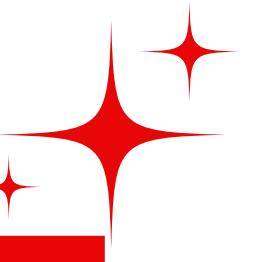




DAZONE 2024

SPARKLE

VÒNG 3



SPARKLE



LÊ TUẤN ANH



NGUYỄN TUYẾT ANH



DƯƠNG THANH DŨNG



NỘI DUNG

01

TÓM TẮT
BÁO CÁO

03

MÔ HÌNH
PHÂN LOẠI

02

XỬ LÝ CƠ BẢN

04

CHIẾN LƯỢC
PHÁT TRIỂN



Situation

Thành lập năm 1989, Viettel là một tập đoàn công nghệ - viễn thông dẫn đầu Việt Nam, hoạt động chính trong công nghiệp quốc phòng, công nghiệp viễn thông, an ninh mạng và cung cấp dịch vụ số



Complication

Sự phát triển của mạng Internet

Xu hướng du lịch Việt Nam trên trường quốc tế

Nhu cầu cá nhân hóa dịch vụ đối với khách hàng



Question

Làm thế nào để **dự đoán những gói cước 4G** phù hợp với du khách?
Thực hiện **chiến dịch như thế nào** để **quảng bá các gói cước?**



Answer

Viettel Personalizes For Tourists

“Giga” Tourist, “Giga” Data



Impact

Tăng

đến 80%

Độ chính xác của mô hình

Tăng

+ 65%

Số lượng gói đăng ký

Tăng

+ 40%

Số lượng khách hàng tiếp cận

THUỘC TÍNH NGƯỜI DÙNG

ID	Mã số duy nhất của khách hàng
Gender	Giới tính khách hàng
Age	Tuổi tác của khách hàng
Education	Trình độ học vấn của khách hàng;
Income	Thu nhập
Nation	Quốc gia
fb_yt_tik_freq	Tần suất sử dụng Facebook/Youtube/TikTok (giờ/ngày)
use_less_than_2GB	Số lần sử dụng 4G ít hơn 2GB trong một tháng
use_2GB_to_4GB	Số lần sử dụng 4G trong khoảng 2GB - 4GB trong một tháng

THÔNG TIN CHUYẾN ĐI

purpose	Mục đích chuyến đi
go_with	Người đi cùng
time	Thời điểm đáp xuống sân bay
viettel_no_0/1/2	Được giới thiệu về SIM Viettel trong 15'/30'/45' đầu tiên sau khi vào tới sân bay
to_hanoi, to_other	Du khách có tới Hà Nội/ các tỉnh thành khác sau khi rời sân bay

THÔNG TIN GÓI CƯỚC

mobile_plan	Gói Data đề xuất cho du khách
accept	Khách đăng ký gói được đề xuất hay không
price	Giá
duration	Thời gian hiệu lực

01 Xử lý bảng thuộc tính về chuyến đi

	id	purpose	go_with	weather	time	viettel_no_0	viettel_no_1	viettel_no_2	to_hanoi	to_other	score	direction
0	11156	Travel	AI?%one	&&!Sunny	13:00	1	0	0	0	1	0	0
1	4297	Travel	Flri?end%(s)	Sun!~ny	9 AM	1	1	0	0	1	0	0
2	13301	Travel	Frie~nd(s)	!&~Slunny	15:00	1	1	0	0	1	0	0

- Xử lý dữ liệu **go_with** và **weather** bị lỗi **định dạng**
- Quy đổi dữ liệu **time** về dạng từ **00:00 đến 23:00**
- Xử lý mâu thuẫn** về định nghĩa và dữ liệu của ba cột: **to_hanoi, to_other và direction**.

02 Xử lý bảng để xuất gói data cho người dùng

	id	mobile_plan	accept
1	1000.0	DATASILVER	1.0, 0.0
4	1001.0	SOCIALMEDIA	1.0, 0.0, nan
17	1011.0	SOCIALMEDIA	0.0, nan
31	1023.0	SOCIALMEDIA	0.0, nan
38	1027.0	SOCIALMEDIA	1.0, 0.0, nan

- Pivot table dữ liệu theo **id** và **mobile_plan**
 - Xử lý dữ liệu accept: **Lấy kết quả** theo thứ tự **1.0 --> 0.0 --> nan**

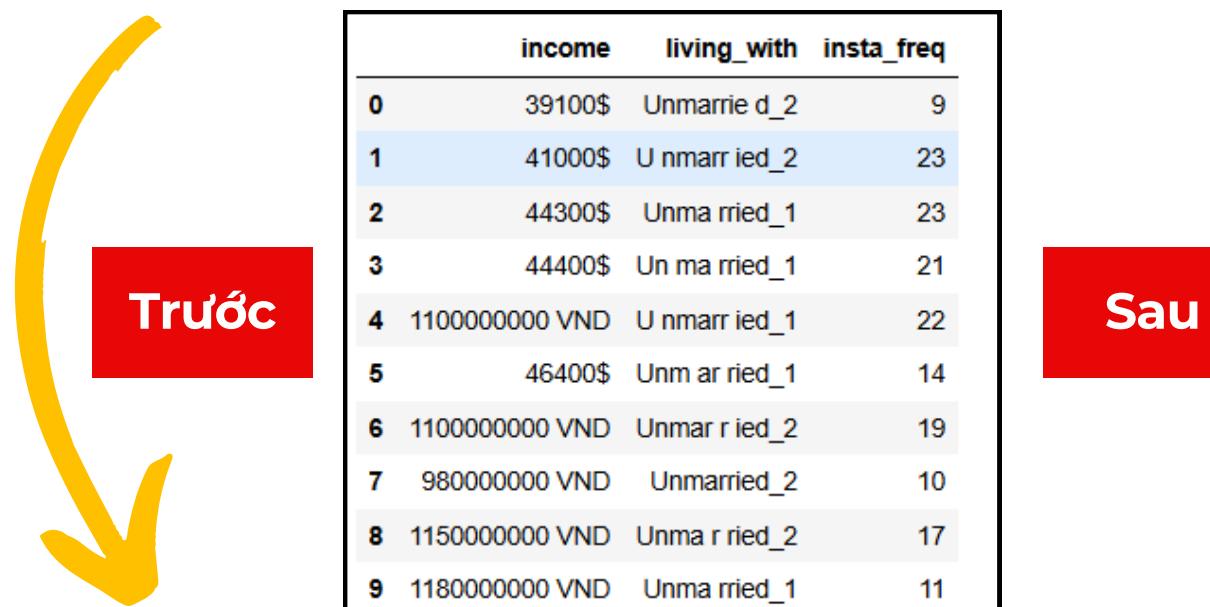
03 Xử lý bảng thông tin thuộc tính người dùng

Trước

	income	living_with	insta_freq
0	39100\$	Unmarrie d_2	9
1	41000\$	U nmarr ied_2	23
2	44300\$	Unma rried_1	23
3	44400\$	Un ma rried_1	21
4	1100000000 VND	U nmarr ied_1	22
5	46400\$	Unm ar ried_1	14
6	1100000000 VND	Unmar ried_2	19
7	980000000 VND	Unmarried_2	10
8	1150000000 VND	Unma r ried_2	17
9	1180000000 VND	Unma rried_1	11

Sau

	income	living_status	living_with_index	tik_freq
0	39100.00	Unmarried	2	9
1	41000.00	Unmarried	2	23
2	44300.00	Unmarried	1	23
3	44400.00	Unmarried	1	21
4	43247.49	Unmarried	1	22
5	46400.00	Unmarried	1	14
6	43247.49	Unmarried	2	19
7	38529.59	Unmarried	2	10
8	45213.29	Unmarried	2	17
9	46392.77	Unmarried	1	11

- 
- Đổi đơn vị tiền tệ cột **income** theo **US dollar**
1 dollar = 25.435 VND
 - Xử lý dữ liệu **living_with** đang định dạng chưa phù hợp.
 - Tách dữ liệu **living_with** thành **living_status** và **living_with_index**.
 - Đổi tên dữ liệu **insta_freq** thành **tik_freq**

04 Kết hợp bảng dữ liệu

- Xác định mối quan hệ của các bảng dữ liệu.
- Xây dựng một bảng dữ liệu thống nhất và toàn vẹn dữ liệu.

Dữ liệu đã sẵn sàng

Tập đoàn Viettel

16Thương hiệu viễn thông
giá trị nhất thế giới**01**Thương hiệu viễn thông
giá trị nhất ĐNA**11**Hiện diện tại 11 quốc gia
và vùng lãnh thổ**270**Phục vụ 270 triệu người
dùng từ 3 châu Á, Phi và Mỹ

Thị trường Việt Nam

**Companies**

1. Viettel
2. Vinaphone
3. Mobiphone

**9.79%**

(đến 2031)

**2799.8M USD**

(đến 2031)

Nguồn: Business Research Insight

Mạng lưới phủ sóng của Viettel



Hình 1

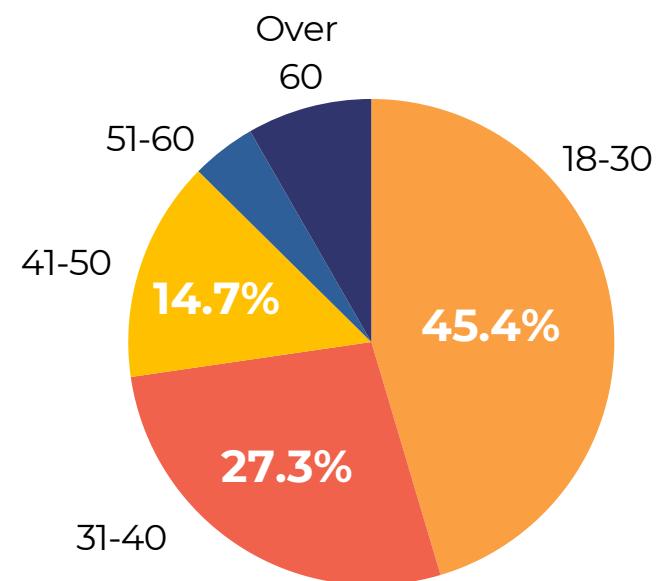
Nguồn:

