

GENSAFE

GIÁO DỤC GIỚI TÍNH

MỤC LỤC

- 1 Giới thiệu dự án
- 2 Phân tích môi trường kinh doanh
- 3 Mô hình kinh doanh Canvas
- 4 Kế hoạch sản xuất
- 5 Kế hoạch marketing
- 6 Cơ cấu tài chính
- 7 Ý nghĩa dự án



GIỚI THIỆU DỰ ÁN

TÊN THƯƠNG HIỆU



TÊN DOANH NGHIỆP

Công ty TNHH GENSAFE

MÔ TẢ

Nền tảng giáo dục giới tính số cho người trẻ Việt với kiến thức khoa học, an toàn, không phán xét

SLOGAN

“Gen nào cũng cần safe”



Trang chủ

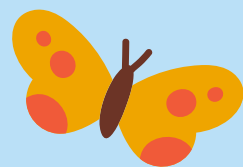
Chương trình

Liên hệ

Premium

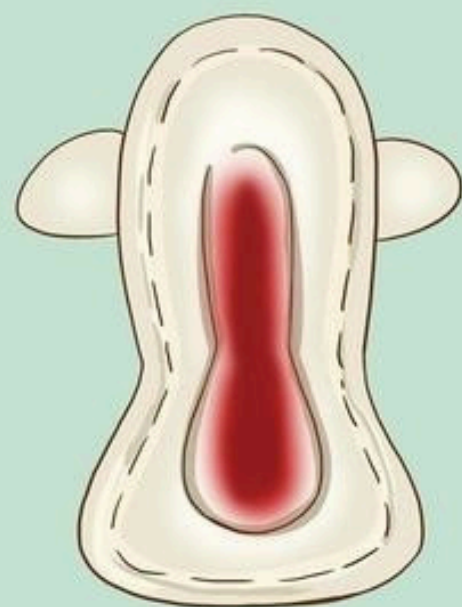


VIDEO



CHỦ ĐỀ 1: KINH NGUYỆT

Tìm kiếm video, kiến thức...



10:02

VÌ SAO EM CÓ KINH NGUYỆT?

11.051

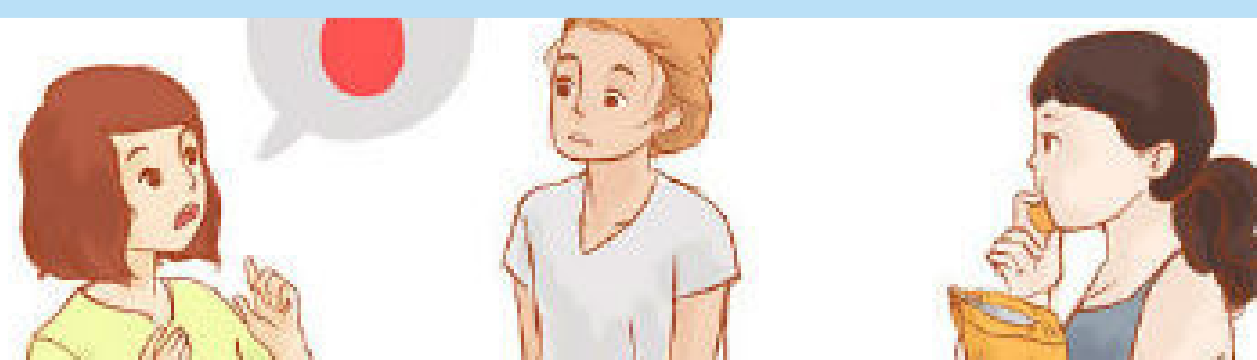


20:01

VÌ SAO MÁU KINH CÓ MÙI?

