

**ỨNG DỤNG QUẢN LÝ HIỆU THUỐC MEDKIT**

DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP

LỚP DHKTPM18C

Nhóm 17

1. Thân Hoàng Thiên Thiên – 22687721 (Nhóm trưởng)
2. Nguyễn Phan Minh Mẫn – 22679171
3. Võ Ngọc Thúy Vy – 22653241
4. Đặng Phúc Nguyên – 22728691

tp hỒ CHÍ MINH, THÁNG 12 NĂM 2024

mÔN PHÁT TRIỂN ỨNG DỤNG (Có đồ án)

Bộ môn Kỹ thuật phần mềm – Khoa Công nghệ thông tin – ĐH Công nghiệp TP. HCM

**MỤC LỤC**

[1. GIẢI THÍCH KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP: 2](#_Toc180679440)

[1.1 Nghiên cứu và lên ý tưởng: 2](#_Toc180679441)

[1.2 Lập kế hoạch chi tiết 2](#_Toc180679442)

[1.2.1 Kế hoạch sản phẩm: 2](#_Toc180679443)

[1.2.2 Kế hoạch tiếp thị: 2](#_Toc180679444)

[1.2.3 Kế hoạch tài chính: 3](#_Toc180679445)

[1.3 Phát triển sản phẩm 3](#_Toc180679446)

[1.4 Ra mắt sản phẩm 3](#_Toc180679447)

[1.5 Vận hành và mở rộng 3](#_Toc180679448)

[1.6 Đánh giá và tối ưu hóa 4](#_Toc180679449)

[2. DỰ ÁN CỦA NHÓM. TRÌNH BÀY KẾ HOẠCH CHO DỰ ÁN: 5](#_Toc180679450)

[2.1 Dự án của nhóm: 5](#_Toc180679451)

[2.2 Kế hoạch cho dự án 5](#_Toc180679452)

[2.2.1 Nghiên cứu và lên ý tưởng 5](#_Toc180679453)

[2.2.2 Lập kế hoạch chi tiết 5](#_Toc180679454)

[2.2.3 Phát triển sản phẩm 6](#_Toc180679455)

[2.2.4 Ra mắt sản phẩm 6](#_Toc180679456)

[2.2.5 Vận hành và mở rộng 6](#_Toc180679457)

[3. DỰ ÁN CỦA NHÓM KHÁC BIỆT 7](#_Toc180679458)

# GIẢI THÍCH KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP:

Kế hoạch phát triển dự án khởi nghiệp là một lộ trình chi tiết và toàn diện nhằm biến một ý tưởng kinh doanh thành một sản phẩm hoặc dịch vụ hoàn chỉnh, có khả năng cạnh tranh và thu hút khách hàng trên thị trường. Kế hoạch này bao gồm nhiều giai đoạn, từ nghiên cứu, phát triển, tiếp thị, đến vận hành và mở rộng. Dưới đây là các bước chính trong kế hoạch phát triển một dự án khởi nghiệp:

## Nghiên cứu và lên ý tưởng:

*Xác định vấn đề*: Bước đầu tiên và quan trọng nhất của mọi dự án khởi nghiệp là nhận diện một vấn đề cụ thể mà khách hàng đang gặp phải. Điều này đòi hỏi phải thực hiện khảo sát, phỏng vấn, và thu thập dữ liệu từ thị trường để hiểu rõ nhu cầu và khó khăn của thị trường mục tiêu. Nhận diện chính xác vấn đề giúp tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng, từ đó tăng khả năng thành công.

*Nghiên cứu thị trường*: Phân tích quy mô thị trường, xu hướng phát triển, đặc điểm đối thủ cạnh tranh và phân khúc khách hàng. Việc này giúp xác định tiềm năng thị trường, các cơ hội kinh doanh và điểm mạnh, yếu của đối thủ để tìm ra lợi thế cạnh tranh của dự án. Nghiên cứu thị trường cung cấp nền tảng dữ liệu quan trọng để ra quyết định và định hướng chiến lược.

*Ý tưởng và định hướng*: Dựa trên kết quả nghiên cứu, phát triển ý tưởng kinh doanh và xác định hướng đi chính của dự án. Ý tưởng cần mang tính đột phá hoặc cải tiến, giải quyết vấn đề đã xác định một cách hiệu quả hơn so với các giải pháp hiện có. Định hướng rõ ràng giúp dự án tập trung vào mục tiêu cụ thể và xây dựng lộ trình phát triển phù hợp.

## Lập kế hoạch chi tiết

### Kế hoạch sản phẩm:

*Tính năng sản phẩm*: Xác định các tính năng chính và phụ của sản phẩm. Đây là bước quan trọng để đảm bảo sản phẩm đáp ứng nhu cầu khách hàng và mang lại trải nghiệm tốt nhất. Các tính năng cần được mô tả chi tiết và phải giải quyết được vấn đề mà khách hàng đang gặp phải.

