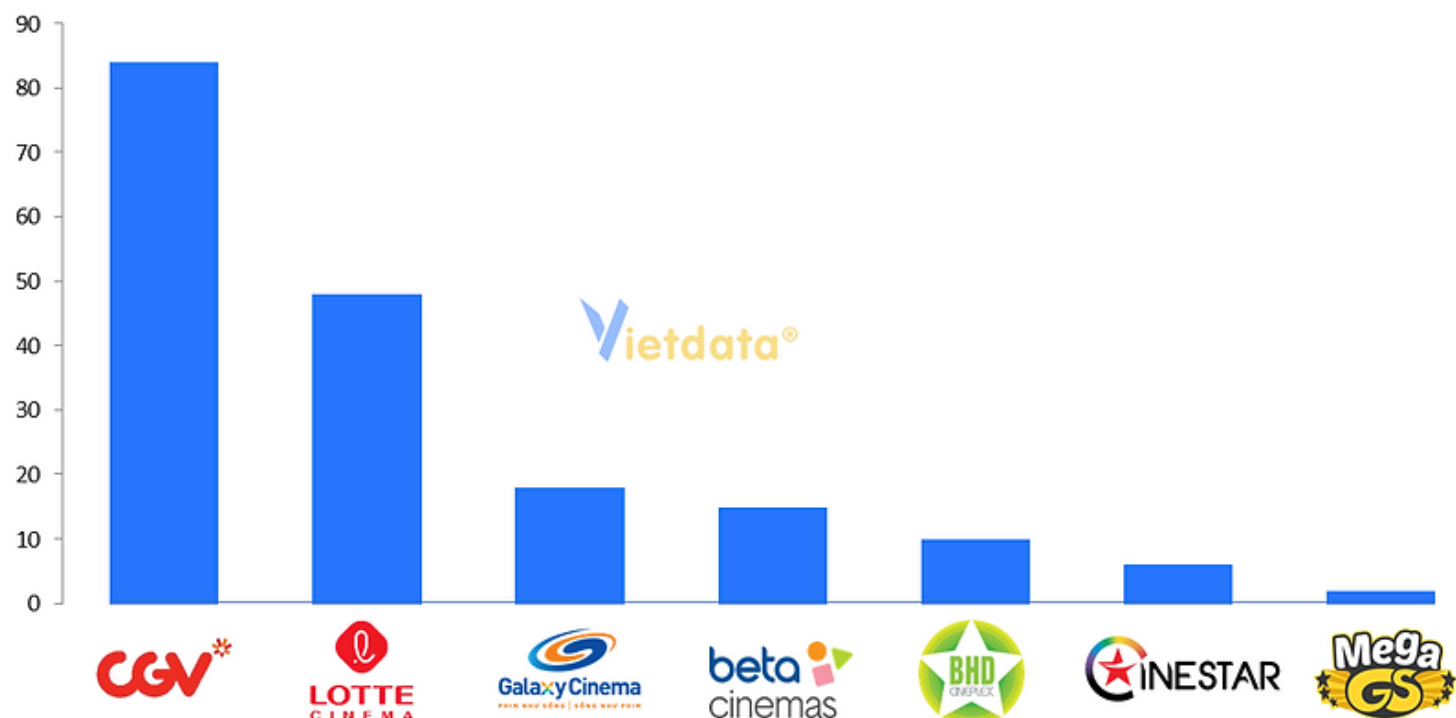


# Doanh nghiệp hiện vẫn đang còn nhỏ (SME)

DOANH THU CỦA MỘT SỐ RẠP PHIM TẠI VIỆT NAM



SỐ LƯỢNG CHI NHÁNH CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU



- Theo dữ liệu nhận được, doanh thu tháng 5/2019 của doanh nghiệp là 1,6 tỷ nếu so với các thương hiệu rạp film lớn khác thì vẫn đang còn khoảng cách khá lớn
- Điều này mang lại linh hoạt và khả năng thích nghi cao với môi trường thị trường mới