17.111

Pre





Trang chủ

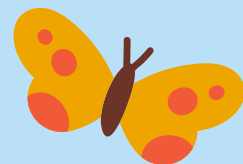
Chương trình

Liên hệ

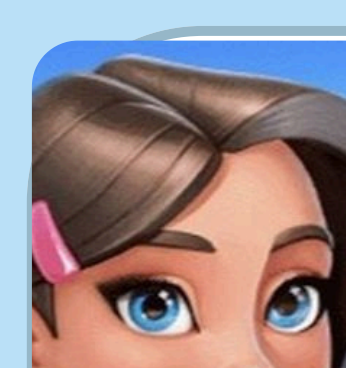
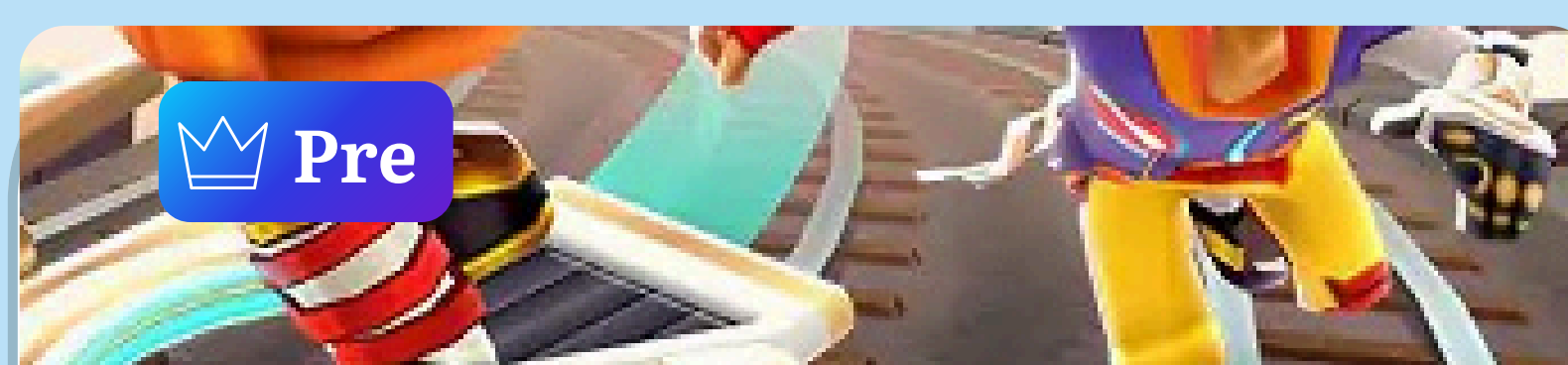
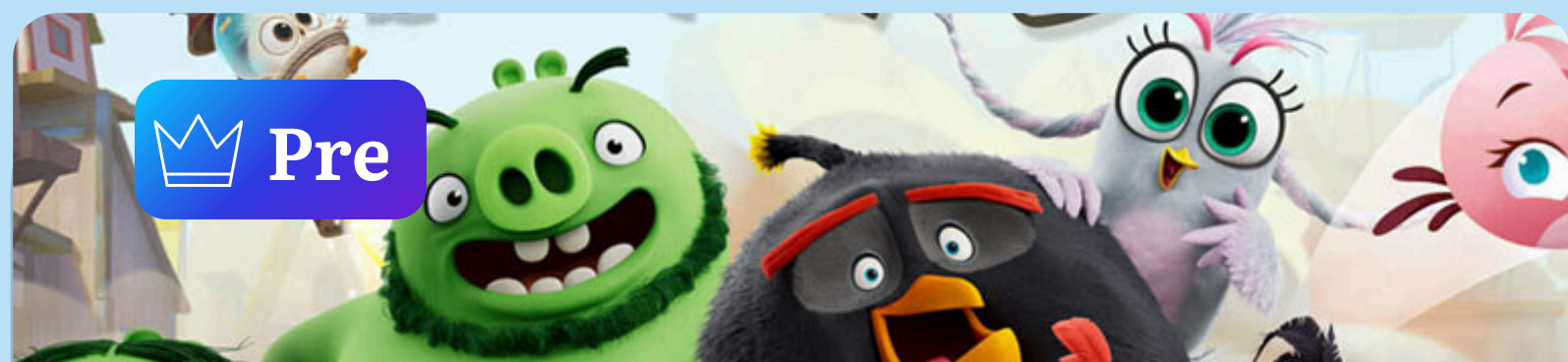
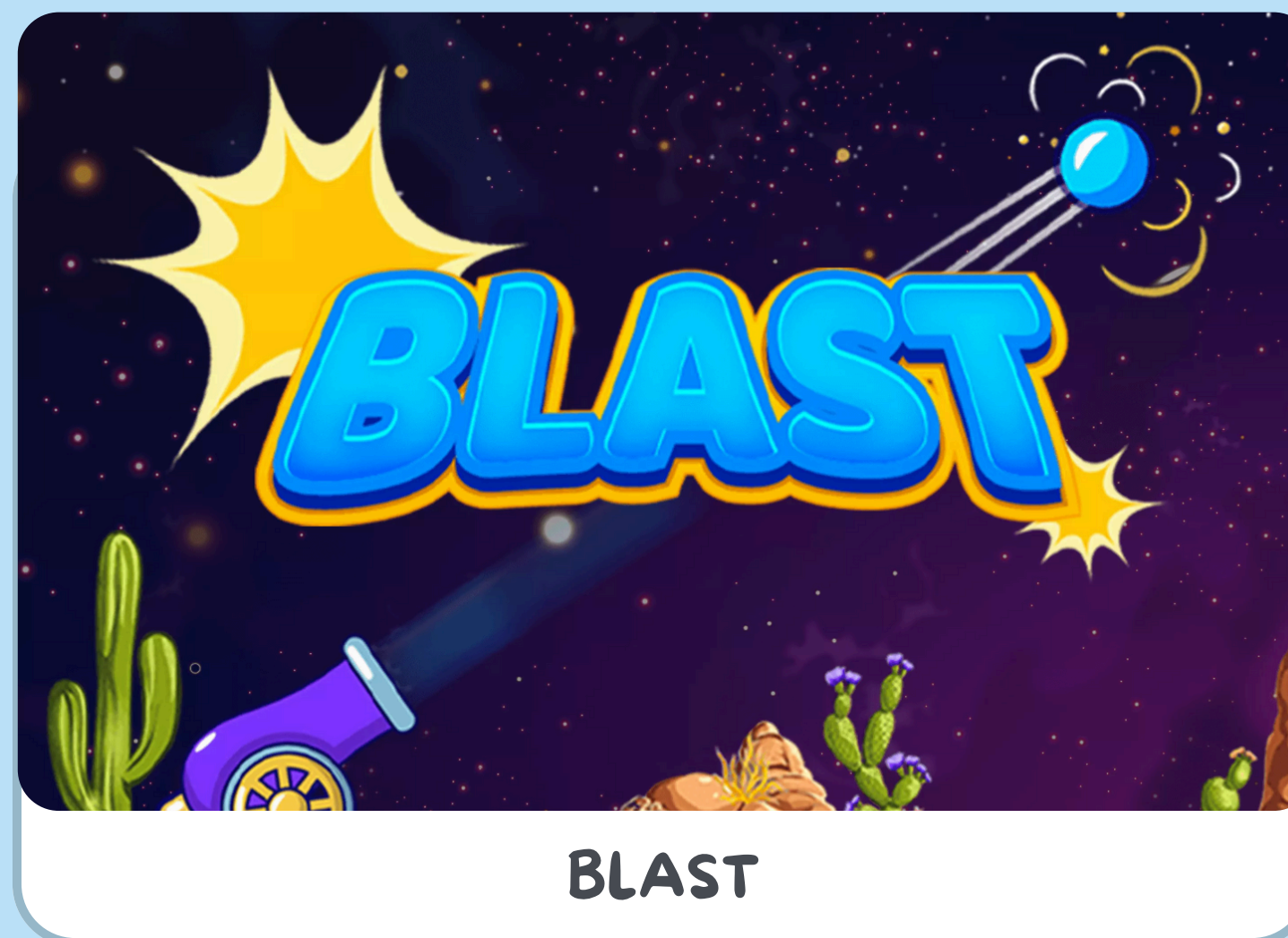
Premium



GAME



Tìm kiếm video, kiến thức...





