

ĐẠI HỌC KINH TẾ TP HCM
TRƯỜNG KINH DOANH
KHOA QUẢN TRỊ



BÁO CÁO CUỐI KỲ
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ZUROFIX - ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
TRONG NGÀNH DỊCH VỤ CỨU HỘ XE

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 17 tháng 05 năm 2025.

DANH SÁCH THÀNH VIÊN - NHÓM G

STT	HỌ TÊN	MSSV	MỨC ĐỘ ĐÓNG GÓP
1	Nguyễn Phạm Kiều Vy	31221024455	100%
2	Phạm Dương Thái	31221024286	100%
3	Đặng Tuấn Anh	31221025267	100%
4	Nguyễn Thành Phát	31221021035	100%
5	Trần Thành Đạt	31221026028	100%

DANH MỤC HÌNH

<i>Hình 1 : Tỷ lệ người dùng Internet mua sắm trực tuyến tại một số quốc gia.....</i>	<i>3</i>
<i>Hình 2 : Doanh thu thương mại điện tử qua các năm</i>	<i>3</i>
<i>Hình 3 : Doanh thu thương mại điện tử về dịch vụ tại Việt Nam</i>	<i>6</i>
<i>Hình 4 : Mức độ quan tâm dịch vụ cứu hộ xe theo lượt tìm kiếm trong 7 ngày (27/4 - 02/05/2025)</i>	<i>7</i>
<i>Hình 5 : Mức độ quan tâm dịch vụ cứu hộ xe theo tiểu vùng</i>	<i>7</i>
<i>Hình 6 : Số lượng cơ sở cung cấp dịch vụ cứu hộ xe ở các tỉnh thành</i>	<i>8</i>
<i>Hình 7 : Phát triển tổ chức</i>	<i>29</i>
<i>Hình 8 : Đội ngũ quản lý</i>	<i>31</i>
<i>Hình 9 : Tỷ lệ người dùng sử dụng xe máy ở khu vực Đông Nam Á (2023)</i>	<i>47</i>
<i>Hình 10 : Số lượng cơ sở sửa xe lưu động tại một số tỉnh, thành phố</i>	<i>49</i>

DANH MỤC BẢNG

<i>Bảng 1 : Ứng dụng Hello Thợ</i>	<i>10</i>
<i>Bảng 2 : Ứng dụng XeroVN.....</i>	<i>11</i>
<i>Bảng 3 : Mô hình Canvas</i>	<i>20</i>

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH.....
DANH MỤC BẢNG.....
PHẦN 1: TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG	1
1.1. Nghiên cứu thị trường ngành dịch vụ cứu hộ xe tại Việt Nam.....	1
1.1.1. Định nghĩa ngành dịch vụ cứu hộ xe	1
1.1.2. Tình hình hiện tại và những bất cập trong ngành	1
1.2. Xu hướng sử dụng các sản phẩm thương mại điện tử	2
1.3. Một số mô hình dịch vụ áp dụng thương mại điện tử thành công	4
1.4. Phân tích thị trường	5
1.4.1. Yếu tố ngành	5
1.4.2. Đối thủ cạnh tranh	8
1.4.2.1. Ứng dụng Hello Thợ.....	8
1.4.2.2. Ứng dụng XeroVN	10
PHẦN 2: MÔ HÌNH DỊCH VỤ SỬA XE LƯU ĐỘNG - ZUROFIX.....	12
2.1. Giới thiệu mô hình	12
2.2. Phân tích SWOT	14
2.2.1. Điểm mạnh.....	14
2.2.2. Điểm yếu.....	15
2.2.3. Cơ hội	15
2.2.4. Thách thức	15
2.3. Mục tiêu	15
2.3.1. Mục tiêu tổng quát.....	15
2.3.2. Mục tiêu cụ thể	16
2.4. Mô hình Canvas	16
2.5. Mô hình McKinsey	20
2.5.1. Strategy (Chiến lược).....	20
2.5.2. Structure (Cơ cấu tổ chức)	20
2.5.3. Systems (Hệ thống)	20
2.5.4. Style (Phong cách lãnh đạo)	20
2.5.5. Staff (Nhân sự)	20
2.5.6. Skills (Kỹ năng)	21

2.5.7. Shared Values (Giá trị chung)	21
PHẦN 3: CÁC YẾU TỐ CHÍNH TRONG MÔ HÌNH DỊCH VỤ	22
3.1. Luận cứ giá trị.....	22
3.2. Mô hình doanh thu	23
3.3. Cơ hội thị trường.....	24
3.4. Môi trường cạnh tranh	24
3.5. Lợi thế cạnh tranh	25
3.6. Chiến lược thị trường.....	26
3.6.1. Chiến lược Marketing 4P.....	26
3.6.2. Các chính sách thực hiện	28
3.7. Phát triển tổ chức	29
3.8. Đội ngũ quản lý.....	30
PHẦN 4: KẾ HOẠCH KINH DOANH	34
4.1. Mô hình kinh doanh thương mại điện tử	34
4.1.1. Mô hình B2B	34
4.1.2. Mô hình B2C	34
4.2. Kế hoạch kinh doanh	35
4.2.1. Thiết kế và phát triển ứng dụng	35
4.2.2. Kế hoạch chi phí	37
4.2.3. Kế hoạch doanh thu	39
4.2.4. Quản lý giá cả và niêm yết các dịch vụ	42
4.3. Mô hình vận hành	42
4.3.1. Quy trình	42
4.3.2. Chính sách bảo hành và chăm sóc khách hàng.....	44
4.3.3. Kiểm tra và bảo trì	45
4.3.3.1. Kiểm tra định kỳ và đánh giá chất lượng cơ sở sửa xe	45
4.3.3.1.1. Kiểm tra hồ sơ và thông tin cá nhân định kỳ	45
4.3.3.1.2. Theo dõi hiệu suất và thái độ dịch vụ	45
4.3.3.1.3. Kiểm tra thực tế đơn hàng	45
4.3.3.1.4. Chương trình thăng hạng và đào thải	46
4.3.3.2. Bảo trì và giám sát hệ thống ứng dụng.....	46
4.3.3.2.1. Bảo trì định kỳ (theo tuần/tháng)	46

4.3.3.2.2. Theo dõi tình trạng hoạt động 24/7	46
4.3.3.2.3. Báo cáo và khắc phục sự cố	46
4.3.3.2.4. Kiểm tra bảo mật định kỳ	46
4.4. Đánh giá mô hình kinh doanh.....	47
4.4.1. Mức độ khả thi.....	47
4.4.2. Đánh giá độ rủi ro	49
PHẦN 5: KẾT LUẬN	50
TÀI LIỆU THAM KHẢO	

PHẦN 1: TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

1.1. Nghiên cứu thị trường ngành dịch vụ cứu hộ xe tại Việt Nam

1.1.1. Định nghĩa ngành dịch vụ cứu hộ xe

Dịch vụ cứu hộ xe là một lĩnh vực thuộc ngành dịch vụ sửa chữa phương tiện giao thông, chuyên cung cấp hỗ trợ kỹ thuật khi xe gặp sự cố đột ngột trên đường mà không thể tự di chuyển đến tiệm sửa xe. Đây là giải pháp thiết yếu giúp người dùng xử lý các tình huống khẩn cấp như xe chết máy, thủng lốp, hư hỏng động cơ hay va chạm, đặc biệt trong các trường hợp xe đang lưu thông ở những khu vực xa trung tâm hoặc vào thời điểm ngoài giờ hành chính.

Hầu hết các đơn vị cứu hộ xe hoạt động chủ yếu qua nền tảng trực tuyến, người dùng có thể tiếp cận dịch vụ thông qua website, số điện thoại liên hệ được công khai trên internet. Sự nhanh chóng, tiện lợi và sẵn sàng 24/7 chính là những yếu tố khiến dịch vụ này ngày càng phổ biến và không thể thiếu, đặc biệt tại các thành phố lớn.

Dịch vụ cứu hộ xe phục vụ đa dạng các loại phương tiện, từ xe máy, ô tô cá nhân đến xe tải cỡ lớn. Tùy vào tình trạng sự cố và loại phương tiện, cứu hộ xe hiện có hai hình thức triển khai phổ biến:

- Hình thức thứ nhất là **Cứu hộ tại chỗ (sửa xe lưu động)**: Trong trường hợp sự cố có thể xử lý ngay tại hiện trường, đội ngũ kỹ thuật viên sẽ mang theo dụng cụ, linh kiện cần thiết bằng xe chuyên dụng để sửa chữa trực tiếp. Hình thức này đặc biệt hữu ích cho các loại xe lớn như ô tô hoặc xe tải khi việc di chuyển đến gara khó khăn và tốn kém.

- Hình thức thứ hai là **Vận chuyển phương tiện đến gara**: Khi xe hư hỏng nặng hoặc cần thiết bị chuyên dụng để sửa chữa, dịch vụ cứu hộ sẽ sử dụng xe kéo, xe sàn hoặc xe cầu để đưa phương tiện đến xưởng sửa chữa. Hình thức này đảm bảo việc xử lý sự cố được thực hiện một cách bài bản và an toàn hơn.

1.1.2. Tình hình hiện tại và những bất cập trong ngành

Ngành cứu hộ xe máy tại Việt Nam đang chứng kiến sự gia tăng mạnh mẽ về nhu cầu, đặc biệt tại các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội, nơi có mật độ dân số cao và lượng phương tiện cá nhân, đặc biệt là xe máy, chiếm ưu thế. Trong điều kiện thời tiết bất lợi như mưa lớn, triều cường hay nắng nóng kéo dài, tần suất các sự cố xe hỏng giữa đường tăng cao, khiến các đơn vị cứu hộ thường xuyên rơi

vào tình trạng quá tải. Điều này cho thấy vai trò ngày càng quan trọng của dịch vụ cứu hộ trong việc hỗ trợ người dân di chuyển an toàn và kịp thời (*Theo Đài phát thanh và truyền hình Hà Nội*).

Tuy nhiên, song song với nhu cầu cao là nhiều bất cập tồn tại trong mô hình vận hành hiện nay. Đầu tiên là vấn đề thiếu minh bạch về giá cả. Phần lớn các đơn vị cứu hộ xe hoạt động theo hình thức tự phát, không có bảng giá cố định, không thông báo chi phí rõ ràng trước khi tiến hành sửa chữa, dẫn đến tình trạng “chặt chém”, lợi dụng sự hoang mang của khách hàng khi gặp sự cố giữa đường (*Theo Đài Tiếng nói Việt Nam*).

Thứ hai, chất lượng dịch vụ không đồng đều giữa các đơn vị cũng là một bất cập đáng lưu ý. Một số cơ sở hoạt động thiếu chuyên nghiệp, không được đào tạo bài bản hoặc thiếu các thiết bị cứu hộ cơ bản. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả sửa chữa mà còn làm giảm mức độ tin tưởng của người dùng vào toàn bộ ngành cứu hộ xe.

Bên cạnh đó, hiện ngành cứu hộ xe chưa có hệ thống giám sát và tiêu chuẩn hóa dịch vụ rõ ràng. Việc thiếu khung pháp lý chặt chẽ khiến cho việc xử lý các trường hợp vi phạm, lừa đảo khách hàng gặp nhiều khó khăn. Người dân phần lớn chỉ biết đến các dịch vụ thông qua internet, không có cơ chế đánh giá chính thống hay bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

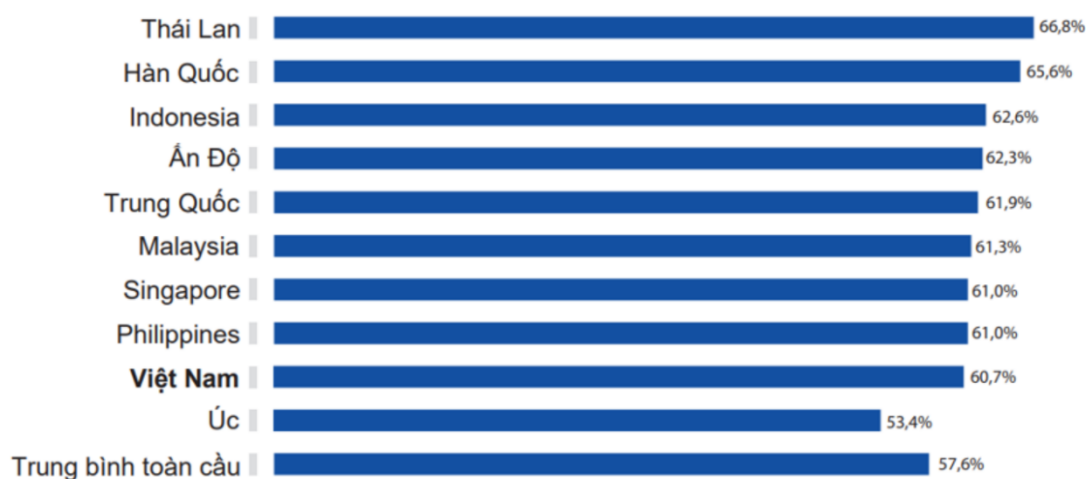
Để hướng tới một ngành cứu hộ xe chuyên nghiệp, minh bạch và đáng tin cậy, cần có sự vào cuộc của cả nhà nước và doanh nghiệp. Cụ thể, cần xây dựng các quy chuẩn dịch vụ chung, công khai bảng giá, áp dụng công nghệ trong vận hành, đồng thời tăng cường giám sát, kiểm tra định kỳ và xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm. Mặt khác, việc phát triển các nền tảng công nghệ số như ứng dụng di động sẽ góp phần tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, giúp họ tiếp cận được dịch vụ uy tín, minh bạch và nhanh chóng trong những tình huống khẩn cấp.

1.2. Xu hướng sử dụng các sàn thương mại điện tử

Nhờ cấu trúc dân số trẻ, nhu cầu tiêu thụ cao, khả năng tiếp cận và nắm bắt xu hướng phát triển công nghệ nhanh nên Việt Nam được cho là có tỷ lệ người dùng internet mua sắm hàng hóa trực tuyến hàng tuần ở mức trên 60%, cao hơn mức trung bình toàn cầu 57,6%. Cụ thể, tỷ lệ này ở Việt Nam là 60,7%, trong khi đó Thái Lan

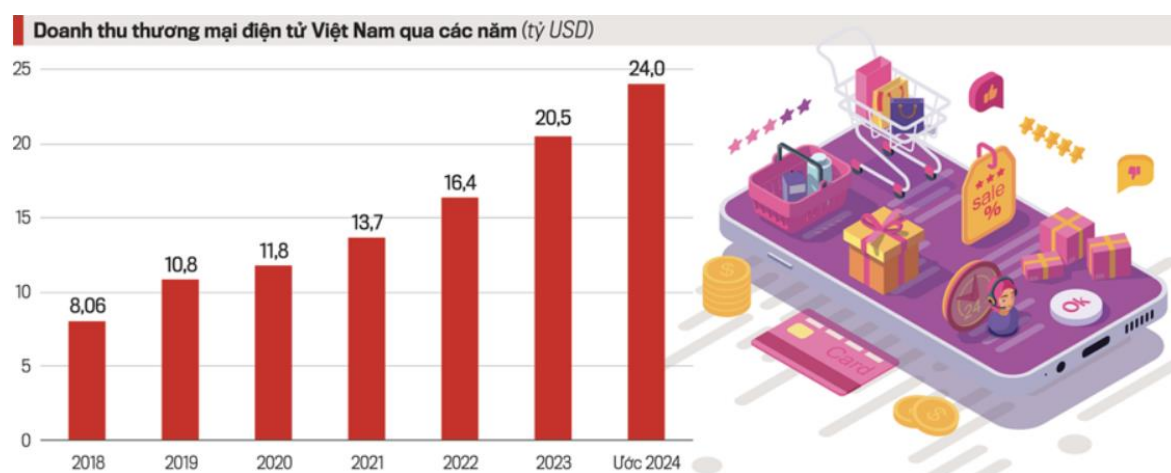
(66,8%), Hàn Quốc (65,6%), Indonesia (62,6%), Ấn Độ (62,3%), Trung Quốc (61,9%) (nguồn).

Tỷ lệ người dùng Internet mua sắm trực tuyến hàng tuần tại một số quốc gia



Hình 1: Tỷ lệ người dùng Internet mua sắm trực tuyến tại một số quốc gia

Theo báo cáo Nền kinh tế số Đông Nam Á lần thứ 8 của Google, Công ty Temasek và Công ty Bain & Company, thương mại điện tử ở Việt Nam tăng 11% từ năm 2022 đến 2023 và tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) kỳ vọng tăng 22% đến năm 2025, hướng đến mục tiêu tổng giá trị hàng hóa đạt 24 tỷ USD trong năm 2025.



Hình 2: Doanh thu thương mại điện tử qua các năm

Các trang thương mại điện tử hiện nay cũng liên kết với rất nhiều loại ví điện tử và ngân hàng khác nhau. Khách hàng hoàn toàn có thể thanh toán nhanh chóng bằng phương thức thanh toán trực tuyến. Các ví điện tử phổ biến nhất tại Việt Nam hiện nay là ShopeePay, VNPay, Momo, Zalopay...

1.3. Một số mô hình dịch vụ áp dụng thương mại điện tử thành công

Trong những năm gần đây, mô hình dịch vụ lưu động tại Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về sự tiện lợi, nhanh chóng và linh hoạt. Nhờ vào sự bùng nổ của công nghệ và xu hướng số hóa, hàng loạt nền tảng dịch vụ đã ra đời, mang lại những giải pháp tối ưu trong nhiều lĩnh vực như vận chuyển, giao đồ ăn, giúp việc nhà, tiêu dùng gia đình,... Một số mô hình “hot” hiện nay không chỉ tận dụng hiệu quả lợi thế của thương mại điện tử, mà còn xây dựng chiến lược phát triển riêng biệt nhằm thu hút người dùng và tạo dựng vị thế vững chắc trên thị trường.

Tiêu biểu trong số đó là Grab - được thành lập từ năm 2012 và được cho là nền tảng tiên phong trong lĩnh vực gọi xe công nghệ tại Việt Nam. Grab không chỉ cung cấp dịch vụ đặt xe mà còn mở rộng thành một hệ sinh thái phục vụ các nhu cầu hàng ngày của người dùng như giao hàng, giao đồ ăn và thanh toán với nhiều loại hình khác nhau. Grab là minh chứng tiêu biểu cho một mô hình dịch vụ ứng dụng thương mại điện tử thành công trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng “số” đang bùng nổ. Grab mang đến giải pháp tiện lợi, an toàn và tối ưu cho cả người dùng khi sử dụng dịch vụ.

