

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**  
**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

---o0o---



**MÔN HỌC: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**  
**DỰ ÁN: XÂY DỰNG WEBSITE BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN**  
**LENAIRE STORE**

**Giáo viên hướng dẫn: ThS. Vũ Sơn Tùng**

**Lớp: DH22IM01**

**Nhóm: 1**

**Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thị Hồng Diễm**

**Nguyễn Thị Thảo Ngân**

**Phạm Ngọc Ánh Nguyệt**

**Võ Ngọc Tú Như**

**Lâm Huệ Nhung**

**Huỳnh Ngọc Huyền Trân**

**Lý Nguyễn Hải Yến**

**THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, NĂM 2025**



## DANH SÁCH THÀNH VIÊN

STT	HỌ VÀ TÊN	MÃ SỐ SINH VIÊN
1	Nguyễn Thị Hồng Diễm	2254050005
2	Nguyễn Thị Thảo Ngân	2254050038
3	Phạm Ngọc Ánh Nguyệt	2254050045
4	Võ Ngọc Tú Như	2254050048
5	Lâm Huệ Nhung	2254050049
6	Huỳnh Ngọc Huyền Trân	2254050075
7	Lý Nguyễn Hải Yến	2254050088



## This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page, providing a guide for handwriting or typing. There are no margins, text, or other markings on the page.

(Ký và ghi rõ họ tên)



## MỤC LỤC

<b>CHƯƠNG 1. KHƠI NGUỒN Ý TƯỞNG.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Câu chuyện thương hiệu .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Ý tưởng sản phẩm.....</b>	<b>3</b>
<b>CHƯƠNG 2. MÔ TẢ DỰ ÁN .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Tổng quan dự án .....</b>	<b>4</b>
2.1.1. Địa điểm .....	5
2.1.2. Phong cách .....	5
2.1.3. Sản phẩm và dịch vụ kinh doanh.....	6
2.1.4. Hình thức hoạt động.....	6
<b>2.2. Chiến lược phát triển.....</b>	<b>7</b>
<b>CHƯƠNG 3. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG.....</b>	<b>9</b>
<b>3.1. Phân tích môi trường vi mô .....</b>	<b>9</b>
3.1.1. Khách hàng.....	9
3.1.2. Người bán .....	9
3.1.3. Đối tác kinh doanh .....	9
3.1.4. Đối thủ cạnh tranh .....	10
<b>3.2. Phân tích môi trường vĩ mô .....</b>	<b>10</b>
3.2.1. Tình hình kinh tế.....	10
3.2.2. Xã hội và văn hóa.....	10
3.2.3. Luật pháp.....	10
3.2.4. Công nghệ.....	11
<b>3.3. Phân khúc thị trường .....</b>	<b>11</b>
3.3.1. Phân tích cầu thị trường .....	11
3.3.2. Khách hàng mục tiêu.....	12
3.3.3. Đối thủ tiềm ẩn .....	12
<b>3.4. Ma trận SWOT .....</b>	<b>14</b>
<b>CHƯƠNG 4. KẾ HOẠCH MARKETING .....</b>	<b>17</b>
<b>4.1. Mục tiêu marketing .....</b>	<b>17</b>

<b>4.2. Chiến lược marketing</b> .....	17
4.2.1. Chiến Lược cạnh tranh.....	17
4.2.2. Chiến lược Marketing hỗn hợp (7Ps).....	17
<b>CHƯƠNG 5. KẾ HOẠCH KINH DOANH</b> .....	21
<b>5.1. Hoàn cảnh</b> .....	21
<b>5.2. Quản lý nhân sự</b> .....	21
<b>5.3. Cách thức quản lý</b> .....	22
<b>5.4. Phát triển website</b> .....	22
<b>5.5. Xác định mục tiêu website</b> .....	23
<b>5.6. Xây dựng nội dung cơ bản cho website</b> .....	23
5.6.1. Trang chủ.....	23
5.6.2. Trang liên hệ.....	27
5.6.3. Trang chính sách.....	28
5.6.4. Trang giới thiệu.....	29
5.6.5. Trang danh mục sản phẩm.....	30
5.6.6. Trang tin tức.....	33
<b>CHƯƠNG 6. DỰ TOÁN TÀI CHÍNH CHI TIẾT CHO DỰ ÁN</b> .....	34
<b>CHƯƠNG 7. ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG CỦA DỰ ÁN VÀ HIỆU QUẢ MANG LẠI CHO KINH TẾ - XÃ HỘI</b> .....	36
<b>7.1. Đánh giá khả năng phát triển mở rộng</b> .....	36
<b>7.2. Giá trị mang lại cho nền kinh tế và xã hội</b> .....	36
7.2.1. Về kinh tế.....	36
7.2.2. Về xã hội.....	37
<b>LỜI KẾT</b> .....	38



## **CHƯƠNG 1. KHƠI NGUỒN Ý TƯỞNG**

### **1.1. Câu chuyện thương hiệu**

Lenaire được hình thành từ niềm đam mê với những sợi len mềm mại và nghệ thuật đan móc thủ công tinh xảo. Xuất phát từ những mũi đan đầu tiên, chúng tôi nhận ra rằng mỗi sợi len không chỉ là nguyên liệu đơn thuần, mà còn là chất liệu để tạo nên những sản phẩm chứa đựng cảm xúc, dấu ấn cá nhân và sự gắn kết giữa người tạo ra với người nhận.

Chúng tôi tin rằng, trong thế giới công nghiệp hóa hiện nay, các sản phẩm handmade vẫn luôn giữ được giá trị riêng, giá trị của sự tỉ mỉ, thời gian và sự chăm chút chân thành. Từ đó, Lenaire ra đời với mong muốn xây dựng một thương hiệu không chỉ cung cấp nguyên liệu len chất lượng, mà còn là nơi khơi nguồn cảm hứng sáng tạo và kết nối cộng đồng những người yêu len.

Mỗi sản phẩm tại Lenaire đều được chăm chút với sự tinh tế, mang trong mình tình yêu dành cho thủ công và sự tận tâm gửi gắm qua từng sợi len. Thương hiệu không đơn thuần là nơi mua bán, mà là hành trình cùng khách hàng sáng tạo nên những điều đẹp đẽ từ những điều nhỏ bé.

### **1.2. Ý tưởng sản phẩm**

Xuất phát từ giá trị cốt lõi là sự thủ công, sáng tạo và cá nhân hóa, Lenaire định hướng phát triển các dòng sản phẩm len handmade cao cấp, được thực hiện hoàn toàn thủ công để đảm bảo tính độc đáo và giá trị cảm xúc trong từng món đồ.

Bên cạnh đó, chúng tôi mong muốn tạo ra một không gian cho phép khách hàng thể hiện cá tính riêng qua các sản phẩm cá nhân hóa như móc khóa, thú bông, túi xách len... được làm theo yêu cầu. Không chỉ dừng lại ở thành phẩm, Lenaire còn phân phối nguyên liệu len và phụ kiện đan móc, giúp những người yêu thích handmade có thể tự tay tạo nên các sản phẩm mang dấu ấn cá nhân. Đây chính là cách Lenaire kết nối con người bằng sự sáng tạo và niềm đam mê với len.

## CHƯƠNG 2. MÔ TẢ DỰ ÁN

### 2.1. Tổng quan dự án

Lenaire là một cửa hàng kinh doanh len sợi và các sản phẩm thủ công từ len, tập trung xây dựng thương hiệu uy tín cho cộng đồng yêu đan móc tại Việt Nam. Dự án hướng đến việc cung cấp các sản phẩm len chất lượng cao, đa dạng mẫu mã và dụng cụ hỗ trợ, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng mở rộng của thị trường handmade.

Trong những năm gần đây, phong trào DIY (Do It Yourself) và làm đồ handmade ngày càng phát triển mạnh, đặc biệt trong giới trẻ. Lenaire xác định mục tiêu không chỉ tạo ra nguồn doanh thu ổn định, mà còn mang lại giá trị gia tăng thông qua các sản phẩm cá nhân hóa, dịch vụ tư vấn và hướng dẫn cho người mới bắt đầu. Tiềm năng tăng trưởng của thị trường len sợi đang rất lớn, tạo điều kiện thuận lợi cho dự án phát triển bền vững.

