**ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP.HCM**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

**----oOo----**



**BÁO CÁO ĐỒ ÁN MÔN HỌC**

**THIẾT KẾ HỆ THỐNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**ĐỀ TÀI**

**BÁN TRANG SỨC TRÊN SENDO.VN**

**Giảng viên hướng dẫn:** *Trình Trọng Tín*

**Nhóm sinh viên thực hiện:** *Nhóm 10*

1. Đinh Minh Chí – 15520063
2. Nguyễn Võ Thái Dương – 15520150
3. Nguyễn Trần Khánh Lộc – 15520432

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 05 năm 201**8*

# **LỜI CẢM ƠN**

Trong suốt quá trình học môn *Thiết kế hệ thống thương mại điện tử* và hoàn thành đồ án môn học, nhóm em đã nhận được rất nhiều kiến thức bổ ích và góp ý từ Thầy ***Trình Trọng Tín***. Thầy đã cung cấp những kiến thức cần thiết cũng như hướng dẫn cho nhóm em cách tìm hiểu, nghiên cứu đề tài đã đăng ký để nhóm có thể hoàn thành đồ án môn học. Nhóm chúng em xin chân thành gửi lời cảm ơn đến Thầy cùng với những kiến thức mà Thầy đã truyền đạt cho chúng em trong thời gian qua!

Trân trọng.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 05 năm 2018

NHÓM THỰC HIỆN

# **NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

TP. Hồ Chí Minh, ngày … tháng … năm 20…

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

# **GIỚI THIỆU CHUNG**

Hiện nay, các dòng trang sức trên thị trường có rất nhiều loại khác nhau, đa dạng về kiểu dáng, giá cả, không còn quá đắt đỏ so với trước kia. Nhu cầu sử dụng trang sức để làm đẹp của các chị em phụ nữ, các đấng mày râu cũng từ đó mà tăng cao. Vì vậy, bên website của nhóm em sẽ mở dịch vụ mua bán, cung cấp các dòng trang sức như nhẫn, vòng tay, dây chuyền, …và tích hợp vào đó các tool thuận tiện hơn cho việc quản lý, mua bán.

# **MÔ HÌNH KINH DOANH (BUSINESS MODEL)**

Mô hình sử dụng hình thức kinh doanh online thông qua website Thương mại điện tử. Website được thiết kế để bán hàng, có giỏ hàng bên trong website, có thể thanh toán trực tuyến trực tiếp bên trong website. Mô hình kinh doanh online thuận tiện hơn bán hàng truyền thống rất nhiều. Cắt giảm được nhiều chi phí về mặt bằng, nhân công.

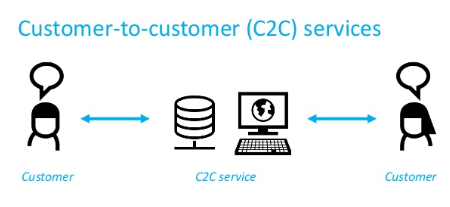
Nhóm sẽ nhập trực tiếp một số sản phẩm từ nhà cung cấp và lưu trữ tại kho. Sau đó, nhóm sẽ tiến hành đăng các bài viết về sản phẩm bằng các tài khoản mà nhóm đã đăng ký trên trang Thương mại điện tử Sendo.vn. Sau đó, khách hàng sẽ mua hàng bằng cách đặt hàng trực tiếp trên website và chọn phương thức vận chuyển phù hợp. Sau đó, nhóm sẽ viết tool để đưa những đơn hàng đó về cùng một nơi để quản lý và xử lý. Từ đó, đơn hàng của khách hàng sẽ được vận chuyển đến địa chỉ như đã đặt. Trong giai đoạn trước – trong – sau bán hàng đều có những chính sách chăm sóc khách hàng nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu mua hàng của khách, cũng như đảm bảo sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ và chất lượng sản phẩm. Qua đó tạo được niềm tin cho khách hàng.

## **Mô hình doanh thu (Revenue Model)**

Mô hình doanh thu là cách thức để doanh nghiệp có doanh thu, tạo ra lợi nhuận, và mức lợi nhuận lớn hơn trên vốn đầu tư.

Website thu lợi nhuận thông qua việc bán sản phẩm.

