

SỔ TAY HƯỚNG DẪN CHUYỂN ĐỔI SỐ TIỂU THƯƠNG CHỢ TRUYỀN THỐNG



LỜI MỞ ĐẦU

Cuốn cẩm nang này đồng hành với bà con tiểu thương chợ truyền thống trên hành trình chuyển đổi số.

Người bạn này giúp gì cho bà con?

- *Trang bị kiến thức chuyển đổi số*
- *Được chia sẻ kinh nghiệm các mẹo hay bán hàng trực tuyến từ các “nhà bán hàng thành công”*
- *Thêm kỹ năng bán hàng hiện đại tăng doanh số*

Quét mã QR để
Tham gia cộng đồng
tiểu thương chuyển đổi số

SCAN ME



MỤC LỤC

- 01 **BẮT ĐẦU VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ**
- 02 **BÁN HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**
- 03 **THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT**
- 04 **ĐÓNG GÓI VÀ GIAO HÀNG**
- 05 **THIẾT KẾ GIAN HÀNG (SHOP) ONLINE**
- 06 **LIVESTREAM BÁN HÀNG**
- 07 **SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ AI**
- 08 **SEO VÀ LOCAL SEO**
- 09 **QUAY VIDEO NGẮN VÀ CHỈNH SỬA ẢNH**
- 10 **SEEDING TĂNG TƯƠNG TÁC**
- 11 **XÂY DỰNG CỘNG ĐỒNG KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH**
- 12 **XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG**



01



BẮT ĐẦU VỚI **CHUYỂN ĐỔI SỐ**



BẮT ĐẦU VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ

Chuyển đổi số là gì?



là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số.

Chuyển đổi số cho chợ truyền thống và tiểu thương là gì?

Chuyển đổi số cho chợ truyền thống và tiểu thương là việc chợ, tiểu thương **dùng các ứng dụng công nghệ số để thay đổi cách sản xuất, kinh doanh, quản lý truyền thống tại chợ**. Nó không chỉ là bán hàng qua mạng mà còn bao gồm quản lý hàng hóa, quản lý tài chính, theo dõi hoạt động hàng ngày, giao dịch với khách hàng, thanh toán, xuất hóa đơn, v.v... – tất cả đều nhanh hơn, tiện hơn nhờ công nghệ số.



Lợi ích:

- Bán được hàng ở khắp nơi không chỉ chợ
- Tiếp cận thêm khách hàng mới
- Tăng doanh thu, giảm chi phí

Làm sao để bắt đầu?

- Sở hữu và thành thạo các thao tác trên các thiết bị thông minh (laptop, máy tính bảng, điện thoại thông minh, v.v...)
- Tải ứng dụng hỗ trợ bán hàng
- Thử thực hiện một phiên livestream bán hàng bằng điện thoại thông minh
- Thử khởi tạo một gian hàng và đăng 1 sản phẩm lên sàn thương mại điện tử



Chuyển đổi số cho tiểu thương bao gồm:

Bán hàng online: Đưa sản phẩm lên các mạng (bao gồm: các website bán hàng,, các sàn thương mại điện tử, v.v..) để tiếp cận khách hàng thông qua internet

Thanh toán không dùng tiền mặt: là việc anh/chị dùng các ứng dụng trên điện thoại để nhận tiền từ khách hàng thay vì cầm tiền mặt như trước đây. Khách chỉ cần quét mã QR, chuyển khoản qua ví điện tử, ngân hàng số ... là các anh/chị có thể nhận được tiền. Điều này giúp anh/chị có thể bán hàng cho những khách hàng ở xa không thể thanh toán tiền mặt.

Quản trị kinh doanh: Sử dụng các ứng dụng để ghi chép, tính toán, quản lý hàng hóa, thu chi



Ví dụ: Anh Mạnh bán rau củ ở chợ Tân Phú trước đây chỉ đứng quầy, ghi sổ tay, và nhận tiền mặt. Giờ anh dùng TikTok Shop để bán đồ khô, nhận tiền qua ngân hàng và ghi nhận doanh thu trên ứng dụng hỗ trợ quản lý bán hàng. Khách ở quận khác đặt hàng, anh giao qua shipper, còn việc quản lý thì nhẹ nhàng hơn hẳn. Đó chính là chuyển đổi số trong kinh doanh của tiểu thương!



Lợi ích của tiểu thương khi chuyển đổi số

Bán được hàng khắp nơi, không chỉ tại chợ:

Nhờ các kênh bán hàng online anh chị có thể bán hàng cho cả các khách hàng ở các địa phương khác thậm chí là ở nước ngoài.

Ví dụ: Anh Hùng bán cà phê bột ở chợ Đà Lạt đăng lên Shopee, giờ khách ở Hà Nội có thể đặt mua hàng của anh Hùng mà không cần tới Đà Lạt.

Có thêm khách hàng mới, tăng doanh thu

Bán online giúp anh/chị kiếm thêm tiền từ khách mới, không lo ngày vắng chợ hay khách quen bận không ghé. Kinh doanh ổn định hơn, tiền vào túi cũng nhiều hơn.

Ví dụ: Chị Mai bán bánh pía ở chợ Sóc Trăng trước đây kiếm 300 nghìn/ngày từ khách quen. Sau khi bán online, chị có thêm 200 nghìn từ đơn xa, tổng cộng 500 nghìn/ngày mà không cần đứng chợ lâu.



Làm sao để bắt đầu?

Chuyển đổi số không khó, anh/chị chỉ cần làm từng bước nhỏ dưới đây. Đừng lo nếu chưa rành công nghệ, cứ thử là sẽ quen thôi!



Có một chiếc điện thoại thông minh:

(Chỉ cần điện thoại thông minh có thể cài các ứng dụng có sẵn trên Appstore(apple) CHPlay(Android), có tính năng quay phim chụp ảnh...) Anh/chị không cần máy xịn, chỉ cần điện thoại có camera để chụp ảnh hàng và lướt mạng là đủ



Tải ứng dụng: TikTok Shop Seller Center, Zalo, Shopee,...

Tiktokshop Seller: Để đăng hàng lên sàn Tiktokshop và bán online.

Zalo: Để nhắn tin với khách, tạo nhóm bán hàng cho người quen.

Ví điện tử, tài khoản ngân hàng: Để nhận tiền từ khách mà không cần cầm tiền mặt.

Cách làm: Mở CH Play (điện thoại Android) hoặc App Store (iPhone), gõ tên app, nhấn "Cài đặt", rồi dùng số điện thoại đăng ký. Nếu chưa biết cách, hãy xem lại bài cài đặt ứng dụng cơ bản trong sổ tay

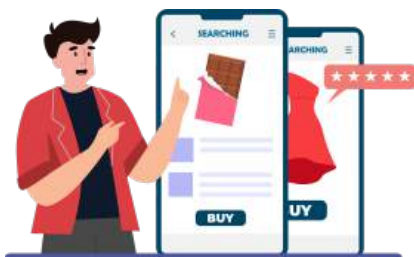
Thử đăng 1 sản phẩm lên Shopee

Lấy 1 món hàng quen thuộc anh/chị hay bán (VD: túi khô mực, bao gạo).

Dùng điện thoại chụp ảnh món đó (chụp chỗ sáng cho đẹp), mở Shopee Seller, nhấn "Thêm sản phẩm", điền tên (VD: "Khô mực 200k/kg"), giá, và vài dòng giới thiệu (VD: "Ngon, sạch, từ Nha Trang").

Đăng lên và chờ xem có ai đặt không. Lần đầu có thể chậm, nhưng cứ thử là sẽ có khách!

Lưu ý: Nếu anh/chị muốn bán trên TikTok Shop, cách tạo tài khoản hơi khác một chút. Xem hướng dẫn chi tiết ở bài "Hướng dẫn tạo tài khoản TikTok Shop" trong cẩm nang nhé!



Mẹo thực hành

Đừng sợ thất bại, làm từ từ sẽ quen.

Lúc mới bắt đầu, anh/chị có thể lúng túng, nhưng ai cũng vậy thôi. Giống như lần đầu đứng quầy chợ, bán vài ngày là quen ngay!

Thử với món dễ bán.

Chọn món quen thuộc như gạo, mắm, khô cá để đăng trước. Khách đặt ít cũng là thành công rồi!

Câu chuyện thật:

Chị Nga bán trái cây khô ở chợ Thủ Đức trước đây chỉ bán được cho người quanh khu. Một hôm, con gái chị tải Shopee Seller, chụp ảnh mấy túi mít sấy, đăng lên với giá 50 nghìn/túi. Tuần đầu có 3 khách ở Bình Dương đặt mua, tuần sau tăng lên 10 túi từ khắp nơi. Chị bảo: "Tui không ngờ hàng mình đi xa vậy, giờ ngày nào cũng gói đơn vui lắm!"

Anh/chị cũng làm được như chị Nga, chỉ cần sắm điện thoại, tải app, và thử đăng hàng thôi. Bắt đầu nhỏ, thành công sẽ đến!



02



BÁN HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (TMĐT)



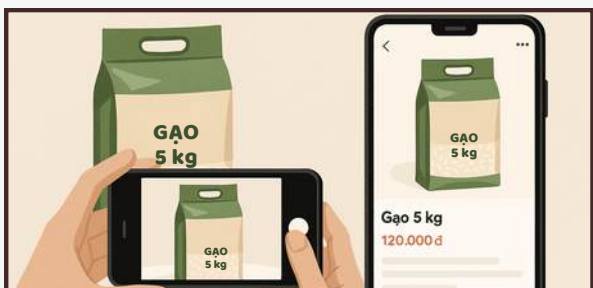
BÁN HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Các bước cơ bản:

- **Đăng ký:** Tải TikTok Shop Seller Center/Lazada Seller, điền thông tin
- **Đăng sản phẩm:** Chụp ảnh, đặt tên (VD: "Mức khô loại 1"), ghi giá, mô tả ngắn
- **Xử lý đơn:** Khách đặt hàng > đóng gói > giao cho GHTK/GHN

Mẹo:

- Chụp ảnh sáng sủa, rõ nét (dùng ánh nắng ban ngày)
- Đặt giá cạnh tranh (so với đối thủ trên sàn)



Bán hàng trên sàn TMĐT là gì?



Bán hàng trên sàn thương mại điện tử (TMĐT) là việc anh/chị đưa sản phẩm lên các sàn TMĐT lớn như TikTok Shop, Lazada, Shopee để khách khắp nơi có thể mua qua Internet.

Thay vì chỉ bán tại quầy chợ cho anh/chị giờ có thể tiếp cận hàng ngàn khách hàng mà không cần mở thêm cửa hàng. Sàn TMĐT giống như một "chợ online" khổng lồ, nơi anh/chị đặt quầy hàng ảo của mình.

Ví dụ: Chị Thủy bán khô cá ở chợ Vĩnh Nghiêam trước đây chỉ bán cho khách địa phương. Giờ chị đăng sản phẩm lên sàn TMĐT, khách ở Đà Nẵng, Hà Nội đặt mua cả chục túi mỗi tuần mà không cần gặp mặt. Đó chính là bán hàng trên sàn TMĐT!



Lợi ích của bán hàng trên sàn TMĐT

Tiếp cận khách hàng khắp nơi Sàn TMĐT giúp anh/chị bán hàng ra ngoài chợ, thậm chí khắp Việt Nam, chỉ với vài cú chạm trên điện thoại

Tăng doanh thu nhanh chóng: Các sàn TMĐT sở hữu lượng người dùng rất đông nên anh/chị có thể bán nhiều hàng hơn, tăng thu nhập mà không cần đứng quầy cả ngày.

Dễ quản lý, không cần cửa hàng lớn, mặt bằng không tốt cũng có thể tiếp cận hàng trăm ngàn người mua

Chỉ cần điện thoại là anh/chị mở được gian hàng, không tốn tiền thuê mặt bằng hay thuê nhân viên



Các bước cơ bản để bán hàng trên sàn TMĐT

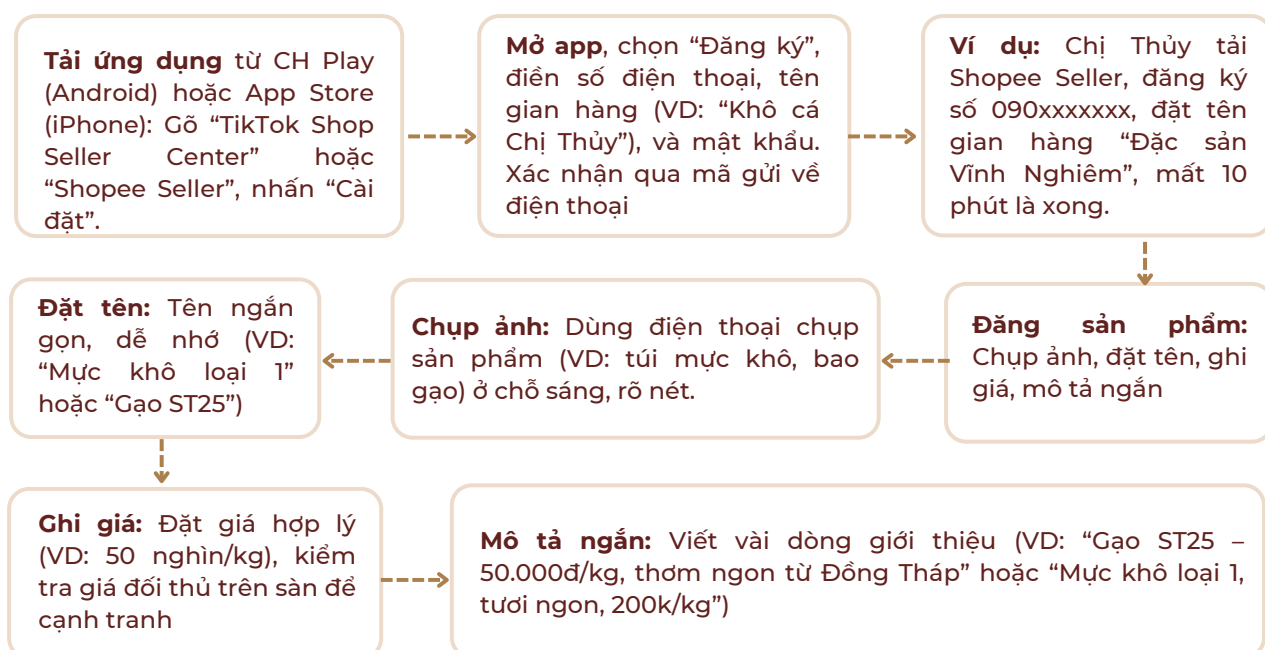
Dưới đây là 3 bước đơn giản để bắt đầu. Anh/chị không cần giỏi công nghệ, chỉ cần làm theo là được



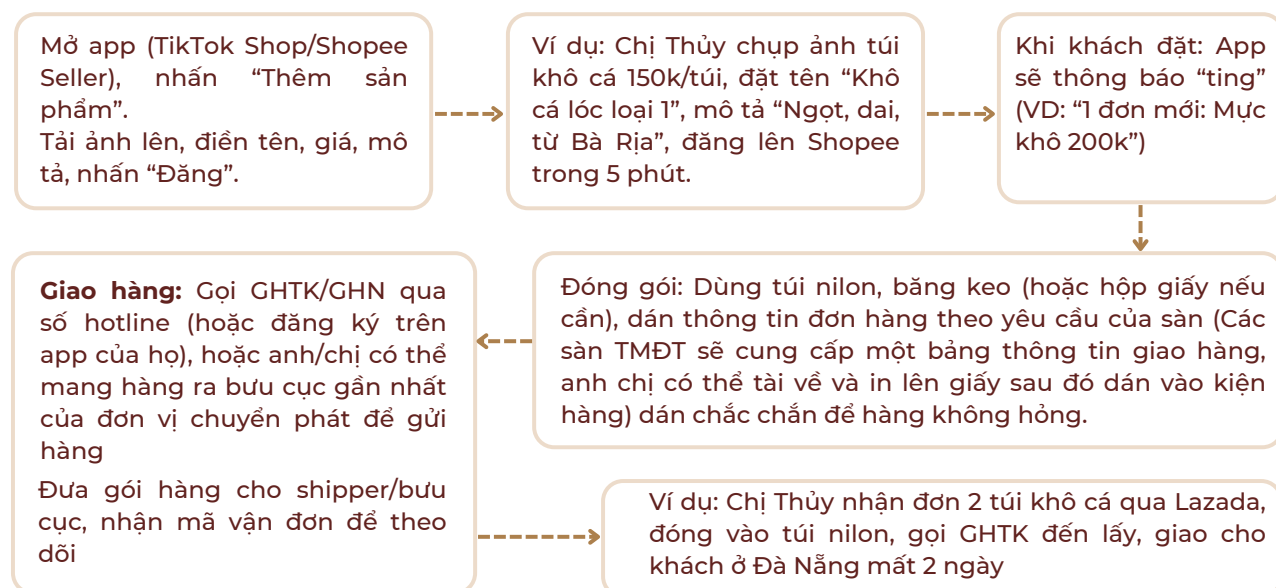
Đăng ký: Tải TikTok Shop Seller Center/Lazada Seller/Shopee Seller, điền thông tin Chọn sàn:

- **TikTok Shop Seller Center:** Phù hợp nếu anh/chị muốn bán qua video ngắn, nhiều khách trẻ.
- **Shopee Seller:** Dễ dùng, khách hàng đa dạng từ thành phố đến nông thôn.

Cách làm (Hướng dẫn chi tiết hơn trong bài cài đặt shop online):



Cách đăng:



Mẹo thực hành



Chụp ảnh sáng sủa, rõ nét (dùng ánh nắng ban ngày) – Chi tiết tham khảo bài hướng dẫn chụp ảnh sản phẩm



Đặt sản phẩm ngoài sân hoặc gần cửa sổ, chụp bằng điện thoại vào buổi sáng để ảnh đẹp, không cần máy xịn



Ví dụ: Chị Thủy chụp khô cá dưới nắng, ảnh sáng rõ, khách khen “nhìn ngon, đặt ngay”



Đặt giá cạnh tranh (so với đối thủ trên sàn) >> Chi tiết: Bài “Chiến lược giá”



Mở app, thao khảo sản phẩm tương tự (VD: gạo ST25), Phân tích giá sản phẩm và đưa ra chiến lược cạnh tranh về giá tùy theo năng lực của bạn (VD: miễn phí vận chuyển)



Kiểm tra đơn hàng mỗi ngày: Mở app tối xem có đơn nào không, xử lý ngay để khách không chờ lâu



Ví dụ thực tế

Anh Tấn bán gạo ở chợ Tân An trước đây chỉ bán tại quây, mỗi ngày được 10 bao. Anh tải TikTok Shop Seller Center, chụp ảnh bao gạo ST25, đặt tên “Gạo ST25 – 50.000đ/kg, thơm ngon từ Đồng Tháp”, mô tả “Gạo dẻo, nấu cơm ngon, giao tận nơi”. Ngày đầu anh bán được 3 bao qua TikTok Shop, đóng gói bằng bao nilon, giao cho GHTK. Sau 1 tháng, anh bán trung bình 20 bao/ngày, khách từ Cần Thơ, Long An đặt đều. Anh nói: “Chỉ cần chụp ảnh, đăng lên, khách tự tìm tới, dễ hơn đứng chợ nhiều!”



HƯỚNG DẪN CHỤP ẢNH SẢN PHẨM

Chụp ảnh sản phẩm là gì và tại sao quan trọng?



Chụp ảnh sản phẩm là bước anh/chị dùng điện thoại để ghi lại hình ảnh hàng hóa (như khô cá, khô mực, mắm tép) thật đẹp, rõ nét trước khi đăng lên sàn TMĐT. Ảnh đẹp giúp khách hàng thấy sản phẩm hấp dẫn, tin tưởng và muốn mua ngay. Trên các quầy hàng online, ảnh là “mặt tiền” của gian hàng – nếu xấu hoặc mờ, khách sẽ bỏ qua dù hàng tốt.

Ví dụ: Chị Nga bán mắm tép ở chợ Thủ Đức chụp ảnh chai mắm dưới ánh nắng, rõ chữ “Mắm tép loại 1”, ảnh thể hiện được các thuộc tính cơ bản của chai nước mắm, giúp khách hàng phân biệt được các phân loại hàng mà chị bán.

Hướng dẫn chụp ảnh sản phẩm bằng điện thoại

Không cần máy ảnh xịn, chỉ cần điện thoại và vài mẹo nhỏ là chụp được ảnh đẹp:

1. Chuẩn bị sản phẩm

- Lau sạch sản phẩm để không dính bụi, dầu (VD: lau chai mắm tép, gỡ bụi trên khô cá).
- Chọn mẫu đẹp nhất: Khô mực to đều, khô cá lóc không rách, mắm tép màu đỏ tươi.
- Ví dụ: Chị Nga chọn chai mắm tép đỏ đẹp, không mờ nhãn, để chụp.



2. Chọn ánh sáng tốt

- Chụp ngoài trời vào buổi sáng (7-9h) hoặc gần cửa sổ, ánh nắng tự nhiên làm sản phẩm sáng rõ. Tránh chụp trong bóng tối hoặc dưới đèn vàng vì ảnh sẽ mờ, xấu.
- Ví dụ: Anh Thái đặt túi khô mực trên bàn ngoài sân lúc 8h sáng, ảnh sáng đẹp, màu mực vàng óng.

3. Bố trí nền đơn giản

- Dùng nền sạch như tờ giấy trắng, khăn trắng, hoặc bàn gỗ – không để nền lộn xộn làm mất tập trung vào sản phẩm.
- Ví dụ: Chị Nga đặt chai mắm tép trên tờ giấy trắng, ảnh nổi bật màu đỏ của mắm. Anh Thái dùng bàn gỗ chụp khô cá, nhìn mộc mạc, hấp dẫn.



4. Chụp nhiều góc

- Chụp chính diện (mặt trước sản phẩm) để khách thấy rõ hình dáng, nhãn mác.
- Chụp nghiêng hoặc cận cảnh để thấy chi tiết (VD: độ dày của khô mực, kết cấu khô cá).
- Ví dụ: Chị Nga chụp chai mắm tép từ trên xuống (thấy nắp chai) và chụp ngang (thấy màu mắm bên trong).



HƯỚNG DẪN CHỤP ẢNH SẢN PHẨM

5. Dùng điện thoại đúng cách

- Giữ tay chắc, không rung khi chụp. Nhấn vào màn hình chỗ sản phẩm để lấy nét.
- Chụp 3-5 ảnh mỗi sản phẩm, chọn tấm đẹp nhất đăng lên sàn.
- Ví dụ: Anh Thái chụp 5 tấm khô mực bằng điện thoại, chọn tấm rõ nhất, khách khen “nhìn thật, muốn mua liền”.



6. Chỉnh sửa ảnh bằng phần mềm cơ bản trên điện thoại

Sau khi chụp, anh/chị có thể dùng app miễn phí để làm ảnh đẹp hơn. Dưới đây là cách làm và ví dụ một số phần mềm:

- Tải phần mềm chỉnh sửa
- **Canva:** Dễ dùng, thêm chữ, khung ảnh.
- **PicsArt:** Cắt nền, chỉnh sáng.
- **Photo Editor:** Chỉnh màu cơ bản, miễn phí.
- **Cách tải:** Mở CH Play/App Store, tìm tên app, nhấn “Cài đặt”.

