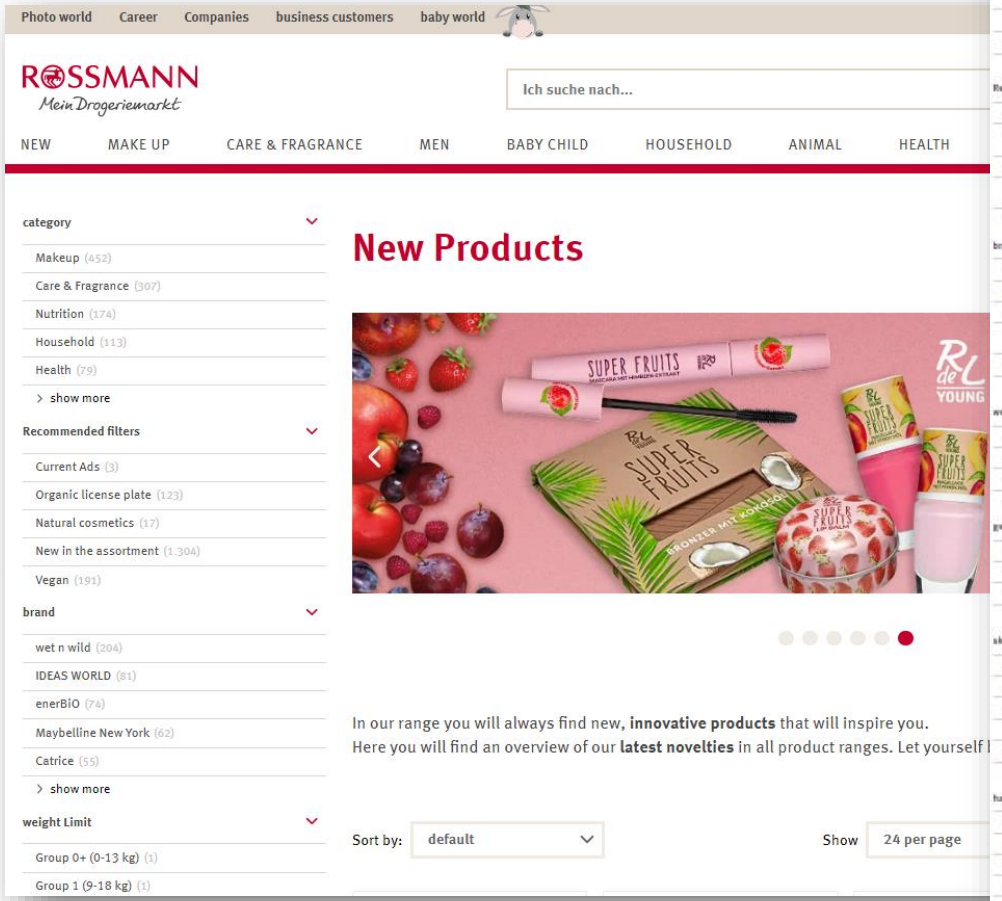
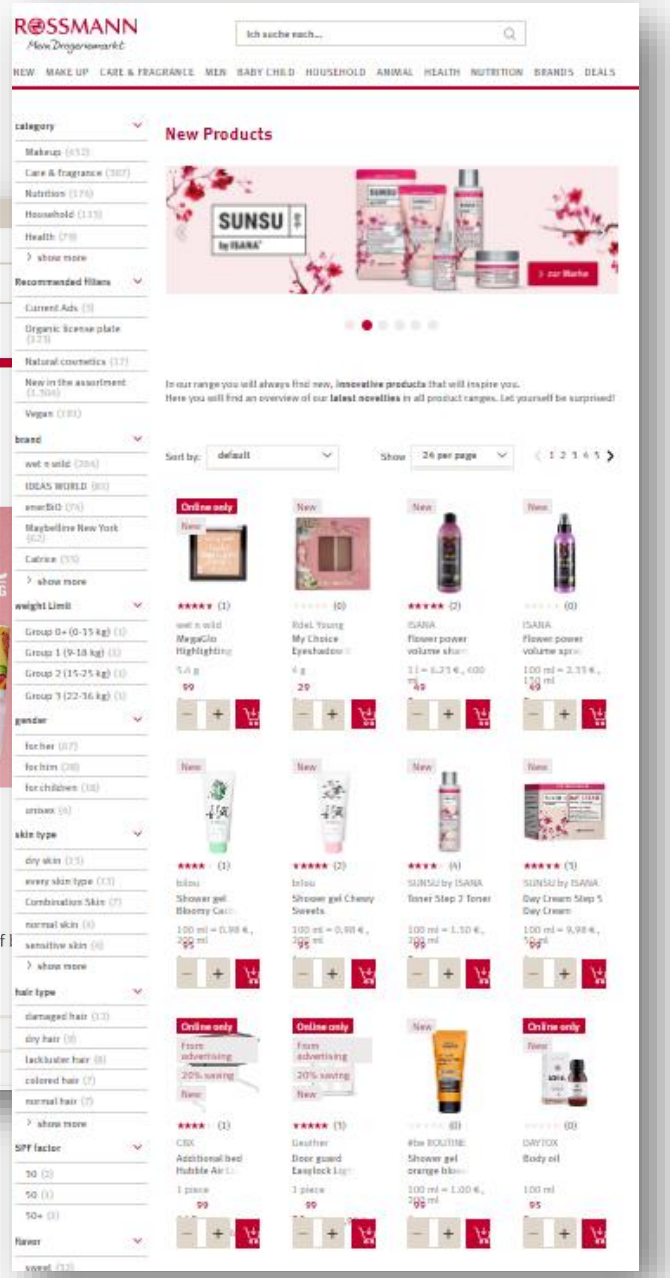
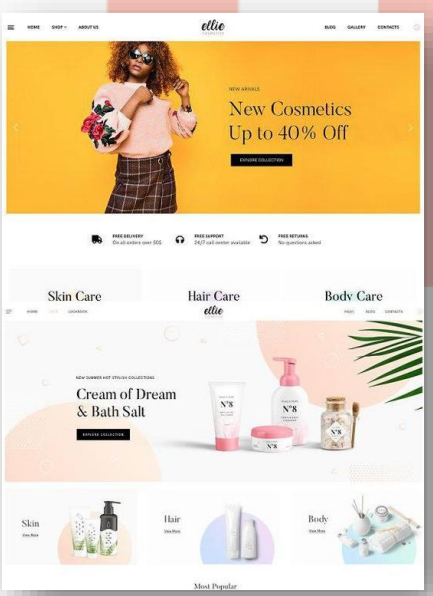
GERMAN CORNER

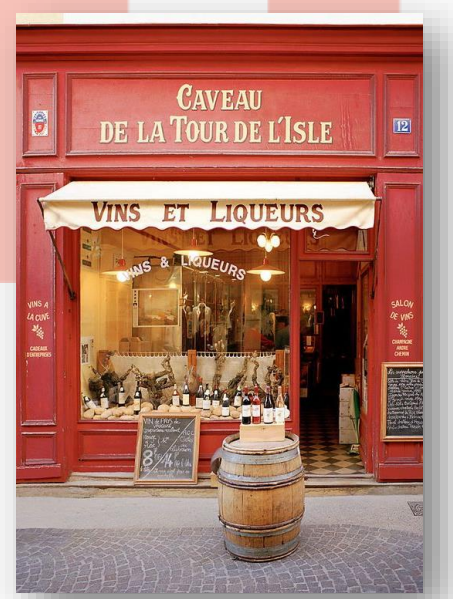
Đề xuất phương án kinh doanh





GERMAN CORNER





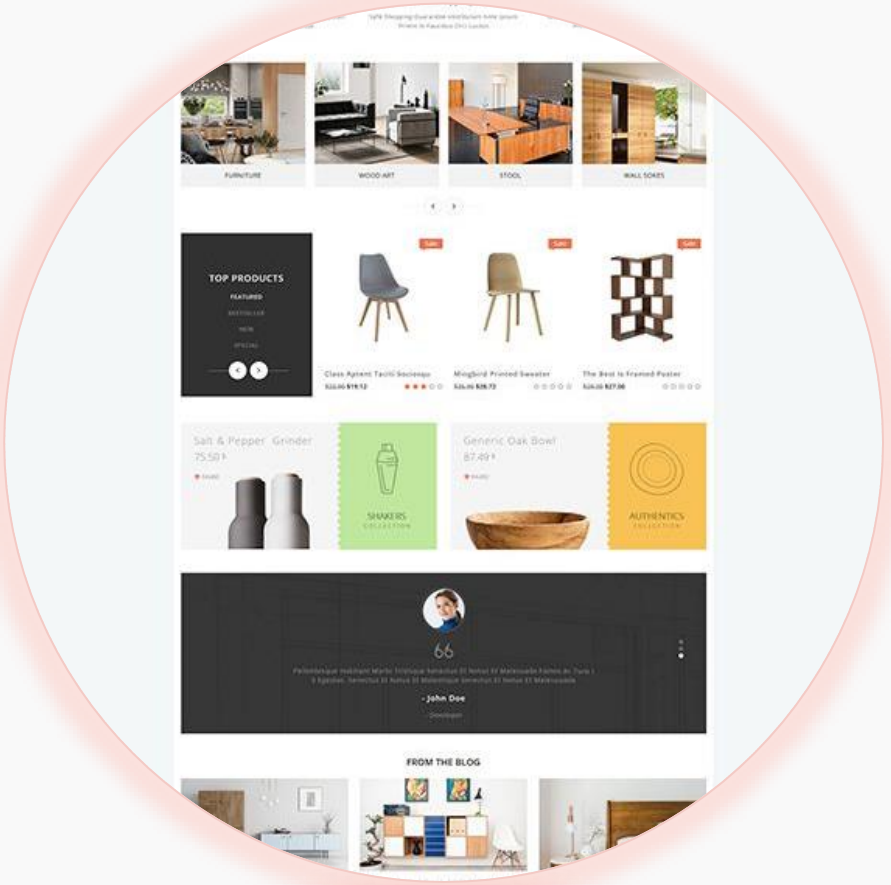
I. PHƯƠNG ÁN KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

II. NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

III. THIẾT KẾ CỬA HÀNG MẪU

IV. PHƯƠNG ÁN TRUYỀN THÔNG

GERMAN CORNER

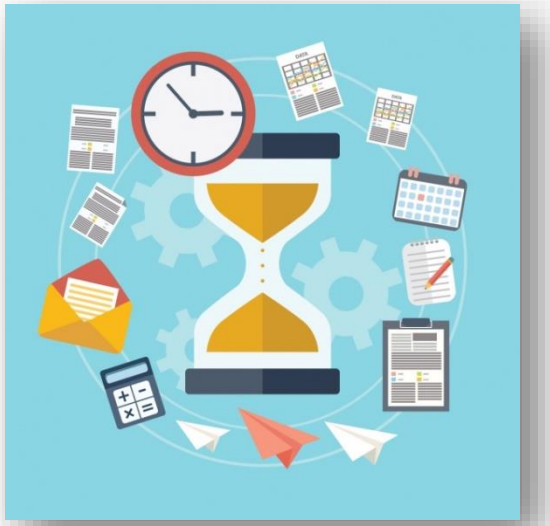


I. THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1,LỢI ÍCH CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

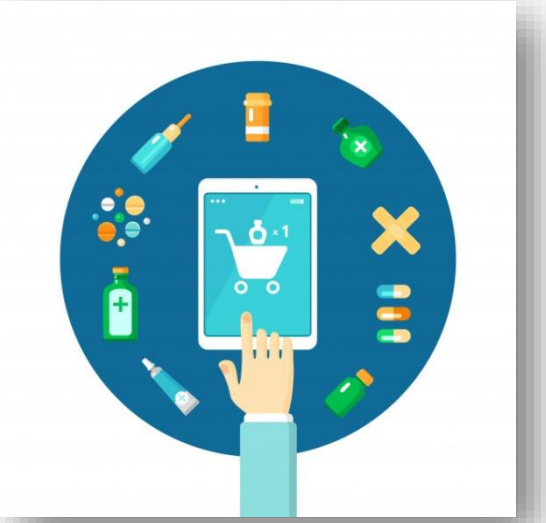
- Mở rộng thị trường nhanh chóng
- Cải thiện hệ thống phân phối
- Vượt giới hạn về thời gian
- Tăng tốc độ tung sản phẩm ra thị trường
- Củng cố quan hệ khách hàng
- Thông tin cập nhật

1.1,LỢI ÍCH ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG



Vượt giới hạn về thời gian

Thương mại điện tử cho phép khách hàng mua sắm mọi lúc, mọi nơi



Nhiều lựa chọn về sản phẩm và dịch vụ

Thương mại điện tử cho phép người mua có nhiều lựa chọn hơn về sản phẩm cũng như dịch vụ ưu đãi

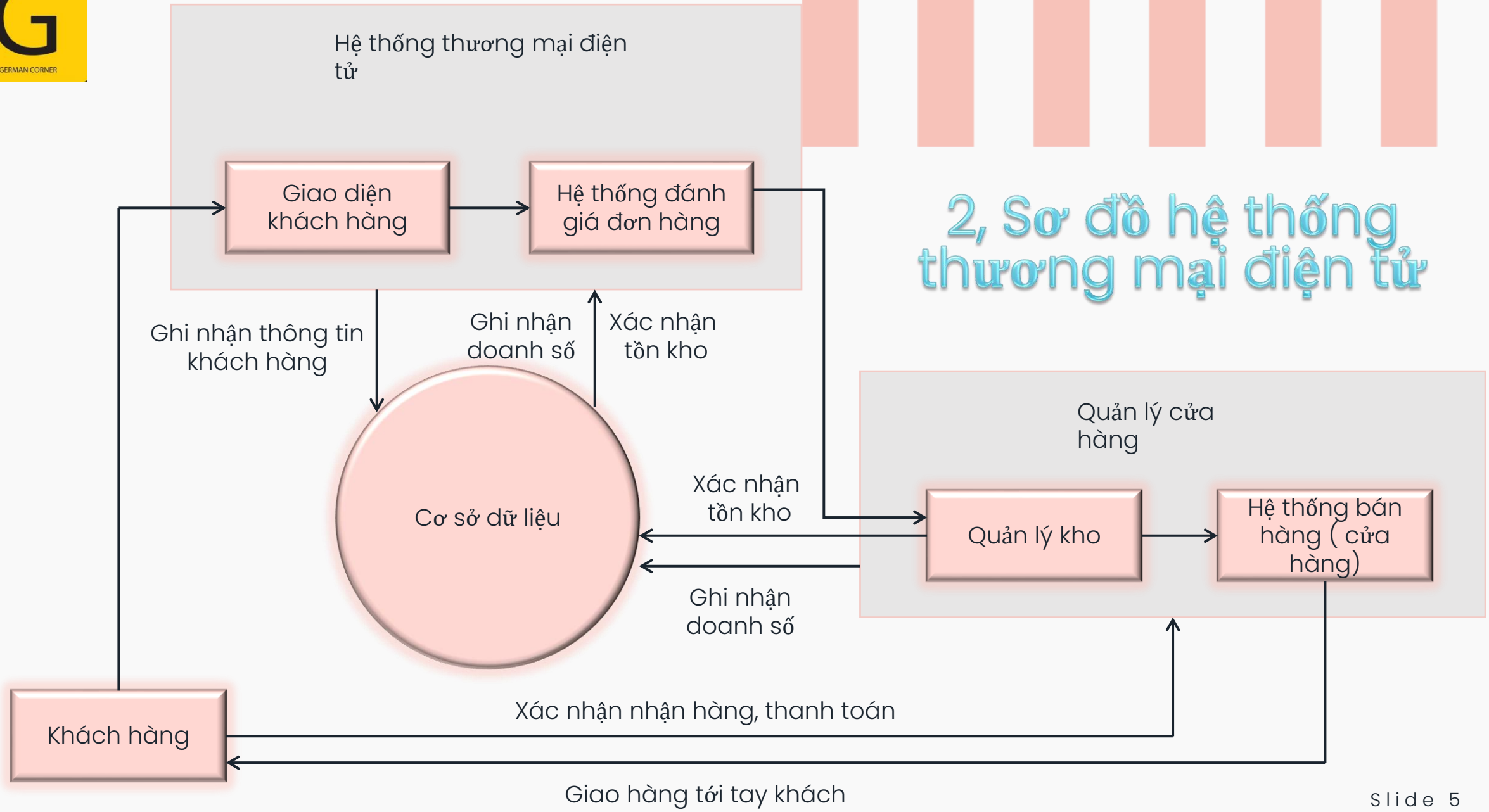
Thông tin phong phú, thuận tiện và chất lượng cao hơn

Khách hàng có thể dễ dàng tìm được thông tin nhanh chóng và dễ dàng thông qua các công cụ tìm kiếm

Giao hàng nhanh chóng

Khách hàng có thể theo dõi thời gian giao hàng

2, Sơ đồ hệ thống thương mại điện tử



2.1, HỆ THỐNG ĐÁNH GIÁ ĐƠN HÀNG

Hệ thống đánh giá đơn hàng sẽ theo từng bước như sau :

