



# XU HƯƠNG CHUYỂN DỊCH DÒNG TIỀN

***VÕ THÀNH LONG***

- **Sinh ngày 12/05/1985, Tiền Giang**
- **Tốt nghiệp chuyên ngành CNTT**
- **Hiện đang sinh sống và làm việc tại Bình Dương**
- **Đang là NPP toàn thời gian công ty **NEWIMAGE****

# XU HƯỚNG DỊCH CHUYỂN DÒNG TIỀN



## TIỀM NĂNG THU NHẬP



**XU HƯỚNG DÒNG TIỀN ĐỔ VÀO LĨNH VỰC  
CHĂM SÓC SỨC KHOẺ CHỦ ĐỘNG**

# TIỀM NĂNG NGÀNH CHĂM SÓC SỨC KHOẺ

DOANH SỐ NGÀNH DƯỢC  
NĂM 2022 ĐẠT TRÊN:

**7,7 Tỷ USD**  
**177.100 TỶ VND**

<https://gmp.com.vn/thi-truong-duoc-pham-viet-nam-2021:-trien-vong-han-che-va-nhung-xu-huong-n.html>

DOANH SỐ NGÀNH THỰC PHẨM CHỨC NĂNG  
NĂM 2021 ĐẠT TRÊN:

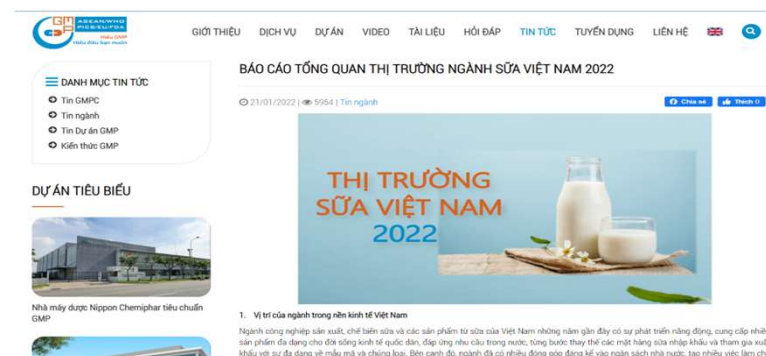
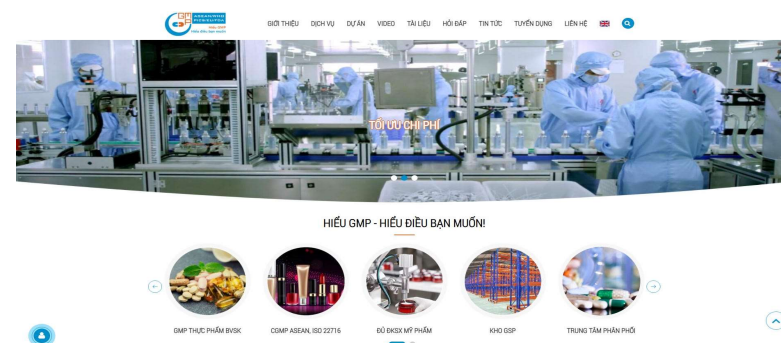
**6 Tỷ USD**  
**138.000 TỶ VND**

<https://thuonghieusanpham.vn/thuc-pham-chuc-nang-2020-thach-thuc-va-co-hoi-11299.html>

DOANH SỐ NGÀNH SỮA  
NĂM 2022 ĐẠT TRÊN:

**5,8 Tỷ USD**  
**133.000 TỶ VND**

<https://gmp.com.vn/thi-truong-sua-viet-nam-2022-n.html>



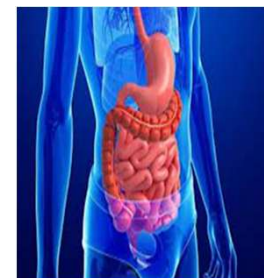
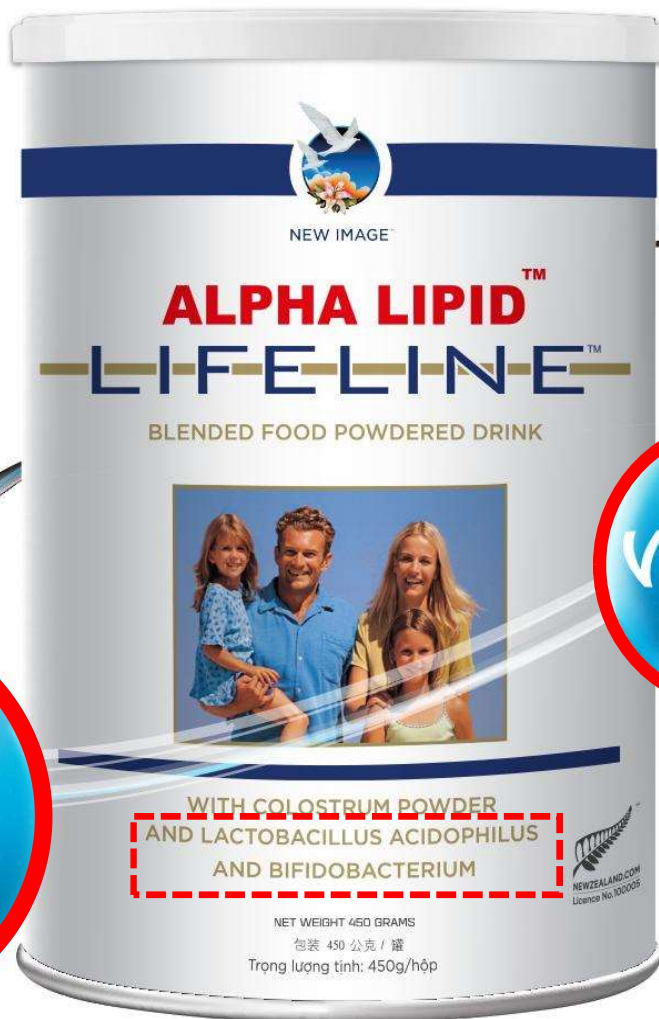
# SẢN PHẨM TÍCH HỢP - TĂNG CƯỜNG MIỄN DỊCH CHĂM SÓC SỨC KHOẺ TOÀN DIỆN



28.000 mg  
Canxi



8.400 mg  
Kháng Thể  
Miễn Dịch



28.000.000.000  
Lợi Khuẩn



Vitamin - Khoáng Chất  
Thiết Yếu Đầy Đủ

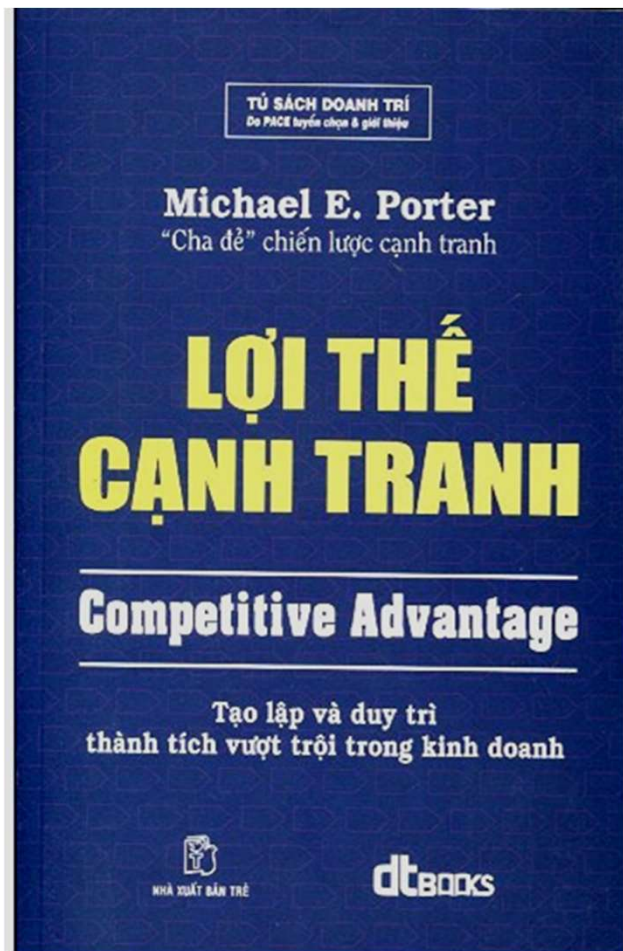
# XU THẾ DỊCH CHUYỂN DINH DƯỠNG CHĂM SÓC SỨC KHỎE CHỦ ĐỘNG



# CÔNG THỨC LỢI THẾ CẠNH TRANH

Michael E.Porter

“ Cha đẻ ” của chiến lược cạnh tranh



**CHI PHÍ THẤP** + Công Dụng Nhanh = **TÁI TIÊU DÙNG**

**TÁI TIÊU DÙNG** + Tính Đơn Giản = **SỰ LAN TỎA RỘNG**

**SỰ LAN TỎA RỘNG** + Vòng Đời SP Ngắn = **DOANH SỐ TĂNG**

**TĂNG TRƯỞNG - ỔN ĐỊNH**

## LỢI THẾ VỀ CHI PHÍ

1. Tiết kiệm hơn nhiều so với các Sản Phẩm Khác khoảng 1/3 chi phí.
2. Tạo sức mua cao => Doanh số cao => Thu nhập cao và tăng trưởng đều.