7. Chỉnh sửa cơ bản

- **Tăng sáng:** Nếu ảnh tối, vào phần “Brightness” (độ sáng), kéo thanh tăng lên chút để ảnh rõ hơn.
- Ví dụ: Anh Thái chỉnh sáng ảnh khô cá, màu vàng đậm nổi bật hơn.
- **Cắt ảnh:** Cắt bớt phần thừa (VD: góc bàn bừa bộn), chỉ giữ khô mực, mắm tép ở giữa.
- Ví dụ: Chị Nga cắt ảnh chai mắm tép, bỏ phần nền thừa, ảnh gọn gàng.
- **Thêm chữ:** Viết giá hoặc tên lên ảnh (VD: “Khô mực 200k/kg”) bằng Canva, chọn font chữ to, dễ đọc.
- Ví dụ: Anh Thái thêm chữ “Khô cá lóc 150k/túi” lên ảnh, khách nhìn là hiểu ngay.



8. Lưu và đăng

- Sau khi chỉnh, nhấn “Lưu” (Save), ảnh sẽ nằm trong thư viện điện thoại. Mở TikTok Shop/Lazada Seller, tải ảnh lên khi đăng sản phẩm.
- Ví dụ: Chị Nga chỉnh ảnh mắm tép bằng PicsArt, tăng sáng, thêm chữ “70k/chai”, đăng lên Lazada, khách khen ảnh chuyên nghiệp.



Mẹo thực hành chụp ảnh

- **Chụp lúc sáng sớm:** Ánh nắng nhẹ, không gắt, làm khô cá, khô mực trông tươi ngon.
- **Dùng đạo cụ đơn giản:** Đặt khô mực cạnh con dao nhỏ hoặc mắm tép cạnh chén cơm để khách hình dung kích thước.
- **Không chỉnh quá đà:** Chỉ tăng sáng, cắt nền – đừng đổi màu sản phẩm (VD: mắm tép thành màu xanh), khách sẽ nghi ngờ.
- **Thử nhiều lần:** Chụp 5-10 tấm, chọn 2-3 tấm đẹp nhất, vừa nhanh vừa hiệu quả.



Ví dụ thực tế

Anh Thái bán khô cá lóc ở chợ Tân An muốn đăng lên TikTok Shop. Anh đặt túi khô cá trên bàn gỗ ngoài sân lúc 8h sáng, chụp 3 góc: chính diện (thấy chữ “Khô cá lóc”), nghiêng (thấy độ dày), cận cảnh (thấy màu vàng óng). Sau đó, anh mở Canva, tăng sáng nhẹ, thêm chữ “150k/túi – Ngon từ Tân An”, lưu ảnh. Đăng lên TikTok Shop, ngày đầu bán được 5 túi, khách comment: “Ảnh đẹp, nhìn là muốn mua ngay!”

Lưu ý thêm

Nếu anh/chị chưa quen chỉnh ảnh, cứ đăng ảnh gốc trước, bán được rồi học chỉnh sau. Muốn học thêm cách chụp chuyên nghiệp hơn, xem bài “Hướng dẫn chụp ảnh sản phẩm bằng điện thoại” trong cẩm nang nhé!



CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH BẰNG GIÁ VÀ QUY TRÌNH ĐẶT GIÁ SẢN PHẨM TRÊN SÀN TMĐT

Chiến lược cạnh tranh bằng giá là gì?



Chiến lược cạnh tranh bằng giá là cách anh/chị **đặt giá sản phẩm trên sàn TMĐT sao cho vừa thu hút khách hàng, vừa có lãi, đồng thời nổi bật hơn so với các đối thủ** bán cùng loại hàng. Trên sàn như TikTok Shop, Lazada, hay Shopee, giá là yếu tố quan trọng khiến khách chọn mua của anh/chị thay vì người khác. Đặt giá đúng không chỉ giúp bán được nhiều hàng mà còn xây dựng uy tín lâu dài.

Ví dụ: Anh Thái bán khô cá lóc ở chợ Tân An, đăng lên TikTok Shop với giá 150k/túi, thấp hơn đối thủ 20k nhưng vẫn lãi 30k/túi. Khách thấy rẻ, đặt ngay 10 túi trong tuần đầu.

1. Lợi ích của chiến lược cạnh tranh bằng giá

- Thu hút khách hàng nhanh chóng
- Giá thấp hơn hoặc ưu đãi tốt hơn làm khách chú ý, đặc biệt trên sàn đông người bán.
- Ví dụ: Chị Nga bán mắm tép 70k/chai, rẻ hơn đối thủ 10k, khách đặt ngay 5 chai qua Lazada.

2. Tăng doanh số bán hàng

- Giá cạnh tranh giúp anh/chị bán được nhiều hàng hơn, doanh thu tăng dù lãi mỗi sản phẩm có thể thấp hơn chút.
- Ví dụ: Anh Thái Tèo bán khô cá 150k/túi thay vì 170k, lãi ít hơn nhưng bán được 50 túi/tháng thay vì 20 túi.

3. Xây dựng danh tiếng

- Giá tốt đi kèm chất lượng ổn định khiến khách quay lại mua, giới thiệu thêm bạn bè.
- Ví dụ: Chị Nga giữ giá 70k/chai mắm tép, khách khen “rẻ mà ngon”, đặt đều mỗi tháng.

4. Quy trình đặt giá sản phẩm trên sàn TMĐT

Dưới đây là các bước cụ thể để anh/chị đặt giá vừa cạnh tranh vừa có lãi:

- **Tính giá gốc** (giá vốn) của sản phẩm
- **Xác định chi phí** anh/chị bỏ ra để có sản phẩm, bao gồm tiền nhập hàng, đóng gói, và phí sàn.
- **Cách tính:** Giá vốn = Tiền nhập + Chi phí đóng gói + Phí sàn (hoa hồng 5-10%).
- **Ví dụ:**

Anh Thái nhập khô cá lóc 100k/túi, đóng gói mất 5k, phí TikTok Shop 10% (15k).

Giá vốn = 100k + 5k + 15k = 120k/túi.

Chị Nga nhập mắm tép 50k/chai, đóng gói 2k, phí Lazada 8% (5k).

Giá vốn = 50k + 2k + 5k = 57k/chai.



5. Nghiên cứu giá đối thủ trên sàn

- **Mở app** (TikTok Shop, Lazada, Shopee), tìm sản phẩm tương tự (khô cá, khô mực, mắm tép), xem họ bán bao nhiêu, có ưu đãi gì.
- **Cách làm:** Gõ từ khóa (VD: “khô mực loại 1”) vào thanh tìm kiếm, ghi lại 5-10 giá phổ biến.
- **Ví dụ:**
Anh Thái tìm “khô cá lóc” trên TikTok Shop: Giá từ 160k-180k/túi, trung bình 170k.
Chị Nga tìm “mắm tép” trên Lazada: Giá từ 75k-90k/chai, trung bình 80k.

7. Thêm ưu đãi để nổi bật

- **Bổ sung khuyến mãi nhỏ** (VD: giảm giá, tặng quà, miễn phí vận chuyển) để cạnh tranh dù giá tương đương đối thủ.
- **Cách làm:**
Giảm giá flash sale (1-2 giờ)
Tặng quà (VD: gói muối ớt kèm khô cá)
Miễn phí vận chuyển cho đơn từ 2 sản phẩm
- **Ví dụ:**
Anh Thái đặt 150k/túi khô cá, thêm ưu đãi “Mua 2 tặng muối ớt”, khách đặt nhiều hơn
Chị Nga đặt 70k/chai mắm tép, giảm còn 65k trong flash sale, bán được 10 chai trong 2 giờ.



6. Đặt giá cạnh tranh

- Đặt giá thấp hơn trung bình một chút (5-10%) để thu hút khách, nhưng vẫn cao hơn giá vốn để có lãi.
- **Cách đặt:**
 $Giá bán = Giá vốn + Lãi mong muốn$ (20-30% giá vốn)
- So sánh với đối thủ, điều chỉnh xuống nếu cần.
- **Ví dụ:**
Anh Thái: Giá vốn 120k, muốn lãi 30k (25%), giá bán lý tưởng = 150k. Đối thủ bán 170k, anh đặt 150k – thấp hơn 20k, vẫn lãi.
Chị Nga: Giá vốn 57k, muốn lãi 13k (23%), giá bán lý tưởng = 70k. Đối thủ bán 80k, chị đặt 70k – rẻ hơn 10k, hấp dẫn khách.

8. Theo dõi và điều chỉnh giá

- Sau 1-2 tuần, xem sản phẩm bán chạy không. Nếu ít đơn, giảm giá thêm 5-10k hoặc tăng ưu đãi. Nếu bán tốt, giữ nguyên hoặc tăng nhẹ.
- **Cách làm:** Mở app, xem số lượt xem/mua (VD: TikTok Shop có mục “Thống kê”).
- **Ví dụ:** Anh Thái thấy khô cá 150k bán chậm, giảm còn 145k, đơn tăng gấp đôi.



03



**THANH TOÁN
KHÔNG
TIỀN MẶT**



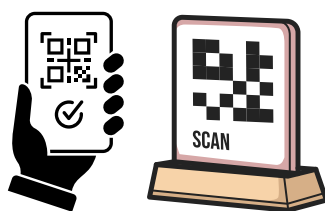
HƯỚNG DẪN THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT

Thanh toán không dùng tiền mặt là gì?



Thanh toán **không dùng tiền mặt** là cách anh/chị **nhận tiền từ khách qua điện thoại hoặc thẻ ngân hàng**, thay vì cầm tiền mặt như trước đây. Anh/chị có thể dùng **ví điện tử, mã QR, hoặc tài khoản ngân hàng** để khách trả tiền nhanh chóng.

Đây là xu thế ngày nay, khi cả thế giới và Việt Nam đang chuyển sang dùng công nghệ để mua bán tiện lợi hơn.



Ví dụ

Chị Lan bán mắm cá ở chợ Long Xuyên giờ **nhận tiền tài khoản ngân hàng**. Khách online chuyển tiền ngay, khách tại quầy quét mã QR – không cần thối tiền lẻ nữa.



Tại sao thanh toán không dùng tiền mặt là xu thế thời đại?

Công nghệ phát triển: Hầu hết khách hàng, đặc biệt người trẻ, dùng điện thoại để mua sắm và thanh toán. Theo Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM), hơn 60% giao dịch online năm 2024 dùng ví điện tử hoặc thẻ.

Chính phủ khuyến khích: Nhà nước đẩy mạnh “xã hội không tiền mặt” để giao dịch nhanh, minh bạch hơn.

Khách hàng thích: Người mua muốn trả tiền tiện lợi, không cần mang tiền mặt, đặc biệt khi đặt hàng online

Ví dụ: Anh Thái bán gạo ở chợ Tân An thấy khách trẻ hỏi “Có QR không?” nhiều hơn, anh dùng QR, bán chạy hơn hẳn.



Tiện lợi của thanh toán không dùng tiền mặt



Nhanh chóng, tiết kiệm thời gian



Khách quét mã QR hoặc chuyển tiền qua tài khoản, tiền vào ngay, không cần đếm hay thối tiền lẻ



Ví dụ: Chị Lan bán 1 chai mắm 50k, khách quét QR, 5 giây là xong, nhanh hơn đếm tiền mặt



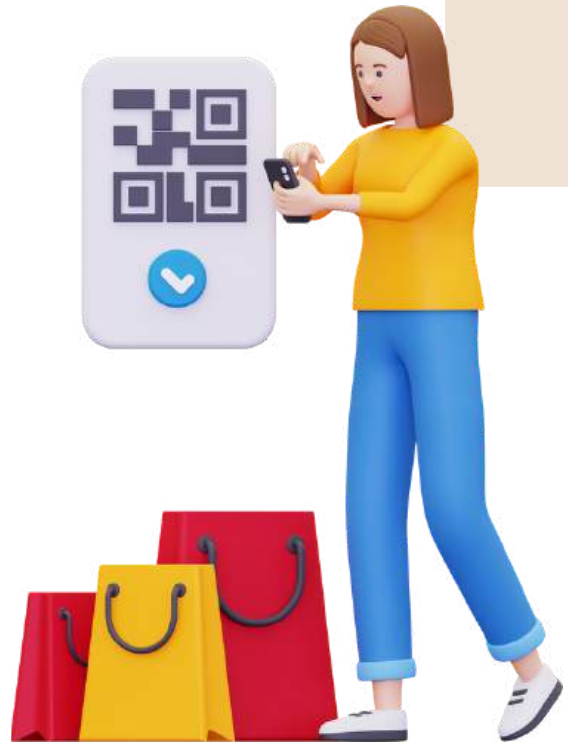
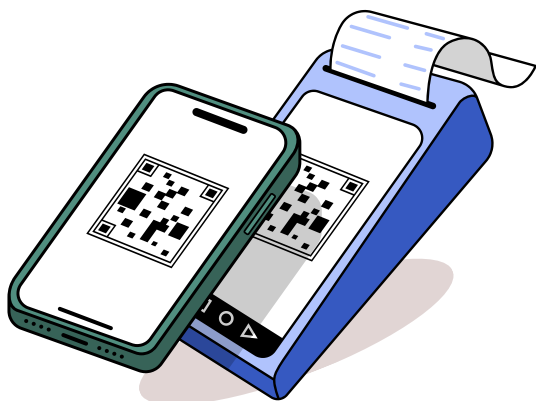
An toàn, không lo mất mát



Tiền vào ví hoặc ngân hàng, không sợ mất, bị trả tiền giả, hay khách nợ



Ví dụ: Anh Thái nhận 500k qua tài khoản, tiền an toàn trong tài khoản, không lo để quên ở quầy



Phù hợp bán online và tại quầy



Khách xa chuyển tiền trước, khách gần quét mã – bán được cho cả hai nhóm



Ví dụ: Chị Lan nhận 200k từ khách Đà Nẵng qua tài khoản, khách tại chợ quét QR trả 50k



Dễ quản lý tiền



Xem lịch sử giao dịch trên ví/tài khoản, tài khoản biết hôm nay nhận bao nhiêu, dễ dàng tra cứu và thống kê.



Ví dụ: Anh Thái mở tài khoản, thấy tuần này nhận 2 triệu từ 10 đơn, rõ ràng từng ngày



Khó khăn có thể gặp và cách khắc phục



Khó khăn: Chưa quen dùng công nghệ

Anh/chị có thể thấy lạ lẫm khi tải ví, ứng dụng ngân hàng số, nhận tiền qua điện thoại

Khắc phục: Nhờ con cháu hoặc bạn bè chỉ cách tải ví, ứng dụng ngân hàng dùng vài lần là quen. Bắt đầu nhận tiền từ khách quen trước.

Khó khăn: Khách chưa quen thanh toán không dùng tiền mặt

Một số khách lớn tuổi vẫn thích tiền mặt

Khắc phục: Dán mã QR tại quầy, hướng dẫn họ quét thử (VD: “Quét QR nhanh lắm anh ơi”), kết hợp nhận tiền mặt cho khách chưa sẵn sàng

Khó khăn: Phí rút tiền

Rút tiền từ ví về ngân hàng có thể mất 5-10k/lần

Khắc phục: Gộp tiền rút 1 lần/tuần để tiết kiệm phí, hoặc tính thêm vào giá bán (VD: tăng 5k/sản phẩm)

Khó khăn: Mạng chậm hoặc lỗi giao dịch

Nếu mạng yếu, tiền vào chậm, khách có thể nghi ngờ

Khắc phục: Kiểm tra giao dịch trên ví, tài khoản ngân hàng ngay khi có mạng, nhắc khách “Thông báo đã nhận tiền, shop sẽ giao hàng liền...” để giữ uy tín



Hướng dẫn cơ bản để bắt đầu



Dùng mã QR (lấy trong app, in ra dán quầy)



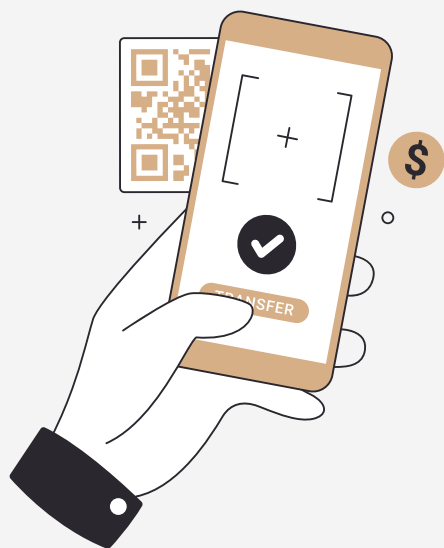
Nhắn khách chuyển tiền qua số điện thoại/số tài khoản (VD: "Chuyển 50k qua vào tài khoản xxxxxxxx hoặc gửi ảnh QR)



Quản lý và rút tiền: Xem lịch sử giao dịch trên app ngân hàng



Ví dụ: Chị Lan dán mã QR, nhận 300k từ 3 khách



Mẹo thực hành

Dán mã QR ở quầy: Khách thấy tiện, sẽ quét trả ngay

Thử với số tiền nhỏ: Nhận 10-20k từ khách quen để làm quen cách dùng ví

Tận dụng ưu đãi: Tận dụng các chương trình ưu đãi của ngân hàng để khuyến khích khách mua hàng

Kiểm tra mỗi tối: Mở tài khoản xem hôm nay nhận bao nhiêu, tránh sót tiền



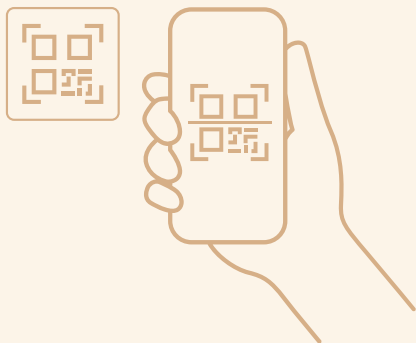
Ví dụ thực tế

Anh Thái bán gạo ST25 ở chợ Tân An trước đây chỉ nhận tiền mặt, hay bị nhầm lẫn. Anh tải app ngân hàng, dán mã QR tại quầy, nhấn khách online chuyển tiền qua số tài khoản xxxxxxx. Tuần đầu, anh nhận 1 triệu từ 5 đơn qua tài khoản ngân hàng.



Anh Thái

“Thời buổi này không dùng chuyển khoản là chậm chân, khách thích trả nhanh, mình cũng nhàn hơn!”



Kết luận

Thanh toán không dùng tiền mặt là xu thế không thể bỏ qua – nhanh, an toàn, hợp thời đại. Dù mới đầu có chút khó, chỉ cần thử vài lần, anh/chị sẽ thấy nó giúp bán hàng dễ hơn nhiều. Bắt đầu ngay hôm nay nhé!



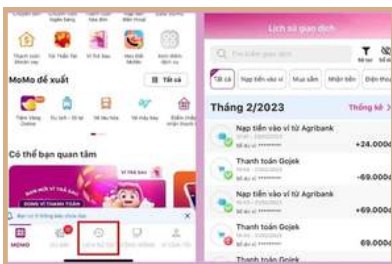
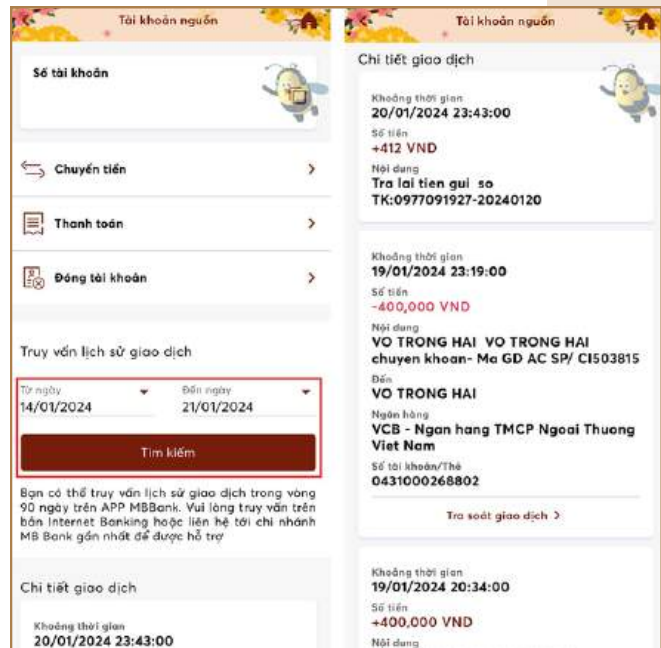
HƯỚNG DẪN ĐỐI SOÁT TIỀN VÀ TẠO MÃ QR THANH TOÁN ĐƠN GIẢN

ĐỐI SOÁT TIỀN

Đối soát tiền là gì?

Đối soát tiền là việc anh/chị **kiểm tra xem số tiền nhận được từ khách** qua ví điện tử, ngân hàng, hoặc QR code có khớp với đơn hàng đã bán không. Đây là bước quan trọng để tránh nhầm lẫn, sót tiền, và quản lý kinh doanh rõ ràng hơn.

Với thanh toán không dùng tiền mặt, đối soát dễ hơn vì **mọi giao dịch đều ghi lại trên ứng dụng.**



Tiền lợi khi đối soát tiền

Nhanh chóng: Chỉ cần mở ví, xem lịch sử giao dịch, không cần ngồi cộng sổ tay.

Chính xác: Biết từng khoản tiền từ ai, khi nào, tránh sai sót.

Ví dụ: Chị Lan bán mắm cá, nhận 300k qua tài khoản từ 3 đơn, mở app kiểm tra thấy đúng 3 giao dịch, khớp 100%.



Cách đối soát tiền đơn giản

Mở ứng dụng ví/ ngân hàng: Vào ứng dụng chọn “Lịch sử giao dịch” hoặc “Giao dịch của tôi”

Xem từng khoản: Ghi lại số tiền, giờ nhận, tên khách (VD: “+50k từ Nguyễn Văn A, 10h sáng”)

So với đơn hàng: Đối chiếu với danh sách đơn đã bán (VD: 50k cho 1 chai mắm), ghi chú nếu có sai lệch

Kiểm tra hàng ngày: Dành 5 phút mỗi tối để xem hôm nay nhận bao nhiêu, khớp với bao nhiêu đơn

Mẹo đối soát

Ghi đơn ngay: Khi khách đặt, ghi nhanh số tiền vào sổ tay hoặc điện thoại để dễ so sánh

Dùng app hỗ trợ: Tải ứng dụng quản lý bán hàng (miễn phí), nhập đơn hàng, đối soát tự động với tiền vào ví/ngân hàng

Gọi bộ phận hỗ trợ nếu sai: Nếu tiền không vào, gọi hotline ngân hàng



TẠO MÃ QR THANH TOÁN ĐƠN GIẢN

Mã QR thanh toán là gì?

Mã QR là hình vuông nhỏ có các ô đen trắng, khách quét bằng điện thoại để trả tiền cho anh/chị qua ví hoặc ngân hàng. Là người bán, anh/chị tạo mã QR để khách tại quầy hoặc online thanh toán nhanh, không cần nhập số điện thoại. Đây là cách hiện đại, hợp thời đại, ai cũng dùng được.



Tiện lợi của mã QR



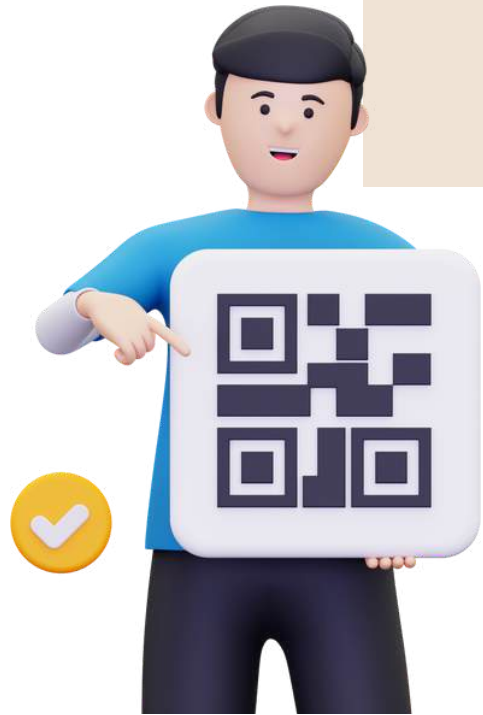
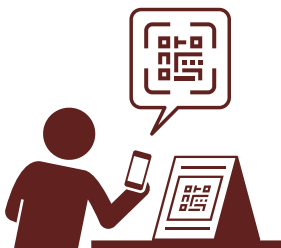
Dễ dùng: Khách chỉ cần quét, tiền vào ngay, không cần hỏi số điện thoại.



