

Đề tài : phân tích dự án kinh doanh dịch vụ xả stress

Chúng tôi sẽ phân tích trên các góc độ chủ yếu như sau :

1. Giới thiệu dự án
2. Kế hoạch sản phẩm
3. Chiến lược Marketing
4. Công nghệ và kỹ thuật của dự án
5. Tài chính của dự án
6. Hiệu quả kinh tế - xã hội của dự án
7. Tổ chức quản lý dự án
8. Phương án quản trị rủi ro

1, Giới thiệu dự án :

1.1. Giới thiệu tóm lược công ty :

Vị trí : Công ty do mới thành lập nên vị trí trong ngành về lý thuyết là chưa cao, tuy nhiên đây là loại hình dịch vụ còn khá mới mẻ ở nước ta, hơn nữa đối thủ cạnh tranh dường như không có cho nên có thể nói là công ty có vị trí rất thuận lợi dù xuất phát điểm rất thấp.

Mục tiêu : của công ty trong ngắn hạn là sẽ chiếm lĩnh toàn bộ thị trường Hà Nội tiếp đến sẽ là TP Hồ Chí Minh và toàn các thành phố lớn trong cả nước. Lợi nhuận trong năm đầu tiên là 500 triệu VND và sẽ tăng trưởng với tốc độ 25% / năm trong các năm tiếp theo.

Đường lối phát triển hoạt động kinh doanh của công ty là luôn sáng tạo và cung cấp những giá trị vượt trên những gì mà khách hàng mong muốn nhận được từ chúng ta.

1.2. Đánh giá tổng quát môi trường kinh doanh của công ty :

Điểm mạnh của công ty: là tiên phong trong khai phá thị trường trong nước do đó ưu thế về sự độc tôn về dịch vụ là rất lớn.

Điểm yếu của công ty: kinh nghiệm còn ít, khả năng nắm bắt nhu cầu khách hàng có thể chưa được nhạy bén.

Thuận lợi: Công ty với đội ngũ tràn đầy khí thế của “ người đi khai phá vùng đất mới ” khao khát thành công, không sợ khó khăn. Việt Nam là một nước đang phát triển với một tốc độ rất nhanh lượng người bị căng thẳng mệt mỏi vì thế không ngừng tăng lên do áp lực công việc ngày càng lớn, vì vậy đây là thị trường rất tiềm năng là một mỏ vàng đang chờ khai thác.

Khó khăn: Quỹ đất của công ty không có do đó phải đi thuê mặt bằng, để thuê được một nơi có vị trí đẹp rất tốn kém trong khi nguồn vốn của công ty là hạn chế do mới thành lập nên chưa thể đi vay vì uy tín không có trên thị trường.

Từ những lý do trên chúng tôi thấy dự án này rất cần thiết đối với công ty trong việc thực hiện đường lối, vì nó sẽ là sản phẩm đầu tiên để toàn thể mọi người trong công ty thỏa sức sáng tạo ra những giá trị hữu ích làm hài lòng khách hàng, qua đó

mang lại lợi nhuận cho công ty, từng bước tạo vị thế vững chắc trong lòng khách hàng. Mặt khác nó cũng góp phần làm cho xã hội tốt đẹp hơn vì khi con người được giải tỏa căng thẳng ức chế thì sẽ không có xung đột, gây hấn giữa mọi người, mặt khác nó tạo ra nguồn thu cho ngân sách của địa phương bằng tiền thuế các khoản phí lệ phí nộp hàng năm.

1.3. Giới thiệu ngành nghề kinh doanh của dự án:

- Ngành nghề kinh doanh của dự án là cung cấp dịch vụ giúp con người giải tỏa stress trong công việc và cuộc sống.

+ Tầm quan trọng: đây là một loại hình dịch vụ rất quan trọng bởi vì nó giúp con người lấy lại cảm giác thoải mái, dễ chịu, vì vậy nâng cao khả năng làm việc tăng chất lượng sống, giảm thiểu bạo lực trong gia đình và xã hội.

+ Đặc tính: đây là loại hình rất đặc biệt vì nó giúp con người trút mọi bức tức, căm giận ra ngoài do đó phương pháp và cách làm sẽ khác các loại dịch vụ thông thường khác.

+ Mức độ cạnh tranh: Hiện tại mức độ cạnh tranh gần như là bằng không tại Việt Nam

- Khả năng sinh lời và sự phát triển của loại hình dịch vụ này ở Việt Nam là rất tiềm năng vì cho tới thời điểm hiện tại hầu như chưa có một cá nhân hay tổ chức nào tiến hành đầu tư vào loại hình này. Trong tương lai đây có thể là vùng đất màu mỡ cho mọi người khai thác với khả năng sinh lời tương đối cao.

- Chính quyền địa phương rất ủng hộ với loại hình dịch vụ này vì nó có khả năng làm số lượng người gây rối trật tự xã hội giảm xuống, điều này sẽ làm giảm tải cho bộ máy quản lý trật tự trị an từ đó họ có thể chuyển sang hoạt động mặt khác như phòng chống ma túy, buôn người....

2, Kế hoạch sản phẩm:

2.1. Nghiên cứu phân tích thị trường

2.1.1. Xác định rõ loại thị trường và đoạn thị trường sản phẩm, dịch vụ mà dự án sẽ tham gia.

Công ty chúng tôi lựa chọn khách hàng của mình theo tuổi tác và thu nhập, tâm lý, địa vị xã hội. Tất nhiên là lứa tuổi của khách hàng có thể được chia nhỏ hơn: những khách hàng ở độ tuổi 25 có thể khác xa những người ở độ tuổi 39 về

các nhu cầu tài chính. Tiềm năng sinh lời của khách hàng cũng phụ thuộc vào tài sản của họ. Một số người có thu nhập cao nhưng lại có ít tài sản, và một số khác thu nhập còn ở mức trung bình, chưa có sự tích lũy về mặt tài sản cho bản thân (ví dụ như những người mới đi làm). Tuy vậy việc lựa chọn đối tượng khách hàng căn cứ theo tuổi tác, thu nhập tâm lý, địa vị xã hội sẽ góp phần tạo ra những dịch vụ khác nhau cho những đối tượng khách hàng khác nhau.

Bảng số liệu phân tích đặc điểm những khách hàng mục tiêu của dự án

	Từ 25-39 tuổi
- Thu nhập trung bình hàng tháng	
+ Dưới 3 triệu	Trẻ, thu nhập thấp
+ 3triệu-10 triệu	Trẻ, thu nhập trung bình
+ Trên 10 triệu	Trẻ, thu nhập cao
- Đặc điểm khách hàng	Có thu nhập cao, nghề nghiệp chuyên môn cao, ở thành phố.
- Tâm lý	Là những người thích ăn ngon, thích thời trang, yêu nghệ thuật và hoạt động văn hóa, thích đi du lịch nước ngoài, thích các trò chơi giải trí.