# Analyst



Về khách hàng

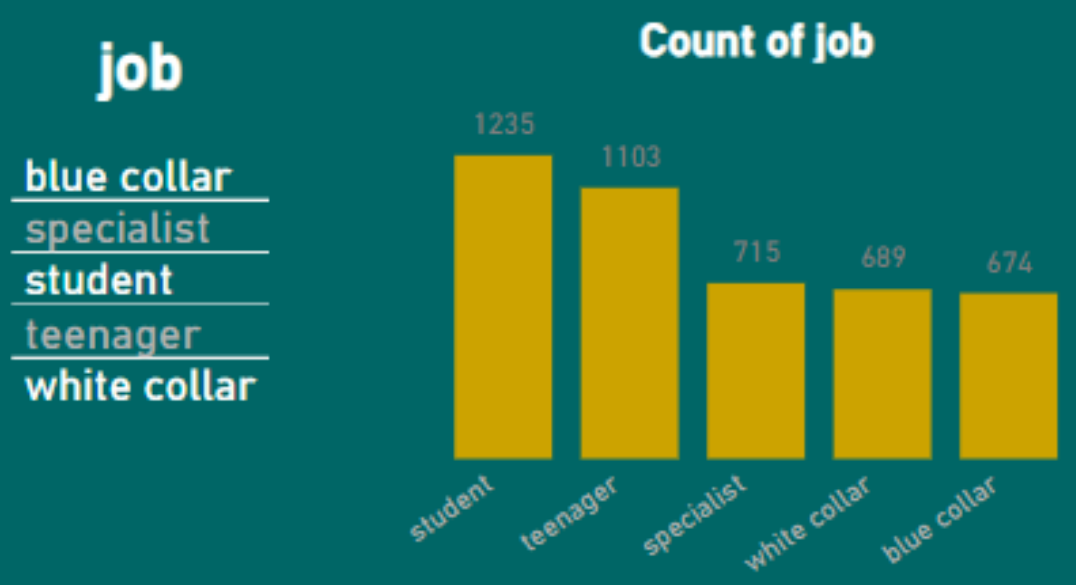
Overview

Analyst

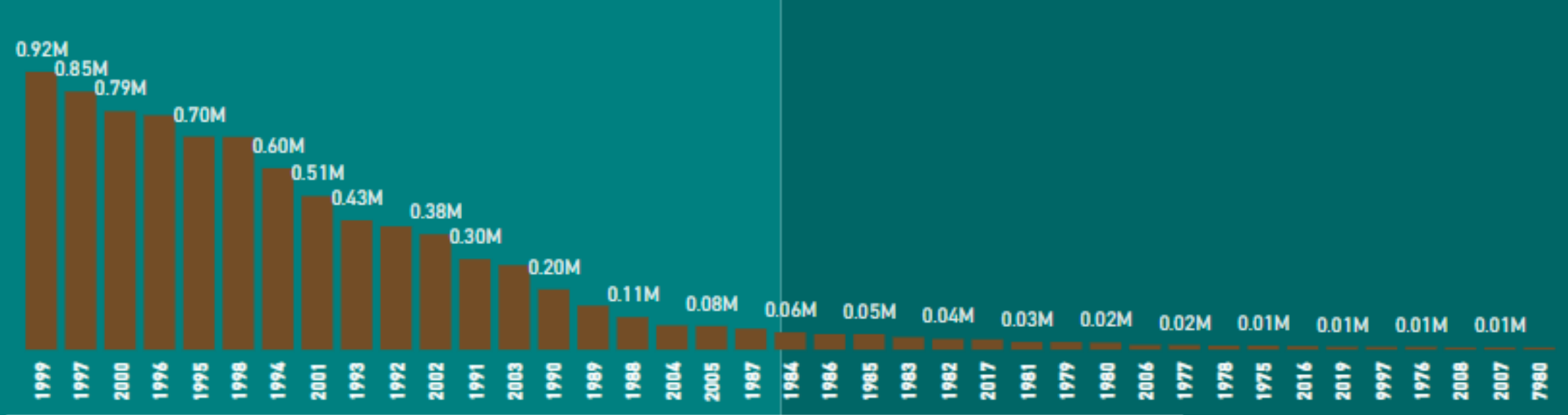