Trang chủ

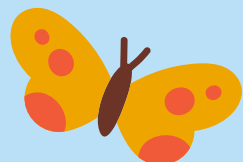
Chương trình

Liên hệ

Premium



QUIZIZZ



Tìm kiếm video, kiến thức...



QUIZIZZ

KINH NGUYỆT LÀ GÌ?

- A. MÁU CHẢY DO CƠ THỂ BỊ THƯƠNG
- B. SỰ BONG NIÊM MẠC TỬ CUNG VÀ CHẢY RA NGOÀI ÂM ĐẠO
- C. MỘT DẠNG NHIỄM TRÙNG
- D. DẤU HIỆU BỆNH

ĐƯỜNG ĐUA TRÍ TỰ

MAP

Cat Ba Island

Phu Quoc Island

Ha Long Bay

TRUY TÌM KHO BÁU

Pre

PLAYERS

Pre



Trang chủ

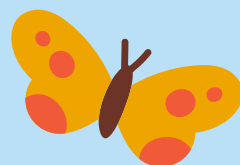
Chương trình

Liên hệ

Premium



CASESTUDY



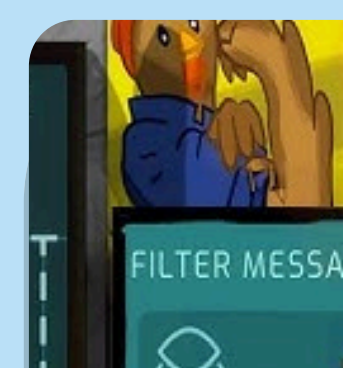
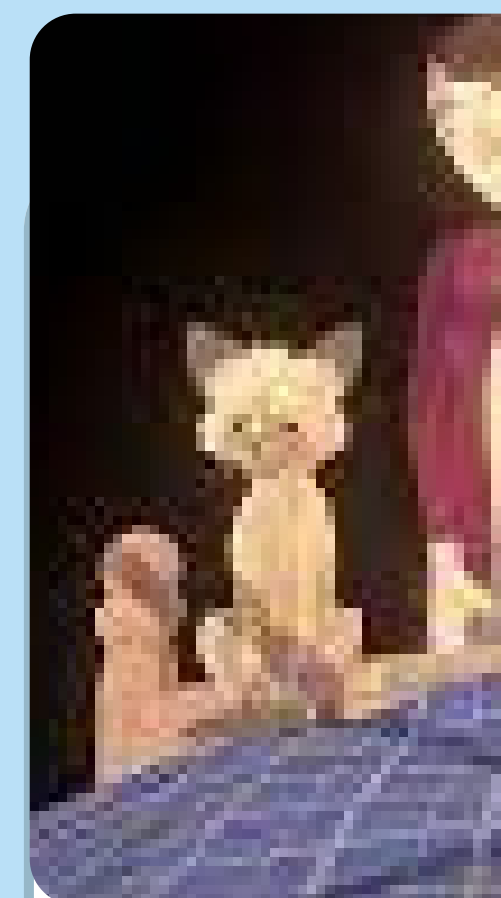
Tìm kiếm video, kiến thức...



HÓA THÂN



ONE DAY





Trang chủ

Chương trình

Liên hệ

 Premium

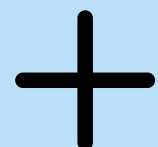


GENSAFE v

Chào bạn, chu kỳ kinh nguyệt
bình thường kéo dài bao lâu vậy?



Chào bạn! Chu kỳ kinh nguyệt
thường kéo dài 28 ngày, nhưng
dao động từ 21–35 ngày vẫn được
xem là bình thường.



Hỏi bất kỳ điều gì...



[Trang chủ](#)[Chương trình](#)[Liên hệ](#)[Premium](#)

Bạn đang thắc mắc điều gì?

Thống kê của tôi



Bài viết đã tạo



Bình luận đã tạo



Người dùng ẩn danh

3 giờ trước

...

Con mới có kinh nên hơi hoang mang vì chu kỳ của con không đều, lúc nhanh lúc chậm. Điều này làm con cảm thấy lo lắng. Con tự hỏi không biết có bình thường không. Con cũng không biết cơ thể mình đang thay đổi như thế nào. Các chuyên gia có thể giải thích giúp con không ạ?



36



5



Trang chủ

Chương trình

Liên hệ

 Premium



Tư vấn 1:1 với chuyên gia

Tìm kiếm video, kiến thức...



GIÁ TRỊ CỐT LÕI

Khoa
học

Không
phán xét

An toàn &
Riêng tư

Thấu cảm &
Trao quyền

Thân thiện &
Dễ tiếp cận

PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

- 1 Phân tích môi trường vĩ mô
- 2 Phân tích thị trường
- 3 Đối thủ cạnh tranh
- 4 Sản phẩm thay thế



MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ

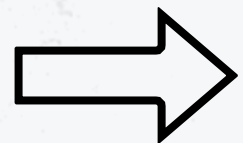
KINH TẾ

Theo Tổng cục thống kê Việt Nam

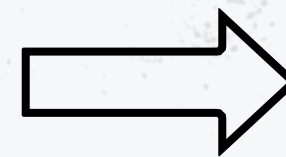


GDP tăng
7.09%

GDP đầu người
~ 4.700 USD



Thu nhập tăng



Người dùng
có khả năng chi
trả cho app
học/giáo dục
sức khỏe/giáo
dục giới tính.

MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ

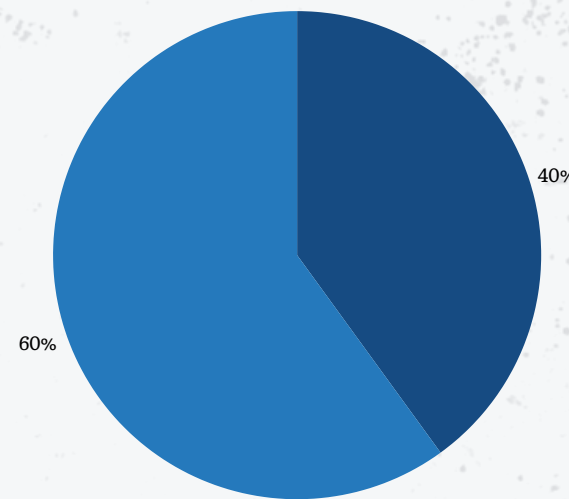
XÃ HỘI

Xã hội Việt Nam vẫn còn e ngại khi nói về giới tính

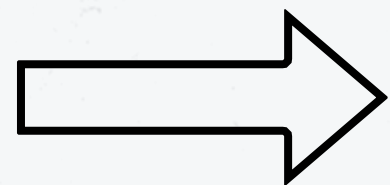
300.000
ca nạo
phá thai



15 - 19
tuổi



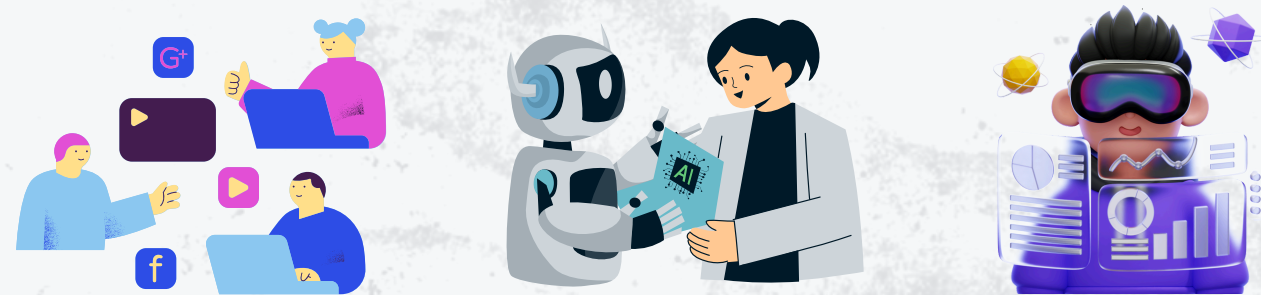
> 40%
ca HIV mới ở
thanh thiếu niên



**Nhu cầu lớn về không gian không phán xét,
riêng tư và khoa học**

MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ

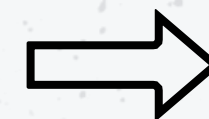
CÔNG NGHỆ



Phát triển, thúc đẩy
app/web Gensafe

Quốc hội khóa XV đề xuất

Giáo dục
giới tính,
sức khỏe
sinh sản



**MÔN HỌC
ĐỘC LẬP**

PHÁP LÝ

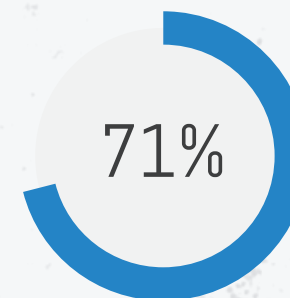
PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

QUY MÔ

Quy mô toàn cầu của
“online sex education”

2,05 tỷ USD  **8,72 tỷ USD**
(2025) (2033)

Xu hướng học giới tính,
sức khỏe qua Internet



Người trẻ tìm kiếm thông
tin về giới tính, cơ thể,
mối quan hệ

Thị trường Edtech Việt Nam

11,8 triệu người dùng
(2029)

397,5 triệu USD
(2025)

CAGR
12,08%

2025
-
2029

PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

KHOẢNG TRỐNG

Thiếu nội dung chuyên sâu & phù hợp lứa tuổi

Hiếm app/web tích hợp kiến thức y học, tâm lý theo từng độ tuổi.

Thiếu dịch vụ tư vấn an toàn cho vị thành niên

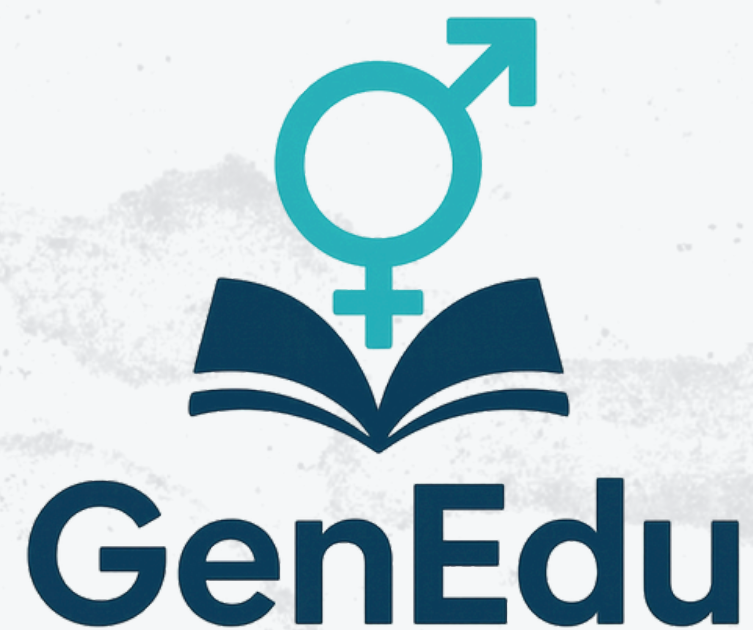
Ít nền tảng có tư vấn chuyên sâu, bảo mật.