Điểm nổi bật là Grab không triển khai dịch vụ theo cách rời rạc mà xây dựng một hệ sinh thái khép kín - nơi người dùng có thể thực hiện nhiều dịch vụ thiết yếu hàng ngày chỉ với một ứng dụng duy nhất. Mô hình này đã tận dụng tốt sức mạnh của thương mại điện tử: tính tức thời, tính cá nhân hóa dựa trên dữ liệu và khả năng mở rộng quy mô dịch vụ. Đối với doanh thu Grab thu được, ứng dụng này phát triển theo hướng đa kênh, không chỉ thu phí dịch vụ di chuyển mà còn tạo lợi nhuận từ các mảng khác như giao hàng, hoa hồng từ cửa hàng đối tác, quảng cáo nội ứng dụng, cũng như các dịch vụ tài chính như ví điện tử, ...

Ra đời vào năm 2016 tại Việt Nam, bTasker là một nền tảng công nghệ cung cấp dịch vụ giúp việc nhà theo nhu cầu. Điều mà bTasker hướng đến là giải quyết bài toán lâu dài về sự thiếu hụt lao động giúp việc đáng tin cậy, minh bạch và chuyên nghiệp trong các hộ gia đình tại đô thị lớn. Thay vì phải thuê người giúp việc lâu dài hoặc thông qua các kênh truyền thống đầy rủi ro, người dùng chỉ cần vài thao tác trên ứng dụng để đặt lịch theo giờ, có thể kiểm soát rõ ràng giá cả, thời gian, và đánh giá chất lượng dịch vụ. Điều này không chỉ tạo sự tiện lợi và minh bạch cho khách hàng mà còn mở ra cơ hội việc làm linh hoạt và ổn định hơn cho người lao động. bTasker

hoạt động theo cơ chế kết nối cung - cầu dịch vụ giúp việc, thu phí từ mỗi giao dịch thành công. Ngoài ra, ứng dụng còn mở rộng sang các dịch vụ khác như vệ sinh máy lạnh, giặt ủi, nấu ăn, tổng vệ sinh theo mùa..., giúp đa dạng hóa nguồn thu.

Một mô hình khác đang nổi lên gần đây là AIO (All-in-One) của Viettel, đại diện cho hướng tiếp cận thương mại điện tử từ các doanh nghiệp viễn thông truyền thống. Khác với Grab hay bTasker vốn tập trung vào kết nối dịch vụ bên ngoài, AIO được phát triển nhằm tích hợp toàn bộ sản phẩm và dịch vụ của Viettel Construction vào một nền tảng duy nhất. Chỉ bằng 1 nút chạm, khách hàng có thể dễ dàng trải nghiệm, tìm kiếm, chia sẻ thông tin điện thoại và mua sắm trực tuyến các sản phẩm máy như: Tivi, tủ lạnh, máy lạnh, đồ gia dụng, laptop,... và các dịch vụ chăm sóc những thiết bị điện trong gia đình với nhiều chính sách khuyến mãi mãi hấp dẫn, giao hàng trực tuyến tận tay khách hàng. Ứng dụng AIO không trực tiếp tạo ra dòng tiền từ người dùng thông qua phí ứng dụng, mà chủ yếu đóng vai trò như một “kênh phân phối” giúp Viettel tối ưu chi phí vận hành, tăng khả năng tiếp cận khách hàng và nâng cao tỷ lệ chuyển đổi dịch vụ.

Từ ba trường hợp điển hình trên, có thể thấy rằng thương mại điện tử không chỉ giới hạn trong các nền tảng bán hàng mà còn mở rộng mạnh mẽ sang các mô hình dịch vụ, từ dịch vụ cá nhân, đời sống gia đình cho đến hạ tầng viễn thông - kỹ thuật. Dù thuộc các lĩnh vực khác nhau, điểm chung của các mô hình thành công là khả năng ứng dụng công nghệ để kết nối cung - cầu tức thời, tăng trải nghiệm cá nhân hóa, tối ưu hóa vận hành và mở rộng giá trị dịch vụ trong hệ sinh thái “số”.

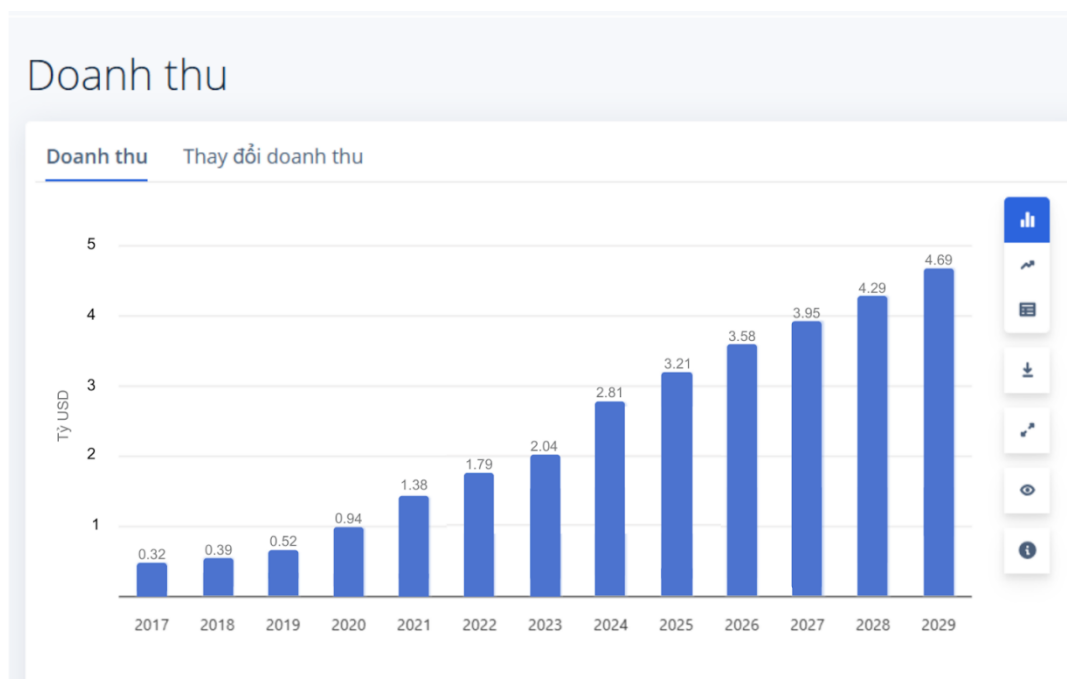
1.4. Phân tích thị trường

1.4.1. Yếu tố ngành

Xu hướng thị trường trong những năm gần đây và trong tương lai sẽ diễn ra cuộc chạy đua công nghệ. Hành vi của khách hàng càng ngày càng thay đổi. Từ suy nghĩ đến hành động ngày càng bị công nghệ hóa. Khi công nghệ đã bắt đầu ăn sâu vào tâm trí mỗi người thì hành vi mua hàng cũng như sử dụng dịch vụ càng ngày cũng sẽ thay đổi. Từ những phong cách mua hàng truyền thống dần bị thay đổi bằng mua hàng hay sử dụng dịch vụ trực tuyến nhiều hơn.

Song song đó, cùng với sự phát triển “mỗi nhà đều có ít nhất 1 chiếc xe máy” thì việc sửa chữa xe cũng chiếm một phần quan trọng trong quá trình sử dụng, đặc biệt,

với xu hướng công nghệ 4.0 hiện nay thì việc sửa xe “trực tuyến” sẽ thu hút người tiêu dùng hơn bởi sự tiện lợi, nhanh chóng.



Hình 3: Doanh thu thương mại điện tử về dịch vụ tại Việt Nam

Theo Statista, Thị trường thương mại điện tử về dịch vụ tại Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ với doanh thu dự kiến đạt 3,21 tỷ USD vào năm 2025 và tăng trưởng trung bình hàng năm (CAGR) là 9,92% trong giai đoạn 2025-2029. Đến năm 2029, quy mô thị trường có thể đạt 4,69 tỷ USD, cho thấy tiềm năng tăng trưởng lớn. Với số người dùng dự kiến đạt 46,9 triệu và tỷ lệ thâm nhập thị trường đạt 39,9% vào năm 2025, dịch vụ điện tử tại Việt Nam có sức hấp dẫn đặc biệt đối với các doanh nghiệp.

Mức độ quan tâm theo thời gian



Nguồn: Nghiên cứu qua nền tảng Google Trend



Hình 4: Mức độ quan tâm dịch vụ cứu hộ xe theo lượt tìm kiếm trong 7 ngày (27/4 - 02/05/2025)

Biểu đồ Google Trends về mức độ quan tâm đến dịch vụ cứu hộ xe trong vòng 7 ngày cho thấy nhu cầu đối với ngành này duy trì ở mức ổn định, với tần suất tìm kiếm cao nhất tập trung trong khung giờ từ 8:00 đến 22:00. Mặc dù có sự dao động theo từng ngày, xu hướng tổng thể phản ánh rằng người dùng liên tục phát sinh nhu cầu cứu hộ, cho thấy đây là một dịch vụ thiết yếu, phát sinh thường xuyên.

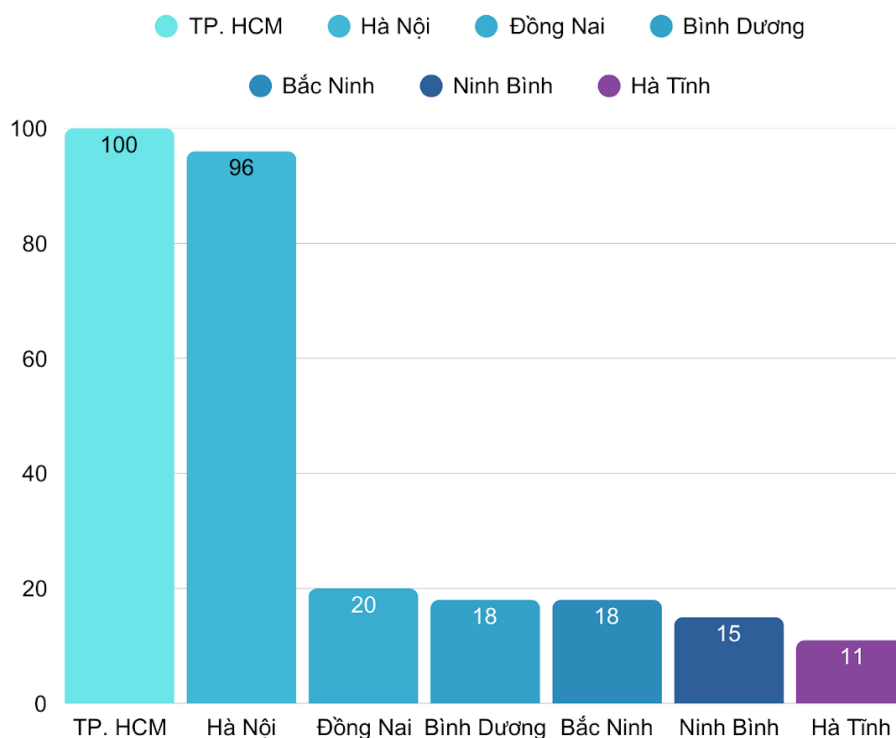
Mức độ quan tâm theo tiểu vùng



Hình 5: Mức độ quan tâm dịch vụ cứu hộ xe theo tiểu vùng

Cũng theo dữ liệu từ Google Trends, các khu vực có mức độ quan tâm cao nhất đến dịch vụ cứu hộ xe bao gồm Hà Nội, Ninh Bình và TP. Hồ Chí Minh. Trong đó, Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh là hai đô thị lớn với mật độ dân số cao, tình trạng kẹt xe xảy ra thường xuyên khiến động cơ xe máy phải hoạt động liên tục trong điều kiện không tối ưu, dễ dẫn đến hư hỏng.

Đặc biệt, TP. Hồ Chí Minh còn thường xuyên đối mặt với các trận mưa lớn gây ngập nước, khiến nhiều phương tiện bị chết máy giữa đường, từ đó làm gia tăng nhu cầu về dịch vụ cứu hộ. Những yếu tố này cho thấy tiềm năng thị trường cứu hộ xe tại các khu vực đô thị lớn là rất rõ ràng và mang tính ổn định theo thời gian.



Nguồn: Nhóm nghiên cứu trên nền tảng Google Maps

Hình 6: Số lượng cơ sở cung cấp dịch vụ cứu hộ xe ở các tỉnh thành

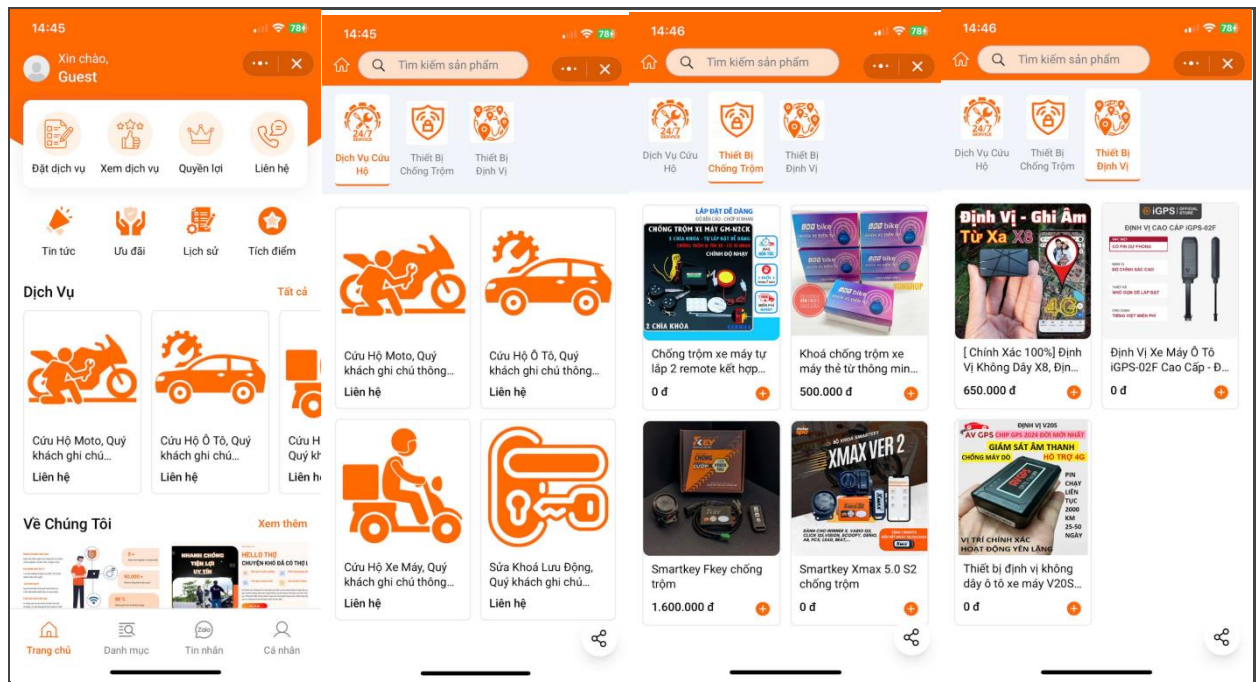
Dựa trên số liệu khảo sát từ Google Maps, số lượng cơ sở cung cấp dịch vụ cứu hộ xe tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội hiện đang ở mức cao, lần lượt đạt 100 và 96 cơ sở. Trong khi đó, nhiều tỉnh thành khác chỉ ghi nhận từ 11 đến 20 cơ sở, cho thấy sự chênh lệch rõ rệt về mức độ phát triển của dịch vụ giữa các khu vực. Từ thực tế này, có thể thấy TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội không chỉ sở hữu nhu cầu cao mà còn có hệ sinh thái dịch vụ tương đối hoàn thiện, tạo điều kiện thuận lợi để Zurofix thâm nhập và phát triển. Do đó, việc tập trung vào hai thị trường đầu tàu này trong giai đoạn đầu sẽ giúp Zurofix đảm bảo nguồn cung, dễ dàng kết nối đối tác và nhanh chóng kiểm nghiệm mô hình hoạt động.

1.4.2. Đối thủ cạnh tranh

1.4.2.1. Ứng dụng Hello Thợ



Hello Thợ



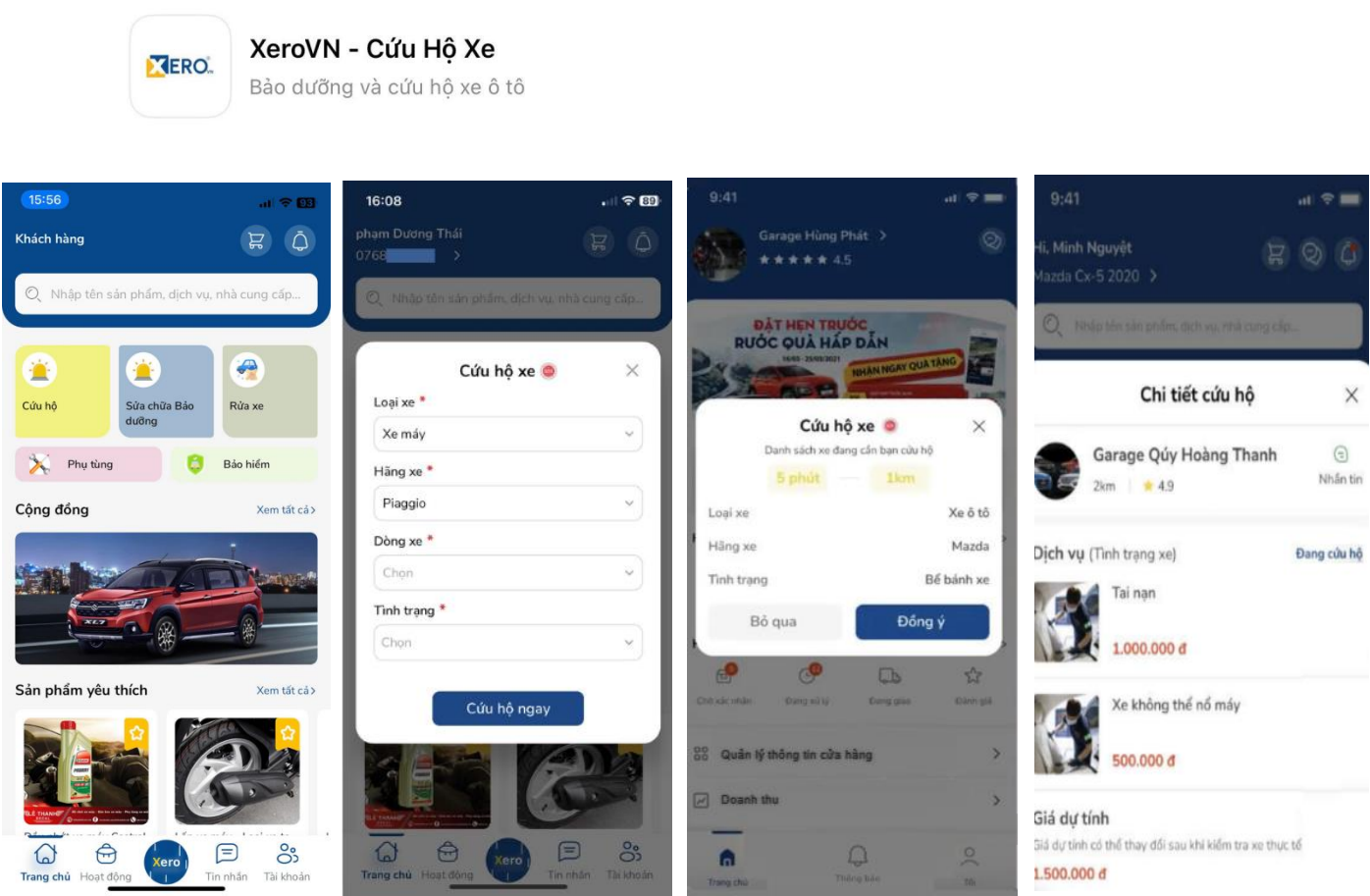
Hello Thợ là một ứng dụng cung cấp dịch vụ cứu hộ xe thuộc Công ty TNHH TMDV Hello Thợ. Hello Thợ hiện đang hoạt động dưới hình thức miniapp tích hợp trên nền tảng Zalo. Điều này giúp tận dụng tập người dùng sẵn có của Zalo nhưng cũng mang đến một số điểm hạn chế về trải nghiệm và tính mở rộng.

