

TRƯỜNG KINH DOANH
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING



TIỂU LUẬN

Môn học: MARKETING CĂN BẢN
PHÂN TÍCH VÀ ĐƯA RA CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH VỀ
GIÁ CỦA TRUNG TÂM APOLLO ENGLISH

Giảng viên: Thầy Trần Mai Đông

Mã lớp học phần: 22C1MAR50300112

Thành viên nhóm 4:

Nguyễn Hưng Thịnh : 31211024077

Nguyễn Anh Thư : 31211026427

Phạm Đông Nghi : 31211026916

Nguyễn Văn Hiếu : 31211023514

Vưu Tấn Lộc : 31211022571

Huỳnh Lê Quốc An : 31211025607

TP Hồ Chí Minh, ngày 26 Tháng 9 năm 2022

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI.....	1
1.1: Lý do chọn đề tài:.....	1
1.2: Mục tiêu nghiên cứu:.....	1
1.3: Phương pháp nghiên cứu:.....	1
1.4: Phạm vi nghiên cứu:.....	1
1.5: Ý nghĩa thực tiễn:.....	2
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	2
2.1. Giá:.....	2
2.2. Chiến lược giá:.....	2
2.3. Tầm quan trọng của chiến lược giá.....	2
2.4 Chiến lược định giá dựa trên đối thủ cạnh tranh.....	3
2.5. Phương pháp định giá của công ty.....	3
2.5.1..Định giá dựa trên cơ sở chi phí.....	3
2.5.2. Định giá dựa trên cảm nhận của người dùng về giá và giá trị.....	3
2.5.3. Định giá dựa vào cạnh tranh.....	3
CHƯƠNG 3. THÔNG TIN VỀ DOANH NGHIỆP VÀ SẢN PHẨM CỦA ANH NGŨ' APOLLO.....	3
3.1. Nền tảng trung tâm.....	3
3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển.....	3
3.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu của trung tâm.....	4
3.2. Sản phẩm của trung tâm.....	4
CHƯƠNG 4: PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC GIÁ CỦA APOLLO VÀ CÁC ĐỐI THỦ CẠNH TRANH.....	7
4.1.Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược giá của doanh nghiệp.....	7
4.1.1.Các yếu tố bên trong doanh nghiệp.....	7
4.1.2.Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.....	9
4.2.Phương pháp định giá của công ty.....	11
4.2.1..Định giá dựa trên cơ sở chi phí:.....	11
4.2.2.Định giá dựa trên cảm nhận của người dùng về giá và giá trị.....	12
4.2.3. Định giá dựa vào cạnh tranh.....	13
4.3. So sánh chiến lược giá của Apollo với đối thủ cạnh tranh.....	13
4.3.1. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp.....	13
4.3.2. So sánh giữa Apollo English và đối thủ cạnh tranh trực tiếp.....	14
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN.....	23
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	23

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI.

1.1: Lý do chọn đề tài:

Để trở thành một công dân toàn cầu trong thời đại toàn cầu hóa, nó mở ra cho chúng ta cơ hội giao lưu, học tập, tiếp xúc nhiều nhiều môi trường văn hóa khác nhau. Vậy để làm được điều đó, ngoài tiếng mẹ đẻ, ta phải cần trang bị thêm một vài ngôn ngữ để giúp con người ta hiểu được nhau, chung sống và giao lưu ở khắp năm châu, mọi miền tổ quốc. Từ nhu cầu đó mà các trung tâm ngôn ngữ đã dần dần xuất hiện. Việt Nam hiện nay, các trung tâm ngôn ngữ có thể tiếp tục tồn tại và phát triển thì đòi hỏi các doanh nghiệp phải có những chiến lược hợp lý cho sản phẩm của mình để có thể cạnh tranh so với các đối thủ.

Trong những chiến lược doanh nghiệp thì với chiến lược định giá cho sản phẩm tốt và hợp lí là chiến lược quan trọng liên quan trực tiếp đến quá trình sử dụng sản phẩm trên thị trường, đem lại lợi nhuận và doanh số cao nhất so với các đối thủ trong ngành, cũng như đứng vững và thống lĩnh thị trường. Vì mục tiêu này, nhóm chúng em lựa chọn khóa học IELTS của Tiếng Anh ở thành phố Hồ Chí Minh và trung tâm Apollo English đã được chúng em lựa chọn.

1.2: Mục tiêu nghiên cứu:

Phân tích chiến lược định giá sản phẩm của trung tâm Anh ngữ Apollo dựa trên đối thủ cạnh.

Đề xuất nâng cao hiệu quả chiến lược định giá cho khóa học IELTS tại trung tâm Anh ngữ Apollo.

1.3: Phương pháp nghiên cứu:

Nhóm chúng em thành lập bộ câu hỏi để phỏng vấn anh chị trong nhóm Marketing của Anh ngữ Apollo và dựa trên các thông tin thứ cấp thu thập được từ các phương pháp nghiên cứu. Từ đó thì nhóm chúng em tiến hành thảo luận nhóm, phân tích và tổng hợp.

1.4: Phạm vi nghiên cứu:

Đề tài tập trung vào chiến lược giá trong 4P của Marketing mix và đề xuất những biện pháp để nâng cao tính cạnh tranh thông qua chiến lược giá của công ty.

1.5: Ý nghĩa thực tiễn:

Nhằm đánh giá chiến lược sản phẩm một cách thực tế và hiệu quả nhất. Để đưa ra nhiều cái nhìn khách quan, chủ quan hơn về việc lựa chọn sản phẩm. Những mặt tích cực, tiêu cực khi các bạn học sinh, sinh viên lựa chọn sản phẩm cho bản thân mình.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Giá:

Theo nghĩa hẹp nhất, giá là số tiền được tính cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ. Nói một cách khái quát hơn, giá cả là tổng của tất cả các giá trị mà khách hàng từ bỏ để đạt được lợi ích khi có hoặc sử dụng một sản phẩm hoặc dịch vụ.

Người mua: Giá sản phẩm là 1 khoản tiền người mua phải trả tiền cho người bán cho sử dụng hoặc đánh giá sản phẩm đó.

Người bán: giá cả là khoản thu nhập mà họ nhận được nhờ việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

2.2. Chiến lược giá:

Chiến lược giá là chiến lược hay chiến thuật vạch ra các phương hướng về giá của sản phẩm hay dịch vụ giúp doanh nghiệp, cửa hàng cá nhân đạt được một hay nhiều mục tiêu marketing (gia tăng thị phần, doanh số bán hàng, tối đa lợi nhuận...) chủ yếu thông qua việc áp dụng một mức giá hợp lý cho sản phẩm /dịch vụ tại một thời điểm xác định.

2.3. Tầm quan trọng của chiến lược giá

Giá là yếu tố duy nhất trong marketing mix mang lại doanh thu, trong khi các yếu tố khác thì đại diện cho chi phí. Bên cạnh đó, giá cũng là một trong những yếu tố linh hoạt nhất trong Marketing mix. Đây cũng là vấn đề mà các nhà Marketing đối mặt nhiều nhất mà không phải doanh nghiệp nào cũng có thể quản lý tốt. Việc đưa ra chiến lược giá giúp gia tăng tỷ lệ chuyển đổi, tạo lợi thế cạnh tranh, định vị thương hiệu cũng như tìm kiếm chỗ đứng trên thị trường.

