|  |
| --- |
| **GV: Nguyễn Thành Tín** |
| LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH |
|  |
|  |
| **Quản Trị Kinh Doanh 2008**  **Nguyễn Hồng Phong**  **4108149TPT** |
| **10/27/1984** |
|  |

# PHẦN I: GIỚI THIỆU – Ý TƯỞNG KINH DOANH

Tỉ lệ dùng điện thoại thông minh (Smartphone) tại Việt Nam đã đạt 21% trong đầu quý 2 năm 2013. Chúng ta đang chứng kiến tốc độ tăng trưởng nhanh chóng trong việc sử dụng smarphone máy tính bảng (Tablet) tại Việt Nam, đây sẽ là tiền đề phát triển đầy tiềm năng cho ngành kinh doanh dịch vụ xoay quanh như ứng dụng phần mềm, dịch vụ 3G v.v...

Bên cạnh đó, việc sở hữu một chú “dế cưng” thường luôn đi kèm với các loại hình trang trí để tạo cá tính, sắc thái riêng cho chiếc Smartphone/Tablet của mỗi người.

Việc thay đổi diện mạo cho chiếc điện thoại cơ bản ở việc dán, thay vỏ, ốp lưng. Người đơn giản thì chỉ dán màn hình họa tiết, dùng ốp lưng tặng kèm. Người cầu kì hơn thì đi sơn vẽ airbrush, dán da vào vỏ, khắc tên lên thiết bị, những dịch vụ này vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu làm đẹp “dế cưng” của các bạn trẻ hiện nay.

Nắm được nhu cầu thiết yếu đó, tôi đã nãy ra ý kinh doanh từ việc trang trí điện thoại đó là:  **In ảnh lên vỏ điện thoại**.

# PHẦN II: MÔ TẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

* Tên Cửa Hàng: YourDesign
* Loại Hình: Shop Dịch Vụ
* Slogan: Sáng Tạo Của Riêng Bạn
* Địa Chỉ: 506 Nguyễn Đình Chiểu, Phường 4, Quận 3
* Chủ Shop: Nguyễn Hồng Phong
* Điện Thoại: 0909 077 966
* Website: [www.yourdesign.vn](http://www.yourdesign.vn)
* Email: [sale@yourdesign.vn](mailto:sale@yourdesign.vn)
* Lĩnh vực hoạt động: cung cấp các loại ốp lưng (CASE), bao vỏ điện thoại, các phụ kiện trang trí điện thoại, khắc laser, dán da, dùng ốp lưng màu sắc, mạ vàng vỏ Đặc biệt là dịch vụ in hình lên case điện thoại do chính bạn thiết kế.

# PHẦN III: MÔ TẢ CÔNG VIỆC VÀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

## GIỚI THIỆU CỬA HÀNG

Mang đến cho người dùng một trải nghiệm mới để thỏa sức sáng tạo, tự tay thiết kế nên những mẫu vỏ điện thoại cá tính đặc trưng của riêng bạn.

### ĐỊA ĐIỂM KINH DOANH

Tận dụng thế mạnh của công nghệ thông tin, tạo ra website tương tác với khách hàng. Các tiện ích về thiết kế case điện thoại sẻ dựa trên website. Các sản phẩm cũng sẽ được thiết kế đẹp mắt, cung cấp đầy đủ thông tin, thông số và hiển thị trên trang sản phẩm của website. Áp dụng thanh toán trực tuyến trên website.

Cửa hàng sẽ được đặt tại số 506 Nguyễn Đình Chiểu, Quận 3 Tp.HCM. Đây cũng chính là nơi để trưng bày các sản phẩm thật và là nơi giao nhận hàng.

### KHÁCH HÀNG

#### KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU:

Giới học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng – những người trẻ (15-34) những người sử dụng smartphone/tablet được coi là khách hàng tiềm năng.

#### HÀNH VI KHÁCH HÀNG

##### Nhóm khách hàng là học sinh, sinh viên: đây là nhóm khách hàng tuổi teen, thích khám phá các loại hình mới, năng động, sang tạo, thích thể hiện cá tính ra bên ngoài. Vì vậy, cửa hàng sẽ cung cấp các loại sản phẩm có hình dáng dễ thương như mèo Kitty, gấu Pooh, các sản phẩm có in hình thần tượng, nhân vật nổi tiếng, đảm bảo tiêu chí đẹp-độc-rẻ.

