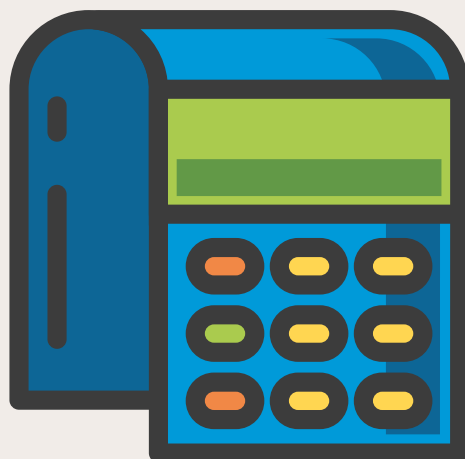




# PHÂN TÍCH CHIẾN DỊCH MARKETING NGÂN HÀNG



Vũ Thùy Trang – Vương Thùy Dương – Vũ Mạnh Đức



Nhóm 19



# Nội dung

Bài toán	01
----------	----

Tổng quan chiến dịch	02
----------------------	----

Phân tích đối tượng	03
---------------------	----

Phân tích cách tiếp cận	04
-------------------------	----

Phân tích tác động kinh tế	05
----------------------------	----

Đề xuất giải pháp	06
-------------------	----

# Bài toán

Làm thế nào tổ chức ngân hàng có thể có những chiến dịch tiếp thị trực tiếp hiệu quả hơn trong tương lai?





# Tổng quan chiến dịch



Number of Client

41188

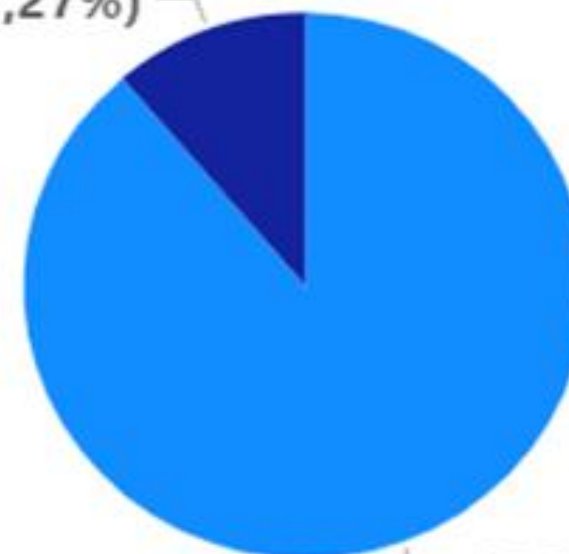
Total Contact

105754

Registered Customer

no yes

4,64K (11,27%)



36,55K (88,73%)



