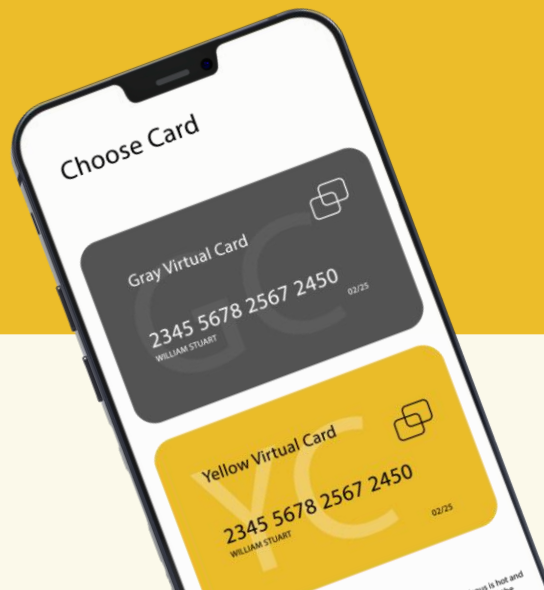




Độ nhận biết thương hiệu,  
thói quen sử dụng và các  
yếu tố ảnh hưởng đến quyết  
định lựa chọn **VÍ ĐIỆN TỬ**

