**Kịch bản: *Cuộc họp khẩn – Lạm phát và Sức mua***

**[Bối cảnh]**  
Phòng họp lớn của Công ty Thực phẩm Orbit. Lạm phát tăng cao, khách hàng thắt chặt chi tiêu, doanh số sụt giảm. Ban lãnh đạo họp để tìm giải pháp.

Nhân vật:

* **Ông A** – Giám đốc điều hành
* **Anh B** – Trưởng phòng Kinh doanh
* **Anh C** – Luật sư tư vấn/Chiến lược gia
* **Ông D** – Trưởng phòng Tài chính

**Cảnh 1 – Mở đầu**

* **Ông A:** "Doanh số quý này giảm 30%. Nguyên nhân chính: lạm phát khiến sức mua của người dân giảm mạnh. Chúng ta cần hành động ngay. Anh B, báo cáo trước đi."

**Cảnh 2 – Kinh doanh buộc tội thị trường**

* **Anh B:** "Khách hàng không còn mua hàng như trước. Giá nguyên liệu tăng, chúng ta buộc phải tăng giá bán, dẫn đến sức mua giảm. Nếu cứ thế này, công ty sẽ lỗ nặng!"
* *Chiếu biểu đồ doanh thu sụt giảm trên màn hình.*

**Cảnh 3 – Luật sư C phản biện**

* **Anh C:** "Tôi phản đối! Không thể chỉ đổ lỗi cho thị trường. Đúng là lạm phát làm sức mua giảm, nhưng nhiều công ty vẫn đứng vững nhờ chiến lược thích ứng. Tôi có bằng chứng: một số đối thủ đã tung gói sản phẩm nhỏ hơn với giá thấp hơn để giữ khách hàng."
* *Chiếu ví dụ từ thị trường đối thủ.*

**Cảnh 4 – Nhân chứng Tài chính**

* **Ông D:** "Số liệu cho thấy: chi phí nguyên liệu tăng 20%, nhưng nếu giảm khối lượng sản phẩm hoặc đa dạng hóa phân khúc, ta có thể duy trì lợi nhuận. Hiện tại, chiến lược giá cứng nhắc khiến chúng ta mất thị phần."

**Cảnh 5 – Tranh luận gay gắt**

* **Anh B:** "Nếu giảm khối lượng sản phẩm, khách hàng sẽ nghĩ chúng ta 'ăn bớt'!"
* **Anh C:** "Tôi phản đối! Nếu minh bạch và gọi đó là 'gói tiết kiệm', khách hàng sẽ cảm thấy được lựa chọn chứ không bị lừa dối. Quan trọng là cách truyền thông."
* **Anh B:** "Nhưng marketing tốn thêm chi phí."
* **Anh C:** "Chi phí đó nhỏ hơn rất nhiều so với việc mất khách hàng hàng loạt!"

**Cảnh 6 – Kết luận**

* **Ông A:** (trầm ngâm) "Tôi đã rõ. Chúng ta không thể kiểm soát lạm phát, nhưng có thể thích ứng. Quyết định của tôi:
  + Thứ nhất: Tung ra dòng sản phẩm 'gói tiết kiệm' với giá phù hợp sức mua.
  + Thứ hai: Đẩy mạnh truyền thÔng A bạch, nhấn mạnh giá trị thay vì số lượng.
  + Thứ ba: Đàm phán lại với nhà cung cấp để giảm áp lực chi phí.

Cuộc họp kết thúc – từ hôm nay, chúng ta không chỉ bán sản phẩm, mà còn bán **giải pháp trong thời kỳ khó khăn**."

*Không khí phòng họp dịu lại. Anh C nở nụ cười chiến thắng. Anh B gật đầu, thừa nhận hợp lý.*