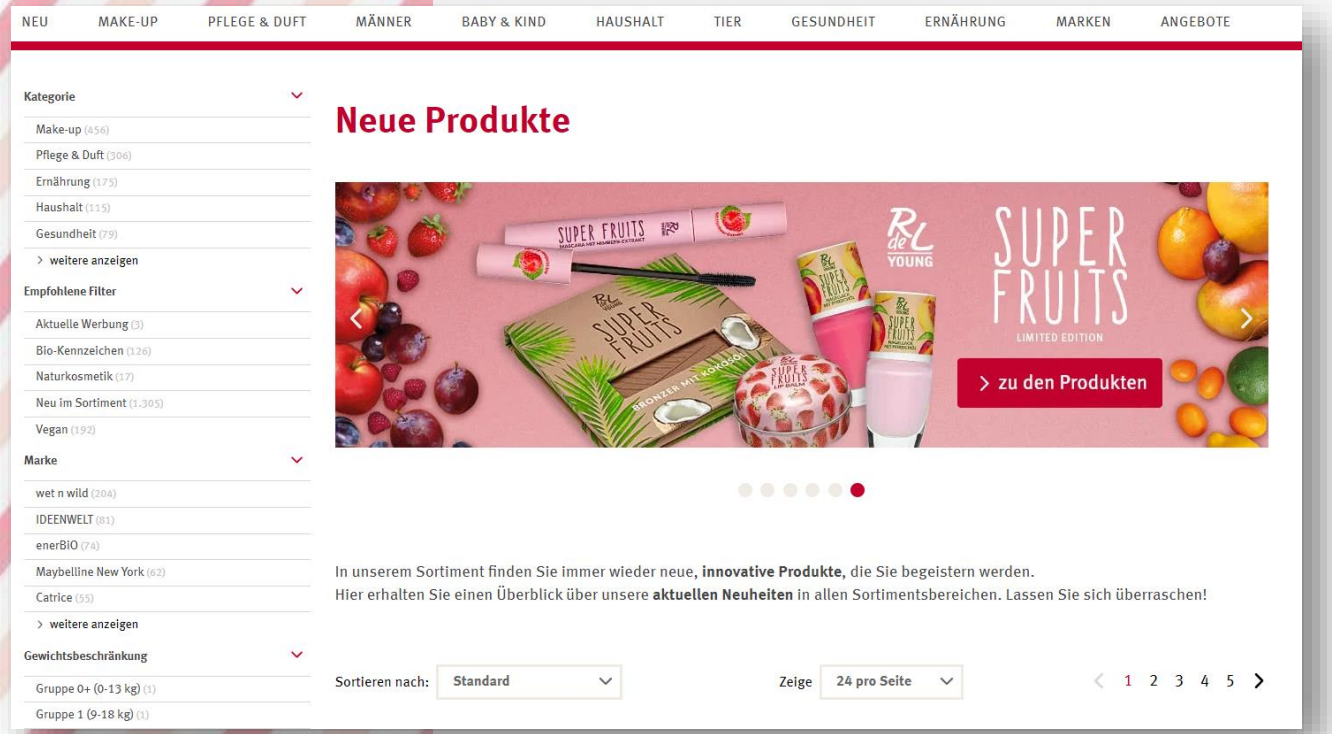
THAM KHẢO PHỤ LỤC 1.1

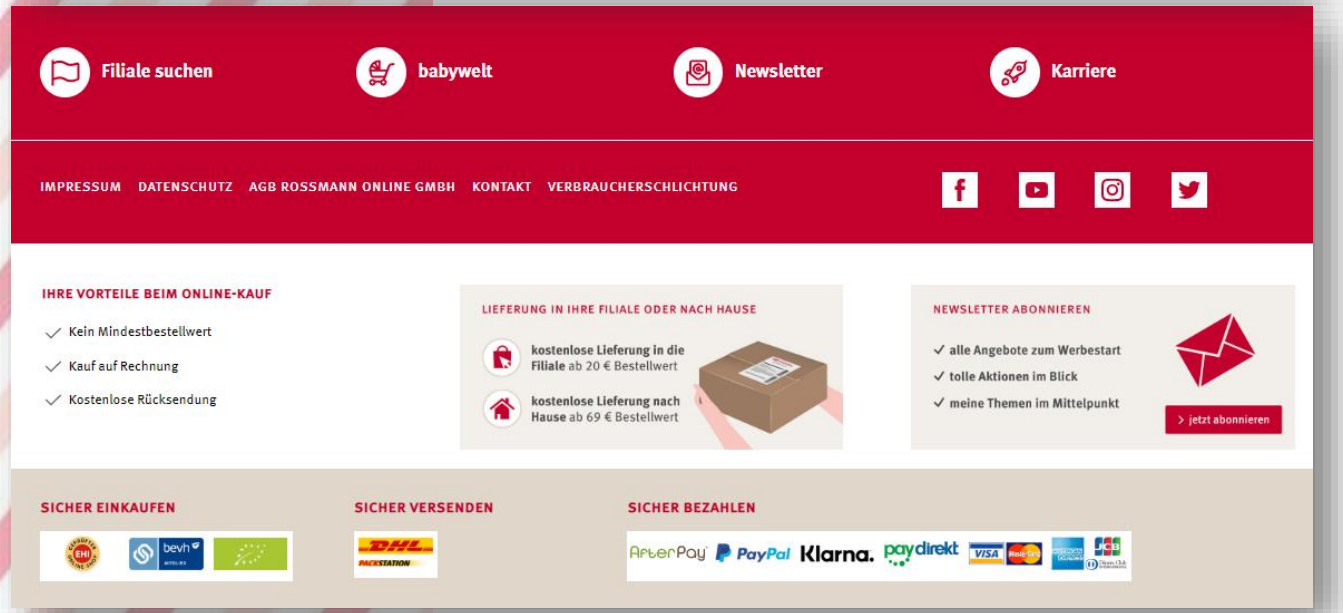
- Check dữ liệu tại kho xem sản phẩm có còn hay không.
- Check địa lý của chuỗi bán lẻ gần địa điểm khách order sản phẩm
- Check cấp độ đại lý của điểm bán lẻ như cấp độ cao hơn sẽ ưu tiên được bán ra sản phẩm theo như khách order

