



Bài giữa kì TMĐT - Bài giữa kỳ môn tmđt

Thương mại điện tử (Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh)



Scan to open on Studocu

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



MÔN: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

BÀI THI GIỮA KÌ NHÓM 2

Lớp học phần: DHKQ17TT

GVHD: ThS. TRẦN KHÁNH

THÀNH VIÊN NHÓM:

1. PVV Anh
2. ĐM Cường
3. TTT Dương
4. TM Khôi
5. HNT Ngân
6. MNA Thư
7. NT Trâm
8. LTK Yến

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 07 năm 2024

Mục lục

1. Giới thiệu doanh nghiệp.....	3
-Tổng quan về tình hình thương mại điện tử hiện nay.....	3
-Lý do chọn đề tài.....	3
-Tầm nhìn, sứ mạng.....	4
2. Nghiên cứu thị trường.....	4
2.1 Khách hàng mục tiêu.....	4
2.2 Đánh giá đối thủ cạnh tranh chính và phụ.....	6
2.3 Mô hình SWOT.....	6
2.4 Xu hướng hiện tại và tương lai của thương mại điện tử.....	7
3. Sản phẩm.....	9
3.1 Tổng quan về sản phẩm nước hoa Liberty Perfumes.....	9
3.2 Lợi ích nổi bật và điểm khác biệt so với các sản phẩm khác.....	10
4. Kế hoạch kinh doanh:.....	12
4.1 Mục đích: Chiến lược kinh doanh tổng thể và các bước thực hiện cụ thể.	12
4.2. Nội dung:.....	15
4.2.1. Mô hình kinh doanh (B2C, B2B, C2C, v.v.).....	15
4.2.2. Chiến lược marketing (SEO, quảng cáo, mạng xã hội, email marketing, v.v.).....	16
4.2.3. Chiến lược bán hàng và phân phối.....	18
4.2.4. Chiến lược chăm sóc khách hàng.....	20
5. Tài chính.....	21
5.1. Kế hoạch tài chính và dự toán ngân sách.....	21
5.1.1. Giai đoạn 1: Khởi động (1-3 tháng).....	21
5.1.2. Giai đoạn 2: Phát triển (4-12 tháng).....	22
5.1.3. Giai đoạn 3: Bền vững (12 tháng trở lên).....	22
5.2. Nội dung:.....	23
5.2.1. Dự toán chi phí khởi nghiệp (chi phí phát triển, chi phí vận hành, chi phí marketing, v.v.).....	23

5.2.2. Kế hoạch doanh thu và lợi nhuận dự kiến trong các năm đầu.....	25
6.Đội ngũ.....	26
7.Kế hoạch phát triển.....	28
7.1 Chiến lược thu hút toàn diện: "Chìa khóa" chinh phục khách hàng mục tiêu.....	28
7.2 Chiến lược truyền thông số.....	30
7.3. Chiến lược bảo mật.....	31
8. Kết luận.....	32

1. Giới thiệu doanh nghiệp

- Tổng quan về tình hình thương mại điện tử hiện nay

Trong bối cảnh thời đại công nghệ số đang phát triển mạnh mẽ, thương mại điện tử là một lĩnh vực kinh doanh vô cùng tiềm năng. Theo số liệu thống kê, doanh số bán lẻ thương mại điện tử toàn cầu đã đạt khoảng 5,2 nghìn tỷ USD vào năm 2022, tăng từ 3,3 nghìn tỷ USD vào năm 2019. Đây là một minh chứng rõ ràng cho sự phát triển nhanh chóng và mạnh mẽ của ngành công nghiệp này. Với những cơ hội và triển vọng đầy hứa hẹn mà thương mại điện tử mang lại, nhóm khởi nghiệp của chúng tôi đã quyết định tập trung vào lĩnh vực này.

- Lý do chọn đề tài

Có nhiều lý do thuyết phục chúng tôi lựa chọn thương mại điện tử làm lĩnh vực kinh doanh chính. Trước tiên, xu hướng mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến trong xã hội hiện đại, đây là cơ hội lớn để tiếp cận và phục vụ được số lượng khách hàng ngày càng gia tăng. Ngoài ra, các chi phí về mặt bằng, nhân công cũng được giảm thiểu đáng kể so với kinh doanh truyền thống, tạo ra hiệu quả kinh tế cao hơn. Đồng thời, phạm vi tiếp cận khách hàng của chúng tôi cũng không bị giới hạn về địa lý, có thể trải rộng trên khắp các khu vực. Cuối cùng, việc triển khai các chiến lược marketing, quảng bá thương hiệu trên các nền tảng số cũng trở nên dễ dàng hơn so với truyền thống.

Cụ thể, nước hoa là một phân ngành thuộc ngành hàng mỹ phẩm và chăm sóc cá nhân (personal care and cosmetics industry). Một số đặc điểm của ngành hàng này: Mỹ phẩm và nước hoa là các sản phẩm chăm sóc cá nhân, phục vụ nhu cầu làm đẹp, tăng sự tự tin và cải thiện hình ảnh của người tiêu dùng. Ngoài nước hoa, ngành hàng này bao gồm các sản phẩm khác như mỹ phẩm trang điểm, chăm sóc da, chăm sóc tóc, chăm sóc răng miệng, etc. Đây là một ngành công nghiệp rất lớn, phát triển mạnh mẽ, đặc biệt ở các nước phát triển và đang phát triển. Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến việc chăm sóc bản thân, tạo nên nhu cầu cao đối với các sản phẩm mỹ phẩm và nước hoa. Ngành này có vòng đời sản phẩm ngắn, đòi hỏi liên tục đổi mới sáng tạo để đáp ứng xu hướng thị hiếu của khách hàng.

Vì vậy, dự án "LIBERTY PERFUMES", nhóm đang tập trung vào phân ngành nước hoa, thuộc một trong những phân khúc quan trọng của ngành hàng mỹ phẩm và chăm sóc cá nhân.

- Tầm nhìn, sứ mạng.

Tầm nhìn: Tầm nhìn của "LIBERTY PERFUMES" là trở thành thương hiệu nước hoa hàng đầu trong lĩnh vực thương mại điện tử, cung cấp các sản phẩm chất lượng

cao, mang đến trải nghiệm mua sắm tuyệt vời cho khách hàng. Sứ mệnh của chúng tôi là mang đến những "chuẩn mực của thời đại" về hương thơm tinh tế, thiết kế sang trọng và dịch vụ khách hàng xuất sắc, qua đó góp phần nâng cao giá trị sống và tạo ra những khoảnh khắc đáng nhớ cho người tiêu dùng.

Sứ mạng: Với ý tưởng khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử, chúng tôi mong muốn xây dựng thương hiệu "LIBERTY PERFUMES" trở thành một thương hiệu nước hoa hàng đầu trong ngành, cung cấp các sản phẩm chất lượng cao, mang đến trải nghiệm mua sắm tuyệt vời cho khách hàng. Sứ mệnh của chúng tôi là mang đến những "Chuẩn mực của thời đại" về hương thơm tinh tế, thiết kế sang trọng và dịch vụ khách hàng xuất sắc, qua đó góp phần nâng cao giá trị sống và tạo ra những khoảnh khắc đáng nhớ cho người tiêu dùng. Với những lợi thế sẵn có của thương mại điện tử và ý tưởng kinh doanh đầy tham vọng, chúng tôi tin rằng "LIBERTY PERFUMES" sẽ trở thành một thương hiệu nước hoa uy tín, chiếm được lòng tin của khách hàng và góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp thương mại điện tử trong tương lai.