Khảo sát được thực hiện tháng  
10-2023 bởi InfoQ Việt Nam

# BÁO CÁO NGHIÊN CỨU



*(Vui lòng trích dẫn nguồn nếu sử dụng tài liệu)*

# MỤC LỤC

**01** Thông tin nghiên cứu

**02** Kết quả nghiên cứu

**03** Kết luận

01

# Thông tin nghiên cứu



# Thông tin nghiên cứu

## Phương pháp nghiên cứu



Nghiên cứu định lượng

## Đối tượng nghiên cứu



Đáp viên từ 18-50 tuổi, sinh sống ở Hà Nội, Hồ Chí Minh và các tỉnh thành khác

## Hình thức nghiên cứu



Gửi một bảng hỏi có sẵn cho các đáp viên bằng hình thức trực tuyến

## Số lượng mẫu



609 người



# THÔNG TIN ĐÁP VIÊN

## Giới tính



47,13 %



52,87 %

## Tuổi



21,84 %  
18-24 tuổi



18,72 %  
25-29 tuổi



25,78 %  
30-34 tuổi



16,75 %  
35-40 tuổi

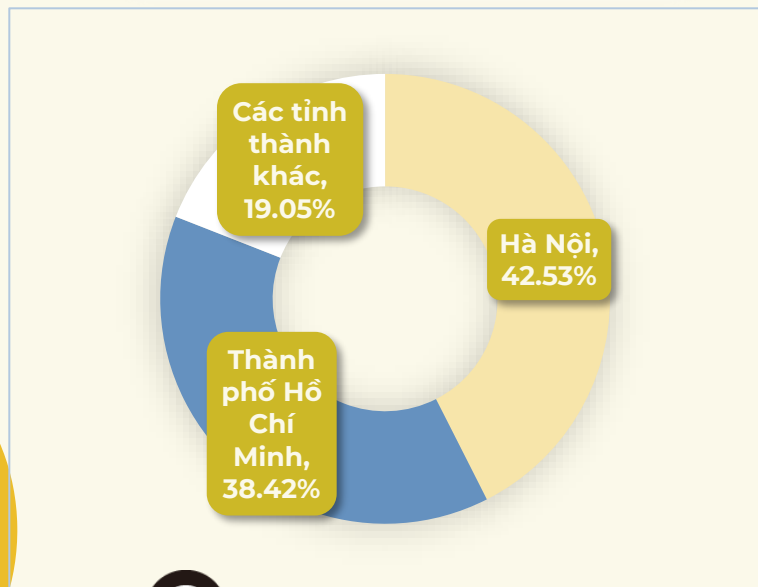


16,91 %  
41-50 tuổi

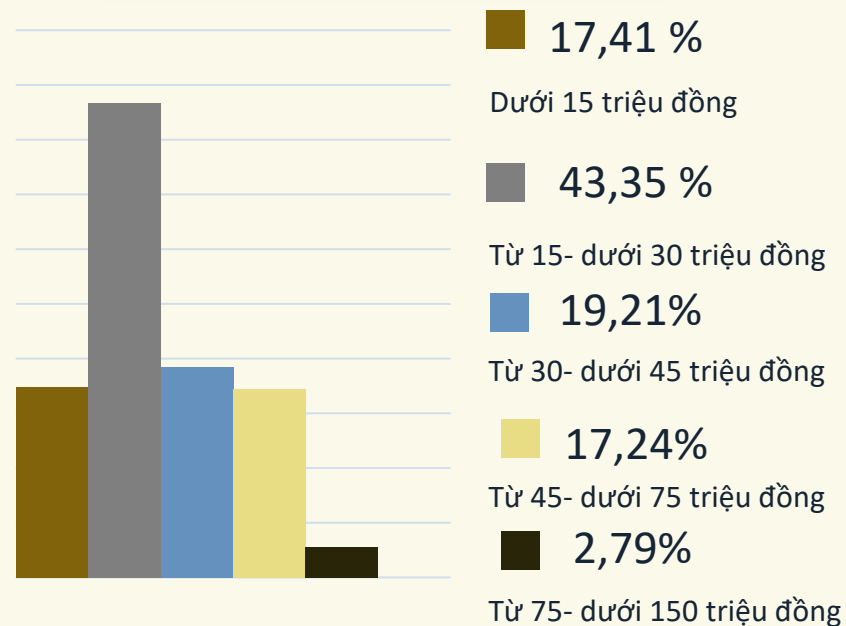


# THÔNG TIN ĐÁP VIÊN

## Nơi sống



## Thu nhập hộ gia đình hàng tháng



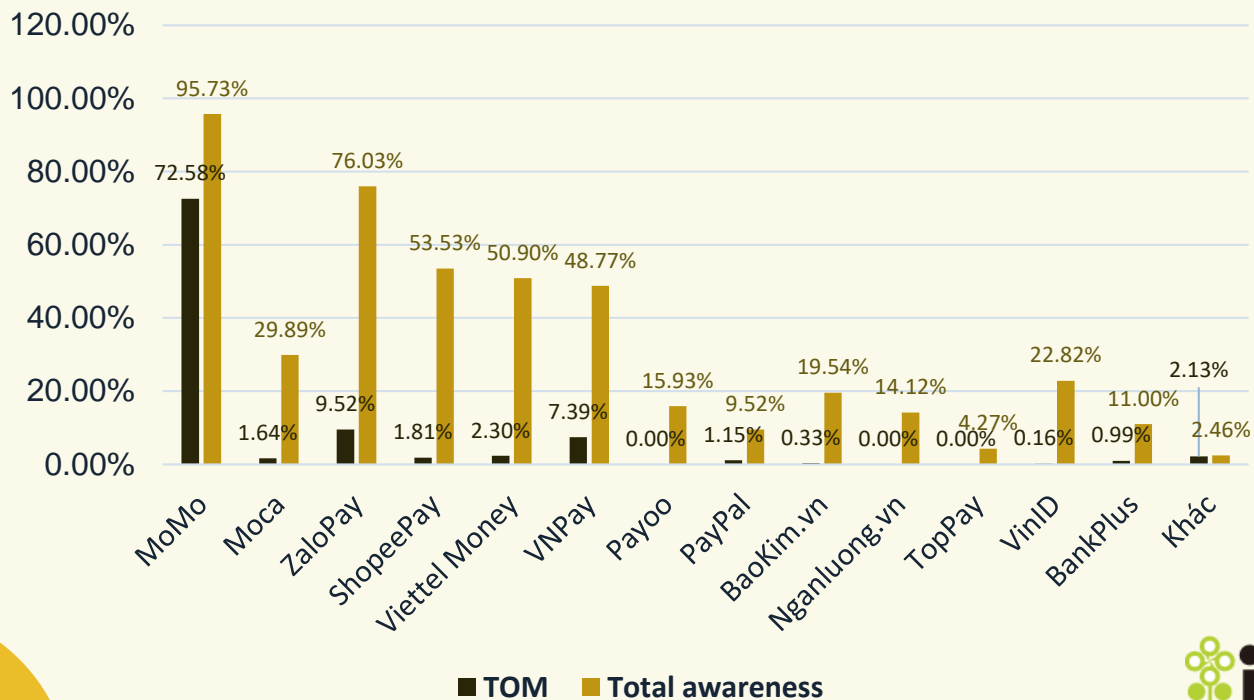
02

# Kết quả nghiên cứu





# Độ nhận diện thương hiệu





# Độ nhận diện thương hiệu

## Theo giới tính

	TOM		Total awareness	
	Nam	Nữ	Nam	Nữ
MoMo	79.44%	66.46%	98.61%	93.17%
Moca	0.00%	3.11%	21.60%	37.27%
ZaloPay	7.67%	11.18%	79.44%	72.98%
ShopeePay	0.70%	2.80%	44.95%	61.18%
Viettel Money	2.79%	1.86%	48.43%	53.11%
VNPay	4.53%	9.94%	45.30%	51.86%
Payoo	0.00%	0.00%	14.63%	17.08%
PayPal	1.05%	1.24%	9.76%	9.32%
BaoKim.vn	0.00%	0.62%	15.68%	22.98%
Nganluong.vn	0.00%	0.00%	13.24%	14.91%
TopPay	0.00%	0.00%	4.88%	3.73%
VinID	0.35%	0.00%	21.95%	23.60%
BankPlus	1.05%	0.93%	9.76%	12.11%
Khác	2.44%	1.86%	2.79%	2.17%

# Độ nhận diện thương hiệu

## Theo độ tuổi

	TOM					Total awareness				
	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi
MoMo	59.40%	78.07%	81.53%	66.67%	75.73%	88.72%	97.37%	98.73%	98.04%	96.12%
Moca	5.26%	1.75%	0.00%	0.98%	0.00%	37.59%	38.60%	21.66%	29.41%	23.30%
ZaloPay	15.04%	7.02%	3.82%	11.76%	11.65%	79.70%	70.18%	65.61%	86.27%	83.50%
ShopeePay	0.75%	2.63%	1.27%	2.94%	1.94%	62.41%	57.02%	49.68%	56.86%	40.78%
Viettel Money	2.26%	0.88%	3.18%	3.92%	0.97%	56.39%	50.00%	45.86%	62.75%	40.78%
VNPay	15.04%	7.02%	5.10%	4.90%	3.88%	55.64%	48.25%	45.22%	52.94%	41.75%
Payoo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	10.53%	15.79%	15.29%	21.57%	18.45%
PayPal	0.00%	0.88%	1.27%	1.96%	1.94%	6.77%	8.77%	10.83%	10.78%	10.68%
BaoKim.vn	0.00%	0.00%	0.00%	1.96%	0.00%	9.77%	14.04%	24.84%	27.45%	22.33%
Nganluong.vn	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	9.02%	12.28%	14.01%	17.65%	19.42%
TopPay	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.26%	3.51%	3.82%	7.84%	4.85%
VinID	0.00%	0.00%	0.64%	0.00%	0.00%	12.78%	25.44%	28.03%	26.47%	21.36%
BankPlus	1.50%	0.88%	1.91%	0.00%	0.00%	6.02%	7.02%	14.01%	18.63%	9.71%
Khác	0.75%	0.88%	1.27%	4.90%	3.88%	0.75%	1.75%	1.27%	4.90%	4.85%

