

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM**

**Khoa Công nghệ thông tin**

A picture containing text

Description automatically generated

**BÁO CÁO**

**MÔN: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**Đ Ề TÀI:**

**XÂY DỰNG**

**WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**BÁN QUẦN ÁO THỜI TRANG**

**GVHD: Lê Thị Ánh Tuyết**

**SV1: Lương Ngọc Thật**

**SV2: Huỳnh Phát Đạt**

**LỚP: DHHTTT17B**

*TP. HCM, ngày tháng năm 2023*

**Ý tưởng kinh doanh và Mô hình kinh doanh Canvas**

**1. Ý tưởng kinh doanh:**

**a. Mô tả**

- Nhu cầu lớn từ khách hàng: Mọi người cần quần áo hàng ngày và cho các dịp đặc biệt. Điều này tạo ra một thị trường lớn và ổn định.

- Tính đa dạng của sản phẩm: Thị trường quần áo đa dạng và đổi mới liên tục, có nhiều loại sản phẩm khác nhau để phục vụ nhu cầu và sở thích của đa dạng đối tượng khách hàng.

- Thị trường ổn định: Người tiêu dùng thường xuyên mua quần áo, không phụ thuộc vào tình trạng kinh tế. Ngay cả trong thời kỳ khó khăn, họ vẫn có thể mua những sản phẩm giá trị và cần thiết.

- Xây dựng thương hiệu: Kinh doanh quần áo có thể giúp bạn xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ nếu tạo ra những sản phẩm chất lượng và có phong cách riêng biệt.

**Vấn Đề Cần Giải Quyết**

**Khó Khăn Trong Việc Tìm Kiếm Phong Cách Độc Đáo**

* Người tiêu dùng muốn sở hữu những món đồ thời trang độc đáo và không giống ai khác. Tuy nhiên, quá trình tìm kiếm những sản phẩm này thường gặp khó khăn, và nhiều lựa chọn trên thị trường không đáp ứng được nhu cầu đặc biệt của họ.

**Thiếu Kết Nối Thực Sự**

* Trong khi thị trường thời trang trực tuyến phát triển mạnh mẽ, nhiều khách hàng vẫn cảm thấy thiếu sự kết nối thực sự với sản phẩm. Việc mua sắm trực tuyến đôi khi không mang lại trải nghiệm thực sự tương tác và thấy trước được sản phẩm một cách đầy đủ.

🡪 Điều này đặt ra thách thức lớn để giải quyết những vấn đề trên và tạo ra một trải nghiệm mua sắm thời trang độc đáo, cá nhân hóa, và mang lại sự hài lòng tối đa cho khách hàng.

**b. Giải pháp**

**Gợi Ý Thông Minh và Phân Loại:**

* Sử dụng trí tuệ nhân tạo để thu thập và phân tích dữ liệu từ hành vi mua sắm trước đó. Từ đó, cung cấp gợi ý thông minh về sản phẩm phù hợp với phong cách và sở thích cá nhân của từng khách hàng.

**Xây Dựng Cộng Đồng Thời Trang:**

* Tạo ra một cộng đồng thời trang trực tuyến nơi mà khách hàng có thể chia sẻ và tìm kiếm ý kiến, cùng nhau tạo ra những phong cách độc đáo. Điều này tạo ra không gian tương tác và giúp khách hàng cảm thấy kết nối với cộng đồng thời trang của mình.

**Chăm Sóc Khách Hàng Tận Tâm:**

* Xây dựng một dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tâm, hỗ trợ khách hàng trong quá trình mua sắm và giải đáp mọi thắc mắc. Điều này giúp tạo ra một trải nghiệm mua sắm thân thiện và cá nhân hóa hơn.

**Cam Kết Chất Lượng và Bền Bỉ:**

* Đảm bảo rằng mỗi sản phẩm không chỉ độc đáo mà còn đáp ứng tiêu chuẩn cao về chất lượng và bền bỉ. Sử dụng nguyên liệu chất lượng cao và quy trình sản xuất kiểm soát nghiêm ngặt.

