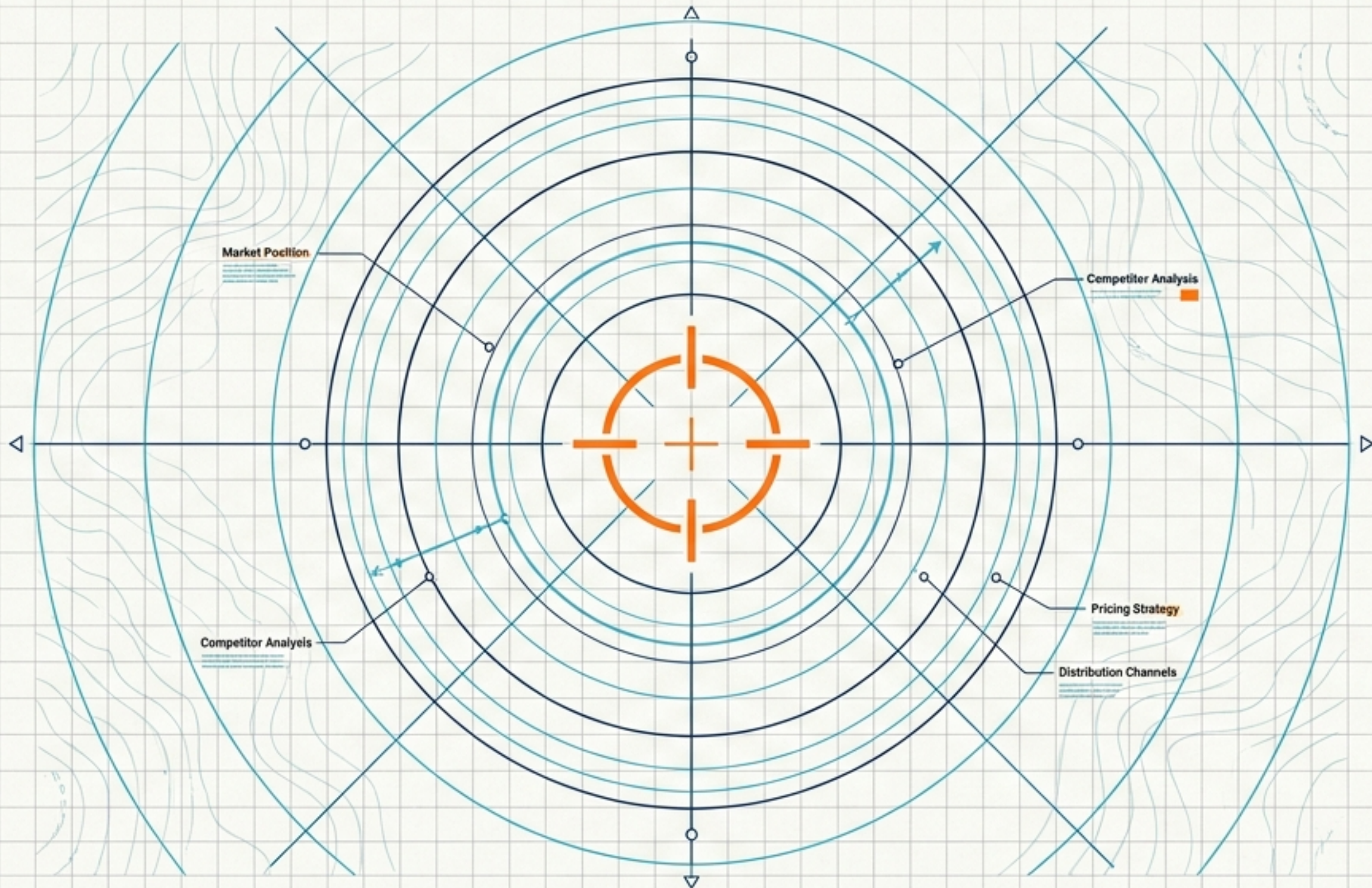


Bản Đồ Chiến Trường: Làm chủ Compset

Nền tảng chiến lược định hình mọi quyết định vận hành, giá bán và phân phối khách sạn.



Ảo tưởng của bước đi đầu tiên

Cách tiếp cận mặc định (Ảo tưởng)

Upload ảnh đẹp

Đặt giá hợp lý

Tạo rate plan

Điểm mù chiến lược (Sự thật)

Hợp lý so với ai? Đẹp hơn ai? Cạnh tranh với ai?

