



Kế hoạch kinh doanh

Mini XXXXX XXX

Contents

TÓM TẮT DỰ ÁN.....	2
I. Giới thiệu	2
1. Bánh xe cuộc đời.....	2
2. Thực trạng.....	3
3. Giải pháp "Ngôi nhà trái tim".....	4
4. Giá trị cung cấp	5
5. Giới thiệu công ty	6
II. Phân tích thị trường	9
1. Kinh tế Việt Nam.....	9
3. Phân tích ngành	11
3.1 Tầng lớp trung lưu Việt Nam	11
3.2 Khách hàng mục tiêu	11
3.3 Đối thủ cạnh tranh.....	12
III. Mô tả hoạt động	12
1. Tổng quan tòa nhà mini xxxxx xxx.....	12
2. Café Xxxxxx House	16
2.1 Mô hình kinh doanh.....	16
2.3 Máy Xxxxxx	20
3. Coffee sôi động - tầng trệt:	22
4. Café và Coaching trị liệu.....	23
5. Tranh vườn tâm hồn.....	24
7. Hội thảo	27
IV. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI.....	30
1. Chiến lược kinh doanh	30
2. Chiến lược kinh doanh	31
1.1 Chiến lược kinh doanh ngắn hạn (1 năm):	31
1.2 Chiến lược kinh doanh dài hạn (5 năm):	31
2. Mục tiêu kinh doanh	32
3. Kế hoạch marketing.....	34
3.1 Mục tiêu marketing	34
3.2 Phân tích khách hàng mục tiêu	34
3.3 Giải pháp marketing	35
3.4 Thông điệp marketing	37
4.1 Mục tiêu bán hàng	38
4.2 Giải pháp bán hàng.....	38

4.3 Dòng khách hàng.....	40
4.4 Xây dựng đội ngũ nhân viên kinh doanh	42
4.5 Chương trình bán hàng.....	43
5. Kế hoạch nhân sự	43
5.1 Chiến lược nhân sự	43
5.2 Cơ cấu tổ chức	44
5.3 Chức năng nhiệm vụ và phân công công tác	44
5.4 Chính sách nhân sự	46
5.5 Kế hoạch nhân sự.....	48
VI. Kế hoạch tài chính	50
1. Vốn đầu tư ban đầu.....	50
3. Doanh thu dự kiến	50
5. Kết quả kinh doanh dự kiến.....	54
5. Lưu chuyển tiền tệ.....	56
VII. Quản trị rủi ro.....	58
TÀI LIỆU THAM KHẢO	61

TÓM TẮT DỰ ÁN

Mô tả dự án: Dự án xây dựng khu phức hợp Mini XXXXX XXX cung cấp các sản phẩm, dịch vụ: café, máy XXXXXX, sản phẩm organic, hội thảo, tranh cho bé, coaching trị liệu.

Vốn đầu tư dự kiến: 20 tỷ.

Tầm nhìn: Xây dựng chuỗi 20 khu phức hợp Mini XXXXX XXX trên khắp Việt Nam.

Giá trị cung cấp: sức khỏe-hạnh phúc-thành công

I. Giới thiệu

1. Bánh xe cuộc đời

Những yếu tố, sự kiện trong cuộc sống mỗi người chúng ta được ví như 1 bánh xe cuộc đời. Bánh xe sẽ hoạt động tốt khi các chi tiết ấy hoạt động đồng bộ. HÀU NHƯ tất cả chúng ta đều mong muốn có: sức khoẻ tốt, gia đình hạnh phúc, đầm ấm và thành công trong xã hội. Để từ đó, tâm hồn thanh thản, nghĩ

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

đến sẽ chia nhiều hơn cho những ai kém may mắn xung quanh, cảm nhận về 1 cuộc sống nhân quả cao cả và ý nghĩa. Thế nhưng... có bao giờ bạn nghĩ: bánh xe cuộc đời của mình sẽ mãi lăn đều không?

Để có một sức khỏe thể trạng mong muốn, chúng ta không chỉ cần có 1 thể trạng tốt, thông qua việc sử dụng nguồn nước sạch, thực phẩm dinh dưỡng, an toàn, mà còn cần có sự bình yên, vui vẻ trong tâm hồn.

- Công việc thành công không chỉ bởi nỗ lực học hỏi trau dồi kiến thức mà còn nhận được sự chia sẻ, giúp đỡ của bạn bè, đàn anh đàn chị và đặc biệt từ những người thầy đã và đang thành công trên con đường sự nghiệp, công danh. Và quan trọng nhất đó là cần phải có định hướng, tầm nhìn và mục tiêu của bản thân trong công việc và trong cuộc sống
- Thế nào là một gia đình hạnh phúc? Phải chăng đó là: con cái trưởng thành, thành công, hiếu thảo với cha mẹ, ấm áp tình yêu từ cha mẹ đối với con cái, anh chị em với nhau, vợ chồng cùng chia sẻ ngọt bùi.

Hình: Minh họa 8 bánh xe cuộc đời



2. Thực trạng

Nhưng tình hình xã hội hiện tại như thế nào?

- Thực trạng vệ sinh an toàn thực phẩm, thuốc trừ sâu, thuốc tăng trưởng được sử dụng một cách gián tiếp hay trực tiếp lên hoa quả, thịt cá.
- Môi trường làm việc đầy căng thẳng lo âu.
- Không có thời gian tập luyện thể dục thể thao cho cơ thể và tâm trí.
- Gia đình đỗ vỡ do không chưa được cân bằng giữa công việc - con cái, cuộc sống hôn nhân và các mối quan hệ khác.
- Công việc bị ảnh hưởng. Không nhận được sự ủng hộ và cảm thông từ người thân và mọi người xung quanh.
- Sự bế tắc khiến con đường đi đến thành công càng khó khăn hơn.

Tất cả những điều đó dẫn đến một cơ thể bệnh về thể chất và cả tinh thần, dẫn đến nhiều căn bệnh không hiểu được nguyên nhân hoặc những căn bệnh không chữa triệt để tái đi tái lại nhiều lần, những hệ lụy ảnh hưởng tới cuộc sống.

3. Giải pháp “Ngôi nhà trái tim”

Xxxxxx xxx sẽ là khu phức hợp theo mô hình tòa nhà màu trắng hình trái tim, thiết kế theo hướng “**hiện đại – đơn giản - tinh tế - sang trọng**”. Bên trong cung cấp các sản phẩm và dịch vụ giúp mọi người đạt được “**sức khỏe - hạnh phúc - thành công**” như:

- nguồn thực phẩm an toàn, nguồn nước sạch,
- thường thức café tao nhã,
- siêu thị organic,
- hòa minh cùng thiên nhiên xinh đẹp,
- những góc làm việc yên tĩnh, sang trọng và hiện đại.
- không gian riêng biệt cho gia đình, bạn bè, lúu đài, góc sáng tạo,
- không gian hội thảo chuyên nghiệp, V.I.P, offline năng động,
- không gian huấn luyện, trị liệu về tâm lý theo đẳng cấp quốc tế,
- trưng bày các sản phẩm XXX-Xxxxxx - sản phẩm đến từ Nhật Bản.

VÀ điều tuyệt vời nhất đó chính là NƠI đến của NGUỒN NĂNG LƯỢNG THÀNG CÔNG với :

- Tư duy tích cực từ “Vườn tâm hồn”, từ ngôn từ NLP,...
- Hình ảnh, chia sẻ của những người Thành công : Bill Gates; Jack Canfield; Warren Buffett; Richard Branson; Nick Vujicic, Đặng Lê Nguyên Vũ, Trần Đăng Khoa, Khải Silk, Nguyễn Trần Bạt, Bầu Đức;.....
- Trái tim ước mơ, trái tim thành công.
- Tủ sách hạnh phúc và thành đạt.

- Trò chuyện cùng NLPer.
- Định hướng tương lai cho các bạn trẻ.
- Giao lưu, học hỏi, trao đổi và hợp tác giữa các doanh nhân với nhau.
- An lành, hạnh phúc của mái ấm gia đình.



4. Giá trị cung cấp

Mini XXXXX XXX không chỉ mang lại giá trị cho từng cá nhân, gia đình mà còn cho cộng đồng và xã hội.

4.1 Con người

- Phong cách sống đô thị và nghĩ dưỡng, hiện đại, lành mạnh.
- Công nghệ với những triết lý cổ đại.
- Thiên nhiên trong lòng thành phố.
- LÀ NHỊP CẦU KẾT NỐI NHỮNG CON NGƯỜI KHAO KHÁT: thành công - nhiệt huyết – chính trực – yêu thương - lối sống tích cực, hiện đại.

4.2 Xã hội

Mini XXXXX XXX sẽ là cầu nối thiết thực giúp:

- Xây dựng mối quan hệ giữa nông dân trồng thực phẩm và các doanh nhân trẻ quan tâm đến giá trị sức khỏe và gia đình.
- Kết nối các nhà cung cấp thực phẩm sạch với khách hàng.
- Kích thích nguồn cung cho nông nghiệp organic/hữu cơ phát triển.
- Mang đến giải pháp nguồn nước XXXXX theo công nghệ Nhật Bản hỗ trợ sức khỏe hàng đầu trên thế giới cho người Việt.
- Mang lại cho thế hệ trẻ thành thị những giá trị chân chất, nhẹ nhàng, trung thực, thiên nhiên của đồng nội.
- Mang những giá trị tư duy hiện đại mới đến với các bác nông dân trồng thực phẩm sạch.

- Phát huy sức mạnh tiềm ẩn trong con người bạn.
- Phát huy thế mạnh kinh doanh.
- Tạo sự kết hợp vui chơi và giáo dục các hạt giống mầm non với những cách tiếp cận hiện đại.
- Cộng đồng thay đổi nhận thức về bảo vệ sức khỏe, bảo vệ hạnh phúc gia đình.
- Nơi giáo dục mầm non tuổi thơ.
- Nơi hướng dẫn tư duy thế hệ trẻ hướng đến những giá trị tâm hồn, giá trị sức khỏe, giá trị gia đình, và các giá trị sống hạnh phúc theo những phương pháp hiện đại và khoa học.

5. Giới thiệu công ty



Chúng tôi, tập đoàn liên doanh gồm 3 công ty đang phát triển hiện có :

1. Công ty cổ phần thương mại kinh doanh XXX Việt Nam :

(<http://www.xxxxxxxtx.vn/>)

Tự hào là đơn vị lớn nhất trong việc phân phối máy điện giải nước



Công ty TNHH 1
Website: <http://ketnoan.com>

Xxxxxx tại Việt Nam, Công ty XXX bắt đầu đi vào hoạt động vào ngày 09/01/2015. Tuy còn là một thương hiệu mới mè nhưng KTV đã nhận được sự đánh giá cao của đông đảo khách hàng tại Việt Nam nhờ sản phẩm máy điện giải nước chất lượng được nhập khẩu trực tiếp từ Nhật Bản. Với phương châm "we love, we care, we share" chúng tôi luôn quan tâm chia sẻ với mọi khách hàng.



2. Công ty cổ phần Xxi txxx xixt : (<http://xxitxx.vn/>)

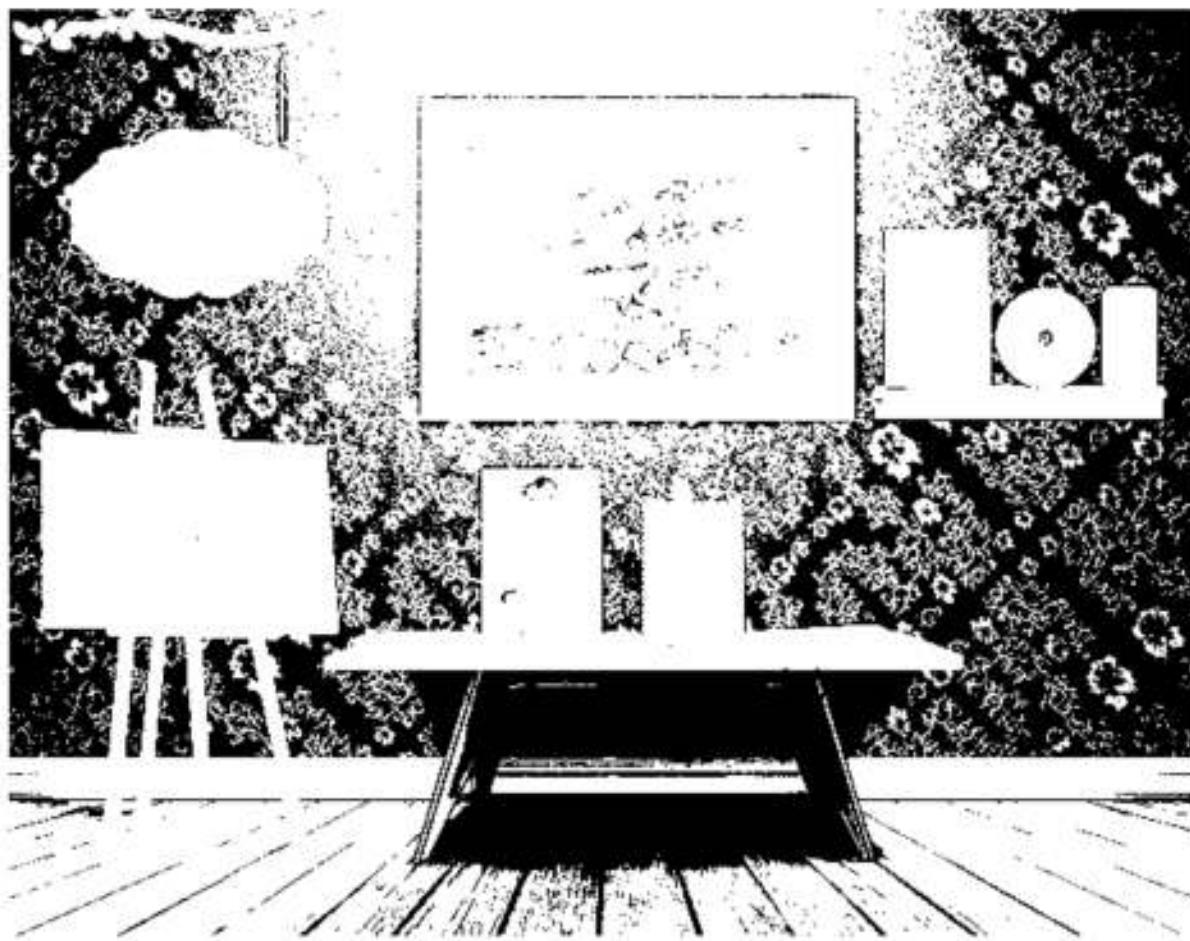
Ra đời trong sự khát khao, mong muốn của tập thể công ty rằng "mọi người được tham gia học hỏi, giao lưu, kết nối và nhận được các giá trị thiết thực khác" vào ngày 28/12/2008. Xxi txxx xixt chú trọng phát triển các hoạt động chính như : cung thông tin hội thảo, tổ chức hội thảo, sự kiện... Trải qua 7 năm hoạt động, Xxi txxx xixt đã đạt được những thành công nhất định, đạt được sự tín nhiệm của khách hàng. Với khát khao truyền tải những tinh hoa của nhân loại đến với doanh nghiệp nói chung và những cá nhân có lý tưởng cao đẹp cho cộng đồng nói riêng, đội ngũ cán bộ nhân viên công ty luôn cố gắng học tập, nỗ lực không ngừng để ngày càng hoàn thiện, cải tiến chất lượng dịch vụ.



