

BÀI DỰ THI TEAM PIONEERX

Cuộc thi giải tình huống

TRUY DẤU BẬC THẦY “GIẢI CASE” 2025

Ngách hàng: **Herbal Tea**

Thị trường: **US**



NỘI DUNG CHÍNH



GIỚI THIỆU CHUNG



PHÂN TÍCH CHUYÊN SÂU TÌNH HUỐNG



KẾ HOẠCH TOÀN DIỆN



Q&A





GIỚI THIỆU CHUNG





Bối cảnh thị trường ngách hàng *Herbal Tea*

- ▶ **Trị giá**
300
Triệu USD Thị trường Herbal Tea là một thị trường có quy mô lớn, với sự gia tăng nhu cầu trong lĩnh vực trà thảo mộc.
- ▶ **Tăng trưởng**
20%
/ năm Mức độ tăng trưởng hàng năm ổn định, cho thấy cơ hội mở rộng mạnh mẽ trong năm 2025.
- ▶ **Xu hướng**
Well
-ness Người tiêu dùng ngày càng chú trọng vào sức khỏe, tăng nhu cầu về sản phẩm tự nhiên và hữu cơ.

TÓM TẮT TÌNH HUỐNG

Thông tin nhà bán	:	Nhà bán hàng A – ngách Herbal Tea , ra mắt sản phẩm đầu tiên 02/2025
Sản phẩm	:	Tổng 20 sản phẩm , trong đó Top 4 sản phẩm chủ lực chiếm ~80% doanh thu.
Doanh số	:	Đang ở mức ~\$400/ngày , tức ~\$12,000/tháng.
Chiến lược quảng cáo	:	<i>Chỉ dùng Sponsored Products từ khóa, nhưng hiệu quả quảng cáo vẫn chưa tối ưu, với ACOS ~65%. Nhà bán hàng chưa chạy Deals & Coupons vì lo ngại về biên lợi nhuận.</i>
So sánh với đối thủ	:	Hiệu suất bán hàng của họ hiện tại không vượt trội so với các đối thủ trong ngành, đặc biệt là về tỷ lệ chuyển đổi từ truy cập và hiệu quả quảng cáo.

→ BÀI TOÁN CHIẾN LƯỢC



Làm thế nào để **xây dựng chiến lược** tăng trưởng *khả thi* cho **6 tháng cuối năm** với mức đầu tư *hợp lý*, giúp nhà bán đạt **doanh thu 1 TRIỆU USD** trong năm *đầu tiên*?





Lưu ý quan trọng - GIẢ ĐỊNH:

- Để xây dựng lập luận, phân tích và đề xuất giải pháp phù hợp, team sẽ cần xây dựng trước một số **giả định nền tảng** – bao gồm: **câu chuyện thương hiệu** (Brand Story) và **chân dung khách hàng** mục tiêu (Customer Persona).



Những giả định này giúp định hình rõ giá trị thương hiệu, nhu cầu và động cơ mua hàng của khách, từ đó tối ưu chiến lược phát triển sản phẩm, nội dung listing và hoạt động quảng bá một cách nhất quán và thuyết phục.



CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU

Tên : AnamTea

Ý nghĩa
tên gọi : Kết hợp “Anam” (tên gọi lịch sử của Việt Nam) và “Tea”. Ngắn gọn, dễ nhớ.

Khẩu hiệu : “ Ancient Roots, Modern Brews ”

Câu
chuyện
thương
hiệu : Kế thừa di sản văn hóa trà Việt Nam, AnamTea gìn giữ sự thuần khiết của nguyên liệu tự nhiên, đem đến trải nghiệm tinh tế, đồng hành với lối sống đề cao sức khỏe của người tiêu dùng toàn cầu.

Định vị :

- Định vị cao cấp
- Nhấn mạnh nguồn gốc Việt Nam
- Bao bì tối giản – phủ mờ sang trọng

(giả định)



 Heritage | Di sản

 Modern | Hiện đại

 Natural | Tự nhiên



CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG

Nhóm #	Thông tin cá nhân	Yếu tố kích thích mua hàng	Kỳ vọng đối với trà thảo mộc
1	<ul style="list-style-type: none">Nam/Nữ25–45 tuổiLàm việc văn phòng, theo đuổi lối sống lành mạnhThu nhập trung bình – kháQuan tâm sức khỏe, organic, self-care, fitness	<ul style="list-style-type: none">Stress, mất ngủ, hệ tiêu hóa kém, mất cân bằng năng lượngMuốn giảm tiêu thụ cà phê, chuyển sang đồ uống không caffeineNghe người thân/review về lợi ích trà thảo mộcĐang theo đuổi lifestyle healthy	<ul style="list-style-type: none">Sản phẩm sạch, hữu cơ, không phụ giaCông dụng rõ ràng sau khi sử dụng (ngủ ngon, tiêu hóa tốt, sạch miệng)Hương vị dễ uống, dịu nhẹKhông gây nghiện hay khó chịu sau khi uống
2	<ul style="list-style-type: none">Người Mỹ gốc Phi / gốc Mỹ LatinThường mua các sản phẩm traditional hoặc được truyền miệng	<ul style="list-style-type: none">Tin vào công dụng tự nhiên của thảo dược như soursop (anti-cancer), mullein (ho, phổi)Trà là “bài thuốc dân gian” từ cha mẹ ông bà truyền lạiThấy trên TikTok, nhóm cộng đồng review	<ul style="list-style-type: none">Nguồn gốc sản phẩm rõ ràngGiá cả hợp lý nhưng chất lượng tốtTác dụng rõ ràng theo từng loại trà (bổ phổi, cải thiện tiêu hóa, chống viêm)
3	<ul style="list-style-type: none">Người cao tuổi (55+)Quan tâm đến sức khỏe, thích sản phẩm từ thiên nhiênThường xuyên uống trà	<ul style="list-style-type: none">Có bệnh nền nhẹ (huyết áp, dạ dày)Tìm kiếm thực phẩm chức năng lành & không độc hại	<ul style="list-style-type: none">Nhãn hiệu đáng tin, đơn giản, rõ ràngDễ pha, dễ bảo quản, không gây đau bụng hoặc khó chịu

(giả định)



