

ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP.HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN
KHOA HỆ THÔNG THÔNG TIN



BÁO CÁO ĐO ÁN
QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG
ĐỀ TÀI: Xây dựng chuỗi cung ứng cho đồ dùng thú cưng

GVHD: ThS. Nguyễn Minh Hằng

Sinh viên thực hiện:

Trương Đăng Khôi 21521019

Trần Giáp Minh 22520889

Vũ Đăng Khoa 22520693

Trần Ngọc Quyền 20520730

TP. Hồ Chí Minh, tháng 5 năm 2025

LỜI CẢM ƠN

Chúng em xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành đến Cô Nguyễn Minh Hằng, người đã hướng dẫn và hỗ trợ chúng em trong môn học "Nhập môn Chuỗi cung ứng" tại trường Đại học Công nghệ thông tin. Chính nhờ sự chỉ dẫn tận tình và kiến thức quý báu từ Cô, chúng em đã có thể hoàn thành đề tài về quản trị chuỗi cung ứng sản phẩm thú cưng LuxPaws.

Trong suốt quá trình thực hiện đề tài, chúng em đã có cơ hội tiếp cận và nắm vững hơn về các quy trình và hoạt động của chuỗi cung ứng trong lĩnh vực kinh doanh thú cưng. Những thử thách và khó khăn từ thực tế đã giúp chúng em rèn luyện và phát triển kỹ năng, đồng thời nhờ vào sự tận tâm và sự hướng dẫn nhiệt tình của Cô, chúng em đã vượt qua mọi trở ngại.

Dù đã nỗ lực hết mình, chúng em cũng nhận thấy rằng với kiến thức chuyên ngành còn hạn chế và thời gian có giới hạn, đề tài của chúng em có thể vẫn chưa hoàn thiện và cần được cải thiện thêm. Chúng em rất mong nhận được sự đóng góp và phản hồi từ phía Cô để đề tài này có thể được hoàn thiện hơn, phản ánh đúng thực tế và hữu ích cho công việc sau này.

Chúng em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Cô Nguyễn Minh Hằng và chúc Cô luôn mạnh khỏe, hạnh phúc và gặt hái được nhiều thành công trong sự nghiệp giảng dạy.

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 5 năm 2025

Nhóm sinh viên thực hiện

Nhóm 1

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN

Mục Lục

1. GIỚI THIỆU ĐỒ ÁN.....	7
1.1. Giới thiệu doanh nghiệp	7
1.1.1. Tổng quan doanh nghiệp.....	7
1.1.2. Tâm Nhìn – Sứ Mệnh – Triết Lý Kinh Doanh	8
1.2. Lý Do Chọn Đề Tài	9
1.3. Sản phẩm	13
1.3.1. Sản phẩm Signature	14
1.3.2. Danh sách sản phẩm	16
1.4. Mô Hình Kinh Doanh	21
1.4.1. Mô hình kinh doanh Online	21
1.4.2. Mô Hình Kinh Doanh Offline	22
1.5. Chiến Lược Kinh Doanh	22
1.5.1. Chiến lược Sản phẩm.....	22
1.5.2. Chiến lược Dịch vụ.....	23
1.5.3. Chiến lược Giá.....	25
1.5.4. Chiến lược Tiếp thị	25
1.5.5. Chiến lược Cross-Sales.....	26
1.5.6. Chiến lược Nhân sự	26
1.6. Lợi thế cạnh tranh.....	26
1.7. Giá trị tạo ra.....	29
1.7.1. Giá trị cho khách hàng:.....	29
1.7.2. Giá trị dịch vụ và sản phẩm:	29
1.7.3. Giá trị cho cộng đồng	30
1.7.4. Giá trị môi trường:	31
1.8. Phân khúc khách hàng	31
1.8.1. Phân khúc theo thú cưng:	33
1.9. Kênh bán hàng	33

1.9.1. Kênh Offline	33
1.9.2. Kênh Online.....	34
2. KHẢO SÁT HIỆN TRẠNG.....	36
2.1. Nghiên Cứu Thị Trường	36
2.1.1. Phân Tích Thị Trường	36
2.1.2. Khảo sát thị trường	39
2.2. Phân tích đối thủ cạnh tranh	52
2.2.1. Linpet.....	52
2.2.2. Dogparadise	53
2.2.3. Titi Petshop.....	54
2.2.4. Các đối thủ trên shopee.	54
2.3. Phân tích SWOT	54
2.3.1 Strengths (Điểm Mạnh)	54
2.3.1 Weaknesses (Điểm Yếu)	55
2.3.1 Opportunities (Cơ Hội).....	55
2.3.1 Threats (Thách Thức)	56
3. THIẾT KẾ CẤU TRÚC CHUỖI CUNG ỨNG	57
3.1. Sơ lược về tổ chức công ty	57
3.2. Chi tiết về tổ chức công ty	57
3.2.1. Giám đốc.....	57
3.2.2. Bộ phận sản xuất.....	57
3.2.3. Bộ phận bán hàng	58
3.2.4. Bộ phận kho.....	58
3.2.5. Bộ phận Marketing	58
3.2.6. Bộ phận kế toán	58
3.2.7. Bộ phận IT	58
3.3. Cấu trúc chuỗi cung ứng.....	59
3.4. Các hoạt động cốt lõi.....	63

3.4.1. Lập kế hoạch.....	63
3.4.2. Tìm nguồn.....	71
3.4.3. Thực hiện	74
3.4.4. Phân phối	91
3.5. Xây dựng chiến lược Marketing 6P.....	95
3.5.1. Product	95
3.5.2. Promotion	98
3.5.3. Place.....	107
3.5.4. Price	112
3.5.5. Presentation.....	116
3.5.6. Personnel.....	121
3.6. Loại thị trường đang cung ứng và các chuẩn do lường	123
3.6.1. Các loại thị trường	123
3.6.2. Xác định loại thị trường	124
3.7. Các chuẩn đo lường	126
3.7.2. Chuẩn đo lường dịch vụ khách hàng	126
3.7.3. Chuẩn đo lường hiệu quả nội bộ	127
3.7.4. Chuẩn đo lường khả năng linh hoạt đáp ứng nhu cầu	127
3.7.5. Chuẩn đo lường phát triển sản phẩm	127
4. TÌNH HUỐNG	128
4.1. Hoàn cảnh	128
4.2. Chiến lược	128
TÀI LIỆU THAM KHẢO	133

1. GIỚI THIỆU ĐỒ ÁN

1.1. Giới thiệu doanh nghiệp

1.1.1. Tổng quan doanh nghiệp

- **Tên công ty:** LuxPaws (Viết tắt của: Luxury Paws)

Vì sao là LuxPaws? : LuxPaws không chỉ là một cái tên đơn thuần, mà là một tuyên ngôn về sự sang trọng và chăm sóc đặc biệt dành cho thú cưng. "Lux" viết tắt của "Luxury" - tượng trưng cho sự đẳng cấp và chất lượng vượt trội. Điều này nhấn mạnh vào sự tinh tế và cao cấp của các sản phẩm mà LuxPaws cung cấp, từ thực phẩm đến phụ kiện cho các "Boss". Đây cũng là cam kết của chúng tôi về việc mang đến sự tiện nghi và chăm sóc tốt nhất. "Paws" - biểu tượng của chân thú cưng, thể hiện sự thân thiện, dễ thương và gần gũi. Từ này không chỉ thể hiện tình yêu và sự quan tâm đến thú cưng, mà còn tạo ra một hình ảnh dễ nhận diện và đáng nhớ cho thương hiệu. Kết hợp lại, LuxPaws mang ý nghĩa của một thương hiệu chuyên cung cấp các sản phẩm sang trọng và chất lượng cao, đảm bảo các "Boss" được chăm sóc tốt nhất, sống trong sự thoái mái và hạnh phúc, cùng sự hài lòng của những người chăm sóc yêu thương - các "con Sen".

- **Phương châm:** “LuxPaws - Sen Hài Lòng, Boss Khỏe Mạnh”

- Logo:



Logo chính thức



Mẫu Logo tùy chọn 1 (in ấn)



Mẫu Logo tùy chọn 2

Logo của LuxPaws gồm các yếu tố hình ảnh và văn bản, mỗi yếu tố đều mang một ý nghĩa cụ thể. Hình ảnh của chú mèo và chú chó trong logo tượng trưng cho sự đa dạng và toàn diện trong việc cung cấp sản phẩm cho cả chó và mèo. Mèo biểu tượng cho sự linh hoạt, độc lập và tinh tế, thể hiện sự chăm sóc đặc biệt dành cho những người bạn lông xù này. Chó biểu tượng cho sự trung thành, vui vẻ và năng động, thể hiện sự quan tâm và chăm sóc toàn diện cho thú cưng, bao gồm cả dinh dưỡng và phụ kiện.

Tên thương hiệu "LuxPaws" được viết bằng font chữ đậm và rõ ràng, dễ đọc, thể hiện sự chắc chắn và tin cậy. Kích thước chữ lớn và rõ ràng giúp tên thương hiệu dễ nhận diện. Dòng chữ "Pet Food and Accessories" được đặt dưới tên thương hiệu, với font chữ nhỏ hơn, cung cấp thông tin rõ ràng về ngành hàng kinh doanh chính của doanh nghiệp.

Biểu tượng dấu chân (paw prints) thể hiện sự thân thiện và gần gũi, làm nổi bật thêm yếu tố chăm sóc thú cưng của thương hiệu. Vị trí của biểu tượng này được đặt ở phía dưới cùng của logo, cân bằng về mặt hình ảnh và tạo sự liên kết giữa các yếu tố trong logo. Các dấu cộng xung quanh có thể tượng trưng cho sự bảo vệ và sự chăm sóc toàn diện, tạo cảm giác an toàn và tin cậy cho khách hàng, đồng thời tạo sự hài hòa và cân bằng trong tổng thể logo.

- Màu sắc:

Màu sắc chủ đạo của LuxPaws là màu xám và trắng, đây là 2 màu phổ thông và nằm trong xu hướng màu sắc của hầu hết mọi lứa tuổi, phù hợp độ tuổi tượng khách hàng rộng LuxPaws hướng đến. Về tính thẩm mỹ, phối màu tạo nên cảm giác sang trọng và tinh tế. Màu xám thể hiện sự chuyên nghiệp và chất lượng, trong khi màu trắng tượng trưng cho sự tinh khiết và an toàn, phù hợp với các sản phẩm dành cho thú cưng.

1.1.2. Tâm Nhìn – Sứ Mệnh – Triết Lý Kinh Doanh

- Tâm Nhìn:

Tâm nhìn của LuxPaws là trở thành thương hiệu hàng đầu trong việc cung cấp các **sản phẩm thực phẩm và phụ kiện sang trọng** cho thú cưng. Chúng tôi mong muốn xây dựng một cộng đồng yêu thú cưng, nơi mọi người có thể tìm thấy những sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ chăm sóc khách hàng xuất sắc.

- Sứ Mệnh:

Sứ mệnh của LuxPaws là mang đến sự chăm sóc tốt nhất và đầy yêu thương cho thú cưng. Chúng tôi cam kết cung cấp các sản phẩm an toàn và chất lượng, từ thực phẩm đến phụ kiện, giúp thú cưng luôn khỏe mạnh và hạnh phúc. Đồng thời, chúng tôi luôn nỗ lực xây dựng mối quan hệ gắn kết với khách hàng thông qua sự tận tâm trước và cả sau khi mua hàng/ sử dụng dịch vụ.

- Triết Lý Kinh Doanh:

Triết lý kinh doanh của LuxPaws là đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu thông qua chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Chúng tôi tin rằng mỗi sản phẩm phải là sự kết hợp hoàn hảo giữa sự sáng tạo, chất lượng và giá trị ý nghĩa. Chúng tôi không

chỉ cung cấp sản phẩm cho thú cưng mà còn là người bạn đồng hành đáng tin cậy trong hành trình chăm sóc những người bạn bốn chân của khách hàng.

1.2. Lý Do Chọn Đề Tài

Theo các nghiên cứu thị trường, ngành công nghiệp thức ăn cho thú cưng tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ với tiềm năng tăng trưởng vượt bậc. Quy mô thị trường thức ăn cho thú cưng ở Việt Nam ước tính đạt 141,88 triệu USD vào năm 2024 và dự kiến sẽ tăng lên 222,36 triệu USD vào năm 2029, đạt tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 9,40% .

Phân Tích Thị Trường

- Quy Mô Thị Trường:

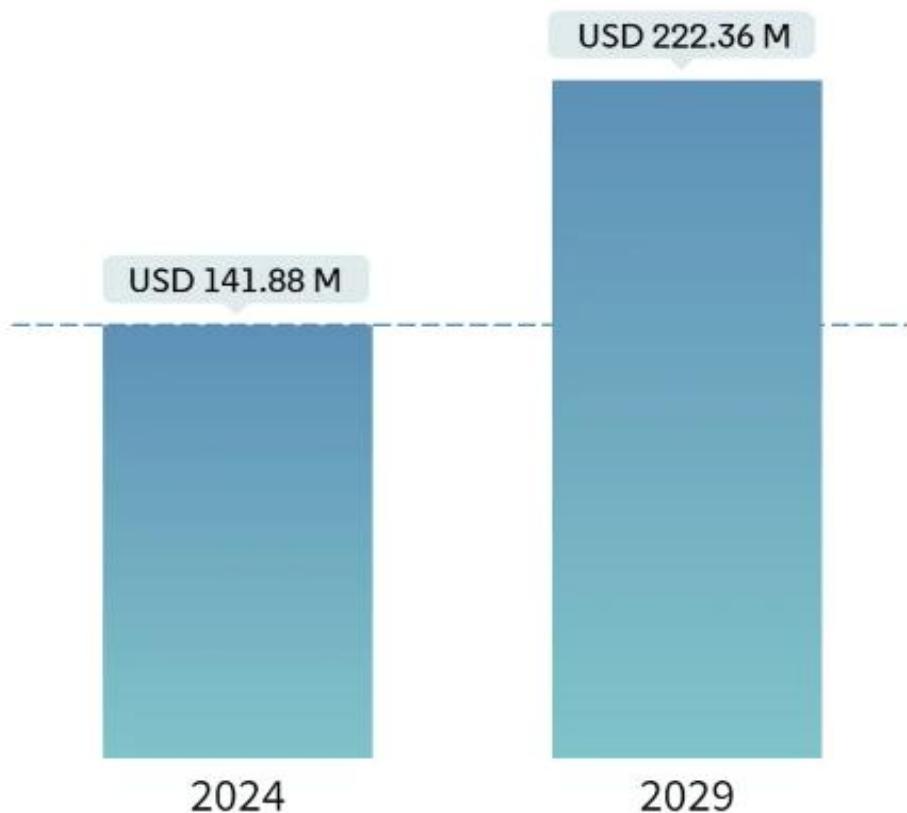
Năm 2024: Thị trường thức ăn cho thú cưng tại Việt Nam dự kiến đạt 141,88 triệu USD.

Năm 2029: Quy mô thị trường dự kiến tăng lên 222,36 triệu USD, phản ánh sự gia tăng nhu cầu về các sản phẩm chất lượng cao dành cho thú cưng.

Vietnam Pet Food Market

Market Size in USD Million

CAGR 9.40%

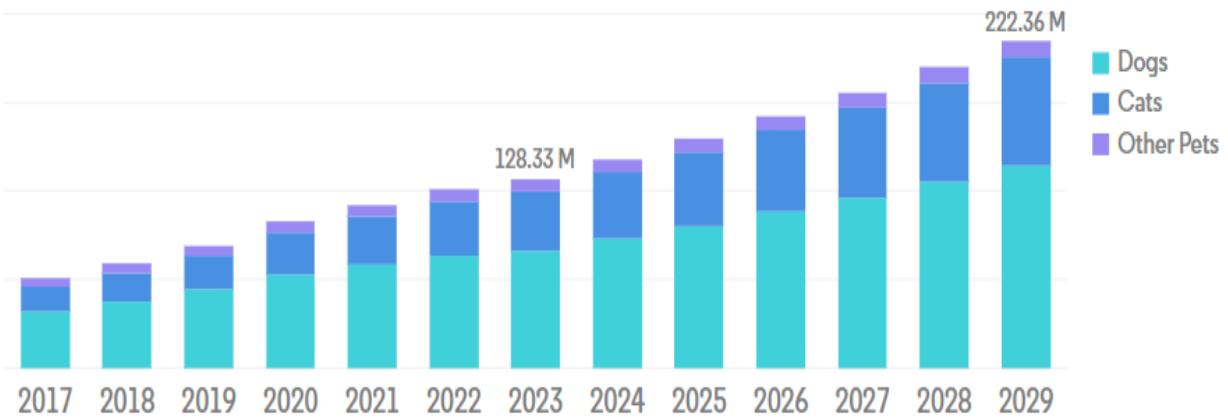


Source : Mordor Intelligence



- Tốc Độ Tăng Trưởng:

Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) từ 2024 đến 2029 là 9,40%. Con số này cho thấy sự phát triển ổn định và tiềm năng của thị trường thức ăn cho thú cưng tại Việt Nam.



Source: Mordor Intelligence



- Tập Trung Thị Trường và Chia Sẻ Thị Trường:

Tập Trung Thị Trường: Mức độ tập trung thị trường ở mức trung bình, cho thấy cơ hội phát triển rộng mở cho các doanh nghiệp mới tham gia.

Chia Sẻ Lớn Nhất của Thú Cưng: Chó chiếm phần lớn thị phần với mức tiêu thụ bình quân đầu người cao hơn so với các vật nuôi khác.

	Giai Đoạn Nghiên Cứu	2017 - 2029
	Quy Mô Thị Trường (2024)	USD 141.88 triệu
	Quy Mô Thị Trường (2029)	USD 222.36 triệu
	Tập Trung Thị Trường	Trung bình
	Chia sẻ lớn nhất của thú cưng	Chó
	CAGR(2024 - 2029)	9.40 %

Lý Do Chọn Đề Tài

- Tiềm Năng Thị Trường Cao:

Với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) đạt 9,40% từ 2024 đến 2029, thị trường thức ăn cho thú cưng tại Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ. Điều này cho thấy nhu cầu về các sản phẩm dinh dưỡng và chăm sóc thú cưng ngày càng tăng cao.

- Nhu Cầu Tiêu Dùng Gia Tăng:

Người nuôi thú cưng tại Việt Nam ngày càng coi thú cưng như thành viên trong gia đình, dẫn đến việc sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm chất lượng cao. Điều này tạo cơ hội cho các doanh nghiệp cung cấp thực phẩm và phụ kiện chất lượng cao cho thú cưng.

- Thị Trường Chưa Bão Hòa:

Mức độ tập trung thị trường ở mức trung bình cho thấy còn nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp mới tham gia và phát triển. Thị trường chưa bão hòa sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển và chiếm lĩnh thị trường.

- Tập Trung Vào Chó & Mèo:

Với chó chiếm phần lớn thị phần sau đó là mèo, việc tập trung phát triển các sản phẩm dinh dưỡng và phụ kiện dành cho chó và mèo sẽ giúp tận dụng lợi thế này và nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường. Chó và mèo là phân khúc thú cưng chính với thị phần lớn và mức tiêu thụ cao.

- Cơ Hội Kinh Doanh Trong Các Dịp Lễ:

Thường vào các dịp lễ này, nhiều người có kế hoạch đi chơi, đi xa và không thể mang theo thú cưng đến một số địa điểm hoặc gặp bất tiện trong việc mang đi. Để giải quyết vấn đề này, LuxPaws cung cấp dịch vụ trông hộ/khách sạn cho thú cưng với sự linh hoạt về thời gian và giá cả. Dịch vụ này không chỉ tạo ra sự yên tâm cho người nuôi thú cưng khi đi du lịch mà còn mở ra cơ hội lớn để tăng doanh số bán hàng và quảng bá thương hiệu của LuxPaws.

- Sự Phát Triển của Thị Trường Thương Mại Điện Tử:

Theo báo cáo TMĐT 2023, việc mua sắm trực tuyến chiếm tỷ lệ ngày càng cao trong tổng doanh thu, mang lại sự tiện lợi và đa dạng cho người tiêu dùng, từ đó mở ra nhiều cơ hội kinh doanh cho LuxPaws trong ngành thực phẩm và phụ kiện thú cưng.

Việc chọn đề tài "Xây dựng chuỗi cung ứng cho đồ dùng thú cưng" không chỉ phù hợp với xu hướng thị trường hiện tại mà còn mở ra cơ hội phát triển bền vững và thành công trong tương lai.

1.3. Sản phẩm

LuxPaws cung cấp một loạt các sản phẩm dành cho thú cưng, được thiết kế đặc biệt để đáp ứng nhu cầu đa dạng của các chủ thú cưng tại Việt Nam. Chúng tôi không chỉ tập trung vào thức ăn mà còn cung cấp nhiều loại phụ kiện và đồ chơi để giúp thú cưng của bạn có một cuộc sống khỏe mạnh và vui vẻ. Các sản phẩm của chúng tôi được phân loại thành ba nhóm chính: thực phẩm, phụ kiện và đồ chơi.

Lý do chọn sản phẩm chăm sóc thú cưng:

Trong bối cảnh thị trường thú cưng tại Việt Nam ngày càng phát triển, nhu cầu về các sản phẩm chăm sóc thú cưng như thức ăn và phụ kiện cũng tăng cao. Dưới đây là những lý do chính mà LuxPaws lựa chọn để tập trung vào các sản phẩm này:

- Nhu cầu cao và không ngừng tăng trưởng

Số lượng thú cưng tại Việt Nam, đặc biệt là chó và mèo, đang tăng mạnh. Theo số liệu từ Vietnam Pet Food Market, quy mô thị trường thức ăn cho thú cưng Việt Nam ước tính đạt 141,88 triệu USD vào năm 2024 và dự kiến sẽ đạt 222,36 triệu USD vào năm 2029, tăng trưởng với tốc độ CAGR là 9,40% trong giai đoạn dự báo (2024-2029).

- Thói quen chăm sóc thú cưng thay đổi

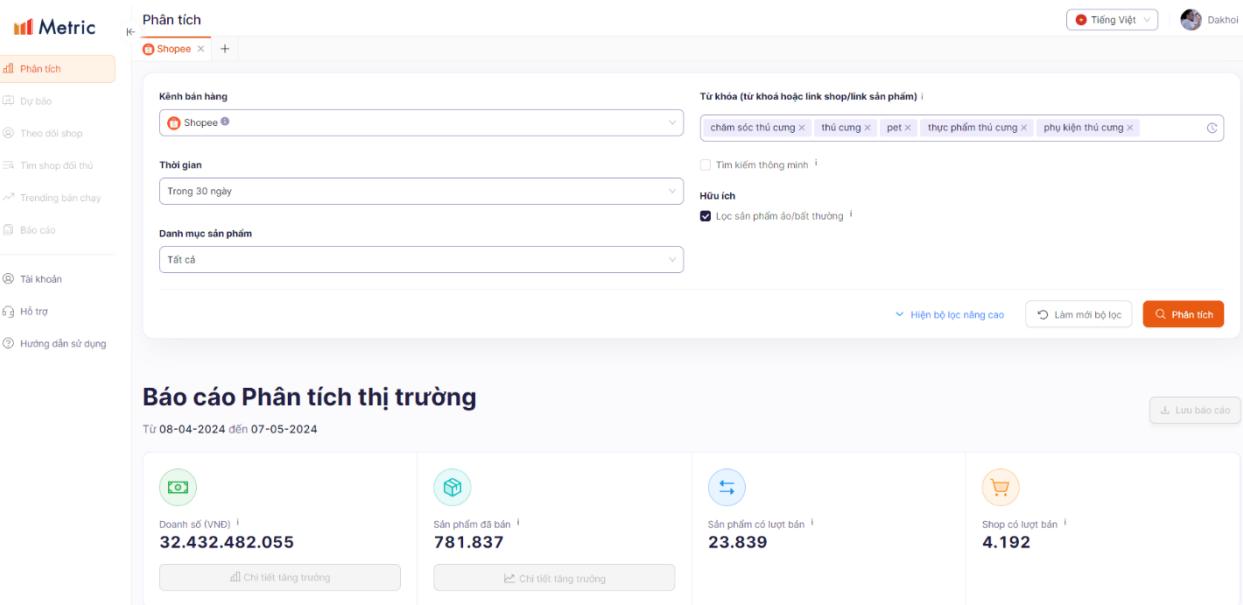
Ngày càng nhiều chủ nuôi coi thú cưng như thành viên gia đình và mong muốn cung cấp cho chúng những sản phẩm tốt nhất. Điều này bao gồm việc chọn lựa thức ăn chất lượng cao và các phụ kiện tiện lợi, an toàn và thời trang.

- Xu hướng tiêu dùng thực phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản

Cũng giống như con người, thú cưng cũng cần chế độ ăn uống lành mạnh và an toàn. Thực phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản đang trở thành xu hướng, và chủ nuôi sẵn sàng chi trả nhiều hơn để đảm bảo sức khỏe cho thú cưng của mình.

- Số liệu bán hàng trên các sàn thương mại điện tử

Một kết quả tìm kiếm đơn giản trên Google với từ khóa "thức ăn cho thú cưng" đã cho ra hàng triệu kết quả. Cụ thể hơn, số liệu phân tích từ Shopee - một trong những sàn thương mại điện tử hàng đầu tại Việt Nam - cho thấy từ 08/04/2024 đến 07/05/2024, doanh số của các sản phẩm chăm sóc, phụ kiện, thức ăn cho thú cưng đã vượt quá 30 tỷ VND, với gần một triệu sản phẩm được bán ra.



- Sự phổ biến của các dịch vụ chăm sóc thú cưng

Ngoài các sản phẩm thức ăn và phụ kiện, dịch vụ chăm sóc thú cưng như spa, khách sạn và trông giữ thú cưng cũng đang ngày càng được ưa chuộng. Điều này tạo ra một nhu cầu lớn đối với các sản phẩm hỗ trợ chăm sóc và làm đẹp cho thú cưng.

1.3.1. Sản phẩm Signature

Pate cho chó mèo

Trong xu hướng nuôi thú cưng hiện đại, việc cung cấp các bữa ăn mềm, dễ tiêu hóa và giàu dinh dưỡng đang được nhiều người nuôi chó mèo ưa chuộng. Pate – với đặc điểm ẩm, mềm, thơm ngon – là lựa chọn lý tưởng không chỉ cho thú cưng nhỏ tuổi, thú cưng lớn tuổi mà còn cả những "Boss" kén ăn.

Pate có kết cấu mềm mịn, giàu protein từ thịt (như gà, heo, cá), thường kết hợp với các chất dinh dưỡng như vitamin và khoáng chất, giúp hỗ trợ sức khỏe tổng thể, đặc biệt phù hợp cho chó/mèo kén ăn, lớn tuổi hoặc có vấn đề về răng miệng. Pate mang lại sự đa dạng trong khẩu phần ăn, dễ bảo quản và sử dụng, đáp ứng nhu cầu bận rộn của người nuôi thú cưng, với việc có thể dùng làm bữa chính hoặc topping trộn với thức ăn khô.

Bên cạnh đó, pate thường được xem là sản phẩm cao cấp trong thực phẩm cho thú cưng, tương đương “bữa chính sang trọng. Người nuôi ngày càng coi thú cưng như thành viên gia đình, và với thành phần chất lượng cao (thường không chứa chất bảo quản, phẩm màu nhân tạo), đây là sản phẩm phù hợp với xu hướng chọn thực phẩm cao cấp, tương tự thức ăn người

Vì những lí do trên, LuxPaws quyết định chọn pate cho chó mèo làm sản phẩm signature, nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng thức ăn an toàn, dinh dưỡng và tiện lợi của khách hàng. Sản phẩm của chúng tôi không chỉ đảm bảo về mặt chất lượng mà còn mang đến những lợi ích vượt trội cho sức khỏe của thú cưng

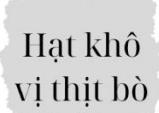
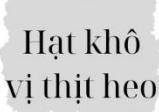
Combo 3 bịch Pâté



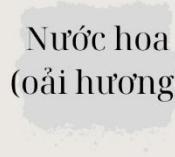


1.3.2. Danh sách sản phẩm

Loại	Tên sản phẩm	Mã SKU	Hình ảnh
Hạt khô	Hạt khô vị nguyên bản	HK-1	<p>Hạt khô vị nguyên bản</p>

Hạt khô bổ sung rau củ	2	HK-		
Hạt khô vị thịt bò	3	HK-		
Hạt khô vị thịt heo	4	HK-		
Pâté	Pâté gà	PT-1		

Pâté heo	PT-2		<p>Pâté Heo</p> 
Pâté hỗn hợp	PT-3		<p>Pâté hỗn hợp</p> 
Pâté gói	PT-4		<p>Pâté gói</p> 
Sữa	Sữa bột pha sẵn	S-1	<p>Sữa bột pha sẵn</p> 

Sữa hạt lanh	S-2			
Súp	Súp thưởng	ST- 1		 
Vệ sinh & Chăm sóc	Tinh dầu dưỡng lông	CS- 1		
	Nước hoa	CS- 2		

	Sữa tắm	VS- 1		
	Phấn tắm khô	VS- 2		
Combo	Combo hạt	CB- 1		
	Combo pâté	CB- 2		

Combo Tinh dầu & Nước hoa	CB- 3		Combo Tinh dầu & Nước hoa	
Cỏ mèo	Cỏ mèo	C-1	Cỏ mèo	

1.4. Mô Hình Kinh Doanh

1.4.1. Mô hình kinh doanh Online

Chúng tôi đặt trọng tâm vào mô hình kinh doanh trực tuyến để tiếp cận và phục vụ khách hàng một cách linh hoạt và thuận tiện. Với sự phát triển không ngừng của công nghệ và thói quen mua sắm online của người tiêu dùng, LuxPaws triển khai các kênh bán hàng trực tuyến sau:

Shopee: LuxPaws có mặt trên Shopee, một trong những nền tảng thương mại điện tử hàng đầu tại Việt Nam, nhằm tối ưu hóa tiềm năng tiếp cận đối tượng mục tiêu. Chúng tôi cung cấp các sản phẩm từ thức ăn đến phụ kiện thú cưng, với các chương trình khuyến mãi hấp dẫn và dịch vụ giao hàng nhanh chóng.

Website Chính Thức: Trang web của LuxPaws sẽ cung cấp một không gian trực tuyến chuyên nghiệp, nơi khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm và đặt hàng các sản phẩm. Trang web sẽ được thiết kế thân thiện với người dùng, tích hợp hệ thống thanh toán an toàn và nhiều phương thức giao hàng linh hoạt.

Mạng Xã Hội: Sử dụng Facebook và Instagram như các công cụ mạnh mẽ để tương tác với khách hàng, quảng bá sản phẩm và chia sẻ thông điệp thương hiệu.

Chúng tôi sẽ tổ chức các sự kiện trực tuyến, mini-games và chương trình khuyến mãi để tăng cường kết nối với cộng đồng yêu thú cưng.

1.4.2. Mô Hình Kinh Doanh Offline

Mặc dù tập trung vào kinh doanh trực tuyến, LuxPaws cũng không bỏ qua cơ hội tiếp cận khách hàng thông qua các kênh bán hàng trực tiếp. Chúng tôi sẽ mở cửa hàng tại các vị trí chiến lược để tạo điểm tiếp xúc trực tiếp với khách hàng và nâng cao trải nghiệm mua sắm:

Cửa Hàng Tại Trung Tâm Thành Phố: LuxPaws một vị trí thuận lợi tại trung tâm thành phố Hồ Chí Minh để mở cửa hàng, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và trải nghiệm sản phẩm trực tiếp. Cửa hàng sẽ được thiết kế theo phong cách hiện đại, thân thiện với môi trường, và tạo không gian thoải mái cho thú cưng và chủ nhân.

Cửa Hàng Pop-Up: LuxPaws sẽ mở các cửa hàng pop-up tại các sự kiện lớn như hội chợ thú cưng các trung tâm mua sắm lớn để giới thiệu sản phẩm và tiếp cận khách hàng mới. Các cửa hàng pop-up sẽ giúp chúng tôi nhanh chóng đánh giá phản hồi từ thị trường và tạo sự hiện diện thương hiệu mạnh mẽ.

1.5. Chiến Lược Kinh Doanh

1.5.1. Chiến lược Sản phẩm

LuxPaws tập trung vào việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, đa dạng và an toàn cho thú cưng, phù hợp với lối sống và văn hóa tại Việt Nam. Sản phẩm của LuxPaws bao gồm:

- **Thực phẩm:** LuxPaws cung cấp các dòng thực phẩm như thức ăn khô, thức ăn ướt, pate và sữa dành cho chó và mèo. Mỗi sản phẩm đều được chế biến từ nguyên liệu tươi ngon, an toàn và đảm bảo dinh dưỡng, đáp ứng nhu cầu của từng loại thú cưng.

- **Phụ kiện:** Bao gồm các sản phẩm như vòng cổ, áo quần, giường nằm và đồ chơi cho thú cưng. Các phụ kiện không chỉ có chất lượng cao mà còn mang tính thẩm mỹ và thời trang, giúp thú cưng của bạn luôn nổi bật và thoải mái.

- **Đồ chơi:** Đa dạng về chủng loại và chất liệu, từ đồ chơi cắn gặm, bóng nhựa, xương giả đến đồ chơi phát sáng và đồ chơi thông minh, giúp thú cưng luôn vui vẻ và khỏe mạnh.

1.5.2. Chiến lược Dịch vụ

Ngoài việc cung cấp sản phẩm, LuxPaws còn triển khai các dịch vụ chăm sóc thú cưng chuyên nghiệp:

- **Trông hộ/Khách sạn thú cưng:** Trong các dịp lễ, khi mọi người thường đi chơi xa và không thể mang theo thú cưng, LuxPaws cung cấp dịch vụ trông giữ/khách sạn thú cưng với sự linh hoạt về thời gian và giá cả, đảm bảo thú cưng được chăm sóc tốt nhất khi chủ nhân vắng mặt.

- **Dịch vụ Spa (đang trong giai đoạn triển khai):** Cung cấp các dịch vụ tắm rửa, cắt tỉa lông, và chăm sóc sức khỏe cho thú cưng. Spa thú cưng giúp thú cưng luôn sạch sẽ, khỏe mạnh và thoái mái.

- **Dịch vụ Thú y (đang trong giai đoạn triển khai):** Hợp tác với các bác sĩ thú y uy tín để cung cấp các dịch vụ kiểm tra sức khỏe định kỳ, tiêm phòng và điều trị bệnh cho thú cưng. Dịch vụ thú y là một trong những yếu tố được các chủ nuôi tại Việt Nam quan tâm hàng đầu.

Quy trình dịch vụ

Bước	Hoạt động chính
1. Tiếp nhận đặt chỗ	Khách hàng đặt lịch qua website/app hoặc trực tiếp tại cửa hàng. Nhân viên tư vấn dịch vụ phù hợp.
2. Kiểm tra & tiếp nhận thú	Kiểm tra nhanh tình trạng sức khỏe, ghi nhận đặc điểm – thói quen – khẩu phần ăn, ký biên bản bàn giao.
3. Chăm sóc trong thời gian lưu trú	Chăm sóc, theo dõi sức khỏe – hành vi, cập nhật hình ảnh/video hằng ngày.
4. Trả thú cưng & chăm sóc sau dịch vụ	Kiểm tra sức khỏe lần cuối, báo cáo tình trạng, tư vấn sản phẩm phù hợp khi về nhà.

Chi phí dịch vụ

Dịch vụ	Loại thú cưng	Đơn vị tính	Chi phí (VNĐ)	Ghi chú
---------	---------------	-------------	---------------	---------

Trông giữ ngắn hạn	Chó/Mèo (dưới 10kg)	Giờ (tối đa 6h tối)	60.00 0 – 100.000	Không bao gồm ăn uống đặc biệt
Trông giữ qua đêm	Chó nhỏ (<10kg)	Ngày (qua đêm)	150.00 0 – 180.000	Bao gồm 1 bữa ăn tiêu chuẩn
	Chó lớn (>10kg)	Ngày	220.00 0 – 280.000	Phụ thu vận động 30.000 nếu yêu cầu chơi ngoài giờ
	Mèo	Ngày	120.00 0 – 150.000	Có thể mang đồ ăn riêng
Spa thú cưng	Chó/Mèo mọi loại	Gói cơ bản	80.00 0 – 120.000	Gồm tắm, sấy, chải lông nhẹ
	Chó lông dài hoặc dày	Gói nâng cao	150.00 0 – 250.000	Thêm dịch vụ cắt tia, khử mùi
	Dịch vụ lẻ	Cắt móng / làm sạch tai	20.00 0 – 30.000	Phụ thêm trong combo hoặc đặt riêng
Dịch vụ Thú y	Mọi thú cưng	Khám tổng quát	100.00 0 – 150.000	Hợp tác phòng khám uy tín
	Tiêm phòng định kỳ	Mũi/lần	150.00 0 – 300.000	Theo giá vaccine trên thị trường
	Điều trị cơ bản	Ca điều trị	Tùy theo tình trạng	Có thể tách gói hoặc chuyển đến cơ sở y tế lớn

Nhân sự

Chức danh	Số lượng	Hoạt động chính
Nhân viên chăm sóc	2	Cho ăn, dọn vệ sinh, theo dõi sức khỏe cơ bản

Nhân viên tư vấn	2	Tư vấn, xác nhận đơn hàng và lên đơn hàng
Nhân viên xử lý kho vận	1	Quản lý kho vận, xử lý vận chuyển, mua hàng
Nhân viên vận hành	1	Vận hành hoạt động, quản lý bộ phận kho vận và bán hàng

1.5.3. Chiến lược Giá

LuxPaws áp dụng chiến lược giá linh hoạt và cạnh tranh để thu hút và giữ chân khách hàng:

- **Định giá cạnh tranh:** Đặt mức giá phù hợp với giá trị của sản phẩm, đảm bảo khách hàng nhận được giá trị tốt nhất với số tiền họ bỏ ra.
- **Chương trình khuyến mãi:** Thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi, giảm giá vào các dịp đặc biệt hoặc khi ra mắt sản phẩm mới. Các chương trình này không chỉ giúp tăng doanh số mà còn tạo cơ hội để khách hàng trải nghiệm các sản phẩm của LuxPaws với chi phí hợp lý.
- **Gói dịch vụ trọn gói:** Cung cấp các gói dịch vụ trọn gói với mức giá ưu đãi, bao gồm cả sản phẩm và dịch vụ chăm sóc thú cưng tại nhà hoặc tại khách sạn thú cưng của LuxPaws.

