**4.Bài tập nhóm**

**Mô hình kinh doanh Canvas**

1. **Danh sách các thành viên tham gia:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Họ đệm** | **Tên** | **MSSV** | **Chức vụ** |
| 1. Nguyễn Thành | Phát | 21010471 | Nhóm trưởng |
| 2. Châu Công | Thoại | 21009641 | Thư ký |
| 3. Phạm Lê Kiều | Nhi | 20003075 | Thành viên |
| 4. Dương Huy | Hoàng | 19631051 | Thành viên |

1. **Mô hình kinh doanh Canvas**

**- Sản phẩm/dịch vụ:** Thời trang quần, áo, giày, dép,…

**- Khách hàng mục tiêu:**

* Người tiêu dùng thường xuyên mua sắm trực tuyến..
* Tập trung vào các sản phẩm trẻ trung, năng động, bắt kịp xu hướng,…
* Người tiêu dùng tìm kiếm sự đổi mới, hòa mình vào nhiều phong cách khác nhau.

**- Xác định vấn đề muốn giải quyết:**

* Cung cấp đa dạng nhiều kích thước, màu sắc độc đáo, đa dạng mẫu mã giúp khách hàng có 1 trải nghiệm tốt khi ghé thăm trang web của chúng tôi.
* Nhiều người ngày này đều thích ăn mặc theo phong cách mới mẻ, nhẹ nhàng mà lịch sự mang phong cách trẻ trung nhắm đến nhóm khách hàng thuộc thế hệ Genz.
* Giao diện thân thiện, dễ thao tác, bảo mật,… giúp cho việc mua hàng trở nên thuận lợi và yên tâm hơn bao giờ hết.

1. **Mô hình Canvas:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **8. Key Parnerships**  - Các nhà sản xuất và cung cấp quần áo, phụ kiện đáp ứng nhu cầu sản phẩm và chất lượng sản phẩm.  - Các công ty vận chuyển và giao hàng(Giahangtietkiem,… ). Đối tác thanh toán trực tuyến(Momo, Ngân hàng,..) | **7. Key activities**  - Tìm kiếm và quản lý nhà cung cấp sản phẩm thời trang phù hợp với nhu cầu của khách hàng.  - Chạy các chiến dịch, quảng bá sản phẩm đến mọi người thông qua các kênh truyền thông,. | **2. Value Propositions**  - Trang web cung cấp các món đồ thời trang phù hợp theo nhu cầu của mỗi người  - Giao diện được thiết kế đơn giản nhưng thu hút, nổi bật sản phẩm đem lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng khi trải nghiệm mua sắm trực tuyến.  - Tiết kiệm thời gian. | **4. Customer Relationships**  - Chăm sóc sau bán hàng, giải quyết các vấn đề sau khi giao hàng.  - Lắng nghe các phản hồi, đánh giá từ khách hàng của mình (tạo thiện cảm cho khách hàng)  - Quảng cáo quần áo, phong cách thời trang của cửa hàng qua các poster, mạng xã hội.  - Tạo ra các sự kiện, ưu đãi lớn cho các khách hàng thân thiết. | **1. Customer Segments**  - Đối tượng khách hàng trẻ trung, năng động từ 15 đến 30 tuổi.  - Người tiêu dùng hàng ngày, thường xuyên mua sắm trực tuyến. |
| **6. Key Resources**  -Nguồn lực chính: Sản phẩm quần áo chất lượng, trẻ trung.  - Nguồn vốn đầu tư từ gia đình, các đối tác.  - Con người: Đội ngũ nhân viên tâm huyết có kỹ năng bán hàng, quản lý.  - Các công cụ chạy quảng cáo, marketing,… | **3. Channels**  - Các trang thương mại điện tử phụ như: Shoppe, Lazada, Tiki,…  - Các trang mạng xã hội như Facebook, TikTok,… để quảng bá sản phẩm và tăng khả năng tiếp cận khách hàng. |
| **9. Cost Structure**  - Chi phí sản xuất và nhập khẩu quần áo, phụ kiện thời trang.  - Chi phí xây dựng, phát triển và quản lý website.  - Chi phí Maketing và quảng cáo cho cửa hàng.  - Chi phí cho đội ngũ nhân viên bán hàng, chăm sóc khách hàng. | | | **5. Revenue Streams**  - Việc bán hàng trong và ngoài nước nhờ chạy các dịch vụ quảng cáo, marketing,…  - Quảng cáo sản phẩm ra thị trường quốc tế  - Doanh thu từ bán hàng( quần áo, phụ kiện,..) trực tuyến. | |