**QUY TRÌNH PHÁT TRIỂN NHANH DỊCH VỤ**

**1. Phát triển**

Xây dựng mô hình in ấn online với giới hạn 2 lần miễn phí / 1 tháng dành cho các bạn sinh viên trên các trường đại học trong khu vực. Các bạn sinh viên muốn sử dụng miễn phí phải đăng ký tài khoản bằng email sinh viên của trường.

**2. Kiểm chứng**

Ta sẽ kiểm chứng mô hình phát triển nhanh dựa vào các chỉ số KPI như:

- **LTV (Life time return per customer)**: Doanh thu của 1 khách hàng

Về mặt cơ bản, **LTV** là tổng doanh thu dự đoán cho 1 khách hàng trong suốt thời gian họ sử dụng sản phẩm của công ty.

- **CAC (Cost per Acquired Customer)**: Chi phí thu hút 1 khách hàng

Giá trị **CAC** được tính bằng tổng chi phí sales & marketing / tổng số lượng khách hàng thu hút.

- **Churn**: Tỉ lệ khách hàng rời đi

- **Retention**: Tỉ lệ giữ chân khách hàng

Cụ thể, ta sẽ kiếm chứng mô hình ở các mốc thời gian như sau:

- Sau mỗi 3 tháng, ta sẽ kiểm tra chỉ số **churn** và **retention**.

- Sau mỗi 6 tháng, ta sẽ kiểm tra chỉ số **CAC**.

- Sau mỗi 1 năm, ta sẽ kiểm tra chỉ số **LTV**.

**3. Học**

Từ các chỉ số KPI trên ta sẽ ra quyết định có thay đổi các yếu tố trong mô hình phát triển nhanh hay không. Ta có thể giả định một số tình huống như sau:

- Nếu tỉ lệ **churn** cao và **retention** thấp thì chúng có thể cải thiện dịch vụ hoặc đưa ra mức giá dịch vụ hợp lý hơn để tỉ lệ giữ chân khách hàng cao hơn.

- Nếu chỉ số **CAC** cao hơn so với ngưỡng chấp nhận được thì phải điều chỉnh lại chiến lược marketing để giảm chi phí thu hút khách hàng.

- Nếu chỉ số **LTV** thấp hơn so với ngưỡng kì vọng của công ty thì ta cần cải tiến quy trình phát triển nhanh để công ty có thể phát triển tốt hơn.

**4. Lý do lựa chọn mô hình**

Cách phát triển theo mô hình như trên dễ dàng triển khai với chi phí sales & marketing thấp. Ngoài ra, mô hình còn tiếp cận được với đối tượng chính của dịch vụ là sinh viên thuộc các trường đại học trên địa bàn.