Thiếu cộng đồng kín đáo đáng tin cậy

Chưa có cộng đồng được kiểm soát chuyên nghiệp.



ĐỐI THỦ CẠNH TRANH



Nội dung khoa học,
phù hợp với đối tượng



Thiếu casestudy minh họa



Giao diện quá đơn giản, chỉ dựa
vào văn bản → ít hấp dẫn



Không có chat box AI



Không có game, quiz

ĐỐI THỦ CẠNH TRANH



Đội ngũ chuyên gia
công khai



Giao diện khó dùng, quy trình
phức tạp



Không có liên hệ online chat
trực tuyến



Không có chat box AI



Không có game, quiz, casestudy

SẢN PHẨM THAY THẾ

- **Nhóm tổ chức/NGO & dự án xã hội:** CSI, CSDS, Bảo tàng Sức khỏe, RFA, các dự án của Bộ Y tế Hoạt động lâu năm
- **Nhóm kênh YouTube & fanpage cá nhân:** SexEd Việt Nam, Bác sĩ Trương Thịnh, Hiểu Biết Là Sức Mạnh, Góc Teen...



MÔ HÌNH KINH DOANH CANVAS





PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG

Người dùng: trẻ em trong độ 10 – 18 tuổi

ĐỊA LÝ

Trên toàn quốc,
chủ yếu tại các
đô thị

HÀNH VI

Khám phá,
tương tác học

TÂM LÝ

Tò mò về cơ thể và
giới tính nhưng
còn ngại ngùng
khi đề cập đến chủ
đề nhạy cảm

PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG

Người mua: phụ huynh có con em trong độ tuổi 10 – 18

ĐỊA LÝ

Trên toàn quốc,
chủ yếu tại các
đô thị lớn

HÀNH VI

- Tự tìm hiểu nhưng thiếu nguồn uy tín
- Ít chủ động trò chuyện với con
- Ưu tiên giải pháp online kín đáo, dễ dùng

TÂM LÝ

- Không biết bắt đầu dạy con từ đâu
- Tự ti, lo lắng khi dạy sai
- Lo lắng con tiếp nhận thông tin sai lệch

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

NHÂN KHẨU HỌC

- Tên: Nguyễn Thu Hà
- Tuổi: 35
- Gia đình: Đã lập gia đình 12 năm, có 1 con gái 11 tuổi
- Nghề nghiệp: Nhân viên kế toán
- Thu nhập: Trung bình - khá
- Học vấn: Cử nhân Học viện Ngân Hàng
- Khu vực sinh sống: Hà Nội

HÀNH VI

- Tìm hiểu nhiều về tâm sinh lý 10–14 nhưng thiếu nguồn uy tín.
- Không chủ động trò chuyện về giới tính với con vì bận, ngại, không hiểu rõ thông tin.
- Lưu thông tin giới tính để chia sẻ cho con.
- Ưu tiên giải pháp online, kín đáo, rõ ràng, linh hoạt và giá vừa phải.



BỐI CẢNH

- Con bắt đầu thay đổi cơ thể, tiếp xúc mạng xã hội.
- Trường học dạy giới tính hời hợt.
- Hà lớn lên trong môi trường “ngại nói chuyện giới tính”, kiến thức nền yếu.
- Công việc bận khiến cô khó tìm lớp/hội thảo trực tiếp.

NỖ ĐAU

- Không biết bắt đầu dạy con từ đâu, thiếu tài liệu khoa học – dễ hiểu.
- Sợ con hiểu sai từ mạng xã hội.
- Sợ bị đánh giá nếu hỏi chuyên gia.
- Tự ti và lo lắng nếu dạy sai.

Insight cốt lõi

“Tôi muốn con hiểu đúng về cơ thể và giới tính, nhưng tôi không biết dạy sao cho đúng. Tôi cần một nơi đáng tin để đồng hành cùng con.”

GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ

Vấn đề	Giải pháp
Thiếu kiến thức giới tính phù hợp độ tuổi	Nội dung toàn diện, phân theo lứa tuổi, chuẩn quốc tế
Giáo dục trong trường còn sơ sài, ngại ngừng khi học	Học liệu sinh động (video, trò chơi, quiz), dễ hiểu, dễ tiếp cận
Giáo viên thiếu chuyên môn, phụ huynh lúng túng	Tài liệu hỗ trợ giáo viên, phụ huynh, có hướng dẫn cụ thể
Thiếu nội dung về cảm xúc, đồng thuận	Bao phủ đầy đủ: cảm xúc, ranh giới cá nhân
Người học bị động, thiếu tự tin và kỹ năng bảo vệ bản thân	Lộ trình học cá nhân hóa, tự kiểm tra kiến thức, chủ động học



CÁC KÊNH THÔNG TIN VÀ KÊNH PHÂN PHỐI

1. Các kênh thuộc sở hữu

- Web, app
- Các fanpage chính thức
- Văn phòng

2. Các kênh đối tác

- Trường học
- KOL, KOC



QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

- 1 Dem lại trải nghiệm cá nhân hóa cho khách hàng
- 2 Tư vấn ẩn danh và hỗ trợ chuyên sâu
- 3 Hỗ trợ khách hàng B2B
- 4 Xây dựng cộng đồng khách hàng
- 5 Lắng nghe phản hồi của khách hàng



