

ĐẠI HỌC UEH  
TRƯỜNG CÔNG NGHỆ VÀ THIẾT KẾ  
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN KINH DOANH



TIỂU LUẬN  
MÔN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ TÀI  
DỰ ÁN KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ  
SẢN PHẨM ĐÈN TRANG TRÍ THƯƠNG HIỆU DEE LIGHT

**NHÓM D**

**Giảng viên** : Nguyễn Thành Huy

**Mã lớp học phần** : 24D1INF50901303

**Sinh viên**

Họ và tên	MSSV
-----------	------

Hoàng Gia Minh	: 31211027965
----------------	---------------

Võ Linh Nhân	: 31211026313
--------------	---------------

Hứa Văn Nguyên	: 31211026511
----------------	---------------

Huỳnh Thị Thùy Nhi	: 31211027311
--------------------	---------------

Nguyễn Thị Thúy Nga	: 31211027596
---------------------	---------------

TP Hồ Chí Minh, ngày 11 tháng 5 năm 2024

## **LỜI CẢM ƠN**

Chúng em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Thầy Nguyễn Thành Huy vì sự tận tâm trong việc giảng dạy và hướng dẫn chúng em suốt quá trình học tập. Nhờ sự truyền đạt của thầy, chúng em đã có thể áp dụng kiến thức và kỹ năng vào việc phân tích và đề xuất chiến lược phát triển sản phẩm kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử.

Tuy nhiên, trong quá trình nghiên cứu và tham khảo tài liệu, chúng em không tránh khỏi một số sai sót và hạn chế. Chúng em rất mong nhận được ý kiến và đánh giá của thầy để có thể hoàn thiện bài báo cáo của mình. Những đóng góp của thầy sẽ là bài học quý giá giúp chúng em cải thiện và trau dồi kinh nghiệm trong các công việc tương lai.

Một lần nữa, chúng em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn và sự đóng góp của thầy. Rất mong được tiếp tục nhận được sự chỉ bảo và giúp đỡ từ Thầy trong những dự án sắp tới. Trân trọng!

## MỤC LỤC

<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>1</b>
<b>MỤC LỤC .....</b>	<b>2</b>
<b>DANH MỤC HÌNH ẢNH .....</b>	<b>4</b>
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>4</b>
<b>CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ THƯƠNG HIỆU .....</b>	<b>5</b>
<b>I. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG HIỆU .....</b>	<b>5</b>
1.1. Giới thiệu Dee Light .....	5
1.2. Tầm nhìn - Sứ mệnh .....	6
<b>II. GIỚI THIỆU SẢN PHẨM .....</b>	<b>6</b>
<b>CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH CHI TIẾT .....</b>	<b>8</b>
<b>I. LUẬN CỨ GIÁ TRỊ .....</b>	<b>8</b>
1.1. Sự khác biệt .....	8
1.2. Tính cá nhân.....	9
1.3. Giá cả .....	10
<b>II. MÔ HÌNH DOANH THU .....</b>	<b>10</b>
2.1. Nguồn thu .....	10
2.2. Chiến lược hoạt động của mô hình doanh thu .....	10
2.2.1. Chiến lược marketing.....	10
2.2.2. Chiến lược giá cả.....	11
2.2.3. Chiến lược tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng .....	12
2.3. Mô hình phát triển .....	15
2.3. Các chi phí dự kiến .....	15
2.3.1. Chi phí cố định .....	15
2.3.2. Chi phí không cố định .....	16
<b>III. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG .....</b>	<b>16</b>
3.1. Phân tích thị trường .....	16
3.2. Phân khúc thị trường.....	17
3.3. Cơ hội thị trường.....	18
<b>IV. MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH.....</b>	<b>19</b>
4.1. Tổng quan môi trường ngành Thương mại điện tử trong thị trường mua bán sản phẩm đèn trang trí tại Việt Nam.....	19
4.2. Đối thủ cạnh tranh .....	20

<b>V. LỢI THẾ CẠNH TRANH.....</b>	<b>22</b>
5.1. Chất lượng sản phẩm .....	22
5.3. Giá cả hợp lý.....	23
5.4. Sự cải tiến và khác biệt.....	23
<b>VI. CHIẾN LƯỢC THỊ TRƯỜNG .....</b>	<b>24</b>
6.1. Mục tiêu kinh doanh .....	24
6.2. Phân khúc khách hàng mục tiêu .....	25
6.3. Marketing mix 4P .....	25
6.3.1. Product.....	25
6.3.2. Price .....	25
6.3.3. Place .....	27
6.3.4. Promotion .....	28
6.4. Chiến lược tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng.....	29
<b>VII. PHÁT TRIỂN TỔ CHỨC .....</b>	<b>29</b>
7.1. Loại hình cấu trúc tổ chức .....	29
7.2. Mô tả cách thức tổ chức hoạt động:.....	30
7.3. Xây dựng mô hình tổ chức lực lượng bán hàng .....	30
7.4. Khi công ty lớn mạnh cần thay thế những nhân viên bình thường bằng những chuyên gia .....	31
<b>VIII. ĐỘI NGŨ QUẢN LÝ .....</b>	<b>32</b>
<b>IX. QUY TRÌNH KINH DOANH.....</b>	<b>33</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>36</b>

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1: Màn hình giao diện chính (1) .....	5
Hình 2: Màn hình giao diện chính (2) .....	5
Hình 3: Màn hình giao diện chính (3) .....	6
Hình 4: Màn hình giao diện chính (4) .....	6
Hình 5: Các sản phẩm hiện có của Dee Light .....	8
Hình 6: Trang Blog của Dee Light .....	9
Hình 7: Chương trình Free ship của Dee Light được đăng tải trên Facebook .....	11
Hình 8: Banner giảm giá đối với hóa đơn thứ 2 dành cho khách hàng mới.....	12
Hình 9: Mã khuyến mãi khách hàng sẽ nhận được vào lần mua thứ 2 .....	12
Hình 10: Khách hàng đánh giá sản phẩm.....	13
Hình 11: Trang khảo sát/đánh giá sản phẩm của Dee Light .....	13
Hình 12: Form khảo sát khách hàng của Dee Light .....	14
Hình 13: Trang liên hệ dành cho khách hàng.....	14
Hình 14: Website Flexhouse VN - Đối thủ cạnh tranh .....	20
Hình 15: Website Đèn trang trí Casani - Đối thủ cạnh tranh .....	20
Hình 16: Website Thế giới ánh sáng - Đối thủ cạnh tranh .....	21
Hình 17: Một số chương trình khuyến mãi đang hoạt động của Dee Light.....	29
Hình 18: Các bộ phận hoạt động của Dee Light .....	30
Hình 19: Quy trình mua hàng .....	33
Hình 20: Quy trình tạo mã khuyến mãi cho khách hàng.....	33
Hình 21: Khu vực chương trình khuyến mãi.....	34
Hình 22: Thông tin chương trình khuyến mãi .....	34
Hình 23: Khu vực các mã khuyến mãi đã tạo .....	34
Hình 24: Tạo mã khuyến mãi .....	34
Hình 25: Gửi mã cho khách hàng.....	35
Hình 26: Giao diện mã khuyến mãi khách hàng nhận được .....	35

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1: Phân tích điểm mạnh và điểm yếu của các đối thủ cạnh tranh .....	21
Bảng 2: Giá các sản phẩm của Dee Light.....	25
Bảng 3: Ưu đãi dành cho hội viên .....	28

# CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ THƯƠNG HIỆU

## I. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG HIỆU

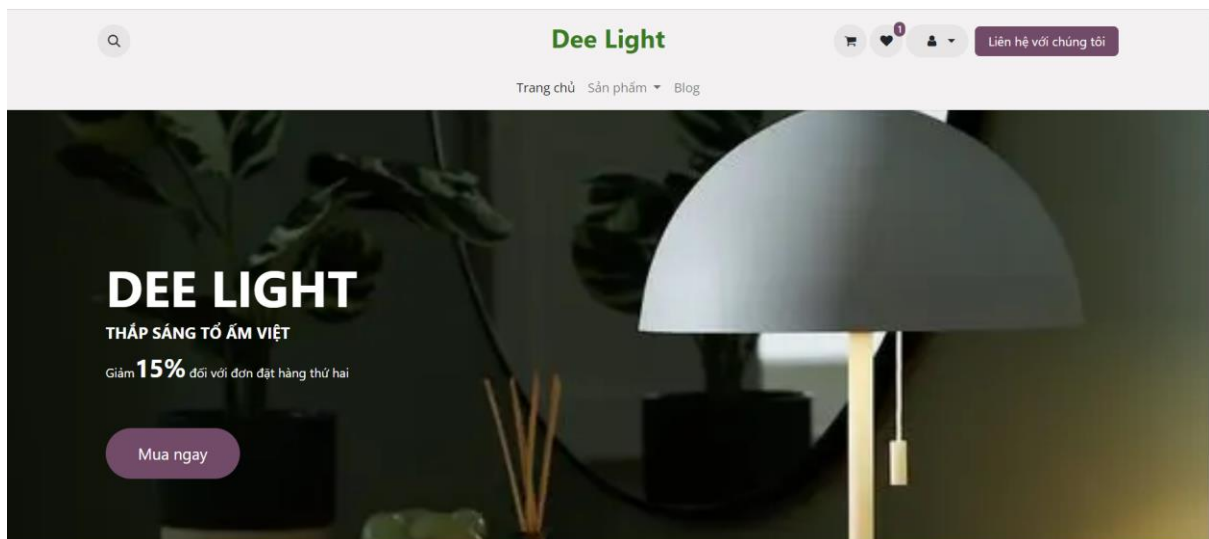
### 1.1. Giới thiệu Dee Light

Tên công ty: Công ty TNHH DEE LIGHT

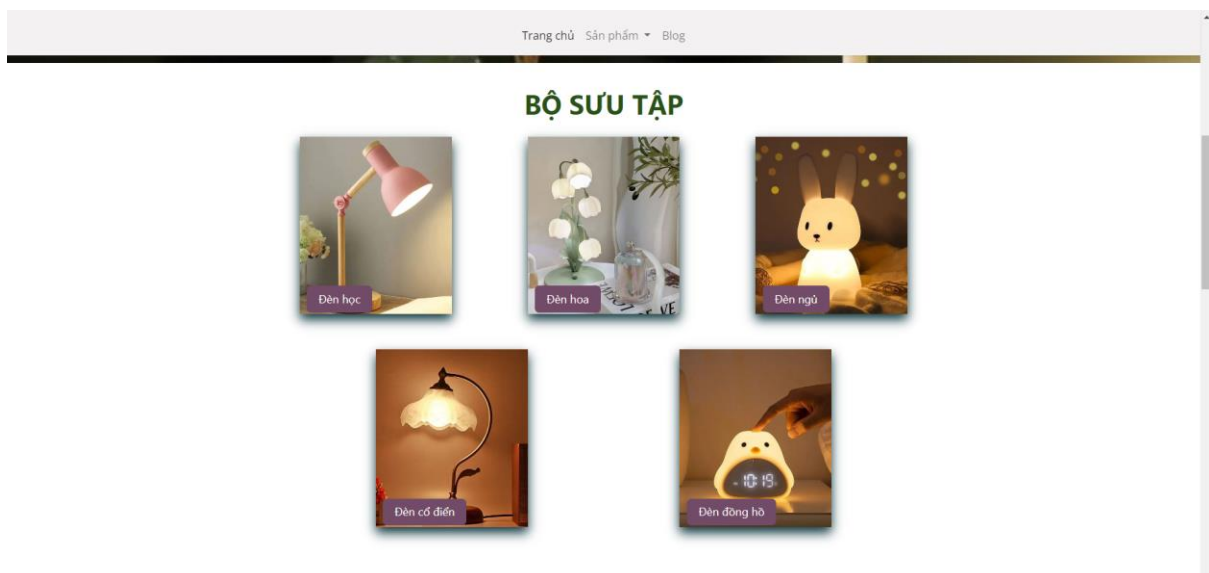
Thành lập: 22/02/2024

Website: <https://deelight.odoo.com/>

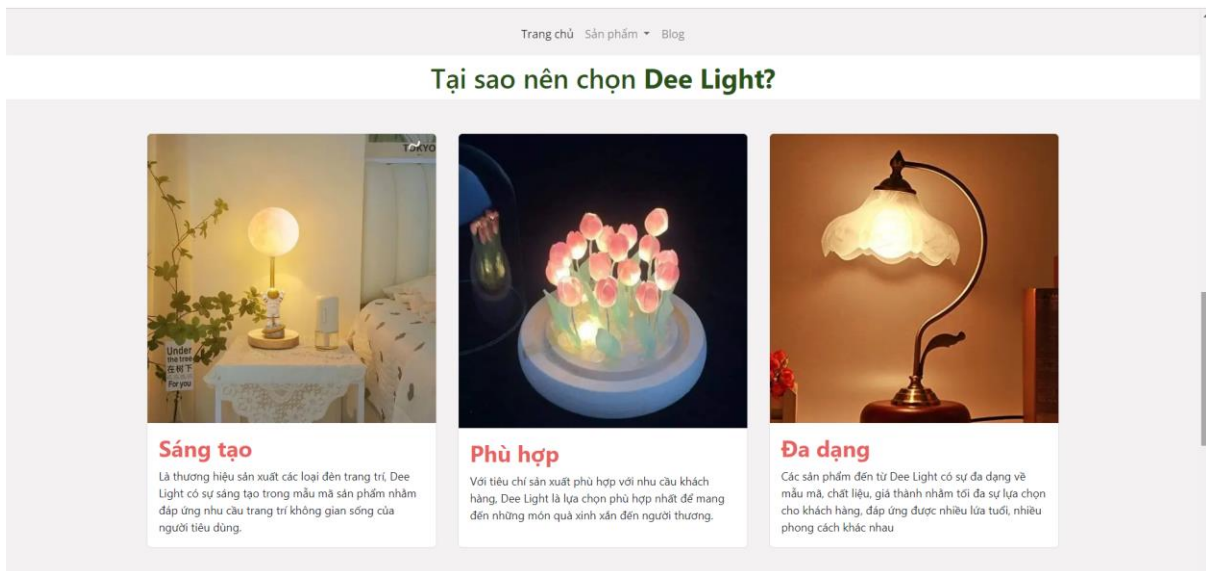
Mail: [deelightvn@gmail.com](mailto:deelightvn@gmail.com)



