Business Case For SHOPBANHOA

Prepared By: Nhom 6

Document Version: 1.0

Date: 28-9-2018

# 1. Vấn đề

- Cửa hàng bán hoa mở rộng thị trường, tiết kiệm chi phí.

Chi tiết:

- Chi phí cho mặt bằng cao.

- Cửa hàng không có mặt bằng đẹp nhiều người qua lại đông.

- Khó khăn khi tìm kiếm loại khách hàng mới.

- Khách hàng thụ động tự tìm tới cửa hàng.

- Không có thương hiệu từ trước.

- Khó tiếp cận với những người trẻ.

# 2. Giải pháp

- Xây dựng một trang web bán hoa có giao diện rõ ràng, đẹp, khác biệt có áp dụng công nghệ mới ( MERN ) giúp mua, đặt hoa online.

- Tạo kênh bán hàng mới như shopee, tiki, lazada, grab, now, facebook.

- Marketing quảng bá bằng facebook, instagram, google tìm ra các loại khách hàng mới cho shop.

- Thiết kế bộ nhận dạng thương hiệu riêng.

- Chạy chương trình giảm giá.

# 3. Chi phí

- Tạo kênh bán hàng mới:

- Nhân sự: 1 người.

- Thời gian: 2 tuần.

- Ngân sách: 200.000đ.

- Bộ nhận diện thương hiệu:

- Nhân sự: 1 người.

- Thời gian: 2 tuần.

- Ngân sách: 1.000.000đ.

- Bộ ảnh sản phẩm:

- Nhân sự: 1 người.

- Thời gian: 3 ngày.

- Ngân sách: 500.000đ

- Làm website

- Nhân lực: 1-3 người.

- Thời gian: 2 tháng.

- Ngân sách: 5.000.000đ.

- Marketing quảng bá

- Nhân sự: 1 người.

- Thời gian: 2 tháng.

- Ngân sách: 3.000.000đ.

# 4. lợi ích

- Website bán hoa.

- Kênh bán hàng mới (shopee, tiki, lazada, grab, now, facebook).

- Bộ nhận diện thương hiệu.

- Giảm chi phí mặt bằng.

- Có thể mở rộng ra loại khách hàng.

- Tăng thu nhập.