

7 THAY ĐỔI RẤT CẦN THIẾT GIÚP BẠN BÁN HÀNG ONLINE THÀNH CÔNG TRONG NĂM 2014



Năm mới Giáp Ngọ 2014 đã tới, một năm hứa hẹn nhiều cơ hội cũng như thử thách đối với các mô hình thương mại điện tử tại Việt Nam. Để giúp bạn tự tin hơn khi kinh doanh online, Zopim xin chia sẻ cùng bạn 7 điểm nếu có điều kiện thay đổi thì bạn nên thay đổi trong năm mới 2014 này để công việc kinh doanh của bạn gặt hái nhiều thành công hơn

Như bạn biết đấy, mỗi chúng ta đều có vô vàn các mục tiêu, mong ước và dự định cần làm cho một năm mới. Nếu không khéo léo, đôi khi chúng ta sẽ bị “chết chìm” trong các kế hoạch cá nhân, nào là giảm cân, đi du lịch, phát triển các mối hệ xã hội, mua nhà, sắm xe, học nấu ăn, tham gia 1 khóa học, bỏ thuốc lá, v.v.... Bỗng chốc, tất cả những dự định cá nhân đó đã “đè bẹp” và choán hết mong muốn cải thiện hoạt động kinh doanh trực tuyến của bạn.

Hoặc giả sử bạn vừa trải qua 1 năm 2013 kinh doanh bết bát (giả sử thôi nhé!), mong ước lớn nhất của bạn giờ đây là tìm ra những cách nhằm cải thiện công việc kinh doanh. Bạn đang vò đầu bứt tai tìm cách để có thể bán được hàng trên website của mình?

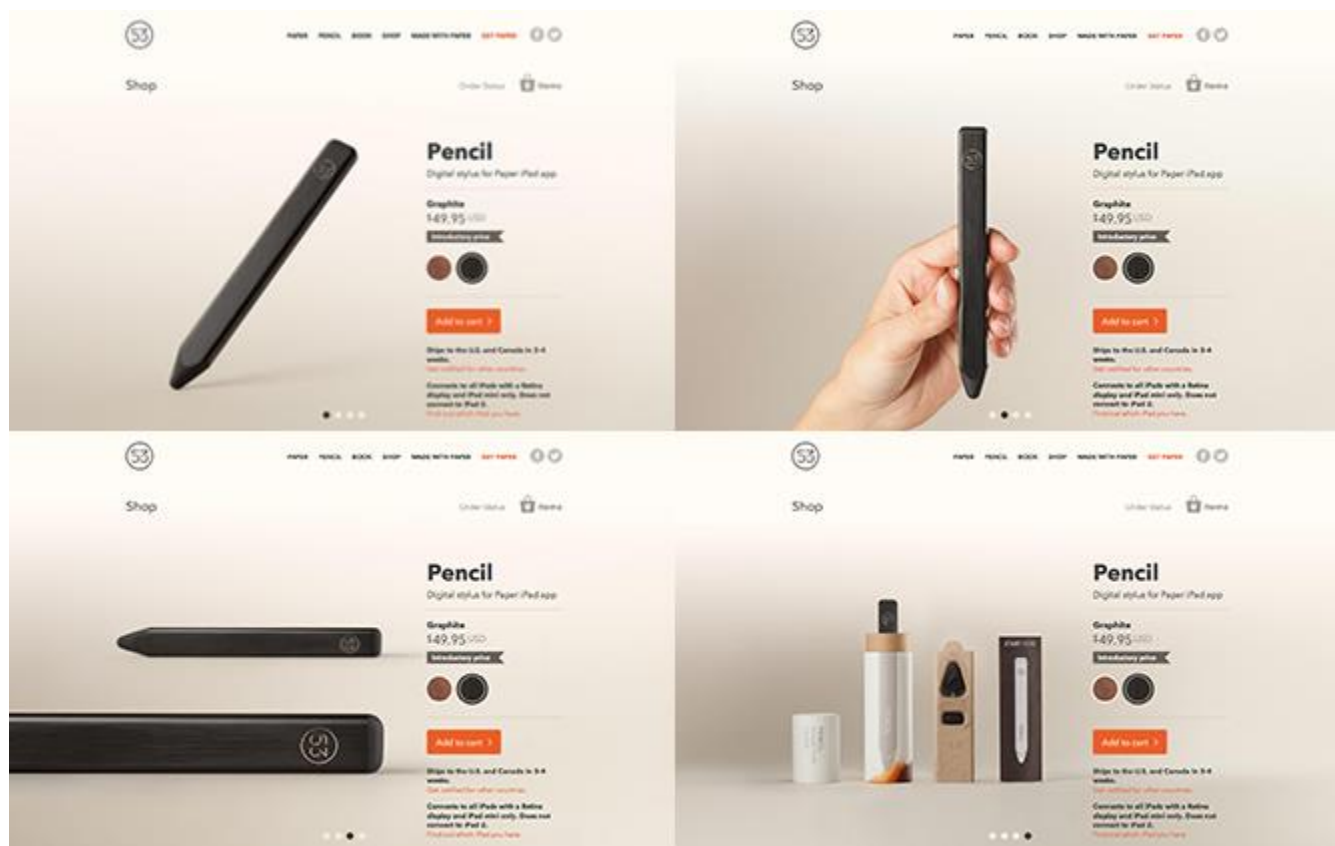
Bạn có bị rơi vào tình trạng đó không?

Nếu câu trả lời là có, tôi muốn bạn hãy dừng lại ít phút và cùng tôi nhìn lại những việc nên tập trung giải quyết để có thể giúp bạn cải thiện được hoạt động kinh doanh online.

1. Làm mới hình ảnh sản phẩm

Rất nhiều bài viết trên Blog mà chúng tôi gửi tới bạn đều nhấn mạnh yếu tố hình ảnh sản phẩm quan trọng đến nhường nào tới việc ra quyết định mua hàng của khách hàng. Chính vì vậy, bạn đừng quên đầu tư cho khâu tối quan trọng này. Có thể bạn đã đầu tư một bộ ảnh hoành tráng mô tả sản phẩm và dự định dùng hết năm này qua năm khác. Tuy nhiên lời khuyên chân thành của tôi là bạn nên tìm cách làm mới hình ảnh sản phẩm.

Có nhiều cách để làm mới hình ảnh sản phẩm: thay đổi góc chụp hình, thay đổi kích cỡ của ảnh, thay đổi ánh sáng, đặt sản phẩm trong các phong nền hoặc khung cảnh khác nhau, thay đổi màu sắc của sản phẩm, chụp ảnh sản phẩm trong quá trình tiêu dùng hoặc sử dụng, tạo 1 series ảnh sản phẩm, v.v... Nói tóm lại là có rất nhiều cách khác nhau, vấn đề là bạn cần tập trung suy nghĩ và sáng tạo theo cách riêng của mình.



Một website chỉ chuyên bán bút chì, nhưng họ rất tập trung vào việc làm mới hình ảnh sản phẩm tới từng chi tiết tỉ mỉ nhất.

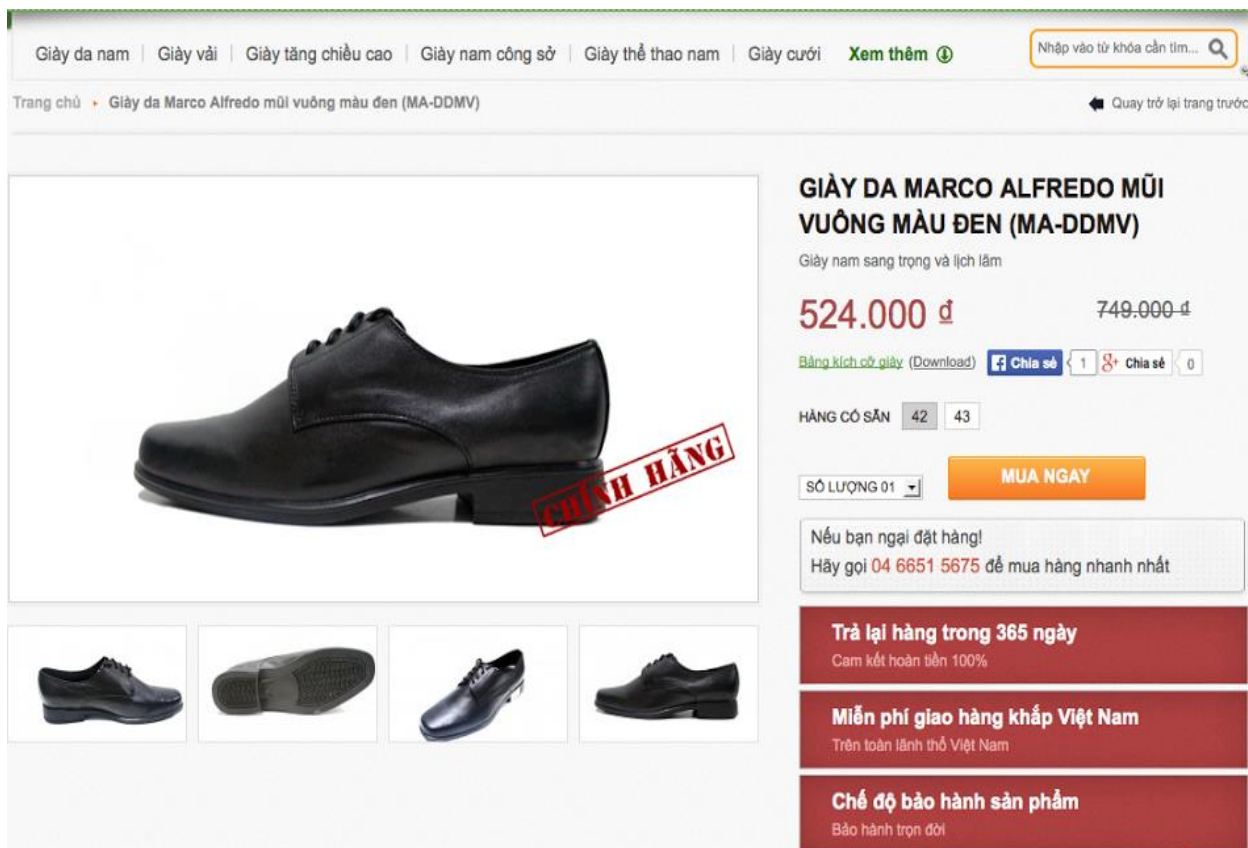
Nhiều người không tin vào hiệu quả của việc làm mới hình ảnh sản phẩm, nhưng ví dụ trong thống kê này đã chỉ ra rằng bạn chỉ cần thay đổi kích thước hình ảnh cũng có thể tăng cơ hội bán được hàng lên 9,46%!