2. Nghiên cứu thị trường

2.1 Khách hàng mục tiêu

2.1.1 Nhân khẩu học

- Độ tuổi: Từ 16 – 30 tuổi
- Nghề nghiệp: Học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng, nhân viên kinh doanh tự do...
- Địa lý: Các tỉnh thành phố toàn quốc, tập trung vào tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng nơi tập trung đông dân cư.
- Thu nhập: Từ 5000000 trở lên đối với nhân viên văn phòng, nhân viên kinh doanh tự do,... Và từ dưới 5000000 đối với học sinh, sinh viên.
- Hành vi mua sắm: Mua hàng online, mua trên các trang web, sàn thương mại điện tử, tìm hiểu về sản phẩm qua các nền tảng mạng xã hội.

2.1.2 Tâm lý

- Sở thích: Những người quan tâm, chăm chút đến vẻ bề ngoài, thích làm đẹp, khẳng định vẻ đẹp sự sang trọng của họ.
- Quan tâm: Giá thành hợp lý, đem lại hương thơm nhẹ nhàng, lưu hương lâu.
- Nỗi đau: Sợ mùi cơ thể khi phải làm việc trong thời gian dài, không có thời gian ra ngoài mua sắm
- Hay xem các review, những video ngắn giới thiệu về các sản phẩm nước hoa. Hoặc có thể là thấy mọi người xung quanh có một hương thơm của riêng bản thân, để lại dấu ấn đặc biệt nên bản thân cũng sẽ có tâm lý muốn tìm cho mình một loại nước hoa phù hợp, tạo điểm nhấn.

2.1.3 Hành vi mua hàng online

- Tìm kiếm mua sắm các sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử, Facebook, Website,... điều này giúp họ có thể so sánh chất lượng cũng như giá thành hợp lý.
- Thời gian online của khách hàng tập trung vào 2 khung giờ chính: 11h - 13h và 20h - 22h.
- Họ thường tìm kiếm thông tin sản phẩm trên các trang thương mại điện tử như Website, Tik tok, Lazada, Tiki, Shopee,... để tìm kiếm thông tin sản phẩm và mua hàng.
- Họ thường sử dụng mạng xã hội và các nguồn thông tin trực tuyến để tìm kiếm thông tin về sản phẩm, đánh giá, và tham khảo hình ảnh.

2.1.4 Định hướng mức giá

- Đây sẽ là mức giá mà khách hàng sẵn sàng chi trả. Rơi vào khoảng từ 150.000 – 1.000.000 VNĐ.

2.2 Đánh giá đối thủ cạnh tranh chính và phụ

2.3 Mô hình SWOT

S

- Điểm mạnh:

- + Sản phẩm nước hoa của công ty là một cách thức bán hàng độc đáo, đem lại tính riêng biệt và mới lạ so với các công ty nước hoa thông thường.
- + Khai thác tối đa các chiến lược MKT giúp đưa sản phẩm mới tiếp cận dễ dàng đến người tiêu dùng.
- + Kiến thức chuyên môn và kỹ năng nghề nghiệp của chuyên viên pha chế nước hoa đều được

W

- Điểm yếu:

- + Sản phẩm nước hoa là sản phẩm được chế tạo từ khách hàng, vì vậy sẽ có trường hợp xảy ra sai sót ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm do khách hàng không có kỹ năng pha chế.
- + Công ty đối thủ có tuổi đời lâu năm, họ đã lấy được phần lớn niềm tin từ công chúng.
- + Số lượng nhân viên còn ít. Các thành viên trong đội ngũ Nghiên cứu và phát triển chưa thật sự đoàn kết trong công việc.

O

- Cơ hội:

- + Có nhiều mùi hương tạo nên sự mới lạ, dễ thu hút khách hàng.
- + Là sản phẩm nước hoa phi giới tính đầu tiên trên thị trường.
- + Đa dạng hoá ngành kinh doanh đang phát triển
- + Cơ hội mở rộng thị trường quốc tế

T

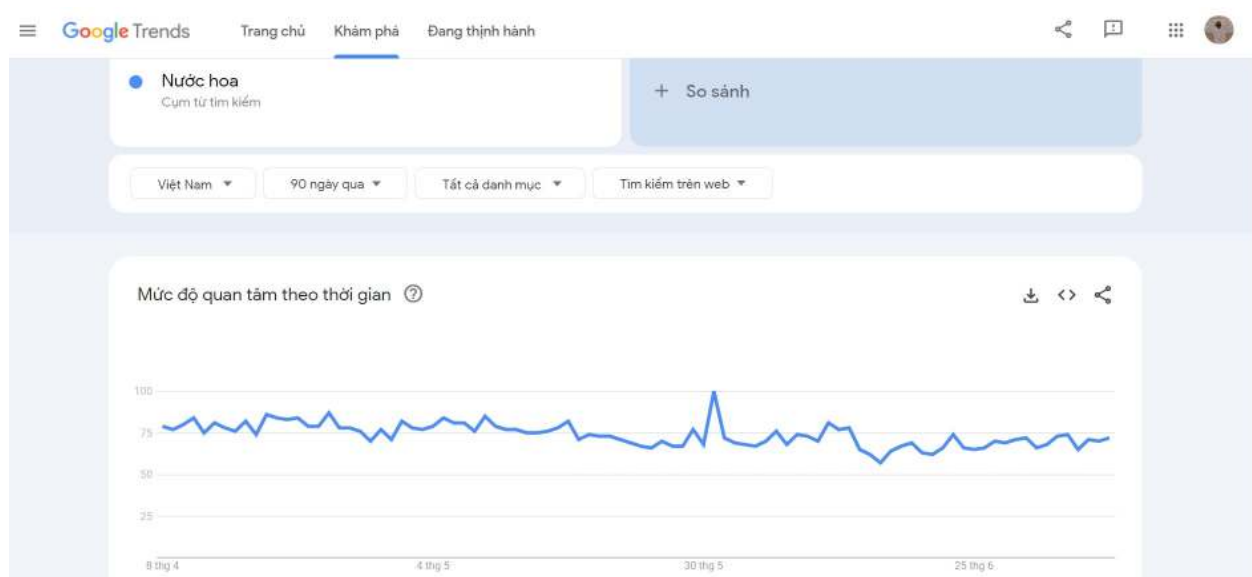
- Thách thức:

- + Người tiêu dùng đang dần có xu hướng sử dụng xịt thơm toàn thân thay thế cho nước hoa.
- + Khách hàng chưa biết nhiều đến thương hiệu
- + Những bài viết tiêu cực, đồn đoán sai sự thật của báo lá cải vì nghi ngờ chất lượng sản phẩm của công ty.

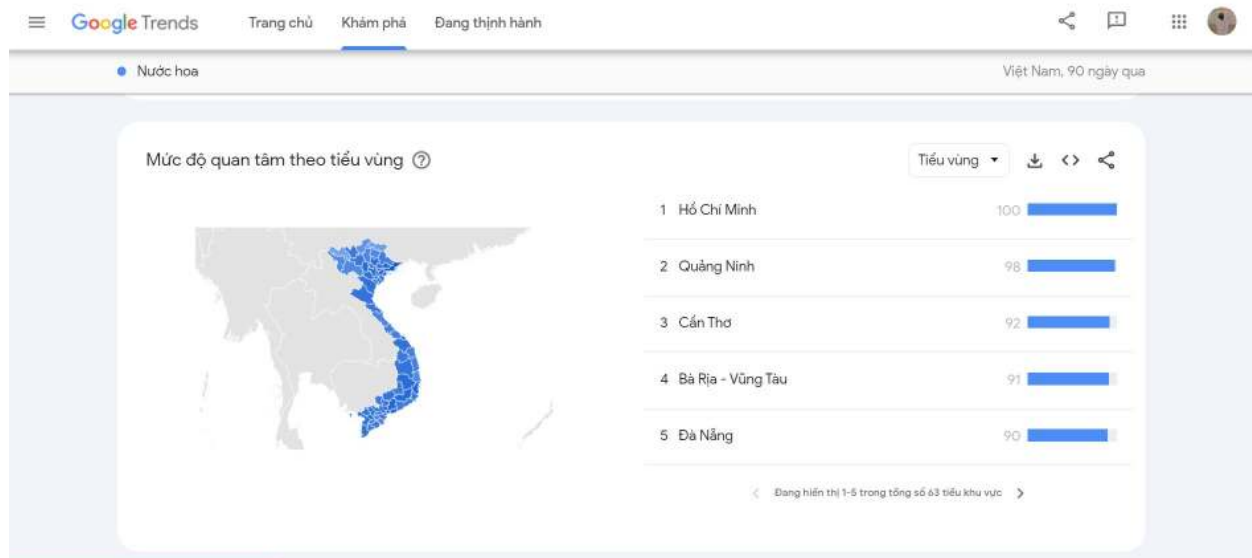
2.4 Xu hướng hiện tại và tương lai của thương mại điện tử

Thương mại điện tử đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong ngành công nghiệp nước hoa. Dưới đây là một số xu hướng hiện tại và tương lai của thương mại điện tử đối với sản phẩm nước hoa.

