

# HƯỚNG DẪN BÀI TẬP NHÓM

## PHẦN THỰC HIỆN CÁ NHÂN

### **Phần 1: Đề xuất dự án**

Phần 1 là nhiệm vụ cá nhân. Chỉ những sinh viên hoàn thành nhiệm vụ này mới được phép tiếp tục thực hiện bài tập nhóm trong lớp học này.

#### ***Phần 1a: Đề xuất đề cương***

Chuẩn bị một đề cương dự án cho bất kỳ sản phẩm mới nào, định dạng phù hợp trên một trang giấy A4. Đề cương bao gồm:

- Tóm tắt tên dự án (thật ngắn gọn). Điều này là rất quan trọng!
- 3 đối thủ cạnh tranh gần nhất (các giải pháp hiện có) và giá cả.
- Họ và tên, số điện thoại, email, Facebook của bạn.
- Mô tả về cơ hội sản phẩm mà bạn đã xác định. Mô tả của bạn có thể bao gồm các khía cạnh sau đây: Tài liệu về nhu cầu thị trường; Mô tả những sản phẩm cạnh tranh hiện; Xác định thị trường mục tiêu và quy mô của nó.

*(Xin đừng đưa ra bất kỳ ý tưởng sản phẩm của riêng bạn hoặc các giải pháp vào thời điểm này; Yêu cầu nghiêm ngặt trong giai đoạn này của khóa học là về cơ hội thị trường chứ không phải khái niệm hay giải pháp).*

#### ***Phần 1b: Trình bày đề xuất***

Chuẩn bị một bài thuyết trình dài 120 giây sẽ được trình bày trong lớp. Trình bày của bạn nên bao gồm:

- Một bài trình bày bằng lời nói hoặc hình ảnh của các cơ hội sản phẩm bạn đã mô tả trong đề cương của bạn. Post đề cương và bài trình bày của bạn lên web, Facebook, forum hay bất cứ một trang mạng nào để các khán thính giả (audience) sẽ có thể đọc đề xuất của bạn lúc rảnh rỗi. bạn phải giải thích sự phong phú của các cơ hội thị trường và chứng minh về các sản phẩm cạnh tranh hiện tại.
- Lập luận thuyết phục lý do tại sao các bạn cùng lớp nên bỏ phiếu cho đề xuất sản phẩm mới này của bạn.
- Dùng bất kỳ kỹ năng hoặc các kiến thức đặc biệt nào mà bạn có (chuyên môn marketing, sự tiếp cận với các cửa hàng, nguồn nguyên liệu, thiết bị điện tử, “ma thuật”, vv).

Dùng một hoặc hai slide trình chiếu và/hoặc kết hợp video. Tuy nhiên, lưu ý rằng thời gian 120 giây ràng buộc sẽ được thực thi nghiêm túc. Do đó, một cách tiếp cận công nghệ thấp thường là hiệu quả hơn.

### ***Phần 1c: Trình bày dự án***

Trình dự án của bạn trên một file với danh sách mười dự án bạn yêu thích và muốn làm nhất theo thứ tự ưu tiên từ 1-10. Nếu bạn muốn làm việc với một nhóm cụ thể của các bạn cùng lớp (tối đa 3 người), bạn nên liệt kê những người bạn muốn sẽ cùng bạn làm chung một dự án. Giảng viên sẽ chỉ định cho phần còn lại của nhóm. Nhóm dự án và bài tập sẽ được gửi qua đến email của lớp chậm nhất là 1 tuần sau khi nhận đề xuất của bạn. Bạn không được bắt buộc nhóm phải chọn đề xuất dự án của riêng bạn. Tuy nhiên, nếu đề xuất của bạn được đánh giá đủ cao thì đề xuất sẽ được chọn.

## **PHẦN THỰC HIỆN NHÓM**

Tất cả các bài tập nhóm sẽ được giao trong buổi học thứ hai. Bài tập không yêu cầu phải nộp bằng văn bản; thay vào đó các nhóm sẽ nộp file mềm thông qua lớp trưởng. Các bài tập nhóm phải được trình bày theo suốt quá trình phát triển sản phẩm, cũng là trình bày ở mỗi buổi học.

