

**TRƯỜNG CAO ĐẲNG THỰC HÀNH FPT-POLYTECHNIC HÀ NỘI**

----------

**BÁO CÁO KẾ HOẠCH SẢN PHẨM WEB2053**

**MARKETTING TRÊN INTERNET**

Sinh viên thực hiện: Đào Minh Ngọc

Mã số sinh viên: PH20534

Lớp: WEB17304

GVHD: Nguyễn Đức Thiện

HÀ NỘI – SUMMER 2021

Mục lục tự động

KẾ HOẠCH

**I. Mặt hàng kinh doanh.**

- Thời trang nữ thuộc công ty dịch vụ quảng cáo thời trang fashion brand.

- Trang web Ngọc fashion brand.

**II. Mô hình kinh doanh.**

- **Kinh doanh quần áo online** ngày càng trở nên phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam và trên toàn thế giới. Đây được xem là mảnh đất béo bở và đầy tiềm năng không chỉ cho các nhà kinh doanh đã có nhiều năm kinh nghiệm mà cả những startup mới bắt đầu con đường khởi nghiệp cũng lựa chọn kinh doanh mặt hàng này.

Thị trường thời trang phát triển mở ra nhiều cơ hội cho các nhà kinh doanh. Với những người mới bắt đầu thường gặp rất nhiều khó khăn trong việc bán hàng, tiếp cận với nguồn khách hàng tiềm năng. Một trong những bước đầu tiên cần có của bất kỳ một nhà kinh doanh nào chính là kế hoạch. Một **bản kế hoạch kinh doanh quần áo online** đầy đủ và hiệu quả sẽ giúp cho việc hiện thực chúng được trở nên dễ dàng.

**III. Xây dựng nguồn nhân lực.**

-Ban lãnh đạo: 6 thành viên. Các thành viên sẽ chia nhau ra quản lí từng mảng riêng của sàn giao dịch để nó có thể vận hành tốt.

• Bộ phận chuyên môn và kĩ thuật: lúc đầu tuyển 10 nhân viên cho bộ phận này. Bộ phận này sẽ làm các việc quản lí các thông tin hàng hóa lên trang web Ngọc fashion brand, thông tin khách hàng, kiểm tra việc thanh toán cũng như việc tuân thủ quy định của khách hàng đối với các quy định của công ty. Ưu tiên tuyển các nhân viên chuyên tin học để thiết kế trang web cũng như quản lí tốt trang web. Ngoài ra còn phải thuê thêm các nhân viên trực giao dịch điện thoại và tư vấn online cho khách hàng về quy trình đăng bài cũng như các thông tin về dịch vụ.

**IV. Phân tích SWOT**

Mô hình SWOT của Sàn giao dịch thương mại điện tử Mua Nhanh

|  |  |
| --- | --- |
| **Ưu điểm** | **Nhược điểm** |
| -Mô hình kinh doanh ít tốn kém chi phí về mặt bằng, nhân viên và hệ thống cơ sở vật chất đi kèm. -Đội ngũ lãnh đạo trẻ, nhiệt huyết và có khát khao trải nghiệm trong việc kinh doanh. | -Mới thâm nhập thị trường chưa có nhiều kinh nghiệm để cạnh tranh với các đối thủ hiện có. -Ban lãnh đạo đều là sinh viên chưa có nhiều trải nghiệm trong việc kinh doanh và quản lí. -Nguồn sản phẩm phụ thuộc vào khách hàng chứ không thể tự chủ vì thế khó quản lí về chất lượng. -Nguồn vốn kinh doanh của công ty nhỏ nên khó cạnh tranh với đối thủ lớn trên thị trường. |
| **Cơ hội** | **Thách thức** |
| -Hiện nay có nhiều người ưa chuộng loại hình này và con số này sẽ tăng theo xu thế sử dụng mạng điện tử. -Mô hình này chưa xuất hiện nhiều đối thủ nặng kí nên có thể thâm nhập một cách an toàn và dễ dàng. | -Có một đối thủ mạnh và nhiều kinh nghiệm là Chợ Tốt. -Có nhiều cửa hàng tự kinh doanh online không thông qua sàn giao dịch. |

**V. THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU**

• Đánh giá quy mô và mức tăng trưởng thị trường:

+ Thống kế các chỉ số cho năm 1: TOM = dân số Việt Nam \* tỷ lệ người dân sử dụng Internet tại Việt Nam năm 2014\* tỷ lệ người dân có nhu cầu sử dụng dịch vụ rao bán online có thu nhập ở mức trung bình khá \* số lượng tiêu thụ trung bình của một người trong một năm.

