Lời Cảm Ơn

**Nhóm chúng em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến:**

Ban giám hiệu trường **Đại học Công Nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh** nói chung và **Khoa Thương Mại Du Lịch** nói riêng đã tạo điều kiện cho chúng em nghiên cứu và hoàn thành Tiểu luận này.

GVHD: **Lê Hữu Hùng** đã hướng dẫn chúng em tìm hiểu bộ môn **Thương Mại Điện Tử.**

Các bài nghiên cứu của **các bậc tiền bối đi trước** đã để lại.

**Thư viện trường Đại học Công Nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh** đã tạo mọi điều kiện cho chúng em tra cứu tài liệu liên quan.

Đồng cảm ơn sự góp ý của tất cả **các Bạn cùng lớp** đã tận tình góp ý, tham gia đóng góp ý kiến để nhóm hoàn thành tốt bài tiểu luận.

Vì thời gian có hạn nên sai sót là điều không thể tránh khỏi. Nhóm xin chân thành cám ơn ý kiến đóng góp của Cô cùng tất cả các bạn để hoàn thành tốt hơn trong lần sau.

**Chúng em xin chân thành cảm ơn.**

Nhận Xét của Giảng Viên

Danh Sách Nhóm

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| STT | Họ và Tên | MSSV |
| 1 | Lê Hoàng Lộc (Trưởng Nhóm) | 10031541 |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |
| 8 |  |  |
| 9 |  |  |
| 10 |  |  |

Mục Lục

[Lời Cảm Ơn 1](#_Toc359046003)

[Nhận Xét của Giảng Viên 2](#_Toc359046004)

[Danh Sách Nhóm 3](#_Toc359046005)

[Mục Lục 4](#_Toc359046006)

[Lời mở đầu 5](#_Toc359046007)

[Nội dung chính 6](#_Toc359046008)

[Phần 1: Ý tưởng Kinh doanh Thương Mại Điện Tử. 6](#_Toc359046009)

[1. WordPress là gì?. 6](#_Toc359046010)

[2. Lập Website bán hàng đơn giản với Wordpress.com 6](#_Toc359046011)

[3. Cấu trúc trang với những trang: 7](#_Toc359046012)

[4. Phân quyền điều chỉnh 8](#_Toc359046013)

[5. Quy định biên soạn nội dung và cập nhật trang web 8](#_Toc359046014)

[6. Sản phẩm và giá cả 10](#_Toc359046015)

[7. Hệ thống giao dịch 13](#_Toc359046016)

[8. Tiêu chuẩn để được xác định là giao dịch tiềm năng 13](#_Toc359046017)

[9. An toàn thông tin 14](#_Toc359046018)

[10. Quảng bá trang web 15](#_Toc359046019)

[Phần 2: Nhận xét và kiến nghị 18](#_Toc359046020)

[1. Nhận xét 18](#_Toc359046021)

[2. Kiến nghị 19](#_Toc359046022)

[Kết luận 21](#_Toc359046023)

[Tài Liệu Tham Khảo 22](#_Toc359046024)

Lời mở đầu

1000 năm trước, con đường tơ lụa xuyên sa mạc qua nhiều quốc gia bằng những chú ngựa hay lạc đà đã kết nối các đế chế La Mã với đế chế Trung Hoa và làm giàu cho nhiều nước.

Ngày nay phương tiên giao thông tiên tiến hơn như ô tô, máy bay, tàu thuỷ… Giúp việc trao đổi hàng hoá được thực hiện một cách nhanh hơn nữa và tác động nhiều tới các lĩnh vực đời sống kinh tế – xã hội, nhưng khoa học kỹ thuật mà đặc biệt là công nghệ thông tin đã phát triển với tốc độ nhanh chưa từng thấy. Sự phát triển đó vẫn đang và sẽ tăng với gia tốc ngày càng lớn, tác động mạnh mẽ và sâu sắc đến mọi ngõ ngách của đời sống kinh tế – xã hội.