# Phân tích đối tượng

## Tình trạng cá nhân

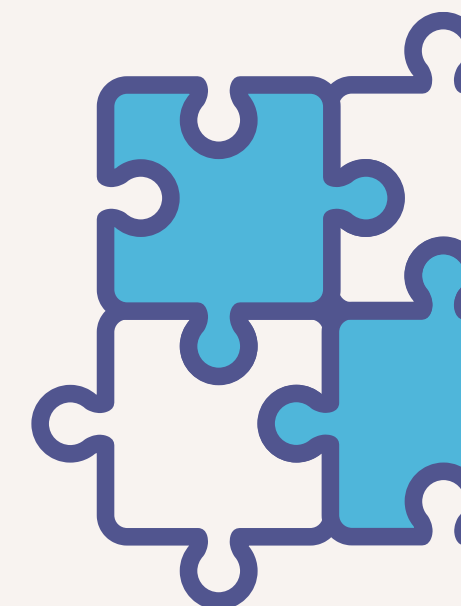
---

- Độ tuổi
- Nghề nghiệp
- Tình trạng hôn nhân
- Học vấn

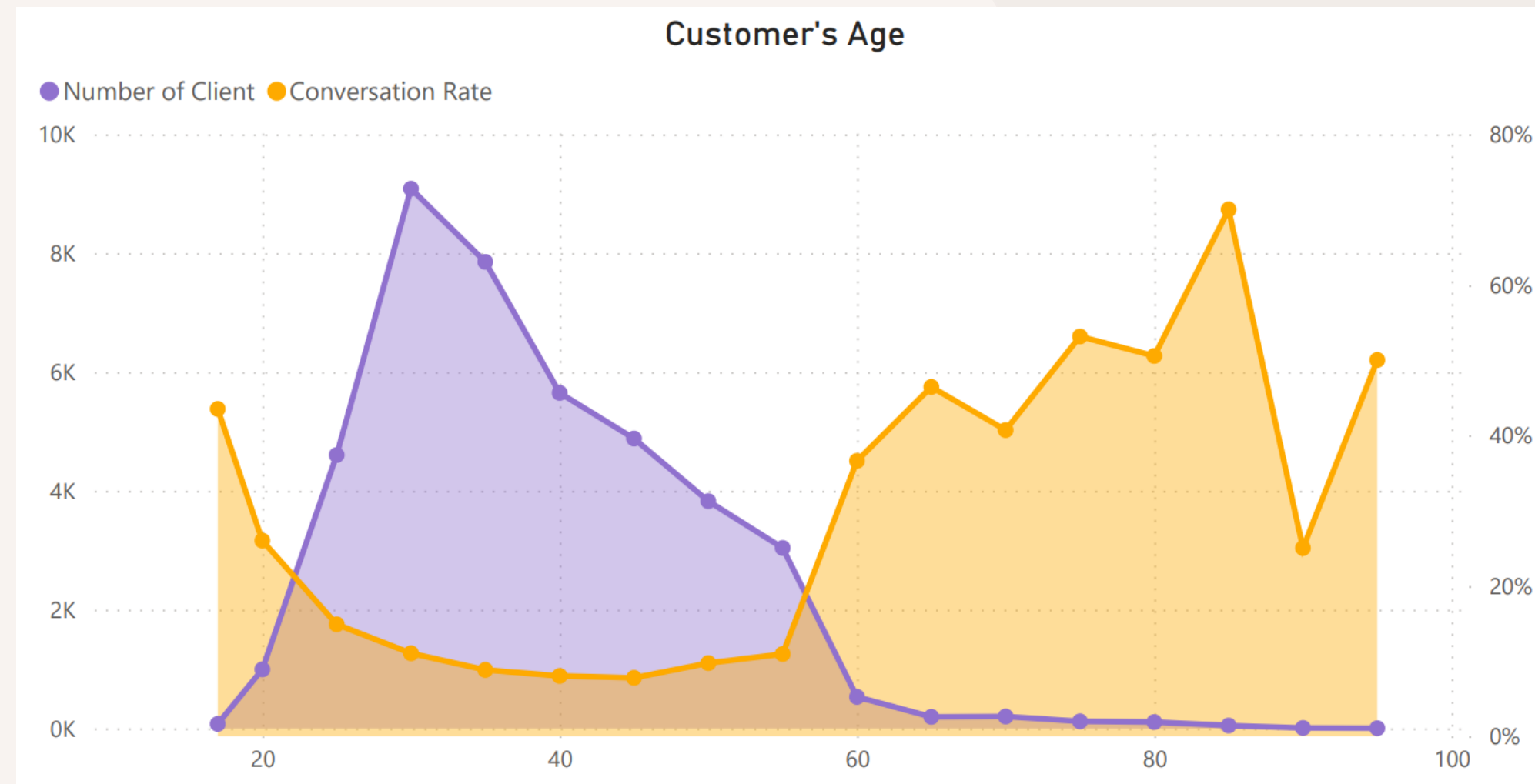
## Tình hình tài chính

---

- Tín dụng
- Các khoản vay