 TOM = 92.000.000 \* 39,13% \* 14,1% \* 8 = 40 607 548 (lượt sản phẩm).

TAM =TOM \* ước tính dung lượng thị trường có thể khai thác ( 33,7% - dựa vào kết quả số người chấp nhận dùng thử trong khảo sát)

 TAM = TOM \* 0,437 = 40 607 548 \* 33,7% = 13 684 743 (lượt sản phẩm)

SOM = TAM \* Mức thị phần mong muốn  SOM = TAM \* 9% = 13 684 743 \* 0,09 = 1 231 626 (lượt sản phẩm)

•Mục tiêu và nguồn lực cuả doanh nghiệp:

+ Nguồn lực: Vốn (500 triệu đồng), số Lao động dự kiến (10 người)

+Mục tiêu: 1 năm: 9% thị phần ngành hàng.

3 năm: 14% thị phần ngành hàng.

5 năm: 30% thị phần ngành hàng.shopngocfashionbrand.vn sẽ phấn đấu trở thành doanh nghiệp đứng đầu ngành và mở rộng ra các quốc gia lân cận như Lào và Campuchia.

Doanh nghiệp kinh doanh quần áo mới thành lập năm 2022 thì đặt ra mục tiêu cuối năm 2023 bán được 10000 sản phẩm ra thị trường(Mục tiêu dài hạn). Để làm được điều này phải chia nhỏ mục tiêu. Trong 6 tháng đầu năm 2022 phải bán được 1000 sản phẩm, trong 6 tháng cuối tháng năm 2022 mục tiêu đạt được 1200 sản phẩm(Muc tiêu ngắn hạn)

-Mục tiêu ngắn hạn:

+ Xác định thời gian: Người lên kế hoạch phải nắm rõ các thông tin về tình hình doanh nghiệp. , mục tiêu tổng thể, những mong muốn cần được cải thiện.

**VI. PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG**

Khái quát các số liệu có liên quan ở năm 2014 (nguồn: Cục thống kê Việt Nam)

• Tổng số dân Việt Nam: Trên 92.000.000 người

• Tỷ lệ dân Thành Thị: 33.36%, Nông Thôn 67,64%

• Tính đến nay có hơn 36 triệu người sử dụng Internet, chiếm 39,13% dân số

• Tính đến cuối năm 2014 có hơn 20 triệu tài khoản Facebook chiếm 23% dân số.

• Tỷ lệ người dân có nhu cầu sử dụng dịch vụ rao bán online chiếm 11%

• Về điện thoại đã có hơn 134 triệu thuê bao điện thoại đăng ký.

• Tiêu thức phân khúc:

+ Theo tỷ lệ người sử dụng Internet có nhu cầu mua sắm các sản phẩm và tìm thông tin trên Internet về sản phẩm

+ Theo thu nhập: đa phần những người có thu nhập trung bình khá quan tâm đến việc nghiên cứu kỹ sản phẩm trên Internet khi mua một sản phẩm (14,1%). Đây là một tiêu thức quan trọng để xác định thị trường mục tiêu và định giá sản phẩm

**Thiết kế và phát triển Website**

- Thiết kế và phát triển Website là việc mà bất cứ một doanh nghiệp nào thực hiện E – Marketing cũng phải đặc biệt chú trọng vì nó có liên quan chặt chẽ tới không chỉ hình ảnh của doanh nghiệp mà còn tới cả hiệu ứng truyền thông chung. Phần này tập trung vào việc thiết kế, quản lí website đồng thời tăng cường sự hiện diện điện tử và thu hút khách hàng tới website của Công ty.

ϖ Thiết kế website Về cơ bản, website www.muanhanh.vn của Mua Nhanh sẽ được duy trì, tuy nhiên cần có sự thay đổi về thiết kế web.

Mặt khác, mục tiêu thiết kế website cũng cần được thay đổi đúng đắn hơn, khác với hiện nay website của Công ty chỉ đơn thuần được tạo lập với mục tiêu bán hàng. Mục tiêu thiết kế website: củng cố hình ảnh, khuếch trương và nâng cao sự nhận biết thương hiệu Công ty của khách hàng. Việc thiết kế website cần đảm bảo các yêu cầu sau:

¬ Phong cách website: chuyên nghiệp, tạo sự thân thiện với khách hàng.

¬ Cấu trúc site: phải dễ quan sát, bố cục rõ ràng, tạo sự thuận lợi cho khách hàng trong việc tìm kiếm thông tin, đảm bảo phải có các mục chính sau:

- “Giới thiệu” về Công ty

- “Diễn đàn” với mục đích lập một cộng đồng ảo cho các khách hàng để họ bàn luận, đánh giá và trao đổi thông tin với nhau.