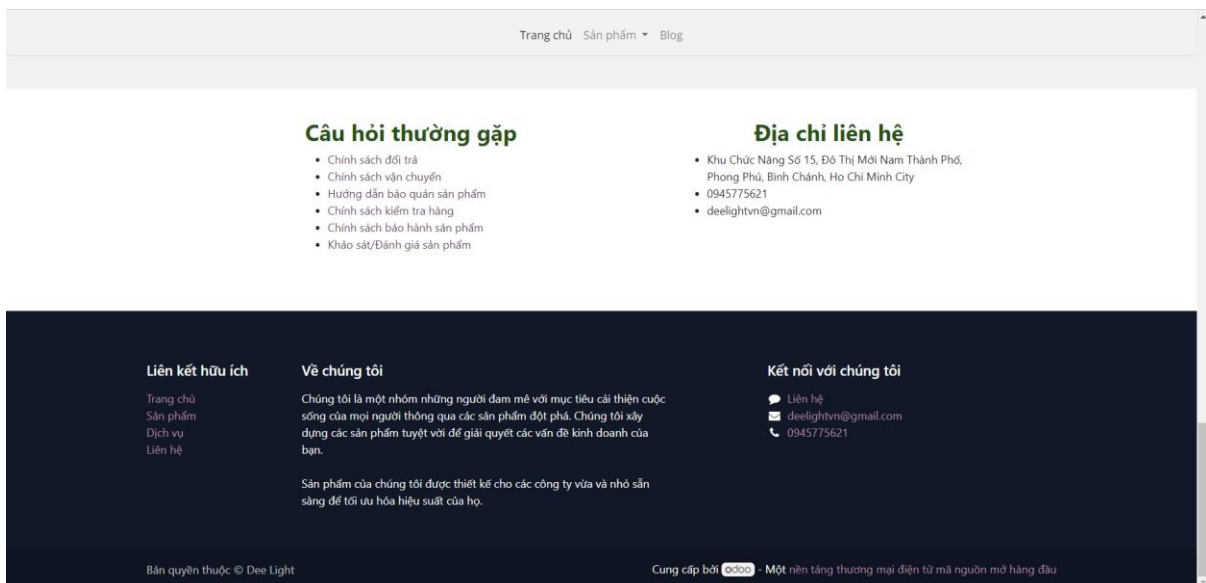
Hình 1: Màn hình giao diện chính (1)



Hình 2: Màn hình giao diện chính (2)



Hình 3: Màn hình giao diện chính (3)



Hình 4: Màn hình giao diện chính (4)

## 1.2. Tầm nhìn - Sứ mệnh

Thương hiệu đèn trang trí Dee Light có tầm nhìn trở thành doanh nghiệp là lựa chọn đầu tiên của người Việt Nam về lĩnh vực đèn trang trí nội thất. Qua đó, với sứ mệnh là một thương hiệu nội thất Việt Nam chất lượng cao, cung cấp đa dạng các mặt hàng đèn trang trí, thương hiệu hướng đến sự phát triển lớn mạnh trong tương lai vì thế luôn không ngừng đổi mới, sáng tạo và nhiệt huyết. Cũng từ đó, doanh nghiệp hứa hẹn sẽ không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm, nền tảng bán hàng cùng với việc nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng.

## II. GIỚI THIỆU SẢN PHẨM

Các sản phẩm của Dee Light bao gồm những mặt hàng về đèn trang trí. Những chiếc

đèn trang trí của Dee Light không chỉ là sản phẩm đơn thuần mà còn là những tác phẩm nghệ thuật đem lại sự đẹp và sự ấm áp cho không gian sống. Với sự tinh tế trong thiết kế và chất lượng đảm bảo, các sản phẩm đèn trang trí của Dee Light là điểm nhấn hoàn hảo để làm mới không gian nội thất.

Đèn trang trí của Dee Light không chỉ là vật dụng thông thường mà còn là điểm nhấn tinh tế, giúp thể hiện phong cách và cá tính của người sở hữu. Khách hàng có thể dễ dàng tạo nên một không gian ấm cúng và độc đáo với sự kết hợp hài hòa giữa ánh sáng và thiết kế độc đáo của chúng tôi.



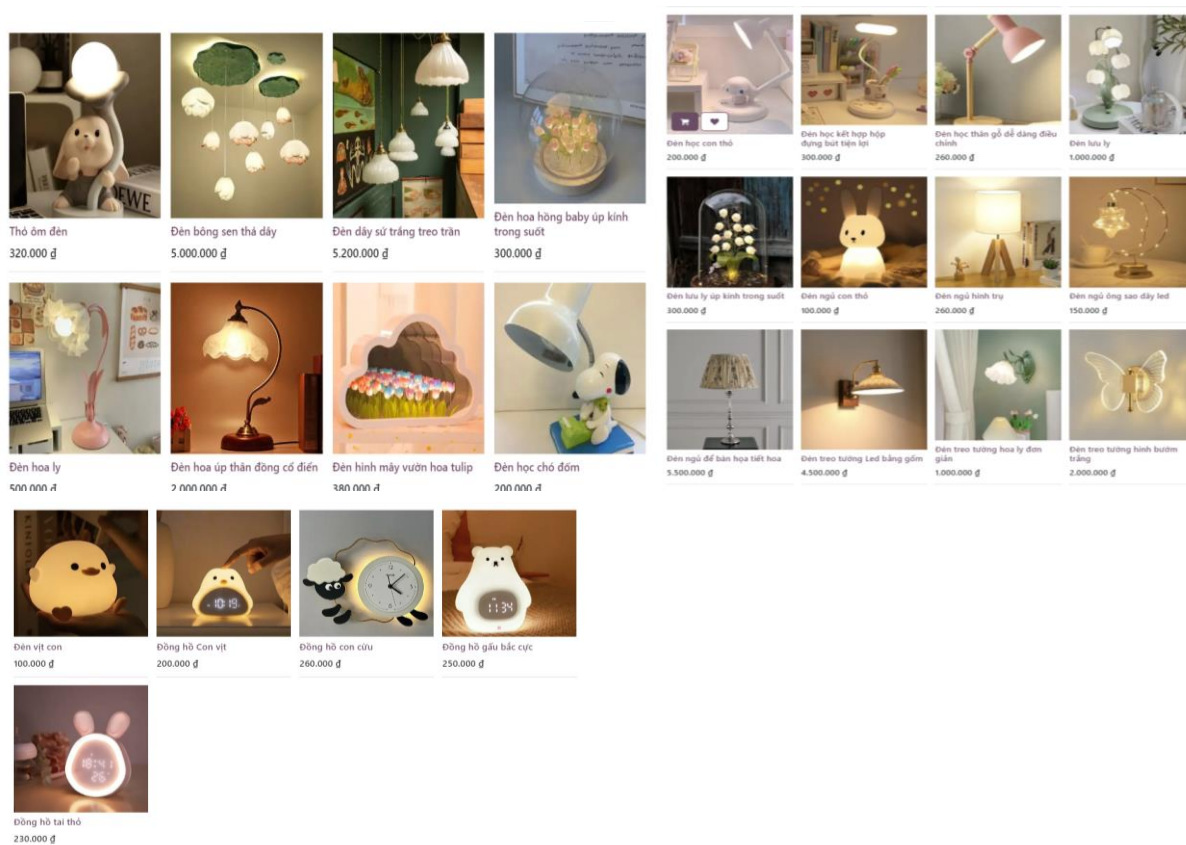
## CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH CHI TIẾT

## I. LUẬN CỨ GIÁ TRỊ

### 1.1. Sự khác biệt

Dựa trên nghiên cứu, các trang web bán đèn thường tập trung vào tính sang trọng và tính tiện dụng để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hàng ngày. Rất ít khi có trang web nào định hướng đến đối tượng khách hàng mua đèn trang trí như món quà cho bạn bè hoặc người thân.

Tuy nhiên, Dee Light đã lựa chọn một hướng đi khác biệt. Sản phẩm của chúng tôi không chỉ là một món đồ trang trí, mà còn là một món quà độc đáo và tinh tế dành cho người thân. Chúng tôi tạo ra những tác phẩm nghệ thuật đèn được thiết kế độc đáo, làm điểm nhấn cho không gian sống của khách hàng. Dee Light đặc biệt chú trọng vào thiết kế sử dụng chất liệu cao cấp và quy trình sản xuất tỉ mỉ, tạo nên những tác phẩm nghệ thuật đèn tinh xảo. Chúng tôi tin rằng sản phẩm của Dee Light không chỉ là vật trang trí thông thường; đó còn là món quà mang lại giá trị tinh thần, thể hiện sự trân trọng và quan tâm đến người nhận. Dee Light mang đến sự đa dạng trong phong cách sản phẩm, từ hiện đại và trẻ trung đến cổ điển và sang trọng, đáp ứng mọi sở thích và nhu cầu của khách hàng.

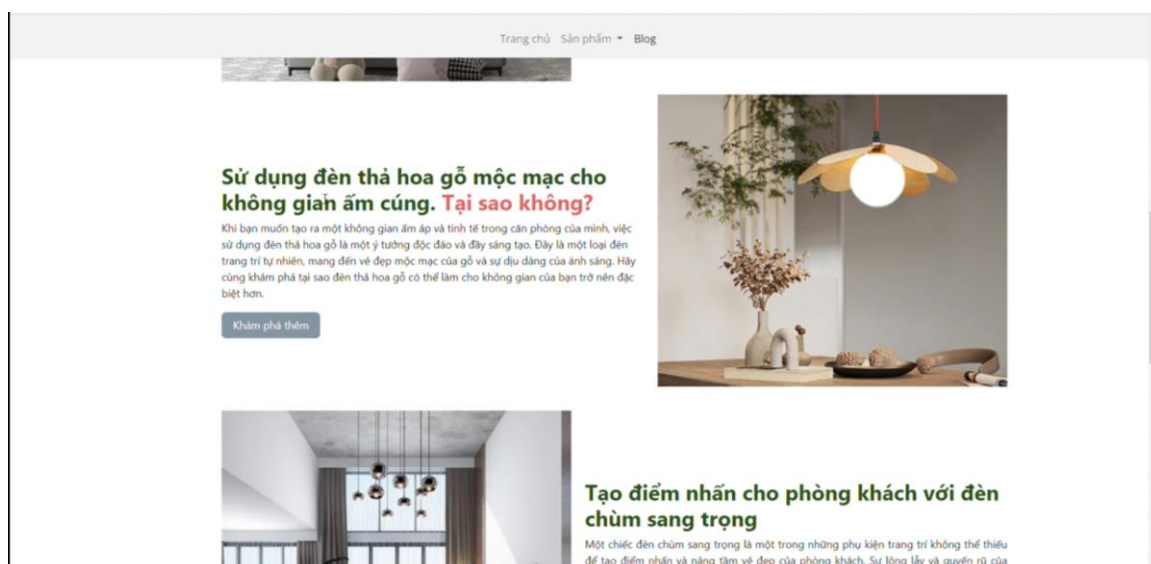
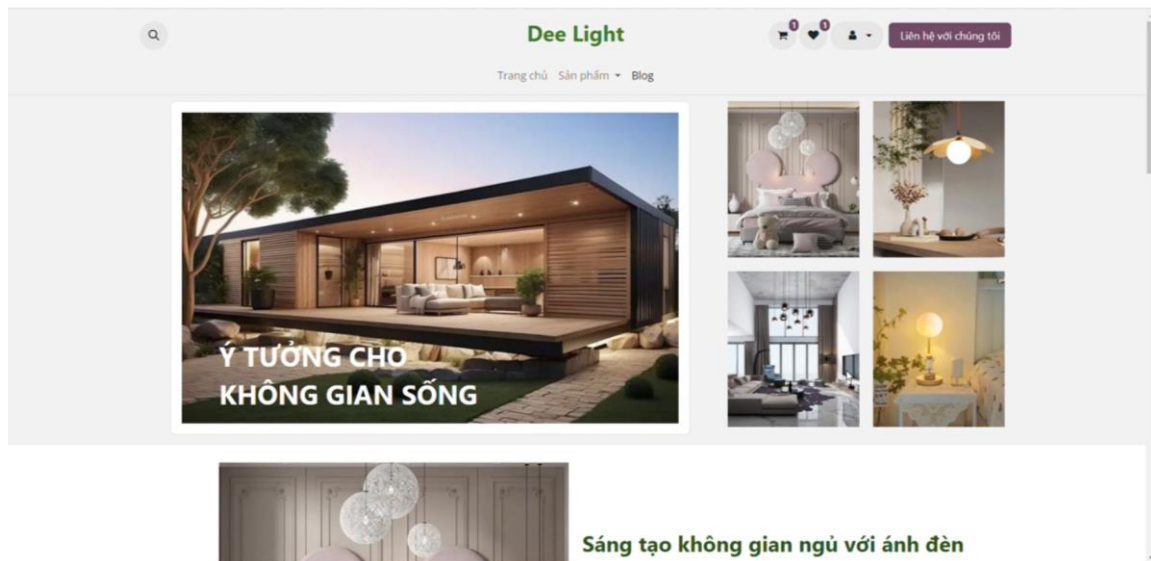


Hình 5: Các sản phẩm hiện có của Dee Light

## 1.2. Tính cá nhân

Chúng tôi không chỉ cung cấp các sản phẩm đèn trang trí, mà còn tập trung đặc biệt vào trải nghiệm và nhu cầu riêng của từng khách hàng. Với dịch vụ tư vấn thiết kế nội thất và đèn trang trí, chúng tôi mang đến một loạt các lựa chọn phong phú từ hiện đại đến cổ điển, giúp khách hàng tạo nên không gian sống độc đáo và mang phong cách cá nhân của mình.

