**TRUNG TÂM TIN HỌC TRƯỜNG ĐẠI HỌC AN GIANG**

# Lầu 1, Tòa nhà Thư viện và các Trung tâm;

# Số 18 Ung Văn Khiêm, Phường Đông Xuyên, TP. Long Xuyên, An Giang

**Điện thoại:** 0296 253.599 hoặc 02966 256.565 – ext. 1234  
**Website:** <http://cict.agu.edu.vn> **E-mail:** [cict@agu.edu.vn](mailto:cict@agu.edu.vn)

**KẾ HOẠCH VÀ BÁO GIÁ GIẢI PHÁP**

**NÂNG CAO NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU   
CHO CƠ SẢN XUẤT KHÔ CÁ LÓC NGỌC NHI   
TRÊN NỀN TẢNG SỐ**

**Kính gửi: Hộ kinh doanh Cơ sở sản xuất khô cá lóc Ngọc Nhi**

**Địa chỉ:** Ấp Bình An 2, xã An Hòa, huyện Châu Thành, tỉnh An Giang.

**Điện thoại:** 0988.737.330

**Mã số hộ kinh doanh:** 8871301399-001

Qua trao đổi, khảo sát và tìm hiểu nhu cầu từ Quý Doanh nghiệp, Trung tâm Tin học Trường Đại học An Giang xin gửi đến Quý Doanh nghiệp một số đề xuất kế hoạch và báo giá giải pháp nâng cao nhận diện thương hiệu cho Cơ sở sản xuất khô cá lóc Ngọc Nhi trên nền tảng số.

**I. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG**

**1. Tình hình chung**

- Xu hướng sử dụng mạng xã hội: Mạng xã hội ngày càng phổ biến, với thời gian trung bình người dùng tại Việt Nam dành cho mạng xã hội lên đến 2 giờ 22 phút mỗi ngày. Đây là một kênh tiếp thị hiệu quả, đặc biệt phù hợp với mọi loại hình doanh nghiệp, từ quy mô nhỏ và vừa đến quy mô lớn.

- Sự phát triển của thương mại điện tử: Theo khảo sát của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam năm 2024, khoảng 58% doanh nghiệp đã sử dụng mạng xã hội để bán hàng, và hơn 24% doanh nghiệp tham gia vào các sàn thương mại điện tử. Xu hướng mua sắm trực tuyến tại Việt Nam cũng liên tục gia tăng trong những năm gần đây, mở ra nhiều cơ hội phát triển cho các cơ sở kinh doanh như Ngọc Nhi.

**2. Cơ hội**

* Xu hướng mua sắm online đang tăng mạnh tại Việt Nam, đặc biệt trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, TikTok và các sàn thương mại điện tử.
* Các dịch vụ vận chuyển phát triển mạnh, thuận lợi cho việc giao hàng đi xa.
* Chính sách hỗ trợ chuyển đổi số từ các cơ quan nhà nước giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa dễ tiếp cận công nghệ số.
* Ngày nay, khách hàng thường ưu tiên lựa chọn các sản phẩm đạt chuẩn và có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng. Đây là một lợi thế khi sản phẩm khô cá lóc của doanh nghiệp đã đạt chứng nhận OCOP 3 sao.

**3. Thách thức**

* Cạnh tranh cao trên thị trường từ các doanh nghiệp và thương hiệu lớn hơn trong ngành thực phẩm khô.
* Xây dựng lòng tin với khách hàng là một thách thức lớn.
* Kinh nghiệm trong triển khai bán hàng online và tiếp cận khách hàng qua kênh số .

**4. Điểm mạnh**

* Sản phẩm đạt chuẩn OCOP 3 sao, được đánh giá cao về chất lượng.
* Cơ sở sản xuất có nguồn nguyên liệu ổn định, chủ động từ vùng nuôi cá lóc, đảm bảo đầu vào an toàn và bền vững.
* Hương vị và quy trình sản xuất truyền thống tạo lợi thế về sự khác biệt.
* Bán hàng qua kênh truyền thống.

