VIETNAM MARTECH

1/11 - Vietnam MarTech Day 2026

"Tương lai MarTech Việt Nam nằm ở năng lực kết hợp con người, dữ liệu và agents để tạo tăng trưởng."

TS. Thông Đỗ

Founder & CEO

Palexy



Palexy

VIETNAM MARTECH DAY 2026 · KEYNOTE

Xu hướng khách hàng bán lẻ hợp kênh tại Việt Nam 2026

Khách ghé ít hơn, mỗi lượt ghé đáng giá hơn: tăng trưởng không còn chỉ đến từ việc thu hút thêm khách.

TS. Thông Đỗ · Founder & CEO, Palexy · 01/11/2026

Dữ liệu: hơn 2.000 cửa hàng bán lẻ của Palexy tại Việt Nam · tháng 1–9/2026 · so với cùng kỳ năm 2025

VIETNAM MARTECH

THÔNG ĐIỆP CHÍNH

Tăng trưởng không còn chỉ đến từ việc thu hút thêm khách

1

Khách ghé ít hơn

Tăng trưởng lượt khách: +28% (Q1) → +17% (Q2) → +7% (Q3). Tháng 9 chỉ còn +2,2%.

2

Mỗi lượt ghé đáng giá hơn

Doanh thu trên mỗi lượt khách tháng 9: +16,1%. Doanh thu cửa hàng vẫn tăng bình quân 30,9% trong 9 tháng.

3

Ít người mua hơn

Cứ 100 người vào cửa hàng, có khoảng 3 người mua ít hơn năm ngoái, liên tục suốt 9 tháng.

Câu hỏi cho người làm marketing: khi không thể kéo thêm khách, làm sao để mỗi lượt ghé có giá trị hơn?

DỮ LIỆU TỪ ĐÂU

Nửa còn lại của hành trình khách hàng: bên trong cửa hàng

2.000+
cửa hàng bán lẻ trên cả nước

3 miền
Bắc, Trung, Nam · trung tâm thương mại và mặt phố

9 tháng
tháng 1–9/2026, so với cùng kỳ 2025

Lượt khách
Số người bước vào cửa hàng, đếm bằng camera có sẵn.

Tỉ lệ chuyển đổi
Phần trăm khách vào cửa hàng có mua hàng. Mức thay đổi tính bằng điểm phần trăm (đpt).

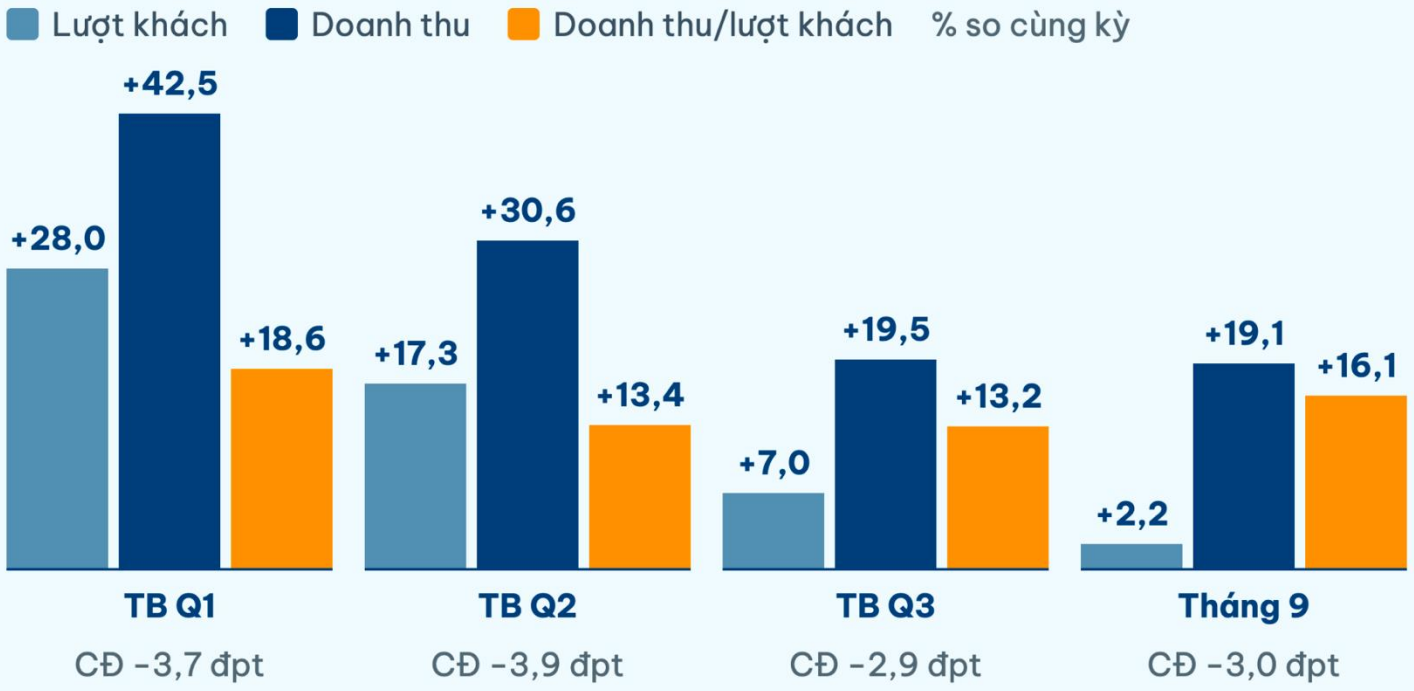
Doanh thu / lượt khách
Doanh thu chia cho số lượt khách: mỗi lượt ghé mang lại bao nhiêu.

