



# CẨM NANG KINH DOANH ONLINE

# 2020

Tác giả: Nguyễn Lê Nguyên Phong  
Creator: Long ATPmedia



# ONLINE BUSINESS HANDBOOK



# NỘI DUNG

## CONTENT

---

01

BÁN HÀNG ONLINE LÀ GÌ?

03

ƯU ĐIỂM  
CỦA BÁN HÀNG ONLINE

04

RỦI RO  
KHI KINH DOANH ONLINE

05

8 KÊNH BÁN HÀNG ONLINE  
PHỔ BIẾN HIỆN NAY

14

CÁC HÌNH THỨC KIỂM TIỀN  
NHỜ KINH DOANH ONLINE

15

AI PHÙ HỢP  
ĐỂ KINH DOANH ONLINE

16

BÁN HÀNG ONLINE  
NÊN BÁN GÌ?

17

2 TIÊU CHÍ ĐỂ LỰA CHỌN  
SẢN PHẨM KINH DOANH ONLINE

18

TÌM NGUỒN HÀNG  
KINH DOANH Ở ĐÂU

19

BÁN HÀNG ONLINE  
CẦN CHUẨN BỊ NHỮNG GÌ

20

CÁC CÔNG CỤ HỖ TRỢ  
BÁN HÀNG ONLINE

21

CÁC MÔ HÌNH KINH DOANH  
PHỔ BIẾN

25

CÁC CHIẾN LƯỢC  
BÁN HÀNG ONLINE ĐỂ THẮNG

34

CÁC SAI LẦM THƯỜNG GẶP  
KHI KINH DOANH ONLINE

35

XÂY DỰNG QUY TRÌNH  
BÁN HÀNG ONLINE HIỆU QUẢ

# BÁN HÀNG ONLINE LÀ GÌ?

Bán hàng online hiểu đơn giản là mọi hoạt động bán hàng, quảng cáo sản phẩm thậm chí giao hàng đều được thực hiện thông qua Internet.



# BÁN HÀNG ONLINE



## SẢN PHẨM • MUỐN BÁN

1

Bạn có sản phẩm như ti vi, tủ lạnh, món ăn,...

2

## • INTERNET

Mọi người có thể nhìn, xem và mua mọi thứ của bạn chỉ với vài click chuột trên các kênh bán hàng online



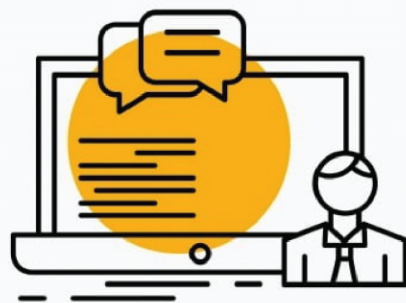
## SẢN PHẨM • ĐÃ BÁN

3

Người dùng thanh toán và nhận hàng qua ship nhanh chóng



# Ưu điểm của bán hàng online



## Không vốn đầu tư ban đầu

- Để bán hàng online đôi khi bạn không cần phải sở hữu hàng hóa bạn có tin không?
- Tức là bạn không phải bỏ vốn ra nhập hàng mà vẫn có thể sản phẩm để bán và kiếm tiền từ đó.



## Không tốn tiền thuê mặt bằng

Cửa hàng của bạn lúc này là cửa hàng "ảo" trên Internet và bạn không phải bỏ ra khoảng tiền chục triệu, trăm triệu để thuê mặt bằng kinh doanh



## Chi phí vận hành thấp

- Không mất phí thuê mặt bằng kinh doanh
- Cắt giảm chi phí nhân sự nhờ những tool hỗ trợ toàn diện



## Chi phí quảng cáo rẻ hơn nhiều lần

Nhờ Internet, một shop online nhỏ ở Hồ Chí Minh vẫn có thể quảng cáo đến hàng chục nghìn người ở Hà Nội, ở Mỹ v.v... chỉ với vài trăm nghìn đến vài triệu đồng.



## Khả năng tiếp cận hàng triệu người

Ví dụ điển hình là các video trăm triệu views trên Youtube của các kênh Vlog, MV nhạc của các ca sỹ hay các bài viết website lên TOP google giúp tiếp cận hàng triệu người theo thời gian.



## Kinh doanh 24/7

Nhưng với kinh doanh online, cửa hàng "ảo" của bạn sẽ luôn mở cửa 24/24h và 7 ngày một tuần. Bất cứ khi nào khách hàng có nhu cầu họ cũng đều được phục vụ.



## Chăm sóc nhiều khách hàng cùng lúc

Với cửa hàng online, cửa hàng có thể cùng lúc theo dõi, chăm sóc hàng nghìn người mà không có 1 sai sót nào. Đó là lợi thế rất lớn khi kinh doanh online.



# Rủi ro khi kinh doanh online



## Thiếu kiến thức về kinh doanh online

Với các lợi ích ở trên bạn đừng lầm tưởng kinh doanh online là dễ dàng mà bạn cần phải học các kiến thức căn bản để triển khai.



## Người mua sợ bị lừa đảo trên mạng

Thanh toán trực tuyến tại nước ta hiện nay vẫn còn khá mới mẻ với mọi người vì vậy để khách hàng bỏ thói quen mua sắm bằng tiền mặt và đến trực tiếp cửa hàng để mua là điều rất khó khăn.



## Hàng giả hàng kém chất lượng



Lợi dụng người dùng không hề được nhìn tận mắt hay chạm vào sản phẩm rất nhiều shop kinh doanh “treo đầu dê bán thịt chó” đã sử dụng các hình ảnh đẹp long lanh với mức giá cực rẻ để thu hút khách hàng. Đến khi KH nhận sản phẩm thì mới vỡ ra sản phẩm đó là hàng fake hay lỗi.



