

Nha Trang, ngày 21 tháng 5 năm 2024

## TỜ TRÌNH

### Thông qua kế hoạch kinh doanh năm 2024

**Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông Công ty Cổ phần Hòn Tằm Biển Nha Trang**

Năm 2024, Công ty Cổ phần Hòn Tằm Biển Nha Trang tiếp tục thực hiện các định hướng, kế hoạch phát triển hoạt động kinh doanh, Hội đồng quản trị trình Đại hội đồng cổ đông (“ĐHĐCĐ”) thông qua kế hoạch kinh doanh năm 2024 như sau:

### KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2024

#### MỤC TIÊU KINH DOANH

Tiêu chí	Mục tiêu 2024
<b>A. Mảng khách sạn</b>	
Tổng số đêm phòng	16,617
Tỉ lệ chiếm phòng	40%
Doanh thu phòng (VNĐ)	30.202.875.413
Doanh thu ẩm thực (VNĐ)	24.282.787.216
Doanh thu SPA và khác	4.131.489.486
Tổng Doanh thu (VNĐ)	58.617.152.115
<b>B. Mảng vui chơi giải trí</b>	
Tổng Doanh thu (VNĐ)	304.139.458.655
<b>TỔNG (VNĐ)</b>	<b>362.756.610.770</b>

#### CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG

##### **A. TO/TA Nội địa:**

###### **1. Mục tiêu:**

Tăng lượng TA nội địa tiềm năng và nhanh chóng chuyển thành đối tác liên kết thân thiết cơ hữu và nên là lượng khách chính yếu trong các mùa hè hằng năm.

###### **2. Chương trình hành động:**

- Tham gia quảng cáo trên website của các đối tác TO/TA, qua các chương trình khuyến mại của mình.
- Hỗ trợ các đoàn khảo sát, tìm hiểu thị trường tại Hòn Tằm.
- Gặp gỡ các Công ty hàng tuần, hàng tháng (Sales call).
- Triển khai nhanh Chương trình bán hàng kích thích thị trường Nội địa.
- Chạy giá tốt cơ hữu cho các đối tác chuyên bán khách lẻ và chính sách giá tốt cho khách đoàn.

##### **B. Corporate**

- 1. Mục tiêu:** Đạt được một tỷ lệ khách thân thuộc. Số lượng khách hàng thân thuộc này sẽ tạo nên một mối quan hệ kinh doanh thường xuyên, ví dụ: nghỉ mát cuối tuần, hội họp công ty, tiệc cảm ơn khách hàng, giới thiệu sản phẩm.

- Các Ngân hàng.

- Các công ty thương mại.
  - Các Studio chụp ảnh cưới.
  - Các Wedding planner.
  - Các lãnh sự quán.
  - Phòng thương mại các nước tại Việt Nam, Các mối quan hệ kinh doanh được phát sinh từ nền tảng các mối quan hệ với các cơ quan chính phủ và ngoại giao. Và cơ quan ngoại giao là một cơ quan có tiềm năng quảng cáo rộng rãi nhất trong cộng đồng của họ..
  - Các công ty bảo hiểm.
  - Công ty dược phẩm.
  - Khách hàng là các trường đại học.
  - Phòng thương mại.
- 2. Chiến lược:**
- Nhận diện được khách thường xuyên của Hòn Tằm.
  - Thêm dịch vụ riêng cho từng đối tượng khách hàng.
  - Giá linh động cho mùa thấp điểm để có các giá khuyến mại tốt.
- 3. Chương trình hành động:**
- Gửi thông tin chương trình package qua mail hằng tuần.
  - Liên hệ với Phòng Thương mại, Sở Thương mại và Nhân Viên Liên Lạc của Lãnh Sự Quán.
  - Gửi Mail/thiệp và hoa chúc mừng tới các Lãnh Sự ,Đại Sứ Quán nhân ngày quốc khánh
  - Ưu ái cho khách hàng thường xuyên quay lại (Nâng hạng phòng cho đối tượng khách
  - Giới thiệu sản phẩm riêng lẻ hằng tuần cho các danh sách đang có.
  - Tạo ra quà tặng khách hàng liên kết với các ngân hàng: Vouchers giảm giá.
  - Tạo ra Các sản phẩm thuộc về cưới cho đối tượng liên kết (gói chụp hình cưới cho Studio, gói Honeymoon cho Wedding planner, Chương trình liên kết với các bên giới thiệu địa điểm cưới).
  - Voucher giảm giá chủ yếu cho Honeymoon packages liên kết với Stutio & Wedding planner (*Bayla Vietnam Wedding Planner, Hatmem Wedding Planner, Mây IN May, Jolie Flower, Thuyền Giay Wedding & Event Planner, White Planner, Adam Store, Julliet*)
- C. TO/TA Nước ngoài / khách nghỉ dưỡng nước ngoài**
- 1. Chiến lược:**
- Củng cố nhanh các thị trường nước ngoài truyền thống (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga) dần hồi phục khi có lệnh mở cửa.
  - Mở rộng mối quan hệ với đối tác TO/TA của nước ngoài từ thị trường mới Đức, Filand, Úc, UK.
- 2. Chương trình hành động:**
- Kí hợp đồng 2024-2024 cho các Top TO/TA.
  - Tham gia quảng cáo trên website của các đối tác TO/TA tiềm năng (Nga,Hàn Quốc, Trung Quốc).
  - Hỗ trợ các đoàn khảo sát, tìm hiểu thị trường, Resort.
  - Đề xuất chương trình kích cầu cho từng thị trường cụ thể.
- D. Khách Online – từ các đối tác thứ 3 OTAs**
- Chạy giá khuyến mại kích cầu.
  - Tạo các chương trình kích thích như Early bird, last minute, flash deal....
  - Tặng giá các ngày cao điểm, minimum stay, non refundable.
  - Làm mới bộ mặt Hòn Tằm cập nhật hình ảnh mới thường xuyên trên các trang OTAs.

