



Dự án thuộc học phần Thực hành dự án kinh doanh (KTE507)

# XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN BÁN CHO SẢN PHẨM THIẾT BỊ BẾP

Nhóm thực hiện: Nhóm 7

# Tổng quan doanh nghiệp

## Giới thiệu

Điện Máy 365 là đơn vị phân phối thiết bị gia dụng và điện tử tiêu dùng, tập trung vào sản phẩm chính hãng, giá cạnh tranh và dịch vụ nhanh chóng.

## Tầm nhìn

Trở thành thương hiệu điện máy được khách hàng nghĩ đến đầu tiên khi mua sắm thiết bị cho gia đình, dẫn đầu về trải nghiệm dịch vụ và vận hành dựa trên nền tảng số.

## Sứ mệnh

Cung cấp sản phẩm chất lượng, dịch vụ tận tâm và giải pháp mua sắm tiện lợi để mang lại giá trị bền vững cho khách hàng.



# Sản phẩm

	Bếp từ	Lò nướng	Máy hút mùi	Máy rửa bát
Bosch	Bền, công suất ổn định, FlexZone thông minh, mặt kính Schott Ceran	Nhiệt 3D, chế độ nấu đa dạng, duy trì nhiệt ổn định	Hút mạnh, êm, khử mùi hiệu quả cho bếp lớn hoặc yêu cầu cao	Công nghệ Zeolith, EcoSilence Drive, tiết kiệm năng lượng, dẫn đầu phân khúc
Häfele	Thiết kế gọn, điều khiển dễ dùng, giá cạnh tranh	Tập trung thẩm mỹ, công năng, dung tích linh hoạt cho căn hộ nhỏ	Thiết kế tinh tế, đặc biệt mạnh ở dòng âm tủ/âm bàn	Mẫu âm tủ gọn, phù hợp gia đình nhỏ hoặc căn hộ
Malloca	Mẫu mã phong phú với đầy đủ tính năng cần thiết	Giá cạnh tranh, danh mục rộng phù hợp nhóm khách phổ thông	Nhiều phân khúc, mẫu mã đa dạng, phù hợp khách hàng ngân sách vừa phải	Giá cạnh tranh, đa dạng dung tích, dễ tiếp cận

# Mô hình BMC

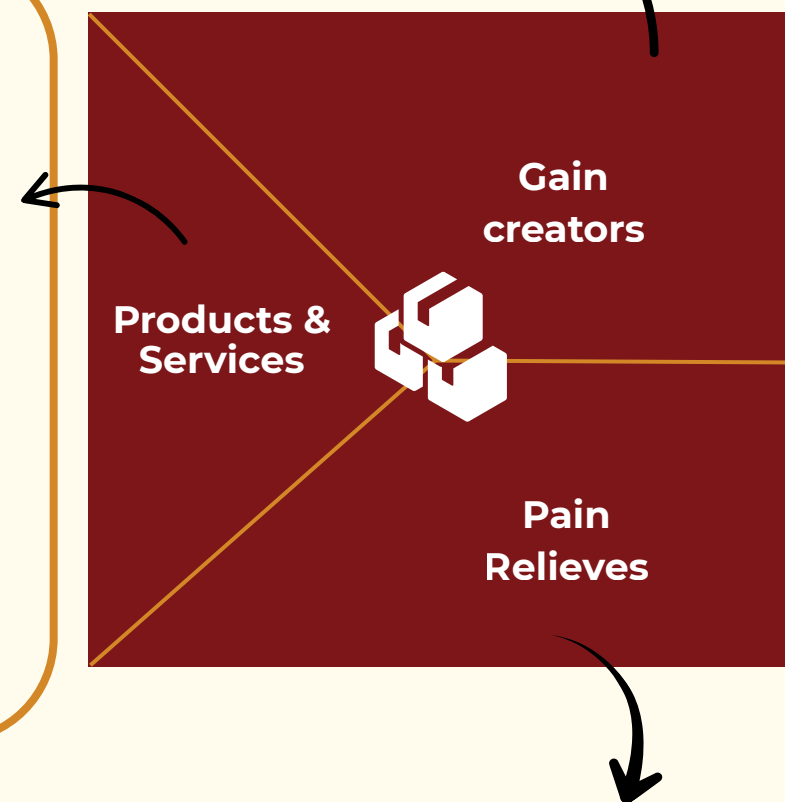
<b>Key Partnership</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Nhà cung cấp: Các thương hiệu thiết bị nhà bếp, gia dụng từ châu Âu như Bosch, Teka, Hafele, Bonucci, Chefs,... được nhập khẩu.</li><li>Hệ thống cửa hàng / showroom bản địa tại nhiều tỉnh, thành phố</li></ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Tổ chức các chương trình khuyến mãi, giảm giá, combo ưu đãi</li><li>Quảng bá chương trình xúc tiến qua các kênh online – offline</li></ul>	<b>Value Proposition</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Tư vấn cá nhân hóa, giúp khách hàng lựa chọn giải pháp thiết bị bếp phù hợp.</li><li>Ưu đãi hấp dẫn: giảm giá, combo, quà tặng, voucher dịch vụ.</li><li>Dịch vụ hậu mãi, lắp đặt, bảo hành tận nơi chuyên nghiệp.</li><li>Cam kết bảo hành rõ ràng, nhanh chóng, chi phí hợp lý.</li><li>Mang lại căn bếp hiện đại, tiện nghi, sang trọng, nâng tầm phong cách sống.</li></ul>	<b>Customer Relationship</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Tư vấn trực tiếp tại showroom, tạo trải nghiệm thân thiện và chuyên nghiệp.</li><li>Duy trì liên hệ qua hotline, Zalo, fanpage, email marketing.</li><li>Chương trình khách hàng thân thiết, tích điểm, ưu đãi sinh nhật.</li><li>Hậu mãi chu đáo</li></ul>	<b>Customer Segments</b> <p>Khách hàng cá nhân / hộ gia đình:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Có nhu cầu mua mới hoặc thay thế thiết bị bếp.</li><li>Quan tâm đến thương hiệu, độ bền, thiết kế và trải nghiệm thực tế.</li><li>Độ tuổi: 28–55, thu nhập trung bình – khá trở lên.</li></ul> <p>Khu vực: thành phố lớn, đặc biệt Hà Nội và TP.HCM.</p>
	<b>Key Resource</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Đội ngũ tư vấn, kỹ thuật viên lắp đặt, marketing</li><li>Thương hiệu &amp; chính sách bảo hành – hậu mãi</li><li>Nguồn vốn tài chính phục vụ nhập hàng, marketing</li></ul>		<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Showroom</li><li>Website doanh nghiệp</li><li>Mạng xã hội</li><li>Email/SMS marketing.</li><li>Đối tác giới thiệu – kênh gián tiếp tiếp cận khách hàng mới.</li></ul>	
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Chi phí khuyến mãi, quà tặng, voucher</li><li>Chi phí quảng cáo và truyền thông (online và offline)</li><li>Chi phí nhân sự bán hàng, tư vấn, lắp đặt, chăm sóc khách hàng</li><li>Chi phí sản xuất ấn phẩm marketing, POSM, quà tặng</li></ul>			<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Doanh thu từ việc bán sản phẩm</li><li>Doanh thu từ dịch vụ lắp đặt, bảo hành, bảo trì.</li><li>Doanh thu từ gói combo, cross-selling, up-selling.</li></ul>	

