• Kế hoạch kinh doanh Thời trang (PA)

 • 1. Chiến lược Sản phẩm

 • Bán sản phẩm gì?

 • Thời trang Nam hay nữ

 • Dành cho đối tượng khách hàng nào, già hay trẻ, trong độ tuổi bao nhiêu, thu nhập ra sao, nghề nghiệp, sở thích…

 • Phong cách thời trang lựa chọn là gì? ví dụ như công sở, thể thao, đồ lót khêu gợi, đồ lót bình thường, đồ mặc nhà, đồ trẻ em; áo dài...

 • Sản phẩm tự sản xuất hay đi đặt gia công, hay nhập về, nguồn hàng ở đâu? Có ổn định không? Có lợi thế gì không? Cần phân tích rõ

 • Bán sản phẩm với mức khoảng giá bao nhiêu đến bao nhiêu?

 • Bán đa dạng mặt hàng hay chỉ bán một số sản phẩm

 • Tại sao lại chọn sản phẩm này, dòng này, giá này?

 • Lợi thế của bạn là gì (nếu có)? Bạn định cạnh tranh bằng năng lực gì? Ví dụ như khả năng thiết kế, khả năng mix đồ, khả năng seo web, khả năng quảng cáo, khả năng tài chính…

 • Tên thương hiệu

 • Tên nhãn hiệu là gì?

 • Vì sao lại chọn thương hiệu đó

 • Có đăng ký được bản quyền thương hiệu với cục SHTT hay không? Cần phải thử nhé

 • Kiểm tra tên miền website liên quan đến nhãn hiệu

 • Đặt tên nhãn hiệu đơn giản thôi + 1 cái logo đẹp

 • Logo: Chọn 3 mẫu, và chọn màu chủ đạo, nên chọn các màu chủ đạo nổi bật như đỏ, đen, vàng, xanh...

 • Thiết kế logo, bao bì, nhãn mác, tem mác (bộ nhận diện thương hiệu)

 • Slogan (câu khẩu hiệu)

 • Chọn một câu khẩu hiệu đơn giản dài 4-6-8 từ thể hiện thông điệp mạnh mẽ, rõ ràng về sản phẩm.

 • Ví dụ đồ nam là be the good man; mặc là đẹp; mặc có gu; phong cách của bạn...

 • Khách hàng mục tiêu

 • Bán buôn hay bán lẻ

 • Bán buôn

 • Bán lẻ

 • Bán lẻ trực tuyến

 • Bán lẻ cửa hàng

 • Cả bán lẻ trực tuyến và cả bán ở cửa hàng

 • Bán buôn và bán lẻ

 • Mua lẻ

 • Giới tính

 • Nam hay nữ (do sản phẩm)

 • Địa lý: Toàn quốc

 • Các tỉnh thành phố trên toàn quốc

 • Tập trung vào các tỉnh thành nào? vì sao

 • Tuổi

 • Tuổi của khách hàng từ bao nhiêu (thấp nhất) đến bao nhiêu (cao nhất)

 • Công việc gì: ví dụ Làm công sở, công chức, nhân viên văn phòng, kd tự do, doanh nhân, vợ sếp… ưa thích sự đơn giản, giá cả hợp lý.

 • Mức thu nhập bình quân của khách hàng hàng tháng hoặc hàng năm là bao nhiêu?

 • Sở thích

 • Thích phong cách thời trang như thế nào

 • Thích mức giá như thế nào

 • Thích cách mua hàng như thế nào (ví dụ mua online, mua livestream, thích bao bì đẹp)

 • Quan tâm đến kiểu dáng và chất liệu; giá cả; hay cả hai.

 • Các sở thích gián tiếp khác

 • Họ mua hàng theo phương thức nào? kênh nào?

 • FB

 • Tập trung vào kênh này

 • Web

 • Tiktok

 • Zalo

 • Tập trung vào kênh này

 • Sàn TMDT

 • Shopee

 • Tiki

 • Lazada

 • Shop

 • Họ mua hàng vì lý do gì?

 • Đẹp, rẻ, đường kim mũi chỉ cẩn thận, giao hàng nhanh, chủ shop bán hàng uy tín

 • Cần mua trang phục mới

 • Được khen ăn mặc có cá tính, trẻ trung, xinh đẹp, tự tin, năng động, tôn phom dáng...

 • Dịp đặc biệt nào đó

 • Các ngày lễ

 • Các ngày sinh nhật

 • Phong cách lịch sự, kín đáo… do đặc thù nghề nghiệp (Ví dụ như dân công sở chính phủ)

 • Mua sắm như một thói quen

 • Chất liệu tốt, thương hiệu mạnh

 • Theo thứ tự ưu tiên thì điều gì làm cho họ ra quyết định mua nhanh nhất?