Nperf

Thống kê tổng quan
dữ liệu của công ty**11572** bài khảo sát**05** gói cước**45321** gói được
khảo sát**6401** gói được
đăng ký**09** quốc gia**TRAVEL**
(đi du lịch)**SOCIAL
MEDIA**

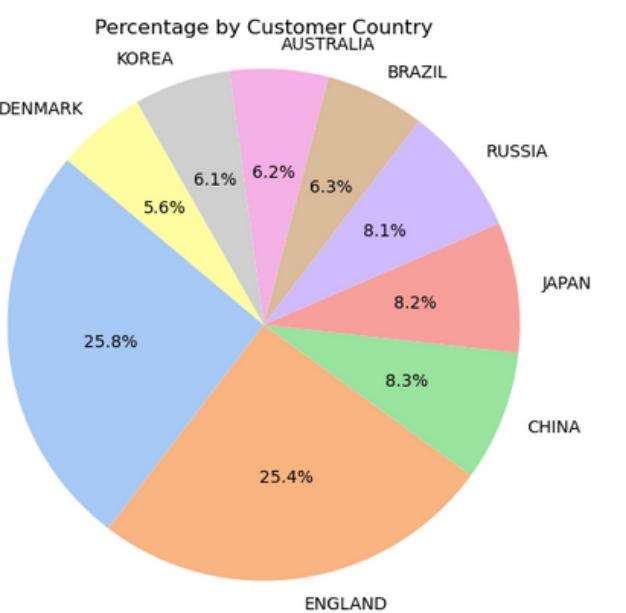
Nguồn: Bộ dữ liệu

Khách du lịch mà Viettel tiếp cận có...

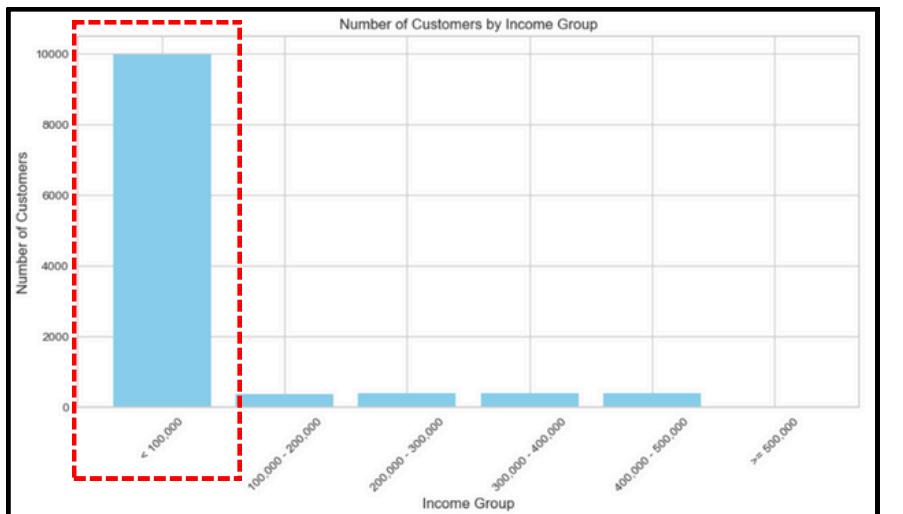


Hình 2. Phân bố theo độ tuổi

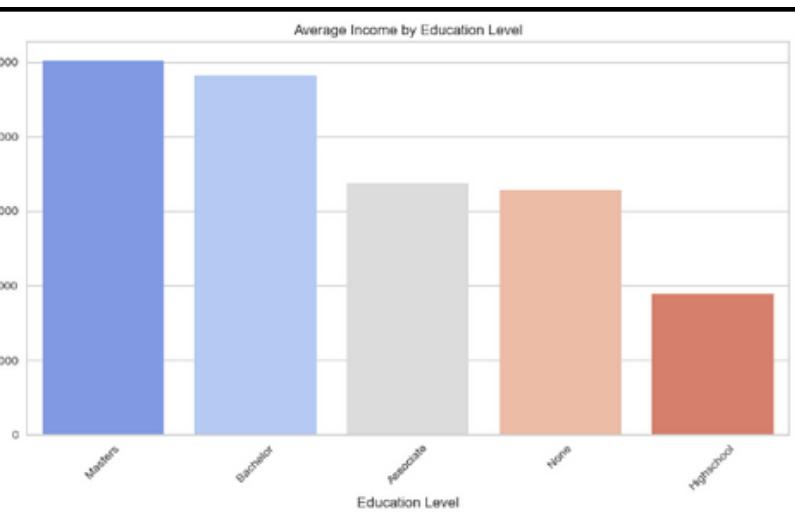
- Khách hàng chủ yếu tập trung ở độ tuổi **18-40**.
- Hơn **50%** du khách tới từ các **nước nói tiếng Anh** (Mỹ và Anh).



Hình 3. Phân bố theo quốc gia



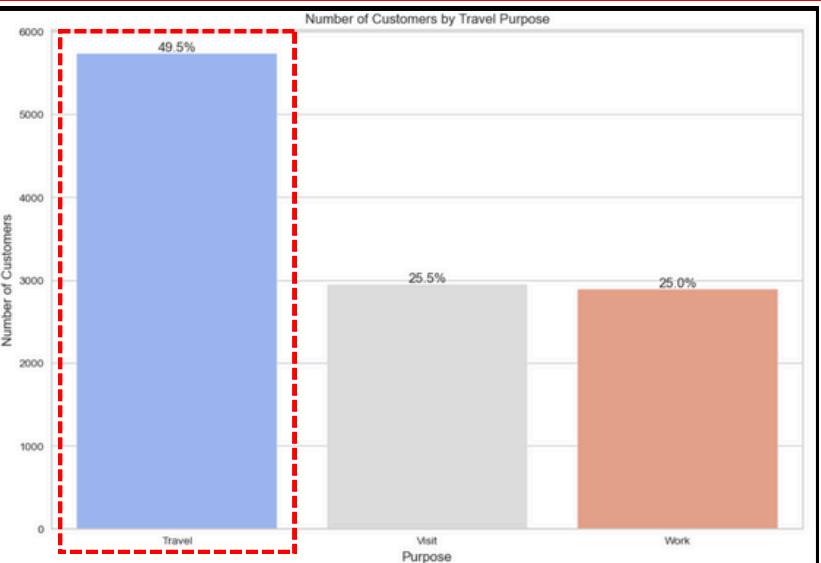
Hình 4. Phân bố theo thu nhập



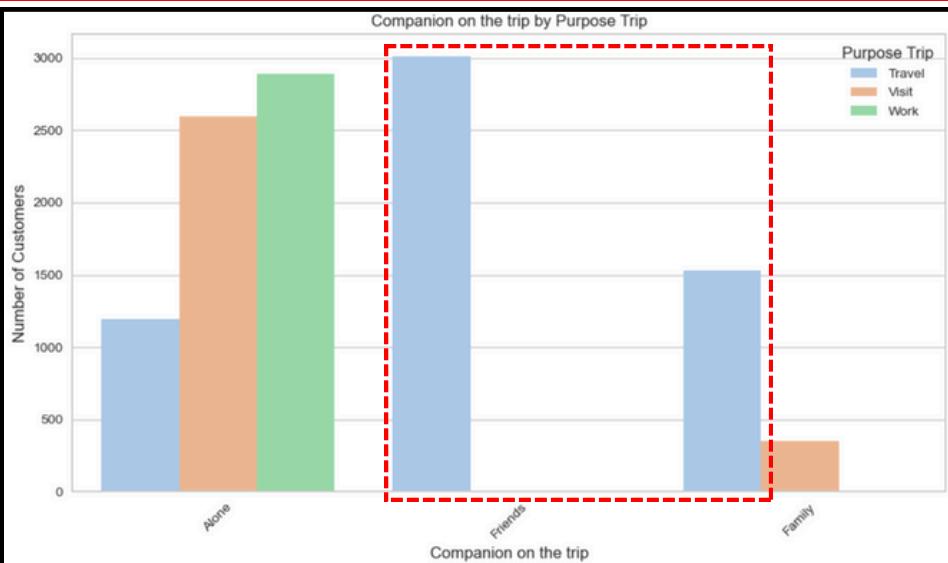
Hình 5. Phân bố theo học vấn

Khách hàng chủ yếu có **thu nhập dưới 100.000 USD**, thuộc **mức thu nhập phổ thông của khách hàng quốc tế**, học vấn cao có thu nhập **cao** và có thể có nhu cầu **sử dụng dịch vụ với giá cả hợp lý**.

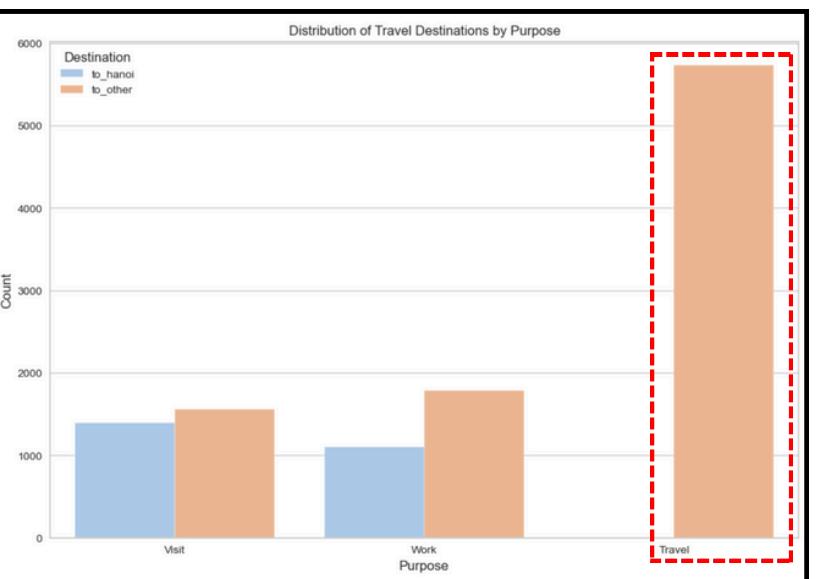
Phân tích theo mục đích chuyến đi, dữ liệu cho thấy...