## Tình trạng bom hàng, hoàn đơn

Các shop kinh doanh online luôn ngán ngẩm với tình trạng bom hàng, hoàn đơn vì phải tốn chi phí giao hàng cả chiều đi và về. Do đó đây cũng là một vấn đề mà các shop bán hàng online phải đối mặt và khắc phục.

# 8 KÊNH BÁN HÀNG ONLINE PHỔ BIẾN



Bán hàng trên sàn thương mại điện tử

Bán hàng trên Facebook

Bán hàng ở Zalo

Bán hàng trên Instagram

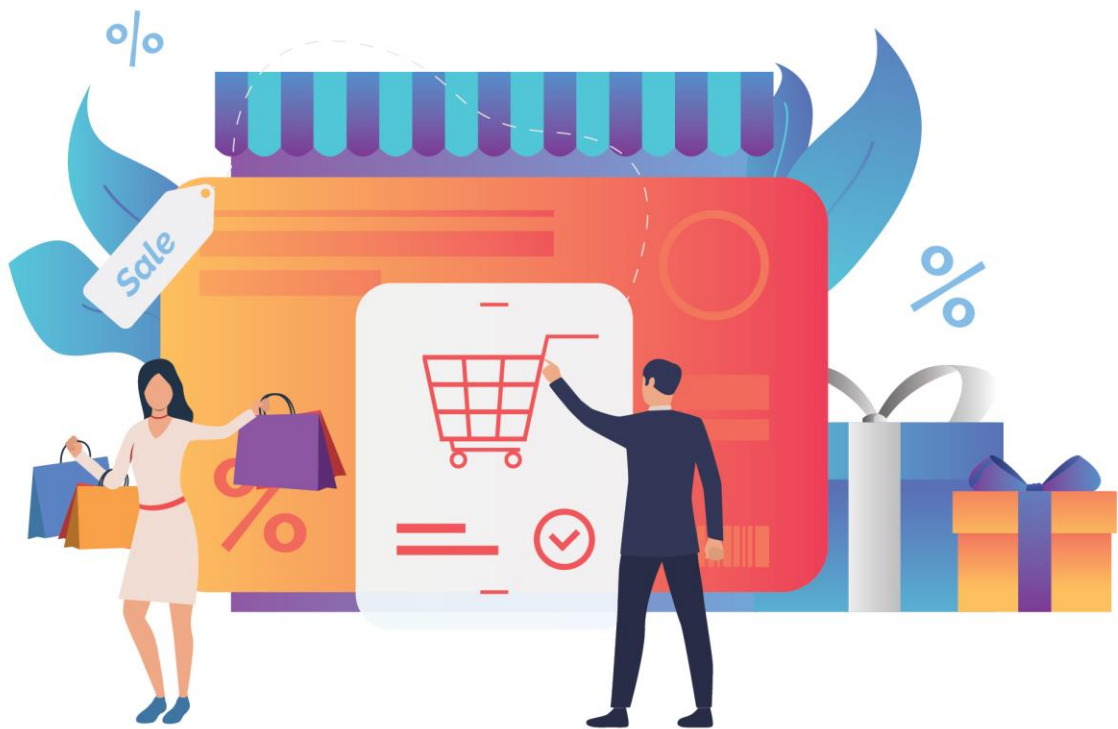
Bán hàng trên TikTok

Bán hàng trên Youtube

Bán hàng trên website

Bán hàng trên ứng dụng điện thoại





## SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Sàn thương mại điện tử là một khu “chợ rao vặt siêu lớn” với hàng trăm nghìn hàng triệu shop. Tại đây các sàn TMDT cho phép bạn mở một tài khoản cửa hàng miễn phí để đăng bán các sản phẩm trên đó. Nhờ vào lượng truy cập khổng lồ mỗi ngày trên các sàn và các chương trình khuyến mãi, shop của bạn có thể lên top sàn TMDT để thu hút một lượng lớn khách hàng ghé thăm.





## Facebook

Bán hàng trên Facebook là một kênh không thể bỏ qua vì bạn có thể dễ dàng kết nối với khách hàng tiềm năng của bạn mình qua hội nhóm và Fanpage.

3 nơi bán hàng chủ yếu từ thấp đến cao trên Facebook:

Bán hàng trên tài khoản cá nhân

Bán hàng seeding group

Bán hàng tại Fanpage





# Zalo

Zalo là MXH có hơn 100 triệu người sử dụng, đây là một ứng dụng chat phổ biến nhất Việt Nam và bạn có thể bán hàng rất tốt trên Zalo thông qua 2 kênh chính sau:

- Sử dụng tài khoản Zalo cá nhân tham gia các nhóm bán hàng
- Sử dụng Zalo Page để bán hàng trên Zalo Shop (một dạng sàn TMĐT của Zalo)





# Instagram

Instagram là mạng xã hội chia sẻ hình ảnh được đông đảo giới trẻ nước ta sử dụng. Instagram được Facebook mua lại vào năm 2012 với giá 1 tỷ USD. Và đây là một kênh bán hàng rất tiềm năng dành cho giới trẻ





## TikTok

TikTok là ứng dụng MXH mới nổi được đông đảo nhóm trẻ thế hệ GENZ sử dụng. Đây là mạng xã hội chuyên chia sẻ các video ngắn thời lượng từ 15-60 giây thu hút sự sáng tạo, thể hiện cá tính trong từng nội dung. Các video đăng tải thường có chèn hiệu ứng và nhạc thịnh hành nên thu hút rất nhiều lượt like, view. Bạn có thể tận dụng kênh này để làm marketing 0 đồng, tăng nhận diện thương hiệu hoặc bán sản phẩm giá rẻ dành cho teen.