**5. Hạn chế**

* Chưa có kênh bán hàng online: khoảng 7-9 khách.
* Chưa có cửa hàng vật lý, hạn chế trong việc mở rộng kênh phân phối.
* Kinh nghiệm sử dụng mạng xã hội như Facebook, TikTok, hay các sàn thương mại điện tử chưa mạnh.
* Nhân sự quản lý và vận hành các kênh mạng xã hội chưa có ->TT. Tin học hỗ trợ vận hành.
* Doanh nghiệp mới, ít kinh nghiệm xây dựng thương hiệu ->T TT. Tin học hỗ trợ vận hành.

**II. ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP**

Dựa vào nhu cầu của doanh nghiệp, mong muốn mở rộng thị trường đến khách hàng sỉ và lẻ ở trong tỉnh, khu vực và hướng tới toàn quốc, đồng thời đồng bộ nhận diện thương hiệu ngay từ ban đầu. Trung tâm Tin học đề xuất một số giải pháp thực hiện theo từng giai đoạn cụ thể. Phần hỗ trợ kỹ thuật Trung tâm sẽ hỗ trợ Doanh nghiệp trong quá trình triển khai công việc.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Giai đoạn** | **Giai đoạn 1** | | | | | **Giai đoạn 2** |
| **Nội dung** | **Thiết kế logo** |  |  | |  |  |
| **1 tuần** | **Thiết kế bao bì sản phẩm** | **3 tháng** | |  |  |
|  | **1 tuần** | **Xây dựng trang Fanpage** | | |  |
|  |  |  | **Xây dựng video giả livestream** |  |  |
|  |  |  | **2 tuần** |  |  |
|  |  |  |  | **Chạy quảng cáo Facebook** |  |

