

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



DỰ ÁN TỐT NGHIỆP

**TÊN DỰ ÁN: Dự án kinh doanh sản phẩm từ len
sợi trên nền tảng Shopee**

- **Người hướng dẫn :** Th.S Bùi Quang Thái
- **Họ và tên sinh viên:** Lưu Tuyết Mai
- **Mã sinh viên :** 1454010160
- **Lớp :** D.Mar14-01

Hà Nội, tháng 5 năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đề tài: “Dự án kinh doanh sản phẩm từ len sợi trên nền tảng Shopee” là một công trình nghiên cứu độc lập không có sự sao chép của người khác. Trong quá trình viết bài có sự tham khảo một số tài liệu có nguồn gốc rõ ràng, dưới sự hướng dẫn của thầy Bùi Quang Thái. Em xin cam đoan nếu có vấn đề gì em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

XÁC NHẬN CỦA SINH VIÊN

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Là một sinh viên của khoa Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Digital Marketing Trường Đại học Đại Nam, đầu tiên em xin phép được gửi lời cảm ơn chân thành đối với ngôi Trường Đại học đã cho em cơ hội được học tập và cống hiến một phần tuổi thanh xuân của mình ở nơi đây, và cũng xin được gửi lời cảm ơn tới toàn thể các cán bộ - giảng viên, nhân viên nhà trường. Không thể không kể đến đó chính là các thầy/cô giáo của khoa Quản trị kinh doanh, những người lái đò đã truyền đạt những tri thức quý báu cho em trong suốt quá trình 4 năm học tập! Đặc biệt nhất, em xin trân trọng cảm ơn thầy Bùi Quang Thái đã nhiệt tình hướng dẫn, sắp xếp thời gian quý báu để nhận xét giúp em hoàn thành tốt bài báo cáo thực tập tốt nghiệp này.

Em xin kính chúc quý thầy cô luôn luôn khỏe mạnh, vui vẻ và đạt được nhiều thành công cao trong công tác giảng dạy. Học đại học là một quãng thời gian dài để kiếm tìm tri thức, chúc Trường Đại học Đại Nam sẽ luôn là lựa chọn vững chắc cho nhiều thế hệ sinh viên tiếp theo.

Trong quá trình thực hiện đề tài : “Dự án kinh doanh sản phẩm từ len sợi trên nền tảng Shopee” khó tránh khỏi sai sót vì kiến thức và kỹ năng bản thân em còn nhiều hạn chế, em rất mong mọi người thông cảm và bỏ qua. Em xin chân thành cảm ơn!

XÁC NHẬN CỦA SINH VIÊN

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
PHẦN 1: GIỚI THIỆU VỀ DỰ ÁN KINH DOANH SẢN PHẨM TỪ LEN SỢI TRÊN NỀN TẢNG SHOPEE	2
1. Ý tưởng và lý do chọn dự án kinh doanh	2
2. Mục tiêu dự án	3
2.1. Mục tiêu chung	3
2.2. Mục tiêu trách nhiệm xã hội	4
3. Tính nổi bật của dự án kinh doanh sản phẩm len sợi trên nền tảng Shopee.....	4
3.1. Sản phẩm độc đáo	4
3.2. Thị trường rộng lớn	6
PHẦN 2: NỘI DUNG DỰ ÁN KINH DOANH SẢN PHẨM TỪ LEN SỢI TRÊN NỀN TẢNG SHOPEE	8
CHƯƠNG 1. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG	8
1.1 Phân tích môi trường vĩ mô	8
1.1.1 Môi trường kinh tế.....	8
1.1.2. Môi trường nhân khẩu.....	8
1.1.3. Môi trường văn hóa xã hội	9
1.1.4. Môi trường công nghệ	10
1.2. Phân tích môi trường vi mô	10
1.2.1. Khách hàng.....	10
1.2.2. Nhà cung cấp.....	11
1.2.3. Phân tích đối thủ cạnh tranh	13
Tiểu kết Chương 1	15
CHƯƠNG 2. LẬP KẾ HOẠCH MARKETING CHO SẢN PHẨM HANDMADE LÀM TỪ LEN SỢI TRÊN NỀN TẢNG SHOPEE	16
2.1. Đánh giá thực trạng hiện tại	16

2.2. Phân tích thị trường mục tiêu	19
2.2.1. Nhu cầu thị trường	19
2.2.2. Khách hàng mục tiêu.....	19
2.3. Kế hoạch Marketing Mix (Marketing 4Ps).....	20
2.3.1. Sản phẩm (Product).....	20
2.3.2. Giá (Price).....	20
2.3.3. Kênh phân phối (Place).....	24
2.3.4. Xúc tiến (Promotion)	25
2.4. Triển khai kế hoạch Marketing trên kênh Shopee	26
2.4.1. Chiến lược thương hiệu	26
2.4.2. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm - SEO cho gian hàng và sản phẩm	27
2.4.3. Shopee Live.....	29
Tiểu kết Chương 2	29
CHƯƠNG 3. LẬP KẾ HOẠCH NHẬP & SẢN XUẤT	31
3.1. Quy trình tạo ra sản phẩm	31
3.2. Kế hoạch nhập sản phẩm thô	32
3.3. Kế hoạch hoàn thiện sản phẩm	34
Tiểu kết Chương 3	36
CHƯƠNG 4. LẬP KẾ HOẠCH NHÂN LỰC.....	38
4.1. Phân tích nhu cầu nhân lực.....	38
4.2. Lựa chọn hình thức tuyển dụng & trả lương	38
Tiểu kết Chương 4	40
CHƯƠNG 5. LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH	41
5.1 Báo cáo nguồn vốn và sử dụng quỹ.....	41
5.2. Dự tính chi phí hoạt động	41
5.3. Dự báo doanh thu.....	42
Tiểu kết Chương 5	44

CHƯƠNG 6. LẬP KẾ HOẠCH QUẢN LÝ RỦI RO.....	45
6.1. Những rủi ro có thể xảy ra.....	45
6.2. Biện pháp xử lý rủi ro.....	45
Tiểu kết Chương 6	46
CHƯƠNG 7. ĐÁNH GIÁ TÍNH KHẢ THI VÀ HIỆU QUẢ	47
7.1. Đánh giá.....	47
7.1.1. Điểm mạnh.....	47
7.1.2. Điểm yếu.....	47
7.2. Nhận định	48
Tiểu kết Chương 7	48
PHẦN 3: THỰC HIỆN DỰ ÁN.....	49
1. Chiến lược chung của dự án	49
2. Lộ trình thực hiện	50
KẾT LUẬN	52
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	53

DANH MỤC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ, BẢNG, BIỂU

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình I. 1. Sản phẩm 1	5
Hình I. 2. Sản phẩm 2	5
Hình I. 3. Sự kiện với sản phẩm.....	7
Hình 2. 1. Bảng khách hàng tháng 9/2023	16
Hình 2. 2. Bài đăng trên Facebook	17
Hình 2. 3. Mức giá trên thị trường của hoa len handmade trên nền tảng Shopee	21
Hình 2. 4. Những sản phẩm bán chạy.....	21
Hình 2. 5. Những sản phẩm bán chạy.....	22
Hình 2. 6. Thiệp cảm ơn.....	27
Hình 2. 7. Hình ảnh gian hàng	28
Hình 2. 8. Mô tả sản phẩm	28
Hình 3. 1. Hàng nhập sản phẩm thô.....	31
Hình 3. 2. Group sỉ lẻ hoa len	32

DANH MỤC BẢNG, BIỂU

Bảng 1. 1. Phân tích khách hàng.....	10
Bảng 1. 2. Phân tích đối thủ trực tiếp	13
Bảng 1. 3. Phân tích đối thủ gián tiếp.....	13
Bảng 2. 1. Chiến lược giá.....	22
Bảng 2. 2. Danh sách quà tặng kèm	25
Bảng 3. 1. Giá nhập sỉ trên 50 bông	33
Bảng 3. 2. Bảng nguyên liệu và hoàn thiện sản phẩm.....	34
Bảng 3. 3. So sánh sản phẩm thô và sản phẩm hoàn thiện	36

Bảng 4. 1. Thời gian hoàn thành công việc thực tế.....	38
Bảng 4. 2. Thời gian hoàn thành công việc theo từng tháng	38
Bảng 4. 3. Bảng lương cho từng bộ phận.....	40
Bảng 5. 1. Dự tính chi phí lương	41
Bảng 5. 2. Dự tính chi phí nhập hàng	41
Bảng 5. 3. Dự tính chi phí nhập nguyên vật liệu.....	42
Bảng 5. 4. Dự tính chi phí tháng đầu tiên.....	42
Bảng 5. 5. Dự tính doanh thu tháng thứ nhất	43
Bảng 5. 6. Dự tính chi phí, doanh thu, lợi nhuận 6 tháng.....	43

LỜI MỞ ĐẦU

Từ xưa đến nay, tặng quà không còn là hành động xa lạ của hầu hết mọi người. Nó đã trở thành nếp sống, là nét đẹp trong văn hóa của người Việt. Nếu như trước đây, con người thể hiện tình cảm với nhau bằng việc chia sẻ một món ngon hay đơn giản chỉ là một lời thăm hỏi thì ngày nay, trong cuộc sống công nghiệp hối hả, khi đời sống vật chất nâng cao cũng là lúc đời sống tinh thần được chăm chút hơn. Con người xem trọng lễ nghĩa, xem trọng sự giao tiếp và luôn mong muốn củng cố các mối quan hệ hơn.

Từ xưa, con người vẫn luôn sử dụng hoa như một món quà tặng cho người thân, người yêu, bạn bè mình với những ý nghĩa ẩn trong từng loài hoa đó; họ cũng dùng hoa để trang trí cho khung cảnh xung quanh thêm tự nhiên, thêm đẹp. Cùng với sự phát triển của xã hội, nhu cầu xã hội của con người cũng phát triển theo. Con người không chỉ cần ăn, mặc, ở, đi lại,...mà còn cần thể hiện tình cảm, thể hiện bản thân mình. Chính vì vậy, hoa handmade đã dần trở thành món quà không thể thiếu trong cuộc sống, đặc biệt là trong hoàn cảnh xã hội ngày càng phát triển như hiện nay, bởi sự bền bỉ và đầy ý nghĩa.

Bên cạnh đó, em là thanh niên trẻ, có ham muốn, khao khát làm kinh doanh ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Hoạt động kinh doanh mà em muốn hướng tới là trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ với mục đích: đem lại phúc lợi cho xã hội, góp phần đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của nhiều người; hoạt động kinh doanh có lãi, góp phần đáp ứng nhu cầu học tập và các nhu cầu cá nhân khác, thậm chí có thể phần nào làm giảm gánh nặng của gia đình. Hơn thế nữa, em mong muốn kinh doanh để ứng dụng những lý thuyết đã học vào thực tiễn, để tự khẳng định bản thân và có thêm kinh nghiệm làm việc và kinh nghiệm sống phục vụ cho cuộc sống sau này.

PHẦN 1: GIỚI THIỆU VỀ DỰ ÁN KINH DOANH SẢN PHẨM TỪ LEN SỢI TRÊN NỀN TẢNG SHOPEE

1. Ý tưởng và lý do chọn dự án kinh doanh

Tên dự án: Dự án kinh doanh sản phẩm từ len sợi trên nền tảng Shopee

Trong một vài năm trở lại đây, thu nhập và mức sống của người dân ngày càng gia tăng. Cũng chính từ sự gia tăng đó, nhu cầu xã hội của người dân cũng thay đổi nhanh chóng. Vào các dịp đặc biệt như Ngày Quốc tế phụ nữ, ngày Nhà giáo Việt Nam,... đến những ngày kỷ niệm như sinh nhật, khai trương, khai giảng, lễ tốt nghiệp, ngày cưới... một trong những thứ không thể thiếu chính là hoa. So với nhiều nước khác, hoa ở Việt Nam cũng không phải là một mặt hàng quá xa xỉ đối với đại đa số người dân. Nhưng, hoa tươi thường nhanh tàn úa hơn các loại hoa khác, do hoa là thực vật, có nguồn gốc từ tự nhiên. Bởi vậy mà hoa sẽ có thời gian sống nhất định, nếu đã cắt ra khỏi cây, thì thời gian khoe sắc của hoa sẽ bị ngắn lại. Sau một thời gian sử dụng hoa sẽ bị tàn úa nhanh chóng, không còn giữ được màu sắc và hình ảnh đẹp đẽ và tươi tắn như ban đầu. Ngoài ra hoa tươi luôn cần có nước để duy trì sự sống, nếu không có nước hoa sẽ chết nhanh hơn. Khi sử dụng hoa, không thể để hoa tươi phơi ngoài trời quá lâu, sẽ khiến hoa hỏng hoàn toàn không còn được sự đẹp đẽ như lúc đầu. Ngoài ra hoa tươi còn phụ thuộc vào điều kiện chăm sóc, và nơi cung cấp mới đảm bảo chất lượng bông hoa to và đẹp. Chính bởi vì không có tuổi đời là mãi mãi, vậy nên hoa tươi được vứt bỏ ở các bãi rác tăng lên nhanh chóng sau những buổi lễ, những bữa tiệc. Những người thu gom rác thải phải tăng năng suất làm việc để dọn dẹp sạch “tàn dư” của ngày 20/10, 20/11,... để lại.

[1] Có nhiều ý kiến cho rằng, “Hoa dù đẹp nhưng giá trị sử dụng rất ngắn. Mua 1 bó hoa cũng vài trăm nghìn chứ không rẻ. Với số tiền đó, hoàn toàn có thể có những sự lựa chọn thiết thực hơn với giá trị sử dụng lâu dài hơn”.

Ngược lại với sự nhanh tàn đó, hoa đan bằng len là một loại hoa được làm từ sợi len. Đây là một sản phẩm handmade rất độc đáo, nếu bạn muốn bó hoa được lưu giữ lại, như một nhân chứng cho một kỷ niệm thì đan hoa bằng sợi len sẽ là một lựa chọn hoàn hảo. Để tạo ra các bông hoa len, người thợ cần sử dụng các kỹ thuật đan độc đáo. Từ việc chọn len phù hợp, cắt và chuẩn bị các mảnh len, đến kỹ thuật đan chính xác để tạo ra các chi tiết như cánh hoa, lá và cành, tất cả đều đòi hỏi sự khéo léo và tinh tế. Sự kỹ thuật và tinh tế này tạo nên sự độc đáo của mỗi bông hoa đan bằng len. Với len, người nghệ nhân có thể tạo hình và mô phỏng rất nhiều loại hoa khác nhau. Từ hoa hồng, hoa

cúc, hoa tulip đến hoa hướng dương,... hoa đan bằng len có thể mang lại cho người thưởng thức một trải nghiệm thú vị và mới mẻ. Mỗi bông hoa đan bằng len là một tác phẩm độc nhất vô nhị, thể hiện sự sáng tạo và cá nhân hóa của người nghệ nhân. Sự độc đáo của hoa đan bằng len còn nằm ở việc sử dụng màu sắc và kết hợp len. Nhờ sự đa dạng của len, người nghệ nhân có thể tạo ra các bông hoa với màu sắc tươi sáng, tự nhiên và đa dạng. Họ có thể kết hợp các mảnh len khác nhau để tạo ra hiệu ứng màu sắc đặc biệt và tạo điểm nhấn cho bông hoa. Sự sáng tạo trong việc kết hợp màu sắc và len mang lại sự độc đáo và tinh tế cho hoa đan bằng len. Đặc biệt, yếu tố độc đáo khác của hoa đan bằng len là tính tái sử dụng và bền vững của chúng. Với việc sử dụng len thay vì hoa tự nhiên, hoa đan bằng len có thể được bảo quản và sử dụng trong thời gian dài mà không mất đi vẻ đẹp ban đầu. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm tài nguyên mà còn đóng góp vào việc bảo vệ môi trường.

