

ĐẠI HỌC UEH
TRƯỜNG KINH DOANH
KHOA QUẢN TRỊ



NHÓM F
BÁO CÁO CUỐI KỲ

Giảng viên: TS. Nguyễn Thành Huy
Mã học phần: 24D1INF50901304
Môn học: Thương mại điện tử

TP Hồ Chí Minh, ngày 8 tháng 5 năm 2024

NHÓM F – DANH SÁCH THÀNH VIÊN

STT	MSSV	Họ và tên
1	31211025333	Trần Ngọc Kim Ngân
2	31211025163	Nguyễn Hồng Ngân
3	31211027970	Huỳnh Mẫn Nghi
4	31211027974	Phan Bảo Ngọc
5	31211025592	Phan Lương Khánh Ngọc

MỤC LỤC

1. Luận cứ giá trị.....	1
2. Mô hình kinh doanh.....	4
3. Cơ hội thị trường	8
3.1. Phân khúc thị trường.....	8
3.2. Phân tích đối tượng khách hàng mục tiêu.....	8
4. Môi trường cạnh tranh	8
4.1. Phân tích các yếu tố ngành với mô hình Five Forces của Porter.....	8
4.2 Phân tích đối thủ cạnh tranh trong ngành.....	13
4.3 Phân tích S.W.O.T của Yangmora và hình thành các chiến lược	15
5. Lợi thế cạnh tranh.....	17
6. Chính sách thị trường	21
7. Phát triển tổ chức	24
8. Đội ngũ quản lý	26
9. Video demo triển khai website Odoo: NhomF	27

NỘI DUNG

1. Luận cứ giá trị

Sản phẩm ốp lưng điện thoại và các vỏ (case) phụ kiện tùy chỉnh (custom) được làm từ vải hoặc len của Yangmora mang đến sự mới mẻ, độc đáo và khác biệt cho mỗi khách hàng, để họ có thể cá nhân hóa các thiết bị thông minh, thông qua đó thể hiện cá tính bản thân. Sản phẩm được làm từ vải hoặc len không chỉ mang lại cảm giác ấm áp và chắc chắn, trái ngược với các vỏ nhựa hoặc silicon thông thường, mà còn giúp điện thoại (của bạn) nổi bật giữa đám đông bởi tính độc đáo, mới lạ và có thể là duy nhất. Khách hàng có thể chọn từ rất nhiều mẫu có sẵn hoặc tùy chỉnh màu sắc và họa tiết để phù hợp với phong cách, cá tính của mình. Ngoài ra, Yangmora đã đưa ra mức giá rất phải chăng, tạo điều kiện cho mọi đối tượng đều có thể trải nghiệm sự độc đáo, nổi bật.

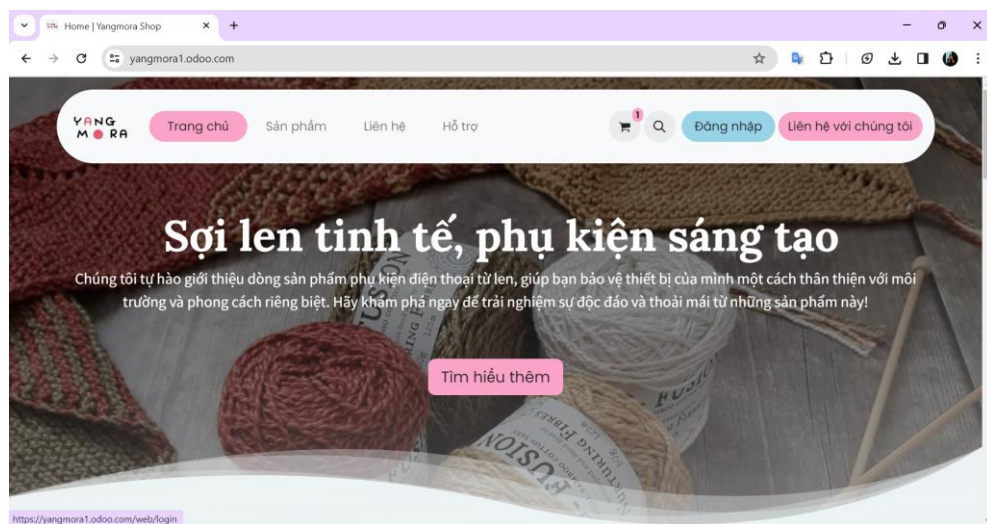
Dưới đây là USP (Unique Selling Points) của các sản phẩm mà Yangmora mang đến cho khách hàng:

- 1. Sự độc đáo và cá nhân hóa:** Một số khách hàng có thể cảm thấy rằng đa số các phụ kiện điện thoại trên thị trường đều giống nhau, hay không thể hiện được phong cách cá nhân của họ. Vì vậy sản phẩm handmade bằng vải/len của Yangmora hứa hẹn sẽ mang đến cho khách hàng sự trải nghiệm về các sản phẩm khác biệt, độc đáo và sáng tạo, thoả mãn mong muốn muốn được sở hữu một sản phẩm không dễ “đụng hàng” so với số đông mọi người.
- 2. Chất lượng và tinh tế:** Sản phẩm của Yangmora được chăm chút và làm hoàn toàn bằng thủ công. Đảm bảo sự hoàn thiện, tỉ mỉ, tinh tế và chất lượng cao khi đến tay khách hàng.
- 3. Bền vững và giá trị thẩm mỹ cao:** Sản phẩm được làm từ vải, len của Yangmora sẽ mang lại cảm giác ấm áp và chắc chắn cho người dùng, trái ngược với các vỏ nhựa hoặc silicon thông thường khác. Không chỉ vậy, thời gian sử dụng của vải/len cũng lâu hơn, bền vững hơn khi chống được sự ố vàng hoặc hư hỏng mà các ốp silicon thông thường mang lại, giúp bảo vệ cho điện thoại khỏi va đập và trầy xước. Bên cạnh đó, giá trị thẩm mỹ của sản phẩm cũng là một trong những vấn đề được Yangmora chú tâm. Các mẫu mã về sản phẩm của Yangmora hoàn toàn được chính shop thiết kế độc nhất sao cho phù hợp với các khách hàng nhất có thể mà không lo bị lỗi thời hay đụng hàng. Sản phẩm

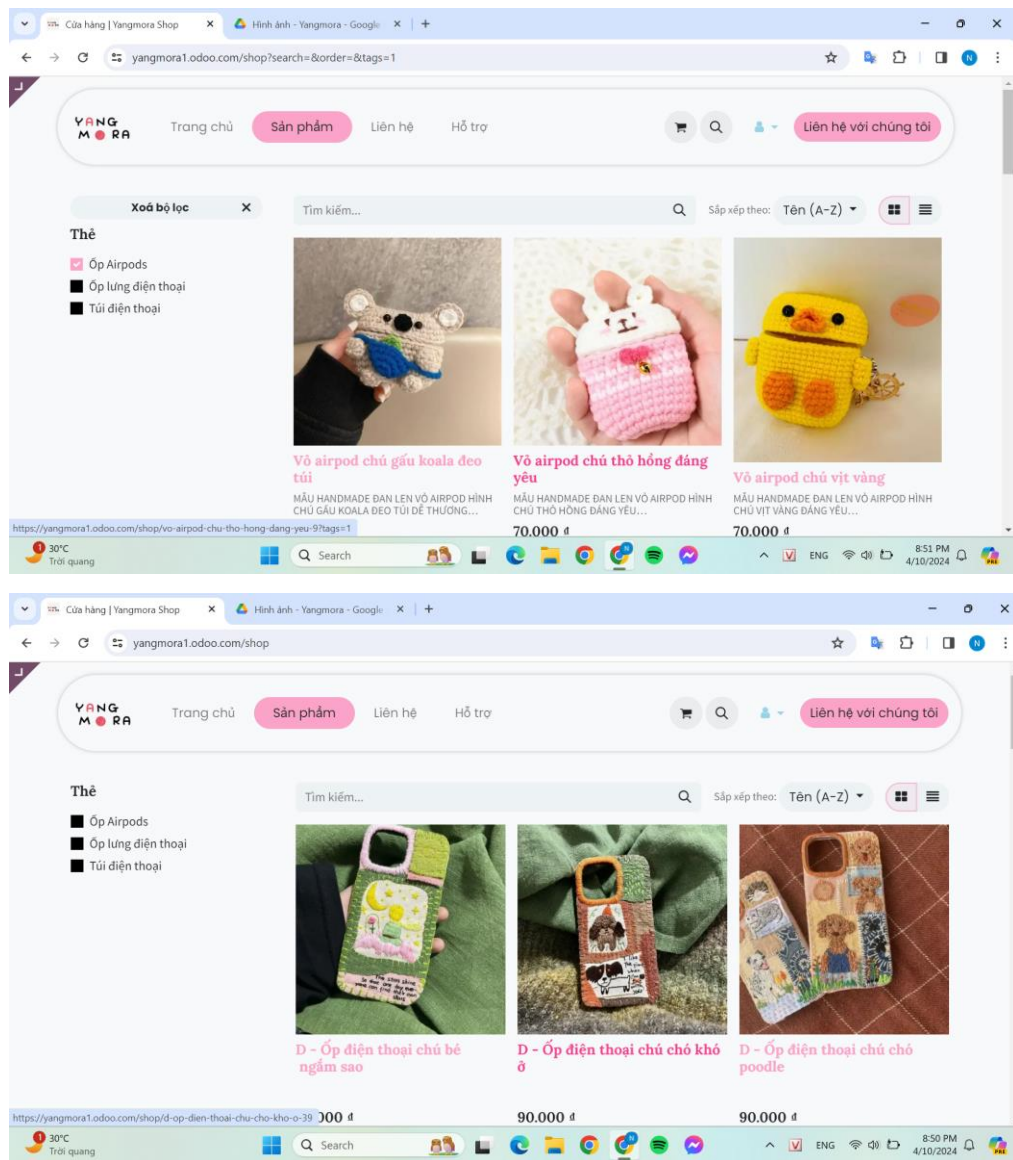
không chỉ là phụ kiện điện thoại mà còn là một món đồ trang trí thú vị và độc đáo, giúp tạo điểm nhấn cho phong cách cá nhân của người sử dụng.

