

Giải pháp nghiên cứu
ứng dụng công nghệ
hướng đến
TỐI ƯU HOÁ
đầu tư và vận hành
cho các nhà bán lẻ

Agenda

1 NHÌN NHANH

- ❖ Consumer (Người tiêu dùng)
- ❖ Competitor (Đối thủ cạnh tranh)
- ❖ Context (Môi trường kinh doanh)

2 GIẢI PHÁP NGHIÊN CỨU

- ❖ AI (Trí tuệ nhân tạo)
- ❖ Big data (Dữ liệu lớn)
- ❖ E-commerce-data (dữ liệu thương mại điện tử)

1a

NHÌN NHANH NGƯỜI TIÊU DÙNG

SHOPPER



VISITOR



LBV1

1981/5000

Cuộc đua về không gian kết thúc Chắc chắn, một số cổ phiếu hiện tại sẽ dư thừa so với yêu cầu thế giới mới - nếu 10 năm qua là cuộc đua về không gian, 10 năm tới sẽ là về sử dụng không gian hiệu quả và phù hợp. So sánh không gian bán lẻ hàng hóa như chúng ta biết nó đang bị đe dọa; kinh nghiệm tăng nhanh về tầm quan trọng để cạnh tranh với trực tuyến. Người mua sắm đang trở thành khách truy cập và nhu cầu của họ đang thay đổi. Để ngành công nghiệp đáp ứng những thách thức do thực tế mới của nhiều kênh phân phối và theo kịp cuộc cách mạng tiêu dùng nhanh, chúng tôi tin rằng bốn thuộc tính chính để thành công là bắt buộc, cả từ các nhà bán lẻ và chủ sở hữu bán lẻ đều như nhau:

Vanluu, 03/17/2019

MUA SẴM TẠI CỬA HÀNG

MUA SẴM TRỰC TUYẾN

S-commerce

E-commerce

M-commerce

1_b

NHÌN NHANH ĐỐI THỦ CẠNH TRANH



10%
Tăng trưởng
bình quân qua
năm



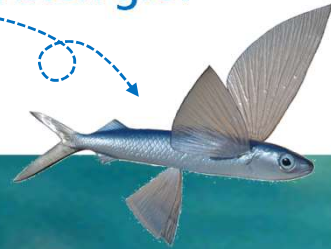
160 tỷ USD
Giá trị thị trường
ước tính đến năm
2020

Slide 5

LBV2 húng ta có thể thấy, các nhà bán lẻ online/thương mại điện tử cũng đang có xu hướng mở thêm các cửa hàng thực thể bằng cách xây dựng hoặc thuê của các nhà cung cấp, ví dụ như EverLane, KeepLand, Habitat, hay ngay cả Amazon cũng đã triển khai mô hình cửa hàng Amazon 4 Star Store... Điều này không chỉ giúp khách hàng chọn mua sản phẩm trực tuyến thông qua các ứng dụng (App) trên thiết bị di động nữa mà còn có thể cảm nhận trực tiếp sản phẩm.