Theo quan sát của em, tại các hội chợ dành cho giới trẻ như hội chợ XINH FEST 2, Làng Mơ, Hội Tầm..., hoa móc len thu hút một lượng khách hàng rất lớn đến mua sắm và đã hết hàng ngay sau khi mở bán. Không chỉ vậy các shop bán hoa còn cho biết: "Để có được những bó hoa len làm quà tặng 8.3, cửa hàng đã nhận đơn từ 1 tháng trước để chuẩn bị. Bó nhỏ (5 - 8 bông) có giá từ 150.000 - 300.000 đồng, bó lớn kèm thêm các phụ kiện có giá 500.000 đồng trở lên. Cũng có bó giá lên đến cả triệu đồng nhưng vẫn được nhiều người ưu tiên làm quà vì tính cầu kỳ, bắt mắt". Lượng khách mua hoa, thú móc len làm quà hiện đang tăng cao gấp đôi so với ngày thường.

Hoa móc len là một mặt hàng mới nổi năm nay và trở thành xu hướng của sự phát triển bền vững. Mọi người ngày càng quan tâm xu hướng này, dần ưa chuộng đồ handmade và trân trọng giá trị của nó hơn. Có cầu ắt sẽ có cung, cân nhắc vào lượng tiêu thụ lớn tại thời điểm hiện tại và phát triển trong tương lai nên em quyết định tự tay làm các mẫu hoa móc len và bán qua nền tảng mạng xã hội. Hơn nữa, em đã có sẵn mối quan hệ với người cung cấp nguyên vật liệu,...Nhận thấy nhu cầu từ thị trường cũng như với những nguồn lực sẵn có, em đã nảy sinh ý tưởng: kinh doanh sản phẩm hoa từ len sợi trên nền tảng Shopee, lấy tên là TiMi Shop.

2. Mục tiêu dự án

2.1. Mục tiêu chung

Thứ nhất, tạo ra một shop online chuyên bán mặt hàng hoa len handmade cung cấp các sản phẩm hoa nghệ thuật độc đáo, đáng tin cậy với chất lượng cao. Khách hàng có

thể thoải mái lựa chọn những mẫu hoa phong phú có sẵn tại shop và em sẽ luôn đưa ra những tư vấn về nghệ thuật để giúp bạn chọn được những sản phẩm hoa phù hợp nhất. Đặc biệt, chúng tôi có thể thiết kế các sản phẩm hoa theo yêu cầu, sở thích riêng của khách hàng. Đến với TiMi Shop, khách hàng sẽ có được những mẫu hoa tuyệt vời, độc đáo dành cho riêng mình mà không ai khác có được.

Thứ hai, tích cực áp dụng thương mại điện tử, cụ thể là Shopee để nâng cao doanh số bán hàng và mở rộng thị phần. Xây dựng trang bán hàng để khách hàng tiện theo dõi và cập nhật cũng như liên hệ

Thứ ba, việc kinh doanh của shop hoa nhằm tạo điều kiện cho bản thân em có cơ hội áp dụng những kiến thức, kỹ năng đã học ở trường vào thực tiễn. Đó chính là những bài học kinh nghiệm quý báu cho con đường sự nghiệp của em sau này.

2.2. Mục tiêu trách nhiệm xã hội

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và đề cao tiêu dùng bền vững, kinh doanh hoa len là một lựa chọn đầy tiềm năng. Tuy nhiên, để tạo dựng vị thế cạnh tranh và thu hút khách hàng trong thị trường ngày càng khắt khe, TiMi Shop hướng đến mục tiêu cao hơn lợi nhuận đơn thuần, đó là kinh doanh có trách nhiệm xã hội.

Trách nhiệm xã hội trong kinh doanh hoa len thể hiện qua việc shop cam kết sử dụng nguyên liệu bền vững, giảm thiểu tác động môi trường. Sử dụng nguyên liệu bền vững là bước đầu tiên để hoa len thể hiện trách nhiệm xã hội. Ưu tiên len tái chế hoặc len từ các nguồn cung cấp có chứng nhận uy tín như GOTS sẽ giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường do ngành chăn nuôi cừu gây ra, các dòng len sử dụng thuốc nhuộm thân thiện với môi trường, và tái chế hoặc tái sử dụng phế liệu sản xuất. Những nỗ lực này sẽ giúp bảo vệ môi trường và giảm thiểu rác thải.

Shop hoa len sẽ cung cấp thông tin minh bạch về nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất và tác động môi trường của sản phẩm sẽ giúp khách hàng hiểu rõ giá trị và ý nghĩa đằng sau mỗi sản phẩm hoa len. Tham gia các chiến dịch nâng cao nhận thức về thời trang bền vững và khuyến khích khách hàng tái sử dụng hoặc tái chế sản phẩm cũ, lan tỏa thông điệp tích cực.

3. Tính nổi bật của dự án kinh doanh sản phẩm len sợi trên nền tảng Shopee

3.1. Sản phẩm độc đáo

Một bó hoa len handmade sẽ không giống như hoa tươi là chỉ có hoa, mà còn có thể có những bông thú rất ngộ nghĩnh:



Hình I. 1. Sản phẩm 1

Thậm chí ngay cả những bông có hình thù khó và chi tiết như: hình cử nhân, hình chibi các cặp đôi,... cũng dễ dàng được người thợ làm trông rất tỉ mỉ và có hồn.



Hình I. 2. Sản phẩm 2

Về chất liệu, len sợi có nhiều màu sắc, chủng loại phong phú, tạo điều kiện cho việc sáng tạo các mẫu hoa len độc đáo. Kết hợp với các phụ liệu trang trí như cườm, hạt gỗ, ruy băng,... càng tăng thêm tính thẩm mỹ cho sản phẩm. Về mẫu mã lại vô cùng đa dạng, từ những bông hoa đơn giản đến những bó hoa cầu kỳ, tinh xảo. Các mẫu hoa len handmade được thiết kế theo nhiều phong cách khác nhau như vintage, hiện đại, cổ điển,... Có thể sáng tạo các mẫu hoa theo yêu cầu riêng của khách hàng, thể hiện cá tính và sở thích của người sở hữu. Mỗi bông hoa len handmade đều là một tác phẩm nghệ thuật độc đáo, không có sản phẩm nào giống nhau hoàn toàn.

3.2. Thị trường rộng lớn

3.2.1. Người tiêu dùng yêu thích đồ handmade

Người tiêu dùng yêu thích đồ handmade là nhóm khách hàng đặc biệt, họ không chỉ tìm kiếm một sản phẩm mà còn là một trải nghiệm mua sắm có ý nghĩa. Đối với họ, mỗi sản phẩm handmade không chỉ là một vật dụng thông thường mà còn là một tác phẩm nghệ thuật, mang đậm dấu ấn cá nhân và tinh thần của người tạo ra. Họ đánh giá cao sự tỉ mỉ và tinh tế trong từng chi tiết, từ quá trình sản xuất đến thiết kế, và sẵn lòng chi trả một mức giá cao hơn để sở hữu những sản phẩm độc đáo này.

Người tiêu dùng này thường quan tâm đến chất lượng, tính an toàn và giá trị thẩm mỹ của sản phẩm. Họ ủng hộ các nghệ nhân địa phương và cộng đồng làm đồ handmade, coi việc mua hàng như một cách để hỗ trợ kinh tế và văn hóa. Ngoài ra, họ cũng rất quan tâm đến vấn đề bền vững và muốn sản phẩm của họ có tác động tích cực đến môi trường. Chính sự đa dạng và cá tính của đồ handmade đã tạo nên sức hút đặc biệt với nhóm người tiêu dùng này, tạo cơ hội cho các nghệ nhân và doanh nghiệp nhỏ phát triển sản phẩm và thương hiệu của mình.

3.2.2. Cửa hàng quà tặng và phụ kiện

Đây là kênh bán hàng truyền thống hiệu quả để tiếp cận khách hàng tiềm năng, đặc biệt là vào các dịp lễ Tết, sinh nhật, ngày kỷ niệm. Bởi vì tệp khách hàng chính là giới trẻ, học sinh sinh viên nên việc nắm bắt trend và tạo trend của cửa hàng vô cùng lớn, họ cập nhật và nhập mẫu mã liên tục.

Một số cửa hàng quà tặng và phụ kiện như Ốc sên Shop, Tiệm nhà Bơ đã nhận thấy rằng hoa len handmade có thể đáp ứng nhu cầu của những khách hàng tìm kiếm quà tặng độc đáo và ý nghĩa, sản phẩm này cũng thường được chọn làm quà tặng trong các dịp lễ, từ đó tạo ra một thị trường mục tiêu rộng lớn và đa dạng. Sự phong phú về mẫu mã và màu sắc cũng làm tăng thêm sức hút của hoa len, khiến nó trở thành lựa chọn ưa thích cho việc trang trí nhà cửa hoặc văn phòng.

3.2.3. Các sự kiện, hội chợ, trung tâm thương mại

Tiêu biểu kể đến như The New District, Xinh Fest, TTTM Aeon,...



Hình I. 3. Sự kiện với sản phẩm

Các sự kiện, hội chợ, trung tâm thương mại chính là những "sân chơi" tiềm năng để hoa len handmade tỏa sáng và ghi dấu ấn thương hiệu.

Lý do cho sức hút này đến từ những lợi ích thiết thực mà các sự kiện, hội chợ, trung tâm thương mại mang lại:

Tiếp cận lượng khách hàng tiềm năng khổng lồ: Nơi đây quy tụ đông đảo người tham quan, mua sắm, sẵn sàng chi tiêu cho những sản phẩm độc đáo như hoa len handmade.

Tăng tương tác và thu thập phản hồi khách hàng: Giao tiếp trực tiếp, lắng nghe ý kiến đóng góp để hoàn thiện sản phẩm và dịch vụ, mang đến trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng.

Mở ra cơ hội hợp tác kinh doanh: Kết nối với nhà cung cấp, nhà phân phối, đối tác tiềm năng, học hỏi kinh nghiệm và mở rộng hợp tác để phát triển thương hiệu.

PHẦN 2: NỘI DUNG DỰ ÁN KINH DOANH SẢN PHẨM TỪ LEN SỢI TRÊN NỀN TẢNG SHOPEE

CHƯƠNG 1. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

1.1 Phân tích môi trường vĩ mô

Môi trường vĩ mô (kinh tế, nhân khẩu, xã hội, công nghệ) có ảnh hưởng rất quan trọng tới dự án. Trong điều kiện hiện nay, môi trường vĩ mô rất thuận lợi cho dự án

1.1.1 Môi trường kinh tế

Việt Nam đang trên con đường đổi mới và phát triển. Kinh tế tăng trưởng nhanh và ổn định, mức sống của nhân dân không ngừng được nâng cao đặc biệt là ở thủ đô Hà Nội. Người dân bắt đầu có nhiều điều kiện và mong muốn được đáp ứng nhu cầu xã hội, đặc biệt là nhu cầu thể hiện vị thế xã hội, khẳng định bản thân và thể hiện tình cảm của mình nhiều hơn trong đó hoa là một sản phẩm nhằm đáp ứng những nhu cầu đó. Hiện nay nhu cầu ngành hoa là rất lớn, đây là yếu tố thuận lợi trong việc tiêu thụ hoa len handmade của shop, đem lại cơ hội thành công lớn của dự án.

Theo Báo cáo kinh tế - xã hội quý I/2024 vừa được Tổng cục Thống kê công bố, tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý I ước tính tăng 5,66% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn tốc độ tăng của quý I của các năm từ 2020-2023. Thu nhập bình quân đầu người tăng, thúc đẩy nhu cầu chi tiêu cho sản phẩm Handmade, dẫn đến doanh số bán hàng trên Shopee tăng 15,2% trong quý 1/2024 so với cùng kỳ năm 2023.[2]

1.1.2. Môi trường nhân khẩu

Cấu trúc dân số Việt Nam với nhiều phân khúc tiềm năng: Dân số Việt Nam trẻ trung, với 68,1% thuộc độ tuổi lao động, tạo nguồn cầu lớn cho sản phẩm Handmade. Nhóm dân số trẻ (dưới 30 tuổi) năng động, sáng tạo, ưa chuộng sản phẩm độc đáo, cá nhân hóa, thúc đẩy nhu cầu mua sắm sản phẩm Handmade. Tỷ lệ nữ giới cao (50,2%) phù hợp với sản phẩm thời trang, phụ kiện, đồ trang trí nhà cửa, là phân khúc tiềm năng cho doanh nghiệp Handmade.

Thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam tuy còn thấp so với khu vực, nhưng đang có xu hướng tăng, nâng cao sức mua của người tiêu dùng, thúc đẩy nhu cầu mua sắm sản phẩm Handmade. Nhu cầu về sản phẩm Handmade cao cấp tập trung ở những khu vực có thu nhập bình quân đầu người cao như Vùng đồng bằng sông Hồng, Vùng Đông Nam Bộ, mở ra cơ hội cho doanh nghiệp Handmade tại khu vực này.

Mức độ đô thị hóa cao (39,3%) mở rộng thị trường tiềm năng cho sản phẩm Handmade, đặc biệt là tại các thành phố lớn. Người dân thành phố có thu nhập cao, lối sống hiện đại, ưa chuộng sản phẩm độc đáo, cá nhân hóa, thúc đẩy nhu cầu mua sắm sản phẩm Handmade.

Theo báo cáo xu hướng tiêu dùng hàng thủ công mỹ nghệ tại Việt Nam 2023 (Innovative Hub)[3], ta có:

Độ tuổi:

Gen Z (18-24 tuổi): Nhóm có xu hướng chi tiêu nhiều nhất cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ, ưa chuộng phong cách độc đáo, sáng tạo và thể hiện cá tính.

Millennials (25-34 tuổi): Quan tâm sản phẩm chất lượng cao, có giá trị sử dụng lâu dài và mang tính bền vững.

Gen X (35-44 tuổi): Ưa chuộng sản phẩm thủ công truyền thống, mang đậm bản sắc văn hóa.

Baby Boomers (45 tuổi trở lên): Thường mua sản phẩm thủ công mỹ nghệ làm quà tặng cho bạn bè, người thân.

Giới tính: Nữ giới có xu hướng mua sắm sản phẩm thủ công mỹ nghệ nhiều hơn nam giới.

Thu nhập: Người tiêu dùng có thu nhập cao có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho nhóm hàng này.

1.1.3. Môi trường văn hóa xã hội

Môi trường văn hóa xã hội Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc định hình nhu cầu và xu hướng tiêu dùng sản phẩm handmade.

