

KẾ HOẠCH KINH DOANH

Công ty Xx Xxxx Xxxxxx

Đơn vị triển khai
Công ty Xx Xxxxx Xxxxxx

NỘI DUNG

I. Ý TƯỞNG KINH DOANH.....	3
II. PHÂN TÍCH NGÀNH.....	7
1. Tổng quan ngành	7
2. Lý do lựa chọn ngành.....	7
III. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH	8
1. Phân tích tình hình	8
1.1 Phân tích khách hàng	8
3.2 Phân tích sản phẩm và nhà cung cấp	8
3.3 Phân tích vị trí.....	9
3.4 Phân tích swot doanh nghiệp.....	9
2. Định hướng chiến lược.....	9
IV. TỔ CHỨC KINH DOANH	10
1. Tổ chức qui trình vận hành.....	10
2 Quản trị chất lượng	11
2. Tổ chức nhân sự	11
2.1 Cơ cấu tổ chức	11
2.2 Kế hoạch nhân sự.....	15
2.2 Chính sách tuyển dụng	16
2.3 Chính sách đào tạo.....	16
2.4 Chính sách dùng người.....	17
2.5 Chính sách giữ người	17
2.6 Chi phí nhân sự	18
3. Tổ chức marketing.....	18
3.1 Chiến lược marketing.....	18
3.2 Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu hoàn chỉnh	19
3.3 Xây dựng và phát triển website	20
3.4 Tổ chức marketing facebook, G+ :	21
3.5 Tổ chức hoạt động seeding.....	22
3.6 Chạy google adword	23
3.7 Ad Network trên Mobile	23
3.8 SMS.....	23
3.9 Bán deal.....	24
3.10 Tham gia các sự kiện ngành thời trang, làm đẹp.....	24
3.11 Mục tiêu và chi phí marketing.....	24
4. Tổ chức bán hàng	25
4.1 Chiến lược bán hàng	25

4.2 Tổ chức bán hàng online	26
4.3 Mở cửa hàng	26
4.4 Tổ chức các hình thức bán hàng khác	26
4.6 Mục tiêu và chi phí bán hàng	28
5. Công tác dự báo thị trường	29
V. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH	29
1. Chi phí đầu tư ban đầu	29
2. Chi phí nhân sự	29
2.1 Số lượng nhân sự dự kiến	29
2.2 Chi phí nhân sự dự kiến	30
3. Chi phí khác trong hoạt động kinh doanh	30
4. Doanh thu và giá vốn dự kiến	31
5. Kết quả kinh doanh dự kiến	31
6. Ngân lưu của dự án	32
7. Độ nhạy của dự án	33
VI. QUẢN TRỊ RỦI RO	33

I. Ý TƯỞNG KINH DOANH

Kinh doanh thực phẩm chức năng Xxxxxxx và Xxxxxxx XXX.

Đơn vị triển khai: Công ty TNHH Xx Xxxx Xxxxxx

Vốn đầu tư dự kiến: xxx tỷ

Khu vực triển khai dự kiến: Thành phố Xx Xx Xxx

Sản phẩm chủ lực: thực phẩm chức năng, sản phẩm làm đẹp, mỹ phẩm...

Định hướng kinh doanh:

Công ty Xx Xxxx Xxxxxx dự kiến tập trung kinh doanh các sản phẩm làm đẹp cho phụ nữ bắt đầu bằng việc kinh doanh các sản phẩm Xxxxxxx và Xxxxxxx XXX nhập khẩu từ Nhật Bản làm bước đệm để thâm nhập thị trường, làm nền tảng để tổ chức doanh nghiệp.

Sản phẩm nước uống Xxxxxxx và Xxxxxxx XXX sử dụng xx loại thực vật lên men tự nhiên, trải qua nhiều quá trình tinh lọc, chiết suất. Dòng sản phẩm XXX có hương vị trái cây của vùng nhiệt đới rất dễ uống và được thêm vào nhiều thành phần làm đẹp khác.

Bộ đôi XXX có thành phần đậm đặc nhất Nhật Bản hiện nay với hàm lượng 120.000mg cho Xxxxxxx XXX và 450.000mg cho Xxxxxxx XXX.

Sản phẩm Xxxxxxx XXX

Thành phần chính: Xxxxxxx peptide từ cá, chiết suất 82 loại thực vật lên men, chiết suất hoa anh đào, sụn vi cá mập, Glucosamine...

Công dụng nổi bật: Giúp trẻ hóa da, tăng độ đàn hồi, giảm vết nhăn. Tăng cường nội tiết tố nữ. Phục hồi cơ, xương cho phụ nữ sau sinh.

Giúp trẻ hoá da, tăng độ đàn hồi, giảm vết nhăn. Hỗ trợ điều trị các vấn đề về xương khớp, sụn, v.v. Làn tóc và móng khoẻ, ngừa đục thủy tinh thể.

Hóa ảnh đào có tác dụng làm se lỗ chân lông, mặt khác nó còn điều dưỡng da cân bằng của dầu ở chân lông, khiến lỗ chân lông vừa thu nhỏ lại vừa có độ căng mịn màng khiến da trắng hồng lên từng ngày.

Giúp làm sáng da.



Giúp da căng mịn, chống lão hoá, giúp giấc ngủ ngon.

Thúc đẩy quá trình sản sinh collagen.

Gồm các loại vitamin, khoáng chất, amino axit, flavonoid, các axit có lợi giúp chống oxy hoá, thúc đẩy hệ miễn dịch, cải thiện đường ruột, giảm cholesterol và triglycerides.

Giúp ức chế sự xuất hiện sớm của các nếp nhăn, cung cấp độ ẩm cần thiết cho da, làm chậm quá trình lão hóa, giúp da mịn màng, cải thiện tri nhơ, bảo vệ tìm mạch, giúp sáng mắt.

Là chất keo kết hợp với collagen tạo thành lưới sợi liên kết để định hình cấu trúc da, chống chảy xệ.

MgCl2 Giảm stress, tăng cường tuần hoàn não. Giúp giấc ngủ sâu hơn và tinh thần sáng khoái.

Giúp da tươi trẻ, chống lão hoá.

Tăng cường độ ẩm cho da, ngăn ngừa nếp nhăn.

Thúc đẩy phát triển sụn, tăng cường dịch bôi trơn khớp và giảm thiểu triệu chứng thoái hoá khớp.

Sản phẩm Xxxxxxx XXX

Thành phần chính: Chiết suất nhau thai heo, Xxxxxxx peptide từ cá, chiết suất xx loại thực vật lên men, chiết suất mầm nho...

Công dụng nổi bật: Giúp bề mặt da đầy đặn, căng mịn, trở lên đàn hồi hơn. Giải phóng melanin làm mờ vết thâm nám. Làm đẹp da, đẩy lùi lão hóa da.

Sản phẩm Xxxxxxx và Xxxxxxxx XXX đều được khách hàng tin tưởng và đánh giá rất cao bởi hiệu quả rõ rệt sau khi sử dụng, trong đó có rất nhiều người nổi tiếng. Đó

là lý do mà lãnh đạo Công ty Xx Xxxx Xxxxxx tin rằng sản phẩm sẽ tiếp tục được người tiêu dùng tin tưởng lựa chọn và phát triển nhanh trong thời gian sắp tới.