Xu hướng hiện tại



- Theo dữ liệu của Google Trend ta có thể thấy: Cụm từ tìm kiếm “Nước hoa” có mức độ quan tâm khá cao, được quan tâm nhiều nhất vào khoảng cuối tháng 05/2024 còn lại mức độ quan tâm trải đều trong những tháng còn lại. Qua dữ liệu phân tích, có thể thấy đây là một ngành tiềm năng và đang phát triển.



- Lượng tìm kiếm thông tin về nước hoa ngày càng tăng và dần có sự ổn định trong nhu cầu và sự tìm kiếm. Mức độ quan tâm nhiều nhất là ở Thành phố Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Đà Nẵng,... không khác nhau nhiều.

- Qua đây có thể nhận xét rằng:

- Người tiêu dùng ngày càng mua sắm nước hoa trực tuyến vì sự tiện lợi và lựa chọn sản phẩm đa dạng.
- Các nhà bán lẻ nước hoa trực tuyến đang sử dụng dữ liệu khách hàng để cung cấp trải nghiệm mua sắm được cá nhân hóa, bao gồm đề xuất sản phẩm và chương trình khuyến mãi được nhắm mục tiêu.
- Các thương hiệu nước hoa đang hợp tác với những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội để quảng bá sản phẩm của họ cho khách hàng tiềm năng.
- Các nhà bán lẻ nước hoa đang sử dụng livestream để giới thiệu sản phẩm và tương tác với khách hàng trong thời gian thực.

Xu hướng tương lai

Với sự phát triển của thời đại công nghệ 4.0 ngày nay thì việc kinh doanh, mua bán trên các sàn thương mại điện tử là một trong những phương thức kinh doanh đem lại hiệu quả rất lớn nhưng nó cũng sẽ đòi hỏi doanh nghiệp không ngừng sáng tạo và cập nhật các xu hướng.

- Mạng xã hội sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc bán nước hoa trực tuyến và mua sắm qua di động sẽ tiếp tục tăng trưởng, vì vậy điều quan trọng là các nhà bán lẻ nước hoa phải có trang web và ứng dụng di động thân thiện với người dùng. Dễ dàng thao tác dành cho mọi lứa tuổi, không mất quá nhiều thời gian để tiến hành thực hiện việc thanh toán.
- Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến việc mua sắm sản phẩm bền vững, và điều này cũng áp dụng cho nước hoa. Có thể kể đến các mùi hương tự nhiên, gần gũi, nhẹ nhàng hoặc là quá trình sản xuất nước hoa thân thiện với môi trường,...

Không dừng lại ở việc mua sắm nước hoa thông qua các trang web mà chỉ có thể nhìn hình ảnh và đọc mô tả mùi hương của sản phẩm để đưa ra quyết định mua hàng, chúng ta có thể phát triển công nghệ thực tế ảo và thực tế tăng cường để khách hàng có một trải nghiệm thực tế nhất mà không cần phải đến tận cửa hàng mới có thể lựa chọn được mùi nước hoa ưng ý. Giúp khách hàng thuận tiện và dễ dàng hơn trong việc mua sắm. AI cũng có thể được sử dụng để đề xuất sản phẩm, cung cấp dịch vụ khách hàng và cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm.

3. Sản phẩm

3.1 Tổng quan về sản phẩm nước hoa Liberty Perfumes

- **Tên sản phẩm:** Liberty Perfumes

- Slogan: Chuẩn mực của mọi thời đại

Mùi hương của mỗi người khác nhau về sở thích, tính cách và từng cảm nhận về nước hoa của mỗi người, tuy nhiên đó đều là những tiêu chuẩn, là dấu mốc đánh giá tính cá nhân của mỗi người. Câu slogan của doanh nghiệp “Chuẩn mực của mọi thời đại” doanh nghiệp luôn muốn đem tới cho khách hàng một mùi hương phù hợp với phong cách và phù hợp với sở thích và tính cách của mỗi khách hàng. Không chỉ dừng lại ở đó nó còn là điểm nhấn riêng của mỗi người, mùi hương của loại nước hoa này không bị lỗi mốt theo thời gian, mà luôn mang đến sự sang trọng, tinh tế và thu hút cho người sử dụng.

Liberty có nghĩa là “Tự do” mang ý nghĩa là **sự tự do của con người trong việc tự quyết định, tự hành động và tự phát triển bản thân**. Việc lựa chọn từ này doanh nghiệp mong muốn khách hàng có thể tự do làm những điều mình thích mà không bị điều gì cản trở, có thể thỏa sức với những đam mê của riêng mình. Perfumes là “Nước hoa” thể hiện được sản phẩm mà doanh nghiệp kinh doanh là nước hoa.

Liberty Perfumes là điểm đến tuyệt vời cho những người đam mê mùi hương và muốn khám phá thế giới đa dạng của nước hoa. Chúng tôi không chỉ cung cấp những sản phẩm chất lượng, mà còn tạo ra một không gian mua sắm trải nghiệm độc đáo.

- Logo:

- Các sản phẩm chính:

3.2 Lợi ích nổi bật và điểm khác biệt so với các sản phẩm khác

Về thị trường nước hoa hiện nay thì hầu hết các sản phẩm sẽ chia ra các mùi hương khác nhau, chuyên biệt dành riêng cho nam và nữ. Tuy nhiên, điểm mới lạ và nổi bật ở Liberty Perfumes thì đây là dòng nước hoa phi giới tính. Nó được

gọi là nước hoa phi giới tính là bởi vì bất kể cá nhân nào cũng đều có thể sử dụng mà không phân biệt về giới tính, những mùi hương nhằm tôn lên trọn vẹn vẻ đẹp tiềm ẩn của từng cá nhân. Lịch lãm, mạnh mẽ với nam giới và vô cùng quyến rũ, yêu kiều dành cho phái nữ, đây cũng chính là điều khác biệt mà Liberty Perfumes mang lại.

Điểm khác biệt mà Liberty Perfumes không thể không kể đến đó là:

- Các chai nước hoa được thiết kế để không chỉ tạo hương thơm cho cơ thể, mà cho cả quần áo, trong khi các loại nước hoa truyền thống không được khuyến dùng cho quần áo, vì tinh dầu và cồn trong công thức có thể gây ố vải. Nhờ tích hợp công nghệ lưu hương lạ này, người tiêu dùng sẽ cảm thấy như “mua 1 được 2”.
- Xịt trực tiếp cả cho da, quần áo, chăn ga, mền, thậm chí mà không lo trang phục bị ố vàng, đây là một điểm cộng rất lớn đối với dòng sản phẩm nước hoa này.
- Điểm nhấn quan trọng của nước hoa Liberty Perfumes đó là giá vô cùng bình dân chỉ vài trăm nghìn. Vì Liberty Perfumes là hàng Made in Việt Nam, nhưng quý khách hàng yên tâm nguyên liệu làm nên thương hiệu này lại nhập khẩu 100% từ Pháp nhé cả nhà. Đó là lý do, nước hoa hàng hiệu Liberty Perfumes không thua kém gì các dòng nước hoa nổi tiếng trên thế giới mà giá lại sinh viên đến vậy.
- Mùi hương mới lạ, không giống bất kỳ một dòng nước hoa nào. Bên cạnh đó, thấu hiểu nhu cầu xây dựng thương hiệu cá nhân luôn tỉ lệ thuận với mong muốn thành công của mỗi người. Vậy nên sử dụng những tông mùi riêng biệt, độc lạ để tôn vinh cái tôi riêng của mỗi cá nhân như là một sự lựa chọn mang tính thời đại.