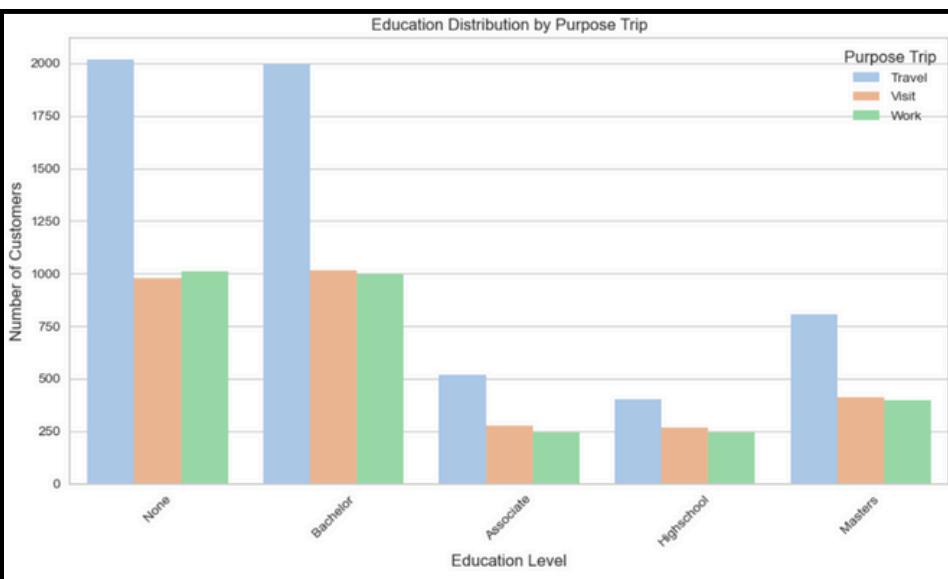
Hình 6. Số lượng khách hàng



Hình 7. Số lượng khách hàng theo go_with



Hình 8. Phân bố theo thu nhập



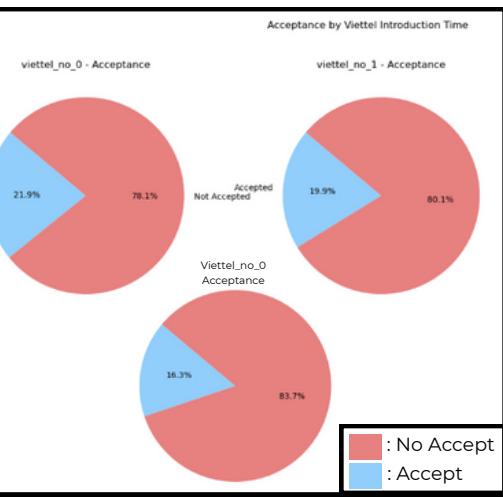
Hình 9. Phân bố theo mục đích

- Du khách có mục đích tới Việt Nam để **du lịch nhiều nhất** và **không chịu ảnh hưởng bởi trình độ học vấn**, phần lớn họ **đi cùng bạn bè và gia đình**.
- Khách du lịch chỉ đến các tỉnh khác** sau khi rời sân bay, đặc biệt khách quốc tế **đi cùng bạn bè sẽ chỉ đi du lịch**.
- Lượng người đi làm việc và thăm ngắn ngày** tại Hà Nội cao hơn các tỉnh khác sau khi rời sân bay, **chủ yếu là khách đi một mình**.

Càng quảng cáo ngắn gọn, họ càng đăng ký nhiều hơn, tránh việc tốn thời gian trong việc lựa chọn sim. Ngoài ra, khách hàng đi du lịch theo nhóm đăng ký gói nhiều hơn.

1

Hình 10.
Tỷ lệ đăng ký
theo tiếp cận



Thời gian tiếp cận **càng dài**,
du khách càng **ít đăng ký gói**.

TỐC ĐỘ & THUẬN TIỆN
ưu tiên **hàng đầu** của hành khách

Global Passenger Survey (IATA, 2023)

LOW INVOLVEMENT PRODUCT

Pain Point

- Du khách có **ít thời gian** **nghiên cứu và so sánh** các gói cước.
- Họ **tận dụng thời gian** và không muốn **kẹt ở sân bay quá lâu** cho vấn đề như đổi tiền, mua sim.

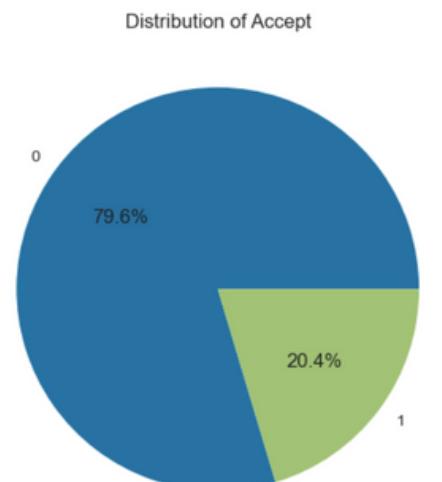
GIẢI PHÁP 1

MACHINE LEARNING 'VIETTEL PERSONALIZES FOR TOURISTS'

Dựa những thông tin của khách hàng, hệ thống để xuất những gói cước phù hợp và tối ưu nhất cho họ.

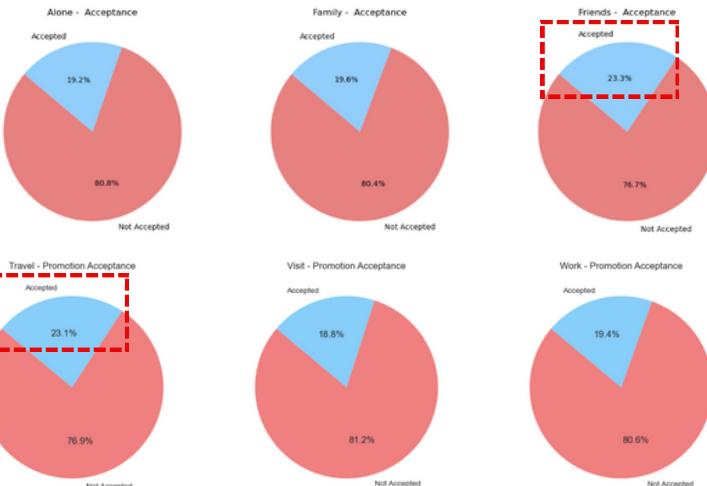
2

Hình 11.
Tỷ lệ chấp
nhận đăng
ký



Viettel
Tỷ lệ đăng ký khi được hỏi **thấp**
20,4%

Hình 12. Tỷ lệ
đăng ký theo
mục đích và
người đi cùng



Du khách
Du khách **du lịch theo nhóm** có nhiều khả
năng **chấp nhận đăng ký** gói cước hơn

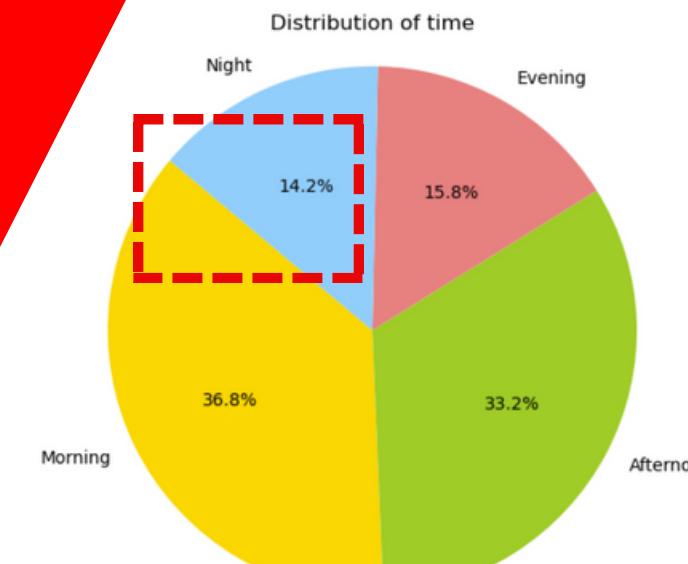
GIẢI PHÁP 2

CHƯƠNG TRÌNH MUA NHIỀU SIM TẶNG DATA

Chương trình kích cầu, tăng tỷ lệ đăng ký gói nhằm mục đích thu thập nhiều thông tin từ du khách.

Bên cạnh đó, Sân bay Nội Bài chưa phục vụ các khách hàng đáp sân bay từ 00:00 -> 08:00, và các gói cước hiện có chưa phù hợp với hành vi sử dụng của du khách.

3



Hình 13. Phân bổ khách hàng theo thời gian

Viettel

cửa hàng bán SIM
tại sân bay:
08:00 → 00:00

Du khách

đáp sân bay:
00:00 → 23:00

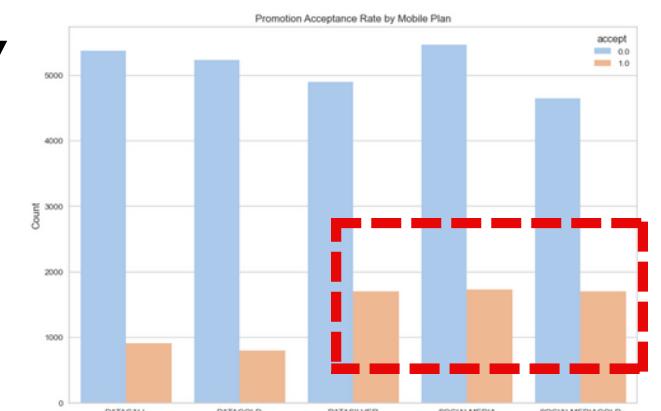
**Du khách không thể mua SIM
tại sân bay nếu hạ cánh từ 0 giờ
tối đến 8 giờ sáng**

GIẢI PHÁP 3

MÁY BÁN SIM TỰ ĐỘNG 24/7 SMART TELCO KIOSK

Du khách có thể tiếp cận sim vật lý Viettel 24/7 dù họ có đáp máy bay vào giờ nào

4



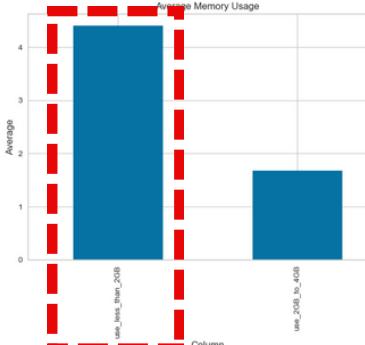
Viettel

Công ty chỉ đang
cung cấp gói không
giới hạn mạng xã
hội **1gb/ngày** và
3gb/ngày.

