

KẾ HOẠCH KINH DOANH CÔNG TY Sellabiz

1.0 Tóm tắt dự án

Công ty được hình thành trong giai đoạn Nhà nước đang có chủ trương phát triển doanh nghiệp tư nhân mạnh mẽ, đặc biệt thương mại điện tử đang trở thành ngành nghề kinh doanh thu hút sự quan tâm của đông đảo giới trẻ. Theo dự kiến công ty sẽ qua ba giai đoạn hoạt động, giai đoạn đầu chỉ đóng vai trò sàn giao dịch thương mại điện tử đơn thuần, giai đoạn sau sẽ nâng cấp tăng cường sự tham gia của công ty vào các dự án mua – bán – sang nhượng doanh nghiệp, với tư cách cố vấn pháp lí, soạn thảo hợp đồng và tư vấn kinh doanh. Khi đã phát triển đến trình độ nhất định, công ty sẽ trở thành công ty tư vấn luật, có khả năng xử lí những thương vụ M&A lớn.

1.1 Mục tiêu

Giai đoạn 1: Giúp quảng cáo cho quá trình mua đi bán lại cửa hàng, cửa tiệm, mặt bằng kinh doanh

Giai đoạn 2: Giúp tư vấn hợp đồng, môi giới cho quá trình mua đi bán lại cửa hàng, cửa tiệm, mặt bằng kinh doanh.

Giai đoạn 3: Trở thành công ty môi giới kinh doanh chuyên nghiệp có khả năng xử lí những thương vụ M&A lớn.

1.2 Sứ mệnh

Công ty đóng vai trò kết nối giữa người cần bán doanh nghiệp và người cần mua doanh nghiệp, và hỗ trợ cho công việc này hoàn thành dễ dàng.

1.3 Mô hình hoạt động

Mô hình thương mại điện tử kết hợp với công ty tư vấn – môi giới thương mại, về sau sẽ nâng cấp thêm ngành nghề tư vấn luật.

1.4 Chìa khoá thành công

- Đặc điểm tâm lí thích làm chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ của người Việt
- Nhu cầu mua bán sang nhượng cửa hàng, cửa tiệm, doanh nghiệp là có thực và có thể sinh lợi nhuận trên thị trường

- Lợi thế về vốn ít và không cần phải đầu tư nhiều, nhưng sau một thời gian hoạt động có khả năng sinh lời cao
- Tình hình thuận lợi để kinh doanh

1.5 Lý do nên đầu tư vào công ty?

2.0 Giới thiệu công ty

2.1 Thông tin chung

Tên công ty:

- Tiếng Anh: SellaB
- Tiếng Việt: Công ty TNHH TMDV Sinh Triển

Tên miền: www.sellabiz.com.vn/ www.sellabiz.net

Văn phòng: thuê văn phòng i-office tòa nhà Indochina

Loại hình: Công ty TNHH 2 thành viên, 1 thành viên sáng lập, 1 thành viên góp vốn:

- Thành viên sáng lập: Trần Văn X
- Thành viên góp vốn: Nguyễn Ngọc Y
- Giám đốc điều hành: Trần Văn X

2.3 Phân tích SWOT công ty

Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp là gì?

	Cơ hội	Thách thức
	<ul style="list-style-type: none"> - Thị trường kinh doanh Việt Nam ngày càng sôi động. Trung ương ban hành liên tiếp ba nghị quyết 10, 11, 12 thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của tư nhân - Dân số đang già hóa nhanh, tầng lớp thương nhân già có nhu cầu bán lại doanh nghiệp - Nguồn nhân lực giỏi và ngày càng có trình độ 	<ul style="list-style-type: none"> - Thị trường thương mại điện tử ngày càng sôi động, nhiều đối thủ cạnh tranh mới bên cạnh đối thủ cũ - Thị trường tư vấn đã gần như bão hòa
Điểm mạnh <ul style="list-style-type: none"> - Lợi thế về thị trường ngách: chưa có nhiều doanh nghiệp kiểu này trên thị trường - Phù hợp với đặc điểm môi trường kinh doanh Việt Nam - Mô hình kinh doanh vốn và đầu tư ít, lợi nhuận cao 	<ul style="list-style-type: none"> - Cơ hội phát triển mạnh mẽ của công ty thương mại điện tử kết hợp tư vấn kinh doanh - Tăng kỹ năng và thu nhập - Khả năng vay vốn đầu tư về dài hạn 	<ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng lợi thế thị trường ngách để vượt qua đối thủ cạnh tranh
Điểm yếu <ul style="list-style-type: none"> - Chưa có sẵn các mối quan hệ kinh doanh thân thiết - Đội ngũ quản lý và nhân sự công ty chưa có kinh nghiệm thương trường 	<ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng trình độ thực chất và nguồn nhân lực giỏi của công ty để phát triển kinh doanh 	<ul style="list-style-type: none"> - Tận dụng lợi thế không cần nhiều quan hệ của loại hình thương mại điện tử và thị trường ngách của sản phẩm kinh doanh để khắc phục điểm yếu, vượt qua thách thức

3.0 Sản phẩm và Dịch vụ

3.1 Mô tả sản phẩm dịch vụ

- Sản phẩm giai đoạn 1 là trang web dưới hình thức trang rao vặt, có mảng cung cấp một số thông tin về mua bán doanh nghiệp, được đăng kí kinh doanh và đăng kí với Bộ Công Thương đầy đủ, có 2 giao diện tiếng Việt và tiếng Anh.

