



Báo cáo mức độ hiệu quả của quảng cáo và truyền thông

Nhóm MTM:

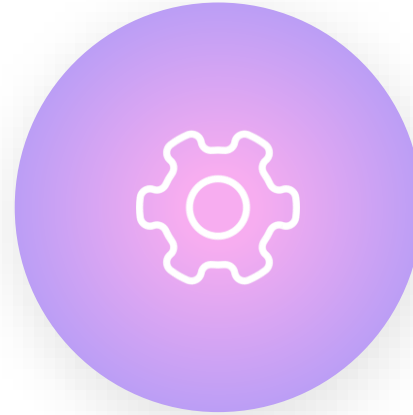
1. Nguyễn Vĩnh Thụy
2. Văn Huỳnh Mai
3. Trần Lã Trà My





01

BIỂU ĐỒ



02

PHÂN TÍCH



03

ĐỊNH HƯỚNG





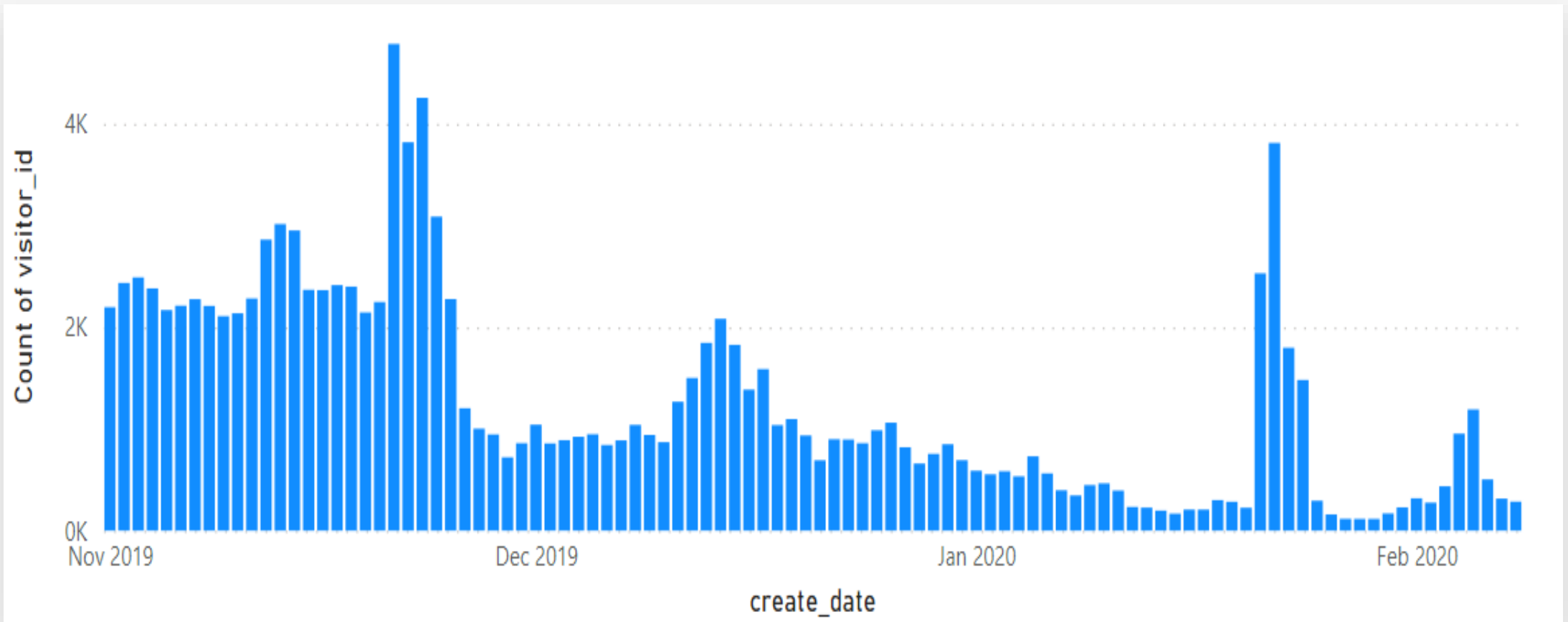
BIỂU ĐỒ

Tỉ lệ chuyển đổi khách hàng từng ngày

Số lượng đơn hàng/ Số lượng khách hàng



Khách hàng mới từng ngày





PHÂN TÍCH

Phân tích tỉ lệ chuyển đổi khách hàng từng ngày

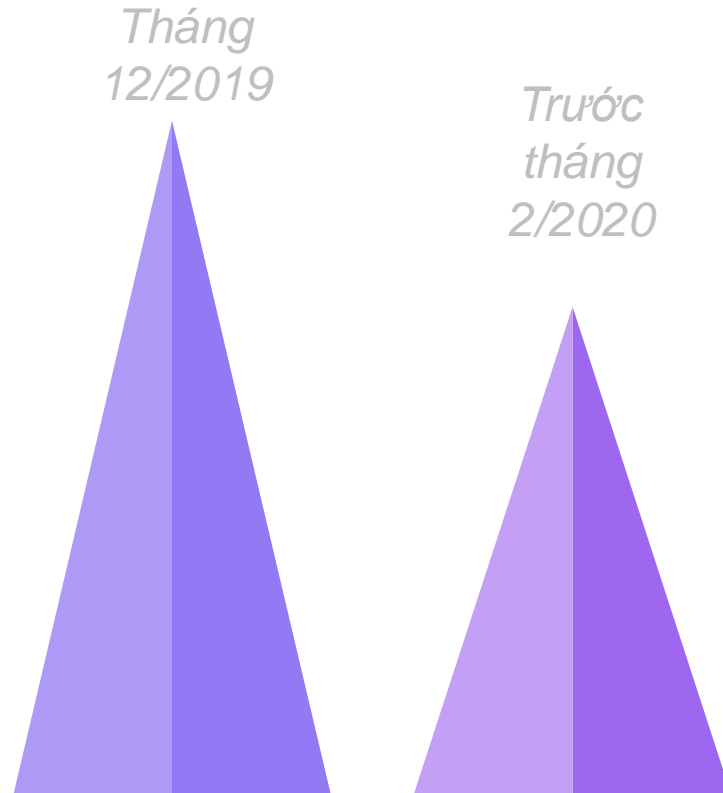