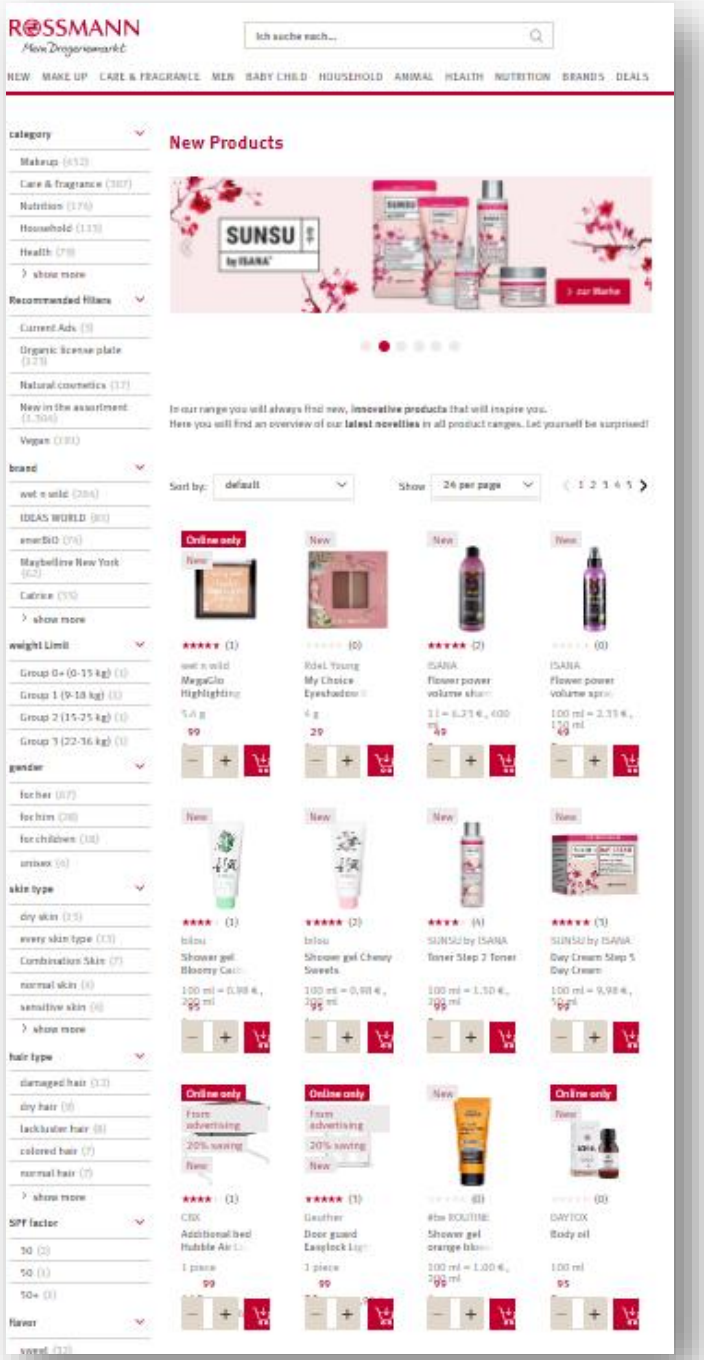
GERMAN CORNER

3, Nhận diện trang thương mại điện tử

THAM KHẢO
PHỤ LỤC 1.2







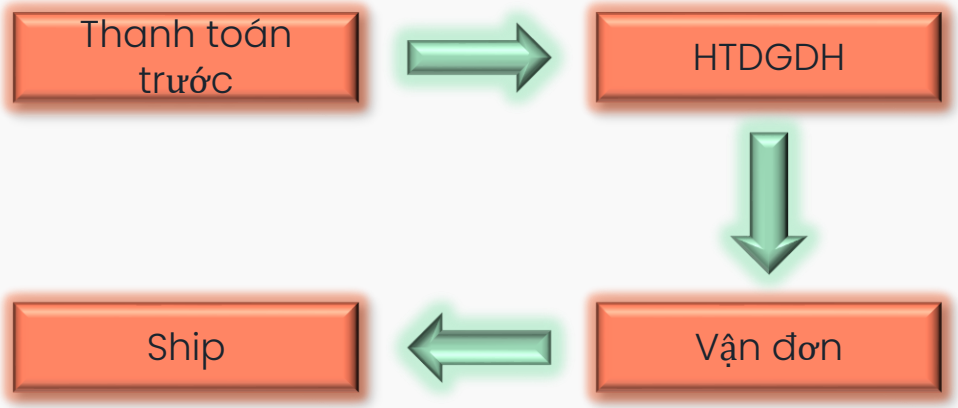
GERMAN CORNER

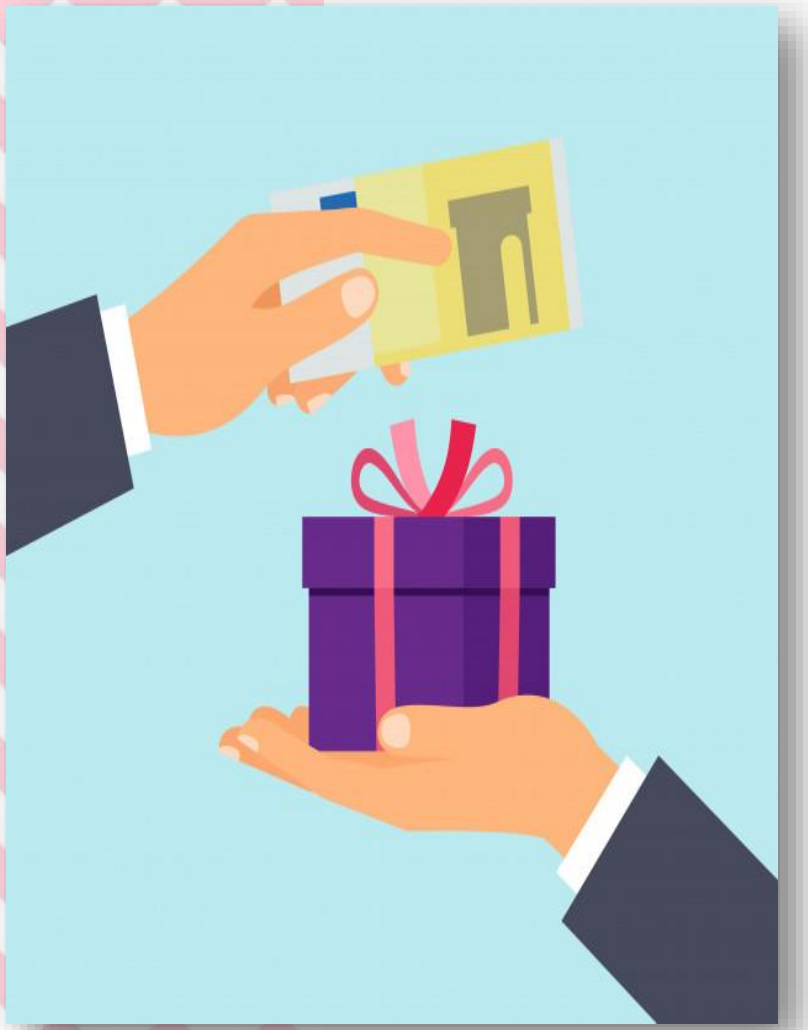
4,CÁCH THỨC MUA HÀNG ONLINE

- ✓ Khách hàng có thể mua hàng trực tiếp qua trang thương mại điện tử
- ✓ Khách hàng có thể đặt hàng qua fanpage trên Facebook có liên kết với trang thương mại điện tử

5, CÁCH THỨC THANH TOÁN

5.1, Thanh toán trả trước





5.2, Thanh toán trả sau

Thanh toán sau → HTDGDH

↓

Vận đơn

↓

Ứng tiền ← Ship → Thu hộ

Nội thành

Ngoại thành/ tỉnh

↓

Tiền về Cty

* Rủi ro : Khi khách không nhận hàng sẽ phải chịu phí ship 2 chiều

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Biểu tượng chữ G
Màu chủ đạo chữ đen nền vàng
Chữ trên logo: German Corner

LỢI ÍCH NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

- Màu vàng mang lại cảm giác ấm áp, làm tăng sự thích thú,gần gũi
- Màu vàng tượng trưng cho sự phát triển và thịnh vượng
- Phần chữ được thiết kế để tạo nên sự hiện đại tinh tế
- Phần vòng cung của viền tạo nên sự mềm mại
- Sử dụng ngoại ngữ tăng cảm giác uy tín về hàng nhập khẩu

III. THIẾT KẾ CỬA HÀNG MẪU

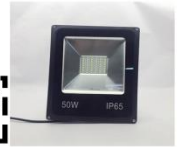
1. MẶT TIỀN

QUY CHUẨN CỬA HÀNG MẪU

MẶT TIỀN: 3M
DIỆN TÍCH: 30M^2

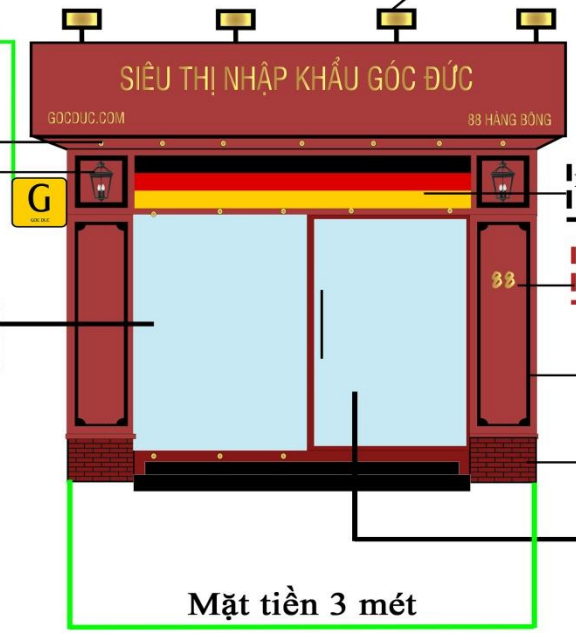
Đèn LED Ốp trần màu trắng

Logo hình vuông, hộp nhựa đèn led



Đèn hắt LED IP65 50W/Màu Vàng
Đèn sẽ hắt về phía biển hiệu

Đèn treo tường CDT12018
Ánh sáng màu vàng



Hộp nhựa, đèn led 3 màu đen, đỏ, vàng giống cờ Đức

Sơn đỏ ngói (FireBrick #B22222)

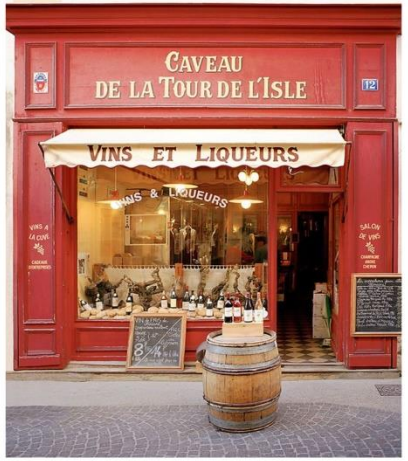
Viền đen (Black #000000)