Văn hóa Việt Nam đề cao giá trị gia đình, cộng đồng, sự tinh tế, tỉ mỉ trong nghệ thuật thủ công, từ đó tác động tích cực đến nhu cầu mua sắm sản phẩm Handmade mang đậm bản sắc văn hóa Việt Nam như thêu thùa, dệt may ngày càng tăng.

Bên cạnh mức độ nhận thức về giá trị và lợi ích của sản phẩm Handmade ngày càng tăng cao thì vẫn còn nhiều người mang sự hiểu lầm về sản phẩm, một số người hiểu lầm rằng sản phẩm Handmade là sản phẩm giá rẻ, chất lượng thấp hoặc chỉ dành cho những người hoài cổ. Sản phẩm Handmade lại thường được bán tại các cửa hàng nhỏ, khu chợ địa phương nhiều hơn, khiến việc tiếp cận khách hàng tiềm năng gặp nhiều khó khăn. Xu hướng tiêu dùng nhanh khiến nhiều người ưu tiên sản phẩm giá rẻ, dễ

dàng mua sắm và sử dụng thay vì sản phẩm Handmade đòi hỏi sự đầu tư thời gian và chi phí cao hơn.

1.1.4. *Môi trường công nghệ*

Sản phẩm hoa len handmade 100% làm thủ công bằng tay của người thợ nghệ nhân, hoàn toàn không sử dụng máy móc công nghệ hiện đại, nhưng môi trường công nghệ vẫn có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của shop vì:

Sự tiến bộ trong công nghệ khiến cho chúng ta có đa dạng loại len hơn:

Sợi len tái chế, đây là một cách thân thiện với môi trường để tái sử dụng nguyên liệu và giảm lượng chất thải.

Sợi len gỗ, đây là một loại sợi len mới được sản xuất từ gỗ. Sợi len này có thể tự phân hủy sinh học và được sử dụng làm chất bón dinh dưỡng cho cây trồng.

Sợi len Acrylic, đây là một loại sợi tổng hợp được tạo ra để thay thế cho các loại vải thuộc chất liệu len. Sợi len Acrylic không có thành phần tự nhiên và được tạo ra từ một polymer tổng hợp

Quá trình sản xuất sợi len vẫn giữ nguyên các bước cơ bản như xén lông của các loại động vật, làm sạch lông và chải len. Công nghệ giúp sợi len sinh học được sản xuất từ các nguyên liệu tự nhiên mang lại độ mềm mại, thân thiện với môi trường và an toàn cho da. Ngoài ra, công nghệ nhuộm màu sinh học còn sử dụng các nguyên liệu tự nhiên thay vì hóa chất độc hại, giúp bảo vệ môi trường và sức khỏe người tiêu dùng.

1.2. **Phân tích môi trường vi mô**

1.2.1. *Khách hàng*

Dựa trên nguồn tin xuất phát từ các bài đăng bán hàng các nền tảng mạng xã hội Facebook, Tiktok có thể nhận thấy lượng khách hàng chủ yếu của sản phẩm:

Bảng 1. 1. Phân tích khách hàng

Nhóm khách hàng	Nhóm khách hàng trẻ tuổi	Nhóm khách hàng trưởng thành
Độ tuổi	12 - 22 tuổi	Trên 22 tuổi
Nghề nghiệp	Gen Z, Học sinh - Sinh viên	Người đi làm

Sở thích	Thích sáng tạo, thể hiện cá tính riêng, ưa chuộng những món đồ độc đáo, mới lạ Thích theo đuổi xu hướng thời trang Sử dụng mạng xã hội thường xuyên	Thích những món đồ đẹp, tinh tế, ưa chuộng sự sang trọng, thanh lịch Quan tâm đến giá trị sử dụng của sản phẩm Quan tâm đến bảo vệ môi trường, thích sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường.
Nhu cầu	Mua hoa len handmade để trang trí phòng, góc học tập Mua hoa len handmade để làm quà tặng gia đình, bạn bè, thầy cô giáo	Mua hoa len handmade để trang trí nhà cửa, làm quà tặng người thân, đồng nghiệp Ủng hộ các sản phẩm thủ công, thành phần an toàn với da của trẻ, góp phần bảo vệ môi trường.

1.2.2. Nhà cung cấp

Hà Nội, thủ đô sôi động của Việt Nam, tự hào sở hữu nguồn cung nguyên liệu cho sản phẩm handmade vô cùng phong phú và đa dạng. Từ những khu chợ truyền thống lâu đời như Đồng Xuân, Hàng Mã, Hàng Bò đến các cửa hàng thủ công hiện đại, các tín đồ handmade có thể dễ dàng tìm kiếm mọi thứ họ cần để biến hóa ý tưởng thành hiện thực. Sợi len mềm mại đủ mọi màu sắc, dụng cụ hỗ trợ đa dạng từ dao, kéo, súng bắn keo đến kim móc len, băng dính, kẽm, hộp giấy, giấy gói... tất cả đều sẵn sàng góp phần tạo nên những bông hoa len xinh xắn, độc đáo.

Điểm cộng lớn cho thị trường nguyên liệu hoa len handmade tại Hà Nội chính là mức giá tương đối hợp lý, phù hợp với túi tiền của người tiêu dùng. Nhờ sự cạnh tranh cao giữa các nhà cung cấp, người bán có thể thoải mái so sánh giá cả và chất lượng sản phẩm để lựa chọn được nguồn hàng ưng ý nhất.

Chất lượng luôn là yếu tố then chốt quyết định đến thành công của sản phẩm. Hiểu được điều này, các nhà cung cấp tại Hà Nội luôn chú trọng cung cấp nguyên liệu đảm bảo chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Sợi len mềm mịn, màu sắc tươi sáng,

bền đẹp theo thời gian, dụng cụ chắc chắn, dễ sử dụng,... tất cả góp phần tạo nên những bông hoa len handmade không chỉ đẹp mắt mà còn có độ bền cao.

Nhu cầu của người tiêu dùng luôn thay đổi theo thời gian, và thị trường nguyên liệu hoa len handmade cũng không ngoại lệ. Để đáp ứng xu hướng thị trường, các nhà cung cấp tại Hà Nội không ngừng cập nhật những mẫu mã len sợi mới nhất, đa dạng về kiểu dáng và màu sắc, đồng thời chú trọng đến chất lượng và giá thành. Nhờ vậy, người bán luôn có thể tìm kiếm được nguyên liệu phù hợp để sáng tạo nên những sản phẩm độc đáo, bắt kịp xu hướng và đáp ứng thị hiếu của khách hàng.

Thị trường nguyên liệu hoa len handmade tại Hà Nội là một thị trường đầy tiềm năng với nhiều cơ hội cho những ai đam mê và sáng tạo. Tuy nhiên, để thành công trong lĩnh vực này, đòi hỏi người bán phải có kiến thức về thị trường, lựa chọn nguyên liệu chất lượng tốt, sáng tạo trong thiết kế sản phẩm và có chiến lược kinh doanh phù hợp.

Trước tiên, sản phẩm shop hướng đến là hoa len handmade, các nguyên liệu để tạo thành sản phẩm gồm:

Các loại len sợi

Dụng cụ: dao, kéo, súng bắn keo, kim móc len, băng dính, kềm,...

Hộp giấy

Giấy gói (giấy gói hoa, giấy gói giao hàng)

Thị trường cung cấp nguyên liệu len sợi cho sản phẩm Handmade tương đối cạnh tranh với nhiều nhà cung cấp tham gia. Điều này giúp shop có nhiều lựa chọn về nhà cung cấp, so sánh giá cả và chất lượng sản phẩm.

Hà Nội là thị trường có nguồn cung lớn với nhiều mặt hàng nguyên liệu cho handmade khá phong phú, giá cả vừa phải, chất lượng tương đối tốt, đảm bảo được độ bền cho sản phẩm. Ta có thể khảo giá tại một số nơi như chợ Đồng Xuân ở Hà Nội.

Cụ thể ta có thể lấy ví dụ một số loại nguyên vật liệu :

Len sợi: Kho sỉ, tổng kho len sợi tùy theo mẫu mã đặt hàng ở các kho khác nhau, hoặc có thể đặt trực tiếp từ sàn TMĐT của Trung Quốc để được giá rẻ đồng thời đa dạng mẫu mã.

Giấy (giấy gói, giấy chống sốc, giấy trang trí,...) : Hàng Mã. Băng dính quấn hoa, ruy băng: Hàng Mã hoặc hàng Bò.

Keo sữa : có thể mua ở các cửa hàng bán sơn tường hoặc vật liệu xây dựng ở đường Nguyễn Khuyến hoặc ở gần các trường như Mỹ thuật công nghiệp, Kiến trúc...

Các loại hạt gỗ, cườm, kim sa, cúc, khóa, phụ kiện may mặc: Hàng Bò.

Ngoài ra một số cửa hàng chuyên bán nguyên vật liệu handmade trên mạng giá tương đối rẻ, mẫu mã và chất lượng đẹp. Ta có thể mua hàng bằng cách đặt ship hàng về nên không tốn nhiều thời gian và chi phí đi lại để nhận mua hàng mà chỉ mất phí ship hàng.

1.2.3. Phân tích đối thủ cạnh tranh

Đối với những gian hàng mới mở việc cạnh tranh với những shop bán đồ cùng ngành là không hề đơn giản.

Đối thủ trực tiếp :


Bảng 1. 2. Phân tích đối thủ trực tiếp

Tên cửa hàng	Cửa hàng Gấu handmade	Yan Handmade – Quà tặng xinh
Sản phẩm dịch vụ	<p>Hoa len, túi tời</p>  <p>Hoa chuông len handmade cực xinh, hoa làm quà,tra... #25.000 ★★★★★ Đã bán 98/tháng</p> <p>Cành dâu tây lê handmade #12.000 ★★★★★ Đã bán 59/tháng</p> <p>Cành hoa tốt nghiệp hình búp bê len handmade xinh... #19.900 ★★★★★ Đã bán 66/tháng</p>  <p>Hoa len tulip cành handmade tổng màu hồng... #27.500 ★★★★★ Đã bán 30/tháng</p> <p>Cành hoa chuông loang màu trắng len handmade... #35.100 ★★★★★ Đã bán 25/tháng</p> <p>Hoa tulip bằng len 125g màu cực ngọt #29.100 ★★★★★ Đã bán 24/tháng</p>	<p>Chậu hoa, giày len, bikini len</p>  <p>Bò hoa len hoa tốt nghiệp quả 14/2 8/3 #118.000 ★★★★★ Đã bán 1,6k/tháng</p> <p>(SẢN) Chậu hoa len trang trí #45.000 ★★★★★ Đã bán 1,5k/tháng</p> <p>(SẢN) Bikini handmade cho bé Bikini len cho bé #105.000 ★★★★★ Đã bán 1,3k/tháng</p>  <p>Túi đèn thiệp phụ kiện bó hoa #5.000 ★★★★★ Đã bán 8/tháng</p> <p>Hoa len trang trí pin cài hoa len #5.000 ★★★★★ Đã bán 35/tháng</p> <p>[10+mẫu] Giày len cho bé #65.000 ★★★★★ Đã bán 10/tháng</p>
Điểm mạnh	Chất lượng tốt, đa dạng mẫu mã sản phẩm, giá cả hợp lý, có lượng hàng sẵn.	Chuyên về thời trang len dành cho bé, sử dụng nguyên liệu thân thiện với da của trẻ
Điểm yếu	Chỉ bán hoa lẻ, không bán theo bó, không có dịch vụ ưu đãi/khuyến mãi.	Các mặt hàng giá đắt so với thị trường, kém đa dạng về ngành hoa, không có dịch vụ ưu đãi/khuyến

		mãi. Hầu hết là hàng đặt, không có sẵn mẫu cho khách chọn.
Điểm có thể học hỏi	Chụp ảnh sản phẩm rõ ràng, có tính đồng bộ trong cửa hàng	Nguồn nguyên liệu tốt

Đối thủ gián tiếp:

Bảng 1. 3. Phân tích đối thủ gián tiếp

	Cửa hàng hoa tươi truyền thống	Hoa handmade từ nguyên liệu khác như: giấy nhún, kẽm nhung,...
Sản phẩm dịch vụ		
Điểm mạnh	Hoa tươi mang vẻ đẹp tự nhiên, rực rỡ với màu sắc đa dạng, hương thơm nồng nàn và tinh tế. Mỗi loại hoa lại mang một vẻ đẹp và hương thơm riêng biệt, tạo nên sức hấp dẫn khó cưỡng.	Hoa kẽm nhung dễ tạo hình, màu sắc bắt mắt, giá thành ngang với hoa tươi nhưng lại bền và có tính sử dụng lại cao hơn.
Điểm yếu	Hoa nhanh tàn, thời gian sử dụng sở hữu không cao.	Dù độ bền bao hơn hoa tươi nhưng xét chung vẫn khá kém, có thể bị xô xát hoa khi vận chuyển khiến kẽm bị mất hình dạng ban đầu, nếu để lâu rất khó vệ sinh, màu sắc của kẽm cũng sẽ phai dần theo thời gian, dễ bám bụi.

Tiểu kết Chương 1

Qua phân tích môi trường vĩ mô và cạnh tranh, có thể thấy rằng dự án kinh doanh sản phẩm từ hoa handmade len sợi trên nền tảng Shopee đang đứng trước nhiều cơ hội lớn. Môi trường kinh tế, nhân khẩu, văn hóa xã hội và công nghệ đều tạo ra điều kiện thuận lợi cho việc phát triển dự án. Đặc biệt, với sự phát triển mạnh mẽ của thị trường thương mại điện tử, nhu cầu mua sắm online ngày càng tăng, cùng với xu hướng tiêu dùng sản phẩm handmade độc đáo và cá nhân hóa, dự án có tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

Tuy nhiên, dự án cũng đối mặt với không ít thách thức từ các đối thủ cạnh tranh trực tiếp và gián tiếp. Để đứng vững trên thị trường, TiMi Shop cần phải tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng mẫu mã, cải thiện dịch vụ chăm sóc khách hàng và tăng cường quảng bá thương hiệu. Đồng thời cũng sẽ theo dõi sát sao thị trường, cập nhật xu hướng mới và đổi mới sản phẩm để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

CHƯƠNG 2. LẬP KẾ HOẠCH MARKETING CHO SẢN PHẨM HANDMADE LÀM TỪ LEN SỢI TRÊN NỀN TẢNG SHOPEE

Giai đoạn ra mắt sản phẩm là giai đoạn đầu tiên của vòng đời sản phẩm. Nó có tác động rất lớn đến khả năng nhận diện sản phẩm hay thương hiệu, ảnh hưởng đến cả doanh thu sản phẩm của các giai đoạn sau đó. Do đó, việc xây dựng kế hoạch, chiến lược marketing cho sản phẩm mới cần được chuẩn bị kỹ lưỡng, quá trình triển khai cũng cần được giám sát và điều chỉnh linh hoạt, vì các chiến lược này đóng vai trò then chốt cho sự thành công hay thất bại của cả một vòng đời sản phẩm.