Thông qua các bài đăng trên Blog, chúng tôi muốn chia sẻ thêm kiến thức về trang trí không gian sống, giúp khách hàng khám phá những ý tưởng mới và tìm ra bản sắc cá nhân thông qua từng thiết kế và chất liệu khác nhau. Mục tiêu của chúng tôi là giúp khách hàng thực hiện những ý tưởng sáng tạo, mang đến cho không gian sống của họ sự mới lạ và độc đáo.



Hình 6: Trang Blog của Dee Light

### **1.3. Giá cả**

Giá cả của các sản phẩm đèn trang trí của Dee Light phù hợp với đa dạng đối tượng khách hàng và mục đích mua hàng khác nhau. Giá cả tập trung vào phân khúc khách hàng có thu nhập bình thường, nhưng vẫn yêu thích sản phẩm có thẩm mỹ và không muốn chi tiêu quá xa xỉ, Dee Light cung cấp một loạt sản phẩm với mức giá từ thấp đến cao nhưng vẫn đảm bảo tính cân đối và hợp lý.

Trung bình, giá của các sản phẩm đèn trang trí của Dee Light dao động từ 200.000 VNĐ đến 1.000.000 VNĐ. Điều này tạo ra một sự lựa chọn phong phú cho khách hàng, từ những sản phẩm giá rẻ cho những người muốn tạo điểm nhấn nhỏ trong không gian sống, đến những sản phẩm cao cấp với thiết kế độc đáo và chất lượng tốt hơn cho những ai muốn đầu tư vào trang trí nội thất.

Thông qua chính sách giá cả linh hoạt và phù hợp giúp Dee Light thu hút và phục vụ được nhiều đối tượng khách hàng, từ những người có ngân sách hạn hẹp đến những người muốn đầu tư vào trang trí nội thất với mức giá hợp lý.

## **II. MÔ HÌNH DOANH THU**

### **2.1. Nguồn thu**

Dee Light áp dụng mô hình doanh thu bán hàng làm cơ sở chính để tối đa hóa lợi nhuận trong kinh doanh B2C trực tuyến. Đối với Dee Light, việc tận dụng mô hình này là hoàn toàn hợp lý và hiệu quả, bởi vì doanh thu chủ yếu của Dee Light đến từ việc bán sản phẩm trực tuyến trên nền tảng thương mại điện tử. Dee Light xem xét nguồn thu từ bán lẻ sản phẩm trên trang web là trọng tâm của hoạt động kinh doanh. Bằng cách cung cấp các sản phẩm đèn nghệ thuật độc đáo và tinh tế, Dee Light thu hút và giữ chân khách hàng trong thị trường mua sắm trực tuyến ngày càng phát triển. Việc áp dụng mô hình doanh thu này giúp Dee Light tối ưu hóa hoạt động kinh doanh, tăng cường hiệu quả bán hàng và cung cấp trải nghiệm mua sắm trực tuyến tốt nhất cho khách hàng.

### **2.2. Chiến lược hoạt động của mô hình doanh thu**

#### **2.2.1. Chiến lược marketing**

Tận dụng các nền tảng truyền thông xã hội như Facebook, Tiktok để xây dựng mạng lưới người tiêu dùng. Ngoài ra, cũng có thể sử dụng Instagram và Pinterest để chia sẻ hình ảnh sản phẩm đèn của Dee Light để tạo ra một cộng đồng quan tâm và yêu thích sản phẩm.



*Hình 7: Chương trình Freeship của Dee Light được đăng tải trên Facebook*

Tạo các nhóm, trang và cộng đồng trên các nền tảng mạng xã hội để thúc đẩy sự tương tác giữa các khách hàng. Điều này giúp tạo ra một cộng đồng sôi nổi, nơi mọi người có thể đóng góp ý kiến, chia sẻ trải nghiệm và gợi ý về trang trí nội thất.

Đăng tải nội dung hấp dẫn về các sản phẩm đèn trang trí, bao gồm bài viết, hình ảnh và video giới thiệu sản phẩm, hướng dẫn sử dụng và lựa chọn đèn phù hợp với không gian. Việc này giúp tạo ra sự quan tâm và tương tác tích cực từ phía khách hàng.

### **2.2.2. Chiến lược giá cả**

Đưa ra mức giá phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, đảm bảo tính cạnh tranh và thu hút sự quan tâm của người mua. Bao gồm việc tạo ra các dòng sản phẩm có giá cả đa dạng để phù hợp với nhu cầu và ngân sách của mọi khách hàng. Đặc biệt, như đã nói, đối tượng khách hàng mà Dee Light hướng tới không chỉ là những khách hàng có nhu cầu về trang trí nội thất không gian gia đình của mình mà còn là những vị khách có nhu cầu tìm kiếm sản phẩm, món quà bắt mắt để trao tặng người thân, bạn bè, vì thế, các sản phẩm của Dee Light đều được tính toán một cách phù hợp túi tiền và phải chăng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Bên cạnh đó, Dee Light còn có chiến lược khuyến mãi đặc biệt cho khách hàng mới khi họ mua sản phẩm đèn lần thứ hai, điều này vừa giúp tăng thêm ưu đãi cho khách hàng, vừa giúp Dee Light kéo khách hàng quay trở lại và mua thêm sản phẩm của cửa hàng. Các ưu đãi như giảm giá, tặng quà kèm theo hoặc miễn phí vận chuyển không chỉ tạo ra sự hứng thú mà còn khuyến khích khách hàng thử nghiệm sản phẩm của Dee Light.



Hình 8: Banner giảm giá đối với hóa đơn thứ 2 dành cho khách hàng mới

Thành tiền	300.000 đ
Thuế	0 đ
<b>Tổng</b>	<b>300.000 đ</b>
Thẻ quà tặng hoặc mã giảm giá...	<b>Áp dụng</b>
<b>15% ở đơn hàng của bạn</b>	<b>Nhận</b>
<b>Check-out &gt;</b>	
hoặc	
< Tiếp tục mua hàng	

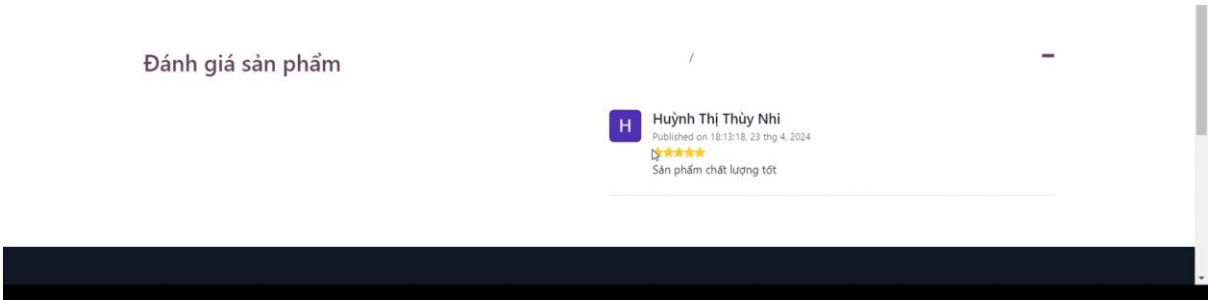
Hình 9: Mã khuyến mãi khách hàng sẽ nhận được vào lần mua thứ 2

Ngoài ra, việc tận dụng các dịp lễ, ngày kỷ niệm hoặc sự kiện đặc biệt để áp dụng giảm giá, khuyến mãi cho sản phẩm đèn. Việc này giúp thu hút khách hàng và tăng doanh số bán hàng trong các dịp quan trọng.

### 2.2.3. Chiến lược tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng

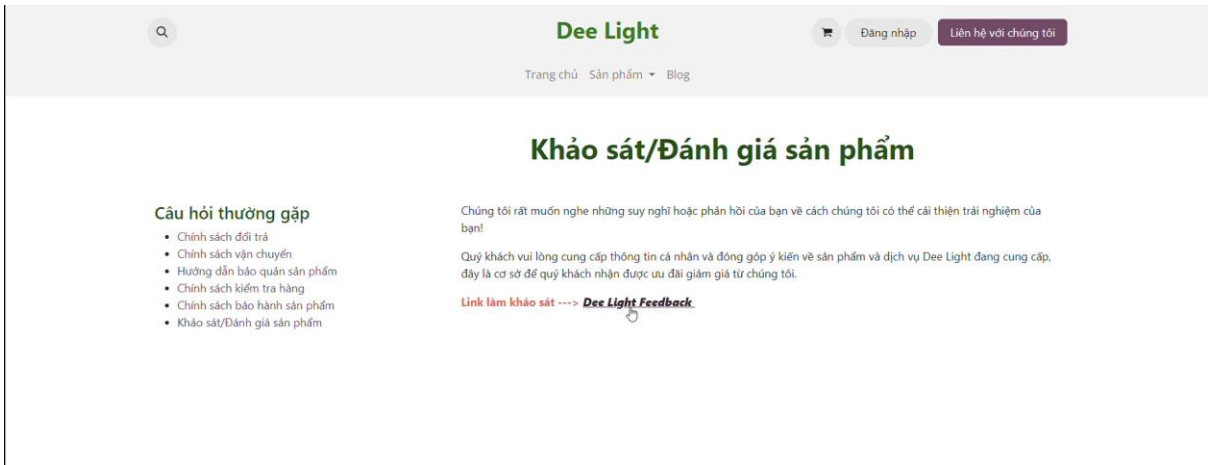
Cho phép khách hàng đánh giá và bình luận về sản phẩm trực tiếp trên trang web của Dee Light. Điều này không chỉ giúp gia tăng uy tín mà còn cung cấp thông tin quan

trọng cho các khách hàng tiềm năng khi quyết định mua sản phẩm.



Hình 10: Khách hàng đánh giá sản phẩm

Thêm vào đó, để tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, Dee Light còn tạo form thu thập ý kiến, đánh giá của khách hàng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ của Dee Light, từ đó sẽ có những phân tích và cải thiện sao cho phù hợp, mang lại trải nghiệm tốt nhất dành cho khách hàng.



Hình 11: Trang khảo sát/đánh giá sản phẩm của Dee Light



**Đánh giá chất lượng sản phẩm và dịch vụ tại Dee Light**

Chúng tôi rất muốn nghe những suy nghĩ hoặc phản hồi của bạn về cách chúng tôi có thể cải thiện trải nghiệm của bạn!

Quý khách vui lòng cung cấp thông tin cá nhân và đóng góp ý kiến về sản phẩm và dịch vụ Dee Light đang cung cấp, đây là cơ sở để quý khách nhận được ưu đãi giảm giá từ chúng tôi.

thuyन्हivvv@gmail.com [Chuyển đổi tài khoản](#)

Không được chia sẻ

\* Biểu thị câu hỏi bắt buộc

Tên \*

Câu trả lời của bạn

Email hoặc SĐT

Câu trả lời của bạn

Quý khách cho biết sản phẩm của chúng tôi thỏa mãn được quý khách ở những điểm nào? \*

- ☐ Độ bền
- ☐ Kiểu dáng
- ☐ Màu sắc
- ☐ Chất liệu
- ☐ Giá cả
- ☐ Hoa tiết

Quý khách chưa thỏa mãn ở những điểm nào? \*\*

- ☐ Độ bền
- ☐ Kiểu dáng
- ☐ Màu sắc
- ☐ Chất liệu
- ☐ Giá cả
- ☐ Hoa tiết

Những chương trình khuyến mãi nào làm bạn thấy hài lòng nhất? \*

- ☐ Tặng quà
- ☐ Giảm giá
- ☐ Tặng phiếu mua hàng
- ☐ Xổ số trúng thưởng

Hình 12: Form khảo sát khách hàng của Dee Light

Link form: <https://forms.gle/6kV52Y9mr77nmgNBA>

Không thể thiếu, Dee Light có đội ngũ chăm sóc khách hàng hoạt động 24/7, sẵn sàng giải đáp thắc mắc, xử lý khiếu nại và đảm bảo mọi khách hàng có trải nghiệm mua sắm tốt nhất. Việc này tạo ra sự tin cậy và lòng tin từ phía khách hàng, tăng khả năng giữ chân và tái mua hàng trong tương lai.