# Mô hình VPC

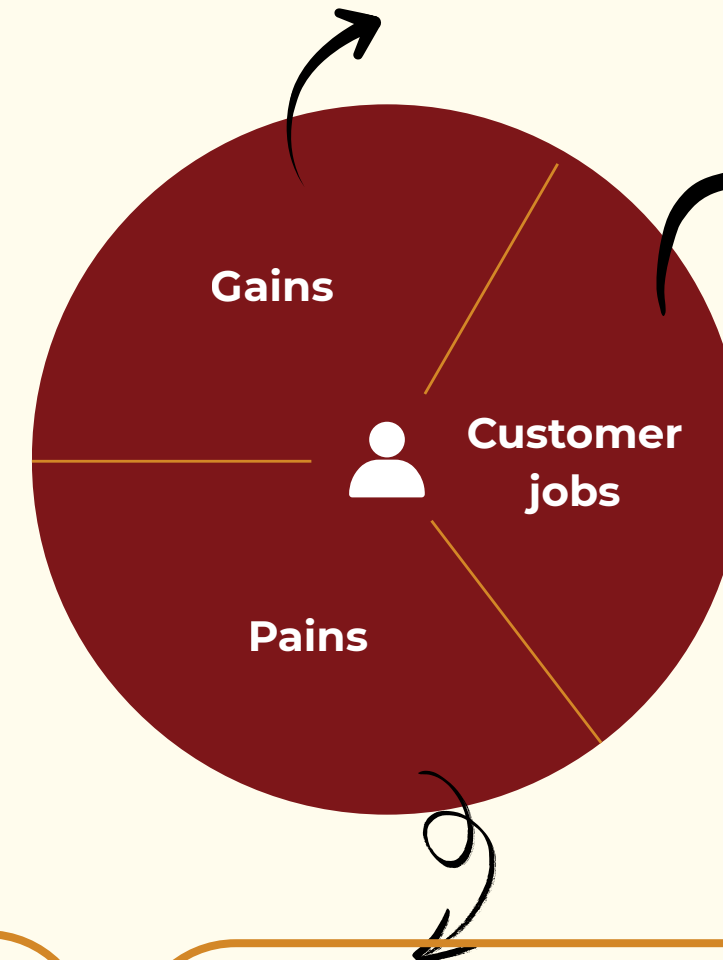
- Xây dựng combo hợp lý để tối ưu chi phí.
- Mang lại trải nghiệm mua sắm trọn gói, nhanh, ít tốn thời gian.
- Tạo cảm giác chuyên nghiệp, hiện đại, tăng niềm tin và sự hài lòng.

- Hưởng khuyến mãi, giảm giá, quà tặng khi tham gia chương trình xúc tiến.
- Được chuyên gia tư vấn, hỗ trợ chọn giải pháp tối ưu cho căn bếp.
- Cảm giác tin tưởng, hài lòng, gắn bó với thương hiệu.