Phù hợp mọi nơi: Dùng tại quầy chợ hoặc gửi online đều được



Ví dụ: Chị Lan dán mã QR ở quầy, khách quét trả 50k cho chai mắm, nhanh hơn đưa tiền mặt



Cách tạo mã QR đơn giản

Tạo mã QR qua ví điện tử:

Mở MoMo/ZaloPay, chọn “Thu tiền” hoặc “Mã QR của tôi”

App tự tạo mã QR cá nhân, lưu ảnh vào điện thoại (nhấn “Lưu hình ảnh”)

In mã ra giấy (tại tiệm photocopy, 1-2k/tờ) hoặc gửi ảnh mã qua Zalo cho khách online



Ví dụ: Anh Thái mở MoMo, lấy mã QR, in dán tại quầy, khách quét trả 250k cho bao gạo

Tạo mã QR qua ngân hàng:

Dùng app ngân hàng (VD: Vietcombank, BIDV), vào “Tạo mã QR” hoặc “Thu tiền”

Nhập số tài khoản, lưu mã, in hoặc gửi cho khách



Ví dụ: Chị Lan tạo mã QR Vietcombank, khách online quét trả 200k, tiền vào tài khoản ngay



Dùng tại quầy hoặc online



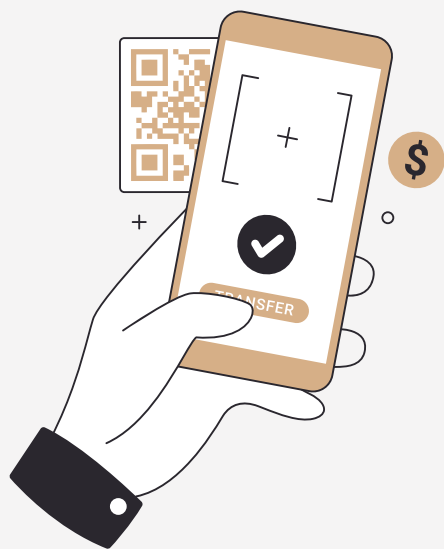
Dán mã tại quầy để khách quét trực tiếp



Gửi ảnh mã qua Zalo/Facebook khi bán online



Ví dụ: Anh Thái gửi mã QR qua Zalo, khách ở Cần Thơ quét trả 500k cho 2 bao gạo.



Mẹo tạo và dùng mã QR

Dán chỗ dễ thấy: Đặt mã trên bàn quầy, kèm dòng chữ “Quét QR thanh toán”

Kiểm tra mã: Quét thử bằng điện thoại khác để chắc chắn mã hoạt động

Cập nhật nếu đổi số: Nếu đổi số điện thoại, tạo mã mới, tránh dùng mã cũ



3.1

QUẢN LÝ TÀI CHÍNH



Quản lý tài chính là gì?

Quản lý tài chính là việc anh/chị **ghi lại tiền thu được (doanh thu), tiền chi ra (chi phí), và tính xem lãi lãi bao nhiêu khi bán hàng** – dù tại chợ hay online trên sàn TMĐT. Với thanh toán không dùng tiền mặt ngày nay, quản lý tài chính giúp anh/chị biết rõ mỗi ngày kiếm được bao nhiêu, tránh nhầm lẫn, và có kế hoạch kinh doanh tốt hơn.



Ví dụ: Anh Ba bán khô cá ở chợ Vĩnh Nghiêm dùng tài khoản nhận tiền, ghi doanh thu và chi phí trên ứng dụng quản lý bán hàng. Anh biết tuần này bán 2 triệu, chi 1,5 triệu, lãi 500k – rõ ràng, không cần cộng trừ thủ công.

Tiện lợi của quản lý tài chính

- Biết rõ lãi lỗ
- Ghi chép giúp anh/chị thấy bán hàng có lãi không, tránh tình trạng “bán nhiều mà không biết lãi bao nhiêu”
- Ví dụ: Chị Hoa bán qua sàn TMĐT, biết phí sàn 50k, phí vận chuyển 30k, tính đúng lãi thực tế.



Quản lý dễ dàng

- Dùng ứng dụng quản lý bán hàng thay sổ tay, tiết kiệm thời gian, tra cứu nhanh khi cần.
- Ví dụ: Anh Ba mở ứng dụng quản lý bán hàng, thấy tháng này lãi 2 triệu, rõ từng ngày
- Hỗ trợ kinh doanh online
- Khi bán trên sàn, phí sàn và vận chuyển phức tạp, quản lý tài chính giúp tính toán chính xác
- Ví dụ: Chị Hoa bán qua sàn TMĐT, biết phí sàn 50k, phí vận chuyển 30k, tính đúng lãi thực tế.



Cách quản lý tài chính đơn giản

Dưới đây là các bước cơ bản để anh/chị quản lý tài chính khi bán hàng:



Dùng giấy

- Ghi vào sổ tay nhỏ, chia 2 cột “Thu” và “Chi”

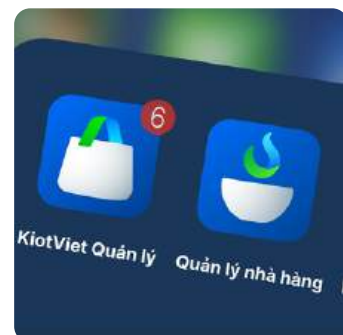


Ghi doanh thu, chi phí trên giấy hoặc ứng dụng quản lý bán hàng (miễn phí)

- **Doanh thu:** Tiền nhận từ khách (tại quầy hoặc qua ví MoMo / ZaloPay / tài khoản ngân hàng)
- **Cách ghi:** Ghi mỗi ngày (VD: “Ngày 1/4: 500k từ 5 đơn khô cá”)
- **Chi phí:** Tiền chi ra để bán hàng, gồm nhập hàng, đóng gói, phí sàn, phí vận chuyển
- **Cách ghi:** Ghi riêng từng khoản (VD: “Nhập khô cá 300k, đóng gói 10k, phí sàn 20k, vận chuyển 30k”)

Cách dùng KiotViet cơ bản:

- Tải Ứng dụng hỗ trợ (CH Play/App Store), đăng ký miễn phí bằng số điện thoại
- Nhập doanh thu (VD: 500k), chi phí (VD: 360k), app tự tính lãi
- Ví dụ: Anh Ba ghi trên ứng dụng quản lý bán hàng: Doanh thu 500k (5 túi khô cá x 100k), chi phí 360k (nhập 300k + phí sàn 20k + vận chuyển 40k), lãi 140k



Tính lời lỗ:

Doanh thu – (phí sàn + phí vận chuyển + chi phí khác)

Công thức: Lợi lỗ = Doanh thu – Tổng chi phí

Doanh thu: Tổng tiền khách trả (VD: 500k)

Tổng chi phí: Cộng tiền nhập hàng, đóng gói, phí sàn (5-10% doanh thu), phí vận chuyển (20-40k/đơn)

Lấy doanh thu trừ chi phí để ra lãi



Ví dụ:



Chị Hoa bán 5 chai mắm tép qua Lazada: Doanh thu 350k (70k/chai)

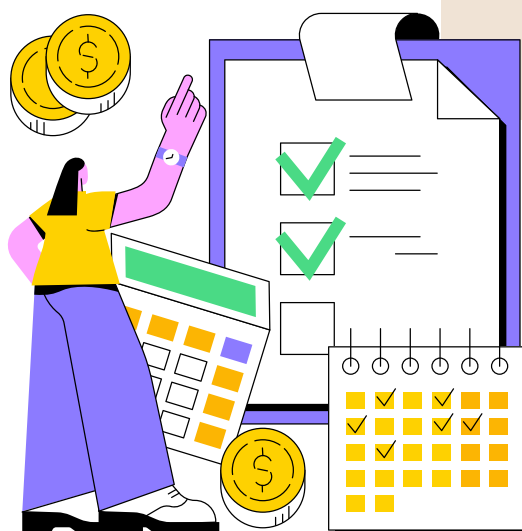
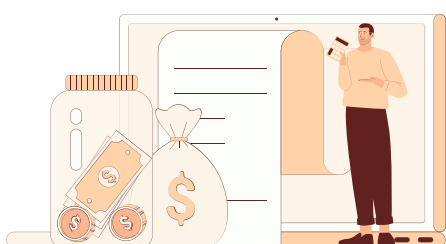


Chi phí: Nhập 250k (50k/chai), đóng gói 10k, phí sàn 20k (8%), vận chuyển 40k



Lãi = 350k – 320k = 30k

Nếu dùng ứng dụng quản lý bán hàng, nhập số liệu, app tự tính lãi, không cần cộng tay



Kiểm tra định kỳ

Cuối ngày: Xem doanh thu, chi phí hôm nay, tính lãi

Cuối tuần/tháng: Tổng hợp xem lãi bao nhiêu, quyết định nhập hàng hay giữ tiền



Ví dụ: Anh Ba kiểm tra cuối tuần, thấy doanh thu 2 triệu, chi phí 1,5 triệu, lãi 500k, đủ tiền nhập hàng mới

Mẹo thực hành

Tận dụng ưu đãi từ các giải pháp thanh toán:

MoMo/ZaloPay/ ứng dụng ngân hàng hay miễn phí giao dịch lần đầu hoặc hoàn tiền 5-10k, dùng để giảm chi phí

Ghi ngay khi bán: Nhận tiền xong, ghi liền vào sổ hoặc ứng dụng quản lý bán hàng, tránh quên mất
Dùng app miễn phí: ứng dụng không tốn tiền, dễ nhập số liệu, phù hợp tiểu thương bận rộn

Tách tiền riêng: Để tiền lãi 1 chỗ (ví dụ: trong ví MoMo), không lẫn với tiền chi phí, dễ quản lý



Ví dụ thực tế

Chị Hoa bán mắm tép ở chợ Thủ Đức, dùng tài khoản nhận tiền, ghi tài chính trên ứng dụng quản lý bán hàng. Ngày đầu, chị bán 5 chai qua sàn TMĐT, doanh thu 350k (70k/chai). Chi phí: nhập 250k, đóng gói 10k, phí sàn 20k, vận chuyển 40k = 320k. Chị nhập số liệu vào ứng dụng, app tính lãi 30k. Cuối tuần, chị tổng hợp: doanh thu 2 triệu, chi phí 1,7 triệu, lãi 300k.



Chị Hoa

Ghi trên app nhanh hơn sổ tay, biết lãi ngay, không lo nhầm!

Lưu ý thêm

Phí sàn thay đổi: TikTok Shop 5-10%, Lazada 5-15%, cập nhật thường xuyên để tính đúng chi phí

Chưa quen app?

Anh chị nên ghi trên giấy trước, thử ứng dụng quản lý bán hàng sau khi quen bán online.



04



ĐÓNG GÓI VÀ GIAO HÀNG



HƯỚNG DẪN CƠ BẢN VỀ QUY TRÌNH ĐÓNG HÀNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Đóng hàng thương mại điện tử là gì?

Đóng hàng thương mại điện tử là quá trình anh/chị chuẩn bị và đóng gói sản phẩm sau khi có đơn đặt hàng từ khách hàng mua hàng online. Đóng hàng đúng tiêu chuẩn giúp hàng đến tay khách an toàn, nhanh chóng, và tránh bị sần phật. Với sần lớn, quy trình này rất quan trọng để giữ uy tín và tăng trải nghiệm khách hàng.

Quy trình đóng hàng cơ bản theo tiêu chuẩn sàn (ví dụ Lazada)

Dưới đây là các bước đơn giản để đóng hàng đúng chuẩn:



- Kiểm tra sản phẩm trước khi đóng
- Đảm bảo hàng đúng số lượng, không hư hỏng (VD: khô mực không rách, chai mắm không vỡ)
- Gói kèm phụ kiện, quà tặng nếu có (VD: muối ớt kèm khô cá)
- Ví dụ: Anh Tèo bán gạo ST25, kiểm tra bao gạo không thủng trước khi gói



Đóng gói phù hợp với loại hàng



Hàng dễ vỡ (chai mắm, đồ thủy tinh): Bọc bóng khí 2-3 lớp, lót 4 cạnh và 2 mặt hộp bằng carton hoặc túi khí



Hàng thông thường (quần áo, khô cá): Dùng túi nilon hoặc hộp vừa kích thước, tránh khoảng trống lớn

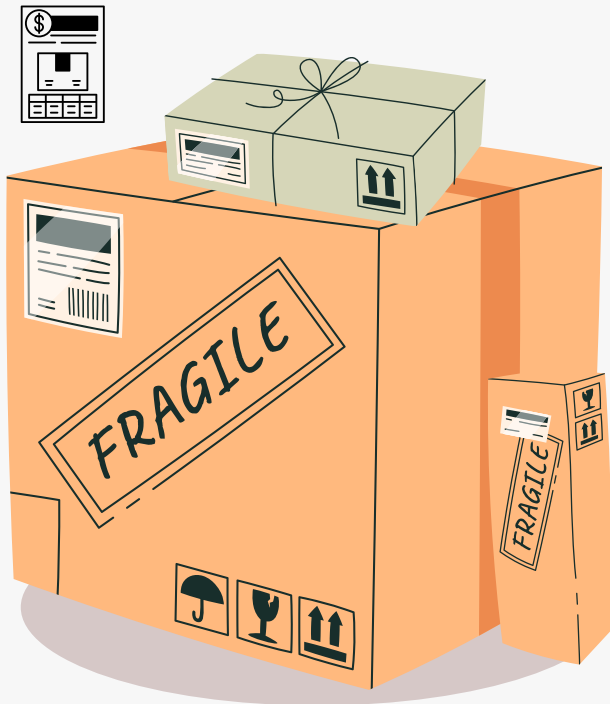


Hàng chất lỏng (mắm tép): Niêm phong nắp chắc chắn, bọc kín bằng túi chống thấm



Ví dụ: Chị Lan bán mắm tép, bọc chai trong bóng khí, cho vào hộp carton vừa khít





Dán tem vận chuyển đúng cách

In tem vận đơn từ Lazada Seller Center, dán rõ ràng lên mặt trên hộp/túi, không che mã vạch

Dùng băng keo cố định tem, tránh nhăn hoặc bong tróc



Ví dụ: Anh Thái in tem cho túi gạo, dán ngay ngắn, shipper quét mã dễ dàng



Giao hàng cho đơn vị vận chuyển

Chuyển trạng thái đơn hàng sang “Sẵn sàng giao” trên Lazada trong 24 giờ sau khi khách đặt (trước 23h59 nếu đặt trước 15h)

Đưa hàng cho GHTK, GHN đúng hạn để tránh bị sàncảnh cáo

Ví dụ: Chị Lan giao 5 đơn mắmtép cho GHTK trước deadline, đơn đến khách đúng hạn



Các vấn đề cần lưu ý khi đóng hàng



- **Chọn bao bì vừa vận:** Hộp/túi quá to làm hàng xô dịch, dễ hỏng. Lắc nhẹ kiểm tra, nếu lỏng thì chèn thêm giấy hoặc túi khí
- **Bảo vệ hàng hóa:** Hàng dễ vỡ phải bọc kỹ, hàng khô (khô mực) tránh ẩm bằng túi nilon kín.
- **Tem vận chuyển rõ ràng:** Mã vạch mờ, dán sai vị trí khiến shipper không quét được, đơn bị chậm
- **Đóng gói sạch sẽ:** Không dùng hộp bẩn, rách – ảnh hưởng ấn tượng khách hàng.



Ví dụ: Anh Thái dùng hộp cũ bẩn gói gạo, khách nhận không hài lòng, đánh giá thấp



Các lỗi thường gặp ảnh hưởng trải nghiệm người dùng



Đóng gói không chắc chắn:

Hàng lỏng lẻo, không chèn kín, dẫn đến vỡ/hỏng (VD: chai mắt tép vỡ trong hộp)

Hậu quả: Khách nhận hàng hỏng, yêu cầu hoàn tiền, đánh giá xấu



Dán tem sai/mờ:

Tem không đọc được, đơn bị xử lý thủ công, giao chậm 2-3 ngày

Hậu quả: Khách chờ lâu, phàn nàn dịch vụ kém



Giao trễ deadline:

Không chuyển “Sẵn sàng giao” trong 24 giờ, đơn bị hủy tự động

Hậu quả: Mất đơn, giảm uy tín gian hàng



Hàng không đúng mô tả:

Gửi thiếu số lượng hoặc sai sản phẩm (VD: gửi khô cá thay khô mực)

Hậu quả: Khách trả hàng, ảnh hưởng đánh giá shop



Trường hợp sai quy định bị Lazada cảnh cáo

Sai kích thước bao bì: Dùng hộp quá lớn, không chèn kín – Lazada phạt vì không tối ưu vận chuyển

Thiếu tem vận đơn: Không dán tem hoặc tem không quét được – đơn bị trả về, shop bị trừ điểm chất lượng

Đóng gói không an toàn: Hàng vỡ, rách do thiếu bọc bảo vệ – sàn cảnh cáo, có thể khóa sản phẩm

Giao hàng chậm: Không giao đơn vị vận chuyển đúng hạn (24 giờ) – tăng tỷ lệ hủy đơn, bị hạn chế tính năng (VD: không tham gia flash sale)

Ví dụ: Chị Lan quên dán tem 1 đơn mắt tép, Lazada cảnh cáo, tạm khóa sản phẩm 3 ngày



Mẹo thực hành đóng hàng đúng chuẩn



Chuẩn bị sẵn vật liệu: Túi nilon, bóng khí, băng keo, hộp carton vừa size để đóng nhanh



Kiểm tra trước khi giao: Lắc hộp xem có lỏng không, tem có rõ không



Học từ lỗi cũ: Nếu bị khách phàn nàn hoặc sùn phạt, xem lại bước nào sai, sửa ngay



Dùng băng keo cảnh báo: Dán "Hàng dễ vỡ" cho mắt tép, khô mực để shipper cẩn thận



Ví dụ thực tế

Anh Ba bán khô cá trên Lazada, lúc đầu dùng hộp to, không chèn kín, khách nhận hàng rách, trả lại 2 đơn. Sau đó, anh học cách bọc bóng khí, dùng hộp vừa size, dán tem rõ ràng. Kết quả: không còn hàng hỏng, giao đúng hạn, khách đánh giá 5 sao, doanh thu tăng 30%.

Kết luận

Đóng hàng đúng tiêu chuẩn giúp anh/chị giao hàng nhanh, giữ hàng nguyên vẹn, tránh bị phạt. Chỉ cần làm đúng quy trình, chú ý lỗi thường gặp, anh/chị sẽ nâng cao trải nghiệm khách hàng và kinh doanh hiệu quả hơn. Bắt đầu thử đóng 1 đơn chuẩn ngay hôm nay nhé!



MỌI ĐÓNG HÀNG NHANH, HIỆU QUẢ, GIẢM TỐI ĐA RỦI RO

Mẹo thực hành đóng hàng đúng chuẩn



Chuẩn bị sẵn vật liệu: Túi nilon, bóng khí, băng keo, hộp carton vừa size để đóng nhanh



Kiểm tra trước khi giao: Lắc hộp xem có lỏng không, tem có rõ không



Học từ lỗi cũ: Nếu bị khách phàn nàn hoặc sùn phạt, xem lại bước nào sai, sửa ngay



Dùng băng keo cảnh báo: Dán "Hàng dễ vỡ" cho mắ m tép, khô mực để shipper cẩn thận

Mẹo bổ sung để đóng hàng nhanh, hiệu quả, giảm rủi ro

Sắp xếp vật liệu theo thứ tự dùng:



Để túi nilon, bóng khí, băng keo, tem vận đơn gần nhau (VD: trên bàn nhỏ gần quầy), lấy nhanh khi cần



Lợi ích: Tiết kiệm 5-10 phút tìm đồ, đóng liền 5-10 đơn không gián đoạn



Ví dụ: Chị Lan để băng keo, túi nilon trong hộp nhỏ cạnh quầy, đóng 1 chai mắ m tép mất 2 phút thay vì 5 phút



Dùng túi/hộp size sẵn có:



Mua sẵn túi nilon hoặc hộp carton đúng kích thước sản phẩm (VD: túi 20x30cm cho khô cá, hộp 15x10cm cho chai mắ m). Không cắt gọt, tiết kiệm thời gian



Lợi ích: Đóng nhanh hơn, hàng vừa khít, giảm nguy cơ xô dịch, vỡ



Ví dụ: Anh Thái mua túi 25x35cm cho bao gạo ST25, bỏ vào là dán, không cần chèn thêm, giảm rủi ro rách

Đóng trước cho sản phẩm bán chạy:



Với hàng hot (VD: khô mực, gạo), đóng sẵn 5-10 gói, dán tem khi có đơn, giao ngay trong ngày



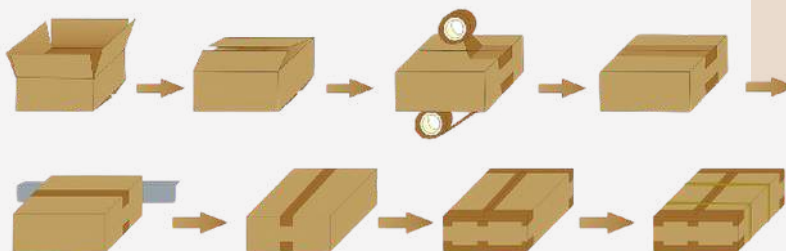
Lợi ích: Đáp ứng đơn nhanh, tránh trễ deadline (24 giờ), khách hài lòng



Ví dụ: Chị Lan đóng sẵn 10 chai mắ m tép, có đơn chỉ dán tem, giao GHTK trong 1 giờ



Dán băng keo chữ H chắc chắn



Dán băng keo theo hình chữ H (2 đường ngang trên/dưới, 1 đường dọc giữa) cho hộp carton, đảm bảo kín, không bung khi vận chuyển.



Lợi ích: Giảm rủi ro hàng rơi ra, đặc biệt với khô cá, mắm nặng.



Ví dụ: Anh Ba dán chữ H cho hộp khô cá, shipper làm rơi nhưng hộp không bung, hàng còn nguyên



Dùng giấy báo cũ thay bóng khí



Nếu hết bóng khí, vo tròn giấy báo cũ (miễn phí) chèn vào khoảng trống trong hộp, bảo vệ hàng dễ vỡ như chai mắm



Lợi ích: Tiết kiệm chi phí, giảm rủi ro vỡ mà vẫn đóng nhanh



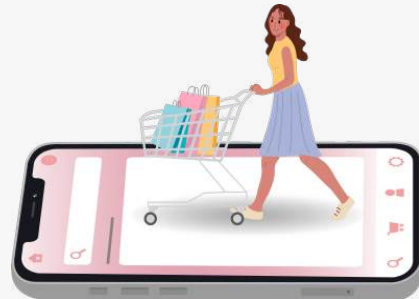
Ví dụ: Chị Lan hết bóng khí, dùng giấy báo chèn chai mắm tép, khách nhận không vỡ, khen đóng gói kỹ

Chọn vận chuyển:

- GHTK, GHN, Viettel Post...: So sánh giá, chọn rẻ nhất
- Theo dõi đơn qua ứng dụng vận chuyển
- Mẹo: Gộp nhiều đơn cùng khu vực để tiết kiệm chi phí



05



THIẾT KẾ **GIÀN HÀNG (SHOP)** **ONLINE**

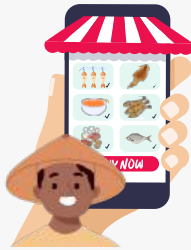


TỐI ƯU GIAN HÀNG

Tối ưu gian hàng là gì?