Vanluu, 03/17/2019

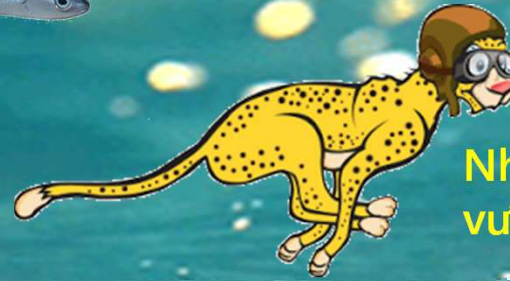
Những đối thủ xuyên biên giới



Những tay du kích tinh nhuệ siêu nhanh



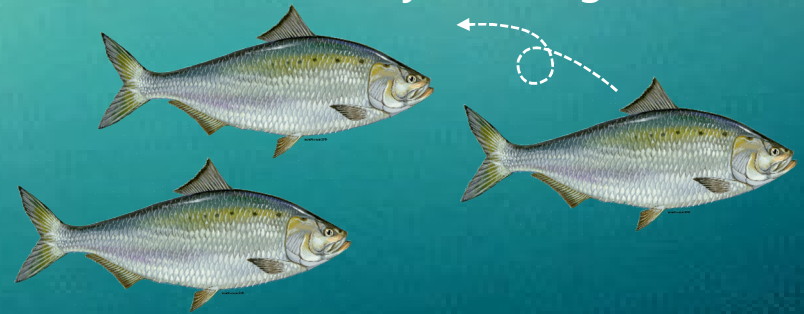
Những đối thủ vượt ngành



Những tập đoàn bán lẻ khổng lồ



Các nhà bán lẻ truyền thống



1c

NHÌN NHANH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH



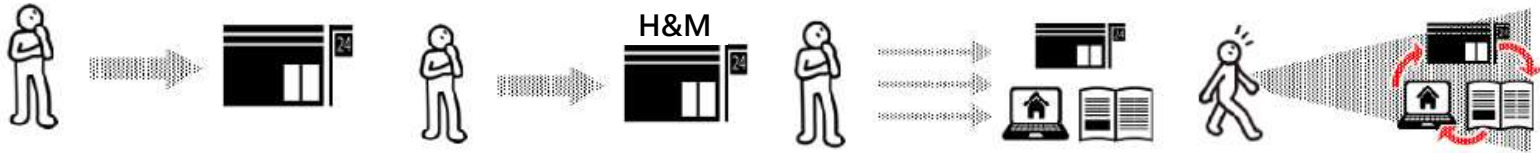
1980

1989

1999

2009

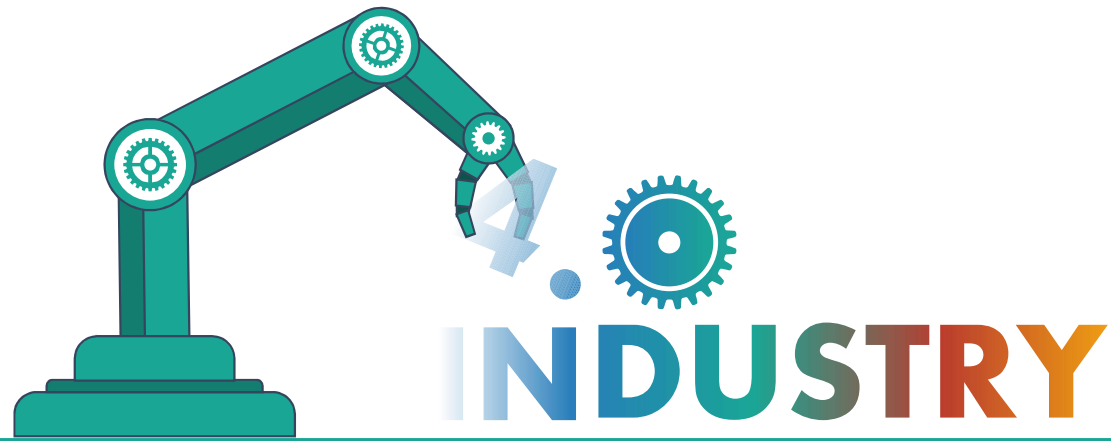
2019



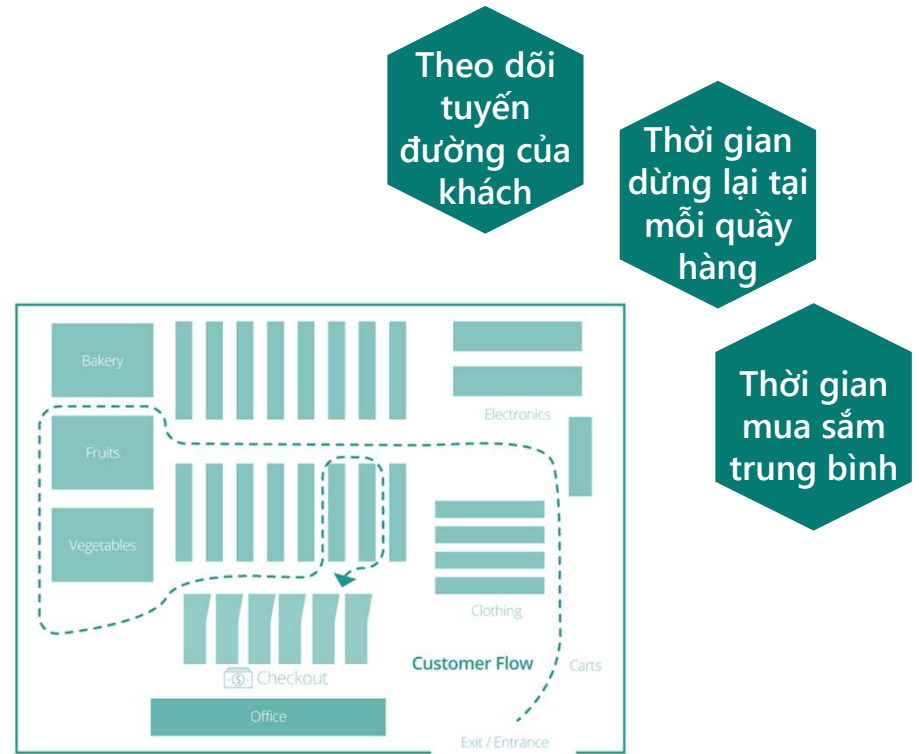
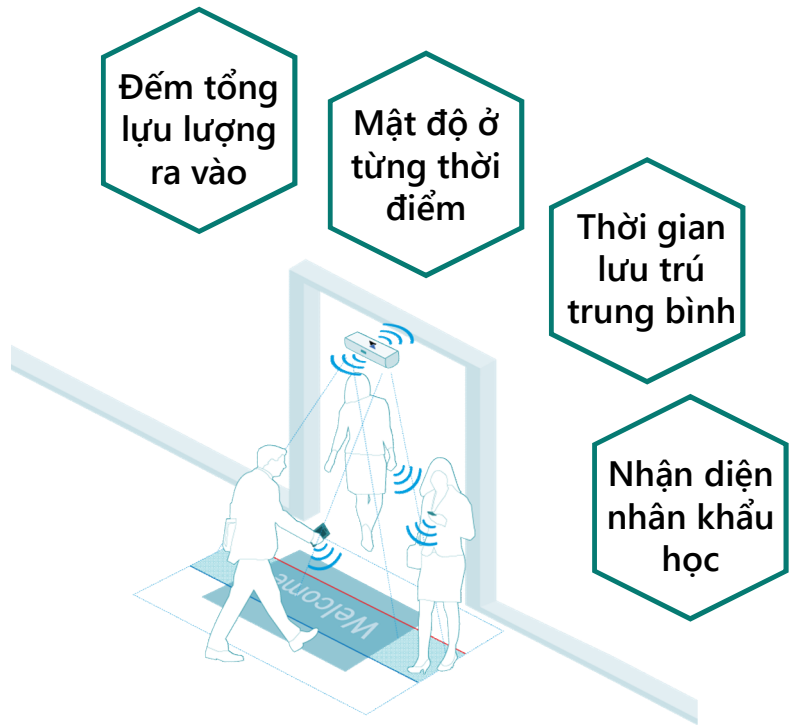
Mô hình cửa hàng	Cửa hàng	Trung tâm thương mại	S.P.A (cửa hàng chuyên biệt của nhãn hàng)	Bán hàng qua cửa hàng + Website...	Omni-Channel (Bán hàng đa kênh)
Địa điểm	Shop trên đường			Tập trung về khu trung tâm	
Hàng hoá & quản lý	SP của NSX/ TTTM	Sản phẩm cao cấp hơn của NSX/ TTTM			
	Quản lý thông qua hệ thống bán hàng nội bộ				
	Quản lý theo ngành hàng/ Phân tích từng giỏ hàng				
Marketing	Hướng đến khách hàng nòng cốt			Hướng đến cả những Non Users/ Point Cards	
CSKH	Thực hiện chăm sóc khách hàng tại cửa hàng hoặc các khách mua hàng			Dịch vụ công thêm như Giao Nhận, sử dụng nền tảng Công Nghệ trong kinh doanh (platform business)	

