

**Khai thác 100% điểm chạm
khiến khách hàng không
thể rời bỏ thương hiệu**





Đứng trước sự cạnh tranh gay gắt của thị trường mẹ và bé, Kids Plaza mong muốn cung cấp những trải nghiệm người dùng độc đáo và siêu cá nhân hóa đến từng khách hàng trên tất cả các điểm chạm trong hành trình mua sắm một cách tự động hóa, đó cũng là lý do Kids Plaza quyết định đồng hành cùng Insider - nền tảng quản lý dữ liệu và xây dựng trải nghiệm người dùng đa kênh.

Không chỉ khiến chúng tôi **rút ngắn thời gian nhận lại giá trị đầu tư**, đội ngũ hỗ trợ bản địa của Insider rất **nhiệt tình hỗ trợ** và đề ra các chiến lược, kịch bản marketing với **kiến thức chuyên môn về ngành mẹ và bé vững chắc**, giúp Kids Plaza từng bước đến gần hơn với khách hàng và mục tiêu kinh doanh của mình. Với **nền tảng CDxP**, chúng tôi dễ dàng **thu thập, phân khúc dữ liệu** và từ đó có **cái nhìn 360 độ người dùng** và **ngay lập tức tại thời điểm đó khởi tạo những trải nghiệm đa kênh trong cùng một nền tảng mà không cần sự hỗ trợ của đội ngũ kỹ thuật trong nhà**.

Quá trình tích hợp diễn ra nhanh chóng với các bước hướng dẫn chi tiết cùng đội ngũ hỗ trợ luôn sẵn sàng trả lời mọi câu hỏi của chúng tôi bất cứ lúc nào. **Chúng tôi cảm thấy rất hài lòng khi đồng hành cùng Insider, hy vọng Kids Plaza sẽ có thể triển khai toàn bộ sản phẩm của Insider trong thời gian tới.**

Kidsplaza

Về Kids Plaza

Kids Plaza với hệ thống 100 cửa hàng trên toàn quốc, cung cấp hơn 10 ngàn sản phẩm thông minh, tiện ích được chứng nhận an toàn với trẻ nhỏ, giúp bé yêu phát triển toàn diện và khỏe mạnh. Kids Plaza từng lọt top 100 sản phẩm, dịch vụ tốt cho gia đình và trẻ em do người tiêu dùng bình chọn.

Kinh doanh có đạo đức chính là phương châm hoạt động của Kids Plaza. Hơn thế, Kids Plaza cam kết cung cấp cho trẻ em Việt Nam sản phẩm an toàn chất lượng, cùng với trải nghiệm mua sắm thú vị theo mục tiêu “Giúp cho việc nuôi con trở nên đơn giản hơn” bằng chính sự trân trọng, tình yêu và trách nhiệm cao của mình.

Kids Plaza luôn mong muốn mang tới quý khách sự hài lòng tuyệt đối bởi chất lượng sản phẩm vượt trội và những dịch vụ ưu việt. Dịch vụ khách hàng tuyệt hảo mang đẳng cấp 4 sao chắc chắn sẽ chinh phục cả những khách hàng khó tính nhất.



Điều gì khiến Kids Plaza quyết định chọn Insider làm đối tác công nghệ?

Cũng như các doanh nghiệp khác, COVID đã khiến Kids Plaza nhận ra tầm quan trọng của kênh bán hàng online, từ đó mong muốn đẩy mạnh tăng trưởng doanh thu trực tuyến với các trải nghiệm siêu cá nhân hoá đúng người, đúng thời điểm. Kids Plaza nhận ra tầm quan trọng của việc thu thập, phân khúc dữ liệu người dùng và thiết kế các trải nghiệm cá nhân hóa ngay tại thời điểm đó sẽ giúp chúng tôi tiết kiệm thời gian, nguồn lực nhân sự và giúp doanh nghiệp tăng trưởng bền vững và sớm đạt được giá trị đầu tư.

