

DANH MỤC CÁC CỤM TỪ VIẾT TẮT

| | | |
|---|-------------|--|
| 1 | B2B | Business to Business |
| 2 | TP. HCM | Thành phố Hồ Chí Minh |
| 3 | TNHH TM XNK | Trách nhiệm hữu hạn thương mại xuất nhập khẩu |
| | VNĐ | Việt Nam đồng |

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Trang

| | |
|---|----|
| <i>Bảng 1.1: Mẫu ma trận SWOT</i> | 12 |
| <i>Bảng 1.2: Ma trận đánh giá nội bộ (IFE)</i> | 18 |
| <i>Bảng 1.3: Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài (EFE)</i> | 19 |
| <i>Bảng 1.4: Ma trận hình ảnh cạnh tranh (CPM)</i> | 21 |
| <i>Bảng 1.5: Ma trận QSPM</i> | 22 |
| <i>Bảng 2.1: Bảng phân tích khách hàng</i> | 38 |
| <i>Bảng 2.2: Bảng phân tích thị trường</i> | 40 |
| <i>Bảng 2.3: Cơ cấu mức độ hài lòng chất lượng</i> | 45 |
| <i>Bảng 2.4: Chất lượng nhân viên bán hàng</i> | 53 |
| <i>Bảng 2.5: Sơ đồ quy trình bán hàng của Công ty TNHH TM XNK Quốc Tế Minh Quân</i> | 55 |
| <i>Bảng 2.6: Bảng số liệu bán hàng trong năm 2020</i> | 59 |
| <i>Bảng 2.7: Bảng số liệu bán hàng trong năm 2021</i> | 60 |
| <i>Bảng 2.8: Bảng số liệu bán hàng trong năm 2022</i> | 61 |
| <i>Bảng 2.9: Bảng tổng hợp kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH TM XNK Quốc Tế Minh Quân giai đoạn 2020-2022</i> | 63 |
| <i>Bảng 2.10: Bảng phân tích điểm yếu/ điểm mạnh Sản phẩm Công ty TNHH TM XNK Quốc Tế Minh Quân</i> | 67 |
| <i>Bảng 2.11: Phân tích chi tiết đối thủ</i> | 71 |
| <i>Bảng 2.12: Phân tích chiến lược đối thủ</i> | 72 |
| <i>Bảng 2.13: Ma trận hình ảnh cạnh tranh (Ma trận CPM)</i> | 74 |
| <i>Bảng 2.14: Ma trận đánh giá nội bộ (Ma trận IFE)</i> | 76 |
| <i>Bảng 2.15: Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài (Ma trận EFE)</i> | 79 |
| <i>Bảng 2.16: Phân tích SWOT</i> | 80 |
| <i>Bảng 2.17: Tỷ trọng tăng trưởng bình quân phân loại sản phẩm của Minh Quân từ 2020 – 2022</i> | 84 |
| <i>Bảng 2.18: Ma trận QSPM cho nhóm chiến lược SO</i> | 87 |
| <i>Bảng 2.19: Ma trận QSPM cho nhóm chiến lược ST</i> | 88 |

| | |
|--|------------|
| <i>Bảng 2.20: Ma trận QSPM cho nhóm chiến lược WO</i> | <i>90</i> |
| <i>Bảng 2.21: Ma trận QSPM cho nhóm chiến lược WT</i> | <i>82</i> |
| <i>Bảng 2.22: Các chiến lược được ưu tiên thực hiện</i> | <i>91</i> |
| <i>Bảng 3.1: Bảng cấu trúc lực lượng bán hàng của Công ty TNHH TM XNK Quốc Tế Minh Quân tại khu vực mới địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.....</i> | <i>104</i> |
| <i>Bảng 3.2: Hoạt động Marketing cho hai khu vực mới TP. HCM năm 2024</i> | <i>108</i> |
| <i>Bảng 3.3: Ngân sách dự kiến cho hoạt động Marketing nhằm mở rộng thị trường ở khu vực mở rộng Hồ Chí Minh năm 2023</i> | <i>109</i> |

DANH MỤC HÌNH/SƠ ĐỒ/BIỂU ĐỒ

Trang

| | |
|--|----|
| Hình 1.1: Mô hình 5 áp lực cạnh tranh Michael Porter..... | 8 |
| Hình 2.1: Logo của công ty TNHH Thương mại Xuất Nhập Khẩu Quốc Tế Minh Quân..... | 27 |
| Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức..... | 28 |
| Hình 2.3: Giá trị cốt lõi của công ty TNHH TM XNK Quốc Tế Minh Quân..... | 31 |
| Hình 2.4: Giày Cao Gót 9cm Merly 1311 In Họa Tiết..... | 33 |
| Hình 2.5: Giày Xăng Đạn MERLY 1047 3cm..... | 33 |
| Hình 2.6: Giày Slingback Cao Gót Microfiber Merly 1494 5cm..... | 34 |
| Hình 2.7: Giày Sandal Đế Đúp 10cm Merly..... | 34 |
| Hình 2.8: Giày Sandal Gót Thấp Microfiber Merly 1489..... | 34 |
| Hình 2.9: Giày Búp Bê Mũi Nhọn Phối Mũi Microfiber Merly 1513..... | 34 |
| Hình 2.10: Giày Nữ Gót Vàng Mũi Nhọn Nơ Đá Merly 1479 2cm..... | 35 |
| Hình 2.11: Giày Búp Bê Microfiber Merly 1408 3cm..... | 35 |
| Hình 2.12: Dép Sabo Nữ Quai Đinh Đá Merly 1480 1cm..... | 35 |
| Hình 2.13: Guốc Gót Thấp Viên Đế Vàng Merly 1500 2cm..... | 36 |
| Hình 2.14: Guốc Nữ Cao Gót Gót Thô Merly 1483 5cm..... | 36 |
| Hình 2.15: Guốc Nữ Cao Gót Gót Thô Merly 1478 8cm..... | 36 |
| Hình 2.16: Dép nhựa chống nước đi mưa..... | 36 |
| Hình 2.17: Túi Đựng Giày Dép Đa Năng Có Dây Rút Chống Thấm Nước..... | 36 |
| Hình 2.18: Lót giày cao gót chống rộng, chống trầy gót, êm chân Merly..... | 37 |
| Hình 2.19: Số lượng khách hàng hiện tại của MERLY SHOES..... | 43 |
| Hình 2.20: Biểu đồ thể hiện mức độ hài lòng chất lượng của khách hàng..... | 45 |
| Hình 2.21: Biểu đồ thể hiện mức độ hài lòng về giá sản phẩm..... | 46 |
| Hình 2.22: Mong muốn cải thiện chất lượng sản phẩm..... | 47 |
| Hình 2.23: Mong muốn cải thiện giá sản phẩm..... | 48 |
| Hình 2.24: Logo Biti's..... | 68 |
| Hình 2.25: Logo Thiên Hương..... | 68 |
| Hình 2.26: Logo Juno..... | 69 |
| Hình 2.27: Biểu đồ thị phần cung cấp sản phẩm giày dép tại thị trường TP. Hồ | |

| | |
|---|-----|
| <i>Chí Minh</i> | 70 |
| <i>Hình 2.28: Biểu đồ biểu diễn tăng trưởng thị phần BCG</i> | 85 |
| <i>Hình 3.1: Thiết kế bao bì & cách đóng gói sản phẩm của Công ty</i> | 106 |