Tăng ở tháng 11 và 12 năm 2019: Vì cuối năm 2019 dịch Covid bùng phát tại tp Vũ Hán khiến nền kinh tế cũng như các hoạt động kinh doanh trì trệ, do đó kéo theo khoảng thời gian tiếp theo thì tỉ lệ chuyển đổi khách hàng giảm dần.



Tăng ở trước tháng 2 năm 2020 vì đó là khoảng thời gian trước khi dịch thực sự lây lan sang Việt Nam khiến nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa.

Phân tích lượng khách hàng mới hàng ngày



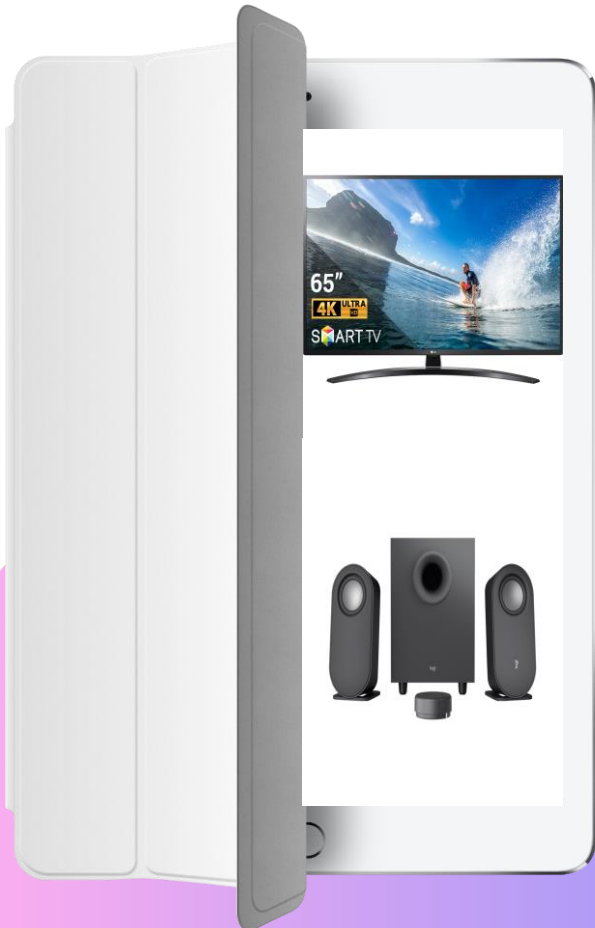
Tương tự như tỉ lệ chuyển đổi hàng ngày, lượng khách hàng mới cũng bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19

