

Nghiên cứu về hành vi mua sắm qua Livestream của người tiêu dùng



BÁO CÁO THỰC HIỆN BỞI DECISION LAB | XUẤT BẢN THÁNG 09 2024

Nội dung trình bày

01.

Người tiêu dùng Việt Nam đang xem Livestream như thế nào?

02.

Tin nhắn có vai trò như thế nào trong Livestream và tại sao hoạt động này thiết yếu với thương hiệu?

03.

Thương hiệu cần làm gì để tăng khả năng giữ chân khách hàng của mình?

Phương pháp khảo sát

Decision Lab thực hiện khảo sát trên 700 người tiêu dùng ở Việt Nam với độ tuổi từ 18+ toàn quốc từ ngày 14 đến ngày 19 tháng 12 năm 2023 để nghiên cứu về [thói quen xem Livestream](#) và vai trò của [nhắn tin qua Livestream](#) trong hành trình mua sắm của người tiêu dùng trên 8 ngành hàng:

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. Sức khỏe & làm đẹp | 5. Gaming |
| 2. Thời trang | 6. Phong cách sống (Lifestyles) |
| 3. Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) | 7. Dịch vụ tài chính |
| 4. Điện gia dụng | 8. Dịch vụ giáo dục |

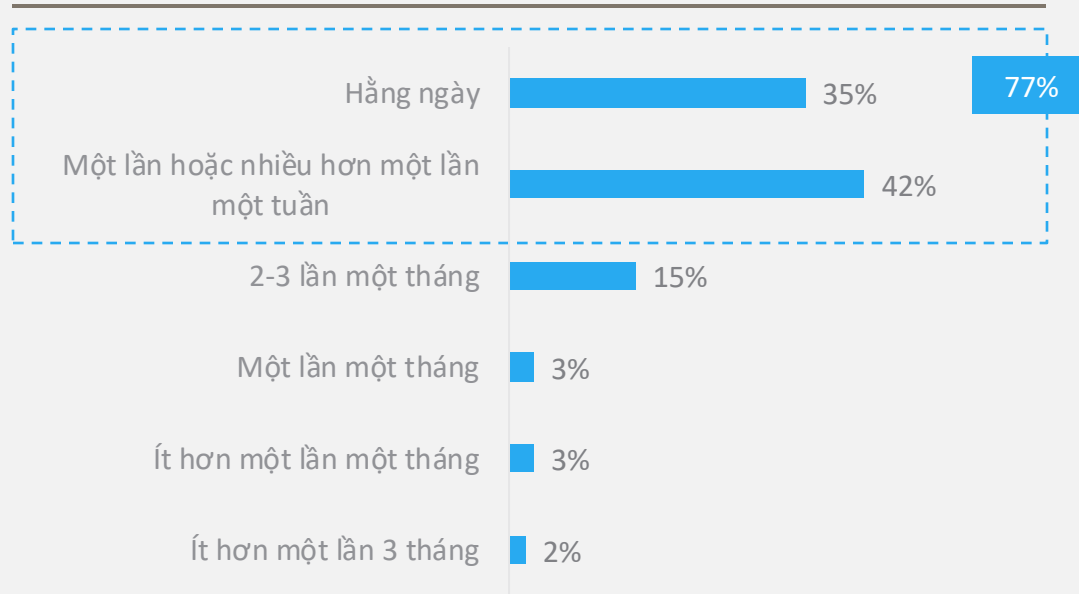


01.

**Thói quen xem Livestream của
người tiêu dùng
Việt Nam**

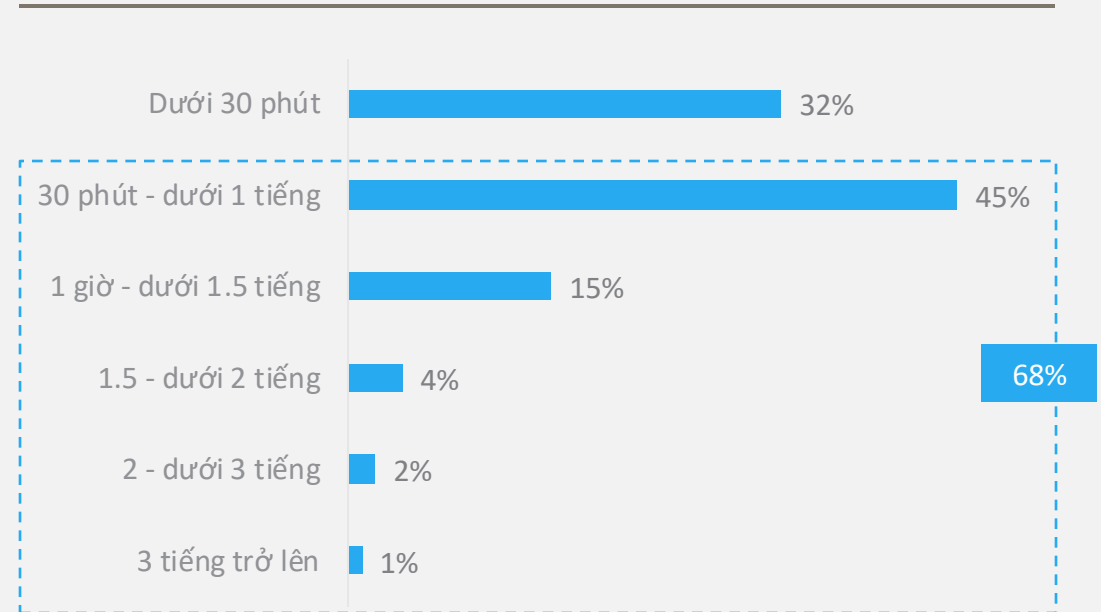
Xem Livestream đang dần trở thành thói quen của người tiêu dùng Việt khi mà **77% người xem Livestream ít nhất 1 lần trong tuần**. **68% người xem** dành thời lượng **trên 30 phút** cho mỗi phiên, cho thấy được **tính hấp dẫn và tương tác cao** của Livestream

Tần suất xem Livestream



Q: Vui lòng cho biết tần suất xem Livestream của bạn (n=700)