Mô hình hoạt động	Giao diện và trải nghiệm người dùng	Chính sách giá	Chất lượng và đánh giá người dùng
Hello Thợ được xây dựng chủ yếu để phục vụ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chủ quản. Cung cấp các dịch vụ cứu hộ đa dạng như: Cứu hộ xe máy, ô tô, mô tô; Sửa khóa lưu động; Kinh	Nhìn chung, giao diện app gọn gàng, dễ thao tác, phù hợp với người dùng phổ thông. Dù vậy, trải nghiệm người dùng vẫn còn hạn chế do quy trình đặt dịch vụ chưa liền mạch. Người dùng sau khi chọn dịch vụ sẽ phải chuyển sang khung chat để trao đổi trực tiếp, điều này khiến quá trình sử dụng trở nên	Một điểm yếu lớn của Hello Thợ là không công khai bảng giá dịch vụ trên nền tảng. Thay vào đó, khách hàng phải liên hệ trực tiếp qua tin nhắn để biết mức phí cụ thể. Điều này khiến quy trình đặt dịch vụ trở nên rườm rà và thiếu minh	Ứng dụng hiện tại không có hệ thống đánh giá từ người dùng khiến người dùng không có cơ sở để so sánh, lựa chọn thợ hoặc đánh giá chất lượng dịch vụ trước khi đặt. Đồng thời, bản thân doanh

doanh thiết bị chống trộm và định vị.	thủ công và kém tiện lợi hơn so với các nền tảng chuyên biệt.	bach.	nghiệp cũng thiếu một kênh tiếp nhận và cải thiện dịch vụ dựa trên phản hồi thực tế
---------------------------------------	---	-------	---

Bảng 1: Ứng dụng Hello Thợ

1.4.2.2. Ứng dụng XeroVN



XeroVN là sản phẩm được phát triển bởi công ty vận hành sàn thương mại điện tử XEROVN, với mục tiêu tạo ra một nền tảng kết nối toàn diện giữa khách hàng và các trung tâm cứu hộ, cơ sở sửa chữa, cũng như cửa hàng kinh doanh phụ tùng xe. Ứng dụng hướng tới việc đơn giản hóa quá trình tìm kiếm và sử dụng dịch vụ, mang lại trải nghiệm thuận tiện, nhanh chóng và dễ tiếp cận cho người dùng trong mọi tình huống liên quan đến phương tiện giao thông.

Mô hình hoạt động	Giao diện và trải nghiệm người dùng	Chính sách giá	Chất lượng và đánh giá người dùng
<p>Là một nền tảng trung gian kết nối các cơ sở cung cấp dịch vụ về xe như: cứu hộ xe, sửa chữa bảo dưỡng, rửa xe, bảo hiểm với khách hàng.</p>	<p>Giao diện được thiết kế trực quan và thân thiện, giúp người dùng dễ dàng thao tác ngay cả khi đang trong tình huống khẩn cấp.</p> <p>So với Hello Thợ, quy trình gọi cứu hộ trên XeroVN được tối ưu hóa rõ rệt: thay vì phải nhắn tin thủ công, người dùng chỉ cần nhập thông tin cơ bản về tình trạng xe, loại phương tiện và hệ thống sẽ tự động gợi ý các cửa hàng có khả năng xử lý sự cố đó. Từ các lựa chọn này, ứng dụng cũng đồng thời hiển thị chi phí tạm tính, giúp khách hàng chủ động hơn trong việc ra quyết định.</p>	<p>Các đối tác trên nền tảng XeroVN đều thực hiện công khai bảng giá dịch vụ, góp phần loại bỏ tình trạng "chặt chém", đồng thời giúp khách hàng dễ dàng so sánh, lựa chọn phương án phù hợp với nhu cầu và ngân sách.</p>	<p>Sau khi trải nghiệm dịch vụ, khách hàng có thể để lại đánh giá và nhận xét trực tiếp trên nền tảng, giúp xây dựng nguồn thông tin tham khảo đáng tin cậy cho những người dùng sau.</p> <p>Nhờ đó, khách hàng mới có cơ sở đưa ra quyết định chính xác và phù hợp hơn, đồng thời góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua cơ chế phản hồi minh bạch.</p>

Bảng 2: Ứng dụng XeroVN

PHẦN 2: MÔ HÌNH DỊCH VỤ SỬA XE LƯU ĐỘNG - ZUROFIX

2.1. Giới thiệu mô hình

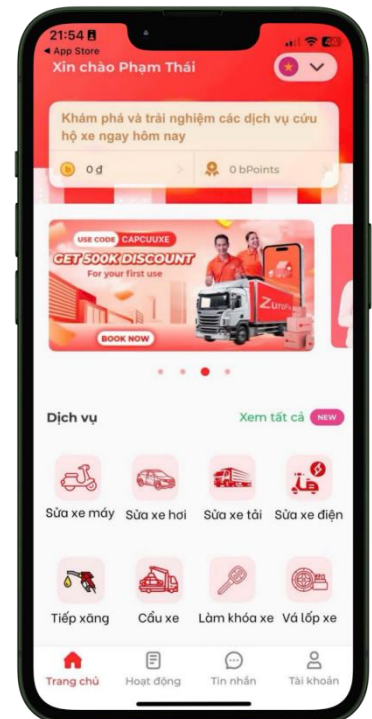


ZuroFix là ứng dụng gọi cứu hộ xe chuyên nghiệp, giúp kết nối người gặp sự cố xe với cơ sở cứu hộ xe gần nhất. Dịch vụ đặc biệt hữu ích khi xe chết máy giữa đường mà không có tiệm sửa xe gần đó hoặc vào ban đêm khi các tiệm đã đóng cửa.

ZuroFix không chỉ đóng vai trò là nền tảng kết nối trung gian, mà còn mở ra cơ hội kinh doanh mới cho các đơn vị cứu hộ xe máy. Đồng thời, ZuroFix mang đến cho khách hàng giải pháp tìm kiếm dịch vụ cứu hộ uy tín, nhanh chóng và tiện lợi, với bảng giá công khai, minh bạch và kiểm soát chặt chẽ chất lượng dịch vụ sửa chữa của cơ sở đăng ký trên app.

* Dịch vụ của ZuroFix:

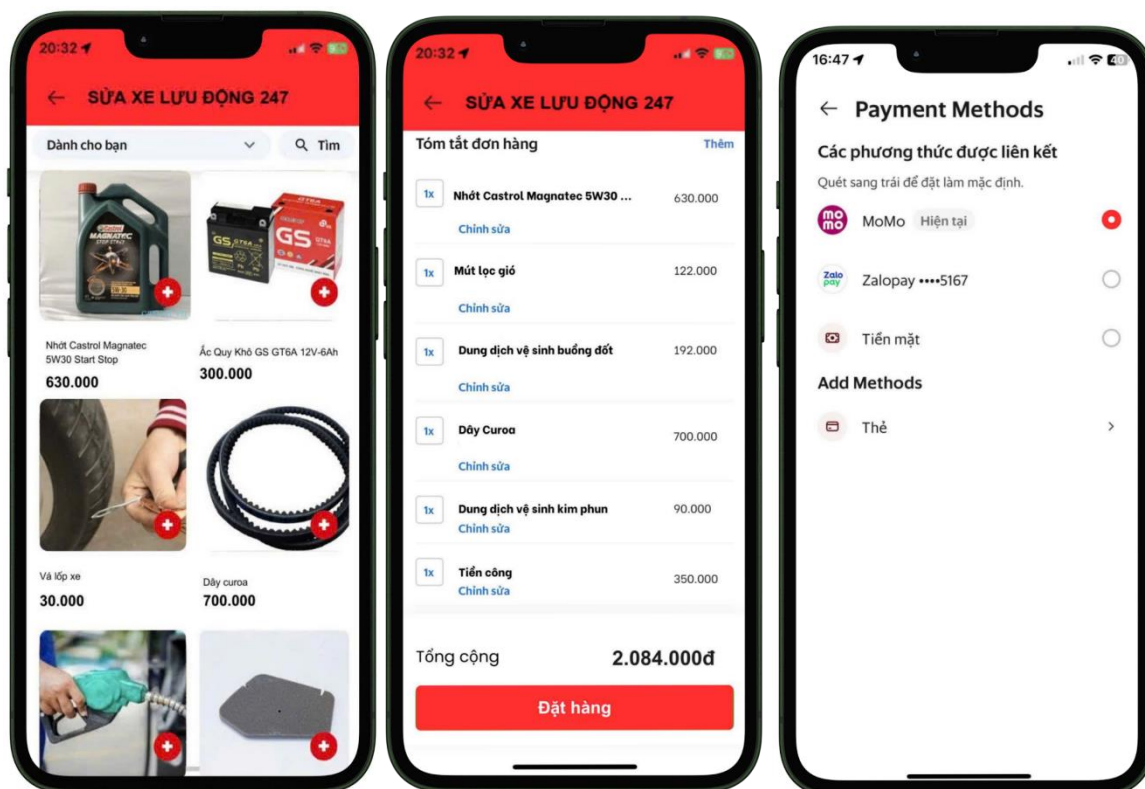
- Sửa chữa đa dạng phương tiện: Xe máy, ô tô, xe tải, xe điện;
- Hỗ trợ tiếp nhiên liệu khi xe hết xăng giữa đường;
- Cầu xe đến tiệm sửa nếu chỗ hư hỏng không đủ điều kiện sửa tại chỗ;
- Làm lại chìa khóa khi bị đánh rơi;
- Vá lốp xe nhanh chóng.



* Mô tả:

Khi người dùng nhấp chọn các dịch vụ trên trang chủ, ứng dụng sẽ hiển thị danh sách các cửa hàng phù hợp, kèm theo đánh giá từ những khách hàng trước đó để giúp họ dễ dàng lựa chọn cơ sở cứu hộ xe uy tín, chất lượng.

Ngoài ra, ZuroFix còn cung cấp các voucher khuyến mãi, giúp người dùng tiết kiệm chi phí và khuyến khích họ sử dụng dịch vụ khi cần.



Trước khi thanh toán, người dùng có thể xem rõ ràng giá dịch vụ, phụ tùng và linh kiện thay thế ngay trên ứng dụng. Điều này giúp khách hàng dễ dàng kiểm soát chi phí, tránh tình trạng bị "đội giá" như thường gặp ở các dịch vụ sửa xe lưu động truyền thống. Nhờ đó, trải nghiệm người dùng trở nên minh bạch hơn, tạo dựng được niềm tin và sự an tâm.

Bên cạnh đó, ZuroFix còn hỗ trợ đa dạng phương thức thanh toán như ví điện tử (MoMo, ZaloPay,...), QR code và tiền mặt. Điều này đặc biệt hữu ích trong những tình huống khẩn cấp hoặc bất tiện, khi khách hàng không mang theo tiền mặt. Chính sự linh hoạt này góp phần nâng cao tính tiện lợi và hiện đại cho dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về trải nghiệm số trong ngành sửa chữa xe.

2.2. Phân tích SWOT

Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> - Chính sách bảo hành sau sửa nhanh chóng; - Kiểm soát chất lượng dịch vụ tốt; - Tối ưu hóa thời gian xử lý. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn vốn hạn chế; - Thương hiệu còn mới.
Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> - Người tạo thị trường; - Thị trường tiềm năng; - Cạnh tranh thấp. 	<ul style="list-style-type: none"> - Số lượng cơ sở cứu hộ xe tại các tỉnh thành còn hạn chế; - Các cơ sở sửa xe lưu động có thể sẽ không sẵn lòng công khai giá.

2.2.1. Điểm mạnh

Chính sách bảo hành sau sửa nhanh chóng: Chính sách bảo hành sau sửa chữa hiện nay rất ít được các đơn vị cứu hộ xe áp dụng. Tuy nhiên, tại ZuroFix, các đối tác không chỉ hoàn thành trách nhiệm sau khi sửa chữa mà còn cam kết đảm bảo chất lượng dịch vụ. Trong vòng 3 tháng sau khi sửa, nếu khách hàng gặp lại lỗi tương tự, đơn vị cứu hộ xe sẽ phải bảo hành hoàn toàn miễn phí. Chính sách này giúp khách hàng yên tâm hơn khi sử dụng dịch vụ trên nền tảng.

Kiểm soát chất lượng dịch vụ tốt: Trong một số trường hợp, thợ sửa xe có thể thay thế phụ tùng kém chất lượng cho khách hàng, gây ra những hậu quả nghiêm trọng về sau. Nếu khách hàng phát hiện hành vi gian lận và báo cáo, ZuroFix sẽ tiếp nhận, xác minh và có thể áp dụng hình phạt nghiêm khắc, bao gồm cả việc cấm vĩnh viễn đơn vị đó hoạt động trên nền tảng. Ngoài ra, các cơ sở cứu hộ có tỷ lệ bảo hành cao do sửa lỗi cũng sẽ bị hạn chế đề xuất đến khách hàng nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ trên ZuroFix.

Tối ưu hóa thời gian xử lý: ZuroFix áp dụng giới hạn thời gian tối đa từ khi tiếp nhận yêu cầu đến khi thợ cứu hộ đến vị trí khách hàng, giúp giảm thiểu thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm người dùng. Ngoài ra, ứng dụng tích hợp định vị GPS, cho phép khách hàng theo dõi lộ trình của thợ cứu hộ trong thời gian thực, giúp họ chủ động nắm bắt tình hình.

2.2.2. Điểm yếu

Nguồn vốn hạn chế: Là công ty công nghệ, đầu tư ban đầu khá lớn, cần nguồn vốn khá cao để có thể hoạt động. ZuroFix đang hạn chế về nguồn vốn và cần phải chứng minh tính khả thi của mô hình kinh doanh để kêu gọi vốn.

Thương hiệu còn mới: Thương hiệu còn rất mới và cần nhiều thời gian để xây dựng thương hiệu được nhiều người biết đến.

2.2.3. Cơ hội

Người tạo thị trường: Nếu thành công ở mô hình kinh doanh, ZuroFix sẽ đóng vai trò là người tạo thị trường, từ đó chiếm lĩnh thị phần.

Thị trường tiềm năng: Số lượng phương tiện giao thông lớn tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội tạo cơ hội cho ZuroFix tiếp cận đông đảo khách hàng.

Cạnh tranh thấp: Hiện tại mô hình kết nối cơ sở cứu hộ xe với người bị hỏng xe vẫn chưa nhiều, vì vậy ZuroFix có thể tận dụng cơ hội để dành lấy thị phần.

2.2.4. Thách thức

Số lượng cơ sở sửa xe lưu động tại các tỉnh thành còn hạn chế: Theo dữ liệu nhóm khảo sát trên Google Map, hiện tại, tuy số lượng cơ sở sửa xe lưu động tại TP. HCM và Hà Nội khá cao, TP. Hồ Chí Minh có khoảng 100 và Hà Nội có khoảng 96 cơ sở sửa xe lưu động, tuy nhiên số lượng này tại các tỉnh thành còn rất ít (từ 11-20 cơ sở).

Các cơ sở sửa xe lưu động có thể sẽ không sẵn lòng công khai giá: Họ có thể lo ngại về sự cạnh tranh về giá hoặc các rủi ro tiềm ẩn khi công khai giá.

2.3. Mục tiêu

2.3.1. Mục tiêu tổng quát

Thâm nhập thị trường dịch vụ cứu hộ xe lưu động bằng cách xây dựng nền tảng kết nối khách hàng với cơ sở cứu hộ xe một cách nhanh chóng, minh bạch và đáng tin cậy, đồng thời tạo dựng nhận diện thương hiệu, thu hút lượng lớn người dùng và đối tác tham gia nhằm chiếm lĩnh thị phần trong giai đoạn đầu.

2.3.2. Mục tiêu cụ thể

Thu hút khách hàng sử dụng ứng dụng: Đạt 2.000 lượt tải ứng dụng và 1.500 khách hàng đăng ký tài khoản trong 1 năm đầu bằng cách triển khai các chương trình khuyến mãi, quảng cáo số và hợp tác với các đối tác trong ngành.

Xây dựng mạng lưới cơ sở sửa xe lưu động: Kết nối ít nhất 40 cơ sở sửa xe tham gia nền tảng trong vòng 6 tháng, đảm bảo độ phủ sóng tại các thành phố lớn như TP.Hồ Chí Minh.

Đảm bảo chất lượng dịch vụ: Đạt trung bình 4.7/5 sao từ đánh giá của khách hàng trong 12 tháng đầu, bằng cách thiết lập hệ thống đánh giá minh bạch và cơ chế phản hồi, xử lý khiếu nại nhanh chóng.

Mở rộng sang các khu vực mới: Sau 2 năm hoạt động tại TP. Hồ Chí Minh, ZuroFix sẽ mở rộng sang Hà Nội và đặt mục tiêu kết nối với 40 cơ sở trong 6 tháng tiếp theo.