1. **Lập mô hình kinh doanh để bắt đầu kinh doanh thương mại điện tử**

**Ảnh có chứa văn bản, ảnh chụp màn hình, thực đơn, Phông chữ

Mô tả được tạo tự động**

1. **Các mối đe dọa về an ninh mạng**

**1. Mô tả :**

* WI Fashion là một thương hiệu thời trang đa dạng và phong phú, nổi tiếng với việc nhập khẩu những sản phẩm chất lượng từ các công ty thời trang hàng đầu trên thị trường. Với sứ mệnh mang đến sự đa dạng và phong cách cho khách hàng, WI Fashion không ngừng tìm kiếm những xu hướng mới nhất và độc đáo nhất từ khắp nơi trên thế giới.
* WI Fashion không chỉ đơn thuần là một nơi mua sắm, mà còn là điểm đến của sự sáng tạo và cá nhân hóa. Bằng cách tổng hợp những sản phẩm từ các thương hiệu nổi tiếng, WI Fashion cung cấp một loạt các lựa chọn đa dạng từ trang phục hàng ngày đến trang phục dự tiệc, từ trang phục công sở đến trang phục thể thao, đảm bảo rằng mọi khách hàng đều có thể tìm thấy một phong cách phản ánh cá nhân của họ.
* Sự cam kết của WI Fashion không chỉ dừng lại ở việc cung cấp sản phẩm chất lượng, mà còn là trong việc tạo ra trải nghiệm mua sắm trực tuyến và offline thoải mái và tiện lợi nhất cho khách hàng. Với dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp và thân thiện, WI Fashion đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu và luôn cố gắng để mang lại trải nghiệm mua sắm tốt nhất có thể.
* Cửa hàng được trưng bày tại quận 1, TPHCM. Nhân viên làm việc sẽ có thông tin chấm công bằng máy để xác định danh tính và thời gian làm việc. Quản lý cửa hàng sẽ được quản lý máy tính tại cửa hàng và tài khoản để lưu trữ dữ liệu khách hàng và sản phẩm. Thương hiệu đã xây dựng được 1 số lượng người biết đến và đã có vài khách hàng tiềm năng.

**2. Các mối đe dọa và biện pháp ứng phó**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tài sản thông tin** | **Các mối đe dọa an ninh mạng tiềm ẩn** | **Bảo vệ** | **Phát hiện** | **Ứng phó** |
| 1) Cơ sở dữ liệu về khách hàng và sản phẩm | - Tấn công mạng và Rò rỉ dữ liệu  - Ransomware  - Phishing  - SQL Injection và Cross-Site Scripting (XSS)  - Quản lý không an toàn của dữ liệu | - Đào tạo nhân viên: Tổ chức các buổi đào tạo định kỳ cho nhân viên về an ninh mạng, nhấn mạnh vào việc nhận biết và phản ứng đúng đắn trước các mối đe dọa an ninh mạng.  - Tuân thủ quy định bảo mật: Đảm bảo rằng WI Fashion tuân thủ đầy đủ các quy định về bảo mật dữ liệu như GDPR để tránh phạt và tác động tiêu cực đến hình ảnh của thương hiệu.  - Kiểm tra lỗ hổng bảo mật: Thực hiện kiểm tra bảo mật định kỳ để phát hiện và sửa chữa các lỗ hổng bảo mật trong hệ thống và ứng dụng, giảm thiểu rủi ro từ các cuộc tấn công như SQL Injection và Cross-Site Scripting. | - Dùng camera để ghi lại quá trình ra vào của nhân viên và khách hàng  - Tạo giới hạn cho lượng người đăng nhập vào website tránh bị lỗi dữ liệu  - Dùng phần mềm ghi lại hành động trên máy chủ để dò soát các hành vi khả nghi | - Backup cơ sở dữ liệu về khách hàng và sản phẩm  - Dùng các bảo mật có thương hiệu uy tín để bảo vệ dữ liệu khách hàng |
| 2) Tài khoản quản lý cửa hàng | - Tài khoản bị tấn công  - Web bị tấn công DDOS  - Đánh cắp thông tin tài khoản | - Dùng các chính sách bảo mật tài khoản, không ủy quyển tất cả như máy chủ  - Cài đặt 2 lớp bảo mật 2 yếu tố | - Giám sát hành động của tài khoản quản lý  - Phân tích hành vi quản lý | - Thực hiện khôi phục hoặc khóa tài khoản khi có dấu hiệu đáng ngờ  - Thống báo cho người có trách nhiệm cao những hành vi có ý định truy cập sai trài vào tài khoản |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tài sản vật chất** | **Các mối đe dọa an ninh mạng tiềm ẩn** | **Bảo vệ** | **Phát hiện** | **Ứng phó** |
| 1) Máy chấm công | - Mất dữ liệu ngày chấm công của nhân viên  - Mất dữ liệu về thông tin riêng tư của nhân viên | - Liên kết bảo mật với máy chủ  - Tạo mật khẩu riêng cho máy  - Cài phần mềm cảnh báo kẻ xâm nhập trái phép | - Thấy chấm công lạ, đăng nhập không hợp lệ, thông báo ngay cho quản trị viên | -Khóa dữ liệu tạm thời  - Dùng phần mềm bảo vệ  - Mã hóa dữ liệu thông tin |
| 2) Máy tính quản lý cửa hàng | -Mất dữ liệu khách hàng  - Mất dữ liệu sản phẩm  - Mất thông tin nhân viên | - Tạo backup dữ liệu quan trọng  - Mã hóa dữ liệu cần thiết  - Tạo mật khẩu bảo vệ máy | -Phát hiện hành vi bất thường khi chỉnh sửa đến thông tin khách hàng, nhân viên và sản phẩm | - Mã hóa các dữ liệu cần thiết  - Khóa máy tính lập tức  - Khóa tài khoản liên quan đến máy chủ  - Tắt tất cả quyền truy cập từ quản lý |