4. **Xu hướng thời trang thân thiện với môi trường:** Sản phẩm thủ công của Yangmora được làm từ các nguyên liệu thân thiện với môi trường và có sự cam kết hạn chế tối đa tác động tiêu cực đến môi trường. Ngoài việc có độ bền cao có thể sử dụng trong một thời gian dài thì vải len cũng có khả năng tự phân huỷ sinh học rất cao. Chính vì vậy, khách hàng có thể yên tâm sử dụng sản phẩm mà không lo lắng về tác động môi trường.
5. **Chất lượng và sự tận tâm:** Yangmora cam kết mang đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao và ưu tiên hàng đầu việc chăm sóc khách hàng, luôn sẵn sàng hỗ trợ và giải quyết mọi vấn đề cũng như những thắc mắc của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Hơn thế nữa, để tối ưu hoá trải nghiệm của khách hàng, Yangmora đã thiết kế một website thân thiện và dễ sử dụng sao cho khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm sản phẩm, thanh toán cũng như liên hệ hỗ trợ nếu có bất cứ thắc mắc nào.



Ngoài ra, Yangmora cũng đảm bảo cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm như hình ảnh chất lượng cao, mô tả chi tiết, giá cả, chính sách đổi trả, vận chuyển để khách hàng có thể đưa ra quyết định mua hàng một cách dễ dàng hơn.



Không chỉ vậy, Yangmora còn hỗ trợ trực tuyến cho khách hàng thông qua phương thức để lại lời nhắn trực tiếp ngay tại chính website để giải đáp mọi thắc mắc và tư vấn cho khách hàng khi cần.

2. Mô hình kinh doanh

Đối với sản phẩm là phụ kiện điện thoại handmade bằng vải/len, Yangmora đã lựa chọn mô hình kinh doanh chính là mô hình B2C (Business to Consumer): Nhà bán lẻ trực tuyến.

Vì mô hình B2C có các đặc điểm phù hợp với những mục tiêu mà Yangmora đề ra như:

- **Khả năng tương tác trực tiếp với khách hàng:** Bằng cách kinh doanh trực tiếp với người tiêu dùng cuối cùng, Yangmora có cơ hội tương tác trực tiếp với khách hàng thông qua các thông tin liên hệ được gắn trực tiếp trên website bán hàng. Thông qua đó, Yangmora có thể hiểu rõ hơn nhu cầu, sở thích và mong muốn của khách hàng, từ đó cung cấp các sản phẩm và dịch vụ phù hợp.
- **Quảng cáo và tiếp thị linh hoạt:** Mô hình B2C cho phép Yangmora tập trung vào việc quảng cáo và tiếp thị trực tiếp đến đối tượng khách hàng mục tiêu thông qua phương tiện chính là website bán hàng, bên cạnh đó, Yangmora cũng mở rộng tiếp cận khách hàng thông các kênh truyền thông xã hội, quảng cáo trực tuyến và tiếp thị nội dung trên các nền tảng khác nhau
- **Tạo trải nghiệm mua sắm độc đáo:** Khi tập trung vào khách hàng cuối cùng, Yangmora có thể tạo ra trải nghiệm mua sắm độc đáo và cá nhân hóa hơn. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp các sản phẩm đa dạng, mẫu mã, các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ khách hàng tận tình và giao hàng nhanh chóng,... Nhờ những trải nghiệm này mà khi tìm đến Yangmora, khách hàng sẽ có thể tìm thấy được những sản phẩm có thể đáp ứng được những kỳ vọng mà họ đưa ra.

- **Phát triển thương hiệu cá nhân:** Mô hình B2C cung cấp cơ hội cho doanh nghiệp phát triển thương hiệu cá nhân và xây dựng lòng trung thành từ phía khách hàng. Bằng cách tương tác trực tiếp với khách hàng và cung cấp sản phẩm chất lượng cao, Yangmora có thể xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ và độc đáo.

Mô hình doanh thu chính của Yangmora là mô hình doanh thu bán hàng thông qua website. Để có thể vận hành cửa hàng Yangmora trong khoảng thời gian 6 tháng đầu thì doanh nghiệp cần nguồn vốn khoảng 70.000.000 VND để có thể có bù đắp chi phí cho hoạt động sản xuất và các hoạt động khác. Dưới đây là bảng doanh thu, chi phí và lợi nhuận mà Yangmora dự tính có thể đạt được trong 6 tháng đầu:

BẢNG DOANH THU					
	Giá bán sản phẩm	Số lượng bán ra (1 tháng)	Số lượng bán ra sau 6 tháng (dự kiến mỗi tháng tăng đều 20%)	Doanh thu (1 tháng)	Doanh thu sau 6 tháng (dự kiến mỗi tháng tăng đều 20%)
Vỏ airpod	70.000đ	70 sản phẩm	541 sản phẩm	4.900.000đ	37.870.000đ
Ốp lưng điện thoại	90.000	100 sản phẩm	665 sản phẩm	9.000.000đ	59.850.000đ
Túi đựng điện thoại	90.000	50 sản phẩm	506 sản phẩm	4.500.000đ	45.540.000đ
TỔNG DOANH THU				18.400.000đ	143.260.000đ

BẢNG CHI PHÍ				
		Vỏ airpod	Ốp lưng điện thoại	Túi đựng điện thoại
Chi phí sản xuất	Phí nguyên liệu	8.000đ	10.000đ	12.000đ
	Phí gia công (15% giá sản phẩm)	10.500đ	13.500đ	13.500đ

	Chi phí sản xuất 1 sản phẩm	18.500đ	23.500đ	25.500đ
	Chi phí sản xuất sau 1 tháng	1.295.000đ	2.350.000đ	1.275.000đ
	Chi phí sản xuất sau 6 tháng	7.770.000đ	14.100.000đ	7.650.000đ
		Trong 6 tháng		
Chi phí marketing	Chi phí quảng cáo (Facebook Ads,...)	10.000.000đ		
	Khuyến mãi	8.000.000đ		
	Xây hệ thống chăm sóc khách hàng.	3.000.000đ		
Chi phí khác		10.000.000đ		
TỔNG CHI PHÍ (TRONG 6 THÁNG)		60.520.000 VND		
LỢI NHUẬN (TRONG 6 THÁNG)		62.740.000 VND		

3. Cơ hội thị trường

3.1. Phân khúc thị trường

- Yangmora hướng đến tập trung vào các phân khúc thị trường ngách như người yêu thích thời trang, người ưa chuộng sản phẩm thủ công, hoặc người quan tâm đến bảo vệ môi trường.
- Tiềm năng kinh doanh trực tuyến: Ngày nay người tiêu dùng thường có xu hướng tìm kiếm sản phẩm độc đáo, chất lượng cao, hoặc những sản phẩm thủ công có giá trị thẩm mỹ cao mang câu chuyện thương hiệu riêng trên các nền tảng trực tuyến. Điều này giúp tạo cơ hội cho chúng em có thể tiếp cận đa dạng người tiêu dùng trong tương lai thông qua các nền tảng thương mại điện tử và mạng xã hội.

