



CÂU CHUYỆN DATA:

Thị trường FMCG 2023 & Quý 1/ 2024

— MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

- Phân tích tổng quan về thị trường FMCG nói chung và trên sàn TMĐT nói riêng
- Dự báo xu hướng tiêu dùng ngành hàng FMCG
- Khuyến nghị cho Doanh nghiệp/ Nhà bán trên sàn TMĐT

— PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Số liệu Metric

- Quy mô: Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok Shop
- Thời gian lấy dữ liệu: 01.01.2023 – 31.12.2023 (So sánh cùng kỳ năm 2022)
và 01.01.2024 – 31.03.2024 (So sánh với cùng kỳ năm 2023)

— ĐỊNH NGHĨA NGÀNH HÀNG

- Ngành hàng FMCG trên 5 sàn TMĐT bao gồm các ngành hàng: Làm đẹp (đã bao gồm Chăm sóc cá nhân), Mẹ & bé, Thực phẩm – Đồ uống, Chăm sóc nhà cửa, Sức khỏe (Chăm sóc sức khỏe, Dinh dưỡng, Thực phẩm chức năng, Hỗ trợ tình dục)

Nguồn tham khảo khác

- Báo cáo Nghiên cứu Tổng quan ngành hàng FMCG 2023 Tại Việt Nam (Báo cáo của Kantar)

NỘI DUNG

01 Vài nét về thị trường FMCG

04

Thị trường FMCG

Thị trường FMCG trên sàn TMĐT năm 2023

và Quý 1/ 2024

02 Phân tích Ngành hàng sữa

26

Tổng quan thị trường, giá và thương hiệu sản phẩm

Phân tích hành vi mua sắm Sản phẩm Sữa

03 Dự báo xu hướng thị trường FMCG

31

04 Cơ hội cho các Doanh nghiệp trong ngành FMCG trên Sàn TMĐT

37

05 Phụ lục

40

Các casestudy

Về Metric

VÀI NÉT VỀ THỊ TRƯỜNG FMCG NĂM 2023

01

Một vài từ khóa về kinh tế Việt Nam trong năm 2023?



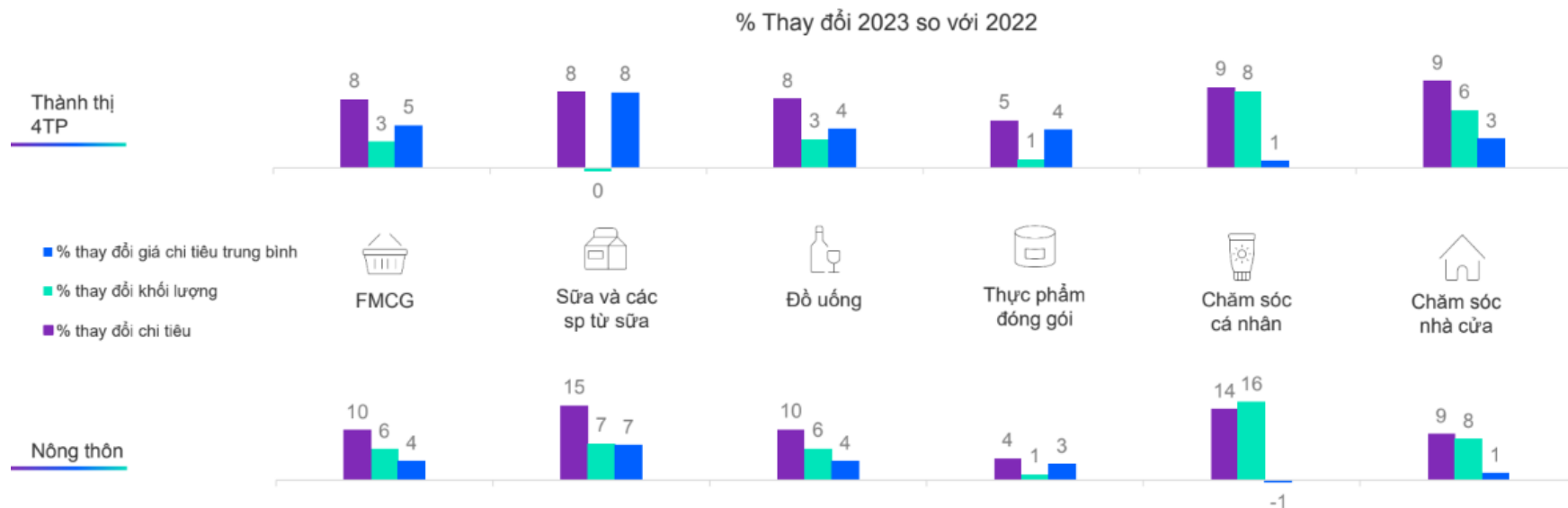
**Thị trường FMCG vẫn ảm đạm,
sức mua của người tiêu dùng
chưa hồi phục**

Dựa trên kết quả Nghiên cứu Thị trường FMCG 2023 bởi Kantar

Nguyên nhân do đâu?

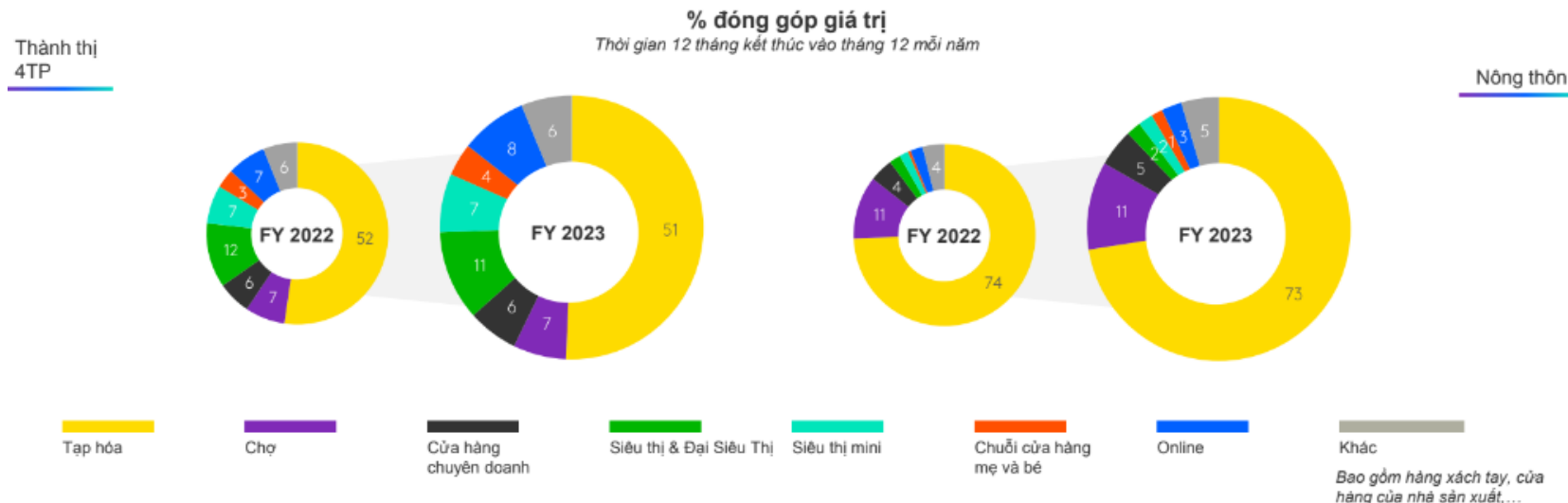


Người tiêu dùng sẵn sàng đầu tư vào các ngành hàng và sản phẩm mang lại giá trị gia tăng như sức khỏe dinh dưỡng, chăm sóc cá nhân



Dựa trên kết quả Nghiên cứu Thị trường FMCG 2023 bởi Kantar

Thị phần tại các siêu thị lớn giảm, nhường chỗ cho cửa hàng tiện lợi (siêu thị mini), cửa hàng chuyên biệt & các điểm bán online.



Dựa trên kết quả Nghiên cứu Thị trường FMCG 2023 bởi Kantar

— THỊ TRƯỜNG FMCG TRÊN SÀN TMĐT THÌ THẾ NÀO?