## **E. KHU VUI CHƠI GIẢI TRÍ TẮM BÙN**

- 1. Kênh bán hàng trực tiếp:** Bao gồm Khách lẻ - Phòng vé; Kênh Corperates (Khu Công nghiệp, Doanh nghiệp) & Partnership và Kênh Web.
    - Tạo hiệu ứng bùng nổ truyền thông tạo sức hút trên thị trường, tái lại thương hiệu Khu du lịch Hòn Tằm trên thị trường.
    - Đề xuất các chương trình lớn, tạo điểm nhấn sản phẩm nhằm tăng hiệu quả truyền thông.
    - Đa dạng gói bán, có sản phẩm riêng cho tập khách người địa phương & vùng lân cận, các gói daily tour, landtour cố định...
    - Phát triển kênh Fanpage/ review/ hội nhóm.
    - Tham gia tối thiểu 05 hoạt động xúc tiến du lịch tại Khánh Hòa.
  - 2. Kênh bán hàng gián tiếp:** Bao gồm thị trường Nội Địa và thị trường Quốc tế.
    - Đề xuất được các deal lớn cho series/ bulk buy/ các chương trình hợp tác đồng hành thương hiệu hoặc các sản phẩm chạy chuyên biệt cho tập khách đoàn.
    - Tổ chức 2 hội thảo đào tạo online hoặc offline nhắm vào các bộ phận Kinh doanh và điều hành của các TA chiến lược.
    - Tham gia ít nhất 03 sự kiện kích cầu tại Khánh Hòa bao gồm các hội chợ, sự kiện xúc tiến, FAM Trip...cho cả thị trường Nội Địa và thị trường Quốc tế.
- 2.1. Thị trường Nội địa:
    - Tăng độ phủ của Khu du lịch Hòn Tằm đến các thị trường phụ cận 02 thành phố lớn là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.
    - Tăng tỷ trọng của kênh B2B, tận dụng nền tảng truyền thông của kênh marketing
    - Phát triển kênh bán : Đa dạng & tối ưu hơn.
    - Gia tăng thị phần tại địa phương, nâng tỷ trọng cạnh tranh lên tối ưu nhất.
  - 2.2. Thị trường Quốc tế:
    - Phát triển thêm các thị trường mới, đang tới Việt Nam hoặc có kế hoạch tới trong 2024
    - Quy hoạch các TA chiến lược cho từng thị trường, kỳ vọng 05 TA cho từng thị trường chủ lực.
    - Tham gia các hội thảo, sự kiện xúc tiến du lịch để thúc đẩy thị trường Quốc Tế
    - Tổ chức FAM cho các DMC tại Việt Nam chuyên thị trường quốc tế hoặc các đối tác từ quốc tế vào Việt Nam.

Trên đây là báo cáo của HĐQT về kế hoạch kinh doanh năm 2024.

Trình Đại hội đồng cổ đông xem xét và thông qua.

Trân trọng./.

### **Nơi nhận:**

- Như kính gửi;
- Lưu: VT.

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ  
CHỦ TỊCH**

*(đã ký)*

**NGUYỄN THU PHƯƠNG**

### **Ghi chú:**

- TO: Tour operator/Công ty lữ hành
- TA: Travel Agent/Đại lý du lịch
- OTA: Online Travel Agent/Đại lý du lịch Online
- Corporate: Doanh nghiệp