2 GIẢI PHÁP NGHIÊN CỨU

- ❖ AI (Trí tuệ nhân tạo)
- ❖ Big data (Dữ liệu lớn)
- ❖ E-commerce-data (dữ liệu thương mại điện tử)



DÙNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) ĐỂ
NHẬN DIỆN **CHÂN DUNG & HÀNH VI**
NGƯỜI MUA HÀNG



Nhận diện CHÂN DUNG KHÁCH của cửa hàng



KẾT HỢP VỚI DỮ LIỆU TỪ HỆ THỐNG BÁN HÀNG (POS) để phân tích:

- ☑ Đo lường hiệu quả truyền thông/ khuyến mãi
- ☑ Hiệu quả từng quầy hàng
 - Tối đa hoá lượng hàng bán ra
 - Bố trí khu vực hợp lý
 -

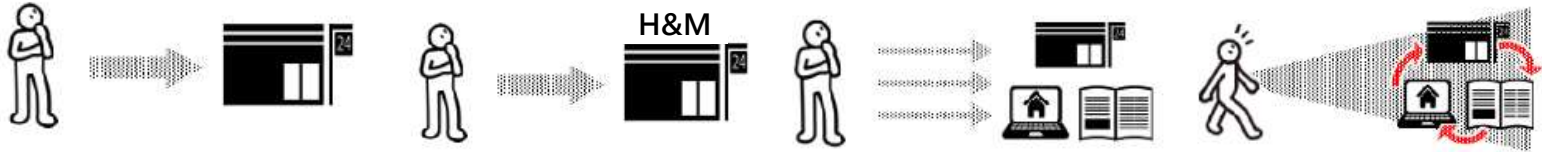
1980

1989

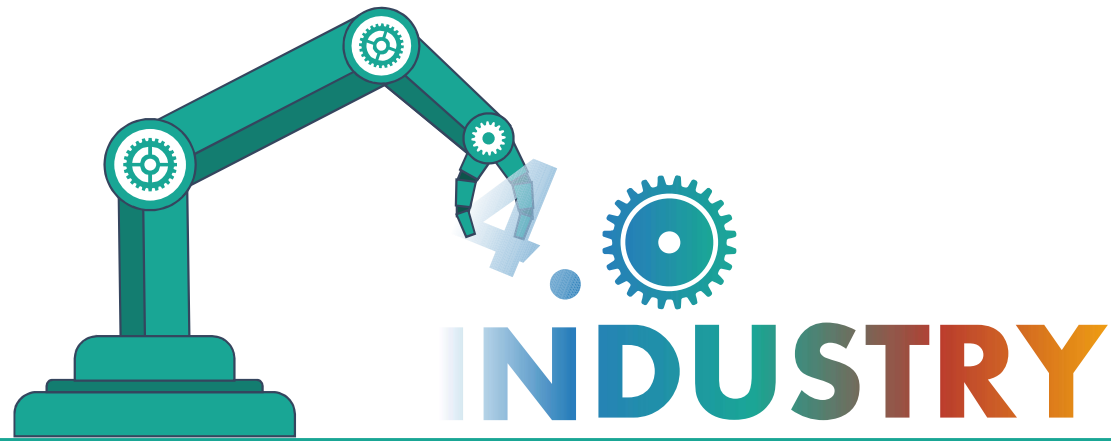
1999

2009

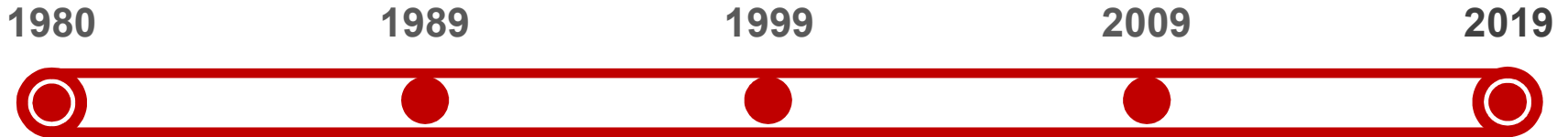
2019



Mô hình cửa hàng	Cửa hàng	Trung tâm thương mại	S.P.A (cửa hàng chuyên biệt của nhãn hàng)	Bán hàng qua cửa hàng + Website...	Omni-Channel (Bán hàng đa kênh)
Địa điểm	Shop trên đường			Tập trung về khu trung tâm	
Hàng hoá & quản lý	SP của NSX/ TTTM	Sản phẩm cao cấp hơn của NSX/ TTTM			
	Quản lý thông qua hệ thống bán hàng nội bộ				
	Quản lý theo ngành hàng/ Phân tích từng giỏ hàng				
Marketing	Hướng đến khách hàng nòng cốt			Hướng đến cả những Non Users/ Point Cards	
CSKH	Thực hiện chăm sóc khách hàng tại cửa hàng hoặc các khách mua hàng			Dịch vụ công thêm như Giao Nhận, sử dụng nền tảng Công Nghệ trong kinh doanh (platform business)	