Sơn đỏ tối (Dark Red #8B0000)
Chất liệu là gạch

Kính cường lực trong suốt , viền đen

Cửa nhôm kính cường lực viền đen

Mặt tiền 3 mét



Mặt tiền tương tự nhìn từ ngoài vào

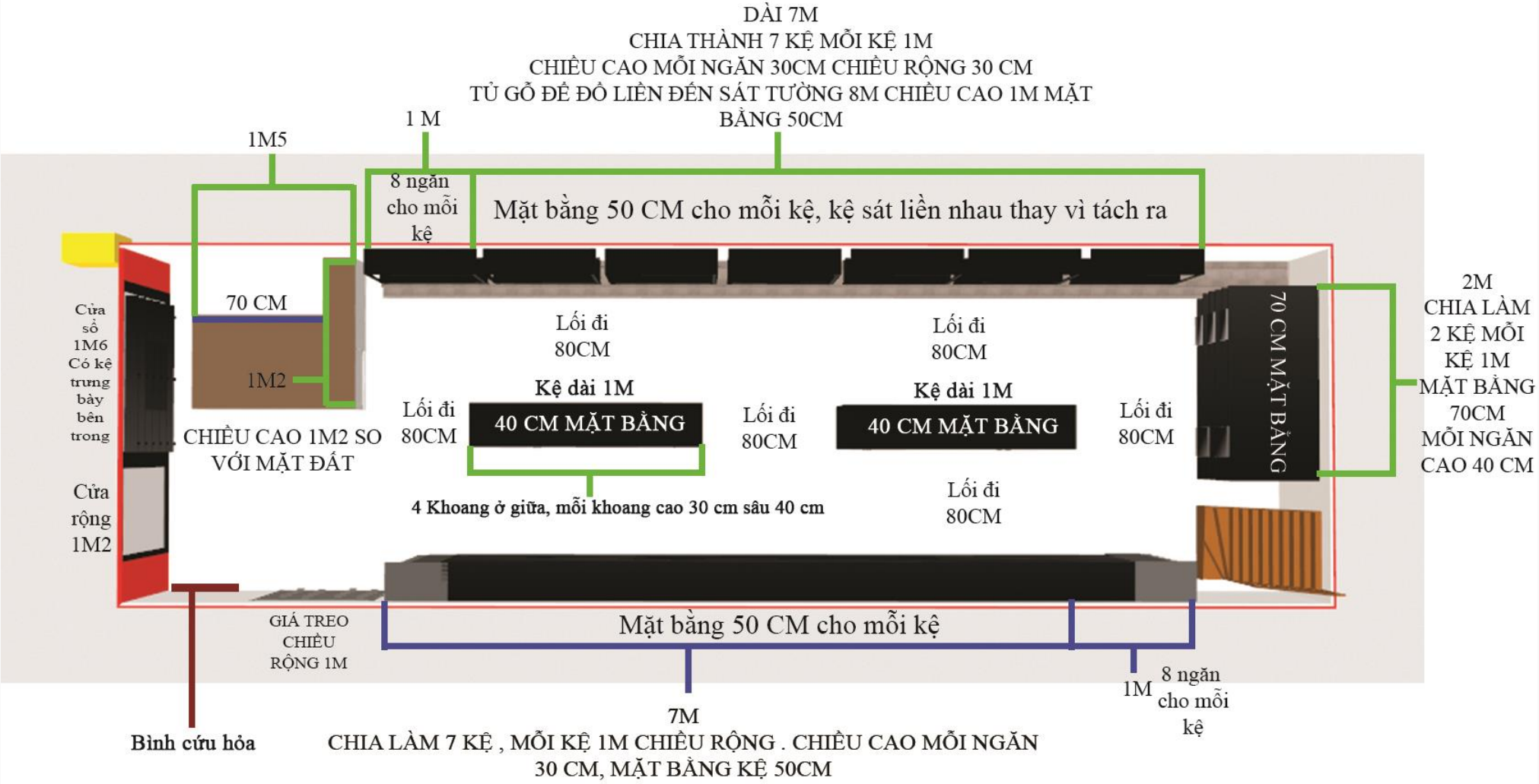
000000

FECE08

MẪU LOGO

GERMANY CORNER

2. MẶT BẰNG TRONG CỬA HÀNG



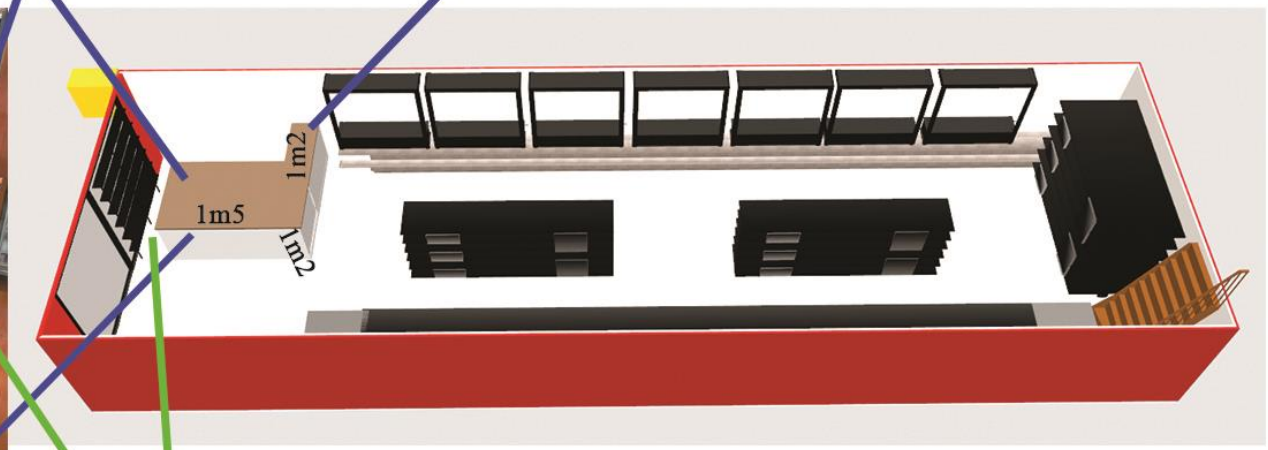
3. BÀN THU NGÂN

Tường sau sơn trắng,
treo logo và slogan

Mặt bàn phía trước, hướng về phía
khách hàng đi vào dài 1m5

Bàn hình chữ L
Phần hướng về phía trong cửa
hàng dài 1m2

Hình minh họa



Hình thiết kế

Mặt trước bàn thu ngân, cao 1m2
Bằng gỗ, sơn đen, phía trước có
giá gỗ sáng màu như hình
để các sản phẩm nhỏ

Lối vào bàn lễ tân rộng
50 CM

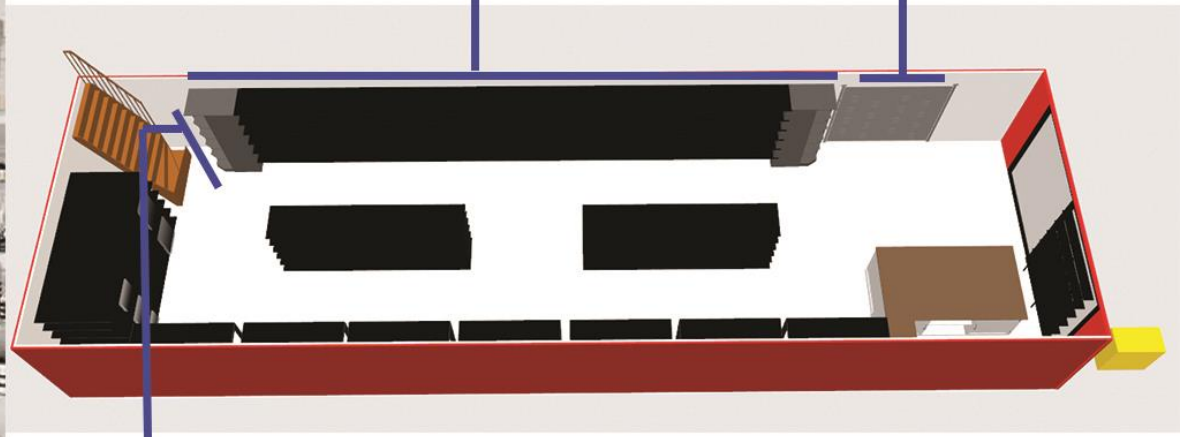
BÀN THU NGÂN
MẶT BẰNG:
CHẤT LIỆU: MẶT BÀN BẰNG GỖ SÁNG MÀU, MẶT TRƯỚC GỖ SƠN ĐEN NHƯ HÌNH. PHÍA TRƯỚC CÓ GIÁ BẰNG GỖ ĐỂ TRƯNG ĐỒ NHƯ HÌNH

4. KỆ SÁT TƯỜNG PHÍA ĐỐI DIỆN QUẦY THU NGÂN

Giá treo 1M x 1M7
khung sắt sơn đen như hình trên

Chiều dài kệ 7M

Hình minh họa



8 ngăn => kệ cao 30x8 = 2M4

Mỗi ngăn 1m chiều rộng
Chiều cao - 30 CM

Hình thiết kế

cdb0a0

MÀU GỖ GIỐNG TRONG HÌNH

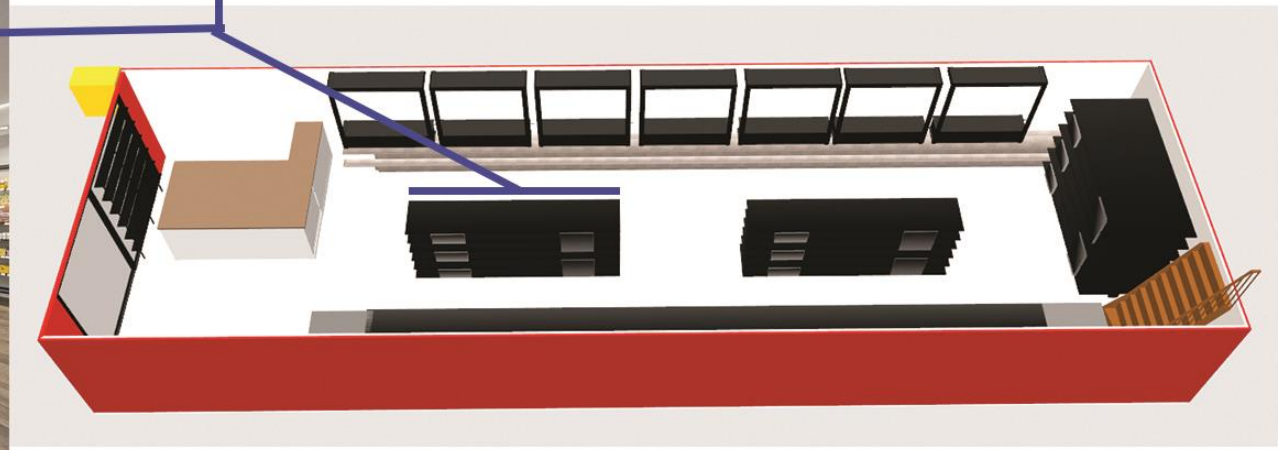
GIÁ MẶT GỖ
MẶT BẰNG KỆ: 50 CM
CHẤT LIỆU: KHUNG SẮT SƠN ĐEN, GIÁ GỖ MÀU ĐEN

6. HAI KỆ Ở GIỮA

Dài 1M, 4 ngăn, cao 1M6

Mỗi ngăn
cao 40CM
Mặt bằng
40CM

Hình minh họa



Hình thiết kế

MÀU GỖ GIỐNG TRONG HÌNH

cdb0a0

KỆ GỖ HAI MẶT
MẶT BẰNG: 40 CM
CHẤT LIỆU: KHUNG SẮT SƠN ĐEN, GIÁ GỖ MÀU NÂU SÁNG

ĐỒNG PHỤC NHÂN VIÊN

Áo polo đen chất liệu 100% cotton ,
cổ 3 khuy 3 màu đen-đỏ-vàng,
thêu cờ Đức dưới ống tay phải

Hình ảnh mô tả thực tế

Chân váy xếp ly đỏ chất vải tuyết mưa
loại 1 mềm mịn , không bai không xù
Nam mặc quần đen thay vì váy

Converse 1970s vàng cổ cao

Hình ảnh mô tả thực tế

Bảng tên ngực trái, bảng tên nam châm ,
nền đen viền-logo-chữ màu kim loại vàng ,

SIZE: S M L tiêu chuẩn người Việt Nam

Chất liệu

HÌNH MINH HỌA TÚI GIẤY

Font chữ: Đen

Chất liệu: Bìa Kraft, dây ruy băng màu đen và đỏ

Dán sticker logo ở giữa

Chất liệu

HÌNH MINH HỌA THẺ TÍCH ĐIỂM
Font chữ: Đen
Chất liệu: Bìa Kraft
10 ô vuông - mỗi ô tương ứng với 200.000 VNĐ
Tích đủ 10 ô sẽ giảm giá 10% cho lần mua tiếp theo
Tích đủ 5 phiếu sẽ nhận được thẻ VIP Member, giảm 10% cho tất cả đơn hàng có giá trị trong vòng 6 tháng

Chất liệu

HÌNH MINH HỌA GÓI HÀNG COD
Chất liệu: Giấy Kraft
Buộc bên ngoài bằng dây thừng và tag thông tin khách hàng, mã đơn hàng
Mặt sau tag có dính sticker logo
Hóa đơn trên 500.000 VNĐ sẽ gói giấy màu đen

Chất liệu

HÌNH MINH HỌA GÓI HÀNG CHAI LỌ
Chất liệu: Giấy Kraft

Buộc dây thừng và gắn tag tròn, ghi tên sản phẩm, thông tin khách hàng
mặt sau tag có dán sticker logo