76.5 nghìn tỷ đồng

Tổng doanh thu trên 5 sàn bán lẻ trực tuyến (năm 2023)

Tăng **55%** so với năm 2022



714,5 triệu đơn vị sản phẩm

Tổng số sản phẩm được giao thành công trên 5 sàn bán lẻ trực tuyến (năm 2023)

Tăng **63.5%** so với năm 2022



307,719 shop

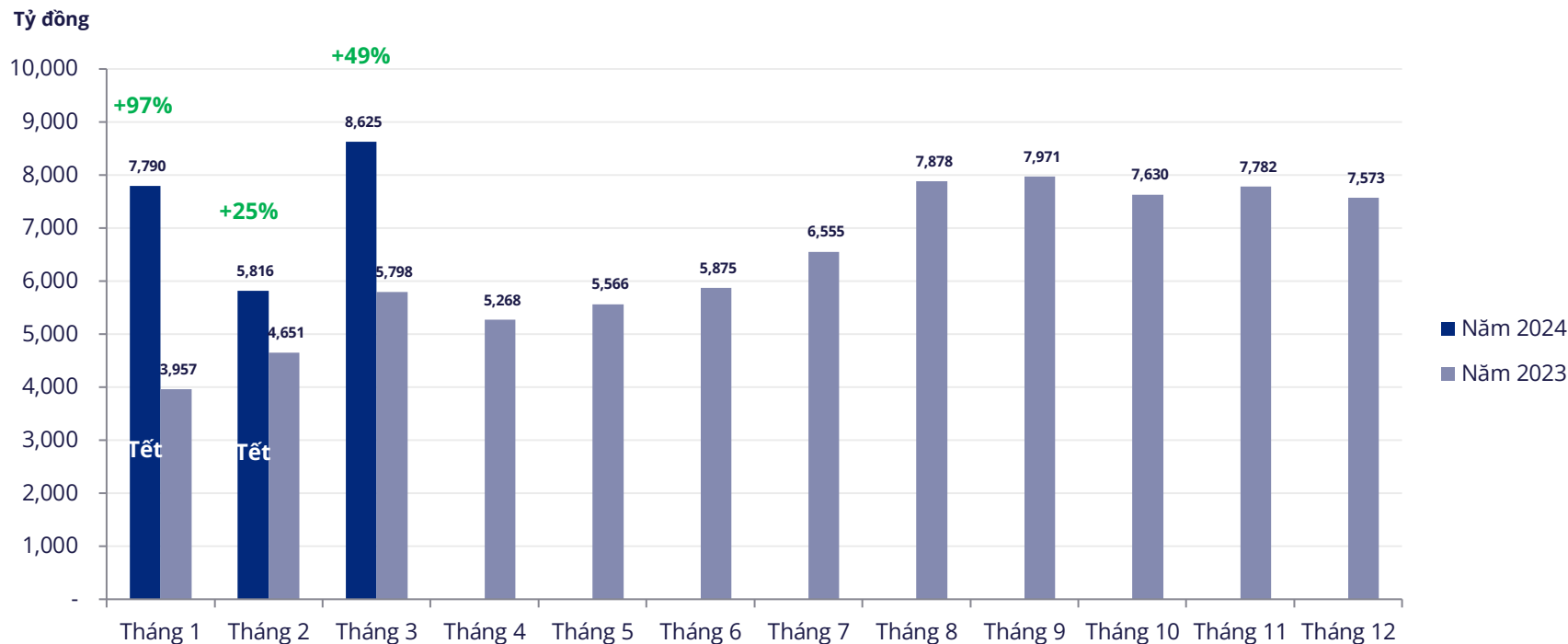
Tổng số shop có phát sinh đơn hàng trên 5 sàn bán lẻ trực tuyến (năm 2023)

Giảm **4.5%** so với năm 2022

Sức mua trên thị trường FMCG trên sàn TMĐT vẫn chứng kiến **sự tăng trưởng nhanh, trái ngược với tình hình chung của ngành FMCG**

- Số liệu thống kê từ: 01/01/2023 - 31/12/2023.
- Báo cáo này phân tích số liệu trên 5 sàn bán lẻ trực tuyến Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, TikTok Shop.
- Tất cả số liệu tổng hợp đã được lọc bỏ đơn ảo và các sản phẩm quà tặng.

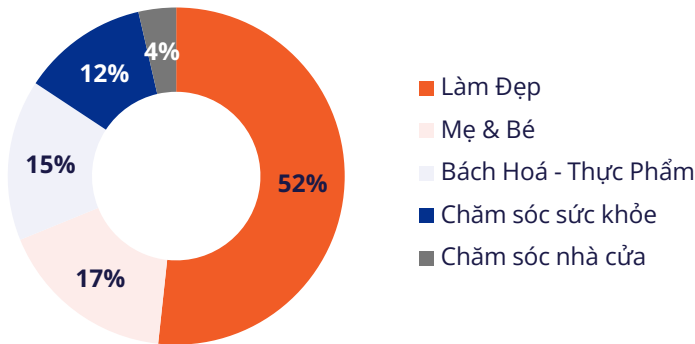
Quý 1/ 2024, ngành hàng FMCG trung bình tăng trưởng hơn 50% so với cùng kỳ 2023



Số liệu được thống kê trên 5 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

Ngành Làm đẹp dẫn đầu thị trường FMCG (chiếm hơn 50% thị phần), tuy nhiên Ngành hàng thiết yếu **Bách hóa - Thực phẩm** **chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ nhất**, tiếp theo sau đó là ngành Mẹ & bé

Cơ cấu thị phần doanh thu theo nhóm ngành FMCG



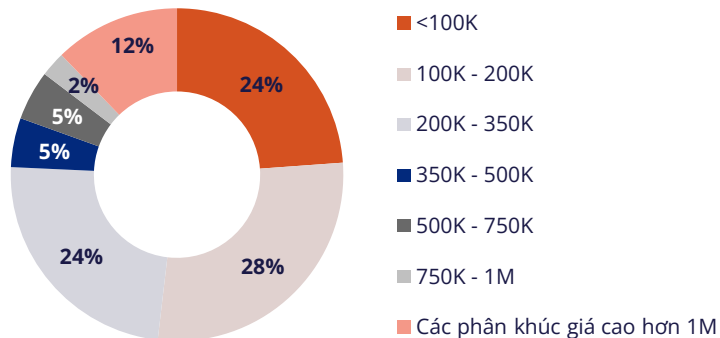
Tổng doanh số các ngành hàng trong FMCG năm 2023 và quý 1/ 2024 và Tăng trưởng so với cùng kỳ

Ngành hàng	Doanh số (tỷ đồng)	Tăng trưởng so với cùng kỳ
Làm Đẹp	51,110	52%
Mẹ & Bé	16,927	57%
Bách Hoá - Thực Phẩm	15,271	63%
Chăm sóc sức khỏe	11,966	50%
Chăm sóc nhà cửa	3,566	44%

Số liệu được thống kê trên 5 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

Ngành hàng Làm đẹp & chăm sóc cá nhân

Cơ cấu phân khúc giá trên tổng 4 sàn TMĐT
(trên doanh số 38,317 tỷ đồng)

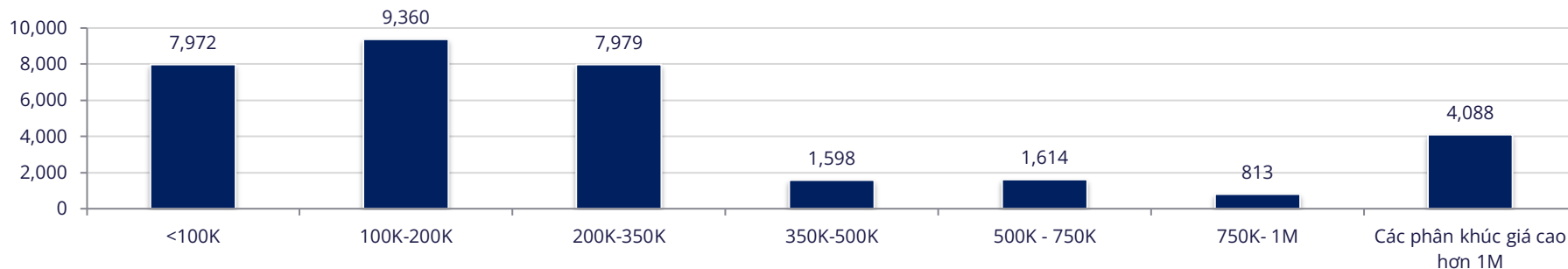


Ngành hàng Làm đẹp và Chăm sóc cá nhân tập trung phân khúc giá < 350K

Các mặt hàng trong ngành Làm đẹp & Chăm sóc cá nhân là các mặt hàng chăm sóc da mặt, trang điểm, nước hoa, chăm sóc tóc,...

Đối với nhóm ngành hàng này, người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn phân khúc giá rẻ và trung bình phân khúc giá <350K chiếm hơn $\frac{3}{4}$ doanh thu toàn ngành, trong đó tập trung nhiều nhất vào phân khúc giá 100K - 200K

Phân khúc giá năm 2023 và quý 1/ 2024 (Tỷ đồng)



Số liệu được thống kê trên 5 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

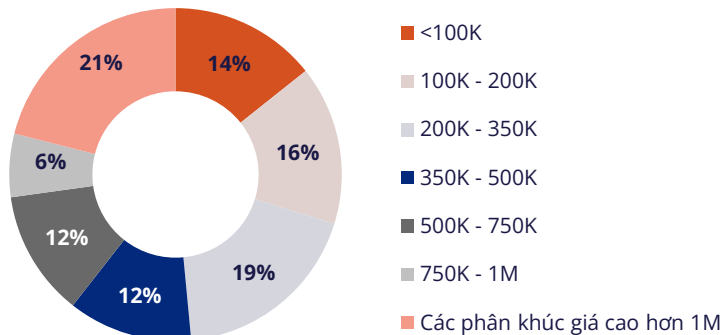
Bảng cơ cấu thị phần Phân khúc giá của từng Nhóm hàng trong Ngành hàng Làm đẹp & Chăm sóc cá nhân (%)

Phân khúc giá	Nhóm hàng						
	Chăm sóc da mặt	Chăm sóc nam giới	Chăm sóc tay, chân & móng	Chăm sóc tóc	Nước hoa	Trang điểm	Tắm & chăm sóc cơ thể
<100K	 13%	 19%	 69%	 21%	 12%	 20%	 28%
100K - 200K	 19%	 32%	 12%	 29%	 22%	 31%	 35%
200K - 350K	 24%	 25%	 7%	 23%	 17%	 19%	 21%
350K - 500K	 17%	 10%	 3%	 13%	 6%	 9%	 8%
500K - 750K	 10%	 5%	 5%	 7%	 9%	 16%	 4%
750K - 1M	 5%	 3%	 2%	 4%	 5%	 2%	 2%
Các phân khúc giá cao hơn 1M	 12%	 7%	 3%	 4%	 28%	 3%	 3%

