



## **Business Plan Template for a Startup Business**

---

A startup business plan serves several purposes. It can help convince investors or lenders to finance your business. It can persuade partners or key employees to join your company. Most importantly, it serves as a roadmap guiding the launch and growth of your new business.

Writing a business plan is an opportunity to carefully think through every step of starting your company so you can prepare for success. This is your chance to discover any weaknesses in your business idea, identify opportunities you may not have considered, and plan how you will deal with challenges that are likely to arise. Be honest with yourself as you work through your business plan. Don't gloss over potential problems; instead, figure out solutions.

A good business plan is clear and concise. A person outside of your industry should be able to understand it. Avoid overusing industry jargon or terminology.

Most of the time involved in writing your plan should be spent researching and thinking. Make sure to document your research, including the sources of any information you include.

Avoid making unsubstantiated claims or sweeping statements. Investors, lenders and others reading your plan will want to see realistic projections and expect your assumptions to be supported with facts.

This template includes instructions for each section of the business plan, followed by corresponding fillable worksheet/s.

The last section in the instructions, "Refining Your Plan," explains ways you may need to modify your plan for specific purposes, such as getting a bank loan, or for specific industries, such as retail.

Proofread your completed plan (or have someone proofread it for you) to make sure it's free of spelling and grammatical errors and that all figures are accurate.

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC TỰ NHIÊN, ĐHQG - HCM**  
**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

**KHỞI NGHIỆP**



**Business Plan Document**

**Giảng viên lý thuyết: TS. Đinh Bá Tiến**

**Giảng viên thực hành:**

Ths. Nguyễn Lê Hoàng Dũng

Ths. Bùi Tấn Lộc

Ths. Hồ Tuấn Thanh

Ths. Trần Duy Thảo

**Nhóm 8:**

Huỳnh Huy Tấn - 19127272

Lê Võ Huỳnh Thanh - 20127072

Tô Nguyễn Trúc Nghi - 20127254

Nguyễn Tuấn Kiệt - 20127544

Lê Đức Đạt – 20127674

**Lớp: 20CLC**

## Business Plan

---

### Document History

- 2023/06/16: Xây dựng đội ngũ 2.2
- 2023/06/23: Quy trình phát triển sản phẩm 2.3
- 2023/06/30: Quảng bá sản phẩm / dịch vụ
- 2023/07/20: Gọi vốn
- 2023/08/03: Chỉnh sửa, chuyển đổi báo cáo sáng formal template, chỉnh sửa lại phần Funding

Demo sản phẩm: EII – Figma

Company name: EII

Street address: 227 Nguyen Van Cu, Quan 5, Ho Chi Minh City

Business phone: 09xxxxxxx

Website: EII

Email address: eiivideo@gmail.com

## Table of Contents

<b>I. Executive Summary.....</b>	<b>4</b>
<b>II. Company Description.....</b>	<b>5</b>
<i>Company Description Worksheet.....</i>	<i>5</i>
<b>III. Products &amp; Service.....</b>	<b>7</b>
<i>Product &amp; Service Description Worksheet.....</i>	<i>7</i>
<b>IV. Marketing Plan.....</b>	<b>20</b>
<i>SWOT Analysis Worksheet.....</i>	<i>31</i>
<i>Competitor Data Collection Plan.....</i>	<i>36</i>
<i>Competitive Analysis Worksheet.....</i>	<i>37</i>
<i>Marketing Expenses Strategy Chart.....</i>	<i>39</i>
<i>Pricing Strategy Worksheet.....</i>	<i>43</i>
<i>Distribution Channel Assessment Worksheet.....</i>	<i>46</i>
<b>V. Operational Plan.....</b>	<b>48</b>
<b>VI. Management &amp; Organization.....</b>	<b>52</b>
<i>Management Worksheet.....</i>	<i>52</i>
<i>Organization Chart (từng giai đoạn).....</i>	<i>55</i>
<b>VII. Funding.....</b>	<b>59</b>
<b>VIII. Instructions: Appendices.....</b>	<b>83</b>
<b>VIII. Refining the Plan.....</b>	<b>83</b>

## I. Executive Summary

1. **An overview of your business idea** (one or two sentences): EII là một nền tảng được hỗ trợ bởi AI giúp tạo video từ các từ khóa hoặc tập lệnh do người dùng cung cấp.
2. **A description of your product and/or service.**

EII cho phép người dùng dễ dàng tạo video chất lượng cao mà không cần kỹ năng chỉnh sửa nâng cao hoặc thiết bị đắt tiền. Nó sử dụng AI để biến văn bản thành thuyết minh, hình ảnh, ký tự, v.v. Điều này giúp tiết kiệm thời gian và nguồn lực cho người tạo nội dung, nhà tiếp thị, nhà giáo dục và những người khác trong quá trình sản xuất video.
3. **Your goals for the business.**

Trong một năm, chúng tôi đặt mục tiêu đạt được 100.000 người dùng tại Việt Nam. Trong ba năm tới, chúng tôi có kế hoạch mở rộng ở Đông Nam Á với 500.000 người dùng. Trong 5 năm tới, mục tiêu của chúng tôi là có 1 triệu người dùng toàn cầu và trở thành nền tảng tạo video AI hàng đầu.
4. **Your proposed target market.**

Khách hàng mục tiêu của chúng tôi là người tạo nội dung, người có ảnh hưởng trên mạng xã hội, nhà tiếp thị, nhà giáo dục cũng như các cá nhân và tổ chức khác có nhu cầu về nội dung video chất lượng cao, nhanh chóng. Chúng tôi sẽ tập trung vào những người dùng yêu thích công nghệ trong độ tuổi từ 18-35.
5. **Your competition and what differentiates your business.**

Các đối thủ bao gồm D-ID và KreadoAI. Điểm khác biệt của chúng tôi là khả năng tạo video chỉ từ các từ khóa mà không cần tập lệnh. Chúng tôi cũng mong muốn làm cho việc tạo video AI trở nên dễ tiếp cận và dễ sử dụng.
6. **Your management team and their prior experience.**

Đội ngũ của chúng tôi bao gồm các kỹ sư, nhà thiết kế và chuyên gia kinh doanh nhiệt huyết, những người cùng nhau có các kỹ năng kỹ thuật để xây dựng một sản phẩm sáng tạo cùng với sự nhạy bén trong kinh doanh để đưa nó ra thị trường thành công.
7. **Financial outlook for the business.**

Chúng tôi đang tìm kiếm 500 triệu đồng (ước tính) tài trợ trong giai đoạn đầu để phát triển hơn nữa công nghệ và sản phẩm của mình, thuê các thành viên chủ chốt trong nhóm và triển khai một chiến dịch tiếp thị chuyên sâu. Điều này sẽ cho phép chúng tôi mở rộng nhanh chóng cơ sở người dùng của mình và đạt được sức hút trên thị trường

## II. Company Description

### *Company Description Worksheet*

<b>Business Name</b>	EII
<b>Company Mission Statement</b>	Thay đổi tư duy - Thay đổi tương lai Đưa những sản phẩm công nghệ mà Việt Nam phát triển vươn ra thế giới. Đem những việc phức tạp trở thành đơn giản, tiết kiệm thời gian.
<b>Company Philosophy/ Values</b>	Sáng tạo - Liêm chính - Phát triển - Khác biệt Sáng tạo để mang lại những giá trị thiết thực cho khách hàng. Liêm chính: Đề cao tính an toàn, bảo mật nhằm bảo vệ tối đa lợi ích của khách hàng Phát triển không ngừng hướng tới mục tiêu sử dụng AI một cách có hiệu quả, đem lại lợi ích cho khách hàng. Khác biệt trong tư duy và sản phẩm để đưa đến khách hàng những sự trải nghiệm mới mẻ nhất.
<b>Company Vision</b>	EII ra đời để làm nền tảng tiên phong mở đường cho sự ra đời của hệ sinh thái EII (mạng xã hội dành cho video bằng AI). Sử dụng AI một cách có hiệu quả nhằm mục đích làm EII trở nên thông dụng với tất cả mọi người.
<b>Goals &amp; Milestones</b>	Mục tiêu dài hạn: Đưa EII ra thị trường thế giới và đặt mục tiêu 1 triệu người dùng trên toàn cầu Mục tiêu trung hạn: Phổ biến EII đến toàn bộ người dùng trong nước và kiếm được 100.000 người dùng, phát triển thêm các tính năng mới Mục tiêu ngắn hạn: Đưa được sản phẩm ra thị trường theo đúng lịch trình từ trước. Để đạt được mục tiêu này thì ta cần giải quyết các vấn đề ngay khi mới phát sinh.
<b>Target Market</b>	Content Creator, Giáo dục, tiktokers, youtubers,...

<p><b>Industry/ Competitors</b></p>	<p>Sản phẩm: EII - AI tạo video từ nội dung người dùng nhập vào</p> <p>Mô hình kinh doanh:</p> <p>Chính: Mô hình kinh doanh trả phí Freemium (Free &amp; Premium)</p> <p>Phụ: Quảng cáo</p>
<p><b>Legal Structure/ Ownership</b></p>	<p>EII là một công ty cổ phần. Chúng tôi chọn hình thức kinh doanh này vì công ty cổ phần giúp hạn chế rủi ro cá nhân cho các cổ đông. Các cổ đông chỉ chịu trách nhiệm hữu hạn tương ứng với phần vốn góp. Bên cạnh đó, công ty sẽ dễ dàng huy động vốn từ các nhà đầu tư thông qua việc phát hành cổ phiếu. Điều này giúp chúng tôi mở rộng quy mô kinh doanh nhanh chóng. Hơn hết công ty cổ phần có tính linh hoạt và dễ quản lý hơn so với các hình thức kinh doanh khác. Ngoài ra, còn có thể thu hút nhân tài bằng cách cấp cổ phiếu/quyền mua cổ phiếu cho nhân viên chủ chốt.</p> <p>Hiện tại EII có 5 cổ đông sáng lập, mỗi người nắm giữ từ 18-25% cổ phần công ty. Cụ thể:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CEO Huỳnh Huy Tấn: 25%</li> <li>• Lê Võ Huỳnh Thanh: 18.75%</li> <li>• Tô Nguyễn Trúc Nghi: 18.75%</li> <li>• Nguyễn Tuấn Kiệt: 18.75%</li> <li>• Lê Đức Đạt: 18.75%</li> </ul> <p>Chúng tôi dự định sẽ phát hành 10-30% cổ phần cho các nhà đầu tư chiến lược trong các vòng gọi vốn tiếp theo. Bên cạnh đó chúng tôi sẽ cập nhật cơ cấu cổ đông một cách minh bạch khi có sự thay đổi để đảm bảo quyền lợi của các bên.</p>

III. Products & Service

Product & Service Description Worksheet

Business Name	EII
Product/Service Idea	<p>Tên sản phẩm: EII</p> <p>Mô tả: Ứng dụng trên web và mobile app cho phép tạo video ngắn tự động bằng công nghệ AI từ nội dung text hoặc audio.</p> <p>Đối tượng khách hàng: Cá nhân, doanh nghiệp nhỏ, tổ chức giáo dục.</p> <p>Giá trị cung cấp: Tiết kiệm thời gian sản xuất video nhờ AI tự động sinh video dựa trên nội dung. Đơn giản hóa quy trình tạo video cho người dùng không chuyên.</p> <p>Công nghệ: sử dụng AI tổng hợp giọng nói tự nhiên từ text và AI tạo hình ảnh minh họa từ text.</p> <p>Công nghệ kết hợp video và audio</p> <p>Mô hình doanh thu từ hai nguồn chính là gói dùng thử miễn phí và gói cao cấp trả phí: nhiều tính năng và không giới hạn số video</p>
Special Benefits	<p>Tiết kiệm thời gian sản xuất video</p> <p>Dễ dàng tạo video chất lượng cao cho cá nhân và doanh nghiệp</p> <p>Không cần trang thiết bị đắt tiền hoặc kỹ năng chuyên sâu</p> <p>Tùy chỉnh video dễ dàng với nhiều hiệu ứng và ngôn ngữ</p>
Unique Features	<p>Là một hướng phát triển mới trong lĩnh vực tạo video bằng hình ảnh thông qua AI.</p> <p>Có thể ghi những từ khóa đặc trưng, EII sẽ tự tạo ra video dựa trên những gì EII biết mà không cần soạn kịch bản.</p> <p>Đưa việc sử dụng AI trở nên phổ biến và thông dụng với con người hơn.</p> <p>Hướng tới lĩnh vực giáo dục, nhằm giảm bớt nhàm chán bằng những video hình ảnh phong phú dễ tiếp thu.</p> <p>Khả năng tái sử dụng và phát triển trong tương lai.</p>



<b>Limits and Liabilities</b>	<p>Phụ thuộc vào công nghệ AI, cần liên tục cải tiến để duy trì chất lượng video</p> <p>Cần nguồn nhân lực chất lượng cao về AI và xử lý ngôn ngữ tự nhiên</p> <p>Cần đầu tư cơ sở hạ tầng CNTT để xử lý video hiệu quả</p> <p>Cần tuân thủ các quy định về bản quyền hình ảnh, âm thanh</p>
<b>Production and Delivery</b>	<p>Sản xuất:</p> <p>Người dùng nhập nội dung text hoặc audio. Hệ thống AI xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) để phân tích nội dung. Công nghệ AI tổng hợp giọng nói tự nhiên từ text. Từ đó mô hình AI sinh hình ảnh minh họa phù hợp với nội dung cùng kết hợp giọng nói, hình ảnh, hiệu ứng âm thanh thành video cuối, sau cùng sẽ cho phép người dùng chỉnh sửa, thêm hiệu ứng trước khi xuất file</p> <p>Phân phối:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ứng dụng web và mobile app</li> <li>- Xuất video ở các định dạng chuẩn (MP4, AVI...)</li> <li>- Cho phép tải xuống video và chia sẻ lên mạng xã hội</li> <li>- Có thể tích hợp vào các nền tảng như YouTube, Facebook để chia sẻ</li> </ul>
<b>Suppliers</b>	<p>Nhà cung cấp dịch vụ cloud (AWS, Azure...): Lưu trữ dữ liệu và cung cấp công suất tính toán AI</p> <p>Công ty cung cấp giải pháp AI: Cung cấp công nghệ AI cho xử lý ngôn ngữ tự nhiên và tạo video</p>
<b>Intellectual Property Special Permits</b>	<p>Bản quyền phần mềm: Đăng ký bản quyền cho mã nguồn và ứng dụng</p> <p>Bản quyền nội dung: Chỉ sử dụng nội dung có bản quyền rõ ràng hoặc miễn phí</p> <p>Giấy phép công nghệ AI: Đảm bảo có giấy phép sử dụng công nghệ AI từ nhà cung cấp</p>
<b>Product/ Service Description</b>	<p>Dự án EII sử dụng API từ OpenAI (chatGPT và Dall E2) để tạo ra một video có thuyết minh nội dung. EII sẽ trở thành một ứng dụng hỗ trợ soạn thảo kịch bản bằng AI bạn chỉ cần nhập ý tưởng sơ khai EII sẽ giúp bạn phát triển ý tưởng và hoàn thiện nó, sau khi có được kịch bản hoàn chỉnh EII sẽ dựa vào AI xây dựng một video tường thuật thuyết minh lại chủ đề trên, bạn có thể chọn những nhân vật, cảnh vật hoàn toàn tạo bằng AI bạn thích để xây dựng video độc đáo của riêng bạn. EII mong muốn phát triển một ngành giáo dục sáng tạo hay hỗ trợ đắc lực cho các nhà sáng tạo nội dung.</p>

### **Yêu cầu chức năng:**

Đăng nhập và xác thực: Cung cấp cơ chế đăng nhập an toàn để người dùng truy cập vào tài khoản EII của mình và xác thực danh tính của họ khi cần thiết.

**Đăng ký tài khoản:** Cho phép người dùng tạo ra một tài khoản EII mới bằng cách cung cấp các thông tin cá nhân cần thiết.

**Đăng ký và xác thực thông qua bên thứ 3:** Hỗ trợ quá trình đăng ký và xác thực danh tính cho các dịch vụ và ứng dụng trực tuyến khác.

**Xác thực danh tính khi bị mất tài khoản:** Cung cấp quy trình xác thực danh tính để đảm bảo rằng thông tin cá nhân được cung cấp là chính xác và đáng tin cậy. Điều này có thể bao gồm xác minh thông qua số điện thoại, email, giấy tờ tùy thân, v.v.

**Quản lý thông tin cá nhân:** Cho phép người dùng cập nhật và quản lý thông tin cá nhân của họ, bao gồm tên, địa chỉ, số điện thoại, hình ảnh, v.v.

**Quản lý quyền truy cập:** Cho phép người dùng kiểm soát quyền truy cập và chia sẻ thông tin cá nhân với bên thứ ba, đồng thời bảo vệ quyền riêng tư của họ.

**Bảo mật và bảo vệ thông tin:** Đảm bảo an toàn và bảo mật thông tin cá nhân của người dùng trong quá trình truyền và lưu trữ, bao gồm sử dụng mã hóa và các biện pháp bảo mật khác.

**Quản lý hồ sơ và lịch sử:** Lưu trữ thông tin về các hoạt động và thay đổi trong hồ sơ cá nhân của người dùng, cho phép họ xem lại lịch sử và cập nhật thông tin khi cần thiết.

**Kiểm tra dung lượng video:** Đảm bảo video không vượt quá ngưỡng cho phép, nếu vượt quá thì người dùng sẽ đóng thêm phí

### **Yêu cầu phi chức năng**

**Hiệu suất:** Đảm bảo rằng EII hoạt động một cách hiệu quả và có thể xử lý số lượng lớn yêu cầu từ người dùng mà không gây trễ trên giao diện người dùng hoặc thời gian đáp ứng.

**Bảo mật:** Đảm bảo rằng EII được bảo vệ chặt chẽ và tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật quan trọng như mã hóa dữ liệu, quản lý quyền truy cập, bảo vệ chống tấn công và giả mạo danh tính.

**Đễ sử dụng:** Tạo ra một giao diện người dùng thân thiện và dễ sử dụng để người dùng có thể dễ dàng thao tác và quản lý thông tin cá nhân của mình.

**Độ tin cậy:** Đảm bảo rằng EII luôn hoạt động ổn định và đáng tin cậy, tránh sự cố hệ thống và thời gian chết không đáng lý do.

**Tuân thủ quy định pháp lý:** EII phải tuân thủ các quy định pháp lý và quyền riêng tư liên quan đến việc xử lý thông tin cá nhân và bảo vệ dữ liệu người dùng.

**Khả năng mở rộng và phát triển:** Thiết kế EII để có khả năng mở rộng và phát triển trong tương lai, cho phép mở rộng các tính năng và khả năng xử lý để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng trong tương lai.

**Hỗ trợ và bảo trì:** Cung cấp hỗ trợ và bảo trì cho người dùng và quản trị viên hệ thống để giải quyết các vấn đề kỹ thuật, cung cấp cập nhật và vá lỗi định kỳ, và đáp ứng các yêu cầu hỗ trợ từ người dùng

### **Tầm nhìn**

EII ra đời để làm nền tảng tiên phong mở đường cho sự ra đời của hệ sinh thái EII (mạng xã hội dành cho video bằng AI). Sử dụng AI một cách có hiệu quả nhằm mục đích làm EII trở nên thông dụng với tất cả mọi người

**Sứ mệnh**

Thay đổi tư duy - Thay đổi tương lai  
Đưa những sản phẩm công nghệ mà Việt Nam phát triển vươn ra thế giới  
Đem những việc phức tạp trở thành đơn giản, tiết kiệm thời gian

**Giá trị cốt lõi**

**Sáng tạo - Liêm chính - Phát triển - Khác biệt**  
Sáng tạo để mang lại những giá trị thiết thực cho khách hàng.  
Liêm chính: Đề cao tính an toàn, bảo mật nhằm bảo vệ tối đa lợi ích của khách hàng  
Phát triển không ngừng hướng tới mục tiêu sử dụng AI một cách có hiệu quả, đem lại lợi ích cho khách hàng  
Khác biệt trong tư duy và sản phẩm để đưa đến khách hàng những sự trải nghiệm mới mẻ nhất

**Slogan:** EII - Hãy chiếu lên câu chuyện của bạn

EII sẽ được phát triển như một nền tảng sử dụng AI tạo video từ những nội dung do người dùng nhập vào  
Nền tảng EII là một trang web có cấu trúc như các trang mạng xã hội (Facebook, Tiktok,...). Người dùng cần đăng nhập vào EII để tạo ra một video, nếu chưa có tài khoản sẽ được đăng ký tài khoản (đăng ký trực tiếp, thông qua bên thứ ba,...). Người sử dụng EII có toàn quyền quản lý tài khoản, thông tin cá nhân, quyền truy cập, hồ sơ và lịch sử tạo video. Khi mất tài khoản người sử dụng cần xác nhận danh tính của bản thân để được phép đổi mật khẩu. Mọi thông tin trên EII của người dùng đều được bảo mật. Bên cạnh đó EII sẽ cho phép người dùng tạo video bằng hình ảnh từ những từ khóa người dùng nhập vào hoặc kịch bản do người dùng viết. Việc tạo ra hình ảnh sẽ hoàn toàn bằng AI, video sẽ có kèm giọng thuyết minh bằng tiếng anh, EII sẽ là một nền tảng tạo video đa ngôn ngữ, nên bất cứ đối tượng nào cũng có thể hiểu và sử dụng. Ngoài ra EII luôn có một hệ thống quản lý và chăm sóc khách hàng dành cho người sử dụng, EII sẽ đơn giản hóa giao diện hướng tới mọi đối tượng và dễ sử dụng, đưa EII thành một sản phẩm Việt Nam sử dụng AI một cách có hiệu quả ra thế giới

**Bảng so sánh với các sản phẩm cùng loại:**

	Giống nhau	Khác nhau	Nổi bật so với các sản phẩm cùng loại
<b>EII</b>	- Cả ba sản phẩm đều là một nền tảng tạo video dựa trên AI.	- Mục tiêu tạo ra những video với nội dung hay và hình ảnh	- Là một hướng phát triển mới trong lĩnh vực tạo

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cho phép người dùng tạo các video đa ngôn ngữ có các hình ảnh, nhân vật ảo được tạo ra hoàn toàn bằng AI</li> <li>- Người dùng có thể nhập văn bản hoặc từ khóa và hệ thống sẽ tạo ra video dựa trên thông tin, nội dung đã nhập.</li> <li>- Được sử dụng nhiều thông qua các nền tảng mạng xã hội, đồng thời thực hiện quảng cáo sản phẩm đến nhiều người hơn</li> <li>- Đưa việc sử dụng AI trở nên phổ biến và thông dụng với con người hơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>đẹp để đem đến cho người dùng trải nghiệm tối ưu nhất</li> <li>- Hướng tới việc đơn giản hóa truyền đạt thông tin bằng video ngắn</li> <li>- Phải trả phí bằng việc đăng ký gói</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>video bằng hình ảnh thông qua AI</li> <li>- Có thể ghi những từ khóa đặc trưng, EII sẽ tự tạo ra video dựa trên những gì EII biết mà không cần soạn kịch bản</li> <li>- Đưa việc sử dụng AI trở nên phổ biến và thông dụng với con người hơn</li> <li>- Hướng tới lĩnh vực giáo dục, nhằm giảm bớt nhàm chán bằng những video hình ảnh phong phú để tiếp thu</li> <li>- Khả năng tái sử dụng và phát triển trong tương lai</li> </ul>
D-ID		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thông qua việc xử lý hình ảnh để bảo vệ quyền riêng tư và đảm bảo an ninh dữ liệu trong các ứng dụng chứng thực và nhận diện khuôn mặt</li> </ul>	
KreadoAI		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cung cấp giải pháp cho các vấn đề liên quan đến việc che giấu thông tin nhận dạng cá nhân trong hình ảnh và video, đồng thời vẫn giữ được tính đảm bảo và chất lượng của dữ liệu</li> <li>- Các nhân vật sẽ nói theo một kịch bản người dùng đưa vào</li> <li>- Sử dụng miễn phí</li> </ul>	

## **Kế hoạch xây dựng**

### **Kế hoạch cung cấp prototype**

Việc cung cấp prototype dự kiến sẽ diễn ra ở giai đoạn 3 để tiến hành kiểm thử nội bộ các chức năng cơ bản, giai đoạn này sẽ kéo dài trong vòng 1 tháng. Sau khi kết thúc thì ta sẽ có prototype để kêu gọi đầu tư. Phân tích, thiết kế, cài đặt, kiểm thử

Sẽ diễn ra song song và bắt đầu từ giai đoạn 2, ta sẽ có bản thiết kế cơ bản của EII, từ đó tiến hành cài đặt prototype và thu thập yêu cầu từ các nhà đầu tư và early adopter để có những chỉnh sửa phù hợp.

### **Mục tiêu dài hạn:**

Đưa EII ra thị trường thế giới và đặt mục tiêu 1 triệu người dùng trên toàn cầu

### **Mục tiêu trung hạn:**

Phổ biến EII đến toàn bộ người dùng trong nước và kiếm được 100.000 người dùng, phát triển thêm các tính năng mới

### **Mục tiêu ngắn hạn:**

Đưa được sản phẩm ra thị trường theo đúng lịch trình từ trước. Để đạt được mục tiêu này thì ta cần giải quyết các vấn đề ngay khi mới phát sinh.

### **Các giai đoạn phát triển EII**

Dự án là một phần mềm có thể tái sử dụng và phát triển phụ thuộc vào sự phát triển của AI nên giai đoạn phát triển nền tảng dự án sẽ có 7 giai đoạn chính:

**Giai đoạn 1:** Lên ý tưởng, tìm hiểu hướng đi, khảo sát nhu cầu thị trường. Ở giai đoạn này các thành viên trong nhóm cần thu thập thông tin về nhu cầu người dùng nhiều nhất có thể, từ đó quyết định ý tưởng để giải quyết vấn đề cũng như hình thành 1 bức tranh rõ hơn về sản phẩm cần phát triển.

**Giai đoạn 2:** Đánh giá tính khả thi dựa trên những cuộc khảo sát thị trường. Khi đã nắm dữ liệu trong tay thì ta có thể xem xét việc người dùng có sẵn sàng bỏ tiền để mua sản phẩm cũng như kỳ vọng của họ

**Giai đoạn 3:** Xây dựng cơ bản prototype website và chạy thử sản phẩm. Ta cần tận dụng giai đoạn này như 1 cơ hội để thu thập phản hồi từ người dùng để cải tiến EII

**Giai đoạn 4:** Kêu gọi đầu tư, vốn.

**Giai đoạn 5:** Phát triển và đưa ra bản MVP cho các early adopter. Trong giai đoạn này, điều cần thiết là phải linh hoạt. Điều này có nghĩa là EII phải sẵn sàng cho những thay đổi đến từ phản hồi của người dùng trong quá trình thử nghiệm và đảm bảo rằng các nhóm thiết kế và kỹ thuật giao tiếp với nhau. Để làm được điều này thì ta cần đưa người dùng 1 bản MVP. MVP cho phép ta kiểm thử, xây dựng sản phẩm theo thời gian khi các yêu cầu từ người dùng càng tăng lên. Việc này hiệu quả hơn so với cố gắng tạo ra mọi thứ hoàn hảo ngay từ đầu. Không như bản prototype, MVP chứa tất cả những tính năng chính.