DÙNG BIG DATA ĐỂ
PHÂN NGUỒN NGƯỜI MUA HÀNG THEO ĐỊA LÝ



Mô hình cửa hàng	Cửa hàng	Trung tâm thương mại	S.P.A (cửa hàng chuyên biệt của nhãn hàng)	Bán hàng qua cửa hàng + Website...	Omni-Channel (Bán hàng đa kênh)
Địa điểm	Shop trên đường			Tập trung về khu trung tâm	
Hàng hoá & quản lý	SP của NSX/ TTTM	Sản phẩm cao cấp hơn của NSX/ TTTM			
	Quản lý thông qua hệ thống bán hàng nội bộ				
	Quản lý theo ngành hàng/ Phân tích từng giỏ hàng				
Marketing	Hướng đến khách hàng nòng cốt			Hướng đến cả những Non Users/ Point Cards	
CSKH	Thực hiện chăm sóc khách hàng tại cửa hàng hoặc các khách mua hàng			Dịch vụ công thêm như Giao Nhận, sử dụng nền tảng Công Nghệ trong kinh doanh (platform business)	



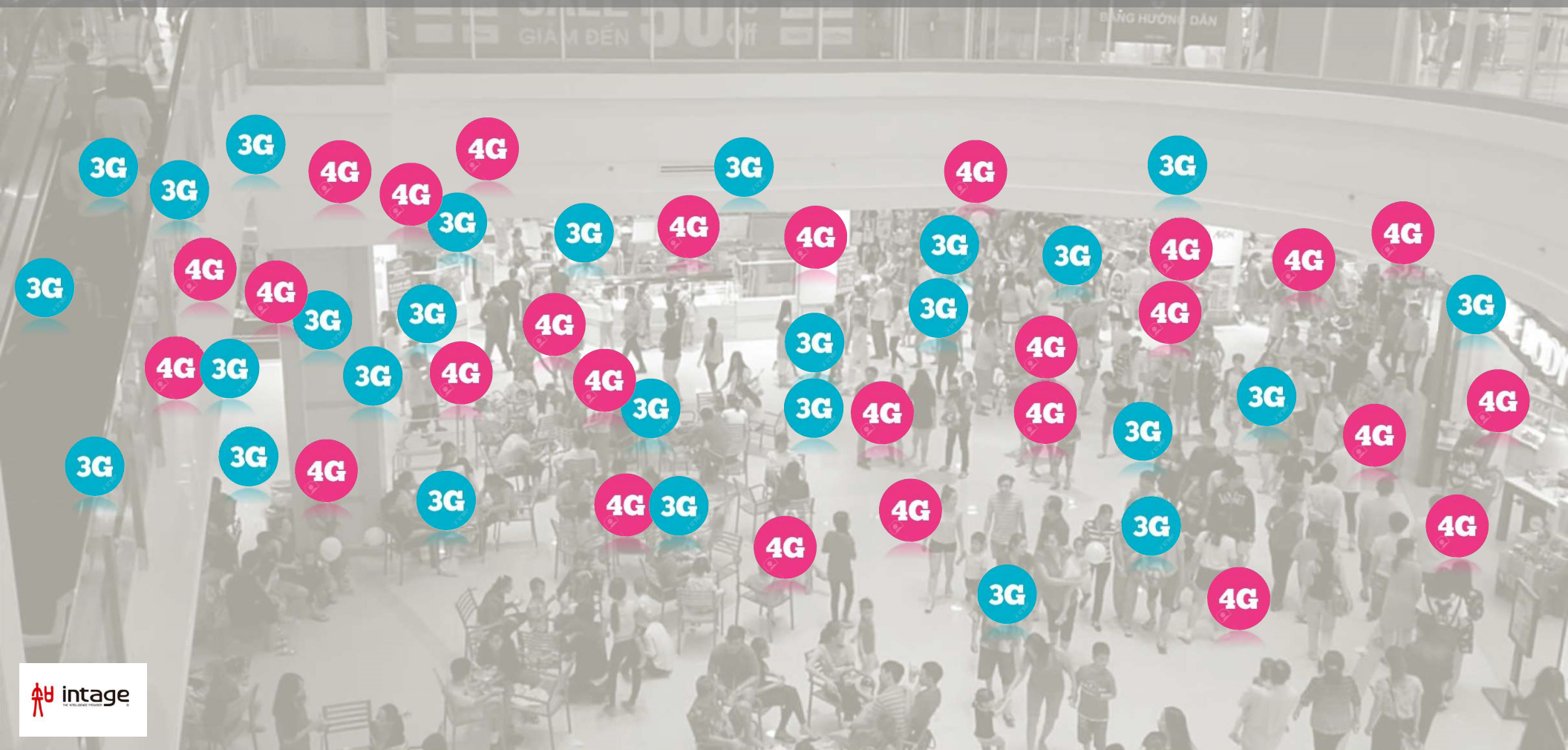
KHUYẾN MÃI CỰC SỐC GIÀY & TÚI

SALE	50%	GIẢM ĐẾN
------	-----	----------

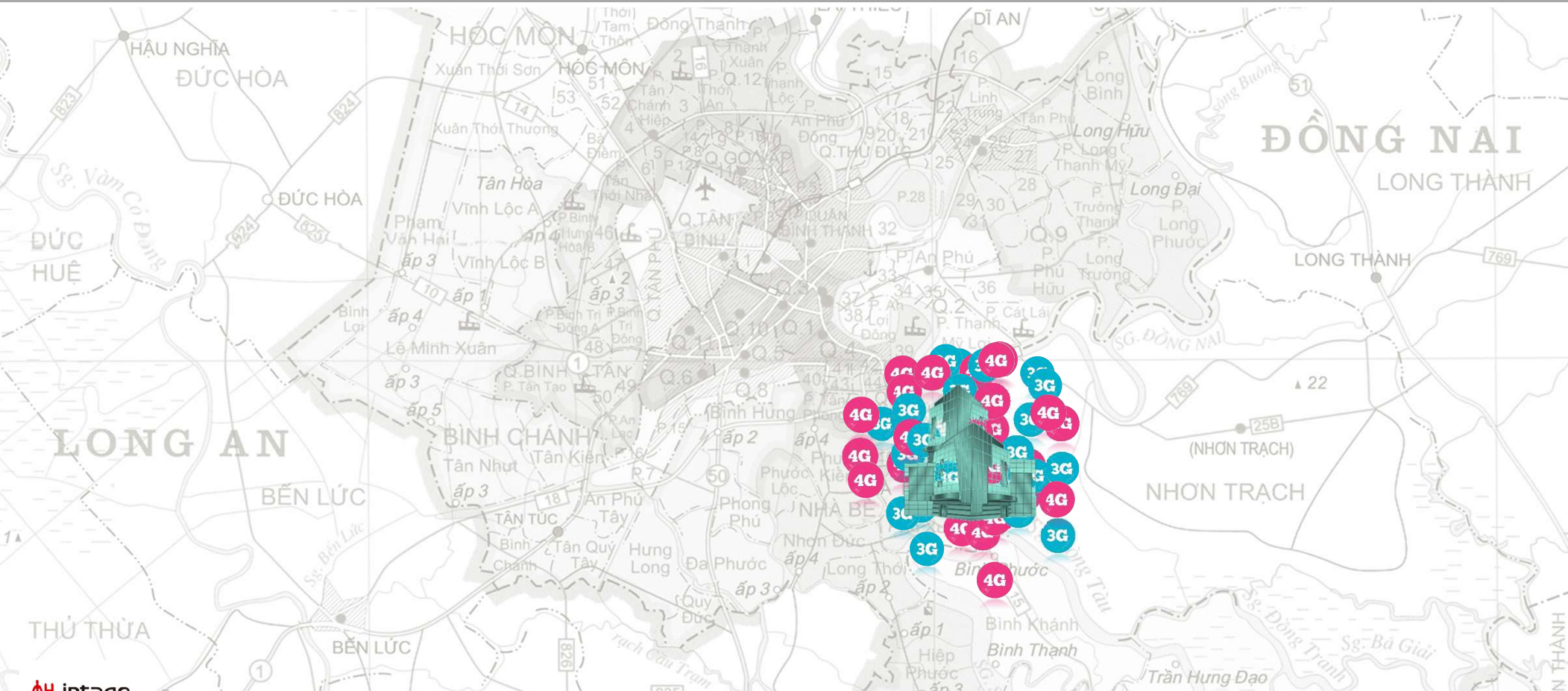
SALE 50% GIẢM ĐẾN

BẢNG HƯỚNG DẪN

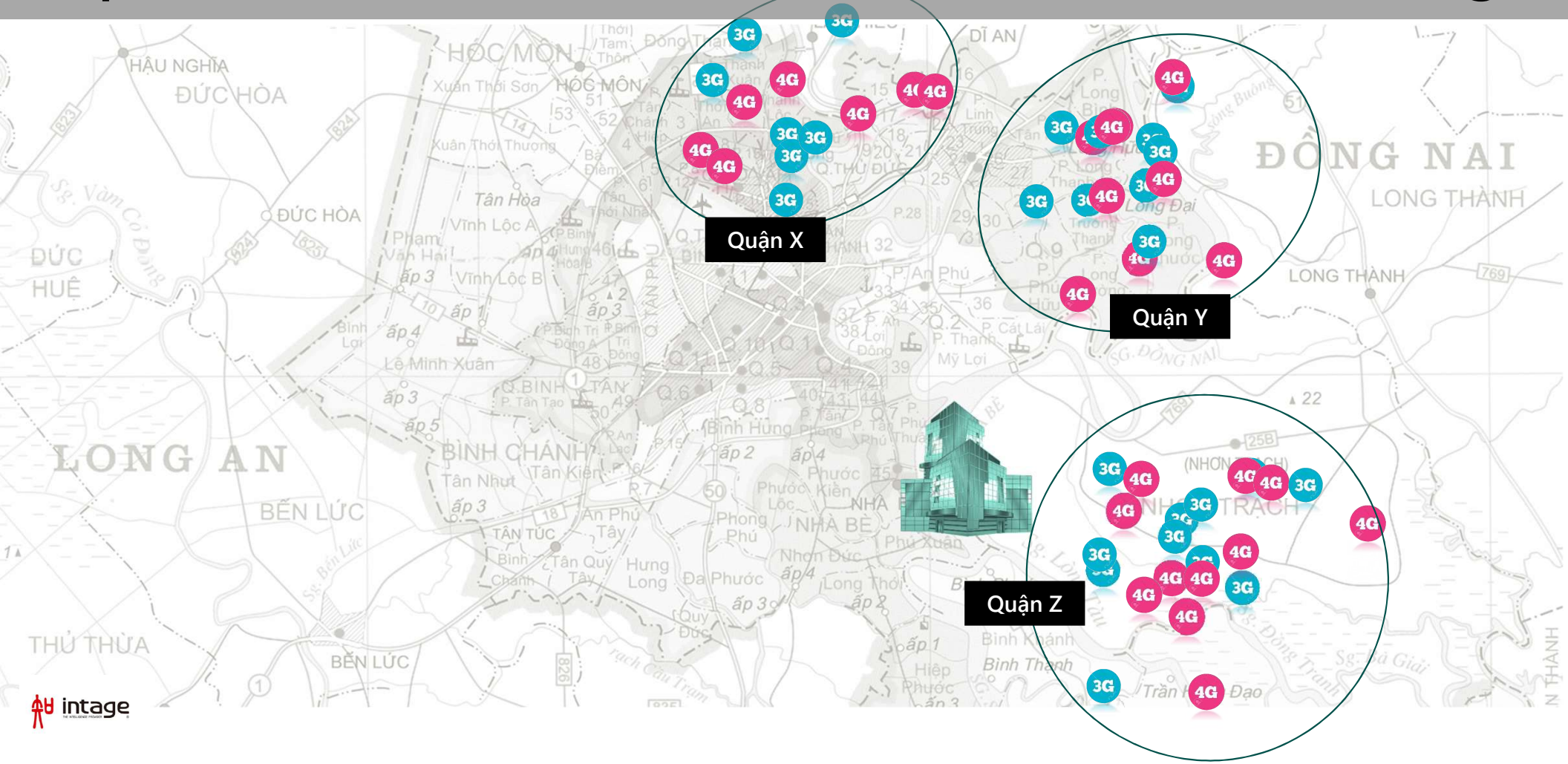
Nhận diện từng người mua hàng bằng tín hiệu 3G/4G