1.5.4. Chiến lược Tiếp thị

Chiến lược tiếp thị của LuxPaws tập trung vào việc xây dựng thương hiệu mạnh và tiếp cận khách hàng hiệu quả:

- **Tiếp thị kỹ thuật số:** Sử dụng các kênh tiếp thị trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads, và email marketing để tiếp cận và tương tác với khách hàng mục tiêu. Chúng tôi cũng đầu tư vào việc tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) để nâng cao thứ hạng trang web trên các công cụ tìm kiếm.
- **Tiếp thị nội dung:** Tạo ra nội dung giá trị cao, bao gồm các bài viết blog, video hướng dẫn và đánh giá sản phẩm để cung cấp thông tin hữu ích và thu hút khách hàng. Nội dung này không chỉ giúp nâng cao nhận thức về thương hiệu mà còn tạo niềm tin và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng.
- **Sự kiện và quan hệ công chúng (chưa triển khai):** Tổ chức các sự kiện gặp gỡ khách hàng, hội thảo về chăm sóc thú cưng quy mô nhỏ và tham gia các hội nhóm

thú cưng để tăng cường sự hiện diện của LuxPaws trong cộng đồng. Chúng tôi cũng hợp tác với các tổ chức bảo vệ động vật và các cơ quan truyền thông để nâng cao hình ảnh thương hiệu và đóng góp vào các hoạt động xã hội.

1.5.5. Chiến lược Cross-Sales

LuxPaws áp dụng chiến lược bán chéo (cross-sales) nhằm tối đa hóa giá trị từ mỗi giao dịch. Khi khách hàng mua một sản phẩm, nhân viên sẽ tư vấn thêm các sản phẩm liên quan hoặc bổ trợ, giúp tăng giá trị đơn hàng và mang đến trải nghiệm mua sắm toàn diện.

Ví dụ: Khi khách hàng mua thức ăn khô cho chó, nhân viên có thể gợi ý thêm các sản phẩm như đồ chơi nhai, sữa hoặc phụ kiện đi kèm để tạo thành bộ sản phẩm hoàn hảo cho thú cưng.

1.5.6. Chiến lược Nhân sự

Nhân sự là yếu tố quan trọng quyết định đến chất lượng và sự độc đáo của sản phẩm. LuxPaws chú trọng vào việc đào tạo và phát triển đội ngũ nhân viên nhằm nâng cao kỹ năng chuyên môn và tinh thần sáng tạo.

- **Đào tạo chuyên sâu:** Thực hiện các khóa đào tạo định kỳ cho nhân viên về sản phẩm mới, quy chuẩn chất lượng và kỹ năng chăm sóc khách hàng. Điều này đảm bảo rằng nhân viên luôn cập nhật kiến thức và có thể tư vấn chính xác, tận tình cho khách hàng.

- **Khuyến khích sáng tạo:** Tạo môi trường làm việc thân thiện, cởi mở và khuyến khích sự sáng tạo trong công việc. Nhân viên được khích lệ đưa ra ý tưởng mới để cải thiện sản phẩm và dịch vụ, góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Chiến lược kinh doanh của LuxPaws không chỉ tập trung vào việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao mà còn chú trọng đến việc tạo ra trải nghiệm mua sắm toàn diện cho khách hàng. Bằng cách kết hợp chiến lược sản phẩm thông minh, dịch vụ chuyên nghiệp, giá cả hợp lý và tiếp thị hiệu quả, LuxPaws cam kết trở thành thương hiệu dẫn đầu trong lĩnh vực cung cấp thực phẩm và phụ kiện cho thú cưng, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của các "Boss" và sự hài lòng của các "Sen".

1.6. Lợi thế cạnh tranh

Với sự đa dạng về sản phẩm và cam kết về chất lượng, Luxpaws không chỉ đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng mà cung cấp các giải pháp và dịch vụ giúp cải thiện cuộc sống và sự thoái mái cho thú cưng của khách hàng. Đây chính là thế mạnh khác

biệt, tạo nên giá trị vượt trội và sự tin tưởng của khách hàng đối với cửa hàng chúng em.

- Sự Đa Dạng và Chất Lượng Sản Phẩm :

LuxPaws không chỉ là nơi cung cấp các sản phẩm thú cưng từ các nhà cung cấp uy tín, mà còn tự hào là đơn vị sản xuất và đóng gói một số sản phẩm như các loại hạt, pate, sữa. Chúng em luôn chú trọng vào việc nâng cao trải nghiệm của khách hàng thông qua sự đa dạng và chất lượng của sản phẩm để có thể đáp ứng mọi nhu cầu dinh dưỡng của chó, mèo và các loại thú cưng khác từ khách hàng.

LuxPaws cam kết sử dụng nguyên liệu cao cấp, an toàn và được kiểm định chất lượng kỹ lưỡng cho tất cả các sản phẩm của mình. Luxpaws tuyệt đối không sử dụng chất bảo quản, phẩm màu nhân tạo hay các thành phần có hại cho sức khỏe của thú cưng.

Áp dụng công nghệ sản xuất hiện đại và quy trình kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt, LuxPaws đảm bảo rằng mỗi sản phẩm đều đạt tiêu chuẩn cao nhất về dinh dưỡng và an toàn trước khi đến tay khách hàng. Việc tự sản xuất và đóng gói các sản phẩm như hạt, pate, và sữa cũng giúp duy trì sự tươi mới, tránh tình trạng tồn kho lâu ngày, đồng thời giữ nguyên vẹn giá trị dinh dưỡng và hương vị hấp dẫn cho thú cưng.

LuxPaws không chỉ là nhà phân phối độc quyền các sản phẩm thức ăn cho thú cưng, mà còn mang đến cho khách hàng nhiều dịch vụ và sản phẩm phong phú, đáp ứng toàn diện nhu cầu chăm sóc và giải trí cho thú cưng.

Đồ chơi và thiết bị tự động cho thú cưng

Đồ chơi đa dạng và an toàn: LuxPaws cung cấp nhiều loại đồ chơi từ bóng, xương nhai, đến đồ chơi tương tác, tất cả đều được làm từ vật liệu an toàn, không chứa chất độc hại.

Thiết bị tự động: Bao gồm máy cho ăn tự động, máy lọc nước tự động và thiết bị giám sát, giúp chủ nhân dễ dàng quản lý và chăm sóc thú cưng ngay cả khi vắng nhà.

Dịch vụ chăm sóc thú cưng

Spa cho thú cưng: Cung cấp các dịch vụ spa chuyên nghiệp như tắm rửa, cắt tia lông, chăm sóc móng và làm sạch tai, giúp thú cưng luôn khỏe mạnh và tươi tắn.

Với sự đa dạng về sản phẩm và dịch vụ, LuxPaws không chỉ đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng mà còn nâng cao chất lượng cuộc sống và sự thoái mái cho các boss nhí, con cưng của khách hàng. Đây chính là thế mạnh khác biệt, tạo nên giá trị vượt trội và sự tin tưởng của khách hàng đối với LuxPaws.

-Chất Lượng Dịch Vụ Khách Hàng :

Luxpaws tự hào với những dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp về dinh dưỡng thú cưng. Với đội ngũ nhân viên được đào tạo chuyên sâu về dinh dưỡng và chăm sóc thú cưng, sẽ sẵn sàng tư vấn và giải đáp thắc mắc của khách hàng.

Ngoài ra chúng em còn cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng qua nhiều kênh, từ tư vấn trực tiếp tại cửa hàng đến hỗ trợ trực tuyến và qua điện thoại.

-Tiện ích mua sắm linh hoạt tích hợp công nghệ:

Luxpaws triển khai không gian cửa hàng được thiết kế thân thiện, hiện đại, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi mua sắm giành cho khách hàng

Ngoài cửa hàng truyền thống, chúng em còn có kênh bán hàng trực tuyến (facebook, Shopee) với dịch vụ giao hàng nhanh chóng, tiện lợi. Khách hàng có thể dễ dàng đặt hàng và thanh toán qua website, các page MXH hoặc qua điện thoại.

Việc sở hữu cả cửa hàng truyền thống và các kênh bán hàng trực tuyến mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. Kết hợp cả hai loại cửa hàng giúp tiếp cận đa dạng khách hàng, tạo ra trải nghiệm mua sắm đa chiều và tối ưu hóa hiệu suất bán hàng. Đồng thời, việc này cũng giúp xây dựng thương hiệu đa chiều, dễ dàng quản lý kho hàng và tồn kho, và tăng cơ hội tăng trưởng kinh doanh.

-Giá cả linh hoạt:

LuxPaws thấu hiểu rằng giá cả là một phần quan trọng để thu hút khách hàng. Do đó, chúng em áp dụng chiến lược giá cả linh hoạt nhằm đáp ứng nhu cầu và ngân sách của mọi đối tượng khách hàng. Ngoài những chương trình khuyến mãi, ưu đãi đặc biệt, còn áp dụng chính sách bảo hành và đổi trả linh hoạt, đảm bảo quyền lợi tốt nhất cho khách hàng.

Bằng cách đưa ra mức giá hợp lý và cạnh tranh, LuxPaws tạo điều kiện cho khách hàng có thể mua các sản phẩm chất lượng mà không phải lo lắng về giá cả. Điều này giúp tăng cường sự hài lòng và tin tưởng của khách hàng, từ đó xây dựng lòng trung thành lâu dài. Ngoài ra, uxPaws có thể cạnh tranh hiệu quả với các đối thủ trên thị trường. Điều này giúp cửa hàng giữ vững vị thế và không ngừng phát triển trong ngành kinh doanh sản phẩm thú cưng.

-Mối quan hệ đối tác:

LuxPaws hiểu rằng sức khỏe của các bé cưng là ưu tiên quan trọng đối với khách hàng. Vì vậy, chúng tôi đã xây dựng và duy trì các mối quan hệ đối tác chiến lược với các bác sĩ và cộng đồng thú y uy tín. Các mối quan hệ này không chỉ giúp LuxPaws cung cấp dịch vụ tư vấn chuyên môn mà còn đảm bảo chất lượng sản phẩm ở mức cao nhất.

Hợp tác với các bác sĩ thú y: Chúng tôi thiết lập mối quan hệ với các bác sĩ thú y, tạo nên mạng lưới hỗ trợ chăm sóc sức khỏe toàn diện cho thú cưng.

Liên kết với các cộng đồng thú y : Hợp tác với các câu lạc bộ, nhóm cộng đồng thú cưng trên các nền tảng MXH(Facebook, Instagram, Tiktok,...)để mở rộng mạng lưới khách hàng và tăng cường uy tín thương hiệu.

Với các mối quan hệ đối tác chiến lược và cam kết nghiêm ngặt về chất lượng, LuxPaws tự tin mang đến cho khách hàng những sản phẩm an toàn, chất lượng cao và dịch vụ tư vấn chuyên môn tốt nhất, đảm bảo sức khỏe và hạnh phúc cho các bé cưng của khách hàng, cũng như là niềm vui của chủ các em.

1.7. Giá trị tạo ra

1.7.1. Giá trị cho khách hàng:

Luxpaws luôn mong muốn mang đến những trải nghiệm tốt nhất, yêu thương nhất giành cho các sen và boss trong suốt thời gian đồng hành với chúng em.Ngoài cung cấp những dịch vụ và sản phẩm có chất lượng tốt nhất, Luxpaws tin rằng mối quan hệ với khách hàng là chìa khóa lan tỏa được tinh thần, trách nhiệm của shop tới khách hàng, luôn là lựa chọn đáng tin cậy hàng đầu cho mọi nhà

Chương trình khách hàng thân thiết: Luxpaws chủ trương xây dựng chương trình khách hàng thân thiết với nhiều ưu đãi và lợi ích, khuyến khích khách hàng quay lại và duy trì mối quan hệ thân quen với khách hàng

Dịch vụ hậu mãi: Tại đây không chỉ bán sản phẩm mà còn cung cấp dịch vụ hậu mãi, hỗ trợ khách hàng giải quyết mọi vấn đề liên quan đến sản phẩm và chăm sóc thú cưng, giúp cho mọi khách hàng yên tâm mua sắm trải nghiệm

1.7.2. Giá trị dịch vụ và sản phẩm:

Niềm vui và sức khỏe của thú cưng luôn được đặt lên hàng đầu tại LuxPaws, nơi chúng em cam kết mang đến những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất để chăm sóc và nuôi dưỡng tình bạn đặc biệt này.

Sự tận tâm trong quy trình sản xuất mang đến chế độ dinh dưỡng tối ưu và an toàn : Luxpaws cung cấp các sản phẩm thực phẩm chất lượng cao, giàu dinh dưỡng, được thiết kế để đáp ứng các nhu cầu sức khỏe cụ thể của thú cưng, từ việc cải thiện tiêu hóa, tăng cường hệ miễn dịch, đến chăm sóc da lông. Tất cả sản phẩm đều được kiểm nghiệm kỹ lưỡng về độ an toàn và không chứa các chất phụ gia độc hại, đảm bảo sức khỏe lâu dài cho thú cưng.

Mua sắm thuận tiện và linh hoạt : Với hệ thống bán hàng trực tuyến và dịch vụ giao hàng tận nơi, cửa hàng sẽ giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và công sức trong việc mua sắm đồ ăn cho thú cưng.

Dịch vụ tư vấn tận tâm: Đội ngũ nhân viên của chúng em sẵn sàng hỗ trợ, tư vấn giúp khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp nhất cho thú cưng của họ, giảm bớt áp lực và lo lắng trong việc chăm sóc thú cưng.

1.7.3. Giá trị cho cộng đồng

Nâng cao kiến thức và ý thức cộng đồng

Hỗ Trợ Các Tổ Chức Bảo Vệ Động Vật:

Shop Luxpaws thường xuyên đóng góp và hợp tác với các tổ chức bảo vệ động vật. Chúng tôi tài trợ thực phẩm và vật dụng cần thiết cho các trạm cứu hộ, giúp đỡ những thú cưng không may mắn có một cuộc sống tốt đẹp hơn.

Tạo Việc Làm Cho Cộng Đồng:

Luxpaws tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân địa phương, từ nhân viên bán hàng, nhân viên kho, đến các chuyên gia chăm sóc thú cưng. Điều này không chỉ giúp phát triển kinh tế mà còn nâng cao kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực chăm sóc thú cưng.

Tăng Cường Ý Thức Chăm Sóc Thú Cưng:

Qua các chương trình giáo dục và hội thảo, Luxpaws giúp cộng đồng hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của việc chăm sóc thú cưng đúng cách. Chúng tôi chia sẻ kiến thức về dinh dưỡng, sức khỏe và cách nuôi dưỡng thú cưng một cách khoa học và nhân văn.

Thúc Đẩy Kết Nối Xã Hội:

Luxpaws tổ chức các sự kiện gặp gỡ, giao lưu giữa các chủ nuôi thú cưng. Những sự kiện này không chỉ giúp các thú cưng có cơ hội vui chơi, mà còn tạo ra môi trường kết nối, chia sẻ kinh nghiệm và xây dựng tình bạn giữa những người có cùng đam mê.

1.7.4. Giá trị môi trường:

Bảo vệ môi trường: Chúng tôi cam kết sử dụng các vật liệu bao bì thân thiện với môi trường và thực hiện các hoạt động giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Hoạt động từ thiện: Tham gia và hỗ trợ các hoạt động từ thiện, cứu trợ thú cưng bị bỏ rơi, góp phần tạo nên một cộng đồng nhân ái và trách nhiệm.

1.8. Phân khúc khách hàng

Luxpaws tập trung vào các chủ sở hữu thú cưng cá nhân ở mọi độ tuổi với các nhu cầu về dinh dưỡng cho thú cưng khác nhau.

Nhóm người trẻ và gia đình trẻ (từ 18 tới 35): Những người trẻ và các gia đình trẻ thường coi thú cưng như một thành viên trong gia đình, quan tâm đến việc cung cấp thức ăn chất lượng cao và dinh dưỡng đầy đủ cho thú cưng của họ. Họ thường tìm kiếm các sản phẩm an toàn, có nguồn gốc rõ ràng và có nhiều lựa chọn về hương vị. Sẵn sàng chi trả nếu sản phẩm chất lượng và có nguồn gốc, thành phần rõ ràng. Thu nhập từ 15tr/ tháng trở lên.

Người trung niên và người cao tuổi (từ 35 tới trên 60): Nhóm này có xu hướng chăm sóc thú cưng kỹ lưỡng và có điều kiện tài chính tốt hơn để chi tiêu cho các sản phẩm cao cấp. Họ đặc biệt quan tâm đến các sản phẩm giúp cải thiện sức khỏe và tuổi thọ của thú cưng. Thu nhập từ 15tr/ tháng trở lên.

Các cơ sở, trung tâm chăm sóc thú cưng:

Cửa hàng thú cưng và spa thú cưng: Các cơ sở này cần nguồn cung cấp ổn định và đa dạng các loại thức ăn thú cưng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Họ thường mua số lượng lớn và quan tâm đến chất lượng cũng như giá cả cạnh tranh.

Trung tâm cứu trợ và trại nuôi thú cưng: Các trung tâm này cần thức ăn cho số lượng lớn thú cưng, do đó họ ưu tiên các sản phẩm có giá cả hợp lý nhưng vẫn đảm bảo chất lượng.

Người yêu thích thú cưng và cộng đồng mạng: Những người này thường chia sẻ kinh nghiệm và kiến thức về nuôi thú cưng trên mạng xã hội và các diễn đàn. Họ là những người có ảnh hưởng và có thể giới thiệu sản phẩm đến cộng đồng rộng lớn, và đây cũng là một cơ hội rộng mở để sản phẩm của Luxpaws có thể đến tai của nhiều khách hàng hơn.

Blogger và vlogger thú cưng: Nhóm này tạo nội dung liên quan đến thú cưng trên các nền tảng như YouTube, Instagram, Facebook, và Tiktok. Họ thường tìm

kiếm các sản phẩm mới, độc đáo và chất lượng để giới thiệu đến người theo dõi của mình.

Khách hàng mục tiêu:

Độ tuổi: Mọi độ tuổi

Yêu cầu: Có nhu cầu dinh dưỡng cho thú cưng

Giới tính: Nam và nữ

Thu nhập: 15 triệu trở lên.

Đặc điểm:

Yêu quý và quan tâm đến sức khỏe và hạnh phúc của thú cưng.

Động viên hoạt động và chơi đùa thường xuyên với thú cưng để tăng cường mối quan hệ.

Chủ nhân có lối sống năng động và thời trang, thường xuyên tham gia các hoạt động ngoài trời và sự kiện xã hội.

Tích cực tìm kiếm các sản phẩm và dịch vụ chất lượng, an toàn và phong cách cho thú cưng của mình.

Nhu cầu mua sắm:

Cần tìm kiếm thức ăn chất lượng và dinh dưỡng cao cho thú cưng, bao gồm cả các lựa chọn hữu cơ và tự nhiên.

Quan tâm đến đồ chơi và phụ kiện giúp giải trí và kích thích hoạt động vận động của thú cưng.

Mong muốn sở hữu các sản phẩm phong cách và thời trang cho thú cưng phản ánh phong cách và cá nhân của chủ nhân.

Nguyên tắc mua sắm:

Quan trọng đối với nguồn gốc và chất lượng của sản phẩm, ưu tiên lựa chọn những sản phẩm có chất lượng cao, xuất xứ nguồn gốc rõ ràng

Sẵn lòng chi trả giá hợp lý cho các sản phẩm và dịch vụ chất lượng và độc đáo cho thú cưng.

Sử dụng công nghệ:

Sử dụng mạng xã hội và nền tảng thương mại điện tử để tìm kiếm thông tin và chia sẻ kinh nghiệm về việc chăm sóc thú cưng.

1.8.1. Phân khúc theo thú cưng:

Phân khúc theo đối tượng

Chó: Đối tượng chính của chúng tôi là chủ nhân của chó, bao gồm các chủ nhân chó con, chó trưởng thành và cả chó già.

Mèo: Chúng tôi cũng phục vụ các chủ nhân của mèo, cung cấp các sản phẩm chăm sóc, đồ chơi và đồ ăn phù hợp với nhu cầu của mèo.

Các loài thú cưng khác: Bên cạnh đó, chúng tôi cũng có các sản phẩm phù hợp cho các loài thú cưng khác như thỏ, chim, và các loài gia cầm.

Phân khúc theo độ tuổi :

Thú cưng con: Chúng tôi cung cấp các sản phẩm dành cho thú cưng con, bao gồm thức ăn dành riêng cho lứa tuổi này, đồ chơi phát triển và các phụ kiện chăm sóc.

Thú cưng trưởng thành: Đối với các thú cưng trưởng thành, chúng tôi cung cấp các sản phẩm thức ăn, đồ chơi và phụ kiện phù hợp với nhu cầu và sở thích của chúng.

Phân khúc theo nhu cầu đặc biệt:

Thú cưng cần chăm sóc đặc biệt: LuxPaws cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc đặc biệt cho các thú cưng có nhu cầu khác biệt như thú cưng già, thú cưng bị dị ứng hoặc thú cưng cần chăm sóc y tế đặc biệt.

Thú cưng chủ nhân cần giải quyết vấn đề: Chúng tôi cũng phục vụ các chủ nhân thú cưng cần giải quyết các vấn đề như việc giảm cân, cải thiện hành vi hoặc đào tạo cho thú cưng.

1.9. Kênh bán hàng

1.9.1. Kênh Offline

Với mô hình kinh doanh Offline, LuxPaws đặt cửa hàng tại đường Võ Văn Ngân, Thủ Đức, một khu vực đông dân cư và nhộn nhịp, nhằm tiếp cận nhiều khách hàng tiềm năng và giúp khách hàng có thể nhìn thấy sản phẩm trực tiếp, tăng khả năng nhận diện thương hiệu.

Địa chỉ: 123 Võ Văn Ngân, Phường Linh Chiểu, Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh

Giá thuê theo tháng : 17.000.000 VNĐ

Diện tích: 45 mét vuông

Lý do lựa chọn:

Cửa hàng tại vị trí đường Võ Văn Ngân, Thủ Đức, nằm ở khu vực đông đúc và sầm uất, giúp thu hút lượng khách hàng lớn. Không gian cửa hàng rộng rãi, có WC riêng, hệ thống máy lạnh và WiFi hiện đại, đảm bảo môi trường mua sắm thoải mái cho khách hàng.

Cửa hàng được trang bị hệ thống camera an ninh, đảm bảo an toàn cho khách hàng và nhân viên. Không gian bên trong cửa hàng được thiết kế sang trọng, phù hợp để trưng bày sản phẩm và tạo không gian trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Vị trí thuận lợi cho việc tổ chức các sự kiện và workshop liên quan đến chăm sóc thú cưng, từ đó tăng sự gắn kết với khách hàng.

LuxPaws mong muốn tạo ra một không gian mua sắm tiện lợi và thoải mái cho các chủ nhân thú cưng, đồng thời nâng cao trải nghiệm dịch vụ và sản phẩm cho thú cưng.

1.9.2. Kênh Online

Facebook:

Theo Báo cáo Digital 2024 của DataReportal, Facebook vẫn là một kênh thương mại điện tử quan trọng tại Việt Nam. Tính đến đầu năm 2024, có khoảng 70 triệu người dùng Facebook tại Việt Nam, chiếm tỷ lệ lớn trong tổng số người sử dụng internet tại quốc gia này.

Báo cáo từ Bộ Công Thương Việt Nam cũng chỉ ra rằng việc sử dụng mạng xã hội để mua bán trực tuyến tiếp tục gia tăng, với Facebook chiếm một phần không nhỏ trong doanh thu từ thương mại điện tử. Theo dữ liệu, các doanh nghiệp nhỏ và vừa đang tận dụng nền tảng này để tiếp cận khách hàng và tăng cường doanh số bán hàng trực tuyến.

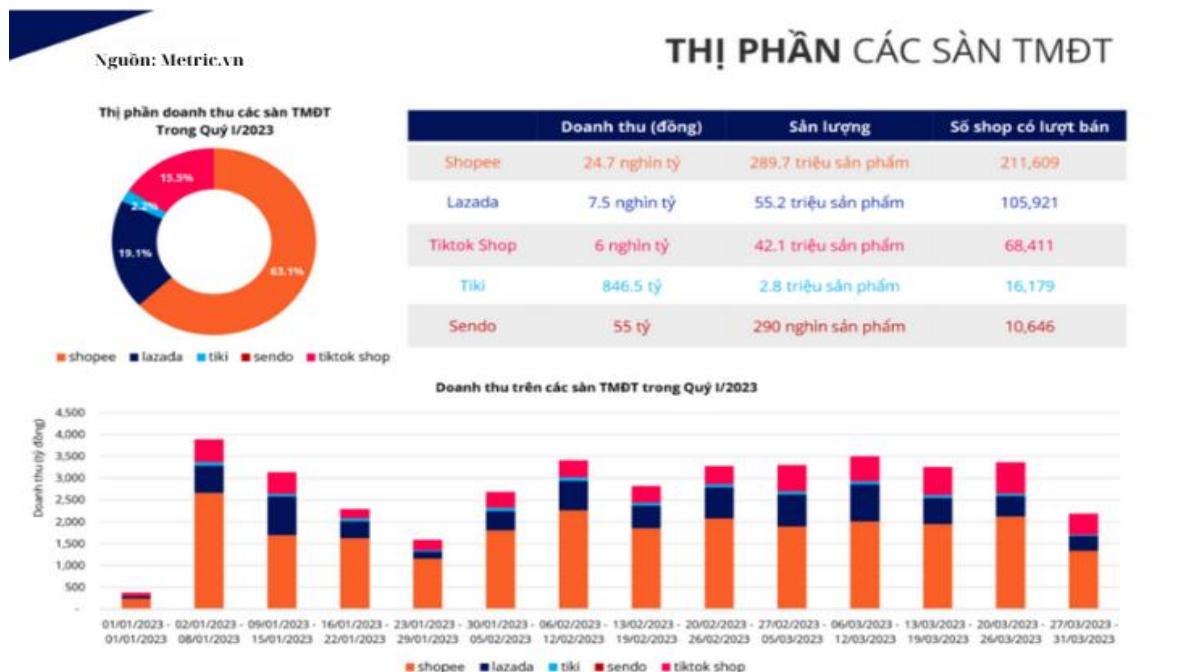
Shopee:

Theo Báo cáo Tổng quan thị trường Các sàn TMĐT Việt Nam nửa đầu năm 2023 của Metric, Shopee tiếp tục dẫn đầu thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam. Shopee chiếm thị phần lớn nhất với doanh thu và số lượt bán cao nhất trong khoảng thời gian từ tháng 1 đến tháng 6 năm 2023. So với các sàn TMĐT khác như Lazada, Tiki, và Sendo, Shopee vượt trội về lượng người dùng cũng như doanh số bán hàng, tạo ra một khoảng cách đáng kể.

Sự phát triển mạnh mẽ của Shopee có thể được lý giải bởi chiến lược tiếp cận khách hàng hiệu quả, giao diện người dùng thân thiện và các chương trình khuyến

mãi hấp dẫn. Các tính năng tích hợp như Shopee Live và Shopee Feed cũng góp phần tăng cường sự tương tác và trải nghiệm mua sắm trực tuyến cho người dùng.

Với những lợi thế trên, Shopee là nền tảng lý tưởng để LuxPaws mở rộng thị trường, tiếp cận nhiều khách hàng hơn và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh trực tuyến.



Website

Một website chuyên nghiệp sẽ giúp Luxpaws tiếp cận được nhiều khách hàng mới hơn, không chỉ giới hạn trong một nền tảng TMĐT cụ thể. Theo số liệu từ Báo cáo Digital 2023 của We Are Social và Hootsuite, hơn 70% dân số Việt Nam sử dụng internet và xu hướng mua sắm trực tuyến tiếp tục gia tăng mạnh mẽ. Việc có một website riêng giúp Luxpaws khai thác tối đa tiềm năng này và thu hút khách hàng từ nhiều kênh khác nhau.

việc phát triển website không chỉ giúp Luxpaws mở rộng thị trường và tiếp cận nhiều khách hàng hơn mà còn tối ưu hóa hoạt động kinh doanh trực tuyến, quản lý dữ liệu hiệu quả và xây dựng thương hiệu mạnh mẽ hơn. Trong bối cảnh mua sắm trực tuyến ngày càng phát triển, sở hữu một website chuyên nghiệp là bước đi chiến lược và cần thiết cho sự phát triển bền vững của Luxpaws.

2. KHẢO SÁT HIỆN TRẠNG

2.1. Nghiên Cứu Thị Trường

2.1.1. Phân Tích Thị Trường

Tình hình chung

Thị trường thú cưng tại Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ, trở thành một trong những lĩnh vực tiềm năng nhất trong nền kinh tế hiện nay. Sự gia tăng số lượng thú cưng, đặc biệt là chó và mèo, cùng với xu hướng coi thú cưng như thành viên gia đình, đã thúc đẩy nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc thú cưng. Điều này không chỉ tạo ra một thị trường đầy hứa hẹn mà còn mở ra nhiều cơ hội kinh doanh mới cho các doanh nghiệp trong ngành.

Nhân khẩu & hành vi tiêu dùng.

Bức tranh chung

Khảo sát TGM 2023 cho thấy 67 % người Việt được hỏi hiện nuôi ít nhất một thú cưng (74 % chó, 51 % mèo) – tỷ lệ cao nhất Đông Nam Á. Hơn 56 % coi chó, mèo như một thành viên gia đình chứ không phải “vật nuôi” đơn thuần. Quy mô đàn chó-mèo đạt ~12 triệu con năm 2023 và tăng bình quân 5 %/năm, dự kiến chạm 16 triệu con năm 2027.

Cơ cấu tuổi & nhân khẩu

- Millennials & Gen Z dẫn dắt thị trường: TGM ghi nhận 65,2 % nhóm 18-24 tuổi khẳng định “thích thú cưng phải đúng giống, đúng style”, phản ánh nhu cầu sản phẩm chuyên biệt (grain-free theo giống, vòng cổ fashion, v.v.).
- Báo cáo Petfair Vietnam chỉ ra đa số chủ nuôi là “trẻ, đô thị, am hiểu số hóa”; 68 triệu người Việt dùng mạng xã hội trung bình 6 giờ/ngày – môi trường lý tưởng cho content marketing về dinh dưỡng & phụ kiện cao cấp.

Mức chi & nguồng giá

- Khảo sát InterPetFest 2024: 45 % chủ nuôi chi trên 500 000 VND/tháng (\approx 20 USD) cho thú cưng, tạo “trần” giá dễ chịu cho dòng premium.
- Với thức ăn chó, ngân sách năm mới ở mức 307 USD/hộ – thấp nhất khu vực nhưng đang leo dốc sau đại dịch, mở biên cho nâng cấp sang hạt nhập khẩu.
- Euromonitor ghi nhận Millennials tài chính ổn định sẵn sàng trả thêm cho hàng hiệu / hữu cơ, ngay cả trong bối cảnh lạm phát .

Kênh mua & hành trình số

- Pet-shop độc lập vẫn chiếm ~2/3 doanh số, song TMĐT đã vươn tới 22 % giá trị bán lẻ phụ kiện năm 2023 nhờ Shopee, Lazada và TikTok Live.
- 87 % người nuôi tìm kiếm thông tin chăm sóc qua internet; xu hướng “Google trước – tới sau” định hình quyết định mua, đặc biệt cho sản phẩm điều trị (skincare, hypoallergenic) .

Động cơ mua hàng cao cấp

- An toàn & sức khỏe: Khẩu phần “human-grade”, không ngũ cốc, bổ sung super-food đáp ứng niềm tin “ăn ngon sống lâu”.
- Cá nhân hoá theo giống & lối sống: Thế hệ trẻ thích Poodle, Corgi, Munchkin... đầy nhu cầu snack chức năng, phụ kiện size mini/pocket.
- Trải nghiệm & hình ảnh: Spa, hotel, vòng cổ GPS kiêm đèn LED phục vụ “check-in” trên mạng xã hội; 6 trên 10 người chia sẻ ảnh thú cưng mỗi tuần.

Kết luận :

- ⇒ Tập trung ngôn ngữ “pet-parenting” thay vì “thức ăn chăn nuôi”, sử dụng KOL/UGC trên TikTok – nơi Gen Z chi phối.
- ⇒ Ra mắt combo dinh dưỡng + phụ kiện fashion ở ngưỡng ≥ 125 k VND/kg hạt khô; upsell vòng cổ thông minh hoặc giường memory-foam (biên gộp cao).
- ⇒ Cung cấp tư vấn dinh dưỡng 1-1 online: đáp ứng xu hướng tự tra cứu nhưng vẫn cần chuyên gia xác nhận.

Phân khúc thị trường

Trong bối cảnh phát triển chung của thị trường, các phân khúc sản phẩm và dịch vụ thú cưng cũng có những bước tiến đáng kể.

Thực phẩm cho thú cưng:

Thị trường thực phẩm cho thú cưng tại Việt Nam được phân chia thành nhiều loại, bao gồm thức ăn khô, thức ăn ướt và các loại snack dinh dưỡng. Thức ăn khô chiếm thị phần lớn nhờ tính tiện lợi và khả năng bảo quản lâu dài. Mặc dù thức ăn ướt có giá thành cao hơn, nhưng nó lại được ưa chuộng vì khả năng cung cấp dinh dưỡng tốt hơn và thường được sử dụng làm bữa ăn chính cho thú cưng. Bên cạnh đó, các sản phẩm thực phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản cũng đang ngày càng phổ biến, đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe toàn diện cho thú cưng. Điều này phản ánh sự chuyển đổi từ các sản phẩm thông thường sang các sản phẩm cao cấp, minh chứng cho sự gia tăng nhận thức về dinh dưỡng và sức khỏe của thú cưng.

Thức ăn thú cưng cao cấp

- Thị trường thức ăn thú cưng Vietnam sẽ đạt USD 155,5 triệu năm 2025 và vọt lên USD 243,7 triệu năm 2030 tương đương với CAGR $\approx 9,4\%$. Trong đó, premium

dry cat food tăng ấn tượng với 2 con số, CAGR 16,4 % giai đoạn 2016-2020 và duy trì 14,5 % / năm đến 2025. Premium dog food ghi nhận mức tăng giá trị gấp đôi 2018-2023 bất chấp lạm phát.

- Tỷ trọng cao cấp: nguồn Euromonitor dẫn qua B-Company chỉ ra nhu cầu “premium, organic, không chất bảo quản” tăng mạnh ở nhóm thu nhập cao; **premium được xem là động cơ tăng trưởng chính.**
- Tốc độ phân khúc cao cấp: trong premium dry-food, CAGR đạt \approx 14–16 % (2016–2025) theo tổng hợp InsightAsia – cao gần gấp đôi mid-price.
- Gia tăng nhờ nhập khẩu: 35 % sản phẩm cao cấp đến từ Thái Lan, 22 % từ Mỹ; giá bán lẻ cao hơn nội địa 2-3 lần nhưng vẫn hút cầu.

Phụ kiện và đồ chơi cho thú cưng:

Phụ kiện và đồ chơi cho thú cưng cũng đang trở thành một phần quan trọng của thị trường. Các sản phẩm như vòng cổ, dây dắt, giường ngủ, và quần áo thời trang không chỉ đáp ứng nhu cầu chăm sóc mà còn phải có tính thẩm mỹ cao. Chủ nuôi thú cưng hiện nay có xu hướng lựa chọn các sản phẩm không chỉ tốt cho thú cưng mà còn thể hiện phong cách và sở thích cá nhân của họ. Đồ chơi cho thú cưng, đặc biệt là các sản phẩm thông minh như máy cho ăn tự động, nhà vệ sinh tự động, và đồ chơi phát triển trí tuệ, đang thu hút sự quan tâm lớn từ người tiêu dùng. Những sản phẩm này không chỉ giúp thú cưng giải trí mà còn hỗ trợ phát triển trí não và thể chất, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của thú cưng (Farmvina Sinh Vật Cảnh).

