Bán hàng · Telesales · Vai trò: Trưởng phòng sale, chủ doanh nghiệp, marketing

Báo cáo Telesales: đọc bảng tái mua 12 tháng, phễu lead, sản phẩm và nguồn

Phần dưới tab Báo cáo của Telesales cho biết khách đã mua có quay lại mua không, lead đang kẹt ở bước nào, sản phẩm nào bán chạy và nguồn nào đổ nhiều lead. Đây là phần để họp tuần, không phải để xem hằng giờ.

Đường đi: **Bán hàng** → **Telesales** → tab **Báo cáo** → kéo xuống dưới

Tái mua theo tháng chốt → Phễu theo nhãn và trạng thái → Tỉ trọng sản phẩm → Lead theo nguồn

1 Bảng tỉ lệ tái mua 12 tháng

Tiêu đề ghi tỉ lệ tái mua chung (demo: **5,5%**) và ① giờ máy tính số (02:35 07/11/2026, tính sẵn mỗi ngày).

- Cột là **tháng chốt** (T12/25 … T11/26). ② Dòng **Số data chốt đơn**: số khách chốt trong tháng đó (demo T9/26: 128, T10/26: 136, T11/26: 25).
- ③ Dòng **Tái mua cộng dồn**: trong số đó có bao nhiêu khách đã chốt thêm lần sau (demo T9/26: 9 khách = 7%; T10/26: 7 khách = 5,1%).
- Các dòng dưới (T11/26 tháng 1 … T12/25 tháng 12) chia nhỏ: khách chốt tháng X quay lại ở tháng thứ mấy sau đó. Ô đậm màu là có khách quay lại.



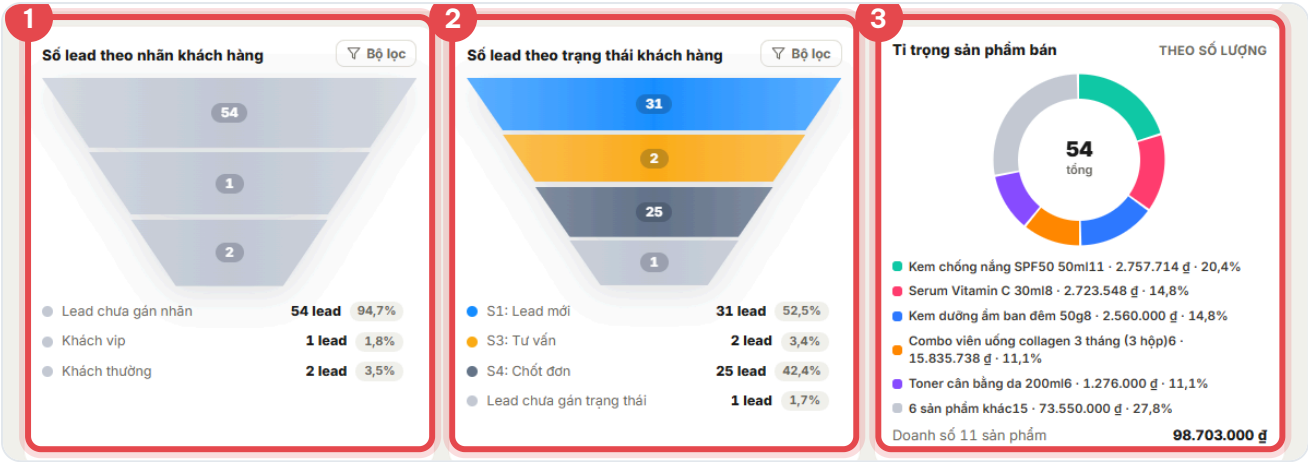
Tỉ lệ tái mua 12 tháng theo tháng chốt

Dùng bảng này làm gì

- Tỉ lệ tái mua thấp ở nhóm khách chốt 1-2 tháng trước: đẩy kịch bản "Hỏi thăm sau nhận hàng", "Mời mua lại" trong Telesales.
- Sản phẩm dùng hết theo chu kỳ (mỹ phẩm, thực phẩm chức năng) nên có tái mua ở tháng thứ 1-3; nếu không có là chăm sóc sau bán đang hở.

2 Phễu theo nhãn, theo trạng thái và tỉ trọng sản phẩm

- ① **Số lead theo nhãn khách hàng**: demo 54 lead chưa gắn nhãn (94,7%), 1 Khách vip, 2 Khách thường. Gần hết chưa gắn nhãn là dấu hiệu sale chưa dùng nhãn.
- ② **Số lead theo trạng thái khách hàng**: S1 Lead mới 31 (52,5%), S3 Tư vấn 2, S4 Chốt đơn 25, chưa gán 1. Phễu thắt ở S2-S3 nghĩa là lead mới chưa được gọi tư vấn.
- ③ **Tỉ trọng sản phẩm bán** (theo số lượng): Kem chống nắng SPF50 11 đơn (20,4%), Serum Vitamin C 8, Kem dưỡng ẩm ban đêm 8, Combo collagen 3 tháng 6... Dòng cuối: **Doanh số 11 sản phẩm** 98.703.000đ.
- Mỗi khung có nút **Bộ lọc** riêng.