- Địa vị xã hội	Trí thức, những thương nhân, những người hoạt động trong lĩnh vực kinh tế.
-----------------	--

Nhân tố địa vị xã hội có ảnh hưởng mạnh mẽ đến sở thích của khách hàng về quần áo, đồ đạc trong nhà, nhu cầu sử dụng các dịch vụ giải trí...do vậy, công ty thiết kế dịch vụ xả stress cho những khách hàng có địa vị xã hội nhất định.

Ngoài ra, lựa chọn đoạn thị trường dựa trên thu nhập của khách hàng cũng rất quan trọng. Tuy nhiên thu nhập không dự báo trước khách hàng tốt nhất đối với sản phẩm dịch vụ nhất định của công ty.

2.1.2. Xác định nhu cầu và nhu cầu có khả năng thanh toán đối với sản phẩm, dịch vụ của dự án (gồm cả nhu cầu hiện tại và tương lai) theo từng loại và từng đoạn thị trường.

Sức ép công việc ngày càng lớn, đòi hỏi trong công việc ngày càng cao, hơn nữa tìm được một công việc ngày càng khó... những vấn đề này dường như ai cũng gặp phải trong suốt quá trình làm việc của mình.

Hơn thế, nhóm khách hàng mục tiêu của công ty là những trí thức, những thương nhân, những người hoạt động trong lĩnh vực kinh tế luôn phải phấn đấu để hoàn thiện mình, để giữ vững được vị trí và để thăng tiến. Những người này có nguy cơ mắc bệnh stress cao nên nhu cầu xả stress là rất lớn.

*** Đặc điểm của nhóm khách hàng này**

- **Thời gian làm việc dài:** Đây là đặc điểm điển hình nhất, 1 ngày làm việc 8 tiếng hầu như là không đủ đối với họ, vì làm thêm, đi sớm về muộn.

- **Áp lực công việc lớn .**

- **Thời gian nghỉ ngơi ít:** Do làm việc quá giờ một cách thường xuyên, không ít người lợi dụng thời gian nghỉ cuối tuần để ngủ bù. Nhưng như thế cũng làm họ mất đi cơ hội tham gia các hoạt động vui chơi, cuộc sống ngày càng thu hẹp lại và bệnh nghề nghiệp ngày càng nhiều. Công việc quá khắc khổ làm cho họ bị rất nhiều bệnh nghề nghiệp như mỡ máu cao, mỡ gan, các bệnh về dạ dày tiêu hoá. Lại thêm các bệnh do máy tính, điều hoà, bệnh về mắt cũng “không mời mà đến”.

- **Có khoảng cách với người thân trong gia đình:** Đối với những người chưa kết hôn thì phải cách một quãng thời gian dài mới được nghỉ phép về thăm bố mẹ, còn đối với những người đã có gia đình thì sáng sớm đi ra khỏi nhà khi con còn chưa thức dậy, tối khi về đến nhà thì con đã ngủ từ lâu rồi.

- **Cơ hội giao lưu ít:** Ngoài ra, đối tượng khách hàng của công ty là những khách hàng có thu nhập trung bình và thu nhập cao. Do đó, tùy thu nhập và đặc điểm của khách hàng công ty sẽ cung cấp những sản phẩm dịch vụ nhất định, thỏa mãn yêu cầu của khách hàng.

2.1.3. Phân tích và đánh giá sự biến động cũng như xu hướng phát triển của thị trường sản phẩm, dịch vụ của dự án .

Với xu thế và mức độ phát triển như hiện nay thì nhu cầu xả stress của xã hội là rất lớn và rất cấp bách và cũng là vấn đề mà xã hội đang quan tâm hàng đầu hiện nay. Hiện nay, nhiều công ty cung ứng dịch vụ xả stress ngày càng có xu hướng tăng nhanh đáp ứng nhu cầu của xã hội như karaoke, hồ bơi, tennis...Do vậy, cung ứng những sản phẩm dịch vụ xả stress hiệu quả, đáp ứng được yêu cầu của khách hàng có nhu cầu xả stress là mục tiêu mà công ty chúng tôi hướng tới.

2.1.4 Đánh giá khả năng chiếm lĩnh thị trường, hoạt động tiếp thị của dự án (giao tiếp, khuyến trương, quảng cáo...)

Theo như chúng tôi được biết thì mô hình xả stress đã hình thành ở Nhật Bản cũng rất thành công. còn ở Việt Nam thì quá mới mẻ và chưa có một mô hình nào có thể đáp ứng được nhu cầu ấy . Cuộc sống hiện đại với biết bao áp lực công việc và những lo toan đã trở thành “mảnh đất màu mỡ” cho căn bệnh stress được dịp sinh sôi, nảy nở. Không dừng lại ở những liệu pháp quen thuộc như massage, spa, yoga, giờ đây, dịch vụ xả stress của công ty chúng tôi còn cho ra đời nhiều dịch vụ xả stress độc đáo.

Hoạt động tiếp thị dự án:

- Quảng cáo trên truyền hình và thông tin đại chúng (như báo, đài, internet).
- Trên các tờ rơi và băng rôn áp pích .
- Liên kết với các trung tâm tư vấn và trung tâm thành đoàn

2.1.5 Phân tích và đánh giá khả năng cạnh tranh của các đối thủ trên tất cả các phương diện quy mô, thị phần, điểm mạnh, điểm yếu, lợi thế cạnh tranh và xu hướng phát triển...

Phân tích những đối thủ cạnh tranh gần nhất của công ty. Đó là những đối thủ tìm cách thỏa mãn cùng những khách hàng và những nhu cầu giống nhau và cung cấp những dịch vụ tương tự.

Thu thập thông tin về những chiến lược, mục tiêu, mặt mạnh yếu của đối thủ cạnh tranh. Khi biết được các chiến lược của từng đối thủ cạnh tranh, công ty có thể phát hiện ra những đối thủ cạnh tranh gần nhất và có bước đi phù hợp. Biết được mặt mạnh và mặt yếu của đối thủ cạnh tranh, công ty có thể hoàn thiện dịch vụ của mình để giành ưu thế trước những hạn chế của đối thủ cạnh tranh đồng thời tránh được những dịch vụ sản phẩm là thế mạnh của đối thủ cạnh tranh.

Qua tìm hiểu thị trường thì **đối thủ cạnh tranh chủ yếu** của công ty là:

- + Những trung tâm chiếu phim
- + Những quán karaoke
- Quy mô: khá lớn, đông người qua lại, ở đường lớn
- Điểm mạnh:

Rạp chiếu phim: cung cấp dịch vụ chiếu phim, kèm theo dịch vụ giải trí nhằm giúp khách hàng cảm thấy thoải mái, thư giãn khi sử dụng dịch vụ, nhân viên phục vụ nhiệt tình. Chất lượng rạp tốt, có chỗ gửi xe rộng, chất lượng hình ảnh tốt (ví dụ như rạp chiếu phim quốc gia, ...)

- Điểm yếu: những dịch vụ giải trí rạp cung cấp chỉ đáp ứng nhu cầu khách hàng trong thời gian ngắn trong khi nhu cầu, đòi hỏi của khách hàng ngày càng tăng cao ... những loại hình dịch vụ này cũng không là trở ngại lớn đối với chúng tôi . vì một khi công ty chúng tôi ra đời là chúng tôi đã đáp ứng đầy đủ mọi điều kiện chăm sóc khách hàng một cách tốt nhất .