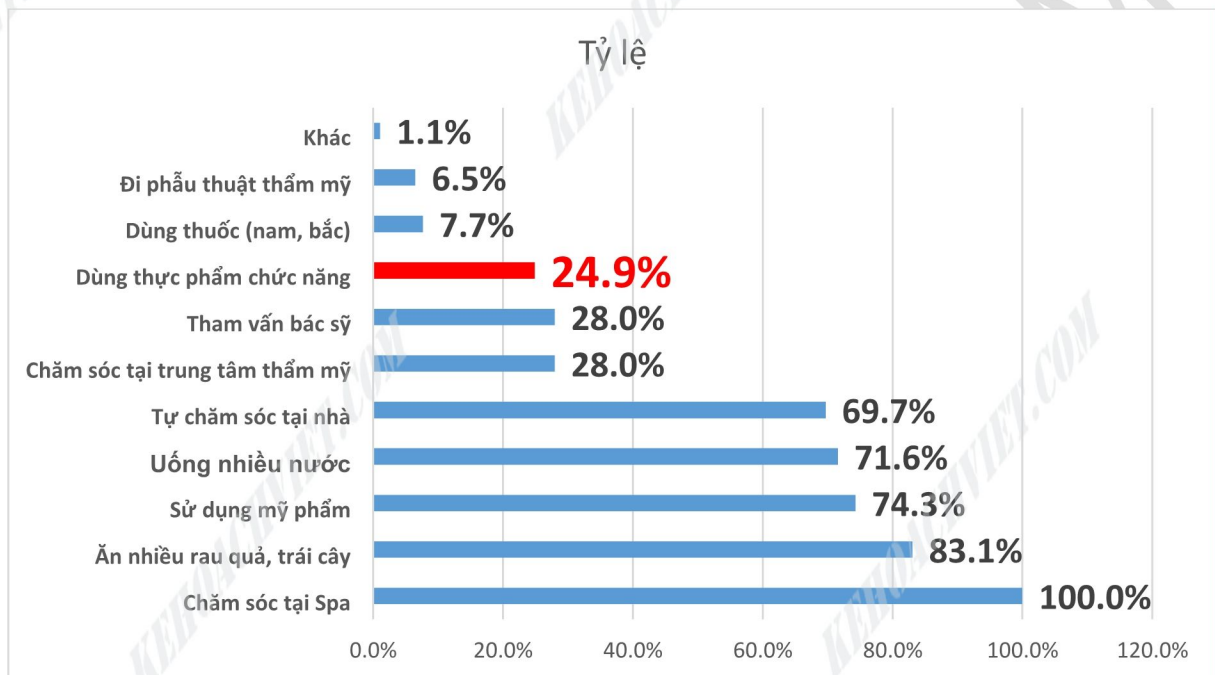
Sản phẩm được cấp phép lưu hành của Bộ Y Tế, Lao Động và Phúc Lợi Xã Hội Nhật Bản.

II. PHÂN TÍCH NGÀNH

1. Tổng quan ngành

Hiện nay cùng với sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam thì nhu cầu làm đẹp của chị em phụ nữ cũng ngày càng tăng cao. Điều này cũng là tất yếu vì nhu cầu làm đẹp là nhu cầu thiết yếu của chị em phụ nữ, nhất là trong bối cảnh ngày càng có nhiều chị em phụ nữ tham gia vào hoạt động kinh tế.

Theo cuộc khảo sát các biện pháp làm đẹp được ưa thích của chị em phụ nữ thì có đến **24,9%** chị em ưa chuộng phương pháp sử dụng thực phẩm chức năng để làm đẹp.



Theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế ITC và World Bank, thị trường làm đẹp của Việt Nam trong năm 2018 đạt khoảng 2,35 tỷ USD. Chi tiêu trung bình cho mỹ phẩm của người Việt Nam vào khoảng 4USD/người/năm, riêng phụ nữ chi tiêu trung bình 140.000 VND/người/tháng cho mỹ phẩm. 90% thị trường mỹ phẩm Việt Nam thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài trong đó đứng đầu là Hàn Quốc.

Có hai hình thức mua bán mỹ phẩm chính là bạn bè (70%) và website (30%).

2. Lý do lựa chọn ngành

Ngành làm đẹp đã có lịch sử từ rất lâu đời, vì làm đẹp là nhu cầu tất yếu của con người và sẽ ngày càng tăng theo thời gian khi kinh tế phát triển. Nếu như trước đây nói đến làm đẹp là nhắc đến phụ nữ thì ngày nay ngay cả nam giới cũng là đối tượng khách hàng rất tiềm năng của ngành kinh doanh này. Điều đó cho thấy ngành làm đẹp là ngành có tiềm năng lớn và sẽ không ngừng phát triển.

Các sản phẩm làm đẹp có thương hiệu sẽ ngày càng khẳng định chỗ đứng trên thị trường.

Với những tiềm năng to lớn của ngành làm đẹp, lãnh đạo công ty Xx Xxxx Xxxxxx tin rằng nếu tham gia thị trường làm đẹp với chiến lược kinh doanh bài bản nghiêm túc thì sẽ có tiềm năng phát triển rất to lớn.

III. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH

1. Phân tích tình hình

1.1 Phân tích khách hàng

Khách hàng mục tiêu mà công ty Xx Xxxx Xxxxxx hướng đến là nữ, trong độ tuổi 25-55 tuổi, thu nhập trung bình khoảng 8 triệu/tháng trở nên.

Đặc điểm của khách hàng mục tiêu

Đặc điểm:

- Nữ
- Độ tuổi 25-55.
- Có ý thức về việc làm đẹp, duy trì sắc đẹp, và có thu nhập từ trung bình trở nên để có khả năng chi trả cho các sản phẩm và dịch vụ làm đẹp.
- Thu nhập trung bình khoảng 8 triệu/tháng trở lên.
- Chi tiêu thoáng.

Ngành nghề:

- Dân văn phòng
- Người làm kinh doanh
- Nghệ sĩ
- Nội trợ

Nhu cầu:

- Muốn làm đẹp.
- Muốn sử dụng các sản phẩm an toàn, uy tín, chất lượng cao.

Cách thức tiếp cận

- Tiếp cận thông qua bán hàng online: website, facebook.
- Tiếp cận thông qua người nổi tiếng.
- Tiếp cận thông qua các spa.
- Tiếp cận thông qua bạn bè, truyền miệng.
- Tiếp cận thông qua tổ chức hội thảo.

3.2 Phân tích sản phẩm và nhà cung cấp

Sản phẩm được nhập khẩu từ Nhật Bản và phân phối trực tiếp tại Việt Nam thông qua Đại lý độc quyền tại Hà Nội.

Chất lượng sản phẩm đã được kiểm chứng và đánh giá cao bởi khách hàng ở cả Nhật Bản và Việt Nam.

Các sản phẩm của Nhật Bản thường nổi tiếng về chất lượng và được người tiêu dùng yêu thích.

3.3 Phân tích vị trí

Công ty dự kiến triển khai hoạt động kinh doanh ở Thành Phố Xx Xx Xxx, nơi có nền kinh tế rất năng động, thu nhập đầu người cao, người tiêu dùng cởi mở.

Việc triển khai kinh doanh ở khu vực này giúp công ty có thể dễ dàng tiếp cận khách hàng mục tiêu nhất, đạt được doanh thu cao và lợi nhuận lớn hơn.

3.4 Phân tích swot doanh nghiệp

Bảng: Phân tích swot doanh nghiệp

Bên trong	Điểm mạnh	Điểm yếu
	Sản phẩm chất lượng. Lãnh đạo công ty đã có kinh nghiệm kinh doanh nhiều năm, có quan hệ tốt với giới nghệ sĩ nên có thể triển khai các hoạt động pr sản phẩm với chi phí thấp hơn rất nhiều.	Doanh nghiệp mới thành lập, kinh nghiệm lãnh đạo quản lý doanh nghiệp còn yếu.
Bên ngoài	Cơ hội	Thách thức
	Làm đẹp là nhu cầu cơ bản của phụ nữ ở mọi tầng lớp xã hội. Kinh tế Việt Nam đang không ngừng phát triển dẫn đến tầng lớp trung lưu và thượng lưu gia tăng vì thế nhu cầu làm đẹp cũng ngày càng tăng cao.	Kinh doanh trong ngành làm đẹp cũng phải đối diện với nhiều đối thủ cạnh tranh.

2. Định hướng chiến lược

Đánh giá tổng quan:

- Sản phẩm mà công ty phân phối là sản phẩm có chất lượng tốt, được khách hàng đánh giá cao và chắc chắn có tiềm năng phát triển tốt.
- Tuy nhiên hiện nay công ty mới thành lập, vốn kinh doanh còn yếu, kinh nghiệm điều hành quản lý doanh nghiệp còn yếu kém là những vấn đề mà lãnh đạo công ty cần phải có sự khắc phục kịp thời.

Chiến lược cấp công ty:

- Xây dựng và phát triển Công ty Xx Xxx Xxxxxx thành công ty chuyên kinh doanh các sản phẩm mỹ phẩm, làm đẹp có uy tín trên thị trường Việt Nam bằng việc cung cấp các sản phẩm làm đẹp chất lượng cao và dịch vụ khách hàng tốt.
- Trong ngắn hạn tập trung triển khai hiệu quả hoạt động kinh doanh sản phẩm Xxxxxxx và Xxxxxxx XXX nhằm tạo tiền đề trước mắt để phát triển công ty về lâu dài.
- Sau khi xây dựng và ổn định tình hình hoạt động của công ty sẽ triển khai thêm các sản phẩm khác theo hướng nhập khẩu và phân phối độc quyền các sản phẩm làm đẹp chất lượng cao của nước ngoài tại Việt Nam.