3. Công ty cổ phần Cho Bạn Cho Con: (<http://xxxxtxmxxx.com/>)

Tất cả các bậc cha mẹ đều mong muốn được xây dựng cho con mình nột tâm hồn đẹp, tự tin lớn lên mỗi ngày, biết yêu thương, biết chia sẻ, biết vâng lời, biết hiếu thảo, biết tiết kiệm..Đáp ứng mong muốn đó, công ty cổ phần Cho Bạn Cho Con ra đời và bộ sản phẩm tranh "Vườn Tâm Hồn" như là một thông điệp, một công cụ đắc lực để các bậc cha mẹ có thể hướng dạy và mang đến cho con trẻ những phẩm chất đáng quý và tương lai tươi sáng. Chỉ với một năm ngắn ngủi hoạt động, tuy nhiên bộ công cụ sản phẩm của công ty đã được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam xác lập là " Tác phẩm mỹ thuật đầu tiên ứng dụng audio để giáo dục phẩm chất trẻ", được nhận bản quyền của Cục sở hữu trí tuệ,...

"Quan tâm gia đình, quan tâm sức khỏe và có khát vọng thành công, quan tâm tới cộng đồng" là phương châm và ước mơ của chúng tôi. Vì vậy, chúng tôi quyết định sát nhập và thành lập tập đoàn XXXXX XXX để cùng thực hiện dự án " Mini XXXXX XXX".



II. Phân tích thị trường

1. Kinh tế Việt Nam

Trong bối cảnh nền kinh tế thế giới và khu vực lâm vào khủng hoảng, Việt Nam vẫn có tốc độ phát triển kinh tế nhanh.

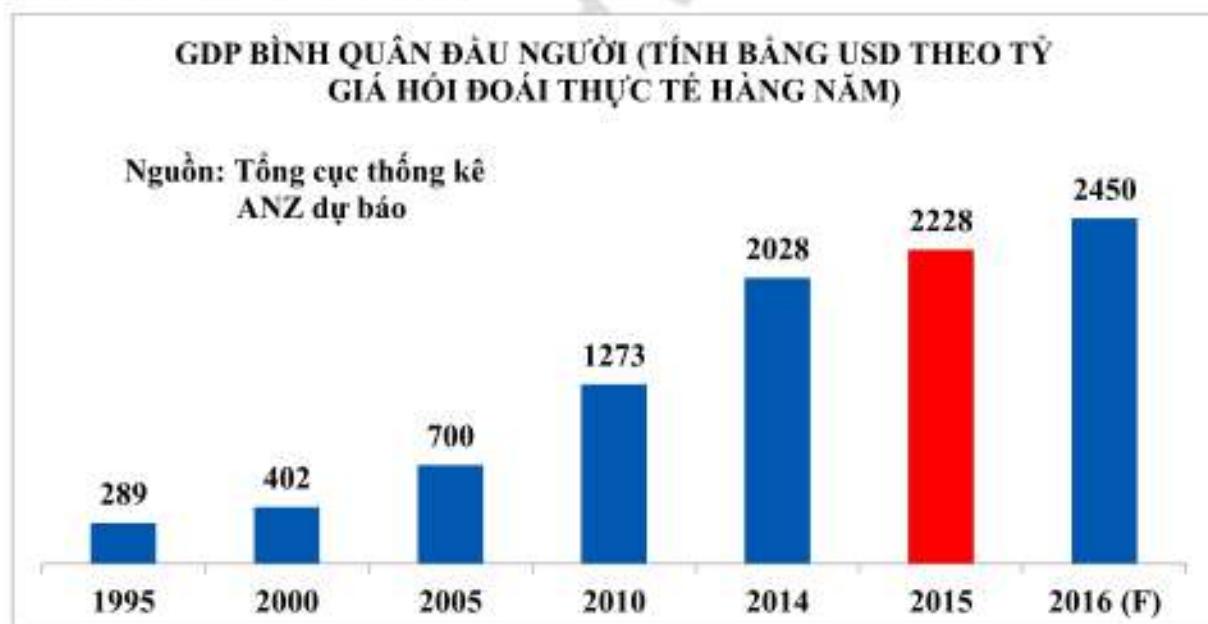
Tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2016 dự kiến đạt 6.6% (Nguồn: Tổng cục thống kê).

Biểu đồ: Thống kê tăng trưởng kinh tế Việt Nam (Nguồn: Tổng cục thống kê)



Thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam mỗi năm tăng trưởng khoảng 10%.

Biểu đồ: Thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam qua các năm
(Nguồn: Tổng cục thống kê)



Kinh tế Việt Nam ngày càng phát triển nên nhu cầu và mức sống của người dân không ngừng được cải thiện. Vấn đề sức khỏe thể chất lẫn tinh thần, đời sống, giá trị gia đình, giá trị cộng đồng... là điều không thể thiếu. Qua đó càng khẳng định tính cấp thiết, vai trò và nhu cầu to lớn đối với giá trị mà xxxx xxx mang lại cho con người, cho xã hội , cho cộng đồng.

3. Phân tích ngành

3.1 Tầng lớp trung lưu Việt Nam

Biểu đồ: Thống kê tầng lớp trung lưu Việt Nam (Nguồn: Nielsen)



Tầng lớp trung lưu được định nghĩa là những người có thu nhập từ 15 triệu VND/tháng trở lên (714 USD).

Theo số liệu thống kê của công ty Nielsen và ANZ, Việt Nam hiện có khoảng 16 triệu người được xếp vào tầng lớp trung lưu. Đến năm 2020, con số này sẽ vào khoảng 44 triệu người và lên tới 95 triệu người vào năm 2030.

Sự gia tăng nhanh chóng của tầng lớp trung lưu cho thấy thị trường Việt Nam đang có tiềm năng phát triển rất lớn.

Việc tăng nhanh tầng lớp trung lưu sẽ tạo ra sức mua, đột phá tiêu dùng rất lớn trong tương lai, bởi đây là tầng lớp có tỉ lệ gia tăng về chi tiêu cao hơn so với các tầng lớp còn lại. Trong 10 năm qua, chi tiêu hộ gia đình của người tiêu dùng thuộc tầng lớp trung lưu luôn phát triển nhanh nhất.

Tầng lớp trung lưu phát triển nhanh chóng, thu nhập và chi tiêu cao chính là đối tượng mà khu phức hợp Mini XXXXX XXX đang hướng tới.

3.2 Khách hàng mục tiêu

Khách hàng mục tiêu mà khu phức hợp Mini XXXXX XXX hướng đến là tầng lớp trung lưu tại Việt Nam. Trước mắt tập trung nhất là đối tượng khách hàng trung lưu đang sinh sống và làm việc tại TP.HCM.

Công ty TNHH Tư vấn & Đầu tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

3.3 Đối thủ cạnh tranh

Mini XXXXX XXX là mô hình chưa từng có tại Việt Nam nên đối thủ cạnh tranh trực tiếp tương đồng là không có. Tuy nhiên các đối thủ cạnh tranh về mặt giá trị tương đồng và từng sản phẩm dịch vụ chuyên biệt thì rất nhiều:

Cạnh tranh về mặt giá trị:

- Khu nghỉ dưỡng: An Lâm Sài Gòn River, Thảo Điền Village, Tajma Sago Resort, H2O...
- Các quán café và địa điểm thư giãn nghỉ dưỡng khác: Café Đã Từng Thấy, Le Petit, Le Fenetre Soleit...

Cạnh tranh lĩnh vực kinh doanh café:

- Chuỗi café: Trung Nguyên, Highland, Urban Station, The Coffee House, ...
- Café Văn Phòng: Cúcuta Coffee, Hachiko Coffee, Oromia Coffee, I.d Coffee, Saigon Chic, The Moning, L'usine, Vừng ơi Mở ra, ...

Cạnh tranh lĩnh vực kinh doanh máy lọc nước:

- Nano, Kangaroo, Jenpec, Karofi, Aosmith, ...

Cạnh tranh lĩnh vực coaching trị liệu:

- VCI, Onkar, Vas...

Cạnh tranh lĩnh vực hội thảo:

- TGM, Babylons, Pace, Youth, I-Glocal...

Cạnh tranh lĩnh vực tranh cho bé:

- Đối thủ cạnh tranh gián tiếp: các sản phẩm giáo dục, tranh ảnh, đồ chơi giáo dục...

Cạnh tranh sản phẩm organic:

- Các cửa hàng đại lý thực phẩm chức năng: Sài Gòn Linh Chi, Ngọc Thủy, Anna...
- Các cửa hàng đại lý thực phẩm sạch.

III. Mô tả hoạt động

1. Tổng quan tòa nhà mini XXXXX XXX

Vị trí thuê : Số 88 XXXXX XXXI, phường Nguyễn Thái Bình, quận 1

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539



Diện tích sân dự tính : 200m2

Số tầng lầu : 5

Phong cách thiết kế: "hiện đại - đơn giản - tinh tế - sang trọng"



Dự án Mini XXXXX - xxx là toà nhà tổ hợp toạ lạc tại trên đường Trần Hưng Đạo/ Nguyễn Thị Minh Khai/ Nguyễn Thái Học. (khu vực trung tâm thành phố/ gần các trường đại học/ khối văn phòng)

Ánh tượng đầu tiên khi đến với Mini XXXXX - xxx là hình ảnh **Trái tim nhiệt huyết** (màu trắng - viền đỏ - nằm ở vị trí lầu 1 và lầu 2) được bao xung quanh bởi **màu xanh của nước** và cây cỏ thiên nhiên, những **dây leo** xanh mát như vươn tay trao đến cho từng thực khách nguồn O₂ tinh khiết nhất, nhưng không kém phần hiện đại, sang trọng, với diện tích 14mx20m gần 1500m². Bên cạnh là Logo Trái tim “



XXXXXX - XXX” (quý khách có thể chụp ảnh, kí tên và ghi lại bước trái nghiệm của mình với XXXXX - xxx). Tuỳ vào vị trí để có bãi giữ xe phù hợp cho xe hơi và xe máy.

Từ ngoài bước vào, thực khách có thể nghe được những bản nhạc thư giãn từ âm thanh róc rách của **thác nước** như đang xoa dịu những cảm xúc bên ngoài. (bên dưới là **sân trài sỏi**, bước trên những **bậc thềm đá**).

Cánh **cửa màu trắng – xanh** từ từ mở ra chào đón các thực khách, nụ cười tươi trẻ, ân cần của nhân viên quán làm bạn thêm vui vẻ, ấm áp. Với những thực khách lần đầu tiên đến với Mini XXXXX - xxx, sẽ được sự hướng dẫn tận tình từ các nhân viên qua **bảng giới thiệu sơ đồ quán**:

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

Cấu trúc các tầng:

"Mini XXXXX xxx" dự kiến mở tại các quận trung tâm thành phố Hồ Chí Minh như Q.1, Q.3, Q.5... theo mô hình khu phức hợp với 1 bên là quán café nhiều tầng cung cấp cho khách hàng những sản phẩm nước uống và thực phẩm sạch.

- + Tầng trệt: bao gồm Café và showroom XXX trưng bày các loại sản phẩm XXX phân phối
- + Tầng 1: khu vực Coaching trị liệu, Café
- + Tầng 2: Khu vườn tâm hồn, khu Café gia đình, khu bán những mặt hàng Organic, văn phòng
- + Tầng 3: Café, khu văn phòng làm việc của các thành viên Mini XXXXX xxx
- + Tầng 4: Khu vực có các phòng hội thảo chuyên nghiệp, khu vực tổ chức hội nghị, lớp học
- + Sân thượng : Khu vực Café chuyên biệt cho những ai muốn có view đẹp, cao thoáng mát

Tuy Mini XXXXX - xxx được thiết kế dạng ống nhưng đã tận dụng tối đa nguồn ánh sáng thiên nhiên từ việc sử dụng **giếng trời** (tận dụng **thang máy** bên trong, và **thang chuyền đồ ăn, nước uống lên các lầu**) và độ lệch giữa các tầng. Sử dụng gam màu trắng làm chủ đạo, ánh sáng từ giếng trời, xanh lá của **cây cỏ thiên nhiên**, nhấn nhá bởi những **kệ trái tim hồng đỏ đan xen** trên tường tạo nên một không gian tươi mới, hiện đại nhưng luôn gần gũi, hoà quyện cùng thiên nhiên.

Sơ đồ: Các sản phẩm, dịch vụ mà khu phức hợp Mini XXXXX XXX cung cấp



Tiện ích dự án :

Đặc điểm vị trí chiến lược: Nằm trên trục đường đông đúc và sầm uất bậc nhất Sài Gòn, gần các trung tâm thương mại và chợ lớn như Diamond Plaza (3km), Vincom(3km), chợ Bến Thành (4km), khu phố Tây (2km), trung tâm tài chính đường Nguyễn Công Trứ (3km). Là con cửa ngõ thông thương giữa các quận 1,5,10,3.

2. Café XXXXX House

2.1 Mô hình kinh doanh

Hình: Bản vẽ thiết kế tầng trệt khu phức hợp Mini XXXXX xxx



CONCEPT CAFÉ XXX XXXXX HOUSE

Concept : Sức khỏe – Hạnh Phúc – Thành Công

Dinh Dưỡng Sạch

- Nơi bạn hoàn toàn an tâm thưởng thức các bữa ăn với nguồn thực phẩm sạch và nguồn nước siêu sạch

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

Nguồn Năng Lượng Mới

- Nơi đây bạn sẽ nhiều nguồn cảm hứng và được tiếp nguồn năng lượng qua các câu nói hay và hình ảnh của những người thành công ở thế giới và việt nam. Cũng như gặp những người bạn với tư duy tích cực tràn đầy năng lượng.

Góc làm việc tại nhà

- Nơi bạn có thể tìm được góc yên tĩnh để nhìn lại bản thân hay hoạch định tầm nhìn chiến lược cho công ty.
- Giúp bạn phát triển tình yêu thương và sức mạnh bên trong con người mình.
- Cỗng kết nối
- Nơi kết nối gia đình và bạn bè trong nhịp sống hiện đại bận rộn
- Nơi kết nối những người có cùng chí hướng với bạn
- Nơi kết nối bạn gặp gỡ những người thành công ở Việt Nam và quốc tế
- Các bạn trẻ quan tâm phát triển bản thân, giá trị gia đình, giá trị tâm hồn và giá trị nhân văn xã hội
- Các bạn trẻ khao khát thành công, và muốn giữ vững hạnh phúc gia đình, quan tâm mỗi quan hệ với mọi người.
- Các doanh nhân trẻ
- Cặp vợ chồng đi làm
- Nơi kết nối những con người có tư duy tích cực, tràn đầy năng lượng đến với nhau
- Nơi kết nối những người bạn có trái tim yêu thương hướng tới những giá trị nhân văn
- Nơi kết nối bạn và gia đình bạn tới những giá trị tâm hồn, nền tảng đạo đức vững chắc

Tầm nhìn: trở thành chuỗi café hàng đầu tại Việt Nam.