**Giai đoạn 6:** Ra mắt sản phẩm chính thức và quảng cáo EII đến với người dùng. Để đột ra mắt tạo nhiều tiếng vang, ta cần gửi thông cáo báo chí và thực hiện bất kỳ loại hoạt động PR nào để khiến mọi người

nói về EII. Cân nhắc việc giảm giá cho một số khách hàng đầu tiên. Ta cũng cần giám sát kỹ xem EII hoạt động như nào, theo dõi tần suất sử dụng, đọc các bình luận trên các trang mạng xã hội, xem xem người dùng tương tác với nó như thế nào và ghi chú lại các vấn đề phát sinh.

**Giai đoạn 7:** Kiểm tra lỗi, giải quyết sự cố, vấn đề phát sinh, thay đổi chiến lược sau khi được nhiều người sử dụng. Ngoài ra còn phải phát triển thêm các tính năng mới để cải tiến. Ta có thể thiết kế lại UI/UX hoặc thêm những công cụ mới. Mục đích tối thượng là để tạo ra giá trị cho người dùng và giúp họ có 1 trải nghiệm vui vẻ và hiệu quả.

### Quy trình phát triển

#### Scrum vs Kanban.

	Scrum	Kanban
Định nghĩa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scrum là một quy trình Agile giúp mang lại giá trị kinh doanh trong thời gian ngắn nhất. Nó kiểm tra liên tục và nhanh chóng các phần mềm hoạt động trong thực tế.</li> <li>- Phương pháp này nhấn mạnh vào làm việc theo nhóm và tiến trình lặp đi lặp lại của phần mềm. Mục tiêu của scrum là cung cấp phần mềm mới sau mỗi 2-4 tuần (sprint)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kanban là một hệ thống trực quan để quản lý công việc. Nó hình dung cả quá trình và công việc thực tế trong quá trình đó.</li> <li>- Mục tiêu chính của việc triển khai Kanban là xác định các nút thắt tiềm ẩn trong quy trình và khắc phục chúng.</li> <li>- Mục tiêu của Kanban là quy trình công việc phải diễn ra suôn sẻ với tốc độ tối ưu.</li> </ul>
Lợi ích	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phương pháp Scrum có thể cung cấp khả năng quản lý dự án cho mọi doanh nghiệp và thậm chí trong toàn bộ cuộc sống nói chung.</li> <li>- Bằng cách sử dụng Scrum, nhóm làm việc sẽ trở nên nhanh nhẹn hơn và khám phá ra cách phản ứng nhanh và ứng phó với những thay đổi đột ngột.</li> <li>- Hơn nữa, Scrum giải quyết sự phức tạp trong công việc bằng cách minh bạch hóa thông tin. Những điều này giúp nhóm kiểm tra và điều chỉnh dựa trên các điều kiện hiện tại, thay vì các điều kiện dự đoán. Điều này giúp các thành viên trong nhóm giải quyết những khó khăn và sự hỗn loạn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phương pháp Kanban giúp tăng hiệu quả của các quá trình kinh doanh và rút ngắn thời gian cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ cho khách hàng bằng cách không ngừng cải tiến, tối ưu hóa và hợp lý hóa hệ thống.</li> <li>- Tất cả những điều này là nhằm đạt được sự trôi chảy tuyệt vời nhất trong quá trình thực thi công việc.</li> <li>- Khi công việc được chia nhỏ thành nhiều phần – ta sẽ thấy rõ ràng những gì cần phải hoàn thành trước. Sẽ rất hữu ích nếu ta có thể quản lý các công việc, chỉ bằng cách giới hạn số lượng công việc đang thực hiện</li> </ul>

	do các yếu tố thay đổi liên tục.	ở một hoặc hai nhiệm vụ.
Khi nào thì sử dụng?	<p>- Phương pháp Scrum được sử dụng trong một dự án có yêu cầu thay đổi nhanh chóng. Nó hoạt động trên nguyên tắc tự tổ chức, nhóm chức năng chéo.</p> <p>- Khung Scrum thường giải quyết sự thay đổi nhanh chóng trong thực tế hoặc hầu hết rủi ro không được biết trước được khi bắt đầu dự án. Trong phương pháp này, các thay đổi và tối ưu hóa sản phẩm, yêu cầu và quy trình là một phần không thể thiếu của dự án.</p>	<p>- Bảng Kanban cho phép quản lý trực quan công việc của dự án phát triển phần mềm. Điều này giúp các thành viên trong nhóm nhìn thấy công việc đang được tiến hành.</p> <p>- Nó cũng giúp họ hiểu những thông tin phức tạp như quy trình và rủi ro liên quan để hoàn thành công việc đúng hạn.</p> <p>- Bảng Kanban rất hiệu quả vì nó giúp các thành viên trong nhóm làm việc năng suất hơn đồng thời giảm bớt lượng căng thẳng về khối lượng công việc mà người quản lý dự án và các thành viên trong nhóm cảm thấy trong suốt vòng đời của dự án.</p> <p>- Phương pháp phát triển phần mềm Kanban nên được thực hiện nếu nhóm có một quy trình hoạt động tốt nhưng vẫn cần một số tối ưu hóa. Quy trình Kanban cho phép họ dần dần cải thiện tất cả quy trình đã thử nghiệm của họ.</p>
Quy trình thực hiện	<p>Quy trình của Scrum khuyến khích các thành viên trong nhóm đánh giá điều gì đang hiệu quả và điều gì không. Giao tiếp là một phần thiết yếu của quy trình scrum. Nó được thực hiện thông qua các cuộc họp được gọi là Events. Scrum Events bao gồm:</p> <p><b>- Daily Scrum</b></p> <p>Daily Scrum là một cuộc họp nhỏ diễn ra tại cùng một địa điểm và thời gian mỗi ngày. Vào cuối mỗi cuộc họp, nhóm sẽ đánh giá công việc đã hoàn thành vào ngày hôm trước và lập kế hoạch những công việc cần làm trong 24 giờ tới.</p>	<p>Trong quy trình Kanban, mọi thứ sẽ dần dần được cải thiện cho dù đó là phát triển phần mềm, Nhân sự, Tiếp thị, Bán hàng, Thu mua, ... Phương pháp Kanban tuân theo một số nguyên tắc nhất định để quản lý và cải thiện quy trình làm việc.</p> <p>Dưới đây là bốn nguyên tắc của Phương pháp Kanban:</p> <p><b>- Hình dung công việc:</b></p> <p>Bằng cách tạo ra một mô hình trực quan về công việc và quy trình làm việc, Bảng Kanban sẽ giúp quan sát luồng công việc</p>

	<p>Trong cuộc họp, các thành viên sẽ đưa ra ý kiến về bất kỳ vấn đề nào có thể trở thành trở ngại cho việc hoàn thành dự án.</p> <p><b>- Sprint Planning Meeting</b></p> <p>Sprint đề cập đến khoảng thời gian mà công việc phải được hoàn thành, thường là 30 ngày.</p> <p>Trong cuộc họp này, mọi người cần lập các mục tiêu để các thành viên hoàn thành trong sprint đó.</p> <p><b>- Sprint Retrospective</b></p> <p>Sprint Retrospective Meeting diễn ra sau khi Sprint kết thúc. Trong phần này, mọi người đều phản ánh về quá trình thực hiện nhiệm vụ trong Sprint.</p> <p>Mục tiêu thiết yếu của Sprint Retrospective là cải tiến liên tục.</p> <p><b>Không thể thêm các mục vào Sprint đang diễn ra</b></p>	<p>di chuyển.</p> <p><b>- Hạn chế công việc trong quá trình phát triển</b></p> <p>Nó cho phép các thành viên trong nhóm giảm thời gian di chuyển theo từng mục trong hệ thống Kanban.</p> <p><b>- Tập trung vào dòng chảy</b></p> <p>Bằng cách sử dụng các giới hạn công việc trong quy trình và phát triển các chính sách theo nhóm, bạn có thể tối ưu hóa hệ thống Kanban để cải thiện quy trình làm việc trôi chảy.</p> <p><b>- Cải tiến liên tục</b></p> <p>Khi hệ thống Kanban ra đời, nó đóng vai trò là nền tảng cho sự cải tiến liên tục. Nó giúp các nhóm đo lường sự hiệu quả của họ bằng cách phân tích luồng theo dõi, thời gian sản xuất,...</p> <p><b>Các mục mới có thể dễ dàng thêm vào nếu khối lượng công việc vẫn có thể đáp ứng được</b></p>
Điểm mấu chốt của 2 phương pháp	<p>- Scrum nhấn mạnh vào việc lập kế hoạch. Nó bắt đầu với việc lập kế hoạch cho Sprint và kết thúc bằng việc Sprint Retrospective. Có nhiều cuộc họp được tổ chức để giúp đảm bảo rằng nhóm phù hợp với các bước tiếp theo, các ưu</p>	<p>- Kanban cho phép việc thực hiện các thay đổi khi vẫn đang trong quá trình hoạt động. Nó có nghĩa là có ít sự cứng nhắc hơn và mọi thứ có thể thay đổi thường xuyên.</p> <p>- Kanban không yêu cầu bắt buộc phải thực hiện việc ước tính.</p> <p>- Phương pháp Kanban hoàn toàn tập trung vào bảng điều khiển quy trình.</p> <p>- Kanban đề xuất các biểu đồ để có cái nhìn tổng quan về tiến trình của nhóm theo thời gian.</p>



Mục tiêu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trong Scrum, toàn bộ nhóm tập trung vào việc hợp tác và hoàn thành nhiệm vụ để cải thiện chất lượng công việc.</li> <li>- Scrum giúp các công ty tiết kiệm thời gian và tiền bạc.</li> <li>- Mục tiêu dự án được đo lường cụ thể và kiểm tra trong quá trình đánh giá Sprint</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các nhóm làm việc để đạt được mục tiêu và giảm thời gian hoàn thành toàn bộ quy trình. Vì vậy, giảm thời gian chu kỳ là chỉ số lớn nhất của sự thành công ở đây.</li> <li>- Phương pháp Kanban tập trung vào cải tiến liên tục, năng suất và hiệu quả.</li> <li>- Các thành viên trong nhóm có nhiều khả năng hoàn thành mục tiêu hơn nhiều vì tính chất trực quan của bảng Kanban.</li> </ul>
Quy mô áp dụng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các dự án lớn có thể dễ dàng chia thành các sprint để quản lý.</li> <li>- Phù hợp nhất đối với các dự án có mức độ ưu tiên thay đổi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chỉ hoạt động tốt với các đội nhỏ nên không phù hợp với đội có quy mô lớn.</li> <li>- Lý tưởng đối với các nhóm có mức độ ưu tiên ổn định và không thay đổi theo thời gian.</li> </ul>
Yêu cầu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scrum yêu cầu một sự chuyển đổi hoàn toàn từ mô hình truyền thống sang mô hình Agile Scrum để được triển khai dự án.</li> <li>- Nó dễ dàng hơn để thích ứng với những thay đổi liên tục vì Sprint ngắn và được phản hồi thường xuyên.</li> <li>- Trong phương pháp Agile Scrum này, việc cung cấp một sản phẩm chất lượng vào thời gian đã định sẽ dễ dàng hơn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kanban không cho phép những thay đổi lớn trong dự án.</li> <li>- Nó được thiết kế để có năng suất đều đặn, ổn định, những thay đổi lớn về nhu cầu của khách hàng có thể khiến Kanban thất bại..</li> </ul>
Các thành viên trong team	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mọi thành viên trong nhóm đều có một vai trò cụ thể trong Scrum. Các thành viên quyết định mốc thời gian, chịu trách nhiệm cho các công việc và đặt ra các mục tiêu.</li> <li>- Các nhóm chức năng chéo rất quan trọng vì họ có thể đối phó với bất kỳ sự gián đoạn nào có thể gây ra tắc nghẽn trong quá trình phát triển phần mềm.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Không có vai trò được xác định trước trong một nhóm. Tuy nhiên, vẫn có thể có một Quản lý dự án; nhóm được khuyến khích cộng tác và làm việc cùng nhau.</li> <li>- Có đội ngũ chuyên trách đóng vai trò quan trọng.</li> <li>- Kanban khuyến khích mọi thành viên trong nhóm là một nhà lãnh đạo và chia sẻ</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scrum master hoạt động như một người giải quyết vấn đề.</li> <li>- Công việc trong Sprint chỉ được sở hữu bởi một nhóm duy nhất.</li> <li>- Phương pháp này yêu cầu các thành viên trong nhóm có kinh nghiệm. Vì vậy, nếu nhóm bao gồm những người không phải là chuyên gia, dự án không thể hoàn thành kịp thời.</li> <li>- Kế hoạch dự án sẽ không bao giờ xáo trộn ngay cả khi một thành viên trong nhóm rời nhóm.</li> </ul>	trách nhiệm giữa tất cả mọi người. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhiều đội có thể chia sẻ bảng Kanban.</li> <li>- Không có khung thời gian cụ thể nào được phân bổ cho mỗi giai đoạn, vì vậy các thành viên trong nhóm không bao giờ biết được họ có thể mất bao nhiêu thời gian trong mỗi giai đoạn.</li> <li>- Nếu bất kỳ thành viên nào trong nhóm thoát ra trong quá trình phát triển, điều đó có thể ảnh hưởng đến sự phát triển của dự án.</li> </ul>
Thời gian	Thời gian của 1 Sprint sẽ là cố định, thường là từ 2 tuần đến 1 tháng	Kanban không dựa trên thời gian cố định mà được đo lường dựa trên thời gian chu kỳ.
Khó khăn	Các cuộc họp hàng ngày đôi khi khiến các thành viên trong nhóm nản lòng.	Bảng Kanban lỗi thời có thể dẫn đến các vấn đề trong quá trình phát triển.

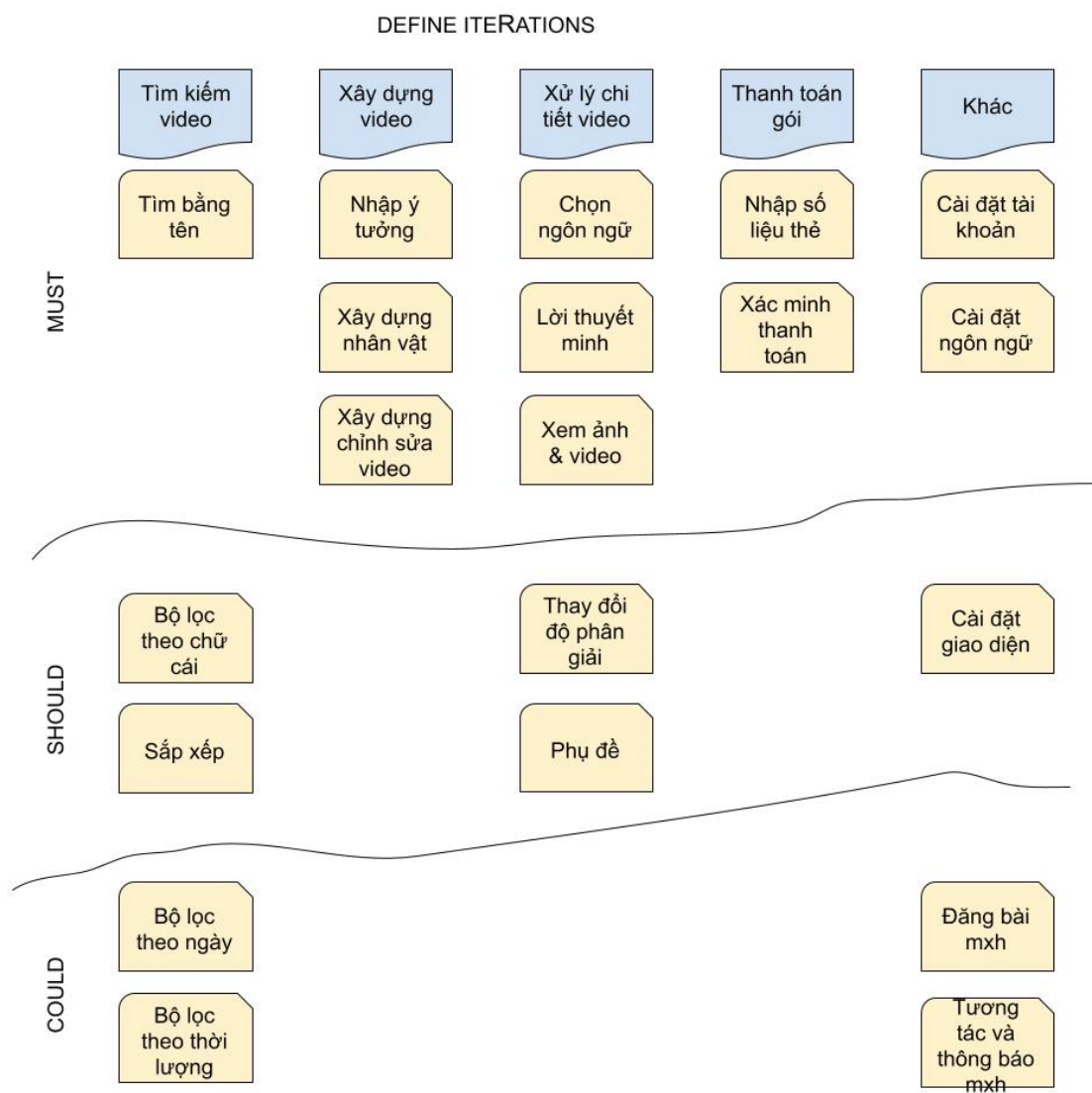
Sketch, wireframe, mockup, prototype chưa đầy đủ nhưng sẽ cập nhật dần dần.

Các product backlog (features set) theo thứ tự ưu tiên business value first.

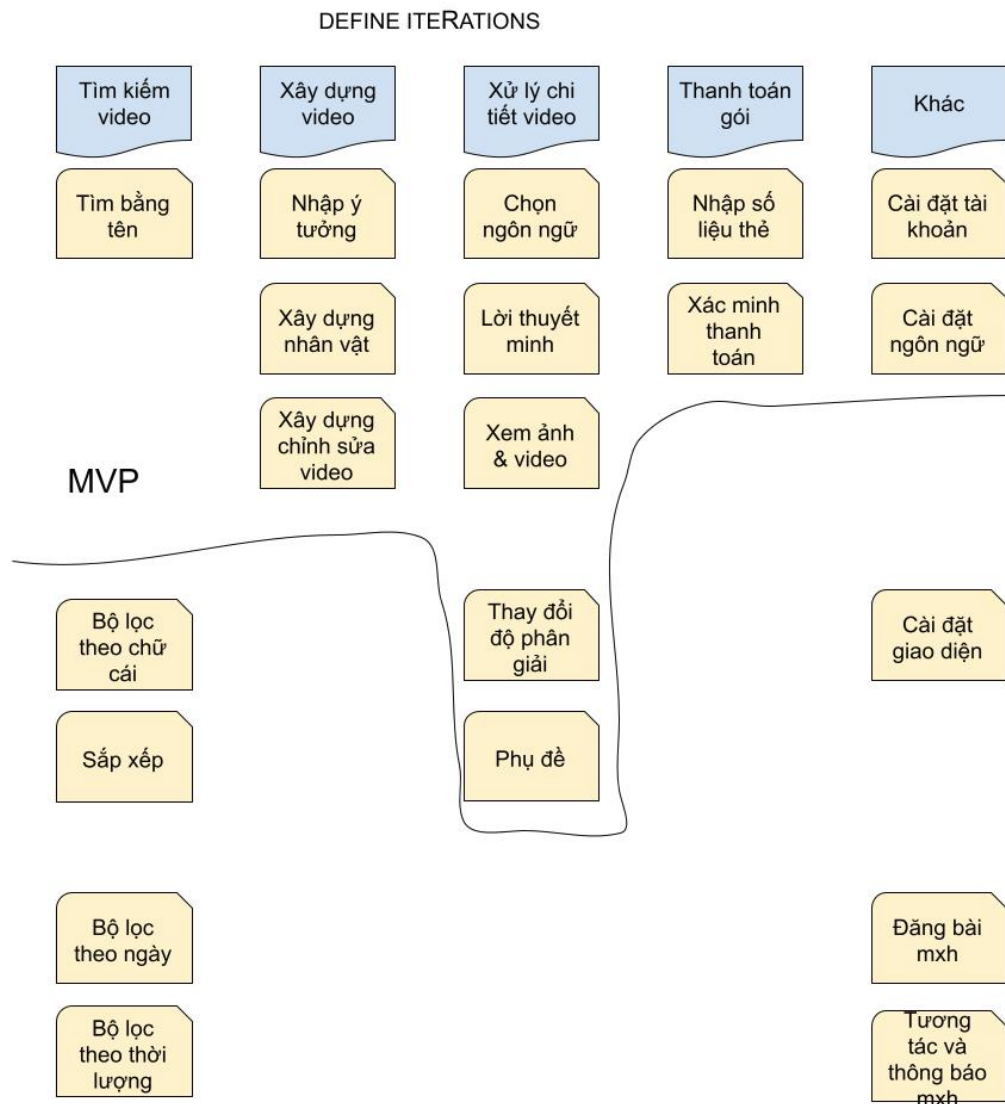
Các user story trong mỗi product backlog theo thứ tự ưu tiên business value first (chưa đầy đủ nhưng sẽ cập nhật dần dần).

**Kết quả:** Chọn mô hình Kanban vì phù hợp cho ra sản phẩm nhanh nhất với mong muốn đưa ra thị trường để trưng cầu kiến khách hàng vì sản phẩm có hướng đi khá mới, nên có những vấn đề phải tiếp cận từ sớm để sửa chữa, cộng với thiếu nhân lực nhân lực chủ yếu từ các key members nên không có sự phân chia quá rõ ràng về mặt kỹ thuật, sau khi hoàn thiện sản phẩm tới một mức độ có thể xem xét thay đổi hướng đi sau.

Agile kanban vì:



Bảng feature



Bảng MVP

*EII sẽ phát triển theo một vòng lặp ‘Phát triển – kiểm chứng – học – phản hồi (build – measure – learn – feedback – loop)’*

### KPIs dùng để đo sự quan tâm của người dùng với sản phẩm

KPIs viết tắt của cụm từ tiếng Anh Key Performance Indicators. KPIs là các chỉ số đo lường hiệu quả, hiệu suất công việc của một cá nhân, đội nhóm, phòng ban, hay của cả một doanh nghiệp. Dưới đây là một số KPIs để đánh giá mức độ quan tâm của người dùng đối với sản phẩm.

Bounce rate: chỉ số tỷ lệ phần trăm khách hàng ghé thăm website nhưng không thực hiện bất cứ hành động nào khác trên trang (xem các trang kế tiếp,...)

A/B Testing: được hiểu đơn giản là một hình thức thử nghiệm hai phiên bản A/B trong cùng một điều kiện và đánh giá xem phiên bản nào đạt hiệu quả hơn.

LTV: là công cụ đo lường doanh thu cơ bản, đánh giá giá trị của mỗi ứng dụng cũng như của mỗi người dùng trong suốt vòng đời của ứng dụng đó, có thể được tính theo đơn vị tiền tệ hay thời gian,...

CAC: được hiểu chính là chi phí sở hữu khách hàng. Đây là các khoản chi phí liên quan đến việc thuyết phục người tiêu dùng trong việc mua sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Bao gồm cả các chi phí nghiên cứu, tiếp thị cũng như quảng cáo.

Churn: là tỷ lệ phần trăm thể hiện người mức độ rời bỏ của người dùng đối với sản phẩm/ dịch vụ của bạn. Và tất nhiên doanh nghiệp nào cũng sẽ kỳ vọng Churn của mình nhỏ nhất có thể. Có hai loại churn rate là Customer Churn Rate (doanh nghiệp đang mất bao nhiêu người dùng sau một khoảng thời gian nào đó) và Revenue Churn Rate (doanh nghiệp đang mất bao nhiêu doanh thu định kỳ hàng tháng sau mỗi tháng).

Retention có thể hiểu là tỷ lệ giữ chân khách hàng. Trong tiếp thị và quản lý sản phẩm, retention rate có thể ảnh hưởng tới tỷ lệ phần trăm khách hàng tiếp tục sẵn lòng chi tiền để tiêu dùng 1 loại hình sản phẩm/ dịch vụ cụ thể nào đó trong một khoảng thời gian nhất định.

Activation là tỷ lệ chuyển đổi một lượt tải trở thành một người dùng. Việc chuyển đổi này sẽ tùy thuộc vào sản phẩm/dịch vụ. Có ứng dụng chỉ cần tải về và truy cập vào đã là một lần chuyển đổi thành công, có ứng dụng lại yêu cầu tải về, tạo tài khoản người dùng mới tính là một lần chuyển đổi.

Dựa trên các KPI, có thể áp dụng chúng vào các mốc cụ thể trong quá trình phát triển EII:

Giai đoạn 1: Phát triển và triển khai ứng dụng EII dùng KPI Bounce để kiểm tra chỉ số tỷ lệ phần trăm khách hàng ghé thăm website

Giai đoạn 2: Nâng cấp tính năng và tối ưu hóa trải nghiệm người dùng bằng các KPI LTV, CAC

Giai đoạn 3: Cải thiện tỷ lệ giữ chân khách hàng qua các KPI: Churn, Retention\

Giai đoạn 4: Khả năng nâng cấp và phát triển của EII bởi KPI Activation

## **IV. Marketing Plan**

### **1. Market research**

#### **1.1. Thu thập dữ liệu**

Tự mình thu thập dữ liệu (**Primary data collection**): Dữ liệu sơ cấp (primary data) còn được gọi là dữ liệu thô, bao gồm những thông tin thu thập để phục vụ mục đích nghiên cứu cụ thể. Nó là dữ liệu do các nhà nghiên cứu trực tiếp thu thập, chứ không thông qua các nguồn khác. Primary data là những thông tin chân thật nhất, chưa qua xử lý hay chỉnh sửa. Có rất nhiều phương pháp để có thể thu thập được dữ liệu này: phỏng vấn, tạo nhóm người dùng thử, gửi khảo sát, theo dõi trên các phương tiện truyền thông đại chúng,... Đối với EII thì những phương pháp để có thể thu thập dữ liệu phù hợp là khảo sát vào theo dõi trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Bởi vì đối tượng Eii nhắm tới là những nhà sáng tạo nội

dung, giới trẻ,... cho nên việc tiếp cận thông qua khảo sát sẽ tương đối dễ dàng hơn. Bên cạnh đó vì công nghệ EII sử dụng là một chủ đề được đề cập đến khá nhiều trên mạng xã hội trong thời gian qua nên việc theo dõi các phương tiện truyền thông đại chúng sẽ có thể đem đến những thông tin mới lạ mà không cuộc phỏng vấn hay khảo sát nào có thể đem lại.