Cho dù bạn đang nhắm tới mục tiêu trong năm mới là giảm tỷ lệ rời bỏ website (bounce rate) hay tăng thời gian và số trang khách hàng viếng thăm website của bạn thì việc có hình ảnh mô tả sản phẩm hấp dẫn luôn là giải pháp mà bạn cần phải đặt lên hàng đầu.

Bên cạnh làm mới hình ảnh sản phẩm, bạn cũng nên tính tới 2 việc đi kèm sau:

- Tối ưu hóa hình ảnh sản phẩm để sản phẩm đó có thể dễ dàng được tìm thấy trên các công cụ tìm kiếm, dễ dàng chia sẻ trên các mạng xã hội. Tôi sẽ đề cập với bạn thủ thuật này trong 1 bài viết khác.

- Nếu có thể, hãy đưa thêm cả những đoạn video mô tả về sản phẩm đi kèm trong phần giới thiệu, để khách hàng nhìn thấy rõ sản phẩm của bạn hơn. Bạn hãy thử quan sát cách mà site Giaytot.com làm trong việc đưa hình ảnh, video về sản phẩm như hình dưới đây:



Giày da nam | Giày vải | Giày tăng chiều cao | Giày nam công sở | Giày thể thao nam | Giày cưới | Xem thêm

Nhập vào từ khóa cần tìm...

Trang chủ > Giày da Marco Alfredo mũi vuông màu đen (MA-DDMV) < Quay trở lại trang trước

GIÀY DA MARCO ALFREDO MŨI VUÔNG MÀU ĐEN (MA-DDMV)

Giày nam sang trọng và lịch lãm

524.000 đ ~~749.000 đ~~

[Bảng kích cỡ giày](#) (Download) [Chia sẻ](#) [Chia sẻ](#)

HÀNG CÓ SẴN 42 43

SỐ LƯỢNG 01 **MUA NGAY**

Nếu bạn ngại đặt hàng!
Hãy gọi **04 6651 5675** để mua hàng nhanh nhất

Trả lại hàng trong 365 ngày
Cam kết hoàn tiền 100%

Miễn phí giao hàng khắp Việt Nam
Trên toàn lãnh thổ Việt Nam

Chế độ bảo hành sản phẩm
Bảo hành trọn đời

Ảnh mô tả sản phẩm của Giaytot.com...

...đi kèm video giới thiệu về sản phẩm.



Website này còn thể hiện sản phẩm tới từng chi tiết cấu thành.



Hình ảnh sản phẩm trong 1 bộ sưu tập (collection) cũng là cách sáng tạo trong mô tả.

2. Phân nhóm danh sách gửi mail tới khách hàng

Theo quan sát của tôi, phần lớn các website thương mại điện tử hiện nay thường có thói quen gửi cùng 1 email quảng cáo hoặc giới thiệu sản phẩm tới tất cả các khách hàng mà họ có. Nếu bạn bình tĩnh ngồi ngẫm lại thì bạn sẽ thấy cách làm này mang lại hiệu quả chả hơn gì cách gửi thư quảng cáo qua đường bưu điện truyền thống.

Bạn cứ thử hình dung, nếu bạn là đàn ông nhưng suốt ngày nhận được email giới thiệu về những sản phẩm chăm sóc da dành cho phái đẹp, bạn đang ở Hà Nội nhưng mở hòm thư ra là tràn ngập những quảng cáo chỉ bán sản phẩm tại Thành phố Hồ Chí Minh. Hoặc tệ

hơn nữa, khi bạn nhận được email quảng cáo mà bạn chẳng thể nhớ nổi là mình đăng ký nhận nó từ lúc nào. Nhận được email như vậy thì bạn có thấy khó chịu không?

Chính vì vậy, việc phân loại đối tượng nhận email trước khi gửi là việc bạn nên làm. Mỗi nhóm khách hàng như vậy lại cần một chiến dịch email khác biệt. Việc phân loại có thể dựa trên đặc tính của khách hàng, sở thích, thói quen mua sắm, giới tính, độ tuổi, địa điểm, v.v... Tất nhiên bạn cũng cần đặt nhóm phân loại trong mối liên hệ với tính chất của hàng hóa hoặc dịch vụ mà bạn bày bán.

Bản thân người viết bài từng có lần thắc mắc với CEO của Memua.vn vì thỉnh thoảng lại không nhận được bản tin điện tử của website này và nhận được câu trả lời: website phân loại người nhận bản tin theo giới tính, nên có thể những khách hàng là nam giới đã không nhận được bản tin.



Đồ cho bé

Sữa, thực phẩm

Đồ chơi

Đồ cho mẹ

Gia dụng

Chăm sóc gia đình

Những sản phẩm chiết xuất từ thảo dược, thiên nhiên sẽ là lựa chọn tuyệt vời và đặc biệt an toàn cho mọi làn da, kể cả da nhạy cảm. Memua.vn đặc biệt tuyển chọn để giới thiệu cho các bạn những sản phẩm tốt nhất, giá hợp lý.

[MUA NGAY >](#)

Chăm sóc da mặt



Serum tái tạo và săn chắc da tinh chất Hoa hồng và nhau thai cừu Lanopearl (25ml)

1,700,000 đ
~~3,700,000 đ~~

[MUA NGAY >](#)



Gel nha đam giữ ẩm Skin Watchers (100ml)

378,000 đ
~~630,000 đ~~

[MUA NGAY >](#)



Gel tẩy tế bào chết dưỡng ẩm đu đủ Skin Watchers (100ml)

388,000 đ
~~580,000 đ~~

[MUA NGAY >](#)



Bộ chăm sóc da mặt Tanamera: sữa rửa mặt, toner hoa hồng, kem dưỡng mặt

810,000 đ
~~900,000 đ~~

[MUA NGAY >](#)

3. Xác định rõ điểm khác biệt

Điều này đồng nghĩa với việc bạn phải trả lời bằng được câu hỏi muôn thuở trong kinh doanh: Bạn là ai trên thị trường cạnh tranh này? Câu “biết rồi khổ lắm nói mãi” này nghe chừng có vẻ nhảm tai nhưng thực tế cho thấy vô số mô hình thương mại điện tử đã không chỉ ra rõ ràng điểm khác biệt của mình là gì.

Tôi từng gặp rất nhiều bạn trẻ đã cực kỳ phấn khích với ý tưởng khởi nghiệp của mình, nhưng chỉ vài ngày sau đó họ nhận ra rằng tập khách hàng tiềm năng của họ có thể chọn hàng tá nếu không muốn nói là hàng trăm địa chỉ online khác thay vì chọn họ. Họ loay hoay trong việc định vị bản thân.

Ngay kể cả những doanh nghiệp kinh doanh được một thời gian dài, bỗng một ngày đẹp trời họ cũng quên khuấy đi mất sự cần thiết phải tìm điểm khác biệt của mình so với các đối thủ cạnh tranh. Hay nói cách khác, cho dù bạn vừa mới trong trứng nước hay đã là lão làng thì vẫn phải xác định rõ điểm khác biệt của mình là gì, một cách thường xuyên và đừng quên việc này. Trong Marketing, hoạt động này được gọi là: xác định “lợi điểm bán hàng độc nhất” (Unique Selling Proposition – USP).



Lợi thế bán hàng duy nhất sẽ giúp thương hiệu nổi bật trong đám đông những thương hiệu khác. Xác định được “lợi thế bán hàng độc nhất” là một trong những điểm căn bản nhất để tạo dựng thương hiệu hay tiếp thị một sản phẩm. Mỗi khi bạn xem một quảng cáo

hay một thông tin về sản phẩm mới, có lẽ câu hỏi đầu tiên bạn nghĩ đến là “liệu sản phẩm này có gì khác biệt?”, điểm khác biệt chính là USP của một sản phẩm. Nếu một sản phẩm không có điểm khác biệt USP hoặc không được truyền thông hiệu quả thì sẽ trở thành sản phẩm “me too” và khả năng thành công trên thị trường sẽ thấp hơn nhiều.

4. Tối ưu hóa giao dịch trên từng email

Thật khó để bạn tìm thấy một mô hình thương mại điện tử thành công trên thị trường hiện nay mà lại không sử dụng tới email marketing (tiếp thị qua thư điện tử). Nói như vậy để bạn thấy rõ tầm quan trọng của email marketing đối với website bán hàng trực tuyến là không phải bàn cãi.

Tuy nhiên, tại Việt Nam, hầu hết các website thương mại điện tử khi mới chập chững bước vào môi trường trực tuyến thường hay chỉ coi email marketing như một công cụ để gửi đi các bản tin điện tử (đưa “content” tới khách hàng) hoặc là thứ giúp bạn trao cho khách hàng mã khuyến mại khi mua hàng (coupon code).