Nếu không xác định rõ Compset (Competitor Set), không có câu hỏi nào có đáp án đúng. Mọi hành động chỉ là chiến đấu theo cảm tính.

Hiệu ứng Domino của sự thất bại



HẬU QUẢ: Toàn bộ listing lệch hướng ngay từ ngày đầu tiên.

Compset thật sự là gì?



**Những khách sạn mà khách hàng mục tiêu của bạn sẽ
nghiêm túc cân nhắc THAY VÌ book của bạn.**

Compset không phải là những khách sạn bạn thích, cũng không phải là những tòa nhà to nhất phố.
Đó là những lựa chọn thay thế trực tiếp trong tâm trí khách hàng.

Ma trận thiết lập: Tiêu chí vs. Sai lầm

✓ 5 Tiêu chuẩn vàng

1. **Giá bán:** Cùng khoảng giá (BAR \pm 30%)

2. **Khách hàng:** Cùng loại khách (Leisure / Business / Family)

3. **Vị trí:** Cùng vùng địa lý / Cùng hub di chuyển

4. **Kênh bán:** Cùng kênh phân phối OTA trọng điểm

5. **Trải nghiệm:** Cùng mô hình (Boutique / Budget / Resort)

⚠ 4 Sai lầm chí mạng

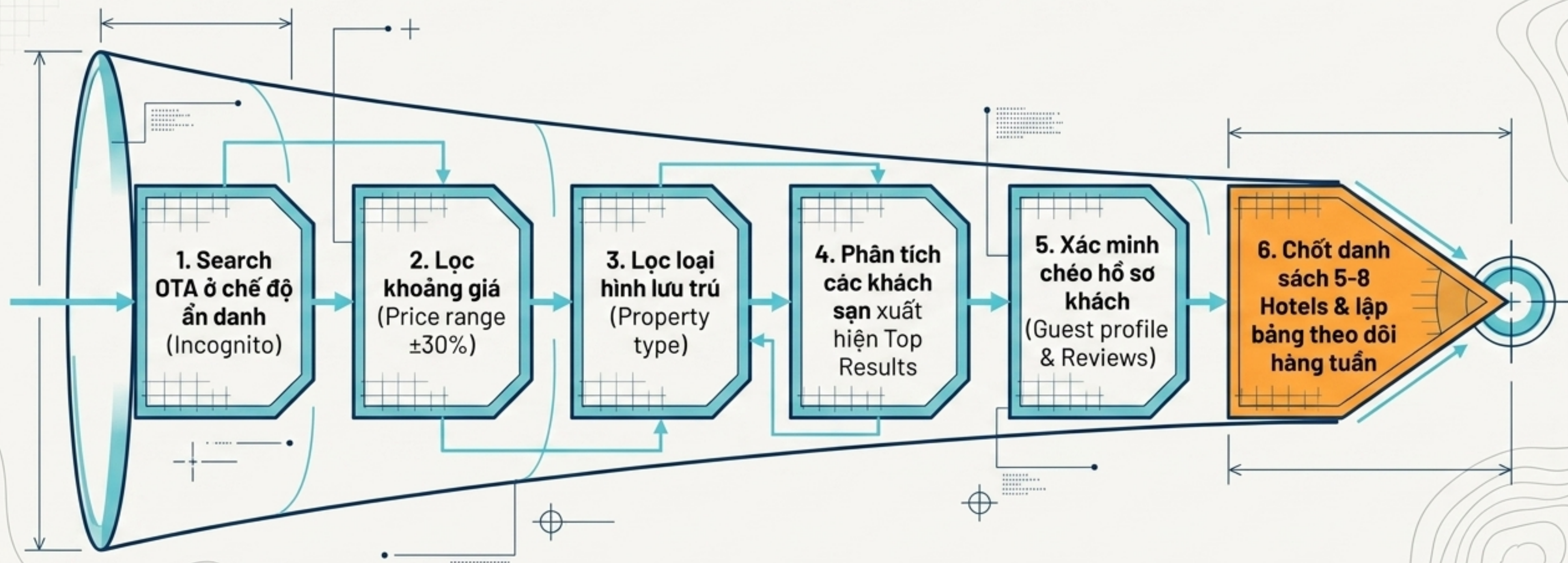
1. Chọn khách sạn nổi tiếng nhất khu vực để “dựa hơi”.

