**PHỤ LỤC 01: Hướng dẫn trình bày Dự án – Bản words/ pdf**

*(Kèm theo Quyết định số: /QĐ-ĐHM ngày .........*

*của Trường Đại học Mở Hà Nội)*

**Mẫu trình bày dự án tham dự Cuộc thi**

**Bìa dự án**

|  |
| --- |
| **CUỘC THI**  **“SINH VIÊN VỚI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP”**  **HOU-SV-STARTUP-2021**  ( Tên dự án) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  **Thuộc lĩnh vực: (***các lĩnh vực thuộc mục II***)**  **NHÓM/CÁ NHÂN THỰC HIỆN (**danh sách thành viên không quá 05 người)  **KHOA CHUYÊN NGÀNH: ……………………..**  (Địa danh), Tháng \_\_\_ /2021 |

**Trang thứ 1:**

**Thông tin vắn tắt về các thành viên tham gia dự án (bắt buộc):**

1. Họ và tên trưởng nhóm:…………………………………………………
2. Trường/lớp ………………………………..
3. Số điện thoại liên hệ: ………………………………………………………
4. Email:………………………………………………………………
5. Danh sách thành viên trong nhóm (tên, trường, lớp, không quá 04 người).

……………………………………………………………………………

**Trang thứ 2:**

**Tóm tắt dự án**

* Ý tưởng chính của dự án…… *(Từ 01-02 dòng)*; - Sản phẩm của bạn là gì – nó tóm tắt trong 1 câu toát lên tất cả
* Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án *(Tóm tắt từ 3-5 dòng) -> sản phẩm này GIÚP ÍCH – hoặc CÓ Ý NGHĨA/TÁC ĐỘNG gì đối với khách hàng/ người sử dụng/cộng đồng*

**Trang 3**

**Nội dung chính của dự án**

1. **Tổng quan đề án**

Trình bày dưới dạng **Business Model Canvas** *(Lưu ý: chỉ điền những thông tin tối giản, cốt lõi nhất của dự án).*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ĐỐI TÁC CHÍNH**  *Mô tả những mối quan hệ quan trọng nhất bên ngoài doanh nghiệp, giữ cho doanh nghiệp hoạt động.* | **HOẠT ĐỘNG CHÍNH**  *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,…).* | **GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ**  *Sản phẩm hoặc dịch vụ mang lại giá trị cho khách hàng mục tiêu (VD: Giải trí, Cá nhân hóa, Tiết kiệm tiền,...).* | | **QUAN HỆ KHÁCH HÀNG**  *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,…).* | **PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG**  *Một hoặc một số nhóm người mà doanh nghiệp cố gắng phục vụ.* |
| **TÀI NGUYÊN CHÍNH**  *Mô tả những tài sản quan trọng nhất cần có để giữ cho doanh nghiệp hoạt động (VD: Công nghệ, Con người, Tài chính…).* | **CÁC KÊNH THÔNG TIN VÀ KÊNH PHÂN PHỐI**  *Kênh mà doanh nghiệp giao tiếp với khách hàng và mang lại giá trị cho khách hàng (VD: Bán hàng trực tuyến, Siêu thị…).* |
| **CẤU TRÚC CHI PHÍ**  *Toàn bộ chi phí cần thiết để duy trì doanh nghiệp.* | | | **DÒNG DOANH THU**  *Mô tả dòng tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc cung cấp giá trị (VD: Phí dịch vụ, Quảng cáo, Phí môi giới,…).* | | |

**B. Mô tả thêm về sản phẩm, dịch vụ**

**1.Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ**

**=> Tại sao lại làm sản phẩm này – mà không phải sản phẩm khác**

- Dự án đã có sản phẩm dịch vụ hay mới là ý tưởng.

- Mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm dịch vụ. 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. => xuất phát từ thực trạng – hoặc nghiên cứu thị trường, nêu rõ các dẫn chứng/con số cụ thể

- 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 khả thi**

- Việc sản xuất sản phẩm là khả thi; (Khả thi về mặt kỹ thuật sản xuất, hoặc công nghệ sản xuất, trang thiết bị sản xuất)

- Cơ cấu chi phí và giá thành hợp lý; -> Liệt kê các loại chi phí và giá thành (phân tỷ lệ %) và dự kiến giá bán, lợi nhuận/**1 sản phẩm** => nói lên sự khả thi về giá thành

- Nêu rõ những thuận lợi, khó khăn trong quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm dịch vụ => thuận lợi – khó khăn sẽ gặp phải trong khi thu mua nguyên liệu, kết nối đối tác, phân phối sản phẩm dịch vụ

- Sản phẩm có tính cạnh tranh (minh chứng nếu có) => nêu tên 1 số đơn vị là đối thủ cạnh tranh trực tiếp và gián tiếp => sau đó nêu lên điểm mạnh, điểm yếu chung của các đơn vị này => để làm nổi bật lên tính cạnh tranh của sản phẩm

**3. 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 sanr 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.

**4. Kết quả tiềm năng của dự án**

- Các nguồn thu chính của dự án bao gồm:

- Dự kiến doanh thu;

- Tính toán chi phí; Khả năng hoàn vốn thời điểm hoàn vốn và khả năng thu lợi nhuận của dự án => làm trên excel

- Khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của dự án; => căn cứ vào quy mô thị trường

**5. Các kênh truyền thông**

- Lập kế hoạch truyền thông tổng thể; => bao gồm online làm gì, offline làm gì -> dự kiến thời gian triển khai trong bao lâu, mục tiêu đạt được cụ thể trong hạng mục này là gì ?

- Xây dựng công cụ truyền thông; => Dùng những loại công cụ chính cụ thể là gì

- Giải pháp truyền thông độc đáo và khác biệt ; => sử dụng công cụ nào khác biệt không/câu chuyện gì không?

- Dự kiến kênh truyền thông để tiếp cận khách hàng, đánh giá hiệu quả của kênh truyền thông đó => trong kế hoạch tổng thể cần phân rõ dùng online bao nhêu %, offlien bao nhiêu % và kênh nào sẽ là chính, kênh nào phụ

**PHỤ LỤC 02: Hướng dẫn trình bày Video clip thuyết trình (tối đa 03 phút)**

1. Giới thiệu về nhóm và các thành viên trong nhóm;
2. Trình bày về sản phẩm dịch vụ của nhóm, tóm tắt về mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm, dịch vụ. Phân khúc khách hàng chính của sản phẩm dịch vụ. Giá trị của sản phẩm đối với cộng đồng, xã hội.
3. Giới thiệu về tính sáng tạo, giá trị khác biệt, lợi thế cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ.
4. Đánh giá về tính khả thi của dự án.
5. Đánh giá về kết quả dự kiến và nêu vắt tắt về kế hoạch phát triển sản phẩm dịch vụ.