

ỨNG DỤNG CNTT TRONG TMĐT

ThS. Nguyễn Ngọc Tuyên

Khoa CNTT – CĐ Lý Tự Trọng TP.HCM

CHƯƠNG II: BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

NỘI DUNG CHƯƠNG HỌC – 25 tiết

- 1 Các mô hình lợi nhuận – 2 tiết
- 2 Các vấn đề gặp phải khi bán hàng trên website. – 3 tiết
- 3 Phương pháp bán hàng trên website – 5 tiết
- 4 Một số mã nguồn mở website thương mại điện tử - 15 tiết

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Bán hàng trực tuyến là gì ?

Website bán hàng trực tuyến là gì ?

Tại sao nên thiết kế website bán hàng trực tuyến ?



2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Bán hàng trực tuyến là gì ?

Nói một cách đơn giản hơn bán hàng trực tuyến chính là hình thức bán hàng trên Internet qua các kênh bán hàng khác nhau (Website, Facebook, Zalo, Youtube, Forum...).

Nếu như trước đây khi Internet chưa ra đời và ngay cả khi nó ra đời được một thời gian, con người thường có thói quen mua bán hàng hóa, giao dịch trên các môi trường truyền thống như siêu thị, cửa hàng, khu chợ hay trung tâm thương mại. Với hình thức mua bán truyền thống này, người mua phải đến tận nơi để xem xét sản phẩm, trả giá, thanh toán và nhận sản phẩm.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Bán hàng trực tuyến là gì ?

Tuy nhiên giờ đây, với hình thức bán hàng trực tuyến, người mua hàng và người bán có thể tương tác trực tiếp với nhau trên Internet.

Ưu điểm của bán hàng trực tuyến đối với các cửa hàng, doanh nghiệp đó là không bị giới hạn về thời gian và không gian, có thể bán hàng mọi lúc, mọi nơi 24/7, tiết kiệm chi phí đầu tư thuê mặt bằng hay nhân công, phạm vi tiếp cận rộng bao gồm mọi vùng miền trong nước và cả ngoài nước từ đó mang lại lợi nhuận và doanh thu cao, hiệu quả hơn so với bán hàng truyền thống. Có rất nhiều hình thức bán hàng trực tuyến khác nhau như bán hàng trên Facebook, bán hàng trên Youtube, bán hàng trên Forum,....tuy nhiên bán hàng trực tuyến qua website được nhiều cửa hàng, doanh nghiệp lựa chọn nhất hiện nay.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Website bán hàng trực tuyến là gì ?

Website bán hàng trực tuyến hay website thương mại điện tử được hiểu là trang thông tin điện tử được thiết lập để phục vụ một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động mua bán hàng hóa hay cung ứng dịch vụ, từ trưng bày giới thiệu hàng hóa, dịch vụ đến giao kết hợp đồng, cung ứng dịch vụ, thanh toán và dịch vụ sau bán hàng. (*Theo Khoản 8 Điều 3 Nghị định 52/2003/NĐ-CP về thương mại điện tử*).

Nói một cách đơn giản hơn thì website bán hàng chính là website nơi tất cả các hoạt động mua bán hàng trực tuyến được thực hiện. Website bán hàng trực tuyến khác với website tin tức trực tuyến hay website giới thiệu cửa hàng, doanh nghiệp bởi các website này chỉ sử dụng để cung cấp tin tức, thông tin hoặc giới thiệu về cửa hàng, doanh nghiệp chứ không thực hiện hoạt động mua bán hàng.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Thiết kế website bán hàng giúp tạo dựng hình ảnh về một doanh nghiệp uy tín, chuyên nghiệp và thân thiện hơn đối với khách hàng. Giờ đây, website bán hàng trở thành một chuẩn mực để người mua hàng đánh giá uy tín và sự chuyên nghiệp của một cửa hàng, doanh nghiệp. Rất nhiều cửa hàng, doanh nghiệp có thể bán hàng hiệu quả trên Facebook, trên Zalo hay các kênh bán hàng trực tuyến khác tuy nhiên họ đều xây dựng một website bởi họ hiểu rằng website là kênh quảng bá hình ảnh doanh nghiệp tốt nhất đồng thời gia tăng thêm uy tín đối với khách hàng. Một trang Fanpage Facebook hay Zalo là chưa đủ để một cửa hàng, doanh nghiệp thể hiện sự chuyên nghiệp và niềm tin với khách hàng.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Thiết kế website bán hàng trực tuyến giúp các cửa hàng, doanh nghiệp có thể chủ động xây dựng hình ảnh, quảng bá thương hiệu theo yêu cầu riêng. Đối với một website bán hàng, các cửa hàng, doanh nghiệp có thể thoải mái xây dựng hoặc tùy biến giao diện, nội dung, bố cục, hình ảnh sản phẩm, dịch vụ hay các chương trình khuyến mại một cách thuận tiện, chủ động tạo sự lôi cuốn nhất đối với khách hàng khi ghé thăm website. Đồng thời tạo nên các giao diện, các đặc trưng khác biệt mà các đối thủ khác không có được từ đó tạo dấu ấn thương hiệu và quảng bá hình ảnh thương hiệu hiệu quả. Điều mà Facebook hay Zalo không làm được.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Website bán hàng là kênh tương tác hiệu quả nhất đối với khách hàng bởi khả năng nhận thông tin phản hồi nhanh chóng thông qua tính năng chat trực tuyến hoặc các hình thức liên hệ trực tuyến khác. Đồng thời khách mua hàng có thể nhanh chóng đưa ra các đánh giá, phản hồi về sản phẩm, dịch vụ ngay trên website giúp các cửa hàng, doanh nghiệp phục vụ khách hàng tốt hơn.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Website bán hàng trực tuyến giúp việc bán hàng trở nên nhanh chóng và thuận tiện hơn, tất cả các khâu bán hàng đều gói gọn bên trong một website từ khâu trưng bày sản phẩm (thông tin mô tả, hình ảnh sản phẩm, giá bán), giao kết hợp đồng đến thanh toán, giao hàng và chăm sóc khách hàng sau bán hàng. Điểm nổi bật của hình thức bán hàng thông qua website so với Facebook, Zalo đó chính là quy trình bán hàng khép kín từ A đến Z, khách mua hàng có thể lựa chọn hàng hóa và thanh toán trực tuyến qua thẻ ngân hàng, thẻ Visa,...ngay trên website rất nhanh chóng và thuận tiện nhờ các tính năng như giỏ hàng, cổng thanh toán được tích hợp.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Thiết kế website bán hàng giúp các cửa hàng, doanh nghiệp triển khai các kế hoạch Marketing Online hiệu quả. Có thể nói website chính là kênh Marketing hiệu quả hàng đầu với khả năng triển khai đồng bộ các giải pháp Marketing Online với chi phí tiết kiệm. Trong đó phải kể đến SEO (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm) hay Google Adwords (quảng cáo Google). Đồng thời với website bán hàng, các cửa hàng, doanh nghiệp có thể lưu lại thông tin khách mua hàng phục vụ cho hoạt động tiếp thị lại (Remarketing) giúp việc bán hàng trở nên hiệu quả hơn. Đây chính là một lợi thế nổi bật của website bán hàng trực tuyến.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Website bán hàng trực tuyến có thể hoạt động liên tục, mọi giao dịch mua bán, đặt hàng của khách mua hàng được thực hiện 24/7 ngay cả vào ban đêm khi cửa hàng, doanh nghiệp của bạn ngừng hoạt động giúp thúc đẩy doanh thu hiệu quả. Đồng thời, với một website bán hàng, các doanh nghiệp còn tiết kiệm được rất nhiều chi phí thuê mặt bằng hay nhân viên phục vụ so với việc mở một cửa hàng. Website chính là cửa hàng trực tuyến của bạn trên Internet, nơi bạn có thể tạo dựng bản sắc và bán hàng mọi lúc, mọi nơi với chi phí thấp. Các cửa hàng, doanh nghiệp chỉ cần đầu tư thiết kế website một lần duy nhất có thể sử dụng lâu dài.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