2.1. Đánh giá thực trạng hiện tại

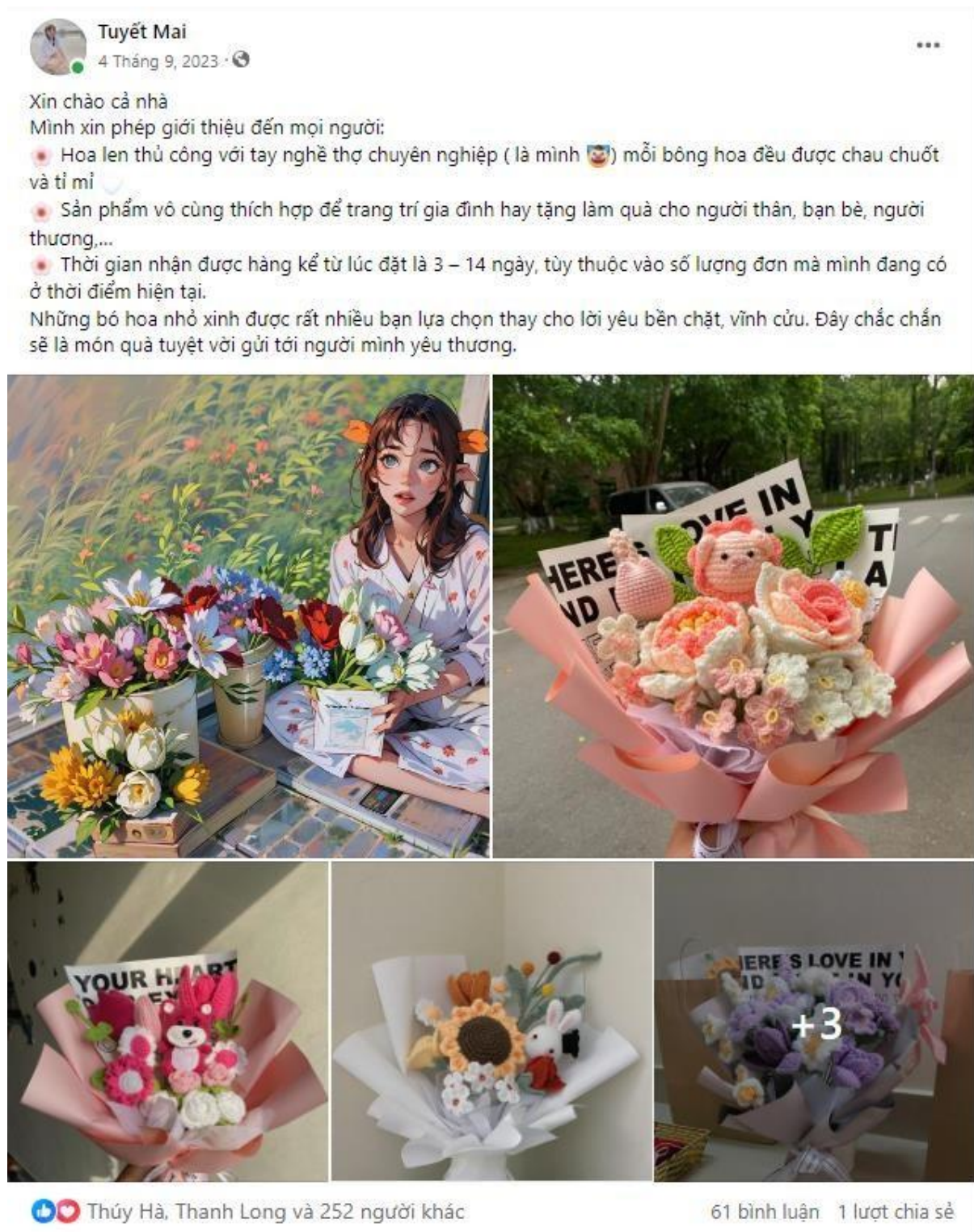
Sau 2 tháng mở bán sản phẩm hoa len qua nền tảng Facebook (tháng 9/2023 và tháng 10/2023), em có lượng khách hàng của tháng 9 như sau:

STT	Tên người mua	Tên hàng	Số lượng	Đơn vị
1	Hoàng Quân	Bó tulip 8 bông	1	bó
2	Phạm Văn Quyết	Bó gấu dâu	1	bó
3	Quyên Bé	Bó gấu dâu	1	bó
4	Như Quỳnh	Bó tulip 9 bông	1	bó
5	Nguyễn Thanh Hà	Bó tulip tím	1	bó
6	Nhung Đào	Bó tốt nghiệp gấu trúc	1	bó
7	Minh Phương	Bó tốt nghiệp heo con	1	bó
8	Hoàng Hiệp	Bó ly trắng	1	bó
9	Trần Minh Hiếu	Bó hoa hồng	1	bó
10	Thu Nga	Bó hoa hồng bé	1	bó
11	Kim Anh	Bó 2 thỏ	1	bó
12	Nguyễn Thị Thu Kiều	Bó thỏ tốt nghiệp	1	bó
13	Lê Thu Nga	Bó đầu thú tốt nghiệp	8	bó
14	Anh Trịnh	Bó lê bông	12	bó
15	Thùy Liên	1 Bông hồng to	1	bó
16	Trần Vũ	Bó hướng dương tốt nghiệp	1	bó
17	Thanh Long	Bó tốt nghiệp	2	bó
18	Nông Thị Ngà	Bó hướng dương tốt nghiệp	2	bó
19	Giang Hương	Bó hồng bé	1	bó
20	Hồng Phạm	Bó hồng bé	1	bó
21	Nguyễn Văn Duẩn	Bó mix thú	1	bó
22	Nguyễn Văn Duẩn	Bó 2 thỏ	1	bó
23	Mai Nguyệt	Bó stitch	1	bó
24	Băng Thảo	Bó ly mix	1	bó
Tổng	24 khách		44	bó

Hình 2. 1. Bảng khách hàng tháng 9/2023

Lượng khách hàng từ 4/9/2023 – 30/9/2023 tiếp cận được đến hoa len handmade thông qua duy nhất 1 bài đăng trên Facebook cá nhân, marketing truyền miệng chứ

không thông qua các công cụ chạy ads. Lượng khách hàng 50% là khách hàng nóng như: bạn bè, đồng nghiệp,.. 35% là bạn bè trên Facebook, 15% là khách lạ.



Hình 2. 2. Bài đăng trên Facebook

Tuy vậy nhưng đã có thể tiếp cận được đến lượng khách hàng lấy sỉ để kinh doanh trong mini mart, cửa hàng quà tặng nhỏ.

Dù mở bán vào tháng 9, không có ngày lễ lớn nào nhưng có thể dễ dàng nhận thấy nhu cầu mua hoa của khách hàng lớn, vì lượng khách đặt hàng đã dồn sang cả tháng 10, và đã phải từ chối rất nhiều khách hàng cần hoa ngay thời điểm liên hệ vì em không có sẵn hàng mà chỉ làm theo order. Do việc kinh doanh cũng như sản xuất chỉ có em đảm nhiệm nên chưa được tối ưu ở tất cả các khâu.

Dựa trên kết quả từ hoạt động kinh doanh qua Facebook, TiMi Shop đã nhận thấy rằng sự yêu cầu và tiềm năng của sản phẩm hoa len handmade là rất lớn. Tuy nhiên, thực trạng hiện tại của việc chỉ có một người đảm nhiệm cả việc sản xuất và kinh doanh đã gây ra một số hạn chế trong quá trình phục vụ khách hàng. Do đó, TiMi Shop đã quyết định mở rộng hoạt động kinh doanh lên sàn Shopee với mục tiêu tăng cường nhận diện thương hiệu độc lập, tối ưu hóa quá trình sản xuất và cung ứng, cũng như tăng cường marketing trực tuyến và xây dựng một trải nghiệm mua sắm tích cực cho khách hàng. Bằng cách này, TiMi Shop hy vọng sẽ có thể mở rộng tệp khách hàng, tăng tỷ lệ chuyển đổi và đạt được mục tiêu kinh doanh của mình trên nền tảng Shopee.

Trên cơ sở học được từ hoạt động trên Facebook, TiMi Shop đặt ra mục tiêu triển khai trên sàn Shopee với các chiến lược cụ thể như sau:

Xây dựng thương hiệu độc lập trên Shopee: TiMi Shop sẽ tạo ra một hồ sơ cửa hàng chuyên nghiệp trên Shopee với logo, mô tả sản phẩm và hình ảnh sản phẩm chất lượng cao. Điều này giúp TiMi Shop không phụ thuộc quá nhiều vào hình ảnh thương hiệu cá nhân và tạo ra một hình ảnh thương hiệu độc lập và chuyên nghiệp.

Tối ưu hóa quy trình sản xuất và cung ứng: TiMi Shop sẽ tìm kiếm các giải pháp để tối ưu hóa quy trình sản xuất và cung ứng, có thể thông qua việc hợp tác với nhà cung cấp hoặc đội ngũ sản xuất bên ngoài để đáp ứng nhu cầu lớn hơn từ khách hàng trên Shopee.

Tăng cường chiến lược marketing trên Shopee: TiMi Shop sẽ sử dụng các công cụ quảng cáo và tiếp thị trực tuyến trên Shopee như Shopee Ads, Shopee Live để tăng cường nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng. Đồng thời, TiMi Shop cũng sẽ tạo ra các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt để thu hút khách hàng.

Xây dựng trải nghiệm mua sắm tích cực: TiMi Shop sẽ tạo ra một trải nghiệm mua sắm tích cực cho khách hàng trên Shopee bằng cách cung cấp các hình ảnh và mô tả sản phẩm chất lượng cao, tối ưu hóa trang cửa hàng và cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng

tốt. Bằng cách này, TiMi Shop hy vọng sẽ có thể mở rộng tệp khách hàng, tăng tỷ lệ chuyển đổi và đạt được mục tiêu kinh doanh của mình trên nền tảng Shopee.

2.2. Phân tích thị trường mục tiêu

2.2.1. Nhu cầu thị trường

Nhu cầu thị trường đối với hoa len handmade ở Việt Nam đang ngày càng tăng lên, nhất là trong bối cảnh người tiêu dùng tìm kiếm những sản phẩm có tính cá nhân hóa cao và ý nghĩa. Dưới đây là một số điểm nổi bật từ các nghiên cứu và báo cáo về thị trường hoa len handmade:

Sự ưa chuộng của người tiêu dùng: Hoa len handmade được đánh giá cao vì độ bền và không lo bị rụng lá khi di chuyển, so với hoa tươi. Điều này làm cho hoa len trở thành lựa chọn phổ biến cho các dịp quan trọng, như quà tặng hay trang trí.

Xu hướng tiêu dùng: Người tiêu dùng ngày càng cảm thấy nhàm chán với những sản phẩm rập khuôn và sản xuất đại trà. Nhu cầu hướng thụ cuộc sống mới lạ và gần gũi từ những sản phẩm handmade mang cá tính riêng là điều tất yếu.

2.2.2. Khách hàng mục tiêu

Dựa trên phân tích nhu cầu thị trường, có thể chia khách hàng mục tiêu của hoa len handmade thành 3 nhóm chính:

Nhóm khách hàng trẻ tuổi: Tập trung vào những người yêu thích cái đẹp, sáng tạo, theo đuổi xu hướng thời trang và nghệ thuật. Họ ưa chuộng những sản phẩm hoa len handmade độc đáo, cá tính, thể hiện phong cách riêng. Kênh tiếp cận hiệu quả nhất là mạng xã hội, hội nhóm về trang trí nhà cửa, quà tặng handmade và các cửa hàng bán đồ handmade.

Nhóm khách hàng yêu thích phong cách vintage: Ưa chuộng những món đồ mang hơi hướng hoài cổ, tinh tế và có giá trị thẩm mỹ cao. Họ thường tìm kiếm những sản phẩm hoa len handmade được thiết kế theo phong cách vintage để trang trí nhà cửa, làm quà tặng hoặc sưu tầm. Kênh tiếp cận phù hợp là các cửa hàng bán đồ vintage, hội nhóm về đồ vintage và các sự kiện, hội chợ về đồ vintage.

Nhóm khách hàng quan tâm đến bảo vệ môi trường: Có mức độ nhận thức cao về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường và ưa chuộng sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường. Họ tìm kiếm những sản phẩm hoa len handmade được làm từ nguyên liệu tái chế hoặc nguyên liệu thân thiện với môi trường. Kênh tiếp cận hiệu quả là các cửa hàng bán đồ handmade chuyên về sản phẩm thân thiện với môi trường, các tổ

chức phi lợi nhuận hoạt động trong lĩnh vực bảo vệ môi trường và các hội chợ, sự kiện về sản phẩm handmade và bảo vệ môi trường.

2.3. Kế hoạch Marketing Mix (Marketing 4Ps)

Theo metric.vn, ta có: Doanh số ngành hàng hoa len trong vòng 1 tháng từ 08/04/2024 đến 07/05/2024 là 190.651.468VNĐ với 8.917 sản phẩm[4], từ đó em đưa ra mục tiêu cho TiMi Shop:

Mục tiêu:

Truyền thông: Top 3 ngành hàng hoa len handmade, được khách hàng nhớ đến thương hiệu khi cần đặt hàng hoa len theo yêu cầu

Mục tiêu marketing: Đạt được 300 đơn hàng/tháng, doanh thu đạt 105.000.000, lợi nhuận 50.000.000

2.3.1. Sản phẩm (Product)

TiMi Shop cung cấp đa dạng những mẫu hoa được làm từ những dòng len như: Cotton Việt Nam, len Milk Bò, len Milk Cotton,... Những bó hoa được thiết kế theo nhu cầu, ý tưởng của khách hàng.