2.4 Chiến lược định giá dựa trên đối thủ cạnh tranh

Định giá dựa trên cạnh tranh là quá trình lựa chọn các điểm giá chiến lược để tận dụng lợi thế của thị trường dựa trên sản phẩm hoặc dịch vụ so với cạnh tranh. Bao gồm việc đặt giá dựa trên chiến lược, chi phí, giá cả và các dịch vụ thị trường của đối thủ cạnh tranh. Người tiêu dùng sẽ đánh giá giá trị của sản phẩm dựa trên mức giá mà đối thủ cạnh tranh tính cho các sản phẩm tương tự.

2.5. Phương pháp định giá của công ty

2.5.1. Định giá dựa trên cơ sở chi phí

Định giá dựa trên chi phí ý là việc tính toán giá bán dựa trên các khoản phí sản xuất, phân phối và bán sản phẩm cộng với một tỷ lệ lợi nhuận kỳ vọng dành cho công sức bỏ ra với những rủi ro phải gánh chịu.

2.5.2. Định giá dựa trên cảm nhận của người dùng về giá và giá trị.

Định giá dựa trên giá trị là chiến lược thiết lập giá chủ yếu dựa trên giá trị cảm nhận của người tiêu dùng về sản phẩm hoặc dịch vụ.

2.5.3. Định giá dựa vào cạnh tranh

Định giá cạnh tranh là quá trình doanh nghiệp lựa chọn các mức giá chiến lược cho sản phẩm của mình bằng cách lợi dụng mức giá của sản phẩm hoặc dịch vụ khác đang cạnh tranh trên thị trường.

CHƯƠNG 3. THÔNG TIN VỀ DOANH NGHIỆP VÀ SẢN PHẨM CỦA ANH NGŨ' APOLLO

3.1. Nền tảng trung tâm

3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển.

Apollo English là trung tâm đào tạo Tiếng Anh 100% vốn nước ngoài đầu tiên tại Việt Nam, được thành lập từ năm 1994 với 43 trung tâm tiếng anh quy mô lớn trên cả nước. Apollo tự hào là thành viên của International House - tổ chức Anh ngữ uy tín và lâu đời của Vương Quốc Anh. Với khẩu hiệu “Where the best become better”, Apollo luôn luôn nỗ lực không ngừng để trở thành trung tâm đào tạo tiếng Anh hàng đầu Việt Nam. Trung tâm tiếng Anh Apollo được nhiều học viên đánh giá cao về các khóa học tiếng Anh trẻ em hay các khóa học Junior vô cùng hấp dẫn.

3.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu của trung tâm

Tầm nhìn: Nuôi dưỡng thế hệ trẻ tự tin đầy tiềm năng trước thế giới không ngừng biến đổi.

Với sứ mệnh đào tạo thế hệ trẻ Việt Nam thành công dân toàn cầu để thúc đẩy sự thịnh vượng, và giúp họ thay đổi thế giới theo hướng tích cực hơn. Với tổ chức, phần thưởng lớn nhất là được nhìn thấy cuộc sống của mọi người tốt đẹp hơn nhờ sự nỗ lực và nhiệt huyết của đội ngũ giáo viên tài năng tại Apollo, hy vọng mang tiếng Anh vào gần hơn với cuộc sống thông qua các bài học thực tiễn, có tính ứng dụng và khuyến khích các con tìm hiểu về thế giới quanh mình

Mục tiêu: phát triển thế hệ trẻ thành những công dân toàn cầu, bên cạnh phát triển kỹ năng tiếng Anh cho người trẻ, giáo trình đào tạo được thiết kế để giúp người học mở rộng kiến thức về thế giới bên ngoài. Luôn khuyến khích người học chấp nhận rủi ro để nâng cao kiến thức, để người học sẽ tự tin và hiểu rõ bản thân hơn, thỏa thích sáng tạo và dễ dàng hợp tác với nhau hơn.

3.2. Sản phẩm của trung tâm

Apollo cung cấp các chương trình học Tiếng Anh theo tiêu chuẩn quốc tế, bao gồm:

Tiếng Anh trẻ em:

Chương trình Tiếng Anh trẻ em từ 5 đến 12 tuổi, phát triển bốn kỹ năng Tiếng Anh, chuẩn bị cho các kỳ thi Tiếng Anh thiếu nhi Quốc tế Cambridge ở các cấp độ Starters, Movers, Flyers và đặc biệt là phát âm chuẩn ngay từ đầu.

Mức học phí mà Apollo cho lớp trẻ trong độ tuổi mẫu giáo trung bình rơi vào khoảng 7.920.000 VNĐ – 20.520.000 VNĐ, tùy thuộc vào số giờ học của học viên tại trung tâm mà học phí sẽ có sự khác nhau, cụ thể như sau:

- Nếu số giờ học cho con mà bố mẹ, phụ huynh lựa chọn là 36 giờ thì mức học phí là 7.920.000đ/khóa.
- Khi tăng số giờ học cho trẻ tại trung tâm lên 72 giờ học thì mức học phí một khóa mà phụ huynh phải đóng là 14.400.000đ/khóa.
- Nếu số giờ học của các bé cho khóa là 108 giờ thì mức học phí phụ huynh cần đóng cho con em của mình lên đến 20.520.000đ/khóa.

Tiếng Anh cho Teen:

Chương trình Tiếng Anh cho Teen bao gồm hai cấp độ: Tiếng Anh Thiếu niên (12-15 tuổi) và Tiếng Anh thanh niên (16-19 tuổi), được thiết kế để phát triển toàn diện kỹ năng Tiếng Anh của Teen và tạo nền tảng vững chắc cho những kỳ thi quốc tế quan trọng như KET, PET, FCE, IELTS và TOEFL iBT

- Mức học phí 7.920.000đ/khóa với số giờ học là 36 giờ.
- Mức học phí 14.400.000đ/khóa có số giờ học là 72 giờ, gấp đôi số giờ khóa trước.
- Mức học phí 20.520.000đ/khóa có số giờ học tương ứng là 108 giờ/khóa.

Tiếng Anh giao tiếp:

Tiếng Anh người lớn gồm 3 chương trình: Tiếng Anh giao tiếp Quốc tế, Tiếng Anh Giao tiếp Kinh doanh và Khóa luyện phát âm Tiếng Anh được thiết kế giúp học viên phát triển toàn diện bốn kỹ năng Tiếng Anh để thành công trong cuộc sống và công việc.

IELTS. TOEFL iBT:

Hệ thống trắc nghiệm Anh ngữ quốc tế IELTS (International English Language Testing System) đánh giá khả năng sử dụng Tiếng Anh của các đối tượng có dự định học tập, làm việc hoặc sinh sống tại những quốc gia nơi Tiếng Anh là ngôn ngữ chính:

- Mức học phí 8,280,000 VNĐ/khóa với số giờ học là 36 giờ.
- Mức học phí 15,120,000 VNĐ/khóa có số giờ học là 72 giờ, gấp đôi số giờ khóa trước.
- Mức học phí 21,600,000 VNĐ/khóa có số giờ học tương ứng là 108 giờ/khóa.