- “Tin tức”: đưa tin tức về các hoạt động nổi bật của Công ty và về các sản phẩm quà tặng nói chung.

- “Liên hệ”: thông tin liên hệ với Công ty

- “Tư vấn”: Tư vấn cho khách hàng những vấn đề liên quan đến quà tặng.

- “Đặt hàng” và “Giỏ hàng”: Cung cấp tính năng đặt trước hàng cho khách hàng và lưu giữ thông tin đặt hàng của khách trong giỏ hàng.

- “Đăng kí” và “Đăng nhập”: Điều này đòi hỏi đối với các khách hàng tham gia vào diễn đàn, mục tư vấn và đặt hàng. Việc đăng kí đòi hỏi phải có đầy đủ các thông tin về khách hàng gồm: tên, địa chỉ liên hệ, số điện thoại và e – mail của Công ty.

¬ Thiết kế mỹ thuật và đồ họa: đảm bảo đẹp mắt, tạo sự thu hút, để lại ấn tượng tốt với khách hàng.

¬ Nội dung thông tin cung cấp trong site, gồm:

- Thông tin về Công ty: Lịch sử hình thành, giới thiệu tổng quát về Công ty.

- Thông tin về sản phẩm: Đầy đủ loại sản phẩm với thông tin về chất liệu, kích thước, màu sắc, xuất xứ, công dụng và một số thông tin liên quan khác.

- Thông tin liên hệ: địa chỉ, số điện thoại liên lạc, fax, e-mail của Công ty, chi nhánh và các Văn phòng đại diện.

- Thông tin cập nhật thường xuyên trong mục tin tức, diễn đàn

- Thông tin đầy đủ về loại hàng đặt, thời gian đặt hàng, giá trị hàng đặt… trong giỏ hàng của khách hàng.

¬ Các vấn đề về tốc độ, kĩ thuật và trình duyệt website: đảm bảo tốc độ truy cập nhanh, trình duyệt web cao và có sự sửa chữa kĩ thuật nhanh chóng nếu website gặp vấn đề phát sinh.

Tăng cường sự hiện diện điện tử và thu hút khách hàng đến thăm website Tăng cường sự hiện diện điện tử và thu hút khách hàng dến thăm website được thực hiện bằng SEO

- tối ưu hóa công cụ tìm kiếm tức là sử dụng tập hợp các phương pháp nhằm nâng cao thứ hạng của website trong các trang kết quả của các công cụ tim kiếm. Việc sử dụng SEO ở đây phải đảm bảo làm tăng thứ hạng của website Công ty trong danh sách tìm kiếm miễn phí của site www.google.com.vn nhằm tăng lượng và chất của khách đến viếng thăm website.

Quản lí Website Việc quản lí website và các vấn đề khác có liên quan tới website sẽ do phòng thiết kế đảm nhiệm, tất cả các vấn đề phát sinh phải được bộ phận này giải quyết một cách nhanh chóng, các phòng ban khác có sự hỗ trợ phòng thiết kế trong việc thu thập thông tin xây dựng và phát triển website. Đồng thời, phòng thiết cũng cần có báo cáo định kì về tình hình hoạt động của website cho Ban lãnh đạo.

**VII. Chiến lược marketing.**

Các kênh marketing

1.Facebook:

A, quảng cáo facebook cá nhân

B, Quảng cáo FanPage

Mức độ nhận biết

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Mức độ nhận biết | Quảng bá sản phẩm, dịch vụ tới khách hàng thông qua mạng xã hội Facebook. Xây dựng fanpage, xây dựng hội nhóm, cộng đồng, tìm kiếm khách hàng, tương tác với khách hàng, lan tỏa nội dung và quảng cáo. |
| 1. Số người tiếp cận | Hiển thị quảng cáo sản phẩm vào các nhóm xã hội đông người, vào nhóm đối tượng cạnh tranh.  phân biệt tiếp cận với tương tác.   * Tiếp cận: Quảng cáo hiển thị lên News Feed của khách hàng, họ chỉ cần nhìn thấy trong vòng 3 giây được tính là 1 lượt tiếp cận. * Tương tác: Khách hàng nhìn thấy bài viết quảng cáo của bạn, họ like, chia sẻ, bình luận, thì được tính là 1 lượt tương tác.   Vì vậy, cách này chỉ tối ưu quảng cáo của bạn cho nhiều người nhìn thấy nhất, nhiều người thấy nhất chứ Facebook không quan tâm họ có like hay comment gì không. Nâng cao hơn, Reach còn cho bạn hiển thị quảng cáo đến 1 người bao nhiêu lần. |

