**Chương 2: KHẢO SÁT HIỆN TRẠNG:**

1. **Tổng quan về cửa hàng bán xe máy:**

Cửa hàng bán xe máy chuyên cung cấp điện thoại của các hãng như Honda, Yamaha, Suzuki, …Các dòng xe số và xe ga.

Với kinh nghiệm nhiều năm hoạt động, phục vụ quý khách hàng. cửa hàng luôn là điểm đến yêu thích của giới yêu nói chung và giới săn xe máy mới nói riêng. Cửa hàng luôn cấp nhật các thông tin, mặt hàng mới nhất trên thế giới cũng như ở Việt Nam. Đội ngũ nhân viên trẻ đẹp, năng động, sẵn sàng phục vụ quý khách hàng kịp thời, đầy đủ nhất.

Tiêu chí hoạt động của của hàng là làm sao mặt hàng đến tay người tiêu dùng giá rẻ nhất thị trường nhưng chất lượng phải được đảm bảo. Việc giữ uy tín với khách hàng là phương châm hoạt động, phát triển thương hiệu của cửa hàng. Hiện tại cửa hàng chỉ phục vụ cho khách hàng đến mua hàng trực tiếp tại cửa hàng nhưng do sự mở rộng về quy mô bán hàng. Chủ cửa hàng có ý định phục vụ cho khách hàng ở xa, không có điều kiện đến mua trực tiếp.

1. **Tổng quan về hiện trạng:**

**2.1. Xác định và phân tích yêu cầu:**

Để xây dựng cửa hàng bán điện thoại di động cần giải quyết nhiều vấn đề:

* *Chọn vị trí mở cửa hàng:* Vị trí mở cửa hàng là một trong những yếu tố quan trọng quyết định thành công hay thất bại của người chủ cửa hàng. Do vậy cần chọn địa điểm thuận lợi cho việc thu hồi vốn đầu tư và sinh lợi nhuận. Địa điểm chọn là nơi có nhiều người qua lại, tập trung nhiều khách hàng mục tiêu…
* *Bố trí cửa hàng:* Chọn vị trí đã quan trọng nhưng bố trí của hàng sao cho bắt mắt, thu hút sự chú ý của khách hàng cũng là việc quan trọng không kém. Cần xây dựng cửa hàng sao cho phù hợp với quy mô của cửa hàng, trang trí làm sao thể hiện được đặc điểm đặc biệt, thương hiệu của cửa hàng.
* *Sắp xếp mặt hàng:* Dựa vào không gian của của hàng, sắp xếp các mặt hàng một cách tối ưu nhất nhưng vẫn đảm bảo việc dễ quan sát, thêm vào hay lấy ra.
* *Các đầu tư về vốn:* Giải bài toán về việc chi tiêu cho các hoạt động ban đầu như thuê (mua) địa điểm bán hàng, các vật dụng về trang trí của hàng, thuê nhân viên bán hàng, mua mới sản phẩm… cũng là công việc đòi hỏi người chủ của hàng cân nhắc, chi tiêu cho hợp lý.
* *Đầu tư về thời gian và công sức:* Ngoài việc đầu tư về vốn thì người chủ cửa hàng cần đầu tư thời gian để xây dựng, vận hành cửa hàng, cập nhập thông tin cho các dòng sản phẩm mới…
* *Khoảng cách địa lý:* Của hàng có ưu điển là cung cấp cho khách hàng cái nhìn khách quan về sản phẩm, dễ dàng nhận biết, cảm nhận, thậm chí là trải nghiệm sản phẩm. Tuy nhiên, đối với khách hàng ở xa thì khó tiếp cận. nếu có thể thì khách hàng mất nhiều thời gian, chi phí đi lại đến của hàng giao dịch.
* *Dịch vụ:* Khách hàng đôi khi muốn đóng góp ý kiến nhưng không muốn ra mặt trực tiếp để trao đổi sẽ gặp khó khăn vì ở của hàng không có hòm thư góp ý.
* *Quản lý, thống kê:* Đối tượng quản lý của cửa hàng là thông tin về người dùng, nhà cung cấp, nhân viên, sản phẩm, đơn đặt hàng…chủ yếu trên giấy tờ, bất tiện cho việc sửa đổi, bổ xung, thậm trí có thể bị sai lệch thông tin.

Những vấn đề trên là nguyên nhân cản trở đến hoạt động kinh doanh của cửa hàng.