Phân tích hiệu quả của hoạt động quảng cáo và truyền thông

Trước dịch và sau dịch

❖ Trước dịch

Lượng khách hàng mới có tăng từ tháng 11 đến tháng 12/2020
--> hoạt động truyền thông khá tốt



Tháng 11

>2k

Tháng 12

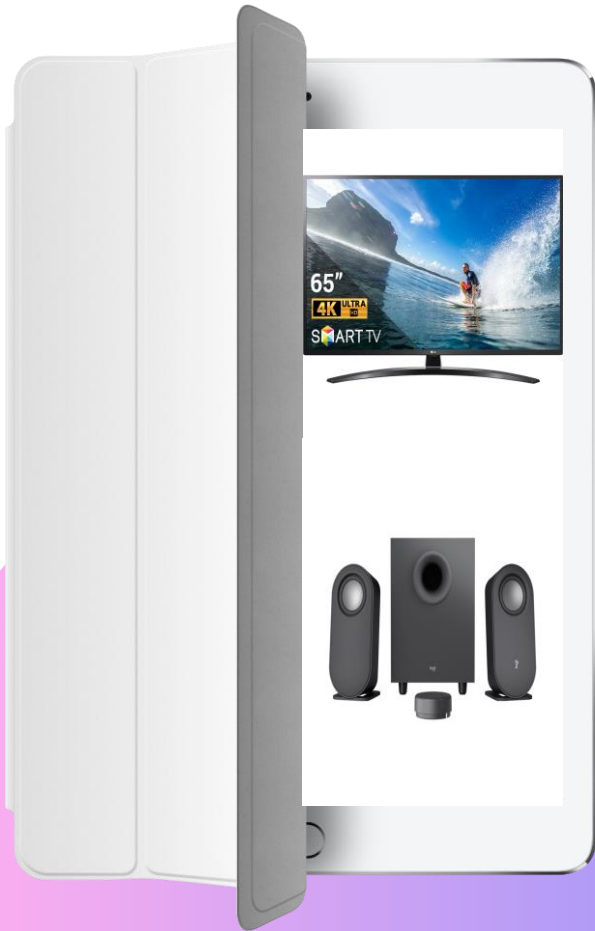
5k

Phân tích hiệu quả của hoạt động quảng cáo và truyền thông

Trước dịch và sau dịch

❖ Sau dịch

Lượng khách hàng mới có xu hướng giảm
--> Do ảnh hưởng của dịch và cũng do hoạt động truyền thông và quảng cáo chưa được tốt (vì dịch thì vẫn có thể bán trên sàn thương mại điện tử)





03

ĐỊNH HƯỚNG

Phương tiện truyền thông



Facebook



Instagram



Twitter

Tăng cường quảng bá, truyền thông trên các nền tảng trực tuyến



Giá trị

- Chú trọng thêm các giá trị khác (như khuyến mãi,...) để khách hàng cảm thấy mình nhận được nhiều hơn mong đợi từ đó mua hàng nhiều hơn.



Hàng hóa chất lượng



Vận chuyển
đúng thời gian



Cung cấp đúng hàng



Khắc phục thiếu sót



Thêm nhiều giá trị





Cảm ơn!