Khách hàng thì ngày càng có nhiều yêu cầu đối với doanh nghiệp hơn, họ muốn có nhiều thông tin về sản phẩm dịch vụ và có thể so sánh giữa chúng với nhau mọi lúc, mọi nơi, họ không muốn lái xe đi mua sắm trong tình hình giá xăng tăng cao trong khi đó giao thông thì ách tắc, môi trường ô nhiễm, còn thời tiết thì ôi bức, họ muốn thanh toán tiền và nhận được hàng một cách nhanh chóng, an toàn, họ còn muốn nhiều hơn nữa. Còn doanh nghiệp thì lại muốn có thị trường rộng toàn cầu, chi phí thì được giảm tối đa, việc thống kê các giao dịch một cách tự động mà vẫn chính xác tuyệt đối,….

Bao giờ cũng vậy, đứng trước những biến động lớn lao của cuộc sống, nhân loại đều dừng lại suy nghĩ, đánh giá kết quả, ý nghĩa của nó để từ đó vạch ra hường đi tiếp theo cho phù hợp. Internet, trao đổi thông tin qua mạng, thế giới ảo…mà nền công nghệ hiện đại đã và đang đem đến cho ta không phải một mốt thời thượng chợt bùng nổ rồi lắng chìm mà đó thực sự là xu hướng được nhân loại lựa chọn, phát triển. Câu hỏi đặt ra với chúng ta lúc này không phải là nên hay không nên sử dụng internet mà là bao giờ ứng dụng và cách thức ứng dụng như thế nào.

Đây là cơ hội vàng giúp ý tưởng kinh doanh thật dễ dàng phát triển mạnh mẽ. Đó cũng là lý do mà nhóm chọn đề tài và đặt tên là: “Ý tưởng kinh doanh trong Thương mại điện tử”.

Nội dung chính

Phần 1: Ý tưởng Kinh doanh Thương Mại Điện Tử.

1. WordPress là gì?.

WordPress là một hệ thống xuất bản blog viết bằng ngôn ngữ lập trình [PHP](http://vi.wikipedia.org/wiki/PHP) và sử dụng [MySQL](http://vi.wikipedia.org/wiki/MySQL) [database](http://vi.wikipedia.org/wiki/C%C6%A1_s%E1%BB%9F_d%E1%BB%AF_li%E1%BB%87u) ([cơ sở dữ liệu](http://vi.wikipedia.org/wiki/C%C6%A1_s%E1%BB%9F_d%E1%BB%AF_li%E1%BB%87u) MySQL). WordPress là hậu duệ chính thức của [b2/cafelog](http://vi.wikipedia.org/w/index.php?title=B2/cafelog&action=edit&redlink=1), được phát triển bởi Michel Valdrighi. Cái tên WordPress được đề xuất bởi Christine Selleck, một người ban của nhà phát triển chính Matt Mullenweg.

* **WordPress gồm 2 loại:**
* **Blog (Wordpress.com)**

Wordpress.com là dịch vụ viết blog miễn phí, khi đăng ký tài khoản tại wordpress.com sẽ có [sub-domain](http://vi.wikipedia.org/w/index.php?title=Sub-domain&action=edit&redlink=1) dạng example.wordpress.com; Wordpress.com dễ sử dụng, thường được dùng để viết blog, có nhiều giao diện cho người dùng lựa chọn, có cộng đồng viết Blog rất đông đảo. Tuy nhiên, Wordpress.com không cài được Plugin, không tùy chỉnh được code của giao diện, Settings rất hạn chế.