3, Chiến lược Marketing

Theo một nghiên cứu gần đây, tại Việt Nam, tỉ lệ người rơi vào tình trạng căng thẳng, mệt mỏi là 52%. Ở Hà Nội và TP.HCM, con số này lên đến 55%. Điều này cho thấy stress gần như là căn bệnh gắn liền với xã hội công nghiệp.

3.1. Đoạn thị trường cung ứng dịch vụ:

Thị trường mục tiêu của dự án kinh doanh dịch vụ xả stress là những đối tượng trí thức, những thương nhân, những người hoạt động trong lĩnh vực kinh tế , hàng ngày luôn phải đối mặt với áp lực cao trong công việc nên nhu cầu để xả stress là

rất lớn , để họ trực tiếp có thể tự mình xả stress rũ bỏ hết phiền muộn sau một ngày làm việc .

Tuổi tác: 22 tuổi đến độ tuổi trung niên.

Xác định các thông số về các giai đoạn chu kỳ đời sống gia đình

Giai đoạn vòng đời	Nhu cầu xả stress
1. Tuổi trẻ	
1.1 Sống độc thân tách khỏi bố mẹ	Tăng nhẹ
1.2 Kết hôn, chưa có con	Tăng
1.3 Vợ chồng trẻ có con cái (1-2con, dưới 10 tuổi)	Giai đoạn này gia đình thường rơi vào tình trạng căng thẳng về tài chính trong việc thỏa mãn các nhu cầu → nhu cầu xả stress tăng mạnh.
2. Tuổi trung niên	
2.1 Sống độc thân	Tăng
2.2 Kết hôn chưa có con	Tăng
2.3 Kết hôn có con nhỏ (dưới 10 tuổi)	Tăng
2.4 Gia đình con cái ở tuổi thành niên	Giảm dần

- Nghề nghiệp: nhân viên văn phòng, thương nhân...

- Tình trạng kinh tế: thu nhập trung bình, thu nhập cao.

- Nhân cách khách hàng: tính tự tin, tính thận trọng, tính tự lập, tính khiêm nhường, tính thích hơn người (hiếu thắng), tính ngăn nắp, dễ dãi, tính năng động, tính cởi mở, tính bảo thủ.

→ Hiểu được nhân cách người tiêu dùng sẽ tạo được sự thiện cảm ở họ khi chào bán sản phẩm, dịch vụ, thuyết phục mua và truyền thông.

3.2. Những thuộc tính cơ bản của dịch vụ:

- **Tính độc đáo:** Bạn đang bị stress nặng nhưng lại không biết làm cách nào để giải toả? Bạn đang đau khổ và muốn tìm một nơi yên tĩnh để “tự kỉ” một chút? Bạn đang bực dọc và muốn trút giận vào đâu đó nhưng lại chẳng biết chỗ nào? Vậy giải pháp cho tất cả những điều trên là gì? Là gì? Và là gì?

+ **Xả stress với phòng xả stress.**

Ví dụ như phòng cách âm, phòng đập chén đĩa. Tại sao lại gọi là phòng xả stress (hay gọi là phòng tự sướng hoặc phòng tự kỉ đều được)? Nó có điểm gì khác so với các căn phòng bình thường khác?

Phòng xả stress gọi như vậy vì chức năng chính của phòng là để xả stress. Bạn có thể vào phòng để lá ó, hò hét, đập đá, khóc lóc hay tự kỉ và tự sướng nhiều kiểu tùy thích mà không sợ bị ca thán hay làm phiền (nói chung đây là một chốn riêng tư hết mức). Vậy nên, nó có thể giúp bạn giải toả bớt những bực dọc và phiền muộn. Mặt khác, nó cũng giúp bạn tránh một số rắc rối do va chạm xã hội trọng khi đang có tâm trạng. Đó có lẽ là những khác biệt (và có thể coi như là ưu điểm) của căn phòng này so với các căn phòng bình thường khác.

- **Cấu trúc:** Để đảm bảo việc xả stress của bạn không bị gián đoạn bởi những tiếng la ó khác bên ngoài, bạn cần cách âm cho phòng.

Công ty chúng tôi cũng có thể sắm bất cứ thứ gì cho căn phòng nếu bạn muốn: giàn loa để nghe nhạc tự kỉ, gấu bông, hình nộm, gối, giấy, bóng bay, đồ thủy tinh, sành sứ, gậy Chúng tôi mở cửa và phục vụ khách hàng ngày cũng như đêm và suốt bảy ngày trong tuần. Với số tiền từ 100.000 đến 200.000VND, bạn sẽ nhận bất đĩa, những vật bằng sành sứ, thủy tinh dễ vỡ ...và thoả thích đập trong mười phút. Đồng thời, khách hàng được mặc những trang phục bảo hiểm để tránh bị thương. Những bức tường được gắn đèn neon sáng choang, kích thích khách hàng trút hết bực dọc vào đó.

- **Tính bảo mật:** Những căn phòng như thế này gần như là không gian riêng của bạn khi bạn ở trong đó. Nên có thể nói tính riêng tư và độ bảo mật là khá cao.

+ **Xả stress với phòng có những hình nộm và bạn muốn đấm bốp để xả cơn giận của mình lên những thân hình nộm đó.**

Mỗi người mỗi ngày hay mỗi tuần đều có những phút bực bội hay vui sướng tột độ, hoặc đơn giản chỉ là "ngứa chân, ngứa tay". Trong những lúc như thế họ thường "chia sẻ" tâm sự bằng một vận động tay chân mạnh, như đập bàn, đấm gối bông, hay phát vào ai đó thân thiết một cái thật mạnh. Từ thực tế trên, công ty chúng tôi đã có ý tưởng làm những con bù nhìn hình dáng ngộ nghĩnh (ví dụ, Bin Laden, hay một cô gái sexy, hoặc một con quỷ) bằng chất liệu mềm, như cao su mềm, bị bông cho võ sĩ boxing chẳng hạn, trong đó có cơ chế thu và chuyển cơ năng thành điện năng.

Khi bạn cần xả stress, chia sẻ nỗi bực dọc, và bạn muốn đấm bốp để xả cơn giận của mình lên những thân hình nộm đó thì những hình nộm đó sẽ nhận được một năng lượng đáng kể. Để cho hấp dẫn, công ty chúng tôi có đặt thêm một đồng hồ đo lực đấm để mọi người biết cú đấm của mình "trị giá" bao nhiêu về năng lượng.

Với cách thu năng lượng đó, không những có thể giúp mọi người giải trí, mà cách thiết kế cơ chế thu năng lượng cũng đơn giản, đầu tư ít.. đồng thời tạo sự thoải mái tốt nhất cho bạn sau những lần làm việc căng thẳng, giúp bạn lấy lại sự tự tin của bản thân , đem lại cuộc sống tốt đẹp hơn, không những vậy mà còn góp một phần nhỏ cho xã hội đẩy lùi được căn bệnh stress này.

