



KẾ HOẠCH KINH DOANH THỰC PHẨM CHỨC
NĂNG_XXXX XX

NỘI DUNG

PHẦN 1 PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH

I.ĐẶC ĐIỂM KINH TẾ XÃ HỘI

II.THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM CHỨC NĂNG

1.Tổng quan thị trường TPCN.....

2.Người tiêu dùng

III.PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH XXXX XX.....

1.Đặc điểm dân cư Xxxx Xx.....

2.Thị trường TPCN tại Xxxx Xx

3.Các nhà cung cấp TPCN chính

4.Phân tích SWOT

PHẦN 2 MÔ HÌNH KINH DOANH.....

I.MÔ HÌNH SHOWROOM.....

PHẦN 3 KẾ HOẠCH KINH DOANH

I.KẾ HOẠCH MARKETING

1.Quảng cáo Online.....

2.Quảng cáo truyền thống

3.Chiến lược marketing.....

II.KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

1.Mục tiêu bán hàng

2.Chính sách bán hàng

III.KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

IV.KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH.....

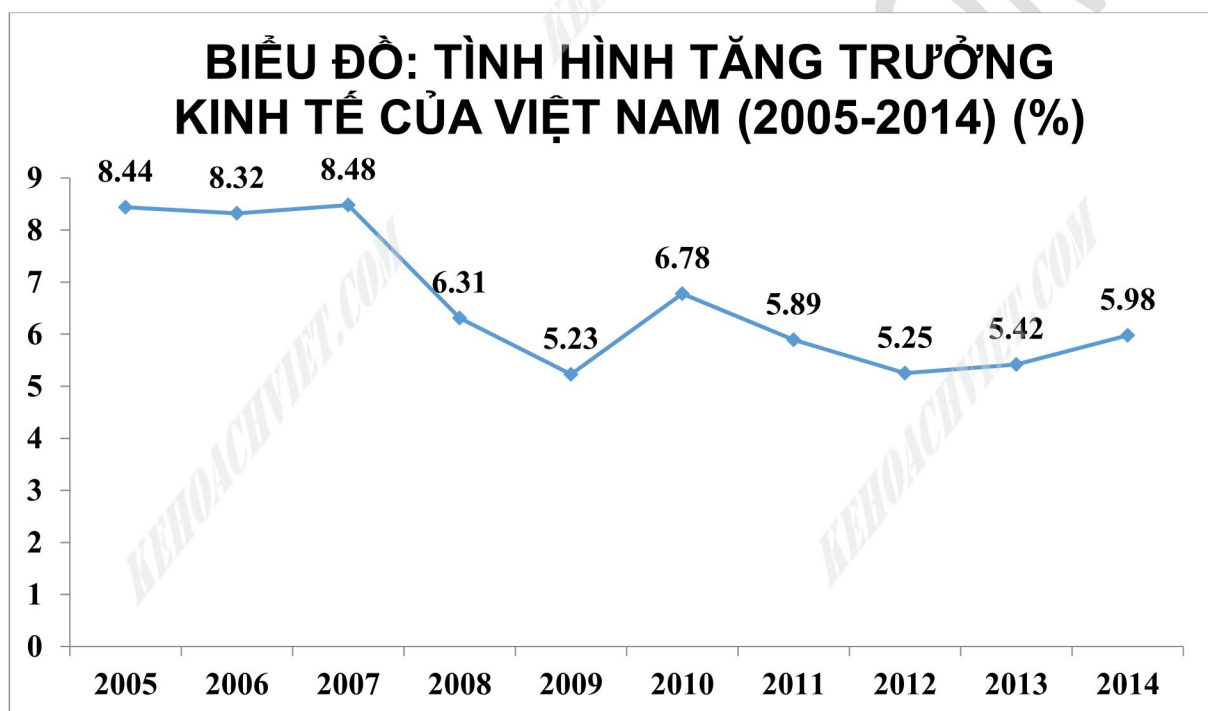
1.Bảng kế quả hoạt động kinh doanh.....

2.Các rủi ro kinh doanh

PHẦN 4 KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI

PHỤ LỤC**PHẦN 1: PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH****I. ĐẶC ĐIỂM KINH TẾ XÃ HỘI**

Theo báo cáo từ Tổng Cục Thống kê, năm 2014 là năm đầu tiên trong kế hoạch 5 năm (2011-2015) kể từ 2011 đến nay, tăng trưởng kinh tế không những về đích mà còn vượt kế hoạch. So với kế hoạch chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế 5,8% mà Quốc hội đưa ra thì năm 2014 đạt 5,98% đây là con số khả quan cho nền kinh tế Việt Nam. Sự hồi phục của nền kinh tế Việt Nam trong năm 2014 là cơ sở quan trọng để các chuyên gia kinh tế thống nhất quan điểm và đặt ra mục tiêu tăng trưởng 6,2% trong năm 2015.



Nguồn Tổng cục thống kê

Việt Nam là quốc gia có tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh, cùng với đời sống, dân trí ngày một nâng cao, thì người dân cũng ngày càng có ý thức nhiều hơn với sức khỏe của mình. Nhu cầu bảo vệ và nâng cao sức khỏe được người dân từ đó cũng gia tăng. Bên cạnh việc ăn uống hàng ngày thì theo nhiều chuyên gia cho rằng nhu cầu bổ sung các thực phẩm chức năng giàu vitamin tất yếu sẽ trở thành xu hướng tương lai; vì bên cạnh việc bổ sung các chất dinh dưỡng thì đây cũng là nguồn “vacxin” phòng những bệnh mạn tính không lây, giúp hỗ trợ chức năng các bộ phận trong cơ thể giúp nâng cao sức đề kháng giảm bớt các nguy cơ bệnh tật

Cùng với sự phát triển về kinh tế thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam cũng tăng lên nhanh chóng, năm 2013 thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam đạt khoảng 2,028 USD/người/năm và dự kiến năm 2015 sẽ tăng lên thành 2,300USD/người/năm. Theo báo cáo

mới đây của AC Nielsen, Việt Nam hiện có khoảng 8 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu và con số này có thể đạt tới 44 triệu vào năm 2020.

II. THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM CHỨC NĂNG

1. Tổng quan thị trường TPCN

Theo Hiệp hội Thực Phẩm Chức Năng Việt Nam (VAFF), thực phẩm chức năng (TPCN) là sản phẩm hỗ trợ các chức năng của các bộ phận trong cơ thể, có hoặc không có tác dụng dinh dưỡng, tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng, giảm nguy cơ và tác hại bệnh tật. Tác dụng của TPCN là có khả năng cải thiện sức khỏe và làm giảm thiểu nguy cơ và tác hại bệnh tật, bao gồm thực phẩm bổ sung, thực phẩm bảo vệ sức khỏe, thực phẩm dinh dưỡng y học. Nó không phải là trị liệu y học nhằm mục đích điều trị hay cứu chữa bệnh tật của con người.

Số lượng cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm chức năng năm 2000 là 13 cơ sở, đến cuối 2012 là 1,552 cơ sở, với hơn 5,500 sản phẩm. Năm 2013, số cơ sở SXKD TPCN đã tăng lên 3,512 cơ sở với 6,851 sản phẩm. Trong đó, 80% sản phẩm TPCN là nhập khẩu, còn lại 20% sản phẩm sản xuất trong nước.

Hãng nghiên cứu thị trường Euromonitor tin tưởng rằng sự phát triển của ngành thực phẩm chức năng thời gian qua đã chỉ ra rằng thị trường này sẽ tăng trưởng một cách nhanh chóng với tốc độ tăng trưởng mỗi năm lên đến 20% trong 20 năm tới. Với dân số đông thứ 3 khu vực Đông Nam Á cũng dân trí cũng như nhận thức về tầm quan trọng của sức khỏe đã mở ra một triển vọng vô cùng tiềm năng cho thị trường thực phẩm chức năng ở Việt Nam.

Các nguyên nhân khiến thị trường bùng phát

- Sự bùng nổ các bệnh của xã hội công nghiệp và ô nhiễm môi trường.
- Người tiêu dùng đang hướng về một lối sống lành mạnh, quan tâm hơn đến các sản phẩm thiên nhiên và các biện pháp phòng bệnh.
- Công chúng ngày càng quan tâm hơn đến mối quan hệ giữa thực phẩm, chế độ dinh dưỡng và sức khỏe.
- Nguyên nhân quan trọng nhất, nhận thức về tầm quan trọng tự bảo vệ sức khỏe và phòng chống bệnh tật liên quan đến dinh dưỡng và lối sống.
- Những kết quả nghiên cứu khoa học về lợi ích của rau quả, ngũ cốc trong phòng bệnh, các chất chống ô xy hóa và các hợp chất toàn phần của thực vật có tác dụng tốt đối với sức khỏe.



2. Người tiêu dùng

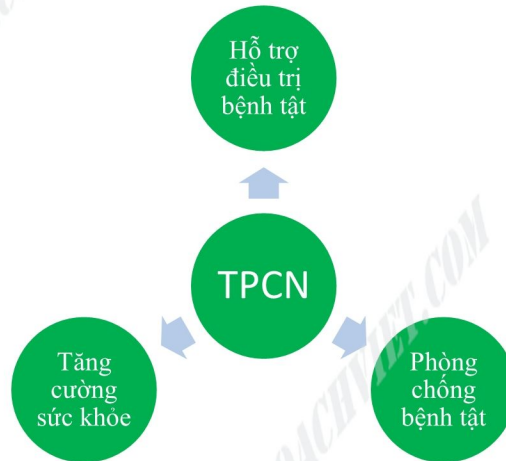
Báo cáo về người tiêu dùng Việt Nam 2013 cho thấy, sau những lo ngại về nền kinh tế chưa ổn định và việc làm, sức khỏe là mối quan tâm thứ ba của người tiêu dùng Việt Nam. Năm 2005, mức chi tiêu cho dược phẩm của người dân Việt Nam chỉ 10 USD/người/năm, 10 năm sau, mức chi tiêu cho sức khỏe đã tăng gần gấp 4 lần lên 38 USD/người/năm, dự báo mức chi tiêu sẽ đạt 85 USD/người/năm vào năm 2020.



Nhu cầu tiêu dùng TPCN

Các bệnh mãn tính chưa lây phổ biến gồm: tiểu đường, tim mạch, ung thư, xương khớp, dị ứng, tiêu hóa, thần kinh, tăng cân béo phì, bệnh về da, hô hấp, rối loạn chuyển hóa, rối loạn thị lực ... chưa thể phòng bệnh bằng vắc xin mà cần thực hiện bổ sung thông qua các vitamin, các vi chất dinh dưỡng, khoáng chất, các chất chống oxy hóa. Thực phẩm chức năng không chỉ cung cấp dinh dưỡng cơ bản mà còn có chức năng phòng chống bệnh tật và tăng cường sức khỏe nhờ các chất chống oxy hóa (beta-caroten, lycopene, lutein, vitamin C, vitamin E...), chất xơ và một số thành phần khác.

Từ nguồn gốc bệnh mãn tính và lợi ích của TPCN có thể thấy, nhu cầu tiêu thụ TPCN ngày càng tăng cao theo sự phát triển của xã hội, những người dân thành thị có nhu cầu tiêu thụ cao hơn người dân nông thôn, những người lao động trí óc (như buôn bán kinh doanh, quản lý trong các lĩnh vực kinh tế, chính trị) sẽ có nhu cầu cao hơn người lao động chân tay, những người lớn tuổi hơn sẽ có nhu cầu tiêu thụ cao hơn người trẻ tuổi, nữ giới sẽ có nhu cầu cao hơn nam giới (do quan tâm về làm đẹp, sức khỏe bản thân và gia đình cao hơn).



Các yếu tố tác động đến người mua TPCN

Số người sử dụng TPCN ngày càng tăng. Cục An toàn thực phẩm đã điều tra (năm 2011) cho thấy ở TP. Hồ Chí Minh có 43% số người trưởng thành và ở Hà Nội có 63% số người trưởng thành sử dụng TPCN.