**Liên hệ**

Nếu có bất kỳ câu hỏi, vấn đề gì về sản phẩm, vui lòng liên hệ với chúng tôi bằng cách nhập thông tin vào form dưới đây. Chúng tôi sẽ cố gắng phản hồi trong thời gian sớm nhất.

Tên \*

Email \*

Số điện thoại

Tiêu đề \*

Câu hỏi \*

Gửi

Khu Chức Năng Số 15, Đô Thị Mới Nam Thành Phố,  
Phong Phú, Bình Chánh, Ho Chi Minh City  
+84 (0) 945775621  
deelightvn@gmail.com

Hình 13: Trang liên hệ dành cho khách hàng

## **2.3. Mô hình phát triển**

### **Giai đoạn 1: Xâm nhập thị trường**

**Mục tiêu:** Mục tiêu chính của giai đoạn này là tạo ra sự nhận biết và thu hút sự chú ý từ phía khách hàng mới. Điều này có thể đạt được thông qua chiến lược tiếp thị mạnh mẽ nhằm giới thiệu sản phẩm đến thị trường một cách hiệu quả.

**Định hướng:** Dee Light cần tập trung vào việc xác định phân khúc thị trường mục tiêu và phát triển chiến lược tiếp thị phù hợp để tạo ra sự nhận biết về sản phẩm. Điều này có thể bao gồm việc sử dụng quảng cáo truyền thống, tiếp thị số và các chiến dịch quảng cáo trực tuyến để tiếp cận khách hàng tiềm năng.

### **Giai đoạn 2: Phát triển**

**Mục tiêu:** Trong giai đoạn này, mục tiêu chính là tăng trưởng doanh số bán hàng và thâm nhập sâu hơn vào thị trường. Công ty cần tập trung vào việc duy trì và mở rộng cơ sở khách hàng, cũng như tăng cường sự hiện diện của sản phẩm trên thị trường.

**Định hướng:** Công ty có thể tập trung vào việc nâng cấp sản phẩm, cải thiện chất lượng và tính năng, đồng thời mở rộng phạm vi tiếp thị và bán hàng. Điều này có thể bao gồm việc mở rộng kênh phân phối, tăng cường chiến lược tiếp thị trực tuyến và offline, cũng như tăng cường mối quan hệ với khách hàng hiện tại và tiềm năng.

### **Giai đoạn 3: Thoái trào**

**Mục tiêu:** Trong giai đoạn này, mục tiêu chính là duy trì doanh thu và khả năng cạnh tranh trong bối cảnh một thị trường đã bão hòa hoặc có sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ. Công ty cần tìm kiếm cách tạo ra giá trị đối với khách hàng và duy trì mối quan hệ tốt với họ để giữ chân họ lại.

**Định hướng:** Công ty có thể tập trung vào việc phát triển sản phẩm mới, nâng cấp dịch vụ, hoặc mở rộng sang các thị trường mới để đối phó với sự bão hòa trong thị trường hiện tại. Đồng thời, công ty cũng cần tìm cách tối ưu hóa chi phí và quản lý hiệu suất để duy trì lợi nhuận trong một môi trường cạnh tranh khó khăn.

## **2.4. Các chi phí dự kiến**

### **2.4.1. Chi phí cố định**

**Chi Phí Thuê Văn Phòng:** Chi phí cho việc thuê văn phòng không thay đổi dựa trên sản



lượng sản phẩm hoặc doanh thu.

Lương và Phúc Lợi Nhân Viên Quản Lý: Chi phí cho lương và phúc lợi của nhân viên quản lý và nhân viên hành chính không biến đổi tùy thuộc vào sản lượng sản phẩm.

Chi Phí Marketing và Quảng Cáo Định Kỳ: Các chi phí định kỳ như phí dịch vụ tiếp thị nội dung, chi phí lưu trữ website, và các gói dịch vụ quảng cáo trên mạng xã hội.

Chi Phí Máy Móc và Thiết Bị: Chi phí cho máy móc, thiết bị sản xuất không thay đổi dựa trên sản lượng sản phẩm.

#### **2.4.2. Chi phí không cố định**

Nguyên Vật Liệu Sản Xuất: Chi phí cho việc mua nguyên vật liệu sản xuất như vật liệu làm bóng đèn, vật liệu chế tạo khung đèn, có thể biến đổi dựa trên số lượng sản phẩm sản xuất.

Chi Phí Marketing: Bao gồm chi phí quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội, tạo nội dung và thiết kế, cũng như chi phí phát hành các chương trình khuyến mãi, giảm giá, quà tặng cho khách hàng.

Chi Phí Vận Chuyển: Chi phí cho việc vận chuyển nguyên vật liệu và sản phẩm đã hoàn thành có thể biến đổi dựa trên khu vực vận chuyển và số lượng giao hàng.

Chi Phí Nghiên Cứu và Phát Triển: Chi phí cho các dự án nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới hoặc cải tiến sản phẩm hiện tại có thể thay đổi theo từng dự án cụ thể.

Chi Phí Phí Giao Dịch: Phụ thuộc vào phí giao dịch của dịch vụ công thanh toán và chi phí này được khách hàng trả để bù lại chi phí giao dịch.

Các Chi Phí Liên Quan Đến Quản Trị Điều Hành: Bao gồm chi phí lưu kho, chi phí hàng tồn kho, và các chi phí quản trị khác.

### **III. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG**

#### **3.1. Phân tích thị trường**

Theo tổ chức nghiên cứu thị trường hàng đầu thế giới Mordor Intelligence Inc cho biết, quy mô thị trường đèn trang trí ước tính đạt 105,93 tỷ USD vào năm 2023 và dự kiến sẽ đạt 146,83 tỷ USD vào năm 2028, tăng trưởng với tốc độ CAGR là 6.75% trong giai đoạn dự báo (2023-2028). Bên cạnh đó, được biết các yếu tố đang thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường là phương tiện truyền thông xã hội và loạt web về trang trí nhà

cho người tiêu dùng.

Dữ liệu từ eMarketer cho thấy doanh số bán lẻ trực tuyến trong lĩnh vực Nội thất và Trang trí nhà ở Hoa Kỳ đã đạt mức 145,56 tỷ USD. Mặc dù nhiều người đã bắt đầu trở lại văn phòng làm việc, nhưng vẫn có xu hướng dành nhiều thời gian hơn ở nhà để thưởng thức cuộc sống và giải trí. Điều này đã thúc đẩy nhu cầu đầu tư vào việc cải thiện không gian sống.

Ngoài ra, mua sắm trực tuyến vẫn là lựa chọn phổ biến cho các sản phẩm liên quan đến Nhà cửa & Nhà bếp, bao gồm phụ kiện trang trí, đồ nội thất và đồ chơi giải trí gia đình. Dữ liệu cho thấy có tới 62,3% lượng tìm kiếm trực tuyến về nội thất chuyển đổi thành giao dịch mua sắm trực tuyến, thể hiện một xu hướng rõ ràng của người tiêu dùng (Theo BrandVietNam (2023))

### **3.2. Phân khúc thị trường**

Thị trường đèn trang trí ngày càng đa dạng với nhiều loại sản phẩm, phong cách và mức giá khác nhau để đáp ứng nhu cầu phong phú của người tiêu dùng. Dưới đây là một số phân khúc chính trong thị trường đèn trang trí:

**Phân khúc thị trường nội thất gia đình:** Đây là phân khúc chính của thị trường đèn trang trí nội thất. Khách hàng trong phân khúc này thường là gia đình và cá nhân có nhu cầu trang trí không gian sống của họ. Sản phẩm phù hợp cho phân khúc này thường là các loại đèn bàn, đèn treo, đèn sàn, và đèn chùm có thiết kế và phong cách đa dạng.

**Phân khúc thị trường nội thất văn phòng và thương mại:** Các doanh nghiệp, văn phòng, nhà hàng, khách sạn, và các không gian thương mại khác cũng là một phân khúc quan trọng của thị trường đèn trang trí nội thất. Sản phẩm phù hợp cho phân khúc này thường là các loại đèn chùm lớn, đèn âm trần, đèn sàn và đèn bàn có kiểu dáng hiện đại và chất lượng cao.

**Phân khúc thị trường đèn trang trí ngoại thất:** Đối tượng khách hàng trong phân khúc này tập trung vào việc trang trí không gian ngoại thất như sân vườn, ban công, hành lang, hoặc không gian ngoài trời khác. Sản phẩm phù hợp bao gồm các loại đèn led chiếu sáng ngoại thất, đèn nắp đất, đèn dây đèn và đèn treo ngoại thất.

**Phân khúc thị trường đèn trang trí thông minh:** Với sự phát triển của công nghệ, đèn trang trí thông minh đang trở thành một phân khúc mới và hấp dẫn. Đèn trang trí thông minh có thể được điều khiển bằng điện thoại thông minh hoặc giọng nói và có thể điều chỉnh màu sắc, độ sáng và hiệu ứng ánh sáng. Đối tượng khách hàng trong phân khúc

này thường là những người tiêu dùng muốn tạo ra không gian sống thông minh và tiện nghi.

Qua đó, chúng tôi nhận thấy đối với tầm nhìn của nhóm, chúng tôi đưa ra lựa chọn về **phân khúc thị trường nội thất gia đình** làm phân khúc mà nhóm hướng tới. Lý do là vì đây là một thương hiệu mới, còn non trẻ và đặc biệt là hoạt động chính trên nền tảng thương mại điện tử. Vì thế, để đáp ứng được độ linh hoạt, gọn gàng, dễ dàng vận chuyển đến tay khách hàng chúng tôi sẽ lựa chọn phân khúc thị trường này làm phân khúc tập trung chính. Theo thời gian, chúng tôi có thể mở rộng phân khúc của mình hơn nếu có đủ khả năng và điều kiện cho phép

### **3.3. Cơ hội thị trường**

**Tăng trưởng của thị trường thương mại điện tử:** Xu hướng mua sắm trực tuyến đã tăng mạnh trong những năm gần đây, đặc biệt là do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19. Người tiêu dùng ngày càng ưa thích việc mua sắm trực tuyến để tiết kiệm thời gian và tiện lợi. Ngoài ra, sự phát triển của thị trường thương mại điện tử đang đạt mức tăng trưởng đáng kể, với nhiều yếu tố đóng vai trò quan trọng chẳng hạn như: Sự tiến bộ trong công nghệ, đặc biệt là trong lĩnh vực thanh toán trực tuyến và trải nghiệm người dùng, đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua sắm trực tuyến; Sự phát triển của các nền tảng thương mại điện tử như Amazon, eBay, và các trang web bán lẻ khác đã tạo ra một môi trường cạnh tranh sôi động, tạo điều kiện cho sự đa dạng và tiện ích cho người tiêu dùng; Sự phổ biến của thiết bị di động và mạng Internet ổn định đã thúc đẩy việc mua sắm trực tuyến. Người tiêu dùng ngày càng trở nên thoải mái với việc thực hiện giao dịch trực tuyến từ điện thoại di động hoặc máy tính bảng của họ.

**Xu hướng nội thất và thiết kế nội thất:** Việc tăng cường ý thức về việc tạo ra không gian sống đẹp, thoải mái và nổi bật đang thúc đẩy nhu cầu sử dụng đèn trang trí. Người tiêu dùng đang tìm kiếm các sản phẩm đèn trang trí độc đáo và phong cách để làm mới không gian sống của họ. Hơn nữa, với sự đổ bộ của các thiết bị thông minh và nhà thông minh ra đời, nhu cầu sử dụng các loại đèn cảm ứng, đèn thông minh lại càng trở nên phổ biến và dần trở thành đồ dùng cơ bản trong mỗi gia đình.

**Tính sáng tạo và cá nhân hóa:** Người tiêu dùng hiện nay thường tìm kiếm các sản phẩm đèn trang trí có tính sáng tạo cao và có thể được cá nhân hóa để phản ánh cá nhân của họ. Sự tiến bộ trong công nghệ và vật liệu sản xuất mở ra cơ hội để tạo ra những sản phẩm đèn trang trí độc đáo và hiện đại. Việc sử dụng vật liệu tái chế, in 3D, hoặc tích hợp công nghệ thông minh vào sản phẩm có thể tạo ra những đèn trang trí độc đáo và tiên tiến tạo điều kiện thu hút khách hàng. Ngoài ra, xu hướng tiêu dùng trong xã hội

ngày càng chú trọng đến việc sử dụng vật liệu tái chế và bền vững trong thiết kế nội thất, việc phát triển các sản phẩm đèn trang trí bền vững, sử dụng vật liệu tái chế và quy trình sản xuất có ít tác động tiêu cực đến môi trường sẽ tạo ra một cơ hội kinh doanh tích cực.

#### **IV. MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH**

##### **4.1. Tổng quan môi trường ngành Thương mại điện tử trong thị trường mua bán sản phẩm đèn trang trí tại Việt Nam**

Thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam, trong đó có lĩnh vực sản phẩm trang trí đèn chiếu sáng, đang phát triển nhanh chóng. Nhiều doanh nghiệp đã chuyển từ thương mại truyền thống sang thương mại trực tuyến hoặc áp dụng phương pháp tiếp cận đa kênh kết hợp. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam báo cáo doanh thu thương mại trực tuyến dự kiến sẽ tăng trung bình 29% trong giai đoạn 2021-2025.

Xét về thực trạng thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam, ngành này đang có sự tăng trưởng mạnh mẽ, đặc biệt là lĩnh vực bán lẻ, tăng 35% trong năm 2017. Đại dịch COVID-19 đã đẩy nhanh hơn nữa tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử. -thương mại, với các nền tảng mua sắm trực tuyến và thương mại xã hội đang ngày càng phổ biến.