Mức học phí APOLLO với khóa luyện thi này có mức phí dao động từ 8.280.000 đ – 21.600.000đ/khóa. Tùy thuộc vào số giờ đăng ký cho khóa học này mà mức phí của học viên cũng có sự khác nhau. Cụ thể như sau:

Học phí APOLLO với lớp tiếng Anh theo yêu cầu

Điểm đặc biệt khi tính phí của các khóa học với lớp tiếng Anh theo yêu cầu này chính là học phí tính theo giờ, bạn có thể thoải mái sắp xếp và tự chọn lựa thời gian học tập phù hợp nhất với bản thân. Tùy thuộc vào số lượng học theo yêu cầu mà mức học phí của các lớp học này cũng có sự khác nhau, cụ thể như sau:

- Nếu nhóm học 1 người, tương ứng với việc dạy tiếng Anh 1 thầy và 1 trò thì mức học phí là 1.334.000 đ/giờ học.
- Nếu nhóm học từ 2 người – 4 người thì mức học phí lớp tiếng Anh theo yêu cầu này sẽ là 1.610.000 đ/giờ.
- Nếu nhóm học theo yêu cầu từ 5 – 8 người thì có mức học phí là 1.955.000 đ/giờ dạy.
- Nếu nhóm học theo yêu cầu từ 9 – 12 người thì có mức học phí là 2.760.000đ/giờ học.

□ Lớp học tiếng Anh theo yêu cầu của trung tâm tiếng Anh APOLLO sẽ cao nếu học càng ít người, phụ thuộc vào nhu cầu và kinh phí để lựa chọn học nhóm hoặc học cá nhân để có được kết quả tiếng Anh tốt nhất nhé.

Học phí APOLLO với lớp tiếng Anh theo nhu cầu chuyên biệt

Ngoài lớp tiếng Anh theo yêu cầu như ở trên thì có chương trình dạy với tên gọi là tiếng Anh theo nhu cầu chuyên biệt, mức học phí so với lớp tiếng Anh theo yêu cầu cũng cao hơn đó nhé. Đặc biệt mức học phí theo cá nhân và học theo nhóm cũng có sự khác nhau, cụ thể như sau:

- Mức học phí là 1.495.000 đ cho nhóm học viên có một học viên/giờ học.
- Mức học phí 1.886.000 đ cho nhóm học viên có từ 2 – 4 người/giờ học
- Mức học phí 2.185.000 đ cho nhóm học viên từ 5 – 8 người/giờ học.
- Mức học phí 3.000.000 đ cho nhóm học viên từ 9 – 12 người/giờ học.

□ Phụ thuộc vào số lượng học viên cùng nhu cầu học giống nhau, có thể học theo nhóm giúp học phí giảm xuống nhưng vẫn đảm bảo đạt được kết quả học tập và nhận được lượng kiến thức tốt nhất cho bản thân nhé.

Từ số liệu được ghi lại ở cuộc phỏng vấn với các anh chị phòng ban Marketing, tùy vào trình độ ngôn ngữ của giáo viên và trợ giảng thì Anh ngữ Apollo sẽ chi trả cho giáo viên nước ngoài là 28 - 35 USD/giờ, còn về trợ giảng thì 3-4 triệu đồng/tháng.

□ Qua các khóa học của trung tâm Anh ngữ Apollo thì đối tượng khách hàng được nhắm tới ở đây là tập thiếu nhi, sinh viên, người lớn trong các gia đình có thu nhập cao, ổn định, không có yêu cầu, phân biệt về trình độ văn hóa.

Với mức học phí: 8-22 triệu/tháng

mức lương chi trả cho giáo viên: 28-35 USD/giờ

□ Định vị Apollo thuộc Phân khúc cao cấp.

CHƯƠNG 4: PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC GIÁ CỦA APOLLO VÀ CÁC ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

4.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược giá của doanh nghiệp

4.1.1. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp

a. Mục tiêu Marketing của doanh nghiệp:

- Thị trường mục tiêu: Phủ sóng toàn bộ các quận, thành phố trong 3 tỉnh và thành phố trực thuộc trung ương mà trung tâm đã có mặt
- Đối tượng mục tiêu: Thiếu nhi trong các gia đình có thu nhập cao, ổn định, không phân biệt trình độ học vấn
- Chiến lược phát triển: Ổn định và lâu dài, khẳng định tên tuổi, đa dạng hóa đồng tâm và nghiên cứu các sản phẩm, dịch vụ mới

b. Chi phí:

Ngày 30/8/2019, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Thông tư 14/2019/TT BGDĐT về việc hướng dẫn xây dựng, thẩm định, ban hành định mức kinh tế - kỹ thuật và phương pháp xây dựng giá dịch vụ giáo dục đào tạo áp dụng trong lĩnh vực giáo dục đào tạo. Hướng dẫn mới về giá dịch vụ giáo dục đào tạo là một trong những nội dung chính của Thông tư này. Theo đó, giá dịch vụ giáo dục đào tạo được xác định theo công thức:

**Giá dịch vụ giáo dục đào tạo = Chi phí tiền lương + Chi phí vật tư + Chi phí quản lý +
Chi phí khấu hao/hao mòn tài sản cố định + Chi phí, quỹ khác.**

Trong đó: Chi phí tiền lương gồm các khoản phải trả cho giáo viên, giảng viên, cán bộ quản lý và người lao động trực tiếp tham gia thực hiện dịch vụ giáo dục đào tạo; gồm: tiền lương, tiền công và các khoản phụ cấp, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp, kinh phí cộng dồn và các chi phí khác. Chi phí vật tư là chi phí phục vụ hoạt động giảng dạy, học tập, thực hành, thực nghiệm và nghiên cứu khoa học, cung cấp dịch vụ; gồm: chi phí văn phòng phẩm, công cụ dụng cụ, điện, nước, nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu và các chi phí khác. Chi phí quản lý là chi phí phục vụ các phòng, ban của bộ phận quản lý trong cơ sở giáo dục gồm: chi phí tuyển sinh, chi phí dịch vụ mua ngoài phục vụ cho công tác quản lý, chi phí bằng tiền khác như chi phí hội nghị, tiếp khách, công tác phí, tàu xe. Chi phí khấu hao/hao mòn tài sản cố định là chi phí khấu hao/hao mòn nhà cửa, vật kiến trúc, máy móc thiết bị và các tài sản cố định khác sử dụng trong hoạt động cung cấp dịch vụ giáo dục đào tạo. Chi phí khác gồm thuế môn bài, tiền thuê đất và các khoản phí, lệ phí khác.

c. Đối thủ cạnh tranh

Tại TP. Hồ Chí Minh theo thống kê của cục thống kê Thành phố hiện tại có 709 Trung tâm Ngoại ngữ - Tin học và bồi dưỡng văn hóa ngoài giờ lớn nhỏ đang triển khai các chương trình đào tạo Ngoại ngữ cho người dân. Thành phố có dân số 7.750.900 người trong đó có 523.403 học sinh bậc tiểu học. Như vậy, với số lượng Trung tâm ngoại ngữ hiện có vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu của người dân. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp: Trong các Trung tâm có tiêu chí hoạt động, khách hàng mục tiêu và chất lượng đào tạo gần với Apollo như: ILA, BRITISH COUNCIL, VUS, ... Trong các trung tâm đó thì British Council và ILA là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Apollo vì British Council và ILA cùng nhắm tới cùng đối tượng khách hàng.