##### Nhóm khách hàng là nhân viên văn phòng: đây là nhóm khách hàng có khả năng tài chính cao hơn, vì vậy sản phẩm của của hàng phải là những sản phẩm có chất lượng cao, rõ nguồn gốc, hình dáng lịch sự trang nhã, sang trọng. Nhu cầu làm case có in hình gia đình, trẻ em, người yêu sẽ cao.

### SẢN PHẨM

Ngoài các sản phẩm thông thường là các loại case, bao da từ phổ thông đến cao cấp, sản phẩm chính mà YourDesign đem đến cho khách hàng là sản phẩm in hình của chính khách hàng cung cấp lên case bằng công nghệ in hiện đại. Khách hàng có thể đến của hàng để được tư vấn thiết kế miễn phí, hoặc tự khách hàng thiết kế thông qua chức năng được cung cấp sẵn trên website.

 

## PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG

### MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ

#### MÔI TRƯỜNG KINH TẾ

Thống kê mới đây từ Ericsson ConsumerLab cho biết, đến cuối năm 2012 thì lượng người dùng smartphone tại Việt Nam đạt mức 21% (tăng 5%), bên cạnh đó tỉ lệ người sử dụng tablet cũng tăng thêm 3% và đạt mức 5%.

#### MÔI TRƯỜNG CHÍNH TRỊ

Nước ta có nền kinh tế chính trị ổn định, môi trường đầu tư ngày càng thông thoáng hơn, phù hợp cho việc phát triển kinh doanh.

#### MÔI TRƯỜNG XÃ HỘI

Dân số thành phố Hồ Chí Minh cao với hơn 8 triệu dân, mật độ dân cư đông đúc 4000 người/km2 (theo cục thống kê 2011). Tỉ lệ dân độ tuổi từ 15-34 chiếm 37.3%

#### MÔI TRƯỜNG TỰ NHIÊN

Thành Phố Hồ Chí Minh là thành phố kinh kế mũi nhọn hàng đầu trên cả nước. Vị trí địa lý thuận lợi, không bị ảnh hưởng bởi thiên tai lũ lụt .

#### MÔI TRƯỜNG CÔNG NGHỆ

Thành Phố Hồ Chí Minh là thành phố lớn nhất cả nước, tốc độ cập nhật công nghệ mới, sản phẩm mối cũng sẽ nhanh nhất cả nước. Thị trường công nghệ di động trên thế giới thay đổi chóng mặt, cuộc hạy đua về công nghệ của các hãng điện thoại chưa thấy điểm dừng.

### MÔI TRƯỜNG VI MÔ

#### ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Đây là ý tưởng kinh doanh mới, số lượng đối thủ tại thành phố Hồ Chí Minh không đáng kể, đối thủ sủ dụng những công nghệ In cũ, kém chất lượng, là một thị trường đầy tiềm năng.