Problem

Solution

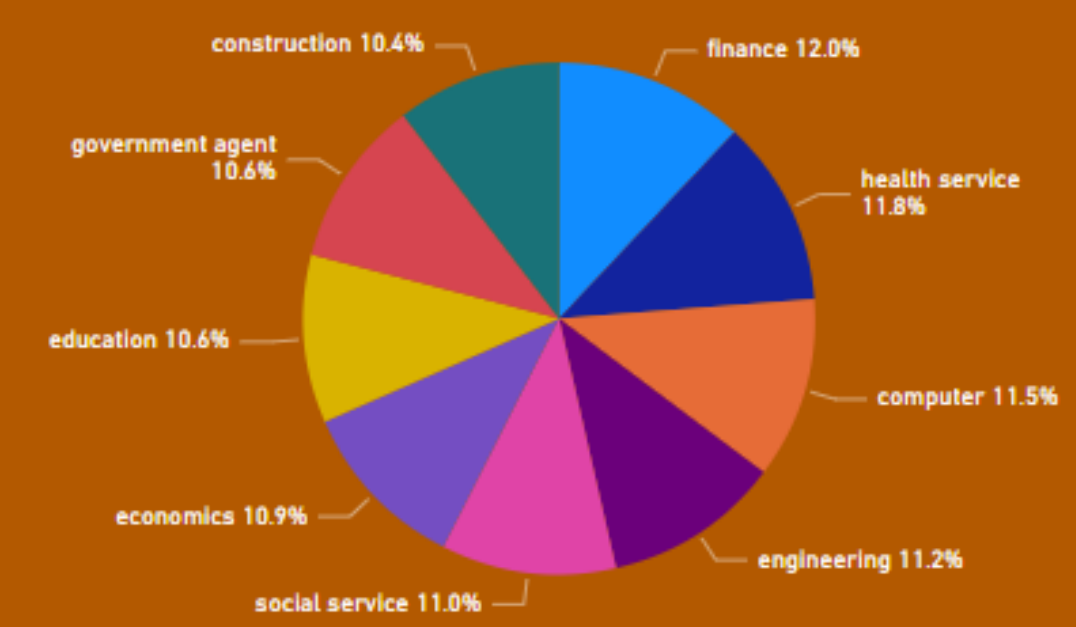
Customer distribution



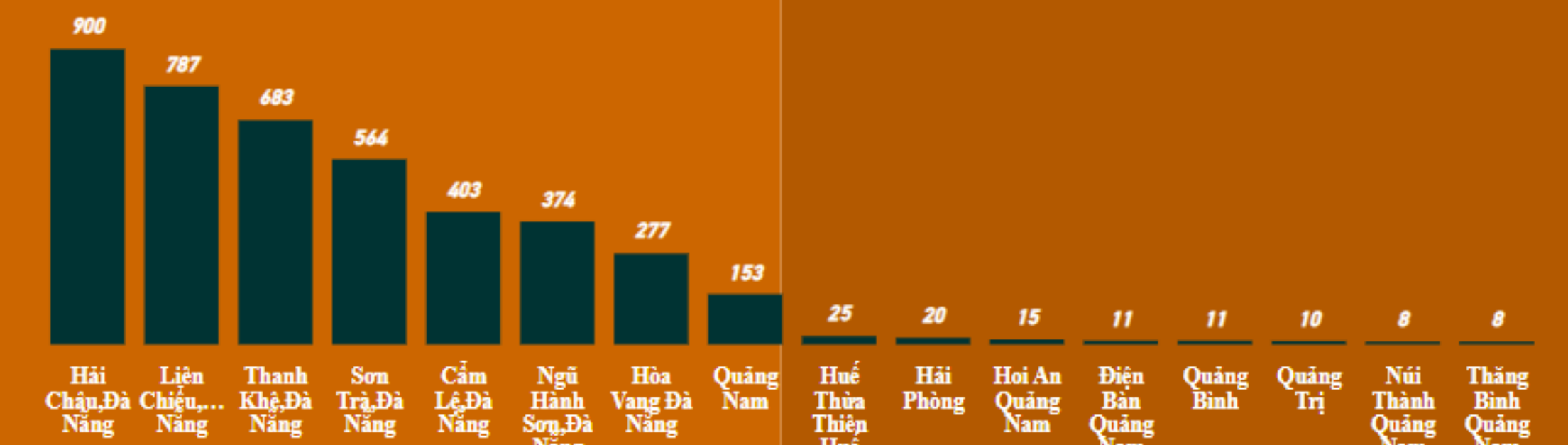