Ngành hàng Mẹ & bé

Cơ cấu phân khúc giá trên tổng 4 sàn TMĐT

(Trên tổng doanh thu 13.211 tỷ đồng)

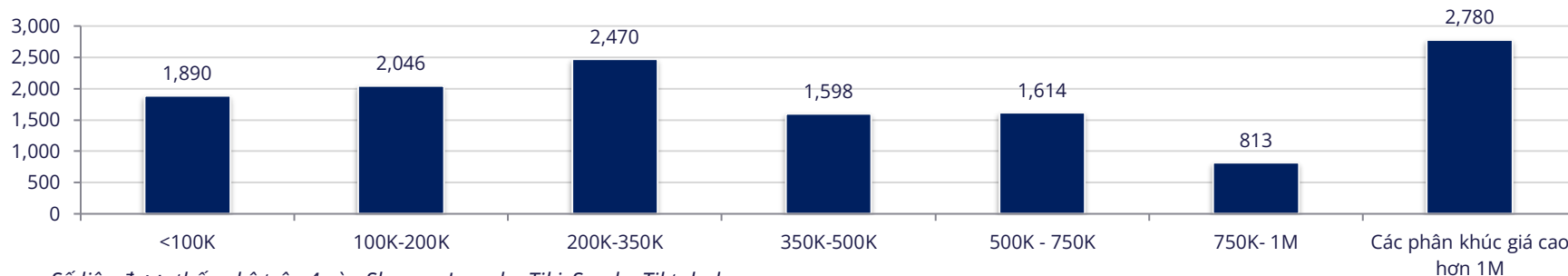


Ngành hàng Mẹ & bé tập trung vào phân khúc giá < 350K

Tổng các phân khúc giá <350K chiếm gần ½ doanh thu toàn nhóm hàng.

Trong đó, phân khúc giá từ 200K – 350k có thị phần lớn nhất, chiếm 19% doanh thu toàn nhóm ngành với 2.47 nghìn tỷ đồng. Các sản phẩm trong phân khúc giá này thường bao gồm các sản phẩm như sữa công thức, tã bỉm, đồ ăn dặm cho bé,...

Phân khúc giá năm 2023 và quý 1/ 2024 (Tỷ đồng)



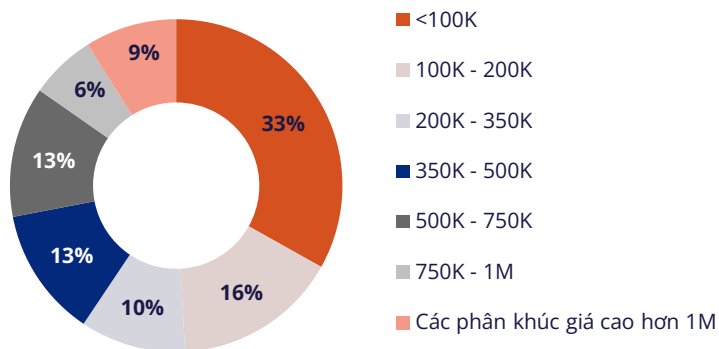
Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

Bảng cơ cấu thị phần Phân khúc giá của từng Nhóm hàng trong Ngành hàng Mẹ & bé (%)

Phân khúc giá	Nhóm hàng			
	Chăm sóc sức khỏe mẹ	Chăm sóc sức khỏe bé	Sữa công thức & Thực phẩm cho bé	Tã, bỉm, vệ sinh cho bé
<100K	 7%	 14%	 8%	 7%
100K - 200K	 15%	 19%	 4%	 22%
200K - 350K	 21%	 28%	 8%	 38%
350K - 500K	 20%	 18%	 15%	 14%
500K - 750K	 18%	 9%	 25%	 9%
750K - 1M	 9%	 3%	 12%	 5%
Các phân khúc giá cao hơn 1M	 11%	 9%	 27%	 5%

Ngành hàng Bách hóa – Thực phẩm

Cơ cấu phân khúc giá trên tổng 4 sàn TMĐT
(trên doanh số 11,475 tỷ đồng)

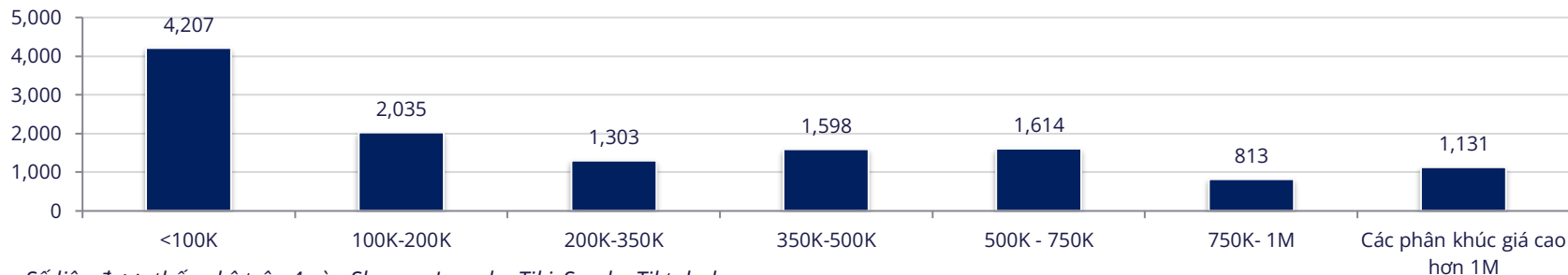


Ngành hàng Bách hóa – Thực phẩm tập trung vào phân khúc giá <100K

Các mặt hàng trong ngành Bách hóa – Thực phẩm là các mặt hàng bánh kẹo, sữa, gia vị, đồ uống có cồn,...

Đối với nhóm ngành hàng này, người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn phân khúc giá rẻ, tập trung nhiều nhất vào phân khúc giá <100K.

Phân khúc giá năm 2023 và quý 1/ 2024 (Tỷ đồng)



Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

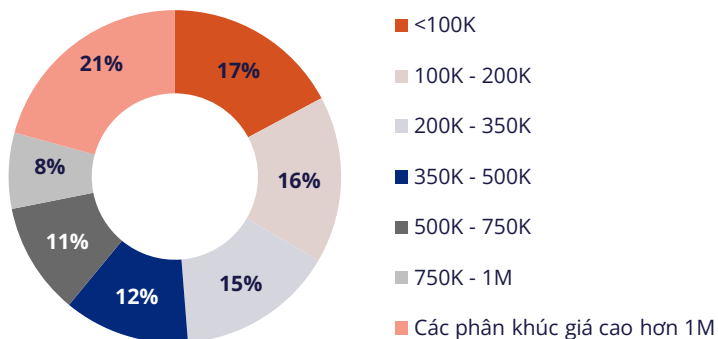
**Bảng cơ cấu thị phần Phân khúc giá của từng Nhóm hàng trong Ngành hàng
Bách hóa – Thực phẩm (%)**

Phân khúc giá	Nhóm hàng									
	Các loại bánh	Nguyên liệu nấu ăn	Ngũ cốc & mứt	Rau củ quả	Sữa - trứng	Thực phẩm tươi sống & đông lạnh	Đồ chế biến sẵn, đồ khô	Đồ làm bánh	Đồ uống có cồn	Đồ ăn vặt
<100K	66%	62%	41%	63%	8%	64%	54%	60%	1%	65%
100K - 200K	20%	20%	32%	25%	6%	23%	26%	17%	1%	24%
200K - 350K	8%	11%	17%	8%	9%	8%	12%	10%	15%	6%
350K - 500K	3%	3%	5%	2%	14%	1%	3%	4%	42%	2%
500K - 750K	2%	2%	2%	1%	8%	1%	2%	3%	13%	1%
750K - 1M	1%	1%	1%	0%	25%	0%	1%	1%	5%	1%
Các phân khúc giá cao hơn 1M	0%	2%	3%	1%	29%	1%	2%	5%	23%	1%

Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

Ngành hàng Chăm sóc sức khỏe

Cơ cấu phân khúc giá trên tổng 4 sàn TMĐT
(trên doanh số 9,716 tỷ đồng)

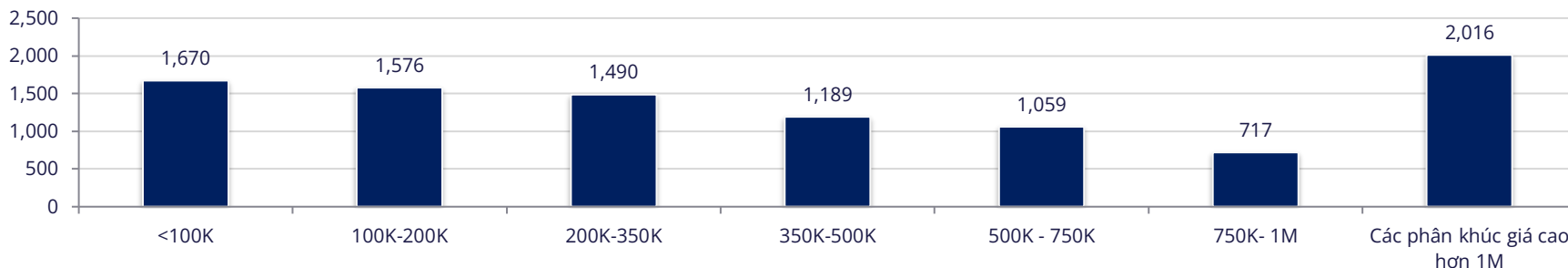


Ngành hàng Chăm sóc sức khỏe tập trung vào Các phân khúc giá < 350K

Các mặt hàng trong ngành Chăm sóc sức khỏe là các mặt hàng Thực phẩm chức năng, sản phẩm hỗ trợ tình dục, dinh dưỡng protein,...

