



# **DATA GOT TALENT**

## **STORYTELLING ROUND** **DATA REPORT**

**GROUP NAME: T-LOT**

**Trịnh Thị Kim Oanh**  
**Trần Diệu Thùy**  
**Trương Thị Anh Thi**  
**Trần Văn Lợi**





# NỘI DUNG

01

**KHÁCH HÀNG  
(CUSTOMER)**

02

**NHU CẦU CỦA  
NGƯỜI DÙNG  
(SATISFIED)**

03

**DOANH THU  
(SALE)**

04

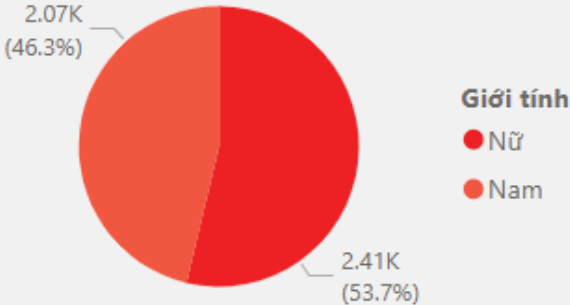
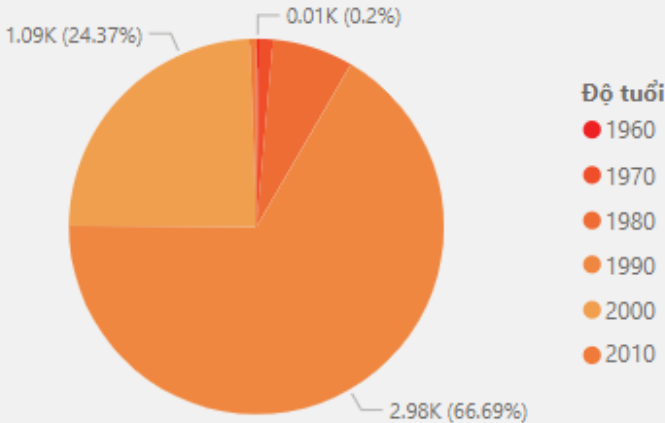
**ĐỀ XUẤT  
CHIẾN LƯỢC  
MARKETING**



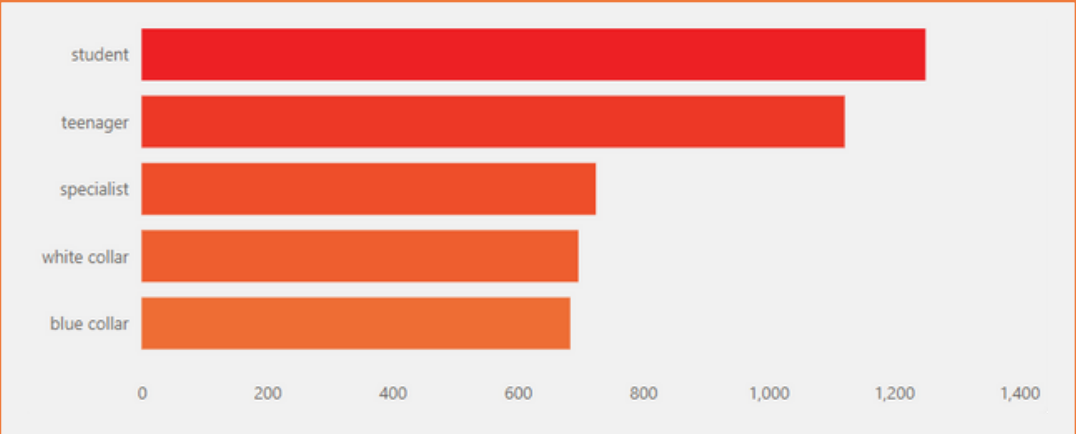
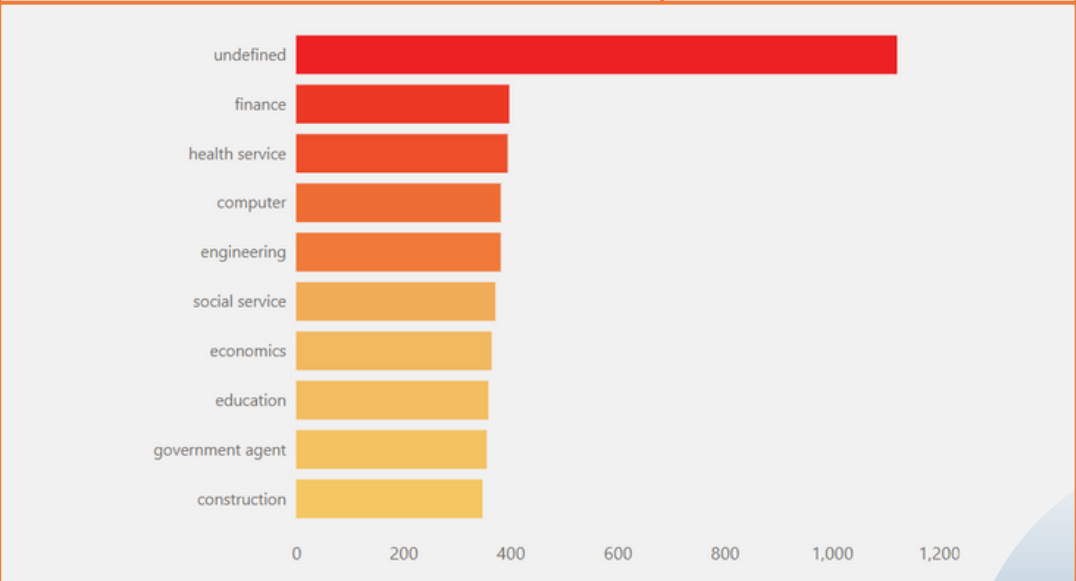
# KHÁCH HÀNG (CUSTOMER)

**Khách hàng mục tiêu (Target Audience):** là nhóm người được xác định là có tiềm năng cao nhất để mua sản phẩm hoặc dịch vụ của mình.

**Khách hàng tiềm năng (Lead):** là những khách hàng trong tương lai có thể trở thành khách hàng của mình.

Yếu Tố	Mục tiêu	Tiềm Năng																					
<b>Giới tính</b>  <table><caption>Giới tính</caption><thead><tr><th>Giới tính</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>Nữ</td><td>2.41K</td><td>53.7%</td></tr><tr><td>Nam</td><td>2.07K</td><td>46.3%</td></tr></tbody></table>	Giới tính	Count	Percentage	Nữ	2.41K	53.7%	Nam	2.07K	46.3%	Nam, Nữ													
Giới tính	Count	Percentage																					
Nữ	2.41K	53.7%																					
Nam	2.07K	46.3%																					
<b>Tổng khách hàng</b> <b>4451</b>	4451 người																						
<b>Độ tuổi</b>  <table><caption>Độ tuổi</caption><thead><tr><th>Độ tuổi</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1960</td><td>2.98K</td><td>66.69%</td></tr><tr><td>1970</td><td>1.09K</td><td>24.37%</td></tr><tr><td>1980</td><td>0.01K</td><td>0.2%</td></tr><tr><td>1990</td><td></td><td></td></tr><tr><td>2000</td><td></td><td></td></tr><tr><td>2010</td><td></td><td></td></tr></tbody></table>	Độ tuổi	Count	Percentage	1960	2.98K	66.69%	1970	1.09K	24.37%	1980	0.01K	0.2%	1990			2000			2010			Từ năm 1990 đến 2000	Từ năm 2000 đến trước 2017
Độ tuổi	Count	Percentage																					
1960	2.98K	66.69%																					
1970	1.09K	24.37%																					
1980	0.01K	0.2%																					
1990																							
2000																							
2010																							