Age distribution of customers



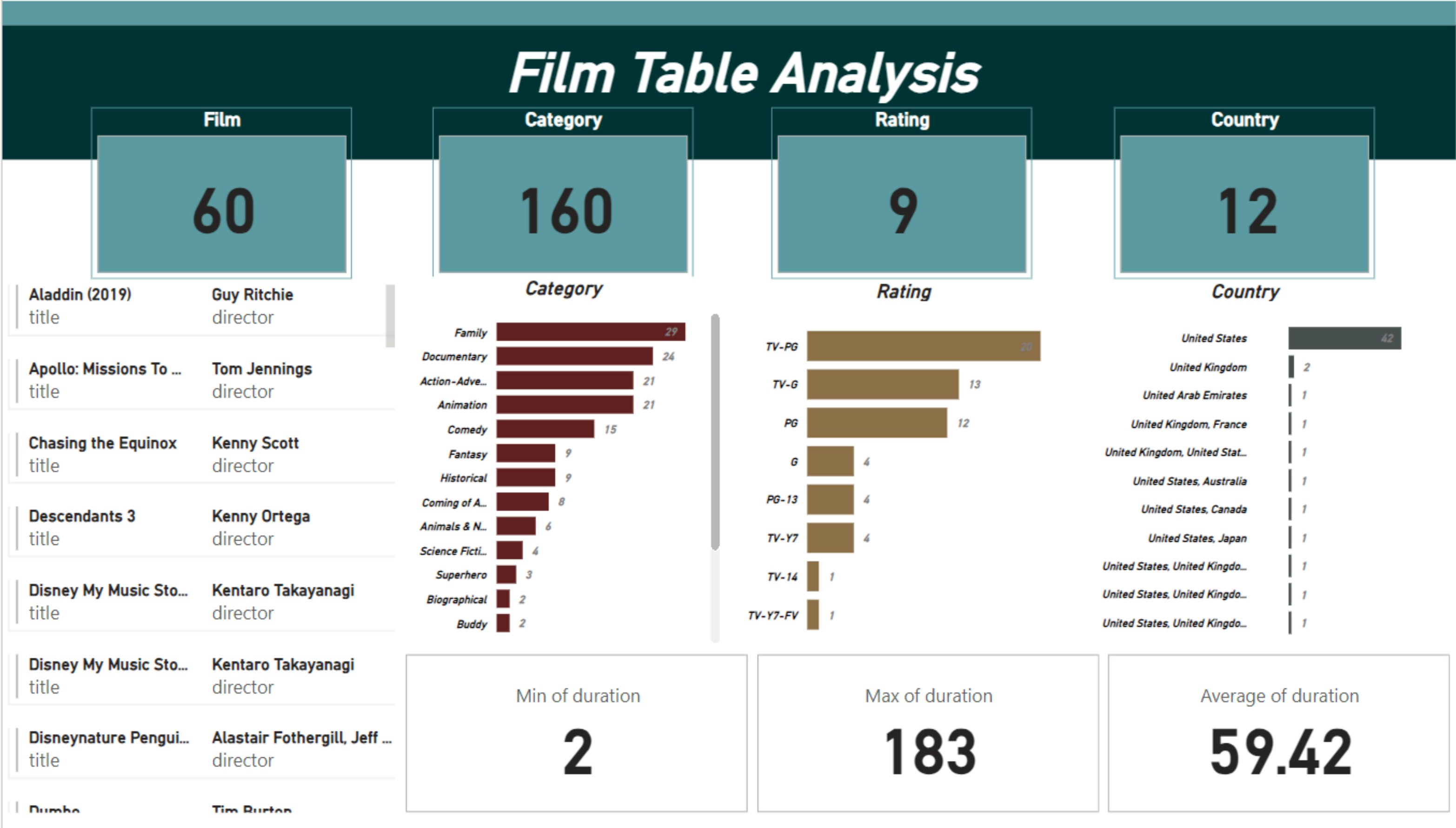
Count of industry



Count of address



Về phim



