**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ ĐÀ NẴNG**

**KHOA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

🙢🕮🙠



**BÁO CÁO ĐỀ TÀI**

**XÂY DỰNG MÔ HÌNH KINH DOANH**

**CÔNG TY GIÀY DÉP THƯƠNG HIỆU BITA’S**

****

GVHD : Nguyễn Văn Chức

Nhóm 309 : 1. Nguyễn Hữu Quang

2. Đoàn Thị Giàu

Đà Nẵng, Ngày 4 Tháng 3 Năm 2021

1. **TÓM TẮT HOẠT ĐỘNG**
2. **Mô tả thị trường**

Công ty Sản xuất Hàng tiêu dùng Bình Tân được thành lập từ năm 1991 (với thương hiệu BITA’S) là một trong những Công ty hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh giày dép chất lượng cao tại thị trường Việt Nam.

Với dây chuyền sản xuất hiện đại và tân tiến, cùng với hệ thống chất lượng được quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001:2000, Công ty đã sản xuất ra những sản phẩm phong phú về chủng loại, đa dạng về màu sắc, với thiết kế đẹp, phù hợp thị hiếu người tiêu dùng, như: Dép, Sandal, Giày công sở, Giày Thể Thao, Giày dép siêu nhẹ và v.v. dành cho mọi lứa tuổi, giúp người tiêu dùng dễ dàng kết hợp với nhiều loại trang phục khác nhau. Chính vì những yếu tố đó, nên sản phẩm Giày dép BITA’S rất được thị trường trong và ngoài nước yêu thích, ưa chuộng và tin dùng.

Sản phẩm BITA’S được xuất khẩu đến nhiều quốc gia như: Nhật, Mỹ, Châu Âu, Trung Quốc, Myanmar, Campuchia v.v. Tại thị trường Việt Nam, BITA’S có hệ thống gồm 05 chi nhánh quản lý kinh doanh với hơn 1.000 trung gian phân phối trên toàn quốc, cùng hệ thống cửa hàng lẻ trong các Trung tâm thương mại như: Vincom Royal City, Lotte v.v. Ngoài ra, sản phẩm BITA’S còn có trong hệ thống các siêu thị lớn như BigC, Coopmart, Vinatex v.v.

Công ty Bình Tân đã nhận được nhiều Bằng khen cao quý của nhà nước trao tặng, và được người tiêu dùng tín nhiệm bình chọn là Thương Hiệu Mạnh Việt Nam, danh hiệu Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao 15 năm liền, Top 100 Thương hiệu nổi tiếng nhất Việt Nam.

1. **Mục tiêu chính**

2.1 Tình hình hiện tại:

Nhờ nỗ lực thấu hiểu người tiêu dùng Việt Nam và mô hình kinh doanh hiệu quả nên hiện Bita’s phát triển hơn 1.000 đại lý phân phối trên toàn quốc, đồng thời có hơn 150 điểm bán tại các siêu thị lớn như Aeon, Lotte, Big C, Vincom. Khách hàng có thể mua online qua [website](https://bitas.com.vn/)  và các sàn thương mại điện tử lớn nhất cả nước như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo. Bita’s mong muốn tạo ra sự kết nối nhanh chóng với tất cả khách hàng cả nước.

Các giải pháp thương mại điện tử đã được bitas ứng dụng vào công ty một cách hiệu quả. Tuy nhiên, chúng tôi nhận thấy việc vào website của công ty để xem sản phẩm mới hay các deal mới của công ty sẽ là rào cản nhỏ trong việc mua hang của các khách hang, và việc nhắc nhở deal đến khách hang sẽ khó khăn hơn. Bên cạnh đó công ty chưa thực sự chú trọng vào việc tổ chức thiết kế các mẫu mã đa dạng và hợp thời trang. chính từ việc không nắm bắt kịp thời tình hình thị trường này mà Công ty Bita’s đã bỏ qua đoạn thị trường hết sức tiềm năng .