Với những đặc điểm nổi bật như:

Tính độc đáo và sáng tạo

Tính thẩm mỹ cao

Tính bền bỉ, không bị phai màu hay hỏng hóc theo thời gian, do đó bạn có thể sử dụng chúng để trang trí cho nhiều dịp khác nhau

Là món quà ý nghĩa thể hiện sự quan tâm và tình cảm của bạn dành cho người nhận

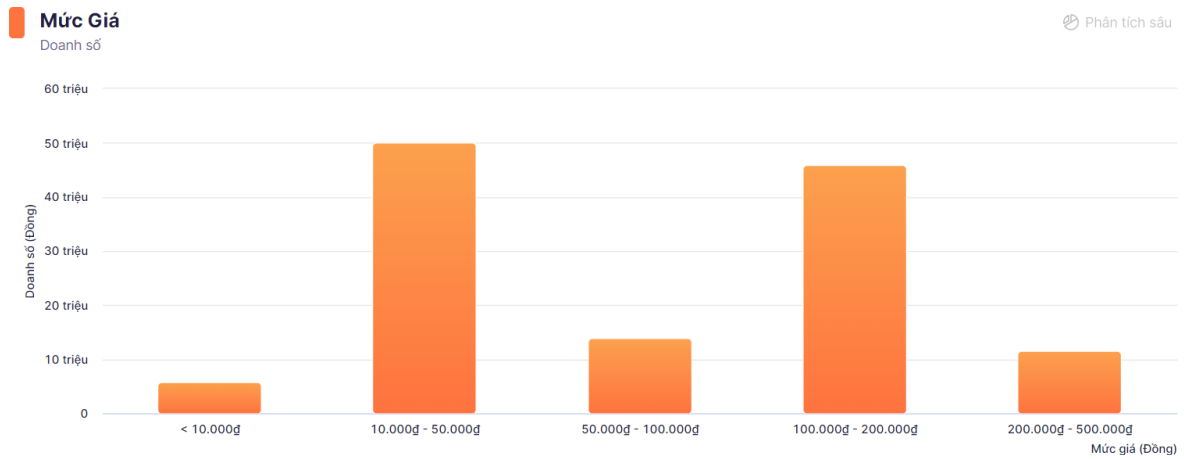
Góp phần bảo vệ môi trường

Giá cả hợp lý: Hoa len handmade có giá thành rẻ hơn so với hoa tươi, do đó bạn có thể dễ dàng sở hữu những món đồ trang trí đẹp mắt mà không tốn quá nhiều chi phí

Dễ dàng vệ sinh: Hoa len handmade có thể được giặt giũ và vệ sinh dễ dàng, giúp bạn lưu giữ được những kỉ niệm đối với những người thân yêu

2.3.2. Giá (Price)

Đối với thị trường ngành hàng hoa len handmade, theo metric.vn ta có mức giá trên thị trường như sau:









Hình 2. 3. Mức giá trên thị trường của hoa len handmade trên nền tảng Shopee

<p>Bó hoa len hoa tốt nghiệp quà 14/2 8/3</p> <p>480 đánh giá</p> <p>Tổng sản phẩm đã bán: 1.557</p>	118.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	187.517.000đ
<p>(ẢNH THẬT HÒA TỐC inb) Bó hoa lưu ly bằng len handmade quà tốt nghiệp,...</p> <p>163 đánh giá</p> <p>Tổng sản phẩm đã bán: 665</p>	140.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	85.853.000đ
<p>Bó hoa handmade len tulip mix hoa 6 cánh nhỏ dễ thương(tốt nghiệp, sinh...)</p> <p>101 đánh giá</p> <p>Tổng sản phẩm đã bán: 390</p>	48.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	18.720.000đ
<p>Bó hoa len tặng bạn bè (tốt nghiệp, sinh nhật, kỉ niệm) giá rẻ dễ thương...</p> <p>174 đánh giá</p> <p>Tổng sản phẩm đã bán: 732</p>	129.900đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	90.785.300đ
<p>bó hoa len</p> <p>294 đánh giá</p> <p>Tổng sản phẩm đã bán: 844</p>	69.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	57.799.000đ

Hình 2. 4. Những sản phẩm bán chạy


Từ những con số này ta có thể dễ dàng nhận thấy ngành hoa len handmade trên Shopee phổ biến nhất với mức giá trong khoảng từ 10.000 – 200.000, đối với mức giá 200.000 – 500.000 doanh số có phần sụt giảm. Điều này là bình thường bởi những sản phẩm có mức giá rẻ là những sản phẩm có sẵn, không theo order của khách, thường là những bó hoa lẻ 1- 5 bông đơn giản.


Sản phẩm	Giá bán	Doanh số trong khoảng ngày đã chọn	Sản phẩm đã bán trong khoảng ngày đã chọn	Tổng doanh số
 <p>Bó hoa len tốt nghiệp thiết kế bởi nhà Jury (Hình tự chụp) 2 đánh giá Tổng sản phẩm đã bán: 9</p>	380.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	3.150.000đ
 <p>(ẢNH THẬT) Bó hoa tốt nghiệp hướng dương mix lưu ly bằng len handmade... 8 đánh giá Tổng sản phẩm đã bán: 28</p>	300.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	7.410.000đ
 <p>Bó Hoa móc sẵn bằng len 2 đánh giá Tổng sản phẩm đã bán: 11</p>	290.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	3.190.000đ
 <p>(ẢNH THẬT) Bó hoa lưu ly 5 cánh mix thủ bằng len tặng người yêu, tặng tốt... 16 đánh giá Tổng sản phẩm đã bán: 65</p>	290.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	18.770.000đ
 <p>[CÓ SẴN/HCM] Bó hoa Tốt nghiệp làm bằng len - màu dễ thương 3 đánh giá Tổng sản phẩm đã bán: 5</p>	280.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	1.350.000đ
 <p>Bó hoa len tốt nghiệp - Handmade by Mocc (Ảnh Mẫu) 12 đánh giá Tổng sản phẩm đã bán: 28</p>	280.000đ	Nâng cấp tài khoản	Nâng cấp tài khoản	7.840.000đ


Hình 2. 5. Những sản phẩm bán chạy

Sau khi đã phân tích thực trạng thị trường, TiMi Shop đưa ra chiến lược giá cho 3 dòng sản phẩm để thu hút nhiều phân khúc khách hàng. Mục đích của chiến lược này là để tối đa hóa doanh thu và lợi nhuận của shop.

Bảng 2. 1. Chiến lược giá

Sản phẩm		Chiến lược
Hoa lẻ theo bông		<p>Mục tiêu: Thu hút khách hàng mới, tăng nhận diện thương hiệu và tạo doanh thu nhanh chóng.</p> <p>Đặc điểm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giá thành rẻ, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng. - Mẫu mã đa dạng, phong phú.

			<ul style="list-style-type: none"> - Dễ dàng kết hợp với các sản phẩm khác để tạo thành bó hoa lớn. <p>Chiến lược giá: 30.000 – 180.000đ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp nhiều mức giá khác nhau trong khoảng giá từ 30.000 đến 180.000 đồng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. - Chạy các chương trình khuyến mãi thường xuyên để thu hút khách hàng. Khách mua từ 10 bông sẽ được mức giá khác. - Cung cấp các dịch vụ đi kèm như gói quà, thiệp chúc mừng, v.v. để tăng giá trị sản phẩm.
Hoa theo bó	Bó nhỏ (1-5 bông)		<p>Mục tiêu: Tiếp cận khách hàng tiềm năng có thu nhập cao hơn, tăng lợi nhuận và khẳng định thương hiệu.</p> <p>Đặc điểm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân khúc này hướng đến những bó hoa có kích thước nhỏ, phù hợp làm quà tặng cho bạn bè hoặc người thân mà không cần sự cầu kì. <p>Chiến lược giá: 180.000 – 450.000đ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Định giá cao hơn so với dòng 1 nhưng vẫn đảm bảo tính cạnh tranh trên thị trường. Đơn hoa sẽ bao gồm thiệp cảm ơn, túi giấy. - Tập trung vào chất lượng sản phẩm và dịch vụ khách hàng.

			<p>Mục tiêu: Tiếp cận khách hàng cao cấp nhất, tạo dựng uy tín thương hiệu và tối đa hóa lợi nhuận.</p> <p>Đặc điểm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thiết kế độc đáo, tỉ mỉ, mang tính nghệ thuật cao. Có nhận thiết kế theo yêu cầu riêng của khách hàng. - Phù hợp cho các sự kiện quan trọng như, yêu cầu cao về sự tỉ mỉ, sáng tạo và mang tính độc nhất. <p>Chiến lược giá: >450.000đ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Định giá cao nhất trong các dòng sản phẩm. Đơn hoa sẽ bao gồm thiệp cảm ơn, túi nhựa. - Tạo dựng hình ảnh thương hiệu độc quyền, cao cấp.
	Bó lớn (>5 bông)		

2.3.3. Kênh phân phối (Place)

TiMi Shop quyết định lựa chọn kênh phân phối là Shopee, vì Shopee là một trong những nền tảng thương mại điện tử hàng đầu tại Việt Nam và khu vực Đông Nam Á. Khi lựa chọn Shopee làm kênh phân phối, TiMi Shop có thể tiết kiệm được một số chi phí quan trọng sau:

Chi phí đăng ký và niêm yết: Shopee cung cấp 0% phí đăng ký và 0% phí niêm yết cho tất cả các nhà bán hàng trên thị trường (Non-Shopee Mall sellers).

Chi phí cơ sở hạ tầng: Không cần đầu tư vào việc xây dựng và duy trì cơ sở hạ tầng bán hàng trực tuyến như website riêng, hệ thống thanh toán, và bảo mật.

Chi phí quảng cáo và tiếp thị: Shopee cung cấp nhiều công cụ tiếp thị miễn phí và các chương trình khuyến mãi giúp tăng hiển thị sản phẩm mà không cần chi phí quảng cáo cao.

Chi phí vận chuyển: Shopee hỗ trợ các dịch vụ vận chuyển có sẵn với mức giá cạnh tranh, giúp Shop tiết kiệm chi phí vận chuyển so với việc tự tổ chức giao hàng.

Những tiết kiệm chi phí này giúp TiMi Shop tối ưu hóa lợi nhuận và tập trung nguồn lực vào việc cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ khách hàng.

2.3.4. Xúc tiến (Promotion)

Giới thiệu cửa hàng thông qua mối quan hệ sẵn có.

Đối với TiMi Shop, không có quá nhiều lựa chọn làm truyền thông – quảng cáo bởi nguồn lực ban đầu là rất hạn chế. Vì thế việc tập trung vào phát triển marketing online là điều bắt buộc phải làm.

Xác định hoạt động marketing trọng tâm nên là các hoạt động Digital, ưu tiên các hoạt động hỗ trợ “ra sales”. VD: tham gia các hội nhóm về hoa trên mạng xã hội, tham gia các kênh zalo nhóm có khách hàng tiềm năng lẫn khách hàng cũ. Đối với khách hàng cũ cần quan tâm chăm sóc chẳng hạn như thường xuyên hỏi han, tri ân họ nhân các dịp đặc biệt như sinh nhật, lễ tết,...

Trong ngành hoa, yếu tố thẩm mỹ là rất quan trọng. Vì thế nên lựa chọn các mạng xã hội mang tính thẩm mỹ cao như Instagram và tính sáng tạo cao như Pinterest. Và ở trên những kênh này, người sử dụng cũng rất chú trọng cái đẹp vì thế rất có tiềm năng trở thành khách hàng của các TiMi Shop.

Đối với kênh bán hàng Shopee, sử dụng chiến lược khuyến mãi cho các mặt hàng, mua trên 10 sản phẩm sẽ được giá ưu đãi, tùy vào giá trị đơn hàng sẽ có quà tặng kèm.

Bảng 2. 2. Danh sách quà tặng kèm

Giá trị đơn hàng	Quà tặng kèm
30.000 – 180.000	Kẹp tóc Thiệp
180.000 – 450.000	Kẹp tóc Túi giấy đựng hoa Thiệp
450.000 – 700.000	Kẹp tóc Túi nhựa đựng hoa Thiệp
>700.000	Kẹp tóc Túi nhựa đựng hoa Thiệp

	Voucher ưu đãi 10% cho lần mua tiếp theo
--	--

2.4. Triển khai kế hoạch Marketing trên kênh Shopee

2.4.1. Chiến lược thương hiệu

Tên gian hàng: TiMi Shop

Logo:



Phong cách thương hiệu: Phong cách trẻ trung, đáng yêu, hiện đại thể hiện qua logo có 2 màu: hồng & xanh pastel. Sự kết hợp màu sắc này với font chữ Frankfurter có các đường cong mềm mại tạo cảm giác thân thiện, dễ gần, thu hút người nhìn, làm rõ thương hiệu hướng tới chân dung khách hàng trẻ trung, năng động.

Với mỗi sản phẩm của TiMi Shop sẽ bao gồm sản phẩm, thiệp cảm ơn, sticker logo của shop.



Hình 2. 6. Thiệp cảm ơn

2.4.2. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm - SEO cho gian hàng và sản phẩm

Tên gian hàng: TMi Shop

Mô tả gian hàng:

Chào mừng bạn đến với TiMi Shop

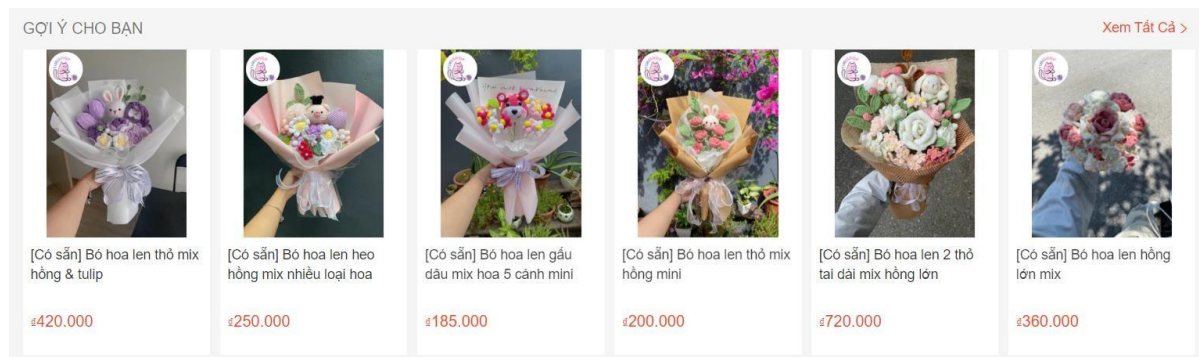
Tại đây, bạn sẽ tìm thấy những sản phẩm Handmade độc đáo và chất lượng được làm từ len sợi. Chúng tôi cung cấp đa dạng các sản phẩm phù hợp với mọi nhu cầu và sở thích của bạn,. Ngoài ra, tiệm mình còn nhận các đơn đặt hàng theo yêu cầu nữa nhé!!!

Hãy liên hệ với chúng tôi để được tư vấn và đặt hàng!

Thông tin liên hệ:

Điện thoại: [Số điện thoại]

Fanpage: [Link fanpage]



Hình 2. 7. Hình ảnh gian hàng

Tiêu đề sản phẩm:

Sử dụng từ khóa chính liên quan đến sản phẩm: Bó hoa len

Tiêu đề sản phẩm ngắn gọn, súc tích và thu hút.

MÔ TẢ SẢN PHẨM

🌿 TiMi Shop cảm ơn bạn đã chọn dừng lại tại góc nhỏ của tụi mình ❤️

Tụi mình có những chiếc hoa dễ thương HANDMADE 100% để bạn gửi đến những người thương ❤️

- Màu sắc: như hình (nếu bạn muốn hoa màu khác hãy nhắn tin cho shop nhé)
- Giấy gói: màu ngẫu nhiên
- Chất liệu: Len cotton
- Sản phẩm làm thủ công có sẵn, nếu bạn muốn order màu sắc khác hãy kiên nhẫn tụi mình 1-3 ngày nghenn!!

--

Hình 2. 8. Mô tả sản phẩm

Hình ảnh sản phẩm: Sử dụng hình ảnh đẹp, rõ ràng, có logo của Shop ở góc trên cùng bên phải, hình ảnh sản phẩm thể hiện rõ chi tiết sản phẩm.

Giá cả sản phẩm: Tùy sản phẩm, đặt giá dựa theo chiến lược giá, cung cấp các chương trình khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng.