WEBSITE BÁN HÀNG + CHIẾN LƯỢC KINH DOANH = LỢI NHUẬN

Với website bán hàng trực tuyến, các cửa hàng, doanh nghiệp không lo lắng vấn đề Fanpage Facebook, Zalo hay kênh Youtube bán hàng bị xóa do vi phạm quy định chính sách của Facebook, Google bởi bạn chính là chủ nhân đích thực của website bán hàng và có toàn quyền sử dụng nó.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

- 1) **Mô hình bán hàng online truyền thống**
- 2) **Bán hàng trên sàn thương mại điện tử (TMĐT)**
- 3) **Mô hình cộng tác viên bán lẻ**
- 4) **Mô hình Affiliate**
- 5) **Mô hình bán hàng online xuyên biên giới**

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

1) Mô hình bán hàng online truyền thống

Đây là mô hình bán hàng online được hình thành và phát triển từ khi thương mại điện tử và bán lẻ trực tuyến bắt đầu phổ biến. Mô hình này chỉ đơn giản sử dụng kênh bán hàng online như một đầu ra khác của việc kinh doanh truyền thống. Doanh nghiệp hoặc cá nhân bán hàng vẫn phải sở hữu nguồn hàng, lưu kho và quản lý vận hành để tránh rắc rối phát sinh như hết hàng, mất hàng, hư hỏng,...

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

1) Mô hình bán hàng online truyền thống

Tại Việt Nam, mô hình bán hàng online này thường được áp dụng bởi các doanh nghiệp bán lẻ và bán buôn quy mô vừa và lớn. Mô hình này thường khiến bạn tốn kém nhiều chi phí kho bãi, nhân sự,... để quản lý chặt chẽ, đảm bảo an toàn cho hàng hóa cũng như quá trình nhập hàng, xuất hàng khỏi kho thật thông suốt. Hầu hết các doanh nghiệp bán lẻ đều sở hữu những kho hàng riêng.

Sau đó, họ phân phối cho bán lẻ offline tại điểm bán, bán buôn cho các cửa hàng tạp hóa, đại lý bán lẻ; bán lẻ trực tuyến trên các kênh thương mại điện tử như Shopee, Tiki, Lazada và bán online qua nhiều kênh khác.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

1) Mô hình bán hàng online truyền thống

Nhưng trong bối cảnh hiện tại, người bán quy mô vừa và nhỏ đã có thể áp dụng mô hình bán hàng online này nhờ vào sự chớm nở của các giải pháp logistics và chuỗi cung ứng. Những công ty này cung cấp giải pháp kho bãi, quản lý kho, vận chuyển, thu hộ,... giúp người bán sẵn sàng sở hữu sản phẩm, bán hàng đa kênh mọi lúc mọi nơi cũng như mở rộng kinh doanh dễ dàng.

Ngoài ra, việc dễ dàng triển khai việc quảng cáo trực tuyến giúp cá nhân có thể tham gia dễ dàng vào mô hình này. Tuy nhiên, rủi ro lớn nhất cho người bán online khi triển khai mô hình này là phải đầu tư vốn khá lớn vào nguồn hàng mà không tính trước được khả năng bán hàng, dễ xảy ra tồn kho và bán lỗ.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

1) Mô hình bán hàng online truyền thống

Ngoài ra, nhiều cá nhân và doanh nghiệp cũng đã tiến đến việc xây dựng thương hiệu cá nhân riêng và yêu cầu nhà cung cấp hỗ trợ đưa hình ảnh thương hiệu vào sản phẩm (Private label).

Khi internet đã rất phổ biến và thương mại điện tử phát triển như hiện nay, mô hình private label càng được ưa chuộng, nhất là trên kênh thương mại điện tử lớn nhất toàn cầu Amazon. Người bán tại Việt Nam có thể bán sản phẩm private label trên website thương mại điện tử riêng, sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước cũng như nhiều mô hình bán hàng online khác.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Câu hỏi thảo luận: Trong thực tế ngoài cuộc sống bạn đã gặp mô hình bán hàng online truyền thống nào chưa? Tại sao bạn nghĩ nó là mô hình bán hàng online truyền thống (nêu đặc điểm để rút ra kết luận) ?



2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

2) Bán hàng trên sàn thương mại điện tử (TMĐT)



2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

2) Bán hàng trên sàn thương mại điện tử (TMĐT)

Thương mại điện tử và kinh doanh online đang đầy sức hút với số lượng người dùng tham gia mua sắm ngày càng tăng. Gần 50 triệu người dùng mua hàng trên kênh TMĐT (theo Statista) là một điểm sáng cho thị trường bán hàng online tại Việt Nam.

Người bán dễ dàng đăng ký một cửa hàng trực tuyến để kinh doanh trên các nền tảng thương mại điện tử lớn. Mô hình bán hàng online này tận dụng nguồn khách hàng tiềm năng sẵn có và sự hỗ trợ lớn về quy trình vận hành, thiết kế cửa hàng, giá cả, vận chuyển, hỗ trợ khách hàng, re-marketing,... của các sàn thương mại điện tử.

Ở thời điểm hiện tại các sàn TMĐT tại Việt Nam đang miễn phí duy trì gian hàng, miễn phí hoa hồng cùng nhiều ưu đãi cho người bán.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Câu hỏi thảo luận: Bạn đã từng bán hoặc mua hàng hóa trên các nền tảng này chưa? Nêu những ưu nhược điểm của người bán và người mua khi sử dụng những nền tảng này?



2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

3) Mô hình cộng tác viên bán lẻ

Để giảm rủi ro từ việc nhập hàng số lượng lớn về bán như ở mô hình thứ nhất, nhiều người bán online đã lựa chọn cách bán lại những sản phẩm từ những người nhập sỉ về và nhận tiền hoa hồng. Mô hình này thường được biết đến ở Việt Nam dưới cái tên “Mô hình cộng tác viên”. Trong mô hình này, người đứng vai trò “cộng tác viên” sẽ xử lý khâu bán hàng online giúp cho người ở khâu nhập hàng để đưa hàng ra thị trường nhanh hơn và hiệu quả hơn.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

3) Mô hình cộng tác viên bán lẻ

Thông thường, ở mô hình này, người “cộng tác viên” thường phải có sẵn tập khách hàng tiềm năng, sau đó mới tìm nhà bán buôn phù hợp để lấy hàng và bán đến tập khách hàng của mình. Mô hình này tương đối giống với mô hình dropship, tuy nhiên do việc người bán sỉ không đứng ở vai trò nhà cung cấp nên sẽ không xử lý được các vấn đề về hàng hoàn, đổi trả hay đa dạng hóa nguồn hàng một cách dễ dàng mà vẫn phải thông qua nhà sản xuất.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

3) Mô hình cộng tác viên bán lẻ

Bên cạnh đó, người làm cộng tác viên luôn luôn phải cân đo đong đếm chi phí khi bán hàng từ người bán sỉ. Nếu chi phí quảng cáo/ marketing và vận chuyển (nếu sử dụng) vượt quá số % hoa hồng của bên bán sỉ đưa cho tức là bên cộng tác viên thực chất đang lỗ cho đơn hàng đó. Đây chính là lý do vì sao mô hình này người cộng tác viên cần tối ưu rất nhiều về khả năng chạy marketing hay đàm phán giá tốt với người nhập hàng về Việt Nam.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