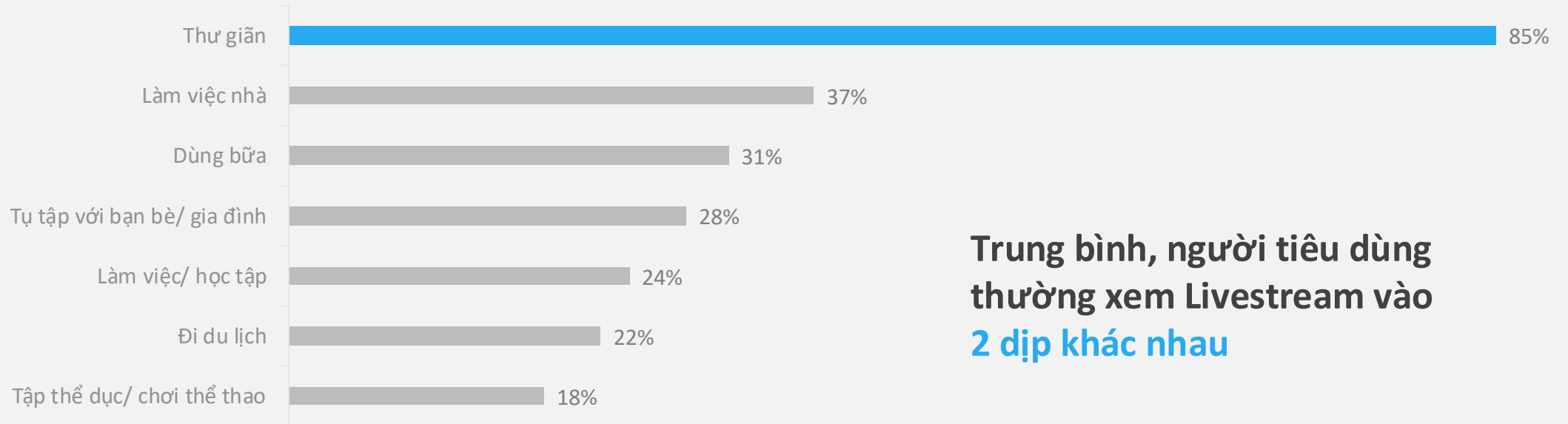
Thời lượng xem Livestream



Q: Bạn xem 1 buổi Livestream trong vòng bao lâu? (n=700)

Livestream cũng được tích hợp vào **thói quen hàng ngày**, cho thấy cơ hội để các thương hiệu có thể kết nối với người tiêu dùng bằng nhiều nội dung đa dạng và phát vào các thời điểm thích hợp. Với **85% người xem trong lúc thư giãn**, các thương hiệu có thể tận dụng nội dung mang tính giải trí và ưu đãi hấp dẫn để thúc đẩy việc mua hàng

Những dịp để xem Livestream



Trung bình, người tiêu dùng thường xem Livestream vào **2 dịp khác nhau**

Q: Bạn thường xem Livestream vào lúc nào? (n=700)

02.

Vai trò của Livestream trong
hành trình mua sắm của
người tiêu dùng

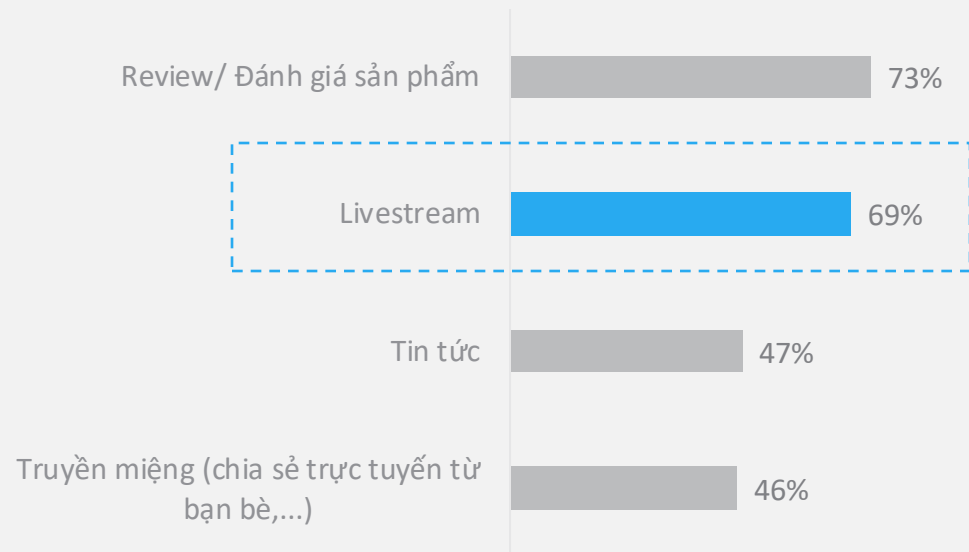


Khám phá thương hiệu mới thông qua Livestream

...

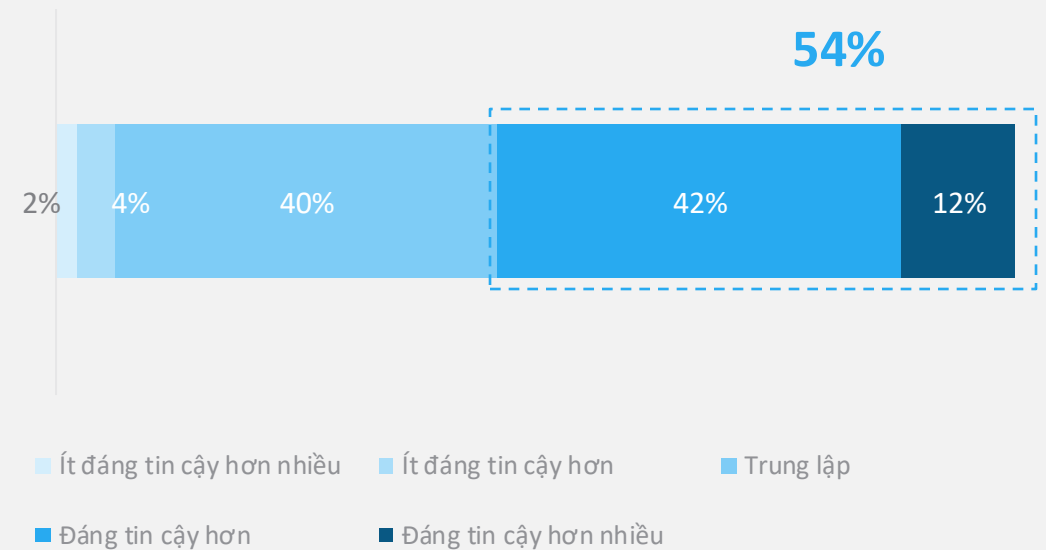
Livestream là 1 trong 2 kênh thông tin organic hàng đầu để khám phá thương hiệu mới tại Việt Nam, với hơn một nửa số người xem cảm thấy các thương hiệu được giới thiệu thông qua Livestreaming đáng tin cậy hơn

Kênh phát hiện thương hiệu mới



Q: Bạn thường khám phá được các thương hiệu mới trên các kênh thông tin trực tuyến như thế nào? (n=700)

Độ tin cậy vào thương hiệu được nhắc đến trong Livestream



Q: Trên thang điểm 1-5, vui lòng đánh giá mức độ đáng tin cậy của các thương hiệu mới sau khi xem Livestream của họ (n=700)

Để xây dựng uy tín đối với người tiêu dùng Việt Nam, các thương hiệu cần **ưu tiên đảm bảo** những tiêu chí sau trong khi thực hiện các buổi Livestream

Tương tác trực tiếp	63%
Xác thực đánh giá sản phẩm/dịch vụ	59%
Tính minh bạch thông tin	57%
Tính xác thực (trưng bày sản phẩm,...)	55%
Cung cấp kiến thức/ thông tin chuyên môn	48%

Q. Những yếu tố nào bạn nghĩ rằng góp phần vào SỰ ĐÁNG TIN CẬY của các thương hiệu mới khi được Livestream? (Top 5 yếu tố)

n=372



Xem Livestream và quyết định mua hàng

...