+ *Xả stress với phòng massage*

Phòng massage thư giãn là một không gian hoàn hảo, màu sắc đủ êm dịu cho sự thanh thản, một chút âm thanh nhẹ nhàng, sâu lắng và trong sáng. Tại đó công ty chúng tôi có các nhân viên massage chuyên nghiệp được đào tạo bài bản, có hiểu biết và đôi tay điêu luyện của nhà vật lý trị liệu, phong cách giao tiếp cởi mở, nhẹ nhàng phù hợp với những khách hàng có lứa tuổi, nghề nghiệp và mức thu nhập khác nhau... nhằm đem đến hiệu quả thư giãn tuyệt đối.

Với mức thu nhập trung bình, khách hàng vẫn có đủ khả năng được hưởng thụ cảm giác thư giãn trong bất kỳ một salon chuyên nghiệp nào.

Tác dụng tuyệt vời của massage: liệu pháp massage cung cấp nhiều lợi ích sức khỏe quan trọng bao gồm:

- Cải thiện lượng máu lưu thông
- Thư giãn cơ thể
- Tăng mức độ endorphin (chất hóa học trong cơ thể làm cho bạn cảm thấy khỏe hơn)

3.3 Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức (SWOT) về địa điểm kinh doanh của dịch vụ:

Chọn địa điểm kinh doanh ở HN, đặc biệt là ở những trung tâm thương mại lớn .vì ở đây là nơi tập trung một đội ngũ công nhân viên , những người trí thức , những thương nhân làm ăn ... đang trực tiếp phải đối mặt với những áp lực cao trong công việc ..Dự kiến mặt bằng lựa chọn có diện tích khoảng 130m².

Chúng tôi dự định sẽ thuê tầng hầm của những trung tâm thương mại lớn. Tầng hầm này được chia thành nhiều phòng tương ứng với mỗi dịch vụ công ty cung cấp. Mỗi phòng sẽ được trang trí bằng các hình vẽ, hoạ tiết hay hình thù kỳ lạ, bắt mắt. Đó có thể là hình một khuôn mặt đang giận dữ, nhăn nhó hay cười khoe răng. Thậm chí,có phòng công ty đã sử dụng các hoạ tiết của nghệ thuật graffiti để trang trí. Tại căn phòng này, chúng tôi lắp đặt các dụng cụ xả stress như hình nộm, bát đĩa..

3.4 Xác định kênh phân phối dịch vụ đối với khách hàng với mục đích đảm bảo cho khách hàng được hưởng quyền lợi chính đáng

+ ***Kênh phân phối sản phẩm:*** Sử dụng kênh phân phối trực tiếp, công ty kinh doanh dịch vụ xả stress bán trực tiếp sản phẩm, dịch vụ cho người tiêu dùng cuối cùng. Ví dụ công ty sử dụng lực lượng tiếp thị, quảng cáo dịch vụ đến từng hộ gia đình thông qua phát tờ rơi, băng rôn áp pích hay thiết kế catalog bắt mắt, ấn tượng có in hình ảnh, những thuộc tính cơ bản của các sản phẩm, dịch vụ... công ty cung cấp. Điều này cho phép người tiêu dùng lựa chọn dịch vụ họ mong muốn trước khi họ có nhu cầu tìm đến với các dịch vụ của công ty.

Ngoài ra, công ty có thể sử dụng một số phương thức quảng cáo khác như:

- ***Quảng cáo trên truyền hình và thông tin đại chúng (như báo, đài, internet):*** Ví dụ, khi công ty mới khai trương, một trong số những cách tiếp cận khách hàng nhanh và hiệu quả nhất đó là công ty mời người nổi tiếng đến tham quan và mời họ sử dụng thử các dịch vụ do công ty cung cấp. Tiếp đó, thông qua các phương tiện

quảng cáo trên truyền hình và các phương tiện thông tin đại chúng, công ty có thể thu hút được lượng khách hàng mới đáng kể.

- Liên kết với các trung tâm tư vấn và trung tâm thành đoàn:

3.5 Dự kiến chính sách giá cả, các khung giá và mức giá cụ thể:

- Theo nghiên cứu mới nhất của chúng tôi là, khách hàng có thể phải bỏ ra tới 500.000VND trở lên để có thể xả stress với những hình thức thông thường mà khách hàng hay lui tới.

- Còn với chúng tôi thì chỉ phải bỏ từ 100.000 đến 200.000VND là có thể được xả stress một cách khoa học, đem lại cảm giác thư thái và lấy lại sự tự tin trong cuộc sống , mà dần dần căn bệnh stress này có thể bị đẩy lùi và biến mất .

+ Dự kiến khung giá, mức giá cụ thể cho các sản phẩm dịch vụ

<i>Danh mục</i>	<i>Mức giá</i>
1. Phòng cách âm để có thể khách hàng la hét	100.000-200.000 VNĐ
2. Phòng có những hình nộm cho những ai muốn đâm bóc để xả cơn giận	
3. Phòng đập chén đĩa, đồ thủy tinh dễ vỡ	
4. Phòng nghỉ trưa, phòng ngủ oxi	
5. Tâm lý trị liệu ...	
6. Phòng massage .	400.000-500.000VNĐ

3.6 Xác định ngân sách cho hoạt động Marketing cho toàn bộ dự án và cho từng mặt hàng, dịch vụ chủ yếu.

Ngân sách cho hoạt động marketing cho toàn bộ dự án là 80.000.000 VNĐ sẽ được phân ra hai phần ba dành cho truyền hình, báo chí và một phần ba dành cho việc quảng cáo bằng các tờ rơi và băng rôn áp phích, liên kết với các trung tâm tư vấn và trung tâm thành đoàn.

Bảng ngân sách cho hoạt động marketing cho từng dịch vụ:

Danh mục	Ngân sách marketing
1. Phòng cách âm để có thể khách hàng la hét	10.000.000VNĐ
2. Phòng có những hình nộm cho những ai muốn đâm bốc để xả cơn giận	
3. Phòng đập chén đĩa, đồ thủy tinh để vỡ	
4. Phòng nghỉ trưa, phòng ngủ oxi	25.000.000VNĐ
5. Tâm lý trị liệu ...	10.000.000VNĐ
6. Phòng massage .	15.000.000VNĐ
7. Phòng đội ngũ chuyên gia tư vấn tâm lý chuyên nghiệp	20.000.000VNĐ
8. Câu lạc bộ trò chuyện	

Nội dung quảng cáo sẽ nhấn mạnh đến việc đem lại sự thoải mái, lấy lại trạng thái cân bằng về tâm lý, giúp cho khách hàng yên tâm hơn trong công việc cũng như trong cuộc sống. Quan điểm thực hiện quảng cáo sẽ xoay quanh chủ đề mở một công ty về dịch vụ xả stress, vừa có thể giúp bản thân mình, vừa giúp mọi người có thể tự xả stress cho bản thân.