4) Mô hình Affiliate

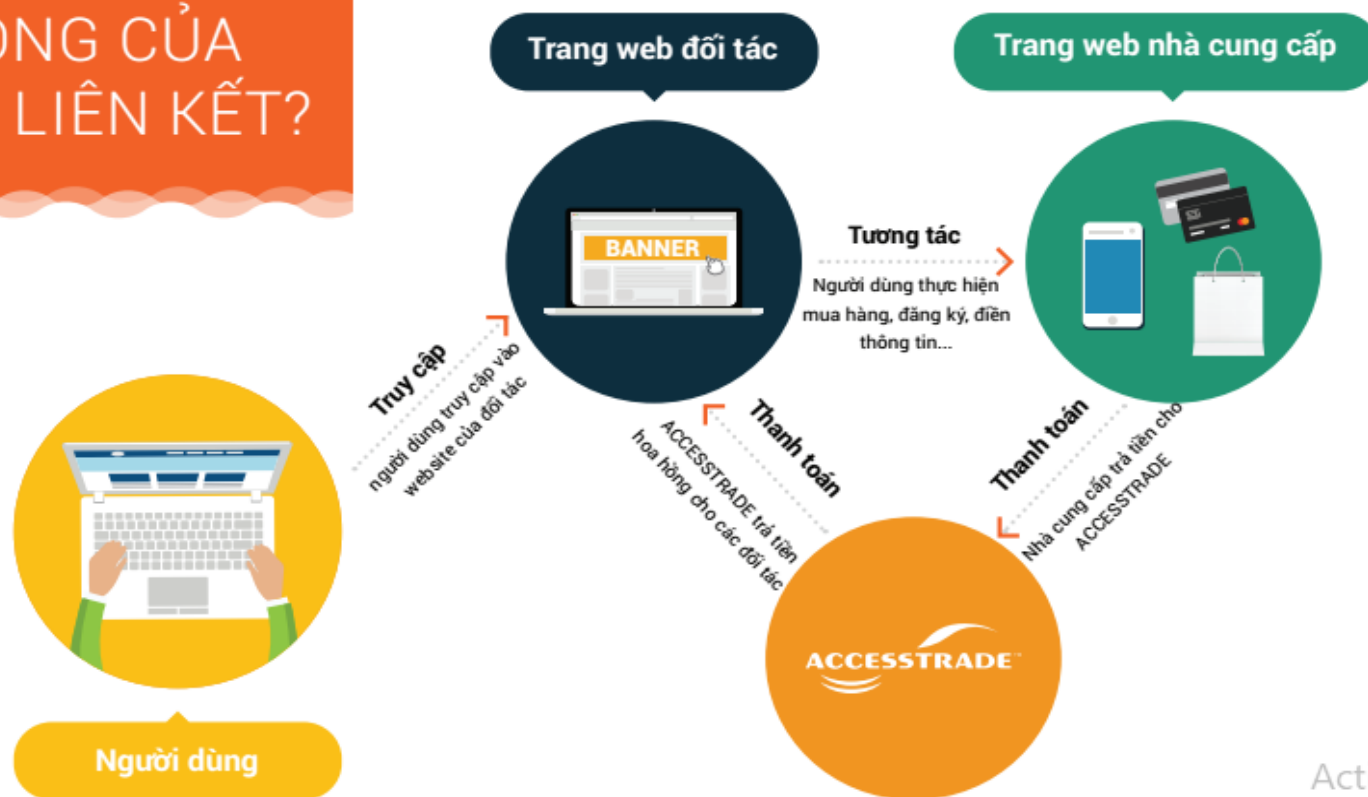
Tương tự với mô hình cộng tác viên bán lẻ, mô hình bán hàng online Affiliate là hình thức quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ của Nhà cung cấp là các công ty có sản phẩm, dịch vụ muốn thông qua các trang mạng của các đối tác quảng bá hàng hóa, dịch vụ đến người dùng cuối cùng.

Các Đối tác **kiếm tiền online** nhận được khoản hoa hồng khi người dùng ghé thăm trang mạng của Đối tác quản lý và thực hiện những hành động mà nhà cung cấp mong muốn từ người dùng cuối cùng như: Mua hàng, đăng ký sử dụng dịch vụ, điền thông tin,...

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

4) Mô hình Affiliate

MÔ HÌNH
HOẠT ĐỘNG CỦA
TIẾP THỊ LIÊN KẾT?



Activat
Go to Set

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

4) Mô hình Affiliate

Khác với mô hình cộng tác viên, ở mô hình Affiliate, người kinh doanh online chỉ đưa thông tin bán hàng lên các kênh online khác nhau để kéo lượng truy cập về các trang sản phẩm và tối ưu luồng truy cập này để làm sao có càng nhiều người thực hiện các tác vụ trên website bán hàng càng tốt. Các tác vụ này sẽ được ghi nhận trên hệ thống Affiliate và người bán sẽ được nhận tiền hoa hồng tương ứng sau khi các tác vụ này được hoàn tất.

Lợi thế của mô hình này là không mất rủi ro về hàng hóa hay thậm chí phải thực sự bán sản phẩm, nhưng khó khăn lại nằm ở khả năng xây dựng được chuỗi traffic để tối ưu được đúng nhóm đối tượng mua hàng và tăng tỉ lệ chuyển đổi.

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

5) Mô hình bán hàng online xuyên biên giới

Trong những năm vừa qua, mô hình bán hàng online xuyên biên giới đang trở nên phổ biến với giới kinh doanh online, đặc biệt là các đối tượng trong nhóm MMO (Make Money Online). Mô hình này mang đến rất nhiều lợi nhuận do sức mua và khả năng chi trả của thị trường nước ngoài lớn hơn tại Việt Nam rất nhiều.

Ngoài ra, mô hình bán hàng online ở nước ngoài cũng rất đa dạng với nhiều hình thức bán hàng khác nhau mà trong nước chưa từng có hoặc chưa phổ biến như Dropshipping, Print-on-demand, Fulfillment by Amazon (FBA),...

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

5/ Mô hình bán hàng online xuyên biên giới

Tuy nhiên, đăng ký mở gian hàng tại các sàn TMĐT quốc tế như Amazon, eBay, Magento thường gây nhiều khó khăn cho người mới bắt đầu. Hầu hết các sàn thương mại điện tử toàn cầu đều thu phí đăng ký và duy trì gian hàng hoặc phí hoa hồng trên doanh thu sản phẩm cùng nhiều khoản phí phát sinh khác.

Ngoài ra, việc thanh toán cũng là một trở ngại lớn với người bán hàng quốc tế. Làm sao để nhận tiền về Việt Nam khi bán hàng ở một nước khác luôn là mối bận tâm với người bán xuyên biên giới. Đặc biệt, nhóm này rất khó có thể chứng minh tài chính, thu nhập của mình chính xác để khai báo với cơ quan thuế nên thường bị gặp vấn đề nếu xảy ra việc truy thu thuế.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

- 1) Vấn đề về kỹ thuật
- 2) Vấn đề về tư duy – chiến lược
- 3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

1) Vấn đề về kỹ thuật

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng



2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng

1. Website bán hàng thiếu thông tin sản phẩm

Nội dung là quan trọng nhất, nếu bạn muốn có được thành công với các website bán hàng của mình. Đặc biệt với 1 trang web bán sản phẩm như cách bạn đang làm. Nếu khách hàng mua hàng theo cách truyền thống, họ sẽ được nghe lời tư vấn từ chính bạn. Nhưng các đơn hàng trực tuyến, họ sẽ dựa vào nội dung mà bạn cung cấp để lựa chọn.

