

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP. HỒ CHÍ MINH**  
**KHOA THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH**



**TIỂU LUẬN**

**MÔN: QUẢN TRỊ TÁC NGHIỆP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**  
**ĐỀ TÀI: QUẢN TRỊ DỰ ÁN HỦ TIẾU ĂN LIỀN SỢI THƠM CỦA**  
**CÔNG TY VIETTRAD FOOD**

GVHD: T.S Bùi Thành Khoa

NHÓM: 5

LỚP: DHTMDT17C

STT	HỌ VÀ TÊN	MSSV
1	Nguyễn Hải Huy	21083521
2	Trương Như Tuyền	22724141
3	Kiều Tiểu Lan	22712831
4	Lê Thị Hồng Gấm	20084651
5	Lê Minh Quý	22705591
6	Nguyễn Thị Minh Thư	22633831
7	Nguyễn Quốc Phụng	21021031
8	Nguyễn Quốc Khang	21087111

**TP.HCM, 12 tháng 09 năm 2024**

# MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	
LỜI CẢM ƠN.....	
CHƯƠNG I. MỞ ĐẦU .....	1
1.1. Ý tưởng kinh doanh.....	1
1.2. Câu chuyện thương hiệu.....	1
1.3. Sứ mệnh.....	2
CHƯƠNG II. TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP VÀ SẢN PHẨM....	3
2.1. Tổng quan về doanh nghiệp .....	3
2.1.2. Nguồn cảm hứng .....	3
2.1.3. Tầm nhìn và sứ mệnh .....	4
2.2. Tổng quan về sản phẩm.....	5
2.2.1. Giới thiệu chung.....	5
2.2.2. Phân loại sản phẩm.....	6
2.2.3. Sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh của sản phẩm.....	7
2.3. Mô hình kinh doanh theo Canvas .....	7
CHƯƠNG III. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG .....	10
3.1. Bối cảnh thị trường .....	10
3.2. Mục tiêu dự án .....	11
3.3. Phân tích 4Vs .....	12
3.4. Định vị sản phẩm .....	14
3.4.1. Phân khúc thị trường .....	14
3.4.2. Thị trường mục tiêu.....	17
3.5. Đối tượng khách hàng mục tiêu.....	18

3.6. Xác định nhu cầu thị trường .....	19
3.7. Phân tích SWOT .....	21
CHƯƠNG IV. THIẾT KẾ QUY TRÌNH .....	23
4.1. Thiết kế quy trình tổng thể .....	23
4.2. Mô tả quy trình chi tiết.....	25
4.2.1. Quy trình nhập hàng.....	25
4.2.2. Quy trình sản xuất .....	27
4.2.3. Quy trình bán hàng.....	29
4.2.4. Quy trình kiểm soát tồn kho .....	30
4.2.5. Quy trình kiểm soát chất lượng.....	32
4.2.6. Quy trình xử lý đơn hàng.....	33
4.2.7. Quy trình đổi trả hàng .....	35
4.2.8. Quy trình chăm sóc khách hàng.....	36
CHƯƠNG V. PHÁT TRIỂN GIÁ TRỊ DỊCH VỤ VÀ SẢN PHẨM.....	38
5.1. Triển khai chức năng chất lượng (Quality Function Deployment - QFD).....	38
5.2. Tuyên ngôn giá trị .....	41
5.3. Dịch vụ hỗ trợ .....	41
CHƯƠNG VI. CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH .....	43
6.1. Xây dựng website.....	43
6.2. Sử dụng nền tảng mạng xã hội.....	44
6.3. Sử dụng nền tảng thương mại điện tử .....	45
6.4. Quản lý đơn hàng và kho hàng tự động .....	47

6.5. Marketing số .....	49
6.6. Chăm sóc khách hàng trực tuyến .....	50
6.7. Phân tích dữ liệu.....	51
6.8. Tích hợp thanh toán và vận chuyển .....	53
CHƯƠNG VII: KIỂM SOÁT NGUỒN LỰC DOANH NGHIỆP .....	54
7.1. Dự báo nhu cầu thị trường trong 3 tháng tiếp theo.....	54
7.2. Quản trị tồn kho .....	54
7.3. Lập kế hoạch cho việc nhập hàng hóa .....	55
CHƯƠNG VIII: HOẠT ĐỘNG TỊNH GỌN VÀ LINH HOẠT .....	58
8.1. Thiết lập hoạt động tịnh gọn.....	58
8.1.1. Ứng dụng AI.....	58
8.1.2. Ứng dụng ERP trong quản lý đơn hàng .....	59
8.1.3. Triển khai JIT .....	59
8.2. Rủi ro trong hoạt động tịnh gọn.....	60
8.2.1. Rủi ro khi sử dụng Chat AI.....	60
8.2.2. Rủi ro khi sử dụng ERP .....	60
8.3. Giải pháp cho rủi ro khi triển khai hoạt động tịnh gọn.....	61
8.3.1. Giải pháp khi sử dụng Chat AI .....	61
8.3.2. Giải pháp khi sử dụng ERP.....	61
8.3.3. Giải pháp khi triển khai JIT .....	62
CHƯƠNG IX: QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG BỀN VỮNG .....	63
9.1. Mạng lưới chuỗi cung ứng.....	63
9.2. Ma trận Kraljic trong quản lý mối quan hệ cung ứng .....	63

9.3. Triple Bottom Line – 3 yếu tố quan trọng trong quản lý chuỗi cung ứng.....	64
9.4. Xây dựng mạng lưới cung ứng bền vững.....	65
9.4.1. Ứng dụng ERP vào quản lý cung ứng.....	65
9.4.2. Trách nhiệm xã hội .....	67

## DANH SÁCH HÌNH ẢNH

Hình 1: Logo VietTrad Food .....	3
Hình 2: Bao bì mặt trước của sản phẩm .....	5
Hình 3: Bao bì mặt sau của sản phẩm.....	6
Hình 4: Quy trình nhập hàng.....	23
Hình 5: Quy trình sản xuất .....	23
Hình 6: Quy trình bán hàng.....	23
Hình 7: Quy trình kiểm soát hàng tồn kho.....	24
Hình 8: Quy trình kiểm soát chất lượng .....	24
Hình 9: Quy trình xử lý đơn hàng .....	24
Hình 10: Quy trình đổi trả hàng .....	25
Hình 11: Quy trình chăm sóc khách hàng.....	25
Hình 12: Giao diện của website VietTrad Food .....	43
Hình 13: Giao diện trang lựa chọn sản phẩm và thanh toán.....	44
Hình 14: Trang chủ Facebook của Sợi Thơm .....	45
Hình 15: Sản phẩm được update liên tục trên Facebook.....	45
Hình 16: Trang chủ Shopee của sản phẩm.....	46
Hình 17: Danh mục sản phẩm trên trang Shopee.....	46
Hình 18: Phân loại chi tiết từng sản phẩm .....	47
Hình 19: Tổng quan về nền tảng GoSELL .....	48
Hình 20: GoSELL quản lý đơn hàng .....	48
Hình 21: GoSELL quản lý kho hàng .....	49
Hình 22: GoSELL quản lý quan hệ khách hàng.....	51
Hình 23: GoSELL phân tích doanh thu .....	52
Hình 24: GoSELL quản lý sản phẩm bán chậm.....	52
Hình 25: GoSELL quản lý vận chuyển.....	53
Hình 26: Ứng dụng ERD trong quản lý chuỗi cung ứng.....	58
Hình 27: Quy trình quản lý đơn hàng .....	59

Hình 28:Mạng lưới chuỗi cung ứng .....	63
Hình 29: Ma trận Kraljic trong quản lí chuỗi cung ứng .....	63
Hình 30: Ma trận Kraljic cho sản phẩm hủ tiếu Sợi Thơm .....	<b>Error!</b>

**Bookmark not defined.**

## DANH SÁCH BẢNG

Bảng 1: Sơ đồ Swot của sản phẩm Sợi Thơm.....	22
Bảng 2: Ma trận Kraljic của sản phẩm hủ tiêu ăn liền Sợi Thơm.....	64



## **LỜI CAM ĐOAN**

Chúng em, nhóm sinh viên thực hiện tiểu luận với chủ đề "Quản trị Dự án Hủ tiếu Ăn liền Sợi Thơm của Công ty VietTrad Food", xin cam đoan rằng toàn bộ nội dung của tiểu luận là kết quả của quá trình làm việc nghiêm túc, có tổ chức và trách nhiệm của tất cả các thành viên trong nhóm. Tất cả thông tin, số liệu và dữ liệu được sử dụng trong bài đều có nguồn gốc rõ ràng, chính xác và đã được kiểm chứng cẩn thận. Chúng em đã trích dẫn đầy đủ các tài liệu tham khảo theo đúng quy định và không có hành vi sao chép nào mà không ghi rõ nguồn gốc.

Mỗi thành viên trong nhóm đều tham gia tích cực vào quá trình nghiên cứu, thảo luận, và đóng góp vào việc hoàn thiện tiểu luận. Từ việc thu thập thông tin, lên ý tưởng, đến phân tích và viết bài, tất cả đều là kết quả của sự hợp tác và đóng góp hết mình từ các thành viên trong nhóm. Chúng em cam kết tuân thủ nghiêm túc các quy định về quyền sở hữu trí tuệ. Không có bất kỳ phần nào của tiểu luận bị vi phạm của cá nhân hay tổ chức nào.

Nếu có bất kỳ sai phạm nào liên quan đến tính trung thực hay vi phạm bản quyền, chúng em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

## LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, nhóm chúng em xin chân thành cảm ơn thầy TS. Bùi Thành Khoa đã nhiệt tình hướng dẫn và truyền đạt những kiến thức quý báu cho chúng em trong suốt quá trình học tập môn học Quản trị tác nghiệp Thương mại điện tử. Thầy không chỉ giúp chúng em hiểu rõ hơn về lý thuyết mà còn cung cấp nhiều bài học thực tế, giúp chúng em áp dụng một cách linh hoạt vào dự án “Hủ tiếu ăn liền Sợi Thơm” của công ty VietTrad Food, chính sự tận tâm và nhiệt huyết của thầy là nguồn động lực lớn giúp chúng em hoàn thành bài tiểu luận một cách tốt nhất.

Nhóm chúng em xin cảm ơn tất cả các thành viên đã cùng nhau vượt qua khó khăn và thách thức trong quá trình thực hiện dự án. Với tinh thần đoàn kết cùng chia sẻ, hỗ trợ, mỗi thành viên đều đóng góp công sức của mình tạo nên một sản phẩm hoàn thiện và đầy tâm huyết. Sự cố gắng không ngừng nghỉ của các bạn là yếu tố quan trọng giúp dự án thành công và mang lại kỉ niệm đáng nhớ.

Cuối cùng, nhóm chúng em xin chân thành cảm ơn các cá nhân và tổ chức đã hỗ trợ nhóm trong suốt quá trình làm việc. Đặc biệt, chúng em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến người dân đã tạo điều kiện thuận lợi và chia sẻ thông tin hữu ích về nhu cầu và thị hiếu của họ đối với sản phẩm hủ tiếu ăn liền. Sự hợp tác và sự sẵn sàng của các bạn đã giúp chúng em có cái nhìn chính xác hơn về thị trường và nhu cầu thực tế, góp phần quan trọng vào việc hoàn thiện dự án.

## **CHƯƠNG I. MỞ ĐẦU**

### **1.1. Ý tưởng kinh doanh**

Với danh tiếng của làng nghề bột gạo Sa Đéc cùng hương vị đặc trưng của hủ tiếu nơi đây, doanh nghiệp chúng tôi tin rằng sản phẩm hủ tiếu ăn liền sử dụng sợi hủ tiếu truyền thống sẽ là một lựa chọn hấp dẫn cho thị trường. Điểm mạnh của sản phẩm này nằm ở chất lượng sợi hủ tiếu dai ngon, tự nhiên, kết hợp cùng các loại topping đa dạng và nước dùng đậm đà hương vị. Mục tiêu của doanh nghiệp là xây dựng một thương hiệu hủ tiếu ăn liền mang đậm bản sắc Sa Đéc, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng hiện đại, đặc biệt là những người bận rộn, muốn thưởng thức món ăn truyền thống một cách nhanh chóng và tiện lợi. Chúng tôi muốn mang hương vị đặc trưng của Sa Đéc đến gần hơn với mọi người, giúp họ thưởng thức món hủ tiếu thơm ngon, đậm đà ngay tại nhà. Sản phẩm của chúng tôi không chỉ là một món ăn đơn thuần mà còn là đại diện cho văn hóa ẩm thực, con người và vùng đất Sa Đéc.

Chúng tôi tin rằng với sự kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, sản phẩm hủ tiếu ăn liền này sẽ tạo ra một làn sóng mới trên thị trường và góp phần quảng bá hình ảnh của làng nghề Sa Đéc đến với đông đảo người tiêu dùng.

### **1.2. Câu chuyện thương hiệu**

Từ những cánh đồng lúa xanh mát trải dài đến những con sông hiền hòa, Sa Đéc đã nuôi dưỡng bao thế hệ người dân bằng những món ăn dân dã mà đậm đà hương vị. Và trong số đó, hủ tiếu sợi thơm luôn giữ một vị trí đặc biệt. Với Viettrad Food, chúng tôi muốn tái hiện lại hương vị truyền thống ấy, mang đến cho thực khách những trải nghiệm ẩm thực chân thật và ấm áp ngay tại ngôi nhà của mình.

Hình ảnh những người thợ làm hủ tiếu với đôi bàn tay khéo léo, tỉ mỉ từng sợi, từng sợi, đã trở thành ký ức đẹp đẽ trong lòng nhiều người. Viettrad Food kế thừa và phát huy truyền thống ấy, kết hợp với công nghệ hiện đại để tạo ra những sản phẩm hủ tiếu sợi thơm chất lượng cao, đồng đều và an toàn vệ sinh thực phẩm. Để làm được điều đó, chúng tôi luôn tôn trọng và duy trì các phương pháp chế biến truyền thống, đồng thời không ngừng cải tiến để phù hợp với nhu cầu và sở thích của khách hàng. Mỗi sợi hủ tiếu Viettrad Food đều mang trong mình sự trân trọng đối với những giá trị truyền thống, sự tinh tế trong từng chi tiết và sự đổi mới không ngừng để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng hiện đại.

Với Viettrad Food, bạn không chỉ thưởng thức một món ăn ngon mà còn được trải nghiệm một hành trình ẩm thực thú vị. Từ việc lựa chọn những hạt gạo thơm ngon nhất, đến quá trình lên men tự nhiên, cán sợi thủ công và đóng gói hiện đại, mỗi công đoạn đều được chúng tôi thực hiện với sự tâm huyết và tỉ mỉ.

### **1.3. Sứ mệnh**

Sứ mệnh của Viettrad Food là gìn giữ và phát huy truyền thống làm hủ tiếu Sa Đéc, mang đến cho khách hàng những trải nghiệm ẩm thực tuyệt vời với những tô hủ tiếu thơm ngon, chất lượng cao. Chúng tôi cam kết sử dụng nguyên liệu sạch, an toàn, và áp dụng quy trình sản xuất hiện đại để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Đồng thời, chúng tôi cũng mong muốn góp phần quảng bá ẩm thực Việt Nam đến bạn bè quốc tế.

## **CHƯƠNG II. TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP VÀ SẢN PHẨM**

### **2.1. Tổng quan về doanh nghiệp**

#### **2.1.1. Giới thiệu chung**

Tên thương hiệu: VietTrad Food

Mô tả: Viettrad Food là thương hiệu được thành lập với sứ mệnh giữ gìn và phát huy những giá trị ẩm thực truyền thống của Việt Nam. Viettrad Food, hay Việt Nam Traditional Food. Ý nghĩa tên thương hiệu là sự kết hợp giữa tinh hoa ẩm thực truyền thống Việt Nam và sự sáng tạo hiện đại, nhằm mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm vừa giữ trọn hương vị truyền thống, vừa tiện lợi và phù hợp với lối sống hiện đại ngày nay. Sản phẩm hủ tiếu ăn liền của VietTrad Food được làm từ sợi hủ tiếu truyền thống của làng nghề Sa Đéc, với hương vị đậm đà và chất lượng vượt trội, mang đến cho khách hàng những trải nghiệm ẩm thực đầy thú vị.

Logo:



*Hình 1: Logo VietTrad Food*

- Slogan: “ Vị truyền thống, nhịp sống hiện đại”

#### **2.1.2. Nguồn cảm hứng**

Nguồn cảm hứng của VietTrad Food bắt nguồn từ tình yêu đối với những giá trị truyền thống lâu đời của làng nghề bột gạo Sa Đéc, nơi những

sợi hủ tiếu được làm ra từ bàn tay khéo léo và tâm huyết của những người thợ lành nghề. Chúng tôi bị cuốn hút bởi sự mộc mạc nhưng đầy tinh tế trong từng sợi hủ tiếu, mang trong mình hương vị độc đáo của miền Tây Nam Bộ – một hương vị không chỉ đơn thuần là món ăn, mà còn là biểu tượng của văn hóa và tình người.

Chúng tôi nhận ra rằng, trong nhịp sống hiện đại, việc giữ gìn và phát triển những giá trị truyền thống là một thách thức nhưng cũng là một sứ mệnh đầy ý nghĩa. Từ đó, chúng tôi quyết tâm đưa hương vị quê nhà đến với những người tiêu dùng bận rộn, tạo ra một sản phẩm không chỉ tiện lợi mà còn mang đậm dấu ấn truyền thống. Đây chính là động lực để VietTrad Food ra đời, với hy vọng mỗi tô hủ tiếu ăn liền của chúng tôi sẽ mang lại cảm giác ấm áp và quen thuộc, như một phần của quê hương trong từng bữa ăn.

### **2.1.3. Tầm nhìn và sứ mệnh**

**Tầm nhìn:** VietTrad Food hướng đến trở thành thương hiệu hàng đầu trong việc bảo tồn và phát triển ẩm thực truyền thống Việt Nam, đặc biệt là hương vị đặc trưng của hủ tiếu Sa Đéc. Chúng tôi mong muốn xây dựng một thương hiệu không chỉ được yêu thích trong nước mà còn được biết đến rộng rãi trên thế giới, nơi mà giá trị truyền thống và sự sáng tạo hiện đại hòa quyện, mang lại những trải nghiệm ẩm thực độc đáo và đậm đà bản sắc Việt Nam.

**Sứ mệnh:** VietTrad Food cam kết gìn giữ và phát huy tinh hoa của nghệ thuật làm hủ tiếu Sa Đéc, mang đến cho khách hàng những trải nghiệm ẩm thực tuyệt hảo qua những tô hủ tiếu thơm ngon, chất lượng vượt trội. Chúng tôi luôn sử dụng nguyên liệu sạch, an toàn và áp dụng quy trình sản xuất hiện đại, đảm bảo mỗi sản phẩm đều đạt chuẩn cao nhất. Đồng thời, VietTrad Food khao khát góp phần quảng bá văn hóa ẩm thực độc đáo

của Việt Nam đến bạn bè quốc tế, đưa hương vị quê nhà vươn xa trên bản đồ ẩm thực thế giới.

## **2.2. Tổng quan về sản phẩm**

### **2.2.1. Giới thiệu chung**

Hủ tiếu Sa Đéc là một món ăn truyền thống nổi tiếng của vùng đất Sa Đéc, thuộc tỉnh Đồng Tháp, miền Tây Nam Bộ. Sợi hủ tiếu tại đây nổi bật với độ dai, mềm mịn, có hương vị tự nhiên nhờ được làm từ gạo chất lượng cao. Hủ tiếu Sa Đéc không chỉ là một món ăn mà còn là biểu tượng văn hóa ẩm thực của người dân Nam Bộ. Với nền tảng từ các làng nghề truyền thống lâu đời, sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc đã phát triển thành nhiều biến thể khác nhau, phục vụ đa dạng nhu cầu ẩm thực của người tiêu dùng hiện đại.