PHÂN TÍCH CHUYÊN SÂU TÌNH HUỐNG*

**Dựa trên dữ liệu được cung cấp và một số giả định*



PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

(Child) ASIN	Title	Business Performance Metrics													Ads Performance Metrics										
		Sessions - Total	Sessions - Total - B2B	Session % - Total	Session % - Total - B2B	Featured Offer (Buy Box) %	Featured Offer (Buy Box) % - B2B	Units Ordered	Units Ordered - B2B	Unit Session %	Unit Session % - B2B	Ordered Product Sales	Ordered Product Sales - B2B	Price	Total Order Items	Total Order Items - B2B	Impression	Click	CTR	Orders	PPC Conversion	Sales	Spend	ACOS	TACOS
ASIN 1	Natural Soursop Leaf Tea, Handmade Corn Fiber Bags, 40 Count	8,874	245	23.14%	26.20%	31.64%	32.14%	789	29	8.89%	11.84%	\$20,986	\$777	\$26.6	705	22	215,385	1,680	0.78%	141	8.39%	4,197	2,342	55.8%	11.2%
ASIN 3	Natural Hibiscus Flower Tea Bags, 140 Count	4,633	133	12.08%	14.22%	94.42%	91.86%	877	36	18.93%	27.07%	\$15,610	\$622	\$17.8	737	19	351,647	2,989	0.85%	233	7.80%	4,935	1,820	36.9%	11.7%
ASIN 2	Whole Soursop Leaves, Loose Leaf Tea, 240+ Leaves	8,495	161	22.15%	17.22%	64.29%	65.40%	742	13	8.73%	8.07%	\$12,538	\$222	\$16.9	702	11	458,235	2,337	0.51%	168	7.19%	3,001	1,379	46.0%	11.0%
ASIN 5	Dried Soursop Leaves, Loose Tea, 120-130 Leaves (40 Cups)	1,988	59	5.18%	6.31%	83.11%	74.87%	414	15	20.82%	25.42%	\$12,096	\$432	\$29.2	365	11	363,400	1,817	0.50%	163	8.97%	5,402	2,949	54.6%	24.4%
ASIN 11	Respiratory Support Blend Tea with Mullein & Herbs, 20 Bags	758	25	1.98%	2.67%	94.25%	100.00%	144	7	19.00%	28.00%	\$3,817	\$192	\$26.5	118	5	179,857	1,259	0.70%	83	6.59%	2,685	3,570	133.0%	93.5%
ASIN 10	Soursop Leaf Tea, Natural Corn Fiber Bags, 105 Count	963	25	2.51%	2.67%	99.42%	100.00%	114	2	11.84%	8.00%	\$2,232	\$44	\$19.6	108	2	284,872	1,111	0.39%	73	6.57%	1,509	792	52.5%	35.5%
ASIN 4	Turmeric & Ginger Blend Tea Bags, 135 Count	2,169	46	5.66%	4.92%	12.87%	6.47%	120	0	5.53%	0.00%	\$1,853	\$0	\$15.4	82	0	42,381	356	0.84%	32	8.99%	723	243	33.6%	13.1%
ASIN 9	Pure Fenugreek Herbal Tea Bags, 75 Count	1,000	20	2.61%	2.14%	42.97%	54.05%	79	2	7.90%	10.00%	\$1,626	\$36	\$20.6	69	2	92,879	613	0.66%	44	7.18%	1,037	903	87.1%	55.5%
ASIN 8	Soursop Leaf Tea in Corn Fiber Bags, 75 Count	1,057	20	2.76%	2.14%	70.22%	80.00%	142	3	13.43%	15.00%	\$1,429	\$32	\$10.1	111	3	133,478	921	0.69%	66	7.17%	850	1,089	128.2%	76.2%
ASIN 16	Pure Guava Leaf Tea Bags, 135 Count	596	16	1.55%	1.71%	65.79%	63.16%	100	1	16.78%	6.25%	\$1,084	\$8	\$10.8	77	1	114,167	822	0.72%	64	7.79%	901	579	64.3%	53.4%
ASIN 19	Soursop Leaf Tea in Corn Fiber Bags, 60 Count	536	14	1.40%	1.50%	50.86%	75.56%	60	3	11.19%	21.43%	\$883	\$48	\$14.7	42	2	52,821	412	0.78%	37	8.98%	778	564	72.5%	63.8%
ASIN 13	Natural Soursop Leaf Tea Bags, 60 Count	668	18	1.74%	1.93%	97.72%	100.00%	77	1	11.53%	5.56%	\$824	\$11	\$10.7	60	1	77,465	550	0.71%	46	8.36%	632	383	60.7%	46.5%
ASIN 6	Premium Soursop Leaves Tea, Loose Leaf, 330-350 Leaves	1,752	41	4.57%	4.39%	4.26%	3.10%	39	1	2.23%	2.44%	\$729	\$14	\$18.7	31	1	17,115	178	1.04%	16	8.99%	376	485	128.9%	66.5%
ASIN 12	Blue Butterfly Pea Flower Tea Bags, 100 Count	698	18	1.82%	1.93%	35.28%	21.74%	40	1	5.73%	5.56%	\$689	\$9	\$17.2	31	1	67,273	296	0.44%	23	7.77%	511	436	85.3%	63.3%
ASIN 18	Pure Ginger Herbal Tea Bags, 150 Count	542	16	1.41%	1.71%	99.48%	100.00%	52	5	9.59%	31.25%	\$595	\$58	\$11.4	43	2	65,205	476	0.73%	37	7.77%	512	579	113.1%	97.3%
ASIN 14	Mullein Leaf Tea for Lung Support, 120 Bags	640	16	1.67%	1.71%	56.65%	56.41%	65	2	10.16%	12.50%	\$576	\$20	\$8.9	51	2	68,202	607	0.89%	40	6.59%	452	237	52.4%	41.1%
ASIN 20	Natural Fennel Seed Tea Bags, 75 Count	505	10	1.32%	1.07%	96.82%	100.00%	40	0	7.92%	0.00%	\$400	\$3	\$10.0	33	0	59,265	403	0.68%	29	7.20%	352	269	76.5%	67.2%
ASIN 17	Whole Soursop Leaves, Loose Tea, 55-60 Leaves	548	11	1.43%	1.18%	99.48%	100.00%	29	1	5.29%	9.09%	\$322	\$8	\$11.1	25	1	85,854	352	0.41%	21	5.97%	270	138	51.1%	42.9%
ASIN 7	Mullein Leaf Tea for Respiratory Support, 40 Bags	1,330	25	3.47%	2.67%	2.10%	0.00%	13	1	0.98%	4.00%	\$214	\$15	\$16.5	9	0	8,571	84	0.98%	5	5.95%	119	96	80.4%	44.7%
ASIN 15	Ginger & Turmeric Blend Tea Bags, 45 Count	598	16	1.56%	1.71%	7.56%	11.90%	4	0	0.67%	0.00%	\$61	\$4	\$15.3	4	0	7,222	39	0.54%	3	7.69%	46	28	60.7%	45.5%
		38,350	935			65.04%	70.14%	3,940	123	10.27%	13.16%	78,564	2,555	\$19.94	3,403	86	2,745,294	17,302	0.63%	1,324	7.65%	29,286	18,881	64.5%	24.0%