Chiến lược về mặt tổ chức doanh nghiệp:

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

- Lãnh đạo công ty dự kiến tổ chức mô hình công ty theo hướng đơn giản, hiệu quả, thương mại thuần túy, tập trung tối đa nguồn lực vào phòng kinh doanh và marketing để giúp tăng doanh thu cho công ty. Một cá nhân có thể kiêm nhiệm thêm một số nhiệm vụ khác ngoài chuyên môn khi quy mô công ty còn nhỏ.
- Khi công ty phát triển sẽ tổ chức thêm các bộ phận khác như kế toán, kho... sau.
- Thời gian đầu công ty đặc biệt phải quan tâm phát triển đội ngũ nhân viên năng nổ, nhanh nhẹn nhằm giúp phát triển công ty trong thời gian ban đầu.

Chiến lược marketing:

- Chiến lược marketing của công ty đi theo hướng kết hợp giữa marketing online và offline.
- Đối với marketing online sẽ tổ chức đa kênh trong đó tập trung vào các hoạt động chính như: phát triển website, fanpage, chạy quảng cáo google.
- Đối với marketing offline sẽ sử dụng tối đa quan hệ cá nhân trong giới nghệ sĩ để nhờ pr, giới thiệu sản phẩm, tổ chức hội thảo, giao lưu...
- Mục tiêu marketing về lâu dài vẫn là xây dựng nhận diện thương hiệu của công ty và gia tăng độ phủ nhằm hướng đến mục tiêu lâu dài là xây dựng thương hiệu có uy tín trong ngành.
- Đối tượng truyền thông chính mà công ty hướng đến là nữ, độ tuổi từ 25-55 tuổi, nghề nghiệp kinh doanh hoặc nhân viên văn phòng, mức thu nhập trung bình đến cao (khoảng 8 triệu/tháng trở nên).

Chiến lược bán hàng:

- Tổ chức bán hàng chuyên nghiệp theo hướng tiếp cận trực tiếp, tuyển nhân viên kinh doanh bán hàng qua các kênh online, đại lý, spa, hội thảo...

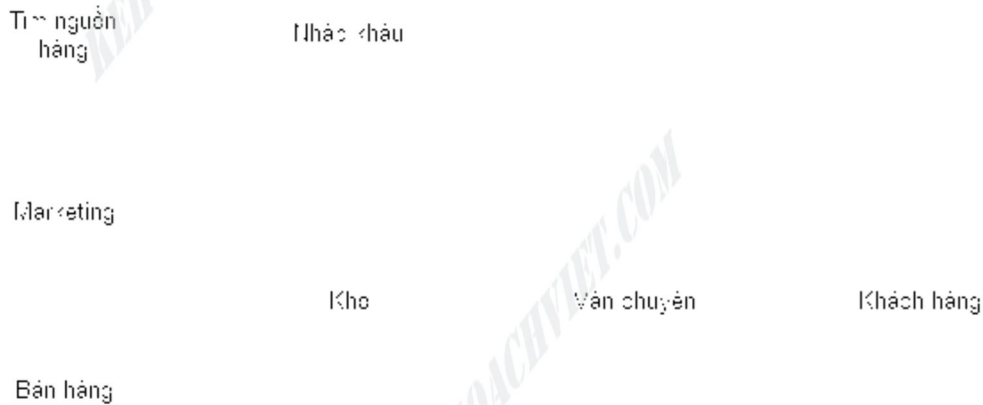
IV. TỔ CHỨC KINH DOANH

Về mặt tổ chức thì có các yếu tố chính mà công ty cần phải chú trọng bao gồm:

- Tổ chức qui trình vận hành
- Tổ chức hệ thống quản lý doanh nghiệp
- Tổ chức Marketing - Bán hàng
- Tổ chức nhân sự

1. Tổ chức qui trình vận hành

Lưu đồ: Qui trình vận hành hoạt động của công ty:



Mô hình vận hành của công ty khá đơn giản:

- Tìm nguồn hàng nhập khẩu: tìm kiếm, liên hệ, thỏa thuận và ký kết hợp đồng...
- Hàng hóa nhập khẩu được đưa vào kho.
- Bộ phận marketing-bán hàng: tìm kiếm và chăm sóc khách hàng, khi có đơn hàng sẽ chuyển thông tin cho bộ phận kho xử lý, giao hàng cho khách hàng.
- Khách hàng sau khi mua hàng sẽ được bộ phận bán hàng tiếp tục chăm sóc.

2 Quản trị chất lượng

Do khách của Xx Xxxx Xxxxxx là khách hàng quen và thường xuyên nên việc làm sao chăm sóc khách hàng cũ hiệu quả để khách hàng mua hàng của công ty nhiều lần.

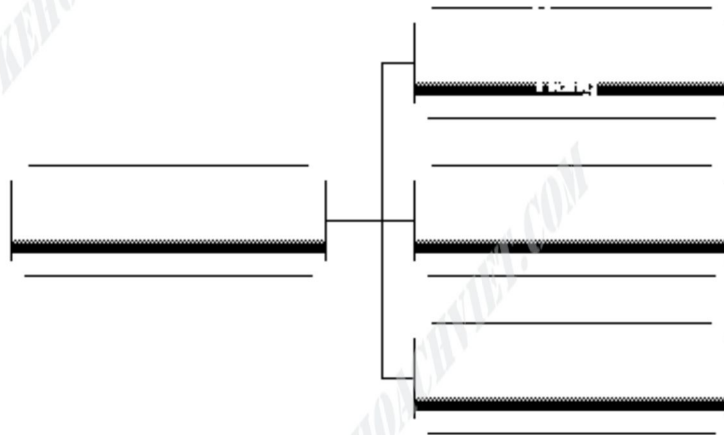
Muốn như vậy công ty phải tập trung kinh doanh các sản phẩm có chất lượng tốt.

Chỉ cần chăm sóc tốt khách hàng thì công ty sẽ không lo về việc phát triển lâu dài.

2. Tổ chức nhân sự

2.1 Cơ cấu tổ chức

Mục tiêu chính của công ty là tổ chức hệ thống tổ chức theo mô hình tổ chức chuẩn gồm:



Các chức năng nhiệm vụ chính của từng bộ phận:

- **Giám đốc:**

- Chức năng nhiệm vụ:

- Lãnh đạo doanh nghiệp.
- Định hướng toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp.
- Đưa ra các quyết định, đầu tư quan trọng.
- Chịu trách nhiệm hoạch định chiến lược và kế hoạch phát triển chung cho Công ty.
- Tổ chức việc thực hiện kế hoạch kinh doanh theo đúng lộ trình đề ra.
- Điều hành và chịu trách nhiệm toàn bộ cho mọi hoạt động của Công ty.
- Tổ chức các hoạt động xây dựng văn hóa doanh nghiệp, qui trình hoạt động, cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ các phòng ban...
- Xây dựng hệ thống quản lý doanh nghiệp song song với hoạt động cải tiến.
- Thiết lập bộ máy quản lý cấp cao và từng phòng ban trong Công ty.
- Thực hiện các hoạt động tài chính như huy động, sử dụng và kiểm soát vốn hiệu quả.
- Đảm bảo đạt được các mục tiêu hiện tại và tương lai của Công ty như mong đợi về tăng trưởng doanh số, lợi nhuận, chất lượng sản phẩm.
- Quản lý nhân viên để đảm bảo đạt được hiệu quả tốt nhất.
- Theo dõi việc thực hiện kế hoạch và tình hình hoạt động của các phòng ban, đặc biệt là Phòng Marketing – Bán hàng.
- Tổ chức các hoạt động xây dựng văn hóa, thương hiệu cho công ty.