Theo khảo sát của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, các xu hướng chính của thị trường thương mại điện tử Việt Nam trong năm 2022 và quý 1 năm 2023 bao gồm sự tăng trưởng của hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng truyền thông xã hội, với 65% công ty tham gia bán hàng đa kênh.

Vào năm 2024, thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục phát triển khi người tiêu dùng quay trở lại mua sắm trực tiếp nhưng vẫn duy trì sự ưa thích mạnh mẽ đối với thương mại trực tuyến. Điều này đặt ra cả thách thức và cơ hội cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này.

Xét riêng về thị trường trang trí chiếu sáng, đây là một phân khúc đang phát triển trong ngành thương mại điện tử, với nhiều loại sản phẩm có sẵn từ cả các thương hiệu trong nước và quốc tế. Để thành công trong thị trường này, các doanh nghiệp nên tập trung vào việc cung cấp trải nghiệm mua sắm liền mạch và được cá nhân hóa, sử dụng các chiến lược tiếp thị dựa trên dữ liệu cũng như đưa ra mức giá và khuyến mãi cạnh tranh.

Điều quan trọng cần lưu ý là thị trường thương mại điện tử ở Việt Nam có tính cạnh tranh cao, với nhiều công ty trong nước và quốc tế tranh giành thị phần. Để dẫn đầu đối thủ, các doanh nghiệp phải liên tục đổi mới, thích ứng với sự thay đổi trong sở thích của

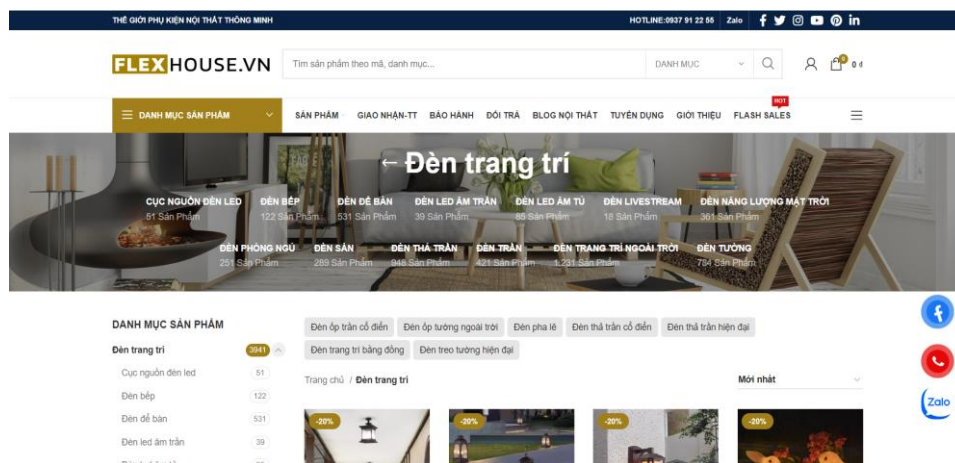
người tiêu dùng, đồng thời đầu tư vào công nghệ và tiếp thị để tiếp cận và thu hút đối tượng mục tiêu của mình.

## 4.2. Đối thủ cạnh tranh

Dưới đây là danh sách 3 đối thủ cạnh tranh trong lĩnh vực đèn trang trí nội thất tại Việt Nam, được người tiêu dùng nhớ đến:

- **Flexhouse VN**

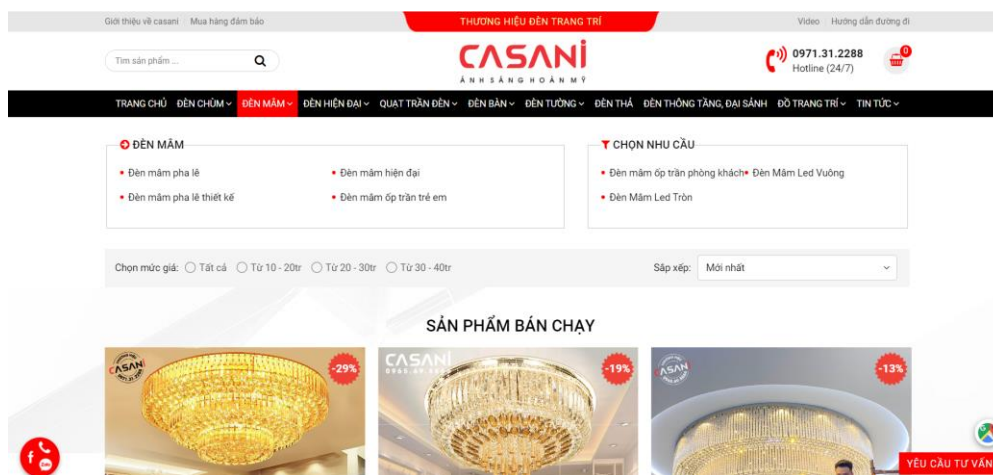
Link website: <https://flexhouse.vn/den-trang-tri>



Hình 14: Website Flexhouse VN - Đối thủ cạnh tranh

- **Đèn trang trí Casani**

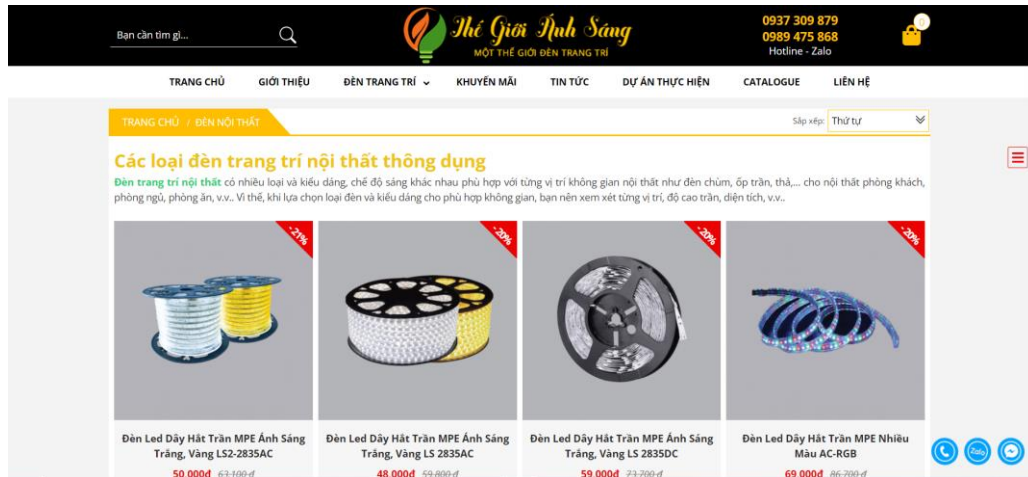
Link website: [https://dentrangtricasani.com/den-mam-3-11.html?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwir2xBhC\\_ARIsAMTXk85FcOmzx78ZWVZl\\_hjNU6Bq8PjpEKA0ohX-2LtjyqSh9dctdnyavdgaArFuEALw\\_wcB](https://dentrangtricasani.com/den-mam-3-11.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwir2xBhC_ARIsAMTXk85FcOmzx78ZWVZl_hjNU6Bq8PjpEKA0ohX-2LtjyqSh9dctdnyavdgaArFuEALw_wcB)



Hình 15: Website Đèn trang trí Casani - Đối thủ cạnh tranh

- **Thế giới ánh sáng**

Link website: <https://thegioianhsang.vn/den-trang-tri-hot/>



Hình 16: Website Thế giới ánh sáng - Đối thủ cạnh tranh

Bảng 1: Phân tích điểm mạnh và điểm yếu của các đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh	Điểm mạnh	Điểm yếu
<b>Flexhouse VN</b>	<p>Giao diện trang web trực quan, dễ dàng tìm kiếm sản phẩm.</p> <p>Chuyên về đèn led, sản phẩm đa dạng, Có nhiều mẫu mã đa dạng, từ hiện đại đến cổ điển, đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng.</p> <p>Giá cả cạnh tranh, giao hàng nhanh</p>	Thương hiệu mới nổi, hệ thống bán hàng chưa phổ biến
<b>Đèn trang trí Casani</b>	<p>Giao diện đơn giản, dễ dàng chọn mua sản phẩm</p> <p>Cung cấp nhiều loại đèn mâm đẹp và đa dạng.</p> <p>Thiết kế đẹp, sang trọng,</p>	Giá bán cao không phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, ít có sự lựa chọn sản phẩm

	chất lượng tốt, bảo hành dài hạn	
<b>Thế giới ánh sáng</b>	Thương hiệu lâu năm, sản phẩm phong phú, hệ thống showroom rộng khắp	Giá đôi khi cao hơn thị trường, một số mẫu mã lỗi thời Không có khu vực đánh giá, nhận xét từ khách hàng về sản phẩm.

Qua đó có thể thấy, hầu hết các đối thủ cạnh tranh đều có sự đa dạng trong mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm và điểm yếu nói chung là về giá cả, giá các mặt hàng được đánh giá là khá cao và ít phù hợp với các đối tượng khách hàng có thu nhập bình thường hoặc thấp.

## **V. LỢI THẾ CẠNH TRANH**

### **5.1. Chất lượng sản phẩm**

Các sản phẩm của Dee Light được lựa chọn và sản xuất kỹ càng thông qua các tiêu chí nghiêm ngặt. Đặc trưng trong thiết kế của Dee Light là mang tính thẩm mỹ cao, tập trung vào việc trang trí các góc nhỏ để làm tăng sự nổi bật, đồng thời kết hợp với các chức năng phù hợp với sở thích và nhu cầu của người sử dụng. Dee Light sử dụng các vật liệu chất lượng cao như nhựa chịu lực, thủy tinh cường lực và kim loại không gỉ để đảm bảo tính bền vững và độ bền của sản phẩm.

Dee Light tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng nguyên vật liệu để đảm bảo rằng các linh kiện và nguyên liệu sử dụng đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng cần thiết. Trong quá trình sản xuất, Dee Light thực hiện các bước kiểm tra chất lượng để phát hiện và khắc phục các vấn đề ngay lập tức, giúp ngăn ngừa khách hàng mua sản phẩm bị lỗi.

Sản phẩm của Dee Light đảm bảo tuân thủ tất cả các tiêu chuẩn an toàn và quy định pháp lý liên quan đến an toàn sản phẩm. Dee Light luôn tập trung vào tính năng và hiệu suất của sản phẩm, đảm bảo rằng đèn trang trí hoạt động hiệu quả và đáp ứng được các yêu cầu về ánh sáng, tiết kiệm năng lượng và các tính năng khác mà khách hàng mong đợi.

Ngoài ra, Dee Light cung cấp dịch vụ hậu mãi tốt, bao gồm hỗ trợ bảo hành, sửa chữa và hỗ trợ kỹ thuật khi cần thiết, nhằm đảm bảo sự hài lòng và tin tưởng của khách hàng đối với sản phẩm của Dee Light. Dee Light cam kết mang đến trải nghiệm mua sắm tốt nhất và đem lại giá trị lâu dài cho khách hàng.

### **5.3. Giá cả hợp lý**

Dee Light cung cấp các sản phẩm với mức giá phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng. Các sản phẩm của Dee Light hầu hết đều ở mức giá từ 100.000VNĐ đến 700.000VNĐ. Với mức giá này, Dee Light có thể là lựa chọn phù hợp với mọi đối tượng khách hàng. Ngoài ra, ở Dee Light cũng có một số mặt hàng cao cấp có giá từ 1.000.000 VNĐ đến hơn 5.000.000 VNĐ. Với mức giá này, các sản phẩm cũng được nâng cấp và sang trọng hơn, qua đó, Dee Light nhắm tới đối tượng khách hàng có yêu cầu cao về tính thẩm mỹ hướng đến sự sang trọng, đẳng cấp hơn.

Đồng thời, chúng tôi cũng có các chương trình hỗ trợ giá cả, tri ân khách hàng như sau:

- Miễn phí vận chuyển cho đơn hàng từ 800.000 VNĐ trở lên. Dee Light có chính sách vận chuyển để hỗ trợ chi phí cho khách hàng, giúp khách hàng thoải mái hơn trong quá trình mua hàng.
- Giảm giá 15% cho đơn hàng từ 1.500.000 VNĐ.
- Tặng sản phẩm trị giá 100.000 VNĐ cho đơn hàng từ 2.000.000 VNĐ,...

Ngoài ra, Dee Light còn tổ chức các chương trình đặc biệt dành riêng cho hội viên Dee Light, với các ưu đãi và quà tặng độc quyền. Chúng tôi luôn nỗ lực để mang lại giá trị cao nhất và sự hài lòng tối đa cho khách hàng của mình.

### **5.4. Sự cải tiến và khác biệt**

Website Dee Light là nền tảng đặc biệt dành cho những người yêu thích làm mới không gian sống của mình. Dee Light cung cấp một sự lựa chọn hoàn hảo cho việc tặng quà bất ngờ, thay vì luôn phải đau đầu suy nghĩ về món quà gì thật đặc biệt cho bạn bè, người thân. Dee Light tập trung vào các sản phẩm đèn trang trí phù hợp để làm món quà độc đáo và ấn tượng. Với Dee Light, việc mua sắm trực tuyến trở nên tiện lợi hơn bao giờ hết. Khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn sản phẩm mình thích mà không cần lo lắng về giá cả. Đây là một điểm mạnh của nền tảng này, giúp người dùng tạo ra những thay đổi thú vị trong không gian sống của mình mà không gặp bất kỳ khó khăn nào.