4, Công nghệ và kỹ thuật của dự án:

Đây là loại hình dịch vụ xả stress nên công nghệ kỹ thuật áp dụng không phải là những dây chuyền trang thiết bị giống như dự án sản xuất, mà chúng tôi chỉ sử dụng những máy móc cần thiết theo loại dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Cụ thể như sau:

- Phòng cách âm: Công nghệ kính cách âm, tường cách âm theo tiêu chuẩn Nhật Bản.
- Phòng massage: Phương pháp massage cổ truyền (châm cứu, bấm huyệt, xoa bóp, tắm thảo dược...) kết hợp hiện đại máy massage, thiết bị tạo xung động cơ giúp hết đau mỏi, xông hơi nước, xông hơi khô, tắm tia, bể xục nóng, bể xục lạnh và các bồn ngâm thuốc. Ngoài ra còn có máy điều hòa, giường, ghế massage...
- Phòng ngủ oxi: Thiết bị lọc bụi bẩn vi khuẩn giúp không khí trong lành, máy tạo oxi làm giàu lượng oxi, thiết bị cách âm.
- Phòng xả giận, đập phá: công nghệ cách âm, bao bố hình nộm kỳ dị cho mọi người thỏa sức đấm đá, gào thét; bát, đĩa ...đồ sành sứ để khách hàng có thể thỏa sức đập phá (tương ứng với số tiền bỏ ra).

Trong tất cả các phòng còn sử dụng công nghệ âm thanh stereo, ánh sáng tương ứng mỗi phòng là một loại nhạc phù hợp với tâm trạng cũng như ý đồ phục vụ của chúng tôi.

5, Phương án tài chính.

Bảng dự trù về thiết kế và lắp đặt cho dự án
Đơn vị 1000 đồng

ST T	Loại tài sản	Đơn vị	Diện tích	Đơn giá	Thành tiền	
	Nhà cửa vật kiến trúc	SL				
1	Nhà kho	1	m ²	9	600	5.400
2	Phòng điều khiển trung tâm	1	m ²	20	1.000	20.000
3	Phòng tiếp khách	1	m ²	15	800	12.000
4	Phòng tư vấn	1	m ²	15	1.000	15.000
5	Nhà vệ sinh	2	m ²	20	500	10.000
6	Phòng ngủ oxi	1	m ²	15	800	12.000
7	Phòng massage	1	m ²	20	1.000	20.000
8	Phòng đập phá, la hét	2	m ²	30	1.000	30.000
9	Phòng karaoke, chiếu phim	1	m ²	30	1.000	30.000
10	Phòng bảo vệ – 1 phòng	1	m ²	8	500	4.000
	Tổng cộng					158.400

Dự trù về thiết bị cho dự án

Đơn vị: 1000đ

STT	Thiết bị	SL	Đơn giá	Thành tiền
1	Máy tính để bàn	5	5.000	25.000
2	Máy điều hòa	9	4.000	36.000
3	Máy chiếu	1	15.000	15.000
4	Dàn karaoke	1	15.000	15.000
5	Máy lọc không khí	2	5.000	10.000
6	Điện thoại: 4 để bàn, 2 di động	T.bé		10.000
	Tổng cộng			110.000

Bảng dự trù nguồn vốn cho dự án

Đơn vị: 1000 đồng

STT	Nội dung	Thành tiền
1	Vốn thuê đất (1 năm)	480.000
2	Vốn thiết kế và lắp đặt	158.400
3	Vốn thiết bị	110.000
4	Vốn nguyên vật liệu (1 năm)	102.606
5	Chi phí khác	30.000
6	Tổng cộng	881.006
7	Dự phòng 15%	132.150
	Tổng vốn của dự án	1.013.156

5.1 Cơ cấu nguồn vốn:

- Tổng vốn đầu tư dự án 1.013.156.000
- Vốn góp: 215.000.000
- Vay ngân hàng: 800.000.000
- Lãi suất 11%/năm
- Thời hạn vay: 3 năm
- Phương thức thanh toán: mỗi năm trả nợ gốc + lãi

5.2 Dự kiến kế hoạch trả nợ

Năm	Dự nợ đầu năm	Trả nợ trong năm			Dự nợ cuối năm
		Trả nợ gốc	Tiền lãi	Tổng cộng	
	Lãi suất	11%			
Năm 1	800.000.000	266.666.667	88.000.000	354.666.667	445.333.333
Năm 2	445.333.333	266.666.667	48.986.667	315.653.334	129.679.999
Năm 3	129.679.999	266.666.667	14.264.799	280.931.466	0

5.2.1 Dự kiến doanh thu năm đầu:

1 tỷ/năm, số vốn đầu tư còn lại sẽ thu hồi trong 2 năm sau.

5.2.2 Xác định chi phí dự án bao gồm:

+ Chi phí nguyên vật liệu đầu vào

STT	Tên nguyên vật liệu	Đơn vị	Sl cả năm	Đơn giá (ko VAT)	Thành tiền
1.	Chén, đĩa, bát	Kg	10.000	3.000	3.000.000
2.	Hình nộm	Con	100	70.000	7.000.000
3.	Phim hài	DVD	100	6.000	600.000
4.	Truyện hài	Quyển	200	10.000	2.000.000
5.	Điện	KWH	45.375	1.058	48.006.750
6.	Thông tin liên lạc	Tháng	12	1.000.000	12.000.000
7.	Vật liệu khác				30.000.000
	Tổng cộng				102.606.750

+ Chi trả lương người lao động: 90.000.000

+ Chi phí sửa chữa: 30.000.000

+ Chi phí trả lãi vay đầu tư: 151.251.466

Năm 1: 88.000.000

Năm 2: 48.986.667

Năm 3: 14.264.799

+ Chi phí thuê đất đai: 480.000.000/năm

+ Chi phí quản lý: 1% doanh thu = 12.000.000

+ Chi phí quảng cáo: 10% doanh thu = 120.000.000

TT	Nội dung	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
		1	Nguyên vật liệu	102.606.750	102.606.750	102.606.750
2	Chi phí lao động	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000
3	Chi phí sửa chữa (khấu hao)	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
4	Chi phí trả lãi vay	88.000.000	48.986.667	14.264.799	0	0
5	Chi phí thuê đất	480.00.000	480.00.000	480.00.000	480.00.000	480.00.000
6	Chi phí quản lý	12.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000
7	Chi phí quảng cáo	120.000.000	140.000.000	160.000.000	100.000.000	90.000.000
	Tổng	1.040.606.750	905.593.417	850.871.549	816.606.750	806.000.000

Bảng xác định chi phí hoạt động kinh doanh năm

TT	Chỉ mục	Năm1	Năm2	Năm3	Năm4	Năm5
1	Tổng doanh thu	1.000.000.000	1.200.000.000	1.400.000.000	1.600.000.000	1.800.000.000
2	Tổng chi phí	1.040.606.750	905.593.417	850.871.549	816.606.750	806.000.000
3	Thu nhập chịu thuế	-40.606.750	294.406.683	549.128.451	783.393.250	994.000.000
4	Thuế thu nhập	0	73.601.646 ²²	137.282.113	195.848.313	248.500.000
5	Lợi nhuận	-40.606.750	220.805.012	441.846.338	587.554.973	745.500.000

ròng

Bảng dự trừ lỗ lãi

5.3 Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả tài chính của dự án

5.3.1 Thời gian hoàn vốn

Thời gian hoàn vốn của dự án là thời gian cần thiết để dự án thu lại những chi phí đã bỏ ra, nói cách khác thời gian hoàn vốn là thời gian cần phải chờ đợi trước khi dự án bắt đầu sinh lợi nhuận.