## PHÂN TÍCH MA TRẬN SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| **PHÂN TÍCH** | |
| * Điểm mạnh - Strengths * Tận dụng khả năng tự có là kinh nghiệm và kiến thức về công nghệ thông tin, e-marketing. * Giá cả hợp lý, phù hợp với các đối tượng khách hàng. * Nhân viên thiết kế trẻ nhiệt tình và sáng tạo. * Website bán hàng với giao diện thân thiện, dễ sử dụng, giúp khách hàng lựa chọn dẽ dàng. Công cụ thiết kế và hình thức thanh toán linh hoạt cho các đối tượng khách hàng ở xa muốn đặt hàng. Thời gian giao hàng luôn nhanh và đúng hẹn. * Chú trọng đến kế hoạch e-Marketing đẩy mạnh các chiến lược quảng bá hình ảnh của cửa hàng đến các đối tượng khách hàng tiềm năng thông qua các diễn đàn, mạng xã hội lớn, nổi tiếng. * Nhiều chính sách chiêu thị hấp dẫn khách hàng, chiến lược giảm giá khi mua số lượng lớn. | * Cơ hội – Opportunities * Dân số ở thành phố HCM là dân số trẻ * Thu nhập đầu người tăng: Thu nhập cao dẫn đến chi tiêu cá nhân tăng. * Tỉ lệ người dùng Smartphone/tablet tại Việt Nam ngày càng tăng, đứng nhì thế giới. * Nhu cầu làm đẹp, bảo vệ chiếc điện thoại là nhu cầu không bao giờ hết. * Sự phát triển của công nghệ thông tin, các trang báo mạng, các diễn đàn, mạng xã hội tại Việt Nam phát triển là nhưng nơi tập trung nhiều khách hàng tiềm năng nên sẽ giảm chi phí tiếp thị. * Nhu cầu đặt hàng online ngày càng phát triển, khách hàng luôn muốn được phục vụ một cách nhanh chóng và thuận tiện. |
| * Điểm yếu – Weaknesse * Là cửa hàng mới thành lập và ý tưởng khá mới mẻ, ít người biết đến. Chất lượng chưa được khẳng định. * Chưa có nhiều kinh nghiệm quản lý, đội ngũ nhân viên trẻ sẽ có nhiều sai sót. | * Đe dọa – Threats * Tình hình kinh tế chưa phục hồi, việc chi tiêu cũng được người dân thắt chặt * Lạm phát tăng cao khiến cho giá cả cũng như nguyên vật liệu, chi phí thuê mặt bằng ngày càng tăng làm cho lợi nhuận bị giảm sút. * Khách hàng vẫn chưa dần quen với việc thanh toán trực tuyến. * Giao nhận hàng bằng đường bưu điện có khả năng gây thất lạc hàng hóa. * Hành vi, sở thích, xu hướng của khác hay thay đổi. |
| **CHIẾN LƯỢC** | |
| * Chiến lược S/O: * Quảng bá dịch vụ, sản phẩm nhanh chóng đến khách hàng thông qua các hoạt động eMarketing hiện đại như viết bài quảng cáo trên các trang báo mạng, các website rao vặt, mua bán miễn phí. * Xây dựng hình ảnh uy tín, tạo cảm giác thích thú cho khách hàng về dịch vụ mới. | * Chiến lược S/T: * Luôn tìm tòi, bổ sung các loại sản phẩm mới, phù hợp với xu hướng tâm lý của giới trẻ * Nâng cao kinh nghiệm, kiến thức đồ họa. |
| * Chiến lược W/O: * Tránh thất thoát, lãng phí. * Đưa ra các công cụ kiểm tra mức độ hài long của khách hàng. | * Chiến lược W/T: * Xây dựng thương hiệu độc đáo, riêng biệt bằng các hoạt động Marketing: quảng cáo trên mạng xã hội, diễn đàn, email marketing, các chương trình khuyến mãi, giảm giá.. |

# PHẦN IV: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

## ĐÁNH GIÁ THỊ TRƯỜNG

Theo khảo sát trên diễn đàn Tinh Tế, thì 70% người dùng smartphone sẻ dán miếng bảo vệ màn hình và dung case điện thoại để bảo vệ máy, tránh các tác động vật lý bên ngoài ảnh hưởng đến máy.

## PHÂN TÍCH ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

### ĐIỂM MẠNH

Có nguồn hàng rẻ, ra đời sớm, thương hiệu đã được nhiều người biết đến

### ĐIỂM YẾU

Chỉ cung cấp các dòng sản phẩm đã cũ, chất lượng sản phẩm không cao do giá rẻ.

### CƠ HỘI

Đa dạng hóa sản phẩm, đầy mạnh marketing để khẳng định thương hiệu hiện có

### ĐE DỌA

Cạnh tranh về giá cả, khuyến mãi.

# PHẦN V: KẾ HOẠCH MARKETING TỔNG HỢP

## CHIẾN LƯỢT KINH DOANH TỔNG THỂ

YourDesign đã tạo ra lợi thế cạnh tranh chính nhờ vào việc cung cấp dịch vụ mới là In case do chính khánh hàng thiết kế, tạo sự khác biệt với các sản phẩm thông thường trước đây.

Thực hiện ngay các chiến lượt marketing rầm rộ trên các diễn đàn lớn, các trang tin công nghệ lớn để quảng cáo đến khách hàng về dịch vụ mới của YourDesign, nhấn mạnh sự khác biệt của YourDesign với các của hàng khác xuất hiện trước đó.

Thực hiện càng nhanh càng tốt để chiếm một thị phần nhất định và để khách hàng quen với nhãn hiệu YourDesign trước khi có quá nhiều đối thủ nhảy vào.

## CHIẾN LƯỢT QUẢNG CÁO

Quảng cáo trên các diễn đàn, mạng xã hội cũng như giới thiệu quán trên các diễn đàn công nghệ, các trang tin công nghệ, các trang rao vặt… Liên kết với các trang này để viết bài PR, cung câp các voucher…

Phát phiếu tích lũy điểm cho các khách hàng đã sủ dụng dịch vụ của cửa hàng nhằm giữ chân khách hàng quay lại lần tới.

## VỀ SẢN PHẨM

Sản phẩm phong phú và đa dạng, nhiều chủng loại giá cho khách hàng lựa chọn.

## CHIẾN LƯỢT CHIÊU THỊ

Giảm 50% cho dịch vụ In hình lên case nhằm mục đích phổ cập dịch vụ này đến người dùng.

