

Huỳnh Thị Mỹ Linh

Nhóm 1. Product Management 2&4

Problem

1

Hoạt động	Lý do
Trao đổi, mua bán những vật phẩm đã qua sử dụng	Giúp mọi người tiết kiệm chi phí , không lãng phí những sản phẩm “cũ người mới ta” . Tìm hiểu những thông tin liên quan đến sản phẩm mà người dùng đang tìm kiếm.

Step	Obstacle	Negative Feeling
Đăng nhập vào FB	Bắt buộc phải có tài khoản fb	Phải làm từng bước để tạo tk
Tìm vào page trao đổi/ mua bán sản phẩm	Tìm đúng trang chính của chủc năng này	Khó chịu vì có nhiều page có tên giống nhau
Đăng bài trao đổi/mua bán sp	Mô tả các thông tin liên quan đến sản phẩm	Mất thời gian vì phải điền nhiều thông tin để mô tả sản phẩm
Tìm kiếm những sản phẩm đang muốn mua/ trao đổi	Chọn lọc những sp phù hợp với bản thân	Vội vã vì muốn có được sp nhanh nhất có thể

Một nhóm người dùng FB quan tâm đến việc trao đổi/ mua bán sp cũ (User role) họ sẽ thấy hơi vội vã (Negative feeling) về việc trao đổi, đăng bài, tìm kiếm một sp nào đó vì có quá nhiều sự lựa chọn cho sp mà người dùng đang tìm kiếm (Reason). Cần phải tìm hiểu, trao đổi rõ ràng (Step) những tùy thuộc vào sự mong muốn, và chọn lọc những sp phù hợp với bản thân (Obstacle)

Solution

1 USP: Đề xuất về việc trao đổi , mua bán các sản phẩm đã được qua sử dụng

2 Benefits: Những vật dụng sau khi đã được sử dụng và người dùng cảm thấy không cần thiết nữa, thay vì chất đống hoặc vứt nó đi người dùng có thể trao đổi những vật dụng của bản thân với đồ dùng của người dùng hoặc có thể mua bán lại nó giúp tiết kiệm chi phí cho người dùng.

3 Traction:

Market

1 Target:

-Đối với người muốn trao đổi sản phẩm/ bán: chọn những sản phẩm muốn thực hiện, mô tả chi tiết về nó: tên sản phẩm, mô tả chi tiết, tình trạng, giá bán/ trao đổi, thông tin liên lạc, địa chỉ,.... Và đăng bài

-Đối với người tìm mua sản phẩm: tìm kiếm những sản phẩm như mong muốn, liên lạc với người đăng tin để trao đổi thông tin

2 Size : Sản phẩm dành cho người sử dụng Facebook ở Việt Nam

Hiện nay số dân Việt Nam là 23 triệu người trong đó 30% dân số VN tham gia mua hàng online và dự báo con số này sẽ tăng cao trong các năm tới <https://tinnhanhchungkhoan.vn/thuong-truong/ban-le-tieu-dung-mua-hang-online-len-ngoi-248073.html>

Thời gian truy cập vào Facebook của người Việt Nam trung bình 1 người 1 ngày 2.12 tiếng . Và so sánh mức độ mua hàng online ở Facebook và Zalo thì Facebook nhiều gấp 3.72 lần so với Zalo

<https://vinaresearch.net/public/news/2201-bao-cao-nghien-cuu-thoi-quen-su-dung-mang-xa-hoi-cua-nguoi-viet-nam-2018.vnrs>

3 Advantages: Ưu điểm ở đây người dùng có thể xem, gọi điện trao đổi trực tiếp những sản phẩm với nhau một cách dễ dàng

Business Model

1 Go to market : Sẽ thực hiện những video quảng cáo về ứng dụng đến với người dùng Facebook ở Việt Nam , video giới thiệu chức năng chính cũng như cách sử dụng sản phẩm trước khi đưa sản phẩm vào chạy thực tế.

2 Revenue model:

Có thể thu tiền với hình thức thanh toán COD, thanh toán tiền mặt sau khi nhận hàng. Và khi users tương tác, mua bán nhiều sẽ hiển thị nhiều, và việc kinh doanh quảng cáo cũng sẽ đem lại nhiều tiền hơn.

3 Next milestone: Mong đợi gần nhất là sản phẩm sẽ thành công nhất định thành công đối với người dùng ở TP HCM Việt Nam, sau đó sẽ được phổ biến hơn đến các tỉnh thành khác ở VN