

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT**



**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH BÁN LẺ TRỰC  
TUYỂN CHO DOANH NGHIỆP FIVC EYEWEAR**

**MÔN QUẢN TRỊ BÁN LẺ TRỰC TUYẾN**

**Link Website: <https://www.fivc.store/>**

**Link Shopee: [Link](#) Lazada: [Link](#) Fanpage: [Link](#)**

**Giảng viên hướng dẫn: Cô Trần Thị Ánh**

**Mã lớp học phần: 232MI2801**

**Nhóm: 16**

**Sinh viên thực hiện:**

Lai Thị Bảo Trân	- K214111321
Nguyễn Ngọc Mai Chi	- K214111941
Hoàng Thanh Giang	- K214111942
Nguyễn Huỳnh Mai Hân	- K214111943
Nguyễn Thị Như Thảo	- K214111953

*Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 5 tháng 05 năm 2024.*

# MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	1
DANH MỤC BẢNG BIỂU .....	3
CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN ĐỀ TÀI.....	5
1.1 Lý do chọn đề tài.....	5
1.2 Ý tưởng kinh doanh.....	6
1.3 Mục tiêu đề tài.....	7
1.4 Giới thiệu FivC.....	8
1.4.1 Giới thiệu chung .....	8
1.4.2 Tên và slogan của thương hiệu.....	9
1.4.3 Logo .....	9
1.4.4 Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi.....	10
CHƯƠNG 2 PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH.....	12
2.1 Phân tích vĩ mô.....	12
2.1.1 Chính trị.....	12
2.1.2 Kinh tế.....	13
2.1.3 Xã hội.....	14
2.1.4 Công nghệ.....	15
2.2 Môi trường vi mô .....	16
2.2.1 Phân tích đối thủ.....	16
2.2.2 Nhà cung cấp .....	26
2.2.3 Khách hàng .....	26
2.3 Môi trường doanh nghiệp.....	28

2.3.1 Nhân sự .....	28
2.3.2 Khả năng sản xuất kinh doanh & Marketing .....	31
2.3.3 Khả năng nghiên cứu và phát triển .....	32
2.3.4 Tài chính .....	33
2.3.5 Văn hóa doanh nghiệp .....	33
<b>CHƯƠNG 3 LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH BÁN LẺ TRỰC TUYẾN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Mục tiêu chiến lược.....	35
3.1.1 Mục tiêu ngắn hạn .....	35
3.1.2 Mục tiêu dài hạn .....	35
3.2 Thiết lập mô hình kinh doanh bán lẻ trực tuyến .....	36
3.2.1 Phân tích SWOT.....	36
3.2.2 Mô hình canvas .....	40
3.2.3 Mô hình bán lẻ trực tuyến.....	40
3.3 Kế hoạch hành động triển khai hoạt động kinh doanh bán lẻ trực tuyến.....	43
3.3.1 Xác định phạm vi triển khai .....	44
3.3.2 Xác định các kết quả đạt được.....	45
3.3.3 Danh sách các công việc cần thực hiện.....	46
3.3.4 Xác định nguồn lực triển khai .....	49
3.3.5 Kế hoạch thời gian triển khai .....	58
<b>CHƯƠNG 4 QUẢN TRỊ HOẠT ĐỘNG BÁN LẺ TRỰC TUYẾN FRONT END VÀ BACK END.....</b>	<b>60</b>
4.1 Quản trị hoạt động Back - End.....	60
4.1.1 Back-end Haravan .....	60

4.1.2 Back-end Shopee .....	63
4.1.3 Back-end Lazada.....	69
4.2 Quản trị hoạt động Front - End .....	72
4.2.1 Xác định yêu cầu Website .....	72
4.2.2 Mua tên miền .....	73
4.2.3 Thuê chỗ hosting.....	74
4.2.4 Thiết kế Website .....	76
CHƯƠNG 5 TRIỂN KHAI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TRỰC TUYẾN TRÊN KÊNH THÔNG TIN TÍCH HỢP .....	81
5.1 Xúc tiến truyền thông trong bán lẻ trực tuyến .....	81
5.1.1 Xây dựng website với các chỉ số đo lường .....	81
5.1.2 Mô hình hành vi người tiêu dùng trực tuyến 5A.....	81
5.1.3 Các hình thức truyền thông trực tuyến .....	85
5.2 Kế hoạch marketing truyền thông tích hợp.....	86
5.2.1 Kế hoạch fanpage Facebook .....	86
5.2.2 Kế hoạch TikTok .....	100
5.2.3 Triển khai kế hoạch chăm sóc khách hàng trực tuyến.....	102
CHƯƠNG 6 KẾT LUẬN VỀ ĐỀ TÀI .....	109
6.1 Thuận lợi .....	109
6.2 Kế hoạch khắc phục khó khăn .....	109
LỜI CẢM ƠN.....	114
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	115
BẢNG PHÂN CÔNG VÀ ĐÁNH GIÁ THÀNH VIÊN .....	116

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

<i>Hình 1.1: Logo thương hiệu .....</i>	<i>10</i>
<i>Hình 2.1: Mô hình PEST phân tích môi trường kinh doanh .....</i>	<i>12</i>
<i>Hình 2.2: Website HMK Eyewear .....</i>	<i>16</i>
<i>Hình 2.3: Website kính mắt Anna .....</i>	<i>19</i>
<i>Hình 2.4: Website LB Eyewear .....</i>	<i>22</i>
<i>Hình 2.5: Sơ đồ phân bổ nguồn lực.....</i>	<i>29</i>
<i>Hình 3.1: Mô hình kinh doanh Canvas của FivC.....</i>	<i>40</i>
<i>Hình 3.2: Mô hình quy trình bán lẻ trực tuyến.....</i>	<i>41</i>
<i>Hình 3.3: Quy trình bán lẻ trực tuyến .....</i>	<i>43</i>
<i>Hình 3.4: Mô hình 5M trong việc xác định nguồn lực triển khai công việc .....</i>	<i>50</i>
<i>Hình 3.5: Kế hoạch thời gian triển khai.....</i>	<i>59</i>
<i>Hình 4.1: Giao diện quản lý đơn hàng.....</i>	<i>61</i>
<i>Hình 4.2: Quản lý thông tin đơn hàng.....</i>	<i>61</i>
<i>Hình 4.3: Danh mục Báo Cáo trong hệ thống quản trị của Haravan.....</i>	<i>62</i>
<i>Hình 4.4: Báo cáo tổng quan của FivC trong 4/2024 .....</i>	<i>63</i>
<i>Hình 4.5: Cửa hàng FivC trên Shopee .....</i>	<i>67</i>
<i>Hình 4.6: Danh mục sản phẩm của cửa hàng FivC trên Shopee .....</i>	<i>68</i>
<i>Hình 4.7: Tổng quan về Shopee của FivC trên Haravan .....</i>	<i>69</i>
<i>Hình 4.8: Cửa hàng FivC trên Lazada.....</i>	<i>71</i>
<i>Hình 4.9: Quản lý tên miền trên Haravan.....</i>	<i>74</i>
<i>Hình 4.10: Chi tiết tính năng của gói Omni Standard và Scale của Haravan.....</i>	<i>75</i>
<i>Hình 4.11: Logo thương hiệu .....</i>	<i>76</i>

<i>Hình 4.12: Giao diện thiết lập hiển thị logo trên Haravan.....</i>	<i>77</i>
<i>Hình 4.13: Màu sắc chủ đạo được dùng để thiết kế website.....</i>	<i>77</i>
<i>Hình 4.14: Giao diện thiết lập menu chính trên Haravan .....</i>	<i>77</i>
<i>Hình 4.15: Hình ảnh chia sẻ lên trang chủ Facebook .....</i>	<i>78</i>
<i>Hình 4.16: Sitemap website của FivC .....</i>	<i>78</i>
<i>Hình 4.17: Header của FivC .....</i>	<i>79</i>
<i>Hình 4.18: Footer của FivC .....</i>	<i>79</i>
<i>Hình 4.19: Header của FivC .....</i>	<i>79</i>
<i>Hình 4.20: Banner slider thứ nhất.....</i>	<i>80</i>
<i>Hình 4.21: Banner slider thứ hai.....</i>	<i>80</i>
<i>Hình 4.22: Banner slider thứ ba.....</i>	<i>80</i>
<i>Hình 5.1: Timeline truyền thông TikTok giai đoạn 1 .....</i>	<i>102</i>
<i>Hình 5.2: Tin nhắn phản hồi khách hàng.....</i>	<i>107</i>
<i>Hình 5.3: Tin nhắn giải quyết khiếu nại của khách hàng .....</i>	<i>108</i>
<i>Hình 5.4: Bình luận của khách hàng được admin trả lời tích cực .....</i>	<i>108</i>

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

<i>Bảng 2.1: Tổng quan đối thủ HMK Eyewear</i> .....	17
<i>Bảng 2.2: Ưu nhược điểm của website HMK Eyewear</i> .....	19
<i>Bảng 2.3: Tổng quan đối thủ Kính mắt Anna</i> .....	20
<i>Bảng 2.4: Ưu nhược điểm của website Kính mắt Anna</i> .....	21
<i>Bảng 2.5: Tổng quan đối thủ LB Eyewear</i> .....	23
<i>Bảng 2.6: Ưu nhược điểm của website LB Eyewear</i> .....	24
<i>Bảng 3.1: Mục tiêu ngắn hạn</i> .....	35
<i>Bảng 3.2: Mục tiêu dài hạn</i> .....	36
<i>Bảng 3.3: Mô hình SWOT của FivC</i> .....	36
<i>Bảng 3.4: Phạm vi triển khai của FivC</i> .....	44
<i>Bảng 3.5: Đặc trưng website FivC</i> .....	45
<i>Bảng 3.6: Danh sách công việc khởi tạo doanh nghiệp</i> .....	46
<i>Bảng 3.7: Danh sách công việc khởi tạo website</i> .....	48
<i>Bảng 3.8: Danh sách công việc xây dựng website</i> .....	49
<i>Bảng 3.9: Ban quản lý FivC</i> .....	51
<i>Bảng 3.10: Phòng kỹ thuật FivC</i> .....	51
<i>Bảng 3.11: Phòng Kiểm tra chất lượng FivC</i> .....	52
<i>Bảng 3.12: Phòng Thiết kế FivC</i> .....	52
<i>Bảng 3.13: Phòng Bán hàng FivC</i> .....	52
<i>Bảng 3.14: Phòng Marketing FivC</i> .....	53
<i>Bảng 3.15: Phòng Kế toán - Kho FivC</i> .....	53
<i>Bảng 3.16: Phòng Hành chính - Nhân sự FivC</i> .....	54

<i>Bảng 3.17: Phòng Quản lý Website FivC .....</i>	<i>54</i>
<i>Bảng 3.18: Nhu cầu vốn FivC .....</i>	<i>55</i>
<i>Bảng 3.19: Nguồn vốn FivC .....</i>	<i>56</i>
<i>Bảng 5.1: KPIs xây dựng website .....</i>	<i>81</i>
<i>Bảng 5.2: Mô hình 5A.....</i>	<i>81</i>
<i>Bảng 5.3: Kế hoạch marketing fanpage Facebook .....</i>	<i>86</i>
<i>Bảng 5.4: Bài đăng fanpage giai đoạn 1 .....</i>	<i>87</i>
<i>Bảng 5.5: Bài đăng fanpage giai đoạn 2 .....</i>	<i>92</i>
<i>Bảng 5.6: Bài đăng fanpage giai đoạn 3 .....</i>	<i>96</i>
<i>Bảng 5.7: Mục tiêu marketing TikTok .....</i>	<i>100</i>
<i>Bảng 5.8: Kế hoạch marketing TikTok .....</i>	<i>101</i>



# CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN ĐỀ TÀI

## 1.1 Lý do chọn đề tài

Trong thế kỷ 21 hiện nay, thương mại điện tử đang trở thành một trong những lĩnh vực phát triển mạnh mẽ và có sức ảnh hưởng lớn đối với nền kinh tế toàn cầu. Xu hướng này không chỉ là một hiện tượng ngắn hạn mà còn là một xu thế dài hạn, đang thay đổi cách mà chúng ta mua sắm, kinh doanh và tương tác với nhau. Một trong những yếu tố chính thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử là sự gia tăng đáng kể của công nghệ thông tin và viễn thông. Với sự phổ biến của internet và sự tiện lợi của thiết bị di động, người tiêu dùng có thể truy cập và mua sắm từ bất kỳ đâu, bất kỳ khi nào. Điều này tạo ra một sự thay đổi đáng kể trong hành vi mua sắm, từ mua sắm truyền thống sang mua sắm trực tuyến. Với sự phát triển không ngừng này và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng, thương mại điện tử hứa hẹn sẽ tiếp tục phát triển và trở thành một phần không thể thiếu của nền kinh tế toàn cầu.

*Sau thời gian thảo luận và bàn bạc, nhóm đã quyết định chọn “Kinh doanh mắt kính qua thương mại điện tử” là đề án cuối kỳ cho môn học Quản trị bán lẻ, ý kiến của nhóm đưa ra với lý do cho rằng:*

Kính mắt là một vật dụng nhỏ nhưng lại khá quan trọng, gần như ai cũng cần dùng trong đời sống thường ngày. Mắt kính không chỉ là dụng cụ hỗ trợ thị lực mà còn là biểu tượng của phong cách cá nhân. Với thị trường lớn và nhu cầu ổn định từ người tiêu dùng, việc chọn mắt kính làm thương hiệu để kinh doanh mang lại nhiều lợi ích và tiềm năng lớn.

Có thể thấy rằng trong thế giới hiện đại, vấn đề về thị lực ngày càng trở nên phổ biến, và mắt kính là một phần quan trọng của cuộc sống hàng ngày của hàng triệu người trên toàn cầu. Dẫn đến việc kinh doanh kính mắt là một ngành kinh doanh hợp pháp rất phát triển tại Việt Nam. Một trong những lý do quan trọng nhất khiến cho mắt kính trở thành lựa chọn lý tưởng cho kinh doanh là thị trường lớn và ổn định. Với hàng tỷ người trên toàn thế giới có nhu cầu sử dụng mắt kính để điều chỉnh thị lực, thị trường mắt kính

mang lại một cơ hội kinh doanh vô cùng lớn và bền vững. Ngày nay, mắt kính không chỉ đáp ứng nhu cầu chức năng mà còn trở thành một phần của thế giới thời trang, mở ra không gian cho sự sáng tạo và phát triển sản phẩm.

Đầu tiên, mắt kính đáp ứng nhu cầu thiết yếu của mọi người. Không chỉ là một phụ kiện thời trang, mắt kính là một công cụ quan trọng giúp cải thiện hoặc sửa chữa vấn đề về thị lực. Với sự phát triển của công nghệ và cuộc sống hiện đại, người dùng mắt kính cần phải thay đổi kính thường xuyên để đảm bảo thị lực của họ luôn được duy trì ở mức tốt nhất. Ví dụ, đối với những khách hàng có độ cận, họ luôn phải thay đổi hoặc nâng cấp mắt kính của mình thường xuyên theo định kỳ để đảm bảo sức khỏe cho mắt. Mắt kính trở thành nhu cầu cần phải có của người tiêu dùng.

Thứ hai, mắt kính mang lại tính đa dạng và tính cá nhân hóa cao. Với hàng ngàn kiểu dáng, màu sắc và chất liệu khác nhau, mắt kính vừa là một sản phẩm y tế vừa là một phụ kiện thời trang. Khả năng tùy chỉnh mắt kính phù hợp với từng khách hàng cụ thể, từ hình dáng khuôn mặt đến yêu cầu về thị lực, tạo ra một trải nghiệm mua sắm độc đáo và đáng nhớ.

Thứ ba, thị trường mắt kính là một thị trường ổn định và có tiềm năng phát triển. Dù có những biến động kinh tế, nhu cầu về mắt kính vẫn luôn tồn tại và phát triển, tạo ra một môi trường kinh doanh ổn định và đáng tin cậy. Với mỗi số lượng nhỏ sản phẩm được bán ra nhưng vẫn có thể đem lại doanh thu và lợi nhuận lớn. Dần dần, mắt kính trở thành một lựa chọn hấp dẫn cho các nhà đầu tư và doanh nghiệp.

Cuối cùng, việc kinh doanh mắt kính không chỉ mang lại lợi nhuận mà còn mang lại giá trị xã hội. Bằng cách cung cấp các sản phẩm chất lượng và dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt, các doanh nghiệp có thể đóng góp vào việc cải thiện sức khỏe và chất lượng cuộc sống của cộng đồng.

## **1.2 Ý tưởng kinh doanh**

Bằng cách xây dựng một trang web hoặc cửa hàng trực tuyến, việc mua sắm mắt kính trở nên thuận tiện hơn bao giờ hết, không cần phải đến cửa hàng vật lý.

Trang web hoặc cửa hàng trực tuyến này cần được thiết kế thông qua Haravan, nó đã được thiết kế sẵn một cách chuyên nghiệp và dễ sử dụng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng khi tìm kiếm và chọn lựa sản phẩm. Việc cung cấp thông tin chi tiết về các sản phẩm và dịch vụ là điều cần thiết, bao gồm hình ảnh chất lượng cao, mô tả sản phẩm chi tiết, và thông tin về giá cả cũng như chính sách liên quan.

Để thu hút và giữ chân khách hàng, trang web cần tối ưu hóa trải nghiệm người dùng, bao gồm việc cung cấp các công cụ tìm kiếm và bộ lọc để dễ dàng tìm kiếm sản phẩm, tạo ra các chương trình khuyến mãi và ưu đãi hấp dẫn, cũng như cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp và thân thiện.

Ngoài ra, việc xây dựng một chiến lược quảng cáo và tiếp thị hiệu quả cũng là yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng đến. Nhóm đã triển khai các chiến dịch marketing trực tuyến trên các nền tảng Facebook, và TikTok có thể giúp tăng cường nhận thức thương hiệu và tạo ra lưu lượng truy cập đến trang web của nhóm.

Hơn thế nữa, việc kinh doanh trực tuyến mắt kính không chỉ mang lại sự thuận tiện cho khách hàng mà còn là một cơ hội kinh doanh tiềm năng với sự phát triển của thị trường trực tuyến ngày nay. Bằng cách liên kết với các sàn thương mại điện tử Shopee, Lazada và TikTok Shop để nâng cao trải nghiệm mua sắm tốt nhất và đồng bộ một cách hiệu quả tối ưu.

Với bước đầu tiên là định hình thương hiệu trên thị trường, sau đó dần dần đi vào tâm trí khách hàng mục tiêu, tạo một lượng khách hàng trung thành nhất định. Nỗ lực trở thành một thương hiệu đáng tin cậy, có tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

### **1.3 Mục tiêu đề tài**

Với mục tiêu đầu tiên mà nhóm đã xác định đó là “Khám phá và khai thác thị trường tiềm năng”.

Trong một thế giới đầy cạnh tranh và đa dạng, việc lựa chọn mắt kính làm đề tài kinh doanh không chỉ là một sự quyết định thông minh mà còn là một cơ hội lớn để khám phá và khai thác một thị trường tiềm năng. Điều này đặc biệt đúng trong bối cảnh hiện nay

- nơi mà sự nhận thức về sức khỏe thị lực và phong cách cá nhân ngày càng được đánh giá cao ở mỗi người.

Để đạt được mục tiêu trong dự án kinh doanh mắt kính, điều đầu tiên là nắm bắt sâu sắc về thị trường. Tìm hiểu rõ về cơ hội và thách thức trong thị trường này, từ những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của khách hàng đến các đối thủ cạnh tranh và xu hướng tiêu dùng.

Xây dựng một chiến lược kinh doanh toàn diện là bước tiếp theo, bao gồm việc xác định mục tiêu kinh doanh cụ thể và chiến lược để đạt được chúng. Chiến lược sản phẩm, giá cả, quảng cáo và tiếp thị cần được lên kế hoạch kỹ càng trước khi bắt đầu thực hiện phát triển và đồng bộ. Ngoài ra, nhằm tối ưu hóa cơ hội và vượt qua thách thức cần phải có thêm các kế hoạch dự trù và bổ sung.

Nghiên cứu và phát triển sản phẩm và dịch vụ là một phần không thể thiếu trong dự án này. Về nhu cầu cũng như mong muốn của khách hàng, từ đó phát triển các sản phẩm và dịch vụ mắt kính phù hợp. Phải luôn liên tục cập nhật và cải thiện sản phẩm dựa trên phản hồi từ khách hàng và nghiên cứu thị trường. Đây là bước đệm cho việc sáng tạo.

Xác định mục tiêu tài chính cụ thể là một phần rất quan trọng trong quá trình này. Như là đặt ra các mục tiêu về doanh thu, lợi nhuận, tỷ lệ chuyển đổi và tỷ suất sinh lời để đánh giá hiệu quả kinh doanh. Theo dõi và đánh giá kết quả kinh doanh các mục tiêu đã đặt ra, và điều chỉnh các hoạt động theo kết quả đánh giá để đạt được mục tiêu kinh doanh chưa đạt được trong kế hoạch.

## **1.4 Giới thiệu FivC**

### ***1.4.1 Giới thiệu chung***

FivC - đây là một không gian mua sắm mắt kính độc đáo tiện lợi và là sự lựa chọn tối ưu nhất, phù hợp với mọi nhu cầu của người tiêu dùng. Với một mô hình kinh doanh mới mẻ và sự cam kết đem đến cho khách hàng những trải nghiệm đẳng cấp, FivC không chỉ là nơi để mua sắm mắt kính mà còn là điểm đến của những người yêu thời trang và chăm sóc sức khỏe cho đôi mắt mọi người.

### ***1.4.2 Tên và slogan của thương hiệu***

Tên thương hiệu là FivC là kết hợp giữa "Five Core Values" (Năm Giá Trị Cốt Lõi) và viết tắt của chúng thành một từ duy nhất là FivC, đề cập đến năm yếu tố kinh doanh cốt lõi mà FivC hướng đến, đó chính là: chất lượng, phong cách, sáng tạo, tinh tế và chăm sóc. Đây có thể là một cách để thể hiện cam kết của FivC đối với những giá trị này trong mọi sản phẩm và dịch vụ muốn cung cấp đến thị trường.

Sự đặc biệt của FivC không chỉ là ở việc cung cấp các sản phẩm chất lượng và đa dạng mà còn nằm ở triết lý kinh doanh mà. Nhóm tin rằng, với mỗi chiếc kính không chỉ là một vật dụng bảo vệ mắt mà còn là biểu tượng của phong cách và cái tôi của từng người. Đó là lý do tại sao, mục tiêu của nhóm luôn bao gồm sự nỗ lực để mang đến cho quý khách hàng những lựa chọn đa dạng, phong phú và phản ánh được cá tính riêng của mỗi người.

Slogan "Nâng Tầm Phong Cách, Bảo Vệ Tầm Nhìn" không chỉ là cam kết mà đó còn là sứ mệnh, để tạo ra không chỉ những sản phẩm mắt kính đẹp mắt mà còn là những trải nghiệm tinh tế và đầy ý nghĩa cho khách hàng. Phong cách không chỉ là về việc trang điểm hay diện đồ mà còn là về cách bạn tự tin khi diện những bộ kính yêu thích. Đồng thời, bảo vệ tầm nhìn cũng là một phần không thể thiếu trong việc duy trì sức khỏe cho đôi mắt của chính bản thân bạn.

### ***1.4.3 Logo***



*Hình 1.1: Logo thương hiệu*

Logo được thiết kế đơn giản và tối ưu, với hình ảnh là một chiếc mắt kính được trình bày một cách đơn giản nhưng hiện đại. Màu hồng được sử dụng làm màu chủ đạo, tạo nên sự nhẹ nhàng và nữ tính, đồng thời thu hút ánh nhìn một cách tự nhiên và gần gũi. Dưới hình ảnh là tên thương hiệu, được viết bằng một font chữ đơn giản và thanh lịch, tạo ra một sự cân đối và đồng nhất cho toàn bộ logo. Tất cả các yếu tố này kết hợp lại tạo nên một logo độc đáo và dễ nhận diện, phản ánh sự tinh tế và thời thượng của thương hiệu.

#### ***1.4.4 Tâm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi***

##### ***1.4.4.1 Tâm nhìn***

Tạo ra một thế giới mà mọi người có thể tự tin và thoải mái trong việc biểu đạt bản thân thông qua việc lựa chọn mắt kính phản ánh phong cách và cá nhân của họ.

##### ***1.4.4.2 Sứ mệnh***

Mang đến cho mọi người những sản phẩm mắt kính chất lượng, nâng tầm phong cách, đồng thời bảo vệ tầm nhìn của bạn cũng là bảo vệ tầm nhìn của chúng tôi.

##### ***1.4.4.3 Giá trị cốt lõi***

Như đã đề cập, đó cũng chính là ý nghĩa của tên thương hiệu FivC:

- Chất lượng (Quality): Cam kết đem đến sản phẩm và dịch vụ mắt kính với chất lượng tốt nhất, từ các vật liệu chọn lọc đến quy trình sản xuất chính xác và kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt.

- Phong cách (Style): Mang đến cho khách hàng những lựa chọn phong cách đa dạng và độc đáo, từ những thiết kế hiện đại và cá tính đến những phong cách cổ điển và thanh lịch.

- Sáng tạo (Creativity): Liên tục tìm kiếm và áp dụng những ý tưởng mới lạ và sáng tạo vào việc thiết kế sản phẩm, tạo ra những sản phẩm mắt kính độc đáo và tiên tiến.

- Tinh tế (Elegance): Đặt sự tinh tế và sự đẹp mắt lên hàng đầu trong mọi sản phẩm và dịch vụ, từ thiết kế đến bao bì và trải nghiệm mua sắm, mong muốn một cảm giác sang trọng và đẳng cấp cho khách hàng.

- Chăm sóc (Care): Đặt khách hàng lên hàng đầu, cam kết mang đến cho họ một trải nghiệm mua sắm và sử dụng mắt kính tuyệt vời, bằng cách cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tình và chất lượng cao.

## CHƯƠNG 2 PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

### 2.1 Phân tích vĩ mô

Dựa trên số liệu, dữ liệu và thông tin cụ thể trong bối cảnh, thời gian đang xét đến, chúng ta có thể đánh giá các yếu tố của môi trường vĩ mô doanh nghiệp một cách chính xác. Các chủ doanh nghiệp cũng như nhân viên hoạch định chính sách công ty thường dùng mô hình PEST để đánh giá, phân tích môi trường vĩ mô của doanh nghiệp.

- P: Politics - Chính trị.
- E: Economics - Kinh tế.
- S: Social - Xã hội.
- T: Technology - Công nghệ.



Hình 2.1: Mô hình PEST phân tích môi trường kinh doanh

#### 2.1.1 Chính trị

Hệ thống chính trị ổn định tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh lâu dài của cửa hàng. Các chính sách của chính phủ cần nhất quán, minh bạch và dễ dự đoán để



doanh nghiệp có thể xây dựng kế hoạch kinh doanh hiệu quả. Đối với các chính sách của chính phủ liên quan đến thuế, thương mại, đầu tư, lao động, môi trường... có thể ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của cửa hàng. Mắt kính FivC cần theo dõi sát sao các chính sách này và có những biện pháp điều chỉnh phù hợp để đảm bảo tuân thủ pháp luật và tối ưu hóa lợi ích. Mức độ tham nhũng cao có thể cản trở hoạt động kinh doanh của cửa hàng do phải đóng các chi phí phát sinh. Vì thế cửa hàng mắt kính thời trang FivC cần xây dựng mối quan hệ minh bạch với các cơ quan chức năng và tuân thủ đúng pháp luật để hạn chế tối đa tác động của tham nhũng.

Ngoài ra, hệ thống pháp luật hoàn chỉnh và rõ ràng tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của cửa hàng. FivC cần nắm rõ các quy định pháp luật liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của mình để đảm bảo tuân thủ pháp luật và tránh vi phạm. Quy trình cấp phép kinh doanh cần được đơn giản hóa và minh bạch để FivC có thể dễ dàng thành lập và hoạt động. Luật bảo vệ người tiêu dùng ngày càng được chú trọng, đòi hỏi FivC phải nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng.

Các chính sách khuyến khích phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) của chính phủ có thể tạo điều kiện thuận lợi cho cửa hàng FivC tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi, tham gia các chương trình hỗ trợ và giảm thiểu chi phí hoạt động. Hệ thống pháp luật hoàn thiện và rõ ràng giúp doanh nghiệp dễ dàng tuân thủ pháp luật và tránh vi phạm, từ đó giảm thiểu rủi ro và nâng cao uy tín của cửa hàng.

Các quy định pháp luật về bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm, chất lượng sản phẩm... có thể đòi hỏi FivC phải đầu tư thêm chi phí để tuân thủ, gây áp lực lên lợi nhuận của cửa hàng. Biến động của chính sách thuế, lãi suất... có thể ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm, dịch vụ của FivC và sức mua của người tiêu dùng. Cạnh tranh gay gắt từ các cửa hàng khác trong cùng khu vực có thể khiến FivC gặp khó khăn trong việc thu hút và giữ chân khách hàng.