Phụ kiện & thiết bị cao cấp

- Toàn cầu: quy mô 30,6 tỷ USD (2024) \rightarrow 49 tỷ USD (2033), CAGR 5,4 %. Một nghiên cứu khác về phụ kiện “sang” ước 6,69 tỷ USD (2024) và 12,78 tỷ USD (2034), CAGR 6,7 %.
- Việt Nam: 6W Research xác nhận thị trường phụ kiện nội địa sẽ tăng hai chữ số 2025-31, dẫn dắt bởi grooming luxury, giường memory-foam, smart-collar (số tuyệt đối không public).
- Doanh thu online: riêng pet-supplies e-commerce đạt 40 triệu USD/tháng (04-2025), cho thấy sức mua cao cấp đang chuyển nhanh sang kênh số.

Dịch vụ chăm sóc thú cưng:

Dịch vụ chăm sóc thú cưng đang ngày càng phát triển và trở nên phổ biến, đặc biệt trong các dịp lễ tết và kỳ nghỉ khi nhiều chủ nuôi phải vắng nhà. Dịch vụ trông giữ và khách sạn thú cưng đảm bảo rằng thú cưng được chăm sóc chu đáo, giúp chủ nuôi yên tâm. Ngoài ra, dịch vụ spa cho thú cưng, bao gồm tắm rửa, cắt tỉa lông, và chăm sóc sức khỏe định kỳ, cũng đang phát triển mạnh mẽ. Những dịch vụ này không chỉ

đáp ứng nhu cầu vệ sinh mà còn giúp thú cưng luôn khỏe mạnh và đẹp đẽ. Chủ nuôi ngày càng chú trọng đến việc giữ gìn vệ sinh và sức khỏe cho thú cưng, tạo điều kiện cho các dịch vụ này phát triển.

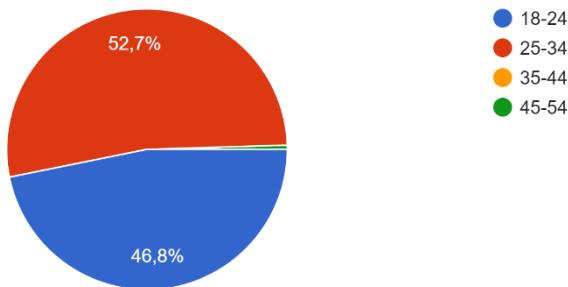
Thị trường ngách cho các sản phẩm (**thực phẩm hữu cơ, không chứa chất bảo quản**) và dịch vụ thú cưng(**khách sạn/trông hộ**) tại Việt Nam mang lại nhiều cơ hội kinh doanh cho LuxPaws. Bằng cách tập trung vào các nhu cầu đặc biệt và xu hướng tiêu dùng mới, LuxPaws có thể tạo ra sự khác biệt và nâng cao vị thế cạnh tranh trong ngành. Việc khai thác các thị trường ngách này là hướng phát triển của LuxPaws trong tương lai, giúp LuxPaws đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng mà còn góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống cho thú cưng và mang lại sự hài lòng cho chủ nuôi.

2.1.2. Khảo sát thị trường

Nhóm đã khảo sát trên 300 người sinh sống trên địa bàn TP.HCM và tỉnh Đồng Nai (205 người trả lời khảo sát):

Độ tuổi của bạn

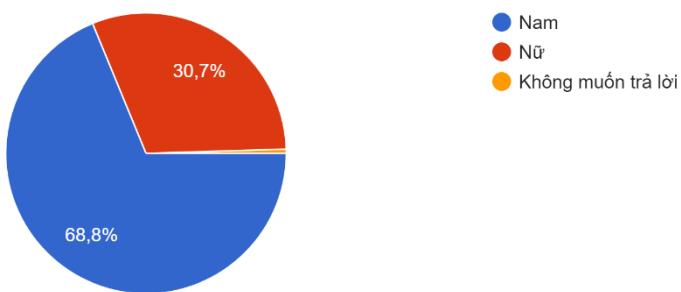
205 câu trả lời



Thông kê về độ tuổi & giới tính

Giới tính của bạn

205 câu trả lời



Đối tượng khách hàng đa dạng:

Dựa trên kết quả khảo sát với 205 câu trả lời, chúng tôi nhận thấy rằng khách hàng quan tâm đến các sản phẩm thức ăn và phụ kiện cho thú cưng của LuxPaws không bị giới hạn bởi nhóm tuổi hay giới tính cụ thể. Tỉ lệ nam chiếm 68,8% và nữ chiếm 30,7%, cho thấy thị trường này được sự quan tâm đáng kể từ phía nam giới. Điều này đặc biệt quan trọng vì nam giới thường có xu hướng chăm sóc và nuôi dưỡng thú cưng, đồng thời họ cũng có thể đóng vai trò quyết định trong việc mua sắm các sản phẩm cho thú cưng.

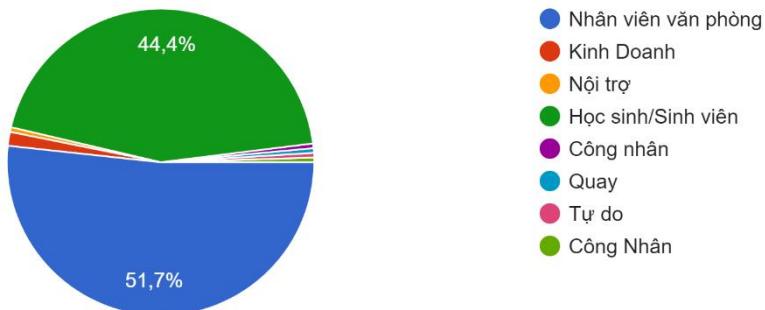
Về độ tuổi, nhóm tuổi từ 18-24 chiếm 46,8% và từ 25-34 chiếm 52,7%, phản ánh rằng phần lớn khách hàng của LuxPaws là những người trẻ tuổi, năng động, và có xu hướng tiêu dùng cao. Đặc biệt, đây là những đối tượng đang trong giai đoạn bắt đầu sự nghiệp, có thu nhập ổn định và sẵn sàng chi tiêu cho các sản phẩm chăm sóc thú cưng.

Phát triển chiến lược tiếp thị đa dạng:

- Để tiếp cận một phạm vi rộng lớn của đối tượng khách hàng, LuxPaws cần phát triển chiến lược tiếp thị đa dạng. Điều này bao gồm việc sử dụng mạng xã hội, truyền thông trực tuyến và offline, cũng như xây dựng mối quan hệ với các cộng đồng yêu thú cưng. Sử dụng các nền tảng như Facebook, Instagram, và TikTok để quảng bá sản phẩm và dịch vụ.

Nghề nghiệp của bạn

205 câu trả lời



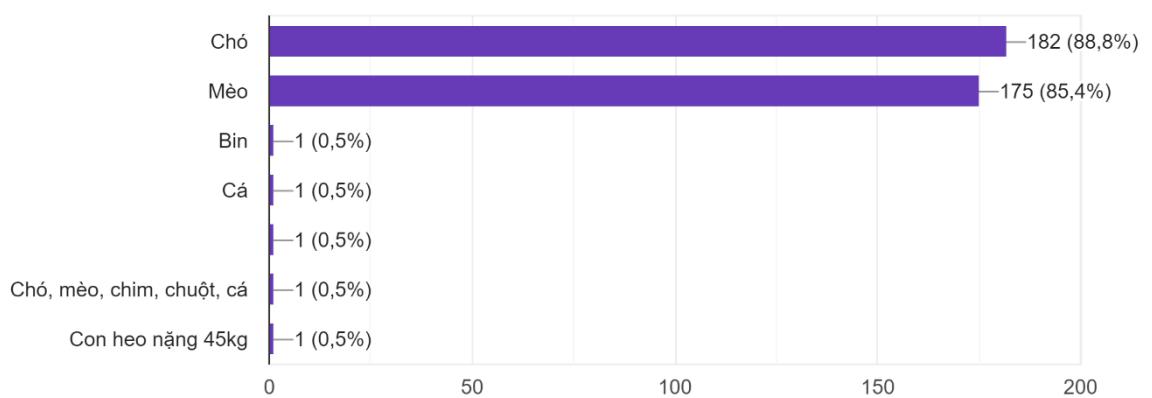
Thống kê về nghề nghiệp

Cơ hội kinh doanh mở rộng:

Việc không giới hạn đối tượng khách hàng mang lại cơ hội kinh doanh lớn cho LuxPaws. Khách hàng tiềm năng không chỉ là những người trẻ tuổi mà còn bao gồm cả những người đã đi làm, những người có thu nhập ổn định và sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm cao cấp. Điều này mở ra khả năng mở rộng thị trường và đáp ứng nhu cầu của nhiều khách hàng khác nhau.

Bạn hiện đang nuôi loại thú cưng nào? (Chọn tất cả các đáp án phù hợp)

205 câu trả lời



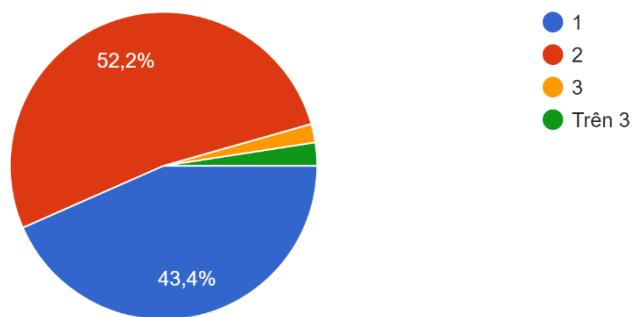
Thống kê về loại thú cưng được nuôi

Loại thú cưng được nuôi

Chó và mèo là hai loại thú cưng được nuôi phổ biến nhất. Trong đó, 88,8% người nuôi chó và 85,4% người nuôi mèo. Điều này chỉ ra rằng, thị trường sản phẩm cho thú cưng như thức ăn, phụ kiện và các dịch vụ chăm sóc cho chó và mèo đang có nhu cầu rất cao. Những loại thú cưng khác như chim, chuột, cá chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ, cho thấy rằng việc tập trung vào các sản phẩm và dịch vụ dành cho chó và mèo sẽ mang lại hiệu quả kinh doanh cao hơn.

Số lượng thú cưng bạn đang nuôi?

205 câu trả lời



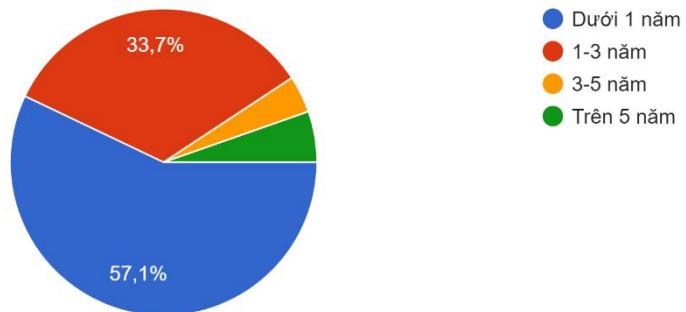
Thống kê về số lượng thú cưng được nuôi

Số lượng thú cưng

Kết quả khảo sát cho thấy 43,4% người nuôi từ 1 con thú cưng, 52,2% người nuôi từ 2 con thú cưng và 4,4% người nuôi từ 3 con thú cưng. Điều này phản ánh rằng phần lớn khách hàng của LuxPaws có ít nhất hai con thú cưng. Việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ theo gói hoặc combo dành cho nhiều thú cưng có thể sẽ thu hút được sự quan tâm lớn từ nhóm khách hàng này. Đặc biệt, việc cung cấp các gói combo với giá ưu đãi sẽ khuyến khích khách hàng mua nhiều sản phẩm hơn, đồng thời giúp tăng doanh số bán hàng.

Bạn đã nuôi thú cưng được bao lâu?

205 câu trả lời



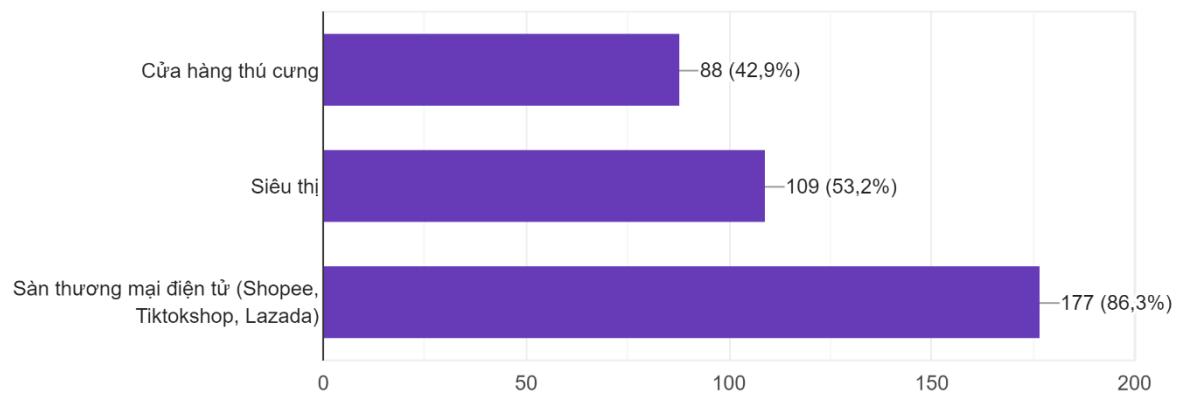
Thống kê về thời gian nuôi thú cưng đến hiện tại

Thời gian nuôi thú cưng

Về thời gian nuôi thú cưng, 57,1% khách hàng đã nuôi thú cưng dưới 1 năm, 33,7% nuôi từ 1-3 năm và 9,2% nuôi từ 3-5 năm. Điều này cho thấy phần lớn khách hàng là những người mới bắt đầu hoặc đã nuôi thú cưng trong thời gian ngắn. Điều này tạo cơ hội cho LuxPaws cung cấp các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với những người mới nuôi thú cưng, bao gồm các sản phẩm chăm sóc cơ bản, hướng dẫn và tư vấn nuôi dưỡng thú cưng. Đồng thời, việc tạo ra các chương trình chăm sóc khách hàng đặc biệt cho những người đã nuôi thú cưng lâu năm sẽ giúp tăng cường sự gắn kết và lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu LuxPaws.

Bạn thường mua thực phẩm và phụ kiện cho thú cưng ở đâu? (Chọn tất cả các đáp án phù hợp)

205 câu trả lời

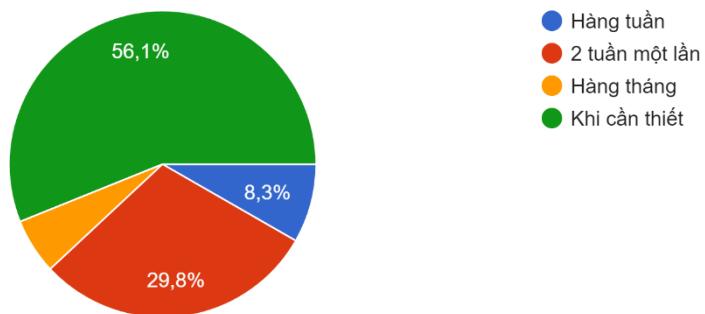


Thói quen mua sắm

Với 86.3% người khảo sát chọn mua thực phẩm và phụ kiện cho thú cưng trên các sàn thương mại điện tử, có thể thấy xu hướng mua sắm trực tuyến đang chiếm ưu thế lớn. Điều này phản ánh sự tiện lợi, giá cả cạnh tranh và đa dạng sản phẩm mà các sàn thương mại điện tử mang lại. Các nền tảng này còn cung cấp nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn, giúp thu hút người tiêu dùng. 53.2% người khảo sát chọn mua tại siêu thị, cho thấy đây vẫn là kênh mua sắm truyền thống phổ biến. Siêu thị thường có không gian rộng rãi, sản phẩm được sắp xếp rõ ràng và người mua có thể trực tiếp kiểm tra chất lượng sản phẩm. 42.9% người khảo sát mua tại các cửa hàng thú cưng, phản ánh nhu cầu được tư vấn trực tiếp từ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp và tìm kiếm các sản phẩm chuyên dụng.

Để tận dụng xu hướng mua sắm trực tuyến, LuxPaws cần đầu tư mạnh mẽ vào các nền tảng thương mại điện tử. Tạo các gian hàng chính thức trên Shopee, Tiki, Lazada với mô tả sản phẩm chi tiết, hình ảnh đẹp mắt và đánh giá từ khách hàng. Bên cạnh việc duy trì các kênh bán hàng truyền thống, LuxPaws cần cải thiện trải nghiệm mua sắm tại các pop-up ở siêu thị và cửa hàng thú cưng. Đào tạo nhân viên để tư vấn chuyên nghiệp, trưng bày sản phẩm hấp dẫn.

Tần suất bạn mua thực phẩm cho thú cưng
205 câu trả lời



Thói quen mua sắm

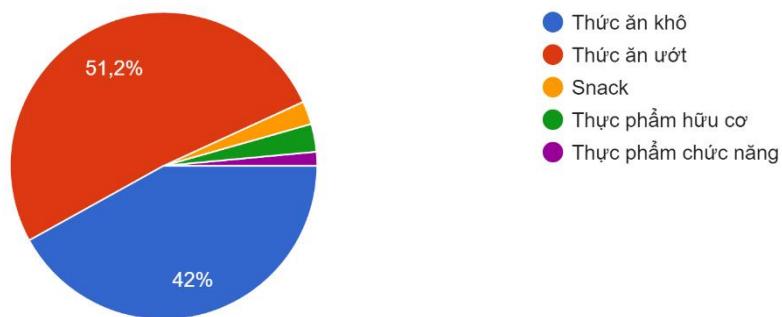
56.1% người khảo sát mua thực phẩm cho thú cưng hàng tháng, cho thấy phần lớn khách hàng có thói quen mua sắm theo định kỳ dài hạn. Điều này có thể là do họ mua số lượng lớn một lần để tiết kiệm thời gian và công sức. 29.8% người khảo sát mua thực phẩm mỗi 2 tuần, cho thấy một nhóm khách hàng có thói quen mua sắm thường xuyên hơn để đảm bảo thực phẩm tươi mới và phong phú cho thú cưng. 8.3%

người mua hàng tuần và 5.8% mua khi cần thiết, cho thấy một số ít khách hàng có nhu cầu mua sắm linh hoạt, không theo chu kỳ cố định.

Để phục vụ tốt hơn nhóm khách hàng mua sắm định kỳ, LuxPaws có thể triển khai các gói dịch vụ giao hàng thực phẩm hàng tháng hoặc 2 tuần một lần. Các gói dịch vụ này sẽ giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và luôn có sẵn thực phẩm cho thú cưng. Triển khai các chương trình khách hàng thân thiết với ưu đãi dành cho những khách hàng mua sắm thường xuyên. Điều này sẽ khuyến khích họ tiếp tục mua sắm tại LuxPaws và tăng cường sự gắn kết với thương hiệu. Đối với nhóm khách hàng mua khi cần thiết, LuxPaws có thể triển khai các chương trình khuyến mãi linh hoạt, giảm giá đặc biệt vào những thời điểm cụ thể (như các dịp lễ, Tết) để kích thích nhu cầu mua sắm.

Loại thực phẩm bạn thường mua cho thú cưng

205 câu trả lời



Thói quen mua sắm

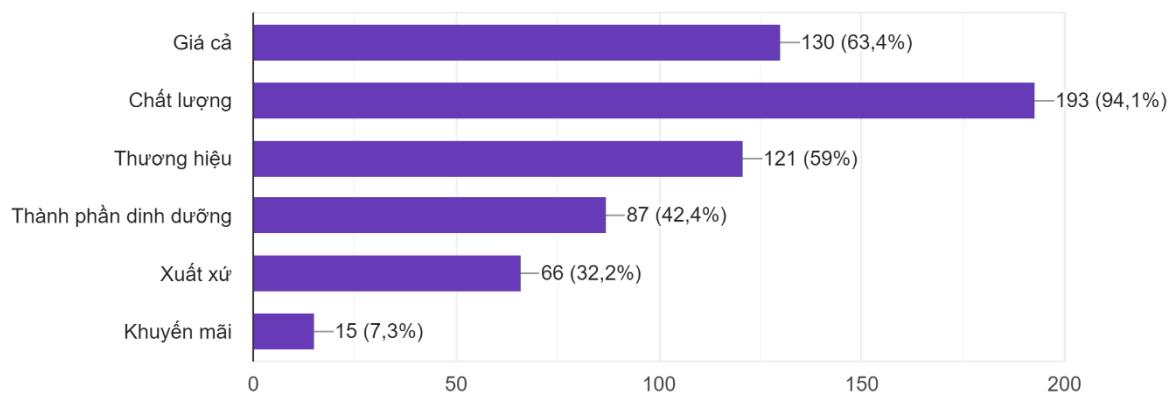
Với tỷ lệ lần lượt là 51.2% và 42%, thức ăn ướt và thức ăn khô là hai loại thực phẩm được người tiêu dùng lựa chọn nhiều nhất. Điều này phản ánh nhu cầu cao về các loại thức ăn này do chúng tiện lợi, dễ bảo quản và phù hợp với khẩu vị của nhiều loại thú cưng khác nhau. Mặc dù có lợi ích nhất định, nhưng các loại thực phẩm này chưa thực sự phổ biến trong thói quen mua sắm của khách hàng. Điều này có thể do giá cả cao hơn, ít thông tin hoặc thị trường chưa được phát triển mạnh.

Để đáp ứng nhu cầu chính của khách hàng, LuxPaws nên tiếp tục phát triển và nâng cao chất lượng các sản phẩm thức ăn khô và ướt. Đồng thời, đa dạng hóa hương vị và bổ sung thêm các thành phần dinh dưỡng để thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng. Mặc dù chiếm tỷ lệ nhỏ, nhưng đây là phân khúc tiềm năng. LuxPaws có thể nghiên cứu (trong tương lai) và tung ra các sản phẩm snack dinh dưỡng và thực phẩm

chức năng với các chiến dịch quảng bá mạnh mẽ nhằm tăng cường nhận thức và thu hút khách hàng.

Yếu tố nào quan trọng nhất khi bạn chọn mua thực phẩm cho thú cưng? (Chọn tối đa 3 yếu tố)

205 câu trả lời



Thói quen mua sắm

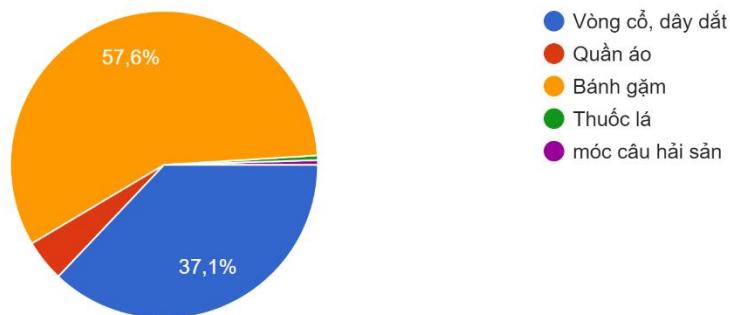
Với 94.1% người khảo sát chọn chất lượng là yếu tố quan trọng nhất, điều này cho thấy khách hàng quan tâm đặc biệt đến việc đảm bảo sức khỏe và dinh dưỡng cho thú cưng. Họ sẵn sàng chi trả nhiều hơn để mua sản phẩm có chất lượng tốt. 63.4% người khảo sát quan tâm đến giá cả và 59% quan tâm đến thương hiệu. Điều này cho thấy bên cạnh chất lượng, khách hàng cũng chú ý đến giá thành sản phẩm và uy tín của thương hiệu. 42.4% và 32.2% người khảo sát lần lượt chọn yếu tố thành phần dinh dưỡng và xuất xứ. Điều này cho thấy người tiêu dùng có sự quan tâm đến chi tiết thành phần của sản phẩm và nguồn gốc xuất xứ để đảm bảo an toàn cho thú cưng. Chỉ 7.3% người khảo sát quan tâm đến khuyến mãi, cho thấy rằng trong lĩnh vực thực phẩm cho thú cưng, các yếu tố về chất lượng, giá cả và uy tín thương hiệu có sức nặng hơn.

LuxPaws cần chú trọng vào việc kiểm soát chất lượng sản phẩm từ khâu nguyên liệu đến sản xuất. Đảm bảo các sản phẩm đều đạt tiêu chuẩn cao về dinh dưỡng và an toàn cho thú cưng. Tăng cường quảng bá thương hiệu LuxPaws để nâng cao uy tín và niềm tin của khách hàng. Có thể sử dụng các chứng nhận, đánh giá từ các tổ chức uy tín để minh chứng cho chất lượng sản phẩm. Đưa ra các mức giá phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Tạo các gói sản phẩm với giá ưu đãi để thu hút thêm khách hàng. Cung cấp thông tin chi tiết về thành phần dinh dưỡng và nguồn gốc xuất xứ trên bao bì sản phẩm để khách hàng yên tâm khi lựa chọn. Mặc dù khuyến

mãi không phải yếu tố quan trọng nhất, nhưng LuxPaws vẫn có thể tổ chức các chương trình khuyến mãi định kỳ để thu hút thêm khách hàng và tăng doanh số.

Bạn thường mua phụ kiện gì cho thú cưng?

205 câu trả lời

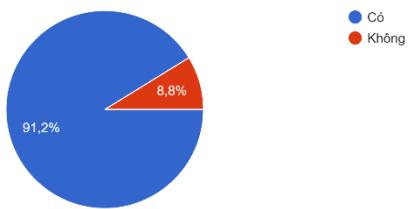


Thói quen mua sắm

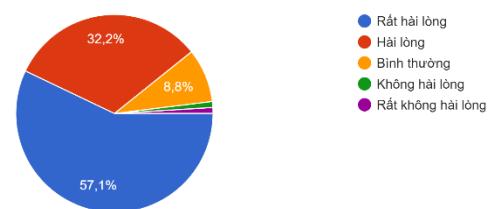
Có thể thấy rằng phụ kiện phổ biến nhất là vòng cổ và dây dắt, chiếm 57,6%. Đây là phụ kiện cơ bản và không thể thiếu đối với người nuôi thú cưng, đặc biệt là chó. Vòng cổ và dây dắt không chỉ giúp quản lý thú cưng mà còn tạo cảm giác an toàn khi ra ngoài. Ngoài ra, quần áo cho thú cưng cũng là một lựa chọn phổ biến, chiếm 37,1%. Mặc dù không phải là nhu cầu thiết yếu, nhưng quần áo cho thú cưng ngày càng trở nên phổ biến, đặc biệt trong các dịp lễ hội hoặc thời tiết lạnh. Quần áo không chỉ giúp giữ ấm mà còn tạo phong cách và cá tính cho thú cưng. Bánh gặm, mặc dù chỉ chiếm 1,0%, lại là một phụ kiện hữu ích giúp thú cưng duy trì sức khỏe răng miệng và giảm stress. Đây là một thị trường ngách nhưng rất tiềm năng và đáng để LuxPaws khai thác thêm.

LuxPaws sẽ tập trung vào các sản phẩm chủ lực trong tương lai của thị trường phụ kiện thú cưng như vòng cổ và dây dắt bởi đây là nhu cầu cơ bản và phổ biến nhất. Việc nâng cao chất lượng và thiết kế đa dạng sẽ giúp thu hút khách hàng hơn. Đa dạng hóa sản phẩm quần áo thú cưng cũng là một bước đi hợp lý, đặc biệt trong mùa lễ hội. LuxPaws có thể phát triển các bộ sưu tập theo mùa, phong cách hoặc các dịp lễ đặc biệt để thu hút sự chú ý của khách hàng. Mặc dù bánh gặm hiện tại chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ, nhưng nó có tiềm năng lớn trong việc hỗ trợ sức khỏe răng miệng và tinh thần cho thú cưng. Đẩy mạnh các sản phẩm này sẽ giúp LuxPaws mở rộng thị trường. Ngoài ra, “móc câu hải sản” – mục người tham gia khảo sát tự thêm, có thể là một phân khúc ngách với các đối tượng khách hàng đặc biệt. LuxPaws nên xem xét việc tạo ra các sản phẩm độc đáo và chuyên biệt hơn để đáp ứng nhu cầu của nhóm khách hàng này (nếu cảm thấy thật sự hợp lí sau quá trình nghiên cứu và tiếp nhận thêm ý kiến từ khách hàng).

Bạn đã từng sử dụng dịch vụ spa, khách sạn cho thú cưng chưa?
205 câu trả lời

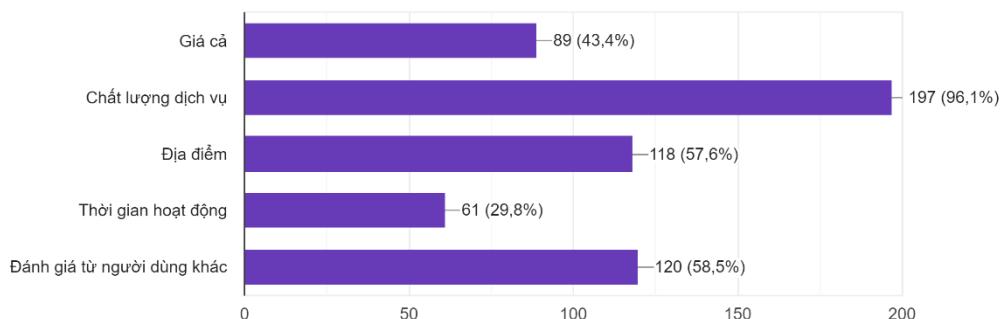


bạn có hài lòng với dịch vụ không?
205 câu trả lời



Yếu tố nào quan trọng nhất khi bạn chọn dịch vụ spa, khách sạn cho thú cưng? (Chọn tối đa 3 yếu tố)

205 câu trả lời



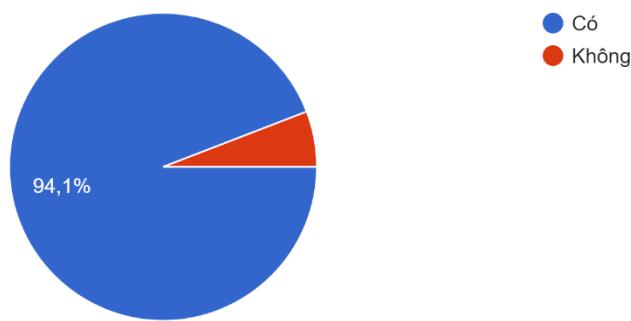
Hành vi khách hàng khi sử dụng dịch vụ

Chỉ có 8,8% số người tham gia khảo sát chưa từng sử dụng dịch vụ spa hoặc khách sạn cho thú cưng. Điều này cho thấy rằng dù các dịch vụ này đã trở nên rất phổ biến với đại đa số người nuôi thú cưng. Tuy nhiên, đây không chỉ là cơ hội mà còn là thách thức với doanh nghiệp chuyên về thực phẩm dành cho thú cưng như LuxPaws giới thiệu và phổ biến dịch vụ

của mình tới khách hàng. Hầu hết người đã sử dụng dịch vụ cảm thấy "Rất hài lòng" và "Hài lòng". Chỉ có một tỷ lệ nhỏ không hài lòng hoặc rất không hài lòng, chiếm 8,8%. Kết quả này cho thấy rằng dịch vụ spa và khách sạn cho thú cưng hiện nay đang đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. LuxPaws có thể tận dụng sự hài lòng cao này để xây dựng uy tín và tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ. Yếu tố quan trọng nhất mà khách hàng quan tâm khi chọn dịch vụ spa và khách sạn cho thú cưng. Chất lượng dịch vụ được coi là yếu tố quan trọng nhất, chiếm tới 96,1%. Điều này cho thấy khách hàng rất quan tâm đến chất lượng và trải nghiệm mà thú cưng của họ nhận được. Địa điểm và đánh giá từ người dùng khác cũng là những yếu tố quan trọng, chiếm lần lượt là 57,6% và 58,5%. Giá cả cũng được quan tâm, nhưng không quan trọng bằng các yếu tố khác, chiếm 43,4%.

LuxPaws nên đẩy mạnh các chiến dịch quảng cáo và truyền thông để nâng cao nhận thức về dịch vụ spa và khách sạn cho thú cưng. Việc tổ chức các sự kiện giới thiệu dịch vụ, khuyến mãi đặc biệt và cung cấp thông tin chi tiết về lợi ích của dịch vụ này sẽ thu hút sự chú ý của khách hàng. Chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng nhất mà khách hàng quan tâm và LuxPaws cũng vậy, đầu tư vào đào tạo nhân viên, cải tiến trang thiết bị và cơ sở vật chất để đảm bảo dịch vụ luôn đạt tiêu chuẩn là những gì LuxPaws ưu tiên khi bước vào thị trường này. Khách hàng rất quan tâm đến đánh giá từ người dùng khác. LuxPaws có cách chương trình nhằm khuyến khích khách hàng chia sẻ trải nghiệm của họ trên các nền tảng xã hội và trang web (tặng voucher giảm giá trực tiếp cho lần đang sử dụng dịch vụ) để thu hút thêm khách hàng mới. Giá cả luôn được LuxPaws xem xét để đảm bảo dịch vụ có tính cạnh tranh và phù hợp với túi tiền của đa số khách hàng.

Bạn có sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản không?
205 câu trả lời



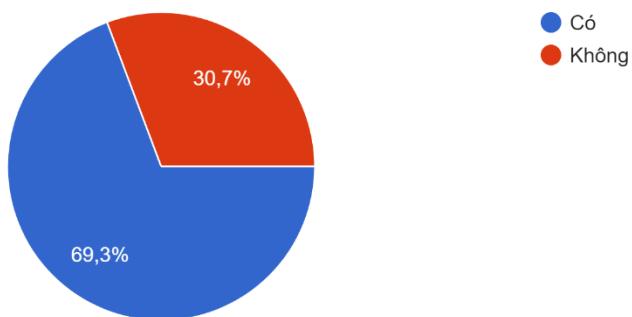
Đây là sản phẩm ngách LuxPaws đang hướng đến trong tương lai gần

Đây là một tín hiệu rất tích cực cho LuxPaws, vì nó cho thấy khách hàng đang ngày càng quan tâm đến chất lượng và an toàn thực phẩm cho thú cưng. Việc lựa chọn các sản phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản không chỉ giúp bảo vệ sức khỏe cho thú cưng mà còn phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại. LuxPaws tin rằng

những điều sau là quan trọng trong quá trình phát triển sản phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản và đang đi theo:

- Nghiên cứu và phát triển: Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới, đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn hữu cơ và không chứa chất bảo quản.
- Chứng nhận chất lượng: Đảm bảo rằng các sản phẩm của LuxPaws đạt được các chứng nhận về sản phẩm hữu cơ và an toàn thực phẩm, tạo niềm tin cho khách hàng.
- Giá cả cạnh tranh: Mặc dù khách hàng sẵn sàng chi trả nhiều hơn, LuxPaws cũng cần cân nhắc về giá cả để đảm bảo sản phẩm có tính cạnh tranh và phù hợp với đa số khách hàng.

Bạn có sẵn sàng tham gia các chương trình khách hàng thân thiết của LuxPaws không?
205 câu trả lời



Phản hồi của khách hàng về sự quan tâm đến chương trình khách hàng thân thiết

Điều này cho thấy rằng khách hàng không chỉ quan tâm đến sản phẩm mà còn có xu hướng xây dựng mối quan hệ lâu dài với thương hiệu. Các chương trình khách hàng thân thiết có thể giúp LuxPaws duy trì và phát triển lượng khách hàng trung thành, đồng thời tạo ra nhiều cơ hội để tương tác và hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng. Việc xây dựng một chương trình khách hàng thân thiết hiệu quả sẽ giúp LuxPaws duy trì và phát triển lượng khách hàng trung thành.