3.3 Quy trình phát triển sản phẩm

4. Kế hoạch kinh doanh:

4.1 Mục đích: Chiến lược kinh doanh tổng thể và các bước thực hiện cụ thể.

Chiến lược kinh doanh tổng thể:

1. Xác định mục tiêu:

- Mục tiêu doanh thu: Doanh thu cụ thể cho từng giai đoạn (tháng, quý, năm).
- Mục tiêu thị phần: Tỷ lệ thị phần trong phân khúc nước hoa online mà doanh nghiệp hướng đến.
- Mục tiêu thương hiệu: Nhận diện thương hiệu, uy tín thương hiệu trên thị trường thương mại điện tử.
- Mục tiêu khách hàng: Số lượng khách hàng mới, khách hàng thân thiết, tỷ lệ chuyển đổi.

2. Phân tích thị trường:

- Nghiên cứu thị hiếu, xu hướng mua sắm nước hoa online của khách hàng hiện nay ở phân khúc của Liberty.
- Phân tích đối thủ cạnh tranh: Các shop bán nước hoa online khác trên sàn thương mại điện tử (TMĐT), website riêng.
- Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức (SWOT) của bản thân và đối thủ.

3. Lựa chọn sản phẩm:

- Xác định phân khúc khách hàng mục tiêu: giới tính, độ tuổi, thu nhập, sở thích.
- Phân ra các dòng nước hoa phù hợp với phân khúc khách hàng mục tiêu.
- Đảm bảo nguồn hàng chính hãng, chất lượng cao, giá cả cạnh tranh.

4. Xây dựng kênh bán hàng:

- Mở gian hàng trên các sàn thương mại điện tử uy tín (Shopee, Lazada, Tiktok shop...).
- Tạo website bán hàng riêng.
- Tối ưu hóa gian hàng/website: hình ảnh sản phẩm đẹp mắt, có mô tả chi tiết, đầy đủ thông tin.

5. Marketing và quảng bá:

- Chạy quảng cáo online: Google, Facebook, Instagram, TikTok.
- Làm marketing nội dung: viết bài blog, chia sẻ kiến thức về nước hoa, tạo video review sản phẩm.
- Tham gia các chương trình khuyến mãi, ưu đãi của sàn TMĐT.
- Hợp tác với các influencer, KOLs để quảng bá sản phẩm.

6. Chăm sóc khách hàng:

- Tư vấn khách hàng nhiệt tình, chu đáo.
- Giải đáp thắc mắc, khiếu nại của khách hàng nhanh chóng, hiệu quả.
- Áp dụng các chính sách đổi trả hàng linh hoạt.
- Duy trì chương trình chăm sóc khách hàng thân thiết.

7. Quản lý vận hành:

- Quản lý kho hàng hiệu quả, đảm bảo nguồn hàng luôn sẵn có.
- Xử lý đơn hàng nhanh chóng, chính xác.
- Đảm bảo giao hàng đúng thời hạn, nguyên vẹn.

8. Đánh giá và điều chỉnh:

- Theo dõi hiệu quả kinh doanh thường xuyên.
- Phân tích dữ liệu bán hàng, hành vi khách hàng.
- Đánh giá hiệu quả các chiến lược marketing.
- Điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp khi cần thiết.

Các bước thực hiện cụ thể:

1. Nghiên cứu thị trường:

- Khảo sát thị trường online: tìm hiểu các shop bán nước hoa online uy tín, sản phẩm bán chạy, giá cả, đánh giá của khách hàng.
- Nghiên cứu xu hướng: tìm hiểu xu hướng sử dụng nước hoa của khách hàng theo giới tính, độ tuổi, thu nhập, nơi sinh sống, nghề nghiệp.
- Phân tích đối thủ: website, sản phẩm, giá cả, chiến lược marketing của các shop bán nước hoa online khác.

2. Lập kế hoạch kinh doanh:

- Xác định mục tiêu cụ thể: doanh thu từ 400-700 sản phẩm/ tháng, thị phần: 5-6% cùng phân khúc, khách hàng: số lượng khách hàng thân thiết và khách hàng mới.
- Lựa chọn sản phẩm phù hợp với phân khúc khách hàng mục tiêu.
- Xây dựng chiến lược giá cả, cạnh tranh.
- Lập kế hoạch marketing, quảng bá sản phẩm.
- Dự trù chi phí kinh doanh: khoảng 2.000.000.000 đồng.

3. Chuẩn bị nguồn hàng:

- Tìm kiếm nguồn hàng nước hoa chính hãng, chất lượng cao.
- Tìm hiểu các nhà cung cấp uy tín, giá cả cạnh tranh.

- Đảm bảo nguồn hàng luôn sẵn có để đáp ứng nhu cầu khách hàng.

4. Xây dựng kênh bán hàng:

- Mở gian hàng trên các sàn TMĐT uy tín.
- Tạo website bán hàng riêng.
- Thiết kế gian hàng/website đẹp mắt, chuyên nghiệp.
- Đăng tải đầy đủ thông tin sản phẩm, hình ảnh, video.

5. Marketing và quảng bá:

- Chạy quảng cáo online: Google, Facebook, Instagram, TikTok.
- Làm marketing nội dung: viết bài blog, chia sẻ kiến thức về nước hoa.

4.2. Nội dung:

4.2.1. Mô hình kinh doanh (B2C, B2B, C2C, v.v.).

- Là 1 doanh nghiệp hướng đến phân khúc khách hàng tầm trung, mô hình B2C (Business to Customer) là mô hình kinh doanh phù hợp nhất cho doanh nghiệp để bán hàng trên sàn TMĐT. Mô hình này tập trung vào việc bán sản phẩm trực tiếp từ doanh nghiệp đến khách hàng cuối cùng, mang lại nhiều lợi ích cho cả hai bên:

Đối với doanh nghiệp:

- Tiếp cận thị trường rộng lớn: Sàn TMĐT có lượng truy cập khổng lồ, giúp doanh nghiệp tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng hơn so với bán hàng truyền thống.
- Giảm chi phí: Bán hàng online không cần tốn chi phí thuê mặt bằng, nhân viên bán hàng, kho bãi,... giúp doanh nghiệp tiết kiệm được nhiều chi phí.

- Dễ dàng quản lý: Doanh nghiệp có thể dễ dàng quản lý đơn hàng, sản phẩm, khách hàng,... thông qua hệ thống quản lý của sàn TMĐT.
- Thu thập dữ liệu khách hàng: Sàn TMĐT cung cấp cho doanh nghiệp nhiều dữ liệu về khách hàng như hành vi mua sắm, sở thích,... giúp doanh nghiệp có thể triển khai các chiến lược marketing hiệu quả hơn.

Ngoài mô hình B2C, doanh nghiệp còn áp dụng một số mô hình kinh doanh khác như:

- B2B (Business to Business): Bán nước hoa cho các cửa hàng bán lẻ, đại lý.
- C2C (Consumer to Consumer): Cung cấp nền tảng cho người bán cá nhân bán nước hoa online.
- O2O (Online to Offline): Kết hợp bán hàng online và offline.

Tuy nhiên, mô hình B2C là mô hình phù hợp nhất cho Liberty vì doanh nghiệp mới bắt đầu kinh doanh online nên mô hình này ít rủi ro, chi phí đầu tư thấp và dễ dàng quản lý, vận hành.