### ***2.1.2 Kinh tế***

Kinh tế là một lĩnh vực rộng lớn bao gồm các hoạt động sản xuất, phân phối và tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ. Nó là nền tảng cho sự phát triển của xã hội và đóng vai trò quan trọng trong cuộc sống của mỗi người, điều này phụ thuộc vào các yếu tố sau: nhu cầu, cung, giá cả, thị trường, tăng trưởng kinh tế, lạm phát, thất nghiệp. Kinh tế thế giới đang trong giai đoạn phục hồi sau đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều rủi ro tiềm ẩn như căng thẳng địa chính trị, lạm phát gia tăng, nguy cơ suy thoái kinh tế. Các tổ chức quốc tế dự báo kinh tế thế giới sẽ tăng trưởng khoảng 3-4%/năm trong giai đoạn 2023-2025.

Dự báo về tăng trưởng kinh tế trong giai đoạn 2023-2025 tạo ra một môi trường lạc quan cho việc mở rộng kinh doanh và phát triển cho FivC. Với sự tăng trưởng kinh tế, nhu cầu tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ, bao gồm cả kính mắt FivC, có thể tăng lên, mang lại cơ hội tăng doanh số bán hàng cho cửa hàng. Trong bối cảnh kinh tế phục hồi, có thể xuất hiện các cơ hội mới từ việc mở rộng thị trường, kể cả việc tiếp cận khách hàng quốc tế. Tuy nhiên, cũng cần lưu ý đến các rủi ro tiềm ẩn như căng thẳng địa chính trị, lạm phát gia tăng và nguy cơ suy thoái kinh tế. Cửa hàng mắt kính FivC cần phải cân nhắc và đề xuất các biện pháp phù hợp để đối phó với những thách thức này, đồng thời tận dụng những cơ hội mới để tăng cường hiệu suất kinh doanh và duy trì sự ổn định trong môi trường kinh doanh.

### **2.1.3 Xã hội**

Phụ thuộc vào các yếu tố cá nhân, gia đình, cộng đồng, xã hội dân sự, văn hóa, giáo dục, y tế, môi trường. Xã hội hiện đang trong giai đoạn chuyển đổi sâu sắc do tác động của khoa học công nghệ, đặc biệt là sự phát triển của trí tuệ nhân tạo. Một số xu hướng nổi bật của xã hội trong tương lai bao gồm:

- Toàn cầu hóa ngày càng cao.
- Khoa học công nghệ phát triển mạnh mẽ.
- Xã hội già hóa.
- Nhu cầu về giáo dục và đào tạo ngày càng cao.
- Mức độ quan tâm đến môi trường ngày càng tăng.

Toàn cầu hóa có thể mang lại cơ hội mở rộng thị trường và tiếp cận khách hàng quốc tế nhưng cũng đồng nghĩa với việc cần phải đối phó với sự cạnh tranh từ các cửa hàng quốc tế và phải thích nghi với các chuẩn mực và yêu cầu quốc tế. Với dân số ngày càng già hóa, cửa hàng có thể chú trọng vào việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với nhóm khách hàng người cao tuổi như kính mắt đa tròng hoặc kính chống tia UV. Nhu cầu về sản phẩm và dịch vụ liên quan đến giáo dục và đào tạo có thể tăng cao. FivC có thể tận dụng cơ hội này bằng cách tạo ra các chương trình khuyến mãi hoặc sản phẩm dành cho học sinh, sinh viên. Xã hội ngày càng quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường. Cửa hàng có thể tận dụng cơ hội này bằng cách tăng cường sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường và thúc đẩy các hoạt động xã hội và môi trường. Tóm lại, việc hiểu và đáp ứng các xu hướng xã hội là chìa khóa để cửa hàng bán kính mắt FivC thành công trong môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp và đa dạng này.

### ***2.1.4 Công nghệ***

Công nghệ là một lĩnh vực rộng lớn bao gồm các công cụ, kỹ thuật, phương pháp và quy trình được sử dụng để giải quyết các vấn đề và đáp ứng nhu cầu của con người. Công nghệ có thể được chia thành nhiều lĩnh vực khác nhau như: công nghệ thông tin (CNTT), công nghệ sinh học, công nghệ nano, công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ in 3D. Sự phát triển của công nghệ có thể tạo ra những cơ hội mới trong việc sản xuất, tiếp thị và phân phối sản phẩm. Cửa hàng có thể tận dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo để cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

Công nghệ có thể được sử dụng để tạo ra các công cụ và ứng dụng giúp khách hàng lựa chọn kính mắt phù hợp với nhu cầu và phong cách của họ một cách dễ dàng và tiện lợi hơn. Công nghệ in 3D có thể được áp dụng trong quá trình sản xuất kính mắt, giúp tạo ra các mẫu kính mắt đa dạng và cá nhân hóa nhanh chóng, từ đó tăng cường hiệu suất sản xuất. Sử dụng công nghệ tiên tiến trong quá trình sản xuất và kiểm tra chất lượng có thể giúp cửa hàng sản xuất ra các sản phẩm kính mắt chất lượng cao và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Sử dụng công nghệ thông tin và mạng xã hội để tiếp cận và tương tác với

khách hàng, xây dựng mối quan hệ và tăng cường hiệu quả tiếp thị. Công nghệ cung cấp cơ hội để tạo ra các dịch vụ mới, như dịch vụ thử kính ảo trực tuyến, hoặc dịch vụ tư vấn chọn mắt kính thông qua ứng dụng di động. Bằng việc áp dụng công nghệ mới, cửa hàng có thể tạo ra sự khác biệt và tiên phong trong ngành, thu hút sự chú ý của khách hàng và tạo ra lợi thế cạnh tranh. Tóm lại, việc áp dụng công nghệ trong kinh doanh kính mắt FivC không chỉ giúp cải thiện hiệu suất sản xuất và chất lượng sản phẩm mà còn mở ra nhiều cơ hội mới để tạo ra trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng và tăng cường tính cạnh tranh của cửa hàng.

## 2.2 Môi trường vi mô

### 2.2.1 Phân tích đối thủ

#### 2.2.1.1 Phân tích đối thủ cạnh tranh

##### 2.2.1.1.1 HMK Eyewear



Hình 2.2: Website HMK Eyewear

HMK Eyewear là thương hiệu mắt kính giá rẻ mới phát triển trong vài năm trở lại đây nhưng đã gây tiếng vang nhờ chất lượng, uy tín. Sức hút của các sản phẩm ở đây thu về hàng nghìn khách hàng đến mua sắm và trải nghiệm.

- Thông điệp triết lý: Với phương châm “Care your eyes, care your style”. HMK không chỉ đơn thuần là nơi bán kính, mà còn là nơi chăm sóc đôi mắt của bạn, đem đến

những mẫu mã kính phong phú, chất lượng, thời trang, thể hiện phong cách, cá tính của chính bạn.

- Phân khúc khách hàng:

- Thanh niên và người trẻ tuổi: Họ muốn thể hiện phong cách riêng và tìm kiếm các sản phẩm kính mắt chất lượng với mức giá phải chăng. HMK Eyewear một trong sự lựa chọn phù hợp và đáp ứng được nhu cầu của họ.
- Người trưởng thành và người lớn tuổi: HMK Eyewear cũng hướng đến những khách hàng trưởng thành và người lớn tuổi. Đối với nhóm này, việc tìm kiếm mắt kính chất lượng và ổn định để bảo vệ mắt và cải thiện thị lực là quan trọng. HMK Eyewear cung cấp các sản phẩm đáng tin cậy và cũng đáp ứng được nhu cầu của nhóm khách hàng này.

- Phân khúc sản phẩm: HMK Eyewear là đơn vị phân phối chính hãng của nhiều thương hiệu tròng kính nổi tiếng thế giới như Chemi, Zeiss... đến các thương hiệu Việt như Ánh Rạng. Ngoài tròng kính, ở đây còn đa dạng các loại gọng kính từ bình dân đến cao cấp như Levi's, Gentle Monster...

*Bảng 2.1: Tổng quan đối thủ HMK Eyewear*

	<b>HMK Eyewear</b>
<b>Điểm mạnh</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HMK Eyewear cung cấp mắt kính ở mức giá đa dạng, hợp lý và phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng, từ giá trung bình đến cao cấp.</li> <li>- Hoạt động sôi nổi trên các nền tảng mạng xã hội và sàn như: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook: Nhiều lượt theo dõi và lượt tương tác với 3,9k người theo dõi và 3,4k lượt thích.</li> <li>• TikTok: Nhiều lượt theo dõi và lượt thích với 102,5k lượt theo dõi và 1,2Tr lượt thích.</li> </ul> </li> <li>- Có cho mình một gian hàng trên các sàn thương mại điện tử như:</li> </ul>

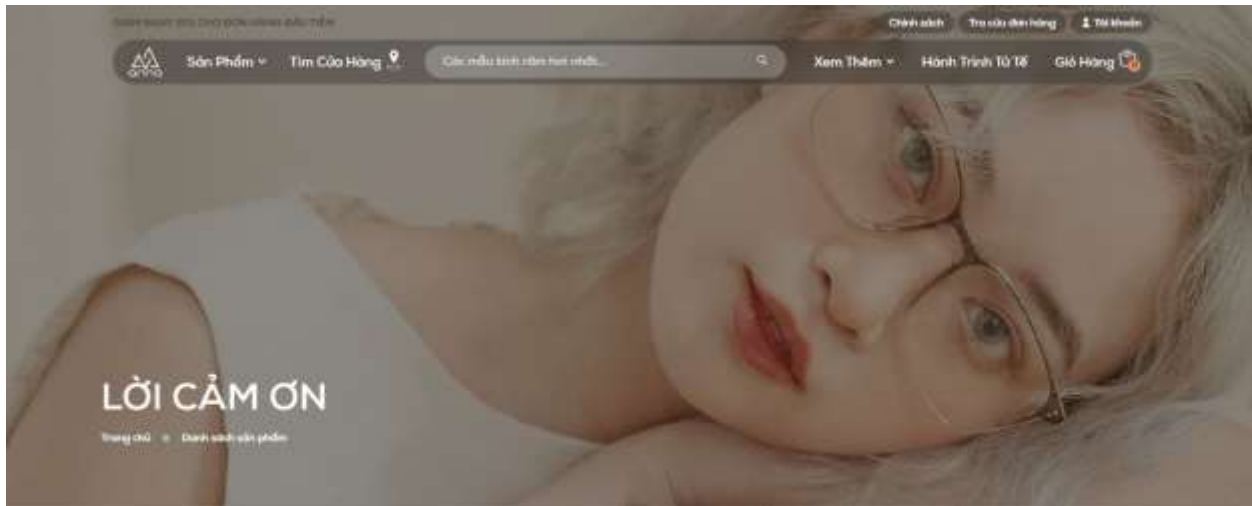
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shopee: Với hơn 23,5k lượt theo dõi với rating 4.9/5.0 và nhiều lượt bình luận và đánh giá sản phẩm tích cực.</li> <li>• Lazada: Với hơn 1,1k lượt theo dõi, 100% đánh giá tích cực.</li> </ul> <p>- Hình ảnh sản phẩm đẹp và chân thực.</p> <p>- Hệ thống Mắt Kính HMK có độ phủ sóng cao với 31 chi nhánh trên toàn quốc, tập trung hầu hết ở các tỉnh thành lớn như: TP. Hồ Chí Minh, TP. Hà Nội, TP. Đà Nẵng, TP. Cần Thơ và nhiều tỉnh thành khác.</p>
<b>Điểm yếu</b>	<p>- Các chương trình ưu đãi, giảm giá và voucher trên các sàn thương mại điện tử như Shopee và Lazada là khá thấp và lượt mua trên các nền tảng này cũng khá thấp.</p> <p>- Tuy có nhiều lượt thích và theo dõi trên nền tảng TikTok, nhưng các sản phẩm mắt kính của HMK cung cấp cho người dùng trên nền tảng này rất là thấp chỉ 10 sản phẩm.</p>
<b>Lợi thế cạnh tranh</b>	<p>- Mức giá đa dạng: HMK Eyewear cung cấp mắt kính ở mức giá phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng. Điều này giúp thu hút đa dạng đối tượng người tiêu dùng, từ người tìm kiếm sản phẩm giá trung bình đến người có nhu cầu mua các sản phẩm cao cấp hơn.</p> <p>- Sự hiện diện trên mạng xã hội và sàn thương mại điện tử: HMK Eyewear có hoạt động tích cực trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook và TikTok. Số lượng lượt theo dõi và tương tác cho thấy sự quan tâm và phản hồi tích cực từ phía khách hàng. Họ cũng có gian hàng trên các sàn thương mại điện tử như Shopee và Lazada, giúp tiếp cận với một lượng lớn người mua trực tuyến.</p> <p>- Độ phủ sóng cao giúp khách hàng tiện lợi trong việc tìm mua sản phẩm và dịch vụ của HMK Eyewear.</p>

- Ưu nhược điểm website: <https://hmkeyewear.com/>

*Bảng 2.2: Ưu nhược điểm của website HMK Eyewear*

Ưu điểm	Nhược điểm
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hình ảnh sản phẩm được tự chụp và thiết kế đồng bộ.</li> <li>- Đa dạng sản phẩm và phân loại rõ ràng.</li> <li>- Bố cục website dễ nhìn và dễ sử dụng.</li> <li>- Phong cách thiết kế đơn giản, cung cấp đầy đủ thông tin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các chương trình ưu đãi và giảm giá hạn chế.</li> <li>- Thiếu sự tương tác và đánh giá từ khách hàng đối với sản phẩm.</li> <li>- Nhiều trang hình ảnh sản phẩm chưa được thiết kế đồng bộ, dẫn đến rối mắt.</li> </ul>

#### 2.2.1.1.2 Kính mắt Anna



*Hình 2.3: Website kính mắt Anna*

Kính mắt Anna – Anna Eyeglasses là một chuỗi cửa hàng kính mắt được thành lập từ năm 2015 do Tun Phạm – một TikToker/Vlogger nổi tiếng góp vốn. Trải qua hơn 10 năm phát triển, thương hiệu đã trở nên phổ biến và chiếm một vị trí nhất định trên thị trường kính mắt cũng như là thời trang, đặc biệt đối với giới trẻ. Đến với Kính mắt Anna, không chỉ đơn thuần bạn có thể tìm mua mẫu kính bảo vệ đôi mắt mà đây còn là phụ kiện thời trang giúp bạn biến hóa, thay đổi bản thân. Bởi các sản phẩm mắt kính tại cửa hàng được cập nhật liên tục xu hướng ở trong và ngoài nước.

- Thông điệp triết lý: Slogan của Kính Mắt Anna là "See better than yesterday", thể hiện mong muốn của thương hiệu mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất về thị lực và phong cách. Mắt kính không chỉ là công cụ hỗ trợ thị lực mà còn là một phụ kiện thời trang giúp mỗi người tỏa sáng theo một cách riêng của bản thân, Anna mang đến cho khách hàng những trải nghiệm khác nhau chỉ thông qua chiếc kính mắt, bạn có thể trở nên dịu dàng hay phóng khoáng theo cách mà khách hàng thích. Bất kể bạn là ai, Anna có thể mang đến một cặp kính phù hợp.

- Phân khúc khách hàng:

- Nhóm khách hàng cá nhân: các khách hàng có nhu cầu và sẵn sàng chi trả cho sản phẩm kính cận, kính thời trang. Đặc biệt là nhóm khách hàng thanh niên, người trẻ tuổi và người trưởng thành từ 14 đến 34 tuổi
- Nhóm khách hàng tổ chức: là những cửa hàng, nhà phân phối, bệnh viện... có liên quan đến việc phân phối sản phẩm.

- Phân khúc sản phẩm: Kính Mắt Anna là một cửa hàng mắt kính cung cấp một loạt các sản phẩm đa dạng để đáp ứng nhu cầu khách hàng. Các sản phẩm của Kính Mắt Anna có: Gọng kính, kính áp tròng, tròng kính, kính râm, gọng kính trẻ em...

*Bảng 2.3: Tổng quan đối thủ Kính mắt Anna*

	<b>Kính mắt Anna</b>
<b>Điểm mạnh</b>	<p>- Phong cách thiết kế khá bắt mắt, hợp xu hướng và màu sắc thu hút.</p> <p>- Phân phối và marketing sản phẩm trên các kênh mạng xã hội và sàn thương mại điện tử như Facebook, TikTok, Shopee và nhận được nhiều lượt theo dõi và lượt thích tích cực.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook: Với 701k người theo dõi, 630k lượt thích trên fanpage.</li> <li>• TikTok: Với 360,5k lượt theo dõi và hơn 9,3Tr lượt thích.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee: Với hơn 1Tr người theo dõi và rating là 4,9/5,0 và tỷ lệ phản hồi với khách khá cao 83%. Lượt mua sản phẩm khá cao và có sản phẩm có số lượt mua ấn tượng với 40,2k.</li> </ul> <p>- Giá cả hợp lý và phù hợp với nhiều đối tượng, đặc biệt là học sinh, sinh viên.</p>
<b>Điểm yếu</b>	<p>- Chưa có nhiều bài truyền thông thu hút, lượt tương tác trên fanpage khá ít.</p> <p>- Phân phối sản phẩm trên nhiều sàn tuy nhiên chỉ hoạt động tích cực trên nền tảng Shopee, Website thương hiệu.</p>
<b>Lợi thế cạnh tranh</b>	<p>- Phong cách thiết kế bắt mắt và hợp xu hướng.</p> <p>- Mắt kính Anna đã phân phối và tiếp thị sản phẩm trên các kênh mạng xã hội phổ biến như Facebook và TikTok giúp đưa sản phẩm đến với các đối tượng khách hàng rộng hơn.</p> <p>- Giá cả hợp lý và phải chăng với sản phẩm chất lượng có thể tạo ra sự thu hút và tạo ra một lợi thế trong việc cạnh tranh với các thương hiệu khác.</p>

- Ưu nhược điểm website: <https://kinhmatann.com>

*Bảng 2.4: Ưu nhược điểm của website Kính mắt Anna*

<b>Ưu điểm</b>	<b>Nhược điểm</b>
<p>- Hình ảnh sản phẩm được thể kế đẹp mắt và thu hút.</p> <p>- Đa dạng sản phẩm và phân loại rõ ràng.</p> <p>- Phong cách thiết kế khá bắt mắt và màu sắc thu hút.</p>	<p>- Giao diện website hơi khó nhìn và rối.</p> <p>- Rất ít ưu đãi và voucher để áp dụng cho sản phẩm.</p> <p>- Nhiều sản phẩm trên website hết hàng và không có sản phẩm trong danh mục trông kính.</p>

#### 2.2.1.1.3 Mắt kính LB Eyewear



*Hình 2.4: Website LB Eyewear*

LB Eyewear là hệ thống mắt kính thời trang với gần 20 năm kinh nghiệm phân phối sản phẩm kính cho thị trường Việt Nam. LB Eyewear tự tin mang đến cho bạn những sản phẩm theo kịp xu thế thời trang thế giới với chất lượng cao nhất, giá ưu đãi nhất trên thị trường. Được thành lập bởi những người bạn cùng đam mê về thời trang và khát vọng đem đến những sản phẩm thời trang đẹp nhất, chất lượng nhất cho giới trẻ Việt Nam.

- Thông điệp triết lý: Với thông điệp "Look Beyond" (Nhìn xa hơn) - LB Eyewear khuyến khích mọi người nhìn xa hơn những giới hạn và định kiến để khám phá những khả năng tiềm ẩn và tận hưởng cuộc sống một cách tự tin.

- Phân khúc khách hàng:

- Khách hàng trẻ: LB Eyewear hướng đến khách hàng trẻ tuổi, đặc biệt học sinh, sinh viên có gu thẩm mỹ và quan tâm đến xu hướng thời trang. Họ có nhận thức cao về phong cách, muốn thể hiện cái tôi riêng. Các sản phẩm có thể có thiết kế đa dạng, màu sắc sáng tạo và giá cả phải chăng, đáp ứng nhu cầu của nhóm khách hàng trẻ tuổi này.
- Bình dân: LB Eyewear có thể cung cấp các mẫu mắt kính với giá cả phải chăng và chất lượng tốt cho khách hàng trong phân khúc bình dân. Điều này giúp đáp ứng

nhu cầu của những người tìm kiếm mắt kính chất lượng, nhưng vẫn trong phạm vi ngân sách hợp lý.

- Cá nhân hóa chuyên biệt: LB Eyewear có thể tạo ra các sản phẩm có tính cá nhân hóa cao để đáp ứng nhu cầu đặc biệt của khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp dịch vụ tùy chỉnh, cho phép khách hàng lựa chọn gọng kính, tròng kính, và các tính năng khác để tạo ra mắt kính phù hợp với sở thích và nhu cầu cá nhân.

- Phân khúc sản phẩm: LB Eyewear cung cấp các loại mắt kính, gọng kính trẻ trung, bình dân, cá nhân hóa, mắt kính chống tia UV và mắt kính chống ánh sáng xanh để đáp ứng nhu cầu và sở thích của đa dạng khách hàng.

*Bảng 2.5: Tổng quan đối thủ LB Eyewear*

	<b>LB Eyewear</b>
<b>Điểm mạnh</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá cả hợp lý phù hợp với chất lượng sản phẩm.</li> <li>- Các nền tảng mạng xã hội có lượt tiếp cận và lượng người theo dõi đạt mức ổn: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook: Với 163k người theo dõi và 154k lượt thích.</li> <li>• TikTok: Với 27k người theo dõi và 170,5 lượt thích</li> </ul> </li> <li>- Gian hàng trên sàn thương mại điện tử cũng tiếp cận được nhiều người: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Shopee: Với 20k người theo dõi, rating 9,5/5,0 và tỷ lệ phản hồi chat 96%. Số lượng lượt bán của một số sản phẩm cao lên tới 77,7k cho thấy tiềm năng trên thị trường này là rất lớn.</li> <li>• Lazada: Với hơn 2,4k người theo dõi và 98% đánh giá tích cực.</li> </ul> </li> <li>- Nhận được nhiều feedback và đánh giá tích cực từ khách hàng.</li> </ul>
<b>Điểm yếu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mặc dù có số lượng người theo dõi khá đáng kể trên fanpage của LB Eyewear, nhưng lượt tương tác trên các bài đăng vẫn còn thấp.</li> <li>- Phân phối sản phẩm trên nhiều sàn tuy nhiên chỉ hoạt động tích cực trên nền tảng Shopee, Website thương hiệu.</li> </ul>

	- Các chương trình ưu đãi, giảm giá và voucher trên các sàn thương mại điện tử như Shopee và Lazada là khá ít.
<b>Lợi thế cạnh tranh</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá cả hợp lý và tương xứng với chất lượng sản phẩm có thể là một lợi thế cạnh tranh, hấp dẫn khách hàng và tạo sự cạnh tranh với các thương hiệu khác trong ngành mắt kính.</li> <li>- Có sự hiện diện trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook và TikTok, cũng như gian hàng trên Shopee và Lazada, LB Eyewear có lợi thế trong việc tiếp cận và tạo quan tâm từ khách hàng.</li> <li>- Nhận được nhiều feedback và đánh giá tích cực từ khách hàng là một lợi thế cạnh tranh, tạo niềm tin và độ tin cậy cho thương hiệu.</li> </ul>

- Ưu nhược điểm website: <https://matkinhlb.com.vn/>

*Bảng 2.6: Ưu nhược điểm của website LB Eyewear*

<b>Ưu điểm</b>	<b>Nhược điểm</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hiện thị thông tin chi tiết về sản phẩm, dịch vụ, giá cả, chính sách và thông tin liên hệ. Điều này giúp khách hàng có cái nhìn tổng quan về doanh nghiệp của bạn và có thể đưa ra quyết định mua hàng thông qua website.</li> <li>- Thiết kế đẹp và chuyên nghiệp và nội dung chất lượng giúp xây dựng hình ảnh thương hiệu và tạo độ tin cậy đối với khách hàng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Không xem và tham khảo lượt đánh giá và phản hồi từ khách hàng đã mua sản phẩm.</li> </ul>

### 2.2.1.2 Lợi thế cạnh tranh của FivC

Nhìn chung, cả 3 đối thủ cạnh tranh HMK Eyewear, Mắt kính Anna, Mắt kính LB Eyewear đều có trang web riêng và hoạt động trên nhiều nền tảng khác nhau. Điều này cho thấy chúng đều đầu tư vào việc tạo dựng một môi trường trực tuyến để tiếp cận khách hàng và quảng bá sản phẩm của họ. Tuy nhiên việc quảng bá sản phẩm đến khách hàng và sự

phản hồi từ khách hàng còn thấp và một số nền tảng bán hàng chưa được chú trọng. Và FivC đã nhận thấy được những cơ hội tiềm năng từ những điểm yếu này và tạo lợi thế cạnh tranh cho mình từ những cơ hội đó như:

- Ứng dụng chuyển đổi số cao, xây dựng hệ thống website bán hàng hoàn chỉnh:
- Giúp doanh nghiệp truyền tải những giá trị: FivC có thể giới thiệu toàn bộ thông tin như: câu chuyện, tầm nhìn, sứ mệnh, sẽ giúp hình ảnh của doanh nghiệp trở nên gần gũi hơn với khách hàng, mỗi khi khách hàng tìm mua bất kỳ sản phẩm nào của doanh nghiệp, thương hiệu sẽ xuất hiện đầu tiên trong tâm trí họ. Từ đó giúp doanh nghiệp tăng độ nhận diện biết cho thương hiệu.
- Tăng khả năng tiếp cận khách hàng: Website cho phép doanh nghiệp đăng tải tất cả thông tin sản phẩm như: chất lượng, nguồn gốc xuất xứ, mẫu mã, giá cả, chế độ hậu mãi, cách sử dụng. Khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm trong quá trình mua sắm, sử dụng, cho dù ở xa đến mấy họ có thể mua hàng từ xa bằng các thao tác thêm vào giỏ hàng. Từ đó quá trình tiếp cận với khách hàng trở nên hiệu quả hơn.
- Chi phí tiết kiệm, vận hành đơn giản
- Tối ưu hóa chất lượng dịch vụ: Website giúp cho doanh nghiệp nâng tầm chất lượng dịch vụ của mình. Mọi thắc mắc hay thiếu nại của khách trong quá trình mua sắm sẽ được giải quyết bằng chức năng liên hệ, tư vấn có trong website bán hàng hoặc khách hàng có thể liên hệ qua email, hotline của doanh nghiệp. Lợi ích của website bán hàng sẽ giúp cho doanh nghiệp trở nên chuyên nghiệp trong mắt khách hàng.
- Tăng khả năng cạnh tranh so với đối thủ: Một website bán hàng phải đem lại trải nghiệm tốt: truy cập nhanh, thao tác mượt, bố cục trình bày rõ ràng, giao diện độc đáo, thân thiện, sẽ đem lại sự ấn tượng cho khách hàng. Giúp doanh nghiệp tạo ra sự cạnh tranh khác biệt so với đối thủ trên thị trường.
- Hỗ trợ mua sắm trên nhiều sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada, TikTok Shop... giúp tăng khả năng tiếp cận và nhận diện thương hiệu đến với khách hàng.

- Đa dạng về mẫu mã, thiết kế: Bằng cách đưa sản phẩm mắt kính FivC lên các nền tảng mua sắm trực tuyến khác nhau, khách hàng có thể truy cập và lựa chọn từ một loạt các mẫu mã và thiết kế khác nhau. Điều này tạo ra sự đa dạng và linh hoạt cho khách hàng trong việc chọn lựa sản phẩm phù hợp với phong cách và sở thích cá nhân.

- Giá bán hợp lý, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng: Không chỉ ghi điểm trong lòng người dùng bởi chất liệu tốt, mẫu mã đa dạng mà mắt kính FivC còn có giá thành khá rẻ và khách hàng có thể mua mà không cần phải đắn đo suy nghĩ. Đặc biệt, vào những dịp SALE lớn của hãng, giá các sản phẩm đều đồng loạt giảm sâu giúp khách hàng có thể sở hữu mắt kính cao cấp FivC đã rẻ lại càng rẻ hơn.

### ***2.2.2 Nhà cung cấp***

- Nhà cung cấp hàng hóa:

- Sản phẩm kính mắt đòi hỏi sự chính xác và chất lượng cao, do đó, quá trình cung cấp hàng hóa cho sản phẩm này thường kết hợp cả việc thiết kế từ đầu của FivC và sử dụng dịch vụ sản xuất từ bên thứ ba. Các loại kính sẽ được tự lên ý tưởng và thiết kế cho các mẫu kính mắt của mình, sau đó sẽ hợp tác với các nhà sản xuất chuyên nghiệp để thực hiện ý tưởng đó thành hiện thực.
- Quá trình này thường liên tục được theo dõi và kiểm soát chặt chẽ từ cả hai bên để đảm bảo rằng sản phẩm cuối cùng không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng mà còn phản ánh chính xác ý tưởng và thiết kế ban đầu của nhãn hiệu. Sự kết hợp giữa việc tự lên ý tưởng và hợp tác với các nhà sản xuất chuyên nghiệp là chìa khóa để cung cấp các sản phẩm kính mắt đa dạng và chất lượng đến tay người tiêu dùng.

- Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển: Giao hàng tiết kiệm, Vietnam post, J&T Express, Ninjavan, Giao hàng nhanh.

- Nhà cung cấp dịch vụ thanh toán: Các ngân hàng tại Việt Nam, Momo

- Nhà cung cấp mặt bằng, kho bãi: Chủ cho thuê mặt bằng, kho bãi tại Hồ Chí Minh.

