**BÀI TẬP THẢO LUẬN CHƯƠNG 2**

XUNG ĐỘT

Công ty Kroger, công ty siêu thị có nhiều chi nhánh lớn nhất ở Mỹ, quyết định thâm nhập thị trường Việt Nam và đưa ra chiến dịch tiếp thị đại trà các sản phẩm thực phẩm tiêu dùng thong qua nhiều siêu thị lớn tọa lạc tại những địa điểm chiến lược trên khắp nước Việt Nam. Công ty Kroger dự định ký hợp đồng với 1 trong 3 công ty Việt Nam trong đó có công ty của anh chị. Họ xem các công ty Việt Nam ,đây là các đại lý khả dĩ đại diện cho họ thực hiện việc xác định các địa điểm để bố trí các cửa hàng, lo liệu xây dựng cửa hàng, thiết lập mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp và trông coi các công việc hành chính liên quan đến việc xin chính quyền cấp giấy phép. Công ty Kroger đã đề nghị trả hết 1 lần chi phí là 2 triệu dola cho các đại lý thực hiện những dịch vụ nói trên trong 3 năm. Hai công ty kia cho rằng sự dàn xếp này là thỏa đáng. Tuy nhiên, nhóm thương thảo của Công ty Kroger đã tiết lộ riêng với anh chị là họ thích làm ăn với anh chị hơn, nhưng lại không chịu tăng khoản chi phí đề nghị của công ty anh chị.

Theo phân tích anh chị tin rằng: Chi phí đề nghị của Công ty Kroger là chưa đủ và công ty anh chị rõ ràng vượt trội hơn 2 đối thủ cạnh tranh kia. Thêm vào đó, anh chị tin rằng công ty anh chị nếu được liên doanh với Công ty Kroger thì từ vị thế liên doanh này công ty anh chị có thể thực hiện các khoản lợi về lâu dài sẽ vượt hơn cả 2 triệu dola.

Hai trong bốn người cổ đông lớn nhất trong công ty anh chị đã đồng ý với ý kiến của anh chị nhưng 2 người còn lại cực lực phản đối việc để vuột mất thương vụ 2 triệu dola này. Hai người này nói rằng “Họ sẽ rút khỏi phần hùn và sẽ đưa ra một đề xuất riêng của họ cho Công ty Kroger nếu như anh chị từ chối đề nghị của Công ty Kroger”

Câu hỏi:

1. Giải quyết xung đột nội bộ công ty anh chị
2. Thương thảo như thế nào với Công ty Kroger để đạt thỏa thuận tốt nhất

**BÀI TẬP THẢO LUẬN CHƯƠNG 2**

HỆ THỐNG DINH DƯỠNG HAROLLD KATZ

Nutri – system ra đời sau khi Katz nhận ra rằng mẹ ông phải bỏ ra từ 35-60 dola mỗi tuần cho các biện pháp giảm trọng lượng cơ thể. Katz nhận thấy việc theo dõi sức khỏe, tập thể dục nhịp điệu và các tổ chúc như Weight Watcher (theo dõi trọng lượng cơ thể) và TOPS (Training Opportunities Scheme) có khuyến nghị các chế độ giảm trọng lượng cơ thể. Nhưng các biện pháp đó mang tính chất tản mạn, và chỉ đề ra được một phần giải pháp để giải quyết vấn đề hết sức phúc tạp này là giảm trọng lượng cơ thể.

Giải pháp của ông là thành lập một bệnh viện giảm cân bằng cách theo dõi y khoa, ăn kiêng và tư vấn về điều chỉnh thói quen trong sinh hoạt mỗi ngày, luyện tập và thể dục và kết hợp ăn những thức ăn ít calo. Katz thiết kế, đóng gói và bán các túi đồ “Chương trình quản lý trọng lượng” trên thực tế làm cho khách hàng không cần phải tiêu tiền ở bất cứ một nơi nào khác.

Nutri-system thu lợi còn nhờ cung cách phục vụ mang tính chuyên nghiệp của các trung tâm trong hệ thống như: thuê y tá và các nhà tâm lý học thục hiện dịch vụ tư vấn về y khoa và tư vấn về điều chỉnh thói quen trong sinh hoạt mỗi ngày; các bác sỹ được mời đến theo định kỳ để kiểm tra sức khỏe cho khách hàng.

Khách hàng của ông chủ yếu là phụ nữ, khoảng 40 tuổi, trước đây đã từng áp dụng ít nhất một trong các chương trình giảm cân nhưng đều thất bại. gần 67% khách hàng là phụ nữ có gia đình và đang đi làm và có thu nhập trong bình từ 20 ngàn dola/năm trở lên.

Trung bình mỗi khách hàng chi ra 680 dola cho 1 chương trình giảm cân, Katz vui vẻ thừa nhận rằng chương trình do ông đưa ra không rẻ, nhưng ông khẳng định chính giá tiền đó là động cơ thúc đẩy khách hàng cố gắng để thành công. Nếu khách hàng thành công họ còn nhận được phần thưởng là được trả lại 20% phần tiền mà họ đã nộp. Gần đây Nutri-system cố gắng đa dạng them các sản phẩm cho các khẩu phần ăn kiêng đem bán tại các trung tâm. Sự độc quyền kinh doanh đã hỗ trợ rất nhiều cho sự tăng trưởng của công ty ông.

Câu hỏi:

1. Phân tích cơ hội hấp dẫn mà Katz có được
2. Để đạt hiệu quả Katz đã làm gì