Sứ mệnh: cung cấp cho khách hàng những thực phẩm sạch, tốt cho sức khỏe, là không gian yên tĩnh nơi mọi người có thể thư giãn, giao lưu, phục hồi năng lượng sau thời gian làm việc mệt mỏi.

Giá trị cốt lõi:

- Sức khỏe
- Hạnh Phúc
- Thành Công

Đối tượng khách hàng:

- Các bạn trẻ quan tâm phát triển bản thân, giá trị gia đình, giá trị tâm hồn và giá trị nhân văn xã hội
- Các bạn trẻ khao khát thành công, và muốn giữ vững hạnh phúc gia đình, quan tâm mỗi quan hệ với mọi người.
- Các doanh nhân trẻ
- Cặp vợ chồng đi làm

Menu:

Menu của quán gồm các món ăn và thức uống thân thuộc của người Việt được chế biến từ các nguyên liệu siêu sạch như:

Món ăn:

- Gỏi cuốn
- Chả chiên
- Bánh cuốn
- Bún thịt nướng
- Bánh mỳ thịt
- Phở
- Bò tái chanh
- ...

Thức uống:

- Chè bắp
- Bánh flan
- Kem chuối dừa
- Chè 5 màu
- Sinh tố
- Chanh muối
- Cocktail
- ...



2.3 Máy XXXXX

Bằng cách kết hợp các nghiên cứu khoa học mới nhất, thiết kế tinh xảo của Nhật Bản với tài nguyên quan trọng nhất của thiên nhiên dành cho cuộc sống-Nước, tập đoàn Enagic đã tiên phong hơn 40 năm nay nước điện giải XXXXX®. Từ năm 1974, tập đoàn Enagic đã đưa sản phẩm của mình ra thị trường thế giới, để mỗi gia đình có cơ hội sở hữu nguồn nước tốt nhất cho sức khỏe.

Nhiệm vụ của Enagic là cung cấp cho mọi người một sức khỏe thật sự với dòng sản phẩm mang tiêu chuẩn vàng trên toàn cầu.



Cấu trúc của nước XxxxxxTM bao gồm những cụm phân tử nước Kiềm cực nhỏ được tạo ra trong quá trình điện phân tách phân tử nước trở lại trạng thái phân cực nguyên thủy là Hydrogen ion (H⁺) và Hydroxide ion (OH⁻). Các ion này tồn tại trong trạng thái không bền, khi vào trong cơ thể dễ dàng tạo ra các tác dụng như hấp thụ, thẩm thấu cực nhanh, phản ứng trung hòa với Axit, gốc tự do, giúp lọc sạch cơ thể và chống oxy hóa.

Giữ lại các khoáng chất có lợi cho sức khỏe:

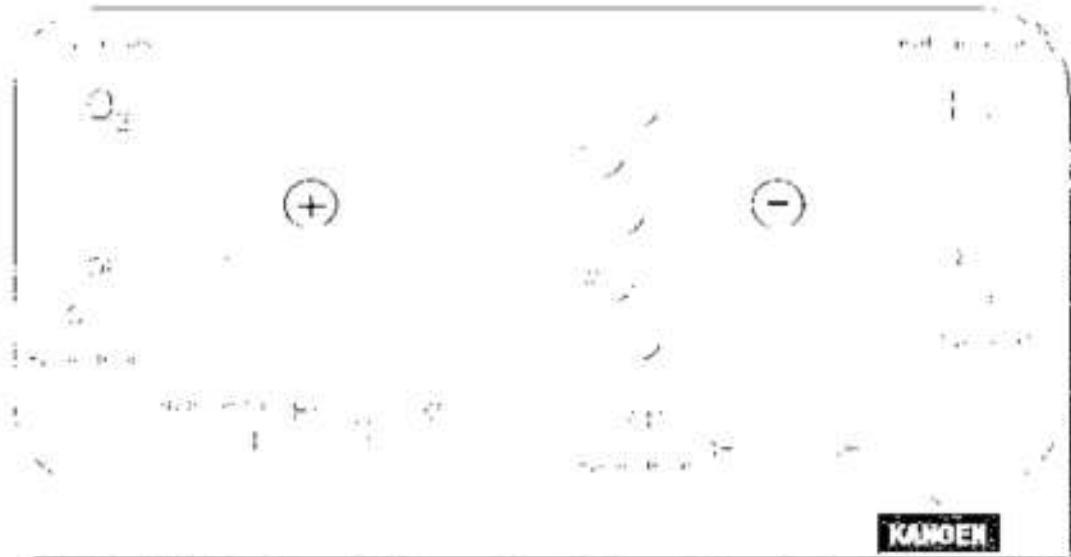
Nước Xxxxxx sau khi qua bộ lá điện phân đặc biệt thông minh cho phép lọc sạch các gốc hóa chất có hại như Clo, vi khuẩn, nhưng vẫn giữ lại được các khoáng chất tự nhiên là các nguyên tố tạo tính Kiềm (ion Canxi, Kali, Natri, Magie). Do điện phân nên các khoáng chất này ở dạng ion hóa giúp cơ thể dễ dàng hấp thụ.

Khoáng chất là những nguyên tố không thể thiếu đối với cơ thể con người, chúng tạo ra môi trường mang tính Kiềm, giúp cơ thể phòng ngừa bệnh các bệnh ung thư, tiểu đường, tim mạch, các chứng bệnh loãng xương và các chứng bệnh thường gặp khác...

Đây là một trong những đặc điểm ưu việt của nước Xxxxxx so với các công nghệ xử lý nước khác, đó là vẫn giữ nguyên được các khoáng chất có ích trong nguồn nước tự nhiên.

Cung cấp Canxi cho cơ thể:

Đặc biệt là Canxi, có thể chuyển hóa thành Canxi hoạt tính, có lợi cho sự hấp thụ của cơ thể. Nếu chúng ta thiếu Canxi có thể gây nên nhiều loại bệnh khác nhau. Do đó, việc cung cấp đủ lượng Canxi là bạn đã góp phần giảm nguy cơ các loại bệnh này. Hơn thế nữa, các loại khoáng chất khác cũng có vai trò rất quan trọng.



Công nghệ đặc biệt của nước Xxxxxx là gì?

Ngoài những công nghệ tối ưu nêu trên, nước Xxxxxx còn có cụm phân tử nước rất nhỏ sẽ làm tăng khả năng thẩm thấu, có thể dễ dàng len lỏi và xuyêng qua màng tế bào, giúp nhanh chóng chiết xuất dinh dưỡng từ thức ăn để vận chuyển đến tế bào, giúp cơ thể hấp thụ và trao đổi chất hiệu quả, đồng thời bài tiết các độc tố bên trong cơ thể ra ngoài, thúc đẩy nhanh quá trình trao đổi chất và thanh lọc cơ thể. Nước Xxxxxx cũng có các thành phần khoáng chất đã ion hóa nên rất dễ hấp thụ vào cơ thể.

Chính vì những đặc điểm này, nước Xxxxxx được hơn 6600 các chuyên gia – bác sĩ về y tế và dinh dưỡng của các đội thể thao nhà nghề hàng đầu nước Mỹ chỉ định và khuyên dùng.

3. Coffee sôi động - tầng trệt:

- Các dãy bàn được thiết kế ôm xung quanh giếng trời theo hình vòng cung
- Lối đi hình chữ L ôm sát góc bên phải, để thực khách có thể quan sát và chọn vị trí cho mình mà không ảnh hưởng đến mọi người xung quanh.
- Đầu trước giếng trời là không gian chế biến thực phẩm và nước (quầy bar nhỏ)
- Hai bên tường là những kệ trái tim (màu xanh biển) đan xen, trưng bày sản phẩm các thương hiệu sạch, những câu danh ngôn nhỏ trong những chiếc hộp xinh xinh bên dưới (Khách có thể chọn cho mình những câu nói hay cho mình trong ngày, quà tặng của Xxxxxx – XXX dành cho khách hàng).

- Từ không gian bên trong, quý khách có thể thưởng thức không gian xanh mát, thác nước bên ngoài của quán qua bức tường kính.
- Các bàn làm việc ở những vị trí khác nhau.(qua màu sắc khác với các bàn xung quanh)
- Bảng hiệu, logo về XXX, vườn tôm hùm xung quanh, lịch sự, tế nhị.
- Dưới chân cầu thang là Phòng vệ sinh (for man & lady)
- Cuối cùng của lối đi là cầu thang để kết nối các tầng với nhau.

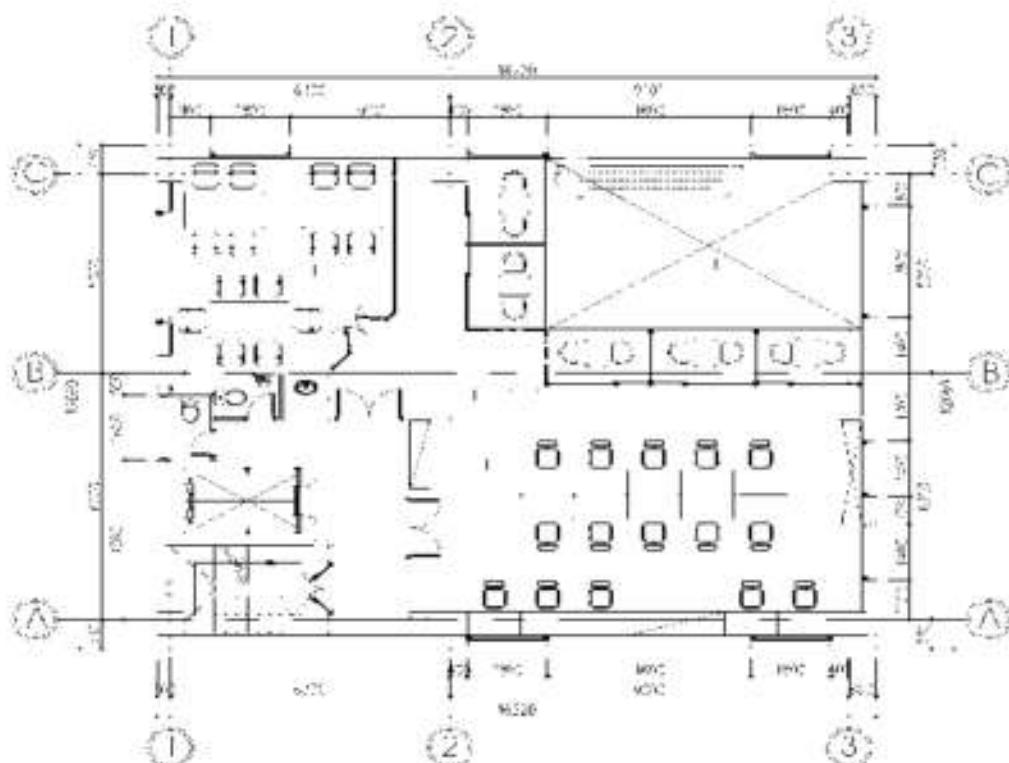
4. Café và Coaching trị liệu

Tọa lạc tại tầng 1 và có kết hợp phục vụ Café

Nơi đây giành cho những doanh nhân, những khách hàng vừa có thể thưởng thức café, vừa có thể sử dụng dịch vụ Coaching trị liệu khá mới mẻ và mang lại nhiều giá trị tích cực về vật chất lẫn tinh thần

- Như được thay đổi trạng thái mới, quý khách lạc bước vào 1 không gian mới với phong cách ấm cúng, nhẹ nhàng, tĩnh lặng.
- Các dãy bàn bệt, cũng được xếp hình vòng cung quanh giếng trời, đan xen với những vách ngăn thiên nhiên(chậu cây, hoa nhỏ), tạo không gian riêng cho từng bàn (bàn 2-4 khách, nhưng có thể linh hoạt sắp xếp khi có group trên 4 khách).
- Đặc biệt, tại đây sẽ có 2 phòng trái tim, với trang trí tình yêu lãng mạn, dành cho những đôi lứa muốn có 1 không gian ẩn tượng trong những ngày kỷ niệm đặc biệt của mình – phòng phải order trước)
- Từ ngoài khu vực để giày dép, khách có thể quan sát để chọn bàn, và di chuyển theo lối đi chính giữa phòng.
- Xung quanh không gian cũng có những kệ trái tim (màu hồng - đỏ), trên kệ là những sản phẩm tình yêu, coaching, danh ngôn - lời hay ý đẹp về tình yêu, coaching ..v...v...
- Những bàn làm việc ở vị trí khác nhau (qua màu sắc khác với các bàn xung quanh).
- 2 Phòng trái tim, mỗi phòng là 1 style khác nhau (romantic of France/ romantic of Đà Lạt)
- Bảng hiệu, logo về XXX, vườn tôm hùm xung quanh, lịch sự, tế .
- Dưới chân cầu thang là Phòng vệ sinh (for man & lady)
- Luôn có 1 nhân viên trực để đáp ứng nhu cầu của khách.

Hình: Bản vẽ thiết kế lầu 1 khu phức hợp Mini XXXXX XXX



FIRST FLOOR LAYOUT PLAN

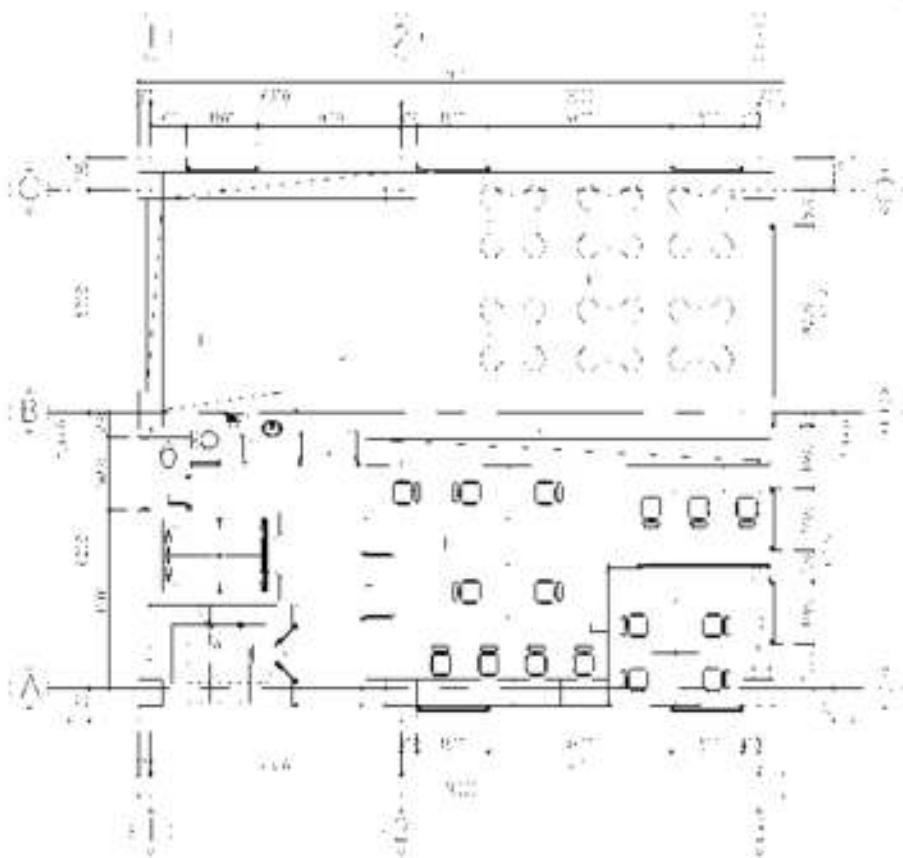
5. Tranh vườn tâm hồn

Tọa lạc tại tầng 2 tòa nhà XXXXX XXX kết hợp khu vực giành riêng cho các gia đình đưa trẻ tới để tham quan, vui chơi, thưởng thức Café theo nhóm gia đình và sử dụng sản phẩm dịch vụ của Vườn Tâm Hồn:

- Góc bên trái cuối cùng là khu vui chơi của các bé (kids place) : trong đây có những đồ chơi dành cho bé vui chơi cùng nhau. Bên trong thiết kế an toàn cho trẻ.
- Có 2 option tại đây : bàn bệt lớn (khu bên trái) và bàn cao (khu bên phải), được phân chia bởi lối đi chính giữa (quý khách thể chọn). Ở mọi góc độ, phụ huynh vẫn luôn quan sát được các bé của mình.
- Góc bên phải là café bãi biển với hàng dừa xanh, ghế tắm biển, bãi cát trắng với chiếc xe đạp đơn sơ, vỏ ốc, sò,....
- Trên tường xung quanh là sách "vườn tâm hồn", nuôi dạy con, truyện tranh hay,...v.v....
- Kệ quảng cáo các sản phẩm sạch đan xen.
- Kệ đồ chơi cho bé : búp bê, xe hơi, siêu nhân, các hình cartoon v..v....(nếu phụ huynh có nhu cầu muốn mua)
- Bảng hiệu, logo về XXX, vườn tâm hồn xung quanh, lịch sự, tết nhí.