Theo nghiên cứu của Nielsen, những yếu tố quan trọng có ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm dinh dưỡng là “Thành phần đầy đủ dinh dưỡng”, “Giảm nguy cơ mắc bệnh”, “Giá cả phải chăng” và “Được sự chứng nhận bởi các chuyên gia y tế”.

Khảo sát thị trường một số sản phẩm TPCN cho thấy, TPCN có giá từ vài trăm ngàn đồng cho đến vài triệu, khá cao so với thu nhập bình quân hàng năm của người tiêu dùng là 24 triệu đồng/năm (2013).

Bên cạnh đó, TPCN không giống như thuốc, không có tác dụng tức thì, người tiêu dùng phải sử dụng nhiều lần trong khoảng thời gian dài mới có tác dụng, càng khiến chi phí TPCN tăng cao. Với mức giá cao như hiện nay, khả năng tiêu dùng TPCN ở những hộ gia đình có thu nhập cao sẽ cao hơn những hộ gia đình có thu nhập thấp hơn.

III. PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH XXXX XX

1.Đặc điểm dân cư Xxxx Xx

Dân số

Dân số hơn 3 triệu người, là địa phương đông dân thứ tư trong cả nước (sau Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và Thanh Hóa).

Tỷ trọng : dân số sống ở thành thị 13,1%; dân số nữ 50,32%; dân số phi nông nghiệp 31,3%.

Tỷ lệ gia tăng dân số tự nhiên hàng năm là 1%.

Dân trí

Xxxx Xx là trung tâm giáo dục – đào tạo trên các lĩnh vực : kinh tế, đào tạo nghề, sư phạm, y tế, văn hóa nghệ thuật. Đặc biệt là hệ thống các trường trung cấp chuyên nghiệp và đào tạo nghề lao động kỹ thuật trên địa bàn đáp ứng đầy đủ nhu cầu nguồn nhân lực cho các nhà đầu tư.

Tổng số lực lượng lao động gần 1,8 triệu người. Trong đó, lực lượng lao động được đào tạo chiếm 45%, lực lượng lao động được đào tạo nghề chiếm 40%.

Thu nhập của người dân

Theo nguồn báo cáo từ báo Biên Phòng, năm 2014 thu nhập bình quân đầu người ước đạt 25 triệu đồng/người/năm. Với mức thu nhập này, khả năng chi trả mua TPCN của người dân áp dụng đối với các sản phẩm có giá chỉ từ 600,000 VNĐ trở xuống.

Xxxx Xx đang đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức về công tác giảm nghèo cho các cấp, các ngành và người dân. Nhờ những biện pháp đó trong những năm qua, tỷ lệ hộ nghèo toàn tỉnh giảm từ 22,89% năm 2011 xuống còn 10% - 11% vào cuối năm 2014, bình quân hàng năm giảm 3,02%/năm

2.Thị trường TPCN tại Xxxx Xx

Tại Xxxx Xx, theo số liệu từ Chi cục An toàn vệ sinh thực phẩm tỉnh, có 30 đơn vị đăng ký tổ chức hội thảo, hội nghị giới thiệu thực phẩm với gần 150 sản phẩm các loại. Những điều này cũng đặt ra khá nhiều thách thức cho các cấp quản lý. Ngoài ra, từ ngày 15/1/2015, Thông tư 34 của Bộ Y tế về quản lý TPCN có hiệu lực. Nội dung của thông tư này chú trọng vào việc quy định về quản lý TPCN bao gồm kiểm soát hiệu quả hơn về chất lượng, độ an toàn của sản phẩm. Trong đó, quy định rõ ràng hơn về TPCN, phân loại, yêu cầu công bố về công dụng, liều lượng sử dụng, chống chỉ định, bằng chứng khoa học... Đây là những vấn đề phát sinh trong quá trình phát triển của ngành TPCN trong những năm qua.

Các hình thức kinh doanh TPCN

- Tổ chức hội nghị, hội thảo giới thiệu sản phẩm
- Kinh doanh đa cấp
- Phân phối bán lẻ qua các nhà thuốc

Những quy định cần thiết trước khi kinh doanh TPCN

- Đăng ký với cục an toàn thực phẩm cấp chứng nhận tiêu chuẩn sản phẩm
- Đăng ký xác nhận công bố phù hợp quy định an toàn thực phẩm
- Đăng ký Giấy tiếp nhận quảng cáo
- Đăng ký xác nhận nội dung quảng cáo

Những quy định trên giúp các cơ sở yên tâm trong việc kinh doanh và mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng. Tuy nhiên có rất ít công ty quảng cáo thực phẩm chức năng thực hiện đúng và đầy đủ theo quy định của pháp luật. Doanh nghiệp khi quảng cáo đã “phóng đại” công dụng của thực phẩm chức năng hoặc quảng cáo nói quá giá trị của sản phẩm nên rất dễ gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng.

Tình trạng TPCN

Tìm hiểu thực tế tại 1 số hiệu thuốc, nhà thuốc lâu năm ở thành phố Vinh cho thấy, mặt hàng thực phẩm chức năng quá đa dạng về chủng loại và sản phẩm nên việc lựa chọn mặt hàng để bán lẻ cũng là vấn đề khó. Khảo sát chủ một hiệu thuốc trên đường Nguyễn Thị Minh Khai -

Thành phố Vinh cho biết chỉ nhập sản phẩm của các công ty lớn, có thương hiệu và chỉ lấy những sản phẩm có đầy đủ giấy chứng nhận về tiêu chuẩn, quảng cáo của Cục An toàn thực phẩm, Chi cục An toàn vệ sinh thực phẩm Xxxx Xx.

Thêm vào đó chủ tiệm thuốc còn khẳng định thực phẩm chức năng thường có hàng nhái đối với một số sản phẩm của nước ngoài.

Theo thống kê từ Chi Cục quản lý thị trường tỉnh Xxxx Xx, thời gian gần đây, qua các đợt kiểm tra đã phát hiện nhiều mặt hàng nhập lậu, không rõ nguồn gốc, xuất xứ như dung dịch Cell Pack, nguyên liệu viatmin E Actate, thực phẩm chức năng Male Max, viên uống trắng da PEARL, All Natural Maxi, Fulap Vitahty Mega, Triple Royal, Syrop Prawos, Dtaliquid Cacium Vitamin, Juvit D3, Premium Xxxxxs 3...

Còn tâm lý người dùng thực phẩm chức năng thì cũng có thể chia nhiều đối tượng. Có người am hiểu vì đã có kinh nghiệm dùng lâu năm, nhưng bên cạnh đó cũng có người hoàn toàn không biết về thực phẩm chức năng, chỉ mua theo hướng dẫn của người bán hoặc theo các quảng cáo nên việc để tìm đúng thực phẩm chức năng tốt mà sử dụng là vấn đề không khỏi băn khoăn của nhiều người. Dưới nhiều dạng hàng xách tay, hàng do người đi nước ngoài về gửi bán, nhiều dạng thực phẩm chức năng đã đến với người tiêu dùng nhưng thực chất vẫn đề này khó kiểm soát.

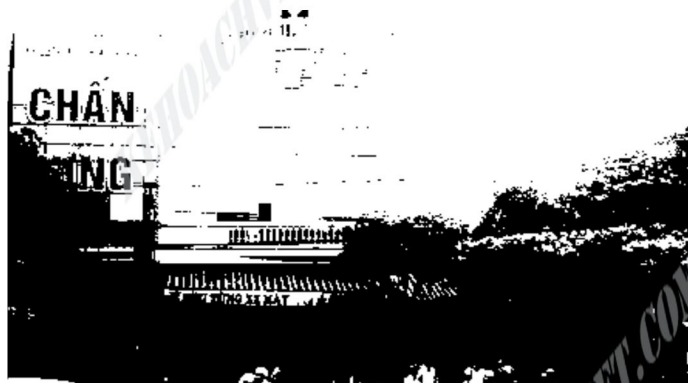
Khu vực kinh doanh

Theo kết quả khảo sát năm 2010, phường Xx Xxi có diện tích 1,37km². Dân số 12,700 người, mật độ 9,000 người/km². Phường Xx Xxi có địa bàn ở trung tâm thành phố Vinh nên có rất nhiều lợi thế trong phát triển kinh tế dịch vụ- thương mại, xung quanh có nhiều cơ sở hạ tầng được xây dựng như ủy ban nhân dân phường, các trường học, bệnh viện, trạm y tế phường và nhiều dự án đầu tư lớn

Theo như báo cáo của sở khoa học và công nghệ tỉnh Xxxx Xx, thu nhập giá trị gia tăng bình quân của người dân thành phố Vinh trong năm 2012 là 48,6 triệu đồng / người/năm. Năm 2014 mức thu nhập đã tăng lên đáng kể, cụ thể của người lao động phổ thông khoảng 5 triệu đồng /tháng và của người làm công việc văn phòng là 7 triệu/ tháng.

Đường Xx Xxi là một trong những tuyến đường sầm uất và nhộn nhịp nhất tại XX Xixx, xung quanh khu vực là các tòa nhà cao ốc và các cửa hàng kinh doanh tấp nập. Cuộc sống hiện đại cùng với mức tiêu thụ hàng hóa cao tại đây đã làm cho khu vực này trở thành 1 khu trung tâm kinh doanh đầy lý tưởng.

Những hình ảnh tại địa điểm kinh doanh- xx Xx Xxi, XX Xixx- Xxxx Xx







Đối thủ cạnh tranh

Đối thủ trực tiếp

Hiện tại XX Xixx đang có 1 công ty chuyên kinh doanh về TPCN- Công ty TNHH thực phẩm chức năng Xixx Xxxxx- số x đường Xx-Xxx XX Xixx, Xxxx Xx



Điểm mạnh:

Công ty Xixx Xxxxx đang hoạt động, có mặt bằng kinh doanh, am hiểu về thị trường TPCN. Giá bán sản phẩm giao động từ xxx,000 VNĐ đến xxxx,000 VNĐ, phân khúc sản phẩm ở mức khá cao cấp.

Điểm yếu:

Tuy đang hoạt động nhưng công ty có quy mô nhỏ, chưa quảng cáo rộng rãi, đang xây dựng website bán hàng, sản phẩm kinh doanh chưa đa dạng, chủ yếu kinh doanh sản phẩm chưa có kiểm duyệt của các cơ quan nhà nước, sản phẩm nhập khẩu rất ít.

Khu vực công ty Xixx Xxxxx kinh doanh không thuận lợi do cách xa phường Xx Xxi khoảng 5 km, dân cư quanh khu vực này còn thưa thớt.