- Tổ chức nhân sự, tuyển dụng, đào tạo nhân viên.
- Yêu cầu:
 - Có kiến thức quản lý doanh nghiệp chuyên sâu.
 - Có kinh nghiệm quản lý điều hành doanh nghiệp.
- **Phòng kế toán:**
 - Theo dõi quản lý tài chính doanh nghiệp.
 - Sắp xếp quản lý hồ sơ, tài liệu.
 - Soạn thảo các tài liệu, biểu mẫu, văn bản.
 - Phối hợp cùng với Ban giám đốc thực hiện các công tác nhân sự: tuyển dụng, đào tạo nhân sự cho Công ty.
 - Quản lý tiền do Tổng quản lý cửa hàng đem về, kiểm đếm niêm phong và lập báo cáo định kỳ gửi Ban giám đốc.
 - Lập kế hoạch tài chính, lên phương án sử dụng và huy động vốn, đảm bảo nguồn vốn cho Công ty hoạt động hiệu quả và liên tục.
 - Lập báo cáo lưu chuyển tiền tệ hàng tháng trình Ban Giám Đốc để chủ động trong việc ra các quyết định sản xuất kinh doanh, triển khai và theo dõi các hoạt động tài chính, kiểm soát ngân quỹ.
 - Xây dựng chính sách chi tiêu, phân chia lợi nhuận một cách hợp lý nhất.
 - Phân tích tài chính và đề xuất cho Ban Giám Đốc những đề xuất hợp lý nhằm tối ưu hiệu quả sử dụng vốn của Công ty.
 - Theo dõi tình hình công nợ, và báo cáo tình hình công nợ thường xuyên cho Ban Giám Đốc đặc biệt là công nợ có dấu hiệu phát sinh kéo dài.
 - Đảm bảo thực hiện đầy đủ các chế độ phúc lợi cho cán bộ công nhân viên.
 - Đánh giá và trình bày cho Ban Giám Đốc về hiệu quả của các khoản đầu tư trong Công ty và các khoản chi khác.
 - Lập kế hoạch thu mua nguyên vật liệu, thương lượng, điều phối giám sát và thực hiện các hợp đồng.
 - Làm đầu mối phối hợp với các phòng chuyên môn theo dõi và tổng hợp đánh giá tình hình thực hiện công tác hoạt động của Công ty.
 - Quản lý cán bộ, công chức công tác tại phòng, điều hành hoạt động nội bộ phòng để hoàn thành nhiệm vụ được giao, quản lý hồ sơ, tài liệu, tài sản liên quan đến nhiệm vụ được giao theo đúng qui định.
 - Hỗ trợ Ban giám đốc quản lý tiền mặt, tài khoản ngân hàng và các hoạt động thu chi, quản lý tiền khác của công ty.
 - Định kì sơ kết, tổng kết quá trình hoạt động của Công ty theo năm/quý/tháng.
 - Thực hiện các công tác khác theo sự điều động của Ban giám đốc.
- **Phòng marketing – bán hàng:**
 - **Chức năng nhiệm vụ marketing**

- Xây dựng chiến lược và kế hoạch marketing cụ thể cho từng giai đoạn hoạt động của doanh nghiệp.
- Triển khai các hoạt động marketing, đánh giá hiệu quả và tiến hành các hoạt động cải tiến nhằm gia tăng hiệu quả của các chương trình marketing.
- Xây dựng hình ảnh công ty chuyên nghiệp nhằm định vị thành công Xx Xxxx Xxxxxx là đơn vị chuyên nghiệp số 1 trong lĩnh vực thực phẩm ăn kiêng trên thị trường Việt Nam.
- Gia tăng khả năng nhận diện thương hiệu của khách hàng.
- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu hoàn chỉnh: logo, slogan, giá trị truyền tải, giá trị mà khách hàng có thể cảm nhận.
- Không ngừng hoàn thiện bộ nhận diện thương hiệu theo hướng chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.
- Xây dựng các chương trình marketing với chi phí hợp lý và hiệu quả cao giúp khách hàng biết đến công ty nhiều hơn.
- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận kinh doanh để xây dựng các chương trình marketing hiệu quả, có khả năng chuyển đổi thành đơn hàng cao.
- Xây dựng, quản trị và phát triển các kênh marketing online như: facebook, g+, website, blog.
- Cụ thể hóa việc xây dựng và phát triển hình ảnh, thương hiệu cũng như văn hóa doanh nghiệp.
- Xây dựng các chương trình khuyến mãi, thiết kế các gian hàng khi tham gia các hội chợ ẩm thực, triển lãm...
- Định kỳ hàng tháng/quí/năm báo cáo cho Ban giám đốc về hiệu quả hoạt động marketing và kế hoạch marketing trong thời gian tới.
- **Chức năng nhiệm vụ bán hàng**
 - Tìm kiếm khách hàng.
 - Hỗ trợ khách hàng mua hàng.
 - Chăm sóc khách hàng.
 - Chủ động tìm kiếm, lên danh sách và khai thác data khách hàng tiềm năng.
 - Xây dựng và phát triển dịch vụ khách hàng: chăm sóc khách hàng, duy trì mối quan hệ với khách hàng cũ và có kế hoạch tìm kiếm khách hàng mới.
 - Lập kế hoạch công tác tuần/tháng và thực hiện theo đúng định hướng chiến lược kinh doanh của Công ty.
 - Tổ chức thu thập, phân tích, đánh giá thông tin thị trường và đưa ra đề xuất, kiến nghị.
 - Thực hiện chính sách, chịu trách nhiệm về hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Phê duyệt và kiểm soát các hợp đồng kinh doanh theo qui định của Công ty.
 - Thu nhập, xác minh các thông tin quan trọng về hoạt động của thị trường, xác định phân khúc thị trường chủ đạo.
 - Báo cáo tình hình kinh doanh định kỳ tháng/quý/năm cho Ban Giám Đốc.
 - Phối hợp và cung cấp thông tin thị trường kịp thời cho các bộ phận có liên quan như Ban Giám Đốc, Phòng Marketing, Bếp...
- **Bộ phận kho (Trực thuộc bếp):**
 - Quản lý hoạt động kho.
 - Xuất nhập hàng hóa và nguyên liệu đầu vào khác vào kho công ty.
 - Xuất hàng cho bộ phận giao nhận giao hàng cho khách hàng.
 - Ghi chép lại tình hình xuất, nhập, tồn kho và báo cáo hàng tháng/quý/năm cho Quản lý bếp và Ban giám đốc để có kế hoạch chủ động kinh doanh và nhập hàng.
 - Kiểm soát giá cả hàng hóa mua vào.
 - Quản lý định mức tồn kho.
 - Quản lý kho ngăn nắp, gọn gàng.
 - Đảm bảo công tác an ninh và phòng cháy chữa cháy.
 - Theo dõi hàng hóa nhập xuất.
 - Quản lý định mức tồn kho.

2.2 Kế hoạch nhân sự

Việc tổ chức nhân sự của Xx Xxxx Xxxxxx phải đáp ứng được khả năng vận hành quản lý hiệu quả hoạt động kinh doanh nhưng cũng phải đảm bảo mức chi phí hợp lý, tiết kiệm tối đa có thể để giúp công ty có thể vận hành hiệu quả hơn.

Dự kiến thời gian đầu công ty sẽ bố trí nhân sự đơn giản, chủ yếu tập trung vào các hoạt động quan trọng của công ty gồm:

- x Giám đốc: Phụ trách điều hành chung, lương tháng xx triệu và hoa hồng
- x Trợ lý giám đốc kiêm bán hàng: hỗ trợ giám đốc công việc thường ngày (marketing, viết bài, tuyển dụng,...) và bán hàng (chăm sóc khách hàng, tìm kiếm khách hàng...), lương tháng x triệu và hoa hồng.
- Nhân viên bán hàng x người: phụ trách hoạt động bán hàng (chào hàng, bán hàng online, hỗ trợ giám đốc tổ chức hội thảo, tiếp cận chào hàng các spa, tự tìm kiếm khách hàng lẻ, lương x triệu và hoa hồng.

Mức lương công ty đưa ra là mức lương cơ bản của thị trường, không quá thấp để có thể dễ dàng tuyển dụng nhân sự, nhưng cũng không quá cao để làm mất đi động lực làm việc của nhân viên.

Như vậy thời gian đầu công ty sẽ có x nhân sự và đều kiêm nhiệm công tác bán hàng.

Kế toán tổng hợp ban đầu có thể chưa cần do Giám đốc đã có trợ lý, hoạt động khai báo thuế công ty sẽ thuê dịch vụ làm. Khi nghiệp vụ kinh doanh phát sinh thêm sẽ tuyển sau.