2.4. Mô hình Canvas

Đối tác chính	Hoạt động chính	Giá trị đề xuất	Quan hệ khách hàng	Phân khúc khách hàng
<ul style="list-style-type: none"> - Các cơ sở sửa xe lưu động và cửa hàng sửa xe. - Đối tác thanh toán trực tuyến (Momo, ZaloPay, các ngân hàng). - Công ty bảo hiểm xe, nhà cung cấp phụ tùng, xăng dầu. - Cơ quan quản lý giao thông để hợp tác hỗ trợ trong trường hợp khẩn cấp. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phát triển và duy trì ứng dụng. - Thu hút khách hàng và cơ sở sửa xe tham gia nền tảng. - Đảm bảo chất lượng dịch vụ qua hệ thống đánh giá và kiểm duyệt. - Xử lý thanh toán và quản lý dữ liệu khách hàng. - Marketing và mở rộng thị trường. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp dịch vụ sửa xe lưu động nhanh chóng, minh bạch và tiện lợi. - Công khai giá dịch vụ giúp khách hàng an tâm, tránh bị tính phí quá cao. - Hệ thống đánh giá và phản hồi đảm bảo chất lượng dịch vụ. - Tích hợp thanh toán trực tuyến với các ví điện tử phổ biến (Momo, ZaloPay, ngân hàng), QR code giúp giao dịch an toàn hơn. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ khách hàng 24/7 qua hotline và chatbot trên ứng dụng; - Hệ thống phản hồi và đánh giá giúp cải thiện chất lượng dịch vụ; - Tạo các chương trình khách hàng thân thiết với ưu đãi và chiết khấu cho khách hàng thường xuyên; - Nhận được voucher sau mỗi lần sử dụng dịch vụ trên app; - Các khách hàng sẽ được nhận voucher giảm giá và chiết khấu khi giới thiệu 	<ul style="list-style-type: none"> - Người đi xe máy, ô tô, xe tải có nhu cầu sửa chữa hoặc tiếp nhiên liệu khẩn cấp. - Những người thường xuyên di chuyển, đặc biệt là những người hay di chuyển vào ban đêm hoặc ở khu vực ít tiệm sửa xe. - Các cơ sở sửa xe lưu động muốn được mở rộng khách hàng thông qua nền tảng trực tuyến.

			dịch vụ cho bạn bè, người thân.	
--	--	--	---------------------------------	--

	<p>Nguồn lực chính</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đội ngũ phát triển ứng dụng và IT. - Hệ thống định vị GPS, thanh toán trực tuyến và quản lý dữ liệu. - Đội ngũ hỗ trợ khách hàng. - Mạng lưới cơ sở sửa xe uy tín trên nền tảng. 		<p>Kênh phân phối</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ứng dụng di động (Android/iOS). - Website chính thức của dịch vụ. - Tổng đài đặt lịch và hỗ trợ khách hàng; - Đối tác liên kết (bảo hiểm, garage lớn, trạm xăng...) giúp phân phối dịch vụ đến nhiều điểm tiếp xúc khách hàng. 	
--	---	--	--	--

Cấu trúc chi phí	Nguồn doanh thu
<ul style="list-style-type: none"> - Chi phí phát triển và bảo trì ứng dụng. - Chi phí nhân sự (IT, hỗ trợ khách hàng,...). - Chi phí marketing, quảng cáo. - Chi phí vận hành hệ thống thanh toán và xử lý giao dịch. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoa hồng từ mỗi giao dịch thành công. - Phí ưu tiên hiển thị cho cơ sở sửa xe muốn quảng bá dịch vụ. - Doanh thu từ quảng cáo của các doanh nghiệp liên quan (bảo hiểm xe, phụ tùng, xăng dầu,...); - Phí dịch vụ cố định.

Bảng 3: Mô hình Canvas

2.5. Mô hình McKinsey

2.5.1. Strategy (Chiến lược)

Tạo nền tảng kết nối khách hàng với cơ sở sửa xe lưu động nhanh chóng, minh bạch và tin cậy;

Công khai giá dịch vụ, đảm bảo quyền lợi khách hàng và cơ sở sửa xe;

Tập trung vào khách hàng thường xuyên di chuyển và có nhu cầu cứu hộ xe khẩn cấp;

Tăng trưởng doanh thu từ hoa hồng, quảng cáo và dịch vụ mở rộng.

2.5.2. Structure (Cơ cấu tổ chức)

Công ty vận hành theo mô hình nền tảng (marketplace), đóng vai trò trung gian kết nối giữa khách hàng và cơ sở sửa xe.

Bộ phận chính:

- IT và Phát triển ứng dụng: Xây dựng và bảo trì nền tảng;
- Chăm sóc khách hàng và Kiểm duyệt thợ sửa xe: Đảm bảo chất lượng dịch vụ;
- Marketing và Tăng trưởng: Thu hút khách hàng và cơ sở sửa xe mới;
- Pháp lý và Vận hành: Đảm bảo tuân thủ quy định, hợp tác với các bên liên quan;

2.5.3. Systems (Hệ thống)

Ứng dụng sẽ được tích hợp hệ thống định vị GPS để có thể kết nối khách hàng với cơ sở sửa xe gần nhất;

Hệ thống thanh toán trực tuyến giúp giao dịch nhanh chóng và có độ bảo mật cao;

Cơ chế đánh giá và phản hồi sau dịch vụ giúp trở nên được đảm bảo chất lượng và độ tin cậy;

Hệ thống quản lý dữ liệu khách hàng và cơ sở sửa xe để cá nhân hóa trải nghiệm và đề xuất phù hợp.

2.5.4. Style (Phong cách lãnh đạo)

Văn hóa làm việc linh hoạt, đề cao tính sáng tạo và khả năng thích nghi nhanh trong môi trường khởi nghiệp;

Lãnh đạo khuyến khích sự minh bạch trong quản lý và vận hành, phản hồi nhanh với nhu cầu thị trường;

Xây dựng đội ngũ với tư duy hướng đến khách hàng, đảm bảo dịch vụ nhanh chóng và hiệu quả.

2.5.5. Staff (Nhân sự)

Nhóm IT và phát triển sản phẩm là nòng cốt, đảm bảo nền tảng luôn ổn định và cải tiến liên tục;

Đội ngũ chăm sóc khách hàng giúp xử lý khiếu nại và hỗ trợ người dùng kịp thời.

Cần có chiến lược thu hút nhân tài, đặc biệt trong giai đoạn mở rộng thị trường.

2.5.6. Skills (Kỹ năng)

Đội ngũ IT cần có chuyên môn về phát triển ứng dụng di động, bảo mật và tích hợp thanh toán trực tuyến;

Bộ phận kiểm duyệt cần có kinh nghiệm trong ngành sửa chữa xe để đánh giá thợ sửa xe chính xác;

Đội ngũ marketing phải có kỹ năng xây dựng thương hiệu và thu hút người dùng hiệu quả;

Cơ sở sửa xe tham gia nền tảng cần được đào tạo về quy trình làm việc chuyên nghiệp.

2.5.7. Shared Values (Giá trị chung)

Minh bạch: Giá cả dịch vụ rõ ràng, không có chi phí ẩn;

Tin cậy: Hệ thống đánh giá giúp đảm bảo chất lượng dịch vụ;

Nhanh chóng và tiện lợi: Cung cấp dịch vụ cứu hộ xe tức thì, kể cả vào ban đêm;

Hướng đến khách hàng: Tận dụng công nghệ để nâng cao trải nghiệm người dùng.

PHẦN 3: CÁC YẾU TỐ CHÍNH TRONG MÔ HÌNH DỊCH VỤ

3.1. Luận cứ giá trị

ZuroFix được sáng lập với mục tiêu giải quyết một vấn đề rất thực tế: Giúp bên cơ sở sửa xe lưu động tìm kiếm khách hàng tốt hơn mà người sử dụng phương tiện giao thông thường gặp phải: sự cố xe cộ giữa đường và hết nhiên liệu. Những tình huống như vậy không chỉ gây bất tiện mà còn tiềm ẩn nguy cơ nguy hiểm, đặc biệt là trong các khu vực đông đúc hoặc đường vắng. ZuroFix mang đến một giải pháp toàn diện và thiết thực: dịch vụ sửa chữa xe - kết nối cơ sở sửa xe lưu động với người bị hư xe giữa đường và tiếp nhiên liệu ngay tại chỗ thông qua một ứng dụng di động. Dịch vụ này không chỉ mang lại sự thuận tiện mà còn giúp giảm thiểu các rủi ro liên quan đến việc phải di chuyển xe hoặc chờ đợi quá lâu.

Các giá trị mà ZuroFix mang lại cho khách hàng có thể được thể hiện qua những điểm sau:

- Tiện lợi: Khách hàng chỉ cần mở ứng dụng, mô tả tình trạng xe, và dịch vụ sẽ đến ngay lập tức, giúp tiết kiệm thời gian và công sức, thay vì phải di chuyển đến một trung tâm sửa chữa.
- Khả năng tiếp cận nhanh chóng: Dịch vụ luôn có sẵn, giúp giải quyết các vấn đề trong thời gian ngắn nhất. Điều này đặc biệt hữu ích khi xe gặp sự cố giữa đường mà không có sự hỗ trợ gần đó.
- Dịch vụ minh bạch và rõ ràng: Mức giá được công khai trên ứng dụng trước khi khách hàng quyết định sử dụng dịch vụ, giúp khách hàng yên tâm, tránh cảm giác bị ép giá, điều mà các dịch vụ truyền thống thường thiếu.
- Chất lượng và sự chuyên nghiệp: ZuroFix cam kết dịch vụ chất lượng cao với đội ngũ kỹ thuật viên giàu kinh nghiệm, được tuyển chọn kỹ lưỡng và kiểm tra hồ sơ nghiêm ngặt.

Đối với đối tác sửa xe lưu động:

- Tăng cơ hội tiếp cận khách hàng: ZuroFix giúp cơ sở cứu hộ xe tiếp cận được nhiều khách hàng hơn thông qua nền tảng số, thay vì phải phụ thuộc vào các mối quen hoặc khách vãng lai.

- Tối ưu lịch làm việc: Ứng dụng sẽ tự động gợi ý các yêu cầu gần vị trí của họ, giúp họ tối ưu thời gian và chi phí di chuyển.
- Thu nhập ổn định và minh bạch: Giá dịch vụ được công khai, rõ ràng, cơ sở cứu hộ xe không bị ép giá và được đảm bảo mức thu nhập theo hiệu suất làm việc.
- Quản lý công việc dễ dàng: Tất cả yêu cầu, lịch sử sửa chữa, và phản hồi của khách hàng được lưu trữ trong hệ thống, giúp kỹ thuật viên dễ dàng quản lý công việc và cải thiện chất lượng dịch vụ.
- Được đào tạo và nâng cao tay nghề: ZuroFix hỗ trợ các khóa đào tạo, cập nhật kiến thức kỹ thuật mới để đảm bảo đội ngũ kỹ thuật viên luôn chuyên nghiệp và được nâng cao năng lực thường xuyên.
- Từ những giá trị này, ZuroFix không chỉ đáp ứng nhu cầu sửa chữa và tiếp nhiên liệu mà còn mang lại sự yên tâm và tin tưởng cho khách hàng trong những tình huống khẩn cấp.

3.2. Mô hình doanh thu

Mô hình doanh thu của ZuroFix tập trung vào việc cung cấp dịch vụ sửa chữa xe và tiếp nhiên liệu trực tiếp tại chỗ, từ đó tạo ra nguồn thu ổn định và có thể mở rộng. Cụ thể, ZuroFix có thể tạo ra doanh thu thông qua các phương thức sau:

- Phí dịch vụ cố định: Mỗi lần khách hàng yêu cầu dịch vụ sửa chữa hoặc tiếp nhiên liệu, ZuroFix thu một khoản phí cố định được xác định trước trên ứng dụng. Mức phí này được thiết kế linh hoạt theo loại dịch vụ và thời điểm yêu cầu.
- Theo loại dịch vụ: Sửa chữa động cơ, thay vỏ xe, tiếp nhiên liệu, thay bình ắc quy,... sẽ có mức phí khác nhau tùy theo độ phức tạp.
- Theo thời điểm yêu cầu:
 - + Đối với khung giờ bình thường: Phí cơ bản áp dụng như mức chuẩn.
 - + Đối với khung giờ cao điểm, ban đêm hoặc ngày lễ: Áp dụng mức phí cố định cao hơn (tương tự phụ phí "giờ vàng" như các ứng dụng gọi xe), giúp bù đắp chi phí vận hành và khuyến khích kỹ thuật viên nhận việc.
- Phí hoa hồng: ZuroFix hoạt động như một nền tảng trung gian kết nối khách hàng với kỹ thuật viên. Với mỗi giao dịch thành công, ZuroFix sẽ thu một khoản phí hoa hồng nhất định từ đối tác kỹ thuật viên, dựa trên giá trị đơn hàng.

- Gói dịch vụ bảo trì định kỳ: ZuroFix có thể phát triển các gói dịch vụ bảo trì cho khách hàng, giúp họ duy trì tình trạng xe ổn định và đồng thời tạo ra một dòng thu nhập ổn định cho công ty.
- Hợp tác quảng cáo và đối tác: ZuroFix cũng có thể hợp tác với các thương hiệu phụ tùng xe, các công ty bảo hiểm hoặc các nhà cung cấp nhiên liệu để đưa quảng cáo vào ứng dụng hoặc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ bổ sung cho khách hàng, từ đó tạo ra thêm nguồn thu.

3.3. Cơ hội thị trường

ZuroFix hoạt động trong một thị trường đang phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là trong các thành phố lớn nơi mà các vấn đề giao thông tắc nghẽn và sự cố phương tiện là những tình huống thường xuyên xảy ra. Cùng với sự gia tăng số lượng phương tiện giao thông cá nhân, nhu cầu về dịch vụ sửa chữa xe lưu động sẽ không ngừng tăng. Các cơ hội thị trường của ZuroFix bao gồm:

- Gia tăng số lượng phương tiện cá nhân: Khi số lượng xe hơi và xe máy ngày càng tăng. Theo báo Thanh niên tính đến năm 2023, Việt Nam có khoảng 73 triệu xe máy đang lưu hành, năm 2024 có 2.653.607 xe máy được bán ra, tăng 5,4% so với năm 2023 (*theo báo Thể thao 24/7*). Đối với ô tô, gần 500.000 ô tô được bán ra trong năm 2024 và trên cả nước có khoảng 6,8 triệu ô tô đăng ký lưu hành (*theo báo Tạp chí điện tử*). Sự gia tăng đáng kể về phương tiện cá nhân làm cho nhu cầu về dịch vụ hỗ trợ xe lưu động như sửa chữa và tiếp nhiên liệu sẽ ngày càng trở nên quan trọng, đặc biệt là trong các khu vực đô thị đông đúc.
- Khả năng mở rộng dịch vụ: ZuroFix có thể mở rộng dịch vụ ra nhiều khu vực khác nhau, đáp ứng nhu cầu của một đối tượng khách hàng rộng lớn. Hơn nữa, sự phát triển của các ứng dụng di động cũng tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển và mở rộng phạm vi dịch vụ. Hiện nay, theo BRANDS VIETNAM Việt Nam có 168,5 triệu kết nối di động đang hoạt động, tương đương 169,8% dân số, cho thấy mỗi người dân trung bình sở hữu hơn một thiết bị di động. Và thị trường gọi xe công nghệ tại Việt Nam đã đạt quy mô 727,73 triệu USD vào năm 2023 (*theo VnEconomy tech*). Với sự phát triển của các nền tảng kết nối số, mô hình này không chỉ đáp ứng nhu cầu thực tế của người dùng mà còn tận dụng được xu hướng số hóa và thói quen sử dụng ứng dụng di động tại Việt Nam.

3.4. Môi trường cạnh tranh

ZuroFix hiện đang hoạt động trong một môi trường cạnh tranh khốc liệt với sự hiện diện của cả đối thủ truyền thống lẫn các dịch vụ sửa chữa xe di động đang nổi. Trước tiên, các trung tâm sửa chữa xe truyền thống chính là nhóm đối thủ lớn nhất. Các cơ sở này thường có quy mô lớn, đội ngũ kỹ thuật viên dày dặn kinh nghiệm và cơ sở vật chất đầy đủ, phục vụ đông đảo khách hàng tại các khu đô thị lớn. Tuy nhiên, điểm yếu của họ là khách hàng bắt buộc phải mang xe đến tận nơi, tốn thời gian chờ đợi và có thể gặp bất tiện trong những trường hợp khẩn cấp. Theo Báo Thanh Niên, dựa theo khảo sát của từ công ty công nghệ Canext, ngành dịch vụ ô tô tại Việt Nam hiện nay có hơn 10.000 xưởng dịch vụ (garage) với quy mô thị trường dự kiến đạt 2,4 tỷ USD vào năm 2026 và tại riêng Hà Nội có khoảng 1.400 điểm dịch vụ chăm sóc xe hơi, còn TP.HCM có khoảng 1.700 điểm, bao gồm cả garage độc lập và các trung tâm dịch vụ chính hãng.

Bên cạnh đó, các dịch vụ cứu hộ ô tô cũng là một đối thủ gián tiếp. Những đơn vị này chủ yếu hỗ trợ vận chuyển xe về gara trong các tình huống sự cố, nhưng không có khả năng sửa chữa tại chỗ hay thực hiện các dịch vụ cơ bản như thay dầu, nạp xăng, sạc bình. Mức giá cho dịch vụ cứu hộ khá cao, dao động từ 500.000 - 1.500.000 VNĐ/lần cho các quãng đường dưới 50km, và có thể lên tới 3 - 5 triệu VNĐ với các tuyến đường xa. Điều này cho thấy vẫn còn nhiều khoảng trống mà các dịch vụ như ZuroFix có thể khai thác.

Một nhóm đối thủ khác là các dịch vụ sửa chữa lưu động của các hãng xe, điển hình như VinFast Mobile Service. Dịch vụ này hỗ trợ sửa chữa tại chỗ cho các dòng xe VinFast tại một số thành phố lớn như Hà Nội, TP.Hồ Chí Minh, Đà Nẵng hay Hải Phòng. Tuy nhiên, điểm hạn chế lớn là chỉ áp dụng cho xe của hãng và không triển khai rộng rãi ở các tỉnh.

Trước bối cảnh đó, ZuroFix sẽ cùng khách hàng lựa chọn phương án xử lý tối ưu, phù hợp với từng dòng xe và yêu cầu kỹ thuật cụ thể. ZuroFix cũng tích hợp ứng dụng công nghệ để đặt lịch, theo dõi tiến trình sửa chữa, thanh toán điện tử, tạo nên trải nghiệm thuận tiện và hiện đại hơn so với đối thủ. Với mức giá hợp lý hơn so với dịch vụ cứu hộ truyền thống, cùng khả năng đáp ứng nhanh các yêu cầu khẩn cấp, ZuroFix đang nắm trong tay tiềm năng để tạo sự đột phá trong ngành dịch vụ sửa chữa xe.