- Dưới chân cầu thang là Phòng vệ sinh (for man & lady)
- Luôn có 1 nhân viên trực để đáp ứng nhu cầu của khách.

Hình: Bản vẽ thiết kế lầu 2 khu phức hợp Mini XXXXX XXX



SECOND FLOOR LAYOUT PLAN

Hội tụ 50 phẩm chất tích cực bên trong mỗi người được thể hiện 50 hạt giống hình trái tim nhiều màu sắc trong một cây xanh tươi tốt mọc lên từ vùng đất khô cằn cỗi, chưa đựng một thông điệp, một sức sống mãnh liệt sẽ là bài học đầu tiên dành cho con về sự cần thiết phải vững chãi trong cuộc sống.

Với bức tranh Vườn tâm hồn, cha mẹ có thể cùng con ngồi trên ghế sofa, chỉ lên hạt giống bất kỳ trong bức tranh Vườn tâm hồn và hỏi "Theo con hiểu thảo là gì?, lễ độ, giúp đỡ, biết ơn,... là gì?". Cuộc trò chuyện và gửi gắm lời dạy của cha mẹ bắt đầu từ đây.

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt
Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

Lúc này cha mẹ hãy giải thích cho bé hiểu và biết cách thực hành phẩm chất này vào cuộc sống. 50 hạt giống được chia thành nhiều nhóm giúp cha mẹ biết định hướng dạy con bao gồm 18 hạt giống làm người, 10 hạt giống thành công, 8 hạt giống lãnh đạo, 9 hạt giống làm đẹp và 14 hạt giống làm việc khi con trưởng thành.



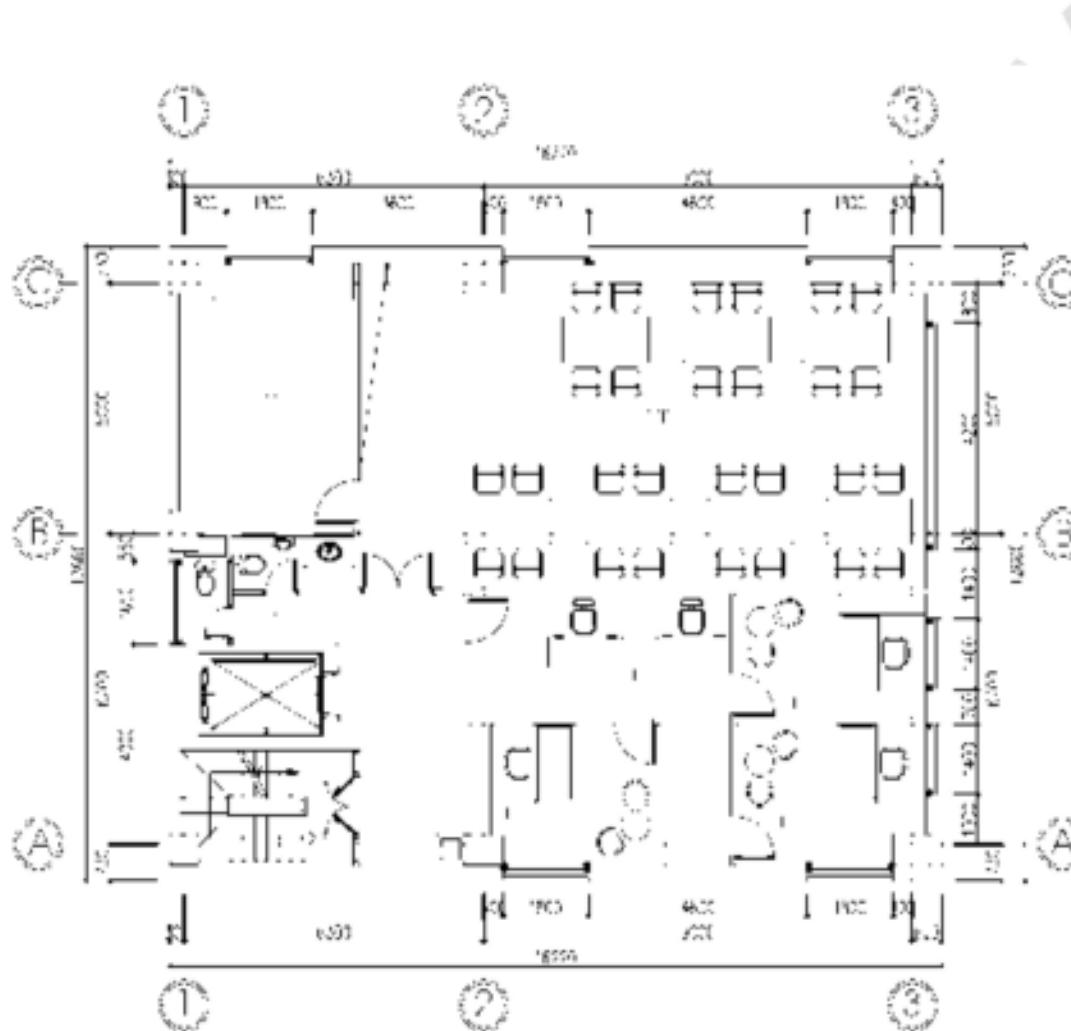
6. Các phòng ban kết hợp Café

Tọa lạc tại tầng 3 là các phòng ban kết hợp Café, vừa là nơi hội họp bên cạnh thưởng thức Café:

- Phòng chiếu phim nhỏ - cho group (có thể sử dụng máy chiếu,tivi cho hát, kịch...)
- 2 phòng V.I.P (khu bên trái)
- Các phòng event nhỏ, được ngăn bởi các vách ngăn di động, linh hoạt phù hợp cho số lượng từng group. Có 6 phòng nhỏ. Các phòng được đặt tên và trang trí khác nhau, nhiều option cho khách lựa chọn.(ví dụ: Flower, Rock, Music, Dance, v..v....v..)
- Trên hành lang, và các bức tường là hình ảnh những người thành công, ca sĩ nổi tiếng, hình ảnh những event nổi tiếng, sản phẩm organic..v...v....

- Bên trong phòng event là những bức tranh 3D nhỏ, để quý khách có thể chụp hình, lưu lại kỉ niệm với phong cách hiện đại nhất bây giờ.
- Bảng hiệu, logo về XXX, vườn tâm hồn xung quanh, lịch sự, tinh tế.
- Dưới chân cầu thang là Phòng vệ sinh (for man & lady)
- Luôn có 1 nhân viên trực để đáp ứng nhu cầu của khách.

Hình: Bản vẽ thiết kế lầu 3 khu phức hợp Mini XXXXX XXX



THIRD FLOOR LAYOUT PLAN

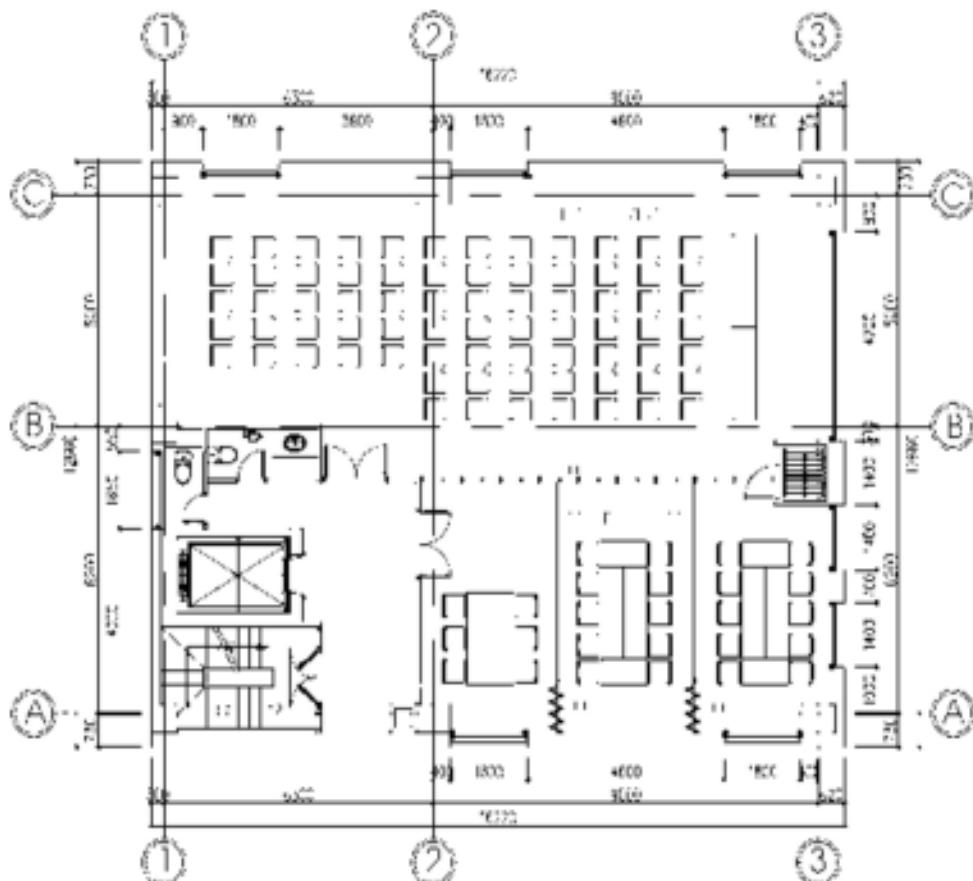
7. Hội thảo

Tọa lạc tại tầng 4 là các phòng hội thảo, phòng meeting chuyên nghiệp, tất nhiên sẽ phục vụ nước uống, thức ăn từ quán Café bên dưới.

- Có 2 phòng event chuyên nghiệp (7mx15m), số lượng từ 50-100 người.

- Nếu số lượng > 100 người, có thể ghép 2 phòng lại với nhau.(vách ngăn di động)
- Có màn hình chiếu, sân khấu, bàn ghế (có thể đặt tiệc liên hoan: tiệc trà, trái cây, tiệc ngọt, mặn ..v..v..)
- Trong phòng trang trí hình ảnh “vườn tâm hồn”, người thành công, tranh NLP, Tranh theo yêu cầu khách hàng cho event..v...v....
- Bảng hiệu, logo về XXX, vườn tâm hồn xung quanh, lịch sự, tết nhí.
- Dưới chân cầu thang là Phòng vệ sinh (for man & lady)
- Luôn có 1 nhân viên trực để đáp ứng nhu cầu của khách.

Hình: Bản vẽ thiết kế lầu 4 khu phức hợp Mini XXXXX XXX



FOURTH FLOOR LAYOUT PLAN

Đơn vị liên kết: Xxi txxx xixt với các lĩnh vực hội thảo chính:

- Cổng thông tin hội thảo: đăng tin hội thảo, sự kiện, giao lưu, đào tạo...

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

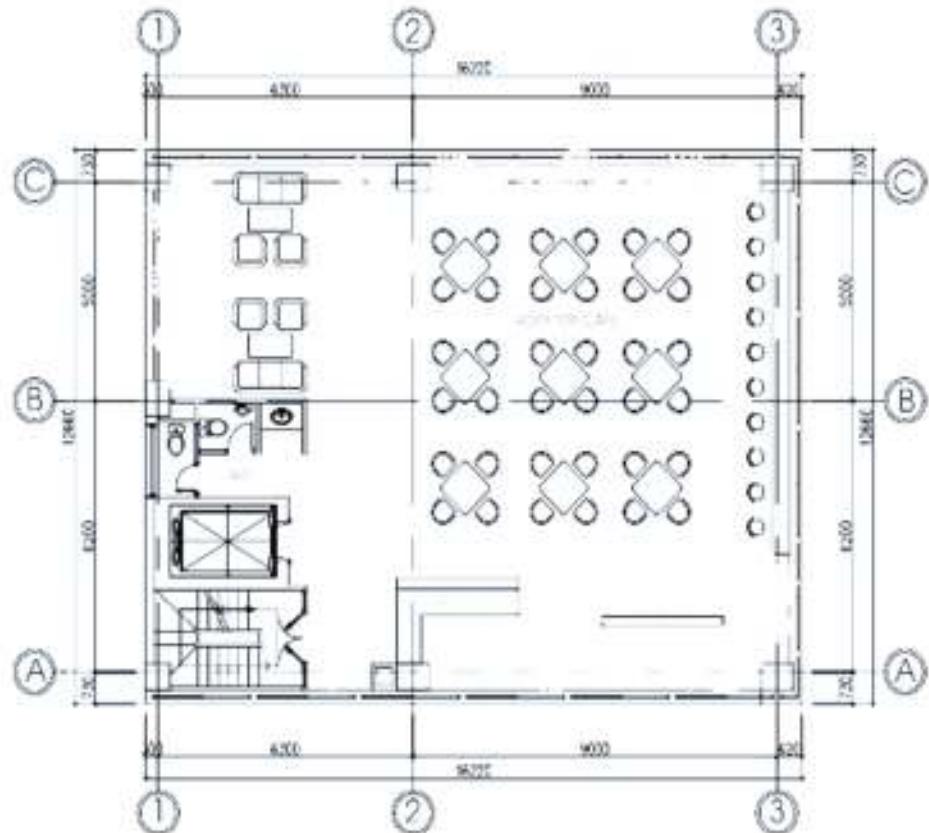
- Tổ chức hội thảo, khóa huấn luyện chuyên đề.
- Đại lý hội thảo, khóa học.
- Sự kiện nhãn hàng.

Tất cả hoạt động của Xxi txxx xixt – xxitxx.vn đều khoa khát truyền tải những tinh hoa của nhân loại đến với doanh nghiệp nói chung và những cá nhân có lý tưởng cao đẹp cho Việt Nam nói riêng.

