

CHIẾN LƯỢC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC STARTUP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIÀY CUSTOM

BLENDING.COM

<https://enterteam18411.wixsite.com/blending>



GVHD: THS. CHÂU KIM PHƯỢNG
ENTER TEAM



ENTER TEAM



NGUYỄN HẢI LY *
K184111384



NGUYỄN THỊ NGUYÊN
K184111398



ĐINH THỊ QUỲNH NHƯ
K184111402



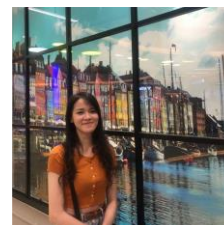
PHẠM THỊ MY NI
K184111404



TRẦN ANH THƠ
K184111424



NGHIÊM THỊ CẨM THÙY
K184111425



LÂM KHÁNH UYÊN
K184111325

PHÂN CHIA CÔNG VIỆC ✕

	MSSV	NHIỆM VỤ	
NGUYỄN HẢI LY *	K184111384	Nội dung, thuyết trình	100%
NGUYỄN THỊ NGUYÊN	K184111398	Nội dung	100%
ĐINH THỊ QUỲNH NHƯ	K184111402	Nội dung	100%
PHẠM THỊ MY NI	K184111404	Nội dung	100%
TRẦN ANH THƠ	K184111424	Nội dung, slide	100%
NGHIÊM THỊ CẨM THÙY	K183111425	Nội dung, thuyết trình	100%
LÂM KHÁNH UYÊN	K184111435	Nội dung	100%



NỘI DUNG



- 01** × **LÍ DO CHỌN ĐỀ TÀI**
- Ý tưởng kinh doanh
 - Sản phẩm, dịch vụ
 - Kết quả QSPM

- 02** × **KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI**
- Chiến lược Marketing

- 03** × **TÍNH KHẢ THI VÀ HƯỚNG PHÁT TRIỂN SAU CHIẾN DỊCH**
- Đánh giá tính khả thi
 - Hướng phát triển

- 04** × **DEMO WEBSITE**
- Demo website Blending.com

1 X

LÍ DO CHỌN ĐỀ TÀI



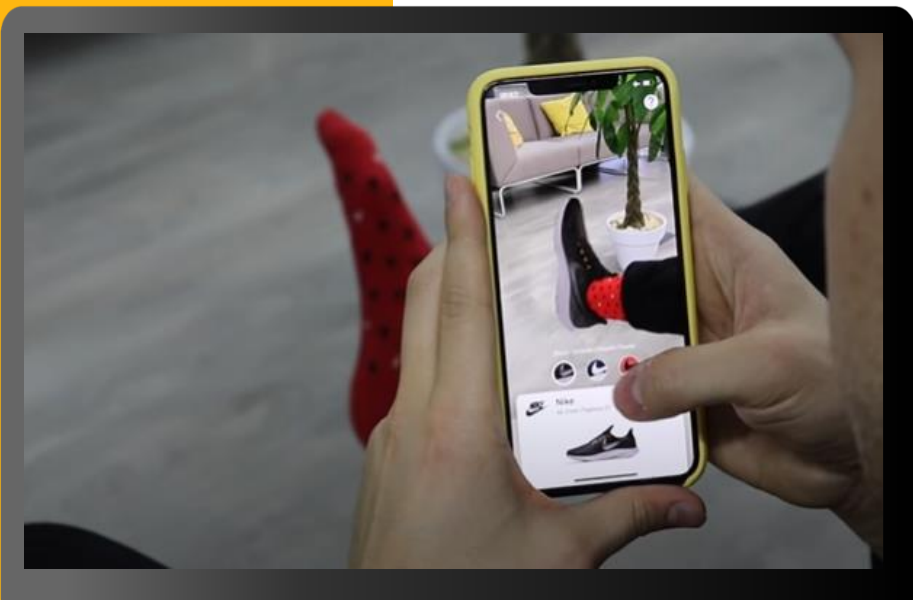
1.1. Ý TƯỞNG KINH DOANH ✕

Nhu cầu mặc đẹp, thể hiện cá tính và khẳng định phong cách

Custom giày là một trong những trào lưu đặc biệt nổi lên và được ưa chuộng của những tín đồ yêu sneaker



1.1. Ý TƯỞNG KINH DOANH



Công nghệ thực tế ảo (AR) là một trong những công nghệ khác biệt của Blending.com

1.2. SẢN PHẨM, DỊCH VỤ ✕

- ✕ Sneakers chính hãng từ thương hiệu trong và ngoài nước
- ✕ Các sản phẩm phụ kiện liên quan
- ✕ Custom sneakers



1.3. KẾT QUẢ PHÂN TÍCH MA TRẬN QSPM



TRIỂN LÃM “CAN I TRY? U CAN TRY”