*Hình 2: Bao bì mặt trước của sản phẩm*



*Hình 3: Bao bì mặt sau của sản phẩm*

### **2.2.2. Phân loại sản phẩm**

Sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc được sản xuất từ 100% gạo tuyển chọn từ các làng nghề truyền thống ở Sa Đéc. Quy trình sản xuất được thực hiện theo công thức truyền thống, kết hợp với công nghệ hiện đại để đảm bảo sợi hủ tiếu luôn đạt chất lượng cao nhất. Những biến thể hủ tiếu được phát triển từ sợi hủ tiếu Sa Đéc bao gồm hủ tiếu khô, hủ tiếu nước, hủ tiếu xào, và hủ tiếu chay, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc hiện nay đã được phát triển thành nhiều dạng khác nhau như:

- Hủ tiếu truyền thống: Được sản xuất theo công thức lâu đời của Sa Đéc, giữ nguyên hương vị đậm đà và độ dai tự nhiên, thích hợp cho nhiều món ăn khác nhau như hủ tiếu khô hoặc nước.
- Hủ tiếu chay: Phù hợp cho những người ăn chay, với sợi hủ tiếu kết hợp cùng các nguyên liệu chay, vẫn giữ được hương vị đậm đà.



### **2.2.3. Sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh của sản phẩm**

Chất lượng vượt trội: Sợi hủ tiếu Sa Đéc được làm từ gạo nguyên chất, không chứa chất bảo quản hay phẩm màu nhân tạo, đảm bảo độ an toàn cho người tiêu dùng.

- Nguồn gốc uy tín: Được sản xuất từ các làng nghề truyền thống, sợi hủ tiếu mang đến hương vị đậm đà, đặc trưng của miền Tây Nam Bộ, khó có thể tìm thấy ở các loại hủ tiếu khác trên thị trường.

- Công nghệ hiện đại: Sản phẩm được sản xuất bằng công nghệ tiên tiến, giúp bảo toàn hương vị truyền thống đồng thời cải thiện độ bền, độ dai của sợi hủ tiếu, giúp sợi không bị vỡ hay gãy khi chế biến.

- Sự đa dạng trong biến thể: Với nhiều loại sản phẩm được phát triển từ sợi hủ tiếu Sa Đéc, người tiêu dùng có thể thỏa sức sáng tạo với nhiều món ăn khác nhau, từ những món ăn truyền thống đến những món ăn hiện đại.

- Thương hiệu gắn liền với văn hóa: Hủ tiếu Sa Đéc không chỉ là một sản phẩm thực phẩm, mà còn là một phần của văn hóa và truyền thống người Việt, đặc biệt là người dân miền Tây Nam Bộ

### **2.3. Mô hình kinh doanh theo Canvas**

Đối tác chính:

- Nhà cung cấp nguyên liệu
- Nhà phân phối
- Đại lý hỗ trợ bán hàng tại các tỉnh thành
- Đơn vị vận chuyển
- Đơn vị quảng cáo

#### Hoạt động chính:

- Sản xuất hủ tiếu, chế biến các sản phẩm liên quan
- Quảng bá thương hiệu, sản phẩm
- Phân phối sản phẩm đến các kênh bán hàng

#### Mục tiêu giá trị:

- Giữ gìn và phát huy hương vị đặc trưng của hủ tiếu Sa Đéc
- Chất lượng cao: Nguyên liệu tươi ngon, quy trình sản xuất sạch sẽ, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm
- Sản phẩm đa dạng, đóng gói tiện dụng, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng
- Giá cả hợp lý

#### Quan hệ khách hàng:

- Cá nhân hóa: Tạo mối quan hệ cá nhân với khách hàng thông qua các chương trình khuyến mãi, tích điểm
- Cộng đồng: Xây dựng cộng đồng khách hàng thông qua các sự kiện, nhóm trên mạng xã hội
- Hỗ trợ khách hàng: Cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt, giải đáp thắc mắc nhanh chóng

#### Phân khúc khách hàng:

- Người dân địa phương
- Sinh viên, nhân viên văn phòng
- Khách du lịch muốn khám phá ẩm thực địa phương
- Các nhà hàng, quán ăn
- Các cửa hàng tiện lợi, siêu thị

Nguồn lực chính:

- Nguyên liệu
- Công thức làm hủ tiếu Sa Đéc truyền thống
- Cơ sở vật chất, máy móc thiết bị
- Đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm, tay nghề cao

Kênh truyền thông:

- Trực tiếp:
  - + Cửa hàng bán lẻ
  - + Quán ăn, nhà hàng
  - + Chợ truyền thống
- Gián tiếp:
  - + Siêu thị, cửa hàng tiện lợi
  - + Bán hàng online
  - + Phân phối qua đại lý: Phân phối sản phẩm đến các tỉnh thành khác

Cơ cấu chi phí:

- Chi phí nguyên liệu: Gạo, thịt, tôm, xương,...
- Chi phí nhân công
- Chi phí marketing, truyền thông

Dòng doanh thu

- Bán sản phẩm: Bán hủ tiếu, các sản phẩm chế biến sẵn
- Phí nhượng quyền: Cấp phép cho các nhà hàng, quán ăn sử dụng thương hiệu
- Quảng cáo: Hợp tác với các đối tác để quảng cáo sản phẩm

## **CHƯƠNG III. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG**

### **3.1. Bối cảnh thị trường**

Việt Nam là một trong những nước tiêu thụ thực phẩm lớn nhất trong khu vực Đông Nam Á với tốc độ tăng trưởng ngành bán lẻ thực phẩm trong giai đoạn 2016 – 2020 trung bình 10% với tỉ trọng cao nhất đến từ thực phẩm tươi sống, tiếp theo là thực phẩm đóng hộp, đồ uống không cồn, đồ uống có cồn. Trong đó, thị trường đồ ăn đóng gói tại Việt Nam tăng trưởng 7.7%/năm. Xu hướng tiêu dùng nói chung của ngành thực phẩm/đồ uống đóng hộp cũng được đánh giá sẽ duy trì tích cực, đặc biệt tại khu vực Đông Nam Á.

Mức độ tăng trưởng của ngành thực phẩm đóng gói năm 2020 tại khu vực thành thị của Việt Nam là 23%, ngành đồ uống là 2%, còn tại các khu vực nông thôn con số này ở mức thấp hơn, lần lượt là 15% và 1%. Tuy nhiên, yếu tố dịch bệnh Covid được dự đoán sẽ tác động nhiều đến khu vực thành thị trong năm 2021, khiến tốc độ tăng trưởng của thực phẩm đóng gói và đồ uống tại khu vực thành thị giảm mạnh, còn ở khu vực nông thôn thậm chí mức độ tiêu thụ đồ uống sẽ cao hơn. (Xu hướng tiêu dùng của người Việt Nam với thực phẩm đóng gói - FPT Digital )

Trong đợt bão vừa qua, nhu cầu về các loại thực phẩm tiện lợi như đồ hộp, thực phẩm đóng gói và đồ ăn liền tăng vọt do điều kiện thời tiết khắc nghiệt khiến việc cung cấp và lưu trữ thực phẩm tươi sống trở nên khó khăn. Người dân đã đổ xô mua sắm những mặt hàng này để dự trữ cho các tình huống khẩn cấp, đặc biệt là các sản phẩm có thể sử dụng ngay mà không cần bảo quản phức tạp.

Đồng thời, các tổ chức cứu trợ cũng đã ưu tiên phân phát những thực phẩm đóng hộp và đồ ăn liền cho các khu vực bị ảnh hưởng nặng nề, giúp đảm bảo nguồn dinh dưỡng trong thời gian bị cô lập hoặc mất điện kéo dài.

Nhìn chung, thị trường thực phẩm đóng gói và đồ ăn liền tại Việt Nam đang có xu hướng tăng trưởng mạnh mẽ, đặc biệt trong các tình huống khẩn cấp như bão lũ hay dịch bệnh. Sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng, cùng với nhu cầu dự trữ thực phẩm tiện lợi, an toàn, sẽ thúc đẩy ngành này phát triển vượt bậc.

### **3.2. Mục tiêu dự án**

Mục tiêu cụ thể: Mở rộng thị phần cho dòng hủ tiếu Sa Đéc ăn liền tại thị trường trong nước và bắt đầu xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản trong 12 tháng tới.

- Tăng doanh số bán hàng của hủ tiếu truyền thống và chạy lên 20% trong vòng 6 tháng.

- Đạt được hợp đồng với ít nhất 2 nhà phân phối tại Nhật Bản để xuất khẩu hủ tiếu.

Số liệu đo lường: Doanh số bán hàng: Tăng từ 60 000 gói lên 72 000 gói mỗi tháng sau 6 tháng.

- Thị phần nội địa: Tăng thị phần tại các thành phố lớn từ 15% lên 18%.

- Xuất khẩu: Ký kết được ít nhất 2 hợp đồng phân phối với các nhà bán lẻ ở Nhật Bản, với khối lượng xuất khẩu ban đầu là 50.000 gói/tháng.

Khả năng thực hiện:

- Năng lực sản xuất hiện tại: Doanh nghiệp có thể mở rộng công suất từ

- 60 000 gói lên 72 000 gói/tháng nhờ tối ưu hóa quy trình và thuê thêm nhân công khi cần.

Mục tiêu có liên quan:

- Tăng doanh số và mở rộng thị trường xuất khẩu đều phù hợp với mục tiêu tổng thể của doanh nghiệp là mở rộng thị trường và đưa hủ tiếu Sa Đéc ra quốc tế.
- Xuất khẩu sản phẩm sang Nhật Bản giúp tăng uy tín thương hiệu và tạo cơ

Thời gian đạt được:

- Trong 6 tháng: Tăng doanh số 20% trong thị trường nội địa.
- Trong 2 năm: Ký kết hợp đồng xuất khẩu với ít nhất 2 nhà phân phối tại Nhật Bản và bắt đầu xuất khẩu với khối lượng ban đầu 50.000 gói/tháng.

### **3.3. Phân tích 4Vs**

Volume (Số lượng): Doanh nghiệp tập trung sản xuất với số lượng lớn để đạt hiệu quả kinh tế theo quy mô, tối ưu hóa năng suất của máy móc và nhân công.

- Tổng sản lượng: 60.000 gói/tháng (2.000 gói/ngày).
- Sản lượng theo hương vị:
  - + Hủ tiếu truyền thống: 42.000 gói/tháng (70% tổng sản lượng).
  - + Hủ tiếu chay: 18.000 gói/tháng (30% tổng sản lượng).
- Nhân sự: 150 nhân viên làm việc theo 3 ca/ngày.
- Số lượng máy móc: 5 máy đóng gói tự động, mỗi máy có công suất 12.000 gói/tháng.

Variety (Sự đa dạng): Việc giới hạn số lượng hương vị và kích cỡ giúp đơn giản hóa quy trình sản xuất, giảm chi phí quản lý và tồn kho.

- Số lượng hương vị: 2 loại sản phẩm chính: truyền thống và chay.

- Không có sản phẩm khác: Không có thêm các loại hũ tiểu hương vị mới hay các dạng bao bì khác ngoài gói 80g.

- Tùy chọn bao bì: Chỉ có một loại kích thước (80g), không có các lựa chọn kích cỡ khác.

Variation (Sự thay đổi): Doanh nghiệp ít linh hoạt trong việc thay đổi quy trình sản xuất để đáp ứng những thay đổi bất ngờ trong nhu cầu. Sản lượng được lên kế hoạch dài hạn để tối ưu hóa.

- Sản xuất ổn định: Sản lượng hàng tháng không thay đổi nhiều, dao động dưới 10% giữa các tháng.

- Thời gian điều chỉnh: Mất ít nhất 2 tuần để thay đổi quy trình sản xuất nếu nhu cầu bất ngờ tăng hoặc giảm cho một hương vị nào đó.

- Tỷ lệ biến động nhu cầu: Tỷ lệ thay đổi nhu cầu thị trường cho hai hương vị chỉ khoảng 5-8% mỗi tháng.

Visibility (Sự hiện diện) : Do sản xuất khối lượng lớn, doanh nghiệp không thể theo dõi chi tiết từng bước quy trình sản xuất, mà chỉ kiểm tra theo lô lớn. Điều này giúp tiết kiệm thời gian và chi phí, nhưng giảm khả năng kiểm soát chất lượng chi tiết.

- Tỷ lệ kiểm tra chất lượng: Chỉ 10% sản phẩm được kiểm tra theo lô lớn (50.000 gói/lô).

- Thời gian từ sản xuất đến giao hàng:

- + Thị trường nội địa: 7 ngày từ khi hoàn thành sản xuất đến khi hàng đến nhà phân phối.

- + Thị trường xuất khẩu: 15 ngày từ sản xuất đến khi hàng đến các cảng nước ngoài (ví dụ: Nhật Bản, Đài Loan).

- Tỷ lệ lỗi phát hiện: 0,5% lỗi sản phẩm, chỉ phát hiện sau khi kiểm tra lô lớn.

### **3.4. Định vị sản phẩm**

#### **3.4.1. Phân khúc thị trường**

##### **3.4.1.1. Phân khúc thị trường theo nhân khẩu học**

- Giới tính: bao gồm cả nam và nữ

+ Nam giới: tìm kiếm sự nhanh gọn và tiện lợi trong các bữa ăn, đặc biệt khi họ bận rộn với công việc thời gian nấu nướng bị hạn chế, vì vậy họ có xu hướng chọn các sản phẩm ăn liền dễ dàng chuẩn bị

+ Nữ giới: quan tâm đến sức khỏe và cân bằng dinh dưỡng trong mỗi bữa ăn, chú trọng đến việc duy trì vóc dáng và sức khỏe lâu dài. Nhìn chung, khách hàng nam có nhu cầu tiêu dùng cao hơn khách hàng nữ (60% và 40%)

- Độ tuổi: khách hàng có nhu cầu sử dụng sản phẩm Sợi Thơm của Viettrad Food gồm người trưởng thành 18-35 tuổi - nhóm khách hàng này thường có cuộc sống bận rộn và ưu tiên các sản phẩm tiện lợi, nhanh chóng, họ cũng có xu hướng thử nghiệm và dễ chấp nhận các sản phẩm mới nếu sản phẩm đó đáp ứng nhu cầu của họ.

- Nghề nghiệp:

+ Sinh viên: thường có lịch học và sinh hoạt không ổn định, do đó họ ưu tiên các sản phẩm ăn liền chế biến nhanh chóng, dễ dàng.

+ Nhân viên văn phòng: thường có lịch làm cố định với thời gian nghỉ trưa ngắn. Họ cần một bữa ăn nhanh chóng nhưng vẫn đủ dinh dưỡng để duy trì năng lượng, ưa chuộng các sản phẩm ăn liền dễ chuẩn bị, có thể sử dụng ngay tại nơi làm việc mà không cần nhiều dụng cụ.

+ Công nhân, lao động phổ thông: công việc đòi hỏi nhiều sức lực và năng lượng cần những bữa ăn no lâu, giúp họ duy trì sức bền suốt cả ngày.



- Thu nhập:

Sợi Thơm hướng đến khách hàng có điều kiện tài chính tầm trung, với mức thu nhập khoảng 2-4 triệu/tháng, để đảm bảo rằng sản phẩm phù hợp với khả năng chi tiêu của họ.

#### **3.4.1.2. Phân khúc khách hàng theo đặc điểm địa lý**

Dựa vào mật độ dân số và thói quen tiêu dùng chia thành 2 nhóm chính là thành thị và nông thôn

- Tại khu vực thành thị, đặc biệt là các thành phố lớn như TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng, và Cần Thơ, người tiêu dùng có xu hướng ưa chuộng các sản phẩm ăn liền tiện lợi. Lối sống nhanh, công việc bận rộn, và quỹ thời gian hạn chế khiến cho nhu cầu sử dụng các sản phẩm ăn liền như hủ tiếu trở nên phổ biến. Người tiêu dùng tại đây yêu cầu cao về tính tiện dụng, hương vị đa dạng, và khả năng dễ dàng mua sắm tại các cửa hàng tiện lợi, siêu thị hoặc qua các ứng dụng đặt hàng trực tuyến. Ngoài ra, người tiêu dùng thành thị có thu nhập cao hơn, họ có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm ăn liền chất lượng, có thương hiệu uy tín, và có những yếu tố liên quan đến sức khỏe như ít chất béo. Điều này tạo ra một lượng lớn người tiêu dùng tiềm năng, giúp tăng cường khả năng tiêu thụ sản phẩm. Mỗi đơn vị diện tích đều có thể tiếp cận một lượng lớn khách hàng, từ đó tăng khả năng sinh lời cho doanh nghiệp.

- Ngược lại, khu vực nông thôn lại có những đặc điểm tiêu dùng khác biệt. Người tiêu dùng ở nông thôn thường có thu nhập thấp hơn và sống trong môi trường ít áp lực hơn, do đó họ ít quan tâm đến sự tiện lợi và tốc độ tiêu thụ thực phẩm như ở thành thị. Tuy nhiên, với sự phát triển của hạ tầng giao thông và sự mở rộng của các kênh phân phối, hủ tiếu ăn liền đã dần trở thành một phần không thể thiếu trong thói quen tiêu dùng của nhiều hộ gia đình nông thôn. Họ cũng có xu hướng trung thành với các nhãn hiệu

mà họ tin tưởng, dựa trên kinh nghiệm sử dụng qua thời gian hoặc qua sự giới thiệu từ người quen. Hủ tiếu ăn liền với hương vị truyền thống nhưng chất lượng đảm bảo cũng được ưa chuộng tại khu vực này

#### **3.4.1.3. Phân khúc thị trường theo tâm lý**

Khách hàng chú trọng đến chất lượng sản phẩm, ưu tiên chọn lựa các sản phẩm hủ tiếu đảm bảo an toàn thực phẩm, ít chất bảo quản và từ nguyên liệu tự nhiên. Họ sẵn sàng chi thêm một chút để có được sản phẩm chất lượng cao.

Người tiêu dùng với lối sống bận rộn thường có nhịp sống nhanh và ít thời gian dành cho việc chuẩn bị bữa ăn. Họ có thể là nhân viên văn phòng, người làm việc nhiều giờ, hoặc những người có trách nhiệm gia đình lớn.

Nhiều khách hàng vẫn giữ thói quen tiêu thụ các sản phẩm hủ tiếu mang hương vị truyền thống và quen thuộc. Họ ưa chuộng sản phẩm được chế biến từ công thức gia truyền hoặc từ các nguyên liệu đặc trưng của địa phương.

Nhiều khách hàng bắt đầu quan tâm đến các sản phẩm thân thiện với môi trường và bền vững. Họ có xu hướng ủng hộ các thương hiệu có trách nhiệm xã hội và sản phẩm không gây hại đến sức khỏe cũng như môi trường.

#### **3.4.1.4. Phân khúc khách hàng theo hành vi**

- Tìm kiếm lợi ích

- + Người tiêu dùng vì tiện lợi có thể tích trữ được sản phẩm lâu dài.

- + Người tiêu dùng vì giá cả: khách hàng chọn hủ tiếu ăn liền dựa trên giá cả và các chương trình khuyến mãi. Họ có xu hướng so sánh giá và tìm kiếm giá trị tốt nhất cho số tiền bỏ ra. Tiết kiệm được chi phí cho

bản thân cho gia đình, sản phẩm có giá thành rẻ, bao bì nhìn bắt mắt, có mặt hầu hết ở các cửa hàng bán buôn, bán lẻ, các siêu thị lớn, quảng cáo nhiều trên tivi, ...

+ Người tiêu dùng vì chất lượng: người mua quan tâm đến chất lượng và dinh dưỡng của sản phẩm

- Tình huống mua hàng:

+ Thoả mãn các nhu cầu cần thiết của bản thân khi không có thời gian nấu 1 bữa cơm hoặc khi đói, khi không ăn được các đồ ăn khác, khi không thể đặt các thức ăn khác về khuya

+ Khách hàng mua hủ tiếu ăn liền như một phần của thói quen tiêu dùng hàng ngày hoặc hàng tuần. Họ có nhu cầu liên tục và thường xuyên, chẳng hạn như trong các bữa ăn nhẹ, bữa trưa nhanh chóng, hoặc bữa tối đơn giản.

### **3.4.2. Thị trường mục tiêu**

Dựa vào các phân khúc cũng như xem xét đặc tính của sản phẩm, có thể thấy thị trường mục tiêu của Sợi thơm là tập trung vào các phân khúc chính: người dân thành thị, nhóm khách hàng từ 18-35 tuổi với sự nhấn mạnh đặc biệt vào các yếu tố như sự an toàn thực phẩm, chất lượng, và hương vị truyền thống.