# Độ nhận diện thương hiệu

## Theo khu vực

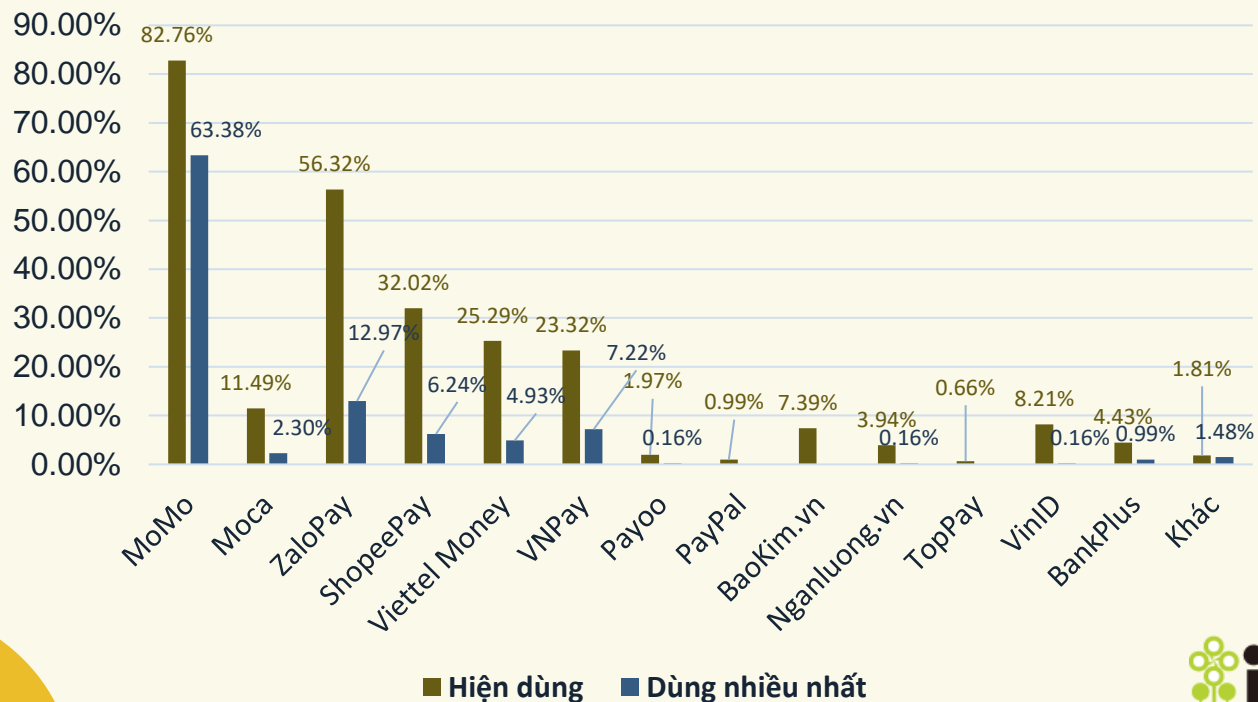
	TOM			Total awareness		
	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh thành khác	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh thành khác
MoMo	81.85%	70.09%	56.90%	99.23%	91.45%	96.55%
Moca	0.00%	4.27%	0.00%	20.85%	46.58%	16.38%
ZaloPay	5.41%	13.25%	11.21%	66.41%	81.20%	87.07%
ShopeePay	1.93%	0.85%	3.45%	39.77%	66.24%	58.62%
Viettel Money	1.93%	1.71%	4.31%	44.79%	52.56%	61.21%
VNPAY	5.41%	8.12%	10.34%	39.77%	53.42%	59.48%
Payoo	0.00%	0.00%	0.00%	11.97%	20.51%	15.52%
PayPal	0.39%	0.43%	4.31%	9.65%	8.97%	10.34%
BaoKim.vn	0.00%	0.43%	0.86%	17.76%	22.65%	17.24%
Nganluong.vn	0.00%	0.00%	0.00%	13.51%	15.38%	12.93%
TopPay	0.00%	0.00%	0.00%	4.63%	3.85%	4.31%
VinID	0.39%	0.00%	0.00%	25.48%	20.51%	21.55%
BankPlus	0.39%	0.00%	4.31%	7.72%	9.40%	21.55%
Khác	2.32%	0.85%	4.31%	2.70%	1.28%	4.31%

# Độ nhận diện thương hiệu

## Theo thu nhập

	TOM					Total awareness				
	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - dưới 30 triệu đồng	Từ 30- dưới 45 triệu đồng	Từ 45- dưới 75 triệu đồng	Từ 75- dưới 150 triệu đồng	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - dưới 30 triệu đồng	Từ 30- dưới 45 triệu đồng	Từ 45- dưới 75 triệu đồng	Từ 75- dưới 150 triệu đồng
MoMo	70.75%	78.03%	73.50%	59.05%	76.47%	99.06%	97.35%	94.87%	89.52%	94.12%
Moca	0.00%	0.38%	1.71%	5.71%	5.88%	19.81%	24.62%	41.88%	39.05%	35.29%
ZaloPay	7.55%	6.44%	15.38%	13.33%	5.88%	80.19%	76.89%	76.92%	66.67%	88.24%
ShopeePay	3.77%	1.52%	1.71%	0.00%	5.88%	59.43%	45.45%	65.81%	50.48%	76.47%
Viettel Money	3.77%	3.79%	0.00%	0.00%	0.00%	60.38%	45.83%	47.86%	52.38%	82.35%
VNPay	4.72%	4.55%	4.27%	20.95%	5.88%	48.11%	44.32%	55.56%	48.57%	76.47%
Payoo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	12.26%	16.67%	17.95%	15.24%	17.65%
PayPal	3.77%	0.76%	0.85%	0.00%	0.00%	8.49%	7.95%	12.82%	9.52%	17.65%
BaoKim.vn	0.94%	0.38%	0.00%	0.00%	0.00%	21.70%	17.05%	22.22%	20.00%	23.53%
Nganluong.vn	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	14.15%	14.39%	17.95%	8.57%	17.65%
TopPay	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.72%	3.03%	5.13%	3.81%	17.65%
VinID	0.00%	0.38%	0.00%	0.00%	0.00%	22.64%	21.59%	25.64%	21.90%	29.41%
BankPlus	1.89%	1.14%	0.85%	0.00%	0.00%	8.49%	10.61%	11.11%	11.43%	29.41%
Khác	2.83%	2.65%	1.71%	0.95%	0.00%	2.83%	3.03%	2.56%	0.95%	0.00%