 • Họ mua hàng khi nào

 • Khi có lương, thưởng

 • Trước dịp sinh nhật

 • Mới đi làm

 • Dịp đặc biệt, mua quà tặng

 • Chuẩn bị đi du lịch

 • Khi thay mùa, ví dụ mùa hè sang mùa đông

 • Khi muốn thay đổi bản thân

 • Làm sao thu hút được họ nhanh nhất? với chi phí rẻ nhất? hiệu quả nhất

 • Dòng sản phẩm

 • Quần

 • Số lượng mẫu dự kiến

 • Hình ảnh mẫu dự kiến

 • Số lượng kiểu

 • Chất liệu dự kiến

 • Đặt sản xuất tối thiểu là bao nhiêu sản phẩm, size số như thế nào

 • Giá sản xuất bóc tách

 • Tiền vải

 • Tiền công

 • Bao bì nhãn mác

 • Vận chuyển, lưu kho

 • Khác

 • Áo sơ mi

 • Sơ mi dài tay; sơ mi cộc tay

 • Số lượng mẫu dự kiến

Hình ảnh mẫu dự kiến

Số lượng kiểu mỗi tần, mỗi tháng, mỗi quý, mỗi mùa...

Chất liệu dự kiến

Đặt sản xuất tối thiểu là bao nhiêu sản phẩm, size số như thế nào

Giá sản xuất bóc tách

 • Áo khoác

 • Măng tô

 • Demi

 • Số lượng mẫu dự kiến

Hình ảnh mẫu dự kiến

Số lượng kiểu

Chất liệu dự kiến

Đặt sản xuất tối thiểu là bao nhiêu sản phẩm, size số như thế nào

Giá sản xuất bóc tách

 • Váy

 • Váy dài, váy ngắn, váy liền thân

 • Váy bán quanh năm (chân váy); váy bán thời vụ

 • Số lượng mẫu dự kiến

Hình ảnh mẫu dự kiến

Số lượng kiểu

Chất liệu dự kiến

Đặt sản xuất tối thiểu là bao nhiêu sản phẩm, size số như thế nào

Giá sản xuất bóc tách

 • Veston/ Comple

 • Số lượng mẫu dự kiến

 • Hình ảnh mẫu dự kiến

 • Số lượng kiểu

 • Chất liệu dự kiến

 • Đặt sản xuất tối thiểu là bao nhiêu sản phẩm, size số như thế nào

 • Giá sản xuất bóc tách

 • Set đồ, đồ bộ...

 • Số lượng mẫu dự kiến

 • Hình ảnh mẫu dự kiến

 • Số lượng kiểu

 • Chất liệu dự kiến

 • Đặt sản xuất tối thiểu là bao nhiêu sản phẩm, size số như thế nào

 • Giá sản xuất bóc tách

 • Khác nếu có

 • Duyệt mẫu:

 • Mẫu thì ai chọn, ai duyệt, nguồn mẫu sản phẩm lấy ở đâu, đã có hình ảnh và video hay chưa? Vì sao lại chọn mẫu đó, vì sao chọn vải đó, vì sao chọn màu đó; mẫu thử nghiệm như thế nào?

 • Tốc độ ra mẫu hàng tuần, hàng tháng, hàng quý?

 • Tại sao, dựa trên các chỉ số đo lường và đánh giá nào

 • Đánh giá tỷ lệ thành công của mẫu sản phẩm.

 • Ra mẫu ít - sx số lượng nhiều; ra mẫu nhiều - sản xuất số lượng ít?

 • Thuê nhân sự thiết kế hoặc duyệt mẫu thì đòi hỏi kỹ năng kinh nghiệm gì, mức lương bao nhiêu?

 • Đặt sản xuất

 • Thời gian sản xuất tối thiểu cho các loại sản phẩm - số lượng sản phẩm: ví dụ 7-10 ngày

 • Số lượng đặt tối thiểu trên mỗi mẫu hàng: 50, 100 hàng/ 1 mẫu

 • Mức giá tối thiểu

 • Cần check giá lại

 • Nếu sản xuất thêm 100 hàng thì giảm được bao nhiêu % chi phí

 • Nhà sản xuất nào

 • Ở đâu, năng lực ntn (số lượng cn, máy móc, diện tích, xe cộ), giá cả cạnh tranh ntn… phải đi kiểm tra thực tế đến văn phòng, đến nhà xưởng, gặp chủ, gặp nhân viên, nhìn hàng hóa; xem xét vài sự lựa chọn thay vì chỉ 1 sự lựa chọn

 • Cần gặp và làm việc, đánh giá năng lực, ko nghe mồm, không nghe giới thiệu

 • Ưu tiên tìm nhà sx ở gần với điểm bán/ văn phòng để tiết kiệm chi phí giao hàng.

 • Hợp đồng sản xuất

 • Các điều khoản: thanh toán, đặt cọc đổi, trả, hàng lỗi, được trả lại; sx chậm tiến độ, sx sai chất lượng, sai quy cách…. ai chịu trách nhiệm, ai chịu chi phí; phạt hợp đồng như thế nào. Cần phải làm rõ và ký hợp đồng nếu không là sẽ vỡ mồm đấy.