### ***Hướng dẫn bài tập nhóm:***

- Hãy ngắn gọn. Hầu hết các bài tập có thể được hoàn thành trong rất ít trang. Một ngoại lệ cho hướng dẫn này là bản phác thảo ý tưởng thì nên được định dạng với một khái niệm là mỗi trang.
- Viết một đoạn ngắn (ít hơn một trang) mô tả về quá trình hoạt động nhóm của bạn thông qua việc thực hiện nhiệm vụ. Tuy nhiên, không cần phải lặp lại thứ tự như một bản tóm tắt của bài giảng. Đặc biệt, hãy bình luận về những gì làm việc tốt và những gì không tốt trong quá trình thực hiện.
- Kết hợp tất cả công việc của bạn trong một tập tin Microsoft word và PowerPoint. cho bài thuyết trình đặc biệt (hoàn chỉnh) của bài tập nhóm.
- Chuyển file từng giai đoạn lên email, web hay Facebook chung của lớp và của riêng cá nhân để đánh giá từng giai đoạn và nộp file hoàn chỉnh cuối cùng cho lớp trưởng để tập hợp nộp cho giảng viên.

### **Phần 2: Sứ mệnh và danh sách nhu cầu khách hàng**

- Mô tả quy trình của nhóm bạn cho việc tổ chức và xác định nhu cầu khách hàng. Nhận xét về quá trình và kết quả của nhóm bạn.
- Viết một tuyên bố nhiệm vụ (mission statement) cho nhóm dự án của bạn. ***Từ đây trở đi, xin vui lòng ghi tuyên bố nhiệm vụ của nhóm trên tất cả các bài tập còn***

*lại.* Nếu các bạn đã quyết định thay đổi tuyên bố nhiệm vụ của các bạn trong quá trình thực hiện thì xin công bố cho biết và giải thích lý do của sự thay đổi.

- Xây dựng một danh sách các nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm của các bạn.
- Ngoài ra nếu cơ hội thị trường và nhiệm vụ của nhóm đã thay đổi so với đề xuất lúc đầu thì trình bày lý do của sự thay đổi.
- Nhóm phải thực hiện một cuộc khảo sát sơ bộ để tìm hiểu nhu cầu, sở thích của khách hàng.

### **Phần 3: Phác thảo khái niệm, mục tiêu kỹ thuật và xem xét sáng chế**

- Nhóm phải thực hiện một cuộc khảo sát để tìm hiểu sở thích của khách hàng dựa trên ít nhất 4 thuộc tính sản phẩm, mỗi thuộc tính 2 mức độ. Số bảng khảo sát đạt yêu cầu sau khi sàng lọc tối thiểu là 100. Nhóm thực phải hiện phân tích liên kết (conjoint analysis) để tính phương trình hồi qui, đánh giá mức độ quan trọng của các thuộc tính, dự báo thị phần, lợi nhuận và trình bày trước lớp để đánh giá.
- Mô tả các bước của quá trình tạo ra khái niệm (concept) và các thông số kỹ thuật mục tiêu của nhóm bạn (phải cung cấp phương pháp bằng chứng của quá trình này). Nhận xét về quá trình thực hiện và kết quả.
- Hoàn thành bản phác thảo và mô tả đánh giá điểm cho từ 3-5 khái niệm cho sản phẩm mới của nhóm bạn. Đánh giá chi tiết từng thuộc tính, lưu ý những yếu tố quan trọng đối với khách hàng mà cần phải giải quyết hoặc không cần giải quyết ngay.
- Chọn một số ít (3 hoặc 4) nhu cầu thiết yếu nhất của khách hàng từ danh sách của các bạn. Đối với những nhu cầu quan trọng nhất, chuẩn bị một danh sách các thông số kỹ thuật mục tiêu và cung cấp tài liệu để hỗ trợ các quyết định.
- Thực hiện đánh giá sơ bộ các bằng sáng chế liên quan. Tìm kiếm xem tình trạng kỹ thuật và ý tưởng liên quan đã được đăng ký hay sử dụng chưa. Mô tả ngắn gọn về 3 sự cạnh tranh gần nhất và đính kèm các tài liệu thích hợp từ các nguồn tham khảo.