Tối ưu gian hàng là cách anh/chị làm cho “cửa hàng online” của mình trên sàn TMĐT trông bắt mắt, dễ tìm, và thu hút khách mua hàng. Một gian hàng đẹp, rõ ràng không chỉ giúp khách ấn tượng mà còn tăng cơ hội bán được nhiều hơn. Với vài bước đơn giản như đặt tên, thêm ảnh, sắp xếp sản phẩm, anh/chị có thể biến gian hàng thành “quầy chợ ảo” chuyên nghiệp.

Ví dụ: Anh Tư bán hải sản khô trên sàn TMĐT, tối ưu gian hàng bằng tên “Hải sản khô Anh Tư”, thêm banner đẹp, đưa khô mực lên đầu – khách vào đặt ngay 10 túi/tháng.



Lợi ích của tối ưu gian hàng

Khách dễ tìm, dễ nhớ

Tên rõ ràng, ảnh đẹp giúp khách nhận ra gian hàng giữa hàng trăm shop khác.



Ví dụ: “Hải sản khô Anh Tư” dễ nhớ hơn “Shop HS123”.

Tăng doanh số

Gian hàng chuyên nghiệp, hàng hot nổi bật, khách mua nhanh hơn



Ví dụ: Anh Tư sắp khô mực lên đầu, bán chạy gấp đôi

Tạo ấn tượng tốt

Banner đẹp, sản phẩm gọn gàng làm khách tin tưởng, quay lại mua tiếp.



Ví dụ: Chị Lan thêm banner mắm tép, khách khen “shop nhìn pro”



Cách tối ưu gian hàng đơn giản

Dưới đây là 3 bước cơ bản để anh/chị làm gian hàng đẹp hơn:

a. Đặt tên dễ nhớ:

- Chọn tên ngắn gọn, gắn với sản phẩm hoặc thương hiệu cá nhân (VD: “Hải sản khô Anh Tư”, “Mắm Chị Hoa”).
- Tránh tên khó hiểu hoặc số lung tung (VD: “Shop123XYZ”)
- Cách làm: Vào phần “Cài đặt gian hàng” trên Lazada/Shopee, đổi tên (miễn phí)
- Ví dụ: Anh Ba đổi từ “Shop_AB” thành “Gạo Ngon Anh Ba”, khách nhớ ngay



b. Thêm ảnh đẹp, banner (dùng Canva miễn phí)

- Ảnh đại diện: Chụp logo hoặc sản phẩm chính (VD: túi khô mực, bao gạo), rõ nét, sáng sủa
- Banner: Tạo hình dài (kích thước 1200x300px) quảng bá shop (VD: “Hải sản khô Anh Tư – Ngon từ biển”)



- **Cách làm với Canva:**
- Tải Canva (CH Play/App Store), chọn “Tạo thiết kế” > “Banner”
- Thêm ảnh sản phẩm, viết chữ (VD: “Khô cá 150k/túi”), lưu miễn phí
- Tải banner lên phần “Trang trí gian hàng” trên sàn
- Ví dụ: Chị Hoa dùng Canva làm banner “Mắm Tép Chị Hoa – Đậm đà Thủ Đức”, khách khen bắt mắt



c. Sắp xếp sản phẩm: Hàng hot lên đầu

Đưa sản phẩm bán chạy (hàng hot) lên đầu danh sách để khách thấy ngay

Cách làm: Vào “Quản lý sản phẩm” trên Lazada/Shopee, kéo sản phẩm hot lên vị trí đầu hoặc dùng tính năng “Nổi bật”



Ví dụ: Anh Tư sắp khô mực (bán 20 túi/tuần) lên đầu, khô cá (bán ít hơn) để sau – khách vào mua khô mực ngay.

Mẹo thực hành tối ưu gian hàng

Đặt tên gắn với chợ: Thêm tên chợ để khách địa phương dễ nhận ra (VD: “Khô cá Chợ Tân An – Anh Ba”)

Chụp ảnh thật: Dùng ảnh tự chụp thay vì tải mạng, khách tin tưởng hơn (VD: chụp khô mực dưới nắng)

Cập nhật banner thường xuyên: Thay banner mỗi tháng (VD: “Giảm giá khô cá tháng 10”), giữ gian hàng tươi mới

Kiểm tra hàng hot: Xem báo cáo bán hàng trên sàn, đưa sản phẩm bán chạy nhất lên đầu mỗi tuần

Ví dụ thực tế

Chị Lan bán mắm tép trên sàn TMĐT, trước đây gian hàng tên “ShopLan123”, không ảnh, sản phẩm lộn xộn. Chị đổi thành “Mắm Tép Chị Lan – Chợ Thủ Đức”, dùng Canva làm banner “Mắm ngon 70k/chai”, sắp mắm tép loại 1 lên đầu. Sau 1 tháng, khách vào tăng 50%, bán 30 chai/tháng, khách khen “dễ tìm, nhìn chuyên nghiệp”



“Tối ưu đơn giản mà hiệu quả, giờ khách mới cũng biết shop mình!”



HƯỚNG DẪN CƠ BẢN VỀ TẠO CÁC CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MÃI KHI KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Khuyến mãi trong thương mại điện tử là gì?

Khuyến mãi trong thương mại điện tử là **việc anh/chị tạo ưu đãi (giảm giá, tặng quà, miễn phí vận chuyển) để thu hút khách mua hàng** trên các sàn TMĐT. Đây là cách hiệu quả để tăng doanh số, giữ khách quen, và cạnh tranh với các shop khác. Với tiểu thương, khuyến mãi không cần phức tạp – chỉ cần vài bước là làm được.



Ví dụ: Anh Ba bán gạo ST25 trên Shopee, tạo chương trình **“Mua 2 bao giảm 10k”**, khách đặt ngay 20 bao trong tuần



Điểm mạnh của khuyến mãi

Thu hút khách nhanh

- Giá rẻ, ưu đãi hấp dẫn khiến khách đặt hàng ngay.



Ví dụ: Chị Lan giảm mắm tép 10k, bán hết 20 chai trong 2 ngày

Tăng doanh số

- Khách mua nhiều hơn để tận dụng ưu đãi (VD: mua 2 thay vì 1)



Ví dụ: Anh Ba bán 50 bao gạo/tháng nhờ combo giảm giá

Xả hàng tồn hiệu quả

- Hàng chậm bán được đẩy nhanh qua khuyến mãi



Ví dụ: Chị Lan xả 20 chai mắm tòn, tránh lỗ vốn

Quy trình tạo chương trình khuyến mãi cơ bản

Xác định mục tiêu:



Quyết định anh/chị muốn gì: Tăng doanh số? Xả hàng tồn? Thu hút khách mới?



Ví dụ: Chị Lan bán mắm tép muốn xả 20 chai tồn, chọn giảm giá

Chọn loại khuyến mãi:



Giảm giá: Giảm trực tiếp (VD: “Khô cá 150k/túi còn 140k”)



Tặng quà: Mua 1 tặng kèm (VD: “Mua mắm tép tặng muối ớt”)



Miễn phí vận chuyển: Miễn phí ship cho đơn từ 2 sản phẩm



Combo: Mua nhiều giảm nhiều (VD: “Mua 2 bao gạo giảm 10k”)



Ví dụ: Anh Ba chọn combo “Mua 2 bao gạo ST25 giảm 10k”

Tính toán giá và lãi:



Đảm bảo khuyến mãi vẫn có lãi: Giá bán sau giảm > Giá vốn (nhập + phí sàn + vận chuyển)



Ví dụ: Giá vốn gạo 40k/kg, Anh Ba bán 50k/kg, giảm còn 45k (lãi 5k), vẫn đủ chi phí

Thiết lập trên sàn:

Vào “Quản lý khuyến mãi”

(Lazada/Shopee), chọn “Tạo chương trình”

Nhập thông tin: Tên (VD: “Giảm giá cuối tuần”), mức giảm, thời gian (VD: 3 ngày)

Đăng ký với sàn (miễn phí hoặc chờ duyệt 1-2 ngày)

Quảng bá khuyến mãi:

Đăng tin nhóm Zalo/Facebook: “Cả nhà ơi, khô cá giảm 10k, chỉ 3 ngày thôi!”

Thêm banner gian hàng (VD: “Sale 10k – Nhanh tay đặt ngay!”)

Ví dụ: Anh Ba nhắn nhóm Zalo, 10 khách đặt combo gạo ngay ngày đầu





Điểm yếu của khuyến mãi

Lãi ít hơn:

- Giảm giá làm lợi nhuận mỗi sản phẩm thấp hơn bình thường



Ví dụ: Anh Ba lãi 5k/kg gạo thay vì 10k/kg

Phụ thuộc sàn

- Một số chương trình cần sàn duyệt, mất thời gian hoặc phí tham gia



Ví dụ: Chị Lan chờ Tiktokshop duyệt khuyến mãi 2 ngày

Khách quen giá rẻ

- Làm khuyến mãi nhiều, khách chỉ mua khi giảm giá



Ví dụ: Khách của Anh Ba chờ sale, không mua giá gốc nữa

Nguy cơ khi tạo khuyến mãi

Lỗ vốn:

Giảm giá quá sâu, không tính phí sàn/vận chuyển, dẫn đến bán lỗ



Ví dụ: Chị Lan giảm mắmm tép còn 50k/chai (giá vốn 55k), lỗ 5k/chai

Hàng không đủ cung cấp:

Khuyến mãi hút đơn, nhưng hết hàng, khách thất vọng



Ví dụ: Anh Ba giảm giá gạo, hết 20 bao, 5 khách hủy đơn

Gian lận từ khách:

Khách đặt nhiều để lấy ưu đãi, sau đó hủy đơn



Ví dụ: Chị Lan gặp 3 khách đặt combo mắmm, hủy không nhận



Các vấn đề cần lưu ý khi tạo khuyến mãi

Tính toán kỹ chi phí:

- Cộng hết giá vốn, phí sàn (5-10%), phí vận chuyển (20-40k/đơn) trước khi giảm giá



Ví dụ: Anh Ba tính giá vốn gạo 40k + phí sàn 3k + vận chuyển 7k = 50k, giảm còn 55k để lãi 5k

Giới hạn số lượng/time:

- Chỉ áp dụng cho 10-20 đơn hoặc 2-3 ngày, tránh bán lỗ quá nhiều



Ví dụ: Chị Lan giới hạn “Giảm 10k cho 20 chai mắmm đầu tiên”

Kiểm tra hàng tồn:

- Đảm bảo đủ hàng trước khi chạy khuyến mãi, nhập thêm nếu cần



Ví dụ: Anh Ba kiểm tra còn 30 bao gạo, đủ cho khuyến mãi 20 bao

Thông báo rõ ràng:

- Ghi điều kiện khuyến mãi (VD: “Chỉ áp dụng đơn từ 2 sản phẩm”), tránh hiểu lầm



Ví dụ: Chị Lan ghi “Mua 2 chai mắmm mới giảm 10k”, khách không thắc mắc



Mẹo thực hành tạo khuyến mãi



Bắt đầu nhỏ: Thử giảm 5-10k cho 10 đơn đầu, xem hiệu quả rồi tăng dần



Kết hợp sàn: Đăng ký flash sale trên TikTok Shop/Lazada/Shopee, sàn quảng bá giúp miễn phí



Nhắn khách quen: Gửi tin Zalo/Facebook cho khách cũ trước, tặng đơn nhanh



Giữ uy tín: Đảm bảo giao hàng đúng hẹn, đúng ưu đãi đã hứa



Ví dụ thực tế

Anh Ba bán gạo ST25 trên Shopee, tạo khuyến mãi “Mua 2 bao giảm 10k” trong 3 ngày, giới hạn 20 đơn. Anh tính giá vốn 40k/kg, bán 50k/kg, giảm còn 45k vẫn lãi 5k. Anh nhắn nhóm Zalo, đăng banner “Sale 10k”, bán hết 20 bao trong 2 ngày, khách khen “rẻ mà chất lượng”



Anh Ba

Khuyến mãi đơn giản, bán chạy hơn hẳn, chỉ cần tính kỹ là không lỗ!



06



LIVESTREAM **BÁN HÀNG**



TẠI SAO BÁN HÀNG QUA LIVE QUAN TRỌNG?

Bán hàng qua LIVE cùng với TikTok Shop sẽ **mang đến nhiều lợi ích**, góp phần vào sự thành công cho doanh nghiệp.



1. Tăng khả năng hiển thị:



Tăng số lượng người xem: TikTok thường ưu tiên nội dung LIVE, tăng khả năng hiển thị và thu hút nhiều khán giả hơn cho nội dung LIVE.

2. Tương tác thời gian thực:



Tương tác ngay lập tức: Các buổi LIVE cho phép bạn kết nối với khán giả theo thời gian thực, thúc đẩy tương tác ngay lập tức và xây dựng cảm giác cộng đồng.

3. Cải thiện giới thiệu sản phẩm:



Minh họa sản phẩm - các phiên LIVE sẽ mang đến cho bạn cơ hội để giới thiệu sản phẩm, cho phép người xem thấy được cách sản phẩm hoạt động hoặc sản phẩm trông sẽ như thế nào trên thực tế.

1. Kiểm tra thiết bị:



Đảm bảo điện thoại hoặc camera của bạn đang hoạt động tốt. Kiểm tra micrô và camera để đảm bảo chất lượng âm thanh và video rõ ràng.

2. Internet ổn định:



Kết nối Internet ổn định để tránh gián đoạn trong suốt quá trình LIVE.

3. Video thông báo:



Tạo video teaser ngắn thông báo về LIVE sắp tới của bạn. Video này phải hấp dẫn về mặt hình ảnh, thú vị và bao gồm các chi tiết chính (ngày tháng, thời gian và mục đích LIVE).



Sử dụng hình ảnh và âm nhạc hấp dẫn để nhanh chóng thu hút sự chú ý.



Đề cập đến bất kỳ khách mời đặc biệt nào, sản phẩm độc quyền hoặc các hoạt động được lên kế hoạch cho phiên LIVE.

4. Nhãn dán đếm ngược:

Sử dụng nhãn dán đếm ngược của TikTok trong video thông báo của bạn. Nhãn dán này cho phép người theo dõi bạn đặt nhắc nhở cho phiên LIVE.

Hãy cân nhắc kỹ càng khi đặt nhãn dán đếm ngược để người xem dễ dàng tiếp cận và nhìn thấy.

5. Kể chuyện:

Nhấn mạnh giá trị mà người xem sẽ có được khi tham gia phiên LIVE: chiết khấu độc quyền, nội dung hậu trường hay các hoạt động tương tác.



Cách mở đầu phiên LIVE hiệu quả



Bắt đầu sôi động:

Bắt đầu LIVE với cách dẫn sôi động và thu hút sự chú ý. Có thể sử dụng nhạc, hình ảnh trực quan hoặc bất kỳ yếu tố sáng tạo nào khác để thu hút sự chú ý của người xem ngay lập tức



Chào mừng:

Chào đón khán giả một cách nồng nhiệt và thể hiện sự hào hứng cho phiên LIVE. Làm cho khán giả cảm thấy được trân trọng và chào đón khi tham gia



Tuyên bố mục đích rõ ràng:

Tuyên bố mục đích rõ ràng: Trong vài giây đầu tiên, hãy nêu rõ mục đích của phiên LIVE. Cho người xem biết họ có thể mong đợi điều gì: giới thiệu sản phẩm, ưu đãi độc quyền hay nội dung hấp dẫn



Kêu gọi tương tác trong phiên LIVE

Khuyến khích tương tác sớm:

Truyền đạt những gì người xem có thể mong đợi trong suốt quá trình LIVE. Nếu bạn đã lên kế hoạch cho các phân khúc hoặc hoạt động cụ thể, hãy đề cập ngắn gọn các phân khúc hoặc hoạt động đó để tạo sự mong đợi

Đặt ra kỳ vọng:

Truyền đạt những gì người xem có thể mong đợi trong suốt quá trình LIVE. Nếu bạn đã lên kế hoạch cho các phân khúc hoặc hoạt động cụ thể, hãy đề cập ngắn gọn các phân khúc hoặc hoạt động đó để tạo sự mong đợi

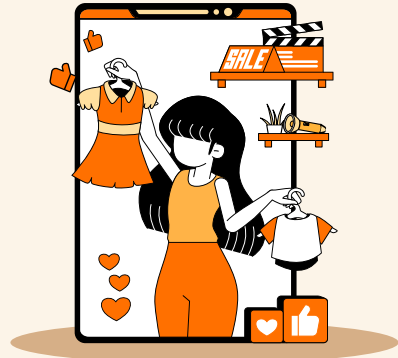
Thể hiện lòng biết ơn:

Dành chút thời gian để bày tỏ lòng biết ơn vì sự hiện diện của người xem. Cảm ơn họ đã tham gia và cho họ biết bạn cảm kích họ đã dành thời gian theo dõi



Thúc đẩy chốt đơn trong phiên LIVE

Nắm bắt cơ hội biến người xem thành người mua: Chuẩn bị sẵn sàng để tiết lộ các ưu đãi độc quyền, lời kêu gọi hành động hấp dẫn và các chiến lược chính để chuyển đổi người xem thành người mua. Nâng doanh số phát trực tiếp lên một tầm cao mới bằng cách sử dụng các công cụ của chúng tôi. Tạo ra trải nghiệm thú vị và độc đáo cho khán giả của bạn với các ưu đãi mua hàng có lợi nhất



Ưu đãi chớp nhoáng trong LIVE: Ưu đãi có giới hạn thời gian chỉ được giới thiệu trong các phiên LIVE, tăng cường tỷ lệ tương tác và thúc đẩy tỷ lệ chuyển đổi lên một tầm cao mới cho cả nhà bán hàng và người mua.

Tương tác sau phiên LIVE

Những khoảnh khắc nổi bật: Tạo những khoảnh khắc nổi bật hoặc video ngắn từ LIVE và chia sẻ trên trang TikTok của bạn để duy trì sự quan tâm



Thông báo về các phiên LIVE sắp tới
Giới thiệu và thông báo các phiên LIVE sắp tới để khán giả của bạn phấn khích và tham gia



Các công cụ sử dụng trong phiên LIVE

Biển Quảng Cáo LIVE:

Biển quảng cáo LIVE là một công cụ LIVE có thể hiển thị lợi điểm bán hàng quan trọng trực tiếp trong phiên LIVE để thu hút người dùng vào phòng LIVE và cải thiện thời gian xem

Nhà bán hàng và nhà sáng tạo có thể sử dụng các mẫu để thiết lập biển quảng cáo của riêng họ



Người kiểm duyệt LIVE:

Người kiểm duyệt giống như trợ lý của chủ phòng trong suốt buổi phát trực tiếp và có thể giúp quản lý bình luận, người dùng và sản phẩm trong suốt buổi phát trực tiếp

Người kiểm duyệt có thể làm việc này trên điện thoại của riêng họ



Sự kiện LIVE:

Tính năng này giúp Nhà Sáng Tạo quảng bá các buổi LIVE và thu hút thêm khán giả bằng cách gửi thông báo trước khi sự kiện bắt đầu

Tính năng này không chỉ thông báo cho người theo dõi bạn ngay khi buổi LIVE sắp diễn ra mà còn dẫn họ đến phòng LIVE. Ngoài ra, bạn còn có thể quảng bá sự kiện LIVE bằng video quảng bá trước khi sự kiện diễn ra

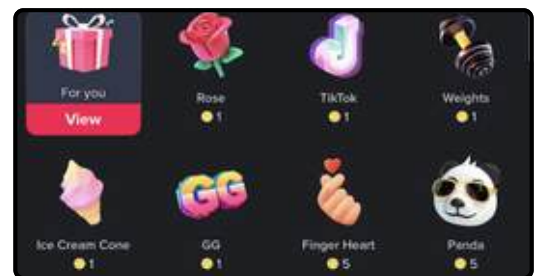


Quà tặng LIVE:

Là một công cụ tương tác do nhà bán hàng tài trợ, cho phép các nhà bán hàng chạy sự kiện tặng quà và trao giải thưởng miễn phí cho người xem trong phiên LIVE trên TikTok Shop

Nhà bán hàng có thể chọn sản phẩm và số lượng sản phẩm họ muốn tặng cho người xem

Người xem có thể tham gia bằng cách trực tiếp tham gia cuộc thi hoặc bằng cách hoàn thành một số nhiệm vụ nhất định, do nhà bán hàng đặt ra



Voucher Tương Tác khi LIVE:

Là một công cụ khuyến mãi do Nhà Bán Hàng trợ giá, được phân phối độc quyền trong suốt quá trình LIVE với các nhiệm vụ tương tác để tăng mức độ tương tác, người mua có thể nhận và quy đổi voucher này trong quá trình thanh toán



Mẹo sử dụng các công cụ LIVE

a. Biển quảng cáo LIVE:

Đối với Mẫu Biển Quảng Cáo do TikTok Shop cung cấp, cùng lúc có thể hiển thị 02 mẫu trên màn hình LIVE

Đối với Hình Ảnh được Nhà bán hàng tải lên từ thiết bị của họ, mỗi lần chỉ hiển thị 01 ảnh trên màn hình LIVE

Ví dụ: nhà bán hàng A ngành thời trang dùng 1 biển quảng cáo để giới thiệu về số đo sản phẩm, 1 biển quảng cáo để thu hút khách hàng chương trình freeship tăng khả năng chốt đơn

b. Người kiểm duyệt LIVE:

Một tài khoản chủ phòng có thể thêm 200 tài khoản làm tài khoản người kiểm duyệt

Ví dụ: Nhà bán hàng thêm 1 người kiểm duyệt để trả lời bình luận của khách hàng, và thêm 1 người kiểm duyệt để ghim, thêm, thay đổi vị trí sản phẩm

c. Sự kiện LIVE:

Khán giả không cần theo dõi tài khoản của bạn để đăng ký xem Sự kiện LIVE.

Ví dụ: cửa hàng B sau khi tạo sự kiện LIVE chia sẻ link sự kiện LIVE tới nhiều khách hàng tại các nền tảng mạng xã hội để thu hút thêm khách hàng

d. Quà tặng LIVE:

Ví dụ: cửa hàng C cái đặt quà tặng LIVE xuyên suốt buổi LIVE để đảm bảo lưu lượng truy cập xuyên suốt phiên LIVE và giữ chân khách hàng ở lại LIVE

e. Voucher Tương Tác khi LIVE

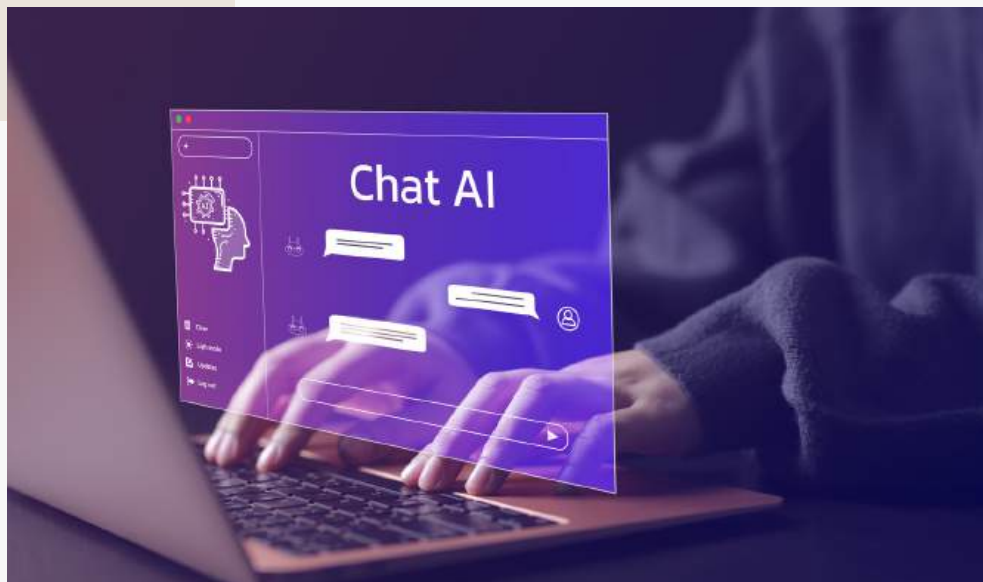
Ví dụ: nhà bán hàng D cài đặt nhiệm vụ follow (theo dõi) cửa hàng để tăng lượng khách hàng tiềm năng cho cửa hàng



07



SỬ DỤNG **CÔNG NGHỆ AI**



SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ AI CHO TIỂU THƯƠNG CHỢ TRUYỀN THỐNG

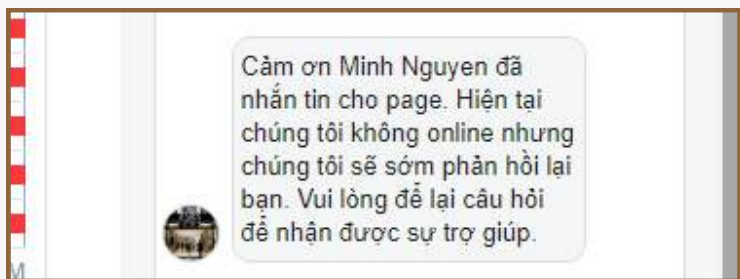
Công nghệ AI là gì?