Mỗi nhân sự ngoài lương trong kế hoạch công ty có tính thêm chi phí khác: xxxk/người/tháng. Lý do ngoài chi phí lương, nhân sự còn tiêu tốn một số chi phí khác như tuyển dụng, đào tạo, giữ chân, thưởng, chi phí vật dụng cho nhân sự...

2.2 Chính sách tuyển dụng

Ưu tiên tuyển dụng các nhân sự có kinh nghiệm.

Tuyển dụng thống nhất và công khai trên toàn hệ thống

Tuyển dụng theo nhu cầu và tiêu chuẩn.

Ưu tiên có kinh nghiệm trong ngành mỹ phẩm và làm đẹp.

Việc dùng người là việc khẩn đòi hỏi lãnh đạo doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao kinh nghiệm dùng người, phải thật sự linh hoạt và sáng tạo. Lãnh đạo cũng sẽ phải đối diện với bài toán tuyển dụng, đào tạo, dùng người, giữ người và mất người nên phải có nhiều kênh tuyển dụng khác nhau như:

- Các trang tuyển dụng
- Facebook
- Treo biển tuyển dụng tại cửa hàng
- Treo biển tuyển dụng gần các trường cao đẳng, đại học
- Nhờ giới thiệu
- ...

2.3 Chính sách đào tạo

Là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu trong xây dựng và phát triển nhân lực.

Mục tiêu đào tạo là giúp nhân sự hiểu rõ hơn về công việc, về chức năng nhiệm vụ, cách thức làm việc, hệ thống qui trình, cách thức mà công ty và các phòng ban vận hành, các yêu cầu cụ thể của công việc...

Đào tạo tốt sẽ giúp nhân viên hiểu rõ hơn về công việc, hòa nhập công ty tốt hơn, làm việc hiệu quả hơn, giúp nhân sự không bị mơ hồ trong công việc. Nhân sự trung bình thường mất khoảng 5-6 tháng để hiểu rõ về công việc, tuy nhiên nếu đào tạo tốt thời gian này có thể giảm xuống còn 2-3 tháng.

Thời gian đầu công ty chưa có bộ phận chuyên trách về nhân sự nên công tác đào tạo sẽ do giám đốc hoặc các trưởng phòng trực tiếp phụ trách.

Áp dụng chương trình đào tạo qua công việc : cấp trên đào tạo cấp dưới.

Luân chuyển nguồn nhân lực để đào tạo qua công việc thực tế

Tuyển
dụng

Đào tạo

Dùng
người

Giữ
người

2.4 Chính sách dùng người

...

...

...

2.5 Chính sách giữ người

...

Tạo thu nhập tốt

...

...

...

Xây dựng môi trường làm việc tốt

...

...

Cho nhân viên thấy được tương lai công ty

...

2.6 Chi phí nhân sự

...

...

...

3. Tổ chức marketing

3.1 Chiến lược marketing

Mục tiêu của hoạt động marketing là ...

...

...

Chụp hình người nổi tiếng và nhờ review để đăng website, facebook... để tăng thêm uy tín và hấp dẫn khách hàng hơn.

...

Các kênh marketing chủ lực mà **Xx Xxxx Xxxxxx** tập trung đầu tư phát triển bao gồm:

- ...

○ ...

○ ...

○ ...

○ ...

○ ...

- ...

3.2 Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu hoàn chỉnh

...

- Một trong những yếu tố đầu tiên cần phải có để nhận diện thương hiệu đó là ...

- ...

- ...

- ...

- ...

- ...

- ...

- ...

- Thẻ khách hàng thân thiết, thẻ khách hàng VIP, tài khoản khách hàng.
- Cửa sổ tiếp thị.

...

3.3 Xây dựng và phát triển website

Mục tiêu chính của việc xây dựng website là ...

Công ty có thể mua các tên miền như mythientruong.com hoặc XxxxxxxXXX.vn...

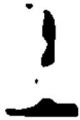
Thiết kế website: website là bộ mặt của **Xx Xxxx Xxxxxx** là nơi cung cấp thông tin cho người dùng, khách hàng mà **Xx Xxxx Xxxxxx** hướng tới chủ yếu là khách hàng nữ ở độ tuổi từ 25-55 tuổi nên website cần được thiết kế sang trọng, nghệ thuật. Có thể thuê đơn vị thiết kế chuyên nghiệp. Với chi phí khoảng 5-10 triệu.

Chiến lược nội dung: các nội dung chính trên website gồm: giới thiệu sản phẩm dịch vụ của **Xx Xxxx Xxxxxx**, những điểm độc đáo mà **Xx Xxxx Xxxxxx** mang lại, các hoạt động của **Xx Xxxx Xxxxxx**, các chương trình truyền thông... Mục tiêu của các bài viết này là cung cấp cho người dùng các thông tin về **Xx Xxxx Xxxxxx** giúp

người dùng có cái nhìn tích cực về **Xx Xxxx Xxxxxx**, thuyết phục tuyệt đối khách hàng về sự chuyên nghiệp và uy tín của **Xx Xxxx Xxxxxx**, khuyến khích khách hàng mua hàng.

Ngoài ra cũng nên viết các bài viết chuyên đề về làm đẹp, thực phẩm, tin tức thị trường... mục tiêu của các bài viết này là định hướng thị trường, giúp tăng lượt view cho website, giúp website được các công cụ tìm kiếm thăm nhiều hơn, thứ hạng tìm kiếm cao hơn.

Trên website của **Xx Xxxx Xxxxxx** nên có chức năng đặt hàng và thanh toán trực tuyến để giúp tạo thuận lợi cho khách hàng trong việc mua hàng.



•



•

•

•

•



•

•

Ngoài chi phí thiết kế website thì còn các chi phí khác như:

- ...
- ...

- ...

3.4 Tổ chức marketing facebook, G+:

...

...

...

Các hoạt động marketing chính trên facebook gồm:

- Xây dựng fapage: viết bài định kỳ 1 đến 2 bài 1 ngày, nên viết bài 1 lần và lên lịch xuất hiện hàng tuần để đỡ tốn thời gian. Đơn vị viết bài facebook sẽ kiêm luôn việc chăm sóc website.
- Các hoạt động viral như: chia sẻ video, chiến lược khuyến khích like và share thông tin của **Xx Xxxx Xxxxxx**.
- Hoạt động quảng cáo có tính phí trên chính trên facebook gồm: promote (tăng like cho fanpage), boost (tăng lượt reach cho bài viết). Ngoài ra còn có nhiều hoạt động quảng cáo facebook khác do các đơn vị marketing cung cấp như: tăng like, tăng sub...

**Các nội dung truyền thông chính bao gồm:**

- Giới thiệu các sản phẩm dịch vụ của **Xx Xxxx Xxxxxx**.
- Pr **Xx Xxxx Xxxxxx**: đăng nhận xét của khách hàng, các hoạt động cộng đồng, tham gia các cuộc thi, tham gia các hoạt động từ thiện, đăng các bài viết trên website...
- Viết hoặc chia sẻ các bài viết về làm đẹp, thực phẩm, tin tức thị trường...

3.5 Tổ chức hoạt động seeding

...