Đối thủ gián tiếp

- Những người kinh doanh đa cấp, kinh doanh qua lời giới thiệu và sản phẩm chủ yếu được giới thiệu là của công ty Amway
- Các nhà thuốc bán kèm trên địa bàn XX Xixx

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 2 Xx Xxi



138 Nguyễn Thái Học



16 Hồng Bàng



Cụm nhà thuốc tại Ga Vinh



Số 2 Đinh Công Tráng



158 Nguyễn Phong Sắc



Số 1 Đốc Thiét



28 Xx Xxi



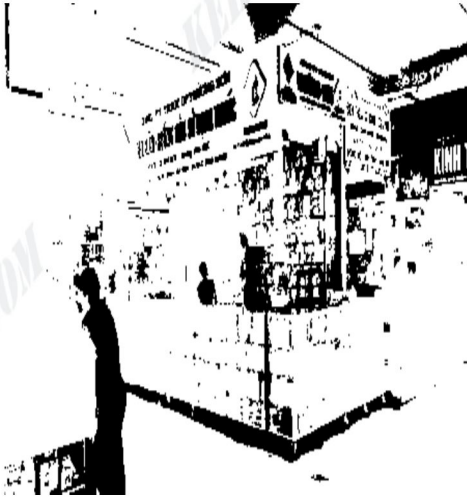
Số 32 Xx Xxi



Cụm nhà thuốc Nguyễn Phong Sắc



168 Nguyễn Phong Sắc



Nhà thuốc tại Chợ Vinh

Nhà thuốc tại Chợ Vinh



220 Trường Chinh

Đặc điểm kinh doanh tại các nhà thuốc

- Các sản phẩm TPCN chủ yếu là sản phẩm của Việt Nam, có thương hiệu và lưu hành toàn quốc, giá bán thấp với mức giao động từ xx,000 VNĐ đến xxx,000 VNĐ
- Đối với hàng nhập khẩu, nhà thuốc hạn chế kinh doanh, ít trưng bày, chỉ kinh doanh với các công ty nhập khẩu có uy tín cao trên thị trường, chủng loại sản phẩm không phong phú và giá thành giao động từ xx0,000 VNĐ đến xx0,000 VNĐ và đây không phải là mặt hàng chủ lực của các nhà thuốc trên địa bàn
- Đặc biệt có những nhà thuốc rất đông khách tới mua thuốc phải chú ý tới như: 2 nhà thuốc tại đường Xxxx Xxixx (ngã ba đường Xxxx Xxixx với Xx Xxi), cụm nhà thuốc gần bệnh viện Hữu Nghị Đa Khoa Xxxx Xx (đường Nguyễn Phong Sắc) tuy nhiên TPCN tại các nhà thuốc này kinh doanh không nhiều.
- Một số sản phẩm phổ biến như các sản phẩm của công ty CP dược phẩm XXX (Jxx, Jxx, Jxix, sụn vi cá mập...), TPCN collagen Xxixx của Công ty TNHH TM DV Xxxx Xxxx Xxxx, TPCN của Công ty dược phẩm Xxx Xxxi (Xxxxxxxx Q10, Xxxxx 3-6-9), TPCN của Công ty TNHH TM Xxxxxix(Xxxixxx, Xxxixxx, Xxxxx Xxxxilxxx.....)
- Vì là nhà thuốc nên khả năng tư vấn về sản phẩm, những tính năng, công dụng của TPCN là rất tốt và rất thuyết phục.

3.Các nhà cung cấp thực phẩm chức năng chính

| Công ty | Đặc điểm |
|--|---|
| Công ty TNHH thương mại và dịch vụ y tế Xixx Xxxix | <ul style="list-style-type: none">• Công ty chuyên nhập khẩu sản phẩm TPCN từ Mỹ• Sản phẩm đa dạng , phong phú, có nguồn gốc rõ ràng, có đăng ký với các chi cục an toàn thực phẩm• Chiết khấu tốt• Công ty có độ uy tín cao trên thị trường• Công ty có nhiều sản phẩm được vinh danh trong ngày hội TPCN quốc tế 2013• Chính sách đổi trả hàng linh hoạt |

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


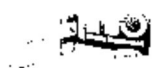



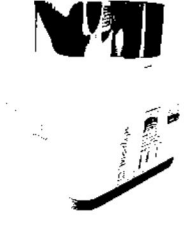
Website: <http://kehoachviet.com>Email: contact@khv.vn






ĐT: 0903.349.539

| | |
|------------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Website: ...• Liên lạc ... |
| Công ty TNHH thương mại Xxxxxix | <ul style="list-style-type: none">• Công ty chuyên nhập khẩu sản phẩm TPCN từ Canada và Mỹ• Sản phẩm đa dạng , phong phú, có nguồn gốc rõ ràng, có đăng ký với các chi cục an toàn thực phẩm• Chiết khấu tốt• Công ty có độ uy tín cao trên thị trường• Công ty có nhiều chứng nhận sản phẩm vàng vì sức khỏe cộng đồng 2014• Nhân viên tư vấn nhiệt tình• Chính sách đổi trả hàng linh hoạt• Website : www.Xxxxxix.com.vn• Liên lạc ... |
| Công ty TNHH MXXXXIXX Việt Nam | <ul style="list-style-type: none">• Công ty chuyên nhập khẩu sản phẩm TPCN từ Châu Âu• Sản phẩm đa dạng , phong phú, có nguồn gốc rõ ràng, có đăng ký với các chi cục an toàn thực phẩm• Chiết khấu tốt• Công ty có độ uy tín cao trên thị trường• Nhân viên tư vấn nhiệt tình• Chính sách đổi trả hàng linh hoạt• Website : ...• Liên lạc ... |
| Công ty CP Dược Phẩm XXXX | <ul style="list-style-type: none">• Công ty chuyên nhập khẩu sản phẩm TPCN từ Pháp dành cho trẻ em• Sản phẩm đa dạng , phong phú, có nguồn gốc rõ ràng, có đăng ký với các chi cục an toàn thực phẩm• Công ty có nhiều sản phẩm được vinh danh trong ngày hội TPCN quốc tế 2013• Chiết khấu tốt• Công ty có độ uy tín cao trên thị trường• Nhân viên tư vấn nhiệt tình• Chính sách đổi trả hàng linh hoạt• Website :• Liên lạc ... |

Danh sách sản phẩm của công ty TNHH thương mại và dịch vụ y tế Xixx Xxxix







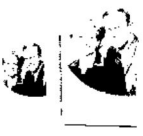
| TPCN | | | |
|---|---------------------|-------------------|--|
| Tên | Giá thị trường(VNĐ) | Quy cách đóng gói | Công dụng |
| Xi-Xxxxx  | 600,000 | Lọ 60 viên | Giúp nuôi dưỡng sụn khớp, tạo chất nhờn, tăng độ bền và dẻo dai cho khớp, tăng sức mạnh liên kết cơ gân sụn khớp |







| | | | |
|---|-----------|-------------|---|
| | | | |
| Xi-XXX  | 600,000 | Lọ 60 viên | Tăng cường sức khỏe tim mạch, hỗ trợ điều trị các bệnh tim mạch, huyết áp, thiếu năng mạch vành, suy tim, nhồi máu cơ tim, tăng tuần hoàn não. |
| Xxxxx Xxxxxx XX  | 1,400,000 | Lọ 70 viên | Chống lão hóa, tăng cường sức khỏe. Làm đẹp điều hòa huyết áp tim mạch, mỡ máu, sa sút trí tuệ, tiểu đường. |
| Xxxxx Xxxx Xxxxx Xxxx  | 950,000 | Lọ 60 viên | Bổ thận tráng dương, chống suy giảm sinh lý, chống phì đại tiền liệt tuyến, hỗ trợ điều trị vô sinh nam, tăng cường chất lượng đời sống tình dục, chống nam hóa, bất lực sinh lý, suy nhược cơ thể. |
| Sữa ong chúa Xxxxx Xxllx  | 1,200,000 | Lọ 120 viên | Làm đẹp, chống suy nhược, điều hòa huyết áp, tăng cường sức khỏe. |
| Xixx X+  | 1,200,000 | Lọ 120 viên | Phục hồi khả năng sinh lý tự nhiên, suy nhược sinh lý, rối loạn cương dương, chống lão hóa, giúp kéo dài tuổi thọ, an toàn không có tác dụng phụ. |
| Xxxxxxm  | 700,000 | Hộp 30 viên | Phòng chống đột quỵ, ổn định huyết áp |
| Xxx-Xxxxx | 250,000 | Hộp 30 viên | Hỗ trợ điều trị viêm gan cấp, mãn, suy gan, xơ gan. Khử độc |

| | | | |
|---|-----------|-------------|--|
|  | | | gan, phòng chống xơ gan do nghiện rượu bia |
| Xxxxx xxxxx XXX  | 540,000 | Hộp 30 viên | Bảo vệ tế bào gan trong viêm gan nhiễm độc, viêm gan siêu virus, hồi phục chức năng gan do xơ gan. |
| Xxxxx Xxxxx XXXXXXXXXXXX  | 1,200,000 | Hộp 30 viên | Khắc phục hậu quả các di chứng não, tai biến mạch máu não, đột quỵ, chấn thương sọ não, phù não và các bệnh viêm não |
| Xxxxx Xxxxx Citicoline | 1,200,000 | Hộp 30 viên | Khắc phục suy nhược thần kinh, mất ngủ lo âu, sa sút trí tuệ, khắc phục di chứng não cấp tính: tai biến mạch máu não cấp và bán cấp, thiếu năng tuần hoàn não, xuất huyết não, nhũn não... |
| Xxxxx Xxxxx Neuro Max  | 1,200,000 | Hộp 30 viên | Hỗ trợ điều trị suy nhược thần kinh mất ngủ lo âu, sa sút trí tuệ, rối loạn nhận thức, hành vi do bệnh lý não, tâm thần, trầm cảm, stress |
| Xxxxx Xxxxx Uriclean  | 540,000 | Hộp 30 viên | Phòng nhiễm khuẩn trên các bệnh nhân bị tổn thương tủy sống do hạn chế lưu thông nước tiểu ở bàng quang hoặc đái buốt, đái dầm |

Danh sách sản phẩm của công ty TNHH thương mại Xxxxxix





| TPCN TIM MẠCH | | | |
|---------------|----------------------|-------------------|--|
| Tên | Giá thị trường (VNĐ) | Quy cách đóng gói | Công dụng |
| Xxxxx 3,6,9 | 275,000 | Lọ 100 viên | Chống oxy hóa, giảm lượng cholesterol và triglycerid máu |

| | | | |
|--|---------|------------|---|
|  | | | |
| Xxi Xxxx  | 425,000 | Lọ 30 viên | Giúp an thần, ngủ ngon giấc |
| Xxx Xxxxx  | 400,000 | Lọ 60 viên | Hỗ trợ điều trị và ngăn ngừa các biến chứng của bệnh tiểu đường, giảm glucose, cholesterol và lipid máu |
| Xxx Oxy  | 425,000 | Lọ 60 viên | Làm giãn mạch máu, giúp hạ huyết áp. Giúp hạ mỡ máu, giảm nguy cơ mắc các bệnh tim mạch |
| Xxx Oxy1  | 450,000 | Lọ 60 viên | Giảm đường huyết, giảm Cholesterol máu, cải thiện tuần hoàn máu, phòng ngừa 1 số bệnh tim mạch. |
| XxXxxxx  | 325,000 | Lọ 30 viên | Hỗ trợ điều trị viêm gan, bồi bổ gan và phục hồi chức năng gan |
| Xxx Happy  | 334,000 | Lọ 60 viên | Tạo giấc ngủ sâu và ngon hơn, hỗ trợ điều trị mất ngủ |
| TPCN XƯƠNG KHỚP | | | |



| Tên | Giá thị trường (VNĐ) | Quy cách đóng gói | Công dụng |
|--|----------------------|-------------------|--|
| Xxxxx XXXXXXXX  | 356,000 | Lọ 60 viên | Phòng thoái hóa khớp. Hỗ trợ điều trị các chứng đau do khô khớp, thoái hóa khớp, đĩa đệm |
| Xxx Gut  | 425,000 | Lọ 60 viên | Giúp lợi tiểu, tăng cường đào thải acid uric ra ngoài cơ thể, giảm acid uric trong máu, hỗ trợ điều trị bệnh gut |
| Xxx Star  | 375,000 | Lọ 60 viên | Giúp hỗ trợ tăng tiết dịch khớp và giảm đau nhức xương khớp. Hỗ trợ điều trị viêm khớp, thoái hóa khớp |
| TPCN LÀM ĐẸP | | | |
| Tên | Giá thị trường (VNĐ) | Quy cách đóng gói | Công dụng |
| Viên bôi da nhau thai cừu  | 350,000 | Lọ 60 viên | Nuôi dưỡng da, ngăn ngừa các vết thâm nám trên da. Làm da mềm mại, giảm các vết nhăn, giảm quá trình lão hóa da. Duy trì vẻ đẹp của da, làm trắng da |
| Viên bôi da nhau thai cừu  | 350,000 | Lọ 60 viên | Nuôi dưỡng da, ngăn ngừa các vết thâm nám trên da. Làm da mềm mại, giảm các vết nhăn, giảm quá trình lão hóa da. Duy trì vẻ đẹp của da, làm hồng da |
| Natural Vitamin E  | 245,000 | Lọ 100 viên | Phòng chống lão hóa, ngăn ngừa nếp nhăn, duy trì vẻ đẹp của da. Hỗ trợ điều trị và dự phòng thiếu vitamine E |


| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Danh sách sản phẩm của công ty TNHH MXXXXIXX Việt Nam

| TPCN | | | |
|---|----------------------|-------------------|--|
| Tên | Giá thị trường (VNĐ) | Quy cách đóng gói | Công dụng |
| Xxxxxx Xxxx Xxx Xxx Oil Xxxxx 3, 6, 9  | 397,000 | Lọ 100 viên | Giảm nguy cơ nghẽn mạch vành, duy trì và hỗ trợ sức khỏe tim mạch, bảo vệ tế bào thần kinh não, tăng cường trí nhớ, ngăn ngừa các bệnh về mắt, chống lão hóa, giúp da mềm mại, tươi trẻ |
| Xxxxxxxx Xxxx XXXXXXXXXXXXX  | 397,000 | Lọ 30 viên | Giúp tăng cường tuần hoàn não và lưu thông máu, phòng và điều trị tai biến mạch máu não, đau thắt ngực, ổn định huyết áp, tăng cường sinh lực, cải thiện tình trạng mệt mỏi và suy giảm trí nhớ ở người cao tuổi |
| Xxxxxxxx xxx Xxxx Xx  | 520,000 | Lọ 237ml | Cá tuyết Bắc Cực sở hữu hàm lượng DHA, Acid Folic vượt bậc giúp trẻ phát triển não bộ, thông minh và khỏe mạnh hơn. |
| Xxxxx Xxx XXXXXXXX  | 790,000 | Lọ 60 viên | Disc Discovery davinci laboratories of vermont là thực phẩm chức năng dành cho người bị thoái hóa cột sống và đau đĩa đệm. |

Danh sách sản phẩm của công ty Cổ phần dược phẩm XXXX

| TPCN | | | |
|---|----------------|-------------------|--|
| Tên | Giá thị trường | Quy cách đóng gói | Công dụng |
| Xxxxxx 22 Vitamin  | 320,000 | Lọ 125ml | Bổ sung hàng ngày các loại vitamin và các nguyên tố vi lượng giúp đạt hiệu quả tốt nhất cho sự phát triển cân bằng và bền vững cho trẻ trong suốt quá trình phát triển |
| Xxxxxx XXXXXXX Txxxx  | 320,000 | Lọ 125ml | Kích thích bé ăn ngon và tăng cân |
| Xxxxxx Lxxxxxx XXXXXXXX | 320,000 | Lọ 125ml | Tăng khả năng miễn dịch cho trẻ |

| | | |
|---|--|----|
|  | | em |
|---|--|----|

4. Phân tích SWOT

| Điểm mạnh | Điểm yếu |
|---|---|
| <p>Có nhiều mối quan hệ thân thiết với người quen, khách hàng, đồng nghiệp</p> <p>Khu vực kinh doanh đặt tại trung tâm XX Xixx, có nhiều lợi thế cạnh tranh</p> <p>Mô hình kinh doanh tiên phong (siêu thị mini) kinh doanh chuyên các sản phẩm TPCN</p> | <p>Hạn chế về tài chính</p> <p>Kinh nghiệm về thị trường TPCN chưa nhiều</p> |
| Cơ hội | Thách thức |
| <p>Dân trí ngày càng được nâng cao</p> <p>Người dân ngày càng quan tâm tới sức khỏe của bản thân và tiếp nhận nhiều thông tin về việc bảo vệ sức khỏe</p> <p>Số lượng sản phẩm nhập khẩu đa dạng và phong phú về chủng loại và ngày càng tăng trưởng</p> <p>Tiềm năng cho thị trường thực phẩm chức năng ở Xxxx Xx là rất lớn</p> <p>Công nghệ sinh học ngày càng phát triển nên việc sản xuất ra các sản phẩm TPCN ngày càng nhiều.</p> <p>Việt Nam chịu ảnh hưởng của xu hướng Thế giới.TPCN trên thế giới và khu vực ASEAN cũng tác động mạnh mẽ vào thị trường Việt Nam .</p> | <p>Thách thức lớn nhất là tâm lý người tiêu dùng bị tác động, niềm tin của khách hàng đối với sản phẩm TPCN chưa cao</p> <p>Các quy định pháp luật về TPCN còn thiếu và chưa đầy đủ, đặc biệt là các tiêu chuẩn, quy chuẩn và quy định quản lý.</p> <p>Các cơ sở, công ty, tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh còn mang tính riêng lẻ, trước mắt vì lợi ích riêng của mình, chưa có sự liên kết, tổ hợp để tạo ra sức mạnh dây chuyền và bền vững.</p> <p>Người tiêu dùng sử dụng TPCN còn thấp, mục đích sử dụng phần lớn là để hỗ trợ chữa bệnh.</p> <p>Quảng cáo TPCN còn nhiều sai phạm.</p> |

PHẦN 2:MÔ HÌNH KINH DOANH



Giai đoạn 09/2015-09/2017

Giai đoạn 09/2018-09/2019

Giai đoạn 09/2015-09/2017(ngắn hạn và trung hạn): công ty tập trung phân phối các sản phẩm từ các nhà cung cấp uy tín trên cả nước đến trực tiếp người tiêu dùng tại xxxx Xx.

Trong giai đoạn này, công ty sẽ là đại lý cấp 1 cho các nhà cung cấp chính.

Giai đoạn 09/2018-09/2019 (dài hạn): ...

...

I. MÔ HÌNH SIÊU THỊ MINI

Thiết kế lấy màu xanh lá cây làm chủ đạo, tạo cảm giác thân thiện với môi trường.

Sử dụng nội thất sang trọng và tinh tế tạo không gian thoải mái cho khách hàng khi tới mua sản phẩm

Xây dựng 1 phòng hội thảo giới thiệu sản phẩm với sức chứa khoảng 30 người, chuẩn bị đầy đủ các trang thiết bị cần thiết như máy chiếu, bàn ghế, ánh sáng và một số vật dụng cần thiết khác.

Thời gian hoàn thành siêu thị mini dự kiến 20 ngày để đưa vào hoạt động.

Đơn vị thiết kế dự kiến: www.thietkenhadepxxx.com (Xxxx Xx)

www.xxxxx.vietnamnay.com (Xxxx Xx)



PHẦN 3: KẾ HOẠCH KINH DOANH

I. KẾ HOẠCH MARKETING

Thống kê thương mại điện tử Việt Nam 2014. Với doanh thu ước tính 2,97 tỷ USD, thương mại điện tử Việt Nam có những thay đổi quan trọng, trong đó xu hướng mua sắm trên mạng được dự báo sẽ phát triển mạnh, thu hút sự quan tâm của doanh nghiệp và người dùng internet trong những kế tiếp. 39% dân số sử dụng Internet và tiếp tục bùng nổ những năm sau.

Tim hiểu thông tin website của những công ty lớn thuộc ngành thực phẩm chức năng cho thấy rằng hầu hết các công ty này đều sử dụng trang tìm kiếm là công cụ chủ yếu mang đến lượng truy cập về website cho các công ty. Lượng tìm kiếm một số từ khóa liên quan đến thực phẩm chức năng trên google.com khá lớn và phân bố khá đều vào các tháng trong năm. Trên trang google.com nhận thấy không chỉ nhà sản xuất mà cả những nhà phân phối thực phẩm chức năng cũng tăng cường khai thác hiệu quả từ gã khổng lồ google này.



Ad group ideas

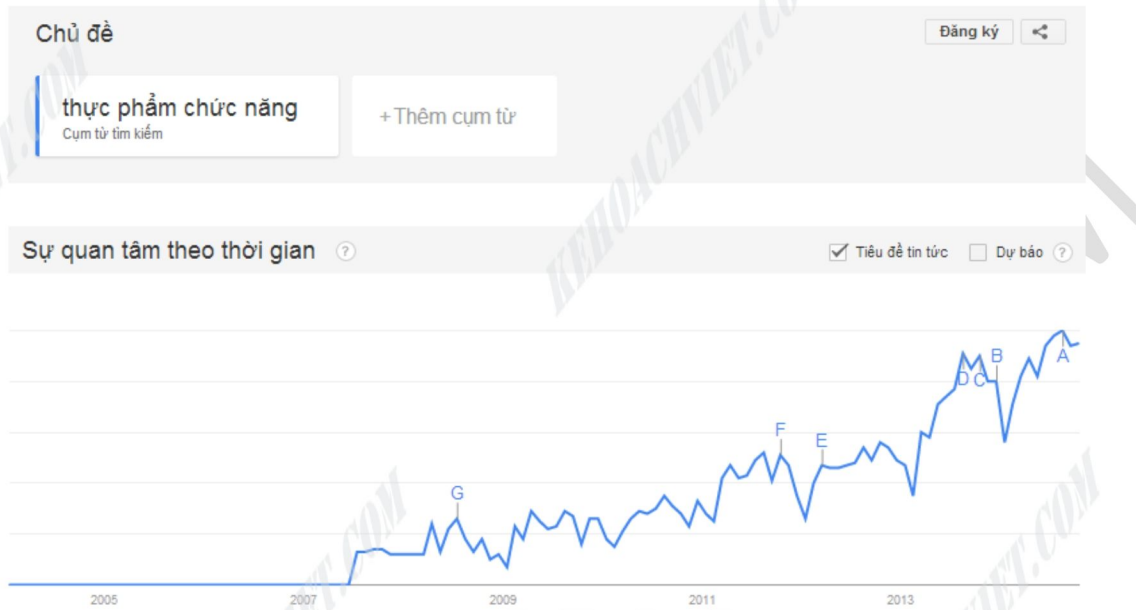
Keyword ideas

Download

Download

Add all (2)

| Search terms | Avg. monthly searches | Competition | Suggested bid | Ad impr. share | Add to plan |
|---------------------|-----------------------|-------------|---------------|----------------|-------------|
| thực phẩm chức năng | 4.400 | Medium | ₫3.417 | - | >> |



1. Quảng cáo online

Xây dựng website đẹp và chuyên nghiệp gồm các tính năng sau:

- Hỗ trợ giao diện mobile
- Màu sắc hài hòa, cân đối, tạo sự thiện cảm đối với người xem
- Tốc độ truy cập trang web nhanh
- Độ bảo mật cao, quản lý thông tin hiệu quả
- Thiết kế chuẩn S.E.O, dễ dàng lên Top của trang tìm kiếm google hoặc trang tìm kiếm Cốc Cốc của Việt Nam
- Nhiều chức năng hỗ trợ bán hàng như thống kê số lượng hàng hóa, các chức năng thanh toán, đặt hàng, hỗ trợ người tiêu dùng trực tuyến, thống kê được số lượng người xem website, thống kê lượt xem của từng bài viết quảng cáo
- Website tham khảo www.xxxx.com.vn

| | | | | | | | | |
|---------------|-------------------|------------|---------------------|-----------------------|---------------|--------|---------------------|----------------|
| | Làm đẹp | Giảm cân | Mỹ phẩm thiên nhiên | Collagen | Bé khỏe | Bà bầu | Sinh lực đàn ông | Nội tiết nữ |
| Chống lão hóa | Hồi phục & bồi bổ | Xương khớp | Mắt sáng | Vitamin & khoáng chất | Thảo dược quý | Gan | Dinh dưỡng thể thao | Não & Tim mạch |

TRUNG TÂM COLLAGEN CAO CẤP





Nước uống Super Collagen CoQ10 Premium
~~3.500.000 VND~~ 3.400.000 VND
Mua ngay



Fine Pure Collagen
2.420.000 VND
Mua ngay



Nước uống Venus Charge Collagen
1.750.000 VND
Mua ngay



Collagenaid gói 110g
800.000 VND
Mua ngay

Chi tiết xây dựng website:


- Chi phí thành lập website bao gồm cả hosting và tên miền : 5 triệu
- Thời gian hoàn thành : 30 ngày
- Đơn vị thiết kế : www.xxxx.com (Xxxx Xx)
- Hỗ trợ bảo trì website trong vòng 1 năm
- Hướng dẫn demo 5 bài viết và hướng dẫn nhập nội dung vào website.