**LỘ TRÌNH CÁC GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT**

**3,5 tháng**

**3,5 tháng**

**2 tuần**

**GIAI ĐOẠN 1**

| STT | Hạng mục | Chi tiết công việc | | Lộ trình thực hiện |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. THIẾT KẾ LOGO VÀ BAO BÌ SẢN PHẨM | | | | |
| *-* | ***Thời gian và chi phí thực hiện*** | * **Thời gian: tối đa 10 ngày** * **Chi phí: 1.500.000 đồng** | | **(1)** |
| *-* | ***Kết quả đạt được*** | - Đảm bảo tính nhất quán, giúp khách hàng dễ dàng nhận diện sản phẩm của Khô Cá Lóc Ngọc Nhi trên thị trường.  - Xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, và uy tín thông qua thiết kế logo và bao bì ấn tượng.  - Bao bì chất lượng cao và thiết kế đẹp góp phần tăng giá trị cảm nhận của sản phẩm, giúp sản phẩm có sức cạnh tranh hơn.  - Phù hợp với yêu cầu đóng gói, bảo quản và vận chuyển, đảm bảo an toàn và sự hài lòng của khách hàng. | |  |
| *-* | ***Màu sắc chủ đạo*** | - Màu sắc chủ đạo của logo và bao bì sản phẩm theo nhu cầu của khách hàng.  - Một số màu sắc phù hợp với sản phẩm như: | |  |
| Vàng | Tượng trưng cho chất lượng và sự cao cấp |
| Xanh lá | Tạo cảm giác tự nhiên, sạch và an toàn |
| Cam | Thể hiện sự năng động |
| *-* | ***Thiết kế logo*** | ***- Tạo Logo độc quyền, dễ nhận diện:***   * Hình ảnh gợi nhắc đến khô cá lóc (cá lóc hoặc nét văn hóa đặc trưng miền Tây). * Phông chữ hiện đại, rõ ràng. * Đảm bảo khả năng ứng dụng trên mọi nền tảng: bao bì, ấn phẩm truyền thông, website. | | 1. Thiết kế Logo **(3 ngày)**   * Tiếp nhận yêu cầu từ khách hàng. * Nghiên cứu thị trường và sản phẩm. * Phác thảo các mẫu logo ban đầu.   2. Phản hồi và chỉnh sửa logo **(3 ngày)**   * Gửi mẫu cho khách hàng duyệt. * Điều chỉnh theo phản hồi để hoàn thiện. |
| *-* | ***Thiết kế bao bì sản phẩm*** | - Chất liệu bao bì:   * Chọn túi hút chân không hoặc túi giấy kraft thân thiện với môi trường. * Phù hợp với vận chuyển đường dài và bảo quản tốt chất lượng sản phẩm.   - In ấn thông tin:   * Tên thương hiệu: "Khô Cá Lóc Ngọc Nhi." * Thành phần, hướng dẫn bảo quản, ngày sản xuất và hạn sử dụng. * Thông tin liên hệ (website, hotline).   - Phong cách thiết kế: Hiện đại, nhấn mạnh tính thủ công và giá trị truyền thống, phù hợp với kênh bán hàng online. | | 1. Thiết kế bao bì sản phẩm **(3 ngày)**   * Lựa chọn chất liệu bao bì. * Thiết kế bố cục, màu sắc, thông tin  in ấn.   2. Chỉnh sửa và hoàn thiện thiết kế **(1 ngày)**   * Gửi khách hàng duyệt bao bì. * Hoàn thiện file thiết kế cuối cùng. |
| 2. XÂY DỰNG TRANG FANPAGE | | | | |
| *-* | ***Thời gian và  Chi phí thực hiện*** | **- Thời gian: 03 tháng.**  **- Chi phí trọn gói: 3.000.000 đồng** | |  |
| *-* | ***Mục đích xây kênh*** | - Xây dựng nhận diện thương hiệu.  - Thu hút khách hàng sỉ và lẻ trên toàn quốc.  - Tăng tương tác và cơ hội bán hàng online. | |  |
| *-* | ***Đối tượng  hướng đến*** | **- Khách hàng sỉ:** Đại lý, cửa hàng đặc sản, nhà hàng.  **- Khách hàng lẻ:** Người tiêu dùng cá nhân quan tâm đến sản phẩm đặc sản chất lượng, đảm bảo nguồn gốc.  - Khách hàng sỉ: Đại lý, nhà hàng, cửa hàng đặc sản.  - Khách hàng lẻ: Người nội trợ, dân văn phòng yêu thích món ăn truyền thống. Địa điểm: Tập trung An Giang và các tỉnh miền Tây, sau đó mở rộng toàn quốc | |  |
| *-* | ***Kết quả đạt được*** | ***- Tháng thứ 1: Đạt 1.000 người theo dõi***  ***- Tháng thứ 2: Đạt 3.000 người theo dõi*** (tăng 2.000 lượt theo dõi so với tháng thứ 1)  ***- Tháng thứ 3: 5.000 người theo dõi***  (tăng 2.000 lượt theo dõi so với tháng thứ 2) | | ***- Tháng thứ 1:***   * Xây dựng hình ảnh thương hiệu: hoàn thiện thông tin Fanpage, cập nhật 10 bài viết chất lượng đầu tiên. * Tăng nhận diện thương hiệu thông qua tương tác tự nhiên và chia sẻ từ cộng đồng.   ***- Tháng thứ 2:***   * Nội dung bài viết tập trung vào sản phẩm và câu chuyện thương hiệu * Kết hợp các chương trình khuyến mãi * Chú trọng vào nội dung và hình ảnh đẹp mắt, phù hợp xu hướng và phong cách của fanpage.   ***- Tháng thứ 3:***   * Điều chỉnh kế hoạch và nội dung phù hợp, kết hợp sử dụng chiến dịch quảng cáo để tăng lượt theo dõi và số lượng đơn hàng cho fanpage. |