 • Chuẩn bị hợp đồng, soạn hợp đồng: tìm trên mạng hoặc thuê luật sư, viết rõ các điều khoản mà người đặt hàng cần được đảm bảo.

 • Đặt cọc 40%, nợ 60% trong 01 tháng

 • Kiểm tra sản phẩm khi nhận hàng

 • Ai kiểm tra

 • SP ntn thì được coi là đẹp và đạt chất lượng? Cần có mô tả dựa trên hàng mẫu đã duyệt trước đó và kinh nghiệm xem hàng

 • SP nào đc coi là lỗi và trả lại

 • Quy trình đổi trả hàng lỗi

 • Thanh toán

 • Tồn kho

 • SX số lượng tối thiểu: 10% hoặc theo tiến độ đơn hàng.

 • Tồn kho tối thiểu trong kho là bao nhiêu? Làm sao bán hàng không có tồn kho? Tồn kho nhiều thì phải làm thế nào? ai quản lý kho và đóng hàng; dùng phần mềm gì quản lý kho, bán hàng.

 • Số lượng sp đặt tiếp là mẫu nào? là sản lượng đặt là bao nhiêu và tại sao lại vậy? dựa trên phân tích nào?

 • Kho hàng đặt ở đâu? Nhà ai? Tính phí ntn (có tính hoặc ko tính); giá kệ

 • Phần mềm quản lý tồn kho

 • Có cần phần mềm hay không? Vì liên quan đến đầu tư ban đầu

 • Nếu cần thì phần mềm gì, hãng nào, mức phí, tính năng, dùng thử…

 • Mức phí là bao nhiêu

 • Hướng dẫn nhân viên cách sử dụng

 • Nhân viên quản lý hàng tồn kho

 • Nhân viên cần được đào tạo

 • Mức lương và thưởng

 • Kiểm soát sai sót của nhân viên

 • Cảnh báo tồn kho

 • Có phương án đa dạng để đẩy hàng tồn đi.

 • Bao lâu về thời gian thì coi là hàng bán chậm; số lượng tồn bao nhiêu (về số lượng) thì coi là hàng tồn

 • Phần mềm hoặc cách thức cảnh báo là gì, ví dụ gửi báo cáo hàng tồn kho hàng tuần hoặc 1 tuần 02 lần.

 • Lưu ý là bán thời trang thì tồn kho, lẻ size lẻ số rất nhiều

 • Phân tích, đánh giá tồn kho

 • Rút kinh nghiệm đặt hàng lần sau

 • Thiết kế bao bì, nhãn mác

 • Mẫu thiết kế hoàn thiện và duyệt

 • Nhớ lưu file thiết kế gốc

 • In ấn: số lượng in ấn tối thiểu mỗi lần (ví dụ 1.000 sản phẩm); lưu ý không nên in nhiều vì sẽ bị tốn tiền và tồn nhiều vì chưa biết rõ bán được hay không

 • Chi phí in ấn: đơn giá, giá thành, thành tiền

 • Để bao bì, tem mác ở đâu

 • Nhà cung cấp nào, sdt/ fanpage/ website, thăm quan cơ sở…

 • Các loại mác: mác cổ chất liệu gì (satin), giá bao nhiêu, số lượng tối thiểu bao nhiêu, cần đặt sản xuất bao nhiêu cái, đừng in nhiều vì có thể sẽ lãng phí; chỉ in nhiều khi biết được lượng bán hàng hàng tháng

 • Thẻ (tag) giấy: in giấy gì, ví dụ c300 cán mờ, in hai mặt, giá bao nhiêu, số lượng tối thiểu

 • Túi nilong hoặc túi đựng để đóng hàng ship cho tiện, rẻ: số lượng, đơn giá

 • Tính toán chi phí đầu tư ban đầu và các lần gọi hàng tiếp theo

 • Phong cách thời trang là gì?

 • Thời trang thiết kế

 • Thời trang công sở

 • Thời trang đơn giản

 • Thời trang trẻ trung

 • Tính ứng dụng cao

 • Chất liệu cao cấp hoặc rẻ tiền

 • Nhái phong cách của các hãng lớn

 • Cập nhật xu hướng như thế nào

 • Ai là người định hướng phong cách thời trang mà bạn sản xuất

 • 2. Chiến lược giá

 • Khoảng giá sản phẩm cho từng dòng sản phẩm chi tiết (có file excel)

 • Giá thành sản xuất

 • Có excel bóc tách

 • vải; phụ kiện; công sx; đóng gói; vận chuyển.

 • Giá nhập vào; giá vốn hàng bán?