British Council được thành lập tại Việt Nam năm 1993. Qua 75 năm, Hội đồng Anh đã xây dựng được danh tiếng là một nơi giảng dạy tiếng Anh có uy tín trên toàn thế giới. Thông qua việc thiết kế và tổ chức các khóa học, Hội đồng Anh đã đúc rút được nhiều kinh nghiệm và thiết lập một hệ thống trên 2,000 giáo viên cùng một mạng lưới gần 100 Trung tâm Giảng dạy tại hơn 50 quốc gia, British Council đã khẳng định được vị trí nhất định của mình trên thị trường với chất lượng hàng đầu

Hệ thống anh ngữ ILA tuy chỉ mới thành lập tại Việt Nam vào năm 2003 nhưng luôn được đánh giá là đơn vị đào tạo Anh ngữ uy tín, chất lượng cao cùng với cơ sở vật chất hiện đại, phòng học rộng rãi, thoáng mát, được trang bị đầy đủ các thiết bị hỗ trợ giảng dạy và học tập chuyên nghiệp, đạt chuẩn quốc tế (Màn hình LCD kết nối Internet, đầu đĩa, headphone, Lab room cài đặt các phần mềm học tiếng Anh mới nhất, Movie Learn, Learning center, Playing Room) nhằm phục vụ tối đa nhu cầu học tập của học viên và đảm bảo môi trường dạy và học hiệu quả nhất cho học viên.

4.1.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

a. Nhu cầu khách hàng

Khách hàng có đặc điểm khá đặc biệt vì những người trực tiếp sử dụng sản phẩm không phải là người quyết định tiêu dùng. Việc chọn lựa trung tâm Anh ngữ phụ thuộc phần lớn vào quyết định của phụ huynh. Cần phải lưu tâm chính đến những yếu tố tác động đến hành vi tiêu dùng của khách hàng phụ huynh. Cung cấp một chương trình đào tạo có chất lượng cao, phù hợp với sở thích và độ tuổi của các em thiếu nhi, cảm thấy vui vẻ và thoải mái. Cảm nhận của các em chính là nhân tố tiên quyết chi phối hành vi tiêu dùng của các bậc phụ huynh. Ngoài ra, ảnh hưởng từ những người thân quen cũng góp phần trong quyết định của phụ huynh. Theo một cuộc khảo do nhóm học viên cao học kinh tế thực hiện cho rằng khách hàng quan tâm nhiều nhất đến chất lượng đào tạo, kế đến là giá cả và đội ngũ giáo viên. Tuy nhiên, khách hàng không mong đợi được học với 100% giáo viên nước ngoài dù cho khách hàng có đủ khả năng trả mức giá cao, điều đó cho thấy rằng yếu tố giáo viên nước ngoài cao không thu hút sự quan tâm của khách hàng nhiều bằng việc đầu tư vào chất lượng giảng dạy, dễ tiếp thu từ học viên, cần thiết cho trợ giảng là người Việt để có thể truyền đạt lại cho các học viên chưa theo kịp kiến thức của giáo viên chính. Tuy nhiên, để đáp ứng yêu cầu về phản xạ tốt khi giao tiếp hay kỹ năng nghe thực tế thì các Trung tâm ngoại ngữ phải duy trì tỷ lệ giáo viên nhất định, tỷ lệ 50% giáo viên nước ngoài và 50% giáo viên Việt nam là tỷ lệ hợp lý và được khách hàng mong đợi nhất. Phụ huynh của các em học sinh, sinh viên luôn mong muốn có một môi trường học Ngoại ngữ thật thoải mái, không áp lực nhưng mang lại hiệu quả cao và các em thật sự yêu thích môn học này. Thông thường, các lớp Anh văn

Thiếu nhi được tổ chức vào hai ngày cuối tuần: Thứ 7 và Chủ nhật. Vì vậy, yếu tố tâm lý vô cùng quan trọng, làm sao để lớp học không nhàm chán, thu hút sự vận động của các em và mang lại hiệu quả trong học tập đó là yêu cầu của các bậc phụ huynh và cũng là mục tiêu của các Trung tâm ngoại ngữ

b. Thị trường cạnh tranh

Hiện nay, do nhu cầu học ngoại ngữ phát triển mạnh, tiềm năng thị trường dạy và học ngoại ngữ hiện nay tại TP.HCM rất lớn. Theo thống kê của Sở GD-ĐT TP.HCM, hiện nay tổng cơ sở văn hóa ngoài giờ là 502, trong đó cơ sở chuyên dạy ngoại ngữ chiếm nhiều nhất: 207 cơ sở, chưa kể có 205 cơ sở dạy ngoại ngữ, tin học, tư vấn du học kết hợp và cung cấp thêm các khóa học để phù hợp với nhu cầu thị trường khi doanh nghiệp có khả năng phát triển về khóa học. Tổng số lượt học viên học ngoại ngữ là 721.824 tăng 62.624 học viên so với năm học trước (theo số liệu thống kê năm 2008). Số lượng học viên học ngoại ngữ có xu hướng tăng trong tương lai, vì nhu cầu học ngoại ngữ ngày càng trở thành xu thế tất yếu để hội nhập. Ngoài các trung tâm anh ngữ trong nước các cơ sở dạy học quy mô lớn và nhỏ, số lượng trung tâm anh ngữ được đầu tư từ nước ngoài cũng phát triển. Được chia thành các phân khúc khác nhau trên thị trường từ giá học phí cao cho đến trung bình thấp đều có đầy đủ. Các doanh nghiệp khi gia nhập vào thị trường điều tập trung phát triển về sản phẩm dịch vụ, tăng thêm nhiều giá trị và khác biệt ảnh hưởng đến chính sách định giá của các trung tâm Anh ngữ hiện nay, sự khác biệt về sản phẩm dịch vụ sẽ tạo nên sự khác biệt về sản phẩm dịch vụ, gia tăng vị thế cạnh tranh.

c. Giá của đối thủ cạnh tranh

Trước khi quyết định giá sản phẩm, hãng luôn nghiên cứu kỹ chi phí, giá thành và giá bán của các đối thủ cạnh tranh: ILA, British Council.

Quá trình phân tích giá: Về mức học phí nhìn chung giá của các chương trình học của Apollo không có chênh lệch nhiều với ILA và British Council. Apollo phân tích các chi phí và giá thành của mình và của đối thủ cạnh tranh

- So sánh với các đối thủ cạnh tranh để thấy rõ lợi thế và bất lợi của hãng, từ đó đưa ra các đề xuất điều chỉnh lại các chiến lược giá cho mình.

- Phân tích mối tương quan giữa giá bán và chất lượng sản phẩm. Từ đó, hãng có
- thể định giá dựa trên sự cảm nhận của khách hàng so với các đối thủ.
- Luôn luôn chú trọng, phân tích và dự đoán thái độ và phản ứng của đối thủ trước
- chính sách giá của mình và nắm bắt những việc đối thủ đang làm.