CRM biết ai đã mua. Còn những người đã bước vào mà không mua thì sao?

Tháng 1 và 2 được gộp thành trung bình mùa Tết, vì Tết 2025 và 2026 rơi vào hai tháng khác nhau

VIỆT NAM · THÁNG 1–9/2026

Động lực tăng trưởng đã đổi chiều



+2,2%
Lượt khách tháng 9: thấp nhất (ngoài mùa Tết) trong bộ dữ liệu.

+16,1%
Doanh thu/lượt khách tháng 9: cao nhất kể từ tháng 3.

−3,0 đpt
Tỉ lệ chuyển đổi tháng 9: dưới năm ngoái 9 tháng liên tiếp.

Palexy, 2.000+ cửa hàng · TB Q1 gồm trung bình Tết (T1–T2) và T3 · CĐ = tỉ lệ chuyển đổi

VIETNAM MARTECH

VÌ SAO

Kinh tế tăng tốc, người tiêu dùng thận trọng

Bức tranh vĩ mô vẫn tốt

+8,18% GDP 6 tháng đầu năm

+13,3% Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ 8 tháng (thực tế +7,6% sau trượt giá)

+14,4% Khách quốc tế 8 tháng, khoảng 16 triệu lượt

Nhưng giá xăng đè lên ví tiền

~+21% Xăng E10 RON95: 20.003 → 24.239 đ/lít (09/7 → 10/9), sau khi lệnh ngừng bắn sụp đổ ngày 08/7

Tỉ lệ chuyển đổi so với cùng kỳ:

T7: -2,3	T8: -3,3	T9: -3,0

Độ trễ 4–8 tuần: giá xăng tăng hôm nay thể hiện trong hành vi mua sắm khoảng một đến hai tháng sau.

Tổng cục Thống kê; giá điều hành Bộ Công Thương; Palexy · chuyển đổi tính bằng đpt

VÙNG MIỀN VÀ LOẠI CỬA HÀNG

Mỗi thị trường cần một bài toán khác nhau

Phân khúc	Lượt khách Q3	Lượt khách T9	DT/lượt khách T9	Chuyển đổi T9	Ý nghĩa
Miền Trung	+30,8%	+30,7%	+1,0%	-4,2 đpt	Đông khách nhưng ít người mua
Miền Bắc	+5,4%	+1,4%	+13,1%	-2,1 đpt	Lượt khách chững, giỏ hàng hồi phục
Miền Nam	+2,6%	-2,8%	+21,6%	-2,7 đpt	Ít lượt hơn, mỗi lượt giá trị hơn nhiều
Trung tâm thương mại	+15,4%	+10,9%	+5,8%	-2,5 đpt	Đông khách, giỏ hàng mỏng
Cửa hàng mặt phố	+1,9%	-3,6%	+21,5%	-2,3 đpt	Ít khách hơn, giỏ hàng gánh doanh thu

Một chiến dịch chung cho cả nước sẽ bỏ lỡ điều này: miền Trung cần chuyển đổi, miền Nam và mặt phố cần kéo khách quay lại.

Palexy · % so với cùng kỳ · DT = doanh thu · đpt = điểm phần trăm

TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI VÀ MẶT PHỐ

Hai kiểu lượt ghé, hai bài toán marketing

Trung tâm thương mại: khách dạo chơi

+15,4%
lượt khách Q3

+5,3%
DT/lượt khách Q3

Người ta đến TTTM để ăn uống, giải trí, đi dạo. Nhiều người ghé cửa hàng nhưng chưa có ý định mua.