## Youtube

Youtube là kênh chia sẻ video lớn nhất thế giới với hạng 1 tỷ giờ xem video mỗi ngày. Đây là một kênh để bạn chia sẻ nhiều chủ đề mà bạn giỏi để thu hút người xem đăng ký kênh. Bạn có thể làm video giới thiệu sản phẩm lôi kéo người xem, đặt hàng hoặc kiếm tiền nhờ lượng Google AdSense (một hình thức kiếm tiền từ lượt xem video của bạn)





## WEBSITE

Website luôn là kênh bán hàng online mà bạn nên sở hữu vì tính bền vững và dễ dàng kết nối đến người dùng. Khi bạn làm SEO website tốt sẽ thu hút hàng nghìn, hàng trăm nghìn thậm chí hàng triệu lượt truy cập website. Hãy thử nghĩ xem, nếu bạn bán một sản phẩm nào đó có hàng triệu người biết đến và có nhu cầu mua sắm thì bạn có thể kiếm được rất rất nhiều tiền.





## ỨNG DỤNG ĐIỆN THOẠI

Các App mà bạn có thể kiếm tiền từ việc bán hàng online đó là:

- Các App rao vặt bán hàng: Chợ Tốt, 5giay, GET IT, Vật Giá,
- Các App dịch vụ freelancer: fiverr, upwork
- Các App kiếm tiền từ việc giới thiệu đăng ký tài khoản hoặc mua sản phẩm: MoMo, Tamodo, CashBag,





# HÌNH THỨC KIẾM TIỀN NHỜ KINH DOANH ONLINE

## BÁN SẢN PHẨM VẬT LÝ

Nếu bạn có nguồn hàng sản phẩm tốt hoặc tự sản xuất được sản phẩm vật lý nào đó hãy thử chọn các kênh online ở trên bắt đầu quảng bá.

Mỹ phẩm



Máy móc

Thời trang

.....



## BÁN SẢN PHẨM SỐ

Sản phẩm số là sản phẩm tạo ra từ trí tuệ, tồn tại trên môi trường internet. Đặc điểm của các sản phẩm số là khả năng “nhân bản”.

Ebook



Video khóa học online

Phần mềm

.....



## LÀM DỊCH VỤ ONLINE

Là các công việc bạn không cần phải có mặt ở công ty để làm mà có thể giao tiếp với khách hàng từ xa qua các công cụ trực tuyến như Trello, Meeting,...

Dịch vụ PR

Dịch vụ guest post

Dịch vụ chăm sóc website

.....



## DỊCH VỤ KHÁC

Là các dịch vụ sử dụng Internet để làm kênh tiếp cận khách hàng nhưng công việc của các dịch vụ này chủ yếu phải thực hiện ngoài đời thật.

Dịch vụ chuyển nhà

Dịch vụ thiết kế nội thất

Dịch vụ chăm sóc thú cưng

.....



# AI PHÙ HỢP ĐỂ KINH DOANH ONLINE



Mẹ bỉm muốn  
kiếm thêm thu nhập



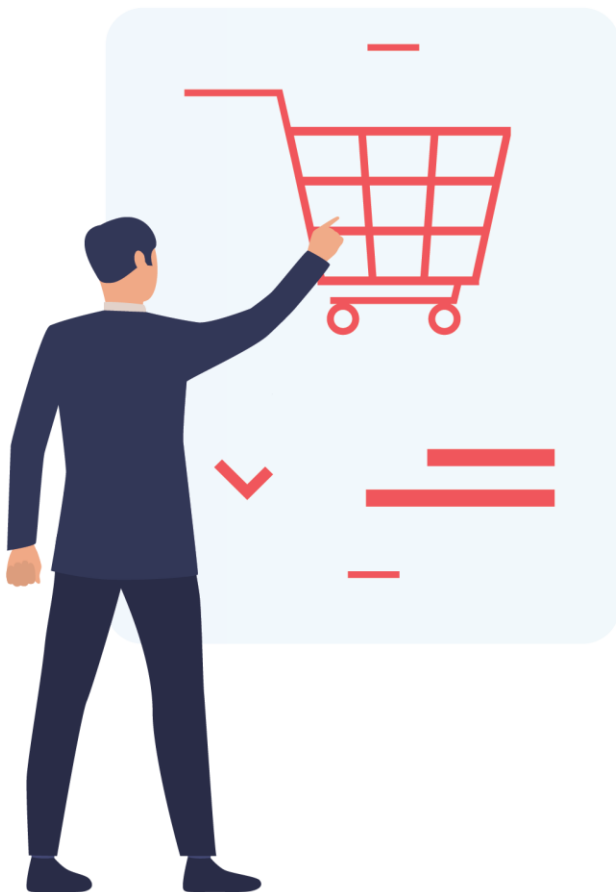
Học sinh sinh viên  
làm thêm



Nghề tay trái của  
dân văn phòng



Các doanh nghiệp  
truyền thống



# BÁN HÀNG ONLINE NÊN BÁN GÌ?

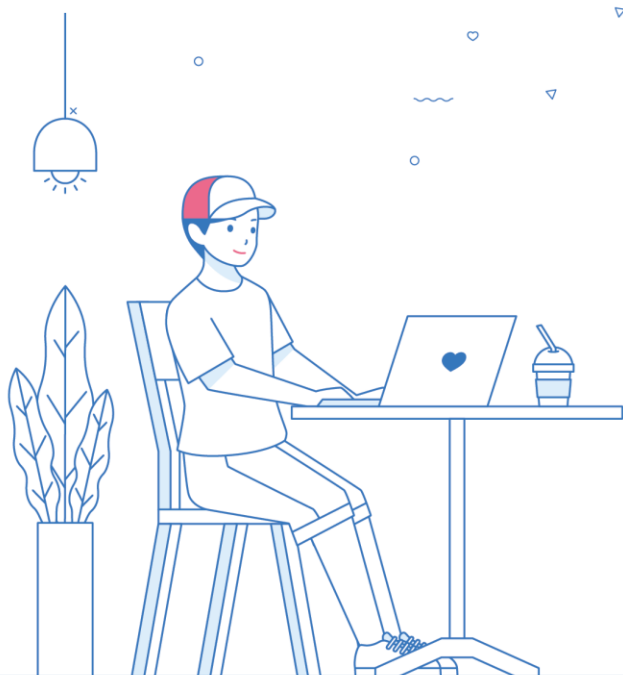
Thật ra bạn có thể mang mọi thứ lên Internet để bán và đôi khi còn bán tốt hơn ngoài đời thật vì khả năng tiếp cận hàng triệu người với chi phí thấp.