### ***2.2.3 Khách hàng***

### 2.2.3.1 Theo địa lý

FivC là thương hiệu kinh doanh mắt kính trực tuyến website, sàn thương mại điện tử và trang mạng xã hội Facebook, nên chúng tôi sẽ cung cấp sản phẩm đến tất cả mọi nơi trên lãnh thổ Việt Nam, cả thành thị và nông thôn. Trong các thành phố lớn, có khả năng cao hơn rằng nhu cầu sử dụng kính mắt sẽ tăng lên do ánh sáng mạnh, khói bụi, và áp lực công việc. Trong khi đó, ở các khu vực nông thôn, nhu cầu này có thể ít hơn do môi trường sống ít tác động của ánh sáng nhân tạo và công việc ngoài trời nhiều hơn. Với sản phẩm mới ra mắt này, ở thời gian đầu nhóm sẽ tập trung chủ yếu vào thị phần miền Nam, đặc biệt là thành phố Hồ Chí Minh.

### 2.2.3.2 Theo nhân khẩu học

- Độ tuổi: Hướng đến khách hàng có độ tuổi từ 18 đến 30, trong đó, nhóm phân chia ra thành 2 phân khúc khách hàng theo độ tuổi gồm: Từ 18 - 22 và 22 - 30 chủ yếu sẽ là sinh viên và nhân viên văn phòng. Vì nhóm khách hàng này thường xuyên sử dụng mạng xã hội và sàn thương mại điện tử để tìm kiếm mua hàng, và tỷ lệ người trẻ bị cận thị ngày càng tăng cũng như những người đã có thu nhập ổn định cũng rất quan tâm đến việc sở hữu một phụ kiện kính mắt thời trang chất lượng cao.

- Giới tính: Nam, nữ và giới tính khác. Có thể có sự khác biệt giữa nam và nữ về sở thích thiết kế và kiểu dáng kính mắt.

- Thu nhập: Khách hàng có thu nhập thấp, trung bình, cao đều có thể tìm kiếm các sản phẩm của FivC mới mức giá HSSV và cao cấp.

### 2.2.3.3 Theo tâm lý học

- Sở thích và phong cách cá nhân: Một số khách hàng có thể tìm kiếm các kính mắt thời trang, trong khi những người khác có thể quan tâm hơn đến hiệu suất và tính chất chức năng của sản phẩm.

- Hành vi: Một số khách hàng có thể mua kính mắt chỉ dựa trên giá cả, các chương trình giảm giá, trong khi những người khác có thể cần thêm thông tin về chất lượng, thương hiệu và đánh giá từ người dùng khác trước khi quyết định mua hàng.

- Động lực mua hàng:

- Một số khách hàng có thể mua kính mắt để giải quyết các vấn đề thị lực như cận thị, viễn thị, hoặc ánh sáng mạnh. Trong khi đó, những người khác có thể mua vì muốn thay đổi ngoại hình, hoặc để thể hiện phong cách cá nhân.
- Một chiến lược tiếp thị, Marketing hợp lý có thể kích thích động lực mua hàng bằng cách tập trung vào lợi ích của sản phẩm (như bảo vệ mắt, cải thiện thị lực) hoặc việc kích thích sự tự tin và phong cách cá nhân.
- Việc trải nghiệm sản phẩm trực tiếp trong cửa hàng hoặc thông qua các chương trình thử nghiệm có thể kích thích động lực mua hàng bằng cách tạo ra cảm giác hứng thú hoặc tự tin với sản phẩm.

## **2.3 Môi trường doanh nghiệp**

### ***2.3.1 Nhân sự***

#### ***2.3.1.1 Đội ngũ quản lý và phòng ban***

Đối với doanh nghiệp FivC, cơ cấu nhân sự được tổ chức và quản lý theo các phòng ban và vai trò khác nhau. Để đảm bảo hoạt động hiệu quả và phù hợp với mục tiêu của công ty, cần có các phòng ban chịu trách nhiệm mỗi khối vận hành của công ty.

**Đội ngũ quản lý:** Đây là nhóm chủ chốt có vai trò quan trọng trong định hướng hoạt động và quản trị rủi ro của công ty. Chính vì thế, đội ngũ quản lý của FivC cần trau dồi kiến thức và kinh nghiệm về kinh doanh và quản lý.

**Phòng Kế toán tài chính:** Đảm bảo nghiêm túc và trung thực trong việc thực hiện nhiệm vụ kế toán và tài chính. Cung cấp báo cáo kịp thời về tình hình dòng tiền, kinh doanh và phân tích chi tiêu của công ty.

**Phòng Marketing & Sales:** Tập trung vào sáng tạo, linh hoạt và nắm bắt xu hướng thị trường. Đặc biệt trong bối cảnh kênh bán lẻ trực tuyến đang thay đổi, phòng ban này cần hoạt động năng suất hơn để duy trì quan hệ khách hàng hiện có và thu hút khách hàng tiềm năng mới.



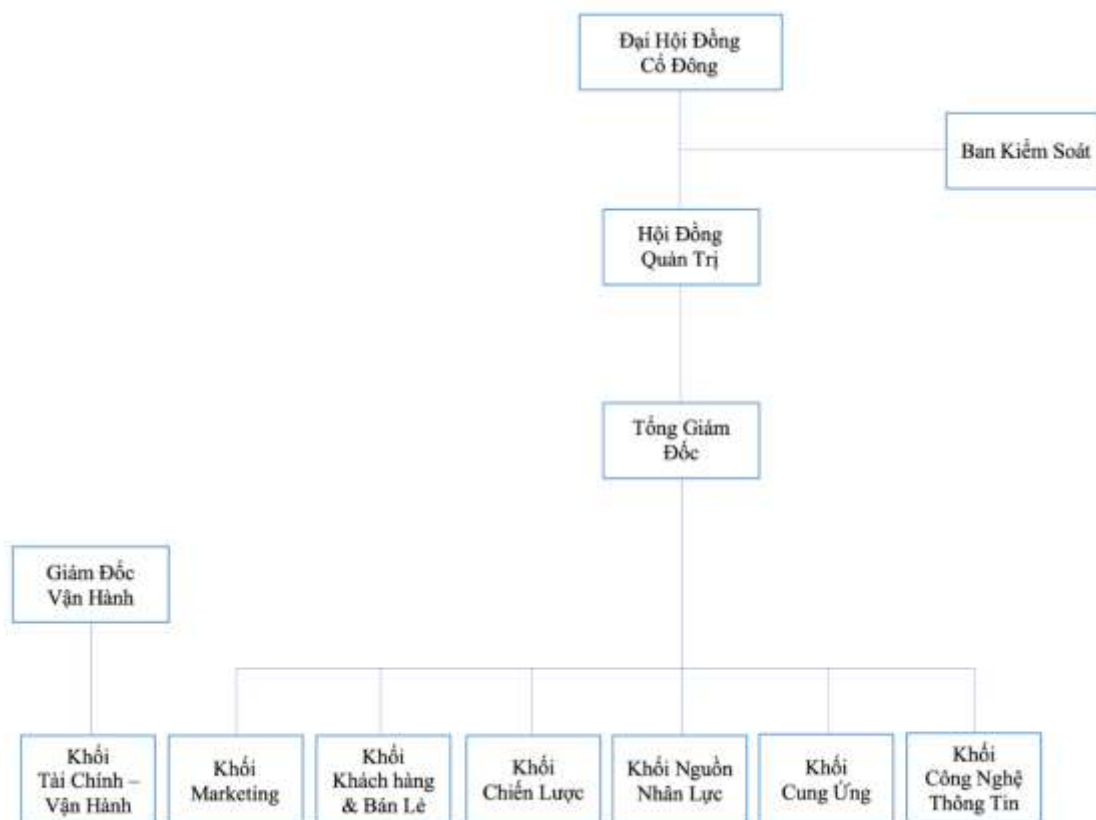
Phòng Cung ứng: Tập trung vào sự tỉ mỉ, kỹ càng và cầu thị trong công việc. Cần có kiến thức về logistics, thu mua và hiểu rõ chiến lược kinh doanh, sản xuất và đối tác của công ty.

Phòng Nhân sự: Quan sát toàn diện hoạt động của doanh nghiệp, hiểu rõ nhân sự và phát triển chính sách và chiến lược nhân sự phù hợp với tầm nhìn và mục tiêu chung.

Phòng Công nghệ thông tin: Đảm bảo đổi mới thông tin, quản lý cơ sở hạ tầng và hiểu rõ hệ thống hiện có và kế hoạch xây dựng hệ thống mới.

Phòng Chiến lược: Cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, đối thủ cạnh tranh và mục tiêu chung của công ty do tính chất nghiên cứu của phòng ban này. Phòng ban phải liên tục nghiên cứu và nắm bắt xu hướng để đưa ra các kế hoạch phát triển đổi mới.

### 2.3.1.2 Phân bổ nguồn lực



Hình 2.5: Sơ đồ phân bổ nguồn lực

Trong doanh nghiệp FivC, nhóm đối tượng cần quan tâm và chú trọng nhất là đội ngũ lãnh đạo và quản lý. Đây là những người đảm nhận vai trò lãnh đạo và sẽ định hướng, dẫn dắt công ty đi đúng hướng và phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

Để đạt được thành công trong ngắn hạn và đảm bảo hiệu quả chi phí, FivC sẽ linh hoạt trong việc sử dụng nguồn lực nội bộ và thuê ngoài cho những công việc đòi hỏi chuyên môn cao. Việc tập trung vào đội ngũ lãnh đạo và quản lý, sử dụng nguồn lực một cách linh hoạt và đầu tư vào đào tạo nhân sự sẽ giúp FivC phát triển mạnh mẽ và đạt được mục tiêu kinh doanh của mình.

FivC coi trọng việc tuyển dụng những cá nhân có năng lực và cũng đặt sự chú trọng vào việc đào tạo nhân sự. Những nhân viên mới sẽ có cơ hội tham gia vào giai đoạn học việc, được hướng dẫn bởi những thành viên giàu kinh nghiệm trong cùng bộ phận. Đồng thời, công ty sẽ thiết lập hợp tác với các đơn vị khác để tổ chức các khóa học đặc biệt, nhằm nâng cao năng lực nhân sự. Tổ chức các khóa đào tạo và hợp tác với các đơn vị giáo dục khác sẽ giúp FivC không chỉ thu hút những nhân viên có năng lực mà còn giúp phát triển và nâng cao kỹ năng chuyên môn của đội ngũ nhân sự. Điều này đảm bảo rằng công ty có đội ngũ được đào tạo tốt và sẵn sàng đối mặt với các thách thức và cơ hội trong môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp.

#### 2.3.1.3 Chính sách đãi ngộ

FivC đặt sự coi trọng vào việc khen thưởng những nhân viên có thành tích cao, làm việc nghiêm túc, hiệu quả và đạt chất lượng cao. Để thúc đẩy môi trường làm việc cởi mở, FivC đã thiết lập một quỹ khen thưởng riêng để đánh giá và thưởng các sáng kiến độc đáo, mới lạ và có tính khả thi cao từ các thành viên. FivC khuyến khích nhân viên đóng góp ý tưởng và ý kiến của mình, và sẵn lòng công nhận và khen ngợi những đóng góp đáng chú ý trong công việc.

FivC cam kết đảm bảo các khoản bảo hiểm và đời sống xã hội cho nhân viên. Công ty tổ chức các sự kiện gắn kết nội bộ để tạo ra một môi trường làm việc thân thiện, nơi mà mọi người cảm thấy được quan tâm và ủng hộ lẫn nhau. Đồng thời, FivC cũng chú trọng

đến việc chăm sóc đời sống tinh thần của nhân viên, đảm bảo rằng họ có sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân.

Phòng Nhân sự của công ty cập nhật thông tin về tình trạng từng nhân viên và đề xuất các biện pháp cải thiện để hỗ trợ nhân viên vượt qua những khó khăn cá nhân. Đối với những cá nhân gây ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của tập thể hoặc danh tiếng của công ty sẽ áp dụng các biện pháp xử phạt theo quy định nội bộ. Những nhân viên có biểu hiện không tốt sẽ nhận được sự nhắc nhở và góp ý từ các quản lý trực tiếp, nhằm giúp họ cải thiện và đóng góp tích cực vào công việc và môi trường làm việc. Chính sách đãi ngộ của FivC nhằm tạo động lực và khích lệ nhân viên, đồng thời xây dựng một môi trường làm việc tích cực và đáng tin cậy.

### ***2.3.2 Khả năng sản xuất kinh doanh & Marketing***

Tính đến khả năng sản xuất kinh doanh và chiến lược tiếp thị của FivC, thương hiệu mắt kính này hướng đến sự hoàn hảo và sáng tạo:

- Sản xuất kinh doanh:

- Quản lý chuỗi cung ứng: đặt sự chú trọng vào việc xây dựng một hệ thống chuỗi cung ứng linh hoạt và hiệu quả, từ việc chọn lựa các nhà cung cấp đến kiểm soát chất lượng sản phẩm và quản lý vận chuyển.
- Sản phẩm: Cam kết tạo ra các sản phẩm mắt kính với chất lượng tốt nhất và đa dạng phong cách, từ những thiết kế hiện đại đến những mẫu cổ điển, để đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng.

- Chiến lược tiếp thị:

- Xây dựng thương hiệu: không chỉ đơn thuần là một thương hiệu mắt kính, mà còn là biểu tượng của phong cách và sự sáng tạo. Với chiến dịch tiếp thị, FivC đang xây dựng một hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và đa chiều.

- Kết hợp tiếp thị trực tuyến và ngoại tuyến: Tận dụng sức mạnh của cả hai kênh tiếp thị trực tuyến và ngoại tuyến để tạo ra một sự hiện diện mạnh mẽ trên mọi nền tảng và tại mọi điểm tiếp xúc với khách hàng.
- Chăm sóc khách hàng: cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tình và chất lượng cao, từ việc hỗ trợ sau bán hàng đến việc tạo ra một cộng đồng khách hàng trung thành và sôi động.

FivC không chỉ tập trung vào việc sản xuất các sản phẩm mắt kính chất lượng mà còn đặt nền tảng vững chắc cho một chiến lược tiếp thị sáng tạo và hiệu quả, từ đó mang lại trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng và xây dựng một thương hiệu mắt kính đáng tin cậy và đẳng cấp.

### ***2.3.3 Khả năng nghiên cứu và phát triển***

Khả năng nghiên cứu và phát triển của FivC trong lĩnh vực mắt kính là cốt lõi của sự thành công và sự phát triển bền vững của thương hiệu:

- Nghiên cứu thị trường: thực hiện các nghiên cứu thị trường sâu rộng để hiểu rõ nhu cầu, mong muốn và xu hướng của khách hàng. Bằng cách nắm bắt thông tin và phân tích xu hướng, thương hiệu có thể phát triển các sản phẩm và dịch vụ phù hợp và đáp ứng mọi yêu cầu của thị trường.

- Cải tiến và sáng tạo: "FivC" đặt sự sáng tạo và đổi mới lên hàng đầu trong mọi hoạt động nghiên cứu và phát triển. Thương hiệu không ngừng tìm kiếm các công nghệ mới, vật liệu mới và phong cách thiết kế mới để tạo ra những sản phẩm mắt kính độc đáo và tiên tiến.

- Tiêu chuẩn: từ việc lựa chọn vật liệu đến quy trình sản xuất, mọi sản phẩm đều được kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất về chất lượng và an toàn.

- Công nghệ: Thương hiệu không ngừng theo đuổi và áp dụng các công nghệ mới nhất vào quá trình sản xuất và thiết kế như sử dụng kính chống tia UV, phát triển kính thông minh.

- Phản hồi: lắng nghe và đánh giá cao mọi phản hồi từ khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ. Thương hiệu sử dụng thông tin này để liên tục cải thiện và phát triển, đảm bảo rằng mỗi sản phẩm đều đáp ứng mọi yêu cầu và mong muốn của khách hàng.

Khả năng nghiên cứu và phát triển của FivC là động lực chính đằng sau sự sáng tạo, chất lượng và tiên tiến của các sản phẩm mắt kính của họ. Duy trì vị thế tiên phong trong ngành công nghiệp mắt kính và tạo ra những giá trị tốt nhất cho khách hàng.

#### ***2.3.4 Tài chính***

- Ngân sách: Xây dựng và duy trì một ngân sách chi tiết cho các hoạt động kinh doanh hàng ngày, bao gồm chi phí sản xuất, quảng cáo, tiếp thị, và các chi phí hành chính khác.

- Chi phí: Liên tục đánh giá và tối ưu hóa các chi phí sản xuất và vận hành, bao gồm cả chi phí nguyên liệu, lao động, và vận chuyển.

- Nợ: Theo dõi và quản lý cẩn thận các khoản nợ và nghĩa vụ thanh toán, bao gồm cả nợ vay và các khoản thanh toán đến nhà cung cấp.

- Đầu tư: Xác định các cơ hội đầu tư lợi ích và đảm bảo rằng các khoản đầu tư đều được đồng bộ và phù hợp với mục tiêu chiến lược của FivC.

- Tài chính dự phòng: Dành một phần lợi nhuận để tạo dự trữ tài chính, giúp thương hiệu đối mặt với các tình huống bất ngờ và không chắc chắn trong tương lai, như thay đổi thị trường hoặc khủng hoảng kinh tế.

#### ***2.3.5 Văn hóa doanh nghiệp***

Văn hóa doanh nghiệp là bản chất, là linh hồn mà FivC chấp cánh cho mỗi hành động, mỗi quyết định trong mỗi ngày làm việc. Tại FivC, văn hóa doanh nghiệp không chỉ

là một khía cạnh của công việc, mà còn là nền tảng của mọi sự thành công, mọi mối quan hệ nội bộ và mọi cơ hội phát triển.

FivC tạo ra một môi trường làm việc nơi mỗi cá nhân được tôn trọng, được coi trọng và được hỗ trợ trong mọi tình huống. Tính trách nhiệm và lòng tôn trọng đối với nhau là nền tảng của mỗi mối quan hệ và sự hợp tác trong tổ chức. Sáng tạo, tinh thần thử nghiệm, phát triển cá nhân và chia sẻ kiến thức là điều mà FivC coi trọng, đầu tư và luôn khích lệ, dám sai lầm và học hỏi từ mỗi kinh nghiệm. Đó mới là động lực để chúng tôi tiếp tục tiến lên và không ngừng phát triển, là chìa khóa để nâng cao chất lượng công việc và đạt được mục tiêu.

Cuối cùng, tôn trọng và tận tâm với khách hàng là sứ mệnh hàng đầu của FivC. Với mong muốn xây dựng một môi trường làm việc công bằng, bao dung và bền vững, nơi mà mọi thành viên đều được coi trọng và đóng góp. Từ đó, họ sẽ thoải mái thỏa sức sáng tạo, không chỉ tạo ra sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng, mà còn tạo ra một môi trường làm việc tận tâm, nơi mà mỗi quyết định và hành động đều được căn cứ vào việc mang lại giá trị và trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng của chúng tôi.

Như vậy, văn hóa doanh nghiệp của FivC không chỉ là một phần của tổ chức mà còn là tôn chỉ và cam kết sống động, là sức mạnh động viên mỗi thành viên.

## CHƯƠNG 3 LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH BÁN LẺ TRỰC TUYẾN

### 3.1 Mục tiêu chiến lược

Mục tiêu chiến lược của FivC là trở thành nhà cung cấp hàng đầu trong ngành kính mắt, mang lại sự hài lòng và niềm tin tuyệt đối cho khách hàng. Công ty cam kết cung cấp các sản phẩm kính mắt chất lượng cao và đa dạng, đồng thời tạo ra trải nghiệm khách hàng vượt trội và dịch vụ chuyên nghiệp. Nhằm hướng đến sự sáng tạo và nghiên cứu phát triển liên tục, đồng thời tuân thủ các tiêu chuẩn bền vững và đạo đức kinh doanh. Sự mở rộng thị trường và tăng cường hiện diện là mục tiêu quan trọng, để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Với mục tiêu ngắn hạn trong 3 năm và dài hạn được hoạch định ngay từ khi thành lập, FivC hy vọng xây dựng và phát triển một thương hiệu mạnh mẽ và đáng tin cậy trong ngành công nghiệp kính mắt.

#### 3.1.1 Mục tiêu ngắn hạn

Bảng 3.1: Mục tiêu ngắn hạn

Mục tiêu	Chỉ tiêu
Tăng doanh số bán hàng trực tuyến	30% /năm
Phát triển chiến lược tiếp thị trực tuyến	30.000 lượt truy cập/năm từ truyền thông xã hội
Phản hồi tích cực về sản phẩm	50.000 lượt/nền tảng
Tiếp cận khách hàng mục tiêu đề ra	85%
Xây dựng hệ thống khách hàng trung thành	2.000 khách hàng trung thành/năm

#### 3.1.2 Mục tiêu dài hạn

Bảng 3.2: Mục tiêu dài hạn

Mục tiêu	Chỉ tiêu
Mở rộng thị trường	5 quốc gia
Tăng khối lượng bán hàng	50%/năm
Phát triển sản phẩm và đa dạng hóa danh mục	50 mẫu sản phẩm/năm
Xây dựng hệ thống khách hàng trung thành	5 triệu người
Tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng	- Tăng tỷ lệ hài lòng 95% - Giảm tỷ lệ trả hàng dưới 2%.
Doanh thu tăng ổn định	5 tỷ/năm

## 3.2 Thiết lập mô hình kinh doanh bán lẻ trực tuyến

### 3.2.1 Phân tích SWOT

Bảng 3.3: Mô hình SWOT của FivC

Điểm mạnh (S)	Điểm yếu (W)
<p><b>1. Kinh doanh trực tuyến diện rộng:</b></p> <p>- FivC hoạt động với hình thức kinh doanh trực tuyến thông qua Website, Facebook, TikTok, Sàn thương mại điện tử (Shopee, Lazada).</p> <p><b>2. Sản phẩm được thiết kế riêng và chất lượng:</b></p>	<p><b>1. Độ nhận diện chưa cao:</b></p> <p>- FivC là thương hiệu mới nên độ nhận diện với khách hàng còn chưa cao. Chưa có chỗ đứng nhất định nên không nhận được nhiều sự tin cậy của khách hàng.</p> <p><b>2. Nguồn lực non trẻ và vốn hạn chế:</b></p> <p>- Do công ty mới thành lập nên nguồn lực còn non trẻ, toàn bộ số vốn đều</p>



<p>- FivC tự lên ý tưởng thiết kế và đặt gia công nên có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đạt chất lượng kiểm định.</p> <p>- Thương hiệu còn nắm bắt nhanh các xu hướng cho ra liên tục các bộ sưu tập theo mùa, bộ sưu tập theo nguyện vọng của khách hàng.</p> <p><b>3. Website độc đáo và fanpage tiềm năng:</b></p> <p>- Website FivC được thiết kế tối giản dễ sử dụng mang hơi hướng nghệ thuật khác biệt với các đối thủ cạnh tranh.</p> <p><b>4. Chiến lược truyền thông hiệu quả:</b></p> <p>- FivC sở hữu một đội ngũ nhân viên gen Z năng động có nền tảng công nghệ, nắm bắt xu hướng thị trường và liên tục đưa ra các chiến lược marketing mới lạ.</p> <p><b>5. Tư vấn và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp:</b></p> <p>- FivC sở hữu đội ngũ tư vấn và hỗ trợ khách hàng 24/7 để liên tục giải đáp thắc mắc của khách hàng về sản phẩm trong mọi trường hợp phát sinh. Bên cạnh đó, FivC cũng áp dụng công nghệ tạo ra boxchat tự động liên kết từ website sang fanpage.</p>	<p>do những người sáng lập góp vào dẫn đến có thể gây ra không đủ ngân sách cho các tình huống khẩn cấp.</p> <p><b>3. Thị phần chưa được mở rộng</b></p> <p>Công ty được thành lập ở miền Nam nên chưa có độ phủ sóng rộng trong thời gian đầu. FivC chỉ mới làm việc trực tiếp với kho bãi kết hợp với hình thức kinh doanh trực tuyến trên các kênh phân phối mà chưa chi nhánh, cửa hàng trực tiếp phân phối.</p> <p><b>4. Chiến lược hóa chưa đồng đều:</b></p> <p>Thời gian đầu, FivC tập trung đẩy mạnh marketing các sản phẩm best seller để tạo điểm nhấn trong thị trường nên chưa cân bằng truyền thông đồng đều cho từng loại sản phẩm.</p>
Cơ hội (O)	Thách thức (T)
<b>1. Xu hướng mua sắm trực tuyến:</b>	<b>1. Cạnh tranh khốc liệt:</b>

<p>- FivC có cơ hội tận dụng xu hướng này bằng cách cung cấp trải nghiệm mua sắm trực tuyến thuận tiện, dễ dàng và an toàn cho khách hàng. Đồng thời, việc tăng cường quảng cáo và tiếp cận khách hàng trực tuyến có thể giúp FivC thu hút và mở rộng thị trường.</p> <p><b>2. Nhu cầu tăng về sản phẩm kính mắt:</b></p> <p>- Với sự gia tăng của các vấn đề liên quan đến thị lực và mắt FivC tăng cường bán các sản phẩm kính mắt chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Bao gồm cung cấp các loại kính chống tia UV, kính chống ánh sáng xanh và kính gọng phù hợp cho người dùng làm việc trên máy tính và điện thoại di động.</p> <p><b>3. Mở rộng đối tác và hợp tác:</b></p> <p>- FivC có cơ hội mở rộng hợp tác với các nhà sản xuất kính mắt hoặc các thương hiệu thời trang để tạo ra các dòng sản phẩm kính mắt độc đáo và thu hút khách hàng. Đây cũng có thể là cơ hội để mở rộng đối tượng khách hàng thông qua việc hợp tác với các nhà bán lẻ trực tuyến hoặc offline khác.</p>	<p>- Ngành công nghiệp kính mắt trực tuyến đang chứng kiến sự cạnh tranh khốc liệt từ các thương hiệu lớn và nhỏ. Điều này đòi hỏi FivC phải tìm cách khác biệt hóa thông qua chất lượng sản phẩm, trải nghiệm mua sắm và dịch vụ để thu hút và giữ chân khách hàng.</p> <p><b>2. Sự biến đổi công nghệ và xu hướng:</b></p> <p>Công nghệ liên tục phát triển và xu hướng thị trường thay đổi nhanh chóng. FivC cần đảm bảo rằng luôn cập nhật và thích nghi với các công nghệ mới như trải nghiệm mua sắm ảo, trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu để cung cấp trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng.</p>
---	---

- Chiến lược SO

- Tận dụng xu hướng mua sắm trực tuyến: Tăng cường kênh bán hàng trực tuyến và tiếp cận khách hàng qua các nền tảng mạng xã hội và sàn thương mại điện tử.

- Sản phẩm kính mắt chất lượng cao: Phát triển và quảng bá sản phẩm kính mắt chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của khách hàng về chống tia UV, chống ánh sáng xanh và kính gọng phù hợp.
- Mở rộng đối tác và hợp tác: Hợp tác với nhà sản xuất kính mắt và thương hiệu thời trang để tạo ra sản phẩm độc đáo và mở rộng đối tượng khách hàng.
- Tư vấn và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp: Đầu tư vào đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp và sử dụng công nghệ để cải thiện trải nghiệm khách hàng và tạo lòng tin trong việc chăm sóc khách hàng.

#### - Chiến lược ST

- Xây dựng thương hiệu và tăng cường truyền thông: Tận dụng đội ngũ nhân viên năng động và sử dụng các kênh truyền thông hiệu quả như TikTok, Facebook và trang web để tạo dựng và quảng bá thương hiệu FivC. Đưa ra chiến lược truyền thông sáng tạo và liên tục cập nhật để gây ấn tượng và thu hút khách hàng.
- Nâng cao dịch vụ tư vấn và chăm sóc khách hàng: Đầu tư vào đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp để cung cấp sự tư vấn tận tâm và hỗ trợ khách hàng 24/7. Áp dụng công nghệ để tạo ra các công cụ tự động hỗ trợ khách hàng và giải đáp thắc mắc nhanh chóng.

#### - Chiến lược WO

- Đầu tư vào quảng cáo và tiếp cận khách hàng trực tuyến: Tăng cường quảng cáo và tiếp cận khách hàng trực tuyến thông qua các kênh truyền thông xã hội, quảng cáo trực tuyến và email marketing. Tận dụng các công cụ quảng cáo trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads để tăng khả năng tiếp cận khách hàng tiềm năng.
- Xây dựng độ nhận diện thương hiệu: Đầu tư vào việc xây dựng độ nhận diện thương hiệu thông qua quảng cáo, truyền thông và trải nghiệm mua sắm trực tuyến độc đáo. Tạo ra một hình ảnh thương hiệu gắn liền với chất lượng và độ tin cậy.