3.5. Lợi thế cạnh tranh

ZuroFix sở hữu nhiều lợi thế cạnh tranh, giúp dự án này trở thành lựa chọn ưu tiên cho khách hàng khi gặp sự cố giao thông. Các lợi thế cạnh tranh của ZuroFix bao gồm:

- Tiện lợi và nhanh chóng: Dịch vụ của ZuroFix giúp giải quyết các sự cố giao thông ngay lập tức tại chỗ, giúp tiết kiệm thời gian và công sức cho khách hàng, thay vì phải chờ đợi dịch vụ cứu hộ hoặc di chuyển đến trung tâm sửa chữa.
- Ứng dụng di động thông minh: Ứng dụng di động của ZuroFix rất dễ sử dụng và cho phép khách hàng yêu cầu dịch vụ một cách nhanh chóng. Mức giá cũng được công khai rõ ràng, giúp khách hàng an tâm hơn khi sử dụng dịch vụ.
- Chất lượng dịch vụ: ZuroFix cam kết cung cấp dịch vụ sửa chữa và tiếp nhiên liệu chất lượng cao, với đội ngũ kỹ thuật viên được đào tạo bài bản và có kỹ năng chuyên môn, giúp nâng cao uy tín của công ty.
- Linh hoạt và sáng tạo: ZuroFix có thể nhanh chóng đổi mới và mở rộng dịch vụ, phát triển thêm các sản phẩm phụ trợ như bảo trì định kỳ hoặc hợp tác với các đối tác chiến lược để gia tăng doanh thu và mở rộng thị trường.

Với những lợi thế này, ZuroFix có thể giữ vững và củng cố vị trí cạnh tranh trong ngành dịch vụ sửa chữa và hỗ trợ xe lưu động.

3.6. Chiến lược thị trường

3.6.1. Chiến lược Marketing 4P

Để xác định được kế hoạch và thực hiện tốt các mục tiêu chiến lược, bước đầu ZuroFix sẽ triển khai chiến lược Marketing 4P, cụ thể như sau:

Product: Ứng dụng này là cầu nối giữa cơ sở sửa xe lưu động và những người gặp sự cố xe hỏng trong tình huống khẩn cấp. Đặc biệt, nó hữu ích khi khách hàng không thể tìm thấy tiệm sửa xe gần đó hoặc vào ban đêm khi các cửa hàng đã đóng cửa. Sản phẩm hướng tới sự tiện lợi, nhanh chóng và minh bạch. Với các tính năng chính:

- Định vị cơ sở sửa xe gần nhất: Hệ thống tự động tìm kiếm và đề xuất cơ sở sửa xe trong bán kính gần nhất bằng định vị GPS.
- Đánh giá và phản hồi: Người dùng có thể đánh giá dịch vụ sau khi sử dụng, đảm bảo chất lượng minh bạch.
- Thanh toán trực tuyến: Hỗ trợ nhiều phương thức thanh toán như ví điện tử, chuyển khoản hoặc tiền mặt.

- Hỗ trợ khách hàng 24/7: Tổng đài và chatbot hỗ trợ khách hàng nhanh chóng khi có vấn đề phát sinh.

Price: Giá cả là một yếu tố quan trọng giúp thu hút và giữ chân khách hàng. Chính sách giá được xây dựng theo hướng minh bạch, hợp lý và linh hoạt theo từng loại dịch vụ.

Cấu trúc giá linh hoạt: Theo từng loại dịch vụ khác nhau như thay lốp, kích bình, sửa chữa động cơ... giá cả sẽ khác nhau. Cam kết minh bạch giá cả, hiển thị chi phí rõ ràng trước khi khách hàng xác nhận dịch vụ giúp khách hàng yên tâm.

Các chương trình ưu đãi: Giảm giá 20% cho khách hàng lần đầu sử dụng. Tích điểm đổi thưởng, giảm giá cho khách hàng thân thiết. Hay có các chiết khấu khi giới thiệu bạn bè sử dụng dịch vụ.

Place: Ứng dụng có thể được tải miễn phí trên Android và iOS, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận dịch vụ. Mở rộng mạng lưới cơ sở sửa xe ở nhiều tỉnh thành ban đầu là ở các thành phố lớn, dân cư đông đúc như Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, ... sau đó mở rộng dần về các tỉnh nhằm mở rộng quy mô công ty. Hợp tác với:

- Hợp tác với gara sửa xe, các trung tâm bảo dưỡng, giúp mở rộng phạm vi phục vụ;
- Hợp tác với ứng dụng gọi xe công nghệ để hỗ trợ tài xế khi gặp sự cố;
- Liên kết với công ty bảo hiểm để tích hợp dịch vụ cứu hộ xe vào gói bảo hiểm;

Promotion: Quảng bá mạnh mẽ giúp ứng dụng tiếp cận đúng khách hàng tiềm năng và xây dựng thương hiệu vững chắc trên thị trường. Công ty sẽ tập trung vào truyền thông trên nền tảng số và tận dụng các kênh trực tuyến.

- Quảng cáo trên nền tảng số: Thực hiện các chiến lược chạy quảng cáo Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads để tiếp cận khách hàng mục tiêu. Có các bài viết SEO Website, tạo nội dung blog về kinh nghiệm sửa xe, mẹo bảo dưỡng xe để thu hút khách hàng tự nhiên.

- Hợp tác với KOLs và Influencers: Hợp tác với reviewer xe, vloggers về ô tô, xe máy để quảng bá trên YouTube, TikTok. Ngoài ra sẽ tổ chức livestream chia sẻ kinh nghiệm đi đường, bảo dưỡng xe, kết hợp giới thiệu dịch vụ.

- Chiến dịch marketing lan tỏa: Tổ chức chương trình "Cứu hộ xe miễn phí" cho khách hàng ở các khu vực mới triển khai. Chương trình "Thử thách 24h cứu hộ", quay video ghi lại quá trình hỗ trợ khách hàng thực tế để lan tỏa trên mạng xã hội.

- Chương trình minigame: Triển khai thực hiện trên Facebook/TikTok như quay số trúng thưởng mã giảm giá, gói bảo dưỡng miễn phí.
- Chính sách giới thiệu: Người dùng cũ giới thiệu bạn bè sử dụng sẽ nhận được mã giảm giá hoặc các phần thưởng khác. Các đối tác như gara, cơ sở sửa xe sau khi giới thiệu khách hàng mới sẽ nhận thưởng theo từng cấp độ.

3.6.2. Các chính sách thực hiện

Kế hoạch thu hút khách hàng: Khách hàng là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của ứng dụng. Chính vì vậy, các kế hoạch thu hút khách hàng cần tập trung vào việc tạo giá trị thực sự và duy trì mối quan hệ lâu dài. Khách hàng sẽ được cung cấp mã giảm giá cho lần sử dụng đầu tiên để khuyến khích trải nghiệm. Xây dựng chương trình tích điểm đổi quà, giảm giá khi đạt số lần sử dụng nhất định. Tổ chức chương trình "Giới thiệu bạn bè", tặng mã giảm giá cho cả người giới thiệu và người được giới thiệu.

Kế hoạch mở rộng mạng lưới đối tác: Để đảm bảo dịch vụ luôn sẵn sàng, việc mở rộng mạng lưới cơ sở sửa xe chất lượng cao là điều cần thiết.

Thu hút cơ sở sửa xe mới: Cung cấp hoa hồng hấp dẫn, đảm bảo thu nhập ổn định. Hỗ trợ chi phí đăng ký ban đầu, cung cấp đồng phục chuyên nghiệp. Chương trình thưởng hiệu suất hàng tháng cho cơ sở sửa xe có đánh giá tốt nhất.

Đào tạo và giám sát chất lượng dịch vụ: Tổ chức khóa đào tạo kỹ năng chuyên sâu, nâng cao tay nghề thợ sửa xe. Xây dựng hệ thống đánh giá chất lượng, đảm bảo dịch vụ đạt tiêu chuẩn cao nhất. Cung cấp công cụ hỗ trợ làm việc, giúp tối ưu hóa thời gian sửa chữa.

Kế hoạch nâng cao nhận diện thương hiệu:

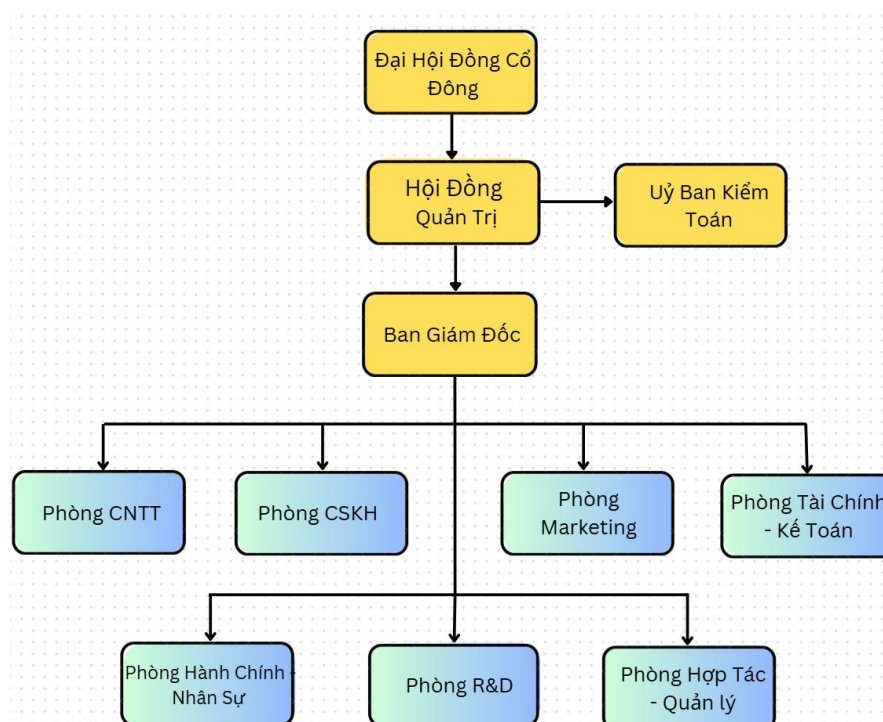
Mở rộng kênh truyền thông: Thông qua việc thực hiện chiến dịch PR trên báo điện tử về ô tô, giao thông, công nghệ. Tham gia các triển lãm xe, sự kiện công nghệ, tiếp cận trực tiếp khách hàng.

Hợp tác chiến lược: Ký hợp đồng hợp tác với hãng xe, gara sửa chữa lớn, giúp tiếp cận nhiều khách hàng hơn. Đồng hành cùng các tổ chức giao thông, các sự kiện ô tô, xe máy để tăng nhận diện thương hiệu.

Nâng cao trải nghiệm khách hàng: Cập nhật ứng dụng liên tục, đảm bảo giao diện dễ dùng. Và tăng cường đội ngũ chăm sóc khách hàng 24/7 để hỗ trợ kịp thời.

Với chiến lược Marketing 4P kết hợp cùng các kế hoạch thực hiện cụ thể, ZuroFix sẽ dễ dàng tiếp cận khách hàng mục tiêu, thu hút thêm các đối tác và mở rộng quy mô trên thị trường. Việc triển khai đồng bộ các chính sách sẽ giúp nâng cao nhận diện thương hiệu, đảm bảo tính cạnh tranh và phát triển bền vững.

3.7. Phát triển tổ chức



Hình 7: Phát triển tổ chức

* Đại hội đồng cổ đông

Chịu trách nhiệm cao nhất về quyết định chiến lược và hướng phát triển của công ty.

Quyết định về việc bổ nhiệm các thành viên trong Ban Giám đốc và Hội đồng Quản trị.

* Hội đồng quản trị và Ủy ban kiểm toán

Tham gia vào việc đề xuất và thẩm định các quyết định chiến lược của công ty.

Tiến hành kiểm toán, đảm bảo tính minh bạch và công bằng trong hoạt động kinh doanh của công ty.

* Ban giám đốc

Điều hành hoạt động kinh doanh hàng ngày của công ty.

Đưa ra các quyết định về các mặt công việc chiến lược và tác động lớn đến hoạt động kinh doanh.

*** Các phòng ban**

Phòng Công nghệ thông tin: Đảm bảo hệ thống ứng dụng của công ty hoạt động trơn tru và hiệu quả.

Phòng Chăm sóc khách hàng: Tập trung vào việc giải quyết, xử lý yêu cầu và hỗ trợ khách hàng, cung cấp dịch vụ hậu mãi.

Phòng Marketing: Phát triển và triển khai các chiến lược marketing để tăng sự nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng mới.

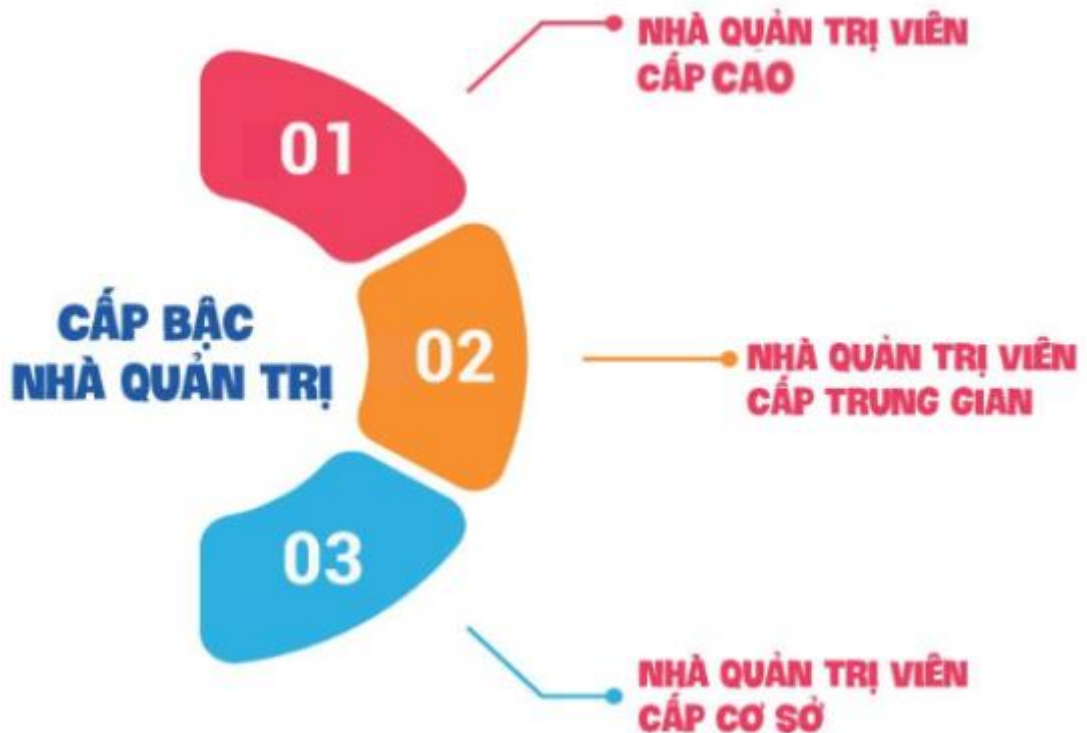
Phòng Hợp tác - Quản lý: Tìm kiếm và làm việc với các cơ sở sửa xe, quản lý thông tin thợ, đánh giá chất lượng dịch vụ.

Phòng Hành chính - Nhân sự: Quản lý các hoạt động hành chính và tài nguyên nhân sự của công ty.

Phòng Tài chính - Kế toán: Theo dõi và quản lý tài chính, bảo đảm sự minh bạch và đúng đắn về mặt tài chính.

Phòng R&D: Tập trung vào nghiên cứu, phát triển, và mở rộng các tính năng khác trên ứng dụng.

3.8. Đội ngũ quản lý



Hình 8: Đội ngũ quản lý

Đội ngũ quản lý là một trong những yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của doanh nghiệp. Họ cần có sự am hiểu sâu sắc về ngành dịch vụ sửa chữa xe cũng như công nghệ nền tảng số để vận hành hiệu quả hệ thống kết nối trực tuyến. Bên cạnh đó, đội ngũ phát triển phải có kinh nghiệm trong việc xây dựng và duy trì ứng dụng, đảm bảo nền tảng hoạt động ổn định và đáp ứng tốt nhu cầu của người dùng. Một đội ngũ quản lý mạnh mẽ không chỉ giúp tạo dựng niềm tin với cơ sở sửa xe và khách hàng mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì chất lượng dịch vụ. Ngoài ra, ban lãnh đạo cần có khả năng thích ứng nhanh, linh hoạt điều chỉnh mô hình kinh doanh để phù hợp với nhu cầu thị trường và sự thay đổi trong hành vi khách hàng, từ đó giúp nền tảng phát triển bền vững.

Nhà quản trị cấp cao:

- Chủ tịch Hội đồng quản trị: Chịu trách nhiệm định hướng chiến lược phát triển, mở rộng mô hình kinh doanh, quản lý tài chính và vận hành tổng thể của nền tảng.
- Tổng Giám đốc: Phụ trách việc triển khai chiến lược kinh doanh, vận hành nền tảng, xây dựng mối quan hệ với đối tác và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Nhà quản trị cấp trung:

- Giám đốc khối: Chịu trách nhiệm về các khối chức năng quan trọng, bao gồm Công nghệ, Marketing, Dịch vụ khách hàng, Vận hành, và Phát triển đối tác.
- Giám đốc vùng: Quản lý hoạt động kinh doanh theo từng khu vực địa lý, đảm bảo nền tảng có đủ đối tác phục vụ khách hàng.

Nhà quản trị cấp cơ sở:

- Trưởng phòng: Chịu trách nhiệm về các phòng ban chức năng của doanh nghiệp.
- Trưởng nhóm: Chịu trách nhiệm và giám sát hoạt động của các nhóm nhân viên.

Vai trò của đội ngũ quản lý nền tảng:

Đội ngũ quản lý của nền tảng đóng vai trò quan trọng trong việc hoạch định, triển khai và kiểm soát hoạt động kết nối giữa cơ sở sửa xe lưu động và người gặp sự cố xe hỏng. Cụ thể, đội ngũ này có các vai trò sau:

- Hoạch định: Đội ngũ quản lý chịu trách nhiệm xây dựng chiến lược, xác định mục tiêu phát triển nền tảng, bao gồm mở rộng mạng lưới cơ sở sửa xe, nâng cao chất lượng dịch vụ và tối ưu trải nghiệm người dùng. Các kế hoạch được xây dựng dựa trên phân tích thị trường, hành vi khách hàng và khả năng phát triển công nghệ.
- Triển khai: Đội ngũ quản lý đảm bảo các chiến lược và kế hoạch được thực hiện hiệu quả. Các hoạt động triển khai bao gồm thu hút cơ sở sửa xe tham gia nền tảng, đào tạo kỹ năng sử dụng ứng dụng, tối ưu hệ thống kết nối giữa khách hàng và cơ sở sửa xe, cũng như đẩy mạnh các chiến dịch truyền thông nhằm tiếp cận nhiều người dùng hơn.
- Kiểm soát: Đội ngũ quản lý giám sát và đánh giá hiệu quả hoạt động của nền tảng thông qua các chỉ số như mức độ hài lòng của khách hàng, thời gian phản hồi yêu cầu sửa chữa, chất lượng dịch vụ của cơ sở sửa xe, và hiệu suất vận hành hệ thống. Việc kiểm soát giúp nền tảng đảm bảo cung cấp dịch vụ nhanh chóng, hiệu quả và đáng tin cậy.