Vào thời điểm người tiêu dùng đến siêu thị

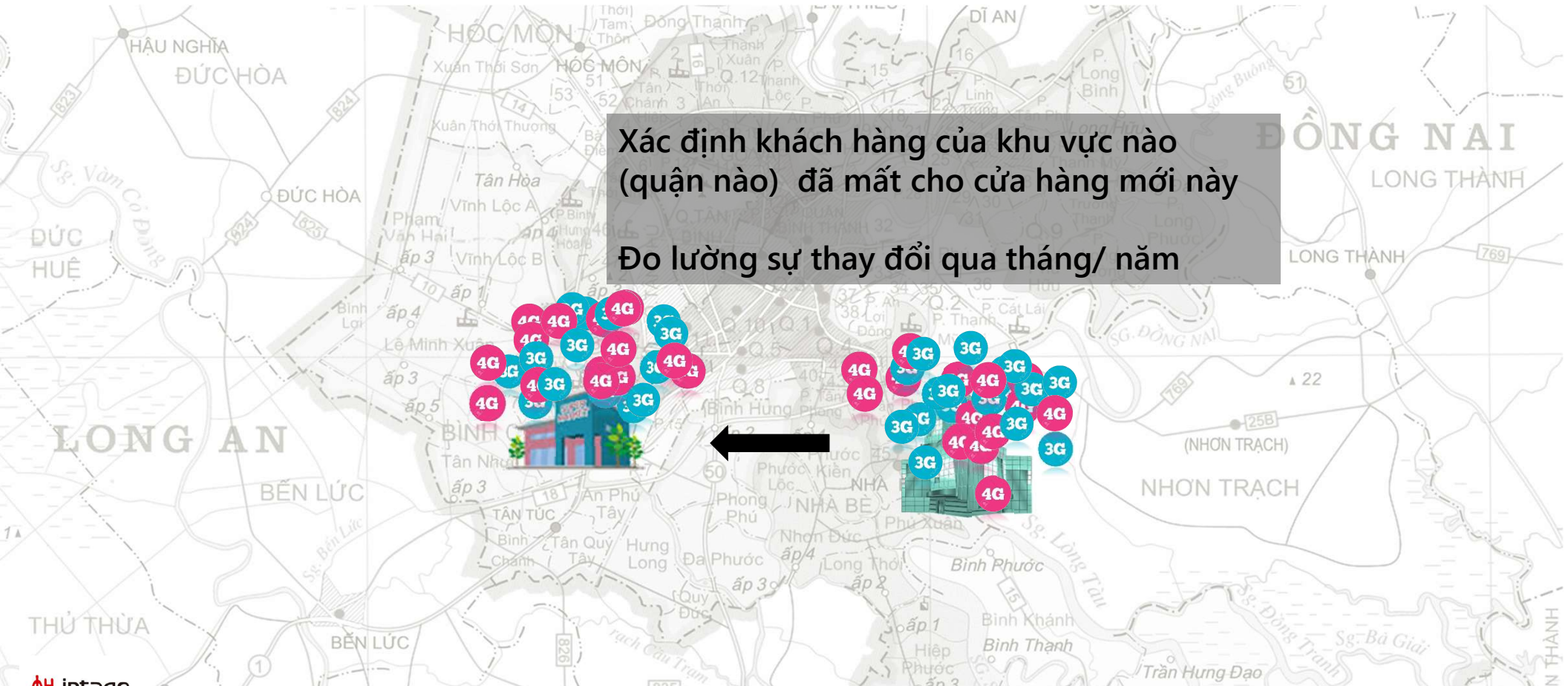


Tiếp tục theo dõi tín hiệu thu được vào 9h tối – 6h sáng...



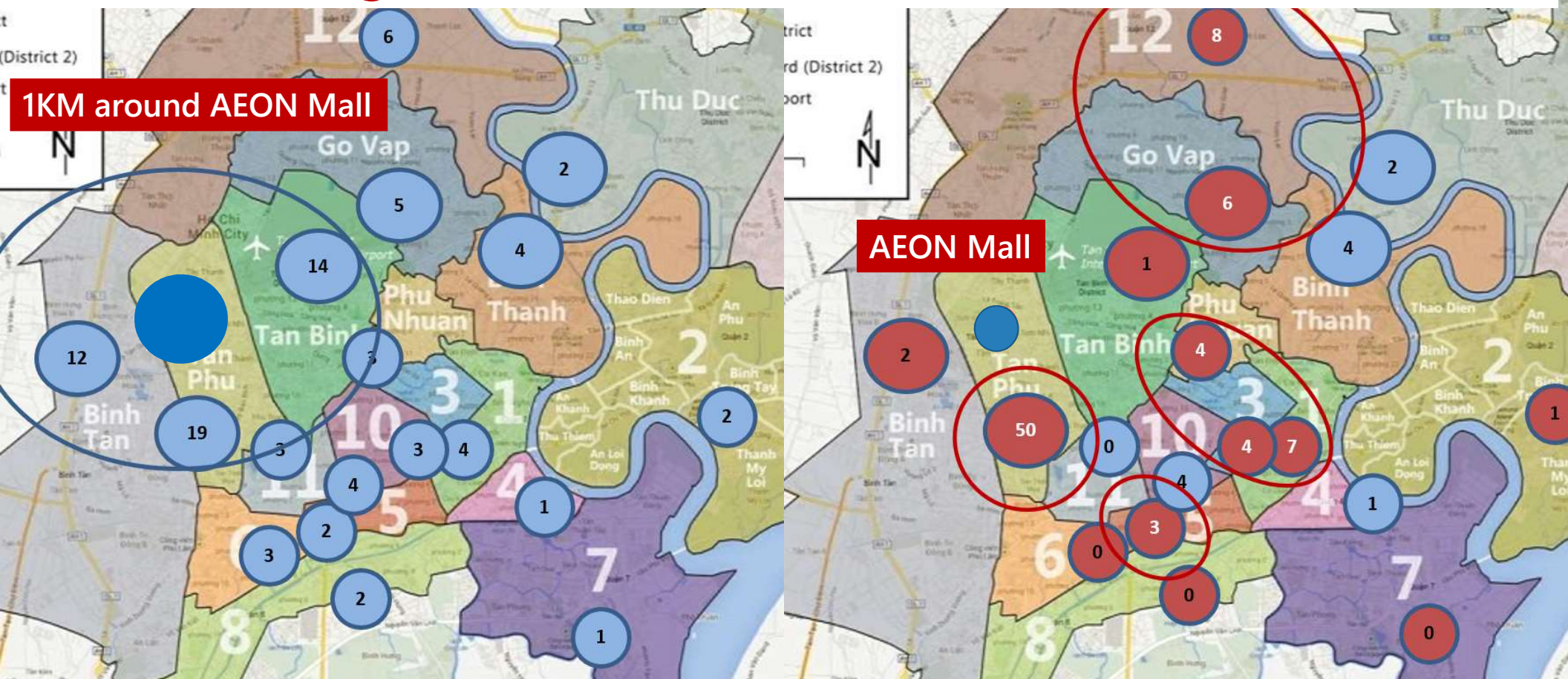
Tiếp tục theo dõi tín hiệu này cho một cửa hàng mới