Du khách

Có trung bình số lần sử
dụng **dưới 2gb** cao và các
gói mạng xã hội được
đăng ký nhiều hơn gói
thông thường.

Hình 14 và 15.
Tỉ lệ đăng ký
theo gói cước
và thời gian
tiếp cận.



**khách hàng sử dụng cần mạng xã hội dưới
2gb/ngày chưa có gói social media phù hợp**

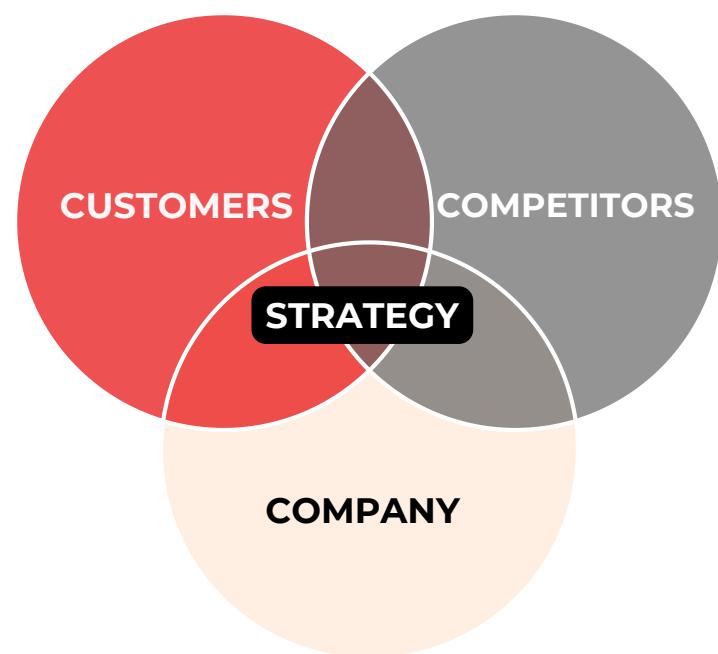
GIẢI PHÁP 4

GÓI MỚI SOCIAL MEDIA SILVER

2GB/ day; Unlimited for TikTok,
Facebook, Youtube, giá **200.000**
đồng trong **3 ngày**.

SOCIAL MEDIA SILVER PLUS

2GB/ day; Unlimited for TikTok,
Facebook, Youtube, giá **250.000**
đồng trong **5 ngày**.



CUSTOMERS

- **Du khách nước ngoài** đến Việt Nam, **đáp tại sân bay Nội Bài** mua SIM Viettel phục vụ cho việc sử dụng mạng tại Việt Nam.
- Thời gian khách hàng **đáp sân bay từ 00h00 - 23h00** một ngày.
- Hành vi: chủ yếu sử dụng **dưới 2GB** và có nhu cầu đối với sim **không giới hạn mạng xã hội**.
- Khách hàng tìm kiếm sự **tiện lợi và nhanh chóng** khi mua sim.
- Phần lớn họ đi **du lịch theo nhóm** và đến các **tỉnh khác** sau khi rời sân bay

COMPANY

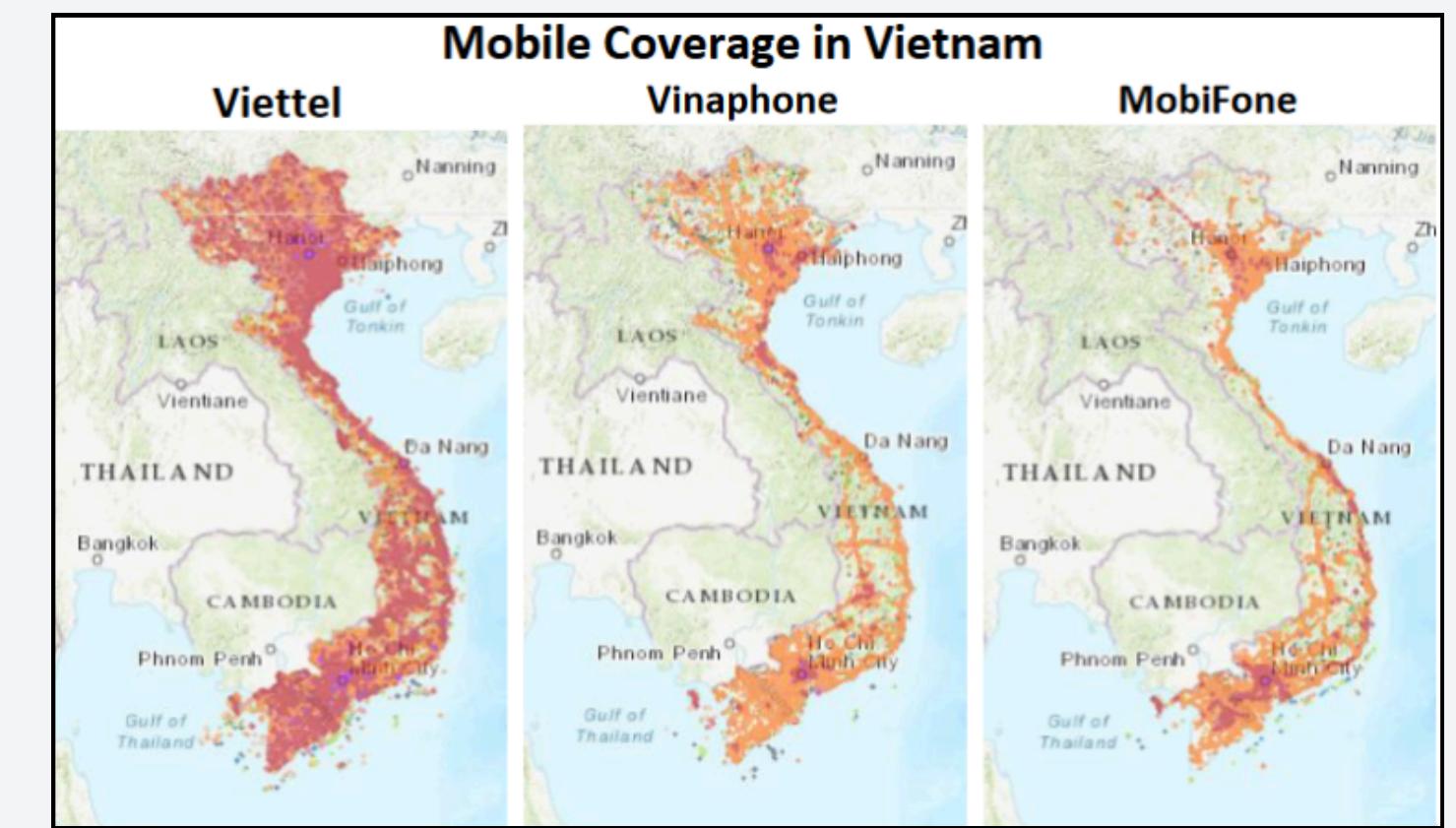
- Viettel là nhà cung cấp dịch vụ viễn thông **hàng đầu** với mạng lưới **phủ sóng rộng khắp cả nước** với phương châm "**Không ai bị bỏ lại phía sau**".
- Cửa hàng sim tại sân bay Nội Bài hoạt động từ **8 giờ sáng đến 0 giờ tối** hàng ngày.
- Công ty cung cấp gói cước **1 GB/ngày và 3GB/ngày** đối với gói **mạng xã hội**.

COMPETITORS

Tại thị trường Việt Nam, ba nhà mạng dẫn đầu bao gồm **Viettel, Vinaphone, MobiFone**.

So sánh với 2 đối thủ cạnh tranh lần lượt theo **độ phủ sóng, tốc độ đường truyền và giá cả**.

Viettel	Vinaphone	MobiFone
Toàn bộ	Rất lớn	Lớn
Rất Nhanh	Nhanh	Nhanh
Rẻ	Rẻ	Rẻ



Hình 16. Độ phủ sóng mạng Internet

Nguồn: Vietnam-visa

VIETTEL PERSONALIZES for TOURISTS



Giai đoạn 1: ‘GIGA’ TOURISTS, ‘GIGA’ DATA - 6 tháng

RnD	✓ Xây dựng mô hình và thu thập thêm biến quan sát du khách chấp nhận đăng ký gói cước để cải tiến mô hình.	Tăng	đến 70%	Độ chính xác của mô hình
Marketing	✓ Tăng độ nhận diện - Nâng cao nhận thức du khách về gói cước mới và chương trình tặng data.	Tăng	+ 30%	Số lượng khách hàng tiếp cận ban đầu
Sale	✓ Tăng doanh số - Bán SIM vật lý qua kiot bán sim, máy bán sim tự động và bán eSIM qua website.	Tăng	+ 40%	Số lượng gói đăng ký ban đầu

Giai đoạn 2: VIETTEL PERSONALIZE FOR TOURISTS - 6 tháng

RnD	✓ Liên tục tối ưu mô hình và tích hợp mô hình vào các kênh phân phối của Viettel, chuyển hướng khách hàng về thói quen mua sim và gói data.	Tăng	đến 80%	Độ chính xác của mô hình
Marketing	✓ Tăng độ nhận diện của du khách về tính năng mới Cá nhân hóa .	Tăng	+ 40%	Số lượng khách hàng tiếp cận ban đầu
Sale	✓ Bán gói cước cho du khách thông qua kiot, máy bán sim, website bằng hệ thống đã được xây dựng	Tăng	+ 65%	Số lượng gói đăng ký ban đầu



KỸ THUẬT MODEL

Dữ liệu

Chia tệp dữ liệu thành 2 biến

1 Label

Giá trị phân loại cụ thể
muốn dự đoán

2 Feature

Các biến ảnh hưởng
đến kết quả của Label

Xử lý

1

Label Encoder

Chuyển đổi dữ liệu
category thành số
nguyên

2

SelectKBest

Kỹ thuật lựa chọn các
yếu tố quan trọng nâng
cao hiệu quả cho mình

3

SVMSMOTE

Kỹ thuật xử lý lớp dữ
liệu mất cân bằng

Mô hình

Phân chia tập dữ liệu và tìm
kiếm tham số

StratifiedKFold x GSearchCV

Kết hợp kĩ thuật phân chia
tập dữ liệu StratifiedKfold
và tìm kiếm tham số phù
hợp (GSearchCV) để đưa ra
mô hình tốt nhất.