# Thói quen sử dụng



# Thói quen sử dụng

## Theo giới tính

	<i>Hiện đang dùng</i>		<i>Dùng NHIỀU NHẤT</i>	
	<i>Nam</i>	<i>Nữ</i>	<i>Nam</i>	<i>Nữ</i>
MoMo	88.85%	77.33%	73.17%	54.66%
Moca	6.97%	15.53%	0.35%	4.04%
ZaloPay	61.32%	51.86%	12.89%	13.04%
ShopeePay	24.39%	38.82%	2.79%	9.32%
Viettel Money	24.39%	26.09%	3.83%	5.90%
VNPay	19.86%	26.40%	3.83%	10.25%
Payoo	2.09%	1.86%	0.00%	0.31%
PayPal	0.70%	1.24%	0.00%	0.00%
BaoKim.vn	4.53%	9.94%	0.00%	0.00%
Nganluong.vn	3.48%	4.35%	0.35%	0.00%
TopPay	0.70%	0.62%	0.00%	0.00%
VinID	6.27%	9.94%	0.00%	0.31%
BankPlus	5.23%	3.73%	1.74%	0.31%
Khác	1.74%	1.86%	1.05%	1.86%

# Thói quen sử dụng

## Theo độ tuổi

	TOM					Total awareness				
	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi
MoMo	71.43%	91.23%	87.90%	75.49%	87.38%	53.38%	71.93%	70.70%	49.02%	69.90%
Moca	14.29%	14.91%	5.73%	13.73%	10.68%	5.26%	1.75%	0.64%	2.94%	0.97%
ZaloPay	57.89%	54.39%	50.32%	49.02%	72.82%	18.80%	11.40%	6.37%	14.71%	15.53%
ShopeePay	36.09%	37.72%	33.12%	31.37%	19.42%	3.76%	3.51%	8.28%	13.73%	1.94%
Viettel Money	25.56%	22.81%	26.75%	34.31%	16.50%	5.26%	5.26%	5.10%	6.86%	1.94%
VNPay	27.07%	24.56%	21.66%	25.49%	17.48%	12.78%	4.39%	6.37%	4.90%	6.80%
Payoo	1.50%	1.75%	1.91%	1.96%	2.91%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.97%
PayPal	0.75%	0.88%	1.27%	0.98%	0.97%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
BaoKim.vn	4.51%	4.39%	12.74%	6.86%	6.80%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Nganluong.vn	0.75%	3.51%	4.46%	4.90%	6.80%	0.00%	0.88%	0.00%	0.00%	0.00%
TopPay	0.00%	0.00%	1.27%	0.98%	0.97%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
VinID	3.01%	7.02%	10.83%	9.80%	10.68%	0.00%	0.00%	0.00%	0.98%	0.00%
BankPlus	0.75%	0.88%	8.28%	7.84%	3.88%	0.00%	0.00%	1.27%	1.96%	1.94%
Khác	0.75%	0.88%	1.27%	4.90%	1.94%	0.75%	0.88%	1.27%	4.90%	0.00%

# Thói quen sử dụng

## Theo khu vực

	Hiện đang dùng			Dùng NHIỀU NHẤT		
	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh thành khác	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh thành khác
MoMo	91.51%	76.50%	75.86%	73.36%	59.40%	49.14%
Moca	7.72%	19.66%	3.45%	1.16%	4.70%	0.00%
ZaloPay	54.44%	58.55%	56.03%	8.49%	17.09%	14.66%
ShopeePay	27.80%	36.32%	32.76%	5.41%	5.56%	9.48%
Viettel Money	25.10%	22.22%	31.90%	5.02%	2.99%	8.62%
VNPay	20.08%	26.92%	23.28%	5.41%	8.12%	9.48%
Payoo	0.39%	3.42%	2.59%	0.00%	0.00%	0.86%
PayPal	0.00%	1.71%	1.72%	0.00%	0.00%	0.00%
BaoKim.vn	6.18%	10.26%	4.31%	0.00%	0.00%	0.00%
Nganluong.vn	2.32%	5.56%	4.31%	0.00%	0.43%	0.00%
TopPay	0.00%	1.28%	0.86%	0.00%	0.00%	0.00%
VinID	10.42%	5.56%	8.62%	0.00%	0.00%	0.86%
BankPlus	2.32%	4.70%	8.62%	0.77%	0.00%	3.45%
Khác	0.77%	1.71%	4.31%	0.39%	1.71%	3.45%