Để phục vụ cho nhu cầu tặng quà cho khách hàng, Dee Light còn có dịch vụ gói quà hộ khách hàng. Qua đó, với mỗi đơn có yêu cầu gói quà, khách hàng có thể được lựa chọn



hình thức gói quà phù hợp, điều này sẽ giúp khách hàng tiện hơn trong trường hợp muốn tặng quà cho người ở xa. Tuy nhiên vì còn một số hạn chế nên trong websits của Dee Light vẫn chưa có hạng mục này, chúng tôi sẽ cố gắng tìm cách để có thể bổ sung trong thời gian sớm.

## **VI. CHIẾN LƯỢC THỊ TRƯỜNG**

### **6.1. Mục tiêu kinh doanh**

- Mục tiêu kinh doanh ngắn hạn: Trong khoảng 1 năm đầu.

Đầu tiên, Dee Light sẽ áp dụng công nghệ Quản lý quan hệ Khách hàng (CRM) để hiệu quả hóa việc theo dõi và tương tác với khách hàng. Hệ thống CRM sẽ giúp ghi nhận thông tin và hành vi mua sắm của khách hàng, từ đó cung cấp các dịch vụ và sản phẩm phù hợp hơn, đồng thời tạo ra các chương trình khuyến mãi và ưu đãi cá nhân hóa.

Tiếp theo, Dee Light sẽ tăng cường sự hiện diện trực tuyến bằng cách đẩy mạnh hoạt động quảng cáo trên các nền tảng xã hội như Facebook, TikTok và trang web. Quảng cáo trực tuyến sẽ giúp tăng lượng truy cập và nhận diện thương hiệu, thu hút khách hàng tiềm năng đến với Dee Light.

Cuối cùng, Dee Light sẽ cố gắng cho ra mắt đa dạng hóa danh mục sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ. Bằng việc đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, Dee Light sẽ mang đến cho khách hàng những lựa chọn đa dạng và phong phú hơn. Đồng thời, việc cải thiện chất lượng dịch vụ CSKH sẽ giúp tăng sự hài lòng của khách hàng và đem lại trải nghiệm mua sắm tốt nhất.

- Mục tiêu kinh doanh dài hạn: Khoảng 2-5 năm tiếp theo.

Mục tiêu dài hạn của Dee Light là phát triển và định vị thương hiệu Dee Light một cách bền vững trên thị trường đèn trang trí, Dee Light sẽ tập trung vào nghiên cứu và phát triển để nâng cao chất lượng sản phẩm đèn trang trí của Dee Light, mở rộng quy mô khách hàng. Việc này sẽ giúp đảm bảo tính cạnh tranh và đáng tin cậy của thương hiệu trên thị trường. Để tăng doanh số bán hàng, Dee Light sẽ phát triển chiến lược tiếp thị và bán hàng hiệu quả, bao gồm việc thiết kế các chương trình khuyến mãi hấp dẫn và chương trình thưởng khách hàng để thu hút và giữ chân khách hàng.

Khi đã có cho mình một lực lượng khách hàng cố định, Dee Light sẽ hướng tới việc mở rộng quy mô không chỉ phục vụ lắp đặt trực tiếp ở mỗi TP HCM mà còn ở các TP lớn khác, qua đó Dee Light sẽ thiết lập một hệ thống phân phối rộng khắp trong cả nước,

bao gồm cửa hàng bán lẻ, đại lý và kênh trực tuyến, nhằm đem sản phẩm dễ dàng tiếp cận đến tay người tiêu dùng.

## 6.2. Phân khúc khách hàng mục tiêu

Phân khúc khách hàng mà Dee Light nhắm tới là những người có niềm đam mê trong trang trí nội thất và đánh giá cao sự sáng tạo trong thiết kế. Chúng tôi đặc biệt quan tâm đến nhóm đối tượng từ 15 đến 50 tuổi, vì đây là những đối tượng thường có gu thẩm mỹ phù hợp với các sản phẩm chúng tôi cung cấp.

Đặc biệt, Dee Light hướng tới những người yêu thích sự độc đáo và muốn tìm kiếm những món quà mới lạ để tặng cho người thân, bạn bè. Chúng tôi luôn đặt mục tiêu mang đến những trải nghiệm thú vị và ý nghĩa thông qua các sản phẩm nội thất sáng tạo của mình.

## 6.3. Marketing mix 4P

### 6.3.1. Product

Dee Light luôn tập trung vào sự hoàn thiện và sáng tạo của các sản phẩm của mình. Chúng tôi đặc biệt chú trọng vào thiết kế độc đáo và hấp dẫn để thu hút đa dạng đối tượng khách hàng. Dù không cầu kỳ, từng chi tiết nhỏ của sản phẩm Dee Light có thể mang lại sự khác biệt và sức sống mới cho không gian sống.

Với mục tiêu mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời nhất, Dee Light liên tục đổi mới và mở rộng dòng sản phẩm. Hiện nay, chúng tôi cung cấp các loại đèn đa dạng như đèn ngủ, đèn hoa, đèn học, đèn cổ điển, đèn đồng hồ và nhiều sản phẩm khác.

Trong tương lai, Dee Light cam kết mang đến thị trường các sản phẩm sang trọng và đẳng cấp hơn, đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách hàng. Chúng tôi luôn mong muốn đem lại sự hài lòng và thú vị cho mọi người thông qua sự phát triển liên tục của dòng sản phẩm của mình.

### 6.3.2. Price

*Bảng 2: Giá các sản phẩm của Dee Light*

<b>Đèn học</b>	Đèn học con thỏ	200.000đ
	Đèn học chó đốm	200.000đ

	Đèn học kết hợp hộp đựng bút tiện lợi	300.000đ
	Đèn học thân gỗ dễ dàng điều chỉnh	260.000đ
<b>Đèn hoa trang trí</b>	Đèn bông sen thả dây	5.000.000đ
	Đèn hoa hồng baby úp kính trong suốt	300.000đ
	Đèn hoa ly	500.000đ
	Đèn hoa úp thân đồng cổ điển	2.000.000đ
	Đèn hình mây vườn hoa tulip	380.000đ
	Đèn treo tường hoa ly đơn giản	1.000.000đ
	Đèn lưu ly	1.000.000đ
<b>Đèn ngủ</b>	Thỏ ôm đèn	320.000đ
	Đèn ngủ con thỏ	100.000đ
	Đèn ngủ hình trụ	260.000đ
	Đèn ngủ ông sao dây led	150.000đ
<b>Đèn cổ điển</b>	Đèn dây sứ trắng treo trần	5.200.000đ
	Đèn hoa úp thân đồng cổ điển	2.000.000đ
	Đèn ngủ để bàn họa tiết hoa	5.500.000đ
	Đèn treo tường Led bằng gốm	4.500.000đ
<b>Đèn trang</b>	Đồng hồ Con vịt	200.000đ

<b>trí kết hợp đồng hồ</b>	Đồng hồ con cừu	260.000đ
	Đồng hồ gấu bắc cực	250.000đ
	Đồng hồ tai thỏ	230.000đ

Với mục tiêu đáp ứng được nhu cầu của đa dạng đối tượng khách hàng khác nhau, sản phẩm của Dee Light có giá thấp nhất từ 100.000đ và cao nhất là 5.500.000đ. Qua đó, Dee Light có chiến lược về giá ở mức từ rẻ tới trung bình để phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu. Tuy nhiên, trong tương lai, Dee Light sẽ cho ra mắt các sản phẩm cao cấp đồng thời nâng giá sao cho phù hợp nhằm mở rộng sang phân khúc khách hàng sẵn sàng chi tiêu số tiền lớn hơn.

### **6.3.3. Place**

Về mặt hoạt động online, DEE LIGHT tập trung vào các chiến lược và kênh truyền thông hiệu quả để tiếp cận và mở rộng phạm vi khách hàng:

Trước hết, DEE LIGHT chú trọng khai thác lực lượng khách hàng tiềm năng trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến như Facebook. Các chiến dịch quảng cáo, chia sẻ nội dung hấp dẫn và tương tác với người dùng được triển khai thường xuyên, giúp gia tăng nhận diện thương hiệu và thu hút sự quan tâm của đông đảo khách hàng. Bên cạnh đó, website chính thức của DEE LIGHT đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, dịch vụ, chính sách bảo hành, hướng dẫn sử dụng,... Giao diện website được tối ưu hóa để đảm bảo trải nghiệm người dùng tốt nhất trên cả máy tính lẫn thiết bị di động, tạo thuận lợi cho khách hàng dễ dàng tiếp cận và tương tác.

Ngoài ra, để mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng, trong thời gian tới, Dee Light sẽ kết hợp bán hàng trên các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada. Sự hiện diện trên những nền tảng này giúp DEE LIGHT tận dụng lượng người dùng đông đảo, đa dạng hóa kênh bán hàng và gia tăng cơ hội kinh doanh. Với sự kết hợp đa dạng các hoạt động online, DEE LIGHT không chỉ gia tăng nhận diện thương hiệu mà còn mở rộng phạm vi tiếp cận, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng dễ dàng tiếp cận và mua sắm sản phẩm.

Để tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh, bên cạnh hoạt động online, DEE LIGHT cũng tập trung vào các hoạt động offline như sau:

Tại khu vực nội thành TP.HCM, đội ngũ kỹ thuật viên của DEE LIGHT có mặt để phục vụ công tác lắp đặt, tư vấn trực tiếp cho khách hàng. Điều này giúp đảm bảo chất lượng

dịch vụ và mang đến trải nghiệm tốt nhất cho người dùng. Với sự kết hợp hoạt động online và offline một cách hiệu quả, DEE LIGHT không chỉ mở rộng phạm vi kinh doanh mà còn tăng cường năng lực cạnh tranh, xây dựng vị thế vững chắc trên thị trường đèn trang trí.

6.3.4. Promotion

• Quảng cáo

Dee Light triển khai chiến dịch quảng cáo đa kênh trên Google Ads, Facebook Ads, TikTok và các nền tảng trực tuyến khác. Mục tiêu của chiến dịch này là tăng lượng truy cập vào trang web của shop, đồng thời tăng nhận thức về thương hiệu Dee Light đối với khách hàng trong độ tuổi từ 15 đến 50, có sở thích trang trí nội thất và đồ gia dụng. Ngoài ra, Dee Light kết hợp tạo ra nội dung video thu hút trên mạng xã hội, cụ thể là hợp tác với một số KOL có hình ảnh phù hợp để quảng bá, tăng độ hiện diện của thương hiệu và giới thiệu với người tiêu dùng về thương hiệu Dee Light, ...

Bên cạnh đó, Việc quảng cáo cũng cần phải kết hợp thêm các chiến lược về giá cả. Dee Light sẽ áp dụng các chương trình khuyến mãi hấp dẫn như freeship cho đơn hàng từ 800.000 đồng trở lên, giảm giá 15% cho đơn hàng từ 1.500.000 đồng và tặng sản phẩm trị giá 100.000 đồng cho đơn hàng từ 2.000.000 đồng. Những chương trình này sẽ thu hút khách hàng mục tiêu, đồng thời thúc đẩy doanh số bán hàng và mang lại sự hài lòng với sản phẩm của Dee Light.

• Quan hệ với khách hàng

Để tạo mối quan hệ với khách hàng, Dee Light cho ra mắt bộ thẻ hội viên các mức từ thấp đến cao bao gồm: Bạc, Vàng, Đồng. Với mỗi lần mua, cứ mỗi 50.000 VNĐ thì sẽ đổi được 5 điểm, dựa trên chi phí hóa đơn để đổi điểm theo cấp số cộng.

Bảng 3: Ưu đãi dành cho hội viên

HỘI VIÊN DEE LIGHT			
MỨC HẠNG	BẠC	VÀNG	KIM CƯƠNG
Số điểm tối thiểu	0	100	500

Quyền lợi	Khuyến mãi vào tháng SN (10%)	Giảm 8% sản phẩm rẻ nhất trong hóa đơn	Giảm 10% sản phẩm rẻ nhất trong hóa đơn
		Khuyến mãi vào tháng SN (10%)	Khuyến mãi vào tháng SN (20%)
		Miễn phí bảo trì định kì 6 tháng từ ngày lên hạng	Miễn phí bảo trì định kì 1 năm từ ngày lên hạng

<input type="checkbox"/>	Tên chương trình
<input type="checkbox"/>	Khuyến mãi 15% đơn hàng thứ hai
<input type="checkbox"/>	Khuyến mãi 10% tháng sinh nhật dành cho KH bạc & vàng
<input type="checkbox"/>	Tặng sản phẩm trị giá 200.000 cho đơn hàng từ 2.000.000

Hình 17: Một số chương trình khuyến mãi đang hoạt động của Dee Light

#### 6.4. Chiến lược tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng

DEE LIGHT đặt sự tập trung vào trải nghiệm và niềm tin của khách hàng để nâng cao giá trị của sản phẩm trong tâm trí của họ. Để làm điều này, chúng tôi đặt ra một số mục tiêu để tối ưu hóa dịch vụ chăm sóc khách hàng của mình:

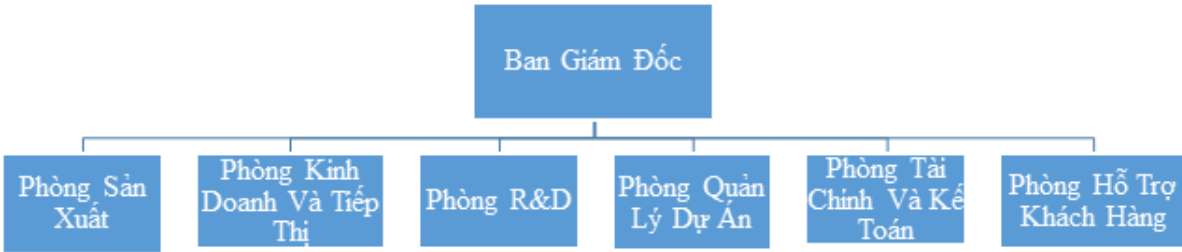
- Tạo ra một trang web có chức năng tìm kiếm và giao diện chi tiết sản phẩm. Điều này giúp khách hàng dễ dàng hơn trong quá trình mua sắm.
- Cho phép người dùng đánh giá sản phẩm sau khi mua hàng trên hệ thống. Điều này tạo cảm giác hữu ích và tin tưởng hơn cho người mua, đồng thời giúp DEE LIGHT quảng bá chất lượng và độ tin cậy của dịch vụ thông qua đánh giá của người dùng.
- DEE LIGHT cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng 24/7. Điều này là một yếu tố quan trọng để tăng doanh thu từ mô hình bán hàng, bằng cách tạo ra niềm tin và trung thực, nâng cao trải nghiệm của khách hàng, tạo ra sự trung thành và tăng doanh số và lợi nhuận.