- Thiết bị bếp nhập khẩu: bếp từ, lò nướng, hút mùi, máy rửa bát...
- Dịch vụ tư vấn – thiết kế – lắp đặt – bảo trì.
- Hậu mãi: bảo hành chính hãng, chăm sóc khách hàng
- Chương trình khuyến mãi, giảm giá, tặng quà, combo thiết bị bếp



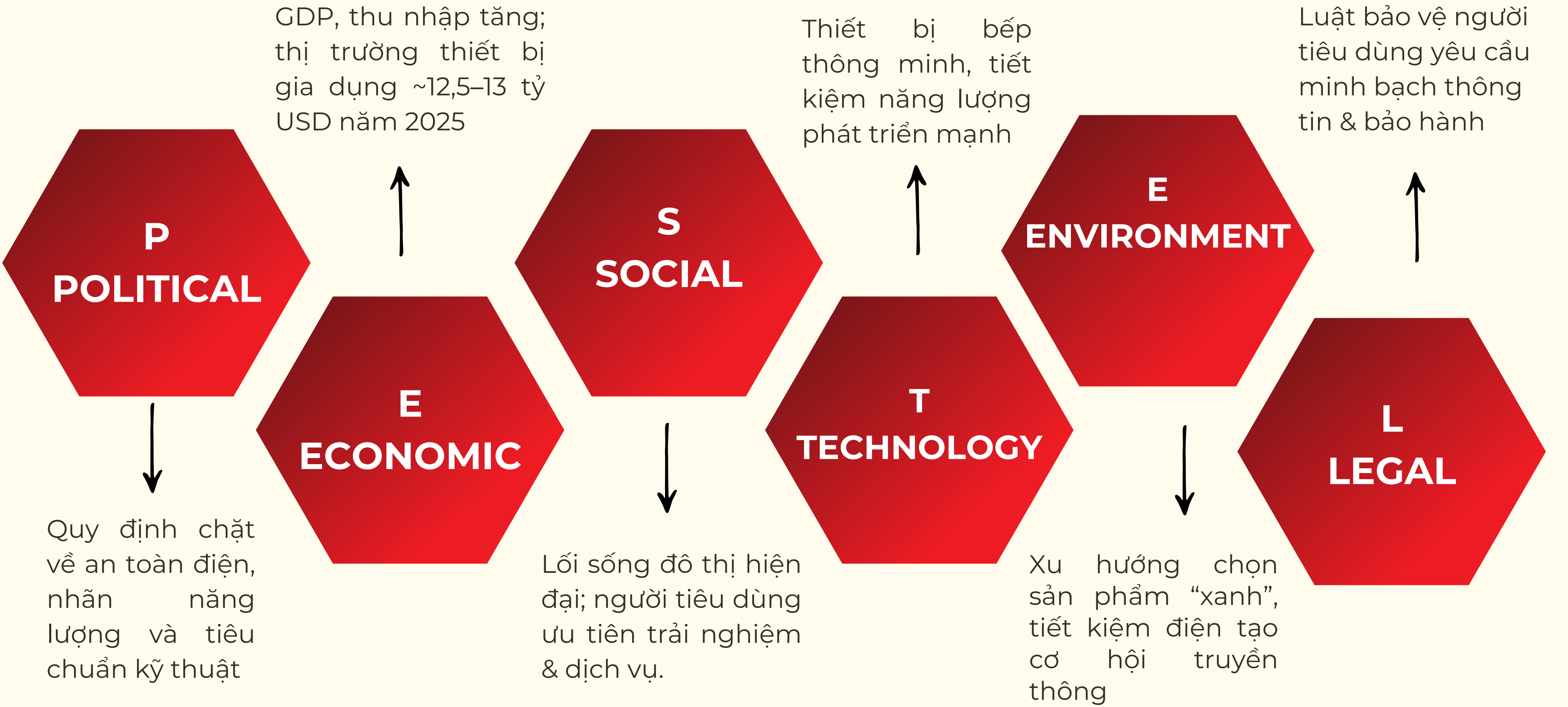
- Cung cấp thông tin minh bạch, tư vấn trực tiếp để khách hiểu rõ sản phẩm.
- Cam kết hàng chính hãng, bảo hành tận nơi, hậu mãi chu đáo
- Áp dụng ưu đãi, giảm giá, combo giúp giảm áp lực chi phí.



- Mong muốn căn bếp hiện đại, tiện nghi, an toàn và thẩm mỹ.
- Cần được tư vấn giải pháp trọn gói: thiết kế – lựa chọn thiết bị – lắp đặt – bảo hành.
- Ưu tiên mua hàng tại showroom uy tín, có đội ngũ hỗ trợ chuyên nghiệp.

- Khó chọn sản phẩm phù hợp, thiếu thông tin đáng tin cậy.
- Lo ngại hàng giả, dịch vụ kém, giá cao.
- Ít cơ hội được trải nghiệm thực tế sản phẩm.
- Thiếu chương trình ưu đãi hấp dẫn tại điểm bán.

