PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC VÀ LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH ONLINE

Đây là bước phân tích đầu tiên đóng vai trò quan trọng trong định hướng đúng cho chiến lược. Có 2 nhóm vấn đề chính chúng ta cần phải phân tích:

- Mô hình Pest
- Mô hình 3C

1. Mô hình Pest (Dịch ra tiếng việt - Pest: Chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa)

1.1 Các yếu tố chính trị (Political Factors)

- Khi nào thì tới cuộc bầu cử địa phương hoặc quốc gia tiếp theo? Điều này có thể ảnh hưởng đến cơ quan điều hành và chính sách từng khu vực như thế nào?

- Những ai đang tranh giành quyền lực? Quan điểm nào của họ về chính sách kinh doanh và các vấn đề khác có ảnh hưởng đến công ty của bạn?

- Tùy thuộc vào từng quốc gia, sự phát triển của quyền sở hữu và pháp quyền như thế nào, và mức độ tham nhũng và tội phạm có tổ chức phổ biến như thế nào? Những tình huống này có thể thay đổi và ảnh hưởng đến bạn ra sao?

- Có điều luật chưa được thông qua hoặc những thay đổi về thuế nào gây ảnh hưởng đến doanh nghiệp của bạn không, dù tích cực hay tiêu cực?

Điều lệ thương nghiệp, cùng với bất kỳ kế hoạch thay đổi nào, ảnh hưởng đến doanh nghiệp của bạn? Quy định nào sắp tới sẽ được đưa ra hoặc bãi bỏ?

- Cách chính phủ tiếp cận chính sách doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, các vấn đề môi trường và luật bảo vệ khách hàng? Tác động này như thế nào, và nó có khả năng thay đổi không?

- Khoảng thời gian có thể xảy ra của những thay đổi lập pháp đề xuất là gì?

- Có bất kỳ yếu tố chính trị khác mà có thể thay đổi?

1.2 Các yếu tố kinh tế (Economic Factors)

- Nền kinh tế hiện nay ổn định không? Nó đang phát triển, trì trệ, hay suy thoái?

- Tỷ giá hối đoái có ổn định hay có thay đổi đáng kể không?

- Mức thu nhập của khách hàng tăng hay giảm? Điều này sẽ thay đổi như thế nào trong vài năm tới?

www.eLib.vn

- Tỷ lệ thất nghiệp là bao nhiêu? Xây dựng một lực lượng lao động lành nghề là khả thi hay sẽ rất tốn kém để thuê lao động có tay nghề?
- Người tiêu dùng và doanh nghiệp có dễ tiếp cận với các nguồn tín dụng? Nếu không, làm thế nào điều này sẽ ảnh hưởng đến tổ chức của bạn?
- Thế giới toàn cầu ảnh hưởng đến môi trường kinh tế như thế nào?
- Có bất kỳ yếu tố kinh tế khác mà bạn nên xem xét?

1.3 Các yếu tố văn hóa xã hội cần xem xét (Social Factors)

- Tốc độ tăng trưởng và độ tuổi của dân số là gì? Mức độ này có thể thay đổi như thế nào?
- Liệu những thay đổi trong thái độ qua từng thế hệ có thể ảnh hưởng đến những gì bạn đang làm không?
- Mức độ sức khoẻ, giáo dục và di dộng xã hội của bạn ở mức nào? Những vấn đề này thay đổi và có tác động như thế nào?
- Bạn có thể quan sát được những mô hình việc làm, xu hướng thị trường lao động và thái độ nào đối với công việc?
- Những điểm này có khác nhau đối với các nhóm tuổi khác nhau không?
- Thái độ và những điều cấm kị trong xã hội có thể ảnh hưởng đến doanh nghiệp của bạn như thế nào? Gần đây có những thay đổi văn hóa xã hội nào có thể ảnh hưởng đến những điều này không?
- Tôn giáo và lối sống ảnh hưởng đến dân số như thế nào?
- Có bất kỳ yếu tố văn hóa xã hội khác có khả năng thúc đẩy sự thay đổi trong doanh nghiệp của bạn?