 • Giá bán lẻ cho từng mã hàng (công thức nhân); nên đề xuất 2-3 công thức giá (ví dụ x2, x2.5, x3)

 • X3 niêm yết

 • Giá khuyến mại

 • Khuyến mại hàng ngày (10%)

 • Khuyến mại tuần

 • Khuyến mại tháng

 • Khuyến mại quý, thanh lý, hết mùa, xả kho

 • Chương trình khuyến mại, giảm giá, xả hàng, mua hàng tặng hàng… hàng tuần/ hàng tháng

 • Có lịch khuyến mại hàng ngày/tuần/ tháng luôn

 • Khóa học 52 tuyệt chiêu KM

 • Cấu trúc chi phí

 • Giá vốn hàng bán

 • 40%

 • Chi phí lương, thưởng nhân viên

 • 15-20%

 • Chi phí quảng cáo bán hàng

 • 30%

 • Chi phí làm website

 • Chi phí quảng cáo FB, GG, Zalo

 • Chi phí văn phòng, điện nước, internet

 • Lợi nhuận ròng kỳ vọng

 • Chi phí khác

 • Chi phí hàng tồn (thanh lý): 5%

 • Chi phí sản xuất media (hình ảnh, video) - tự làm tiết kiệm

 • Miễn phí

 • Chi phí khấu hao (nếu có)

 • Cộng chi phí đầu tư cho các vật dụng có thể khấu hao

 • Xác định thời gian khấu hao mong muốn (tháng)

 • Chia bình quân (tháng)

 • Chi phí tái đầu tư (nếu có), ví dụ mua máy móc

 • Chi phí vốn vay (nếu có)

 • Xem thêm excel

 • Tính điểm hòa vốn

 • Bán bao nhiêu đơn x hóa đơn bình quân bao nhiêu tiền

 • Ví dụ: Nhập sp 100k; giá niêm yết 300k; khuyến mại 30% (90k); giá thực bán 210k; lợi nhuận gộp (210k-100k=110k)

 • Giá vốn hàng bán: 100k

 • Giá niêm yết: 300k

 • Chi phí khuyến mại: 30%=90k

 • Giá thực bán: 300k-90k=210k

 • Lợi nhuận gộp = Doanh thu - Giá vốn = 210k-100k = 110k

 • Điểm hòa vốn: 8 sản phẩm (800k/ 1 ngày tiền lãi); 1,7tr.

 • Tỷ lệ Giá bán/ Giá vốn = 210k/ 100k = 210%

 • Doanh thu 1 ngày: 1,7-1,8tr/ ngày; Lợi nhuận 800k/ 1 ngày

 • Doanh thu

 • Theo bản excel

 • Tháng 10: 200tr

 • Tháng 11: 400tr

 • Doanh thu 12 tháng liên tục tiếp theo (dự kiến)

 • Chi phí

 • Cố định

 • Lương 10x5 = 50 triệu

 • Quảng cáo: 70tr

 • Giá vốn: 80

 • Tem mác, phụ kiện

 • Phí ship: 10tr

 • Biến đổi

 • Tạm tính

 • Không lương: 160tr

 • Có lương: 250

 • Lợi nhuận

 • Lợi nhuận gộp

 • Là lợi nhuận - Giá vốn (giá nhập) hàng bán

 • Lợi nhuận ròng

 • Tính doanh số dự kiến kể thứ tháng đầu tiên và liên tiếp trong 1 năm

 • Có bảng excel phân bổ doanh số dự kiến + số lượng sản phẩm + giá nhập + chi phí + giá bán + lợi nhuận/ lỗ… trong 12 tháng liên tiếp

 • 3. Kênh phân phối & bán hàng

 • Website

 • Đầu tư web

 • Tên miền

 • Hosting

 • Thiết kế website

 • Tối ưu cho mobile và tính năng mua hàng trực tuyến

 • Các yêu cầu về công nghệ cụ thể nếu có

 • Đăng hình ảnh, thiết kế banner, vì hình ảnh/ video rất quan trọng với thời trang

 • SEO

 • Học

 • Có làm seo web hay không? kế hoạch seo từ khóa là gì?

 • Viết nội dung seo bài

 • Lên kế hoạch cụ thể, chi tiết

 • Google Ads tìm kiếm

 • Có chạy quảng cáo Google Tìm kiếm hay không? Chạy thì từ khóa nào? Và đo lường hiệu quả ra sao? Tính toán chi phí?

 • Ai phụ trách, kế hoạch chi tiết từng tuần/ tháng/ quý + ngân sách nuôi web

 • Facebook

 • Fanpage

 • Page thương hiệu

 • Có bao nhiêu likes

 • Đăng bài mấy bài/ ngày

 • Tăng like/ page: mỗi tuần tăng bao nhiêu likes

 • Ai phụ trách, kế hoạch chi tiết từng tuần/ tháng/ quý + ngân sách nuôi web

 • Tham khảo các Page/ Web của đối thủ để học hỏi

 • Cần có bản phân tích về đối thủ để học hỏi thêm ví dụ như về sản phẩm, hình ảnh, video, mức giá, cách tư vấn, cách chốt đơn, cách giao hàng, cách đóng gói...

 • Facebook cá nhân

 • Đăng bài ntn

 • lịch trình cụ thể, kế hoạch đăng bài hàng tuần/ tháng

 • Không có tương tác thì sao?