1. **Lập kế hoạch marketing**
2. **Kế hoạch marketing là gì?**

* Kế hoạch marketing được hiểu là chiến lược bài bản và dài hạn được các doanh nghiệp xây dựng nhằm theo dõi việc quảng bá sản phẩm, dịch vụ, thương hiệu theo lộ trình nhất định.

1. **Xây dựng theo mô hình SOSTAC**
2. **Phân tích tình huống mô hình SWOT:**

* **Strengths:**
* Sản phẩm được làm từ các loại vải chất lượng cao, mang lại cảm giác thoải mái và đảm bảo sức khỏe cho người mặc.
* Thương hiệu đã xây dựng được một hệ thống sản xuất ổn định và đối tác tin cậy, giúp đảm bảo chất lượng sản phẩm và khả năng cung ứng hàng đúng hẹn.
* Đội ngũ thiết kế và nghiên cứu thị trường độc đáo, luôn cập nhật xu hướng mới và hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, từ đó tạo ra những sản phẩm phản ánh đúng với thị hiếu và phong cách của đối tượng mục tiêu.
* **Weaknesses:**
* Chi phí vận chuyển có thể tăng cao đặc biệt khi phải nhập khẩu nguyên liệu từ các quốc gia khác.
* Thị trường thời trang đầy cạnh tranh, đặc biệt là với sự gia nhập mạnh mẽ của các thương hiệu quốc tế, đòi hỏi phải có chiến lược marketing sáng tạo và hiệu quả để nổi bật.
* Rủi ro về không gian quảng cáo hạn chế và chi phí quảng cáo tăng lên có thể ảnh hưởng đến việc tiếp cận khách hàng mới và tăng trưởng doanh số.
* **Opportunities:**
* Khai thác tiềm năng từ thị trường trực tuyến và mạng xã hội, nơi mà người tiêu dùng thường tìm kiếm và mua sắm sản phẩm thời trang.
* Xây dựng các chương trình khuyến mãi, ưu đãi thành viên để tạo sự hấp dẫn và thúc đẩy sự trung thành của khách hàng.
* **Threats:**
* Sự cạnh tranh từ các thương hiệu thời trang nổi tiếng có thể làm giảm lợi thế cạnh tranh và doanh số bán hàng của sản phẩm.
* Thay đổi trong xu hướng thời trang và phong cách sống có thể làm giảm sự yêu thích của sản phẩm, đặc biệt nếu không thể nhanh chóng điều chỉnh và cập nhật sản phẩm để phản ánh xu hướng mới.

