# **BUSINESS ASSUMPTION**

1. **Chúng tôi tin rằng điều khách hàng cần là:**

* *Về phía người quản lý*: khả năng theo dõi các khuyến mãi, mặt hàng được ưu đãi
* *Về phía người mua*: nhu cầu mua sắm các mặt hàng với giá cả tốt nhất cho họ.

1. **Điều này có thể giải quyết bằng:**

* *Về phía người quản lý:*
* Các tính năng được thực thi nhanh gọn, không quá phức tạp nhưng vẫn đảm bảo tính đúng đắn.
* Đồng thời sử dụng giao diện dễ nhìn, gọn gàng, tạo cảm giác thoải mái khi thiết lập, sử dụng ứng dụng.
* *Về phía người mua:*
* Có thể dễ dàng theo dõi các các sản phẩm ưu thích có đang được ưu đãi hay không sẽ tối ưu trải nghiệm của người dùng, giúp họ đưa ra lựa chọn mua sắm tốt hơn.

1. **Những khách hàng đầu tiên của chúng tôi là:**

* Các cửa hàng, quán ăn nhỏ có dịch vụ mua bán online.

1. **Điều mà khách hàng sẽ mong muốn đạt được khi sử dụng ứng dụng của chúng tôi là:**

* Về phía người quản lý: Thao tác quản lý nhanh gọn, đầy đủ. Tạo trải nghiệm thoải mái làm việc căng thẳng.
* Về phía người mua: Giúp người dùng đưa ra lựa chọn mua sắm đúng đắn trong thời gian ngắn hơn. Cải thiện thời gian mua sắm các mặt hàng, giúp họ có thể mua nhiều thứ hơn.

1. **Ngoài ra, khách hàng còn được:**

* Về phía người quản lý: Quản lý khuyến mãi tốt có thể giúp doanh thu cửa hàng cải thiện cũng như thúc đẩy cửa hàng nâng cao mặt hàng của mình.
* Về phía người mua: Luôn được sử dụng các mặt hàng tốt, rẻ. Đồng thời, nhận được các quà tặng, ưu đãi từ ứng dụng hay cửa hàng.

1. **Chúng tôi sẽ có lượng khách hàng chủ yếu bằng:** Sử dụng chính mục đích của ứng dụng – khuyến mãi hay ưu đãi, để quảng bá cho sản phẩm, ứng dụng của chúng tôi
2. **Chúng tôi sẽ được lợi nhuận từ:**

* Bán và kinh doanh sản phẩm
* Chi phí bảo trì
* Từ quảng cáo

1. **Đối thủ cạnh tranh lớn nhất** bây giờ là kiotviet.vn
2. Nhưng chúng tôi sẽ đánh bại họ bằng cách sử dụng dữ liệu của chính các mặt hàng, khuyến mãi để thiết lập những dự đoán về tâm lý người dùng để có thể đưa ra các khuyến mãi phù hợp nhất đến với họ. Ngoài ra, có thể cập nhật theo xu thế thị trường và cải thiện môi trường của chính các cửa hàng đang tham gia sử dụng ứng dụng để họ có thể tự nâng cao mặt hàng của mình theo thị trường. Cuối cùng, khách hang chính của họ là các doanh nghiệp lớn, có nhiều chuỗi cửa hàng, đối tượng sản phẩm chúng tôi chỉ nhắm đến các doanh nghiệp nhỏ lẻ và thị trường chính ở tp HCM.
3. **Rủi ro lớn nhất của chúng tôi** là ứng dụng còn mới trên thị trường nên sẽ khó khăn trong thời gian tìm kiếm những khách hàng đầu tiên. Đồng thời, dữ liệu đầu vào chưa có nên toàn bộ tính năng có thể sẽ chưa hoàn thiện.
4. **Nhưng chúng tôi sẽ cải thiện** bằng cách liên kết với bên thứ 3 để quảng bá sản phẩm cũng như thu thập dữ liệu đầu vào.

# **USER ASSUMPTIONS**

1. Khách hàng chính của chúng tôi là cửa hàng, quán ăn cần quản lý các khuyến mãi, ưu đãi của họ (doanh nghiep bán lẻ).
2. Thay vì, các cửa hàng phải tự quảng bá khuyến mãi của mình và bị gò bó về các hình thức thì ứng dụng của chúng tôi sẽ cải thiện việc đưa chúng đến người mua dễ dàng và hiệu quả hơn.
3. Ứng dụng của chúng tôi sẽ giải quyết:

* Cải thiện doanh thu của cửa hàng
* Quảng bá mặt hàng
* Công nghệ hóa thị trường

1. Tính năng cốt lõi giúp quản lý khuyến mãi ngoài ra có hỗ trợ theo dõi để cải thiện khuyến mãi
2. Ứng dụng có giao diện đơn giản, tạo sự nổi bật cho các khuyến mãi sắc màu, tạo sự tập trung cho người mua. Thao tác gọn gàng giúp việc quản lý trở nên đơn giản hơn. Ngoài ra, cung cấp xu hướng thị trường giúp các cửa hàng hoạt động tốt hơn.