Đối với nhóm ngành hàng này, các phân khúc dưới 350K được người tiêu dùng lựa chọn nhiều nhất. Không có nhiều sự chênh lệch giữ 3 phân khúc: <100K, 100K-200K và 200K - 350K

Phân khúc giá năm 2023 và quý 1/ 2024 (Tỷ đồng)



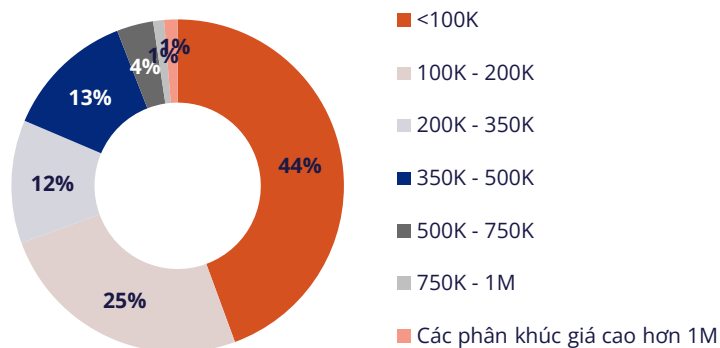
Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

**Bảng cơ cấu thị phần Phân khúc giá của từng Nhóm hàng trong Ngành hàng
Làm đẹp & Chăm sóc cá nhân (%)**

Phân khúc giá	Nhóm hàng		
	Chăm sóc sức khỏe	Sản phẩm hỗ trợ tình dục	Thực phẩm chức năng
<100K	27%	41%	9%
100K - 200K	19%	26%	13%
200K - 350K	13%	20%	17%
350K - 500K	6%	7%	16%
500K - 750K	6%	4%	15%
750K - 1M	7%	1%	8%
Các phân khúc giá cao hơn 1M	21%	1%	22%

Ngành hàng Chăm sóc nhà cửa

Cơ cấu phân khúc giá trên tổng 4 sàn TMĐT
(Trên tổng doanh thu 4.171 tỷ đồng)

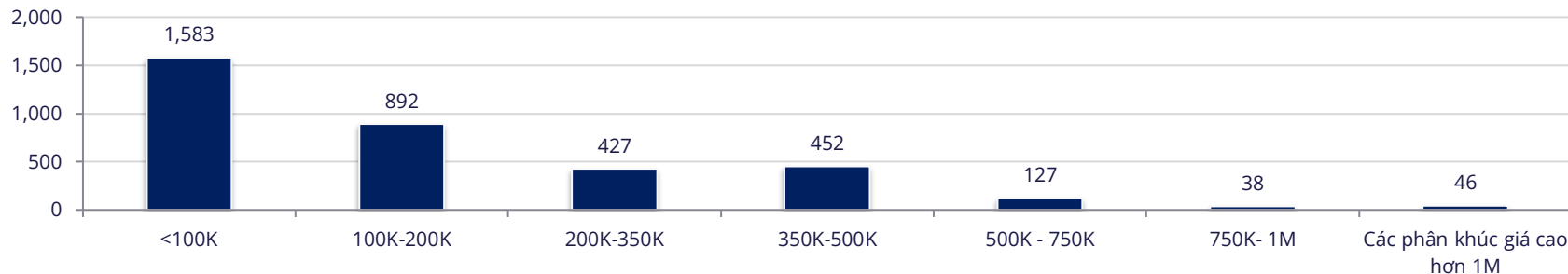


Ngành hàng Chăm sóc nhà cửa tập trung vào phân khúc giá < 100K

Các mặt hàng trong ngành Chăm sóc nhà cửa hầu hết đều là các sản phẩm thiết yếu chăm sóc gia đình hằng ngày như nước giặt, nước xả vải, giấy ăn, chất tẩy rửa,...

Đối với nhóm ngành hàng này, người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn phân khúc giá rẻ, phân khúc giá <100K chiếm gần ½ doanh thu toàn ngành

Phân khúc giá năm 2023 và quý 1/ 2024 (Tỷ đồng)



Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

Làm đẹp	Chăm sóc tay, chân, móng	Chăm sóc nam giới Chăm sóc cơ thể Trang điểm Chăm sóc tóc	Chăm sóc da mặt					Nước hoa
Thực phẩm & Đồ uống	Các loại bánh Ngũ cốc & mứt Rau củ Nguyên liệu nấu ăn Thực phẩm tươi sống & Đông lạnh Đồ khô Đồ làm bánh Đồ ăn vặt			Đồ uống có cồn				Sữa
Phân khúc giá	<100K	100K – 200K	200K – 350K	350K – 500K	500K – 750K	750K – 1M	>1M	
Mẹ & bé			Chăm sóc sức khỏe mẹ Chăm sóc sức khỏe bé Tắm và chăm sóc cơ thể bé					Sữa và thực phẩm cho bé
Chăm sóc sức khỏe	Sản phẩm hỗ trợ tình dục							Thực phẩm chức năng
Chăm sóc Nhà cửa	Chăm sóc nhà cửa							

Xếp hạng năm 2022	Xếp hạng năm 2023	Thay đổi xếp hạng	Tên thương hiệu	Thương hiệu	Ngành hàng	Doanh số (vnd)
3	1	+2	ensure		Thực phẩm & Đồ uống/ Chăm sóc sức khỏe	759,885,714,921
1	2	-1	la roche-posay		Làm đẹp	486,447,564,093
7	3	+4	huggies		Mẹ & Bé	410,558,540,642
-	4	NEW	vinamilk		Thực phẩm & Đồ uống	408,013,236,324
8	5	+3	fatz baby		Mẹ & Bé	391,856,299,015
4	6	-2	pediasure		Mẹ & Bé	365,029,964,453
5	7	-2	bobby		Mẹ & Bé	323,073,729,705
2	8	-6	oem		Làm đẹp	302,030,216,909
-	9	NEW	l'oreal paris		Làm đẹp	258,500,302,232
10	10	-	anessa		Làm đẹp	256,197,978,061

Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

Làm đẹp & Chăm sóc cá nhân

Mẹ & Bé

Theo doanh số



Nước tẩy trang



Kem chống nắng



Combo dầu gội xả



Sữa bột



Tã bỉm



Sữa nước

Theo sản lượng



Bông tẩy trang



Nước tẩy trang



Mặt nạ



Tã bỉm



Khăn ướt cho bé



Nước giặt đồ cho bé

Thực phẩm & Đồ uống



Sữa bột



Sữa nước



Bia

Chăm sóc sức khỏe



Collagen



Tảo xoắn

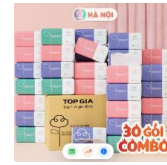


Viên uống phụ khoa

Chăm sóc nhà cửa



Combo 2 túi Nước giặt



Thùng giấy ăn



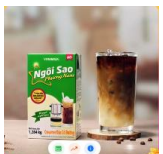
Nước xả vải

Theo doanh số

Theo Sản lượng



Dầu ăn



Sữa đặc



Bánh gạo



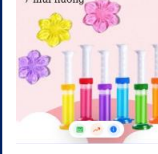
Bao cao su



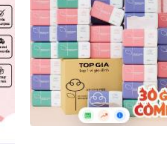
Tinh dầu đuổi muỗi



Viên uống vitamin C



Gel thơm bồn cầu



Thùng giấy ăn



Combo nước giặt

PHÂN TÍCH NGÀNH HÀNG SỮA

02

Doanh thu trên 4 sàn TMĐT

367,3
tỷ đồng

Sản lượng trên 4 sàn TMĐT

1,5
triệu sản phẩm

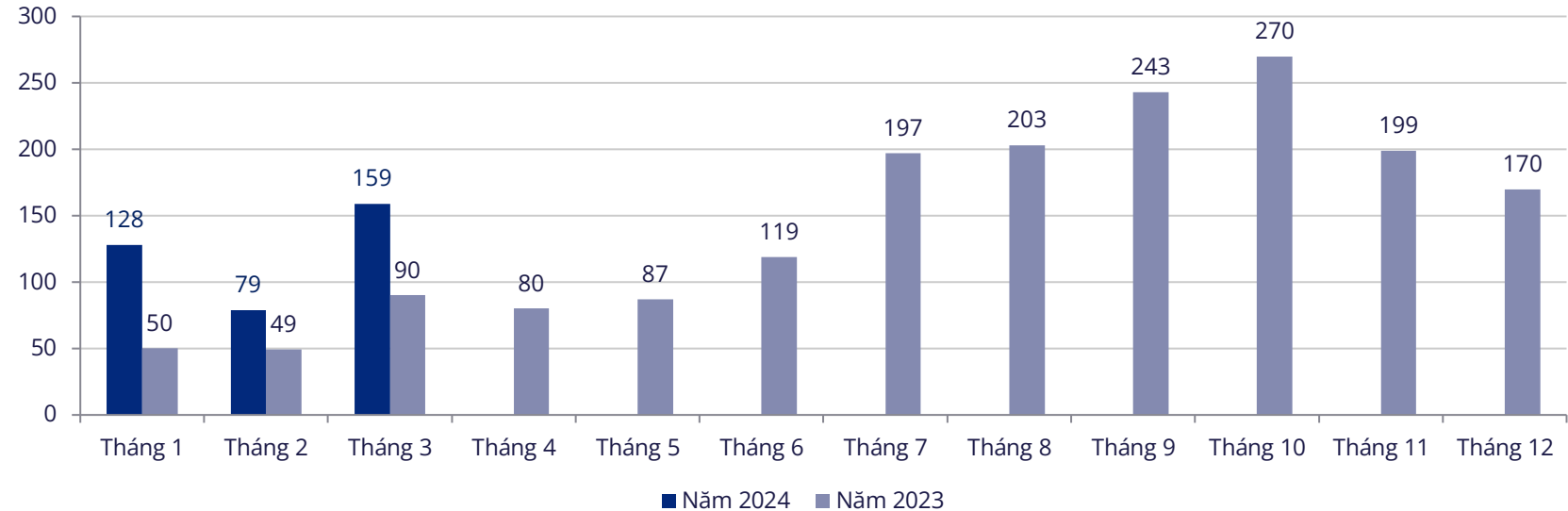
Số shop có lượt bán trên 4 sàn TMĐT

5,3
nghìn shop

Tăng trưởng doanh thu so với cùng kỳ năm 2023

+92.5%

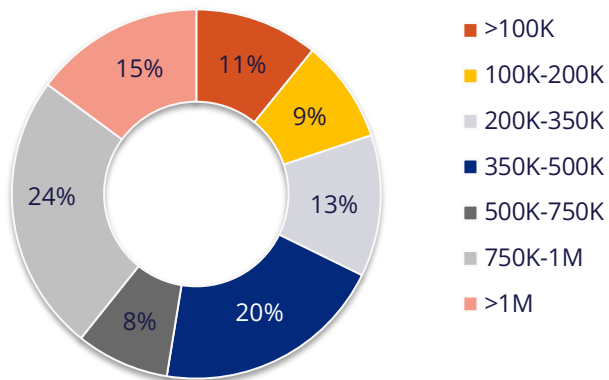
Tỷ đồng



Số liệu được thống kê trên 5 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok shop

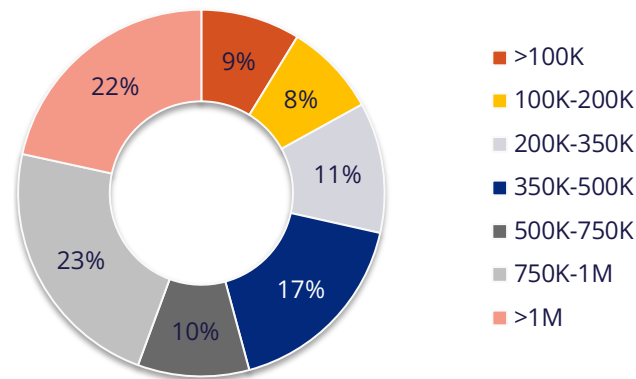
Người tiêu dùng sẵn sàng chi trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm sữa dinh dưỡng

Quý 1 2023



Thị phần phân khúc giá >1M : **15%**

Quý 1 2024



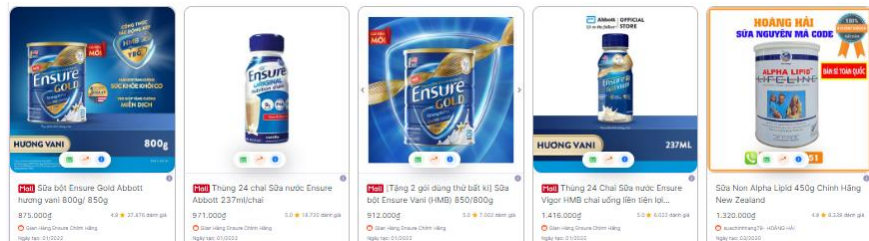
Thị phần phân khúc giá >1M : **22%**

Xếp hạng Q1 2023	Xếp hạng Q1 2024	Thay đổi xếp hạng	Tên thương hiệu	Thương hiệu	Doanh số (vnd) Q1 2024
1	1	-	ensure		759,885,714,921
2	2	-	vinamilk		486,447,564,093
5	3	2	th true milk		410,558,540,642
6	4	2	glucerna		408,013,236,324
3	5	-2	abbott		391,856,299,015
4	6	-1	anlene		365,029,964,453
-	7	NEW	hiup		323,073,729,705
9	8	1	nutifood		302,030,216,909
-	9	NEW	probi		258,500,302,232
-	10	NEW	growplus		256,197,978,061

Số liệu được thống kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo

Xu hướng mua hàng theo **combo 2 hộp trở lên** (số lượng nhiều) ngày càng trở nên phổ biến

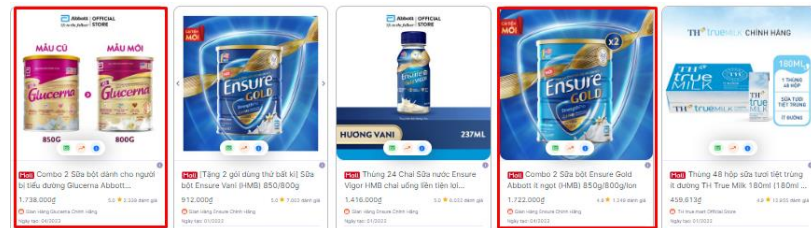
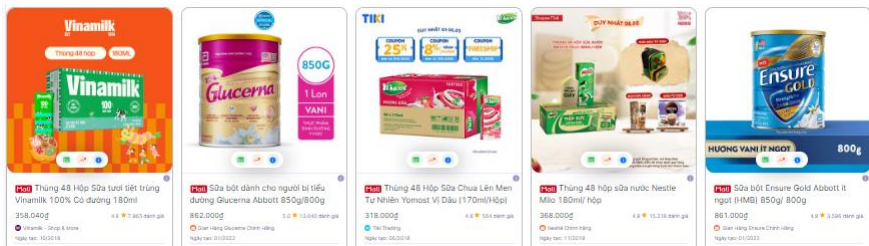
Top 10 sản phẩm bán chạy Quý 1 2023



Top 10 sản phẩm bán chạy Quý 1 2024



Combo 2 hộp



Combo 2 hộp

Combo 2 hộp

Số liệu được tổng kê trên 4 sàn Shopee, Lazada, Tiki, Sendo

Nghiên cứu Doanh số thị trường

Đáp ứng nhu cầu theo sát **biến động GMVs** của thị trường theo đa dạng tiêu chí tới tận tầng SKUs.

- Phân tích số liệu GMVs và đối sánh với các chu kỳ kinh doanh.
- Thị phần của thương hiệu theo đa dạng tiêu chí.
- Phân tích doanh số trên từng sàn.

Báo cáo thị trường Dư luận TMĐT

Đáp ứng nhu cầu theo dõi, phân tích **đánh giá của khách hàng về sản phẩm/ dịch vụ** của thương hiệu..

- Phân tích số liệu đánh giá khách hàng về thương hiệu, nhà bán và sản phẩm.
- Đưa ra các gợi ý điều chỉnh dựa trên phân tích nội dung các đánh giá sản phẩm.

Kiểm soát giá thị trường

Đáp ứng nhu cầu **theo dõi, phân tích Biến động giá để xây dựng Chiến lược giá** hiệu quả.

- Tổng quan về giá của các sản phẩm cạnh tranh
- Tổng quan Chiến lược giá của đối thủ

Dashboard theo dõi giá bán của đối thủ

Đáp ứng nhu cầu **theo dõi ngay lập tức biến động giá** trên thị trường TMĐT.

- Thiết kế dashboard theo dõi giá theo yêu cầu.
- Theo dõi giá tới tầng SKUs.

Gói dịch vụ TÙY BIẾN giải quyết vấn đề thương hiệu đang gặp phải.