**b. Xác định mục tiêu theo mô hình 5S**

* **Sell:**
* Mang về nguồn lợi nhuận 100 triệu mỗi tháng: Đây là một mục tiêu cụ thể về doanh thu, giúp định hình và đo lường sự thành công kinh doanh.
* Sự tăng trưởng mỗi năm từ 10-20%: Mục tiêu này phản ánh mong muốn của doanh nghiệp trong việc mở rộng và phát triển doanh số bán hàng theo thời gian.
* Doanh số sản phẩm bán ra trên 7000 sản phẩm mỗi tháng: Đây là một mục tiêu về sản lượng, đo lường sự hiệu quả của quá trình sản xuất và bán hàng.
* **Serve**:
* Cung cấp dịch vụ khách hàng tốt nhất: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc tạo ra trải nghiệm tích cực cho khách hàng, từ đó tạo ra sự hài lòng và trung thành.
* Đạt được trên 80% lượng khách hàng đánh giá tích cực sản phẩm mỗi tháng: Đây là một mục tiêu cụ thể về đánh giá khách hàng, thể hiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.
* **Speak:**
* Số lượng tương tác trên các trang mạng xã hội đạt được trên 2000 lượt: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc tăng cường hiện diện và tương tác trên mạng xã hội để tăng sự nhận biết thương hiệu và tương tác với khách hàng.
* Các bài viết quảng bá về sản phẩm mới mỗi tháng đạt được 20 bài: Mục tiêu này đảm bảo việc quảng bá và thông tin về sản phẩm được lan truyền đến đối tượng mục tiêu.
* **Save:**
* Giảm 15% chi phí vận chuyển: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc tối ưu hóa chi phí vận chuyển, từ đó tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh.
* Số lượng sản phẩm bị hoàn lại giảm 20%: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc giảm thiểu sự phát sinh chi phí không cần thiết từ việc hoàn trả sản phẩm.
* **Sizzle:**
* Số lượng truy cập trang web tăng 20% mỗi tháng: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc tăng cường hiện diện trực tuyến và tăng lượng truy cập trang web để tăng cơ hội bán hàng.
* Tăng độ nhận dạng thương hiệu đến 30%: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc xây dựng và tăng cường nhận thức về thương hiệu trong tâm trí của khách hàng.
* Tăng số lượt tìm kiếm thương hiệu 20%-25% mỗi tháng: Mục tiêu này nhấn mạnh vào việc tăng cường hiện diện và tìm kiếm trực tuyến, từ đó tăng cơ hội tiếp cận khách hàng mới.

1. **Chiến lược marketing để đáp ứng mục tiêu**

* **Tối ưu hóa chiến lược marketing thông qua mạng xã hội:**
* Xây dựng các trang mạng xã hội trên các nền tảng như Facebook, TikTok để tương tác chặt chẽ với khách hàng, chia sẻ thông tin về sản phẩm, và thúc đẩy sự tương tác.
* Tạo ra các video và hình ảnh hấp dẫn về sản phẩm, kèm theo ưu đãi và thông tin thú vị để thu hút sự quan tâm của cộng đồng mạng.
* Sử dụng phương tiện quảng cáo thông qua các KOL (Key Opinion Leaders) hoặc người nổi tiếng trên mạng xã hội để tăng cường sự hiểu biết và tin tưởng từ khách hàng.
* **Tối ưu công cụ tìm kiếm (SEO):**
* Tối ưu hóa trang web và nội dung để nằm trong top kết quả tìm kiếm trên các công cụ tìm kiếm như Google.
* Nghiên cứu từ khóa phù hợp và sử dụng chúng một cách hiệu quả trong nội dung để thu hút lượng truy cập từ khách hàng tiềm năng.
* **Tiếp thị nội dung:**
* Tạo ra nội dung chất lượng, hấp dẫn và có giá trị về thời trang, xu hướng, cách kết hợp trang phục và liên kết chúng với sản phẩm quần áo của doanh nghiệp.
* Chia sẻ thông tin hướng dẫn sử dụng sản phẩm, các bài viết về cách phối trang phục để tạo ra sự thu hút và tương tác với khách hàng.
* **Thư điện tử:**
* Xây dựng hệ thống thu thập phản hồi từ khách hàng thông qua email, khảo sát, và các kênh liên lạc khác để đánh giá và cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.
* Gửi các thông báo về khuyến mãi, sự kiện và sản phẩm mới thông qua email đến khách hàng đã đăng ký nhận thông tin.
* **Hiển thị:**
* Sử dụng các công cụ hiển thị đích đến như retargeting để theo dõi và hiển thị quảng cáo sản phẩm quần áo đến khách hàng sau khi họ đã tìm kiếm sản phẩm trên trang web của doanh nghiệp.