PHÂN TÍCH VẤN ĐỀ

Vấn đề 01

→ *Featured Offer*
(Buy Box) thấp

Vấn đề 02

→ *Conversion Rate*
(unit session %) thấp

Vấn đề 03

→ *Hiệu suất quảng cáo*
chưa tốt

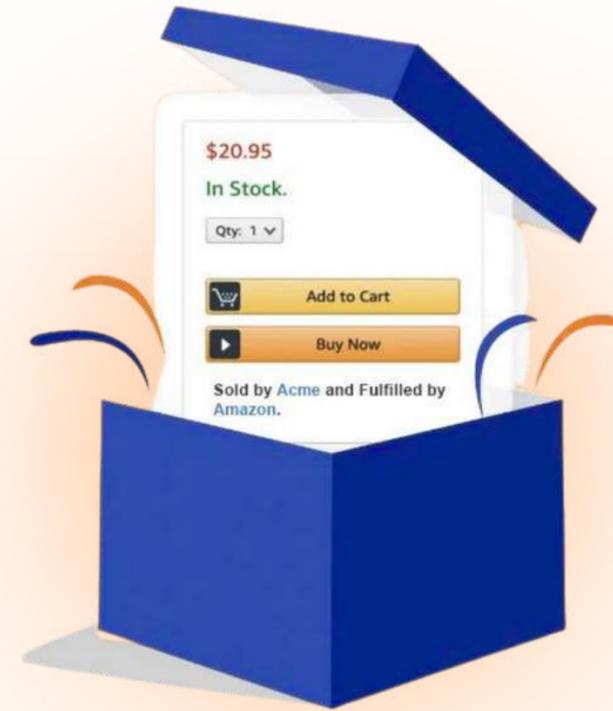
Vấn đề 04

→ *Sản phẩm trong catalog*
chưa đa dạng

Vấn đề 01 *Featured Offer (Buy Box) thấp*



Nhìn vào dữ liệu có thể thấy **Featured Offer (Buy Box)** % trung bình ở nhiều ASIN chỉ **~65%**, *thấp hơn* nhiều so với các *đối thủ* trong ngành.



a. Nguyên nhân tiềm tàng



Hijackers

Các Hijackers *bán cùng ASIN* nhưng **giá thấp hơn**, chiếm Buy Box.



Trademark Đang Chờ Phê Duyệt

Trademark mới đang trong quá trình đăng ký, chỉ tham gia Brand Registry ở mức *cơ bản*, **chưa được bảo vệ pháp lý đầy đủ**.



Vấn Đề Về Giá Cả và Stock

Nếu **giá sản phẩm cao hơn** đối thủ hoặc **hết hàng FBA**, dễ mất Buy Box và ảnh hưởng đến doanh số.

Vấn đề 01



b. Hậu quả

-  **Giảm Số Lượng Đơn Hàng (Units Ordered)**
Trực tiếp làm giảm số lượng đơn hàng, mặc dù lượng traffic ổn định.

-  **Giảm Tỷ Lệ Chuyển Đổi**
Giảm tỷ lệ chuyển đổi (CR), khiến khách **click vào nhưng không mua** từ store chính.

-  **Ảnh Hưởng Tiêu Cực đến Hiệu Suất Quảng Cáo**
Quảng cáo dẫn khách đến product detail page, nhưng **hijacker chiếm Buy Box**, gây lãng phí ngân sách quảng cáo.

Vấn đề 01

c. Giải pháp

→ Ngắn hạn (0 - 4 tuần)



1 Test buy định kỳ
Mua thử từ seller hijacker để lấy invoice + tracking.

2 Report hijackers
Report liên tục qua Brand Registry + Seller Support.

3 Điều chỉnh smart pricing (automatic)
→ Nếu hijacker giá thấp hơn, hạ giá tạm thời để lấy lại Buy Box, sau đó dùng report để loại.
→ Cân nhắc set Min Price Floor qua Pricing Automation.



Vấn đề 01**→ Trung hạn (1 - 3 tháng)****1****Chạy Deals/Coupons**

Chạy Deals/Coupons để tăng Buy Box share trong peak season.

2**Tăng tỷ lệ in-stock**

Giảm tỷ lệ FBA out-of-stock do đây thường là nguyên nhân gây mất Buy Box.

3**Mở rộng catalog**

(SKU mới, combo pack, size khác) → giảm tỉ lệ hijacker vì sản phẩm unique hơn.

Vấn đề 01**→ Dài hạn (6 - 12 tháng)****1 Chờ TM official approval**

Để nhận được full protection từ USPTO, có thể dùng để enforce mạnh mẽ.

2**Brand Store + Registered ASINs**

Từ đó củng cố quyền sở hữu ASIN.

3**Legal action**

Ứng dụng với hijackers tái phạm qua Amazon Transparency/ kiện pháp lý.

KPIs theo dõi:

1. *Featured Offer (Buy Box) %: target tăng từ 65% lên 90%.*
2. *Conversion Rate (Unit Session %).*
3. *Ads ACOS giảm nhờ Buy Box ổn định.*

Vấn đề 02 Conversion Rate (unit session %) thấp



Phân tích dữ liệu cho thấy **Unit Session %** trung bình của các ASIN nói chung chỉ dao động **~10%**.

→ Khách vào nhiều nhưng ít mua.



a. Nguyên nhân tiềm tàng



Listing chưa đủ thuyết phục

Nội dung tiêu đề–bullet–mô tả/A+ có thể chưa trả lời đúng “điểm đau”, hình ảnh thiếu cảnh sử dụng/so sánh, review–rating–Q&A mỏng, giá/khuyến mãi kém cạnh tranh, v.v.



Bị đối thủ tấn công ngay trên các ASIN

ACOS thường >50% & TACOS có sản phẩm >0.35–0.76
→ chi phí quảng cáo cao nhưng hiệu quả thấp
→ khả năng do đối thủ đang phủ quảng cáo mạnh ngay trên product targeting để “cướp đơn”.

Vấn đề 02

b. Hậu quả



Giảm doanh thu

Tỷ lệ chuyển đổi thấp khiến lượng đơn hàng ít hơn mặc dù traffic ổn định, dẫn đến doanh thu không đạt kỳ vọng.



Lãng phí chi phí quảng cáo

Chi tiêu cho quảng cáo không mang lại kết quả, làm tăng ACOS, gây lãng phí ngân sách quảng cáo.



Khó duy trì & phát triển thương hiệu

Chuyển đổi thấp đồng nghĩa với việc mất cơ hội xây dựng cơ sở khách hàng ổn định, ảnh hưởng đến sự phát triển lâu dài.



Vấn đề 02

c. Giải pháp

→ Ngắn hạn (0 - 4 tuần)

1

Tối ưu listing

Đối chiếu với listing đối thủ + tìm pain points của khách hàng để thiết kế lại main image, headlines, etc.



→ Trung hạn (1 - 3 tháng)

1

Nâng cấp A+/Brand Story

A+ thường (COA tóm tắt, FAQ v.v.) → Cung cấp thông tin & xây dựng niềm tin ở khách hàng.



2

Giữ Buy Box ổn định

Giữ Buy Box ổn định qua việc chạy Deals/Coupons, FBA luôn in-stock, v.v., tránh bị hijacked.



Vấn đề 01

→ Dài hạn (6 - 12 tháng)

1

Nâng cấp nội dung

Sản xuất nội dung A+ Premium (nếu đủ điều kiện) (v.d. video 15–30s “cách pha mới”, v.v.), hệ thống ảnh theo style guide nhất quán.