Vậy nên chúng tôi quyết định thiết kế app mobile cho bita’s. App này giúp bita’s giải quyết nhiều vấn đề trong việc chăm sóc khách hang và thông báo các deal đến khách hang nhanh chóng hơn. Tiếp nhân ý kiến khách hàng trong các mẫu mã sản phẩm chuẩn bị ra mắt. Giải pháp thương mại điện tử này giúp bita’s cải thiện chất lượng dịch vụ khách hang và đem lại trải nghiệm cho khách hang tốt và ưu việt hơn

2.2 Xây Dựng Tính Năng App Mobile “Bita’s”

*2.2.1 Chức Năng Reminder (Nhắc Nhở)*

* Chúng tôi xây dựng tính năng này nhằm mục đích “chủ động” tiếp cận người dùng bằng những thông báo về sản phẩm mới, khuyến mãi, … Khách hàng sẽ liên tục nhận được các thông tin đáng quan tâm từ đó đẩy mạnh hành vi mua hàng trong tương lai.

*2.2.2 Chức Năng Định Vị*

* Cung cấp thông tin về vị trí cửa hàng gần nhất mà người dùng có thể đến, giúp người dùng chủ động lựa chọn cửa hàng phù hợp với hình thức di chuyển.
* Cung cấp thông tin về vị trí cửa hàng “sẵn hàng” giúp người dùng tiết kiệm thời gian di chuyển và tìm mua sản phẩm.

*2.2.3 Chức Năng Review*

* Người dùng có thể tự do review về sản phẩm đã mua và sử dụng, điều này tạo ra sự tin cậy cho các người dùng có cùng mối quan tâm và mong muốn sở hữu sản phẩm trong tương lai. Đồng thời, giúp chung Doanh Nghiệp cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ nếu có các review tiêu cực.

*2.2.4 Đặt Hàng Và Thanh Toán Nhanh Chóng*

* + - Người dùng hoàn toàn có thể đặt hàng một cách nhanh chóng thông qua các thông tin đơn giản về sản phẩm như: kiểu dáng, màu sắc, kích cỡ giày, thông tin giá, …
    - Thanh toán dễ dàng bằng ví điện tử

*2.2.5 Cá Nhân Hoá App Mobile*

* Người dùng hoàn toàn có thể thiết lập các tuỳ chọn sao cho phù hợp với sản phẩm và sở thích họ mong muốn.
* Điều này mang lại sự thích thú khi khách hàng sử dụng App Mobile, dễ dàng theo dõi những sản phẩm quan tâm.

*2.2.6 Trang Nhật Ký Điện Tử (Blog)*

* Cải thiện vị trí xếp hạng của doanh nghiệp trong các kết quả tìm kiếm từ các trang tìm kiếm thông tin.
* Là một kênh tư vấn và hướng dẫn hiệu quả cho khách hàng hiện tại và tương lai.
* Tạo ra một nơi để doanh nghiệp chia sẻ các thông tin về công ty hay sản phẩm mới. Doanh nghiệp có thể viết một bài viết về các sản phẩm hàng đầu trong lĩnh vực của mình, liên kết với những người mua hàng. Đây là một chiến lược “bán hàng mềm dẻo” (soft selling) rất hiệu quả đối với thương mại điện tử.

*2.2.7 Tích Hợp AI (Artificial Intelligence)*

* Người dùng hoàn toàn có thể sử dụng “Camera Smartphone” để “Scan” lựa chọn sản phẩm xem có phù hợp với sở thích của mình không.
* Chúng tôi cũng tích hợp cả AI để khi “Scan” người dùng có thể biết được “Size” giày chính xác của mình.

1. **THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU**

## **Quy mô thị trường**

Đón đầu những thay đổi của thị trường, Bita’s đã có những lần tái cấu trúc công ty, tập trung vào cải tiến công nghệ, đầu tư cho chất xám và nguồn nhân lực, đa dạng hóa sản phẩm và gia tăng trải nghiệm khách hàng… để từng bước chiếm lĩnh thị phần nội địa, vươn mình ra thị trường nước ngoài.

Không những khẳng định vị thế ở thị trường trong nước, Bita’s còn mở rộng xuất khẩu sang nhiều thị trường khó tính như Nhật Bản, Mỹ, châu Âu bên cạnh các thị trường phổ biến như Trung Quốc, Myanmar, Lào, Campuchia...