 • Số lượng theo dõi tăng hàng tuần/ tháng là bao nhiêu

 • Xây dựng thương hiệu cá nhân trên Facebook cá nhân và Fanpage gắn liền với thương hiệu thời trang

 • Group

 • Group nào

 • Group khách hàng thân thiết

 • Đăng bài ra sao?

 • Có đơn hay không? Thực tế là có thể không có đơn đâu?

 • Không có tương tác thì sao

 • Livestream trong Group

 • Marketplace

 • Đăng bài hàng ngày

 • Yêu cầu về đăng bài

 • Không ra đơn thì sao

 • Ai phụ trách

 • KPI công việc

 • Ads

 • Nghiên cứu đối tượng, nội dung, nhắm chọn

 • Chuẩn bị tài khoản

 • chết tk thì sao

 • Giá ads đắt thì sao

 • FB Ads là kênh bán chính

 • Phân tích quảng cáo, chỉ số, đề ra các kế hoạch trong ngày tiếp theo, tuần tiếp theo, tháng tiếp theo.

 • Học khóa học Bán hàng Facebook Quảng cáo trên FB

 • Media quảng cáo (hình ảnh, video)

 • Thuê ai, team nào chụp?

 • Chụp theo phong cách nào? Phải có ảnh/ video mẫu tham khảo

 • Xấu thì sao?

 • Có danh sách studio chuyên nghiệp/ nhiếp ảnh gia/ mẫu đây

 • Tập trung vào FB Ads

 • Giảm chi phí bằng cách chăm sóc khách hàng tốt

 • Phát triển các kênh bán không quảng cáo khác

 • Chuẩn bị tài khoảng quảng cáo

 • Via

 • Mua via, làm thẻ thanh toán

 • Đi thuê

 • Thuê ở đâu, mấy %, chạy có ổn định không?

 • Chết liên tục thì sao

 • Giải pháp là gì?

 • Tài khoản thường bị khóa, bị vô hiệu hóa, bị hạn chế

 • Fanpage bị hủy đăng hoặc bắt xác minh

 • Quảng cáo đắt, tiếp cận thấp, không ra đơn

 • Ai chạy? Ai làm quảng cáo? Ai làm tài khoản

 • Livestream

 • Lịch trình, kế hoạch, chi phí

 • Chạy quảng cáo livestream trực tiếp trên Fanpage tích xanh

 • Phát livestream cũ

 • Video cũ cần lưu lại

 • SX các video để phát livestream

 • Livestream cần gì

 • Phần mềm gì

 • Phần cứng gì

 • Vấn đề của Livestream là gì?

 • Livestream thì bị khóa tính năng livestream trên FB cá nhân và cả Fanpage

 • Livestream ít mắt xem

 • Phải thuê người livestream

 • Chi phí livestream và thuê người livestream cũng tốn

 • Không phải cứ bật livestream lên là bán được hàng đâu.

 • Tiktok

 • SX video

 • Tăng theo dõi

 • Tương tác với khách hàng

 • Tiktok Business

 • KPI

 • Mấy video

 • bao nhiêu view

 • Bao nhiêu follows

 • Doanh số bán hàng từ Tiktok

 • Tiktok Profile

 • Ads

 • Có chạy ko

 • Ngân sách thử nghiệm

 • Học

 • Ai làm, chi phí như thế nào? Kế hoạch cụ thể ntn

 • Sàn Shopee

 • có làm ko

 • kế hoạch ntn

 • Có quảng cáo ko

 • Có giảm giá km

 • buff đơn ảo

 • Học

 • Zalo

 • Zalo cá nhân

 • Zalo hội nhóm

 • Zalo OA

 • Gửi tin nhắn cho khách hàng.

 • Ads (quảng cáo trả phí)

 • Kế hoạch công việc chi tiết theo Tuần cho từng kênh & các KPI công việc cần đạt được tối thiểu.

 • File excel chi tiết

 • Ai phụ trách, kế hoạch chi tiết từng tuần/ tháng/ quý cho từng người; từng công cụ

 • Media

 • Ekip chụp ảnh

 • Tự làm hay thuê

 • Tự làm thì là ai, có kỹ năng gì phù hợp

 • Thuê team nào, có địa chỉ, sdt và thỏa thuận

 • Chi phí thuê mẫu và thuê nhiếp ảnh gia

 • Ưu tiên tự làm, nhờ vả, cho tiết kiệm; tự quay tự chụp; chi phí?

 • Phần mềm chỉnh sửa ảnh trên đt, máy tính

 • Chi phí ntn

 • chỉnh sửa ảnh, video

 • Cần có media (hình ảnh, video, banner, poster hàng ngày)

 • Doanh số phân bổ

 • Phân bổ theo kênh/ tháng

 • Phân bổ theo phương thức bán quảng cáo hay không quảng cáo (q/c hay tự nhiên)

 • Phân bổ dự kiến (doanh số mục tiêu) theo thời gian: tháng từ tháng 1 đến tháng 12 kể từ ngày bắt đầu

 • Có bản excel này

 • Phần mềm cần mua

 • Phần mềm quản lý bán hàng?