1. **Thiết kế kế hoạch hành động theo mô hình 5w1h**

**Who:**

* Đối tượng khách hàng là người trẻ tuổi, đặc biệt là phụ nữ, có mức thu nhập trung bình đến cao.
* Đặc điểm quan trọng của đối tượng này là họ quan tâm đến thời trang và phong cách, đồng thời cũng chú trọng đến sức khỏe và phong cách sống lành mạnh.

**What:**

* Sản phẩm là quần áo và phụ kiện thời trang được thiết kế và sản xuất từ các loại vải tự nhiên, chất lượng, an toàn và lành tính với làn da.
* Các sản phẩm được thiết kế để đáp ứng các nhu cầu và phong cách riêng biệt của khách hàng, từ quần áo hàng ngày đến trang phục dành cho các sự kiện đặc biệt.

**Where:**

* Sử dụng các kênh truyền thông xã hội như Instagram, Facebook, YouTube và TikTok để tiếp cận đối tượng khách hàng trẻ tuổi, đặc biệt là phụ nữ quan tâm đến làn da và sức khỏe.
* Tham gia các sự kiện offline như hội chợ thời trang, triển lãm thời trang để tạo cơ hội gặp gỡ trực tiếp với khách hàng và giới thiệu sản phẩm

**When:**

* Quảng bá sản phẩm trước thời gian công bố khoảng 1-2 tháng để xây dựng sự chờ đợi và thu hút sự chú ý của khách hàng.

**Why:**

* Tăng doanh số bán hàng bằng cách cung cấp các sản phẩm chất lượng và phù hợp với nhu cầu của đối tượng khách hàng.
* Xây dựng mối quan hệ khách hàng bền vững bằng cách cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tình và chu đáo.
* Xây dựng và phát triển thương hiệu trong lĩnh vực thời trang và làm đẹp.

**How:**

* Sử dụng quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội để tạo sự nhận biết về sản phẩm và tạo sự tương tác với đối tượng khách hàng.
* Tổ chức các sự kiện ra mắt sản phẩm tại các cửa hàng thời trang và các sự kiện triển lãm thời trang.
* Hợp tác với các KOL trong lĩnh vực thời trang và làm đẹp để quảng cáo và giới thiệu sản phẩm đến đối tượng khách hàng mục tiêu.

1. **Kiểm soát**

Giai đoạn này để đảm bảo giữa mục tiêu và thực tế, là giai đoạn quan trọng để đảm bảo chiến lược tiếp thị đang diễn ra hiệu quả và đạt được mục tiêu đề ra

* **Xác định được các chỉ số quan trọng:** doanh số bán hàng, tương tác trên các trang mạng xã hội và lượt truy cập trang web
* **So sánh giữa mục tiêu và kết quả đạt được**
* Phân tích sự chênh lệch giữa mục tiêu và kết quả để tìm ra các vấn đề và cơ hội cần phải điều chỉnh và tối ưu hóa.
* **Thu thập dữ liệu về KPI đẫ đặt ra**
* Thu thập dữ liệu thống kê về doanh số bán hàng, tương tác trên mạng xã hội và lượt truy cập trang web theo định kỳ để đánh giá hiệu suất của chiến dịch tiếp thị.
* **Đánh gia sự thành công của chiến dịch marketing**
* Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công và thất bại của chiến dịch để học hỏi và điều chỉnh chiến lược tiếp thị trong tương lai.