Thị trường mục tiêu: các tỉnh thành phía Nam

- Giai đoạn 2 công ty sẽ thêm vào dịch vụ chất lượng cao như soạn hợp đồng, cung cấp thông tin kinh doanh, tìm kiếm đối tác theo yêu cầu, mở rộng thị trường mục tiêu

- Giai đoạn 3 đội ngũ nhân sự khi đã mạnh sẽ thêm dịch vụ tư vấn M&A, dịch vụ tư vấn kinh doanh từ khởi sự doanh nghiệp, dịch vụ tư vấn và cung cấp thông tin kinh doanh, các lớp huấn luyện đào tạo và hội thảo chuyên đề.

3.2. Chuỗi cung ứng:

Thiết kế web, tên miền, hosting và máy chủ ảo: P.A

SEO: đình Phong media

Văn phòng ảo:

<http://i-office.com.vn/>

Đối tác: công ty BĐS Nhà Phương Nam

4.0 Một vài phân tích thị trường

4.1 Phân tích vĩ mô

4.2 Qui mô thị trường

Công thức tính qui mô thị trường là $A \times B$

Trong đó:

A là số lượng hộ kinh doanh cá thể/ doanh nghiệp tư nhân/ công ty TNHH nhỏ lẻ có mặt bằng và có nhu cầu dịch vụ

B là giá trị thương vụ tin rao vặt bình quân

Theo đó ước tính mỗi giai đoạn như sau:

Giai đoạn 1: địa bàn chính là Tp.HCM, Bến Tre, Bình Thuận, Bình Dương, Tiền Giang, Long An

ước tính có khoảng 20% số doanh nghiệp cả nước có mặt bằng/ mô hình kinh doanh và có nhu cầu sang nhượng

ước tính có khoảng 80% - 90% là doanh nghiệp vừa và nhỏ

Ước tổng số doanh nghiệp đang hoạt động cả nước 2016= 500.000 doanh nghiệp

Ước tổng số hộ kinh doanh cả nước = 5.000.000 hộ

A = Ước số doanh nghiệp có nhu cầu trên các địa bàn chính là Tp.HCM, Bến Tre, Bình Thuận, Bình Dương = (5.000.000 hộ kinh doanh + 500.000 DN)* 20% (nhu cầu)* 80% (vừa và nhỏ)* 35% (tỉ lệ Dn/cả nước)*25% (sử dụng internet)= 77.000 DN

B = 30.000 VND

Qui mô thị trường/năm =

30.000 * 77.000 * 12 = 27.720.000.000 VND (27,72 tỉ đồng/năm)

Giai đoạn 2: mở rộng địa bàn, nâng cấp dịch vụ

A = Ước số doanh nghiệp có nhu cầu trên các địa bàn chính là = (4.500.000 hộ kinh doanh + 1.500.000 DN)* 25% (nhu cầu)* 80% (vừa và nhỏ)* 38% (tỉ lệ Dn/cả nước)*35% (sử dụng internet)= 159.600 DN

B = 50.000 VND

Qui mô thị trường/năm =

50.000 * 159.600 * 12 = 95.760.000.000 VND (95,76 tỉ đồng/năm)

4.3 Phân khúc thị trường và khách hàng

4.4 Phân tích đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh chính là trang sangnhuong24h

Đây là đối thủ mạnh, có tiềm lực, đặc biệt có lợi thế về kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực môi giới bất động sản.

Tuy nhiên mục tiêu của trang web này còn thu hẹp trong sang nhượng mặt bằng, trong khi mục tiêu của công ty mở rộng đến sang nhượng mô hình kinh doanh.

Các đối thủ khác là các trang tin rao vặt có cung cấp thông tin sang nhượng.

5.0 Kế Hoạch Marketing

Mục tiêu các chiến lược marketing:

- Giai đoạn 1: tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu, tăng doanh số
- Giai đoạn 2 & 3: tăng doanh số và mở rộng thị trường

5.1 Phân tích thị trường mục tiêu

- Khách hàng mục tiêu: công ty, doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh có mặt bằng/ thương hiệu
- Thị trường mục tiêu: TP.HCM, Bến Tre, Bình Dương, Bình Thuận và mở rộng phía Nam.
- Nhu cầu của thị trường: rao vặt thông tin mua bán sang nhượng

5.2 Chiến lược Marketing

Chiến lược marketing của công ty là gì?

Marketing 4P:

- giá (price): tin dao động theo 3 mức 10.000 – 20.000 – 50.000/ tháng

Tin dịch: cộng 10.000 - 20.000 – 50.000 / lần dịch

Tin trên site tiếng Anh: cộng 30.000/tháng

- sản phẩm (product):

* khác biệt: tập trung vào thị trường sang nhượng cửa hàng, cửa tiệm, mô hình kinh doanh

* mong đợi của khách hàng: khảo sát sau 1 năm.