## LỢI THẾ VỀ THỊ TRƯỜNG

### 1. THỊ TRƯỜNG RỘNG:

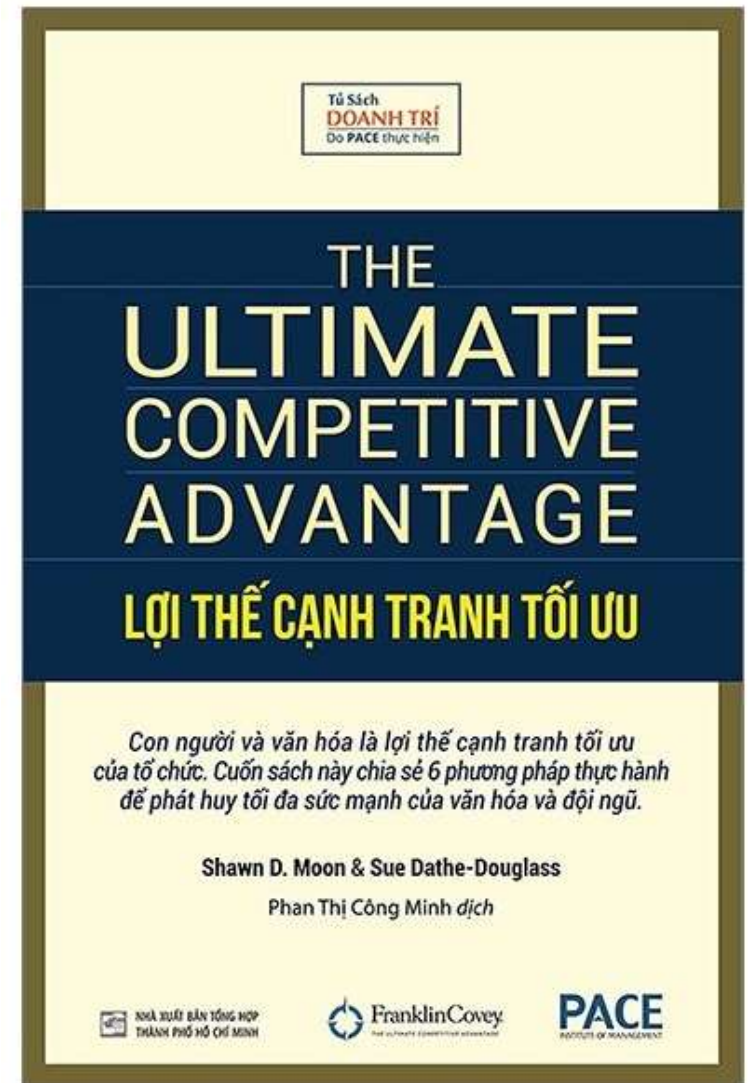
- + Đối với người tiêu dùng: 100% Nhu cầu thị trường.
- + Đối với người kinh doanh: Dung lượng thị trường không giới hạn không gian - thời gian.

### 2. THỊ TRƯỜNG BỀN:

- + Không thay đổi Theo thời gian.
  - + Theo nhu cầu tiêu hao mỗi ngày.
  - + Được sử dụng qua nhiều thế hệ:
- Ví dụ: Kháng thể - Canxi - Lợi Khuẩn - Vitamin & Khoáng Chất.

## LỢI THẾ VỀ TÍNH ĐƠN GIẢN

1. Đơn giản khi tư vấn.
2. Đơn giản khi phân phối 1 sản phẩm.
3. Đơn giản trong huấn luyện.
4. Sao chép nhanh.