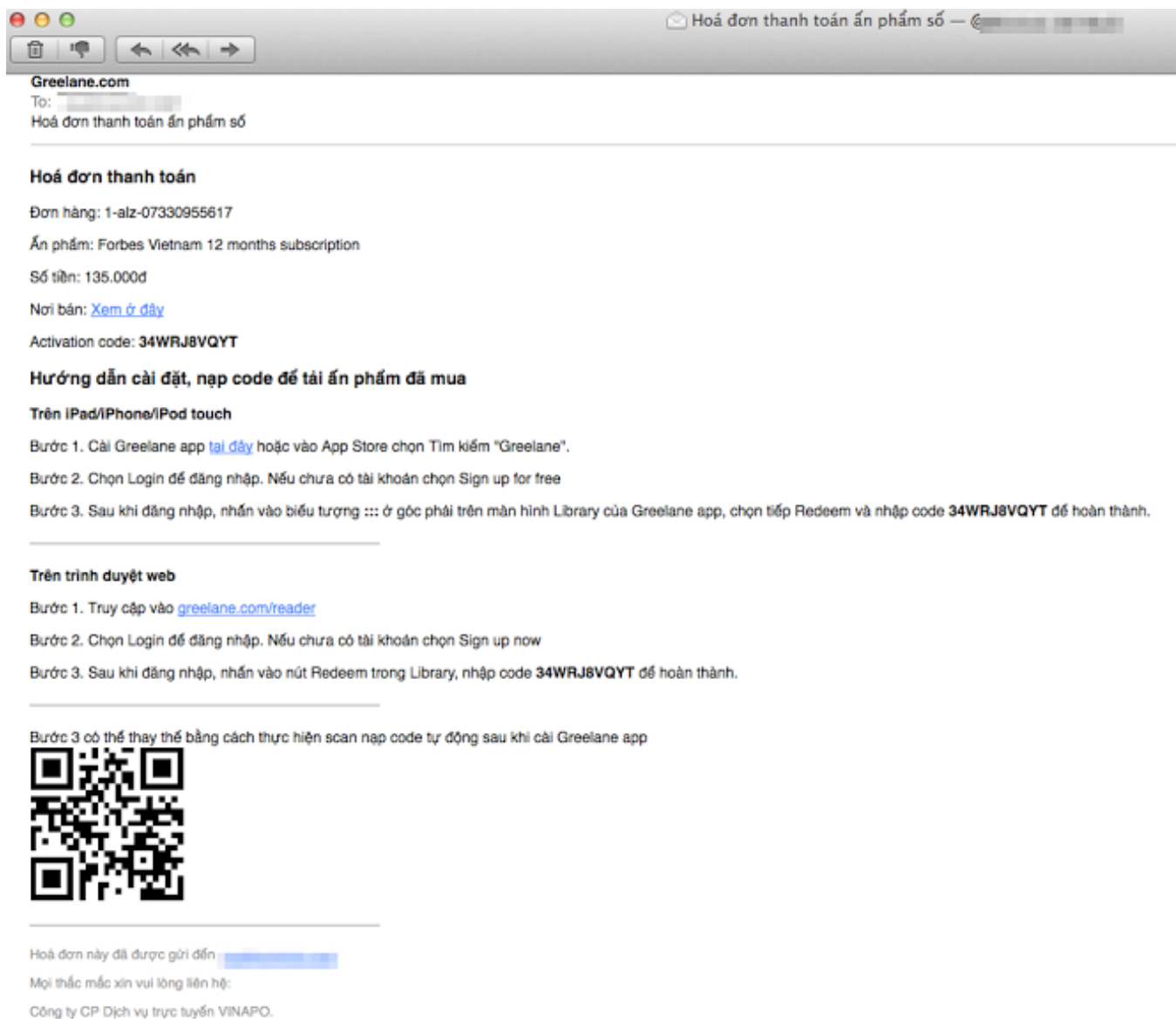
Nhưng thực tiễn kinh doanh cho thấy mỗi một bức thư điện tử mà bạn gửi tới khách hàng (cho dù là khách hàng tiềm năng hay thân thiết) đều có thể trở thành một công cụ bán hàng mạnh mẽ hoặc ít nhất cũng có thể tạo ra một giá trị nào đó chứ không chỉ dừng lại ở một phương thức truyền nhận thông tin đơn thuần.

Trong quá trình giao tiếp với 1 khách hàng nhất định, hệ thống thương mại điện tử của bạn có thể gửi tới khách hàng rất nhiều loại email khác nhau: email thông báo khởi tạo tài khoản thành công, email nhắc tới khách hàng từ chối hoàn tất giỏ hàng trực tuyến, email xác nhận đơn hàng, bản tin định kỳ, v.v... Bạn cần tìm cách tận dụng tất cả các loại email gửi tới khách hàng và biến chúng trở thành công cụ bán hàng cho bạn.

Bạn hãy nhìn vào 2 ví dụ minh họa sau để thấy rõ cách làm tối ưu:

- Ví dụ thứ nhất là email của hệ thống bán tạp chí phiên bản điện tử Greelane.com gửi cho khách hàng thông báo mua tạp chí thành công. Tuy nhiên, website chưa biết cách

khai thác và tận dụng triệt để email này để cung cấp những thông tin hữu ích khác cho khách hàng.



The screenshot shows an email interface with the following content:

Greelane.com
To: [Redacted]
Hoá đơn thanh toán ấn phẩm số

Hoá đơn thanh toán

Đơn hàng: 1-alz-07330955617
Ấn phẩm: Forbes Vietnam 12 months subscription
Số tiền: 135.000đ
Nơi bán: [Xem ở đây](#)
Activation code: **34WRJ8VQYT**

Hướng dẫn cài đặt, nạp code để tải ấn phẩm đã mua


Trên iPad/iPhone/iPod touch

Bước 1. Cài Greelane app [tại đây](#) hoặc vào App Store chọn Tìm kiếm "Greelane".
Bước 2. Chọn Login để đăng nhập. Nếu chưa có tài khoản chọn Sign up for free
Bước 3. Sau khi đăng nhập, nhấn vào biểu tượng ::: ở góc phải trên màn hình Library của Greelane app, chọn tiếp Redeem và nhập code **34WRJ8VQYT** để hoàn thành.

Trên trình duyệt web

Bước 1. Truy cập vào greelane.com/reader
Bước 2. Chọn Login để đăng nhập. Nếu chưa có tài khoản chọn Sign up now
Bước 3. Sau khi đăng nhập, nhấn vào nút Redeem trong Library, nhập code **34WRJ8VQYT** để hoàn thành.

Bước 3 có thể thay thế bằng cách thực hiện scan nạp code tự động sau khi cài Greelane app



Hoá đơn này đã được gửi đến [Redacted]
Mọi thắc mắc xin vui lòng liên hệ:
Công ty CP Dịch vụ trực tuyến VINAPO.

- Ví dụ thứ hai là email marketing của website bán sách trực tuyến Tiki.vn. Đây là email thông báo việc khởi tạo tài khoản thành công trên hệ thống. Ngoài việc thông báo tài khoản cho khách hàng, email còn cung cấp thông tin về những sản phẩm đang bày bán trên Tiki để khách hàng tiện theo dõi.

TIKI.VN
Niềm vui mua sắm

Miễn phí giao hàng
Tận nơi - Toàn quốc

15 ngày đổi trả
365 ngày bảo hành

Khách hàng thân thiết
Mua giá 0 đồng với Tiki Xu

SÁCH | ĐIỆN TỬ | GIA DỤNG | QUÀ TẶNG | THỜI TRANG | LÀM ĐẸP - SỨC KHỎE

Chào mừng [Tên]

Cám ơn quý khách đã đăng ký sử dụng Tiki.vn - website thương mại điện tử uy tín, được yêu thích nhất.

THÔNG TIN TÀI KHOẢN

Email đăng kí : [Email]

Mật khẩu : [Mật khẩu]

TÌM HIỂU VỀ TIKI.VN

[Hướng dẫn đặt hàng](#)
[Phương thức thanh toán](#)
[Phương thức vận chuyển](#)
[Tiki Xu - hệ thống tích điểm tại Tiki.vn](#)
[Câu hỏi thường gặp](#)

Mọi thắc mắc và góp ý vui lòng liên hệ với Tiki Care qua email: support@tiki.vn hoặc số điện thoại **(08)7305.8454 - 7305.TIKI** (8-21h, T7, CN).

Thân mến,
Tiki.vn

Tiki@Facebook
Tiki@Twitter

CÙNG KHÁM PHÁ

Liên minh phe thật tình
WE GOT HIM!
A MEMBER OF THE HUNT AND CAPTURE OF THAMMAM KHALEED
Lt. Col. STEVE ROSSILL
U.S. Army, Vietnam

Smartphone, Headphones, Pencil case, Woman

Những không gian “call-to-action” được Tiki.vn khai thác triệt để nhằm tăng cơ hội bán hàng từ email.

5. Sử dụng mạng xã hội để tăng tính tương tác

Tôi tin chắc rằng năm 2013 vừa qua bạn đã chứng kiến trào lưu sử dụng mạng xã hội ở trên thế giới cũng như tại Việt Nam phát triển mạnh mẽ tới nhường nào. Thậm chí, những mạng xã hội khổng lồ như Facebook còn được coi như một sàn giao dịch thương mại điện tử không thể thiếu đối với một bộ phận không nhỏ thương nhân.

Nhưng trong năm 2014 này tại sao tôi vẫn đề cập với bạn việc sử dụng mạng xã hội làm gì? Lời khuyên này có thừa thãi không?