2

Cập nhật thường xuyên

Dựa trên research về khách hàng, thường xuyên cập nhật FAQ/ảnh; lịch A/B liên tục; rule-based bidding

KPIs theo dõi:

1. *Unit Session %*: $\geq 15\%$
2. *Order Session %*: tăng bền vững
3. *PPC Conversion*: $\geq 12-15\%$
4. *ACOS giảm*

d. Ví dụ Listing tối ưu

SẢN PHẨM: TRÀ MĂNG CẦU | SOURSOP HERBAL TEA



- Bộ ảnh listing nên được xây dựng theo **hướng kể chuyện**.
- Nội dung & hình ảnh nên dẫn dắt người mua về **nguồn gốc sản phẩm** – những vùng đất xanh tươi của Việt Nam, nơi lá trà được hái bằng tay và chế biến tỉ mỉ, tạo **độ tin cậy & yếu tố di sản**.



anantea

Purity & Quality Proof

Just Pure Soursop Leaves

Lab-tested for YOUR SAFETY & PURITY

- NO ADDITIVES
- NO FLAVORING
- NO CHEMICALS

The graphic features a large green leaf with a golden drop of liquid falling into a glass of tea. The drop contains a small scene of people in a field. The background is a soft-focus tea plantation.



anantea

Lifestyle & Usage

Easy to Brew, Perfect Anytime of Day

Step 1: Steep in hot water (194 - 203 °F)

Step 2: Brew for 3-5 mins

Step 3: Enjoy hot or cold

The graphic shows a family of four sitting at a table with a cup of tea. A bag of Soursop Herbal Tea and a glass of tea are on the table. The background is a bright, airy indoor setting.



anantea

Transparency & Nutrition

NUTRITION FACTS

40 servings per container
Serving size 1 tea bag (1.5g)

Amount per serving	
CALORIES	0
% Daily Value*	
Total Fat 0g	0%
Sodium 0mg	0%
Total Sugar 0g	0%
Caffeine 0mg	0%

ANCIENT ROOTS, MODERN BREWS

Detox & Rejuvenate
Packed with Antioxidants

DETOX & REJUVENATE
CAFFEINE-FREE

No Added SUGAR
OR CHEMICALS

40 TEA BAGS
1.5g (0.05oz)

100% Organic

"PURE WELLNESS ONLY SOURSOP"

The graphic features a bag of Soursop Herbal Tea and a glass of tea. The background is a lush green tea plantation with a bird perched on a branch.



- Thông tin về **chất lượng trà** (tự nhiên, hữu cơ, v.v.) cần được truyền tải rõ ràng nhưng súc tích để **tạo niềm tin**; kết hợp với hình ảnh lối sống khỏe mạnh, thư thái, giúp **thúc đẩy** khách hàng ra quyết định **mua nhanh hơn**.

Vấn đề 03 *Hiệu suất quảng cáo chưa tốt*

Dữ liệu và thông tin được cung cấp cho thấy:



- **ACOS cao** (~65%), vượt xa mức tối ưu (20-30%).
- **Doanh số** chỉ đạt **~400 USD/ngày**, thấp so với đối thủ.
- **Tỷ lệ chuyển đổi** từ traffic sang đơn hàng **không cao**.
- **CTR** quảng cáo trung bình chỉ **~0.63%** & **PPC Conversion** trung bình **~7.65%**, dưới mức kỳ vọng ~10-12% với sản phẩm ngách.



a. Nguyên nhân tiềm tàng



Chiến dịch PPC chưa cấu trúc đúng phễu

Chưa tách nhóm quảng cáo theo mục tiêu (branded, generic, competitor, v.v), không tối ưu search term harvesting (từ khóa không ra đơn vẫn tiếp tục chạy).



Chỉ sử dụng Sponsored Products

Không sử dụng Sponsored Brands & Sponsored Display, thiếu retargeting & nurturing cold traffic → mất cơ hội chuyển đổi.



Thiếu Deals & Coupons

Không kết hợp khuyến mãi với quảng cáo → hạn chế CTR & CR.



Trải nghiệm khách hàng kém

Hình ảnh, tiêu đề, nội dung chưa hấp dẫn, chưa A/B test hiệu quả.



Chưa tận dụng tiềm năng thị trường ngách

Chưa khai thác Spanish keywords – bỏ lỡ nhóm khách hàng lớn gốc Mỹ Latin, chưa nhấn mạnh điểm khác biệt (organic, nguồn gốc Việt Nam).



Mất Buy Box

Quảng cáo dẫn về trang chi tiết bị hijacked, lãng phí ngân sách quảng cáo.



b. Hậu quả

⊖ Ảnh hưởng đến
doanh thu ngắn hạn

Quảng cáo kém hiệu quả dẫn đến **lãng phí** ngân sách, **giảm tỷ lệ chuyển đổi**, & **không thu hút** đủ khách hàng.

⊖ Ảnh hưởng đến
doanh thu dài hạn

Quảng cáo không hiệu quả làm **giới hạn** sự **phát triển** thị trường, **mất cơ hội** xây dựng thương hiệu & duy trì khách hàng.

Vấn đề 03**c. Giải pháp**  **Ngắn hạn (0 - 4 tuần)**

1

Bật định dạng mới

- Bật SBA + SDA
- Tạo headline hấp dẫn, dẫn về Brand Store/ bộ sưu tập sản phẩm.

2

Tối ưu creative

- A/B test tiêu đề, hình ảnh, mô tả (đặc biệt SBA).
- Đầu tư vào packshot, video ngắn, infographic.

4

Harvesting & Negative keyword SOP

- Tách Exact cho từ khóa có CVR cao.
 - Loại từ khóa tốn >15-25 clicks không ra đơn.
- 

3

Tái cấu trúc chiến dịch theo phần

- Branded → Defense
 - Generic → Prospecting
 - Ingredient → Core
 - Competitor → Attack
 - Product Targeting → Cross-sell
- 

5

Chạy Deals/ Coupons

Bắt đầu chạy Coupons nhẹ → tăng CTR + CR.

6

Keyword song ngữ

Tạo nhóm riêng cho Spanish keywords.



Vấn đề 03

→ Trung hạn (1 - 3 tháng)



1 Cập nhật & mở rộng từ khóa

Cập nhật search terms và mở rộng từ khóa tiếng Tây Ban Nha đã có hiệu quả.

2 Mở rộng Product Targeting

Mở rộng Product Targeting dựa trên data đơn hàng.

3 Tăng ngân sách quảng cáo

Tăng ngân sách có kiểm soát cho nhóm q/c đã đạt chỉ tiêu (ACOS \leq 45%).

4 Theo dõi Buy Box %

Theo dõi sát Buy Box %, tránh quảng cáo cho ASIN mất Buy Box.

5 Tận dụng Q4 Sales Event (BF/CM, Holiday)

- Setup lịch Coupons / Deals.
- Tăng Top of Search modifiers (10–60%).
- Tăng ngân sách SDA cho nhóm conquest đối thủ.

6 Cross-sell các SKU

Cross-sell các SKU phụ thông qua SDA + SPA Product Pages.

Vấn đề 03→ **Dài hạn (6 - 12 tháng)**

1

Chuẩn bị giai đoạn scale năm 2

- Tăng độ phủ SDA / Brand Store
- Kết nối với chiến lược influencer hoặc external traffic nếu cần

2

Tối ưu ngân sách

Tối ưu ngân sách → dồn ngân sách vào nhóm hiệu quả.