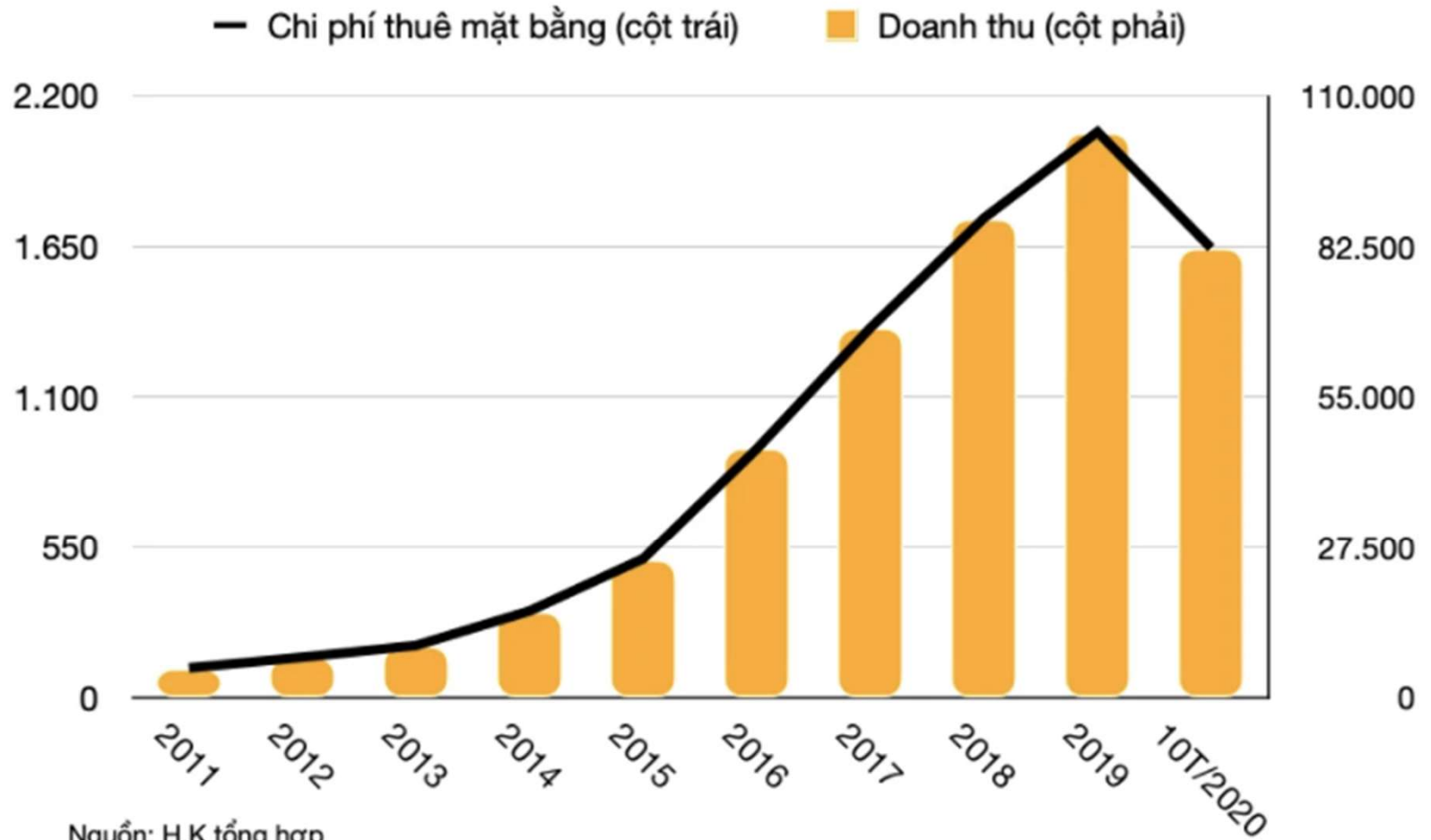


# **DÒNG TIỀN KINH DOANH TRUYỀN THỐNG**





Ước tính tỉ lệ chi phí thuê mặt bằng/doanh thu của MWG là 2% qua các năm (đvt: tỉ đồng)



Nguồn: H.K tổng hợp

<https://vietnambiz.vn/hang-nghin-cua-hang-cua-the-gioi-di-dong-ngon-bao-nhieu-tien-chi-phi-thue-mat-bang-20201127155344371.htm>



Thời sự

Góc nhìn

Thế giới

Video

Podcasts

Kinh doanh

Khoa học

Giải trí

Thể thao

Pháp luật

Giáo dục

Sức khỏe

Kinh doanh &gt; Doanh nghiệp

Thứ sáu, 3/2/2017, 10:36 (GMT+7)

## Vinamilk chi gần 25 tỷ đồng mỗi ngày cho quảng cáo, khuyến mãi



17



Tổng số tiền doanh nghiệp sữa lớn nhất Việt Nam chi cho quảng cáo, tiếp thị đã tăng gấp đôi trong hai năm gần đây, sau khi trần chi phí được dỡ bỏ.

Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm mới công bố, Công ty cổ phần Sữa Việt Nam (Mã CK: VNM) ghi nhận lợi nhuận sau thuế trong năm 2016 đạt gần 9.364 tỷ đồng, tăng 20,5% so với năm 2015. Doanh thu và lợi nhuận gộp từ hoạt động kinh doanh đạt lần lượt 46.965 tỷ và 22.336 tỷ đồng, tăng 16,7% và 37,3% so với cùng kỳ.

Có nhiều yếu tố để tác động đến kết quả kinh doanh đã đạt được của Vinamilk, trong đó có công tác bán hàng, quảng cáo nhằm định vị sản phẩm và thương hiệu khi phải cạnh tranh quyết liệt với các đối thủ nước ngoài.