8. Café sân thượng

- Không gian mở, Cảnh view đẹp, có thể nhìn toàn cảnh thành phố.
- Bàn ghế nhiều màu sắc bắt mắt ở giữa.(chỗ không gian mái vòm phủ trong những trường hợp mưa)
- Bên trên là giàn hoa, tạo cảnh và che mát, che mưa.
- Xung quanh khuôn viên là những bồn hoa , những hình trái tim bằng gỗ màu sắc khác nhau, ở giữa có thể chụp hình.
- Xích đu(2 cái), ghế treo (3cái) nằm phía trước của không gian.
- Lối đi sỏi xung quanh.
- 1 phòng trái tim (như lầu 1, với không gian ngoài trời, ở phía cuối bên trái của không gian.)
- Bảng hiệu, logo về XXX, vườn tâm hồn xung quanh, lịch sự, tế nhị, không phô trương. (Trên vách)
- Bên phải có nhà vệ sinh.
- Luôn có 1 nhân viên trực để đáp ứng nhu cầu của khách.

Hình: Bản vẽ thiết kế quán café sân thượng của khu phức hợp Mini Xxxxxx xxx



ROOFTOP LAYOUT PLAN

IV. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI

1. Chiến lược kinh doanh

Bảng: KPI khu phức hợp Mini XXXXX XXX

Mục tiêu	Doanh thu/tháng	Doanh thu/năm	Lợi nhuận/tháng	Lợi nhuận/năm
Doanh thu Café XXXXX House	280.320.000	3.363.840.000	168.192.000	2.018.304.000
Doanh thu máy XXXXXX	6.621.500.000	79.458.000.000	1.324.300.000	15.891.600.000
Doanh thu hội thảo	300.000.000	3.600.000.000	150.000.000	1.800.000.000
Doanh thu tranh cho bé	300.000.000	3.600.000.000	150.000.000	1.800.000.000
Doanh thu Organic	300.000.000	3.600.000.000	150.000.000	1.800.000.000

Doanh thu Coaching trị liệu	150.000.000	1.800.000.000	75.000.000	900.000.000
-----------------------------	-------------	---------------	------------	-------------

2. Chiến lược kinh doanh

1.1 Chiến lược kinh doanh ngắn hạn (1 năm):

- Xây dựng thành công khu phức hợp với 1 bên là quán café nhiều tầng, 1 bên là khu văn phòng.
- Thống nhất các sản phẩm dịch vụ riêng biệt hiện nay trở thành chuỗi sản phẩm, dịch vụ hướng tới giá trị chung.
- Gia tăng doanh thu của tất cả các sản phẩm, dịch vụ mà công ty cung cấp bằng cách bổ trợ lẫn nhau.
- Về mặt marketing: xây dựng nhận diện thương hiệu thống nhất để đảm bảo khách hàng có thể cảm nhận tất cả các sản phẩm dịch vụ riêng biệt đều hướng tới giá trị chung nhất là mang cho khách hàng những giá trị "sức khỏe-hạnh phúc-thành công". Định hướng Mini XXXXX XXX là khu phức hợp hàng đầu về chăm sóc sức khỏe vật chất và tinh thần toàn diện. Liên tục gia tăng độ phủ thương hiệu với đối tượng mục tiêu là tầng lớp trung và thượng lưu tại TP.HCM và Hà Nội.
- Về mặt bán hàng: xây dựng các chương trình bán hàng (khuyến mãi, giảm giá, tặng quà...) đa dạng, hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng, bảo hành sản phẩm, mở rộng và tăng cường hiệu quả của hệ thống showroom, đội ngũ nhân viên kinh doanh tích cực tìm kiếm và mở rộng thị trường
- Về mặt quản trị: áp dụng các công nghệ quản trị hiện đại, tinh gọn cơ cấu tổ chức.
- Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự: tăng cường khả năng quản trị (quản trị mục tiêu), hoàn thiện hệ thống nội qui và chính sách nhân sự nhằm tăng cường khả năng quản lý và khuyến khích nhân viên cống hiến cho công ty.
- Về mặt tài chính: tìm kiếm các nguồn tài chính để công ty mở rộng đầu tư phát triển, gia tăng dòng tiền và tìm kiếm thêm các dòng tiền mới cho công ty, tập trung vào các lĩnh vực và sản phẩm có khả năng tạo ra dòng tiền hiệu quả, cắt giảm các khoản chi phí không cần thiết.

1.2 Chiến lược kinh doanh dài hạn (5 năm):

- Dựa trên mô hình khu phức hợp "Mini XXXXX XXX" để xây dựng 1 khu phức hợp mô hình tương tự nhưng quy mô lớn hơn.
- Đảm bảo khả năng phát triển lâu dài và ổn định của hệ thống bằng cách tạo ra chuỗi sản phẩm chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần toàn diện từ đó gia tăng doanh thu và lợi nhuận cho công ty. Nguồn doanh thu chính của công ty bao gồm: cafe, máy XXXXXX, hội thảo, tranh cho bé...

- Nâng cao năng lực quản trị hệ thống bằng cách sử dụng các công cụ quản lý hiện đại: phần mềm quản lý, công nghệ đám mây, bsc&kpi...
- Không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh về mọi mặt: chất lượng dịch vụ, năng lực thi công và triển khai dự án, năng lực tài chính, đội ngũ nhân sự, trình độ quản lý, sức mạnh thương hiệu, năng lực bán hàng, hiệu quả hoạt động.
- Phát triển bền vững dựa trên tinh thần làm việc nghiêm túc, vì khách hàng.

2. Mục tiêu kinh doanh

Bảng: BSC&KPI khu phức hợp Mini XXXXX XXX

BSC chiến lược	BSC bộ phận	Mục tiêu	Chỉ tiêu/tháng	Chỉ tiêu/năm	Bộ phận phụ trách
Tài chính	Doanh thu	Doanh thu Café XXXXX House	2 tỷ	540tr	
		Doanh thu máy xxxxxx	600 tỷ		
		Doanh thu hội thảo	300tr		
		Doanh thu tranh cho bé	300tr		
	Phân bổ tài chính	Quĩ công ty = 20% tổng doanh thu	9 tr	108 tr	
		Quĩ marketing = 5% tổng doanh thu	2,25 tr	27 tr	
		Lợi nhuận ròng = 5% tổng doanh thu	2,25 tr	27 tr	
	Chi phí	Văn phòng	1,25 tr	15 tr	
		Tiền ăn	800.000 vnđ	9,6 tr	
		Kế toán hàng tháng	900.000 vnđ	10,8 tr	
		Thuế môn bài		2 tr	
Marketing		Lượt view website			
		Viết bài về nội dung tập trung vào những giá trị mà XXXXX XXX mang đến cho con người, xã hội đăng trên website. Mỗi	20	240	

		tháng phải có 2 bài có lượt view trung bình mỗi ngày trên 20 view.			
		Phát triển nội dung fanpage. Mỗi ngày đăng 1 nội dung. Tuần đăng 5 nội dung	20	240	
		Giới thiệu công ty và dịch vụ của công ty trên các diễn đàn, website. Mỗi ngày phải có 2 bài giới thiệu.	40	480	
Nhân sự	Gia tăng số lượng và chất lượng nhân sự	Trong năm phải tuyển dụng và đào tạo được 4 cộng tác viên lập dự án, các cộng tác viên này phải nhiệt tình và tâm huyết muốn gắn bó với công ty. Đây là đội ngũ nhân sự dự bị của công ty trong tương lai.			
		Gia tăng hiệu quả làm việc của từng thành viên công ty lên 30%			
		Thuê thêm 1 nhân sự dự án vào cuối năm 2016			
Chiến lược và phát triển	Định hướng chiến lược	Phải tạo ra được dòng tiền ổn định cho công ty từ tất cả các sản phẩm dịch vụ mà xxxxx xxx cung cấp			
		Các dịch vụ chính cung cấp bao gồm: Café, máy Xxxxxx, hội thảo, tranh vườn tâm hồn			

		Các dịch vụ phụ bao gồm: tổ chức training, vật lí trị liệu			
		Định hướng Xxxxxx xxx phải là một trong những mô hình mang lại giá trị thiết thực nhất cho con người, cho cộng đồng			
Năng lực quản trị		Quản trị hệ thống bằng BSC&KPI			
		Hoàn thiện hệ thống: qui trình, nội qui			
		Hướng đến hệ thống quản trị bằng phần mềm			

3. Kế hoạch marketing

3.1 Mục tiêu marketing

- Định vị thương hiệu Xxxxxx xxx là nơi lui tới của các khách hàng trung lưu mong muốn tìm được nơi giao lưu, học hỏi, tìm được giá trị bản thân, gia đình, nơi ươm mầm con trẻ,...
- Thống nhất hình ảnh thương hiệu, hướng tất cả sản phẩm dịch vụ mà công ty cung cấp về 1 giá trị chung nhất.
- 8 triệu người tầng lớp trung và thượng lưu của Việt Nam có khả năng nhận diện được thương hiệu của công ty.
- Các bộ phận kinh doanh tự lên kế hoạch marketing bộ phận để hỗ trợ hoạt động bán hàng.

3.2 Phân tích khách hàng mục tiêu

Mini Xxxxxx xxx tập trung vào 2 đối tượng khách hàng mục tiêu chính

a. Độ tuổi từ 27-35

Giới tính: Nam/nữ

Thu nhập: khá, từ 15 triệu trở lên

Nơi sinh sống: Thành Phố Hồ Chí Minh

Tính cách: trưởng thành, hiểu biết, dễ bị ảnh hưởng bởi số đông

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

Hành vi:

- Đọc báo điện tử
- Xử lý công việc bằng Email
- Sử dụng Facebook với tần suất cao để cập nhật thông tin về người thân, bạn bè, đồng nghiệp
- Tham gia các nhóm Facebook có chung sở thích/ mối quan tâm
- Chủ động tìm hiểu các vấn đề mình quan tâm trên internet
- Sinh hoạt diễn đàn qui tụ những người có chung mối quan tâm/ sở thích

b. Độ tuổi từ 36-46

Giới tính: Nam/nữ

Thu nhập: khá, từ 15 triệu trở lên

Nơi sinh sống: Thành Phố Hồ Chí Minh

Tính cách: trưởng thành, hiểu biết, rất thực tế, cẩn trọng và hay hoài nghi, khó thuyết phục

Hành vi:

- Đọc báo điện tử và báo giấy
- Xử lý công việc bằng Email
- Sử dụng Facebook nhưng không thường xuyên
- Sinh hoạt diễn đàn qui tụ những người có cùng chung sở thích/mối quan tâm (không thường xuyên trừ phi tại những diễn đàn có người thân hoặc bạn bè của họ)

c. Mong muốn của khách hàng mục tiêu

- Muốn được bình an trong tâm hồn
- Mong muốn tìm một không gian yên tĩnh
- Mong muốn tìm thấy và sử dụng nguồn thực phẩm sạch hàng ngày
- Mong muốn vừa vui chơi vừa tốt cho sức khỏe
- Muốn tìm những bí quyết thành công trong cuộc sống
- Muốn tìm những nguồn năng lượng tích cực
- Muốn được chia sẻ và cùng chia sẻ cho cộng đồng
- Muốn tìm được giá trị bản thân, giá trị gia đình

3.3 Giải pháp marketing

a. Định vị thương hiệu

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

- Phòng marketing phụ trách xây dựng lại hình ảnh thương hiệu và chuẩn hóa các thông điệp truyền thông nhằm định hướng giá trị cảm nhận của khách hàng đối với thương hiệu XXXXX XXXX. Hình ảnh mà XXXXX XXXX truyền tải là: "thân thiện, uy tín, an toàn", giá trị mà XXXXX XXXX cung cấp là: "sức khỏe-hạnh phúc-thành công".
- Viết các bài viết giới thiệu và đẩy cao các giá trị mà XXXXX XXXX mang lại cho khách hàng như "café nghỉ dưỡng tại TP.HCM" "khu phức hợp nghỉ dưỡng mini tại TP.HCM" "nơi tìm đến của các bạn trẻ" "nơi tìm đến của gia đình"
- Chụp hình các sản phẩm, dịch vụ mà XXXXX XXXX cung cấp và ghi nhận ý kiến đóng góp phản hồi của khách hàng.
- Giới thiệu XXXXX XXXX gắn liền với các giá trị hiện hữu

b. Gia tăng khả năng nhận diện thương hiệu

- Gia tăng hiệu quả của website: thiết kế chuyên nghiệp, bố cục rõ ràng dễ tìm kiếm thông tin, định hướng thông tin người dùng và cung cấp cho người đọc những thông tin hữu ích.
- Seo website: thuê đơn vị seo website chuyên nghiệp đẩy các từ khóa tìm kiếm "Café cho gia đình", "café hội thảo", "café doanh nhân, giao lưu học hỏi", "café có khu vui chơi"… lên top từ khóa tìm kiếm google.
- Liên hệ các writer của các diễn đàn, website về review đánh giá nơi ăn uống, café như diadiemanuong.com. Nhờ họ viết bài review và tặng họ coupon, hoặc discount thức ăn, nước uống,..
- Chiến lược nội dung website: đội ngũ nhân viên marketing viết bài hướng đến đối tượng từng lớp trung lưu, tầng lớp doanh nhân trẻ có nhu cầu tìm kiếm nơi mà có những giá trị XXXXX XXXX mang lại
- Mua database để chạy quảng cáo hướng đối tượng tới những khách hàng tiềm năng (những người nhiều tiền, những người gửi tiền ngân hàng, lãnh đạo doanh nghiệp, khách hàng mua chung cư...)
- Xây dựng fanpage công ty chuyên nghiệp để giới thiệu sản phẩm dịch vụ của công ty đến khách hàng và giao tiếp khách hàng.
- Thuê đội ngũ seeding comment trên fanpage.
- Chạy quảng cáo hướng đối tượng facebook trong độ tuổi từ 30-50 tại các thành phố lớn có sở thích thể thao, kinh doanh, đọc sách, du lịch.
- Quảng cáo qua hệ thống showroom.
- Xây dựng hệ thống đại lý phân phối để gia tăng tần xuất xuất hiện của thương hiệu trên đối tượng mục tiêu.
- Quảng cáo trên báo chí tập trung vào các kênh dành riêng cho doanh nhân, quản lý và giới nhà giàu.

- Đội ngũ nhân viên kinh doanh tích cực tiếp cận, phát tờ rơi giới thiệu sản phẩm dịch vụ của công ty.
- Tham gia các diễn đàn về sức khỏe, sống trẻ, gia đình, trẻ em như : lamchame.com, webtretho.com, songkhoemoingay,...