### - Chiến lược WT

- Theo dõi và thích nghi với công nghệ mới: FivC cần theo dõi sự biến đổi công nghệ và xu hướng trong ngành kính mắt trực tuyến và sẵn sàng thích nghi với các công nghệ mới. Điều này có thể bao gồm việc triển khai trải nghiệm mua sắm ảo, sử dụng trí tuệ nhân tạo để cung cấp gợi ý sản phẩm và tận dụng phân tích dữ liệu để hiểu hơn về nhu cầu và sở thích của khách hàng.
- Tìm kiếm cơ hội hợp tác: FivC có thể tìm kiếm cơ hội hợp tác với các đối tác có kinh nghiệm trong ngành kính mắt trực tuyến để tận dụng sự chuyên môn và nguồn lực. Điều này có thể bao gồm hợp tác với các nhà sản xuất kính mắt, nhà thiết kế thời trang hoặc các nhà bán lẻ trực tuyến khác để mở rộng đối tượng khách hàng và tăng cường sức cạnh tranh.

### 3.2.2 Mô hình canvas



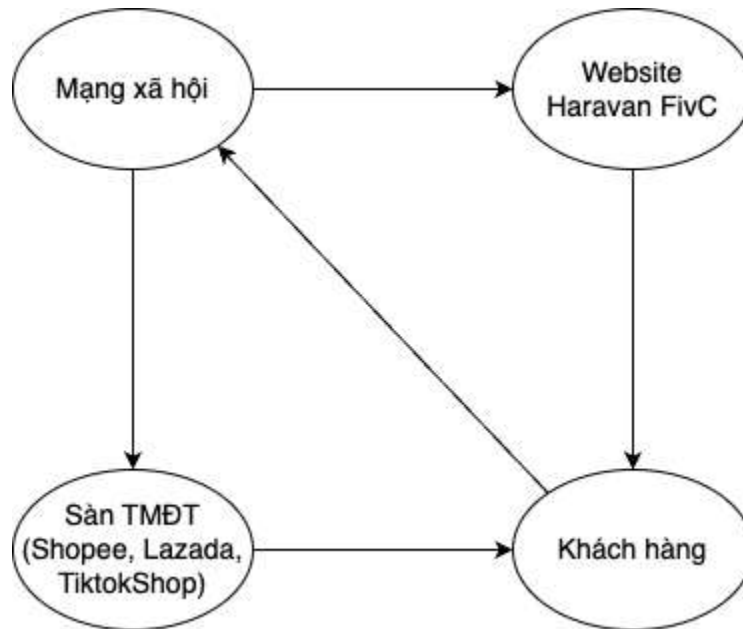
Hình 3.1: Mô hình kinh doanh Canvas của FivC

### 3.2.3 Mô hình bán lẻ trực tuyến

FivC có mô hình kinh doanh bán lẻ trực tuyến là Nhà bán lẻ điện tử thuần túy

thông qua website trên Haravan và gian hàng trên sàn thương mại điện tử Shopee, Lazada, TikTok Shop và MXH Facebook để tăng tính tiếp cận đối với khách hàng thông qua nhiều nền tảng.

### 3.2.3.1 Mô hình quy trình bán lẻ trực tuyến



Hình 3.2: Mô hình quy trình bán lẻ trực tuyến

Đối với mô hình nhà bán lẻ trực tuyến, khách hàng có thể tiếp cận các sản phẩm mắt kính của FivC thông qua website trên nền tảng Haravan hoặc gian hàng của FivC trên ba sàn thương mại điện tử Shopee, TikTok Shop, Lazada. Ngoài ra khách hàng cũng có thể truy cập vào website cũng như là gian hàng TMĐT thông qua trung gian các nền tảng mạng xã hội, điển hình như Facebook của FivC. Shop sẽ tập trung và đầu tư vào việc phát triển website và các nền tảng mạng xã hội (Facebook, TikTok ...), đồng thời truyền thông mạnh mẽ thông qua các nền tảng xã hội này để khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận tới gian hàng trên website và trên sàn thương mại điện tử của FivC

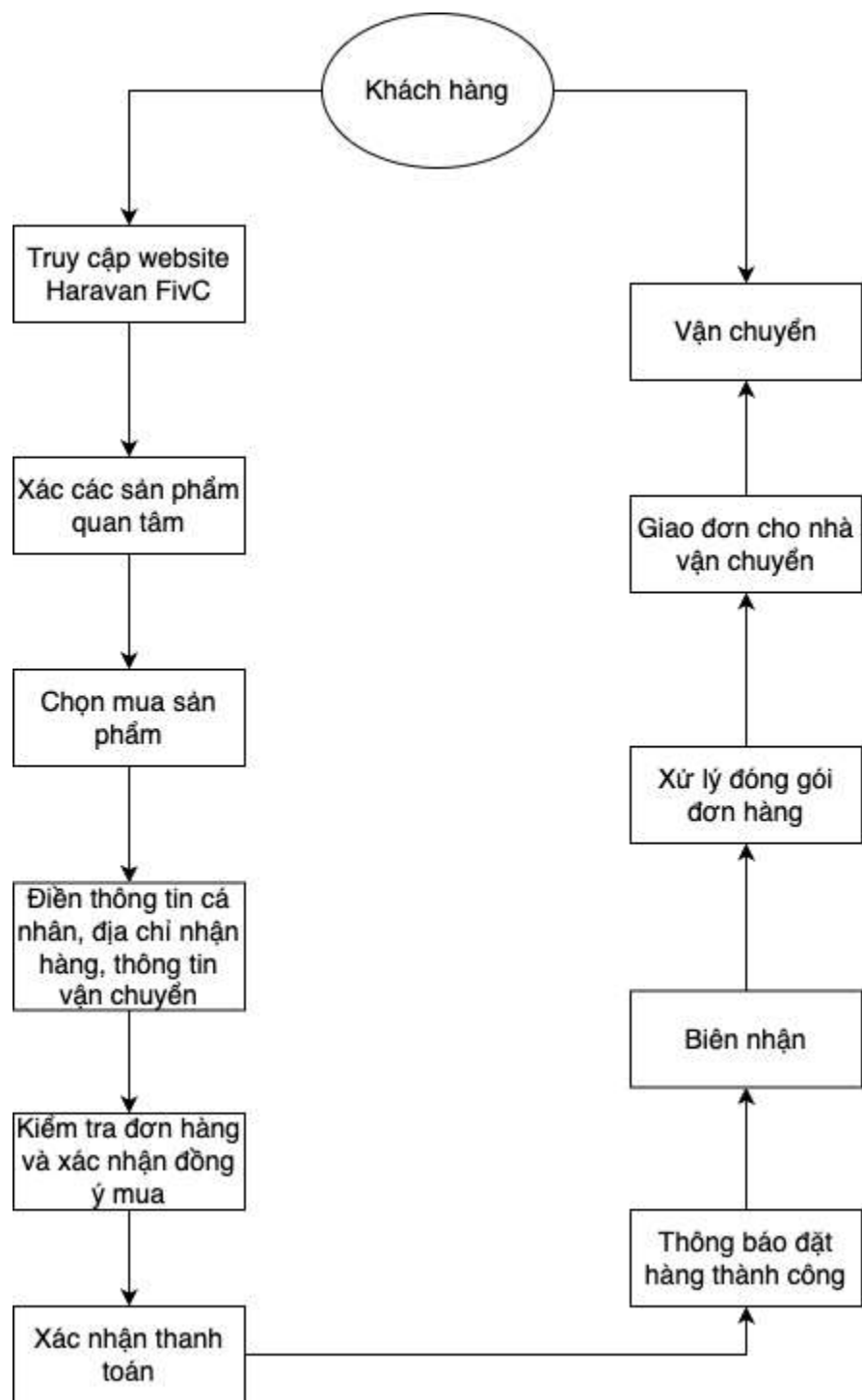
- Website được thiết kế đẹp mắt và dễ thao tác.
- Thông tin được trình bày một cách tường minh dễ hiểu giúp khách hàng dễ dàng nắm bắt.

- Hình ảnh sản phẩm, mẫu mã, chất lượng, đặc biệt là các người mẫu kết hợp với FivC trong các chiến dịch được chú trọng để khách hàng cảm thấy hứng thú, muốn ở lại trang lâu hơn.

- Ở mỗi bài đăng truyền thông, quảng bá sẽ có gắn link dẫn đến website và gian hàng trên TMĐT.

- Thiết lập hệ thống trả lời tin nhắn tự động để không để khách hàng chờ đợi lâu.

#### 3.2.3.2 Quy trình bán lẻ trực tuyến



Hình 3.3: Quy trình bán lẻ trực tuyến

### 3.3 Kế hoạch hành động triển khai hoạt động kinh doanh bán lẻ trực tuyến

### 3.3.1 Xác định phạm vi triển khai

FivC xác định phạm vi triển khai bán lẻ trực tuyến ở cấp độ 4 - áp dụng Thương mại điện tử vào doanh nghiệp phù hợp với yêu cầu kế hoạch đã đề ra.

*Bảng 3.4: Phạm vi triển khai của FivC*

<b>Nhu cầu doanh nghiệp</b>	<b>Áp dụng Thương mại điện tử</b>
Mua bán hàng hóa	Trang sản phẩm hiển thị danh sách sản phẩm đầy đủ, chi tiết. Thông tin sản phẩm rõ ràng, bao gồm hình ảnh, video, giá cả, mô tả chi tiết. Có chức năng giỏ hàng, thanh toán, đặt hàng dễ dàng.
Giới thiệu doanh nghiệp, liên kết các trang	Trang chủ là nơi giới thiệu một cái nhìn tổng quan về doanh nghiệp, đồng thời tạo ra bộ nhận diện thương hiệu với logo đặc trưng, một slogan sáng tạo và các chương trình hiện có. Bên cạnh đó, trang chủ cũng cung cấp các liên kết dẫn đến các trang khác, giúp khách hàng khám phá thêm về các sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp.
Quản lý đơn hàng	Quản lý các đơn hàng khách hàng đặt bao gồm đơn đã đặt, đang giao và đơn đang chờ xét duyệt.
Quản lý kho hàng	Phân loại sản phẩm theo danh mục, kiểm tra trạng thái sản phẩm xem còn hàng hay hết hàng.
Khách hàng có thể liên hệ doanh nghiệp	Hiển thị thông tin liên hệ doanh nghiệp (Facebook, email, hotline).
Hiển thị chính sách doanh nghiệp	Trang chính sách hiển thị chính sách doanh nghiệp quy định về vận chuyển, đổi trả, giao hàng...



Xúc tiến truyền thông và bán hàng	Hiển thị chính sách khuyến mãi hiện diễn ra tại cửa hàng, các mặt hàng đang giảm giá.
Báo cáo hiệu quả làm việc	Báo cáo doanh thu tài chính, các chỉ số đo lường của cửa hàng.
Cung cấp thông tin về sản phẩm	Trang blog cung cấp những thông tin mới nhất về sản phẩm, đặc biệt những thông tin liên quan đến thương hiệu FivC để xây dựng sự tin nhiệm của khách hàng

### 3.3.2 Xác định các kết quả đạt được

Bảng 3.5: Đặc trưng website FivC

Những đặc trưng của hệ thống thương mại điện tử	Những nhân tố chất lượng liên quan			
	Tính hoạt động	Tính tin cậy	Tính khả dụng	Tính hiệu quả
Dễ truy cập website	x		x	x
Thời gian tải trang nhanh	x		x	
Phù hợp với đối tượng người dùng	x		x	x
Dịch vụ tìm kiếm	x	x	x	
Dễ thoát và khả năng phục hồi	x			
Dịch vụ trợ giúp hữu ích	x		x	x
Dịch vụ shop	x		x	x

Liệt kê danh sách hàng điện tử	x		x	
Giao thức an toàn		x		
Giao dịch tin cậy và an toàn		x		
Thông tin chính xác về các sản phẩm		x		
Có định hướng phân phối sản phẩm			x	x
Chuyển đổi và thanh toán tài chính		x		
Chấp nhận dịch vụ yêu cầu trả lại sản phẩm	x		x	
Website hợp pháp và an toàn		x		

### ***3.3.3 Danh sách các công việc cần thực hiện***

#### ***3.3.3.1 Khởi tạo doanh nghiệp***

*Bảng 3.6: Danh sách công việc khởi tạo doanh nghiệp*

<b>Tạo doanh nghiệp</b>	<b>Nhiệm vụ</b>
Hình thức pháp lý	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loại hình kinh doanh: Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên.</li> <li>- Tên doanh nghiệp: FivC Eyewear</li> </ul>
Thủ tục đăng ký doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuẩn bị hồ sơ cần thiết đăng ký doanh nghiệp.</li> <li>- Điền đầy đủ mẫu đơn đăng ký doanh nghiệp.</li> <li>- Nộp hồ sơ và thanh toán phí.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhận giấy chứng nhận đăng ký thành lập công ty TNHH.</li> <li>- Thông báo công khai trên Cổng thông tin quốc gia về đăng ký doanh nghiệp;</li> <li>- Khắc con dấu pháp nhân: Tên doanh nghiệp + Mã số doanh nghiệp.</li> </ul>
Vốn	Vốn điều lệ: 2 tỷ đồng (5 thành viên, 400 triệu đồng/người)
Lập kế hoạch kinh doanh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đặc tả doanh nghiệp (tên, slogan), tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi.</li> <li>- Phân tích môi trường vĩ mô</li> <li>- Phân tích vi mô (đối thủ cạnh tranh, nhà cung cấp, khách hàng)</li> <li>- Lập kế hoạch kinh doanh trực tuyến ngắn hạn và xác định mục tiêu dài hạn.</li> </ul>
Nhà cung cấp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhà thiết kế sản phẩm: Tìm kiếm các nhà thiết kế trẻ cùng hợp tác.</li> <li>- Nhà cung cấp hàng hóa: Sử dụng dịch vụ sản xuất từ bên thứ ba.</li> <li>- Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển: Giao hàng tiết kiệm, Vietnam post, J&amp;T Express, Ninjavan, Giao hàng nhanh.</li> <li>- Nhà cung cấp dịch vụ thanh toán: Các ngân hàng tại Việt Nam, MoMo.</li> </ul>
Nhân viên	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 thành viên sáng lập giữ chức vụ điều hành các bộ phận.</li> <li>- Đăng tin tuyển dụng trên website, fanpage chính của FivC và các trang việc làm uy tín tại Việt Nam.</li> <li>- Thiết lập các đãi ngộ và mức lương hợp lý với mỗi vị trí tuyển dụng trong ngân sách cho phép.</li> </ul>

Địa điểm kho bãi, công ty	- Tìm kiếm và ký hợp đồng với chủ cho thuê mặt bằng, kho bãi tại Hồ Chí Minh (ưu tiên khu vực Thủ Đức).
---------------------------	---

### 3.3.3.2 Khởi tạo website

*Bảng 3.7: Danh sách công việc khởi tạo website*

<b>Công việc</b>	<b>Nhiệm vụ</b>
Tạo lập website	- Thuê ngoài dịch vụ của Haravan
Đăng ký website	- Tìm hiểu và thực hiện thủ tục đăng ký thành lập website với bộ công thương.
Mua tên miền	- Lựa chọn tên miền ngắn gọn liên quan đến thương hiệu mắt kính FivC. - Tên miền của website: <a href="https://www.fivc.store/">https://www.fivc.store/</a>
Chọn hosting	- Gói hosting của Haravan.
Xây dựng website	- Lựa chọn mẫu website Haravan phù hợp với thương hiệu mắt kính. - Vẽ sitemap và lên ý tưởng thiết kế website. - Thiết kế thực tế và chạy thử website. - Đánh giá, sửa các lỗi gặp phải trong quá trình hoàn thiện website. - Tiến hành launch trên server đi vào sử dụng.
Ký kết và tích hợp các nhà vận chuyển	Lựa chọn các nhà vận chuyển: Giao hàng tiết kiệm, Vietnam post, J&T Express, Ninjavan, Giao hàng nhanh sau đó tích hợp vào hệ thống Haravan.
Ký kết và tích hợp các dịch vụ thanh toán	- Các ngân hàng Việt Nam: Agribank, BIDV, Vietcombank... - Ví điện tử MoMo.

### 3.3.3.3 Xây dựng website

*Bảng 3.8: Danh sách công việc xây dựng website*

<b>Công việc</b>	<b>Nhiệm vụ</b>
Cài đặt phần cứng	- Thiết kế hệ thống công nghệ làm việc.
Cài đặt phần mềm	- Cài đặt phần mềm quản lý
Thiết kế giao diện website	- Lựa chọn template phù hợp và màu sắc chủ đạo xây dựng website - Thiết kế layout cơ bản. - Nghiên cứu và đưa ra các đề xuất thiết kế khác biệt hóa tạo ấn tượng cho khách hàng.
Xây dựng nội dung website	- Giới thiệu về doanh nghiệp và thông tin liên hệ. - Thông tin sản phẩm và các bộ sưu tập. - Các chính sách khách hàng của thương hiệu. - Viết blog cập nhật thông tin về sản phẩm, xu hướng.
Hình ảnh trên website	- Logo: Màu sắc, font chữ thiết kế nhất quán với màu sắc chủ đạo của website thể hiện được đặc điểm thương hiệu và tạo độ nhận diện cao. - Hình ảnh sản phẩm: FivC tự chụp, thiết kế nền trắng làm nổi bật sản phẩm. - Hình ảnh banner: Đội ngũ nhân viên tự thiết kế độc đáo bắt kịp xu hướng thời trang.
Xây dựng databases	- Cập nhật đầy đủ thông tin sản phẩm vào file excel mẫu của Haravan và tải lại lên hệ thống.

### **3.3.4 Xác định nguồn lực triển khai**

Mắt kính FivC xác định nguồn lực triển khai cho kế hoạch kinh doanh bán lẻ trực tuyến dựa vào mô hình 5M.

Đối với quản lý nguồn lực doanh nghiệp nói chung và xác định nguồn lực triển khai công việc nói riêng 5M hay mô hình 5M là thuật ngữ viết tắt của Man - Money - Material - Machine - Method tất cả những yếu tố này để cho kế hoạch được lập được triển khai có tính khả thi.



*Hình 3.4: Mô hình 5M trong việc xác định nguồn lực triển khai công việc*

5M trong xác định nguồn lực để triển khai công việc bao gồm:

- Man: Nguồn nhân lực.
- Money: Tiền bạc.
- Material: Nguyên vật liệu, hệ thống cung ứng.
- Machine: Máy móc, công nghệ.
- Method: Phương pháp thực hiện.

Dưới đây là triển khai cụ thể dựa theo mô hình 5M:

#### 3.3.4.1 Man: Nguồn nhân lực

FivC sẽ sử dụng toàn bộ 100% nhân lực của công ty nên FivC sẽ chú trọng vào việc tuyển dụng và đào tạo nhân viên một cách chuyên nghiệp đồng thời là phát triển nguồn lực

của công ty. Dựa trên quy mô cửa hàng, lượng khách hàng và dịch vụ cung cấp, FivC cần xác định số lượng nhân viên phù hợp cho các vị trí và phòng ban như sau:

*Bảng 3.9: Ban quản lý FivC*

<b>Vị trí</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Nhiệm vụ yêu cầu</b>
Giám đốc	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lãnh đạo và định hướng chiến lược phát triển chung cho cửa hàng.</li> <li>- Ra quyết định quan trọng liên quan đến hoạt động kinh doanh, tài chính, nhân sự...</li> <li>- Giám sát và đánh giá hiệu quả hoạt động của các phòng ban.</li> </ul>
Phó Giám đốc	02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hỗ trợ Giám đốc trong việc điều hành và quản lý cửa hàng.</li> <li>- Phụ trách một số mảng công việc cụ thể theo phân công của Giám đốc.</li> <li>- Trực tiếp quản lý một số phòng ban.</li> </ul>

*Bảng 3.10: Phòng kỹ thuật FivC*

<b>Vị trí</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Nhiệm vụ yêu cầu</b>
Trưởng phòng	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quản lý đội ngũ kỹ thuật viên lắp kính.</li> <li>- Đảm bảo chất lượng dịch vụ kỹ thuật cho khách hàng.</li> <li>- Cập nhật các công nghệ mới trong lĩnh vực mắt kính.</li> <li>- Đào tạo và nâng cao tay nghề cho kỹ thuật viên.</li> </ul>
Kỹ thuật viên lắp kính	03	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lắp ráp kính theo đơn đặt hàng của khách hàng.</li> <li>- Bảo trì, sửa chữa kính mắt cho khách hàng.</li> </ul>

*Bảng 3.11: Phòng Kiểm tra chất lượng FivC*

<b>Vị trí</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Nhiệm vụ yêu cầu</b>
Trưởng phòng	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kiểm tra các bản thiết kế trước khi đưa đi nhà máy sản xuất.</li> <li>- Quản lý nhân viên kiểm tra chất lượng.</li> <li>- Thực hiện các hoạt động kiểm tra chất lượng sản phẩm, đối chiếu với mẫu thiết kế.</li> </ul>
Nhân viên kiểm tra chất lượng	05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có kiến thức về các tiêu chuẩn chất lượng kính mắt.</li> <li>- Có khả năng sử dụng thiết bị kiểm tra chất lượng thuần thực.</li> <li>- Có trách nhiệm cao trong công việc.</li> </ul>

*Bảng 3.12: Phòng Thiết kế FivC*

<b>Vị trí</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Nhiệm vụ yêu cầu</b>
Trưởng phòng	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lãnh đạo và quản lý phòng thiết kế.</li> <li>- Đảm bảo chất lượng thiết kế.</li> <li>- Phối hợp với các phòng ban khác.</li> <li>- Báo cáo kết quả hoạt động.</li> </ul>
Nhân viên thiết kế	05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có trình độ chuyên môn cao trong lĩnh vực thiết kế kính mắt.</li> <li>- Có khả năng sáng tạo, tạo ra những mẫu thiết kế độc đáo, ấn tượng.</li> <li>- Có kiến thức về xu hướng thời trang, thị hiếu khách hàng.</li> <li>- Có kỹ năng sử dụng máy tính, phần mềm thiết kế chuyên dụng.</li> </ul>

*Bảng 3.13: Phòng Bán hàng FivC*

<b>Vị trí</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Nhiệm vụ yêu cầu</b>
---------------	-----------------	-------------------------



Trưởng phòng	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quản lý đội ngũ nhân viên bán hàng, tư vấn viên.</li> <li>- Đào tạo và phát triển kỹ năng bán hàng cho nhân viên.</li> <li>- Xây dựng chiến lược bán hàng, chương trình khuyến mãi thu hút khách hàng.</li> <li>- Theo dõi, đánh giá hiệu quả bán hàng và đề xuất giải pháp cải thiện.</li> </ul>
Nhân viên bán hàng, tư vấn viên	05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiếp đón, tư vấn khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp.</li> <li>- Bán hàng trực tiếp tại cửa hàng và qua các kênh online.</li> <li>- Giải đáp thắc mắc, hỗ trợ khách hàng sau mua.</li> </ul>

*Bảng 3.14: Phòng Marketing FivC*

Vị trí	Số lượng	Nhiệm vụ yêu cầu
Trưởng phòng	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lập kế hoạch marketing, quảng bá thương hiệu FivC.</li> <li>- Quản lý các kênh truyền thông online và offline của cửa hàng.</li> <li>- Thực hiện các hoạt động marketing thu hút khách hàng, tăng doanh thu bán hàng.</li> </ul>
Nhân viên marketing	07	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiết kế và sáng tạo nội dung marketing.</li> <li>- Quản lý các trang mạng xã hội, website của cửa hàng.</li> <li>- Chạy quảng cáo online, tổ chức các sự kiện marketing.</li> </ul>

*Bảng 3.15: Phòng Kế toán - Kho FivC*

Vị trí	Số lượng	Nhiệm vụ yêu cầu
Trưởng phòng	01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quản lý công việc kế toán, thu chi, tồn kho của cửa hàng.</li> <li>- Báo cáo tình hình tài chính định kỳ cho Ban Giám đốc.</li> <li>- Thanh toán hóa đơn, thu tiền bán hàng.</li> <li>Quản lý kho hàng, nhập xuất kho hàng hóa.</li> </ul>

Nhân viên kế toán	02	- Hạch toán, ghi sổ sách kế toán theo quy định. - Thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng.
Nhân viên kho	05	- Nhập xuất kho hàng hóa theo yêu cầu. - Kiểm kê, bảo quản hàng hóa trong kho.

*Bảng 3.16: Phòng Hành chính - Nhân sự FivC*

Vị trí	Số lượng	Nhiệm vụ yêu cầu
Trưởng phòng	01	- Quản lý công việc hành chính, văn phòng của cửa hàng. - Tuyển dụng, đào tạo nhân viên. - Quản lý các chế độ đãi ngộ, phúc lợi cho nhân viên. - Giải quyết các vấn đề liên quan đến lao động.
Nhân viên hành chính	05	- Văn phòng, soạn thảo văn bản, lưu trữ hồ sơ. - Hỗ trợ công tác tuyển dụng, đào tạo nhân viên.

*Bảng 3.17: Phòng Quản lý Website FivC*

Vị trí	Số lượng	Nhiệm vụ yêu cầu
Trưởng phòng	01	- Quản lý, vận hành và phát triển website của cửa hàng. - Đảm bảo website hoạt động ổn định, mượt mà. - Cập nhật nội dung website thường xuyên. - Tối ưu hóa website cho công cụ tìm kiếm (SEO).
Chuyên viên lập trình web	05	- Phát triển website bán hàng online. - Bảo trì hệ thống website. - Hỗ trợ phòng marketing.

#### 3.3.4.2 Money: Tiền bạc

##### 3.3.4.2.1 Mục tiêu

- Xác định nguồn vốn cần thiết cho hoạt động kinh doanh của cửa hàng mắt kính FivC.

- Lập kế hoạch sử dụng vốn hiệu quả để tối ưu hóa lợi nhuận và hạn chế rủi ro.

- Đảm bảo tính thanh khoản cho hoạt động kinh doanh của cửa hàng.

#### 3.3.4.2.2 Phân tích

*Bảng 3.18: Nhu cầu vốn FivC*

<b>Chi phí</b>	<b>Chi phí cụ thể</b>	<b>Chi tiết</b>
Chi phí đầu tư ban đầu	Mặt bằng	Bao gồm chi phí mua hoặc thuê nhà xưởng, văn phòng, kho bãi, v.v. Cần xác định diện tích cần thiết, vị trí phù hợp, giá cả thị trường và các khoản phí liên quan (thuế, sửa chữa, v.v.).
	Trang thiết bị	Bao gồm máy móc, thiết bị, dụng cụ sản xuất, văn phòng, v.v. Cần xác định loại thiết bị cần thiết, số lượng, giá cả, chi phí vận chuyển, lắp đặt và bảo trì.
	Hàng hóa	Bao gồm nguyên vật liệu đầu vào, thành phẩm, hàng hóa bán lẻ, v.v. Cần xác định số lượng, giá cả, điều kiện thanh toán và chi phí lưu kho.
	Quảng cáo	Bao gồm chi phí cho các hoạt động quảng cáo, marketing để thu hút khách hàng, tạo thương hiệu, v.v. Cần xác định các kênh quảng cáo phù hợp, ngân sách và hiệu quả dự kiến.
Chi phí hoạt động hàng tháng	Tiền lương nhân viên	Bao gồm lương, thưởng, bảo hiểm xã hội, y tế, v.v. cho nhân viên. Cần xác định số lượng nhân viên, cơ cấu tổ chức, mức lương thị trường và các khoản phúc lợi.

	Tiền thuê nhà	Chi phí thuê mặt bằng văn phòng, nhà xưởng, kho bãi, v.v.
	Điện nước	Chi phí sử dụng điện, nước cho hoạt động sản xuất, kinh doanh.
	Nguyên vật liệu	Chi phí mua nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất.
	Chi phí khác	Bao gồm chi phí văn phòng phẩm, dụng cụ sửa chữa, bảo trì, phí vận chuyển, thuế, v.v.
Vốn lưu động		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dùng để đáp ứng nhu cầu thanh toán hàng hóa, nguyên vật liệu đã mua nhưng chưa sử dụng.</li> <li>- Chi phí phát sinh đột xuất như sửa chữa thiết bị, tai nạn lao động.</li> <li>- Nhu cầu vốn lưu động phụ thuộc vào thời gian thanh toán của nhà cung cấp và thời gian thu hồi vốn từ khách hàng.</li> </ul>

*Bảng 3.19: Nguồn vốn FivC*

Chi phí	Chi phí cụ thể	Chi tiết
Vốn tự có	Mặt bằng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiền tiết kiệm của chủ sở hữu doanh nghiệp.</li> <li>- Vay mượn từ người thân, bạn bè (cần có thỏa thuận rõ ràng về điều khoản vay, lãi suất, thời gian trả nợ).</li> </ul>
Vốn vay ngân hàng	Tín dụng	Vay ngắn hạn hoặc dài hạn từ ngân hàng để đầu tư hoặc trang trải chi phí hoạt động. Cần đáp ứng các điều kiện về tài sản đảm bảo, uy tín tín dụng, khả năng trả nợ.

	Vay thế chấp	Vay vốn bằng cách thế chấp tài sản (nhà cửa, đất đai, v.v.) để đảm bảo cho khoản vay.
Nguồn vốn khác	Hỗ trợ từ chính sách ưu đãi của nhà nước	Các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp, lãi suất vay ưu đãi, giảm thuế.
	Quỹ đầu tư mạo hiểm	Gây quỹ từ các nhà đầu tư mạo hiểm để đổi lấy cổ phần hoặc quyền lợi trong doanh nghiệp.
	Crowdfund ing	Gây quỹ cộng đồng từ nhiều nhà đầu tư nhỏ thông qua các nền tảng trực tuyến.