2. Chọn vì thấy họ luôn đầy phòng.

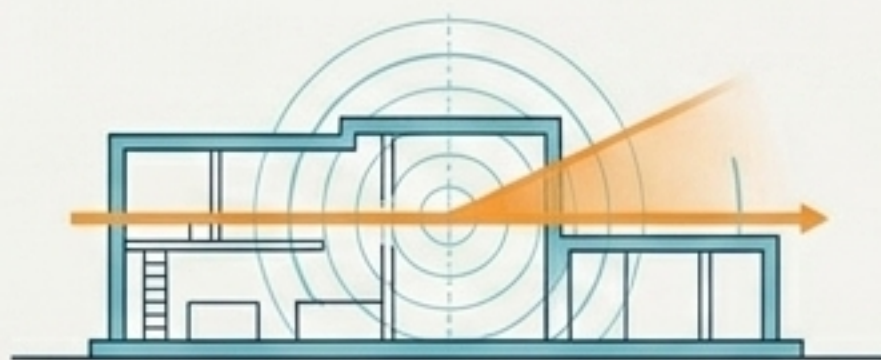
3. **Copy** y hệt danh sách của người khác.

4. Bỏ quên, không cập nhật lại sau 6-12 tháng.

Quy trình 6 bước xác định mục tiêu

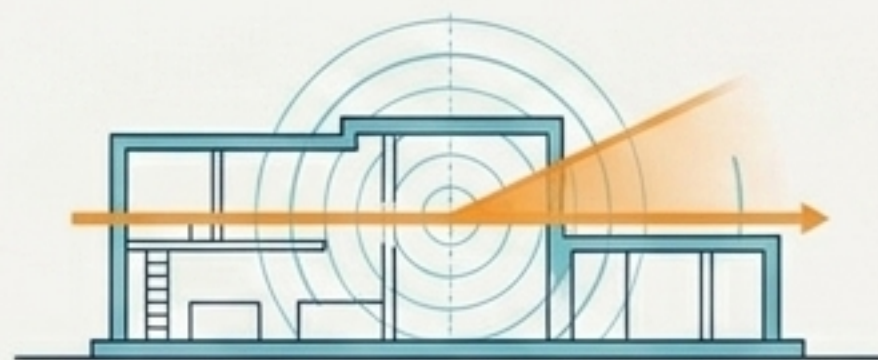


Phân tích 3 Khoảng trống (Gaps) chiến lược



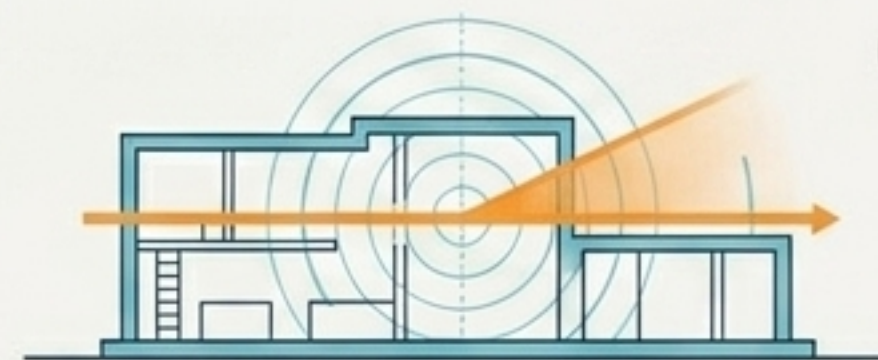
Khoảng trống Giá (Price Gap)

So sánh giá bán thực tế của bạn so với mức giá trần và giá sàn của compset.



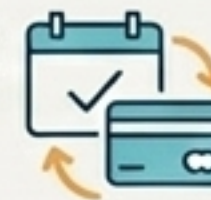
Khoảng trống Tiện ích (USP Gap)

Đối chiếu trực tiếp cơ sở vật chất, dịch vụ đặc quyền, thiết kế. Điểm khác biệt cốt lõi của bạn là gì?

