**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:** Ống hút cỏ

**- Khách hàng mục tiêu:**

+ Người tiêu dùng thân thiện với môi trường.

+ Người ủng hộ nông nghiệp bền vững.

+ Người tiêu dùng tìm kiếm sự đổi mới.

**- Xác định vấn đề muốn giải quyết:** Tạo ra sự thay đổi và giải pháp từ thiên nhiên để thay thế. Vừa bảo vệ với môi trường, vừa thân thiện với thiên nhiên.

| **8. Key Parnerships**  - Các nhà đầu tư lớn từ thị trường Châu Âu và Châu Á | **7. Key activities**  **-** Kiểm nghiệm an toàn về mẫu đất, nước và vi sinh | **2. Value Propositions**  - Cá nhân hóa theo nhu cầu của mỗi người  - Bảo vệ môi trường  - Dễ dàng phân hủy | **4. Customer Relationships**  - Lắng nghe các phản hồi  - Chăm sóc sau bán hàng, giải quyết các vấn đề sau khi giao hàng. | **1. Customer Segments**  -Khách hàng cá nhân: là những người tiêu dùng, họ là những người nhu cầu mua và sẵn sàng chi trả để mua sản phẩm xanh, sạch, bảo vệ môi trường.  - Khách hàng tổ chức: là những cửa hàng kinh doanh các loại đồ uống, các cửa  hàng, siêu thị,... Đây là nhưng nơi dễ phân phối sản phẩm đến tay người tiêu dùng. |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **6. Key Resources**  **-** Con người  **-** Xưởng sản xuất, nguyên liệu | **3. Channels**  - Các trang thương mại điện tử  - Các trang mạng xã hội  - Các mối quan hệ giới thiệu của đối tác, nhà tài trợ,… |
| **9. Cost Structure**  - Chi phí nghiên cứu phát triển ống hút cỏ  - Chi phí tiếp thị và quảng cáo  - Mở rộng thị trường và giảm giá thành chi phí | | | **5. Revenue Streams**  - Việc bán hàng trong và ngoài nước tại các cửa hàng  - Quảng cáo sản phẩm ra thị trường quốc tế | |