Xử lý

Đánh giá mô hình dựa trên chỉ số

1

Accuracy

Tỷ lệ giữa số dự đoán
đúng trên tổng số dự
đoán

3

Recall

Cho thấy sự bỏ lỡ các
trường thực tế của
lớp

2

Precision

Tỷ lệ dự đoán đúng
trong từng lớp

4

F1-Score

Đánh giá hiệu quả
mô hình

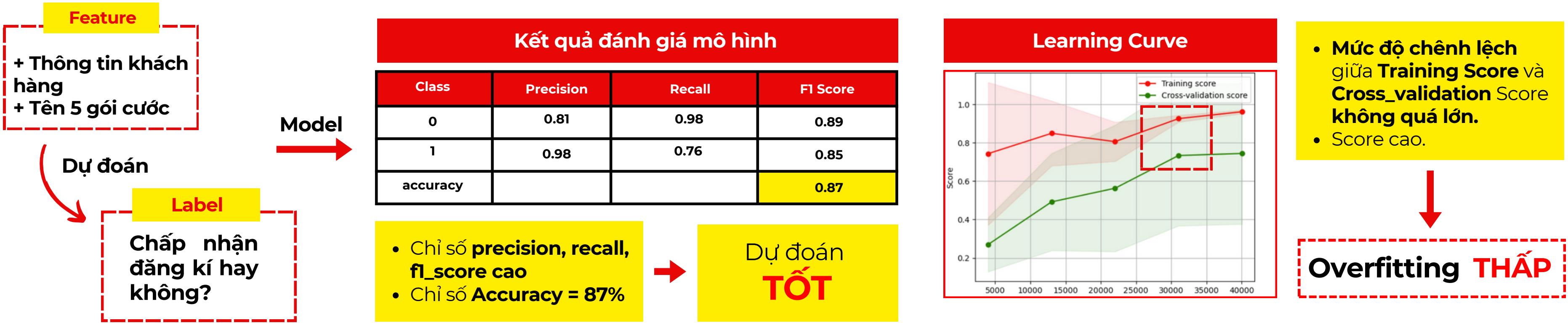
5

Learning Curve

Đánh giá mức độ phù hợp
của mô hình

MODEL 1

Xây dựng mô hình dự đoán nhu cầu đăng ký gói cước được đề xuất cho khách hàng



Dữ liệu Test

Kết quả đánh giá mô hình

Nhận xét

Technical

Business

MODEL 2

Xây dựng mô hình dự đoán gói cước phù hợp với khách hàng

Feature
Thông tin khách hàng

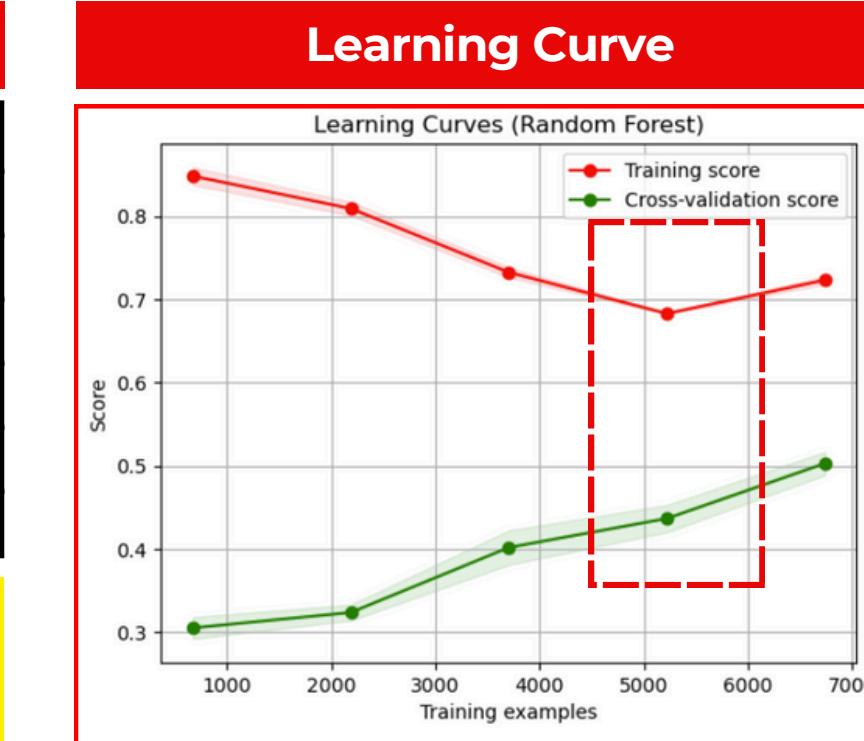
Dự đoán
Label
Tên gói cước

Model

Kết quả đánh giá mô hình			
Class	Precision	Recall	F1 Score
0	0.38	0.21	0.27
1	0.49	0.25	0.33
2	0.49	0.56	0.53
3	0.41	0.47	0.44
4	0.44	0.51	0.47
Accuracy			0.44

- F1-Score có xu hướng trung bình.
- Chỉ số Accuracy = 44%

Hiệu suất
THẤP



- Mức độ chênh lệch giữa Training Score và Cross_validation Score đang giảm.
- Score xu hướng tăng.



Overfitting CÓ THỂ XẢY RA

Dữ liệu Test

Kết quả đánh giá mô hình			
Class	Precision	Recall	F1 Score
0	0.68	0.44	0.54
1	0.70	0.36	0.47
2	0.64	0.74	0.69
3	0.62	0.71	0.66
4	0.64	0.71	0.67
Accuracy			0.64

Mô hình có **độ chính xác** tổng thể là **64%**, với sự **khác biệt rõ rệt** về hiệu suất giữa các lớp. F1-score của từng lớp cũng biểu thị **sự cân bằng giữa Precision và Recall**.

Nhận xét

Technical	Tỷ lệ chính xác đang ở mức thấp.
Business	Chỉ cần thu thập thông tin của khách hàng mô hình có thể đưa ra dự đoán về gói cước phù hợp. Phù hợp về tính kinh doanh và tính tiện lợi, cần xây dựng chiến dịch thu hút khách hàng.

VẤN ĐỀ

Kích thước dữ liệu được huấn luyện 4000-5000

Tương đối thấp

Tăng kích thước bộ huấn luyện

bộ dữ liệu có xu hướng hiệu quả hơn

GIẢI PHÁP

Thu thập thêm biến quan sát
Thu thập thêm những thông tin phù hợp để đưa ra quyết định gói cước cho khách hàng

Xây dựng và cải tiến mô hình

Mô hình 2
Được chọn

**THIẾT KẾ GÓI DATA
MỚI PHÙ HỢP NHU
CẦU KHÁCH HÀNG**

MOBILE PLAN	Description	Price (VND)	Duration
SOCIAL MEDIA SILVER	2GB/ day Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube	200.000	3d
SOCIAL MEDIA SILVER PLUS	2GB/ day Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube	250.000	5d