- Khu vực thành phố lớn và các khu du lịch là thị trường tiềm năng cho sản phẩm hủ tiếu Sợi Thơm, với một lượng lớn người tiêu dùng đang tìm kiếm những giải pháp ăn uống nhanh chóng và tiện lợi. Thành phố có mật độ dân số cao, người dân thường có lối sống bận rộn, với ít thời gian dành cho việc nấu nướng. Do đó, họ ưu tiên chọn những món ăn dễ chế biến nhưng vẫn đảm bảo giá trị dinh dưỡng. Đối với khách du lịch, hủ tiếu Sợi Thơm mang lại sự trải nghiệm ẩm thực độc đáo và hấp dẫn, phản ánh văn hóa ẩm thực địa phương. Hơn nữa, sản phẩm này có thể dễ dàng phân

phối tại các nhà hàng, quán ăn, và cửa hàng tiện lợi trong khu vực đô thị và khu du lịch, giúp tăng cường khả năng tiếp cận khách hàng. Việc quảng bá sản phẩm thông qua các kênh truyền thông xã hội, hợp tác với các nhà hàng địa phương, và tham gia vào các sự kiện ẩm thực cũng sẽ giúp nâng cao nhận thức về sản phẩm và thu hút thêm nhiều khách hàng.

- Sợi thom đặc biệt nhắm đến nhóm khách hàng từ 18-35 tuổi, gồm các bạn trẻ, và người trưởng thành, nhân viên văn phòng thường có lịch trình làm việc cố định và thời gian nghỉ trưa ngắn, dẫn đến nhu cầu cao về những bữa ăn nhanh chóng nhưng vẫn đủ dinh dưỡng. Họ cần những món ăn có thể dễ dàng chế biến tại nơi làm việc, như hủ tiếu ăn liền hoặc hủ tiếu đóng gói sẵn. Đặc biệt, nhóm nhân viên trẻ (18-35 tuổi) thường có xu hướng thử nghiệm các món ăn mới và quan tâm đến chất lượng thực phẩm. Họ tìm kiếm sự tiện lợi, giá trị dinh dưỡng và hương vị phong phú trong bữa ăn. Hủ tiếu Sợi Thom có thể được quảng bá như một giải pháp ăn trưa lý tưởng cho dân văn phòng, với hương vị ngon miệng và dễ dàng sử dụng.

### **3.5. Đối tượng khách hàng mục tiêu**

Nhóm khách hàng cá nhân: Nhóm khách hàng mục tiêu của sản phẩm hủ tiếu Sợi Thom chủ yếu là những người lao động có thu nhập tầm trung, một phân khúc ngày càng quan trọng trong thị trường thực phẩm hiện nay. Đối tượng này thường xuyên phải đối mặt với áp lực công việc và thời gian, dẫn đến nhu cầu tìm kiếm những giải pháp ăn uống tiện lợi mà vẫn đảm bảo chất lượng và dinh dưỡng. Trong cuộc sống bận rộn, họ ưu tiên lựa chọn các sản phẩm dễ chế biến và nhanh chóng, đồng thời vẫn đáp ứng đầy đủ nhu cầu dinh dưỡng cho cả gia đình. Hủ tiếu Sợi Thom đáp ứng tốt những yêu cầu này, mang lại bữa ăn thom ngon và giàu dinh dưỡng, chỉ cần vài phút chế biến mà không cần tốn quá nhiều thời gian. Họ có xu hướng chọn những sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, ít hóa chất độc hại, và sẵn sàng chi trả một mức giá hợp lý cho sự an tâm này.

Nhóm khách hàng tổ chức: là những nhà phân phối, đại lý bán buôn, bán lẻ, cửa hàng, siêu thị....mong muốn và sẵn sàng phân phối sản phẩm Sợi thom của VietTrad Food. Đây là nhóm có yêu cầu về chiết khấu, thưởng doanh số, đơn hàng đúng tiến độ... liên quan đến việc phân phối sản phẩm

### **3.6. Xác định nhu cầu thị trường**

Nhu cầu thị trường của sản phẩm hủ tiếu ăn liền phản ánh sự thay đổi trong lối sống của người tiêu dùng hiện đại và sự thích ứng của ngành thực phẩm để đáp ứng những yêu cầu mới. Các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người tiêu dùng và cách mà sản phẩm hủ tiếu ăn liền bao gồm:

- Lối sống hiện đại và bận rộn tại các thành phố lớn đã thúc đẩy nhu cầu cao đối với sản phẩm hủ tiếu ăn liền. Người tiêu dùng ngày nay thường có ít thời gian chuẩn bị bữa ăn, do đó, các sản phẩm ăn liền trở thành sự lựa chọn lý tưởng.

- Tính tiện dụng này đặc biệt hấp dẫn đối với nhân viên văn phòng, sinh viên, và những người có lịch trình bận rộn.

- Xu hướng đô thị hóa và sự phát triển kinh tế, thói quen ăn uống của người tiêu dùng cũng thay đổi. Người tiêu dùng trẻ, đặc biệt là sinh viên và nhân viên, thường có xu hướng sử dụng các sản phẩm ăn liền như một phần trong chế độ ăn uống hàng ngày. Sự tiện lợi và khả năng bảo quản lâu dài của hủ tiếu ăn liền giúp nó trở thành một món ăn phổ biến trong nhiều hộ gia đình.

- Trong thời đại mà người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe, các nhà sản xuất hủ tiếu ăn liền cũng đã điều chỉnh sản phẩm của mình để đáp ứng nhu cầu này. Các sản phẩm hủ tiếu ăn liền hiện nay không chỉ tập trung vào hương vị mà còn chú trọng đến yếu tố dinh dưỡng không chất bảo quản, và bổ sung thêm các thành phần có lợi cho sức khỏe. . Hơn nữa,

sự đổi mới trong sản phẩm, chẳng hạn như phát triển các phiên bản hủ tiếu chay hoặc hủ tiếu với các loại rau củ bổ dưỡng, cũng có thể thu hút những người tiêu dùng quan tâm đến chế độ ăn uống đặc biệt và lối sống lành mạnh.

- Nhu cầu tiêu thụ hủ tiếu ăn liền không chỉ tăng ở các thành phố lớn mà còn lan rộng đến các vùng nông thôn. Với việc cải thiện hạ tầng giao thông và phân phối, sản phẩm này đã dễ dàng tiếp cận các khu vực nông thôn, nơi mà trước đây người tiêu dùng ít có cơ hội tiếp cận với các sản phẩm ăn liền hiện đại. Sự gia tăng nhu cầu ở các vùng này cho thấy tiềm năng mở rộng thị trường đáng kể cho hủ tiếu ăn liền

### 3.7. Phân tích SWOT

Điểm mạnh	Điểm yếu
<p>Chất lượng sản phẩm: Hủ tiếu Sợi Thơm sử dụng nguyên liệu tự nhiên và không chứa chất bảo quản, đáp ứng nhu cầu của khách hàng về an toàn thực phẩm và dinh dưỡng.</p> <p>Hương vị truyền thống: Sản phẩm giữ được hương vị đặc trưng của hủ tiếu Sa Đéc, tạo sự khác biệt so với các sản phẩm hủ tiếu ăn liền khác trên thị trường.</p> <p>Tiện lợi: Sản phẩm hủ tiếu ăn liền phù hợp với lối sống bận rộn của khách hàng mục tiêu, đặc biệt là tại các thành phố lớn và đối tượng có lịch trình dày đặc.</p>	<p>Chi phí sản xuất cao: Mặc dù sử dụng nguyên liệu tự nhiên, nhưng điều này có thể dẫn đến chi phí sản xuất cao hơn so với các đối thủ sử dụng nguyên liệu chế biến sẵn hoặc có giá rẻ hơn.</p> <p>Sản phẩm mới: Là sản phẩm mới chưa có độ nhận diện cao</p>

Cơ hội	Thách thức
<p>Tăng trưởng thị trường thực phẩm ăn liền: Sự gia tăng nhu cầu về thực phẩm tiện lợi và an toàn, đặc biệt trong các tình huống khẩn cấp và lối sống bận rộn, tạo cơ hội lớn cho sự phát triển của sản phẩm.</p> <p>Phát triển sản phẩm mới: Có thể mở rộng danh mục sản phẩm với các hương vị mới, bao bì khác nhau, và các sản phẩm bổ sung để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường.</p> <p>Tăng cường nhận thức về sức khỏe: Xu hướng tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và dinh dưỡng có thể giúp sản phẩm hủ tiêu ăn liền dễ dàng tiếp cận nhóm khách hàng ưu tiên sức khỏe.</p>	<p>Cạnh tranh cao: Thị trường thực phẩm ăn liền có nhiều đối thủ cạnh tranh với các sản phẩm tương tự, đòi hỏi Viettrad Food phải liên tục cải tiến và làm nổi bật sản phẩm của mình.</p> <p>Biến động nhu cầu: Sự thay đổi trong nhu cầu thị trường, như các xu hướng mới hoặc tình hình kinh tế, có thể ảnh hưởng đến doanh số bán hàng và yêu cầu của sản phẩm.</p> <p>Biến đổi khí hậu: Ảnh hưởng của biến đổi khí hậu đến nguồn nguyên liệu và quy trình sản xuất.</p>

*Bảng 1: Sơ đồ Swot của sản phẩm Sợi Thơm*

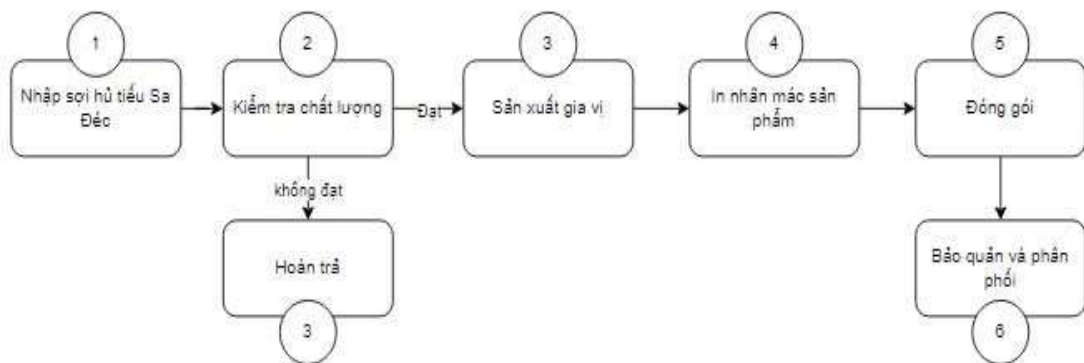


## CHƯƠNG IV. THIẾT KẾ QUY TRÌNH

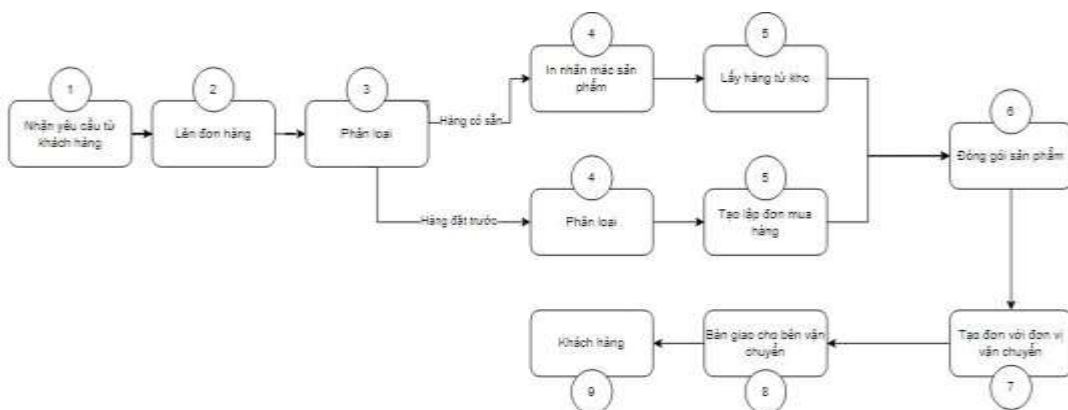
### 4.1. Thiết kế quy trình tổng thể



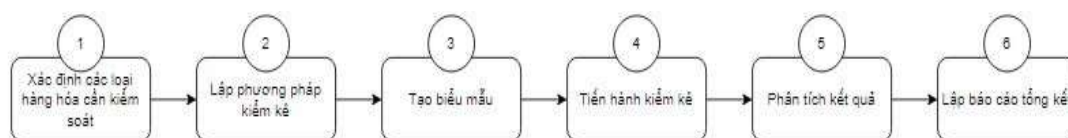
Hình 4: Quy trình nhập hàng



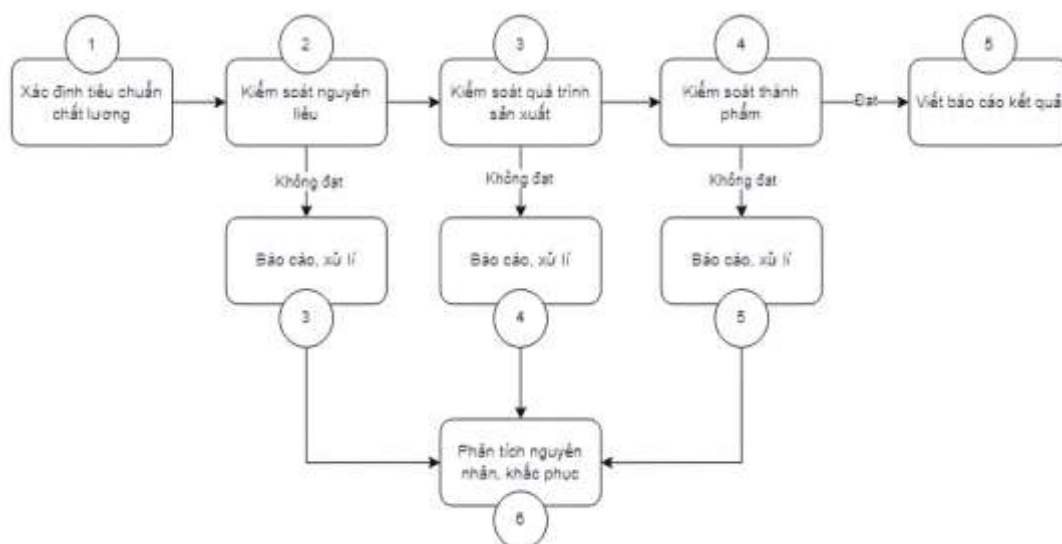
Hình 5: Quy trình sản xuất



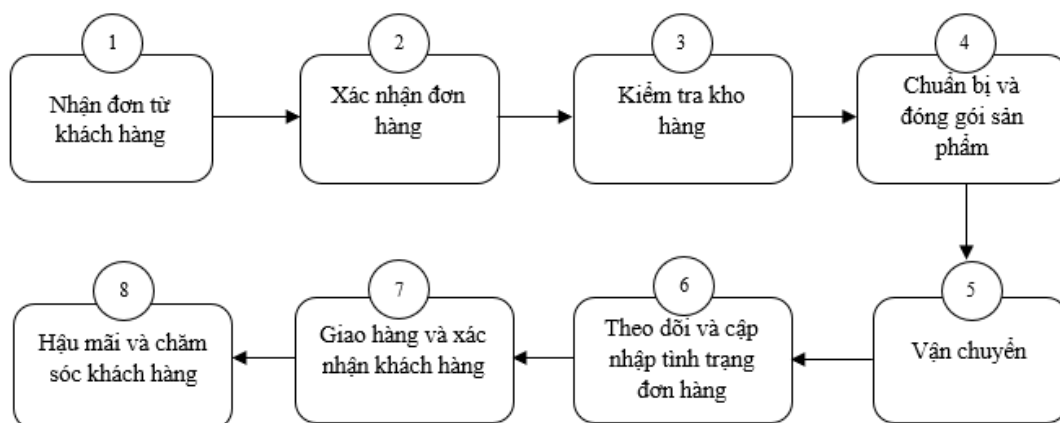
Hình 6: Quy trình bán hàng



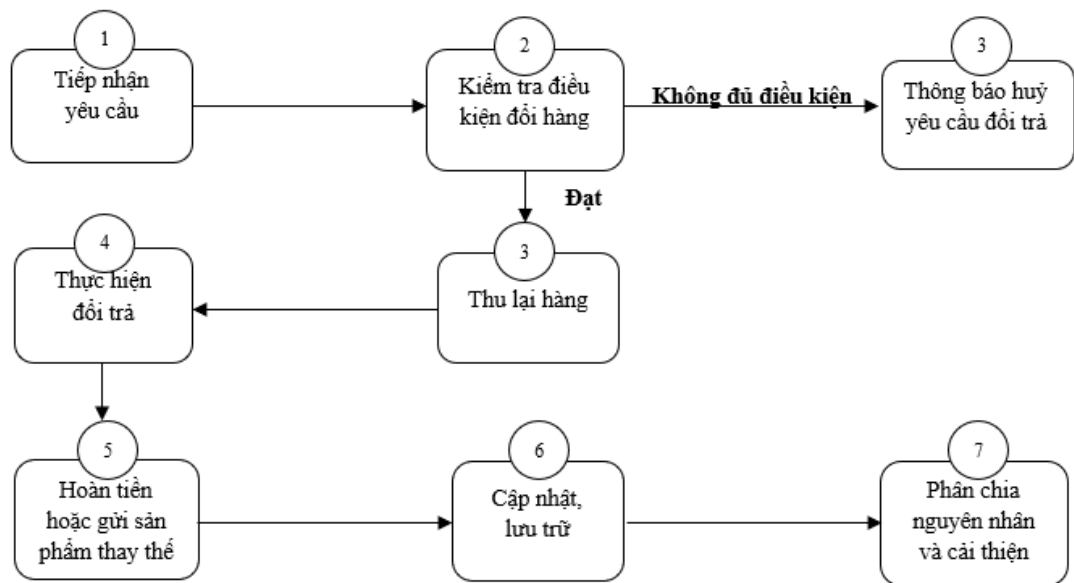
Hình 7: Quy trình kiểm soát hàng tồn kho



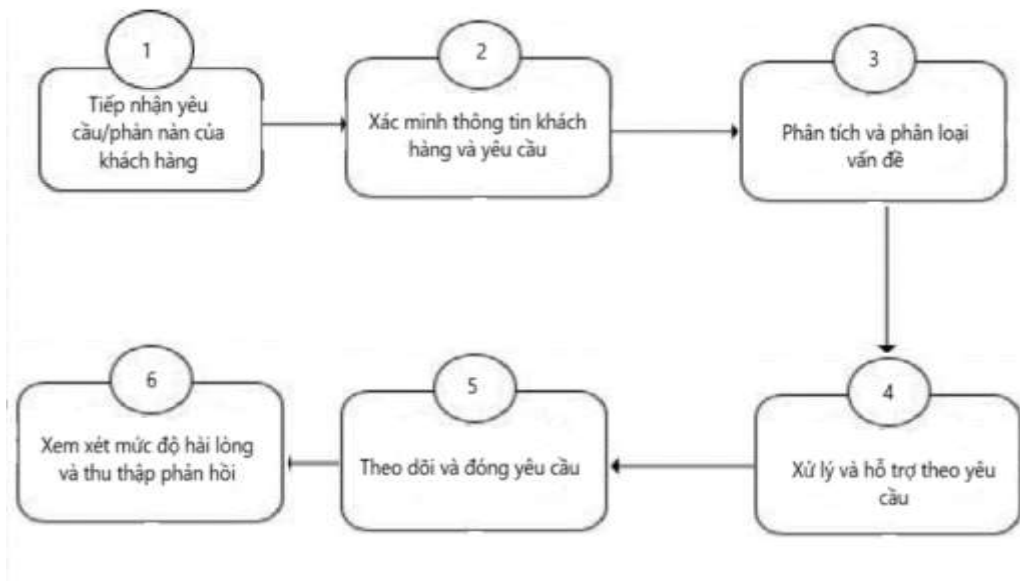
Hình 8: Quy trình kiểm soát chất lượng



Hình 9: Quy trình xử lý đơn hàng



Hình 10: Quy trình đổi trả hàng



Hình 11: Quy trình chăm sóc khách hàng

## 4.2. Mô tả quy trình chi tiết

### 4.2.1. Quy trình nhập hàng

#### Bước 1: Xác Định Nhu Cầu và Lập Kế Hoạch Nhập Hàng

- Xác định nhu cầu và lập kế hoạch nhập hàng: Lập kế hoạch nhập hàng chi tiết dựa trên dự báo doanh số, nhu cầu thị trường và xu hướng tiêu

dùng, xác định số lượng, loại sản phẩm, thời gian nhập hàng và các yêu cầu về chất lượng, bao bì để đáp ứng nhu cầu khách hàng và tránh tình trạng hàng tồn hoặc thiếu hàng.