| * *-* | ***Tạo và tối ưu Fanpage*** | ***- Đặt tên Fanpage****:* rõ ràng, dễ nhớ và liên quan đến sản phẩm, thương hiệu: **“Khô cá lóc Ngọc Nhi”**  ***- Ảnh đại diện và ảnh bìa fanpage:***   * Thiết kế ảnh đại diện với logo thương hiệu. * Ảnh bìa thể hiện giá trị cốt lõi (chất lượng sản phẩm, nguồn gốc rõ ràng). Kích thước chuẩn: 820 x312 px (bìa) và 170x170 px (Avatar).   ***- Cập nhật đầy đủ thông tin Fanpage:***   * Email * Địa chỉ * Số điện thoại * Website (nếu có)   ***- Giới thiệu Fanpage:***   * “Khô Cá Lóc Ngọc Nhi - Đặc sản từ xã An Hòa, huyện Châu Thành, tỉnh An Giang, tự hào đạt tiêu chuẩn OCOP 3 sao năm 2024. * Sản phẩm được chế biến từ nguyên liệu tươi sạch, quy trình sản xuất đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Chúng tôi cam kết mang đến hương vị đặc trưng và chất lượng tốt nhất, với dịch vụ giao hàng toàn quốc nhanh chóng và tiện lợi.”   ***- Thiết lập lĩnh vực:*** Chọn danh mục phù hợp: "Thực phẩm và đồ uống" hoặc "Cửa hàng đặc sản." | |  |
|  | ***Xây dựng nội dung*** | ***- Đăng tải 10 bài viết liên tiếp để Fanpage không bị trống***   * Giới thiệu sản phẩm: Hình ảnh, quy trình sản xuất, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm. * Câu chuyện thương hiệu: Hành trình phát triển, giá trị sản phẩm. * Đánh giá khách hàng: Chia sẻ thực tế từ người tiêu dùng. * Công thức món ăn: Hướng dẫn chế biến dễ hiểu, hấp dẫn. * Quy trình sản xuất sản phẩm   ***- Duy trì bài viết đều đa dạng nội dung với tần suất ít nhất  5 bài/tuần.***  ***- Xen kẽ các dạng bài viết:***   * Chia sẻ hình ảnh. * Video giới thiệu quy trình sản xuất. * Câu chuyện thương hiệu qua ảnh hoặc text. | | **- Tuần 1:** Đăng liên tiếp 10 bài viết  **- Tuần 2 – 12:** Duy trì mỗi tuần ít nhất 5 bài viết  **- Tổng số bài viết sau 3 tháng:** Tối thiếu 65 bài viết |
|  | ***Tăng tương tác và giữ chân khách hàng*** | ***- Tương tác nhanh:***   * Trả lời bình luận, tin nhắn của khách hàng trong vòng 24 giờ. * Dùng ngôn ngữ thân thiện, gần gũi để tăng thiện cảm.   ***- Chia sẻ đánh giá của khách hàng:***   * Đăng tải feedback từ khách hàng thực tế. * Khuyến khích khách hàng để lại nhận xét sau khi mua sản phẩm.   ***- Tạo các minigame trên Fanpage như:***   * Dự đoán đúng nhận quà. * Chia sẻ ảnh chụp sản phẩm để nhận mã giảm giá.   - Sử dụng các tài khoản cá nhân để like, share bài và mời bạn bè thích fanpage để tăng độ tiếp cận. | |  |
|  | ***Các từ khóa chính của kênh*** | - Khô cá lóc, khô cá lóc Ngọc Nhi, đặc sản An Giang, khô cá lóc ngon, khô cá lóc an toàn, món ngon từ khô cá lóc. | |  |
|  | ***Chạy quảng cáo Facebook*** | ***- Mục tiêu quảng cáo:***   * Tăng lượt thích và theo dõi Fanpage. * Thu hút khách hàng tiềm năng. * Tăng nhận diện thương hiệu.   ***- Nội dung quảng cáo***   * Quảng cáo hình ảnh/video sản phẩm * Chia sẻ câu chuyện thương hiệu và lợi ích sản phẩm.   ***- Chia nhỏ chiến dịch quảng cáo theo từng giai đoạn phát triển.***   * Giai đoạn đầu: Tăng lượt thích, theo dõi Fanpage. * Giai đoạn sau: Quảng bá bài viết bán hàng và công thức món ăn. | | Chạy quảng cáo theo ngân sách của khách hàng (Chi phí tối thiểu 500.000 đ/chiến dịch) |
|  | ***Phong cách bài viết*** | - Chân thực, gần gũi, nhiệt huyết.  - Tươi sáng, mộc mạc nhưng chuyên nghiệp. | |  |