4.2. Phương pháp định giá của công ty

4.2.1. Định giá dựa trên cơ sở chi phí:

a. Đội ngũ giảng viên chất lượng theo chuẩn Quốc tế

100% đội ngũ giảng viên là giảng viên nước ngoài đạt chứng chỉ CELTA của Đại học Cambridge, ngoài ra, giảng viên tại trung tâm sẽ thường xuyên được tham gia các lớp đào tạo để nâng cao kỹ năng. Đội ngũ giáo viên tại Trung tâm Apollo luôn được khẳng định về chất lượng và uy tín với một số giáo viên tiêu biểu.

b. Cơ sở vật chất

Với 60 trung tâm trên các tỉnh thành phố của cả nước. Đặc biệt tập trung ở 2 thành phố lớn là Hà Nội Và Thành Phố Hồ Chí Minh. Tại Thành phố Hồ Chí Minh có tổng cộng 27 trung tâm, với 54% của cả nước. Hầu hết Apollo tập trung cũng chủ yếu ở các quận trung tâm như Q1, Q10, Q3, Q5, Q. Gò Vấp.

c. Công nghệ:

Áp dụng công nghệ tiên tiến, với giải pháp SugarCRM-Edu, nhiều phân hệ tiện ích sẽ giúp Apollo cải thiện được hiệu quả trong công tác quản lý thông tin học viên, quy trình đăng ký học, quản lý đào tạo và các nghiệp vụ.

d. Phương pháp giảng dạy hiện đại

Với phương pháp Học tiếng Anh qua môn học (Learning English Through Subjects - LETSTM). Cách thức này phù hợp với trẻ từ 3 đến 16 tuổi với lợi ích “học một được hai”. Theo đó, học viên vừa được tiếp thu kiến thức khoa học, đời sống xã hội, vừa được rèn luyện Tiếng Anh một cách tự nhiên.

Đặc biệt, phương pháp LETSTM lấy người học làm trung tâm của mọi hoạt động, đồng thời áp dụng công nghệ kỹ thuật hiện đại vào giảng dạy.

4.2.2. Định giá dựa trên cảm nhận của người dùng về giá và giá trị.

Với từng quyết định giá của mình, Apollo luôn chú trọng yếu tố tâm lý khách hàng, bởi giá là nhân tố nh hưởng rất mạnh mẽ tới tâm lý của khách hàng và quyết định mua của họ. Nguyên nhân là do sự am hiểu về giá trị của sản phẩm bị giới hạn và các yếu tố thuộc về thái độ, niềm tin của họ đánh vào các yếu tố sau:

- Tiếng Anh giờ đây là điều kiện cần, chứ không còn điều kiện đủ cho trẻ vươn cao vươn xa, hội nhập quốc tế.
- Tâm lý khách hàng:
 - + Bố mẹ muốn trở thành một người mẹ tuyệt vời, sẵn sàng dành cho mẹ khởi đầu tuyệt vời nhất, những thứ mà ngày xưa mẹ không có được để con không thua kém bạn bè cùng trang lứa.
 - + Với thời đại này, việc đầu tư vào học Tiếng Anh để luyện thi các chứng chỉ hay giao tiếp đang là xu hướng, vậy nên người học luôn sẵn sàng chi tiền cho các sản phẩm dạy học Tiếng Anh.
- Apollo là một trong những trung tâm Tiếng Anh lâu đời nhất tại Việt Nam. Với các sản phẩm chính tập trung hầu hết vào trẻ em, thiếu niên, Apollo luôn hiểu rõ văn hóa Việt, mong | xây dựng nền tảng cho thế hệ vàng tương lai. muốn kiện đủ cho trẻ em để vươn cao vươn xa, hội nhập quốc tế

4.2.3. Định giá dựa vào cạnh tranh

Apollo đã áp dụng nhiều mức giá đối với sản phẩm của doanh nghiệp mình, việc đa dạng các mức giá tùy vào sự biến động của thị trường, tùy vào địa điểm, thời điểm giúp Apollo cạnh tranh lành mạnh, vận dụng những chiến lược khôn ngoan để đối đầu với những ông lớn trong thời đại 4.0.

- Định giá thấp hơn đối thủ→ Khi doanh nghiệp muốn tăng thị phần hay muốn
- thâm nhập sâu vào thị trường cũ
- Định giá bằng đối thủ→ Khi sản phẩm của Apollo có chất lượng chung và có
- nhiều sản phẩm thay thế trên thị trường.
- Định giá cao hơn đối thủ→ sản phẩm có tính độc đáo riêng được đánh giá cao;

- sản phẩm mới thuộc thị trường độc quyền.

4.3. So sánh chiến lược giá của Apollo với đối thủ cạnh tranh

4.3.1. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

British Council (Hội đồng Anh) được thành lập từ năm 1934 và có mặt tại Việt Nam năm 1993, được biết đến là địa điểm tổ chức thi IELTS uy tín, trung tâm cũng là nơi tổ chức các lớp luyện thi và các khóa học tiếng Anh. Các khóa học tại đây đều đem đến sự hài lòng và chất lượng quốc tế cho học viên. British Council. Trong quá trình hoạt động và phát triển, Hội Đồng Anh đã có hơn 10.000 học viên, 32.000 thí sinh của các kỳ thi do Hội Đồng Anh tổ chức. Đồng thời, trang web học tiếng Anh trực tuyến (Teaching English) của trung tâm thu hút được hơn 8.700 thành viên. IELTS British Council cũng là một địa chỉ quen thuộc được nhiều người lựa chọn.

ILA là công ty hoạt động trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo Anh ngữ có vốn đầu tư nước ngoài hàng đầu Việt Nam với hơn gần 30 năm kinh nghiệm, chuyên cung cấp các chương trình học và dịch vụ bao gồm: Chương trình học tiếng anh cho trẻ em và người lớn, Chương trình luyện thi các chứng chỉ quốc tế, Chương trình đào tạo giáo viên, đào tạo doanh nghiệp, và Trung tâm du học ILA. Tất cả những tiêu chuẩn về chất lượng tại ILA đều được NEAS chứng nhận, khẳng định vị trí đỉnh cao trong việc giảng dạy học viên và các nhà bảo trợ.

4.3.2. So sánh giữa Apollo English và đối thủ cạnh tranh trực tiếp

	ILA	British Council	Apollo
Product	IELTS premium: Học 1:1 với chuyên gia và được đánh giá thường xuyên dựa trên các tiêu chí chuẩn quốc tế của IELTS. Đặc biệt chú trọng việc giao tiếp và luyện viết.	Chương trình IELTS SUCCESS: Chương trình đào tạo: kết hợp giữa giáo trình chuẩn quốc tế mới nhất cùng nền tảng quản lý học tập của Cambridge (CLMS) giúp hỗ trợ học viên ôn tập cả 4 kỹ	Chương trình đào tạo gắn liền với việc phát triển và nuôi dưỡng bộ kỹ năng tương lai 4C bao gồm Hợp tác (Collaboration), Sáng tạo (Creativity), Giao tiếp (Communication) và Phản biện (Critical Thinking), thông qua