4.2.2. Chiến lược marketing (SEO, quảng cáo, mạng xã hội, email marketing, v.v.).

Liberty triển khai chiến lược marketing đa kênh để tiếp cận khách hàng tiềm năng, thu hút khách hàng đến gian hàng và thúc đẩy doanh số bán hàng. Dưới đây là một số chiến lược marketing hiệu quả:

1. Tối ưu hóa SEO (Search Engine Optimization):

- Nghiên cứu từ khóa: Xác định các từ khóa mà khách hàng tiềm năng sử dụng khi tìm kiếm nước hoa online.

- Tối ưu hóa tiêu đề và mô tả sản phẩm: Sử dụng các từ khóa mục tiêu trong tiêu đề và mô tả sản phẩm để giúp sản phẩm hiển thị cao hơn trên kết quả tìm kiếm.
- Xây dựng nội dung chất lượng: Viết bài blog, chia sẻ kiến thức về nước hoa, xu hướng sử dụng nước hoa,... để thu hút khách hàng tự nhiên đến website/gian hàng.

2. Quảng cáo:

- Quảng cáo Google Ads: Chạy quảng cáo Google Ads để sản phẩm hiển thị trên trang kết quả tìm kiếm của Google khi người dùng tìm kiếm các từ khóa liên quan đến nước hoa.
- Quảng cáo Facebook Ads: Chạy quảng cáo Facebook Ads để tiếp cận khách hàng tiềm năng dựa trên các yếu tố như nhân khẩu học, sở thích, hành vi mua sắm,...
- Quảng cáo Shopee Ads, Lazada Ads, Tiki Ads: Chạy quảng cáo trên các sàn TMĐT để thu hút traffic đến gian hàng và thúc đẩy doanh số bán hàng.
- Quảng cáo Influencer marketing: Hợp tác với các KOLs, influencers trong lĩnh vực làm đẹp, thời trang để quảng bá sản phẩm đến người theo dõi của họ.

3. Marketing mạng xã hội:

- Tạo lập và phát triển kênh mạng xã hội: Tạo fanpage Facebook, Instagram, TikTok,... để chia sẻ hình ảnh, video sản phẩm, thông tin về các chương trình khuyến mãi, ưu đãi,...
- Tương tác với khách hàng: Trả lời tin nhắn, bình luận của khách hàng một cách nhanh chóng, nhiệt tình.

- Tổ chức các hoạt động marketing: Livestream bán hàng, minigame, giveaway,... để thu hút sự tham gia của khách hàng.
- Sử dụng hashtag: Sử dụng các hashtag liên quan đến nước hoa, làm đẹp, thời trang,... để tăng độ hiển thị cho bài đăng.

4. Email Marketing:

- Thu thập email khách hàng: Thu thập email khách hàng khi họ mua hàng, đăng ký nhận tin tức,...
- Gửi chiến dịch email marketing: Gửi email giới thiệu sản phẩm mới, thông báo về các chương trình khuyến mãi, ưu đãi,...
- Cá nhân hóa nội dung email: Cá nhân hóa nội dung email dựa trên sở thích, hành vi mua sắm của khách hàng để tăng hiệu quả tiếp cận.

5. Chăm sóc khách hàng:

- Cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp: Tư vấn khách hàng nhiệt tình, chu đáo.
- Giải quyết khiếu nại, đổi trả hàng hóa nhanh chóng, hiệu quả.
- Chương trình chăm sóc khách hàng thân thiết: Cung cấp các ưu đãi, voucher cho khách hàng thân thiết.

4.2.3. Chiến lược bán hàng và phân phối.

1. Lựa chọn sản phẩm:

- Lựa chọn các dòng nước hoa phù hợp với sở thích và nhu cầu của thị trường mục tiêu.
- Đảm bảo nguồn hàng nước hoa chính hãng, chất lượng cao, giá cả cạnh tranh.

- Tạo sự khác biệt cho sản phẩm bằng cách:
 - Cung cấp các dòng nước hoa độc đáo, hiếm có.
 - Thiết kế bao bì sản phẩm đẹp mắt, ấn tượng.
 - Cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp, chu đáo.

2. Xây dựng kênh bán hàng:

- Mở gian hàng trên các sàn TMĐT uy tín như Shopee, Lazada, Tiktok shop.
- Tạo website bán hàng riêng.
- Tham gia các hội nhóm, diễn đàn về nước hoa online.
- Hợp tác với các influencer, KOLs trong lĩnh vực làm đẹp, thời trang để quảng bá sản phẩm.

3. Chiến lược giá cả:

- Xác định giá bán sản phẩm dựa trên giá vốn, giá thị trường, giá trị sản phẩm mang lại cho khách hàng.
- Áp dụng các chiến lược giá linh hoạt như:
 - Giảm giá, khuyến mãi để thu hút khách hàng mới và kích thích mua sắm.
 - Gói combo sản phẩm với giá ưu đãi.
 - Miễn phí vận chuyển cho đơn hàng đạt giá trị nhất định.

4. Chiến lược phân phối:

- Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển uy tín để đảm bảo giao hàng nhanh chóng, an toàn.
- Cung cấp nhiều phương thức thanh toán linh hoạt để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Áp dụng chính sách đổi trả hàng hóa hợp lý để tạo sự an tâm cho khách hàng.
- Tạo nhiều mã giảm giá, freeship cho các khách hàng cá nhân khi thanh toán qua website cũng như sàn TMĐT.

7. Quản lý và theo dõi hiệu quả:

- Sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu để theo dõi hiệu quả của các chiến lược bán hàng và phân phối.
- Điều chỉnh chiến lược khi cần thiết để tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh.

4.2.4. Chiến lược chăm sóc khách hàng.

1. Xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp:

- Thiết lập kênh chăm sóc khách hàng đa kênh:
 - Hotline, email, chat trực tuyến trên website/gian hàng.
 - Mạng xã hội (Facebook, Instagram, Zalo,...).
- Phân chia nhân viên chăm sóc khách hàng theo chuyên môn:
 - Tư vấn sản phẩm, giải đáp thắc mắc.
 - Xử lý đơn hàng, đổi trả hàng hóa.
 - Giải quyết khiếu nại, phản hồi của khách hàng.
- Đào tạo nhân viên về kỹ năng chăm sóc khách hàng:
 - Giao tiếp hiệu quả, thái độ thân thiện, nhiệt tình.
 - Kiến thức chuyên môn về sản phẩm và dịch vụ.
 - Kỹ năng xử lý tình huống mâu thuẫn.

2. Cung cấp dịch vụ khách hàng chu đáo:

- Trả lời tin nhắn, bình luận của khách hàng nhanh chóng: Trong vòng 24 giờ hoặc ít hơn.
- Giải quyết khiếu nại, đổi trả hàng hóa kịp thời: Theo quy định của sàn TMĐT và chính sách của doanh nghiệp.
- Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ khác:
 - Gói quà tặng theo yêu cầu.
 - Tư vấn cách sử dụng sản phẩm phù hợp.
 - Cung cấp thông tin về các chương trình khuyến mãi, ưu đãi.

3. Thu thập và phản hồi ý kiến khách hàng:

- Khảo sát ý kiến khách hàng sau khi mua hàng: Qua email, tin nhắn, website.
- Phân tích đánh giá, phản hồi của khách hàng trên sàn TMĐT và mạng xã hội.
- Lắng nghe và tiếp thu ý kiến đóng góp của khách hàng: Để cải thiện sản phẩm, dịch vụ và chiến lược kinh doanh.

5. Tài chính

5.1. Kế hoạch tài chính và dự toán ngân sách.

5.1.1. Giai đoạn 1: Khởi động (1-3 tháng)

Mục tiêu: Hoàn thiện thủ tục pháp lý, thiết lập cửa hàng online, xây dựng thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng.

Hoạt động:

- Đăng ký kinh doanh: Chi phí giấy tờ, thủ tục hành chính.
- Thiết kế website/gian hàng: Chi phí thiết kế, lập trình, hosting, domain.
- Chụp ảnh sản phẩm: Chi phí thuê studio, photographer, đạo cụ.