# KHÁCH HÀNG (CUSTOMER)

Yếu Tố	Mục tiêu	Tiềm Năng																					
Công việc	<ul style="list-style-type: none"><li>Student</li><li>Specialist</li><li>White collar</li><li>Blue collar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Teenager</li></ul>																					
	 <table><tr><th>Category</th><th>Value</th></tr><tr><td>student</td><td>1250</td></tr><tr><td>teenager</td><td>1120</td></tr><tr><td>specialist</td><td>720</td></tr><tr><td>white collar</td><td>680</td></tr><tr><td>blue collar</td><td>650</td></tr></table>		Category	Value	student	1250	teenager	1120	specialist	720	white collar	680	blue collar	650									
Category	Value																						
student	1250																						
teenager	1120																						
specialist	720																						
white collar	680																						
blue collar	650																						
Lĩnh vực	<ul style="list-style-type: none"><li>Finance</li><li>Health service</li><li>Computer</li><li>Engineering</li><li>Social service</li><li>Economics</li><li>Education</li><li>Government agent</li><li>Construction</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Undefined</li></ul>																					
	 <table><tr><th>Category</th><th>Value</th></tr><tr><td>undefined</td><td>1100</td></tr><tr><td>finance</td><td>400</td></tr><tr><td>health service</td><td>400</td></tr><tr><td>computer</td><td>390</td></tr><tr><td>engineering</td><td>390</td></tr><tr><td>social service</td><td>380</td></tr><tr><td>economics</td><td>370</td></tr><tr><td>education</td><td>360</td></tr><tr><td>government agent</td><td>360</td></tr><tr><td>construction</td><td>350</td></tr></table>		Category	Value	undefined	1100	finance	400	health service	400	computer	390	engineering	390	social service	380	economics	370	education	360	government agent	360	construction
Category	Value																						
undefined	1100																						
finance	400																						
health service	400																						
computer	390																						
engineering	390																						
social service	380																						
economics	370																						
education	360																						
government agent	360																						
construction	350																						

# I VỀ KHÁCH HÀNG

***Để tiếp tục phát triển mạnh trong 5 năm tới thì chiến lược tập trung vào khách hàng mục và mở rộng khách hàng tiềm năng.***

- **Đối với KH mục tiêu:** Việc mở rộng khách hàng tiềm năng mới sẽ tốn kém nhiều **chi phí** hơn cho việc Marketing, chương trình thu hút so với việc tập trung vào khách hàng cũ. Do vậy, **giữ được khách thì lợi nhuận sẽ tăng**. Tuy nhiên, tùy thuộc vào các bộ phim khác nhau mà lợi nhuận này sẽ chênh lệch nhiều hay ít.
- **KH tiềm năng:** Sẽ sẵn sàng chi trả tiền cho những sản phẩm/dịch vụ nếu họ nhận được những trải nghiệm **thỏa mãn nhu cầu** của họ. Vì vậy, việc xác định được khách hàng tiềm năng sẽ giúp bạn có những giải pháp và chiến lược giúp để đạt những lợi ích từ họ trong hiện tại và tương lai.

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

### *Khách hàng mục tiêu là những khách hàng:*

- Nằm trong độ tuổi từ **1990-2000** chiếm tỷ trọng **66,69%**
- Công việc của khách hàng chủ yếu là: Student, Specialist, White collar, Blue collar trong đó:
  - Student là công việc chiếm nhiều nhất với 1249/2955 khách hàng
  - Blue collar là công việc chiếm ít nhất với 567/2955 khách hàng
- Khách hàng làm việc trong các lĩnh vực: finance, health service, computer, engineering, social service, economics, education, government agent, construction trong đó:
  - Health service là lĩnh vực đông đảo nhất với 359/2955 khách hàng
  - Education là lĩnh vực ít nhất với 309/2955 khách hàng
- Giới tính của khách hàng:
  - Nữ chiếm 53,7% cao hơn so với khách hàng nam (46,3%).
  - Chênh lệch tỷ lệ giới tính không quá lớn, cho thấy rạp chiếu phim đang thu hút được lượng khách hàng tương đối cân bằng giữa nam và nữ.

**=> Tập trung giữ chân khách hàng**

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

### 1. Chiến lược giữ chân khách hàng bằng thẻ thành viên:

- Ưu đãi đặc biệt cho thành viên:
  - Cung cấp giá vé ưu đãi hoặc combo đặc biệt cho các thành viên thẻ.
- Hệ thống tích điểm và ưu đãi:
  - Tạo hệ thống tích điểm dựa trên số lần mua vé hoặc số tiền đã chi tiêu.
  - Cung cấp ưu đãi như giảm giá, quà tặng hoặc vé miễn phí khi thành viên đạt được một mức tích điểm nhất định.
- Ưu đãi tại các đối tác liên kết:
  - Hợp tác với các đối tác khác như nhà hàng, quán bar, hoặc cửa hàng thực phẩm để cung cấp ưu đãi cho thành viên khi họ sử dụng thẻ tại những địa điểm này.

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

- Tích hợp công nghệ:
  - Phát triển ứng dụng di động để dễ dàng quản lý thông tin thành viên và cung cấp ưu đãi.
  - Sử dụng công nghệ quét mã QR hoặc thẻ để thuận tiện cho việc tích điểm và sử dụng ưu đãi.
- Thẻ thành viên với thiết kế độc đáo:
  - Tạo thiết kế thẻ thành viên độc đáo và thú vị để tăng giá trị tâm lý và giữ chân khách hàng.
  - Cập nhật thiết kế thẻ theo mùa, sự kiện hoặc dịp lễ để làm mới và tạo sự hứng thú.

**=> Bằng cách kết hợp các chiến lược trên, rạp chiếu phim có thể tạo ra một trải nghiệm tốt hơn cho thành viên và giữ chân họ lâu dài.**



# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

### 2. Chính sách giảm giá:

- Quà tặng sinh nhật:
  - Khách hàng sẽ nhận được ưu đãi trong tháng sinh nhật của mình bao gồm 1 combo miễn phí (1 Bắp & 2 Nước) hoặc 1 vé xem phim 2D/3D miễn phí hoặc cả 2 tùy cấp độ thẻ (tháng sinh nhật được tính từ ngày sinh nhật đến hết 30 ngày sau đó).

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

### 2. Chính sách giảm giá:

- Suất chiếu đầu tiên:
  - Một số rạp có chương trình ưu đãi giảm giá vé cho suất chiếu đầu tiên trong ngày (Thường khoảng 7h35 – 9h sáng tùy theo ngày và tùy rạp).
  - Đây là những ca chiếu mà số lượng khách không nhiều, nên có chương trình khuyến mãi, giảm giá vé.
- Giá vé ưu đãi dành cho HSSV:
  - Là một chương trình giảm giá khá tốt. Tuy nhiên, ngày thường thì rạp chỉ giảm giá cho HSSV vào các ca chiếu trước 12h, còn cuối tuần là trước 17h.
  - Người già và trẻ em cũng được ưu đãi như là HSSV với mức giá rẻ hơn so với mức giá bán cho người lớn.