#### 3.3.4.2.3 Giải pháp

- Xác định rõ ràng từng khoản mục chi tiêu cần thiết cho hoạt động kinh doanh của cửa hàng.
- Lựa chọn nguồn vốn có lãi suất thấp, thời gian vay linh hoạt, điều kiện giải ngân nhanh chóng.
- Ưu tiên đầu tư cho những hoạt động mang lại lợi nhuận cao, hạn chế chi tiêu cho những khoản không cần thiết.
- Ghi chép cẩn thận các khoản thu chi, theo dõi biến động của dòng tiền để có biện pháp điều chỉnh kịp thời.
- Tìm kiếm nhà cung cấp uy tín với giá cả cạnh tranh, áp dụng các chương trình khuyến mãi thu hút khách hàng.

#### 3.3.4.2.3 Kết quả

- Đảm bảo nguồn vốn đầy đủ cho hoạt động kinh doanh của cửa hàng mắt kính FivC.
- Sử dụng vốn hiệu quả, tối ưu hóa lợi nhuận và hạn chế rủi ro.

- Tăng cường khả năng thanh toán, đảm bảo ổn định tài chính cho cửa hàng.

#### 3.3.4.3 Material: Nguyên vật liệu, hệ thống cung ứng

FivC sử dụng các loại tròng kính, gọng kính, phụ kiện có chất lượng cao từ các thương hiệu uy tín trong và ngoài nước, đảm bảo độ bền, tính thẩm mỹ và an toàn cho người sử dụng. Cửa hàng có nguồn cung cấp nguyên vật liệu ổn định, đa dạng, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

FivC xây dựng hệ thống cung ứng chuyên nghiệp, hiệu quả với quy trình kiểm soát chất lượng chặt chẽ. Đảm bảo nguồn hàng luôn sẵn có, đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và kịp thời.

#### 3.3.4.4 Machine: Máy móc, công nghệ

FivC trang bị hệ thống máy móc, thiết bị hiện đại, tiên tiến phục vụ cho việc khám mắt, đo kính, cắt kính và chế tác kính. Các máy móc được bảo dưỡng định kỳ, đảm bảo hoạt động chính xác, hiệu quả. FivC ứng dụng các công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực quang học vào việc khám mắt, đo kính, cắt kính và chế tác kính. Giúp nâng cao độ chính xác, chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

#### 3.3.4.5 Method: Phương pháp thực hiện

FivC xây dựng quy trình chuyên nghiệp cho tất cả các hoạt động trong cửa hàng, từ khâu tiếp đón khách hàng, tư vấn, khám mắt, đo kính, cắt kính, chế tác kính đến khâu bán hàng và bảo hành. Đảm bảo sự thống nhất, hiệu quả và chất lượng phục vụ.

FivC sở hữu đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, chuyên nghiệp, có kiến thức chuyên môn sâu về lĩnh vực quang học. Luôn sẵn sàng tư vấn và hỗ trợ khách hàng một cách tận tâm, chu đáo.

### **3.3.5 Kế hoạch thời gian triển khai**

STT	Công việc	Tháng											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Xác định hình thức pháp lý của doanh nghiệp												
2	Chuẩn bị hồ sơ và làm thủ tục đăng ký doanh nghiệp												
3	Huy động vốn												
4	Lập kế hoạch kinh doanh												
5	Tìm nhà cung cấp ký hợp đồng												
6	Tuyển dụng nhân viên												
7	Tìm kiếm địa điểm kho bãi												
8	Tạo lập website												
9	Đăng ký website												
10	Mua tên miền												
11	Chọn hosting												
12	Xây dựng website												
13	Ký kết và tích hợp các nhà vận chuyển												
14	Ký kết và tích hợp các dịch vụ thanh toán												
15	Cài đặt phần cứng												
16	Cài đặt phần mềm												
17	Thiết kế giao diện website												
18	Xây dựng nội dung website												
19	Hình ảnh trên website												
20	Xây dựng databases												
21	Ra mắt Website												

Hình 3.5: Kế hoạch thời gian triển khai

## CHƯƠNG 4    QUẢN TRỊ HOẠT ĐỘNG BÁN LẺ TRỰC TUYẾN FRONT END VÀ BACK END

### 4.1 Quản trị hoạt động Back - End

#### *4.1.1 Back-end Haravan*

FivC là cửa hàng mắt kính tư nhân, nơi đây tập trung vào 3 sản phẩm chính: tròng kính, kính mát và gọng kính, với các danh mục sản phẩm như sau:

*Về gọng:*

- Gọng kim loại
- Gọng nhựa

*Về tròng:*

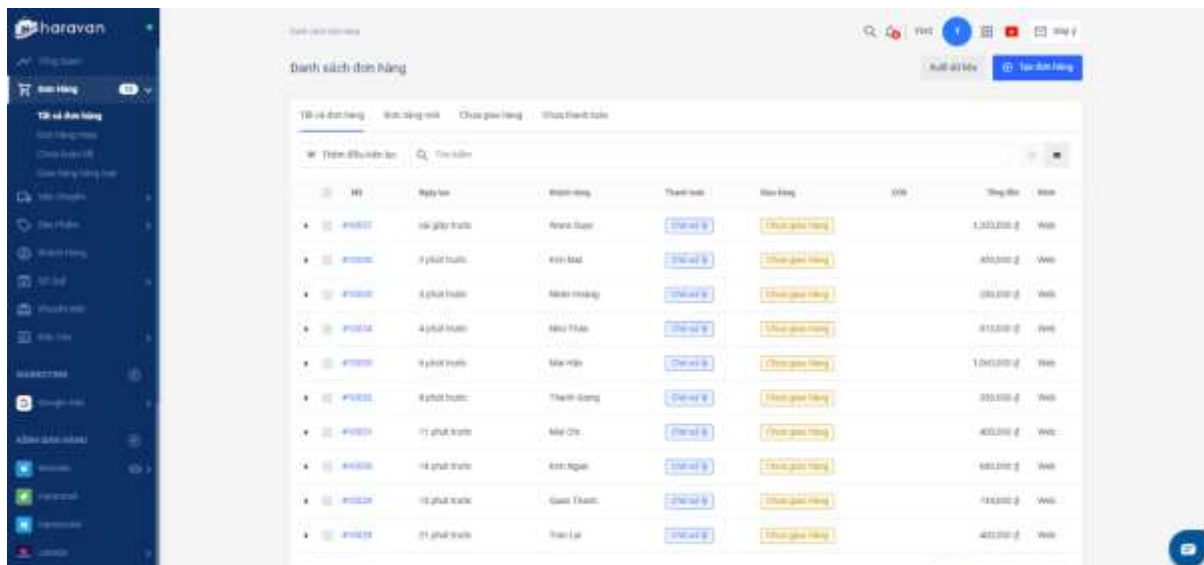
- Tròng chống cận
- Tròng đổi màu
- Tròng chống tia UV
- Tròng chống ánh sáng xanh
- Tròng chống bể, vỡ

Đối với tất cả các đơn hàng, luôn cam kết đóng gói dưới dạng hộp dính kèm logo hình ảnh của FivC eyewear. Đảm bảo đơn hàng sẽ được đóng gói cực kỳ cẩn thận để mang sản phẩm đến tay khách hàng giữ nguyên chất lượng, không hư hỏng.

Sau đây là cơ sở dữ liệu sản phẩm mà nhóm đã xây dựng được: [Link](#)

#### 4.1.1.1 Quản lý đặt hàng

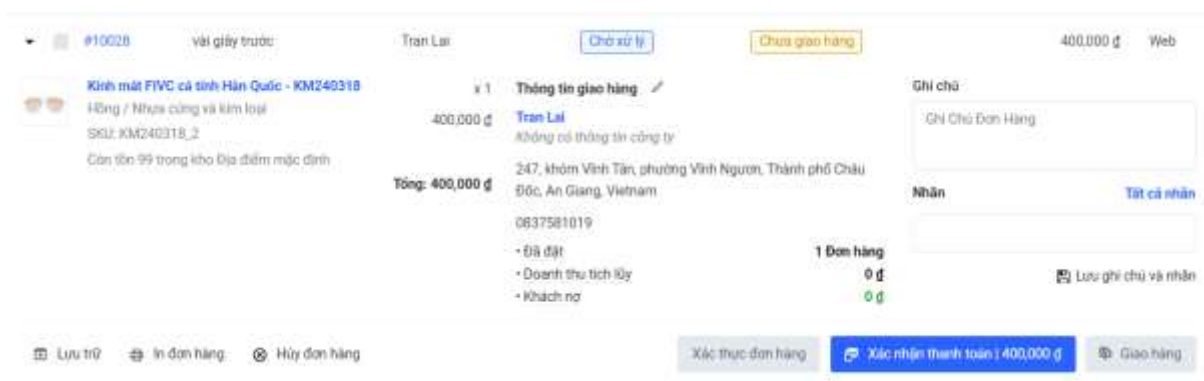




Hình 4.1: Giao diện quản lý đơn hàng

Tất cả các đơn hàng được quản lý chung tại phần “Đơn hàng” trên website Haravan. Các thông tin chung được thể hiện bao gồm: mã, ngày tạo, khách hàng, trạng thái thanh toán, tình trạng giao hàng, tình trạng nhận tiền (COD), tổng tiền, kênh bán hàng của đơn hàng đó.

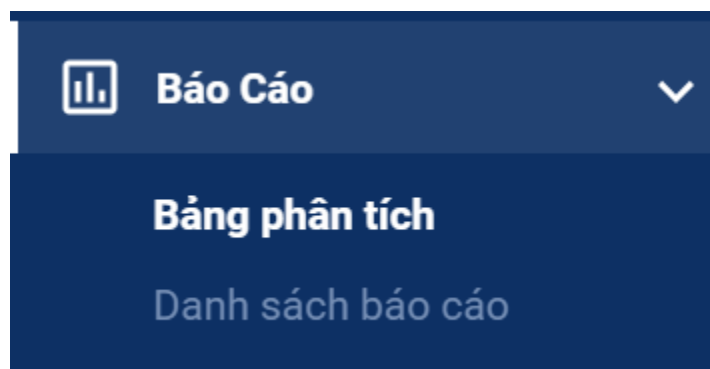
Để xem thông tin chi tiết của mỗi đơn hàng, bấm vào hình mũi tên trước cột “Mã” đơn hàng. Ngay sau đó, thông tin của chính đơn hàng được chọn sẽ được hiển thị ngay bên dưới.



Hình 4.2: Quản lý thông tin đơn hàng

#### 4.1.1.2 Báo cáo tài chính doanh thu FivC







Sau mỗi quý FivC Eyewear sẽ tiến hành thống kê lại các chỉ số doanh thu và tình hình hoạt động để đưa ra những đánh giá chính xác nhất về hiệu suất bán hàng. Để xem báo cáo thống kê các chỉ số như số đơn hàng, doanh thu thuần, sản phẩm bán chạy... trên hệ thống Haravan cần vào mục “Báo Cáo”.



*Hình 4.3: Danh mục Báo Cáo trong hệ thống quản trị của Haravan*

Trong Tổng quan, quản trị viên có thể theo dõi một số thông tin về tình hình hoạt động kinh doanh của FivC Eyewear:

- Doanh thu thuần: Đạt 7,944,000 đồng trong tháng 4/2024 đạt. Với con số này nhận định FivC là một doanh nghiệp có triển vọng cao.
- Số đơn hàng: Bán được 13 đơn hàng trong tháng 4/2024.
- Sản phẩm bán chạy: Gọng kính kim loại cho thấy cần đẩy mạnh các sản phẩm cùng loại và lập kế hoạch truyền thông cho các sản phẩm có số lượt mua thấp.
- Top nhân viên bán hàng: Biết được hiệu suất bán hàng của nhân viên từ đó có mức khen thưởng thích hợp.

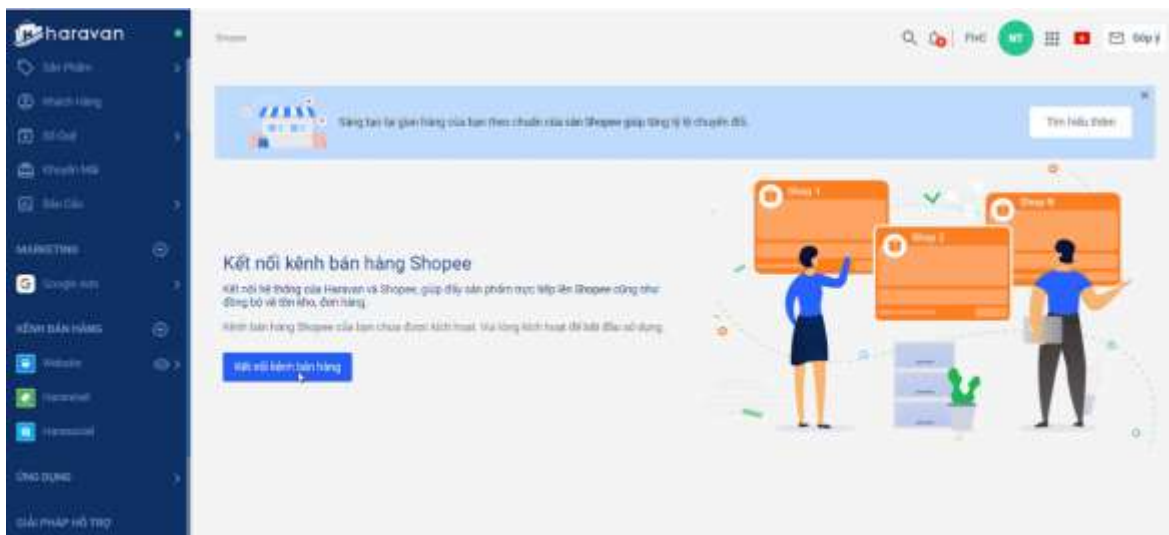
<b>Doanh thu thuần - từ kênh bán hàng</b> <b>Web</b> 13 đơn hàng 7,944,000 đ <a href="#">Xem báo cáo</a>	<b>Sản phẩm bán chạy</b> <a href="#">Xem báo cáo</a> <div>  <div> <b>Gọng kính kim loại FIVC - KL24...</b>            1,320,000 đ         </div> </div> <div>  <div> <b>Tròng kính chống tia UV SEIKO ...</b>            1,060,000 đ         </div> </div> <div>  <div> <b>Kính mát FIVC kim loại sang tr...</b>            760,000 đ         </div> </div> <div>  <div> <b>Tròng kính đổi màu ánh sáng xa...</b>            744,000 đ         </div> </div> <div>  <div> <b>...</b>            700,000 đ         </div> </div>
<b>Doanh thu thuần - từ kênh POS</b> <a href="#">Xem báo cáo</a>	<b>Top nhân viên bán hàng</b> <a href="#">Xem báo cáo</a> <div>  <div> <b>tranltb21411@st.uef.edu.vn</b>            Bán 1 đơn hàng            370,000 đ         </div> </div>

Hình 4.4: Báo cáo tổng quan của FivC trong 4/2024

## 4.1.2 Back-end Shopee

### 4.1.2.1 Tích hợp FivC trên Shopee

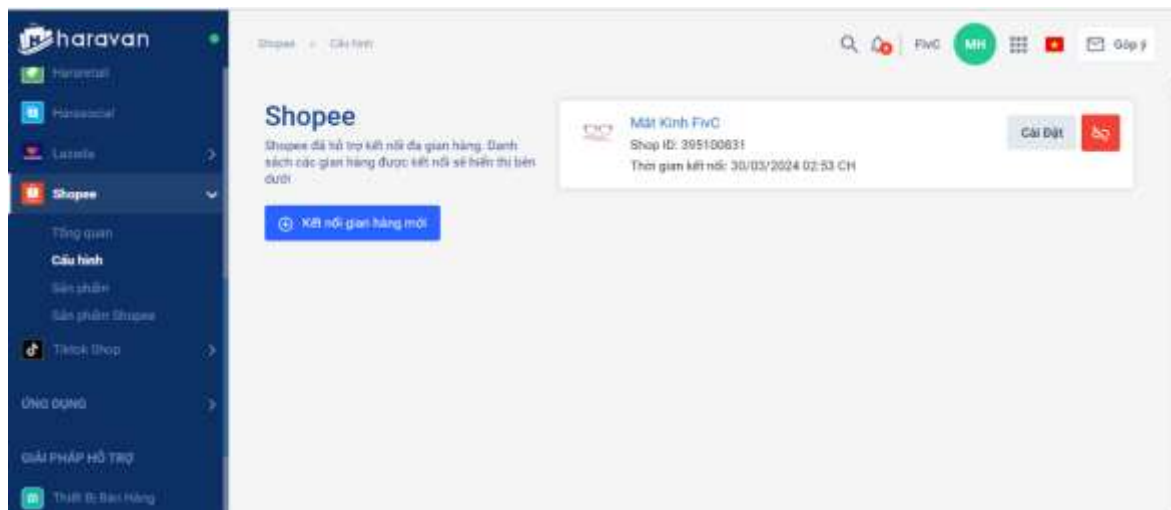
Truy cập vào mục “Kênh bán hàng” ở menu Click chọn ô “Kết nối kênh bán hàng”.



Chọn dấu (+) để tích hợp sàn thương mại điện tử Shopee vào Haravan.

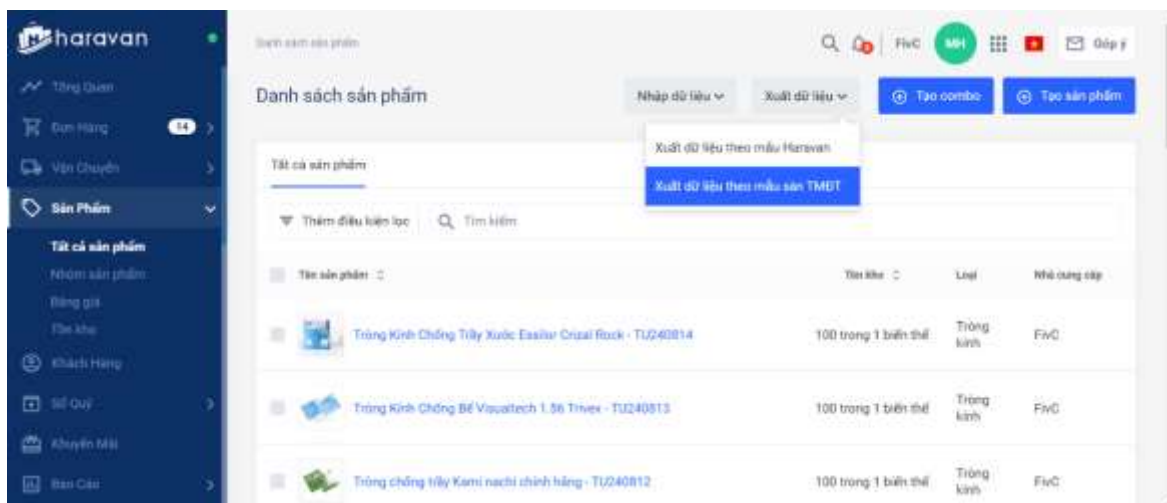


Sau khi nhập tài khoản mật khẩu kênh Shopee, màn hình sẽ hiển thị tích hợp Shopee thành công.



#### 4.1.2.2 Đẩy sản phẩm của trang bán hàng FivC lên Shopee

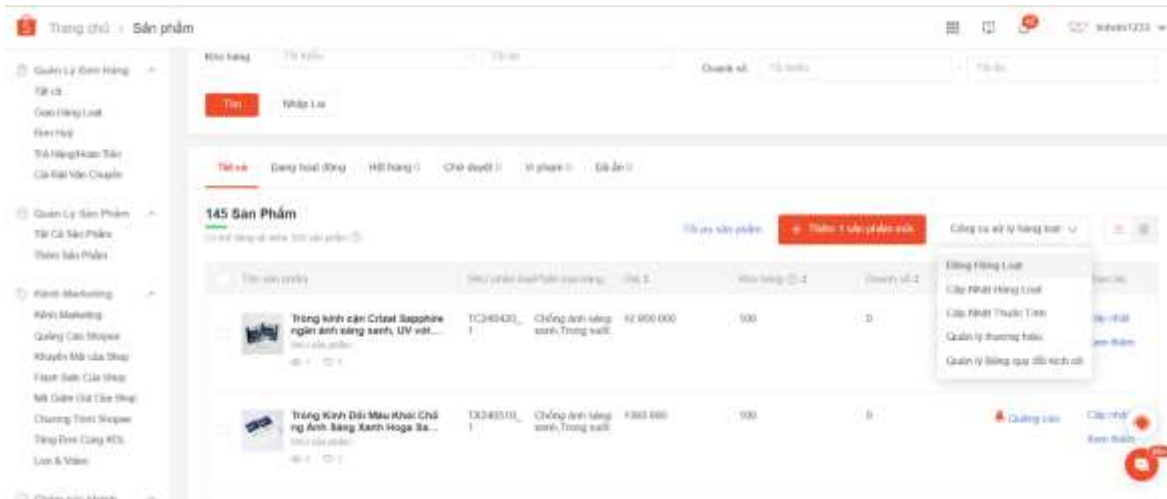
Vào mục Sản phẩm trên trang Haravan chọn “Xuất dữ liệu theo mẫu sàn TMĐT”.



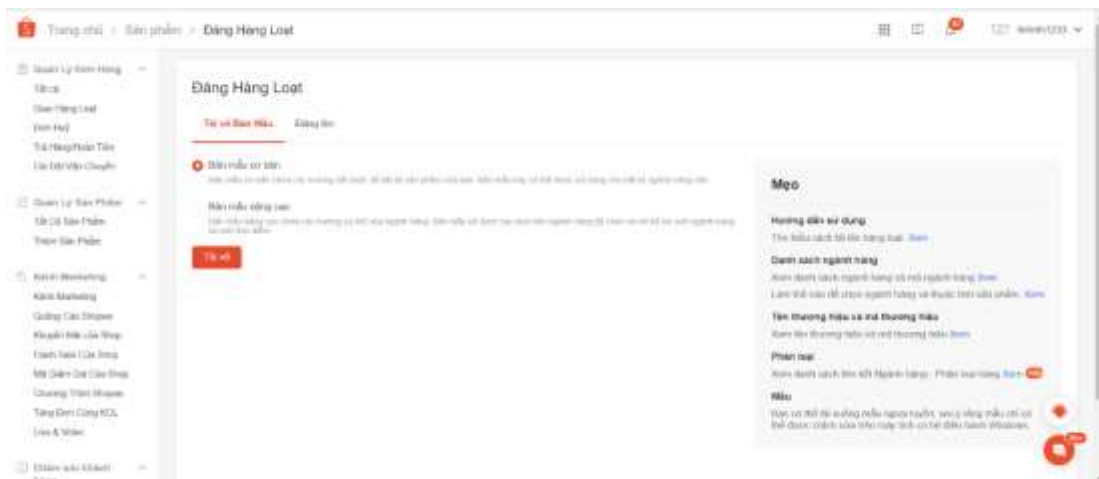
Chọn kênh bán hàng Shopee và chọn dữ liệu Tất cả sản phẩm sau đó chọn Xuất dữ liệu và dữ liệu theo template mẫu sẽ được gửi về email theo [Mẫu](#).



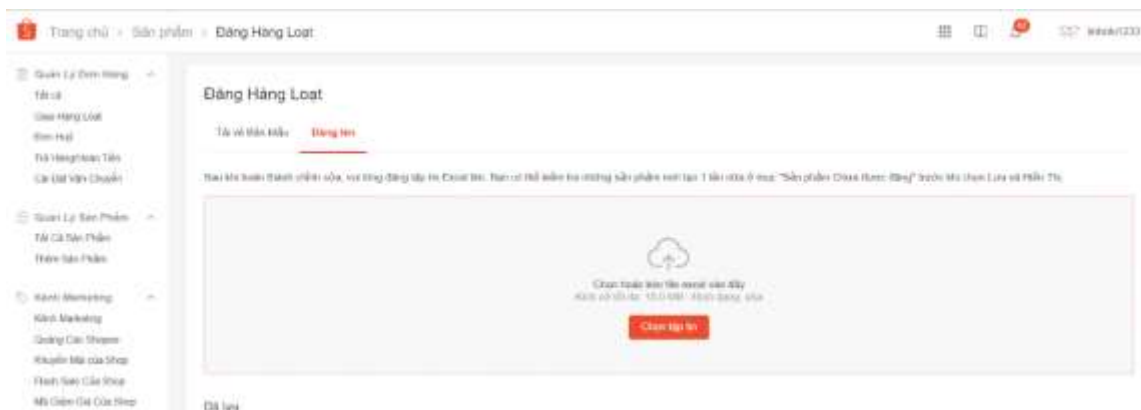
Sau đó vào trang Kênh Người Bán trên Shopee vào mục sản phẩm chọn Công cụ xử lý hàng loạt rồi chọn mục Đăng Hàng Loạt.



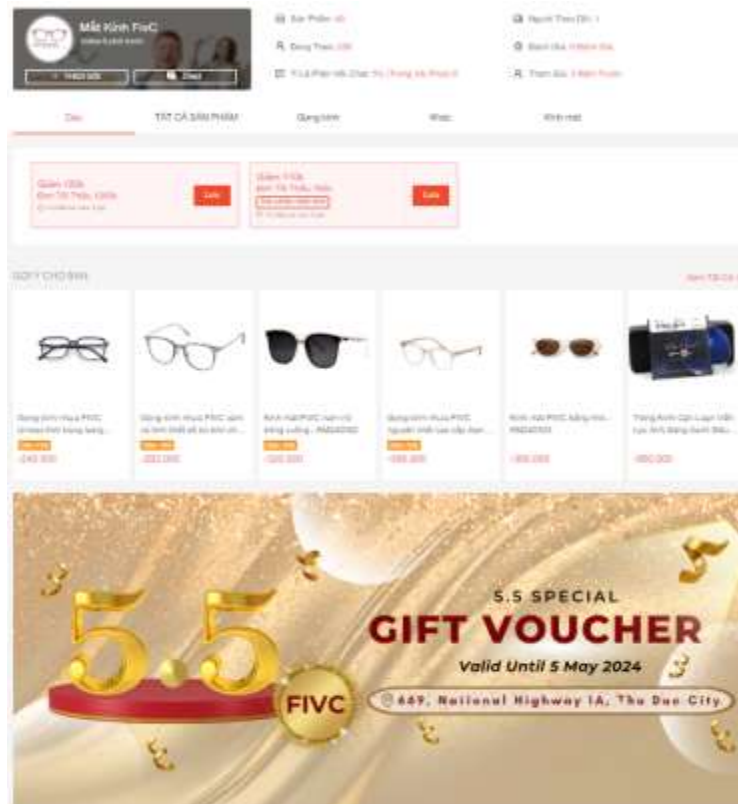
Tại đây, tải về Bản mẫu cơ bản như: [Link](#)



Dựa trên bản mẫu của Shopee và mẫu sản phẩm tải từ Haravan về xây dựng cơ sở dữ liệu sản phẩm đăng lên Shopee của FivC: [Link](#)

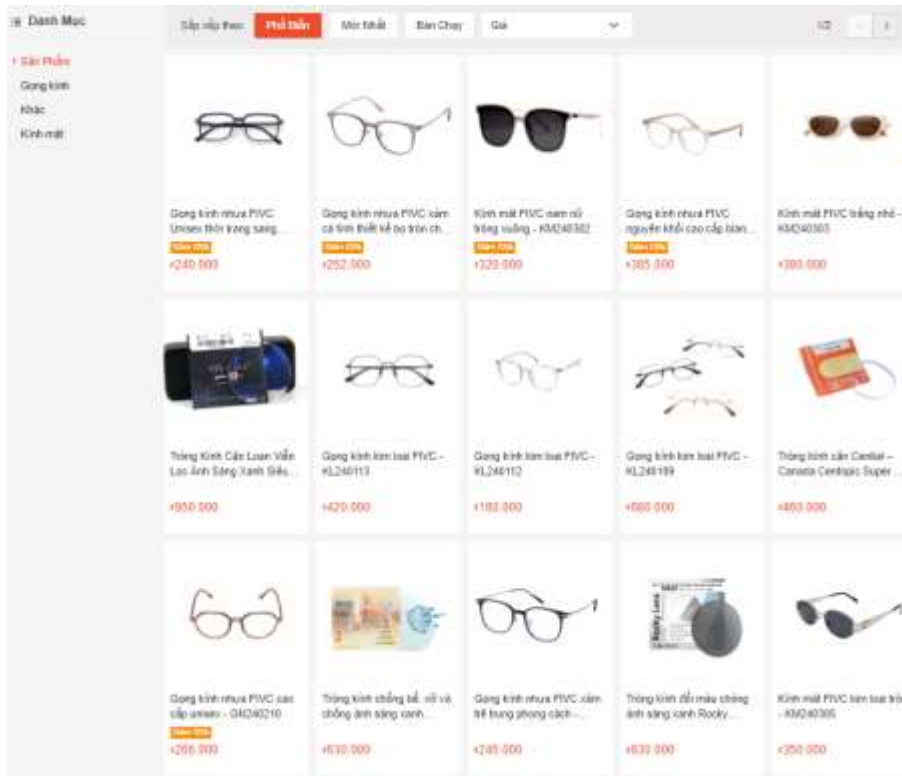


Cửa hàng FivC trên Shopee được thiết kế ấn tượng với các mã giảm giá và banner quà tặng.