 • Phần mềm quản lý Fanpage?

 • Phần mềm khác

 • Chi phí, tại sao cần mua

 • Đặt ra câu hỏi: nếu tất cả các kênh bán này đều không hiệu quả như dự kiến thì sao?

 • Phương án dự phòng là gì?

 • Giải pháp cụ thể là gì?

 • Bán hàng tại shop (cửa hàng)

 • Có mở cửa hàng hay không?

 • Thiết kế tiêu chuẩn cho cửa hàng

 • Vị trí, diện tích, con phố, khu vực… cần đưa ra yêu cầu kỹ lưỡng

 • Vị trí

 • Nhận diện thương hiệu

 • Thiết kế

 • Chi phí đầu tư cho một cửa hàng là bao nhiêu tiền

 • Có excel bóc tách từng hạng mục mua sắm

 • Máy móc, phần mềm, thiết bị, giá kệ, bàn ghế, biển hiệu, camera, người trông xe (nếu có)

 • Nhân sự

 • nvbh

 • Số lượng hàng hóa tối thiểu trong cửa hàng

 • Hàng hóa lưu kho

 • Thời gian thi công là bao nhiêu ngày

 • Hợp đồng thuê nhà, thuê mặt bằng

 • Đơn vị thi công; đơn vị cung cấp trang thiết bị đồ dùng cũ (mua lại cho rẻ)

 • Chương trình marketing cho điểm bán hàng tuần, hàng tháng

 • Chương trình khai trương nếu có

 • Lưu ý vấn đề Covid19

 • Tính điểm hòa vốn cho điểm bán

 • Chuẩn bị quy trình bán hàng; đào tạo nhân viên bán hàng; tuyển dụng nhân viên bán hàng…

 • Tính lương thưởng cho nhân viên bán hàng

 • 4. Nhân sự

 • Tiếp cận theo công việc

 • Tuyển ít nhất có thể để giảm chi phí, combo chức năng công việc

 • Tuyển nhân viên có laptop (để tk chi phí)

 • Số lượng, vị trí công việc, thu nhập (lương và thưởng, phụ cấp) cho nv hàng tháng

 • Nghiên cứu và phát triển mẫu SP: ai? kpi gì? lương

 • Đặt hàng sx và kiểm tra sản phẩm: ai? kpi gì, lương thưởng?

 • Nhân viên quảng cáo

 • Nhân viên chăm sóc các nền tảng/ kênh online; chăm sóc khách hàng

 • Nhân viên chốt đơn; đóng đơn; giao hàng; đối soát công nợ với đơn vị vận chuyển; nhân viên kiểm kho/ xuất kho.

 • Sản xuất Media

 • chụp ảnh, ghép ảnh, biên tập video, đăng bài…

 • Yêu cầu về nhân sự

 • Kỹ năng cần thiết

 • Kỹ năng được đào tạo

 • Tuyển dụng

 • Kênh nào

 • Có mất phí tuyển dụng hay không?

 • Hợp đồng lao động

 • Cách tuyển dung: tuyển ở đâu, tuyển ntn, ai tuyển, chi phí, thời gian tuyển

 • Lịch trình làm việc, chấm công, đánh giá hiệu quả cv...

 • Khi nào thì sa thải

 • Tuyển người mới thì ntn

 • Khi nào thì giảm lương

 • Chương trình đào tạo nhân sự

 • Nội dung đào tạo

 • Thời lượng đào tạo

 • Slide/ file đào tạo

 • Đào tạo bao nhiêu buổi, lịch trình đào tạo

 • Ai đào tạo

 • Kết quả đạt được, mẫu biểu đánh giá

 • Phải có kế hoạch chi tiết

 • Chính sách lương, thưởng, phụ cấp (Có file excel)

 • Cổ đông góp vốn

 • Có cổ đông góp vốn hay không?

 • Nếu có, thì cần mấy người, 2-3-5 người?

 • Không nên có nhiều cổ đông quá

 • Cần những vị trí hoặc loại cổ đông như thế nào, cần người hay cần tiền hay cần cả hai, ưu tiên cái gì hơn

 • Làm hợp đồng góp vốn và phân chia công việc rõ ràng

 • Cổ đông thì nhận tiền theo cơ chế là lãi hưởng, lỗ chịu

 • Cổ đông làm việc thì giao việc như nv bình thường và được nhận lương của công ty theo thỏa thuận giữa công ty với cổ đông. Không làm thì không được hưởng.

 • Trả lương cho cổ đông theo vị trí công việc và đóng góp công việc, không nên “cào bằng thu nhập” vì có nhiều cổ đông có tiền đóng góp nhưng không có năng lực làm việc mà lại muốn nhận lương cao.