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

### 3. Chăm sóc khách hàng:

- Tạo một chương trình chăm sóc khách hàng chuyên sâu:
  - Để giải quyết mọi thắc mắc và đáp ứng nhanh chóng mọi yêu cầu của thành viên.
- Tiếp thị qua email:
  - Tiếp thị qua email là một cách hiệu quả để kết nối với khách hàng và khuyến khích họ quay lại. Rạp chiếu phim có thể sử dụng email để thông báo về các phim mới, các chương trình khuyến mãi và các sự kiện đặc biệt.
- Lắng nghe phản hồi của khách hàng:
  - Rạp chiếu phim nên lắng nghe phản hồi của khách hàng để hiểu nhu cầu và mong muốn của họ. Rạp chiếu phim có thể sử dụng phản hồi của khách hàng để cải thiện trải nghiệm của khách hàng.

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

- Ghi chú lịch sử thể loại phim:
  - Nhằm theo dõi được sở thích khách hàng từ đó đề xuất những bộ phim phù hợp với sở thích khách hàng.
- Tạo cộng đồng trực tuyến:
  - Để thêm những khách hàng đang theo dõi Page vào đoạn chat để có thể trao đổi, thảo luận về những bộ phim mà họ thích.

### 4. Lập kế hoạch sự kiện đặc biệt:

- Tổ chức sự kiện, buổi chiếu phim đặc biệt, hoặc buổi họp fan với các bộ phim mà đối tượng mục tiêu quan tâm.
- Tạo các sự kiện kỷ niệm như ngày thành lập rạp, giải thưởng cho khách hàng trung thành.

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

### ***Xác định hướng khách hàng tiềm năng:***

- Khách hàng nằm trong độ tuổi từ năm 2000-2017 chiếm tỷ trọng 24,73% trong đó:
- Công việc: Teenager vì đây là nhóm khách hàng chưa tham gia nhiều vào thị trường lao động
- Lĩnh vực: Nhóm lĩnh vực chưa xác định. Điều này là hoàn toàn hợp lý đối với nhóm lĩnh vực chưa xác định vì tất cả khách hàng có lĩnh vực chưa xác định này đều có độ tuổi trong khoảng 2000-2015 và đây là độ tuổi chưa tham gia vào các lĩnh vực cụ thể.

**=> Ở độ tuổi này, tiếp xúc nhiều với công nghệ, thích trải nghiệm mới lạ nhưng vẫn phải phù hợp với túi tiền và thích các trải nghiệm nhóm.**

### **1. Xây dựng mối quan hệ thông qua Mạng Xã Hội:**

- Sử dụng mạng xã hội để tạo ra cộng đồng trực tuyến cho khách hàng tiềm năng như: TikTok, Facebook, Instagram.
- Tổ chức các cuộc thi thiết kế Poster phim, Banner.

# I VỀ KHÁCH HÀNG

## HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

- Chia sẻ nội dung giải trí, tin tức phim và thông tin đặc biệt để giữ họ ở lại trong hệ sinh thái của rạp chiếu phim.

### 2. Duy trì liên lạc thường xuyên:

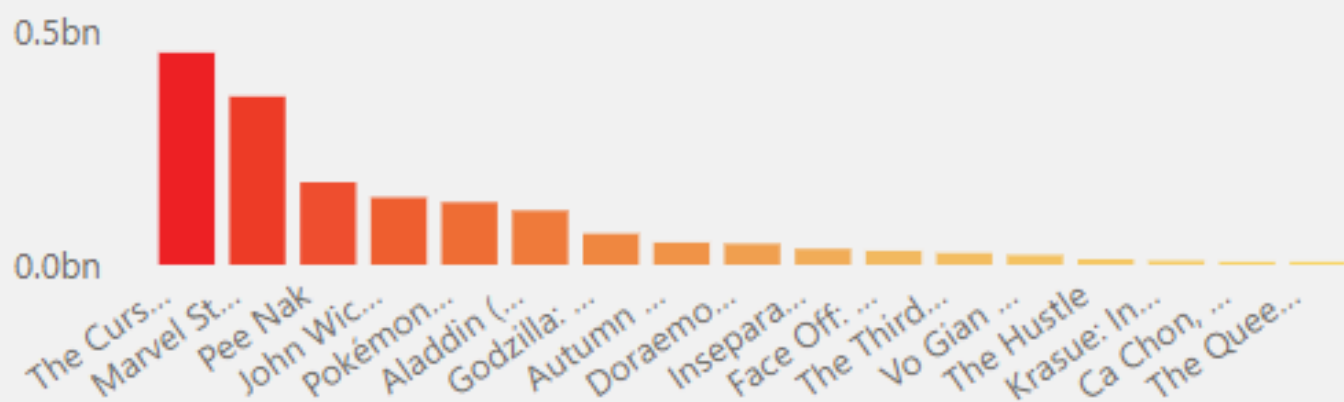
- Gửi thông báo và email định kỳ để thông báo về các sự kiện sắp tới, ưu đãi và thông tin mới nhất về phim.
- Tạo ra chiến lược email marketing có sự cá nhân hóa để tăng khả năng mở và tương tác.

### 3. Thu thập phản hồi:

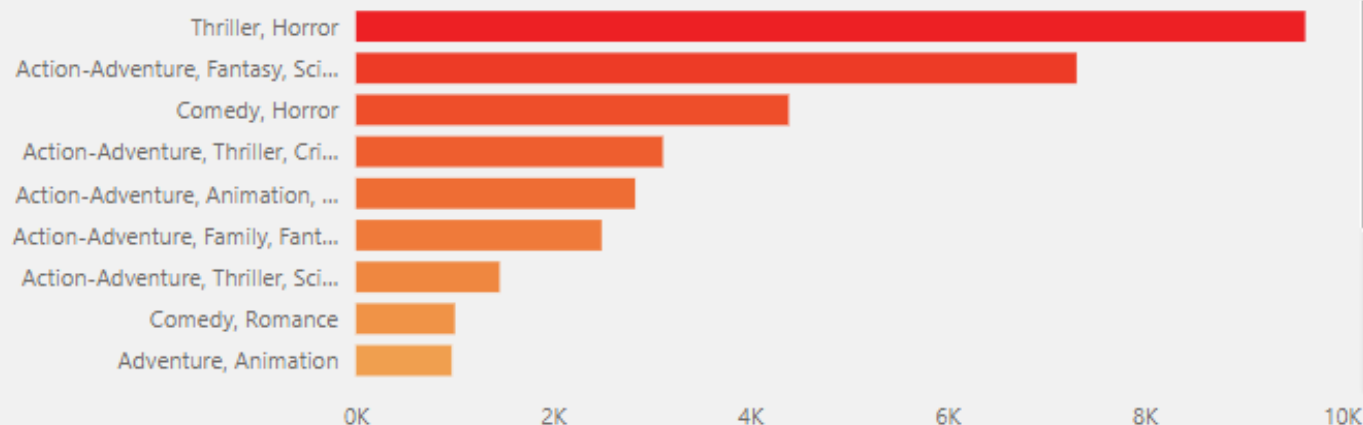
- Thực hiện khảo sát và thu thập phản hồi từ khách hàng tiềm năng để hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của họ.
- Dựa trên thông tin này, điều chỉnh chiến lược để tối ưu hóa tác động và hiệu suất.
- Tạo ra các video xu hướng vì thế hệ gen Alpha và gen Z dành phần lớn thời gian cho TikTok, thích xem những video ngắn sống động, sáng tạo, hài hước nên điều này sẽ thu hút được thêm sự chú ý từ các khách hàng tiềm năng.

# VỀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG

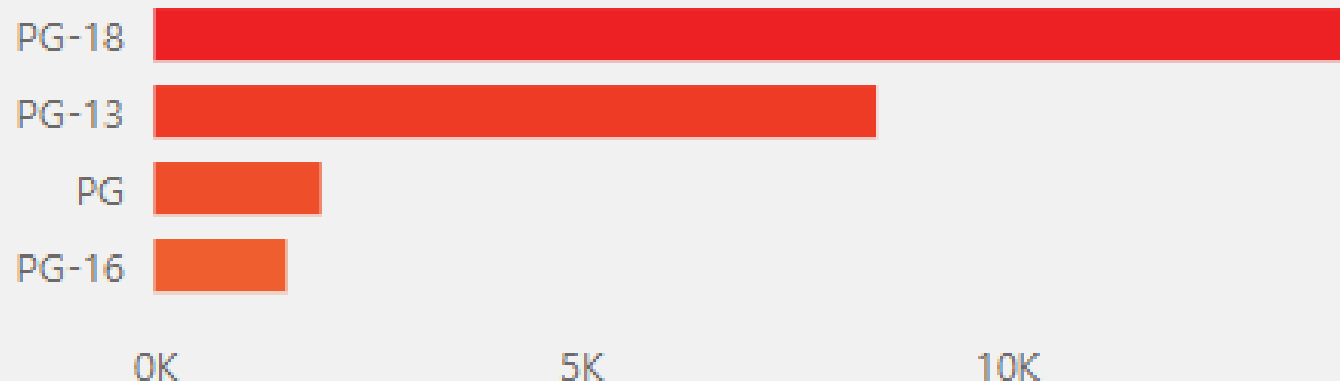
## Tổng doanh thu theo phim



## Thể loại phim



## Đánh giá



# VỀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG

- Sau khi tiến hành phân tích dữ liệu sản phẩm, chúng ta có thể thấy một xu hướng rõ rệt trong thị hiếu khán giả:
  - Các tác phẩm thuộc thể loại kinh dị, giật gân, phiêu lưu hành động và khoa học viễn tưởng đang thu hút sự quan tâm và đón nhận sự nồng nhiệt từ đông đảo người xem.
  - Các tác phẩm thuộc thể loại hài hước, gia đình, hoạt hình ít thu hút sự quan tâm, hứng thú của người xem.
- Cùng với đó những bộ phim có giới hạn độ tuổi từ 13 tuổi trở đi được mua với số lượng lớn.

## ĐỀ XUẤT

- Đầu tư nhiều hơn vào các sản phẩm về các thể loại được khán giả yêu thích với nội dung đa dạng hơn phù hợp với các lứa tuổi của khách hàng mục tiêu bên cạnh đó chúng ta cần thúc đẩy truyền thông với các thể loại phim chưa được yêu thích.
- Chúng ta nên kéo dài thời gian chiếu, có thêm nhiều suất chiếu vào nhiều khung giờ hơn cho các thể loại phim được yêu thích so với các thể loại phim khác và chọn những phòng hiện đại với số lượng ghế lớn để chiếu phim.



# VỀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG

## Thời gian chiếu phim

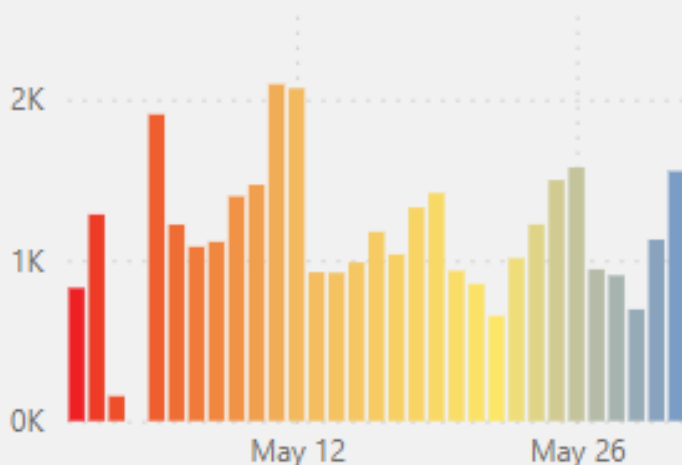
Thời gian phim



Thời gian

- Trên 1 tiếng
- Trên 2 tiếng

Số lượng vé theo ngày



Thời gian chiếu phim

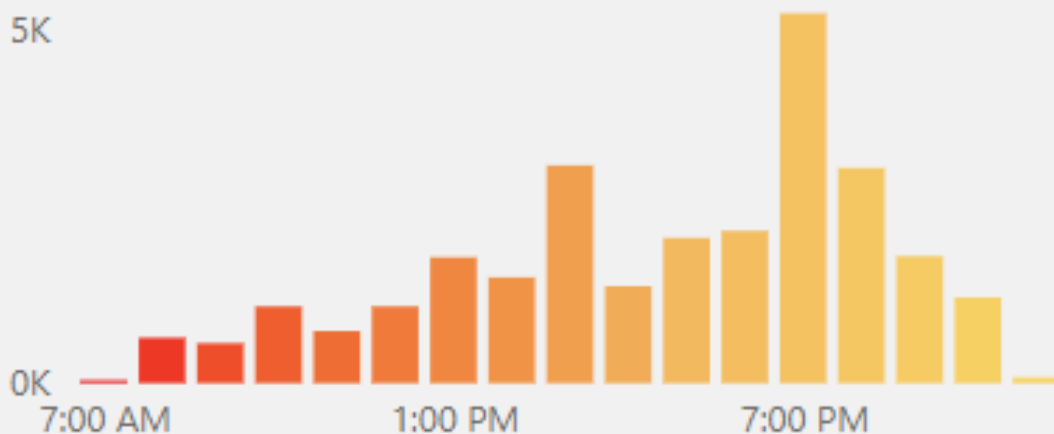
5K

0K

7:00 AM

1:00 PM

7:00 PM



# VỀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG

## Thời gian chiếu phim

### NHẬN XÉT

- Dựa vào biểu đồ về thời gian chiếu phim và số lượng vé theo ngày cho chúng ta thấy:
  - Khung giờ xem phim:
    - Khung giờ mọi người đi xem phim nhiều nhất là vào lúc 7 giờ tối
    - Khung giờ mọi người đi xem phim ít nhất là vào lúc 7 giờ sáng
  - Thời gian phim:
    - Biểu đồ này thể hiện thời gian theo số lượng phim.
    - Phim chiếu trên 1 tiếng chiếm 56,14% cao hơn so với phim chiếu trên 2 tiếng (43,86%).
  - Số lượng vé bán theo ngày:
    - Có xu hướng tăng cao vào ngày 2 ngày cuối tuần thứ 7 và chủ nhật
    - Có xu hướng giảm đi vào các ngày trong tuần

**=> Đa số khách hàng thích xem phim có độ dài từ 1-2 tiếng, vào khung giờ 7 giờ tối và đi vào ngày thứ 7 và chủ nhật.**

# VỀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG

## ĐỀ XUẤT

- **Về khung giờ:**

- Đảm bảo luôn có ít nhất 1 suất chiếu phim vào khung giờ vàng lúc 7 giờ tối
- Nên ưu tiên các phim hot trong tháng vào khung giờ này
- Thỉnh thoảng có các chương trình khuyến mãi, ưu đãi vào các “khung giờ vàng” trên.
- Tăng cường quảng bá các suất chiếu phim vào các khung giờ vàng trên các kênh truyền thông, fanpage rạp chiếu phim.