# Thói quen sử dụng

## Theo thu nhập

	TOM					Total awareness				
	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - dưới 30 triệu đồng	Từ 30- dưới 45 triệu đồng	Từ 45- dưới 75 triệu đồng	Từ 75- dưới 150 triệu đồng	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - dưới 30 triệu đồng	Từ 30- dưới 45 triệu đồng	Từ 45- dưới 75 triệu đồng	Từ 75- dưới 150 triệu đồng
MoMo	79.25%	87.50%	80.34%	78.10%	76.47%	61.32%	67.80%	62.39%	57.14%	52.94%
Moca	7.55%	9.09%	12.82%	18.10%	23.53%	0.00%	1.14%	2.56%	5.71%	11.76%
ZaloPay	51.89%	58.33%	60.68%	48.57%	70.59%	10.38%	10.23%	17.95%	16.19%	17.65%
ShopeePay	42.45%	27.27%	37.61%	22.86%	58.82%	12.26%	5.68%	5.98%	0.95%	11.76%
Viettel Money	32.08%	23.86%	22.22%	23.81%	35.29%	8.49%	5.30%	5.13%	0.95%	0.00%
VNPay	14.15%	19.32%	31.62%	28.57%	52.94%	2.83%	5.30%	5.13%	19.05%	5.88%
Payoo	1.89%	2.27%	1.71%	0.95%	5.88%	0.00%	0.38%	0.00%	0.00%	0.00%
PayPal	0.94%	1.14%	0.85%	0.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
BaoKim.vn	4.72%	6.82%	5.98%	10.48%	23.53%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Nganluong.vn	2.83%	5.68%	2.56%	2.86%	0.00%	0.00%	0.38%	0.00%	0.00%	0.00%
TopPay	0.94%	0.76%	0.00%	0.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
VinID	6.60%	6.06%	7.69%	13.33%	23.53%	0.00%	0.38%	0.00%	0.00%	0.00%
BankPlus	2.83%	5.68%	2.56%	3.81%	11.76%	1.89%	1.52%	0.00%	0.00%	0.00%
Khác	2.83%	2.65%	0.85%	0.00%	0.00%	2.83%	1.89%	0.85%	0.00%	0.00%

# 2,61 ví điện tử

Là số lượng ví điện tử trung bình một đáp viên hiện đang sử dụng

# Số lượng ví điện tử trung bình hiện đang sử dụng

Đơn vị: Số ví điện tử

Giới tính		Tuổi					Khu vực			Thu nhập				
Nam	Nữ	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh khác	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - 30 triệu đồng	Từ 30-45 triệu đồng	Từ 45-75 triệu đồng	Từ 75-150 triệu đồng
2,51	2,76	2,46	2,65	2,68	2,68	2,59	2,59	2,74	2,49	2,51	2,56	2,68	2,53	3,82

# Mục đích sử dụng

Chuyển tiền  
trực tuyến



76,85%

Thanh toán trực tuyến  
khi mua hàng online



76,19%

Nạp thẻ điện thoại



68,47%

Thanh toán hóa  
đơn (điện, nước,  
điện thoại,...)



62,40%

Thanh toán khi đặt đồ  
ăn qua app hoặc xe  
công nghệ qua app



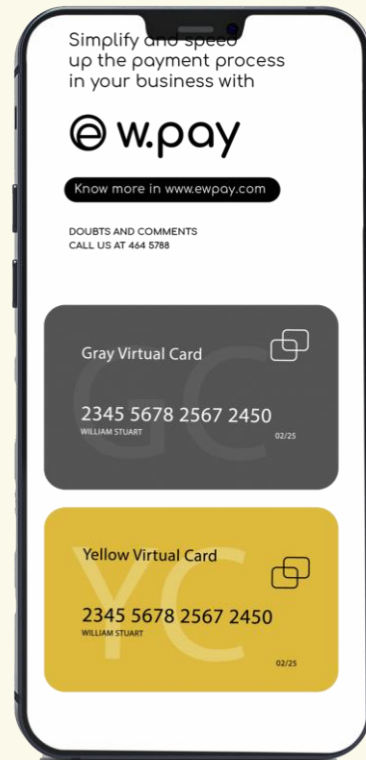
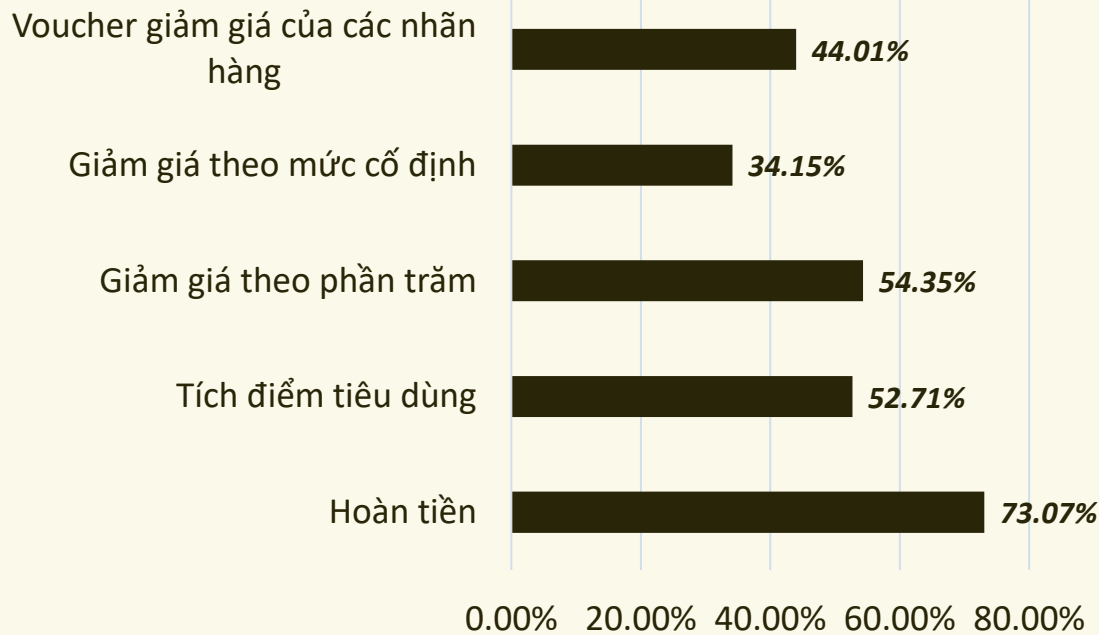
52,71%