3

Cập nhật creative

Cập nhật lại creative theo hiệu suất Q4 (video, hình ảnh, tiêu đề).

4

Mở rộng nhóm keywords ES

Tiếp tục mở rộng nhóm tiếng Tây Ban Nha đã có hiệu quả từ Q4.

5

Chuẩn bị ngân sách năm sau

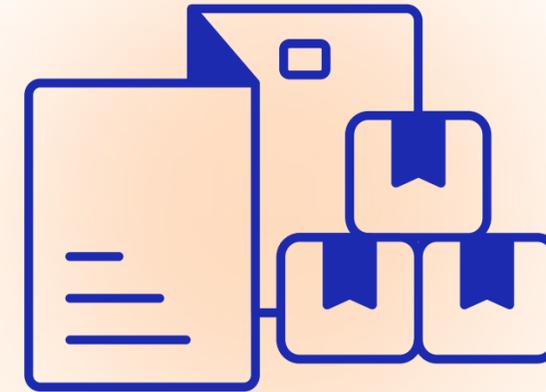
- Tổng kết toàn bộ chỉ số hiệu suất
- Xác định ngân sách & phân bổ mới cho năm sau

**KPIs theo dõi:**

1. ACOS: $\leq 35-45\%$
2. TACOS: $\leq 10-12\%$
3. CTR: *Sponsored Products*: $\geq 0.8-1.2\%$
Sponsored Brands (video/headline): $\geq 1.2-2.0\%$
Sponsored Display (retarget): $\geq 0.4-0.8\%$
4. CR / CVR (PPC Conversion): $\geq 12-15\%$
5. Unit Session % (toàn kênh): $\geq 12-15\%$
6. ROAS: ≥ 3.0 (xấp xỉ ACOS $\leq \sim 33\%$)

Vấn đề 04**Sản phẩm trong
catalog chưa đa dạng**

Hiện tại *chỉ* có **20 sản phẩm** trong catalog,
giảm sức cạnh tranh với những nhà bán hàng khác.

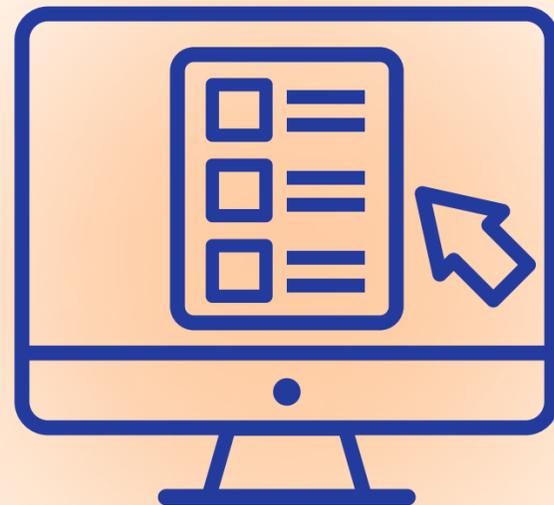
**a.
Nguyên nhân
tiềm tàng****Năng lực sản xuất
còn bị hạn chế**

Nguồn lực sản xuất, chuỗi cung ứng và kho bãi còn hạn chế, cộng thêm vốn lưu động và quy trình kiểm soát chất lượng chưa đủ mạnh, khiến việc mở rộng SKU mới gặp nhiều khó khăn.

**Thiếu chiến lược
mở rộng rõ ràng**

Chưa có roadmap sản phẩm rõ ràng và chưa khai thác triệt để dữ liệu nhu cầu/thị trường dẫn đến danh mục chưa đa dạng và phụ thuộc quá nhiều vào một vài sản phẩm top.

Vấn đề 04



b. Hậu quả



Giảm khả năng cạnh tranh

Ít ASIN khiến độ phủ trên trang kết quả (SERP) bị thu hẹp — thương hiệu có ít “mặt tiền” để xuất hiện ở nhiều từ khóa/biến thể → impressions giảm, CTR thấp do cơ hội tiếp cận ít & dễ mất khách cho đối thủ.



Hạn chế sức hấp dẫn khách hàng

Ít lựa chọn khiến thương hiệu khó đáp ứng được gu/nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng, khiến ATC và CR thấp.



Khó đạt mục tiêu doanh thu

Không mở rộng và tối ưu catalog khiến giới hạn doanh thu sớm xuất hiện: traffic có tăng cũng không chuyển hóa thành doanh số do thiếu sản phẩm phù hợp.

Vấn đề 04**c. Giải pháp****→ Ngắn hạn (0 - 4 tuần)**

- +**
- 1 Thêm các dạng sản phẩm mới**
Cung cấp powder và dried leaves cho các vị trà phổ biến như Soursop, Hibiscus, Ginger, Mullein, và Guava
 - 2 Tăng công suất**
 - Đẩy công suất lên 1.2–1.5k bags/ngày
 - 7–10 ngày = ~8–15k/tháng
 - 3 Thêm ASIN**
Ra 3–5 ASIN mới
 - 4 Thêm lựa chọn về size**
 - Tăng thêm các lựa chọn size (vd. 20-count, 40-count, 60-count cho các sản phẩm như Soursop, Hibiscus, Ginger).
 - Thêm pack size (vd. pack 100, pack 240, pack 300).



Vấn đề 04

→ Trung hạn (1 - 3 tháng)

1

Mở rộng danh mục sản phẩm

Thêm các loại trà mới như trà thanh lọc cơ thể, các loại trà có nhu cầu cao trên thị trường hiện tại.

2

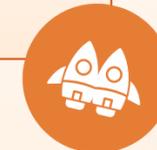
Tạo combo pack

Tạo các sản phẩm combo pack (ví dụ: combo 2-3 loại trà với nhiều size khác nhau)

3

Thêm ASIN

- Ra 6-8 ASIN mới/tháng trải đều các dòng
- Mốc cần đạt: ~24-28 SKU tích lũy; năng lực sản xuất từ 1.2-1.5k → 1.6-1.8k teabags/ngày.



Vấn đề 04**→ Dài hạn (6 - 12 tháng)****1****Tăng sản xuất**

Năng lực sản xuất mục tiêu:
~2,000 teabags/ngày.

2**Quản trị danh mục theo quý**

Giữ ASIN mạnh, cắt ASIN yếu.

3**Phát triển các dòng sản phẩm mới**

- Tập trung vào các sản phẩm cao cấp hơn
- Nâng cao chất lượng để có thể định giá cao hơn.
- Tìm hiểu & phát triển các sản phẩm trà có giá trị gia tăng, v.d. trà có lợi cho sức khỏe như các loại trà hữu cơ.