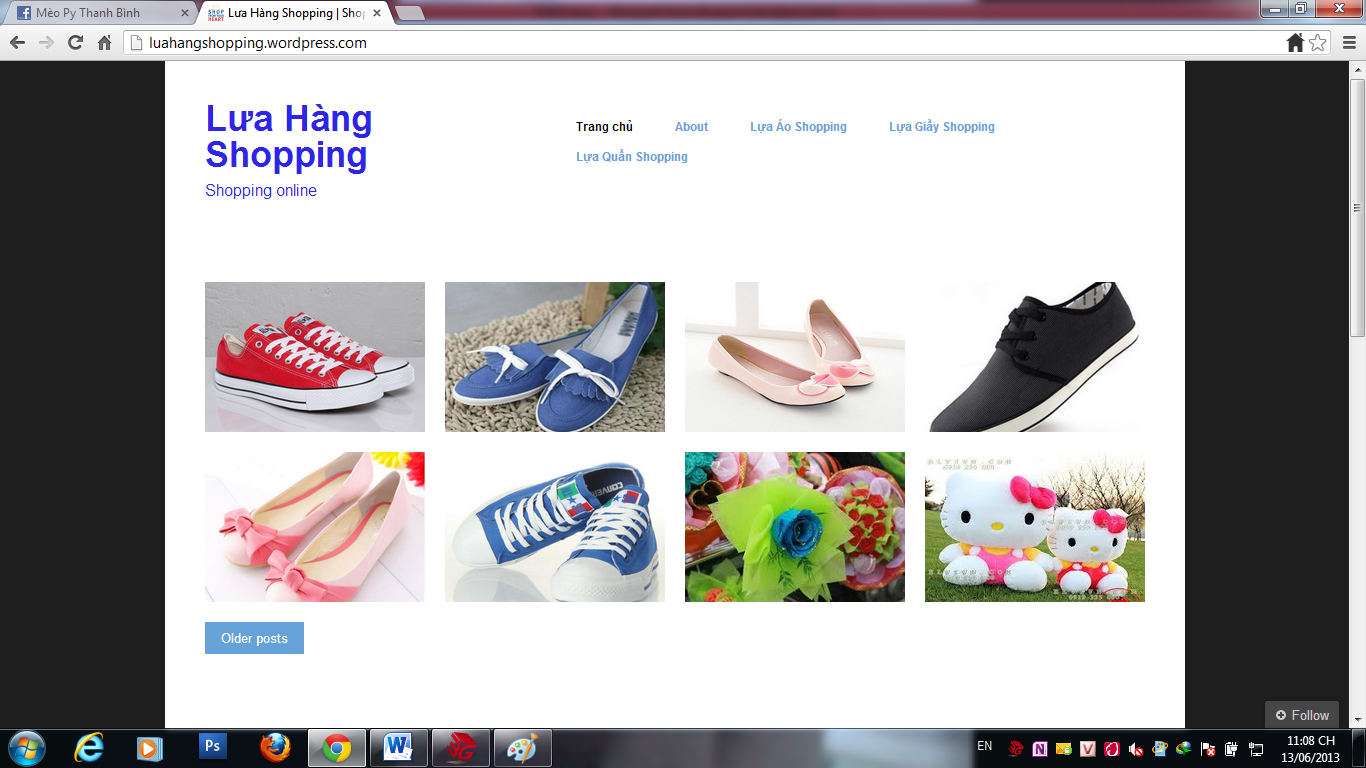
* **Wordpress tự host (Wordpress.org)**

Wordpress cho phép người dùng tải xuống mã nguồn tại website chính thức [Wordpress.org](http://wordpress.org/) . Với mã nguồn này, có thể xây dựng một blog thậm chí một website như ý muốn. Hiện nay, nhắc đến Wordpress người ta thường nghĩ ngay đến Wordpress tự host hay còn gọi là Wordpress Self-Hosted.