Dự án áp dụng mô hình kinh doanh online nhằm tối ưu hóa chi phí vận hành, tận dụng các nền tảng thương mại điện tử như Facebook và website để tiếp cận khách hàng. Chiến lược marketing của Lenaire sẽ bao gồm xây dựng nội dung trên mạng xã hội, tổ chức các chương trình livestream, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và hợp tác với các hội chợ trong lĩnh vực handmade để tăng độ nhận diện thương hiệu.

Về tài chính, Lenaire dự kiến đạt lợi nhuận từ 20 đến 40% trên mỗi sản phẩm bán ra nhờ mô hình kinh doanh linh hoạt và tiết kiệm chi phí. Dự án sẽ theo dõi thị trường, phân tích xu hướng tiêu dùng và điều chỉnh chiến lược kinh doanh để tối ưu hiệu quả. Đồng thời, việc thiết lập mối quan hệ với các nhà cung cấp uy tín sẽ đảm bảo nguồn nguyên liệu chất lượng ổn định.

Trong tương lai, Lenaire có kế hoạch mở rộng phạm vi kinh doanh, phát triển thêm các dòng sản phẩm mới, và tổ chức các workshop hướng dẫn đan móc để xây dựng cộng đồng yêu thích handmade. Việc hợp tác với các nghệ nhân, blogger và nhóm đan móc sẽ giúp dự án kết nối sâu rộng với khách hàng, tạo ra giá trị bền vững cho thương hiệu.

### 2.1.1. Địa điểm

Địa chỉ: 1545/6, Lê Văn Lương, xã Nhơn Đức, huyện Nhà Bè, TPHCM.

### 2.1.2. Phong cách



*Logo của dự án Lenaire*

Logo của Lenaire được thiết kế mang phong cách thanh lịch, tinh tế và đậm chất thủ công, phù hợp với một thương hiệu len sợi handmade phù hợp với tệp khách hàng là học sinh, sinh viên và những khách hàng có nhu cầu quan tâm tới các sản phẩm thủ công.

Mô tả chi tiết:

- Tông màu nâu trầm chủ đạo tạo cảm giác ấm áp, gần gũi, đồng thời gợi lên sự mộc mạc và thiên nhiên – những yếu tố đặc trưng của sản phẩm thủ công.
- Kiểu chữ kết hợp giữa nét mềm mại của chữ viết tay và sự thanh thoát của chữ in nghiêng, giúp Tổng thể logo trở nên nhẹ nhàng, nghệ thuật nhưng vẫn dễ đọc.
- Điểm nhấn đặc biệt của thiết kế nằm ở biểu tượng chiếc kim đan cách điệu, kết hợp cùng đường cong mô phỏng sợi len, thể hiện sự tinh xảo và khéo léo trong từng mũi đan.

Tổng thể bố cục có sự kết hợp hài hòa giữa hình ảnh và chữ viết tạo nên một tổng thể cân đối, dễ nhận diện, giúp thương hiệu truyền tải trọn vẹn thông điệp về sự tỉ mỉ, chất lượng và sự đam mê trong từng sản phẩm len handmade.

### *2.1.3. Sản phẩm và dịch vụ kinh doanh*

#### *a. Sản phẩm kinh doanh*

Lenaire sẽ tập trung vào ba nhóm sản phẩm chính:

- Len sợi các loại: Cotton, Baby Yarn, len nhung đũa, Xiaoke,... đa dạng về chất liệu, màu sắc, kích cỡ.
- Sản phẩm handmade từ len: Túi xách, móc khóa, đồ trang trí,... được làm hoàn toàn thủ công.
- Dụng cụ hỗ trợ đan móc: Kim khâu, kim móc, kéo, giá đỡ,...

#### *b. Dịch vụ đi kèm*

- Tư vấn chọn len theo nhu cầu khách hàng.
- Gói quà và sản phẩm tùy chỉnh theo yêu cầu.

### *2.1.4. Hình thức hoạt động*

Lenaire triển khai mô hình kinh doanh chủ yếu thông qua kênh bán hàng trực tuyến, bao gồm hai nền tảng là Facebook và website chính thức – Lenaire Store, giúp tiếp cận và tương tác trực tiếp với khách hàng, đồng thời hỗ trợ giới thiệu sản phẩm, tư vấn, đặt hàng và chăm sóc sau bán.

Bên cạnh hoạt động online, Lenaire còn tích cực tham gia các hội chợ, sự kiện thủ công và triển lãm chuyên đề về len sợi và handmade. Đây là cơ hội để thương hiệu tiếp cận trực tiếp khách hàng tiềm năng, gia tăng độ nhận diện, đồng thời tạo môi trường giao lưu và kết nối với cộng đồng yêu handmade.

## 2.2. Chiến lược phát triển

Giai đoạn	Thời gian	Quy mô	Mục tiêu
Giai đoạn 1	1 năm đầu	Kinh doanh bán hàng qua các nền tảng online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đưa Lenaire vào hoạt động thực tế, thử nghiệm thị trường và thu thập phản hồi từ khách hàng về sản phẩm và dịch vụ.</li> <li>- Xây dựng hình ảnh thương hiệu và tạo dựng uy tín trong cộng đồng đan móc thủ công tại Việt Nam.</li> <li>- Tối ưu hóa quy trình bán hàng trên Shopee, Facebook và website để tiếp cận khách hàng hiệu quả.</li> <li>- Dự kiến hoàn vốn và bắt đầu có lợi nhuận trong 12 tháng đầu kinh doanh.</li> </ul>
Giai đoạn 2	1 năm tiếp theo	Mở rộng hoạt động kinh doanh online, thử nghiệm thêm các dòng sản phẩm mới	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điều chỉnh danh mục sản phẩm dựa trên phản hồi của khách hàng, tập trung vào các dòng len bán chạy và sản phẩm handmade được ưa chuộng.</li> <li>- Cải tiến trải nghiệm khách hàng bằng cách nâng cấp website, cải thiện quy trình đóng gói, vận chuyển.</li> <li>- Xây dựng chiến lược quảng bá mạnh mẽ hơn, hợp tác với các influencer và nhóm đan móc để tăng nhận diện thương hiệu.</li> <li>- Tìm kiếm nguồn cung cấp nguyên liệu</li> </ul>

			chất lượng cao với giá cả hợp lý để tối ưu chi phí và gia tăng lợi nhuận.
Giai đoạn 3	Các năm tiếp theo	Mở rộng kinh doanh, xây dựng cộng đồng và phát triển thương hiệu Lenaire.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đẩy mạnh lợi nhuận và duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định.</li> <li>- Xây dựng cộng đồng đan móc thông qua các workshop, khóa học hướng dẫn online và offline.</li> <li>- Phát triển thêm các sản phẩm giá trị gia tăng như bộ kit đan móc, sản phẩm DIY (Do It Yourself) dành cho người mới bắt đầu.</li> <li>- Mở rộng thương hiệu Lenaire bằng cách hợp tác với các nhà cung cấp, nghệ nhân trong ngành để tạo ra các sản phẩm độc quyền.</li> <li>- Nghiên cứu và phát triển các dòng sản phẩm len thân thiện với môi trường, góp phần xây dựng thương hiệu bền vững.</li> </ul>

## CHƯƠNG 3. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

### 3.1. Phân tích môi trường vi mô

#### 3.1.1. Khách hàng

Nhóm khách hàng chủ yếu là những người yêu thích các sản phẩm thủ công, thích sự độc đáo, sáng tạo và mang tính cá nhân hóa. Đối tượng khách hàng chính là giới trẻ, học sinh, sinh viên, dân văn phòng - những người muốn tìm những món quà tặng độc lạ hoặc trang trí không gian sống. Những người tiêu dùng sẵn sàng chi trả với mức giá cao hơn cho những sản phẩm thủ công nếu đảm bảo tính thẩm mỹ, chất lượng và sự tinh tế, độc đáo khác biệt trong thiết kế.