Tuy nhiên, bạn nên tập trung vào những thông tin xoay quanh mục tiêu mà bạn đặt ra, ví dụ như tập trung vào sản phẩm, hay bạn đang [kinh doanh](#) 1 phần mềm hãy tập trung các thông tin liên quan xoay quanh phần mềm đó. Nếu không website bán hàng của bạn sẽ bị loãng, và khách hàng sẽ không cảm thấy rằng họ cần đến bạn.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng

2. Dùng quá nhiều thuật ngữ khó hiểu



2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng

Khách hàng không phải là 1 chuyên gia. Họ có nhu cầu và họ tìm đến bạn, và họ sẽ không tốn thời gian của mình để giải đáp “thuật ngữ” mà họ không hiểu. Đơn giản rằng, đối thủ cạnh tranh sẽ đáp ứng nhu cầu khách hàng thay bạn.

Theo David Chen, CEO và đồng sáng lập của Y Combinator-backed startup Strikingly, khó khăn của hầu hết các chủ doanh nghiệp chính là việc hiểu quá nhiều về công ty của mình. “Chủ doanh nghiệp đang cố gắng kể hết mọi điều về mình cho khách hàng trong một thời gian ngắn, và kết quả cuối cùng là khách hàng không hiểu họ đang nói gì cả”, Chen nói. Thay vào đó, chủ doanh nghiệp hãy cố gắng gạn lọc ra những mục tiêu giá trị nhất của doanh nghiệp mình trong vòng một câu, học thuộc lòng chúng để có thể trình bày rõ ràng, súc tích với khách hàng của mình. Sau đó nếu có thời gian thì bạn có thể giải thích thêm.

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng

3. Website bán hàng không có phiên bản điện thoại

Xu hướng tiêu dùng các thiết bị di động thông minh và quá trình tìm kiếm thông tin cũng như các đơn đặt hàng trên nền tảng này đang gia tăng. Một bộ phận không nhỏ người dùng thích và đang dần chuyển sang xu hướng này. Để tối ưu hóa website bán hàng của mình, bạn nên tối ưu giao diện trên nền tảng di động.

Một **website bán hàng** phiên bản di động tốt nên tương tự như một ứng dụng trên điện thoại. Người dùng có thể thao tác dễ dàng bằng cách lướt ngón tay thay vì nhấp chuột, động tác này thân thiện với điện thoại hơn. Trang web cũng nên có những điểm tương tác cố định, hiển thị rõ ràng để người sử dụng dễ dàng thao tác mà không phải phóng to và thu nhỏ màn hình.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng

4. Hình ảnh sản phẩm không đủ chuẩn

Với 1 website bán hàng, nên sử dụng hình ảnh là vuông và chất lượng ảnh càng lớn càng tốt. Điều đó sẽ không gây khó chịu cho khách khi phải căng mắt nhìn sản phẩm của bạn, và thấy khó chịu. Trong khi khách hàng không thể cầm nắm sản phẩm trước khi đặt hàng thì điều bạn cần làm là tăng trải nghiệm cho khách hàng. Hình ảnh sản phẩm quá nhỏ sẽ không đem lại hiệu quả.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

5 lỗi cơ bản thường gặp khi tạo 1 website bán hàng

5. Khách hàng phải click quá nhiều trên website bán hàng

Người dùng trực tuyến ngày càng ít kiên nhẫn. Hầu hết các website đang buộc người sử dụng phải thao tác quá nhiều để đặt hàng hoặc thực hiện các giao dịch trực tuyến mà họ kiếm tìm. Mỗi cú click chuột đều tính là một hoạt động. Điều đó khiến họ khó chịu như việc đứng trước 1 mê cung mà không biết mình nên đi lối nào. Khi người ta bị sao nhãng bởi những hoạt động khác, họ sẽ không tiếp tục thực hiện các thao tác mà bạn muốn nữa.



2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2) Vấn đề về tư duy – chiến lược

Cứ có website là có khách hàng.

Một quan niệm sai lầm của những người mới tham gia và bán hàng online trên mạng chính là cứ xây dựng lên website là có khách mua hàng. Khi bạn phát hiện ra **Online** chính là con đường giúp bạn bán hàng tốt nhất thì có rất nhiều cá nhân và doanh nghiệp khác cũng đã làm điều đó trước bạn. Không phải tự nhiên mà bạn cạnh tranh lại được với họ. Không phải tự nhiên mà hoàn thiện được như họ, xây dựng 1 website để vì người dùng đòi hỏi cần thời gian lâu dài và tốn nhiều công sức.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2) Vấn đề về tư duy – chiến lược

Không có dấu ấn thương hiệu.

Đó chính là không có Logo, nhiều người chủ quan nhận định rằng cá nhân nhỏ lẻ thì cần gì đến Logo thương hiệu điều này hoàn toàn sai lầm vì cá nhân bạn hoàn toàn có thể thành doanh nghiệp lớn. Không cần cầu kỳ, và cũng không cần lo lắng về chuyện thuê những thiết kế riêng tốn tiền bạc hiện nay có rất nhiều các trang trực tuyến cho tạo logo có sẵn bạn có thể tạo tùy ý theo sở thích của mình, cũng như thuê thiết kế logo giá rẻ

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2) Vấn đề về tư duy – chiến lược

Không có thông tin liên hệ.

Không có nội dung thú vị hay chi tiết: Đừng tạo ra những trang Giới thiệu [bán hàng online](#) vô hồn và trống rỗng. Ít ra bạn phải nói ra được 4 ý quan trọng nhất: Cửa hàng của bạn là gì? Phương châm bán hàng của cửa hàng là gì? Bạn đang bán gì? Sản phẩm được sản xuất như thế nào?

Không có thông tin địa chỉ cụ thể: Bạn có biết, đa phần người Việt Nam khi mua online cảm thấy tin tưởng nếu trên web đó có địa chỉ cửa hàng hoặc nơi bán cụ thể. Hãy thử tạo ra những trang Giới thiệu hoặc Liên hệ đầy đủ địa chỉ và tuyệt hơn là bản đồ đường đi. Ngang như bạn đang chỉ đường cho khách hàng vào [website](#) của bạn.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2/ Vấn đề về tư duy – chiến lược

Không lên kế hoạch cho Seo.

Năm 2020 bán hàng online mà không [Seo](#) thì tức là bạn đang không theo kịp xu thế. Seo không đơn giản, quá trình học seo rất gian nan và cần người thực hành chăm chỉ. Mới bước vào kinh doanh đọc qua lý thuyết rất nhiều người nghĩ [Seo](#) rất đơn giản. Không giống như quảng cáo trả tiền ăn ngay như: Facebook Ad và Adword là có khách hàng ngay nhưng nó sẽ ngừng khi bạn không trả tiền cho nó, Còn seo sẽ lâu dài, và tăng **traffic** cho website của bạn sau này.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2) Vấn đề về tư duy – chiến lược

Không tạo liên kết mạng xã hội.

Việc truyền thông qua mạng xã hội tạo liên kết là rất quan trọng. Chúng ta đều nhận ra tầm quan trọng của các đánh giá, comment từ mạng xã hội. Phần lớn các chủ doanh nghiệp quên mất chuyện đánh giá từ mạng xã hội hoặc không biết cách thể hiện.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2) Vấn đề về tư duy – chiến lược

Chưa tạo kết nối Marketing

Seo và [Marketing Online](#) chính là 2 công việc Online mà bạn cần phải làm cho website của bạn luôn.

