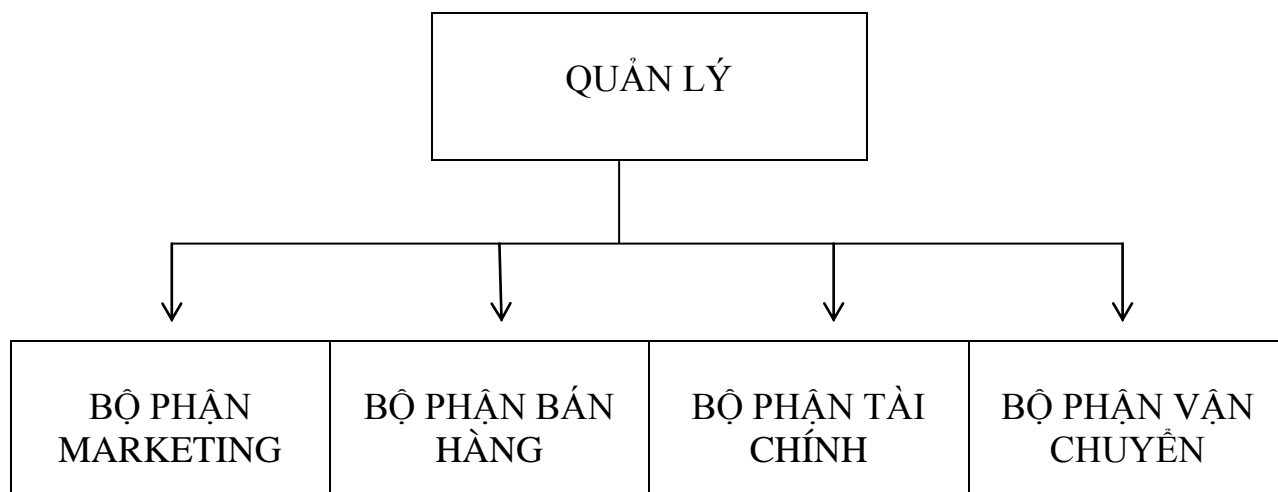


## **I. KẾ HOẠCH THỰC HIỆN DỰ ÁN**

### **1. Tổ chức quản lý và thực hiện DA**

#### **1.1. Cơ cấu bộ máy tổ chức**



## 1.2. Phân công bố trí nhân sự

STT	BỘ PHẬN	SỐ LƯỢNG	NHIỆM VỤ
1	Quản lý	1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lập kế hoạch, định hướng, xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh.</li><li>• Quản lý, điều phối giải quyết công việc hàng ngày.</li></ul>
2	Marketing	1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Thiết kế ý tưởng, logo, trang web.</li><li>• Triển khai các kế hoạch marketing cho dự án.</li><li>• Quản lý trang web( bài viết, bài đăng, lượt like, lượt share, cmt,..)</li></ul>
3	Bán hàng	3	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trả lời tin nhắn, tư vấn cho khách hàng về quà tặngphù hợp.</li><li>• Gặp gỡ để trao đổi cụ thể nếu khách yêu cầu.</li><li>• Phụ trách tìm đầu vào (nguồn hàng)</li></ul>
4	Tài chính	1	Phụ trách tài chính của dự án ( chi phí, lợi nhuận) <ul style="list-style-type: none"><li>• Quản lý vốn bỏ ra thực hiện dự án</li><li>• Quản lý doanh thu hàng ngày</li><li>• Tính phí và thanh toán.</li></ul>
5	Vận chuyển	1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vận chuyển hàng hóa</li><li>• Giao hàng cho khách</li><li>• Nhập hàng</li></ul>

Đối tượng nhân viên : sinh viên trong nhóm thực hiện dự án

Thời gian làm việc : thời gian linh động, có thể sắp xếp phù hợp với lịch làm việc của mỗi người.

Yêu cầu: thật thà, trung thực, năng động, phục vụ khách hàng nhiệt tình, có khả năng xử lý tình huống nhanh .