- **Về số lượng bán ra theo ngày:**

- Tung ra các chương trình khuyến mãi vào các ngày cuối tuần để thu hút lượng khách hàng lớn nhất tại thời điểm đó từ đó có cơ hội thu hút thêm khách hàng trung thành
- Truyền thông mạnh hơn vào các ngày cuối tuần trên các nền tảng như facebook, titok, instagram,...

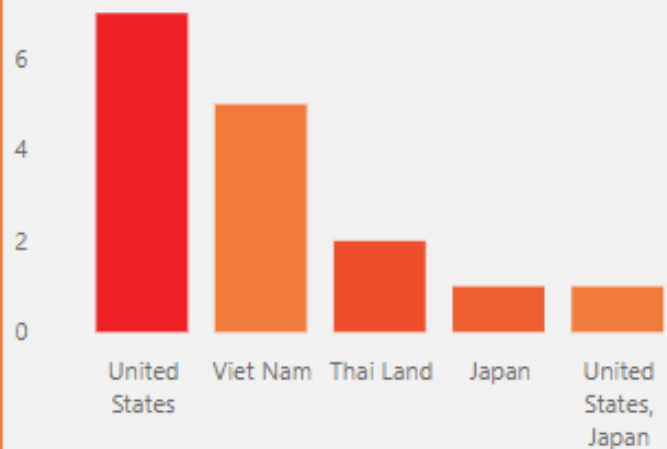
- **Thời gian phim:**

- Nên đầu tư nhiều phim có thời lượng từ 1 đến 2 tiếng để đáp ứng nhu cầu của phần lớn người xem.
- Cũng nên đầu tư một số phim ngắn hơn 1 tiếng và dài hơn 2 tiếng để đáp ứng nhu cầu của các nhóm người xem khác nhau.
- Có thể cung cấp thêm thông tin về thời lượng phim khi giới thiệu phim để người xem có thể lựa chọn phim phù hợp với sở thích của mình.

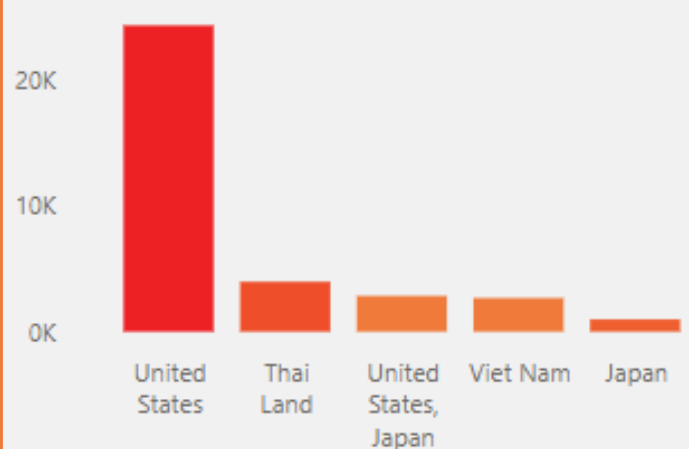
# VỀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG

## Nhà sản xuất:

Số lượng phim của top 5 nước sản xuất



Số lượng vé của top 5 nước sản xuất



## NHẬN XÉT

- Các bộ phim được sản xuất bởi United States được khách hàng ưa thích hơn hẳn so với các bộ phim của các nước khác.

## ĐỀ XUẤT

- Tập trung đầu tư vào các bộ phim được sản xuất ở United States.
- Đa dạng hóa nội dung phim các quốc gia còn lại (ThaiLand, VietNam...) để đáp ứng nhu cầu khách hàng.
- Có các chương trình khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng.

## DOANH THU (SALE)

### Tổng quan về doanh thu (Sale Overview)

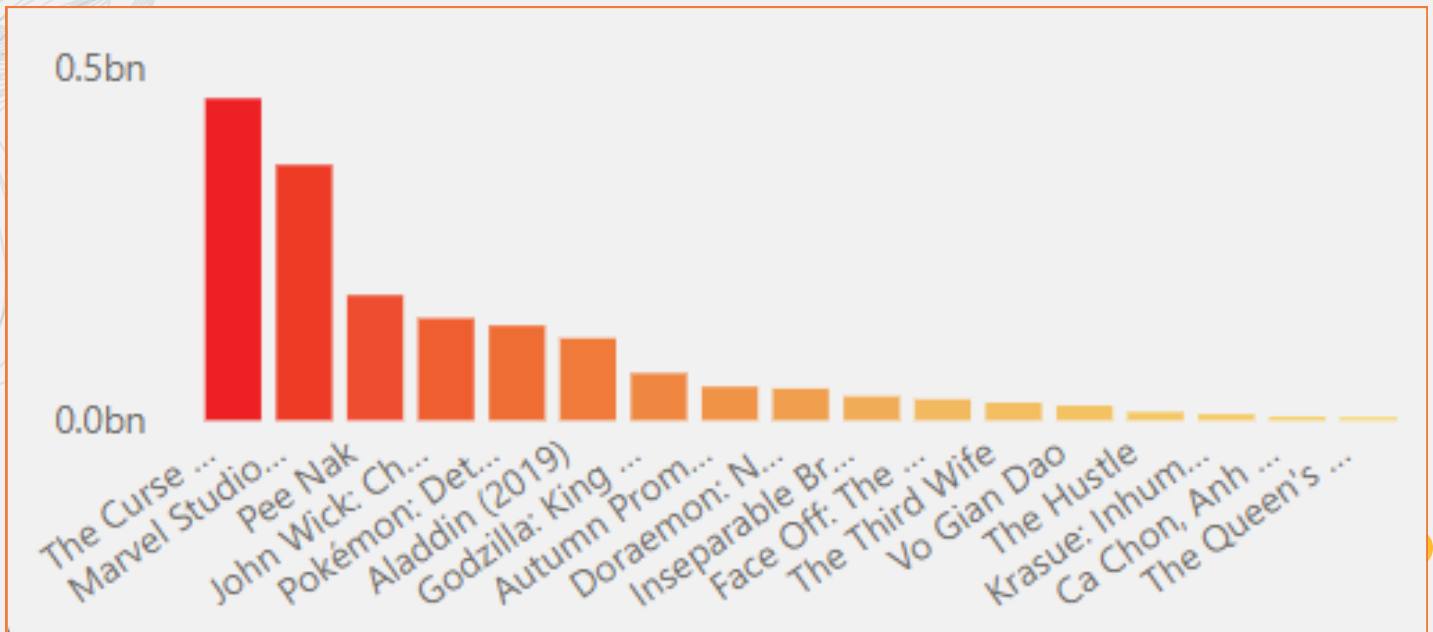


### ***Bài phân tích nêu lên các nội dung chính thông qua tập dữ liệu Movie bao gồm:***

- Dữ liệu được nghiên cứu trong 1 tháng (Từ ngày 01/05/2019 đến 31/5/2019)
- Tổng doanh thu (Total Sales): 1683M đồng
- Tổng số đơn hàng (Total Orders): 35.38K đơn
- Tổng số khách hàng đã mua (Total Customers): 4.45K khách hàng
- Tổng số lượng phim (Total Title): 54 phim
- Tổng số lượng phim được chiếu (Total Film): 17 phim
- Giá trị trung bình mỗi đơn hàng (Value Per Order): 47.52K đồng

# DOANH THU (SALE)

## Tổng quan về doanh thu (Sale Overview)



### Doanh thu theo danh mục phim:

- **Doanh thu cao nhất:**

- The Curse of La Llorona: 455 triệu đồng
- Marvel Studios' Avengers: Endgame: 361 triệu đồng

- **Doanh thu trung bình:**

- Pee Nak: 177 triệu đồng
- John Wick: Chapter 3 – Parabellum: 144 triệu đồng
- Pokémon: Detective Pikachu: 133 triệu đồng
- Aladdin (2019): 116 triệu đồng

- **Doanh thu thấp (dưới 100 triệu đồng):**

- Các danh mục phim còn lại như Godzilla: King of the Monsters, Autumn Promise, Doraemon: Nobita's Chronicle of the Moon Exploration,...