Quét mã QR thanh toán  
tại điểm chấp nhận

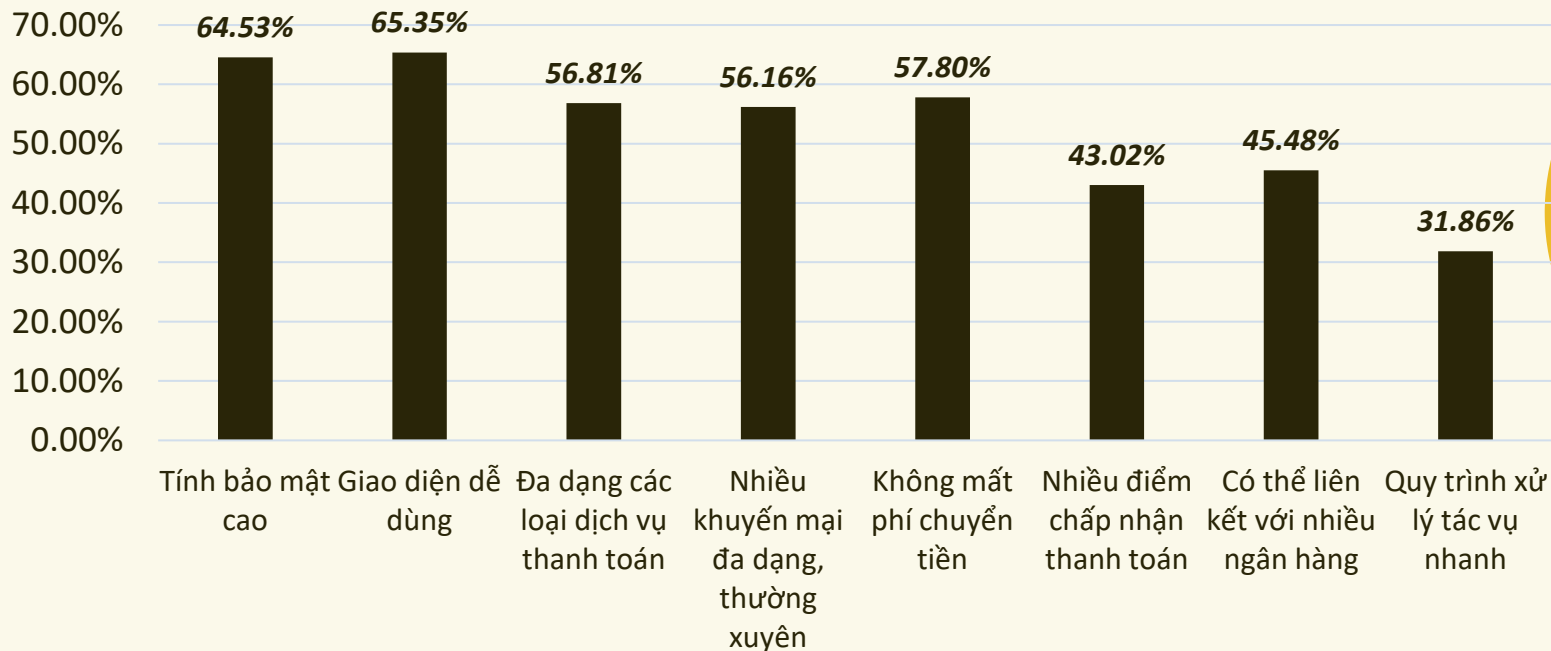


44,01%

# Hình thức khuyến mại ưa thích



# Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng



# Tần suất sử dụng ví điện tử



Hầu như mỗi ngày

44,99%



3-4 lần/ tuần

29,56%



1-2 lần/ tuần

17,57%



2 lần/ tháng

4,11%



1 lần/ tháng

0,99%



Ít hơn 1 lần/ tháng

2,79%

**7,8** là số giao dịch  
trung bình một tuần  
các đáp viên thực  
hiện qua ví điện tử



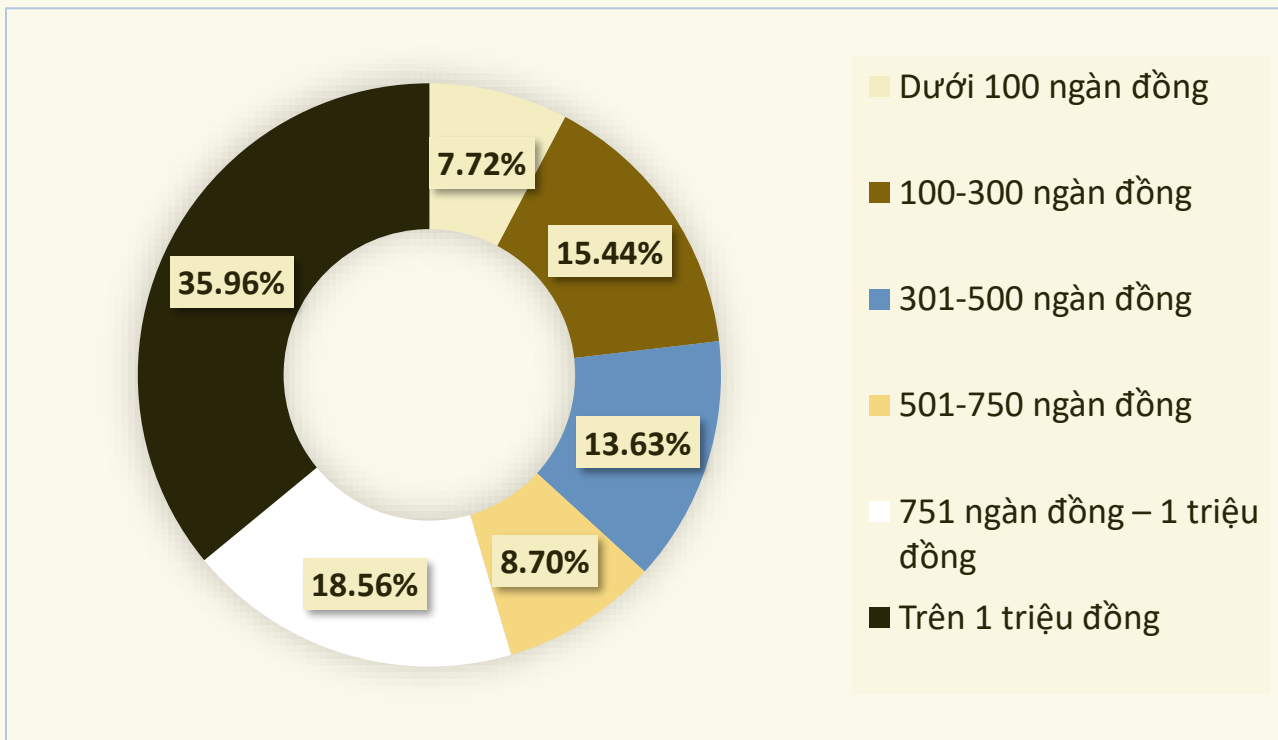


# Số giao dịch qua ví điện tử trung bình mỗi tuần

Đơn vị: Số giao dịch

Giới tính		Tuổi					Khu vực			Thu nhập				
Nam	Nữ	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh khác	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - 30 triệu đồng	Từ 30-45 triệu đồng	Từ 45-75 triệu đồng	Từ 75-150 triệu đồng
8,52	7,16	7,59	7,51	8,72	6,91	7,85	9,34	8,75	5,27	6,62	7,57	8,12	9,21	7,71

# Tổng giá trị giao dịch qua ví điện tử trung bình mỗi tháng



# Tổng giá trị giao dịch qua ví điện tử trung bình mỗi tháng

	Giới tính		Tuổi					Khu vực			Thu nhập				
	Nam	Nữ	18-24 tuổi	25-29 tuổi	30-34 tuổi	35-40 tuổi	41-50 tuổi	Hà Nội	TP HCM	Tỉnh thành khác	Dưới 15 triệu đồng	Từ 15 - dưới 30 triệu đồng	Từ 30- dưới 45 triệu đồng	Từ 45- dưới 75 triệu đồng	Từ 75- dưới 150 triệu đồng
Dưới 100 ngàn đồng	8.36%	7.14%	7.52%	2.63%	8.92%	13.73%	5.83%	11.20%	4.27%	6.90%	11.32%	4.92%	10.26%	9.52%	0.00%
100-300 ngàn đồng	13.24%	17.39%	15.04%	20.18%	13.38%	19.61%	9.71%	11.20%	18.38%	18.97%	22.64%	15.53%	15.38%	8.57%	11.76%
301-500 ngàn đồng	13.24%	13.98%	9.77%	21.93%	14.01%	11.76%	10.68%	17.76%	9.40%	12.93%	12.26%	16.29%	15.38%	7.62%	5.88%
501-750 ngàn đồng	8.71%	8.70%	12.03%	10.53%	5.10%	8.82%	7.77%	6.95%	8.12%	13.79%	12.26%	10.23%	5.98%	1.90%	23.53%