Tôi có thể khẳng định ngay với bạn, lời khuyên này không hề thừa thãi. Thời gian qua, các website thương mại điện tử thường chú trọng coi mạng xã hội như một công cụ bán hàng và marketing trực tiếp. Hay nói cách khác chúng ta mới chỉ chăm chăm vào việc tận dụng mạng xã hội như một kênh phân phối. Tất nhiên, điều này không có gì là sai nhưng nếu bạn chỉ dừng lại ở đó thì chưa đủ và chưa tối ưu.

Bạn cần coi mạng xã hội như là một công cụ tương tác (engagement) để nhắm tới mục tiêu phát triển bền vững, gián tiếp mang lại doanh thu. Thế nào là công cụ tương tác? Tức là bạn cần sử dụng mạng xã hội để có thể gián tiếp nói về sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn cung cấp.

Bạn cần tìm cách vây xung quanh sản phẩm của mình những thông tin hữu ích, sâu sắc, những thông tin có liên quan, từ đó gián tiếp đẩy khách hàng tiềm năng tới với bạn, dùng thử sản phẩm của bạn, làm cho khách hàng tự nguyện giới thiệu bạn với người khác.

Có rất nhiều mạng xã hội khác nhau để bạn sử dụng nhằm tăng tính tương tác như Facebook, Twitter, Linkhay, Pinterest, Instagram, Foursquare, Google Plus ... và ngay kể cả lính mới tò te như Vine. Tuy nhiên bạn cần cân nhắc tập trung vào những mạng xã hội mà bạn cảm thấy có lợi thế nhất với sản phẩm của bạn hoặc với khách hàng mục tiêu của bạn.

6. Khai thác các công cụ phân tích thống kê

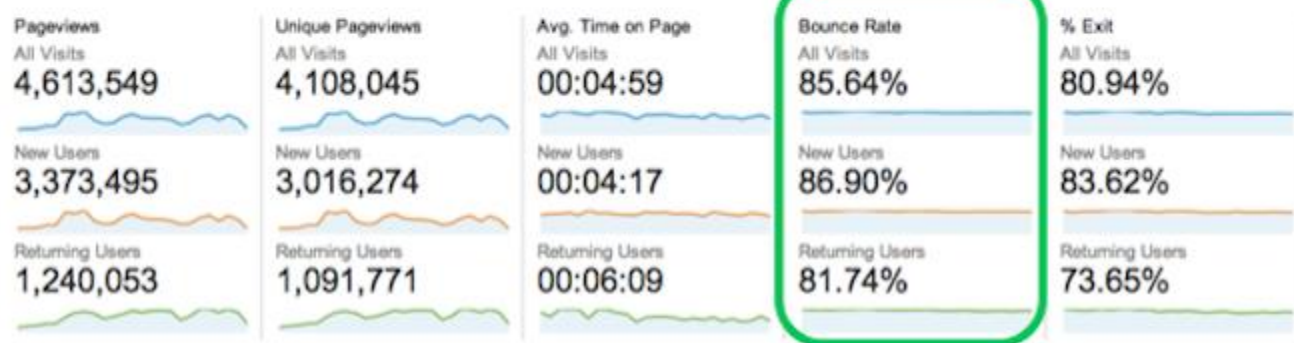
Một trong những lợi thế của bán hàng trực tuyến so với bán hàng truyền thống là bạn có thể khai thác được rất nhiều thông tin hữu ích mang tính chất định lượng kể từ khi bắt đầu kinh doanh. Lúc này bạn phải nghĩ ngay tới những công cụ giúp bạn phân tích và đánh giá thực trạng cũng như hiệu quả kinh doanh như Google Analytics.

Ngoài công cụ thống kê về mặt dữ liệu – số liệu, bạn cũng nên tìm hiểu tới thuật ngữ và công cụ thực hiện A/B Testing. Đây là một phương pháp thử khoa học giúp bạn tìm ra giải pháp tối ưu cho mô hình kinh doanh của mình.

Nếu trong năm 2014 bạn còn chưa biết khai thác những công cụ phân tích thống kê này thì có thể ví von là bạn “điếc không sợ súng”.



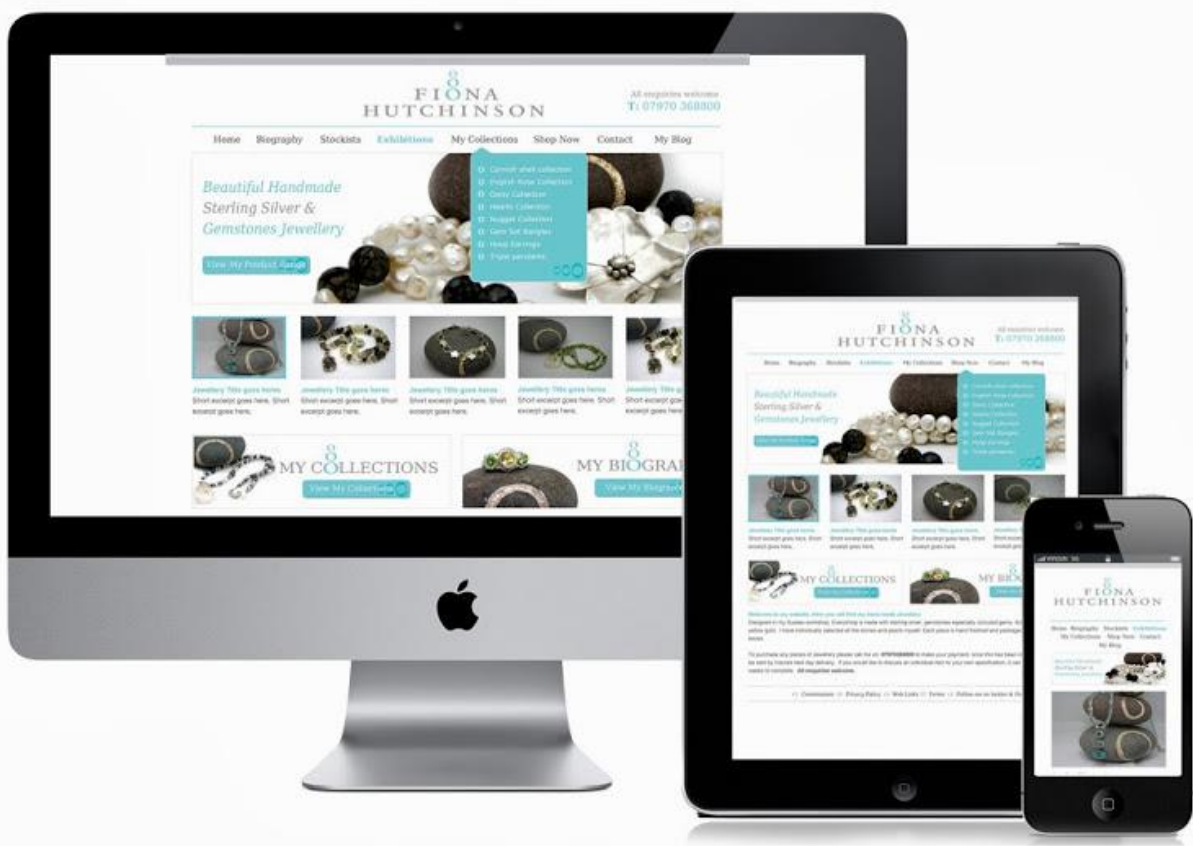
Pages on this site were viewed a total of 4,613,706 times



7. Thiết kế đáp ứng cho mọi thiết bị truy cập khác nhau

Vào năm 2007, khi lần đầu tiên Apple giới thiệu chiếc điện thoại thông minh iPhone, một trong những tính năng hấp dẫn nhất của chú dế này chính là khả năng xem được giao diện

đầy đủ của 1 website mà trước đó ta chỉ có thể thấy trên các trình duyệt của máy tính cá nhân (PC). Tuy nhiên, sau 7 năm không còn ai nhắc đến tính năng này nữa, mà ngược trở lại, giờ trào lưu được nhắc đến nhiều nhất là thiết kế có tính đáp ứng cao (Responsive design). Hay nói cách khác, website của bạn cần có khả năng tương thích với thiết bị truy cập internet khác nhau (PC, smartphone, tablet...).



Bạn cứ quan sát thị trường Mỹ là thấy rõ nhất. Theo thống kê của [RapidMarketplace](#), 60% người dùng tại đây sử dụng điện thoại smartphone và gần 41% trong số đó là mua sắm thông qua những thiết bị di động. Website không đáp ứng tốt trên các thiết bị di động đồng nghĩa với việc mất doanh thu, đây là còn chưa kể tới bạn sẽ suốt ngày phải nghe than phiền của khách hàng vì họ cảm thấy khó chịu khi di chuyển trên website của bạn. Chính vì vậy, việc có website thân thiện với các thiết bị di động là một đòi hỏi thiết yếu.

Hy vọng rằng, với 7 gợi ý kể trên sẽ giúp bạn tự tin hơn trên bước đường chinh phục môi trường kinh doanh trực tuyến trong năm 2014. Bạn không nhất thiết phải thực hiện tất cả 7 gợi ý trên, hãy chọn cho mình những cách thức mà bạn cảm thấy phù hợp nhất.

Chúc bạn một năm mới thành công hơn nữa với thương mại điện tử!

4 XU HƯỚNG CHỦ ĐẠO CHO INTERNET MARKETING NĂM 2014



Sau một kỳ nghỉ tết dài hơi, hầu hết chủ các doanh nghiệp nhỏ có xu hướng tận hưởng một khoảng thời gian nghỉ ngơi và thư giãn trước khi tiếp tục bước vào một cuộc chiến kinh doanh dai dẳng. Tuy nhiên, đây là thời gian để thiết lập và đưa vào áp dụng một kế hoạch tiếp thị mới cho năm 2014. Hãy cùng Zopim điếm qua 4 xu hướng thương mại điện tử chủ đạo trong năm mới.