Hình 4.5: Cửa hàng FivC trên Shopee

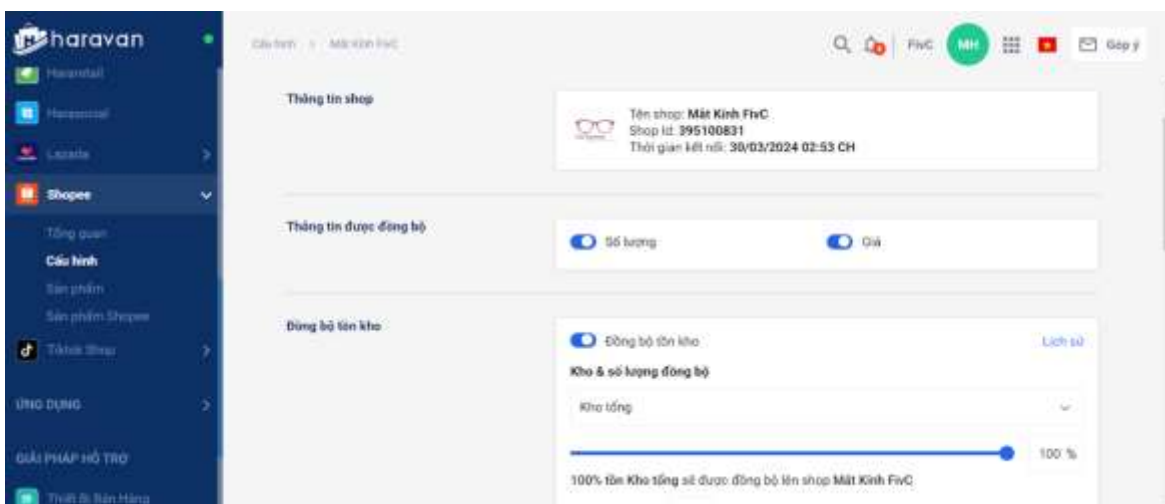
Danh mục sản phẩm của cửa hàng FivC trên Shopee với đa dạng các bộ lọc phù hợp với nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng.



Hình 4.6: Danh mục sản phẩm của cửa hàng FivC trên Shopee

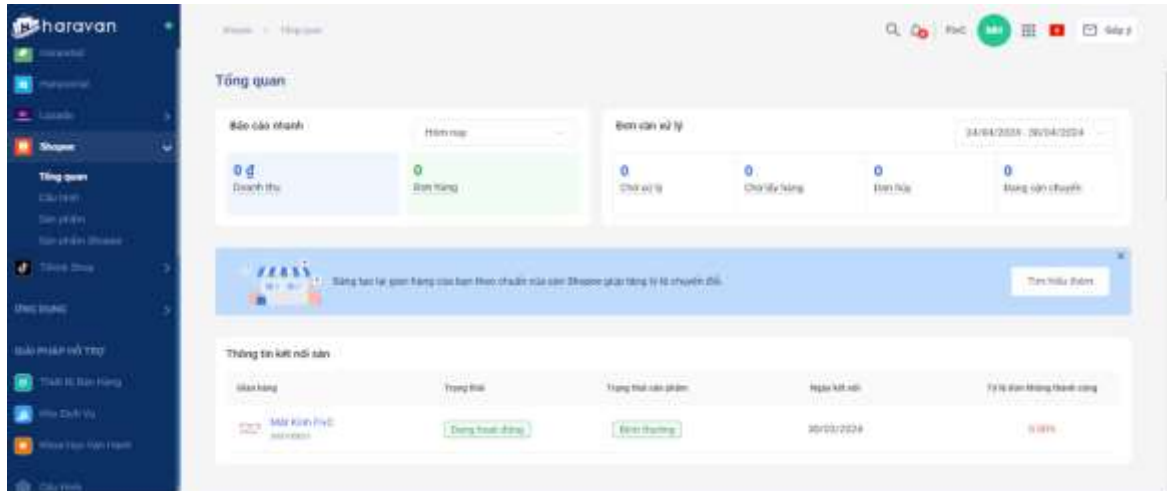
#### 4.1.2.3 Quản lý, liên kết Shopee thông qua hệ thống Haravan

Tại Haravan quản trị viên có thể điều chỉnh các thông tin được đồng bộ về số lượng và giá với các sản phẩm trên Shopee:





Sau khi tích hợp và đồng bộ sản phẩm có thể xem tổng quan kênh Shopee của FivC.



Hình 4.7: Tổng quan về Shopee của FivC trên Haravan

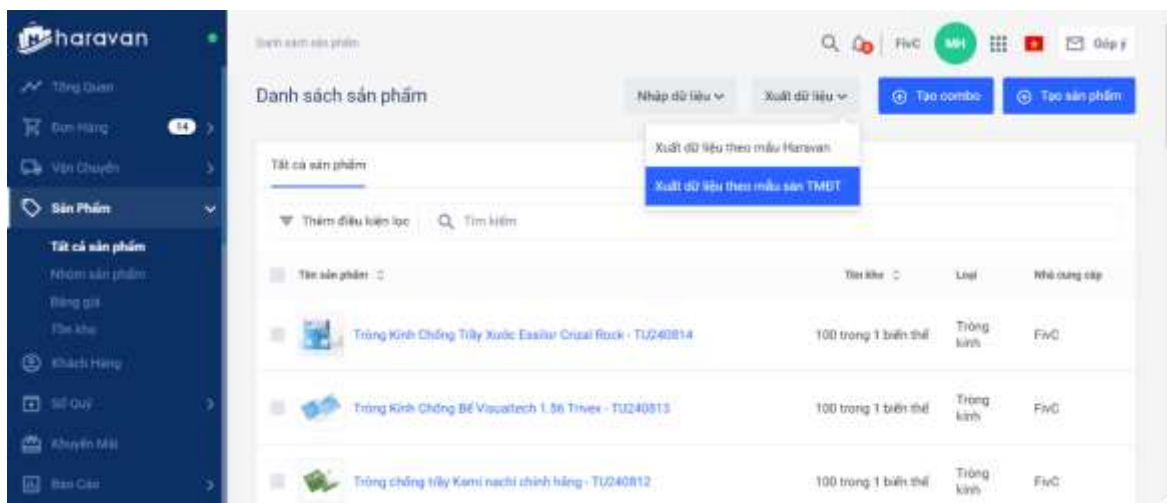
### 4.1.3 Back-end Lazada

Tương tự cách tích hợp Shopee vào Haravan, sau khi nhập tài khoản mật khẩu kênh Lazada, màn hình sẽ hiển thị tích hợp Lazada thành công.

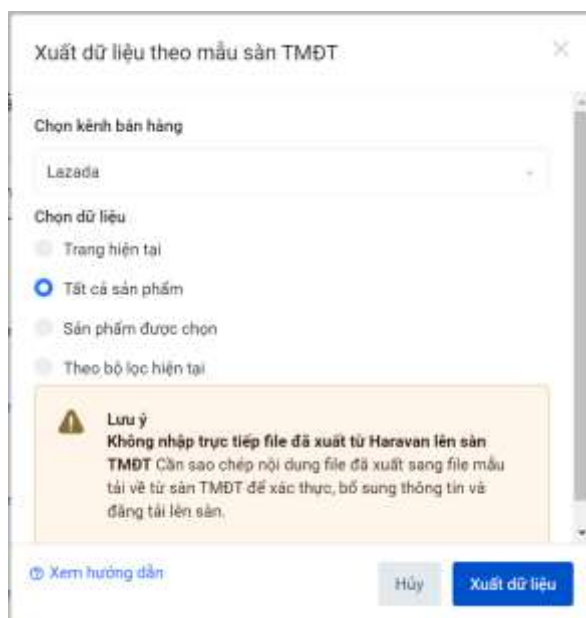


#### 4.1.3.1 Đẩy sản phẩm lên trang bán hàng của FivC trên Lazada

Vào mục Sản phẩm trên trang Haravan chọn “Xuất dữ liệu theo mẫu sàn TMĐT”.



Chọn kênh bán hàng Lazada và chọn dữ liệu Tất cả sản phẩm sau đó chọn Xuất dữ liệu và dữ liệu theo template mẫu sẽ được gửi về email theo [Mẫu](#).

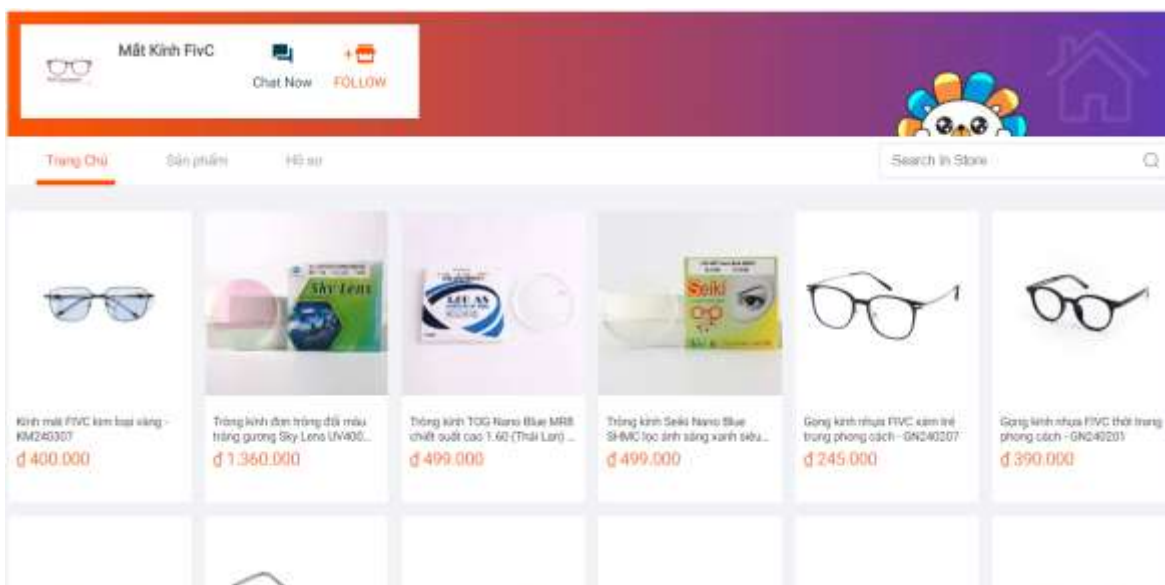


Sau đó vào trang Lazada Seller Center vào mục Quản lý sản phẩm chọn Thêm hàng loạt và tải Mẫu điền cơ bản như: [Link](#)



Dựa trên bản mẫu của Lazada và mẫu sản phẩm tải từ Haravan về xây dựng cơ sở dữ liệu sản phẩm đăng lên Lazada của FivC: [Link](#)

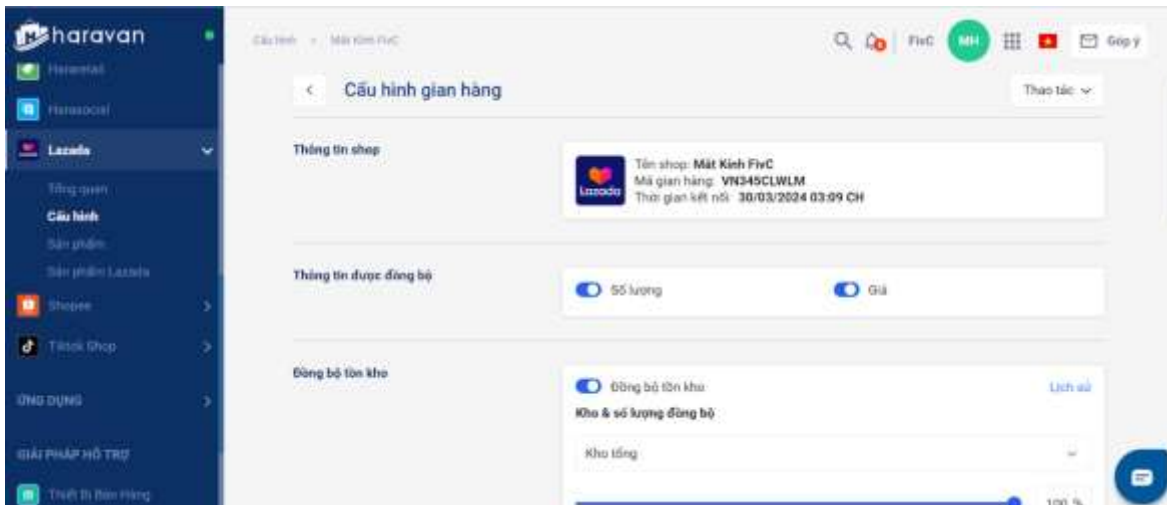
Cửa hàng FivC trên Lazada với các sản phẩm đã được đăng tải.



Hình 4.8: Cửa hàng FivC trên Lazada

#### 4.1.3.2 Quản lý, liên kết Lazada thông qua hệ thống Haravan

Tại Haravan quản trị viên có thể điều chỉnh các thông tin được đồng bộ về số lượng và giá với các sản phẩm trên Lazada:



## 4.2 Quản trị hoạt động Front - End

### 4.2.1 Xác định yêu cầu Website

#### 4.2.1.1 Mục tiêu của Websire

Mục tiêu chính của website là kinh doanh mắt kính. Trang web phải đáp ứng được việc cung cấp cho khách hàng thông tin chi tiết về các sản phẩm kính có sẵn để mua, bao gồm hình ảnh, mô tả, giá cả và thông tin về chính sách giao hàng và thanh toán; cung cấp thông tin chi tiết về các sản phẩm kính, bao gồm tính năng, chất liệu và cách chăm sóc; cung cấp hướng dẫn sử dụng và bảo dưỡng, cũng như các bài viết hoặc blog về xu hướng thời trang và công nghệ kính. Ngoài ra, cũng cung cấp các thông tin liên quan về doanh nghiệp bán hàng, về các công cụ tương tác như hộp thư điện tử hoặc chat trực tuyến để khách hàng có thể gửi câu hỏi hoặc yêu cầu hỗ trợ, tạo ra một môi trường giao tiếp tích cực giữa doanh nghiệp và khách hàng.

Nói đến trang web, người dùng biết ngay đây là nơi để hiển thị nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp, nó phải bao gồm cả logo, màu sắc và thông điệp của thương hiệu. Đặc biệt, một trang web tốt sẽ tập trung vào việc cải thiện trải nghiệm người dùng, bao gồm giao diện dễ sử dụng, tốc độ tải trang nhanh và thiết kế đáp ứng cho các thiết bị di động, tạo ra một môi trường mua sắm trực tuyến thuận tiện và thú vị.

#### 4.2.1.2 Yêu cầu của Website

- Giao diện dễ sử dụng
- Tích hợp nhiều tính năng
- Hiện thị đầy đủ thông tin
- Tương thích nhiều thiết bị
- Bảo mật thông tin

#### 4.2.1.3 Đối tượng mà website phục vụ

- Khách hàng mua hàng: Đây là đối tượng chính mà website phục vụ. Họ chính là những khách hàng mục tiêu của FivC, tìm đến website với mục đích tìm kiếm sản phẩm, tham khảo và mua hàng.

- Đối tác: Đây là đối tượng truy cập website để tìm hiểu về thương hiệu, cách thức liên hệ của FivC với mục đích hợp tác.

- Người tiêu dùng nói chung: Đây là đối tượng vô tình truy cập vào website hoặc truy cập vào website để tham khảo các thông tin cần thiết. Trong đối tượng này có lượng khách hàng tiềm năng nhất định khi họ tìm kiếm với từ khóa có trong nội dung của những bài blog trên website.

#### 4.2.1.4 Chủ đề của website

Chủ đề của trang web tập trung vào mắt kính, với sự sử dụng màu sắc chủ đạo là các màu pastel. Thiết kế trang web được tối giản, nhưng vẫn rất vui vẻ và hiện đại, tạo nên một không gian mua sắm trực tuyến thú vị và thu hút. Các sản phẩm mắt kính được hiển thị rõ ràng và được phân loại vào các danh mục để khách hàng dễ dàng tìm kiếm và tham khảo. Bên cạnh đó, trang web cũng cung cấp các bài viết, tin tức về review sản phẩm mắt kính, các combo sản phẩm, và chương trình khuyến mãi đang diễn ra, giúp khách hàng có cái nhìn tổng quan về các sản phẩm và dịch vụ của trang web.

#### **4.2.2 Mua tên miền**

Tên miền hiện tại được sử dụng cũng là tên miền chính của FivC đó là: [www.fivc.store](http://www.fivc.store)



Hình 4.9: Quản lý tên miền trên Haravan

### 4.2.3 Thuê chỗ hosting

Bên cạnh tên miền, Hosting là một thứ không thể thiếu khi muốn tạo dựng một website chuyên nghiệp. Việc chọn một dịch vụ hosting phù hợp là một phần quan trọng trong quá trình xây dựng và phát triển một trang web.

Scale	Omni Standard
Tăng trưởng vững chắc cho các chuỗi bán lẻ, khai thác lợi thế chuỗi của hàng giúp tối ưu vận hành kinh doanh và kiến tạo tập khách hàng trung thành.	Dễ dàng quản lý và bán hàng online đa kênh cho người mới khởi nghiệp kinh doanh
3.000.000đ / tháng	200.000đ / tháng <del>300.000đ/tháng</del>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Website Thương Mại Điện Tử Chuyên nghiệp</li> <li>Tích hợp Facebook, Instagram, Zalo, Shopee, Tiki, Lazada, Tiktok Shop</li> <li>Chatbot Marketing và Livestream bán hàng hiệu quả trên Facebook</li> <li>Quản lý bán hàng tại cửa hàng POS</li> <li>Quảng cáo Google Smart Shopping tự động</li> <li>Ứng dụng quản lý bán hàng trên điện thoại</li> <li>Báo cáo, thống kê hiệu quả bán hàng toàn diện</li> <li>Quản lý thông tin và phân nhóm khách hàng đa kênh tự động</li> <li>Kết nối sẵn các nhà vận chuyển và cổng thanh toán online phổ biến</li> <li>Tự động hoá chương trình chăm sóc, marketing và bán lại cho từng nhóm khách hàng theo kịch bản qua Zalo, SMS và Email Marketing</li> <li>Quản lý chương trình Hạng thành viên đa kênh</li> <li>Hệ thống tích điểm và sử dụng điểm thưởng đa kênh</li> <li>Hệ thống điều phối đơn hàng đến nhiều điểm bán tự động và linh hoạt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trang bán hàng tinh gọn, dễ chốt đơn</li> <li>Quản lý &amp; bán hàng trên Facebook, Instagram, Zalo</li> <li>Quản lý &amp; bán hàng trên Shopee, Tiki, Lazada, Tiktok Shop</li> <li>Chatbot hỗ trợ bán hàng và chốt đơn</li> <li>Quản lý bán hàng tại cửa hàng POS</li> <li>Ứng dụng quản lý bán hàng trên điện thoại</li> <li>Báo cáo, thống kê hiệu quả bán hàng toàn diện</li> <li>Kết nối sẵn các nhà vận chuyển và cổng thanh toán online phổ biến</li> </ul>

Hình 4.10: Chi tiết tính năng của gói Omni Standard và Scale của Haravan

Giai đoạn đầu khi mới thành lập thương hiệu và phát triển website kinh doanh trực tuyến với nguồn vốn, kinh phí còn hạn hẹp, thì việc đầu tư quá nhiều cho việc thuê chỗ hosting tốt là điều không cần thiết, FivC sẽ sử dụng giải pháp Bán hàng đa kênh gói Omni Pro được Haravan cung cấp vừa đủ để phát triển đa kênh, kết nối tên miền và được cung cấp Hosting, SSL phục vụ cho bước đầu làm quen và nắm bắt việc phát triển và quản lý kinh doanh online, gia tăng độ nhận diện thương hiệu trên đa kênh, tăng trưởng doanh số bán hàng.

Sau khi ổn định và có nguồn doanh thu ròng đầu tiên, FivC sẽ mở rộng quy mô nâng cấp lên gói Scale nhằm tăng trưởng vững chắc cho các chuỗi bán lẻ, khai thác lợi thế chuỗi

cửa hàng giúp tối ưu vận hành kinh doanh và kiến tạo tập khách hàng trung thành cho thương hiệu.

*Với lý do:* Xét thấy nếu tự mình xây dựng vừa tốn thời gian tìm hiểu lâu vừa không đảm bảo về hiệu quả do là doanh nghiệp startup nên chưa có kinh nghiệm trong tối ưu hóa trang web bán hàng sẽ có nhiều thiếu sót dẫn đến một trải nghiệm mua hàng không hoàn chỉnh cho khách hàng. Còn nếu thuê ngoài chưa chắc đã thể hiện được trọn vẹn ý tưởng kinh doanh của FivC và đồng thời không đảm bảo trang web sẽ có đầy đủ các tính năng mà doanh nghiệp muốn có. Do đó lựa chọn kết hợp cùng Haravan để xây dựng website là quyết định vô cùng đúng đắn vì công ty Haravan đã có tiếng trong lĩnh vực xây dựng website cho các doanh nghiệp lớn nhỏ khác nhau và hỗ trợ quản lý bán hàng toàn diện.

#### ***4.2.4 Thiết kế Website***

##### ***4.2.4.1 Thiết lập tổng quát***



*Hình 4.11: Logo thương hiệu*







**Logo**  
(Kích thước hiển thị tối đa là 300x70 pixel, tự động điều chỉnh nếu file của bạn lớn hơn kích thước này.)

Hiển thị logo ☒ **Hiện thị logo**

Chọn Logo

logo.png

Hình 4.12: Giao diện thiết lập hiển thị logo trên Haravan

Màu chữ toàn trang	#252a2b	
Màu chữ tiêu đề	#252a2b	
Màu chủ đạo	#9F3F73	
Màu chữ khi hover Đường dẫn liên kết khi hover	#9F3F73	

Hình 4.13: Màu sắc chủ đạo được dùng để thiết kế website

Chọn menu chính  

**Hotline dưới menu mobile**

Nhập số điện thoại

**Email dưới menu mobile**

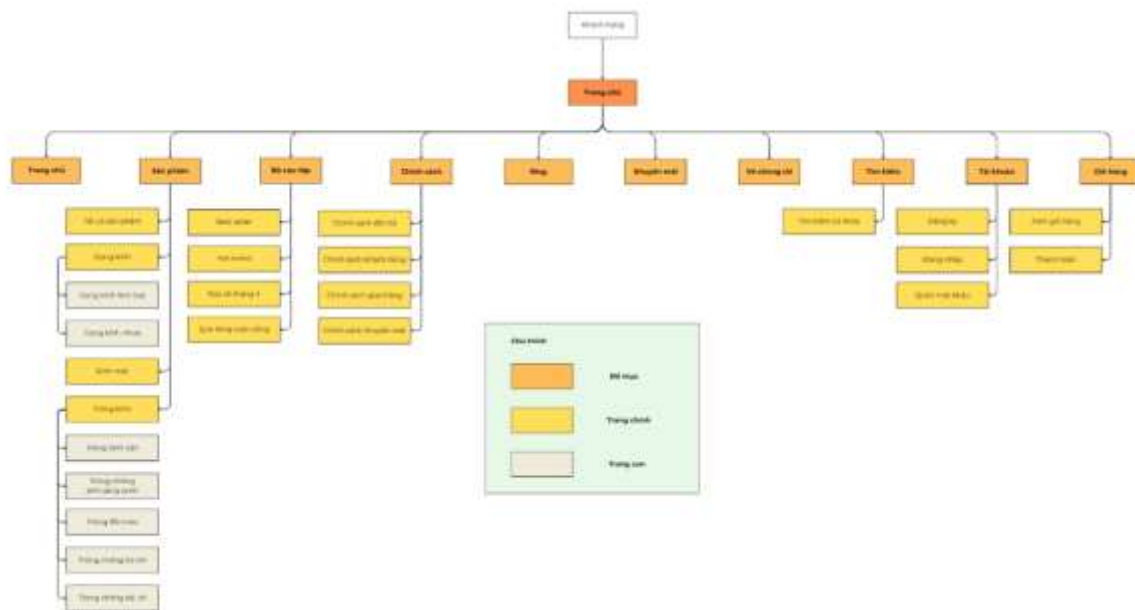
Nhập Email

Hình 4.14: Giao diện thiết lập menu chính trên Haravan



Hình 4.15: Hình ảnh chia sẻ lên trang chủ Facebook

#### 4.2.4.2 Sitemap Website



Hình 4.16: Sitemap website của FivC

#### 4.2.4.3 Header & Footer

Header của website sau khi thiết lập bao gồm các thành phần chính như sau:

- Logo thương hiệu.
- Thanh điều hướng.
- Ô tìm kiếm.

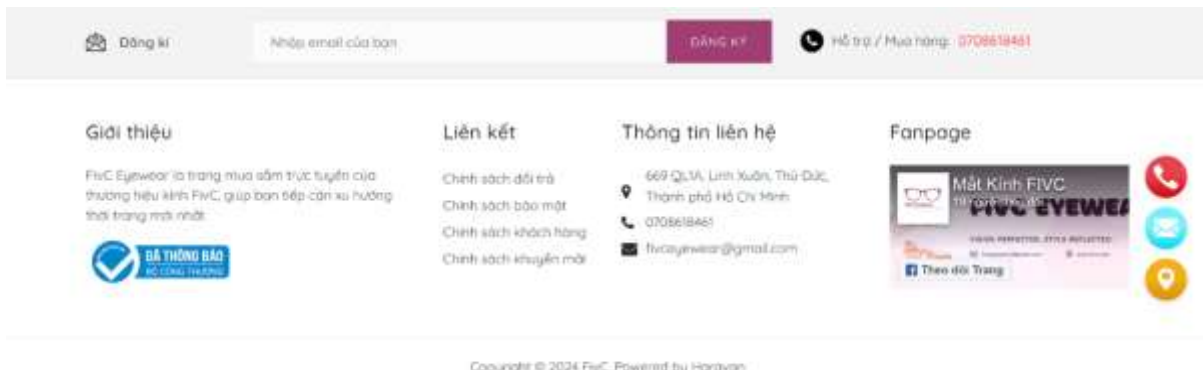
- Tài khoản.
- Giỏ hàng.



Hình 4.17: Header của FivC

Footer của website sau khi thiết lập sẽ có các thành phần chính như sau:

- Nhập email đăng ký tài khoản và hotline.
- Phần giới thiệu thương hiệu và logo kiểm định của Bộ Công thương.
- Liên kết đến các trang chính sách của FivC.
- Thông tin liên hệ gồm địa chỉ, số điện thoại, email.
- Đường liên kết đến fanpage chính thức.



Hình 4.18: Footer của FivC

#### 4.2.4.4 Trang chủ

Đầu trang chủ.

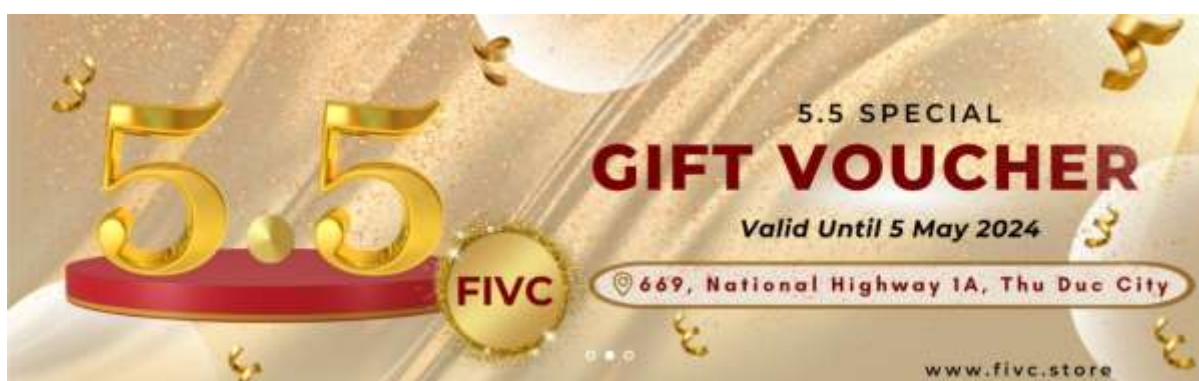


Hình 4.19: Header của FivC

Kế đến là banner slider, nhóm đặt thông tin của ZinZin lên đầu trang với kích thước 1920x600 pixel với 3 slider.