<https://vnexpress.net/vinamilk-chi-gan-25-ty-dong-moi-ngay-cho-quang-cao-khuyen-mai-3535652.html>



# Thanh tra

CƠ QUAN CỦA THANH TRA CHÍNH PHỦ VÀ NGÀNH THANH TRA

[Thông tin tòa soạn](#) [Liên hệ quảng cáo](#) [📄](#)

[🏠](#) | [Theo dòng thời cuộc](#) | [Chính trị](#) | [Thanh tra](#) | [Khiếu nại - Tố cáo](#) | [Phòng chống tham nhũng](#) | [Pháp luật](#) | [📄](#)

## Kinh tế > Thị trường

### Bạo tay chi hàng tỷ đồng mỗi ngày cho quảng cáo

Cập nhật lúc 22:03, Chủ nhật, 25/02/2018 (GMT+7)



Chia sẻ



Chia sẻ 0



Thích 0

(Thanh tra) - Chi phí quảng cáo, tiếp thị, hỗ trợ được xem như phần không thể thiếu đối với các doanh nghiệp trong cuộc chiến giới thiệu sản phẩm và giành thị phần, nhất là với các doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng.

- "Cuộc chơi" riêng của ngành Bia
- Bán vốn Nhà nước đầu năm: Hết "bom tấn" tới "bom xịt"



<https://thanhtra.com.vn/kinh-te/thi-truong/Bao-tay-chi-hang-ty-dong-moi-ngay-cho-quang-cao-130884.html>

✉ Nhận bản tin



Trang chủ Thời sự **Tiêu dùng** Tài chính Kinh doanh Bất động sản Xe+ Công nghệ Hàng hóa



Trang chủ > Tiêu dùng > Thị trường 24h



## Sữa Việt tung ngàn tỉ quảng cáo, khuyến mãi cạnh tranh sữa ngoại

T.V.NGHI - T.MẠNH - N.AN - A.ĐỨC | 28/05/2017, 01:59

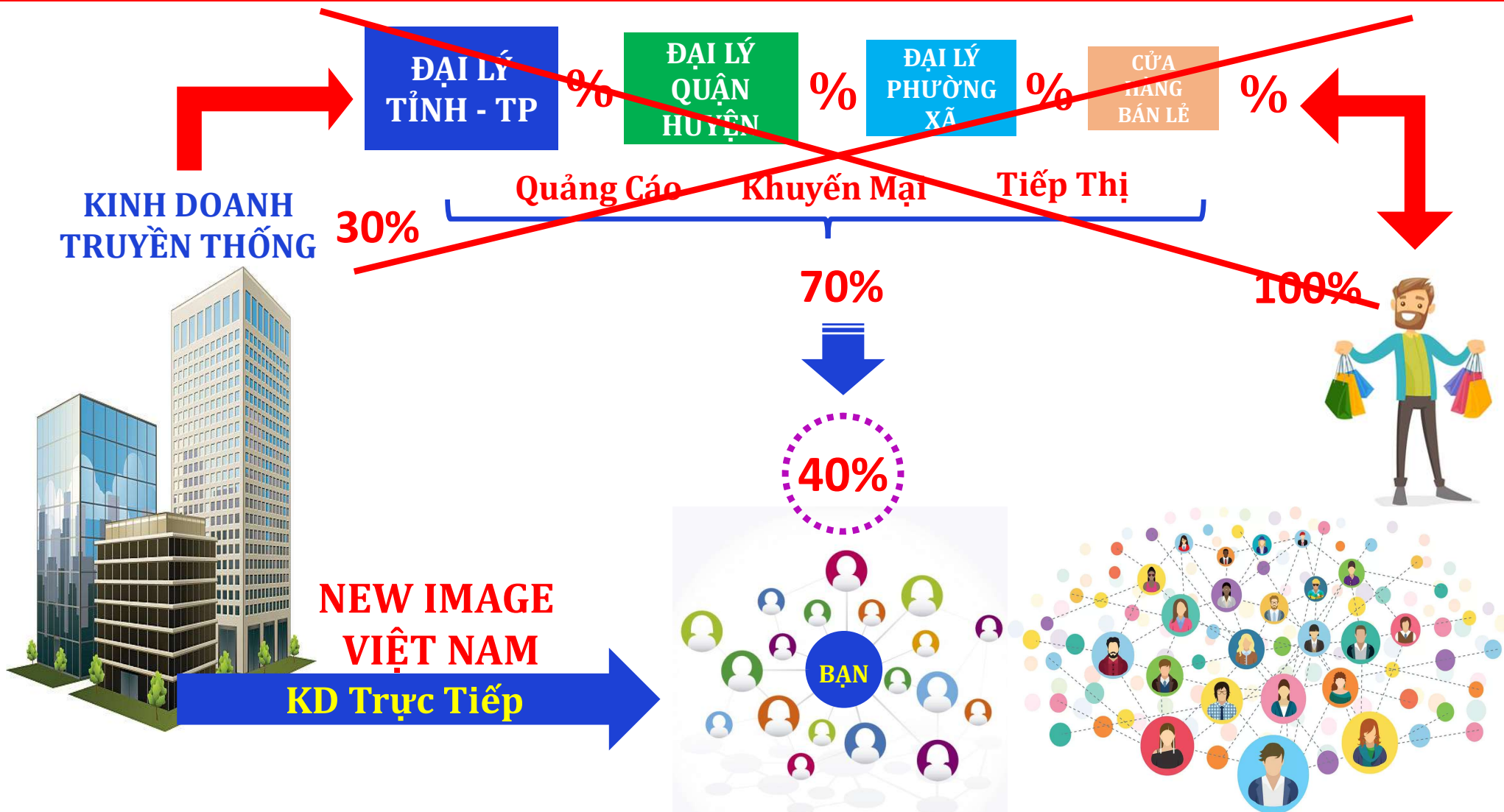
Cùng việc rầm rộ mở nhà máy, ồ ạt nhập bò Mỹ, tung sản phẩm hữu cơ..., các hãng sữa ở VN đang chi ngàn tỉ cho quảng cáo, khuyến mãi để giành thị phần.