Các ngành hàng có tỷ lệ xem nhiều nhất trên những nền tảng Livestream bao gồm: **Thời trang, Chăm sóc sức khỏe & làm đẹp, Tiêu dùng nhanh (FMCG), Đồ điện tử & gia dụng và Phong cách sống (Lifestyles)**

% từng xem Livestream theo từng ngành hàng



Thời trang



Sức khỏe & làm đẹp



FMCG



Đồ điện tử & gia dụng



Phong cách sống (Lifestyles)

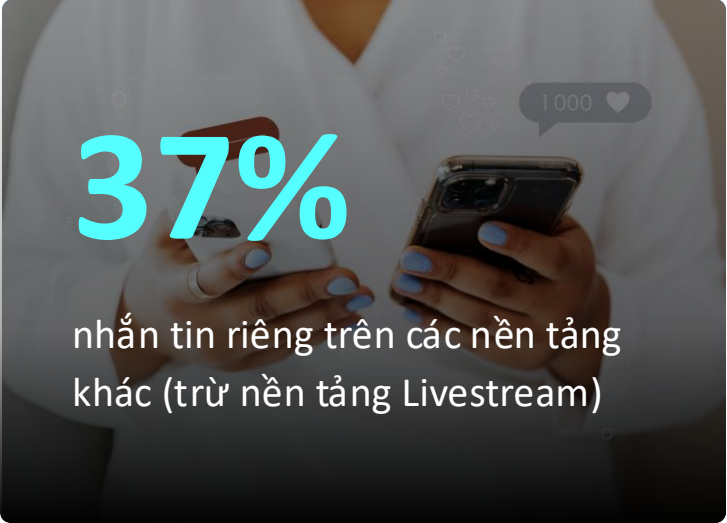
Từng xem Livestream	90%	88%	80%	74%	71%
Từng xem Livestream trong 3 tháng qua	89%	87%	78%	72%	66%

*Báo cáo top 5 ngành hàng có tỷ lệ từng xem trong Livestream và tỷ lệ từng xem Livestream trong 3 tháng qua cao nhất

Q: Bạn đã từng XEM Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây? (n=612)

Q: Bạn đã XEM Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA? (n=609)

Để kết nối với thương hiệu trong khi xem Livestream, **nhắn tin riêng trên nền tảng Livestream** là phương pháp liên hệ thương hiệu được người xem **ưa chuộng nhất**



37%

nhắn tin riêng trên các nền tảng khác (trừ nền tảng Livestream)



42%

nhắn tin riêng cho thương hiệu trên nền tảng Livestream



30%

gửi tin nhắn SMS/Gọi qua số điện thoại

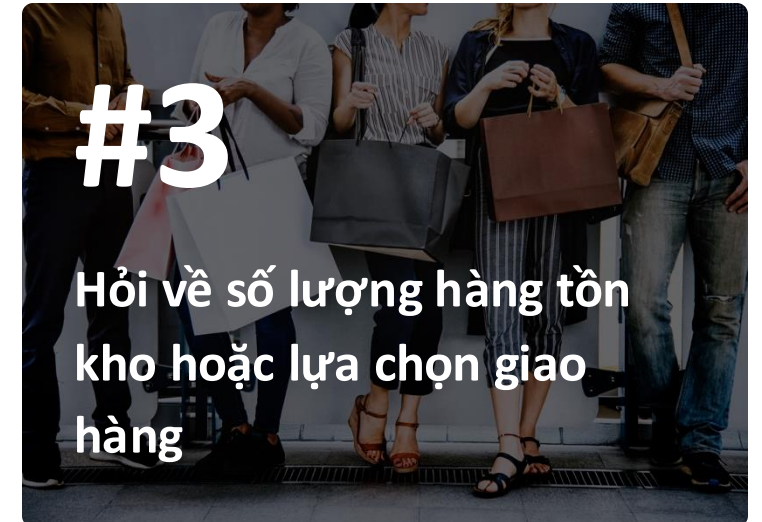
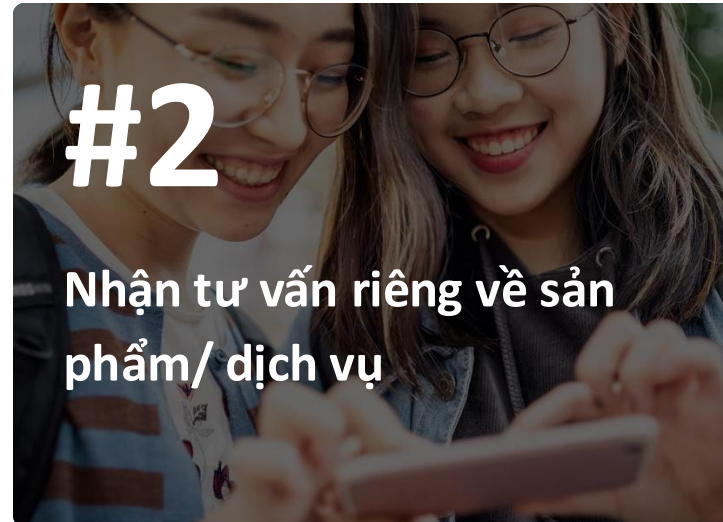
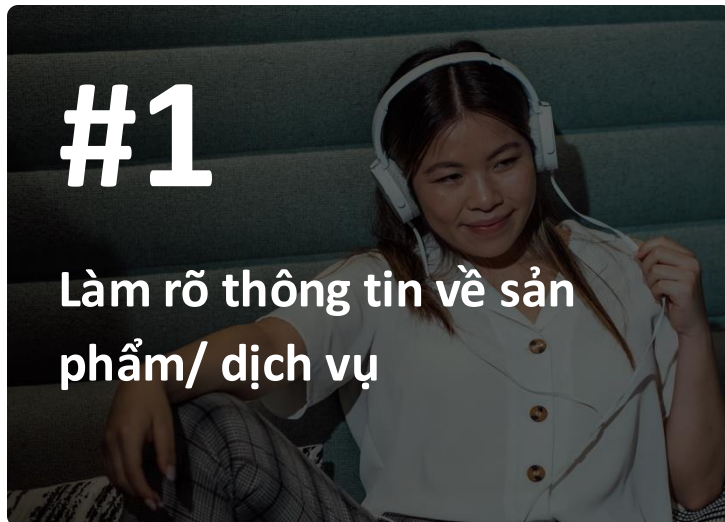