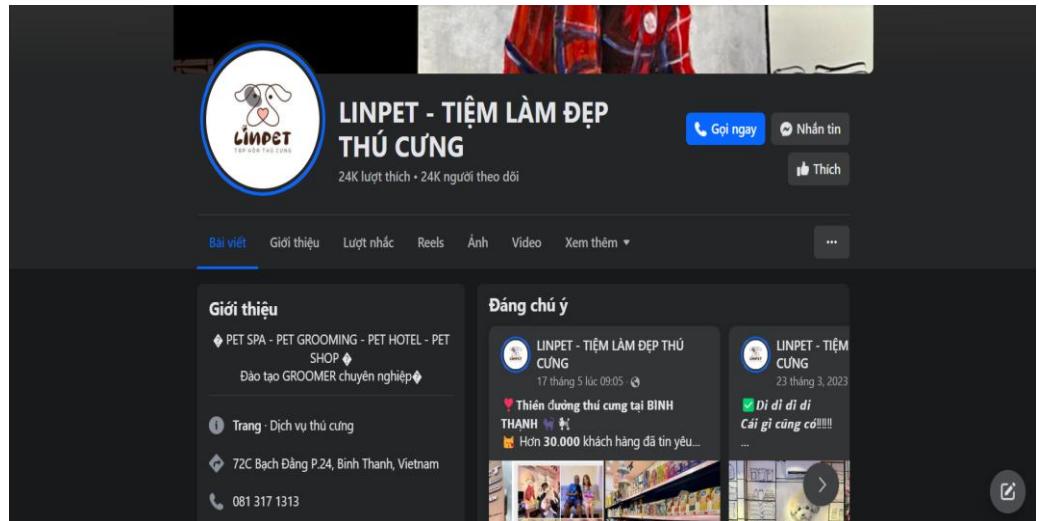
Xây dựng các gói ưu đãi, giảm giá, tặng quà và các lợi ích khác dành riêng cho thành viên thân thiết. Điều này có thể khuyến khích khách hàng quay lại mua sắm thường xuyên hơn. Tăng cường tương tác với khách hàng thông qua các kênh truyền thông xã hội, email, và ứng dụng di động. Đảm bảo rằng khách hàng luôn được cập nhật về các chương trình ưu đãi và sự kiện đặc biệt. Sử dụng dữ liệu từ chương trình khách hàng thân thiết để hiểu rõ hơn về thói quen mua sắm và sở thích của khách hàng, từ đó điều chỉnh chiến lược kinh doanh cho phù hợp.

Từ các khảo sát và phân tích về thị trường thực phẩm và phụ kiện cho thú cưng tại Việt Nam, có thể thấy rằng LuxPaws đang đứng trước một cơ hội lớn để phát triển và mở rộng thị phần của mình. Khách hàng của LuxPaws rất đa dạng, không chỉ giới hạn ở giới trẻ mà còn bao gồm những người đang đi làm và có thu nhập ổn định. Điều này mở ra nhiều cơ hội cho LuxPaws trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu của một nhóm đối tượng rộng lớn. Sự quan tâm đặc biệt đến các sản phẩm hữu cơ và không chứa chất bảo quản thể hiện một xu hướng tiêu dùng mới. Với 94,1% khách hàng sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm này, LuxPaws nên nhanh chóng bắt kịp xu hướng bằng cách phát triển các dòng sản phẩm sạch, an toàn và chất lượng cao. Đây không chỉ là cơ hội để nâng cao giá trị thương hiệu mà còn là cách để LuxPaws thể hiện cam kết về sức khỏe và sự an toàn cho thú cưng. Chương trình khách hàng thân thiết là một công cụ mạnh mẽ để giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút thêm khách hàng mới. Với 69,3% khách hàng sẵn sàng tham gia, LuxPaws cần xây dựng và triển khai các chương trình này một cách hiệu quả, tạo ra sự gắn bó lâu dài và tạo nên một cộng đồng người dùng trung thành. Điều này sẽ giúp LuxPaws không chỉ gia tăng doanh số mà còn nâng cao giá trị thương hiệu trong mắt khách hàng. Kênh mua sắm trực tuyến ngày càng trở nên quan trọng với sự ưu tiên của khách hàng đối với các nền tảng như Shopee, TikTok Shop. LuxPaws đầy mạnh sự hiện diện trên các kênh này và tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm trực tuyến để đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất. Điều này giúp LuxPaws mở rộng phạm vi tiếp cận và tăng cường sự hiện diện thương hiệu trên thị trường. Trong lĩnh vực dịch vụ, sự hài lòng cao từ những người đã sử dụng cho thấy tiềm năng lớn. LuxPaws sẽ tập trung phát triển và cải thiện chất lượng dịch vụ spa và khách sạn, đảm bảo rằng mọi trải nghiệm của khách hàng đều đạt được sự hài lòng tối đa. Chất lượng dịch vụ là yếu tố quyết định và LuxPaws cần chú trọng điều này để thu hút và giữ chân khách hàng. Phụ kiện cho thú cưng, đặc biệt là vòng cổ và dây dắt, là những sản phẩm được mua nhiều nhất. LuxPaws cần tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm phụ kiện để phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Việc này không chỉ giúp tăng doanh số bán hàng mà còn tạo ra sự phong phú trong danh mục sản phẩm của LuxPaws, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng một cách toàn diện.

Về định hướng trong tương lai, LuxPaws cần tiếp tục nắm bắt và đón đầu các xu hướng tiêu dùng mới, từ việc cung cấp các sản phẩm sạch và an toàn đến việc cải thiện chất lượng dịch vụ và mở rộng kênh bán hàng trực tuyến. Với chiến lược đúng đắn và sự đầu tư hợp lý, LuxPaws hoàn toàn có thể có chỗ đứng trong thị trường và trở thành thương hiệu uy tín, được khách hàng tin tưởng và lựa chọn trong lĩnh vực chăm sóc thú cưng. Từ đó, LuxPaws có thể đạt được thành công bền vững và đóng góp vào sự phát triển của ngành chăm sóc thú cưng tại Việt Nam.

2.2. Phân tích đối thủ cạnh tranh

2.2.1. Linpet



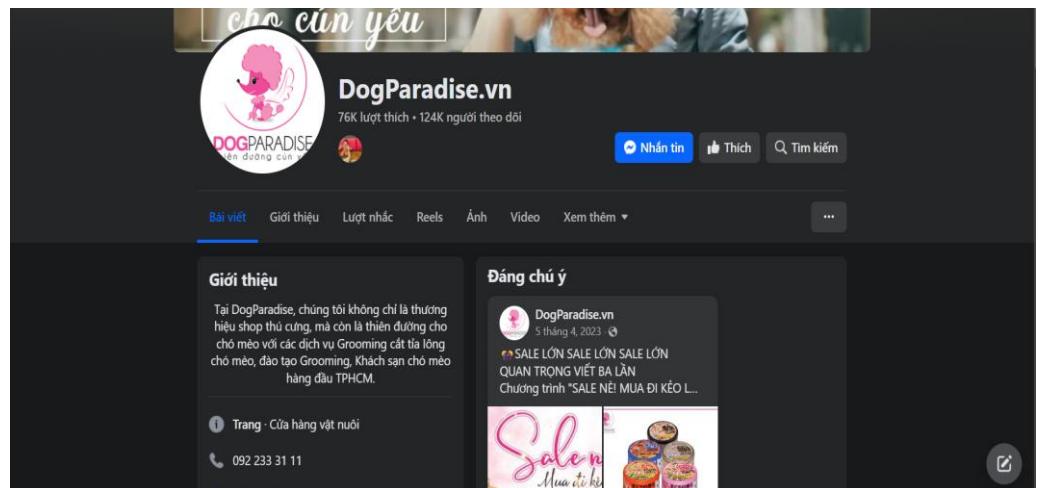
Điểm mạnh

- Có vị trí rất thuận lợi khi gần trung tâm thành phố
- Có nhiều loại hình kết hợp nên thu hút khách hàng hơn
- Có đầy đủ phương thức kinh doanh như offline hoặc các MXH
- Mẫu mã sản phẩm đa dạng

Điểm yếu

- Chưa có các chiến lược quảng cáo hiệu quả
- Các bài đăng có lượt tương tác khá thấp dù tần suất đăng liên tục
 - Web khi ấn vô mục để xem thì hiện khá nhiều quảng cáo, điều này dễ gây khó chịu cho khách, tạo ra ấn tượng không tốt với khách

2.2.2. Dogparadise



Điểm mạnh

- Có nhiều loại hình kết hợp nên thu hút khách hàng hơn
- Có đầy đủ phương thức kinh doanh như offline hoặc các MXH
- Mẫu mã sản phẩm đa dạng

Điểm yếu

- Chưa có các chiến lược quảng cáo hiệu quả
- Chưa tham gia bán trên các sàn TMĐT
- Lượt tương tác trên nền tảng facebook chưa cao dù có số lượng theo dõi ở mức ổn
 - Tần suất đăng bài giảm mạnh từ lần cuối là 5/3/2024, điều này sẽ làm giảm sự quan tâm của khách hàng

2.2.3. Titi Petshop



Điểm mạnh

- Có nhiều loại hình kết hợp nên thu hút khách hàng
- Có đầy đủ phương thức kinh doanh như offline hoặc các MXH
- Mẫu mã sản phẩm đa dạng

Điểm yếu

- Chưa có các chiến lược quảng cáo hiệu quả
- Chưa tham gia bán trên các sàn TMĐT
- Web còn khá đơn giản chưa tạo độ thu hút, điều này làm giảm trải nghiệm người dùng trên trang web, giảm thu hút khách hàng
- Lượt tương tác và theo dõi còn khá thấp

2.2.4. Các đối thủ trên shopee.

[SCM\Phantichdoithu.xlsx](#)

2.3. Phân tích SWOT

2.3.1 Strengths (Điểm Mạnh)

Nhiều kênh bán hàng cho khách hàng tiếp cận . LuxPaws luôn hướng đến việc tiếp cận mọi đối tượng khách hàng, vì vậy chúng tôi có rất nhiều phương thức bán hàng cả online lẫn off để khách hàng có thể thoải mái lựa chọn phương thức thích hợp nhất với bản thân.

Đa dạng chủng loại và giá cả cho khách hàng lựa chọn. Đến với LuxPaws khách hàng sẽ được trải nghiệm một mô hình mua sắm tuyệt vời, nơi mà khách hàng được đảm bảo đủ mọi quyền lợi vì chúng tôi có đầy đủ các loại thức ăn thú cưng hiện nay với giá cả vô cùng cạnh tranh (đầy đủ từ giá thấp đến cao), kèm theo đó là chế độ chăm sóc khách hàng cực kỳ tận tâm với đội ngũ nhân viên đã được qua đào tạo rất bài bản và kĩ lưỡng.

LuxPaws không chỉ là nơi mua sắm thú cưng mà còn là điểm đến lý tưởng cho các dịch vụ trông giữ vô cùng tốt. Đội ngũ nhân viên tận tâm và giàu kinh nghiệm của chúng tôi đã được đào tạo một cách kỹ lưỡng để đảm bảo rằng thú cưng của bạn luôn được chăm sóc tốt nhất, kể cả khi bạn không có thời gian để chăm sóc chúng. LuxPaws cam kết mang đến một môi trường an toàn, thoải mái và yên tâm cho thú cưng của bạn, giúp chúng cảm thấy được yêu thương và quan tâm mỗi khi bạn không có mặt.

2.3.1 Weaknesses (Điểm Yếu)

Nhận thức thương hiệu chưa cao, biết rằng thương hiệu LuxPaws chỉ mới thành lập nên chưa thể được mọi người biết đến rộng rãi, đó là 1 điểm yếu rất lớn với những doanh nghiệp mới thành lập như LuxPaws.

Không sản xuất đồng loạt với số lượng lớn vì LuxPaws chỉ mới hoạt động ở quy mô vừa nên đối với những đối tác với số lượng đặt hàng quá lớn, LuxPaws chưa thể đáp ứng ngay được ở điều kiện hiện tại.

Chưa tạo được lượng lớn khách hàng trung thành do tính thương hiệu chưa cao nên lượng khách hàng biết đến LuxPaws là vô cùng ít ỏi.

Còn thiếu nhiều kinh nghiệm trong việc kinh doanh vì LuxPaws chỉ là một doanh nghiệp mới thành lập nên còn rất nhiều điều phải học hỏi thêm trong quá trình kinh doanh để có thể phát triển doanh nghiệp vững mạnh hơn nữa.

2.3.1 Opportunities (Cơ Hội)

Giới trẻ ngày nay dần xem thú cưng như 1 người bạn không thể thiếu, ngày ngay khi nơi đông người như phố đi bộ, ta có thể bắt gặp rất nhiều người trẻ dẫn theo người bạn thú cưng của mình đi chơi, điều này cho thấy xu hướng nuôi thú cưng mà đặc biệt là chó mèo rất phổ biến hiện nay ở nước ta.

Nhu cầu mua đồ ăn chất lượng cho thú cưng ngày càng gia tăng. LuxPaws nhận ra rằng đại đa số người trẻ ngày nay khi nuôi thú cưng thì không ngại chi tiền vào thức ăn cho người bạn của họ miễn là đồ ăn phải chất lượng. Đối với LuxPaws đây là cơ hội không thể nào tuyệt vời hơn để có thể giới thiệu các sản phẩm đã áp ủ từ lâu.

CNTT phát triển giúp cho việc giới thiệu thương hiệu đến mọi người dễ dàng hơn qua các nền tảng như Tiktok, Facebook. Đây là cơ hội tốt không chỉ đối với LuxPaws mà còn tất cả doanh nghiệp còn lại. Nhu cầu sử dụng công nghệ hiện nay là vô cùng cao, kéo theo đó là các chiến lược quảng cáo online vô cùng nở rộ. Điều này vừa là cơ hội mà cũng vừa là thách thức đối với LuxPaws trong việc xây dựng một cộng đồng khách hàng trung thành riêng của công ty.

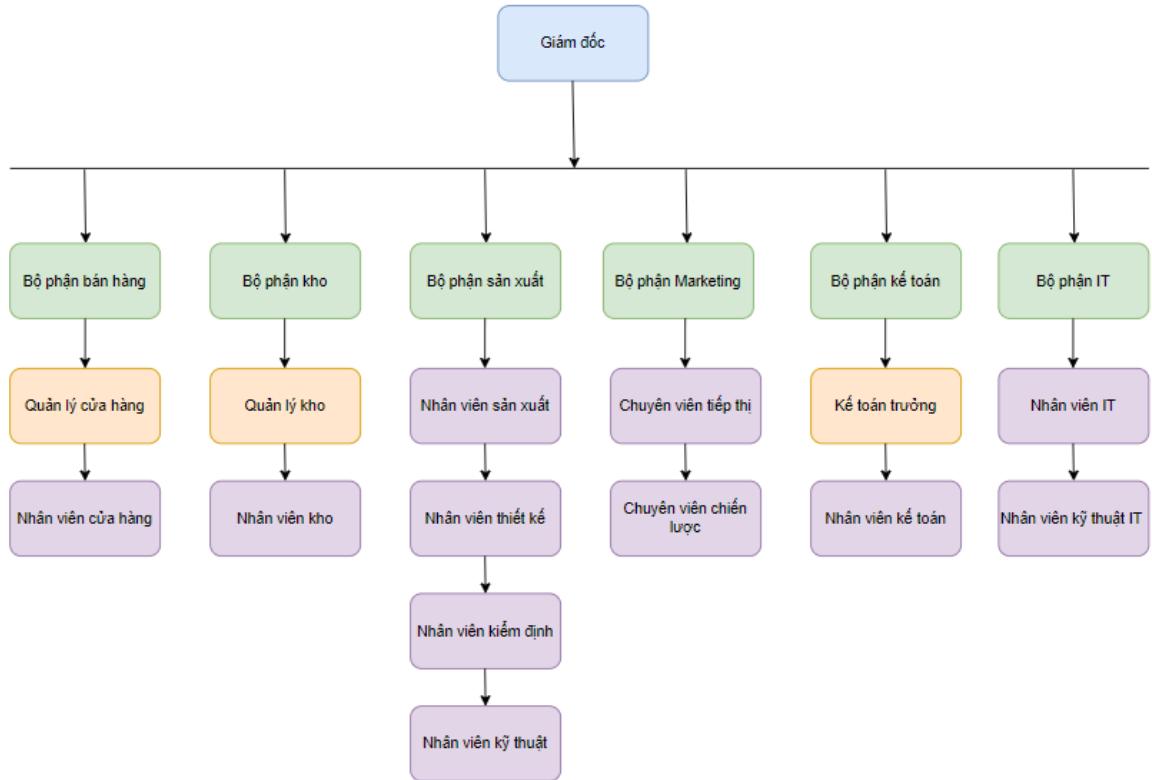
2.3.1 Threats (Thách Thức)

Có nhiều đối thủ cạnh tranh trên thị trường, LuxPaws nhận ra việc cạnh tranh với các thương hiệu nổi tiếng là một thách thức vô cùng to lớn đối với chúng tôi. Tuy nhiên đường nào đi mà chẳng khó khăn, chúng tôi tin rằng với những chiến lược đúng đắn mà chúng tôi đã đề ra sẽ giúp LuxPaws chinh phục được những khách hàng khó tính cũng như cạnh tranh sòng phẳng với các thương hiệu lớn trên.

Không nhận được toàn bộ sự chú ý vì có 1 bộ phận không thích nuôi thú cưng, có thương thì cũng có ghét LuxPaws biết rằng có một số bộ phận không thích nuôi thú cưng, khi mà người thích ở chung với không thích sẽ xảy ra rất nhiều mâu thuẫn vì mùi của thú. Vì vậy chúng tôi luôn nỗ lực trong việc giảm thiểu mùi thức ăn của thú để hạn chế ít nhất những ảnh hưởng đối với người không thích.

3. THIẾT KẾ CẤU TRÚC CHUỖI CUNG ỨNG

3.1. Sơ lược về tổ chức công ty



3.2. Chi tiết về tổ chức công ty

3.2.1. Giám đốc

Là người điều hành chính của công ty, quyết định tất cả các chiến lược kinh doanh cũng như gặp gỡ các đối tác. Là người chịu trách nhiệm chính về các kết quả của công ty

3.2.2. Bộ phận sản xuất

Nhân viên sản xuất là người vận hành chính trong quá trình sản xuất của công ty. Là người chịu trách nhiệm chính về các sản phẩm sản xuất của công ty nên phải luôn trong trạng thái sẵn sàng khi có sự cố bất ngờ xảy ra.

Nhân viên thiết kế là người thiết kế ra các bao bì sản phẩm của công ty, phải luôn đảm bảo được rằng các thiết kế tạo ra là độc quyền thương hiệu của công ty.

Nhân viên kiểm định là người đánh giá lại các sản phẩm xem có đạt yêu cầu chất lượng hay chưa trước khi đưa ra thị trường

Nhân viên kỹ thuật là người bảo trì cũng như sửa chữa các thiết bị máy móc của công ty khi xảy ra vấn đề

3.2.3. Bộ phận bán hàng

Quản lý cửa hàng là người đứng đầu ở các showroom cũng như cửa hàng của công ty, chịu mọi trách nhiệm ở nơi mình quản lý.

Nhân viên cửa hàng là người tiếp xúc trực tiếp để bán hàng cho khách, do vậy cần được công ty training kỹ về quy trình bán hàng.

3.2.4. Bộ phận kho

và ở mức vừa đủ để khi bên bán hàng cần sẽ lấy từ kho ra. Quản lý kho là người đứng đầu ở kho mình quản lý, chịu trách nhiệm khi kho có vấn đề, phải đảm bảo hàng trong kho luôn an toàn.

Nhân viên kho là người có nhiệm vụ sắp xếp các sản phẩm trong kho và kiểm kê số lượng mỗi ngày để khi gần hết thì sẽ báo cho quản lý kho.

3.2.5. Bộ phận Marketing

Chuyên viên tiếp thị là người sẽ đi tiếp xúc với khách hàng thường xuyên để có đủ thông tin cần thiết cho bên chiến lược để ra các kế hoạch phù hợp với nhu cầu phát triển của công ty.

Chuyên viên chiến lược là người sẽ tổng các dữ liệu từ bộ phận bán hàng và chuyên viên tiếp thị để đề ra các chiến lược phát triển cho công ty.

3.2.6. Bộ phận kế toán

Kế toán trưởng là người chịu trách nhiệm chung cho các kết quả ở bộ phận kế toán, có trách nhiệm phải đảm bảo tính minh bạch và công bằng khi thực hiện tính toán các số liệu công ty giao cho

Nhân viên kế toán là người thực hiện tính toán các số liệu công ty giao và cũng như kế toán trưởng, nhân viên cũng phải đảm bảo tính minh bạch và công bằng khi thực hiện nhiệm vụ được giao

3.2.7. Bộ phận IT

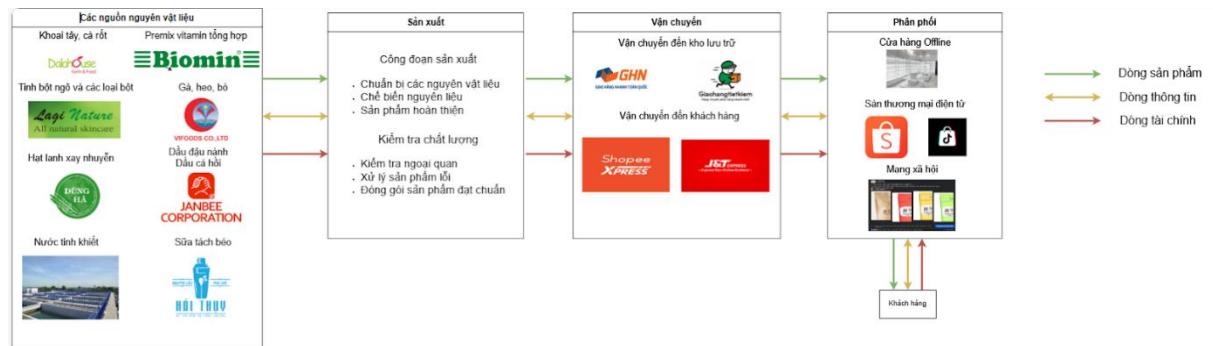
Nhân viên IT là người vận hành, thiết kế, nâng cấp các web bán hàng cũng như các kênh bán online trên các sàn TMĐT của công ty

Nhân viên kỹ thuật IT là người bảo trì các chức năng web, các thiết bị CNTT thường xuyên cũng như khi trong quá trình vận hành gặp sự cố.

3.2.8. Bộ phận mua hàng

Nhân viên mua hàng là người chịu trách nhiệm tìm kiếm nguồn cung nguyên liệu, thiết lập môi quan hệ với đối tác, đàm phán và chốt hợp đồng có lợi cho công ty.

3.3. Cấu trúc chuỗi cung ứng & quy trình sản xuất



QUY TRÌNH SẢN XUẤT HẠT KHÔ LUXPAWS – CHI TIẾT 6 BƯỚC (Áp dụng cho tất cả công thức: nguyên bản, heo, bò, rau củ)

BUỚC 1. TIẾP NHẬN & CHUẨN BỊ NGUYÊN LIỆU

1.1 Kiểm tra cảm quan

Màu sắc, mùi, độ vón của bột thịt; không mốc, không mùi khét.

Bột ngũ cốc & rau củ: màu đồng nhất, độ ẩm $< 10\%$, không tạp.

1.2 Kiểm nghiệm nhanh tại cổng

Chỉ tiêu	Phương pháp	Tiêu chuẩn
Độ ẩm	Máy đo hồng ngoại	$\leq 12\%$
Salmonella	Test kit 3M Petrifilm	Không phát hiện
Aflatoxin	QuickScan Neogen	$< 10 \text{ ppb}$

1.3 Tiền xử lý.

Xay/Ray qua lưới 2 mm tất cả bột thô.

Thịt bột đông $> 10^\circ\text{C}$: rã đông 4°C tới -2°C trước khi xay.

BUỚC 2. CÂN ĐỊNH LUỢNG & PHỐI TRỘN KHÔ

2.1 Lập lệnh sản xuất (LSX)

Khối lượng mẻ: 500 kg.

Phần mềm ERP tự tính khối lượng từng nguyên liệu theo % công thức.

2.2 Cân bán tự động

Sai số cho phép: $\pm 0,2\%$.

Chứng từ Mã QR dán lên phễu – truy vết nguyên liệu.

2.3 Trộn

Máy trộn trực ngang 1000 L, tốc độ 48 rpm, 3 phút.

Lấy mẫu đại diện 100 g, kiểm đồng nhất bằng phép đo độ lệch protein (NIR) – RSD < 5 %.

BUỚC 3. BỒ SUNG UỐT & ĐIỀU CHỈNH ÂM

3.1 Phun nước + hơi bão hòa

Lưu lượng nước: 60–80 L/mẻ.

Hơi bão hòa 1,5 bar, 110 °C, phun 45 s cuối.

3.2 Đo ẩm on-line

Sensor hồng ngoại lắp trên băng tải → hiển thị độ ẩm tức thời.

Mục tiêu ẩm đồng nhất 22–24 %.

BUỚC 4. ÉP ĐÙN (EXTRUSION)

4.1 Thiết lập máy

Zone	Nhiệt °C (Gà/heo)	Nhiệt °C (Bò)	Nhiệt °C (Rau củ)
Feeding	90	95	90
Compression	115	120	110
Cooking	135	140	130
Die head	125	130	120

4.2 Thông số cài đặt

Tốc độ trực vít: 300 rpm (gà/heo), 280 rpm (bò), 310 rpm (rau củ).

Áp suất die: 30–35 bar.

Luồng cắt: 800 rpm → chiều dài hạt 8 ± 1 mm.

4.3 Kiểm soát

Nhiệt độ khói < 5 ppm VOC.

Lấy mẫu hạt mỗi 15 phút kiểm kích thước và độ nở (OI 1,2–1,4).

BUỚC 5. SẤY & LÀM NGUỘI

5.1 Sấy tầng sôi

Vận tốc gió: 1,8 m/s.

Giai đoạn 1: 140 °C, 8 phút – giảm ẩm từ 22 % xuống 13 %.

Giai đoạn 2: 90 °C, 10 phút – giảm ẩm xuống 8–10 %.

5.2 Làm nguội

Buồng counter-flow, không khí 28 °C, 5 phút.

Nhiệt hạt ra < 45 °C.

BUỚC 6. PHUN DẦU & TRÁNG VI CHẤT

6.1 Chuẩn bị dung dịch phủ

Dầu đậu nành + tocopherol 0,1 % w/w + premix vitamin (hòa tan/treo đều).

Nhiệt dầu 45 °C để giảm độ nhớt.

6.2 Phun chân không

Trống phủ 600 L, áp suất -0,06 MPa.

Tỷ lệ phun: 2,5–4 % tùy SKU.

Thời gian quay: 3 phút, đảm bảo độ bao phủ > 97 % (kiểm qua test huỳnh quang Nile Red).

6.3 Lấy mẫu kiểm tra

Hàm lượng béo mặt dầu: $10 \pm 1\%$.

Vitamin A: $\geq 9\,000$ IU/kg (sau phủ).

SỮA HẠT LANH (Flax Milk) 500 ml

Bước	Mục tiêu & thao tác chi tiết	Thông số kiểm soát
1. Tiếp nhận & chuẩn bị	- Kiểm tra hạt lanh xay (độ ẩm $\leq 7\%$, không mùi ôi).- Nước RO cấp thực phẩm; dầu hướng dương FFA $\leq 0,1\%$.	Test nhanh Aflatoxin < 5 ppb; TPC nước < 10 CFU/ml
2. Cân & phối trộn khô-ướt	- Tỷ lệ: hạt lanh 7,5 %, nước 88 %, dầu TV 3 %, premix (Ca, vit D3) 1,5 %.- Trộn tốc độ 1 000 rpm, 8 min.	pH $6,8 \pm 0,1$
3. Nghiền siêu mịn & đồng nhất (Homogenize)	Máy nghiền keo 3 pass $\rightarrow D90 < 50\text{ }\mu\text{m}$.	Áp suất Homo 1st 150 bar / 2nd 50 bar
4. Tiệt trùng UHT	$135\text{ }^\circ\text{C} - 4\text{ s}$ (tâm trao đổi nhiệt), sau đó làm nguội $25\text{ }^\circ\text{C} < 15\text{ s}$.	APC sau UHT < 1 CFU/25 ml
5. Chiết rót & đóng chai vô trùng	Chiết nóng $85\text{ }^\circ\text{C}$, chai HDPE/PP tiệt trùng H_2O_2 . Đóng nắp xoáy, nitrogen flush 0,3 bar.	Khối lượng tĩnh 250 ± 1 ml
6. Làm nguội, ủ & QC cuối	Shower nước $25 \rightarrow 10\text{ }^\circ\text{C}$ trong 20 min, ủ 24 h ở $37\text{ }^\circ\text{C}$ kiểm phòng.	Không phòng, pH không đổi, Salmonella ND

SỮA BỘT PHA SẴN (Ready-to-Drink Lactose-Free Milk) 500 ml

Bước	Mục tiêu & thao tác chi tiết	Thông số kiểm soát
1. Tiếp nhận nguyên liệu	Sữa bột tách lactose (độ ẩm ≤ 4 %); dầu đậu nành tinh luyện; nước RO.	TPC bột < 5 000 CFU/g
2. Reconstitution & tiền hòa tan	Hòa sữa bột vào nước 55 °C, khuấy 800 rpm 10 min → nồng độ 12 % sữa hoàn nguyên.	Độ hòa tan > 98 % (no grits)
3. Nhũ hóa dầu	Thêm dầu đậu nành 4 %, lecithin 0,2 %. Homogenize 180 bar/50 bar.	Kích thước micelle < 2 µm (Malvern)
4. Tiệt trùng UHT	140 °C – 4 s, làm nguội 20 °C.	APC < 1 CFU/25 ml
5. Chiết rót vô trùng	Tương tự flax milk, chai HDPE 500 ml.	Hàm lượng đạm 3,3 ± 0,2 g/100 ml
6. Làm nguội & QC	Shower nước, ủ 37 °C/24 h. Kiểm cảm quan, pH 6,6–6,8.	Không phòng; Salmonella, coliform ND

Quy trình sản xuất cho pate

Thành phần & tỉ lệ tham khảo (500 kg/mẻ)

Công thức	Khối lượng thịt chính	Nguyên liệu phụ trợ	Chất nền & xơ	Dầu cá hồi	Tổng
Pâté gà	Thịt gà 200 kg	Rau củ khô 100 kg	Khoai tây nghiền 100 kg	100 kg	500
Pâté heo	Thịt heo 200 kg	Rau củ khô 100 kg	Gạo lứt nâu nhừ 100 kg	100 kg	500
Pâté hỗn hợp	Thịt bò 100 kg + Thịt gà 100 kg	Rau củ khô 100 kg	Bột yến mạch 100 kg	100 kg	500

Nước hầm xương chiếm ~10 % khối lượng mỗi mẻ, thêm tùy độ sánh mong muốn; không tính vào bảng vì bay hơi khi nấu.

Quy trình 6 bước

Bước	Mục tiêu & thao tác chi tiết	Thông số kiểm soát

1. Tiếp nhận & sơ chế	– Thịt tươi rã đông 0-4 °C, cắt khối 2 cm. – Rau củ khô độ ẩm < 10 %. – Dầu cá hồi tinh luyện FFA ≤ 1 %.	Salmonella ND (thịt); Aflatoxin < 10 ppb (rau)
2. Xay & phối trộn thô	Cutter bowl 1 000 rpm, 3 min. Thêm nước hầm xương, khoai tây/gạo/yến mạch đã nấu chín.	Kích thước hạt ≤ 3 mm
3. Nấu chập (pre-cooking)	Chảo áo hơi 95 °C, khuấy 30 min để protein đông và tinh bột hồ hoá.	Tâm nhiệt 85 ± 2 °C, độ nhớt 25-35 Pa·s
4. Đóng nhất & bổ sung vi chất	Qua colloid mill (gap 0,15 mm) tạo nhuyễn mịn. Bổ sung dầu cá hồi, premix vitamin-khoáng.	D90 < 150 µm; pH 6,2-6,4
5. Chiết rót & thanh trùng	Chiết nóng 80 °C vào túi retort 400 g, hút chân không 0,04 MPa, hàn mép. Retort 121 °C/45 min đạt Fo ≥ 10.	Áp retort 1,5 bar, đảm bảo không phòng túi
6. Làm nguội & QC cuối	Làm nguội 25→10 °C, ủ 37 °C/24 h. Kiểm cảm quan, vi sinh, độ tách dầu.	Salmonella ND; APC < 100 CFU/g; không tách lớp

3.4. Các hoạt động cốt lõi

3.4.1. Lập kế hoạch

Đối với bất kỳ doanh nghiệp nào, dự báo nhu cầu và lập kế hoạch là một giai đoạn vô cùng quan trọng. Quy trình này bao gồm lập kế hoạch và tổ chức các hoạt động cho các hoạt động còn lại trong chuỗi cung ứng. Trong hoạt động này, doanh nghiệp cần thực hiện các công việc sau: Dự báo nhu cầu, định giá sản phẩm và quản lý hàng tồn kho

3.4.1.1. Dự báo nhu cầu

a) Cung ứng

Xác định số lượng nhà cung cấp nguyên vật liệu và sản phẩm thú cưng:

Khảo sát thị trường: LuxPaws cần thực hiện một cuộc khảo sát chi tiết để xác định số lượng nhà cung cấp tiềm năng có sẵn. Việc này bao gồm nắm bắt thông tin về quy mô sản xuất, khả năng cung cấp và tính linh hoạt trong việc điều chỉnh sản lượng của từng nhà cung cấp.

Đánh giá khả năng cung ứng: LuxPaws phải đánh giá năng lực sản xuất của các nhà cung cấp để đảm bảo rằng nguồn cung luôn đáp ứng đủ nhu cầu của cửa hàng.

Điều này cũng liên quan đến việc kiểm tra khả năng xử lý các đơn đặt hàng lớn và khả năng thích ứng với những biến động đột ngột trong nhu cầu thị trường.

Xác định thời gian giao hàng: LuxPaws cần xác định thời gian giao hàng từ khi đặt hàng đến khi nhận hàng từ các nhà cung cấp. Thông tin này quan trọng để lập kế hoạch dự trữ và quản lý chuỗi cung ứng, giúp đảm bảo rằng cửa hàng luôn có đủ sản phẩm để phục vụ khách hàng đúng thời điểm.

Duy trì tương tác liên tục: Để duy trì hệ thống cung ứng ổn định, LuxPaws cần duy trì mối quan hệ và tương tác thường xuyên với các nhà cung cấp. Việc này giúp cập nhật thông tin về tình hình sản xuất, nguồn nguyên liệu và thời gian cung ứng, từ đó đảm bảo kịp thời trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Hợp đồng hợp tác dài hạn: Đối với những nhà cung cấp có độ uy tín cao, LuxPaws không ngần ngại trong việc ký hợp đồng dài hạn. Những hợp đồng này không chỉ giúp giảm thiểu chi phí trong quá trình hợp tác mà còn mở ra nhiều cơ hội phát triển bền vững cho cả hai bên. Việc thiết lập quan hệ hợp tác dài hạn tạo điều kiện cho LuxPaws có được nguồn cung ổn định và đáng tin cậy, đồng thời khuyến khích nhà cung cấp đầu tư vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Bằng cách này, LuxPaws có thể duy trì và cải thiện chất lượng sản phẩm, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, và thúc đẩy sự phát triển lâu dài của cả hai đối tác.

b) Nhu cầu

Dự báo nhu cầu: LuxPaws cần dựa vào dữ liệu phân tích thị trường để dự báo nhu cầu cho các sản phẩm thú cưng. Việc này bao gồm phân tích xu hướng và biến động của thị trường để xác định nhu cầu cho từng loại sản phẩm như thức ăn, đồ chơi, phụ kiện và sản phẩm chăm sóc thú cưng. Điều này giúp LuxPaws điều chỉnh sản xuất và tiếp thị một cách linh hoạt, đáp ứng mong muốn của khách hàng và tối ưu hóa doanh số bán hàng.

c) Đặc tính sản phẩm

Duy trì và nâng cao chất lượng: LuxPaws cần lên kế hoạch để duy trì và nâng cao chất lượng của các sản phẩm thú cưng, đảm bảo rằng mỗi sản phẩm đều đạt tiêu chuẩn cao nhất để đảm bảo sức khỏe và hạnh phúc của thú cưng.

Mang đến sự đa dạng: LuxPaws không ngừng mở rộng dải sản phẩm để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Bằng cách này, chúng tôi không chỉ tăng cơ hội lựa chọn cho khách hàng mà còn thúc đẩy sự phát triển và sáng tạo trong ngành công nghiệp thú cưng.

Cải tiến thiết kế: LuxPaws không chỉ tập trung vào việc cải tiến thiết kế mà còn thúc đẩy sự độc đáo và cá nhân hóa trong từng sản phẩm. Điều này giúp tạo ra sự hấp

dẫn và sự khác biệt trong mắt khách hàng. Sản phẩm cần phải phản ánh tính sáng tạo và đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng.

d) Môi trường cạnh tranh

Đánh giá đối thủ: LuxPaws thường xuyên nắm bắt thông tin về các đối thủ cạnh tranh trong ngành thú cưng, từ đó đánh giá các yếu tố như chiến lược giá cả, chất lượng sản phẩm và cách tiếp cận thị trường. Điều này giúp LuxPaws hiểu rõ môi trường cạnh tranh và điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp.

Phản ứng linh hoạt: Dựa trên thông tin thu thập được, LuxPaws phản ứng linh hoạt bằng cách điều chỉnh chiến lược giá cả, cải thiện chất lượng sản phẩm hoặc tăng cường chiến lược tiếp thị. Đồng thời, LuxPaws cũng tạo ra các sản phẩm và dịch vụ sáng tạo để thu hút và giữ chân khách hàng song song với việc tiếp thị để duy trì và mở rộng thị phần.