Chúng tôi đã dành phần lớn thời gian để đưa ra các tiêu chí đánh giá một đối tác công nghệ thực sự - đơn vị sẽ đồng hành và ảnh hưởng trực tiếp đến sự tăng trưởng của Kids Plaza:

- **Khả năng phân khúc dữ liệu sâu**, có các điều kiện đa dạng, dễ dàng kết hợp nhiều điều kiện khác nhau.
- **Khả năng linh hoạt**: như thu thập thông tin ngay tại thời gian thực, dễ set up, nhiều tính năng và template có sẵn đáp ứng nhu cầu sử dụng của Kids Plaza.
- **Năng lực triển khai**: thời gian triển khai ngắn, quản lý dự án rõ ràng, đảm bảo hoàn thành trong thời gian hai bên đã đề ra.
- **Cần phải có đội ngũ hỗ trợ bản địa chuyên nghiệp** với kiến thức sâu về ngành mẹ và bé.

Sau những buổi họp tư vấn chiến lược với Insider, chúng tôi nhận ra hai thách thức lớn mình cần phải giải quyết:

- **Cần lưu trữ dữ liệu hành vi** người dùng tại bất kỳ thời điểm nào trên 100% điểm chạm của người dùng trên website để truyền tải những trải nghiệm riêng biệt dùng.
- **Khai thác 100% các điểm chạm** để tương tác với thông điệp thống nhất liên mạch, xây dựng lòng trung thành và tăng tối đa tỷ lệ chuyển đổi trên các kênh online.

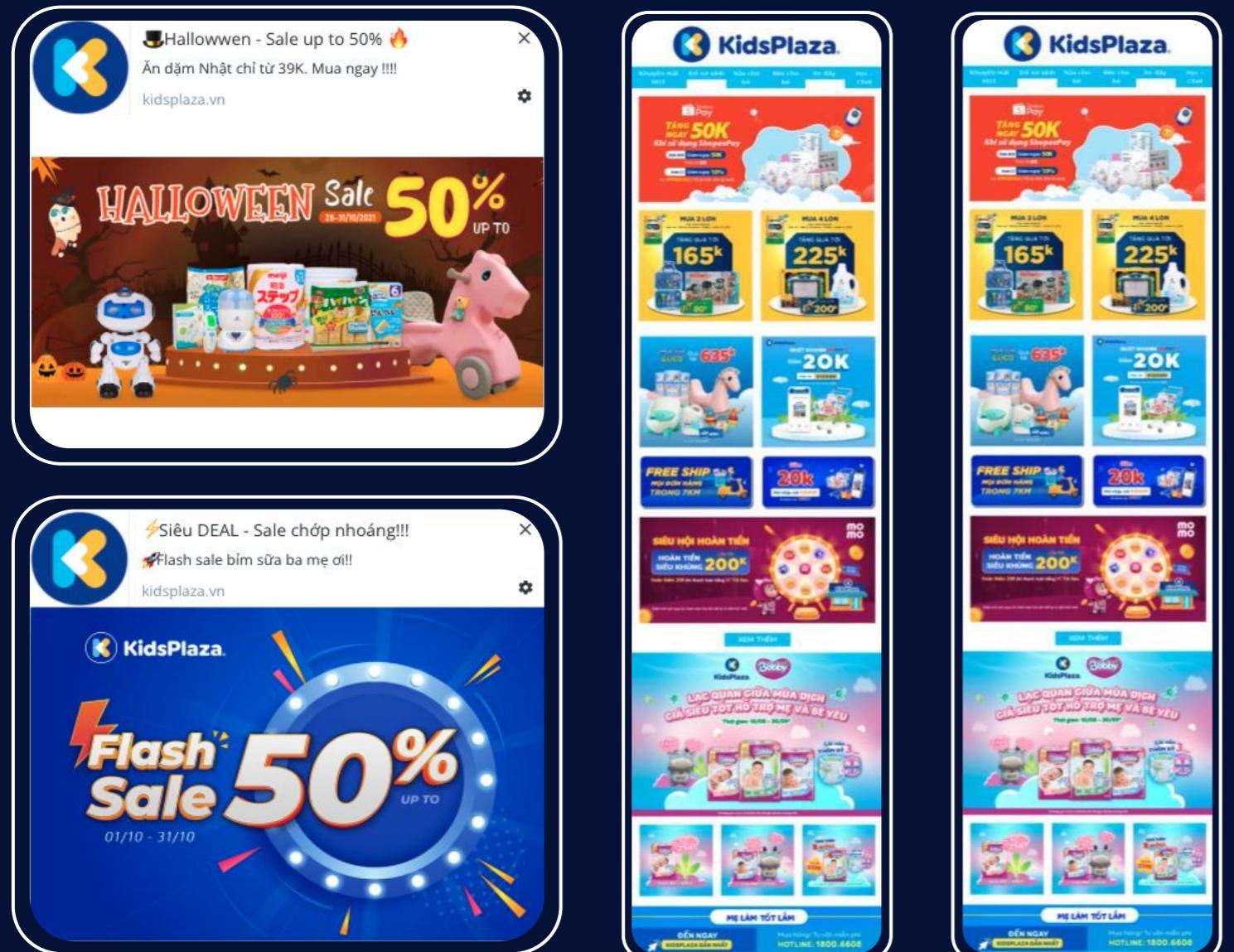
Web Push & Email: Xây dựng kênh sở hữu giảm phụ thuộc vào các nền tảng quảng cáo