 • Phân chia quyền và nghĩa vụ của cổ đông cụ thể trong hợp đồng

 • Quy định về thời gian rút vốn, điều kiện rút vốn; điều kiện không được rút vốn…; các trường hợp bất khả kháng.

 • Quy định về mẫu báo cáo hiệu quả kinh doanh, thời gian họp bắt buộc, các ý kiến được tham gia đóng góp; quyền quyết định của các cổ đông trong trường hợp đồng thuận hoặc không đồng thuận về các quyết định…

 • Tiền đóng góp của cổ đông thì do công ty giữ; thỏa thuận người được chỉ định cầm tiền ví dụ người góp vốn nhiều nhất; cách chi tiêu; kế hoạch kinh doanh của từng tháng, từng quý.

 • Báo cáo minh bạch hàng tuần về kế hoạch kinh doanh và doanh thu, chi phí, dòng tiền. kế hoạch sắp tới trong tuần tới, tháng tới, quý tới.

 • Mọi cổ đông cần phải chú ý điều này, vì việc sử dụng tiền sai mục đích hoặc ko hiệu quả diễn ra khá nhiều và thế là mất tiền, thậm chí có cả hiện tượng lừa đảo, không giữ đúng thỏa thuận.

 • Nếu người sáng lập vay tiền riêng các cổ đông, hãy cho mọi người cùng biết vì đó có thể là vấn đề cổ đông sáng lập đã hết tiền; thiệt hại là các cổ đông cùng đóng góp; và các cổ đông cho vay; đóng góp thì cũng nên làm hợp đồng chặt chẽ, có chữ ký, con dấu, vi bằng cẩn thận. Làm ăn là phải tin nhau; nhưng vẫn cần giấy tờ pháp lý.

 • Có thành lập công ty hay không?

 • Tự kinh doanh nhỏ lẻ, cá nhân

 • Một team cùng khởi nghiệp

 • Cứ bán đã, mở cty sau

 • Bán buôn, bán lẻ, bán online, bán offline

 • Chưa mở công ty ngay

 • Có thể mở công ty

 • Mở công ty Cổ phần hay TNHH

 • Do số lượng cổ đông nhiều hay ít

 • Có điều lệ hoạt động công ty

 • Quản lý vốn và tài sản công ty theo mô hình công ty và có kế toán

 • Đóng thuế đầy đủ theo quy định

 • 5. Vốn & dòng tiền

 • Vốn tối thiểu

 • Vốn tự có ban đầu

 • Vốn đi vay

 • Nguồn vốn dự trù

 • Đầu tư tối thiểu ban đầu

 • Danh mục đầu tư, mua sắm, chi tiết ban đầu

 • Ví dụ: có nên mua 5 cái pc/laptop không?

 • Vốn cổ đông đóng góp

 • Tỷ lệ góp vốn

 •

 • Điểm hòa vốn (đã có)

 • Bao giờ/ bao lâu thì hòa vốn

 • Lộ trình doanh số, lợi nhuận

 • Tính điểm hòa vốn theo ngày, tuần, tháng, quý.

 • Tính thời điểm hòa vốn gốc đầu tư

 • Báo cáo doanh số hàng ngày, tuần, tháng

 • Đặt mục tiêu

 • Báo cáo thực tế

 • Đánh giá kết quả kinh doanh

 • Mẫu báo cáo (excel)

 • Số tài khoản Nhận tiền bán hàng

 • Thuế và các vấn đề liên quan đến thuế nếu có.

 • Dòng tiền lưu chuyển 1 tháng; 3 tháng; 6 tháng. Có file excel.

 • Chuẩn bị dòng tiền khi tăng trưởng doanh số gấp 2 lần, 3 lần

 • Quản lý tài chính, thất thoát

 • Nguy cơ

 • Giải pháp

 • Quy định

 • Phần mềm

 • Đánh giá về rủi ro kinh doanh do tài chính hạn chế/ vốn nhỏ

 • Liệt kê toàn bộ chi phí

 • Chi phí đầu tư ban đầu

 • Chi phí cố định hàng tháng

 • Chi phí biến đổi hàng tháng

 • Thể hiện trên excel chi tiết và phân tích rõ ràng

 • 6. Phân tích thị trường

 • Phân tích mô hình PESTEL

 • P (chính sách)

 • E (kinh tế)

 • S (xã hội)

 • T (công nghệ)

 • L (luật pháp)

 • Phân tích SWOT

 • Điểm mạnh

 • sản phẩm

 • Giá

 • kênh bán đa dạng

 • có kinh nghiệm làm thời trang

 • có khả năng tài chính

 • Điểm yếu

 • chưa am hiểu về kênh bán

 • chưa có kng làm marketing online

 • nhân sự yếu

 • lộ trình khắc phục những điểm yếu này.