Liên kết với các trang bán hàng theo nhóm, để khách hàng biết đến YourDesign.

Phát hành phiếu tích lũy điểm.

# PHẦN VI: DỰ BÁO TÀI CHÍNH

## KHOẢN MỤC DẦU TƯ BAN ĐẦU

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| STT | Hạng Mục | Số Lượng | Đơn Vị | Đơn Giá | Thành Tiền |
| 1 | Xây dụng website | 1 |  | 5,000,000.00 | 5,000,000.00 |
| 2 | Tủ trung bày | 2 | cái | 5,000,000.00 | 10,000,000.00 |
| 3 | Máy tính | 2 | cái | 12,000,000.00 | 24,000,000.00 |
| 4 | Phí quảng cáo |  |  | 5,000,000.00 | 5,000,000.00 |
| 5 | Thuê mặt bằng | 3 | Tháng | 6,000,000.00 | 18,000,000.00 |
| 6 | Bảng Hiệu, hộp đèn | 1 | Bộ | 5,000,000.00 | 5,000,000.00 |
| 7 | Internet | 1 | Line | 500,000.00 | 500,000.00 |
|  | Điện Nước |  |  | 1,000,000.00 | 1,000,000.00 |
| 8 | Máy In | 1 | Cái | 10,000,000.00 | 10,000,000.00 |
| 9 | Chi phí sữa chữa trang trí |  |  | 30,000,000.00 | 30,000,000.00 |
| 10 | Nhập hàng để kinh doanh |  |  | 15,000,000.00 | 15,000,000.00 |
| 10 | Lương NV bán hàng | 1 | người | 3000000 | 3,000,000.00 |
| 11 | Các chi phí cố định khác |  |  | 2,000,000.00 | 2,000,000.00 |
| TỖNG CỘNG | | | | | **128,500,000** |

## XÁC ĐỊNH TỔNG NGUỒN VỐN KINH DOANH

Tổng số vốn ban đầu là 200.000.000 đồng, là vốn tự có.

Tổng chi phí ban đầu là: **128,500,000** đồng.

Số vốn dư còn lại sẻ chuyên thành vốn lưu động

## DỰ TRÙ TẦN SUẤT KINH DOANH

Giá trung bình của 1 đơn hàng là 75,000 đồng.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tgian HĐộng | Thứ 2 | Thứ 3 | Thứ 4 | Thứ 5 | Thứ 6 | Thứ 7 | Chủ Nhật |
| 9h - 12h | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 |
| 13h - 21h | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 14 | 14 |
| Tổng hóa đơn/ngày | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 | 29 | 29 |
| Tổng doanh thu/ngày | 1650000 | 1650000 | 1650000 | 1650000 | 1650000 | 2175000 | 2175000 |
| Tổng doanh thu ước tính/tuần |  |  |  |  |  |  | 12,600,000 |
| Tổng doanh thu ước tính/tháng |  |  |  |  |  |  | 50,400,000 |

## BẢN TÍNH CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG – LỢI NHUẬN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| KHOẢN CHI | THÁNG | NĂM |
| Thuê mặt bằng | 6,000,000 | 72,000,000 |
| Internet | 250,000 | 3,000,000 |
| Điện Nước | 1,000,000 | 12,000,000 |
| Lương NV bán hàng | 3,000,000 | 36,000,000 |
| Chi phí Marketing | 1,000,000 | 12,000,000 |
| Chi phí khác | 1,000,000 | 12,000,000 |
| Tổng Chi Phí | 12,250,000 | 147,000,000 |
| Tổng Doanh Thu | 50,400,000 | 604,800,000 |
| Lợi nhuận/tháng | 38,150,000 | 457,800,000 |

# PHẦN VII: RỦI RO KINH DOANH

1. Cạnh Tranh:

Tuy hiện tại chưa có nhiều đối thủ cạnh tranh, tuy nhiên hứa hẹn sẽ có nhiều đối thủ cạnh tranh trong tương lai gần, chắc chắn sẻ dẩn đến cạnh tranh về giá cả. Vì thế càng phải nâng cao chất lượng và uy tín.

1. Mặt Bằng:

Mất mặt bằng sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến kinh doanh, làm mất lòng tin với khách hàng, cản trở sự phát triển, thời gian và tiền bạc, chưa kể đến giá cả mặt bằng chắc chắn sẽ leo thang

1. Giá Cả:

Giá cả đầu vào cũng sẽ bị leo thang và tình hình lạm phát như hiện nay. Chủ động nguồn hàng đầu vào cũng là một khó khăn.

**Ý Kiến Giáo Viên:**