## **Bước 2: Lựa Chọn Nhà Cung Cấp**

Lựa chọn và ký kết hợp đồng với các lò hủ tiếu truyền thống uy tín, đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng của Viettrad Food, qua quá trình đàm phán về giá cả, điều kiện giao hàng và các điều khoản hợp tác, ưu tiên những đối tác có lịch sử hợp tác tốt và khả năng cung cấp ổn định.

## **Bước 3: Đặt Hàng và Xác Nhận**

Gửi đơn đặt hàng chi tiết đến các lò hủ tiếu, bao gồm số lượng, loại sản phẩm và thời gian giao hàng mong muốn. Sau đó, xác nhận lại với nhà cung cấp về thông tin đơn hàng để đảm bảo chính xác trước khi tiến hành giao hàng.

## **Bước 4: Theo Dõi và Quản Lý Vận Chuyển**

Theo dõi vận chuyển Theo dõi sát sao quá trình vận chuyển hàng hóa từ nhà cung cấp đến kho. Khi hàng hóa đến kho kiểm tra và xác nhận tình trạng hàng hóa về số lượng và chất lượng khi nhận hàng để đảm bảo đúng theo hợp đồng.

## **Bước 5: Xử Lý Hóa Đơn và Thanh Toán**

- Sau khi hoàn tất việc giao nhận hàng, Viettrad Food tiến hành kiểm tra kỹ lưỡng hóa đơn để đảm bảo tất cả các thông tin về số lượng, đơn giá, và tổng giá trị hàng hóa đều khớp với đơn đặt hàng và phiếu giao hàng. Bất kỳ sự chênh lệch nào sẽ được làm rõ ngay lập tức với nhà cung cấp trước khi tiến hành thanh toán. Chuẩn bị thanh toán: Sau khi xác nhận tính chính xác của hóa đơn, chuẩn bị các giấy tờ cần thiết cho việc thanh toán theo điều khoản đã thỏa thuận. Điều này bao gồm việc lựa chọn phương thức thanh toán (chuyển khoản ngân hàng, thanh toán trực tiếp, v.v.).

- Sau khi kiểm tra và xác nhận thông tin trên hóa đơn, Viettrad Food sẽ tiến hành thanh toán đúng hạn theo các điều khoản đã ghi trong hợp đồng. Tất cả các khoản thanh toán đều được thực hiện một cách chính xác và kịp thời, đảm bảo tuân thủ các quy định tài chính của công ty.

#### **Bước 6: Nhập Kho và Quản Lý Kho**

- Sau khi hoàn tất quá trình kiểm tra chất lượng, các lô hàng hủ tiếu Sa Đéc sẽ được nhập kho và cập nhật thông tin chi tiết vào hệ thống quản lý kho. Việc sắp xếp hàng hóa theo nguyên tắc FIFO kết hợp với việc kiểm soát nhiệt độ và độ ẩm trong kho giúp đảm bảo chất lượng sản phẩm luôn được tươi ngon và hạn chế tối đa tình trạng hư hỏng, hao hụt.

- Việc quản lý kho được thực hiện một cách hệ thống và chuyên nghiệp. Bên cạnh việc kiểm tra chất lượng khi nhập kho, chúng tôi còn tiến hành kiểm kê định kỳ để đối chiếu số liệu thực tế với hệ thống quản lý kho. Điều này giúp đảm bảo tính chính xác và minh bạch trong quản lý hàng tồn kho.

#### **Bước 7: Đánh Giá và Rà Soát**

- Đánh giá nhà cung cấp: Đánh giá hiệu suất của các lò hủ tiếu truyền thống dựa trên chất lượng hàng hóa, khả năng giao hàng đúng hạn, và mức độ hợp tác.

- Rà soát quy trình: Rà soát quy trình nhập hàng để nhận diện các vấn đề và cơ hội cải tiến. Thực hiện các điều chỉnh cần thiết để tối ưu hóa quy trình nhập hàng và quản lý cung ứng trong tương lai.

#### **4.2.2. Quy trình sản xuất**

##### **Bước 1: Nhập nguyên liệu và kiểm soát chất lượng**

Sợi hủ tiếu tươi hoặc đã được sấy khô sẽ được nhập vào nhà máy từ các nhà cung cấp đáng tin cậy. Quy trình nhập hàng bao gồm việc kiểm tra

số lượng, chất lượng bao bì, và so sánh với đơn hàng. Sợi hủ tiếu sẽ được kiểm tra sơ bộ về ngoại quan, độ ẩm, và loại bỏ những sợi bị hư hỏng. Sau đó, chúng sẽ được đưa vào kho bảo quản tạm thời trong điều kiện thích hợp.

### **Bước 2: Kiểm tra chất lượng chi tiết**

An toàn thực phẩm luôn được đặt lên hàng đầu. Vì vậy, sợi hủ tiếu không chỉ được kiểm tra về chất lượng cảm quan mà còn được xét nghiệm vi sinh để loại bỏ hoàn toàn nguy cơ nhiễm khuẩn.

### **Bước 3: Sản xuất gia vị độc đáo**

Gia vị đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên hương vị đặc trưng cho món hủ tiếu. Mỗi nhà sản xuất thường có công thức gia vị riêng, được bảo mật kỹ lưỡng. Quá trình pha chế đòi hỏi sự tỉ mỉ và kinh nghiệm để tạo ra hương vị hấp dẫn, khó quên.

### **Bước 4: Thiết kế và in ấn nhãn mác**

Thiết kế nhãn mác không chỉ là việc trình bày thông tin mà còn là một nghệ thuật. Một thiết kế nhãn mác ấn tượng sẽ kích thích thị giác, tạo cảm xúc và giúp sản phẩm ghi dấu ấn trong tâm trí người tiêu dùng.

### **Bước 5: Đóng gói an toàn và tiện lợi**

Sợi hủ tiếu và gói gia vị sẽ được cho vào một bao bì kín, như túi nhựa hoặc túi giấy, để tránh bị hỏng trong quá trình vận chuyển và bảo quản. Quy trình đóng gói phải đảm bảo sạch sẽ và nhanh chóng.

### **Bước 6: Bảo quản và phân phối chuyên nghiệp**

Để đảm bảo chất lượng sản phẩm, sau khi hoàn thành, sản phẩm sẽ được bảo quản trong kho với điều kiện thích hợp và vận chuyển đến điểm bán bằng phương tiện chuyên dụng.

### **4.2.3. Quy trình bán hàng**

#### **Bước 1: Nhận yêu cầu từ khách hàng**

Khách hàng có thể đặt mua sản phẩm hũ tiêu Sợi Thơm thông qua nhiều kênh khác nhau như website bán hàng, cửa hàng vật lý hoặc gọi điện thoại trực tiếp đến công ty. Nhân viên hoặc hệ thống sẽ tiếp nhận đơn hàng và ghi lại thông tin cần thiết, bao gồm loại sản phẩm, số lượng, địa chỉ giao hàng và phương thức thanh toán

#### **Bước 2: Lên đơn hàng**

Sau khi nhận yêu cầu từ khách hàng, nhân viên hoặc hệ thống sẽ tiến hành tạo một đơn hàng mới để ghi nhận các thông tin chi tiết. Đơn hàng này bao gồm thông tin về sản phẩm hũ tiêu Sợi Thơm mà khách hàng đã chọn, số lượng mong muốn và các chi tiết liên quan đến giao hàng như địa chỉ, thông tin liên lạc.

#### **Bước 3: Phân loại**

Để đảm bảo giao hàng đúng hẹn, đơn hàng sẽ được phân loại thành hai loại: hàng có sẵn và hàng đặt trước. Đơn hàng có sẵn sẽ được xử lý ngay, còn đơn hàng đặt trước sẽ được sắp xếp để bổ sung hàng.

#### **Bước 4: In nhãn mã sản phẩm**

Nhãn mã in trên sản phẩm sẽ cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm như tên, số lô và ngày sản xuất. Việc in nhãn mã giúp quản lý hàng hóa hiệu quả và thuận tiện cho việc truy xuất thông tin.

#### **Bước 5: Lấy hàng từ kho**

Dựa trên mã sản phẩm, nhân viên kho sẽ tìm kiếm và lấy đúng sản phẩm hũ tiêu Sợi Thơm. Sau đó, họ sẽ kiểm tra kỹ lưỡng sản phẩm để đảm bảo không có hư hỏng trước khi đóng gói.

#### **Bước 6: Đóng gói sản phẩm**

Sau khi lấy hàng từ kho, sản phẩm hủ tiếu Sợi Thơm sẽ được đóng gói kỹ càng. Mục đích của quá trình này là bảo vệ sản phẩm khỏi hư hỏng trong quá trình vận chuyển. Nhân viên sẽ sử dụng các vật liệu đóng gói như giấy bọc, bọt khí hoặc thùng carton để đảm bảo sản phẩm nguyên vẹn khi đến tay khách hàng. Ngoài ra, bao bì bên ngoài cũng được kiểm tra kỹ lưỡng để đảm bảo tính thẩm mỹ và độ bền.

#### **Bước 7: Tạo đơn với đơn vị vận chuyển**

Công ty sẽ hợp tác với đơn vị vận chuyển để giao hàng đến địa chỉ của khách hàng. Khách hàng có thể sử dụng mã vận đơn để biết được đơn hàng của mình đang ở đâu.

#### **Bước 8: Bàn giao cho bên vận chuyển**

Nhân viên giao hàng sẽ đến nhận hàng tại kho và kiểm tra lại hàng hóa trước khi vận chuyển.

#### **Bước 9: Khách hàng nhận sản phẩm**

Khi nhận được hàng, khách hàng sẽ kiểm tra kỹ càng để đảm bảo không có sai sót về số lượng, chất lượng hoặc loại sản phẩm. Nếu phát hiện bất kỳ vấn đề gì như hàng hư hỏng hoặc sai sản phẩm, khách hàng có thể liên hệ ngay với công ty để được hỗ trợ giải quyết.

### **4.2.4. Quy trình kiểm soát tồn kho**

#### **Bước 1: Xác định các loại hàng hóa cần kiểm soát**

Để quản lý kho tốt, doanh nghiệp cần chia các sản phẩm hủ tiếu thành nhiều nhóm dựa trên các đặc điểm như loại, khối lượng và hương vị. Việc phân loại giúp doanh nghiệp dễ dàng theo dõi hàng hóa và tránh tình trạng tồn kho quá lâu.

#### **Bước 2: Lập phương pháp kiểm kê**



Sau khi đã phân loại rõ ràng các loại sản phẩm hủ tiếu Sợi Thơm, bước tiếp theo là lên kế hoạch kiểm kê. Việc kiểm kê này sẽ giúp doanh nghiệp nắm rõ chính xác số lượng hàng hóa hiện có trong kho, từ đó tránh tình trạng thiếu hàng hoặc tồn kho quá nhiều.

### **Bước 3: Tạo biểu mẫu**

Biểu mẫu kiểm kê là một công cụ quan trọng để quản lý hàng hóa. Biểu mẫu này ghi lại chi tiết về từng sản phẩm như tên, mã, số lượng, tình trạng,... giúp cho việc kiểm tra hàng hóa diễn ra nhanh chóng và chính xác hơn. Nhờ có biểu mẫu, doanh nghiệp có thể dễ dàng so sánh số liệu thực tế với số liệu trên sổ sách, từ đó phát hiện và xử lý kịp thời các sai sót.

### **Bước 4: Tiến hành kiểm kê**

Khi biểu mẫu đã được chuẩn bị, quá trình kiểm kê thực tế sẽ được tiến hành. Nhân viên sẽ kiểm tra số lượng hủ tiếu Sợi Thơm trong kho, đối chiếu với số liệu trên biểu mẫu để đảm bảo tính chính xác. Việc kiểm kê cần sự tỉ mỉ, cẩn thận nhằm tránh các sai sót, đặc biệt là trong việc đếm sai hoặc bỏ sót sản phẩm.

### **Bước 5: Phân tích kết quả**

Sau khi kiểm kê xong, ta sẽ so sánh số lượng hàng hóa thực tế với số liệu trên hệ thống. Nếu có sự khác biệt, chúng ta cần tìm hiểu nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt này. Có thể do hàng hóa bị thất thoát, nhập liệu sai hoặc do lỗi trong quá trình quản lý kho.

### **Bước 6: Lập báo cáo tổng kết**

Cuối cùng, sau khi phân tích kết quả kiểm kê, doanh nghiệp sẽ lập báo cáo tổng kết về tình trạng hàng hóa hủ tiếu Sợi Thơm trong kho. Báo cáo này bao gồm số lượng hàng tồn kho, những chênh lệch phát hiện và các giải pháp khắc phục.

#### **4.2.5. Quy trình kiểm soát chất lượng**

##### **Bước 1: Xác định chất lượng tiêu chuẩn**

Bước đầu tiên và vô cùng quan trọng là thiết lập những tiêu chí cụ thể cho sản phẩm hủ tiếu. Các tiêu chí này bao gồm chất lượng nguyên liệu (bột trà, nước, gia vị), quy trình sản xuất (nhiệt độ, thời gian), và đặc tính của sản phẩm hoàn thiện (mùi vị, độ dai, màu sắc). Việc làm rõ các tiêu chuẩn này sẽ tạo ra thước đo chính xác để đánh giá chất lượng sản phẩm

##### **Bước 2: Kiểm soát nguyên liệu**

Tất cả các nguyên liệu đầu vào như bột gạo, nước và gia vị đều phải trải qua quá trình kiểm tra chất lượng. Chúng tôi sẽ được xem xét về nguồn gốc, xuất xứ, cùng các chất lượng chỉ tiêu như độ ẩm, độ chua và hàm lượng vi sinh vật để đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn đã đặt ra.

##### **Bước 3: Kiểm soát quá trình sản xuất**

Trong quá trình sản xuất thông suốt, từ khâu nén bột, sợi sợi đến nấu và đóng gói, đều cần được giám sát gói. Các yếu tố như nhiệt độ, thời gian, độ ẩm được kiểm soát để đảm bảo sản phẩm đạt được chất lượng mong muốn. Bên cạnh đó, việc làm thủ công các quy định về bảo vệ sinh an toàn thực phẩm cũng rất quan trọng.

##### **Bước 4: Kiểm soát thành phẩm**

Sau khi hoàn tất quá trình sản xuất, sản phẩm sẽ được kiểm tra kỹ thuật lưỡng về ngoại hình, mùi vị, độ dai và các chỉ tiêu vi sinh vật. Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn sẽ được đóng gói và phân phối, trong khi những sản phẩm không đạt được sẽ bị loại bỏ

##### **Bước 5: Viết báo cáo kết quả**

Kết quả kiểm tra tại mỗi giai đoạn sẽ được nhận và tổng hợp thành báo cáo. Báo cáo này sẽ cung cấp thông tin chi tiết về chất lượng sản phẩm,

giúp doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của quá trình sản xuất và đưa ra quyết định cải tiến.

#### **Bước 6: Phân tích nguyên nhân và giải quyết**

Khi sản phẩm không đạt yêu cầu, doanh nghiệp cần tiến hành phân tích để xác định nguyên gốc gốc của vấn đề. Sau khi tìm ra nguyên nhân, các giải pháp sẽ được đề xuất và phát triển nhằm ngăn chặn tình trạng tương tự xảy ra trong tương lai.

### **4.2.6. Quy trình xử lý đơn hàng**

#### **Bước 1: Tiếp nhận đơn hàng từ khách hàng:**

Khách hàng có thể đặt mua hũ tiêu Sợi Thơm qua nhiều kênh khác nhau: website, app, hoặc gọi điện trực tiếp.

Dù đặt hàng qua kênh nào, khách hàng cũng cần cung cấp những thông tin cơ bản như: tên, địa chỉ, số điện thoại và số lượng sản phẩm.

Sau khi nhận được đơn hàng, nhân viên hoặc hệ thống sẽ kiểm tra lại thông tin khách hàng cung cấp. Nếu có bất kỳ thông tin nào chưa chính xác hoặc thiếu sót, nhân viên sẽ liên hệ ngay với khách để xác nhận lại, đảm bảo đơn hàng được xử lý một cách chính xác và nhanh chóng.

#### **Bước 2: Xác nhận đơn hàng:**

Sau khi nhận được đơn hàng, nhân viên sẽ liên hệ với khách hàng để xác nhận lại thông tin. Quá trình này giúp đảm bảo rằng mọi thông tin về đơn hàng đều chính xác, từ đó giúp cho việc giao hàng diễn ra suôn sẻ và khách hàng nhận được đúng sản phẩm mà mình đã đặt.

#### **Bước 3: Kiểm tra tồn kho:**

Nhân viên kho sẽ tiến hành kiểm tra tình trạng hàng hóa để xác định xem sản phẩm hũ tiêu Sợi Thơm có sẵn trong kho hay không. Họ sẽ sử

dụng phần mềm quản lý kho để nhanh chóng xác định số lượng tồn kho và tình trạng hàng hóa.

#### **Bước 4: Chuẩn bị và đóng gói sản phẩm:**

Ngay sau khi đơn hàng được xác nhận, nhân viên sẽ tiến hành thu thập sản phẩm từ kho. Mỗi sản phẩm sẽ được đóng gói kỹ lưỡng bằng vật liệu chất lượng cao để đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Trên mỗi bao bì, nhân viên sẽ ghi rõ thông tin sản phẩm, ngày sản xuất và hạn sử dụng.

#### **Bước 5: Vận chuyển:**

Sau khi đóng gói, sản phẩm sẽ được chuyển giao cho đơn vị vận chuyển. Chúng tôi sẽ lựa chọn hình thức vận chuyển nhanh nhất để đảm bảo khách hàng nhận được hàng sớm nhất. Khách hàng có thể theo dõi đơn hàng mọi lúc, mọi nơi.

#### **Bước 6: Theo dõi và cập nhật tình trạng đơn hàng:**

Trong suốt quá trình vận chuyển, chúng tôi sẽ theo dõi đơn hàng sát sao và thông báo cho khách hàng về tình trạng giao hàng qua tin nhắn hoặc email. Khách hàng có thể yên tâm theo dõi đơn hàng của mình mọi lúc, mọi nơi.

#### **Bước 7: Giao hàng và xác nhận của khách hàng:**

Khi hàng đến nơi, nhân viên giao hàng sẽ kiểm tra hàng cùng khách hàng và yêu cầu khách ký nhận. Nếu có bất kỳ vấn đề gì xảy ra, nhân viên sẽ ghi nhận và xử lý ngay.

#### **Bước 8: Chăm sóc khách hàng và hậu mãi:**

Sau khi khách hàng đã nhận hàng, đội ngũ chăm sóc khách hàng sẽ chủ động liên hệ để thu thập phản hồi về trải nghiệm mua sắm và chất

lượng sản phẩm. Nhân viên sẽ gửi email hoặc thực hiện cuộc gọi để hỏi thăm và đảm bảo rằng khách hàng hài lòng với sản phẩm đã nhận.

#### **4.2.7. Quy trình đổi trả hàng**

Quy trình đổi trả hàng là một phần quan trọng trong dịch vụ khách hàng của VietTrad Food kinh doanh sản phẩm hũ tiêu ăn liền. Dưới đây là mô tả chi tiết về quy trình đổi trả hàng cho sản phẩm hũ tiêu ăn liền:

##### **Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu:**

Khi khách hàng có nhu cầu đổi trả sản phẩm, đội ngũ chăm sóc khách hàng của chúng tôi sẽ hỗ trợ khách hàng hoàn tất thủ tục một cách nhanh chóng và thuận tiện. Chúng tôi sẽ kiểm tra kỹ lưỡng thông tin đơn hàng và lý do đổi trả để đưa ra giải pháp phù hợp nhất.

