**4.Bài tập nhóm 3 thực hành**

**Mô hình kinh doanh Canvas**

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Họ đệm** | **Tên** | **MSSV** |
| 1. Nguyễn Thành | Phát | 21010471 |
| 2. Châu Công | Thoại | 21009641 |

1. **Mô hình kinh doanh Canvas**

**- Ý tưởng kinh doanh:**

* Tạo ra website chuyên cung cấp thời trang quần, áo, giày, dép,…cho khách hàng từ 15 đến 30 tuổi.
* Tập trung vào các sản phẩm trẻ trung, năng động, bắt kịp trend,…
* Hệ thống website rõ ràng, chi tiết, dễ nhìn, dễ thao tác giúp cho việc mua hàng trở nên thuận lợi hơn.
* Tạo ra các trải nghiệm mua sắm trực tuyến thú vị, tiện lợi và đơn giản cho khách hàng.
* Tạo ra thương hiệu thời trang mang tính nghệ thuật và sử dụng hình ảnh, màu sắc phản ánh phong cách độc đáo của thế hệ Gen Z từ 15 đến 30 tuổi.
* Sử dụng các chiến dịch quảng cáo và khuyến mãi để thu hút khách hàng và tăng doanh thu cho cửa hàng.

**- 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, các sản phẩm thời trang mang tính nghệ thuật và độc đáo, 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 Gen Z.
* 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.

**- Giải pháp cho sản phẩm/dịch vu:**

* Cung cấp các sản phẩm thời trang không chỉ đa dạng về kiểu dáng mà còn về kích thước và màu sắc. Điều này giúp đảm bảo rằng những khách hàng có kích thước cơ thể đặc biệt đều có thể tìm thấy sản phẩm phù hợp.
* Tập trung vào việc cung cấp những sản phẩm thời trang mang tính mới mẻ, nhẹ nhàng, lịch sự nhưng vẫn trẻ trung, sáng tạo trong thiết kế và sự nhạy bén với xu hướng giúp thu hút sự chú ý của khách hàng.
* Đảm bảo rằng giao diện trang web là thân thiện, dễ sử dụng và đặc biệt là an toàn. Cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, chính sách đổi trả, và tạo ra một môi trường mua sắm trực tuyến an toàn và tin tưởng.

**- Giải pháp kinh doanh:**

* Đầu tư vào việc xây dựng và phát triển thương hiệu mạnh mẽ.
* Xây dựng chính sách đổi trả linh hoạt, giúp khách hàng yên tâm hơn khi mua sắm trực tuyến.
* Sử dụng chiến dịch quảng cáo đa kênh để tiếp cận nhiều đối tượng khách hàng khác nhau.
* Sử dụng công cụ theo dõi phản hồi, giải đáp và phân tích dữ liệu câu hỏi thắc mắc của khách hàng để hiểu rõ hành vi mua sắm của khách hàng một cách linh hoạt và chính xác.

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, Giaohangnhanh… ).  - Các đối tác thanh toán trực tuyến (Momo, Ngân hàng,...) | **7. Key activities**  - Tìm kiếm và quản lý nhà cung cấp sản phẩm.  - Chạy các chiến dịch tiếp thị, quảng bá sản phẩm.  - Quản lý đơn hàng, lưu trữ và vận chuyển hàng hóa. | **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  - Tiết kiệm thời gian khi mua sắm online và thanh toán. | **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.  - Quảng cáo quần áo, phong cách thời trang của cửa hàng qua các poster, mạng xã hội.  - Tạo ra các sự kiện, ưu đãi cho các khách hàng như tri ân khách hàng, thành viên thân thiết, giảm giá sản phẩm,… | **1. Customer Segments**  - Đối tượng khách hàng trẻ trung, năng động từ 15 đến 30 tuổi tại Việt Nam.  - Người tiêu dùng hàng ngày, thường xuyên mua sắm trực tuyến tại Việt Nam. |
| **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 (Chăm sóc khách hàng, đóng hàng, quản lý website, giao hàng, chạy quảng cáo).  - Nguồn lực trí truệ: Đăng ký thương hiệu trang web cung cấp các món đồ thời trang | **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 website.  - Chi phí cho đội ngũ nhân viên bán hàng, chăm sóc khách hàng, giao hàng. | | | **5. Revenue Streams**  - Doanh thu từ việc bán hàng chạy các dịch vụ quảng cáo, marketing, quảng bá sản phẩm, giao hàng,….  - Doanh thu từ bán hàng (quần áo, phụ kiện,..) trực tuyến.  - Doanh thu nhờ vào các chương trình khuyến mãi, giảm giá cho việc mua hàng với số lượng lớn,… | |