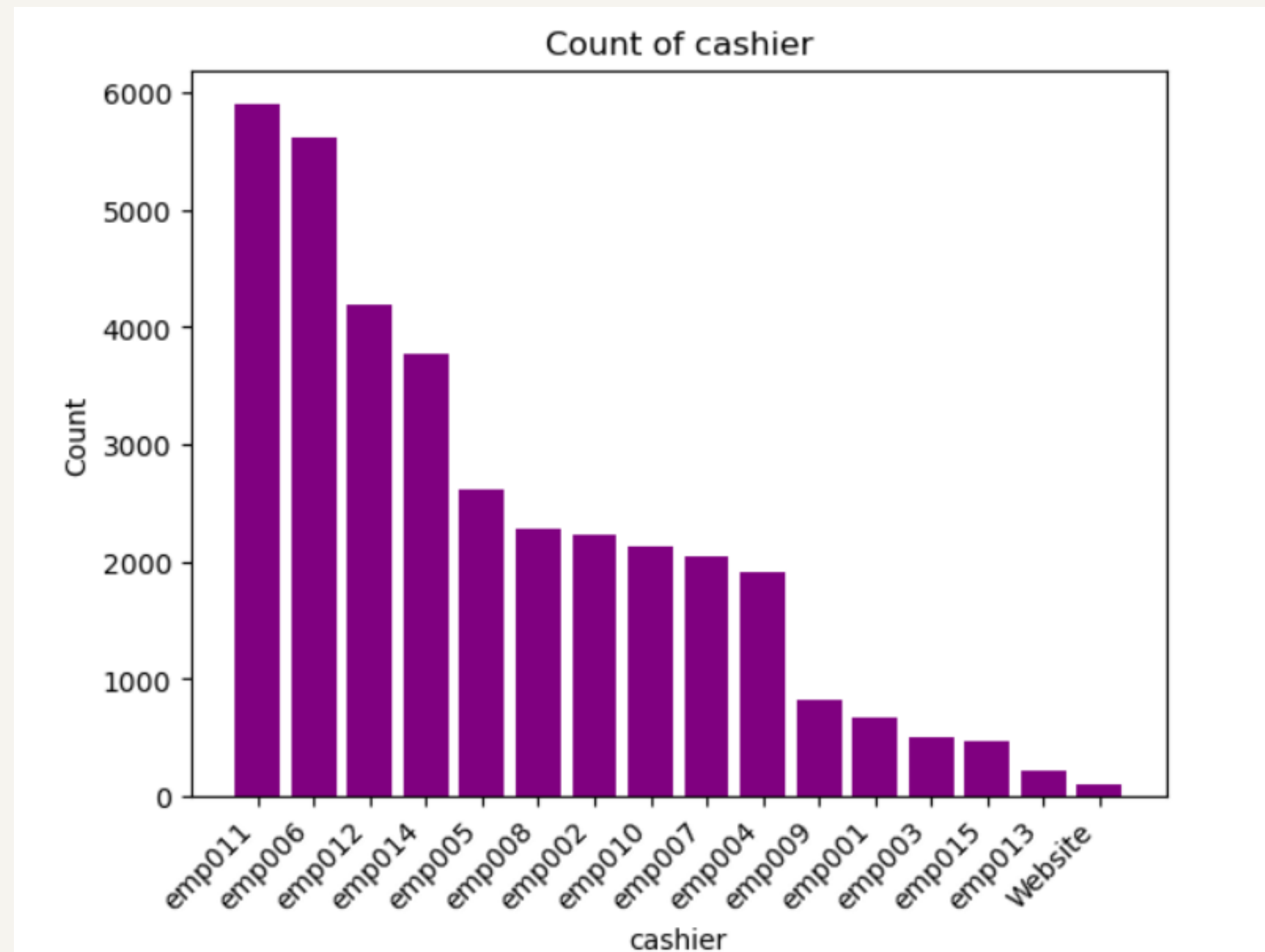
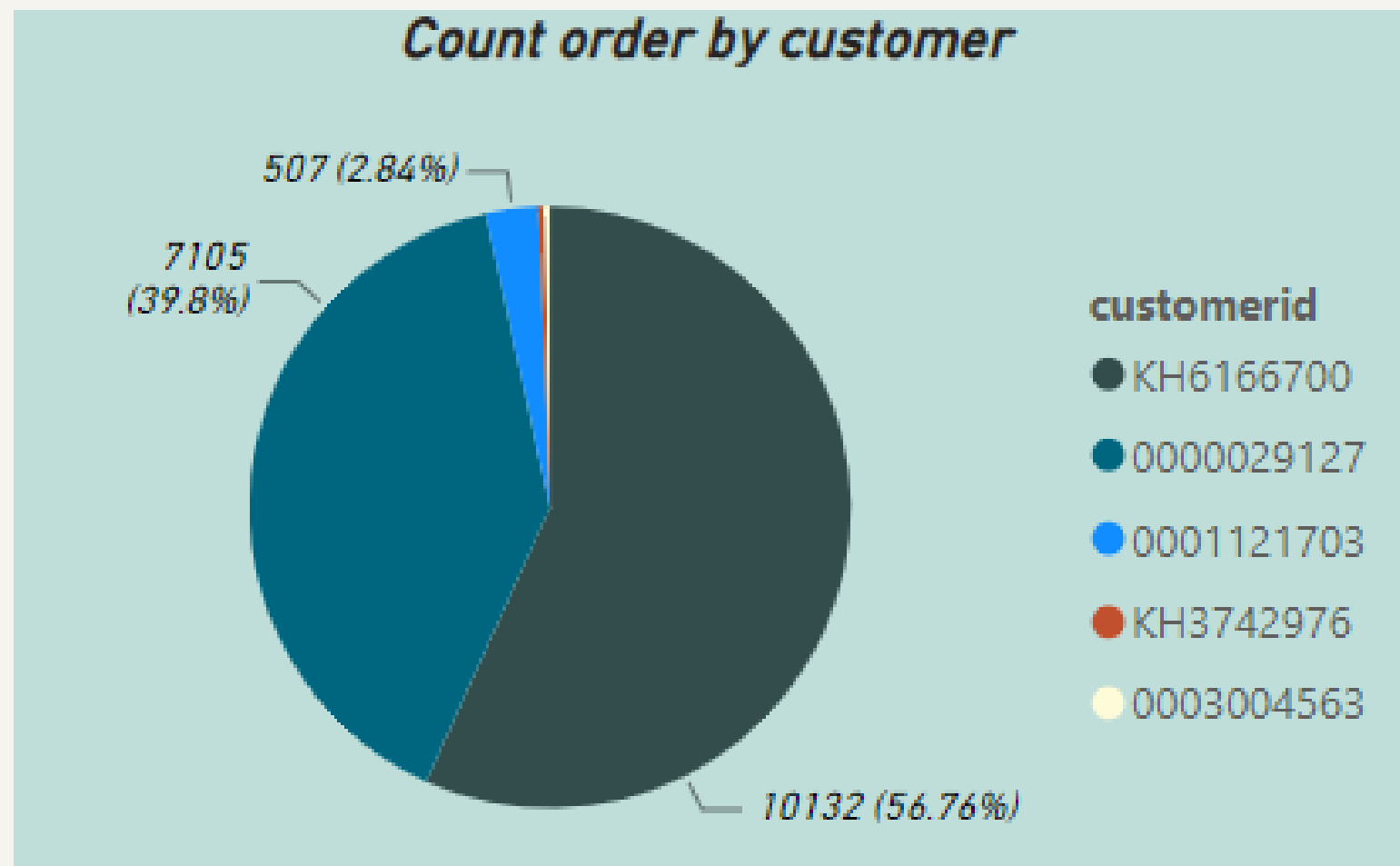
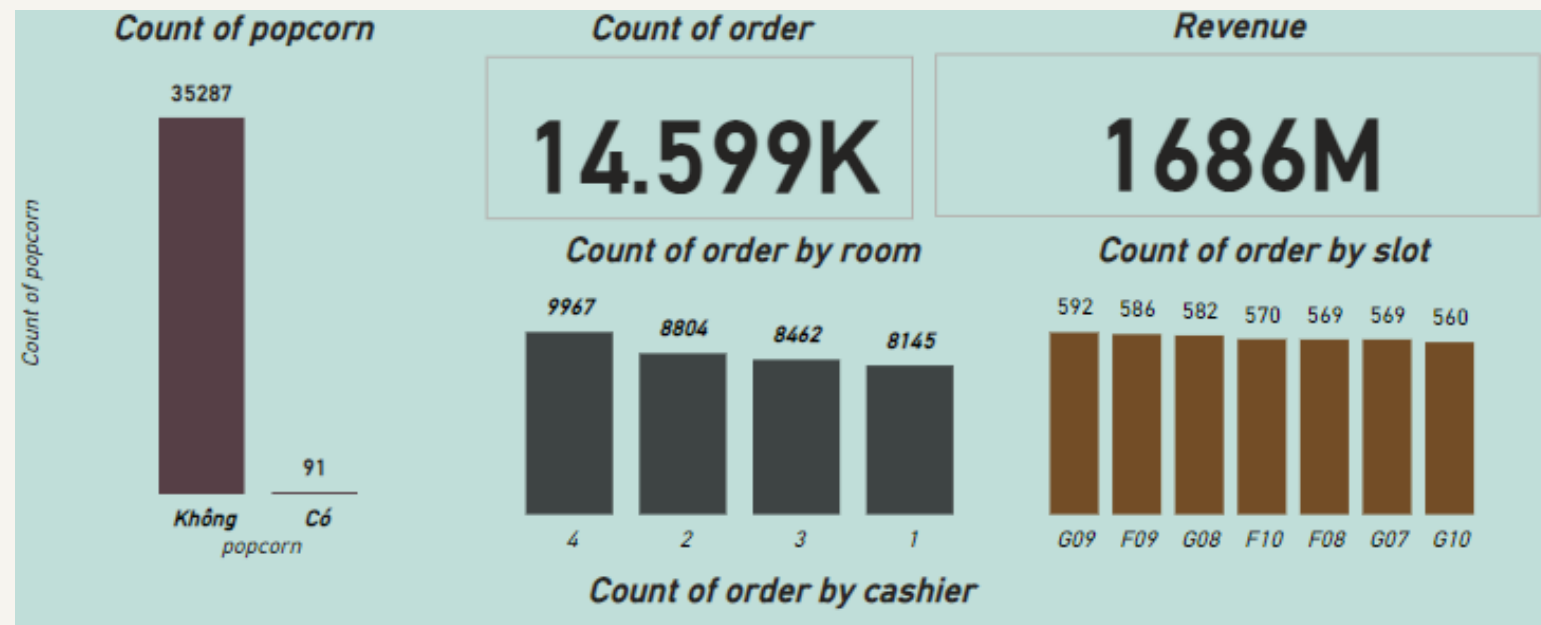
# Về hoạt động kinh doanh

