



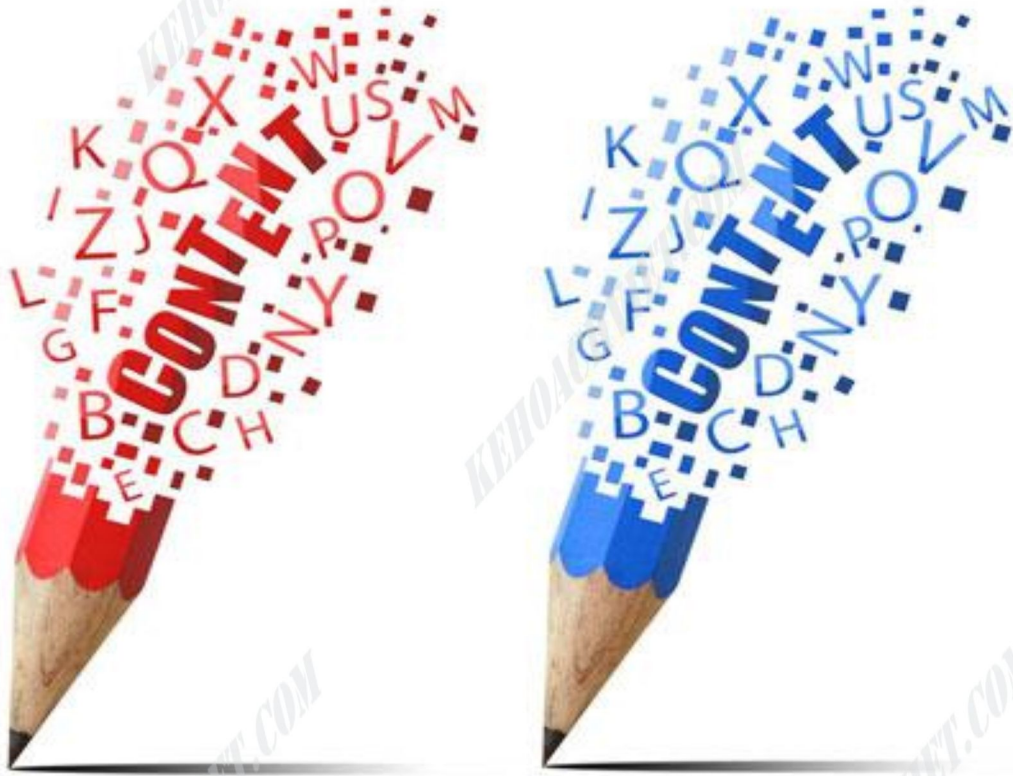
XXXMXXX

Địa chỉ: xxA Xxxx Xx Xixx Quận.x Thành Phố. Xx Xxi Mixx

Điện thoại: xx xxix xixi

Website: http://Xxxmxxx.com

Xxxmxxx là hệ thống bán lẻ các sản phẩm cao cấp hàng đầu Việt Nam. Chúng tôi xây dựng nên 1 hệ thống bán hàng chuyên nghiệp giúp khách hàng có những trải nghiệm mua hàng tốt nhất.



MỤC LỤC	
GIỚI THIỆU.....	3
DỊCH VỤ.....	4
SẢN PHẨM.....	5
CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM.....	6
PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG.....	7
PHÂN TÍCH SWOT.....	10
PHÂN TÍCH VÀ ĐỊNH HƯỚNG.....	11
CÁC GIAI ĐOẠN THỰC HIỆN.....	13
KẾ HOẠCH MARKETING.....	15
KẾ HOẠCH BÁN HÀNG.....	23
KẾ HOẠCH NHÂN SỰ.....	24
KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH.....	27

GIỚI THIỆU

Ý tưởng kinh doanh của Xxxmxxx bắt đầu khi chúng tôi nhận ra rằng thương mại điện tử đang ngày càng phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam nhưng nó lại chưa thực sự làm khách hàng hài lòng về chất lượng dịch vụ và sản phẩm. Khách hàng vẫn thường phàn nàn về việc chất lượng sản phẩm không tốt như mong đợi, sản phẩm không giống như mô tả... Vì thế chúng tôi mong muốn xây dựng một hệ thống thương mại điện tử hướng tới đối tượng khách hàng cao cấp với những sản phẩm có thương hiệu và chất lượng tốt.

Mô hình kinh doanh

Xxxmxxx là hệ thống sàn giao dịch thương mại điện tử nơi kết nối người mua và người bán.

Chúng tôi giúp khách hàng có những trải nghiệm mua hàng tốt nhất và giúp người bán tiếp cận khách hàng dễ dàng hơn.

Tầm nhìn

...

Sứ mệnh

Mang đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng, có nguồn gốc rõ ràng và sự tiện lợi khi mua sắm.



DỊCH VỤ

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Xxxmxxx là sàn giao dịch thương mại điện tử, chúng tôi cung cấp những dịch vụ bán hàng trực tuyến, mua hàng trực tuyến và các dịch vụ khác nhằm hỗ trợ việc mua bán trực tuyến của khách hàng được thuận lợi hơn.

- ❖ Dịch vụ bán hàng trực tuyến: Xxxmxxx cung cấp nền tảng để các doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm của mình đến với khách hàng tiềm năng. Tỷ lệ phí dịch vụ sẽ được tính toán dựa trên sự thỏa thuận giữa 2 bên.
- ❖ Dịch vụ mua hàng trực tuyến: khách hàng có thể tìm kiếm các thông tin đầy đủ về sản phẩm tại website của Xxxmxxx nếu khách hàng cảm thấy hài lòng về sản phẩm thì có thể đăng ký mua hàng trực tuyến 1 cách dễ dàng. Khách hàng sẽ nhận được hàng chậm nhất là 3 ngày kể từ khi chúng tôi nhận được đơn hàng.
- ❖ Dịch vụ giao hàng tận nơi: Xxxmxxx giao hàng miễn phí và tận nơi cho khách hàng trên khắp Việt Nam đối với các đơn hàng trên 300.000 VND. Đối với các đơn hàng dưới 300.000 VND thì phí giao hàng là 25.000 VND cho 1 lần giao hàng. (tham khảo thêm: chính sách giao hàng)
- ❖ Đổi trả hàng trong vòng 30 ngày kể từ khi mua hàng: Xxxmxxx cho phép khách hàng được đổi hàng trong vòng 30 ngày kể từ khi mua hàng đối với các sản phẩm chưa sử dụng và còn nguyên bao bì. (tham khảo thêm: chính sách đổi trả hàng)

T-Commerce



SẢN PHẨM

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Xxxmxxx là nơi mua bán những sản phẩm có thương hiệu thuộc các dòng sản phẩm: thời trang, sức khỏe, làm đẹp, mẹ và bé.

+ Sản phẩm thời trang nam nữ: quần áo, giày dép, balo, túi sách...



+ Sản phẩm chăm sóc sức khỏe và làm đẹp.



+ Sản phẩm gia dụng



NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUYẾT ĐỊNH MUA SẺ

Top 10 yếu tố



CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM

Để đảm bảo đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng và đảm bảo năng lực cạnh tranh của Xxxmxxx chúng tôi có những chính sách riêng về các sản phẩm được quyền giao dịch trên sàn giao dịch của chúng tôi.

Các yêu cầu cơ bản

- ❖ Các sản phẩm được phép giao dịch trên website của Xxxmxxx đều phải là những sản phẩm có thương hiệu và có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng.
- ❖ Chất lượng sản phẩm là yếu tố có tính chất quyết định cao lên quyết định mua hàng nên các sản phẩm đều phải có chất lượng tốt, không có hư lỗi hoặc hư lỗi trong 1 tỉ lệ cho phép nhất định. Những nhà cung cấp phải cam kết cung cấp sản phẩm chất lượng đúng như mô tả.
- ❖ Sản phẩm phải có thiết kế trang nhã, phù hợp với thị hiếu và mang lại cho khách hàng cảm giác hài lòng về giá trị mà sản phẩm mang lại.
- ❖ Sản phẩm phải phù hợp với định hướng chiến lược và hình ảnh mà Xxxmxxx xây dựng.
- ❖ Sản phẩm phải được đóng thuế đầy đủ và có thể phân phối hợp pháp.

PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

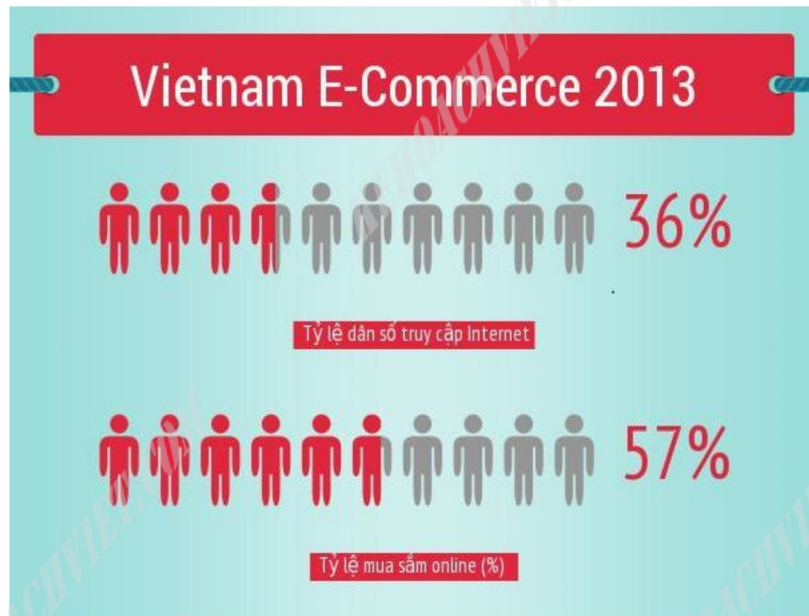
Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Việt Nam có trên 92,4 triệu dân và đang trong giai đoạn “dân số vàng”, tỷ lệ người sử dụng internet cao, kinh tế phát triển nhanh, tầng lớp trung lưu đông đảo và đang gia tăng nhanh chóng, tâm lý lạc quan... là những yếu tố góp phần làm cho Việt Nam trở thành thị trường thương mại điện tử đầy tiềm năng.

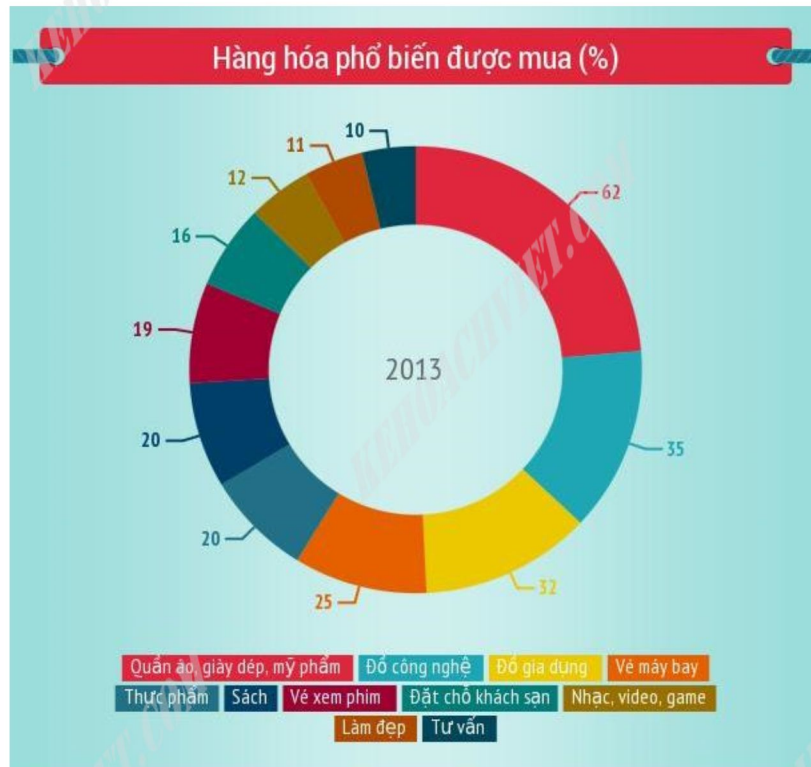
Việt Nam có xx% người sử dụng internet trong đó xx% có thực hiện các giao dịch trực tuyến.



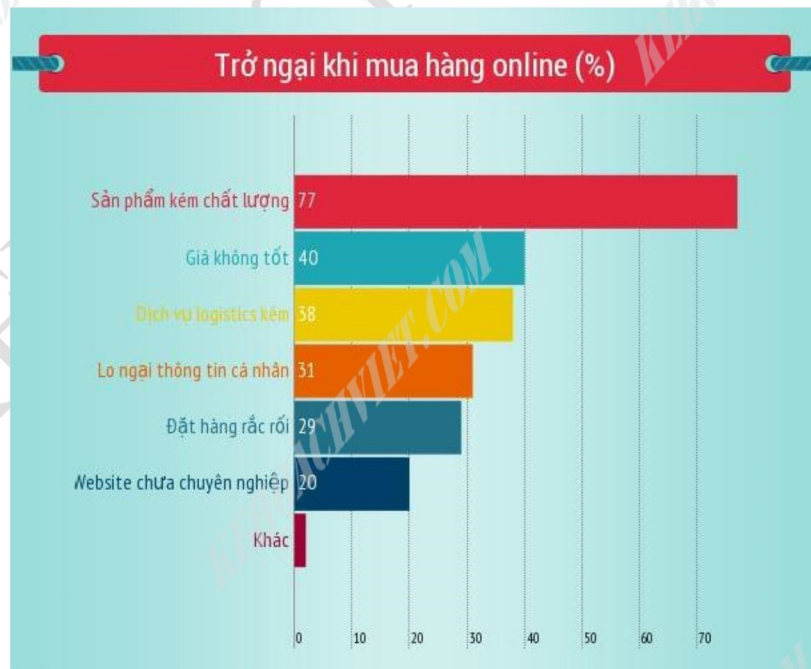
Giá trị mua hàng online của người Việt còn thấp và có khả năng gia tăng mạnh mẽ.



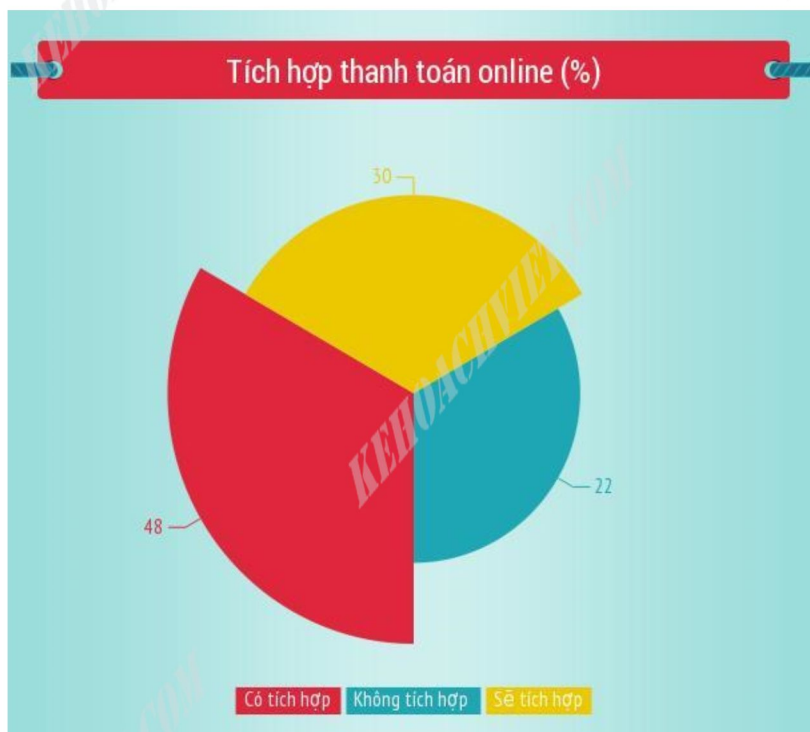
Giày dép, quần áo, mỹ phẩm, đồ công nghệ, đồ gia dụng, vé máy bay, thực phẩm, sách, vé xem phim... là những thứ được giao dịch trực tuyến nhiều nhất.



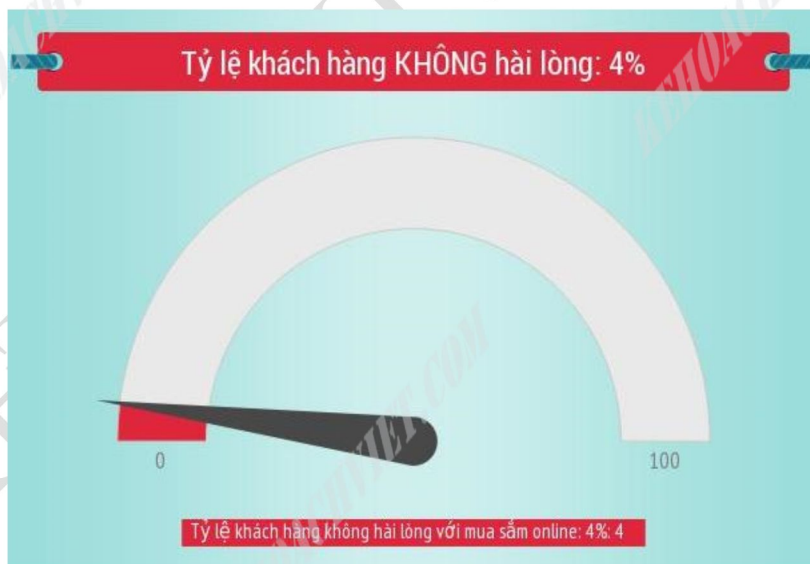
Sản phẩm chất lượng kém, giá thành không tốt, logistic kém... là những trở ngại chính khi mua hàng



Phần lớn các website mua hàng đều có tích hợp hoặc chuẩn bị tích hợp hệ thống thanh toán online.



Chỉ có x% khách hàng không hài lòng với mua sắm online.