Phương Pháp Dự Báo

- **Phương pháp định tính:**

Nghiên cứu thị trường: LuxPaws cần thực hiện nghiên cứu thị trường để đánh giá tiềm năng của các sản phẩm và thiết kế mới trong danh mục đồ thú cưng. Ý kiến từ ban lãnh đạo, đội ngũ bán hàng và khách hàng sẽ được tích hợp để dự báo nhu cầu và định hình chiến lược sản phẩm.

Ưu điểm: Tận dụng hiểu biết sâu sắc về thị trường và nhu cầu khách hàng, giúp LuxPaws linh hoạt trong việc thích nghi với các thay đổi nhanh chóng của thị trường.

Thách thức: Đảm bảo tính khách quan và đại diện đầy đủ trong quá trình thu thập ý kiến.

- **Phương pháp chuỗi thời gian:**

Phân tích dữ liệu lịch sử: Khi LuxPaws đã hoạt động một thời gian và có dữ liệu lịch sử, phương pháp chuỗi thời gian sẽ được áp dụng để nâng cao độ chính xác của dự báo nhu cầu. Bằng cách phân tích các mô hình lịch sử về nhu cầu và doanh số bán hàng, LuxPaws có thể đưa ra các dự báo chính xác hơn và điều chỉnh chiến lược tồn kho hiệu quả.

Ưu điểm: Dựa trên dữ liệu lịch sử để xác định xu hướng và mô hình nhu cầu theo thời gian, giúp dự báo tương lai dựa trên các yếu tố đã biết.

Thách thức: Yêu cầu ghi nhận dữ liệu lịch sử chính xác và đòi hỏi kiến thức chuyên sâu về phân tích chuỗi thời gian và mô hình dự báo.

- **Phương pháp hồi quy:**

Phân tích yếu tố tác động: LuxPaws có thể sử dụng phương pháp hồi quy để dự báo nhu cầu bằng cách phân tích mối quan hệ giữa các biến số khác nhau như giá cả, thu nhập của khách hàng, xu hướng thị trường và lượng bán ra.

Ưu điểm: Cho phép xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến nhu cầu và tạo ra mô hình dự báo chính xác hơn.

Thách thức: Đòi hỏi dữ liệu chất lượng cao và khả năng xử lý phức tạp của các mô hình thống kê.

- Phương pháp dự báo bằng mô hình ARIMA:

Mô hình hóa thời gian: LuxPaws có thể sử dụng mô hình ARIMA để dự báo nhu cầu dựa trên các dữ liệu lịch sử và mô hình hóa các yếu tố tự hồi quy và trung bình trượt.

Ưu điểm: Mạnh mẽ trong việc dự báo chuỗi thời gian với các mô hình phức tạp.

Thách thức: Đòi hỏi kiến thức chuyên sâu về thống kê và mô hình hóa chuỗi thời gian.

Sự kết hợp giữa các phương pháp định tính và định lượng sẽ giúp LuxPaws tận dụng các cơ hội sáng tạo từ ý kiến đa dạng và sự hiểu biết sâu sắc về thị trường, đồng thời sử dụng dữ liệu lịch sử và các mô hình thống kê để dự báo một cách chính xác và linh hoạt. Điều này sẽ giúp LuxPaws duy trì sự độc đáo và hiệu suất cao trong việc quản lý cung ứng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

3.3.1.2. Định Giá Sản Phẩm

LuxPaws sử dụng chiến lược khuyến mãi trong mùa cao điểm để tối đa hóa doanh thu. Trong các mùa lễ hội, khách hàng có xu hướng mua sắm nhiều hơn, bao gồm cả các sản phẩm cho thú cưng như thức ăn, đồ chơi và phụ kiện đặc biệt. Với các sản phẩm theo mùa độc đáo, LuxPaws có thể tận dụng lợi thế này để gia tăng doanh thu và tăng cường nhận diện thương hiệu.

Chiến Lược Khuyến Mãi Mùa Cao Điểm

Lựa chọn thời kỳ khuyến mãi phù hợp: LuxPaws lên kế hoạch khuyến mãi tập trung vào các thời kỳ cao điểm như lễ Giáng sinh, Tết Nguyên Đán, các ngày lễ lớn ở Việt Nam và mùa hè. Đây là những thời điểm mà nhu cầu mua sắm đồ cho thú cưng tăng cao do người tiêu dùng muốn dành tặng các món quà đặc biệt cho thú cưng của mình.

Ưu điểm của mùa cao điểm: Các mùa lễ hội không chỉ tăng cường tâm lý mua sắm mà còn tạo cơ hội để LuxPaws giới thiệu các sản phẩm mới và đặc biệt. Tận dụng xu hướng mua sắm theo mùa giúp LuxPaws tối đa hóa doanh thu và tạo sự hứng thú từ khách hàng.

Sản phẩm theo mùa: LuxPaws thiết kế các sản phẩm đặc biệt dành riêng cho các mùa lễ hội như bộ trang phục lễ hội cho thú cưng, phụ kiện mùa đông ấm áp, hay các món ăn vặt dành cho mùa hè. Các sản phẩm này không chỉ đáp ứng nhu cầu thị trường mà còn tạo sự khác biệt và thu hút khách hàng.

Dịch vụ giữ chó mèo dịp lễ: Nhận thấy nhu cầu tăng cao trong các dịp lễ khi khách hàng cần đi du lịch hoặc thăm người thân, LuxPaws mở rộng dịch vụ giữ chó mèo với các gói chăm sóc đặc biệt. Dịch vụ này bao gồm chăm sóc toàn diện, cung cấp thức ăn dinh dưỡng, và các hoạt động vui chơi cho thú cưng, giúp khách hàng yên tâm khi gửi gắm thú cưng tại LuxPaws.

Mục tiêu bán hết sản phẩm theo mùa: LuxPaws đặt mục tiêu rõ ràng là bán hết các sản phẩm theo mùa để tránh tình trạng hàng tồn kho và giảm thiểu rủi ro. Việc này giúp tăng cường áp lực bán hàng tích cực và đảm bảo dòng tiền ổn định.

Tăng cường tiếp thị và quảng bá: LuxPaws sử dụng một loạt các chiến lược tiếp thị và quảng bá để thông báo và tạo sự chú ý cho các chương trình khuyến mãi. Các kênh truyền thông online như mạng xã hội, email marketing, và quảng cáo trực tuyến được kết hợp với các kênh truyền thông offline như quảng cáo trên tạp chí thú cưng và tổ chức sự kiện tại cửa hàng.

Chiến lược giảm giá và ưu đãi: LuxPaws áp dụng các chương trình giảm giá hấp dẫn như giảm giá trực tiếp, tặng quà kèm theo, hoặc các ưu đãi đặc biệt cho khách hàng mua số lượng lớn. Những chiến lược này không chỉ khuyến khích khách hàng mua sắm nhiều hơn mà còn tăng cường sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

Đối tượng khách hàng tập trung: LuxPaws xác định rõ đối tượng khách hàng mục tiêu cho mỗi chiến dịch khuyến mãi, từ đó tối ưu hóa các chương trình tiếp thị để đáp ứng nhu cầu và mong đợi của họ. Điều này bao gồm việc cá nhân hóa thông điệp và ưu đãi để tạo sự kết nối mạnh mẽ hơn với khách hàng.

Đánh giá hiệu suất và điều chỉnh linh hoạt: LuxPaws thường xuyên theo dõi và đánh giá hiệu suất của các chiến dịch khuyến mãi. Dựa trên phản hồi từ khách hàng, dữ liệu doanh số bán hàng, và các yếu tố thị trường, LuxPaws sẽ điều chỉnh chiến lược một cách linh hoạt để đảm bảo hiệu quả tối đa.

Chiến lược khuyến mãi mùa cao điểm: LuxPaws là sự kết hợp giữa thời điểm bán hàng tối ưu và lợi thế của các sản phẩm theo mùa, cùng với dịch vụ giữ chó mèo trong các dịp lễ. Bằng cách tận dụng các mùa lễ hội, các sản phẩm độc đáo và dịch vụ chăm sóc thú cưng, LuxPaws không chỉ đạt được mục tiêu bán hết hàng mà còn tối đa hóa lợi nhuận trong một môi trường cạnh tranh và đầy thách thức.

3.3.1.3 Quản lý hàng tồn kho

a) Quản Lý hàng tồn kho chu kỳ

LuxPaws tiến hành lưu trữ hàng tồn kho theo mùa, đặc biệt là các dịp lễ hoặc dịp sale lớn. Đây là lúc mọi người chi tiêu nhiều nhất để đáp ứng các nhu cầu của bản

thân và chi tiêu cho thú cưng cũng không ngoại lệ. Họ cũng sẽ không ngai trong việc chi tiền cho người bạn thân của mình.

Để quản lý hàng tồn kho một cách hiệu quả, LuxPaws có thể áp dụng phương pháp tính toán hàng tồn kho theo chu kỳ. Phương pháp này giúp đảm bảo luôn có đủ hàng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời giảm thiểu chi phí lưu kho và tránh tình trạng hàng tồn kho dư thừa.

- Xác định chu kỳ đặt hàng (Order Cycle Time)

Chu kỳ đặt hàng là khoảng thời gian giữa hai lần đặt hàng liên tiếp. Chu kỳ này phụ thuộc vào tần suất nhu cầu và thời gian giao hàng từ nhà cung cấp.

- Tính toán nhu cầu hàng ngày (Daily Demand)

Nhu cầu hàng ngày được tính bằng cách lấy tổng số lượng sản phẩm bán ra trong một khoảng thời gian chia cho số ngày trong khoảng thời gian đó.

$$\text{Daily Demand}(D) = \frac{\text{Tổng số lượng sản phẩm bán ra}}{\text{Số ngày}}$$

- Xác định thời gian giao hàng (Lead Time)

Thời gian giao hàng là khoảng thời gian từ khi đặt hàng đến khi nhận được hàng từ nhà cung cấp.

- Tính toán lượng đặt hàng (Order Quantity)

Lượng đặt hàng được xác định bằng cách nhân nhu cầu hàng ngày với chu kỳ đặt hàng.

$$\text{Order Quantity}(Q) = D \times \text{Chu kỳ đặt hàng}$$

- Tính toán mức tồn kho an toàn (Safety Stock)

Mức tồn kho an toàn là lượng hàng tồn kho dự trữ để phòng các biến động bất thường trong nhu cầu hoặc thời gian giao hàng.

$$\text{Mức tồn kho an toàn} = Z \times \sigma_d \times \sqrt{L}$$

Trong đó

→ Z là hệ số tin cậy (thường là 95% tương đương $Z=1.65$)

→ σ_d là độ lệch chuẩn của nhu cầu hàng ngày

→ L là thời gian giao hàng

- Tính toán điểm đặt hàng (Reorder Point)

Điểm đặt hàng là mức tồn kho mà tại đó cần phải đặt hàng bổ sung.

Điểm đặt hàng được tính bằng cách cộng nhu cầu trong thời gian giao hàng với mức tồn kho an toàn.

$$\text{Reorder Point}(ROP) = (D \times \text{Lead Time}) + SS$$

Để dễ hiểu giả sử LuxPaws bán thức ăn cho thú cưng và các sản phẩm liên quan với các thông số sau:

Nhu cầu hàng ngày (D): 150 đơn vị

Chu kỳ đặt hàng: 21 ngày

Thời gian giao hàng (Lead Time): 5 ngày

Độ lệch chuẩn của nhu cầu trong thời gian giao hàng (σ): 10 đơn vị

Mức độ dịch vụ mong muốn: 95% (tương ứng với Z=1.65)

Tiến hành tính toán các thông số trên với công thức đã nêu, ta có như sau

Với lượng đặt hàng $Q = D \times \text{Chu kỳ đặt hàng} = 150 \times 21 = 3150$

Với mức tồn kho an toàn MTKAT = $10 \times 1.65 \times \sqrt{5} \approx 36.8$

Với điểm đặt hàng RP = $(D \times \text{Lead Time}) + SS = 766.5$

⇒ Từ các thông số trên, có thể thấy được rằng

- Chu kỳ đặt hàng của LuxPaws là 21 ngày có nghĩa là LuxPaws sẽ đặt hàng mới từ nhà cung cấp mỗi ba tuần. Khoảng thời gian này được lựa chọn dựa trên tần suất nhu cầu và khả năng lưu trữ của công ty. Việc xác định một chu kỳ đặt hàng hợp lý giúp cân bằng giữa việc duy trì đủ hàng tồn kho để phục vụ khách hàng và tối ưu hóa chi phí liên quan đến việc đặt hàng và lưu kho.
- Lượng đặt hàng: 3150 đơn vị

Với nhu cầu hàng ngày là 150 đơn vị và chu kỳ đặt hàng 21 ngày, LuxPaws sẽ đặt hàng 3150 đơn vị mỗi lần. Con số này đảm bảo rằng sẽ có đủ sản phẩm trong kho để đáp ứng nhu cầu trong suốt chu kỳ mà không cần đặt hàng quá thường xuyên, giảm thiểu chi phí và thời gian liên quan đến việc đặt hàng.

- Mức tồn kho an toàn: 36.8 đơn vị

Mức tồn kho an toàn là 36.8 đơn vị. Đây là lượng hàng tồn kho dự trữ để bảo vệ LuxPaws trước các biến động bất thường trong nhu cầu hoặc thời gian giao hàng từ nhà cung cấp. Với mức tồn kho an toàn này, LuxPaws có thể đảm bảo rằng vẫn sẽ có hàng trong kho ngay cả khi nhu cầu tăng đột ngột hoặc thời gian giao hàng bị kéo dài hơn dự kiến.

- Điểm đặt hàng: 766.5 đơn vị

Điểm đặt hàng là 766.5 đơn vị. Đây là mức tồn kho mà tại đó LuxPaws cần phải đặt hàng bổ sung. Khi hàng tồn kho giảm xuống mức này, LuxPaws sẽ đặt hàng mới để đảm bảo rằng hàng hóa được bổ sung kịp thời trước khi hết

hàng. Điểm đặt hàng này được tính toán dựa trên nhu cầu hàng ngày trong thời gian giao hàng cộng với mức tồn kho an toàn.

Bằng cách áp dụng phương pháp này, LuxPaws có thể đảm bảo rằng luôn có đủ hàng tồn kho để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời tối ưu hóa chi phí lưu kho và quản lý hàng tồn kho một cách hiệu quả.

b) Quản lý hàng tồn kho theo mùa

LuxPaws thực hiện quản lý hàng tồn kho theo mùa bằng cách sản xuất và lưu trữ các sản phẩm phù hợp với các dịp lễ từ trước để đáp ứng nhu cầu lúc cao điểm. Đồng thời, LuxPaws áp dụng chương trình khuyến mãi để kích thích nhà phân phối mua và lưu trữ hàng trước khi nhu cầu tăng cao, giúp giảm áp lực lưu kho trong giai đoạn cao điểm theo các bước như sau:

- Xác định sản phẩm phù hợp:

LuxPaws không chỉ dừng lại ở việc phân tích dữ liệu lịch sử để xác định sản phẩm phù hợp cho mỗi dịp lễ mà còn tiến xa hơn. Chúng tôi thường xuyên tìm kiếm và đánh giá các xu hướng mới trong thị trường để đảm bảo rằng danh mục sản phẩm của chúng tôi luôn đa dạng và phong phú, phản ánh đúng nhu cầu và sở thích của khách hàng.

- Thiết lập chương trình khuyến mãi:

LuxPaws không chỉ tập trung vào việc thiết lập các chương trình khuyến mãi để kích thích nhà phân phối mua và lưu trữ hàng trước thời điểm cao điểm. Chúng tôi còn đa dạng hóa các chương trình khuyến mãi theo từng đối tượng khách hàng, từ những ưu đãi dành cho người mua lần đầu đến những ưu đãi cho những khách hàng thân thiết. Điều này không chỉ giúp tạo ra sự kích thích mua sắm đa chiều và tăng cường mối quan hệ với khách hàng mà còn giảm bớt áp lực lưu kho cho LuxPaws.

- Theo dõi và phân tích xu hướng thị trường:

LuxPaws không ngừng theo dõi và phân tích sâu hơn về xu hướng và hành vi mua sắm của khách hàng. Bằng cách này, chúng tôi có thể dự đoán nhu cầu của thị trường một cách chính xác hơn và điều chỉnh chiến lược quản lý hàng tồn kho một cách linh hoạt, tránh tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa.

- Liên tục cải thiện và đổi mới:

LuxPaws không ngừng đánh giá và điều chỉnh chiến lược quản lý hàng tồn kho dựa trên các kết quả thực tế và phản hồi từ khách hàng. Chúng tôi luôn tìm kiếm cơ hội để cải thiện và đổi mới quy trình, từ đó nâng cao hiệu quả và linh hoạt trong quản lý hàng tồn kho của mình.

c) Quản lý hàng tồn kho an toàn

LuxPaws duy trì hàng tồn kho an toàn bằng cách dự báo nhu cầu chính xác để nhập số lượng sản phẩm vừa đủ. Mục tiêu là không tồn quá nhiều chi phí hàng tồn kho nhưng vẫn đảm bảo có đủ sản phẩm mỗi khi nhu cầu xuất hiện.

- Sử dụng dữ liệu lịch sử và dự báo để xác định mức hàng tồn kho an toàn:
LuxPaws sử dụng dữ liệu lịch sử và dự báo để đánh giá nhu cầu dự kiến. Việc này giúp LuxPaws đưa ra các quyết định nhập hàng tồn kho một cách chính xác và đúng đắn. Đồng thời cũng giúp đảm bảo rằng LuxPaws sẽ có đủ hàng tồn kho để đáp ứng nhu cầu mỗi khi cần thiết.
- Thực hiện đặt hàng và tái tổ chức tồn kho linh hoạt:
LuxPaws thực hiện đặt hàng và tái tổ chức tồn kho khi mức hàng tồn kho giảm xuống mức an toàn. LuxPaws thiết lập các quy trình đặt hàng linh hoạt và tổ chức lại kho hàng một cách thông minh. Chúng tôi không chỉ dựa vào mức hàng tồn kho hiện tại mà còn xem xét các yếu tố như dòng sản phẩm, xu hướng thị trường và dự báo nhu cầu để điều chỉnh đặt hàng và tổ chức kho một cách hiệu quả nhất.
- Tối ưu hóa không gian lưu trữ:
Không ngừng tối ưu hóa không gian lưu trữ bằng cách sắp xếp kho hàng một cách khoa học và linh hoạt. Điều này giúp LuxPaws tận dụng mỗi mét vuông của kho để lưu trữ sản phẩm một cách hiệu quả, đồng thời giảm thiểu lãng phí diện tích và tối đa hóa khả năng kiểm tra và di chuyển hàng hóa.

3.4.2. Tìm nguồn

Đối với bất kỳ nhà cung cấp nào, LuxPaws cũng đưa ra các yêu cầu rất khắt khe để đảm bảo chất lượng sản phẩm.

3.4.2.1. Mua sắm

Tiêu chí chọn nhà cung cấp của LuxPaws

a) Uy tín và kinh nghiệm

LuxPaws luôn tập trung vào việc chọn lựa các đối tác cung cấp vật liệu cho chó mèo dựa trên độ tin cậy và sự giàu kinh nghiệm của họ. Chúng tôi ưu tiên các nhà cung cấp có lịch sử hoạt động rõ ràng, được biết đến với sự minh bạch trong thông tin công ty và có kinh nghiệm lâu năm trong ngành. Bằng cách này, chúng tôi có thể đảm bảo rằng việc hợp tác với họ sẽ mang lại chất lượng và đáng tin cậy cho sản phẩm của LuxPaws.

b) Chất lượng sản phẩm:

Chú trọng vào sự an toàn và chất lượng: LuxPaws không chỉ quan tâm đến việc chọn lựa những nhà cung cấp có uy tín, mà còn đặc biệt chú trọng vào chất lượng và

sự an toàn của sản phẩm. Chúng tôi luôn đảm bảo rằng các sản phẩm mà chúng tôi cung cấp không chỉ an toàn mà còn thân thiện với môi trường sống của thú cưng.

Hỗ trợ và dịch vụ: LuxPaws ưu tiên các nhà cung cấp có hệ thống hỗ trợ về sản phẩm, sẵn lòng giải quyết mọi vấn đề phát sinh và hỗ trợ kỹ thuật khi cần thiết. Sự hỗ trợ và dịch vụ chăm sóc của nhà cung cấp cũng được xem xét kỹ lưỡng để đảm bảo sự hài lòng tối đa cho khách hàng.

c) Giá cả hợp lý:

Giá ổn định và cạnh tranh: LuxPaws đặt một trong những tiêu chí hàng đầu khi lựa chọn nhà cung cấp là giá cả phải hợp lý và cạnh tranh. Chúng tôi không chỉ tìm kiếm các đối tác có giá ổn định và cạnh tranh mà còn chú trọng vào tính linh hoạt trong chính sách thanh toán. Điều này giúp chúng tôi có thể đàm phán và thỏa thuận một cách linh hoạt với các nhà cung cấp, tạo điều kiện thuận lợi cho cả hai bên.

d) Các nhà cung cấp mà LuxPaws lựa chọn

Công ty TNHH Dinh dưỡng và Thức ăn thú cưng VISSAN (Trung Tâm Giết Mổ Gia Súc): VISSAN là một trong những nhà cung cấp hàng đầu về nguyên liệu cho thức ăn thú cưng ở Việt Nam. Họ cung cấp nhiều loại nguyên liệu như thịt, cá, gạo, và các thành phần dinh dưỡng khác.



Pet Mart Vietnam: Pet Mart cung cấp đa dạng các loại đồ chơi cho thú cưng, bao gồm cả đồ chơi gặm nhấm, đồ chơi ném và đồ chơi giải trí.



Thảo Nguyên Textile (TNTex): Công ty này cung cấp một loạt các loại vải, bao gồm cả vải chống nước, vải cotton và vải dù, phù hợp để may đồ cho thú cưng.



Quá trình lựa chọn nhà cung cấp vật liệu chó mèo cần được thực hiện cẩn thận và chi tiết để đảm bảo rằng các tiêu chí trên được đáp ứng. Đồng thời, việc thiết lập mối quan hệ đối tác lâu dài và bền vững cũng là một yếu tố quan trọng.

Peroma: Peroma là nhà sản xuất hương liệu và nguyên liệu tự nhiên hàng đầu Việt Nam. Họ cung cấp các loại bột và chiết xuất tự nhiên phù hợp cho sản xuất thực phẩm thú cưng.



Thành phần và nhà cung cấp:

Thành phần	Nhà cung cấp	Giá/kg
Vitamin A, C, E	Biomin Việt Nam	80,000
Sữa tách béo	Công ty TNHH MTDV Sơn Nguyễn	45,000
Rau củ sấy khô	Dalathouse	30,000
Rau củ sấy khô	Dalathouse	30,000
Dầu đậu nành	Janbee Corporation	40,000
Dầu cá hồi	Janbee Corporation	60,000
Bột gạo lứt	Lagi nature	70,000
Bột lúa mì	Lagi nature	60,000
Tinh bột ngô	Lagi nature	10,000
Bột yến mạch	Lagi nature	50,000
Nước tinh khiết	Nhà máy nước	10,800
Hạt lanh xay nhuyễn	Nông sản Dũng Hà	50,000
Protein thịt gà	Vifood	40,000
Protein thịt heo	Vifood	120,000
Protein thịt bò	Vifood	200,000

3.4.3. Thực hiện

LuxPaws đã định vị một vị trí lý tưởng tại phường Hiệp Thành, Quận 12, nơi nổi tiếng với cơ sở hạ tầng giao thông tiện lợi và dịch vụ hỗ trợ đầy đủ. Khu vực này cung cấp một không gian rộng rãi và linh hoạt cho nhà kho và xưởng sản xuất của chúng tôi, cho phép chúng tôi dễ dàng mở rộng quy mô sản xuất trong tương lai. Mức giá thuê là vô cùng hợp lý với chỉ 15 triệu/tháng giúp LuxPaws tiết kiệm chi phí vận hành và tối ưu hóa lợi nhuận.

Đặc biệt, cơ sở của LuxPaws được trang bị đầy đủ các tiện ích hiện đại như phòng làm việc tiện nghi, khu vệ sinh sạch sẽ và hệ thống an ninh hiện đại, đảm bảo một môi trường làm việc an toàn và thuận tiện cho nhân viên. Chúng tôi không chỉ cam kết đảm bảo an toàn và trải nghiệm làm việc tốt nhất cho đội ngũ nhân viên, mà còn tạo điều kiện cho họ để phát triển và cống hiến hết mình trong công việc.

Những con đường xe tải rộng rãi và dễ dàng tiếp cận tại phường Hiệp Thành giúp LuxPaws dễ dàng nhập và xuất hàng hóa một cách nhanh chóng và hiệu quả. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian và chi phí vận chuyển mà còn đảm bảo hàng hóa được giao đến đúng thời gian và địa điểm một cách an toàn. Đường xe tải thông thoáng cũng là một phần quan trọng trong việc đảm bảo sự linh hoạt và tiết kiệm chi phí trong hoạt động kinh doanh hàng ngày của LuxPaws.

Ngoài ra, LuxPaws cũng không quên tôn trọng môi trường, chúng tôi thực hiện các biện pháp bảo vệ môi trường và sử dụng các phương pháp sản xuất tiết kiệm năng lượng và nguyên liệu. Chúng tôi tin rằng việc làm này không chỉ giúp bảo vệ môi trường mà còn tạo ra một hình ảnh tích cực cho thương hiệu của chúng tôi trong lòng khách hàng.

Như vậy, LuxPaws không chỉ là nơi sản xuất thức ăn và dịch vụ cho thú cưng mà còn là một môi trường làm việc chuyên nghiệp, sáng tạo và bền vững.

Về cửa hàng LuxPaws quyết định đặt ở đường Võ Văn Ngân, TP Thủ Đức với giá thuê 17 triệu/tháng là một quyết định rất phù hợp. Với diện tích vô cùng phù hợp với mô hình thú cưng của LuxPaws, địa điểm này mang lại nhiều lợi ích:

Vị trí thuận lợi: Võ Văn Ngân ở vị trí giao thông thuận tiện, dễ dàng tiếp cận từ các khu vực lân cận, gần xa lộ Hà nội nên thuận lợi trong việc chuyển hàng từ xưởng sang.

Diện tích phù hợp: Diện tích của cửa hàng đủ lớn để chứa các sản phẩm thú cưng và các dịch vụ đi kèm. Với diện tích vừa đủ, việc tổ chức không gian bày bán và thu hút khách hàng sẽ dễ dàng hơn.

Giá thuê hợp lý: Mức giá thuê 17 triệu/tháng là một mức giá hợp lý và phản ánh được giá trị của khu vực. Điều này giúp LuxPaws tiết kiệm chi phí thuê mặt bằng mà vẫn có thể cung cấp dịch vụ và sản phẩm chất lượng cho khách hàng.

Môi trường kinh doanh tích cực: Khu vực này có tiềm năng phát triển mạnh mẽ với sự phát triển của cộng đồng dân cư và nhu cầu về dịch vụ thú cưng ngày càng tăng. Điều này tạo ra một môi trường kinh doanh tích cực cho LuxPaws để phát triển và mở rộng thị trường.

Vị trí của cửa hàng LuxPaws cung cấp một cơ hội đáng giá cho sự phát triển của doanh nghiệp. Với giá thuê phù hợp và diện tích phù hợp với mô hình kinh doanh của LuxPaws, cửa hàng được đặt tại một vị trí có tiềm năng phát triển và thu hút khách hàng từ nhiều khu vực khác nhau. Môi trường kinh doanh tích cực và giao thông thuận tiện cũng là những lợi thế cho LuxPaws để xây dựng và phát triển thương hiệu của mình.

3.4.3.1. Chiến Lược Thiết Kế Sản Phẩm

Phương pháp sản xuất:

LuxPaws áp dụng một chiến lược kết hợp giữa MTS (Make to Stock) và BTO (Build to Order) để đáp ứng linh hoạt và hiệu quả cho nhu cầu của khách hàng:

MTS (Make to Stock)

LuxPaws sản xuất các sản phẩm sẵn có để đáp ứng nhanh chóng những nhu cầu ổn định từ phía khách hàng.

Sản xuất theo hàng loạt giúp tận dụng ưu đãi giá về quy mô, giảm chi phí sản xuất và duy trì mức giá cạnh tranh.

Sản phẩm MTS được lưu trữ sẵn có trong kho, giúp LuxPaws duy trì sự ổn định trong cung ứng và bảo dưỡng uy tín của thương hiệu.

BTO (Build to Order)

LuxPaws cho phép đổi tác tùy chỉnh sản phẩm theo nhu cầu cụ thể của họ trước khi sản xuất.

Phương pháp này tạo ra sự linh hoạt và cá nhân hóa cao, đảm bảo rằng sản phẩm đáp ứng đúng yêu cầu của từng đối tác.

BTO giúp LuxPaws xây dựng mối quan hệ chặt chẽ hơn với khách hàng đối tác thông qua việc đáp ứng mong muốn và sở thích cá nhân của họ.

Kết hợp Make to Stock (MTS) và Build to Order (BTO) mang lại nhiều lợi ích cho LuxPaws:

- **Đáp ứng linh hoạt:**

MTS duy trì kho hàng sẵn có, BTO sản xuất theo đơn hàng, giúp LuxPaws đáp ứng nhanh chóng và linh hoạt với mọi nhu cầu.

- **Tối ưu hóa sản xuất:**

Phân chia công việc giữa sản xuất hàng tồn kho và sản xuất theo đơn giúp chúng tôi tận dụng hiệu quả nguồn lực và cơ sở hạ tầng sản xuất.

- **Dự báo và phản ứng:**

MTS giúp dự báo nhu cầu thị trường, BTO cho phép phản ứng linh hoạt với các thay đổi trong nhu cầu của khách hàng.

- **Giảm rủi ro:**

Sản xuất theo đơn giảm thiểu rủi ro hàng tồn kho không bán được. Điều này cực kỳ cần thiết đối với các sản phẩm theo mùa vì chúng có thể thay đổi theo từng năm.

- **Nâng cao trải nghiệm đối tác khách hàng:**

Kết hợp cung cấp sản phẩm sẵn có và tùy chỉnh sản phẩm theo ý muốn của khách hàng, tạo ra trải nghiệm mua sắm đa dạng và phong phú.

Quản lý chất lượng sản phẩm tại LuxPaws được thực hiện qua các bước sau:

- **Xác định tiêu chuẩn chất lượng:**

LuxPaws thiết lập các tiêu chuẩn rõ ràng và cụ thể cho mỗi loại sản phẩm, đảm bảo chúng đáp ứng được yêu cầu về cả hình thức và chức năng. Các tiêu chuẩn này đảm bảo rằng mọi sản phẩm đều đạt chất lượng cao, mang lại sự hài lòng tối đa cho khách hàng.

- **Kiểm tra nguyên vật liệu:**

LuxPaws tiến hành kiểm tra kỹ lưỡng các nguyên vật liệu trước khi sử dụng trong quá trình sản xuất. Quy trình này bao gồm việc đánh giá chất lượng, độ an toàn và tính phù hợp của từng loại nguyên liệu, đảm bảo rằng mọi thành phần đều vào đều đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt.

- **Quản lý quá trình sản xuất:**

Áp dụng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến để kiểm soát chặt chẽ mọi bước trong quá trình sản xuất. Đội ngũ kỹ thuật của LuxPaws luôn sẵn sàng hỗ trợ kịp thời khi máy móc gặp sự cố, đảm bảo quá trình sản xuất diễn ra liên tục và hiệu quả.

- Kiểm tra sản phẩm trong và sau quá trình:

Thực hiện kiểm tra định kỳ trên sản phẩm trong quá trình sản xuất để phát hiện sớm và khắc phục các vấn đề có thể phát sinh. Mỗi sản phẩm đều phải trải qua các bước kiểm định khắt khe của đội ngũ kiểm định chuyên nghiệp của LuxPaws, đảm bảo rằng chỉ những sản phẩm đạt chất lượng tốt nhất mới được đưa đến tay khách hàng.

- Kiểm tra cuối cùng:

Trước khi xuất xưởng, LuxPaws thực hiện một kiểm tra cuối cùng để đảm bảo tất cả sản phẩm đều đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng cao nhất. Bước kiểm tra này là để đảm bảo rằng mọi sản phẩm đến tay khách hàng đều hoàn hảo, không có lỗi và hoàn toàn phù hợp với các tiêu chí chất lượng mà LuxPaws đã đề ra.

Quy trình sản xuất:

Quy trình sản xuất hạt khô LUXPAWS – chi tiết 6 bước (Áp dụng cho tất cả công thức: nguyên bản, heo, bò, rau củ)

Bước 1. Tiếp nhận & chuẩn bị nguyên liệu

1.1 Kiểm tra cảm quan

Màu sắc, mùi, độ vón của bột thịt; không mốc, không mùi khét.

Bột ngũ cốc & rau củ: màu đồng nhất, độ ẩm < 10 %, không tạp.

1.2 Kiểm nghiệm nhanh tại cổng

Chỉ tiêu	Phương pháp	Tiêu chuẩn
Độ ẩm	Máy đo hồng ngoại	$\leq 12 \%$
Salmonella	Test kit 3M Petrifilm	Không phát hiện
Aflatoxin	QuickScan Neogen	< 10 ppb

1.3 Tiền xử lý.

Xay/Ray qua lưới 2 mm tất cả bột thô.

Thịt bột đông > 10 °C: rã đông 4 °C tới -2 °C trước khi xay.

Bước 2. Cân định lượng & phôi trộn khô

2.1 Lập lệnh sản xuất (LSX)

Khối lượng mẻ: 500 kg.

Phần mềm ERP tự tính khối lượng từng nguyên liệu theo % công thức.

2.2 Cân bán tự động

Sai số cho phép: $\pm 0,2\%$.

Chứng từ Mã QR dán lên phễu – truy vết nguyên liệu.

2.3 Trộn

Máy trộn trực ngang 1000 L, tốc độ 48 rpm, 3 phút.

Lấy mẫu đại diện 100 g, kiểm đồng nhất bằng phép đo độ lệch protein (NIR) – RSD < 5 %.

Bước 3. Bổ sung ướt & điều chỉnh ẩm

3.1 Phun nước + hơi bão hòa

Lưu lượng nước: 60–80 L/mẻ.

Hơi bão hòa 1,5 bar, 110 °C, phun 45 s cuối.

3.2 Đo ẩm on-line

Sensor hồng ngoại lắp trên băng tải → hiển thị độ ẩm tức thời.

Mục tiêu ẩm đồng nhất 22–24 %.

Bước 4. Ép dùn (extrusion)

4.1 Thiết lập máy

Zone	Nhiệt °C (Gà/heo)	Nhiệt °C (Bò)	Nhiệt °C (Rau củ)
Feeding	90	95	90
Compression	115	120	110
Cooking	135	140	130
Die head	125	130	120

4.2 Thông số cài đặt

Tốc độ trực vít: 300 rpm (gà/heo), 280 rpm (bò), 310 rpm (rau củ).

Áp suất die: 30–35 bar.

Lưỡi cắt: 800 rpm → chiều dài hạt 8 ± 1 mm.

4.3 Kiểm soát

Nhiệt độ khói < 5 ppm VOC.

Lấy mẫu hạt mỗi 15 phút kiểm kích thước và độ nở (OI 1,2–1,4).

Bước 5. Sấy & làm nguội

5.1 Sấy tầng sôi

Vận tốc gió: 1,8 m/s.

Giai đoạn 1: 140 °C, 8 phút – giảm ẩm từ 22 % xuống 13 %.

Giai đoạn 2: 90 °C, 10 phút – giảm ẩm xuống 8–10 %.

5.2 Làm nguội

Buồng counter-flow, không khí 28 °C, 5 phút.

Nhiệt hạt ra < 45 °C.

Bước 6. Phun dầu & tráng vi chất

6.1 Chuẩn bị dung dịch phủ

Dầu đậu nành + tocopherol 0,1 % w/w + premix vitamin (hòa tan/treo đều).
Nhiệt dầu 45 °C để giảm độ nhớt.

6.2 Phun chân không

Trống phủ 600 L, áp suất -0,06 MPa.

Tỷ lệ phun: 2,5–4 % tùy SKU.

Thời gian quay: 3 phút, đảm bảo độ bao phủ > 97 % (kiểm qua test huỳnh quang Nile Red).

6.3 Lấy mẫu kiểm tra

Hàm lượng bề mặt dầu: 10 ± 1 %.

Vitamin A: ≥ 9 000 IU/kg (sau phủ).