IV. PHƯƠNG ÁN TRUYỀN THÔNG

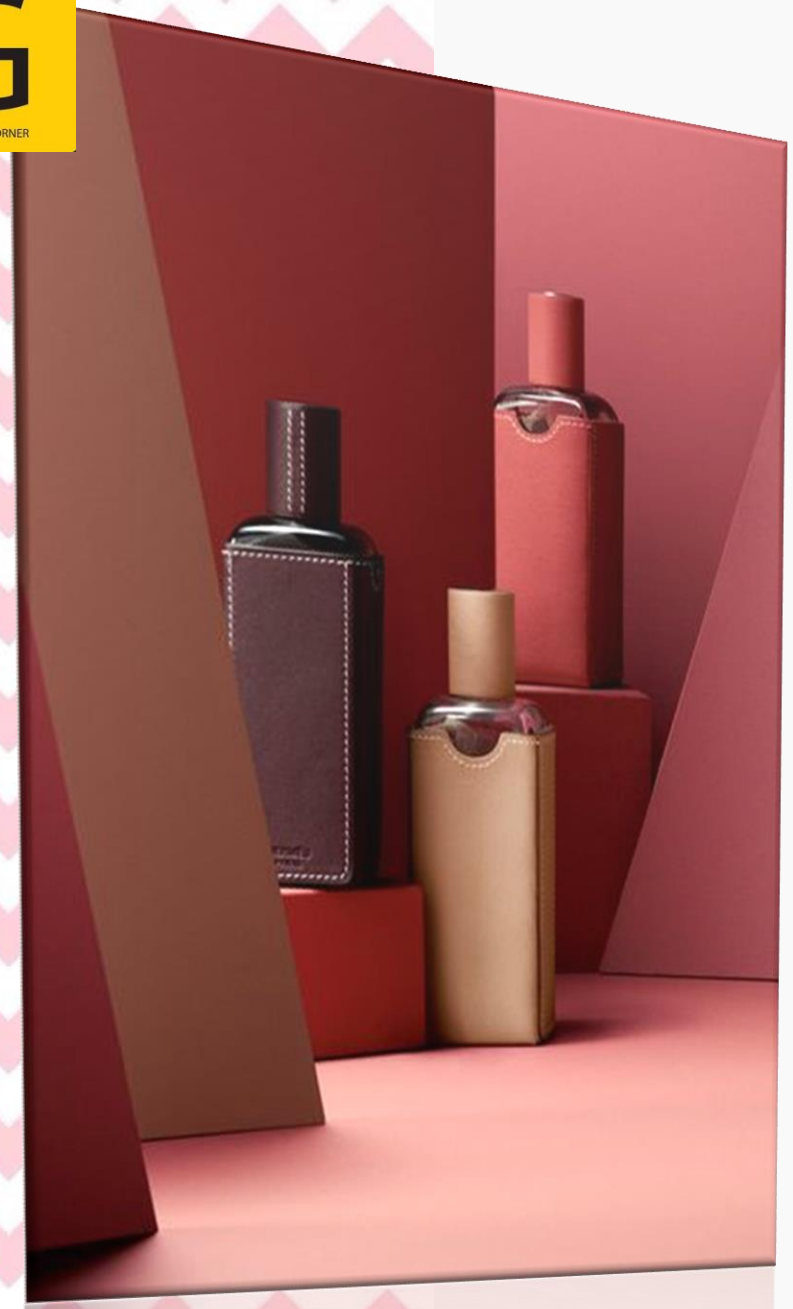
1.PHƯƠNG ÁN TRUYỀN THÔNG MẠNG XÃ HỘI

Quảng cáo về công ty (1 tháng)
Đẩy mạnh quảng cáo về công ty nhập khẩu hàng tiêu dùng Đức với chất lượng cao, an toàn cho sức khỏe…
Quảng cáo mô hình Góc Đức để nhượng quyền (chưa thu phí nhượng quyền trong năm đầu. Mô hình mẫu theo mức đầu tư 30 – 50 – 100 – 200 – 500 – 1.000 (triệu đồng).
Quảng cáo về sản phẩm mới (chọn lọc)
Đẩy mạnh quảng cáo những sản phẩm mới hoặc chọn lọc nhằm đẩy mạnh doanh thu, thương hiệu cho công ty
Trong 1 tháng sẽ quảng cáo khoảng ~30 sản phẩm đã được chọn lọc
Quảng cáo về chương trình khuyến mãi
Để khách hàng dễ tiếp cận với các chương trình khuyến mãi và những ưu đãi khi mua hàng

1.1, XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Lên ý tưởng xây dựng thương hiệu → Thực hiện ý tưởng , viết content về thương hiệu

- Quảng cáo mạnh về thương hiệu của công ty trong tháng đầu tiên
- Nhấn mạnh sản phẩm nhập khẩu Đức
- Với hàng rào pháp lý của Châu Âu sẽ kiểm soát đầu ra cho người tiêu dùng là những sản phẩm tốt nhất, an toàn cho sức khỏe



1.2, XÂY DỰNG CONTENT SẢN PHẨM

Công việc	Cụ thể
Viết bài về sản phẩm	Quay, chụp ảnh
	Công dụng sản phẩm
	Thông số kĩ thuật

- Tên nhãn hiệu sản phẩm
- Hình ảnh về sản phẩm thực tế được chụp theo tiêu chuẩn studio
- Công dụng, ứng dụng của sản phẩm
- Thiết kế của sản phẩm
- Những mặt tốt và tiện lợi của sản phẩm trong bài viết
- Xuất xứ sản phẩm
- Tên thương hiệu công ty và hotline

Sử dụng những hình ảnh thực tế của sản phẩm nhưng đạt tiêu chuẩn studio sẽ giúp nổi bật chi tiết sản phẩm nhưng vẫn gần gũi với khách hàng

Đan xen với phần mô tả công dụng và ứng dụng sản phẩm cung cấp về thông số kỹ thuật của sản phẩm

Nêu ra nhưng ưu điểm của sản phẩm so với những sản phẩm tương tự trên thị trường

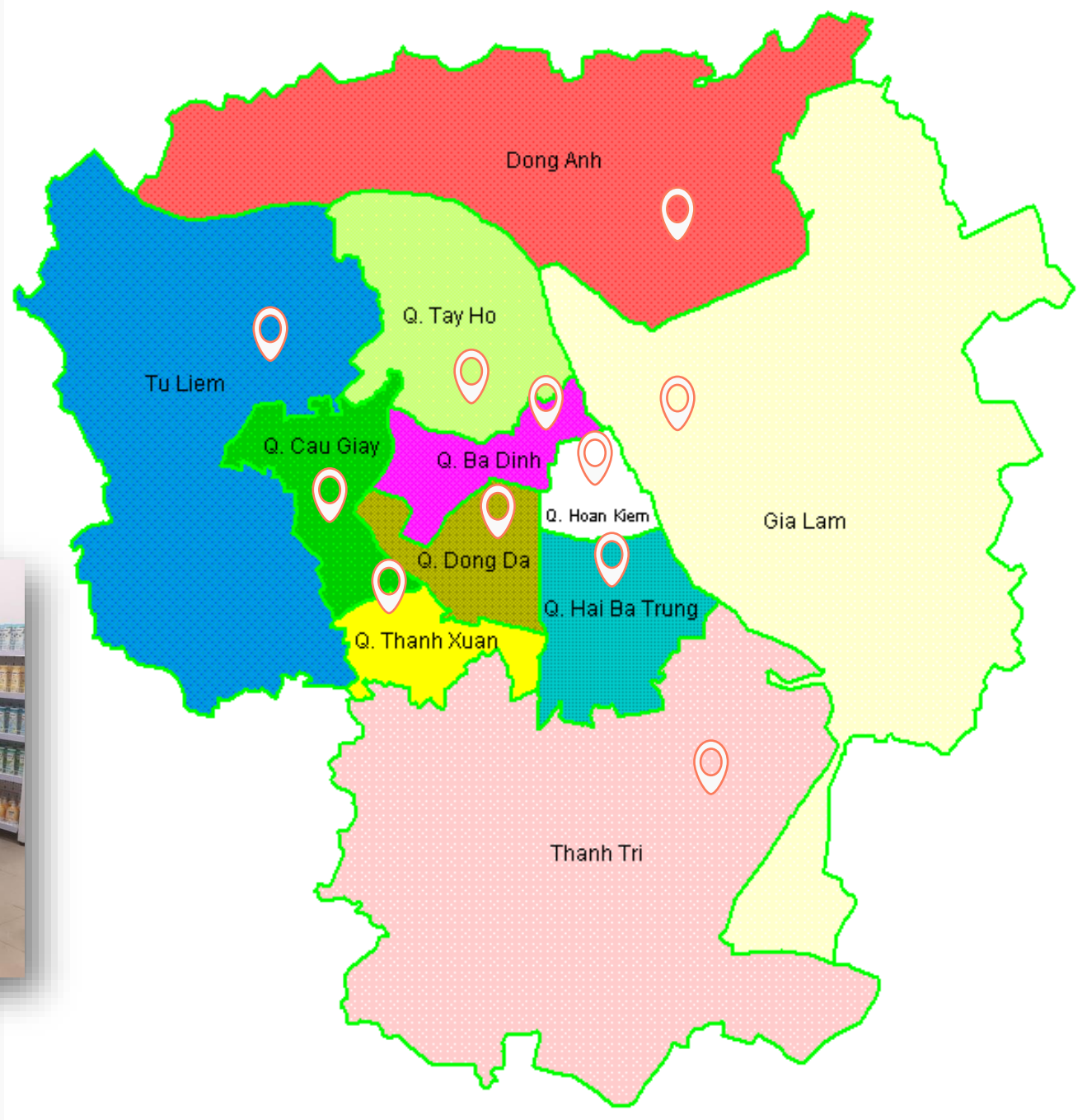
Tập trung đẩy mạnh chất lượng nhập khẩu Đức và Châu Âu khi truyền thông cho sản phẩm