Chi phí xây dựng bài viết quảng cáo sản phẩm:

- 250,000 VNĐ/ bài: Bài viết PR trên website . Bài viết maketing PR khoảng 1000 kí tự. Nghiên cứu kĩ lưỡng đối tượng sản phẩm review. Bài viết PR trên web đảm bảo hay, chuẩn Seo mang lại khả năng tương tác cao với người đọc.
- Nếu có bất cứ khúc mắc nào ở bài viết, người viết sẽ liên hệ trực tiếp để chỉnh sửa đến đạt yêu cầu.
- Thời gian hoàn thành bài viết khoảng 1-2 ngày
- Đơn vị viết bài : www.imeovat.com, www.vietpr.edu.vn
- Mỗi tháng nên viết khoảng 4 bài quảng cáo để đưa website lên top tìm kiếm
- Tổng chi phí là 1,000,000VNĐ/ tháng.

Các hoạt động marketing online khác

| Marketing Online | | |
|--------------------|--------------------|--------------|
| Facebook | | |
| Miễn phí | Có phí | |
| Nội dung công việc | Nội dung công việc | Tổng chi phí |
| | | |

| | | |
|---|---|-------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Đăng ký tài khoản Facebook và tạo Fanpage ,tao ra các bài viết nội dung hấp dẫn,có ích,quảng cáo đúng sự thật của sản phẩm. Khi đọc bài viết, người đọc sẽ thấy được những giá trị mà sản phẩm đem lại, từ đó tạo ra nhu cầu cho khách hàng sẵn sàng mua sản phẩm của công ty. ✓ Chia sẻ các bài viết cho bạn bè, người quen có nhiều mối quan hệ, thông qua họ để quảng cáo cho sản phẩm ✓ Quảng cáo trên các group Facebook chuyên đề về TPCN có số lượng thành viên đông đảo | | (3 tháng) |
| Youtube | | |
| Miễn phí | Có phí | |
| Nội dung công việc | Nội dung công việc | Tổng chi phí (3 tháng) |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dùng các video quảng cáo có sẵn, và đưa lên youtube, và để tăng tính hiệu quả nhân viên marketing cần chú ý những công việc như sau ✓ Hãy tối ưu hóa video với từng từ khóa. Để biết từ khóa nào thu hút nhiều lượng truy cập, dùng YouTube AdWords Keyword Tool ✓ Dùng từ khóa ở mọi phần trọng yếu của video: tiêu đề, description, tag. Chính category cho phù hợp ✓ Tăng cường share video cho thật nhiều người ở khắp nơi ✓ Xây dựng mối quan hệ với những video uploader có chủ đề tương tự với video (dựa trên key words, related videos, categories, etc.). Hãy bắt đầu bằng cách comment về video của họ, làm video response hoặc subscribe. ✓ Hãy tích cực khuyến khích người xem hành động .Đó có thể là đến website để biết thêm | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Quảng cáo Youtube hiển thị - Dạng văn bản ✓ Quảng cáo trong khu vực địa lý Việt Nam, thời gian xuất hiện quảng cáo khoảng 19h-20h tính theo giờ Việt Nam • Chi phí để có 2,000,000 lượt hiện thị trong giai đoạn 3 tháng • Đơn vị thực hiện quảng cáo: www.quangcaosieutoc.com  | 6,000,000 |

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| thông tin, subscribe hay xem thêm các video khác. | | |
| Forum | | |
| Miễn phí | Có phí | |
| Nội dung công việc | Nội dung công việc | Tổng chi phí (3 tháng) |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Đăng ký tài khoản tại các diễn đàn về sức khỏe và thực phẩm chức năng có lượt view cao và đăng bài quảng cáo, một vài diễn đàn phổ biến như <ul style="list-style-type: none"> • Danthucpham.vn • Webtretho.com • Bacsicom.com | | |
| Quảng cáo trên trang tìm kiếm của trình duyệt Cốc Cốc | | |
| Miễn phí | Có phí | |
| Nội dung công việc | Nội dung công việc | Tổng chi phí (3 tháng) |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Thường xuyên đăng bài trên website, cập nhật các thông tin về sản phẩm, các tin tức về hoạt động kinh doanh thực phẩm chức năng ✓ Tối ưu nội dung để đồng bộ cùng với trình duyệt, đưa bài viết lên top của thanh tìm kiếm. Khi tối ưu cần lưu ý tới tiêu đề, các thẻ tag, các mô tả, nội dung bên trong | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cốc Cốc là công cụ tìm kiếm tối ưu với cơ sở dữ liệu cập nhật lớn nhất Việt Nam với gần 2,1 tỷ website, trong đó số lượng tên miền .com, .vn lớn gấp 2 lần so với Google ✓ Cốc Cốc là website tìm kiếm lớn nhất tại Việt Nam, tương tác với người dùng tần suất cao, tiếp cận với hơn 12 triệu người mỗi tháng • Quảng cáo theo từ khóa (143 triệu lượt tìm kiếm/ 1 tháng), số từ khóa được quảng cáo khoảng 15-20 từ, từ khóa sẽ lên top 3 của trình duyệt trong vòng từ 3 đến 5 tuần • Đơn vị quảng cáo www.quangcaosieutoc.com <p style="font-size: small; margin-top: 10px;"> ➔ QUẢNG CÁO TỪ KHÓA 143 triệu lượt tìm kiếm/tháng </p>  | 3,300,000 |
| Quảng cáo Google Adwords, SEO từ khóa | | |
| Miễn phí | Có phí | |

| Nội dung công việc | Nội dung công việc | Tổng chi phí (3 tháng) |
|---|---|------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">✓ Thường xuyên đăng bài trên website, cập nhật các thông tin về sản phẩm✓ Tối ưu nội dung để đồng bộ cùng với trình duyệt, đưa bài viết lên top của thanh tìm kiếm. Khi tối ưu cần lưu ý tới tiêu đề, các thẻ tag, các mô tả, nội dung bên trong | <ul style="list-style-type: none">✓ Quảng cáo theo từ khóa , số từ khóa được quảng cáo khoảng 6-12 từ, từ khóa sẽ lên top 10 của trình duyệt trong vòng 4 – 5 tuần, những từ khóa đề xuất:, thực phẩm chức năng, thực phẩm bổ sung, thực phẩm làm đẹp, thực phẩm tim mạch hiệu quả✓ Đơn vị quảng cáo: www.quangcaosieutoc.com | 6,000,000 |

2.Quảng cáo truyền thống

❖ Giai đoạn 09/2015-09/2016

- Liên kết với đài phát thanh tại XX Xixx tài trợ cho các chương trình tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm và địa điểm kinh doanh TPCN để quảng bá hình ảnh và thương hiệu của công ty, 1 tuần phát loa quảng cáo 1 lần
- Thêm vào đó , doanh nghiệp có thể giới thiệu sản phẩm bằng cách gửi cho khách hàng những catalogue được thiết kế đẹp và chuyên nghiệp, những ấn phẩm như sách báo, tạp chí về TPCN
- Nội dung quảng cáo các sản phẩm phải đúng, không thổi phồng các tính năng cũng như công dụng của thực phẩm chức năng gây hoang mang cho người tiêu dùng.
- Có những mẫu quảng cáo độc đáo để có thể cuốn hút người tiêu dùng như : mẫu quảng cáo về sức khỏe có ý nghĩa, những mẫu quảng cáo về môi trường có liên quan tới thực phẩm chức năng.
- Bảng hiệu của công ty có thể ghi là thực phẩm bổ sung hoặc thực phẩm dinh dưỡng, tránh ghi thực phẩm chức năng để làm giảm ảnh hưởng tới công việc kinh doanh và tăng cường quảng cáo hình ảnh của công ty.
- In ấn các decal và dán vào các bình nước của công ty phân phối nước uống lớn nhất tại Xxxx Xx, cách tiếp cận khách hàng qua phương pháp này hiệu quả và chi phí thấp.

❖ Giai đoạn 09/2016-09/2019

- Tổ chức hội thảo giới thiệu sản phẩm với sự tham gia của các chuyên gia về dinh dưỡng, thực phẩm chức năng tại siêu thị mini sau khi đã đăng ký đầy đủ hồ sơ theo quy định của pháp luật
- Tổ chức khám bệnh định kỳ cho khách hàng từ 2 đến 3 lần trong 1 tuần với sự chẩn đoán của các bác sĩ
- Kết hợp bán hàng và làm từ thiện, với mỗi sản phẩm bán ra , chủ doanh nghiệp sẽ trích phần hoa hồng đóng góp vào quỹ người nghèo của tỉnh Xxxx Xx .Thông qua đó để tạo lòng tin cho khách hàng và quảng bá thương hiệu của công ty. Thời gian thực hiện chương trình trong nhiều năm

- Tham gia thường xuyên các chương trình từ thiện của tỉnh Xxxx Xx, trích một phần doanh thu để ủng hộ các quỹ người nghèo, tham gia tặng quà cho trẻ em nghèo, người già cô đơn và các chương trình khác.

II. KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

Mục tiêu bán hàng

| Năm | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Doanh thu từ sản phẩm của công ty TNHH DV YT Xixx Xxxix | | | | | |
| Doanh thu (VNĐ) | | | | | |
| Số lượng (hộp) | | | | | |
| Giá bán bình quân (VNĐ) | | | | | |
| Doanh thu từ sản phẩm của công ty TNHH Xxxxxix | | | | | |
| Doanh thu (VNĐ) | | | | | |
| Số lượng (hộp) | | | | | |
| Giá bán bình quân (VNĐ) | | | | | |
| Doanh thu từ sản phẩm của công ty cổ phần XXXX | | | | | |
| Doanh thu (VNĐ) | | | | | |
| Số lượng (hộp) | | | | | |
| Giá bán bình quân (VNĐ) | | | | | |
| Doanh thu từ sản phẩm của công ty TNHH MXXXXIXX VIỆT NAM | | | | | |
| Doanh thu (VNĐ) | | | | | |
| Số lượng (hộp) | | | | | |
| Giá bán bình quân (VNĐ) | | | | | |
| Tổng doanh thu từ sản phẩm của các nhà cung cấp chính | | | | | |
| Doanh thu (VNĐ) | | | | | |

Khách hàng mục tiêu

- Nam giới trong độ tuổi trung niên từ 35 tuổi trở lên
- Phụ nữ trong độ tuổi từ 30 trở lên
- Trẻ em đang trong độ tuổi phát triển

Đây là nhóm tiêu dùng có nhu cầu sử dụng TPCN cao nhất, đang đi làm chủ yếu với những công việc sử dụng trí óc, chất xám nhiều, thu nhập tương đối ổn định

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

Mục tiêu của công ty là trở thành một địa điểm kinh doanh TPCN nổi tiếng tại Xxxx Xx nên công ty cần phải thực hiện các chương trình marketing online và quảng cáo truyền thống thường xuyên để định vị hình ảnh và thương hiệu của mình.

Chiến lược giá cả

Cửa hàng phân phối những sản phẩm có giá vừa phải, phù hợp với mức thu nhập bình quân của người dân tại Xxxx Xx nhưng chất lượng sản phẩm vẫn vượt trội

Chiến lược sản phẩm

Tạo sự khác biệt về sản phẩm bằng cách tìm kiếm những sản phẩm chất lượng trên thị trường từ những công ty được phẩm uy tín hoặc các công ty nhập khẩu có độ tin cậy cao.