Xác định thời gian hoàn vốn:

* Phương pháp không tính đến giá trị thời gian của tiền:

- Thời gian hoàn vốn đầu tư từ lợi nhuận thuần:

Ta có:
$$T_i = \frac{K}{LR}$$

Trong đó:

Ti: thời gian thu hồi vốn

K: tổng số vốn đầu tư

LR: lãi ròng hàng năm

$$\begin{aligned} LR &= (-40606750 + 220805012 + 441846338 + 587554973 + 745500000) / 5 \\ &= 391019914.6 \text{ (đ)} \end{aligned}$$

$$T_i = 1,013,156,000 / 391,019,914.6 = 2.591 \text{ (năm)}$$

- Thời gian thu hồi vốn đầu tư từ lợi nhuận thuần và khấu hao :

$$T_i = \frac{K}{LR+KH}$$

Với tỷ lệ khấu hao tài sản cố định 10%/ năm , tổng giá trị khấu hao :

$$KH = 268,400,000 \times 0.1 \times 5 = 134,200,000 (\text{đ})$$

Thời gian thu hồi vốn :

$$T_i = 1,013,156,000 / (391,019,914.6 + 134,200,000) = 1.929 (\text{năm})$$

* Phương pháp có tính đến giá trị thời gian của tiền

5.3.2 Điểm hòa vốn:

Điểm hòa vốn là điểm mà tại đó tổng doanh thu từ cung cấp dịch vụ từ đầu đời dự án bằng tổng chi phí khả biến từ đầu đời dự án đến điểm đó cộng với tổng định phí của cả đời dự án

Tổng chi phí cố định bao gồm : chi phí quản lý , chi phí thuê mặt bằng , chi phí sử dụng vốn, chi phí quảng cáo . Tổng chi phí cố định của toàn bộ dự án : 3,221,251,466 đ

Biến phí của 1 đơn vị sản phẩm: 31,801

- Số lượng hòa vốn = $3,221,251,466 / (200,000 - 31,801) = 19151$
- Doanh thu hòa vốn = $200,000 \times 19151 = 3,830,200,000 \text{ đ}$
- Mức hoạt động hòa vốn : là tỷ lệ phần trăm giữa sản lượng hòa vốn so với tổng sản lượng hoặc doanh thu hòa vốn với tổng doanh thu

Tổng sản lượng của dự án : 35,000

$$\text{Mức hoạt động hòa vốn} = \frac{19151}{35000} \times 100\% = 54.47\%$$

Mức hoạt động hòa vốn của dự án khá cao chứng tỏ công ty phải hoạt động trong một thời gian tương đối lâu để đạt được tới điểm hòa vốn .

5.3.3 Giá trị hiện tại thuần (NPV)

NPV là hiện giá thu hồi thuần của dòng lợi ích gia tăng

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{Bi}{(1+r)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{Ci}{(1+r)^i}$$

Trong đó :

-Bi : lợi ích thuần trong năm i

- r: lãi suất

- n : tuổi thọ của dự án

- Ci: chi phí trong năm i

+ Hệ số chiết khấu :

ở đây ta chọn hệ số chiết khấu bằng với lãi suất ngân hàng : 11%

+ Xác định giá trị hiện tại của:

Các khoản chi :

$$\frac{1,040,606,750}{1+0.11} + \frac{905,593,417}{(1+0.11)^2} + \frac{850,871,549}{1+0.11)^3} + \frac{816,606,750}{(1+0.11)^4} + \frac{806,000,000}{(1+0.11)^5} = 3,310,879,365 \text{ đ}$$

Các khoản thu :

$$\frac{1,000,000,000}{1 + 0.11} + \frac{1,200,000,000}{(1 + 0.11)^2} + \frac{1,400,000,000}{(1 + 0.11)^3} + \frac{1,600,000,000}{(1 + 0.1)^4} + \frac{1,800,000,000}{(1 + 0.11)^5} = 5,020,697,704$$

+Xác định NPV:

$$NPV = 5,020,697,704 - 3,310,879,365 = 1,709,818,339 \text{ đ} > 0$$

Với giá trị NPV đã được xác định như trên cho thấy việc đầu tư vào dự án này là xứng đáng bởi nó đem lại cho nhà đầu tư một khoản lợi nhất định hay dự án có khả năng sinh lời .

5.3.4 Hệ số hoàn vốn nội bộ (IRR)

Hệ số hoàn vốn là mức lãi suất mà nếu dùng nó làm hệ số chiết khấu để tính chuyển các khoản thu ,chi phí của dự án về mặt bằng thời gian hiện tại thì tổng doanh thu sẽ cân bằng với tổng chi hay $NPV=0$. Nghĩa là các nguồn tiền của dự án chỉ đủ để hoàn vốn đầu tư và trả lãi suất cho việc sử dụng nguồn vốn đó .

Vì trong quá trình hoạt động dự án ko có sự thay đổi về vốn lưu động nên ta có

Dòng tiền ròng (NCF)= lợi nhuận sau thuế + khấu hao (M_i)

Tổng chi cho các thiết bị, máy móc là 110.000.000

Khấu hao tài sản bằng pp thời hạn sử dụng giảm dần

$$M_i = 110,000,000 \times T_i$$

STT	Số năm sd còn lại	T_i	$M_i = 110,000,000$ $\times T_i$ (4)	Lợi nhuận sau thuế (5)	NCF (6) = (4) + (5)
1.	5	5/15	36.666.667	-40.606.750	-3.940.083
2.	4	4/15	29.333.333	220.805.012	250.138.345
3.	3	3/15	22.000.000	441.846.338	463.646.338
4.	2	2/15	14.666.667	587.554.973	602.221.640
5.	1	1/15	7.333.333	745.500.500	752.833.833
Tổng = 15					

Căn cứ vào bảng trên dùng excel tính IRR

$$IRR = 20\%$$

5.3.5 Tỷ lệ lợi ích/ Chi phí (B/C)

Với lãi suất $r = 11\%$

$$B/C = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{B_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=1}^n \frac{C_i}{(1+r)^i}} = \frac{5,020,697,704}{3,310,879,365} = 1.516$$

Trong đó :

B_i : lợi ích ở năm i

C_i : chi phí ở năm i

r : lãi suất trong năm

Tỷ lệ $B/C > 1$ chứng tỏ dự án này có khả năng bù đắp chi phí và có lãi nên công ty nên lựa chọn đầu tư vào dự án này

5.3.6 Tỷ lệ lợi ích thuần / vốn đầu tư (NB/ K)

Tỷ lệ NB/K là chỉ tiêu đánh giá mức độ hoàn vốn đầu tư ban đầu của dự án bằng dòng lợi ích thuần . Tỷ lệ NB/K được xác định bằng quan hệ tỷ lệ giữa tổng giá trị hiện tại của dòng lợi ích thuần khi dòng này nhận giá trị dương chia cho giá trị hiện tại của vốn đầu tư ban đầu .