- Marketing & Quảng cáo: Chi phí chạy quảng cáo Facebook, Google, Shopee Ads, Lazada Ads,...
- Nội dung: Chi phí sản xuất bài viết, video review sản phẩm.
- Tồn kho: Chi phí nhập hàng, vận chuyển, kho bãi.

Dự toán ngân sách: 200.000.000 VNĐ

5.1.2. Giai đoạn 2: Phát triển (4-12 tháng)

Mục tiêu: Tăng doanh số bán hàng, mở rộng thị trường và nâng cao nhận diện thương hiệu.

Hoạt động:

- Marketing & Quảng cáo: Tăng ngân sách cho các kênh quảng cáo hiệu quả.
- Livestream bán hàng: Chi phí trang thiết bị, nhân lực.
- Chương trình khuyến mãi: Chi phí giảm giá, voucher, quà tặng.
- Tham gia hội chợ, triển lãm: Chi phí gian hàng, booth,...
- Hợp tác influencer: Chi phí seeding, review sản phẩm.
- Mở rộng thị trường sang các sàn TMĐT khác: Chi phí đăng ký, hoa hồng sàn.

Dự toán ngân sách: 500.000.000 VNĐ

5.1.3. Giai đoạn 3: Bền vững (12 tháng trở lên)

Mục tiêu: Duy trì tăng trưởng doanh số, củng cố vị thế thương hiệu và mở rộng sang các kênh bán hàng khác.

Hoạt động:

- Phát triển hệ thống CRM: Chi phí phần mềm, tư vấn triển khai.
- Tuyển dụng nhân viên: Chi phí tuyển dụng, đào tạo.
- Mở rộng kho bãi: Chi phí thuê kho, quản lý kho.
- Phát triển website/app bán hàng: Chi phí nâng cấp, tối ưu hóa.
- Tham gia thị trường quốc tế: Chi phí tham gia hội chợ quốc tế, dịch vụ xuất nhập khẩu.
- Đầu tư vào nghiên cứu & phát triển sản phẩm: Chi phí nghiên cứu, thử nghiệm.

Dự toán ngân sách: 1.000.000.000 VNĐ

5.2. Nội dung:

5.2.1. Dự toán chi phí khởi nghiệp (chi phí phát triển, chi phí vận hành, chi phí marketing, v.v.).

- Giai đoạn 1 :Khởi động (1-3 tháng)

- Chi phí phát triển:
 - Thiết kế website/gian hàng: 30.000.000 VNĐ
 - Chụp ảnh sản phẩm: 10.000.000 VNĐ
 - Tồn kho: 60.000.000 VNĐ
- Chi phí vận hành:
 - Thuê mặt bằng (tùy theo diện tích): 5.000.000 VNĐ/tháng
 - Chi phí điện nước, internet: 2.000.000 VNĐ/tháng
 - Chi phí nhân sự (1-2 nhân viên): 10.000.000 VNĐ/tháng
- Chi phí Marketing:
 - Quảng cáo Facebook: 10.000.000 VNĐ/tháng
 - Google Ads: 5.000.000 VNĐ/tháng
 - Nội dung: 5.000.000 VNĐ/tháng

Tổng chi phí khởi nghiệp giai đoạn 1: 200.000.000 VNĐ

- Giai đoạn 2: Phát triển (4-12 tháng)

- Chi phí phát triển:
 - Mở rộng thị trường sang các sàn TMĐT khác: 20.000.000 VNĐ
- Chi phí vận hành:
 - Thuê mặt bằng (nếu cần): 10.000.000 VNĐ/tháng
 - Chi phí điện nước, internet: 3.000.000 VNĐ/tháng
 - Chi phí nhân sự (3-5 nhân viên): 20.000.000 VNĐ/tháng
- Chi phí Marketing:
 - Tăng ngân sách quảng cáo Facebook: 20.000.000 VNĐ/tháng
 - Google Ads: 10.000.000 VNĐ/tháng
 - Livestream bán hàng: 10.000.000 VNĐ/tháng
 - Hợp tác influencer: 10.000.000 VNĐ/tháng

Tổng chi phí giai đoạn 2: 500.000.000 VNĐ

Giai đoạn 3: Bền vững (12 tháng trở lên)

- Chi phí phát triển:
 - Phát triển hệ thống CRM: 50.000.000 VNĐ
 - Tham gia thị trường quốc tế: 100.000.000 VNĐ
 - Đầu tư R&D: 50.000.000 VNĐ
- Chi phí vận hành:
 - Thuê mặt bằng (nếu cần): 20.000.000 VNĐ/tháng
 - Chi phí điện nước, internet: 5.000.000 VNĐ/tháng
 - Chi phí nhân sự (6-10 nhân viên): 30.000.000 VNĐ/tháng
- Chi phí Marketing:

- Quảng cáo Facebook: 30.000.000 VNĐ/tháng
- Google Ads: 15.000.000 VNĐ/tháng
- Livestream bán hàng: 15.000.000 VNĐ/tháng
- Hợp tác influencer: 20.000.000 VNĐ/tháng

Tổng chi phí giai đoạn 3: 1.000.000.000 VNĐ

5.2.2. Kế hoạch doanh thu và lợi nhuận dự kiến trong các năm đầu.

Năm 1:

- Doanh thu dự kiến: 500.000.000 VNĐ
- Lợi nhuận dự kiến: 100.000.000 VNĐ

Năm 2:

- Doanh thu dự kiến: 1.000.000.000 VNĐ
- Lợi nhuận dự kiến: 250.000.000 VNĐ

Năm 3:

- Doanh thu dự kiến: 2.000.000.000 VNĐ
- Lợi nhuận dự kiến: 500.000.000 VNĐ

5.2.3. Phân tích điểm hòa vốn.

Điểm hoà vốn của Liberty trong giai đoạn 1: 200.000.000 đồng

Điểm hoà vốn của Liberty trong giai đoạn 2: 500.000.000 đồng

Điểm hoà vốn của Liberty trong giai đoạn 3: 1.000.000.000 đồng

6.Đội ngũ

Các thành viên sáng lập gồm có:

Tên thành viên	Kinh nghiệm	Vai trò trong dự án	Trách nhiệm
PVV Anh	Đang học Đại học	Điều hành trang web	-Cập nhật giao diện website. -Lập kế hoạch nội dung định kì -Quản lí đường truyền hosting và sao lưu dữ liệu -Xây dựng kế hoạch tối ưu website -Đánh giá hiệu quả website thường xuyên
DM Cường	Đang học Đại học	Điều hành trang web	-Cập nhật giao diện website. -Lập kế hoạch nội dung định kì -Quản lí đường truyền hosting và sao lưu dữ liệu -Xây dựng kế hoạch tối ưu website -Đánh giá hiệu quả website thường xuyên
TTT Dương	Đang học Đại học	Chăm sóc khách hàng	-Nhiệm vụ giải đáp và phản hồi, thực hiện những mong muốn của khách hàng. -Ghi nhận và phản hồi một cách nhanh

			<p>chóng.</p> <p>-Tiếp nhận những khiếu nại, phản ánh của khách hàng và xử lý kịp thời trong phạm vi quyền hạn của phòng ban</p>
TM Khôi	Đang học Đại học	Chăm sóc khách hàng	<p>-Nhiệm vụ giải đáp và phản hồi, thực hiện những mong muốn của khách hàng.</p> <p>-Ghi nhận và phản hồi một cách nhanh chóng.</p> <p>-Tiếp nhận những khiếu nại, phản ánh của khách hàng và xử lý kịp thời trong phạm vi quyền hạn của phòng ban</p>
HNT Ngân	Đang học Đại học	Chiến lược gia Maketing	<p>-Quảng bá, giới thiệu những điểm khác biệt đi kèm với những lợi ích đến với thị trường, khách hàng.</p> <p>-Xây dựng các chiến lược maketing để tăng sự tiếp cận của khách hàng tới sản phẩm.</p>
MNA Thư	Đang học Đại học	Chiến lược gia Maketing	<p>-Quảng bá, giới thiệu những điểm khác biệt đi kèm với những lợi ích đến với thị trường, khách hàng.</p> <p>-Xây dựng các chiến lược maketing để</p>

			tăng sự tiếp cận của khách hàng tới sản phẩm.
NT Trâm	Đang học Đại học	Nhân viên Sale	<ul style="list-style-type: none"> -Tìm kiếm thông tin về khách hàng tiềm năng -Thiết lập các buổi giới thiệu sản phẩm đến khách hàng. -Lập kế hoạch kinh doanh theo tháng/quý. -Theo dõi và báo cáo kết quả kinh doanh định kì.
LTK Yến	Đang học Đại học	Nhân viên Sale	<ul style="list-style-type: none"> -Tìm kiếm thông tin về khách hàng tiềm năng -Thiết lập các buổi giới thiệu sản phẩm đến khách hàng. -Lập kế hoạch kinh doanh theo tháng/quý. -Theo dõi và báo cáo kết quả kinh doanh định kì.