##### **Bước 2: Kiểm tra điều kiện đổi hàng**

Bộ phận kiểm tra sẽ đánh giá kỹ lưỡng sản phẩm dựa trên các tiêu chí như thời gian mua hàng, tình trạng sản phẩm, nguyên nhân đổi trả và chính sách đổi trả của công ty. Nếu sản phẩm đáp ứng đủ điều kiện, yêu cầu đổi trả sẽ được chấp nhận.

##### **Bước 3: Thông báo hủy yêu cầu đổi trả**

Trong trường hợp yêu cầu đổi trả không được chấp nhận, chúng tôi sẽ gửi thông báo chi tiết đến khách hàng, giải thích rõ lý do và đề xuất các phương án hỗ trợ phù hợp.

##### **Bước 4: Thu lại hàng**

Nếu sản phẩm đủ điều kiện đổi trả, chúng tôi sẽ thu hồi sản phẩm từ khách hàng. Khách hàng có thể lựa chọn gửi trả qua dịch vụ bưu điện hoặc yêu cầu chúng tôi đến thu hồi.

### **Bước 5: Thực hiện đổi trả**

Sau khi thu hồi sản phẩm, chúng tôi sẽ tiến hành kiểm tra và thay thế bằng sản phẩm mới chất lượng. Nếu sản phẩm cần sửa chữa, chúng tôi sẽ gửi đến trung tâm bảo hành.

### **Bước 6: Hoàn tiền hoặc gửi sản phẩm thay thế**

Sau khi xác nhận quy trình đổi trả thành công, Sợi Thơm sẽ hoàn tiền trực tiếp vào tài khoản ngân hàng của khách hàng hoặc hoàn tiền bằng hình thức khác (tiền mặt, chuyển khoản) tùy theo chính sách công ty. Nếu khách hàng chọn nhận sản phẩm thay thế, Sợi Thơm sẽ gửi sản phẩm mới đến khách hàng qua bưu điện hoặc các dịch vụ vận chuyển, đồng thời thông báo cho khách hàng về thời gian giao hàng dự kiến.

### **Bước 7: Cập nhật, lưu trữ**

Việc cập nhật thông tin đổi trả vào hệ thống giúp Sợi Thơm nắm rõ tình hình, từ đó đưa ra các báo cáo chi tiết, phân tích nguyên nhân và cải tiến quy trình, mang đến trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng.

### **Bước 8: Phân chia nguyên nhân và cải thiện**

Thông qua việc phân tích dữ liệu đổi trả, Sợi Thơm sẽ xác định rõ các vấn đề tồn tại trong quy trình sản xuất, chất lượng sản phẩm và dịch vụ vận chuyển. Từ đó, các bộ phận liên quan sẽ cùng nhau đưa ra giải pháp tối ưu để nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ khách hàng.

#### **4.2.8. Quy trình chăm sóc khách hàng**

Tại Viettrad Food, chúng tôi tin rằng mỗi khách hàng đều xứng đáng được lắng nghe và phục vụ một cách tận tâm nhất. Dưới đây là quy trình chăm sóc khách hàng mà chúng tôi thực hiện để mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

#### **Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu/phản nản của khách hàng**

Tại Viettrad Food, chúng tôi tin rằng mỗi khách hàng đều xứng đáng được lắng nghe và phục vụ một cách tận tâm nhất. Dưới đây là quy trình chăm sóc khách hàng mà chúng tôi thực hiện để mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

## **Bước 2: Xác minh thông tin khách hàng và yêu cầu**

Ngay sau khi nhận được yêu cầu, nhân viên của chúng tôi sẽ tiến hành xác minh thông tin để đảm bảo phục vụ khách hàng một cách chính xác và chuyên nghiệp nhất.

## **Bước 3: Phân tích và phân loại vấn đề**

Việc phân loại yêu cầu của khách hàng giúp chúng tôi xác định rõ bản chất của vấn đề, từ đó đưa ra giải pháp chính xác và kịp thời, đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.

## **Bước 4: Xử lý và hỗ trợ yêu cầu**

Tùy theo tính chất của vấn đề, nhân viên sẽ cung cấp thông tin chi tiết, hướng dẫn sử dụng sản phẩm, hoặc chuyển yêu cầu đến bộ phận chuyên môn để tìm kiếm giải pháp kỹ thuật.

## **Bước 5: Theo dõi và đóng yêu cầu**

Sau khi cung cấp giải pháp, nhân viên sẽ theo dõi để đảm bảo rằng khách hàng hài lòng với kết quả. Họ sẽ liên hệ lại với khách hàng để kiểm tra xem yêu cầu đã được giải quyết thỏa đáng hay chưa. Khi khách hàng xác nhận hài lòng, nhân viên sẽ chính thức đóng yêu cầu.

## **Bước 6: Xem xét mức độ hài lòng của khách hàng và thu thập phản hồi**

Cuối cùng, để nâng cao chất lượng dịch vụ, Viettrad Food sẽ gửi khảo sát hoặc yêu cầu khách hàng cung cấp phản hồi về trải nghiệm của

họ. Thông tin này sẽ được sử dụng để cải thiện quy trình chăm sóc khách hàng, giúp mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng trong tương lai.

## **CHƯƠNG V. PHÁT TRIỂN GIÁ TRỊ DỊCH VỤ VÀ SẢN PHẨM**

### **5.1. Triển khai chức năng chất lượng (Quality Function Deployment - QFD)**

Việc triển khai chức năng chất lượng cho sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc ăn liền là một quy trình quan trọng để đảm bảo sản phẩm cuối cùng đáp ứng được yêu cầu và mong đợi của khách hàng, đồng thời duy trì tiêu chuẩn an toàn và chất lượng cao. Dưới đây là mô tả chi tiết từng bước của quá trình triển khai chức năng chất lượng cho sản phẩm của Viettrad Food.

#### **Bước 1: Xác định yêu cầu của khách hàng**

- Thu thập thông tin từ khách hàng: Tiến hành khảo sát và thu thập phản hồi từ khách hàng về các yêu cầu đối với hủ tiếu ăn liền, như hương vị, kết cấu, độ dai, tính tiện lợi, và giá cả.
- Phân tích thị trường: Nghiên cứu thị trường trong và ngoài nước để hiểu rõ xu hướng tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh, và các đặc điểm riêng của từng phân khúc khách hàng (truyền thống và chay).
- Thu thập phản hồi từ các kênh bán hàng: Tiếp nhận thông tin từ các nhà phân phối, cửa hàng, siêu thị về nhu cầu thực tế và phản hồi của khách hàng đối với sản phẩm hủ tiếu ăn liền của Viettrad Food.

#### **Bước 2: Xác định các yếu tố chất lượng (Quality Characteristics – QCs)**



- Định rõ tiêu chuẩn chất lượng cho sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc ăn liền, bao gồm độ dai của sợi hủ tiếu, hương vị tự nhiên của nước dùng, thời hạn sử dụng, và sự an toàn thực phẩm.

- Kiểm định chất lượng định kỳ: Tiến hành kiểm định định kỳ từng lô sản phẩm để đảm bảo sản phẩm luôn tươi mới, an toàn và giữ nguyên hương vị.

- An toàn thực phẩm: Đảm bảo quy trình sản xuất khép kín, không chứa hóa chất hoặc phụ gia độc hại. Sản phẩm cần tuân thủ nghiêm ngặt các quy định an toàn thực phẩm của trong nước và quốc tế.

- Hương vị và thành phần: Hủ tiếu cần giữ được hương vị truyền thống đậm đà, và hương vị chay thanh đạm, phù hợp với khẩu vị của nhiều đối tượng khách hàng.

- Độ dai và mềm của hủ tiếu: Đảm bảo sợi hủ tiếu có độ dai vừa phải khi chế biến, không bị nát khi ngâm nước hoặc khi nấu chín.

- Bao bì và bảo quản: Bao bì cần đảm bảo bảo quản sản phẩm tốt, không bị ẩm mốc và dễ dàng sử dụng. Nên sử dụng bao bì có thể tái chế hoặc thân thiện với môi trường.

### **Bước 3: Xác định ưu tiên**

- An toàn thực phẩm: Đây là yêu cầu ưu tiên hàng đầu, đảm bảo rằng hủ tiếu Sa Đéc của Viettrad Food luôn đạt chuẩn an toàn và không có bất kỳ chất bảo quản hay chất gây hại nào.

- Hương vị: Dựa trên kết quả khảo sát, khách hàng đánh giá cao hương vị đặc trưng của hủ tiếu Sa Đéc. Vì thế, yếu tố này cũng được ưu tiên để đảm bảo sản phẩm giữ được nét truyền thống nhưng vẫn phù hợp với xu hướng hiện đại.

- Tính tiện lợi: Yếu tố tiện lợi là quan trọng đối với sản phẩm ăn liền. Sản phẩm cần dễ dàng chế biến và sử dụng trong thời gian ngắn, đáp ứng nhu cầu nhanh chóng của người tiêu dùng.

- Tài nguyên và ngân sách: Đánh giá nguồn lực và tài chính hiện có để phân bổ cho việc cải tiến các yếu tố chất lượng, trong đó ưu tiên phát triển hương vị và cải thiện bao bì thân thiện với môi trường.

#### **Bước 4: Thiết kế và phát triển sản phẩm**

- Thiết kế sản phẩm: Các yếu tố chất lượng như hương vị, độ dai, và tính tiện lợi sẽ được tích hợp vào quy trình sản xuất hủ tiếu Sa Đéc. Đảm bảo các nguyên liệu sạch, quy trình sản xuất khép kín và không dùng chất bảo quản.

- Đánh giá và đóng gói: Sau khi sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng, tiến hành quy trình đóng gói hiện đại, sử dụng công nghệ hút chân không hoặc bao bì chống ẩm để bảo quản sản phẩm tốt hơn và kéo dài thời gian sử dụng. Bao bì cũng cần dễ mở, tiện lợi cho người sử dụng.

- Tiếp thị và phân phối: Sử dụng nền tảng trực tuyến như website, trang mạng xã hội (Facebook, TikTok) để quảng bá sản phẩm. Tạo chương trình khuyến mãi và ưu đãi hấp dẫn để thu hút người tiêu dùng và tăng nhận diện thương hiệu Viettrad Food. Hợp tác với các kênh phân phối truyền thống và siêu thị để đảm bảo sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách rộng rãi.

- Đánh giá và cải tiến: Liên tục theo dõi hiệu suất bán hàng và nhận phản hồi từ khách hàng qua các kênh phân phối. Sử dụng phản hồi này để cải tiến quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm, đảm bảo sản phẩm luôn đáp ứng nhu cầu khách hàng.

#### **Bước 5: Kiểm tra, cải tiến và đảm bảo chất lượng**

- Kiểm tra chất lượng định kỳ: Thực hiện kiểm tra định kỳ về chất lượng và an toàn thực phẩm để đảm bảo rằng sản phẩm của Viettrad Food luôn đạt tiêu chuẩn. Tích hợp công nghệ mới vào quy trình sản xuất để tối ưu hóa hiệu suất và giảm thiểu sai sót.

- Cải tiến liên tục: Áp dụng phương pháp cải tiến liên tục (Continuous Improvement) trong quy trình sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm và hiệu quả vận hành. Dựa trên phản hồi từ khách hàng và kết quả kiểm định, điều chỉnh các yếu tố kỹ thuật để sản phẩm hủ tiếu ăn liền của Viettrad Food luôn đáp ứng hoặc vượt qua mong đợi của khách hàng.

- Việc triển khai QFD cho sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc ăn liền của Viettrad Food sẽ giúp tối ưu hóa chất lượng sản phẩm và cải thiện trải nghiệm khách hàng, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của công ty trên thị trường trong nước và quốc tế.

## **5.2. Tuyên ngôn giá trị**

VietTrad Food – nơi giao thoa giữa hương vị truyền thống và tiện nghi hiện đại, mang đến trải nghiệm ẩm thực đậm đà và trọn vẹn. Chúng tôi cam kết mang đến cho bạn và gia đình những sản phẩm chất lượng cao nhất với tiêu chuẩn an toàn tuyệt đối. Sợi Thơm không chỉ là một bữa ăn nhanh gọn, mà còn là cam kết về sức khỏe và dinh dưỡng với nguyên liệu tự nhiên, không chất bảo quản. Chúng tôi luôn đặt lợi ích của người tiêu dùng lên hàng đầu, đảm bảo mỗi gói hủ tiếu đều giữ trọn hương vị truyền thống và giá trị dinh dưỡng. Với giá cả phải chăng, Sợi Thơm là sự lựa chọn đáng tin cậy cho mỗi gia đình Việt, đem lại sự tiện lợi mà vẫn giữ được tinh túy ẩm thực quê nhà.

## **5.3. Dịch vụ hỗ trợ**

Dịch vụ hỗ trợ mà doanh nghiệp thực hiện nhắm đến khách hàng đã mua sản phẩm của Viettrad food để hỗ trợ và chăm sóc khách hàng trước,

trong và sau khi họ mua sản phẩm hoặc dịch vụ. Mục tiêu của dịch vụ khách hàng là tạo ra trải nghiệm tích cực cho khách hàng, xây dựng lòng trung thành và duy trì mối quan hệ lâu dài.

- Hỗ Trợ Tư Vấn

- + Trực tiếp: Nhân viên có thể tư vấn trực tiếp tại cửa hàng hoặc qua điện thoại về sản phẩm, giá cả, và cách sử dụng.

- + Trực tuyến: Cung cấp thông tin qua chat trực tuyến hoặc email để hỗ trợ khách hàng mọi lúc

- Tiếp Nhận Phản Hồi Và Khiếu Nại

Viettrad Food thiết lập các kênh như hotline, email và mạng xã hội để khách hàng có thể gửi ý kiến một cách thuận tiện. Đào tạo nhân viên để xử lý khiếu nại một cách nhanh chóng và hiệu quả sẽ góp phần xây dựng lòng tin từ khách hàng.

- Chăm Sóc Sau Bán Hàng

Viettrad Food theo dõi trải nghiệm của khách hàng sau khi mua sản phẩm bằng cách gửi email hoặc gọi điện hỏi thăm. Đồng thời, cung cấp hỗ trợ kỹ thuật qua hướng dẫn sử dụng và giải đáp thắc mắc sẽ giúp khách hàng cảm thấy được chăm sóc.

- Chương Trình Khách Hàng Thân Thiết

Các chương trình khách hàng thân thiết là cách hiệu quả để giữ chân khách hàng. Cung cấp thẻ thành viên với ưu đãi và điểm tích lũy cho mỗi lần mua hàng, cùng các chương trình khuyến mãi đặc biệt, sẽ tạo động lực cho khách hàng quay lại.

- Giao hàng nhanh chóng

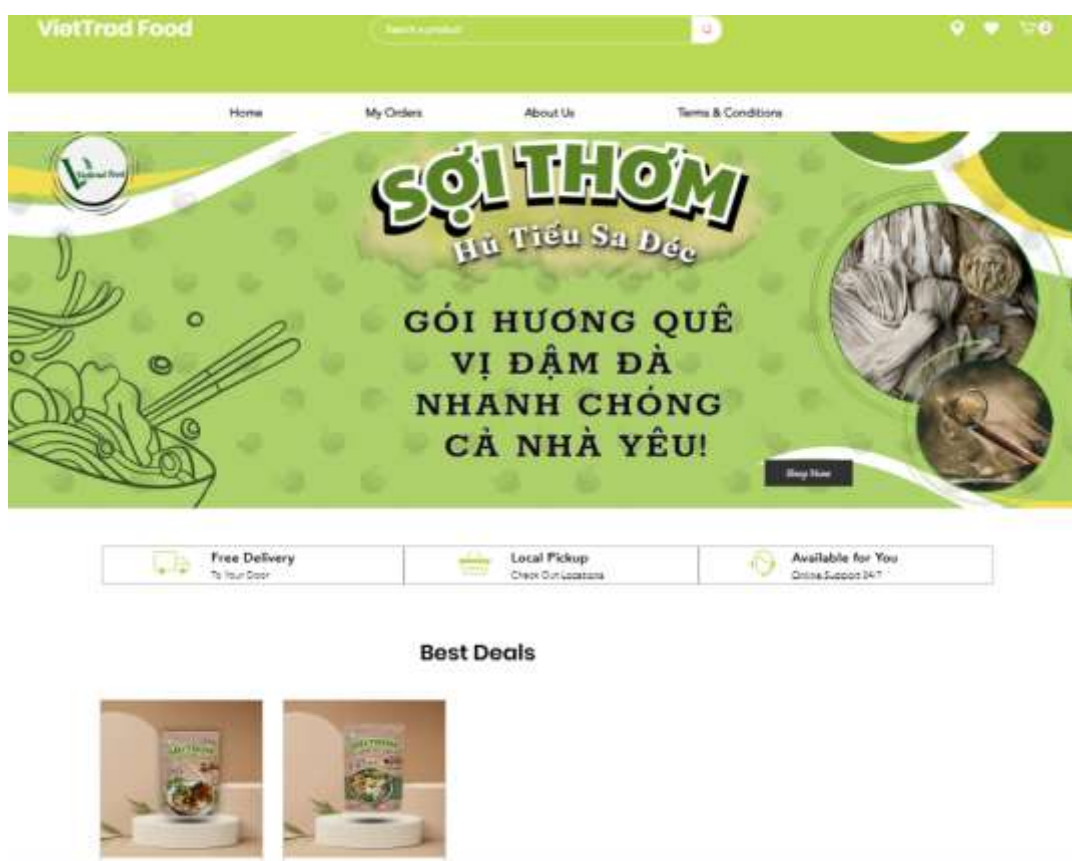
Đảm bảo giao hàng trong thời gian ngắn nhất có thể không chỉ nâng cao sự hài lòng của khách hàng mà còn tạo ra ấn tượng tích cực. Hợp tác

với các dịch vụ giao hàng uy tín sẽ giúp đảm bảo rằng sản phẩm đến tay khách hàng đúng thời gian và trong tình trạng tốt nhất.

## CHƯƠNG VI. CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

### 6.1. Xây dựng website

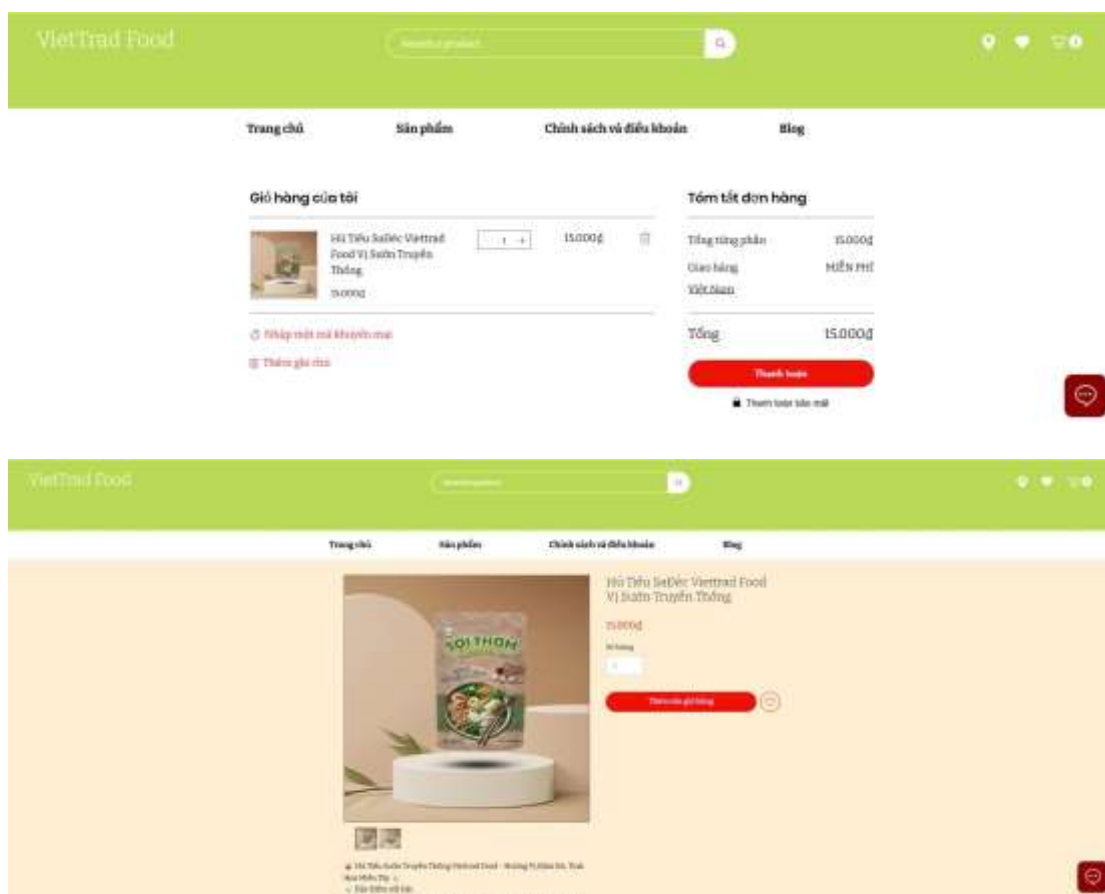
Nhóm tiến hành xây dựng website trên nền tảng Wix. Website được xem là bộ mặt đại diện cho doanh nghiệp. Việc tối ưu hóa website có thể giúp doanh nghiệp thể hiện được sự chuyên nghiệp và tối ưu trải nghiệm của khách hàng.