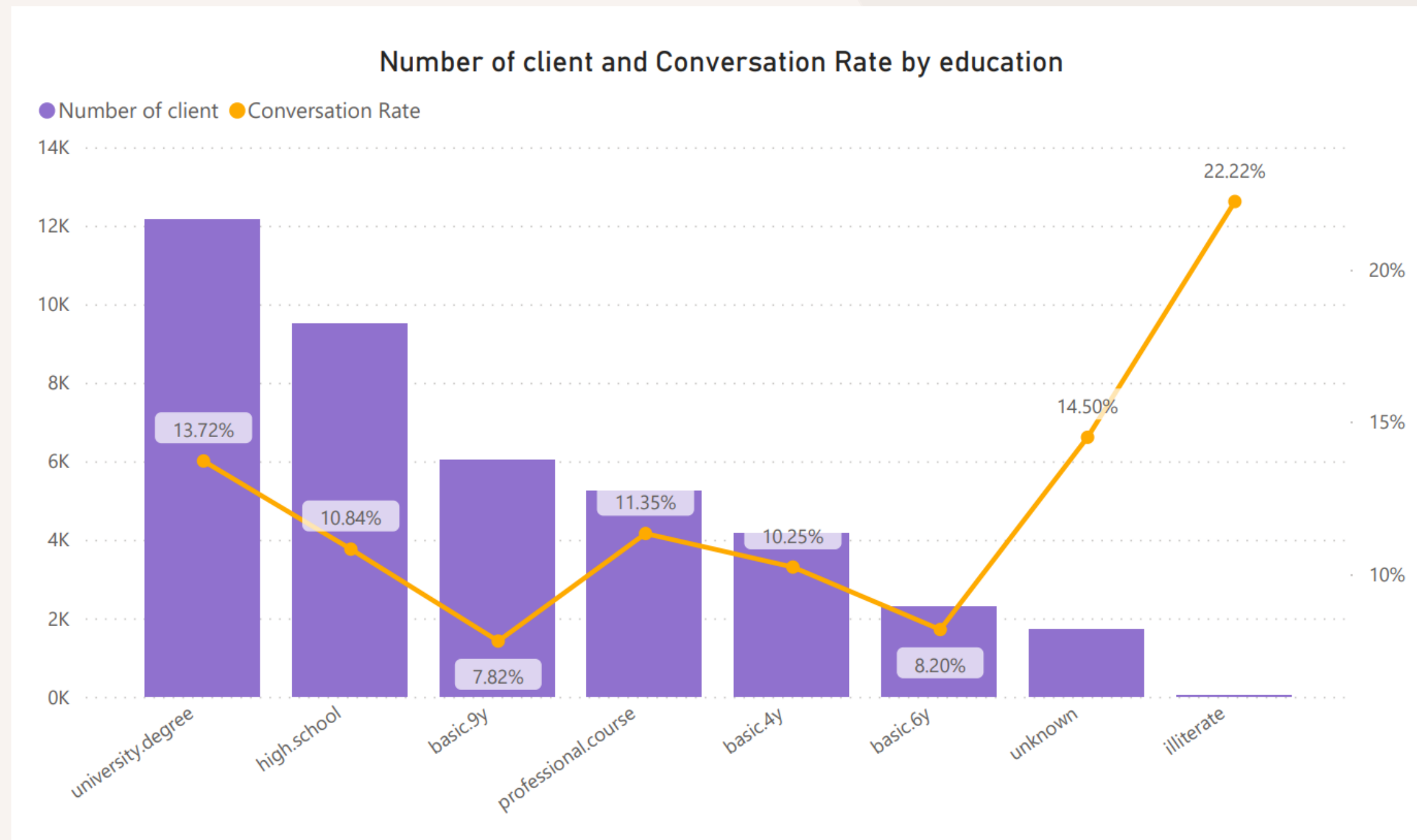


# Tình trạng cá nhân



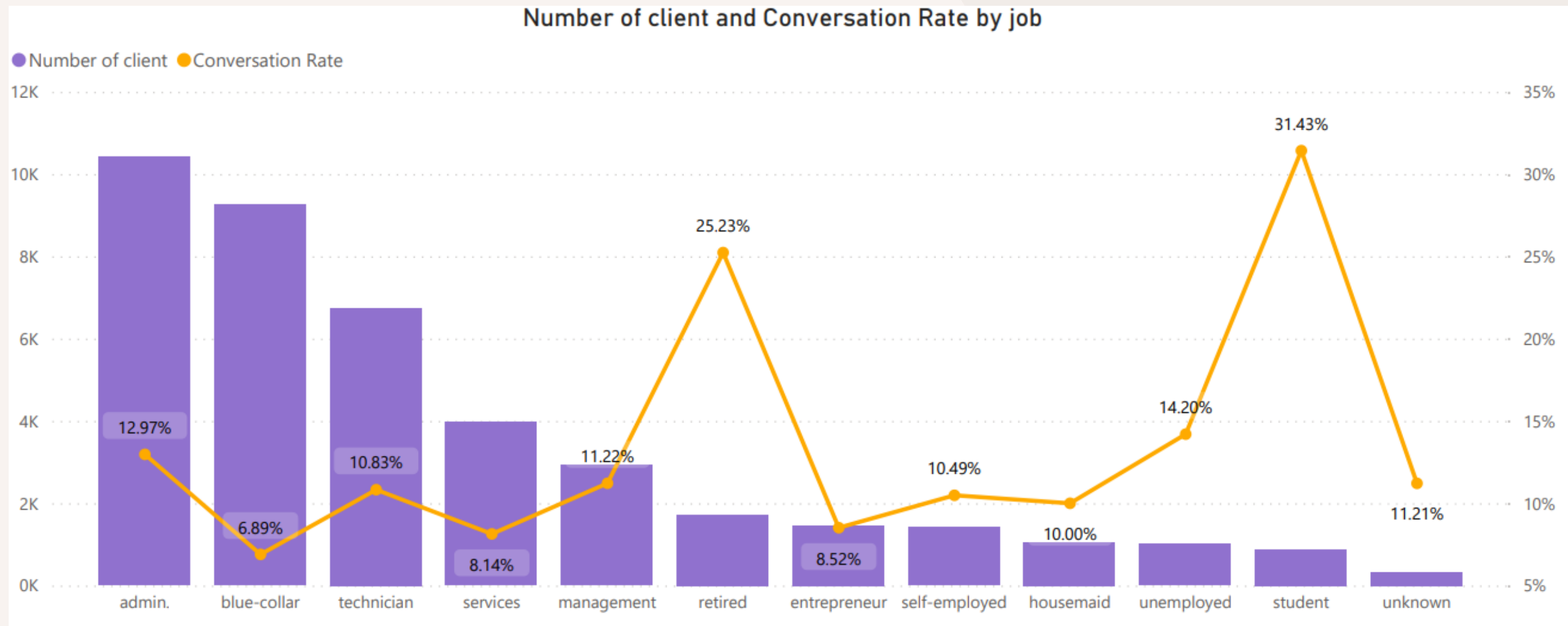
- Hơn ½ khách hàng ở độ tuổi 30-40
- Khách hàng ở độ tuổi 31 chiếm tỉ lệ cao nhất
- Người từ 60 tuổi trở lên có tỉ lệ đăng ký cao nhất.