* Hiện doanh nghiệp này đã phát triển hơn 1.000 đại lý phân phối giày dép trên cả nước, sản phẩm Bita’s đã có mặt tại hầu hết các hệ thống siêu thị hiện đại như: Aeon, Coopmart, Lotte, BigC, và trên các sàn thương mại điện tử như: Lazada, Shopee, Sendo, Tiki, Yes24…
* Đồng thời Bita’s sở hữu 23 cửa hàng showroom tại các thành phố lớn như: Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng, Cần Thơ, và các tỉnh Đồng Nai, Tiền Giang.

1. **Thị phần**

Việt Nam nằm trong top 4 nhóm nước sản xuất giày dép lớn nhất thế giới (sau Trung Quốc, Ấn Độ, Brazil) và là nước xuất khẩu giày dép lớn thứ 2 trên thế giới (sau Trung Quốc). Thế nhưng, doanh nghiệp giày, dép Việt hiện chỉ chiếm không đến 30% thị phần nội địa, còn lại thuộc các thương hiệu quốc tế như: Nike, Adidas, New Balance…

Khi Việt Nam hội nhập sâu thông qua các hiệp định thương mại tự do, làn sóng đổ bộ mạnh mẽ của các thương hiệu quốc tế kéo theo hàng loạt hoạt động mua bán và sáp nhập tạo nên sức ép vô cùng lớn cho các doanh nghiệp sản xuất giày dép trong nước. Đã có những thương hiệu Việt bị nước ngoài thâu tóm hoặc bị yếu thế trong cạnh tranh, song thị trường vẫn ghi nhận những doanh nghiệp phát triển bền vững suốt nhiều năm và khẳng định được vị thế trên cả thị trường nội địa lẫn quốc tế, trong đó có Công ty Sản Xuất Hàng Tiêu Dùng Bình Tân – Bita’s.

Công ty Sản Xuất Hàng Tiêu Dùng Bình Tân – Bita’s là một trong những thương hiệu Việt đã ghi dấu ấn sâu đậm trong tâm trí người tiêu dùng suốt gần 3 thập kỷ qua, từ những đôi dép nhãn hiệu “con gà” thân thương của bao thế hệ những năm 80-90 cho đến các đôi giày thể thao ZGO đẳng cấp hay những đôi giày vải như giày lười, những đôi sandals, dép hợp thời trang và chất lượng như hiện tại. Đó là nhờ Bita’s luôn có những bước đi tinh nhạy, linh hoạt và chắc chắn trong việc xây dựng chiến lược sản phẩm tiêu dùng cho thị trường, tạo ra thương hiệu lớn mạnh và dần tiến ra biển lớn.

## **Các phân khúc khách hàng chính**

Bita’s được mọi người biết đến là thương hiệu giày Việt dành cho mọi lứa tuổi.

Bita’s sản xuất nhiều mẫu mã giày dép trẻ em, giày nam nữ trẻ trung. Đồng thời phát triển sản phẩm theo xu thế năng động, tự chủ thế hệ Zs (những người từ 18 - 35 tuổi) với các đôi giày thể thao ZGO, giày LINK canvas. Bita’s luôn được các thế hệ 7x, 8x và giờ là các thế hệ 9x, 10 x yêu thích dù trải qua nhiều thay đổi về xu hướng thời trang. Vậy nên có thể nói phân khúc khách hang của Bita’s khá rộng rải.

## **4. Đối thủ cạnh tranh**

Là những đối thủ đang cạnh tranh với nhau trong ngành 🡪 tạo ra áp lực cạnh tranh  
Đối thủ cạnh tranh đựợc chia thành 2 loại:

* Đối thủ cạnh tranh trực tiếp: chia sẻ cùng một lượng khách hàng bằng cùng thủ thuật, phương thức kinh doanh trên cùng chủng loại sản phẩm.
* Đối thủ cạnh tranh gián tiếp: chia sẻ cùng một lượng khách hàng nhưng khác chủng loại sản phẩm.
* Các đối thủ cạnh tranh trong nước:

Cạnh tranh trực tiếp: Thương hiệu giày Biti’s, BQ, Hồng Thạch...  
Cạnh tranh gián tiếp: Thương hiệu Juno, Vina – Giầy, VINDS, Đông Thịnh, Hồng Anh, Hạh Dung, Long Thành...