Kịch bản:

Mặc dù đã thiết lập "bình thường mới" nhưng từ báo cáo cho thấy 75% các mẹ sẽ tiếp tục mua hàng online trong thời gian tới. Hơn thế, chúng tôi cũng muốn xây dựng những kênh chuyển đổi của riêng mình thay vì phụ thuộc vào các nền tảng quảng cáo, từ đó dễ dàng chủ động thu hút thêm lưu lượng truy cập về kênh bán hàng online của mình. Để người dùng không rời bỏ trang, Insider tư vấn chúng tôi sử dụng Web Push và Email để liên tục tương tác với người dùng dù họ đang trên website hay đã rời trang ngoại tuyến.

Dựa trên khả năng phân khúc dữ liệu của Insider, chúng tôi dễ dàng chia người dùng thành các nhóm với đặc điểm khác nhau như sở thích về sản phẩm, thương hiệu, nhu cầu dựa trên hành vi xem trang, sản phẩm đã mua, vị trí người dùng....từ đó thiết kế và truyền tải những thông điệp cá nhân hóa như chương trình ưu đãi, thông tin về sản phẩm cụ thể, nhắc nhở giỏ hàng, kêu gọi quay trở lại trang website, tặng voucher code...





Kết quả: Các kênh thông điệp của Insider nằm trong **top 5** kênh đóng góp lượt truy cập cao nhất vào website trong năm 2020 và 2021