3.2. Phân tích đối tượng khách hàng mục tiêu

Tập trung vào đối tượng khách hàng yêu thích sự độc đáo, thủ công. Họ có thể là những người trẻ tuổi, yêu thích thời trang và muốn sở hữu sản phẩm độc đáo, hoặc những người quan tâm đến sản phẩm thủ công, handmade.

- **Độ tuổi:** Từ 18-35 tuổi
- **Giới tính:** Nam/Nữ (Có thể tập trung vào nữ giới hơn vì họ thường quan tâm đến thời trang và phụ kiện)
- **Thu nhập:** 7.000.000 - 10.000.000 VND/tháng. (Đối tượng có thu nhập trung bình đến cao, sẵn sàng chi trả cho sản phẩm thủ công và độc đáo.)
- **Sở thích và nhu cầu:** Những người yêu thích thời trang, sự sáng tạo, thích cá nhân hóa và muốn sở hữu các sản phẩm phụ kiện điện thoại độc đáo, phản ánh được phong cách và gu thẩm mỹ riêng của mình.
- **Lý do mua hàng:** Nhu cầu cho bản thân, làm quà tặng, sưu tầm hoặc có mong muốn ủng hộ sản phẩm thủ công cũng như quan tâm đến lối sống xanh bảo vệ môi trường.
- **Kênh truyền thông và tiếp cận khách hàng:** Instagram, Facebook.
- **Kênh phân phối:** Website cửa hàng

4. Môi trường cạnh tranh

4.1. Phân tích các yếu tố ngành với mô hình Five Forces của Porter

Yangmora đã sử dụng và phân tích các yếu tố ngành theo mô hình Five Forces của Porter để đánh giá sức mạnh cạnh tranh của ngành cũng như các ảnh hưởng của các yếu tố bao gồm sức mạnh cạnh tranh của đối thủ, sức mạnh của người mua, sức mạnh của người bán, sự đe dọa từ sản phẩm hoặc dịch vụ thay thế và sự đe dọa từ các sản phẩm hoặc dịch vụ mới.

- Đe dọa từ sức mạnh người mua:

- Sự thay đổi khi ra các quyết định mua hàng: Người mua có thể dễ dàng thay đổi quyết định mua hàng và chuyển sang sản phẩm từ các nguồn cung khác nếu họ cảm thấy không hài lòng về chất lượng hoặc giá cả. Điều này gây khó khăn cho Yangmora vì đây là một startup và chưa có nhiều khách hàng trung thành.
- Yêu cầu cao về chất lượng: Người mua có thể đặt yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm, bao gồm cả tính thẩm mỹ và độ bền, và sẵn lòng trả giá cao hơn cho những sản phẩm đáp ứng được yêu cầu này.
- Sức mạnh đàm phán: Người mua có thể sử dụng sức mạnh đàm phán để đạt được giá ưu đãi hoặc các điều khoản hợp lý khi mua sản phẩm handmade của Yangmora. Đặc biệt là khi có nhiều lựa chọn trên thị trường, khi mà khách hàng không đạt được kết quả đàm phán với một mức giá như mong muốn, họ sẵn sàng từ bỏ và tìm kiếm một sản phẩm thay thế khác.
- Thông tin dễ dàng tiếp cận: Nhờ vào Internet và các kênh truyền thông xã hội, người mua có thể dễ dàng tiếp cận thông tin về sản phẩm và đánh giá từ các khách hàng trước, giúp họ đưa ra quyết định mua hàng dựa trên kinh nghiệm của người khác. Điều này vừa đem đến lợi ích giúp Yangmora nói riêng mà các doanh nghiệp kinh doanh số nói chung đạt được hiệu quả tuyên truyền sản phẩm. Tuy nhiên mặt trái của sự dễ tiếp cận các nguồn thông tin đa chiều cũng khiến Yangmora gặp một số trở ngại khi vương phải sự lan truyền các nguồn thông tin bất lợi không mong muốn, hoặc trong một số tình huống cạnh tranh tiêu cực.

⇒ Để đối phó với những đe dọa này, Yangmora cần phải tạo ra những sản phẩm chất lượng cao (về thiết kế, mẫu mã, màu sắc, chất lượng) và có tính độc đáo để thu hút và giữ chân khách hàng. Yangmora nên tập trung nhiều hơn vào việc chăm sóc khách hàng, tạo ra một trải nghiệm mua hàng tích cực cho người mua và tăng cường mối quan hệ với khách hàng thông qua dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt và giao tiếp hiệu quả. Việc xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng sẽ giúp Yangmora có thêm nhiều khách hàng trung thành.

- Đe dọa từ đối thủ cạnh tranh:

- Giá cả cạnh tranh: các đối thủ cạnh tranh với các nguồn lợi thế cạnh tranh không công bằng (về nguồn cung, thị phần,...) có thể cung cấp sản phẩm tương tự với giá cả cạnh tranh hơn, làm giảm lợi thế về giá của mô hình kinh doanh sản phẩm handmade bằng len của Yangmora.
- Sự đa dạng và lựa chọn: Các đối thủ cạnh tranh có thể cung cấp một loạt các sản phẩm và lựa chọn khác nhau, làm cho người mua có nhiều sự lựa chọn hơn và giảm khả năng họ chọn sản phẩm từ Yangmora.
- Chiến lược tiếp thị và quảng cáo: Đối thủ có thể có chiến lược tiếp thị và quảng cáo hiệu quả hơn, làm cho họ thu hút được nhiều khách hàng hơn và làm giảm bớt thị phần của của Yangmora.
- Chất lượng và độ tin cậy: Nếu đối thủ cung cấp sản phẩm với chất lượng và độ tin cậy cao hơn, họ có thể thu hút được nhiều khách hàng và làm giảm lòng trung thành của khách hàng với mô hình kinh doanh của Yangmora.

⇒ Để đối phó với các đe dọa từ đối thủ cạnh tranh, Yangmora cần phải tập trung vào việc tăng cường chất lượng sản phẩm, tạo ra những sản phẩm độc đáo và phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Yangmora cũng nên xây dựng một chiến lược tiếp thị và quảng cáo hiệu quả để nâng cao nhận thức về thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng. Đồng thời, việc duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng cũng rất quan trọng để giữ chân khách hàng và tạo ra sự khác biệt so với đối thủ.

- Đe dọa từ những sản phẩm thay thế:

- Khả năng thay thế bởi những sản phẩm công nghiệp: Sự phát triển của công nghệ và máy móc cũng như sự ra đời của các sản phẩm công nghiệp có thể làm giảm sự độc đáo và giá trị của các sản phẩm handmade. Người tiêu dùng có thể chọn các sản phẩm công nghiệp vì chúng thường có giá thành thấp hơn và dễ dàng tiếp cận hơn. Bên cạnh đó, với sự tiến bộ trong công nghệ sản xuất có thể làm giảm chi phí sản xuất và tăng cường chất lượng của các sản phẩm công nghiệp, làm cho chúng trở nên cạnh tranh hơn với sản phẩm handmade. Đây là một mối đe dọa lớn đối với một doanh nghiệp thuần thủ công như Yangmora.

- Chi phí thay thế: cùng với sự thay đổi và phát triển của công nghệ, các khoảng chi phí dành cho một sản phẩm công nghiệp sẽ luôn thấp hơn so với một sản phẩm thủ công, điều này dẫn đến sự so sánh và đánh đổi khi người tiêu dùng thực hiện một hành vi mua sắm sản phẩm của Yangmora.
- Sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng: người tiêu dùng hiện đại luôn có xu hướng chạy theo trend, sự thay đổi trong nhu cầu và sở thích của họ luôn luôn hiện hữu. Khi xã hội cập nhật một xu hướng mới thì sở thích hoặc nhu cầu của người tiêu dùng sẽ thay đổi theo, và trong trường hợp này các sản phẩm thay thế có thể trở nên phổ biến hơn và làm giảm sự quan tâm đến sản phẩm handmade của Yangmora.

⇒ Để đối phó với những đe dọa này, Yangmora cần phải tập trung vào việc tạo ra sự độc đáo và giá trị đặc biệt của sản phẩm handmade của mình (bằng các thiết kế độc đáo và duy nhất bởi đội ngũ thiết kế riêng của mình), tăng cường quảng bá và tiếp thị để tạo ra sự nhận thức và tạo ra mối quan hệ tốt hơn với khách hàng. Đồng thời, việc duy trì sự linh hoạt và sáng tạo trong sản phẩm và dịch vụ cũng là chìa khóa để tồn tại và phát triển trước sự cạnh tranh từ những sản phẩm thay thế.