HOẠT ĐỘNG CHÍNH

1. Sản xuất học liệu số
2. Bảo trì, cập nhật nền tảng
3. Hợp tác cùng các chuyên gia



TÀI NGUYÊN CHÍNH

Đội ngũ chuyên
gia tư vấn



Đội ngũ phát triển
công nghệ, lập
trình viên thông

Đội ngũ sáng tạo
nội dung và
truyền thông



ĐỐI TÁC CHÍNH



Liên minh chiến
lược với các cơ sở
giáo dục, y tế

Người đồng sáng
tạo nội dung



Nhà cung cấp dịch
vụ công nghệ



CẤU TRÚC CHI PHÍ

1. Chi phí vận hành
2. Chi phí công nghệ
3. Chi phí bán hàng
4. Chi phí nhân sự



DÒNG DOANH THU

1. Gói mua lẻ
2. Gói Premium
3. Gói tư vấn 1:1
4. Gói B2B

KẾ HOẠCH , SẢN XUẤT



QUÝ 1 NĂM 1

Giai đoạn nghiên cứu và phát triển sản phẩm

QUÝ 2 NĂM 2

Giai đoạn chuẩn bị sản xuất

QUÝ 2,3,4 NĂM 1

Giai đoạn duy trì – tối ưu

QUÝ 3 NĂM 2

Ra mắt chương trình cho độ tuổi 15–18, quảng cáo, tiếp cận người dùng

QUÝ 1 NĂM 2

Giai đoạn nghiên cứu tiền sản xuất nhóm 15–19 tuổi

QUÝ 4 NĂM 2

Giai đoạn tối ưu sản phẩm - giữ chân khách hàng

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT

7 GIAI ĐOẠN

NĂM 3

Giai đoạn duy trì – nâng cấp (cho cả hai nhóm tuổi)

KẾ HOẠCH MARKETING



KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG TỔNG THỂ

Sản phẩm

1

Gensafe Web/App

2

Khóa học chương lễ nâng cao

3

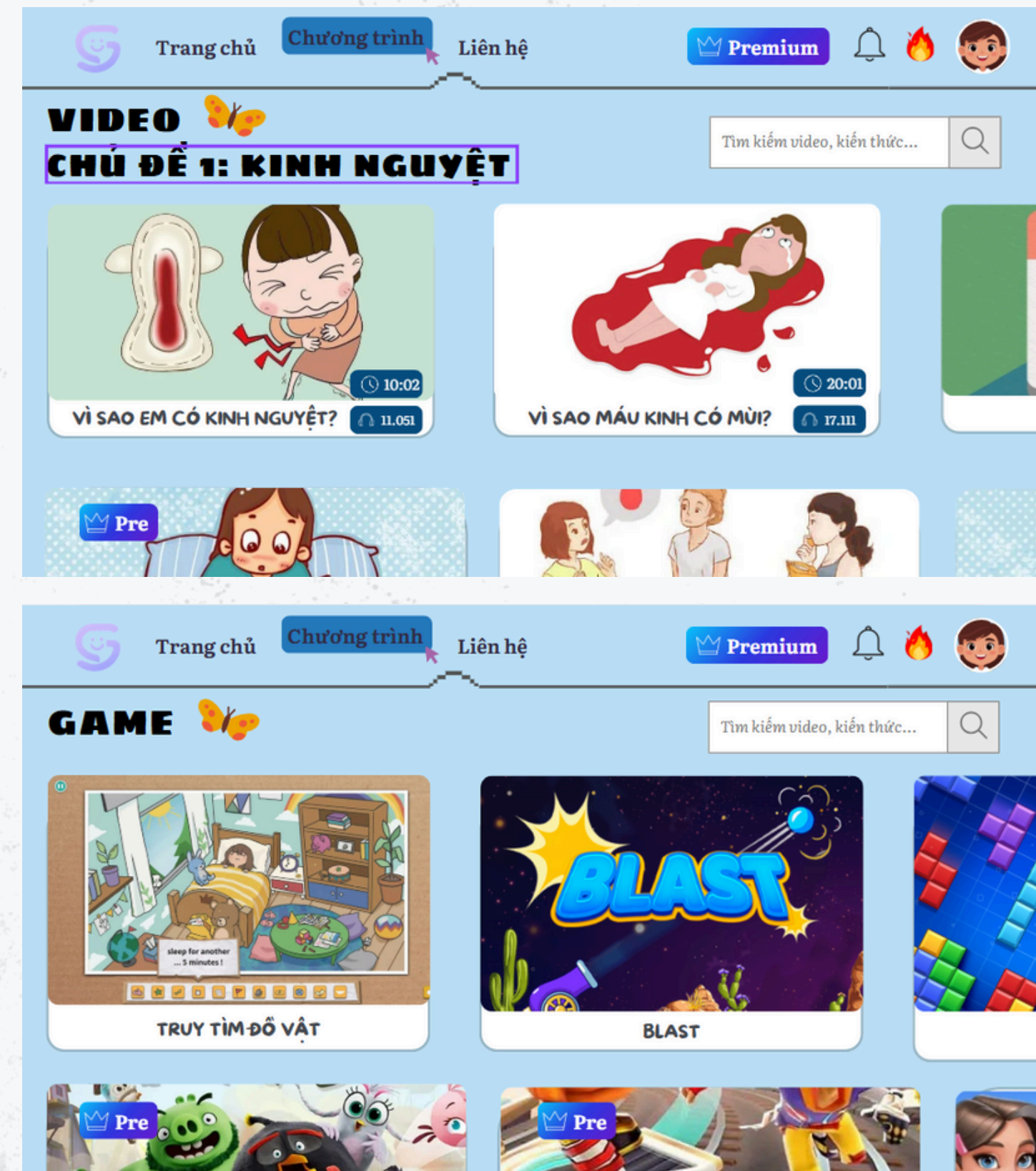
Khóa học Premium theo lộ trình

4

Tư vấn 1:1 với chuyên gia

5

Gói B2B cho trường học & tổ chức



KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG TỔNG THỂ

Giá

0 VND

Gói học miễn phí

599.000 VND

Khóa học Premium
theo lộ trình

10.000.000

Gói B2B cho trường
học & tổ chức

129.000 VND

Gói mua chương lễ
nâng cao

299.000 VND

Tư vấn 1:1 với
chuyên gia

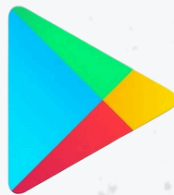
KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG TỔNG THỂ