- Data thị trường (đã xử lý)
- Data APIs theo yêu cầu
- Big Data thị trường (raw / đã xử lý)
- Custom Dashboard / Data BI

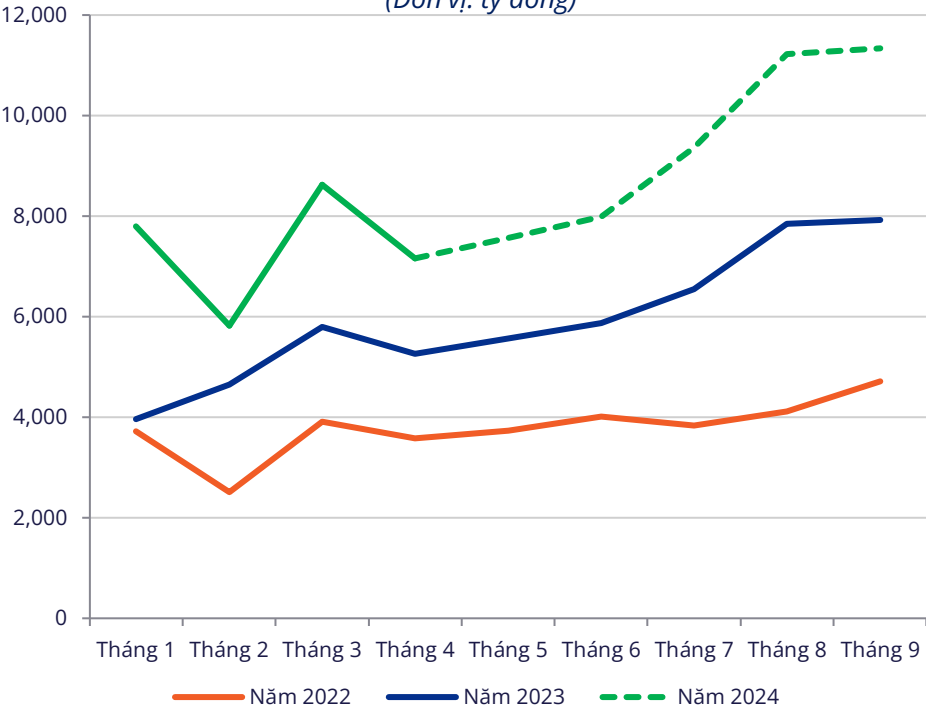


Kết nối với đội ngũ Chuyên gia phân tích và xử lý dữ liệu lớn của chúng tôi để thảo luận và nhận tư vấn giải pháp phù hợp và hiệu quả nhất. Email:: enterprise@metric.vn & Hotline **033.806.2221**.

DỰ BÁO XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG FMCG

03

Doanh thu 3 Quý đầu năm 2022, 2023 và dự báo Quý II, Quý III năm 2024
(Đơn vị: tỷ đồng)



Dự báo doanh thu	
Quý II/ 2024 22,694 tỷ đồng +36% so với cùng kỳ 2023	Quý III/ 2024 31,905 tỷ đồng +43% so với cùng kỳ 2023

Dự báo Sản lượng	
Quý II/ 2024 198 Triệu sản phẩm +32% so với cùng kỳ 2023	Quý III/ 2024 273 Triệu sản phẩm +36% so với cùng kỳ 2023

1. Tìm kiếm giá tốt ở tất cả các ngành hàng

- **Cắt giảm số lượng, hoặc mua các gói lớn, kích cỡ lớn hơn để tiết kiệm chi phí => Xu hướng mua hàng theo combo, mua được tặng kèm**
- Tham khảo nhiều kênh khác nhau để tìm kiếm mức giá tốt nhất
- Mua nhiều sản phẩm có khuyến mãi hơn

The screenshot displays four promotional banners for OMO and Sunlight products on the Shopee Mall. Each banner includes a 'Mall' badge, a 'XU LY BOI SHOPEE' (Shopee Sale) badge, and a 'DUY NHAT 15-16.5' (Only 15-16.5%) discount tag. The products are offered in bundles (combos) with additional gifts.

Sản phẩm	Giá gốc	Giá ưu đãi	Giảm %	Đã bán
Combo 2 Túi Nước giặt OMO Matic Cửa trên...	4454.000	373.000	-18%	67,4k
Nước Giặt Dưỡng Vải Comfort Đa Chức Năng...	4184.000	177.500	-4%	22,4k
Combo 2 Túi Nước giặt OMO Matic chuyên dụng...	4454.000	372.000	-18%	129,6k
Nước rửa chén Sunlight chanh 100 mới đánh bay...	94.000	92.000	-2%	53,3k

The screenshot shows a promotional banner for Sanofi Lactacof Baby. It features a 'sanofi | Lactacof Baby OFFICIAL STORE' header and a 'DUY NHAT 15-17.05' (Only 15-17.05) discount tag. The promotion includes a 15% discount on vouchers and a 12% discount on vouchers. A large plus sign (+) is placed between a bottle of Lactacof Baby and a box of Kotex, indicating a bundle offer. The text 'TẶNG NGAY' (Gift immediately) is prominently displayed. A 'ĐỒNG KIỂM' (Check together) badge is visible in the bottom left corner.

2. Nhu cầu cao về chất lượng sản phẩm

- Tập trung có cả sức khỏe thể chất lẫn tinh thần
- Ưu tiên các thành phần tự nhiên và có nguồn gốc địa phương



Yêu Thích Tã quần/dán Huggies Siêu Cao Cấp Platinum Nature Made M58/L44/XL38/XXL26 NB60/S82/M64/L54/XL44.....

5.0 ★★★★★ | 49 Đánh Giá

Mã Giảm Giá
Của Shop

Giảm #25k Giảm #40k

Chính Sách Trả
Hàng

🕒 Trả hàng 15 ngày ⚖️ Đổi ý miễn phí 🔄

Vận Chuyển

 Miễn phí vận chuyển

 Vận Chuyển Tối

Huyện Ba Vì ▾

Phí Vận Chuyển \$0 ▾

3. Trải nghiệm mua sắm đa kênh, đặc biệt là ưa chuộng hình thức Shoppertainment

- Hình thức Shoppertainment sự kết hợp của bán hàng và yếu tố giải trí => nổi bật tại thị trường Việt Nam là các phiên livestream bán hàng, vừa mang yếu tố giải trí của các KOL, KOC



Báo Tuổi Trẻ

<https://tuoitre.vn> › Công nghệ › Nhịp sống số

Nhiều thương hiệu tăng doanh số nhờ đẩy mạnh ...

8 thg 11, 2023 — Bên cạnh câu chuyện thay đổi về số lượng phiên live, các thương hiệu thời trang như Canifa, Levents hay The Bad God còn đồng thời sử dụng đa ...



Vnbusiness

<https://vnbusiness.vn> › tiêu-dung › thương-hieu-lon-bat...

Thương hiệu lớn bắt đầu đưa nhau 'lên sàn' livestream

1 thg 3, 2024 — Đây chính là đối tượng người dùng chủ đạo nhằm **đẩy mạnh** tiềm năng của các nền tảng **livestream** nói riêng, xu hướng thương mại giải trí nói chung ...



vneconomy.vn

<https://vneconomy.vn> › day-manh-livestream-ban-hang...

Đẩy mạnh livestream bán hàng, nhiều doanh nghiệp tăng ...

18 thg 1, 2024 — Chương trình **livestream bán hàng** của các tiểu thương Chợ Bến Thành mới đây đạt doanh thu lên đến 4 tỷ đồng chỉ trong 5 ngày. Tốc độ tăng trưởng ...

Từ cuối năm 2023 đến nay, xu hướng mua hàng qua hình thức **Shoppertainment** ngày càng phổ biến, đặc biệt ở Việt nam là hình thức livestream của KOL, KOC

Khảo sát của Haravan dựa trên hơn 1000 nhà bán hàng online đa kênh cũng cho thấy **đơn hàng từ livestream chiếm 50% doanh thu** trên doanh số qua sàn TMĐT TikTok Shop của họ.

4. Trải nghiệm mua sắm chủ động và theo nhu cầu

- Ưu tiên các hình thức promotion đa dạng: full day, theo từng múi giờ => phục vụ tối đa nhu cầu của người tiêu dùng thay vì promotion cố định

The screenshot displays a product page for NABIZAM Ultra Thin baby pants. The main banner highlights a 'FULLDAY' promotion with a 'VOUCHER 155K'. Below this, the product is shown in various sizes and colors, with a price of 262,000 VND (25% off from 350,000 VND). The page includes a 'FASH SALE' badge, a 'KẾT THÚC TRONG 00:32:31' timer, and several discount codes: 'Mã Giảm Giá Cửa Shop' (Giảm 45k, 5% GIẢM, Giảm 25k, Giảm 50k), 'Deal Sốc' (Mua để nhận quà), and 'Vận Chuyển' (Miễn phí vận chuyển). The size selection dropdown shows options for M32 (6-11kg), L30 (8-13kg), XL26 (11-16kg), 2XL22 (15-20kg), and 3XL20 (>20kg). The page also features social media sharing options and a 'Đã thích (1.4k)' button.

CƠ HỘI CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH FMCG TRÊN SÀN TMĐT

04

Chiến lược Kinh doanh

Tối ưu hóa sản phẩm và giá cả

- Đẩy mạnh các gói sản phẩm có giá trị cao, bao gồm cả các gói lớn hoặc combo, hoặc có thể kết hợp nhiều sản phẩm khác nhau trong cùng 1 combo
- Chiến lược giá cả linh hoạt, bao gồm giảm giá theo số lượng, khuyến mãi đặc biệt cho đơn hàng lớn và ưu đãi cho khách hàng trung thành

Tạo ra trải nghiệm mua sắm tích cực

- Cung cấp thông tin sản phẩm chi tiết, cố gắng đẩy mạnh đặc tính sản phẩm liên quan đến bền vững
- Tối ưu tìm kiếm và cải thiện hiển thị qua hình ảnh, tên,...