2.4.3. *Shopee Live*

TiMi Shop sẽ thực hiện live tất cả các ngày trong tuần để quảng bá sản phẩm, trên live sẽ có thể mix hoa theo yêu cầu của khách để tăng lượng chốt đơn. Một trong những ưu điểm lớn nhất của Shopee Live là khả năng thu hút khách hàng mới một cách nhanh chóng. Khi bạn bắt đầu phát sóng trực tiếp trên Shopee, thông báo sẽ được gửi đến cho các khách hàng theo dõi shop của bạn, giúp bạn có thêm lượng khách hàng tiềm năng. Điều này giúp bạn tiếp cận được với nhiều khách hàng hơn, từ đó tăng khả năng bán hàng và doanh thu.

Hơn nữa, Shopee có tính năng sản phẩm được thiết lập giá chỉ có trên Live sẽ được hiển thị nổi bật cùng đồng hồ đếm ngược màu đỏ cam theo giới hạn thời gian mà người bán lựa chọn kích thích người mua nhanh chóng đưa ra quyết định mua hàng. Mức giá độc quyền chỉ áp dụng cho các sản phẩm được thêm vào giỏ hàng livestream giúp tăng tỉ lệ chuyển đổi khi người mua chốt đơn nhanh chóng để không bỏ lỡ cơ hội mua hàng giá cực tốt.[5]

Tiểu kết Chương 2

Kế hoạch Marketing chi tiết cho dự án kinh doanh hoa len handmade TiMi Shop đã được trình bày đầy đủ trong chương 2 này. Mục tiêu chính của kế hoạch là giúp TiMi Shop nâng cao nhận diện thương hiệu, mở rộng tệp khách hàng, tăng tỷ lệ chuyển đổi và đạt được doanh thu đề ra.

Phân tích thị trường mục tiêu đã chỉ ra nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với hoa len handmade, đặc biệt là trong bối cảnh tìm kiếm những sản phẩm cá nhân hóa và có giá trị thẩm mỹ. Khách hàng mục tiêu được phân loại theo các nhóm khác nhau, từ những người trẻ trung, yêu thích cái đẹp đến những người quan tâm đến bảo vệ môi trường.

Chiến lược Marketing Mix (4Ps) đã được xây dựng cẩn thận, bao gồm sản phẩm, giá cả, kênh phân phối và chiến lược khuyến mãi. Đặc biệt, việc lựa chọn kênh phân phối Shopee và sử dụng các công cụ tiếp thị trực tuyến như Shopee Live là một phần quan trọng của chiến lược, giúp tối ưu hóa hiệu quả tiếp cận khách hàng và tăng tỷ lệ chuyển đổi.

Tiếp theo, chiến lược thương hiệu của TiMi Shop đã được đề xuất, với mục tiêu tạo dựng hình ảnh thương hiệu trẻ trung, đáng yêu và hiện đại thông qua logo, phong cách và các yếu tố liên quan.

Cuối cùng, việc tận dụng các công cụ tối ưu hóa tìm kiếm, kết hợp với chiến lược quảng cáo và tiếp thị thông minh đã giúp TiMi Shop nổi bật trên nền tảng Shopee và thu hút được sự chú ý của đông đảo khách hàng. Bằng cách này, TiMi Shop không chỉ tiết kiệm được chi phí mà còn tối đa hóa hiệu quả tiếp cận và chuyển đổi khách hàng, góp phần vào sự thành công và phát triển bền vững của doanh nghiệp trong thị trường thương mại điện tử ngày càng cạnh tranh.

Toàn bộ các bước và chiến lược đã được thiết kế với mục tiêu tối ưu hóa doanh thu và tạo ra sự thành công trong việc phát triển sản phẩm hoa len handmade của TiMi Shop trên thị trường.

CHƯƠNG 3. LẬP KẾ HOẠCH NHẬP & SẢN XUẤT

3.1. Quy trình tạo ra sản phẩm

Mỗi một sản phẩm đều có một công thức tạo thành riêng, chính vì vậy nên thời gian hoàn thành sản phẩm là khác nhau. Quy trình để tạo ra một bông hoa sẽ bao gồm: Chuẩn bị nguyên liệu và dụng cụ:

Len: Loại len, màu sắc và số lượng len cần thiết sẽ phụ thuộc vào kiểu dáng và kích thước của hoa.

Kim móc len: Cần chọn kim móc có kích thước phù hợp với loại len sử dụng.

Kéo: Dùng để cắt len.

Bông gòn hoặc xốp: Dùng để nhồi bông vào hoa.

Dụng cụ hỗ trợ khác: Có thể cần thêm một số dụng cụ hỗ trợ khác như kim khâu, keo nến, hạt cườm, ruy băng, v.v.

Móc len:

Bắt đầu móc len theo hướng dẫn trong sơ đồ hoặc hình ảnh mẫu hoa.

Có thể sử dụng các mũi móc len cơ bản như mũi móc kép, mũi móc đơn, mũi bính, v.v.

Cần móc len đều tay, đảm bảo các mũi móc có kích thước đều nhau.

Hoàn thiện hoa:

Nhồi bông vào hoa để tạo độ căng phồng.

May hoặc dán các bộ phận của hoa lại với nhau.

Trang trí hoa bằng hạt cườm, ruy băng hoặc các phụ kiện khác (tùy mẫu khách chọn).

Gắn hoa vào cành, lá

Kiểm tra và hoàn thiện:

Kiểm tra xem hoa đã được hoàn thiện đầy đủ và đẹp mắt chưa.

Cắt tỉa các sợi len thừa.

Chỉnh sửa các chi tiết nhỏ nếu cần thiết.

Bó hoa: Đối với hoa bó, cần lựa chọn giấy gói phù hợp với màu sắc và kiểu dáng của hoa. Nên chọn giấy gói có chất lượng tốt, màu sắc hài hòa với hoa và tô điểm thêm cho vẻ đẹp của hoa bằng ruy băng, nơ,...

3.2. Kế hoạch nhập sản phẩm thô

Dựa trên quy trình tạo ra sản phẩm và giá nhân công ở thời điểm hiện tại, TiMi Shop đưa ra quyết định nhập hàng thô về và hoàn thiện thêm. Việc nhập hàng sẽ tối ưu hơn tự sản xuất, bởi vì:

Việc tự sản xuất có thể đòi hỏi đầu tư lớn chi phí vận hành hàng ngày như lương cho lao động, vật liệu,... Việc nhập hàng thô về và hoàn thiện thêm có thể giúp TiMi Shop tiết kiệm được thời gian, tiền bạc và công sức trong quá trình sản xuất. Điều này cũng giúp thợ của shop tập trung hơn vào việc tăng cường chất lượng sản phẩm và tối ưu hóa quy trình kinh doanh.

Bằng cách nhập hàng thô từ các nhà cung cấp khác nhau, TiMi Shop có thể đa dạng hóa sản phẩm của mình mà không cần phải đầu tư lớn vào việc mở rộng dây chuyền sản xuất hay nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Việc nhập hàng thô từ các nhà cung cấp uy tín có thể giảm thiểu rủi ro về chất lượng sản phẩm so với việc tự sản xuất. Các nhà cung cấp thường đã trải qua quy trình kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt, giúp đảm bảo sản phẩm đáp ứng được các tiêu chuẩn.

Sản phẩm thô sẽ tối ưu hóa trong việc vận chuyển vì gọn, không cồng kềnh.

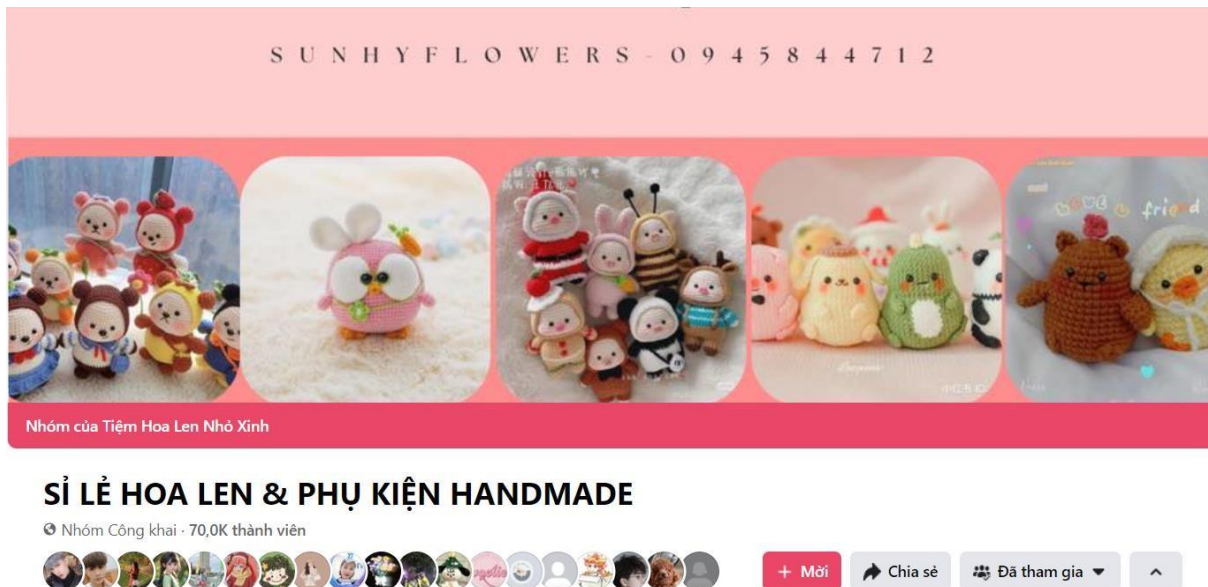
Hàng thô ở đây là những phôi sản phẩm chưa hoàn chỉnh:



Hình 3. 1. Hàng nhập sản phẩm thô

Đây là những phôi hoa đã được người thợ móc theo đơn đặt hàng nhưng chưa đi vào bước lắp ráp để hoàn thiện 100%.

Về nơi nhập hàng, TiMi Shop tìm đến những người thợ làm sỉ để đặt hàng cũng như thu mua số lượng lớn để được giá ưu đãi tốt nhất.



Hình 3. 2. Group sỉ lẻ hoa len

Về nguồn nhập, mình lựa chọn thợ sỉ chứ không qua công ty/tổ chức bởi vì:

Thợ sỉ thường cung cấp hàng hóa với giá cả ưu đãi hơn so với các công ty hoặc tổ chức lớn. Điều này giúp TiMi Shop tiết kiệm chi phí nhập hàng và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Shop có thể thỏa thuận về số lượng, mẫu mã và điều kiện thanh toán một cách linh hoạt hơn.

Thường mối quan hệ với thợ sỉ là trực tiếp và cá nhân hơn, giúp TiMi Shop dễ dàng truyền đạt các yêu cầu cụ thể và giải quyết vấn đề một cách nhanh chóng.

Bảng 3. 1. Bảng nhập sỉ

Nhà cung cấp	Sản phẩm	Giá/bông
Hoa Hoa (https://www.facebook.com/groups/247615914672544/user/61554728309077)	Hồng	12.000
	Hướng dương	12.000
Anh Kim (https://www.facebook.com/groups/247615914672544/user/100007956424306/)	Ly	13.000
	Tulip	8.000

An Đoàn (https://www.facebook.com/groups/247615914672544/user/100089739573452/) Hong Anh (https://www.facebook.com/groups/247615914672544/user/100016143008972/) Đỗ Nhi (https://www.facebook.com/groups/247615914672544/user/100029523732413/)	Lưu ly	5.000
	Lavender	7.000
	Cúc họa mi	3.000
	Cẩm chướng	13.000
	Đầu thú	18.000
	Lá	500

Đối với những ngày thường, Shop quyết định đặt hàng định kì theo tháng vì giao hàng theo lịch trình cụ thể giúp TiMi Shop dễ dàng quản lý lượng hàng tồn kho và đảm bảo nguồn cung ổn định, nếu có phát sinh sẽ đặt hàng theo số lượng, bán hết lại nhập.

Đối với mùa lễ, nhu cầu mua hoa thường tăng cao, Shop sẽ tăng cường tồn kho trước mùa lễ bằng cách nhập hàng thô về số lượng lớn hơn so với thường lệ. Điều này giúp đảm bảo rằng shop có đủ hàng để cung cấp cho khách hàng trong mùa lễ.

3.3. Kế hoạch hoàn thiện sản phẩm

Khi lựa chọn nhập hàng, công việc sản xuất bây giờ sẽ chỉ còn lại các khâu:


Nhồi bông tạo đông căng phồng cho hoa

Quấn cành, gắn lá cho hoa, liên kết các bộ phận hoa với nhau

Trang trí thêm những phụ kiện đính kèm như hạt cườm,...

Ở những công đoạn này, ta cần thêm một số nguyên liệu sau:

Bảng 3. 2. Bảng nguyên liệu và hoàn thiện sản phẩm

Nguyên liệu	Hình ảnh	Bảng giá
Bông gòn		37.000/1kg

Kẽm cành		20.000/200 cành
Súng bắn keo		80.000/1 cái
Keo		100.000/50 cây
Len màu quần cành		100.000/15 cuộn

Các nguyên liệu này có thể dễ dàng tìm thấy ở Hàng Mã, hàng Bò, nếu gấp sẽ có thể đặt mua trên các sàn thương mại điện tử.

Bảng 3. 3. So sánh sản phẩm thô và sản phẩm hoàn thiện

Phôi	Thành phẩm
	
	
	
	

Tiểu kết Chương 3

Đối với việc nhập hàng, TiMi Shop quyết định nhập hàng thô về và hoàn thiện thêm dựa trên quy trình sản xuất đã xây dựng và giá nhân công hiện tại. Hàng thô được định nghĩa là những phôi sản phẩm chưa hoàn chỉnh, và quy trình sản xuất bây giờ chỉ

tập trung vào các công việc cuối cùng như nhồi bông, quần cảnh và trang trí. Qua việc lập kế hoạch nhập và sản xuất, TiMi Shop đã xác định được quy trình làm việc cụ thể và hiệu quả, giúp tối ưu hóa quá trình sản xuất và đảm bảo chất lượng sản phẩm cuối cùng.

Quy trình sản xuất của TiMi Shop đã được thiết lập một cách tỉ mỉ và hiệu quả, bao gồm chuẩn bị nguyên liệu và dụng cụ, móc len, hoàn thiện hoa, kiểm tra và hoàn thiện. Đội ngũ thợ lành nghề của TiMi Shop không chỉ thực hiện các công đoạn sản xuất một cách tỉ mỉ mà còn truyền đạt vào mỗi sản phẩm một phần nghệ thuật và tinh tế riêng. Thông qua việc kết hợp giữa việc nhập hàng thô và hoàn thiện thêm, TiMi Shop đã giảm thiểu thời gian và chi phí sản xuất, đồng thời đảm bảo được sự đa dạng và chất lượng của sản phẩm. Tóm lại, TiMi Shop không chỉ tạo ra các sản phẩm len độc đáo và chất lượng cao mà còn góp phần phát triển thị trường sản phẩm thủ công.