- Xác định giá trị hiện tại của vốn đầu tư ban đầu:

$$1,013,156,000 \times \left(\frac{1}{1+0.11} + \frac{1}{(1+0.11)^2} + \frac{1}{(1+0.11)^3} + \frac{1}{(1+0.11)^4} + \frac{1}{(1+0.11)^5} \right) = 3,744,520,239 \text{ đ}$$

- Xác định giá trị hiện tại lợi ích thuần :

$$\frac{220,805,012}{(1+0.11)^2} + \frac{441,846,338}{(1+0.11)^3} + \frac{587,554,973}{(1+0.11)^4} + \frac{745,500,00}{(1+0.11)^5} = 1,340,634,619 \text{ đ}$$

$$NB/K = \frac{3,744,520,239}{1,340,634,619} = 0.358$$

5.3.7 Mức độ an toàn về vốn và khả năng thanh toán

Mức an toàn vốn thể hiện ở 2 chỉ tiêu :

- Tỷ lệ vốn riêng :

$$215,000,000 / 1,013,156,000 = 0.2122$$

- Tỷ lệ vốn tự có và vốn vay :

$$215,000,000 / 800,000,000 = 0.26875$$

Qua hai chỉ tiêu trên ta nhận thấy mức độ an toàn về vốn và khả năng thanh toán của dự án là rất thấp. Tuy nhiên, đây là một dự án khá triển vọng nên các chỉ số trên có thể cho phép thấp hơn so với mức trung bình một chút.

6, Hiệu quả kinh tế xã hội

Việc công ty dịch vụ chúng tôi ra đời đã một phần nào đó làm giảm bớt gánh nặng cho xã hội. Giúp cho những người đang hàng ngày phải đối mặt với áp lực công việc cao, cảm thấy thoải mái tự tin hơn, lấy lại được tinh thần và sức khỏe sau những làm việc căng thẳng, không những vậy mà dần dần có thể giảm stress và đẩy lùi được căn bệnh này. Không những vậy mà còn giúp cho những thanh thiếu niên có hướng đi đúng và nhận thức rõ hơn về bản thân mình đối với xã hội, không lao vào những trò xả stress vô bổ gây hại cho bản thân, gia đình và xã hội.

- Việc ra đời loại hình dịch vụ này đã dần từng bước giúp xã hội đẩy lùi được căn bệnh stress mà giờ nó rất phổ biến đối với những nước có nền kinh tế phát triển và đang phát triển như Việt Nam, cũng có nghĩa là giảm được một chi phí không nhỏ cho nhà nước về các vấn đề xã hội.

- Với nhu cầu xả stress ngày càng lớn của xã hội, thì việc ra đời của công ty đã góp một phần không nhỏ vào nhu cầu chung đó của xã hội.

- Nhằm thúc đẩy nền kinh tế đi lên và xã hội ngày một hoàn thiện hơn.

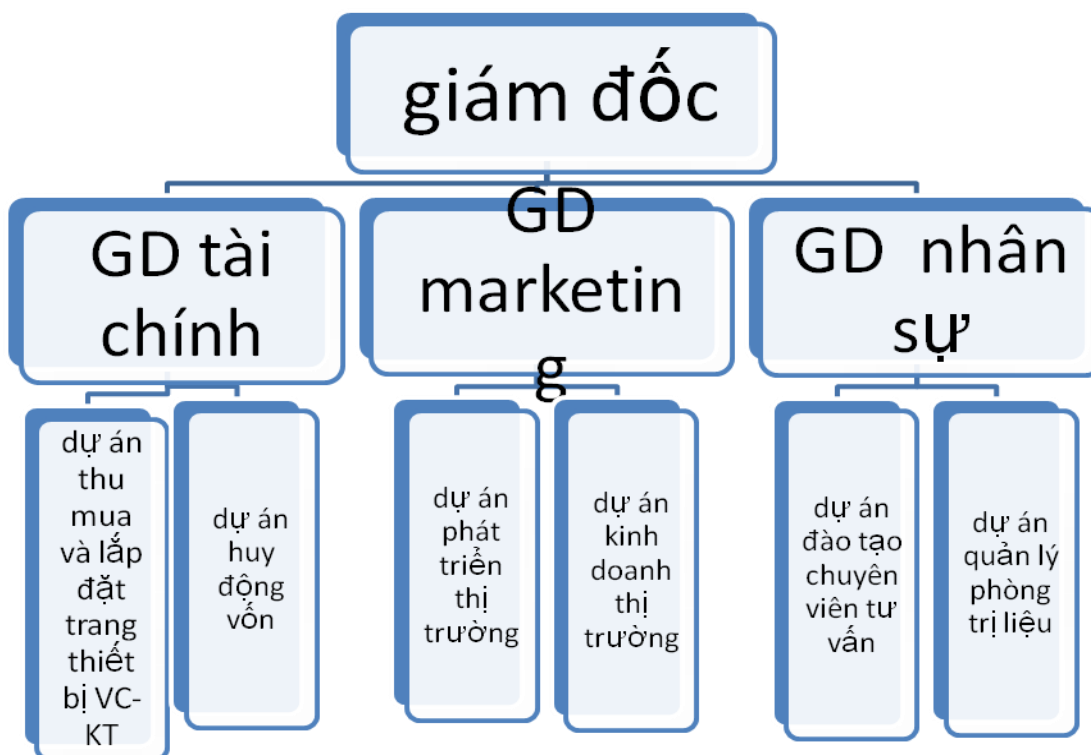
Về mặt kinh tế sau khi ra đời công ty sẽ tạo một khoản thu cho ngân sách địa phương nhờ việc đóng góp thuế thu nhập doanh nghiệp, các loại phí lệ phí. Chúng tôi cũng sẽ tích cực tham gia vào các hoạt động từ thiện, hoạt động xã hội trong phạm vi khả năng cho phép của ngân quỹ tài chính công ty.

7, Tổ chức quản lý

7.1 Lựa chọn hình thức tổ chức dự án

Do dự án này có tầm quan trọng chiến lược đối với sự tồn tại và phát triển của công ty nên chúng tôi quyết định sử dụng hình thức “tổ chức theo dự án”