Hình 12: Giao diện của website VietTrad Food

Website có tích hợp giỏ hàng, thanh toán trực tuyến và các công cụ hỗ trợ như AI Chat box, Analytics. Giúp cho doanh nghiệp nâng cao chất lượng trong quy trình tự động hóa bán hàng. Đồng thời, doanh nghiệp có

thể theo dõi, phân tích hành vi khách hàng, từ đó điều chỉnh chiến lược kinh doanh linh hoạt và hiệu quả hơn.



Hình 13: Giao diện trang lựa chọn sản phẩm và thanh toán

## 6.2. Sử dụng nền tảng mạng xã hội

- **Tương tác trực tiếp:** Chat, bình luận giúp dễ chăm sóc khách hàng.
- **Tiếp cận nhanh chóng:** Hàng triệu người dùng, dễ dàng quảng bá sản phẩm.
- **Quảng cáo hiệu quả:** Nhắm mục tiêu đúng đối tượng với chi phí linh hoạt.

- **Xây dựng thương hiệu:** Fanpage giúp tạo cộng đồng và kết nối với khách hàng.



Hình 14: Trang chủ Facebook của Sợi Thơm

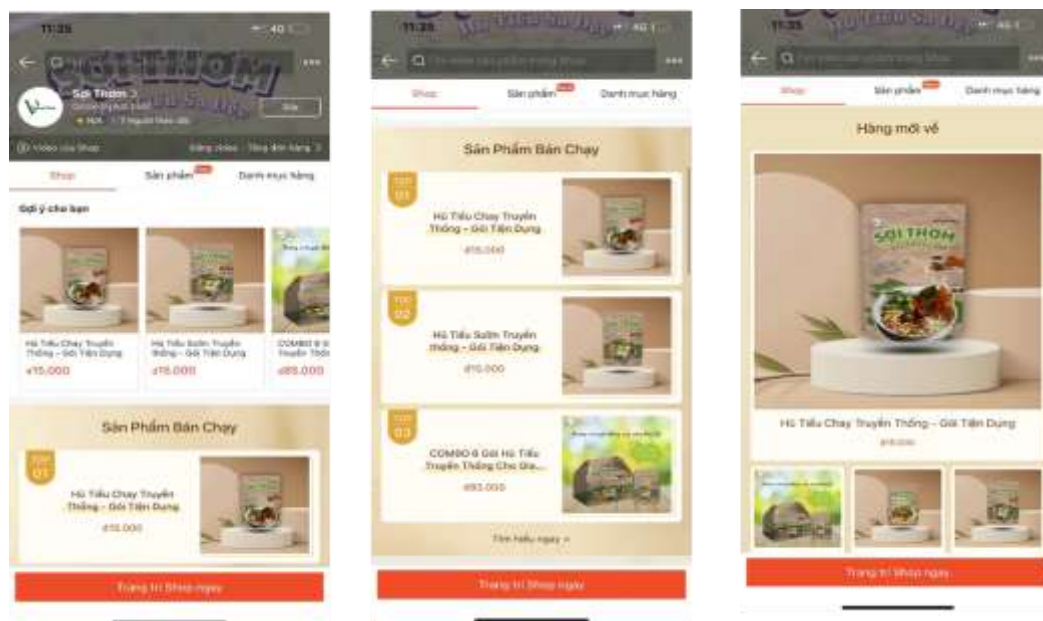


Hình 15: Sản phẩm được update liên tục trên Facebook

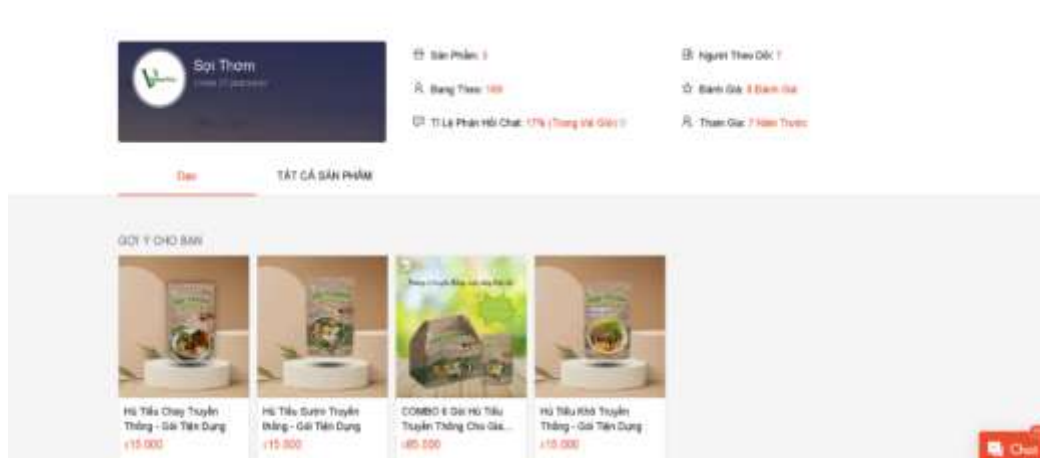
### 6.3. Sử dụng nền tảng thương mại điện tử

- **Lượng khách hàng lớn:** Nền tảng TMĐT hàng đầu với hàng triệu người dùng mỗi ngày.
- **Thanh toán và giao hàng tiện lợi:** Hỗ trợ nhiều hình thức thanh toán, ship toàn quốc.
- **Khuyến mãi hấp dẫn:** Flash Sale, miễn phí vận chuyển, thu hút người mua.

- **Độ tin cậy cao:** Hệ thống đánh giá sản phẩm từ khách hàng.





Hình 16: Trang chủ Shopee của sản phẩm



Hình 17: Danh mục sản phẩm trên trang Shopee



## MÔ TẢ SẢN PHẨM

 Hủ Tiếu Viettrad Food - Hương Vị Đậm Đà, Tinh Hoa Miền Tây 

Đặc điểm nổi bật:

- ✓ Sợi hủ tiếu dai ngon, tự nhiên, làm từ gạo chất lượng cao, không chất bảo quản.
- ✓ Nước dùng đậm đà, thơm ngọt từ xương hầm, mang đến vị ngọt tự nhiên, đúng chuẩn hương vị miền Tây.
- ✓ Topping thịt sườn mềm, thơm lừng, hòa quyện với nước dùng và hủ tiếu dai, tạo nên bữa ăn hoàn hảo.
- ✓ Tiện lợi, nhanh chóng, chỉ cần vài phút chuẩn bị là bạn đã có một bữa ăn thơm ngon đầy đủ dinh dưỡng.

Thông tin sản phẩm:

Khối lượng: 85g

Thành phần: Bột gạo, thịt sườn, gia vị từ thiên nhiên

Hạn sử dụng: 12 tháng kể từ ngày sản xuất




Cách sử dụng:

Đun sôi nước

Cho hủ tiếu và các gói rau sấy khô, nấu khoảng 3-5 phút, sau đó đổ nước sôi ra cho gia vị vào.

Thưởng thức cùng rau thơm, ớt, và chanh để tăng hương vị.

Tại sao nên chọn Hủ Tiếu Sườn Viettrad Food?

-  Sản phẩm được làm từ nguyên liệu tự nhiên, không chứa chất bảo quản.
-  Phù hợp với khẩu vị của người Việt, an toàn và đảm bảo vệ sinh thực phẩm.
-  Mang đậm hương vị truyền thống từ Sa Đéc, kết hợp công nghệ hiện đại, giữ trọn vị ngon trong từng sợi hủ tiếu.

Lưu đãi đặc biệt:  Mua 3 tặng 1 gói hủ tiếu ăn liền.  Giảm 10% cho đơn hàng đầu tiên.

Đặt hàng ngay để thưởng thức Hủ Tiếu đậm đà hương vị miền Tây tại nhà bạn!

Hình 18: Phân loại chi tiết từng sản phẩm

## 6.4. Quản lý đơn hàng và kho hàng tự động

Để quản lý đơn hàng và kho hàng của Viettrad Food, phần mềm Gosell đã chúng tôi được lựa chọn và tin dùng.

GoSELL là một nền tảng bán hàng và quản lý toàn diện nhất hiện nay. GoSELL có một hệ sinh thái cung cấp các giải pháp đa dạng cho Doanh nghiệp trên nền tảng O2O (offline to online và ngược lại). GoSELL là tên thương hiệu chung, nó bao gồm nhiều gói dịch vụ phục vụ cho các mục đích sử dụng khác nhau gồm: GoWEB, GoAPP, GoPOS, GoLEAD, GoCALL.



Hình 19: Tổng quan về nền tảng GoSELL

Quản lý đơn hàng hiệu quả: GoSELL cho phép đồng bộ và quản lý đơn hàng từ nhiều kênh bán hàng khác nhau như website, ứng dụng di động, các sàn thương mại điện tử và cửa hàng truyền thống.

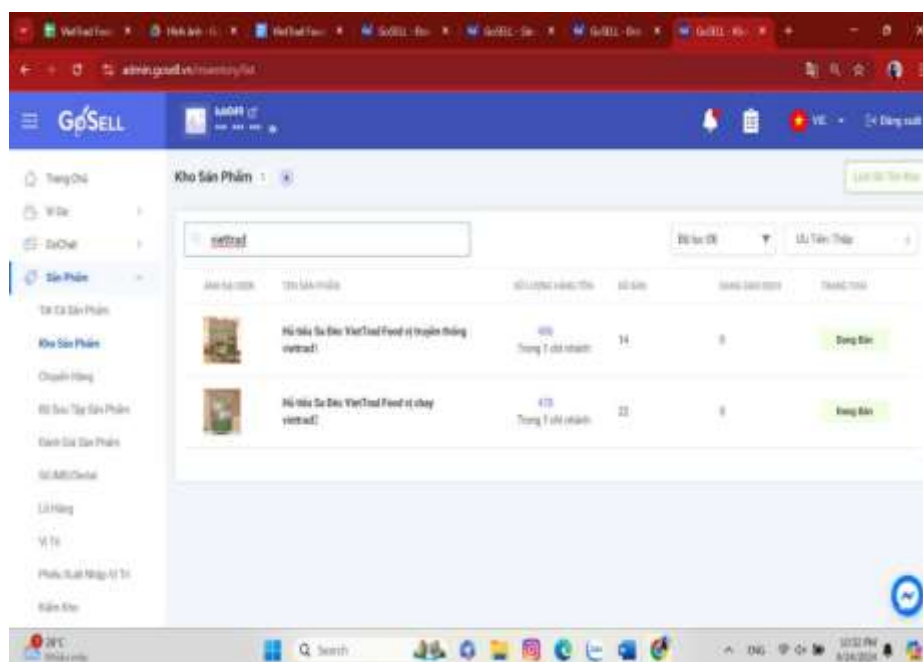
The screenshot shows the GoSELL web interface. On the left is a sidebar with navigation options: Tổng Quát, Website, Sản Phẩm, Bán Hàng, and others. The main area displays a table of orders with the following columns: MÃ ĐƠN HÀNG, TRẠNG THÁI, KHÁCH HÀNG, MÃ KHÁCH HÀNG, TỔNG TIỀN, PT THANH TOÁN, NGÀY ĐẶT HÀNG, and NGƯỜI HIỂN. The table contains several rows of order data.

MÃ ĐƠN HÀNG	TRẠNG THÁI	KHÁCH HÀNG	MÃ KHÁCH HÀNG	TỔNG TIỀN	PT THANH TOÁN	NGÀY ĐẶT HÀNG	NGƯỜI HIỂN
70180812	Số giao hàng	Nguyễn Thị Minh Thư	23894608	75,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70180811	Số giao hàng	Lê Thị Hương Duyên	23894612	100,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70180810	Số giao hàng	Khoa Tân Lân	23894609	200,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70180809	Số giao hàng	Lê Minh Quý	23894607	125,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70180808	Số giao hàng	Trương Như Tuấn	23894606	70,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70201677	Số giao hàng	Trần Quốc Khang	23894610	100,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70201676	Số giao hàng	Nguyễn Quốc Hưng	23894613	100,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner
70201680	Số giao hàng	Nguyễn Văn Hiệp	23894611	70,000	Tiền mặt	24/05/2024	Shop Owner

Hình 20: GoSELL quản lý đơn hàng

GoSELL giúp quản lý kho hàng, sản phẩm và nhà cung cấp một cách dễ dàng, đảm bảo hàng hóa luôn sẵn sàng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Ví dụ, nếu dữ liệu cho thấy hũ tiểu gà bán chạy vào mùa đông, Sợi

Thơm có thể đẩy mạnh tiếp thị và sản xuất sản phẩm này trong khoảng thời gian đó. Điều này giúp tối ưu hóa tồn kho và đáp ứng kịp thời nhu cầu.



Hình 21: GoSELL quản lý kho hàng

## 6.5. Marketing số

Mạng xã hội được xác định là kênh tiếp cận hiệu quả và tiết kiệm chi phí cho Sợi Thơm. Trên các nền tảng như Facebook, Instagram và TikTok, Viettrad Food có thể xây dựng hình ảnh mạnh mẽ thông qua các nội dung hấp dẫn, như video hướng dẫn nấu ăn với tiêu đề “Hủ tiếu chỉ trong 5 phút.” TikTok nổi bật với khả năng chia sẻ video sáng tạo, giúp người dùng dễ dàng tiếp cận và trải nghiệm sản phẩm.

Kế hoạch SEO cho hủ tiếu Sợi Thơm sẽ bắt đầu bằng việc nghiên cứu từ khóa, xác định các từ khóa như “hủ tiếu ăn liền” và “cách chế biến hủ tiếu.” Nội dung website với cấu trúc hợp lý với tiêu đề và thẻ H1, H2 chứa từ khóa chính cùng mô tả hấp dẫn. Tạo các bài blog chất lượng về lợi ích sức khỏe và công thức chế biến sẽ thu hút lượng truy cập tự nhiên, đồng thời nâng cao giá trị cho khách hàng.

Email marketing là công cụ hiệu quả để duy trì mối quan hệ và thúc đẩy doanh số cho hủ tiếu Sợi Thơm. Để triển khai Sợi Thơm xây dựng danh sách email từ khách hàng qua chương trình khuyến mãi, khảo sát, hoặc đăng ký nhận bản tin. Sử dụng phần mềm tự động hóa email như Mailchimp hoặc SendinBlue giúp gửi email theo lịch trình, theo dõi hiệu suất chiến dịch. Các chiến dịch bao gồm email chúc mừng sinh nhật kèm ưu đãi đặc biệt để tạo cảm giác cá nhân hóa. Phân khúc danh sách email theo sở thích và hành vi mua sắm sẽ nâng cao khả năng tương tác và chuyển đổi, giúp tiếp cận đúng đối tượng khách hàng với thông điệp phù hợp.

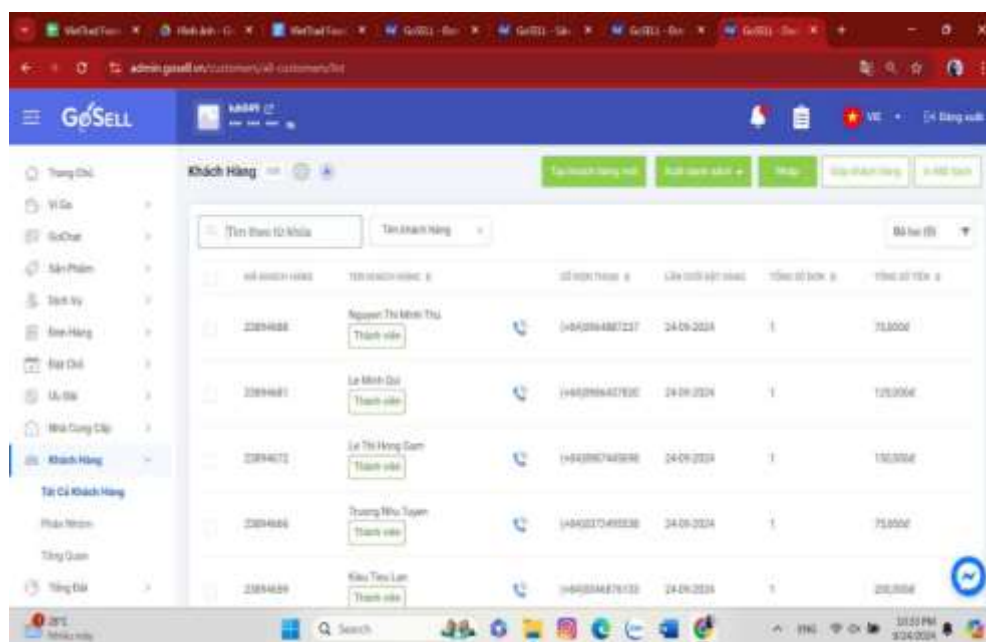
Hợp tác với influencer trong lĩnh vực ẩm thực giúp hủ tiếu Sợi Thơm tăng cường nhận diện thương hiệu và tạo nội dung hấp dẫn. Các influencer có khả năng tiếp cận đối tượng khách hàng mới, đồng thời tạo sự tin cậy, khuyến khích người tiêu dùng thử sản phẩm thông qua trải nghiệm cá nhân.

## **6.6. Chăm sóc khách hàng trực tuyến**

Sợi Thơm đã áp dụng Hệ thống Quản lý Quan hệ Khách hàng (CRM) nhằm thu thập và phân tích dữ liệu từ nhiều kênh như website, mạng xã hội và email. Việc này không chỉ tạo điều kiện cho việc hiểu biết sâu sắc về hành vi và nhu cầu của khách hàng mà còn giúp xây dựng một nền tảng vững chắc cho việc tương tác hiệu quả. Với CRM, đội ngũ chăm sóc khách hàng có khả năng theo dõi và phản hồi tức thì đối với các câu hỏi, khiếu nại hoặc phản hồi của khách hàng thông qua một giao diện tích hợp, nâng cao tính chuyên nghiệp và sự nhanh nhẹn trong dịch vụ.

Để đánh giá hiệu quả của hệ thống CRM, Sợi Thơm sẽ tập trung vào các chỉ số hiệu suất chính (KPIs) như thời gian phản hồi, tỷ lệ hài lòng của khách hàng (CSAT) và tỷ lệ giữ chân khách hàng. Những chỉ số này sẽ giúp phát hiện kịp thời các vấn đề tồn đọng và điều chỉnh chiến lược chăm sóc một cách linh hoạt, phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng. Bên cạnh đó, thông qua việc phân tích dữ liệu từ CRM, Sợi Thơm có thể nhận diện

các xu hướng tiêu dùng, từ đó triển khai các chương trình ưu đãi được cá nhân hóa, nhằm tối ưu hóa trải nghiệm của từng nhóm khách hàng.