## VII. PHÁT TRIỂN TỔ CHỨC

### 7.1. Loại hình cấu trúc tổ chức

Cấu trúc tổ chức một doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm đèn trang trí có thể là một tổ chức theo mô hình chức năng. Đây là loại hình cấu trúc phổ biến trong ngành công nghiệp sản xuất và bán lẻ, cho phép sự tập trung vào các chức năng chính của doanh nghiệp và tối ưu hóa hiệu suất.

7.2. Mô tả cách thức tổ chức hoạt động



Hình 18: Các bộ phận hoạt động của Dee Light

**Phòng sản xuất:** Chịu trách nhiệm sản xuất các sản phẩm đèn trang trí, bao gồm quản lý quy trình sản xuất, kiểm soát chất lượng và quản lý kho.

**Phòng kinh doanh và tiếp thị:** Tập trung vào việc tiếp cận và tìm kiếm khách hàng mới, xây dựng mối quan hệ với các đối tác kinh doanh và thực hiện chiến lược tiếp thị để quảng bá sản phẩm đèn trang trí.

**Phòng nghiên cứu và phát triển (R&D):** Đảm bảo rằng doanh nghiệp luôn nắm bắt và áp dụng công nghệ mới nhất vào quá trình sản xuất, phát triển các sản phẩm đèn trang trí mới và cải thiện hiệu suất sản xuất.

**Phòng quản lý dự án:** Phụ trách quản lý các dự án sản xuất và phân phối sản phẩm đèn trang trí, đảm bảo rằng các dự án được thực hiện đúng tiến độ và đáp ứng các yêu cầu của khách hàng.

**Phòng tài chính và kế toán:** Chịu trách nhiệm quản lý tài chính và kế toán của doanh nghiệp, bao gồm quản lý ngân sách, thanh toán cho nhà cung cấp và thu nợ từ khách hàng.

**Phòng Hỗ trợ Khách hàng:** Cung cấp dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng sau bán hàng, giải quyết các vấn đề và yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

7.3. Xây dựng mô hình tổ chức lực lượng bán hàng

Khi áp dụng một mô hình tổ chức lực lượng bán hàng cho TMĐT, quan trọng là cân nhắc các yếu tố như loại hình sản phẩm/dịch vụ, đối tượng khách hàng, và cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp để chọn lựa mô hình phù hợp nhất. Từ đó sẽ lựa chọn cách hoạt động theo mô hình đầu tiên là Tổ chức theo chức năng, bao gồm các chức năng sau:

**Bộ phận tiếp thị (Marketing):** Phân tích thị trường và nghiên cứu khách hàng để hiểu nhu cầu và mong muốn của họ. Phát triển chiến lược tiếp thị và kế hoạch quảng cáo để thu hút khách hàng và tạo ra nhận thức về thương hiệu. Tạo ra nội dung tiếp thị hấp dẫn trên các kênh truyền thông xã hội và kênh truyền thông khác.

**Bộ phận bán hàng (Sales):** Liên hệ trực tiếp với khách hàng thông qua điện thoại, email hoặc gặp gỡ trực tiếp để giới thiệu sản phẩm/dịch vụ và thúc đẩy quá trình mua hàng. Xây dựng mối quan hệ với khách hàng và tư vấn họ về sản phẩm/dịch vụ phù hợp với nhu cầu của họ. Quản lý quy trình bán hàng từ việc tạo hóa đơn cho đến việc xử lý đơn hàng và vận chuyển hàng hóa.

**Bộ phận chăm sóc khách hàng (Customer Service):** Giải quyết các vấn đề và thắc mắc của khách hàng sau khi mua hàng để đảm bảo sự hài lòng và trung thành của họ. Cung cấp hỗ trợ kỹ thuật, hướng dẫn sử dụng sản phẩm và xử lý các yêu cầu đổi/trả hàng. Thu thập phản hồi từ khách hàng để cải thiện dịch vụ và sản phẩm trong tương lai.

Bằng cách tổ chức lực lượng bán hàng theo chức năng, doanh nghiệp có thể tối ưu hóa hiệu quả trong từng phần công việc cụ thể và cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp cho khách hàng từ giai đoạn tiếp cận cho đến hậu mãi.

#### **7.4. Khi công ty lớn mạnh cần thay thế những nhân viên bình thường bằng những chuyên gia**

Việc thay thế những nhân viên bình thường bằng những chuyên gia khi công ty lớn mạnh có nhiều lợi ích và lý do cần phải làm điều này, bao gồm:

**Nâng cao chất lượng và hiệu suất làm việc:** Chuyên gia thường có kiến thức chuyên môn sâu và kỹ năng chuyên sâu trong lĩnh vực của họ. Bằng cách thay thế những nhân viên bình thường bằng những chuyên gia, công ty có thể nâng cao chất lượng và hiệu suất làm việc, từ đó tăng cường khả năng cạnh tranh và đạt được kết quả kinh doanh tốt hơn.

**Đối mặt với thách thức phức tạp:** Trong một môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp và đa dạng, việc thay thế nhân viên bình thường bằng những chuyên gia giúp công ty đối mặt và giải quyết những thách thức phức tạp một cách hiệu quả hơn. Chuyên gia



thường có khả năng phân tích và giải quyết các vấn đề phức tạp và khó khăn trong lĩnh vực của họ.

Tối ưu hóa quy trình làm việc: Chuyên gia thường có kinh nghiệm và kiến thức chuyên sâu về quy trình làm việc và phương pháp tối ưu hóa. Bằng cách thay thế nhân viên bình thường bằng những chuyên gia, công ty có thể tối ưu hóa quy trình làm việc, giảm thiểu lãng phí và tăng cường hiệu suất làm việc.

Thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo: Chuyên gia thường mang lại sự đổi mới và sáng tạo trong công việc thông qua việc áp dụng kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm vào các dự án và hoạt động của công ty. Việc thay thế nhân viên bình thường bằng những chuyên gia giúp thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo, tạo ra cơ hội cho sự phát triển và tiến bộ của công ty.

## **VIII. ĐỘI NGŨ QUẢN LÝ**

Đội ngũ quản lý của một hệ thống thương mại điện tử đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong việc đảm bảo hoạt động suôn sẻ và thành công của nền tảng. Với một sự kết hợp đa dạng các vai trò chuyên môn, đội ngũ này hoạt động hài hòa để đảm bảo mọi khía cạnh của hệ thống được quản lý tốt nhất.

Quản lý sản phẩm chịu trách nhiệm về việc quản lý danh mục sản phẩm, từ việc đưa sản phẩm mới vào hệ thống cho đến cập nhật thông tin và tối ưu hóa hiển thị sản phẩm. Đồng thời, quản lý đơn hàng và vận chuyển đảm bảo quá trình mua sắm của khách hàng diễn ra một cách trơn tru, từ khi đặt hàng đến khi sản phẩm được giao đến tay khách hàng.

Vai trò quản lý khách hàng tập trung vào việc giải đáp thắc mắc của khách hàng, cung cấp hỗ trợ sau bán hàng và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Trong khi đó, quản lý marketing và quảng cáo phát triển chiến lược để thu hút và giữ chân khách hàng, từ việc quảng bá sản phẩm đến việc tăng cường tương tác trên các kênh truyền thông xã hội.

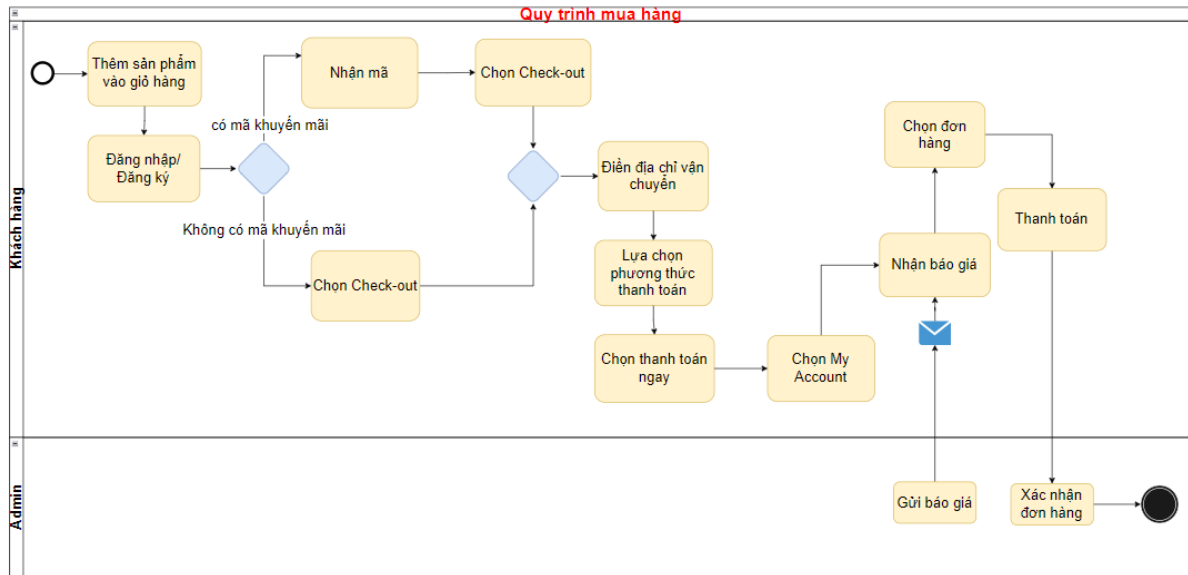
Vai trò quản lý công nghệ thông tin đảm bảo rằng hệ thống hoạt động một cách mượt mà và an toàn, bao gồm việc bảo trì, nâng cấp và xử lý các vấn đề kỹ thuật. Cuối cùng, vai trò quản lý tài chính theo dõi và quản lý tài chính của hệ thống, từ xử lý thanh toán đến theo dõi doanh thu và chi phí.

Tất cả các vai trò này hợp tác một cách chặt chẽ để đảm bảo rằng hệ thống thương mại điện tử hoạt động hiệu quả và mang lại trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng.