PHÂN TÍCH SWOT

Bên trong | **Điểm mạnh**

Điểm yếu

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

- Đội ngũ nhân sự gồm 4 người và đều là cổ đông của công ty nên giảm thiểu được rất nhiều chi phí nhân sự.
- Đội ngũ quản lý có kinh nghiệm và quan hệ trên thị trường.
- Vốn đầu tư ban đầu: xxx tỷ VND
- Văn phòng nằm ở khu vực trung tâm rất thuận tiện cho việc giao dịch mua bán. Văn phòng hiện tại dùng chung văn phòng với công ty hiện đang hoạt động của chủ đầu tư nên không tốn chi phí mặt bằng.
- Website được quản lý bởi đội ngũ quản lý có kinh nghiệm nên khả năng hoạt động ổn định cao.
- Thương hiệu mới thành lập nên cần nhiều thời gian hoàn thiện hệ thống và tiếp cận khách hàng.
- Thiếu kinh nghiệm, kiến thức trong ngành.
- Là 1 doanh nghiệp khởi nghiệp nên phải đối diện với các yếu tố không chắc chắn.
- Tài chính tuy nhiều nhưng nếu so với đối thủ cạnh tranh thì vẫn rất khiêm tốn.

Bên ngoài**Cơ hội****Thách thức**

- Việt Nam là nền kinh tế phát triển nhanh. Theo thống kê, GDP tính bình quân đầu người tính bằng USD theo tỷ giá bình quân năm 2013 đạt 1.960 USD (tăng 12,1% so với năm 2012). Tổng GDP của Việt Nam năm 2013 tính bằng USD theo tỷ giá hối đoái bình quân sẽ đạt xấp xỉ 176 tỷ USD, tăng 13,2% so với năm 2012.
- Người tiêu dùng Việt Nam có xu hướng thích ngoại
- Ngành CNTT phát triển ngày càng nhanh.
- Tầng lớp trung lưu đông đảo và đang gia tăng nhanh chóng.
- Trên thị trường đã có những đối thủ cạnh tranh lớn như 123.vn, zalora, lazada... và sẽ còn xuất hiện nhiều đối thủ có tiềm lực mạnh trong tương lai.
- Thương hiệu mới, qui mô nhỏ nên khó làm việc với các đối tác hơn, số lượng hàng bán thời gian đầu còn ít nên việc đàm phán về giá và các chính sách ưu đãi cũng sẽ rất khó khăn.

PHÂN TÍCH VÀ ĐỊNH HƯỚNG

Mục tiêu của Xxxmxxx là xây dựng 1 thương hiệu bán lẻ các mặt hàng có thương hiệu, có chất lượng tốt hàng đầu tại Việt Nam và để đạt được mục tiêu này thì phải phân tích chi tiết tình hình khó khăn và thuận lợi để có thể vạch ra 1 chiến lược kinh doanh đúng đắn.

Phân tích nguồn lực

Trước hết về nguồn lực thì Xxxmxxx đều có đủ để bắt đầu xây dựng 1 hệ thống thương mại điện tử. Tuy nhiên để xây dựng thành công và phát triển thì nguồn lực như trên vẫn là ít nếu so với nhu cầu và so với đối thủ cạnh tranh. Vì thế việc sử dụng các nguồn lực phải được tính toán và đo lường hiệu quả kỹ càng.

Về mặt tài chính thì với khoản đầu tư ban đầu khoảng xxx tỷ thì Xxxmxxx không thể áp dụng chính sách đầu tư đồng bộ như các thương hiệu lớn vẫn làm mà phải áp dụng chiến lược đầu tư từng bước lấy ngắn nuôi dài. Vừa xây dựng thương hiệu song song với hoạt động marketing bán hàng để tạo nguồn tài chính ngắn hạn tái đầu tư dài hạn. Đây là nhiệm vụ quan trọng nhất trong việc phát triển hệ thống.

Về mặt nhân lực thì vẫn còn thiếu nhiều nhân sự giỏi để phát triển. Giai đoạn đầu Xxxmxxx thuê ngoài nhiều dịch vụ để giảm thiểu chi phí nhân sự, đội ngũ nhân sự chính của công ty chủ yếu thực hiện nhiệm vụ tìm kiếm đối tác, theo dõi tình hình, chăm sóc khách hàng và hỗ trợ marketing giai đoạn đầu.

Về mặt thương hiệu thì Xxxmxxx là 1 thương hiệu mới thành lập, nên sẽ cần 1 thời gian để xây dựng uy tín thương hiệu.

Với nguồn lực và kinh nghiệm hạn chế nên chiến lược của Xxxmxxx là từng bước hoàn thiện hệ thống, mở rộng ảnh hưởng của thương hiệu, cố gắng tạo nguồn thu nhập ngắn hạn để tái đầu tư giảm thiểu vốn đầu tư ban đầu.

Phân tích khách hàng

Ngày nay khách hàng ngày càng trở nên khó tính trong việc lựa chọn. Đầu tư hình ảnh đồng bộ, thương hiệu lớn uy tín, có những đánh giá tốt từ phía khách hàng là yếu tố quan trọng trong việc ra quyết định của khách hàng. Cho nên dù kinh phí đầu tư chưa thực sự lớn, thương hiệu chưa thực sự mạnh nhưng Xxxmxxx vẫn phải đầu tư đồng bộ hình ảnh nhằm tạo uy tín với khách hàng.

Đối với hình thức thương mại điện tử thì khách hàng có thể dễ dàng so sánh giá giữa các website với nhau nên việc thấp hơn dù chỉ 1 vài đồng cũng sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh nên việc đảm bảo giá bán luôn bằng hoặc thấp hơn các website khác là nhiệm vụ vô cùng quan trọng.

Đối với những sản phẩm mới thì khách hàng thường có sự dè chừng không tin tưởng hơn nữa tâm lý người Việt luôn có thói quen muốn được giảm giá nên chính sách giá của Xxxmxxx là bán bằng giá thị trường nhưng có chiết khấu cho khách hàng từ 1 đến 5% và thường xuyên tổ chức sale off theo các sự kiện: tết, 8/3, valentine...

Phân tích đối thủ cạnh tranh

Hiện nay trên thị trường đã có rất nhiều đối thủ hoạt động với mô hình tương tự như: zalora, lazada, 123.vn, Vật Giá, yes24... Ngoài ra Xxxmxxx còn phải cạnh tranh với rất nhiều website mua hàng theo nhóm như: nhóm mua, hotdeal, key.vn, sieumuachung...



Các đối thủ đều là những người đi tiên phong trên thị trường, am hiểu tình hình, hệ thống đang hoạt động ổn định, có chiến lược cạnh tranh riêng, có những đối thủ có tài chính mạnh hoạt động đa quốc gia như: zalora, lazada nên việc cạnh tranh và vươn lên là rất khó khăn.

Là 1 người đi sau trên thị trường nên Xxxmxxx phải chịu nhiều bất lợi so với đối thủ tuy nhiên điều đó không có nghĩa là bất lợi hoàn toàn. Xxxmxxx cũng được hưởng nhiều lợi ích mà đối thủ cạnh tranh đã tạo ra: thị trường thương mại điện tử được tạo lập nhờ sự hoạt động sôi nổi của các đối thủ, các đối thủ cạnh tranh cho Xxxmxxx kiến thức kinh nghiệm để xây dựng mô hình kinh doanh, là đối thủ đến sau nên Xxxmxxx có thể tận dụng những kinh nghiệm và bài học của đối thủ để hoàn thiện mình...

Để tận dụng được những lợi thế trên thì Xxxmxxx phải quan sát, theo dõi đối thủ để biết được chiến lược, cách thức hoạt động của đối thủ, những điểm mạnh điểm yếu của đối thủ, đâu là điểm hay nên học tập và đâu là điểm dở nên tránh...

Xxxmxxx là đối thủ đến sau nên về tiềm lực mọi thứ đều bất lợi vì thế quan sát học hỏi đối thủ tìm kiếm kẽ hở hoặc điểm yếu của đối thủ và cố gắng khắc phục nó là con đường hữu hiệu nhất để phát triển thương hiệu.

Định hướng ngắn hạn

Sau khi phân tích tình hình thì chúng tôi hoạch định chính sách ngắn hạn như sau:

1. Vạch kế hoạch phát triển từng bước không nóng vội.
2. Tính toán sử dụng hợp lý các nguồn lực.
3. Cố gắng đẩy mạnh doanh thu và lợi nhuận tạo nguồn tài chính ngắn hạn để tài đầu tư phát triển lâu dài.
4. Tích lũy kinh nghiệm kiến thức thị trường.
5. Nghiên cứu học hỏi đối thủ, cải tiến mô hình và chiến lược kinh doanh hiệu quả hơn.
6. Đầu tư xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp trong đó quan trọng nhất là xây dựng website: hình ảnh, nội dung, tính tiện dụng...

Định hướng dài hạn

1. Đẩy mạnh hoạt động marketing làm cho thương hiệu Xxxmxxx trở thành thương hiệu nổi tiếng và khẳng định được uy tín trên thị trường.
2. Xây dựng hệ thống kinh doanh hoàn chỉnh và đội ngũ nhân sự giỏi để cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ lớn trong ngành.