# **PERSONAS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Đối tượng**  - Quán ăn Tuấn mập.  - Giới hạn địa điểm: TP. Hồ Chí Minh.  - Cửa hàng nhỏ, ưu tiên bán đồ ăn đem đi  - Có website riêng (tương lai).  - Ở gần một trường học cấp 3 | **Thói quen**  - Mở cửa từ 15h – 22h  - Phần lớn người mua là học sinh, giới trẻ. |
| **Nhu cầu**  - Mong muốn quản lý các khuyến mãi theo workflow, bám sát các chương trình khuyến mãi đã và đang áp dụng để không bị ảnh hưởng doanh thu.  - Chủ cửa hàng mong muốn quản lý từ xa  - Muốn áp dụng nhiều hình thức khuyến mãi khác nhau. | **Các giải pháp**  - Quảng bá bằng khuyến mãi thu hút các đối tượng khách hàng khác  - Giao diện đơn giản cho bộ phận sale hay chủ.  - Mang lại đa dạng các loại khuyến mãi.  - 2 nền tảng: PC và android. |

# **HYPOTHESES**

**Chúng tôi tin rằng**:

* Việc thiết lập nhiều loại khuyến mãi khác nhau cho doanh nghiệp bán lẻ sẽ đáp ứng được nhu cầu thay đổi hình thức khuyến mãi theo thị hiếu người mua cũng như chiến lược của doanh nghiệp.
* Việc trình ký xét duyệt các khuyến mãi sau khi tạo mang lại cho doanh nghiệp sự kiểm soát hoàn toàn các chương trình khuyến mãi (ai đề xuất, thông tin khuyến mãi), có workflow rõ ràng.

**Chúng tôi sẽ biết điều này là đúng thông qua**:

* Các qui định của pháp luật về các hình thức đăng ký khuyến mãi.
* Các bản báo cáo của doanh nghiệp sau quá trình dùng thử.

# **OUTCOME**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***We will*** | ***For*** | ***In order to achieve*** |
| **Trình ký, xét duyệt** | Doanh nghiệp bán lẻ - người quản lý, chủ sở hữu | Nắm bắt, kiểm soát các chương trình khuyến mãi. |
| **Theo dõi khuyến mãi đang hoạt động** | Bộ phận sale marketing | Dễ dàng. |
| **Cập nhật khuyến mãi theo nhu cầu của doanh nghiệp.** | Doanh nghiệp bán lẻ - người quản lý, chủ sở hữu, bộ phận sale marketing | nhanh, dễ dàng. |
| **Thiết lập voucher phục vụ khuyến mãi** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Thao tác đơn giản |
| **Theo dõi từng voucher** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | dễ dàng. |
| **Thiết lập khuyến mãi tặng hàng theo giá trị hóa đơn** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Dễ dàng. |
| **Thiết lập khuyến mãi ưu đãi giảm giá hóa đơn theo giá trị hóa đơn** | Bộ phận sale marketing | Tiện lợi. |
| **Thiết lập khuyến mãi tặng điểm tích lũy theo giá trị đơn hàng** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Nhanh. |
| **Thiết lập khuyến mãi mua hàng A giảm giá hàng B** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Tiện lợi. |
| **Thiết lập khuyến mãi mua hàng A tặng hàng B** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Thao tác đơn giản. |
| **Thiết lập khuyến mãi mua hàng tặng Điểm** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Thao tác đơn giản. |
| **Thiết lập khuyến mãi ưu đãi giảm giá bán khi mua nhiều** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing | Thao tác đơn giản. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Thiết lập khuyến mãi tặng hàng theo giá trị hóa đơn** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |
| **Thiết lập khuyến mãi ưu đãi giảm giá hàng theo giá trị hóa đơn** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |
| **Thiết lập khuyến mãi tặng điểm tích lũy theo giá trị đơn hàng** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |
| **Thiết lập khuyến mãi mua hàng A giảm giá hàng B** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |
| **Thiết lập khuyến mãi mua hàng A tặng hàng B** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |
| **Thiết lập khuyến mãi mua hàng tặng Điểm** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |
| **Thiết lập khuyến mãi ưu đãi giảm giá bán khi mua nhiều** | Doanh nghiệp bán lẻ - bộ phận sale marketing |

**Các hình thức thiết lập khuyến mãi**

# **CÁC THUỘC TÍNH KHUYẾN MÃI**

* **Mã khuyến mãi**
* **Tên khuyến mãi**
* **Ngày áp dụng**
* **Ngày hết hạn**
* **Hình thức**
* **Trạng thái**
* Phạm vi
* Lịch sử khuyến mãi theo đặt hang
* Lịch sử khuyến mãi theo hóa đơn

Hóa đơn:

* Gia3m giá hóa đơn.
* Tặng hàng.
* Giảm giá hàng.
* Tặng điểm.
* Tặng voucher.

Hàng hóa:

* Mua hàng tặng hàng.
* Mua hàng tặng điểm.
* Mua hàng giảm giá hàng.
* Gía bán theo số lượng mua.
* Mua hàng tặng voucher