



*Vũ Thị Lan Chi
Bùi Đăng Chuyên
Nguyễn Văn Du
Cao Xuân Đạt*

Nhóm: Tên gì?

*Vũ Thị Hoa
Lê Thị Huế
Đào Thị Hương
Phạm Thị Lệ
Đinh Thị Yến Linh
Trịnh Thị Linh*

BÀI TẬP NHÓM

Đề bài:

Nêu một kế hoạch mà em quan tâm rồi vận dụng quy trình lập kế hoạch để phân tích kế hoạch ấy

Kế hoạch

Mở rộng thị trường sữa của công ty cổ phần sữa Việt Nam Vinamilk





Mở rộng thị trường sữa tại Việt Nam



CÁC BƯỚC LẬP KẾ HOẠCH



1 Phân tích môi trường

2 Xác định mục tiêu

3 Xây dựng phương án

4 Đánh giá & lựa chọn phương án

5 Quyết định kế hoạch

I. Phân tích môi trường



1

Môi trường vĩ mô

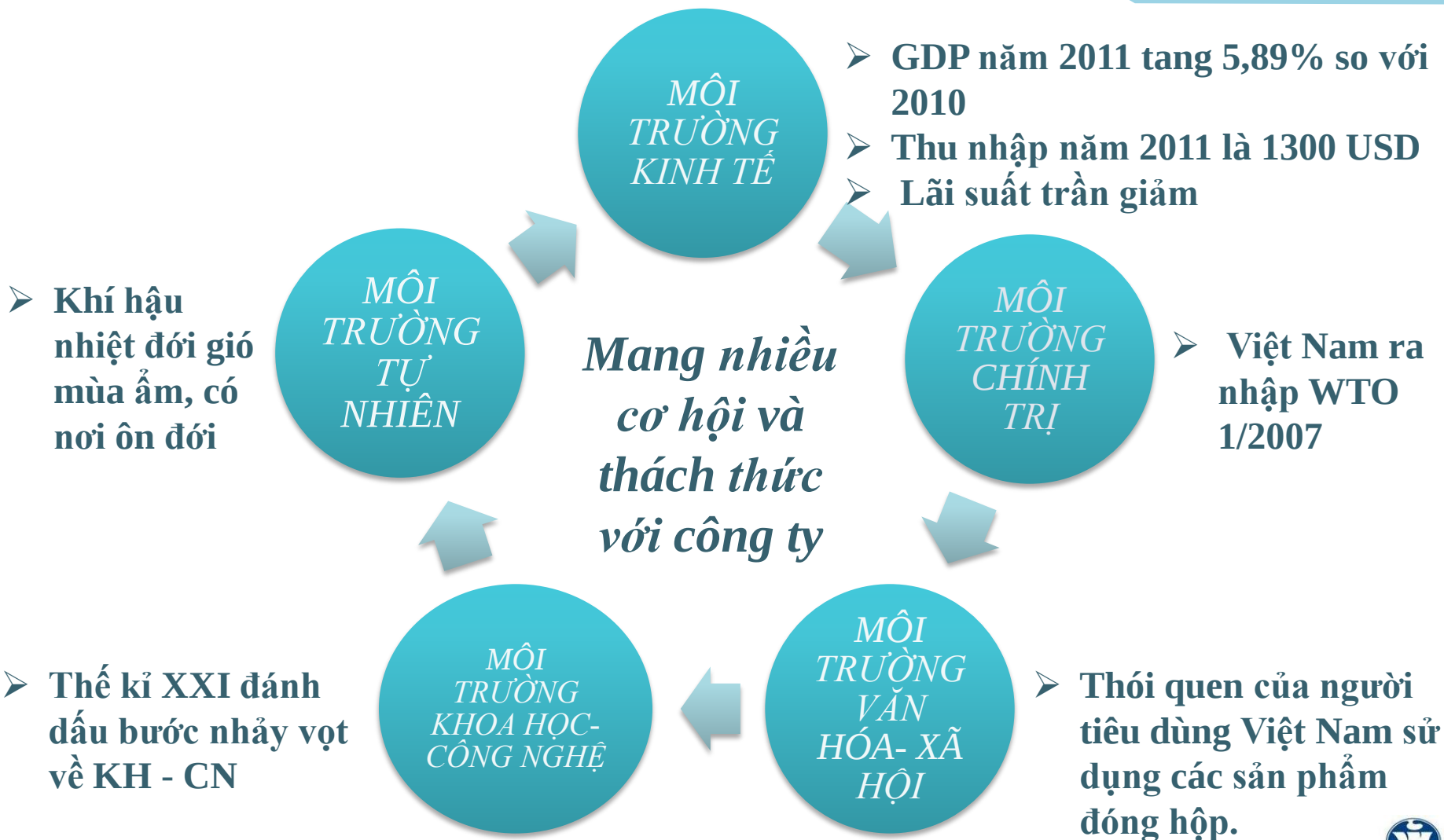
2

Môi trường tác nghiệp

3

Mô hình SWOT

1. Môi trường vĩ mô



2. Môi trường tác nghiệp



*Vấn đề thị trường tiêu thụ
sản phẩm*

*Đối thủ cạnh tranh và khả năng
cạnh tranh của doanh nghiệp*

Khách hàng

quan hệ với các nhà cung cấp

3. Mô hình SWOT



1

Điểm mạnh

2

Điểm yếu

3

Cơ hội

4

Thách thức

3.1 Điểm mạnh



- ✓ Thương hiệu mạnh , thị phần lớn (75%).
- ✓ Mạng Lưới phân phối rộng khắp (64 tỉnh thành).
- ✓ Sản phẩm đa dạng, giá cả cạnh tranh.
- ✓ Dây chuyền sản xuất tiên tiến.
- ✓ Ban lãnh đạo có năng lực quản lý tốt.
- ✓ Danh mục sản phẩm đa dạng và mạnh (150 chủng loại sản phẩm).
- ✓ Quan hệ bền vững với các đối tác.
- ✓ Đội ngũ tiếp thị và nghiên cứu sản phẩm giàu kinh nghiệm.

3.2 Điểm yếu



- ✓ Chủ yếu tập trung sản phẩm vào thị trường trong nước.
- ✓ Hoạt động Marketing của công ty chủ yếu tập trung ở miền Nam.

3.3 Cơ hội



- ✓ *Các chính sách ưu đãi của chính phủ về ngành sữa (phê duyệt 2000 tỷ cho các dự án phát triển ngành sữa đến 2020)*
- ✓ *Nguồn cung cấp nguyên liệu ổn định (vinamilk cũng chủ động đầu tư, xây dựng các nguồn đầu tư, xây dựng các nguồn nguyên liệu phục vụ nhu cầu của doanh nghiệp)*
- ✓ *Gia nhập WTO: mở rộng thị trường , kinh doanh, học hỏi kinh nghiệm.*

3.4 Thách thức