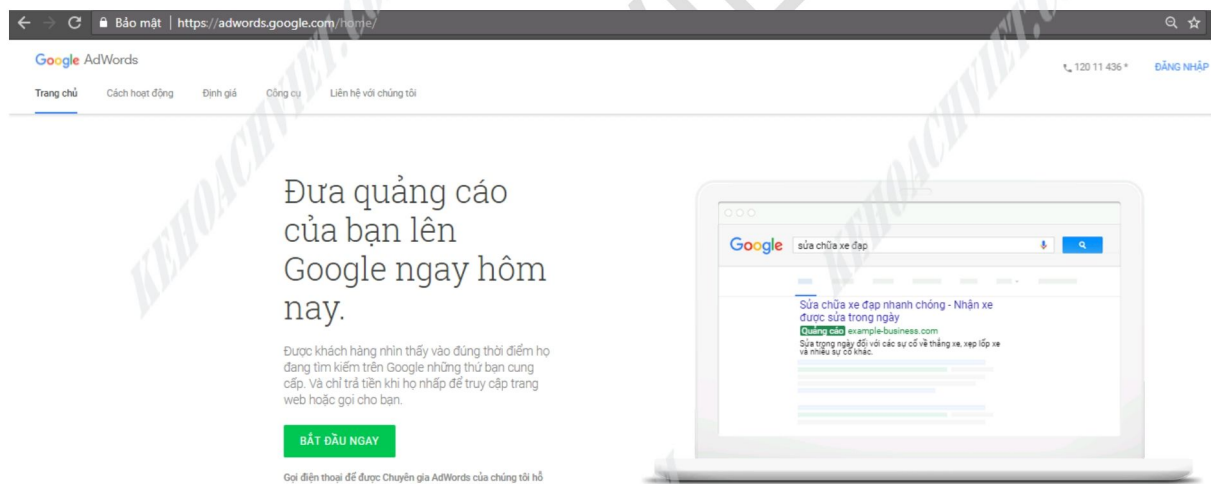
Các hoạt động seeding chính bao gồm:

- Từ khóa tìm kiếm: “XXXXXX” “thực phẩm chức năng” “XXXXXXXXX”, “thực phẩm làm đẹp”... có các cách seeding chính như, tham gia trả lời trên các diễn đàn, facebook có khả năng tìm kiếm cao để giới thiệu và khen **Xx Xxxx XXXXXX**, lập ra các topic trao đổi về thực phẩm làm đẹp và tạo nhiều nick ảo pr cho **Xx Xxxx XXXXXX**.
- Diễn đàn: tham gia các group, các diễn đàn làm đẹp, ăn uống, tiêu dùng thông minh... tạo các nick ảo pr cho **Xx Xxxx XXXXXX**.
- Facebook: sử dụng các nick ảo đánh giá tốt dịch vụ của **Xx Xxxx XXXXXX**, comment tốt cho **Xx Xxxx XXXXXX**, tham gia các hội chia sẻ like,sub...
- Website: chụp hình với người nổi tiếng, chụp hình với khách hàng và đăng các nhận xét tốt của khách hàng cho **Xx Xxxx XXXXXX**.

3.6 Chạy google adword

Hình thức tiếp cận nhanh trực tiếp nhưng tỷ lệ chuyển đổi sẽ không cao nếu bộ nhận diện thương hiệu online (website, fanpage, seeding...) không tốt.

Tập trung chạy từ khóa “XXXXXX” “XXXXXXXXX” với đối tượng khách hàng từ 25-55 tuổi, trong khu vực triển khai.



3.7 Ad Network trên Mobile

- Trên thị trường hiện có rất nhiều ad network quốc tế và nội địa từ nhỏ đến lớn.
- Các hình thức chạy trên Ad Network bao gồm CPC, CPM và CPI.

3.8 SMS

- Hình thức gửi SMS thông thường từ các brand SMS, thường trong tin nhắn sẽ có 1 đường link đến App store như minh họa.
- Các đơn vị cung cấp tham khảo:
 - o VHT
 - o Gapit
 - o Vietguys
 - o Fibo SMS

3.9 Bán deal

Xx Xxxx Xxxxxx có thể tổ chức các chương trình deal trên các website: muachung, hotdeal... để thu hút lượng khách hàng dùng thử. Nếu phù hợp có thể chuyển đổi thành khách hàng trung thành.

Giới thiệu Xx Xxxx Xxxxxx trên các website về địa điểm.

3.10 Tham gia các sự kiện ngành thời trang, làm đẹp

Tham gia các sự kiện ngành ẩm thực để giới thiệu sản phẩm dịch vụ và đánh bóng tên tuổi của Xx Xxxx Xxxxxx trong ngành. Từ đó gia tăng uy tín với khách hàng.

3.11 Mục tiêu và chi phí marketing

Chi phí marketing online là x triệu/ tháng và thuê đơn vị online marketing triển khai trọn gói (website, fanpage, adwords...)

Khi hoạt động kinh doanh của công ty ổn định sẽ tự triển khai hoạt động marketing online sau.

Bảng: Kế hoạch phân bổ ngân sách marketing dự kiến

Chi phí marketing dự kiến	2018					
	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
Website						
Thiết kế Website						
Nâng cấp website						
Viết bài Website						
Thuê host						
Mua tên miền						
Google Adwords						
Facebook						
Quảng cáo Promote						
Quảng cáo bài viết						
Viết bài fanpage						
Truyền thông						
Báo						
Tạp chí						
Truyền hình						
Nhận diện thương hiệu						
Thiết kế nhận diện thương hiệu						
In ấn						
Kênh marketing khác						
Seeding						
G+						
App						
SMS						
Bán deal						
Khác						
Tổng chi phí marketing						

Với chi phí x triệu/tháng thì hoạt động marketing online phải mang đến doanh số dự kiến là xx chai Xxxxxxx và xx chai Xxxxxxxx.

Doanh thu từ hoạt động bán hàng online dự kiến là xx triệu/tháng.

4. Tổ chức bán hàng

4.1 Chiến lược bán hàng

Chiến lược bán hàng chủ yếu của công ty là ...

Từ các khách hàng đầu tiên sẽ chăm sóc tốt để biến khách hàng thành khách hàng sử dụng sản phẩm và dịch vụ của công ty lâu dài và khuyến khích khách hàng giới thiệu bạn bè người quen sử dụng sản phẩm và dịch vụ của Xx Xxxx Xxxxxx.

Công ty ...

...

Các kênh bán hàng chủ lực gồm:

- Bán hàng thông qua các kênh marketing online.
- Bán hàng tại cửa hàng.
- Nhờ giới thiệu.
- Tổ chức đội ngũ nhân viên, cộng tác viên bán hàng.
- Hội chợ, hội thảo, triển lãm ngành ẩm thực.
- ...

Cách thức tổ chức bán hàng:

- Tổ chức và tối ưu hoạt động marketing online, khi có khách liên hệ thì nhân viên chăm sóc khách hàng sẽ lấy thông tin, tư vấn và hướng dẫn khách đặt món.

- Chăm sóc tốt khách hàng nhằm chuyển đổi khách hàng thành khách hàng thường xuyên.
- Đối với cửa hàng thì phải trang trí nổi bật để thu hút khách hàng.
- Khách hàng mua hàng cần phải lấy thông tin và lưu trữ đầy đủ như: họ tên, địa chỉ, điện thoại, email,... để tiến hành các hoạt động marketing về sau.
- Cần phải có chính sách khuyến mãi giảm giá và khuyến khích khách hàng giới thiệu bạn bè cho Xx Xxxx Xxxxxx.
- Tạo mối quan hệ tốt với những người nổi tiếng, người làm truyền thông để chụp hình, nhờ họ review cho Xx Xxxx Xxxxxx.
- Do khách hàng của công ty là khách hàng thường xuyên nên ngoài việc phát triển khách hàng mới thì phải chú trọng hoạt động chăm sóc khách hàng cũ.

4.2 Tổ chức bán hàng online

Sau khi chạy quảng cáo online thì sẽ có khách hàng liên hệ qua các kênh hotline, website, fanpage... công ty phải có 1 nhân sự thường xuyên chăm sóc, tư vấn, trả lời các thắc mắc của khách hàng.

...

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

4.3 Mở cửa hàng

Về dài hạn công ty có thể mở chuỗi cửa hàng làm đẹp tập trung ở khu vực trung tâm Thành phố Xx Xx Xxx. Có thể mở ở các trung tâm thương mại hoặc tòa nhà để tận dụng lượng khách hàng ra vào thường xuyên của các trung tâm này.

Hoạt động mở cửa hàng sẽ mang lại nhiều giá trị cho Xx Xxxx Xxxxxx như gia tăng khả năng hiện diện và uy tín của Xx Xxxx Xxxxxx với khách hàng. Hoạt động marketing online và bán hàng trực tiếp tuy có hiệu quả cao và chi phí thấp nhưng vẫn cần hệ thống cửa hàng để gia tăng doanh số.