Tạo ra các kênh kết nối, [bán hàng online](#) mà không có các kênh Marketing thì bạn sẽ không bao giờ vượt trội về doanh số. Với mỗi kênh marketing, bạn luôn cần đầu tư về tiền bạc và công sức để khai thác triệt để hiệu quả của nó. Bạn cần đưa ra chiến lược với mỗi kênh marketing. Bạn phải lên kế hoạch về nội dung, cách làm, ngân sách, thời gian cho từng kênh marketing sẽ khai thác.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

2/ Vấn đề về tư duy – chiến lược

Chưa giải quyết câu hỏi của khách hàng.

Thông thường, khi khởi nghiệp, các chủ doanh nghiệp thường cố ôm đồm và cố gắng xử lý nhiều vấn đề cùng lúc. Họ cho rằng, điều đó hiệu quả, rút ngắn thời gian và tiết kiệm chi phí.

Thực tế lại ngược lại, bạn không thể tập trung làm tốt nhất một vấn đề trong một lúc. Bạn cố gắng làm nhiều nhưng lại không đạt được hiệu quả cao nhất. Việc tập trung quá nhiều thứ như con dao hai lưỡi, bạn có thể được tất cả hoặc mất tất cả.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

1. Rủi ro thêm chi phí phát sinh từ hàng hoàn và hình thức COD
2. Áp lực cạnh tranh về giá trên sàn TMĐT
3. Áp thuế và truy thu thuế thu nhập cá nhân (TNCN) khi bán hàng online
4. Tình trạng hủy đơn hàng vẫn tiếp diễn
5. Khó khăn trong triển khai và quản lý đa kênh
6. Chi phí logistics như kho bãi, vận chuyển vẫn đang khá cao làm tăng áp lực cạnh tranh

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

1. Rủi ro thêm chi phí phát sinh từ hàng hoàn và hình thức COD

Đây là thời điểm mà thương mại điện tử nói riêng và kinh doanh online nói chung mang đến trải nghiệm tốt xấu lẫn lộn cho người tiêu dùng. Chính sách cam kết về nguồn gốc hàng hóa, thanh toán đảm bảo an toàn, chính sách hậu mãi và chăm sóc sau mua vẫn còn chưa rõ ràng. Vì vậy, niềm tin của khách hàng với mua sắm online vẫn rất thấp. Google và Temasek thống kê có đến 75% khách hàng vẫn lựa chọn thanh toán tiền mặt (COD) khi mua hàng online để bảo vệ quyền lợi cho mình. Nếu nhận thấy hàng hóa không phù hợp, họ có thể từ chối nhận hàng khiến người bán trở nên bị động hơn rất nhiều. Người bán thường chịu rủi ro khá lớn về hàng hóa, chi phí vận chuyển với các đơn hàng COD bị hủy hoặc chuyển hoàn.

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

1. Rủi ro thêm chi phí phát sinh từ hàng hoàn và hình thức COD

Để giải quyết tình trạng này, các sàn thương mại điện tử đã có nhiều nỗ lực để gia tăng niềm tin vào mua sắm trực tuyến. Lazada, Shopee, Tiki,...đều có chính sách bảo vệ người bán cũng như người mua để tạo ra môi trường mua bán lành mạnh, an toàn. Phương án thanh toán cũng mở rộng hơn, ngoài COD, các sàn bổ sung thanh toán thẻ, ví điện tử để thay đổi hành vi thanh toán, gia tăng niềm tin vào mua sắm trực tuyến. Bên cạnh đó, rút ngắn thời gian giao hàng là yếu tố rất quan trọng để biến trải nghiệm mua sắm online trở nên “thực” hơn.

Với bản thân người bán cần xây dựng thương hiệu, lựa chọn nguồn hàng đảm bảo, đầu tư trong cách tư vấn khách hàng trước và sau khi mua. Đây là cách chính bản thân người bán tạo niềm tin cho khách hàng để hạn chế rủi ro khi bán hàng online.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

2. Áp lực cạnh tranh về giá trên sàn TMĐT

Theo báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2018, làn sóng đầu tư của các tập đoàn Trung Quốc vào những sàn TMĐT hàng đầu tại Việt Nam đang làm thay đổi nhiều mặt của thị trường. Dễ dàng nhận thấy các gian hàng trên Lazada hay Shopee có những mức giá rất chênh lệch nhau cho cùng một loại sản phẩm. Ngoài ra, hàng hóa Trung Quốc và người bán Trung Quốc được tạo điều kiện thuận lợi hơn để thâm nhập vào thị trường Việt Nam thông qua các sàn TMĐT. Dễ thấy rằng hiện nay Lazada, Tiki và Shopee – 3 sàn TMĐT nhận được vốn đầu từ “khủng” từ Trung Quốc đang tạo ra một ngách mới là *“mua hàng từ nước ngoài”*, mà cụ thể là Trung Quốc.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

2. Áp lực cạnh tranh về giá trên sàn TMĐT

Lazada hiện đã bổ sung một danh mục riêng “*Hàng quốc tế*” để cung cấp các sản phẩm từ người bán Trung Quốc. Nhiều người bán từ Trung Quốc có mặt trên Lazada với lợi thế về nguồn hàng giá rẻ, chi phí vận hành thấp, hàng hóa đa dạng và sự hỗ trợ lớn từ Lazada.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE



Ulzzang Túi Xách Phong Cách Hàn Quốc Mẫu Mới Túi Thùng Nước Túi Sách Nữ

★★★★★ 2 đánh giá

Thương hiệu: OEM | Xem thêm Túi xách nữ của OEM

320.002 đ

911.841 đ -65%

Style

Màu Đen

Màu Hồng

Màu Nâu

Màu Xanh Dương

Màu Đen

Số lượng

— 1 +

Chỉ còn 1 sản phẩm

Mua ngay

Thêm vào giỏ hàng

Tuỳ chọn giao hàng



Hồ Chí Minh, Quận Tân Bình, Phường 9

THAY ĐỔI



Xử Lý Đơn Hàng Nhanh



GH Tiêu chuẩn

3 - 8 ngày

30.800 đ



Thanh toán khi nhận hàng

Đổi trả và Bảo hành



7 ngày đổi trả dễ dàng

Không được đổi trả với lý do "Không vừa ý"



Không áp dụng chính sách bảo hành

Được bán bởi

天彩翼飞 TiancaiBag每日上新时尚潮流女包天彩包袋升级天彩翼飞

Đánh giá tích cực

80%

Giao đúng hạn

96%

Quy mô NBH



2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

2. Áp lực cạnh tranh về giá trên sàn TMĐT

Tiki cũng tạo điều kiện cho nhiều doanh nghiệp bán lẻ từ Trung Quốc tham gia bán hàng thông qua dịch vụ mua hộ của Tiki. Những doanh nghiệp này được bảo chứng từ Tiki như bất kỳ doanh nghiệp Việt Nam khác có gian hàng trên Tiki.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE



🔍 rê chuột lên hình để phóng to

Quần Thể Thao Nữ JOY OF JOY JOY OF JOY

Thương hiệu: Joy Collection SKU: 5987927809075

537.000 đ

Chọn option 1: S

L S

Chọn option 2: black

black

Số lượng:

- 1 +



CHỌN MUA



THỜI GIAN DỰ KIẾN GIAO HÀNG



Joybuy Channel

Cam kết chính hiệu 100%

Từ 2018

Hợp tác cùng Tiki



Chứng nhận bởi Tiki.vn

Xem shop



Tiki hoàn tiền 111%

Nếu phát hiện hàng giả



Top 30 shop bán chạy nhất tháng



Liên hệ

Hotline đặt hàng 1800 6963
(Miễn phí, 8-21h cả T7, CN)



Email: hotro@tiki.vn

Bạn muốn bán hàng cùng Tiki?

