**GIAI ĐOẠN I**

1. **Kế hoạch sản phẩm:**

Quần áo replicant với mẫu mã dựa trên các thương hiệu lớn, bắt trend, nhưng replicant không có nghĩa là không có chất lượng, vẫn sản xuất một cách chỉn chu, mình chỉ lợi dụng thương hiệu của họ:

* Tối ưu thuật toán tìm kiếm
* Dùng chất lượng sản phẩm và chất lượng chăm sóc để tối ưu đánh giá của khách hàng, tạo background tốt
* Đầu tư vào hình ảnh sản phẩm, mô tả chi tiết sản phẩm : vì là sản phẩm rep vì thế không nên tạo tâm lý hoài nghi vào chất lượng sản phẩm của khách hàng, mình càng show rõ được chất liệu, nguồn gốc và chi tiết của sản phẩm thì càng tạo được ham muốn mua hàng cho họ

**Đối tượng khách hàng:**

Người trẻ có mong muốn sở hữu những món đồ thời trang của các brand lớn.

**Cạnh tranh:**

+Hàng rep giá rẻ: giá < mình; chất lượng < mình

Mình không phải người đi đầu, về giá thành có thể mình sẽ không phải là bên bán rẻ nhất nhưng mình vẫn nên giữ mức giá đủ cạnh tranh, lấy số lượng bù lại. Bên cạnh đó dùng chính chất lượng để đánh về lâu dài, mặc dù người ta chọn hàng rep vì muốn lấy thương hiệu với giá rẻ nhưng với chất lượng tốt hơn thì cũng khiến sản phẩm của mình nó sát với hàng auth

+ Hàng nội địa: giá >= mình; chất lượng ~ mình

Càng ngày càng có nhiều sản phẩm của các local brand xuất hiện với chất lượng cũng rất ổn định, nhiều người trẻ hiện nay sẵn sàng sử dụng các sản phẩm đó thay thế hoặc đi kèm với các sản phẩm hàng auth của các brand lớn. Nhóm khách hàng sử dụng sản phẩm này có thể quan tâm nhiều về chất lượng hơn, họ thoải mái hơn nhóm khách hàng chỉ muốn thể hiện bản thân

🡺Dùng chất lượng để họ phải phân vân việc sử dụng một sản phẩm auth nhưng là local brand hoặc một sản phẩm rep nhưng là big brand rồi chiến thắng họ bằng mức giá.

+ Hàng auth second hand: giá ~ mình; chất lượng ~ mình

Chất lượng của nó nếu so sánh từ xuất phát điểm ban đầu thì chắc chắn sẽ hơn mình, nhưng vì đã qua 1 đời sử dụng nên có thể nó chỉ còn bằng mình, nhưng bản chất nó vẫn là hàng auth nên nó sẽ không có các loại khuyết điểm như kích thước, màu sắc hoặc chất liệu. Đối tượng sẵn sàng mua hàng auth 2hand thường là người có quan tâm nhiều đến thời trang hơn là trend => tệp khách hàng này có thể chưa nhiều nhưng ổn định và có xu hướng tăng, khi họ có thu nhập ổn hơn thì có thể sẽ hướng tới sử dụng hàng auth.

🡺 Đánh giá sản xuất các mặt hàng có chất lượng tốt hơn hẳn các mặt hàng phổ thông để thu hút nhóm khách hàng này, trải dài tệp khách hàng

1. **Tiếp cận khách hàng:**
2. **Các sàn thương mại điện tử:**

**\_Shopee:**

Tệp khách hàng lớn nhất là nữ, độ tuổi trẻ. Thời trang chính là một trong những nhóm hàng tiềm năng nhất của sàn này.

+Ưu:

* Quy trình kinh doanh online mở gian hàng đơn giản, nhanh chóng chỉ cần xác minh email, số điện thoại
* Lượng người dùng lớn, độ tuổi trẻ, khả năng quyết định và chốt đơn nhanh
* Shopee có sẵn hệ thống vận chuyển
* Thường xuyên tổ chức chương trình kích cầu mua sắm

+Nhược:

* Mức độ cạnh tranh rất cao do số lượng người bán trên sàn này rất lớn
* Chưa kiểm soát được giá bán sản phẩm, có rất nhiều shop kinh doanh online bán phá giá
* Điều kiện trợ giá vận chuyển khá cao với đơn hàng có giá trị từ 200.000 gây bất lợi cho các shop bán các mặt hàng có giá trị thấp hơn.
* **Kênh chính**

**\_Lazada:**

Ngược lại với shopee, lazada có lượng khách hàng nam nhiều hơn.