<https://cungcau.vn/sua-viet-tung-ngan-ti-quang-cao-khuyen-mai-can-phan-sua-ngoai-28322.html>



# **DỊCH CHUYỂN DÒNG TIỀN ĐỔ VÀO NGÀNH NETWORK MARKETING**

# DÒNG TIỀN NGÀNH NETWORK MARKETING XU HƯỚNG THẾ KỶ 21



# HƯỚNG DẪN PHÁT TRIỂN ĐIỂM KINH DOANH ONLINE



# GIAI ĐOẠN 2

## PHÁT TRIỂN ĐIỂM KINH DOANH ONLINE RA 63 TỈNH



**NHÂN  
RỘNG**

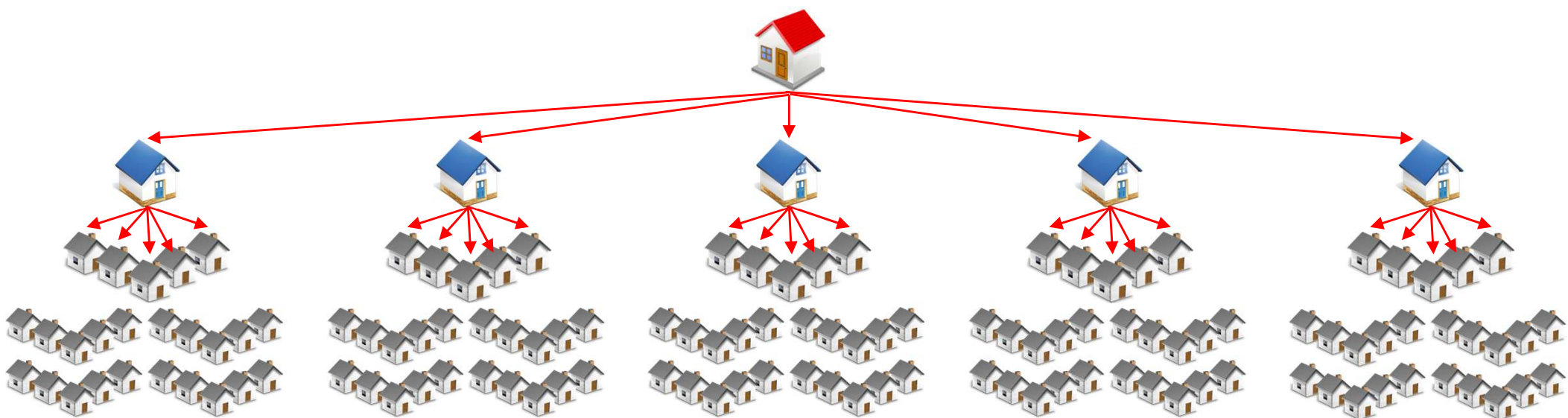


**PHÁT TRIỂN  
ĐIỂM KINH DOANH TẠI NHÀ  
5 - 10 (ĐKD)**

Doanh số: **150 - 300 lon** /tháng

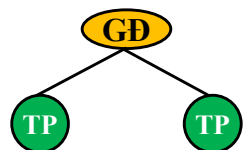
Thu nhập của bạn : **15 - 30 triệu**/Tháng