	Được giảng dạy bởi 50% GIÁO VIÊN NƯỚC NGOÀI (có chứng chỉ CELTA) - 50% GIÁO VIÊN VIỆT NAM (IELTS 7.5 trở lên). Linh hoạt với 60 giờ học trực tiếp 4 kỹ năng IELTS. ILA cam kết cứ sau 60 giờ học trực tiếp (tương đương 15 tuần), học viên sẽ tăng 0.5 điểm IELTS và với 120 giờ học trực tiếp, ILA cam kết học viên sẽ tăng thêm 1 điểm IELTS.	năng, ngữ pháp và từ vựng, cùng với các kỹ năng thi IELTS. Được giảng dạy bởi 100% các giáo viên nước ngoài, người bản xứ, chuyên gia toàn cầu và trợ giảng là giáo viên trong nước với kinh nghiệm đào tạo IELTS chuyên nghiệp - BC có kinh nghiệm trên 85 năm Trung tâm cung cấp khóa học bao gồm 32 giờ học trong 8 tuần. Có thể tham gia các CLB Tiếng Anh của trung tâm.	phương pháp MMM theo các bước Tiếp thu (Meet) – Thực hành (Manipulate) – Vận dụng (Make it your own) Được giảng dạy bởi các giáo viên nước ngoài, người bản xứ, chuyên gia toàn cầu và giáo viên trong nước có bằng cử nhân và một chứng chỉ sư phạm Quốc tế như Chứng chỉ giảng dạy tiếng anh dành cho người lớn (CELTA), Chứng chỉ Phương pháp giảng dạy Tiếng anh (TEFL) hoặc Chứng chỉ giảng dạy Tiếng anh dành cho học viên nước ngoài (DELTA) Thời gian học tùy vào các khóa học 36/72/108 giờ học trực tiếp bên cạnh đó trong khóa học có các giờ tự học qua các tài liệu được giáo viên cung cấp. Được tham gia câu lạc bộ, ngoại khóa, dự án cộng đồng,
--	---	---	---

			cũng như chương trình và lễ hội đặc biệt theo chủ đề hằng tháng qua đó khuyến khích học viên tham gia và trải nghiệm nhiều hoạt động mới mẻ để ôn lại kiến thức và vận dụng kỹ năng đã học.
Price	Khóa luyện IELTS của ILA có học phí gốc là 16.140.000 VNĐ/khoá, kéo dài 60 giờ học trực tiếp (tương đương với 15 tuần). Học phí theo giờ khoảng 269.000 VNĐ/giờ	Học phí học IELTS giao động từ 5.000.000 VNĐ -9.400.000 VNĐ/khoá (IELTS, IELTS Pre-Intermediate, luyện Writing), kéo dài 32 giờ học trong 8 tuần. Học phí trung bình khoảng 152.250 - 293.750 VNĐ/giờ	Mức học phí 8.280.000 VNĐ/khoá trong 36 giờ. Mức học phí 15.120.000 VNĐ/khoá trong 72 giờ. Mức học phí 21.600.000 VNĐ/khoá trong 108 giờ. Học phí trung bình theo giờ khoảng 215.000 VNĐ/giờ
Place	Với số lượng hơn 33 trung tâm trên khắp cả nước. Tại thành phố Hồ Chí Minh, ILA hiện có tổng cộng là 19 trung tâm. Chiếm hơn $\frac{2}{3}$ tổng số trung tâm của cả nước. Anh ngữ ILA tập trung chủ yếu ở các quận trung tâm như Q10, Q1, Q5.	Với sự hội nhập chương trình giảng dạy tiếng anh kiểu mới, trung tâm anh ngữ hiện nay chỉ có 5 cơ sở trên toàn cả nước. Hà Nội có 2 trung tâm và Thành phố Hồ Chí Minh có 3 trung tâm. Số lượng cơ sở khá ít so với hai trung tâm còn lại. Nhưng là trung tâm thuộc Hội Đồng Anh và là nơi tổ	60 trung tâm trên các tỉnh thành phố của cả nước. Đặc biệt tập trung ở 2 thành phố lớn là Hà Nội Và Thành Phố Hồ Chí Minh. Và theo số lượng khảo sát thì tại Thành phố Hồ Chí Minh có tổng cộng 27 trung tâm, với 54% của cả nước. Hầu hết Apollo tập trung cũng chủ yếu ở các quận trung tâm

	Số lượng truy cập website khá cao, với 55 triệu 200 ngàn lượt truy cập.	chức các cuộc thi Tiếng Anh lớn tại Việt Nam.	nghư Q1, Q10, Q3, Q5, Q. Gò Vấp.
Promotion	Mùa tựu trường và mùa trung thu có chương trình ưu đãi 33% học phí Giảm 30% đối với học viên lần đầu học chương trình tiếng anh của ILA Chương trình tháng 7, đăng kí 2 khóa học 3 khóa. Chương trình “Món quà tri thức tháng 9” có 1000 học bổng trị giá 7 triệu đồng mỗi suất áp dụng cho các học viên lần đầu đăng ký khóa học tại ILA Miễn phí tham gia kiểm tra trình độ với các giáo viên nước ngoài cùng với hàng ngàn quà tặng: bình nước cao cấp,...	Back to school với quà tặng cực cool: hàng ngàn quà tặng như nón, balo, bình nước, áo mưa Tặng thêm 1 tháng học khi đăng ký khóa học 12 tháng Miễn phí kiểm tra kỹ năng tiếng anh cùng các chuyên gia	Back to school ưu đãi 15% học phí và mùa tựu trường học bổng ưu đãi 30% Chương trình săn học bổng lên đến 10 triệu đồng Miễn phí kiểm tra năng lực Anh Ngữ 4 kỹ năng cùng chuyên gia đào tạo nước ngoài.

Added value	Sau khi kết thúc khoá học, học viên được kiểm tra, đánh giá lại năng lực để có thể đảm bảo mức điểm mà học viên mong muốn. 50% giáo viên nước ngoài chịu trách nhiệm đào tạo kỹ năng Viết, Nói, Phát âm. 50% giáo viên Việt Nam còn lại đều có điểm IELTS 7.5 trở lên, chịu trách nhiệm đào tạo kỹ năng Nghe và Đọc, đảm bảo cho học viên trau dồi kỹ năng nghe nói mà vẫn có thể nắm bắt bài tốt nhất. Có thư viện chất lượng tốt, với rất nhiều đầu sách tiếng Anh giúp học viên nâng cao khả năng đọc hiểu tiếng anh tốt hơn.	Có bài đánh giá năng lực và cụ thể với từng học viên học IELTS, nâng cao chất lượng giảng dạy cũng như cam kết đầu ra cho học viên của mình. 100% giảng viên nước ngoài, trợ giảng là giáo viên giáo viên trong nước, đảm bảo được môi trường học tập, nâng cao khả năng nghe nói, nhưng học viên vẫn có tiếp thu và hiểu bài. Trong quá trình học được sử dụng hệ thống website có nguồn tài liệu Tiếng Anh hoàn toàn miễn phí (audio, text, video, bài tập tương tác...), tặng thêm 150 giờ học trực tuyến trên ứng dụng đọc quyền của BC, tạo điều kiện để học viên có thể tiếp	Học viên có thể được tham gia câu lạc bộ, ngoại khóa, dự án cộng đồng, cũng như chương trình và lễ hội đặc biệt theo chủ đề hằng tháng, tạo môi trường học tập thoải mái và hiệu quả cho sinh viên Giáo viên có nhiều năm kinh nghiệm dạy IELTS, một số giáo viên cũng từng là giám khảo kì thi IELTS tại Việt Nam nên có thể giúp học viên nắm bắt được các tiêu chí để đạt được điểm cao trong bài thi. Giáo trình được cập nhật liên tục theo đề thi thực tế. Học viên sẽ được rèn luyện các kiến thức và chiến lược làm bài thi để đạt được điểm số như mong đợi.
---------------------------	---	---	--

		cận và học tập Tiếng Anh tốt nhất. Khi đăng ký học các khóa học IELTS, lệ phí thi cho chúng chỉ quốc tế sẽ được giảm và có bao gồm vào học phí của khóa học.	
--	--	--	--