- Đe dọa từ sức mạnh của người bán/nhà cung cấp:

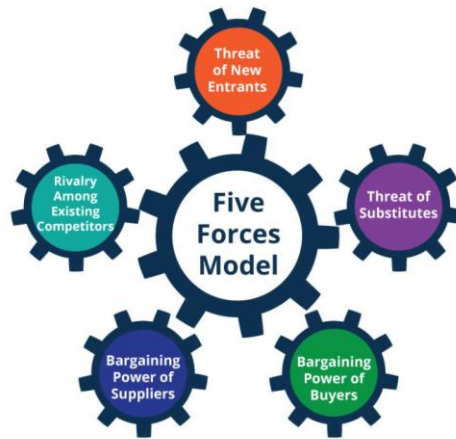
- Giá cả cạnh tranh: Những người bán hay các nhà cung ứng khác nhau có thể cung cấp các nguồn nguyên liệu với giá cả thấp hơn cho đối thủ cạnh tranh của Yangmora, điều này sẽ làm gây bất lợi cho Yangmora.
- Sự đa dạng về kênh phân phối: Người bán và các nhà cung ứng được hình dung như những nhánh cây lớn trong một gốc đại thụ (thị trường), vì thế họ nhận được nhiều lợi thế hơn so với các nhà buôn bán và doanh nghiệp nhỏ lẻ như Yangmora. Các nhà cung ứng/ người bán có quyền lực lớn hơn trong các kênh phân phối, có thể chiếm lĩnh các kênh bán lẻ trực tuyến hoặc cửa hàng offline, giảm đi sự hiện diện của sản phẩm handmade trên thị trường.

⇒ Để đối phó với những đe dọa này, Yangmora cần phải tìm cách tăng cường giá trị độc đáo của sản phẩm (thiết kế sáng tạo), tạo ra mối quan hệ tốt hơn với khách hàng và tập trung vào việc xây dựng thương hiệu mạnh mẽ (không chỉ chú trọng đến sản phẩm mà còn quan tâm đến cả chất lượng dịch vụ và chăm sóc tốt các trải nghiệm của khách hàng). Yangmora cũng có thể tìm kiếm các cơ hội hợp tác với người bán hoặc kênh phân phối lớn để tăng cường hiện diện của sản phẩm handmade của mình trên thị trường.

- Đe dọa từ những người gia nhập mới: (trong tương lai)

- Sự cạnh tranh tăng cao: Trong tương lai, sự gia nhập của nhiều đối thủ mới có thể làm tăng cường cạnh tranh trong thị trường, đặc biệt là khi các đối thủ này cung cấp các sản phẩm tương tự với giá cạnh tranh hoặc chất lượng tốt hơn.
- Sự giảm bớt hoặc đánh mất thị phần: Sự xuất hiện của những người tham gia mới có thể khiến Yangmora phải chia nhỏ thị phần dẫn đến sự giảm bớt hoặc mất thị phần. Hơn hết, Yangmora là một doanh nghiệp startup với số vốn điều lệ cũng như nguồn lực hữu hạn, điều này sẽ gây bất lợi cho việc chiếm lĩnh cũng như nắm giữ thị phần tương đối trên thị trường handmade nói chung và thị trường phụ kiện điện thoại di động handmade bằng len nói riêng.
- Giảm giá trị thương hiệu: Trong trường hợp rào cản gia nhập ngành thấp, thị trường handmade nói chung sẽ có rất nhiều đối thủ cạnh tranh với dòng sản phẩm tương tự hoặc thay thế. Lúc này sẽ có rất nhiều lựa chọn cho người tiêu dùng dẫn đến việc Yangmora phải áp dụng giảm giá hoặc tăng chiến lược giảm giá để cạnh tranh, điều này có thể ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu và lợi nhuận của Yangmora.
- Sự xuất hiện của sản phẩm giả mạo/sản phẩm kém chất lượng: Sự gia nhập của các nhà sản xuất không chính thống có thể dẫn đến sự xuất hiện của các sản phẩm giả mạo hoặc không chất lượng trên thị trường, làm giảm uy tín của ngành và đe dọa sự tin cậy của người tiêu dùng.

⇒ Để đối phó với sự đe dọa này, Yangmora cần phải thực hiện các hoạt động tăng cường tính độc đáo (phát triển thêm các phân loại sản phẩm mới) và chất lượng của sản phẩm (chú trọng hơn vào khâu sản xuất để sản phẩm chín chu hơn), xây dựng lòng tin thương hiệu mạnh mẽ trong lòng khách hàng (đẩy mạnh dịch vụ chăm sóc và tư vấn khách hàng) và tạo ra các chiến lược tiếp thị và quảng bá hiệu quả để thu hút và giữ chân khách hàng. Đồng thời, việc duy trì một mối quan hệ tốt với khách hàng cũng rất quan trọng để tạo ra sự trung thành và đối phó với cạnh tranh từ những người mới gia nhập.



4.2 Phân tích đối thủ cạnh tranh trong ngành

Như đã phân tích ở phần trên, phân khúc thị trường mà nhóm nhắm tới là những người tiêu dùng trẻ yêu thích các món đồ dùng thời trang, phụ kiện di động làm thủ công mang tính độc đáo, khác biệt; hoặc những người có niềm yêu thích đặc biệt và có sự quan tâm đến những sản phẩm handmade.

Hiện tại tính trên phân khúc thị trường này thì những cửa hàng/shop chuyên cung cấp các sản phẩm thủ công và các dịch vụ handmade theo yêu cầu của khách hàng đang có số lượng khá lớn, và họ hoạt động chủ yếu trên các nền tảng thương mại điện tử. Tuy nhiên, lại có rất ít shop/cửa hàng hoạt động trong lĩnh vực sản xuất đồ handmade tập trung vào dòng sản phẩm là phụ kiện điện thoại, đặc biệt là sản phẩm ốp điện thoại. Chủ yếu các cửa hàng này bán những sản phẩm tương tự nhau trong cùng phân khúc thị trường, tính cá nhân hóa và độc đáo chưa được đề cao.

Đầu tiên, Yangmora sẽ đề cập đến các đối thủ cạnh tranh hiện tại trong ngành:

Do trên thị trường có khá ít cửa hàng tập trung vào phân khúc các phụ kiện dành cho điện thoại di động được làm thủ công/handmade, nên hiện tại Yangmora chỉ xác định được ba đối thủ cạnh tranh chính đang hoạt động cùng phân khúc và có mục tiêu sản phẩm giống với định hướng của mình. Ba đối thủ này có thời gian hoạt động trong khoảng 1 - 3 năm trở lại đây, họ có xây dựng website riêng, hoạt động chủ yếu trên các sàn thương mại điện tử. Ba đối thủ cạnh tranh trực tiếp này cũng đã xây dựng được thương hiệu của riêng mình và có một số khách hàng trung thành nhất định.

Các đối thủ cạnh tranh trực tiếp của Yangmora được đề cập chi tiết dưới đây:

Tên đối thủ	Sản phẩm	Giá bán	Nền tảng hoạt động	Hoạt động	Ưu điểm	Nhược điểm	Thị phần
<i>Thỏ Ngọc Handmade</i>	Ốp dành cho điện thoại làm bằng len	170.000 – 200.000 VNĐ	Shopee, Facebook, Website chính thức	Bán các mẫu sản phẩm có sẵn, làm các mẫu trang trí handmade bằng vải/len theo yêu cầu của khách hàng.	Kiểu dáng đa dạng, nhiều mẫu mã	Chỉ bán một phân loại sản phẩm là ốp dành cho điện thoại bằng len (không có combo). Giá thành tương đối cao.	2%
<i>La Len Handmade</i>	Túi đựng điện thoại được móc bằng len	215.000 – 250.000 VNĐ	Shopee, Website	Bán các mẫu sản phẩm có sẵn, thực hiện móc len thủ công các vật dụng bằng len và thêu tên theo yêu cầu.	Kiểu dáng đa dạng, tiện dụng	Ít mẫu mã để lựa chọn. Chỉ bán túi đeo điện thoại bằng len (không có combo). Giá thành tương đối cao.	3%
<i>Sạc len Memo</i>	Ốp dành cho airpod điện thoại làm bằng len	59.000 – 69.000 – 79.000 – 99.000 – 129.000 VNĐ	Shopee, Website	Hoạt động của cửa hàng này là bán các mẫu sản phẩm có sẵn	Kiểu dáng đa dạng, nhiều mẫu mã	Chỉ bán ốp airpod bằng len (không có combo)	68%

Bên cạnh đó, Yangmora cũng xác định được một số đối thủ cạnh tranh gián tiếp có các phân khúc sản phẩm đồng dạng, tương tự. Hiện các đối thủ cạnh tranh gián tiếp của Yangmora trên thị trường phụ kiện điện thoại di động handmade là các cửa hàng phụ kiện điện thoại di động nội địa Trung, các cửa hàng quốc tế. Do hạn chế về mặt địa lý, các đối thủ cạnh tranh gián tiếp này tiếp cận, thu hút và bán sản phẩm của họ cho các đối tượng khách hàng mục tiêu của Yangmora thông qua các sàn thương mại điện tử.