# Tình trạng cá nhân



Trình độ học vấn của khách hàng

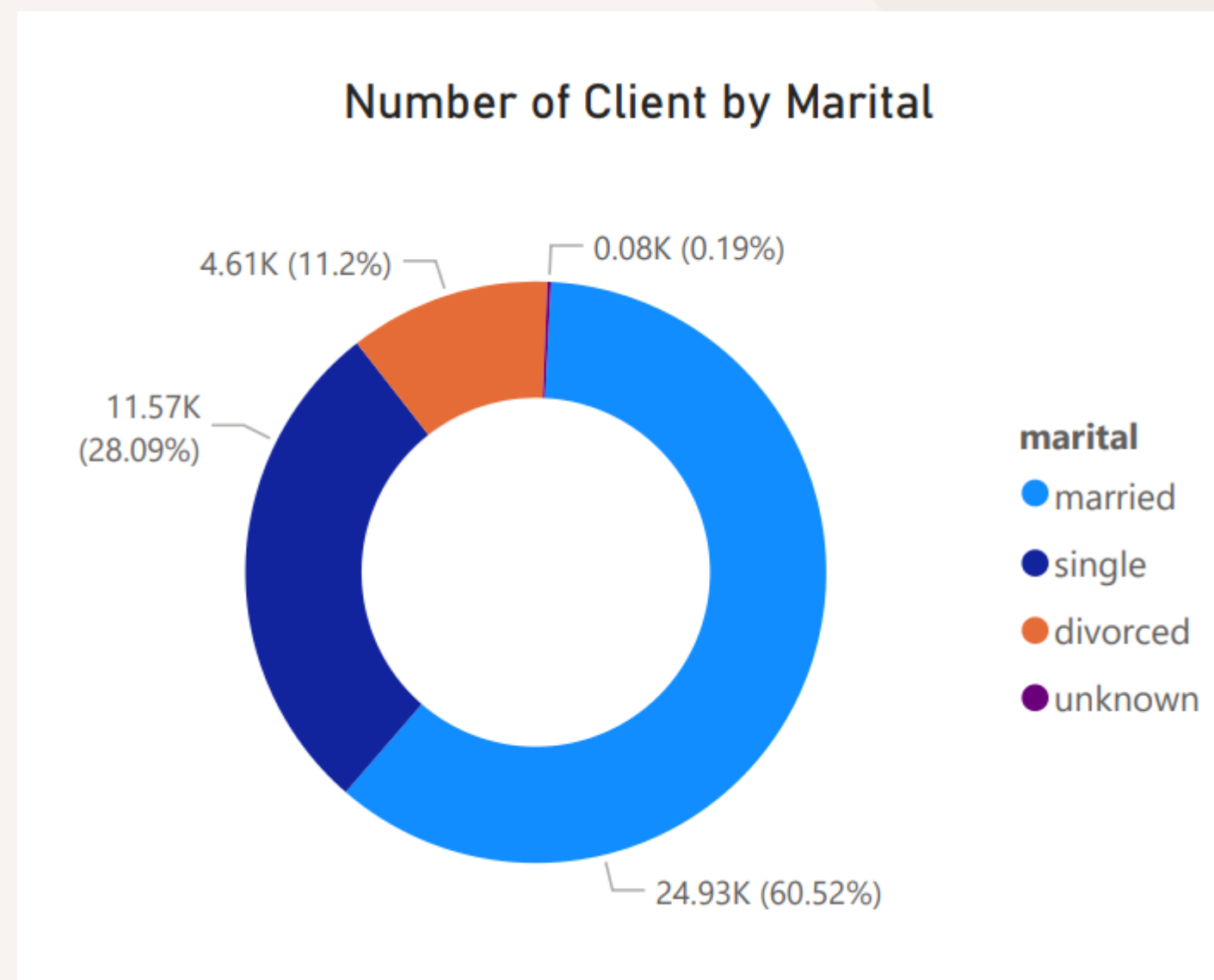
# Tình trạng cá nhân



Công việc của khách hàng



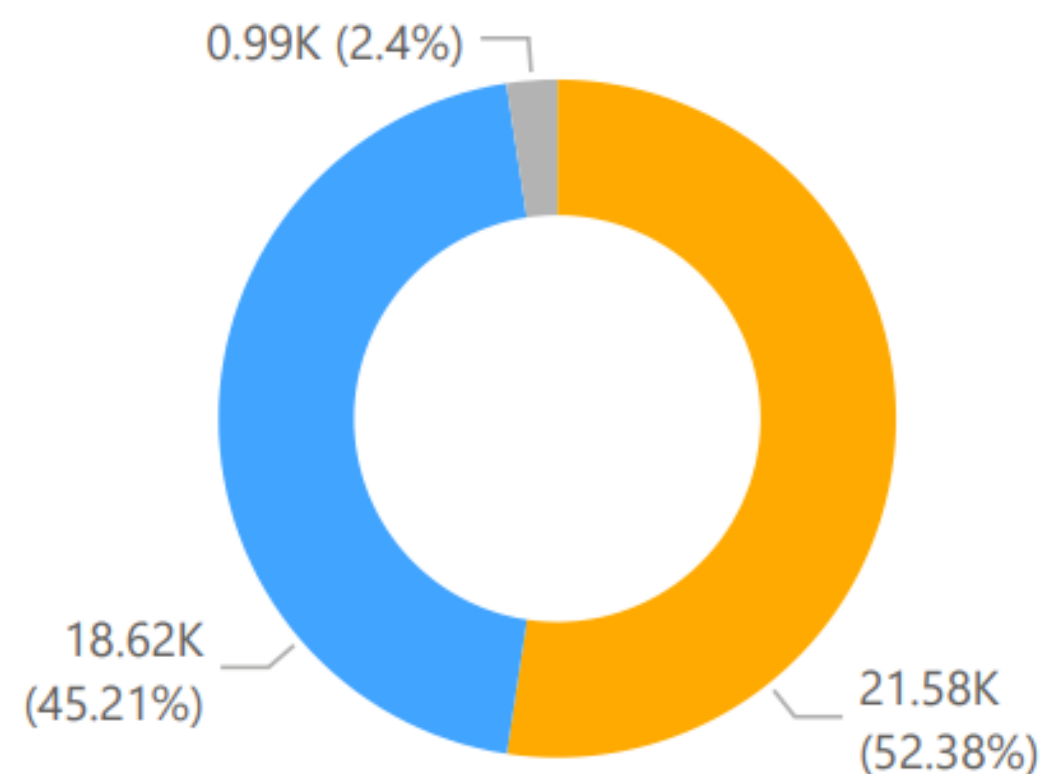
# Tình trạng cá nhân



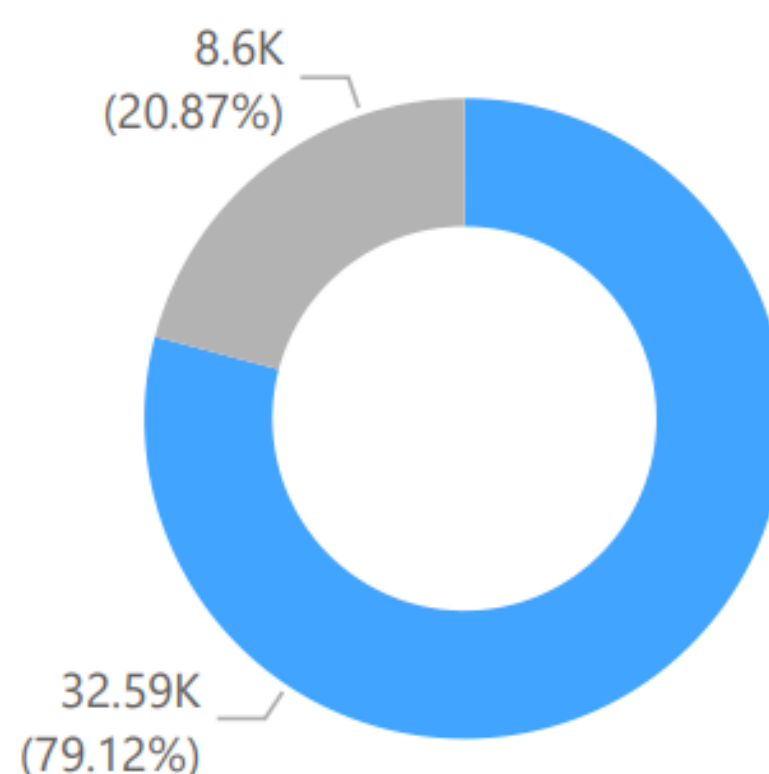
Tình trạng hôn nhân  
của khách hàng

# Tình hình tài chính

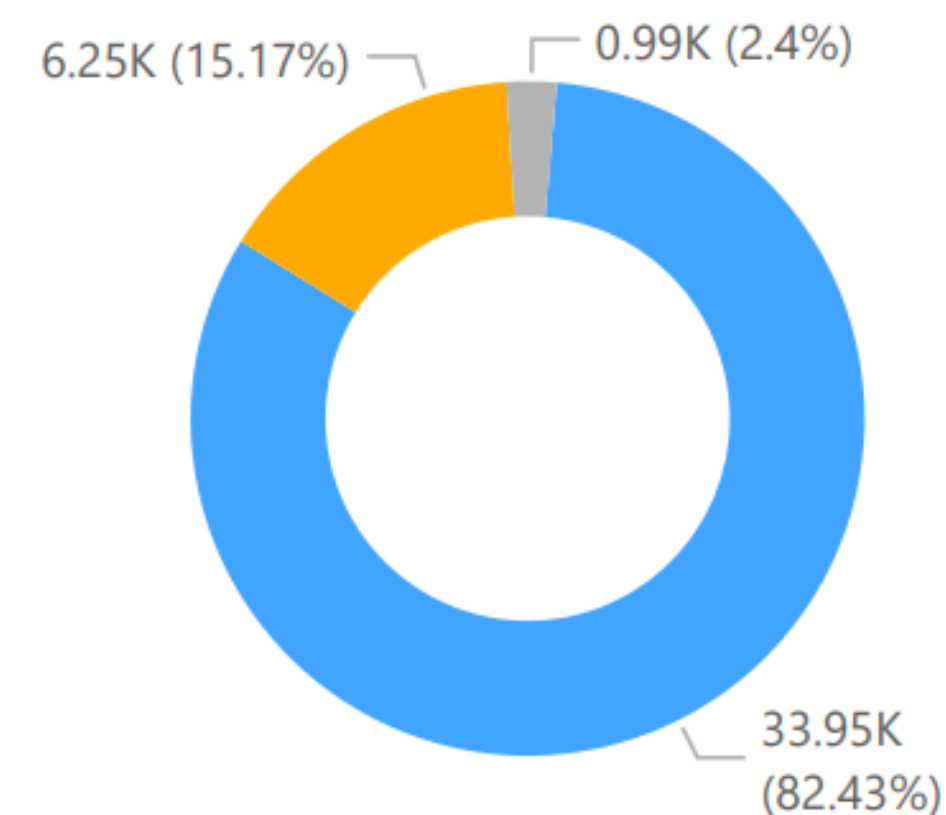
Housing



Credit



Loan



● yes  
● no  
● unknown

# Phân tích đối tượng

20 – 40

Số lượng nhiều

Tỉ lệ đăng ký **thấp**

< 18 & > 65

Số lượng ít

Tỉ lệ đăng ký **cao**

⇒ Do phụ huynh tiết kiệm tiền cho con cái, nhu cầu hưu chí, tài sản thừa kế...

# Phân tích đối tượng

- Tập khách hàng mục tiêu mà chiến dịch nhắm tới: những người đang đi làm ổn định, học vấn cao, trụ cột gia đình, tình trạng tín dụng sạch, không nợ