**KPIs theo dõi:**

1. Số lượng ASIN tăng từ 20-50 trong 3-4 tháng.
2. 80% tổng doanh thu từ Top 4 ASINs, doanh thu từ các sản phẩm khác đạt tăng trưởng ít nhất 20%.
3. Average Order Value (AOV) đạt \$30-\$40 trong 6 tháng sau khi mở rộng catalog.

d. Catalog mới



Vi	ASIN	Tên Sản phẩm	Dạng	Số lượng/ định lượng	Đơn vị	Giá
Soursop	ASIN 1		Tea Bags	20	bags	\$7.50
	ASIN 2	Soursop Leaf Tea Bags	Tea Bags	40	bags	\$26.60
	ASIN 3		Tea Bags	60	bags	\$29.00
	ASIN 4		Tea Bags	100	bags	\$30.00
	ASIN 5	Soursop Leaf Tea Bags (Corn Fiber), pack of 6 (6x20)	Tea Bags	120	bags	\$39.00
	ASIN 6	Whole Soursop Leaves, Loose Leaf Tea Premium Soursop	Loose Leaf	120	leaves	\$12.00
	ASIN 7		Loose Leaf	240	leaves	\$16.90
	ASIN 8	Leaves Tea, Loose Leaf	Loose Leaf	330	leaves	\$22.00
	ASIN 9	Dried Soursop Leaves, Loose Tea	Loose Leaf	130	leaves	\$18.00
	ASIN 10	Soursop Leaf Powder (100% Natural, No Caffeine, Vegan)	Powder	16	oz	\$30.99
	ASIN 11	Soursop Leaf Powder (No Additives, Gluten-Free)	Powder	10	oz	\$27.99
	ASIN 12	Soursop Graviola Fruit Powder (No Sugar, No Caffeine)	Powder	5	oz	\$14.49
	ASIN 13	Soursop Leaf Powder, 16oz (Pack of 6)	Powder	96	oz	\$150.00
	ASIN 14	Soursop Leaf Powder, 4.5oz (Pack of 6)	Powder	27	oz	\$80.00
Hibiscus	ASIN 15		Tea Bags	20	bags	\$6.50
	ASIN 16	Hibiscus Flower Tea Bags	Tea Bags	40	bags	\$13.00
	ASIN 17		Tea Bags	100	bags	\$21.00
	ASIN 18		Tea Bags	140	bags	\$27.00
	ASIN 19	Hibiscus Flower Cut & Sifted	Loose Leaf	16	oz	\$15.00
	ASIN 20		Loose Leaf	4	oz	\$6.00
	ASIN 21	Dried Hibiscus Flower	Loose Leaf	8	oz	\$10.00
Ginger & Turmeric	ASIN 22		Tea Bags	40	bags	\$17.00
	ASIN 23	Ginger & Turmeric Tea Bags	Tea Bags	120	bags	\$29.00
	ASIN 24		Tea Bags	135	bags	\$33.00
	ASIN 25	Ginger & Turmeric Tea Bags, Pack of 6 (6x20 Count)	Tea Bags	120	bags	\$25.00
	ASIN 26	Ginger & Turmeric Loose Leaf Blend	Loose Leaf	9	oz	\$25.00
Pure Ginger	ASIN 27		Tea Bags	20	bags	\$6.50
	ASIN 28	Pure Ginger Tea Bags	Tea Bags	40	bags	\$12.00
	ASIN 29		Tea Bags	100	bags	\$22.00
	ASIN 30	Pure Ginger Tea Bags, Pack of 6 (6x16 Count)	Tea Bags	96	bags	\$28.00
Mullein	ASIN 31	Mullein Leaf Tea Bags	Tea Bags	20	bags	\$7.00
	ASIN 32		Tea Bags	50	bags	\$12.00
	ASIN 33	Mullein Leaf Tea Bags, Pack of 6 (6X20 Count)	Tea Bags	120	bags	\$32.00
Mullein & Herbs	ASIN 34	Respiratory Support Tea Bags (with Mullein & Herbs)	Tea Bags	20	bags	\$8.50
	ASIN 35		Tea Bags	100	bags	\$28.00
	ASIN 36	Respiratory Support Tea Bags (with Mullein & Herbs), Pack of 6 (6x20 Count)	Tea Bags	120	bags	\$35.00
Fenugreek	ASIN 37		Tea Bags	20	bags	\$6.50
	ASIN 38	Pure Fenugreek Tea Bags	Tea Bags	75	bags	\$15.00
	ASIN 39		Tea Bags	100	bags	\$22.50
	ASIN 40	Pure Fenugreek Tea Bags, Pack of 6 (6x20 Count)	Tea Bags	120	bags	\$27.00
Guava	ASIN 41		Tea Bags	20	bags	\$6.50
	ASIN 42	Pure Guava Leaf Tea Bags	Tea Bags	60	bags	\$13.50
	ASIN 43		Tea Bags	100	bags	\$20.00
	ASIN 44		Tea Bags	135	bags	\$25.00
Blue Butterfly Pea Flower	ASIN 45	Blue Butterfly Pea Flower Loose leaf	Loose Leaf	2	oz	\$10.00
	ASIN 46		Loose Leaf	4	oz	\$18.00
	ASIN 47		Loose Leaf	8	oz	\$30.00
Fennel Seed	ASIN 48		Tea Bags	20	bags	\$6.50
	ASIN 49	Fennel Seed Tea Bags	Tea Bags	75	bags	\$14.00
	ASIN 50		Tea Bags	100	bags	\$20.50

e. Các kịch bản về năng lực sản xuất



#	Nhân sự	Thời gian để hoàn thành 15,000 bags/ tháng	Sản lượng/ ngày
1	10 người	10-12 ngày	1,200 - 1,500 bags
2	15 người	7-10 ngày	1,500 - 2,100 bags
3	20 người	6-8 ngày	1,900 - 2,500 bags
4	25 người	5-7 ngày	2,100 - 3,000 bags



Chỉ cần nhắc đầu tư **máy đóng tự động** (công suất 30-60 gói/phút) khi **mục tiêu >20,000 bags/tháng** hoặc muốn **hoàn thành trong ≤5 ngày.**