Dùng dữ liệu bên thứ ba (**Secondary data collection**). Dữ liệu thứ cấp (secondary data) là dữ liệu đã có sẵn không phải do bản thân thu thập và đã được công bố rộng rãi, nên dễ thu thập và không tốn nhiều thời gian, chi phí. Có thể hiểu rằng, dữ liệu thứ cấp do người khác thu thập với mục đích khác được chúng ta sử dụng lại để phục vụ nghiên cứu của mình. Bằng việc sử dụng dữ liệu bên thứ ba bạn có thể nhắm mục tiêu chính xác các nhóm đối tượng để hiển thị cho họ quảng cáo của bạn theo (nhân khẩu học, sở thích, ý định mua hàng ...). Nói cách khác, dữ liệu của bên thứ ba cho phép bạn chạy các chiến dịch quảng cáo hiệu quả hơn nhắm vào người dùng không phải là khách truy cập của bạn. Tuy nhiên, thách thức của loại dữ liệu này là chất lượng do thiếu mối tương quan với khách hàng, không có xác nhận và có xu hướng lỗi thời, cũ hơn so với xu hướng hiện tại. Chính vì khuyết điểm thiếu mối tương quan nên việc sử dụng phương pháp này để thu thập thông tin sẽ không phù hợp với hướng phát triển tiếp cận thị trường của EII bởi EII cần những thông tin dữ liệu mang tính tức thời và tiệm cận với khách hàng, người dùng nhiều hơn so với những thông tin có thể đã bị cũ so với xu hướng hiện đại.

## **1.2. Phân tích dữ liệu**

Từ mô hình kinh doanh (**Business Model Canvas**) và dữ liệu thu thập, phân tích hiện trạng.

Có nhiều phương pháp, phương pháp phân tích phổ biến là **5Cs**

‘Company’ khi phân tích yếu tố này, doanh nghiệp cần xem xét điểm mạnh, điểm yếu của mình một cách toàn diện, theo các tiêu chí: sản phẩm, giá bán, kênh phân phối, hoạt động truyền thông, con người, quy trình, tư tưởng văn hóa. Phân tích nội bộ doanh nghiệp sẽ là cơ sở để doanh nghiệp xây dựng các chiến lược để phát huy điểm mạnh, cải thiện điểm yếu.

Collaborator (đối tác) hãy xem xét rộng rãi các cộng tác viên mà bạn hiện đang làm việc cũng như điều tra tiềm năng của các mối quan hệ đối tác chưa được khai thác. Các doanh nghiệp phù hợp với bạn trên thị trường, nhưng không phải là đối thủ cạnh tranh trực tiếp, có thể chứng tỏ là đối tác có giá trị để tạo nội dung. Nhìn về phía trước và lùi lại trong chuỗi cung ứng của bạn cũng có thể hữu ích. Bạn có thể sẽ tìm thấy rất nhiều cơ hội để làm việc với các công ty khác có cùng sở thích. Xây dựng một kế hoạch được xác định rõ ràng để theo đuổi quan hệ đối tác dựa trên các quyết định tiếp thị của bạn.

Customer doanh nghiệp cần biết được khách hàng mục tiêu của mình là ai, thuộc phân khúc nào, có suy nghĩ và hành vi như thế nào, sẽ thay đổi như thế nào trong tương lai. Doanh nghiệp có thể sử dụng mô hình phân tích khách hàng dựa trên 4 tiêu chí: nhân chủng học (độ tuổi, dân tộc, thu nhập, trình độ nhận thức, giới tính...), khu vực địa lý (sống ở thành phố, tỉnh, khu vực, quốc gia nào), tâm lý (đặc điểm

tính cách, xu hướng ưa thích, động lực hành động...), hành vi (hay mua hàng ở đâu, tìm hiểu thông tin qua kênh nào, mỗi lần mua nhiều hay ít...).

Competitor (đối thủ) các đối thủ cạnh tranh bởi vì bên cạnh sự bình yên bên trong và tư duy tập trung vào khách hàng, biết được bạn đang chống lại ai là bí quyết thực sự để thực hiện một chiến lược và kế hoạch tiếp thị vững chắc. Rất có thể, cho dù các nhà sản xuất khác biệt của bạn mạnh đến đâu, thì các dòng sản phẩm của bạn vẫn không hoàn toàn là duy nhất trên thị trường. Bạn có thể đã biết rõ đối thủ cạnh tranh chính của mình là ai, nhưng hãy luôn cởi mở và mở rộng danh sách nếu cần. Sau đó, hãy đảm bảo rằng bạn biết đối thủ cạnh tranh của bạn đang sử dụng những kênh tiếp thị kỹ thuật số nào và biết được sự hiện diện trên mạng xã hội của họ.

Context (ngữ cảnh), với context cũng có nhiều phương pháp phân tích, phổ biến là phương pháp **PEST**.

Trong đó Political factor (yếu tố chính trị): Đây là yếu tố có tầm ảnh hưởng tới tất cả các ngành kinh doanh trên một khu vực lãnh thổ, các yếu tố thể chế, luật pháp có thể ảnh hưởng đến khả năng tồn tại và phát triển của bất cứ ngành nào.

Economic factor (yếu tố kinh tế): Các doanh nghiệp cần chú ý đến các yếu tố kinh tế cả trong ngắn hạn, dài hạn và sự can thiệp của chính phủ tới nền kinh tế. Thông thường, các doanh nghiệp sẽ quyết định đầu tư vào các ngành, các khu vực sau khi phân tích các yếu tố về nhân lực, tiềm năng,...

Societal trend (xu hướng xã hội): Mỗi quốc gia, vùng lãnh thổ đều có những giá trị văn hóa và các yếu tố xã hội đặc trưng, và những yếu tố này là đặc điểm của người tiêu dùng tại các khu vực đó. Những thay đổi về dân số, địa lý, văn hóa và xã hội có ảnh hưởng quan trọng đến hầu như tất cả các sản phẩm, dịch vụ, thị trường và người tiêu thụ.

Technological development (trình độ phát triển kỹ thuật): Sự tiến bộ kỹ thuật có thể tác động sâu sắc lên những sản phẩm, dịch vụ, thị trường, nhà cung cấp, nhà phân phối, đối thủ cạnh tranh, khách hàng, quá trình sản xuất, thực tiễn tiếp thị và vị thế cạnh tranh của các tổ chức.

Từ phân tích hiện trạng đi phân tích diện điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, đe dọa - **SWOT analysis**. SWOT là viết tắt của 4 từ Tiếng Anh: Strengths (Thế mạnh), Weaknesses (Điểm yếu), Opportunities (Cơ hội) và Threats (Thách thức) – là mô hình (hay ma trận) phân tích kinh doanh nổi tiếng cho doanh nghiệp. Mô hình SWOT là mô hình (hay ma trận) phân tích kinh doanh nổi tiếng dành cho mọi doanh nghiệp muốn cải thiện tình hình kinh doanh bằng định hướng đúng đắn và xây dựng những nền tảng phát triển vững chắc. Trong đó Thế mạnh và Điểm yếu được xem là hai yếu tố nội bộ trong một doanh nghiệp. Ví dụ như danh tiếng, đặc điểm, vị trí địa lý. Gọi là yếu tố nội bộ, bởi vì đây là những yếu tố mà bạn có thể nỗ lực để thay đổi. Còn Cơ hội và Rủi ro là hai yếu tố bên ngoài. Ví dụ như nguồn cung ứng, đối thủ, giá thị trường, vì chúng không phải những yếu tố chỉ cần muốn là có thể kiểm soát được.

Để áp dụng mô hình phân tích SWOT vào EII, ta có thể đúc kết ra được như sau:

a. Điểm mạnh

Công nghệ tiên tiến dự án EII sử dụng công nghệ tiên tiến nhất để tạo ra sản phẩm chất lượng cao. Dự án EII sử dụng những công nghệ mới nhất, có thể giúp tăng cường hiệu suất và chất lượng sản phẩm. Công nghệ mới nhất thường mang lại lợi thế cạnh tranh, giúp dự án nổi bật hơn so với các dự án khác sử dụng công nghệ lỗi thời. Công nghệ tiên tiến thường liên kết với chất lượng sản phẩm cao hơn. Sản phẩm được tạo ra có thể có độ chính xác cao, độ tin cậy tốt và ít lỗi hơn. Điều này không chỉ giúp tăng cường uy tín của dự án mà còn tạo ra giá trị lớn cho người dùng cuối. Công nghệ tiên tiến thường giúp tăng hiệu suất bằng cách tự động hóa các quy trình, giảm thời gian sản xuất và tăng cường khả năng sản xuất. Điều này có thể giúp dự án EII tiết kiệm thời gian và nguồn lực.

Việc sử dụng công nghệ tiên tiến cũng thể hiện sự sáng tạo và tiên phong của dự án. Điều này không chỉ giúp tăng cường hình ảnh và uy tín của dự án mà còn tạo ra cơ hội cho sự đổi mới và phát triển trong tương lai. Dự án có sự tham gia của những chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực, đảm bảo chất lượng công việc và sản phẩm.

Chất lượng công việc: Khi có sự tham gia của những chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực, chất lượng công việc thường được nâng cao. Họ có kiến thức sâu rộng và kinh nghiệm thực tế, giúp họ giải quyết các vấn đề phức tạp và đưa ra quyết định thông minh hơn.

Chất lượng sản phẩm: Chuyên gia trong lĩnh vực cũng giúp đảm bảo chất lượng sản phẩm. Họ có thể giám sát quá trình sản xuất, đảm bảo rằng tất cả các tiêu chuẩn và quy định đều được tuân thủ, và rằng sản phẩm cuối cùng đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng. Học hỏi và phát triển sự hiện diện của chuyên gia cũng tạo ra môi trường học hỏi cho những người khác trong đội ngũ. Họ có thể chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm của mình, giúp những người khác phát triển kỹ năng và hiểu biết của mình. Cuối cùng, việc có sự tham gia của chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực cũng giúp tăng cường uy tín của dự án. Điều này có thể tạo ra niềm tin từ các bên liên quan và khách hàng, và mở rộng cơ hội cho dự án.

Hợp tác quốc tế việc dự án có sự hợp tác với nhiều tổ chức quốc tế, mở rộng cơ hội và tăng cường khả năng cạnh tranh. Mở rộng cơ hội: Khi hợp tác với các tổ chức quốc tế, dự án EII có thể mở rộng cơ hội của mình, không chỉ trên thị trường nội địa mà còn trên thị trường toàn cầu. Điều này có thể bao gồm cơ hội để tiếp cận khách hàng mới, hợp tác với đối tác mới, hoặc mở rộng vào thị trường mới. Tăng cường khả năng cạnh tranh: Hợp tác quốc tế cũng có thể giúp tăng cường khả năng cạnh tranh của dự án. Điều này có thể bao gồm việc tận dụng kỹ năng, kiến thức, và nguồn lực của các tổ chức quốc tế để cải thiện sản phẩm hoặc dịch vụ, hoặc việc học hỏi từ các thực hành tốt nhất trên toàn cầu. Hợp tác quốc tế cũng tạo cơ hội để chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm. Điều này có thể giúp dự án EII học hỏi từ các tổ chức quốc tế và áp dụng những bài học đó vào hoạt động của mình. Uy tín: Cuối cùng, việc hợp tác với các tổ chức quốc tế có thể giúp tăng cường uy tín của dự án. Điều này có thể tạo ra niềm tin từ các bên liên quan và khách hàng, và mở rộng cơ hội cho dự án.

b. Điểm yếu:



Chi phí cao do sử dụng công nghệ tiên tiến và đội ngũ chuyên môn cao, chi phí cho dự án có thể rất cao. Đầu tư công nghệ với công nghệ tiên tiến thường đòi hỏi một lượng đầu tư ban đầu lớn. Điều này có thể bao gồm chi phí mua sắm thiết bị, phần mềm, cũng như chi phí cho việc bảo dưỡng và nâng cấp công nghệ.

Chi phí nhân sự: Đội ngũ chuyên môn cao thường đòi hỏi mức lương cao hơn so với nhân viên bình thường. Ngoài ra, việc đào tạo và phát triển nhân sự cũng có thể tạo ra chi phí đáng kể. Chi phí quản lý dự án: Việc quản lý và điều hành dự án công nghệ tiên tiến và phức tạp cũng có thể tạo ra chi phí. Điều này có thể bao gồm chi phí cho việc quản lý rủi ro, quản lý chất lượng, và quản lý các bên liên quan. Chi phí không lường trước: Công nghệ mới và phức tạp thường đi kèm với rủi ro và không chắc chắn. Điều này có thể dẫn đến các chi phí không lường trước, như việc sửa chữa lỗi, thay đổi quy trình, hoặc thậm chí là thất bại của dự án.

Thời gian triển khai dài dự án có thể mất nhiều thời gian để triển khai do độ phức tạp của công nghệ và yêu cầu chất lượng cao. Độ phức tạp của công nghệ: Công nghệ tiên tiến thường đòi hỏi thời gian để hiểu, triển khai và tinh chỉnh. Điều này có thể kéo dài thời gian hoàn thành dự án, đặc biệt nếu gặp phải vấn đề kỹ thuật không lường trước. Yêu cầu chất lượng cao: Việc duy trì chất lượng cao trong suốt quá trình triển khai cũng có thể tạo ra thời gian triển khai dài hơn. Điều này có thể bao gồm thời gian cho việc kiểm tra chất lượng, sửa chữa lỗi và thực hiện các điều chỉnh cần thiết. Đào tạo và phát triển nhân sự: Việc đào tạo và phát triển đội ngũ để sử dụng và quản lý công nghệ mới cũng có thể mất thời gian. Điều này có thể bao gồm thời gian cho việc đào tạo, thực hành và học hỏi từ kinh nghiệm. Thay đổi quy trình: Việc triển khai công nghệ mới thường đòi hỏi thay đổi quy trình hiện tại. Điều này có thể mất thời gian để thích ứng và tối ưu hóa.

Cơ hội:

Thị trường tiềm năng: Với sản phẩm chất lượng cao, dự án có cơ hội tiếp cận với thị trường tiềm năng lớn. Khách hàng tiềm năng: Với sản phẩm chất lượng cao, dự án EII có thể thu hút một lượng lớn khách hàng tiềm năng. Điều này không chỉ giúp tăng doanh thu, mà còn giúp xây dựng thương hiệu và tăng cường sự nhận biết về thương hiệu. Mở rộng thị trường: Sản phẩm chất lượng cao cũng có thể giúp dự án mở rộng thị trường của mình, không chỉ trên thị trường nội địa mà còn trên thị trường quốc tế. Điều này có thể tạo ra cơ hội tăng trưởng và mở rộng. Cạnh tranh: Sản phẩm chất lượng cao cũng có thể giúp dự án cạnh tranh hiệu quả hơn với các đối thủ cạnh tranh. Điều này có thể giúp dự án chiếm lĩnh thị phần lớn hơn và tăng cường vị thế cạnh tranh của mình. Đổi mới sản phẩm: Cuối cùng, việc tiếp cận thị trường tiềm năng lớn cũng có thể tạo ra cơ hội cho sự đổi mới sản phẩm. Dựa trên phản hồi từ khách hàng và xu hướng thị trường, dự án có thể cải tiến và phát triển sản phẩm để phù hợp hơn với nhu cầu của khách hàng. Cơ hội hợp tác với các tổ chức quốc tế có thể mở rộng cơ hội và tăng cường khả năng cạnh tranh.

Thách thức:

Dự án có thể đối mặt với sự cạnh tranh từ các dự án tương tự khác. Có thể có nhiều dự án tương tự khác trên thị trường, cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự. Điều này có thể tạo ra sự cạnh tranh về giá cả, chất lượng, và tính năng của sản phẩm. Sự cạnh tranh từ các dự án khác có thể ảnh hưởng đến thị phần của dự án EII. Điều này có thể giảm doanh thu và ảnh hưởng đến sự phát triển của dự án. Chiến lược tiếp thị: Đối mặt với sự cạnh tranh, dự án EII có thể cần phải tạo ra và thực hiện các chiến lược tiếp thị mạnh mẽ hơn để thu hút và giữ chân khách hàng. Sự cạnh tranh cũng có thể đòi hỏi dự án EII phải liên tục đổi mới sản phẩm và dịch vụ của mình để giữ vững vị thế cạnh tranh.

Công nghệ tiên tiến luôn đi kèm với rủi ro, bao gồm việc không đạt được kết quả mong đợi hoặc gặp sự cố trong quá trình triển khai. Công nghệ tiên tiến thường đi kèm với các rủi ro kỹ thuật, bao gồm lỗi phần mềm, sự cố hệ thống, hoặc thất bại trong việc triển khai công nghệ như dự kiến. Có thể có rủi ro rằng công nghệ không hoạt động với hiệu suất mong đợi, dẫn đến việc không đạt được mục tiêu về chất lượng sản phẩm hoặc hiệu quả sản xuất. Rủi ro về an ninh công nghệ tiên tiến cũng có thể tạo ra các rủi ro về an ninh, bao gồm việc bị xâm nhập hệ thống, mất dữ liệu, hoặc vi phạm quyền riêng tư. Rủi ro về độ tin cậy của công nghệ mới có thể chưa được kiểm chứng đầy đủ về độ tin cậy và ổn định. Điều này có thể tạo ra rủi ro về việc công nghệ không hoạt động ổn định trong thời gian dài.

## **2. Barriers to entry**

### **a. High startup costs:**

Cần đầu tư cho nhân sự AI, xây dựng hệ thống song song sử dụng mô hình startup tiết kiệm, tối ưu hóa chi phí. Đầu tư theo giai đoạn, tập trung vào tính năng cốt lõi.

### **b. High production costs:**

Chi phí duy trì hệ thống AI phức tạp tốn kém. Tối ưu hóa công nghệ, giảm thiểu chi phí nhân công thủ công bằng tự động hóa.

### **c. High marketing costs:**

Thị trường cạnh tranh, cần chi phí lớn cho quảng cáo. Tập trung marketing trực tuyến, mạng xã hội làm giảm chi phí. Xây dựng cộng đồng người dùng.

### **d. Brand recognition challenges:**

Là startup mới, chưa có độ nhận diện thương hiệu. Xây dựng thương hiệu dựa trên trải nghiệm khách hàng và cộng đồng người dùng.

### **e. Finding qualified employees:**

Thiếu hụt nhân tài AI và xử lý ngôn ngữ tự nhiên. Xây dựng môi trường làm việc hấp dẫn, cơ hội phát triển cho nhân viên.

### **f. Need for specialized technology or patents:**

Cần công nghệ AI chuyên dụng để xử lý ngôn ngữ tự nhiên và tổng hợp video. Sử dụng các nền tảng công nghệ mở và dịch vụ API thay vì phát triển từ đầu. Xem xét đăng ký bằng sáng chế cho các công nghệ/tính

năng độc quyền.

g. Tariffs and quotas:

Các rào cản thuế quan khi mở rộng ra quốc tế. Tìm hiểu các hiệp định thương mại tự do để giảm thuế. Mở văn phòng tại các thị trường mục tiêu.

h. Unionization in your industry:

Ngành CNTT ít có công đoàn, song cần ý thức về quyền lợi người lao động. Xây dựng môi trường làm việc tốt, chính sách đãi ngộ hấp dẫn để thu hút nhân tài.

### **3. Threats and opportunities**

a. Changes in government regulations:

Các quy định về bảo mật, an toàn dữ liệu người dùng có thể ảnh hưởng đến mô hình kinh doanh của startup. Các chính sách về thuế, lao động liên quan đến công ty công nghệ, khởi nghiệp có thể tác động đến chi phí hoạt động.

b. Changes in technology:

Sự ra đời của các công nghệ mới có thể làm lỗi thời mô hình kinh doanh hiện tại. AI và machine learning phát triển nhanh chóng, đòi hỏi phải liên tục cập nhật để cạnh tranh.

c. Changes in the economy:

Suốt kỳ kinh tế ảnh hưởng đến ngân sách tiếp thị, chi phí hoạt động của startup. Khủng hoảng kinh tế làm giảm sức mua của người tiêu dùng, doanh nghiệp.

d. Changes in your industry:

Xu hướng và thị hiếu khách hàng thay đổi nhanh chóng. Sự ra đời của đối thủ mới với mô hình kinh doanh đột phá. Cuộc chiến giành nhân tài trong ngành diễn ra khốc liệt.

### **4. Chiến thuật Marketing (Marketing Mix)**

4Ps là viết tắt của Product, Price, Place và Promotion. Đây là bốn yếu tố cơ bản trong chiến lược tiếp thị truyền thống:

**Sản phẩm (Product):** Đại diện cho những gì doanh nghiệp cung cấp cho khách hàng. Bao gồm tính năng, chất lượng, thiết kế, đóng gói và thương hiệu của sản phẩm.

**Giá cả (Price):** Đại diện cho mức giá mà khách hàng phải trả để mua sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ. Bao gồm chiến lược giá cả, chiết khấu, khuyến mãi và phương thức thanh toán.

**Kênh phân phối (Place):** Đại diện cho cách thức sản phẩm được đưa đến khách hàng. Bao gồm các kênh phân phối, vị trí cửa hàng, hệ thống phân phối và kênh bán hàng trực tuyến.

**Quảng cáo và xúc tiến (Promotion):** Đại diện cho các hoạt động quảng cáo, xúc tiến và PR để thông báo và quảng bá sản phẩm tới khách hàng. Bao gồm quảng cáo truyền thông, quảng cáo trực tuyến, quảng cáo truyền hình, bán hàng cá nhân và quan hệ công chúng.

EII sẽ có một chiến lược marketing như sau:

Sản phẩm: EII sẽ trở thành một ứng dụng hỗ trợ soạn thảo kịch bản bằng AI bạn chỉ cần nhập ý tưởng sơ khai, EII sẽ giúp bạn phát triển ý tưởng và hoàn thiện nó. Sau khi có được kịch bản hoàn chỉnh EII sẽ đưa vào AI xây dựng một video tường thuật thuyết minh lại chủ đề trên, bạn có thể chọn những nhân vật, cảnh vật hoàn toàn tạo bằng AI bạn thích để xây dựng video độc đáo của riêng bạn.

Chiến lược giá cả cạnh tranh trong giai đoạn ra mắt, để thu hút người dùng thì EII sẽ áp dụng ưu đãi miễn phí sử dụng trong 30 ngày cho những video có dung lượng dưới 2GB để khách hàng chính là người quảng bá cho sản phẩm mình.

Sau một tháng ra mắt, EII áp dụng chiến lược giá cả cạnh tranh để thu hút khách hàng. EII cung cấp các gói dịch vụ tạo video với mức giá cạnh tranh và các ưu đãi hấp dẫn như miễn phí trong vòng 7 ngày sử dụng, khuyến mãi đặc biệt trong các ngày lễ, có các gói giá ưu đãi với mức giá giảm sâu đến 50% để thu hút khách hàng tiềm năng.

EII sẽ có cơ chế tính điểm từ việc người dùng mua các gói dịch vụ, chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội,... và người dùng có thể sử dụng điểm để đổi các gói ưu đãi lên tới 80%

Phân đoạn thị trường tạo kênh phân phối EII có thể phân đoạn thị trường để xác định rõ đối tượng khách hàng tiềm năng như các công ty sáng tạo nội dung, các KOL, nhà sáng tạo nội dung trên đa nền tảng mạng xã hội, trẻ em từ 10 đến 16 tuổi, trong lĩnh vực giáo dục và các khách hàng cá nhân quan tâm đến sáng tạo nội dung. Xác định rõ thị trường và tập trung đánh vào đúng vào nhu cầu người sử dụng để khiến cho EII được mang đến đúng nơi, đúng chỗ và đúng đối tượng

Quảng cáo và xúc tiến sáng tạo, EII có kế hoạch đầu tư mạnh vào quảng cáo và xúc tiến để tạo sự nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng. EII sử dụng các phương tiện quảng cáo truyền thông, quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội như facebook, tiktok, instagram,... và các chiến dịch xúc tiến để tăng cường nhận thức và quan tâm của khách hàng. Một trong những kế hoạch đầu tư quảng cáo là sử dụng sự miễn phí và thuê các KOL, influencer để họ tạo ra làn sóng ‘viral’ trong giai đoạn đầu, việc đó sẽ đem đến một lượng lớn khách hàng tiềm năng. Bằng các gói ưu đãi cho những người mới, chia sẻ, giới thiệu đều được nhận ưu đãi sẽ khiến cho EII được lan rộng đến nhiều người tiêu dùng hơn. Tổ chức các trò chơi sáng tạo ở các trung tâm thương mại để thu hút trẻ em tham gia sáng tạo ra những nội dung mà chính những ‘nhà nghệ thuật nhí’ yêu thích. Sau khi tạo xong nội dung sẽ được đăng lên các nền tảng mạng xã hội và video nào được nhiều lượt yêu thích nhất sẽ có một phần thưởng cho nhà chiến thắng. Việc làm này sẽ làm cho EII vừa tạo ra ấn tượng với trẻ nhỏ, vừa thu hút được sự chú ý của các nhà đầu tư trong giai đoạn ra mắt

Chiến lược nội dung, EII sử dụng chiến lược tiếp thị nội dung để chia sẻ kiến thức chuyên môn, hướng dẫn sử dụng. Việc cung cấp nội dung giáo dục và giải thích giúp tăng cường nhận diện thương hiệu và xây dựng niềm tin với khách hàng. Việc tiếp thị đó được thực hiện thông qua các công cụ và kênh tiếp thị số như trang web, blog, mạng xã hội và email marketing để tăng cường hiệu quả tiếp thị và tiếp cận khách

hàng. Các chiến lược tiếp thị số này có thể tập trung vào việc giới thiệu sản phẩm, chia sẻ nội dung chuyên môn và tạo dựng mối quan hệ với khách hàng tiềm năng.

Dịch vụ chất lượng cao và trải nghiệm người dùng: EII tập trung vào việc cung cấp dịch vụ chất lượng cao và khách hàng có được những trải nghiệm hài lòng. EII đặt sự chất lượng và trải nghiệm của khách hàng lên hàng đầu và đầu tư vào công nghệ tiên tiến để cung cấp dịch vụ và việc chăm sóc khách hàng tin cậy và hiệu quả.

## **5. Kế hoạch triển khai Marketing (Marketing Implementation)**

Xác định đối tượng mục tiêu: Content creator, các công ty marketing, người dùng khác từ (18-35 tuổi) có sử dụng hoặc làm việc nhiều trên mạng xã hội.

Mục tiêu tiếp thị: Giai đoạn bắt đầu vận hành công ty, mục tiêu đặt ra là đem đến thông tin về sản phẩm đến tai hơn 15 triệu người. Dựa vào các KOL có liên quan đến sản phẩm như “jenny huynh 6.1M follower tiktok và 3.2M follower youtube ước tính chi phí để đăng video trên cả 2 nền tảng khoảng 15-20tr VNĐ có thể đem về ~ 4 triệu lượt xem trong vòng 2 tháng”, “hope it help 1.5M follower tiktok ước tính chi phí là 5tr VNĐ có thể đem về ~ 0.5-1 triệu lượt xem trong 2 tháng”, “minhminhminh 530k follower tiktok ước tính chi phí là 3tr VNĐ có thể đem về ~ 0.3-0.5 triệu lượt xem trong 2 tháng”, “lydapotato 442k follower tiktok ước tính chi phí 3tr VNĐ có thể đem về 0.1-0.4 triệu lượt xem trong 2 tháng”, ngoài ra còn thuê một số KOL nhỏ khác và chạy quảng cáo trên facebook và tiktok với chi phí trong bản ước tính là 130tr. Ngoài ra còn chạy quảng cáo tại các trường kinh tế và ưu đãi cho một số công ty, tổng chi phí cho giai đoạn marketing opening là 200tr VNĐ. Dựa trên (SMART) để xác định rõ ràng. Và truyền tải thông điệp: “EII - Hãy chiếu lên câu chuyện của bạn”.