*Lộ trình phát triển*: Lập kế hoạch phát triển sản phẩm từ phiên bản MVP (Minimum Viable Product) đến các phiên bản hoàn thiện. MVP là phiên bản đơn giản nhất của sản phẩm có thể triển khai để thu thập phản hồi từ người dùng. Lộ trình phát triển giúp kiểm soát tiến độ và điều chỉnh chiến lược kịp thời dựa trên phản hồi thực tế.

### Kế hoạch tiếp thị:

*Chiến lược tiếp cận khách hàng*: Xác định các kênh tiếp thị và phương pháp tiếp cận hiệu quả như quảng cáo trực tuyến, mạng xã hội, email marketing và sự kiện quảng bá. Chiến lược này cần phù hợp với đặc điểm của thị trường mục tiêu và khả năng tiếp cận của khách hàng.

*Chiến dịch tiếp thị*: Lên kế hoạch cho các chiến dịch tiếp thị cụ thể, xác định thời gian, ngân sách và mục tiêu cho mỗi chiến dịch. Mỗi chiến dịch cần có mục tiêu rõ ràng và kế hoạch thực hiện chi tiết để đảm bảo hiệu quả cao nhất.

### Kế hoạch tài chính:

*Dự toán chi phí*: Ước tính chi phí phát triển, vận hành và tiếp thị sản phẩm. Chi phí bao gồm cả chi phí cố định (như lương nhân viên, thuê văn phòng) và chi phí biến đổi (như chi phí sản xuất, quảng cáo). Dự toán chi phí cần chi tiết và thực tế để tránh các rủi ro tài chính.

*Dự báo doanh thu*: Lập dự báo doanh thu dựa trên các kịch bản khác nhau (tăng trưởng chậm, trung bình, nhanh). Dự báo này cần phải thực tế và dựa trên dữ liệu thị trường, giúp định hình các chiến lược kinh doanh dài hạn.

*Kế hoạch gọi vốn*: Xác định số tiền cần thiết để triển khai dự án và phát triển trong các giai đoạn tiếp theo. Lên kế hoạch cho các vòng gọi vốn (seed funding, series A, series B,...) và chuẩn bị tài liệu để thu hút nhà đầu tư. Kế hoạch gọi vốn cần chi tiết và thuyết phục để đảm bảo nguồn tài chính cho dự án.

## Phát triển sản phẩm

*Thiết kế và phát triển*: Dựa trên kế hoạch sản phẩm, tiến hành thiết kế giao diện người dùng (UI/UX) và phát triển các tính năng đã xác định. Quy trình phát triển cần được kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo chất lượng và tiến độ. Thiết kế và phát triển cần tập trung vào trải nghiệm người dùng, đảm bảo sản phẩm dễ sử dụng và mang lại giá trị thực sự cho khách hàng.

*Kiểm thử và cải tiến*: Trước khi ra mắt, sản phẩm cần được kiểm thử kỹ lưỡng để phát hiện lỗi và các vấn đề tiềm ẩn. Việc kiểm thử có thể bao gồm kiểm thử chức năng, kiểm thử bảo mật, kiểm thử hiệu năng và kiểm thử trải nghiệm người dùng. Dựa trên phản hồi và kết quả kiểm thử, tiến hành các cải tiến cần thiết để sản phẩm hoàn thiện nhất có thể.

## Ra mắt sản phẩm

*Tiếp thị và quảng bá*: Triển khai các chiến dịch tiếp thị đã lên kế hoạch để giới thiệu sản phẩm đến khách hàng mục tiêu. Sử dụng đa dạng các kênh tiếp thị như truyền thông xã hội, quảng cáo trực tuyến, sự kiện trực tiếp và PR. Việc tiếp thị và quảng bá cần được thực hiện đồng bộ và mạnh mẽ để tạo sự chú ý và thu hút khách hàng.

*Thu hút người dùng*: Tạo các chương trình khuyến mãi, ưu đãi đặc biệt hoặc tặng voucher để thu hút người dùng ban đầu. Sử dụng các chiến lược như tiếp thị qua lời truyền miệng (word-of-mouth) và khuyến khích người dùng chia sẻ sản phẩm. Chiến lược thu hút người dùng cần sáng tạo và hấp dẫn để nhanh chóng xây dựng cơ sở khách hàng.

## Vận hành và mở rộng

*Quản lý vận hành*: Đảm bảo hoạt động của sản phẩm diễn ra suôn sẻ từ việc hỗ trợ khách hàng, quản lý đơn hàng đến bảo trì và cập nhật sản phẩm. Xây dựng hệ thống quản lý hiệu quả để theo dõi và giải quyết các vấn đề kịp thời. Quản lý vận hành cần chú trọng đến chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.