Sữa hạt lanh (Flax Milk) 500 ml

Bước	Mục tiêu & thao tác chi tiết	Thông số kiểm soát
1. Tiếp nhận & chuẩn bị	- Kiểm tra hạt lanh xay (độ ẩm ≤ 7 %, không mùi ôi). - Nước RO cấp thực phẩm; dầu hướng dương FFA ≤ 0,1 %.	Test nhanh Aflatoxin < 5 ppb; TPC nước < 10 CFU/ml
2. Cân & phối trộn khô-uốt	- Tỷ lệ: hạt lanh 7,5 %, nước 88 %, dầu TV 3 %, premix (Ca, vit D3) 1,5 %. - Trộn tốc độ 1 000 rpm, 8 min.	pH 6,8 ± 0,1
3. Nghiền siêu mịn & đồng nhất (Homogenize)	Máy nghiền keo 3 pass → D90 < 50 µm.	Áp suất Homo 1st 150 bar / 2nd 50 bar
4. Tiệt trùng UHT	135 °C – 4 s (tấm trao đổi nhiệt), sau đó làm nguội 25 °C < 15 s.	APC sau UHT < 1 CFU/25 ml
5. Chiết rót & đóng chai vô trùng	Chiết nóng 85 °C, chai HDPE/PP tiệt trùng H ₂ O ₂ . Đóng nắp xoáy, nitrogen flush 0,3 bar.	Khối lượng tịnh 250 ± 1 ml
6. Làm nguội, ủ & QC cuối	Shower nước 25→10 °C trong 20 min, ủ 24 h ở 37 °C kiểm phòng.	Không phồng, pH không đổi, Salmonella ND

Sữa bột pha sẵn (Ready-to-Drink Lactose-Free Milk) 500 ml

Bước	Mục tiêu & thao tác chi tiết	Thông số kiểm soát
1. Tiếp nhận nguyên liệu	Sữa bột tách lactose (độ ẩm ≤ 4 %); dầu đậu nành tinh luyện; nước RO.	TPC bột < 5 000 CFU/g
2. Reconstitution & tiền hòa tan	Hòa sữa bột vào nước 55 °C, khuấy 800 rpm 10 min → nồng độ 12 % sữa hoàn nguyên.	Độ hòa tan > 98 % (no grits)
3. Nhũ hóa dầu	Thêm dầu đậu nành 4 %, lecithin 0,2 %. Homogenize 180 bar/50 bar.	Kích thước micelle < 2 µm (Malvern)
4. Tiệt trùng UHT	140 °C – 4 s, làm nguội 20 °C.	APC < 1 CFU/25 ml

5. Chiết rót vô trùng	Tương tự flax milk, chai HDPE 500 ml.	Hàm lượng đạm $3,3 \pm 0,2$ g/100 ml
6. Làm nguội & QC	Shower nước, ủ $37^{\circ}\text{C}/24\text{ h}$. Kiểm cảm quan, pH 6,6–6,8.	Không phòng; Salmonella, coliform ND

Quy trình sản xuất cho pate Thành phần & tỉ lệ tham khảo (500 kg/mẻ)

Công thức	Khối lượng thịt chính	Nguyên liệu phụ trợ	Chất nền & xơ	Dầu cá hồi	Tổng (kg)
Pâté gà	Thịt gà 200 kg	Rau củ khô 100 kg	Khoai tây nghiền 100 kg	100 kg	500
Pâté heo	Thịt heo 200 kg	Rau củ khô 100 kg	Gạo lứt nấu nhừ 100 kg	100 kg	500
Pâté hỗn hợp	Thịt bò 100 kg + Thịt gà 100 kg	Rau củ khô 100 kg	Bột yến mạch 100 kg	100 kg	500

Nước hầm xương chiếm ~10 % khối lượng mỗi mẻ, thêm tùy độ sánh mong muốn; không tính vào bảng vì bay hơi khi nấu.

Quy trình 6 bước

Bước	Mục tiêu & thao tác chi tiết	Thông số kiểm soát
1. Tiếp nhận & sơ chế	– Thịt tươi rã đông $0\text{--}4^{\circ}\text{C}$, cắt khối 2 cm. – Rau củ khô độ ẩm $< 10\%$. – Dầu cá hồi tinh luyện FFA $\leq 1\%$.	Salmonella ND (thịt); Aflatoxin < 10 ppb (rau)
2. Xay & phối trộn thô	Cutter bowl 1 000 rpm, 3 min. Thêm nước hầm xương, khoai tây/gạo/yến mạch đã nấu chín.	Kích thước hạt ≤ 3 mm
3. Nấu chậm (pre-cooking)	Chảo áo hơi 95°C , khuấy 30 min để protein đông và tinh bột hồ hoá.	Tâm nhiệt $85 \pm 2^{\circ}\text{C}$, độ nhớt 25-35 Pa·s
4. Đồng nhất & bổ sung vi chất	Qua colloid mill (gap 0,15 mm) tạo nhuyễn mịn. Bổ sung dầu cá hồi, premix vitamin-khoáng.	D90 < 150 μm ; pH 6,2-6,4
5. Chiết rót & thanh trùng	Chiết nóng 80°C vào túi retort 400 g, hút chân không 0,04 MPa, hàn mép. Retort $121^{\circ}\text{C}/45$ min đạt Fo ≥ 10 .	Áp retort 1,5 bar, đảm bảo không phòng túi
6. Làm nguội & QC cuối	Làm nguội $25\rightarrow 10^{\circ}\text{C}$, ủ $37^{\circ}\text{C}/24\text{ h}$. Kiểm cảm quan, vi sinh, độ tách dầu.	Salmonella ND; APC < 100 CFU/g; không tách lớp

Thiết kế sản phẩm

- Túi đựng đồ

01.
TÚI ĐỰNG ĐỒ



- Túi vải đay đựng đồ

Túi vải d้าย đựng đồ



- Pate



- Thanh pate



Pâté gói

- Súp thường



Súp thường

- Sữa



- Hạt khô

Hạt khô
vị nguyên
bản



- Combo 4 hạt hỗn hợp

Combo 4 bịch hạt



- Combo 3 gói pate hỗn hợp

Combo 3 bịch Pâté



- Tinh dầu dưỡng lông

Tinh dầu dưỡng lông



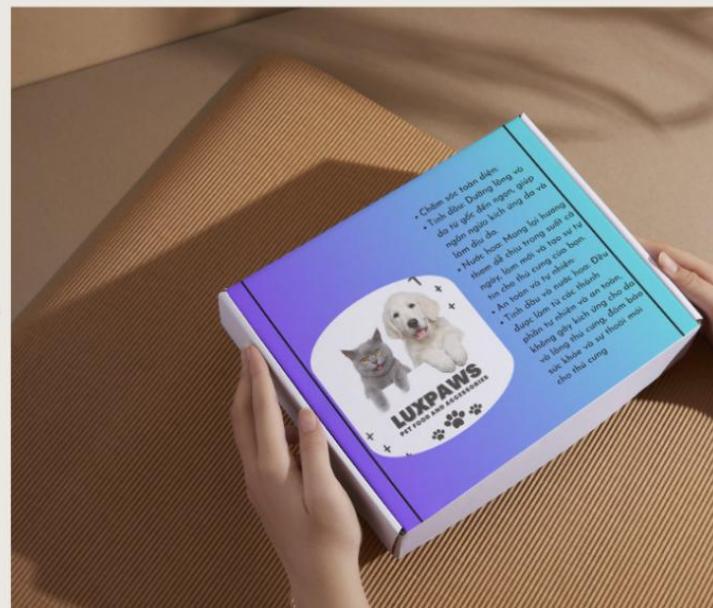
- Nước hoa

Nước hoa (oải hương)



- Combo tinh dầu và nước hoa

Combo Tinh dầu & Nước hoa



- Sữa tắm



- Phấn tắm khô



- Cỏ mèo



3.4.3.2 Quản lý tín dụng

- Thiết lập chính sách tín dụng:

→ Giả sử trong tháng 5 vừa qua, LuxPaws đã đạt doanh số bán hàng tổng cộng là 75 triệu đồng từ giao dịch tín dụng, trong đó có 45 triệu đồng là khoản phải thu từ khách hàng. Với mỗi ngày trong tháng 5, LuxPaws có thời hạn thu hồi tiền hàng tồn đọng như sau

Thời hạn thu hồi tiền hàng tồn đọng = $45/75 \times 31 = 18.6$ ngày

→ Phần trăm phải thu qua điều khoản thanh toán của khách hàng (Giả định):

Giả sử LuxPaws áp dụng một chính sách thanh toán mà 80% số tiền phải thu được thanh toán thông qua chuyển khoản hoặc thẻ tín dụng.

→ Số tiền nợ xấu theo phần trăm doanh số (Giả định):

LuxPaws đặt ra một ngưỡng tối đa là 4% của tổng doanh số bán hàng để xử lý các khoản nợ xấu.

• Triển khai quản lý tín dụng và thu nợ:

→ LuxPaws sẽ thiết lập một quy trình chặt chẽ trong việc quản lý tín dụng và thu nợ. Đầu tiên, LuxPaws sẽ tạo ra các mục tiêu bán hàng cụ thể thông qua việc hợp tác với nhân viên kinh doanh để đảm bảo rằng mọi giao dịch được thực hiện một cách có hệ thống và hiệu quả.

→ Đồng thời, LuxPaws sẽ có một nhân viên tài chính chuyên nghiệp đảm nhận vai trò quản lý tín dụng. Nhân viên này sẽ liên tục tương tác với khách hàng để giải quyết mọi tranh chấp và xử lý các yêu cầu đề xuất về tín dụng.

→ LuxPaws sẽ thực hiện việc theo dõi và đánh giá tình trạng thanh toán của khách hàng một cách định kỳ. Trong trường hợp có các khoản thanh toán quá hạn, LuxPaws sẽ tiến hành các biện pháp thu nợ kịp thời và linh hoạt để giữ cho quá trình giao dịch diễn ra suôn sẻ.

→ Dựa trên các kết quả thu được và kinh nghiệm tích lũy, LuxPaws sẽ liên tục điều chỉnh chính sách quản lý tín dụng và thu nợ. Điều này nhằm mục đích tối ưu hóa hiệu suất của quá trình thu nợ và giảm thiểu các rủi ro liên quan đến tài chính.

• Quản lý rủi ro tín dụng:

→ Thiết lập chính sách tín dụng linh hoạt:

LuxPaws sẽ phát triển các chính sách tín dụng linh hoạt dựa trên nhu cầu cụ thể của từng khách hàng. Điều này bao gồm việc xác định các điều kiện thanh toán, hạn mức tín dụng, và điều kiện hoàn trả.

→ Sử dụng các dịch vụ bảo hiểm tín dụng và bảo lãnh vốn vay:

LuxPaws sẽ xem xét việc đầu tư vào các dịch vụ bảo hiểm tín dụng để giảm thiểu rủi ro từ tình trạng tài chính không ổn định của khách hàng. Đồng thời, LuxPaws cũng có thể sử dụng các dịch vụ bảo lãnh vốn vay từ chính phủ để tăng cường an toàn tài chính trong quá trình kinh doanh.

→ Đánh giá và theo dõi định kỳ:

LuxPaws sẽ thực hiện đánh giá định kỳ về tình trạng tài chính của các khách hàng, đối tác và các giao dịch tín dụng. Việc này giúp xác định kịp thời bất kỳ dấu hiệu cảnh báo nào về rủi ro và thiếu sót trong quản lý tín dụng, từ đó áp dụng các biện pháp phòng ngừa và điều chỉnh chiến lược quản lý tín dụng.Thêm vào đó điều này sẽ giúp LuxPaws có cơ sở để xác định đối tác tin cậy và tăng cường hợp tác nhiều hơn

→ Sau khi đánh giá và theo dõi, đối với những đối tác có độ uy tín cao

LuxPaws sẽ có cơ cấu giao dịch đặc biệt ở các thương vụ lớn:

Điều này bao gồm việc xác định các điều kiện và ưu đãi đặc biệt để đảm bảo sự hài lòng và duy trì mối quan hệ lâu dài với những đối tác kinh doanh quan trọng. Đồng thời, LuxPaws cũng sẽ thực hiện các biện pháp đặc biệt để giảm thiểu rủi ro từ các giao dịch này.

3.4.3.3 Quản lý cơ sở sản xuất

Để sẵn sàng cho việc mở rộng cơ sở trong tương lai, LuxPaws cần lập kế hoạch quản lý cơ sở từ ngay bây giờ. Quản lý các cơ sở trong hệ thống của LuxPaws không chỉ đơn thuần là duy trì các vị trí vật lý, mà còn cần đảm bảo mỗi cơ sở đóng góp một cách hiệu quả và hài hòa vào hệ thống toàn cầu của LuxPaws. Điều đó được thể hiện như sau:

- Phân công nhiệm vụ linh hoạt:

Thay vì chỉ xác định vai trò cố định cho từng cơ sở, LuxPaws có thể áp dụng phân công nhiệm vụ linh hoạt. Điều này cho phép mỗi cơ sở thay đổi vai trò của họ tùy thuộc vào nhu cầu hiện tại và sự phát triển của thị trường, giúp tối ưu hóa sự linh hoạt và hiệu suất.

- Tích hợp công nghệ thông minh:

LuxPaws có thể đầu tư vào công nghệ thông minh để quản lý các cơ sở sản xuất một cách thông minh hơn. Sử dụng các hệ thống tự động hóa và máy móc thông minh giúp tối ưu hóa quá trình sản xuất và quản lý, từ đó cải thiện hiệu suất và giảm thiểu rủi ro.

- Tích hợp kế hoạch đào tạo:

Dựa vào kế hoạch đào tạo tích hợp cho nhân viên ở mỗi cơ sở, đảm bảo họ được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết để thực hiện công việc một cách hiệu quả và đáp ứng được các yêu cầu mới trong quá trình phát triển.

- Tối ưu hóa mạng lưới vận chuyển:

Tăng cường tối ưu hóa mạng lưới vận chuyển giữa các cơ sở của LuxPaws, đặc biệt là khi mở rộng sang các khu vực mới. Sử dụng công nghệ thông tin và phần mềm quản lý chuỗi cung ứng để tối ưu hóa lộ trình và giảm thiểu thời gian và chi phí vận chuyển.

3.4.3.4. Chiến lược về các dịch vụ cung cấp

LuxPaws có các chiến lược rất rõ ràng về các dịch vụ cung cấp như trông giữ chó mèo, grooming như sau:

- Xác định dịch vụ cụ thể:

LuxPaws cung cấp các dịch vụ trông giữ và grooming bao gồm trông giữ ngắn hạn, trông giữ qua đêm, trông giữ các dịp lễ, grooming cơ bản hoặc dịch vụ chăm sóc đặc biệt như tắm và cắt tia lông.

- **Xây dựng cơ sở hạ tầng:**

LuxPaws cần có không gian phù hợp để thực hiện các dịch vụ này. Điều này có thể bao gồm phòng tắm cho thú cưng, khu vực chơi và nghỉ, cũng như các thiết bị và dụng cụ cần thiết cho quá trình grooming.

- **Tuyển dụng và đào tạo nhân viên:**

LuxPaws cần tuyển dụng và đào tạo nhân viên có kỹ năng và kiến thức về việc trông giữ và grooming thú cưng. Điều này đảm bảo rằng mỗi thú cưng được chăm sóc bởi những người có kinh nghiệm và am hiểu về nhu cầu của chúng.

- **Phát triển gói dịch vụ:**

LuxPaws có thể phát triển các gói dịch vụ khác nhau để phù hợp với nhu cầu và ngân sách của các khách hàng. Các gói này có thể bao gồm dịch vụ riêng lẻ hoặc kết hợp các dịch vụ khác nhau với mức giá khác nhau.

- **Xây dựng một trải nghiệm khách hàng tích cực:**

LuxPaws cần tạo ra một môi trường thoải mái và an toàn cho thú cưng của khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp các tiện nghi như khu vực chơi, giường êm ái và thức ăn ngon lành.

- **Phát triển chương trình thành viên:**

Tạo ra chương trình thành viên hoặc thẻ thành viên để khuyến khích sự trung thành từ khách hàng. Các ưu đãi đặc biệt và giảm giá sẽ thu hút và duy trì khách hàng.

- **Tiếp thị và quảng bá:**

LuxPaws cần tiếp thị và quảng bá dịch vụ trông giữ và grooming của mình để thu hút khách hàng. Điều này có thể bao gồm sử dụng mạng xã hội, quảng cáo trên các trang web chuyên ngành và tạo ra các chương trình khuyến mãi và giảm giá.

LuxPaws có thể thực hiện các chiến lược kinh doanh này để nâng cao trải nghiệm khách hàng, mở rộng thị trường và tăng cường doanh thu. Bằng cách kết hợp các dịch vụ cung cấp chất lượng cao và sử dụng công nghệ hiện đại, LuxPaws có thể đạt được sứ mệnh của mình trong việc cung cấp sự chăm sóc toàn diện cho thú cưng và đem đến sự hài lòng cho chủ nhân của chúng.

3.4.4. Phân phối

3.3.4.1 Quản lý đơn hàng

Về quy trình quản lý đơn hàng LuxPaws áp dụng theo mô hình cơ bản dưới đây



- Nhận đơn đặt hàng:
 - LuxPaws tiếp nhận đơn hàng từ khách hàng thông qua nhiều kênh, bao gồm mua trực tiếp tại cửa hàng, website chính thức, và các nền tảng thương mại điện tử như Shopee.
 - Kiểm tra thông tin chi tiết của đơn hàng để đảm bảo tính chính xác. Xác thực đơn hàng bằng cách liên hệ trực tiếp với khách hàng qua điện thoại hoặc tin nhắn.
- Xác nhận đơn hàng:
 - Sau khi xác thực, gửi xác nhận đơn hàng qua email hoặc tin nhắn, bao gồm chi tiết sản phẩm, thời gian giao hàng dự kiến và phương thức thanh toán.
 - Sau khi xác thực xong LuxPaws sẽ tiến hành đóng gói sản phẩm. Sản phẩm được lựa chọn và kiểm tra chất lượng trước khi đóng gói. Sử dụng bao bì chất lượng cao để bảo vệ sản phẩm trong quá trình vận chuyển.
- Giao hàng:
 - LuxPaws hợp tác với các đối tác vận chuyển uy tín như Giao hàng nhanh, Giao hàng tiết kiệm, Shopee Express và J&T Express để đảm bảo sản phẩm được giao đúng hẹn. Cập nhật thông tin vận chuyển và cung cấp mã theo dõi cho khách hàng.

- Đối với đơn hàng COD, đơn vị vận chuyển sẽ thu tiền hộ khi giao hàng. Xác nhận thanh toán qua hệ thống và cập nhật trạng thái đơn hàng.
 - Đơn hàng sau khi hoàn tất sẽ được LuxPaws lưu trữ và quản lý thông tin hóa đơn trong hệ thống quản lý của LuxPaws. Điều này giúp theo dõi lịch sử mua hàng, quản lý tồn kho và dễ dàng xử lý khiếu nại hoặc hoàn trả sản phẩm.
 - Dịch vụ hậu mãi và chăm sóc khách hàng:
 - Sau khi giao hàng, LuxPaws tiếp tục chăm sóc khách hàng bằng cách gửi email hoặc tin nhắn cảm ơn, đồng thời mời khách hàng đánh giá sản phẩm và dịch vụ. Xử lý nhanh chóng và chuyên nghiệp mọi khiếu nại hoặc yêu cầu hoàn trả để đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.
 - Quy trình này không chỉ đảm bảo đơn hàng được xử lý nhanh chóng và chính xác, mà còn nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng, giúp LuxPaws xây dựng niềm tin và tạo ra giá trị bền vững.
- 3.3.4.2 Phân phối sản phẩm

LuxPaws đã thiết lập một kế hoạch phân phối linh hoạt để đáp ứng nhu cầu của các đối tác và khách hàng:

- Công ty đối tác trưng bày sản phẩm: LuxPaws sẽ phân phối sản phẩm đến các công ty đối tác để trưng bày và bán hàng. Trong mô hình này, lợi nhuận sẽ được chia theo tỷ lệ hoa hồng hoặc phần trăm doanh thu.
- Khách hàng đặt hàng trực tiếp: Đối với khách hàng đặt hàng trực tiếp từ LuxPaws, sản phẩm sẽ được vận chuyển từ công ty sản xuất và lưu kho. Khi có đơn hàng, LuxPaws sẽ xử lý và đóng gói sản phẩm trước khi gửi đến công ty vận chuyển, bao gồm Giao hàng nhanh và Giao hàng tiết kiệm.



GIAO HÀNG NHANH TOÀN QUỐC



Giaohangtietkiem

Mạng chuyển phát hàng nhanh nhất

- Khách hàng mua trên Shopee: Đối với khách hàng mua sản phẩm trên Shopee, dịch vụ vận chuyển sẽ do Shopee Express và J&T Express chịu trách nhiệm.



Shopee
EXPRESS



J&T EXPRESS
—Express Your Online Business—

- Các nhà bán lẻ: Sản phẩm sau khi được sản xuất sẽ được vận chuyển đến kho lưu trữ của các đối tác nhà bán lẻ. Các nhà bán lẻ sẽ bày bán sản phẩm và lợi nhuận sẽ được tính dựa trên tỷ lệ hoa hồng cho từng sản phẩm bán ra.

3.3.4.3 Xử lý hoàn trả

Khi có yêu cầu hoàn trả từ khách hàng, LuxPaws sẽ thực hiện các bước sau:

- Liên hệ và xác thực thông tin:

Đội ngũ chăm sóc khách hàng sẽ liên hệ với người mua thông qua điện thoại hoặc tin nhắn để xác thực thông tin đơn hàng. Quá trình này bao gồm kiểm tra lại thông tin đơn hàng và xác nhận chất lượng sản phẩm dựa trên thông tin mà khách hàng cung cấp. Để đảm bảo tính xác thực, LuxPaws sẽ kiểm tra hóa đơn mua hàng trong vòng 3 ngày và yêu cầu khách hàng cung cấp video mở gói hàng nếu cần.

- Xử lý nhanh gọn:

Sau khi xác thực thông tin, LuxPaws sẽ xử lý yêu cầu hoàn trả một cách nhanh chóng và chuyên nghiệp. Mục tiêu là giải quyết vấn đề một cách hiệu quả để tránh mất uy tín và duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng.

- Phản hồi phù hợp:

LuxPaws sẽ cung cấp phản hồi phù hợp và hỗ trợ khách hàng trong quá trình xử lý hoàn trả. Điều này bao gồm việc thông báo về kết quả xử lý hoàn trả và cung cấp các phương án hoặc giải pháp thích hợp để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

3.5. Xây dựng chiến lược Marketing 6P

3.5.1. Product

3.5.1.1. Giới thiệu sản phẩm mới

Viên bổ sung Canxi LuxPaws

Viên bổ sung Canxi LuxPaws là sản phẩm chức năng mới nhất trong dòng sản phẩm chăm sóc sức khỏe cho thú cưng của LuxPaws. Với công thức đặc biệt, mỗi viên bổ sung Canxi cung cấp đầy đủ lượng canxi cần thiết giúp xương và răng của chó mèo phát triển khỏe mạnh. Sản phẩm này không chỉ bổ sung canxi mà còn chứa các dưỡng chất thiết yếu như Vitamin D3 và K2, giúp hấp thụ canxi tối ưu và cải thiện sức khỏe tổng thể của thú cưng.



Thực phẩm chức năng dành cho chó mèo - sẽ sớm được đưa ra cửa hàng chính thức

3.5.1.2. Chi tiết sản phẩm

Viên bổ sung Canxi LuxPaws là sản phẩm dành cho chó mèo được thiết kế đặc biệt để cung cấp dưỡng chất thiết yếu, hỗ trợ sự phát triển toàn diện của thú cưng. Quy trình tạo ra sản phẩm bao gồm các bước sau:

Bước 1: Lựa chọn nguyên liệu: Nguyên liệu chất lượng cao như Canxi Carbonate, Vitamin D3, và các khoáng chất bổ sung khác được chọn lựa kỹ lưỡng từ các nhà cung cấp uy tín.

Bước 2: Pha trộn và sản xuất: Nguyên liệu được pha trộn theo công thức đặc biệt, đảm bảo tỉ lệ canxi và các dưỡng chất cân đối, giúp thú cưng hấp thụ tối ưu.

Bước 3: Đóng gói: Viên bổ sung Canxi sau khi sản xuất được đóng gói trong các hộp tiện lợi, đảm bảo giữ nguyên chất lượng sản phẩm.

Bước 4: Kiểm định chất lượng: Mỗi lô sản phẩm đều được kiểm tra kỹ lưỡng để đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn trước khi đưa ra thị trường.

Bước 5: Phân phối: Sản phẩm được phân phối qua các kênh bán hàng của LuxPaws bao gồm cửa hàng trực tiếp, siêu thị và các nền tảng thương mại điện tử.

3.5.1.3. Đặc điểm nổi bật

Chất lượng vượt trội: Sản phẩm được làm từ các nguyên liệu nhập khẩu chất lượng cao, đảm bảo hiệu quả và độ bền. Hộp đựng sản phẩm được thiết kế tinh tế, tiện lợi cho việc sử dụng và bảo quản.

Bổ sung vượt trội: Với công thức đặc biệt, viên bổ sung Canxi LuxPaws không chỉ cung cấp canxi mà còn bổ sung các dưỡng chất thiết yếu khác giúp thú cưng phát triển khỏe mạnh và toàn diện.

3.5.1.4. Giá trị mang lại

Sự sáng tạo: Việc kết hợp các dưỡng chất thiết yếu trong một viên bổ sung giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và công sức trong việc chăm sóc thú cưng (thay vì phải dành thời gian đi tìm hiểu từng sản phẩm bổ sung đơn lẻ).

Sự tinh tế: Thiết kế hộp đựng sản phẩm và viên bổ sung đều được chăm chút tỉ mỉ, tạo nên vẻ đẹp tinh tế và sang trọng.

3.5.1.5. Kế hoạch mở bán

Chúng tôi dự định mở bán Viên bổ sung Canxi LuxPaws vào cuối tháng 7, thời điểm dự tính sản phẩm sẽ được hoàn thiện và bắt đầu đi vào sản xuất. Với những giá trị độc đáo và thiết thực, sản phẩm chắc chắn sẽ nhận được sự đón nhận nồng nhiệt từ khách hàng.

3.5.1.6. Hướng cải tiến tương lai

Viên bổ sung Canxi LuxPaws có nhiều tiềm năng phát triển và mở rộng. Chúng tôi đang xem xét các hướng phát triển sau:

Bổ sung thêm các loại dưỡng chất: Ngoài canxi, chúng tôi sẽ nghiên cứu và phát triển thêm các loại viên bổ sung khác như Omega-3, Glucosamine để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Đa dạng hóa sản phẩm: Chúng tôi sẽ phát triển các loại viên bổ sung với nhiều hương vị khác nhau để thú cưng thích thú và dễ dàng sử dụng.

Tăng cường trải nghiệm khách hàng: Cung cấp dịch vụ tư vấn dinh dưỡng cho thú cưng để khách hàng có thể lựa chọn sản phẩm phù hợp nhất.

Với những hướng phát triển này, chúng tôi tin rằng Viên bổ sung Canxi nói riêng hoặc các thực phẩm chức năng dành cho thú cưng đến từ LuxPaws sẽ nhận được sự yêu mến và ủng hộ từ phía khách hàng. Chúng tôi luôn nỗ lực để cải thiện và phát triển sản phẩm, nhằm mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất.

3.5.2. Promotion

Chiến lược quảng cáo và tiếp thị của chúng tôi dựa trên việc tối ưu hóa các điểm chạm với khách hàng. Dưới đây là một số hướng tiếp cận chính:

3.5.2.1. Website

Định hướng thiết kế và phát triển Website của LuxPaws:

Trang web của LuxPaws là kênh truyền thông chính để khách hàng có thể tìm hiểu về các sản phẩm, dịch vụ và thông tin liên quan đến doanh nghiệp của chúng tôi. Để thu hút và giữ chân khách hàng, chúng tôi đã áp dụng các kế hoạch xúc tiến sau tại website của LuxPaws:

Giao diện thân thiện: Website LuxPaws được thiết kế theo phong cách cổ điển, dễ nhìn. Giao diện website cũng được tùy biến cho các thiết bị khác nhau như máy tính, điện thoại hay máy tính bảng để khách hàng có thể truy cập một cách thuận tiện.

Sản phẩm SEO: Các bài đăng sản phẩm trên website đều được viết theo chuẩn SEO, bao gồm tiêu đề, mô tả, từ khóa, hình ảnh và liên kết. Điều này giúp cho sản phẩm của chúng tôi có thể được tìm thấy dễ dàng trên các công cụ tìm kiếm.

Blog: Chúng tôi cũng có một khu vực blog trên website để chia sẻ các thông tin hữu ích về sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws. Các bài viết blog không chỉ cung cấp kiến thức cho khách hàng mà còn tăng sự tin tưởng và gắn kết với thương hiệu của chúng tôi.

Banner quảng cáo: Chúng tôi sử dụng banner quảng cáo trên website để thông báo cho khách hàng về các ưu đãi đặc biệt, khuyến mãi hay sự kiện của LuxPaws. Banner quảng cáo được thiết kế nổi bật và hấp dẫn để thu hút sự chú ý của khách hàng.

Landing Page: Chúng tôi cũng tạo ra các trang đích (landing page) cho các chiến dịch quảng cáo của chúng tôi. Các trang đích được thiết kế riêng biệt để phù hợp với mục tiêu và đối tượng của từng chiến dịch. Các trang đích có nội dung rõ ràng,

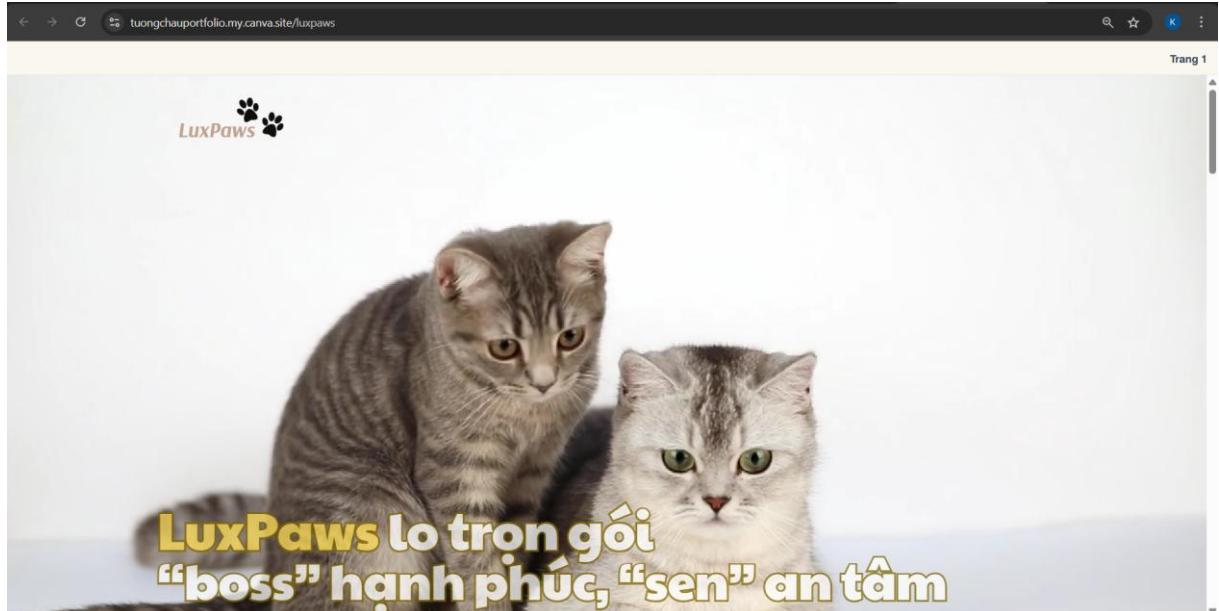
thuyết phục và kêu gọi hành động để khuyến khích khách hàng đăng ký, mua hàng hay liên hệ với chúng tôi.

Popup & Thông báo: Chúng tôi cũng sử dụng popup và thông báo để cung cấp cho khách hàng các thông tin quan trọng như thông báo về việc bảo trì website, thông báo về việc cập nhật sản phẩm hay thông báo về việc tham gia khảo sát ý kiến.

Chatbot: Chúng tôi cũng có một chatbot trên website để tương tác và hỗ trợ khách hàng một cách tự động. Chatbot có thể trả lời các câu hỏi thường gặp, giải quyết các vấn đề nhỏ hay chuyển hướng khách hàng đến nhân viên hỗ trợ khi cần thiết.

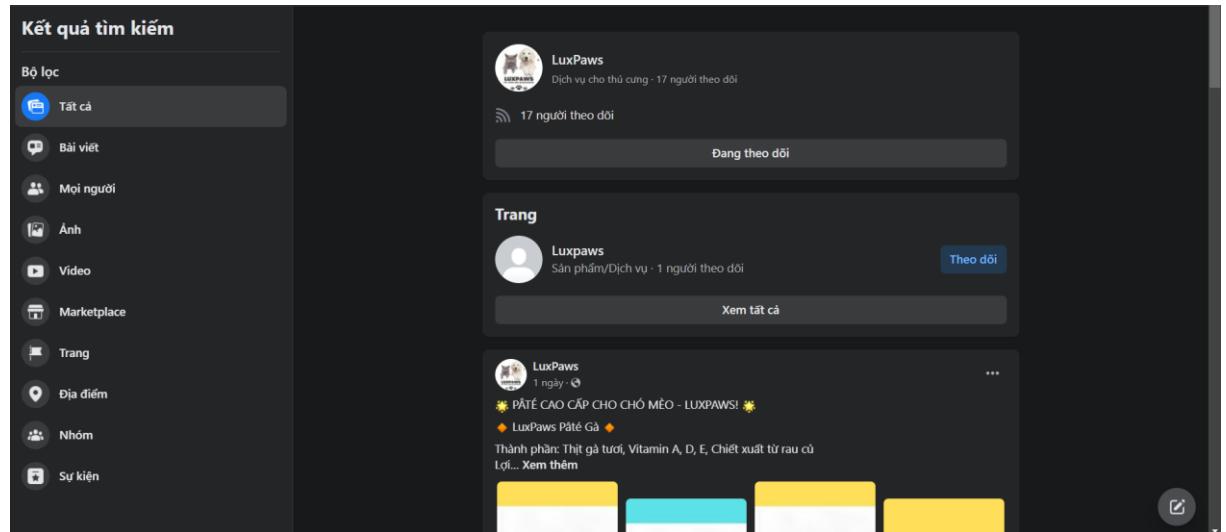
SEO website: Website của chúng tôi được tối ưu hóa SEO để tăng khả năng xuất hiện trên kết quả tìm kiếm. Chúng tôi đã áp dụng các kỹ thuật SEO.

Link website: <https://tuongchauportfolio.my.canva.site/luxpaws>



3.5.2.2. Mạng xã hội – Facebook

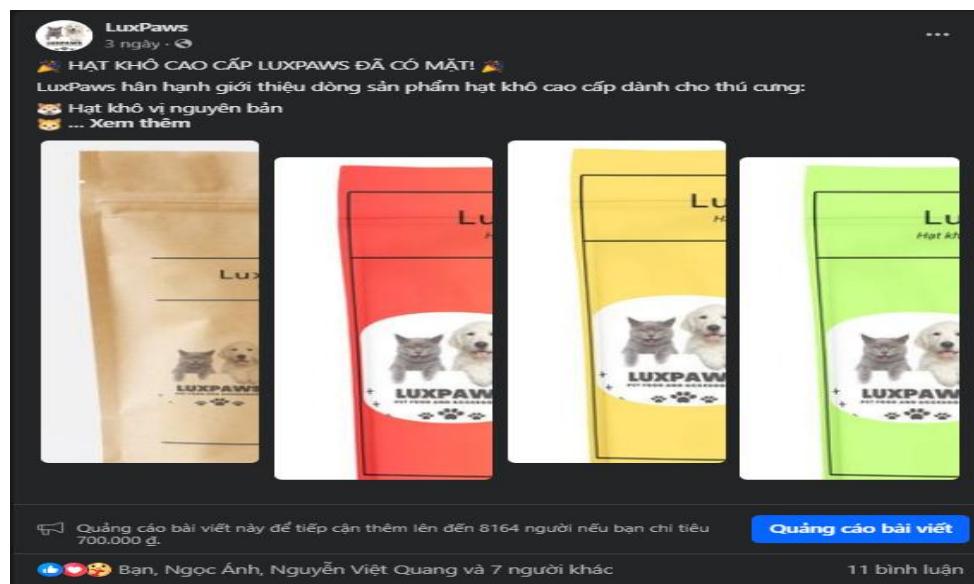
Chúng tôi sẽ tận dụng Facebook để tương tác trực tiếp với khách hàng. Chúng tôi sẽ xây dựng lịch trình đăng bài và phân loại nội dung để thu hút sự quan tâm của khách hàng. Các bài đăng sẽ được phân loại theo nội dung. Đặc biệt, chúng tôi sẽ tận dụng khung giờ vàng (thời điểm có nhiều người dùng trực tuyến nhất) để đăng bài, nhằm tối đa hóa hiệu quả tiếp cận khách hàng.



Hình ảnh tìm kiếm LuxPaws trên Facebook

Chúng tôi sẽ phân loại bài đăng trên Facebook theo các loại nội dung sau:

Giới thiệu sản phẩm: Đây là những bài đăng giới thiệu về các sản phẩm mới hoặc nổi bật của cửa hàng. Những bài đăng này thường đi kèm với hình ảnh sản phẩm và mô tả chi tiết.



