

LOGO	COMPANY NAME Adress: Phone: Email:	Code : BMKD-KPI-04
		Version : 5.0
		Dated :
		Page : Page 1 of 1
Document name:		

CHỈ SỐ KPI KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH

1. Số khách hàng mất mát:

- Là tổng số khách hàng không mua hàng của bạn nữa.
- Số khách hàng này bao gồm: số khách hàng mua hàng lâu đầu và khách hàng trung thành bỏ đi.

2. Tỷ lệ khách hàng bị mất sau khi mua hàng lâu đầu:

- Bằng tổng số khách hàng mua hàng lần đầu bỏ đi/tổng số khách hàng mua hàng lần đầu.
- Tỷ lệ này thấp có thể do các nguyên nhân: sản phẩm của bạn không phù hợp, sản phẩm tốt nhưng quảng cáo không tốt dẫn đến khách hàng không phải mục tiêu lại đi mua hàng của bạn.

3. Tỷ lệ khách hàng trung thành bị mất:

- Bằng tổng số khách hàng trung thành bị mất / tổng số khách hàng trung thành hiện có.
- Đây là một tỷ lệ nghiêm trọng nhất mà bạn cần phải lưu ý: các nguyên nhân có thể là: sản phẩm dịch vụ ngày càng kém, xuất hiện các sản phẩm tốt hơn với giá cạnh tranh, sản phẩm của bạn không có tính cách...

4. Vòng đời trung bình của một khách hàng:

- Tỷ lệ này bằng tổng thời gian mối quan hệ với khách hàng / tổng số khách hàng đã quan hệ.

5. Tỷ lệ khách hàng quay lại:

- Tỷ lệ khách hàng mua hàng 2 lần trở lên / tổng số khách hàng.
- Tỷ lệ này cao cho biết sản phẩm này hấp dẫn khách hàng, tuy vậy bạn cần xem xét những người quay lại/quay đi có đúng là khách hàng mục tiêu không?

6. Tỷ lệ khách hàng mới:

- Là tỷ lệ số khách hàng mới bạn kiếm được trong một thời gian
- Tỷ lệ này quá cao chứng tỏ: hoặc là bạn đang mở rộng kinh doanh hoặc là bạn đang mất khách hàng trung thành