Các kênh tiếp thị chính: Sau giai đoạn marketing opening sẽ tiếp thị qua các kênh sau: tiếp thị qua email cho các công ty marketing và các cá nhân nổi bật, tiếp thị trên mạng xã hội và một số hoạt động sự kiện ngoại tuyến tổng chi phí ước tính hàng tháng là 40tr.

Tạo nội dung: Nội dung quảng cáo công ty sẽ phối hợp với các KOL để có được một video tuyên truyền chân thật nhất, về phần các quảng cáo trên mạng xã hội sẽ dùng chính ứng dụng của trang web để làm (mang tới cái nhìn khách quan hơn cho sản phẩm) có thể thuê cổ vấn marketing.

Tối ưu hóa trang web: Các công cụ tìm kiếm (SEO). Đảm bảo sự trực quan, thân thiện với người dùng.

Phân tích và đo lường: Triển khai các công cụ phân tích mạnh mẽ để theo dõi và đo lường hiệu suất của marketing. Phân tích các số liệu như lưu lượng truy cập web, tỷ lệ chuyển đổi, mức độ tương tác và lợi tức đầu tư (ROI). Sử dụng dữ liệu để tinh chỉnh chiến lược liên tục.

Tối ưu hóa liên tục: Thường xuyên xem xét và tối ưu hóa các hoạt động marketing liên tục dựa trên thông tin phản hồi chi tiết. Luôn cập nhật nắm bắt các xu hướng mới nhất của ngành, chiến lược của đối thủ cạnh tranh và sở thích mong muốn của khách hàng.

## 6. Đo lường và đánh giá (Measurement)

Các độ đo KPI đánh giá chiến dịch marketing (thất bại, thành công, thành công bao nhiêu; không có thất bại hay thành công, chỉ để thăm dò để quyết định bước tiếp theo)

Download statistic (Thống kê số lượt tải) đây là một chỉ số trực tiếp cho thấy sự quan tâm và hành động của khách hàng. Nếu số lượng tải và cài đặt tăng lên, đó là một dấu hiệu rõ ràng cho thấy chiến dịch đang thành công.

Brand mentions (Tổng lượng đề cập) brand mentions, hay volume of mentions, cho biết số lần tên thương hiệu, hashtag của sản phẩm hoặc bất kỳ từ nào khác ta theo dõi trong khi chạy chiến dịch PR, đã được đề cập trực tuyến trong một khung thời gian nhất định. Nếu mục tiêu chính của chiến dịch PR là nâng cao nhận thức thương hiệu thì cần chú ý đến chỉ số này. Các đỉnh trên biểu đồ sẽ chỉ ra rằng lúc nào đối tượng mục tiêu đang thảo luận về sản phẩm hoặc hành động của bạn.

Sentiment (Sắc thái đề cập) Outtakes của một chiến dịch PR là tất cả những gì thuộc về cảm xúc mà đối tượng mục tiêu dành cho sản phẩm của chúng ta. Trước đây, ta chỉ có thể đoán mọi người cảm thấy thế nào về một số sản phẩm, dịch vụ hoặc thông điệp.

*Ví dụ:* nếu ai đó rời khỏi trang web của ta một cách nhanh chóng, điều đó có thể có nghĩa là người đó không quan tâm đến nội dung được đưa ra. Bounce rate cao có thể chỉ ra rằng một nội dung nào đó là không phù hợp với tệp khách hàng của ta.

Hoặc chịu chi hơn thì có thể thực hiện khảo sát diện rộng để tìm hiểu cảm nhận, thái độ của khách hàng. Tuy nhiên, lựa chọn này sẽ tiêu tốn một lượng rất lớn thời gian và tiền bạc.

Ngày nay, chúng ta có nhiều cách chính xác hơn và tiết kiệm hơn để xác định sắc thái tình cảm xoay quanh thương hiệu của mình. Ngôn ngữ mọi người sử dụng trong khi thảo luận về một chủ đề nhất định trên môi trường online sẽ được phân tích chuyên sâu bằng các thuật toán AI và Machine Learning mạnh mẽ. Từ đó một sắc thái tích cực, tiêu cực hoặc trung tính sẽ được gán cho bài viết đề cập. Một khối lượng lớn đề cập đi kèm với sắc thái tích cực sẽ là một dấu hiệu của sự thành công. Nó không chỉ có nghĩa là mọi người đang lan truyền tin tức về bạn, mạnh hơn, nó còn có nghĩa là họ hài lòng về thông điệp hoặc hoạt động của sản phẩm.

Khi tâm lý tiêu cực chiếm ưu thế, nó lại là cảnh báo về một cuộc khủng hoảng. Ta nên phản ứng một cách phù hợp bằng cách thực hiện các điều chỉnh trong chiến dịch PR và giải quyết các vấn đề đang gây tranh cãi trong cộng đồng.

**Engagement (Tương tác)** sắc thái tiêu cực chưa phải là điều tồi tệ nhất có thể xảy ra với chiến dịch social media của startup. Điều tồi tệ hơn đó là chiến dịch của ta không tạo ra lượng tương tác đủ mạnh để lan tỏa trong cộng đồng. Chẳng hạn như bài đăng trên blog, chiến dịch tiếp cận email, newsletter, sự kiện... không đủ thú vị để mọi người thảo luận về chúng.

Ta cần tích cực hoạt động trên các kênh social media, kiểm tra số lượt thích, bình luận và chia sẻ dưới các bài đăng. Tỷ lệ tương tác dưới bài đăng càng cao, thương hiệu sẽ càng được lan tỏa trên các kênh social media. Ta có thể khuyến khích mọi người để lại bình luận, sử dụng các hashtag chuyên dụng hoặc đơn giản là like bài đăng của bạn. Nhưng cách đáng tin cậy nhất để xây dựng một cộng đồng gắn kết xung quanh thương hiệu, chính là cung cấp nội dung phù hợp đến đúng đối tượng một cách thường xuyên.

**Social media reach (Tổng lượng tiếp cận)** Khi chúng ta đã biết loại nội dung nào gây ra được sự tương tác và bạn cung cấp nó một cách thường xuyên, đã đến lúc cần đo xem có bao nhiêu người có thể đã xem bài đăng của bạn.

Tổng lượng tiếp cận sẽ tính đến những người đã chia sẻ bài đăng của chúng ta trên social media và số lượng người theo dõi của họ. Dựa trên hai biến này, công cụ social listening sẽ ước tính một khoảng social media reach nhất định cho các từ khóa mà ta theo dõi. Khi nói đến kết quả của chiến dịch PR, với mục đích tác động đến đối tượng mục tiêu nhằm khiến họ thực hiện một số hành động nhất định, social media reach là con số khởi đầu. Trước khi ta có cơ hội gây ảnh hưởng đến hành vi của ai đó, phải cần tiếp cận được họ trước tiên. Chỉ số tổng lượng tiếp cận lớn là bước đầu tiên để mở ra một chiến dịch PR thành công.

**Share of voice (Tỷ lệ mức độ ảnh hưởng)** Tính toán share of voice cho thương hiệu là tương đối dễ dàng. Tất cả những gì cần phải làm là chia tổng lượng đề cập sản phẩm cho tổng lượng đề cập của các đối thủ cạnh tranh. Với thông tin này, ta sẽ có thể phân tích các cuộc thảo luận online của khách hàng một cách chi tiết hơn, từ đó phát hiện ra các đơn vị nổi bật nhất ngay lập tức và hợp tác với họ để quảng bá doanh nghiệp hoặc sản phẩm của ta. Share of voice sẽ giúp nhìn nhận được mức độ nhận thức của thương hiệu, và đồng thời cung cấp cho ta hàng tá thông tin về đối tượng mục tiêu, như mức độ tương tác hay các nền tảng, đơn vị, người nổi tiếng mà họ đang yêu thích nhất...

**Website traffic (Lưu lượng truy cập website)** mặc dù ngày càng có nhiều chiến dịch PR diễn ra trên các kênh social media khác nhau, trang web của ta vẫn là một nền tảng quan trọng để triển khai PR. Hãy đăng nhập vào Google Analytics và xem xét kỹ hơn các phân tích về lưu lượng truy cập trang web. Khi phân tích hiệu suất trang web, hãy xem xét kỹ hơn các khách hàng tiềm năng và những người được giới thiệu đến trang web của ta. Khách hàng tiềm năng là những người tìm thấy ta thông qua các công cụ tìm kiếm, họ đã có sẵn nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ của chúng ta. Những người được giới thiệu đến trang web (referrals) là những người tìm đến website thông qua các đường link được dẫn từ các kênh khác, ví dụ như trong tin nhắn riêng, từ group chat, Facebook, LinkedIn... Cần phải biết được khách hàng tiềm năng đến từ đâu. Cách dễ nhất để theo dõi nguồn lưu lượng truy cập đó là sử dụng UTM link, được tạo một cách dễ dàng với công cụ Google URL Builder.

Chỉ số về E-mail các chiến dịch PR không chỉ tập trung vào việc lan tỏa thông điệp đến tệp khách hàng lớn, mà đôi khi còn phải tiếp cận đến những đối tượng mục tiêu nhất định. Ta có thể đã tiêu tốn kha khá

thời gian để xây dựng một list e-mail hoàn hảo. Và bây giờ sẽ cần phải kiểm tra lại các chỉ số liên quan đến e-mail của chiến dịch PR. Bao nhiêu e-mail gửi đi đã được mở? Bao nhiêu người đã phản hồi lại e-mail? Bao nhiêu lần e-mail đã được forward?... Để có thể xem xét kết quả, mức độ hiệu quả của chiến dịch PR, ta sẽ cần phải nghiên cứu rất kỹ các chỉ số như thế của kênh e-mail.

### Khảo sát thực tế với dự án EII

Dựa trên các định nghĩa trên, ta thực hiện **khảo sát** nhu cầu người dùng đối với sản phẩm Thông qua **kết quả khảo sát** ta thấy được số lượng người khảo sát có đủ mọi độ tuổi và mọi người có sự quan tâm về EII (tỷ lệ quan tâm hơn 51%) và tỷ lệ chắc chắn sử dụng nhiều hơn 5 (trên thang 10). Tuy nhiên đối tượng khảo sát chưa đủ nhiều, chủ yếu là sinh viên nên nhu cầu chi trả chi phí cho một nền tảng mới chưa được như mong đợi. Vậy nên EII cần sớm phát triển đưa ra thị trường để đem lại nhiều lợi ích cho người sử dụng, khi đó dù đối tượng nào cũng sẵn sàng chi trả phí cho EII để nền tảng này mang lại lợi ích tối ưu cho khách hàng.

### A. SWOT Analysis Worksheet

	Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
<b>Product/Service Offering</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Công nghệ AI tiên tiến, tự động hóa quy trình tạo video</li> <li>- Tiết kiệm thời gian &amp; chi phí sản xuất video cho người dùng</li> <li>- Dễ sử dụng, không yêu cầu kỹ năng chuyên môn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phụ thuộc vào công nghệ AI, dễ bị đối thủ cạnh tranh</li> <li>- Chất lượng video phụ thuộc vào chất lượng dữ liệu đầu vào</li> <li>- Cần liên tục cải tiến công nghệ để duy trì lợi thế</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Việc tiếp cận thị trường tiềm năng lớn cũng có thể tạo ra cơ hội cho sự đổi mới sản phẩm.</li> <li>- Nhu cầu tạo video ngày càng tăng, đặc biệt cho mục đích truyền thông</li> <li>- Áp dụng trí tuệ nhân tạo đang là xu hướng tất yếu</li> <li>- Mở rộng thêm các tính năng và ứng dụng liên quan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Công nghệ tiên tiến thường đi kèm với các rủi ro kỹ thuật, bao gồm lỗi phần mềm, sự cố hệ thống, hoặc thất bại trong việc triển khai công nghệ như dự kiến.</li> <li>- Cạnh tranh từ các ứng dụng chỉnh sửa video thông thường</li> <li>- Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ AI</li> <li>- Rủi ro bảo mật và riêng tư liên quan đến dữ liệu</li> </ul>



<b>Brand/ Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giải quyết nhu cầu thực tế về tạo video nhanh</li> <li>- Ưu điểm về tính tiện dụng &amp; tiết kiệm thời gian</li> <li>- Công nghệ AI hấp dẫn, thu hút sự chú ý</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Là startup mới, chưa có nhận diện thương hiệu</li> <li>- Ngân sách marketing còn hạn chế</li> <li>- Chưa có lượng lớn khách hàng tiềm năng ban đầu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xu hướng tạo và chia sẻ video ngày càng phổ biến</li> <li>- Tiếp thị trực tuyến giúp tiếp cận khách hàng rộng rãi với chi phí thấp</li> <li>- Xây dựng cộng đồng người dùng để thu hút chú ý</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các ứng dụng chỉnh sửa video truyền thống</li> <li>- Các công ty lớn đang phát triển công nghệ tương tự</li> <li>- Người dùng có xu hướng trung thành với các nhãn hiệu quen thuộc</li> </ul>
<b>Staff/HR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đội ngũ nhân sự công nghệ/AI chất lượng cao</li> <li>- Sự đam mê và nhiệt huyết của đội ngũ sáng lập</li> <li>- Môi trường làm việc năng động, sáng tạo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đội ngũ chuyên môn cao thường đòi hỏi mức lương cao hơn so với nhân viên bình thường.</li> <li>- Ngoài ra, việc đào tạo và phát triển nhân sự cũng có thể tạo ra chi phí đáng kể.</li> <li>- Quy mô nhân sự còn nhỏ, một số vị trí còn thiếu</li> <li>- Kinh nghiệm quản lý và điều hành của đội ngũ còn hạn chế</li> <li>- Áp lực cạnh tranh nhân tài với các công ty khác</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thu hút nhân tài đam mê công nghệ/AI</li> <li>- Xây dựng employer branding hấp dẫn nhân sự</li> <li>- Môi trường làm việc linh hoạt, cơ hội phát triển bản thân</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sự cạnh tranh nhân tài trong ngành công nghệ cao</li> <li>- Nguy cơ nhân sự bị đối thủ đánh cắp với mức lương cao hơn</li> <li>- Áp lực duy trì đội ngũ trước sự phát triển nhanh chóng</li> </ul>
<b>Finance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiềm năng tăng trưởng doanh thu lớn từ thị trường rộng lớn</li> <li>- Mô hình doanh thu dựa trên nhu cầu thực tế của thị trường</li> <li>- Khả năng huy động</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chi phí cao do sử dụng công nghệ tiên tiến và đội ngũ chuyên môn cao, chi phí cho dự án có thể rất cao. Đầu tư công nghệ với công nghệ tiên tiến thường đòi hỏi một</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiềm năng kiếm doanh thu từ dịch vụ cao cấp, khách hàng doanh nghiệp</li> <li>- Cơ hội gọi vốn đầu tư từ các quỹ mạo hiểm</li> <li>- Mô hình kinh doanh có thể nhân rộng nhanh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rủi ro đầu tư ban đầu lớn nếu sản phẩm không được thị trường chấp nhận</li> <li>- Cạnh tranh về giá với các đối thủ trong cùng phân khúc</li> </ul>

	vốn đầu tư từ các quỹ mạo hiểm	lượng đầu tư ban đầu lớn. Điều này có thể bao gồm chi phí mua sắm thiết bị, phần mềm, cũng như chi phí cho việc bảo dưỡng và nâng cấp công nghệ. Có thể dòng tiền sẽ bị âm khi bắt đầu khởi nghiệp	chóng	- Chi phí marketing lớn để có thể cạnh tranh
<b>Operations / Management</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đội ngũ công nghệ am hiểu sâu sản phẩm và công nghệ</li> <li>- Quy trình phát triển sản phẩm linh hoạt, thích ứng nhanh với thị trường</li> <li>- Văn hóa làm việc khởi nghiệp sáng tạo, năng động</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quy trình vận hành và hệ thống nội bộ còn nhiều hạn chế</li> <li>- Kinh nghiệm quản lý và mở rộng quy mô còn hạn chế</li> <li>- Quy trình ra quyết định có thể chưa rõ ràng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xây dựng các quy trình, quy chế quản lý chuẩn mực</li> <li>- Sử dụng công nghệ để tối ưu hóa quy trình, hệ thống nội bộ</li> <li>- Thuê nhân sự giàu kinh nghiệm để cố vấn quản lý</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rủi ro mất kiểm soát khi mở rộng quy mô nhanh chóng</li> <li>- Khó khăn trong việc duy trì văn hóa khởi nghiệp ban đầu</li> <li>- Sự công kênh khi có quá nhiều quy trình, quy định</li> </ul>
<b>Market</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thị trường rộng lớn, nhu cầu tạo và chia sẻ video tăng cao</li> <li>- Giải quyết điểm đau thực tế của người dùng</li> <li>- Công nghệ AI đang xu hướng tất yếu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sản phẩm mới, chưa có lợi thế cạnh tranh rõ ràng</li> <li>- Thương hiệu chưa được khách hàng biết đến nhiều</li> <li>- Chưa có lượng khách hàng ban đầu đủ lớn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Với sản phẩm chất lượng cao, dự án có cơ hội tiếp cận với thị trường tiềm năng lớn và thu hút một lượng lớn khách hàng tiềm năng.</li> <li>- Sản phẩm chất lượng cao cũng có thể giúp dự án mở rộng thị trường của mình, không chỉ trên thị trường nội địa mà còn trên thị trường quốc tế. Điều này có thể tạo ra cơ hội tăng trưởng và mở rộng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dự án có thể đối mặt với sự cạnh tranh từ các dự án tương tự khác. Có thể có nhiều dự án tương tự khác trên thị trường, cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự. Điều này có thể tạo ra sự cạnh tranh về giá cả, chất lượng, và tính năng của sản phẩm.</li> </ul>

<p><b>Can any of your strengths help with improving your weaknesses or combating your threats? If so, please describe how below.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Điểm mạnh về đội ngũ công nghệ giỏi giúp cải thiện điểm yếu về kinh nghiệm quản lý và thiếu hụt nhân sự. Có thể tập trung đào tạo nâng cao kỹ năng quản lý cho đội ngũ hiện tại.</li> <li>- Uy tín của đội ngũ sáng lập giúp xây dựng niềm tin ban đầu cho startup, giảm bớt rủi ro về đầu tư và chấp nhận thị trường.</li> <li>- Mô hình doanh thu rõ ràng giúp cải thiện điểm yếu về dòng tiền âm trong giai đoạn đầu. Có thể tập trung vào các gói dịch vụ cao cấp hoặc khách hàng doanh nghiệp sớm để tạo doanh thu.</li> </ul>
<p><b>Based on the information above, what are your immediate goals/next steps?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoàn thiện sản phẩm MVP và ra mắt thị trường.</li> <li>- Xây dựng cộng đồng người dùng đầu tiên và thu thập phản hồi.</li> <li>- Bổ sung nhân sự cho các vị trí còn thiếu, tập trung vào kỹ thuật và marketing.</li> <li>- Xây dựng kế hoạch tài chính và mục tiêu doanh thu chi tiết.</li> </ul>
<p><b>Based on the information above, what are your long-term goals/next steps?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mở rộng thị trường ra toàn quốc và quốc tế. Xây dựng thương hiệu.</li> <li>- Phát triển thêm các tính năng mới, ứng dụng AI nâng cao hơn.</li> <li>- Xây dựng hệ sinh thái sản phẩm &amp; dịch vụ xoay quanh nền tảng công nghệ cốt lõi.</li> <li>- Chuyển đổi mô hình hoạt động theo các tiêu chuẩn quốc tế.</li> <li>- Mục tiêu trở thành công ty hàng đầu trong lĩnh vực AI tạo video.</li> </ul>

### Product/service features and benefits

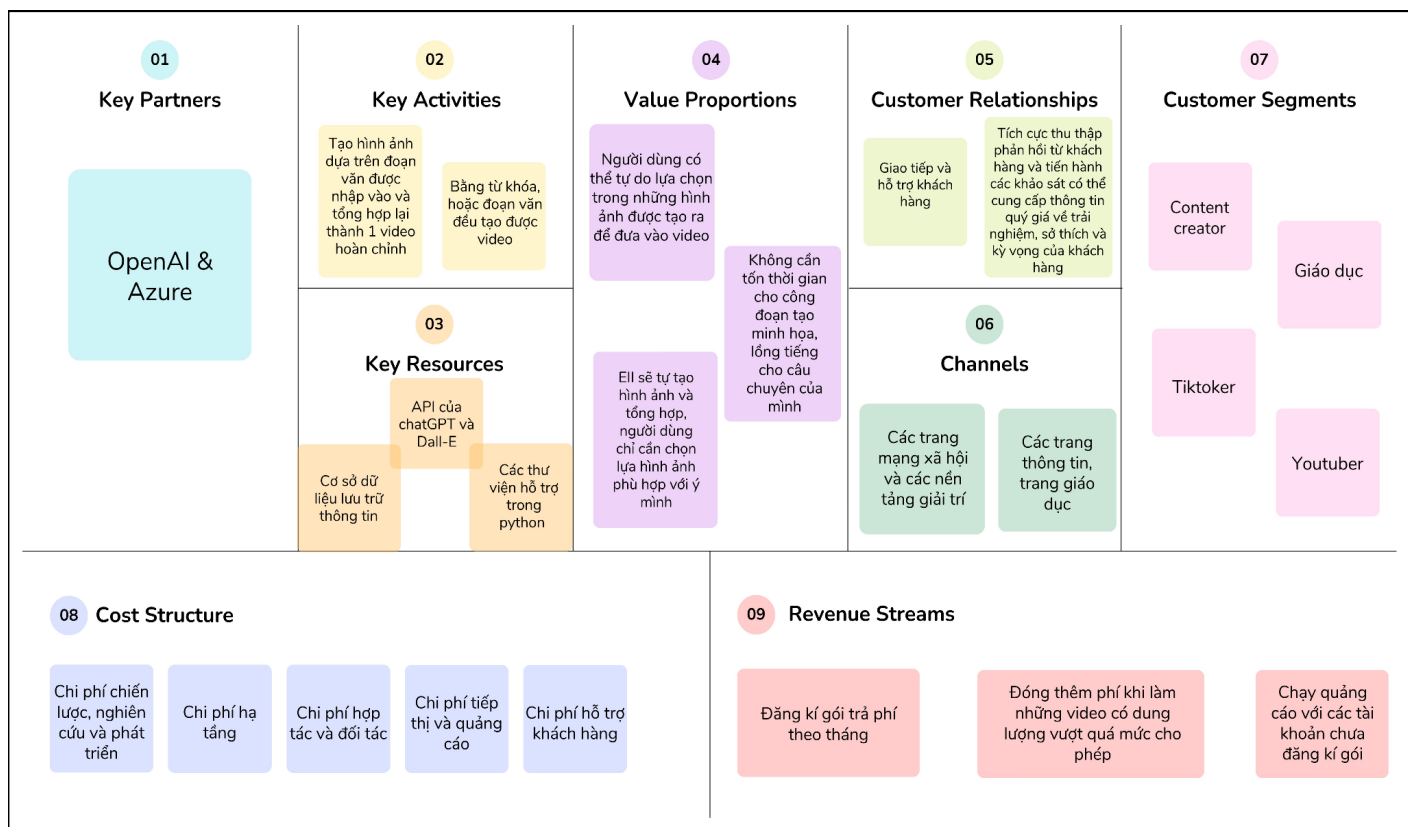
Cho phép người dùng nhập vào các từ khóa hoặc kịch bản để tạo video. Thông qua việc sử dụng công nghệ AI để tự động tạo ra các hình ảnh, nhân vật, âm thanh, và lồng tiếng dựa trên nội dung đầu vào và tùy chỉnh các yếu tố như bối cảnh, nhạc nền, phụ đề cho video. Ngoài ra EII có thể xuất video ở nhiều định dạng và độ phân giải khác nhau kèm giao diện thân thiện, dễ sử dụng cho người dùng

Ưu điểm của EII giúp tiết kiệm thời gian và công sức so với việc tạo video thủ công. Không cần kỹ năng chỉnh sửa video chuyên sâu hay trang thiết bị đắt tiền. Việc tạo ra video chất lượng cao với hiệu ứng hình ảnh và âm thanh chuyên nghiệp. Khả năng tùy biến và cá nhân hóa video dựa trên nội dung và sở thích của người dùng. Dễ dàng chia sẻ và phổ biến video sau khi tạo xong. Có thể sử dụng cho nhiều mục đích: marketing, giảng dạy, giải trí, v.v.

- Product delivery: Do EII là một ứng dụng web và mobile, khách hàng có thể tải xuống và truy cập ngay sau khi đăng ký tài khoản và thanh toán. Việc cung cấp dịch vụ được thực hiện hoàn toàn trực tuyến.

- Warranty/guarantee: EII cam kết cung cấp dịch vụ ổn định với chất lượng video tốt. Nếu xảy ra lỗi kỹ thuật, khách hàng sẽ được hỗ trợ và khắc phục lỗi nhanh chóng.
- Service contracts: EII cung cấp các gói dịch vụ cơ bản miễn phí và cao cấp có thu phí cho khách hàng lựa chọn. Khách hàng sẽ ký hợp đồng sử dụng dịch vụ tương ứng với gói đã chọn.
- Ongoing support: EII có đội ngũ hỗ trợ khách hàng chuyên nghiệp, luôn sẵn sàng giải đáp mọi thắc mắc của khách qua email, chat trực tuyến hoặc điện thoại.
- Training: EII cung cấp các hướng dẫn sử dụng chi tiết trên website và video hướng dẫn trên Youtube. Khách hàng cũng có thể đăng ký các khóa đào tạo trực tiếp để sử dụng thành thạo tính năng của ứng dụng.
- Refund policy: EII cam kết hoàn trả 100% phí dịch vụ nếu khách hàng không hài lòng với chất lượng dịch vụ trong vòng 14 ngày kể từ ngày mua hàng.

### Target custom



### For consumers:

Độ tuổi: Mọi lứa tuổi

Giới tính: Không phân biệt giới tính.

Vị trí: Tập trung vào các thành phố lớn tại Việt Nam như Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng. Ngoài ra cũng

hướng tới các khu vực có mạng internet ở các tỉnh khác.

Thu nhập: Mọi thu nhập.

Nghề nghiệp: Các cá nhân, nhà sáng tạo nội dung, người làm trong lĩnh vực marketing, truyền thông.

Trình độ học vấn: Bất cứ trình độ nào.

***For businesses:***

Ngành: Công nghệ, truyền thông, giáo dục, ngân hàng, bán lẻ, giải trí.

Vị trí: Tập trung vào các thị trường Việt Nam, Châu Á, Bắc Mỹ, Châu Âu.

Quy mô: Từ startup đến doanh nghiệp lớn.

Giai đoạn phát triển: Tất cả các giai đoạn từ khởi nghiệp cho tới trưởng thành.

Doanh thu hàng năm: Không giới hạn.