#### 3.1.2. Người bán

Người bán các sản phẩm về len thường là những người có đam mê với đồ thủ công, khéo tay, có khả năng sáng tạo và kiên nhẫn. Đối tượng thường là sinh viên, người làm nghề tay trái hoặc các bà nội trợ có thời gian rảnh rỗi nhưng vẫn muốn kiếm thêm thu nhập. Người bán cần có khả năng tiếp cận, sử dụng và vận dụng các nền tảng xã hội để tiếp cận khách hàng, hiểu tâm lý khách hàng, tạo ra được sản phẩm phù hợp với thị trường và có khả năng marketing tốt để quảng bá sản phẩm.

#### 3.1.3. Đối tác kinh doanh

Đơn vị vận chuyển hàng hóa: Đặc thù kinh doanh thương mại điện tử khách hàng chỉ cần đặt trên website hàng sẽ được đóng gói và giao đến địa chỉ khách hàng yêu cầu. Bên cạnh đó vì đây là sản phẩm thủ công, dễ bị hư hỏng nếu không được đóng gói cẩn thận, do đó cần lựa chọn các đơn vị vận chuyển uy tín. Hiện nay có rất nhiều đơn vị vận chuyển có thể đáp ứng được nhu cầu này và Lenaire đã lựa chọn đơn vị Bưu điện Việt Nam - VNPost để phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng.

#### *3.1.4. Đối thủ cạnh tranh*

Đối thủ cạnh tranh trực tiếp: hiện nay có rất nhiều các cửa hàng kinh doanh đồ len handmade khác trên Shopee, Lazada, Tiktok hoặc các shop cá nhân bán hàng trên Facebook,...

Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn: ngày càng có nhiều người trẻ yêu thích đan len, có khả năng tự làm sản phẩm thay vì mua. Ngoài ra, có khá nhiều cá nhân riêng lẻ khởi nghiệp trong lĩnh vực này vì vốn ít, dễ thực hiện.

### **3.2. Phân tích môi trường vĩ mô**

#### *3.2.1. Tình hình kinh tế*

Hiện nay, tình hình kinh tế Việt Nam phát triển khá ổn định, thu nhập của người dân ở mức khá tốt, xu hướng tiêu dùng xanh và ưa chuộng sản phẩm thân thiện với môi trường ngày càng phổ biến giúp thúc đẩy sự quan tâm đến các sản phẩm handmade mang tính sử dụng lâu dài như hoa len, túi len. Tuy nhiên, tình hình lạm phát và chi phí nguyên liệu có thể tăng, ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm và hành vi chi tiêu của khách hàng

#### *3.2.2. Xã hội và văn hóa*

Người tiêu dùng đang ngày càng quan tâm đến sản phẩm có yếu tố thủ công, độc đáo và mang dấu ấn cá nhân tạo cơ hội lớn cho các sản phẩm len handmade. Quà tặng thủ công đang trở thành xu hướng trong các dịp đặc biệt như sinh nhật, lễ tình nhân, giáng sinh,... giúp thúc đẩy nhu cầu mua sắm đối với các sản phẩm len. Việc phổ biến của phong cách sống tối giản và decor phong cách vintage cũng làm tăng sức hút của sản phẩm thủ công bằng len cùng với sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội cũng giúp lan tỏa xu hướng và thu hút các khách hàng bằng các video sản phẩm len sáng tạo.

#### *3.2.3. Luật pháp*

Chính phủ đang ngày càng siết chặt các quy định về kinh doanh online, yêu cầu đăng ký kinh doanh đối với các shop bán hàng trên các nền tảng thương mại điện tử. Các chủ thể



kinh doanh cũng phải tuân thủ luật bảo vệ người tiêu dùng và quy định về thương mại điện tử về thông tin sản phẩm minh bạch, nguồn gốc nguyên vật liệu và chính sách đổi trả.

#### *3.2.4. Công nghệ*

Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ giúp thương mại điện tử và kinh doanh online phát triển mạnh tạo điều kiện thuận lợi cho các shop bán đồ handmade dễ dàng tiếp cận với khách hàng. Các nền tảng như Tiktok, Facebook cũng giúp cá nhân và doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận thị trường, quảng bá thương hiệu và mở rộng hệ thống bán hàng nếu có nhu cầu.

### **3.3. Phân khúc thị trường**

#### *3.3.1. Phân tích cấu trúc thị trường*

Phân khúc theo độ tuổi:

- Dưới 15 tuổi: là trẻ em, học sinh tiểu học và trung học khả năng chi tiêu còn hạn chế, ít tự mua sắm nhưng có thể là đối tượng được tặng quà từ phụ huynh, người thân. Các sản phẩm có thể phù hợp là móc khóa len, thú bông bằng len hoặc phụ kiện nhỏ.
- Từ 15 - 25 tuổi: là nhóm học sinh, sinh viên, người trẻ yêu thích đồ handmade, thích các sản phẩm dễ thương, quan tâm đến xu hướng, thường xuyên mua sắm online và thích các quà tặng mang tính sáng tạo, cá nhân. Sản phẩm phù hợp như hoa len, túi len nhỏ, phụ kiện len.
- Từ 25 - 40 tuổi: là nhóm dân văn phòng, người đi làm có thu nhập ổn định, có xu hướng ưu tiên các sản phẩm chất lượng, bền đẹp, mang tính ứng dụng cao như túi len thời trang, khăn len, đồ decor bằng len.
- Trên 40 tuổi: là nhóm có xu hướng yêu thích các sản phẩm thủ công mang tính nghệ thuật, quà tặng có ý nghĩa cao như giỏ hoa len trang trí.

Phân khúc theo thu nhập:

- Người có thu nhập cao: thường sống ở các thành phố lớn, có xu hướng tìm kiếm sản phẩm độc lạ, cao cấp, thiết kế riêng. Sẵn sàng chi trả cho những sản phẩm len tinh xảo, cầu kỳ, mang giá trị nghệ thuật cao.
- Người có thu nhập trung bình: tìm kiếm sản phẩm có giá cả hợp lý, chất lượng tốt, phù hợp với nhu cầu sử dụng hàng ngày, ưu tiên các sản phẩm đa dụng như túi len, móc khóa len, hoa len trang trí giá tầm trung.
- Người có thu nhập thấp: thường thích các sản phẩm giá rẻ, mua sắm theo nhu cầu thực tế, ít quan tâm đến thương hiệu, sản phẩm phù hợp: móc khóa len, phụ kiện len nhỏ.

### *3.3.2. Khách hàng mục tiêu*

Khách hàng mua sắm trực tiếp tại cửa hàng: chủ yếu là học sinh, sinh viên, dân văn phòng, khách du lịch tìm kiếm quà tặng handmade. Những người thích trải nghiệm thực tế, muốn kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi mua. Thường xuất hiện ở các trung tâm thương mại, khu du lịch hoặc các hội chợ handmade.

Khách hàng mua sắm online: thường là nhóm người trẻ, dân văn phòng bận rộn, có thói quen mua sắm qua các nền tảng như Shopee, TikTok, Instagram, Facebook. Ưa chuộng các sản phẩm đẹp, bắt trend, dễ tiếp cận qua các kênh quảng cáo trực tuyến. Tập trung từ độ tuổi từ 18 -35 với nhu cầu mua quà tặng hoặc trang trí cá nhân.

### *3.3.3. Đối thủ tiềm ẩn*

Vì đặc điểm của sản phẩm thủ công bằng len là có thể dễ sao chép, đối thủ tiềm ẩn có thể xuất hiện từ nhiều nguồn khác nhau. Những đối thủ này có thể bao gồm:

- Các cá nhân kinh doanh handmade nhỏ lẻ: những người tự kinh doanh đồ len handmade qua mạng xã hội như Facebook, Instagram, Tiktok, Shopee với giá cả cạnh tranh, mẫu mã đa dạng.

- Các cửa hàng kinh doanh đồ handmade lớn: các thương hiệu chuyên đồ len handmade có uy tín, lượng khách trung thành và khả năng mở rộng thị trường như Tiệm Nhà Len, Tiệm Chúng Minh, Là Len,...
- Xu hướng: ngày càng có nhiều người có xu hướng học đan móc len để tự làm sản phẩm thay vì mua sẵn. Điều này có thể ảnh hưởng đến nhu cầu mua sắm.