Thời gian : **3 - 5 Tháng**



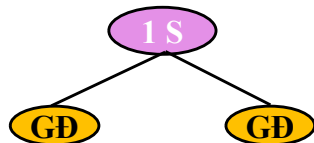
| THỜI GIAN   | ĐỜI | PHÁT TRIỂN<br>ĐKD | DOANH SỐ<br>(31lon/ĐKD) | HOA HỒNG<br>( % ) | QUY ĐỔI<br>(679.000 X %) | TỔNG THÀNH TIỀN<br>(Số Lon X Tiền)/THÁNG |
|-------------|-----|-------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------------------------|
| 1 - 4 Tháng | 0   | 1                 | 31 Lon                  | 39 %              | 264.810/Lon              | 8.209.110                                |
| 4 - 8 Tháng | 1   | 5                 | 155 Lon                 | 7 %               | 47.530/Lon               | 7.367.150                                |
| 8-12 Tháng  | 2   | 25                | 775 Lon                 | 6 %               | 40.740/Lon               | 31.573.500                               |
| 2 - 3 NĂM   | 3   | 125               | 3.875 Lon               | 5 %               | 33.950/Lon               | 131.556.250                              |
| 4 - 5 NĂM   | 4   | 625               | 19.375 Lon              | 4 %               | 27.160/Lon               | 526.225.000                              |
| 6 - 7 NĂM   | 5   | 3.125             | 96.875 Lon              | 3 %               | 20.370/Lon               | 1.973.343.750                            |
| 8 - 9 NĂM   | 6   | 15.625            | 484.375 Lon             | 1 %               | 6.790/Lon                | 3.288.906.250                            |
| 10 NĂM      | 7   | 78.125            | 2.421.875 Lon           | 1 %               | 6.790/Lon                | 16.444.531.250                           |

## CON ĐƯỜNG DOANH NGHIỆP 10 DANH HIỆU TRONG SỰ NGHIỆP NEWIMAGE



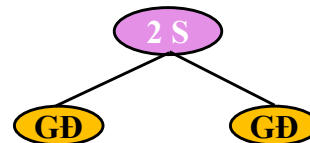
- Hưởng: 2 đời Phù Hợp.
- 02 Trưởng phòng phải là F1

**THU NHẬP: 8 - 10 TR**



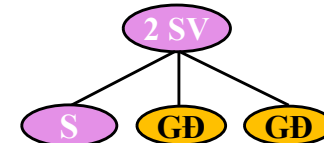
- Hưởng: 3 đời Phù Hợp.
- D.Số: 125.000 PV = 129 Lon

**THU NHẬP: 10- 15 TR**



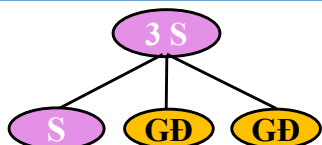
- Hưởng: 4 đời Phù Hợp.
- D.Số: 250.000 PV = 258 Lon

**THU NHẬP KHOẢNG: 15- 20 TR**



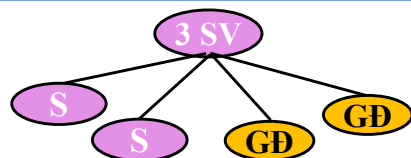
- Hưởng: 5 đời Phù Hợp.
- D.Số: 500.000 PV = 516 Lon

**THU NHẬP KHOẢNG: 20- 30 TR**



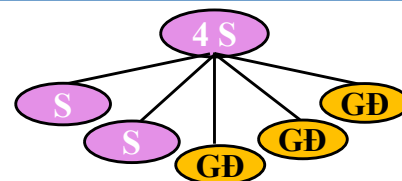
- Hưởng: 5 đời Phù Hợp.
- D.Số: 750.000 PV = 774 Lon

**THU NHẬP: 30 - 40 TR**



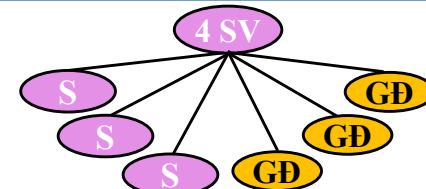
- Hưởng: 6 đời Phù Hợp.
- D.Số: 1.375.000 PV = 1.418 Lon

**THU NHẬP: 40 - 50 TR**



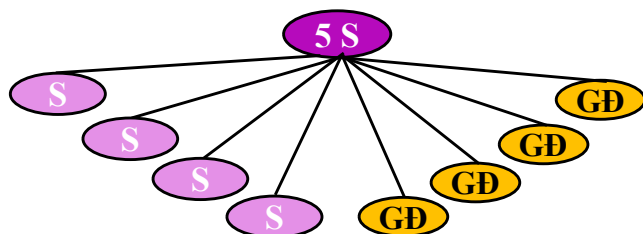
- Hưởng: 6 đời Phù Hợp.
- D.Số: 2.000.000 PV = 2.062 Lon