*Mở rộng quy mô*: Sau khi sản phẩm đã ổn định và đạt được sự chấp nhận từ thị trường, tiến hành mở rộng quy mô. Điều này có thể bao gồm phát triển thêm các tính năng mới, mở rộng sang các thị trường mới và xây dựng các quan hệ đối tác chiến lược. Kế hoạch mở rộng cần được chuẩn bị kỹ lưỡng để đảm bảo phát triển bền vững và hiệu quả.

## Đánh giá và tối ưu hóa

*Đo lường hiệu quả*: Sử dụng các chỉ số đo lường hiệu quả (KPIs) để đánh giá hiệu suất của sản phẩm và chiến lược kinh doanh. Các chỉ số có thể bao gồm số lượng người dùng, tỷ lệ chuyển đổi, doanh thu, chi phí và mức độ hài lòng của khách hàng. Đo lường hiệu quả giúp theo dõi tiến độ và hiệu quả của dự án, từ đó đưa ra các điều chỉnh kịp thời.

*Phân tích và tối ưu hóa*: Dựa trên dữ liệu thu thập được, tiến hành phân tích để tìm ra các điểm cần cải thiện. Tối ưu hóa sản phẩm và quy trình kinh doanh liên tục để đảm bảo sự phát triển bền vững và hiệu quả cao nhất. Phân tích và tối ưu hóa cần được thực hiện liên tục để duy trì lợi thế cạnh tranh và đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng.

# DỰ ÁN CỦA NHÓM. TRÌNH BÀY KẾ HOẠCH CHO DỰ ÁN:

## Dự án của nhóm:

Dự án của nhóm em là phát triển một ứng dụng quản lý dành riêng cho hiệu thuốc. Ứng dụng này được thiết kế nhằm giúp nhân viên hiệu thuốc quản lý đơn hàng, theo dõi tình trạng tồn kho và xử lý các giao dịch mua bán một cách hiệu quả và tiện lợi. Với mục tiêu nâng cao hiệu suất làm việc của nhân viên và cải thiện trải nghiệm khách hàng tại hiệu thuốc, nhóm em hy vọng rằng ứng dụng này sẽ trở thành công cụ không thể thiếu trong hoạt động hàng ngày của các hiệu thuốc. Chúng em tin rằng việc áp dụng công nghệ hiện đại vào quy trình quản lý sẽ mang lại nhiều lợi ích đáng kể, không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình làm việc mà còn nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

## Kế hoạch cho dự án

### Nghiên cứu và lên ý tưởng

*Xác định vấn đề*: Chúng em xác định các vấn đề mà nhân viên hiệu thuốc thường gặp phải, đặc biệt trong việc quản lý hàng tồn kho, đơn thuốc, và theo dõi thông tin khách hàng. Những thách thức chính bao gồm việc xử lý đơn hàng nhanh chóng, đảm bảo độ chính xác trong việc bán thuốc theo toa và theo dõi trạng thái đơn hàng. Sự thiếu chính xác hoặc chậm trễ trong việc tổ chức có thể dẫn đến sự không hài lòng của khách hàng và giảm hiệu quả quản lý. Do đó, một hệ thống quản lý hiệu thuốc hiệu quả có thể giúp giải quyết những vấn đề này, nâng cao hiệu suất và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

*Nghiên cứu thị trường*: Trước khi phát triển ứng dụng, chúng em đã tiến hành phân tích và khảo sát các hệ thống quản lý hiệu thuốc hiện có trên thị trường để hiểu rõ nhu cầu và khó khăn của các hiệu thuốc. Nhóm em đã tiếp cận các hiệu thuốc để thu thập dữ liệu thực tế, từ đó xây dựng các tính năng đáp ứng sát nhu cầu quản lý. Qua đó, nhóm em xác định được các xu hướng hiện tại trong việc quản lý thuốc và quản lý thông tin khách hàng, nhằm phát triển một ứng dụng có thể vượt qua các kỳ vọng của người dùng.

*Ý tưởng và định hướng*: Dựa trên dữ liệu thu thập được, nhóm em phát triển ý tưởng về một ứng dụng giúp quản lý đơn hàng, kiểm tra tồn kho, cập nhật thông tin thuốc, và xử lý các giao dịch nhanh chóng. Ứng dụng sẽ tập trung vào tính năng dễ sử dụng, giúp nhân viên hiệu thuốc có thể xử lý công việc hàng ngày một cách hiệu quả và chính xác hơn. Chúng em kỳ vọng rằng ứng dụng sẽ trở thành một phần không thể thiếu trong quy trình quản lý tại các hiệu thuốc, hỗ trợ tối đa cho cả nhân viên và khách hàng trong việc tiếp cận dịch vụ.

