**QUY TRÌNH PHÁT TRIỂN NHANH DỊCH VỤ**

## 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.

## 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*: Tỷ lệ khách hàng rời đi
* *RR (Retention Rate)*: Tỷ lệ giữ chân khách hàng
* *CTR (Click*-through Rate): Tỉ lệ khách hàng tương tác với quảng cáo
* *DAU (Daily Active User)*: Số khách hàng sử dụng trong ngày.
* *MAU (Monthly Active User)*: Số khách hàng sử dụng ttrong tháng.
* *ARPU (Average Revenue Per User)*: Doanh thu trung bình mà một khách hàng mang lại (Tính theo tháng).
* *CCU (Concurrent User)*: số lượng user đồng thời sử dụng dịch vụ tại một thời điểm.

## 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.
* **DAU** và **MAU** giúp đánh giá số lượng user thật sử vẫn đang sử dụng dịch vụ, nếu chúng giảm hoặc quá thấp, chúng ta tìm hiểu nguyên nhân và đưa ra giải pháp để giải quyết.
* **CTR** sẽ cho biêt các quảng cáo mà ta triển khai trên các nền tảng mạng xã hội có đang hiệu quả không từ đó mà có thể điều chỉnh các quảng cáo đó cho phù hợp với khách hàng.
* **ARPU** cho biêt doanh thu mà dịch vụ tạo ra trong một tháng từ đó mà tinh toán đượ tương quan giữa các chiến dịch quản cáo và chất lượng sản phẩm có đang phù hợp với doanh thu không.
* **CCU** sẽ giúp ta đánh giá đươc các thời điểm mà dịch vụ được sử dụng nhiều cũng như các thời điểm mà dịch vụ ít đươc sử dụng từ đó có thể đưa ra các khuyến mãi phù hợp cho khách hàng.

## 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.

1. **Kế hoạch triển khai**

Chi tiết kế hoạch triển khai dự án với các KPI tại các mindstone từ thời điểm bắt đầu đên khi sản phẩm chạy ổn định:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Giai đoạn** | **Thời gian** | **Giả định** | **KPI** |
| Thử nghiệm | 1 tháng | Người dùng sẽ **đặt in tài liệu** qua app và chờ người giao | DAU: 400 user  MAU: 10000 user  RR: 70% sau 1 tháng thử nghiệm |
| Việc cung cấp dịch vụ sẽ **tạo ra lợi nhau cao** | ARPU: 50,000 VNĐ/user |
| Việc quảng cáo bằng clip viral có hiệu quả | Views: 500,000  Share 100,000  Like: 1,000  CCU lớn nhất: 500 user  MAU: 15,000 user  CAC: 10,000 VNĐ |
| Việc khuyến mãi cho các tiệm in có hiệu quả | Số tiệm in ấn đăng ký: 100 tiệm |
| Chạy thực tế | 2 đên 3 tháng | Dự án có thể mở rộng | Total User: 30,000 user  Số lượng tiệm in: 1000 tiệm  MAU: 20,000 user  RR: 80 %  LTV: 200,000 VNĐ  ARPU: 50,000 VNĐ/user |
| Quảng cáo bằng facebook, youtube co hiệu quả có hiệu quả | CAC: 20,000 VNĐ  CTR: 1% |
| Clip viral có hiệu quả | Views: 1,000,000  Share 500,000  Like: 10,000 trên facebook  CCU lớn nhất: 5000 user  MAU: 30,000 user  Total User: 50,000 user  CAC: 10,000 VNĐ |
| Các tiệm in đặc biệt sẽ chịu họp tác với mình | Hợp tác được với 200 tiệm in |
| Khách hàng đặt các dịch vụ in đặc biệt qua app | DAU: 400 user  MAU: 10000 user  RR: 95% |
| Chạy ổn định | 1 năm (Trong giai đoạn này sẽ chia ra nhiều mindstone cách hhau 3 tháng) | Nhu cầu in ân có thể không tăng như vẫn ổn định sau đại dịch | DAU: tăng 1000 user mỗi quý  MAU: tăng 5000 user mỗi quý  Total User: 80,000 user (tăng 10,000 user mỗi quý)  CAC: 20,000 VNĐ/user  ARPU: 30,000 VND/user/tháng |
| Nhu cầu sử dụng dịch vụ in đặc biệt có khả năng sống sót | Hợp tác thêm được với 100 tiệm in đặc biệt mỗi quý.  DAU: 1000 user  MAU: 10000 user  RR: 95% |
| Chi phí quảng cáo youtube và facebook có hiệu quả | CAC: 20,000 VNĐ  CTR: 1% |