Các đối thủ cạnh tranh nước ngoài: Hàng Thái Lan vẫn được người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng sản phẩm mà giá không quá cao; các thương hiệu nổi tiếng của Mỹ, Italia, Australia cũng đang cạnh tranh đến người tiêu dùng với mức thu nhập, mức sống cao; bên cạnh đó, các sản phẩm của Trung Quốc với lợi thế vượt trội về giá cả và kiểu dáng, mẫu mã đa dạng đang tràn ngập khắp thị trường. Sản phẩm Trung Quốc đang cạnh tranh đến thị trường giày dép của Việt Nam nói chung và thương hiệu Bita’s nói riêng

## **5. Kênh truyền thông**

Hiện nay, Bita’s thực hiện các chiến dịch truyền thông bằng social media và các chiến dịch truyền thông truyền thống rất hiệu quả. Trong đó phải kể đến truyền thông thông qua facebook, lượt tiếp cận đến khách hang trong các bài viết rất cao.

1. **ĐỐI THỦ CẠNH TRANH**
2. **Tên:** Công ty sản xuất hàng tiêu dùng Bình Tiên, gọi tắt là “Biti’s”
3. **Sứ mệnh**

Sứ mệnh của công ty Biti’s: Không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng cung cấp sản phẩm đúng ý nghĩa của bản sắc thương hiệu Biti's "Uy tín - chất lượng"

Công ty TNHH SX HTD Bình Tiên cam kết sẽ không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng cung cấp sản phẩm, đáp ứng ngày một tốt hơn yêu cầu ngày càng cao và đa dạng của quý khách hàng, đúng như ý nghĩa của bản sắc thương hiệu Biti's "Uy tín - chất lượng", tạo dựng niềm tin lâu dài đối với tất cả khách hàng

1. **Mô tả**

* Quy mô hoạt động:  
  Trong nước: 2 công ty thành viên, có 7 chi nhánh trên cả nước với 1500 cửa hàng đại lý Biti’s cùng với 8500 nhân viên chất lượng cao
* Biti’s bước ra thế giới: là một thương hiệu lớn mạnh và phát triển đi lên cùng đất nước, Biti’s đã đang và sẽ phát triển hơn nữa tại thị trường thế giới. Năm 2020, Biti’s đã đánh dấu thương hiệu tại 40 nước trên thế giới trong đó có các thị trường khó tính như: Ý, Pháp, Anh, Mỹ, Nga, Nhật, Nam Mỹ, Trung Quốc, Mêxico...
* Hình thức kinh doanh: hệ thống cửa hàng tiếp thị và trực tuyến thông qua website và các trang thương mại điện tử...

## **Các sản phẩm**

Biti’s cung cấp các dòng sản phẩm thời trang giày dép cho tất cả mọi người với những nhóm sản phẩm như:

* Nhóm sản phẩm xốp EVA
* Nhóm sản phẩm PU
* Nhóm sản phẩm giày thể thao, sneaker, giày thời trang
* Nhóm các sản phẩm da

## **Khách hàng**

## Khách hàng là trẻ em của Bitis ở đủ mọi lứa tuổi từ 5 đến 15 tuổi.

## Khách hàng ở độ tuổi thanh niên, trung niên cũng là khách hàng của Biti’s.

## **Điểm mạnh**

* Sản phẩm của Biti’s có chất lượng cao, độ bền và thời gian lão hóa cao được khách hàng tin tưởng
* Hệ thống khách hàng rộng rãi (07 Trung tâm chi nhanh, 156 Cửa hàng tiếp thị và hơn 1.500 trung gian phân phối bán lẻ)
* Thương hiệu nổi tiếng lâu đời, có vị trí trong tâm trí khách hàng
* Nhà xưởng, máy móc thiết bị hiện đại đảm bảo chất lượng và số lượng.

## **Điểm yếu**

* Bộ phân chăm sóc khách hàng vẫn chưa được chú trọng
* Ít chủng loại, mẫu mã
* Giá thành cao