CÁC GIAI ĐOẠN THỰC HIỆN

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Xxxmxxx là thương hiệu mới nên việc triển khai thành công dự án thì cần phải có thời gian và chi phí đầu tư ban đầu lớn. Thời gian đầu thì mục tiêu quan trọng nhất là: hoàn thiện hệ thống, tìm hiểu thị trường, rút kinh nghiệm từng bước và cố gắng tạo ra lợi nhuận đủ để hòa vốn.

Giai đoạn	Năm 1	Năm 2
Mục tiêu chính	<ul style="list-style-type: none"> - Hoàn thiện hệ thống - Đẩy mạnh việc marketing bán hàng và cố gắng gia tăng doanh thu để giảm thiểu chi phí đầu tư ban đầu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu. - Đạt được doanh thu hòa vốn.
Công việc chính	<ul style="list-style-type: none"> - Hoàn thiện tất cả các yếu tố về mặt hình ảnh thương hiệu: bộ nhận diện thương hiệu (logo, slogan, màu sắc chủ đạo, giá trị cảm nhận), website (hoàn thiện mã nguồn, hoàn thiện phần thiết kế, cài đặt đầy đủ các phần mềm hỗ trợ việc thanh toán trực tuyến, cài đặt các phần mềm hỗ trợ quản lý trực tuyến, cập nhật đầy đủ hình ảnh nội dung sản phẩm, cập nhật đầy đủ thông tin liên hệ, thông tin tham khảo để củng cố niềm tin cho khách hàng). - Tìm kiếm các sản phẩm chất lượng và có thương hiệu từ các đối tác bán hàng uy tín, ký kết hợp đồng đăng bán sản phẩm trên website Xxxmxxx, nếu được thì thuyết phục khách hàng cho để hàng mẫu tại văn phòng công ty để khách hàng có thể tới xem sản phẩm trực tiếp trước khi mua hàng. - Tuyển dụng 2 nhân sự để thực hiện các công việc trực văn phòng, marketing, bán hàng, giao nhận. 2 nhân viên này sẽ lo các công việc chính của công ty trong giai đoạn đầu để ổn định hệ thống. - Hoàn thiện hệ thống bán hàng ở các khâu: đặt hàng trực tuyến, tiếp nhận và xử lý thông tin đơn hàng, hỗ trợ khách hàng mua hàng trực tuyến hoặc mua hàng tại văn phòng công ty, lấy hàng từ phía đối tác và giao hàng cho khách hàng, xử lý các vấn đề thắc mắc khiếu nại của khách 	<ul style="list-style-type: none"> - Cập nhật thêm các sản phẩm lên website và tập trung vào những dòng sản phẩm hot, doanh số lớn. - Lọc ra các đối tác bán hàng uy tín, hợp tác hiệu quả. - Chỉnh sửa website cho chuyên nghiệp hơn: thiết kế, sắp xếp cấu trúc website, màu sắc, nội dung, hình ảnh... - Tập trung tối ưu hoạt động marketing đúng đối tượng hơn, mang lại hiệu quả bán hàng cao hơn, tạo ra hiệu quả lâu dài hơn. - Tăng tần xuất xuất hiện của Xxxmxxx lên đối tượng khách hàng mục tiêu và khách hàng cũ. - Chăm sóc và khuyến khích đối tượng khách hàng cũ tiếp tục mua hàng (gửi email giới thiệu sản phẩm mới, khuyến mãi giảm giá cho khách hàng đã mua hàng) trong đó đặc biệt tập trung vào đối tượng khách hàng tiềm năng nhất. - Nếu doanh số phát triển thuận lợi thì đẩy mạnh hoạt động marketing bán hàng để phát triển hệ thống nhanh hơn. - Nếu doanh số phát triển không thuận lợi thì tập trung hơn vào việc phân tích khách hàng và thay đổi chiến lược cho phù hợp hơn.

	<p>hàng đối với sản phẩm dịch vụ, đổi trả hàng cho khách hàng, chăm sóc khách hàng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bước đầu đưa hình ảnh thương hiệu Xxxmxxx đến với khách hàng và khẳng định đây là kênh mua hàng dành cho tầng lớp cao cấp qua các kênh marketing như: forum seeding, email marketing, online marketing, google adwords, facebook... - Hoàn thiện chiến lược kinh doanh: quan sát và phân tích hành vi của khách hàng, phân tích các yếu tố tâm lý của khách hàng, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của khách hàng, kênh marketing nào là hiệu quả? truyền đạt thông tin như thế nào để thuyết phục khách hàng dễ dàng hơn? làm thế nào để thuyết phục được khách hàng mua hàng? làm sao để khách hàng mua hàng sẽ quay trở lại?... - Từng bước gia tăng doanh thu và cố gắng giảm thiểu chi phí đầu tư giai đoạn đầu. 	
<p>Yêu cầu chính</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hoàn thiện sớm hệ thống nhận diện thương hiệu, cập nhật sản phẩm, thông tin... cuối tháng 8 để bắt đầu tiến hành các hoạt động marketing bán hàng. - Đảm bảo hình ảnh thương hiệu chuyên nghiệp đủ sức thuyết phục đối tượng khách hàng cao cấp. - Từng bước phân tích chính xác thông tin khách hàng để gia tăng hiệu quả marketing bán hàng, gia tăng doanh số và doanh thu. - Đảm bảo chất lượng sản phẩm dịch vụ mà Xxxmxxx cung cấp xứng tầm với chi phí mà khách hàng phải chi trả. - Phải tạo ra được doanh thu để bù đắp vào chi phí hoạt động trong giai đoạn đầu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đảm bảo thương hiệu đã có trong đầu khách hàng mục tiêu. - Hiểu biết khách hàng đủ để thiết kế các chương trình marketing bán hàng chuyên nghiệp hiệu quả, đúng đối tượng. - Có sản phẩm chủ lực để tập trung đẩy mạnh hoạt động marketing. - Lợi nhuận đủ để bù đắp chi phí hoạt động.

CHIẾN LƯỢC MARKETING

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Marketing là hoạt động quan trọng cần phải đầu tư phát triển tuy nhiên do nguồn vốn đầu tư có giới hạn nên hoạt động marketing của Xxxmxxx chủ yếu tập trung vào hoạt động xây dựng đồng nhất hình ảnh thương hiệu và hỗ trợ bán hàng. Là 1 doanh nghiệp thương mại điện tử nên hoạt động marketing của Xxxmxxx chủ yếu tập trung vào việc marketing online.

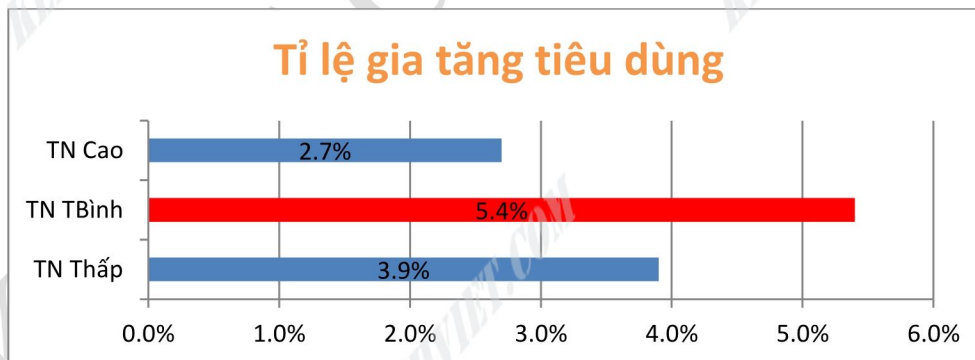
Lựa chọn khách hàng mục tiêu

Theo số liệu của AC Nielsen “Đến cuối thập kỷ này tổng số người thuộc tầng lớp trung lưu của thị trường Châu Á sẽ bằng tổng số người thuộc tầng lớp trung lưu ở Châu Âu và Bắc Mỹ. Đây là nhân tố quan trọng đẩy mạnh sức mua của thị trường trong tương lai.”

Và Việt Nam hiện nay có khoảng 8 triệu người được xếp vào tầng lớp trung lưu. Đến năm 2020 con số này sẽ vào khoảng 44 triệu người và lên tới 95 triệu người vào năm 2020. Đây là nhóm dân số có đời sống cao và sức mua mạnh, đóng góp 46 tỷ USD (tương đương mức 51%) vào tổng tiêu dùng cá nhân của đất nước.



Đây cũng là tầng lớp có tỷ lệ gia tăng tiêu dùng nhiều nhất so với các tầng lớp khác.



Vì thế tầng lớp trung lưu trở thành đối tượng khách hàng mục tiêu đặc biệt hấp dẫn mà Xxxmxxx hướng tới.

Thị trường rộng lớn và phát triển nhanh, nhiều cơ phát triển mở rộng là những tiền đề hết sức thuận lợi cho Xxxmxxx cũng như cả đối thủ cạnh tranh trong mảnh đất màu mỡ này.

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sắm

Chất lượng sản phẩm, chính sách giao hàng, chính sách hoàn trả, ý kiến đánh giá, hình ảnh trực quan, doanh mục lớn, thanh toán nhanh chóng... là những yếu tố mà khách hàng quan tâm nhất trong việc quyết định mua hàng.