LuxPaws
1 ngày ·

🌟 PÂTÉ CAO CẤP CHO CHÓ MÈO - LUXPAWS! 🌟

◆ LuxPaws Pâté Gà ◆

Thành phần: Thịt gà tươi, Vitamin A, D, E, Chiết xuất từ rau củ
Lợi... Xem thêm

📢 Quảng cáo bài viết này để tiếp cận thêm lên đến 8164 người nếu bạn chi tiêu 700.000 đ.

Quảng cáo bài viết

10 bình luận

Facebook icons: Bạn, Ngọc Ánh, Nguyễn Việt Quang và 8 người khác

LuxPaws
20 giờ ·

🌟 Dịch vụ Spa và Khách sạn thú cưng LuxPaws - Trải nghiệm sang chảnh cho thú cưng của bạn!

🌟

Dịch vụ Spa - Trọn gói 300k bao gồm:
Tắm & Làm Sạch:

T... Xem thêm

DỊCH VỤ SPA VÀ TRỌNG THÚ CƯNG LUXPAWS

TRỌN GÓI 300K BAO GỒM:

- Tắm & Làm Sạch:
 - Tắm rửa với dầu gội chuyên dụng
 - Làm sạch tai và mắt
 - Chải răng và kiểm tra răng miệng
- Chăm Sóc Lông:
 - Cắt tỉa lông
 - Tia móng chân
 - Chải lông loại bỏ lông rụng
 - Dưỡng lông mềm mượt
- Massage & Thư Giãn:
 - Massage nhẹ nhàng
 - Liệu pháp mùi hương thư giãn

🏠 123 VÕ VĂN NGÂN, PHƯỜNG LINH CHIỀU, QUẬN THỦ ĐỨC

📞 0868 774 090

🌐 www.luxpawspet.com

📢 Quảng cáo bài viết này để tiếp cận thêm lên đến 8164 người nếu bạn chi tiêu 700.000 đ.

Quảng cáo bài viết

9 bình luận

Facebook icons: Bạn, Ngọc Ánh, Nguyễn Việt Quang và 10 người khác

Khuyến mãi: Những bài đăng này thông báo về các chương trình khuyến mãi, giảm giá hoặc ưu đãi đặc biệt.

LuxPaws
1 ngày ·

LuxPaws - Sale Cực Sốc: MUA 1 COMBO TẶNG 1 SẢN PHẨM CÙNG LOẠI! 🎉

🌟 Chào mừng các bạn đến với chương trình ưu đãi đặc biệt của LuxPaws! 🌟 Hãy cùng khám phá những combo siêu tiện lợi cho thú cưng nhà bạn và nhận ngay quà tặng hấp dẫn!

Combo 4 Bịch Hạt LuxPaws

Mô ... Xem thêm

Combo 4 bịch hạt



Combo 3 bịch Pâté



Combo Tinh dầu & Nước hoa



👉 Quảng cáo bài viết này để tiếp cận thêm lên đến 8164 người nếu bạn chi tiêu 700.000 ₫.

Quảng cáo bài viết

Like ❤️, Share 📁, Comment 💬 Ban, Ngọc Ánh, Nguyễn Việt Quang và 8 người khác

12 bình luận

Sự kiện: Những bài đăng này thông báo về các sự kiện sắp diễn ra tại cửa hàng, như các buổi workshop, triển lãm hoặc lễ kỷ niệm.

Hoạt động của cửa hàng: Những bài đăng này cung cấp thông tin về các hoạt động hàng ngày tại cửa hàng, như việc sản xuất sản phẩm mới, phục vụ khách hàng, hoặc các hoạt động nội bộ khác.

Chúng tôi dự định sẽ đăng bài chủ yếu vào các khung giờ vàng. Khung giờ vàng là khoảng thời gian trong ngày khi có nhiều người dùng nhất truy cập Facebook. Dựa trên các nghiên cứu, giờ vàng để đăng bài trên Facebook thường là vào buổi sáng từ 9:00 AM đến 11:00 AM và buổi chiều từ 3:00 PM đến 4:00 PM, vì đó là thời điểm mà người dùng thường rảnh rỗi và dành thời gian lướt Facebook.

3.5.2.3. Shopee

Shopee là một kênh bán hàng trực tuyến quan trọng cho chúng tôi. Chúng tôi không chỉ đăng bán sản phẩm của mình trên Shopee, mà còn tham gia các chương trình xúc tiến do Shopee tổ chức để tăng doanh số bán hàng.

The screenshot shows a Shopee product listing for 'LuxpawsPet'. At the top, there's a summary box with the store logo, name, and some metrics: Sản Phẩm: 8, Người Theo Dõi: 1, Đang Theo: 3, Tỉ Lệ Phản Hồi Chat: 57% (Trong Vài Ngày), and Tham Gia: 6 Giờ Trước.

Below this is a section titled 'GỢI Ý CHO BẠN' (Suggestions for you) featuring four products:

- [HK-1] Hạt khô vị nguyên bột gói không đòn ngũ cốc... (Mua giá bán/bán sỉ) ₫149.000
- [CB-3] COMBO tinh dầu và nước hoa Luxpaws ₫149.000
- [HK-4] Hạt khô vị thịt heo Luxpaws ₫169.000
- [HK-3] Thức ăn hạt cho chó mèo Luxpaws gói vị thịt... (Mua giá bán/bán sỉ) ₫179.000

At the bottom, there's a section titled 'GIÁ RẺ NHẤT' (Cheapest) showing the same four products again with their respective prices:

- [TOP 1] [HK-1] Hạt khô vị nguyên bột gói không đòn ngũ cốc... ₫149.000
- [TOP 2] [CB-3] COMBO tinh dầu và nước hoa Luxpaws ₫149.000
- [TOP 3] [HK-4] Hạt khô vị thịt heo Luxpaws ₫169.000
- [4] [HK-3] Thức ăn hạt cho chó mèo Luxpaws gói vị thịt... ₫179.000

Các chương trình xúc tiến mà chúng tôi thường tham gia là:

Tính năng Top Picks: Chúng tôi sử dụng tính năng này để giới thiệu các sản phẩm nổi bật của mình cho khách hàng. Tính năng này giúp chúng tôi tăng cơ hội bán hàng chéo cho các sản phẩm khác.

Đè cù Sản phẩm cho Flash Sale: Chúng tôi đè cù các sản phẩm của mình cho các chương trình Flash Sale của Shopee. Flash Sale là những chương trình giảm giá sâu trong một khoảng thời gian ngắn, thường rất thu hút khách hàng.

Chương trình giảm giá: Chúng tôi thường tham gia các chương trình giảm giá lớn của Shopee vào các dịp đặc biệt, như 9/9, 11/11, 12/12, và nhiều ngày khác. Những chương trình này giúp chúng tôi tăng doanh số và lượng khách hàng.

Voucher giảm giá: Chúng tôi cũng sử dụng các voucher giảm giá do Shopee cung cấp để khuyến khích khách hàng mua hàng của mình. Các voucher giảm giá có thể áp dụng khi thanh toán hoặc khi đặt hàng.

Chương trình khuyến mãi vận chuyển: Chúng tôi cũng tham gia các chương trình khuyến mãi vận chuyển của Shopee, như miễn phí vận chuyển hoặc giảm giá phí vận chuyển. Những chương trình này giúp chúng tôi tiết kiệm chi phí và tăng sự hài lòng của khách hàng.

Chương trình khuyến mãi cho người mua mới: Chúng tôi cũng muốn thu hút những người mua mới trên Shopee. Vì vậy, chúng tôi thường có các chương trình khuyến mãi dành riêng cho họ, như giảm giá đơn hàng đầu tiên, tặng quà khi đăng ký, hoặc gửi mã giảm giá qua email.

Chương trình khuyến mãi theo mùa: Chúng tôi cũng muốn phù hợp với xu hướng và nhu cầu của khách hàng theo từng mùa. Vì vậy, chúng tôi thường tham gia các chương trình khuyến mãi theo mùa của Shopee, như khuyến mãi hè, khuyến mãi đông, hoặc khuyến mãi theo các ngày lễ.

3.5.2.4. Cửa hàng

Chúng tôi có một cửa hàng để khách hàng có thể trực tiếp xem và mua sản phẩm của mình. Để tăng doanh số bán hàng tại cửa hàng, chúng tôi đã áp dụng các chương trình xúc tiến sau:

Khuyến mãi cho khách hàng mới: Chúng tôi sẽ giảm giá 10% cho đơn hàng đầu tiên của khách hàng mới khi họ đăng ký thành viên tại cửa hàng.

Giảm giá theo mùa: Chúng tôi sẽ giảm giá từ 20% đến 50% cho các sản phẩm theo mùa, Tết, Giáng Sinh...sản dịch vụ gần sát và trong các ngày lễ.

Chương trình tích điểm: Chúng tôi sẽ cấp cho khách hàng một thẻ tích điểm khi họ mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ tại cửa hàng. Mỗi lần, khách hàng sẽ được tích

điểm tương ứng với giá trị đơn hàng. Khi tích đủ điểm, khách hàng có thể đổi điểm lấy quà tặng hoặc giảm giá cho lần tiếp theo.

Chương trình giảm giá cho đơn hàng lớn: Chúng tôi sẽ giảm giá 15% cho những khách hàng mua hàng với số lượng lớn hoặc giá trị cao. Đây là cách để chúng tôi khuyến khích khách hàng mua nhiều hơn và tăng doanh thu.

Chương trình ‘Mua 1 tặng 1’: Chúng tôi sẽ áp dụng chương trình này cho các sản phẩm mới hoặc các sản phẩm bán chạy. Khi khách hàng mua một sản phẩm, họ sẽ được tặng một sản phẩm cùng loại hoặc khác loại. Đây là cách để chúng tôi tăng sự hài lòng và gắn kết của khách hàng với thương hiệu của mình.

Voucher giảm giá: Chúng tôi sẽ phát hành các voucher giảm giá cho khách hàng qua các kênh. Các voucher giảm giá có thể áp dụng cho các sản phẩm cụ thể hoặc toàn bộ đơn hàng. Đây là cách để chúng tôi thu hút khách hàng quay lại cửa hàng và tăng lượt mua.

Chương trình khách hàng thân thiết: Chúng tôi sẽ xây dựng một hệ thống phân loại khách hàng theo mức độ thân thiết, như Vàng, Bạc, Đồng. Mỗi cấp độ sẽ có những ưu đãi riêng, như miễn phí vận chuyển, miễn phí bảo hành, hoặc được mời tham gia các sự kiện độc quyền. Đây là cách để chúng tôi tri ân và duy trì mối quan hệ với khách hàng lâu dài.

3.5.2.5. Sự kiện

Chúng tôi sẽ tham gia các sự kiện, hội chợ, triển lãm để tăng cường mối quan hệ với khách hàng. Chúng tôi sẽ mở gian hàng pop-up tại các địa điểm ngày hội về thú cưng, các sự kiện và trường đại học để tiếp cận khách hàng tiềm năng.

Các sự kiện chúng tôi sẽ tham gia bao gồm:

Pet Expo Vietnam:

Đây là một triển lãm chuyên về thú cưng lớn nhất tại Việt Nam, thu hút rất nhiều người yêu thú cưng tham gia. Đặc biệt, tại sự kiện này chúng tôi sẽ tổ chức các buổi workshop DIY quy mô nhỏ (từng người một) để khách hàng có thể tự tay làm quà tặng cho thú cưng của mình. Các workshop sẽ bao gồm hướng dẫn làm đồ chơi, phụ kiện và các sản phẩm chăm sóc thú cưng từ những nguyên liệu thân thiện với môi trường. Đồng thời giới thiệu đến những sản phẩm đồ chơi, phụ kiện dành cho thú cưng đến từ LuxPaws.

Pet Fair Asia Vietnam:

Đây là một trong những triển lãm thương mại lớn nhất dành cho thú cưng tại châu Á, thường được tổ chức tại TP.HCM. Tại sự kiện này, chúng tôi sẽ tổ chức các buổi workshop DIY để khách hàng có thể tự tay làm quà tặng cho thú cưng của mình. Các workshop sẽ bao gồm hướng dẫn làm đồ chơi, phụ kiện và các sản phẩm chăm sóc thú cưng từ những nguyên liệu thân thiện với môi trường.

Hội chợ Thú Cưng Sài Gòn:

Một sự kiện đặc biệt dành cho cộng đồng nuôi thú cưng tại Sài Gòn. Chúng tôi sẽ có gian hàng giới thiệu các sản phẩm chăm sóc và dinh dưỡng đặc biệt cho chó, mèo và các loài thú cưng khác. Đồng thời, chúng tôi sẽ cung cấp dịch vụ tư vấn miễn phí về cách chăm sóc thú cưng.

Lễ hội Mèo TP.HCM:

Lễ hội dành riêng cho các “boss” mèo được tổ chức tại TP.HCM. Chúng tôi sẽ trưng bày các sản phẩm dành riêng cho mèo như thức ăn, đồ chơi, phụ kiện và sản phẩm chăm sóc lông. Ngoài ra, LuxPaws sẽ tổ chức các buổi nói chuyện chuyên đề về cách chăm sóc và dinh dưỡng cho mèo, giúp người nuôi hiểu rõ hơn về nhu cầu của thú cưng của mình.

Ngày Hội Nhận Nuôi Thú Cưng TP.HCM:

Một sự kiện kết hợp với các tổ chức cứu trợ động vật tại Việt Nam để thúc đẩy việc nhận nuôi thú cưng. Tại sự kiện này, chúng tôi sẽ cung cấp các sản phẩm miễn phí cho những người nhận nuôi thú cưng như một phần quà khuyến khích. Đồng thời, LuxPaws cũng sẽ giới thiệu các gói dịch vụ chăm sóc và làm đẹp thú cưng với mức giá ưu đãi.

Animal Day Vietnam:

Sự kiện này được tổ chức bởi các tổ chức phi chính phủ nhằm nâng cao nhận thức về quyền động vật và bảo vệ thú cưng. Chúng tôi sẽ tham gia tài trợ và tổ chức các hoạt động vui chơi, giải trí cho thú cưng và chủ nhân tại sự kiện. Đây cũng là cơ hội để chúng tôi giới thiệu các sản phẩm mới và dịch vụ chăm sóc thú cưng của LuxPaws đến với cộng đồng.

3.5.2.6. Quảng cáo trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến là một phần không thể thiếu trong chiến lược tiếp thị của LuxPaws. Chúng tôi sẽ sử dụng các nền tảng quảng cáo trực tuyến để tiếp cận khách hàng tiềm năng một cách hiệu quả.

Google Ads: Chúng tôi sẽ sử dụng Google Ads để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws trên mạng lưới tìm kiếm của Google. Chúng tôi sẽ tạo các chiến dịch

quảng cáo với từ khóa liên quan đến thú cưng, sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws để thu hút sự quan tâm của người dùng.

Facebook Ads: Chúng tôi sẽ sử dụng Facebook Ads để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws trên mạng xã hội Facebook. Chúng tôi sẽ tạo các chiến dịch quảng cáo với hình ảnh, video và nội dung hấp dẫn để thu hút sự quan tâm của người dùng.

TikTok Ads: Chúng tôi sẽ sử dụng TikTok Ads để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws trên mạng xã hội TikTok. Chúng tôi sẽ tạo các chiến dịch quảng cáo với hình ảnh, video và nội dung hấp dẫn để thu hút sự quan tâm của người dùng.

Email Marketing: Chúng tôi sẽ sử dụng email marketing để gửi thông tin về sản phẩm, dịch vụ và các chương trình khuyến mãi của LuxPaws đến khách hàng. Chúng tôi sẽ tạo các chiến dịch email marketing với nội dung hấp dẫn và kêu gọi hành động để khuyễn khích khách hàng mua hàng.

3.5.2.7. Hợp tác với các đối tác

Chúng tôi sẽ hợp tác với các đối tác để mở rộng mạng lưới phân phối và tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả.

Hợp tác với các cửa hàng thú cưng: Chúng tôi sẽ hợp tác với các cửa hàng thú cưng để bán sản phẩm của LuxPaws. Chúng tôi sẽ cung cấp sản phẩm và hỗ trợ quảng cáo cho các cửa hàng để thu hút khách hàng.

Hợp tác với các trung tâm y tế tư thú y: Chúng tôi sẽ hợp tác với các trung tâm y tế tư thú y để giới thiệu sản phẩm của LuxPaws đến khách hàng. Chúng tôi sẽ cung cấp sản phẩm và quảng cáo để thu hút khách hàng.

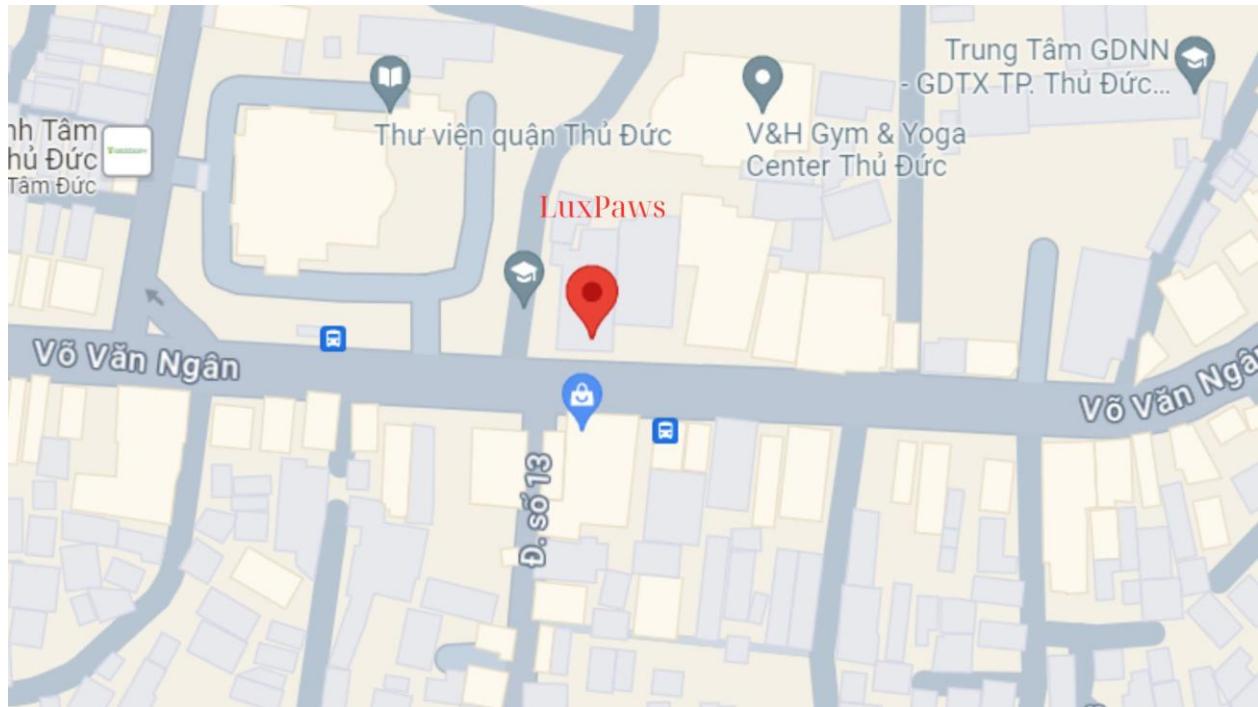
Hợp tác với các cửa hàng thú cưng: Chúng tôi sẽ hợp tác với các cửa hàng thú cưng để bán sản phẩm của LuxPaws. Chúng tôi sẽ cung cấp sản phẩm và quảng cáo tại các cửa hàng thú cưng để thu hút khách hàng.

3.5.3. Place

3.5.3.1. Chiến lược chọn địa điểm

Cửa hàng LuxPaws được đặt tại địa chỉ 123-1 Võ Văn Ngân, Bình Thạnh, Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.

Bản đồ đường đi khu vực địa điểm đặt cửa hàng:



Đây là một vị trí thuận lợi với một số lợi thế sau:

- Giao thông thuận tiện: Đường Võ Văn Ngân là một trong những tuyến đường chính tại Thủ Đức, kết nối các khu vực quan trọng của Thành phố Hồ Chí Minh. Hệ thống giao thông ở đây thuận tiện, dễ dàng di chuyển từ các quận khác đến cửa hàng, giúp khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận.
- Khu dân cư đông đúc: Thủ Đức là một trong những khu vực có mật độ dân số cao ở Thành phố Hồ Chí Minh. Điều này tạo ra một lượng lớn khách hàng tiềm năng cho cửa hàng LuxPaws, đặc biệt là các gia đình trẻ và người yêu thú cưng.
- Môi trường kinh doanh sôi động: Khu vực Võ Văn Ngân nổi tiếng với nhiều cửa hàng, trung tâm mua sắm, và các tiện ích khác. Điều này tạo ra một môi trường kinh doanh sôi động, thu hút nhiều khách hàng đến với khu vực này.
- Phù hợp với đối tượng khách hàng: Với vị trí thuận lợi và môi trường kinh doanh sôi động, cửa hàng LuxPaws có thể dễ dàng tiếp cận và phục vụ đối tượng khách hàng mục tiêu, bao gồm cả những người yêu thú cưng và các gia đình trẻ có thu nhập khá.
- Chi phí hợp lý: Chi phí thuê mặt bằng tại khu vực này có thể cao hơn so với một số khu vực khác, nhưng với lợi thế về vị trí và lượng khách hàng tiềm năng, chi phí này được coi là hợp lý. Chúng tôi cũng sẽ kiểm soát chi phí duy trì cửa hàng để đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả.

- Đối thủ cạnh tranh ít: Mặc dù khu vực này có nhiều cửa hàng và doanh nghiệp, nhưng số lượng cửa hàng cung cấp sản phẩm và dịch vụ thú cưng tương tự như LuxPaws không nhiều. Điều này giúp LuxPaws giảm bớt sự cạnh tranh và dễ dàng thu hút khách hàng.

Với những lợi thế về vị trí này, cửa hàng LuxPaws có thể tận dụng tối đa cơ hội để thu hút khách hàng và tăng doanh số bán hàng. Chúng tôi sẽ tiếp tục nghiên cứu và tìm hiểu thị trường để tối ưu hóa vị trí và hoạt động kinh doanh của cửa hàng.

3.5.3.2. Thiết kế cửa hàng

Để thu hút sự chú ý của khách hàng từ bên ngoài, chúng tôi đã thiết kế mặt tiền cửa hàng theo các tiêu chí sau:

Màu sắc:

Chúng tôi đã chọn màu trắng làm màu chủ đạo cho cửa hàng vì màu này mang lại cảm giác sạch sẽ, tinh tế và dễ chịu. Ngoài ra, màu trắng cũng giúp tôn lên các sản phẩm trưng bày trong cửa hàng. Các điểm nhấn màu xám và các gam màu tươi sáng được sử dụng để tạo sự nổi bật và phân biệt các khu vực khác nhau trong cửa hàng.



Mặt bằng thô đã được cải tạo (chưa tiến hành bố trí sản phẩm)

Biển hiệu:

Chúng tôi sẽ đặt biển hiệu lớn trên mặt tiền cửa hàng, với tên cửa hàng "LuxPaws" được viết bằng chữ in hoa lắp đèn sáng chói. Biển hiệu này giúp khách hàng dễ dàng nhận biết và nhớ tên cửa hàng, đồng thời tạo điểm nhấn thu hút sự chú ý từ xa.

Trang trí:

Chúng tôi đã trang trí mặt tiền cửa hàng bằng các hình ảnh thú cưng và sản phẩm nổi bật của LuxPaws để tạo ra một không gian đẹp mắt và sinh động. Các sản

phẩm trang trí được thay đổi theo mùa để luôn mang lại cảm giác mới mẻ cho khách hàng.

Thiết kế không gian bên trong cửa hàng

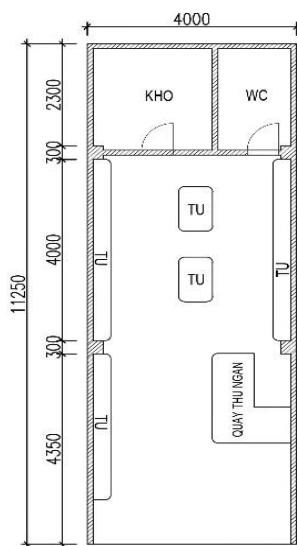
Để tạo ra một không gian cửa hàng hấp dẫn và thuận tiện cho khách hàng, chúng tôi đã thực hiện khảo sát mặt bằng và thiết kế không gian cửa hàng như sau:

Tổng diện tích:

45m² (ngang 4m, dài 11.25m).

Tông màu:

Trắng, xám và một số điểm nhấn màu sắc tươi sáng để tạo sự nổi bật cho không gian.



Tuy nhiên, khi triển khai thực tế chúng tôi đã có một số thay đổi nhỏ so với bản thiết kế 2D để tối ưu hóa diện tích sử dụng và thẩm mỹ hơn.

Các khu vực trong cửa hàng:

Quầy thu ngân: Đặt ở gần cửa ra vào để thuận tiện cho khách hàng thanh toán và nhận hóa đơn. Quầy thu ngân được thiết kế hiện đại, tạo cảm giác chuyên nghiệp và tin cậy cho khách hàng.



Quầy thu ngân

Kệ trưng bày sản phẩm:

Sắp xếp dọc theo các bức tường để tối ưu không gian trưng bày sản phẩm. Các sản phẩm bao gồm thức ăn, phụ kiện, đồ chơi và các dịch vụ spa, grooming cho thú cưng. Kệ trưng bày được thiết kế chắc chắn, với ánh sáng LED chiếu sáng từng sản phẩm, tạo điểm nhấn và thu hút sự chú ý của khách hàng.



Kệ trưng bày thực phẩm và phụ kiện

Khu vực spa và grooming:

Bố trí ở phần sau của cửa hàng, tạo không gian riêng tư và yên tĩnh cho dịch vụ chăm sóc thú cưng. Khu vực này được trang bị đầy đủ các thiết bị và dụng cụ chuyên dụng để đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt nhất.



Khu vực spa và grooming

Khu vực tư vấn: Để nhân viên có thể tư vấn cho khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws. Khu vực này

được thiết kế ám cúng, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi cần trao đổi thông tin.

Phòng kho: Để lưu trữ các sản phẩm và nguyên liệu dự phòng. Phòng kho được bố trí hợp lý để tối ưu diện tích và dễ dàng quản lý hàng hóa.

Bố trí sản phẩm:

Thức ăn thú cưng: Được đặt ở các kệ gần cửa ra vào để thu hút sự chú ý của khách hàng khi họ bước vào cửa hàng. Các sản phẩm được sắp xếp khoa học theo loại và nhãn hiệu, giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm và lựa chọn.

Phụ kiện và đồ chơi: Được đặt ở vị trí dễ quan sát và thuận tiện cho khách hàng lựa chọn. Các sản phẩm được trưng bày theo từng chủ đề và kích thước, giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn.



Khu vực bố trí thức ăn & phụ kiện

Sản phẩm chăm sóc: Được đặt gần khu vực tư vấn để khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận và nhận được sự tư vấn từ nhân viên. Các sản phẩm này bao gồm dầu gội, sữa tắm, thuốc trị ve, và các sản phẩm chăm sóc lông.



Sản phẩm chăm sóc sẽ được đặt ở khu vực spa và grooming

3.5.4. Price

3.5.4.1. Định giá sản phẩm

Chiến lược định giá sản phẩm của LuxPaws được xây dựng dựa trên việc phân tích kỹ lưỡng nhiều yếu tố quan trọng để đảm bảo mức giá hợp lý, cạnh tranh, và phản ánh đúng giá trị cũng như chất lượng của sản phẩm. Dưới đây là các yếu tố chính mà chúng tôi đã xem xét trong quá trình định giá sản phẩm tại thị trường thú cưng Việt Nam:

Chi phí sản xuất

Chi phí sản xuất là yếu tố then chốt trong việc xác định giá sản phẩm. Chúng tôi tính toán toàn diện các khoản chi phí bao gồm chi phí nguyên liệu, chi phí lao động, chi phí vận hành, và các chi phí khác liên quan đến quá trình sản xuất. Để đảm bảo mức giá hợp lý, LuxPaws cam kết rằng giá bán sẽ bao phủ tất cả các chi phí này và đảm bảo lợi nhuận cần thiết để duy trì và phát triển doanh nghiệp.

Lợi nhuận mong muốn

LuxPaws đặt ra mức lợi nhuận mong muốn cho từng sản phẩm dựa trên mục tiêu kinh doanh và chiến lược phát triển dài hạn. Chúng tôi xác định một tỷ lệ lợi nhuận hợp lý để đảm bảo sự bền vững và khả năng tái đầu tư vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Mức lợi nhuận này sẽ được tích hợp vào giá bán cuối cùng của sản phẩm.

Giá cạnh tranh

Một phần quan trọng trong chiến lược định giá là so sánh giá của các sản phẩm tương tự trên thị trường. LuxPaws tiến hành phân tích đối thủ cạnh tranh để hiểu rõ vị trí của mình trong ngành và định vị giá sao cho vừa cạnh tranh vừa phản ánh đúng chất lượng và giá trị mà chúng tôi mang lại. Chúng tôi không chỉ tập trung vào việc giữ giá thấp hơn mà còn đảm bảo rằng giá trị bổ sung từ dịch vụ và sản phẩm của LuxPaws sẽ tạo ra sự khác biệt rõ rệt.

Nhu cầu và khả năng chi trả của khách hàng

Hiểu rõ nhu cầu và khả năng chi trả của khách hàng là yếu tố quyết định giúp LuxPaws xây dựng chiến lược định giá phù hợp. Chúng tôi thực hiện khảo sát và nghiên cứu thị trường thường xuyên để nắm bắt xu hướng tiêu dùng và mức chi tiêu của khách hàng mục tiêu. Từ đó, chúng tôi điều chỉnh giá sản phẩm sao cho phù hợp với ngân sách của đa số khách hàng nhưng vẫn đảm bảo chất lượng cao.

Giá trị và chất lượng sản phẩm

LuxPaws luôn đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu. Mỗi sản phẩm từ thức ăn, phụ kiện đến dịch vụ chăm sóc đều được kiểm soát chặt chẽ về chất lượng. Giá sản phẩm không chỉ phản ánh chi phí sản xuất mà còn bao gồm giá trị gia tăng từ chất lượng vượt trội và dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tâm. Chúng tôi cam kết rằng mỗi đồng khách hàng chi trả sẽ mang lại sự hài lòng tối đa.

Phân khúc thị trường

LuxPaws nhận thức rõ sự đa dạng trong phân khúc thị trường thú cưng tại Việt Nam. Chúng tôi phân loại sản phẩm theo các phân khúc giá khác nhau, từ cao cấp đến trung bình, để đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Sản phẩm cao cấp tập trung vào những khách hàng tìm kiếm chất lượng và trải nghiệm tốt nhất, trong khi các sản phẩm ở mức giá trung bình và thấp hơn vẫn đảm bảo chất lượng đủ tốt để phục vụ phần đông khách hàng.

Khuyến mãi và chương trình khách hàng thân thiết

Để thu hút và giữ chân khách hàng, LuxPaws thường xuyên triển khai các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt. Chúng tôi cũng xây dựng các chương trình khách hàng thân thiết với nhiều ưu đãi như giảm giá, quà tặng và các dịch vụ miễn phí, tạo động lực cho khách hàng quay lại và giới thiệu bạn bè.

Chương trình khuyến mãi: “Cuối Tuần Cung Boss”

Nội dung chương trình:

- Giảm 10% toàn bộ hóa đơn khi khách hàng mua hàng vào Thứ Bảy và Chủ Nhật.
- Áp dụng cho tất cả sản phẩm và dịch vụ LuxPaws tại cửa hàng và Shopee.

Mục tiêu:

- Tăng lưu lượng khách vào cuối tuần (thường là thời điểm mua sắm cao điểm).
- Tăng tỉ lệ quay lại và giữ chân khách cũ.
- Tạo cơ hội cho khách hàng trải nghiệm sản phẩm mới hoặc dịch vụ trông giũa thú cưng.

Hình thức quảng bá:

- Thông báo qua mạng xã hội, zalo OA, app và trang web.
- Tặng mã giảm giá QR để dùng cho lần mua tiếp theo nếu khách giới thiệu bạn bè.

3.5.4.2. Chiến lược thay đổi giá

LuxPaws áp dụng chiến lược thay đổi giá linh hoạt để đáp ứng kịp thời với sự biến động của thị trường và nhu cầu của khách hàng. Dưới đây là bảng thay đổi giá sản phẩm và dịch vụ của LuxPaws trong vòng 12 tháng qua:

Thời gian	Sản phẩm/dịch vụ	Thay đổi giá (so với giá gốc)	Lý do thay đổi giá
Tháng 1	Spa thú cưng	Tăng 10%	Nhu cầu sử dụng tăng cao
	Thực phẩm & phụ kiện thú cưng	Giảm 20%	Chiến lược giảm giá thu hút khách hàng
Tháng 2	Khách sạn/trông hộ	Tăng 20%	Nhu cầu sử dụng tăng cao, chi phí chi trả cho nhân sự tăng
	Spa thú cưng	Tăng 10%	Nhu cầu sử dụng tăng vừa, chi phí chi trả cho nhân sự tăng
	Thực phẩm & phụ kiện thú cưng	Tăng 20%	Chi phí nguyên liệu & sản xuất tăng
Tháng 3	Toàn bộ sản phẩm/dịch vụ	Bình ổn	Hết Tết, nhu cầu bình ổn
Tháng 4	Toàn bộ sản phẩm/dịch vụ	Bình ổn	Nhu cầu bình ổn
Tháng 5	Toàn bộ dịch vụ	Giảm 10%	Nhu cầu giảm, giảm giá thu hút khách hàng
Tháng 6	Spa thú cưng	Tăng 20%	Đầu hè, nhu cầu sử dụng dịch vụ tăng cao do thời tiết ảnh hưởng tiêu cực đến thú cưng
Tháng 7	Dịch vụ	Tăng 20%	Thời điểm đi chơi và du lịch nhiều, nhu cầu sử dụng tăng
	Toàn bộ sản phẩm	Giảm 10%	Thu hút khách hàng
Tháng 8	Toàn bộ dịch vụ	Bình ổn	Qua thời gian cao điểm du lịch, nhu cầu bình ổn
	Thực phẩm	Giảm 15%	Khuyến mãi, thu hút khách hàng trong mùa thấp điểm

Tháng 9	Toàn bộ dịch vụ	Tăng 15%	Chuẩn bị cho mùa du lịch cuối năm, tăng nhu cầu chăm sóc thú cưng
Tháng 10	Thực phẩm thú cưng	Tăng 10%	Chuẩn bị cho mùa mua sắm cuối năm
Tháng 11	Toàn bộ sản phẩm/dịch vụ	Giảm 5%	Khuyến mãi cuối năm, kích cầu tiêu dùng
Tháng 12	Toàn bộ sản phẩm/dịch vụ	Tăng 20%	Mùa cao điểm, nhu cầu mua sắm và sử dụng dịch vụ tăng

3.5.5. Presentation

Trong chiến lược xây dựng thương hiệu LuxPaws, việc trình bày và đóng gói sản phẩm được thực hiện với sự tỉ mỉ và chuyên nghiệp nhằm đảm bảo mỗi sản phẩm không chỉ đạt chất lượng cao mà còn mang đến trải nghiệm tuyệt vời cho khách hàng. Dưới đây là các phương pháp và tiêu chuẩn mà LuxPaws áp dụng trong việc trình bày và đóng gói sản phẩm:

1. Túi Giấy và Túi Vải Đựng Đồ

Túi giấy đựng đồ: Sử dụng túi giấy kraft thân thiện với môi trường, có in logo LuxPaws. Túi giấy đảm bảo sự tiện dụng và thẩm mỹ, phù hợp cho việc đựng các sản phẩm nhẹ như thức ăn, phụ kiện nhỏ.

Túi vải đựng đồ: Sử dụng túi vải dày dặn, có quai xách chắc chắn. Túi vải có in logo LuxPaws, thích hợp cho việc đựng các sản phẩm nặng hơn hoặc khi khách hàng cần túi tái sử dụng.



2. Đóng Gói Thức Ăn Khô

Hạt khô vị nguyên bản, vị thịt bò, vị thịt heo, bổ sung rau củ: Sử dụng bao bì nhựa dày có khóa zip để tiện lợi trong việc mở và đóng gói lại, đảm bảo độ tươi ngon và giá trị dinh dưỡng của sản phẩm. Mỗi bao bì đều có in logo, thông tin sản phẩm, và lợi ích dinh dưỡng chi tiết.