Xác định khách hàng của khu vực nào (quận nào) đã mất cho cửa hàng mới này
Đo lường sự thay đổi qua tháng/ năm



Case study 1:

Khách hàng mua sắm tại Aeon Mall đến từ khu vực nào?



- Dự trên dữ liệu 3G/ 4G đang có tín hiệu tại Aeon Mall
- Theo dõi các tín hiệu này và 9PM – 6AM để định vị các khách hàng đến Aeon Mall là từ khu vực nào

Case study 2:

Số lượng người đang làm việc & sinh sống tại Tokyu Bình Dương

TOKYU BINH DUONG GARDEN CITY

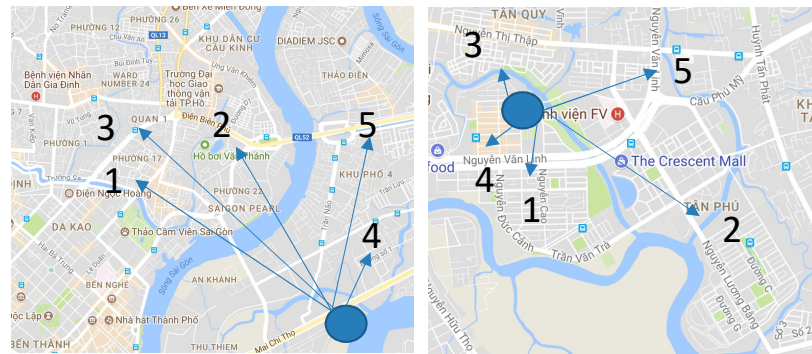


12/2017			
TIME FRAME	HOME	OFFICE WORKER	VISITED
Weekdays			
Weekends			
Total			
12/2016			
TIME FRAME	HOME	OFFICE WORKER	VISITED
Weekdays			
Weekends			
Total			
11/2015			
TIME FRAME	HOME	OFFICE WORKER	VISITED
Weekdays			
Weekends			
Total			

- Dự trên dữ liệu 3G/ 4G đang có tín hiệu trong 1 tháng vào khung giờ làm việc và giờ sinh hoạt buổi tối

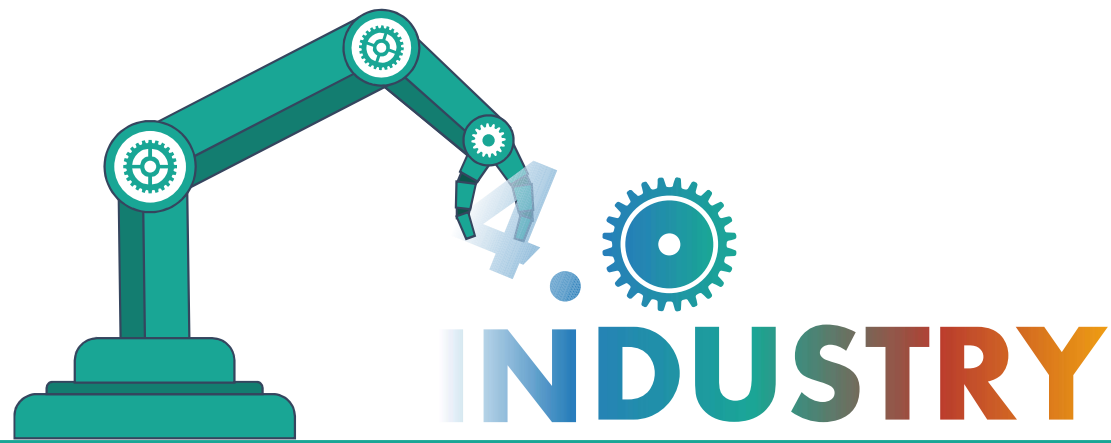
Case study 3:

Top 5 địa điểm mà người giàu thường đến vào cuối tuần

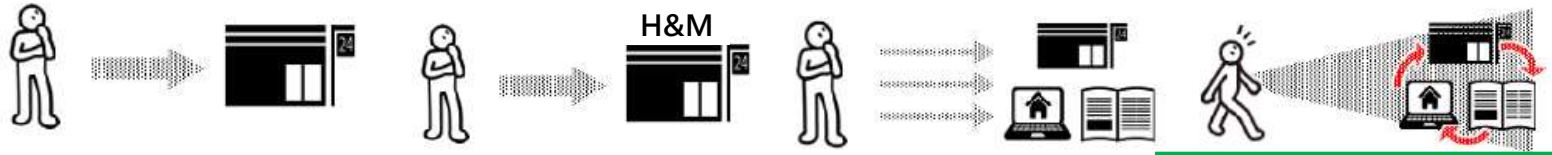
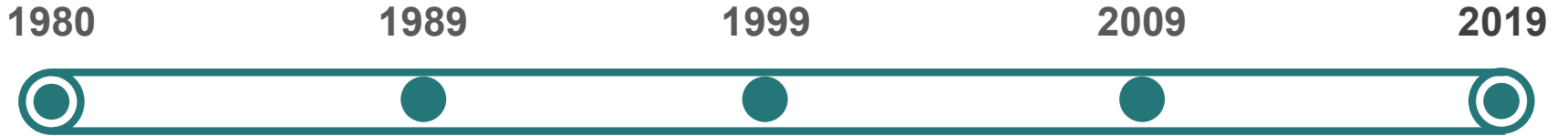


The definition of home residence : high class people with children living place
The definition of TOP 5 places weekend: Most often visited place weekend

- Dự trên dữ liệu 3G/ 4G ở các khu vực người giàu thường sống
- Theo dõi lượng 3G/ 4g di chuyển đến đâu vào cuối tuần

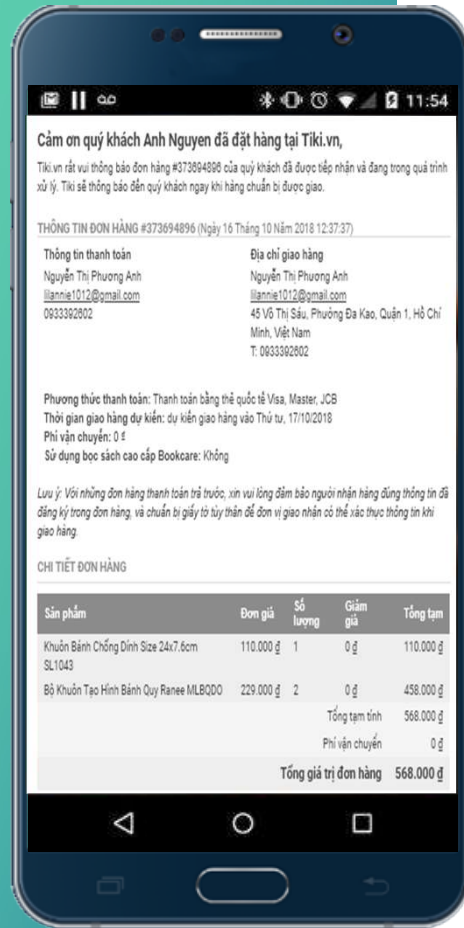


DÙNG E-RECIPT ĐỂ
PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC OMNI-CHANEL



Mô hình cửa hàng	Cửa hàng	Trung tâm thương mại	S.P.A (cửa hàng chuyên biệt của nhãn hàng)	Bán hàng qua cửa hàng + Website...	Omni-Channel (Bán hàng đa kênh)
Địa điểm	Shop trên đường			Tập trung về khu trung tâm	
Hàng hoá & quản lý	SP của NSX/ TTTM		Sản phẩm cao cấp hơn của NSX/ TTTM		
	Quản lý thông qua hệ thống bán hàng nội bộ				
	Quản lý theo ngành hàng/ Phân tích từng giỏ hàng				
Marketing	Hướng đến khách hàng nòng cốt			Hướng đến cả những Non Users/ Point Cards	
CSKH	Thực hiện chăm sóc khách hàng tại cửa hàng hoặc các khách mua hàng			Dịch vụ công thêm như Giao Nhận, sử dụng nền tảng Công Nghệ trong kinh doanh (Platform business)	

Chuyển đổi dữ liệu trong hoá đơn thương mại điện tử thành sự thấu hiểu



WHO

- Họ là ai, từ đâu đến



WHAT

- Họ đã mua những loại hàng hoá, sản phẩm gì?... Có chịu tác động của khuyến mãi không



WHEN

- Họ đặt hàng lúc nào
- Nhận hàng lúc nào



WHERE

- Họ mua từ trang nào
- Giao hàng ở đâu



HOW

- Số lượng mua
- Giá họ trả? Tổng tiền họ đã chi cho TMĐT trong 1 tháng
- Họ trả phí vận chuyển bao nhiêu
- Họ thanh toán phương thức nào

Cập nhật thị trường qua báo cáo phân tích

Hàng tháng

Basic data set:

1. Sales & share volume/ value
2. Top categories
3. Top products/ brands in each category
4. Peak shopping time/ date
5. Trending payment/ delivery



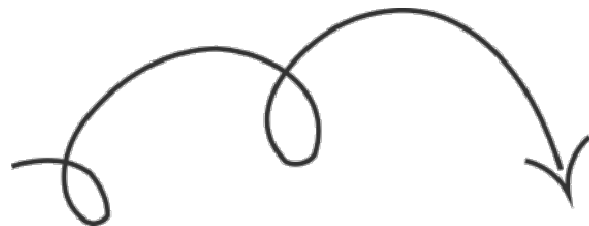
So sánh theo năm

Advanced data analysis:

1. Cross-channel purchase behaviours
2. Top channels/ categories tracking
3. Selling price by category/ product/ brand
4. Promotion strategy
5. Satisfaction & consumers' expectation about experiences on the shopping channels

Uncover the rich insights, complex narratives and give you an intelligent view of your shoppers universe.

SIÊU THỊ



SIÊU GIẢI PHÁP



Stop asking → Let's listen (IA, Big Data)



Innovation retails Location/ Concept

Experience maximization

Ultra business platform



INTAGE Group Snapshot





Thank you