Những sản phẩm này yêu cầu đã đăng ký chứng nhận với chi cục an toàn vệ sinh thực phẩm và đăng ký xác nhận công bố phù hợp quy định an toàn thực phẩm

Lựa chọn phân phối những sản phẩm có mẫu mã, bao bì đẹp, thông tin trên nhãn sản phẩm phải rõ ràng và đầy đủ theo quy chuẩn đã được kiểm định.

Chính sách bán hàng

Sản phẩm được bảo hành theo quy định của hãng.

Mọi sản phẩm được trưng bày tại showroom và website đều được niêm yết giá(chưa bao gồm VAT), Với những sản phẩm có khuyến mãi, giá khách hàng phải thanh toán là giá khuyến mãi tại công ty.

Giao hàng miễn phí với hóa đơn từ 1 triệu trở lên trong nội thành của Xxxx Xx

Với mỗi sản phẩm khách hàng mua, khách hàng sẽ được tham gia chương trình khám chữa bệnh do công ty tổ chức hằng tuần.

• Đổi và trả hàng

Tất cả hàng hóa mua tại công ty đều có thể đổi sang một chủng loại hàng hóa khác ngang giá hoặc giá cao hơn trong vòng 3 ngày. Trong trường hợp hàng hóa trao đổi có giá thấp hơn, khách hàng phải mua tăng số lượng hàng để bù đắp vào mức chênh lệch giá. Tất cả hàng hóa muốn trao đổi phải còn nguyên hộp, nguyên tem, đảm bảo và có hóa đơn bán hàng đi kèm.

Tất cả hàng hóa mua tại công ty đều có thể trả lại trong vòng 3 ngày với điều kiện hàng hóa đó có hóa đơn bán hàng , hàng hóa chưa bị mở hộp, và còn nguyên tem bảo đảm.

• Bán hàng tại showroom

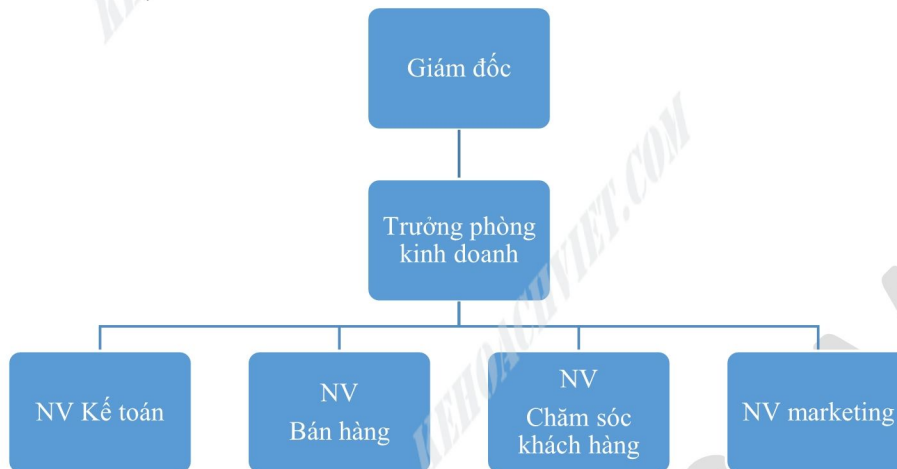
Khách hàng mua hàng tại showroom có thể thanh toán bằng tiền mặt và các loại thẻ đang lưu hành trên thị trường mà không phải trả thêm phí.

Với đơn hàng lớn mà kho hàng của công ty hiện không có đủ hàng, khách hàng có thể phải đặt cọc một số tiền nhất định theo yêu cầu của nhân viên bán hàng.

Thường xuyên tạo ra các chương trình khuyến mãi, giảm giá, trong các ngày lễ lớn và các dịp đặc biệt và có thể thương lượng hợp tác với các công ty thương mại điện tử như hotdeal.vn, nhommua.com

III. KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

Sơ đồ tổ chức nhân sự



Nhiệm vụ của từng bộ phận

Giám đốc

- Định hướng hoạt động của công ty
- Quản lý và đưa ra các quyết định quan trọng.
- Thực hiện các hoạt động tài chính như huy động, sử dụng và kiểm soát vốn có hiệu quả.
- Tổ chức các hoạt động xây dựng văn hóa, thương hiệu cho công ty.
- Xác minh các thông tin quan trọng về hoạt động của các nhân viên và thị trường TPCN
- Tham gia dự báo biến động thị trường TPCN.
- Tạo mối quan hệ tốt với khách hàng, đồng nghiệp và các mối quan hệ xã hội.

Trưởng phòng kinh doanh

- Quản lý tất cả hoạt động của siêu thị
- Xây dựng các quy định và thời gian làm việc cho nhân viên.
- Kiểm tra thường xuyên, đánh giá cơ sở vật chất gồm trang thiết bị, hàng hóa của siêu thị, nếu cần thiết có thể ra các quyết định tu bổ, sửa chữa khi có hư hỏng.
- Chịu trách nhiệm thu tiền của khách hàng một cách hợp lý và hiệu quả.
- Tuyển dụng, đào tạo nhân sự cho cửa hàng.
- Thực hiện việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp.
- Xác minh các thông tin quan trọng về hoạt động của các nhân viên và thị trường TPCN

Nhân viên kế toán

- Tổng hợp, theo dõi sổ sách kế toán, lập báo cáo thuế, báo cáo tài chính theo chế độ kế toán hiện hành.
- Đảm bảo thực hiện đầy đủ các chế độ phúc lợi cho nhân viên trong công ty.
- Hỗ trợ giám đốc kiểm tra tình trạng xuất nhập tồn hàng hóa hàng tháng với các nhà cung cấp
- Thường xuyên báo cáo thời hạn sử dụng hàng hóa
- Báo cáo tình hình sử dụng hóa đơn

- Thanh toán, xử lý công nợ với các nhà cung cấp
- Thực hiện các công việc khác theo sự chỉ đạo của giám đốc

Nhân viên bán hàng

- Tư vấn và giới thiệu sản phẩm của hãng tới khách hàng, làm việc trực tiếp tại cửa hàng
- Thực hiện các công việc khác theo sự chỉ đạo của giám đốc

Nhân viên chăm sóc khách hàng

- Tiếp nhận thông tin từ khách hàng bao gồm thông tin khách hàng mua hàng, khiếu nại và mọi thông tin khác qua đường dây hotline của công ty và qua công cụ chat trực tuyến của website
- Phối hợp với nhân viên marketing để thực hiện các chương trình quảng cáo khuyến mãi, CSKH trong những dịp đặc biệt.
- Đảm bảo khách hàng nhận được thông tin hàng hóa dịch vụ tốt nhất và nhanh nhất.

Nhân viên marketing

- Xây dựng và triển khai chiến lược marketing ngắn và dài hạn theo kế hoạch kinh doanh
- Triển khai các hoạt động tiếp thị, truyền thông online và offline.
- Quản lý công việc hàng ngày
- Thực hiện việc đưa từ khóa được chọn của website lên TOP 10 của trang tìm kiếm google hoặc trình duyệt Cốc Cốc.
- Cải tiến kế hoạch làm SEO theo hướng tối ưu hơn cho website hiện tại của Công ty.
- Theo dõi & báo cáo thứ hạng của website
- Nâng cao hiệu quả hoạt động của website công ty trên internet và thông qua các công cụ tìm kiếm.
- Cập nhật thông tin về sản phẩm, các thông tin khuyến mãi vào website.
- Đăng bài biết trên các mạng xã hội facebook, google +..., đăng quảng cáo trên các trang web có lượt view cao
- Bảo trì website, khi có sự cố kỹ thuật phải xử lý khắc phục trong thời gian sớm nhất.
- Các công việc khác theo yêu cầu của giám đốc.

Chính sách tuyển dụng

- Tuyển dụng theo nhu cầu và tiêu chuẩn
- Ưu tiên có kinh nghiệm bán hàng và nguồn nhân lực tại địa phương

Lương, thưởng, nghỉ lễ, hợ đồng lao động

- Đảm bảo thu nhập của nhân viên cạnh tranh và tương xứng
- Lương bao gồm lương cơ bản và các loại phụ cấp tương xứng với công sức, trách nhiệm và hiệu quả lao động
- Chế độ khen thưởng định kỳ 1 lần 1 năm và tăng 5% tùy theo kết quả hoạt động kinh doanh

- 12 ngày nghỉ phép trong 1 năm
- Thưởng lễ tết và các dịp đặc biệt

Bảng số lượng nhân sự qua các năm

| STT | Vị trí | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | Giám đốc | | | | | |
| 2 | Trưởng phòng kinh doanh | | | | | |
| 3 | NV kế toán | | | | | |
| 4 | NV bán hàng | | | | | |
| 5 | NV chăm sóc khách hàng | | | | | |
| 6 | NV marketing | | | | | |
| Tổng | | | | | | |

Bảng lương nhân viên qua các năm

| STT | Vị trí | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | Giám đốc | | | | | |
| 2 | Trưởng phòng kinh doanh | | | | | |
| 3 | NV kế toán | | | | | |
| 4 | NV bán hàng | | | | | |
| 5 | NV chăm sóc khách hàng | | | | | |
| 6 | NV marketing | | | | | |
| Tổng | | | | | | |

IV. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

Công ty sử dụng vốn vay 1 tỷ đồng từ ngân hàng với mức lãi suất 8%/năm

Chi phí đầu tư tài sản cố định

| Danh mục chi phí | Đơn vị tính | Số lượng | Đơn giá (VNĐ) | Thành tiền(VNĐ) |
|--|-------------|----------|---------------|-----------------|
| Chi phí thiết kế | m2 | 80 | 200,000 | 16,000,000 |
| Chi phí sửa chữa, trang trí nội ngoại thất | m2 | 80 | 3,125,000 | 250,000,000 |
| Bảng hiệu | Bộ | 1 | 50,000,000 | 50,000,000 |

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

| | | | | |
|---|-----|---|------------|--------------------|
| Máy vi tính để bàn | Bộ | 3 | 7,000,000 | 21,000,000 |
| Camera giám sát | Bộ | 4 | 3,000,000 | 12,000,000 |
| Tivi 40 inch | Cái | 1 | 10,000,000 | 10,000,000 |
| Máy in HP | Cái | 1 | 2,000,000 | 2,000,000 |
| Máy chiếu | Bộ | 1 | 10,200,000 | 10,200,000 |
| Bảng viết | Cái | 1 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| Phần mềm quản lý bán hàng thuốc-dược phẩm | Bộ | 1 | 100,000 | 100,000 |
| Bàn ghế nhân viên | Bộ | 1 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| Bộ bàn ghế tiếp tân | Bộ | 1 | 4,000,000 | 4,000,000 |
| Tủ đựng hồ sơ | Bộ | 1 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| Máy lạnh | Bộ | 1 | 10,000,000 | 10,000,000 |
| Bàn ghế tiếp khách | Bộ | 2 | 3,000,000 | 6,000,000 |
| Máy đọc mã vạch | Bộ | 1 | 1,500,000 | 1,500,000 |
| Máy in hóa đơn Bill K58 | Bộ | 1 | 1,600,000 | 1,600,000 |
| Các trang thiết bị khác (giấy in, mực, khay hồ sơ...) | Bộ | 1 | 2,600,000 | 2,600,000 |
| Tổng | | | | 400,000,000 |

Chi phí đầu tư ban đầu

| Danh mục chi phí | Thành tiền (VNĐ) | Ghi chú |
|---|----------------------|---------|
| Đầu tư tài sản cố định | 400,000,000 | |
| Vốn dự phòng | 200,000,000 | |
| Vốn cho hàng hóa ban đầu | 300,000,000 | |
| Dự kiến chi phí phát sinh | 65,000,000 | |
| Dịch vụ thành lập doanh nghiệp | 15,000,000 | |
| Thiết kế website | 5,000,000 | |
| Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu (logo, namecard, catalogue, brochure) | 5,500,000 | |
| In ấn bộ nhận diện thương hiệu | 9,500,000 | |
| Tổng chi phí ban đầu | 1,000,000,000 | |