Bất kể bạn đang sở hữu một doanh nghiệp online hay một cửa hàng bày bán sản phẩm, bạn đều có thể mở rộng quy mô kinh doanh với thương mại điện tử. Hơn bao giờ hết,

khách hàng đang ngày càng ưa chuộng hình thức mua hàng online vì lý do thuận tiện và ít phức tạp hơn so với cách mua hàng thông thường.

Những doanh nghiệp mới mở rộng phát triển theo hướng thương mại điện tử có thể gặp đôi chút khó khăn, nhưng đổi mặt và vượt qua những khó khăn này sẽ mang lại hiệu quả không hề nhỏ. Nếu bạn là những người đã hoạt động trong lĩnh vực này, có một số xu hướng quan trọng hàng đầu sau đây mà bạn cần biết.

1. Nội dung là quan trọng nhất

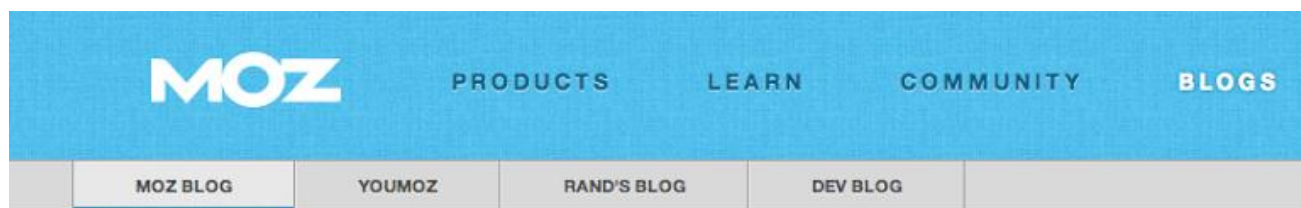


Nội dung và chất lượng là yếu tố quan trọng nhất

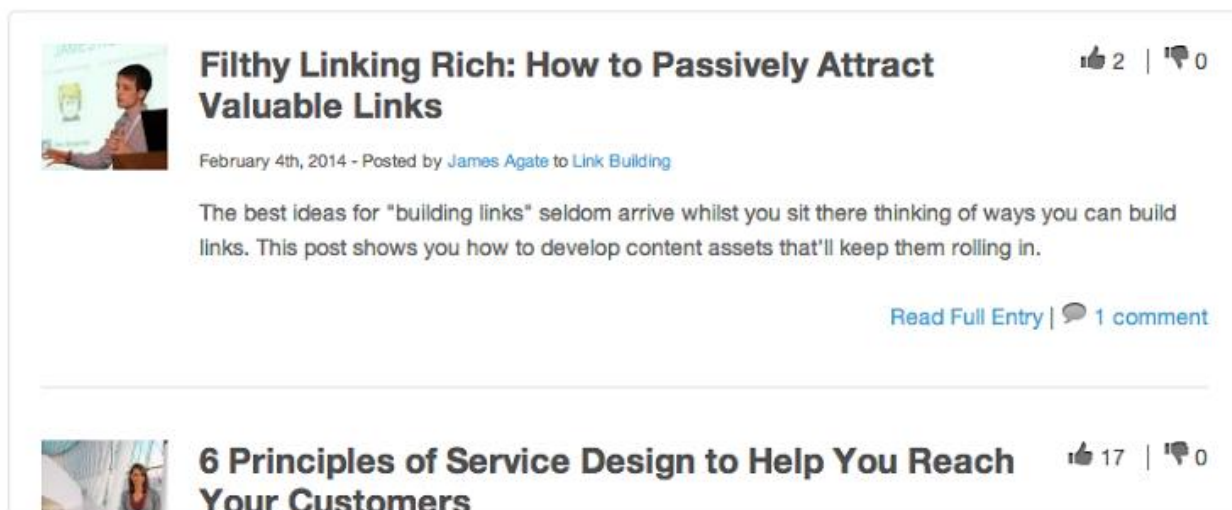
Các thuật toán tìm kiếm mới của Google đã thay đổi hoàn toàn danh sách các website được hiển thị trong trang tìm kiếm. Bạn không còn có thể dựa vào các tiêu đề và thẻ từ

khoá để có được sự chú ý của Google. Thay vào đó, Google có xu hướng tìm kiếm những website có nội dung thực sự thu hút.

Đối với một website thương mại điện tử điều này mang 2 ý nghĩa. Trước tiên, bạn cần phải cung cấp một mô tả hấp dẫn và thông tin chi tiết về sản phẩm, càng ít những thông tin này, cơ hội Google chú ý đến website của bạn càng thấp. Thứ hai, bạn có thể thêm một Blog cho website của bạn. Điều này là một cách rất độc đáo giúp bạn cung cấp những bài viết, thông tin, sự hữu dụng cũng như cách sử dụng sản phẩm, điều này cũng giúp bạn có được sự chú ý mỗi khi người sử dụng tìm kiếm.



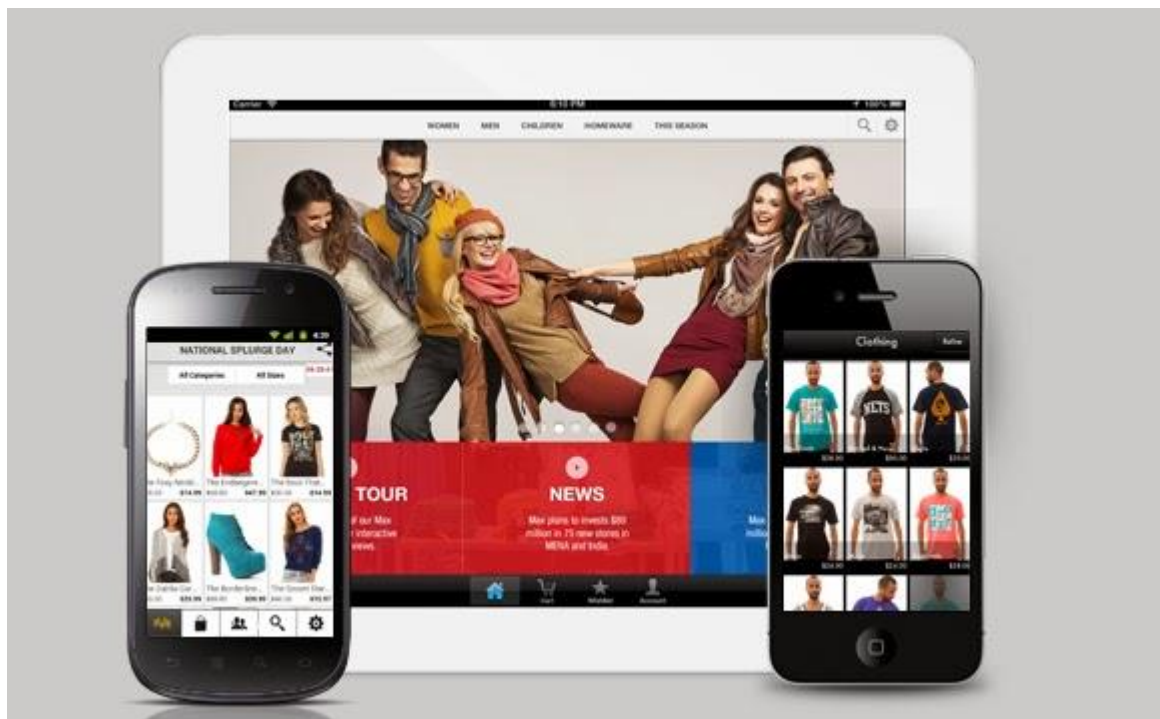
The Moz Blog



Tự thành lập một Blog là một cách hiệu quả để hấp dẫn khách hàng và giúp họ hiểu được giá trị sản phẩm của bạn

2. Di động hóa

Di động đang ngày càng phát triển và là xu hướng bắt buộc. Một số nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng gần 40% người dân thực hiện mua sắm online thông qua các thiết bị di động. Có thể khẳng định rằng di động đang là một xu hướng phát triển và điều bạn cần làm là biến website của bạn và các trải nghiệm mua sắm trực tuyến của khách hàng trở nên thuận tiện và thân thiện hơn. Hy vọng rằng bạn đã chú ý đến xu hướng này từ năm trước, nếu không, bạn sẽ cần phải hết sức khẩn trương đầu tư cho yếu tố này ngay từ bây giờ.