Chủ yếu sử dụng mô hình C2C (Customer to Customer - Người tiêu dùng với người tiêu dùng)



C2C có thể hiểu đơn giản là nền tảng TMĐT nơi người dùng có thể tự mở một Shop online để bán hàng cho những cá nhân khác. Đặc điểm nổi bật nhất của nền tảng này đó là ai cũng có thể trở thành người bán, và đồng thời là người mua. Các cá nhân này phải trả một mức phí cho chủ nền tảng TMĐT đó khi đăng bán sản phẩm cũng như trích lại % doanh số khi bán được sản phẩm.

Mô hình doanh thu phí giao dịch: doanh nghiệp nhận một khoản phí khi các đối tác thực hiện giao dịch thông qua website của doanh nghiệp.

Mô hình doanh thu bán hàng: doanh nghiệp theo mô hình này thu được doanh thu từ việc bán hàng hóa, dịch vụ và thông tin cho khách hàng. Thu thập các thông tin về những người sử dụng trực tuyến, sau đó bán các thông tin này cho những doanh nghiệp khác.

Mô hình doanh thu liên kết: theo mô hình này, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh được tiến hành trên cơ sở xây dựng một website liên kết-hợp tác với các doanh nghiệp sản xuất hay các nhà phân phối. Doanh thu của doanh nghiệp thu được là các khoản phí tham khảo (hay phí liên kết kinh doanh) hoặc một khoản phần trăm trên doanh thu của các hoạt động bán hàng thực hiện trên cơ sở các liên kết giới thiệu.

## **Đối tượng khách hàng**

Tất cả các khách hàng (kể cả nam lẫn nữ) thích đeo trang sức, yêu thích làm đẹp hoặc có nhu cầu mua làm quà tặng cho người yêu, bạn bè hoặc người than trong gia đình.

Những khách hàng sử dụng smartphone có truy cập Internet, sử dụng ứng dụng của Sendo.vn trên iOs hoặc Android.

## **Thị trường mục tiêu**

Hiện nay, trên thị trường có rất nhiều doanh nghiệp, cá nhân đang bán các sản phẩm về trang sức dành cho nam và nữ. Vì thế, môi trường kinh doanh của loại sản phẩm này vô cùng cạnh tranh và khắc nghiệt. Để có thể cạnh tranh và đứng vững trên thị trường thì việc tạo lòng tin, uy tín với khách hàng về chất lượng, xuất xứ của sản phẩm là vô cùng quan trọng.

Dành cho người bán và người mua trên toàn lãnh thổ Việt Nam.

## **Cách tiếp thị mới**

*Đặt tên sản phẩm ấn tượng, dễ nhớ, dễ đọc*: Hãy đảm bảo rằng đó là một cái tên đáng nhớ, gợi liên tưởng và dễ phát âm. Nói cách khác, nếu nhìn thấy, bạn có thể đọc dễ dàng. Nếu nghe thấy, bạn có thể nhớ và đánh vần lại dễ dàng. Luôn nhắc nhở đội ngũ nhân viên phát triển sản phẩm nắm vững và thực thi quy tắc này. Những cái tên nội bộ hiếm khi thích hợp với các khách hàng bên ngoài và khó có thể đẩy mạnh các nỗ lực tiếp thị. Cần tránh sử dụng các từ viết tắt hay những nhãn hiệu miêu tả trực tiếp. Chúng khó có thể gây ấn tượng với các khách hàng so với các đối thủ cạnh tranh.

*Xây dựng một hệ thống hình ảnh đẹp, rõ ràng, sắc nét*: Hệ thống hình ảnh thể hiện ở logo thông qua màu sắc, hình tượng, ngôn từ, bố cục trình bày, sắp xếp tiêu đề, và các yếu tố quan trọng khác nhằm phản ánh mạnh mẽ sản phẩm/dịch vụ của nhóm.

*Tiếp thị trên nhiều kênh khác nhau*: Để tung ra thị trường một sản phẩm/dịch vụ mới, thì một hành động xúc tiến đơn lẻ hoặc chỉ với một thông cáo báo chí sẽ không hiệu quả. Trên thực tế, phải tiếp cận nhiều kênh quảng cáo khác nhau: trên các phương tiện truyền thông đại chúng, mạng xã hội, tiếp thị trực tiếp, các chiến dịch quảng bá qua e-mail, cập nhập trang web, văn hóa sản phẩm, xúc tiến bán hàng, giao tiếp nhân viên, triển lãm thương mại … Bên cạnh đó là bất cứ ý tưởng tiếp thị sáng tạo nào thích hợp với các khách hàng tiềm năng của nhóm.