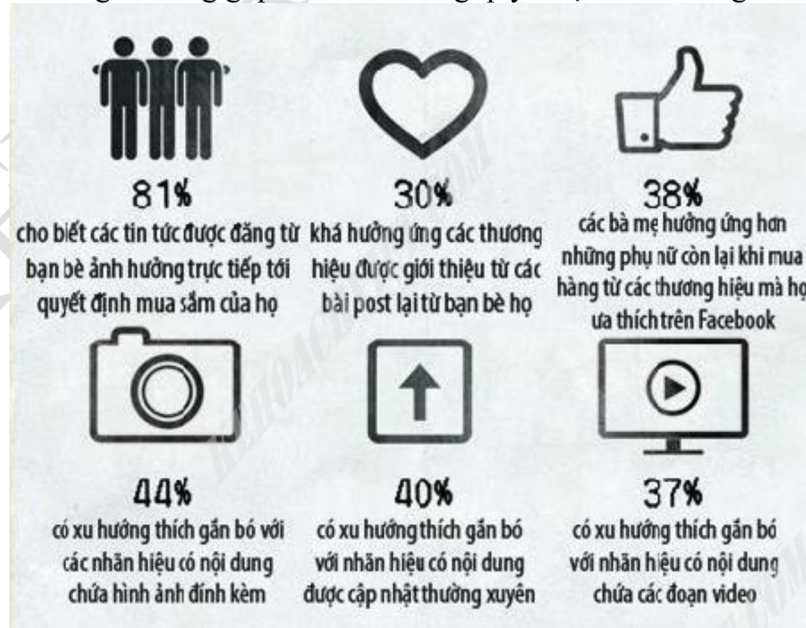
Để thành công trong việc lôi kéo khách hàng thì các yếu tố dễ hấp dẫn khách hàng là điều đáng để nghiên cứu trong đó các yếu tố giá cả cạnh tranh, mua sắm trực tuyến dễ dàng, tốc độ giao hàng nhanh chóng... là những yếu tố có thể hấp dẫn đặc biệt với khách hàng.



Khách hàng sẽ tham khảo giá, thông tin khuyến mãi, đánh giá hoặc thông tin sản phẩm... trên website trước khi quyết định mua hàng. Khách hàng cũng đang có xu hướng sử dụng điện thoại thông minh để mua hàng nhiều hơn vì thế việc thiết kế giao diện mobile cho website cũng là yếu tố đáng quan tâm.

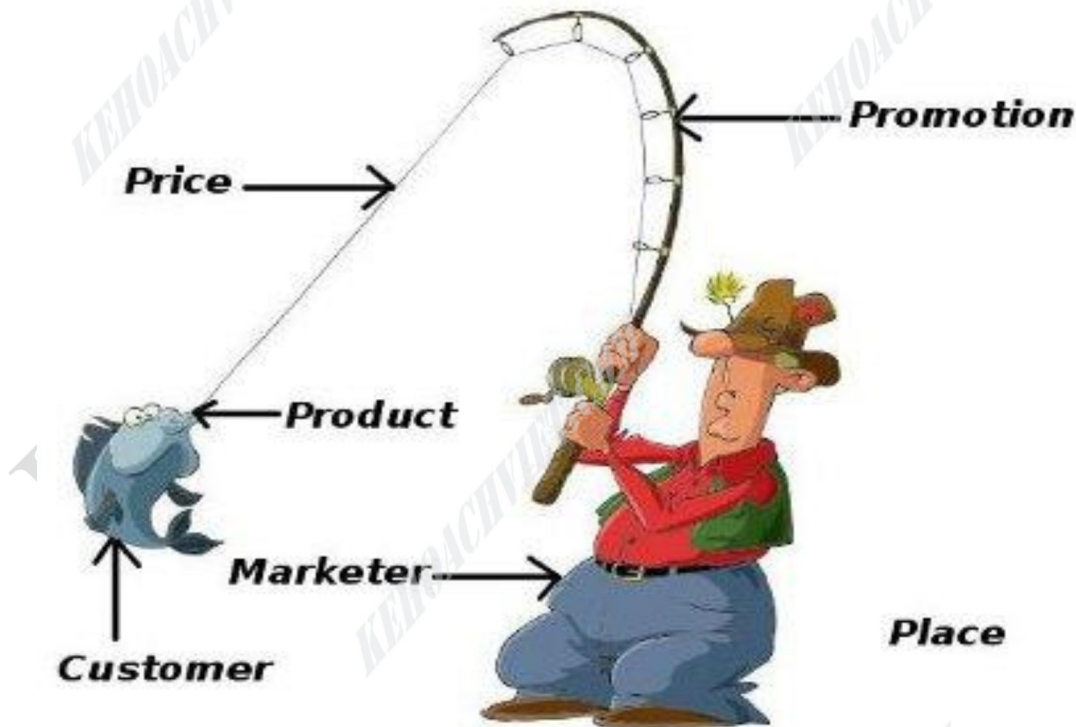


Các mạng xã hội cũng đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định mua sắm online của khách hàng. Các ý kiến về sản phẩm trên các mạng xã hội, những lượt giới thiệu của khách hàng sẽ đóng góp rất nhiều trong quyết định mua hàng của khách hàng.



Marketing 4p

1. Sản phẩm dịch vụ
 - ❖ Chất lượng tốt
 - ❖ Có thương hiệu rõ ràng
 - ❖ Thiết kế thanh lịch, hấp dẫn tạo cảm giác sang trọng.
 - ❖ Tổ chức dịch vụ chuyên nghiệp.
2. Giá
 - ❖ Phù hợp với túi tiền của tầng lớp trung lưu trở lên.
 - ❖ Giá bán phải bằng hoặc thấp hơn các đối thủ cạnh tranh.
 - ❖ Sản phẩm phải dễ mua nhưng không được tạo ra cảm giác là sản phẩm rẻ tiền, chất lượng thấp.
3. Quảng cáo
 - ❖ Marketing online: website, social media, social networks, forum seeding, google adwords,
4. Địa điểm
 - ❖ Trụ sở tại trung tâm Q.1 thuận tiện giao dịch mua bán.
 - ❖ Giao dịch trực tuyến dễ dàng tiếp cận khách hàng trên cả nước.
 - ❖ Giao hàng trên khắp cả nước.



Chiến lược xây dựng thương hiệu

Thương hiệu là công cụ để tạo uy tín với khách hàng, gia tăng giá trị doanh nghiệp và gia tăng khả năng bán được hàng với giá cao hơn giá thị trường, nó là tài sản cần phải được chăm sóc, quản trị và đầu tư một cách sâu rộng và dài lâu.

1. Hệ thống nhận diện thương hiệu

a) Thuộc tính thương hiệu

❖ Tên gọi: Xxxmxxx

❖ Logo:

❖ Màu sắc đặc trưng: vàng đen

b) Giá trị cảm nhận

❖ Sang trọng đẳng cấp

❖ Hiện đại chuyên nghiệp

❖ Giao dịch dễ dàng

❖ Lợi ích khách hàng trên hết

2. Đồng bộ thương hiệu

Đồng bộ thương hiệu là yếu tố quan trọng để tạo ra giá trị cảm nhận cho khách hàng.

Việc đồng bộ thương hiệu phải được thực hiện ở mọi nơi, mọi giai đoạn, mọi nhân viên của Xxxmxxx trong đó quan trọng nhất là:

- Website phải thiết kế đẹp, đơn giản, dễ sử dụng
- Địa điểm đặt trụ sở chính phải nằm ở những khu vực trung tâm nhất
- Số điện thoại, email, tên website phải dễ đọc dễ nhớ.
- Bao bì phải được thiết kế đẹp và phải có hình ảnh thương hiệu Xxxmxxx.
- Thái độ phục vụ lịch sự, nhã nhặn.
- Các thông điệp marketing đều phải khẳng định Xxxmxxx là thương hiệu cao cấp.