### **Phần 4: Sàng lọc sơ bộ, lựa chọn khái niệm và lịch trình**

- Hoàn thành bản phác thảo của hai hoặc ba khái niệm bạn tin là có triển vọng nhất.
- Các cách thức đánh giá và lựa chọn khái niệm (sàng lọc hay chấm điểm) mà bạn sử dụng để thực hiện các lựa chọn, bao gồm một sự mô tả đơn giản hay phác họa của mỗi khái niệm.
- Chuẩn bị một danh sách các bất ổn chính hoặc câu hỏi mà bạn vẫn cần phải giải quyết để xác định tính khả thi của sản phẩm của nhóm bạn. Đối với mỗi người, chỉ định một kế hoạch liên quan đến hành động (như phân tích, các giả lập, phỏng vấn, thực nghiệm nghiệm, vv).
- Dự thảo một lịch trình dưới dạng biểu đồ Gantt thể hiện kế hoạch làm việc để hoàn thành dự án trong vòng 45 ngày tới. Bao gồm ít nhất các hoạt động: thiết kế chi tiết, vật liệu và các thành phần lựa chọn, lựa chọn nhà cung cấp, mua sắm vật tư, linh kiện, kiểm tra và hoàn thành nhiệm vụ.

- Mô tả quá trình mà nhóm của bạn thực hiện. Nhận xét về quá trình và kết quả.

### **Phần 5: Đánh giá khái niệm lần cuối và mô hình**

- Đưa ra và thảo luận về một số bằng chứng để chứng minh rằng nhóm của bạn đã có đánh giá các khái niệm và vượt qua những thách thức chính của nhóm các bạn.
- Chuẩn bị một bài thuyết trình 3 phút của mỗi khái niệm sản phẩm được lựa chọn. Bài trình bày sẽ bao gồm việc xem xét tuyên bố sứ mệnh của các bạn, nhu cầu khách hàng, khái niệm được lựa chọn, và thông số mục tiêu quan trọng của bạn.
- Trình bày có thể thể hiện qua một số hình thức "bằng chứng của khái niệm" mô hình nguyên mẫu.
- Hoàn thành một bản mô tả một trang và phác họa khái niệm lựa chọn của bạn.
- Mô tả quá trình mà nhóm của bạn đã thực hiện. Nhận xét về quá trình và kết quả.

### **Phần 6: Bản vẽ thiết kế, kế hoạch và lịch trình sửa đổi**

- Chuẩn bị một bản vẽ lắp ráp các mẫu thử nghiệm alpha (trong phòng thí nghiệm) mà các bạn có ý định xây dựng. Một bản vẽ lắp ráp cho thấy tất cả các bộ phận trong các vị trí lắp ráp của sản phẩm.
- Chuẩn bị bản phác thảo kích thước tương ứng từng phần cho mẫu thử nghiệm theo kế hoạch của các bạn. Bao gồm các tài liệu cho thấy làm thế nào bạn có được kích thước quan trọng (một tính toán chi tiết có thể cần thiết).
- Lập một danh mục vật liệu thể hiện được các bộ phận nguyên mẫu sẽ được mua hoặc chế tạo và mô tả về quá trình lắp ráp. Chỉ ra các vật liệu và chế tạo quá trình bạn đã chọn cho từng phần nguyên mẫu.
- Cung cấp bản sao của tờ đặc điểm kỹ thuật của nhà cung cấp cho các vật liệu mà nhóm đã/sẽ mua. Trên các trang danh mục, xác định các mục mà bạn đã chọn để mua hàng.
- Liệt kê các nguồn tài nguyên web và các nhà cung cấp bạn đã tìm thấy là hữu ích.
- Thực hiện một bản vẽ hoặc phác thảo của phiên bản sản xuất của sản phẩm. Mô tả sự khác biệt giữa các mẫu thử nghiệm bạn sẽ thực hiện và các sản phẩm đã sản xuất. Giải thích ngắn gọn các sản phẩm sẽ được sản xuất như thế nào.
- Tóm tắt các quyết định quan trọng mà nhóm bạn đã thực hiện. Mô tả kế hoạch tạo mẫu của bạn. Đến thời điểm này, bạn cần phải có báo giá và nên sẵn sàng để đặt hàng cho bất kỳ bộ phận được chế tạo hoặc mua.
- Rà soát tiến độ của công việc dự án của nhóm bạn trong những tuần còn lại. Bao gồm các công việc của bạn như lên kế hoạch thiết kế, tương tác với nhà cung cấp, tạo mẫu, thử nghiệm, thiết kế lại, chụp ảnh và chuẩn bị trình bày.
- Mô tả quá trình mà nhóm của bạn thực hiện. Nhận xét về quá trình và kết quả.