# MÔ HÌNH PESTEL

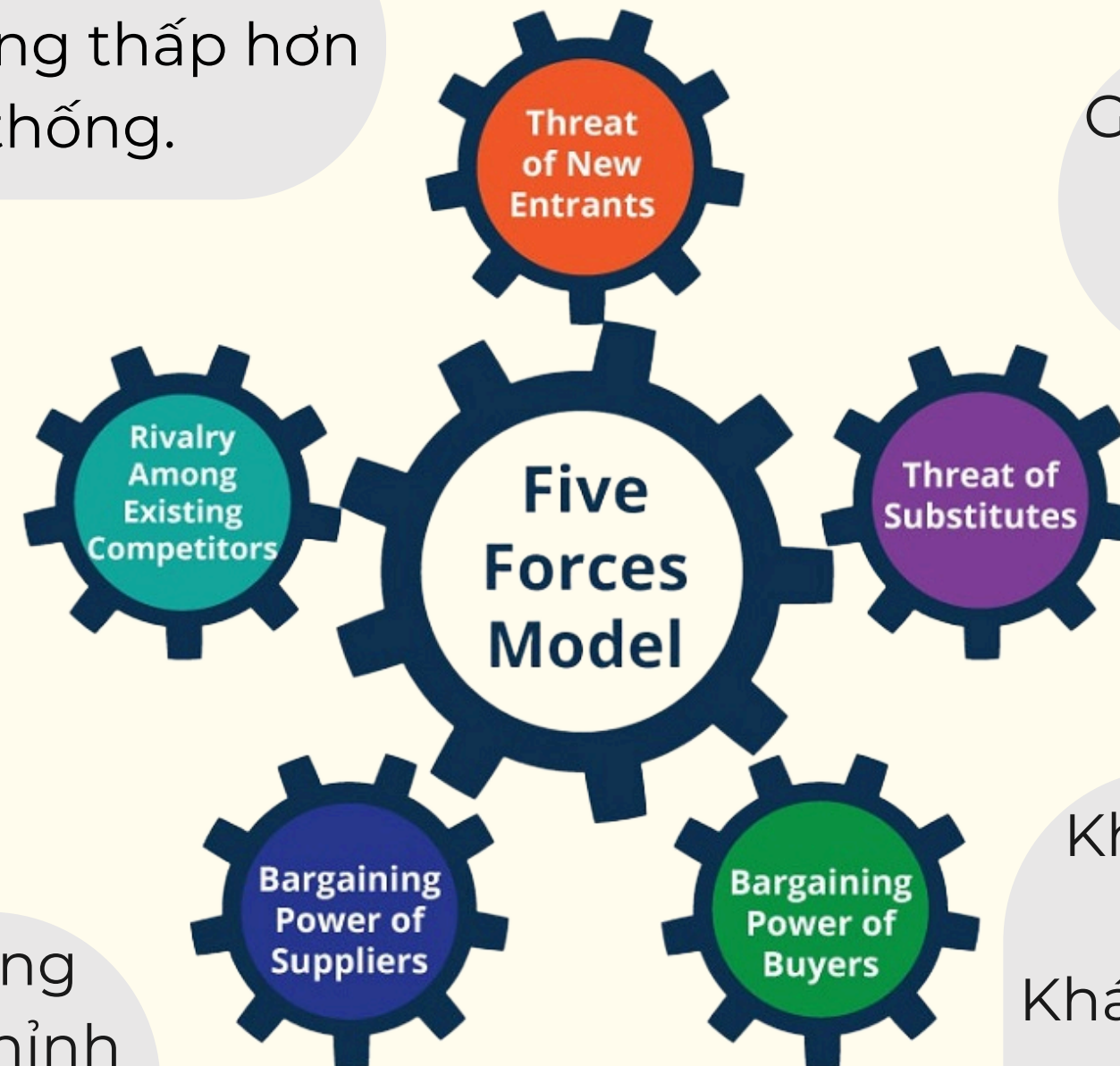


# MÔ HÌNH 5 ÁP LỰC CẠNH TRANH

TMĐT & D2C làm giảm rào cản gia nhập; chi phí vào thị trường thấp hơn showroom truyền thống.

Cạnh tranh gay gắt giữa thương hiệu nội địa & quốc tế trong phân khúc trung–cao cấp

Nguồn cung nhập khẩu tập trung  
→ nhà cung cấp có quyền điều chỉnh giá & phân phối, đặc biệt ở phân khúc cao cấp.



Giá năng lượng, hiệu suất, độ an toàn và mức độ chấp nhận công nghệ quyết định nguy cơ thay thế

Khách hàng B2C → tăng khả năng ép giá và yêu cầu minh bạch  
Khách hàng B2B → quyền thương lượng cao; chi phí chuyển đổi giữa thương hiệu thấp

# Häfele - chương trình hăng

Tổng  
quan

- Häfele triển khai hai chiến dịch lớn với mức ưu đãi mạnh **(25%–40%)**.
- **Mục tiêu:** tăng doanh số, xử lý hàng tồn, nâng cao nhận diện thương hiệu và đẩy mạnh mùa cao điểm.
- Chương trình cuối năm bổ sung **quay thưởng – tặng quà** với tổng giá trị > 815 triệu đồng, thu hút khách hàng và tăng tương tác.
- Hoạt động **truyền thông đa kênh:** website, showroom, Facebook, YouTube, livestream, KOLs.
- Khách hàng mục tiêu: **gia đình trẻ – trung lưu, ưa thích ưu đãi**

## Chương trình “Nâng tầm không gian” (1/8–30/9/2025)

- Hình thức: Giảm giá trực tiếp 25–35%, combo giảm sâu, tặng quà – miễn phí lắp đặt.
- Sản phẩm áp dụng: bếp từ, thiết bị gia dụng, khóa điện tử, phụ kiện cửa – nội thất.
- Giá trị nổi bật: quà tặng trị giá 1,49–4,79 triệu VND; combo giảm ~30%.
- Kênh truyền thông: showroom, website, Facebook.