- ✓ *Nền kinh tế không ổn định (lạm phát, khủng hoảng kinh tế,.....)*
- ✓ *Gia nhập WTO: xuất hiện nhiều đối thủ cạnh tranh.*
- ✓ *Tình hình chính trị trên thế giới còn nhiều bất ổn.*

2. Xác định mục tiêu



*60% thị
phần sữa
VN*

*Doanh
thu đạt
3 tỷ \$*

*Tăng
doanh thu
và lợi
nhuận*

*Top 50
DN SX
sữa lớn
nhất
TG*

3. Xác định phương án



3. Xác định phương án



1. Tập trung vào 1 đoạn thị trường

- Chỉ tập trung vào đoạn thị trường đơn lẻ.

2. Bao phủ toàn bộ thị trường

- Tập trung vào việc mở rộng thị trường ra nhiều nơi bằng các chiến lược marketing phù hợp.

3. Chuyên môn hóa thị trường

- Chỉ tập trung vào nhóm đối tượng là trẻ em.

4. Chuyên môn hóa sản phẩm

- Chỉ sản xuất sữa nước cho mọi lứa tuổi.

4. Đánh giá lựa chọn phương án



Các phương án	Thời gian thực hiện	Chi phí	Thị phần	Doanh thu	Tổng điểm
Phương án 1	8	8	5	6	27
Phương án 2	6	7	9	9	31
Phương án 3	8	8	5	7	28
Phương án 4	8	7	7	7	29

⇒ Phương án bao phủ toàn bộ thị trường với các chiến lược Marketing

5. Quyết định kế hoạch



5. Quyết định kế hoạch



Sản phẩm (product)

- ✓ Mẫu mã bao bì phong phú
- ✓ Đa dạng hóa sản phẩm
- ✓ Nâng cao chất lượng sản phẩm
- ✓ Nghiên cứu sản phẩm mới

Giá (price)

- ✓ Chính sách đắt tiền hơn để có chất lượng tốt hơn
- ✓ Chính sách giữ nguyên giá nhưng chất lượng cao hơn

Phân phối (place)

- ✓ Chính sách đại lý:
- ✓ Quản lý và xây dựng hệ thống phân phối: hiện đại và truyền thống

Xúc tiến (promotion)

- ✓ Quảng cáo
- ✓ Quan hệ công chúng

**XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN
CÔ VÀ CÁC BẠN ĐÃ
LẮNG NGHE!**

A seagull with white feathers and dark wings is shown in flight against a bright blue sky filled with fluffy white clouds. The bird is positioned on the left side of the frame, facing right. The text 'Time to Say Good Bye' is written in a stylized, handwritten font on the right side of the image. The words 'Time to Say' are in blue, and 'Good Bye' is in red.

Time to Say
Good Bye