4.3 Phân tích S.W.O.T của Yangmora và hình thành các chiến lược

Yangmora sử dụng phân tích SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) để đánh giá các ưu điểm, nhược điểm, cơ hội và rủi ro của mình so với đối thủ cạnh tranh. Thông qua phân tích này, Yangmora có thể hiểu rõ vị thế của mình trong ngành và đưa ra các chiến lược phù hợp để tận dụng các cơ hội và giải quyết các thách thức.

	Điểm mạnh	Điểm yếu
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sản phẩm độc đáo và có giá trị sáng tạo, bởi vì là sản phẩm handmade theo yêu cầu nên mang tính độc nhất. 2. Chất lượng cao và sự tinh tế trong từng sản phẩm. 3. Tính cá nhân hóa cao, có thể đáp ứng nhu cầu đặc biệt của khách hàng. 4. Quy trình sản xuất thủ công tạo ra sự riêng biệt và tăng thêm giá trị cho từng sản phẩm. 5. Sự phát triển thuận lợi của thị trường kinh doanh online và kinh doanh kết hợp thương mại điện tử. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giá thành cao hơn so với các sản phẩm tương tự được sản xuất hàng loạt hay các sản phẩm thay thế được sản xuất hệ thống bằng máy móc công nghệ. 2. Khả năng sản xuất hạn chế do tính thủ công. 3. Khó khăn trong việc mở rộng quy mô sản xuất.
Cơ hội	Chiến lược S.O: Tận dụng các điểm mạnh để khai thác cơ hội ⇒ Tận dụng thị trường trực tuyến đang là xu hướng với tiềm năng phát triển mạnh mẽ để tăng cường tiếp cận và quảng bá sản phẩm trên các nền tảng thương mại điện tử như Shopee, Lazada, và các mạng xã hội như Instagram, Facebook. Từ đó giúp Yangmora tăng cường nhận thức về thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng.	Chiến lược W.O: Khắc phục các điểm yếu để nắm bắt cơ hội ⇒ Với việc xây dựng mối quan hệ với đối tác bán lẻ như hợp tác với các cửa hàng bán lẻ địa phương hoặc trung tâm mua sắm để có mặt trực tiếp trên kệ hàng và tăng cường sự hiện diện của sản phẩm trong các điểm bán lẻ, Yangmora sẽ có những cơ hội được lộ diện và nâng cao độ nhận biết trong mắt người tiêu dùng, giúp cho thương hiệu được biết đến rộng rãi và mở rộng thị phần.
Thách thức	Chiến lược S.T: Sử dụng các điểm mạnh để né tránh rủi ro ⇒ Yangmora nên sử dụng lợi thế sẵn có là tính cá nhân hóa cho từng sản phẩm, từ đó mở rộng, nghiên cứu và phát triển các loại sản phẩm phụ kiện điện thoại di động mới như dây đeo cáp sạc, dây đeo tai nghe,... với thiết kế và chất liệu độc đáo để mở rộng thị trường và thu hút đa dạng khách hàng, xây dựng được một hệ thống khách hàng trung thành để không phải lo lắng về các mối đe dọa từ người thay thế hay sản phẩm thay thế khác.	Chiến lược W.T: Khắc phục điểm yếu để hạn chế nguy cơ ⇒ Điểm yếu của Yangmora nằm ở việc hạn chế ở khả năng sản xuất hàng loạt, điều này dẫn đến khó khăn trong việc theo kịp tốc độ thay đổi xu hướng của xã hội và người tiêu dùng. Ở chiến lược này Yangmora nên tiến hành tăng cường quảng cáo và tiếp thị, tận dụng các chiến lược tiếp thị sáng tạo như quảng cáo trên mạng xã hội, sự kiện trưng bày sản phẩm, hoặc chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng và tăng doanh số bán hàng.

5. Lợi thế cạnh tranh

Ngay từ khi bắt đầu các nghiên cứu và phân tích các yếu tố về môi trường, ngành, đối thủ,... Yangmora đề xuất ra được các lợi thế cạnh tranh của mình như sau:

- Tập trung vào thị trường ngách rất nhỏ, chỉ phục vụ cho phân khúc khách hàng tìm kiếm sản phẩm phụ kiện điện thoại di động handmade bằng vải/len.
- Thiết kế độc đáo, thẩm mỹ đề cao tính cá nhân hóa với tính năng tùy chỉnh sản phẩm (màu sắc, thiết kế, kích thước, hình dạng,...)
- Ứng dụng công nghệ tiên tiến để gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng và đẩy mạnh truyền thông tiếp thị.
- Tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng với dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Trong đó, lợi thế cạnh tranh độc đáo mà Yangmora hướng đến là phát triển sản phẩm theo chiến lược tập trung sản phẩm với sự khác biệt hóa (đề cao mong muốn cá nhân hóa của khách hàng) kết hợp đẩy mạnh quảng bá tiếp thị trên các nền tảng thương mại điện tử.

- Đối với chiến lược phát triển sản phẩm tập trung vào sự khác biệt hóa và đề cao tính cá nhân hóa, Yangmora thực hiện trình tự các bước sau:
 1. Nghiên cứu để hiểu rõ đối tượng khách hàng: Phân tích các đặc điểm, sở thích và hành vi và nhu cầu của khách hàng tiềm năng để định hướng và tạo ra những sản phẩm phù hợp, độc đáo.
 2. Phát triển đa dạng sản phẩm: Tạo ra một loạt các phân loại sản phẩm khác nhau từ ốp lưng điện thoại, ốp airpod, túi đeo điện thoại,... với nhiều kiểu dáng, màu sắc khác nhau để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.
 3. Tạo điểm nhấn sáng tạo và độc đáo: Sử dụng các màu sắc, hoặc hình dáng đặc biệt để tạo ra các sản phẩm có điểm nhấn độc đáo và phong cách riêng biệt, giúp thu hút sự chú ý của khách hàng.
 4. Tính cá nhân hóa sản phẩm: Cho phép khách hàng tham gia vào quá trình thiết kế bằng cách lựa chọn mẫu mã, màu sắc theo ý thích cá nhân, tạo ra cảm giác đặc biệt và riêng tư cho sản phẩm.
 5. Tạo trải nghiệm mua sắm độc đáo: Tạo ra một trải nghiệm mua sắm đặc biệt và thoải mái cho khách hàng thông qua giao diện trực tuyến thân thiện, dễ sử dụng và dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tình. Đó là website chính thức của Yangmora với tông màu chủ đạo là màu hồng pastel và trắng, sự kết hợp vừa ngọt ngào và dịu nhẹ giúp khách

hàng có trải nghiệm và tâm trạng tốt hơn khi tìm mua các sản phẩm. Bên cạnh đó, các tính năng hỗ trợ cũng được Yangmora đặc biệt chú tâm phát triển để có thể giúp đỡ tư vấn khách hàng một cách nhanh chóng và tận tâm nhất.

6. Xây dựng thương hiệu và danh tiếng: Chú trọng vào chất lượng sản phẩm, uy tín và dịch vụ chăm sóc khách hàng để xây dựng một thương hiệu đáng tin cậy và được biết đến rộng rãi. Điều này có thể tạo ra sự trung thành và tăng khả năng quay lại mua hàng từ phía khách hàng.
7. Tận dụng phản hồi từ khách hàng: Liên tục lắng nghe và phản hồi các ý kiến, đề xuất từ khách hàng để cải thiện sản phẩm và dịch vụ, từ đó nâng cao trải nghiệm mua sắm và tăng cường mối quan hệ với khách hàng.

- Đối với chiến lược tiếp thị sản phẩm trên nền tảng thương mại điện tử

Yangmora xây dựng website riêng cho mình trên hệ thống Odoo. Đây là một phần mềm ERP mã nguồn mở hàng đầu trên thế giới, tích hợp nhiều ứng dụng và module cơ bản như CRM, POS (quản lý bán hàng), HRM (quản lý nhân sự), WMS (quản lý hàng tồn kho), quản lý dự án....