1.4 Các yếu tố công nghệ (Technological Factors)

- Có bất kỳ công nghệ mới nào mà bạn có thể đang sử dụng không?
- Liệu có bất kỳ công nghệ mới nào chuẩn bị ra mắt có thể gây ảnh hưởng lớn tới ngành làm việc của bạn?
- Liệu bất kỳ đối thủ cạnh tranh nào của bạn sử dụng các công nghệ mới có thể đổi mới hoàn toàn sản phẩm của họ không?
- Các chính phủ và các cơ sở giáo dục tập trung nghiên cứu những lĩnh vực nào? Bạn có thể làm gì để tận dụng điều này?

www.eLib.vn

- Sự thay đổi cơ sở hạ tầng ảnh hưởng như thế nào đến các quy trình làm việc (ví dụ như mức độ làm việc từ xa)?
- Bạn có thể làm việc hoặc học hỏi trung tâm công nghệ hiện có nào không?
- Có bất kỳ yếu tố công nghệ khác mà bạn nên xem xét?

2. Mô hình 3C (Khách hàng đối thủ, bản thân doanh doanh nghiệp bạn)

2.1 Khách hàng:

Đây là nguồn bầu sữa cho doanh nghiệp chúng ta "Không khách hàng, không kinh doanh".

Khách hàng được chia thành 2 đối tượng: Khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp

Để hiểu rõ khách hàng của mình, bạn vui lòng trả lời giúp tôi các yếu tố sau:

a. Đối với khách hàng cá nhân:

Khách hàng là những ai	Họ mua gì	Tại sao họ mua	Ai tham gia vào chu trình mua	Khi nào họ mua	Họ mua hàng như thế nào (quy trình mua)	Họ mua hàng ở đâu	Họ mua hàng giá bao nhiêu
?	?	?	?	?	?	?	?

b. Khách hàng doanh nghiệp

Khách hàng là những ai	Họ mua gì	Tại sao họ mua(Vì kinh tế hay cá nhân	Ai tham gia vào chu trình mua	Khi nào họ mua	Họ mua hàng như thế nào (quy trình mua)	Họ mua hàng ở đâu	Họ mua hàng giá bao nhiêu
?	?	?	?	?	?	?	?

Do chúng ta xây dựng chiến lược kinh doanh online vì vậy chúng ta không thể không biết về hành vi tìm kiếm, vị trí khách hàng ở đâu trên mạng, có khác gì so với môi trường online.

www.eLib.vn

Để hiểu rõ tổng quát về thị trường online, cũng như hành vi tìm kiếm thông tin cụ thể. Bạn cần tham khảo số liệu của các hãng và công cụ sau:

- Số liệu tổng quan thị trường được một hãng nghiên cứu thị trườn online nhất thế giới công bố (Cimigo,…)
- Bên cạnh đó bạn cần tham khảo thêm số liệu google, tài liệu chuyên ngành trên mạng chỉ một số anh em marketing mới có được.

Ngoài ra trong phạm vi bài viết tôi gợi ý thêm cho bạn 3 công cụ nghiên cứu bạn cần biết nhằm xác định lượng từ khóa tìm kiếm một tháng trên google là bao nhiêu?

- Công cụ key word planner: Giúp bạn biết được mỗi tháng một từ khóa bất kỳ, số lượng tìm kiếm/ 1 tháng là bao nhiêu?
- Công cụ google trends: Một công cụ phát hiện xu hướng tìm kiếm của một từ khóa tăng bấtt kỳ tăng hay giảm qua các năm, thấm chí qua các tháng.
- Công cụ google seach Box: Google sẽ giúp bạn phát hiện tại thời điểm hiện tại từ khóa đươc nhiều người tìm kiếm nhiều nhất cho một ngành bất kỳ.

2.2 Đối thủ của chúng ta là ai?

Cổ nhân có câu: “biết người, biết ta trăm trận, trăm thắng”. Cuộc chiến mà không biết đối thủ mình là ai thì xin thưa khả năng thắng trong cuộc chiến là rất thấp.