3.4 Thông điệp marketing

- Giai đoạn 1: Nói lên những mong muốn, bức xúc của khách hàng mục tiêu cần một nơi hội tụ đầy đủ những yếu tố thỏa mãn họ nhưng chưa tìm thấy đâu cả
- Giai đoạn 2: Xxxxxx xxx ra đời và đáp ứng một cách thuyết phục thỏa mãn khách hàng
- Giai đoạn 3 : Quảng cáo cho XXX dựa trên các phương tiện truyền thông, các cuộc thi để thu hút người đến

Thông điệp Xxxxxx xxx mang đến	Tìm không gian êm dịu cuối tuần để gia đình, con cái, gặp gỡ bạn bè, tận hưởng không gian yên tĩnh, hạnh phúc trong chốn thành thị mà không chịu sự ồn ào, ảnh hưởng như những quán Café đặc thù hay các trung tâm thương mại	Xxxxxx xxx tạo ra một phong cách mới với mô hình kết hợp giữa Café, vui chơi, chăm sóc sức khỏe,..với cùng một giá trị hướng đến cả thể chất lẫn tâm hồn cho khách hàng	Xxxxxx xxx tạo ra một không gian tuyệt vời giành cho mọi người, mọi gia đình mà không nơi nào khác có được	Đến với Xxxxxx XXX lúc rảnh rỗi cùng gia đình để tận hưởng những giá trị tuyệt vời. Hoặc bạn có những vấn đề về tâm lý, sức khỏe không tốt, hãy đến đây để được các chuyên gia tư vấn miễn phí và nhiệt tình
Cách thức truyền tải thông điệp	Những báo online và truyền thống tập trung nhiều khách hàng mục tiêu. Xới vấn đề sâu và tạo sự bức xúc cực điểm khiến xã hội tự hỏi " Ai là người giải quyết bức xúc này?"	Xxxxxx xxx ra đời giải quyết bức xúc của nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu	Xxxxxx xxx hướng đến một không gian dành cho các gia đình, người có gia đình và các doanh nhân trẻ và trung niên	Các cuộc thi từ Xxxxxx xxx với nội dung chia sẻ cảm nhận từ lần đầu đến với nơi này

Kế hoạch Marketing chi tiết và ngân sách xem file đính kèm

Kế hoạch bán hàng

4.1 Mục tiêu bán hàng

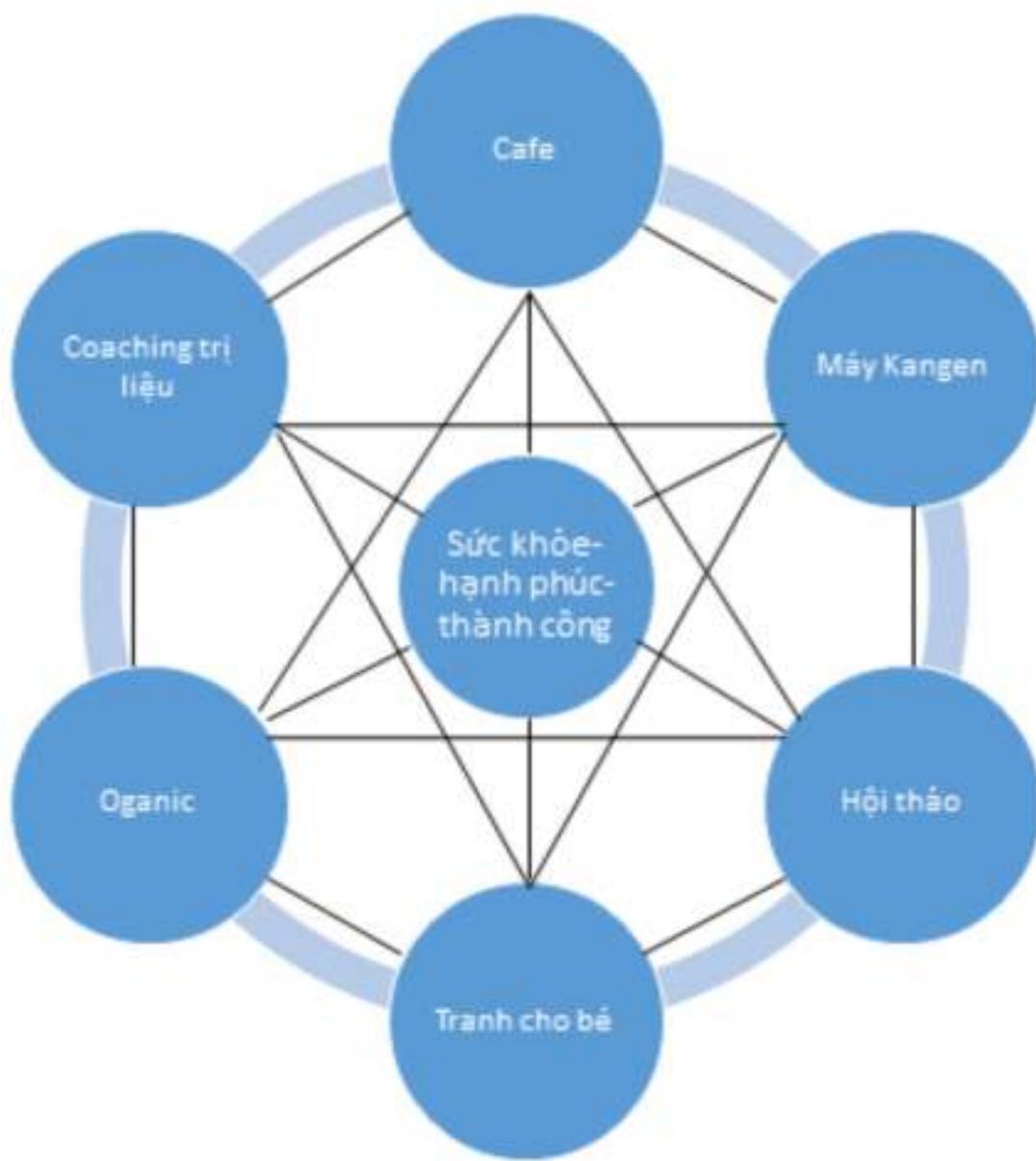
- Đảm bảo mục tiêu doanh thu:
 - Doanh thu bán hàng, dịch vụ (XXXXX);
 - Doanh thu từ café;
 - Doanh thu từ hội thảo;
 - Doanh thu từ các sản phẩm của XXXXmxxx
- Nâng cao năng lực bán hàng
 - Số lượng showroom;
 - Số lượng đại lý nhượng quyền;
 - Số lượng các đơn vị đối tác, các đơn vị liên kết;
 - Số lượng nhân viên kinh doanh;
- Nâng cao chất lượng đội ngũ kinh doanh
 - Tổ chức 4 khóa đào tạo bán hàng cho nhân viên kinh doanh.
 - Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, năng lực chăm sóc khách hàng.
 - Tỷ lệ hài lòng của khách hàng 60% (bằng cách lập hòm thư góp ý khách hàng và giảm giá cho khách hàng làm phiếu góp ý)

4.2 Giải pháp bán hàng

- Gia tăng hiệu quả của hệ thống showroom bán hàng hiện nay, mở thêm 1 showroom bán hàng mới.
- Xây dựng đội ngũ 15 nhân viên bán hàng chủ động tiếp cận khách hàng, các doanh nhân trẻ trên các diễn đàn, các câu lạc bộ doanh nhân
- Tổ chức cho nhân viên kinh doanh tham gia các khóa đào tạo kỹ năng kinh doanh.
- Lập hòm thư góp ý và khuyến khích khách hàng đánh giá về chất lượng sản phẩm, dịch vụ của công ty để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng.
- Gia tăng dòng khách hàng nội bộ 10%.



4.3 Dòng khách hàng



Các hạng mục	Giải pháp
Organic	Tích hợp trong menu với dòng chữ nhỏ bên dưới "XXX cam kết thực phẩm sạch" Trình chiếu trên tivi vào khung giờ : ăn trưa từ 11h-13h các chương trình có nội dung " Thực trạng thực phẩm và giá trị của các sản phẩm sạch mang lại "
Vườn Tâm Hồn	Tích hợp sẵn trong mặt sau của menu Các chương trình được trình chiếu trên tivi treo rải rác khắp các khu vực

Café		trong tòa nhà Mỗi khách hàng dừng chân tại quán café nên được tặng 1 hạt giống tôm hồn nhằm khuyến khích họ nhận ra giá trị và muốn tham quan khu Vườn Tâm Hồn
	Hội Thảo	Xây dựng kệ, banner nhỏ treo xung quanh giới thiệu về các chương trình hội thảo => khách hàng sẽ tự nhìn thấy và nếu họ quan tâm sẽ tham gia Trang bị các tivi trình chiếu liên tục các chương trình, dịch vụ, sản phẩm của XXX. Các trường hợp focus vào các giá trị mà XXXXX XXX mang lại cho khách hàng
	Coaching	Tích hợp mặt sau menu Trình chiếu tivi vào khung giờ : ăn trưa, trình chiếu các chương trình có nội dung mà Coaching mang lại
	XXXXXX	Tích hợp mặt sau menu Trình chiếu tivi trong khung giờ ăn trưa chèn vào cùng 1 chuyên mục "Thực trạng thực phẩm và giá trị của các sản phẩm sạch mang lại "
Organic	Café	Nhân viên tư vấn khách hàng mua các sản phẩm Organic và nói thêm rằng " Tất cả các sản phẩm organic đều đang được dùng phục vụ cho quán Café bên dưới và đạt được nhiều phản hồi tích cực"
	Vườn Tâm Hồn	Gửi các coupon, khuyến mãi cho khách hàng khi tham gia chương trình của Vườn Tâm Hồn. Vì chung khu vực, nên nhân viên bán hàng sẽ dễ dàng tư vấn qua lại giữa khách hàng Organic → Vườn Tâm Hồn
	Hội thảo	Đặc thù các khách hàng mua sản phẩm organic đã là những người đề cao giá trị organic mang lại. Vì vậy, nhân viên sẽ dễ dàng hướng họ tham gia các hội thảo về sức khỏe, thực phẩm sạch, organic Giới thiệu các hội thảo khi tham gia sẽ có các coupon khuyến mãi mua sản phẩm organic
	XXXXXX	Tích hợp khuyến mãi trong combo khi mua máy XXXXXX
	Coaching	Các khách hàng mua sản phẩm organic, nhân viên lưu trữ lại thông tin và gọi điện, gửi email chăm sóc cũng như marketing cho dịch vụ Coaching
Vườn tôm hồn (tranh giá o dục	Café	Khách hàng mua tranh/ gói đào tạo của Vườn Tâm Hồn → Khách hàng sẽ nhận được phiếu discount café bên dưới hoặc trên sân thượng
	Organic	Đại đa số khách hàng mua tranh đều mua cho con em họ, vì vậy nhân viên nên hướng họ vào giá trị organic mang lại cho trẻ em để kích thích họ mua sản phẩm organic
	Coaching	Giới thiệu gói Coaching dạy con cái, cho khách hàng nhiều option khác nhau : mua tranh hoặc tham gia gói Coaching dạy con cái hiệu quả cao hơn
	XXXXXX	Khách hàng mua máy XXXXXX, chủ động hỏi họ có con em nhỏ không và tích hợp quà tặng tranh vườn tôm hồn trong combo bán máy

)		
Hội thảo	Café	Tích hợp đồ ăn, thức uống đi kèm trong gói dịch vụ hội thảo
	Organic	Tổ chức hội thảo với chủ đề "thực phẩm sạch"
	Coaching	Hội thảo về sức khỏe, các vấn đề tâm lý thường gặp ở người làm kinh doanh, cho họ thấy giá trị mà dịch vụ Coaching đem lại
	Xxxxxx	Tổ chức hội thảo về công năng, giá trị của nước điện giải
Xxx xxx	Café	Các dịch vụ khác của Xxxxxx xxx đều được tích hợp trong gói quà tặng khi mua máy Xxxxxx, tùy từng nhu cầu của khách hàng mà áp dụng hợp lý
	Hội thảo	
	Vườn tâm hồn	
	Coaching	
	Organic	

4.4 Xây dựng đội ngũ nhân viên kinh doanh

Tiêu chuẩn nhân viên kinh doanh

- Nhân viên kinh doanh phải là người giao tiếp tốt, có thể chủ động liên hệ, kết nối và thuyết phục các đối tác lớn hợp tác cùng với công ty.
- Có khả năng tìm kiếm thông tin về các dự án đã và đang phát triển để có chiến lược tiếp cận phù hợp.
- Năng động, tích cực và chủ động trong công việc.
- Chịu được áp lực cao.

Quyền lợi của nhân viên kinh doanh

- Lương 3 tháng thử việc:
- Lương chính thức:
- Phụ cấp: xăng, điện thoại, cơm trưa.

Hoa hồng kinh doanh:

- Đối với trưởng phòng kinh doanh được hưởng hoa hồng... của toàn phòng.
- Tổ chức hoạt động kinh doanh
- Phòng kinh doanh sắp xếp 2 nhân viên kinh doanh đi phát triển thị trường tại Thành Phố Hồ Chí Minh: đội ngũ này sẽ tập trung tìm hiểu và thu thập thông tin về các diễn đàn, các tổ chức, các hiệp hội doanh nhân và tham gia, giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ của Xxxxxx xxx
- Nhân viên kinh doanh chủ động tìm kiếm thông tin liên hệ của đối tác (từ website, trang vàng...) gọi điện thoại vào hotline của đối tác**

để xin gặp người có tiếng nói quyết định trong việc hợp tác, sử dụng dịch vụ công ty hoặc dựa vào các mối quan hệ để nhờ sự giới thiệu.

Mục tiêu	Đối tượng
Các website	Nhân viên marketing tích cực viết bài hàng ngày, số lượng bài viết và mục tiêu phải rõ ràng từng giai đoạn
Diễn đàn	Nhân viên marketing tích cực tham gia diễn đàn bằng hình thức viết bài, tham gia offline, gửi email giới thiệu sản phẩm dịch vụ...
Các tổ chức	Phòng kinh doanh tổ chức nhân viên tham gia offline liên tục và thường xuyên theo lịch của các tổ chức, hiệp hội.

4.5 Chương trình bán hàng

Chương trình	Mô tả	Chi phí	Lợi nhuận
Tài trợ nước			
Quỹ từ thiện giúp các bệnh nhân ung thư			
Cho thuê máy			

5. Kế hoạch nhân sự

5.1 Chiến lược nhân sự

Chiến lược ngắn hạn:

- Hoàn thiện cơ cấu tổ chức và hệ thống quản lý theo hướng đơn giản, gọn nhẹ, hiệu quả.
- Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự qua các khóa đào tạo định kỳ.
- Tập trung xây dựng đội ngũ nhân sự kinh doanh đáp ứng được mục tiêu kinh doanh đề ra. Chú trọng tuyển dụng nhân sự từ đối thủ hoặc các đơn vị trong ngành để tận dụng mối quan hệ sẵn có.

Chiến lược dài hạn:

- Đảm bảo ổn định và hiệu quả của đội ngũ nhân sự trong dài hạn: xây dựng chính sách lương thưởng và đãi ngộ nhân viên, xây dựng văn hóa doanh nghiệp thúc đẩy sự cống hiến và tích cực.
- Xây dựng hệ thống quản lý bằng phần mềm.

5.2 Cơ cấu tổ chức



5.3 Chức năng nhiệm vụ và phân công công tác

Hội Đồng Quản Trị

- Định hướng hoạt động
- Quản lý và đưa ra những quyết định quan trọng
- Bầu ra ban kiểm soát để theo dõi và đánh giá hoạt động của ban giám đốc và toàn Công ty.

