

<p>Problem</p> <ul style="list-style-type: none"> - Người dùng không có phương tiện để mua sắm - Không có nhiều thời gian để mua sắm - Cửa hàng ở xa - Khó so sánh giá cả giữa các cửa hàng <p>Alternative solutions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhờ người thân hoặc bạn bè mua - Lựa chọn các cửa hàng gần nhà, hoặc có dịch vụ giao hàng - Mặc cả với người bán để được giảm giá - Các trang TMDT khác như Lazada, Shopee, Sendo... 	<p>Solution</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mua hàng online - Có nhiều sản phẩm - Có dịch vụ giao hàng nhanh - Nhiều ưu đãi, giá rẻ <p>Key Metrics</p> <ul style="list-style-type: none"> - User hàng tháng - Transactions hằng tháng - Tỷ lệ user quay lại - Thời gian vận chuyển trung bình - Tỷ lệ đối tác gắn bó lâu dài 	<p>Unique Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiki trading kiểm tra chất lượng sản phẩm - Giao hàng nhanh trong 2 giờ - Giá rẻ hơn mua offline 	<p>Unfair Advantage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhận diện thương hiệu tốt - Chiếm thị phần cao - Mạng lưới phân phối rộng, giao hàng nhanh chóng, đề cao chất lượng hàng hóa lên hàng đầu. <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Website - Hotline - Youtube 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - Những người từ 17 – 35 tuổi - Ở các thành phố lớn như: TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng... - Sinh viên, nhân viên văn phòng, người nội trợ - Sử dụng Internet thường xuyên - Ít có thời gian mua sắm nhưng lại thích học tập, giải trí bằng sách
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhân sự - Marketing - Công nghệ, hạ tầng mạng - Logistic: nhiên liệu, kho bãi, văn phòng, phương tiện 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lợi nhuận từ kinh doanh sản phẩm của tiki trading - Lợi nhuận từ dịch vụ giao hàng - Tiền hoa hồng của các shop, đối tác đăng ký bán sản phẩm trên Tiki 		

PRODUCT

MARKET