Thách thức từ đối thủ và giải pháp:

- Cạnh tranh giá từ cá nhân bán hàng online: Tạo ra sự khác biệt bằng thiết kế độc quyền, chất lượng cao, xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội.
- Cửa hàng handmade có thương hiệu: Định vị thị trường ngách với sản phẩm đặc biệt (ví dụ như các sản phẩm theo yêu cầu), tăng cường trải nghiệm khách hàng tại cửa hàng.

Các chiến lược dài hạn:

- Tập trung vào trải nghiệm của khách hàng bằng cách cung cấp các dịch vụ tư vấn cá nhân hóa, gói quà miễn phí, làm sản phẩm theo yêu cầu.
- Đẩy mạnh tiếp thị trên nền tảng số: Quảng bá trên Tiktok, Instagram, Facebook, xây dựng nội dung hấp dẫn về sản phẩm.
- Phát triển kênh bán hàng đa dạng: Bên cạnh kênh bán hàng trực tuyến, Lenaire Store còn tham gia các hội chợ handmade, hợp tác với các cửa hàng lưu niệm hoặc quán cà phê phong cách vintage.

### 3.4. Ma trận SWOT

LENAIRE	<p><b>S (ĐIỂM MẠNH)</b></p> <p>Tính cá nhân cao: được làm thủ công hoàn toàn nên mang tính cá nhân hóa, khác biệt so với sản phẩm công nghiệp đại trà.</p> <p>Mẫu mã đa dạng, sáng tạo: dễ cập nhật xu hướng mới, tạo sản phẩm độc quyền theo yêu cầu của khách hàng.</p> <p>Khả năng tùy chỉnh: cung cấp dịch vụ làm theo yêu cầu, đáp ứng sở thích cá nhân của khách hàng.</p> <p>Chi phí vận hành thấp: không cần mặt bằng lớn, có thể kinh doanh từ nhà và qua nền tảng online.</p>	<p><b>W (ĐIỂM YẾU)</b></p> <p>Thời gian sản xuất lâu: vì sản phẩm hoàn toàn thủ công nên khó đáp ứng nhu cầu số lượng lớn trong thời gian ngắn.</p> <p>Giá thành cao hơn sản phẩm công nghiệp: Khách hàng có thể so sánh giá với các sản phẩm nhập khẩu giá rẻ từ Trung Quốc.</p> <p>Phụ thuộc vào tay nghề thợ làm: Cần tuyển dụng và đào tạo thợ có kỹ năng tốt, đảm bảo chất lượng đồng đều.</p> <p>Thương hiệu chưa phổ biến: Cạnh tranh với các thương hiệu lớn hoặc các cửa hàng handmade đã có danh tiếng.</p>
O (CƠ HỘI)	S.O	W.O

<p>Xu hướng tiêu dùng handmade và cá nhân hóa đang gia tăng: Nhiều người thích sở hữu hoặc tặng quà handmade vì sự độc đáo và ý nghĩa.</p> <p>Phát triển thương mại điện tử: Mua sắm online ngày càng phổ biến, đặc biệt trên các nền tảng như Shopee, TikTok Shop, Instagram.</p> <p>Hợp tác với quán cà phê, cửa hàng quà tặng: Tạo điểm bán hàng trực tiếp để tiếp cận khách hàng dễ dàng hơn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tận dụng tính thủ công và cá nhân hóa để tạo sự khác biệt với sản phẩm công nghiệp.</li> <li>- Kết hợp bán online và offline để mở rộng thị trường.</li> <li>- Đẩy mạnh tiếp thị trên mạng xã hội, tận dụng TikTok và Instagram để thu hút khách hàng.</li> <li>- Hợp tác với các cửa hàng quà tặng, quán cà phê để tăng điểm bán.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nâng cao tay nghề, tăng tốc độ sản xuất nhưng vẫn đảm bảo chất lượng.</li> <li>- Xây dựng chiến lược định giá hợp lý, kết hợp combo khuyến mãi để thu hút khách hàng.</li> <li>- Tạo nội dung marketing hấp dẫn, kể câu chuyện về sản phẩm để thu hút khách hàng yêu thích đồ handmade.</li> </ul>
<p>T (THÁCH THỨC)</p> <p>Cạnh tranh gay gắt: Sự xuất hiện của nhiều cửa hàng handmade khác, cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ và sản phẩm nhập khẩu giá rẻ.</p> <p>Thay đổi xu hướng nhanh: Cần liên tục cập nhật mẫu mã, nắm bắt thị hiếu khách hàng để không bị lỗi thời.</p>	<p>S.T</p> <p>Định vị thương hiệu là sản phẩm len handmade cao cấp, tạo sự khác biệt với hàng công nghiệp.</p> <p>- Tạo ra các mẫu độc quyền, chỉ bán số lượng giới hạn để kích thích nhu cầu.</p>	<p>W.T</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm nguồn cung nguyên liệu ổn định để giảm chi phí.</li> <li>- Cải thiện chiến lược marketing để nâng cao nhận diện thương hiệu.</li> <li>- Kết hợp dạy học đan móc (workshop) để tạo</li> </ul>

<p>Chi phí nguyên liệu có thể tăng: Giá len và các vật liệu khác có thể biến động theo thị trường.</p> <p>Tâm lý khách hàng e ngại giá cao: Một số khách hàng có thể không sẵn sàng trả giá cao cho sản phẩm handmade.</p>	<p>- Xây dựng cộng đồng khách hàng trung thành bằng chương trình ưu đãi, tặng quà cho khách hàng thân thiết.</p>	<p>thêm nguồn thu và thu hút khách hàng mới</p>
--	--	---

## CHƯƠNG 4. KẾ HOẠCH MARKETING

### 4.1. Mục tiêu marketing

LENAIRE hướng đến mục tiêu xây dựng thương hiệu uy tín trong lĩnh vực cung cấp các sản phẩm len chất lượng cao, mang đến trải nghiệm mua sắm lý tưởng cho những người yêu thích đan móc và sáng tạo thủ công.

Mục tiêu cụ thể:

- Thu hút khách hàng có đam mê với các sản phẩm len và nghệ thuật handmade.
- Gia tăng mức độ nhận diện thương hiệu.
- Tăng doanh thu và lợi nhuận trước thuế.

### 4.2. Chiến lược marketing

#### 4.2.1. Chiến Lược cạnh tranh

Lenaire tập trung vào thị trường mục tiêu và nhóm khách hàng chính là người mua sắm trực tuyến. Chúng tôi hướng đến việc tạo ra một nền tảng bán hàng chuyên nghiệp, nơi khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm và mua sắm các sản phẩm len chất lượng cao một cách thuận tiện và nhanh chóng.

Khách hàng mục tiêu: Những người yêu thích đồ len handmade, người yêu thích sự tiện lợi của việc mua hàng online và mong muốn sản phẩm được giao tận nơi nhanh chóng.

#### 4.2.2. Chiến lược Marketing hỗn hợp (7Ps)

Chiến lược này nhằm giúp khách hàng:

- Nhận biết thương hiệu Lenaire.
- Quan tâm đến sản phẩm len cao cấp.
- Tin tưởng và lựa chọn len của Lenaire để sử dụng.

Đối tượng ưu tiên tiếp cận số một là nhóm khách hàng mục tiêu: Những người yêu thích đan móc, từ người mới bắt đầu đến thợ chuyên nghiệp.

#### 4.2.2.1. Chính sách "Con người" (People)

Lenaire chú trọng hai nhóm đối tượng: Khách hàng và nhân viên.

A - Chính sách đối với nhân viên:

Là một thương hiệu kinh doanh online, đội ngũ nhân sự đóng vai trò quan trọng trong việc chăm sóc và hỗ trợ khách hàng. Chính sách tuyển dụng và đào tạo của Lenaire tập trung vào:

- Khả năng giao tiếp tốt, tư vấn tận tâm.
- Hiểu biết về len, kỹ thuật đan móc để hỗ trợ khách hàng.
- Nhiệt tình, nhanh nhẹn trong xử lý đơn hàng và phản hồi khách.

B - Chính sách đối với khách hàng:

Lenaire không chỉ bán len mà còn mang đến trải nghiệm mua sắm và dịch vụ hỗ trợ đan móc chuyên sâu. Các chính sách hỗ trợ khách hàng bao gồm:

- Lưu trữ thông tin khách hàng để gửi ưu đãi và chúc mừng vào các dịp đặc biệt.
- Chương trình khách hàng thân thiết với điểm tích lũy đổi quà.
- Hỗ trợ tư vấn chọn len phù hợp với từng loại sản phẩm đan móc.
- Kênh cộng đồng (nhóm Facebook) để giao lưu và học hỏi kinh nghiệm.