1.3,Xây dựng chương trình khuyến mãi

- Xây dựng chương trình khuyến mãi dựa trên lịch thường niên thực tế của các sự kiện và mùa diễn ra hàng năm
- Xây dựng chương trình khuyến mãi dựa theo cơ chế của từng sản phẩm chiến lược áp dụng phù hợp với danh sách cơ chế khuyến mãi của tổng công ty

Thiết kế poster phù hợp với chương trình khuyến mãi	Xây dựng content phù hợp với chương trình khuyến mãi

2. TRUYỀN THÔNG CHUỖI BÁN LẺ



2.1,TRUYỀN THÔNG OFFLINE

- ❑ Phát tờ rơi
- ❑ KOL checkin cửa hàng
- ❑ Poster, Standee
- ❑ Mascot

2.1.1,Phát tờ rơi

a, Lợi ích

- Có thể triển khai quảng cáo diện rộng với chi phí thấp.
- Đưa sản phẩm của bạn tới đúng khách hàng tiềm năng
- Tiếp cận khách hàng trực tiếp ở các vùng chiến lược khoanh vùng
- Có được khách hàng ngay trong thời gian bắt đầu quảng cáo tiếp thị

Ví Dụ:Khách hàng khi cầm tờ rơi đến cửa hàng sẽ áp dụng khuyến mãi trên tờ rơi với tất cả sản phẩm tại cửa hàng

b, Áp dụng

Đối với tất cả chuỗi bán lẻ trong thời điểm mới khai trương, triển khai phát tờ rơi khu vực lân cận cửa hàng

Công Việc	Cụ Thể	Chi Phí
Thiết kế nội dung tờ rơi		
In ấn	~2000 cái	3.200.000
Thuê PG phát tờ rơi	Thuê 2 người phát tờ rơi trong 1 tuần 150.000/người/ngày	2.100.000

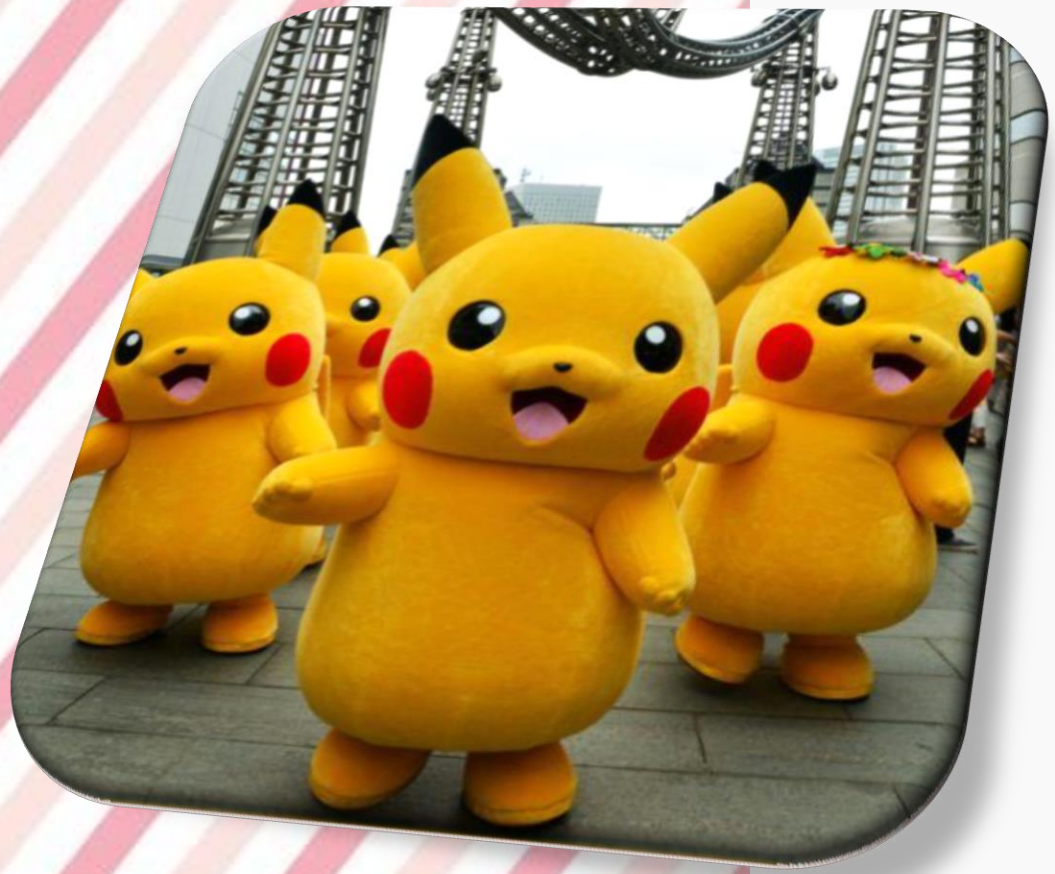
2.1.2.KOL CHECK-IN KHAI TRƯƠNG CỬA HÀNG

- Tiếp cận chuẩn xác đối tượng khách hàng, tăng doanh thu bán hàng
- Tiết kiệm thời gian, công sức, tiền bạc cho doanh nghiệp
- Kol Marketing không chỉ mang đến hiệu quả truyền thông rộng rãi mà với sự giúp sức của người nổi tiếng thì doanh nghiệp sẽ rút ngắn thời gian cũng như công đoạn quảng cáo. Chi phí dành cho các Kol nhỏ hơn so với chi phí bỏ ra cho các hình thức quảng cáo khác.
- Dựa vào sự tin tưởng của người hâm mộ, các doanh nghiệp hợp tác với Kol để họ quảng bá sản phẩm tới cộng đồng mà khách hàng tiềm năng chính là những người đang yêu mến họ.

Không có content nào tốt hơn content khách hàng nói về sản phẩm của mình. Kết hợp với những người có ảnh hưởng để sự dụng sản phẩm và để lại một vài bình luận hoặc hình ảnh hoặc quay video chân thực. Chất liệu content này giá trị hơn tất thảy những câu từ tự quảng cáo về thương thiệu. Dùng đánh giá của những người có ảnh hưởng sẽ giúp công ty tăng lượt khách hàng tiếp cận cũng như tăng lòng tin đối với khách hàng.

2.1.3,POSTER-STANDEE

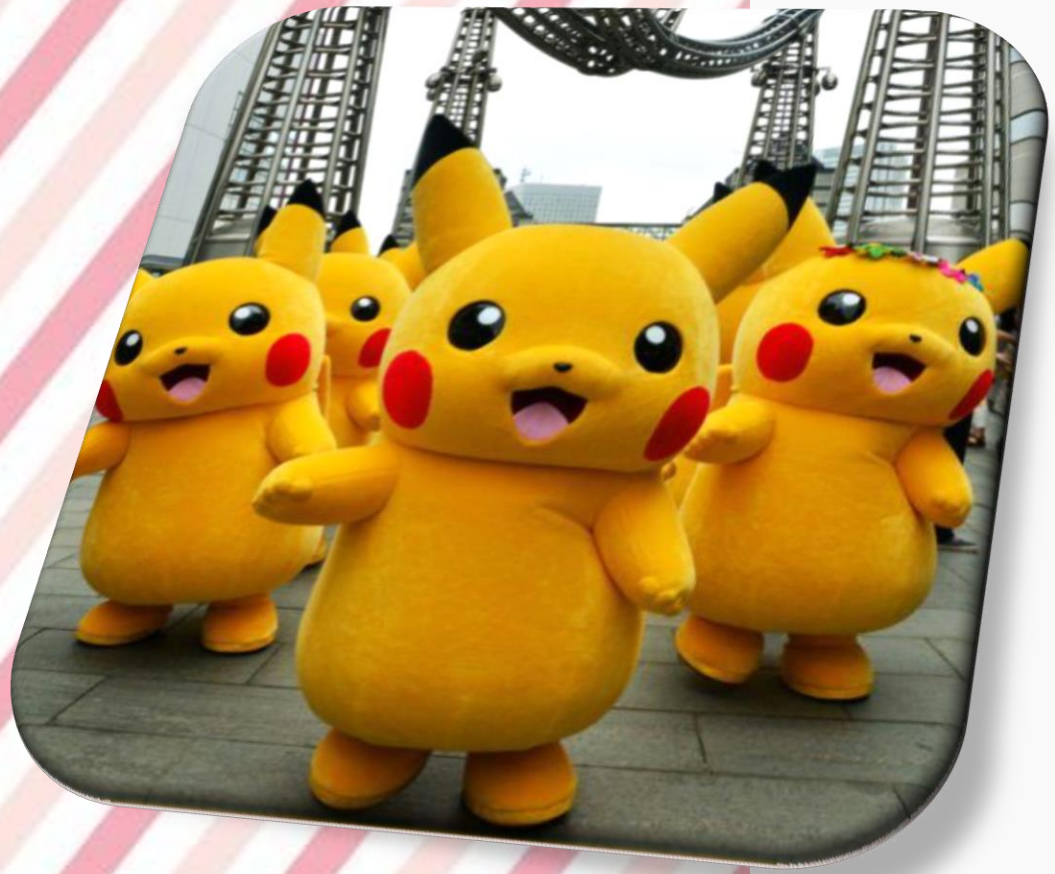
- Poster là một hình thức quảng cáo với chi phí nhỏ so với những hình thức quảng các khác như thông qua radio, tivi,…
- Đặt standee, dán poster tại cửa hàng bán lẻ ngày khai trương giúp những người đi đường biết đến thương hiệu