## Chương trình “Tân trang không gian – Năm sang khởi sắc” (1/11–31/12/2024)

- Hình thức: quay thưởng, bốc thăm, voucher, quà tặng lớn (không giảm giá trực tiếp).
- Tổng giải thưởng: 815 triệu VND, gồm 3 giải đặc biệt trị giá 200 triệu/gói.
- Khách hàng trọng tâm: nhóm mua online, thích quà tặng – ưu đãi cuối năm.
- Kênh truyền thông: livestream, YouTube, Facebook, KOL Á hậu Bùi Phương Nga.

# Häfele - chương trình từ các đối thủ điện máy

- Thị trường cạnh tranh mạnh với nhiều kênh: showroom, đại lý, TMĐT, bán trực tiếp D2C.
- Khuyến mãi là vũ khí chính của tất cả đối thủ (chiết khấu sâu 25–60%).
- Các đối thủ nổi bật: Điện Máy Xanh, Hoàng Duy Phát Home, Ánh Ban Mai, Dung Vượng.
- Khách hàng dễ so sánh giá → cạnh tranh chủ yếu về giá – quà tặng – dịch vụ.
- Sự khác biệt nằm ở: mức giảm giá, combo sản phẩm, dịch vụ lắp đặt – hậu mãi, kênh truyền thông.

Đối thủ	Hình thức ưu đãi	Chiết khấu	Điểm mạnh
Điện Máy Xanh	Giảm giá theo model, quà tặng, trả góp 0%	25–42%	Thương hiệu mạnh, dịch vụ lắp đặt chuyên nghiệp
Hoàng Duy Phát Home	Giảm mạnh + quà tặng, giá hotline	30–60%	Giá thấp nhất thị trường, thu hút khách săn deal
Ánh Ban Mai	Giảm giá trực tiếp, tập trung xả hàng	33–50%	Khuyến mãi ổn định, phù hợp khách hàng cá nhân
Dung Vượng	Giá dự án, trả góp 0%, ưu đãi hàng mới	15–25%	Mạnh B2B, cung cấp số lượng lớn

# Bosch - chương trình hăng

## Tổng quan

- Bosch giữ hình ảnh thương hiệu cao cấp, ưu đãi có kiểm soát, không giảm sốc như nhiều nhà bán lẻ.
- Chương trình tập trung tăng giá trị thương hiệu và niềm tin khách hàng, hơn là cạnh tranh giá thuần túy.

	Hình thức ưu đãi	Chiết khấu
Chương trình 1 –Chương trình 1 – “Khuyến mãi Đại lễ 30/4–1/5 – Giảm đến 35%”	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp theo model</li><li>Có thể kèm voucher, hỗ trợ vận chuyển</li><li>Lắp đặt miễn phí, bảo hành chính hãng</li></ul>	<b>32–35%</b> (một số model tại đại lý có thể giảm 40–50%)
Chương trình 2 – “Ưu đãi trao tay – Rinh ngay hàng Bosch”	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm giá trực tiếp + hỗ trợ thêm từ hãng (~6%)</li><li>Quà tặng viên rửa, combo phụ kiện</li><li>Lắp đặt &amp; bảo hành chính hãng</li></ul>	<b>~30%</b> cho nhiều sản phẩm bếp

# Bosch - chương trình từ các đối thủ điện máy

<div><div>Tổng quan</div><ul style="list-style-type: none"><li>Đối thủ bán lẻ lớn (ĐMX, PICO, HC) đều chọn cách giảm sâu – đa kênh – dịch vụ mạnh để tối đa hóa chuyển đổi.</li><li>Mức giảm có thể vượt 50%, tạo áp lực cạnh tranh trực tiếp lên đại lý nhỏ và nhà phân phối.</li><li>Đây là nhóm đối thủ có sức mạnh truyền thông lớn, dễ tạo hiệu ứng thị trường và chi phối kỳ vọng giá của người tiêu dùng.</li></ul></div>		Hình thức ưu đãi	Chiết khấu	Điểm mạnh
	Điện Máy XANH	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp theo model</li><li>Miễn phí lắp đặt &amp; vận chuyển</li><li>Hỗ trợ kỹ thuật ưu tiên</li><li>Bảo hành mở rộng khi đăng ký online</li></ul>	5–20%	<ul style="list-style-type: none"><li>Hệ thống bán lẻ lớn, độ phủ cao</li><li>Dịch vụ hậu mãi mạnh, tạo cảm giác an tâm</li></ul>
	PICO	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp theo model</li><li>Combo quà tặng</li><li>Trả góp 0%</li><li>Flash sale theo ngày</li><li>Miễn phí lắp đặt</li></ul>	20–50%	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm sâu theo chiến dịch, dễ tạo hiệu ứng “giá sốc”</li><li>Đa dạng SKU Bosch, thu hút khách săn giá</li><li>Truyền thông mạnh (livestream, email, banner)</li></ul>
	HC	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp</li><li>Trả góp 0%</li><li>Miễn phí vận chuyển &amp; lắp đặt</li></ul>	20–50%	<ul style="list-style-type: none"><li>Cực kỳ thu hút nhóm khách săn deal</li><li>Chạy theo thời điểm vàng nên hiệu quả chuyển đổi cao</li></ul>