#### 4.2.2.2. Chiến lược "Quy trình" (Process)

Là một shop bán online, Lenaire tập trung tối ưu hóa quy trình mua sắm:

Bước 1: Khách hàng truy cập website hoặc fanpage của Lenaire.

Bước 2: Tìm kiếm và lựa chọn loại len phù hợp.

Bước 3: Thêm sản phẩm vào giỏ hàng.



Bước 4: Nhấn nút đặt hàng và chọn phương thức thanh toán (chuyển khoản, ví điện tử, COD).

Bước 5: Xác nhận đơn hàng và nhận thông tin vận chuyển.

Bước 6: Nhận hàng và đánh giá sản phẩm.

Chính sách đổi trả linh hoạt trong 3 ngày nếu sản phẩm lỗi hoặc không đúng mô tả.

#### 4.2.2.3. “Bằng chứng cụ thể” (*Physical Evidence*)

Lenaire xây dựng lòng tin với khách hàng bằng:

- Website chuyên nghiệp, dễ sử dụng, hình ảnh sản phẩm sắc nét.
- Feedback thực tế từ khách hàng trên Facebook, Website.
- Bao bì đẹp mắt, đảm bảo sản phẩm đến tay khách hàng trong tình trạng tốt nhất.
- Các tài liệu hướng dẫn đan móc (video, ebook) kèm theo sản phẩm.

#### 4.2.2.4. Chiến lược “Sản phẩm” (*Product*)

Sản phẩm của Lenaire bao gồm:

- Len sợi cao cấp, đa dạng màu sắc, độ dày và chất liệu.
- Sản phẩm len đa dạng từ mẫu mã đến kiểu dáng.
- Phụ kiện đan móc: kim đan, kim móc, dụng cụ len.
- Dịch vụ tư vấn chọn len và hướng dẫn đan móc miễn phí.

Lenaire hướng đến phân khúc khách hàng có thu nhập trung bình, mong muốn sử dụng len chất lượng.

#### 4.2.2.5. Chiến lược “Giá” (*Price*)

Chính sách giá của Lenaire dựa trên hai tiêu chí:

Phù hợp với khách hàng mục tiêu: Giá cả hợp lý cho len chất lượng cao.

Chiến lược giá linh hoạt:

- Giá bán cạnh tranh trên thị trường online.
- Giảm giá cho khách hàng mua số lượng lớn.
- Chương trình tích điểm đổi quà, giảm giá vào các dịp lễ.

#### 4.2.2.6. Chính sách “Phân phối”

Lenaire tập trung vào bán hàng trực tuyến:

- Website chính thức.
- Fanpage để tương tác và chốt đơn trực tiếp.

#### 4.2.2.7. Chính sách “Truyền thông và xúc tiến kinh doanh” (Promotion)

Đối tượng truyền thông: Nhóm khách hàng mục tiêu.

Mục tiêu truyền thông: Các mục tiêu mà hoạt động truyền thông LENAIRE hướng đến là:

- Giới thiệu sản phẩm đến với mọi khách hàng.
- Tạo sự chú ý và thu hút khách hàng.
- “Kéo” khách hàng đến và “đẩy” chất lượng dịch vụ.

Chiến lược truyền thông của Lenaire tập trung vào:

- Quảng cáo online: Facebook Ads.
- Nội dung sáng tạo: Video hướng dẫn đan móc, bài viết chia sẻ kinh nghiệm.
- Chương trình khuyến mãi:
  - Ưu đãi khai trương: Giảm 25% toàn bộ sản phẩm trong tuần đầu tiên.
  - Tích điểm khách hàng thân thiết: Mỗi 100.00đ mua hàng = 1 điểm, tích đủ điểm đổi quà.
  - Miễn phí tư vấn: Hướng dẫn chọn len và bảo quản len cho mọi khách hàng.
  - Sự kiện đặc biệt: Giảm giá 25% vào các dịp Black Friday, 8/3, 30/4, 20/10.

Lenaire không chỉ là nơi bán len mà còn là cộng đồng sáng tạo và chia sẻ đam mê đan móc.

## CHƯƠNG 5. KẾ HOẠCH KINH DOANH

### 5.1. Hoàn cảnh

Sự phát triển của thương mại điện tử và xu hướng handmade đang mở ra nhiều cơ hội cho ngành kinh doanh len. Website Lenaire ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu mua sắm tiện lợi của khách hàng, giúp họ tiếp cận với các sản phẩm len chất lượng cao mà không cần đến cửa hàng truyền thống. Điều này giúp tối ưu chi phí vận hành, tiếp cận khách hàng nhanh chóng và mở rộng thị trường trên phạm vi rộng hơn.

### 5.2. Quản lý nhân sự

Vì hoạt động kinh doanh hoàn toàn trực tuyến, nhân sự của Lenaire được tổ chức theo các vị trí sau:

Vị trí	Nhiệm vụ
Quản lý vận hành	Quản lý quy trình bán hàng, giám sát hoạt động website, điều phối nhân sự.
Nhân viên chăm sóc khách hàng	Hỗ trợ tư vấn sản phẩm, xử lý đơn hàng, giải đáp thắc mắc khách.
Nhân viên marketing	Quản lý nội dung, quảng cáo, tối ưu SEO, chạy chiến dịch truyền thông.
Nhân viên kho & giao nhận	Kiểm tra hàng hóa, đóng gói và xử lý đơn vận chuyển.

### **5.3. Cách thức quản lý**

#### **a) Thời gian làm việc & quản lý công việc**

- Làm việc linh hoạt theo nhu cầu đơn hàng và chiến dịch marketing.
- Sử dụng các công cụ quản lý Google Sheets, Ecwid để theo dõi đơn hàng, lịch làm việc, và kế hoạch marketing.
- Thiết lập hệ thống trả lời tin nhắn tự động trên Facebook để không bỏ lỡ khách hàng khi bận rộn.

#### **b) Chính sách nghỉ ngơi**

- Vì tự kinh doanh nên thời gian làm việc có thể linh hoạt, nhưng cần đảm bảo tính nhất quán để duy trì uy tín với khách hàng.
- Khi có lịch nghỉ dài (du lịch, công việc cá nhân), sẽ thông báo trên fanpage hoặc cài đặt chế độ "nghỉ tạm thời" trên các kênh bán hàng.

#### **c) Thưởng & động lực cá nhân**

- Thiết lập mục tiêu doanh số hàng tháng để tạo động lực phát triển kinh doanh.
- Tự đặt ra các phần thưởng cá nhân khi đạt mục tiêu bán hàng.
- Xây dựng chiến lược tái đầu tư: Một phần lợi nhuận sẽ được dùng để mở rộng sản phẩm, chạy quảng cáo, hoặc nâng cấp trang web.

### **5.4. Phát triển website**

Lenaire đã xây dựng và tối ưu hóa website bán hàng theo các bước sau:

#### **Bước 1:**

- Xây dựng thương hiệu Lenaire chuyên bán len sợi cao cấp.
- Tương tác với khách hàng dễ dàng (hỗ trợ, tư vấn, đặt hàng...) thông qua website/Facebook.
- Tên website: LENAIRE STORE

Bước 2: Lựa chọn bố cục website bán hàng với thanh công cụ trực quan, dễ sử dụng.  
Bước 3: Chọn công nghệ thiết kế web, tối ưu hóa cho laptop, điện thoại và máy tính bảng.  
Bước 4: Chọn nền tảng phù hợp để xây dựng website, tích hợp giỏ hàng, thanh toán trực tuyến.