## DOANH THU (SALE)

### Tổng quan về doanh thu (Sale Overview)

#### Top 5 bộ phim

Tên phim	Tổng tiền	Số lượng vé
The Curse of La Llorona	455265000	9628
Marvel Studios' Avengers: Endgame	361180000	7309
Pee Nak	177030000	3776
John Wick: Chapter 3 – Parabellum	144360000	3113
Pokémon: Detective Pikachu	133920000	2832
<b>Total</b>	<b>1271755000</b>	<b>26658</b>

#### TOP 5 BỘ PHIM

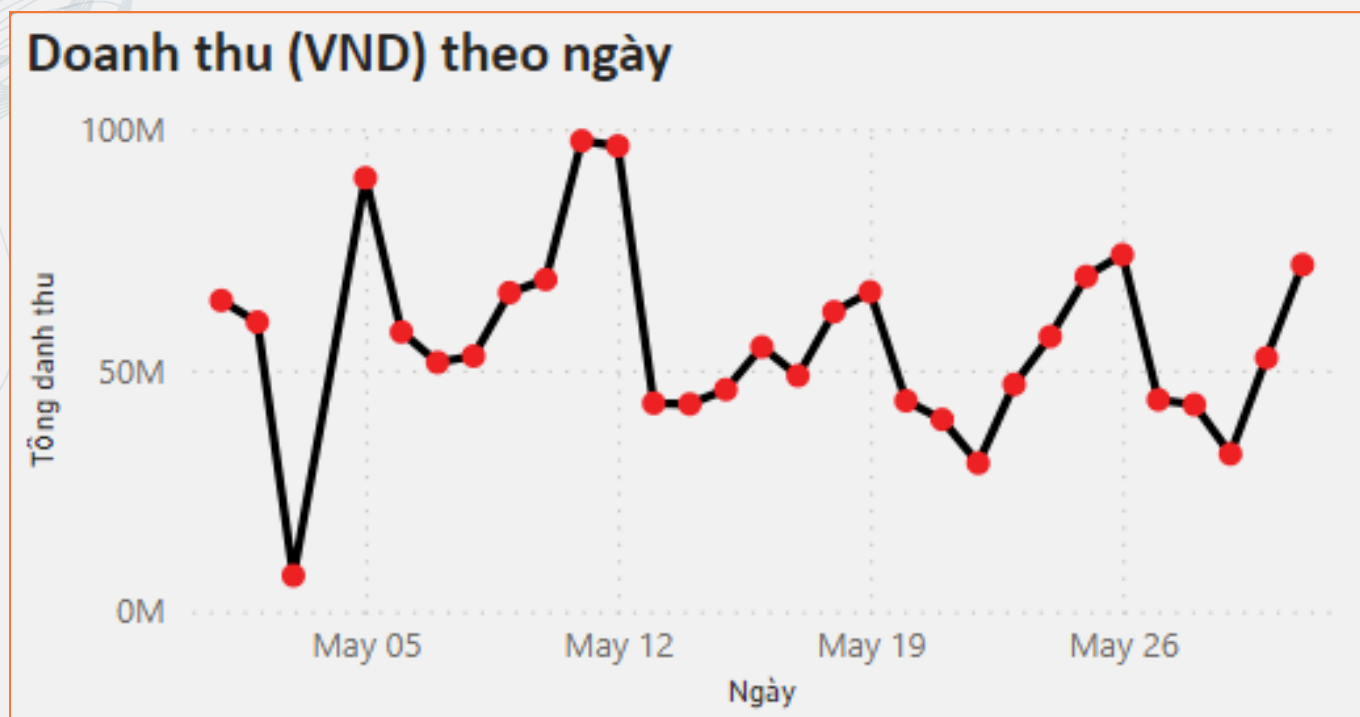
#### Top 5 khách hàng

Khách hàng	Tổng tiền	Số lượng vé
KH6166700	490680000	10132
0000029127	330525000	7104
0001121703	23310000	507
KH3742976	4350000	54
0003004563	2340000	52
<b>Total</b>	<b>851205000</b>	<b>17849</b>