Bảng kế hoạch nhập hàng

| Tên | Số lượng (Hộp) | Đơn giá (VNĐ) | Thành tiền (VNĐ) | Ghi chú |
|-------------------------------------|----------------|---------------|------------------|---------|
| Công ty TNHH DV YT Xixx Xxxx | | | | |
| Xi-Xxxxx | | | 4,800,000 | |
| Xi-XXX | | | 4,800,000 | |
| Xxxxx Xxxxxx XX | | | 11,200,000 | |
| Xxxxx Xxx Xxxxx Xxxx | | | 7,600,000 | |
| Sữa ong chúa Xxxxx Xllx | | | 9,600,000 | |

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

| | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--------------------|--|
| Xixx X+ | | | 9,600,000 | |
| Xxxxxxm | | | 5,600,000 | |
| Xxx-Xxxxx | | | 2,000,000 | |
| Xxxxx xxxxx XXX | | | 4,320,000 | |
| Xxxxx Xxxxx XXXXXXXXXXXX | | | 9,600,000 | |
| Xxxxx Xxxxx Citicoline | | | 9,600,000 | |
| Xxxxx Xxxxx | | | 9,600,000 | |
| Neuro Max | | | 9,600,000 | |
| Xxxxx Xxxxx Uriclean | | | 4,320,000 | |
| Tổng | | | 102,240,000 | |
| Công ty TNHH Xxxxxix | | | | |
| Xxxxx 3,6,9 | | | 4,400,000 | |
| Xxxi Xxxx | | | 6,800,000 | |
| Xxx Xxxxx | | | 6,400,000 | |
| Xxx Oxy | | | 6,800,000 | |
| Xxx Oxy1 | | | 7,200,000 | |
| XxXxxxx | | | 5,200,000 | |
| Xxx Happy | | | 5,344,000 | |
| Xxxxx XXXXXXX | | | 5,696,000 | |
| Xxx Gut | | | 6,800,000 | |
| Xxx Star | | | 6,000,000 | |
| Viên bôi da nhau thai cừu | | | 5,600,000 | |
| Viên bôi da nhau thai cừu | | | 5,600,000 | |
| Natural Vitamin E | | | 3,920,000 | |
| Liquid calcium | | | 3,520,000 | |
| Tổng | | | 79,280,000 | |
| Công ty Cổ phần XXXX | | | | |
| Xxxxxx 22 Vitamin | | | 7,680,000 | |
| Xxxxxx XXXXXX Txxxx | | | 7,680,000 | |
| Xxxxxx Lxxxxxx XXXXXXXX | | | 7,680,000 | |
| Tổng | | | 23,040,000 | |
| Công ty TNHH MXXXXIXX Việt Nam | | | | |
| Xxxxxx Xxxx Xxx Xxx Oil | | | 9,528,000 | |
| Xxxxx 3, 6, 9 | | | | |
| Xxxxxxx Xxxx XXXXXXXXXXXXX | | | 9,528,000 | |
| Xxxxxxx xxx Xxxx Xx | | | 12,480,000 | |
| Xxxxx Xxx XXXXXXXX | | | 18,960,000 | |
| Tổng | | | 50,496,000 | |
| Tổng giá trị | | | 250,256,000 | |

Bảng chi phí bán hàng – marketing (VNĐ)

| STT | Vị trí | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|-----|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | Khuyến mãi | | | | | |
| 2 | Viết bài quảng cáo | | | | | |
| 3 | Quảng cáo Youtube hiển thị -Dạng văn bản | | | | | |
| 4 | Quảng cáo trên trang tìm kiếm | | | | | |

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

| | | | | | | |
|------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | của trình duyệt Cốc Cốc | | | | | |
| 5 | Quảng cáo Google Adwords, SEO từ khóa | | | | | |
| 6 | Chi phí từ thiện | | | | | |
| 7 | Bảo trì website | | | | | |
| Tổng | | 184,440,000 | 221,958,000 | 236,233,800 | 251,937,180 | 269,210,898 |

Bảng chi phí quản lý qua các năm (VNĐ)

| STT | Vị trí | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|------|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Giám đốc | | | | | |
| 2 | Trưởng phòng kinh doanh | | | | | |
| 3 | Tiền điện | | | | | |
| 4 | Tiền nước | | | | | |
| 5 | Internet | | | | | |
| 6 | Điện thoại | | | | | |
| 7 | VPP | | | | | |
| Tổng | | 175,200,000 | 175,200,000 | 199,560,000 | 199,560,000 | 199,560,000 |

Bảng chi phí nhân sự qua các năm (VNĐ)

| STT | Vị trí | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|------|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | NV kế toán | | | | | |
| 2 | NV bán hàng | | | | | |
| 3 | NV chăm sóc khách hàng | | | | | |
| 4 | NV marketing | | | | | |
| Tổng | | 144,000,000 | 144,000,000 | 240,000,000 | 240,000,000 | 240,000,000 |

1. Bảng kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng kế hoạch kinh doanh theo quý trong năm 1 (VNĐ)

| Năm 1 | Quý I | Quý II | Quý III | Quý IV |
|---------------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|
| Kết quả kinh doanh | | | | |
| Doanh thu | 657,000,000 | 912,000,000 | 1,104,000,000 | 1,104,000,000 |
| Tỷ lệ giá vốn | 75% | 75% | 75% | 75% |
| Giá vốn | 492,750,000 | 684,000,000 | 828,000,000 | 828,000,000 |
| Lợi nhuận gộp | 164,250,000 | 228,000,000 | 276,000,000 | 276,000,000 |

| | | | | |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Tỷ suất lợi nhuận gộp | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Chi phí | | | | |
| Chi phí bán hàng marketing | 18,300,000 | 18,300,000 | 18,300,000 | 18,300,000 |
| Chi phí quản lý | 43,800,000 | 43,800,000 | 43,800,000 | 43,800,000 |
| Chi phí nhân sự | 36,000,000 | 36,000,000 | 36,000,000 | 36,000,000 |
| Khấu hao tài sản cố định | 20,000,000 | 20,000,000 | 20,000,000 | 20,000,000 |
| Chi phí lãi vay | 13,277,778 | 19,500,000 | 19,000,000 | 18,500,000 |
| Thuong doanh số | 6,570,000 | 9,120,000 | 11,040,000 | 11,040,000 |
| Chi phí khác | 19,710,000 | 27,360,000 | 33,120,000 | 33,120,000 |
| Tổng chi phí | 157,657,778 | 174,080,000 | 181,260,000 | 180,760,000 |
| Lợi nhuận trước thuế | 6,592,222 | 53,920,000 | 94,740,000 | 95,240,000 |
| Thuế TNDN | 22% | 22% | 22% | 22% |
| Thuế | 1,450,289 | 11,862,400 | 20,842,800 | 20,952,800 |
| Lợi nhuận ròng | 5,141,933 | 42,057,600 | 73,897,200 | 74,287,200 |
| Lợi nhuận ròng/Doanh thu | 0.78% | 4.61% | 6.69% | 6.73% |

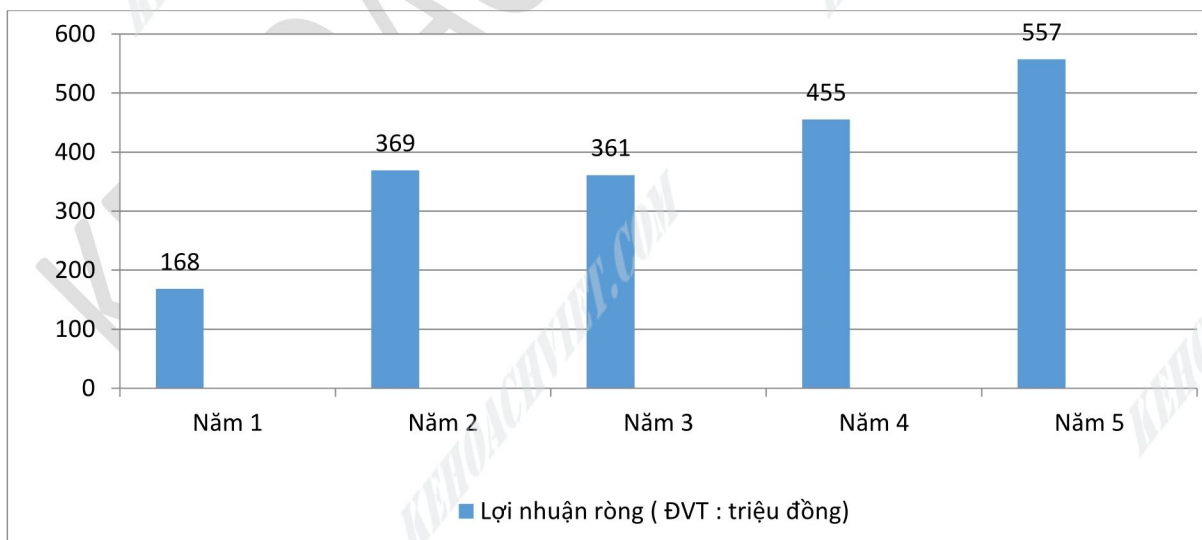
Bảng kết quả hoạt động kinh doanh theo năm (VNĐ)

| Thời gian | Năm 1 | Năm 2 | Năm 3 | Năm 4 | Năm 5 |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Kết quả kinh doanh | | | | | |
| Doanh thu | 3,777,000,000 | 4,154,700,000 | 4,570,170,000 | 5,027,187,000 | 5,529,905,700 |
| Tỷ lệ giá vốn | 75% | 70% | 70% | 70% | 70% |
| Giá vốn | 2,832,750,000 | 2,908,290,000 | 3,199,119,000 | 3,519,030,900 | 3,870,933,990 |
| Lợi nhuận gộp | 944,250,000 | 1,246,410,000 | 1,371,051,000 | 1,508,156,100 | 1,658,971,710 |
| Tỷ suất lợi nhuận gộp | 25% | 30% | 30% | 30% | 30% |
| Chi phí | | | | | |
| Chi phí bán hàng marketing | 184,440,000 | 221,958,000 | 236,233,800 | 251,937,180 | 269,210,898 |
| Chi phí quản lý | 175,200,000 | 175,200,000 | 199,560,000 | 199,560,000 | 199,560,000 |
| Chi phí nhân sự | 144,000,000 | 144,000,000 | 240,000,000 | 240,000,000 | 240,000,000 |
| Khấu hao tài sản cố định | 80,000,000 | 80,000,000 | 80,000,000 | 80,000,000 | 80,000,000 |
| Chi phí lãi vay | 37,770,000 | 41,547,000 | 45,701,700 | 50,271,870 | 55,299,057 |
| Thuong doanh số | 70,277,778 | 69,000,000 | 61,000,000 | 53,000,000 | 45,000,000 |
| Chi phí khác | 37,770,000 | 41,547,000 | 45,701,700 | 50,271,870 | 55,299,057 |

| | | | | | |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Tổng chi phí | 729,457,778 | 773,252,000 | 908,197,200 | 925,040,920 | 944,369,012 |
| Lợi nhuận trước thuế | 214,792,222 | 473,158,000 | 462,853,800 | 583,115,180 | 714,602,698 |
| Thuế TNDN | 22% | 22% | 22% | 22% | 22% |
| Thuế | 47,254,289 | 104,094,760 | 101,827,836 | 128,285,340 | 157,212,594 |
| Lợi nhuận ròng | 167,537,933 | 369,063,240 | 361,025,964 | 454,829,840 | 557,390,104 |
| LNR/DT | 4.39% | 8.83% | 7.85% | 9.00% | 10.03% |