CẢI TIẾN MÔ HÌNH ĐẠT 70%

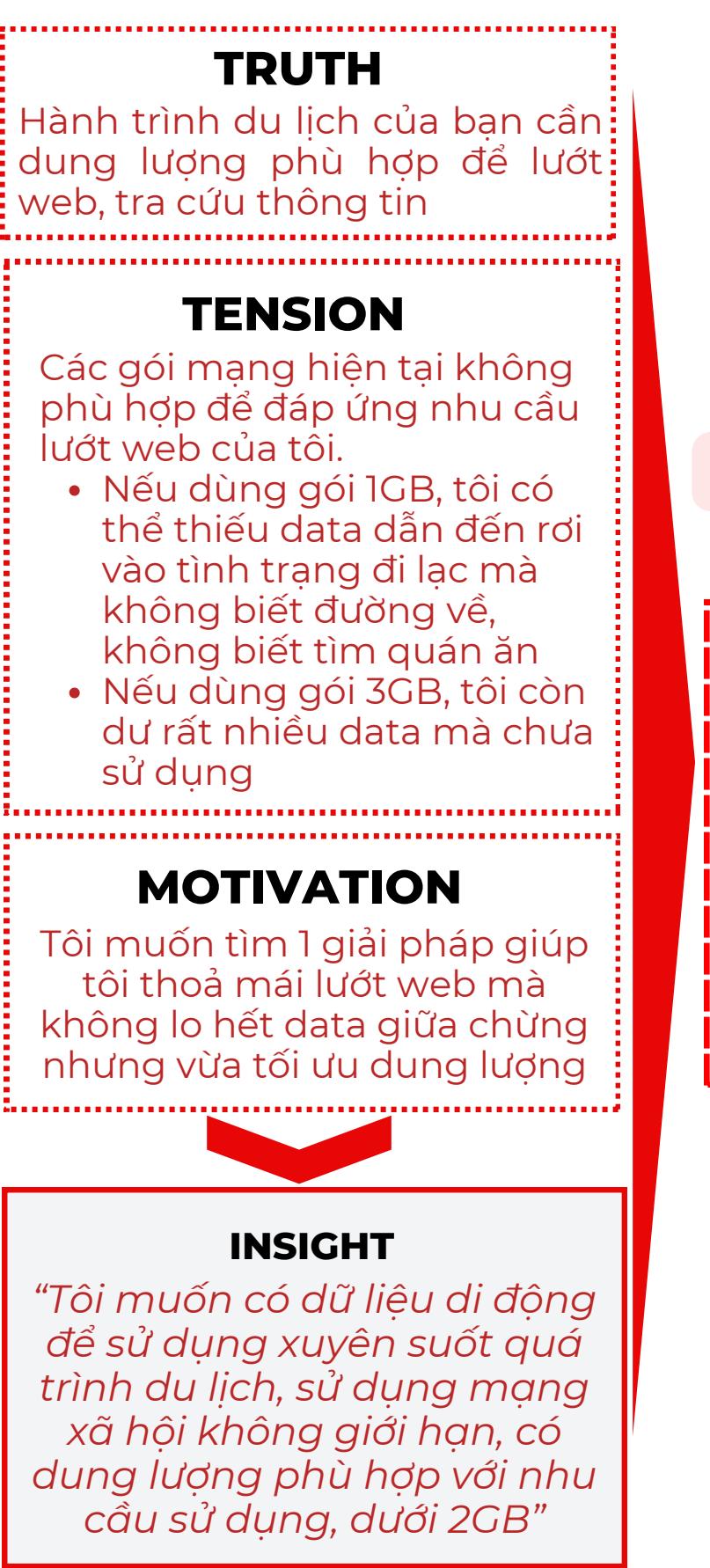
THU THẬP THÊM THÔNG
TIN KHÁCH HÀNG

TĂNG TỈ LỆ CHẤP NHẬN
ĐĂNG KÝ GÓI CƯỚC

- **RnD x Sale x Mar:** Sử dụng gói cước mới => **kích cầu và gia tăng doanh số, thu thập thêm nhiều thông tin** khách hàng chấp nhận đăng ký gói cước.
- **RnD x Sale:** Khảo sát định kỳ khách hàng => **Thu thập thông tin**
- **Đánh giá toàn diện** và **cải tiến mô hình**, xác định các trường dữ liệu cần bổ sung (nếu có) và triển khai cùng Sale để thu thập thông tin.

RnD: Phối hợp cùng Marketing và Sale để đảm bảo tỉ lệ chấp nhận đăng ký gói cước khi được tiếp cận của khách hàng tăng lên.

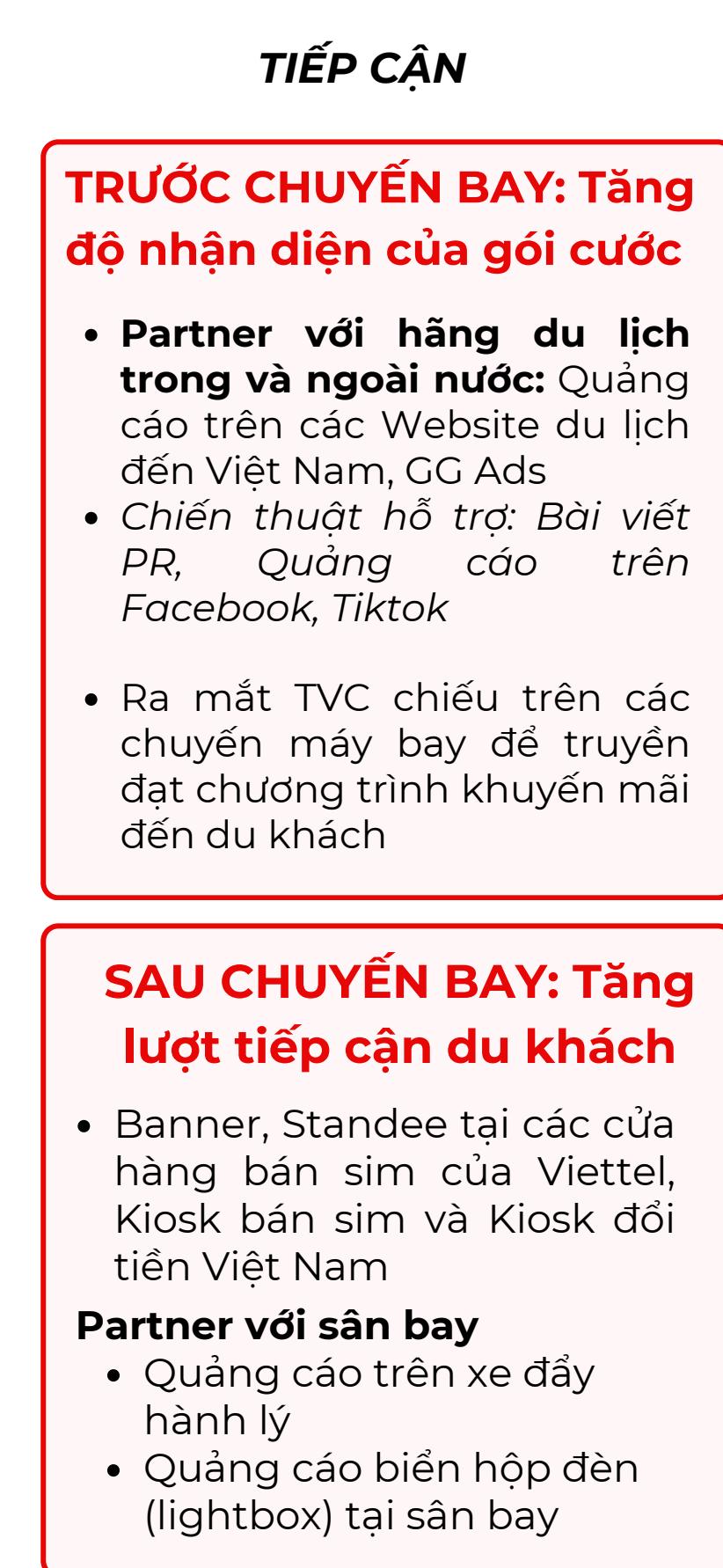
- Chiến dịch **quảng cáo gói cước mới cùng các ưu đãi** => thu về các khách hàng mới
- **Chương trình ưu đãi 'Giga' Tourists, 'Giga' Data:**
 - Với khách hàng đi từ **3 người trở lên**, mua sim tại quầy Kiot, Viettel tặng **1 GB** đối với mỗi gói đăng ký, riêng gói **datagold tặng 2 GB**
 - Khách hàng có thể **tuỳ ý sử dụng lượng data khuyến mãi** trong thời hạn gói.



JOB TO BE DONE: GÓI CƯỚC MỚI

SOCIAL MEDIA SILVER SOCIAL MEDIA SILVER PLUS

Low data user? Our new plans are your perfect match!



Giai đoạn 1: Triển khai bán gói cước mới thông qua sân bay và eSIM

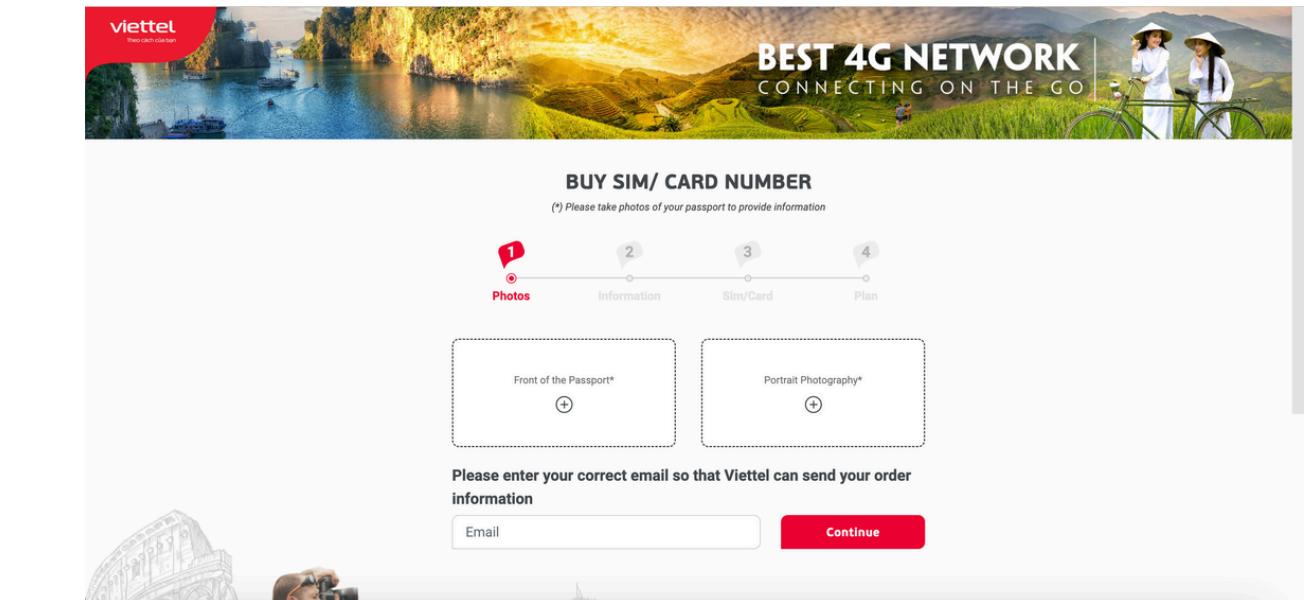
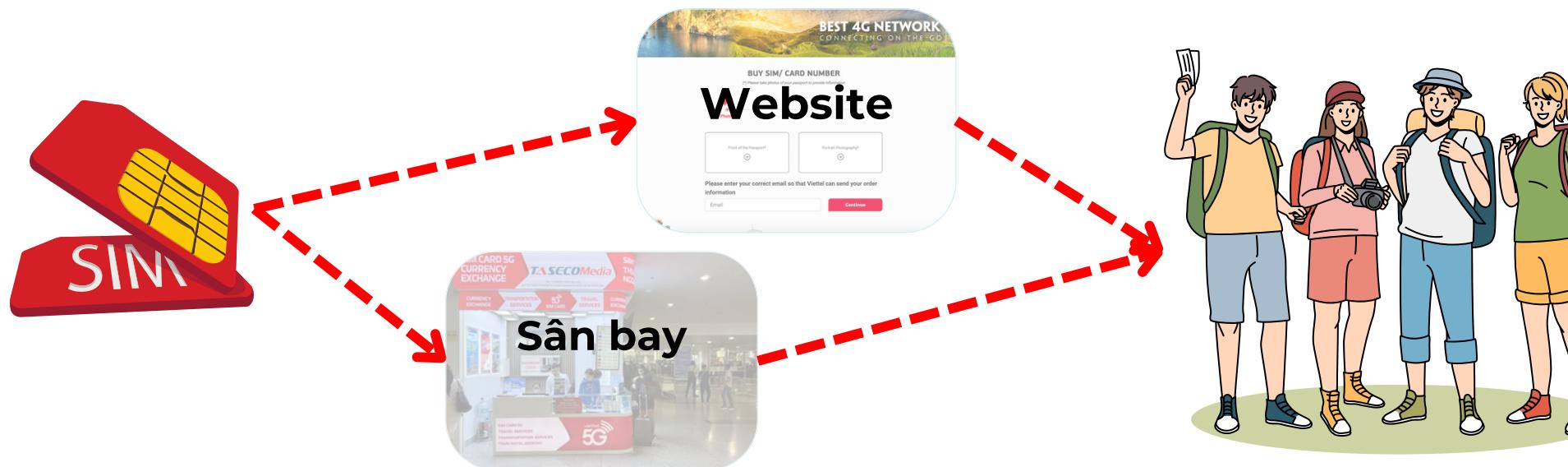
Chương trình ưu đãi data áp dụng tại sân bay để thu thập thông tin khách hàng