4.4 Tổ chức các hình thức bán hàng khác

Để gia tăng hiệu quả hoạt động bán hàng thì ngoài kênh marketing online và cửa hàng công ty phải áp dụng thêm nhiều hình thức bán hàng hiệu quả khác như:

- Nhờ khách hàng giới thiệu người quen, bạn bè cho Xx Xxxx Xxxxxx: đây là phương pháp rất đơn giản nhưng hiệu quả cao, điều kiện duy nhất là sản phẩm của công ty phải thực sự chất lượng và khác biệt.
- Tổ chức đội ngũ nhân viên, cộng tác viên kinh doanh: đây là phương pháp có hiệu quả tương đối tương tự như các công ty bán các chương trình tập gym tổ chức đội ngũ telesale trực tiếp cho khách hàng mục tiêu. Nhưng nhìn chung nếu so sánh chi phí và hiệu quả thì giải pháp này thực sự chưa hấp dẫn.
- Affiliate: là hình thức tổ chức bán hàng online có nhiều ưu điểm nổi bật. Có thể tổ chức đội ngũ bán hàng đồng đảo và quản lý dễ dàng với phần mềm quản lý và mỗi người bán hàng có 1 mã code. Có thể biến khách hàng thành người bán hàng cho mình 1 cách dễ dàng, để được hưởng các ưu đãi giảm giá cho người bán hàng.
- Khuyến mãi, giảm giá, tặng quà: nên xây dựng các chương trình khuyến mãi giảm giá vào các ngày lễ, dịp đặc biệt (VD: tết, sinh nhật...)
- Liên kết bán hàng với các công ty cùng ngành.



17:08  78%

<https://sandotot.com> 2

 **Sandotot**

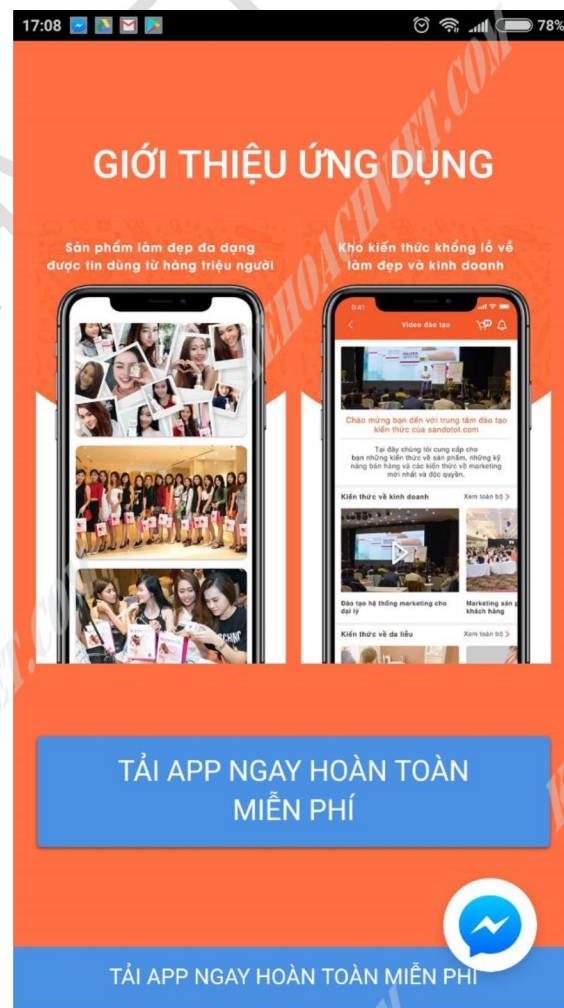
Cuộc cách mạng kinh doanh online đột phá công nghệ 4.0


Kinh doanh mỹ phẩm chưa bao giờ dễ dàng đến vậy với Sàn Đồ Tốt. Chúng tôi cung cấp nền tảng công nghệ vượt trội giúp cho bạn kiếm tiền và mua sắm tiện lợi nhanh chóng.



Xem Clip tìm hiểu Sàn Đồ Tốt

TẢI APP NGAY HOÀN TOÀN MIỄN PHÍ




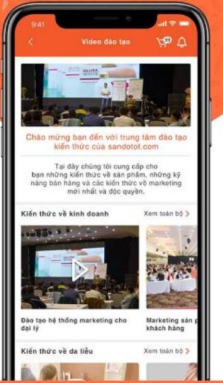
17:08  78%

GIỚI THIỆU ỨNG DỤNG

Sản phẩm làm đẹp đa dạng được tin dùng từ hàng triệu người

Khó kiến thức khổng lồ về làm đẹp và kinh doanh





TẢI APP NGAY HOÀN TOÀN MIỄN PHÍ

TẢI APP NGAY HOÀN TOÀN MIỄN PHÍ

17:09 78%

GIÁ TRỊ KHÁC BIỆT CỦA SÀN ĐỒ TỐT
"Chúng tôi hiểu rằng khác biệt sẽ tạo lên sự thành công"
Hãy xem clip lợi ích khác biệt của Sàn Đồ Tốt mang tới cho bạn!

HỆ THỐNG HỖ TRỢ ĐẶC LỤC



THỰC HIỆN 2 BƯỚC DƯỚI DÂY ĐỂ TẢI APP SÀN ĐỒ TỐT

Bước 1: Nhập số điện thoại di động của bạn

Điền số điện thoại của bạn vào đây

TẢI APP NGAY HOÀN TOÀN MIỄN PHÍ

17:09 78%

Nhập mã captcha: **MVUOK**

Captcha

TIẾP TỤC

Bước 2: Nhận mã giới thiệu và tải app

Mã giới thiệu được gửi vào số điện thoại của bạn, bạn hãy tải app về điện thoại theo hệ điều hành của máy và nhập mã giới thiệu để tạo tài khoản



Quyết QRCODE tải APP

TẢI APP NGAY HOÀN TOÀN MIỄN PHÍ

4.5 Tổ chức nhân viên bán hàng trực tiếp

Tổ chức đội ngũ nhân viên bán hàng trực tiếp thông qua các kênh như:

- Bán sỉ
 - ...
 - ...
- Bán lẻ
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...
 - Chăm sóc các khách hàng cũ và nhờ họ bán hàng cho mình.
 - Tổ chức hội thảo.

Trong đó đặc biệt tập trung vào kênh bán lẻ trước, kênh bán sỉ sẽ ...

Đối với hoạt động bán sỉ công ty có thể chấp nhận mức công nợ nhưng quá xx% giá trị hàng hóa. Và tổng công nợ không được vượt quá mức xxx triệu. Chỉ áp dụng chính sách công nợ

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

với thị trường TP.HCM, Đồng Nai, Bình Dương, các thị trường khác bán hàng thu tiền mặt tuyệt đối không công nợ.

Nhân viên kinh doanh sẽ tuyển dụng nhân sự nữ, có ngoại hình. Nhân viên mới sẽ có 1 tháng thử việc với mức lương xx% nếu hoàn thành xx% chỉ tiêu doanh thu sẽ trở thành nhân viên chính thức của công ty, nếu không đạt có thể gia hạn thời gian thử việc nhưng tối đa không quá 3 tháng.

Nhân viên mới sẽ được công ty đào tạo kỹ năng bán hàng, kiến thức về sản phẩm... và được cấp x chai sản phẩm dùng thử để cảm nhận sản phẩm và tư vấn khách hàng hiệu quả hơn.

Đối với chỉ tiêu cho nhân viên kinh doanh dự kiến mỗi tháng phải bán được tối thiểu xx sản phẩm/tháng. Lương nhân viên kinh doanh x triệu/tháng và hoa hồng như sau:

- xxx.000 VND/sản phẩm nếu đạt doanh số dưới xx SP.
- xxx.000 VNĐ/sản phẩm nếu đạt doanh số từ xx-xx SP.
- xxx.000 VNĐ/sản phẩm nếu đạt doanh số trên xxx SP.

Chi phí tuyển dụng 1 nhân viên bán hàng dự kiến xx triệu/người. Chi phí đào tạo 1 nhân viên bán hàng dự kiến xx triệu/người.

5. Công tác dự báo thị trường

Công ty nên xây dựng các báo cáo thị trường hàng tháng với các số liệu chính như: dự báo triển vọng ngành, dự báo lượng hàng bán, dự báo giá bán ... Mục tiêu chính của hoạt động này là giúp công ty không bị bất ngờ trước các diễn biến của thị trường.

V. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH

Dự toán tài chính của công ty trong vòng năm 07/2018-06/2019

Đơn vị tiền tệ sử dụng: VND

1. Chi phí đầu tư ban đầu

Dự kiến tổng mức đầu tư ban đầu cần xxx triệu trong đó xxx dùng để nhập hàng hóa để đạt được mức chiết khấu xx%. xxx triệu còn lại dùng để làm vốn lưu động cho công ty.