- Về giao diện, trang chủ của Yangmora sử dụng hai màu chủ đạo là hồng pastel ngọt ngào kết hợp với màu đen sâu lắng huyền bí, cùng với thiết kế chữ theo hướng hoạt họa, tạo cho khách hàng cảm giác mềm mại dịu nhẹ như đang đứng giữa những cuộn len lớn. Mong muốn của Yangmora là khi lần đầu tiên khách hàng đến với Yangmora, họ sẽ cảm thấy thật dễ chịu và ấm áp, và khi họ lướt xem những hình ảnh sản phẩm được treo sẵn ở mục Sản phẩm, nguồn cảm hứng mới sẽ đến để giúp khách hàng có thể có thêm những yêu cầu riêng biệt cho sản phẩm mong muốn trong mơ của mình.
- Về tính năng và độ khả dụng của hệ thống, Yangmora xây dựng nhiều tính năng tích hợp với độ khả dụng cao và hỗ trợ tối ưu trải nghiệm của người dùng, cụ thể như sau:
 - + Tính năng tìm kiếm và lọc sản phẩm cho phép khách hàng tìm kiếm sản phẩm theo từng phân loại sản phẩm khác nhau, theo nhiều tiêu chí khác nhau và áp dụng các bộ lọc để thu hẹp kết quả tìm kiếm, điều này giúp cho khách hàng có thể tham khảo và tìm được mẫu sản phẩm ưng ý dễ dàng hơn.

- + Chức năng giỏ hàng và thanh toán linh hoạt cho phép khách hàng dễ dàng thêm sản phẩm vào giỏ hàng, chỉnh sửa số lượng và tiến hành thanh toán một cách nhanh chóng và tiện lợi.
 - + Tính năng đánh giá sản phẩm cho phép khách hàng có thể thực hiện đánh giá sau khi trải nghiệm mua hàng; bên cạnh đó khách hàng cũng có thể xem đánh giá về sản phẩm từ những người dùng khác, giúp họ có thể cân nhắc trước khi đưa ra quyết định mua hàng.
 - + Tính năng hỗ trợ khách hàng cung cấp các kênh hỗ trợ như chat trực tuyến, điện thoại hoặc email để giải đáp thắc mắc và xử lý các vấn đề của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả; bên cạnh đó Yangmora còn cung cấp thêm tính năng tư vấn với khách hàng để họ có thể đề ra những yêu cầu hoặc mong muốn cho sản phẩm của riêng họ.
 - + Tính năng theo dõi đơn hàng cho phép khách hàng theo dõi trạng thái của đơn hàng của mình từ khi đặt hàng đến khi giao hàng, điều này giúp khách hàng dễ dàng sắp xếp khoảng thời gian hợp lý để có thể nhận hàng nhanh chóng thuận tiện hơn.
 - + Đa nền tảng và độ phản hồi nhanh: Hệ thống Odoo của Yangmora được tối ưu hóa để hoạt động một cách trơn tru trên nhiều thiết bị và trình duyệt khác nhau, đồng thời có thời gian tải trang nhanh chóng để tăng cường trải nghiệm người dùng.
 - + Bảo mật thông tin: Yangmora cam kết đảm bảo an toàn thông tin cá nhân và thanh toán của khách hàng thông qua việc sử dụng các biện pháp bảo mật như mã hóa SSL và các quy trình xác minh an toàn trên hệ thống chủ của Odoo.
 - + Tính năng tương tác xã hội: Nền tảng Odoo của Yangmora cho phép khách hàng chia sẻ sản phẩm yêu thích của mình trên các mạng xã hội và tương tác với cộng đồng mạng xã hội, điều này còn giúp truyền bá hình ảnh của Yangmora trở nên gần gũi và phổ biến hơn thông qua cộng đồng của khách hàng cũ của mình.
- Về sự linh hoạt của hệ thống, lợi thế của Yangmora khi xây dựng hệ thống website thương mại điện tử được thể hiện bởi độ linh hoạt như sau:
- + Tính linh hoạt về nền tảng: Hệ thống của Yangmora có khả năng hoạt động trên nhiều nền tảng và thiết bị khác nhau như máy tính, điện thoại di động và máy

tính bằng để đảm bảo rằng khách hàng có thể truy cập và mua hàng mọi lúc, mọi nơi.

- + Tính linh hoạt trong giao diện: Giao diện người dùng của Yangmora được thiết kế một cách linh hoạt để tương thích với nhiều loại thiết bị khác nhau, đồng thời đảm bảo trải nghiệm người dùng mượt mà và dễ dàng.
 - + Tính linh hoạt trong tính năng: Hệ thống của Yangmora cung cấp một loạt các tính năng linh hoạt như tìm kiếm sản phẩm, bộ lọc, giỏ hàng đa nền tảng, các phương thức thanh toán đa dạng, cũng như tính năng tương tác xã hội để tạo ra trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng.
 - + Tính linh hoạt trong quản lý sản phẩm: Hệ thống của Yangmora cho phép quản lý và cập nhật thông tin sản phẩm một cách dễ dàng và linh hoạt, bao gồm thay đổi giá cả, mô tả sản phẩm, hình ảnh và các thông tin khác để đáp ứng nhanh chóng các yêu cầu thay đổi từ khách hàng hoặc thị trường.
 - + Tính linh hoạt trong tích hợp với các hệ thống khác: Hệ thống của Yangmora có khả năng tích hợp với các hệ thống khác như hệ thống thanh toán, hệ thống quản lý kho, hệ thống vận chuyển và các ứng dụng bên thứ ba khác để tối ưu hóa quá trình kinh doanh và cung cấp trải nghiệm mua sắm toàn diện cho khách hàng.
- Về tính tương thích với môi trường kinh doanh:
- + Tương thích với chiến lược kinh doanh: Hệ thống của Yangmora hỗ trợ và thích ứng với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, bao gồm việc tối ưu hóa quy trình kinh doanh bán hàng, tăng cường tương tác với khách hàng và tối ưu hóa hiệu suất hoạt động.
 - + Tương thích với yêu cầu pháp lý và an ninh: Hệ thống của Yangmora tuân thủ các quy định pháp lý và an ninh thông tin liên quan đến bảo vệ thông tin cá nhân của khách hàng, quản lý dữ liệu, và thực hiện các biện pháp bảo mật để ngăn chặn các cuộc tấn công mạng.
 - + Tương thích với ngành công nghiệp và đối thủ cạnh tranh: Hệ thống của Yangmora cung cấp các tính năng và dịch vụ phù hợp với ngành công nghiệp handmade nói chung và đáp ứng các tiêu chuẩn và kỳ vọng của khách hàng,

đồng thời cũng cần có khả năng cạnh tranh với các đối thủ trong ngành phụ kiện di động handmade bằng vải/len nói riêng.

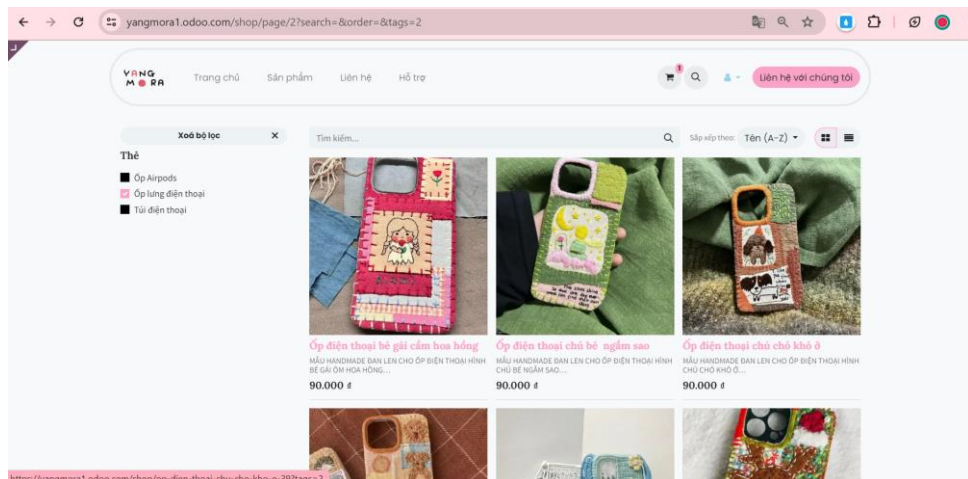
6. Chính sách thị trường

Trong quá trình phát triển một môi trường mua sắm trực tuyến tích cực, việc xây dựng một chính sách thị trường thích hợp đóng một vai trò rất quan trọng. Bằng cách cung cấp giá cả công bằng, điều kiện thực hiện giao dịch minh bạch và cung cấp các chính sách hỗ trợ khách hàng một cách linh hoạt, doanh nghiệp không chỉ thu hút và giữ chân khách hàng mà còn tạo dựng một thương hiệu đáng tin cậy và mạnh mẽ trong cộng đồng. Bên cạnh đó, các chính sách này còn giúp giảm thiểu rủi ro và khiếu nại từ phía khách hàng, đảm bảo sự bền vững và phát triển uy tín của doanh nghiệp trên thị trường trực tuyến.