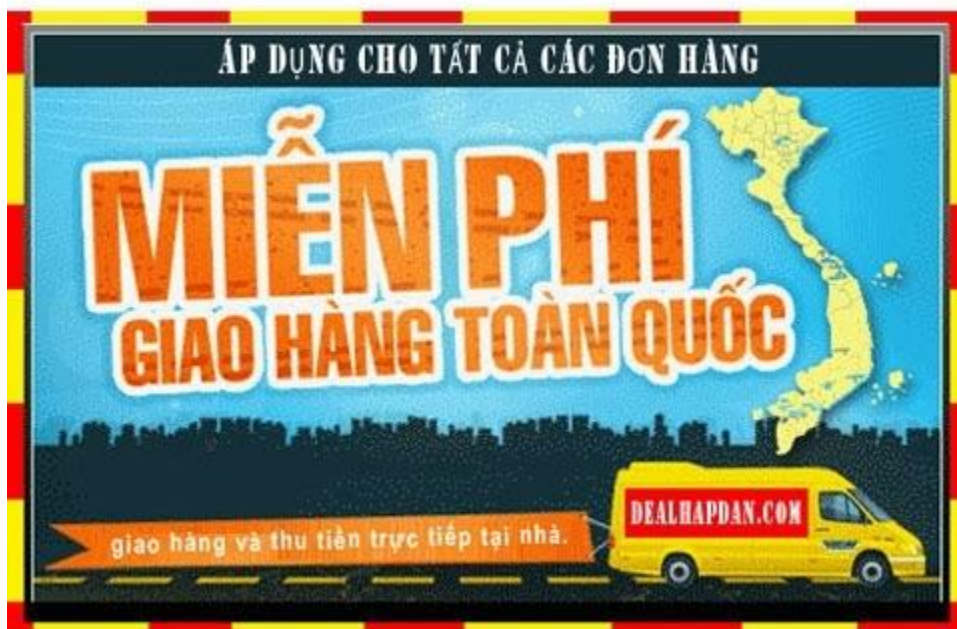
Mua sắm trên các thiết bị di động đang phát triển mạnh mẽ hơn bao giờ hết

3. Sản phẩm hoặc dịch vụ khác biệt

Có thể cá nhân hoá, tùy biến và thay đổi là những xu hướng quan trọng trong năm nay. Khách hàng luôn muốn nổi bật. Họ luôn muốn mọi vật xung quanh mang tính chất phổ biến chỉ trừ những sản phẩm mà họ sở hữu, những sản phẩm mang đến sự khác biệt, dành riêng cho họ. Cung cấp các sản phẩm và dịch vụ có khả năng tùy chỉnh sẽ làm nổi bật doanh nghiệp của bạn so với các đối thủ cạnh tranh. Bạn càng cung cấp những sản phẩm có tính tùy chỉnh cao, cơ hội thành công của bạn càng lớn.

4. Vận chuyển miễn phí và nhanh chóng

Hiện nay, có rất nhiều ưu đãi hấp dẫn được cung cấp dành cho khách hàng mua sắm online và một lượng lớn website cung cấp dịch vụ miễn phí vận chuyển hoặc ưu đãi khi giao hàng. Doanh nghiệp của bạn nhất thiết phải xây dựng thật hiệu quả theo xu thế này nếu không muốn khách hàng sẽ tìm kiếm cơ hội mua hàng ở những gian hàng khác.



Vận chuyển miễn phí và nhanh chóng là những yếu tố hàng đầu hấp dẫn khách hàng khi mua sắm online

CÁC BƯỚC ĐỂ CẢI THIỆN WEBSITE BÁN HÀNG CỦA BẠN



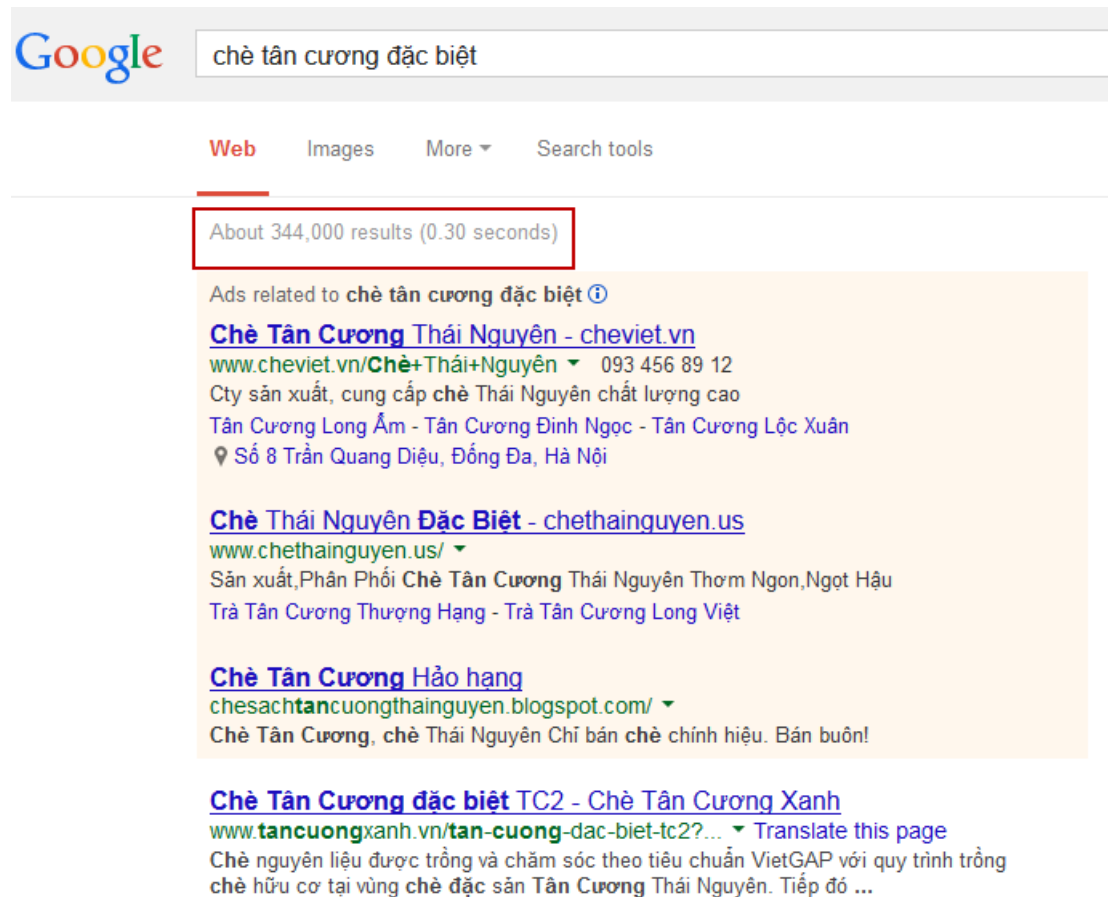
Ngày nay, việc tạo lập một website bán hàng rất dễ dàng, nhưng không phải ngay lập tức nó đem lại hiệu quả cho công việc kinh doanh của bạn. Trong bài trình bày dưới đây chúng tôi bật mí cho các bạn một số bí mật của những cửa hàng trực tuyến thành công và các bước để cải thiện hoạt động kinh doanh trực tuyến của bạn.

Trước tiên hãy nói về trang sản phẩm, đó là phần quan trọng nhất trên website bán hàng của bạn. Không chỉ là nơi thông báo cho khách hàng về sản phẩm, lôi kéo họ mua chúng một trang web sản phẩm tốt sẽ tối ưu hóa để các công cụ tìm kiếm có thể dễ dàng tìm thấy website của bạn và mang lại nhiều khách hàng tiềm năng. Tối ưu hóa các trang sản phẩm là điều dễ dàng để có thể cải thiện doanh số bán hàng, việc của bạn chỉ là mất một chút thời gian.

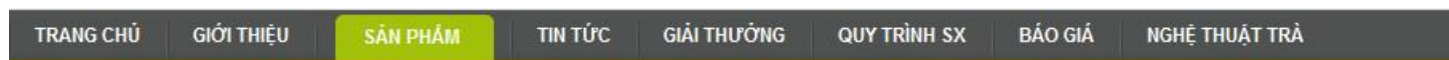
Tên sản phẩm

Tên sản phẩm cần được mô tả để khách hàng biết chính xác những gì bạn muốn bán. Điều này cũng giúp làm tăng thứ hạng website của bạn so với những website thiếu mô tả trên các công cụ tìm kiếm.

Ví dụ: bạn đặt tên cho sản phẩm là “Chè Thái Nguyên” sẽ có khoảng 1.960.000 kết quả tìm kiếm như vậy trên Google nhưng nếu bạn đặt tên là “Chè Tân Cương đặc biệt” thì chỉ còn 344.000 kết quả tìm kiếm. Như vậy bạn đã giảm được 1.616.000 website cạnh tranh.



Một lợi ích nữa là khi khách hàng tìm kiếm từ khóa cụ thể có nhiều khả năng để họ mua hơn là so với những người tìm kiếm các từ khóa chung chung.



Trang chủ > Sản phẩm > Chè Thái Nguyên > Chè Tân Cương Đặc Biệt

TRÀ được khai sinh và đã sản xuất Trà Tân Cương - Thái Nguyên thành lập từ năm 2001 với kh

Tên của sản phẩm ở tiêu đề

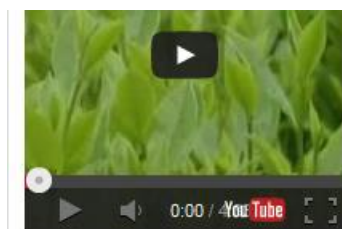
Đăng ký nhận Báo giá mới

Email

Đăng ký

Mô tả sản phẩm

Nội dung mô tả sản phẩm chính là chìa khóa để tăng doanh số bán hàng của bạn. Bạn đang cung cấp cho khách hàng những thông tin cần thiết để họ ra quyết định mua. Công cụ tìm kiếm Google thích những mô tả sản phẩm độc đáo, có nội dung chất lượng. Đầu tư một chút thời gian cho những mô tả sản phẩm sẽ giúp website của bạn tăng thứ hạng trên công cụ tìm kiếm và có cơ hội tìm được nhiều khách hàng tiềm năng.



Giỏ hàng
Chưa có sản phẩm nào trong giỏ hàng của bạn!