Ban Tổng Giám Đốc

- Thực hiện các hoạt động tài chính như huy động, sử dụng và kiểm soát vốn hiệu quả.
- Tổ chức các hoạt động xây dựng văn hóa, xây dựng thương hiệu cho Công ty.
- Thiết lập bộ máy quản lý cấp cao và từng phòng ban trong Công ty.
- Chịu trách nhiệm hoạch định chiến lược và kế hoạch phát triển chung cho Công ty.
- Điều hành và chịu trách nhiệm toàn bộ cho mọi hoạt động của Công ty.

- 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 Kinh Doanh.
- Theo dõi sát tình hình công nợ, chỉ đạo các phòng ban nghiêm túc thực hiện công tác đánh giá nghiệm thu công trình, quyết toán dự án, thu hồi công nợ.

Phòng marketing

- Lập kế hoạch marketing cho Công ty.
- Đề xuất chiến lược xây dựng hình ảnh công ty và gia tăng sức mạnh thương hiệu trình Ban Giám Đốc.
- Chủ động trong công tác truyền thông hình ảnh và sản phẩm dịch vụ của Công ty ra bên ngoài.
- Làm việc với các agency marketing và các đơn vị marketing để lấy báo giá và tổ chức các chương trình marketing cho Công ty.
- Định hướng, quản lý và phát triển website của Công ty.
- Phối hợp và hỗ trợ phòng kinh doanh trong các hoạt động truyền thông bán hàng.

Phòng Kinh Doanh

- 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.
- Xây dựng, quản lý và phát triển chuỗi showroom bán lẻ.
- Xây dựng, quản lý và phát triển chuỗi đại lý bán lẻ tại các tỉnh.
- Lên kế hoạch định kì tháng/quý/năm cho Công ty và các cửa hàng, đại lý bán lẻ.
- Thu nhập, xác minh các thông tin quan trọng về hoạt động của thị trường, xác định phân khúc thị trường chủ đạo.

- Chịu trách nhiệm kiểm soát chi phí hoạt động và các khoản nợ phát sinh do hoạt động kinh doanh mà phòng phụ trách.
- Báo cáo tình hình kinh doanh định kỳ tháng/quý/năm cho Ban Giám Đốc.

Phòng Kế Toán Tài Chính Quản Trị

- 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.
- Tuyển dụng, đào tạo nhân sự cho Công ty.
- Cụ thể hóa việc xây dựng và phát triển hình ảnh, thương hiệu cũng như văn hóa doanh nghiệp.
- Định kì sơ kết, tổng kết quá trình hoạt động của Công ty theo năm/quý/tháng.

5.4 Chính sách nhân sự

Chế độ làm việc

- Tổ chức làm việc 8h/ngày, 6 ngày/tuần (nghỉ Lễ, Tết ốm, đau, bệnh tật, thai sản.... theo qui định của nhà nước).

- Yêu cầu cán bộ công nhân viên làm thêm giờ khi có yêu cầu về tiến độ sản xuất, kinh doanh, bán hàng song song với chế độ đai ngộ thỏa đáng.

Chính sách tuyển dụng:

- Chính sách tuyển dụng, đào tạo và trọng dụng nhân tài: có chính sách lương thưởng đặc biệt để tạo ra sự cạnh tranh giữa các nhân sự giỏi, nhiều kinh nghiệm, không dễ thoát chất xám và thu hút người tài.

Chính sách lương, thưởng, phúc lợi

- Xây dựng chính sách lương thưởng phù hợp với từng vị trí công việc, kỹ năng và trình độ chuyên môn và ghi nhận đúng mức năng lực và kết quả công việc của từng cá nhân, song song đó là tạo động lực khuyến khích cán bộ công nhân viên phát huy năng lực, trách nhiệm để nâng cao năng suất và hiệu quả.

Các loại hình khen thưởng:

- Khen thưởng thành tích đột xuất (bằng hiện kim): Khen thưởng các cá nhân có thành tích xuất sắc trong công việc, góp phần mang lại lợi ích về kinh tế hoặc góp phần nâng cao hiệu quả công việc của bộ phận, nâng cao uy tín, hình ảnh của Công ty; Khen thưởng các cá nhân/tập thể tích cực tham gia các hoạt động văn thể, xây dựng văn hóa Công ty.
- Khen thưởng thành tích khi kết thúc dự án (bằng hiện kim): Khen thưởng các cá nhân/tập thể tham gia tích cực và hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao, góp phần tạo ra thành công chung của mỗi dự án/chiến dịch.
- Khen thưởng sáng kiến (bằng hiện kim): Khen thưởng các cá nhân có sáng kiến mang lại lợi ích cho Công ty, có các đề xuất cải tiến mới góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của bộ phận, nâng cao hình ảnh, uy tín của Công ty.
- Khen thưởng gương "Người tốt việc tốt": Khen thưởng những cá nhân ngăn chặn được thảm họa hoặc xử lý tốt với tình huống khẩn cấp, dũng cảm cứu người trong điều kiện nguy hiểm, trả lại tài sản nhặt được...
- Khen thưởng thành tích định kỳ (bằng những chuyến tham du lịch nghỉ mát trong và ngoài nước): Khen thưởng cá nhân xuất sắc của tháng, tập thể xuất sắc của Quý, khen thưởng thành tích cá nhân cuối năm, khen thưởng thành tích thi đua nhân dịp kỷ niệm ngày thành lập Công ty.

Chính sách phúc lợi

- Tất cả các cán bộ công nhân viên của Công ty đều được đảm bảo thụ hưởng các chế độ chính sách phù hợp với Luật lao động Việt Nam.
- Bảo hiểm tai nạn 24/24: Công ty thực hiện việc mua bảo hiểm tai nạn con người cho cán bộ công nhân viên ký kết hợp đồng lao động từ 01 năm trở lên.
- Trợ cấp khó khăn đột xuất: trợ cấp đối với các nhân viên cưới – hỏi, ốm – đau, mất sức lao động, bảo hộ lao động, nghỉ phép trong trường hợp gia đình cán bộ công nhân viên có hưu sự-tang gia, cấp học bổng hỗ trợ cho con cán bộ công nhân viên đạt thành tích cao trong học tập,...

Môi trường – điều kiện làm việc và văn hóa doanh nghiệp

- Văn hóa doanh nghiệp: mọi cán bộ công nhân viên luôn ý thức và cam kết thực hiện đúng theo tôn chỉ, mục tiêu của Công ty theo các tiêu chí:
- Đoàn kết, vượt qua khó khăn thách thức.
- Tôn trọng, lắng nghe và xem lợi ích của khách hàng, đối tác như là lợi ích của mình. Làm hài lòng khách hàng là niềm hạnh phúc của mình.
- Luôn học hỏi, đổi mới để tìm kiếm cơ hội gặt hái được thành công.
- Môi trường làm việc: thực hiện thường xuyên các cuộc khảo sát sự hài lòng của cán bộ công nhân viên nhằm điều chỉnh công tác quản lý.
- Thường xuyên quan tâm đến an toàn vệ sinh lao động, điều kiện làm việc cho người lao động, đảm bảo an toàn lao động, an ninh trật tự, phòng chống cháy nổ nơi làm việc.
- Tổ chức hoạt động văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao để nâng cao tinh thần cho cán bộ công nhân viên.

5.5 Kế hoạch nhân sự

Vị trí	Số lượng	Mức lương tháng	Chi phí lương hàng tháng	Chi phí lương hàng năm
Ban tổng giám đốc				
Tổng giám đốc	1	20.000.000	20.000.000	240.000.000
Phó tổng giám đốc	1	18.000.000	18.000.000	216.000.000
Trợ lý giám đốc	1	8.000.000	8.000.000	96.000.000
Phòng kế toán tài chính			-	-
Trưởng phòng kế toán	1	12.000.000	12.000.000	144.000.000

Nhân viên kế toán	1	6.000.000	6.000.000	72.000.000
Phòng marketing			-	-
Trưởng phòng marketing	1	10.000.000	10.000.000	120.000.000
Nhân viên marketing	2	7.000.000	14.000.000	168.000.000
Phòng nhân sự			-	-
Trưởng phòng nhân sự	1	10.000.000	10.000.000	120.000.000
Nhân viên nhân sự	1	7.000.000	7.000.000	84.000.000
Xxi xxxx xixt			-	-
Trưởng bộ phận	1	10.000.000	10.000.000	120.000.000
Nhân viên marketing	1	6.000.000	6.000.000	72.000.000
Nhân viên tổ chức hội thảo	1	6.000.000	6.000.000	72.000.000
Vườn Tâm Hồn			-	-
Trưởng bộ phận	1	10.000.000	10.000.000	120.000.000
Nhân viên hỗ trợ	1	6.000.000	6.000.000	72.000.000
Nhân viên marketing	1	6.000.000	6.000.000	72.000.000
Café XXXXX XXX			-	-
Trưởng bộ phận	1	12.000.000	12.000.000	144.000.000
Kế toán theo ca	2	3.000.000	6.000.000	72.000.000
Thu ngân theo ca	2	3.000.000	6.000.000	72.000.000
Nhân viên pha chế theo ca	2	4.000.000	8.000.000	96.000.000
Nhân viên phục vụ theo ca	10	2.500.000	25.000.000	300.000.000
Nhân viên tạp vụ	2	4.500.000	9.000.000	108.000.000

Máy XXXXX			-	-
Trưởng bộ phận	1	15.000.000	15.000.000	180.000.000
Nhân viên kinh doanh	15	5.000.000	75.000.000	900.000.000
Nhân viên chăm sóc khách hàng	2	7.000.000	14.000.000	168.000.000
Nhân viên marketing	1	7.000.000	7.000.000	84.000.000
Nhân viên hành chính thu mua	2	7.000.000	14.000.000	168.000.000
Khác			-	-
Bảo vệ tòa nhà	2	6.000.000	12.000.000	144.000.000
Tạp vụ tòa nhà	1	5.000.000	5.000.000	60.000.000
Tổng chi phí	59		357.000.000	4.284.000.000

VI. Kế hoạch tài chính

1. Vốn đầu tư ban đầu

STT	Nguồn vốn	Giá trị đầu tư
1	Trần Nguyễn Hoàng Bảo Ngọc	1.000.000.000
2	Vay ngân hàng	-
3	Quỹ đầu tư	20.000.000.000
	Tổng vốn đầu tư	21.000.000.000

3. Doanh thu dự kiến

Bảng: Doanh thu bán máy XXXXX dự kiến

	2016
Phòng kinh doanh	
Doanh số	479
Giá bán	102.000.000
Doanh thu	48.858.000.000
Đại lý bán hàng	
Doanh số	300

Công ty TNHH Tư vấn & Đầu tư Kế Hoạch Việt

Website: <http://kehoachviet.com> Hotline: 0903 349 539

Giá bán	102.000.000
Doanh thu	30.600.000.000
Tổng doanh thu	79.458.000.000

Bảng: Công suất hoạt động quán café dự kiến

Số lượng bàn	32
Tổng số ly/bàn/giờ	2
Giờ hoạt động/ngày	16
Tổng số ly bán ngày	768
Năm đầu công suất 40%/ngày	307
Tổng số ly bán/tuần	2.150
Tổng số ly bán/tháng	9.216

Bảng: Danh sách sản phẩm của quán café XXXXX XXX

TÊN SẢN PHẨM	ĐVT	GIÁ
Cafe		
Cafe	ly	25.000
Cafe đá	ly	35.000
Cafe sữa nóng	ly	35.000
Cafe sữa đá	ly	40.000
Cafe rum	ly	40.000
Cafe sữa rum	ly	40.000
Cafe capuchino	ly	45.000
Cafe capuchino đá	ly	45.000
Bạc xỉu	ly	30.000
Bạc xỉu đá	ly	35.000
Cacao nóng	ly	45.000
Cacao đá	ly	45.000
Sữa tươi	ly	25.000

Chocolate	ly	45.000
Chocolate đá	ly	45.000
Trà-yaourt-sirô		
Trà lipton	ly	25.000
Trà lipton sữa	ly	25.000
Trà lái	ly	25.000
Trà đào	ly	25.000
Trà dâu	ly	25.000
Trà cam	ly	25.000
Trà chanh dây	ly	25.000
Trà gừng	ly	25.000
Trà bí đao	ly	25.000
Yaourt đá	ly	40.000
Yaourt chanh	ly	40.000
Yaourt cam	ly	40.000
Yaourt dâu	ly	40.000
Yaourt bạc hà	ly	40.000
Sirô sữa	ly	40.000
Sirô sữa dâu	ly	40.000
Sirô sữa chanh	ly	40.000
Sirô sữa cam	ly	40.000
Sirô sữa bạc hà	ly	40.000
Nước dinh dưỡng		
Chanh	ly	30.000
Chanh dây	ly	30.000
Chanh muối	ly	30.000
Cam vắt	ly	30.000

Cam vắt mật ong	ly	30.000
Tắc ép	ly	30.000
Dừa	ly	30.000
La hán quả	ly	30.000
Sâm dứa	ly	30.000
Sâm dứa sūa	ly	30.000
Coktail	ly	30.000
Xí muội	ly	25.000
Sting dâu	chai	30.000
Number one	chai	30.000
Twister	chai	30.000
Pepsi	lon	30.000
Coca cola	lon	30.000
7 up	chai	30.000
Trà xanh	chai	30.000
Dr.Thanh	chai	30.000
Sinh tố-nước ép		
Sinh tố dâu	ly	30.000
bơ	ly	30.000
dừa	ly	30.000
sapôchê	ly	30.000
cà chua	ly	30.000
cà rốt	ly	30.000
Nước ép dâu	ly	30.000
thơm	ly	30.000
táo	ly	30.000
cam	ly	30.000

nho	ly	30.000
cà chua	ly	30.000
cà rốt	ly	30.000

Bảng: Doanh thu quán café dự kiến

	Số lượng bán	Giá bán BQ(ngàn đồng)	Tổng (ngàn đồng)
Doanh thu Ngày	307	30.000	9.216.000
Doanh thu Tuần	2.150	30.000	64.512.000
Doanh thu Tháng	9.216	30.000	276.480.000
Doanh thu Năm	112.128	30.000	3.363.840.000

5. Kết quả kinh doanh dự kiến

Bảng: Kết quả kinh doanh dự kiến

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TỔNG HOẠT ĐỘNG		2017	2018	2019	2020	2021
Café						
Doanh thu hàng năm	5.600	11.200	28.000	56.000	95.200	
Giá vốn hàng bán	1.680	3.360	8.400	16.800	28.560	
Lợi nhuận gộp	3.920	7.840	19.600	39.200	66.640	
Chi phí quản lý + marketing	4.026	4.480	11.200	28.000	47.600	
Lợi nhuận trước thuế	- 106	3.360	8.400	11.200	19.040	
Thuế suất	- 21	672	1.680	2.240	3.808	
Lợi nhuận sau thuế	- 85	2.688	6.720	8.960	15.232	
Tỷ suất LN/DT	-2%	24%	24%	16%	16%	
Xxxxxx	-	-	-	-	-	
Doanh thu hàng năm	21.000	42.000	105.000	210.000	357.000	
Giá vốn hàng bán	15.750	31.500	78.750	157.500	267.750	
Lợi nhuận gộp	5.250	10.500	26.250	52.500	89.250	
Chi phí quản lý + marketing	7.174	8.400	15.750	31.500	53.550	
Lợi nhuận trước thuế	- 1.924	2.100	10.500	21.000	35.700	
Thuế suất	- 385	420	2.100	4.200	7.140	
Lợi nhuận sau thuế	- 1.539	1.680	8.400	16.800	28.560	
Tỷ suất LN/DT	-7%	4%	8%	8%	8%	
Coaching	-	-	-	-	-	