***B. Competitor Data Collection Plan***

<b>Price</b>	Thu thập thông tin về các gói giá và mô hình giá cả của các đối thủ cạnh tranh như D-ID và KreadoAI So sánh cấu trúc giá và mức giá của các gói dịch vụ tương đương Xem xét các chính sách giảm giá, khuyến mãi để thu hút khách hàng
<b>Benefits/Features</b>	Phân tích các tính năng và lợi ích mà các sản phẩm của đối thủ mang lại Đánh giá so sánh với EII về các khía cạnh: công nghệ, trải nghiệm người dùng, tính năng, chất lượng video Xác định những lợi ích cạnh tranh mà EII cần tập trung
<b>Size/profitability</b>	Ước tính quy mô khách hàng và doanh thu của các đối thủ Đánh giá mức độ lợi nhuận và khả năng sinh lời Phân tích năng lực tài chính và triển vọng tăng trưởng
<b>Market strategy</b>	Nghiên cứu kênh phân phối và cách thức tiếp cận khách hàng của đối thủ Phân tích các chiến dịch marketing, quảng cáo để thu hút khách hàng Đánh giá hiệu quả của các chiến lược đối với sự tăng trưởng của đối thủ

***C. Competitive Analysis Worksheet***

<b>FACTOR</b>	<b>Me</b>	<b>Competitor A</b>	<b>Competitor B</b>	<b>Importance to Customer</b>
<b>Products</b>	S	W	W	2
<b>Price</b>	S	W	W	3
<b>Quality</b>	S	S	S	1
<b>Selection</b>	W	S	S	4
<b>Service</b>	S	W	W	2
<b>Reliability</b>	S	S	S	1
<b>Stability</b>	S	S	S	2
<b>Expertise</b>	S	W	W	3
<b>Company Reputation</b>	W	S	S	4
<b>Location</b>	S	S	S	3
<b>Appearance</b>	S	W	W	4
<b>Sales Method</b>	S	W	W	3
<b>Credit Policies</b>	S	W	W	4
<b>Advertising</b>	W	S	S	4
<b>Image</b>	W	S	S	4

## **Positioning/Niche**

EII hoạt động trong lĩnh vực công nghệ AI và tạo nội dung video. Đây là một ngành có nhiều tiềm năng phát triển nhưng cũng đầy thách thức do sự cạnh tranh gay gắt. Điểm khác biệt của EII so với các đối thủ là khả năng tạo video chất lượng cao chỉ từ các từ khóa mà không cần kịch bản. Đây là một công nghệ độc đáo và tiện lợi, giúp tiết kiệm thời gian cho người dùng. EII định vị mình là một công ty công nghệ AI tiên phong, cung cấp giải pháp tạo video đơn giản và hiệu quả đến người dùng. Chúng tôi tập trung vào trải nghiệm người dùng và không ngừng cải tiến công nghệ để mang lại sản phẩm tốt nhất. Mục tiêu của EII là trở thành công ty dẫn đầu trong lĩnh vực AI tạo video tại thị trường Việt Nam và vươn ra thế giới. Chúng tôi tin rằng công nghệ độc đáo của mình sẽ giúp EII vượt trội hơn các đối thủ và chinh phục người tiêu dùng.

## **How you will market your product/service**

Quảng cáo trực tuyến: EII sẽ tập trung vào quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, Twitter và TikTok. Đây là các kênh phù hợp để tiếp cận đến đối tượng khách hàng mục tiêu của EII. Quảng cáo sẽ được chạy liên tục với tần suất cao trong giai đoạn ra mắt sản phẩm.

Quảng cáo truyền thông: EII sẽ đăng quảng cáo trên các website công nghệ thông tin lớn tại Việt Nam như VnExpress, Dienmay.vn, và các diễn đàn công nghệ.

Tiếp thị nội dung: Tạo và phát hành các nội dung hữu ích xoay quanh công nghệ AI và video lên website, mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến. Mục đích là xây dựng uy tín, thu hút khách hàng tiềm năng.

Quan hệ công chúng: Tham gia các sự kiện, hội chợ công nghệ để quảng bá thương hiệu. Phát hành các thông cáo báo chí về sản phẩm mới, công nghệ mới.

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm: Tối ưu SEO để xếp hạng cao trên công cụ tìm kiếm với các từ khóa liên quan đến AI và video.

Truyền miệng: Khuyến khích khách hàng chia sẻ kinh nghiệm tích cực về sản phẩm.

EII mong muốn xây dựng hình ảnh là một công ty công nghệ AI đổi mới, sáng tạo. Thiết kế logo, bố cục website, màu sắc và hình ảnh sẽ được lựa chọn để thể hiện sự trẻ trung, năng động. Đồng thời, EII cũng muốn thể hiện sự chuyên nghiệp, tin cậy thông qua việc sử dụng các yếu tố thiết kế đơn giản, gọn gàng và dễ hiểu. Những yếu tố thiết kế này sẽ góp phần hỗ trợ xây dựng hình ảnh thương hiệu mà EII hướng tới.

## **Promotional budget**

Before startup (These numbers will go into your startup budget):

Quảng cáo trực tuyến: 200 triệu VND

Quảng cáo truyền thông: 50 triệu VND

Sự kiện ra mắt: 50 triệu VND

Chi phí thiết kế, in ấn: 20 triệu VND

→ Tổng cộng: 320 triệu VND

On an ongoing basis (These numbers will go into your operating plan budget):

Quảng cáo mạng xã hội: 50 triệu VND/tháng

Quảng cáo trực tuyến: 30 triệu VND/tháng

Chi phí tối ưu hóa SEO: 20 triệu VND/tháng

Chi phí sản xuất nội dung: 10 triệu VND/tháng

Ngân sách tổ chức sự kiện: 50 triệu VND/quý

Chi phí quan hệ công chúng: 10 triệu VND/tháng

Chi phí in ấn, tài liệu tiếp thị: 5 triệu VND/tháng

→ Tổng cộng: 175 triệu VND/tháng

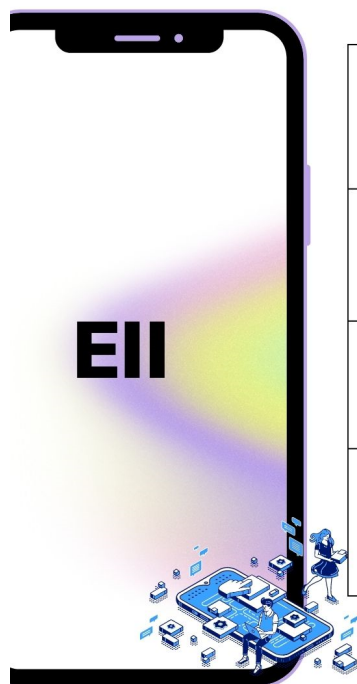
#### ***D. Marketing Expenses Strategy Chart***

	<b>Đối tượng khách hàng cá nhân</b>	<b>Đối tượng khách hàng doanh nghiệp</b>	<b>Đối tượng khách hàng nước ngoài</b>
<b>One-Time Expenses</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Thiết kế và phát triển website: 200 triệu VND</li><li>• Thiết kế logo và bộ nhận diện thương hiệu: 50 triệu VND</li><li>• Sản xuất video giới thiệu sản phẩm: 30 triệu VND</li><li>• Chi phí quảng cáo trực tuyến ban đầu: 100 triệu VND</li></ul>		
<b>Monthly or Annual Expenses</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chi phí quảng cáo trực tuyến:<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Đối tượng cá nhân: 30 triệu VND/tháng</li><li>◦ Đối tượng doanh nghiệp: 50 triệu VND/tháng</li><li>◦ Đối tượng nước ngoài: 20 triệu VND/tháng</li></ul></li><li>• Chi phí quản lý mạng xã hội:<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Đối tượng cá nhân: 15 triệu VND/tháng</li><li>◦ Đối tượng doanh nghiệp: 10 triệu VND/tháng</li><li>◦ Đối tượng nước ngoài: 5 triệu VND/tháng</li></ul></li><li>• Chi phí SEO: 10 triệu VND/tháng</li><li>• Chi phí email marketing: 5 triệu VND/tháng</li></ul>		
<b>Labor Costs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nhân sự marketing:<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Đối tượng cá nhân: 2 nhân viên</li><li>◦ Đối tượng doanh nghiệp: 1 nhân viên</li></ul></li></ul>		



	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Đối tượng nước ngoài: 1 nhân viên</li> <li>● Chi phí nhân sự (lương, phúc lợi, đào tạo,...) cho team marketing: 20 triệu VND/tháng</li> </ul>
--	--

## Pricing



	Giá niêm yết	Gói cơ bản	Gói tiêu chuẩn	Gói cao cấp
1 tuần	39.000 đ	9.000 đ	19.000 đ	29.000 đ
1 tháng	129.000 đ	49.000 đ	69.000 đ	89.000 đ
3 tháng	399.000 đ	129.000 đ	149.000 đ	169.000 đ

Chiến lược giá cả của EII phản ánh định vị công ty là một startup công nghệ AI tiên phong. Ban đầu, EII sẽ áp dụng giá cạnh tranh để thu hút người dùng thử nghiệm dịch vụ.

So với các đối thủ như D-ID và KreadoAI, giá cả của EII thấp hơn do đang ở giai đoạn đầu khởi nghiệp. Tuy nhiên, chúng tôi cũng cung cấp gói cao cấp với giá cao hơn cho khách hàng muốn trải nghiệm đầy đủ tính năng.

Giá cả không phải là yếu tố quyết định đối với khách hàng của EII. Họ quan tâm nhiều hơn đến chất lượng và trải nghiệm sử dụng dịch vụ. Do đó, chúng tôi tập trung cạnh tranh về chất lượng thay vì giá thấp nhất.

Chính sách chăm sóc khách hàng của EII bao gồm:

- Hỗ trợ kỹ thuật 24/7 qua live chat và email
- Cam kết đảm bảo chất lượng dịch vụ
- Cung cấp tài liệu và video hướng dẫn chi tiết

Chính sách tín dụng:

- Thanh toán trước đối với khách hàng cá nhân

- Có thể mở tài khoản tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp lớn

Như vậy, mục tiêu là xây dựng một mô hình giá cả hợp lý, kết hợp với chính sách hỗ trợ khách hàng tốt, giúp EII cạnh tranh về chất lượng dịch vụ.

### ***E. Pricing Strategy Worksheet***

<b>Business Name</b>	EII	
<b>Which of the following pricing strategies will you employ? Circle one.</b>		
<p align="center"><b>Cost Plus</b></p> <p><i>The costs of making/obtaining your product or providing your service, plus enough to make a profit</i></p>	<p align="center"><b>Value Based</b></p> <p align="center"><b><i>WE USE IT</i></b></p>	<p align="center"><b>Other:</b></p>
<p><b>Provide an explanation of your pricing model selection.</b></p> <p>Include strategy info on your major product lines/service offerings. List industry/market practices and any considerations to be discussed with your mentor.</p> <p>Giải thích lựa chọn mô hình giá cả:</p> <p>EII sẽ sử dụng chiến lược giá cả căn cứ trên giá trị vì những lý do sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sản phẩm của EII mang tính độc đáo cao nhờ ứng dụng công nghệ AI tiên tiến để tạo video. Điều này tạo nên lợi thế cạnh tranh và giá trị cốt lõi của sản phẩm.</li> <li>• EII muốn xây dựng thương hiệu là công ty công nghệ AI sáng tạo và tiên phong. Vì vậy, giá cả sẽ dựa trên giá trị thương hiệu và lợi ích mà sản phẩm mang lại chứ không chỉ dựa vào chi phí.</li> <li>• Người dùng mục tiêu của EII là những người có nhu cầu cao về tạo video nhanh chóng và chất lượng. Họ sẵn sàng chi trả cho giá trị của sản phẩm.</li> <li>• Mô hình giá cả sẽ linh hoạt, có thể điều chỉnh theo thị trường và khách hàng. Ban đầu áp dụng giá thấp để thu hút khách hàng, sau đó từng bước tăng giá khi sản phẩm có chỗ đứng vững chắc trên thị trường.</li> </ul>		

### **Location or proposed location**

Do EII là một công ty cung cấp dịch vụ công nghệ và hoạt động online, chúng tôi có thể linh hoạt trong

việc lựa chọn vị trí đặt văn phòng. Một số yếu tố cần xem xét bao gồm:

- Địa điểm thuận tiện cho nhân viên: Gần khu dân cư, dễ dàng đi lại bằng phương tiện công cộng hoặc xe riêng.
- Có không gian đỗ xe dành cho nhân viên và khách: Điều này tạo điều kiện thuận lợi, tiết kiệm thời gian cho nhân viên và khách ghé thăm văn phòng.
- Gần các tuyến đường chính hoặc trung tâm giao thông công cộng: Thể hiện tính kết nối tốt của vị trí, dễ dàng đi lại và vận chuyển nếu cần.
- Loại hình không gian: Không gian văn phòng mở hoặc không gian làm việc chia sẻ sẽ phù hợp với nhu cầu hoạt động và văn hóa công ty.
- Các loại hình doanh nghiệp xung quanh: Nên chọn khu vực có nhiều công ty công nghệ, tạo môi trường thuận lợi cho việc hợp tác và trao đổi.
- Chi phí thuê mặt bằng hợp lý, phù hợp ngân sách hoạt động ban đầu của công ty.

### **Distribution channels**

Đối với EII, kênh phân phối chính để cung cấp dịch vụ là:

- Bán hàng trực tuyến (Ecommerce): EII là một ứng dụng web và mobile app, cho phép người dùng đăng ký và mua các gói dịch vụ trực tiếp trên website hoặc ứng dụng. Đây sẽ là kênh phân phối chính.
- Bán hàng trực tiếp (Direct sales): Đội ngũ kinh doanh của EII sẽ tiếp cận trực tiếp các khách hàng doanh nghiệp để giới thiệu và bán các gói dịch vụ.
- Đại lý bán hàng: EII có thể hợp tác với các đại lý để phân phối dịch vụ tới các khu vực có nhu cầu cao nhưng EII chưa tiếp cận được. Đại lý sẽ được hưởng hoa hồng dựa trên doanh số.
- Đối tác chiến lược: Liên kết với các công ty công nghệ lớn để cung cấp dịch vụ EII như một phần của gói giải pháp công nghệ của họ.

### *F. Distribution Channel Assessment Worksheet*

	<b>Trực tiếp</b>	<b>Gián tiếp qua các đối tác</b>	<b>Cửa hàng ứng dụng</b>
<b>Ease of Entry</b>	Độ dễ dàng cao, EII có thể tiếp cận trực tiếp người dùng cuối thông qua website và ứng dụng di động của mình mà không cần qua bên trung gian.	Độ dễ dàng trung bình, EII cần xây dựng mối quan hệ với các đối tác như công ty công nghệ, truyền thông, giáo dục để phân phối sản phẩm thông qua họ.	Độ dễ dàng thấp, EII phải vượt qua quy trình kiểm duyệt nghiêm ngặt của các cửa hàng ứng dụng như App Store và Google Play.
<b>Geographic Proximity</b>	Có thể tiếp cận khách hàng toàn cầu thông qua kênh online.	Phụ thuộc vào mạng lưới của các đối tác, có thể mở rộng phạm vi địa lý nhanh chóng thông qua hợp tác.	Có thể tiếp cận người dùng toàn cầu nhưng tốc độ mở rộng chậm hơn do phụ thuộc vào quy trình của các cửa hàng ứng dụng.
<b>Costs</b>	Chi phí thấp, chủ yếu là chi phí duy trì website, ứng dụng và các chi phí vận hành khác.	Chi phí trung bình, bao gồm chi phí hợp tác với các đối tác và chi phí cho các hoạt động marketing qua kênh này.	Chi phí cao, bao gồm phí duyệt và lưu trữ ứng dụng trên các cửa hàng, cũng như các chi phí marketing đi kèm.
<b>Competitors' Positions</b>	Cạnh tranh gay gắt do nhiều đối thủ cũng sử dụng kênh trực tiếp.	Cạnh tranh vừa phải, tùy thuộc vào mối quan hệ với đối tác.	Cạnh tranh thấp hơn do có rào cản gia nhập, nhưng vẫn có cạnh tranh từ các ứng dụng tương tự.
<b>Management Experience</b>	Kinh nghiệm quản lý cao, do EII tự quản lý kênh này.	Kinh nghiệm quản lý trung bình, do phụ thuộc vào năng lực của đối tác.	Kinh nghiệm quản lý thấp, do hoàn toàn phụ thuộc vào các cửa hàng ứng dụng.
<b>Staffing Capabilities</b>	Năng lực nhân sự cao, EII có thể tự tuyển dụng nhân viên phù hợp.	Năng lực nhân sự trung bình, phụ thuộc vào đối tác.	Năng lực nhân sự thấp, hoàn toàn do cửa hàng ứng dụng quyết định.
<b>Marketing Needs</b>	Nhu cầu marketing cao, EII phải tự thiết kế và thực hiện các chiến dịch marketing để thu hút khách hàng.	Nhu cầu marketing trung bình, có thể phối hợp với đối tác để marketing.	Nhu cầu marketing thấp hơn do có thể tận dụng hệ thống của cửa hàng ứng dụng.

## 12-month sales forecast

# Sales Forecast 1 yr

### Sales Forecast (12 Months)

EII

### Fiscal Year Begins

May-24

### 12-month Sales Forecast

	May-24	Jun-24	Jul-24	Aug-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	Jan-25	Feb-25	Mar-25	Apr-25	Annual Totals
Gói cơ bản	110	140	160	180	150	170	800	100	80	120	250	205	2465
Giá bán	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	
Cat 1 TOTAL	5,390	6,860	7,840	8,820	7,350	8,330	39,200	4,900	3,920	5,880	12,250	10,045	120,785
Gói tiêu chuẩn	150	150	130	300	350	400	900	500	670	1120	900	1000	6570
Giá bán	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	
Cat 2 TOTAL	10,350	10,350	8,970	20,700	24,150	27,600	62,100	34,500	46,230	77,280	62,100	69,000	453,330
Gói cao cấp	80	95	120	160	20	50	80	70	65	75	80	100	995
Giá bán	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00	
Cat 3 TOTAL	7,120	8,455	10,680	14,240	1,780	4,450	7,120	6,230	5,785	6,675	7,120	8,900	88,555
Annual Totals													662,670

## **V. Operational Plan**

### **1. Production**

EII là một ứng dụng trên nền tảng web và mobile app giúp người dùng tạo video bằng AI từ nội dung họ nhập vào. Do đó, quy trình sản xuất chính của EII là phát triển và vận hành hệ thống AI có khả năng chuyển đổi nội dung văn bản thành video.

Cụ thể, quy trình sản xuất bao gồm:

- Xây dựng công nghệ AI video generation: Nhóm kỹ thuật sẽ phát triển các mô hình AI để tạo ra hình ảnh và âm thanh từ văn bản. Các công nghệ được sử dụng bao gồm Natural Language Processing (NLP), Computer Vision, Speech Synthesis, v.v.
- Huấn luyện và tinh chỉnh mô hình: Các mô hình AI sẽ được huấn luyện với dữ liệu lớn và liên tục được cải thiện để tăng độ chính xác và chất lượng video đầu ra.
- Tích hợp với website và ứng dụng: Kỹ thuật viên sẽ tích hợp các mô hình AI với giao diện người dùng để cho phép người dùng tương tác và nhận kết quả video.
- Duy trì và cập nhật hệ thống: Nhóm kỹ thuật sẽ liên tục cập nhật, bảo trì hệ thống để đảm bảo hoạt động ổn định và tối ưu trải nghiệm người dùng.

Thiết bị và công nghệ sử dụng bao gồm máy chủ AI, máy chủ web/app, phần mềm phát triển AI, cơ sở dữ liệu lớn, v.v. Chi phí ước tính cho việc xây dựng và vận hành hệ thống khoảng 500 triệu VND cho giai đoạn đầu.

### **2. Quality control**

Để đảm bảo chất lượng và tính nhất quán của dịch vụ, EII áp dụng các biện pháp kiểm soát chất lượng sau:

- Thu thập phản hồi từ người dùng: Khảo sát trải nghiệm người dùng để nắm bắt vấn đề và cải thiện dịch vụ. Người dùng có thể đánh giá chất lượng video và gửi phản hồi trực tiếp qua ứng dụng.
- Giám sát chỉ số chất lượng: Theo dõi các chỉ số như độ chính xác của video, thời gian xử lý, tỷ lệ lỗi để kịp thời phát hiện và khắc phục sự cố.
- Kiểm tra chất lượng thủ công: Nhóm QA sẽ kiểm tra ngẫu nhiên các video đầu ra để đảm bảo chất lượng tốt. Các lỗi phát hiện sẽ được báo cáo và xử lý kịp thời.
- Cập nhật mô hình AI: Dựa trên dữ liệu phản hồi và kết quả kiểm tra, các kỹ sư AI sẽ liên tục cải thiện mô hình để nâng cao chất lượng video đầu ra.
- Quy trình vận hành chuẩn: Xây dựng quy trình vận hành, bảo trì hệ thống chuẩn để đảm bảo dịch vụ luôn hoạt động ổn định, an toàn.

### **3. Location**

EII đặt trụ sở tại TP.HCM, thuê mặt bằng văn phòng khoảng 100m<sup>2</sup> tại Quận 1 hoặc Quận 3. Đây là khu

vực trung tâm thành phố, thuận tiện cho việc đi lại và giao thông công cộng.

Toà nhà thuê là loại tòa nhà văn phòng chất lượng cao, đáp ứng tiêu chuẩn an toàn PCCC, có đầy đủ tiện ích và dịch vụ. Không gian mở, thoáng mát, phù hợp với văn hóa làm việc của công ty công nghệ.

Khu vực này phù hợp với quy hoạch đô thị và không có hạn chế về mặt quy định nhà nước.

Với vị trí trung tâm, các nhân viên, khách hàng và đối tác dễ dàng tiếp cận văn phòng EII bằng các phương tiện giao thông công cộng hoặc phương tiện cá nhân.

Chi phí thuê mặt bằng ước tính 20-25 triệu đồng/tháng. Các chi phí phát sinh khác như điện nước, bảo trì hàng tháng khoảng 5 triệu đồng. Ban đầu cần chi khoảng 50 triệu để cải tạo và trang bị văn phòng.

Tòa nhà đáp ứng các tiêu chuẩn về điện, nước, internet, hệ thống chiếu sáng và điều hòa phục vụ nhu cầu vận hành văn phòng.

#### **4. Legal environment**

Là một công ty công nghệ, EII cần tuân thủ các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động kinh doanh và công nghệ thông tin tại Việt Nam.

- Giấy phép kinh doanh: EII cần xin cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp và các giấy phép kinh doanh theo quy định.
- Bản quyền: EII sẽ đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với phần mềm và công nghệ được phát triển.
- Bảo hiểm: EII sẽ tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp cho nhân viên theo quy định.
- An toàn lao động: Tuân thủ các quy định về an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy tại nơi làm việc.
- Bảo mật thông tin: Áp dụng các biện pháp bảo mật thông tin người dùng, tuân thủ quy định về an toàn thông tin mạng.
- Thuế và kế toán: Thực hiện đúng nghĩa vụ thuế, lưu trữ hóa đơn chứng từ và hạch toán kế toán theo quy định.

#### **5. Personnel**

Loại nhân viên: EII cần tuyển dụng các vị trí nhân viên kỹ thuật phát triển phần mềm và AI, nhân viên thiết kế sản phẩm, nhân viên marketing, nhân viên hỗ trợ khách hàng, nhân viên kinh doanh, nhân viên nhân sự và hành chính.

Số lượng: Trong giai đoạn đầu khoảng 20 nhân viên chính thức.

Yêu cầu: Các vị trí kỹ thuật yêu cầu trình độ từ cử nhân trở lên, chuyên ngành CNTT hoặc AI. Các nhân viên cần được đào tạo kỹ năng mềm, chuyên môn.

Freelancer: Sẽ thuê freelancer cho các công việc như thiết kế, marketing, biên dịch theo dự án.

Mức lương: Mức lương cạnh tranh so với thị trường, dựa trên năng lực. Có thưởng theo hiệu suất và cổ

phần ưu đãi.

Tuyển dụng: Sử dụng các kênh tuyển dụng trực tuyến, mạng xã hội. Ưu tiên giới thiệu và thu hút nhân tài.

Đào tạo: Đào tạo kỹ năng cho nhân viên, đặc biệt các kỹ năng mềm, chăm sóc khách hàng.

## **6. Inventor**

Do EII là một ứng dụng công nghệ, nên không có nhu cầu lưu trữ hàng tồn kho truyền thống. Tuy nhiên, một số khía cạnh về "tồn kho" của EII bao gồm:

- Dữ liệu: Đây là nguyên liệu thô quan trọng nhất để huấn luyện các mô hình AI. EII sẽ lưu trữ lượng lớn dữ liệu dạng văn bản, hình ảnh, âm thanh để phục vụ cho việc phát triển sản phẩm. Giá trị dữ liệu ước tính hàng tỷ đồng.
- Tài nguyên máy tính: Bao gồm dung lượng lưu trữ, băng thông và công suất tính toán trên các máy chủ đám mây. Nhu cầu về tài nguyên máy tính sẽ tăng dần theo thời gian do số lượng người dùng tăng lên.
- Năng lực phát triển: Là "hàng tồn kho" về nguồn nhân lực công nghệ, bao gồm các kỹ sư AI, nhà phát triển phần mềm. Đội ngũ càng lớn và có năng lực, tốc độ phát triển càng nhanh.

Do đặc thù của EII, không có mùa cao điểm hay thấp điểm rõ rệt. Dịch vụ có thể cung cấp liên tục mà không bị giới hạn về nguồn lực. Thời gian đặt hàng và mở rộng nguồn lực (tuyển dụng nhân sự, nâng cấp máy chủ...) khoảng 1-2 tháng

## **7. Suppliers**

Nhà cung cấp dịch vụ điện toán đám mây:

- AWS (Amazon Web Services): Cung cấp dịch vụ máy chủ ảo và lưu trữ đám mây
- Địa chỉ: 410 Terry Ave North, Seattle, WA 98109, United States
- Loại hàng: Dịch vụ máy chủ và lưu trữ trên đám mây
- Thanh toán theo tháng, có chính sách ưu đãi dành cho khách hàng thân thiết
- Đây là nhà cung cấp dịch vụ đám mây lớn và đáng tin cậy hàng đầu thế giới.

Nhà cung cấp băng thông Internet:

- Viettel/FPT/CMC Telecom
- Cung cấp dịch vụ kết nối Internet tốc độ cao cho văn phòng và máy chủ EII
- Thanh toán hàng tháng, có thể đàm phán về ưu đãi dài hạn
- Uy tín và chất lượng dịch vụ tốt, ít xảy ra sự cố.

Cộng tác viên và tư vấn:

- Các công ty tư vấn, phát triển phần mềm
- Cung cấp dịch vụ tư vấn, phát triển công nghệ
- Thanh toán theo hợp đồng dự án
- Luôn có nhiều lựa chọn đối tác tiềm năng



## 8. Credit policies

Do EII cung cấp dịch vụ công nghệ dựa trên nền tảng đám mây, nên các chính sách tín dụng sẽ như sau:

- Trong ngành công nghệ, việc cung cấp dịch vụ trả sau (trả chậm) không phổ biến. Khách hàng thường thanh toán trước khi sử dụng dịch vụ.
- EII sẽ yêu cầu người dùng thanh toán trước khi cung cấp dịch vụ tạo video. Các hình thức thanh toán bao gồm thẻ tín dụng, ví điện tử, chuyển khoản.
- Khách hàng sẽ mua các gói dịch vụ với thời hạn nhất định (tháng, năm). Hệ thống sẽ tự động cắt khi hết thời hạn sử dụng.
- Đối với khách hàng doanh nghiệp, có thể áp dụng chính sách tín dụng ngắn hạn 30-60 ngày nếu đủ điều kiện về uy tín và doanh số.
- Chi phí cho hoạt động tín dụng như nhân sự thu hồi nợ, rủi ro nợ khó đòi... sẽ được tính vào phí dịch vụ để đảm bảo hiệu quả.
- Đối với khách hàng trả chậm, EII sẽ nhắc nợ qua email và điện thoại. Nếu quá 60 ngày chưa thanh toán, sẽ chuyển cho bên thu nợ chuyên nghiệp xử lý.