Hình 22: GoSELL quản lý quan hệ khách hàng

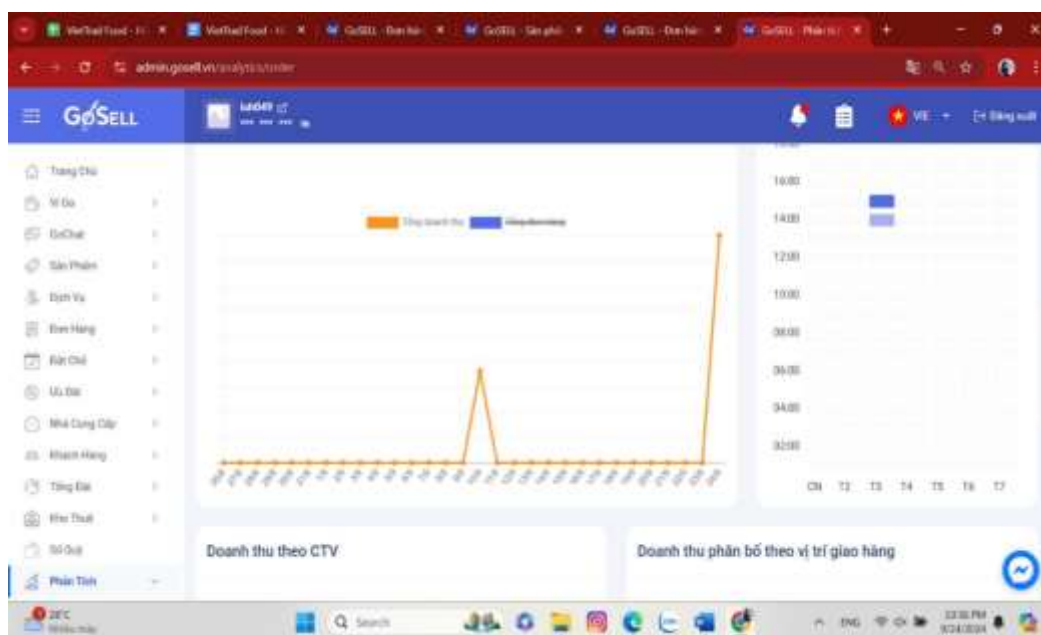
## 6.7. Phân tích dữ liệu

GoSELL sử dụng dữ liệu để dự đoán xu hướng mua sắm. Chẳng hạn, qua phân tích lịch sử bán hàng, Sợi Thơm có thể dự đoán rằng lượng tiêu thụ hủ tiếu tăng mạnh trong dịp Tết Nguyên Đán. Nhờ đó, Sợi Thơm có thể tăng sản lượng và quảng bá các combo khuyến mãi đặc biệt để thu hút người mua vào thời điểm này.

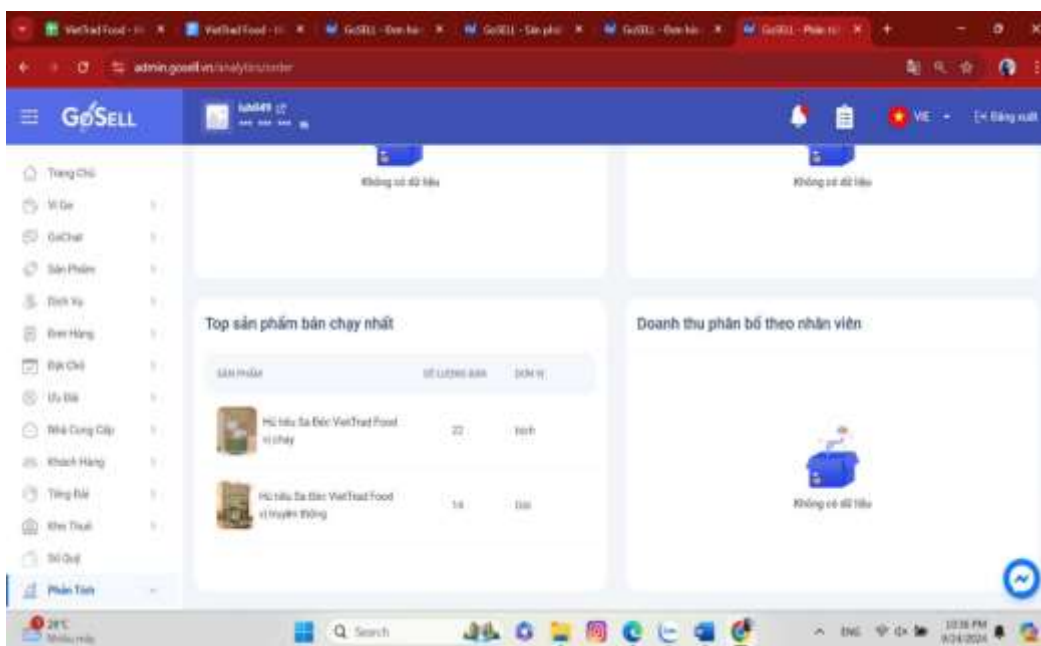
Cung cấp số liệu chi tiết về chi phí sản xuất và vận hành cho từng sản phẩm. Nếu chi phí đóng gói hủ tiếu vị truyền thống tăng, Sợi Thơm có thể điều chỉnh chiến lược giá hoặc tìm cách tối ưu hóa quy trình đóng gói để giữ biên lợi nhuận tốt hơn mà không ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

GoSELL phân tích các chiến dịch tiếp thị để đánh giá hiệu quả. Ví dụ, nếu một chương trình giảm giá 10% cho hủ tiếu ăn liền vị chay có tỷ lệ chuyển đổi cao hơn dự kiến, Sợi Thơm có thể mở rộng chương trình này

hoặc thử nghiệm chiến dịch tương tự với các sản phẩm khác nhằm tối ưu doanh số.



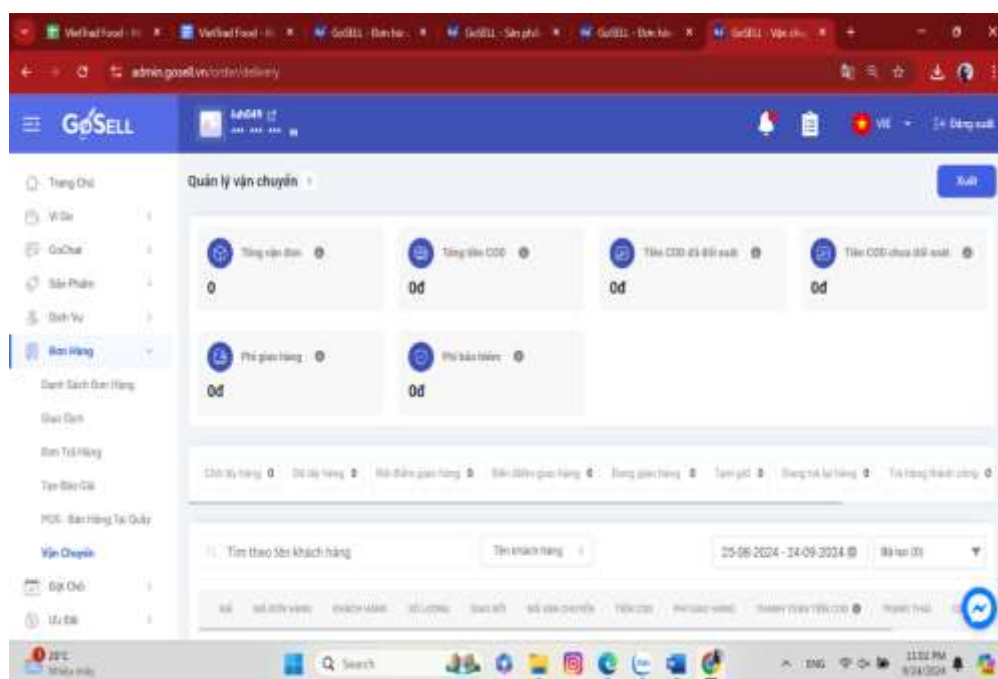
Hình 23: GoSELL phân tích doanh thu



Hình 24: GoSELL quản lý sản phẩm bán chậm

## 6.8. Tích hợp thanh toán và vận chuyển

Việc tích hợp thanh toán và vận chuyển trên website của Sợi Thơm rất quan trọng để tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Hệ thống sẽ cung cấp nhiều phương thức thanh toán như thẻ tín dụng, ví điện tử và chuyển khoản ngân hàng, giúp khách hàng lựa chọn phương thức phù hợp và thuận tiện nhất. Đồng thời, tích hợp với các đối tác vận chuyển như Giao hàng tiết kiệm và Giao hàng nhanh cho phép Sợi Thơm linh hoạt trong việc giao hàng đến khách hàng. Điều này không chỉ giúp tăng tỷ lệ hoàn tất đơn hàng mà còn cải thiện sự hài lòng của khách hàng, từ đó nâng cao doanh thu và tạo dựng lòng trung thành với thương hiệu.



Hình 25: GoSELL quản lý vận chuyển

## **CHƯƠNG VII: KIỂM SOÁT NGUỒN LỰC DOANH NGHIỆP**

### **7.1. Dự báo nhu cầu thị trường trong 3 tháng tiếp theo**

Dự báo nhu cầu sẽ tăng cao vào mùa đông khi thời tiết trở lạnh. Người tiêu dùng có xu hướng tìm kiếm các món ăn nóng, dễ chế biến như hủ tiếu ăn liền. Hơn nữa, thời tiết lạnh thúc đẩy sự tiêu thụ thực phẩm tiện lợi. Nhu cầu về hủ tiếu ăn liền sẽ tăng do thời tiết lạnh khiến người tiêu dùng ưu tiên món ăn ấm áp và nhanh chóng.

Các dịp lễ hội vào cuối năm sẽ tạo ra nhu cầu tiêu thụ cao hơn. Người tiêu dùng thường tìm kiếm các món ăn nhanh chóng, thuận tiện cho các buổi họp mặt gia đình và bạn bè. Sự gia tăng nhu cầu trong các dịp lễ hội có thể tạo cơ hội cho Sợi Thơm. Cần lên kế hoạch marketing cho các sản phẩm đặc biệt để thu hút khách hàng trong thời gian này, đồng thời đảm bảo cung ứng đủ hàng hóa.

Thói quen ăn uống của người tiêu dùng đang thay đổi, với nhiều người ưu tiên sản phẩm ăn liền. Việc thiếu thời gian chế biến thực phẩm là yếu tố quan trọng trong quyết định mua hàng. Sợi Thơm nên nhấn mạnh vào tính tiện lợi của sản phẩm trong chiến dịch quảng cáo. Các sản phẩm hủ tiếu cần được làm nổi bật để thu hút nhóm khách hàng bận rộn như nhân viên văn phòng.

Xu hướng tiêu dùng hiện nay cũng tập trung vào sức khỏe và dinh dưỡng. Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm sản phẩm có lợi cho sức khỏe và ít calo. Để phù hợp với xu hướng này, Sợi Thơm cần phát triển các sản phẩm hủ tiếu dinh dưỡng, có thành phần tự nhiên và ít chất béo.

### **7.2. Quản trị tồn kho**

#### **Lựa chọn phương pháp quản lý tồn kho:**

- Phương pháp FIFO (First In First Out): Hàng hóa nào nhập kho trước sẽ được xuất kho trước.



- Phương pháp LIFO (Last In First Out): Hàng hóa nào nhập kho sau sẽ được xuất kho trước.

### **Áp dụng hệ thống quản lý kho hàng:**

- Sử dụng phần mềm quản lý kho hàng để theo dõi số lượng, vị trí, tình trạng,... của hàng hóa.
- Cập nhật dữ liệu tồn kho thường xuyên và chính xác.
- Tự động hóa các quy trình nhập kho, xuất kho, kiểm kê hàng hóa.

### **Theo dõi và kiểm soát tồn kho:**

- Thực hiện kiểm kê hàng hóa định kỳ hoặc bất kỳ khi nào cần thiết.
- Phân tích báo cáo tồn kho để phát hiện bất thường, sai sót.
- Điều chỉnh mức tồn kho, phương pháp quản lý phù hợp khi cần thiết.

### **Xác định mức tồn kho tối thiểu và tối đa:**

- Mức tồn kho tối thiểu: Lượng hàng tối thiểu cần duy trì để đảm bảo đáp ứng nhu cầu khách hàng và tránh tình trạng hết hàng.
- Mức tồn kho tối đa: Lượng hàng tối đa cho phép lưu trữ để tránh lãng phí, lỗi thời, chi phí lưu kho cao.
- Áp dụng công thức tính toán mức tồn kho dựa trên nhu cầu dự báo, thời gian giao hàng, chi phí lưu kho,...

## **7.3. Lập kế hoạch cho việc nhập hàng hóa**

Việc nhập hàng hóa cho dự án VietTrad Food - Hủ Tiếu Sa Đéc Sợi Thom đòi hỏi sự tính toán và lập kế hoạch cẩn thận nhằm đảm bảo nguồn cung cấp nguyên liệu ổn định, chất lượng cao, và đáp ứng nhu cầu sản xuất.

### **Xác định nhu cầu nhập hàng**

Dự báo sản lượng: Dựa trên các dữ liệu kinh doanh trước đó và mục tiêu doanh số, chúng tôi sẽ xác định lượng nguyên liệu cần nhập, bao gồm:

sợi hủ tiếu Sa Đéc, gạo chất lượng cao, gia vị (hành phi, tiêu, nước lèo), và bao bì (túi giấy bảo vệ môi trường).

Chu kỳ nhập hàng: Do sản lượng tiêu thụ dự kiến của doanh nghiệp là 60.000 gói hủ tiếu/tháng, chu kỳ nhập hàng sẽ được thực hiện định kỳ hàng tháng để duy trì nguồn cung ổn định. Chu kỳ này có thể thay đổi tùy vào tình hình thị trường và nhu cầu tiêu thụ.

### **Lựa chọn nhà cung cấp**

Nhà cung cấp sợi hủ tiếu truyền thống: Do sản phẩm hủ tiếu Sa Đéc của VietTrad Food có nguồn gốc từ làng nghề Sa Đéc, nhà cung cấp chính sẽ là các lò hủ tiếu truyền thống đã được chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm. Việc này giúp đảm bảo chất lượng và hương vị của sản phẩm.

Nhà cung cấp gia vị và nguyên liệu bổ sung: Các gia vị và nguyên liệu khác như hành phi, tiêu, và nước lèo sẽ được lấy từ các nhà cung cấp địa phương uy tín. Để đảm bảo chất lượng và an toàn thực phẩm, các nhà cung cấp này sẽ được đánh giá định kỳ dựa trên các tiêu chí như nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất, và khả năng cung cấp ổn định

### **Thỏa thuận điều kiện và ký kết hợp đồng**

Giá cả và chất lượng: Sau khi lựa chọn nhà cung cấp, việc đàm phán giá cả và tiêu chuẩn chất lượng sẽ được thực hiện nhằm đảm bảo giá thành hợp lý nhưng vẫn đảm bảo chất lượng.

Điều kiện giao hàng: Chúng tôi sẽ ký kết hợp đồng rõ ràng về thời gian giao hàng, điều kiện bảo quản, và các điều khoản đổi trả trong trường hợp có vấn đề về chất lượng hoặc số lượng hàng hóa.

### **Lập kế hoạch nhập hàng và theo dõi**

Số lượng nhập: Dựa trên nhu cầu dự báo và mức tồn kho hiện tại, số lượng nhập sẽ được lên kế hoạch chi tiết hàng tháng. Điều này đảm bảo

rằng không có tình trạng hết hàng gây gián đoạn sản xuất, đồng thời tránh tình trạng tồn kho quá nhiều gây lãng phí.

Theo dõi và quản lý: Quá trình nhập hàng sẽ được theo dõi sát sao thông qua hệ thống quản lý kho để đảm bảo hàng hóa được nhập kịp thời và đúng theo kế hoạch

### **Kiểm tra chất lượng và thanh toán**

Kiểm tra chất lượng: Sau khi nhận hàng, VietTrad Food sẽ tiến hành kiểm tra chất lượng lô hàng, bao gồm độ dai của sợi hủ tiếu, chất lượng gia vị, và tình trạng bao bì. Bất kỳ sản phẩm nào không đạt chuẩn sẽ được trả lại hoặc xử lý theo hợp đồng.

Thanh toán: Sau khi kiểm tra và xác nhận hàng hóa, doanh nghiệp sẽ thực hiện thanh toán theo điều khoản hợp đồng đã ký kết

### **Quản lý kho**

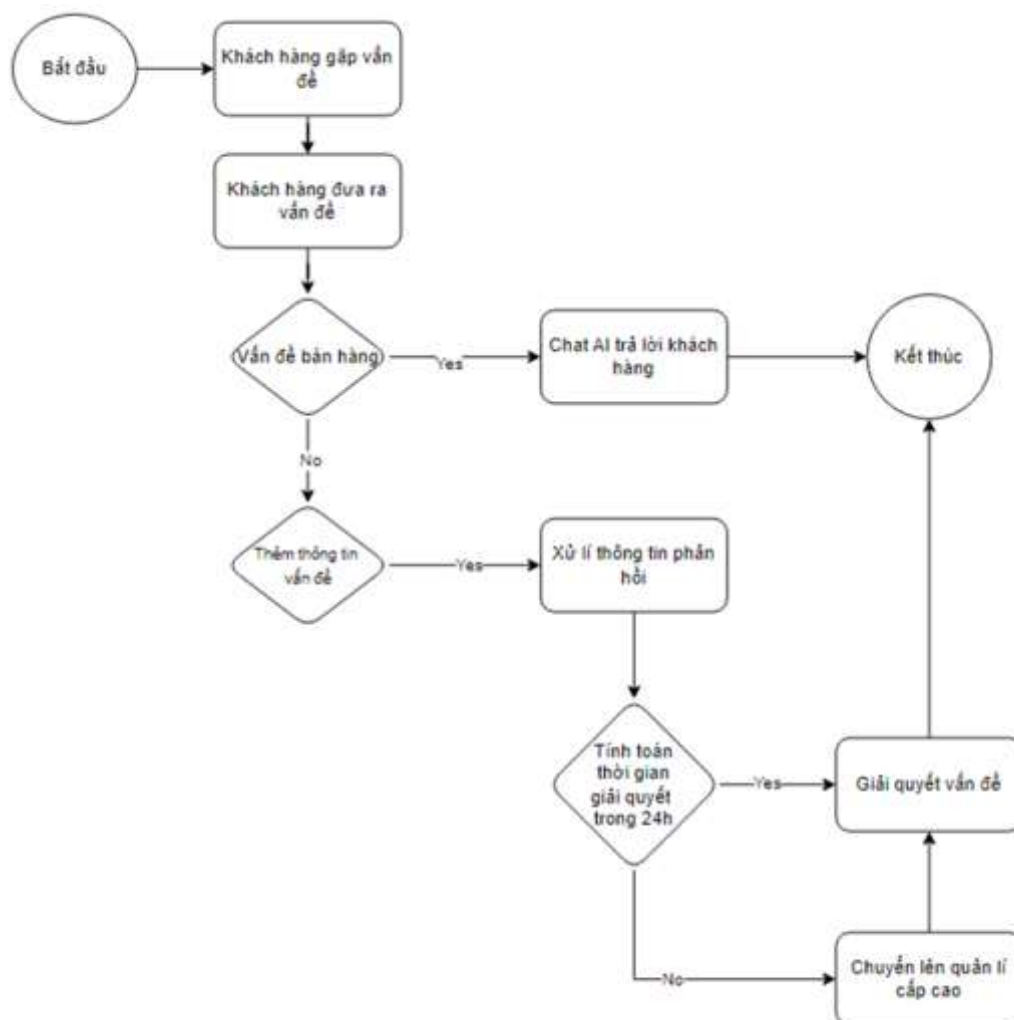
Bảo quản: Hàng hóa nhập về sẽ được lưu trữ theo tiêu chuẩn bảo quản nghiêm ngặt nhằm duy trì chất lượng của sợi hủ tiếu và gia vị, tránh hư hỏng hoặc giảm chất lượng do điều kiện môi trường.

Kiểm kê định kỳ: Kiểm kê tồn kho sẽ được thực hiện định kỳ để đối chiếu với số liệu thực tế, tránh thất thoát hoặc nhầm lẫn.