## 1. Sản phẩm vật lý:

- Có hình dạng,
- Có kích thước
- Có cân nặng
- Có công dụng thực tế

## 2. Sản phẩm số:

- Là sản phẩm của trí tuệ
- Tồn tại trên Internet



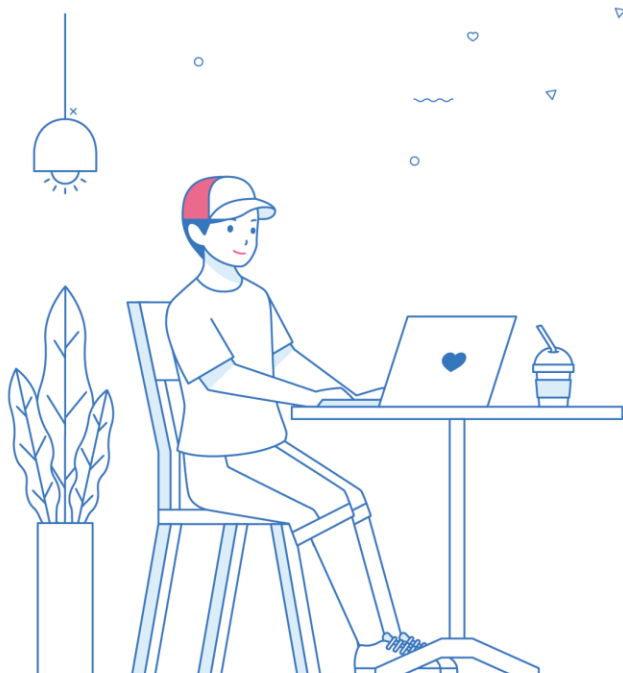
# TIÊU CHÍ ĐỂ LỰA CHỌN SẢN PHẨM KINH DOANH ONLINE

## Tiêu chí 1: Mức độ phù hợp giữa bản thân và sản phẩm

- Tìm ra các sản phẩm mình hiểu rõ và phù hợp với mình

## Tiêu chí 2: Dựa vào đặc điểm của sản phẩm

- Là sản phẩm xu hướng của thị trường?
- Là sản phẩm bình dân hay cao cấp?
- Là sản phẩm có thị trường tiêu thụ lớn hay nhỏ?
- Thị trường đã có nhận thức (biết) về nó hay chưa?
- Nó có mức độ cạnh tranh cao hay thấp?
- Là độc quyền hay nhiều người cùng bán?
- Có biên lợi nhuận cao hay không?
- Bạn có đi lâu dài được với sản phẩm này không?



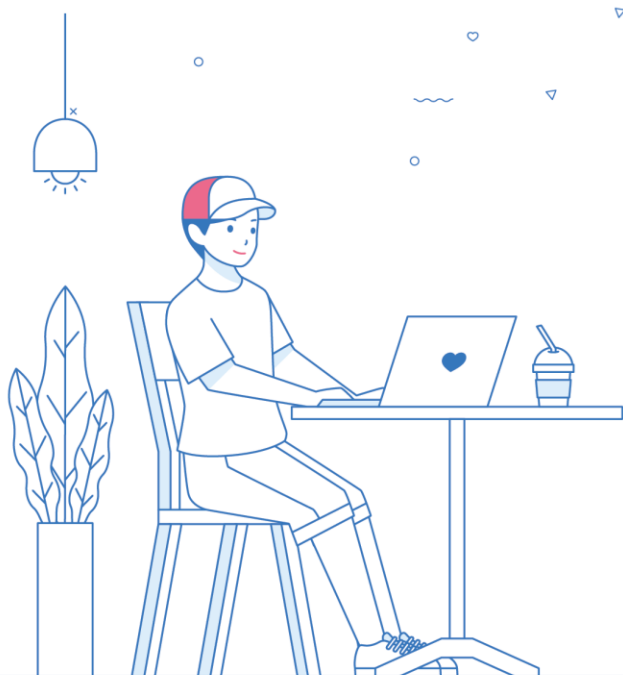
# TÌM NGUỒN HÀNG KINH DOANH Ở ĐÂU?

## Nguồn hàng trong nước

- Tìm nguồn hàng ở chợ đầu mối hàng hóa
- Tìm nguồn từ các xưởng sản xuất
- Tìm nguồn hàng từ các nhà cung cấp, nhà phân phối
- Nguồn hàng tự sản xuất

## Nguồn hàng nước ngoài

- Nguồn hàng Trung Quốc: Đa dạng sản phẩm, đa dạng giá
- Nguồn hàng các nước EU: Các sản phẩm có giá trị, và chất lượng cao
- Nguồn hàng Thái Lan: Mặt hàng tiêu dùng, chăm sóc cá nhân và thời trang
- Nguồn hàng Campuchia: Tập trung hàng thùng từ khắp nơi đổ về



# BÁN HÀNG ONLINE CẦN CHUẨN BỊ NHỮNG GÌ



## 1 Nguồn vốn kinh doanh

Các chi phí mà bạn sẽ gặp phải khi bắt đầu kinh doanh online như:

- Chi phí thiết kế website, mua tên miền
- Chi phí mua các phần mềm quản lý bán hàng
- Chi phí cho các dịch vụ marketing online
- Chi phí giao nhận hàng hóa

...