Đánh giá dựa trên kết quả nghiên cứu và phân tích Anh ngữ Apollo so với các đối thủ cạnh tranh khác ở cùng một phân khúc giá:

- **Về giá cả:**
 - + Tập trung nhiều về việc cung cấp các ưu đãi khóa học trong chiến dịch xúc tiến sản phẩm đến học viên (cụ thể là chương trình Back to school ưu đãi 15% học phí và mùa tựu trường học bổng ưu đãi 30%). Có thể thấy với mức giá mặt bằng chung thấp nhất trong phân khúc cao cấp và thêm nhiều ưu đãi nhân nhiều dịp khác nhau sẽ giúp Apollo thu hút nhiều học viên hơn bởi thỏa mãn được tiêu chí “khóa học tốt trong tầm giá tốt”. Apollo thật sự rất biết đánh vào tâm lý “nhạy cảm trước thay đổi giá cả” của thị trường Việt Nam.
 - + Chi phí trung bình cho 1 giờ học tại trung tâm Anh Ngữ Apollo thấp hơn 2 đối thủ là ILA và British Council trong khi chất lượng giảng dạy khá tương đồng nhau. Thời gian học tập được linh hoạt, phù hợp với điều kiện học tập khác nhau của học sinh ở nhiều độ tuổi
- **Tại cùng một phân khúc giá, Apollo cung cấp dịch vụ dạy học với những thế mạnh sau:**
 - + Có đa dạng các khóa học IELTS cho học viên thoải mái lựa chọn cho phù hợp với mục tiêu và nhu cầu của từng cá nhân. Phương pháp học kết hợp giữa học tại nhà và trên trung tâm giúp các bạn học sinh được rèn luyện hiệu quả hơn về mặt kiến thức tiếp thu từ thầy cô có nhiều năm kinh

nghiệm ; các dạng bài tập được trung tâm chuẩn bị giúp các bạn củng cố kiến thức và cọ xát với nhiều dạng bài tập hơn.

- + Chương trình đào tạo gắn liền với việc phát triển và nuôi dưỡng bộ kỹ năng tương lai 4C thông qua phương pháp MMM là đặc điểm nổi bật của trung tâm Anh Ngữ Apollo. Cụ thể, chương trình này sẽ giúp các bạn học sinh phát triển năng lực học tiếng anh qua từng mục tiêu cụ thể và rõ ràng hơn 2 đối thủ còn lại.
- + Ngoài những khóa học, trung tâm còn có các câu lạc bộ, hoạt động ngoại khóa, dự án cộng đồng, cũng như chương trình và lễ hội đặc biệt theo chủ đề hằng tháng tạo một môi trường năng động, sáng tạo và mới mẻ cho học viên tự do phát triển kỹ năng cũng như vận dụng được những kiến thức đã học.
- **Ngoài ra, Apollo còn có thế mạnh về địa điểm** để tiếp cận học viên bởi trung tâm sở hữu nhiều cơ sở, trung tâm giúp Apollo dễ dàng tiếp cận được nhiều học viên đồng thời cũng tạo sự đa dạng cho học viên trong chọn lựa cơ sở của trung tâm phù hợp. Vị trí của các trung tâm tập trung chủ yếu ở **Q1, Q10, Q3, Q5, Q. Gò Vấp**, là khu vực có khá nhiều trường học và thuộc trung tâm thành phố, điều này giúp tiếp cận nhiều bạn có nhu cầu muốn học tiếng Anh hơn.

Bên cạnh những điểm mạnh trên, Apollo cũng có những nhược điểm sau:

- Các chương trình khuyến mãi cho các học viên mới còn hạn chế.
- Hoạt động trên các trang truyền thông hay các trang mạng xã hội còn hạn chế, tần suất chương trình tương đối mỏng.
- Hầu hết trung tâm chỉ tập trung ở các thành phố lớn như Hà Nội, Hồ Chí Minh. Những tỉnh khác hầu hết khá ít hoặc không có cơ sở mặc dù trung tâm có khá nhiều địa điểm.
- Chưa có cam kết về khả năng lên “level” cho các bạn học viên
- Chưa có nhiều giá trị tăng thêm cho các bạn học viên
- Giá thấp trong phân khúc cũng là một chiến lược hay, nhưng đôi khi sẽ gây ra nhiều lầm tưởng của khách hàng về mối quan hệ giữa giá cả và chất lượng khóa học cung cấp.

Đề xuất chiến lược giá cho Apollo:

- Mặc dù 3 trung tâm cùng nhắm vào một phân khúc khách hàng, nhưng giá mặt bằng chung của Apollo thấp hơn so với ILA và British Council. Bên cạnh đó, trung tâm Apollo cũng đã có chỗ đứng trên thị trường Anh Ngữ và những cải tiến mới đột phá trong phương pháp giảng dạy thì nhóm có đề xuất bảng giá mới cho khóa học IELTS của trung tâm nhằm tăng thêm lợi nhuận cho trung tâm nhưng vẫn giữ được mức giá cạnh tranh đối với các trung tâm khác cùng phân khúc:
- Áp dụng chiến lược giá dựa trên giá trị mang đến cho khách hàng (Customer - Value Based Pricing Strategy), nhóm nghiên cứu đề xuất cho Apollo 2 hành động chính: Thay đổi giá khóa học và cải thiện chất lượng sản phẩm dựa trên những nghiên cứu về mong muốn của khách hàng.
- Trước tiên, dựa trên những tính toán về chi phí học trung bình trên một giờ được tính từ Apollo và 2 đối thủ cạnh tranh trực tiếp. Nhóm tạm kết luận chi phí học tiếng anh trung bình ở phân khúc cao cấp hiện tại là 260.000 VNĐ/giờ. Như vậy, so với mức giá trung bình của Apollo (215.000VNĐ/giờ) thì giá tương đối thấp hơn với giá trung bình. Như vậy nhóm đề xuất tăng giá khóa học IELTS của trung tâm Apollo lên bằng với giá trung bình chung để tăng thêm lợi nhuận cho công ty và có thêm nguồn thu để nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Tuy nhiên, học phí sẽ được gia giảm chi phí tùy theo số giờ học của từng khóa, cụ thể như sau:
 - + Mức học phí 9.280.000 VNĐ/khóa có số giờ học là 36 giờ.
 - + Mức học phí 16.120.000 VNĐ/khóa có số giờ học là 72 giờ.
 - + Mức học phí 22.600.000 VNĐ/khóa có số giờ học là 108 giờ.
- Về việc cải thiện sản phẩm cho phù hợp với mức giá đã thay đổi, nhóm nghiên cứu đề xuất những hướng thực hiện và các chương trình marketing như sau:
 - + Tăng chất lượng về các bài tập bằng cách sưu tầm các nguồn tài liệu trên thế giới như Trường Cambridge, Oxford và tăng thêm số lượng các bài tập về nhà cho học viên, để khách hàng cảm thấy được trung tâm có tăng