Bảng: Chi phí đầu tư ban đầu

STT	Hạng mục	ĐVT	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1.0	Chi phí nhập hàng	Lô			
2.0	Chi phí hoạt động	Tổng			
	Tổng Chi phí đầu tư ban đầu				

2. Chi phí nhân sự

2.1 Số lượng nhân sự dự kiến

Bảng: Số lượng nhân sự dự kiến 7-12/2018

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

Số lượng nhân sự dự kiến	2018					
Vị trí	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
1. Giám đốc điều hành						
2. Trợ lý giám đốc						
13. Nhân viên marketing - bán hàng						
Tổng	-	-	5.00	7.00	9.00	10.00

Bảng: Số lượng nhân sự dự kiến 1-6/2019

Số lượng nhân sự dự kiến	2019					
Vị trí	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6
1. Giám đốc điều hành						
2. Trợ lý giám đốc						
13. Nhân viên marketing - bán hàng						
Tổng	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00

2.2 Chi phí nhân sự dự kiến

Bảng: Chi phí nhân sự dự kiến 7-12/2018

Chi phí lương dự kiến	2018					
Vị trí	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
1. Giám đốc điều hành						
2. Trợ lý giám đốc						
3. Nhân viên marketing - bán hàng						
Tổng	-	-	26,100,000	35,140,000	44,180,000	48,700,000

Bảng: Chi phí nhân sự dự kiến 1-6/2019

Chi phí lương dự kiến	2019					
Vị trí	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6
1. Giám đốc điều hành						
2. Trợ lý giám đốc						
3. Nhân viên marketing - bán hàng						
Tổng	48,700,000	48,700,000	48,700,000	48,700,000	48,700,000	48,700,000

3. Chi phí khác trong hoạt động kinh doanh

Bảng: Các khoản chi hàng tháng 7-12/2018

	2018					
Chi phí	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
Tiền thuê văn phòng						
Tiền điện văn phòng						
Tiền nước văn phòng						
Tiền rác văn phòng						
Tiền điện thoại bàn văn phòng						
Internet văn phòng						
Văn phòng phẩm văn phòng						

Chi phí bảo trì, bảo dưỡng văn phòng						
Hoa hồng kinh doanh						
Chi phí tuyển dụng nhân sự						
Chi phí đào tạo nhân sự						
Chi phí marketing-bán hàng (10%)						
Tổng chi phí hàng tháng	-	-	50,975,000	72,575,000	101,375,000	127,475,000

Bảng: Các khoản chi hàng tháng 1-6/2019

Chi phí	2019					
	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6
Tiền thuê văn phòng						
Tiền điện văn phòng						
Tiền nước văn phòng						
Tiền rác văn phòng						
Tiền điện thoại bàn văn phòng						
Internet văn phòng						
Văn phòng phẩm văn phòng						
Chi phí bảo trì, bảo dưỡng văn phòng						
Hoa hồng kinh doanh						
Chi phí tuyển dụng nhân sự						
Chi phí đào tạo nhân sự						
Chi phí marketing-bán hàng (10%)						
Tổng chi phí hàng tháng	154,475,000	181,475,000	208,475,000	208,475,000	208,475,000	208,475,000

4. Doanh thu bán hàng dự kiến

Bảng: Doanh thu bán hàng tháng 6-12/2018

	2018					
	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
Doanh thu Xxxxxxx						
Doanh thu Xxxxxxx						
Doanh thu/tháng						

Bảng: Doanh thu bán hàng tháng 1-6/2019

	2019					
	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6
Doanh thu Xxxxxxx						
Doanh thu Xxxxxxx						
Doanh thu/tháng						

5. Kết quả kinh doanh dự kiến

Bảng: Kết quả kinh doanh tháng 7-12/2018

	2018					
	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12

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

A. Kết quả bán hàng						
Doanh thu						
Giảm trừ doanh thu						
Doanh thu thuần						
Giá vốn						
Lợi nhuận gộp						
B. Chi phí						
Chi phí nhân sự						
Chi phí khác						
Tổng chi phí						
C. Lợi nhuận						
Lợi nhuận trước lãi và thuế						
Lãi						
Thuế thu nhập doanh nghiệp						
Lợi nhuận ròng						

Bảng: Kết quả kinh doanh tháng 1-6/2018

	2018					
	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6
A. Kết quả bán hàng						
Doanh thu						
Giảm trừ doanh thu						
Doanh thu thuần						
Giá vốn						
Lợi nhuận gộp						
B. Chi phí						
Chi phí nhân sự						
Chi phí khác						
Tổng chi phí						
C. Lợi nhuận						
Lợi nhuận trước lãi và thuế						
Lãi						
Thuế thu nhập doanh nghiệp						
Lợi nhuận ròng						

Trong năm 2018 do công ty mới thành lập nên các tháng đầu lợi nhuận sẽ không cao, sau khi hoạt động ổn định thì doanh thu sẽ đạt trên xxx tỷ/tháng và lợi nhuận sẽ đạt khoảng xxx triệu/tháng.

6. Ngân lưu của dự án

Bảng: Dòng tiền dự kiến tháng 7-12/2018

	2018					
	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
Thu						
Vốn đầu tư ban đầu						
Thu từ hoạt động bán hàng						
Thu công nợ						
Thu khác						
Chi						
Mua hàng lưu kho						

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

Giá vốn hàng bán
Chi phí nhân sự
Chi phí khác
Thuế môn bài
Thuế thu nhập doanh nghiệp
Chi cổ tức
Chi khác

Dòng tiền thuần

Dòng tiền tích lũy

Bảng: Dòng tiền dự kiến tháng 1-6/2019

	2019					
	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6
Thu						
Vốn đầu tư ban đầu						
Thu từ hoạt động bán hàng						
Thu công nợ						
Thu khác						
Chi						
Mua hàng lưu kho						
Giá vốn hàng bán						
Chi phí nhân sự						
Chi phí khác						
Thuế môn bài						
Thuế thu nhập doanh nghiệp						
Chi cổ tức						
Chi khác						
Dòng tiền thuần						
Dòng tiền tích lũy						

Dự kiến đến tháng 4 năm 2019 công ty có thể hoàn vốn đầu tư ban đầu hoặc tái đầu tư phát triển.

7. Độ nhạy của dự án

...

VI. QUẢN TRỊ RỦI RO

Các rủi ro chính trong quá trình vận hành hoạt động kinh doanh của công ty bao gồm:

1. Sản phẩm chất lượng không tốt bị khách hàng tẩy chay

Đặc thù của ngành làm đẹp là khi đã mất khách rất khó để thu hút lại nên cần hết sức cẩn trọng.

Phải đánh giá và không ngừng tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu của khách hàng nhằm đảm bảo sản phẩm dịch vụ có thể làm hài lòng khách hàng.

Chỉ kinh doanh các sản phẩm có chất lượng tốt.

2. Không tuyển được nhân viên kinh doanh

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

Nguyên nhân chính là do thu nhập thấp, thiếu kinh nghiệm tuyển dụng nên không hấp dẫn được nhân sự.

Cần phải xây dựng thông điệp tuyển dụng hấp dẫn.

3. Nhân viên không làm được việc, nghỉ việc

Nguyên nhân là do môi trường làm việc thiếu chuyên nghiệp, thiếu động lực.

Cần phải tạo môi trường làm việc vui vẻ cho nhân viên, tổ chức đào tạo và tạo động lực bài bản, chuyên nghiệp.

4. Doanh số không đạt được như kế hoạch

Doanh số không đạt được như kế hoạch có một số nguyên nhân như: sản phẩm không tốt, nhân viên kinh doanh không hoàn thành chỉ tiêu, tổ chức điều hành không tốt...

- Sản phẩm không tốt: sản phẩm Xxxxxxx đã có mặt trên thị trường, được kiểm chứng và đánh giá tốt bởi khách hàng tuy nhiên đặc thù ngành thực phẩm có liên quan đến cơ địa của mỗi người nên cần đạo tạo chuyên môn cho nhân viên để tư vấn hiệu quả cho khách hàng.
- Nhân viên kinh doanh không hoàn thành chỉ tiêu: chủ yếu cần phải nâng cấp năng lực quản lý, điều hành, đào tạo và tạo động lực.

5. Rủi ro khác

...

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

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