## **2. Kế hoạch hoạt động của dự án**

Trên cơ sở phân tích mục tiêu và thông tin thu thập từ thị trường của hàng đưa ra một số chiến lược kinh doanh như sau:

- Liên kết với các nhà cung cấp để tạo ưu thế về nguồn hàng.
- Đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi nhằm thu hút khách hàng;
- Đào tạo nhân viên chuyên nghiệp

### **2.1. Kế hoạch marketing**

- Ngày đầu khai trương
  - Giảm giá 10% phí dịch vụ.
  - Tặng quà : tặng quà ( một đôi khuyên tai ) cho 10 khách hàng đầu tiên sử dụng dịch vụ của fascino.
- Quảng cáo
  - Làm tờ rơi phát ở trường trung học, đại học và các công ty lân cận, lập page quảng cáo trên fb.
  - Share thông tin trang trên page cá nhân của mỗi thành viên
  - Share thông tin trang vào những group học sinh, sinh viên.
  - Truyền thông, giới thiệu dịch vụ ở lớp, trường.
- Đưa ra các chương trình khuyến mại, giảm giá
- Tổ chức các mini game thu hút khách hàng

- Cụ thể các hoạt động này đối với các nhóm khách hàng khác nhau như sau:
  - Đối với nhóm khách hàng là học sinh: không phải là đối tượng chính mà chúng tôi nhắm tới, song có thể thu hút thêm nhờ tâm lý đi theo phong trào, họ sẽ là những đối tượng làm phong phú thêm sắc màu của dự án làm cho dự thêm đa dạng và phong phú
  - Đối với nhóm khách hàng là SV: Nhóm khách hàng này có nhu cầu cao về việc tặng quà đặc biệt là những sinh viên nam nhưng khả năng chi trả của họ không cao, tuy nhiên đây là nhóm khách hàng đông đảo nhất, nên cần được chú ý, là đối tượng khách hàng quan trọng nhất. Hình thức quảng cáo đối với nhóm khách hàng này là phát tờ rơi ở các trường đại học, giới thiệu về dự án trong các lớp học.
  - Đối với nhóm khách hàng là người đang đi làm: nhu cầu về tặng quà cho bạn bè, người thân, người yêu và khả năng chi trả khá cao. Nhưng do tính chất không tập trung cũng như hạn chế về thời gian, nên hình thức quảng cáo chủ yếu đối với họ là qua mạng và trên các trang web.

## **2.2. Kế hoạch kinh doanh**

- Kế hoạch bán hàng

Tiếp cận, tư vấn khách hàng qua tin nhắn, cuộc gọi.

Mỗi ngày tiếp cận từ 2- 3 khách hàng, giao hàng cho khách trong vòng 24 tiếng kể từ lúc đặt hàng.

- Kế hoạch mua hàng

Mua hàng với giá gốc của những nhà cung cấp đã liên hệ. Mỗi mặt hàng sẽ lấy chênh lệch từ 30- 60K tùy sản phẩm.

## **2.3. Một số hoạt động chính của dự án**

### **Hoạt động của đội ngũ kinh doanh**

Khi đến với Fascino khách hàng không chỉ được tư vấn một cách tận tình mà còn có thể nói chuyện với đội ngũ tư vấn viên nhiệt tình , đáng yêu của chúng tôi. Nếu khách hàng phân vân ko biết tặng quà gì , không biết làm sao để gây ấn tượng Fascino sẽ cung cấp một dịch vụ tư vấn tận tình và chu đáo nhất. Ngoài ra, những tư vấn viên của Fascino luôn sẵn sàng lắng nghe câu chuyện của khách hàng, chia sẻ và giải đáp tối đa những khúc mắc của khách hàng trong việc chọn quà. Tất cả các khâu từ tư vấn đến chọn quà, mua quà, gói quà và giao hàng đều được chúng tôi chuẩn bị đầy đủ theo yêu cầu của khách.