MỤC TIÊU

Ngắn hạn: Tăng cường sự hiện diện chương trình tặng data

Dài hạn: Thúc đẩy khách hàng mua gói mới và tham gia chương trình data

Cách tiếp cận



SÂN BAY

KIOT BÁN SIM

- Nhân viên tại Kiot** chào bán và tư vấn các gói cước cho khách hàng
- Liên kết với **Kiot đổi tiền, Kiot taxi** để giới thiệu và bán sim Viettel
- Kiot mở cửa từ **08:00 → 00:00**

SMART TELCO KIOSK

- Khách hàng đến lựa chọn SIM theo nhu cầu, thanh toán tại máy
- Máy bán sim tự động hoạt động từ **00:00 đến 23:00**, phục vụ cho các khách hàng đáp sân bay khuya

WEBSITE

- Giới thiệu về góc cước mới trên banner website
- Khách hàng truy cập vào website của Viettel hiện có: <https://tourist.viettel.vn/> để lựa chọn gói cước phù hợp
- Bán eSIM thông qua Website đại lý, các Website liên kết hợp tác với Viettel

Kênh bán hàng

1. CẢI TIẾN

Sau khi thu thập thêm thông tin của những khách hàng chấp nhận gói cước

Cải tiến, đánh giá lại mô hình và đưa vào thực nghiệm

3. HOÀN THIỆN VÀ PHÁT TRIỂN

Sau khi mô hình được cải thiện mức độ dự đoán chính xác đến hơn 80%

- Tích hợp mô hình vào hệ thống bán hàng tự động.
- Tích hợp mô hình vào các nền tảng website.

2. TÍCH HỢP VÀ GIÁM SÁT

Hệ thống tại các điểm bán hàng ở sân bay sẽ tích hợp mô hình dự đoán

Luôn có nhân viên giám sát độ hiệu quả và cải thiện liên tục mô hình

Thường xuyên đánh giá kết quả thu được sau khi tích hợp mô hình dự đoán

Luôn ghi nhận những feedback của khách hàng để cải thiện



VIETTEL PERSONALIZES FOR TOURISTS

Age: _____

Going with ▼

Purpose ▼

Profession ▼

Destination ▼

Education ▼

Gender ▼

Living_Status ▼

Social Media
Freq: _____ (h/days)

Data Wanted:
(GB/days)

Duration: _____ (days)

Burget: _____ \$

SUBMIT

SOCIALMEDIASILVERPLUS

2GB/ day
Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube

Price: 10 \$

Duration: 5 days

BUY IT!

choose other
data package

Giai đoạn 2: Tiếp cận hệ thống “Viettel Personalize for Tourists” đến khách hàng: tăng độ nhận diện tính năng mới của Viettel đến du khách nước ngoài

TARGET AUDIENCE



- Tuổi:** 18-40
- Thu nhập:** <100.000 đô
- Quốc gia:** Anh, Mỹ
- Người đi cùng:** Bạn bè, gia đình hoặc một mình
- Sử dụng dữ liệu:** Chủ yếu dưới 2GB/ngày
- Xu hướng yêu thích:** Các gói không giới hạn mạng xã hội
- Đích đến:** Chủ yếu đến các tỉnh sau khi rời sân bay

TRUTH

Bạn muốn tận dụng thời gian hành trình du lịch của mình và bạn cần thời gian nghỉ ngơi sau chuyến bay dài

TENSION

Tôi bị kẹt ở sân bay lâu cho các vấn đề về hành lý, SIM, đổi tiền, và taxi
Tôi mất quá nhiều thời gian trong việc tìm kiếm, so sánh và lựa chọn các gói cước phục vụ cho hành trình của tôi.

MOTIVATION

Tôi muốn tìm 1 giải pháp giúp tôi lựa chọn gói cước nhanh chóng, và phù hợp với mục tiêu của tôi



INSIGHT

Du khách hiện đại phụ thuộc rất nhiều vào Internet để tận hưởng trọn vẹn chuyến đi. Tuy nhiên, họ tốn thời gian vào việc cân nhắc chọn các gói cước di động phù hợp với lịch trình của họ

COMMUNICATION MESSAGE

Viettel personalizes for your convenience

Functional benefit

- Giải pháp tối ưu phù hợp với nhu cầu du hàng
- Cải thiện tính tiện lợi và nhanh chóng của du khách tại sân bay

Emotional benefit

- Sự lắng nghe và thấu hiểu từ phía doanh nghiệp
- Cảm thấy được sự chăm sóc cho từng cá nhân khách hàng

TIẾP CẬN

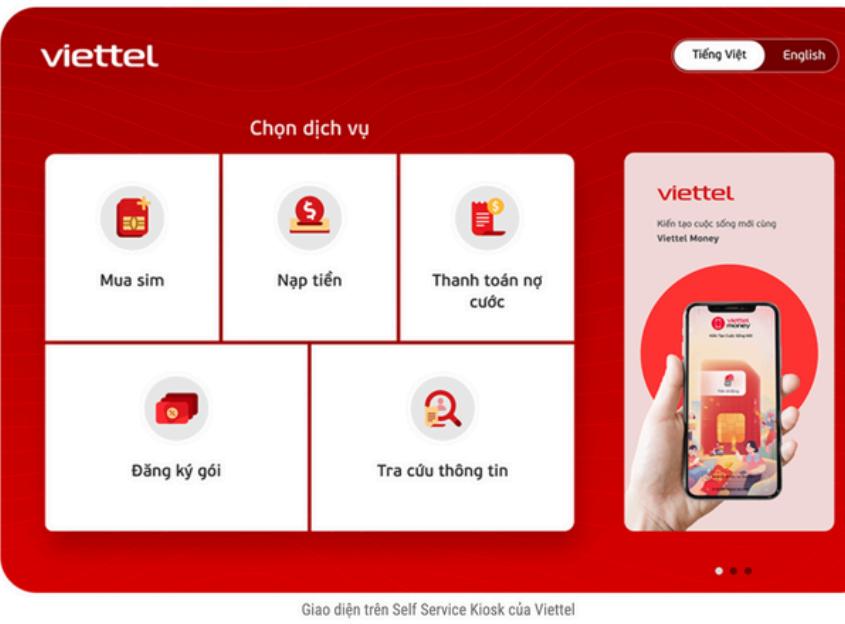
TRƯỚC CHUYẾN BAY: Tăng độ nhận diện của du khách

- Quảng cáo trên website bán eSIM của doanh nghiệp
- Booking KOC, youtuber nước ngoài thực hiện video review về hệ thống mới của Viettel
- Ra mắt TVC chiếu trên các chuyến máy bay để truyền đạt chương trình khuyến mãi đến du khách
- Quảng cáo trên các Website du lịch đến Việt Nam, GG Ads
Chiến thuật hỗ trợ: Bài viết PR, Quảng cáo trên Facebook, Tiktok

SAU CHUYẾN BAY: Tăng lượt tiếp cận du khách

- Banner, Standee tại các cửa hàng bán sim của Viettel, Kiosk bán sim và Kiosk đổi tiền Việt Nam
- Quảng cáo trên xe đẩy hành lý
- Quảng cáo biển hộp đèn (lightbox) tại sân bay

Cách tiếp cận



MỤC TIÊU

Ngắn hạn: Tăng cường sự hiện diện chương trình cá nhân hóa

Dài hạn: Thúc đẩy khách hàng điền thông tin, sử dụng tính năng mới



Kênh bán hàng

Cách tiếp cận

SÂN BAY

KIOSK BÁN SIM

- Nhân viên tại Kiot **thu thập thông tin** của khách hàng, điền vào hệ thống
- Hệ thống **đề xuất gói**
- Nhân viên **tư vấn gói** cho du khách

SMART TELCO KIOSK

- Tích hợp tính năng **“Viettel Personalizes for you”** điền thông tin lên máy Smart Telco Kiosk
- Thông qua hệ thống machine learning, **máy đề xuất** cho khách hàng gói cước phù hợp

WEBSITE

- Thêm nút tính năng **“Personalize for you”**:

Personalize for you

- Khách hàng truy cập vào website, lựa chọn tính năng, điền thông tin và được đề xuất gói cước trên website