|  | ***Phân tích hiệu quả và điều chỉnh kế hoạch*** | ***- Theo dõi các chỉ số:***   * Lượt thích trang. * Lượt tiếp cận bài viết. * Tương tác (like, share, comment).   ***- Đánh giá chiến lược hiện tại và điều chỉnh phù hợp.***  ***- Điều chỉnh nội dung:***   * Ưu tiên đăng bài dạng nội dung nhận nhiều tương tác. * Điều chỉnh đối tượng mục tiêu khi chạy quảng cáo dựa trên kết quả phân tích. | | Thực hiện tổng hợp các chỉ số mỗi tuần. Sau mỗi tháng sẽ đưa ra đánh giá tổng hợp để thực hiện điều chỉnh kế hoạch. Mục tiêu đạt 5.000 lượt theo dõi sau 3 tháng. |
| 3. XÂY DỰNG VIDEO CLIP GIẢ LIVESTREAM TRÊN NỀN TẢNG FACEBOOK | | | | |
|  | ***Thời gian và chi phí*** | - Thời gian: Tối đa tuần  - Chi phí: 2.500.000 đồng (chưa bao gồm chi phí thuê MC livestream) | |  |
|  | ***Mục đích*** | - Video giả livestream mang lại cảm giác tương tác trực tiếp và thu hút sự chú ý của khách hàng trên Facebook.  - Nội dung được quay và dàn dựng trước, giúp giảm thiểu các rủi ro phát sinh như lỗi kỹ thuật hay sự cố trong livestream trực tiếp.  - Video giả livestream có thể tái sử dụng nhiều lần để đăng tải lại hoặc sử dụng trong các chiến dịch quảng cáo tiếp theo.  - Video clip, đặc biệt là livestream, được thuật toán Facebook ưu tiên hiển thị, từ đó tăng khả năng tiếp cận người dùng so với các loại nội dung khác. | |  |
|  | ***Kết quả đạt được*** | Sau khi thực hiện phiên livestream sẽ xuất **03 video clip** để đăng tải trên fanpage và và đăng lại vào các khung giờ vàng để tăng lượt tương tác và tiếp cận của khách hàng. | |  |
|  | ***Xây dựng kịch bản*** | - Lên ý tưởng nội dung hấp dẫn, phù hợp với đối tượng mục tiêu.  - Kịch bản cần có lời chào mở đầu, giới thiệu sản phẩm, các chương trình khuyến mãi | | - Thời gian thực hiện: 02 ngày  - Nội dung:   * Giới thiệu nguồn gốc, chất lượng sản phẩm và quy trình chế biến. * Hướng dẫn chế biến các món ăn từ khô cá lóc để tăng tính hấp dẫn. |
|  | ***Chuẩn bị đạo cụ*** | Chuẩn bị và kiểm tra các thiết bị, chạy thử các thiết bị:  - Máy quay và chân đế;  - Máy vi tính và phần mềm;  - Ánh sáng phù hợp để làm nổi bật sản phẩm;  - Đạo cụ minh họa  (ví dụ: các món ăn được chế biến từ sản phẩm khô cá lóc);  - Sản phẩm mẫu;  - Và một số thiết bị khác. | | Thời gian thực hiện: 0,5 ngày |
|  | ***Thực hiện livestream*** | - Quay theo kịch bản đã chuẩn bị.  - MC dẫn dắt tự nhiên, thân thiện, có thể thêm yếu tố hài hước hoặc những mẹo sử dụng sản phẩm để tăng tính hấp dẫn. | | Thời gian thực hiện: 0,5 ngày |
|  | ***Xuất file  video phiên live*** | - Sau khi quay, xuất file video hoàn chỉnh với chất lượng hình ảnh và âm thanh rõ nét.  - Dàn dựng video theo phong cách livestream với góc quay tự nhiên, ánh sáng tốt.  - Chèn phụ đề hoặc minh họa để tăng tính dễ hiểu và thu hút.  - Sản xuất nhiều video theo các chủ đề đa dạng.  - Tối ưu hóa video cho nhiều nền tảng khác:Facebook, TikTok, YouTube,… | | Thời gian thực hiện: 02 ngày |
|  | ***Đăng lại video*** | - Đăng video đã chỉnh sửa lên Fanpage vào khung giờ vàng (khi lượng khách hàng mục tiêu hoạt động nhiều nhất).  - Định kỳ đăng tải video để duy trì sự quan tâm từ khách hàng.  - Kèm mô tả hấp dẫn và hashtag phù hợp | | Thời gian thực hiện: 01 ngày |
|  | ***Phân tích hiệu quả video giả livestream*** | - Theo dõi các chỉ số như: lượt xem, lượt tương tác (like, share, comment), và thời gian xem trung bình.  - Đánh giá phản hồi của khách hàng qua bình luận và tin nhắn.  - Dựa vào kết quả phân tích để điều chỉnh nội dung cho các phiên livestream tiếp theo. | | Thời gian thực hiện: 01 ngày.  Sau khi đăng các video clip 01 tuần |
|  | **TỔNG CHI PHÍ GIAI ĐOẠN 1:  (1) + (2) + (3) = 1.500.000 + 3.000.000 + 2.500.000** **= 7.000.000 đồng (Bằng chữ: Bảy triệu đồng).**  (Chưa bao gồm chi phí chạy quảng cáo và thuê MC **L**ivestream) | | | |