### **Tổ chức mini game**

Tặng một thẻ điện thoại 50k cho bạn nào may mắn nhất .

Cách thức:

- Like page Fascino
- Like và share post này ở chế độ Công khai với caption "Fascino - Dịch vụ tư vấn chọn quà"
- Comment 1 số bất kì từ 0-99 vào phần comment của post
- \* Kết quả sẽ được xác định dựa vào 2 số cuối giải đặc biệt kết quả xổ số MB ngày 27/04/2016
- \* Những comment số trùng nhau, ưu tiên comment đăng trước
- \* Những comment chỉnh sửa sẽ bị coi là phạm quy.

### **Tổ chức event chia sẻ kinh nghiệm tặng quà trực tuyến.**

Event được tổ chức với mục đích chia sẻ với tất cả mọi người những kinh nghiệm trong việc tặng quà: tặng quà đúng lúc, đúng thời điểm và phù hợp với tâm lý người nhận . Trong event Fascino cũng sẽ bật mí một số bí kíp để hiểu và nhận biết tâm lý người được tặng.

### 3. Kế hoạch tài chính và tài trợ của dự án

#### 3.1. Kế hoạch tài chính

##### a. Nguồn tài trợ của dự án

Ban đầu Fascino hoạt động với mục đích gây được sự chú ý và hướng tới phục vụ cộng đồng, vậy nên nhu cầu vốn cho dự án là cũng chưa yêu cầu nhiều. Nguồn vốn sẽ được huy động góp từ 7 thành viên của nhóm thực hiện dự án.

**Bảng : Nguồn vốn và sử dụng vốn**

*ĐV: VNĐ*

Nguồn Vốn		Sử dụng vốn	
I.Vốn Vay	0	1.Đầu tư cố định ban đầu	0
II.Vốn góp các thành viên	700.000	2. Vốn lưu động	300.000
Nguyễn Thị Hân	100.000		
Nguyễn Khánh Hòa	100.000	3. Quỹ dự phòng	400.000
Nguyễn Minh Huyền	100.000		
Nguyễn Thế Hùng	100.000		
Lò Mạnh Hưng	100.000		
Nguyễn Công Tú	100.000		
Nguyễn Thị Hồng Vân	100.000		
<b>Tổng</b>	<b>700.000</b>	<b>Tổng</b>	<b>700.000</b>
			<b>0</b>

##### b. Ước tính doanh thu

Doanh thu của dịch vụ chủ yếu đến từ chiết khấu hàng hóa của nhà cung cấp hàng cho dịch vụ tư vấn, từ tiền công giao hàng cho khách.

**Ước tính doanh thu như sau:**

Theo như số liệu điều tra về đối tượng khách hàng (hướng tới sinh viên), chủ yếu khách hàng mua quà với ngân sách tối đa 300.000đ. Tính chiết khấu 10% mỗi mặt hàng thu được từ mua hộ khách hàng, và phí thu được từ dịch vụ vận chuyển từ 20.000 – 30.000đ mỗi lượt. Doanh thu tạm ước tính mỗi khách hàng tối đa thu được 60.000đ.

**Nhu cầu khách hàng:**

Điều tra đã đưa ra được số liệu thực tế rằng nhu cầu sử dụng là rất lớn, có tới 62.7% số người được điều tra trong tổng số 100 người có mong muốn sử dụng dịch vụ, hầu hết là sinh viên.