Doanh thu hàng năm	840	1.680	4.200	8.400	14.280
Giá vốn hàng bán	420	840	2.100	4.200	7.140
Lợi nhuận gộp	420	840	2.100	4.200	7.140
Chi phí quản lý + marketing	878	672	1.680	3.360	5.712
Lợi nhuận trước thuế	- 458	168	420	840	1.428
Thuế suất	- 92	34	84	168	286
Lợi nhuận sau thuế	- 367	134	336	672	1.142
Tỷ suất LN/DT	-44%	8%	8%	8%	8%
Hội thảo	-	-	-	-	-
Doanh thu hàng năm	2.520	5.040	12.600	25.200	42.840
Giá vốn hàng bán	756	2.520	6.300	12.600	21.420
Lợi nhuận gộp	1.764	2.520	6.300	12.600	21.420
Chi phí quản lý + marketing	1.665	2.016	5.040	10.080	17.136
Lợi nhuận trước thuế	99	504	1.260	2.520	4.284
Thuế suất	20	101	252	504	857
Lợi nhuận sau thuế	79	403	1.008	2.016	3.427
Tỷ suất LN/DT	3%	8%	8%	8%	8%
Vườn Tâm Hồn	-	-	-	-	-
Doanh thu hàng năm	2.520	5.040	12.600	25.200	42.840
Giá vốn hàng bán	756	2.016	5.040	10.080	17.136
Lợi nhuận gộp	1.764	3.024	7.560	15.120	25.704
Chi phí quản lý + marketing	1.665	2.520	6.300	12.600	21.420
Lợi nhuận trước thuế	99	504	1.260	2.520	4.284
Thuế suất	20	101	252	504	857
Lợi nhuận sau thuế	79	403	1.008	2.016	3.427
Tỷ suất LN/DT	3%	8%	8%	8%	8%
Organic	-	-	-	-	-
Doanh thu hàng năm	1.500	3.000	7.500	15.000	25.500
Giá vốn hàng bán	750	1.500	3.000	6.000	10.200
Lợi nhuận gộp	750	1.500	4.500	9.000	15.300
Chi phí quản lý + marketing	787	1.110	3.525	6.750	11.475
Lợi nhuận trước thuế	- 37	390	975	2.250	3.825
Thuế suất	- 7	78	195	450	765
Lợi nhuận sau thuế	- 30	312	780	1.800	3.060
Tỷ suất LN/DT	-2%	10%	10%	12%	12%
Tổng doanh thu	33.980	67.960	169.900	339.800	577.660
Tổng lợi nhuận	- 1.862	5.621	18.252	32.264	54.849
Tổng giá vốn hàng bán	20.112	41.736	103.590	207.180	352.206
Tổng chi phí quản lý marketing	16.195	19.198	43.495	92.290	156.893

Bảng: Kết quả kinh doanh dự kiến

	Mã số	Thuyết minh	Năm	Năm	Năm	Năm	Năm
CHỈ TIÊU			2017	2018	2019	2020	2021
A	B	C	1	2	3	4	5
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1	IV.08	33.980	67.960	169.900	339.800	577.660
2. Các khoản giảm trừ	2						

doanh thu			-	-	-	-	-	
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	10		33.980	67.960	169.900	339.800	577.660	
(10 = 01 - 02)			-	-	-	-	-	
4. Giá vốn hàng bán	11		20.112	41.736	103.590	207.180	352.206	
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	20		13.868	26.224	66.310	132.620	225.454	
(20 = 10 - 11)			-	-	-	-	-	
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21		-	-	-	-	-	
7. Chi phí tài chính	22		-	-	-	-	-	
- Trong đó: Chi phí lãi vay	23		-	-	-	-	-	
8. Chi phí quản lý kinh doanh	24		16.195	19.198	43.495	92.290	156.893	
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	30		-	2.327	7.026	22.815	40.330	68.561
(30 = 20 + 21 - 22 - 24)			-	-	-	-	-	
10. Thu nhập khác	31		-	-	-	-	-	
11. Chi phí khác	32		-	-	-	-	-	
12. Lợi nhuận khác (40 = 31 - 32)	40		-	-	-	-	-	
13. Tổng lợi nhuận kê toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50	IV.09	-	2.327	7.026	22.815	40.330	68.561
14. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	51		-	465	1.405	4.563	8.066	13.712
15. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	60		-	1.862	5.621	18.252	32.264	54.849
(60 = 50 - 51)								

5. Lưu chuyển tiền tệ

Chi tiêu	Mã số	Thuyết minh	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
A	B	C	1	2	3	4	5
I. Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh							
1. Tiền thu từ bán hàng, cung cấp dịch vụ và doanh thu khác	1		33.980	67.960	169.900	339.800	577.660
2. Tiền chi trả cho người	2		20.112	41.736	103.590	207.180	352.206

cung cấp hàng hoá và dịch vụ							
3. Tiền chi trả cho người lao động	3		16.195	19.198	43.495	92.290	156.893
4. Tiền chi trả lãi vay	4		-	-	-	-	-
5. Tiền chi nộp thuế thu nhập doanh nghiệp	5		- 465	1.405	4.563	8.066	13.712
6. Tiền thu khác từ hoạt động kinh doanh	6		-	-	-	-	-
7. Tiền chi khác từ hoạt động kinh doanh	7		-	-	-	-	-
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20		- 1.862	5.621	18.252	32.264	54.849
			-	-	-	-	-
II. Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư			-	-	-	-	-
1.Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ, BDS đầu tư và các tài sản dài hạn khác	21		2.746	3.146	9.437	15.728	22.019
2.Tiền thu từ thanh lý, nhượng bán TSCĐ, BDS đầu tư và các tài sản dài hạn khác	22		-	-	-	-	-
3.Tiền chi cho vay, mua các công cụ nợ của đơn vị khác	23		-	-	-	-	-
4.Tiền thu hồi cho vay, bán lại các công cụ nợ của đơn vị khác	24		-	-	-	-	-
5.Tiền chi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	25		-	-	-	-	-
6.Tiền thu hồi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	26		-	-	-	-	-
7.Tiền thu lãi cho vay, cổ tức và lợi nhuận được chia	27		-	-	-	-	-
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30		- 2.746	- 3.146	- 9.437	- 15.728	- 22.019
			-	-	-	-	-
III. Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính			-	-	-	-	-
1.Tiền thu từ phát hành cổ phiếu, nhận vốn góp của chủ sở hữu	31		20.000	-	-	-	-
2.Tiền chi trả vốn góp cho các chủ sở hữu, mua lại cổ phiếu của doanh nghiệp đã phát hành	32		-	-	-	-	-
3.Tiền vay ngắn hạn, dài hạn nhận được	33		-	-	-	-	-
4.Tiền chi trả nợ gốc vay	34		-	-	-	-	-
5.Tiền chi trả nợ thuê tài chính	35		-	-	-	-	-
6. Cổ tức, lợi nhuận đã trả	36		- 372	1.124	3.650	6.453	10.970

cho chủ sở hữu								
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40		20.372	- 1.124	- 3.650	- 6.453	- 10.970	
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20+30+40)	50		15.765	1.351	5.165	10.084	21.860	
Tiền và tương đương tiền đầu năm	60		1.000	16.765	18.116	23.281	33.365	
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ	61		-	-	-	-	-	
Tiền và tương đương tiền cuối năm (70 = 50+60+61)	70	V.11	16.765	18.116	23.281	33.365	55.225	

VII. Quản trị rủi ro

1. Thiệt hại do cháy nổ

Cháy nổ luôn là rủi ro tiềm ẩn có nguy cơ cao xảy ra trong kinh doanh đồ ăn, thức uống

Nguyên nhân: do hầu hết các hàng quán phục vụ nhu cầu ẩm thực đều sử dụng bếp nấu tại chỗ nên rất dễ có nguy cơ bị cháy, đặc biệt là từ mỡ, dầu và các nguồn điện. Nguy cơ thiệt hại cháy phụ thuộc vào đồ ăn đang được chế biến và các thiết bị sử dụng. Ngoài vấn đề phải liên đới pháp lý, cháy nổ còn có thể khiến doanh nghiệp phải bỏ thêm chi phí cho khắc phục hậu quả do thiệt hại tài sản.

Biên pháp phòng tránh: cần phải hết sức lưu ý đảm bảo an toàn cho khu vực bếp nấu bằng cách thường xuyên kiểm tra, lau rửa.

2. Số lượng khách hàng không được như mong muốn

Nguyên nhân:

- Nguồn thực phẩm, nước uống không đảm bảo được chất lượng

Rủi ro đặc thù trong kinh doanh đồ ăn thức uống

Biên pháp phòng tránh: việc bảo quản nguyên liệu trong các thiết bị làm lạnh là điều thiết yếu đối với các hàng quán cung cấp dịch vụ thức ăn, nước uống do đó công ty cần phải chuẩn bị cho khả năng này nếu bất ngờ các thiết bị làm lạnh bị hỏng, mất điện khiến cho đồ uống và thực phẩm bị phân hủy.

Kế hoạch sử dụng nguồn nguyên liệu đồ ăn, thức uống trong 1 tuần, 1 tháng, để ý tới thời hạn sử dụng của thực phẩm và đánh giá loại thực phẩm nào tiêu thụ nhanh, tiêu thụ chậm để chuẩn bị nhập hàng cân đối vừa đủ.

Thực phẩm có nguồn gốc thiên nhiên, không sử dụng các hóa chất độc hại để bảo quản.

Thường xuyên kiểm tra thiết bị và đảm bảo việc vệ sinh sạch sẽ thường xuyên.

Nếu khách hàng bị ngộ độc thực phẩm từ bữa ăn hoặc nước uống trong thực đơn XXXXX XXXX, có thể công ty phải chịu trách nhiệm pháp lý về bồi thường như chi phí y tế, thu nhập từ việc vắng mặt tại nơi làm việc, chi phí pháp lý,...

Hãy đảm bảo nhà hàng có nguồn thực phẩm tốt nhất, đạt yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định chính quyền, theo quy định của nhà hàng cũng như của nhà cung cấp..

- *Nhân viên phục vụ có thái độ không tốt làm mất lòng khách hàng*

Biện pháp phòng tránh: tuyển dụng, đào tạo nhân viên có chọn lọc và có quy trình chuyên nghiệp.

Chế độ lương, khen thưởng công bằng tạo điều kiện thuận lợi để các nhân viên làm việc với thái độ tích cực

Quản lý đội ngũ nhân viên phục vụ một cách hiệu quả như tìm hiểu về gia đình, hoàn cảnh, có các cuộc nói chuyện thân mật với nhân viên, tạo sự gắn bó trong toàn thể nhân viên tại nhà hàng

- *Món ăn thức uống không đáp ứng được nhu cầu của thực khách*

Biện pháp phòng tránh: XXXXX XXXX cần tiếp thu ý kiến của khách hàng và có sự sáng tạo thêm về cách chế biến các món ăn

Tìm hiểu nhu cầu về ăn uống của thực khách và báo cáo Giám đốc để có những đóng góp tích cực phát triển nhà hàng

Tuyển dụng các đầu bếp có tay nghề cao

- *Khách hàng lên các website diễn đàn hoặc các phương tiện truyền thông khác phản nản về chất lượng dịch vụ*

Biện pháp phòng tránh: Trả lời ngay và nêu nhận trách nhiệm trước những phản nản của khách hàng trên các website, diễn đàn, các phương tiện truyền thông để bảo vệ thương hiệu của nhà hàng và thể hiện tính chuyên nghiệp và uy tín của nhà hàng.

3. Chủ nhà đột ngột lấy lại mặt bằng kinh doanh hoặc tăng giá thuê mặt bằng

Biện pháp phòng tránh: trong quá trình ký hợp đồng thuê mặt bằng có những điều khoản ràng buộc.

Nếu chủ nhà lấy lại mặt bằng thì phải bồi thường từ 20 đến 30 lần tiền thuê nhà.

Hoặc chủ nhà không được lấy lại mặt bằng trong thời gian từ 5 năm đến 10 năm.

Ký hợp đồng lâu dài từ 5 năm trở lên để giữ giá.

4. Đối thủ cạnh tranh

Các đối thủ cạnh tranh trực tiếp: hiện tại trên địa bàn khu vực và toàn Thành Phố có nhiều mô hình Café kết hợp, tuy nhiên mỗi mô hình đều có điểm mạnh, sự khác biệt riêng. Vì vậy, chú trọng tập trung vào giá trị Xxxxxx xxx mang lại để tạo độ phủ thương hiệu cùng với khả năng cạnh tranh cao nhất

Các đối thủ cạnh tranh ngành: các đối thủ cạnh tranh ngành được xét theo các nhóm như qui mô, khả năng tài chính, chất lượng sản phẩm, chất lượng phục vụ, nhân lực, uy tín, giá cả. Nhìn tổng thể khu vực có rất nhiều mô hình Café đơn thuần hoặc Café văn phòng, Café phim HD,... Tuy nhiên, do cạnh tranh trong cùng lĩnh vực nhưng khác biệt sản phẩm và mô hình nên sức ép từ những đối thủ này là không lớn.

Các đối thủ tiềm ẩn: do đặc thù công năng mô hình, vì vậy chưa có mô hình công năng tương tự mọc lên

5. Lạm phát, giá cà vật chất leo thang

Biện pháp phòng tránh: Ký hợp đồng lâu dài với các nhà cung cấp nguyên vật liệu để giữ giá.

Tạm thời giữ nguyên giá bán sau khi đã tính toán lại doanh thu, chi phí, lợi nhuận.

Cắt giảm hoặc tiết kiệm một số chi phí không cần thiết.

6. Không quản lý được cửa hàng

Biện pháp phòng tránh: ban giám đốc phân công cho một quản lý có kinh nghiệm nắm bắt được các thông số cơ bản về doanh thu, lợi nhuận hàng ngày, quản lý được nguyên liệu đầu vào ra sao thì sẽ nhanh chóng rơi vào khủng hoảng. Không những thế, viên quản lý này cũng phải quản lý được nhân viên, từ thái độ phục vụ khách đến kỹ thuật pha chế đồ uống đảm bảo, đúng quy trình cũng rất quan trọng. Không quản lý được hoạt động này của nhân viên sẽ tăng rủi ro về việc đánh mất khách hàng .

7. Thiếu chiến lược marketing

Biện pháp phòng tránh: như các loại hình dịch vụ khác, kinh doanh café cũng vậy, chiến lược marketing là công cụ giúp hình ảnh của quán café ngày càng đi vào tâm trí khách hàng. Bộ phận marketing của công ty phải có chiến lược, KPI marketing cụ thể và cần đo hiệu quả đạt được liên tục

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Kế hoạch kinh doanh máy Xxxxxx

Kế hoạch kinh doanh tranh trẻ em

Kế hoạch kinh doanh Xxi xxxx xixt

----- HẾT -----

* 1 số thông tin đã được lược bớt và thay đổi.