Overview

Analyst

Problem

Solution

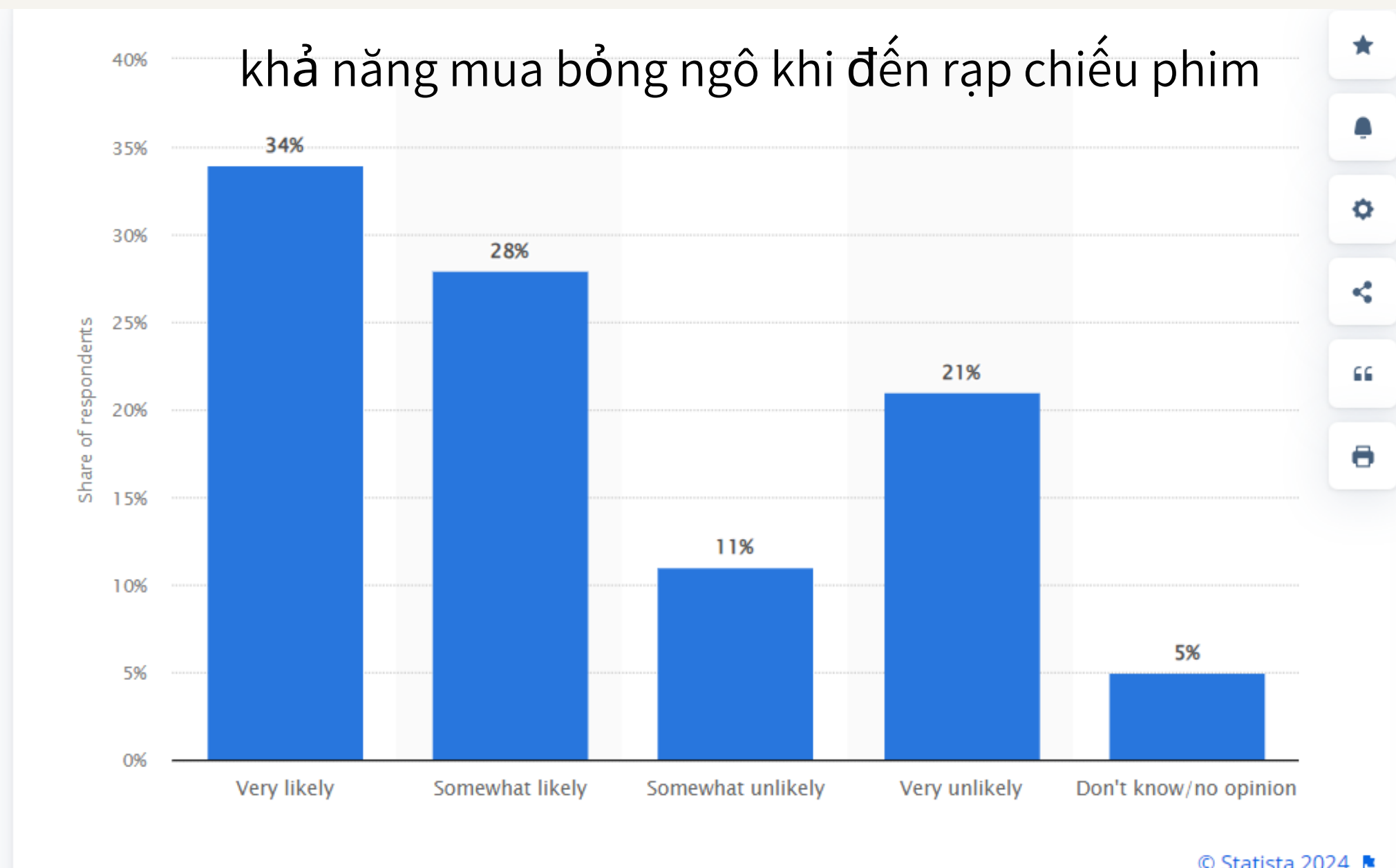
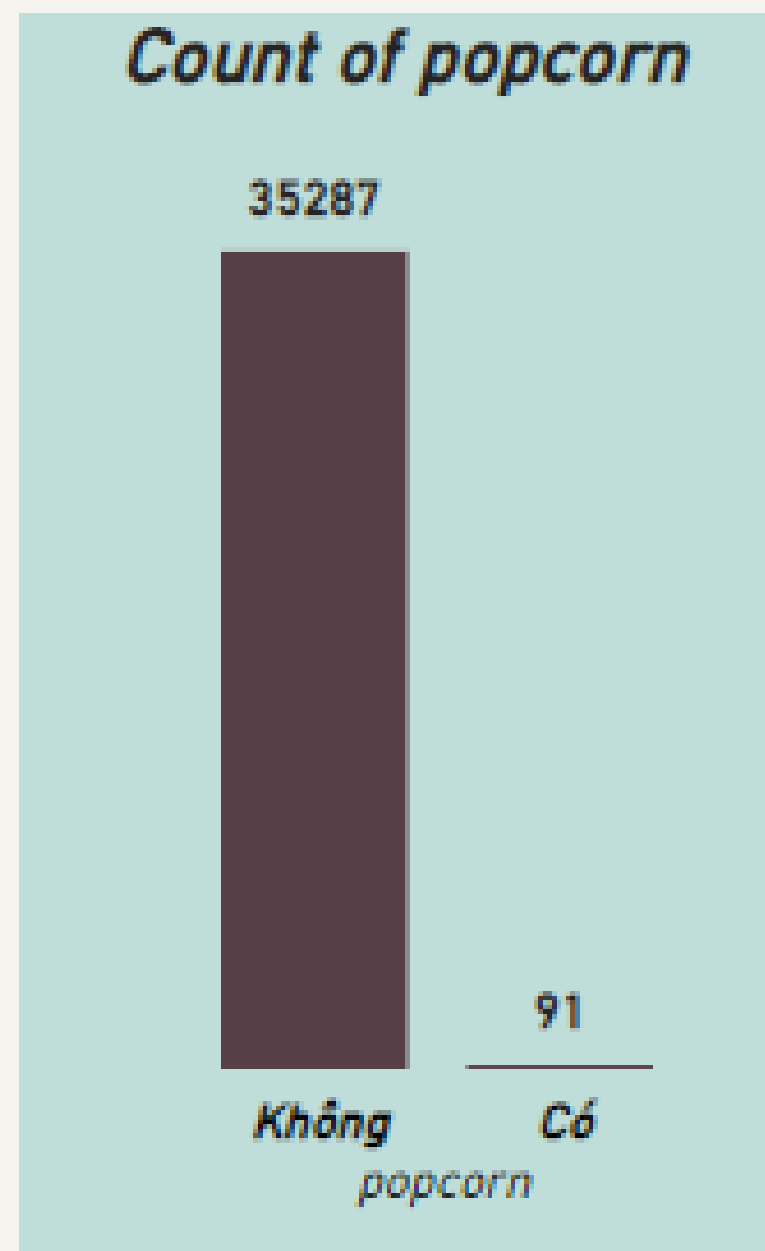