Wordpress Self-Hosted cho phép người dụng có quyền cài đặt thêm các thành phần mở rộng (plugins) và các chủ đề, hay còn gọi là giao diện (themes) từ bên ngoài, điều mà ở Wordpress.com không thể làm được. Tuy nhiên bất lợi chính của Wordpress Self-Hosted đó là người dùng phải có hosting riêng và tự cài đặt, cũng như tự bảo mật blog của mình

1. Lập Website bán hàng đơn giản với Wordpress.com

Nhóm thực hiện lập một trang với tên miền là: luahangshopping.wordpress.com



1. Cấu trúc trang với những trang:

* Trang chủ (home page) là trang đầu tiên khi chúng ta truy cập một website, trang này là nơi liên kết tới những trang khác của wed, ở đây trình bày thông tin mới nhất của cá nhân hay doanh nghiệp, tóm tắt giới thiệu về cá nhân hay doanh nghiệp, giới thiệu đối tác, dịch vụ, sản phẩm, chương trình khuyến mãi, sự kiện, hội thảo, thế mạnh điển hình đặc trưng
* Trang liên hệ (contact) gồm các hình thức liên hệ với cá nhân, doanh nghiệp, thông tin thông qua địa chỉ email, số điện thoại, trực tiếp tại văn phòng qua hệ thống trả lời trực tuyến thường có form liên hệ để người xem gởi yêu cầu ngay trên wedsite.
* <http://luahangshopping.wordpress.com/>
* <https://www.facebook.com/pages/L%E1%BB%B1a-H%C3%A0ng-Shopping/615979758433167?ref=stream>
* Trang giới thiệu thông tin (about us) khi người xem muốn tìm hiểu về người cung cấp, cá nhân, hay doanh nghiệp cần có một trang giới thiệu về mình nêu ra những kinh nghiệm, thế mạnh của mình so với doanh nghiệp khác
* Trang giới thiệu về sản phẩm/ dịch vụ (product /service) để cá nhân giới thiệu những gì mình quan tâm hay doanh nghiệp mô tả chi tiết về doanh mục sản phẩm, hình ảnh, thông tin về sản phẩm dịch vụ hoạt động của doanh nghiệp mình

Đó là một số chức năng cơ bản cần có của một website, ngoài ra còn phụ thuộc vào lĩnh vực kinh doanh ngành nghề….của mỗi cá nhân hay tổ chức để tạo nên website hiệu quả nhất

1. Phân quyền điều chỉnh

Với cả nhóm tham gia cho nên cần có sự phân quyền điều chỉnh trang web như sau:

* **Hai quyền Administrator** là luahangshoppping.wordpress.com và elhcol.wordpress.com

Với quyền này thì người có quyền lực tối cao trong web với toàn quyền chỉnh sữa.

* **Ba quyền Author** là luaaoshopping.wordpress.com, luaquanshopping.wordpress.com và luagiayshopping.wordpress.com

Với quyền này thì người dùng có thể tạo mới, chỉnh sửa, xuất bản cũng như xóa bỏ bài viết của chính mình.

* **Sáu quyền Contributor** là luaaoshopping1.wordpress.com, luaaoshopping2.wordpress.com, luaquanshopping1.wordpress.com, luaquanshopping2.wordpress.com và luagiayshopping1.wordpress.com, luagiayshopping2.wordpress.com.

Với quyền này thì người dùng có thể tham gia viết bài, sửa chữa bài của chính mình, tuy nhiên không thể xuất bản bài viết đó. Nghĩa là, bài viết do họ soạn thảo sẽ không hiện lên trên web cho đến khi có người dùng cấp cao hơn cho phép.