Năm yếu tố quan trọng bạn cần trả lời rõ trước khi bạn đi lập chiến lược kinh doanh online

- Ai là đối thủ của chúng ta? (Phân loại theo tiêu chí: đối thủ trực tiếp, gián tiếp, tiềm năng)
- Chiến lược của đối thủ cạnh tranh là gì? (Chiến lược giá, sản phẩm, dịch vụ tốt….)
- Mục tiêu của đối thủ? (Được chia thành 2 mục tiêu cơ bản: Tài chính và marketing)
- Điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ cạnh tranh? (Trên các phương diện: Doanh thu, thị phần, lợi nhuân, đầu tư mới, sự hài lòng khách hàng)
- Chìa khóa thành công của đối thủ

Đây là những yếu tố cực kỳ quan trọng để bạn hiểu rõ về đối thủ của mình. Có điều kiện tôi sẽ chia sẻ cùng bạn kỹ hơn trong bộ môn chiến lược kinh doanh online.

2.3 Phân tích bản thân

a. Bạn kinh doanh cái gì?

www.elib.vn

Phải chăng một sản phẩm hay một dịch vụ nào đó? Không, không phải. Cái bạn đang kinh doanh chính là chìa khóa mà bạn bán cho khách hàng, để khách hàng đi giải quyết vấn đề mà họ đang gặp phải.

Tôi xin lấy ví dụ: Khi bạn đau cảm cúm, phải chăng bạn ra tiệm thuốc tây mua thuốc. Không không phải đâu bạn nhé. Thực tế bạn đang bị cúm và bạn đi tìm cách cắt đứt căn bệnh cúm của mình, thuốc tây chỉ là phương tiện. Bởi lẻ ngoài thuốc tây ra bạn sẽ có nhiều phương thức khác như ăn cháo hành, uống nước cam để tăng sức đề kháng …

Nên người quản cáo thuốc cảm cúm, họ không bao giờ nói thuốc có thành phần này hay thành phần kia. Mà họ chỉ tập trung vào việc cắt đứt ngay căn bệnh cảm cúm mà không gây buồn ngũ

b. Mục tiêu kinh doanh của bạn:

Phải chăng là lợi nhuận. Đúng, về bản chất là như vậy. Nhưng đó là địch đến cuối cùng cho một mục đích cụ thể. Trước đó để đến mục địch này bạn phải hoàn thành một loạt mục tiêu cụ thể từ vấn để sản phẩm, khách hàng, marketing, dịch vụ sau bán hàng ….

Các tiêu chí mục tiêu bạn cần phải biết: Lợi nhuận, xây dựng thương hiệu, tăng trưởng thị phần, quan hệ khách hàng, hài lòng khách hàng

c. Chiến lược của công ty bạn là gì?

Mỗi công ty có một chiến lược khác nhau nhưng về cơ bản có 3 chiến lược cơ bản bạn cần biết: Chiến lược giá thấp, chiến lược chất lượng sản phẩm cao, chiến lược dịch vụ tốt…. Nếu bạn được 2 trong 3 chiến lược này thì cơ hội thành công của bạn rất lớn.

Ngoài ra các chiến lược bạn cần quan tâm: Chiến lược truyền thông, chiến lược phân phối, chiến lược tài chính, chiến lược nhân sự, chiến lược nghiên cứu và phát triển

d. Phân tích điểm mạnh và điểm yếu, cơ hội và thách thức "SWOT"

Có lẻ phân tích mô hình ai ai cũng biết nhưng cái khó của mô hình này chính là sau khi phân tích bạn phải trả lời các vấn đề cơ bản của mô hình sau:

- Điểm tấn công chiến lược của bạn là gì
- Đâu là điểm bạn cần phòng thủ
- Giải pháp cho vấn đề công ty đang gặp phải
- Biện pháp xử lý

e. Chìa khóa chiến lược của chiến lược?

Đây là yêu tố then chốt, để bạn quyết định có hoặc không kinh doanh một sản phẩm, dịch vụ bất kỳ. Nếu bạn chưa có chìa khóa của chiến lược thì tôi khuyên bạn nên tạm dừng lại dự án. Không nên dễ dãi bản thân mình về chìa khóa này mà tương lai bạn phải trả giá đắc.

Hai giá trị cơ bản để tạo nên chìa khóa cho chiến lược

www.eLib.vn

- Khác biệt đối thủ khó theo kịp
- Khác biệt khách hàng cần

Tóm lại:

	Bạn kinh doanh gì?	Mục tiêu kinh doanh của bạn	Chiến lược kinh doanh của công ty bạn là gì?	Những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức	Chìa khóa thành công của chiến lược.
1					
2					
3					

www.eLib.vn