- quảng bá (Promotion):

* Theo 3 kênh: báo, người quen và FB

* Theo chương trình:

- giai đoạn 1 (5 năm đầu): chương trình launching năm đầu,

Các năm sau thực hiện đầu năm và cuối năm

- Giai đoạn 2 (5 năm tiếp theo): 3-4 chương trình/năm

- vị trí:

* 3 năm đầu: 0,53% thị phần/năm.

* Các năm sau tăng bình quân 0,05% thị phần/3 năm.

5.3 Kênh Marketing

- Kênh báo: rao vặt trên báo Tuổi Trẻ, Thanh niên, mức giá rẻ nhất

- Kênh FB (kênh thường xuyên):

* chạy clip (khai trương + 3 – 4 tháng/lần)

* chạy status với hình ảnh, news mỗi tuần

- Kênh đối tác, người quen:

* Link đến trang đối tác trên trang web

* Giới thiệu thông qua người quen

5.4 Tổ chức chương trình Marketing

5.5 Chiến lược thương hiệu

Kế hoạch bảo hộ thương hiệu: đăng kí verisign và đăng kí với Bộ Công Thương
Suy nghĩ thêm về đăng kí bảo hộ thương hiệu và đăng kí SHTT.

7.0 Kế hoạch nhân sự

7.1 Mô hình tổ chức

Giai đoạn 1: nhân sự gồm 2 người

Nếu có thể thì thuê thêm 1 nhân sự bán thời gian tháng 8 giờ.

Mức lương dự kiến 3 năm đầu: 300.000 VND – 1.900.000 VND/người/tháng.

7.2 Đội ngũ quản lý

Giám đốc : Trần Văn X

Kế toán : thuê dịch vụ

8.0 Kế hoạch tài chính

8.1 Kế hoạch huy động và sử dụng vốn

Nhu cầu đầu tư: vốn pháp định + website + tiền thuê văn phòng ảo ban đầu + chi phí marketing đầu

- + Vốn cố định
- Vốn pháp định: 30 triệu
- Website: 8 triệu – 10 triệu
- Tiền chương trình launching marketing: 10 triệu
- + Vốn lưu động
- Tiền thuê văn phòng ảo: 7 triệu - 8 triệu/năm đóng trước 1 năm
- Tiền thuê bảo trì website, tên miền, xử lí sự cố
- Tiền marketing theo năm

8.3 Phân tích điểm hoà vốn

Điểm hòa vốn dự kiến là ở mức

8 triệu/năm (tiền thuê VP ảo) + 2 triệu/năm (tiền khấu hao website) + 9 triệu 6/năm (bảo trì website)+650nghìn/năm (tiền mua tên miền/năm)+2 triệu (khấu hao launching marketing)+6triệu/năm(tiền marketing)= 29 triệu /năm

Điểm hòa vốn/tháng = 29 triệu : 12 = 2 triệu 4 / tháng

8.4 Kết quả hoạt động kinh doanh

- Giá thành chia theo 3 loại tùy theo mức độ:

10.000 VND/tháng – 20.000 VND/tháng – 50.000 VND/tháng

Tin có dịch tiếng Anh: 10.000 VND – 20.000 VND - 50.000 VND/lần dịch

Đăng site tiếng Anh: cộng 30.000 VND/tháng

Số lượng tin và doanh thu dự kiến:

1 năm đầu: 100 tin/tháng.

Bình quân doanh thu = 100 * 30.000 = 3.000.000 VND/tháng

Doanh thu/năm = 3.000.000 * 12 = 36 triệu/năm

Năm thứ 2: 200 tin/tháng.

Bình quân doanh thu = $200 * 30.000 = 6.000.000$ VND/tháng

Doanh thu/năm = $6.000.000 * 12 = 72$ triệu/năm

Năm thứ 3: 250 tin/tháng.

Bình quân doanh thu = $250 * 30.000 = 7.500.000$ VND/tháng

Doanh thu/năm = $7.500.000 * 12 = 90$ triệu/năm

Chi trả lương nhân viên:

1 năm đầu: không có tiền thuê nhân viên

Năm tiếp theo: $6\text{triệu} - 2\text{triệu} = 4\text{triệu}$

Nhân viên bán thời gian: $500.000/8$ tiếng

Ban giám đốc và hội đồng thành viên: mỗi bạn $1.200.000$ /tháng

Dự phòng: $3\text{triệu} - 2\text{triệu} = 1\text{triệu}$

Năm thứ 3: $7\text{triệu} - 2\text{triệu} = 5\text{triệu}$

Nhân viên bán thời gian: 2 nhân viên ($600.000/8$ tiếng/người)

Ban giám đốc và hội đồng thành viên: Mỗi bạn $1.500.000$ /tháng

Dự phòng: $5\text{triệu} - 4\text{triệu} = 1\text{triệu}$