The Brand Love Curve

INDIFFERENT

LIKE IT

LOVE IT

MY BRAND

3. Đăng ký nhận diện thương hiệu

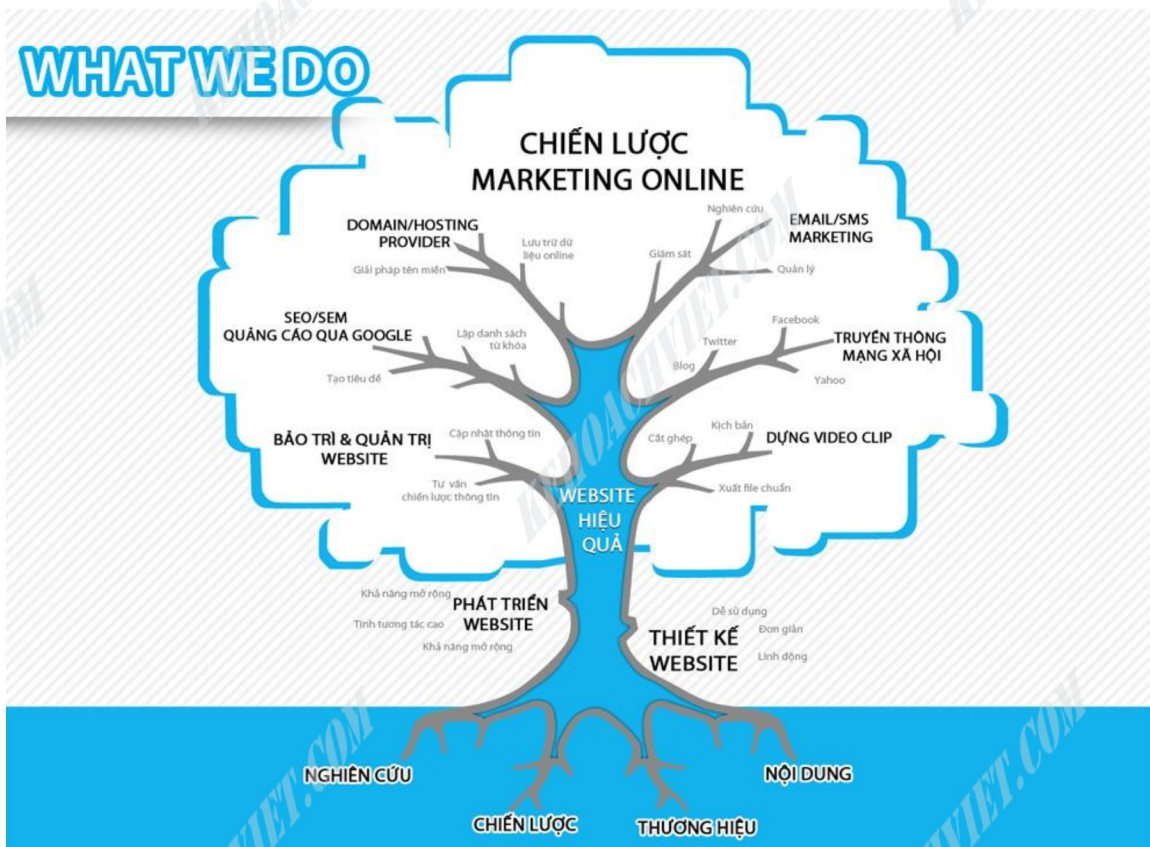
Xxxmxxx sẽ bắt đầu đăng ký nhận diện thương hiệu trên lãnh thổ Việt Nam từ năm hoạt động thứ 2 với chi phí xxx triệu VND cho nhóm x sản phẩm/dịch vụ. Thời gian cấp giấy chứng nhận đăng ký bảo hộ thường là 1 năm từ khi nộp đơn đăng ký bảo hộ và thời gian được bảo hộ kéo dài 10 năm.

4. Chiến lược đánh bóng thương hiệu

Ngày nay khách hàng ngày càng có xu hướng sử dụng internet để tìm hiểu thông tin trước khi mua hàng. Vì thế 1 thương hiệu vô danh hoặc 1 thương hiệu có quá nhiều phản nàn sẽ không được khách hàng lựa chọn. Đánh bóng thương hiệu là 1 việc làm đơn giản nhưng hiệu quả để gia tăng khả năng lựa chọn của khách hàng. Các giải pháp chủ yếu thường được sử dụng là:

- Viết các bài PR đăng trên các báo điện tử như: vnexpress, webtretho, lamchame... Giải pháp này hiệu quả nhanh độ phủ rộng nhưng chi phí tốn kém.
- Đăng các nhận xét, bình luận, tham gia thảo luận về các thương hiệu trên các diễn đàn, mạng xã hội giải pháp này không tốn quá nhiều chi phí đầu tư chủ yếu là chi phí nhân sự tuy nhiên phải làm việc lâu dài và liên tục. Phương pháp này đặc biệt hiệu quả với đối tượng khách hàng nữ.
- Search các từ khóa mà khách hàng hay dùng để đánh giá uy tín thương hiệu. Tìm cách làm cho các kết quả này có lợi hơn cho Xxxmxxx.





Chiến lược marketing online

Chiến lược marketing của Xxxmxxx cũng giống như chăm sóc cái cây bắt đầu từ phần gốc và thân sau đó là phát triển các nhánh.

Quy trình xây dựng chiến dịch internet marketing bao gồm:

- Nghiên cứu: phân tích thị trường, đối thủ cạnh tranh...
- Xây dựng chiến lược.
- Thương hiệu: định vị thương hiệu, xác định thông điệp truyền thông...
- Nội dung: nội dung sản phẩm dịch vụ, hình ảnh, màu sắc...
- Website: xây dựng, thiết kế, cập nhật nội dung, tích hợp công cụ mua bán...
- Lựa chọn kênh marketing online phù hợp.

Các kênh marketing online bao gồm:

- SEO: tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.
- PPC: quảng cáo trả tiền mỗi click.
- Online Advertising: quảng cáo trực tuyến qua các website, diễn đàn, blog...
- Directory & Listings: marketing qua các trang web, book mark, các trang đánh giá sản phẩm...
- Public Relations: quan hệ cộng đồng qua các bài viết có bình luận, phản hồi, bài viết có độ tin tưởng cao từ các chuyên gia, người nổi tiếng...
- Email Marketing: sử dụng email hiệu quả đến khách hàng.
- Social Media Marketing: marketing lan truyền, chia sẻ qua các mạng xã hội, blog...

Tổ chức hoạt động Marketing

Mục tiêu của các hoạt động marketing: gia tăng sự hiện diện của thương hiệu Xxxmxxx trên thị trường từ đó gia tăng khả năng khách hàng lựa chọn dịch vụ của Xxxmxxx.

Tháng	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7
Nội dung công việc												
Thiết kế logo, túi đựng sản phẩm, thông điệp gửi khách hàng đính kèm với sản phẩm.												
Cập nhật: thông tin liên lạc, giới thiệu, hướng dẫn mua hàng, hướng dẫn đổi trả hàng... (hoàn thành trong tháng 6 sau đó edit lại)												
Đăng thông tin, hình ảnh xxx000 sản phẩm lên website. (5 tháng mỗi tháng xx000 sản phẩm)												
Lựa chọn sản phẩm, lựa chọn thương hiệu, lựa chọn đối tác, liên lạc với đối tác và thuyết phục đối tác đăng bán sản phẩm trên website. 6 tháng đầu xx người làm, mỗi người kiểm xx đối tác/tháng sau đó giảm xuống xx người làm												
Đăng ký website với google, bing... đăng ký thông tin doanh nghiệp và website lên 100 trang danh bạ.												
Chạy thử 1 vài chương trình quảng cáo (google adword, fabook, odnline advertising) để đánh giá hiệu quả từng kênh. Chi phí chạy thử xxx triệu VND/tháng.												
Đánh giá hiệu quả của các kênh marketing và chạy chương trình marketing chính thức. Chi phí chạy chương trình hàng tháng xxx triệu VND/tháng.												
Sử dụng kênh email marketing đã được đầu tư trước đó.												
Đăng ký tài khoản mới và giới thiệu, bình luận trên các diễn đàn lamchame, webtretho, eva... xx người làm xh/ngày.												
Xây dựng fanpage facebook khoảng xx00.000 like.												
Cập nhật nội dung fanpage. x người làm.												
Gi chép và thu thập thông tin khách hàng. Gửi mail giảm giá 30.000 VND trực tiếp cho khách hàng trên 1 đơn hàng nếu khách hàng trả lời khảo sát về thói quen, sở thích nhận định của họ. Tiến hành khảo sát trên xx000 khách hàng tổng chi phí cho hoạt động này là xxx triệu VND.												
Đánh giá hiệu quả của các hoạt động marketing để thay đổi, cải tiến hiệu quả marketing hoặc thay đổi kênh marketing cho hiệu quả hơn.												

KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

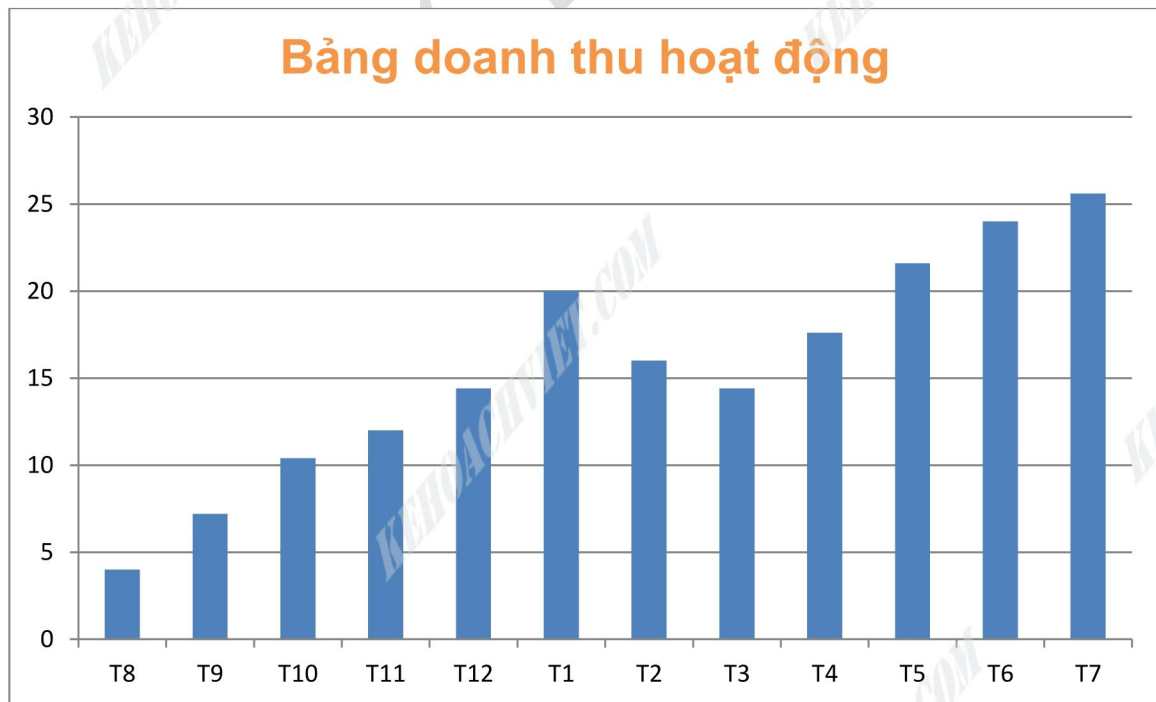
Việc bán hàng của Xxxmxxx được thực hiện chủ yếu trên website. Tuy nhiên do yếu tố tâm lý khách hàng phần đông vẫn muốn xem sản phẩm trước khi mua hàng nên việc tổ chức bán hàng sẽ gặp nhiều khó khăn để khắc phục vấn đề này thì Xxxmxxx chủ trương xây dựng chính sách đổi trả hàng đảm bảo quyền lợi của khách hàng và mô tả chi tiết để khách hàng nắm rõ thông tin về sản phẩm trước khi mua hàng giảm thiểu thấp nhất việc đổi trả hàng không cần thiết.