## VI. Management & Organization

Sản phẩm: EII - AI tạo video từ nội dung người dùng nhập vào

Mô hình kinh doanh: Có hai loại mô hình kinh doanh chính là B2C - khách hàng là người dùng cuối sử dụng ứng dụng và trả phí theo subscription model và B2B - khách hàng là các doanh nghiệp sử dụng ứng dụng để tạo video. Ngoài ra ta còn sử dụng advertisement model đối với những người dùng ứng dụng miễn phí, khách hàng của mô hình này là những doanh nghiệp có nhu cầu quảng cáo

### *Management Worksheet*

Vị trí	Tên	Lĩnh vực - kiến thức
Chief Executive Officer	Huỳnh Huy Tấn	Nhận ra khó khăn của việc tạo content từ một người bạn làm youtuber, qua đó cũng nhận ra được cơ hội tìm kiếm lợi nhuận thông qua EII cùng lúc với sự phát triển mạnh mẽ của OpenAI, đã có kiến thức và kinh nghiệm xử lý phát triển chính ý tưởng của mình. Vì vậy anh ấy mang những yếu tố thích hợp để lãnh đạo EII đi đến thành công.
Admin Department	Lê Võ Huỳnh Thanh	Ngoài những kinh nghiệm trong quá trình học tại trường đại học, anh ấy còn nhận ra được điểm mạnh của bản thân trong lĩnh vực kinh tế và tài chính. Nhận thấy điểm mạnh đó và tự học hỏi, rèn luyện bản thân và thiết các mối quan hệ cần thiết để không ngừng phát triển bản thân. Điều này sẽ là một mảnh ghép không thể thiếu của EII - mảnh ghép giúp EII đi đến thành công
Design team leader	Tô Nguyễn Trúc Nghi	Từ nhỏ cô ấy có niềm đam mê với công nghệ đặc biệt là mảng thiết kế đồ họa, giao diện. Trong quá trình học đại học cô ấy đã dành rất nhiều thời gian để trải nghiệm công nghệ và thiết kế đồ họa. Chính vì vậy cô ấy phù hợp với vai trò này nhằm mục đích tạo ra một EII

		có giao diện bắt kịp xu hướng nhưng vẫn thân thiện với người dùng.
Operations team leader	Nguyễn Tuấn Kiệt	Dù theo chuyên ngành HTTT, anh có đam mê đối với AI và NLP. Nhờ vào việc có được kinh nghiệm thông qua các kỳ thực tập ở một vài công ty nhỏ cũng như những kiến thức sẵn có về chuyên ngành của mình. Anh sẽ có thể đóng góp vào việc quản lý quá trình vận hành của công ty giúp EII đi đến thành công.
Technology team leader	Lê Đức Đạt	<p>Anh ấy là một người với trái tim đam mê, từ văn hóa-xã hội cho đến khoa học-công nghệ, từng là đồng sáng lập của nhiều câu lạc bộ học thuật ở trường cấp 3, bao gồm Câu lạc bộ STEM, Câu lạc bộ Olympia và Câu lạc bộ Lịch sử.</p> <p>Khả năng lãnh đạo của anh ấy không chỉ thể hiện qua việc sáng lập các câu lạc bộ, mà còn được phản ánh qua việc anh ấy có thể xây dựng và thực hiện các kế hoạch chi tiết cho bản thân mình, cho cả ngắn hạn và dài hạn, nhằm thích ứng với những thay đổi của thời đại.</p> <p>Bên cạnh đó, công nghệ, đặc biệt là mảng NLP và AI, đã trở thành ngành nghiên cứu chiến lược mà anh ấy tập trung trong hơn 3 năm qua. Điều này chứng minh rằng anh ấy không chỉ nắm bắt được những xu hướng hiện tại, mà còn luôn tiến về phía trước, hướng tới tương lai.</p>

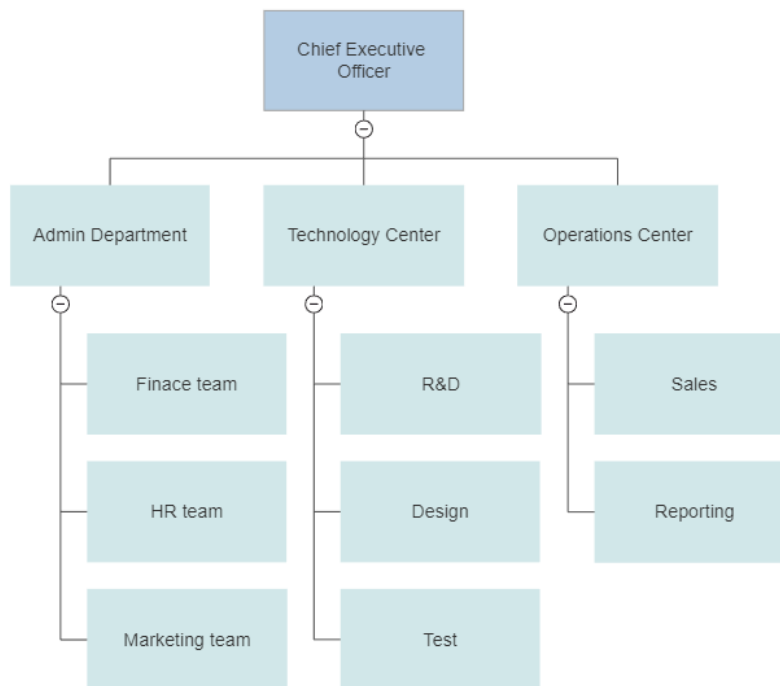
- Huỳnh Huy Tấn: CEO, HR team leader, R&D
- Lê Võ Huỳnh Thanh: Admin Department, Design
- Tô Nguyễn Trúc Nghi: Design team leader, Marketing team

- Nguyễn Tuấn Kiệt: Operations team leader, Test
- Lê Đức Đạt: Technology team leader, Test

### Organization Chart (từng giai đoạn)

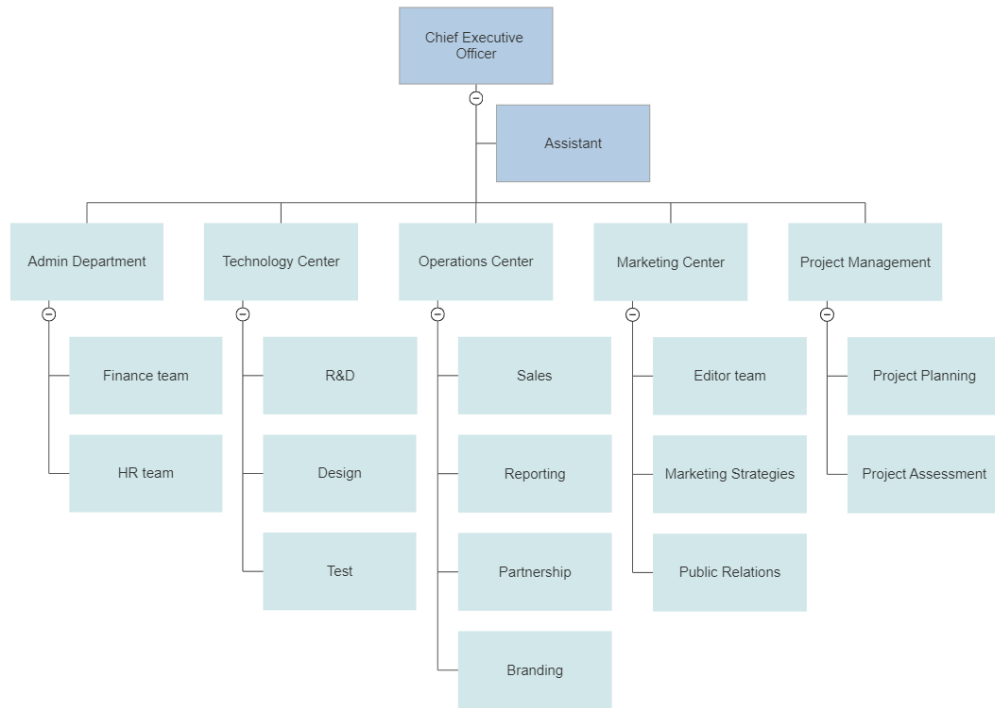
Sơ đồ tổ chức sẽ được phân chia dựa trên các giai đoạn của công ty.

Giai đoạn 1: Là giai đoạn ban đầu, cần hạn chế rủi ro và kinh phí nên quy mô sẽ được tối thiểu hóa (thời gian thực hiện 1 năm)



*Mô hình được tham khảo dựa trên các công ty công nghệ khu vực ĐNÁ.)*

Giai đoạn 2: Qua giai đoạn 1 hoàn thiện và xử lý guồng vận hành công ty, bổ sung các phòng ban, đội nhóm hỗ trợ. Bắt đầu xây dựng hệ sinh thái nếu cổ tức tăng mạnh, tạo thêm các sản phẩm liên quan (thực hiện trong 1-3 năm).



**Loại hình tổ chức kinh doanh:** Tổ chức kinh doanh theo loại hình công ty cổ phần. Bởi vì lý do nó linh động, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư, cũng như hạn chế rủi ro khi công ty phá sản/ làm ăn thua lỗ.

### **Xác định tuyên bố góp vốn**

Hình thức góp vốn

- Vốn: ~500 triệu (tham chiếu dựa trên bài báo)

Góp vốn dựa trên hai hình thức chính là góp vốn bằng tiền và góp vốn bằng công nghệ và bí quyết kỹ thuật:

Thành viên	Vốn	Cổ phần và quyền lợi
Huỳnh Huy Tấn	10% vốn, công nghệ và bí quyết kỹ thuật	25% cổ phần phổ thông và ưu đãi biểu quyết
Lê Võ Huỳnh Thanh	22.5% vốn	18.75% cổ phần phổ thông và ưu đãi biểu quyết
Tô Nguyễn Trúc Nghi	22.5% vốn	18.75% cổ phần phổ thông và ưu đãi biểu quyết

Nguyễn Tuấn Kiệt	22.5% vốn	18.75% cổ phần phổ thông và ưu đãi biểu quyết
Lê Đức Đạt	22.5% vốn	18.75% cổ phần phổ thông và ưu đãi biểu quyết

Chính sách cổ phần ưu đãi sẽ được xác lập chi tiết sau khi có thêm cổ đông tham gia trong đại hội cổ đông thường niên. Mong muốn lấy ra 10~30% cổ phần để kêu gọi vốn từ các nhà đầu tư, khi cổ phần chưa lên sàn. Dự định sử dụng vốn ban đầu tập trung vào phòng ban công nghệ, cụ thể là R&D Team (chi tiết ở mục 2.3.2)

**Hình thức phân chia lợi nhuận:** Cổ tức là khoản lợi nhuận ròng được trả cho mỗi cổ phần bằng tiền mặt hoặc bằng tài sản khác từ nguồn lợi nhuận còn lại của công ty cổ phần sau khi đã thực hiện nghĩa vụ về tài chính. Cổ tức trả cho cổ phần phổ thông được xác định căn cứ vào số lợi nhuận ròng đã thực hiện và khoản chi trả cổ tức được trích từ nguồn lợi nhuận giữ lại của công ty với công thức 1% cổ phần phổ thông = 1% (cổ tức - **phí phát triển**) sẽ được quy ra trên % cổ tức giá trị làm tròn sẽ thay đổi tùy theo quy mô cổ tức. Hiện tại làm tròn sau phẩy 4 số. Ví dụ phân chia cổ tức với các founder ban đầu:

Thành viên	Cổ tức
Huỳnh Huy Tấn	17.5%
Lê Võ Huỳnh Thanh	13.125%
Tô Nguyễn Trúc Nghi	13.125%
Nguyễn Tuấn Kiệt	13.125%
Lê Đức Đạt	13.125%
Phí phát triển công ty, phòng ban, nhân sự	30%


(30% cổ tức được sử dụng để làm **phí phát triển** công ty, phòng ban và nhân sự.)

Thỏa thuận góp vốn và phân chia lợi nhuận có thể thay đổi trước, trong và sau khi tuyển, xây dựng đội ngũ nhưng phải được sự đồng ý của các bên tham gia góp vốn trước đó.

**Thỏa thuận cam kết làm việc lâu dài:** Công ty được thành lập và phát triển bởi những cộng sự trong giai đoạn đầu nên cái để giữ chân họ chính là cổ phần của công ty. Kèm theo thời gian linh hoạt, việc

cung cấp mô hình làm việc linh hoạt như làm việc từ xa, làm việc theo giờ linh hoạt hoặc làm việc theo lịch trực quan. Điều này giúp nhân viên có thể cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân, tạo sự thoải mái và sự linh hoạt. Trong giai đoạn 1 của nhân sự lương cứng công ty sẽ khá cạnh tranh và có nhiều phúc lợi như nghỉ thêm 16 ngày/ năm ngoài ngày lễ, được thưởng lương tháng 13, được hưởng các chế độ phụ cấp và nếu làm đủ 12 tháng thì sẽ được thưởng thêm 0.15% cổ phần. Quyền mua lại cổ phần (Share Buy Back Right): Công ty có quyền ưu tiên mua lại 100% số cổ phần (chưa lên sàn) mà cộng sự đang nắm giữ. Nếu không bán lại cho công ty, số cổ phần (chưa lên sàn) mỗi năm sẽ mất giá 25% - Giảm rủi ro cả đôi bên: Công ty không mất cổ phần, đảm bảo cộng sự làm việc lâu dài và có thu nhập tương xứng.

### **Break-even calculation**

 Break-even-analysis-template-03

ALL OF THESE IN LINK:  business-startup-costs.xlsx  expense-tracking.xlsx

<b>Break-Even Analysis</b>				
	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Sales</b>	\$50,000	\$100,000	\$180,000	\$300,000
<b>Less Variable Expenses</b>				
Materials	\$10,000	\$20,000	\$50,000	\$60,000
Labor	\$7,000	\$8,000	\$9,000	\$10,000
Variable overhead	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000
Other	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000
<b>Contribution Margin</b>	<b>29,000</b>	<b>68,000</b>	<b>117,000</b>	<b>226,000</b>
<b>Contribution Margin Ratio</b>	<b>58.00%</b>	<b>68.00%</b>	<b>65.00%</b>	<b>75.33%</b>
<b>Fixed Expenses</b>				
Salaries and wages	\$10,000	\$30,000	\$40,000	\$50,000
Employee benefits	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
Payroll taxes	\$200	\$500	\$520	\$530
Rent	\$500	\$510	\$520	\$540
Utilities	\$300	\$309	\$318	\$330
Repairs and maintenance	\$500	\$700	\$800	\$850
Insurance	\$150	\$160	\$180	\$200
Travel	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,500
Telephone	\$500	\$515	\$520	\$550
Postage	\$200	\$312	\$340	\$400
Office supplies	\$700	\$850	\$900	\$1,050
Advertising	\$500	\$700	\$850	\$980
Marketing/promotion	\$10,000	\$15,000	\$20,000	\$25,000
Professional fees	\$500	\$510	\$510	\$550
Training and development	\$1,500	\$2,500	\$4,000	\$5,000
Bank charges	\$200	\$300	\$300	\$300
Depreciation	\$200	\$300	\$420	\$500
Interest Expense	\$4,000	\$5,000	\$7,000	\$10,000
Other	\$2,000	\$3,000	\$3,500	\$4,000
<b>Total Fixed Expenses</b>	<b>33,950</b>	<b>62,166</b>	<b>81,178</b>	<b>101,280</b>
<b>Total Fixed Expenses Ratio</b>	<b>67.90%</b>	<b>62.17%</b>	<b>45.10%</b>	<b>33.76%</b>
<b>Break-Even Sales</b>	<b>58,534</b>	<b>91,421</b>	<b>124,889</b>	<b>134,442</b>
<b>Break-Even %</b>	<b>117.07%</b>	<b>91.42%</b>	<b>69.38%</b>	<b>44.81%</b>
<b>Operating Profit</b>	<b>(4,950)</b>	<b>5,834</b>	<b>35,822</b>	<b>124,720</b>

## VII. Funding

### A. Pre-seed funding: The bootstrapping stage

Startup valuation: 500 triệu VNĐ

#### 1. Exploring the feasibility of building an idea into a product/service:



### **1.1. Tiến hành phân tích sơ bộ**

Với sự bùng nổ của thời đại công nghệ, việc tạo video đã trở thành một phần quan trọng trong cuộc sống và công việc của chúng ta. Từ việc quay và chỉnh sửa video ngắn trên điện thoại di động đến sáng tạo nội dung chuyên nghiệp trên các kênh truyền thông xã hội, video đã trở thành một phương tiện truyền thông mạnh mẽ và hấp dẫn.

Người dùng muốn có khả năng tạo video dễ dàng, nhanh chóng và chất lượng cao. Họ muốn có các công cụ và nền tảng mạnh mẽ để hiện thực hóa những ý tưởng và chia sẻ nó với thế giới.

Việc đáp ứng nhu cầu người dùng trong lĩnh vực tạo video đã mang lại nhiều lợi ích người dùng có thể thể hiện sự sáng tạo và tự do biểu đạt ý tưởng của mình một cách dễ dàng và hiệu quả. Có thể dễ dàng tạo video đã mở ra cơ hội kinh doanh và tiếp thị cho các cá nhân, doanh nghiệp và nhãn hàng. Bên cạnh đó, giúp cũng tạo ra một cộng đồng sáng tạo, nơi mọi người có thể tương tác, chia sẻ ý tưởng và học hỏi lẫn nhau.

### **1.2. Tiến hành khảo sát thị trường**

Một cuộc khảo sát thị trường tốt là rất quan trọng. Nếu công ty không thể thực hiện khảo sát này, nên thuê một công ty bên ngoài. Mục tiêu chính của một cuộc khảo sát thị trường là một dự báo thực tế về doanh thu. Các bước chính bao gồm xác định ảnh hưởng địa lý trên thị trường và xem lại xu hướng dân số, đặc điểm nhân khẩu học, yếu tố văn hóa và sức mua trong cộng đồng.

Phân tích các đối thủ cạnh tranh trong thị trường để xác định điểm mạnh và yếu. EII có 2 đối thủ cạnh tranh chính là <https://studio.d-id.com/> và <https://www.kreadoai.com/>. Điểm mạnh và yếu của đối thủ này là:

Điểm mạnh của D-ID nằm ở việc loại bỏ thông tin nhận dạng cá nhân một cách an toàn và hiệu quả, trong khi Kreadoai tập trung vào trí tuệ nhân tạo, học máy và phân tích dữ liệu. Cả hai công ty này đều mang lại giá trị và giúp cải thiện hiệu suất và an ninh trong các lĩnh vực khác nhau.

Điểm yếu của D-ID và Kreadoai khá giống nhau phụ thuộc vào dữ liệu do sử dụng dữ liệu để tạo ra giá trị và thông tin quan trọng, đòi hỏi công ty phải có quy trình đảm bảo tính chính xác, đầy đủ và an toàn của dữ liệu. Cạnh tranh từ các công ty khác: Đối mặt với sự cạnh tranh từ các công ty khác trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu, đòi hỏi công ty phải nỗ lực liên tục để duy trì lợi thế cạnh tranh

### **1.3. Xác định kích thước thị trường và ước tính thị phần dự kiến**

Thị trường nhắm đến là toàn bộ content creator cũng như những người có nhu cầu tạo video cho mục đích công việc. Vì 2 đối thủ cạnh tranh lớn nhất chưa thực sự quan tâm đến thị trường Việt Nam nên hiện tại thì ta chưa có đối thủ nào đáng chú ý

### **1.4. Ước tính cơ hội mở rộng thị trường**

Nếu theo đúng kế hoạch ban đầu thì ta sẽ mở rộng thị trường sang các nước lân cận vào năm thứ ba sau khi đi vào hoạt động. Đây là bước đầu tiên cho việc tấn công thị trường thế giới.

### **1.5. Lập kế hoạch tổ chức và hoạt động kinh doanh**

Tại thời điểm này, tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp cần được lập kế hoạch đủ sâu để xác định tính khả thi về mặt kỹ thuật và chi phí liên quan đến khởi động, đầu tư cố định và hoạt động.

Cần có nhiều nỗ lực để phát triển các kế hoạch chi tiết như trang thiết bị: server, database để lưu trữ dữ liệu người dùng. Phương thức kinh doanh bằng hình thức trả phí định kỳ cùng với thu phí quảng cáo đối với những người dùng sản phẩm miễn phí. Kết hợp với vị trí và thiết kế của cơ sở (hoặc cách bố trí) và sự sẵn có và chi phí nhân sự, với chi phí chung (ví dụ: tiện ích, thuế, bảo hiểm). Lập bảng cân đối kế toán ngày khai trương: bảng cân đối kế toán của ngày khai trương phải phản ánh tài sản và nợ phải trả của hoạt động kinh doanh một cách chính xác nhất có thể vào thời điểm hoạt động kinh doanh bắt đầu, trước khi hoạt động kinh doanh tạo ra thu nhập. Chuẩn bị một danh sách các tài sản cần thiết cho các hoạt động thực tế. Danh sách này phải bao gồm hạng mục, nguồn, chi phí và các phương thức tài trợ sẵn có. Tài sản cần thiết bao gồm mọi thứ từ tiền mặt cần thiết cho vốn lưu động đến nhà cửa và đất đai. Mặc dù danh sách kết quả khá đơn giản, nhưng số lượng nỗ lực cần thiết có thể rất lớn. Các khoản nợ phải trả và khoản đầu tư theo yêu cầu của thực tiễn cũng phải được làm rõ.

Xem xét và phân tích tất cả dữ liệu để đưa ra Quyết định "Làm/Không làm": Các khoản nợ phải trả và khoản đầu tư theo yêu cầu của thực tiễn cũng phải được làm rõ. Nếu phân tích chỉ ra rằng doanh nghiệp ít nhất phải mang lại thu nhập tối thiểu mong muốn và có tiềm năng tăng trưởng, thì quyết định "làm" là phù hợp. Bất cứ điều gì ít bắt buộc một quyết định "không làm".

### **2. Market testing:**

Focus groups để tạo một nhóm tập trung, các nhà tiếp thị tập hợp một nhóm nhỏ người để thảo luận về các khía cạnh của việc tạo video bằng AI để hiểu rõ hơn và thực hiện các cải tiến dựa trên phản hồi của họ.

A/B testing: Còn được gọi là thử nghiệm phân tách, thử nghiệm A/B liên quan đến việc so sánh hai phiên bản của cùng một sản phẩm hoặc chiến lược quảng cáo để tìm hiểu xem phiên bản nào hiệu quả hơn đối với đối tượng mục tiêu.

Ra mắt sản phẩm quy mô nhỏ: Còn được gọi là ra mắt khu vực, loại thử nghiệm thị trường này liên quan đến việc tung sản phẩm đến một thị trường thử nghiệm chọn lọc ở một thành phố hoặc khu vực cụ thể để xem phản ứng của họ. Sau đó, ta có thể sử dụng phản hồi nhận được để cải thiện sản phẩm hoặc kế hoạch tiếp thị trước khi thử ra mắt rộng rãi hơn.

Eye track testing: có thể giúp ta hiểu nơi một người thường nhìn khi xem trang web hoặc quảng cáo. Điều này có thể giúp tìm hiểu yếu tố quảng cáo trực quan nào thu hút được nhiều sự chú ý nhất để có thể sử dụng chúng thường xuyên hơn.

### **3. Develop marketing and sales plan for the product launch:**

Kế hoạch tiếp thị và bán hàng cho việc ra mắt sản phẩm: xác định nhu cầu của người dùng, nghiên cứu đối thủ cạnh tranh, tạo USP(Unique Selling Proposition), thử nghiệm Beta, ra mắt sản phẩm, áp dụng chiến lược tiếp thị đa kênh, dự đoán thành công, thu thập phản hồi và thực hiện các bước để giữ cho khách hàng hài lòng

Potential investor: chủ sở hữu khởi nghiệp, bạn bè và người thân, quỹ mạo hiểm giai đoạn đầu (Micro VC)

Nhân sự

Bộ phận	Vị trí	Lương tháng (triệu VNĐ)	Số lượng	Tổng lương năm (triệu VNĐ)
Công nghệ	Kỹ sư AI	20	2	480
	Kỹ sư phần mềm	15	1	180
Thiết kế	Thiết kế UX/UI	12	1	144
Marketing	Chuyên viên Marketing	10	1	120
Hành chính	Nhân viên hành chính	7	1	84
Tổng			6	1008

**Thiết bị**

Thiết bị	Đơn giá (triệu VNĐ)	Số lượng	Thành tiền (triệu VNĐ)
Máy tính xách tay	15	6	90
Màn hình	2	6	12
Bàn ghế văn phòng	1	6	6
Tổng			108

**Cơ sở vật chất**

Cơ sở vật chất	Diện tích (m2)	Giá thuê/tháng (VNĐ/m2)	Tổng tiền thuê/năm (triệu VNĐ)
Văn phòng	100	200.000	240
Tổng			240

**Tổng chi phí dự kiến:**

Nhân sự: 1008 triệu VNĐ

Thiết bị: 112 triệu VNĐ

Cơ sở vật chất: 240 triệu VNĐ

=> Tổng cộng: 1360 triệu VNĐ

a. Potential Investors:

Chủ sở hữu khởi nghiệp

Bạn bè và người thân

Quỹ mạo hiểm giai đoạn đầu (Micro VC)

b. Purpose:

Nghiên cứu - phát triển sản phẩm

- Nghiên cứu và phân tích nhu cầu thị trường, xu hướng công nghệ để xác định ý tưởng sản phẩm phù hợp.

- Xây dựng prototype và thử nghiệm với nhóm khách hàng nhỏ để đánh giá tính khả thi của sản phẩm.
- Hoàn thiện công nghệ cốt lõi của sản phẩm, đảm bảo sản phẩm có khả năng mở rộng và phát triển trong tương lai.
- Xây dựng MVP (Minimum Viable Product) - phiên bản sản phẩm tối thiểu có chức năng cơ bản.
- Thu thập phản hồi từ khách hàng, điều chỉnh và bổ sung thêm tính năng cho phù hợp.
- Hoàn thiện chức năng, giao diện, trải nghiệm người dùng của sản phẩm trước khi ra mắt chính thức.

#### Tuyển dụng - đào tạo nhân sự

- Xác định các vị trí then chốt cần tuyển dụng trong giai đoạn đầu như Giám đốc kỹ thuật, Nhà phát triển phần mềm, Thiết kế UX/UI.
- Sử dụng các nguồn tuyển dụng phù hợp để tiếp cận các ứng viên tiềm năng như LinkedIn, các group cộng đồng IT, giới thiệu nội bộ.
- Xây dựng quy trình tuyển dụng chặt chẽ, lựa chọn những ứng viên phù hợp với văn hóa và tầm nhìn của công ty.
- Đào tạo và huấn luyện đội ngũ về kỹ năng, kiến thức chuyên môn để đảm bảo năng suất và chất lượng công việc.
- Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện để thu hút và giữ chân nhân tài.