## IX. QUY TRÌNH KINH DOANH

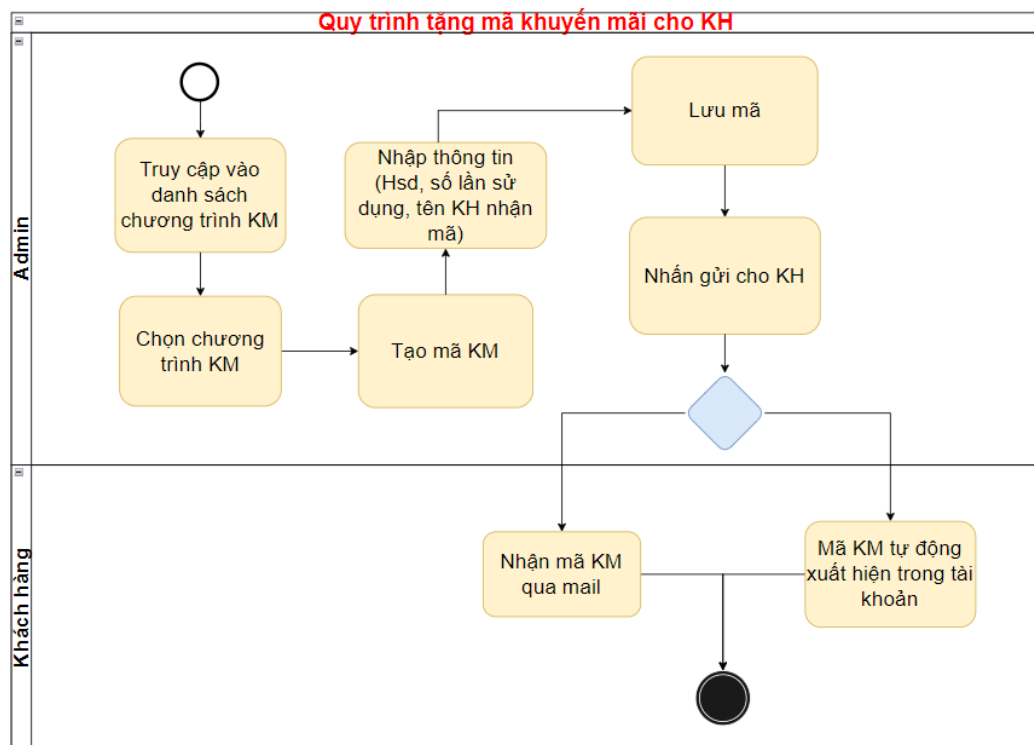
### 9.1. Quy trình mua hàng

Link video demo quy trình mua hàng: [demo.mp4](#)

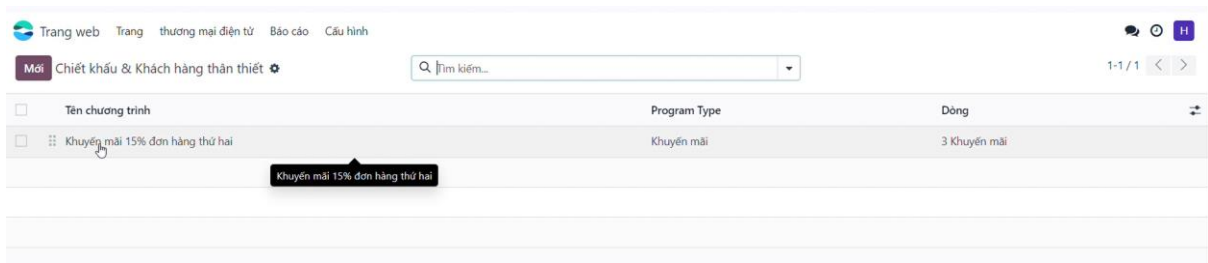


Hình 19: Quy trình mua hàng

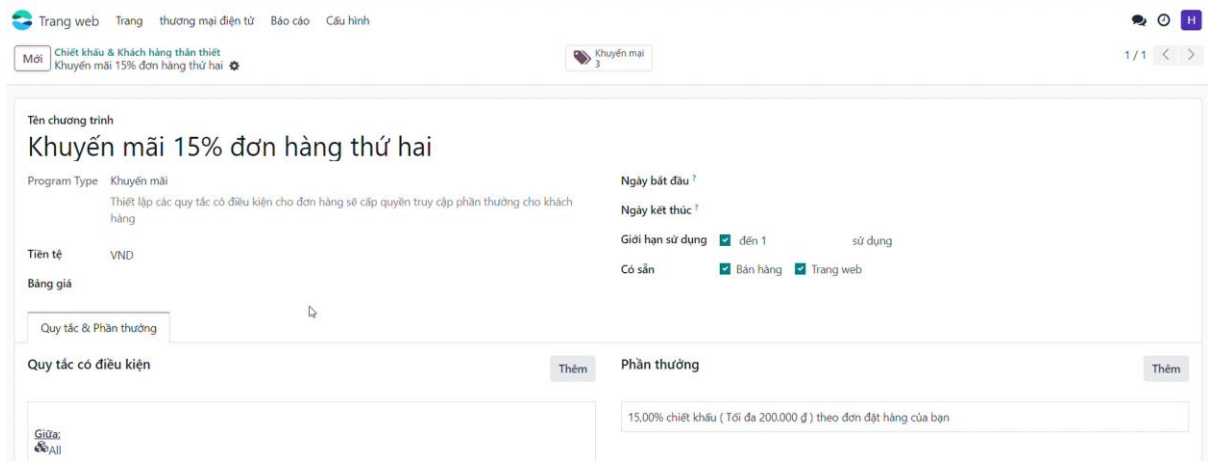
### 9.2. Quy trình tạo mã khuyến mãi



Hình 20: Quy trình tạo mã khuyến mãi cho khách hàng

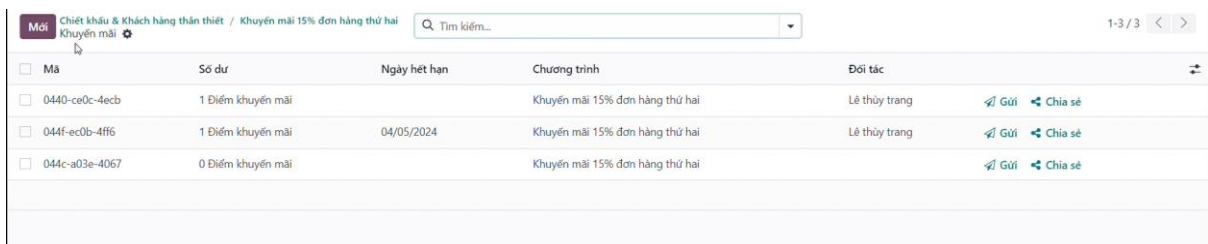


Hình 21: Khu vực chương trình khuyến mãi



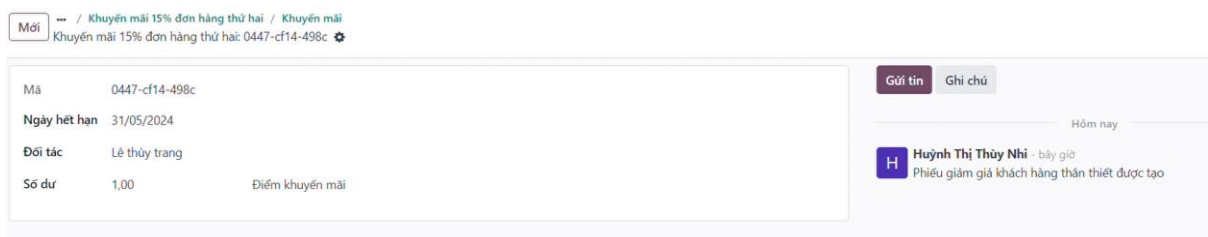
Hình 22: Thông tin chương trình khuyến mãi

Tại đây, để tạo mã khuyến mãi, bấm vào nút khuyến mãi ở giữa màn hình

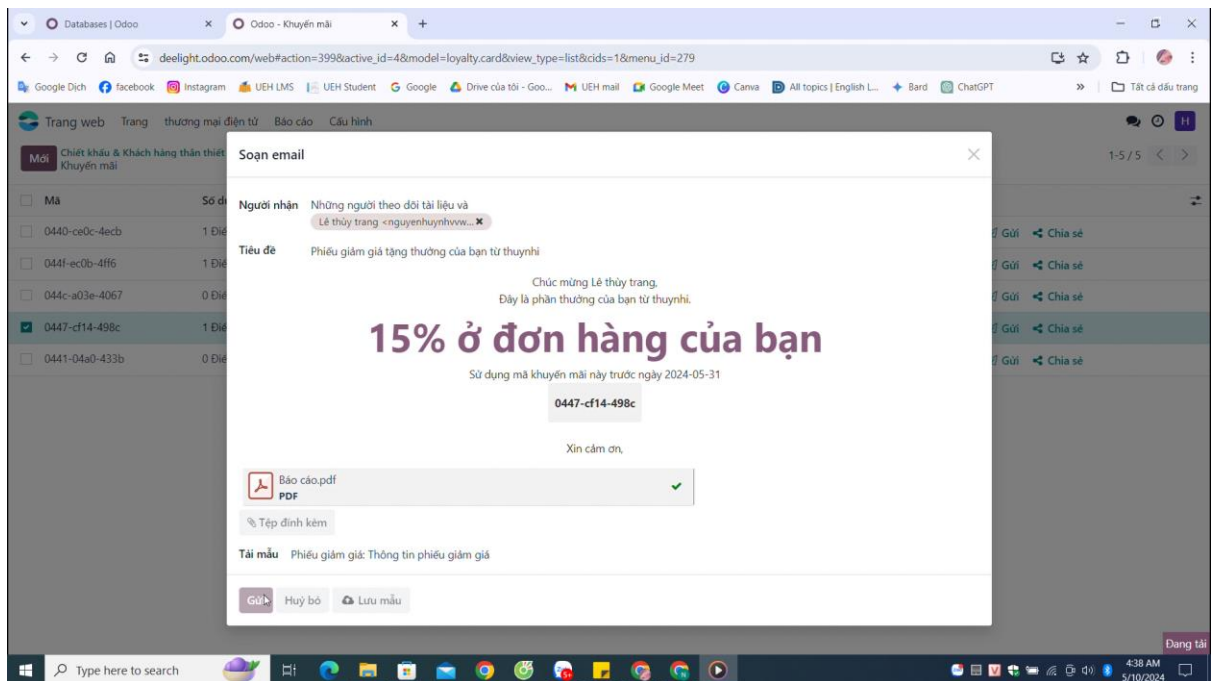


Hình 23: Khu vực các mã khuyến mãi đã tạo

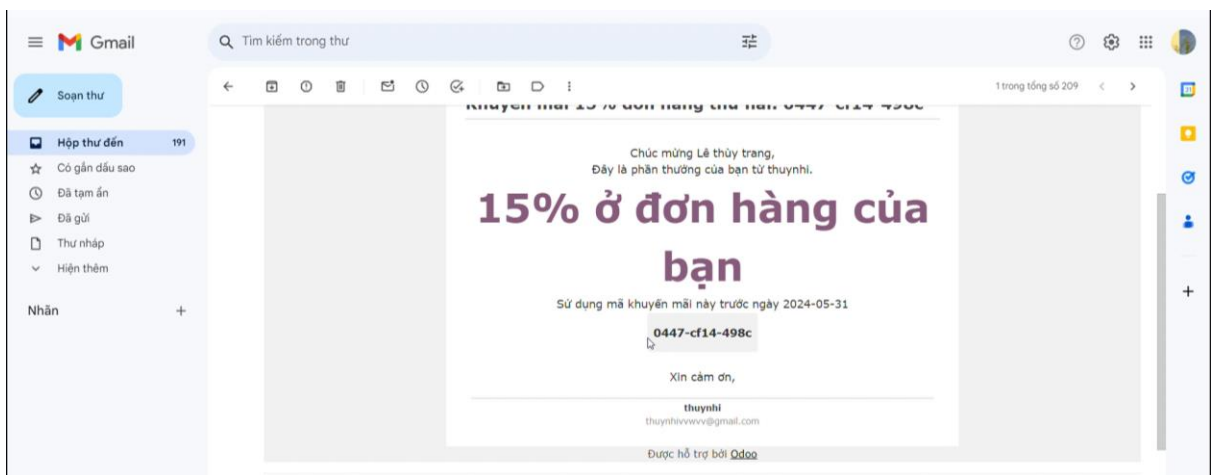
Chọn “Mới” để tạo mới mã khuyến mãi



Hình 24: Tạo mã khuyến mãi



Hình 25: Gửi mã cho khách hàng



Hình 26: Giao diện mã khuyến mãi khách hàng nhận được

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

aglobal. Xu hướng thương mại điện tử 2024: Nắm bắt cơ hội bùng nổ doanh thu.

Source: <https://aglobal.vn/blog/xu-huong-thuong-mai-dien-tu-2024-nam-bat-co-hoi-but-pha-doanh-thu-223843409>

aglobal. Chiến lược phát triển thị trường - mọi điều doanh nghiệp cần biết. Source:

<https://aglobal.vn/blog/chien-luoc-phat-trien-thi-truong-moi-dieu-doanh-nghiep-can-biet-2038460864>

Bnews (2023). Thương mại điện tử đang trở thành xu hướng kinh doanh phổ biến.

Source: [https://bnews.vn/thuong-mai-dien-tu-dang-tro-thanh-xu-huong-kinh-doanh-pho-bien/317219.html#google\\_vignette](https://bnews.vn/thuong-mai-dien-tu-dang-tro-thanh-xu-huong-kinh-doanh-pho-bien/317219.html#google_vignette)

BrandVietNam (2023). Amazon Global Selling: Ngành Nội thất và Trang trí nhà cửa Việt Nam tiếp tục thể hiện tiềm năng trên thị trường quốc tế. Source:

<https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/334172-Amazon-Global-Selling-Nghanh-Noi-that-va-Trang-tri-nha-cua-Viet-Nam-tiep-tuc-the-hien-tiem-nang-tren-thi-truong-quoc-te>

Innovative Hub (2024). BÁO CÁO TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG ĐỒ NỘI THẤT:

XU HƯỚNG & TRIỂN VỌNG. Source: <https://innovativehub.com.vn/bao-cao-tong-quan-thi-truong-do-noi-that-xu-huong-trien-vong/>

Mordor Intelligence. Decorative Lighting Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029) Source:

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/decorative-lighting-market>

Nhanh.vn (2022). 5 mô hình doanh thu trong thương mại điện tử ở Việt Nam. Source:

<https://nhanh.vn/5-mo-hinh-doanh-thu-trong-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-n57420.html>

Subiz Blog (2022). Tổng quan thị trường thương mại điện tử Việt Nam năm 2021 –

2025. Source: <https://subiz.com.vn/blog/thuong-mai-dien-tu-viet-nam.html>

Ubot. Chi phí cố định là gì? Cách phân loại và ý nghĩa của chi phí cố định Source:

<https://ubot.vn/chi-phi-co-dinh-la-gi/>

VietNambiz (2020). Mô hình doanh thu bán hàng (Sales Revenue Model) là gì?

Source: <https://vietnambiz.vn/mo-hinh-doanh-thu-ban-hang-sales-revenue-model-la-gi-20200210205837138.htm>