CHƯƠNG 4. LẬP KẾ HOẠCH NHÂN LỰC

4.1. Phân tích nhu cầu nhân lực

Dựa theo kinh nghiệm đã sản xuất và kinh doanh thực tế, em có:

Bảng 4. 1. Thời gian hoàn thành công việc thực tế

Công việc	Trung bình thời gian hoàn thành/1 sản phẩm
Sản xuất khi có sẵn sản phẩm thô	3 phút
Gói hoa	15 phút
Đóng hàng	5 phút

Theo mục tiêu, ta có ước tính trong 1 tháng: 300 đơn hàng/tháng, doanh thu 105.000.000 đồng

Dựa theo sản phẩm, ta có giá trung bình của 1 bông hoa là 70.000, vậy để đạt được doanh thu trên ta cần hoàn thành khoảng 1.500 bông hoa/tháng

Bảng 4. 2. Thời gian hoàn thành công việc theo từng tháng

Công việc	Thời gian sản xuất/tháng
Sản xuất khi có sẵn sản phẩm thô	3 phút x 1500 bông = 75 giờ
Gói hoa	15 phút x 300 đơn = 75 giờ
Đóng hàng	5 phút x 300 đơn = 25 giờ
Tổng	175 giờ/tháng

Nhân viên sản xuất + gói hàng/đóng hàng: 2 nhân viên partime (ca 4 tiếng/ngày). Đối với mùa cao điểm như 8/3, 20/10, số lượng đơn có thể sẽ tăng lên, vị trí này có thể sẽ phải tuyển thêm 1 nhân viên thời vụ.

Thợ móc len chuyên nghiệp: 1 người, trong những trường hợp đơn hàng đặt của khách, sản phẩm không có trong danh mục hàng nhập thì người thợ móc len chuyên nghiệp là vô cùng cần thiết, ngoài ra còn hỗ trợ cho nhân viên sản xuất để hoàn thiện sản phẩm. Ngoài ra còn đảm nhiệm thêm việc quản lý kho hàng, đặt hàng,...

Quản lý kênh Shopee, chăm sóc khách hàng: 1 người. Phụ trách chăm sóc khách hàng, giải đáp thắc mắc, xử lý khiếu nại, đăng tải sản phẩm trên trang, xây kênh.

4.2. Lựa chọn hình thức tuyển dụng & trả lương

Nhân viên sản xuất + gói hàng/đóng hàng: 22.000/giờ

Thợ móc len chuyên nghiệp : 8.000.000

Quản lý kênh Shopee, chăm sóc khách hàng: Lương cứng: 8.000.000

Hình thức tuyển dụng:

Đối với nhân viên gói hàng/đóng hàng/sản xuất: Tuyển dụng đơn giản, vì nhân viên không yêu cầu quá nhiều kinh nghiệm, nếu không biết có thể đào tạo từ đầu. Có thể tuyển các bạn học sinh sinh viên vì các bạn cập nhật được những xu hướng mới trên thị trường, có lợi trong công việc cần đến sự sáng tạo như gói hoa, mix hoa, hơn nữa ca làm việc chỉ 4 tiếng/ngày, rất phù hợp.

Mô tả công việc:

Gói hàng, đóng hàng theo yêu cầu.

Tham gia sản xuất các sản phẩm handmade theo hướng dẫn.

Sắp xếp kho hàng, đảm bảo kho hàng gọn gàng, sạch sẽ.

Hỗ trợ các công việc khác theo yêu cầu của bộ phận.

Yêu cầu:

Chăm chỉ, cẩn thận, tỉ mỉ, có trách nhiệm cao.

Có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm tốt.

Có tinh thần học hỏi và ham phát triển bản thân.

Ưu tiên các bạn có kinh nghiệm làm việc trong môi trường kho hàng hoặc sản xuất.

Đối với thợ móc len chuyên nghiệp: Tự đảm nhiệm

Đối với quản lý kênh Shopee, chăm sóc khách hàng:

Mô tả công việc:

Đăng tải sản phẩm, hình ảnh, mô tả sản phẩm thu hút.

Chạy quảng cáo Shopee hiệu quả.

Giải đáp thắc mắc, tư vấn khách hàng qua tin nhắn Shopee.

Xử lý khiếu nại, đổi trả sản phẩm.

Theo dõi, phân tích hiệu quả hoạt động của kênh Shopee.

Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.

Yêu cầu:

Có ít nhất 1 năm kinh nghiệm quản lý kênh Shopee hoặc bán hàng online.

Có kinh nghiệm quản lý nhân sự, tài chính, kho hàng (ưu tiên).

Bảng 4. 3. Bảng lương cho từng bộ phận

STT	Công việc	Số lượng	Mức lương/giờ	Lương/tháng	Lương/6 tháng
1	Sản xuất	2	22.000	5.280.000	31.680.000
2	Thợ	1		8.000.000	48.000.000
3	Quản lý	1		8.000.000	48.000.000
Tổng				21.280.000	127.680.000

Tiểu kết Chương 4

Việc lập kế hoạch nhân lực của TiMi Shop được thực hiện một cách cẩn thận và chi tiết, nhằm đảm bảo đáp ứng được mục tiêu kinh doanh đã đề ra. Bằng cách phân tích nhu cầu nhân lực cụ thể, shop đã xác định được số lượng và loại nhân viên cần thiết cho từng công việc, từ sản xuất đến quản lý kênh bán hàng trên Shopee. Điều này giúp đảm bảo hiệu quả hoạt động hàng ngày của doanh nghiệp.

Việc lựa chọn hình thức tuyển dụng và trả lương cũng được xác định một cách linh hoạt và phù hợp với từng vị trí công việc. Đồng thời, việc tuyển dụng nhân viên gói hàng và sản xuất từ hội nhóm handmade hay trong số sinh viên cũng giúp tạo ra cơ hội cho người trẻ tham gia vào công việc và hỗ trợ sự phát triển của cộng đồng.

Tóm lại, việc lập kế hoạch nhân lực này không chỉ giúp TiMi Shop tổ chức và quản lý nguồn lực hiệu quả mà còn thể hiện cam kết của doanh nghiệp đối với việc phát triển bền vững và tạo ra cơ hội cho các thành viên của cộng đồng.

CHƯƠNG 5. LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

5.1 Báo cáo nguồn vốn và sử dụng quỹ

Tổng nguồn vốn: 300.000.000

Vốn chủ sở hữu có: 300.000.000

5.2. Dự tính chi phí hoạt động

Chi phí lương:

Bảng 5. 1. Dự tính chi phí lương

STT	Công việc	Số lượng	Mức lương/giờ	Lương/tháng	Lương/6 tháng
1	Sản xuất	2	22.000	5.280.000	31.680.000
2	Thợ	1		8.000.000	48.000.000
3	Quản lý	1		8.000.000	48.000.000
Tổng				21.280.000	127.680.000

Chi phí nhập hàng:

Bảng 5. 2. Dự tính chi phí nhập hàng

STT	Sản phẩm	Số lượng (dự kiến)	Giá/bông	Thành tiền
1	Hồng	2300	12.000	27.600.000
2	Hướng dương	2000	12.000	24.000.000
3	Ly	550	13.000	7.150.000
4	Tulip	2500	8.000	20.000.000
5	Lưu ly	1800	5.000	9.000.000
6	Lavender	560	7.000	3.920.000
7	Cúc họa mi	720	3.000	2.160.000
8	Cẩm chướng	670	13.000	8.710.000
9	Đầu thú	1500	18.000	27.000.000
10	Lá	10.000	500	5.000.000
Tổng			...	134.540.000

Chi phí mua nguyên vật liệu:

Bảng 5. 3. Dự tính chi phí nhập nguyên vật liệu

STT	Nguyên liệu	Số lượng sản phẩm (dự kiến)	Bảng giá	Thành tiền
1	Bông gòn	10kg	37.000/1kg	370.000
2	Kẽm cành	10000 cành	20.000/200 cành	1.000.000
3	Súng bắn keo	2 cái	80.000/1 chiếc	160.000
4	Keo	500 cây	100.000/50 cây	1.000.000
5	Len màu quần cành	60 cuộn	100.000/15 cuộn	400.000
6	Giấy gói hoa	150 tập	19.000/1 tập	2.850.000
7	Giấy méch	600 tờ	15.000/20 tờ	450.000
8	Giấy bóng kính	6 tập	50.000/ 1 tập	300.000
9	Xốp	100 mét	8.000/1 mét	800.000
10	Hộp carton 25x15x15	350	1.800/hộp	630.000
11	Hộp carton 40x30x20	900	3.600/hộp	3.240.000
12	Hộp carton 50x30x20	550	8.500/hộp	4.675.000
13	Túi giấy	900	500/túi	450.000
14	Túi nhựa	550	7.000/túi	3.850.000
15	Băng keo	40 cuộn	20.000/cuộn	800.000
16	Thiệp	2000 chiếc	500/chiếc	1.000.000
17	Kẹp tóc	2000 chiếc	1.000/chiếc	2.000.000
Tổng				23.975.000

5.3. Dự báo doanh thu

Chi phí cho tháng đầu tiên:

Bảng 5. 4. Dự tính chi phí tháng đầu tiên

STT	Loại chi phí	Thành tiền
1	Nhân sự	21.280.000

2	Nhập hàng	22.423.000
3	Marketing	5.000.000
4	Nguyên vật liệu	3.995.000
5	Chi phí khác	2.000.000
Tổng		54.698.000

Dự báo doanh thu tháng thứ nhất:

Bảng 5. 5. Dự tính doanh thu tháng thứ nhất

STT	Sản phẩm	Số lượng	Đơn giá trung bình	Thành tiền
1	Hoa lẻ	50	70.000	3.500.000
2	Hoa bó nhỏ	170	320.000	54.400.000
3	Hoa bó lớn	80	580.000	46.400.000
4	Tổng	300		104.300.000

=> Lợi nhuận tháng đầu: 52.422.000

Bảng dự tính chi phí, doanh thu, lợi nhuận trong 6 tháng:

Bảng 5. 6. Dự tính chi phí, doanh thu, lợi nhuận 6 tháng

Tháng	Chi phí	Doanh thu	Lợi nhuận
1	54.698.000	104.300.000	52.422.000
2	51.878.000	105.000.000	53.122.000
3	60.460.000	135.000.000	74.540.000
4	51.878.000	105.000.000	53.122.000
5	51.878.000	105.000.000	53.122.000
6	51.878.000	105.000.000	53.122.000
Tổng	322.670.000	659.300.000	336.630.000

Lợi nhuận thu được sau 6 tháng: **336.630.000**

Theo đó Shop sẽ hoàn vốn sau khoảng nửa năm kinh doanh và bắt đầu có lãi từ đó.

Tính NPV:

Với vốn đầu tư ban đầu: 300.000.000 VND

Dòng tiền thu vào tháng 1: 104.300.000

Dòng tiền thu vào tháng 2: 105.000.000

Dòng tiền thu vào tháng 3: 135.000.000

Dòng tiền thu vào tháng 4: 105.000.000

Dòng tiền thu vào tháng 5: 105.000.000

Dòng tiền thu vào tháng 6: 105.000.000

Tỷ lệ chiết khấu là 7.74% mỗi năm (lãi suất cho vay bình quân của các ngân hàng tại Việt Nam)

Tính NPV: $NPV = 189.373$

Kết luận: NPV của dự án kinh doanh hoa len handmade trong nửa năm là 189.373 VND. Kết quả NPV dương cho thấy dự án có hiệu quả và sinh lời trong nửa năm.

Tính IRR: Sử dụng phương pháp ngoại suy:

Chọn lãi suất(1) = 8% $\Rightarrow NPV = 184.569$

Chọn lãi suất(2) = 13% $\Rightarrow NPV = 100.914$

Chọn lãi suất(3) = 18% $\Rightarrow NPV = 30.913$

Chọn lãi suất(4) = 23% $\Rightarrow NPV = -28.760$

$$IRR = 18\% + \frac{30.913}{30.913 - (-28.760)}(23\% - 18\%) = 27.7\%$$

Tiểu kết Chương 5

Dự án này được đánh giá là khả thi dựa trên các kết quả tính toán NPV và IRR:

NPV: Với NPV dương là 189.373 VND, dự án sẽ sinh lời sau nửa năm. NPV dương cho thấy giá trị hiện tại của dòng tiền thu nhập từ dự án vượt qua chi phí đầu tư ban đầu, điều này là một dấu hiệu tích cực.

IRR: Tỷ suất hoàn vốn nội bộ (IRR) của dự án là 27.7% mỗi năm. Điều này có nghĩa là dự án có khả năng sinh lợi cao hơn mức lãi suất này, và là một mức lợi nhuận hấp dẫn.

Xét thấy $NPV > 0$ và $IRR > \text{chi phí vốn (7.74\%)}$, thực hiện dự án là có hiệu quả

Tổng thể, dự án kinh doanh hoa len handmade khả thi và hứa hẹn mang lại lợi nhuận sau nửa năm.

CHƯƠNG 6. LẬP KẾ HOẠCH QUẢN LÝ RỦI RO

6.1. Những rủi ro có thể xảy ra

Rủi ro xuất phát từ môi trường bên trong:

Sản phẩm có sức hút kém và chất lượng không đồng đều: Có thể có những sản phẩm không đạt chuẩn chất lượng, hoặc không phù hợp với sở thích và nhu cầu của khách hàng, dẫn đến sự mất niềm tin và sự hụt hẫng trong doanh số bán hàng.

Tay nghề của thợ thủ công không đồng đều: Sự không ổn định trong tay nghề của các thợ thủ công có thể dẫn đến sự biến đổi trong chất lượng sản phẩm, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến sự hài lòng của khách hàng.

Tăng giá nhập trong mùa cao điểm và tình trạng khan hiếm hàng: Trong các dịp lễ lớn như 8/3, 20/10, giá nhập hàng có thể tăng cao do nhu cầu tăng mạnh, đồng thời có thể xuất hiện tình trạng khan hiếm hàng, gây áp lực lên việc nhập hàng và ảnh hưởng đến doanh số bán hàng và lợi nhuận.

Hiệu quả của chiến dịch marketing: Các chiến dịch marketing không đạt được hiệu quả mong muốn do thiếu hiểu biết về đối tượng khách hàng, cũng như việc thiếu kế hoạch và chiến lược rõ ràng.

Rủi ro xuất phát từ môi trường bên ngoài:

Thị hiếu khách hàng thay đổi: Xu hướng và sở thích của khách hàng có thể thay đổi đột ngột, dẫn đến sự mất cân đối giữa cung và cầu, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến doanh số bán hàng.

Giảm chi tiêu và dự án không đạt kết quả cao: Trong môi trường kinh doanh không ổn định, khách hàng có thể giảm chi tiêu và dự án của bạn không đạt được kết quả kinh doanh cao như dự kiến, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến doanh thu và lợi nhuận.

6.2. Biện pháp xử lý rủi ro

Rủi ro xuất phát từ môi trường bên trong:

Đối với sản phẩm kém sức hút và chất lượng không đồng đều: Nghiên cứu kỹ thị trường để hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, cải thiện chất lượng sản phẩm thông qua việc kiểm tra chất lượng sản phẩm đều đặn và đầu tư vào đào tạo và phát triển tay nghề cho các thợ thủ công.

Tham khảo nhiều nguồn nhập khác nhau và lên sẵn danh sách dự phòng: Duy trì mối quan hệ với nhiều nhà cung cấp và chuẩn bị sẵn danh sách dự phòng để đối phó với tình trạng khan hiếm hàng và tăng giá nhập trong các dịp cao điểm.

