

PHỤ LỤC 2

Nội dung chính của dự án

A. Tổng quan đề án

Trình bày dưới dạng **Business Model Canvas** (Lưu ý: chỉ điền những thông tin tối giản, cốt lõi 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 sản phẩm dịch vụ (VD: Phí dịch vụ, Quảng cáo, Phí môi giới...).</i>	

B. Mô tả thêm về sản phẩm, dịch vụ

1. Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ

- Sản phẩm dịch vụ đó là gì? Dự án đã có sản phẩm dịch vụ hay mới là ý tưởng;
- 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 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.

3. Xác định sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu, giá trị cốt lõi của dự án

4. Kế hoạch sản xuất, kinh doanh

4.1 Kế hoạch nhân sự: Để triển khai dự án vào thực tế, dự án cần đội ngũ nhân sự như thế nào? trình độ chuyên môn, chức năng, nhiệm vụ, cơ cấu tổ chức nhân sự...

4.2 Kế hoạch Marketing

A. Làm thế nào để khách hàng biết tới sản phẩm dịch vụ?

- 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.

B. Làm thế nào bán được hàng hóa dịch vụ và bán như thế nào? Giải pháp xây dựng các kênh phân phối, bán hàng?

4.3 Kế hoạch sản xuất - kinh doanh:

- Làm thế nào làm ra được sản phẩm dịch vụ; quy trình sản xuất
- Máy móc thiết bị công nghệ phục vụ sản xuất, kinh doanh...

4.4 Kế hoạch Tài chính

- Dự kiến Tổng kinh phí thực hiện dự án là bao nhiêu, trong đó dự kiến nguồn vốn huy động từ đâu? từ gia đình, đồng nghiệp, các nguồn quỹ đầu tư hay ngân hàng?
- Dự kiến chi phí, doanh thu, lợi nhuận
- Khả năng hoàn vốn thời điểm hoàn vốn và khả năng thu lợi nhuận của dự án

5. Các Nguồn lực khác hỗ trợ thực hiện dự án

- Dự án đã có doanh nghiệp nào tư vấn hỗ trợ hay chưa? Đã từng đạt giải ở cuộc thi nào hay chưa?
- Ý tưởng dự án có phải là các công trình nghiên cứu khoa học? sáng kiến khoa học?
- Các đối tác có thể hỗ trợ triển khai dự án (những tổ chức, cá nhân nào có thể giúp bạn về kinh nghiệm, tài chính, tư vấn chuyên môn...)

7. Tính khả thi

- Năng lực quản lý điều hành, kiến thức chuyên môn, kinh nghiệm
- Tính sẵn sàng tham gia, sự đam mê, tâm huyết, quyết tâm
- Có kinh phí thực hiện không?
- Trong ngắn hạn có nhìn thấy hiệu quả không?
- Dự án có tác động tốt tới xã hội, tới địa phương không?