 • Cơ hội

 • Thách thức

 • Phân tích kỹ, rõ ràng và cụ thể

 • Phân tích GAP khoảng trống thị trường để lựa chọn sản phẩm/ dịch vụ phù hợp

 • Ước lượng dung lượng thị trường

 • Ước lượng và đặt kế hoạch doanh thu, chi phí, lợi nhuận, điểm hòa vốn

 • Phân tích rủi ro

 • Thua lỗ thì thua bao nhiêu tiền theo các kịch bản

 • Khi nào thì dự án nên dừng lại

 • Chỉ số cảnh báo

 • Các chỉ số báo hiệu dự án thất bại/ thành công

 • Nguy cơ thua lỗ là bao nhiêu %

 • Khả năng hòa vốn và lãi là bao nhiêu %

 • Nếu có lãi

 • lãi bao nhiêu mỗi tháng

 • Tăng quy mô thì cần gì...

 • Rủi ro về nhân sự

 • Rủi ro về cạnh tranh

 • Rủi ro về pháp lý

 • Rủi ro về cá nhân

 • Tình cảm gia đình

 • Bạn bè, người thân

 • Khó khăn về tài chính

 • Sức khỏe

 • Phân tích các yếu tố dẫn đến sự thành công của dự án

 • Những yếu tố nào

 • liệt kê

 • hoạt động tốt

 • Dc đào tạo

 • Yếu tố nào quan trọng nhất

 • Tỷ trọng của từng yếu tố

 • Dự báo tính hình kinh doanh trong 03 tháng; 06 tháng; 12 tháng của dự án.

 • Những nguyên nhân làm cho dự án thất bại

 • Nêu rõ những nguyên nhân

 • Làm sao để tránh

 • Phân tích đối thủ

 • Chọn ra 10 đối thủ gần nhất, tương đồng nhất với dự án (về sản phẩm, về quy mô, về cách làm) để phân tích

 • rút ra điểm mạnh

 • Rút ra điểm yếu

 • hải ảnh

 • rêu dress

 • evaland...

 • Phân tích về sản phẩm (có ảnh), có giá bán, có cách bán, có chương trình bán hàng...

 • 7. Bán hàng & CSKH

 • Quy trình chăm sóc khách hàng: Có file quy trình; có file kịch bản

 • Chốt đơn

 • Ai/ tự làm hay thuê

 • Quy trình và kịch bản chốt đơn

 • Đào tạo: nội dung đào tạo (có file)

 • Tỷ lệ chốt đơn tối thiểu

 • Thưởng/ phạt chốt đơn nhân viên

 • Chương trình CSKH

 • Chính sách dành cho khách VIP

 • Thế nào là khách VIP

 • Có mấy loại VIP, Vip1, Vip2

 • VIP thì được những gì?

 • Chương trình cụ thể (có file word/ excel chi tiết)

 • Tần suất chăm sóc lại khách hàng

 • Quy trình chăm sóc lại khách hàng

 • Công cụ chăm sóc lại khách hàng

 • Tin nhắn FB từ Fanpage nhắn

 • Kết bạn Zalo và đưa vào nhóm Zalo

 • Kết bạn FB và đưa vào nhóm FB

 • Quà, sinh nhật...

 • Nhân sự chăm sóc & quy trình

 • Đơn vị vận chuyển

 • Đơn vị nào

 • chi phí ra sao

 • Hợp đồng

 • Các chính sách ưu đãi là gì

 • Đối soát giao hàng, thu chi, thanh toán ntn, ai phụ trách

 • thu tiền về

 • 8. Kế hoạch công việc Tuần/ Tháng/ Quý/ Năm

 • Lập kế hoạch Excel kế hoạch kinh doanh (doanh số), sản phẩm, giá bán, chương trình km, khối lượng công việc, phân công công việc từng ngày/ tuần.

 • Khối lượng công việc cần hoàn thành, chất lượng cần hoàn thành cho từng người, từng ngày và từng tuần chi tiết

 • Phân bổ ngân sách chi phí, dòng tiền, doanh thu, đối soát

 • Có file excel này.

 • File này tổng hợp lại tất cả các file khác một cách chi tiết

 • Chi tiết nhất có thể: 5W2H

 • Theo công việc

 • Theo kênh

 • Theo người

 • Theo thời gian

 • Thảo luận kỹ lưỡng với đồng nghiệp, người góp vốn, gia đình, thầy giáo, chuyên gia (ví dụ thuê Phan Anh tư vấn)

 • 9. Viết bởi: Phan Anh & PA Marketing Tháng 9/2021.

 • Đào tạo về Khởi nghiệp Kinh doanh, kinh doanh bài bản

 • Đào tạo về Bán hàng Online ngành hàng thời trang thực chiến trên FB và nhiều kênh trực tuyến khác

 • Cố vấn, tư vấn, đồng hành cho nhiều nhãn hàng thời trang và đang trực tiếp bán hàng thời trang.

 • Liên hệ: www.pamarketing.vn

 • Email: phananhonline@gmail.com

 • Số điện thoại/ Zalo: 0989623888

 • Giảng viên đại học khoa tmdt

 • Search Google FB

 • Youtube: PA Marketing

 • Tải file: Google.com kinh doanh thời trang online site:pamarketing.vn