1. Quy định biên soạn nội dung và cập nhật trang web

***Quy định khi biên soạn nội dung***

* Khả năng điều dẫn
* Khả năng điều dẫn được hiểu là khả năng người dùng mạng có thể di chuyển dễ dàng trong site một cách dễ dàng.
* Mục tiêu then chốt của thiết kế điều dẫn tốt là tối thiểu hóa việc đi lại, chiều sâu, cũng như sự rườm rà khi di chuyển trong site. Quá trình này có thể đưa người dùng về trang chủ từ bất kỳ trang nào.
* Việc di chuyển trong site tương đối dễ dàng, nhanh chóng. Thiết kế thanh menu nằm ngang ở bên trên và module hai bên rất thuận tiện cho khách hàng tùy chỉnh nội dung xem, có khả năng quay lại trang chủ hoặc đến trang sản phẩm, mục sản phẩm ngay lập tức mà không mà không phải mất nhiều thời gian để tìm kiếm.
* Tính tương tác
* Tính tương tác được xem là sự tương tác giữa bản thân web và người dùng web, cụ thể:
* Website có các công cụ truyền thông tới khách hàng, đó chính là mục thông tin của web gồm các thông tin về hướng dẫn đặt hàng, giao hàng và cách thức thanh toán…
* Có truyền thông hai chiều tốt, có trang giới thiệu về doanh nghiệp, giúp khách hàng hiểu rõ về doanh nghiệp. Site thuận lợi hóa thông tin phản hồi của khách hàng đến doanh nghiệp qua phần “liên hệ”.
* Sắp xếp các menu
* Không gian đẹp, màu sắc dễ chịu, bắt mắt tạo cảm giác thân thiện cho người truy cập, phù hợp với một shop bán hàng trên mạng.

***Cách thức cập nhật thông tin***

* Qua internet, truyền thông, báo đài…
* Tìm hiểu nhu cầu thực tế của khách hàng, đối tác kinh doanh…
* Luôn luôn cập nhật kịp thời và đầy đủ chủng loại, mẫu mã sản phẩm.

***Cập nhật thông tin***

* Phổ biến sản phẩm mới cho nhân viên
* Bổ sung catalogue trên website và các trang mạng quen thuộc
* Thường xuyên cho up các bài viết liên quan đến sản phẩm mới
* Cập nhật trang web sẽ cố định từ ít nhất 1 tuần 1 lần cho tới 2 tuần 1 lần.
* Nhu cầu phát sinh sản phẩm mới
* Phát sinh sản phẩm mới là nhu cầu tất yếu của thị trường cạnh tranh
* Sản phẩm mới yêu cầu phải tốt hơn và tiện lợi, tiết kiệm hơn sản phẩm cũ. Do đó, bổ sung sản phẩm mới để đa dạng sản phẩm của website.
* Do nhu cầu khách hàng tìm kiếm một sản phẩm đẹp, độc đáo, độc quyền…
* Cạnh tranh với các công ty khác khi sản phẩm của công ty hiện chưa có mẫu như đối thủ.
* Có riêng một đội ngũ nhân viên chuyên chuyên quản trị thông tin thông tin cho web, cập nhật, xử lý đơn hàng…
* Cập nhật thông tin về sản phẩm mới, tình trạng số lượng hàng có thể cung cấp.
* Xử lý các đơn hàng của khách hàng, cũng như kiểm tra các lỗi khi khách hàng đặt đơn hàng có thể xảy ra.
* Có thể phát hiện các lỗi của web (nếu có), đồng thới có thể tăng thêm các tiện ích cho web khi có yêu cầu phát triển: tạo forum, tích hợp với facebook, yahoo, google, thanh liên kết với các trang web khác…

1. Sản phẩm và giá cả

* **Sản phẩm**

1. **Tên sản phẩm, ảnh và mô tả sản phẩm**

Tên sản phẩm phải rõ ràng và cô đọng và súc tích. Không gọi tên sản phẩm bằng các mã hàng trừ phi mã hàng đó trở nên nổi tiếng trong thị trường của bạn và là một từ khoá hữu ích. Thêm nữa đặt tên sản phẩm sao cho có chứa một từ khoá tìm kiếm hiệu quả. Ví dụ, nếu tôi đang bán Nike Air Jordans, tôi có thể sử dụng tên sản phẩm là "giày bóng rổ Nike Air Jordans" như vậy không những có tên của sản phẩm mà cả danh mục lớn chứa nó cũng được nói đến

Phải chắc chắn sản phẩm bán trên web có ảnh minh hoạ rõ nét. Chụp các sản phẩm từ những góc độ khác nhau, và để bao gồm 3 hay 4 bức ảnh mỗi sản phẩm. Khách thăm trang web nhờ thế có thể đánh giá sản phẩm tốt hơn và làm cho nó dễ hình dung hơn.