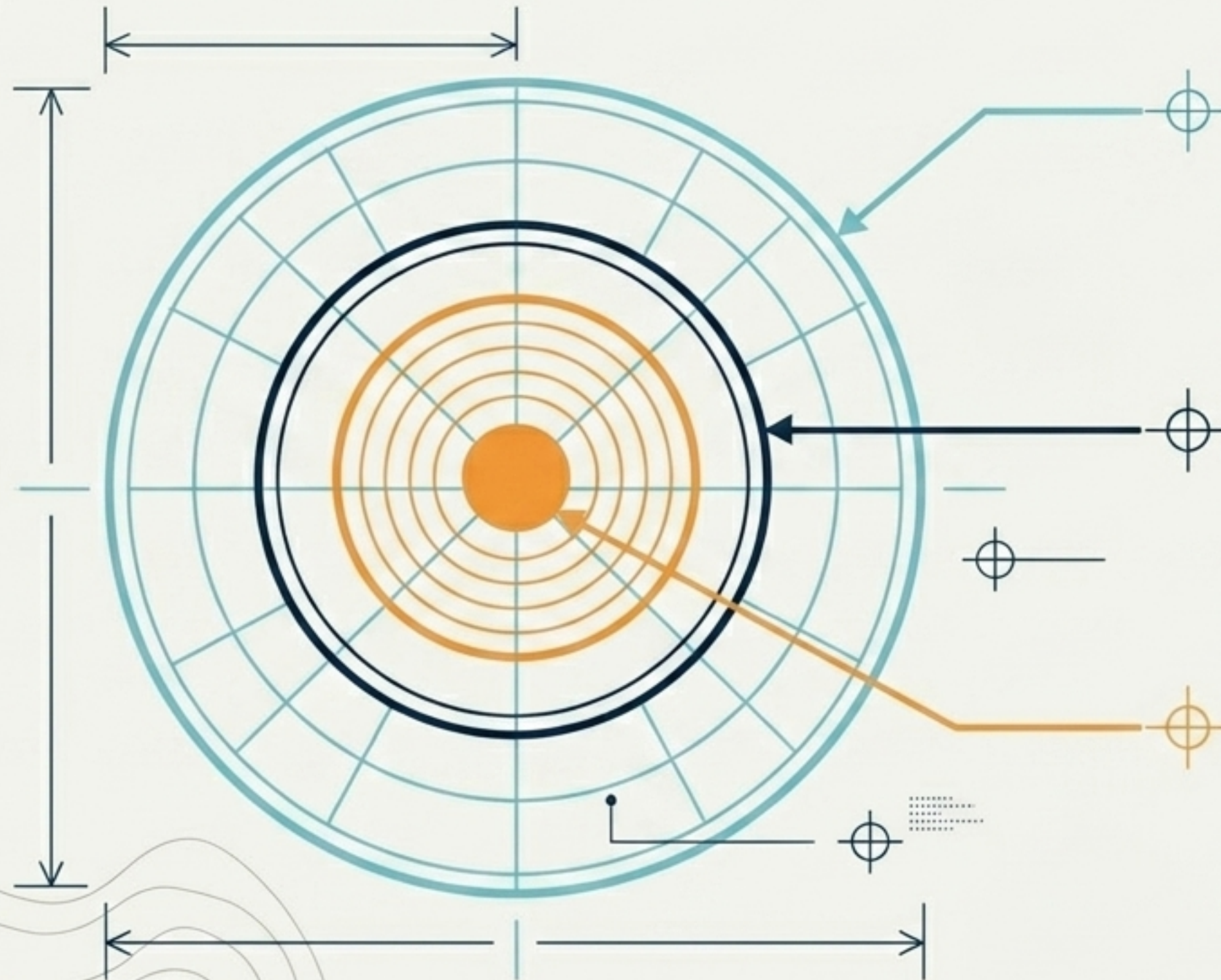


Khoảng trống Chính sách (Policy Gap)

Phân tích độ linh hoạt trong chính sách hủy phòng (**Cancellation**) và thanh toán (**Payment**).



Mô hình Radar 3 Tầng



Tầng 1 - VĨ MÔ

Thị trường điểm đến, ADR (Giá bán bình quân) toàn khu vực, Xu hướng Cung/Cầu.