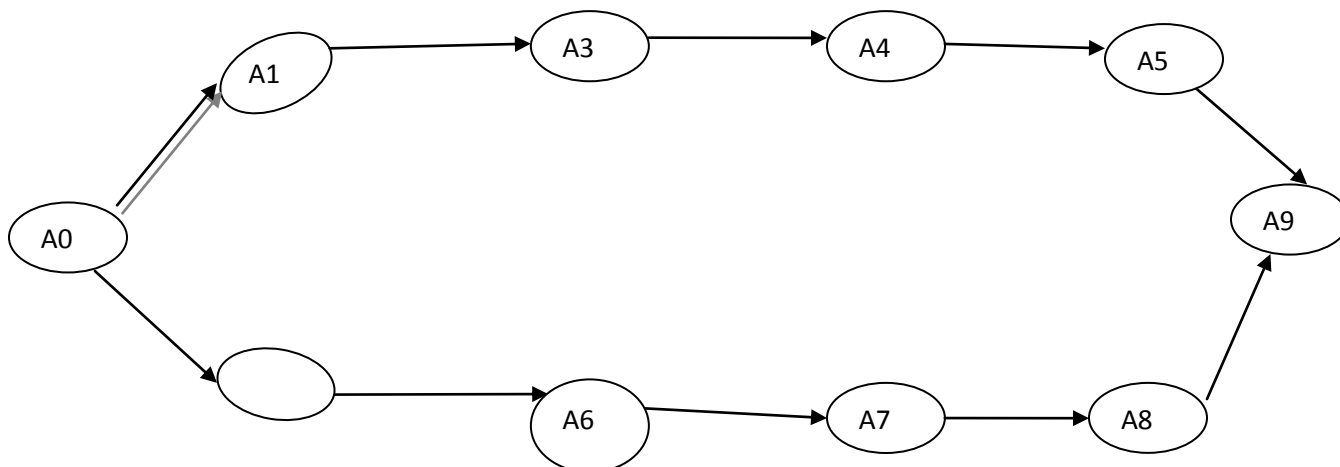
Sơ đồ tổ chức theo dự án



7.2 Quản trị thời gian và tiến độ dự án

Xác định các công việc dự án ,mối quan hệ và trình tự thực hiện các công việc:

Thứ tự	Công việc	Thời gian (tháng)	Mối liên hệ
A1	Nghiên cứu thị trường	6	Không có
A2	Thống kê tài sản	2	Không có
A3	Tham gia khóa học thêm về lĩnh vực mình kinh doanh.	4	Sau A1
A4	Tuyển lao động	2	Sau A3
A5	Đào tạo lao động	8	Sau A4
A6	Thuê mặt bằng và đăng ký kinh doanh	2	Sau A2
A7	Xây dựng cơ sở vc-kt	10	Sau A6
A8	Mua và Lắp đặt trang thiết bị	12	Sau A7
A9	Chiến dịch marketing	3	Sau A4,A8



A2 Theo sơ đồ trên ta thấy có 3 tiến trình cơ bản:

+ Tiến trình 1: Bao gồm A1----A3----A4-----A5

+Tiến trình 2: A2----A6-----A7-----A8----A9

Như vậy tiến trình có tổng thời gian lớn nhất là tiến trình 1 (29 tháng) là tiến hành Gantt. Các công việc A2, A6, A7, A8, A9 là các công việc của Gantt. Thời gian Gantt của dự án là 29 tháng đây là thời gian để hoàn thành dự án theo sơ đồ PERT

8, Phương án quản trị rủi ro

8.1 Các loại rủi ro

Đây là loại hình dịch vụ còn mới mẻ ở Việt Nam, nên có thể nhiều người còn chưa biết tới và không tin tưởng để bỏ những thói quen xả stress thông thường để đến với công ty.

Từ trước đến nay, người Việt Nam thường quen với các kiểu xả stress thông thường như: vào các trung tâm massage hay các rạp chiếu phim, nghe ca nhạc, chơi thể thao, tệ hơn là có thể mắng chửi vợ, con hay những người xung quanh hoặc gây gổ đánh nhau... họ chưa nghe đến dịch vụ này bao giờ. Bởi vậy, thay đổi thói quen không phải việc dễ dàng với họ, đòi hỏi cần phải có thời gian. Bên cạnh đó, một số người còn chưa hiểu rõ về stress, đơn giản họ chỉ thấy mệt mỏi rồi đi đâu đó hay làm cái gì mình thích là được nên có thể trung tâm không có mấy khách.

- Vì là một công ty mới bước vào thương trường kinh doanh, nên có thể còn có nhiều hạn chế và kinh nghiệm trong trong kinh doanh, nắm bắt nhu cầu, đặc điểm của những khách hàng khó tính.

Khi bắt đầu kinh doanh một dịch vụ mới, công ty nào cũng phải đương đầu với các rủi ro về tài chính, thị trường hoặc về chất lượng, hình thức dịch vụ... những rủi ro đó có thể khiến khách hàng xa lánh công ty. Việc thiếu kinh nghiệm trong kinh doanh là vấn đề không phải nhỏ chính vì vậy, đây là một trong những điểm làm tăng mức độ rủi ro của dự án.

- Rủi ro về các đối thủ cạnh tranh, (như các trung tâm và các loại hình dịch vụ có liên quan..) . Như những trung tâm massage, những câu lạc bộ chiếu phim, những khu giải trí tổng hợp như Thiên Đường Bảo Sơn ...

Như ở trên chúng tôi đã nói ở trên, để thay đổi thói quen của một người không phải dễ mọi người đã quá quen thuộc với các cách giải trí trước đây, trong khi các trung tâm giải trí này đã có từ lâu. Họ trang bị cho mình kinh nghiệm đúc rút qua từng thời kỳ kinh doanh nên đối thủ cạnh tranh của công ty không phải là tầm thường, chúng ta cũng phải kể đến số lượng đối thủ không phải là ít.

8.2 Phương án quản trị rủi ro.

Vì đây là loại hình dịch vụ khá mới mẻ, mặt khác người Việt Nam có tính tò mò và hiếu kỳ rất cao, nên đây cũng là điểm mạnh để cho khách hàng có thể tìm hiểu và tới để thử xả stress theo một cách mới hơn.

Do đó để thu hút khách hàng chúng tôi sẽ sử dụng những chiêu thức Marketing độc đáo như:

- Tạo ra những quảng cáo gây tò mò, những video độc đáo để thu hút sự chú ý của khách hàng, có thể và cần thiết chúng tôi sẽ mời những ca sĩ diễn viên nổi tiếng để PR cho dịch vụ này.
- Luôn tạo sự quan tâm tốt nhất cho khách hàng. Khách hàng đến với công ty chúng tôi sẽ được hưởng những dịch vụ sau bán như được gửi thư chúc mừng sinh nhật, các ngày lễ, tết; các phương pháp luyện tập để lấy lại sự cân bằng trong cuộc sống.
- Luôn tạo ra sự khác biệt trong chiến lược kinh doanh.
- Vì chúng tôi có những phương pháp khoa học và có những hướng đi đúng giúp khách hàng có thể cân bằng lại tâm hồn và thể xác của mình, giúp họ lấy lại được sự tự tin, vui vẻ trong cuộc sống và công việc.
- Công ty có một đội ngũ nhân viên có trình độ và luôn quan tâm tới khách hàng một cách ân cần và với phong cách chuyên nghiệp nhất.

KẾT LUẬN

Với một sản phẩm dịch vụ mới khá độc đáo, chúng tôi tự tin là sẽ tạo ra một trào lưu mới về phương pháp stress của người dân Việt Nam. Bằng những chiến lược và chiến thuật kinh doanh cụ thể, các mục tiêu tài chính, kinh tế tài chính và văn hóa của công ty được xác định rõ ràng trong cả ngắn và dài hạn thì có thể nói rằng dự án này nhất định sẽ thành công.