Một vài gợi ý về nguồn vốn:

- Nguồn vốn từ tiết kiệm cá nhân
- Nguồn vốn hỗ trợ từ phía gia đình
- Nguồn vốn từ việc đi vay mượn, thế chấp



Để thành công ở bất cứ lĩnh vực nào cũng đòi hỏi bạn phải có kiến thức chuyên sâu về nó. Vì vậy để bán hàng thành công, bạn cần phải biết kiến thức về kinh doanh và vận dụng đúng đắn



## 2 Kiến thức kinh doanh

Bạn có thể tìm kiếm những kiến thức này trên một số nguồn:

- Người quen nhiều kinh nghiệm
- Học qua video, khóa học online
- Học trực tiếp các khóa học
- Tích lũy từ trước

....



## 3 Kiến thức Marketing online

Để hiểu rõ về marketing online bạn cần phải nắm 2 kiến thức quan trọng đó là:

- Kiến thức marketing căn bản
- Công cụ Digital marketing



Bạn có thể tham khảo các chiến dịch marketing trên:

- Blog, website
- Chiến dịch của đối thủ
- Khóa học thực chiến (tranthinhlam.com)
- Khóa học offline
- Nhận tư vấn từ người có kinh nghiệm
- Đọc sách

....



Trong phần trên về lợi ích của kinh doanh online, mình có nhắc đến khả năng tiếp cận triệu người với chi phí quảng cáo rất thấp. Đó chính là lợi ích từ các công cụ hỗ trợ bán hàng và marketing online.

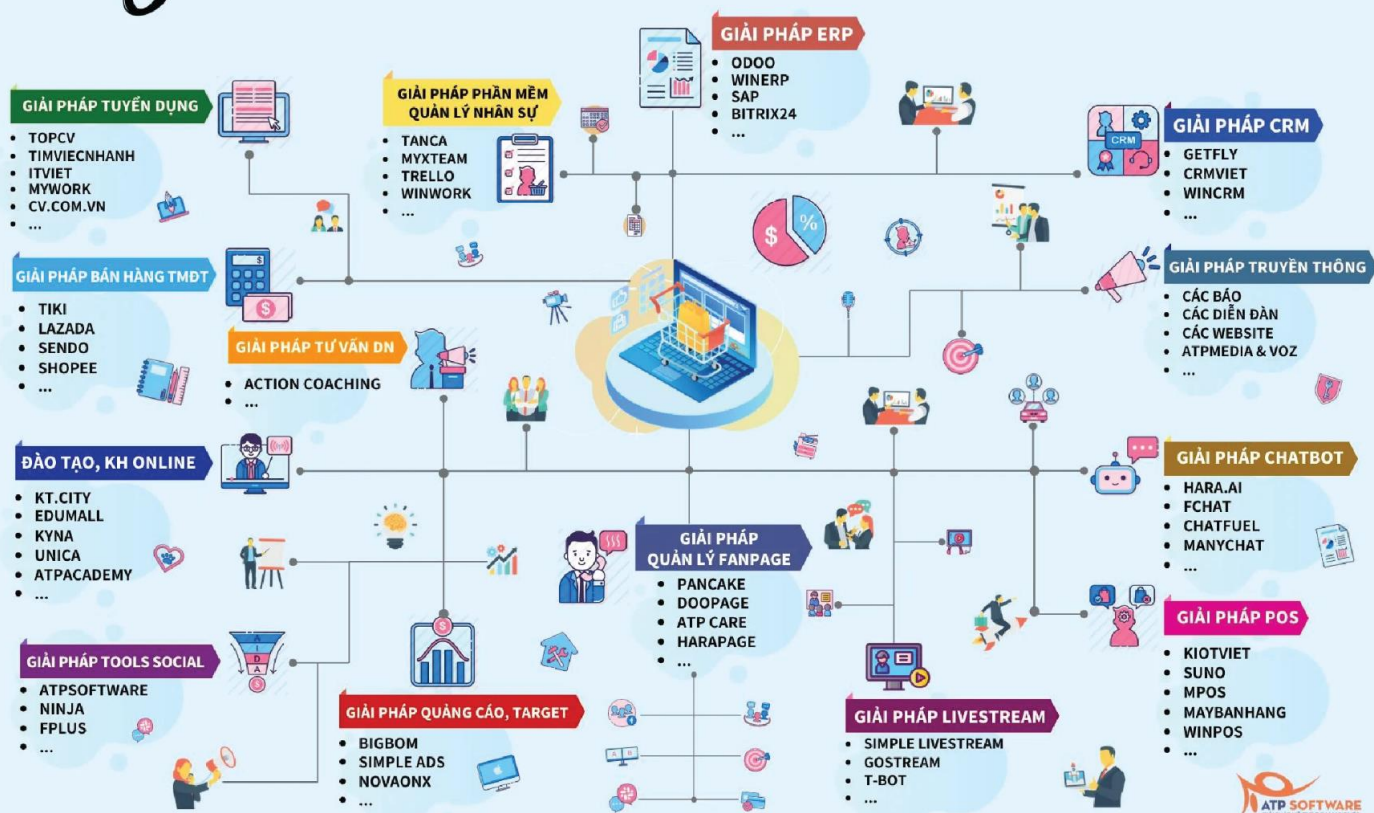


## 4 Công cụ hỗ trợ

Với sự trợ giúp của công nghệ, bạn có thể quảng cáo bán sản phẩm đến hàng triệu người cùng lúc mà nếu không có Internet bạn sẽ không bao giờ có thể làm được.