7.Kế hoạch phát triển

7.1Chiến lược thu hút toàn diện: "Chìa khóa" chinh phục khách hàng mục tiêu

a.Tập trung vào giá trị sản phẩm:

- Nêu bật những tính năng, lợi ích thiết thực của sản phẩm giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và công sức.

- Cung cấp thông tin chi tiết về chất lượng sản phẩm, nguồn gốc xuất xứ rõ ràng.
- Sử dụng hình ảnh, video chất lượng cao để giới thiệu sản phẩm một cách chân thực và thu hút.

b. Cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp:

- Đảm bảo giao hàng nhanh chóng, đúng hẹn.
- Cung cấp chính sách đổi trả linh hoạt, dễ dàng.
- Hỗ trợ khách hàng 24/7 qua nhiều kênh như điện thoại, email, chat trực tuyến.
- Giải đáp thắc mắc khách hàng một cách nhanh chóng, chuyên nghiệp và tận tình.

c. Tận dụng tối đa các kênh bán hàng trực tuyến:

Xây dựng website bán hàng chuyên nghiệp, đẹp mắt, dễ sử dụng, tối ưu hóa cho di động.

- Bán hàng trên các sàn thương mại điện tử uy tín như Shopee, Lazada, Tiki.
- Chạy quảng cáo trực tuyến nhằm mục tiêu đến khách hàng tiềm năng.
- Sử dụng mạng xã hội để tiếp thị sản phẩm, tương tác với khách hàng và xây dựng thương hiệu.

d. Cung cấp các chương trình khuyến mãi hấp dẫn:

- Triển khai các chương trình giảm giá, ưu đãi dành cho khách hàng mục tiêu.
- Tặng kèm quà tặng khi mua sản phẩm.
- Áp dụng mã giảm giá

e. Tiếp thị sản phẩm hiệu quả:

- Sử dụng các KOLs, influencers có ảnh hưởng trong lĩnh vực thời trang, công nghệ để quảng bá sản phẩm.
- Tạo nội dung thu hút trên mạng xã hội, blog, website.

- Chạy quảng cáo nhắm mục tiêu đúng đối tượng khách hàng.
- Tham gia các hội chợ, triển lãm về phụ kiện điện thoại.

f. Phân tích dữ liệu khách hàng:

- Thu thập dữ liệu về hành vi mua sắm, sở thích, nhu cầu của khách hàng.
- Phân tích dữ liệu để đưa ra chiến lược marketing phù hợp.
- Cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm cho từng khách hàng.

g. Cập nhật xu hướng thị trường:

- Nắm bắt xu hướng thời trang, công nghệ mới nhất.
- Cung cấp sản phẩm mới mẻ, đa dạng mẫu mã để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Cải tiến dịch vụ để nâng cao trải nghiệm khách hàng.

h. Luôn lắng nghe khách hàng:

- Thu thập phản hồi của khách hàng qua các kênh như email, tin nhắn, mạng xã hội.
- Giải quyết khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả.
- Cải thiện sản phẩm và dịch vụ dựa trên phản hồi của khách hàng.

=> Bằng cách xây dựng chiến lược thu hút toàn diện, tập trung vào giá trị sản phẩm, dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp, trải nghiệm mua sắm tiện lợi và xây dựng thương hiệu uy tín, doanh nghiệp bán ốp điện thoại có thể chinh phục phân khúc khách hàng thu nhập trung bình và cao, gia tăng doanh thu và khẳng định vị thế thương hiệu trên thị trường.

7.2 Chiến lược truyền thông số.

Trong thời đại ngày càng phát triển hiện nay về mặt công nghệ nói chung và thị trường điện thoại di động nói riêng. Và ngành kinh doanh những phụ kiện trang trí điện thoại hay kỹ thuật số cũng ngày càng được mở rộng nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng về việc bảo vệ đồ dùng của mình.

Một trong những yếu tố quan trọng để góp phần đẩy mạnh sự chú ý đến sản phẩm là sự sáng tạo trong hình dáng như về mẫu mã chất lượng của sản phẩm.

7.2.1 Sử dụng truyền thông

Việc tiếp cận được với nhiều khách hàng tiềm năng thì không thể nào thiếu đến sự tác động đến truyền thông. Đối với khách hàng thì diện mạo của nhãn hàng và những sản phẩm phù hợp với xu hướng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến việc lựa chọn nhãn hàng để sử dụng.

Doanh nghiệp kinh doanh phải luôn cập nhật những xu hướng mới nhất, những hình ảnh sáng tạo, những ý tưởng độc đáo để có thể thu hút và giữ chân khách hàng. Tạo ra nhiều hình thức tiếp cận đến khách hàng để họ dễ dàng bắt gặp được hình ảnh quảng bá của mình ở khắp nơi. Diễn hình như mạng xã hội là một loại hình phổ biến nhất hiện nay và dễ dàng tiếp cận nhất.

Việc tạo dựng một trang fanpage để hiển thị lên nhiều trang mạng như Facebook, Instagram, Tiktok,... Những trang hầu hết đều đang có độ phủ rộng rất là cao và giới trẻ ưa chuộng. Và xu hướng hiện nay là giới trẻ nên việc cập nhật mặt hàng cũng sẽ cá tính hơn năng động hơn, nhưng không vì thế mà bỏ qua những loại mặt hàng phù hợp với độ tuổi khác nhau. Một lợi thế vô cùng lớn đối với mạng xã hội đó là một chìa khóa để doanh nghiệp kết nối được trực tiếp với khách hàng, chia sẻ cập nhật liên tục về tình hình thực tế sản phẩm cũng như các chương trình khuyến mãi. Khi cập nhật được tình hình của lượng khách hàng tiếp cận thì từ đó có thể đưa ra được những nhận định xu hướng mới mà khách hàng đang hướng đến cải tiến theo từng ngày để điều chỉnh chiến lược truyền thông.

Quảng cáo trực tiếp trên các nền tảng như Ads bao gồm các video trực tiếp trên các nền tảng mạng xã hội các hình thức truyền thông ngoài trời như giấy quảng cáo, poster, banner hay thậm chí là liên kết với các thương hiệu chuyên cung cấp sản phẩm điện thoại, laptop như Thegioididong, Điện máy xanh, Minh Tuấn Mobile để làm tăng độ quảng cáo cũng như là sự tiện lợi tác động trực tiếp tới sự chú ý của khách hàng.

Tuy nhiên, hiệu quả cũng phụ thuộc vào lựa chọn kênh truyền thông phù hợp và thiết kế thông điệp để tiếp cận cho phù hợp với nhu cầu đối tượng khách hàng. Bên cạnh đó việc email marketing cũng là một hình thức vừa tiết kiệm được chi phí mà còn thể hiện sự chuyên nghiệp và độ đáng tin cậy đối với khách hàng.