### **5.5. Xác định mục tiêu website**

Lenaire chọn bán hàng qua website thay vì các sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada vì:

- Chủ động kiểm soát thương hiệu: Website có thiết kế đẹp mắt, chuẩn SEO, bố cục hợp lý thể hiện đầy đủ thông tin sản phẩm như mô tả, giá cả.
- Trải nghiệm khách hàng tốt hơn: Website giúp khách hàng tìm kiếm sản phẩm dễ dàng, giảm thời gian mua sắm.
- Tích hợp tính năng tiện ích: Hỗ trợ thanh toán online, theo dõi đơn hàng, tư vấn khách hàng nhanh chóng.
- Chính sách khuyến mãi riêng biệt: Khách hàng nhận thông báo ưu đãi, chương trình giảm giá nhanh hơn.
- Tránh cạnh tranh gay gắt trên sàn thương mại điện tử: Mức độ cạnh tranh cao, phí vận chuyển và hoa hồng sàn có thể ảnh hưởng đến giá bán và lợi nhuận.

Website Lenaire không chỉ là một cửa hàng trực tuyến mà còn là nơi cung cấp thông tin hữu ích về len sợi, hướng dẫn đan móc, tạo cộng đồng chia sẻ kinh nghiệm cho những người yêu thích đan len.

### **5.6. Xây dựng nội dung cơ bản cho website**

#### **5.6.1. Trang chủ**

Trang chủ đáp ứng các yêu cầu về màu sắc, thông điệp cần truyền tải:

- Màu sắc với màu chủ đạo là hồng pastel.
- Bố cục, cách trình bày ngắn gọn, súc tích và logic.
- Giao diện đơn giản nhưng hiệu quả.



✦ Sản phẩm bán chạy ✦



Móc khóa Capypara

Giá: 40.000đ



Hoa Tulip

Giá: 40.000đ



Móc khóa cung hoàng đạo

Giá: 50.000đ



Túi xách hoa

Giá: 130.000đ



## Móc khóa len



Móc khóa động vật

Giá: 35.000đ



Móc khóa vật tiểu thư

Giá: 45.000đ



Móc khóa capybara

Giá: 40.000đ

Xem tất cả

## Hoa len



Hoa hồng len

Giá: 250.000đ



Hoa ly len

Giá: 450.000đ



Hoa Tulip len

Giá: 40.000đ

Xem tất cả

## Túi len



Túi len vịt

Giá: 159.000đ



Túi xách hoa

Giá: 130.000đ



Túi len cừu

Giá: 119.000đ

Xem tất cả



## Len sợi



**Len Baby Yarn**

Giá: 20.000đ



**Len nhung dừa**

Giá: 25.000đ



**Len Xiaoke**

Giá: 15.000đ

Xem tất cả

## Kim móc & dụng cụ



**Bộ kim móc bằng nhôm**

Giá: 130.000đ



**Kim khâu len sợi inox**

Giá: 10.000đ



**Giá đỡ cuộn len bằng gỗ**

Giá: 90.000đ

Xem tất cả



### VỀ CHÚNG TÔI

Chuyên cung cấp sợi len chất lượng và sản phẩm len handmade tinh tế. Từ len cotton, len lông cừu đến khăn, mũ, thú bông đan móc – mỗi sản phẩm đều mang hơi ấm và sự tỉ mỉ. Cùng Lenaire kết nối yêu thương qua từng sợi len mềm mại! ❤️

### THỜI GIAN LÀM VIỆC

Cửa hàng làm việc từ 7:00-22:00 hàng ngày, liên hệ trực tiếp qua số điện thoại **0357 163 001**


### KẾT NỐI VỚI CHÚNG TÔI

- Hotline: 0357 163 001
- Địa chỉ: 1545/6, Lê Văn Lương, xã Nhon Đức, huyện Nhà Bè, TPHCM
- Email: [lenairestore@gmail.com](mailto:lenairestore@gmail.com)
- Facebook: [Lenaire Store](https://www.facebook.com/Lenaire.Store)




### 5.6.2. Trang liên hệ

Khách hàng có liên hệ khi cần hỗ trợ thông qua website/ trang fanpage hoặc có mong muốn đặt hàng theo nhu cầu.

 LENAIRE STORE

Trang chủGiới thiệuSản phẩm ▾Khuyến MãiChính sáchLiên hệTin tức

# Liên hệ




## Liên hệ hỗ trợ - Lenaire


Vui lòng điền đầy đủ thông tin để chúng tôi xác nhận đơn hàng của bạn.


♦ **Phương thức thanh toán:**

- **Ngân hàng:** MB Bank – Chi nhánh TP.HCM
- **Số tài khoản:** 0886 123 456 789
- **Chủ tài khoản:** LENAIRE STORE
- **Nội dung chuyển khoản:** Mã đơn hàng

 Sau khi nhận được thanh toán hoặc đơn hàng, chúng tôi sẽ liên hệ ngay với quý khách! Xin cảm ơn và chúc quý khách mua sắm vui vẻ! 🎉

Inhy19id@gmail.com [Switch account](#)

 Not shared



\* Indicates required question

### Tiệm len LENAIRE

🔔 Kính chào Quý khách,

Chào mừng Quý khách đã ghé thăm tiệm len LENAIRE. Chúng tôi tự hào mang đến những sản phẩm len tinh tế, đa dạng mẫu mã, phù hợp cho mọi nhu cầu.

Đội ngũ nhân viên của LENAIRE luôn sẵn sàng tư vấn tận tình, giúp Quý khách lựa chọn được những sản phẩm ưng ý nhất. Đặc biệt, chúng tôi hỗ trợ giao hàng tận nơi để phục vụ Quý khách dù ở bất kỳ đâu.

Hãy để LENAIRE đồng hành cùng bạn.

👉 Đối với Quý khách có nhu cầu đặt hàng theo mẫu riêng, vui lòng đặt hàng trực tiếp trên website thông qua form liên hệ hoặc liên hệ hotline: 0357 163 001 để được tư vấn chi tiết và hỗ trợ đặt hàng.

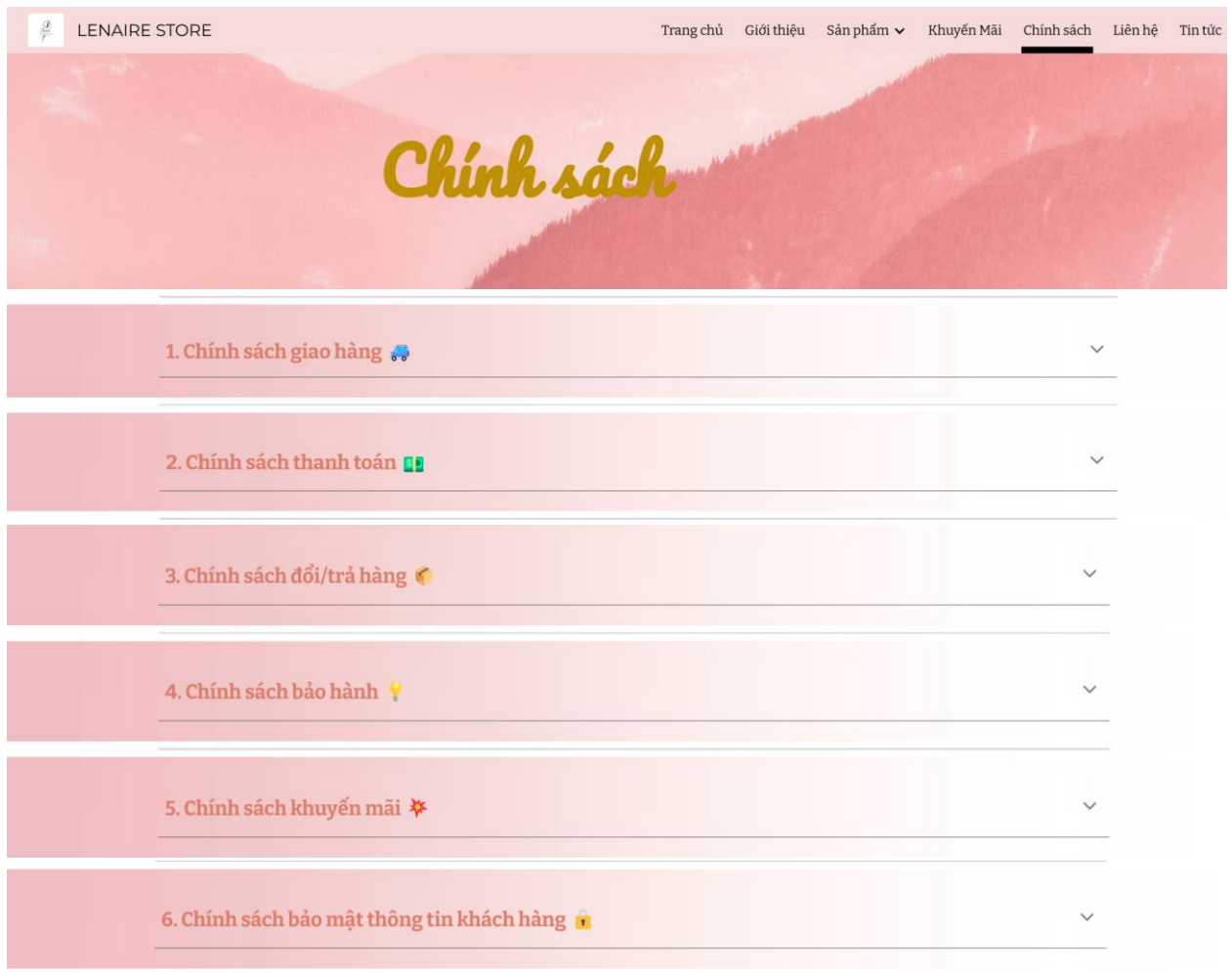
👉 Chúng tôi cam kết giao hàng tận nơi trên toàn quốc và hỗ trợ thanh toán khi nhận hàng.