top 5

kênh đóng góp lượt truy cập cao nhất

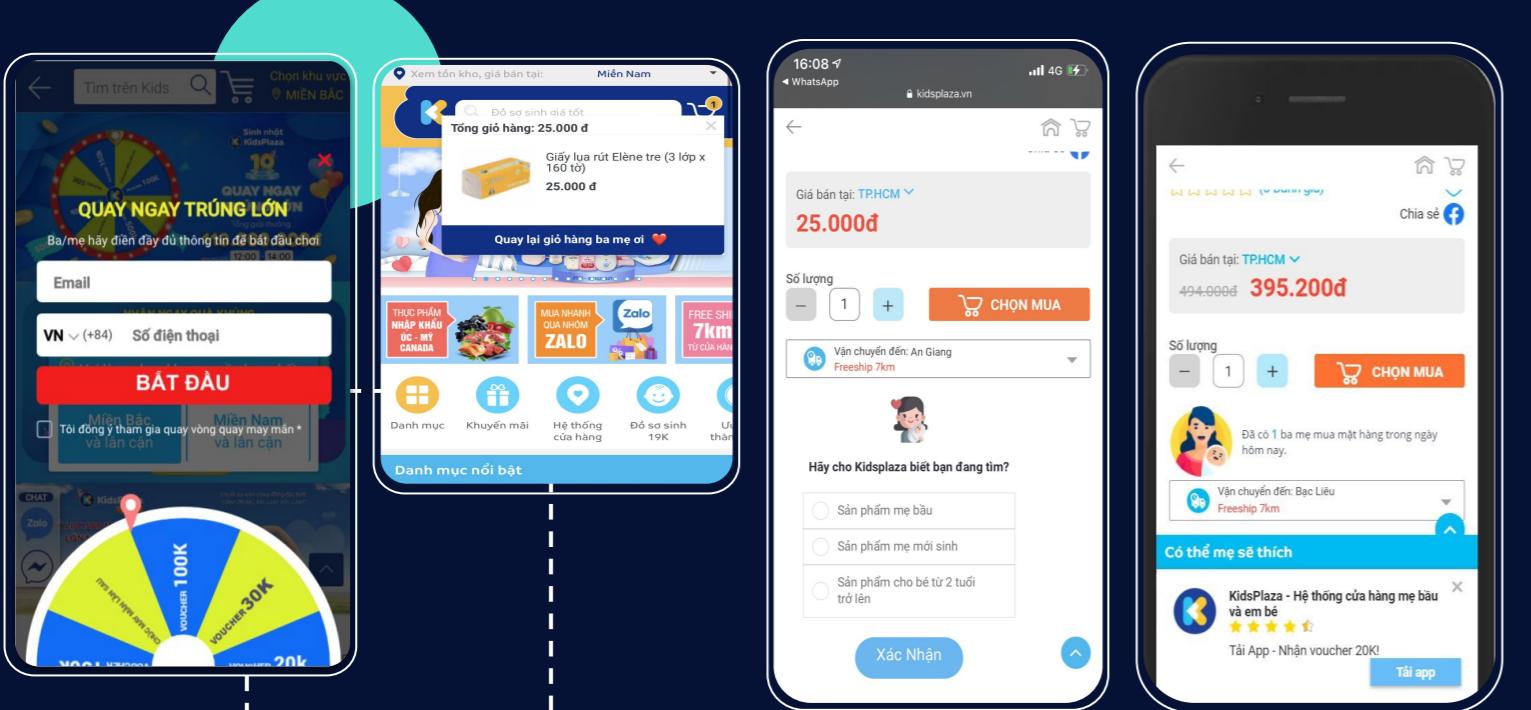
Web Personalization: Khai thác 100% điểm chạm khiến khách hàng không rời bỏ thương hiệu

Kịch bản:

Các mẹ Việt Nam có xu hướng dành nhiều thời gian để tìm hiểu, so sánh về sản phẩm trước khi đi đến quyết định mua hàng, đó cũng là lý do các thương hiệu thường bị rớt mất khách hàng trước khi họ thực hiện hành vi mua sắm. Để trước khó khăn này, Insider tư vấn Kidsplaza cá nhân hóa website dựa trên dữ liệu khách hàng để hạn chế tối đa các điểm rớt của người dùng trên trang. Ngoài ra, với các template có sẵn như đồng hồ đếm ngược, vòng xoay may mắn, thẻ cào ưu đãi, phiếu khảo sát... chúng tôi dễ dàng giữ chân người dùng khi họ có xu hướng rời trang cũng như thu thập được thêm nhiều thông tin để làm giàu dữ liệu người



Smart Recommender: Ứng dụng công nghệ AI để gợi ý đúng những sản phẩm người dùng đang quan tâm



Kết quả:



Tỷ lệ chuyển đổi so sánh giữa hai
nhóm thấy & không thấy trải nghiệm của
Insider

tăng dao động từ 9-11%.



Kịch bản:

Hành trình mua sắm của mẹ và bé là hành trình “phức tạp” nhất trong ngành bán lẻ với nhiều giai đoạn và nhu cầu hoàn toàn khác nhau. Đây là lý do Insider tư vấn chúng tôi kết hợp công nghệ AI và khả năng phân khúc dữ liệu với tính năng Smart Recommender (Gợi ý sản phẩm thông minh) - nhằm tạo ra những cơ hội để người dùng xem thêm các sản phẩm phù hợp với nhu cầu về sở thích, giá cả, thương hiệu, màu sắc, công dụng...của người dùng. Tính năng này sẽ khiến họ không thể cưỡng lại được mà tiếp tục xem thêm sản phẩm và tăng giá trị trung bình giỏ hàng của họ.

Kết quả:



Thu lại giá trị đầu tư
gấp 10 lần.