# Phân tích cách tiếp cận



63.47%



36.53%

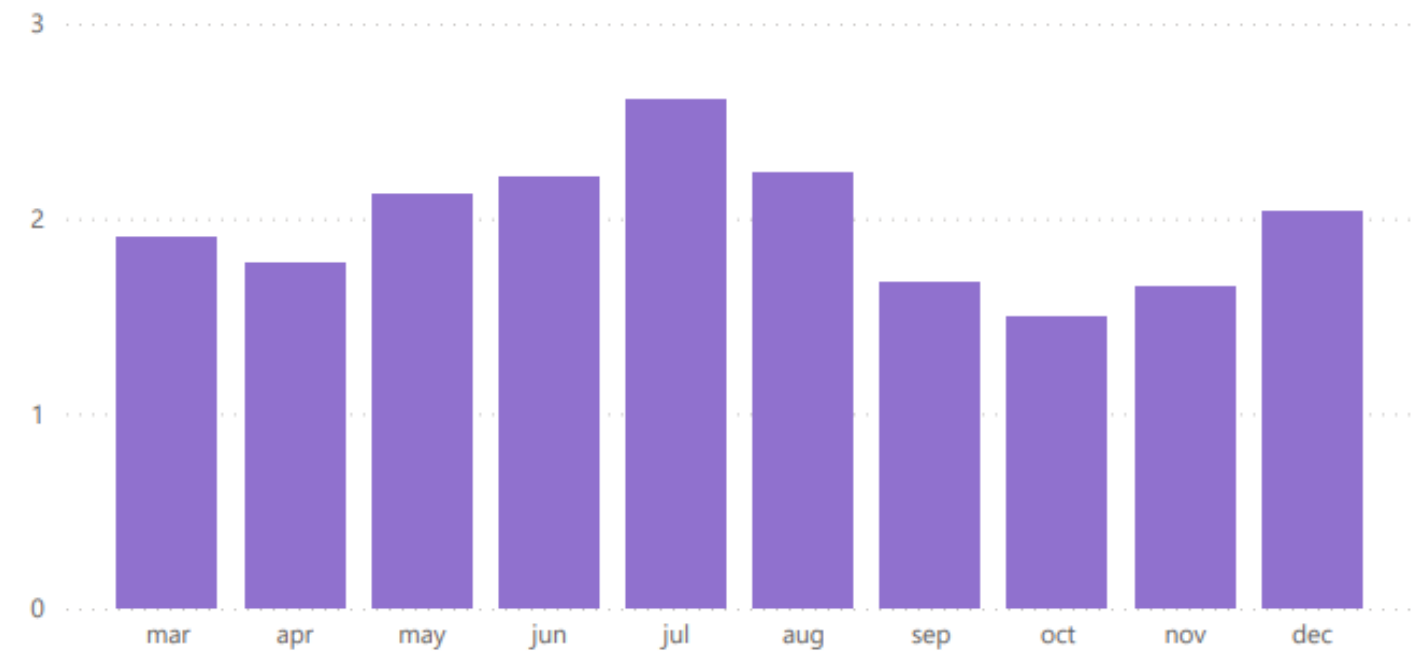


553.19s

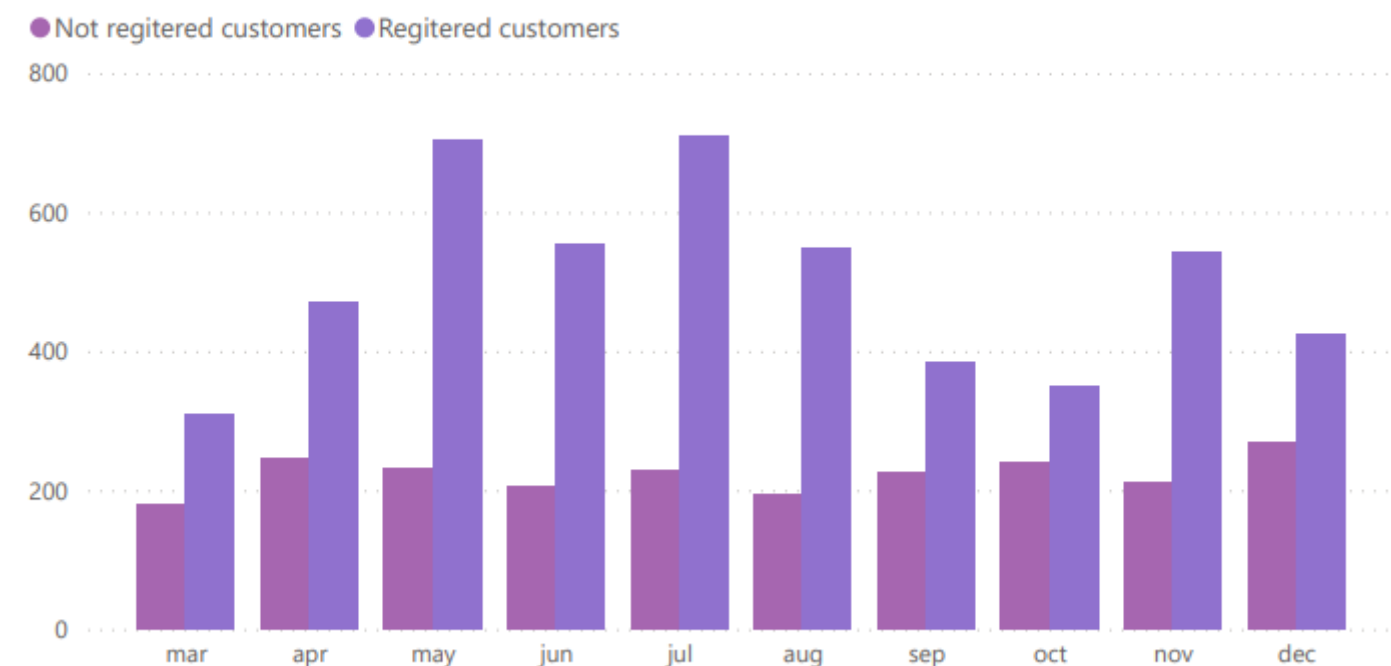


220.84s

Number of contacts for registered customers



Call duration for customers



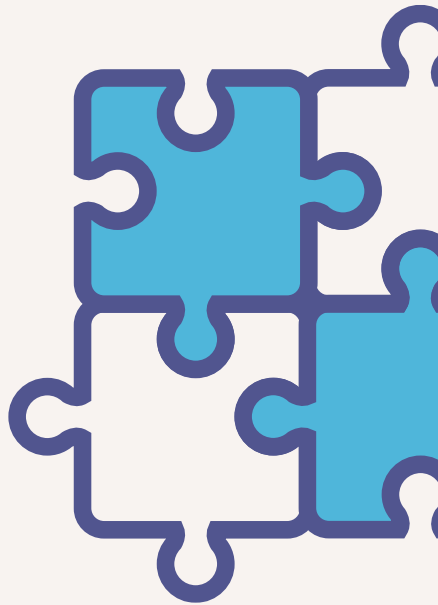


# Phân tích cách tiếp cận

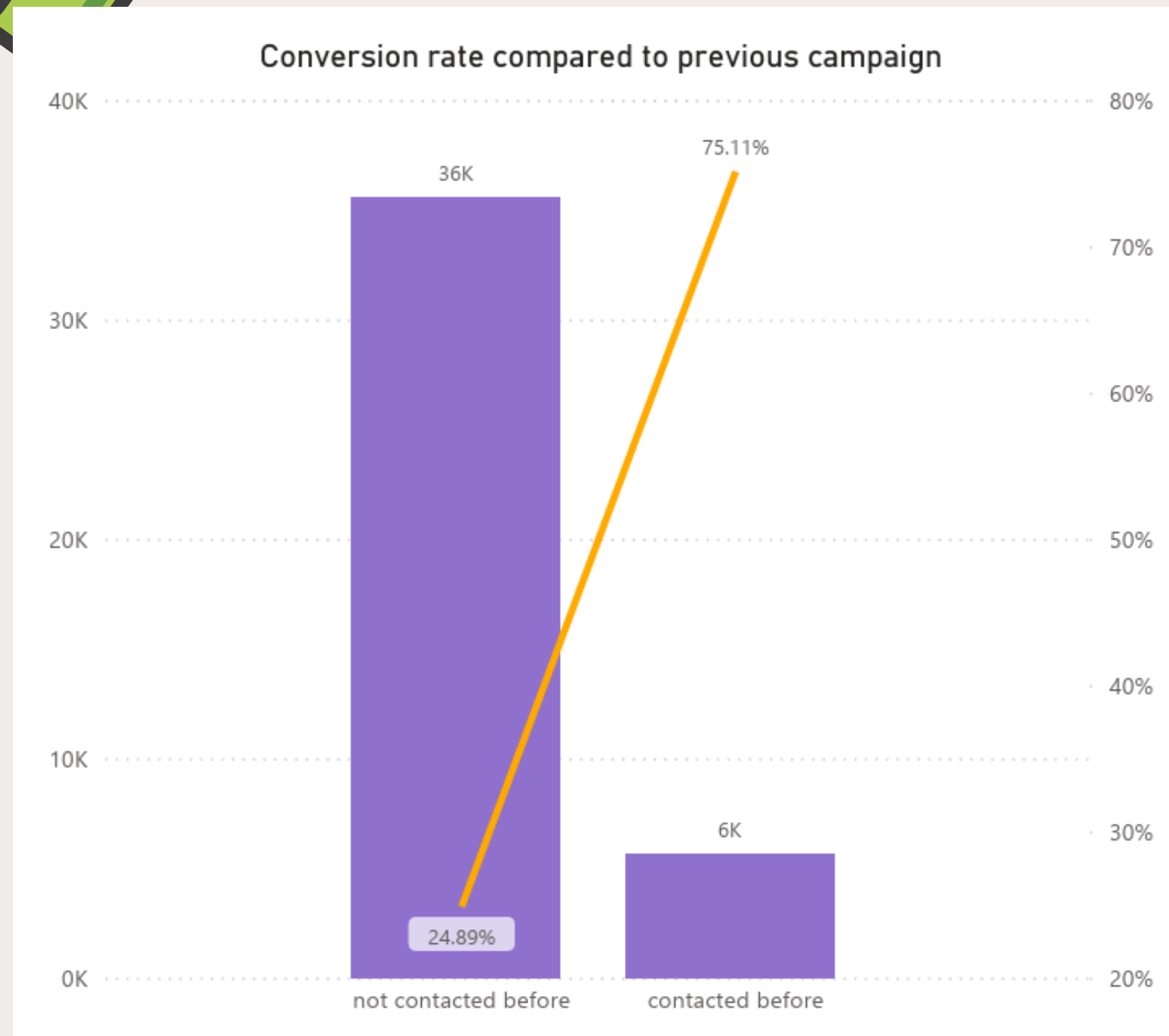
Thời gian và số lượng cuộc gọi ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng.