Trân trọng.


★ Tiệm len LENAIRE:

- Tư vấn dịch vụ: 0357 163 001
- Hỗ trợ sử dụng: 0357 163 001
- Hỗ trợ vận chuyển: 0357 163 001
- Email: [lenairestore@gmail.com](mailto:lenairestore@gmail.com)
- Facebook: [Lenaire Store](#)
- Thời gian hoạt động: 7:00 - 22:00 hàng ngày.

### 5.6.3. Trang chính sách



### 5.6.4. Trang giới thiệu

 LENAIRE STORE

Trang chủGiới thiệuSản phẩm ▾Khuyến MãiChính sáchLiên hệTin tức

# Giới thiệu

## 1. Thương hiệu 🍷

**Tên thương hiệu:** Lenaire – Tiệm Len Handmade.

**Thành lập:** 27/02/2025.

**Sứ mệnh:** Mang đến những sợi len chất lượng và sản phẩm len tinh tế, giúp khách hàng thỏa sức sáng tạo.

**Câu chuyện thương hiệu:**

*Lenaire: Tinh tế trong từng mũi đan*

Lenaire ra đời từ niềm đam mê với những sợi len mềm mại và nghệ thuật đan móc đầy tinh tế. Chúng tôi tin rằng mỗi cuộn len không chỉ là nguyên liệu, mà còn là sự khởi đầu cho những tác phẩm mang dấu ấn cá nhân, những món quà chứa đựng yêu thương và sự chăm chút tỉ mỉ.

Bắt đầu từ những mũi đan đầu tiên, Lenaire không ngừng tìm kiếm những loại len chất lượng nhất, đa dạng màu sắc và kết cấu, để mỗi khách hàng có thể có tạo nên những sản phẩm độc đáo. Chúng tôi không chỉ cung cấp len, mà còn mong muốn truyền cảm hứng sáng tạo và kết nối cộng đồng yêu len trên hành trình biến từng sợi len nhỏ bé thành những điều đẹp đẽ.

Từng mũi đan, từng sản phẩm tại Lenaire đều mang trong mình sự tinh tế, nhẹ nhàng và ấm áp. Chúng tôi hy vọng, khi cầm trên tay một sản phẩm từ Lenaire, bạn sẽ cảm nhận được sự tận tâm và tình yêu trong từng sợi len đan kết.

## 2. Sản phẩm & dịch vụ chính 🌐

## 3. Cam kết chất lượng 🌞

## 4. Chính sách và dịch vụ chính 📄

## 5. Liên hệ & kết nối 📞

### 5.6.5. Trang danh mục sản phẩm



#### Tất cả sản phẩm



Hoa hồng bó

Giá: 390.000đ

Mua ngay



Túi len Vịt

Giá: 159.000đ

Mua ngay



Hoa len mix

Giá: 500.000đ

Mua ngay



Len Baby Yarn

Giá: 20.000đ

Mua ngay



Móc Khoá Động Vật

Giá: 35.000đ

Mua Ngay



Móc Khoá Capypara

Giá: 40.000đ

Mua Ngay



Móc Khoá Cung Hoàng Đạo

Giá: 50.000đ

Mua Ngay



Móc Khoá Vịt Tiểu Thư

Giá: 45.000đ

Mua Ngay





Móc Khoá Thỏ Bảy màu

Giá: 50.000đ

Mua Ngay



Túi xách dây lụa

Giá: 289.000đ

Mua ngay



Túi len cừu

Giá: 119.000đ

Mua ngay



Len Cotton Việt Nam

Giá: 20.000đ

Mua ngay



Len milk bò

Giá: 15.000đ

Mua ngay



Hoa mẫu đơn

Giá: 100.000đ

Mua ngay



Len bông xù sợi nhỏ XiaoKe

Giá: 15.000đ

Mua ngay



Hoa bó mix

Giá: 349.000đ

Mua ngay



Len nhung dừa

Giá: 25.000đ

Mua ngay



Túi len xách tay

Giá: 110.000đ

Mua ngay



Túi xách hoa

Giá: 130.000đ

Mua ngay



Giá đỡ cuộn len gỗ

Giá: 90.000đ

Mua ngay



Bộ kim móc bằng nhôm

Giá: 130.000đ

Mua ngay



Kim khâu len sợi Inox

Giá: 10.000đ

Mua ngay



Kim 2 đầu cán nhựa

Giá: 15.000đ

Mua ngay

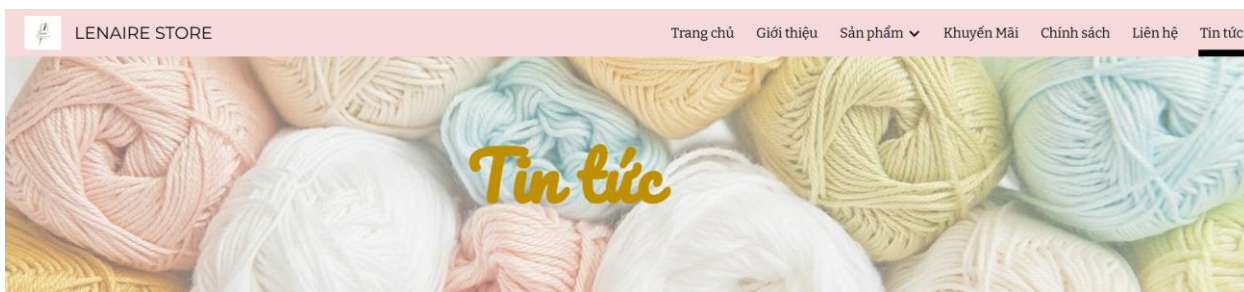


Kéo cắt len, chỉ

Giá: 20.000đ

Mua ngay

### 5.6.6. Trang tin tức



#### Túi len - Xu hướng thời trang thủ công được giới trẻ yêu thích

Những chiếc túi đan bằng len không chỉ là phụ kiện thời trang độc đáo mà còn thể hiện sự khéo léo và cá tính của người sử dụng. Với sự đa dạng về kiểu dáng, màu sắc và chất liệu, túi đan len đang trở thành xu hướng được giới trẻ và những người yêu thích phong cách vintage ưa chuộng.

[Xem thêm](#)

#### Len không chỉ là một món đồ thủ công

Len không chỉ là một chất liệu giữ ấm mà còn là biểu tượng của sự sáng tạo và phong cách cá nhân. Từ những chiếc khăn len đan tay đơn giản đến những thiết kế móc len tinh xảo, len đã trở thành một phần không thể thiếu trong thế giới thời trang và thủ công. Dù bạn là người yêu thích handmade hay chỉ đơn giản muốn tìm hiểu về xu hướng len hiện đại, bài viết này sẽ mang đến cho bạn những góc nhìn thú vị về chất liệu đầy mê hoặc này.