# CÁC CÔNG CỤ HỖ TRỢ BÁN HÀNG ONLINE KHUYÊN DÙNG

## Sơ đồ GIẢI PHÁP KINH DOANH ONLINE



- Phần mềm marketing trên các mạng xã hội
- Phần mềm livestream bán hàng
- Phần mềm quản lý bán hàng đa kênh
- Phần mềm ERP/CRM quản lý doanh nghiệp
- Phần mềm chatbot tự động
- Phần mềm quản lý nhân sự
- Phần mềm marketing website, SEO

# CÁC MÔ HÌNH KINH DOANH ONLINE PHỔ BIẾN



**B2C - C2C - D2C**



# MÔ HÌNH KINH DOANH B2C



Mô hình kinh doanh B2C (Business to customer) là hình thức kinh doanh từ doanh nghiệp, công ty tới khách hàng là người dùng cuối.

Ví dụ: Bạn lên mạng mua một bộ quần áo từ một shop thời trang online, đấy chính là mô hình kinh doanh B2C. Hoặc bạn mua điện thoại từ một cửa hàng online về sử dụng, đó cũng là mô hình B2C.



# MÔ HÌNH KINH DOANH C2C



Mô hình C2C ở đây được dịch ra là Consumer to Consumer. Đây là hình thức kinh doanh giữa cá thể với cá thể. Trong đó cả người mua và người bán sản phẩm hay dịch vụ đều là cá nhân không phải doanh nghiệp.

Điển hình của mô hình C2C này là các trang rao vặt mua bán như: Chợ Tốt, Get IT....

# C2C

# MÔ HÌNH KINH DOANH D2C



Mô hình D2C (Direct to Customer) trong những năm gần đây là thuật ngữ còn khá mới mẻ với chúng ta nhưng với các doanh nghiệp thì nó lại là một mô hình cực kỳ hiệu quả trong kinh doanh. Mô hình D2C bằng việc loại bỏ những khâu bán lẻ trung gian của bạn để đưa sản phẩm đến thẳng trực tiếp với khách hàng.

Có thể nói D2C là sự phát triển cao hơn từ B2C (vì B2C thì các công ty, doanh nghiệp vẫn có thể là nhà phân phối trung gian, không phải trực tiếp từ nhà sản xuất). Những ngành hàng phù hợp với mô hình này nhất có thể kể đến như giày, mỹ phẩm, đồ gia dụng,...

# CÁC CHIẾN LƯỢC ONLINE ĐỂ THẮNG



1. Chiến lược đi ngách thị trường
2. Chiến lược phủ thị trường
3. Chiến lược đứng trên vai người khổng lồ
4. Chiến lược định giá xâm nhập
5. Chiến lược bán giá cao (Premium)
6. Chiến lược định giá bán theo tâm lý
7. Chiến lược định giá bán theo gói
8. Chiến lược miễn phí

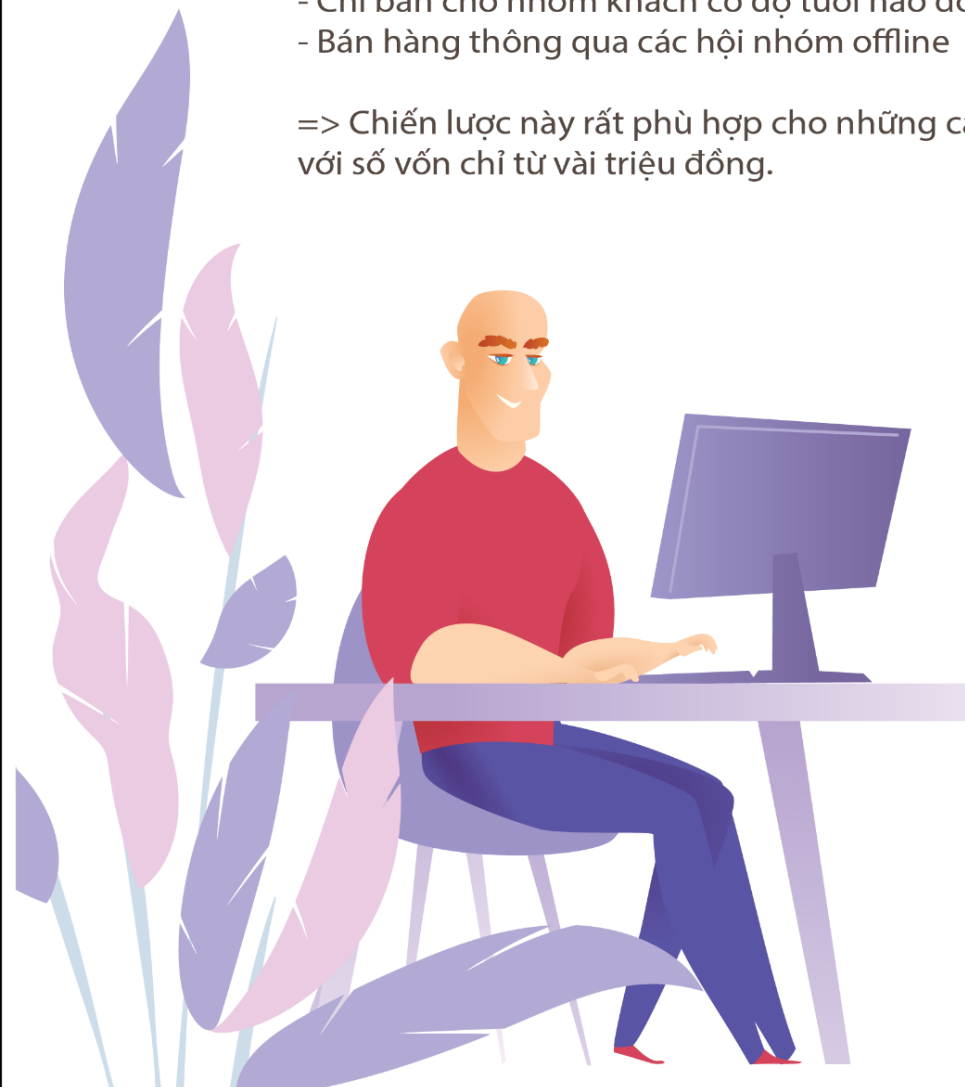
# Chiến lược đi ngách thị trường

Bắt đầu kinh doanh online bạn đừng nghĩ đến việc thành công, mà hãy đến việc làm sao để tồn tại trước đã. Do đó bạn không thể dương kiếm lên đầu với các ông lớn đang chiếm lĩnh thị trường vì họ có thể dùng tiền để “đè” chết bạn. Hãy bắt đầu với chiến lược này