# Malloca - chương trình hăng

Tổng quan

- Malloca duy trì chiến lược kích cầu theo mùa **khá nhất quán**.
- Mức giảm không cực sâu nhưng **tập trung vào sản phẩm chủ lực**, kết hợp **quà tặng giá trị lớn** → phù hợp khách hàng trung lưu.
- Danh mục ưu đãi rộng, tạo sức hút cho combo thiết bị bếp.
- Truyền thông đồng bộ, chủ yếu digital + showroom → đúng tập khách.

- Phạm vi:** Toàn quốc – Showroom, đại lý, TMĐT
- Khách hàng mục tiêu:** Gia đình trung lưu trở lên (25–55 tuổi), đô thị lớn
- Mục tiêu:** Kích cầu mua sắm theo mùa (mùa hè & cuối năm – cận Tết); Tăng doanh số và đẩy hàng tồn; Nâng nhận diện thương hiệu Malloca trong nhóm khách trung – cao cấp
- Truyền thông:**
  - Kênh: Facebook, Instagram, Website, Showroom
  - Thông điệp:
    - “Sở hữu thiết bị bếp cao cấp – giảm sâu & quà sang, chỉ có tại Malloca” / “Malloca – Smart Kitchen – Smart Life”
  - Kênh phụ: Email, hotline, tư vấn online, hợp tác đại lý (KingWorld, Khánh Vy, Bếp 365...)

	Cơ chế & chiết khấu
Chương trình 1 – Hè bùng nổ cùng Malloca (12/6/2023 – 26/7/2023)	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp đến 20%</li><li>Quà tặng theo sản phẩm / theo giá trị hoá đơn</li><li>Mức giảm nổi bật:<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ – bếp điện: đến 20%</li><li>Lò (nướng/vi sóng/hấp): 15–20%</li><li>Máy rửa chén: 10%</li><li>Tủ rượu: 15%</li><li>Hút mùi: 10–15%</li><li>Chậu – vòi: quà 860k – 3.5 triệu</li><li>Các sản phẩm khác: quà 2–4 triệu</li></ul></li></ul>
Chương trình 2 – Bếp sang đang chờ – Ưu đãi bất ngờ (10/10/2025 – 25/11/2025)	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 19–39%</li><li>Quà tặng theo đơn hàng đến 25 triệu</li><li>Mức giảm nổi bật:<ul style="list-style-type: none"><li>Vòi: 20–31%</li><li>Chậu: 10–39%</li><li>Hút mùi: 13–34%</li><li>Bếp từ: 19–37%</li></ul></li></ul>

# Malloca - chương trình từ các đối thủ điện máy

## Tổng quan

- Các đại lý đẩy mạnh **giảm giá sâu** (từ 30% đến 60%) nhằm tạo “deal khủng” thu hút người mua nhanh.
- Hầu hết chương trình đều **kết hợp giảm giá + quà hoặc combo đa dạng** để tăng giá trị cảm nhận.
- Thông điệp truyền thông tập trung mạnh vào các từ khóa: “giá tốt – giảm sâu – quà lớn – chính hãng – lắp đặt chuyên nghiệp”.

Đối thủ	Hình thức ưu đãi	Chiết khấu	Điểm mạnh nổi bật
Thành Đạt (chương trình 1)	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp</li><li>Quà tặng theo sản phẩm</li><li>Ưu đãi theo giá trị đơn hàng (9–32 triệu)</li></ul>	15–42% (hút mùi 42%, lọc nước 24%)	Mạnh về ưu đãi theo giá trị đơn hàng → giúp tăng giá trị giỏ hàng trung bình.
Thành Đạt (chương trình 2)	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp</li><li>Quà theo đơn hàng</li></ul>	15–40%	
Beproyal	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp</li><li>Không quà tặng</li></ul>	10–15% toàn danh mục	Giá tốt & minh bạch → phù hợp khách hàng thích đơn giản, dễ so sánh
Bếp Xanh	<ul style="list-style-type: none"><li>Quà combo đến 22 triệu</li><li>3 gói ưu đãi A/B/C (combo – theo SP – theo đơn hàng)</li></ul>	Đến 60% (sâu nhất nhóm)	Giảm sâu nhất thị trường → thu hút nhóm săn giá, tạo sự chú ý truyền thông.
Khánh Vy Home	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm sâu + quà đến 25 triệu</li><li>Áp dụng đồng thời 2 ưu đãi A + B</li></ul>	Đến 39%	Ưu đãi kép + quà cao → phù hợp khách cần trọn bộ thiết bị bếp.