+Ưu: tương tự shopee

+Nhược:

* Hàng hoá được chia thành phân khúc với mark Lazada Mall dành cho sản phẩm chính hãng có thể tạo tâm lý ngại mua hàng rep cho khách hàng. Cần tìm hiểu thêm về việc có hay không chính sách chống hàng rep của sàn này.
* Chi phí vận chuyển cao và thời gian vận chuyển có vẻ không tối ưu như shopee
* **Chỉ là kênh tăng doanh thu vì chính sách tập trung bảo vệ người mua, khắt khe với người bán.**

**\_Tiki:**

Sản phẩm chủ chốt của sàn này là sách và thiết bị điện tử nên thời trang có thể không phải là nhóm hàng tiềm năng.

Nhược điểm rất lớn là yêu cầu có giấy phép đăng kí kinh doanh và có mã số thuế vẫn còn hoạt động khiến việc clone shop khó.

* **Kênh để tăng độ nhận diện thương hiệu nếu có thể, không phải kênh kiếm được lợi nhuận**

\_**Tiktok shop:**

* Dành cho cá nhân bán hàng thì điều kiện dễ đăng kí: CCCD + tài khoản ngân hàng trùng với tên CCCD
* Dành cho content creators: tài khoản tiktok đạt từ 10k followers
* Đối tác vận chuyển là J&T express
* Lượng người sử dụng tiktok vô cùng lớn, xu hướng của họ là xem đánh giá của KOLs, reviewer 🡺 vừa là ưu điểm vừa là nhược điểm vì đặc thù nhóm hàng của mình là hàng rep nên họ sẽ hạn chế nhận quảng cáo cho mình.
* Nhu cầu mua hàng của người dùng ở nền tảng này có thể không xuất phát từ nhu cầu ban đầu của họ, với các sàn khác họ cần sản phẩm nên mới lên đó tìm kiếm. Vì vậy nhu cầu mua hàng của họ có thể phụ thuộc nhiều vào cảm xúc, đầu tư vào chất lượng content là chìa khoá trên sàn này 🡺 cũng vừa là ưu vừa là nhược điểm
* Tối ưu thuật toán tìm kiếm
* Dùng chất lượng sản phẩm và chất lượng chăm sóc để tối ưu đánh giá của khách hàng, tạo background tốt
* Đầu tư vào hình ảnh sản phẩm, mô tả chi tiết sản phẩm : vì là sản phẩm rep vì thế không nên tạo tâm lý hoài nghi vào chất lượng sản phẩm của khách hàng, mình càng show rõ được chất liệu, nguồn gốc và chi tiết của sản phẩm thì càng tạo được ham muốn mua hàng cho họ

1. **Các hệ thống mạng xã hội :**

**\_Facebook :**

+Tạo fanpage, vừa là nơi cập nhật hình ảnh sản phẩm, thông tin về các sản phẩm mới. Vừa là nơi promo sản phẩm , chạy livestream.

+Tạo các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt chỉ dành riêng cho các khách hàng theo dõi fanpage như: give away sản phẩm, các voucher chỉ xuất hiện khi khách hàng tham gia chương trình và voucher này có thể áp dụng được trên các trang thương mại điện tử, …

**\_Instagram :**

+Tương tự facebook nhưng điểm thu hút của mxh này là chất lượng hình ảnh chứ không phải content, tập trung gây ấn tượng, thu hút bằng hình ảnh. Độ nghệ của ảnh và tên shop quyết định phần lớn sự chú ý của người dùng trên nền tảng này.

+Sử dụng hashtag hợp lý để tối ưu khả năng được tìm thấy

+Sử dụng tính năng story để promo hình ảnh sản phẩm và feedback của khách hàng (không nên quá nhiều)

\_**Tiktok :** tương tự như đã đề cập ở phần tiktok shop. Cố gắng đầu tư content video nếu có thể

1. **Xây dựng thương hiệu :**

Xây dựng thương hiệu là quá trình lâu dài nhưng nên chỉn chu ngay từ ban đầu :

\_Tên gọi : tên gọi nên ngắn gọn, dễ nhớ, thông minh, tránh đặt tên giống hoặc trùng với thương hiệu nổi tiếng để hạn chế việc bị đánh bản quyền và bóp tương tác, nên thể hiện được giá trị cốt lõi

\_ Logo : thể hiện giá trị cốt lõi

\_Slogan

\_Website riêng : thiết nghĩ việc bán hàng chủ yếu là qua sàn thương mại điện tử nhưng một website để khách hàng tìm hiểu về shop, để chứng minh sự uy tín cũng nên được đầu tư ngay từ ban đầu.

\_Chăm sóc khách hàng sau khi bán, chú trọng đến phản hồi của khách hàng, xu hướng khách hàng luôn thay đổi nên cần phải linh hoạt