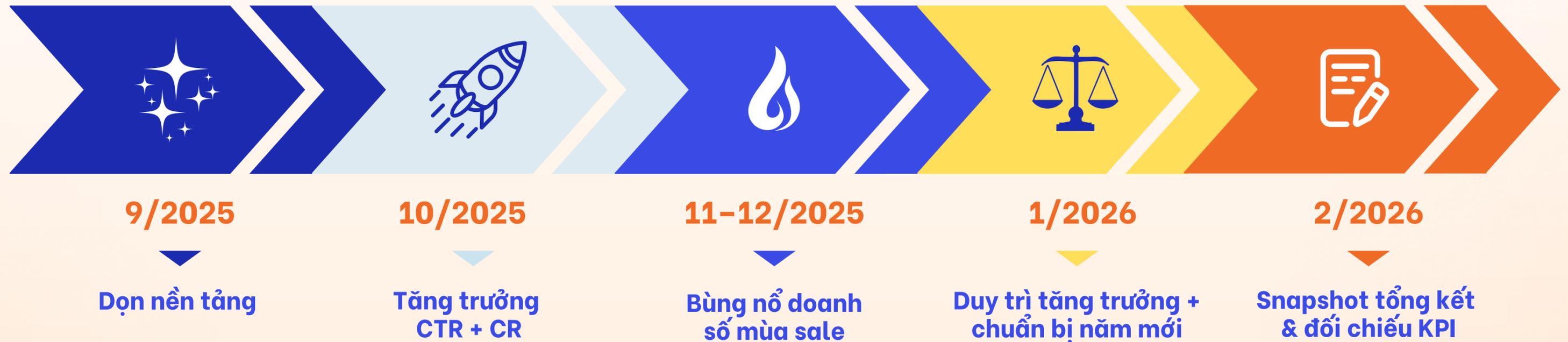
KẾ HOẠCH TOÀN DIỆN

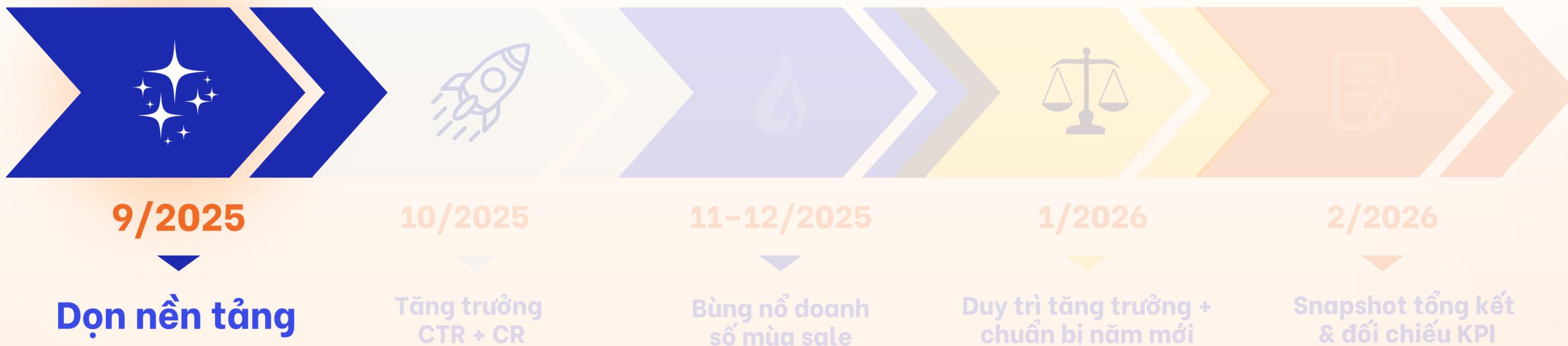


Kế hoạch tài chính

	8/2025	9/2025	10/2025	11/2025	12/2025	1/2026	2/2026	Tổng	
Số lượng bán ra	750	2,000	6,000	10,000	15,000	7,000	7,000	47,750	
Giá bán trung bình/đơn vị	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	
Doanh thu	\$15,000	\$40,000	\$120,000	\$200,000	\$300,000	\$140,000	\$140,000	\$955,000	
I. Chi Phí Off-Amazon									
1	Giá vốn hàng bán (COGS)	\$2,250	\$6,000	\$18,000	\$30,000	\$45,000	\$21,000	\$21,000	\$143,250
2	Phí vận chuyển quốc tế (Forwarding Fee)	\$450	\$1,200	\$3,600	\$6,000	\$9,000	\$4,200	\$4,200	\$28,650
Tổng Chi Phí Off-Amazon		\$2,700	\$7,200	\$21,600	\$36,000	\$54,000	\$25,200	\$25,200	\$171,900
II. Chi Phí Amazon									
1	Phí giới thiệu (Referral Fee - 8%)	\$1,200	\$3,200	\$9,600	\$16,000	\$24,000	\$11,200	\$11,200	\$76,400
2	Phí hoàn tất đơn hàng FBA (FBA Fulfillment Fee - \$4.5)	\$3,375	\$9,000	\$27,000	\$45,000	\$67,500	\$31,500	\$31,500	\$214,875
3	Phí lưu kho 2 tháng > Tháng 1 - 9: (\$0.02) > Tháng 10 - 12: (\$0.05)	\$15	\$40	\$300	\$500	\$750	\$140	\$0	\$1,745
4	Phí nhập kho (Inbounding Cost - \$0.34)	\$255	\$680	\$2,040	\$3,400	\$5,100	\$2,380	\$2,380	\$16,235
5	Phí quảng cáo (TACOS)	\$3,750	\$9,000	\$24,000	\$35,000	\$45,000	\$21,000	\$21,000	\$158,750
6	Hàng bị hoàn (0.06%)	\$9	\$24	\$72	\$120	\$180	\$84	\$84	\$573
7	Phí hủy hàng FBA (Disposal Order Fee)	\$1	\$2	\$7	\$12	\$18	\$8	\$8	\$57
Tổng Chi Phí Amazon		\$8,605	\$21,946	\$63,019	\$100,032	\$142,548	\$66,312	\$66,172	\$468,635
IV. Phân Tích Lợi Nhuận									
1	Tổng chi phí	\$11,305	\$29,146	\$84,619	\$136,032	\$196,548	\$91,512	\$91,372	\$640,535
2	Lợi nhuận	\$3,695	\$10,854	\$35,381	\$63,968	\$103,452	\$48,488	\$48,628	\$314,465
3	Biên lợi nhuận (Profit Margin)	24.6%	27.1%	29.5%	32.0%	34.5%	34.6%	34.7%	32.9%
4	Tỷ suất hoàn vốn (ROI)	136.9%	150.7%	163.8%	177.7%	191.6%	192.4%	193.0%	182.9%

Timeline

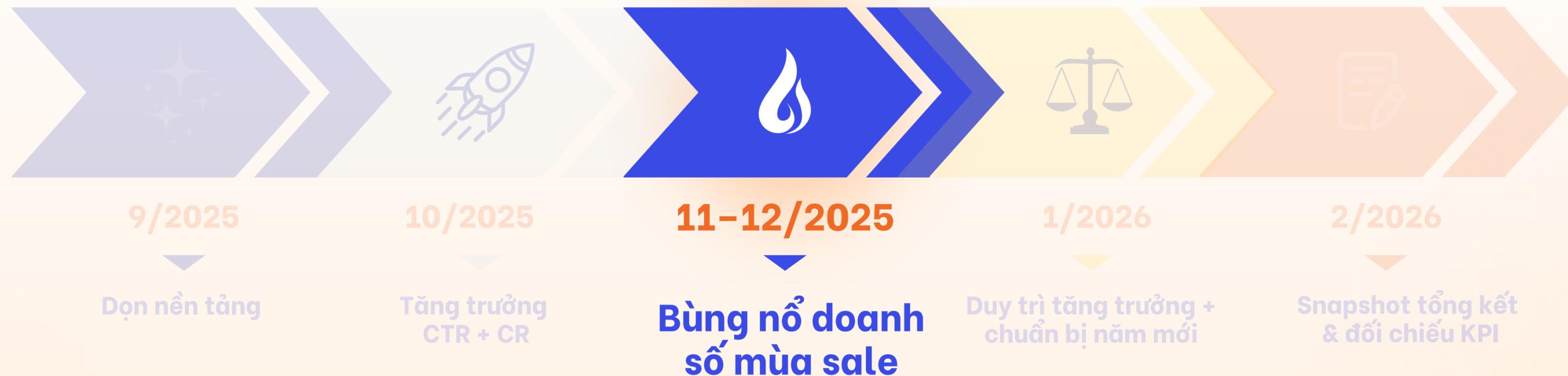




- Test buy & Report hijackers
- Trademark pending → enroll Brand Registry
- Tối ưu lại listing
- Research khách hàng & pain points, so sánh với đối thủ
- P&L review: tính BEP, xác định chi phí Ads/COGS
- Đàm phán supplier: MOQ, leadtime để giảm COGS
- Launch 5-10 SKU mới trong ngách Herbal Tea (đa hương vị, size pack)



