

Competitor Analysis

Đối thủ trực tiếp

Đối thủ gián tiếp theo Brand cùng line SP

PHÂN KHÚC GIÁ (cạnh tranh chiến lược)

Tiêu chí	Quan Lạn (Ecotrip)	Cô Tô	Cát Bà
Loại đối thủ	Sản phẩm chính	Đối thủ trực tiếp (A)	Đối thủ trực tiếp (A)
Lịch trình mạnh	3N2Đ (chủ lực)	3N2Đ + 2N1Đ mạnh	2N1Đ cực mạnh
Giá 2N1Đ	1.8 – 2.5tr	2.1 – 2.6tr	1.9 – 2.4tr
Giá 3N2Đ	2.5 – 3.2tr	3.0 – 3.8tr	2.6 – 3.2tr
Đặc điểm trải nghiệm	Biển đẹp, chill, nhẹ	Biển nổi tiếng, nhiều điểm	Biển + vịnh + nhiều hoạt động
USP chính	Ít đông – nghỉ dưỡng nhẹ	Hình ảnh mạnh – hot trend	Gần – tiện – đa trải nghiệm
Điểm mạnh	Giá dễ chịu, phù hợp nghỉ ngắn	Branding mạnh, viral	Gần HN, dễ đi
Điểm yếu	Ít hoạt động đêm	Xa, mệt, giá cao	Đông, thương mại hóa
Kênh mạnh	TikTok, FB, KOC	TikTok, FB, sale mạnh	OTA, web, sale
Mức đe dọa	-	A (rất cao)	A (cao nhất)

Tiêu chí	Cat Tour	Vietnam Tourist	Ecotrip
Mức cạnh tranh	B	B	-
Giá	2.2 – 2.5tr	2.4 – 2.8tr	2.3 – 3.4tr
Khách sạn	1–2*	1–2*	2–3*
Sản phẩm	Tour cố định	Tour cơ bản	Combo + tour + trải nghiệm
Trải nghiệm	Thấp	Trung bình	Cao
Cá nhân hoá	Không	Thấp	Cao
Tập khách	Gia đình, nhóm nhỏ	Khách trải nghiệm	Khách lẻ + đoàn
Kênh	FB, web	Đại lý, CTV	TikTok, FB, CTV
Điểm mạnh	Uy tín lâu năm	Giá tốt	Trải nghiệm + bản địa
Điểm yếu	Không khác biệt	Không nổi bật	Vận hành chưa tối ưu
Lợi thế cạnh tranh	Giá	Giá	Trải nghiệm + local
Mức đe dọa	Trung bình	Trung bình	-

Phân khúc	Giá	Đối thủ chính	Đặc điểm cạnh tranh	Vai trò
Giá rẻ	<1.5tr	Sầm Sơn, Hải Tiến	Cạnh tranh giá cực cao	Không phải target
Phổ thông	1.5 – 3tr	Hạ Long, Quan Lạn, Cô Tô	Volume lớn	Xương sống
Cận cao cấp	3 – 6tr	Quan Lạn, resort mini	Ít so giá, trọng trải nghiệm	Chủ lực
Cao cấp	>6tr	Resort, tour riêng	Cá nhân hoá cao	Branding

SWOT đối thủ vs QUAN LẠN Ecotrip

	Strength (S)	Weakness (W)	Opportunity (O)	Threat (T)
Đối thủ	Giá rẻ, scale lớn	Thiếu “LOCAL” khác biệt	Volume lớn	Price war
QUAN LẠN Ecotrip	Bản địa, trải nghiệm, cá nhân hoá	...	Build brand trải nghiệm	Bị kẹp giữa Cô Tô & Cát Bà