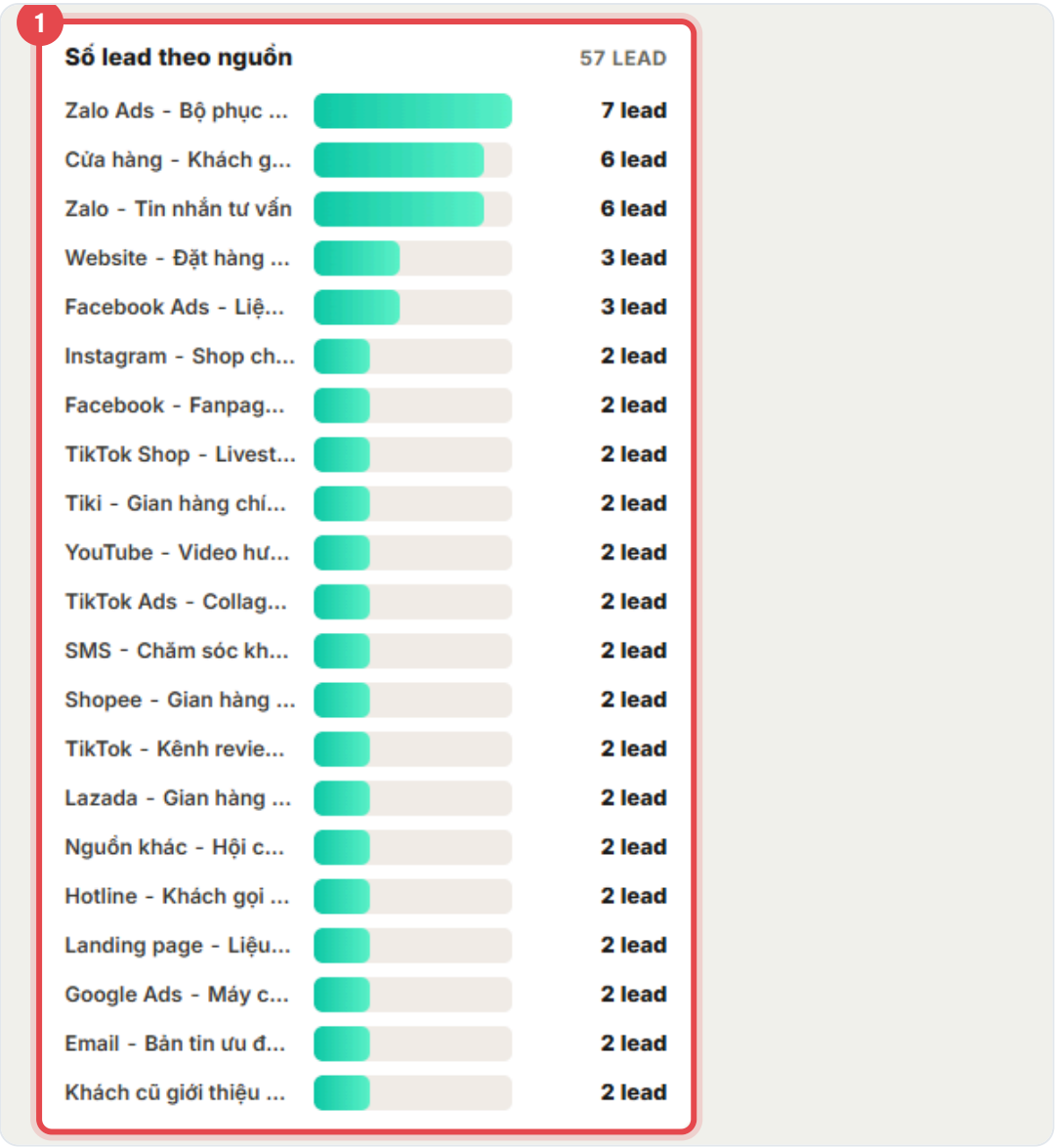


Phễu theo nhãn, trạng thái và tỉ trọng sản phẩm

3 Số lead theo nguồn

① Xếp nguồn theo số lead trong kỳ (demo 57 lead): Zalo Ads - Bộ phục hồi da 7, Cửa hàng - Khách ghé showroom 6, Zalo - Tin nhắn tư vấn 6, Website 3, Facebook Ads - Liệu trình sáng da 3...

Đặt cạnh bảng kết quả từng sale (tài liệu *Báo cáo Telesales: kết quả đội sale*) để biết nguồn nào nhiều lead nhưng ít đơn, báo lại cho marketing.



Số lead theo nguồn

Cần nhớ

- Bảng tái mua tính sẵn mỗi ngày (xem giờ "Số tính lúc"), không đổi theo kỳ đang chọn ở đầu trang.
- Muốn phễu theo nhãn có ý nghĩa thì sale phải gắn nhãn khi gọi (tài liệu *Telesales: lọc, nhãn, chế độ xem*).
- Báo cáo nguồn ở đây đếm lead vào Telesales; chi phí quảng cáo từng nguồn xem ở Marketing → Báo cáo.

SandBox v2 · sandboxvn.vn · Ảnh chụp từ đơn vị demo ngày 07/11/2026. Dữ liệu trong ảnh là dữ liệu minh hoạ; số điện thoại đã che. Kỳ 7 ngày đến 07/11/2026; bảng tái mua tính lúc 02:35 07/11/2026.