Chú trọng xác định lại phân khúc thị trường và đẩy mạnh chiến dịch truyền thông: Tái định vị sản phẩm để phù hợp với nhu cầu của khách hàng, đồng thời đẩy mạnh chiến dịch quảng cáo và tiếp thị, đặc biệt là qua các kênh truyền thông xã hội.

Rủi ro xuất phát từ môi trường bên ngoài:

Chú ý tìm hiểu thị hiếu khách hàng và sẵn sàng cải tiến sản phẩm: Theo dõi các xu hướng thị trường và phản ứng nhanh chóng bằng cách cải tiến sản phẩm và dịch vụ để đáp ứng nhu cầu mới của khách hàng.

Sẵn sàng chuyển đổi cơ cấu sản phẩm: Linh hoạt và sẵn sàng thay đổi cơ cấu sản phẩm để phản ứng với thị trường và thay đổi nhanh chóng của thị hiếu khách hàng.

Tiểu kết Chương 6

Trong quá trình phân tích rủi ro của dự án kinh doanh hoa len trên nền tảng Shopee, em đã nhận diện và đánh giá một loạt các yếu tố có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động kinh doanh. Rủi ro từ môi trường bên trong như chất lượng sản phẩm không đồng đều, tay nghề thợ thủ công không ổn định và tăng giá nhập trong mùa cao điểm yêu cầu sự quản lý và kiểm soát chặt chẽ từ phía doanh nghiệp. Ngoài ra, các yếu tố bên ngoài như thị hiếu khách hàng thay đổi và giảm chi tiêu cũng đều là những rủi ro đáng quan ngại.

Tuy nhiên, để xử lý những rủi ro này, TiMi Shop có thể áp dụng một loạt biện pháp cụ thể. Điều quan trọng là cần thực hiện các biện pháp như nghiên cứu thị trường, đầu tư vào kiểm tra chất lượng sản phẩm, duy trì mối quan hệ với nhiều nhà cung cấp và đẩy mạnh chiến dịch truyền thông. Bằng cách này, Shop có thể giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh của dự án trong môi trường kinh doanh đầy biến động và thách thức.

CHƯƠNG 7. ĐÁNH GIÁ TÍNH KHẢ THI VÀ HIỆU QUẢ

7.1. Đánh giá

7.1.1. Điểm mạnh

Nhu cầu thị trường: Thị trường sản phẩm handmade, đặc biệt là các sản phẩm từ len và hoa len, đang chứng kiến sự tăng trưởng đáng kể. Ngày càng nhiều người tiêu dùng đang chuyển hướng từ sản phẩm công nghiệp sang những sản phẩm có giá trị thủ công, được làm từ các nguyên liệu tự nhiên và mang tính cá nhân cao. Sự phát triển của thị trường này đồng nghĩa với việc có một cơ hội lớn để sản phẩm hoa len của chúng ta phát triển và chiếm lĩnh thị trường.

Khả năng cạnh tranh: Sản phẩm hoa len handmade mang tính độc đáo và sáng tạo cao, điều này giúp doanh nghiệp của chúng ta tạo ra sự khác biệt rõ ràng so với các đối thủ cạnh tranh. Bằng cách tập trung vào việc tạo ra các sản phẩm chất lượng và độc đáo, nhận đơn đặt hàng theo yêu cầu riêng của khách, chúng ta có thể thu hút sự quan tâm của khách hàng và xây dựng một vị thế cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường.

Kênh bán hàng hiệu quả: Shopee không chỉ là một sàn thương mại điện tử phổ biến mà còn là một cộng đồng mua sắm trực tuyến đông đảo. Với hàng triệu người dùng truy cập hàng ngày, Shopee cung cấp một cơ hội lớn để chúng ta tiếp cận và tương tác với một lượng lớn khách hàng tiềm năng. Bằng cách sử dụng các công cụ tiếp thị và quảng cáo hiệu quả trên Shopee, chúng ta có thể tạo ra nhận thức thương hiệu cao và tăng doanh số bán hàng một cách đáng kể.

Tính linh hoạt của sản phẩm: Sản phẩm hoa len có tính linh hoạt cao và có thể được tùy chỉnh theo yêu cầu của khách hàng. Điều này mang lại một lợi thế cạnh tranh lớn, cho phép chúng ta tạo ra các sản phẩm độc đáo và phù hợp với nhiều nhu cầu khác nhau của khách hàng.

7.1.2. Điểm yếu

Thắt chặt chính sách từ Shopee: Sự thắt chặt các chính sách từ Shopee, như chính sách trả hàng hoàn tiền trong 15 ngày và tăng thời gian giam tiền của nhà bán hàng, có thể tạo ra áp lực đối với doanh nghiệp. Đặc biệt, việc yêu cầu nhà bán hàng cần có nguồn vốn ổn định để giải quyết các vấn đề có thể là một thách thức đối với các doanh nghiệp nhỏ và mới bắt đầu. Điều này đặt ra nhu cầu cần phải có kế hoạch tài chính chặt chẽ để đối phó với những yêu cầu này và đảm bảo sự ổn định trong kinh doanh.

Thiếu cửa hàng offline: Hiện tại, shop chưa có cửa hàng offline, do đó không có không gian trực tiếp để khách hàng trải nghiệm sản phẩm. Điều này có thể làm giảm khả năng tiếp cận và tương tác trực tiếp với khách hàng, đặc biệt là đối với những khách hàng có nhu cầu muốn xem và chạm vào sản phẩm trước khi quyết định mua hàng. Việc thiếu một không gian trải nghiệm sản phẩm trực tiếp có thể làm giảm khả năng thu hút và giữ chân khách hàng.

7.2. Nhận định

Dự án kinh doanh hoa len trên nền tảng Shopee có khả năng hoàn vốn và sinh lời trong thời gian ngắn đồng thời có nhiều thuận lợi trong bối cảnh nhu cầu đang nhiều hơn nguồn cung, từ đó tính khả thi của dự án được đánh giá ở mức cao. Dự án có tính linh hoạt cao và tiềm năng mở rộng lớn. Với việc sử dụng mô hình kinh doanh trực tuyến, chúng ta có thể dễ dàng điều chỉnh sản phẩm, giá cả và chiến lược tiếp thị theo phản hồi từ thị trường. Đồng thời, Shopee cũng cung cấp nhiều công cụ và tính năng hỗ trợ để mở rộng quy mô kinh doanh và tiếp cận đến nhiều đối tượng khách hàng hơn, từ đó tạo ra cơ hội tăng trưởng và sinh lời lớn.

Tiểu kết Chương 7

Qua phân tích các điểm mạnh và điểm yếu của dự án đã có thể làm rõ cơ hội và thách thức mà chúng ta sẽ đối mặt. Thị trường sản phẩm handmade đang trên đà phát triển, và sự độc đáo cùng tính linh hoạt của sản phẩm hoa len handmade đặt ra tiềm năng lớn cho việc thành công. Sử dụng kênh bán hàng trực tuyến trên Shopee cung cấp cơ hội tiếp cận hàng triệu khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên, các chính sách chặt chẽ từ Shopee và việc thiếu cửa hàng offline đều đặt ra những thách thức cần được vượt qua.

Tóm lại, dự án có tiềm năng sinh lời trong thời gian ngắn và đòi hỏi sự linh hoạt và sáng tạo để tận dụng cơ hội và vượt qua thách thức. Bằng việc đánh giá tổng thể và xác định chiến lược phù hợp, TiMi Shop có thể xây dựng một dự án kinh doanh thành công trên nền tảng Shopee, đáp ứng được nhu cầu của thị trường và mang lại lợi ích cho cả Shop và khách hàng.

PHẦN 3: THỰC HIỆN DỰ ÁN

1. Chiến lược chung của dự án

TiMi Shop sẽ tập trung vào các mục tiêu sau đây để đạt được tầm nhìn và sứ mệnh của mình:

Trở thành cửa hàng trực tuyến hàng đầu về hoa len handmade: TiMi Shop sẽ không chỉ cung cấp một loạt các sản phẩm hoa len độc đáo và chất lượng cao mà còn tạo ra các sản phẩm được thiết kế theo yêu cầu của khách hàng. Điều này sẽ giúp shop định vị mình là điểm đến hàng đầu cho những người yêu thích hoa len.

Áp dụng thương mại điện tử, đặc biệt là trên Shopee: Em sẽ tận dụng lợi thế của thương mại điện tử để tăng doanh số bán hàng và mở rộng thị phần. Việc chọn Shopee làm nền tảng chính sẽ giúp Shop tiếp cận được một lượng lớn khách hàng tiềm năng.

Thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường: TiMi cam kết sử dụng nguyên liệu bền vững và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Bằng cách này, shop mong muốn góp phần bảo vệ môi trường và giảm thiểu rác thải.

Tham gia các chiến dịch nâng cao nhận thức về thời trang bền vững: Shop sẽ tham gia các hoạt động và chiến dịch để lan tỏa thông điệp tích cực về thời trang bền vững và khuyến khích khách hàng tái sử dụng hoặc tái chế sản phẩm cũ.

Xây dựng thương hiệu mạnh mẽ và đạt được các chỉ tiêu kinh doanh: TiMi Shop sẽ hướng tới việc trở thành Top 3 ngành hàng hoa len handmade, được khách hàng nhớ đến thương hiệu khi cần đặt hàng hoa len theo yêu cầu. Đồng thời, Shop đặt mục tiêu đạt 300 đơn hàng/tháng, doanh thu 105.000.000/tháng, và lợi nhuận đạt 50.000.000/tháng. Đây là những chỉ tiêu cụ thể mà TiMi Shop sẽ hướng đến trong quá trình phát triển.

2. Lộ trình thực hiện

Tháng 1: Khởi đầu và chuẩn bị ban đầu

Tuần 1-2:

Hoàn tất nghiên cứu thị trường, phân tích đối thủ cạnh tranh và phân tích khách hàng mục tiêu.

Thiết lập mục tiêu kinh doanh cụ thể cho dự án, xác định nguồn vốn ban đầu cần thiết và lập bảng ngân sách chi tiết.

Tìm đơn vị nhập hàng uy tín, test hàng mẫu.

Thiết lập cửa hàng trên nền tảng Shopee và hoàn thiện thông tin sản phẩm.

Xây dựng thương hiệu TiMi Shop, bao gồm việc thiết kế logo, banner, và mô tả cửa hàng.

Chuẩn bị vật liệu và nguyên liệu cho việc hoàn thành sản phẩm.

Phân tích nhu cầu nhân lực để tuyển dụng nhân viên để triển khai công việc cho kịp tiến độ.

Tuần 3-4:

Đăng ký tài khoản người bán trên Shopee và thiết lập cửa hàng, tối ưu hóa hồ sơ cửa hàng với nội dung mô tả sản phẩm và hình ảnh. Triển khai chiến lược tiếp thị trên Shopee, bao gồm việc tạo ra các ưu đãi và khuyến mãi đặc biệt, thực hiện livestream

Tạo nội dung tiếp thị chất lượng cao, bao gồm hình ảnh sản phẩm và mô tả sản phẩm hấp dẫn.

Tháng 2 + 3 + 4: Phát triển sản phẩm và tiếp thị

Tăng cường sản xuất và mở rộng danh mục sản phẩm. Triển khai các chiến dịch tiếp thị trên Shopee và các kênh truyền thông xã hội: Facebook, Instagram.

Hợp tác với các influencers để quảng bá, gắn link sản phẩm.

Thu thập và phân tích phản hồi từ khách hàng để điều chỉnh và cải thiện dịch vụ. Phân tích dữ liệu bán hàng để hiểu rõ hơn về mô hình tiêu thụ và ưu thích của khách hàng. Đánh giá hiệu quả của các chiến dịch marketing đã triển khai và xác định những điểm mạnh, điểm yếu.

Dựa trên phân tích, điều chỉnh chiến lược kinh doanh để tối ưu hóa hiệu suất. Dựa theo lượng tiêu thụ hàng hóa để điều chỉnh lượng hàng nhập cũng như nhân sự.

Chạy các chiến dịch quảng cáo nhắm mục tiêu đến các đối tượng khách hàng tiềm năng để tăng cường nhận thức về sản phẩm.

Tham gia các sự kiện như hội chợ, triển lãm để tăng cơ hội tiếp cận và xây dựng mối quan hệ với đối tác và khách hàng. Tổ chức các cuộc thi, minigame trên mạng xã hội để tạo ra sự tương tác và tăng cường tầm nhìn thương hiệu.

Mở rộng kênh hỗ trợ khách hàng qua các phương tiện như chatbox, email, và điện thoại để cung cấp sự tiện lợi và linh hoạt cho khách hàng.

Cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng 24/7 để giải quyết các vấn đề và yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng.

Tháng 5 + 6: Tối ưu hóa và Mở rộng

Phân tích các chỉ số như doanh thu, thị phần, lợi nhuận để đo lường hiệu suất kinh doanh, từ đó đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng thông qua phản hồi và đánh giá từ họ.

Xác định điểm mạnh và điểm yếu của dự án để có các biện pháp cải thiện và tối ưu hóa trong giai đoạn tiếp theo.

Đề ra các mục tiêu mới và rõ ràng để hướng dẫn cho hoạt động kinh doanh trong tương lai.

Phát triển chiến lược kinh doanh phù hợp với mục tiêu và điều kiện thị trường. Triển khai kế hoạch tìm kiếm nguồn vốn đầu tư để mở rộng hoạt động kinh doanh và đạt được mục tiêu mới.

KẾT LUẬN

Dự án kinh doanh sản phẩm từ len sợi trên nền tảng Shopee chuyên cung ứng các loại hoa len handmade là phù hợp với điều kiện thực tế. Mỗi người luôn có nhu cầu giao tiếp xã hội, nhu cầu thể hiện tình cảm với người thân, bạn bè và nhu cầu này ngày càng phát triển đi đôi với sự phát triển của đời sống xã hội.

Điều quan trọng nhất mà TiMi Shop hướng tới là đưa hoa len tới với mọi người theo đúng tôn chỉ của “Khiến khách hàng hài lòng từ chất lượng tới phục vụ”. Em tin tưởng vào sự ủng hộ của xã hội đối với dự án và tin vào sự thành công của TiMi Shop.

Mặc dù đã hết sức cố gắng để xây dựng dự án, nhưng do còn nhiều hạn chế về kinh nghiệm và trình độ nên thiếu sót là điều khó tránh khỏi. Em rất mong muốn và hy vọng nhận được sự quan tâm, đánh giá và giúp đỡ của các thầy cô để khi đi vào hoạt động dự án sẽ gặt hái được nhiều thành công.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Danh mục các Website tham khảo:

- [1] <https://congthuong.vn/sau-ngay-2010-hoa-ngap-thung-rac-280407.html>
- [2] <https://www.gso.gov.vn/tin-tuc-thong-ke/2024/03/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-i-nam-2024/>
- [3] <https://innovativehub.com.vn/tong-quan-thi-truong-thu-cong-my-nghe-2023/>
- [4] <https://metric.vn/hoa-len-handmade>
- [5] <https://banhang.shopee.vn/edu/article/20503>