Hạt khô
vị nguyên
bản

Hạt khô
vị thịt bò



Hạt khô
vị thịt heo

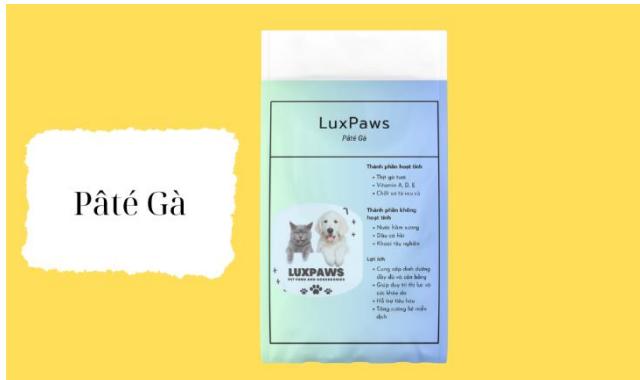


Hạt khô
bổ sung
rau củ



3. Đóng Gói Pâté

Pâté gà, pâté heo, pâté hỗn hợp, pâté gói: Sử dụng bao bì nhựa chịu nhiệt, đảm bảo an toàn vệ sinh và dễ dàng sử dụng. Bao bì có in logo và thông tin chi tiết về thành phần và lợi ích của sản phẩm. Đặc biệt, pâté gói được thiết kế tiện lợi cho việc mang đi và sử dụng ngay.



Pâté Gà



Pâté Heo



Pâté hỗn hợp



Pâté gói

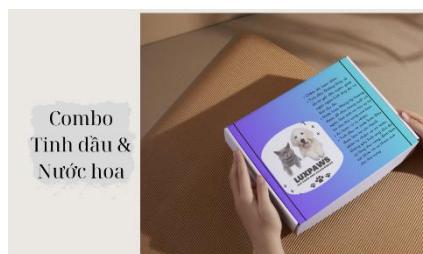
4. Combo Sản Phẩm

Combo 4 bịch hạt, combo 3 bịch pâté, combo tinh dầu & nước hoa: Sử dụng hộp giấy cứng, thiết kế chắc chắn và thẩm mỹ. Hộp combo có in logo và thông tin sản phẩm, giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn và bảo quản sản phẩm

5. Súp thưởng và Sữa



Combo 4
bịch hạt



Combo
Tinh dầu &
Nước hoa



Combo 3
bịch Pâté

Súp thường: Đóng gói trong túi nhựa dài, tiện lợi cho việc sử dụng và bảo quản. Bao bì có in logo và thông tin sản phẩm rõ ràng.



Súp thưởng



Sữa bột
pha sẵn

Sữa hạt
lanh



Sữa hạt lanh, sữa bột pha sẵn: Sử dụng chai nhựa hoặc nhôm, đảm bảo an toàn và tiện lợi. Chai có in logo và thông tin chi tiết về thành phần và lợi ích của sản phẩm.

6. Sản Phẩm Chăm Sóc

Tinh dầu dưỡng lông: Đóng gói trong chai nhỏ có ống nhỏ giọt, tiện lợi cho việc sử dụng. Bao bì có in logo và thông tin sản phẩm.

Tinh dầu
dưỡng
lông



Nước hoa cho thú cưng: Sử dụng chai xịt tiện lợi, có in logo và thông tin sản phẩm. Nước hoa giúp giữ cho thú cưng luôn thơm mát và sạch sẽ.



Nước hoa
(oải hương)

Sữa tắm chó mèo: Đóng gói trong chai có vòi xịt, dễ dàng sử dụng. Chai có in logo và thông tin chi tiết về sản phẩm.



Sữa tắm
chó mèo

Phấn tắm khô: Đóng gói trong hộp nhỏ gọn, tiện lợi mang theo. Hộp có in logo và hướng dẫn sử dụng chi tiết.



Phấn tắm
khô

7. Sản Phẩm Khác

Cỏ mèo: Đóng gói trong hũ nhỏ, đảm bảo tiện lợi cho việc sử dụng và bảo quản. Hũ có in logo và thông tin chi tiết về sản phẩm.



Cỏ mèo

Đi cùng cam kết mang đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao, an toàn và tiện lợi, đồng thời xây dựng hình ảnh thương hiệu LuxPaws chuyên nghiệp và đáng tin cậy. LuxPaws luôn chú trọng đến từng chi tiết nhỏ trong việc đóng gói và trình bày sản phẩm. Mỗi sản phẩm đều được thiết kế bao bì tinh tế, không chỉ bảo vệ sản phẩm bên trong mà còn mang đến trải nghiệm tốt cho khách hàng khi dùng sản phẩm.

3.5.6. Personnel

3.5.6.1. Nhân viên tại cửa hàng

Nhân viên là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của LuxPaws. Do đó, chúng tôi đã xây dựng một chiến lược quản lý và phát triển nhân sự bài bản, nhằm tạo ra đội ngũ chuyên nghiệp, tận tâm và có kỹ năng cao trong việc chăm sóc thú cưng. Các hoạt động chính bao gồm:

1. Đào tạo và phát triển:

Đào tạo kỹ năng chăm sóc thú cưng: Nhân viên được tham gia các khóa học chuyên sâu về chăm sóc, dinh dưỡng và vệ sinh thú cưng. Các khóa học này được thiết kế bởi các chuyên gia thú y và chăm sóc thú cưng hàng đầu, giúp nhân viên nắm vững các kỹ thuật chăm sóc, cắt tỉa lông, tắm rửa và phát hiện sớm các dấu hiệu bệnh lý ở thú cưng.

Kỹ năng bán hàng và tư vấn: Đào tạo nhân viên về kỹ năng giao tiếp, tư vấn sản phẩm và dịch vụ phù hợp với từng loại thú cưng. Nhân viên được học cách nhận biết nhu cầu của khách hàng và đưa ra các gợi ý sản phẩm chính xác, giúp tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

Phát triển kỹ năng mềm: Đào tạo về kỹ năng làm việc nhóm, quản lý thời gian, và giải quyết tình huống phát sinh. Nhân viên cũng được khuyến khích tham gia các buổi chia sẻ kinh nghiệm và hội thảo chuyên đề để nâng cao kiến thức và kỹ năng chuyên môn.

2. Giao tiếp và hợp tác:

Hợp định kỳ: Tổ chức các buổi họp hàng tuần và hàng tháng để nhân viên có thể trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm và giải quyết các vấn đề trong công việc. Các buổi họp này giúp tạo ra một môi trường làm việc cởi mở, thân thiện và gắn kết.

Khuyến khích hợp tác: Xây dựng các dự án nhóm (theo ca làm việc) và khuyến khích nhân viên hợp tác với nhau để đạt được mục tiêu chung. Điều này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả công việc mà còn tạo điều kiện cho nhân viên học hỏi lẫn nhau.

3. Đánh giá và phản hồi:

Đánh giá định kỳ: Thực hiện đánh giá hiệu suất công việc định kỳ hàng quý, dựa trên các tiêu chí như doanh số bán hàng, sự hài lòng của khách hàng, và sáng kiến cải tiến. Kết quả đánh giá sẽ được sử dụng để đưa ra các quyết định về thưởng, phạt và phát triển nhân sự.

Phản hồi kịp thời: Cung cấp phản hồi kịp thời và mang tính xây dựng cho nhân viên, giúp họ nhận biết điểm mạnh và điểm cần cải thiện. Qua đó, nhân viên có thể điều chỉnh và nâng cao hiệu quả công việc.

4. Thưởng và công nhận:

Chế độ thưởng: Áp dụng các chế độ thưởng hấp dẫn dựa trên hiệu suất làm việc, bao gồm thưởng doanh số, thưởng sáng kiến, và các giải thưởng cá nhân xuất sắc. Điều này không chỉ khích lệ nhân viên làm việc tốt hơn mà còn tạo động lực để họ phát triển bản thân.

Công nhận thành tích: Công nhận và tôn vinh các thành tích xuất sắc của nhân viên bằng các hình thức như giấy khen, quà tặng, và vinh danh trên trang web và fanpage của cửa hàng. Điều này giúp tăng cường tinh thần làm việc và sự gắn kết của nhân viên với công ty.

5. Văn hóa doanh nghiệp:

Giá trị cốt lõi: Truyền đạt rõ ràng giá trị cốt lõi và văn hóa của LuxPaws cho nhân viên, bao gồm sự tận tâm, trách nhiệm, và sự sáng tạo. Nhân viên được khuyến khích áp dụng các giá trị này vào công việc hàng ngày.

Môi trường làm việc: Xây dựng một môi trường làm việc tích cực, thân thiện và hỗ trợ lẫn nhau. Tạo điều kiện cho nhân viên cảm thấy thoải mái, tự do sáng tạo và công hiến hết mình cho công việc.

3.5.6.2. Đối tác kinh doanh

Để phát triển kinh doanh và mở rộng thị trường, LuxPaws đã thiết lập một mạng lưới đối tác kinh doanh đa dạng, bao gồm các pet shop và trạm y tế tư nhân. Mỗi quan hệ hợp tác này giúp chúng tôi không chỉ tăng cường khả năng tiếp cận khách hàng mà còn nâng cao hiệu quả kinh doanh thông qua việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng và mở rộng dịch vụ.

LuxPaws cung cấp các sản phẩm thực phẩm và phụ kiện thú cưng cho các pet shop trên toàn quốc. Chúng tôi đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định và giá cả cạnh tranh, giúp các đối tác yên tâm khi kinh doanh. Đồng thời, chúng tôi có chính sách ưu đãi và tặng quà để hỗ trợ các pet shop thu hút khách hàng và tăng doanh số bán hàng.

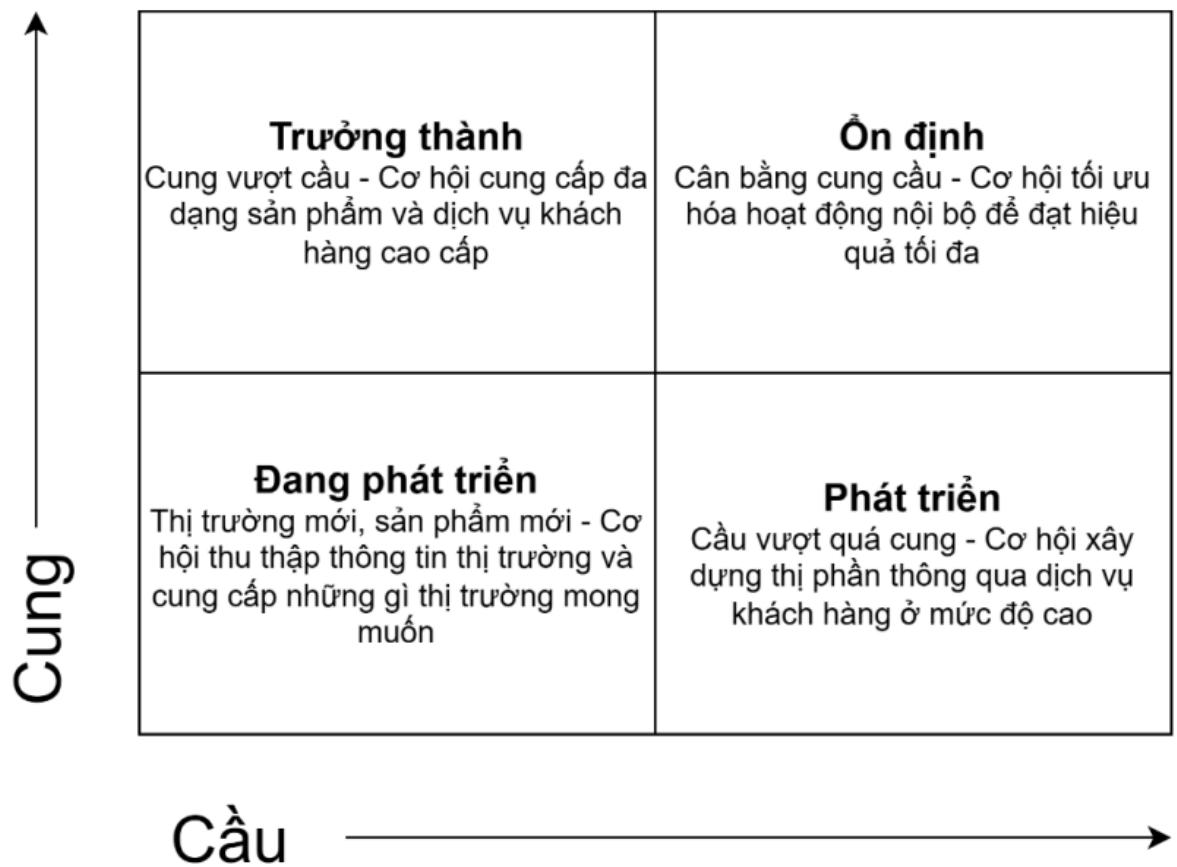
Chúng tôi cũng cung cấp các tài liệu quảng cáo, poster và banner để giúp các đối tác quảng bá sản phẩm một cách hiệu quả.

Đối với các trạm y tế tư nhân, LuxPaws hợp tác để quảng bá sản phẩm thông qua các kênh truyền thông của họ, bao gồm các buổi hội thảo, hội chợ và sự kiện dành cho thú cưng. Chúng tôi cung cấp số lượng sản phẩm và tài liệu quảng cáo để các bác sĩ thú y có thể giới thiệu cho khách hàng của họ. Hơn nữa, chúng tôi hỗ trợ các trạm y tế tư nhân bằng cách cung cấp các sản phẩm chất lượng cao với giá ưu đãi, giúp họ mở rộng danh mục dịch vụ và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Thông qua việc xây dựng và duy trì mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với các đối tác kinh doanh, LuxPaws không chỉ mở rộng thị trường mà còn tạo ra giá trị bền vững và nâng cao uy tín thương hiệu. Chúng tôi cam kết cùng đối tác phát triển lâu dài, mang lại lợi ích cho cả hai bên và đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

3.6. Loại thị trường đang cung ứng và các chuẩn do lường

3.6.1. Các loại thị trường



3.6.1.1. Thị trường đang phát triển (Developing)

- Là 1 thị trường mới nên nguồn cung và cầu đều không xác định chắc chắn.
- Chi phí bán hàng cao và rủi ro tồn kho thấp.
- Xác định, hợp tác với các chuỗi cung ứng để đạt được nhu cầu của thị trường.

3.6.1.2. Thị trường phát triển (Growth)

- Nhu cầu thường cao hơn cung, nguồn cung không được ổn định
- Chi phí bán hàng thấp do số lượng khách hàng nhiều, tỉ lệ tồn kho cao do nguồn hàng khan hiếm.
- Cung cấp dịch vụ, sản phẩm chất lượng cao và có chất lượng trong vận chuyển để nắm bắt thị trường này.

3.6.1.3. Thị trường ổn định (Steady)

- Cung và cầu đều cao và đều có thể dự đoán được.
- Hàng tồn kho và chi phí bán hàng thấp những vẫn duy trì dịch vụ khách hàng cao.
- Cơ hội ở việc điều chỉnh và tối ưu hóa các hoạt động nội bộ của công ty.

3.6.1.4. Thị trường trưởng thành (Mature)

- Cung rất cao và vượt qua cầu, nhu cầu không chắc chắn. Có khả năng dư thừa cao
- Cơ hội nằm trong sự linh hoạt được đo bằng khả năng đáp ứng nhanh chóng với những thay đổi trong nhu cầu sản phẩm, trong khi vẫn duy trì dịch vụ khách hàng cao.

3.6.2. Xác định loại thị trường

Thị trường đồ dùng và đồ ăn thú cưng là 1 thị trường không mới nhưng lại là thị trường luôn có nhiều nhu cầu do việc nuôi thú cưng dần trở nên phổ biến.

Để xác định loại thị trường của thị trường đồ dùng và thức ăn thú cưng thì cần do lường theo những yếu tố sau:

Dịch vụ khách hàng:

Phân tích dịch vụ khách hàng tức là xác định khả năng của chuỗi cung ứng trong việc đáp ứng mong đợi của khách hàng.

- Mặt hàng đồ dùng thú cưng là một mặt hàng khá phổ biến trên thị trường, nhưng lại là mặt hàng luôn quan trọng và có nguồn cầu rất cao, nên đây vẫn được xem là 1 thị trường cực kỳ tiềm năng.
- Có rất nhiều hàng đồ dùng thú cưng từ đủ các phân khúc, do đó nguồn hàng để cung cấp cho khách hàng không khan hiếm.
- Do phổ biến nên có rất nhiều phân khúc giá trên thị trường tùy thuộc vào nhu cầu người mua, người mua không khó khăn trong việc mua những mặt hàng này.

- Các cửa hàng bán các mặt hàng này khá phổ biến do có mặt ở khắp mọi nơi, cùng với thời đại thương mại điện tử thì thời gian vận chuyển rất nhanh, và có rất nhiều đơn hàng đối với mặt hàng này.

Hiệu quả nội bộ:

Phân tích hiệu quả nội bộ để cập đến khả năng mà một công ty hoặc một chuỗi cung ứng hoạt động để tạo ra một mức độ lợi nhuận thích hợp.

- Nguồn hàng đa dạng, nhiều nhà cung cấp nên đảm bảo số lượng về sản phẩm.
- Giá trị hàng tồn kho vừa phải, tỉ lệ mua lại của khách hàng cao do là mặt hàng tiêu thụ.
- Giá trị mặt hàng không cao nhưng nhiều lợi nhuận, doanh số bán hàng cao.
- Rủi ro tồn kho cao, rủi ro sản phẩm phụ thuộc vào giá cả của nguồn hàng.
- Rủi ro tồn hàng do ngày càng có nhiều hàng mới với các sản phẩm ngày càng chất lượng.

Linh hoạt nhu cầu:

Linh hoạt nhu cầu là đánh giá khả năng ứng phó với sự không chắc chắn về mức độ nhu cầu sản phẩm.

- Chuỗi cung ứng cần khả năng dự đoán về nhu cầu sản phẩm, giúp giảm thiểu rủi ro thiếu hàng hoặc dư thừa hàng tồn kho
- Cần nhiều khả năng phản ứng và nhạy bén trong các dịp biến động về nhu cầu, thông thường sẽ tăng đột biến vào những ngày lễ, ngày nghỉ.

Phát triển sản phẩm:

Bao gồm khả năng của một công ty và một chuỗi cung ứng để tiếp tục phát triển cùng thị trường. Đo lường khả năng phát triển và cung cấp các sản phẩm mới một cách kịp thời.

=> Xác định loại thị trường

- Vì các sản phẩm dành cho thú cưng là một phân khúc sản phẩm tương đối phổ biến nhưng lại rất quan trọng và thiết yếu, luôn có 1 nguồn nhu cầu mạnh mẽ. Ngày càng phổ biến các loại thú cưng nên càng có tiềm năng có các sản phẩm mới phát triển, dù là ngành hàng này có khá nhiều đối thủ cạnh tranh nhưng đổi lại rất dễ thu hút khách hàng trung thành và khả năng mua lại rất cao, vì những khách hàng này đánh giá cao về giá và tốc độ giao hàng.

- Ngành hàng này có rất ít rủi ro về nguồn hàng, song vẫn khó khăn trong việc kiểm soát nhà cung ứng và phụ thuộc vào giá cả thị trường nhưng vẫn có thể dự đoán được. Thị trường sản phẩm thú cưng đang ngày càng phát triển, trong vài năm trở lại đây, có rất nhiều nhãn hàng mới nổi lên cùng với nhiều cải tiến trong sản phẩm đã thu

hút được đông đảo người dùng, có nhiều vấn đề trong thú cưng hiện nay vẫn chưa được giải quyết triệt để như mùi vệ sinh của cát, mèo làm cát rơi ra ngoài,... tạo cơ hội để phát triển các sản phẩm giải quyết vấn đề này.

-> Do đó, đây có thể được xem là 1 thị trường ổn định (Steady).

3.7. Các chuẩn đo lường

3.7.2. Chuẩn đo lường dịch vụ khách hàng

Sản xuất để dự trữ (Build to stock – BTS)	
Tỷ lệ hoàn thành đơn hàng = số đơn hoàn thành / tổng đơn	97.96%
Tỷ lệ giao hàng đúng hạn = số đơn đúng hạn / số đơn đã giao cho đơn vị vận chuyển	98.71%
Tần suất/Tỷ lệ giao hàng trễ(LSR) = số đơn trễ / số đơn đã giao cho đơn vị vận chuyển	0.52%
Giá trị tổng đơn hàng chưa được giao vì lý do chậm trễ (Giá trị trung bình mỗi đơn là 200.000VND)	7,008,000 đ
Thời hạn đơn hàng chậm trễ	1-3 ngày
Tỷ suất thu hồi dòng sản phẩm = Số đơn hàng hoàn trả / số đơn đã giao	0.78%
Tỷ lệ đơn hàng bị hủy = Số đơn bị hủy (người bán + người mua) / Tổng số đơn hàng	1.28%
Tỷ lệ đơn hàng không thành công (NFR) = đơn hàng không thành công do lỗi người bán / (đơn hàng thành công + đơn hàng không thành công do lỗi người bán)	2.04%

Sản xuất theo đơn đặt hàng (Build to order – BTO)	
Thời gian đáp ứng yêu cầu khách hàng nội thành	Trong vòng 16 tiếng
Tỷ lệ giao hàng đúng hạn	98.71%
Giá trị trung bình của đơn hàng muộn	876,000 đ
Số đơn muộn	8.0
Thời hạn của đơn hàng muộn	1-3 ngày
Số lượng thu hồi bảo hành và sửa chữa	2.0

3.7.3. Chuẩn đo lường hiệu quả nội bộ

	Năm 1	Năm 2
Giá trị hàng tồn kho đầu năm	0.00 đ	83,751,800.00 đ
Giá trị hàng tồn kho cuối năm	83,751,800.00 đ	76,138,000.00 đ
Giá trị hàng tồn kho trung bình	41,875,900.00 đ	79,944,900.00 đ
Chi phí bán hàng	945,600,000.00 đ 945,600,000.00 đ	945,600,000.00 đ
Vòng quay hàng tồn kho	22.58	11.83
Doanh thu	4,568,280,000.00 đ	4,568,280,000.00 đ
Lợi nhuận trước thuế	1,222,538,000.00	1,337,570,000.00
Tỷ suất lợi nhuận ROS (Return to sale)	0.27	0.29
Số ngày lưu trữ hàng tồn kho (ngày)	16.16	30.86
Số ngày nhận được tiền hàng (ngày)	30.00	30.00
Thời hạn thanh toán trung bình trên mỗi lần mua hàng (ngày)	10.00	10.00
Thời gian chu kỳ tiền mặt sinh tiền mặt (ngày)	36.16	50.86

3.7.4. Chuẩn đo lường khả năng linh hoạt đáp ứng nhu cầu

	Năm 1	Năm 2
Thời gian chu kỳ hoạt động (ngày)	36,16	50,86
Tính linh hoạt hướng lên (ngày)	30	30
Tính linh hoạt ban ngày (ngày)	40	40

3.7.5. Chuẩn đo lường phát triển sản phẩm

Tỷ lệ % tổng sản phẩm bán ra, sản phẩm được giới thiệu năm ngoái	25%
--	-----

Tỷ lệ % tổng doanh thu từ các sản phẩm, sản phẩm được giới thiệu năm ngoái	30%
Tổng thời gian phát triển và phân phối sản phẩm mới	2 tháng

4. TÌNH HUỐNG

4.1. Hoàn cảnh

Trong hoàn cảnh đại dịch Covid-19, đưa ra giải pháp gì để duy trì hoạt động và nguồn thu.

Đại dịch Covid-19 đã gây ra những biến đổi lớn trong nhiều lĩnh vực, bao gồm cả ngành kinh doanh sản phẩm và dịch vụ dành cho thú cưng. LuxPaws, với sứ mệnh mang lại niềm vui và sức khỏe cho thú cưng, cũng đã phải đổi mới với những thách thức đáng kể. Tuy nhiên, với tinh thần sáng tạo và khả năng thích ứng, LuxPaws đã triển khai nhiều giải pháp để duy trì hoạt động và ổn định nguồn thu trong giai đoạn khó khăn này.

Cụ thể, LuxPaws đã chuyển đổi sang mô hình kinh doanh trực tuyến, giúp khách hàng dễ dàng mua sắm các sản phẩm cho thú cưng ngay tại nhà. Chúng tôi cung cấp dịch vụ giao hàng linh hoạt và an toàn, đảm bảo các đơn hàng được giao nhanh chóng và đảm bảo vệ sinh. Ngoài ra, LuxPaws phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng như tư vấn dinh dưỡng trực tuyến và các chương trình chăm sóc sức khỏe định kỳ cho thú cưng.

Chúng tôi cũng tăng cường chiến lược chăm sóc khách hàng, giữ liên lạc thường xuyên và cung cấp hỗ trợ kịp thời qua các kênh trực tuyến. Để đáp ứng nhu cầu đa dạng, LuxPaws đã mở rộng danh mục sản phẩm với các lựa chọn thực phẩm hữu cơ và bổ sung dinh dưỡng chất lượng cao. Những biện pháp này không chỉ giúp LuxPaws vượt qua thời kỳ đại dịch mà còn củng cố vị thế của mình trong lòng khách hàng yêu thú cưng.

4.2. Chiến lược

1. Chuyển đổi sang mô hình kinh doanh trực tuyến

Tăng cường hiện diện trực tuyến:

Xây dựng và tối ưu hóa website: Đảm bảo website của LuxPaws có giao diện thân thiện, dễ sử dụng và có đầy đủ thông tin về sản phẩm, dịch vụ, chính sách giao hàng và đổi trả.

Mở rộng kênh bán hàng trên mạng xã hội: Sử dụng các nền tảng như Facebook, Instagram, và Zalo để tiếp cận khách hàng, quảng bá sản phẩm và thúc đẩy doanh số bán hàng.

Đẩy mạnh quảng cáo trực tuyến:

Quảng cáo trên mạng xã hội: Sử dụng Facebook Ads, Instagram Ads để quảng bá các sản phẩm chủ lực, chương trình khuyến mãi và dịch vụ của LuxPaws.

SEO và Google Ads: Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) để website của LuxPaws dễ dàng được tìm thấy trên Google. Kết hợp với Google Ads để thu hút thêm khách hàng mới.

2. Cung cấp dịch vụ giao hàng linh hoạt và an toàn

Giao hàng nhanh và miễn phí:

Đối tác giao hàng: Hợp tác với các dịch vụ giao hàng uy tín như Grab, Gojek, AhaMove để đảm bảo tốc độ và chất lượng giao hàng.

Chính sách giao hàng miễn phí: Miễn phí giao hàng cho đơn hàng trên một mức giá nhất định để khuyến khích khách hàng mua sắm trực tuyến.

Đảm bảo an toàn khi giao hàng:

Quy trình khử khuẩn: Đảm bảo các sản phẩm được đóng gói kỹ lưỡng và khử khuẩn trước khi giao đến tay khách hàng.

Giao hàng không tiếp xúc: Khuyến khích giao hàng không tiếp xúc để đảm bảo an toàn cho cả nhân viên và khách hàng.

3. Phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng

Dịch vụ tư vấn dinh dưỡng và chăm sóc thú cưng trực tuyến:

Tư vấn qua video call: Cung cấp dịch vụ tư vấn dinh dưỡng và chăm sóc thú cưng qua video call với các chuyên gia thú y.

Chương trình khuyến mãi: Tạo các gói dịch vụ tư vấn miễn phí hoặc giảm giá để thu hút khách hàng.

Dịch vụ giao thức ăn tự động:

Đăng ký theo gói: Cung cấp dịch vụ đăng ký theo gói cho các sản phẩm thức ăn thú cưng, giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và đảm bảo thú cưng luôn có đủ thức ăn.

4. Tăng cường chiến lược chăm sóc khách hàng

Chương trình khách hàng thân thiết:

Điểm thưởng: Tạo chương trình điểm thưởng cho khách hàng mua sắm thường xuyên, giúp họ tích điểm để đổi lấy các ưu đãi hoặc sản phẩm miễn phí.

Ưu đãi đặc biệt: Cung cấp các ưu đãi đặc biệt cho khách hàng thân thiết vào các dịp đặc biệt như sinh nhật thú cưng hoặc các ngày lễ.

Tư vấn và hỗ trợ nhanh chóng:

Hỗ trợ trực tuyến: Đảm bảo có đội ngũ hỗ trợ khách hàng qua chat trực tuyến, email và điện thoại để giải đáp nhanh chóng mọi thắc mắc và yêu cầu của khách hàng.

5. Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ

Sản phẩm bổ sung:

Thức ăn chức năng: Phát triển thêm các dòng sản phẩm thức ăn chức năng, bổ sung dinh dưỡng cho thú cưng với các thành phần đặc biệt.

Dịch vụ spa tại nhà: Cung cấp dịch vụ spa tại nhà cho thú cưng, giúp khách hàng chăm sóc thú cưng một cách tiện lợi và an toàn.

Chương trình đào tạo trực tuyến:

Khóa học chăm sóc thú cưng: Tổ chức các khóa học trực tuyến về chăm sóc thú cưng, huấn luyện thú cưng, giúp khách hàng nâng cao kiến thức và kỹ năng.

5. Đánh giá và Kết luận

5.1. Đánh giá

LuxPaws tự hào là địa chỉ đáng tin cậy và chuyên nghiệp trong lĩnh vực cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho thú cưng tại Việt Nam. Chúng tôi cung cấp đa dạng các sản phẩm từ thức ăn, phụ kiện, đồ chơi đến các dịch vụ chăm sóc thú cưng như spa, khách sạn và trông hộ.

LuxPaws luôn chú trọng tạo ra trải nghiệm mua sắm thoải mái và tiện lợi cho khách hàng. Không gian cửa hàng được thiết kế hiện đại và thân thiện, tạo điều kiện tối ưu cho việc lựa chọn và mua sắm. Chúng tôi cũng thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi và sự kiện đặc biệt, kết hợp với dịch vụ tư vấn tận tâm từ đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nhằm mang đến sự hài lòng tuyệt đối cho khách hàng.

Đội ngũ nhân viên tại LuxPaws được đào tạo bài bản về các sản phẩm và dịch vụ thú cưng, đảm bảo cung cấp tư vấn chính xác và chăm sóc tận tình. Chúng tôi hiểu rằng mỗi sản phẩm và dịch vụ đều góp phần quan trọng vào việc chăm sóc và nuôi dưỡng thú cưng, vì vậy luôn cam kết mang đến những gì tốt nhất cho khách hàng và thú cưng của họ.

LuxPaws cũng chú trọng đến yếu tố bền vững và bảo vệ môi trường. Chúng tôi không ngừng nỗ lực giảm thiểu tác động môi trường thông qua việc sử dụng các sản phẩm thân thiện và hỗ trợ các sáng kiến xanh trong ngành công nghiệp thú cưng.

5.2. Kết luận

Trong tương lai, LuxPaws sẽ tiếp tục phát triển và mở rộng với các định hướng sau:

Mở rộng dòng sản phẩm: LuxPaws sẽ phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm, từ thức ăn, phụ kiện, đồ chơi đến các sản phẩm mới sáng tạo, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Tăng cường chiến lược marketing: Chúng tôi sẽ đẩy mạnh chiến lược marketing, tập trung vào tiếp thị nội dung sáng tạo và chia sẻ giá trị thương hiệu để tạo kết nối mạnh mẽ hơn với khách hàng.

Mở rộng bán hàng trực tuyến: LuxPaws sẽ mở rộng kênh bán hàng trực tuyến qua các nền tảng thương mại điện tử như Lazada và Shopee, giúp tiếp cận đối tượng khách hàng rộng lớn và tận dụng tiềm năng của thị trường trực tuyến.

Mở thêm chi nhánh: Chúng tôi sẽ mở rộng hệ thống chi nhánh tại các vị trí chiến lược, thuận tiện cho khách hàng và tăng cường sự hiện diện của LuxPaws, đảm bảo phục vụ nhu cầu mua sắm của khách hàng một cách nhanh chóng và chuyên nghiệp.

Mở rộng thị trường toàn quốc: LuxPaws sẽ tập trung vào việc mở rộng thị trường đến toàn quốc, nhằm tiếp cận nhiều khách hàng hơn và xây dựng thương hiệu quen thuộc và đáng tin cậy trên khắp cả nước.

Tận dụng công nghệ mới: Chúng tôi sẽ tận dụng các công nghệ và ứng dụng mới để tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm của khách hàng, đồng thời tăng cường sự hiện diện trên các nền tảng mới như Tiktokshop để tiếp cận đối tượng khách hàng trẻ và đam mê công nghệ.

LuxPaws cam kết không ngừng nỗ lực để mang đến những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho thú cưng và khách hàng, tiếp tục xây dựng thương hiệu uy tín và chất lượng trong ngành công nghiệp thú cưng tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chương 1: Tổng quan về quản trị chuỗi cung ứng – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [2] Chương 2: Các hoạt động trong chuỗi cung ứng: Lên kế hoạch và tìm nguồn – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [3] Chương 3: Các hoạt động trong chuỗi cung ứng: Thực hiện và phân phối – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [4] Chương 4: Khái niệm Logistics và quản lý kho hàng – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [5] Chương 5: Chuẩn đo lường để đánh giá hiệu quả chuỗi cung ứng – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [6] Chương 6: Sự phối hợp và tối ưu hóa trong chuỗi cung ứng – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [7] Quy luật thương mại điện tử – Ths. Nguyễn Minh Hằng - Khoa Hệ Thống Thông Tin – Đại học Công Nghệ Thông Tin
- [8] Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2023 - <https://idea.gov.vn/?page=document>
- [9] Thương mại điện tử - Báo cáo xu hướng thị trường sàn TMĐT của Metric - <https://metric.vn/thuong-mai-dien-tu>
- [10] F. Robert Jacobs, Richard B. Chase - Operations and Supply Chain Management McGraw Hill (2018)
- [11] Chopra, Sunil, Meindl, Peter - Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Pearson (2016)
- [12] Smith, J., & Nguyen, T. H. - "Lean Supply Chain Management: Principles and Practices"
- [13] Johnson, M. L., & Tran, A. N. - "Digital Transformation in Supply Chain: A Comprehensive Analysis"
- [14] Brown, L. E., & Nguyen, Q. H. - "Sustainable Supply Chain Strategies for the 21st Century"

- [15] Patel, R. K., & Kim, S. Y. - "Agile Supply Chain: Key Concepts and Implementation"
- [16] Chen, W., & Gupta, P. - "Optimizing Supply Chain Operations: Case Studies and Best Practices"
- [17] Garcia, A., & Martinez, E. - "Risk Management in Global Supply Chains: An In-depth Review"
- [18] Wang, Y., & Lee, H. L. - "Strategic Sourcing in Modern Supply Chains: Trends and Innovations"
- [19] Kim, J., & Park, C. - "Supply Chain Collaboration: Enhancing Efficiency and Performance"
- [20] Hernandez, M., & Lopez, A. - "The Role of Information Technology in Supply Chain Integration"
- [21] Tan, B., & Nguyen, V. M. - "Green Logistics: Sustainable Practices in Supply Chain Management"
- [22] Chen, S., & Gupta, A. - "E-commerce and Its Impact on Supply Chain Dynamics"
- [23] Rodriguez, C., & Santos, M. - "Globalization and Its Effects on Supply Chain Strategies"
- [24] Yang, H., & Wang, Q. - "Innovations in Supply Chain Technology: A Future Perspective"
- [25] Wu, Z., & Li, L. - "Resilient Supply Chains: Navigating Uncertainties with Agility"
- [26] "Supply chain resiliency 'never been more critical' for pet food industry" - Gina Tumbarello, Pet Food Processing, November 2023.
<https://www.petfoodprocessing.net/articles/14007-supply-chain-resiliency-never-been-more-critical-for-pet-food-industry>
- [27] "Supply chain challenges top pet industry concern in 2022" - Juan Gomez, Petfood Industry, 2022.
<https://www.petfoodindustry.com/articles/10123-supply-chain-challenges-top-pet-industry-concern-in-2022>

[28] Pet Food Market Size & Share Analysis - Industry Research Report - Growth Trends, Mordor Intelligence.

<https://www.mordorintelligence.com>

[29] Vietnam Pet Food Market Size & Share Analysis – Industry Research Report – Growth Trends, **Mordor Intelligence**. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/vietnam-pet-food-market>

[30] Vietnam Pet Food Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2024-2033, **IMARC Group**. <https://www.imarcgroup.com/vietnam-pet-food-market>

[31] Pet Food Market in Vietnam and Potential for Imported Products, **B&Company**. <https://b-company.jp/pet-food-market-in-vietnam-and-potential-for-imported-products/>

[32] Regional Report: Southeast Asia – Rapid Market Expansion and Room for Growth, **GlobalPetIndustry**. <https://globalpetindustry.com/article/regional-report-southeast-asia-rapid-market-expansion-and-room-for-growth/>

[33] Vietnam's Pet Industry Anticipates Increased US Investments, **PetfoodIndustry.com**. <https://www.petfoodindustry.com/latest-news/article/15668406/vietnams-pet-industry-anticipates-increased-us-investments>

[34] Vietnam Pet Accessories Market (2025-2031), **6W Research**. <https://www.6wresearch.com/industry-report/vietnam-pet-accessories-market>

[35] Pet Accessories Market Size: Global Industry Trends, Share, Growth, Opportunity and Forecast 2025-2033, **IMARC Group**. <https://www.imarcgroup.com/pet-accessories-market>

[36] Pet Accessories Market Size, Competitors & Forecast to 2033, **Research and Markets**. <https://www.researchandmarkets.com/report/pet-accessories>