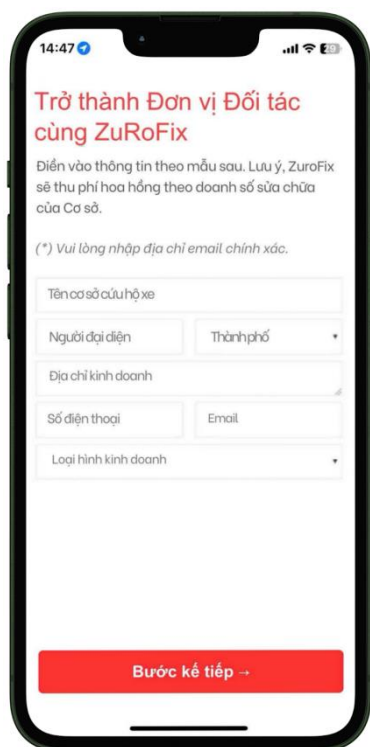
Để thành công trong lĩnh vực này, đội ngũ quản lý cần có kiến thức chuyên môn về dịch vụ sửa chữa xe và công nghệ nền tảng số. Việc tuyển dụng, đào tạo và hỗ trợ cơ sở sửa xe tham gia nền tảng là yếu tố quan trọng để đảm bảo chất lượng dịch vụ. Bên cạnh đó, đội ngũ quản lý cần có tầm nhìn chiến lược để định hướng phát triển nền tảng, phối hợp hiệu quả với các bộ phận khác và không ngừng cải tiến dịch vụ. Điều này nhằm mang đến trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng và giúp nền tảng kết nối cơ

sở sửa xe lưu động trở thành lựa chọn hàng đầu cho những người gặp sự cố xe hỏng trong tình huống khẩn cấp.

PHẦN 4: KẾ HOẠCH KINH DOANH

4.1. Mô hình kinh doanh thương mại điện tử

4.1.1. Mô hình B2B



14:47

Trở thành Đơn vị Đối tác cùng ZuRoFix

Điền vào thông tin theo mẫu sau. Lưu ý, ZuroFix sẽ thu phí hoa hồng theo doanh số sửa chữa của Cơ sở.

(*) Vui lòng nhập địa chỉ email chính xác.

Tên cơ sở cứu hộ xe

Người đại diện Thành phố

Địa chỉ kinh doanh

Số điện thoại Email

Loại hình kinh doanh

Bước kế tiếp →

Với khách hàng B2B, ZuroFix mang đến giải pháp hỗ trợ các cơ sở cứu hộ xe máy mở rộng mạng lưới khách hàng, từ đó gia tăng doanh thu và lợi nhuận. Trong thời đại số hóa, quá trình đăng ký kinh doanh trên nền tảng ZuroFix hoàn toàn được thực hiện trực tuyến, giúp các cơ sở tiết kiệm thời gian và giảm thiểu thủ tục giấy tờ phức tạp.

ZuroFix cũng áp dụng hệ thống tiêu chuẩn dịch vụ rõ ràng: mọi cơ sở phải minh bạch về giá cả, đảm bảo chất lượng và tuân thủ quy định của nền tảng. Chất lượng của từng đơn vị sẽ được phản ánh qua đánh giá khách hàng. Những trường hợp vi phạm sẽ bị cảnh báo, giảm mức độ hiển thị hoặc tạm khóa tài khoản. Tuy nhiên,

ZuroFix cũng bảo vệ quyền lợi đối tác bằng cách cho phép giải trình và khôi phục quyền kinh doanh nếu có bằng chứng thuyết phục.

Cơ sở cứu hộ xe trên ZuroFix sẽ có hai nguồn thu nhập chính:

- Thứ nhất, thu nhập từ dịch vụ sửa chữa xe, bao gồm các khoản phí cho các hạng mục sửa chữa hoặc thay thế phụ tùng.
- Thứ hai, thu nhập từ phí di chuyển, được tính dựa trên khoảng cách di chuyển đến vị trí khách hàng. Mức phí di chuyển trên mỗi km sẽ được ZuroFix công khai rõ ràng trên ứng dụng, đảm bảo minh bạch cho cả thợ và khách hàng.

4.1.2. Mô hình B2C

Đối tượng khách hàng mục tiêu trong mô hình B2C là người dùng cá nhân bao gồm người đi làm, sinh viên, tài xế hoặc bất kỳ ai có nhu cầu sửa xe tại nhà, bảo trì định kỳ hoặc cứu hộ khẩn cấp trên đường giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm và lựa chọn dịch vụ cứu hộ phù hợp, đồng thời giải quyết những trở ngại của khách hàng về minh bạch giá và chất lượng dịch vụ.

Để đáp ứng đa dạng nhu cầu này, dịch vụ được triển khai linh hoạt theo hai hình thức chính:

- Cứu hộ tại chỗ: Đội ngũ cứu hộ sẽ sử dụng xe tải được trang bị đầy đủ thiết bị sửa chữa chuyên dụng để đến trực tiếp vị trí khách hàng. Phù hợp với các trường hợp sự cố đơn giản, có thể khắc phục nhanh chóng tại chỗ như: vá lốp, thay bugi, sửa dây ga, sạc bình ắc quy,...
- Vận chuyển đến Garage: Đội cứu hộ sẽ sử dụng xe kéo chuyên dụng để vận chuyển xe của khách hàng đến Garage. Phù hợp với các sự cố phức tạp đòi hỏi thiết bị chuyên nghiệp hoặc khách hàng muốn sửa chữa tại hãng, đặc biệt với các dòng xe cao cấp như Vespa, SH,...

4.2. Kế hoạch kinh doanh

4.2.1. Thiết kế và phát triển ứng dụng

Ứng dụng dịch vụ sửa xe lưu động được phát triển để phục vụ cả khách hàng cá nhân (B2C) và doanh nghiệp (B2B), đảm bảo trải nghiệm thuận tiện, minh bạch và chuyên nghiệp.

*** Tính năng dành cho khách hàng cá nhân (B2C):**

- Có đội ngũ hỗ trợ khách hàng 24/7 để hỗ trợ, giải đáp thắc mắc nhanh nhất có thể.
- Đăng ký và quản lý tài khoản người dùng: Cho phép tạo hồ sơ, cập nhật thông tin, lưu lịch sử sửa chữa.
- Tìm kiếm và đặt lịch sửa xe: Người dùng có thể tạo yêu cầu sửa chữa, định vị và lựa chọn thợ gần nhất theo thời gian thực.
- Theo dõi thời gian đến và trạng thái dịch vụ: Hiển thị rõ lộ trình di chuyển của thợ và tiến độ xử lý yêu cầu.
- Công khai bảng giá và dịch vụ: Niêm yết giá theo từng loại dịch vụ để người dùng dễ dàng so sánh và lựa chọn.
- Đánh giá và phản hồi: Sau khi sử dụng dịch vụ, khách hàng có thể đánh giá thợ và góp ý chất lượng phục vụ.
- Thanh toán trực tuyến: Tích hợp nhiều phương thức như ví điện tử, thẻ ngân hàng, QR code để tăng tính tiện lợi và an toàn.
- Giao diện thân thiện: Thiết kế tối ưu cho cả người không rành công nghệ, hỗ trợ đa nền tảng (iOS, Android, tablet...).

*** Tính năng dành cho doanh nghiệp (B2B):**

- Quản lý đội xe và lịch bảo trì: Theo dõi lịch sử sửa chữa, đặt lịch bảo trì định kỳ cho từng phương tiện.
- Tự động nhắc lịch và theo dõi hóa đơn: Giúp doanh nghiệp tối ưu hoạt động vận hành và chi phí bảo trì.
- Báo cáo và thống kê: Cung cấp báo cáo chi tiết theo từng xe, từng kỳ, phục vụ quản lý nội bộ.
- Tuỳ chỉnh dịch vụ: Cho phép doanh nghiệp thiết lập các gói dịch vụ theo yêu cầu riêng biệt.

*** Tính năng chung cho toàn hệ thống:**

- Hệ thống định vị GPS: Hỗ trợ điều hướng giữa khách hàng và thợ sửa xe một cách chính xác, tiết kiệm thời gian.
- Thông báo tức thì: Cảnh báo về đơn hàng, phản hồi, đánh giá, lịch bảo trì.
- Bảo mật và quản lý dữ liệu: Mã hóa thông tin người dùng, lịch sử giao dịch, hỗ trợ phục hồi dữ liệu khi cần thiết.

Lộ trình phát triển ứng dụng:

- Lộ trình phát triển ứng dụng dịch vụ sửa xe lưu động được chia thành nhiều giai đoạn cụ thể để đảm bảo tính khả thi và hiệu quả trong từng bước triển khai.
- Giai đoạn đầu tiên, khởi động và phát hành phiên bản thử nghiệm (0-3 tháng), tập trung vào việc phát triển và ra mắt phiên bản ứng dụng cơ bản với những tính năng thiết yếu như đăng ký tài khoản, tìm kiếm và đặt lịch sửa xe, thanh toán trực tuyến và hỗ trợ khách hàng 24/7. Trong giai đoạn này, mục tiêu chính là thu thập phản hồi từ người dùng thực tế để hiểu rõ nhu cầu và cải thiện các tính năng cơ bản.
- Tiếp theo, giai đoạn tối ưu hóa và mở rộng dịch vụ (3-6 tháng) sẽ tập trung vào việc cải thiện trải nghiệm người dùng dựa trên phản hồi thu thập được, bao gồm tối ưu hóa giao diện người dùng, bổ sung các phương thức thanh toán và cập nhật các tính năng hỗ trợ khách hàng, đồng thời tăng cường tính năng đánh giá và phản hồi dịch vụ.
- Giai đoạn tiếp theo, mở rộng tính năng cho doanh nghiệp và dịch vụ chuyên nghiệp (6-12 tháng), sẽ bổ sung các tính năng quản lý đội xe, theo dõi lịch bảo trì và tự động nhắc nhở doanh nghiệp về các kỳ bảo trì, cũng như cung cấp các báo cáo chi tiết về tình trạng phương tiện và chi phí bảo trì.
- Sau đó, giai đoạn tích hợp công nghệ AI và tự động hóa (12-18 tháng) sẽ giúp ứng dụng thông minh hơn với tính năng dự đoán lịch bảo trì xe, cảnh báo sớm các vấn đề

tiềm ẩn và tư vấn các dịch vụ sửa chữa phù hợp. Trong giai đoạn này, AI sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa các dịch vụ và giảm thiểu thời gian phản hồi.

- Giai đoạn mở rộng hệ sinh thái và kết nối đối tác chiến lược (18-24 tháng) sẽ là bước quan trọng để tích hợp các dịch vụ liên quan như bảo hiểm xe, kết nối với trạm xăng, garage và các đối tác sửa chữa, tạo nên một hệ sinh thái dịch vụ hoàn chỉnh, giúp người dùng tiếp cận dễ dàng hơn với các giải pháp bảo trì và sửa chữa toàn diện.

4.2.2. Kế hoạch chi phí

Trong quá trình xây dựng và vận hành nền tảng ZuroFix – dịch vụ sửa xe lưu động, việc kiểm soát chi phí đóng vai trò then chốt để đảm bảo tính khả thi về tài chính và duy trì hoạt động ổn định lâu dài. Kế hoạch chi phí được thiết kế theo từng giai đoạn bổ hợp lý nguồn lực và đảm bảo hiệu suất đầu tư. Cụ thể, chi phí được chia thành bốn nhóm chính gồm:

- Chi phí phát triển ứng dụng;
- Chi phí marketing;
- Chi phí nhân sự và vận hành;
- Chi phí khác.

*** *Giai đoạn 1: Khởi tạo (0- 24 tháng)***

Trong giai đoạn đầu, trọng tâm của ZuroFix là xây dựng nền tảng kỹ thuật ban đầu, tuyển dụng đội ngũ cốt lõi và thực hiện các hoạt động quảng bá để thu hút người dùng đầu tiên. đoạn phát triển của dự án.

- Chi phí phát triển ứng dụng:

Đây là khoản chi lớn nhất trong giai đoạn này, bao gồm chi phí thuê đội ngũ lập trình viên hoặc hợp tác với đơn vị phát triển phần mềm để xây dựng nền tảng trên cả hai hệ điều hành iOS và Android. Bên cạnh đó là chi phí thiết kế giao diện người dùng, xây dựng hệ thống quản lý đơn hàng, thanh toán và định vị. ZuroFix ưu tiên xây dựng phiên bản tối thiểu khả dụng (phiên bản thử nghiệm đủ tính năng cơ bản) đồng thời linh hoạt cập nhật ứng dụng trong quá trình thử nghiệm thực tế.

- Chi phí marketing:

Chi phí marketing chủ yếu dành cho việc xây dựng nhận diện thương hiệu và thu hút nhóm người dùng đầu tiên, bao gồm cả thợ sửa xe lẫn khách hàng. Các kênh được sử dụng có thể kể đến như mạng xã hội, phát tờ rơi, hợp tác với các cửa hàng xe máy

để giới thiệu ứng dụng, hoặc tổ chức các sự kiện giới thiệu dịch vụ tại các khu dân cư đông đúc.

- Chi phí nhân sự và vận hành:

Bao gồm chi phí trả lương cho đội ngũ sáng lập, kỹ thuật, chăm sóc khách hàng và nhân viên hành chính (nếu có). Vì quy mô còn nhỏ, ZuroFix áp dụng cơ cấu tinh gọn, tập trung vào những vị trí then chốt để tối ưu hóa chi phí.

- Chi phí khác:

Chi phí pháp lý (đăng ký doanh nghiệp, giấy phép hoạt động), chi phí mua tên miền, máy chủ lưu trữ, chi phí văn phòng (nếu có) và các chi phí phát sinh như khấu hao thiết bị.

*** *Giai đoạn 2: Vận hành và mở rộng (24–36 tháng)***

- Chi phí phát triển ứng dụng:

Tập trung vào nâng cấp tính năng, cải thiện tốc độ xử lý, tối ưu thuật toán phân phối đơn hàng và bổ sung công cụ đánh giá dựa trên những phản hồi từ người dùng. Đồng thời, đầu tư thêm vào hệ thống bảo mật, sao lưu dữ liệu và các công cụ phân tích dữ liệu người dùng để hỗ trợ ra quyết định.

- Chi phí marketing:

Tăng cường các chiến dịch quảng bá, bao gồm quảng cáo trực tuyến có trả phí, hợp tác với các KOL trong lĩnh vực xe máy, tổ chức các chương trình khuyến mãi lớn (như giảm giá lần đầu, hoàn tiền sau sử dụng, quà tặng kèm...). Mục tiêu là mở rộng nhanh tệp người dùng ở nhiều khu vực đô thị lớn.

- Chi phí nhân sự và vận hành:

Tuyển thêm nhân sự cho các bộ phận quan trọng như kỹ thuật, chăm sóc khách hàng, vận hành đơn hàng và tài chính. Cần xây dựng quy trình vận hành chuyên nghiệp, đặc biệt trong việc xử lý đơn hàng, khiếu nại và quản lý chất lượng thợ. Bên cạnh đó là chi phí đào tạo nội bộ, xây dựng văn hóa làm việc và duy trì hiệu quả đội ngũ.

- Chi phí khác:

Gồm phí duy trì hệ thống, chi phí kiểm thử định kỳ, bảo hiểm rủi ro pháp lý và các chi phí liên quan đến chăm sóc khách hàng (ví dụ: quà tặng tri ân, tổng đài hỗ trợ...).

*** *Giai đoạn 3: Tối ưu hóa và đa dạng hóa (36 - 48 tháng)***

- Chi phí phát triển ứng dụng:

Tiếp tục đầu tư vào hệ thống gợi ý thông minh để phân tích hành vi người dùng, từ đó cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng và nâng cao tỷ lệ giữ chân người dùng. Đồng thời mở rộng tính năng cho thợ/cửa hàng như quản lý lịch làm việc, doanh thu, chương trình khách hàng thân thiết...

- Chi phí marketing:

Ưu tiên duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng và thợ. Áp dụng chiến lược marketing dựa trên dữ liệu, chăm sóc khách hàng định kỳ qua email, thông báo ứng dụng, và triển khai các chương trình giới thiệu bạn bè nhận thưởng. Đồng thời, đầu tư vào việc xây dựng cộng đồng người dùng trung thành và lan tỏa thương hiệu qua kênh truyền miệng.

- Chi phí nhân sự và vận hành:

Xây dựng bộ máy quản lý theo chiều sâu, phân chia theo khu vực (nếu mở rộng liên tỉnh), tăng cường kiểm soát chất lượng dịch vụ và cải tiến quy trình tuyển chọn, đánh giá thợ. Đồng thời đầu tư vào hệ thống quản lý nội bộ hiện đại, giảm thiểu thao tác thủ công để tiết kiệm thời gian và chi phí vận hành.

- Chi phí khác:

Bao gồm chi phí mở rộng thị trường mới, nghiên cứu đối thủ, chi phí đối ngoại (hợp tác chiến lược, tư vấn pháp lý mở rộng quy mô), và dự phòng rủi ro tài chính, đặc biệt trong bối cảnh thị trường dịch vụ số biến động nhanh.

4.2.3. Kế hoạch doanh thu

**** Giai đoạn 1: Khởi tạo và thu hút thợ (0–24 tháng)***

Trong giai đoạn đầu tiên, mục tiêu trọng tâm không đặt nặng ở việc tối đa hóa doanh thu mà là tạo ra một hệ sinh thái đủ hấp dẫn để thu hút và giữ chân thợ sửa xe. Từ đó, ZuroFix tập trung xây dựng nền tảng vững chắc và tích lũy dữ liệu hành vi người dùng.

- Đối với phí hoa hồng:

ZuroFix lựa chọn áp dụng mức phí cực thấp, thậm chí miễn phí hoàn toàn trong một khoảng thời gian nhất định. Việc loại bỏ rào cản tài chính giúp thợ dễ dàng tiếp cận nền tảng, từ đó có thể trải nghiệm và làm quen với quy trình đặt – nhận đơn hàng. Đồng thời, ZuroFix triển khai gói dùng thử, cho phép thợ thực hiện một số lượng đơn

nhất định miễn phí (ví dụ: 5 đơn đầu tiên), giúp họ đánh giá hiệu quả thực tế mà không chịu rủi ro chi phí ban đầu.

- Phí đề xuất (tức là phí để được ưu tiên hiển thị đơn hàng):

Giai đoạn này chưa áp dụng cơ chế thu phí chính thức, hoặc chỉ thu tượng trưng với nhóm thợ nội bộ để thử nghiệm. Mục tiêu là để thợ làm quen với mô hình đấu giá đơn hàng, nơi thợ có thể chọn mức giá sẵn sàng trả để được ưu tiên nhận đơn. Đồng thời, ZuroFix tiến hành xây dựng và thử nghiệm một thuật toán xếp hạng thợ dựa trên ba yếu tố chính:

(1) khoảng cách địa lý giữa thợ và khách hàng,

(2) điểm đánh giá từ khách hàng sau mỗi lần phục vụ

(3) mức giá mà thợ đề xuất. Việc chạy thử mô phỏng các tình huống khác nhau sẽ giúp nền tảng điều chỉnh mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố trước khi đưa vào vận hành thực tế.