Khách hàng nhận được **nhiều hơn một cuộc gọi** có nhiều khả năng đồng ý hơn.

Thời gian **cuộc gọi càng dài**, tỉ lệ khách hàng đăng ký càng cao.



# Phân tích cách tiếp cận

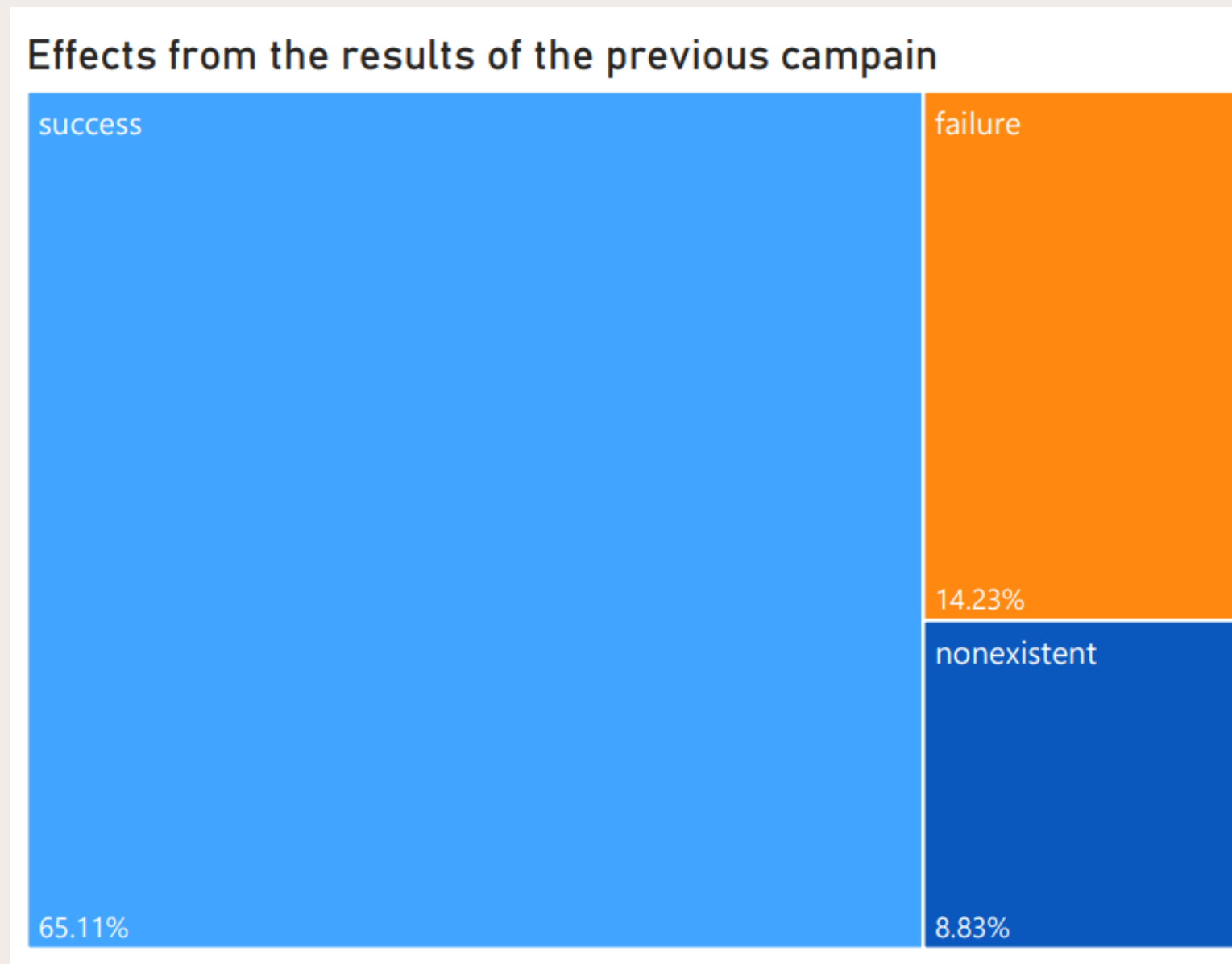
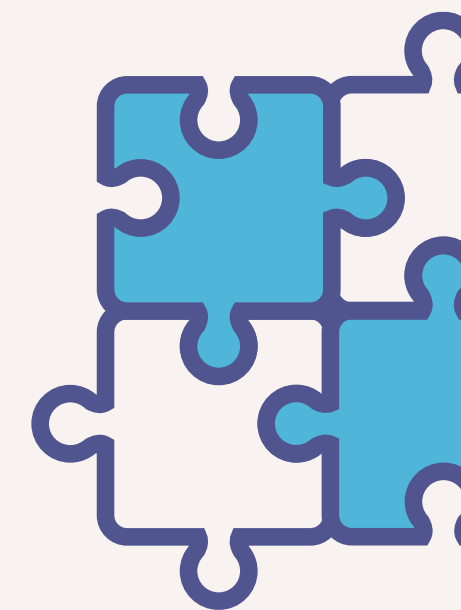


Kết quả chiến dịch trước đó:

- Hơn **86%** khách hàng không tham gia bất kỳ chiến dịch nào trước đó.
- Hơn **75%** số người đã gửi tiết kiệm trong các chiến dịch trước đó cũng gửi tiết kiệm trong chiến dịch này.
- Hơn **24%** số người không được đăng ký trong các chiến dịch trước đó nhưng đã đăng ký trong chiến dịch này.