- Chạy Ads: optimize SPA + launch SBA, SDA
- Đầu tư creatives (video, UGC, lifestyle)
- Triển khai Deals & Coupons đầu tiên
- Cải thiện CTR: test main image, giá, thêm reviews (Vine/UGC)



- Scale Ads mạnh hơn cho BF/CM, Holiday
- Đẩy mạnh B2B discount theo MOQ
- Kết hợp combo/upsell các sản phẩm chủ lực
- Sử dụng Lightning Deals nếu đã unlock
- Forecast hàng & đi Sea normal trước 45-60 ngày để giảm logistics cost



9/2025

Dọn nền tảng

10/2025

Tăng trưởng
CTR + CR

11-12/2025

Bùng nổ doanh
số mùa sale

1/2026

**Duy trì tăng trưởng +
chuẩn bị năm mới**

2/2026

Snapshot tổng kết
& đối chiếu KPI

- Phân tích hiệu suất Q4, tối ưu Ads theo data
- Projection tài chính mới (chi phí/doanh thu theo tháng)
- Launch thêm 5-10 SKU Herbal Tea phù hợp mùa New Year/Detox



9/2025

Dọn nền tảng

10/2025

Tăng trưởng
CTR + CR

11-12/2025

Bùng nổ doanh
số mùa sale

1/2026

Duy trì tăng trưởng +
chuẩn bị năm mới

2/2026

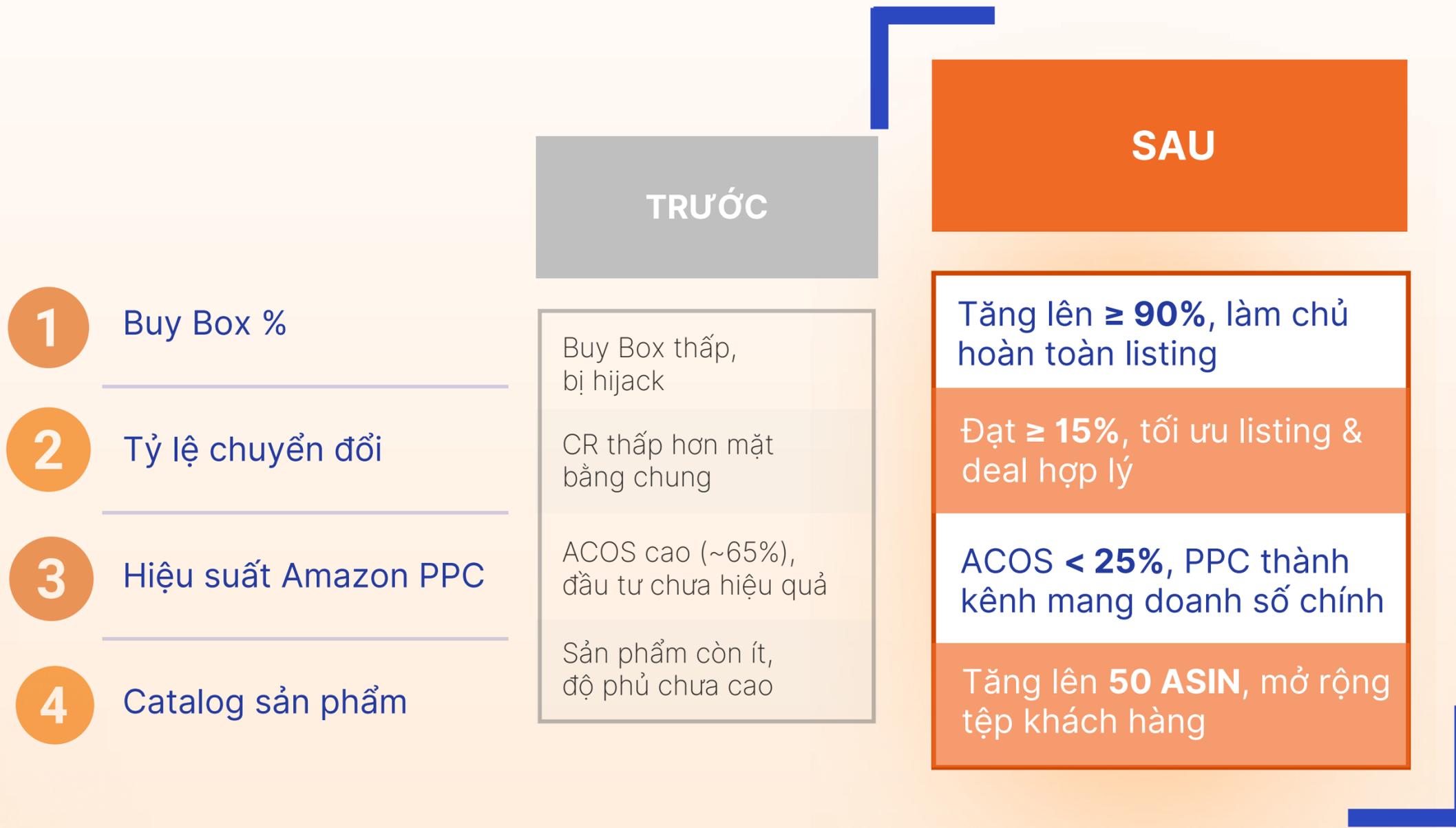
**Snapshot tổng kết
& đối chiếu KPI**

- Tổng hợp P&L cả năm
- Đối chiếu doanh thu thực tế vs. target \$1M
- Mô phỏng kết quả theo CTR/CR/AOV cải thiện
- Chuẩn bị kế hoạch năm 2 (scale lên bền vững)

Snapshot kết quả dự kiến



Snapshot kết quả dự kiến



↘ THÁNG 02/2026

Cán mốc doanh thu:

\$1,000,000

ngay trong
năm đầu tiên

QUALITY IS *THE BEST* BUSINESS PLAN.

JOHN LASSETER
CO-FOUNDER OF PIXAR

*Trong thời đại mà người tiêu dùng có vô vàn lựa chọn, tập trung vào chất lượng chính là cách hiệu quả nhất để **tạo sự khác biệt.***

Q & A

Trình bày:
PioneerX Team



Thanks

a million !

Website :



Số điện thoại:
097.850.2330

Địa chỉ Email :
contact@pioneer-x.com

Facebook:





Website



<https://www.pioneer-x.com/>

Facebook



<https://www.facebook.com/pioneerx.com.vn/>