Khi thành lập nên Yangmora, bên cạnh việc tập trung bán sản phẩm và thu lợi nhuận. Đội ngũ quản lý cũng xây dựng nên một số chính sách thị trường liên quan đến giá, cả, vận chuyển, hỗ trợ khách hàng,... để thu hút và giữ chân khách hàng

- Chính sách giá:

- + Cam kết cung cấp giá cả công bằng và minh bạch cho tất cả sản phẩm và dịch vụ.
- + Thường xuyên kiểm tra thị trường để giảm bảo giá cả cạnh tranh với các thương hiệu khác là hợp lý và giá trị của sản phẩm sẽ phù hợp với giá trị mà sản phẩm có thể mang lại.
- Ở Yangmora, giá cả của các sản phẩm sẽ được công khai trên website đính kèm mô tả cùng với những hình ảnh thực tế của sản phẩm.



- **Chính sách vận chuyển:**

- + Cung cấp các tùy chọn vận chuyển linh hoạt và tiện lợi cho khách hàng.
- + Áp dụng chính sách giao hàng miễn phí hoặc giảm giá cho đơn hàng có giá trị cao
 - Ở Yangmora, đối với các khách hàng lựa chọn dịch vụ giao sản phẩm đến tận nhà, chi phí cho một đơn hàng là 15.000đ, hàng sẽ đến tay khách hàng trong 2-5 ngày. Bên cạnh đó, khách hàng cũng có thể lựa chọn hình thức đặt hàng thông qua website và đến tận cửa hàng để nhận hàng. Đối với hình thức này, khách hàng không cần tốn thêm chi phí để nhận hàng. Đối với các đơn hàng trên 300.000đ, Yangmora có chính sách miễn phí vận chuyển cho khách hàng.

The screenshot shows the checkout page of the Yangmora website. The browser address bar displays 'yangmora1.odoo.com/shop/payment'. The page has a navigation bar with links: 'Trang chủ', 'Sản phẩm', 'Liên hệ', and 'Hỗ trợ'. Below the navigation bar, there's a breadcrumb trail: 'Xem lại đơn hàng > Vận chuyển > Thanh toán'. The main heading is 'Xác nhận đơn hàng'. Under this, there's a section for 'Thanh toán & Vận chuyển' with a note about the address and a 'Chỉnh sửa' link. The 'Chọn một phương thức giao hàng' section offers two options: 'Giao hàng tiêu chuẩn (2-5 ngày làm việc)' for 15.000 đ and 'Đến lấy hàng tại Yangmora' for free. The 'Thanh toán bằng' section, titled 'CHỌN PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN', shows two options: 'Thanh toán thẻ Visa / Master Card' (with logos for Visa, Mastercard, and others) and 'Paypal'.

- **Chính sách trả hàng:**

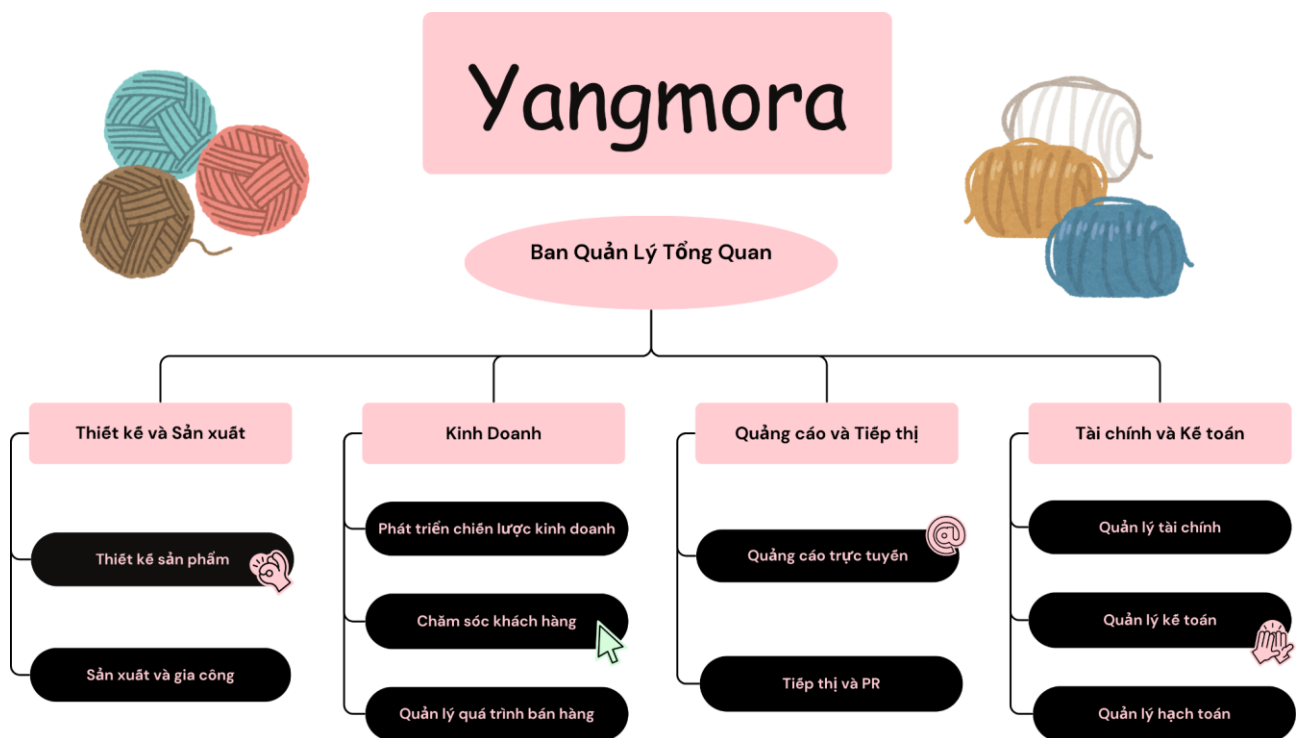
- + Khách hàng có thể đổi trả sản phẩm trong khoảng thời gian nhất định sau khi mua hàng.
- + Đảm bảo quá trình đổi trả hàng đơn giản và minh bạch giữa người mua và người bán.
 - Ở Yangmora, khách hàng có thể đổi trả hàng trong vòng 7 ngày kể từ ngày mua, với điều kiện đó là lỗi của nhà sản xuất và sản phẩm vẫn chưa qua sử dụng và có video unbox sản phẩm. Đối với những khách hàng muốn đổi mẫu mã, thì nhân viên sẽ kiểm tra sản phẩm, đảm bảo sản phẩm vẫn còn nguyên vẹn, nếu sản phẩm đổi không bị lỗi hay trầy xước, nhân viên sẽ tiến hành đổi mẫu mã cho khách hàng

- **Chính sách hỗ trợ khách hàng:**

- + Thiết lập dịch vụ hỗ trợ khách hàng thân thiện và chuyên nghiệp
- + Phản hồi nhanh chóng và giải quyết các thắc mắc, khiếu nại của khách hàng.
 - Ở Yangmora, khách hàng có thể được giải đáp các thắc mắc về sản phẩm, chính sách vận chuyển, đổi trả thông qua thông tin của người bán được công khai trên website bán hàng. Các thắc mắc và vấn đề của khách hàng sẽ được giải quyết trong vòng 24h kể từ thời điểm khách hàng liên hệ cho Yangmora. Đối với những khách hàng đã mua sản phẩm, Yangmora cũng sẽ có các chính sách bảo hành sản phẩm trong thời gian 6 tháng sau khi mua.
- **Chiến lược giảm giá và khuyến mãi:**
 - + Tổ chức các chương trình giảm giá và khuyến mãi định kỳ để thu hút khách hàng mới và giữ chân các khách hàng thân thiết.
 - + Tạo các ưu đãi đặc biệt cho các khách hàng mua số lượng lớn
 - Yangmora sẽ áp dụng một số chương trình giảm giá xuyên suốt năm và vào các dịp đặc biệt, ví dụ như:
 - Tổ chức các khung giờ vàng flash sale vào các ngày cố định trong tháng.
 - Các dịp lễ như Tết Nguyên Đán, Quốc tế Phụ Nữ, Black Friday, Giáng sinh, Yangmora sẽ tổ chức giảm 5% - 15% giá trị của sản phẩm.
 - Giảm giá 10% cho khách hàng mua sắm lần đầu.
- **Chính sách giảm thiểu rủi ro:**
 - + Cung cấp bảo hành hoặc chính sách đổi trả linh hoạt và dễ dàng.
 - + Đảm bảo khách hàng có thể tin tưởng chất lượng sản phẩm và dịch vụ của Yangmora.
 - Yangmora cung cấp gói bảo hành 6 tháng cho tất cả các sản phẩm, nếu trong 6 tháng sau khi mua mà sản phẩm gặp phải vấn đề liên quan đến nhà sản xuất, người mua có thể đổi/trả sản phẩm miễn phí. Khách hàng có thể đổi trả trong vòng 7 ngày nếu sản phẩm bị lỗi hoặc giao hàng sai sản phẩm.
- **Chiến lược ưu đãi dành cho khách hàng thân thiết:**

- + Xây dựng chương trình khách hàng thân thiết để đề xuất những ưu đãi đặc biệt và khuyến mãi cho những khách hàng mua sắm thường xuyên.
 - Trong quá trình mua sắm, đối với những khách hàng thường xuyên mua sắm tại Yangmora, Yangmora sẽ tặng các voucher giảm giá từ 5% đến 20% cho khách hàng tùy vào mức độ thân thiết. Bên cạnh đó, vào tháng sinh nhật, Yangmora cũng sẽ gửi tặng đến khách hàng các E-voucher mua 1 tặng 1, hoặc tặng một sản phẩm bất kỳ cho khách hàng để có thể thu hút sự chú ý cũng như gây ấn tượng với khách hàng về sản phẩm cũng như dịch vụ tại Yangmora.