Bài toán: biến người xem thành người mua. Ưu đãi theo ngành hàng, kích hoạt tại cửa hàng, đúng khung giờ cao điểm.

Mặt phố: khách có chủ đích

-3,6%
lượt khách T9

+16,3%
DT/lượt khách Q3

Người ta ra cửa hàng mặt phố khi đã biết mình muốn mua gì. Ít chuyến hơn, nhưng chuyến nào cũng có giá trị.

Bài toán: kéo khách quay lại thường xuyên hơn. CRM, marketing địa phương, đặt online nhận tại cửa hàng.

Palexy · % so với cùng kỳ · TTTM = trung tâm thương mại

Q4/2026 · BA KỊCH BẢN

11.11, Black Friday và cuối năm rơi đúng vào độ trễ

Kịch bản	Điều kiện	Lượt khách	Doanh thu	Chuyển đổi	Hướng hành động
Cơ sở	Xung đột được kiềm chế, Brent ~85–95 USD	0 đến +5%	+10 đến +16%	−2,5 đến −3,5	Giữ kế hoạch, ưu tiên chuyển đổi trong mùa sale
Bất lợi	Leo thang, Brent trên 105 USD, giá xăng tiếp tục tăng	−5% đến 0	+3 đến +9%	−3,5 đến −4,5	Bảo vệ biên lợi nhuận, gói giá trị, hoãn mở mới mặt phố và miền Nam
Thuận lợi	Thỏa thuận bền vững, Hormuz mở lại, Brent về ~70 USD	+5 đến +10%	+16 đến +22%	−1,5 đến −2,5	Đẩy mạnh khuyến mãi cuối năm, mở rộng miền Trung và TTTM

CẬP NHẬT 30/10 Brent đóng cửa 116,7 USD/thùng ngày 23/10, cao nhất từ cuối tháng 4. Xăng E10 RON95 đỉnh 28.254 đ/lít ngày 08/10, khoảng +41% so với đầu tháng 7. **Điều kiện của kịch bản bất lợi đang xuất hiện.**

Palexy · Q4/2025 doanh thu +46,3%: nền so sánh cao · chuyển đổi tính bằng đpt

Ý NGHĨA CHO MARTECH

Bốn ưu tiên khi không thể kéo thêm khách

1. Dữ liệu khách hàng

Đưa dữ liệu tại cửa hàng (lượt khách, chuyển đổi theo giờ) vào cùng bức tranh với CRM và online.

2. Tối ưu chuyển đổi

Đòn bẩy lớn nhất: chuyển đổi thấp hơn khoảng 3 đpt suốt 9 tháng. Lấy lại 1 đpt là thêm doanh thu mà không cần thêm khách.

3. Loyalty

Giữ tần suất quay lại. Mặt phố và miền Nam đang mất lượt khách, nhưng mỗi lượt mang về hơn 20%.

4. Cá nhân hóa bằng AI

Đúng thông điệp cho đúng nơi: miền Trung cần chuyển đổi, miền Nam cần kéo khách quay lại.

Palexy · đpt = điểm phần trăm

CON NGƯỜI · DỮ LIỆU · AGENT

Một vòng lặp tại cửa hàng, chạy mỗi ngày

1

Dữ liệu

Camera có sẵn đếm lượt khách theo giờ; POS ghi nhận ai mua.

→

2

Phát hiện

Agent thấy: cửa hàng Đà Nẵng đông khách 17–19h nhưng chuyển đổi giảm.

→

3

Hành động

Giao việc cho cửa hàng: thêm người đứng quầy giờ cao điểm, đẩy ưu đãi đúng khung giờ.

→

4

Xác nhận

Tuần sau đo lại: chuyển đổi khung giờ đó có tăng không? Nếu không, thử cách khác.

Agent không thay con người. Agent chỉ ra chỗ cần sửa, giao đúng việc cho đúng người, và kiểm tra xem việc đã có hiệu quả chưa.

Palexy

PALEXY.COM

Khách ghé ít hơn. Mỗi lượt ghé đáng giá hơn. Tăng trưởng năm nay đến từ việc biến lượt ghé thành đơn hàng.

Bạn không thể có mặt ở mọi cửa hàng cùng lúc. Palexy thì có thể.

- Không cần phần cứng mới
- 200+ chuỗi tại châu Á–Thái Bình Dương
- Kết quả trong 90 ngày