38%

để lại bình luận (comment)

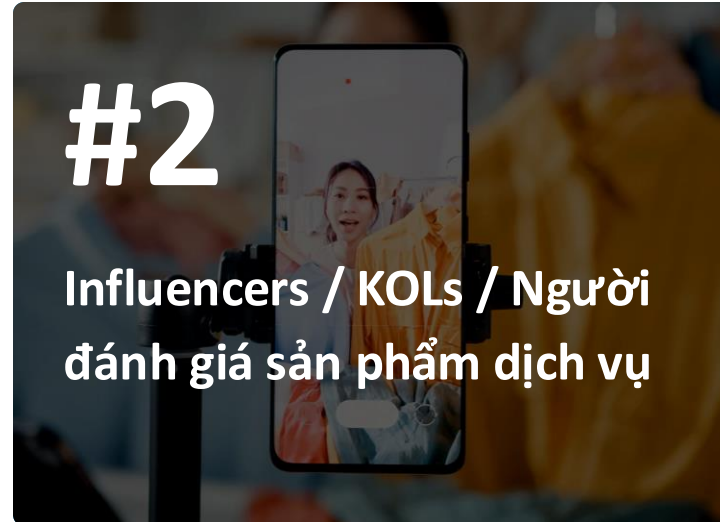
Đối với tất cả các ngành hàng, nhấn tin là một phương thức liên hệ mang tính **đa năng**, cho phép khách hàng tham khảo thông tin chi tiết về sản phẩm, tình trạng tồn kho của hàng và nhận được tư vấn riêng

Khách hàng thường **nhấn tin riêng cho các thương hiệu** để:



Đối với từng ngành hàng, người xem có những **kỳ vọng khác nhau** về người dẫn Livestream

Người xem thường mong muốn **người dẫn Livestream** là:



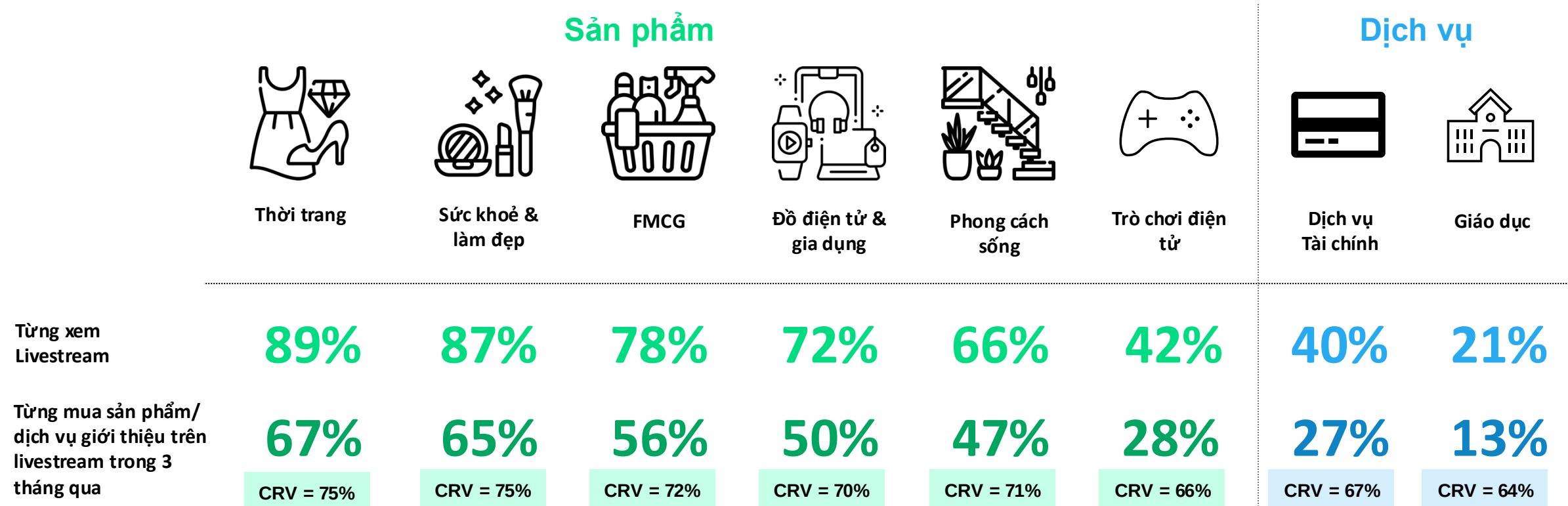
Livestream dần khẳng định tầm quan trọng trong chiến lược tăng trưởng kinh doanh cho thương hiệu với **tỷ lệ chuyển đổi** từ Xem Livestream đến Mua sản phẩm/ dịch vụ được giới thiệu là

76%

Q: Bạn thường xem những nội dung Livestream như thế nào? Bạn đã XEM Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA? Bạn đã MUA các sản phẩm/ dịch vụ trong khi xem Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA? (n=700)

Tỷ lệ chuyển đổi từ xem Livestream sang mua hàng khá đồng đều dựa các mặt hàng sản phẩm/ dịch vụ

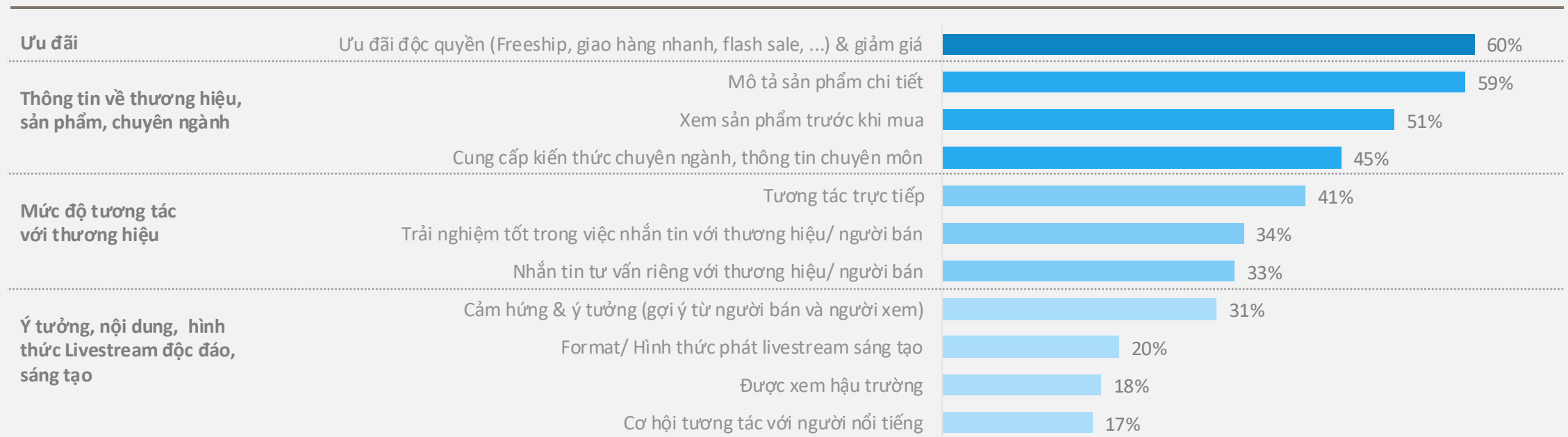
Tỷ lệ chuyển đổi từ xem Livestream sang mua hàng theo từng ngành