Ngoài ra để khuyến khích mua hàng thì Xxxmxxx tổ chức nhiều chương trình khuyến khích mua hàng như:

- Chương trình triết khấu “mua 1 triệu được giảm giá x%” và cứ 1 triệu tăng lên trên hóa đơn khách hàng sẽ được giảm tiếp x%, khách hàng được triết khấu tối đa x% trên hóa đơn.
- Tặng 1 món quà hàng hiệu trị giá xxx.000VND cho khách hàng đặt hàng từ x triệu trở nên.
- Tổ chức chương trình sale off vào các ngày lễ hoặc các dịp đặc biệt như: quốc khánh, noel, tết tây, tết ta, 8/3, valentine...

Mục tiêu doanh thu, doanh số, giá bán (Đơn vị tính: tỷ VND)

Tháng											
Doanh số											
Giá bán trung bình											
Doanh thu											
Chi phí bán hàng											



KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

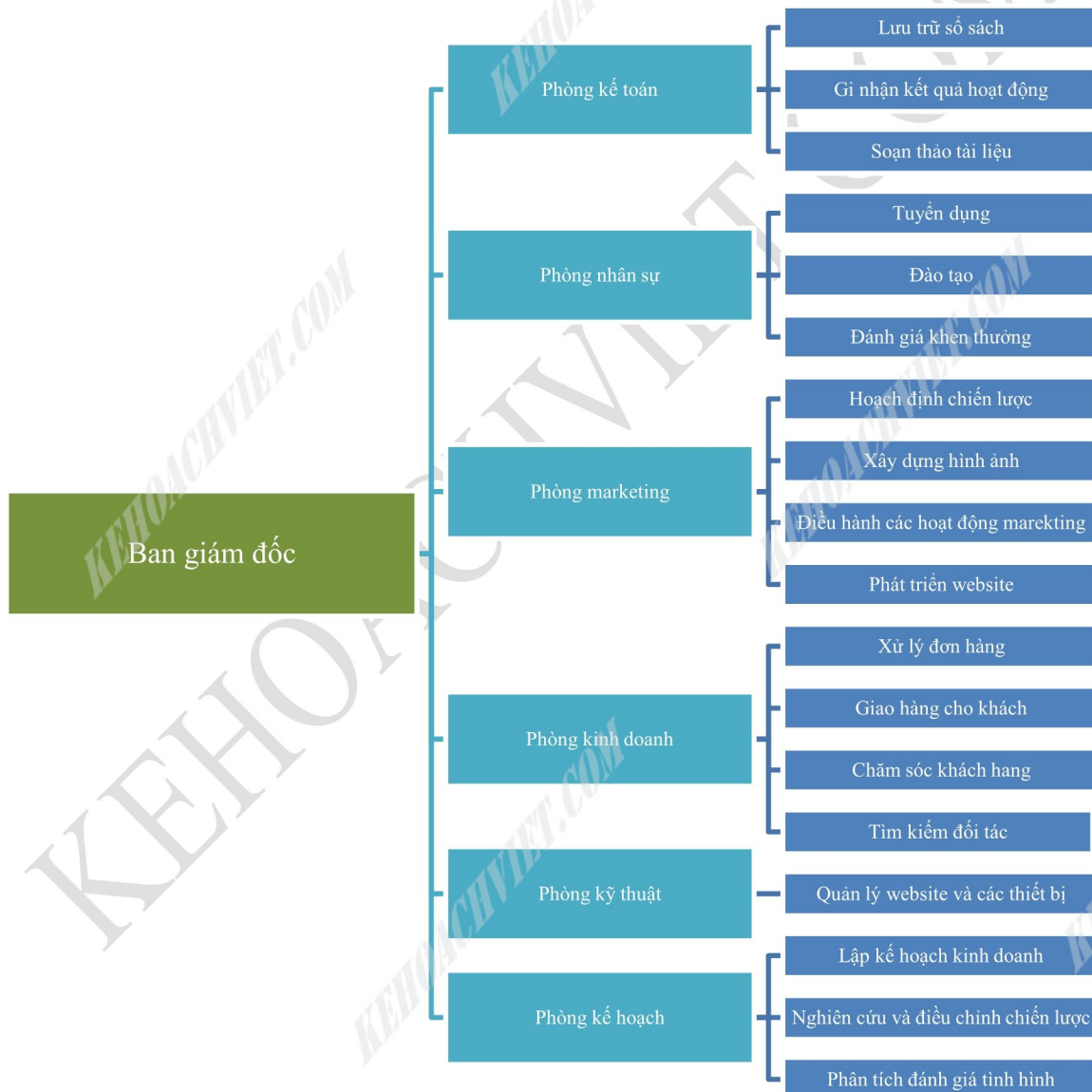
Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Giai đoạn đầu Xxxmxxx hoạt động với xxx nhân sự, trong đó x người là cổ đông của Xxxmxxx chịu trách nhiệm hoạch định và tìm kiếm sản phẩm đối tác trong giai đoạn đầu, xxx nhân viên chính thức tuyển dụng vào giữa tháng 7/2014 chịu trách nhiệm trực văn phòng, bán hàng, giao hàng và hỗ trợ marketing online.

Sơ đồ tổ chức



Chức năng nhiệm vụ cụ thể của các phòng ban

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

Thời gian đầu khi mới thành lập ...

1. Ban giám đốc

- Định hướng hoạt động của doanh nghiệp.
- Ra quyết định về những vấn đề quan trọng nhất trong hoạt động của doanh nghiệp.
- Theo dõi tình hình hoạt động của doanh nghiệp và điều chỉnh qui trình làm việc cho hợp lý hơn.
- Quyết định mô hình hoạt động của doanh nghiệp.
- Quyết định chiến lược hoạt động của doanh nghiệp.
- Quản lý hoạt động của các phòng ban.

2. Phòng kế toán

- Lưu trữ sổ sách của doanh nghiệp sao cho gọn gàng ngăn nắp dễ tìm kiếm.
- Ghi nhận kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh.
- Tổng hợp số liệu để làm báo cáo về tình hình hoạt động định kỳ.
- Soạn thảo các văn bản, tài liệu, biểu mẫu cần thiết cho hoạt động của doanh nghiệp.
- Mua sắm các vật dụng thiết bị cần thiết cho hoạt động của doanh nghiệp.
- Làm việc với ngân hàng, công ty giao nhận, đối tác cung cấp hàng hóa... trong phạm vi thẩm quyền và yêu cầu của ban giám đốc.
- Hỗ trợ ban giám đốc các vấn đề linh tinh khác.

3. Phòng nhân sự

- Nghiên cứu cải tiến sơ đồ tổ chức cho hiệu quả hơn.
- Tuyển dụng nhân sự.
- Đào tạo nhân sự.
- Theo dõi đánh giá hiệu quả làm việc của đội ngũ nhân viên.
- Phối hợp với phòng kế toán để đề ra chính sách lương và hình thức chi trả cụ thể cho nhân viên.
- Nghiên cứu cách thức thu hút người tài và khuyến khích nhân viên làm việc hiệu quả hơn.