# Problem



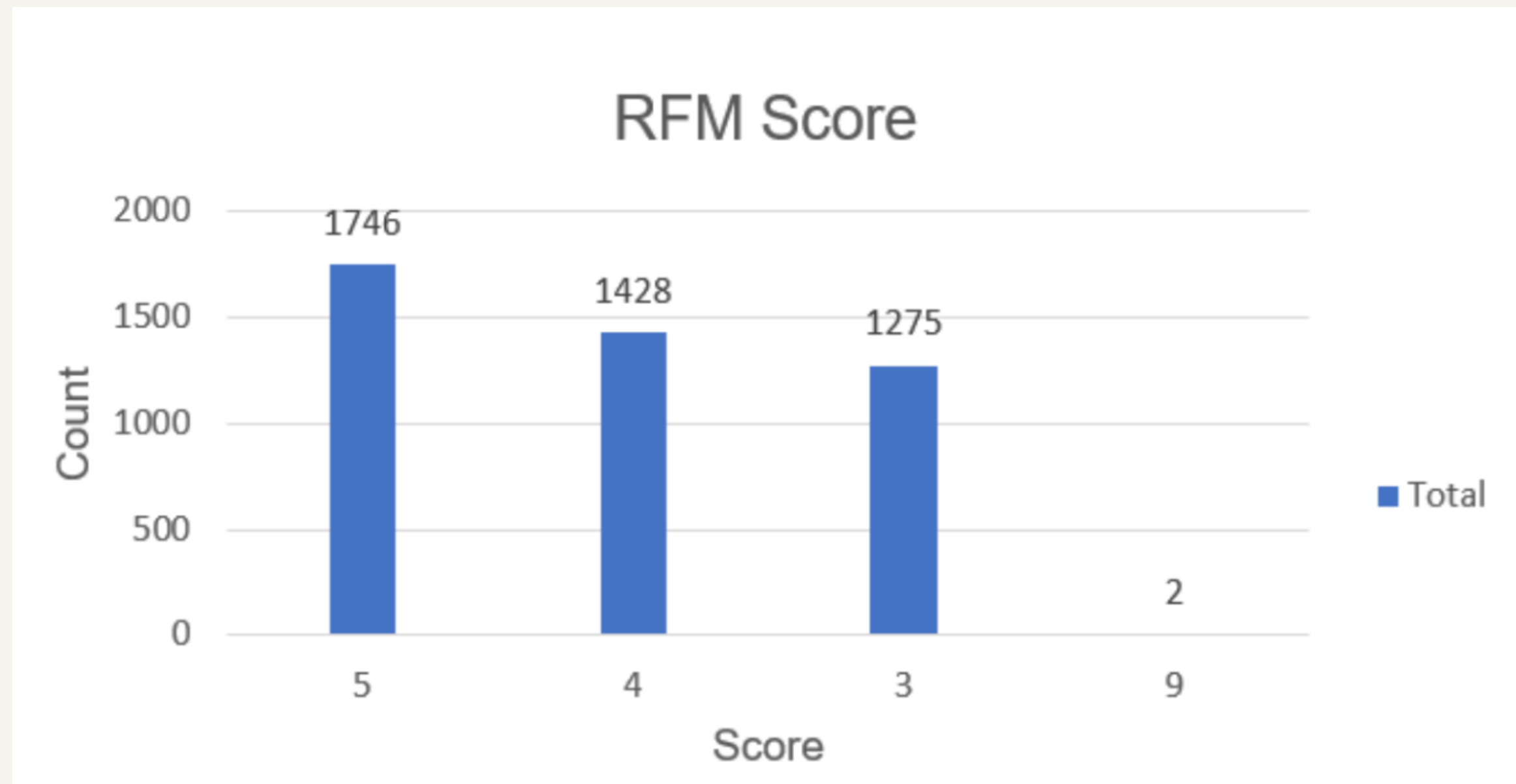


# 1. Đầu tiên là doanh thu chính của các rạp film tới từ bắp nước, nhưng doanh nghiệp vẫn chưa khai thác được



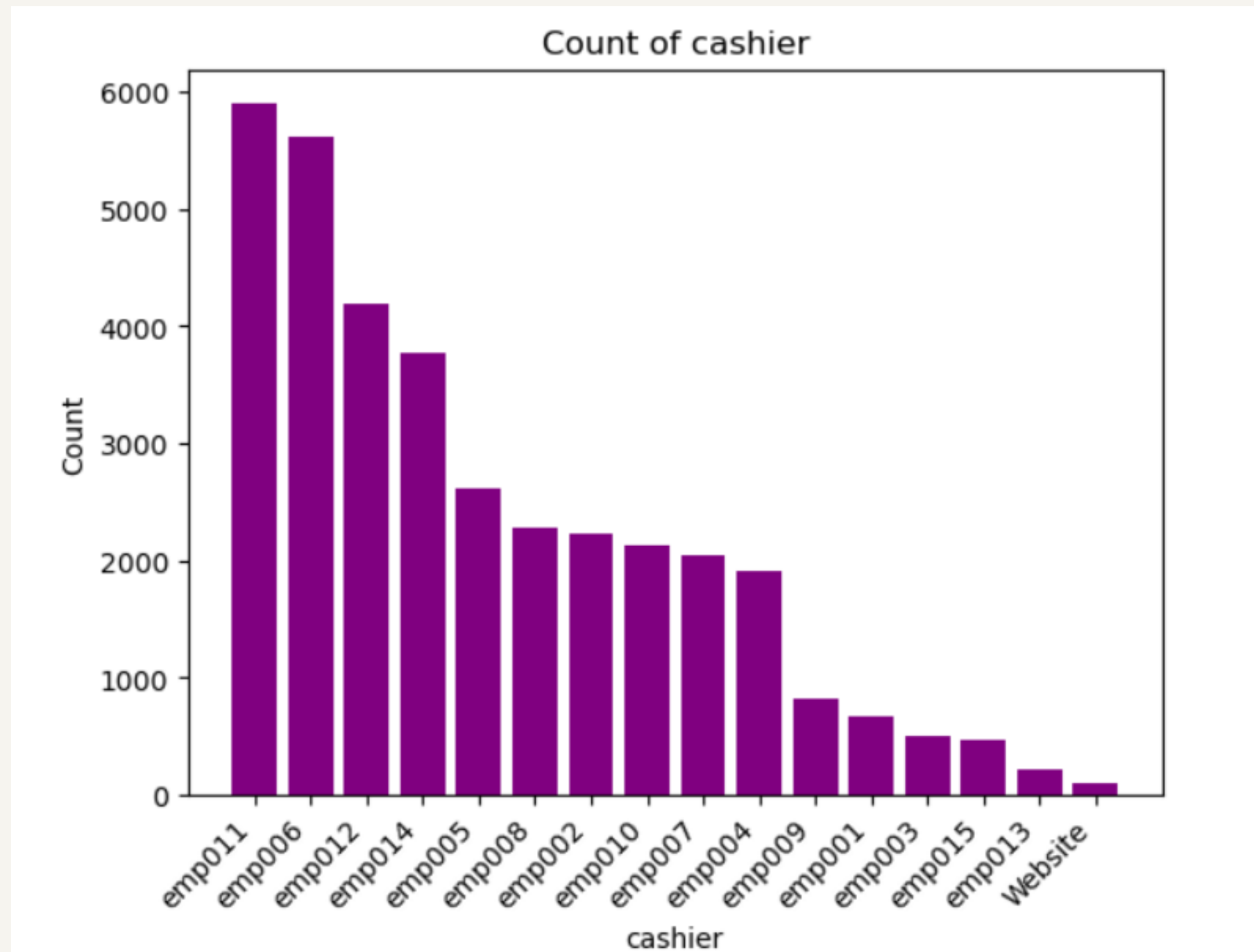
- Bắp rang bơ giúp các rạp phim kiếm siêu lợi nhuận khi vốn bỏ ra chỉ 10% so với giá bán.
- Vậy mà đối với doanh nghiệp chỉ có 0.002% là tỉ lệ khách hàng mua bắp nước

## 2. Doanh nghiệp cũng đối mặt với vấn đề thiếu sự trung thành của khách hàng



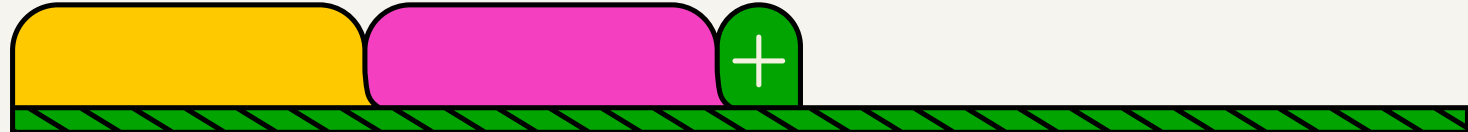
Biểu đồ cho thấy số lượng khách hàng với điểm RFM cao là rất ít, chủ yếu tập trung vào các điểm RFM thấp như 3, 4 và 5. Điều này gợi ý rằng doanh nghiệp cần phát triển chiến lược để thu hút và giữ chân khách hàng có điểm RFM cao hơn, tăng cường mối quan hệ và trải nghiệm của họ.

### 3. Doanh nghiệp chưa có sự đầu tư vào nền tảng website



Việc đặt vé xem phim trực tuyến ngày càng trở thành xu hướng, tạo nên một sự thuận tiện và linh hoạt cho khán giả. Tuy nhiên, đáng tiếc là nhiều doanh nghiệp rạp chiếu phim lớn vẫn chưa đặt đầu tư đầy đủ vào nền tảng website này, để cung cấp trải nghiệm mua vé trực tuyến tốt nhất cho khách hàng.

# Các rạp phim kiếm tiền như thế nào? và doanh nghiệp này đang kiếm tiền như thế nào?



## PHÂN TÍCH KINH DOANH

Loại hình	Trên thị trường	Doanh nghiệp
Bán vé	Tốt	Tốt
Bắp nước	Tốt	Kém
Đồ lưu niệm	Tốt	Không có
Quảng cáo	Tốt	Không có
Cho thuê rạp	Tốt	Không có