# Đề xuất chiết khấu - Häfele

Thông tin chính	Dữ liệu
Mức chiết khấu hăng	25–40%; Chiết khấu trung bình thị trường: 30–35%; Chiết khấu cao nhất (đối thủ): 60%
Hình thức	Giảm giá trực tiếp + quà tặng lớn (combo, vòng quay, voucher)
Mục tiêu	Đẩy hàng, tăng nhận diện, kích cầu cuối năm

## CÔNG THỨC TÍNH CHIẾT KHẤU

- $CK = 35\% - (12\% - 3\%) = 26\%$
- Trong đó:
  - 35% là mức trung bình toàn thị trường.
  - Giữ lại biên lợi nhuận 12%.
  - Giảm thêm 3% để cạnh tranh với đại lý giảm sâu (HDP, ĐMX)



**Chiết khấu đề xuất: 25–28% + quà tặng giá trị nhỏ (≤2 triệu)**

# Đề xuất chiết khấu - Bosch

Thông tin chính	Dữ liệu
Mức chiết khấu hăng	32–35%; Chiết khấu trung bình thị trường: 30–35%; Chiết khấu cao nhất: 50%
Hình thức	Giảm giá trực tiếp + voucher + quà tặng nhỏ
Mục tiêu	Duy trì thương hiệu cao cấp, tri ân khách hàng

## CÔNG THỨC TÍNH CHIẾT KHẤU

- $CK = 33\% - (15\% - 2\%) = 20\%$
- Trong đó:
  - 33% là mức trung bình toàn thị trường.
  - Giữ lại biên lợi nhuận 15%
  - Giảm thêm 2% để cạnh tranh trong mùa cao điểm



**Chiết khấu đề xuất: 18–22% kèm voucher hoặc quà phụ kiện**

# Đề xuất chiết khấu - Malloca

Thông tin chính	Dữ liệu
Mức chiết khấu hăng	10–39%, quà tặng đến 25 triệu; Chiết khấu trung bình thị trường: 25–35%; Chiết khấu cao nhất: 60%
Hình thức	Giảm giá trực tiếp + quà tặng đến 25 triệu
Mục tiêu	Kích cầu mùa Tết, tăng nhận diện

## CÔNG THỨC TÍNH CHIẾT KHẤU

- $CK = 30\% - (10\% - 5\%) = 25\%$
- Trong đó:
  - 30% là mức trung bình toàn thị trường.
  - Biên lợi nhuận 10%,
  - Giảm thêm 5% để cạnh tranh với các đối thủ lớn



**Chiết khấu đề xuất: 23–28% + combo quà tặng (2–5 triệu)**

Đề xuất combo đối ứng - Häfele

Combo	“Sống Chuẩn Đức” (Đối ứng Hoàng Duy Phát Home)	“Nâng Cấp Toàn Diện”	“Bếp Khỏe & Sống Xanh” (Đối ứng Ánh Ban Mai)	“Bếp Trọn Vẹn” (Đối ứng Hoàng Duy Phát Home)	“Tối Ưu” (Đối ứng Ánh Ban Mai)	“Gia Dụng Cao Cấp – Sống Xanh”
Thành phần combo	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Häfele (dòng cao cấp)</li><li>Máy hút mùi Häfele (dòng âm tủ/ống khói)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ + Máy rửa chén Häfele</li><li>Tùy chọn: Máy lọc nước RO Häfele (giảm 40%)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Häfele</li><li>Máy lọc nước RO Häfele</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Häfele</li><li>Máy rửa chén Häfele</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Häfele</li><li>Lò nướng Häfele</li><li>Phụ kiện tủ bếp</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Máy lọc nước RO Häfele (giảm 40%)</li><li>Thiết bị gia dụng Häfele (giảm 30–35%)</li></ul>
Giá trị ưu đãi	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 25–28% trên tổng giá combo</li><li>Tặng Bộ nồi thép không gỉ cao cấp</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 28% tổng giá combo</li><li>Tặng Bộ nồi thép không gỉ 4 món cao cấp</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 40% cho máy lọc nước</li><li>Tặng dịch vụ hậu mãi máy lọc nước</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 25% tổng giá trị combo</li><li>Tặng kèm Bộ nồi thép không gỉ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Chiết khấu tổng 25–30%</li><li>Tặng Bộ dao thép không gỉ 7 món</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 35% tổng giá combo</li><li>Tặng Voucher vệ sinh &amp; mua sắm (100K–500K VNĐ)</li></ul>

# Đề xuất combo đối ứng - Bosch

Combo	COMBO 1 (Đối ứng Điện máy Xanh)	COMBO 2 (đối ứng HC)	COMBO 3	COMBO 4	COMBO 5
Thành phần combo	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Bosch Series 6</li><li>Máy hút mùi Bosch</li><li>Bộ nồi inox chuyên dụng (quà tặng)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Máy rửa bát Bosch Series 6</li><li>Gói vệ sinh - bảo trì 3 năm (6 tháng/lần)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Máy hút mùi Bosch Series 4/6</li><li>Máy lọc không khí Bosch</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Máy rửa bát Bosch</li><li>Bếp từ Series 4/6</li><li>Máy hút mùi Bosch</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Máy rửa bát Compact Series 2</li><li>Rổ chia dao - kéo - muỗng</li><li>Giá để bát đôi + khăn lau inox</li></ul>
Giá trị ưu đãi	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 18% combo</li><li>Tặng bộ nồi 5 món</li><li>Lắp đặt miễn phí</li><li>Bảo hành độc quyền</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm trực tiếp 25%</li><li>Bộ “4 tháng dùng miễn phí”</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 15% combo</li><li>Tặng lõi lọc 1 năm</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm thêm 300k nếu thanh toán qua thẻ ngân hàng/QR.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 400.000-700.000đ combo.</li><li>Quà tặng tiện ích</li></ul>