Hỗ trợ Online

Tư vấn hỗ trợ 1
ĐT: 0915643507
Email: tanhuongtra@gmail.com

Hình ảnh Truyền thống



Chè Tân Cương Đặc Biệt



Số lượng đã mua: 0

Đánh giá: ☆☆☆☆☆

Phí vận chuyển: Tính phí khi thanh toán



Thông tin Đánh giá

HTX Chè Tân Hương - Tác dụng tuyệt vời của trà xanh

Trà xanh chứa rất nhiều chất chống ôxi hóa có tác dụng ngăn ngừa ung thư và tăng cường thống miễn dịch. Dưới đây là một số tác dụng của trà xanh:

Mô tả chi tiết

Một mô tả sản phẩm gồm: Mô tả chung; Đặc điểm kỹ thuật, các thông số; Các lợi ích khi sử dụng sản phẩm; Các ưu đãi, khuyến mại. Bài viết mô tả sản phẩm không cần thiết phải quá dài nhưng chắc chắn phải cung cấp đầy đủ những thông tin mà khách hàng quan tâm. Chúng có thể trở nên rất đơn điệu và kém thu hút nếu thiếu hình ảnh minh họa. Hình ảnh sẽ giúp cho khách hàng có hình dung rõ hơn về sản phẩm. Chỉ bằng những cách mô tả như trên website này đang đứng ở vị trí khá cao trên công cụ tìm kiếm Google.

[Trà Tân Cương Xanh - 100% Chè Tân Cương Thái Nguyên](#)[tancuongtra.vn/tra-tan-cuong-xanh-b474588.html](#) - Translate this page

by Pham Thai - in 897 Google+ circles

Trà Tân Cương Xanh là sản phẩm được sản xuất từ nguyên liệu Chè Tân Cương chính hiệu. Đây là một loại trà ... [Trà Tân Cương Đặc Biệt](#) - Trà Đình Tiên Vua ...**[Bán Chè Tân Cương Thái Nguyên ở Hà Nội | Facebook](#)**[www.facebook.com/vntea](#) - Translate this page

... about this. Đưa chè Tân Cương Thái Nguyên đích thực đến với những người yêu chè. ... Bộ Trà Tân Cương Long Việt Đặc Biệt - Hoàn Hảo đến từng chi tiết

[Những thương hiệu chè nổi tiếng của Thái Nguyên - Festival](#)[festivaltrathainguyen.vn/.../Nhungs-thuong-hieu-che-n...](#) - Translate this page

Oct 30, 2013 - Người dân Thái Nguyên mệnh danh nơi đây là cái nôi của đất chè Thái. Lưu truyền rằng, cây chè Thái, đặc biệt là vùng chè Tân Cương (thành

[Chè Tân Cương - Chè thái nguyên](#)[chethainguyen.eu/che-tan-cuong](#) - Translate this page

Nhắc đến chè thì đầu tiên phải nói đến chè Thái Nguyên. Chè Tân Cương. Chè được trồng ở vùng đất Thái Nguyên đã là

Khoảng vị trí thứ 8 trên công cụ tìm kiếm Google

[Chè Tân Cương Đặc Biệt - tanhuongtra](#)[tanhuongtra.com/.../che-tan-cuong-dac-biet-187956.h...](#) - Translate this page

Với những kinh nghiệm làm nghề truyền thống lâu năm lại được thiên nhiên ưu đãi ban tặng cho Chè của chúng tôi một điều Đặc biệt mà không ở đâu có được.

[Chè Tân Cương Đặc Biệt \(chè nồn tằm\) - Chè Thái nguyên tại Hà nội](#)[chedacsanthatainguyen.com/?thamso=chitiet...](#) - Translate this page

Sản phẩm Trà Tân Cương Thái Nguyên, 100% nguyên liệu được thu hái từ vùng Chè Tân Cương - Đặc sản Thái Nguyên. - Hương vị: Trà khi uống có vị chất ...

[Trà Tân Cương – Wikipedia tiếng Việt](#)[vi.wikipedia.org/wiki/Trà_Tân_Cương](#) - Translate this pageJump to **Đặc điểm** - Về vẻ bề ngoài, chè Tân Cương có màu xanh đen, xuẩn chặt, cánh ... vị và đặc biệt về mùi thơm của chè Tân Cương không phải xuất ...

Hình ảnh

Những trải nghiệm mua sắm trực tuyến cơ bản là thông qua thị giác. Để có thể hấp dẫn được khách hàng của bạn hình ảnh sản phẩm phải thật sự đẹp và ấn tượng. Một nghiên cứu người tiêu dùng trực tuyến cho thấy 1/3 thời gian mua sắm của họ là dành nhìn vào hình ảnh và 67 % người tiêu dùng được phỏng vấn đánh giá chất lượng hình ảnh là ” rất quan trọng ” khi quyết định mua. Trong ví dụ trên, không chỉ dung các tính năng chuyên nghiệp của website, mô tả sản phẩm hấp dẫn để giới thiệu thông tin về sản phẩm mà việc

sử dụng hình ảnh lớn giúp khách hàng có thể thấy sản phẩm chi tiết hơn. Nó cho khách hàng của bạn cảm thấy giống như họ đang mua sắm trong không gian thật.

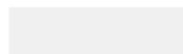
Chè Thái Nguyên



Số lượng đã mua: 0

Đánh giá: ☆☆☆☆☆

Phí vận chuyển: Tính phí khi thanh toán



Hình ảnh sản phẩm có thể xem chi tiết



Thông tin

Đánh giá

Video sản phẩm

Đặc sản Thái Nguyên

Cố gắng để có được những hình ảnh chuyên nghiệp nhất có thể, sử dụng những phong nền đơn giản, góc chụp và ánh sáng hợp lý sẽ làm nổi bật hình ảnh sản phẩm của bạn. Bạn có thể tìm được những lời khuyên chi tiết hơn về thiết bị máy ảnh, chụp lời khuyên và thậm chí cả hướng dẫn để xây dựng một lightbox cho kết quả chuyên nghiệp ở đây:

[WikiHow – Làm thế nào để chụp ảnh sản phẩm tốt hơn](#)

[PC World – Làm thế nào để có được ảnh sản phẩm hấp dẫn cho cửa hàng trực tuyến của bạn](#)

[Mumau Web Marketing – Lời khuyên cho việc chụp ảnh sản phẩm \(video hướng dẫn\)](#)

Đánh giá sản phẩm

Tính năng đánh giá sản phẩm giúp xây dựng lòng tin và làm tăng cơ hội chuyển đổi từ người xem thông thường thành khách hàng thực sự. Một nghiên cứu chỉ ra rằng hơn 80 % người tiêu dùng tham khảo ý kiến đánh giá trước khi mua hàng và nếu thêm chúng vào trang web của bạn có thể giúp doanh số bán hàng tăng lên đến 18%. Nếu bạn là một khách hàng của eKip website của bạn có lợi thế là tính năng đánh giá sản phẩm được tích hợp ngay trong đó. Bạn không phải chịu thêm chi phí phụ, điều này giúp ích cho website của bạn.



Video

Video là một cách tuyệt vời để giới thiệu sản phẩm và làm cho người mua hàng cảm thấy như họ đang được chính bạn giới thiệu trực tiếp. Không chỉ như vậy, video sẽ thúc đẩy nhiều người vào trang web của bạn nhờ những công cụ tìm kiếm.

Dùng video để giới thiệu sản phẩm giúp website của bạn có khả năng tăng gấp 53 lần cơ hội hiển thị trên trang đầu tìm kiếm của Google.

Trong kết quả tìm kiếm video có tỷ lệ nhấp chuột cao hơn 41% so với bằng văn bản. Người tiêu dùng có khả năng từ 64-85 % mua thêm sản phẩm sau khi xem một đoạn video giới thiệu.

Vì vậy thêm video vào các trang web sản phẩm có thể thu hút người xem dành nhiều thời gian trên website như vậy việc bán hàng trực tuyến của bạn hiệu quả hơn.

Đưa video lên website sẽ đem lại lợi ích cho bạn nhưng như thế vẫn chưa đủ. Nếu bạn có sẵn video giới thiệu sản phẩm từ nhà sản xuất sản phẩm, đó là điều may mắn cho bạn. Nhưng còn một giải pháp khác là hãy tự làm cho chính mình, Google rất thích những nội dung độc đáo.

Nếu bạn không phải là quay phim chuyên nghiệp và có ít người, có vẻ hơi đáng sợ để quay video sản phẩm của riêng bạn. Ngày nay với những máy quay giá rẻ và phần mềm biên tập dễ sử dụng, không khó để bạn có thể tự tạo một video riêng của mình. Dưới đây là một vài lời khuyên để giúp bạn bắt đầu :

Bắt đầu với một kịch bản : Liệt kê những gì bạn muốn thể hiện. Bạn không cần phải đưa đầy đủ mọi thứ nhưng nó giúp bạn đi đúng hướng. Hãy chắc chắn rằng những thông tin được thể hiện đã các phần chính của sản phẩm.

Ngắn gọn: Trong các nghiên cứu, một video trình diễn tốt nhất là khoảng 30 giây, và nếu quá ba phút hiệu quả sẽ giảm xuống .

Giới thiệu và nói: Trình bày sản phẩm không chỉ là đứng bên cạnh nó và giới thiệu danh sách các tính năng. Khi bạn đề cập đến một tính năng sản phẩm hãy cho thấy cách thức nó hoạt động .

Hành động tự nhiên : Không phải ai cũng thoải mái trước máy quay. Hãy nghĩ về nó như có một cuộc trò chuyện về sản phẩm với khách hàng của bạn.

Bạn có thể thấy rằng các bước để cải thiện website bán hàng không phải là quá khó khăn, nó chỉ mất một khoản đầu tư nhỏ về thời gian của bạn. Vì vậy hãy bắt đầu tối ưu hóa trang sản phẩm của bạn ngày hôm nay.

HIỆU QUẢ CỦA CÔNG CỤ CHAT TRỰC TUYẾN ĐỐI VỚI WEBSITE BÁN HÀNG



Ngày nay, môi trường kinh doanh trên internet ngày càng cạnh tranh khốc liệt, rất nhiều doanh nghiệp quan tâm tới việc hỗ trợ khách hàng trực tuyến. Tuy nhiên nhiều website thương mại điện tử chưa khai thác được hết lợi ích của tính năng “Chat” trực tuyến.

