

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN WEBSITE TMDT

TASOHA.COM

Với mục tiêu tiếp tục duy trì hoạt động hiệu quả của Công ty , xây dựng Công ty trở thành một thực thể vững mạnh, có uy tín thương hiệu tại thị trường trong nước và khu vực; tạo lập một văn hóa doanh nghiệp có bản sắc riêng, xây dựng một hình mẫu về phát triển theo chiều sâu trong đầu tư, sản xuất và thương mại trong lĩnh vực thương mại điện tử. Chúng tôi sẽ thực hiện chiến lược kinh doanh giai đoạn 2019 – 2022 như sau:

4 GIAI ĐOẠN PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC

Để nhận thức rõ hơn về sự thay đổi trong định hướng và đánh giá quá trình phát triển của chiến lược, chúng ta có thể điểm lại các giai đoạn phát triển của Tasoha :



KHAI PHÁ TIỀM NĂNG

Chiến lược #1



LIÊN TỤC TRAU DỒI

Chiến lược #2



PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Chiến lược #3



VỮNG BƯỚC VƯƠN XA

Chiến lược #4

CHIẾN LƯỢC 1: KHAI PHÁ TIỀM NĂNG

- Nhận biết mục đích/mục tiêu/điểm mạnh chính của Website TMDT Tasoha.
- Tìm ra những nhân tố , phương thức, hạt giống để ươm mầm vì sự phát triển của Tasoha.
- Phân đầu , duy trì đam mê liên tục không ngừng nghỉ .

“ NẾU BẠN MUỐN PHÁT TRIỂN, HÃY NHÌN VÀO THỜI CƠ. ”

“Trong ngành thương mại điện tử, điều quan trọng nhất là bạn làm mọi thứ với niềm đam mê và luôn duy trì niềm đam mê ấy đến cuối cùng”.

JACKMA - Tỷ phú TMDT người Trung Quốc.

Mục đích/mục tiêu/điểm mạnh chính của Website TMDT Tasoha là gì?



MỤC ĐÍCH

Mục đích của Tasoha là việc thực hiện một hoặc một số công đoạn của quá trình từ đầu tư đến tiêu thụ sản phẩm hoặc thực hiện quá trình dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lời. Lợi nhuận và sự kì vọng vào nó phụ thuộc vào loại hàng hoá và chất lượng hàng hoá mà doanh nghiệp kinh doanh.



MỤC TIÊU

Các doanh nghiệp TMDT hoạt động trong lĩnh vực mua bán hàng hóa có ba mục tiêu cơ bản là: Lợi nhuận, an toàn và vị thế của doanh nghiệp. Đối với Tasoha thì yếu tố an toàn cho khách hàng và đối tác được đặt lên hàng đầu và chỉ khi nào mục tiêu an toàn được thực hiện thì các mục tiêu tiếp theo là vị thế và lợi nhuận của doanh nghiệp mới được thực hiện.



ĐIỂM MẠNH

Giảm thiểu chi phí sản xuất, tìm kiếm KH, bán hàng, tiếp thị sản phẩm ... Kích thích sự phát triển của ngành CNTT và đóng vai trò ngày càng lớn trong nền kinh tế. Sản phẩm/dịch vụ phong phú và được cập nhật thường xuyên. Tạo điều kiện tìm kiếm các bạn hàng mới, cơ hội kinh doanh mới trên bình diện trong nước, khu vực và quốc tế.

Những nhân tố , phương thức, hạt giống để ươm mầm cho sự phát triển



Network Marketing (tạm dịch là Kinh doanh theo mạng) ra đời vào nửa đầu của thế kỷ 20 tại Mỹ. Lịch sử **Network Marketing** gắn liền với tên tuổi doanh nhân người Mỹ Carl Renborg (1887-1973), người có những ý tưởng mà sau này đã được phát triển thành ngành Kinh doanh theo mạng với doanh số hơn 200 tỷ USD mỗi năm.