## CHƯƠNG VIII: HOẠT ĐỘNG TÍNH GỌN VÀ LINH HOẠT

### 8.1. Thiết lập hoạt động tính gọn

#### 8.1.1. Ứng dụng AI

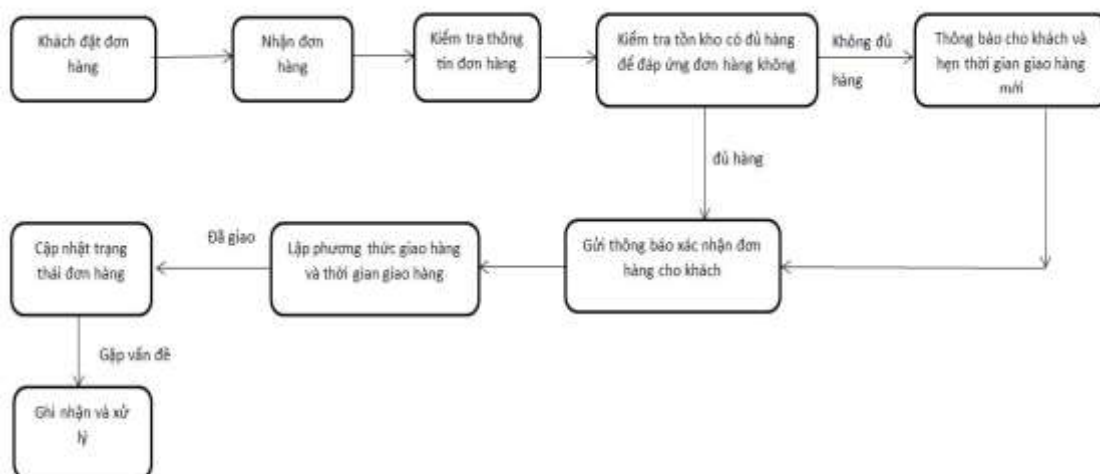


Hình 26: Ứng dụng ERD trong quản lý chuỗi cung ứng

Một trong những lợi ích lớn nhất của chatbot là khả năng tiết kiệm thời gian. Nhờ khả năng xử lý nhiều yêu cầu cùng lúc, khách hàng nhận được phản hồi ngay lập tức mà không phải chờ đợi. Hơn nữa, chatbot hoạt động 24/7, cho phép hỗ trợ mọi lúc, ngay cả ngoài giờ làm việc. Điều này không chỉ tăng cường sự hài lòng của khách hàng mà còn giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ.

Sử dụng chatbot cũng giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí nhân sự bằng cách xử lý các câu hỏi phổ biến, cho phép tập trung vào các vấn đề phức tạp hơn. Ngoài ra, chatbot còn cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng bằng cách lưu trữ thông tin và đưa ra gợi ý phù hợp với nhu cầu.

### 8.1.2. Ứng dụng ERP trong quản lý đơn hàng



Hình 27: Quy trình quản lý đơn hàng

Quy trình quản lý đơn hàng tại Viettradfood được tự động hóa nhờ hệ thống ERP. Khi khách hàng đặt mua, hệ thống kiểm tra tồn kho và xác nhận nếu sản phẩm có sẵn. Nếu hết hàng, khách hàng sẽ được thông báo và có thể chọn phương án thay thế. Sau khi xác nhận, hệ thống tạo phiếu giao hàng và phân công cho nhân viên. Khi giao hàng thành công, trạng thái đơn hàng được cập nhật trên hệ thống, giúp quản lý hiệu quả và đảm bảo giao hàng đúng hẹn, nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

### 8.1.3. Triển khai JIT

Triển khai phương pháp Just-In-Time (JIT) tại VietTrad Food giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm hàng tồn kho, tiết kiệm chi phí và đáp ứng nhanh nhu cầu khách hàng. Bằng cách chỉ nhập nguyên liệu khi cần thiết, VietTrad Food duy trì chất lượng cao cho sản phẩm.

Để JIT hiệu quả, doanh nghiệp cần xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với nhà cung cấp, đảm bảo nguồn cung ổn định và linh hoạt điều chỉnh theo nhu cầu thị trường.

## **8.2. Rủi ro trong hoạt động tinh gọn**

### **8.2.1. Rủi ro khi sử dụng Chat AI**

Mặc dù chat AI mang lại nhiều lợi ích, nó cũng tiềm ẩn một số rủi ro. Thiếu tương tác con người có thể khiến khách hàng không hài lòng, và AI có thể hiểu sai ngữ cảnh, dẫn đến phản hồi sai và gây thất vọng.

Bảo mật thông tin cũng là mối quan tâm lớn, vì việc thu thập dữ liệu khách hàng có thể gây lo ngại về quyền riêng tư. Cuối cùng, chatbot thường khó xử lý tình huống phức tạp mà không có hướng dẫn rõ ràng, ảnh hưởng đến hiệu quả dịch vụ.

### **8.2.2. Rủi ro khi sử dụng ERP**

Triển khai hệ thống ERP tại Viettrad Food cần cân nhắc kỹ lưỡng các rủi ro tiềm ẩn. Việc quản lý chất lượng sản phẩm, đảm bảo an toàn thực phẩm, và tối ưu hóa chuỗi cung ứng đều yêu cầu độ chính xác cao.

Ngành thực phẩm đặc biệt nhạy cảm với thông tin nguyên liệu, sản phẩm và hạn sử dụng. Dữ liệu không chính xác có thể dẫn đến rủi ro an toàn thực phẩm, ảnh hưởng đến uy tín và gây thiệt hại kinh tế.

### **8.2.3. Rủi ro khi triển khai JIT**

Mặc dù JIT mang lại nhiều lợi ích, nhưng cũng tiềm ẩn rủi ro, đặc biệt là sự phụ thuộc vào nhà cung cấp. Nếu nhà cung cấp gặp sự cố trong sản xuất hoặc giao hàng, VietTrad Food có thể thiếu hụt nguyên liệu và gián đoạn sản xuất.

Ngoài ra, thay đổi nhu cầu tiêu dùng, cạnh tranh gia tăng và thiên tai cũng có thể ảnh hưởng đến hiệu quả của JIT. Do đó, VietTrad Food cần nhận thức rõ về những rủi ro này để có biện pháp đối phó kịp thời.

### **8.3. Giải pháp cho rủi ro khi triển khai hoạt động tinh gọn**

#### **8.3.1. Giải pháp khi sử dụng Chat AI**

Một cách hiệu quả là kết hợp AI và con người. Chatbot có thể xử lý câu hỏi đơn giản, nhưng khi gặp vấn đề phức tạp, nên chuyển giao cho nhân viên để đảm bảo hỗ trợ tốt nhất.

Doanh nghiệp cần đầu tư vào công nghệ AI tiên tiến để nâng cao khả năng hiểu và phản hồi của chatbot. Bảo mật dữ liệu khách hàng là rất quan trọng, và doanh nghiệp cần tuân thủ quy định quyền riêng tư. Cuối cùng, theo dõi hiệu suất và cập nhật chatbot thường xuyên là cần thiết để nâng cao chất lượng dịch vụ.

#### **8.3.2. Giải pháp khi sử dụng ERP**

Viettradfood cần chọn phần mềm ERP chuyên biệt cho ngành thực phẩm và đầu tư vào đào tạo nhân viên cùng quy trình làm việc rõ ràng. Việc tích hợp ERP với các hệ thống quản lý chất lượng và kho là rất quan trọng.

Hệ thống ERP nên tích hợp với các công cụ quản lý dữ liệu hiện đại để tự động hóa thu thập và cập nhật thông tin, giảm sai sót, theo dõi nguồn gốc nguyên liệu và hạn sử dụng. Cần thiết lập quy trình kiểm tra và xác minh dữ liệu định kỳ để đảm bảo tính chính xác.

Hệ thống ERP phải tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm như ISO 22000 hoặc HACCP, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và duy trì uy tín Viettrad Food. Hệ thống cũng cần có tính năng theo dõi vận chuyển và giao hàng, cũng như công cụ dự báo nhu cầu dựa trên dữ liệu lịch sử và xu hướng thị trường để lập kế hoạch sản xuất hiệu quả.

### **8.3.3. Giải pháp khi triển khai JIT**

Để giảm thiểu rủi ro khi triển khai JIT, VietTrad Food cần thực hiện một số giải pháp hiệu quả như sau:

Thứ nhất, xây dựng mạng lưới nhà cung cấp đa dạng để giảm phụ thuộc vào một nguồn cung, đảm bảo tính liên tục và cạnh tranh về giá cả.

Thứ hai, đầu tư vào công nghệ thông tin và phần mềm quản lý kho hiện đại giúp theo dõi hàng hóa và nhu cầu khách hàng, từ đó điều chỉnh đơn hàng linh hoạt.

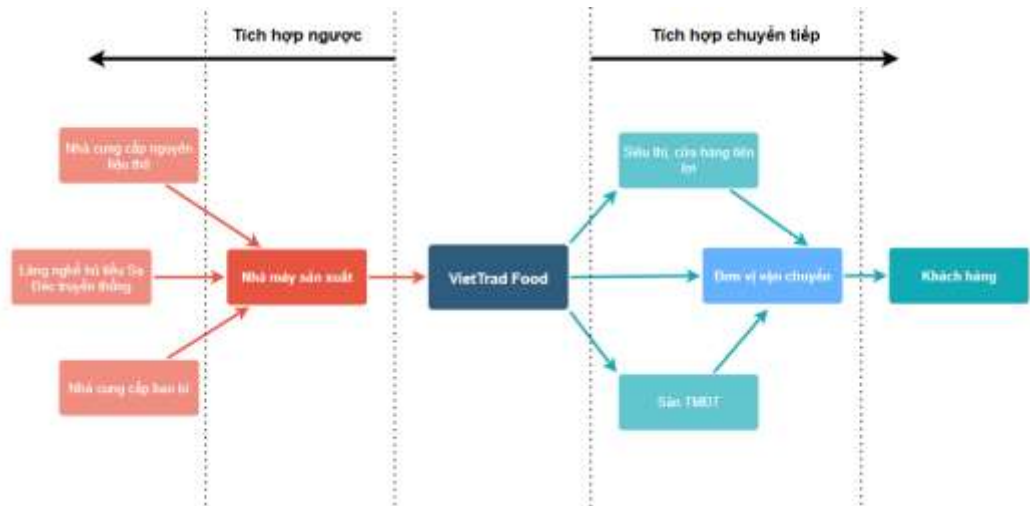
Cuối cùng, đào tạo nhân viên về quy trình JIT và tạo văn hóa làm việc linh hoạt sẽ tối ưu hóa hiệu suất.

Triển khai JIT không chỉ là phương pháp quản lý mà còn là sự chuyển đổi trong tư duy và hoạt động của VietTrad Food, giúp nâng cao giá trị sản phẩm và linh hoạt thích ứng với thị trường.



## CHƯƠNG IX: QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG BỀN VỮNG

### 9.1. Mạng lưới chuỗi cung ứng



Hình 28: Mạng lưới chuỗi cung ứng

### 9.2. Ma trận Kraljic trong quản lý mối quan hệ cung ứng



Hình 29: Ma trận Kraljic trong quản lý chuỗi cung ứng

Loại sản phẩm	Chiến lược	Mức độ rủi ro nguồn cung cấp	Tác động đến lợi nhuận	Ví dụ cụ thể	Chiến lược quản lý
Mặt hàng chiến lược (Strategic items)	Cần duy trì mối quan hệ lâu dài	Cao	Cao	Gạo Sa Đéc, công thức truyền thống	Phát triển quan hệ đối tác lâu dài với nhà cung cấp, đảm bảo tính ổn định và chất lượng, ký kết hợp đồng dài hạn.
Mặt hàng đòn bẩy (Leverage items)	Tận dụng sức mạnh mua hàng	Thấp	Cao	Bao bì, các loại gia vị chính	Đàm phán giá tốt nhất, tối ưu hóa chi phí thông qua các thỏa thuận mua hàng lớn, đa dạng hóa nhà cung cấp.
Mặt hàng nút thắt cổ chai (Bottleneck items)	Đảm bảo nguồn cung cấp ổn định	Cao	Thấp	Chất phụ gia tự nhiên đặc biệt	Dự trữ hàng hóa dự phòng, tìm kiếm các nhà cung cấp thay thế, thiết lập kế hoạch khẩn cấp.
Mặt hàng thường (Non-critical items)	Tối ưu hóa hiệu suất	Thấp	Thấp	Vật tư đóng gói phụ, dụng cụ bảo quản – vệ sinh cơ bản	Tìm kiếm nhà cung cấp giá rẻ, tập trung vào tối ưu hóa chi phí vận hành, sử dụng hợp đồng ngắn hạn linh hoạt.

*Bảng 2: Ma trận Kraljic của sản phẩm hủ tiếu ăn liền Sợi Thơm*

### 9.3. Triple Bottom Line – 3 yếu tố quan trọng trong quản lý chuỗi cung ứng

Ba yếu tố chính của Triple Bottom Line bao gồm:

Kinh tế: là yếu tố cơ bản nhất đối với sự đo lường hiệu quả của chuỗi cung ứng. Doanh nghiệp cần tối ưu hoá chi phí sản xuất, gia tăng hiệu quả và cải thiện tính cạnh tranh. Tuy nhiên, trong mô hình TBL, lợi nhuận

không chỉ đơn giản là số tiền doanh nghiệp thu về mà còn cần đạt được theo một cách bền vững và có trách nhiệm.

**Xã hội:** Trong quản trị chuỗi cung ứng, yếu tố con người tập trung vào việc bảo vệ quyền lợi của người lao động, môi trường làm việc công bằng và đảm bảo vệ sinh, an toàn lao động. Điều này bao gồm việc đối xử công bằng với nhà cung cấp, người lao động trong chuỗi cung ứng, và tính minh bạch trong các quyết định kinh doanh để giảm thiểu các ảnh hưởng xấu đối với cộng đồng địa phương.

**Môi trường:** Yếu tố môi trường nhấn mạnh việc giảm thiểu ảnh hưởng xấu đối với môi trường từ các quá trình sản xuất và phân phối trong chuỗi cung ứng. Điều này có thể bao gồm việc sử dụng tài nguyên bền vững, giảm thiểu khí thải carbon, xử lý chất thải, và thực hiện các biện pháp nhằm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên.

## **9.4. Xây dựng mạng lưới cung ứng bền vững**

### **9.4.1. Ứng dụng ERP vào quản lý cung ứng**

#### **Quản lý chuỗi cung ứng**

- Kiểm soát tồn kho: ERP có thể giúp quản lý nguyên liệu thô như gạo, bột năng và các thành phần khác để đảm bảo mức tồn kho tối ưu, ngăn ngừa tình trạng thừa hoặc thiếu hàng. Tích hợp với nhà cung cấp, như đã đề cập trong bài luận, sẽ cho phép tự động đặt hàng khi tồn kho xuống thấp.

- Quản lý nhà cung cấp: Phần mềm ERP có thể theo dõi và đánh giá các nhà cung cấp, đảm bảo chất lượng nhất quán cho sợi hủ tiếu truyền thống từ Sa Đéc. Hệ thống có thể giám sát hiệu suất của nhà cung cấp và tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm.

#### **Quản lý sản xuất**

- Lập kế hoạch sản xuất: ERP có thể tối ưu hóa quy trình sản xuất, từ khâu nhận nguyên liệu thô đến sản xuất và đóng gói hủ tiếu. Hệ thống có

thể lập lịch sản xuất dựa trên nhu cầu, tối ưu hóa việc sử dụng lao động và máy móc.

- Đảm bảo chất lượng: ERP có thể giám sát từng bước trong quy trình sản xuất để đảm bảo sản phẩm đủ tiêu chuẩn đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng của bạn. Hệ thống có thể theo dõi các kiểm tra chất lượng, xác định vấn đề và thực hiện các hành động khắc phục.

### **Bán hàng và phân phối**

- Xử lý đơn hàng: ERP giúp quản lý đơn hàng hiệu quả. Ví dụ, khi khách hàng đặt hàng trực tuyến, ERP có thể kiểm tra tồn kho ngay lập tức, lên lịch giao hàng và phát hành hóa đơn.

- Kênh phân phối: ERP có thể quản lý việc phân phối sản phẩm đến siêu thị, nhà hàng và các nền tảng bán hàng trực tuyến. Hệ thống có thể cung cấp thông tin theo thời gian thực về lô hàng và giúp dự đoán nhu cầu.

### **Quản lý tài chính**

- Kiểm soát chi phí: Bằng cách tích hợp dữ liệu tài chính, ERP có thể theo dõi chi phí nguyên liệu, lao động và hậu cần. Điều này giúp đảm bảo rằng công ty đạt được mục tiêu lợi nhuận đồng thời kiểm soát chi phí vận hành.

- Lập ngân sách và dự báo: Hệ thống ERP cung cấp các công cụ để dự báo tài chính dựa trên dữ liệu bán hàng trong quá khứ, điều rất quan trọng khi mở rộng ra các thị trường mới như Nhật Bản.

### **Quản lý quan hệ khách hàng (CRM)**

- Tích hợp dữ liệu khách hàng: ERP có thể tập trung hóa thông tin khách hàng, giúp cung cấp dịch vụ cá nhân hóa. Ví dụ, khách hàng có thể nhận được các đề xuất sản phẩm phù hợp dựa trên lịch sử mua hàng của họ.

- Chương trình khách hàng thân thiết: CRM được liên kết với ERP có thể quản lý các chương trình khách hàng thân thiết, cho phép khách hàng tích lũy điểm từ các lần mua hàng lặp lại và nhận được phần thưởng, như bạn đã đề cập về việc cá nhân hóa dịch vụ khách hàng.

### **Quản lý nhân sự**

- Lập lịch cho nhân viên: ERP có thể giúp quản lý lực lượng lao động hiệu quả, phân công nhiệm vụ và quản lý luân phiên ca làm việc, đảm bảo rằng có đủ nhân sự trong những giai đoạn sản xuất cao điểm.

- Bảng lương và tuân thủ: Hệ thống ERP giúp đơn giản hóa quy trình trả lương và đảm bảo tuân thủ các luật và quy định về lao động, điều rất quan trọng khi mở rộng quốc tế.

### **9.4.2. Trách nhiệm xã hội**

**Trách nhiệm xã hội (CSR)** của VietTrad Food không chỉ giới hạn ở việc cung cấp sản phẩm chất lượng, mà còn mở rộng ra cộng đồng, người lao động và môi trường. VietTrad Food cam kết xây dựng một mạng lưới cung ứng bền vững thông qua các hoạt động có trách nhiệm, từ khâu sản xuất nguyên liệu đến phân phối sản phẩm.

**Trách nhiệm với cộng đồng:** VietTrad Food chú trọng vào việc bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống Sa Đéc. Bằng cách tạo công ăn việc làm cho người dân địa phương, đặc biệt là các hộ gia đình làm nghề, công ty không chỉ đóng góp vào sự phát triển kinh tế vùng mà còn giúp duy trì giá trị văn hóa địa phương. VietTrad Food cũng đảm bảo các sản phẩm của mình tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm, như ISO 22000 và HACCP, nhằm mang lại sự yên tâm cho người tiêu dùng.

**Trách nhiệm với môi trường:** VietTrad Food hướng đến việc bảo vệ tài nguyên thiên nhiên thông qua các giải pháp bền vững. Công ty sử dụng bao bì thân thiện với môi trường, áp dụng công nghệ sản xuất sạch, tiết kiệm

năng lượng và giảm thiểu lượng chất thải phát sinh. Hơn nữa, VietTrad Food khuyến khích các nhà cung cấp nguyên liệu áp dụng các phương pháp canh tác bền vững, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên.

**Trách nhiệm với người lao động:** VietTrad Food đặt trọng tâm vào việc đảm bảo một môi trường làm việc an toàn, công bằng và phát triển bền vững cho nhân viên. Công ty cam kết trả lương hợp lý, đảm bảo quyền lợi lao động và tạo cơ hội đào tạo, phát triển kỹ năng cho đội ngũ nhân viên. Việc xây dựng lực lượng lao động đa dạng và hòa nhập là một phần quan trọng trong chiến lược nhân sự, giúp công ty không ngừng cải tiến và phát triển.