[Xem thêm](#)

#### Biến sợi len thành những điều ý nghĩa khi tự tay làm quà từ len

Trong thời đại mà những món quà công nghiệp trở nên phổ biến, một món quà handmade lại mang giá trị đặc biệt hơn cả. Được làm từ đôi tay, từ sự tỉ mỉ và tâm huyết, quà tặng len không chỉ đơn thuần là một vật phẩm mà còn chứa đựng tình cảm của người làm. Đó có thể là một chiếc khăn quàng cổ ấm áp, một đôi găng tay đáng yêu hay một chiếc túi len xinh xắn - tất cả đều là những lựa chọn tuyệt vời để dành tặng cho người thân, bạn bè.

[Xem thêm](#)

## **CHƯƠNG 6. DỰ TOÁN TÀI CHÍNH CHI TIẾT CHO DỰ ÁN**

Tổng vốn đầu tư ban đầu: 69.300.000 đồng. Trong đó, bao gồm các hạng mục:

### **1) Chi phí mua thiết bị & dụng cụ: 5.000.000 đồng**

- Dùng điện thoại/máy tính cá nhân (không mua mới).
- Chi phí mua dụng cụ đóng gói (hộp, túi giấy, sticker, băng keo) ước tính khoảng 5.000.000 đồng.

### **2) Chi phí Marketing: 18.000.000 đồng**

Dự án sẽ sử dụng các kênh marketing từ truyền thống đến online nhằm quảng bá đến người tiêu dùng về các sản phẩm mà dự án Lenaire đang kinh doanh.

- Chạy quảng cáo Facebook nhỏ giọt ước tính khoảng 15.000.000 đồng.
- Tận dụng group bán hàng miễn phí.
- Giveaway, mini game ước tính khoảng 3.000.000 đồng.

### **3) Chi phí nhập hàng ban đầu: 20.000.000 đồng**

- Nhập các dòng len sợi bán chạy (màu sắc cơ bản, sợi phổ biến) ước tính khoảng 15.000.000 đồng.
- Nhập dụng cụ hỗ trợ đan len (kim đan, móc len, phụ kiện) ước tính khoảng 2.000.000 đồng.
- Nhập thử nghiệm một số sản phẩm handmade để khảo sát nhu cầu ước tính khoảng 2.000.000 đồng.
- Dự phòng để nhập bổ sung nhanh khi cần ước tính khoảng 1.000.000 đồng.

### **4) Chi phí vận hành 6 tháng đầu: 20.000.000 đồng**

- Tự vận hành, không thuê nhân viên.
- Tận dụng nhà làm kho, không phát sinh chi phí mặt bằng.
- Điện, internet, vận chuyển, phần mềm ước tính khoảng 20.000.000 đồng.



#### **5) Chi phí dự phòng: 6.300.000 đồng**

Chi phí dự phòng được hiểu là khoản chi phí dự trù để bổ sung vào chi phí chính trong trường hợp phát sinh các vấn đề khi tiến hành thực hiện dự án. Chi phí này được tính toán bằng 10% tổng mức chi phí đầu tư ban đầu.

## **CHƯƠNG 7. ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG CỦA DỰ ÁN VÀ HIỆU QUẢ MANG LẠI CHO KINH TẾ - XÃ HỘI**

### **7.1. Đánh giá khả năng phát triển mở rộng**

Theo báo cáo của Allied Market Research, thị trường len sợi toàn cầu được định giá 38,2 tỷ USD vào năm 2022 và dự kiến đạt 48,5 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng ổn định. Tại Việt Nam, nhu cầu về len sợi và sản phẩm handmade đang gia tăng mạnh mẽ nhờ sự phát triển của phong trào DIY (Do It Yourself) và xu hướng tiêu dùng bền vững.

Đặc biệt, các nền tảng thương mại điện tử như Shopee, Lazada, TikTok Shop và Facebook Marketplace đang trở thành kênh bán hàng chính cho các sản phẩm thủ công, giúp tiếp cận lượng khách hàng lớn mà không cần mở cửa hàng vật lý.

Lợi thế của Lenaire:

- Xu hướng thị trường thuận lợi: Nhu cầu sử dụng len sợi để đan móc, sáng tạo đồ handmade ngày càng phổ biến.
- Tận dụng nền tảng online: Không cần chi phí mặt bằng nhưng vẫn tiếp cận khách hàng hiệu quả.
- Tập khách hàng rộng: Phù hợp với người yêu thích thủ công, người muốn kinh doanh len handmade, người tìm kiếm quà tặng thủ công.
- Khả năng mở rộng: Dễ dàng phát triển thêm các khóa học hướng dẫn đan móc, bán bộ kit DIY, hợp tác với các nghệ nhân trong nước.

### **7.2. Giá trị mang lại cho nền kinh tế và xã hội**

#### *7.2.1. Về kinh tế*

Ngành thủ công đang đóng góp đáng kể vào nền kinh tế Việt Nam, đặc biệt là các sản phẩm mang tính sáng tạo, độc đáo. Theo Hiệp hội Thủ công Mỹ nghệ Việt Nam, các sản phẩm handmade có thể mang lại lợi nhuận cao nhờ chi phí sản xuất thấp nhưng giá trị sản phẩm cao.

Nếu dự án Lenaire thành công, sẽ mang lại:

- Gia tăng cơ hội việc làm: Dự án có thể mở rộng quy mô và tuyển dụng thêm nhân sự, đặc biệt là các nghệ nhân đan móc tại nhà.
- Thúc đẩy kinh tế hộ gia đình: Hỗ trợ các cá nhân hoặc nhóm nhỏ sản xuất hàng handmade để bán trên nền tảng online.
- Tăng giá trị xuất khẩu: Trong tương lai, có thể mở rộng sang thị trường quốc tế thông qua các nền tảng như Etsy, Amazon Handmade.
- Tận dụng tài nguyên nội địa: Khuyến khích sử dụng len sợi sản xuất trong nước, giảm phụ thuộc vào nhập khẩu.

#### 7.2.2. Về xã hội

Các sản phẩm của Lenaire không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn có tác động tích cực đến xã hội:

- Thúc đẩy xu hướng tiêu dùng bền vững: Sử dụng len sợi tự nhiên, giảm sản phẩm công nghiệp, thân thiện với môi trường.
- Hỗ trợ cộng đồng sáng tạo: Cung cấp nguyên liệu, công cụ, hướng dẫn cho những người yêu thích làm đồ thủ công.
- Tạo không gian thư giãn, sáng tạo: Đan móc là một hoạt động giúp giảm căng thẳng, cải thiện sức khỏe tinh thần.

## LỜI KẾT

Trong bối cảnh thương mại điện tử và công nghệ số không ngừng đổi mới, Lenaire Store luôn nỗ lực học hỏi, nghiên cứu và ứng dụng hiệu quả các công cụ hiện đại nhằm tìm ra giải pháp tối ưu cho quá trình phát triển dự án. Chúng tôi tin rằng khả năng thích nghi linh hoạt cùng tinh thần đổi mới không ngừng sẽ là yếu tố then chốt giúp thương hiệu phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh trực tuyến đầy cạnh tranh.

Dự án hiện vẫn đang trong giai đoạn lập kế hoạch với nhiều tiềm năng phát triển trong tương lai. Quá trình thực hiện đã mang lại cho nhóm những trải nghiệm thực tiễn quý báu, góp phần rèn luyện tư duy sáng tạo, kỹ năng làm việc nhóm và khả năng vận dụng kiến thức học thuật vào môi trường kinh doanh thực tế. Mặc dù đã cố gắng hoàn thiện nội dung dự án một cách tốt nhất, chúng tôi ý thức rằng vẫn còn những hạn chế nhất định và luôn sẵn sàng tiếp thu để cải thiện trong tương lai.

Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến thầy Vũ Sơn Tùng - giảng viên môn học Thương Mại Điện Tử trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh vì sự hướng dẫn tận tình trong suốt quá trình thực hiện. Đồng thời, xin tri ân tất cả các thành viên nhóm 1 đã luôn hỗ trợ, đồng hành và phối hợp chặt chẽ để hoàn thành dự án này.

Hy vọng rằng trong tương lai, Lenaire Store sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ, không ngừng sáng tạo và mang đến những trải nghiệm ý nghĩa cho khách hàng.

Xin chân thành cảm ơn!

Link website: <https://sites.google.com/view/lenaire>