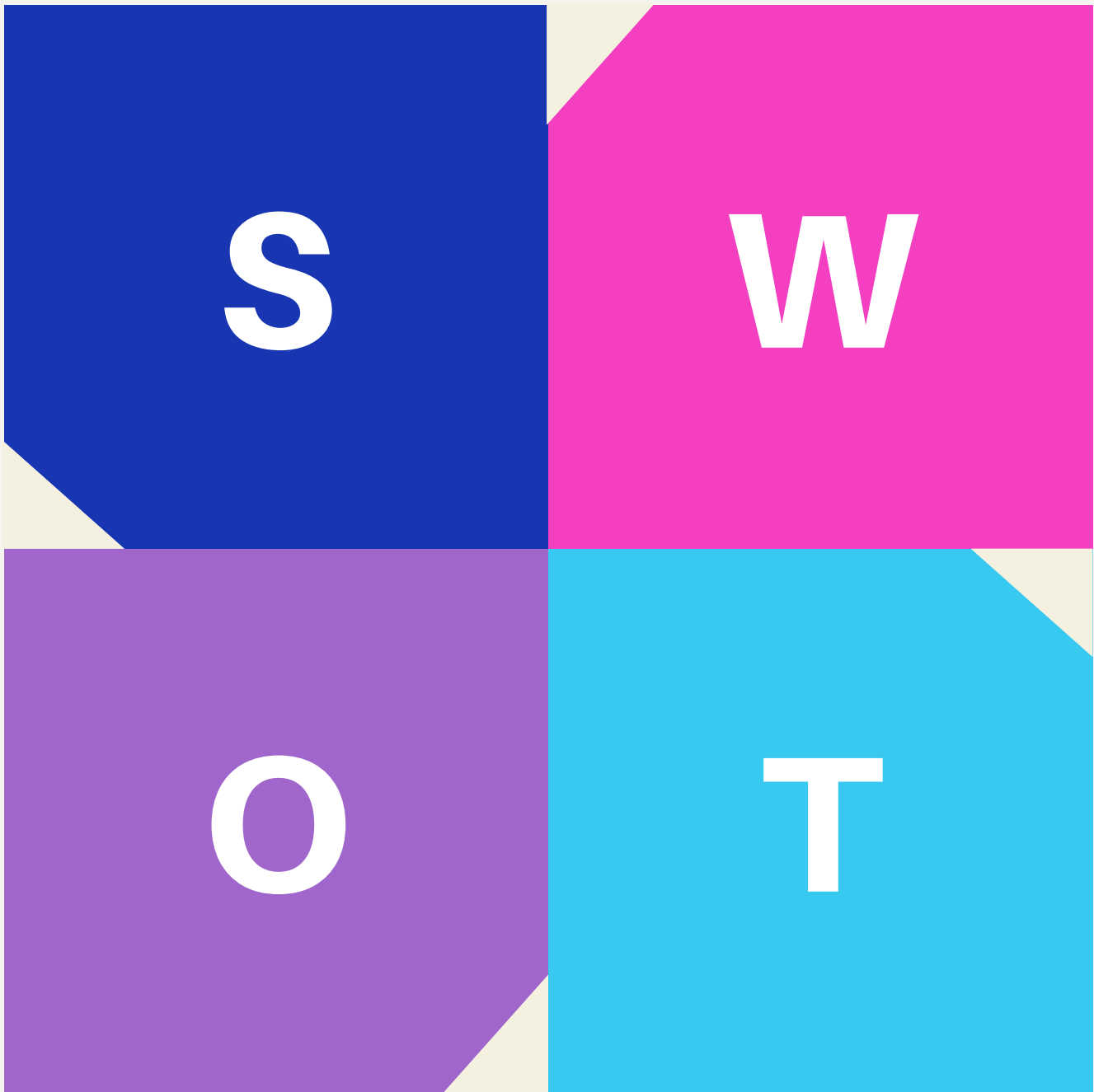
# Mô hình SWOT của doanh nghiệp

## STRENGTHS

- Doanh nghiệp còn nhỏ có thể chuyển mình một cách dễ dàng.
- Có tệp khách hàng cao về (người lớn tuổi đã đi làm)

## OPPORTUNITIES

- Thị trường rạp phim từ sau COVID đã phục hồi mạnh mẽ và nhanh chóng tăng trưởng trở lại.
- Dân số đông với 70% là giới trẻ
- Thị trường đa dạng loại phim, ngành điện ảnh Việt Nam phát triển
- Chính sách hỗ trợ từ chính phủ
- Sự phát triển của các đô thị lớn



## WEAKNESSES

- Khách hàng chủ yếu sử dụng dịch vụ trong một khung giờ cố định
- Bán hàng chủ yếu là trực tiếp chưa có nhiều giao dịch trực tuyến.
- Mất nguồn doanh thu lớn từ khắp nước Số lượng khách hàng quay lại chưa cao

## THREATS

- Có nhiều đối thủ mạnh trong ngành và đặc biệt về cùng phân khúc có nhiều đối thủ mạnh hơn.

# Solution



# Gợi ý giải pháp phát triển kinh doanh

## → Mở rộng sang thị trường OTT

Tiếp cận và kích thích nhóm khách hàng với xu hướng muốn xem phim tại nhà

## → Tối ưu chi phí

Doanh nghiệp mua quá nhiều bản quyền phim không cần thiết, dẫn đến lãng phí chi phí.

## → Tăng cường bán qua web

Trong thời đại ngày nay, có một nền tảng bán hàng trực tuyến sẽ giúp tiếp cận được một lượng lớn khách hàng tiềm năng và tạo ra trải nghiệm mua sắm thuận tiện.

## → Mở rộng rạp sang các tỉnh lân cận khác

Để có thể tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, bên cạnh đó có thể phát triển mô hình nhượng quyền

## → Áp dụng chiến lược giá cạnh tranh

Hạ giá không chỉ tạo ra một lợi thế cạnh tranh mà còn là rạp chiếu phim có vé rẻ nhất để thu hút sự quan tâm từ phía khách hàng.

## → Yếu tố con người

Doanh nghiệp cần phải định hình mình không chỉ là một nơi giải trí mà còn là một địa điểm với sứ mệnh phục vụ và làm hài lòng khách hàng

## → Phát hành thẻ thành viên

Để giữ chân và có nhiều khách hàng trung thành

## → Khuyến mãi

Để tiếp cận tới nhiều khách hàng hơn, doanh nghiệp có thể cung cấp nhiều chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng tiềm năng

KẾ HOẠCH THỰC HIỆN			
	Giai đoạn 1	Giai đoạn 2	Giai đoạn 3
Mục đích	Tăng độ nhận diện, tạo độ phủ cho thương hiệu	Tiếp cận gần gũi, tăng sự tương tác với khách hàng	Tạo sự ảnh hưởng đến cộng đồng
Hoạt động	Campaign: “Xem phim không lo bụng đói cùng Combo bắp nước”  Ưu đãi khi mua combo bắp nước hoặc merch đi kèm. Ưu đãi khi đặt trước bắp nước trên Website. Sampling các vị bắp nước mới với giá ưu đãi.	Campaign: “Thoả thích với Bắp nước Mega Size”  Ưu đãi khi upsize bắp hoặc nước. Khi mang theo ly đựng nước hoặc đồ đựng bắp thì sẽ được ưu đãi chiết khấu 7.000đ.	Campaign: "Bắp Nước Đặc Biệt cho Gia Đình" Mua 1 combo bắp nước gia đình (bao gồm 1 bắp và 2 nước ngọt lớn) và nhận ngay 1 vé xem phim miễn phí cho trẻ em dưới 12 tuổi.
Thời gian	Áp dụng xuyên suốt	Áp dụng trong 5 tháng	Áp dụng trong 4 tháng
Điểm chạm	Online: Ads,Facebook, TikTok, Instagram, Youtube, Website, Influencers, web trung gian Offline: Các chi nhánh	Online: Ads,Facebook, TikTok, Instagram, Youtube, Website, Influencers, web trung gian Offline: Các chi nhánh	Online: Ads,Facebook, TikTok, Instagram, Youtube, Website, Influencers, web trung gian Offline: Các chi nhánh
KPI	Tăng tỷ lệ vé bán ra lên 15%. Tỷ lệ bắp nước cùng phụ kiện là 30% trong tháng đầu.	Tăng tỷ lệ quay lại , và khách trở thành KH thành viên với tỷ lệ 35%.	Tăng tỷ lệ vé bán ra lên 25%, tỷ lệ bắp nước cùng phụ kiện là 40% trong 3 tháng.



Thank  
You

The background features several overlapping, wavy, organic shapes in shades of pink, light blue, and lavender. These shapes are positioned behind the text, creating a soft, artistic backdrop.