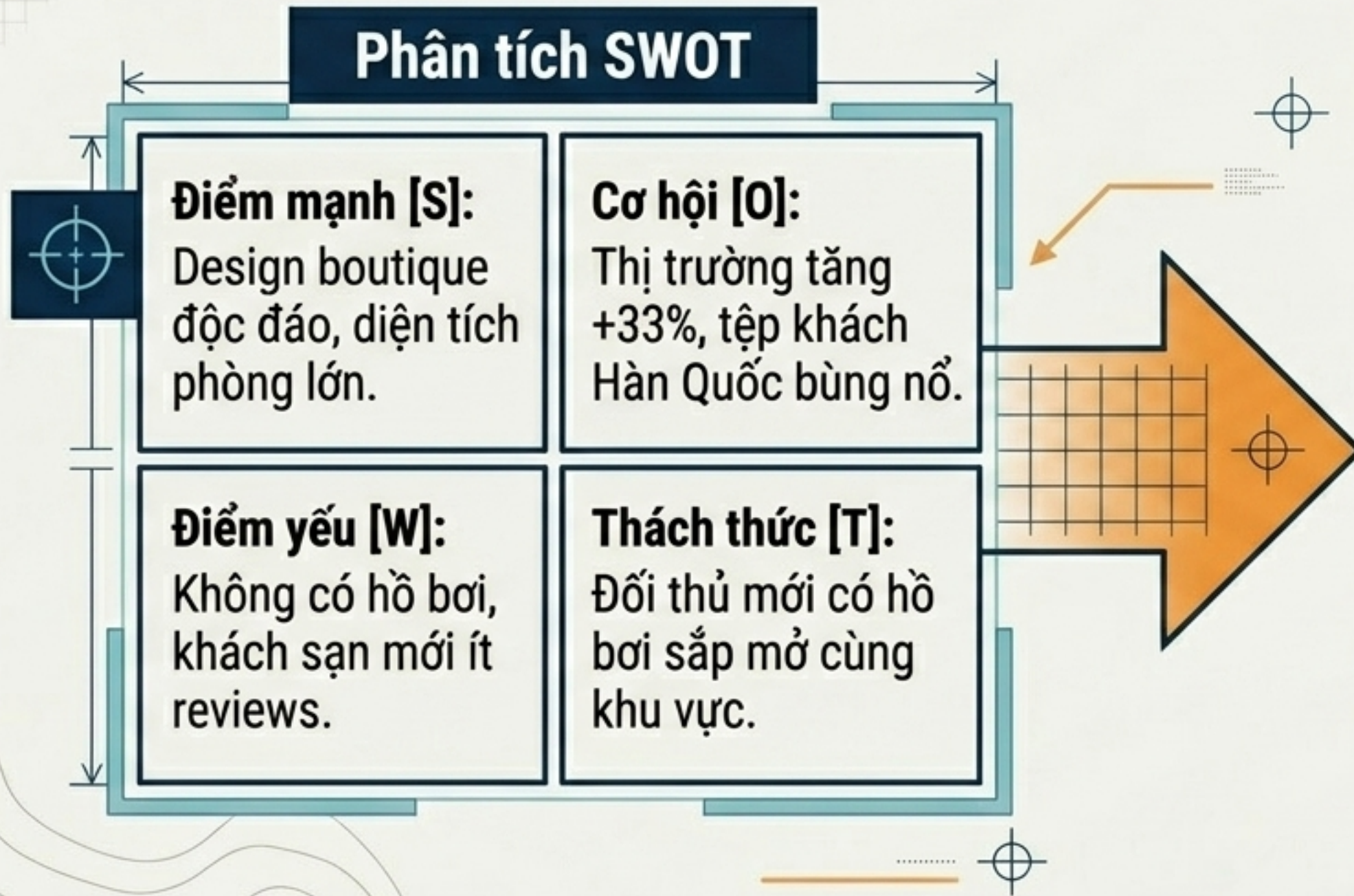
Tầng 2 - TRUNG MÔ

Compset trực tiếp, Phân tích 3 Gaps, Định vị kẻ dẫn đầu (Market Leader).

Tầng 3 - VI MÔ

Khách sạn của bạn: Nội lực, điểm mạnh/yếu cụ thể, rào cản vận hành.

Thực chiến: Từ SWOT đến Định vị Giá



Bản thiết kế Đầu ra (Output)

- **Định vị thương hiệu:** Boutique Design dẫn đầu tại Hà Nội.
- **Định vị giá (ADR Target):** Cạnh tranh ngang hàng Compset ở mức 1,600,000 VND - 1,700,000 VND.

Bản thiết kế tối thượng (Blueprint Summary)



Bắt buộc trước tiên

Không bao giờ định giá hay làm nội dung nếu chưa “khóa” mục tiêu Compset.



Chính xác tuyệt đối

Sử dụng quy tắc ‘Thay vì’ (Instead of) và tuân thủ chặt chẽ 5 tiêu chí lọc, tránh 4 sai lầm chí mạng.



Radar liên tục

Compset không phải làm một lần. Nó là radar quét liên tục mỗi tuần để điều chỉnh 3 Gaps (Giá, USP, Chính sách).

Compset là **bản đồ**. Người nắm **bản đồ** là người kiểm soát chiến trường.