## **Phần 7: Mô hình tài chính**

- Chuẩn bị một mô hình tài chính (financial model). Giải thích các kịch bản mà nhóm bạn đang phân tích (hoạt động khởi nghiệp, thiết lập sản xuất, vv). Tài liệu các giả định mà nhóm bạn đã dùng thực hiện phân tích. Lưu ý rằng nhóm bạn sẽ phải ước tính chi phí cố định và các chi phí biến đổi trong quá trình sản xuất.
- Thực hiện phân tích độ nhạy của những bất ổn tài chính quan trọng mà nhóm bạn phải đối mặt.
- Mô tả quá trình hoạt động nhóm của bạn, bao gồm một báo cáo tóm tắt về tình trạng mẫu và kiểm tra quá trình kiểm tra của nhóm bạn.

## **Phần 8: Thử nghiệm**

- Nhóm bạn phải thử nghiệm nguyên mẫu sản phẩm cụ thể, đầy đủ phân cứng để các nhóm khác trong lớp và giảng viên tư vấn, đánh giá.
- Nhóm phải thực hiện việc thử nghiệm thị trường bằng sản phẩm thật hoặc mô hình để đánh giá sự phù hợp của sản phẩm.
- Nhóm phải ước tính được thị phần và doanh số mong đợi thông qua việc thử nghiệm thị trường dựa trên công thức A-T-A-R.

## **Phần 9: Kế hoạch tung hàng**

- Nhóm bạn phải lập một kế hoạch tung sản phẩm ra thị trường một cách cụ thể và tiếp tục kế hoạch phát triển cho thời hạn 3 năm.
- Các chính sách giá, kế hoạch phân phối – logistic, bán hàng và truyền thông phải phù hợp.
- Dự trù ngân sách, nhân sự và cơ sở vật chất phải được thể hiện.
- Kế hoạch kiểm tra, đánh giá
- Kế hoạch dự phòng.

## **Phần 10: Thuyết trình**

- Chuẩn bị một bài thuyết trình 15 phút mô tả và chứng minh sản phẩm của nhóm bạn và kế hoạch quá trình tung hàng ra thị trường. Bài trình bày của bạn nên tập trung vào bản thân sản phẩm và nhấn mạnh bất kỳ phần nào đặc biệt ấn tượng của quá trình phát triển của nhóm bạn. Một bài thuyết trình hiệu quả bao gồm các hình ảnh màu hoặc video trình chiếu cùng với một mẫu sản phẩm thực sự. Nhóm phải trình bày sao cho thuyết phục được các nhóm khác và giảng viên mua bản quyền sản phẩm của nhóm bạn hoặc để tài trợ cho quá trình khởi động và phát triển sản phẩm.
- Tạo một trang web hoặc Facebook... để thúc đẩy quá trình phát triển sản phẩm của nhóm bạn (ngay từ giai đoạn đầu). Cung cấp các dữ liệu chứng minh trang web, facebook hay bất cứ trang nào đã dùng cho các giai đoạn phát triển sản của nhóm

bạn. Tất nhiên nhóm phải có cách để giữ được bí quyết của sản phẩm mới của nhóm.

- Nộp một bản báo cáo hoàn chỉnh file world và slide trình bày cho lớp trưởng.
- Trình chiếu một số hình ảnh kỹ thuật số chất lượng cao của việc thử nghiệm sản phẩm và sản phẩm cuối cùng được sử dụng để thương mại hóa.
- Hãy chuẩn bị để trả lời các câu hỏi về tất cả các khía cạnh của dự án của nhóm bạn.

## VIẾT BÁO CÁO HOÀN CHỈNH

### 1. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP

Sứ mạng

Tầm nhìn

Giá trị cốt lõi

Lĩnh vực kinh doanh

Triết lý kinh doanh

Mục tiêu doanh nghiệp (goal)

### 2. PHÂN TÍCH CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Phân tích cơ hội thị trường để xác định sức hấp dẫn và khả năng thành công. Phân tích cơ hội thị trường theo ma trận (Bảng 1).

**Bảng 1: Ma trận phân tích các cơ hội thị trường**

	Khả năng thành công		
		High	Low
Sức hấp dẫn	High	1	2
	Low	3	4

- Phân tích cơ hội thị trường dựa trên các yếu tố:
  - + Cơ hội có phù hợp với công ty và công ty có khả năng khai thác cơ hội thị trường?
  - + Chi phí để tiếp cận với thị trường mục tiêu và hiệu quả?
  - + Nội bộ công ty có khả năng cung cấp những mong đợi của khách hàng?
  - + Điều gì sẽ tác động được vào hiệu quả tài chính thể hiện qua chỉ số (ROI)?
- Nhu cầu của khách hàng cần được đáp ứng.