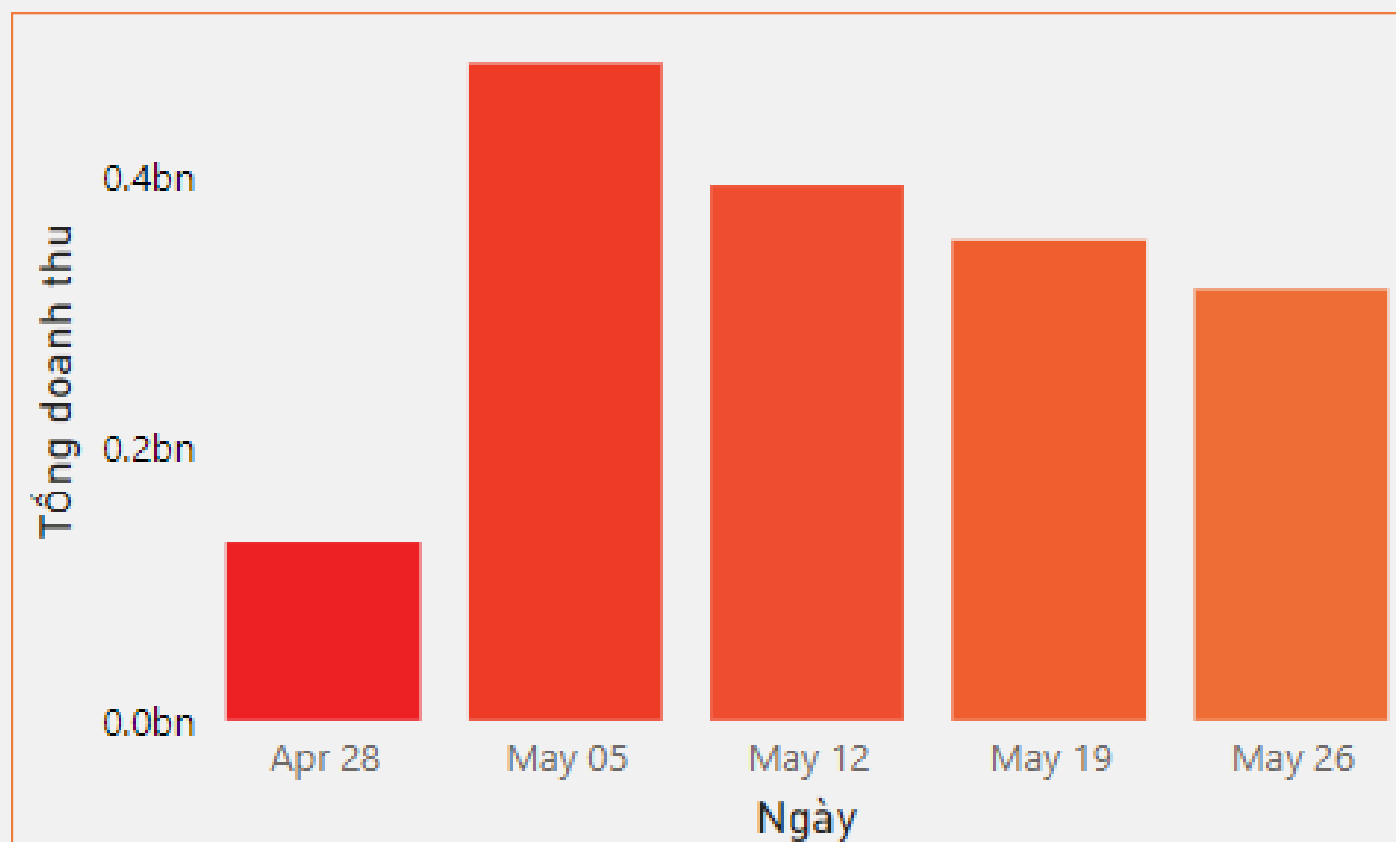
#### TOP 5 KHÁCH HÀNG

## DOANH THU (SALE)

### Dự báo doanh thu (Sale Trends)



### DOANH THU (VND) THEO NGÀY



### TỔNG DOANH THU THEO TUẦN



# DOANH THU (SALE)

## Dự báo doanh thu (Sale Trends)

### NHẬN XÉT

- Nhìn vào biểu đồ đường ta có thể thấy:
  - Doanh thu cao nhất vào ngày 11/5/2019 với doanh số khoảng 97 triệu.
  - Doanh thu thấp nhất vào ngày 3/5/2019 với doanh số khoảng 7.4 triệu.
- Nhìn vào biểu đồ cột ta có thể thấy:
  - Doanh thu có xu hướng giảm dần từ đầu tháng đến cuối tháng.
  - Doanh thu có xu hướng tăng vào các ngày cuối tuần (Thứ 7, Chủ nhật).
  - Doanh thu có xu hướng giảm vào các ngày trong tuần (Thứ 2 - Thứ 6).

### PHÂN TÍCH NGUYÊN NHÂN

- **Đối với biểu đồ cột**
  - Vì vào ngày cuối tuần mọi người có thể được nghỉ và dành nhiều thời gian để giải trí sau những giờ đi làm đi học căng thẳng nên quyết định đi xem phim
- **Đối với biểu đồ đường**
  - Hai tuần đầu của tháng 5 có doanh thu cao có thể do những bộ phim bom tấn như Marvel Studios' Avengers: Endgame, The Curse of La Llorona được chiếu tại rạp trước đó.
  - Hai tuần cuối của tháng 5 có doanh thu giảm đi có thể vì:
    - Những bộ phim bom tấn đã dần hết hot.
    - Những bộ phim công chiếu giữa tháng 5 chưa đủ sức hấp dẫn.
    - Từ giữa đến cuối tháng 5 thường là thời điểm diễn ra các kỳ thi học kỳ, do vậy các bạn học sinh và sinh viên tập trung vào ôn thi.
    - Các ngày cuối của tháng 5 có xu hướng tăng trở lại vì các phim bom tấn như Godzilla: King of the Monsters.

# DOANH THU (SALE)

## Dự báo doanh thu (Sale Trends)

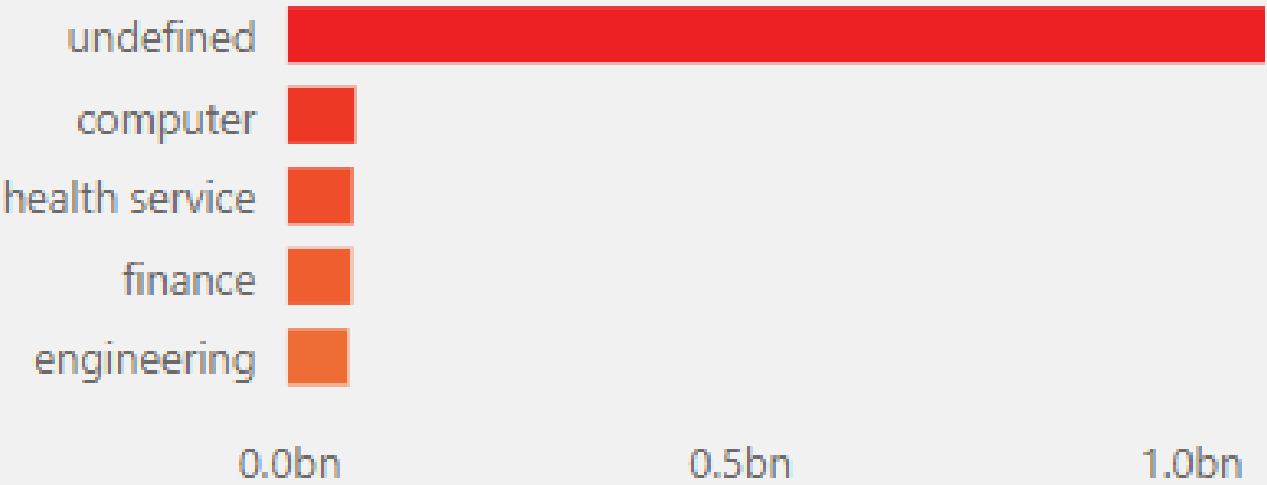
### ĐỀ XUẤT

- Nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ để đáp ứng được nhu cầu khách hàng.
- Tăng cường các chương trình khuyến mãi vào các ngày đầu tuần để thu hút khách hàng.
- Chiếu các phim bom tấn vào cuối tuần để đón đầu nhu cầu giải trí cao của người dân.
- Áp dụng các công nghệ tiên tiến vào hoạt động kinh doanh.
- Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động.
- Quan tâm đến đời sống vật chất và tinh thần của nhân viên.

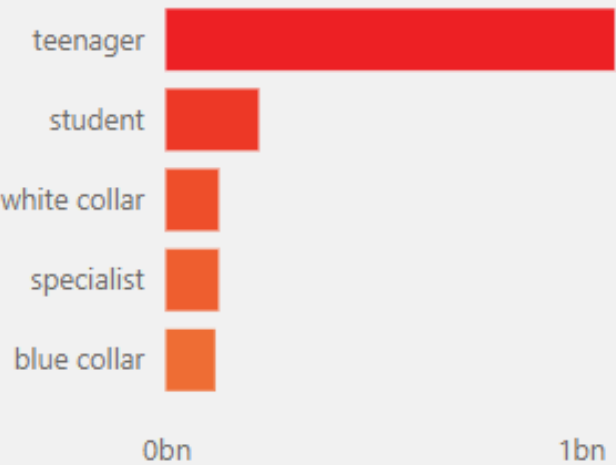
# DOANH THU (SALE)