#### Tham khảo thị trường - lên kế hoạch triển khai chiến dịch marketing và quảng bá

- Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh, xu hướng và nhu cầu thị trường để hoạch định chiến lược marketing hiệu quả.
- Xác định đúng đối tượng khách hàng mục tiêu và cách tiếp cận phù hợp.
- Lựa chọn các kênh quảng cáo phù hợp như mạng xã hội, SEM, quảng cáo trực tuyến để tiếp cận đối tượng mục tiêu.
- Xây dựng chiến dịch truyền thông nhất quán và thông điệp thuyết phục để quảng bá sản phẩm.
- Thu hút sự chú ý của các nhà đầu tư, đối tác tiềm năng thông qua các hoạt động quan hệ công chúng.
- Đo lường và theo dõi các chỉ số quan trọng để đánh giá hiệu quả chiến dịch.
- Điều chỉnh chiến lược dựa trên dữ liệu và phản hồi để tối ưu hóa hiệu quả.

c. Approx Fundraising:

Mục đích	Chi tiết	Ước tính chi phí (triệu VNĐ)
Nghiên cứu và phát triển sản phẩm	Nghiên cứu công nghệ AI, CV, NLP	150
	Xây dựng prototype	100
	Thuê server, hosting	50
Tuyển dụng và đào tạo nhân sự	Tuyển dụng qua các kênh online	20
	Đào tạo về công nghệ AI	30
Nghiên cứu thị trường	Khảo sát trực tuyến	10
	Phân tích dữ liệu	15
Triển khai chiến dịch marketing	Thiết kế website, branding	50
	Quảng cáo Facebook, Google	30
	Truyền thông qua các KOLs	20
Chi phí hoạt động ban đầu	Văn phòng, tiện ích	100
	Lương nhân viên	80

Tổng chi phí	655
--------------	-----

*Approx fundraising: 655 triệu đồng*

## **B.. Seed funding: Product development stage**

Giai đoạn phát triển sản phẩm với mong muốn có được sản phẩm tối thiểu để đưa ra thị trường.

Startup Valuation: 500 triệu - 1 tỷ VNĐ

Approx Fundraising: 500 triệu VNĐ

Theo kế hoạch *business startup cost* các nhà đầu tư tiềm năng trong giai đoạn này là Angel Investors và Friends and family.

### **1. Launch product**

Nhằm đưa sản phẩm vào vận hành cần xây dựng MVP sản phẩm (xem lại mục 2.3.3.1), phần lớn dùng những nguồn lực miễn phí từ các nhà sáng lập ở giai đoạn này vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm, tạo nhãn hiệu và đăng ký với cục sở hữu trí tuệ, thực hiện các chiến lược tiếp thị và tiếp cận thị trường trong nước. Cập nhật cải thiện sản phẩm liên tục để làm hài lòng khách hàng và nhận được feedback tốt.

### **2. Build traction until revenue starts coming in**

Sau khi có được MVP bám sát các chiến thuật marketing được vạch ra ở mục 2.4.4 và không ngừng thay đổi cho phù hợp để thu hút sự quan tâm đến từ phía người dùng và nhận được các feedback quan trọng để điều chỉnh sản phẩm.

### **3. Recruiting**

Ở trong giai đoạn này theo kế hoạch để tối thiểu hóa rủi ro và tiết kiệm chi phí, chỉ tuyển dụng kế toán và các công việc thời vụ.

### **4. Development of a product for market**

Lợi dụng feedback từ khách hàng điều chỉnh sản phẩm và lặp lại cho đến khi có được mức tăng trưởng nhất định và chiếm được một thị phần ổn định.

Nhân sự

Bộ phận	Số lượng	Vị trí	Lương tháng (triệu VNĐ)	Tổng lương năm (triệu VNĐ)
Công nghệ	3	Kỹ sư AI	25	900
	2	Kỹ sư phần mềm	20	480
Thiết kế	2	Thiết kế UX/UI	15	360
Marketing	2	Chuyên viên Marketing	12	288
Hành chính	1	Nhân viên hành chính	10	120
Tổng	10			2148



**Thiết bị**

Thiết bị	Số lượng	Đơn giá (triệu VNĐ)	Thành tiền (triệu VNĐ)
Máy tính xách tay	10	20	200
Màn hình	10	3	30
Máy chủ	1	50	50
Phần mềm	1	100	100
Bàn ghế văn phòng	10	2	20
<b>Tổng</b>			<b>400</b>

**Cơ sở vật chất**

Cơ sở vật chất	Diện tích (m2)	Giá thuê/tháng (VNĐ/m2)	Tổng tiền thuê/năm (triệu VNĐ)
Văn phòng	150	250,000	450
<b>Tổng</b>			<b>450</b>

Tổng chi phí dự kiến:

- Nhân sự: 2148 triệu VNĐ
- Thiết bị: 405 triệu VNĐ
- Cơ sở vật chất: 450 triệu VNĐ

Tổng cộng: 3003 triệu VNĐ

**a. Potential Investors**

- Nhà đầu tư thiên thần
- Các Micro VC
- Đối tác đồng sáng lập (bạn bè, gia đình)

- Crowdfunding

## **b. Purpose**

Ra mắt sản phẩm:

- Mục tiêu của giai đoạn seed funding là ra mắt sản phẩm EII lên thị trường.
- EII sẽ ra mắt dưới dạng sản phẩm tối thiểu (MVP) với các tính năng cơ bản nhất để xác định khả năng chấp nhận của thị trường.
- Việc ra mắt MVP sẽ giúp thu thập phản hồi từ khách hàng sớm để điều chỉnh sản phẩm trước khi đầu tư nhiều hơn cho phát triển đầy đủ.
- Sau khi ra mắt, EII sẽ tập trung vào các hoạt động marketing và bán hàng để xây dựng cơ sở khách hàng và doanh thu ban đầu.

Tuyển dụng:

- Trong giai đoạn seed, EII sẽ tuyển dụng thêm nhân sự về kế toán, nhân viên hỗ trợ, và các vị trí thời vụ để hỗ trợ cho hoạt động.
- Việc tuyển dụng sẽ đảm bảo duy trì hoạt động ổn định của công ty sau khi ra mắt sản phẩm.
- Đội ngũ nhân sự cốt lõi đã có sẵn nên sẽ không tuyển dụng thêm vị trí then chốt để tiết kiệm chi phí.

Xây dựng cơ sở cho doanh thu:

- Sau khi ra mắt sản phẩm, EII sẽ tập trung vào các hoạt động marketing và bán hàng nhằm xây dựng cơ sở khách hàng và doanh thu ổn định.
- Các kênh marketing chính bao gồm truyền thông trực tuyến, mạng xã hội, và các đối tác/KOLs.
- Doanh thu đến từ các gói dịch vụ EII cung cấp cho các đối tượng khách hàng mục tiêu.
- Xây dựng cơ sở doanh thu là nền tảng cho giai đoạn tăng trưởng tiếp theo của startup.

Phát triển sản phẩm thị trường:

- Dựa trên phản hồi của khách hàng sau khi ra mắt, EII sẽ tiếp tục phát triển thêm các tính năng và cải tiến sản phẩm.
- Phát triển các tính năng như: công cụ chỉnh sửa video, thêm hiệu ứng, hỗ trợ thêm ngôn ngữ, tích hợp công cụ sáng tạo nội dung, mở rộng các định dạng video mới...
- Nghiên cứu cải tiến công nghệ AI để nâng cao khả năng hiểu ngôn ngữ tự nhiên và chất lượng video.
- Xây dựng các gói dịch vụ riêng biệt cho từng phân khúc khách hàng.
- Mở rộng dần ra các khu vực địa lý mới để phát triển thị trường.

**c. Approx Fundraising:**

Mục đích	Chi tiết	Ước tính chi phí (triệu VNĐ)
Ra mắt sản phẩm	Marketing và quảng bá: PR, quảng cáo trực tuyến	200
	Phát triển và hoàn thiện sản phẩm	150
	Chi phí vận hành ban đầu	50
Xây dựng cơ sở cho doanh thu	Tiếp thị, quảng bá liên tục	100
	Chi phí nhân sự, vận hành	150
Tuyển dụng và đào tạo nhân sự	Tuyển dụng online, offline	30
	Đào tạo kỹ năng cho nhân viên	50
Phát triển sản phẩm	Nghiên cứu phát triển công nghệ	100
	Nâng cấp chức năng, tính năng sản phẩm	50
Trang bị cơ sở vật chất	Thuê/mua văn phòng, trang thiết bị	100
Dự phòng rủi ro	Các chi phí không lường trước	50

<b>Tổng cộng</b>		<b>880</b>
------------------	--	------------

### **C. Series A funding: First round of venture capital (VC)**

*Startup Valuation:* 1 tỷ 500 triệu VNĐ

#### **1. Working business model**

Mô hình kinh doanh khả thi, có thể kiếm doanh thu ngay. Sản phẩm ứng dụng web và mobile app sử dụng công nghệ AI để tự động tạo video từ nội dung text hoặc audio mà người dùng nhập vào. Cho phép tùy chỉnh template video, phong nền, nhạc, hiệu ứng. Có công cụ chỉnh sửa video đơn giản. Video đầu ra định dạng MP4, chất lượng full HD. Xem trước trên ứng dụng trước khi xuất.

##### **1.1. Đối tượng khách hàng:**

Cá nhân: Những người có nhu cầu tạo video cho mục đích cá nhân như chia sẻ trên mạng xã hội, ghi lại kỷ niệm.

Doanh nghiệp nhỏ: Các shop online, cửa hàng có nhu cầu tạo video quảng cáo sản phẩm.

Tổ chức giáo dục: Các trường học cần tạo video bài giảng trực tuyến.

##### **1.1.1. Giá trị cung cấp:**

Tiết kiệm thời gian so với tạo video thủ công truyền thống. Không cần kỹ năng quay phim, dựng phim chuyên sâu. Ngoài ra dễ sử dụng cho mọi đối tượng. Chi phí rẻ hơn so với thuê dịch vụ sản xuất video.

Bên cạnh đó có thể tạo nhiều video với nội dung phong phú, đa dạng.

##### **1.1.2. Kênh phân phối:**

Website và ứng dụng di động có thể tích hợp với các nền tảng mạng xã hội, áp dụng mô hình freemium - miễn phí cơ bản, cao cấp trả phí.

##### **1.1.3. Mô hình doanh thu:**

Doanh thu từ ba nguồn chính: doanh thu từ gói dịch vụ cao cấp, không giới hạn tính năng, doanh thu từ dịch vụ tùy chỉnh theo yêu cầu riêng của khách hàng lớn và doanh thu từ quảng cáo trên ứng dụng.

#### **2. The key team in place:**

Đội ngũ chủ chốt đã có sẵn, cụ thể:

Huỳnh Huy Tấn: CEO, HR team leader, R&D

Lê Võ Huỳnh Thanh: Admin Department, Design

Tô Nguyễn Trúc Nghi: Design team leader, Marketing team

Nguyễn Tuấn Kiệt: Operations team leader, Test

Lê Đức Đạt: Technology team leader, Test

#### **3. Further development of product/service:**

Nghiên cứu thị trường để xác định nhu cầu của khách hàng, các tính năng mong muốn và phân khúc khách hàng tiềm năng.

Nghiên cứu thị trường tiến hành khảo sát trực tuyến và phỏng vấn sâu với các đối tượng như content creator, giáo viên, nhà làm phim độc lập để hiểu rõ hơn nhu cầu của họ. Bên cạnh đó phân tích các xu hướng video và nội dung sáng tạo trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến để nắm bắt xu hướng và cơ hội. Đánh giá các đối thủ cạnh tranh trong lĩnh vực công nghệ video AI để xác định điểm mạnh, điểm yếu và khoảng trống thị trường. Cuối cùng tổ chức hội thảo khách hàng để thu thập phản hồi trực tiếp về trải nghiệm sử dụng sản phẩm.

Phát triển sản phẩm bổ sung thêm các hiệu ứng video và âm thanh chuyên nghiệp để nâng cao chất lượng video. Tích hợp thêm công cụ biên tập video đơn giản ngay trong ứng dụng để người dùng có thể chỉnh sửa video một cách dễ dàng. Ngoài ra phát triển công nghệ AI để cải thiện khả năng hiểu ngôn ngữ tự nhiên và diễn đạt chính xác ý định của người dùng. Bổ sung thêm các nhân vật 3D, cảnh quay 3D để tăng sự đa dạng và tính cá nhân hóa của video. Cho phép tùy chỉnh giọng nói của AI, ngôn ngữ và ngữ điệu để video phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng hơn. Xây dựng cộng đồng cho phép người dùng chia sẻ kinh nghiệm, cộng tác và hỗ trợ lẫn nhau về sáng tạo nội dung.

Phát triển thêm các tính năng mới như: công cụ chỉnh sửa video, thêm hiệu ứng đa dạng, hỗ trợ nhiều ngôn ngữ, tích hợp các công cụ sáng tạo nội dung khác như công cụ chỉnh sửa video tích hợp. Công cụ này cho phép cắt ghép và sắp xếp lại các đoạn video đã được AI tự động tạo ra. Có timeline chỉnh sửa video với các tính năng cơ bản như cắt, xóa, chèn thêm đoạn video/ảnh, thêm hiệu ứng chuyển cảnh. Cho phép thêm văn bản, hình ảnh, biểu tượng lên video. Có thư viện âm thanh, nhạc nền để lựa chọn. Xuất video ra các định dạng phổ biến như MP4, MOV.

Bên cạnh đó việc thêm các tính năng như thêm hiệu ứng video, thêm các bộ lọc màu, hiệu ứng làm già/trẻ hóa nhân vật trong video, cho phép thêm các hiệu ứng chuyển cảnh đa dạng giữa các cảnh quay. Thêm công cụ để tạo hoạt hình 2D, 3D đi kèm phim. Hỗ trợ thêm ngôn ngữ cho phép lựa chọn ngôn ngữ đầu vào và ngôn ngữ đầu ra của video. Tích hợp công nghệ dịch máy (machine translation) để hỗ trợ thêm nhiều ngôn ngữ khác nhau cho phép thêm phụ đề đa ngôn ngữ vào video. Tích hợp công cụ sáng tạo nội dung cho phép kết nối với các công cụ thiết kế đồ họa, soạn nhạc để người dùng có thể chỉnh sửa/tạo các yếu tố trực quan, âm thanh cho video. Tích hợp công cụ viết lách AI để hỗ trợ người dùng phát triển ý tưởng kịch bản, cho phép kết nối với các công cụ thiết kế 3D để người dùng có thể tạo thêm nhân vật, cảnh vật 3D.

Tối ưu hóa trải nghiệm người dùng bằng cách cải thiện giao diện, đơn giản hóa quy trình tạo video, hỗ trợ người dùng tốt hơn. Ta thực hiện điều đó bằng các phương pháp cải thiện giao diện sử dụng những màu sắc dễ nhìn, font chữ rõ ràng, bố cục hợp lý để tăng khả năng ghi nhớ và tương tác của người dùng. Bên cạnh đó tối ưu hóa giao diện cho cả desktop lẫn mobile app để đem lại trải nghiệm tốt nhất. Bổ sung

các icon, hình ảnh minh họa để làm rõ chức năng các nút và menu. Sử dụng loading bar, thông báo... để cập nhật trạng thái xử lý cho người dùng biết. Ngoài ra ta còn phải đơn giản hóa quy trình, giảm bớt các bước không cần thiết trong quy trình tạo video để tiết kiệm thời gian cho người dùng. Hướng dẫn chi tiết từng bước để người dùng dễ theo dõi. Lưu các cài đặt để lần sau người dùng không phải nhập lại nhiều thông tin. Cho phép undo, redo để người dùng dễ dàng khắc phục lỗi. Hỗ trợ người dùng bằng các hệ thống hỏi đáp thông minh và chatbot hỗ trợ 24/7. Thư viện các câu hỏi thường gặp (FAQ) chi tiết, diễn đàn hỗ trợ cộng đồng người dùng và video hướng dẫn chi tiết các tính năng.

Mở rộng sang các định dạng video mới như video ngắn dạng Reels, Stories, video livestream và tích hợp với các nền tảng mạng xã hội. Bằng việc Hỗ trợ tạo video ngắn dạng Reels, Threads và Stories. Cho phép tạo các video ngắn 15-60 giây phù hợp với format Reels và Stories trên các nền tảng như Instagram, Facebook, YouTube Shorts. Tối ưu hóa chất lượng video và tốc độ xử lý cho các định dạng này. Tích hợp các hiệu ứng thịnh hành để tạo video thu hút. Cho phép thêm nhạc, lời bài hát vào video. Dễ dàng chia sẻ video đã tạo lên các nền tảng mạng xã hội. Ngoài ra việc hỗ trợ livestream cho phép tạo kịch bản và nội dung giải thích cho video livestream, tích hợp công cụ quản lý và phát livestream, tối ưu hóa chất lượng video và độ trễ thấp cho livestream và cho phép tương tác với người xem bằng các công cụ chat, comment. Cuối cùng tích hợp với các nền tảng mạng xã hội cho phép đăng nhập và quản lý tài khoản mạng xã hội để tự động đăng video đã tạo lên các tài khoản mạng xã hội liên kết. Dễ dàng theo dõi và phân tích thống kê video từ các nền tảng.

Nghiên cứu các công nghệ AI mới như computer vision, natural language processing để nâng cao chất lượng video đầu ra. Thông qua computer vision nghiên cứu các mô hình computer vision để nhận diện khuôn mặt, vật thể, cảnh vật trong video chính xác hơn. Sử dụng computer vision để tự động phân tích ngữ cảnh hình ảnh, chọn lọc và ghép các cảnh quay phù hợp với nội dung. Áp dụng công nghệ computer vision và deep learning để tạo ra các nhân vật ảo, cảnh vật 3D chân thực. Sử dụng computer vision để phát hiện và loại bỏ các lỗi trong video như nhiễu, mờ, lác lác. Bên cạnh đó Natural Language Processing (NLP) dùng để nghiên cứu các mô hình NLP tiên tiến để phân tích và hiểu nội dung văn bản chính xác hơn. Sử dụng NLP để tự động sinh ra các câu, đoạn văn mô tả cảnh quay video đúng ngữ cảnh. Áp dụng NLP để tự động dịch sang nhiều ngôn ngữ khác nhau một cách chính xác. Kết hợp NLP và computer vision để tạo ra kịch bản và nội dung video phù hợp với ý tưởng ban đầu của người dùng.

Xây dựng các gói dịch vụ phù hợp với nhu cầu của từng phân khúc khách hàng như doanh nghiệp, trường học, cá nhân sáng tạo. Đối với doanh nghiệp gói Professional: cung cấp tạo video quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, tự động hóa livestream bán hàng, không giới hạn số lượng video. Tiếp theo gói Business: cung cấp tạo video cho các chiến dịch truyền thông nội bộ, đào tạo nhân viên, giới thiệu công ty. Có thể tùy chỉnh ngôn ngữ, phong cách và nhân vật. Cuối cùng gói Enterprise: dành cho doanh nghiệp lớn với tạo hàng loạt video 3D, video theo yêu cầu riêng biệt. Có tư vấn viên hỗ trợ 1:1. Đối với trường học, gói

Giáo dục Cơ bản: hỗ trợ giáo viên tạo video bài giảng đơn giản. Gói Nâng cao: hỗ trợ tạo các video bài giảng tương tác, video hoạt hình minh họa cho bài học. Gói Thư viện Đa phương tiện: tạo thư viện video bài giảng đa dạng cho nhà trường. Sau cùng đối với cá nhân sáng tạo gói Cơ bản: cho phép tạo các video ngắn với các tính năng cơ bản. Gói Nâng cao: tạo các video dài hơn, chất lượng HD, nhiều hiệu ứng và tùy chỉnh hơn. Gói Sáng tạo: với các công cụ chỉnh sửa video mạnh mẽ và thư viện âm thanh, nhạc sống động.

## **4. Scalable market blueprint**

### **4.1. Kế hoạch mở rộng thị trường khả thi**

Xác định các phân khúc khách hàng mục tiêu là cá nhân, doanh nghiệp nhỏ, trường học, người sáng tạo nội dung. Xây dựng các gói giải pháp riêng biệt cho từng phân khúc. Xác định các phân khúc khách hàng mục tiêu cá nhân: bao gồm học sinh, sinh viên, người làm công ăn lương. Họ cần tạo video cho dự án học tập, giải trí, chia sẻ trên mạng xã hội. Đối với doanh nghiệp nhỏ: Các cửa hàng, doanh nghiệp dưới 20 nhân viên. Họ cần video quảng cáo, giới thiệu sản phẩm dịch vụ. Các trường tiểu học, THCS, THPT, đại học. Cần video bài giảng, giáo dục. Người sáng tạo nội dung: YouTuber, KOLs, người làm nội dung độc lập. Họ cần tạo nhiều video chất lượng cao mỗi ngày.

Xây dựng các gói giải pháp riêng biệt cho từng phân khúc gói Cơ bản sẽ giới hạn video, tính năng cơ bản. Giá rẻ, phù hợp với cá nhân và doanh nghiệp nhỏ. Gói Tạo nội dung có nhiều tính năng nâng cao, không giới hạn video. Phù hợp với người sáng tạo nội dung. Gói Giáo dục sẽ có thư viện nhân vật 3D, video hoạt hình. Phù hợp cho trường học. Gói Doanh nghiệp tạo video quảng cáo, livestream tự động hóa bán hàng. Dành cho doanh nghiệp. Và các gói tương tự với mục “Xây dựng các gói dịch vụ phù hợp với nhu cầu của từng phân khúc khách hàng như doanh nghiệp, trường học, cá nhân sáng tạo” như trên.

Nghiên cứu địa bàn mở rộng: Tập trung vào các thị trường gần trước rồi mới mở rộng ra các khu vực khác. Ưu tiên các khu vực có nhu cầu cao về nội dung video và AI, cụ thể:

Tập trung vào các thị trường gần trước, đầu tiên là trong nước, ưu tiên các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng - nơi có nhiều trường đại học, công ty công nghệ và nhu cầu sáng tạo video lớn. Sau đó mở rộng dần ra các tỉnh thành khác như Cần Thơ, Huế, Nha Trang,... có tiềm năng về internet và công nghệ. Cuối cùng là đến với các tỉnh còn lại, những nơi vùng sâu vùng xa, miền núi, hải đảo, để người dân có thể biết đến. Tiếp đến ở Quốc tế ưu tiên các nước Đông Nam Á gần Việt Nam như Thái Lan, Malaysia, Indonesia. Sau đó tới các nước châu Á khác, cân nhắc mở rộng sang các nước châu Âu, Bắc Mỹ sau khi đã thành công ở châu Á.

Ưu tiên các khu vực có nhu cầu cao như các thành phố lớn, trung tâm kinh tế - thương mại - công nghệ, các khu vực có nhiều trường đại học, cao đẳng. Các khu công nghệ cao, khu công nghiệp có nhiều doanh nghiệp công nghệ, các cộng đồng nghệ thuật sáng tạo, cộng đồng YouTuber/KOLs.

### **4.2. Xây dựng lộ trình tăng trưởng rõ ràng**

Đặt mục tiêu tăng trưởng hàng năm về số lượng khách hàng, doanh thu, địa bàn mở rộng. Các mục tiêu cần có tính khả thi cao dựa trên năng lực hiện tại, EII sẽ có mục tiêu tăng trưởng số lượng khách hàng năm 1: 50.000 khách hàng, năm 2: Tăng 50% lên 75.000 khách hàng và năm 3: Tăng 60% lên 120.000 khách hàng

Mục tiêu tăng trưởng doanh thu ở năm đầu tiên là 1.5 tỷ đồng, năm 2 tăng 50% lên 2.25 tỷ đồng, năm 3 tăng 60% lên 3.6 tỷ đồng

Mục tiêu mở rộng địa bàn ở năm 1 là thị trường trong nước, TP HCM và Hà Nội. Nhưng với năm 2 sẽ mở rộng ra các tỉnh thành phố lớn khác. Và năm 3 sẽ đặt dấu chân đầu tiên sang các nước Đông Nam Á.

Chiến lược định giá linh hoạt: Áp dụng chiết khấu, gói dùng thử, giá ưu đãi cho khách hàng sớm để kích thích tăng trưởng bằng các cách áp dụng chiết khấu. Chiết khấu mùa vụ: Giảm giá 10-15% vào các dịp lễ, Tết để kích cầu. Chiết khấu khối lượng: Giảm 5-10% giá nếu khách hàng đăng ký các gói dịch vụ lớn hoặc dài hạn. Chiết khấu giới thiệu: Giảm 5% cho khách hàng giới thiệu, 10% cho người được giới thiệu.

Cung cấp gói dùng thử thông qua các gói dùng thử 7 ngày đầy đủ tính năng cho khách hàng mới. Gói dùng thử 14 ngày khi khách hàng đăng ký các gói cao cấp. Và hơn hết là có giá ưu đãi cho khách hàng sớm bằng việc giảm 10% cho 500 khách hàng đầu tiên đăng ký dịch vụ đặc biệt là tặng thêm 1 tháng sử dụng khi khách hàng đăng ký trước ngày khai trương.

#### **4.3. Chiến lược marketing hiệu quả**

Xây dựng thương hiệu, tập trung vào truyền thông trực tuyến, mạng xã hội để tiếp cận khách hàng một cách rộng rãi và tiết kiệm chi phí. Xây dựng thương hiệu từ ban đầu thông qua thiết kế logo, slogan, bộ nhận diện thương hiệu độc đáo, dễ nhớ. Xây dựng câu chuyện thương hiệu xoay quanh sứ mệnh của EII trong việc cung cấp công nghệ AI hỗ trợ tạo video. Triển khai chiến dịch quảng bá thương hiệu trên các kênh truyền thông, mạng xã hội.

Tập trung vào truyền thông trực tuyến bằng việc xây dựng website, blog chuyên nghiệp, cập nhật thường xuyên nội dung. Sử dụng SEO để tối ưu hóa các từ khóa liên quan đến dịch vụ của EII. Và chạy quảng cáo Google, Facebook Ads nhắm vào đúng đối tượng khách hàng tiềm năng.

Tận dụng mạng xã hội bằng cách tạo các fanpage, group kết nối cộng đồng trên Facebook, Instagram, Reddit,... Kết hợp với các KOLs, chuyên gia có uy tín trong lĩnh vực để quảng bá rộng rãi hơn. Tổ chức các chương trình khuyến mãi, tương tác trên mạng xã hội để thu hút sự chú ý.

#### **5. Potential Investors:**

Thông qua cách chương trình Accelerators các chương trình tăng tốc (Topica Founder Institute, VietSeed...). Super Angel Investors là nhà đầu tư thiên thần (Shark Tank Vietnam...). Venture Capitalists là các quỹ đầu tư mạo hiểm (VietCapital, 500 Startups, Go Global Ventures...)