Quảng bá bộ sưu tập nghệ thuật thị giác và công nghệ thực tế tăng cường



HỢP TÁC VỚI 16TYPH



Quảng bá công nghệ trong bộ sưu tập nghệ thuật thị giác



LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC



	Chiến lược 1.1 Triển lãm "Can I try?"/"U can try"			Chiến lược 1.2 Hợp tác với 16TYPH	
	WT.	AS	TAS	AS	TAS
Strengths					
1. Khác biệt hóa dịch vụ (custom giày)	0,07	3,00	0,21	4,00	0,28
2. Chất lượng sản phẩm đảm bảo, uy tín	0,03	2,00	0,06	4,00	0,12
3. Dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt	0,02	2,00	0,04	1,00	0,02
4. Áp dụng công nghệ AR tăng trải nghiệm khách hàng	0,07	4,00	0,28	3,00	0,21
5. Marketing hiệu quả, được đầu tư	0,03	4,00	0,12	4,00	0,12
6. Có đội ngũ, thiết kế riêng, chuyên nghiệp	0,04	2,00	0,08	3,00	0,12
7. Website thân thiện với người dùng	0,03	1,00	0,03	2,00	0,06
Weaknesses					
8. Nguồn lực tài chính còn hạn chế	0,04	4,00	0,16	2,00	0,08
9. Khả năng xoay vòng vốn chậm	0,03	2,00	0,06	3,00	0,09
10. Có thể phát sinh rủi ro trong quá trình custom giày handmade	0,02	1,00	0,02	3,00	0,06
11. Cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp chưa tối ưu	0,02				
12. Giá thành sản phẩm khá cao	0,08	1,00	0,08	4,00	0,32
13. Chuỗi cung ứng phức tạp	0,03				



LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC



		Chiến lược 1.1		Chiến lược 1.2	
		Triển lãm "Can I try?"/"U can try"		Hợp tác với 16TYPH	
	WT.	AS	TAS	AS	TAS
Opportunities					
14. Xu hướng custom giày để thể hiện cá tính ngày càng phát triển	0,06	3,00	0,18	3,00	0,18
15. Thị trường sneaker còn nhiều tiềm năng để khai thác	0,04	3,00	0,12	3,00	0,12
16. Công nghệ hiện đại ứng dụng trong TMĐT ngày một phát triển	0,04	3,00	0,12		
17. Chưa có đối thủ lớn cạnh tranh trực tiếp trong lĩnh vực custom sneaker trực tuyến tại Việt Nam	0,05	4,00	0,20	4,00	0,20
18. Thương mại điện tử ngày càng phát triển đầu, năm 2020 đạt 5 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng lên tới 81%, giá trị mua sắm trực tuyến bình quân đầu người đạt 202 USD, tăng 8,6%	0,03	3,00	0,09	2,00	0,06
19. Kinh tế phát triển, thu nhập tăng, tăng chi tiêu (GDP bình quân đầu người đạt 3.521 USD đứng thứ 6 ASEAN)	0,03	2,00	0,06	3,00	0,09
20. Hội nhập quốc tế, rào cản nhập hàng được dỡ bỏ (EU)	0,02				



LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC



	Chiến lược 1.1			Chiến lược 1.2	
	Triển lãm "Can I try?"/"U can try"			Hợp tác với 16TYPH	
	WT.	AS	TAS	AS	TAS
Threats					
21. Thương hiệu chưa có chỗ đứng trên thị trường do mới gia nhập	0,05	4,00	0,20	4,00	0,20
22. Công nghệ thay đổi không ngừng	0,02	3,00	0,06	3,00	0,06
23. Cạnh tranh với một số đối thủ đã có tên tuổi, kinh nghiệm trong thị trường custom giày	0,04	2,00	0,08	3,00	0,12
24. Cạnh tranh với nhiều ông lớn trong lĩnh vực kinh doanh giày truyền thống	0,03				
25. Cạnh tranh về giá cả đối với các sản phẩm cùng phân khúc	0,04	3,00	0,12	3,00	0,12
26. Áp lực từ các nhà cung cấp	0,04	2,00	0,08	2,00	0,08
TOTAL	1,00		2,45		2,71

LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC



HỢP TÁC VỚI 16TYPH

**Quảng bá công nghệ trong bộ sưu tập
nghệ thuật thị giác**

2^x

KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI





2.1 GIAI ĐOẠN 1



- Dựa trên bản thiết kế, ý tưởng các sản phẩm cho bộ sưu tập mới
- Hoàn thiện bộ sản phẩm
- Thực hiện bởi toàn bộ nhân lực các phòng ban, đảm bảo tiến độ, thời gian và chất lượng



2.1 GIAI ĐOẠN 1



Giai đoạn	Thời gian	Nội dung
GIAI ĐOẠN 1 – CHUẨN BỊ	01/06/2021 – 30/06/2021	Lên kế hoạch chiến dịch
		Lên kế hoạch liên hệ KOL (16 Typh)
		Lên ý tưởng nội dung: Photoshoot, Video
		Lên lịch và thực hiện các hoạt động cùng KOL trong chiến dịch
		Liên hệ Studio
		Chuẩn bị các hình ảnh sản phẩm, Blog trên Website
		Lên kế hoạch SEO, Social Marketing, PR báo điện tử #hashtag,...