Chiến lược thị trường ngách là chiến lược bán hàng đủ để tồn tại, bạn cần tìm ra 1 ngách nhỏ cho mình để kinh doanh. Một vài mẹo để bạn tìm ra ngách cho mình đó là

- Tìm ra phân khúc thị trường mà các ông lớn chưa chạm đến
- Đánh thị trường theo khu vực địa phương
- Chỉ bán trên một vài Group Facebook, Zalo
- Bán cho một số đặc điểm khách hàng nhất định
- Chỉ bán cho nhóm khách có độ tuổi nào đó
- Bán hàng thông qua các hội nhóm offline

=> Chiến lược này rất phù hợp cho những cá nhân kinh doanh với số vốn chỉ từ vài triệu đồng.



# Chiến lược phủ thị trường

Đây là chiến lược dành cho các công ty, doanh nghiệp có nguồn lực lớn khi cần đánh phủ các kênh online để thu hút sự chú ý của người dùng. Với chiến lược này, các công ty DN thường sẽ thuê các Agency để thực hiện chiến dịch marketing giúp họ hoặc DN nếu có đủ kiến thức về Digital Marketing có thể tự xây đội ngũ chuyên trách cho mảng kinh doanh online.

Các chiến lược phủ thị trường như:

- Quảng cáo Facebook phủ sóng cả nước hoặc tỉnh thành
- Quảng cáo Google hiển thị trên các trang báo lớn
- Quảng cáo seeding trên các Group Facebook
- Quảng cáo trên Zalo, Instagram, TikTok.

Thông thường các chiến dịch lớn này sẽ kết hợp chung với các chương trình marketing offline như event sự kiện, cuộc thi tại điểm bán (trade marketing) để tối ưu chuyển đổi bán hàng.



# Chiến lược đứng trên vai người khổng lồ

Đây là cách bán hàng dựa trên sự nổi tiếng, bạn bán các sản phẩm có mối quan hệ mật thiết với một thương hiệu, một cá nhân nổi tiếng sẽ rất dễ thu hút người dùng.

Ví dụ:

- Bạn bán các sản phẩm bổ trợ các iPhone, iPod ... vốn đã rất nổi tiếng sẽ dễ được người dùng để mắt đến.
- Oppo sử dụng ca sỹ Sơn Tùng MTP làm đại sứ thương hiệu để quảng bá các sản phẩm của họ.
- Các doanh nghiệp Việt Nam thường kêu gọi ủng hộ hàng hóa trong nước qua thông điệp "Người Việt dùng hàng Việt", "made in Việt Nam"...



# Chiến lược định giá xâm nhập

Định giá thâm nhập là chiến lược đặt giá ban đầu của một sản phẩm hay dịch vụ thấp hơn giá phổ biến trên thị trường. Các công ty sử dụng chiến lược này với kì vọng sản phẩm của mình sẽ được thị trường chấp nhận rộng rãi hơn.

Định giá thâm nhập làm tối đa hóa doanh số bán trên đơn vị sản phẩm và tạo ra doanh thu theo thị phần nhưng lại gây ảnh hưởng đến tỉ lệ lợi nhuận.

Với chiến lược giá thâm nhập thị trường bạn có thể phải chịu mất một phần vốn kinh doanh ban đầu để sản phẩm của bạn đến được với nhiều người (mua khách hàng trong tương lai). Sau một thời gian khi lượng khách hàng đã có, bạn sẽ ra sản phẩm mới và nâng giá bán để tăng lợi nhuận lên. Đây là một chiêu “thả con săn sắt bắt con cá rô” hay “cho đi để nhận lại”.





# Chiến lược bán giá cao (Premium)

Định giá Premium là chiến lược định giá cao hơn so với đối thủ cạnh tranh (hay còn gọi là chiến lược định giá hớt vág). Với việc đặt mức giá cao cấp thường hiệu quả trong những ngày đầu của vòng đời sản phẩm, đánh trúng tâm lý “tiền nào của nấy” của khách hàng.

Đây là chiến lược phù hợp với doanh nghiệp nhỏ, sản phẩm có những giá trị ưu việt mà các sản phẩm khác không có như: chất lượng tốt hơn, dịch vụ chăm sóc khách hàng chu đáo hơn, hay chế độ bảo hành lâu hơn,... Khách hàng sẽ cảm thấy mình nhận được sản phẩm có giá trị ngang với số tiền đã bỏ ra, doanh nghiệp phải làm việc hết sức để đưa ra nhận thức về giá trị sản phẩm của họ. Cùng với việc tạo ra sản phẩm chất lượng cao, chủ sở hữu nên đảm bảo nỗ lực Marketing của họ, bao bì của sản phẩm, những giá trị gia tăng, dịch vụ khách hàng... đó là những yếu tố cần thiết cho những sản phẩm ở mức giá Premium.

Trong thực tế, nhiều doanh nghiệp thường áp dụng mức giá cao ban đầu để thu được tỷ suất lợi nhuận lớn trên mỗi đơn vị sản phẩm. Vì giá cao nên số lượng người mua không nhiều, doanh nghiệp sẽ dần dần giảm giá để có thêm khách hàng mới. Mức giá cao ban đầu sẽ không thu hút thêm các đối thủ cạnh tranh và hỗ trợ hình ảnh về một sản phẩm hoàn hảo.