**THU NHẬP: 50 - 70 TR**



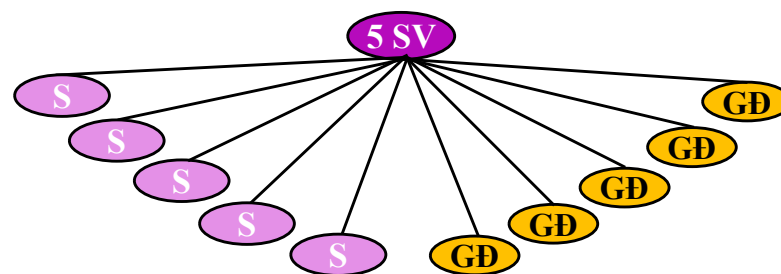
- Hưởng: 7 đời Phù Hợp.
- D.Số: 3.000.000 PV = 3.093 Lon

**THU NHẬP: 70 - 100 TR**



- Hưởng: 7 đời Phù Hợp.
- D.Số: 4.000.000 PV = 4.124 Lon

**THU NHẬP: 100 - 300 TR**



- Hưởng: 7 đời Phù Hợp.
- D.Số: 6.000.000 PV = 6.186 Lon

**THU NHẬP: 300 - Trên 1 TỶ**



## MỤC LỤC

### CHƯƠNG 1: NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG ..... 5

|                                                   |   |
|---------------------------------------------------|---|
| Điều 1. Phạm vi điều chỉnh .....                  | 5 |
| Điều 2. Đối tượng áp dụng .....                   | 5 |
| Điều 3. Hiệu lực áp dụng .....                    | 5 |
| Điều 4. Giải thích từ ngữ .....                   | 5 |
| Điều 5. Quyền của Nhà phân phối.....              | 7 |
| Điều 6. Nghĩa vụ của Nhà phân phối .....          | 7 |
| Điều 7. Quyền và nghĩa vụ của người bảo trợ ..... | 8 |
| Điều 8. Chuẩn mực đạo đức của Nhà phân phối ..... | 8 |
| Điều 9. Hỗ trợ kinh doanh .....                   | 9 |

### CHƯƠNG 2: HỢP ĐỒNG NHÀ PHÂN PHỐI ..... 10

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Điều 10. Điều kiện trở thành Nhà phân phối .....                | 11 |
| Điều 11. Quy trình, thủ tục ký kết Hợp đồng nhà phân phối ..... | 12 |
| Điều 12. Quy trình thực hiện Chương trình đào tạo cơ bản .....  | 13 |
| Điều 13. Quy trình cấp thẻ thành viên .....                     | 17 |
| Điều 14. Nghĩa vụ cập nhật thông tin hợp đồng .....             | 17 |
| Điều 15. Hợp đồng Nhà phân phối mã số kép .....                 | 17 |

**Điều 16. Thừa kế .....**

**THỪA KẾ  
SỰ NGHIỆP NEWIMAGE**

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Điều 17. Chuyển giao hợp đồng .....                                   | 19 |
| Điều 18. Cá nhân thứ ba tham gia vào quan hệ Hợp đồng nhà phân phối.. | 19 |
| Điều 19. Chấm dứt hợp đồng .....                                      | 21 |
| Điều 20. Gia nhập lại .....                                           | 21 |
| Điều 21. Giải quyết tranh chấp hợp đồng.....                          | 21 |

### CHƯƠNG 3: HÀNG HÓA - SẢN PHẨM ..... 23

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Điều 22. Quy trình đặt hàng .....                  | 25 |
| Điều 23. Quy trình thanh toán.....                 | 25 |
| Điều 24. Quy trình giao nhận hàng hóa .....        | 26 |
| Điều 25. Quy trình trả lại, mua lại hàng hóa ..... | 26 |
| Điều 26. Quy trình đổi lại hàng hóa .....          | 27 |



## LỊCH SỬ HÌNH THÀNH - PHÁT TRIỂN VÀ CÁC CỘT MỐC DOANH SỐ ẤN TƯỢNG

# NEW IMAGE VIỆT NAM



### NEW IMAGE VIỆT NAM

lần đầu tiên được thành lập, đặt trụ sở tại Thành phố Hồ Chí Minh



### CHI NHÁNH HÀ NỘI

được thành lập đầu tiên tại miền Bắc



### CHI NHÁNH CẦN THƠ

được thành lập đầu tiên tại miền Tây



### CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

được thành lập đầu tiên tại miền Trung



\* Doanh số được làm tròn, và tính bao gồm thuế VAT tương ứng theo từng năm

\*\* Đơn vị tính: tỷ đồng

**100 TRIỆU DÂN**

**99,7%**

**KÝ HỢP ĐỒNG**

**85.000 Người**

**11.800 NPP Làm Việc**

**11.800 NPP Làm Việc**

**0,0118%**

**Doanh Số**

**4.000 TỶ**

**5 NĂM NỮA**

**100.000 NPP Làm Việc**

**0,1%**

**Doanh Số**

**40.000 TỶ**

**10 NĂM NỮA**

**300.000 NPP Làm Việc**

**0,3%**

**Doanh Số**

**120.000 TỶ**