2.1.4, MASCOT

a. Lợi ích khi sử dụng truyền thông bằng Mascot

- Mascot mang biểu tượng, hình ảnh của doanh nghiệp sẽ trở thành linh vật đại diện của doanh nghiệp trong tâm trí của khách hàng.
- Tạo ra ấn tượng mạnh mẽ, cũng như mang đến liên kết đối với khách hàng mục tiêu, kích thích mua hàng.
- Dễ dàng thu hút đông đảo các đối tượng khách hàng trong các khu vực công cộng.
- Mang đến sự sinh động cho hình ảnh của doanh nghiệp, tạo ra sức sống trẻ trung, tươi tắn, mang đến nhiều ý nghĩa của sự vươn lên.
- Giá thành rẻ hơn so với những hình thức quảng cáo thông thường.



b. Triển khai sử dụng Mascot đối với cửa hàng khai trương

- ❑ Thực hiện ý tưởng và thiết kế Mascot riêng
- ❑ Đặt may Mascot
- ❑ Thuê người đóng Mascot trong lễ khai trương

Công Việc	Cụ Thể	Chi Phí(vnđ)
Thiết kế và đặt may Mascot	2 sản phẩm	~2-3.000.000/1sp
Thuê người đóng Mascot	2 người 15k/h x 6 tiếng Duy trì 1 tuần khai trương	1.260.000

3, TRUYỀN THÔNG ONLINE CHO CHUỖI BÁN LẺ

- Quảng cáo khoanh vùng 3km của cửa hàng bán lẻ
- Đưa thông tin khuyến mãi khai trương đến với khách hàng lân cận
- Quảng cáo những sản phẩm được dân cư quanh vùng sử dụng nhiều nhất

3.1,CHI PHÍ TRUYỀN THÔNG CHUỖI CỬA HÀNG

Công việc	Thời gian	Cụ thể	Chi phí (vnđ)
Phát tờ rơi khu vực lân cận	01 tuần	In tờ rơi – 2000 cái	3.200.000
		2 PG phát tờ rơi	2.100.000
KOL checkin khai trương		4 người	2.000.000
In ấn poster, standee			2.000.000
Mascot		Có giá trị sử dụng lâu dài cho nhiều sự kiện khác của các cửa hàng bán lẻ	7.260.000
Chạy quảng cáo bán kính 3km	01 tháng	250.000/ngày	7.000.000
Seeding KOL	01 tháng	500.000 / KOL / Tuần	2.000.000
25.560.000			

KẾ H0ẠCH KINH DOANH

- **N**hân sự (áp dụng chủ yếu cho mô hình cửa hàng truwch tiếp 3,4,5,6)

Stt	Bộ phận	Số lượng	Nhiệm vụ
1	Nhân viên bán hàng	02 người/điểm	Trực tiếp bán hàng
2	Nhân viên quản lý	01 người/10 điểm	Giám sát, điều phối chung
3	Giám đốc chuỗi	1 người/Vùng	Tìm kiếm địa điểm, đàm phán giá theo định mức

Định mức đầu tư cho 1 cửa hàng Góc Đức (1.000 đồng)

Khoản mục	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4	Mô hình 5	Mô hình 6
Vốn đầu tư ban đầu	20.000	40.000	70.000	100.000	300.000	600.000
Vốn hoạt động kinh doanh	10.000	10.000	20.000	50.000	100.000	200.000
Dự phòng	0	0	10.000	50.000	100.000	100.000
Tổng	30.000	50.000	100.000	200.000	500.000	1.000.000

Chi phí thường xuyên

ĐVT: 1.000 Đ

Stt	Khoản mục	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4	Mô hình 5	Mô hình 6
1	Thuê mặt bằng	0	0	5.000	10.000	15.000	30.000
2	Tiền lương	7.000	7.000	10.000	15.000	15.000	25.000
3	Điện, nước, điện thoại	500	500	500	1.000	2.000	5.000
4	Chi phí khấu hao	0	0	1.000	5.000	10.000	20.000
5	Phân bổ chi phí quản lý	1.000	1.000	1.000	5.000	5.000	5.000
6	Chi phí khác	2.000	2.000	2.000	2.000	5.000	10.000
	Tổng cộng	10.500	10.500	19.500	38.000	52.000	95.000

Ghi chú: mô hình 1 và 2 linh hoạt, không cần thuê mặt bằng mà tận dụng nhà ở, kho, cửa hàng và kệ mẫu có sẵn (theo mẫu của hãng), bán hàng online hoặc offline.

Doanh thu – Lợi nhuận (1.000 đ)

Chỉ tiêu tháng	**Doanh thu bình quân cho 10 cửa hàng mô hình 1**	**Chi phí**		**Lợi nhuận trước thuế.**
		Chi phí thường xuyên	Giá vốn hàng bán (70%)	
1	400.000	105.000	280.000	15.000
2	400.000	105.000	280.000	15.000
3	500.000	105.000	350.000	45.000
4	500.000	105.000	350.000	45.000
5	500.000	105.000	350.000	45.000
6	500.000	105.000	350.000	45.000
7	500.000	105.000	350.000	45.000
8	500.000	105.000	350.000	45.000
9	800.000	105.000	560.000	135.000
10	800.000	105.000	560.000	135.000
11	1.000.000	105.000	700.000	195.000
12	1.000.000	105.000	700.000	195.000
TC	**7.400.000**	**1.260.000**	**5.180.000**	**960.000**

Doanh thu – Lợi nhuận (1.000 đ)

Chỉ tiêu tháng	Doanh thu bình quân cho 10 cửa hàng mô hình 2	Chi phí		Lợi nhuận trước thuế.
		Chi phí thường xuyên	Giá vốn hàng bán (70%)	
1	500.000	105.000	350.000	45.000
2	500.000	105.000	350.000	45.000
3	600.000	105.000	420.000	75.000
4	600.000	105.000	420.000	75.000
5	600.000	105.000	420.000	75.000
6	600.000	105.000	420.000	75.000
7	600.000	105.000	420.000	75.000
8	600.000	105.000	420.000	75.000
9	800.000	105.000	560.000	135.000
10	800.000	105.000	560.000	135.000
11	1.000.000	105.000	700.000	195.000
12	1.000.000	105.000	700.000	195.000
TC	**8.200.000**	**1.260.000**	**5.740.000**	**1.200.000**

Doanh thu – Lợi nhuận (1.000 đ)

Chỉ tiêu tháng	**Doanh thu bình quân cho 10 cửa hàng mô hình 3**	**Chi phí**		**Lợi nhuận trước thuế.**
		Chi phí thường xuyên	Giá vốn hàng bán (70%)	
1	700.000	195.000	490.000	15.000
2	700.000	195.000	490.000	15.000
3	1.000.000	195.000	700.000	105.000
4	1.000.000	195.000	700.000	105.000
5	1.000.000	195.000	700.000	105.000
6	1.000.000	195.000	700.000	105.000
7	1.000.000	195.000	700.000	105.000
8	1.000.000	195.000	700.000	105.000
9	1.500.000	195.000	1.050.000	255.000
10	1.500.000	195.000	1.050.000	255.000
11	1.500.000	195.000	1.050.000	255.000
12	1.500.000	195.000	1.050.000	255.000
TC	**13.400.000**	**2.340.000**	**9.380.000**	**1.680.000**

Doanh thu – Lợi nhuận (1.000 đ)

Chỉ tiêu tháng	**Doanh thu bình quân cho 10 cửa hàng mô hình 4**	**Chi phí**		**Lợi nhuận trước thuế.**
		Chi phí thường xuyên	Giá vốn hàng bán (70%)	
1	1.300.000	380.000	910.000	10.000
2	1.300.000	380.000	910.000	10.000
3	1.500.000	380.000	1.050.000	70.000
4	1.500.000	380.000	1.050.000	70.000
5	1.500.000	380.000	1.050.000	70.000
6	1.500.000	380.000	1.050.000	70.000
7	1.500.000	380.000	1.050.000	70.000
8	1.500.000	380.000	1.050.000	70.000
9	1.800.000	380.000	1.260.000	160.000
10	1.800.000	380.000	1.260.000	160.000
11	2.000.000	380.000	1.400.000	220.000
12	2.000.000	380.000	1.400.000	220.000
TC	**18.600.000**	**4.560.000**	**13.020.000**	**1.020.000**

Doanh thu – Lợi nhuận (1.000 đ)

Chỉ tiêu tháng	**Doanh thu bình quân cho 10 cửa hàng mô hình 5**	**Chi phí**		**Lợi nhuận trước thuế.**
		Chi phí thường xuyên	Giá vốn hàng bán (70%)	
1	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
2	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
3	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
4	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
5	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
6	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
7	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
8	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
9	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
10	1.800.000	520.000	1.260.000	20.000
11	2.000.000	520.000	1.400.000	80.000
12	2.000.000	520.000	1.400.000	80.000
TC	**22.000.000**	**6.240.000**	**15.400.000**	**360.000**

Doanh thu – Lợi nhuận (1.000 đ)

Chỉ tiêu tháng	**Doanh thu bình quân cho 10 cửa hàng mô hình 6**	**Chi phí**		**Lợi nhuận trước thuế.**
		Chi phí thường xuyên	Giá vốn hàng bán (70%)	
1	4.000.000	950.000	2.800.000	250.000
2	4.000.000	950.000	2.800.000	250.000
3	4.000.000	950.000	2.800.000	250.000
4	4.000.000	950.000	2.800.000	250.000
5	4.000.000	950.000	2.800.000	250.000
6	4.000.000	950.000	2.800.000	250.000
7	5.000.000	950.000	3.500.000	550.000
8	5.000.000	950.000	3.500.000	550.000
9	5.000.000	950.000	3.500.000	550.000
10	5.000.000	950.000	3.500.000	550.000
11	5.000.000	950.000	3.500.000	550.000
12	5.000.000	950.000	3.500.000	550.000
TC	**54.000.000**	**11.400.000**	**37.800.000**	**4.800.000**