Đăng ký

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

3. Áp thuế và truy thu thuế thu nhập cá nhân (TNCN) khi bán hàng online

Báo Tuổi Trẻ đưa tin vào cuối năm 2017, Cục thuế TP. HCM vừa truy thu một cá nhân kinh doanh online số tiền 9,1 tỉ đồng tiền thuế TNCN. Trong khuôn khổ kỳ họp HĐND khóa IX, phía lãnh đạo Tổng cục Thuế cũng đề ra nhiều phương án siết chặt quản lý thuế thông qua các sàn giao dịch điện tử, mạng xã hội, website bán hàng và phối hợp rà soát dòng tiền với các ngân hàng tại Việt Nam. Từ sự kiện Luật An ninh mạng có hiệu lực từ 1/1/2019, chính phủ Việt Nam nắm dữ liệu và hành vi của người dùng tại Việt Nam giúp Cục Thuế dễ dàng điều tra thu nhập của cá nhân và doanh nghiệp. Có thể thấy việc bán hàng online đã gặp nhiều khó khăn hơn trong giai đoạn hiện nay. Người bán tự do hoặc hộ kinh doanh cũng có thể bị truy thu thuế, ảnh hưởng rất lớn đến lợi nhuận của cửa hàng.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

4. Tình trạng hủy đơn hàng vẫn tiếp diễn

Vấn đề thường gặp nhất khi bán hàng online là tình trạng khách hàng hủy đơn hàng, từ chối nhận hàng, hoàn hàng rất phổ biến. Đây là khó khăn rất lớn của bất kỳ người bán hàng nào trên kênh online. Tình trạng này không chỉ khiến người bán mất thời gian, tiền bạc mà còn ảnh hưởng uy tín của shop online. Nguyên nhân phần lớn bắt nguồn từ thái độ và hành vi người mua. Để hạn chế vấn đề phát sinh, người bán nên chốt đơn cẩn thận và tư vấn trung thực. Việc chốt đơn giúp bạn xác thực thông tin với khách hàng, xác nhận thông tin mua hàng, thỏa thuận phí vận chuyển, thu hộ để giảm tình trạng từ chối nhận hàng hoặc hoàn hàng sau mua. Ngoài ra, bạn cũng nên cẩn trọng trong khâu kiểm tra sản phẩm, đóng gói hàng chuyên nghiệp, đúng qui cách. Bạn cần gửi hàng nhanh nhất và bám sát theo lịch trình giao hàng từ hãng vận chuyển để có hướng xử lý tốt nhất.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

4. Tình trạng hủy đơn hàng vẫn tiếp diễn

Mặt khác, sự sai sót trong dịch vụ vận chuyển cũng khiến tình trạng hoàn hàng gia tăng. Việc giao hàng quá lâu, mất hàng, hàng hóa vỡ, hư hỏng, móp méo trong quá trình vận chuyển có thể khách hàng từ chối nhận hàng hoặc hoàn hàng. Do đó, bạn cần phải đàm phán rõ ràng khi hợp tác với các hãng vận chuyển trong các vấn đề phí chuyển hoàn, chính sách bồi thường các vấn đề phát sinh do lỗi của hãng vận chuyển,...

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

5. Khó khăn trong triển khai và quản lý đa kênh

Quản lý shop online bao gồm quản lý đơn hàng, cập nhật tồn kho, dữ liệu khách hàng,... vẫn còn là nỗi lo của nhiều người bán. Dù là người bán chuyên nghiệp hay không chuyên cũng đang đối mặt với nỗi sợ...đông khách. Hiện nay, kênh bán hàng đã rất đa dạng tạo điều kiện để shop online tiếp cận nhiều hơn với khách hàng. Tuy nhiên, nhiều người bán đã cố gắng phân phối sản phẩm của mình trên nhiều kênh khác nhau nhưng lại không có kinh nghiệm quản lý đa kênh. Việc bán hàng đa kênh có thể mang đến nhiều rủi ro trong trường hợp này. Những sàn thương mại điện tử đều có những khoản phạt đối với người bán nếu không có hàng giao, gửi hàng trễ so với qui định, sai hàng,...

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

5. Khó khăn trong triển khai và quản lý đa kênh

Để bán hàng đa kênh, người bán hàng cần có hệ thống quản lý kho trung tâm được đồng bộ theo thời gian thực với tất cả các kênh bán hàng và xử lý đơn hàng đúng các cam kết chặt chẽ của các marketplace. Nếu thiếu kinh nghiệm quản lý, bạn cần sự hỗ trợ của các dịch vụ hỗ trợ bán hàng đa kênh như hệ thống quản lý đa kênh, dịch vụ hậu cần kho vận đa kênh,...

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

Lỗi người bán	Mức phạt trên Lazada (VNĐ)	Mức phạt trên Shopee (VNĐ)	Mức phạt trên Tiki (VNĐ)	Mức phạt trên Sendo (VNĐ)
Xác nhận đơn hàng trễ	200.000		200.000	200.000
Giao sai sản phẩm	200.000			200.000
Giao sản phẩm lỗi	200.000			200.000
Không có hàng để giao	200.000		200.000	200.000
Giao hàng sản phẩm nhái/ hàng giả/hàng kém chất lượng	10.000.000	10.000.000		10.000.000
Đóng gói sai hoặc sử dụng bao bì đối thủ		200.000		50.000
Sai giá		500.000		

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

6. Chi phí logistics như kho bãi, vận chuyển vẫn đang khá cao làm tăng áp lực cạnh tranh

Chi phí logistics (chi phí kho bãi, quản lý kho bãi, xử lý đơn hàng, giao hàng, xử lý phát sinh sau mua,...) là một trong những vấn đề hàng đầu và chiếm một tỉ trọng lớn trong tổng chi phí kinh doanh thương mại điện tử. Nếu không được tối ưu, khoản chi phí này sẽ được người bán giải quyết theo nhiều cách khác nhau, chủ yếu là cộng thêm vào giá thành sản phẩm. Điều này làm tăng giá bán sản phẩm nhưng lại tạo thêm một áp lực cạnh tranh vô hình cho người bán. Vì vậy, chi phí này cần được tối ưu để giảm thiểu áp lực cho người bán.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

6. Chi phí logistics như kho bãi, vận chuyển vẫn đang khá cao làm tăng áp lực cạnh tranh

Việc tối ưu phải dựa vào nhiều yếu tố như:

- Mạng lưới chuyển phát như kho bãi, kênh trung chuyển,...
- Năng lực công nghệ để quản lý và vận hành chuỗi cung ứng
- Giảm thiểu các khâu trung gian, tự động hoá việc luân chuyển hàng hoá đến nơi gần người mua nhất.

Tuy nhiên, những doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tại Việt Nam chưa thể đáp ứng đầy đủ các yếu tố trên do điều kiện hạn chế về nhiều nguồn lực.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3) Vấn đề về quy trình bán hàng – rủi ro

6. Chi phí logistics như kho bãi, vận chuyển vẫn đang khá cao làm tăng áp lực cạnh tranh

Để giải quyết bài toán giữa cạnh tranh và chi phí logistics nói trên, người bán Việt Nam có thể áp dụng mô hình 5PL như người bán tại các thị trường TMĐT phát triển nhất thế giới.

Thực tế thì các sàn TMĐT Trung Quốc, cụ thể là sàn bán sỉ quốc tế Aliexpress đã áp dụng điều này từ lâu. Sở dĩ người bán Trung Quốc có nhiều lợi thế về giá bán, chi phí vận chuyển đã nêu trên so với người bán Việt Nam là do hưởng lợi từ mô hình dropshipping phối hợp với dịch vụ 5PL của Aliexpress và ePacket. Chi phí vận chuyển quốc tế trên Aliexpress thậm chí còn rẻ hơn vận chuyển trong nước ở Trung Quốc.