# Phân tích cách tiếp cận



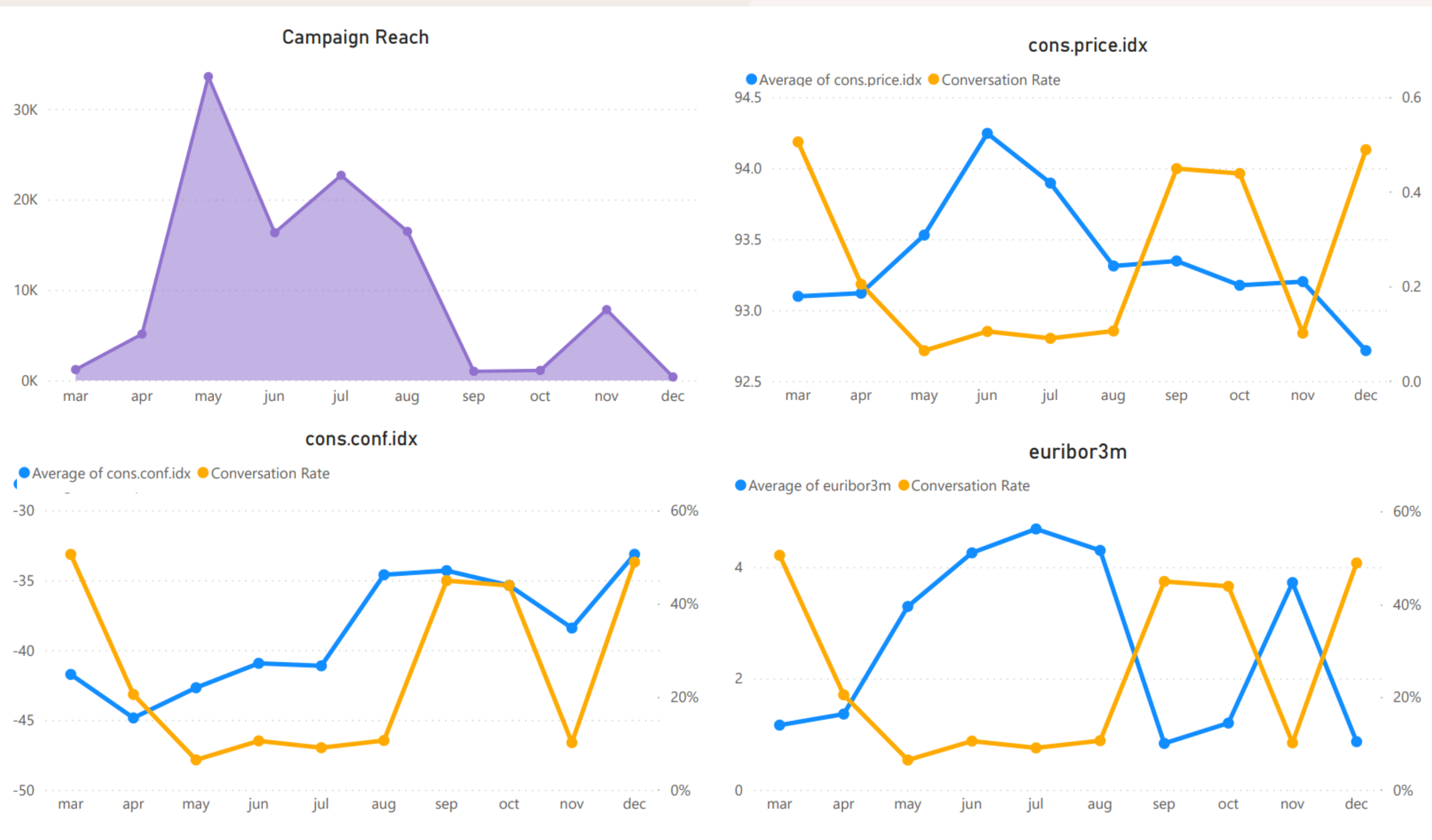
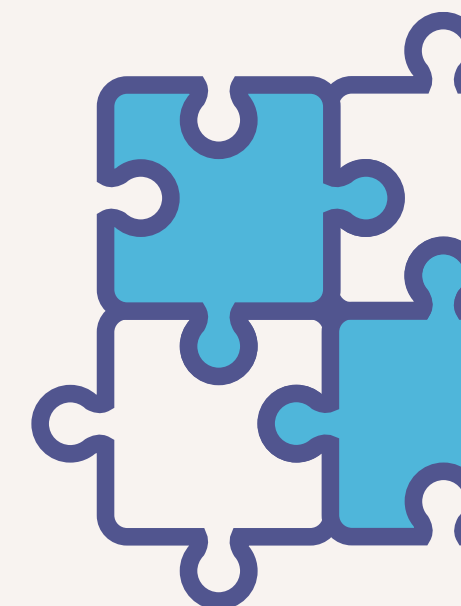
Các khách hàng đã tham gia vào các chiến dịch trước đó thì có khả năng cao họ sẽ tiếp tục đăng ký trong chiến dịch lần này.







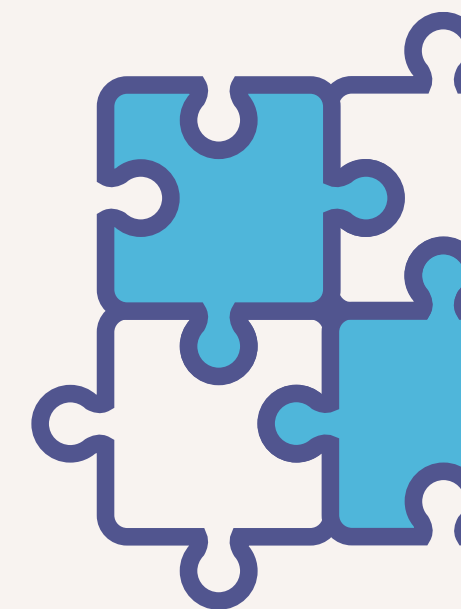
# Phân tích tác động kinh tế





# Phân tích tác động kinh tế

Tác động kinh tế không ảnh hưởng đến hiệu suất chiến dịch mà vấn đề nằm trong chính cách vận hành chiến dịch.



# Đề xuất giải pháp

- Nên tập trung vào tập khách hàng có sẵn đã tiếp cận từ trước.
- Tăng thời lượng và nâng cao chất lượng cuộc gọi.
- Lắng nghe khách hàng, khai thác thông tin để đưa ra phương án giải quyết.
- Sử dụng hình thức giao tiếp khác.





**Thank You**