Cân nhắc

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Lưu lượng truy cấp | Đưa mọi người từ facebook chuyển qua trang web fashion brand.  Nhiều lúc bạn sẽ bắt gặp ai đó viết tắt CTW, thì chính là họ đang nói đến hình thức này.  Đối với CTW, Facebook sẽ hiểu là bạn muốn tối ưu lượng truy cập vào trang web. Tất nhiên, để sử dụng cách này bạn phải có blog/website riêng để chạy quảng cáo. Nếu bạn muốn thu hút lượng truy cập cho website thì CTW là lựa chọn phù hợp cho bạn. |
| 1. Lượt cài đặt ứng dụng | Chuyển mọi người tới cửa hang nơi mà mọi người có thể tải ứng dụng doanh nghiệp. |
| 1. Lượt xem video | Chia sẻ video về thời trang quần áo với những người có khả năng tương tác cao. Đầu tư bỏ vốn thuê nhân viên hoặc nhờ bạn bè chia sẻ hộ video quảng cáo.  Video hiện đang là loại nội dung giúp bạn tối ưu chi phí quảng cáo Facebook. Người dùng luôn thích xem video, tiện lợi hơn là Facebook đã có tính năng auto-play video. Khách không cần phải nhấn vào video, họ chỉ cần lướt đến là video tự động play.  Facebook sẽ tối ưu cho bạn lượt xem video, lượt xem chứ không phải là tương tác nhé, bạn đừng nhầm lẫn giữa 2 yếu tố này. Có thể là video của bạn sẽ khá nhiều lượt xem, nhưng ít lượt tương tác như like, share, comment, vì video không được tối ưu tương tác. |
| 1. Tìm kiếm khách hàng tiềm năng | Mang đến những nội dung chuyên sâu hơn, hữu ích hơn để tăng lượt share, lan tỏa fanpage của bạn. Bên cạnh đó, hãy chia sẻ nội dung của mình trên các nhóm có nhiều khách hàng tiềm năng, tự xây dựng group để giữ chân các “fan cứng” – chính là những khách hàng trung thành.  Tiếp cận khách hàng với độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, sở thích xác định. Facebook cung cấp tính năng Insights giúp hiểu rõ hơn về đối tượng khách hàng của mình, từ đó cải thiện nội dung và quảng cáo phù hợp hơn. |
| 1. Tin nhắn | Chủ động nhắn tin với khách hàng sẵn có hoạch và khách hàng có tiềm năng để họ quan tâm đến sản phẩm của mình hơn. |
| 1. Tương tác | Tập trung vào khách hàng mới, tiếp cận với những người có khả năng tương tác với bài viết sản phẩm nhiều hơn.  PPE (Page Post Engagement) là cách bạn thường nghe mọi người nói về cách chạy quảng cáo này. PPE là cách chạy vô cùng đơn giản mà hầu hết người mới đều nên bắt đầu với nó. Trong PPE có thêm 2 cách tối ưu mà bạn thường gặp:  Tối ưu tương tác cho bài quảng cáo như like, share, comment.  Tối ưu lượt thích trang cho Fanpage Facebook. |

Chuyển đổi

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Doanh số theo doanh mục | Hiển thị các danh mục sản phẩm có trên shop thời trang nam nữ để tạo doanh thu |
| 1. Lưu lượng khách đến của hàng | Quảng cáo các địa điểm cửa hàng kinh doanh có ngoài đời thực với những người ở gần đó |

Tóm tắt

Bước 1: Lên kế hoạch

Làm thẻ visa.

Tạo tài khoản quảng cáo.

Face tạo fanpage Facebook.

Bước 2 : Chuẩn bị công cụ

Chuân rbij tư duy đúng

Đọc hiểu các thuật ngữ quảng cáo facebook.

Bước 3:Nghiên cứu khách hàng.

Sử dụng Audience insights nghiên cứu hành vi khách hàng.

Bước 4: nghiên cứu đối thủ

Sử dụng poweradspy, Bigspy để nghiên cứu đối thủ đã làm gì để học hỏi theo

Bước 5: chạy chiến dịch quảng cáo.

Chạy chiến dịch quảng cáo đầu tiên để thử nghiệm khách hàng.

Bước 6:Tiếp thị lại

Đeo bám những khách hàng cũ để tối ưu hóa lợi nhuận.

Kết luận

Rút ra bài học kinh nghiệm