Chiến lược Marketing

Tập trung vào giá trị và sức khỏe

- Chiến dịch MKT đẩy mạnh vào lợi ích sức khỏe và giá trị của sản phẩm, đặc biệt là với các thành phần tự nhiên
- Kết hợp cả social media để chia sẻ các thông điệp về sức khỏe và giá trị của sản phẩm

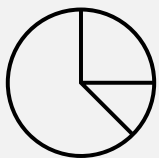
Nghiên cứu thị trường

Nghiên cứu xu hướng ngành hàng

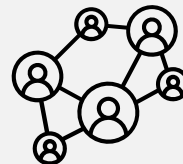
- Danh sách sản phẩm mới
- Sản phẩm trending
-

Nghiên cứu đối thủ

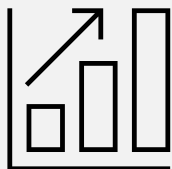
Tình hình kinh doanh, cách vận hành, chiến dịch marketing,...



- Số liệu thị trường và đối thủ
- Danh sách sản phẩm mới
- Sản phẩm trending
- Lịch sử giá bán sản phẩm



Có cơ sở chắc chắn cho việc lập kế hoạch kinh doanh, vận hành doanh nghiệp



Phân tích dữ liệu sản phẩm
=> tìm ra đặc tính của sản phẩm khiến khách hàng lựa chọn



Tìm hiểu cách đối thủ thiết kế ảnh và đặt tên
=> tối ưu tìm kiếm và cải thiện hiển thị.

CÁC CASE STUDY LÀ KHÁCH HÀNG CỦA METRIC

05

CASE - STUDY



"Thông qua số liệu Metric tôi đã hiểu được thị phần và lợi thế đáng kể của công ty mình trên Shopee. Tôi đã quyết định tập trung trên sàn này thay vì mở rộng sang kênh TikTok. Chúng tôi đã lên Top 1 thị phần sau 6 tháng đồng thời **tiết kiệm 500 triệu chi phí khởi tạo gian hàng TikTok.**"

Ngành hàng: Trang sức Phong thủy
Kiểu doanh nghiệp: Brand (OEM) - Bán lẻ
Gói sử dụng: Advanced

"Sau khi nắm được thông tin thị phần thương hiệu của mình đứng top đầu Lazada thông qua số liệu của Metric, tôi đã **đàm phán với sàn này hai lợi ích quan trọng**: Tăng lượng traffic trong các chiến dịch khuyến mại của sàn và đăng ký quyền lợi xử lý đơn hàng bởi Lazada."

Ngành hàng: Gia dụng nhà bếp
Kiểu doanh nghiệp: Hãng bán lẻ, phân phối
Gói sử dụng: Premium



"E-com là kênh bán hàng mới mẻ so với một doanh nghiệp thành lập năm 2000 như chúng tôi. Mặc dù đã chuẩn bị sẵn sàng ngân sách sản xuất và bán trên sàn, nhưng nhờ Metric tôi **phát hiện các sản phẩm hiện tại của công ty quá cũ, không cạnh tranh được**. Chúng tôi đã hủy kế hoạch bán sàn, dùng ngân sách nghiên cứu sản phẩm khác."

Ngành hàng: Gia dụng - Chăn ga gối đệm
Kiểu doanh nghiệp: Sản xuất, Phân phối, Bán lẻ
Gói sử dụng: Advanced

"Tôi dùng số liệu thị trường của Metric làm đầu vào xây dựng Kế hoạch bán hàng cho các khách hàng của mình. Tôi **giành được 2 hợp đồng vận hành nhóm hàng Phụ kiện điện thoại và Táo xoăn.**"

Ngành hàng: Phụ kiện Điện thoại, Sức khỏe
Kiểu doanh nghiệp: Agency (vận hành shop)
Gói sử dụng: Advanced





"Ngành hàng phụ kiện điện thoại bị ảnh hưởng nặng nề bởi Covid. Nhờ Metric **tôi hiểu được cách thu hút người mua online bằng làm hình ảnh, mẫu mã và học cách marketing online từ đối thủ**. Tôi đã chuyển dịch kênh Online thành công cho công ty (hiện online chiếm 60% doanh số)."

Ngành hàng: Phụ kiện điện thoại
Kiểu doanh nghiệp: Brand (OEM) - Bán lẻ
Gói sử dụng: Advanced

"Là một nhà phân phối Mỹ phẩm và Thực phẩm chức năng từ Đức, chúng tôi chịu trách nhiệm Marketing cho các đại lý. Số liệu tăng giảm thị trường của Metric **giúp phát hiện việc doanh số quý sụt giảm là do thị trường đi xuống, chúng tôi đã không đổ thêm tiền Marketing thêm mà tái đầu tư cho quý sau**."

Ngành hàng: Mỹ Phẩm, TPCN (Đức)
Kiểu doanh nghiệp: Nhà phân phối, Bán lẻ
Gói sử dụng: Premium



"Là trưởng bộ phận Ecom mới thành lập của công ty (hãng dược mỹ phẩm hàng đầu VN), tôi phải tìm hiểu cách làm đã thành công của những công ty tương tự để xây dựng chiến lược bán hàng. Metric giúp tôi **tìm ra sản phẩm đủ đạo của đối thủ và chiến lược Marketing của họ** để học tập và xây dựng kế hoạch cho công ty mình."

Ngành hàng: Dược Mỹ Phẩm, Mẹ & Bé.
Kiểu doanh nghiệp: Sản xuất, Phân phối, Bán lẻ
Gói sử dụng: Advanced

"Trong chiến dịch bán trước Tết, công ty tôi không bán đủ số đầu sách như kế hoạch. **Kiểm tra số liệu Metric tôi thấy đối thủ và thị trường không sụt giảm. Hiểu rằng đã làm chưa đủ tốt**. Chúng tôi đã quyết định tăng ngân sách Marketing trên các kênh khác và đã đạt KPI chiến dịch."

Ngành hàng: Sách Tham Khảo, Tiếng Anh
Kiểu doanh nghiệp: Nhà phát hành, bán Sách
Gói sử dụng: Advanced





*"Tôi giúp công ty bạn tôi làm thời trang, kênh online thua lỗ do tỷ lệ hủy đơn 40%. Đi từ số liệu Metric, **tôi lọc phân tích các phản hồi tiêu cực dẫn tới trả hàng và phản hồi tích cực để cải thiện dịch vụ** chăm sóc khách và giao hàng. Tỷ lệ hủy đơn sau đó giảm còn 20%."*

Ngành hàng: Thời trang trung niên
Kiểu doanh nghiệp: Brand thiết kế & bán lẻ
Gói sử dụng: Advanced

*"Tôi vận hành shop online. Trước đây giá bán sản phẩm sẽ do Ban Lãnh Đạo hoặc GD Kinh doanh quyết định. Khi dùng các thống kê giá của thị trường trên Metric, tôi có thể tự làm **đề xuất thay đổi mức giá** và cho đến nay các đề xuất của tôi đều được chấp thuận nhanh chóng."*

Ngành hàng: Mỹ phẩm thành phần tự nhiên
Kiểu doanh nghiệp: Hãng sản xuất, bán lẻ.
Gói sử dụng: Premium



*"Là nhà phân phối, các đại lý của công ty tôi sẽ mua hàng và bán trên kênh sàn E-commerce. Thông qua Metric **tôi theo dõi được các mức giá bán của các đại lý để kiểm soát rủi ro** phá giá, tăng giá sai quy định của hãng. Việc này đã trở thành một bước bắt buộc trong quy trình của chúng tôi."*

Ngành hàng: Mẹ & Bé (Vitamin trẻ em)
Kiểu doanh nghiệp: Nhà phân phối
Gói sử dụng: Advanced

*"Là một sàn TMĐT bán lẻ, chúng tôi cần liên tục **làm phong phú danh mục sản phẩm** để không bỏ lỡ bất cứ sản phẩm Trending/ bán chạy nào. Danh sách sản phẩm bán chạy của Metric đã giúp chúng tôi hoàn thiện quy trình này."*

Ngành hàng: Đa ngành nghề (E-commerce)
Kiểu doanh nghiệp: Sàn TMĐT bán lẻ
Gói sử dụng: Enterprise





"Danh sách bán chạy của Metric giúp chúng tôi **nhìn ra sản phẩm TV Coocaa đã được thị trường chấp nhận và phù hợp tiêu chí để phân phối tại chuỗi cửa hàng offline** của Công ty. Chúng tôi đã nhập bán thành công dòng sản phẩm này, thay thế cho các mặt hàng khác có doanh thu không hiệu quả."

Ngành hàng: Điện máy, điện tử
Kiểu doanh nghiệp: Chuỗi bán lẻ
Gói sử dụng: Premium

"Là một nhà phân phối và bán lẻ, chúng tôi không có khả năng R&D tốt, nên chúng tôi thường xuyên gửi danh sách các sản phẩm tương tự và bán chạy cho các hãng để **cải thiện khâu R&D** của họ. Đổi lại chúng tôi sẽ được độc quyền các dòng sản phẩm mới."

Ngành hàng: Mỹ phẩm
Kiểu doanh nghiệp: Nhà phân phối, bán lẻ
Gói sử dụng: Premium



"Tôi dùng Metric để **phát hiện các thị trường lớn mà các đối thủ còn yếu về thương hiệu**. Và tôi sẽ nhập sản phẩm tương tự từ Đức (có lợi thế lớn về chất lượng và thương hiệu) để lấy thị phần. Tôi đã R&D thành công một sản phẩm TPCN chính hãng từ Đức theo cách này."

