

LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Lên kế hoạch là điều không thể thiếu trước khi bắt đầu một công việc có tính chất quan trọng, nhất là trong kinh doanh thì bước lập kế hoạch có thể coi là bước quan trọng nhất, không thể thiếu. Việc lập kế hoạch kinh doanh ở thời điểm bắt đầu giúp chúng ta nhìn nhận mọi thứ rộng hơn, có thể lên một chiến lược phát triển lâu dài và tìm ra những cách mới để bán hàng hoặc tìm ra sản phẩm thu hút khách hàng hơn.

Sau khi nghiên cứu kĩ, nhóm chúng em quyết định chọn mặt hàng mỹ phẩm để lên kế hoạch kinh doanh online. Bản kế hoạch này gồm những nội dung chính sau:

1. Lập fanpage của cửa hàng trên Facebook.

_ Bán hàng online đòi hỏi cần phải có một trang cá nhân trên Facebook để có thể đăng thông tin sản phẩm, trao đổi với khách hàng. Có thể dùng Facebook cá nhân để kinh doanh, nhưng có thể sẽ bị loãng thông tin sản phẩm cũng như không chuyên nghiệp bằng việc lập Fanpage. Việc lập Fanpage đầu tiên là để có thời gian xây dựng nội dung cũng như tăng lượt like trước khi bán hàng thật sự.

_ Fanpage này sẽ có tên là “SNA Comestic”. Trong phần giới thiệu Fanpage sẽ có đầy đủ các nội dung sau:

+ Dòng sản phẩm chủ yếu của cửa hàng là các loại mỹ phẩm nổi tiếng của Nhật Bản, Hàn Quốc, hàng nội địa của Trung Quốc, đồng thời có nhận order mỹ phẩm từ các nước Mỹ, Đức, Pháp.

+ Địa chỉ, số điện thoại, Facebook cá nhân.

_ Sau khi Fanpage đã được lập, chia sẻ trang Fanpage này lên Facebook cá nhân để nhờ bạn bè like, share để trang web này được nhiều người biết đến hơn.

_ Sau đó đăng các bài viết về review công dụng của một số loại mỹ phẩm, các bài viết dạy làm đẹp từ các Beauty Blogger, video hài hước, video dạy cách Makeup,... mục đích chính của việc này là thu hút lượt like.

2. Khảo sát, phân tích thị trường.

2.1. Xác định đối tượng khách hàng.

_ Đối tượng khách hàng chủ yếu sẽ là nữ giới độ tuổi từ 17- 40.

+ Đối với khách hàng tuổi từ 17-25: loại mỹ phẩm được ưa chuộng hơn sẽ là mỹ phẩm Hàn, vì mỹ phẩm Hàn thường có mẫu mã bắt mắt cũng như giá cả phải chăng hơn so với các dòng sản phẩm khác.

+ Đối với khách hàng từ 26-40 tuổi: Ở tâm tuổi này, khách hàng thường hướng tới các dòng mỹ phẩm đắt tiền hơn, có công dụng chống lão hóa, phục hồi da hiệu quả từ các thương hiệu nổi tiếng của Nhật như Shiseido, Kose, DHC. Cũng có những khách hàng không hợp với sản phẩm của Nhật thì chúng ta có thể tư vấn cho họ các dòng sản phẩm khác cao cấp hơn có xuất xứ từ Pháp, Đức, Mỹ,...

2.2. Thị trường mục tiêu.

Bước đầu cửa hàng sẽ chỉ tập trung kinh doanh trên Facebook. Sau một thời gian sẽ mở rộng sang hai trang web lớn khác của Việt Nam là Lazada và Shopee.

2.3. Đối thủ cạnh tranh.

Về đối thủ cạnh tranh, với việc kinh doanh online mặt hàng mỹ phẩm này thì quả thật có rất nhiều đối thủ cạnh tranh. Nhưng với quy mô và hướng phát triển của SNA Comestic trong thời gian tới thì ta có thể xác định được ba đối thủ cạnh tranh chính sau:

_ Junnie Comestic (<https://www.facebook.com/JunieCosmetics/>): 32.134 lượt follow.

_ Trang Hoàng Comestic (<https://www.facebook.com/try.change.9>) 16.024 lượt follow.

_ Linh Vi Comestic (https://www.facebook.com/MyphamLinhVi?hc_ref=ARQJUd_jW2jJNzh6mRm7jqhRTvkzGtnQ5hxX5zxMyC3MO56RX3wQA0xr_4g3cmcioOk): 14.769 lượt follow.

Họ là những đối thủ cạnh tranh chính của SNA Comestic vì những lý do sau:

_ Họ lượng hàng lớn, nguồn hàng ổn định.

_ Cũng giống như SNA Comestic, họ cũng kinh doanh online và đã có cửa hàng chính tại Hải Phòng.