## **Cách tiếp thị lại**

*Tiếp thị lại* (*Remarketing*) là một cách quảng cáo chỉ hiển thị cho những người đã truy cập vào trang web của bạn nhưng không có bất kỳ hành động mong muốn nào: đặt hàng, đăng ký thành viên, …

Chỉ 1-2% khách mua hàng ngay từ lần truy cập đầu tiên. Đa số mọi người cần thêm thời gian và cả sự tin tưởng. Những người đã từng vào trang web của bạn, có thể chưa mua, nhưng họ là những khách hàng tiềm năng, sẽ mua trong tương lai. Bạn có thể quảng cáo tới những người đã ghé thăm website mà chưa mua hàng cho dù họ đi bất cứ đâu trên Internet. Kỹ thuật này được gọi là *ReMarketing (Tiếp thị lại).*

* ***Cách tiếp thị lại:***
* Thực hiện chiến lược thứ nhất của sendo.vn là *dẫn đầu chi phí* (giảm chi phí sản phẩm dịch vụ): thường xuyên có các chương trình khuyến mãi, giảm giá sản phẩm – dịch vụ, xây dựng thêm gian hàng khuyến mãi để khách hàng có nhiều lựa chọn.
* Thực hiện chiến lược thứ hai của sendo.vn là *chiến lược chạy*: luôn tạo mới và thay đổi các sản phẩm, dịch vụ để cung cấp cho khách hàng một cách tốt nhất.
* ***Tiếp thị lại bằng Google Adwords:***
* Vào Adwords, lấy code Remarketing và thêm vào tất cả các trang trên website của bạn. Khi ai đó vào trang web sẽ bị theo dõi. Google bắt đầu lấy thông tin của người truy cập. Khi số người trong danh sách đạt đủ yêu cầu thì quảng cáo mới hiển thị cho những người có trong danh sách:

+ Display Network: yêu cầu >= 100 cookies (~100 người).

+ Google Search: yêu cầu >= 1000 cookies (~1000 người)

* Tạo các danh sách tiếp thị lại (Remarketing List, nôm na là danh sách khách hàng bị theo dõi), dựa trên: URL của trang web, Thời gian (tính từ lần gần cuối họ vào).
* Tạo chiến dịch tiếp thị lại sử dụng danh sách: quảng cáo sẽ chỉ hiển thị cho những ai đã vào trang web của bạn, và không được hiển thị cho những người không có trong danh sách. Nếu 1 người có mặt trong nhiều danh sách thì quảng cáo nào có AdRank lớn hơn sẽ được hiển thị.
* Bạn có thể tạo danh sách tiếp thị lại cho từng sản phẩm hoặc nhóm sản phẩm. Hoặc có thể đuổi theo những ai đã vào xem giỏ hàng (cart.html) nhưng không vào trang xác nhận đơn hàng (buy.html).
* Bạn cũng có thể tùy chọn thời gian hoạt động của quảng cáo.

Ví dụ: bạn đặt 30 ngày, nghĩa là quảng cáo chỉ hiển thị cho khách hàng đó trong vòng 30 ngày. Hết 30 ngày mà khách hàng đó không quay lại trang web của bạn thì họ sẽ không thấy quảng cáo trên trang mạng hiển thị Google nữa.

* Nếu muốn tiếp cận khách đã thực hiện mua hàng bất cứ lúc nào từ 30-90 ngày trước, bạn hãy tạo danh sách 1 với thời hạn 30 ngày. Sau đó tạo danh sách 2 với thời hạn 90 ngày. Sử dụng danh sách kết hợp tùy chỉnh để tiếp cận tất cả khách hàng trong danh sách 90 ngày, nhưng không phải danh sách 30 ngày. Ngoài Google Adwords, bạn có thể tận dụng tính năng Remarketing của Facebook. Qua đó, những người đã từng ghé thăm website của bạn sẽ luôn nhìn thấy của bạn cho dù họ đang ở đâu trên Internet.