*Approx Fundraising: 1 tỷ VNĐ*



Định giá startup:

Nhân sự

Bộ phận	Số lượng	Lương bình quân(Triệu VND)	Tổng lương( Triệu VND)
Đội ngũ công nghệ	5	20	100
Đội ngũ sản phẩm	3	15	45
Đội ngũ marketing	2	12	24
Đội ngũ bán hàng	2	10	20
Quản lý	1	25	25
Tổng	13		214

Thiết bị

Thiết bị	Số lượng	Đơn giá(Triệu VND)	Thành tiền(Triệu VND)
Máy chủ	2	50	100
Máy trạm	10	15	150
Phần mềm	20 license	5	100
Tổng			350

Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất	Diện tích(m2)	Giá thuê/tháng(Triệu VND)	Thành tiền(Triệu VND)
Văn phòng	200	20	240
Kho	50	5	60
<b>Tổng</b>			<b>300</b>

Tổng định giá

- Nhân sự: 214 triệu VND
- Thiết bị: 350 triệu VND
- Cơ sở vật chất: 300 triệu VND
- Tổng: 864 triệu VND

a. Potential Investors

- Accelerators
- Super angel investors
- Venture capitalists

b. Approx Fundraising

Mục đích	Chi tiết	Ước tính chi phí (triệu VND)
Hoàn thiện mô hình kinh doanh	Nghiên cứu thị trường sâu hơn Thiết kế các gói dịch vụ mới Xây dựng chính sách giá cả Tuyển thêm nhân sự phân tích thị trường	200
Phát triển sản phẩm/dịch vụ	Nghiên cứu và phát triển công nghệ AI, ML mới Mua thêm các công cụ phát triển Thuê chuyên gia công nghệ Bổ sung các tính năng mới	350

	Tối ưu trải nghiệm người dùng	
Kế hoạch mở rộng thị trường	Xây dựng chiến lược marketing mới Tuyển thêm nhân sự marketing Mở văn phòng đại diện tại thị trường mới Chi phí quảng cáo và xúc tiến khi mở rộng thị trường	250
Văn phòng và cơ sở vật chất	Thuê văn phòng rộng hơn Mua thêm trang thiết bị văn phòng	200
Dự phòng rủi ro	Dự phòng cho các rủi ro không lường trước	100
<b>Tổng cộng</b>		<b>1,100</b>

#### D. Series B funding: Second round of VC

*Startup Stage: 800 triệu*

##### 1. Scaling up:

Mở rộng nhóm phát triển công nghệ và hỗ trợ khách hàng bằng việc tuyển dụng thêm 5 kỹ sư phần mềm chuyên về AI, machine learning và xử lý ngôn ngữ tự nhiên để phát triển và cải tiến công nghệ AI tạo video. Ưu tiên các ứng viên có kinh nghiệm về Computer Vision, Speech Recognition và Natural Language Generation. Thành lập nhóm hỗ trợ kỹ thuật gồm 3 nhân viên chuyên giải đáp thắc mắc và hỗ trợ người dùng sử dụng sản phẩm. Xây dựng cơ sở kiến thức và tổ chức đào tạo cho nhóm hỗ trợ. Bổ sung 2 nhân viên kinh doanh chuyên tư vấn và hỗ trợ khách hàng doanh nghiệp. Xây dựng quy trình và tài liệu hướng dẫn sử dụng sản phẩm cho khách hàng doanh nghiệp. Thuê thêm 1 nhân viên marketing chuyên về truyền thông và quảng bá sản phẩm trên các kênh trực tuyến. Mở rộng văn phòng làm việc, trang bị thiết bị phần cứng và cơ sở hạ tầng CNTT đáp ứng cho đội ngũ nhân sự mở rộng.

Tăng cường hạ tầng công nghệ và năng lực xử lý đáp ứng nhu cầu ngày càng lớn bằng cách nâng cấp cơ sở hạ tầng cloud hiện tại lên gói cao cấp hơn, cung cấp khả năng mở rộng tài nguyên mạnh mẽ hơn như tăng số lượng CPU, RAM, băng thông. Triển khai công nghệ điện toán song song và xử lý phân tán để tăng tốc độ xử lý AI và rendering video. Sử dụng các GPU chuyên dụng cho đào tạo và triển khai mô hình AI. Xây dựng hệ thống lưu trữ phân cấp, sử dụng SSD cho các dữ liệu cần truy xuất nhanh. Đầu tư hệ thống sao lưu dự phòng và khôi phục thảm họa. Triển khai các công cụ và platform để tự động mở rộng tài nguyên dựa trên nhu cầu sử dụng thực tế. Xây dựng quy trình và công cụ giám sát để theo dõi các chỉ

số về tải trọng hệ thống, hiệu năng xử lý và chi phí. Lên kế hoạch nâng cấp hạ tầng công nghệ định kỳ để đáp ứng mục tiêu tăng trưởng trong tương lai.

Hoàn thiện quy trình vận hành và hệ thống hỗ trợ sau bán hàng. Đầu tiên xây dựng quy trình nghiệp vụ chuẩn hóa cho từng nghiệp vụ chính như bán hàng, hỗ trợ khách hàng, xử lý đơn hàng, vận hành hệ thống. Biên soạn sổ tay hướng dẫn chi tiết từng quy trình nghiệp vụ và cung cấp cho nhân viên. Tổ chức đào tạo và kiểm tra nhân viên về các quy trình. Xây dựng phần mềm quản lý quy trình làm việc và giao việc tự động hóa dựa trên các quy trình đã định nghĩa. Thiết lập hệ thống ticketing để nhân viên hỗ trợ, kỹ thuật có thể theo dõi và xử lý các yêu cầu hỗ trợ từ người dùng. Xây dựng cơ sở tri thức và tài liệu hướng dẫn sử dụng sản phẩm chi tiết để hỗ trợ nhân viên trả lời các câu hỏi và vấn đề của khách hàng. Thu thập phản hồi từ khách hàng và lên kế hoạch cải tiến sản phẩm dựa trên phản hồi thu được

## **2. Increase market share:**

Nghiên cứu thị trường để mở rộng sang các đối tượng khách hàng tiềm năng, việc khảo sát xu hướng và nhu cầu của các đối tượng khách hàng tiềm năng như doanh nghiệp, trường học, các nhà sáng tạo nội dung số. Xác định nhu cầu cụ thể của từng nhóm đối tượng. Phân tích các đối thủ cạnh tranh gián tiếp để xác định những lợi thế cạnh tranh mà sản phẩm có thể mang lại cho các nhóm khách hàng tiềm năng. Tiến hành khảo sát, phỏng vấn trực tiếp với các đại diện tiềm năng từ các đối tượng khách hàng để hiểu rõ hơn nhu cầu và thách thức của họ. Xây dựng các tính năng và tùy chỉnh sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách hàng tiềm năng. Triển khai các chương trình pilot cho các khách hàng tiềm năng để thu thập phản hồi và hoàn thiện sản phẩm. Xây dựng chiến lược tiếp thị và bán hàng riêng biệt cho từng nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu.

Tăng cường tiếp thị trực tuyến và mạng xã hội để thu hút khách hàng mới. Xây dựng nội dung thú vị và hấp dẫn trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube, TikTok để thu hút sự chú ý của cộng đồng. Sử dụng video, hình ảnh, infographic để minh họa các tính năng sản phẩm. Thực hiện quảng cáo trả phí trên các nền tảng mạng xã hội và trang web phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu để tiếp cận rộng rãi hơn. Tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo dựa trên ngân sách và mục tiêu kinh doanh. Khởi chạy các chiến dịch referral marketing để khuyến khích khách hàng hiện tại giới thiệu sản phẩm đến bạn bè và nhận ưu đãi. Tổ chức các sự kiện trực tuyến như webinar, workshop, AMA session để thu hút sự quan tâm của cộng đồng về sản phẩm. Xây dựng cộng đồng người dùng trực tuyến để khuyến khích chia sẻ kinh nghiệm, thắc mắc về sản phẩm.

Phát triển thêm tính năng và cải tiến trải nghiệm người dùng thông qua khảo sát và phỏng vấn người dùng để xác định những điểm cần cải thiện và những tính năng mới mong muốn. Ưu tiên phát triển các tính năng như: công cụ chỉnh sửa video, thư viện nhân vật/cảnh quay đa dạng, tùy chỉnh hiệu ứng âm thanh, hỗ trợ nhiều ngôn ngữ, tích hợp các công cụ sáng tạo nội dung khác. Tối ưu hóa giao diện người dùng, điều chỉnh trình tự các bước tạo video để hiểu và thân thiện hơn. Bổ sung tooltip, hướng dẫn người

dùng rõ ràng hơn. Triển khai các công cụ phân tích hành vi người dùng để xác định các điểm khó sử dụng của sản phẩm. Lên kế hoạch và lộ trình rõ ràng cho việc phát triển sản phẩm dựa trên ý kiến phản hồi của người dùng. Xây dựng môi trường test và kiểm thử nghiêm ngặt trước khi release các tính năng mới.

### **3. Build high-quality teams**

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp chuyên nghiệp, thu hút nhân tài. Trước hết phải xác định và công bố các giá trị cốt lõi, sứ mệnh và tầm nhìn của công ty để tạo sự đồng lòng và thu hút nhân tài có cùng đam mê. Thiết lập môi trường làm việc chuyên nghiệp, sáng tạo và thân thiện. Trang bị cơ sở vật chất và công nghệ hiện đại cho nhân viên. Xây dựng các chính sách đãi ngộ hấp dẫn như thưởng hiệu suất, lương thưởng X 13-15, chế độ đánh giá KPIs rõ ràng, cơ hội thăng tiến và đào tạo nâng cao kỹ năng. Tổ chức các hoạt động gắn kết để tạo niềm vui làm việc chung như team building, liên hoan cuối năm, sinh nhật công ty... Xây dựng hình ảnh nhà tuyển dụng thương hiệu và quảng bá rộng rãi các giá trị văn hóa công ty để thu hút nhân tài. Lắng nghe ý kiến đóng góp của nhân viên và đưa ra các cải tiến dựa trên phản hồi.

Đào tạo và nâng cao năng lực cho đội ngũ hiện tại bằng việc thực hiện đánh giá năng lực định kỳ cho nhân viên để xác định các lĩnh vực, kỹ năng cần đào tạo và cải thiện. Xây dựng kế hoạch đào tạo chi tiết hàng năm/quý, bao gồm cả đào tạo nội bộ, đào tạo từ bên ngoài và đào tạo e-learning. Tổ chức các khóa học về kỹ năng mềm như kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, thuyết trình, quản lý thời gian,... Đào tạo về các kỹ năng chuyên môn như phân tích dữ liệu, phát triển sản phẩm, bán hàng,...cho phù hợp với vị trí việc làm. Cung cấp ngân sách và thời gian để nhân viên tham gia các khóa học nâng cao trình độ chuyên môn ở bên ngoài. Áp dụng các phương pháp đào tạo mới như đào tạo qua dự án, cộng tác viên cùng trình độ, thực hành kèm cặp để nâng cao hiệu quả. Đo lường hiệu quả đào tạo và áp dụng các cải tiến dựa trên phản hồi của học viên.

Tuyển dụng thêm nhân sự chất lượng cao cho các vị trí then chốt. Ta cần xác định các vị trí then chốt cần tuyển dụng ưu tiên trong giai đoạn phát triển hiện tại như kỹ sư AI, kiến trúc sư hệ thống, giám đốc sản phẩm,... Phân tích các kỹ năng, kinh nghiệm và yêu cầu cụ thể cho từng vị trí cần tuyển dụng. Cập nhật mô tả công việc chi tiết. Sử dụng nhiều kênh tuyển dụng phù hợp để tiếp cận các ứng viên tiềm năng như LinkedIn, các diễn đàn chuyên ngành, giới thiệu nội bộ, tuyển dụng trực tiếp... Xây dựng quy trình tuyển dụng chặt chẽ bao gồm các vòng phỏng vấn và kiểm tra kỹ năng để lựa chọn ứng viên phù hợp nhất. Cung cấp môi trường làm việc lý tưởng, cơ hội phát triển và đãi ngộ hấp dẫn để thuyết phục ứng viên. Sử dụng khoảng thời gian thử việc để đánh giá năng lực ứng viên trước khi ký hợp đồng chính thức. Xây dựng đội ngũ dự phòng và kế hoạch kế nhiệm để đảm bảo tính liên tục khi có nhân sự thay đổi.

### **4. Outlive competitors:**

Phân tích điểm mạnh của đối thủ cạnh tranh để hoàn thiện chiến lược. Thông qua việc nghiên cứu các sản phẩm, dịch vụ, mô hình kinh doanh của đối thủ cạnh tranh chính trong lĩnh vực. Đánh giá và so sánh công nghệ, tính năng sản phẩm, chiến lược giá cả, chính sách hỗ trợ khách hàng...để xác định điểm mạnh

của họ. Phân tích cách thức đối thủ thu hút và giữ chân khách hàng, xây dựng thương hiệu và văn hóa công ty. Đánh giá các điểm yếu tương ứng mà startup có thể tập trung khai thác để cạnh tranh. Dựa trên điểm mạnh của đối thủ, xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp để tạo ra giá trị khác biệt, làm nổi bật thế mạnh riêng của mình. Cập nhật lộ trình phát triển sản phẩm, mục tiêu tăng trưởng và kế hoạch marketing để vượt lên hoặc cân bằng đối thủ. Tiếp tục theo dõi và cập nhật phân tích đối thủ định kỳ để chủ động điều chỉnh chiến lược.

Duy trì lợi thế cạnh tranh về công nghệ và trải nghiệm người dùng bằng cách liên tục cải tiến và nâng cấp công nghệ AI tạo video để duy trì lợi thế so với đối thủ. Đầu tư mạnh mẽ cho nghiên cứu phát triển và tuyển dụng nhân sự công nghệ giỏi. Nghiên cứu xu hướng công nghệ mới để đón đầu áp dụng, mở rộng sang các công nghệ liên quan như thực tế ảo, thực tế tăng cường. Khảo sát và lắng nghe ý kiến khách hàng để nắm bắt nhu cầu, từ đó cải tiến trải nghiệm người dùng và tính năng sản phẩm cho phù hợp.

Mở rộng hệ sinh thái sản phẩm và dịch vụ xung quanh nhu cầu khách hàng. Xây dựng hệ sinh thái các sản phẩm, dịch vụ hỗ trợ xoay quanh nền tảng công nghệ AI tạo video như công cụ chỉnh sửa video, thiết kế nhân vật ảo, cộng đồng sáng tạo nội dung... Hợp tác với các đối tác chiến lược để kết hợp công nghệ và mở rộng phạm vi ứng dụng của sản phẩm.

Các nhà đầu tư Angel Investors như gia đình, người thân bạn bè, hay các Potential Investors thông qua các mối quan hệ xung quanh team, đội ngũ phát triển. Bên trong đó là Venture Capitalists sẽ kêu gọi từ các quỹ đầu tư hay các công ty đầu tư mạo hiểm. Và cuối cùng là Late stage VCs sẽ nhờ sự giúp đỡ của quỹ đầu tư giai đoạn muộn và nhà đầu tư mạo hiểm

## **E. Series C funding: Third round of VC**

*Startup Stage: 500 triệu*

### **1. Expansion**

Mở rộng thị trường sang các khu vực địa lý mới, tăng cường sức mạnh thương hiệu toàn cầu. Thực hiện nghiên cứu thị trường để xác định các khu vực, quốc gia tiềm năng cho mở rộng. Các yếu tố cân nhắc bao gồm quy mô thị trường, tốc độ tăng trưởng, cạnh tranh, văn hóa và chính sách. Lựa chọn một số thị trường then chốt để đầu tư tập trung nguồn lực. Xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường phù hợp, có thể thông qua mở văn phòng đại diện, liên doanh, mua lại doanh nghiệp địa phương. Tùy chỉnh sản phẩm và chiến lược marketing để phù hợp với từng thị trường mục tiêu, ví dụ như đa ngôn ngữ, chỉnh sửa giao diện cho phù hợp với văn hóa địa phương. Xây dựng thương hiệu toàn cầu thống nhất nhưng vẫn linh hoạt để điều chỉnh cho phù hợp từng thị trường. Tăng cường nhận diện thương hiệu qua chiến dịch quảng cáo, truyền thông xuyên biên giới. Hợp tác với các đối tác, nhà phân phối địa phương có uy tín để mở rộng mạng lưới kinh doanh và tiếp cận khách hàng. Thường xuyên theo dõi và đánh giá hiệu quả mở rộng thị trường, điều chỉnh chiến lược nếu cần thiết.

### **2. Increase market share**

Nâng cao thị phần bằng cách mở rộng sang các phân khúc khách hàng mới, tăng cường sức cạnh tranh. Nghiên cứu thị trường để xác định các phân khúc khách hàng tiềm năng chưa được khai thác hiệu quả. Các phân khúc có thể dựa trên độ tuổi, giới tính, thu nhập, nghề nghiệp, vị trí địa lý... Phát triển các tính năng, gói dịch vụ hoặc chiến dịch tiếp thị riêng biệt cho từng phân khúc khách hàng mục tiêu. Hợp tác với các đối tác phân phối để tiếp cận các kênh mới và mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng. Mở rộng sang các mô hình kinh doanh mới như bán buôn, bán sỉ, cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp để tăng doanh thu. Đầu tư mạnh mẽ hơn vào marketing, quảng cáo trên các kênh truyền thông phù hợp với từng phân khúc khách hàng. Cải thiện trải nghiệm khách hàng và chất lượng sản phẩm/dịch vụ để tăng sức cạnh tranh. Theo dõi và đánh giá hiệu quả của từng chiến dịch mở rộng phân khúc khách hàng. Điều chỉnh chiến lược nếu cần thiết.

### **3. Put the company on IPO track**

Chuẩn bị cho đợt IPO, hoàn thiện cơ cấu tổ chức và quy trình hoạt động để sẵn sàng niêm yết. Hoàn thiện cơ cấu tổ chức theo mô hình công ty đại chúng, bổ nhiệm đội ngũ ban lãnh đạo cấp cao dày dặn kinh nghiệm. Xây dựng và áp dụng các quy trình, quy chế quản trị doanh nghiệp chuẩn mực. Thiết lập các tiểu ban giám sát hoạt động của HĐQT. Áp dụng các chuẩn mực kế toán và kiểm toán quốc tế. Chuẩn bị các báo cáo tài chính định kỳ theo quy định. Tái cấu trúc lại cổ phần, sắp xếp lại cơ cấu cổ đông phù hợp với quy định niêm yết. Xây dựng và thực thi chiến lược quan hệ nhà đầu tư, PR để nâng cao nhận diện thương hiệu. Chuẩn bị các tài liệu pháp lý, hồ sơ nghiệp vụ đầy đủ để đáp ứng yêu cầu niêm yết. Lựa chọn đơn vị tư vấn và lập kế hoạch chi tiết cho quá trình thực hiện IPO.

### **4. Potential Investors**

Thông qua các Late stage VCs quỹ đầu tư mạo hiểm giai đoạn muộn (VNN Capital, Vietnam Investments Group, Mekong Capital...), hay Private Equity Firms các công ty đầu tư tư nhân (VinaCapital, Dragon Capital, Clearwater Capital Partners...), Hedge Funds quỹ phòng hộ (Vinacapital, VinaWealth, VietFund Management...). Cuối cùng là Banks - ngân hàng (VPBank, Techcombank, Vietcombank...)

## **VIII. Instructions: Appendices**

Phụ lục

Thỏa thuận: Bản sao các thỏa thuận thuê mượn văn phòng và thiết bị

Tài sản trí tuệ: Bằng sáng chế công nghệ AI của EII

Sơ yếu lý lịch của chủ doanh nghiệp/nhân viên chủ chốt

Sơ yếu lý lịch của CEO Huỳnh Huy Tấn

Sơ yếu lý lịch của Giám đốc Điều hành Lê Võ Huỳnh Thanh

Tài liệu quảng cáo/tiếp thị

Mẫu tờ rơi và poster quảng cáo dịch vụ của EII

Kịch bản quảng cáo trên mạng xã hội

Quan hệ công chúng/công khai

Bản tin công bố ra mắt dịch vụ EII

Sơ đồ mặt bằng/kế hoạch

Sơ đồ bố trí văn phòng EII

Danh sách thiết bị

Danh sách máy tính và thiết bị văn phòng của EII

Nghiên cứu thị trường

Báo cáo nghiên cứu thị trường về nhu cầu sử dụng dịch vụ tạo video AI

Danh sách tài sản có thể dùng làm tài sản thế chấp

Danh sách tài sản cố định của công ty có thể dùng để thế chấp cho khoản vay

### ***VIII. Refining the Plan***

#### ***For Raising Capital from Bankers***

*Số tiền cần huy động: 2 tỷ đồng*

*Cách sử dụng số tiền:*

*Mở rộng nhân sự: Tuyển dụng thêm kỹ sư AI, nhân viên marketing, bộ phận hỗ trợ khách hàng.*

*Phát triển sản phẩm: Đầu tư nghiên cứu công nghệ mới, tích hợp thêm tính năng, cải thiện chất lượng video.*

*Mở rộng thị trường: Chi phí cho các chiến dịch quảng cáo, khuyến mãi nhằm thu hút thêm khách hàng ở các thị trường mới.*

*Làm thế nào để củng cố hoạt động kinh doanh:*

*Nâng cao năng lực sản xuất với đội ngũ nhân sự mạnh hơn.*

*Cải thiện chất lượng sản phẩm, đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng.*

*Mở rộng thị phần với chiến lược marketing hiệu quả.*

*Tăng khả năng sinh lời và hoàn vốn từ khoản vay.*

*Điều khoản thanh toán:*

*Khoản vay 2 tỷ, thời hạn vay 5 năm.*

*Lãi suất 12%/năm.*

*Thanh toán lãi 6 tháng/lần, gốc thanh toán hàng năm.*

*Tài sản thế chấp:*

*Thế chấp tòa nhà văn phòng công ty, giá trị 4 tỷ đồng.*

*Không có khoản vay nào đang thế chấp tài sản này.*

#### ***For Raising Capital from Investors***

*Số tiền cần huy động ngắn hạn: 5 tỷ đồng trong năm đầu tiên*

*Số tiền cần huy động trong 2-5 năm: 15 tỷ đồng*



*Cách sử dụng vốn:*

*Mở rộng nhân sự, cơ sở vật chất*

*Đầu tư nghiên cứu phát triển sản phẩm mới*

*Mở rộng thị trường quốc tế*

*Chiến dịch marketing để tăng nhận diện thương hiệu*

*Lợi nhuận dự kiến cho nhà đầu tư: 25-30%/năm*

*Chiến lược thoái vốn:*

*Mua lại cổ phần sau 5 năm (buyback)*

*Bán lại cho công ty khác*

*IPO:*

*Tỷ lệ sở hữu dành cho nhà đầu tư: 20%*

*Đạt 100.000 khách hàng trong năm đầu tiên*

*Mở rộng ra nước ngoài vào năm thứ 3*

*Doanh thu đạt 5 tỷ vào năm thứ 5*

*Báo cáo tài chính cho nhà đầu tư: Báo cáo hàng quý và hàng năm*

*Sự tham gia của nhà đầu tư: Tham gia HĐQT, tư vấn chiến lược kinh doanh*

### ***For a Manufacturing Business***

*Công nghệ/phần mềm cần thiết: Máy chủ, phần mềm AI, cơ sở dữ liệu*

*Nhân sự chuyên môn: Kỹ sư AI, kỹ sư phần mềm, chuyên gia dữ liệu*

*Khả năng mở rộng dịch vụ: Có thể dễ dàng mở rộng tính năng và nâng cấp công nghệ để phục vụ nhiều khách hàng hơn*

*Kiểm soát chất lượng: Kiểm tra chất lượng video đầu ra, khảo sát lấy ý kiến khách hàng*

*Bảo mật dữ liệu: Áp dụng các biện pháp bảo mật công nghệ cao để đảm bảo an toàn cho dữ liệu người dùng*

*Kế hoạch phát triển: Nghiên cứu các công nghệ AI mới, mở rộng ra các định dạng video khác, tích hợp thêm công cụ hỗ trợ khách hàng.*

### ***For a Service Business***

*Giá cả: Áp dụng mô hình freemium - miễn phí, cơ bản, tiêu chuẩn, cao cấp trả phí. Giá cả dựa trên giá trị cung cấp, chi phí vận hành và mức giá cạnh tranh trên thị trường.*

*Đảm bảo chất lượng dịch vụ: Kiểm tra chất lượng video đầu ra, khảo sát lấy ý kiến khách hàng, cập nhật cải tiến dịch vụ liên tục.*

*Kiểm soát chất lượng: Thử nghiệm sản phẩm thường xuyên, lắng nghe phản hồi khách hàng để cải tiến dịch vụ.*

*Đo lường năng suất nhân viên: Thông qua số lượng video xử lý, điểm khảo sát khách hàng hài lòng.*

*Hợp đồng bên ngoài: Không dự kiến thuê ngoài bất kỳ công đoạn nào.*

*Chính sách thanh toán: Thanh toán trực tuyến hoặc chuyển khoản.*

*Duy trì khách hàng: Chương trình khách hàng thân thiết, khuyến mãi dành cho khách hàng thân thiết.*

*Dịch vụ mới: Nghiên cứu tích hợp thêm các công cụ hỗ trợ tạo nội dung, mở rộng các định dạng video mới.*

### ***For a Retail Business***

*Hình thức thanh toán: Thanh toán trực tuyến hoặc chuyển khoản*

*Công nghệ: Sử dụng các công nghệ AI tiên tiến để cung cấp dịch vụ chất lượng cao*

*Chính sách khách hàng: Cam kết chất lượng dịch vụ và hỗ trợ khách hàng 24/7*

*Đổi/trả dịch vụ: Chính sách đổi trả linh hoạt, hoàn tiền nếu khách hàng không hài lòng với chất lượng dịch vụ*

*Trang web: Có website để cung cấp thông tin về dịch vụ và cho phép khách hàng đăng ký/sử dụng dịch vụ online*

*Kế hoạch phát triển: Nghiên cứu cải tiến công nghệ, mở rộng các tính năng và ứng dụng của dịch vụ.*

### ***For an Ecommerce Business***

*Loại hình dịch vụ: Dịch vụ công nghệ số - cung cấp giải pháp AI hỗ trợ tạo video tự động*

*Công nghệ: Sử dụng các công nghệ AI hiện đại, có thể mở rộng dễ dàng khi cần*

*Kênh cung cấp: Cung cấp dịch vụ trên website và ứng dụng di động*

*Chính sách khách hàng: Cam kết chất lượng dịch vụ và hỗ trợ khách hàng 24/7*

*Công nghệ độc quyền: Nghiên cứu phát triển các mô hình AI độc quyền để cải thiện chất lượng dịch vụ*

*Dịch vụ mới: Nghiên cứu mở rộng các tính năng và ứng dụng của công nghệ AI*

### ***For a Software or SaaS business***

*Giá cả: Áp dụng mô hình freemium - miễn phí cơ bản, cao cấp trả phí.*

*Chuyển đổi khách hàng: Dự kiến 20% khách hàng free chuyển sang trả phí. Sử dụng chiến lược marketing đa kênh để chuyển đổi.*

*Kiểm thử: Đã thử nghiệm với nhóm khách hàng tiềm năng, nhận phản hồi tích cực.*

*Hợp đồng dài hạn: Áp dụng chiết khấu cho khách hàng cam kết sử dụng dài hạn.*

*Cạnh tranh: Liên tục cải tiến công nghệ để dẫn đầu thị trường.*

*Phát triển: Đội ngũ nhân viên chuyên môn cao.*

*Hỗ trợ khách hàng: Hệ thống hỗ trợ và tư vấn khách hàng online 24/7.*

*Nhân sự chủ chốt: Chính sách đãi ngộ hấp dẫn, môi trường làm việc chuyên nghiệp.*

*Bảo mật IP: Sử dụng các biện pháp bảo vệ IP và bảo mật thông tin.*

*Dịch vụ mới: Nghiên cứu tích hợp thêm các công cụ và mở rộng ứng dụng của AI.*