\* Ghi chú:

Bảng giá có giá trị trong vòng 30 ngày.

Trân trọng kính chào ./. *An Giang, ngày tháng 01 năm 2025*

**GIÁM ĐỐC**

**Đoàn Thanh Nghị**

**GIAI ĐOẠN 2**   
**ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP KHÁC NGOÀI YÊU CẦU BAN ĐẦU CỦA KHÁCH HÀNG**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Stt | Hạng mục | Chi tiết công việc |
| 1 | Xây dựng website bán hàng | Website doanh nghiệp luôn được đánh giá là kênh hàng đầu giúp xây dựng thương hiệu trên môi trường trực tuyến một cách bền vững. Xây dựng uy tín, quảng bá và nâng tầm thương hiệu là mục đích hàng đầu mà mọi doanh nghiệp khi xây dựng website đề hướng tới.   * Thiết kế website giới thiệu sản phẩm, hỗ trợ đặt hàng trực tuyến. * Tích hợp thanh toán online và quản lý đơn hàng. * Tích hợp tính năng chat trực tuyến để hỗ trợ khách hàng nhanh chóng. * Xây dựng blog chia sẻ kiến thức về ẩm thực, các món ăn từ khô cá lóc.   Tối ưu hóa website cho SEO để tăng khả năng tiếp cận khách hàng. |
| 2 | Xây dựng kênh Tiktok seller | * Đăng ký tài khoản TikTok Seller để livestream bán hàng. * Sản xuất nội dung video ngắn quảng bá sản phẩm, thu hút khách hàng trẻ. * Tận dụng các trend, hashtag phổ biến trên TikTok để tăng tương tác. * Hợp tác với các TikToker có ảnh hưởng để quảng bá sản phẩm. |
| 3 | Tham gia các hội chợ, triển lã | Giới thiệu sản phẩm đến nhiều đối tượng khách hàng hơn |
| 4 | Hợp tác với các cửa hàng đặc sản, quán ăn, nhà hàng: | Phân phối sản phẩm qua các cửa hàng đặc sản để mở rộng kênh phân phối. Cung cấp sản phẩm cho các nhà hàng, quán ăn để tăng độ phủ của thương hiệu. |

|  |  |
| --- | --- |
|  | *An Giang, ngày tháng 01 năm 2025*  **GIÁM ĐỐC**  **Đoàn Thanh Nghị** |