- + Áp dụng công nghệ vào hệ thống giảng dạy: Tích hợp hệ thống học tập và kiểm tra trực tuyến trên website, công nghệ AI chấm điểm và cố vấn kỹ năng Speaking tiếng Anh cho các bạn học sinh có thêm công cụ để luyện tập các kỹ năng IELTS tại nhà. Phối hợp nhuần nhuyễn giữa công nghệ và mô hình học tập MMM của trung tâm để giúp các bạn học tập tốt hơn.
- + Nâng cao chất lượng các bài thi bằng cách nghiên cứu và xây dựng hệ thống bài test theo sát đề thi IELTS từng quý. Cập nhật các dạng câu hỏi trong bài thi thường xuyên để giúp học viên tăng tỷ lệ trùng dạng đề khi thi tốt hơn.
- + Nhắm vào “thời gian giá trị hơn tiền bạc” thì trung tâm có thể học sử dụng hình thức học HYBRID (học trực tiếp kết hợp trực tuyến) thuận tiện trong việc theo dõi đầy đủ các buổi học cho học viên khi không thể đến học trực tiếp tại trung tâm được.
- + Tăng thêm nhiều chính sách ưu đãi nhằm giữ chân học viên cũ tiếp tục cùng đồng hành với Apollo và thu hút thêm nhiều học viên tiềm năng mới. Hay nói cách khác, Apollo cần tận dụng lợi thế là người cung cấp sản phẩm tốt có giá thấp trong phân khúc cao cấp và có nhiều chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng. Một số chương trình có thể thực thi là “Giảm giá học phí khóa học từ 5-10% cho học viên đã và đang học tại trung tâm khi tiếp tục đăng ký các khóa học khác tại trung tâm”, các coupon ưu đãi theo mùa, theo quý, và theo các dịp lễ đặc biệt trong tháng.
- + Đẩy mạnh truyền thông thương hiệu trên các kênh mạng xã hội như Tik Tok, Instagram, Facebook... để mở rộng đối tượng khách hàng và đưa thương hiệu đến gần với thị trường hơn.
- + Tạo ra nhiều cơ hội giúp đỡ học sinh có các hoàn cảnh đặc biệt hoặc thành tích xuất sắc trong quá trình học tập bằng việc ưu tiên học sinh, sinh viên nghèo vượt khó như đưa ra những chiết khấu giá hợp lý, chính sách trả góp học phí cho khóa học IELTS, hỗ trợ học bổng cho một số học viên có kết quả thi tốt nhất. Trung tâm có thể tăng cường số buổi học ngoài giờ, học trực tuyến với sự giúp đỡ của giáo viên để có thể đảm bảo được chất lượng đầu ra cho học viên.

- + Chiến lược bán khóa học với sản phẩm đi kèm, bán sản phẩm là khóa học IELTS và đi kèm với nó là lệ phí thi IELTS, nhưng mức giá chỉ khoảng 50-75% so với mức giá bình thường, có thể đảm bảo được sự tiện lợi cho khách hàng cũng như lợi nhuận cho trung tâm.

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN

Từ những phân tích trên thì có thể thấy với lợi thế về nhiều mặt, Apollo luôn hoàn thành các chỉ tiêu đề ra và khẳng định được vị trí của mình trong lĩnh vực đào tạo ngoại ngữ. Và với những chiến lược giá nêu trên thì trong tương lai Apollo sẽ vươn lên, vượt qua các đối thủ cạnh tranh khác để trở thành trung tâm đào tạo tiếng Anh hàng đầu Việt Nam và sẽ là lựa chọn tốt nhất để ươm mầm cho các thế hệ trẻ sau này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nở, T., 2022. *Học phí tại trung tâm Anh ngữ Apollo chi tiết nhất - JES*. [online] JES. Available at: <https://jes.edu.vn/hoc-phi-tai-trung-tam-anh-ngu-apollo-chi-tiet-nhat> [Accessed 23 September 2022].
2. 2022. [online] Available at: <https://takeielts.britishcouncil.org/take-ielts/prepare/courses/road-ielts> [Accessed 23 September 2022].
3. Vietcetera.com. 2022. [online] Available at: <https://vietcetera.com/vn/apollo-english-va-nhung-khac-biet-cao-nen-su-thanh-cong> [Accessed 23 September 2022].
4. Kenhtuyensinh.vn. 2022. *Trung tâm Anh ngữ Quốc tế Apollo: Tin tức, học bổng, khóa học 2018*. [online] Available at: <https://kenhtuyensinh.vn/trung-tam-anh-ngu-apollo#:~:text=Apollo%20English%20l%C3%A0%20trung%20t%C3%A2m%20%20C4%91%C3%A0o%20t%E1%BA%A1o%20Ti%E1%BA%BFng,t%C3%ADn%20v%C3%A0%20l%C3%A2>

u%20%C4%91%E1%BB%9D%20c%E1%BB%A7a%20V%C6%B0%C6%A1
ng%20Qu%E1%BB%91c%20Anh.> [Accessed 23 September 2022].

5. 2022. [online] Available at:

<<https://suanoncolosence.com/tin-tuc-huong-dan/hoc-tieng-anh-o-apollo-co-to-t-khong-1663722963.html>> [Accessed 23 September 2022].

6. Apollo.edu.vn. 2022. Apollo English. [online] Available at:

<<https://apollo.edu.vn/chuong-trinh>> [Accessed 23 September 2022].

7. Nguyễn, P., 2022. NGHIÊN CỨU VỀ MÔI TRƯỜNG NGÀNH TIẾNG ANH CỦA TRUNG TÂM APOLLO VÀ ĐỀ XUẤT CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG TÍCH HỢP MARKETING IMC CHO KHÓA HỌC APOLLO JUNIOR MẪU GIÁO. [online] Academia.edu. Available at:

<https://www.academia.edu/33088038/NGHI%C3%80N_C%E1%BB%A8U_V%E1%BB%80_M%C3%94I_TR%C6%AF%E1%BB%9CNG_NG%C3%80NH_TI%E1%BA%BENG_ANH_C%E1%BB%A6A_TRUNG_T%C3%82M_APOLLO_V%C3%80_%C4%90%E1%BB%80_XU%E1%BA%A4T_CHI%E1%BA%BEN_D%E1%BB%8ACH_TRUY%E1%BB%80N_TH%C3%94NG_T%C3%8DCH_H%E1%BB%A2P_MARKETING_IMC_CHO_KH%C3%93A_H%E1%BB%8CC_APOLLO_JUNIOR_M%E1%BA%AAU_GI%C3%81O?fbclid=IwAR0e5z1ThcDsuAdmStskKwF7cRBLWu_gQUKfLgkxZonPLqnqWOS2jimmtg8> [Accessed 23 September 2022].

8. Edu2Review. 2022. Góc nhìn của học viên về học phí tiếng Anh Apollo | Edu2Review. [online] Available at:

<<https://edu2review.com/reviews/goc-nhin-cua-hoc-vien-ve-hoc-phi-tieng-anh-apollo-9642.html>> [Accessed 23 September 2022].