### Lập kế hoạch chi tiết

*Tính năng sản phẩm*: Sau khi xác định được ý tưởng cụ thể, nhóm em lập kế hoạch chi tiết cho dự án, bao gồm các tính năng chính như quản lý đơn hàng, theo dõi kho thuốc, sắp xếp đơn thuốc, lưu trữ thông tin khách hàng và tạo báo cáo thống kê. Mỗi tính năng đều được thiết kế để giúp nhân viên hiệu thuốc làm việc hiệu quả hơn, từ việc bán hàng trực tiếp đến quản lý đơn hàng online và đặt hàng nhà cung cấp.

*Lộ trình phát triển*: Nhóm em sẽ phát triển phiên bản MVP (Minimum Viable Product) bao gồm các tính năng cơ bản như quản lý đơn hàng và tồn kho. Sau đó, chúng em sẽ thu thập phản hồi từ người dùng và cải thiện tính năng dựa trên yêu cầu thực tế của hiệu thuốc. Việc phát triển phiên bản MVP sẽ giúp kiểm tra tính khả thi của ứng dụng và điều chỉnh chiến lược phát triển sản phẩm trong các phiên bản tiếp theo.

### Phát triển sản phẩm

*Thiết kế và phát triển*: Giao diện của ứng dụng sẽ được thiết kế đơn giản, thân thiện với người dùng, đảm bảo dễ sử dụng cho nhân viên hiệu thuốc trong các tình huống bận rộn. Các tính năng quản lý như cập nhật kho, xử lý đơn hàng sẽ được tối ưu hóa để nhân viên có thể thao tác nhanh chóng và chính xác, tránh sai sót trong quá trình làm việc.

*Kiểm thử và cải tiến*: Sau khi hoàn thành phát triển, nhóm em sẽ tiến hành kiểm thử kỹ lưỡng từng tính năng, từ việc quản lý đơn hàng đến cập nhật thông tin thuốc và kho. Kiểm thử sẽ đảm bảo rằng ứng dụng hoạt động ổn định và đáp ứng tốt nhu cầu quản lý tại hiệu thuốc.

### Ra mắt sản phẩm

*Tiếp thị và quảng bá*: Nhóm em sẽ sử dụng các chiến dịch tiếp thị trực tiếp đến các hiệu thuốc thông qua các hội thảo ngành dược và mạng lưới phân phối thuốc. Đồng thời, quảng bá sản phẩm qua các kênh trực tuyến như email marketing và quảng cáo kỹ thuật số để tăng cường nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng sử dụng ứng dụng.

### Vận hành và mở rộng

*Quản lý vận hành*: Chúng em sẽ thiết lập hệ thống hỗ trợ khách hàng liên tục, đảm bảo rằng mọi vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng ứng dụng đều được giải quyết kịp thời. Việc bảo trì hệ thống định kỳ và cập nhật phiên bản mới sẽ đảm bảo ứng dụng luôn hoạt động ổn định và an toàn.

*Mở rộng quy mô*: Khi sản phẩm đã ổn định, nhóm em sẽ mở rộng quy mô, phát triển thêm tính năng mới và tiếp cận các chuỗi hiệu thuốc lớn để tăng cường lượng người dùng và cải thiện tính năng của sản phẩm.

# DỰ ÁN CỦA NHÓM KHÁC BIỆT

Giao diện thân thiện và dễ sử dụng: Chúng em sẽ tập trung vào việc phát triển một giao diện người dùng trực quan và dễ sử dụng, giúp nhân viên nhà thuốc dễ dàng tương tác với hệ thống. Các chức năng như tìm kiếm thuốc, kiểm tra đơn hàng, và quản lý khách hàng sẽ được thiết kế đơn giản, tối ưu hóa thao tác nhằm tiết kiệm thời gian và tránh sai sót.

Cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm thuốc: Ứng dụng sẽ cung cấp thông tin chi tiết về từng loại thuốc, bao gồm hình ảnh, công dụng, liều lượng, hạn sử dụng, và trạng thái tồn kho. Điều này giúp nhân viên dễ dàng tư vấn cho khách hàng, quản lý các sản phẩm sắp hết hạn và kịp thời bổ sung hàng hóa một cách chuyên nghiệp.

*Giá thành phù hợp*: Chúng em sẽ phát triển một hệ thống có chi phí phải chăng nhưng vẫn đảm bảo đầy đủ các tính năng cần thiết. Điều này giúp các nhà thuốc, đặc biệt là các tiệm thuốc nhỏ và vừa, có thể tiết kiệm chi phí đầu tư mà vẫn nâng cao được hiệu quả quản lý và bán hàng.