AI (trí tuệ nhân tạo) là công nghệ giúp máy móc (điện thoại, máy tính) làm việc thông minh như con người, hỗ trợ anh/chị trong kinh doanh. Với tiểu thương chợ truyền thống, AI không phức tạp – nó là các công cụ đơn giản giúp bán hàng, quản lý, và chăm khách dễ hơn khi chuyển đổi số.

Anh/chị không cần giỏi công nghệ, chỉ cần dùng ứng dụng miễn phí là được.

Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép dùng chatbot AI trên Zalo để tự động trả lời “Giá mắm bao nhiêu?” – tiết kiệm thời gian, khách vẫn hài lòng



Lợi ích của AI cho tiểu thương

Tiết kiệm thời gian:

AI trả lời khách, viết mô tả sản phẩm thay anh/chị, giảm công sức



Ví dụ: Anh Ba dùng AI viết “Gạo ST25 – thơm ngon Đồng Tháp” trong 5 giây

Tăng doanh số

AI gợi ý sản phẩm khách thích, giúp bán được nhiều hơn



Ví dụ: Chatbot nhắn “Chị mua mắm, thử khô cá không?”, khách đặt thêm

Quản lý dễ hơn

AI phân tích bán chạy gì, tồn gì, anh/chị nhập hàng đúng nhu cầu



Ví dụ: Chị Lan dùng AI trên Shopee, biết mắm tép bán tốt, nhập thêm 20 chai

Hướng dẫn sử dụng AI cơ bản

a. Dùng chatbot AI để trả lời khách

Công cụ: Chatbot Zalo (miễn phí)

Cách làm: Tải Zalo, vào “OA” (Official Account), cài chatbot tự trả lời (VD: “Giá khô cá 150k/túi”)

Lợi ích: Khách hỏi bất cứ lúc nào, AI trả lời ngay, anh/chị không cần nhấn tay

Ví dụ: Anh Ba cài chatbot “Gạo ST25 còn không?”, trả lời “Còn nhé, 50k/kg!” – khách đặt ngay

b. Dùng AI tạo nội dung sản phẩm

Công cụ: ChatGPT (miễn phí qua web) hoặc AI trên Canva

Cách làm: Gõ “Viết mô tả khô mực ngon”, AI đưa ra gợi ý (VD: “Khô mực tươi, dai, nướng thơm lừng – 200k/kg”)

Lợi ích: Mô tả hấp dẫn, đăng sản nhanh, không cần tự nghĩ

Ví dụ: Chị Hoa dùng ChatGPT, có mô tả mắm tép đẹp trong 10 giây

Mẹo thực hành sử dụng AI

Bắt đầu nhỏ: Thử chatbot Zalo trước, nhắn 5-10 khách quen xem hiệu quả

Dùng miễn phí: ChatGPT, Canva, báo cáo sản đều không tốn tiền, đừng lo chi phí

Nhờ hỗ trợ: Hỏi con cháu cài chatbot hoặc xem thống kê nếu chưa quen

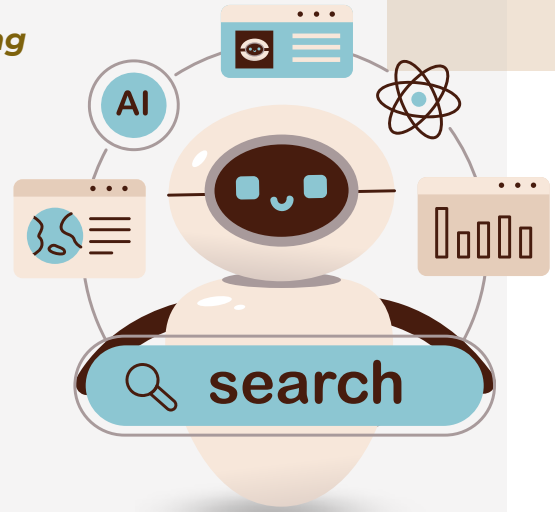
Kiểm tra kết quả: Dùng AI 1 tuần, xem có tiết kiệm thời gian, bán nhiều hơn không



Sử dụng AI của cửa hàng để tạo mô tả sản phẩm, đăng tải sản phẩm nhanh chóng

Chức năng này có thể hỗ trợ nhà bán hàng tạo ra nội dung mô tả sản phẩm tự nhiên và bao quát. Ngoài ra, chức năng này còn cung cấp mô tả chi tiết về các thông số của sản phẩm.

Những mô tả này được tạo ra bởi AI và nhằm mục đích giúp người tiêu dùng nắm được các thông tin cơ bản về sản phẩm, hỗ trợ họ trong việc đưa ra quyết định mua hàng.

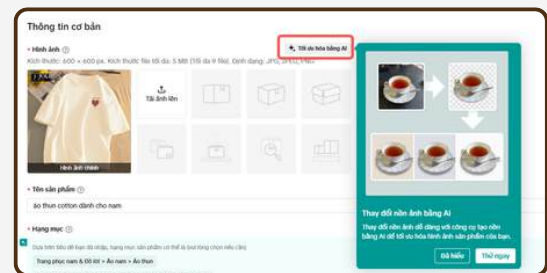


Cách sử dụng:

Nhà bán hàng điền các từ khóa về sản phẩm, AI sẽ tự động tạo đoạn văn mô tả chi tiết thông tin sản phẩm



Sử dụng AI để chỉnh sửa hình ảnh sản phẩm



Sử dụng AI để chọn đề xuất ngành hàng phù hợp với sản phẩm



HƯỚNG DẪN DÙNG CHATBOT ĐỂ TRẢ LỜI KHÁCH HÀNG

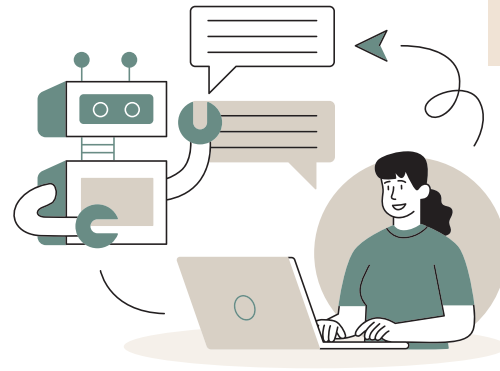
Chatbot là gì và tại sao cần dùng?

Chatbot là một công cụ AI (trí tuệ nhân tạo) giúp tự động trả lời tin nhắn của khách hàng trên các ứng dụng như Zalo, Facebook.

Với tiểu thương chợ truyền thống, chatbot giống như “người trợ lý ảo” – trả lời nhanh các câu hỏi phổ biến (VD: “Giá bao nhiêu?”, “Còn hàng không?”), giúp anh/chị tiết kiệm thời gian và chăm sóc khách tốt hơn. Dùng chatbot không khó, chỉ cần vài bước là làm được.



Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép ở chợ Thủ Đức cài chatbot trên Zalo. Khách hỏi “Mắm tép bao nhiêu?”, chatbot tự trả lời “70k/chai, đặt ngay nhé!” – chị không cần nhấn tay mà vẫn bán được hàng.



Hướng dẫn chi tiết dùng chatbot để trả lời khách hàng

Dưới đây là các bước đơn giản để anh/chị bắt đầu dùng chatbot trên Zalo – ứng dụng phổ biến và dễ dùng nhất cho tiểu thương:

Tạo tài khoản Zalo Official Account (OA)

Bước 1: Tải Zalo (nếu chưa có) từ CH Play (Android) hoặc App Store (iPhone)

Bước 2: Đăng ký số điện thoại anh/chị đang dùng (VD: 090xxxxxxx)

Bước 3: Vào Zalo, nhấn “Thêm” (dấu “+” góc trên bên phải), chọn “Tạo Official Account”

Bước 4: Đặt tên OA (VD: “Mắm Tép Chị Hoa – Chợ Thủ Đức”), chọn loại “Cửa hàng”, điền thông tin cơ bản (địa chỉ, sản phẩm)



Ví dụ: Anh Ba tạo OA “Gạo Ngon Anh Ba”, mất 5 phút

Cài đặt chatbot tự động trả lời

Bước 1: Vào OA vừa tạo, chọn “Quản lý” > “Tự động trả lời” (hoặc “Chatbot”)

Bước 2: Thêm câu hỏi và câu trả lời: Nhập câu hỏi khách hay hỏi (VD: “Giá mắm tép bao nhiêu?”, “Còn hàng không?”)

Viết câu trả lời (VD: “Mắm tép 70k/chai, đặt ngay nhé!”, “Còn hàng, anh/chị đặt bao nhiêu?”)

Bước 3: Bật chế độ “Tự động trả lời” để chatbot hoạt động 24/7

Ví dụ: Chị Hoa cài 3 câu: “Giá bao nhiêu?” → “70k/chai”, “Còn không?” → “Còn nhé!”, “Giao hàng không?” → “Giao tận nơi, nhấn chị nhé!”

Kết nối chatbot với khách hàng

Mời khách theo dõi OA: Nhắn khách quen qua Zalo: “Anh/chị theo dõi OA của em để đặt hàng tiện hơn nhé!” (gửi link OA)

Dán mã QR OA tại quầy: In mã QR của OA (từ mục “Quản lý OA”), dán tại quầy để khách quét theo dõi

Ví dụ: Anh Ba nhắn 20 khách quen, 15 người theo dõi OA, chatbot bắt đầu trả lời

Kiểm tra và cải thiện chatbot

Kiểm tra: Xem lịch sử tin nhắn trong OA, chatbot trả lời đúng chưa (VD: khách hỏi “Giá bao nhiêu?”, chatbot trả lời đúng 70k không?)

Cải thiện: Thêm câu hỏi mới (VD: “Có giao hàng không?”), chỉnh câu trả lời nếu cần

Ví dụ: Chị Hoa thấy khách hay hỏi “Mua 2 chai có giảm không?”, chị thêm câu trả lời “Mua 2 giảm 10k nhé!”



Chatbot có giúp chăm sóc định kỳ các nhóm bán hàng không? Có thì như nào?

Có, chatbot giúp chăm sóc định kỳ rất hiệu quả!

Chatbot không chỉ trả lời mà còn có thể tự động nhắn tin định kỳ cho nhóm khách hàng (qua OA hoặc nhóm Zalo), giúp anh/chị chăm sóc khách mà không tốn nhiều thời gian

Cách làm:

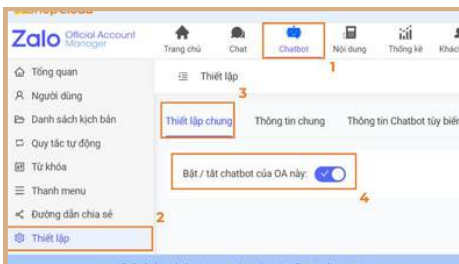
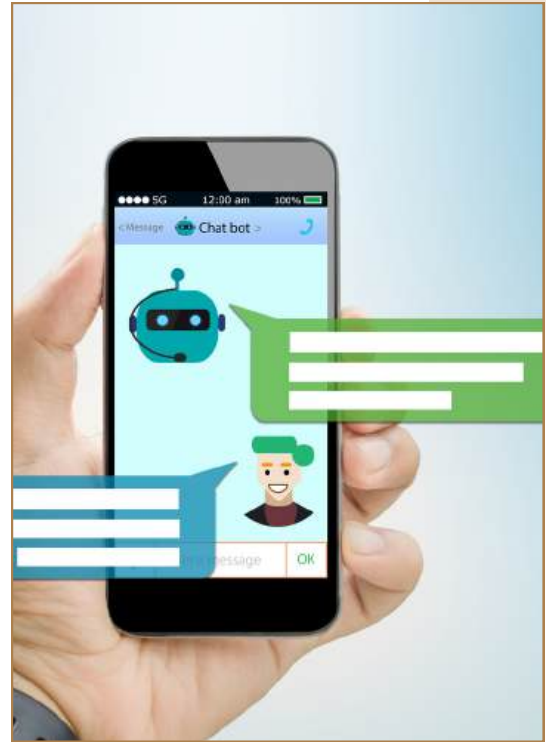
Tạo nhóm khách hàng trên Zalo

Trong OA, chọn “Quản lý khách hàng” > “Thêm nhóm” (VD: “Khách quen Chị Hoa”)

Thêm khách theo dõi OA vào nhóm này (hoặc dùng nhóm Zalo đã tạo trước)



Ví dụ: Anh Ba thêm 30 khách quen vào nhóm “Khách quen Gạo Anh Ba”



Cài đặt tin nhắn định kỳ

Trong OA, vào “Quản lý” > “Tin nhắn tự động” > “Tin nhắn định kỳ”

Chọn thời gian (VD: mỗi thứ 4, 6h tối), viết nội dung (VD: “Cả nhà ơi, tuần này gạo ST25 50k/kg, đặt ngay nhé!”)

Chọn nhóm nhận tin (VD: “Khách quen Chị Hoa”)

Ví dụ: Chị Hoa cài tin “Mắm tép 70k/chai, mua 2 giảm 10k” gửi mỗi thứ 5, 10 khách đặt ngay

Kết hợp ưu đãi và hỏi thăm

Thêm ưu đãi trong tin nhắn (VD: “Đặt hôm nay giảm 5k!”)




Hỏi thăm (VD: “Anh/chị tuần này cần mắm không, em giao tận nơi!”)

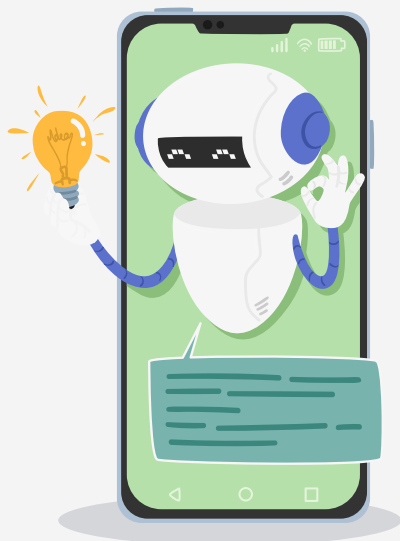
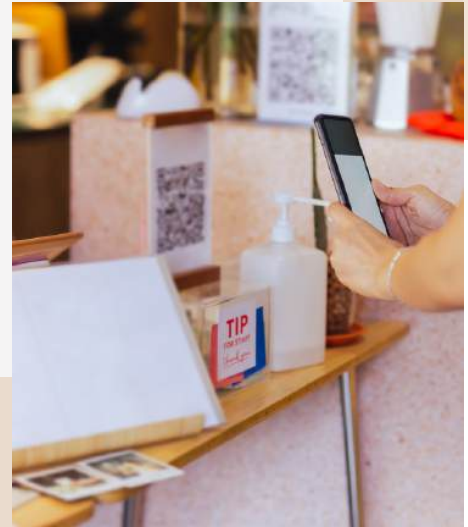


Ví dụ: Anh Ba nhắn “Gạo ST25 50k/kg, đặt hôm nay miễn phí ship! Cần bao nhiêu nhắn em nhé!”, 5 khách trả lời đặt hàng



Lợi ích chăm sóc định kỳ bằng chatbot:

-  **Nhàn hơn:** Chatbot tự nhắc, anh/chị không cần nhấn tay từng người
-  **Giữ khách:** Khách được nhắc thường xuyên, không quên anh/chị
-  **Tăng doanh số:** Tin nhắn định kỳ kèm ưu đãi thúc đẩy khách đặt hàng



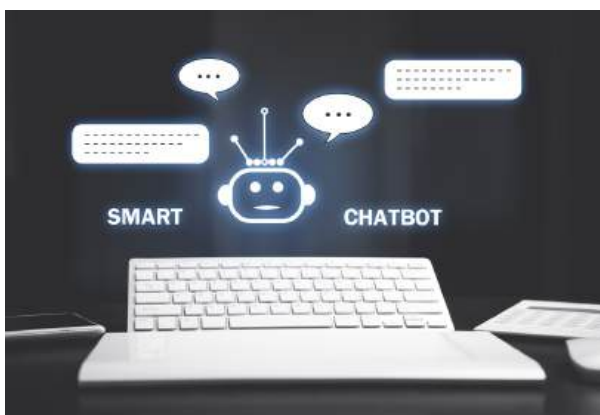
Mẹo thực hành dùng chatbot hiệu quả

Cài câu trả lời ngắn gọn: Khách thích câu trả lời nhanh, rõ (VD: “Khô cá 150k/túi” thay vì dài dòng)

Nhắn định kỳ vừa đủ: 1-2 tin/tuần, tránh làm phiền khách (VD: thứ 4, chủ nhật)

Kết hợp nhấn tay: Với khách VIP, nhấn riêng để tạo thân thiết (VD: “Chị Mai ơi, mắm tép mới về, giảm 5k cho chị!”)

Kiểm tra thường xuyên: Xem chatbot có trả lời sai không, chỉnh ngay nếu cần



HƯỚNG DẪN DÙNG AI TẠO NỘI DUNG SẢN PHẨM ĐƠN GIẢN, HIỆU QUẢ, TIẾT KIỆM CHI PHÍ

AI tạo nội dung sản phẩm là gì?



AI tạo nội dung sản phẩm là việc dùng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để viết mô tả, tiêu đề, hoặc nội dung quảng bá sản phẩm (như khô cá, mắm tép, gạo) thay cho anh/chị.

Thay vì tự nghĩ câu chữ mất thời gian, AI sẽ giúp tạo nội dung nhanh, hấp dẫn để đăng lên sàn TMĐT (Lazada, Shopee) hoặc nhóm Zalo/Facebook. Với tiểu thương, đây là cách tiết kiệm chi phí (dùng công cụ miễn phí) và hiệu quả để bán hàng online.

Hướng dẫn chi tiết dùng AI tạo nội dung sản phẩm

Dưới đây là các bước đơn giản để anh/chị bắt đầu dùng AI tạo nội dung sản phẩm, sử dụng công cụ miễn phí như ChatGPT hoặc Canva AI:

a. Chuẩn bị thông tin cơ bản về sản phẩm:



Ghi sẵn thông tin sản phẩm:

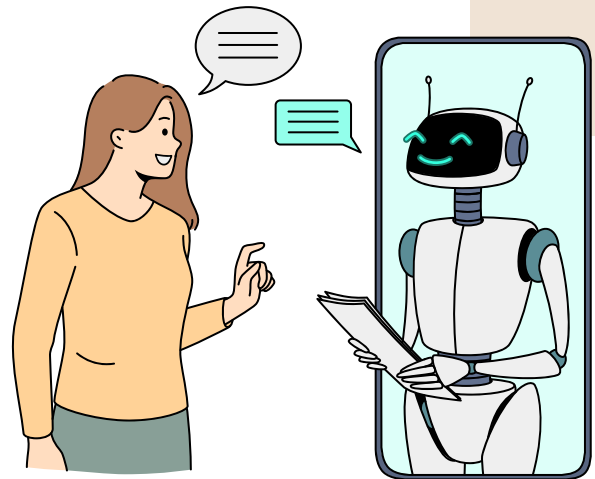
Tên (VD: mắm tép), giá (70k/chai), đặc điểm (đậm đà, từ Thủ Đức), ưu đãi (mua 2 giảm 10k)



Xác định mục tiêu: Viết mô tả để đăng sàn, nhóm Zalo, hay bài quảng cáo



Ví dụ: Anh Ba chuẩn bị: “Gạo ST25, 50k/kg, thơm ngon từ Đồng Tháp, mua 2 bao giảm 10k” để tạo mô tả trên Shopee



b. Truy cập công cụ AI miễn phí



Công cụ 1: ChatGPT (dùng trên web, miễn phí)



Mở trình duyệt (Chrome, Safari) trên điện thoại/máy tính



Vào trang chat.openai.com, nhấn “Sign up” (đăng ký), nhập email (hoặc dùng Gmail), tạo mật khẩu



Đăng nhập, bắt đầu dùng ngay (miễn phí cho tài khoản mới)



Công cụ 2: Canva AI (Magic Write):



Tải Canva (CH Play/App Store), đăng ký bằng số điện thoại hoặc email

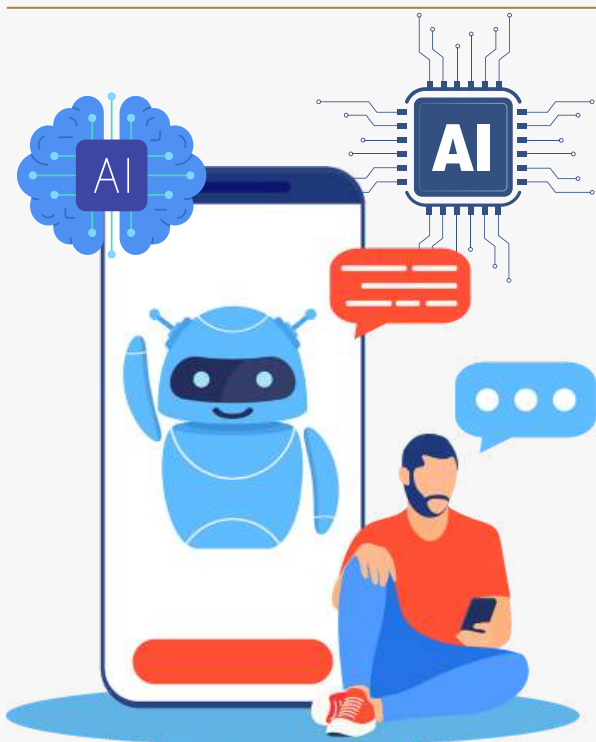


Vào Canva, chọn “Tạo thiết kế” > “Bài đăng mạng xã hội”, dùng tính năng “Magic Write” (AI viết nội dung)



Ví dụ: Chị Hoa dùng ChatGPT trên điện thoại, đăng ký mất 5 phút, sẵn sàng tạo nội dung





c. Nhập yêu cầu để AI tạo nội dung

Với ChatGPT:



Gõ yêu cầu đơn giản (VD: “Viết mô tả ngắn cho mắm tép, giá 70k/chai, đậm đà từ Thủ Đức, mua 2 giảm 10k”)



AI sẽ trả lời (VD: “Mắm tép loại 1 – Đậm đà từ Thủ Đức, chỉ 70k/chai! Mua 2 chai giảm ngay 10k, đặt ngay kẻo hết!”)



c. Nhập yêu cầu để AI tạo nội dung

Với Canva Magic Write:

Trong Canva, chọn “Magic Write”, gõ “Mô tả khô cá 150k/túi, ngon từ Bà Rịa”

AI gợi ý (VD: “Khô cá lóc thơm ngon từ Bà Rịa, chỉ 150k/túi – Nướng lên là mê!”)