_ Ba cửa hàng này đều đã kinh doanh một thời gian khá dài và có lượng khách hàng nhất định.

_ Chất lượng sản phẩm đã được nhiều khách hàng công nhận.

2.4. Ưu, nhược điểm của SNA Comestic.

_ Ưu điểm:

- Mỹ phẩm có nguồn gốc rõ ràng.
 - + Đối với mỹ phẩm Nhật: là hàng xách tay 100%, có nguồn gốc rõ ràng, hóa đơn đầy đủ, cam kết không phải hàng giả, hàng ăn cắp.
 - + Đối với mỹ phẩm Hàn: SNA Comestic sẽ nhập trực tiếp từ các cửa hàng chính hãng tại Hàn Quốc. Phần lớn hàng được mua vào thời điểm các hãng sale nên sẽ được chiết khấu nhiều, giá cả phải chăng, đầy đủ hóa đơn.
 - + Mỹ phẩm cao cấp Mỹ, Pháp, Đức: cửa hàng sẽ gom order từ khách hàng, sau đó sẽ đặt mua số lượng lớn tại Amazon, hoặc nhờ người thân mua trực tiếp tại các cửa hàng bên đó và chuyển về Việt Nam.
- Giá cả phải chăng. Vì phân lớn hàng là do người nhà gửi về, hoặc là hàng canh đợt sale nên giá sẽ rẻ hơn các cửa hàng khác 5-10%.
- Cam kết khi đăng hình ảnh sản phẩm lên Fanpage sẽ đăng cả hình chụp bill để khách hàng hoàn toàn yên tâm về mỹ phẩm mua tại SNA Comestic.

_ Nhược điểm:

- Thời gian đầu lượng hàng về không nhiều.
- Chúng loại hàng chủ yếu vẫn là của các hãng nổi tiếng tại Nhật và Hàn, cũng hãng khác hoặc mỹ phẩm Mỹ, Đức, Pháp đều phải chờ thời gian order chứ không có sẵn.

3. Tìm nguồn hàng.

_ Do người thân mua từ các cửa hàng tại Hàn, Nhật, sau đó gửi từ nước ngoài về.

_ Khi hết hàng mà người thân chưa kịp gửi về, cửa hàng sẽ tìm đến một số đại lý chuyên phân phối mỹ phẩm xách tay uy tín để mua (đây chỉ là biện pháp tạm thời khi nhỡ hàng vì nguồn hàng chủ yếu vẫn do người thân chuyển về).

_ Nhận hàng order từ nước ngoài về.

4. Kế hoạch tài chính.

Vì SNA Comestic chủ yếu kinh doanh online, thời gian đầu chưa có cửa hàng nên thời gian đầu sẽ không mất một số khoản chi như: thuê nhà, tiền điện nước, trả lương nhân viên,...

Vốn ban đầu của cửa hàng là 40 triệu VND. Sau này mở rộng quy mô sẽ tăng thêm vốn.

5. Vấn đề giao hàng, vận chuyển.

_ Với các đơn hàng trong nội thành Hải Phòng, chủ cửa hàng tự ship hoặc thuê người ship cho khách, giá ship là 10.000 VND/ 1 đơn hàng (khách hàng mua từ 400.000 trở lên sẽ được freeship).

_ Với các đơn hàng tại các tỉnh, thành phố khác, cửa hàng sẽ gửi bưu điện chuyển hàng cho khách, cước vận chuyển là 30.000 VND/ 1 đơn hàng.

_ SNA Comestic cũng sẽ bán hàng trên Shopee, khi hóa đơn của khách hàng trên 180.000đ sẽ được miễn phí vận chuyển, và 25.000đ với đơn hàng dưới 180.000đ.

_ SNA Comestic chủ yếu sử dụng hình thức ship COD, tức là khách hàng chỉ phải thanh toán sau khi nhận được hàng. Riêng với hàng order, khách hàng sẽ phải chuyển khoản trước 50% giá trị sản phẩm, số tiền còn lại khi nào nhận hàng sẽ thanh toán sau.

6. Kế hoạch quản lý, bán hàng hiệu quả.

Vì mỹ phẩm là mặt hàng vô cùng đa dạng và nhiều chủng loại nên nếu không có phương pháp quản lý khoa học thì sẽ rất dễ rơi vào tình trạng khó kiểm soát cửa hàng, vậy nên chúng ta cần chú ý những điểm sau:

_ Thống kê rõ ràng các mặt hàng đang kinh doanh.

_ Số lượng hàng trong kho hiện có, số lượng hàng cần nhập, số lượng hàng bán được trong ngày.

_ Tổng các đơn hàng bán được trong ngày.

_ Tổng thu, tổng chi, tình hình lãi lỗ,....

7. Lên kế hoạch Marketing - quảng bá.