NETWORK MARKETING - Kinh doanh theo mạng lưới

Để phát triển trang TMDT Tasoha.com và cạnh tranh với các trang TMDT lớn mạnh trong nước như Sendo , Tiki , TheGioiDiDong , DienMayXanh ... hay những trang TMDT của nước ngoài như eBay , Amazon , Alibaba ... thì bên cạnh việc đầu tư vào nâng cấp, thiết kế website và trải nghiệm người dùng, Tasoha cũng liên tục đưa ra những chiến dịch truyền thông, quảng cáo nhằm bắt kịp xu thế và góp phần định hướng phong cách cho giới trẻ, đối tượng khách hàng tiềm năng nhất của kỷ nguyên mua sắm online.

Ngoài ra Tasoha.com còn áp dụng **Network Marketing** như đã giới thiệu ở phía trên và chính sách **nhượng quyền thương hiệu** làm đòn bẩy. Đồng thời với mỗi thời điểm cụ thể công ty sẽ liên tục triển khai chương trình tri ân với khách hàng , với đối tác khi chung tay hợp tác vì sự phát triển của Tasoha.com.

GIAI ĐOẠN 2: LIÊN TỤC TRAU DỒI



- Thực hiện thành công các mục tiêu chiến lược, để tồn tại và phát triển
- Đáp ứng các yêu cầu công việc ngày càng trở nên khắt khe và phức tạp
- Tích lũy các giá trị cho bản thân, đóng góp nhiều giá trị cho tổ chức
- Xây dựng một môi trường đầy ắp tri thức, chuyên nghiệp và sáng tạo

Áp dụng Network Marketing và chính sách nhượng quyền như thế nào?

Trong thời gian 1 năm đầu tiên (giai đoạn 01/2019 - 12/2019)

Kế hoạch chiến lược :

Sẽ tập trung vào ngành giày dép - một sản phẩm mà hầu như mọi người đều sử dụng và đặc biệt rất dễ trong việc bảo quản , vận chuyển , có thể vận chuyển đi mọi quốc gia trên thế giới . Đây là một cơ hội tốt để triển khai mặt hàng này tại Tasoha.com.

Đồng thời triển khai hệ thống phân chia quyền lợi cùng những người hợp tác kinh doanh.

Công ty xác định bản đồ phát triển sẽ là thị trường Campuchia . Và từ đó đó phát triển sang các thị trường quốc tế khác.

Mục tiêu 2019:

Sẽ tạo ra 10.000 thành viên mua sản phẩm đồng thời là nhà phân phối tại thị trường Campuchia.

GIAI ĐOẠN 3: PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



Phát triển bền vững là một khái niệm mới nhằm định nghĩa một sự phát triển về mọi mặt trong xã hội hiện tại mà vẫn phải bảo đảm sự tiếp tục phát triển trong tương lai xa.

Hệ thống phân chia quyền lợi cùng những người hợp tác kinh doanh.

TRI ÂN 2019

Khi khách hàng mua bất kì sản phẩm nào tại Web Tasoha.com , khách hàng đó sẽ được chọn 1 dãy số may mắn , dãy số của khách hàng chọn sẽ được đối chiếu với kết quả xổ số tại Vietlott của Việt Nam vào ngày 25 hằng tháng. Khách hàng nào may mắn chọn trúng số sẽ được công ty tri ân 100.000.000 TASOHA.

HỢP TÁC KINH DOANH CÙNG CHÚNG TÔI

Người mua hàng	Mua quyền kinh doanh cửa hàng	Mua quyền kinh doanh khu vực
Trực tiếp 10%	Trực tiếp 10%	Trực tiếp 10%
Gián tiếp 10%	Gián tiếp 15%	Gián tiếp 20%