# Chiến lược định giá bán theo tâm lý

Chiến lược định giá theo tâm lý của khách hàng được coi như một hình thức “ảo thuật”, các Marketers dùng chiến lược này để đánh vào mặt cảm xúc của khách hàng hơn là về mặt logic.

Ví dụ, thiết lập giá của 1 chiếc đồng hồ đeo tay là \$199 chứng minh việc thu hút nhiều người tiêu dùng hơn là thiết lập giá là \$200, thậm chí sự khác biệt thật sự ở đây là rất nhỏ. Sự giải thích cho điều này khá đơn giản, bởi vì phần lớn tâm lý khách hàng sẽ dựa vào những con số đầu tiên của giá để đi đến quyết định mua hàng. Mục tiêu của định giá theo tâm lý là để tăng thêm nhu cầu bằng cách tạo ra một ảo giác về giá trị gia tăng cho người tiêu dùng.

Một điều cuối cùng mà ít người sẽ chia sẻ đến bạn đó là cách định giá các mặt hàng khó định được mức độ hiệu quả khi người dùng sử dụng.

Ví dụ: thuốc, theo tâm lý người dùng sẽ luôn muốn một loại thuốc có hiệu quả ngay do đó họ sẵn sàng trả cao hơn để mua sản phẩm mà họ cần dù thực tế các loại thuốc đều có hàm lượng và công dụng như nhau.



# Chiến lược định giá bán theo gói

Với chiến lược định giá theo gói, doanh nghiệp sẽ đưa ra giá của sản phẩm thấp hơn khi khách hàng mua nhiều sản phẩm cùng một lúc.

Việc định giá hàng theo gói sẽ không chỉ giúp doanh nghiệp xả được đồng hàng tồn kho mà sẽ cho khách hàng một cảm giác họ được nhận rất nhiều vì doanh nghiệp đang cho họ những giá trị lớn. Định giá theo gói sẽ vô cùng hiệu quả cho các công ty có hàng đi kèm.

Ví dụ, những sản phẩm như sữa cho trẻ em, nếu mua theo bịch hoặc theo thùng sẽ được hưởng ưu đãi giá và những giá trị gia tăng khác như đồ chơi, hoặc bình uống nước... Nhưng theo đó, doanh nghiệp cũng cần phải quan tâm đến việc mình đang chi trả bao nhiêu cho chiến lược này và so với doanh thu mình đang lãi hay lỗ.



# Chiến lược miễn phí

Chiến lược miễn phí luôn luôn hiệu quả để thu hút khách hàng.

Nếu bạn đi đường bạn sẽ thấy các quảng cáo như “cạo râu miễn phí”, “giữ xe miễn phí”, “Mua ...tặng miễn phí ...”. Đây đều là các phương pháp quảng cáo đánh vào ham muốn “miễn phí” của người dùng.

Để làm tốt chiến lược miễn phí này bạn phải hiểu rõ khái niệm về chi phí marketing và số lần mua lặp lại của khách hàng.

Chẳng hạn trong chiến dịch marketing mà mình hỗ trợ cho nhãn hàng công nghệ tại Forums VOZ. Mình đã tổ chức hoạt động chơi GiveAway tặng quà miễn phí cho thành viên, bằng cách phần quà miễn phí cho cộng đồng sẽ được tính như một chi phí cho hoạt động marketing branding. Vì vậy việc miễn phí sẽ giúp chuyển đổi tốt hơn cho thương hiệu sau này vì có hàng nghìn người đã biết đến sản phẩm và thương hiệu của nhãn hàng.



# CÁC SAI LẦM THƯỜNG GẶP KHI KINH DOANH ONLINE



## Sai lầm khi lựa chọn sản phẩm

Chọn sai sản phẩm sẽ khiến bạn thất bại ngay từ bắt đầu



## Chọn sai kênh bán hàng

VD: Bạn sẽ không thể bán được sản phẩm số trên Instagram vì sở thích hành vi của họ không phù hợp.

## Hệ thống vận hành công kênh

Nếu bạn không xây dựng một thống vận hành tốt thì các chi phí ẩn, chi phí cố định cho việc vận hành sẽ cao. Bạn nên sử dụng các công cụ hỗ trợ bán hàng online để xây dựng hệ thống tốt nhất.



## Thiếu kiến thức

Kiến thức về Marketing online thay mới mỗi ngày, nếu bạn không cập nhật sớm thì bạn sẽ rất dễ bị đối thủ bỏ lại phía sau.

## Đội ngũ nhân sự không phù hợp

Nhân sự chiếm vai trò rất quan trọng trong sự vận hành doanh nghiệp, công ty. Đặc biệt là nhân sự trong ngành marketing online rất khan hiếm và khó tìm được người giỏi.



# Xây dựng quy trình bán hàng online hiệu quả

Xây dựng kịch bản bán hàng cho từng kênh

1

Xây dựng các kênh marketing phù hợp



2



3

Xây dựng kênh hứng khách hàng (leads)



5

Liên kết hệ thống quản lý tập trung CRM/ERP

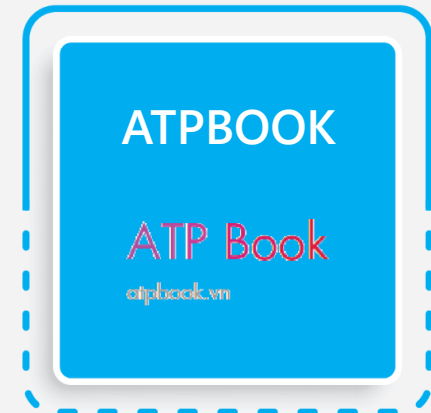


Xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng tự động

4



# Hệ sinh thái chuyển đổi số





# ONLINE BUSINESS HANDBOOK