Hình 4.20: Banner slider thứ nhất



Hình 4.21: Banner slider thứ hai



Hình 4.22: Banner slider thứ ba

## CHƯƠNG 5 TRIỂN KHAI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TRỰC TUYẾN TRÊN KÊNH THÔNG TIN TÍCH HỢP

### 5.1 Xúc tiến truyền thông trong bán lẻ trực tuyến

#### 5.1.1 Xây dựng website với các chỉ số đo lường

Nhóm tiến hành xây dựng các chỉ số đo lường website như sau:

*Bảng 5.1: KPIs xây dựng website*

KPIs xây dựng website	
<b>Chỉ số đo lường</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tỷ lệ chuyển đổi: 10%</li> <li>- Lưu lượng truy cập: 20.000</li> <li>- Thời gian trung bình khách hàng trên trang: 5 phút</li> <li>- Tỷ lệ thoát trang: 65%</li> <li>- Nguồn lưu lượng truy cập: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SEO: 15%</li> <li>• Social Traffic: 75%</li> <li>• Email: 15%</li> </ul> </li> </ul>

#### 5.1.2 Mô hình hành vi người tiêu dùng trực tuyến 5A

*Bảng 5.2: Mô hình 5A*

	<b>Aware (Nhận biết)</b>	<b>Appeal (Thu hút)</b>	<b>Ask (Tìm hiểu)</b>	<b>Act (Hành động)</b>	<b>Advocate (Ủng hộ)</b>
<b>Hành vi khách hàng</b>	Tìm kiếm thông tin về cách đáp ứng nhu cầu thông	Bắt đầu chú ý đến một số thương hiệu nhất định, bắt	Khách hàng quan tâm sẽ chủ động tìm kiếm thêm	Nếu khách hàng hài lòng với những thông tin mà	Khách hàng hài lòng không chỉ mua hàng một

	qua việc tiếp nhận thông tin về nhãn hiệu từ các nguồn truyền thông, quảng cáo, hoặc sự giới thiệu từ gia đình, bạn bè, và những người có ảnh hưởng đến bạn một cách thụ động.	đầu đánh giá và so sánh các thương hiệu đó dựa trên nhu cầu và sở thích của bản thân. Lúc này, doanh nghiệp cần thu hút sự chú ý của khách hàng bằng cách truyền tải thông điệp thương hiệu một cách rõ ràng, súc tích và hấp dẫn.	thông tin về thương hiệu. Họ có thể truy cập trang web, đọc các bài đánh giá sản phẩm, hoặc tham gia các diễn đàn để trao đổi với những người dùng khác.	họ tìm được, họ sẽ quyết định mua sản phẩm hoặc dịch vụ của thương hiệu.	lần mà còn có thể trở thành những người ủng hộ thương hiệu. Họ sẽ giới thiệu thương hiệu cho bạn bè và gia đình, đồng thời viết đánh giá tích cực về sản phẩm hoặc dịch vụ trên mạng xã hội.
<b>Mục tiêu của doanh nghiệp</b>	Khiến cho khách hàng tiếp nhận được thông tin, thông điệp của doanh nghiệp. Làm cho khách hàng	Để lại dấu ấn trong khách hàng về một thương hiệu mát kính an toàn và thời trang. Làm khách hàng bị thu	Khách hàng có đầy đủ thông tin về sản phẩm và thương hiệu FivC.	Chuyển đổi khách hàng, khiến cho họ quyết định đặt mua sản phẩm của FivC. Khách hàng hài lòng với quy trình đặt	Giữ chân khách hàng hiện tại và chuyển đổi họ thành khách hàng trung thành, mua hàng thường xuyên và gắn

	nhận biết được hình ảnh thương hiệu và sản phẩm của doanh nghiệp.	hút bởi chất lượng sản phẩm và hình ảnh thương hiệu.		mua, chuẩn bị, xử lý và hỗ trợ khách hàng của FivC.	bó lâu dài với thương hiệu. Tăng độ nhận diện thương hiệu, củng cố vị thế cạnh tranh và mở rộng thị phần trong lĩnh vực kinh doanh.
<b>Hành động của doanh nghiệp</b>	Tiến hành các chiến dịch truyền thông, quảng cáo mạnh mẽ trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram, TikTok... thu hút sự chú ý của khách hàng. Sử dụng các hình thức quảng cáo đa	Tiếp tục thu hút khách hàng tiềm năng, gia tăng nhận diện thương hiệu và thúc đẩy doanh số bán hàng cho FivC.	Phát triển chuỗi bài giới thiệu thương hiệu, sản phẩm và tổng hợp review cảm nhận về sản phẩm, dịch vụ của FivC và chạy quảng cáo trên các nền tảng. Luôn sẵn sàng hỗ trợ	Có quy trình rõ ràng, phân công hiệu quả, thực hiện đúng quy trình một cách nhanh chóng, tận tâm và minh bạch. Xây dựng các chương trình khuyến mãi vào những ngày lễ hoặc các dịp sale đặc biệt hàng	Chế độ ưu đãi cho khách hàng trung thành như những món quà tri ân hoặc chương trình khuyến mãi tri ân khách hàng vào các dịp đặc biệt như dịp sinh nhật, kỷ niệm ngày hoặc thời gian bắt đầu trở thành khách

	<p>dạng như quảng cáo bài viết, quảng cáo video, quảng cáo story... với nội dung sáng tạo, hấp dẫn và thu hút đối tượng mục tiêu.</p> <p>Hợp tác với các KOLs (người ảnh hưởng) có sức ảnh hưởng để quảng bá sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp.</p>		<p>tư vấn và giải đáp các thắc mắc của khách hàng 24/7.</p> <p>Đẩy mạnh hoạt động seeding.</p>	<p>tháng (4/4, 5/5...).</p> <p>Tổ chức các hoạt động minigame tặng ngay voucher giảm giá, miễn phí ship.</p>	<p>hàng của FivC.</p> <p>Đầu tư phát triển các sản phẩm mới, cải thiện chất lượng sản phẩm và nâng cao dịch vụ khách hàng.</p> <p>Tổ chức các chương trình tặng voucher khi giới thiệu bạn bè mới.</p> <p>Xây dựng chuỗi bài đăng, đẩy mạnh các hoạt động tương tác với khách hàng của thương hiệu.</p>
<b>Kênh truyền thông,</b>	<p>Fanpage Facebook, TikTok,</p>	<p>Fanpage Facebook, TikTok,</p>	<p>Fanpage Facebook, TikTok,</p>	<p>Fanpage Facebook, TikTok,</p>	<p>Fanpage Facebook, TikTok,</p>



<b>tiếp cận</b>	Website và sàn thương mại điện tử.	Website và sàn thương mại điện tử.	Website và sàn thương mại điện tử.	Website và sàn thương mại điện tử.	Website và sàn thương mại điện tử.
<b>Ấn tượng của khách hàng</b>	Tôi biết	Tôi thích	Tôi bị thuyết phục	Tôi mua	Tôi giới thiệu

### ***5.1.3 Các hình thức truyền thông trực tuyến***

#### ***5.1.3.1 Social Media***

Đối với hoạt động truyền thông online, mạng xã hội của các doanh nghiệp có vai trò thúc đẩy lưu lượng truy cập trang web, hay nhận thức về thương hiệu và nhận thức về sản phẩm.

Hầu hết các chương trình truyền thông thông qua mạng xã hội thường xoay quanh việc tạo ra nội dung độc đáo thu hút sự chú ý và khuyến khích người xem chia sẻ nó với bạn bè của họ trên các mạng xã hội.

FivC sẽ sử dụng nền tảng Facebook để đăng tải những bài truyền thông thương hiệu, phát động những chiến dịch trên fanpage để tăng độ nhận diện thương hiệu, tiếp cận khách hàng. Đồng thời cũng xây dựng những clip vui nhộn, hài hước gắn với hình ảnh FivC và đăng tải trên các nền tảng Facebook, TikTok để gây được ấn tượng truyền thông với mọi người.

#### ***5.1.3.2 Tối ưu hóa SEO trên website***

Để thu hút nhiều khách hàng mới thông qua tìm kiếm online, FivC lựa chọn những từ khóa phù hợp và tối ưu cho chiến lược SEO như “FivC”, “mắt kính thời trang FivC”, “mắt kính”, “mắt kính giá rẻ”...

#### 5.1.3.3 Chatbot tự động

Chatbot tự động với mục đích trò chuyện giải đáp thông tin và giải quyết những vấn đề cho khách hàng, điều đó thể hiện sự chuyên nghiệp và tận tình của FivC.

#### 5.1.3.4 Viral marketing

Xây dựng chiến lược truyền thông khuyến khích khách hàng trung thành chia sẻ và lan tỏa tiếp các thông điệp marketing của FivC đến với những người khác, tạo ra tiềm năng tăng trưởng theo cấp số nhân thông qua các kênh marketing nhằm tăng độ nhận diện thương hiệu và tăng doanh số.

### **5.2 Kế hoạch marketing truyền thông tích hợp**

#### **5.2.1 Kế hoạch fanpage Facebook**

##### 5.2.1.1 Bảng kế hoạch

*Bảng 5.3: Kế hoạch marketing fanpage Facebook*






	<b>Giai đoạn 1</b>	<b>Giai đoạn 2</b>	<b>Giai đoạn 3</b>
<b>Thời gian</b>	17/03 - 17/04	18/04 - 18/05	19/05 - 19/06
<b>Chủ đề</b>	FivC chào sân	Thông điệp thương hiệu	Phong cách FivC
<b>Truyền thông</b>	Bài đăng giới thiệu các dòng sản phẩm, bộ sưu tập, ra mắt website với mô típ gần gũi nhưng không kém phần sang trọng.	Chuỗi bài viết gợi ý quà tặng cho những người thân yêu chèn ý nghĩa khi tặng từng loại kính của FivC.	Series tìm hiểu về lịch sử kính, cách bảo quản và định hướng phong kính FivC Eyewear.

<b>Mục tiêu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xây dựng được nhận thức thương hiệu và tăng độ nhận diện nhằm thu hút khách hàng tìm hiểu sản phẩm.</li> <li>- Tăng tương tác trên mạng xã hội của FivC.</li> <li>- Xây dựng được một cộng đồng người quan tâm thương hiệu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhấn mạnh sự đồng hành của FivC với khách hàng.</li> <li>- Tăng lượng tiếp cận website, fanpage</li> <li>- Cập nhật cho khách hàng đầy đủ thông tin sản phẩm.</li> <li>- Điều hướng hành vi mua sắm của khách hàng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng mức độ phủ sóng của FivC trên mạng xã hội.</li> <li>- Có một cộng đồng khách hàng trung thành.</li> <li>- Thu thập được khách hàng mới.</li> </ul>
<b>Đo lường</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lượt tiếp cận: 40.000</li> <li>- Lượt like fanpage: 3.000</li> <li>- Lượt theo dõi fanpage: 5.000</li> <li>- Lượt truy cập website: 20.000</li> <li>- Số lượng đơn hàng: 300 đơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lượt tiếp cận: 80.000</li> <li>- Lượt like fanpage: 7.000</li> <li>- Lượt theo dõi fanpage: 10.000</li> <li>- Lượt truy cập website: 50.000</li> <li>- Số lượng đơn hàng: 1000 đơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lượt tiếp cận: 150.000</li> <li>- Lượt like fanpage: 12.000</li> <li>- Lượt theo dõi fanpage: 15.000</li> <li>- Lượt truy cập website: 80.000</li> <li>- Số lượng đơn hàng: 2000 đơn</li> </ul>

#### 5.2.1.2 Các hoạt động cụ triển khai cụ thể

Bảng 5.4: Bài đăng fanpage giai đoạn 1

Thời gian	Người đăng	Nội dung	Mục đích
09:00 17/03/2024	Mai Hân	👉 [NEW BRAND LAUNCH] 👉	Đây là bài đăng ra mắt

	<p> FivC - Thương hiệu mắt kính dành cho giới trẻ </p> <p>Chào các bạn trẻ năng động và cá tính!   </p> <p>Liệu bạn có đang tìm kiếm một chiếc kính mát thời trang để bảo vệ đôi mắt khỏi tia UV? Hay bạn muốn sở hữu một chiếc kính cận sành điệu để hoàn thiện phong cách của mình?</p> <p>Hãy đến với FivC - nơi bạn có thể tìm thấy mọi loại kính mát phù hợp với nhu cầu và sở thích của bản thân.</p> <p>Tại FivC, chúng mình sẽ cung cấp cho các bạn: Mẫu mã đa dạng: Chúng mình sẽ liên tục cập nhật các xu hướng thời trang mới nhất, từ kính mát trendy cho tới kính cận thanh lịch.</p> <p>Chất lượng cao cấp: Tất cả các sản phẩm đến từ bên mình sẽ được sử dụng bằng vật liệu cao cấp, đảm bảo độ bền và an toàn sử dụng khi tiếp xúc với người dùng.</p> <p>Giá cả hợp lý: Các bạn hãy cứ yên tâm về giá cả khi đến với FivC nhé! Các sản phẩm của FivC sẽ rất phù hợp với túi tiền của các bạn, giá từ trung bình cho đến cao cấp nhưng chất lượng vẫn luôn đảm bảo luôn nè.</p> <p>Đặc biệt, để chúc mừng cho FivC mới ra mắt cũng như tri ân các bạn khách hàng thì FivC có nhiều ưu đãi hấp dẫn khi các bạn mua sản phẩm bên mình nha.</p>	<p>thương hiệu, sự kiện đánh dấu cho bước đầu tiếp cận thị trường của FivC.</p>
--	--	---

		<p>Chúng mình sẽ giảm giá 10% cho tất cả các đơn hàng được bán trong 3 ngày đầu khai trương nè.</p> <p>Đối với các đơn hàng trên 500.000đ bên mình sẽ vận chuyển hoàn toàn miễn phí cho các bạn trong 3 ngày đầu khai trương.</p> <p>Đối với các đơn hàng có giá trị trên 1.000.000đ sẽ được giảm giá 15% trong 3 ngày đầu khai trương nhé.</p> <p>Ngoài ra, các bạn có thể đăng ký trở thành thành viên của FivC nè. Các bạn sẽ được tích điểm cho mọi đơn hàng kể cả mua online và offline tại cửa hàng nhé.</p> <p>Hãy đến với FivC để lựa chọn cho mình chiếc kính ưng ý nhất nha. Chúng mình thật sự rất cảm ơn các bạn đã quan tâm đến chúng mình nhé!</p> <p>#fivc #matkinh #matkinhthoitrang #gioitre #nangdong</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	
--	--	--	--

<p>19:00 25/03/2024</p>	<p>Mai Chi</p>	<p>☀️👁️ HOT, HOT QUÁ! Mùa hè đã đến và không gì tuyệt vời hơn khi sở hữu một chiếc kính mát phong cách để thêm phần nổi bật và sành điệu, đúng không nào? 🧐🌟</p> <p>👁️ Đặc biệt, hôm nay FivC muốn giới thiệu đến các bạn item-must-have không thể bỏ lỡ cho mùa hè này - "Best Seller: Kính Mát Mắt Mèo Nữ"! 🐾</p> <p>👁️ Với thiết kế độc đáo và phong cách, kính mắt mèo không chỉ là một phụ kiện thời trang mà còn là biểu tượng của phong cách cá nhân và sự tự tin. Với nhiều mẫu mã và màu sắc đa dạng, bạn có thể dễ dàng chọn lựa để tạo ra những outfit thật ấn tượng và độc đáo.</p> <p>🌟 Đặc biệt, những chiếc kính mắt mèo nữ này không chỉ là phụ kiện thời trang mà còn mang lại sự bảo vệ cho đôi mắt của bạn khỏi tác động của ánh nắng mặt trời độc hại.</p> <p>🛒 Nhanh tay sở hữu ngay cho mình chiếc kính mát mắt mèo nữ hot trend này để trải nghiệm một mùa hè đầy phong cách và tự tin nhé!</p> <p>🌟 Đừng bỏ lỡ cơ hội săn sale cùng các ưu đãi hấp dẫn từ chương trình "Best Seller: Kính Mát Mắt Mèo Nữ Hot Trend Cho Mùa Hè Năng Động 2024!" tại website của FivC! 🌟</p> <p>👉 Mua ngay tại website FivC để không bỏ lỡ!</p>	<p>Giới thiệu sản phẩm Best Seller cho mùa hè của FivC.</p>
-----------------------------	--------------------	---	---

		<p>#KínhMắtMèo#MùaHèSànhĐiệu</p> <p>#BestSeller#HotTrend #PhụKiệnThờiTrang</p> <p>#SănSale #KhuyếnMãi #TựTinMỗiNgày</p> <p>Hãy like, share và tag bạn bè để cùng nhau sắm cho mình những chiếc kính hot trend này ngay thôi! 😊👯👯👯</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	
15:00 04/04/2024	Thanh Giang	<p>👁 MẮT KÍNH FIVC - THỜI TRANG QUỐC TẾ 🍷</p> <p>☀ Bạn là người yêu thích thời trang và muốn nâng cao phong cách của mình? Đừng tìm kiếm xa hơn nữa! Chúng tôi hân hạnh giới thiệu đến bạn một thế giới kính mắt thời trang FIVC. 🍷</p> <p>🔪 Từ những mẫu kính chất lượng cao với thiết kế thanh lịch đến những mẫu mạnh mẽ và táo bạo, FIVC có đủ để đáp ứng sở thích của mọi người.</p> <p>✳ Với thiết kế pha trộn hài hòa giữa nét cổ điển và hiện đại, kèm theo những chấm phá đầy sáng tạo.</p>	Giới thiệu đặc điểm sản phẩm của Fivc và combo kính cận.

		<p>⚡ Chất liệu viền kính được cấu tạo từ thép không gỉ cao cấp, sáng bóng.</p> <p>🔗 Sản phẩm hiện đang có sẵn với mức giá ưu đãi tại website của FIVC.</p> <p>👉 Hãy ghé thăm ngay để khám phá thêm về các mẫu kính mắt thời trang độc đáo và tìm cho mình một chiếc kính phù hợp với phong cách của bạn.</p> <p>#fivc #matkính #matkinhthoitrang #gioitre #thoitrangquocite</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	
--	--	--	--










Bảng 5.5: Bài đăng fanpage giai đoạn 2

Thời gian	Người đăng	Nội dung	Mục đích
19:00 20/04/2024	Bảo Trân	<p>🌸 BẠN ĐÃ BIẾT MUA QUÀ GÌ TẶNG “CÔ ẤY” CHƯA 🌸</p> <p>Cùng FivC Eyewear khám phá những món quà ý nghĩa cho “cô ấy” nào!</p> <p>☐ Mắt kính cận: Nếu "cô ấy" có vấn đề về thị lực hoặc đã sử dụng kính cận, một chiếc mắt kính cận</p>	Bài viết mở đầu cho chuỗi bài gợi ý quà tặng người thân yêu. Lan tỏa thông điệp



		<p>mới có thiết kế đẹp và phong cách có thể là một món quà tuyệt vời. Hãy tìm kiếm những mẫu mắt kính cận thời trang và phù hợp với sở thích của "cô ấy".</p> <p>☐ Mắt kính mát: Nếu "cô ấy" thích du lịch, hoạt động ngoài trời hoặc thường xuyên tham gia các hoạt động phượt, một chiếc mắt kính mát chất lượng sẽ là món quà hữu ích và phong cách. Nó sẽ giúp bảo vệ mắt của "cô ấy" khỏi ánh nắng mặt trời và bụi bẩn khi đi du lịch hay tham gia các hoạt động ngoài trời.</p> <p>☐ Gọng kính chắc: Nếu "cô ấy" là người làm việc văn phòng, gặp nhiều deadline và phải làm việc trước máy tính trong thời gian dài, một chiếc gọng kính chắc và thoải mái sẽ là món quà hữu ích. Hãy tìm kiếm những mẫu gọng kính thời trang và phù hợp với phong cách của "cô ấy".</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	<p>yêu thương từ thương hiệu “Kính không chỉ dùng cá nhân mà còn là một món quà tặng”.</p>
<p>09:00</p> <p>26/04/2024</p>	<p>Như Thảo</p>	<p>🍷 GỢI Ý QUÀ TẶNG SINH NHẬT CHO NHÂN MÃ 🍷</p>	<p>Bài đăng mở đầu cho chuỗi bài gợi ý quà</p>






		<p>✧ Bởi vì Nhân Mã thích đi đây đi đó nên món đồ “vật bất ly thân” cho team này chắc chắn phải là kính mát 😎</p> <p>👤 Trang bị một chiếc kính mát cho mỗi chuyến đi chơi sẽ giúp Nhân Mã che nắng, chống chói mắt, đặc biệt là nâng tầm vẻ ngoài nếu đó là kính mát thời trang 🧐</p> <p>✨ Một khi nhắc đến phụ kiện này thì không thể bỏ qua thương hiệu mắt kính FivC.</p> <p>👉 Hãy đến với website FivC để lựa chọn chiếc kính ưng ý nhất ngay thôi nào các bạn ơi! Với các mẫu kính mát đa dạng về kiểu dáng và màu sắc, đảm bảo sẽ có một chiếc phù hợp với phong cách và sở thích của Nhân Mã 😊</p> <p>🎁 Hãy tạo cho Nhân Mã một bất ngờ thú vị và độc đáo với món quà sinh nhật đặc biệt này!  #fivc #matkinh #matkinhthoitrang #gioitre  #quatangsinhnhat #nhanma</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	<p>tặng cho 12 cung hoàng đạo.</p>
--	--	--	------------------------------------

<p>12:00 30/04/2024</p>	<p>Mai Hân</p>	<p> <b>FLASH SALE VÀNG - GIẢM GIÁ 50%</b> </p> <p> Khung giờ vàng: 19h - 20h mỗi ngày từ 15/04/2024 - 30/05/2024 </p> <p> Hãy chuẩn bị sẵn sàng cho sự kiện mua sắm lớn nhất cuối năm! Mắt kính FivC xin hân hạnh giới thiệu đến quý khách hàng chương trình "Flash Sale Vàng" đặc biệt. Trong khung giờ vàng từ 19h - 20h tối mỗi ngày, quý khách sẽ có cơ hội mua các sản phẩm về kính của thương hiệu với mức giảm giá "khủng" lên đến 50%!</p> <p> Với mong muốn tri ân và chia sẻ niềm vui dịp lễ, FivC muốn đem đến cho khách hàng những trải nghiệm mua sắm thú vị và cơ hội sở hữu những mẫu mắt kính cao cấp với giá vô cùng hấp dẫn.</p> <p> Tại Flash Sale Vàng, quý khách sẽ được khám phá bộ sưu tập mới độc đáo và đa dạng, từ tròng kính, kính mát, gọng kính. Tất cả các sản phẩm đều được chế tác tinh xảo với sự kết hợp tinh tế giữa thiết kế hiện đại và nét truyền thống.</p> <p> Đặc biệt, đừng bỏ lỡ cơ hội sở hữu những mẫu kính độc đáo với giá ưu đãi "chưa từng có" từ Flash Sale Vàng. Giảm giá 50% sẽ giúp bạn tiết kiệm một khoản đáng kể khi mua sắm. Hãy nhanh tay chọn lựa những mẫu mã ưa thích của bạn và thể hiện phong cách cá nhân không thể bỏ qua.</p> <p> Đừng quên đặt nhắc nhở và tham gia cùng chúng tôi trong khung giờ vàng từ 19h - 20h tối</p>	<p>Chương trình flash sale dịp lễ lớn của năm 30/4, 1/5.</p>
-----------------------------	--------------------	---	--

		<p>mỗi ngày từ 15/04/2024 - 30/04/2024 để không bỏ lỡ cơ hội mua sắm hấp dẫn này nhé!</p> <p>#fivc #matkinh #flashsale #khunggiovang</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: www.fivc.store</p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: fivceyewear@gmail.com</p>	
--	--	--	--

Bảng 5.6: Bài đăng fanpage giai đoạn 3

Thời gian	Người đăng	Nội dung	Mục đích
20:00 19/05/2024	Bảo Trân	<p><b>FIVC EYEWEAR</b></p> <p>👉 <b>Bật mí cách đọc những thông số có trên kính</b></p> <p>Có phải mọi người rất thắc mắc là tại sao trên kính mình đeo luôn hiện một dãy mã gồm những kí tự khác nhau khiến bạn rất khó hiểu. Vậy hãy cùng mình giải đáp đoạn mã bí mật này nhé!</p> <p>Đối với đa số loại kính, mã của kính được chia làm 4 phần bằng các khoảng trắng xa nhau như hình bên dưới:</p> <p>👤 Phần đầu của kính, chúng ta thấy cả số lẫn chữ đúng không ạ? Với các con chữ thì đó là ký hiệu</p>	Hướng dẫn cách đọc các thông số trên mắt kính FivC.

		<p>riêng của thương hiệu mắt kính và các con số phía sau là số hiệu kính của thương hiệu đó.</p> <p> Phần thứ hai là mã màu của kính.</p> <p> Phần thứ ba có các con số cách nhau bởi một ô vuông, hai chữ số phía trước ô vuông là kích thước tròng mắt và hai chữ số phía sau ô vuông là kích thước cầu kính.</p> <p> Phần cuối cùng là kích thước của càng kính.</p> <p>Có phải là rất đơn giản không nè! Bí ẩn đã được giải đáp thành công rồi đó các tình yêu ơi 🤩</p> <p>👉 Chấm (.) ngay nếu các bạn cần tư vấn nhé.</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	
09:00 25/05/2024	Thanh Giang	<p> <b>FIVC EYEWEAR</b> </p> <p>🌟 Bất mí cách chọn gọng kính phù hợp với từng khuôn mặt 🌟</p> <p>Gọng kính phù hợp với khuôn mặt: Kính mắt là một phụ kiện thời trang quan trọng không chỉ để làm đẹp mà còn có tác dụng bảo vệ mắt khỏi các tia sáng có hại như tia UV, tia sáng xanh có hại từ</p>	Tip chọn gọng kính sao cho phù hợp với khuôn mặt.

		<p>màn hình điện thoại, vi tính. Vì là một phụ kiện được sử dụng thường xuyên nên việc lựa chọn màu sắc, kiểu dáng gọng kính cho phù hợp với khuôn mặt và trang phục là điều rất quan trọng, giúp bạn trở nên “long lanh” hơn trong mắt những người xung quanh.</p> <p><b>HÌNH DẠNG KHUÔN MẶT CỦA BẠN LÀ GÌ?</b></p> <p>Để xác định hình dạng khuôn mặt, bạn hãy kéo tóc ra khỏi khuôn mặt và nhìn thẳng vào gương. Hãy nhìn kỹ vào hình dạng tổng thể và đường nét trên khuôn mặt và đầu của bạn. Dưới đây là những hình dạng khuôn mặt thường gặp và FivC đã giúp các bạn chọn ra các dáng kính phù hợp với khuôn mặt của mình. Hãy tham khảo các hình dưới đây nhé!</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p> <p>☎ Sdt: 0708618461</p> <p>✉ Email: <a href="mailto:fivceyewear@gmail.com">fivceyewear@gmail.com</a></p>	
<p>10:00 01/06/2024</p>	<p>Mai Chi</p>	<p><b>FIVC EYEWEAR</b></p> <p>  KÍNH KHÔNG ĐỘ  </p> <p>Giờ điểm đã đến, nay FivC sẽ lên đây để giải đáp thắc mắc cho những bạn có cùng câu hỏi về kính không độ nhé.</p>	<p>Tìm hiểu và giới thiệu về dòng kính không độ của FivC.</p>

		<p>🕶️ Đã là kính không độ thì đeo làm gì nhỉ?</p> <p>E hèm. Kính mắt không độ hay kính không/ kính trắng là kính đeo mắt được sản xuất dành cho những ai không bị tật khúc xạ như cận thị, loạn thị, viễn thị nhằm bảo vệ đôi mắt cũng như là phụ kiện thời trang, có giá trị thẩm mỹ.</p> <p>Không chỉ là một phụ kiện thời trang mà kính không độ còn được sản xuất với vật liệu cao cấp hơn với tác dụng như chống tia UV, chống chói, chống ánh sáng xanh giúp giảm trường hợp mỏi mắt, giảm tình trạng chảy nước mắt, ngăn ngừa nguy cơ cận thị, loạn thị.</p> <p>Với FivC-ers mà không cận thị các bạn có thể sử dụng:</p> <p>🕶️ Tròng kính có sẵn -&gt; bảo vệ mắt chống bụi, trầy, xước...</p> <p>🕶️ Gỡ bỏ tròng và chỉ đeo gọng -&gt; tăng thẩm mỹ</p> <p>🕶️ Đeo kính cận không độ -&gt; bảo vệ mắt chống cận tối ưu</p> <p>Cho nên dù chúng ta không bị cận nhưng đeo kính cũng là một điều cần thiết nè.</p> <p>👉 Hãy liên hệ với FivC để đặt kính ngay nhé.</p> <hr/> <p>Mắt kính FivC</p> <p>📍 Địa chỉ: 669 QL1A, Phường Linh Xuân, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh</p> <p>🌐 Website: <a href="http://www.fivc.store">www.fivc.store</a></p>	
--	--	--	--

		☎ Sđt: 0708618461 ✉ Email: fivceyewear@gmail.com	
--	--	---	--

## 5.2.2 Kế hoạch TikTok

### 5.2.2.1 Mục tiêu

Bảng 5.7: Mục tiêu marketing TikTok

Mục tiêu định tính	Mục tiêu định lượng/3 tháng
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xây dựng độ nhận diện thương hiệu.</li> <li>- Thúc đẩy tương tác cộng đồng.</li> <li>- Tăng lượng chia sẻ tự nhiên.</li> <li>- Tăng tỉ lệ chuyển đổi khách hàng</li> <li>- Tăng số lượng hàng bán ra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Số clip lên xu hướng: 4</li> <li>- Số lượt người theo dõi: 3.000</li> <li>- Số sản phẩm bán được: 300</li> <li>- Số lượt thích bài: 60.000</li> <li>- Tổng số lượt xem: 200.000</li> <li>- Lượt xem hồ sơ shop: 20.000</li> </ul>

### 5.2.2.2 Thiết lập tư duy nội dung, concept của kênh TikTok

- Thiết lập thumbnail chung cho toàn bộ clip trên kênh đồng nhất với bộ nhận diện trên website, fanpage và các sản phẩm thương mại điện tử của FivC.
- Tư duy nội dung: Hướng tới xu hướng thời trang, giá trị và sự khác biệt.
- Nội dung kênh:
- Bắt trend
- Xây dựng kịch bản hài hước (tương tác với khách hàng)
- Kể câu chuyện thương hiệu
- Concept kênh:
- Màu sắc chủ đạo: Hồng, trắng, vàng.
- Âm thanh: Sóng động, chân thật.