# Đề xuất combo đối ứng - Malloca

Combo	“Setup Bếp Sang Chuẩn Châu Âu” (Đối ứng Thành Đạt)	“Nhà Chuẩn Âu – Giá Chuẩn Thật” (Đối ứng Thành Đạt)	“Deal Chuẩn 365 – Không Ảo Như Beproyal” (Đối ứng Beproyal)	“Siêu Tiệc 365 – Ưu Đãi Sang Xịn” (Đối ứng Bếp Xanh)	“Ưu Đãi Bất Ngờ – Chuẩn Giá Trị” (Đối ứng Khánh Vy Home)
Thành phần combo	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Malloca MI-732 SLIM</li><li>Máy hút mùi Malloca H107B</li><li>Bộ nồi Inox 304 (quà tặng)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ 3 vùng Malloca MH-03I NEW</li><li>Máy hút mùi 70cm</li><li>Lò nướng Malloca 9 chức năng</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Malloca đôi</li><li>Máy hút mùi Malloca 70/90cm</li><li>Vòi + chậu bán chạy</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ Malloca MI-593B</li><li>Máy hút mùi 750m³/h</li><li>Lò vi sóng âm-Bộ nồi/dao tùy chọn (quà tặng)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bếp từ 3 vùng Malloca MH-03I NEW</li><li>Chậu + vòi đá Granite</li><li>Máy hút mùi đảo/áp tường</li></ul>
Giá trị ưu đãi	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 18–20% combo</li><li>Tặng bộ nồi</li><li>Tặng vệ sinh máy sau 6 tháng</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 22% combo</li><li>Tặng khung chống máy</li><li>Tặng 6 tháng viên giặt Finish</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 15–20% combo</li><li>Tặng voucher linh kiện 500.000đ</li><li>Free lắp đặt full bộ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 20–30% combo</li><li>Tặng quà tối đa 5–7 triệu</li><li>Giảm thêm 5% khi thanh toán không tiền mặt</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Giảm 30–38% combo</li><li>Tặng quà thực tế 3–5 triệu (chảo, bộ dao, thớt gỗ)</li><li>Free khảo sát &amp; lắp đặt</li></ul>

# Kế hoạch truyền thông

Giai đoạn	Hoạt động trọng tâm	Kênh triển khai
Giai đoạn 1 – Teasing & Thu thập Data (4 ngày)	<div><div>- Nội dung “Bếp Combo Lý tưởng”</div><div>- Landing Page Early Bird (giá trước/sau, combo, form đăng ký)</div><div>- Broadcast teasing nhắc ngày mở bán</div></div>	<div><div>- Facebook, Instagram, Zalo OA</div><div>- Website, Google Search Ads</div><div>- Email, Zalo Broadcast, TV showroom, Standee/Poster</div></div>
Giai đoạn 2 – Chuyển đổi (7 ngày)	<div><div>- Video “Giải pháp Bếp Trọn gói” cùng chuyên gia</div><div>- Quảng cáo số: Carousel Ads, target khách hoàn thiện nhà</div><div>- Livestream chốt deal (online/offline)</div><div>- POSM &amp; tư vấn trực tiếp tại showroom</div></div>	<div><div>- Facebook, YouTube, TikTok Shop</div><div>- Google Ads, Banner showroom</div><div>- TikTok Live, Facebook Live</div><div>- POSM &amp; nhân viên tư vấn DM365</div></div>
Giai đoạn 3 – Đẩy tốc độ cuối kỳ (5 ngày)	<div><div>- Retargeting khách đã xem LP/Livestream</div><div>- Đẩy mạnh Trả góp 0% cho đơn hàng giá trị cao</div><div>- Countdown toàn kênh tạo FOMO</div></div>	<div><div>- Email, SMS Marketing</div><div>- Facebook Retargeting</div><div>- Website, Facebook, TV showroom, Standee</div></div>

# Timeline chương trình 1 năm (2026)

Thời gian	Quý 1	Quý 2	Quý 3	Quý 4
Chương trình	<div>TẾT SALE 365</div> <div>WOMEN'S DAY</div>	<div>Đổi cũ lấy mới</div> <div>Hè Rực Lửa</div>	<div>TÂN TRANG GIAN BẾP</div> <div>Lễ 2/9 GIÁ SẬP SÀN</div>	<div>11.11 SUPER SALE</div> <div>YEAR END SALE</div>
Mục tiêu	<ul style="list-style-type: none"><li>Tăng trưởng doanh số bền vững, đặc biệt tại các tháng cao điểm.</li><li>Tối ưu hàng tồn và luân chuyển sản phẩm chiến lược.</li><li>Gia tăng lưu lượng showroom &amp; traffic trực tuyến.</li><li>Xây dựng hình ảnh doanh nghiệp hoạt động liên tục – chuyên nghiệp</li></ul>			



Dự án thuộc học phần Thực hành dự án kinh doanh (KTE507)

# Chúng em xin chân thành cảm ơn!

Nhóm thực hiện: Nhóm 7