Q: Bạn đã XEM Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA? Bạn đã MUA các sản phẩm/ dịch vụ trong khi xem Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA?(n=609)

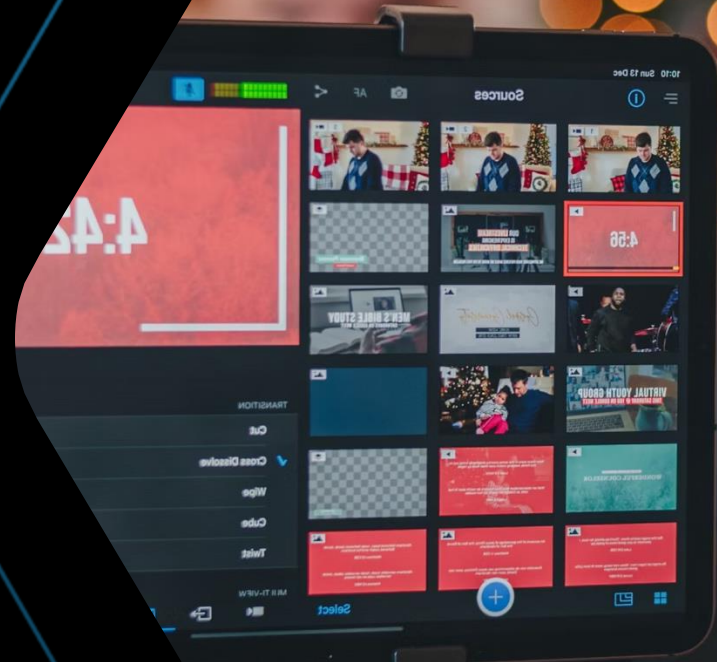
Bên cạnh việc cung cấp những ưu đãi và thông tin chi tiết, rõ ràng về sản phẩm, người dẫn Livestream cần phải thể hiện **kiến thức chuyên môn và tương tác** với người xem để chuyển đổi họ từ người xem thành khách hàng

Các yếu tố thúc đẩy quyết định mua sản phẩm/ dịch vụ được Livestream

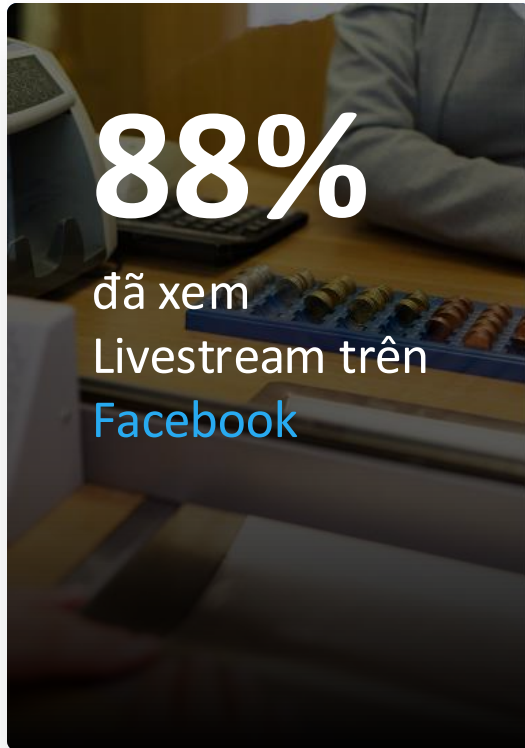


Q: Các yếu tố quyết định để bạn mua sản phẩm/ dịch vụ trong Livestream là gì? (n=461)

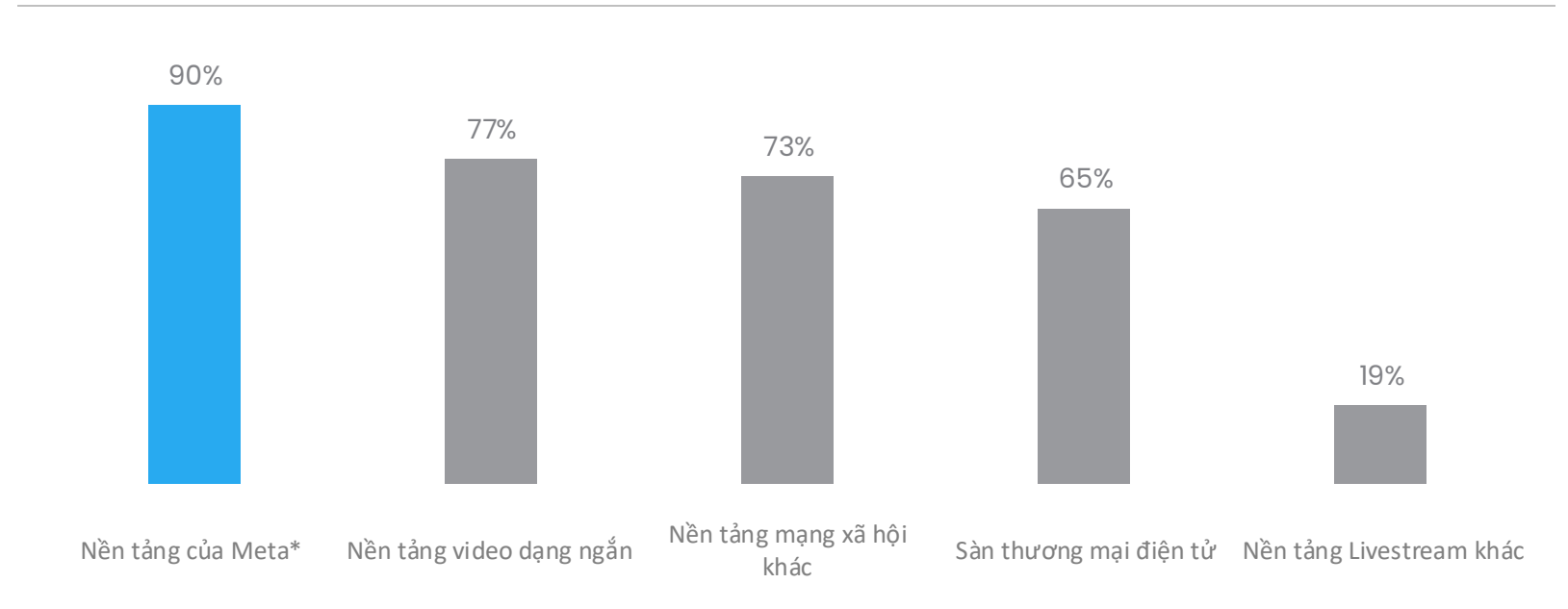
Các nền tảng Livestream



Các nền tảng của Meta nắm giữ vị trí hàng đầu về lượng người xem Livestream tại Việt Nam với **Facebook** là nền tảng phổ biến nhất