- Hashtag: #fivceyewear #matkinh #gongkinh #trongkinh #kinhmat (thêm hashtag tùy theo clip)

### 5.2.2.3 Kế hoạch triển khai

*Bảng 5.8: Kế hoạch marketing TikTok*

<b>Giai đoạn 1</b> <b>17/03/2024 - 17/04/2024</b>			
<b>Thời gian</b>	17/04 - 25/03	26/3 - 06/04	07/04 - 17/04
<b>Hoạt động</b>	Ra mắt thương hiệu	Tip phối đồ	Gợi ý quà tặng
<b>Nội dung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kịch bản độc đáo gây ấn tượng cho người xem.</li> <li>- Có hình ảnh sản phẩm của FivC.</li> <li>- Thông điệp yêu thương của FivC dành cho khách hàng.</li> <li>- Xuất hiện slogan của thương hiệu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kịch bản nhẹ nhàng nhất mạnh vào hình ảnh sản phẩm.</li> <li>- Thể hiện độ hot của thương hiệu FivC Eyewear.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kịch bản tập trung vào tình cảm.</li> <li>- Bắt trend.</li> <li>- Thể hiện ý nghĩa của kính.</li> </ul>

### 5.2.2.4 Timeline truyền thông TikTok

[Link](#)

STT	TÊN	NGÀY ĐĂNG	NIÊN SỰ	CẢNH	THỜI LƯỢNG	NỘI DUNG	ÂM THANH	CHECK
1	Giải thích các phẩm đầu tiên	09/06/17/05/2024	Báo Tuổi Trẻ	1	10s	Trong phòng nhốt: bạn Nô bị tưởng tưởng bị báo thức rơi lên hoặc trôi và chảy tay chỉ	Chàng rơi đầu từ nhà đầu tiên	<input type="checkbox"/>
				2	10s	Nhất vệ sinh và phòng thay đồ: Qua chiếc Bàn Nô đánh răng rửa mặt và chuẩn bị quần áo đi học	Nhất Vệ sinh (Đường 10)	
				3	15s	Tại trường học: Học đại học ngày đầu tiên, bạn Nô cảm thấy tự ti vì quá lùn học nên cảm thấy bị同學 ánh mắt và đố	Nhất như những = tiếng nói	
				4	20s	Tại lớp học: Vì nhận được lời lẽ đả kích hoặc bạn Facebook, vì tính thấy FivC opening brand và ra mắt sản phẩm. Vì thấy đẹp nên bạn đã đặt mua ngay lập tức	Nhất Voa nước	
				5	20s	Tại lớp học: (ngày hôm sau) Qua ngày gọi lần, các bạn rất khác trong lớp tại hội chuyên về bạn Nô và mọi người đều bắt mắt kinh bạn mua ở đây. Bạn Nô vui vẻ đáp lại	Am thanh đối thoại	
2	Giải thích đáp về thương hiệu khách hàng	20/06/23/03/2024	Nhanh Tháo	1	85s	Hành tin 10 tháng tiếp nhận (bên đã 12 chiếc thông điệp) của FivC, tạo thành một đoạn clip. Gửi các thông điệp phải được chuyển thành một tài và hành tin 7s cho 1 thông điệp. Cuối clip hình ảnh mở đầu, logo FivC	Nhất như những (không 10), cuối clip đọc slogan FivC	<input type="checkbox"/>
				2	10s	Tại phòng ngủ (trước gương toilet): quay cảnh bạn Nô phải đi đi lại lại và bạn kinh FivC đã được	Nhất như (có 10)	
3	Chơi đồ: Mix & Match	10/06/04/04/2024	Mùa Hôn	1	20s	Sau đó, bạn Nô chụp hình trước gương (cửa mặt) để selfie lên mạng xã hội sau đó bạn rất thích hình ảnh bạn kinh anh và bạn kinh anh	Nhất như (có 10)	<input type="checkbox"/>
				2	15s	(Quay theo trend)	Nhất như (có 10)	
4	Quan trọng thay lời nói	19/06/10/04/2024	Thanh Giang	1	15s	Tại quán ăn: Cặp đôi đi đến Haidilao. Họ đi ăn mừng ngày kỷ niệm quan trọng. Ngồi vào bàn, gọi nước, ăn, gặp nhau ăn cơm nhà (tên nhanh nước vào kính)	Nhất: tiếng nói (có 10) = tương tác = nghĩa của chiếc kính (ngày lúc đó)	<input type="checkbox"/>
				2	15s	Người con trai gọi đến thêm một người con gái có tên kinh anh kinh anh thay trong video ra mắt của FivC, sau đó ngày không khác anh ta kéo theo kinh qua từ chiếc kính xuất hiện		
				3	10s	(Nhìn kinh anh ra rồi) Người con trai đeo kính lên cổ gọi bạn mình. Sau đó họ đưa kính nhau		

Hình 5.1: Timeline truyền thông TikTok giai đoạn 1

## 5.2.3 Triển khai kế hoạch chăm sóc khách hàng trực tuyến

### 5.2.3.1 Quản trị dữ liệu khách hàng

Việc triển khai kế hoạch Quản trị dữ liệu khách hàng này sẽ giúp cửa hàng mắt kính FivC thu thập, lưu trữ và sử dụng dữ liệu khách hàng một cách hiệu quả. Điều này sẽ giúp cửa hàng nâng cao hiệu quả hoạt động marketing và bán hàng, cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng và xây dựng lòng trung thành của khách hàng.

#### 5.2.3.1.1 Mục tiêu

- Thu thập và lưu trữ thông tin khách hàng một cách đầy đủ, chính xác và an toàn.
- Phân tích dữ liệu khách hàng để hiểu rõ hơn về nhu cầu và sở thích của họ.
- Sử dụng dữ liệu khách hàng để tăng cường hiệu quả hoạt động marketing và bán hàng.
- Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và xây dựng lòng trung thành của khách hàng.

#### 5.2.3.1.2 Phạm vi

Kế hoạch này áp dụng cho tất cả các hoạt động thu thập, lưu trữ và sử dụng dữ liệu khách hàng của cửa hàng mắt kính FivC.

#### 5.2.3.1.3 Quy trình

- Thu thập dữ liệu:

- Thu thập dữ liệu khách hàng thông qua các kênh khác nhau như: phiếu mua hàng, thẻ thành viên, website, mạng xã hội, v.v.
- Đảm bảo thu thập dữ liệu khách hàng một cách hợp pháp và đạo đức.
- Lưu trữ dữ liệu:
  - Lưu trữ dữ liệu khách hàng trong một hệ thống quản lý dữ liệu khách hàng (CRM) an toàn và bảo mật.
  - Sao lưu dữ liệu khách hàng định kỳ để tránh mất mát dữ liệu.
- Phân tích dữ liệu:
  - Sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu để phân tích dữ liệu khách hàng.
  - Phân tích dữ liệu khách hàng để xác định các xu hướng và mô hình.
- Sử dụng dữ liệu:
  - Sử dụng dữ liệu khách hàng để cải thiện hiệu quả hoạt động marketing và bán hàng.
  - Sử dụng dữ liệu khách hàng để cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng.
  - Sử dụng dữ liệu khách hàng để phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới.

#### 5.2.3.1.4 Trách nhiệm

- Giám đốc điều hành chịu trách nhiệm chung về việc triển khai kế hoạch này.
- Trưởng bộ phận marketing chịu trách nhiệm thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng.
- Bộ phận bán hàng chịu trách nhiệm sử dụng dữ liệu khách hàng để cải thiện hiệu quả hoạt động bán hàng.
- Bộ phận chăm sóc khách hàng chịu trách nhiệm sử dụng dữ liệu khách hàng để nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.

#### 5.2.3.1.5 Ngân sách

Ngân sách cho việc triển khai kế hoạch này sẽ được phân bổ từ ngân sách chung của công ty.

#### 5.2.3.1.6 Đánh giá

- Kế hoạch này sẽ được đánh giá định kỳ để đảm bảo hiệu quả hoạt động.
- Các điều chỉnh sẽ được thực hiện khi cần thiết.

#### 5.2.3.1.7 Bảo mật

- Cửa hàng mắt kính FivC cam kết bảo mật dữ liệu khách hàng.
- Cửa hàng sẽ thực hiện các biện pháp để bảo vệ dữ liệu khách hàng khỏi truy cập trái phép, sử dụng hoặc tiết lộ.

#### 5.2.3.1.8 Quyền của khách hàng

- Khách hàng có quyền truy cập vào dữ liệu cá nhân của họ.
- Khách hàng có quyền yêu cầu sửa chữa hoặc xóa dữ liệu cá nhân của họ.
- Khách hàng có quyền yêu cầu cửa hàng ngừng sử dụng dữ liệu cá nhân của họ.

#### 5.2.3.2 Chính sách chăm sóc khách hàng

Chính sách chăm sóc khách hàng là một yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng cường sự hài lòng của khách hàng và xây dựng lòng trung thành của khách hàng. Doanh nghiệp cần xây dựng và triển khai chính sách chăm sóc khách hàng một cách hiệu quả để đạt được mục tiêu kinh doanh của mình.

##### 5.2.3.2.1 Mục đích

- Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.
- Tăng cường sự hài lòng của khách hàng.
- Xây dựng lòng trung thành của khách hàng.
- Thu hút khách hàng mới.
- Giữ chân khách hàng hiện tại.

#### 5.2.3.2.2 Phạm vi

Chính sách này áp dụng cho tất cả các hoạt động chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp, bao gồm:

- Bán hàng.
- Dịch vụ khách hàng.
- Hỗ trợ kỹ thuật.
- Giải quyết khiếu nại.
- Marketing.

#### 5.2.3.2.3 Nội dung

- Thái độ phục vụ:
  - Nhân viên phải luôn thể hiện thái độ niềm nở, lịch sự, tôn trọng khách hàng.
  - Phải luôn lắng nghe và thấu hiểu nhu cầu của khách hàng.
  - Phải giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách rõ ràng, chính xác và đầy đủ.
  - Phải xử lý khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả và công bằng.
- Chất lượng dịch vụ:
  - Cung cấp dịch vụ chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
  - Đảm bảo tính chính xác và tin cậy của thông tin.
  - Thực hiện đúng cam kết với khách hàng.
  - Tạo môi trường mua sắm thoải mái và an toàn cho khách hàng.
- Hỗ trợ khách hàng:
  - Cung cấp hỗ trợ khách hàng 24/7 thông qua nhiều kênh khác nhau như: điện thoại, email, website, mạng xã hội, v.v.
  - Giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

- Cung cấp hỗ trợ kỹ thuật cho khách hàng khi cần thiết.
- Giải quyết khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả và công bằng.
- Marketing:
  - Cung cấp thông tin sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng một cách đầy đủ và chính xác.
  - Cung cấp các chương trình khuyến mãi và ưu đãi cho khách hàng.
  - Tổ chức các hoạt động marketing để thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng hiện tại.

#### 5.2.3.2.4 Đo lường hiệu quả

- Doanh nghiệp cần theo dõi và đánh giá hiệu quả của chính sách chăm sóc khách hàng một cách thường xuyên.
- Có thể sử dụng các chỉ số như: tỷ lệ hài lòng của khách hàng, tỷ lệ giữ chân khách hàng, số lượng khiếu nại.
- Dựa trên kết quả đánh giá, doanh nghiệp cần điều chỉnh chính sách chăm sóc khách hàng cho phù hợp.

#### 5.2.3.2.5 Phân công trách nhiệm

- Ban lãnh đạo doanh nghiệp chịu trách nhiệm chung về việc triển khai chính sách chăm sóc khách hàng.
- Các bộ phận chức năng trong doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ để thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng.

#### 5.2.3.3 Hoạt động chăm sóc khách hàng

##### 5.2.3.3.1 Thông qua gọi điện/tin nhắn

- Đối với gọi điện: FivC sẽ không chủ động gọi điện thoại cho khách hàng nhưng sẵn sàng tiếp nhận cuộc gọi từ khách hàng để tư vấn hoặc giải quyết khiếu nại. FivC sẽ đảm bảo thái độ phục vụ chuyên nghiệp, lịch sự và tôn trọng khi tiếp chuyện khách hàng

qua điện thoại đồng thời sẽ giải quyết các vấn đề của khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả và công bằng. Khi khách hàng gọi điện đến, nhân viên FivC sẽ bắt máy và chào hỏi khách hàng một cách lịch sự. Nhân viên FivC sẽ lắng nghe cẩn thận yêu cầu của khách hàng, cung cấp thông tin tư vấn hoặc giải quyết khiếu nại cho khách hàng một cách đầy đủ, chính xác và dễ hiểu. Nhân viên FivC sẽ cảm ơn khách hàng đã gọi điện và bày tỏ mong muốn được phục vụ khách hàng trong tương lai.

- Đối với tin nhắn: FivC sẽ gửi tin nhắn SMS để cảm ơn khách hàng đã mua sắm tại cửa hàng và tri ân họ vì sự ủng hộ trong suốt thời gian qua. Thông báo cho khách hàng về các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt. FivC sẽ gửi tin nhắn SMS để thông báo cho khách hàng về thời hạn bảo hành của sản phẩm và nhắc nhở họ mang kính đến cửa hàng để được kiểm tra và bảo dưỡng.

#### 5.2.3.3.2 Thông qua fanpage

Nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng, FivC chú trọng việc phản hồi thắc mắc, phản hồi của khách hàng trong thời gian sớm nhất có thể và mang lại cho khách hàng cảm giác gần gũi, thân thiện. Khách hàng thắc mắc hay muốn đặt hàng có thể gửi tin nhắn trực tiếp về Fanpage Mắt kính FivC để được nhân viên trả lời.



Hình 5.2: Tin nhắn phản hồi khách hàng



Hình 5.3: Tin nhắn giải quyết khiếu nại của khách hàng

Nhân viên trả lời bình luận của khách hàng sau khi bình luận được đăng tải.



Hình 5.4: Bình luận của khách hàng được admin trả lời tích cực



## **CHƯƠNG 6 KẾT LUẬN VỀ ĐỀ TÀI**

### **6.1 Thuận lợi**

- Haravan cung cấp một nền tảng dễ sử dụng và linh hoạt, giúp cửa hàng dễ dàng triển khai cửa hàng trực tuyến mà không cần có kiến thức chuyên môn về lập trình.
- Haravan cho phép cửa hàng quản lý và cập nhật thông tin về sản phẩm một cách dễ dàng. Cửa hàng có thể tạo ra các danh mục sản phẩm, thêm hình ảnh và mô tả sản phẩm một cách linh hoạt.
- Cửa hàng có thể tùy chỉnh giao diện của cửa hàng trực tuyến trên Haravan để phản ánh thương hiệu và phong cách của mình một cách chuyên nghiệp.
- Tích hợp nhiều phương thức thanh toán phổ biến, giúp quá trình mua sắm trở nên thuận tiện và an toàn cho khách hàng.
- Cung cấp các công cụ tiếp thị và quảng cáo trực tuyến, giúp cửa hàng tiếp cận và tương tác với khách hàng một cách hiệu quả.

### **6.2 Kế hoạch khắc phục khó khăn**

Hiện tại, trên thị trường có nhiều cửa hàng cạnh tranh, điều này đòi hỏi cửa hàng phải có chiến lược tiếp thị và khác biệt hóa mình để thu hút khách hàng. Vì thế cần xây dựng một kế hoạch khác biệt hóa cho thương hiệu kính mắt FivC để thu hút khách hàng. Trong quá trình thực hiện kế hoạch phải ưu tiên xây dựng các biện pháp tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng.

#### ***Giai đoạn 1. Nghiên cứu thị trường***

Mục tiêu: Hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng mục tiêu về sản phẩm kính mắt.

Giải pháp triển khai:

- Khảo sát khách hàng: Sử dụng các công cụ khảo sát trực tuyến như Google Forms, SurveyMonkey để thu thập ý kiến từ khách hàng về thiết kế, chất lượng, và các tính năng mong muốn.

- Phân tích đối thủ: Nghiên cứu các sản phẩm của đối thủ trên các sàn thương mại điện tử để nhận biết các điểm mạnh và yếu của họ. Từ đó, xác định các cơ hội và thách thức trong thị trường.

- Theo dõi xu hướng: Theo dõi các xu hướng mới nhất trong ngành kính mắt qua các trang tin tức, báo cáo ngành, và mạng xã hội để đảm bảo sản phẩm của bạn luôn hợp thời và đáp ứng được nhu cầu thị trường.

### ***Giai đoạn 2. Phát triển sản phẩm***

Mục tiêu: Đảm bảo sản phẩm của FivC có chất lượng cao, kiểu dáng thời trang, và các tính năng đặc biệt.

Giải pháp triển khai:

- Chất lượng: Sử dụng các chất liệu cao cấp và bền bỉ để sản xuất kính mắt, đảm bảo sản phẩm có độ bền cao và mang lại sự thoải mái cho người dùng.

- Thiết kế: Hợp tác với các nhà thiết kế chuyên nghiệp để tạo ra các mẫu kính mắt thời trang, phù hợp với xu hướng hiện tại và thị hiếu của khách hàng mục tiêu.

- Tính năng: Tích hợp các tính năng đặc biệt như chống tia UV, chống trầy xước, kính đổi màu trong sản phẩm để tăng giá trị và sức hấp dẫn cho khách hàng.

### ***Giai đoạn 3. Dịch vụ khách hàng***

Mục tiêu: Cung cấp dịch vụ khách hàng xuất sắc để tạo sự hài lòng và giữ chân khách hàng.

Giải pháp triển khai:

- Hỗ trợ trước bán hàng: Cung cấp thông tin chi tiết và tư vấn miễn phí về sản phẩm trên các kênh bán hàng trực tuyến, qua điện thoại, và trên mạng xã hội.

- Chính sách đổi trả linh hoạt: Đảm bảo khách hàng có thể đổi trả sản phẩm dễ dàng trong trường hợp không hài lòng với sản phẩm. Xây dựng chính sách đổi trả rõ ràng và minh bạch.

- Bảo hành dài hạn: Cung cấp chế độ bảo hành dài hạn để khách hàng yên tâm sử dụng sản phẩm. Điều này cũng thể hiện cam kết của FivC về chất lượng sản phẩm.

#### ***Giai đoạn 4. Kế hoạch cụ thể cho sàn thương mại điện tử***

Mục tiêu: Tối ưu hóa việc ra mắt và bán hàng trên các sàn thương mại điện tử.

Giải pháp triển khai:

- Xây dựng cửa hàng trực tuyến: Tạo một cửa hàng chuyên nghiệp và hấp dẫn trên các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, TikTok Shop. Đảm bảo cửa hàng được thiết kế đẹp mắt, thông tin sản phẩm rõ ràng và chi tiết.

- Chiến dịch marketing: Sử dụng các công cụ marketing trực tuyến như quảng cáo Google, Facebook Ads, và email marketing để tăng cường nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng.

- Khuyến mãi và ưu đãi: Tạo các chương trình khuyến mãi, giảm giá và ưu đãi đặc biệt cho khách hàng khi mua hàng trên các sàn thương mại điện tử. Điều này sẽ kích thích nhu cầu mua sắm và tăng doanh số bán hàng.

- Đánh giá và phản hồi: Khuyến khích khách hàng để lại đánh giá và phản hồi sau khi mua hàng. Điều này không chỉ giúp cải thiện chất lượng dịch vụ mà còn tăng độ tin cậy và uy tín của thương hiệu trên sàn thương mại điện tử.

#### ***Giai đoạn 5. Đánh giá và điều chỉnh***

Mục tiêu: Đảm bảo kế hoạch khác biệt hóa và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng của thương hiệu kính mắt FivC được thực hiện hiệu quả, kịp thời nhận diện và khắc phục các vấn đề phát sinh, điều chỉnh chiến lược để phù hợp với tình hình thực tế và nhu cầu của thị trường.

Giải pháp triển khai:

- Thu thập dữ liệu và phản hồi:

- Khảo sát khách hàng định kỳ: Thực hiện các cuộc khảo sát định kỳ để thu thập ý kiến và phản hồi từ khách hàng về sản phẩm và dịch vụ của FivC.
- Theo dõi các kênh phản hồi: Giám sát các kênh trực tuyến như trang web, mạng xã hội, và các sàn thương mại điện tử để thu thập phản hồi khách hàng kịp thời.
- Đánh giá nội bộ: Thu thập phản hồi từ nhân viên bán hàng và đội ngũ hỗ trợ khách hàng để hiểu rõ hơn về những thách thức và cơ hội cải tiến.

- Phân tích dữ liệu:

- Phân tích định lượng và định tính: Sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu để đánh giá phản hồi khách hàng, nhận diện các xu hướng, vấn đề và cơ hội.
- So sánh hiệu suất: Đánh giá hiệu suất của các chiến lược marketing, sản phẩm và dịch vụ khách hàng so với các mục tiêu đã đề ra ban đầu.

- Đánh giá hiệu quả chiến lược:

- Kiểm tra KPI: Đánh giá các chỉ số hiệu suất chính (KPI) như mức độ hài lòng của khách hàng, tỷ lệ quay lại mua hàng, và doanh số bán hàng trên các kênh thương mại điện tử.
- Phân tích đối thủ cạnh tranh: Tiếp tục theo dõi và phân tích các đối thủ cạnh tranh để hiểu rõ vị trí của FivC trên thị trường và điều chỉnh chiến lược phù hợp.

- Điều chỉnh và cải tiến:

- Cải tiến sản phẩm: Dựa trên phản hồi của khách hàng và phân tích thị trường, điều chỉnh thiết kế, chất lượng và tính năng sản phẩm để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.
- Tối ưu hóa dịch vụ khách hàng: Cải thiện các quy trình hỗ trợ khách hàng, chính sách đổi trả và bảo hành để nâng cao trải nghiệm mua sắm.

- Cập nhật chiến lược marketing: Điều chỉnh các chiến dịch marketing dựa trên hiệu suất và phản hồi thị trường để đảm bảo hiệu quả cao nhất.

- Đánh giá định kỳ và báo cáo:

- Báo cáo định kỳ: Lập các báo cáo định kỳ về hiệu quả của các chiến lược và các cải tiến đã thực hiện. Trình bày các kết quả này trong các cuộc họp chiến lược để thảo luận và đưa ra các điều chỉnh cần thiết.
- Lên kế hoạch tiếp theo: Dựa trên các kết quả đánh giá, xây dựng kế hoạch hành động cho giai đoạn tiếp theo, tập trung vào những cải tiến cần thiết để tiếp tục nâng cao vị thế cạnh tranh của thương hiệu FivC.

Việc thực hiện đánh giá và điều chỉnh chiến lược một cách liên tục và chính xác sẽ giúp FivC duy trì và nâng cao sự khác biệt hóa thương hiệu, đồng thời đảm bảo sự hài lòng của khách hàng và tăng trưởng bền vững trên thị trường kính mắt.

## LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên cho chúng em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến cô Trần Thị Ánh. Từ những kiến thức mà chúng em đã tìm hiểu hiểu được và áp dụng nó thông qua bài báo cáo này.



Có lẽ kiến thức là vô hạn mà sự tiếp nhận kiến thức của bản thân mỗi người luôn tồn tại ở những hạn chế. Do đó trong quá trình hoàn thành bài báo cáo, chắc chắn không tránh khỏi những điều thiếu sót. Bản thân chúng em rất mong nhận được những góp ý đến từ thầy để có thể hoàn thiện bản thân hơn.

Kính chúc cô có thật nhiều sức khỏe, hạnh phúc và thành công trên con đường sự nghiệp giảng dạy, mang đến tri thức cho nhiều thế hệ.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Huyền, N. (2022, 11 7). Thị trường thương mại điện tử Việt Nam sẽ phát triển nhanh nhất Đông Nam Á vào năm 2026. Truy cập từ: <https://vneconomy.vn/thi-truong-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-se-phat-trien-nhanh-nhat-dong-nam-a-vao-nam-2026.htm#:~:text=Theo%C3%A1o%C3%A1o%E1%BB%A7a%20ng%C6%B0%E1%BB%9Di,Nam%20%C3%81%20v%C3%A0o%20n%C4%83m%202026%E2%80%A6>
2. Mô hình 5M là gì? Cách áp dụng 5M trong quản lý doanh nghiệp. (2023, 3 23). Truy cập từ: <https://tanca.io/blog/mo-hinh-5m-la-gi-cach-ap-dung-5m-trong-quan-ly-doanh-nghiep>
3. Quy trình xuất kho hàng hóa tiêu chuẩn trong doanh nghiệp. (2021, 9 10). Truy cập từ: <https://als.com.vn/quy-trinh-xuat-kho-hang-hoa>
4. Hướng Dẫn Xây Dựng Content Plan A-Z (+ Các Mẫu Plan Content Cho Fanpage Chuyên Nghiệp, Miễn Phí). (2022, 9 24). Truy cập từ: <https://glints.com/vn/blog/mau-plan-content-cho-fanpage-huong-dan/>
5. Chia sẻ mẫu kế hoạch phát triển nội dung Fanpage chi tiết nhất 2022. (2022, 7 29). Truy cập từ: <https://wiki.matbao.net/chia-se-mau-ke-hoach-phat-trien-noi-dung-fanpage-chi-tiet-nhat-2022/>
6. Cách đo lường Fanpage chất lượng và các chỉ số cần lưu ý. (2022, 3 24). Truy cập từ: <https://hocvien.haravan.com/blogs/facebook/cach-do-luong-fanpage-chat-luong-va-cac-chi-so-can-luu-y>

## BẢNG PHÂN CÔNG VÀ ĐÁNH GIÁ THÀNH VIÊN

STT	MSSV - Họ và Tên	Nhiệm vụ	Mức độ hoàn thành (%)	Mức độ hoàn thành (%)
1	K214111321 - Lai Thị Bảo Trân	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Thiết kế ảnh sản phẩm Gọng nhựa, Tròng kính.</li> <li>2. Thiết kế banner chính website.</li> <li>3. Viết 2 bài blog, Trang về chúng tôi, bài fanpage.</li> <li>4. Tổng quan đề tài.</li> <li>5. Quản trị Backend &amp; Frontend.</li> <li>6. Làm slide thuyết trình về nội dung trong bài.</li> <li>7. Tổng hợp nội dung.</li> </ol>	100%	
2	K214111941 - Nguyễn Ngọc Mai Chi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Viết mô tả sản phẩm Gọng kính.</li> <li>2. Thiết kế banner slider và tạo 4 bộ sưu tập.</li> <li>3. Xác định nhà cung cấp và khách hàng mục tiêu.</li> <li>4. Viết 2 bài blog, bài fanpage.</li> <li>5. Xác định mô hình bán lẻ trực tuyến.</li> <li>6. Quản trị thực hiện đơn hàng.</li> <li>7. Quy trình mua hàng, bảo trì website.</li> </ol>	100%	



STT	MSSV - Họ và Tên	Nhiệm vụ	Mức độ hoàn thành (%)	Mức độ hoàn thành (%)
		8. Kết luận đề tài. 9. Làm slide thuyết trình về nội dung trong bài.		
3	K214111942 - Hoàng Thanh Giang	1. Viết mô tả sản phẩm Kính mát. 2. Viết 2 bài blog, 4 trang chính sách, bài fanpage. 3. Phân tích vĩ mô, mô hình canvas 4. Xác định nguồn lực triển khai. 5. Xử lý thanh toán và sau bán hàng. 6. Quản trị Frontend. 7. Triển khai kế hoạch chăm sóc khách hàng trực tuyến. 8. Làm slide thuyết trình về nội dung trong bài.	100%	
4	K214111943 - Nguyễn Huỳnh Mai Hân	1. Thiết kế ảnh sản phẩm Kính mát, Gọng kim loại. 2. Vẽ sitemap. 3. Update sản phẩm lên Shopee, Lazada. 4. Viết 2 bài blog, bài fanpage.	100%	

STT	MSSV - Họ và Tên	Nhiệm vụ	Mức độ hoàn thành (%)	Mức độ hoàn thành (%)
		5. Xác định mục tiêu chiến lược & phân tích SWOT. 6. Danh sách việc cần làm và kế hoạch triển khai. 7. Liên kết Shopee, Lazada vào Haravan. 8. Kế hoạch marketing fanpage, TikTok. 9. Làm slide thuyết trình về nội dung trong bài		
5	K214111953 - Nguyễn Thị Như Thảo	1. Viết mô tả sản phẩm Tròng kính. 2. Update sản phẩm trên Haravan, liên kết sản phẩm. 3. Viết bài fanpage. 4. Phân tích môi trường vi mô. 5. Kế hoạch triển khai hoạt động kinh doanh bán lẻ trực tuyến. 6. Quản trị quan hệ khách hàng. 7. Xúc tiến truyền thông trong bán lẻ trực tuyến. 8. Làm slide thuyết trình về nội dung trong bài.	100%	