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

Chuyển đơn đặt hàng của tôi đến :

★ Hong Kong,China ▼

Chọn Phương thức Giao hàng

Công ty vận chuyển	Thời gian giao hàng dự kiến	Chi phí vận chuyển	Tracking Information
☒ ePacket	20-40 ngày	US \$3.04	Not available
☐ AliExpress Standard Shipping	15-25 ngày	US \$4.20	Available
☐ 	7-15 ngày	US \$31.58	Not available

2.2. CÁC VẤN ĐỀ GẶP PHẢI KHI BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

Chuyển đơn đặt hàng của tôi đến :

 Vietnam 

Chọn Phương thức Giao hàng

Công ty vận chuyển	Thời gian giao hàng dự kiến	Chi phí vận chuyển	Tracking Information
☒ China Post Ordinary Small Packet Plus	34-60 ngày	Miễn phí vận chuyển	Not available
☐ AliExpress Standard Shipping	18-36 ngày	US \$2.09	Not available
☐ ePacket	20-40 ngày	US \$2.41	Not available
☐ China Post	34-60 ngày	US \$2.72	Not available

2.1. CÁC MÔ HÌNH LỢI NHUẬN

Câu hỏi thảo luận: Thương mại điện tử ở VN đã áp dụng logistics chưa? Nếu có rồi em hãy nêu những lợi thế khi áp dụng logistics đem lại ?



TRẢ LỜI CÂU HỎI BÀI TẬP

- MMO – make money online ?
- Dropship là gì ?
- Kiếm tiền online với Affiliate là gì ?



2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

1. Tìm kiếm nhu cầu thị trường và ghi chú lại
2. Viết bài PR sản phẩm
3. Thiết kế website bán hàng
4. Chạy quảng cáo thu hút khách hàng và traffic
5. Tạo sự uy tín cho thương hiệu
6. Tận dụng các giải pháp kinh doanh online sẵn có
7. Áp dụng chiến lược bán hàng đa kênh, tận dụng vòng đời của khách hàng để tăng doanh thu

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

1. Tìm kiếm nhu cầu thị trường và ghi chú lại



2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

1. Tìm kiếm nhu cầu thị trường và ghi chú lại

Hầu hết những người mới bắt đầu bán hàng online thường mắc sai lầm nghiêm trọng khi ưu tiên tìm kiếm nguồn hàng sau đó mới tìm hiểu thị trường. Nhưng quy trình thì hoàn toàn ngược lại. Chúng ta phải tìm kiếm nhu cầu thị trường trước và biết được họ cần gì sau đó mới nghiên cứu sản phẩm thích hợp có thể đáp ứng nhu cầu đó.

Bí quyết là đi tìm những nhóm khách hàng đang tìm kiếm giải pháp cho họ mà chưa tìm thấy kết quả tối ưu. Bạn có thể thực hiện nghiên cứu này thông qua Internet bằng cách:

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

1. Tìm kiếm nhu cầu thị trường và ghi chú lại

Tham gia các diễn đàn trực tuyến, các group, mạng xã hội để xem những gì mọi người đang đặt câu hỏi và những vấn đề họ đang cố gắng tìm hướng giải quyết.

Nghiên cứu từ khóa để tìm ra những từ đang có rất nhiều người tìm kiếm, nhưng lại không có nhiều trang web đang cạnh tranh.

Thăm dò các đối thủ cạnh tranh tiềm năng của bạn, bằng cách truy cập trang web của họ và ghi chú lại những gì họ đang làm để đáp ứng nhu cầu. Sau đó, bạn có thể sử dụng những gì bạn đã học được để chọn ra một sản phẩm, và làm điều đó tốt hơn so với đối thủ cạnh tranh.

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

2. Viết bài PR sản phẩm

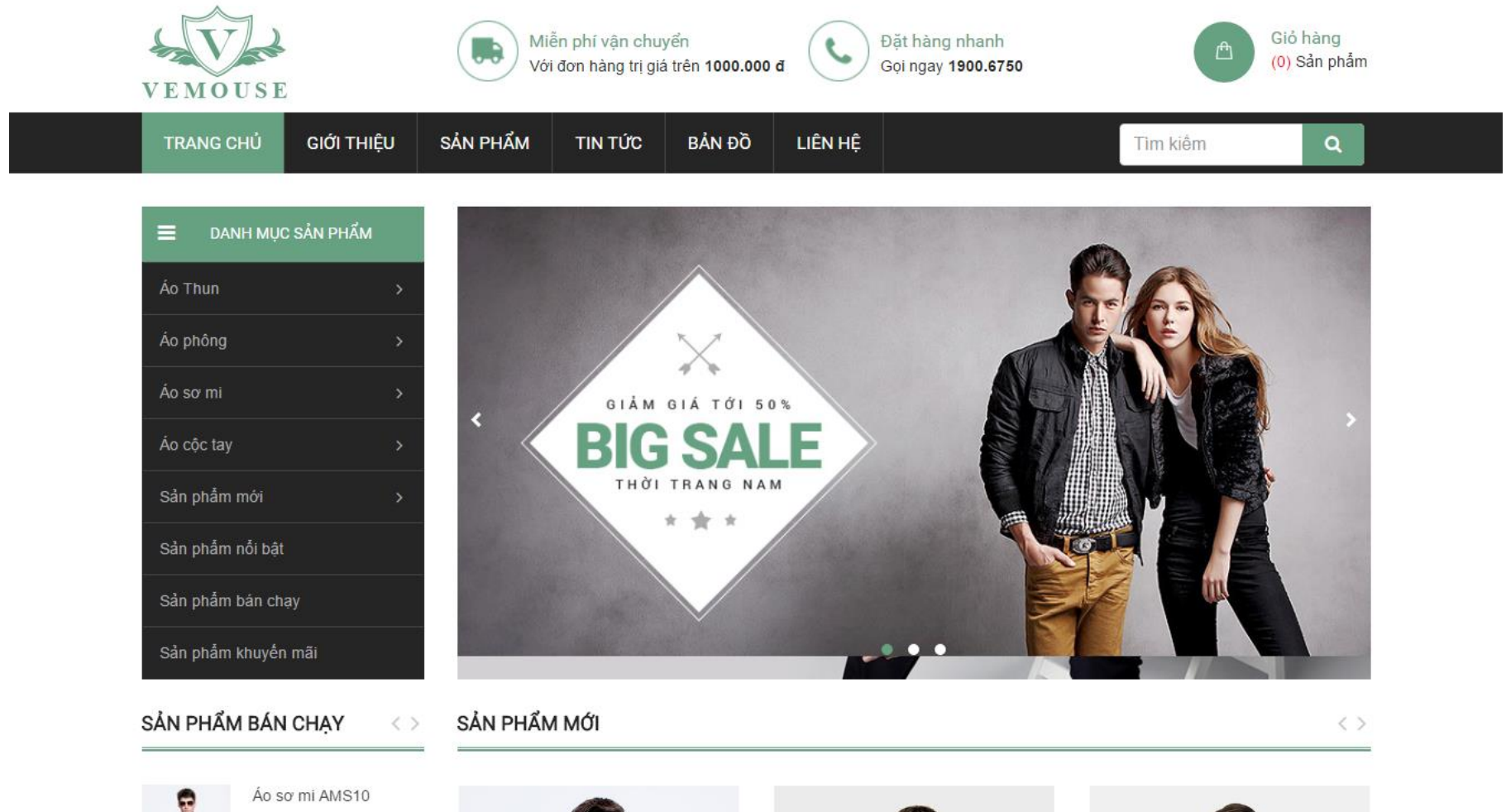
Để làm tốt bước này, hãy thực hiện theo những kế hoạch sau:

- Khơi dậy sự quan tâm của người đọc bằng một tiêu đề hấp dẫn.
- Mô tả các vấn đề liên quan đến sản phẩm và những lợi ích nó mang lại cho người dùng
- Thêm lời chứng thực từ những người đã sử dụng sản phẩm của bạn.
- Đưa ra tính đảm bảo tuyệt đối.
- Liệt kê sự cần thiết.
- Các chương trình khuyến mại đi kèm.