## Dự báo doanh thu (Sale Trends)

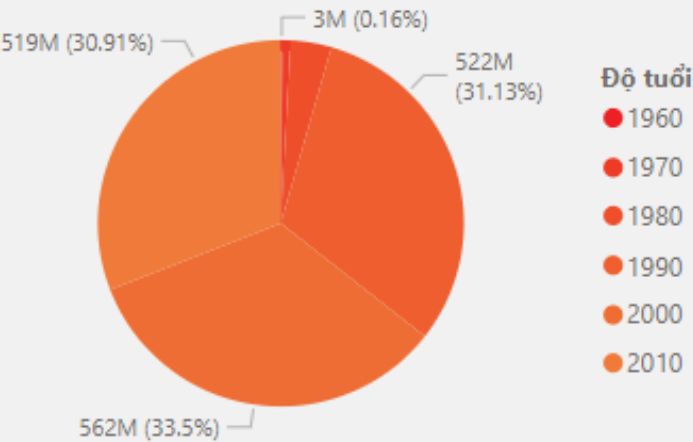
### Doanh thu theo lĩnh vực



### Doanh thu theo công việc



### Tổng doanh thu theo độ tuổi (VND)



# DOANH THU (SALE)

## Dự báo doanh thu (Sale Trends)

### NHẬN XÉT

- Doanh thu theo lĩnh vực, công việc và độ tuổi của tháng 5 năm 2019 của rạp chiếu phim chủ yếu đến từ teenager với độ tuổi từ 2000-2010 (nhiều nhất là năm 2000), bên cạnh đó doanh thu thấp nhất thuộc về độ tuổi từ 1960-1970 .
- Điều này thì đồng nghĩa với việc sẽ có rất nhiều thanh thiếu niên chưa tham gia vào thị trường lao động nên lĩnh vực của họ cũng chưa được xác định.

### PHÂN TÍCH NGUYÊN NHÂN

- Điều này có thể được giải thích bởi việc thanh thiếu niên có nhiều thời gian rảnh rỗi để giải trí và thường có sở thích xem phim cũng như là giải tỏa áp lực sau những tuần làm việc căng thẳng.

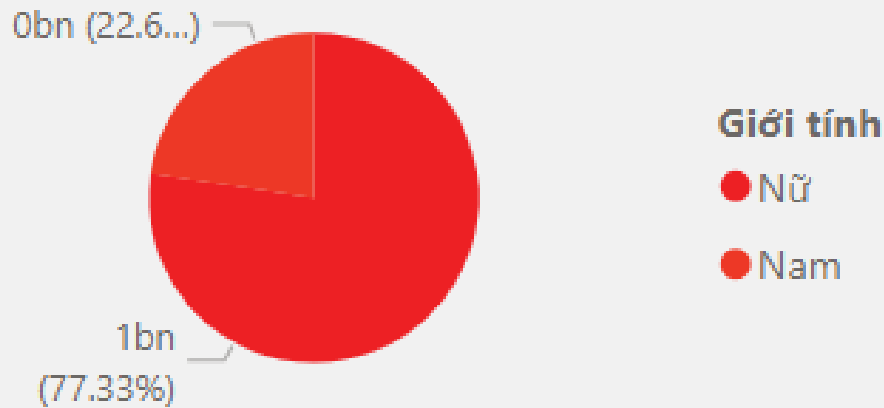
### ĐỀ XUẤT

- Tập trung vào giới trẻ
- Truyền thông thông qua các kênh Facebook, Tiktok, Instagram, Youtube...
- Tăng cường các bộ phim phù hợp với các lĩnh vực và công việc khác từ đó thúc đẩy doanh thu

# DOANH THU (SALE)

## Dự báo doanh thu (Sale Trends)

### Doanh thu theo giới tính



### NHẬN XÉT

- Doanh thu theo giới tính nữ tạo ra doanh thu gấp khoảng 3.4 lần so với giới tính nam.

### PHÂN TÍCH NGUYÊN NHÂN

- Các yếu tố có thể ảnh hưởng đến tỉ lệ này:
  - Tâm lý: Phụ nữ thường có xu hướng thích các hoạt động giải trí mang tính nghệ thuật, thẩm mỹ cao, trong đó có xem phim.
  - Sở thích: Phụ nữ thường có sở thích xem phim hơn nam giới.
  - Công việc và thu nhập: Phụ nữ ngày càng có nhiều cơ hội việc làm và thu nhập cao hơn. Điều này giúp họ có điều kiện để chi tiêu cho các hoạt động giải trí, trong đó có xem phim.
  - Thể loại phim: Phụ nữ thường có xu hướng thích xem các thể loại phim như tình cảm, lãng mạn, tâm lý, gia đình, v.v. Các thể loại phim này thường có nhiều khán giả nữ hơn.
  - Quảng cáo và tiếp thị: Các nhà sản xuất phim thường nhắm mục tiêu vào khán giả nữ trong các chiến dịch quảng cáo và tiếp thị của họ. Điều này giúp thu hút thêm phụ nữ đến rạp chiếu phim.

### ĐỀ XUẤT

- Chiếu các bộ phim phiêu lưu hành động phù hợp với sở thích và tâm lý của nam giới.
- Áp dụng các chương trình khuyến mãi, tặng quà cho khách hàng để thu hút khách hàng đẩy mạnh doanh thu

# VỀ MARKETING

## ***Hoạt động tích cực trên Social Media:***

- Cập nhật thông tin các bộ phim mới bằng trailer phim, thời gian khởi chiếu...tung ra các chương trình ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn vào các ngày đặc biệt hoặc dành cho các đối tượng cụ thể như các cặp đôi, học sinh – sinh viên, trẻ em...
- Tổ chức các mini game thu hút khán giả giúp tăng sự tương tác với fan và gợi nhắc về việc đến rạp xem những bộ phim đình đám đang chiếu.

## ***Tạo background cho mọi người check in vào lúc ra mắt các bộ phim, các dịp lễ lớn***

## ***Tập trung xây dựng chất lượng dịch vụ***

- Tiếp Cận Quảng bá Trực Tuyến
- Website Chính Thức: Xây dựng một trang web chính thức cho rạp chiếu phim với thông tin về lịch chiếu, bảng giá vé, và cơ hội đặt vé trực tuyến.
- Quảng cáo Trực tuyến: Sử dụng quảng cáo trực tuyến trên các nền tảng như Google Ads, Facebook Ads để tiếp cận một lượng lớn người dùng trực tuyến.

# VỀ MARKETING

## ***Chương trình thưởng và ưu đãi:***

- Chương trình thẻ thưởng khách hàng: Tạo chương trình thẻ thưởng để khuyến khích sự trung thành từ phía khách hàng, với các ưu đãi đặc biệt như giảm giá vé, vé miễn phí sau một số lần đặt vé.
- Ưu đãi nhóm và gói dịch vụ: Cung cấp giá ưu đãi cho nhóm và gói dịch vụ đặc biệt như vé combo (vé xem phim kèm theo thức ăn và đồ uống).

## ***Tổ chức sự kiện đặc biệt:***

- Buổi chiếu phim chính thức: Tổ chức sự kiện chính thức cho việc ra mắt các bộ phim lớn với thảm đỏ, hoạt động giải trí và cơ hội chụp ảnh.
- Ngày hội phim và sự kiện đặc biệt: Tổ chức các sự kiện đặc biệt như ngày hội phim với giá vé giảm giá, quà tặng và các hoạt động giải trí.

# TÓM LẠI

Tùy thuộc vào từng đối tượng mục tiêu và tiềm năng khác nhau mà chúng ta sẽ có những đề xuất giải pháp chiến lược kinh doanh phù hợp.

Các giải pháp đề xuất cải tiến và phát triển sản phẩm đều sẽ có chi phí do đó doanh nghiệp nên cân nhắc kỹ lưỡng và đưa ra quyết định đúng đắn.





**THANKS  
FOR  
WATCHING**

---