Tỷ lệ từng xem ở các nền tảng Livestream



Q: Bạn đã xem Livestream từ nền tảng nào (của bất kỳ nội dung nào)?

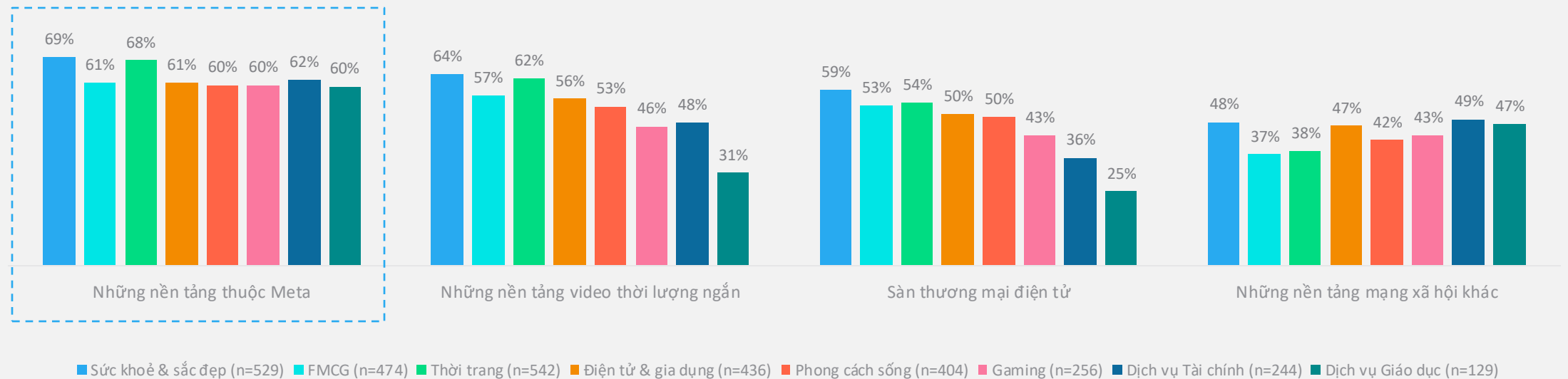
n=612

*Nền tảng của Meta bao gồm Facebook & Instagram

Nguồn: Báo cáo “Nghiên cứu về hành vi mua sắm qua Livestream của người tiêu dùng” thực hiện bởi Decision Lab

Các nền tảng thuộc Meta sở hữu **tỷ lệ xem Livestream cao nhất** ở tất cả các ngành hàng

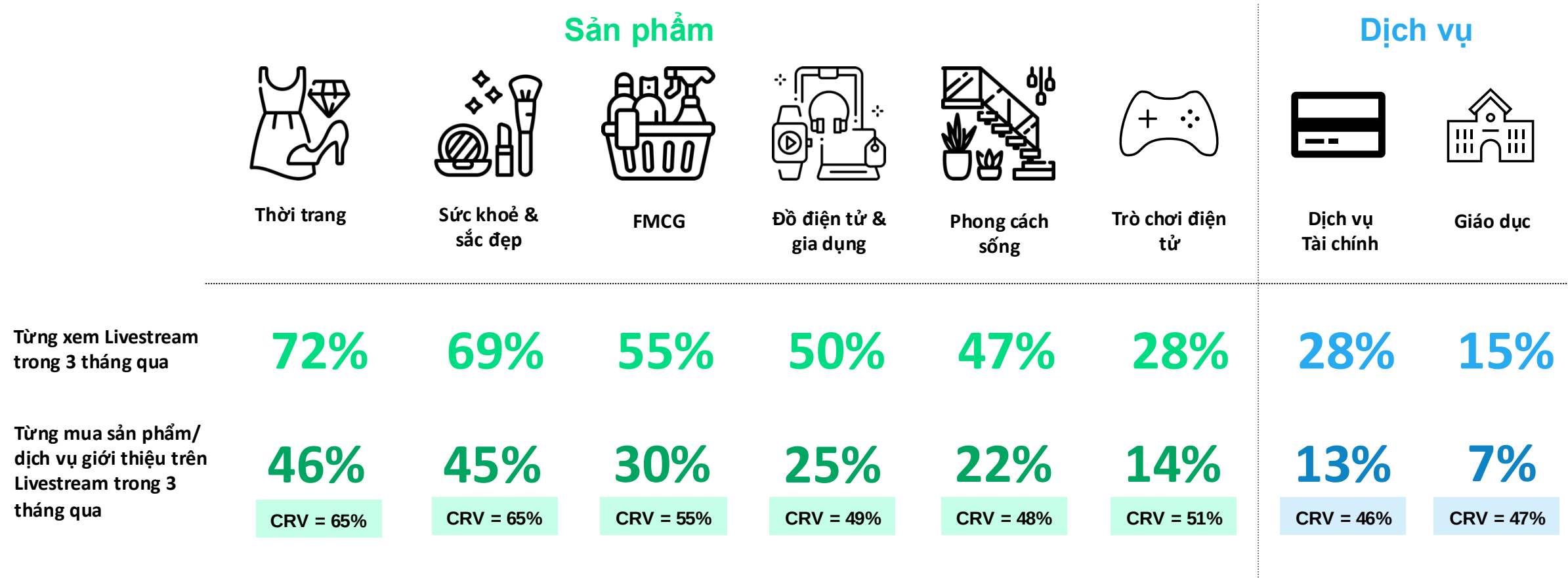
Những nền tảng xem Livestream trong 3 tháng vừa qua theo ngành hàng



Q: Bạn đã XEM Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ sau trên các nền tảng nào TRONG 3 THÁNG QUA?