Trong suốt bài viết, bạn cần phải tập trung vào việc sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn là duy nhất, và có thể giải quyết vấn đề cho cả một cộng đồng hay làm cho cuộc sống của họ tốt hơn. Hãy suy nghĩ như một khách hàng và tự đặt câu hỏi “Sản phẩm này mang lại lợi ích gì cho tôi?”

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

3. Thiết kế website bán hàng



2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

4. Chạy quảng cáo thu hút khách hàng và traffic

Với xu hướng hiện tại thì Quảng cáo Facebook và Quảng cáo Google Ads đang là 2 hình thức chiếm ưu thế lớn trong TMĐT – bán hàng online

Quảng cáo Pay-per-click là cách dễ nhất để có thêm lưu lượng truy cập đến một trang web thương hiệu mới. Nó có hai lợi thế so với việc bạn chờ đợi có được lưu lượng truy cập đến trang web của mình. Thứ nhất, quảng cáo PPC xuất hiện trên các trang tìm kiếm ngay lập tức, và thứ hai, quảng cáo PPC sẽ cho phép bạn kiểm tra các từ khóa khác nhau, cũng như các tiêu đề, giá cả và phương pháp tiếp cận bán hàng. Không chỉ làm bạn có thêm nhiều lưu lượng truy cập ngay lập tức, mà bạn còn có thể sử dụng quảng cáo PPC để khám phá nhiều hơn trong từ khóa và tỷ lệ chuyển đổi. Sau đó, bạn có thể phân phối các từ khóa trong trang web, trên các bài viết, mã nguồn, nhằm đẩy mạnh thứ hạng trong kết quả tìm kiếm.

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE



2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

5. Tạo sự uy tín cho thương hiệu

Mọi người sử dụng internet để tìm kiếm thông tin. Cung cấp thông tin miễn phí cho các trang web khác, và bạn sẽ thấy lưu lượng truy cập và thứ hạng tốt hơn thông qua công cụ tìm kiếm. Cách bán hàng online thành công là luôn luôn đặt thêm liên kết đến trang web của bạn với mỗi một thông tin thu hút bạn viết ra.

Hãy bỏ qua sự chuyên nghiệp. Tạo bài viết, video hoặc nội dung theo một phong cách khác mà mọi người sẽ tìm thấy hữu ích của nó. Đôi khi người đọc sẵn sàng bỏ qua những tiểu tiết về lỗi chính tả, cách diễn đạt nếu đó là bài viết tâm huyết và có giá trị. Để tăng lượng tiếp cận, bạn đừng quên tiếp thị bài viết của mình trên các diễn đàn, mạng xã hội và muốn uy tín cá nhân tăng cao bạn bắt buộc cần tham gia các nhóm đang hoạt động trên Facebook về lĩnh vực bạn đang kinh doanh.

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

5. Tạo sự uy tín cho thương hiệu

Ví dụ, bạn kinh doanh online các mặt hàng thời trang (bán buôn bán lẻ), chắc chắn bạn cần tham gia các Group về nguồn hàng, kinh doanh và chia sẻ sự hiểu biết của mình về cách chọn hàng, kinh nghiệm đi đánh nguồn hàng ... Đừng sợ người khác biết hết những gì bạn đang có, vì hầu như tất cả những kinh nghiệm quý báu người ta chỉ nhớ và rút ra bài học khi chính bản thân mình thực hành và vấp ngã mà thôi.

Bạn sẽ có thêm độc giả mới, thậm chí tốt hơn, tất cả các trang web có đăng tải nội dung của bạn sẽ kết nối trở lại, và giúp tăng thứ hạng trang web nhờ công cụ tìm kiếm.

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

6. Tận dụng các giải pháp kinh doanh online sẵn có

Giải pháp sẵn có là gì? Ví dụ thay bằng thuê người thiết kế website cho mình bạn có thể sử dụng các nền tảng bán hàng online sẵn có để sử dụng. Thay vì thuê một người hàng ngày đi ship hàng cho khách hàng ngày thì bạn nên tận dụng luôn cách dịch vụ vận chuyển uy tín của bên thứ 3 cung cấp... Nhưng vì sao khi tận dụng các giải pháp sẵn có, bạn lại tiết kiệm ngân sách và nguồn nhân lực hơn?



The advertisement for Sapo web features a green background. On the left, the Sapo web logo is displayed above the text 'THIẾT KẾ WEBSITE BÁN HÀNG' and 'Chỉ từ 299.000^đ/Tháng'. In the center, a desktop monitor and a laptop both show a vibrant e-commerce website interface with food products. To the right, three bullet points with checkmark icons list features: '400+ giao diện website đẹp', 'Tích hợp giao hàng, thanh toán online', and 'Tối ưu cho SEO và quảng cáo'. A prominent yellow button at the bottom right contains the text 'DỪNG THỬ NGAY'.

Sapo web
THIẾT KẾ WEBSITE BÁN HÀNG

Chỉ từ 299.000^đ/Tháng

- ✓ 400+ giao diện website đẹp
- ✓ Tích hợp giao hàng, thanh toán online
- ✓ Tối ưu cho SEO và quảng cáo

DỪNG THỬ NGAY

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

7. Áp dụng chiến lược bán hàng đa kênh, tận dụng vòng đời của khách hàng để tăng doanh thu

Một trong những cách bán hàng online quan trọng nhất là phát triển và tận thu giá trị vòng đời của mỗi khách hàng. Ít nhất 36 % khách hàng đã mua sản phẩm của bạn một lần sẽ quay lại lần nữa nếu bạn luôn bám sát và chăm sóc họ. Khi lần bán đầu tiên kết thúc, sẽ rất khó khăn để khách hàng quay lại nếu họ có trải nghiệm mua sắm không tốt, chưa kể đến giá bán đắt đỏ.

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

7. Áp dụng chiến lược bán hàng đa kênh, tận dụng vòng đời của khách hàng để tăng doanh thu

➔ Sử dụng kỹ năng chăm sóc khách hàng và bán hàng nâng cao để khách quay lại vào những lần tiếp theo là một chiến lược vô cùng quan trọng. Một vài gợi ý dành cho bạn:

- Tặng kèm các sản phẩm khác với những khách hàng thân thiết, khách hàng quay lại mua lần 2, lần 3
- Tặng kèm phiếu giảm giá cho lần mua tiếp theo với những khách mua hàng lần đầu
- Gửi kèm thông tin các sản phẩm liên quan nếu bạn cảm ơn khách đã mua hàng qua Email, Facebook hoặc SMS

2.3. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG TRÊN WEBISTE

7. Áp dụng chiến lược bán hàng đa kênh, tận dụng vòng đời của khách hàng để tăng doanh thu

Đặc biệt hãy luôn cảm ơn khách đã quan tâm đến sản phẩm/dịch vụ ngay cả khi họ không mua. Tỏ ra biết ơn và thân thiện bạn sẽ khiến họ trở nên trung thành hơn với sản phẩm của bạn và họ sẽ nhớ đến bạn và quay lại khi có nhu cầu.

CHƯƠNG II: BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE

Chân thành cảm ơn !