751 ngàn đồng – 1 triệu đồng	19.51%	17.70%	25.56%	15.79%	13.38%	17.65%	21.36%	18.92%	18.80%	17.24%	15.09%	17.42%	15.38%	27.62%	23.53%
Trên 1 triệu đồng	36.93%	35.09%	30.08%	28.95%	45.22%	28.43%	44.66%	33.98%	41.03%	30.17%	26.42%	35.61%	37.61%	44.76%	35.29%

03

# Kết luận



# Độ nhận diện thương hiệu



MoMo là ví điện tử có độ nhận diện thương hiệu cao nhất với 72,58% đáp viên nghĩ đến đầu tiên trong đầu khi nhắc đến ví điện tử và 95,73% đáp viên có biết đến ví điện tử này. ZaloPay là ví điện tử có độ nhận diện thương hiệu cao thứ 2 với gần 10% đáp viên nghĩ đến đầu tiên trong đầu và hơn 76% đáp viên biết đến ví điện tử này. VNPAY là thương hiệu có độ nhận diện Top-of-mind cao thứ 3 trong khi ShopeePay là thương hiệu có độ nhận biết chung cao thứ 3.

Nhìn chung, tỷ lệ nhận biết Top-of-mind và Total awareness đối với ví điện tử MoMo ở đáp viên nam cao hơn đáp viên nữ, nhưng đối với ví điện tử Moca, ShopeePay, VNPAY, tỷ lệ nhận biết ở đáp viên nữ cao hơn đáp viên nam. Đối với các ví điện tử khác, tỷ lệ hơn kém không đáng kể hoặc có những ví điện tử, tỷ lệ nhận biết Top-of-mind ở các đáp viên nữ cao hơn nhưng tỷ lệ nhận biết Total awareness ở các đáp viên nam cao hơn và ngược lại.

Về cơ cấu theo khu vực, các đáp viên ở Hà Nội có tỷ lệ nhận biết đối với ví điện tử MoMo cao hơn các đáp viên ở Thành phố Hồ Chí Minh nhưng đối với Moca, ZaloPay, VNPAY thì ở Thành phố Hồ Chí Minh có độ nhận biết cao hơn. Đối với các ví điện tử khác, tỷ lệ hơn kém không đáng kể hoặc có những ví điện tử, tỷ lệ nhận biết Top-of-mind ở các đáp viên khu vực này cao hơn nhưng tỷ lệ nhận biết Total awareness ở các đáp viên ở các khu vực khác cao hơn và ngược lại.