Mẹo viết yêu cầu:

Gõ ngắn gọn, đủ ý (tên, giá, đặc điểm, ưu đãi), thêm “ngắn gọn” nếu cần

Ví dụ: Anh Ba gõ “Viết mô tả gạo ST25, 50k/kg, thơm ngon Đồng Tháp, mua 2 giảm 10k”, AI trả lời “Gạo ST25 – Thơm ngon từ Đồng Tháp, 50k/kg! Mua 2 bao giảm ngay 10k, đặt liền tay!”



d. Chỉnh sửa và sử dụng nội dung



Lấy nội dung AI tạo, chỉnh lại nếu cần (VD: thêm “Giao tận nơi” để gần gũi hơn)



Sao chép nội dung, dán vào sàn TMĐT hoặc nhóm Zalo/Facebook



Ví dụ: Chị Hoa chỉnh “Mắm tép loại 1 – Đậm đà Thủ Đức, 70k/chai! Mua 2 giảm 10k, giao tận nơi nhé!” rồi đăng lên sàn TMĐT

e. Kiểm tra hiệu quả và cải thiện



Sau 1 tuần, xem nội dung có thu hút không (VD: khách đặt hàng nhiều hơn chưa?)



Nếu chưa hiệu quả, thử yêu cầu AI khác (VD: “Viết mô tả mắm tép vui vẻ, thu hút”)



Ví dụ: Anh Ba thấy mô tả gạo được 10 đơn/tuần, anh yêu cầu AI “Viết vui hơn”, đổi thành “Gạo ST25 – Cơm dẻo thơm, 50k/kg! Mua 2 giảm 10k, ăn là mê!”



Lợi ích của việc dùng AI tạo nội dung



Nhanh chóng: Tạo mô tả chỉ 10-20 giây, không cần tự nghĩ mất hàng giờ



Tiết kiệm chi phí: ChatGPT, Canva AI miễn phí, không cần thuê người viết



Hấp dẫn khách: Nội dung chuyên nghiệp, thu hút, tăng khả năng mua hàng



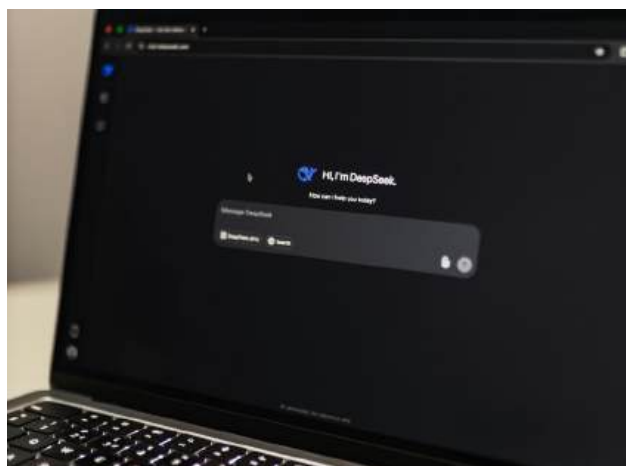
Mẹo thực hành

Yêu cầu cụ thể: Gõ rõ ràng (VD: “Mô tả khô cá 150k, ngắn gọn, thu hút”), AI sẽ cho kết quả đúng ý

Dùng từ gần gũi: Chỉnh nội dung AI thành giọng nói quen thuộc (VD: “Khô cá ngon lắm, đặt đi anh chị!”)

Kết hợp ảnh: Đăng mô tả kèm ảnh tự chụp (VD: mắm tép dưới nắng), khách tin tưởng hơn

Thử nhiều lần: Nếu nội dung chưa hay, yêu cầu lại (VD: “Viết lại vui hơn”), AI sẽ làm tốt hơn



08 

SEO VÀ LOCAL SEO



SEO CƠ BẢN CHO TIỂU THƯƠNG



SEO là gì?

SEO (Search Engine Optimization – Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm) là cách anh/chị làm cho sản phẩm của mình dễ xuất hiện trên các công cụ tìm kiếm như Google, hoặc trên sàn TMĐT khi khách hàng tìm kiếm. Nói đơn giản, SEO giúp hàng của anh/chị “lên top” khi khách gõ từ khóa như “mắm tép ngon” hay “khô cá giá rẻ”. Với tiểu thương, SEO không phức tạp – chỉ cần vài bước là làm được, giúp khách tìm thấy hàng nhanh hơn, bán được nhiều hơn.



Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép trên các sàn TMĐT, dùng SEO để sản phẩm hiện lên đầu khi khách tìm “mắm tép Bình Định”.

Tại sao SEO quan trọng với tiểu thương?

Khách dễ tìm thấy hàng:

Sản phẩm lên top, khách thấy ngay, không cần lướt xa
Ví dụ: Anh Ba bán gạo ST25, SEO tốt, khách tìm “gạo ngon Đồng Tháp” thấy ngay shop anh.

Tăng doanh số:

Càng nhiều khách thấy, càng nhiều người mua, doanh thu tăng

Tiết kiệm chi phí:

SEO không tốn tiền (khác với chạy quảng cáo), phù hợp tiểu thương vốn nhỏ



Hướng dẫn SEO cơ bản cho tiểu thương

Dưới đây là 3 bước đơn giản để anh/chị bắt đầu làm SEO trên sàn TMĐT hoặc Google:

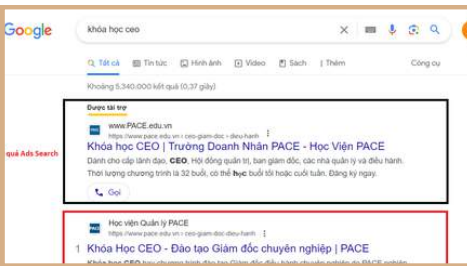
a. Chọn từ khóa phù hợp:

Từ khóa là gì?: Là cụm từ khách gõ để tìm hàng (VD: “mắm tép ngon”, “khô cá giá rẻ”)

Cách chọn: Nghĩ xem khách sẽ tìm gì (VD: “gạo ST25 Đồng Tháp”), hoặc tìm thử trên Shopee/Lazada/TikTok Shop xem đối thủ dùng từ gì

Áp dụng: Đặt từ khóa vào tên sản phẩm, mô tả, tiêu đề

Ví dụ: Chị Hoa đặt tên “Mắm Tép Ngon Thủ Đức – 70k/chai”, khách tìm “mắm tép ngon” thấy ngay



b. Tối ưu tên và mô tả sản phẩm

Tên sản phẩm: Thêm từ khóa chính, ngắn gọn (VD: “Khô Cá Lóc Ngon Bà Rịa – 150k/túi”)

Mô tả sản phẩm: Viết 2-3 câu có từ khóa (VD: “Khô cá lóc ngon từ Bà Rịa, giá 150k/túi, nướng thơm lừng!”)

Cách làm: Vào “Quản lý sản phẩm” trên Lazada/Shopee, chỉnh tên và mô tả

Ví dụ: Anh Ba đổi tên “Gạo ST25” thành “Gạo ST25 Ngon Đồng Tháp – 50k/kg”, mô tả “Gạo ST25 thơm ngon từ Đồng Tháp, 50k/kg, dẻo cơm!” – lên top tìm kiếm ngay

c. Tăng tương tác để cải thiện SEO

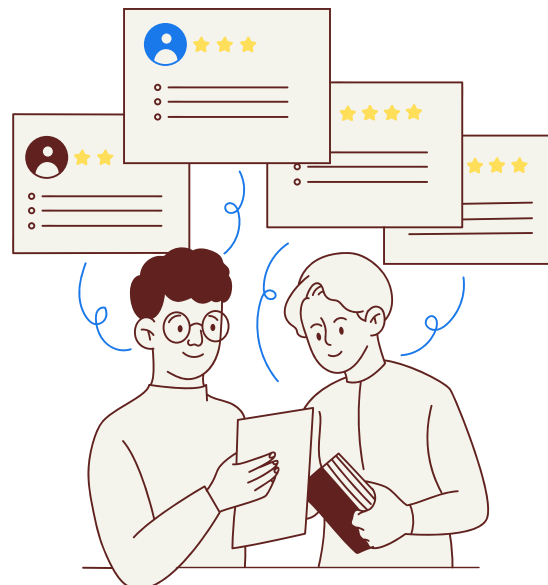
Tương tác là gì?: Khách xem, đặt hàng, đánh giá sản phẩm – càng nhiều, sàn càng ưu tiên

Cách làm:

Nhắn khách quen đặt hàng, đánh giá 5 sao
Chạy khuyến mãi nhỏ (VD: “Mua 2 giảm 10k”) để tăng đơn



Ví dụ: Chị Hoa nhắn 10 khách quen đánh giá mắm tép, sản phẩm lên top “mắm tép ngon” trên sàn TMĐT





d. Tìm kiếm từ khóa hàng đầu

Trên **La bàn dữ liệu > Tìm kiếm > Xếp hạng từ khóa**, sau khi chọn khoảng thời gian mong muốn (theo ngày, tuần hoặc tháng), nhà bán hàng có thể tùy chỉnh các từ khóa thành một vài loại khác nhau

Loại danh sách:

Từ khóa tìm kiếm hàng đầu: Từ khóa được sắp xếp theo số lượng tìm kiếm

Từ khóa tăng dần: Từ khóa được sắp xếp theo mức độ tăng trưởng

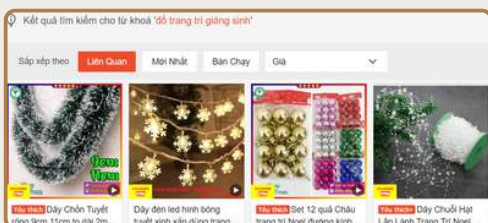
Từ khóa tiềm năng cao: Từ khóa được sắp xếp theo số lượng tìm kiếm, có nghĩa là các từ khóa có nhiều khả năng được xếp hạng hơn. Điều này có nghĩa là sản phẩm đang thiếu nguồn cung nhưng có số lượng tìm kiếm cao trên TikTok Shop



Ý định tìm kiếm:

Sản phẩm: Đây là những từ khóa cho riêng từng sản phẩm, đặc biệt là cho mục đích tìm kiếm sản phẩm

- **Ví dụ:** Xịt bọt tuyết, miếng xốp



Khác: Đây là những từ khóa không dành riêng cho sản phẩm nhưng có liên quan đến sản phẩm. Loại từ khóa này có thể xoay quanh một chủ đề, nhu cầu hoặc mục đích mà các sản phẩm được chọn có thể đáp ứng

- **Ví dụ:** Đồ trang trí Giáng sinh (Khi tìm kiếm bằng từ khóa này, người mua có thể đang tìm cây thông Giáng sinh, đèn Giáng sinh hoặc bất kỳ vật dụng nào khác liên quan đến Giáng sinh)



e. Mẹo thực hành SEO cơ bản

Dùng từ khóa địa phương: Thêm tên chợ/tỉnh (VD: “Khô Cá Chợ Tân An”, “Mắm Tép Thủ Đức”) để khách gần tìm thấy

Tìm từ khóa đối thủ: Xem shop khác đặt tên gì (VD: “Khô mực ngon” bán chạy, anh/chị cũng dùng)

Cập nhật thường xuyên: Thay đổi mô tả mỗi tháng (VD: thêm “Khuyến mãi tháng 10”), giữ sản phẩm “tươi mới”

Kết hợp ảnh đẹp: Đăng ảnh sản phẩm rõ nét (VD: mắm tép đỏ tươi), khách dễ click vào



Ví dụ thực tế

Anh Ba bán gạo ST25 trên Shopee, trước đây sản phẩm nằm trang 3, ít khách thấy. Anh chọn từ khóa “gạo ST25 ngon”, đổi tên thành “Gạo ST25 Ngon Đồng Tháp – 50k/kg”, mô tả “Gạo ST25 thơm ngon từ Đồng Tháp, 50k/kg, dẻo cơm, giao tận nơi!”. Anh nhận 5 khách quen đánh giá 5 sao, chạy khuyến mãi “Mua 2 giảm 10k”. Sau 2 tuần, sản phẩm lên top 1 khi tìm “gạo ST25 ngon”, bán 40 bao/tháng, gấp đôi trước.



Lưu ý thêm

Không nhồi từ khóa: Đừng lặp từ khóa quá nhiều (VD: “Khô cá ngon, khô cá ngon, khô cá ngon”), khách thấy không tự nhiên

Kiên nhẫn: SEO cần 1-2 tháng để lên top, đừng vội bỏ cuộc

Kết hợp chăm sóc khách: SEO giúp khách tìm thấy, nhưng trả lời nhanh, giao hàng đúng hẹn mới giữ được khách



SEO CƠ BẢN CHO TIỂU THƯƠNG



Local SEO là gì?

Local SEO (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm địa phương) là cách anh/chị làm cho sản phẩm hoặc gian hàng của mình dễ xuất hiện trên Google, sàn TMĐT, hoặc mạng xã hội khi khách hàng sử dụng công cụ tìm kiếm theo khu vực (map). Nói đơn giản, Local SEO giúp hàng của anh/chị “lên top” khi khách hàng tìm kiếm theo địa điểm.



Với tiểu thương chợ truyền thống, Local SEO rất quan trọng vì khách hàng thường tìm hàng gần nơi họ ở để mua trực tiếp hoặc giao nhanh.

Tại sao Local SEO quan trọng với tiểu thương?

Thu hút khách địa phương:

Khách gần chợ hoặc trong khu vực dễ tìm thấy hàng, đến mua trực tiếp hoặc đặt giao nhanh



Ví dụ: Anh Ba bán gạo ST25, khách ở Tân An tìm “gạo ngon Tân An” thấy ngay shop anh

Tăng doanh số:

Khách địa phương thường mua ngay, không chờ giao xa, giúp anh/chị bán nhanh hơn



Ví dụ: Chị Hoa lên top tìm kiếm địa phương, bán tăng 50% chỉ sau 1 tháng

Tiết kiệm chi phí:

Local SEO không tốn tiền (khác với quảng cáo), phù hợp tiểu thương vốn nhỏ



Hướng dẫn Local SEO cơ bản cho tiểu thương

Dưới đây là 4 bước đơn giản để anh/chị bắt đầu làm Local SEO trên Google, sàn TMĐT, và mạng xã hội:

a. Thêm địa phương vào từ khóa:



Từ khóa địa phương là gì?: Là cụm từ khách gõ để tìm hàng gần họ (VD: “mắm tép Thủ Đức”, “khô cá Tân An”).

Cách làm: Thêm tên chợ, quận, tỉnh vào tên sản phẩm, mô tả, hoặc bài đăng:



Trên sàn TMĐT: Đặt tên sản phẩm (VD: “Mắm Tép Ngon Thủ Đức – 70k/chai”)



Trên Zalo/Facebook: Đăng bài (VD: “Khô cá lóc Tân An – 150k/túi, giao tận nơi!”)



Ví dụ: Anh Ba đặt tên “Gạo ST25 Ngon Tân An – 50k/kg” trên Shopee, khách tìm “gạo Tân An” thấy ngay.



Đăng ký Google Business Profile (Google Doanh nghiệp của tôi)



Google Business Profile là gì?: Là công cụ miễn phí giúp shop anh/chị hiện trên Google Maps và tìm kiếm

Cách làm:



Vào business.google.com, nhấn “Bắt đầu ngay”



Đăng nhập Gmail (tạo mới nếu chưa có)



Điền thông tin: Tên shop (VD: “Mắm Tép Chị Hoa”), địa chỉ (chợ Thủ Đức), số điện thoại, loại hình (cửa hàng thực phẩm)



Xác minh qua mã gửi về điện thoại (mất 5 phút)



Thêm ảnh sản phẩm (VD: chai mắm tép), giờ mở cửa (VD: 7h-17h)



Lợi ích: Khách tìm “mắm tép gần đây” trên Google Maps thấy ngay shop anh/chị



Ví dụ: Chị Hoa đăng ký Google Business, khách ở Thủ Đức tìm “mắm tép Thủ Đức” thấy shop chị ngay

Tối ưu gian hàng trên sàn TMĐT :

Thêm địa phương vào tên gian hàng, mô tả sản phẩm (VD: “Khô Cá Lóc Tân An – 150k/túi”)


Điền địa chỉ chính xác trong “Cài đặt gian hàng” trên sàn TMĐT để sàn ưu tiên khách gần


Ví dụ: Anh Ba đổi tên gian hàng thành “Gạo Ngon Tân An – Anh Ba”, khách ở Tân An tìm “gạo ngon” thấy ngay






Tăng tương tác địa phương trên mạng xã hội

 Đăng bài trên nhóm Zalo/Facebook địa phương (VD: “Hội chợ Tân An”, “Mua bán Thủ Đức”)

 Dùng từ khóa địa phương (VD: “Khô cá lóc Tân An – 150k/túi, giao nhanh trong ngày!”)

 Nhấn khách quen đánh giá, chia sẻ bài (VD: “Chị ơi đánh giá 5 sao giúp em nhé!”)

Mẹo thực hành Local SEO cơ bản



Dùng tên chợ quen thuộc: Thêm tên chợ vào từ khóa (VD: “Khô Cá Chợ Tân An”, “Mắm Tép Chợ Thủ Đức”)



Đăng bài thường xuyên: 2-3 bài/tuần trên nhóm địa phương, kèm từ khóa (VD: “Gạo ST25 Tân An – 50k/kg”)



Khuyến khích đánh giá: Nhờ khách đánh giá trên Google Business hoặc sàn, càng nhiều đánh giá càng lên top



Kết hợp giao hàng nhanh: Ghi “Giao nhanh trong Tân An” để thu hút khách địa phương

Lưu ý thêm



Giữ thông tin chính xác: Địa chỉ, số điện thoại trên Google Business phải đúng để khách liên hệ được.



Không spam từ khóa: Đừng lặp quá nhiều (VD: “Mắm tép Thủ Đức, Thủ Đức, Thủ Đức”), khách thấy không tự nhiên



Kiên nhẫn: Local SEO cần 1-2 tháng để lên top, làm đều đặn sẽ có kết quả

Ví dụ thực tế:

Anh Ba bán gạo ST25 ở chợ Tân An, trước đây ít khách địa phương biết. Anh đặt tên “Gạo ST25 Ngon Tân An – 50k/kg” trên Shopee, đăng ký Google Business Profile với địa chỉ chợ Tân An, thêm ảnh bao gạo. Anh đăng bài “Gạo ST25 Tân An – 50k/kg, giao nhanh trong ngày!” vào nhóm “Mua bán Tân An” trên Facebook, nhờ 5 khách quen đánh giá 5 sao. Sau 2 tuần, sản phẩm lên top khi tìm “gạo Tân An” trên Google và Shopee, khách địa phương đặt 50 bao/tháng, gấp 3 lần trước.

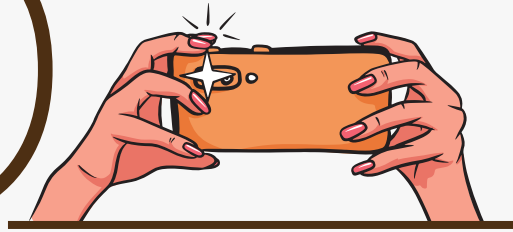
“Local SEO dễ làm, khách gần tìm đến mua nhiều hơn hẳn!”



Anh Ba



09



QUAY VIDEO NGẮN VÀ SỬA ẢNH



CÁC YẾU TỐ TIỂU THƯƠNG CẦN BIẾT KHI QUAY VIDEO NGẮN GIỚI THIỆU SẢN PHẨM



Quay video ngắn giới thiệu sản phẩm là gì?

Quay video ngắn giới thiệu sản phẩm là việc anh/chị dùng điện thoại để ghi lại hình ảnh, âm thanh về sản phẩm (như khô cá, mắm tép, gạo) trong 15-60 giây, sau đó đăng lên TikTok, Zalo, hoặc nhóm Facebook để khách xem. Video đẹp, bắt mắt không chỉ giúp sản phẩm nổi bật mà còn tạo thiện cảm, khiến khách tin tưởng và muốn mua ngay. Với tiểu thương, quay video không cần phức tạp – chỉ cần chú ý vài yếu tố là làm được.

Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép ở chợ Thủ Đức quay video 30 giây, khoe chai mắm đồ tươi, nói “Mắm tép Thủ Đức, 70k/chai, đậm đà lắm!”. Khách xem video trên TikTok, đặt ngay 15 chai.

Các yếu tố cần quan tâm khi quay video ngắn

Dưới đây là 5 yếu tố quan trọng để video của anh/chị bắt mắt và tạo thiện cảm với khách hàng:

a. Ánh sáng tốt, hình ảnh rõ nét

Tại sao quan trọng?: Ánh sáng tốt làm sản phẩm (VD: khô mực, mắm tép) trông tươi ngon, khách dễ bị thu hút

Cách làm:

Quay ngoài trời vào buổi sáng (7-9h) hoặc gần cửa sổ, ánh nắng tự nhiên làm video sáng rõ.

Tránh quay trong bóng tối hoặc dưới đèn vàng – video sẽ mờ, xấu

Ví dụ: Anh Ba quay gạo ST25 dưới nắng sáng, bao gạo trắng tinh, khách khen “nhìn sạch sẽ, muốn mua”



b. Bố cục đơn giản, tập trung vào sản phẩm

Tại sao quan trọng?: Bố cục gọn gàng giúp khách chú ý vào sản phẩm, không bị phân tâm

Cách làm:

Đặt sản phẩm chính giữa khung hình (VD: chai mắm tép ở giữa).

Dùng nền sạch (VD: bàn gỗ, giấy trắng), không để đồ lộn xộn xung quanh.

Quay cận cảnh để thấy chi tiết (VD: màu đỏ của mắm, độ dày của khô cá).

Ví dụ: Chị Hoa đặt chai mắm tép trên bàn gỗ, quay cận nắp chai và màu mắm, khách xem thấy rõ, thích ngay



c. Giọng nói hoặc chữ rõ ràng, thân thiện

Tại sao quan trọng?: Giọng nói/ chữ dễ hiểu, gần gũi tạo thiện cảm, khách cảm thấy tin tưởng

Cách làm:

Nếu nói: Nói to, rõ, giọng vui vẻ (VD: “Đây là khô cá lóc Tân An, 150k/túi, nướng lên thơm lắm!”)

Nếu không nói: Thêm chữ trên video (dùng CapCut miễn phí): “Mắm Tép Thủ Đức – 70k/chai, đậm đà!”

Cách thêm chữ với CapCut: Tải CapCut (CH Play/App Store), mở video, chọn “Text”, gõ chữ, chọn font to, màu nổi (VD: trắng, vàng)

Ví dụ: Anh Ba quay khô cá, nói “Khô cá lóc 150k/túi, ngon từ Tân An, đặt ngay nhé!” – khách nghe thân thiện, đặt 10 túi.

d. Thời lượng ngắn, nội dung hấp dẫn

Tại sao quan trọng?: Video ngắn (15-30 giây) giữ khách xem hết, nội dung hấp dẫn khiến họ muốn mua.

Cách làm:

Quay 3 phần: Mở đầu (khoa sản phẩm), giữa (nói giá, ưu đãi), kết (kêu gọi đặt hàng)

Ví dụ: 5 giây khoe khô mực, 5 giây nói “200k/kg, mua 2 giảm 10k”, 5 giây “Đặt ngay qua Zalo!”

Ví dụ: Chị Hoa quay 20 giây: Khoa chai mắm → “Mắm tép 70k/chai, mua 2 giảm 10k” → “Nhắn Zalo đặt liền nhé!” – khách xem hết, đặt ngay

e. Tạo cảm giác chân thật, gần gũi

Tại sao quan trọng?: Khách thích video thật, không chỉnh sửa quá đà, cảm giác như mua ở chợ

Cách làm:

Quay tại quầy chợ, thêm tiếng nói cười (VD: “Chào chị, mắm tép đây!”).

