

.....
.....

Trang thứ 2:

Tóm tắt dự án

- Ý tưởng chính của dự án..... (Từ 01-02 dòng);
- Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án (Tóm tắt từ 3-5 dòng)

Trang 3

Nội dung chính của dự án

I. Tổng quan đề án

Trình bày dưới dạng **Business Model Canvas** (Lưu ý: chỉ điền những thông tin tối giản, cốt lõi nhất của dự án).

ĐỐI TÁC CHÍNH <i>Mô tả những mối quan hệ quan trọng nhất bên ngoài doanh nghiệp, giữ cho doanh nghiệp hoạt động.</i>	HOẠT ĐỘNG CHÍNH <i>Mô tả những hoạt động quan trọng nhất cần thực hiện để giữ cho doanh nghiệp hoạt động (VD: Sản xuất, Cung cấp nền tảng,...).</i>	GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ <i>Sản phẩm hoặc dịch vụ mang lại giá trị cho khách hàng mục tiêu (VD: Giải trí, Cá nhân hóa, Tiết kiệm tiền,...).</i>	QUAN HỆ KHÁCH HÀNG <i>Mô tả mối quan hệ mà doanh nghiệp xây dựng với khách hàng (VD: Tự phục vụ, Hỗ trợ cá nhân, Dịch vụ tự động hóa, Cộng đồng,...).</i>	PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG <i>Một hoặc một số nhóm người mà doanh nghiệp cố gắng phục vụ.</i>
	TÀI NGUYÊN CHÍNH <i>Mô tả những tài sản quan trọng nhất cần có để giữ cho doanh nghiệp hoạt động (VD: Công nghệ, Con người, Tài chính...).</i>		CÁC KÊNH THÔNG TIN VÀ KÊNH PHÂN PHỐI <i>Kênh mà doanh nghiệp giao tiếp với khách hàng và mang lại giá trị cho khách hàng (VD: Bán hàng trực tuyến, Siêu thị...).</i>	
CẤU TRÚC CHI PHÍ <i>Toàn bộ chi phí cần thiết để duy trì doanh nghiệp.</i>			DÒNG DOANH THU <i>Mô tả dòng tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc cung cấp giá trị (VD: Phí dịch vụ, Quảng cáo, Phí môi giới,...).</i>	

II. Mô tả thêm về sản phẩm, dịch vụ

1. Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ

- Dự án đã có sản phẩm dịch vụ hay mới là ý tưởng.
- Mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm dịch vụ. Sản phẩm tạo ra giá trị cho những đối tượng nào;
- Đối tượng khách hàng quan trọng nhất của sản phẩm dịch vụ.
- Lý do khách hàng chọn sản phẩm, giải pháp của dự án thay vì lựa chọn các sản phẩm khác.

- Đánh giá về giá trị của sản phẩm dịch vụ mang lại cộng đồng và xã hội (cung cấp minh chứng nếu có).

2. Tính khả thi

- Việc sản xuất sản phẩm là khả thi;
- Cơ cấu chi phí và giá thành hợp lý;
- Nêu rõ những thuận lợi, khó khăn trong quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm dịch vụ.

- Sản phẩm có tính cạnh tranh (minh chứng nếu có)

3. Tính độc đáo, sáng tạo

- Sản phẩm dịch vụ là hoàn toàn mới chưa có trên thị trường. Nếu là sản phẩm đã có trên thị trường thì cần nêu giá trị khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác. Tính khác biệt, tính độc đáo, có áp dụng công nghệ mà các đối thủ không thể cạnh tranh hoặc sản xuất được.

- Việc sản xuất sản phẩm được tạo ra bởi quá trình đổi mới sáng tạo dẫn đến có chi phí thấp, giá cả cạnh tranh vượt trội so với các đối thủ khác.

4. Kế hoạch sản xuất, kinh doanh

- Có kế hoạch sản xuất hàng hóa dịch vụ rõ ràng;
- Phân tích và đánh giá rủi ro;
- Giải pháp xây dựng các kênh phân phối hàng hóa;
- Phát triển, mở rộng thị trường.

5. Kết quả tiềm năng của dự án

- Các nguồn thu chính của dự án;
- Dự kiến doanh thu;
- Tính toán chi phí;
- Khả năng hoàn vốn thời điểm hoàn vốn và khả năng thu lợi nhuận của dự án;
- Khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của dự án.

6. Nguồn lực thực hiện

- Dự án đã có doanh nghiệp nào tư vấn hỗ trợ hay chưa;
- Đánh giá nguồn nhân lực, tính sẵn sàng tham gia của đội nhóm;
- Cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự cho dự án;
- Các đối tác chính hỗ trợ triển khai dự án;
- Giải pháp huy động vốn triển khai dự án bao gồm nguồn lực sẵn có từ gia đình, đồng nghiệp, số vốn cần huy động.

7. Các kênh truyền thông

- Lập kế hoạch truyền thông tổng thể;
- Xây dựng công cụ truyền thông;
- Giải pháp truyền thông độc đáo và khác biệt;
- Dự kiến kênh truyền thông để tiếp cận khách hàng, đánh giá hiệu quả của kênh truyền thông đó.

Lưu ý: Đối với học sinh THCS, THPT chỉ cần trình bày các mục 1, 2, 3, 5 và 7