Nhưng nhược điểm lớn nhất đối với loại hình thức này là khách hàng sẽ thường xuyên bỏ qua tin nhắn, không để tâm đến những tin nhắn thậm chí tin nhắn có thể chuyển sang mục thư rác mà khách hàng không hay biết. Như vậy, việc tạo một chủ đề email phải có sự thu hút khách hàng thể rõ sự cần thiết hay thể hiện rõ sự sáng tạo để từ đó việc tiếp cận của khách hàng sẽ không bị bỏ lỡ.

7.3. Chiến lược bảo mật

7.3.1 Đầu tư vào công nghệ bảo mật thông tin để bảo vệ dữ liệu khách hàng và giao dịch.

7.3.2 Đầu tư vào công nghệ bảo mật thông tin

Sử dụng phần mềm chống vi-rút và phần mềm chống phần mềm độc hại để bảo vệ hệ thống máy tính khỏi các mối đe dọa trực tuyến. Cài đặt tường lửa để ngăn chặn truy cập trái phép vào mạng máy tính.

Sử dụng mã hóa dữ liệu để bảo vệ thông tin nhạy cảm, chẳng hạn như thông tin tài chính và dữ liệu cá nhân của khách hàng. Triển khai hệ thống phát hiện xâm nhập (IDS) để phát hiện các hoạt động đáng ngờ trên mạng máy tính. Sử dụng hệ thống phòng chống xâm nhập (IPS) để ngăn chặn các cuộc tấn công mạng.

7.3.3 Nâng cao nhận thức về an ninh mạng cho nhân viên

Đào tạo nhân viên về các mối đe dọa an ninh mạng phổ biến và cách bảo vệ bản thân và dữ liệu của công ty. Thực hiện các bài kiểm tra thường xuyên để đánh giá mức độ nhận thức của nhân viên về an ninh mạng. Khuyến khích nhân viên báo cáo bất kỳ hoạt động đáng ngờ nào cho bộ phận an ninh mạng.

7.3.4 Áp dụng các chính sách và thủ tục bảo mật:

Phát triển và thực thi các chính sách và thủ tục bảo mật rõ ràng để quản lý truy cập dữ liệu, sử dụng mật khẩu và xử lý vi phạm dữ liệu. Thường xuyên xem xét và cập nhật các chính sách và thủ tục bảo mật để đảm bảo chúng vẫn phù hợp với các mối đe dọa an ninh mạng mới nhất.

8. Kết luận

Mục tiêu: Thu hút sự quan tâm từ nhà đầu tư, đối tác hoặc khách hàng tiềm năng cho dự án "LIBERTY PERFUMES" tập trung vào phân ngành nước hoa thuộc một trong những phân khúc quan trọng của ngành hàng mỹ phẩm và chăm sóc cá

nhân. Bên cạnh đó, góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp thương mại điện tử trong tương lai.

Tóm tắt:

Giới thiệu: Dự án giới thiệu một trang web bán nước hoa trực tuyến, cung cấp đa dạng các thương hiệu và mùi hương chính hãng với mức giá cạnh tranh.

Tiềm năng thị trường: Nhu cầu sử dụng nước hoa ngày càng cao, đặc biệt là đối với giới trẻ. Thị trường bán lẻ nước hoa trực tuyến đang phát triển mạnh mẽ.

Sản phẩm: Liberty có nghĩa là “Tự do” mang ý nghĩa là **sự tự do của con người trong việc tự quyết định, tự hành động và tự phát triển bản thân**. Đem tới cho khách hàng một mùi hương phù hợp với phong cách và phù hợp với sở thích và tính cách của mỗi khách hàng.

- Liberty Perfumes là dòng nước hoa phi giới tính.
- Không chỉ tạo hương thơm cho cơ thể, mà cho cả quần áo.
- Liberty Perfumes là hàng Made in Việt Nam, giá cả phải chăng phù hợp tệp khách hàng học sinh sinh viên.

Lợi ích cho khách hàng:

Tiết kiệm thời gian và công sức mua sắm.

Dễ dàng so sánh giá cả và mùi hương.

Mua sắm mọi lúc mọi nơi.

Kế hoạch kinh doanh:

1. Xác định mục tiêu.
2. Phân tích thị trường.
3. Lựa chọn sản phẩm.
4. Xây dựng kênh bán hàng.
5. Marketing và quảng bá.
6. Chăm sóc khách hàng.
7. Quản lý vận hành.
8. Đánh giá và phát triển.

Kế hoạch phát triển:

1. Tập trung vào giá trị sản phẩm.
2. Cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp.

3. Tận dụng tối đa các kênh bán hàng trực tuyến.
4. Cung cấp các chương trình khuyến mãi hấp dẫn.
5. Tiếp thị sản phẩm hiệu quả.
6. Phân tích dữ liệu khách hàng.
7. Cập nhật xu hướng thị trường.
8. Luôn lắng nghe khách hàng.

Tầm nhìn: Trở thành thương hiệu nước hoa hàng đầu trong lĩnh vực thương mại điện tử, cung cấp các sản phẩm chất lượng cao, mang đến trải nghiệm mua sắm tuyệt vời cho khách hàng

Sứ mệnh: Trở thành một thương hiệu nước hoa uy tín, chiếm được lòng tin của khách hàng và góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp thương mại điện tử trong tương lai. góp phần nâng cao giá trị sống và tạo ra những khoảnh khắc đáng nhớ cho người tiêu dùng

Lời kêu gọi hành động:

Đối với nhà đầu tư:

Hãy trở thành một phần của sự bùng nổ trong thị trường nước hoa dành cho giới trẻ! Đầu tư vào website bán nước hoa của chúng tôi và cùng nhau mang đến cho học sinh sinh viên những sản phẩm chất lượng với giá cả hợp lý.

Cơ hội sinh lời hấp dẫn: Nhu cầu sử dụng nước hoa của học sinh sinh viên ngày càng tăng cao, website của chúng tôi sở hữu tiềm năng phát triển to lớn, hứa hẹn mang lại lợi nhuận thu hút cho nhà đầu tư.

Hợp tác cùng đội ngũ trẻ trung, năng động: Đội ngũ sáng lập của chúng tôi đều là những cá nhân tài năng, tâm huyết và giàu kinh nghiệm, cam kết mang đến cho nhà đầu tư sự hợp tác chuyên nghiệp và hiệu quả.

Đối với đối tác:

Mở rộng thị trường mục tiêu của bạn: Hợp tác cùng website bán nước hoa của chúng tôi để tiếp cận hàng triệu khách hàng tiềm năng là học sinh sinh viên trên toàn quốc.

Cùng nhau tạo ra những sản phẩm nước hoa độc đáo, phù hợp với xu hướng giới trẻ: Chúng tôi luôn chào đón các đối tác có cùng tầm nhìn và đam mê để cùng

nhau phát triển những sản phẩm nước hoa chất lượng, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Tận dụng nền tảng bán hàng trực tuyến hiệu quả: Website của chúng tôi sở hữu lượng truy cập cao và tỷ lệ chuyển đổi ấn tượng, là kênh bán hàng lý tưởng để quảng bá sản phẩm của đối tác đến khách hàng mục tiêu.

Đối với khách hàng:

Khám phá thế giới nước hoa đa dạng với giá cả sinh viên: Website của chúng tôi cung cấp nước hoa từ made in VietNam với mức giá phù hợp với túi tiền của học sinh sinh viên.

Tìm kiếm mùi hương hoàn hảo cho chính mình: Hệ thống tư vấn chuyên nghiệp của chúng tôi luôn sẵn sàng hỗ trợ bạn lựa chọn mùi hương phù hợp với sở thích, cá tính và nhu cầu.

Mua sắm tiện lợi và nhanh chóng: Trải nghiệm mua sắm trực tuyến dễ dàng, thanh toán an toàn và giao hàng tận nơi trên toàn quốc.