2.1 GIAI ĐOẠN 2



Giai đoạn	Nội dung	Thực hiện	KPI
GIAI ĐOẠN 2: CHẠY CHIẾN DỊCH 01/07/2021- 15/07/2021	Đăng bài PR báo điện tử	<ul style="list-style-type: none">- Kênh Báo mới _ Rank: 16 _ Truy cập: 1900000/ngàyNội dung quảng bá:- Bài PR về thương hiệu: Tiên phong công nghệ AR trong custom giày- Bài PR về chương trình kết hợp cùng 16TYPH	<ul style="list-style-type: none">- Traffic về website: 1000 lượt/ngày- Lượt xem bài viết : 10000 lượt/ngày
	SEO	<ul style="list-style-type: none">- Bộ từ khóa: 16Typh, 16TYPH hợp tác, 16TYPH quảng cáo, 16TYPH ảnh, Blending, sneaker, custom sneaker, giày hot 2021, mua giày, giày đẹp, độ giày, mẫu custom sneaker, custom giày uy tín, mua giày auth,...	<ul style="list-style-type: none">- Rank page: 5-10- Tiếp cận: 5000/ngàyCTR: 15%



2.1 GIAI ĐOẠN 2



Giai đoạn	Nội dung	Thực hiện	KPI
GIAI ĐOẠN 2: CHẠY CHIẾN DỊCH 01/07/2021- 15/07/2021	Chạy quảng cáo Youtube	<ul style="list-style-type: none">- Hình thức quảng cáo: Bumper ads (Trước, trong và sau video)- Phương thức tính phí : Cost Per Mile	<ul style="list-style-type: none">- Lượng click: 100/ngày- Lượng traffic về website: 100/ngày- Hiện thị: 10000/ngày
	Chạy quảng cáo và PR Facebook	<ul style="list-style-type: none">- Đăng bài truyền thông và Chạy quảng cáo trên Facebook- Thuê các page lớn trên facebook PR- Phương thức tính phí : Cost Per Mile- Hình thức quảng cáo: Carousel Ads, Photo Ads, Video Ads- Vị trí: Newsfeed, Stories, Marketplace,...	<ul style="list-style-type: none">- Lượt tiếp cận: 10000/ngày,- Tốc độ tăng follow fanpage: 50 followers/ngày- Độ tương tác trên mỗi bài viết : Like: 500, Comment: 350, Share: 100- Lượng traffic về website: 100/ngày



2.1 GIAI ĐOẠN 2



Giai đoạn	Nội dung	Thực hiện	KPI
GIAI ĐOẠN 2: CHẠY CHIẾN DỊCH 01/07/2021- 15/07/2021	Chạy quảng cáo Instagram	<ul style="list-style-type: none">- Đăng bài truyền thông và Chạy quảng cáo- Phương thức tính phí : Cost Per Mile- Hình thức quảng cáo: Carousel Ads, Photo Ads, Video Ads- Vị trí: Newsfeed, Stories, Khám phá	<ul style="list-style-type: none">- Lượt tiếp cận: 5000/ngày- Click: 100/ngàyĐộ tương tác:- View: 5000 Like: 400Comment: 150- Lượng traffic về website: 200
	Remarketing Retargeting	<ul style="list-style-type: none">- Email nhắc nhở khách hàng như: hoàn tất đơn hàng, đăng kí,....- Hiện thị quảng cáo lại sản phẩm cho khách hàng đã ghé thăm website hoặc tìm kiếm trên google,..	

✕ DỰ TRÙ CHI PHÍ

300.000.000 VND

3^x

**ĐÁNH GIÁ TÍNH KHẢ THI
VÀ HƯỚNG PHÁT TRIỂN
CỦA CHIẾN DỊCH**



3.1. ĐÁNH GIÁ TÍNH KHẢ THI CHIẾN DỊCH

NHÂN TỐ	MỨC ĐỘ	ĐÁNH GIÁ
VỀ TÀI CHÍNH	Khả thi	- Chi phí phù hợp với nguồn vốn phân bổ cho chiến dịch
VỀ THỜI GIAN	Khả thi	- Thời gian chuẩn bị dài - Thời gian thực hiện rõ ràng, có kế hoạch
VỀ PHÁP LÝ	Khả thi	- Tuân theo luật quảng cáo - Các sản phẩm xuất phát từ đội ngũ của công ty, đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ - Có điều khoản hợp đồng đảm bảo hợp lệ về pháp lý
VỀ VẬN HÀNH	Khả thi	- Có đủ nguồn lực về nhân sự - Các phòng ban phối hợp chặt chẽ

3.2. HƯỚNG PHÁT TRIỂN SAU CHIẾN DỊCH

- Tiếp tục xúc tiến quảng cáo đa kênh (Facebook, Instagram,...) và SEO hiệu quả
- Chính sách chăm sóc khách hàng, quản trị mối quan hệ tốt
- Xem xét hình thức quảng bá cho bộ sưu tập tiếp theo



4^x

DEMO WEBSITE





×

DEMO WEBSITE BLENDING.COM

×

<https://enterteam18411.wixsite.com/blending>



THANKS.



Enter team và Blending.com cảm ơn cô và các bạn đã theo dõi bài thuyết trình.