Phân phối

1. Ứng dụng



App Store



Google Play

2. Web /App



GENSAFE

3. Kênh B2B



Xúc tiến hỗn hợp

1. TikTok

2. KOL & Influencers

3. PR báo chí

4. Quảng cáo số

5. Sự kiện offline

KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG THEO GIAI ĐOẠN (IMC PLAN)

GIAI ĐOẠN 1 Awareness - Nhận diện (Tháng 1 - 4)

GIAI ĐOẠN 2 Engagement - Tương tác (Tháng 5 - 8)

GIAI ĐOẠN 3 Conversion - Chuyển đổi (Tháng 9 - 11)

GIAI ĐOẠN 4 Expansion - Mở rộng (Tháng 12)

CƠ CẤU TÀI CHÍNH



VỐN ĐẦU TƯ BAN ĐẦU

Tổng vốn đầu tư ban đầu (VND): 642.190.000

HẠNG MỤC	THÀNH TIỀN (VND)
Xây dựng văn phòng	32.190.000
Xây dựng thương hiệu	10.000.000
Thiết kế & phát triển App/Web	200.000.000
Chi phí thiết kế chương trình học ban đầu	50.000.000
Chi phí thiết kế học liệu (online)	150.000.000
Hệ thống AI basic	120.000.000
Tích hợp cổng thanh toán	30.000.000
Chi phí chạy thử	30.000.000
Pháp lý & giấy phép	20.000.000