**Thực tế doanh thu**

Và thực tế dự án đã thực hiện được, hiện nay số lượng khách hàng biết đến và sử dụng dịch vụ chưa cao vậy nên tần suất khách hàng sử dụng dịch vụ là 2 người/tháng với doanh thu trung bình là 65.000đ/tháng

**Bảng: Doanh thu thực tế (Từ tháng 3/2016 đến tháng 4/2016)**

**Đơn vị VNĐ**

Tên dịch vụ	Đơn giá	Số lượng	Thu chiết khấu (%)	Thành tiền
Tư vấn chọn quà	0	4	100%	0
Mỹ phẩm (Mua hộ)	200.000	1	10%	20.000
Quần áo 1 (Mua hộ)	350.000	1	7%	24.500
Quần áo 2 (Mua hộ)	270.000	2	5%	27.000
Chuyển phát quà	20.000	3	100%	60.000
<b>Tổng</b>				<b>131.500</b>

c. Ước tính chi phí của dự án

Chi phí chủ yếu là chi phí duy trì hoạt động của dịch vụ và các chi phí chi tiêu phát sinh trong quá trình vận hành, tài sản cố định hầu như không cần phải đầu tư. Số liệu thực tế qua hơn 1 tháng hoạt động của dự án

**Bảng: Chi phí (Từ tháng 3/2016 đến tháng 4/2016)**

Đơn vị: VNĐ

STT	Danh mục	Số lượng	Đơn vị	Đơn giá	Thành tiền
1	Quảng cáo fanpage	1	Lần	200.000	200.000
2	In tờ rơi	100	Tờ	500	50.000
3	Thẻ điện thoại (quà)	1	Cái	50.000	50.000
	<b>Tổng</b>				<b>300.000</b>

4. Kế hoạch theo dõi và giám sát thực hiện

a. Số lượng khách hàng biết tới dịch vụ

Trong 2 tháng đầu triển khai dự án, mục tiêu chủ yếu là hướng tới quảng bá dịch vụ rộng rãi tới đối tượng sinh viên. Chỉ tiêu đặt ra trong 2 tháng đầu và thời gian tới như sau:

Mốc thời gian	Dự kiến tiếp cận	Thực tế tiếp cận
03/2016 – 04/2016	200 người	300 người (online và tờ rơi)
05/2016 – 07/2016	700 người	-
08/2016 – 12/2016	2000 người	-

b. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ

Trên thực tế, hiện số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ chưa nhiều, chỉ đạt 2 người/ tháng. Nguyên nhân do khi triển khai dự án chưa thực sự quan tâm đến vấn



để tìm kiếm khách hàng, mới dừng lại ở khâu quảng cáo dịch vụ. Chỉ tiêu đánh giá số lượng khách sử dụng dịch vụ sẽ tăng dần theo thời gian và quy mô.

Tần suất khách hàng hiện tại: 2 người/ tháng

Chỉ tiêu đặt ra:

Trong 3 tháng tiếp theo, tần suất khách hàng đạt mức 5 người/tháng

Trong 5 tháng tiếp theo, mỗi tháng số lượng khách hàng phải tăng ít nhất 30% so với tháng trước.

Cuối năm 2016, tần suất khách hàng sử dụng đạt tối thiểu 20 người/tháng. Khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ bằng 20% tần suất khách hàng.

#### c. Lợi nhuận

Lợi nhuận tăng theo số lượng khách hàng, vì vậy tần suất sử dụng dịch vụ càng tăng thì lợi nhuận cũng tăng theo.

Đến tháng 7/2016, thanh toán tất cả chi phí và hoàn vốn như ban đầu bỏ ra, bắt đầu thu lợi nhuận.

#### d. Mức độ hài lòng

Công việc thực hiện đánh giá độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ đã được triển khai ngay trong thời gian đầu tiên. Sau mỗi lần giao dịch, nhóm thực hiện đã gửi yêu cầu đánh giá và góp ý tới khách hàng. Kết quả hiện tại thu được là toàn bộ khách hàng hài lòng về dịch vụ

Chỉ tiêu đánh giá: (dựa trên thực tế và khảo sát điều tra)

90% khách hàng đã sử dụng dịch vụ hài lòng về chất lượng.

50% khách hàng đồng ý giới thiệu dịch vụ cho bạn bè, người thân.

80% khách hàng đồng ý sẽ sử dụng dịch vụ lần sau.

60% khách hàng sử dụng lần thứ hai trở lên.