Rủi ro

1. Mô hình hoạt động không đủ chính xác

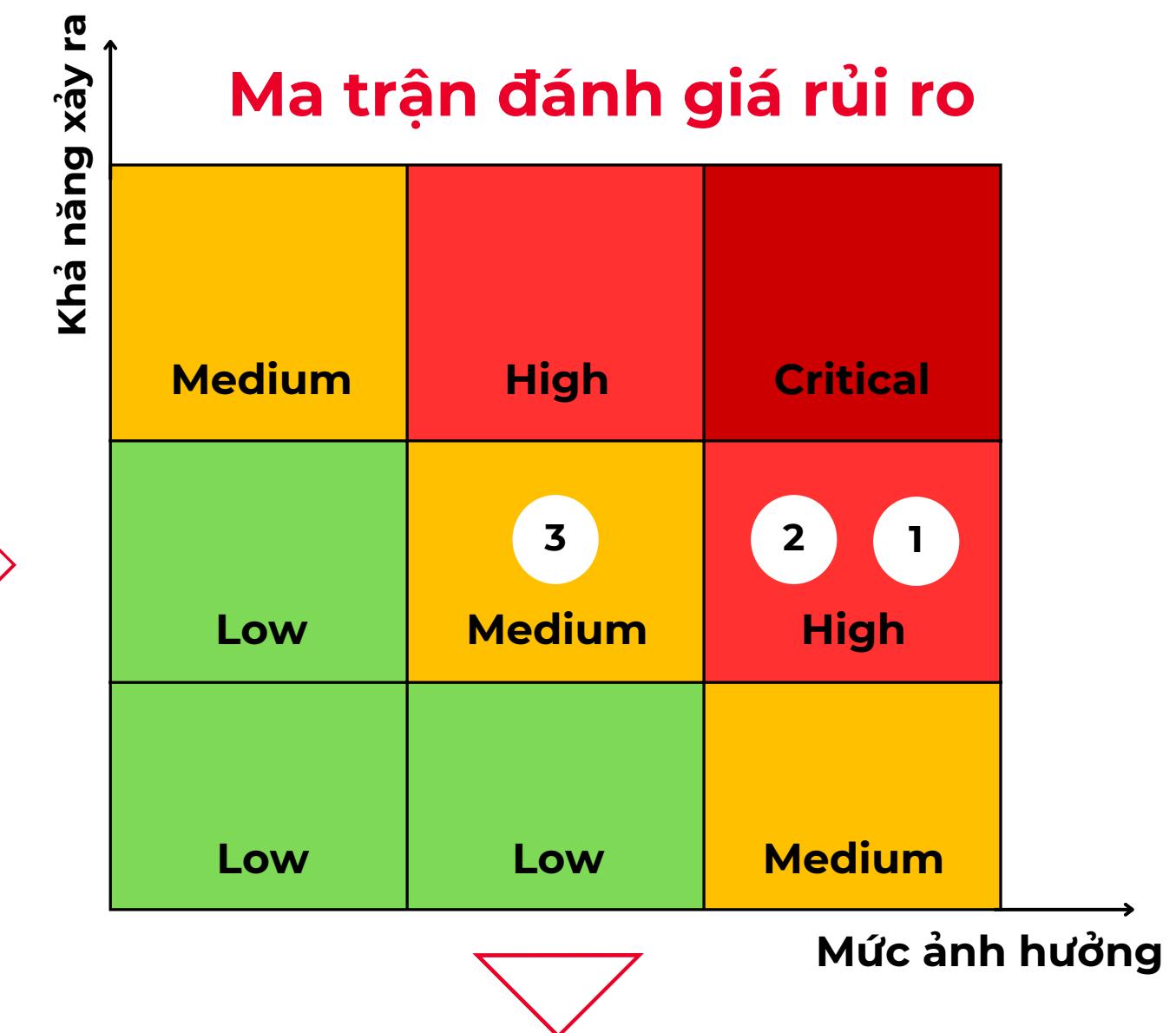
Sau Phase 1, mô hình không đạt được tỉ lệ chính xác theo mục tiêu đặt ra **do không đủ thông tin hoặc thuật toán cần làm mới và bổ sung ở vài điểm.**

2. Chuyển đổi thói quen mua sắm của khách hàng không hiệu quả

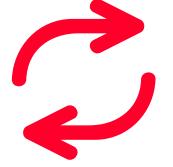
Hiện tại, khách hàng có **thói quen xem thông tin từng gói data và đưa ra lựa chọn**, dẫn đến khó khăn để có thể khiến khách hàng nhập nhiều thông tin làm dữ liệu đầu vào cho mô hình dự đoán.

3. Lãng phí khả năng sử dụng của các máy bán sim tự động

eSim ngày càng phổ biến khiến việc mua bán eSim thông qua website trở nên thuận tiện hơn, dẫn đến có khả năng các máy bán sim tự động sẽ không được tối ưu hiệu suất, không sử dụng trong tương lai.



- **Rủi ro 1 và 2:** Có **sức ảnh hưởng lớn** và **khả năng xảy ra ở mức trung bình**. => **Cao (High)**
- **Rủi ro 3:** Có **sức ảnh hưởng và khả năng xảy ra trung bình** dựa trên thị trường SIM hiện nay, SIM vật lý vẫn khá thịnh hành trong nhiều năm nữa => **Medium**

Rủi ro	Chiến lược giảm thiểu rủi ro
 <p>1. Mô hình hoạt động không đủ chính xác</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tiến hành đánh giá định kỳ theo tháng: Nhằm đánh giá hiệu suất, cải tiến liên tục với các dữ liệu được bổ sung, thu thập thông tin đa dạng từ form khảo sát, thông tin khách hàng đăng ký, cuộc gói chăm sóc khách hàng,... → Xác định hiệu quả qua các chỉ số Accuracy và chỉ số đánh giá mô hình. → Xác định được biến cần bổ sung thêm (nếu cần) và triển khai thu thập thêm thông tin từ khách hàng. → Đảm bảo đạt hiệu suất theo từng Phase.
 <p>2. Chuyển đổi thói quen mua sắm của khách hàng không hiệu quả</p>	<ul style="list-style-type: none"> Xây dựng chiến dịch quảng cáo, educate cho khách hàng sát với insight khách hàng nhất: <ul style="list-style-type: none"> Theo sát thị trường và đánh giá khách hàng liên tục để xây dựng chiến dịch phù hợp nhất trước khi khởi chạy. Đảm bảo nội dung quảng cáo thói quen mua sắm mới với việc nhập các trường dữ liệu ở phase 2 đạt hiệu quả tốt nhất.
 <p>3. Lãng phí khả năng sử dụng của các máy bán sim tự động</p>	<ul style="list-style-type: none"> Xây dựng các kế hoạch sử dụng máy bán sim tự động hiệu quả về số lượng, địa điểm đặt, tần suất sử dụng của khu vực để tối ưu hiệu suất của máy. Xây dựng các phương án dự phòng nếu khách hàng không còn nhu cầu sử dụng máy bán sim tự động trong những năm tới do việc phát triển của eSIM: <ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo máy bán sim tự động có thể được chuyển nhượng và sử dụng cho mục đích khác. Đảm bảo có kế hoạch thanh lý với mức giá phù hợp với nhà cung cấp.

CẢM ƠN VÌ ĐÃ
LĂNG NGHE

SPARKLE - DAZONE 2024

1. International Airport Review (2023), Speed and convenience is a top priority for passengers, says IATA
<https://www.internationalairportreview.com/news/190033/speed-and-convenience-is-a-top-priority-for-passengers-says-iata/>
2. Hyperlogy (2023), Cách mạng hóa ngành viễn thông: Viettel Telecom và Hyperlogy khởi động dự án Xây dựng hệ thống Self Service Kiosk tiên tiến <https://www.hyperlogy.com/vi/cach-mang-hoa-nganh-vien-thong-viettel-telecom-va-hyperlogy-khoi-dong-du-an-xay-dung-he-thong-self-service-kiosk-tien-tien/>
3. Hyperlogy (2024), Triển khai thành công Hệ thống Smart Telco Kiosk cho Viettel Telecom – Hyperlogy gây ấn tượng với khả năng xây dựng các giải pháp kiosk tự phục vụ <https://www.hyperlogy.com/vi/trien-khai-thanh-cong-he-thong-smart-telco-kiosk-cho-viettel-telecom-hyperlogy-gay-an-tuong-voi-qua-nang-xay-dungcac-giai-phap-kiosk-tu-phuc-vu/>
4. Website Tourist Viettel Sim <https://tourist.viettel.vn/>
5. Vietnamesim, Noi Bai Hanoi Airport SIM Card – Where to buy and What to get,
<https://vietnamesim.com/hanoi-airport-sim-card/>
6. Clover Garcia (2024), Buying a SIM card at Ha Noi Airport (Noi Bai): Travelers Guide, gigago.com/hanoi-airport-sim-card/
7. nperf, Bản đồ phủ sóng 3G/4G/5G của Viettel Mobile tại Việt Nam,
<https://www.nperf.com/vi/map/VN/-/167.Viettel-Mobile/signal>

PHỤ LỤC

SPARKLE - DAZONE 2024

Category	Mobile Plan	Description	Price (VND)	Duration	Ưu đãi “giga” data, “giga” tourists
SOCIAL MEDIA	SOCIAL MEDIA	1GB/ day Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube	150.000	3d	1 GB
	SOCIAL MEDIA SILVER	2GB/ day Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube	200.000	3d	1 GB
	SOCIAL MEDIA SILVER PLUS	2GB/ day Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube	250.000	5d	1 GB
	SOCIAL MEDIA GOLD	3GB/ day, high speed Unlimited for Tik Tok, Facebook, Youtube	250.000	3d	1 GB
DATA	DATA CALL	2GB/ day, high speed 300 mins call for external network Unlimited call for internal network	200.000	5d	1 GB
	DATA SILVER	2GB/ day, high speed	100.000	5d	1 GB
	DATA GOLD	5GB/ day, high speed	200.000	5d	2 GB