Khoa sản phẩm tự nhiên (VD: cầm khô cá lên, mở nắp chai mắm).

Tránh chỉnh màu quá (VD: mắm tép thành màu xanh), khách sẽ nghi

Ví dụ: Anh Ba quay tại quầy, cầm bao gạo ST25, nói “Gạo nhà làm, 50k/kg, thơm lắm!” – khách xem thấy thật, đặt 20 bao



Mẹo thực hành quay video hiệu quả

- **Dùng điện thoại đơn giản:** Không cần máy xịn, giữ tay chắc để không rung.
- **Quay nhiều góc:** Quay chính diện (thấy sản phẩm rõ), quay nghiêng (thấy chi tiết), chọn đoạn đẹp nhất.
- **Thêm nhạc vui:** Dùng CapCut thêm nhạc vui (chọn “Âm thanh” > “Nhạc vui”), video sinh động hơn.
- **Đăng giờ khách xem nhiều:** Đăng TikTok/Zalo lúc 6-8h tối, khách rảnh dễ thấy video.



CÁC YẾU TỐ TIỂU THƯƠNG CẦN BIẾT KHI CHỈNH SỬA, THIẾT KẾ ẢNH GIỚI THIỆU SẢN PHẨM



Chỉnh sửa, thiết kế ảnh giới thiệu sản phẩm là gì?

Chỉnh sửa, thiết kế ảnh giới thiệu sản phẩm là việc anh/chị dùng điện thoại và ứng dụng miễn phí (như Canva, PicsArt) để làm cho ảnh sản phẩm (như khô cá, mắm tép, gạo) trông đẹp, chuyên nghiệp hơn trước khi đăng lên sàn TMĐT, TikTok, hoặc nhóm Zalo/Facebook. Ảnh đẹp không chỉ giúp sản phẩm nổi bật mà còn tạo ấn tượng tốt, khiến khách muốn mua ngay. Với tiểu thương, việc này không cần phức tạp – chỉ cần chú ý vài yếu tố là làm được



Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép ở chợ Thủ Đức chụp ảnh chai mắm, dùng Canva thêm chữ “Mắm Tép Ngon – 70k/chai”, chỉnh sáng, đăng lên. Khách khen ảnh đẹp, đặt ngay 10 chai.

Các yếu tố cần quan tâm khi chỉnh sửa, thiết kế ảnh

Dưới đây là 5 yếu tố quan trọng để ảnh giới thiệu sản phẩm của anh/chị bắt mắt và thu hút khách hàng:

a. Ánh sáng và màu sắc rõ ràng:

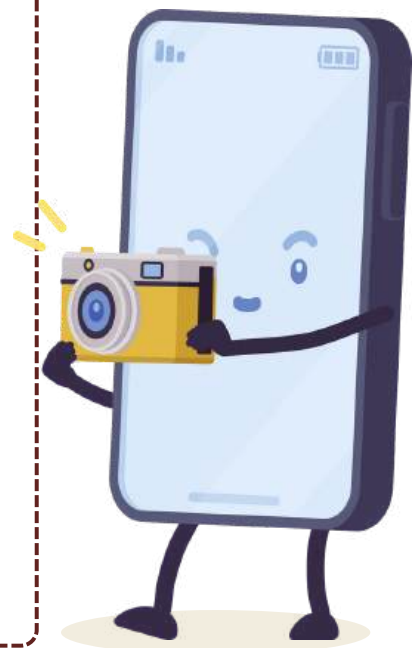
Tại sao quan trọng?: Ảnh sáng, màu sắc tự nhiên làm sản phẩm (VD: khô mực, mắm tép) trông tươi ngon, khách dễ bị thu hút.

Cách làm:

Nếu ảnh tối: Dùng ứng dụng (Canva, PicsArt) tăng độ sáng (Brightness) lên 10-20%.

Giữ màu thật: Không chỉnh màu quá (VD: mắm tép đỏ thành xanh), khách sẽ nghi ngờ.

Ví dụ: Anh Ba chụp bao gạo ST25 hơi tối, dùng Canva tăng sáng, bao gạo trắng tinh, khách khen “nhìn sạch sẽ”.



b. Bố cục gọn gàng, tập trung vào sản phẩm

Tại sao quan trọng?: Bố cục đơn giản giúp khách chú ý vào sản phẩm, không bị phân tâm bởi nền lộn xộn

Cách làm:

Cắt bỏ phần thừa: Dùng PicsArt (chọn “Crop”) để bỏ nền thừa, giữ sản phẩm ở giữa

Dùng nền sạch: Trong Canva, chọn nền trắng hoặc gỗ (Background > chọn mẫu)

Ví dụ: Chị Hoa chụp chai mắm tép, cắt bỏ góc bàn bần, thêm nền gỗ trên Canva, ảnh gọn gàng, khách thích ngay



c. Thêm chữ ngắn gọn, dễ đọc

Tại sao quan trọng?: Chữ rõ ràng giúp khách biết ngay giá, ưu đãi, tạo cảm giác chuyên nghiệp

Cách làm:

Dùng Canva: Chọn “Text”, gõ (VD: “Mắm Tép 70k/chai – Mua 2 giảm 10k”).

Chọn font to, dễ đọc (VD: Arial, font đậm), màu nổi (VD: trắng, vàng) trên nền tối.

Đặt chữ ở góc trên/dưới, không che sản phẩm.

Ví dụ: Anh Ba thêm chữ “Gạo ST25 – 50k/kg, Mua 2 giảm 10k” trên ảnh, màu vàng, khách thấy ngay giá, đặt 15 bao



d. Giữ ảnh chân thật, không chỉnh quá đà

Tại sao quan trọng?: Ảnh thật tạo niềm tin, khách nhận hàng đúng như kỳ vọng, tránh phàn nàn.

Cách làm:

Chỉ chỉnh sáng, cắt nền – không đổi màu sản phẩm (VD: khô cá vàng thành đỏ).

Giữ chi tiết tự nhiên (VD: màu đỏ của mắm tép, độ dày của khô mực).

Ví dụ: Chị Hoa chỉnh sáng ảnh mắm tép, giữ màu đỏ tự nhiên, khách nhận hàng khen “y như ảnh”



e. Tạo điểm nhấn bằng khung hoặc hiệu ứng nhẹ

Tại sao quan trọng?: Khung, hiệu ứng nhẹ làm ảnh nổi bật, chuyên nghiệp hơn, thu hút khách click xem

Cách làm:

Dùng Canva: Chọn “Elements” > “Frames”, thêm khung đơn giản quanh sản phẩm.

Thêm hiệu ứng: Chọn “Edit Image” > “Shadow” (bóng nhẹ) để sản phẩm nổi lên.

Ví dụ: Anh Ba thêm khung trắng quanh bao gạo ST25, bóng nhẹ, ảnh trông “pro”, khách xem nhiều hơn 30%.



Hướng dẫn cơ bản chỉnh sửa, thiết kế ảnh bằng Canva

Tải và đăng ký Canva:

Tải Canva (CH Play/App Store), đăng ký bằng số điện thoại hoặc email

Tạo thiết kế:

Mở Canva, chọn “Tạo thiết kế” > “Bài đăng mạng xã hội” (kích thước 1080x1080px)

Tải ảnh sản phẩm lên (nhấn “Uploads” > chọn ảnh từ điện thoại)

Chỉnh sửa:

Tăng sáng: Chọn ảnh > “Edit Image” > “Brightness”, kéo lên 10-20%.

Cắt nền: Chọn “Edit Image” > “Background Remover” (nếu cần).

Thêm chữ: Chọn “Text”, gõ “Khô Cá 150k/túi”, chọn font to, màu trắng.

Thêm khung: Chọn “Elements” > “Frames”, kéo khung quanh sản phẩm

Lưu và đăng:

Nhấn “Share” > “Save as PNG”, lưu vào điện thoại, đăng lên sàn hoặc nhóm



Mẹo thực hành chỉnh sửa, thiết kế ảnh hiệu quả

- **Chụp ảnh gốc tốt:** Chụp dưới ánh nắng sáng, nền sạch, để chỉnh sửa dễ hơn.
- **Dùng màu nổi bật:** Chữ trắng/vàng trên nền tối, chữ đen trên nền sáng – khách dễ đọc.
- **Giữ đơn giản:** Chỉ thêm 1-2 dòng chữ, 1 khung, không làm rối ảnh.
- **Thử nhiều kiểu:** Làm 2-3 ảnh khác nhau (VD: chữ trên/dưới), đăng thử xem kiểu nào khách thích.



10



SEEDING

TĂNG TƯƠNG TÁC



HƯỚNG DẪN TIÊU THƯƠNG SEEDING TRÊN CÁC GROUP ĐỂ TĂNG TƯƠNG TÁC



Seeding trên các group là gì?

Seeding trên các group là việc anh/chị tạo ra các bình luận, bài đăng, hoặc tương tác trên các nhóm (group) Facebook, Zalo để thu hút sự chú ý đến sản phẩm của mình (như khô cá, mắm tép, gạo). Mục tiêu là làm cho bài đăng “nổi bật” hơn, khiến nhiều người thấy, tương tác (thích, bình luận, chia sẻ), từ đó tăng cơ hội bán hàng.

Với tiêu thương, seeding là cách đơn giản, không tốn chi phí để quảng bá sản phẩm trong các nhóm địa phương hoặc nhóm mua bán.

Lợi ích của seeding trên các group

Tăng tương tác, thu hút khách:

Bài đăng có nhiều bình luận, lượt thích sẽ “nổi” lên đầu nhóm, nhiều người thấy hơn



Ví dụ: Anh Ba seeding bài gạo ST25, bài được 30 bình luận, 100 người xem, 15 khách đặt hàng

Tạo cảm giác tin cậy:

Khách thấy nhiều người quan tâm, bình luận, sẽ tin tưởng sản phẩm hơn



Ví dụ: Chị Hoa seeding “Mắm tép ngon, mua lần 2 rồi!”, khách mới thấy yên tâm, đặt ngay

Tạo cảm giác tin cậy:

Seeding không tốn tiền (khác với chạy quảng cáo), phù hợp tiêu thương vốn nhỏ



Ví dụ: Anh Ba không tốn đồng nào, chỉ nhờ bạn bè tương tác, bán tăng 20 bao gạo/tháng



Hướng dẫn chi tiết seeding trên các group

Dưới đây là các bước cụ thể để anh/chị bắt đầu seeding trên các nhóm Facebook hoặc Zalo:

a. Tìm và tham gia các nhóm phù hợp:

Tìm nhóm: Tìm nhóm địa phương hoặc nhóm mua bán (VD: “Mua bán Thủ Đức”, “Hội chợ Tân An”, “Mua bán thực phẩm sạch”)

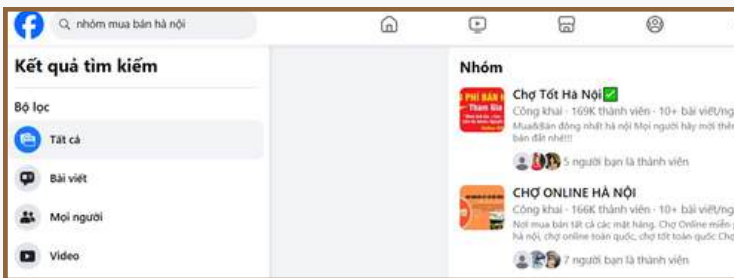
Trên Facebook: Gõ từ khóa “Mua bán + tên địa phương” (VD: “Mua bán Tân An”) vào thanh tìm kiếm

Trên Zalo: Tìm nhóm “Mua bán” hoặc hỏi khách quen để tham gia.

Tham gia: Nhấn “Tham gia nhóm”, trả lời câu hỏi (nếu có), chờ admin duyệt (1-2 ngày)



Ví dụ: Chị Hoa tham gia nhóm “Mua bán Thủ Đức” (5.000 thành viên), “Thực phẩm sạch Thủ Đức” (3.000 thành viên)



b. Đăng bài giới thiệu sản phẩm:



Viết bài ngắn gọn, hấp dẫn: Bao gồm tên sản phẩm, giá, ưu đãi, cách đặt hàng



Ví dụ: “Mắm Tép Ngon Thủ Đức – 70k/chai, mua 2 giảm 10k! Giao tận nơi, nhắn Zalo 090xxxxxxx!”



Thêm ảnh đẹp: Đăng 1-2 ảnh sản phẩm rõ nét (VD: chai mắm tép đỏ tươi, bao gạo ST25 trắng tinh)



Đăng giờ phù hợp: Đăng lúc 6-8h tối, khi nhiều người online



Ví dụ: Anh Ba đăng “Gạo ST25 Ngon Tân An – 50k/kg, mua 2 giảm 10k! Nhắn Zalo 090xxxxxxx” vào nhóm “Mua bán Tân An” lúc 7h tối

c. Tạo tương tác ban đầu (seeding)

Nhờ bạn bè, người thân tương tác: Hỏi 3-5 người quen (bạn bè, con cháu) vào bài đăng để:

Thích bài (nhấn “Like”)

Bình luận câu hỏi (VD: “Còn hàng không?”, “Giao Tân An bao lâu?”)

Chia sẻ bài (nhấn “Share” lên tường cá nhân).

Trả lời nhanh: Anh/chị vào trả lời các bình luận (VD: “Còn nhé, giao trong 1 giờ!”)

Ví dụ: Chị Hoa nhờ 3 bạn bình luận “Mắm ngon không?”, “Bao nhiêu tiền?”, chị trả lời “Ngon lắm, 70k/chai, đặt ngay nhé!” – bài được 20 lượt thích

d. Khuyến khích khách thật tương tác

Nhắn khách quen: Gửi link bài đăng qua Zalo, nhờ họ bình luận, đánh giá (VD: “Chị ơi vào bài này bình luận giúp em nhé!”)

Tặng ưu đãi: “Bình luận bài này, giảm 5k/đơn!” để khách tham gia

Ví dụ: Anh Ba nhắn 5 khách quen, tặng giảm 5k nếu bình luận “Gạo ngon, mua lần 2 rồi!” – bài được 10 bình luận thật





e. Theo dõi và duy trì tương tác



Kiểm tra bài đăng: Xem bài có được nhiều tương tác không (lượt thích, bình luận)



Trả lời thêm: Tiếp tục trả lời các bình luận mới để bài “nổi” lâu hơn



Đăng lại nếu cần: Nếu bài ít tương tác, đăng lại sau 2-3 ngày với nội dung mới (VD: thêm ưu đãi “Mua 2 miễn phí ship”)



Ví dụ: Chị Hoa thấy bài mắm tép được 30 tương tác, chị trả lời thêm 5 bình luận, bài tiếp tục “nổi” thêm 2 ngày, bán được 15 chai

Mẹo thực hành seeding hiệu quả



Bình luận tự nhiên: Viết như khách thật (VD: “Mắm ngon, giao nhanh không?”, “Gạo này có dẻo không?”), tránh lộ liễu (VD: “Shop này tốt nhất!”)



Chọn nhóm đông người: Ưu tiên nhóm 3.000-5.000 thành viên, nhiều người thấy bài hơn



Đăng đều đặn: 2-3 bài/tuần, mỗi lần seeding 3-5 bình luận để bài “nổi” lên



Kết hợp ưu đãi: Thêm khuyến mãi (VD: “Đặt trong nhóm hôm nay giảm 5k!”), khách dễ đặt hơn



Lưu ý khi seeding trên các group:



Không spam quá nhiều: Đừng đăng 5-10 bài/ngày, admin nhóm sẽ xóa hoặc cấm anh/chị. Chỉ đăng 1-2 bài/ngày, cách nhau 3-4 ngày



Tuân thủ quy định nhóm: Đọc kỹ quy định (VD: “Không đăng bán hàng vào thứ 7”), tránh bị xóa bài



Tránh bình luận giá quá đả: Đừng để 5 người cùng bình luận giống nhau (VD: “Ngon lắm!”), khách sẽ nghi ngờ



Giao hàng đúng hẹn: Seeding thu hút khách, nhưng nếu giao chậm, khách sẽ không quay lại.



Seeding trên group thông qua Link Tiếp Thị Liên Kết (mới):



Chức năng link Tiếp Thị Liên Kết là một phần của Chương trình Chương Trình Lưu Lượng Truy Cập Bên Ngoài của TikTok Shop, cho phép Nhà Sáng Tạo bán sản phẩm của Nhà Bán Hàng và kiếm hoa hồng từ bên ngoài Ứng dụng TikTok

Các cách chia sẻ link:

- **Chia sẻ link sản phẩm (Trang Chi Tiết Sản Phẩm)**

Tất cả các sản phẩm tiếp thị liên kết trong cùng cửa hàng với sản phẩm được quảng bá sẽ nhận được tỷ lệ hoa hồng trực tiếp.

- **Chia sẻ link chiến dịch:**

Tất cả các sản phẩm tiếp thị liên kết trong cùng chiến dịch hoặc cùng cửa hàng với các sản phẩm trong chiến dịch sẽ nhận được tỷ lệ hoa hồng trực tiếp.

- **Chia sẻ link Trang Cửa Hàng:**

Tất cả các sản phẩm tiếp thị liên kết trong cùng cửa hàng sẽ nhận được tỷ lệ hoa hồng trực tiếp

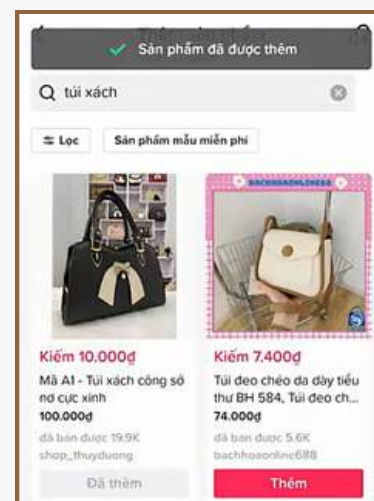
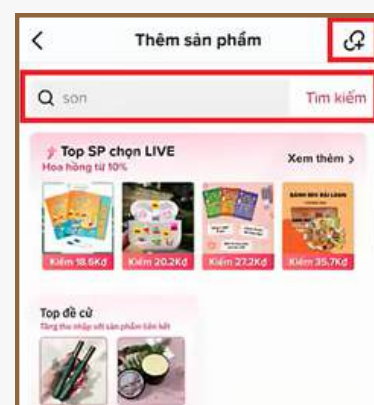
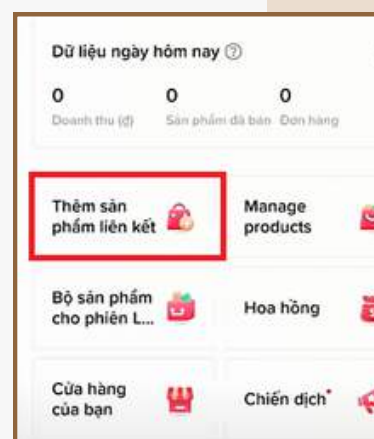
- **Chia sẻ link Trang trưng bày**

Tất cả các sản phẩm tiếp thị liên kết trong cùng showcase hoặc cùng cửa hàng với các sản phẩm trong showcase sẽ nhận được tỷ lệ hoa hồng trực tiếp

Lưu ý

Nhà bán hàng cần tạo chiến dịch Tiếp thị liên kết cho các sản phẩm trong cửa hàng

Ví dụ: Tạp hóa cô Mơ tăng trưởng doanh thu nhờ cài đặt tiếp thị liên kết để nhà sáng tạo seeding ngoài sàn



11



XÂY DỰNG CỘNG ĐỒNG KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH



HƯỚNG DẪN TIÊU THƯƠNG ÁP DỤNG LOYALTY (KHÁCH TRUNG THÀNH) VÀO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ



Loyalty (khách trung thành) là gì?

Loyalty (khách trung thành) là việc anh/chị **xây dựng một nhóm khách hàng thường xuyên quay lại mua hàng** (như khô cá, mắm tép, gạo) trên sàn TMĐT (Lazada, Shopee, TikTok Shop) hoặc qua mạng xã hội (Zalo, Facebook). Khách trung thành không chỉ giúp anh/chị có doanh thu ổn định mà còn giới thiệu thêm khách mới, tăng uy tín cho gian hàng. Với tiêu thương chợ truyền thống chuyển đổi số, xây dựng loyalty là bước quan trọng để cạnh tranh và phát triển bền vững.

Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép ở chợ Thủ Đức chăm sóc 20 khách quen qua Zalo, tặng ưu đãi “Mua lần 2 giảm 10k”. Kết quả: 15 khách quay lại mua đều mỗi tháng, doanh thu tăng 50%.

Hướng dẫn chi tiết áp dụng loyalty

Dưới đây là các bước cụ thể để anh/chị xây dựng khách trung thành khi kinh doanh thương mại điện tử:

a. Hiểu và phân loại khách hàng:

Xác định khách trung thành: Xem ai mua thường xuyên (VD: mua mắm tép 2-3 lần/tháng). Ghi lại tên, số điện thoại, sản phẩm họ hay mua

Ví dụ: Anh Ba thấy chị Mai mua gạo ST25 3 lần/tháng, anh ghi “Chị Mai – Gạo ST25”

Hiểu nhu cầu khách: Hỏi khách thích gì (VD: giao nhanh, giá rẻ, chất lượng ổn định). Nhắn tin hỏi: “Chị ơi mắm tép thế nào, có cần giao nhanh không?”

Ví dụ: Chị Hoa hỏi khách, biết họ thích giao trong ngày, chị ưu tiên giao nhanh.



Phân loại khách: Chia khách thành nhóm (VD: khách quen tại chợ, khách online, khách mới) để chăm sóc phù hợp.

Ví dụ: Anh Ba chia: “Khách quen chợ Tân An” (10 người), “Khách online Shopee” (15 người), “Khách mới” (5 người)



b. Đảm bảo chất lượng sản phẩm và dịch vụ



Chất lượng ổn định: Sản phẩm phải đúng như mô tả (VD: khô cá 500g/túi, gạo dẻo thơm), tránh khách thất vọng

Ví dụ: Chị Hoa luôn chọn mắm tép đồ tươi, khách khen “mắm ngon, đúng như quảng cáo”.



Giao hàng đúng hẹn: Giao trong 24-48 giờ (hoặc nhanh hơn nếu khách gần), tránh giao chậm làm mất lòng tin

Ví dụ: Anh Ba giao gạo ST25 trong 2 giờ cho khách Tân An, khách quay lại mua tiếp.



Hỗ trợ nhanh chóng: Trả lời tin nhắn, giải quyết thắc mắc (VD: “Hàng hỏng, đổi được không?”) trong 1-2 giờ

Ví dụ: Chị Hoa nhận tin “Mắm tép vỡ 1 chai”, chị nhắn ngay “Chị ơi em đổi chai mới liền!” – khách hài lòng.

c. Tạo ưu đãi và chương trình khách trung thành



Ưu đãi đặc biệt: Giảm giá, tặng quà cho khách quen (VD: “Mua lần 2 giảm 10k”, “Tặng muối ớt khi mua khô cá”)

Ví dụ: Anh Ba giảm 5k/kg gạo ST25 cho khách quen, 10 người đặt lại ngay



Chương trình tích điểm: Tích điểm mỗi lần mua, đổi quà (VD: mua 5 chai mắm tép tặng 1 chai). Ghi điểm vào sổ tay hoặc ứng dụng hỗ trợ quản lý bán hàng

Ví dụ: Chị Hoa ghi “Chị Mai mua 5 chai mắm, tặng 1 chai”, chị Mai vui, mua tiếp.