* Thuật toán đề xuất sẽ ưu tiên được tính theo công thức:

$(\text{Giá thầu thợ sẵn sàng trả}) \times (\text{Điểm đánh giá trung bình từ khách hàng}) / (\text{Khoảng cách từ vị trí thợ đến khách hàng})$

Giá trị tính ra từ công thức này càng cao thì thợ sẽ càng được ưu tiên xuất hiện ở vị trí trên trong danh sách gợi ý. Mục tiêu là khuyến khích thợ cải thiện chất lượng dịch vụ (để tăng điểm đánh giá), chấp nhận mức phí đề xuất hợp lý và chủ động tiếp cận khách hàng ở gần. Đồng thời, công thức này cũng giúp tạo sự cạnh tranh lành mạnh giữa các thợ, tăng hiệu quả kết nối đơn hàng mà không gây bất công cho người mới tham gia hoặc ở xa trung tâm.

Thuật toán sẽ được chạy thử nghiệm nội bộ với các kịch bản mô phỏng khác nhau để điều chỉnh trọng số các yếu tố, từ đó tìm ra điểm cân bằng giữa trải nghiệm người dùng và động lực cho thợ sửa xe. Sau khi hoàn thiện, hệ thống đề xuất chính thức mới được triển khai ở quy mô lớn.

- Phí quảng cáo:

Ở giai đoạn khởi đầu, ZuroFix chưa triển khai thu phí quảng cáo do lượng người dùng và lưu lượng truy cập chưa đủ lớn. Tuy nhiên, nền tảng vẫn tiến hành xây dựng hạ tầng kỹ thuật cần thiết để sẵn sàng tích hợp các vị trí quảng cáo sau này, như khu vực hiển thị nổi bật trên ứng dụng hoặc trong trang kết quả tìm kiếm dịch vụ.

*** Giai đoạn 2: Khai thác và mở rộng (24- 36 tháng)**

- Phí hoa hồng:

ZuroFix áp dụng mô hình thu phí theo bậc. Mức phí ban đầu vẫn được giữ ở mức thấp để duy trì động lực cho thợ tiếp tục sử dụng ứng dụng. Sau khi thợ đã hoạt động ổn định và có lượng đơn cùng đánh giá tốt, nền tảng sẽ tăng dần tỷ lệ hoa hồng về mức trung bình để phản ánh giá trị dịch vụ đã cung cấp. Đồng thời, ZuroFix khuyến khích thợ có năng suất cao bằng cách áp dụng chính sách chiết khấu theo khối lượng đơn. Những thợ hoặc cửa hàng có số lượng đơn hàng lớn trong tháng sẽ được giảm phần trăm hoa hồng tương ứng.

- Phí đề xuất:

Giai đoạn này bắt đầu có mức thu phí rõ ràng, với một mức giá sàn hợp lý để đảm bảo tính công bằng và bền vững. Bên cạnh đó, ZuroFix thử nghiệm các gói “ưu tiên hiển thị dài hạn”, cho phép thợ hoặc cửa hàng đăng ký theo tháng hoặc theo quý, với mức ưu đãi nếu thanh toán trước. Mô hình này giúp tăng tính chủ động và minh bạch trong tiếp cận đơn hàng.

- Phí quảng cáo:

ZuroFix bắt đầu triển khai thu phí quảng cáo từ các đối tác không trực tiếp cạnh tranh với dịch vụ cốt lõi. Chẳng hạn như các thương hiệu dầu nhớt, phụ kiện ô tô – xe máy, thiết bị bảo hộ,... Cơ chế quảng cáo có thể linh hoạt, bao gồm các hình thức như:

- + Thu phí theo chiến dịch cụ thể (theo lượt hiển thị hoặc lượt nhấp) theo khung thời gian nhất định (sáng, chiều, cuối tuần).
- + Theo vị trí hiển thị (biểu ngữ ở trang chủ, khu vực “được tài trợ” trong danh sách thợ).
- + Mô hình này giúp nền tảng gia tăng doanh thu mà không ảnh hưởng đến trải nghiệm người dùng chính.

*** Giai đoạn 3: Tối ưu và đa dạng hóa (36–48 tháng)**

- Phí hoa hồng:

Nền tảng áp dụng thêm các cơ chế thưởng – phạt thông minh nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Thợ hoặc cửa hàng có chất lượng phục vụ tốt, được đánh giá cao và hoạt động thường xuyên sẽ được hưởng hoa hồng thấp hơn hoặc nhận thưởng cuối

tháng. Đặc biệt, ZuroFix triển khai chương trình “Đối tác vàng” – dành cho các thợ hoặc đơn vị đạt các tiêu chuẩn cao về chất lượng, giúp họ được hưởng nhiều ưu đãi trong hệ thống (ưu tiên đơn hàng, hỗ trợ truyền thông...).

- Phí đề xuất:

Thuật toán xếp hạng thợ được tinh chỉnh để đảm bảo cân bằng giữa hiệu quả kinh doanh và trải nghiệm người dùng. Cụ thể, nền tảng sẽ giảm mức độ ưu tiên cho các thợ đặt giá cao nhưng lại có điểm đánh giá thấp, đồng thời nâng cao cơ hội hiển thị cho những thợ có đánh giá xuất sắc từ khách hàng.

- Phí quảng cáo:

Các hình thức quảng cáo được mở rộng và nâng cấp. Không chỉ dừng lại ở biểu ngữ tĩnh, nền tảng còn cung cấp các lựa chọn quảng cáo đa phương tiện như video ngắn, thông báo đẩy có tài trợ, hoặc thậm chí các bài viết trải nghiệm lồng ghép trên app. ZuroFix cũng thử nghiệm mô hình chia sẻ doanh thu, trong đó đối tác trả một phần phí cố định và một phần phí phụ thuộc vào kết quả chuyển đổi thực tế từ người dùng (ví dụ: mua hàng sau khi bấm vào quảng cáo). Danh mục đối tác cũng được mở rộng, bao gồm các ngành hàng có liên quan như bảo hiểm xe, dịch vụ rửa xe tự động,... miễn là không cạnh tranh trực tiếp với dịch vụ sửa xe.

4.2.4. Quản lý giá cả và niêm yết các dịch vụ

Niêm yết giá dịch vụ: Bảng giá sẽ được công khai cho các dịch vụ sửa chữa, giúp khách hàng và thợ sửa xe dễ dàng tham khảo trước khi bắt đầu công việc. Mức giá dịch vụ sẽ có sự khác biệt so với dịch vụ truyền thống để có thể đạt được mức độ lưu thông của dịch vụ, tiện lợi hơn và đảm bảo hơn cho khách hàng. Mức giá này có thể cao hơn so với giá truyền thống và các chi phí phát sinh cũng cao hơn.

Phí sửa chữa: Ứng dụng sẽ yêu cầu thợ sửa xe báo giá trước khi bắt đầu sửa chữa, và hệ thống sẽ lưu trữ tất cả các giao dịch và báo giá. Nếu dịch vụ cần kiểm tra thêm, ứng dụng sẽ yêu cầu thợ sửa xe cung cấp ước tính chi phí cho khách hàng trước khi bắt đầu công việc.

4.3. Mô hình vận hành

4.3.1. Quy trình

*** Giai đoạn 1: Đăng ký - Tham gia hệ thống**

Khách hàng:

- Đăng ký tài khoản bằng số điện thoại, email, hoặc liên kết mạng xã hội;

- Cập nhật hồ sơ: tên, biển số xe, loại xe (xe máy/ôtô), thông tin thanh toán;
- Cho phép định vị GPS.

Cơ sở sửa xe:

- Đăng ký tài khoản dành cho cơ sở sửa xe;
- Gửi thông tin cá nhân + CMND/CCCD + chứng chỉ/bằng nghề (nếu có).
- Cập nhật khu vực hoạt động, phương tiện di chuyển.
- Ứng dụng có chế độ “Bật nhận khách”, cơ sở sửa xe phải bật mới nhận được yêu cầu.

*** Giai đoạn 2: Khách hàng gửi yêu cầu sửa xe khi gặp sự cố**

Khi khách hàng gặp sự cố, khách hàng có thể mở hệ thống trên điện thoại. Sau đó hệ thống sẽ cho phép khách hàng cập nhật các thông tin về loại xe, vấn đề gặp phải như không nổ máy, thùng lõp, hết điện, ... Cập nhập hình ảnh và gửi vị trí được định vị bởi GPS. Sau khi điền đầy đủ thông tin và gửi yêu cầu, khi đó hệ thống sẽ kết nối thợ sửa xe.

*** Giai đoạn 3: Hệ thống kết nối cơ sở sửa xe**

Hệ thống ngay lập tức tìm kiếm các cơ sở sửa xe gần đó theo bán kính xác định, ưu tiên cơ sở có đánh giá tốt và đang online. Khi cơ sở chấp nhận yêu cầu, khách hàng sẽ nhận được thông tin thợ, thời gian đến dự kiến và có thể theo dõi thợ đang di chuyển trên bản đồ theo thời gian thực, tương tự như các ứng dụng gọi xe phổ biến. Khách hàng sẽ được thợ gọi xác nhận thông tin và nếu cảm thấy không hài lòng, khách hàng có thể hủy yêu cầu.

*** Giai đoạn 4: Quy trình sửa xe và thanh toán**

Khi thợ sửa xe đến nơi, họ tiến hành kiểm tra tình trạng phương tiện và gửi bảng báo giá chi tiết cho khách thông qua app. Bảng giá được niêm yết rõ ràng theo từng loại lỗi để đảm bảo minh bạch, giúp khách hàng dễ dàng quyết định. Nếu khách đồng ý, thợ sẽ tiến hành sửa chữa ngay tại chỗ. Trường hợp khách không đồng ý, có thể chỉ cần thanh toán phí kiểm tra và phí di chuyển. Sau khi hoàn tất công việc, thợ cập nhật trạng thái “Hoàn tất”, hệ thống hiển thị hóa đơn gồm phí công, chi phí linh kiện, phí

di chuyển,... Khách hàng sau đó lựa chọn phương thức thanh toán: ví điện tử, thẻ ngân hàng hoặc tiền mặt.

**** Giai đoạn 5: Đánh giá và phản hồi***

Ngay sau thanh toán, khách hàng sẽ được yêu cầu đánh giá chất lượng dịch vụ, mức độ hài lòng đến rất hài lòng tương đương với 1 đến 5 sao và có thể để lại bình luận. Đánh giá này ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ ưu tiên của thợ trong các lần ghép nối sau. Nếu có khiếu nại, khách hàng có thể gửi yêu cầu hỗ trợ qua ứng dụng hoặc qua hotline. Hệ thống sẽ hỗ trợ xử lý khiếu nại nếu khách hoặc thợ gặp vấn đề trong quá trình sử dụng. Về phía quản trị, admin hệ thống có thể kiểm soát toàn bộ hoạt động như quản lý tài khoản, xử lý đơn hàng, phê duyệt hồ sơ thợ, theo dõi doanh thu, lượt sử dụng app, và phản hồi khách hàng.

**** Giai đoạn 6: Quản trị hệ thống***

Công ty có toàn quyền quản lý người dùng bao gồm cả khách hàng và thợ sửa xe. Mỗi hồ sơ thợ được gửi lên sẽ được kiểm tra và phê duyệt thủ công để đảm bảo chất lượng dịch vụ, xác minh danh tính, tay nghề và giấy tờ cần thiết trước khi thợ được phép hoạt động. Bên cạnh đó, công ty còn có các phòng ban riêng biệt đảm nhận nhiều nhiệm vụ khác nhau từ việc có thể theo dõi và xử lý toàn bộ đơn hàng phát sinh, bao gồm cả các trường hợp khiếu nại, tranh chấp giữa khách và thợ. Đến việc quản lý các báo cáo chi tiết về doanh thu, số lượng đơn hoàn thành, tỷ lệ đánh giá chất lượng, và lưu lượng sử dụng app theo ngày/tuần/tháng nhằm phục vụ mục tiêu phân tích và tối ưu hoạt động kinh doanh. Ngoài ra, việc quản lý bảng giá dịch vụ dùng chung, hoặc tùy chỉnh bảng giá theo từng khu vực cụ thể để phù hợp với điều kiện thị trường địa phương. Tất cả những việc này giúp kiểm soát chất lượng dịch vụ, đảm bảo trải nghiệm người dùng, và nâng cao hiệu quả vận hành toàn bộ hệ thống.

4.3.2. Chính sách bảo hành và chăm sóc khách hàng

Ngay sau khi thợ sửa xe hoàn thành công việc và đơn hàng được đánh dấu là kết thúc, hệ thống sẽ tự động gửi cho khách hàng hóa đơn điện tử kèm theo thông tin bảo hành. Mỗi loại dịch vụ và linh kiện thay thế đều được áp dụng chính sách bảo hành khác nhau, ví dụ: thay bugi, ốc quy, hoặc sửa hệ thống điện có thể bảo hành từ 730 ngày tùy theo loại linh kiện và mức độ can thiệp kỹ thuật. Khách hàng cũng có thể

truy cập mục “Lịch sử sửa xe” trong hệ thống để xem lại các đơn hàng trước đây và tình trạng bảo hành còn hiệu lực. Trong thời gian bảo hành, nếu xe phát sinh lỗi liên quan đến hạng mục đã sửa chữa, khách hàng chỉ cần mở lại hệ thống, chọn “Yêu cầu bảo hành”, hệ thống sẽ kết nối lại với thợ cũ hoặc giới thiệu thợ mới đến xử lý không tính thêm chi phí (nếu đúng phạm vi bảo hành). Tính năng này đảm bảo quyền lợi và giảm rủi ro cho người dùng.

Ngoài bảo hành kỹ thuật, ứng dụng còn vận hành trung tâm chăm sóc khách hàng đa kênh, bao gồm hotline, chat trực tiếp trên ứng dụng và email hỗ trợ. Đội ngũ chăm sóc khách hàng sẽ xử lý phản hồi nhanh chóng, từ việc cập nhật thông tin tài khoản đến các tranh chấp về chất lượng dịch vụ hoặc thái độ của thợ. Tất cả khiếu nại sẽ được ghi nhận và phản hồi trong vòng 24 giờ làm việc, đồng thời gửi thông báo tiến trình xử lý tới người dùng qua ứng dụng. Định kỳ, hệ thống cũng chủ động gửi khảo sát hài lòng sau dịch vụ, đồng thời gợi ý các chương trình khuyến mãi, ưu đãi theo lịch sử sử dụng của khách hàng.

4.3.3. Kiểm tra và bảo trì

4.3.3.1. Kiểm tra định kỳ và đánh giá chất lượng cơ sở sửa xe

Việc kiểm tra được thực hiện nhằm đảm bảo mỗi cá nhân hoạt động trong hệ thống đều đáp ứng được tiêu chuẩn dịch vụ của công ty, từ kỹ thuật chuyên môn đến thái độ phục vụ.

4.3.3.1.1. Kiểm tra hồ sơ và thông tin cá nhân định kỳ

Hàng quý, hệ thống sẽ yêu cầu thợ xác minh lại thông tin cá nhân, giấy phép, CMND/CCCD, hình ảnh phương tiện di chuyển và chứng chỉ nghề (nếu có).

Các thợ không cập nhật sẽ bị tạm khóa tài khoản cho đến khi hoàn tất xác minh.

4.3.3.1.2. Theo dõi hiệu suất và thái độ dịch vụ

Hệ thống sẽ ghi nhận và phân tích các chỉ số hoạt động của thợ như:

- Tỷ lệ hoàn thành đơn hàng đúng hạn.
- Thời gian phản hồi trung bình mỗi đơn.
- Mức độ hài lòng từ khách hàng (dựa trên đánh giá sao và bình luận).
- Tỷ lệ bị khiếu nại hoặc đơn bị huỷ do lỗi cơ sở sửa chữa.

4.3.3.1.3. Kiểm tra thực tế đơn hàng

Công ty sẽ lựa chọn ngẫu nhiên một số đơn hàng đã hoàn tất để kiểm tra chất lượng, dựa trên ảnh chụp hiện trường, checklist kỹ thuật và báo giá thợ gửi lên.

Những trường hợp có dấu hiệu làm sai, làm ẩu hoặc khai gian phí sửa chữa sẽ được liên hệ làm rõ. Nếu xác minh vi phạm, thợ có thể bị cảnh cáo, phạt trừ điểm uy tín, thậm chí khóa quyền hoạt động.

4.3.3.1.4. Chương trình thăng hạng và đào tạo

Những cơ sở sửa chữa được đánh giá cao sẽ được thăng hạng, giúp ưu tiên nhận đơn, tăng tỷ lệ xuất hiện, được tham gia các chương trình thưởng thêm hoặc đào tạo nâng cao. Ngược lại, những cơ sở có điểm thấp liên tục sẽ bị đưa vào danh sách giám sát đặc biệt hoặc bị loại khỏi hệ thống nếu không cải thiện sau 3 lần cảnh cáo.

4.3.3.2. Bảo trì và giám sát hệ thống ứng dụng

Hệ thống ứng dụng được coi là nền tảng kết nối khách hàng, thợ, công ty. Vì vậy, công ty sẽ tổ chức bảo trì hệ thống thường xuyên và theo kế hoạch cụ thể.

4.3.3.2.1. Bảo trì định kỳ (theo tuần/tháng)

- Kiểm tra tốc độ xử lý và tải của hệ thống.
- Dọn dẹp bộ nhớ, tối ưu cơ sở dữ liệu.
- Cập nhật phiên bản ứng dụng, vá lỗi và cải tiến giao diện người dùng.
- Thử nghiệm hệ thống đặt đơn, thanh toán, định vị để đảm bảo không bị lỗi.

4.3.3.2.2. Theo dõi tình trạng hoạt động 24/7

- Tích hợp hệ thống giám sát hoạt động, giúp phát hiện sớm các sự cố như:
- Tắc nghẽn đường truyền.
- Server bị quá tải hoặc downtime.
- Định vị sai lệch hoặc không kết nối được thợ khách.
- Giao dịch thanh toán lỗi, đơn hàng bị kẹt trong hệ thống.

4.3.3.2.3. Báo cáo và khắc phục sự cố

Khi có lỗi hệ thống, kỹ thuật viên sẽ nhận được thông báo. Sau đó, nhóm vận hành sẽ tiến hành xử lý ngay theo quy trình ưu tiên (ví dụ: lỗi thanh toán xử lý trong 2h, lỗi định vị xử lý trong 4h...). Cuối cùng, tạo báo cáo sự cố để lưu trữ nội bộ, phục vụ đánh giá hiệu quả và cải tiến hệ thống lâu dài.