Thời trang, Sức khỏe & làm đẹp và Hàng tiêu dùng nhanh là những ngành hàng dẫn đầu về lượt xem Livestream trên Facebook. Ngoài ra, Livestream còn góp phần mang lại hiệu quả chuyển đổi đáng kể, khẳng định vai trò quan trọng của kênh này trong hành trình mua sắm của người tiêu dùng

Tỷ lệ chuyển đổi từ xem Livestream sang mua hàng trên nền tảng Facebook

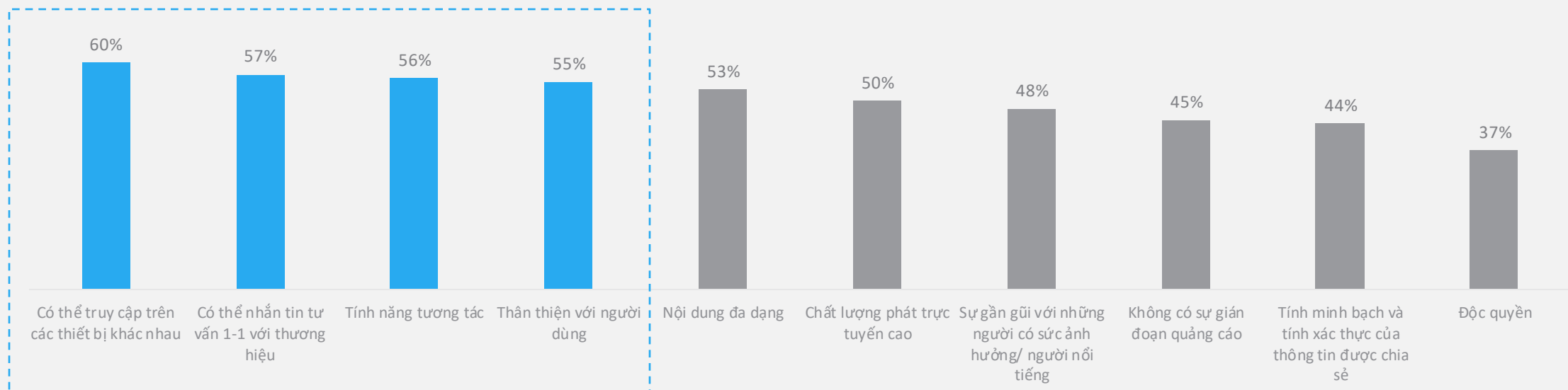


Q: Bạn đã XEM Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA? (n=493)

Q: Bạn đã MUA các sản phẩm/ dịch vụ trong khi xem Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của ngành hàng nào sau đây TRONG 3 THÁNG QUA? (n=493)

Việc truy cập nền tảng dễ dàng, tính năng nhắn tin cho các thương hiệu để tư vấn riêng và các tính năng tương tác khác cùng với sự thân thiện với người dùng là những yếu tố chính khiến người tiêu dùng ưa chuộng xem Livestream trên Facebook

Yếu tố ưa thích khi xem Livestream ở nền tảng Facebook

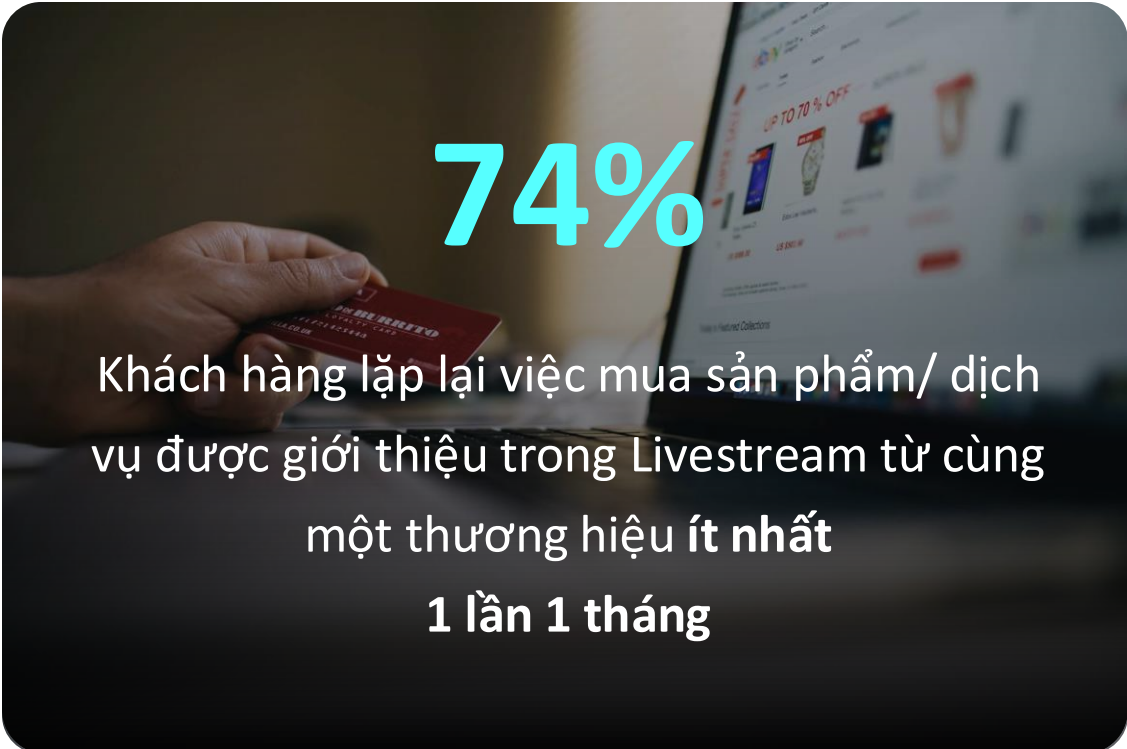


Q: Vui lòng lựa chọn những yếu tố bạn thích ở các nền tảng phát trực tiếp dưới đây (n=540)

03.