Cá nhân hóa ưu đãi: Dựa trên sở thích (VD: khách thích mắm tép, tặng muối ớt kèm; khách mua gạo, tặng gói muối)

Ví dụ: Anh Ba biết anh Hùng thích gạo ST25, tặng gói muối, anh Hùng đặt đều mỗi tháng

d. Xây dựng mối quan hệ cá nhân với khách



Giao tiếp thân thiện: Nhắn tin, gọi điện hỏi thăm (VD: “Chị ơi mắm tép tuần này thế nào, em giao nhé?”)

Ví dụ: Chị Hoa nhắn “Chị Mai ơi, mắm tép mới về, chị cần không?”, chị Mai đặt ngay 2 chai



Ghi nhớ thông tin khách: Lưu tên, sở thích vào Zalo hoặc sổ tay (VD: “Chị Mai – Mắm tép loại 1, giao nhanh”)

Ví dụ: Anh Ba lưu “Anh Hùng – Gạo ST25, 2 bao/tháng”, nhắn đúng người khi có hàng



Tạo cảm giác đặc biệt: Gửi lời cảm ơn sau mỗi đơn (VD: “Cảm ơn anh đã ủng hộ gạo ST25, lần sau em giảm 5k nhé!”)

Ví dụ: Chị Hoa nhắn “Cảm ơn chị Mai, lần sau em tặng muối ớt nhé!”, chị Mai rất vui

d. Sử dụng công cụ và nền tảng phù hợp



Nhắn tin định kỳ: Dùng Zalo, Facebook nhắn khách 1-2 lần/tuần (VD: “Tuần này gạo ST25 giảm 5k, đặt ngay anh/chị ơi!”)

Ví dụ: Anh Ba nhắn nhóm Zalo, 5 khách quen đặt gạo ngay



Chatbot chăm sóc: Cài chatbot tự nhắn khách (VD: “Anh/chị cần khô cá không, em giao ngay!”)

Xem bài “Dùng chatbot” trong cẩm nang

Ví dụ: Chị Hoa cài chatbot “Mắm tép 70k/chai, đặt ngay nhé!”, 10 khách nhắn đặt hàng



Nhóm khách quen: Tạo nhóm Zalo/Facebook để chăm sóc riêng (VD: “Khách quen Chị Hoa”), đăng ưu đãi, hỏi thăm

Ví dụ: Anh Ba tạo nhóm “Khách quen Gạo Anh Ba”, 20 người tham gia, bán 30 bao/tháng qua nhóm



e. Tăng trải nghiệm khách hàng trên sàn TMĐT



Đóng gói cẩn thận: Đảm bảo hàng không vỡ, không rách (VD: bọc bóng khí cho chai mắm tép)

Ví dụ: Chị Hoa bọc kỹ chai mắm, khách nhận không vỡ, đánh giá 5 sao



Mô tả sản phẩm rõ ràng: Viết đúng (VD: “Khô cá 150k/túi, 500g”), tránh khách nhận hàng khác kỳ vọng

Ví dụ: Anh Ba mô tả “Gạo ST25 50k/kg, 5kg/bao”, khách nhận đúng, hài lòng



Đánh giá và phản hồi: Nhờ khách đánh giá 5 sao, trả lời đánh giá (VD: “Cảm ơn anh, lần sau em giảm 5k!”)

Ví dụ: Chị Hoa nhắn “Chị ơi đánh giá 5 sao giúp em nhé!”, chị Mai đánh giá, khách mới tin tưởng đặt thêm



f. Đo lường và cải thiện loyalty



Theo dõi khách quay lại: Ghi lại bao nhiêu khách mua lần 2, lần 3 (VD: 10/50 khách quay lại). Dùng sổ tay hoặc KiotViet

Ví dụ: Anh Ba thấy 15/30 khách mua gạo lần 2, anh tặng ưu đãi để giữ khách



Hỏi ý kiến khách: Nhắn tin hỏi “Anh/chị thấy mắm tép thế nào, có cần cải thiện gì không?”

Ví dụ: Chị Hoa hỏi, khách nói “Giao nhanh hơn chút”, chị ưu tiên giao trong 1 giờ



Điều chỉnh chiến lược: Nếu khách không quay lại, xem lại chất lượng, giao hàng, ưu đãi (VD: tặng quà tặng, giao nhanh hơn)

Ví dụ: Anh Ba thấy khách ít quay lại, anh tặng muối kèm gạo, khách quay lại tăng 20%



Cách xử lý rủi ro và thách thức khi xây dựng loyalty

Cạnh tranh cao: Khách dễ chuyển sang shop khác nếu giá rẻ hơn, giao nhanh hơn

- **Khắc phục:** Tạo ưu đãi độc quyền (VD: “Chỉ khách quen giảm 10k”), giao hàng nhanh hơn (trong 1-2 giờ cho khách gần)

Khách không hài lòng: Giao hàng chậm, hàng hỏng làm mất lòng tin

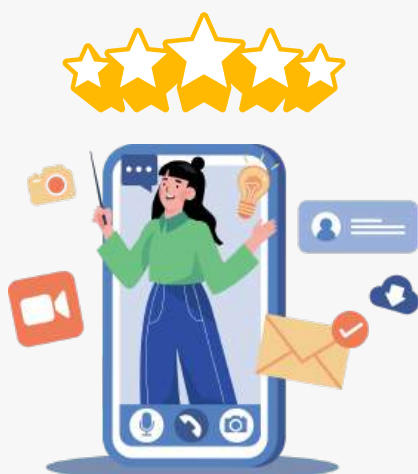
- **Khắc phục:** Giao đúng hẹn, kiểm tra hàng trước khi giao, đổi hàng ngay nếu hỏng

Chi phí duy trì: Ưu đãi, chăm sóc khách quen có thể tăng chi phí nếu không tính toán kỹ.

- **Khắc phục:** Tính toán lãi (VD: giảm 10k nhưng vẫn lãi 5k), ưu đãi vừa phải (VD: tặng quà nhỏ)

Làm phiền khách: Nhắn tin quá nhiều (VD: 5 tin/ngày) khiến khách khó chịu, rời nhóm

- **Khắc phục:** Nhắn 1-2 tin/tuần, hỏi “Anh/chị nhận tin lúc nào tiện?” để tránh làm phiền



Mẹo thực hành xây dựng loyalty hiệu quả

Bắt đầu từ khách quen tại chợ: Chăm sóc 5-10 khách quen trước, sau đó mở rộng ra khách online

Dùng công cụ miễn phí: Zalo, ứng dụng hỗ trợ quản lý bán hàng để nhắn tin, ghi thông tin khách, không tốn chi phí

Tạo cảm giác gần gũi: Gọi đúng tên khách (VD: “Chị Mai ơi”), nhắn tin thân thiện

Kiên nhẫn: Xây dựng khách trung thành cần 1-2 tháng, làm đều đặn sẽ có kết quả



12



XỬ LÝ **KHỦNG HOẢNG**



CÁCH XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG KHI TIỂU THƯƠNG KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



Khủng hoảng trong thương mại điện tử là gì?

Khủng hoảng trong thương mại điện tử là **những vấn đề bất ngờ xảy ra khi anh/chị kinh doanh online** (như trên Lazada, Shopee, TikTok Shop), **làm ảnh hưởng đến doanh thu, uy tín, hoặc hoạt động bán hàng**. Với tiểu thương nhỏ lẻ, các khủng hoảng thường đến từ chất lượng sản phẩm, giao hàng, khách hàng, hoặc công nghệ. Tuy nhiên, anh/chị có thể xử lý hiệu quả bằng các cách đơn giản, không tốn nhiều chi phí, để giữ khách và phát triển bền vững.

Ví dụ: Chị Hoa bán mắm tép ở chợ Thủ Đức gặp khủng hoảng khi giao hàng chậm, khách đánh giá 1 sao. Chị xử lý bằng cách xin lỗi, tặng quà, giao nhanh hơn – khách quay lại mua tiếp.

Cách xử lý các khủng hoảng cho tiểu thương

a. Khủng hoảng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ:

 **Hàng không đúng mô tả** (VD: khô cá 500g nhưng chỉ 400g):

- **Xử lý:** Kiểm tra kỹ trước khi giao (cân lại khô cá), mô tả rõ ràng (VD: “Khô cá 500g ± 20g”). Nếu khách phàn nàn, xin lỗi và bù thêm (VD: tặng 100g khô cá).
- **Ví dụ:** Anh Ba giao gạo ST25 thiếu 0,5kg, anh xin lỗi, bù thêm 1kg, khách hài lòng.

 **Hàng hỏng, vỡ** (VD: chai mắm tép vỡ):

- **Xử lý:** Đóng gói kỹ (bọc bóng khí, chèn giấy báo), đổi hàng ngay nếu hỏng (VD: “Chị ơi em giao chai mới liền!”).
- **Ví dụ:** Chị Hoa giao chai mắm vỡ, chị đổi ngay, khách đánh giá 5 sao “Shop uy tín”.

 **Giao hàng chậm:**


- **Xử lý:** Chọn đơn vị giao hàng uy tín (VD: GHTK, GHN), giao trong 24-48 giờ. Nếu trễ, xin lỗi, tặng ưu đãi (VD: “Xin lỗi anh, lần sau em giảm 5k!”).
- **Ví dụ:** Anh Ba giao gạo trễ 1 ngày, anh xin lỗi, tặng muối, khách không hủy đơn.

 **Hỗ trợ kém:**

- **Xử lý:** Trả lời tin nhắn trong 1-2 giờ (VD: “Hàng hỏng, đổi được không?” → “Được anh, em đổi ngay!”). Dành 30 phút/ngày để trả lời khách.
- **Ví dụ:** Chị Hoa trả lời “Em đổi chai mắm mới liền!” trong 30 phút, khách cảm ơn.



b. Khủng hoảng về uy tín và đánh giá

 **Đánh giá xấu** (VD: “Gạo không dẻo, giao chậm”):

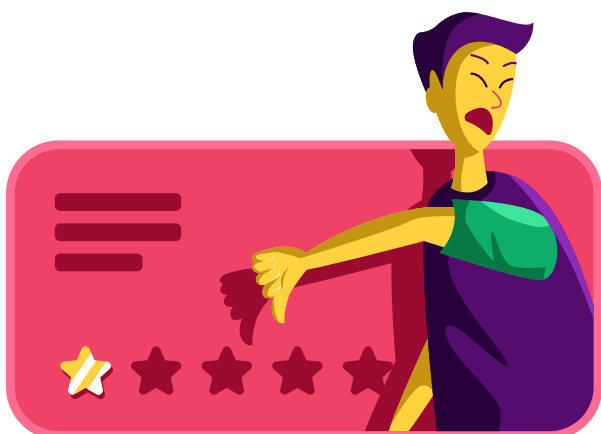
- **Xử lý:** Nhấn riêng xin lỗi, bù đắp (VD: “Em xin lỗi, em tặng 1kg gạo nhé!”), nhờ khách chỉnh đánh giá. Trả lời công khai “Cảm ơn anh, em sẽ cải thiện!”.
- **Ví dụ:** Anh Ba nhận đánh giá 1 sao, anh tặng 1kg gạo, khách đổi thành 4 sao

 **Phàn nàn công khai** (VD: “Mắm tép shop này không ngon”):


- **Xử lý:** Bình tĩnh, nhấn riêng giải quyết (VD: “Chị ơi em đổi chai mới nhé!”), trả lời công khai “Em xin lỗi, em sẽ khắc phục ngay!”.
- **Ví dụ:** Chị Hoa thấy khách chê trên nhóm, chị nhấn riêng đổi hàng, khách xóa bài.

 **Bị sàn cảnh cáo** (VD: giao trễ, hàng giả):


- **Xử lý:** Đọc kỹ quy định sàn (VD: giao trong 24 giờ), giao đúng hẹn, bán hàng thật (VD: mắm tép nhà làm). Nếu bị phạt, liên hệ sàn xin hỗ trợ.
- **Ví dụ:** Anh Ba giao trễ, bị cảnh cáo, anh gọi hotline Shopee, cam kết cải thiện, được bỏ qua.



c. Khủng hoảng về cạnh tranh và giá cả

 **Cạnh tranh khốc liệt** (VD: đối thủ bán khô cá 130k, anh/chị 150k):

- **Xử lý:** Tạo giá trị khác (VD: “Khô cá 150k, tặng muối ớt, giao nhanh 1 giờ”), không giảm giá sâu để tránh lỗ.
- **Ví dụ:** Chị Hoa giữ giá mắm tép 70k, tặng muối ớt, khách vẫn mua.

 **Chiến lược giá sai** (VD: bán lỗ):

- **Xử lý:** Tính giá vốn trước (VD: mắm tép 55k/chai, bán 70k, giảm còn 65k vẫn lãi). Giới hạn khuyến mãi (VD: “Giảm 5k cho 10 đơn đầu”).
- **Ví dụ:** Anh Ba tính giá gạo 40k/kg, bán 50k, giảm còn 45k, vẫn lãi 5k.



Khách so sánh:

- **Xử lý:** Nhấn mạnh điểm mạnh (VD: “Gạo ST25 nhà làm, giao nhanh Tân An”), chăm sóc khách quen (VD: “Chị Mai ơi, em giảm 5k cho chị!”).
- **Ví dụ:** Chị Hoa giao mắm tép trong 1 giờ, khách không chuyển sang shop khác.



d. Khủng hoảng về quản lý đơn hàng



Hết hàng tồn kho:

- **Xử lý:** Kiểm tra tồn kho trước khi khuyến mãi (VD: còn 20 chai mắm), nhập thêm nếu cần. Thông báo khách nếu hết (VD: “Hết hàng, em giao sau 2 ngày nhé!”).
- **Ví dụ:** Anh Ba kiểm tra còn 30 bao gạo, chạy khuyến mãi 20 bao, không bị hủy đơn.



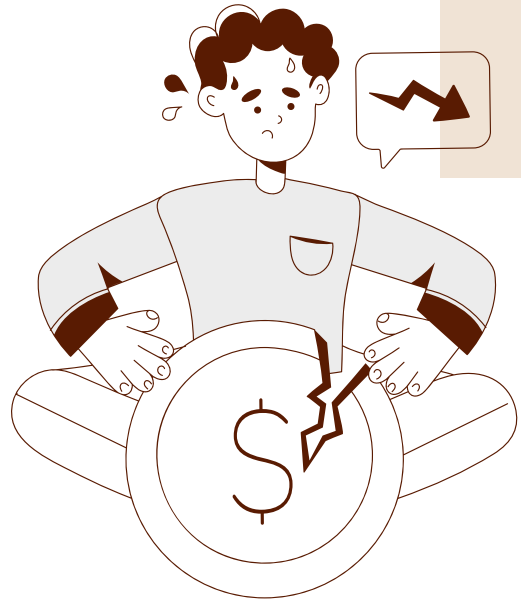
Giao nhầm hàng:

- **Xử lý:** Ghi rõ đơn hàng (VD: “Chị Mai – 2 chai mắm tép”), kiểm tra trước khi giao. Nếu nhầm, đổi ngay, xin lỗi (VD: “Em giao lại liền!”).
- **Ví dụ:** Chị Hoa giao nhầm khô cá, chị đổi mắm tép, tặng thêm muối ớt, khách vui.



Quá tải đơn hàng:

- **Xử lý:** Giới hạn đơn/ngày (VD: 10 đơn/ngày), nhờ người thân giúp đóng gói, giao hàng.
- **Ví dụ:** Anh Ba nhờ con đóng gói, giao 15 đơn/ngày, không bị trễ.



e. Khủng hoảng về tài chính và chi phí



Chi phí tăng cao:

- **Xử lý:** Tính phí sàn (5-10%), vận chuyển (20-40k/đơn) vào giá bán (VD: gạo 40k + 10k phí = 50k, bán 60k).
- **Ví dụ:** Chị Hoa tính mắm tép 55k + 5k phí = 60k, bán 70k, lãi 10k.



Khuyến mãi lỗ:

- **Xử lý:** Giới hạn khuyến mãi (VD: “Giảm 5k cho 10 đơn”), tính lãi trước (VD: giảm 5k vẫn lãi 5k).
- **Ví dụ:** Anh Ba giảm 5k/kg gạo, giới hạn 20 bao, vẫn lãi 100k.



Khách hủy đơn:

- **Xử lý:** Yêu cầu khách chuyển khoản trước (VD: “Chuyển 50k qua MoMo trước nhé!”), hoặc chọn đơn vị giao hàng thu tiền hộ (COD).
- **Ví dụ:** Chị Hoa yêu cầu chuyển khoản trước, không bị hủy đơn.



f. Khủng hoảng về công nghệ và kỹ thuật



Không quen công nghệ:

- **Xử lý:** Nhờ con cháu hướng dẫn (VD: “Cháu ơi đăng sản phẩm trên Shopee giúp cô!”), xem video hướng dẫn trên YouTube (gõ “Cách dùng Lazada Seller”).
- **Ví dụ:** Anh Ba nhờ con đăng sản phẩm, học 1 tuần là tự làm được.



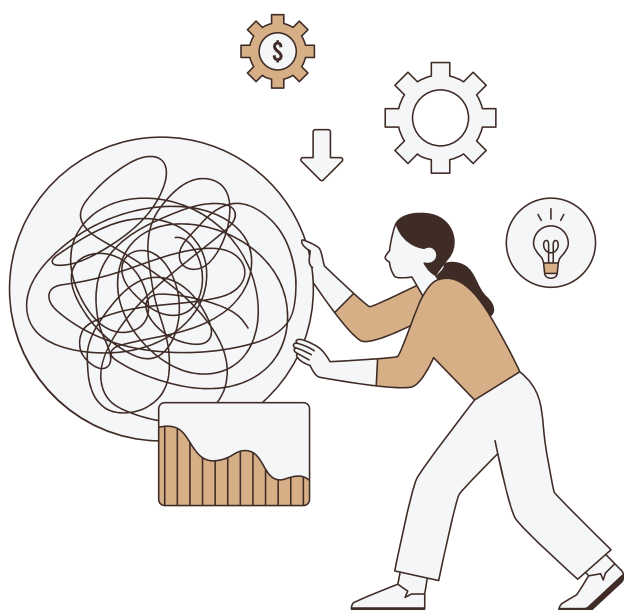
Lỗi hệ thống sàn:

- **Xử lý:** Gọi hotline sàn (VD: Shopee 1900 1221), nhắn khách “Hệ thống lỗi, em giao ngay khi sửa xong!”.
- **Ví dụ:** Chị Hoa gọi Lazada, giải quyết lỗi đơn trong 1 ngày.



Mạng yếu:

- **Xử lý:** Dùng wifi ổn định (VD: wifi nhà, quán cà phê), kiểm tra đơn vào sáng/tối khi mạng tốt.
- **Ví dụ:** Anh Ba dùng wifi nhà, không bỏ sót đơn.



g. Khủng hoảng về khách hàng và tương tác



Khách không hài lòng:

- **Xử lý:** Xin lỗi, bù đắp (VD: “Em xin lỗi giao chậm, em giảm 5k lần sau!”), cải thiện (giao nhanh hơn, đóng gói kỹ hơn).
- **Ví dụ:** Chị Hoa giao chậm, tặng muối ớt, khách quay lại mua.



Khách gian lận (VD: nói “không nhận được hàng”):

- **Xử lý:** Chụp ảnh đơn hàng trước khi giao, lưu biên nhận giao hàng (VD: ảnh shipper giao). Nếu khách gian lận, báo sàn giải quyết.
- **Ví dụ:** Anh Ba chụp ảnh bao gạo giao, khách không gian lận được.



Thiếu tương tác:

- **Xử lý:** Seeding bài đăng (nhờ bạn bè bình luận “Ngon không?”, trả lời “Ngon lắm!”), đăng nhóm đồng người (VD: “Mua bán Tân An”).
- **Ví dụ:** Chị Hoa seeding, bài mắm tép được 30 bình luận, 10 khách đặt.



h. Khủng hoảng về pháp lý và quy định



Vi phạm quy định sàn:

- **Xử lý:** Giao đúng hẹn, tránh hủy đơn (VD: giao 10 đơn/ngày, không hủy). Nếu bị phạt, liên hệ sàn xin hỗ trợ.
- **Ví dụ:** Chị Hoa giao trễ, bị phạt 50k, chị gọi Lazada, cam kết cải thiện, được miễn phạt.



Phí phạt từ sàn:

- **Xử lý:** Giao đúng hẹn, tránh hủy đơn (VD: giao 10 đơn/ngày, không hủy). Nếu bị phạt, liên hệ sàn xin hỗ trợ.
- **Ví dụ:** Chị Hoa giao trễ, bị phạt 50k, chị gọi Lazada, cam kết cải thiện, được miễn phạt.



Vấn đề thuế và giấy phép: Tham khảo bài chi tiết về thuế TMĐT

- **Xử lý:** Đăng ký kinh doanh nhỏ lẻ (tại phường/xã, chi phí thấp), hỏi kế toán về thuế (VD: thuế môn bài 300k/năm).
- **Ví dụ:** Anh Ba đăng ký kinh doanh, không lo bị kiểm tra.



i. Khủng hoảng về nguồn lực và thời gian



Thiếu nhân lực:

- **Xử lý:** Nhờ người thân giúp (VD: con đóng gói, chồng giao hàng), giới hạn đơn/ngày (VD: 10 đơn).
- **Ví dụ:** Chị Hoa nhờ con đóng gói, giao 15 đơn/ngày, không quá tải.



Quá tải thời gian:

- **Xử lý:** Chia thời gian (VD: sáng bán chợ, tối xử lý đơn online), dùng chatbot tự trả lời khách.
- **Ví dụ:** Anh Ba dùng chatbot Zalo, tiết kiệm 1 giờ/ngày.



Thiếu kiến thức:

- **Xử lý:** Học từng bước (VD: xem bài "SEO cơ bản", "Seeding" trong cẩm nang), nhờ con cháu hỗ trợ.
- **Ví dụ:** Chị Hoa học seeding, bài đăng được 50 tương tác, bán tăng 20 chai mắt.



k. Khủng hoảng về tâm lý và động lực



Áp lực doanh số:

- **Xử lý:** Đặt mục tiêu nhỏ (VD: bán 10 đơn/tuần), không so sánh với shop lớn, nghỉ ngơi khi mệt.
- **Ví dụ:** Anh Ba đặt mục tiêu 10 bao gạo/tuần, đạt được, tự tin hơn.



Phản hồi tiêu cực:

- **Xử lý:** Bình tĩnh, giải quyết (VD: xin lỗi, bù đắp), tập trung vào khách hài lòng (VD: 10 khách khen gạo ngon).
- **Ví dụ:** Chị Hoa nhận đánh giá xấu, chị xin lỗi, tặng quà, khách đổi đánh giá, chị tự tin tiếp tục.



So sánh với đối thủ:

- **Xử lý:** Tập trung vào điểm mạnh (VD: “Gạo ST25 nhà làm, giao nhanh”), học hỏi đối thủ (VD: đối thủ seeding, mình cũng làm).
- **Ví dụ:** Anh Ba học cách seeding từ đối thủ, bán tăng 15 bao/tháng, không nản nữa.



Mẹo thực hành xử lý khủng hoảng hiệu quả

- **Bình tĩnh, xin lỗi trước:** Dù lỗi do ai, xin lỗi khách (VD: “Em xin lỗi anh!”), khách sẽ dễ bỏ qua.
- **Ghi chép đơn hàng:** Dùng sổ tay hoặc KiotViet ghi đơn (VD: “Chị Mai – 2 chai mắm”), tránh nhầm.
- **Nhờ hỗ trợ, bổ sung nguồn lực khi quá tải**
- **Học hỏi dẫn:** Xem cẩm nang (VD: “SEO cơ bản”, “Seeding”), học từng bước, không vội.



“CHỨC BÀ CON
THÀNH CÔNG
TRÊN HÀNH TRÌNH
CHUYỂN ĐỔI SỐ”