Thuận tiện cho khách hàng

Trò chuyện trực tuyến giúp cho khách hàng nhận được sự hỗ trợ ngay lập tức, giảm thời gian chờ đợi. Thông thường khi gọi điện đến doanh nghiệp khách hàng sẽ phải bấm đến các số máy lẻ và đợi để được hỗ trợ. Một khảo sát eMarketer.com thấy rằng 63% người xem có nhiều khả năng quay trở lại một trang web nếu trên đó có tính năng trực tiếp trò chuyện.



Giảm chi phí cho doanh nghiệp

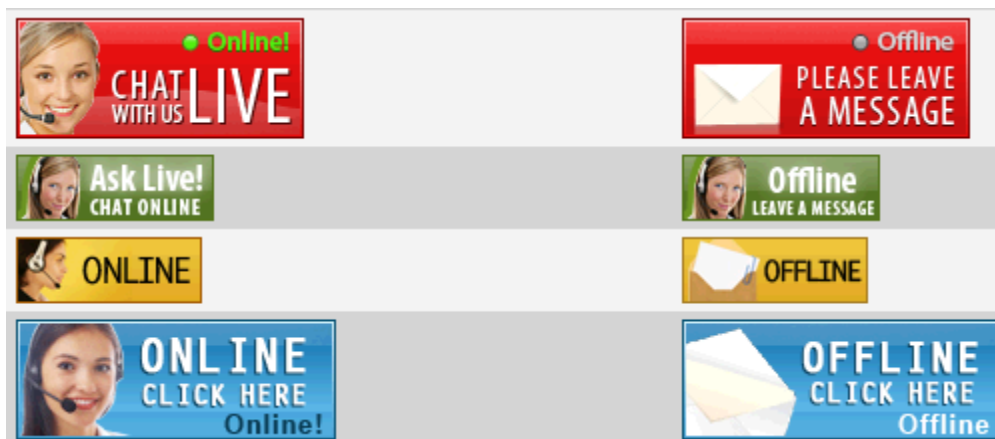
Nhân viên của bạn sẽ bớt thời gian trên điện thoại, cùng một khoảng thời gian họ có thể trao đổi thông tin với nhiều khách hàng. Những cuộc trò chuyện trực tuyến như thế này có thể giúp giảm bớt thời gian chờ đợi của khách hàng so với gọi điện đến trung tâm hỗ trợ.

Hình thức này không chỉ tăng hiệu quả hỗ trợ khách hàng mà trên tổng thể còn gia tăng cơ hội bán hàng cho các website thương mại điện tử. Một nghiên cứu của MarketingPower cho thấy “Chat” trực tuyến có thể giúp website bán hàng tăng đến 30,5 % lợi nhuận.



Tăng doanh thu

Chìa khóa để một cửa hàng trực tuyến thành công là khi khách hàng đang bối rối, phân vân khi mua hàng, bạn có thể chủ động trợ giúp họ ngay trên website. “Chat” trực tuyến giúp phá vỡ rào cản giữa người bán và người mua trên Internet. Bạn có thể theo dõi các bước mua hàng của khách hàng, chủ động đưa ra những hỗ trợ, tư vấn đảm bảo quy trình đặt hàng và thanh toán được hoàn tất. Tính năng “Chat” trực tuyến là một phần chuỗi giá trị của doanh nghiệp, nó có thể mang lại cho website bán hàng của bạn đến 15% thành công.



Đúng lúc

Khi đang dẫn đo hoặc chưa rõ về thông tin sản phẩm ngay lập tức khách hàng có thể có một người để trao đổi và tư vấn. “Chat” trực tuyến giúp khách hàng có cơ hội trò chuyện, đánh giá xem liệu sản phẩm họ định mua có đúng như quảng cáo hay không và liệu có thêm những ưu đãi nào? Với tính năng này bạn có thể tư vấn, hỗ trợ khách hàng tại đúng thời điểm họ đang dẫn do có quyết định mua hay không. Thông qua những cuộc trò chuyện với khách hàng doanh nghiệp có thể nhận được những phản hồi, góp ý nhằm cải thiện sản phẩm và dịch vụ.

GHI NHỚ KHÁCH HÀNG GIÚP TĂNG DOANH SỐ MUA SẮM TRỰC TUYẾN



Cung cấp chi tiết thông tin cho sản phẩm cũng như lưu giữ thói quen mua sắm của người tiêu dùng sẽ giúp khách hàng cảm thấy thoải mái, đồng thời giúp tăng tỷ lệ lợi nhuận của



người bán.



Số người mua hàng trực tuyến tin rằng website bán hàng có kinh nghiệm trong việc xác định nhu cầu mua sắm và cung cấp dịch vụ có giá trị cho khách hàng

Số người mua hàng trực tuyến thích mua sắm trên một website có cung cấp các thông tin khuyến nghị, gợi ý cụ thể





Số người mua hàng trực tuyến đồng ý với việc cung cấp thông tin cá nhân nếu là nó vì lợi ích của họ

Số người mua hàng trực tuyến sẽ tin tưởng nhiều hơn nếu các website bán hàng giải thích họ đang sử dụng thông tin cá nhân của họ như thế nào



Số người mua hàng trực tuyến cho rằng họ nhận được nhiều tin quảng cáo hướng tới cá nhân hơn so với 5 năm trước

Quảng cáo hiển thị hướng tới cá nhân (Personalized display Ads) hiệu quả cao 10 lần so với quảng cáo hiển thị truyền thống (click through rate)



KINH DOANH VỚI XU HƯỚNG CÁ NHÂN HÓA MUA SẮM TRỰC TUYẾN

61% người kinh doanh trực tuyến hiểu được tầm quan trọng của cá nhân hoá mua sắm trực tuyến, nhưng **51%** trong số họ không chắc chắn làm thế nào để thực hiện điều đó



Người kinh doanh trực tuyến có được tỷ lệ lợi nhuận tốt sau khi cá nhân hoá cửa hàng trực tuyến của họ



MỨC ĐỘ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC KÊNH TIẾP THỊ ĐẾN CÁ NHÂN HÓA MUA SẴM TRỰC TUYẾN

80%



Email

75%



Tiếp thị
chéo kênh
(Cross channel)

69%



Website

53%



Thiết bị
Mobile

49%



Điểm
bán lẻ
(Point of Sale)

45%



Mạng
xã hội

NHỮNG BÍ QUYẾT LÀM CHO DOANH NGHIỆP CỦA BẠN TIẾN XA HƠN TRONG KINH DOANH.



Live Chat rõ ràng là có thể làm tăng khả năng kinh doanh của bạn, nhưng chỉ khi nó được thực hiện một cách chuẩn xác. Dưới đây là một số lời khuyên quan trọng để đảm bảo bạn sử dụng được hầu hết các phần mềm live chat:

Đào tạo đội ngũ nhân viên! Tư vấn viên phải thực sự am hiểu về sản phẩm và trang web của bạn. Cung cấp thông tin về hàng giả và những câu hỏi thường gặp để cải thiện công việc tư vấn cho họ. Và sẽ dễ dàng hơn cho nhân viên của bạn khi trả lời những thắc mắc của khách hàng một cách nhanh chóng.

Ý thức được thời điểm mua sắm: Nếu bạn sở hữu một website bán hàng có khách hàng là khách quốc tế. Hãy phân tích để xác định rằng hầu hết các khách hàng đang sử dụng trang web của bạn. Bạn cần chú ý đến sự chênh lệch múi giờ. Đừng cho rằng 9-5 giờ đồng hồ trò chuyện sẽ có hiệu quả. Bạn nên thuê nhân viên làm việc theo ca để trực web và đảm bảo thời điểm mà khách hàng của bạn mua hàng sẽ luôn có người tư vấn.

Đừng quá máy móc. Live chat tạo nên sự ấm áp gần gũi. Sự thân thiện và vui vẻ giúp khách hàng mua sắm. Vì vậy lời chào hay câu trả lời máy móc có thể sẽ làm mất đi hiệu quả của live chat.

Xem xét việc tuyển người có kinh nghiệm bán hàng. Để sử dụng live chat một cách hiệu quả, hãy cân nhắc đến việc dùng nhân viên bán hàng chứ không chỉ là tư vấn viên. Những người có kinh nghiệm bán hàng sẽ có nhiều khả năng dẫn dắt khách hàng mua sắm và tăng khả năng bán những sản phẩm cao cấp.

Đừng quên quảng cáo trang mạng xã hội của bạn. Khi các tư vấn viên live chat của bạn nhận được phản hồi tích cực từ số lượt người truy cập trực tuyến và khách hàng, hãy hướng dẫn tư vấn viên (hoặc nhân viên bán hàng) nhắc nhở những người ghé thăm trang web của bạn “like” trang facebook của bạn và để lại bình luận.

Hãy chuẩn bị cho sự tăng vọt về số lượng hội thoại. Bạn cần phải đào tạo thật tốt chuyên môn cho nhân viên của mình. Live chat khác với các cuộc gọi, vì tất cả các câu trả lời phải thật ngắn gọn nhưng đánh vào trọng tâm. Câu hội thoại dài dòng không hiệu quả trong live chat. Và đó là một nghệ thuật để biết khi nào phải đặt một câu hỏi và khi nào cung cấp các giải pháp hoặc sản phẩm bổ sung.

Cung cấp cho khách hàng của bạn những tính năng trò chuyện hữu ích. Khách hàng cũng có thể cần thay đổi kích thước phông chữ và yêu cầu một bản sao của cuộc trò chuyện.