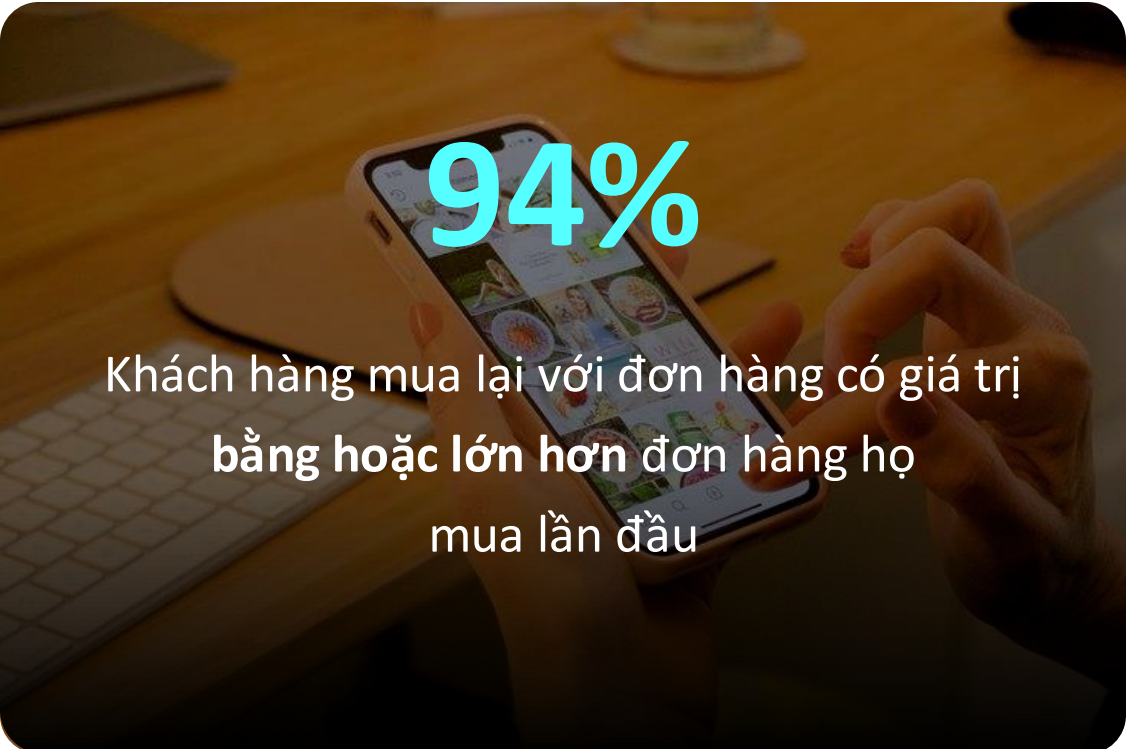
**Định hướng tái tiếp cận
khách hàng hiện hữu**

Xem Livestream đang dần trở thành thói quen của người dùng trực tuyến. Việc phát triển các **chương trình khách hàng thân thiết** và **đa dạng hoá danh mục sản phẩm** là điều cần thiết để khai thác tối đa tiềm năng của thị trường này



74%

Khách hàng lặp lại việc mua sản phẩm/ dịch vụ được giới thiệu trong Livestream từ cùng một thương hiệu ít nhất
1 lần 1 tháng



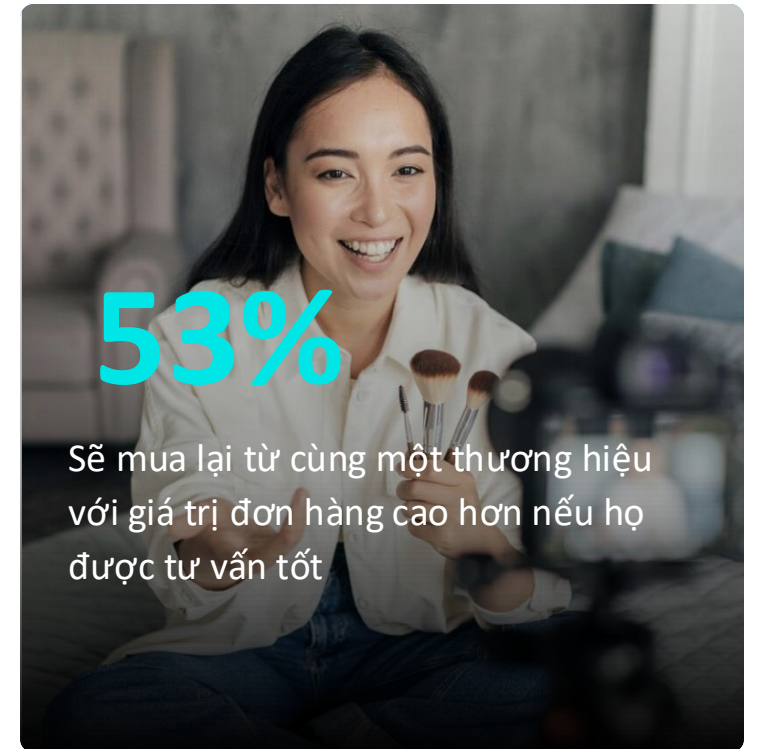
94%

Khách hàng mua lại với đơn hàng có giá trị **bằng hoặc lớn hơn** đơn hàng họ mua lần đầu

Q: Vui lòng cho biết tần suất bạn mua hàng lại tại cùng 1 thương hiệu trong khi xem Livestream giới thiệu sản phẩm/ dịch vụ của họ (n=461)

Q: Vui lòng so sánh giá trị của đơn hàng thứ 2 bạn mua với đơn hàng mua lần đầu từ thương hiệu đó (n=448)

Kênh **nhắn tin** là một công cụ hiệu quả để **xây dựng mối quan hệ với khách hàng**, giải đáp thắc mắc nhanh chóng và kịp thời, từ đó thúc đẩy quá trình mua hàng và tăng lòng trung thành của khách hàng



Q: Vui lòng cho biết khả năng bạn sẽ sử dụng các phương thức liên lạc với thương hiệu TRONG KHI XEM livestream (n=700)

Q: Vui lòng lựa chọn những yếu tố bạn thích ở các nền tảng phát trực tiếp dưới đây (n=540)

Q: Các yếu tố quyết định để bạn lặp lại mua hàng từ cùng một thương hiệu với giá trị cao hơn là gì? (n=240)

Tóm tắt chính

01.

Livestream đang ngày càng trở thành một **kênh quan trọng để thu hút tương tác** với người tiêu dùng, mang đến cho các thương hiệu cơ hội xây dựng mối liên kết **sâu sắc hơn và thúc đẩy lòng trung thành** với thương hiệu.

02.

Phương thức **nhắn tin qua Livestream** là một kênh liên hệ được người xem **ưa chuộng nhất** xuyên suốt hành trình mua sắm và là công cụ hiệu quả để **thúc đẩy tỷ lệ chuyển đổi mua hàng và xây dựng mối quan hệ với khách hàng**.



Sử dụng Livestream trong chiến lược marketing và kinh doanh

- 01.** Cung cấp nội dung đa dạng như bản demo sản phẩm và phiên hỏi đáp, đồng thời ưu tiên tương tác real-time với khách hàng.
- 02.** Kết hợp phát trực tiếp với nhắn tin 1-1 đảm bảo giải quyết nhanh chóng, tư vấn cá nhân hoá để phù hợp với các mối quan tâm của khách hàng.
- 03.** Khuyến mãi độc quyền và giảm giá có thể thúc đẩy mua hàng ngay lập tức, trong khi các chương trình khách hàng thân thiết và nhắn tin riêng giúp giữ chân và khuyến khích việc tái mua hàng của khách hàng hiện tại.

Liên hệ với chúng tôi



2nd Floor - Sonatus Building,
15 Le Thanh Ton, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam

+84 28 7101 0199

decision@decisionlab.co

www.decisionlab.co