Diễn giải:

- Năm 2 chi phí marketing tăng thêm x triệu đồng từ phí bảo trì website
- Chiết khấu từ năm 2 sẽ là xx% do doanh thu bán hàng ổn định, có lượng khách quen nhiều nên được hưởng ưu đãi từ các nhà cung cấp chính.
- Chi phí bán hàng -marketing chiếm khoảng x% doanh thu mỗi năm
- Từ năm thứ x chi phí nhân sự thay đổi, tuyển dụng thêm 1 nhân viên bán hàng và 1 nhân viên chăm sóc khách hàng
- Từ năm x trở đi chi phí bán hàng –marketing tăng lên khoảng x% mỗi năm, phần tăng này chi phí chủ yếu cho các chương trình từ thiện tại Xxxx Xx (chiếm xx% doanh thu)
- Khấu hao tài sản cố định trong vòng x năm
- Để kích lệ tinh thần làm việc của nhân viên, cửa hàng ra chính sách thưởng doanh số cho mọi người là x% doanh thu
- Các chi phí khác có thể phát sinh trong quá trình kinh doanh như các chi phí sửa chữa, các chi phí mua sắm thiết bị, hàng hóa bị thất lạc, chi phí giao tiếp với khách hàng (chiếm x% doanh thu)



2. Các rủi ro kinh doanh

Các rủi ro chính mà công ty có thể gặp phải bao gồm:

2.1. Rủi ro về niềm tin

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

Rủi ro chính và được xem là cản trở lớn nhất trong việc kinh doanh TPCN là tâm lý người tiêu dùng chưa tin vào sản phẩm do những tác động từ thị trường

Hướng giải quyết:

- Kinh doanh có tâm, vì sức khỏe cộng đồng
- Lựa chọn những sản phẩm chất lượng tốt, cảnh giác với hàng nhái và hàng giả.
- Tham gia tích cực các hoạt động từ thiện tại địa phương.
- Quảng cáo sản phẩm đúng với sự thật, vì lợi ích lâu dài của khách hàng
- Dựa vào mối quan hệ rộng để xây dựng thương hiệu phát triển bền vững và ổn định.

2.2. Rủi ro về sản phẩm

Sản phẩm hết hạn, sản phẩm bị lỗi từ nhà cung cấp và gây ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng, sản phẩm tiêu thụ chậm.

Hướng giải quyết:

- Kiểm tra ngày hết hạn thường xuyên bằng phần mềm quản lý
- Trong hợp đồng nêu rõ các điều kiện và điều khoản, thương lượng với nhà cung cấp về việc đổi trả sản phẩm.
- Nếu sản phẩm ảnh hưởng đến người tiêu dùng thì phải xác định rõ nguyên nhân từ đâu và trách nhiệm bồi thường thuộc về ai và rồi có hướng khắc phục triệt để, tránh những hậu quả nghiêm trọng có thể xảy ra để đảm bảo uy tín cho công ty

2.3. Rủi ro về cạnh tranh

XX Xixx-Xxxx Xx là 1 thị trường đầy tiềm năng và do đó sẽ có nhiều đối thủ xuất hiện trong thời gian tới. Khi có nhiều đối thủ tham gia trên thị trường sẽ làm cho miếng bánh thị phần bị chia nhỏ. Quy mô thị trường giảm xuống đồng nghĩa với việc doanh thu của công ty cũng bị ảnh hưởng nặng nề.

Hướng giải quyết:

Công ty cần có kế hoạch dài hạn về marketing để giữ chân khách hàng hiện có và phát triển thêm khách hàng mới, luôn quan tâm, rà soát, điều chỉnh kế hoạch cho phù hợp với thực tế theo định kỳ, điều chỉnh giá hợp lý với thị trường, chăm sóc, phục vụ chuyên nghiệp, chu đáo, luôn mang đến sự thuận lợi và sự hài lòng cao nhất đến khách hàng.

2.4. Rủi ro về doanh thu

Theo như tính toán bảng kết quả kinh doanh, công ty đưa ra những dự báo doanh thu ở mức an toàn nhất có thể. Trong trường hợp có rủi ro thì mức chi phí tối đa mỗi tháng mà công ty phải chịu đựng là khoản 40 triệu đồng và sẽ được trừ dần vào mức vốn dự phòng của công ty

Hướng giải quyết:

- Tăng cường khai thác các khách hàng hiện tại, những khách hàng tiềm năng chưa sử dụng sản phẩm (bạn bè, người quen) và tìm thêm khách hàng mới.

- Công ty có thể xem xét đến chính sách cắt giảm chi phí, đặc biệt là chi phí quản lý, nhân sự, kể cả chi phí cho hoạt động quảng cáo, bán hàng-marketing.
- Ngoài ra, công ty còn có thể đẩy mạnh kênh bán hàng online, đây cũng là một nguồn thu đáng kể nếu biết cách khai thác

2.5.Phong cách quản lý gia đình nhỏ lẻ, chưa chuyên nghiệp

Do việc sử dụng nhân sự là người trong gia đình, mặc dù có trình độ văn hóa và chuyên môn cao nhưng rất dễ bị nhầm lẫn giữa chức năng quản trị công ty và quản lý theo gia đình.

Hướng giải quyết:

Nghiêm túc ban hành các quy chế hoạt động, quy trình làm việc, nội quy công ty, chế độ thưởng phạt minh bạch, chế độ tuyển dụng, đào tạo công khai, quy định rõ ràng về lương, bảo hiểm xã hội,...xây dựng văn hóa cho toàn công ty, không sử dụng các danh xưng gia đình vào công việc tại công ty.

PHẦN 4: KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI

Thời điểm trước khi khai trương 1 tháng

- Hoàn thiện xây dựng cơ sở vật chất gồm cửa hàng, trang thiết bị vật tư, bộ nhận diện thương hiệu
- Chuẩn bị hệ thống nhân sự sẵn sàng cho hoạt động của cửa hàng
- Hoàn thiện việc thiết kế website, phần mềm quản lý và đưa vào hoạt động.
- Liên hệ với các nhà cung cấp để chuẩn bị nguồn hàng để kinh doanh.
- Hoàn chỉnh bảng kế hoạch kinh doanh và điều chỉnh phù hợp nếu có sự thay đổi.
- Hoàn tất đầy đủ các thủ tục đăng ký giấy phép kinh doanh TPCN.
- Quảng cáo, marketing bước đầu qua việc giới thiệu trước với bạn bè, người quen, đồng nghiệp

Thời điểm sau khi khai trương 3 tháng

- Triển khai các chương trình bán hàng gồm khuyến mãi, giảm giá, có chính sách tốt ưu đãi cho khách hàng
- Theo dõi và đánh giá quá trình hoạt động của cửa hàng trong 3 tháng đầu tiên gồm mục tiêu về doanh thu, chi phí, lợi nhuận, số lượng khách hàng từ đó có những điều chỉnh cho phù hợp với thị trường tại Xxxx Xx. Trước mắt, mục tiêu lợi nhuận trong 3 tháng ở mức thấp
- Xây dựng hình ảnh, thương hiệu dần hoàn thiện bằng các chương trình marketing online và chương trình quảng cáo truyền thống như trong kế hoạch đề ra
- Nhiệt tình chăm sóc, tạo mối quan hệ tốt với khách hàng, cung cấp những thông tin đúng về TPCN cho khách hàng .
- Cố gắng đạt được mục tiêu doanh thu đã đề ra có thể ở mức hòa vốn
- Cố gắng đạt mục tiêu có 500 người tiêu dùng biết đến siêu thị mini bằng cách làm cuộc khảo sát người tiêu dùng thông qua điện thoại, gặp trực tiếp, gửi email

Thời điểm 3 tháng tiếp theo

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

- Đẩy mạnh kế hoạch marketing
- Củng cố hình ảnh, thương hiệu của cửa hàng trong mắt người tiêu dùng theo hướng chuyên nghiệp, tận tâm vì sức khỏe cộng đồng.
- Theo dõi diễn biến hệ thống hoạt động của cửa hàng, có sự thay đổi kịp thời để tránh các sự cố không mong muốn xảy ra gồm các phần sau: sự thay đổi nhân sự, sự biến động doanh thu, những thông tin pháp luật cập nhật về sản phẩm TPCN.
- Cố gắng đạt được mục tiêu doanh thu đã đề ra, tăng trưởng mạnh mẽ.
- Cố gắng đạt mục tiêu có 1000 người tiêu dùng biết đến siêu thị mini bằng cách làm cuộc khảo sát người tiêu dùng thông qua điện thoại, gặp trực tiếp, gửi email

Giai đoạn 09/2016-09/2017

- Giai đoạn phát triển ngắn hạn và trung hạn
- Tổ chức các cuộc hội thảo giới thiệu sản phẩm, tham gia một hoặc hai chương trình từ thiện tại địa phương
- Tập trung bán hàng trực tiếp tại Xxxx Xx và bán hàng online toàn quốc.
- Theo dõi thị trường thường xuyên, từ đó đưa ra những chiến lược phát triển phù hợp
- Giữ vững hình ảnh, thương hiệu đối với người tiêu dùng
- Mở rộng mối quan hệ thật tốt với các nhà cung cấp để họ tạo điều kiện thuận lợi hơn trong việc kinh doanh. Những thuận lợi như các nhà cung cấp sẽ có chiết khấu thật ưu đãi, hỗ trợ trong việc quảng cáo sản phẩm, tiết kiệm được một phần chi phí, hỗ trợ trả chậm sản phẩm trong thời gian tối đa có thể và một số ưu đãi khác
- Không ngừng tham gia vào các hoạt động từ thiện tại địa phương
- Tổng kết lại hoạt động kinh doanh của công ty và đưa ra các phương án kinh doanh phát triển tiếp theo. Các mục tiêu quan tâm là doanh thu, chi phí, lợi nhuận, xem xét đạt bao nhiêu phần trăm so với kế hoạch, nếu chưa đạt như mong muốn cần tìm ra các giải pháp khắc phục.
- Cố gắng đạt mục tiêu 1/4 người dân tại XX Xixx và 3000 người tiêu dùng trên toàn quốc biết đến siêu thị mini bằng cách làm cuộc khảo sát thông qua điện thoại, gặp trực tiếp, gửi email.

Giai đoạn 09/2017-09/2019

- Giai đoạn phát triển dài hạn
- Dự kiến trong thời điểm này, công ty sẽ mở rộng hoạt động kinh doanh bằng cách nhập khẩu trực tiếp các sản phẩm có thương hiệu từ nước ngoài về và sau đó phân phối qua các kênh bán hàng sau:
 - Phân phối sỉ đến cho các cửa hàng TPCN khác, các tiệm thuốc, các đại lý cấp 2 tại địa phương và các tỉnh lân cận
 - Bán lẻ trực tiếp đến tay người tiêu dùng
- Tuyển dụng thêm nhân sự phục vụ cho việc kinh doanh của công ty.
- Đề ra mục tiêu doanh thu kế hoạch và thực tế không có sự chênh lệch quá lớn
- Đưa ra các kế hoạch để phát triển thị trường rộng lớn hơn

- Định vị lại thị trường TPCN lại Xxxx Xx, đưa hình ảnh siêu thị mini là điểm kinh doanh có tiếng trên thị trường
- Cố gắng đạt mục tiêu 1/2 người dân tại XX Xixx và 5000 người tiêu dùng trên toàn quốc biết đến siêu thị mini bằng cách làm cuộc khảo sát thông qua điện thoại, gặp trực tiếp, gửi email.

PHỤ LỤC

Giấy phép kinh doanh

Tài liệu kỹ năng chăm sóc khách hàng

Sơ đồ thiết kế siêu thị mini

*** 1 SỐ THÔNG TIN, NỘI DUNG, SỐ LIỆU VÀ HÌNH ẢNH ĐÃ ĐƯỢC KẾ HOẠCH VIẾT 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.