7. Phát triển tổ chức



Sơ đồ tổ chức tại Yangmora

1. Phòng Ban Quản lý tổng quan:

- Đảm nhận vai trò điều phối và giám sát các hoạt động của cửa hàng. Nghiên cứu nhu cầu của thị trường từ đó xác định được mục tiêu kinh doanh và phát triển chiến lược cho cửa hàng.
- Bên cạnh đó xác định các đối thủ cạnh tranh, nhu cầu của khách hàng và xu hướng thị trường để tạo ra các chiến lược tiếp thị hiệu quả đến khách hàng.

- Có trách nhiệm trong việc xây dựng và theo dõi ngân sách của cửa hàng bao gồm việc quản lý thu chi và xây dựng kế hoạch tài chính dài hạn. Đảm bảo rằng hoạt động kinh doanh của cửa hàng được thực hiện theo nguyên tắc tài chính.
- Xây dựng mối quan hệ với các nhà cung cấp len và các nguyên liệu khác cần thiết cho sản xuất, bên cạnh đó hợp tác với các nhà phân phối lớn để tăng cường hiện diện của sản phẩm handmade trên thị trường.

2. Phòng Thiết kế và Sản xuất

- Đảm nhận việc nghiên cứu, đưa ra các ý tưởng thiết kế mới và cải tiến cho sản phẩm. Theo dõi xu hướng thị trường, nhu cầu của khách hàng và các hoạt động của đối thủ cạnh tranh để phát triển các mẫu ốp điện thoại bằng len độc đáo và hấp dẫn để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Có trách nhiệm trong việc quản lý nguyên vật liệu. Theo dõi và duy trì lượng hàng tồn kho cần thiết để sản xuất.
- Thực hiện kiểm tra chất lượng sản phẩm để đảm bảo rằng mỗi sản phẩm đều đạt chất lượng tốt khi đến tay khách hàng.
- Tìm cách để cải thiện hiệu suất và giảm thiểu lãng phí trong quy trình sản xuất để đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng.

3. Phòng Kinh Doanh

- Phòng kinh doanh có vai trò phát triển chiến lược kinh doanh dựa trên nghiên cứu thị trường. Điều này bao gồm đề xuất các mục tiêu doanh số, phân tích SWOT (điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức), và xác định các phương thức tiếp cận khách hàng.
- Đảm bảo khách hàng nhận được sự hỗ trợ, giải đáp các thắc mắc và cung cấp thông tin về sản phẩm tư vấn cần thiết để họ cảm thấy hài lòng và trung thành với sản phẩm và dịch vụ của cửa hàng.
- Phòng kinh doanh có trách nhiệm quản lý quá trình bán hàng từ đặt hàng đến vận chuyển và giao hàng cho khách hàng một cách đúng hẹn. Phụ trách nhận hoặc hủy các đơn đặt hàng và thu thập thông tin chi tiết về các khiếu nại của khách hàng.

4. Phòng Quảng cáo và Tiếp thị

- Phòng quảng cáo và tiếp thị phụ trách việc thiết kế và triển khai các chiến dịch quảng cáo để giới thiệu các sản phẩm của Yangmora ra thị trường. Bằng việc quảng bá sản phẩm trên các nền tảng thương mại điện tử như Shopee, Lazada, và các mạng xã hội

như Instagram, Facebook hoặc bất kỳ phương tiện truyền thông nào phù hợp để tăng hiệu quả tiếp cận đến khách hàng tiềm năng.

- Bên cạnh đó triển khai các chương trình khuyến mãi, gửi email marketing đến khách hàng hiện tại và tiềm năng, tạo nội dung hấp dẫn để tương tác với khách hàng qua các kênh truyền thông xã hội nhằm mang lại những trải nghiệm mua hàng tốt nhất.
- Phòng quảng cáo và tiếp thị cần thực hiện việc theo dõi hiệu quả của các hoạt động tiếp thị. Bằng cách theo dõi các chỉ số như lượt truy cập trang web, tương tác trên mạng xã hội, tỷ lệ chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng sang khách hàng thực tế, doanh số bán hàng từ đó đánh giá, điều chỉnh và cải thiện chiến lược tiếp thị phù hợp trong tương lai.

5. Phòng Tài chính và Kế toán

- Phòng tài chính kế toán có nhiệm vụ theo dõi, kiểm tra các giao dịch tài chính hàng ngày và tạo ra báo cáo tài chính định kỳ, bao gồm báo cáo lợi nhuận, bảng cân đối kế toán và báo cáo dòng tiền. Từ đó giúp bộ phận quản lý có thể hiểu rõ về tình hình tài chính và đưa ra các quyết định kinh doanh hợp lý. Đồng thời cần đảm bảo rằng tất cả các hoạt động kế toán được thực hiện theo đúng các quy định pháp luật.
- Phòng tài chính và kế toán có trách nhiệm quản lý nguồn vốn của cửa hàng. Theo dõi ngân sách, quản lý tiền mặt, dự phòng và điều chỉnh nguồn vốn để đảm bảo hoạt động kinh doanh của Yangmora diễn ra một cách hiệu quả.
- Phòng kế toán phải theo dõi quá trình hạch toán về các hóa đơn mua hàng, chi phí vận chuyển đồng thời ghi nhận thu chi, nhập xuất hàng hóa và các hoạt động khác liên quan đến hoạt động kinh doanh của Yangmora
- Phòng tài chính và kế toán có thể cung cấp thông tin cho bộ phận quản lý về các vấn đề tài chính và chiến lược kinh doanh. Từ đó đưa ra quyết định chiến lược và tái định hình chiến lược kinh doanh.

8. Đội ngũ quản lý

- Phòng Kinh Doanh cần nắm kiến thức về dịch vụ khách hàng để có thể xây dựng một dịch vụ khách hàng chất lượng. Bên cạnh đó cũng cần hiểu về việc xử lý yêu cầu và khiếu nại của khách hàng, tạo ra chính sách đổi trả và bảo hành sản phẩm.
- Phòng Thiết Kế và Sản Xuất cần phải biết những kiến thức về sản phẩm và ngành công nghiệp handmade để hiểu rõ về các loại phụ kiện điện thoại và xu hướng thị trường.

Và nên nắm vững các loại vải, nguyên liệu, công nghệ và kỹ thuật làm phụ kiện điện thoại handmade để có thể cung cấp sản phẩm chất lượng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Phòng Tài chính và Kế toán cần phải có kỹ năng về quản lý tài chính nhằm duy trì sự ổn định về nguồn lực tài chính. Theo dõi chi phí nguyên vật liệu và sản xuất để tối ưu hóa hiệu quả và giảm lãng phí. Đồng thời điều chỉnh giá cả sản phẩm dựa trên chi phí và thị trường để đảm bảo lợi nhuận hợp lý.
- Phòng Quảng cáo và Tiếp thị cần nắm kiến thức về kỹ năng quảng bá sản phẩm (marketing), nhu cầu của người tiêu dùng luôn thay đổi do vậy đội ngũ quản lý cần phải luôn nắm bắt xu hướng thị trường, đối thủ cạnh tranh,... từ đó phát triển chiến lược tiếp thị và quảng bá sản phẩm hiệu quả. Điều này đóng góp vào việc thu hút và giữ chân khách hàng, tạo ra một chiến lược tiếp thị mạnh mẽ cho sản phẩm của tổ chức.

9. Video demo triển khai website Odoo: [Nhóm F](#)