4. Phòng marketing

- Nghiên cứu và tìm hiểu các cách thức marketing hiệu quả với chi phí thấp.
- Cải thiện hiệu quả của các chương trình marketing.
- Lựa chọn kênh marketing và tổ chức các hoạt động marketing: tìm hiểu về các kênh marketing, đánh giá chi phí và hiệu quả của các hoạt động marketing, tổ chức công việc marketing hằng ngày như: seo, forum seeding, google adwords, social marketing, email marketing...
- Phát triển nội dung hình ảnh website.
- Xây dựng và mở rộng ảnh hưởng của thương hiệu lên đối tượng khách hàng mục tiêu

- Đồng bộ hình ảnh thương hiệu ở tất cả các khâu: website, hình ảnh, nội dung, phong cách phục vụ, giao tiếp khách hàng...
5. Phòng kinh doanh
- Tìm kiếm đối tác và sản phẩm.
 - Tiếp nhận và xử lý đơn hàng của khách hàng.
 - Chuyển hàng hóa cho bên giao hàng để giao cho khách hàng.
 - Chăm sóc khách hàng.
 - Nghiên cứu các chương trình, cách thức khuyến khích khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ của Xxxmxxx.
6. Phòng kỹ thuật
- Quản lý website: bảo mật, code và các yếu tố khác giúp website vận hành trơn chu.
 - Quản lý vận hành máy móc, thiết bị phục vụ hoạt động của Xxxmxxx.
 - Cài đặt vận hành hệ thống quản lý bán hàng trực tuyến.
 - Hỗ trợ các phòng ban khác sử dụng hiệu quả website và các trang thiết bị khác 1 cách hiệu quả.
7. Phòng kế hoạch
- Lập kế hoạch kinh doanh.
 - Hoạch định chiến lược.
 - Nghiên cứu và điều chỉnh chiến lược cho hiệu quả hơn.
 - Theo dõi tình hình hoạt động và đề ra các giải pháp cải tiến hiệu quả hoạt động của Xxxmxxx.



KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

Xxxmxxx dự kiến đầu tư xxx tỷ VND cho việc setup dự án số tiền này 1 phần để đầu tư, thanh toán các chi phí phát sinh trong thời kỳ đầu hoạt động và 1 phần dùng để dự phòng rủi ro dài hạn.

Xxxmxxx dùng chung mặt bằng với công ty hiện đang hoạt động nên không phát sinh chi phí mặt bằng vì thế trước mắt không hoạch toán chi phí mặt bằng.

Việc lên kế hoạch tài chính của Xxxmxxx dựa vào việc đưa ra các tình huống giả định, xác định tình huống có khả năng cao nhất và lên kế hoạch dựa trên tình huống giả định đó. Tuy nhiên do các tình huống này xảy ra ở tương lai nên việc đưa ra các giả định có khả năng không chính xác do đó Xxxmxxx luôn có các phương án dự phòng và cách thức xử lý tình huống đảm bảo dự án không bị ngừng hoạt động.

Các tình huống giả định trong năm tài chính 2014-2015

Tình huống	Diễn biến	Khả năng xảy ra
1	Thương hiệu mới, không am hiểu thị trường nên không bán được sản phẩm. Lỗ tất cả chi phí.	
2	Sản phẩm bán được nhưng bán được ít nhờ các hoạt động marketing. Thu hồi được 1 phần chi phí nhưng không nhiều.	
3	Hoạt động marketing hiệu quả nên bán được nhiều sản phẩm. Có lỗ nhưng không đáng kể.	
4	Hoạt động marketing hiệu quả đánh đúng nhu cầu thị trường nên hoạt động bán hàng rất tốt, doanh số cao và hòa vốn.	
5	Mọi hoạt động của công ty diễn ra thuận lợi. Doanh số cao và có lời.	

Trong các tình huống giả định thì tình huống 2 và 3 là có khả năng cao nhất trong thực tế. Các ý tưởng mới thường tốn thời gian rất lâu để thay đổi mọi thứ cho phù hợp với các qui luật thị trường, lấy được lòng tin của người tiêu dùng. Các nỗ lực marketing có thể cải thiện 1 phần tình hình nhưng không nên quá kỳ vọng vào điều này.



Kết quả kinh doanh (Đơn vị tính: Triệu VND)

Tháng	8	9	10	11	12	1
Kết quả bán hàng						
Doanh thu						
Giảm trừ doanh thu						
Doanh thu thuần						
Giá vốn						
Lợi nhuận gộp						
Tỷ suất lợi nhuận gộp						
Chi phí						
Chi phí bán hàng						
Tỷ lệ chi phí bán hàng						
Chi phí marketing						
Tỷ lệ chi phí marketing						
Chi phí quản lý						
Tỷ lệ chi phí quản lý						
Tổng chi phí						
Lợi nhuận trước lãi và thuế						
Lãi						
Thuế						
Lợi nhuận ròng						
Tỷ suất lợi nhuận ròng						

Tháng	2	3	4	5	6	7
Kết quả bán hàng						
Doanh thu						
Giảm trừ doanh thu						
Doanh thu thuần						
Giá vốn						
Lợi nhuận gộp						
Tỷ suất lợi nhuận gộp						
Chi phí						
Chi phí bán hàng						
Tỷ lệ chi phí bán hàng						
Chi phí marketing						
Tỷ lệ chi phí marketing						
Chi phí quản lý						
Tỷ lệ chi phí quản lý						
Tổng chi phí						
Lợi nhuận trước lãi và thuế						
Lãi						
Thuế						
Lợi nhuận ròng						
Tỷ suất lợi nhuận ròng						

Lưu chuyển tiền tệ (Đơn vị tính: Triệu VND)

Tháng	8	9	10	11	12	1
Thu						
Thu từ hoạt động						
Tiền bán hàng						
Thu nợ khách hàng						
Tổng thu từ hoạt động						
Khoản thu khác						
Khoản phải thu						
Nợ ngắn hạn						
Nợ dài hạn						
Bán tài sản ngắn hạn						
Bán tài sản dài hạn						
Tiền đầu tư						
Tổng tiền thu						
Chi						
Chi phí hoạt động						
Giá vốn hàng bán						
Chi phí bán hàng						
Chi phí marketing						
Chi phí quản lý						
Thanh toán khoản phải trả						
Tổng chi phí hoạt động						
Khoản chi khác						
Thuế						
Khoản phải thu tích lũy						
Trả nợ ngắn hạn						
Trả nợ dài hạn						
Mua tài sản ngắn hạn						
Mua tài sản dài hạn						
Trả cổ tức						
Tổng tiền chi						
Dòng tiền ròng						
Tồn quỹ						

Tháng	2	3	4	5	6	7
Thu						
Thu từ hoạt động						
Tiền bán hàng						
Thu nợ khách hàng						
Tổng thu từ hoạt động						
Khoản thu khác						
Khoản phải thu						
Nợ ngắn hạn						
Nợ dài hạn						
Bán tài sản ngắn hạn						
Bán tài sản dài hạn						
Tiền đầu tư						
Tổng tiền thu						
Chi						
Chi phí hoạt động						
Giá vốn hàng bán						
Chi phí bán hàng						
Chi phí marketing						
Chi phí quản lý						
Thanh toán khoản phải trả						
Tổng chi phí hoạt động						
Khoản chi khác						
Thuế						
Khoản phải thu tích lũy						
Trả nợ ngắn hạn						
Trả nợ dài hạn						
Mua tài sản ngắn hạn						
Mua tài sản dài hạn						
Trả cổ tức						
Tổng tiền chi						
Dòng tiền ròng						
Tồn quỹ						

Cân đối kế toán (Đơn vị tính: Triệu VND)

Tháng	8	9	10	11	12	1
Tài sản						
Tài sản ngắn hạn						
Tiền						
Hàng tồn kho						
Khoản phải thu						
Tài sản ngắn hạn khác						
Tổng tài sản ngắn hạn						
Tài sản dài hạn						
Khấu hao tích lũy						
Tổng tài sản dài hạn						
Tổng tài sản						
Vốn và nợ phải trả						
Nợ ngắn hạn						
Khoản phải trả						
Vay ngắn hạn						
Nợ ngắn hạn khác						
Tổng nợ ngắn hạn						
Nợ dài hạn						
Tổng nợ						
Vốn góp						
Lợi nhuận tích lũy						
Lợi nhuận giữ lại						
Tổng vốn						
Tổng vốn và nợ						

Tháng	2	3	4	5	6	7
Tài sản						
Tài sản ngắn hạn						
Tiền						
Hàng tồn kho						
Khoản phải thu						
Tài sản ngắn hạn khác						
Tổng tài sản ngắn hạn						
Tài sản dài hạn						
Khấu hao tích lũy						
Tổng tài sản dài hạn						
Tổng tài sản						
Vốn và nợ phải trả						
Nợ ngắn hạn						
Khoản phải trả						
Vay ngắn hạn						
Nợ ngắn hạn khác						
Tổng nợ ngắn hạn						
Nợ dài hạn						
Tổng nợ						
Vốn góp						
Lợi nhuận tích lũy						
Lợi nhuận giữ lại						
Tổng vốn						
Tổng vốn và nợ						

*** 1 SỐ THÔNG TIN, NỘI DUNG, SỐ LIỆU VÀ HÌNH ẢNH ĐÃ ĐƯỢC KẾ HOẠCH VIỆT LỘC BỎT HOẶC ĐIỀU CHỈNH NHẪM MỤC ĐÍCH BẢO MẬT THÔNG TIN.

*** TÀI LIỆU THAM KHẢO, VUI LÒNG KHÔNG SỬ DỤNG CHO MỤC ĐÍCH THƯƠNG MẠI.