4.3.3.2.4. Kiểm tra bảo mật định kỳ

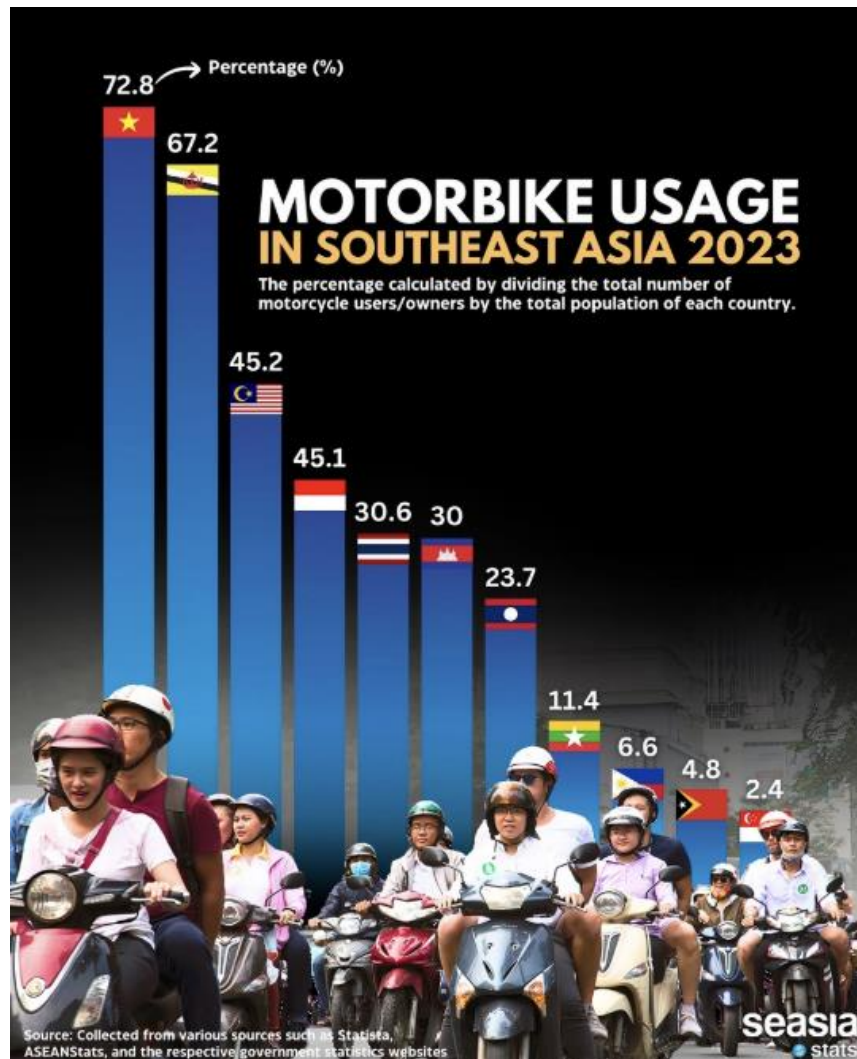
Ứng dụng sẽ được quét lỗ hổng bảo mật hệ thống mỗi tháng. Nhằm đảm bảo thông tin khách hàng, thợ và thanh toán được mã hóa và lưu trữ an toàn. Kiểm soát quyền truy cập vào hệ thống quản trị để tránh rủi ro rò rỉ dữ liệu. Những điều này nhằm đảm

bảo dịch vụ sửa xe luôn đạt chuẩn, nền tảng hoạt động ổn định, mang lại trải nghiệm chuyên nghiệp và an tâm cho cả khách hàng lẫn đối tác thợ sửa xe.

4.4. Đánh giá mô hình kinh doanh

4.4.1. Mức độ khả thi

Nhu cầu thị trường thực tế cao:



Hình 9: Tỷ lệ người dùng sử dụng xe máy ở khu vực Đông Nam Á (2023)

Việt Nam hiện là một trong những quốc gia có mật độ sử dụng xe máy cao nhất thế giới. Năm 2023, tại khu vực Đông Nam Á, Việt Nam ghi nhận tỷ lệ người dùng xe máy cao nhất với 72,8% dân số. Thậm chí theo thống kê từ World Atlas chỉ ra rằng Việt Nam đứng thứ 2 toàn cầu về tỷ lệ hộ gia đình sở hữu xe máy (86%), chỉ sau Thái Lan (87%). Tính đến tháng 9/2024, số lượng xe máy tại Việt Nam đã đạt 77 triệu chiếc, tương đương 770 xe máy/1.000 dân, một trong những tỷ lệ cao nhất thế giới.

Với lưu lượng phương tiện khổng lồ như vậy, nhu cầu bảo trì, sửa chữa và cứu hộ xe máy trở nên cực kỳ cấp thiết, đặc biệt tại các khu vực đô thị đông dân như TP. HCM và Hà Nội. Thực tế, tình trạng khí hậu nắng nóng quanh năm, kết hợp với tình trạng kẹt xe nghiêm trọng tại các thành phố lớn, khiến động cơ xe máy hoạt động quá tải, nhanh xuống cấp. Ngoài ra, các đợt mưa lớn gây ngập úng thường xuyên xảy ra tại TP. HCM và nhiều thành phố khác càng làm gia tăng tỷ lệ hư hỏng phương tiện, nhất là với các dòng xe đời cũ hoặc đã qua sử dụng lâu năm.

** Giải quyết được bất cập thị trường hiện tại:*

Hiện nay, thiếu minh bạch về giá dịch vụ và khó xác thực uy tín của thợ là những bất cập lớn trong ngành cứu hộ xe. Phần lớn các đơn vị, kể cả những đơn vị có website, không công khai bảng giá đầy đủ, chỉ niêm yết một số dịch vụ cơ bản, khiến khách hàng dễ bị phát sinh chi phí ngoài ý muốn.

Ngoài ra, hệ thống đánh giá thợ sửa xe, công cụ giúp kiểm chứng chất lượng dịch vụ gần như không tồn tại hoặc thiếu minh bạch, khiến khách hàng khó khăn trong việc lựa chọn thợ sửa uy tín.

Trong bối cảnh đó, ZuroFix ra đời như một nền tảng trung gian kết nối thợ với khách hàng, công khai bảng giá rõ ràng, đảm bảo chất lượng thợ. ZuroFix không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ cứu hộ, mà còn tạo thêm cơ hội kinh doanh cho thợ và thúc đẩy ngành phát triển bền vững, chuyên nghiệp hơn.

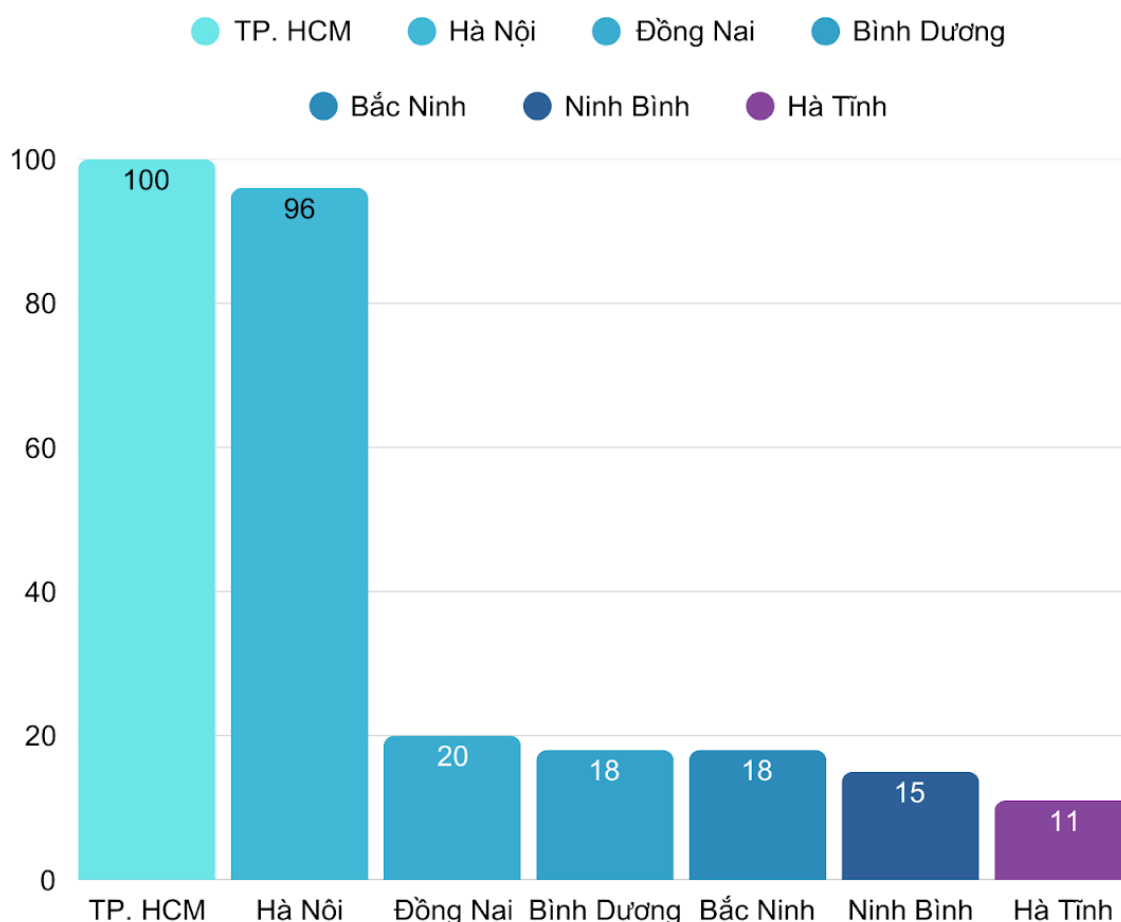
** Khả năng mở rộng:*

ZuroFix hoàn toàn số hóa quy trình đăng ký tài khoản kinh doanh dành cho thợ sửa xe trên nền tảng. Thợ chỉ cần có điện thoại hoặc thiết bị kết nối internet là có thể đăng ký tài khoản ở bất cứ đâu trong khu vực triển khai, không cần phải đến trực tiếp trụ sở hay mất thời gian làm thủ tục giấy tờ phức tạp.

Nhờ quy trình đăng ký nhanh gọn, đơn giản và thuận tiện, ZuroFix tối ưu hóa chi phí vận hành, đồng thời xóa bỏ rào cản địa lý trong việc mở rộng mạng lưới thợ cứu hộ. Điều này cho phép nền tảng dễ dàng nhân rộng quy mô ra nhiều khu vực, đặc biệt là các thành phố lớn và các tỉnh có mật độ xe máy cao, đáp ứng nhanh chóng nhu cầu cứu hộ xe đang ngày càng tăng.

Hơn nữa, với hệ thống kiểm duyệt online và xác thực danh tính điện tử, ZuroFix vẫn đảm bảo được chất lượng đội ngũ thợ, giúp nền tảng phát triển nhanh nhưng vẫn kiểm soát được tiêu chuẩn dịch vụ.

4.4.2. Đánh giá độ rủi ro



Hình 10: Số lượng cơ sở sửa xe lưu động tại một số tỉnh, thành phố

Mô hình kinh doanh của ZuroFix hiện đối mặt với một số rủi ro đáng lưu ý:

Số lượng cơ sở sửa xe lưu động ở các tỉnh thành còn hạn chế: Mặc dù TP. HCM và Hà Nội đang có lượng cơ sở sửa xe lưu động tương đối cao (lần lượt 100 và 96 cơ sở), nhưng tại các tỉnh thành khác, số lượng này còn rất thấp. Điều này đặt ra thách thức cho ZuroFix trong việc mở rộng quy mô ra ngoài hai thành phố lớn, dẫn đến nguy cơ mô hình bị giới hạn địa lý trong giai đoạn đầu.

Khó khăn trong việc thuyết phục thợ đăng ký cửa hàng trên nền tảng: Giai đoạn đầu, ZuroFix sẽ gặp nhiều trở ngại khi đàm phán và thuyết phục thợ/cơ sở sửa xe hợp tác kinh doanh trên nền tảng. Nhiều thợ sửa xe lưu động quen với mô hình hoạt động truyền thống và không sẵn sàng công khai bảng giá dẫn đến việc từ chối tham gia.

Tổng thể, mức độ rủi ro của ZuroFix hiện nằm ở mức Trung Bình - Khá. Tuy nhiên, rủi ro này có thể giảm dần khi nền tảng chứng minh được giá trị thực tế: gia tăng khách hàng, tăng thu nhập cho thợ và tối ưu hóa quy trình làm việc.

Trong tương lai, sau khi xây dựng thành công mạng lưới thợ sửa xe lưu động, ZuroFix có thể mở rộng tiếp cận tới các cơ sở sửa xe truyền thống, thuyết phục họ chuyển đổi một phần mô hình sang sửa chữa lưu động và đăng ký cửa hàng trên nền tảng. Dù vậy, việc chuyển đổi mô hình kinh doanh truyền thống sang mô hình sửa xe lưu động số hóa cũng tiềm ẩn những rủi ro về nguồn lực nội tại, kỹ thuật, và khả năng chấp nhận thay đổi từ phía các chủ cơ sở, đòi hỏi ZuroFix cần có chính sách hỗ trợ, đào tạo và thuyết phục hợp lý.

PHẦN 5: KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hiện đại hóa đô thị, giao thông là một vấn đề nhức nhối, đặc biệt ở các thành phố lớn. Mỗi ngày, hàng triệu phương tiện cá nhân chen chúc trên những con đường vốn đã quá tải. Hơn nữa, người sử dụng xe ngày nay cũng đang đối mặt với nhiều bất tiện như việc gặp sự cố giữa đường, đặc biệt là trong những tình huống khẩn cấp như xe chết máy, thủng lốp, hư hỏng giữa trời mưa, ban đêm hoặc tại những

khu vực vắng người. Những bất tiện như thế khiến khách hàng mong muốn một giải pháp nhanh chóng, tiện lợi, không phụ thuộc vào vị trí địa lý hay giờ giấc hoạt động của các tiệm sửa xe truyền thống. Và ứng dụng dịch vụ sửa xe lưu động ZuroFix - đặc biệt khi được tích hợp trên nền tảng ứng dụng số - ra đời như một giải pháp thiết thực nhằm giải quyết một phần nhu cầu này. Các yếu tố cốt lõi như: khả năng tiếp cận khách hàng mọi lúc mọi nơi, tích hợp công nghệ định vị - gọi dịch vụ tức thời, đội ngũ kỹ thuật chuyên nghiệp và chiến lược định vị thương hiệu rõ ràng... đều góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững. Phân tích mô hình cũng cho thấy cơ hội mở rộng dịch vụ theo hướng hệ sinh thái - từ cứu hộ, bảo trì tận nơi, đến phân phối phụ tùng và hợp tác bảo hiểm.

Từ đó, có thể kết luận rằng, ZuroFix là sự kết hợp hiệu quả giữa giải quyết nỗi đau thị trường, tận dụng công nghệ và khai thác tiềm năng kinh doanh - phù hợp với xu hướng phát triển dịch vụ tiện ích cá nhân trong xã hội hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Admin (2024). Danh sách các dịch vụ cứu hộ ô tô hoạt động 24/24. *Cứu Hộ Express*.
<https://suaxeluongdong.vn/cuu-ho-o-to/>
2. Anh (2023). Thương mại điện tử Việt Nam năm 2023 dự kiến đạt hơn 20 tỷ USD. *Nhịp Sống Kinh Tế Việt Nam & Thế Giới*. <https://vneconomy.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-nam-2023-du-kien-dat-hon-20-ty-usd.htm>
3. Duy (2021). Người Việt sở hữu ô tô tăng vọt, nhiều garage gặp khó khăn quản lý. *thanhnien.vn*. <https://thanhnien.vn/nguoi-viet-so-huu-o-to-tang-vot-nhieu-garage-gap-kho-khau-quan-ly-1851406839.htm>
4. (2024). Hà Thành Garage - chuỗi garage từ xu hướng đến giá trị thật. *CÔNG TY TNHH HÀ THÀNH CAR SERVICE*. <https://otohathanh.com/ha-thanh-garage-chuoi-garage-tu-xu-huong-den-gia-tri-that.aspx>
5. Hải (2024). Việt Nam có 77 triệu xe máy, cứ 1.000 dân có 770 người sở hữu xe máy. *Báo Điện Tử Dân Trí*. <https://dantri.com.vn/xa-hoi/viet-nam-co-77-trieu-xe-may-cu-1000-dan-co-770-nguoi-so-huu-xe-may-20241104141910472.htm>
6. Hương (2025). Doanh số ngành xe máy Việt Nam 2024 vượt 2,6 triệu xe, Honda ghi dấu ấn vượt trội. *Thể Thao 247*. <https://thethao247.vn/446-doanh-so-nganh-xe-may-viet-nam-2024-vuot-26-trieu-xe-honda-ghi-dau-an-vuot-troi-d354286.html?>
7. Mai (2024). Số lượng xe máy gấp 10 lần ô tô, lo ùn tắc đăng kiểm. *thanhnien.vn*.
<https://thanhnien.vn/so-luong-xe-may-gap-10-lan-o-to-lo-un-tac-dang-kiem-185240725135315475.htm?>
8. Minh (2023). Việt Nam có tỷ lệ người sử dụng xe máy cao nhất khu vực Đông Nam Á. *Báo Điện Tử Dân Trí*. <https://dantri.com.vn/o-to-xe-may/viet-nam-co-ty-le-nguoi-su-dung-xe-may-cao-nhat-khu-vuc-dong-nam-a-20231214114542532.htm>

9. Phương (2023). Sau mưa lớn, dịch vụ cứu hộ hoạt động hết công suất. *Đài Phát Thanh Và Truyền Hình Hà Nội*. <https://hanoionline.vn/sau-mua-lon-dich-vu-cuu-ho-hoat-dong-het-cong-suat-194811.htm>
10. Statista (2025). *EServices - Vietnam | Statista market forecast*. <https://www.statista.com/outlook/emo/eservices/vietnam#revenue>
11. Tỷ lệ hộ gia đình Việt Nam sở hữu ô tô tính đến năm 2024 là 9%. (n.d.). *doanhnghiepthuonghieu.vn*. <https://doanhnghiepthuonghieu.vn/ty-le-ho-gia-dinh-viet-nam-so-huu-o-to-tinh-den-nam-2024-la-91-p63460.html>
12. Viên (2020). Quy định cứu hộ giao thông: Cần minh bạch nhiều điều, không riêng giá cả. *vovgiaothong.vn*. <https://vovgiaothong.vn/quy-dinh-cuu-ho-giao-thong-can-minh-bach-nhieu-dieu-khong-rieng-gia-ca-d14658.htm>
13. Vũ (2024). Tái cấu trúc thị trường gọi xe công nghệ Việt. *Nhịp Sống Kinh Tế Việt Nam & Thế Giới*. <https://vneconomy.vn/techconnect/tai-cau-truc-thi-truong-goi-xe-cong-nghe-viet.htm?>