Mỗi ví điện tử cũng có một nhóm tuổi hay thu nhập có tỷ lệ đáp viên nhận biết cao nhất, khác nhau giữa từng loại. Nhằm được điều này, các công ty phát hành ví điện tử có thể xác định cho mình chính xác tệp khách hàng tiềm năng để có thể có những chiến lược tiếp thị đúng đắn.



# Thói quen sử dụng

MoMo, ZaloPay và ShopeePay là ba ví điện tử hiện đang được sử dụng nhiều nhất. Trung bình, mỗi người hiện đang sử dụng gần 3 loại ví điện tử. Về cơ cấu giới tính, đáp viên nữ trung bình sử dụng nhiều loại ví điện tử hơn đáp viên nam. Về cơ cấu độ tuổi, nhóm tuổi 30-40 tuổi hiện đang dùng nhiều loại ví điện tử nhất. Về cơ cấu khu vực, đáp viên ở TP Hồ Chí Minh sử dụng nhiều loại ví điện tử hơn đáp viên ở Hà Nội và các khu vực khác. Đối với cơ cấu thu nhập, các đáp viên có thu nhập gia đình cao sử dụng nhiều loại ví điện tử nhất.

Đáp viên Nam có tỷ lệ sử dụng MoMo, ZaloPay, BankPlus cao hơn các đáp viên nữ, trong khi đó, các đáp viên nữ sử dụng Moca, ShopeePay, Viettel Money, VNPay, BaoKim, NganLuong, VinID cao hơn tỷ lệ các đáp viên nam. Theo cơ cấu tỉnh thành, các đáp viên ở Hà Nội sử dụng MoMo, Viettel Money, VinID nhiều hơn các đáp viên ở TP Hồ Chí Minh trong khi các đáp viên ở TP Hồ Chí Minh lại chuộng sử dụng Moca, ZaloPay, ShopeePay, VNPay, BaoKim hơn các đáp viên ở Hà Nội. Theo cơ cấu độ tuổi và thu nhập, mỗi loại ví điện tử cũng có nhóm đối tượng người dùng nhiều nhất tập trung ở các nhóm khác nhau.

# Mục đích và yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng

## Mục đích sử dụng

Ba mục đích sử dụng chính là: *Chuyển tiền trực tuyến, Thanh toán trực tuyến khi mua hàng online và Nạp thẻ điện thoại.*

## Hình thức khuyến mại

Ba hình thức khuyến mại ưa thích là: *Hoàn tiền, Giảm giá theo phần trăm và Tích điểm tiêu dùng.*

## Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng

Ba yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng là: *Giao diện dễ dùng, Tính bảo mật cao và Đa dạng các hình thức thanh toán.*



## Gần 45%

Đáp viên sử dụng ví điện tử mỗi ngày

## 7,8 giao dịch/ tuần

Là số giao dịch trung bình đáp viên thực hiện trong 1 tuần. Đáp viên nam có xu hướng giao dịch nhiều hơn đáp viên nữ. Nhóm 30-34 tuổi là nhóm tuổi thực hiện nhiều giao dịch nhất. Đáp viên ở Hà Nội có xu hướng thực hiện nhiều giao dịch hơn các đáp viên ở Hồ Chí Minh và nhóm có thu nhập 45-75 triệu đồng/ tháng là nhóm có xu hướng thực hiện nhiều giao dịch qua ví điện tử nhất.

## Hơn 50%

Đáp viên chi tiêu trung bình hơn 750 ngàn đồng/ tháng qua ví điện tử, trong đó gần 36% đáp viên chi tiêu hơn 1 triệu đồng/ tháng.



# Thông tin liên hệ



## infoQ Việt Nam

Địa chỉ: Tầng 6, tòa nhà Ocean Park,  
số 1 Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội

Tel: (024)-3566-8164

Email: [infoq@runsystem.net](mailto:infoq@runsystem.net)

Website:

<http://infoq.vn/business/home>



# Lí do chọn dịch vụ của infoQ Việt Nam

**infoQ Việt Nam** với kĩ thuật thu thập hiệu quả, tổng hợp thông tin nhanh chóng, chính xác và đạt hiệu quả cao cũng như tiết kiệm chi phí nghiên cứu và bề dày hơn 10 năm kinh nghiệm với hơn 40 website tại hơn 40 quốc gia trên thế giới, chúng tôi cam kết đem lại cho các doanh nghiệp tại Việt Nam một giải pháp hoàn hảo để thâm nhập thị trường cũng như cải tiến sản phẩm dịch vụ để thỏa mãn nhu cầu khách hàng, gia tăng thị phần và nhờ đó, gia tăng doanh thu và lợi nhuận.

Khảo sát thị trường trực tuyến có rất nhiều lợi thế so với khảo sát thị trường truyền thống:

- Thời gian khảo sát rất nhanh chóng, mỗi ngày có thể thực hiện khảo sát trên hàng nghìn phiếu khảo sát.
- Khảo sát đúng đối tượng dựa trên thông tin đăng ký của các thành viên, hệ thống tự động lọc các thuộc tính của đối tượng và chỉ gửi bản khảo sát đến các đối tượng thỏa mãn các tiêu chí nghiên cứu của doanh nghiệp.
- Chi phí thực hiện khảo sát trực tuyến thấp hơn rất nhiều so với khảo sát truyền thống, tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại, chi phí in ấn cũng như chi phí về nhân sự đi thực hiện khảo sát.
- Khảo sát có thể thực hiện bất kể thời gian nào trong ngày và thành viên có thể trả lời khảo sát ở bất cứ nơi nào có Internet.