CHI PHÍ

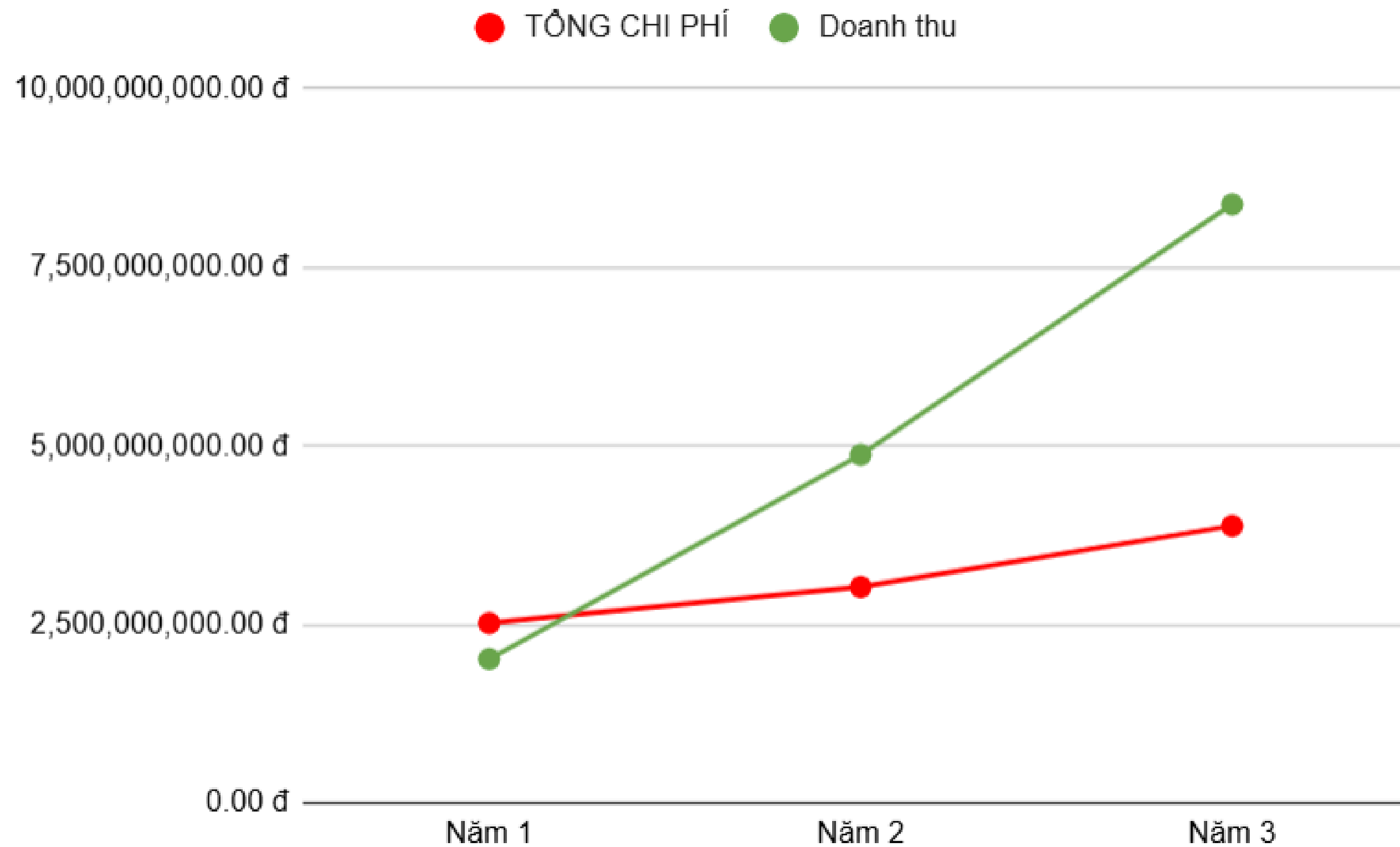
Phân bổ nguồn chi phí cho Năm 1

HẠNG MỤC	THÀNH TIỀN (VND)
Chi phí vận hành	293.000.000
Chi phí công nghệ	75.600.000
Chi phí bán hàng	240.000.000
Bảo hiểm doanh nghiệp	5.000.000
Tổng chi phí cố định	613.600.000
Chi phí nhân sự	1.404.000.000
Chi phí hoạt động - truyền thông	200.000.000
Chi phí chuyên môn	150.000.000
Chi phí dự phòng rủi ro	150.000.000
Tổng chi phí biến đổi	1.904.000.000
Tổng chi phí	2.517.600.000

DỰ BẢO DOANH THU

Nguồn doanh thu	Năm 1	Năm 2	Năm 3
Gói mua chương lễ nâng cao	387.000.000	1.161.000.000	1.741.500.000
Gói premium nâng cấp trả phí	1.078.200.000	2.396.000.000	4.492.500.000
Tư vấn 1:1 với chuyên gia	299.000.000	568.100.000	897.000.000
Gói B2B cho trường học, tổ chức	250.000.000	750.000.000	1.250.000.000
Tổng	2.014.200.000	4.875.100.000	8.381.000.000

DOANH THU



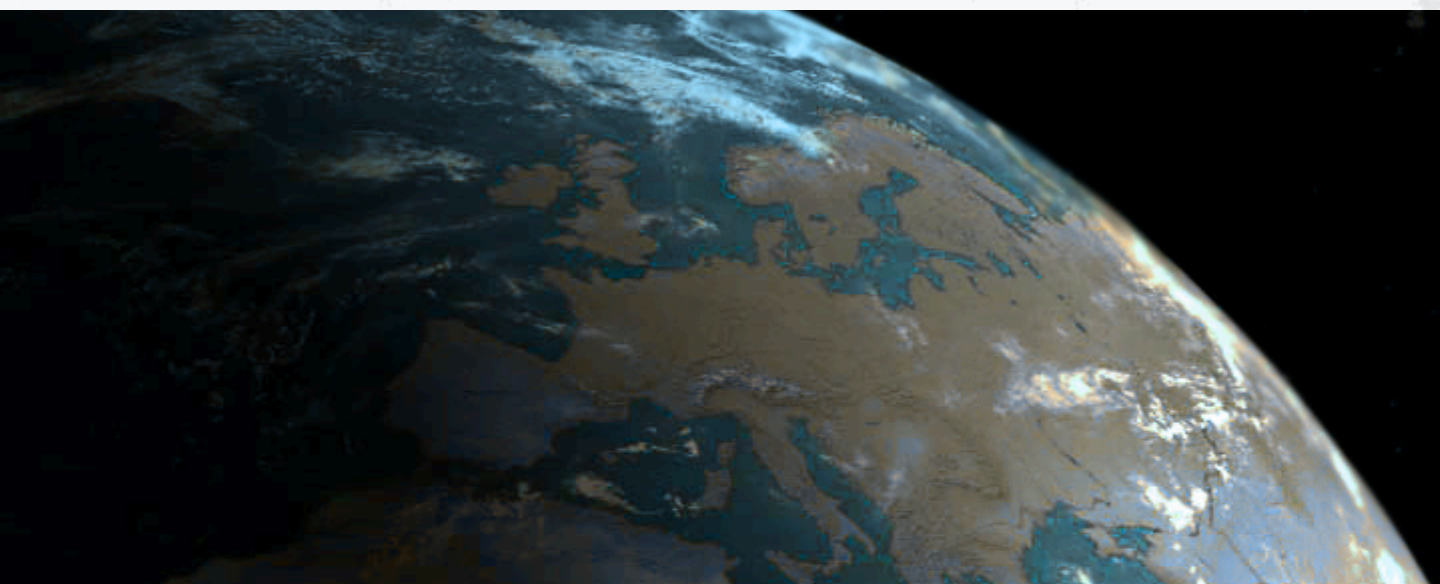
DỰ TÍNH LỢI NHUẬN

Năm	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3
Lợi nhuận ròng		-503.400.000	1.481.200.000	3.602.720.000
Dòng tiền ròng	- 642.190.000	-1.145.590.000	335.610.000	3.938.330.000

DỰ KIẾN HOÀN VỐN SAU 1 NĂM 8 THÁNG

ĐIỂM MẠNH CỦA DỰ ÁN

- Nội dung toàn diện, phù hợp từng giai đoạn phát triển.
- Học liệu sinh động
- Cá nhân hóa lộ trình
- Chuyên gia về giới: Ts. Nguyễn Thị Tuyết Minh
- Chuyên gia về tâm lý: TS. Lý Thị Minh Hằng
- Bác sĩ. CKII Đỗ Thị Ngọc Lan



RỦI RO

1

Rủi ro vận hành - kỹ thuật

2

Rủi ro kiểm duyệt nội dung từ cơ quan nhà nước

3

Rủi ro pháp lý liên quan đến tư vấn y tế từ xa

Ý NGHĨA DỰ ÁN

Ý NGHĨA XÃ HỘI

Lấp khoảng trống giáo dục giới tính

Ý NGHĨA KINH TẾ

Góp phần làm tăng trưởng kinh tế chung

Tạo việc làm ổn định cho đội ngũ trẻ, mang lại thu nhập lâu dài



“GEN NÀO CŨNG
CẦN SAFE!”

THANK YOU

SO MUCH