- Phân khúc khách hàng mục tiêu.
- Chân dung khách hàng cụ thể.

### **3. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI**

- Chiến lược phòng thủ hay phản công
- Chiến lược nào (dùng ma trận Ansoff)
- Chiến lược sản phẩm mới này sẽ như thế nào (sử dụng ma trận BCG)
- Chiến lược thương hiệu (kiến trúc thương hiệu: cây dù, dòng, độc lập, bảo trợ...)
- Điều lệ đổi mới sản phẩm (PIC)

### **4. SÁNG TẠO Ý TƯỞNG VÀ KHÁI NIỆM SẢN PHẨM**

- Phương thức sáng tạo ý tưởng (1 hay nhiều trong 7 cách).
- Quá trình sáng tạo ý tưởng để có 10 ý tưởng sản phẩm.
- Phương pháp sàng lọc ý tưởng.
- Quá trình tiến hành sàng lọc ý tưởng cụ thể.
- Kết quả 3 ý tưởng tốt nhất.
- Sáng tạo 3 khái niệm sản phẩm mới: Phương pháp, quá trình, kết quả.
- Tuyên bố khái niệm sản phẩm (3 khái niệm).

### **5. ĐÁNH GIÁ KHÁI NIỆM VÀ ĐÁNH GIÁ**

- Phương pháp đánh giá khái niệm.
- Quá trình thực hiện phát triển khái niệm một cách cụ thể.
- Kết quả đánh giá khái niệm (chọn ra 1 khái niệm tốt nhất).

### **6. THIẾT KẾ SẢN PHẨM**

- Thiết kế thương hiệu (Kiến trúc thương hiệu - mối quan hệ của thương hiệu sản phẩm mới với các thương hiệu đang có và/hoặc sẽ có)
- Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.
- Chiều dài, chiều rộng, chiều sâu của hỗn hợp sản phẩm.
- Thiết kế sản phẩm:
  - + Các vòng tròn của sản phẩm;
  - + Thiết kế kiểu dáng sản phẩm

- + Các yếu tố bản quyền, kiểu dáng công nghiệp của sản phẩm.
- + Thiết kế tính năng của sản phẩm
- + Kiến trúc của sản phẩm (Module, tích hợp, platform)
- Thiết kế bao bì của sản phẩm.
- Thiết kế dịch vụ đi kèm với sản phẩm.
- Thử nghiệm sản phẩm mẫu (Phương pháp; Quá trình thực hiện; Kết quả).

## **7. THỬ NGHIỆM THỊ TRƯỜNG**

- Phương pháp thử nghiệm thị trường.
- Quá trình thử nghiệm.
- Kết quả thử nghiệm thị trường.
- Tính dung lượng thị trường, thị phần có khả năng đạt được.

## **8. LẬP PHƯƠNG ÁN KINH DOANH**

- Mục tiêu (3 phương án: khả quan nhất, trung bình và thấp nhất).
- Chi tiết chi phí sản xuất, bán hàng, quản lý, doanh thu, thị phần, lợi nhuận theo 3 phương án mục tiêu.
- Các chỉ tiêu tài chính: Điểm hòa vốn, ROS, ROI, NPV...
- Phương án chuẩn bị tài chính (vốn tự có, vay, thuê, hợp tác...) theo từng thời kỳ.
- Phương án đầu tư (xây dựng mới, thuê nhà xưởng, thuê gia công...)
- Kế hoạch sản xuất (nguyên liệu, tổ chức sản xuất...)
- Chiến lược giá.
- Chiến lược và kế hoạch phát triển kênh phân phối chi tiết.
- Kế hoạch triển khai bán hàng.
- Chiến lược truyền thông marketing.

## **9. TUNG HÀNG**

- Kế hoạch giới thiệu sản phẩm mới.
- Kế hoạch tung hàng (lần lượt, đồng loạt).
- Tạo các rào cản gia nhập đối với các đối thủ.
- Phương án dự phòng.

## **10. TỔ CHỨC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI**

- Chọn cách thức tổ chức phát triển sản phẩm mới.
  - + Chức năng.
  - + Ma trận.
  - + Đội nhóm.
  - + Dự án kinh doanh mạo hiểm.
- Dừng quá trình phát triển sản phẩm mới/thay đổi hỗn hợp sản phẩm (đặt ra nguyên tắc, tiêu chuẩn khi nào thì dừng/thay đổi; Các phương án thực hiện nếu xảy ra).