Ngành hàng: Mỹ phẩm, TPCN thương hiệu Đức
Kiểu doanh nghiệp: Nhà phân phối, bán lẻ
Gói sử dụng: Advanced

"Chúng tôi gặp nhiều khó khăn khi chuyển từ xuất khẩu sang sản xuất trong nước. **Danh sách sản phẩm bán chạy của Metric có ý nghĩa thị trường đã chấp nhận các sản phẩm đó**, kết hợp với điểm mạnh cafe của công ty, chúng tôi đã R&D thành công sản phẩm Cafe sấy thăng hoa."

Ngành hàng: Sản xuất Nông sản (Cà phê)
Kiểu doanh nghiệp: Nhà sản xuất, phân phối
Gói sử dụng: Standard



VỀ METRIC

Giới thiệu

Mở rộng kho dữ liệu tới **Tiktok shop**; cung cấp dịch vụ **Báo cáo thị trường TMĐT chuyên sâu** theo yêu cầu. Đạt giải thưởng **Nhân tài Đất Việt, Đổi mới sáng tạo...**

Metric.vn được tin dùng bởi hơn **1000 Thương hiệu** hàng đầu và hơn **50.000 Nhà bán.**

Ra mắt Metric.vn - Nền tảng Số liệu TMĐT cho Thương hiệu và Nhà bán. (Covid 19 Pandemic)

Tiện ích **beecost.com** dành cho người mua, hoạt động trên 9 quốc gia, hỗ trợ **100.000 lượt mua/ tháng.**

Công ty Cổ phần Khoa học Dữ liệu được sáng lập với tầm nhìn trở thành "Google cho Thương mại Điện tử".

2023

2022

2021

2020

2019

Metric - Nền tảng phân tích dữ liệu E-commerce đầu tiên tại Việt Nam dựa trên công nghệ Big Data, giúp doanh nghiệp thấu hiểu thị trường, đưa ra các quyết định thấu đáo trong đầu tư, sản xuất và kinh doanh.

Công ty Cổ phần Khoa học Dữ liệu hiện cung cấp Nền tảng Phân tích Dữ liệu và Dịch vụ Nghiên cứu Thị trường TMĐT với độ chính xác và độ phủ dữ liệu tốt nhất tại Việt Nam.

Tầm nhìn

Hỗ trợ 50.000 Thương hiệu, Doanh nghiệp và 500.000 Nhà bán kinh doanh thông minh hơn nhờ phân tích dữ liệu.

Partnership



*Các đối tác thanh toán và sàn TMĐT không có chức năng hợp tác cung ứng số liệu.

Nghiên cứu thị trường & Phân tích dữ liệu Big Data?

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG (Tối thiểu hàng quý)



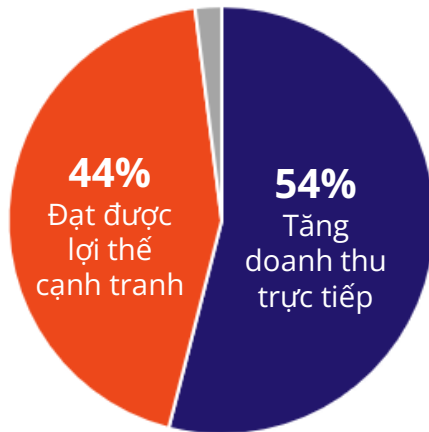
Tăng trưởng

Cao hơn so với các doanh nghiệp không thực hiện hoặc chỉ thực hiện 1 lần/năm

Nghiên cứu về các doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng cao (tăng trưởng doanh thu từ 20% trở lên trong vòng 3 năm kinh doanh)

Nguồn: [Hinge Research Institute](#)

PHÂN TÍCH DỮ LIỆU



Khảo sát các công ty có thực hiện Phân tích Dữ liệu trong hoạt động kinh doanh.

Nguồn: [Venture Beat](#)

PHÂN TÍCH DỮ LIỆU BIG DATA



25% cơ hội tăng gấp đôi lợi nhuận.

Ra quyết định **nhANH gấp 5 lần** đối thủ cạnh tranh.

Nghiên cứu về giá trị của Phân tích dữ liệu và Big Data

Nguồn: [Bain & Company](#)

Tổng quan về sản phẩm và dịch vụ



Metric

Metric giúp khách hàng có được báo cáo thị trường thực tế, chi tiết theo nhà bán, thương hiệu, dòng sản phẩm,... trong 30 ngày.

Số liệu sàn E-commerce

30 ngày 90 ngày 180 ngày



Shopee

58.384 Tỷ VND



Lazada

15.115 Tỷ VND



Tiki

1.460 Tỷ VND



TikTok shop

101 Tỷ VND

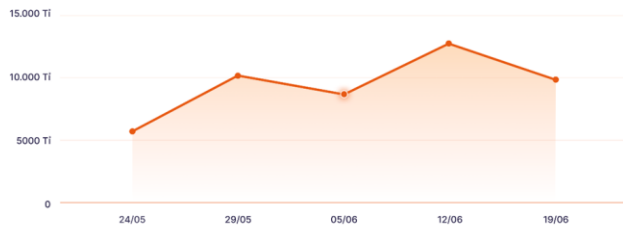
↓ 0.53%

↑ 0.35%

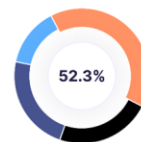
↑ 1.03%

↑ 4.85%

Chi tiết tăng trưởng



Thị phần doanh số



Thu thập, tổng hợp dữ liệu E-commerce

Phần mềm Phân tích, Báo cáo
Khai thác, phân tích số liệu E-commerce

Báo cáo thị trường xuất trong vòng 30s

Thống kê thị trường

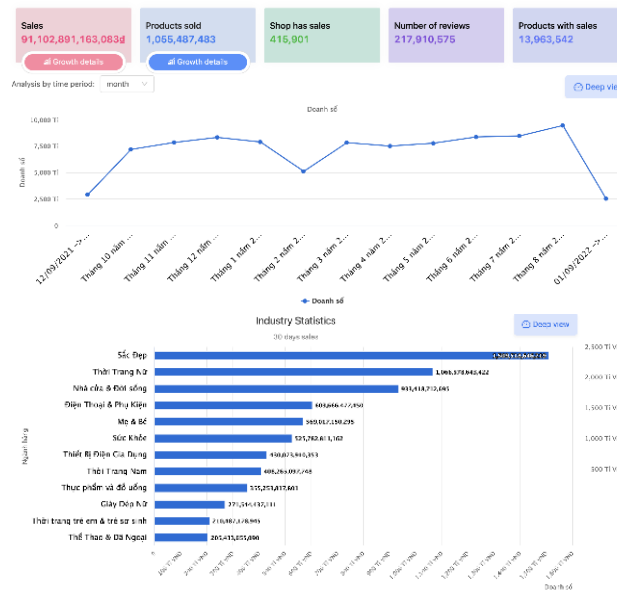
- Tổng doanh số, sản lượng
- Doanh số sản lượng theo Ngành hàng
- Doanh số sản lượng theo Phân khúc giá
- Doanh số sản lượng theo Shop, Thương hiệu
- Tăng trưởng theo thời gian

Danh sách thông tin chi tiết

- Danh sách sản phẩm
- Danh sách shop
- Danh sách thương hiệu

Đối tượng sử dụng

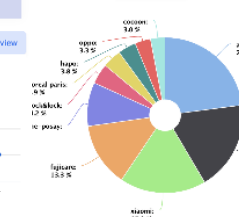
Thường xuyên nghiên cứu thị trường, đối thủ, sản phẩm mới, tìm cách thức chiến lược bán hàng mới...



Brand Statistics

30 days sales

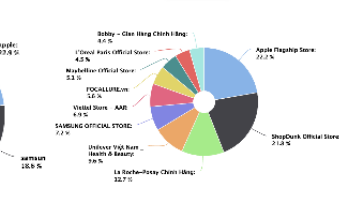
Deep view



Thống kê 10 Shop hàng đầu

Doanh số 30 ngày

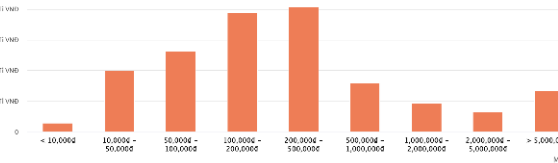
Deep view



Price Statistics

30 days sales

Deep view



Shop có Sản phẩm bán chạy

Download danh sách

Tên shop	Nơi bán	Số sản phẩm	Sản phẩm đã bán 30 ngày	Doanh số 30 ngày	Tổng doanh số	Tổng lợi nhuận
Apple Flagship Store	Link	43	4,058	64,347,763,000đ	961,737,694,000đ	87,739
ShopDunk Official Store	Link	42	2,610	62,970,212,000đ	284,452,096,000đ	14,395
La Roche-Psury Chính Hãng	Link	110	75,807	361,738,617,000đ	439,618,839,800đ	1,179,370
Unilever Việt Nam - Health & Beauty	Link	181	108,220	21,726,091,916đ	394,509,422,131đ	2,428,891

Liên hệ



Quét mã để khám phá
giải pháp kinh doanh
E-commerce thông minh

CÔNG TY CỔ PHẦN KHOA HỌC DỮ LIỆU



www.metric.vn



info@metric.vn



033.806.2221



Tầng 4, Tòa HH2 Phục Hưng, Số 6,
Đường Dương Đình Nghệ, Phường Yên Hòa,
Quận Cầu Giấy, Hà Nội

CHÂN THÀNH CẢM ƠN