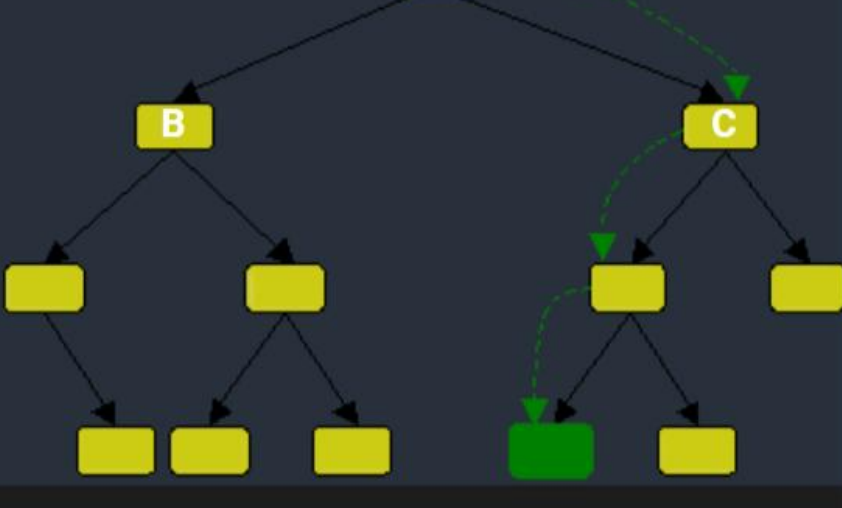
Trực tiếp được tính dựa trên đơn hàng bản thân của người đó phát sinh.

Gián tiếp được tính khi so sánh đơn hàng của toàn bộ đội nhóm bên B và bên C. Công ty sẽ tính phần trăm toàn bộ doanh số của nhóm yếu hơn. Điều này giúp cho nhà phân phối có thể hỗ trợ cho nhóm yếu hơn .

Ví dụ : Tổng doanh số của nhóm B là 300.000 TASOHA, tổng doanh số của nhóm C là 500.000 TASOHA ra sản phẩm sẽ được tiến hành song song. Tuy nhiên , mong muốn phát triển bền vững và lâu dài nên công ty hoàn toàn tuân thủ pháp luật của các nước mà công ty có hệ thống phân phối. Thành viên , nhà phân phối thuộc bất kì thị trường nào , ngoài việc tuân theo quy định của công ty thì bắt buộc phải tuân thủ pháp luật của nước sở tại.

Đây là điều kiện bắt buộc để công ty phát triển trường tồn cùng thời gian.

- Người mua hàng :
10% = 10% * 300.000 = 30.000 TASOHA.
- Mua quyền kinh doanh cửa hàng :
15% = 15% * 300.000 = 45.000 TASOHA.
- Mua quyền kinh doanh khu vực :
20% = 20% * 300.000 = 60.000 TASOHA.



GIAI ĐOẠN 4: VỮNG BƯỚC VƯƠN XA



Quản lý rủi ro tốt hơn, đồng thời tăng tính hiệu quả, doanh thu, tiềm năng phát triển

Đề cao giá trị con người, liên tục cải tiến chất lượng và phát huy tiềm năng sẵn có ở mỗi cá nhân

Xây dựng một nền văn hoá vững mạnh, giữ gìn các giá trị cốt lõi đảm bảo để phát triển và tồn tại lâu dài.

Tiến ra thế giới

Kết thúc năm 2020 với mục tiêu đạt được 10.000 nhà phân phối chuyên nghiệp sử dụng dịch vụ của Tasoha sẽ bắt đầu tập trung triển khai các sản phẩm tiêu dùng thường xuyên và thiết yếu hàng ngày của mọi người như gạo , mắm , muối ... Để làm được điều đó thì công ty phải luôn luôn đảm bảo quyền lợi của các nhà phân phối. Bên cạnh đó để hoàn thành sứ mệnh đặt ra , việc tiến hành quy đổi Crypto Currency TASOHA ra sản phẩm sẽ được tiến hành song song. Tuy nhiên , mong muốn phát triển bền vững và lâu dài nên công ty hoàn toàn tuân thủ pháp luật của các nước mà công ty có hệ thống phân phối. Thành viên , nhà phân phối thuộc bất kì thị trường nào , ngoài việc tuân theo quy định của công ty thì bắt buộc phải tuân thủ pháp luật của nước sở tại. Đây là điều kiện bắt buộc để công ty phát triển trường tồn cùng thời gian.



Cách tốt nhất để dự đoán tương lai là hãy tạo ra nó

Peter Drucker.