Đề cập đến tên của sản phẩm trong phần mô tả miễn sao nghe phải tự nhiên. Gian hàng sẽ tăng được mật độ từ khoá bằng cách này. Phần mô tả sản phẩm cũng phải được viết một các chi tiết và hấp dẫn. Phần mô tả là lời rao hàng , có thể là nhân viên bán hàng của chủ hàng vì thế đừng bệ y nguyên từ các tài liệu sale mà cần viết rành mạch, dễ hiểu, sáng ý và nhất là phải có ích cho những người viếng thăm trang web.

Sản phẩm mô tả càng chi tiết càng tốt, nó sẽ giúp khách hàng hiều về sản phẩm, xuất xứ, nhãn hiệu, kích cỡ hay cách thức sử dụng. Để khách hàng có thể nắm được thông tin  chi tiết nhất về sản phẩm mà họ cần.

1. **Nguồn hàng**

Đối với việc nhập hàng các bạn sẽ có rất nhiều lựa chọn đó là nhập hàng tại các chợ đầu mối quần áo sỉ lẻ, các shop đang kinh doanh mặt hàng bạn đang nhắm đến, tự lên hàng, và bên cạnh các nguồn hàng trên vẫn còn một phương pháp nhập hàng mà các bạn trẻ hiện nay sử dụng rất phổ biến.

*Các nguồn hàng trên đều có ưu và khuyết điểm của nó:*

Đối với nhập hàng ở chợ đầu mối thì sản phẩm đa dạng nhưng thường là phải lấy theo dây hoặc số lượng nhiều. Điểm bất lợi nhất là các rất nhiều shop cũng lấy từ nguồn hàng này vì vậy việc “đụng hàng” là chuyện bình thường và như thế sẽ mất đi tính cạnh tranh cho shop của bạn.

Còn với việc lấy hàng tại các shop khác thì thoải mái hơn có thể sản phẩm được tổng hợp từ nhiều nguồn khác nhau, đa dạng và không bị ràng buộc phải lấy sản phẩm theo dây, chính vì thế giá sản phẩm sẽ khá cao.

Và một hình thức khác là tự lên hàng nhưng nhưng hình thức này ít phổ biến hơn vì cần vốn nhiều và khó theo kiệp thị trường, rủi ro cao và mẫu mã không đa dạng. Đó là trường hợp bạn mới mở shop, đối với các shop đã lớn mạnh việc lên hàng sẽ giúp shop giảm được giá thành sản phẩm và mang tính chủ động hơn trong việc tao ra xu thế mới.

Đánh hàng từ các nước khác về kinh doanh  có thể nói là một trong các phương pháp khá phổ biến với nhiều ưu điểm vượt trội đó là mẫu mã đa dạng, nhiều loại sản phẩm với nhiều mức giá khác nhau. Với nguồn hàng này, vấn đề “đụng hàng” sẽ ít gặp hơn và nhiều mẫu thời trang mới được cập nhật nhanh hơn.

1. **Đăng bán sản phẩm, đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng**

Ngoài việc bạn chọn một mặt bằng đẹp và đầu tư trang trí hoành tráng để lôi kéo khách thì marketing online là một trong các phương pháp quảng bá hình ảnh shop đến với khách hàng nhanh nhất và hiệu quả nhất trong thời kỳ thương mại điện tử đang lên ngôi như hiện nay.

Tạo 1 gian hàng online với chi phí cực thấp hầu như miễn phí và hiệu quả . Để góp phần đưa hình ảnh và sản phẩm của shop bạn đến với khách hàng nhanh hơn.

Đăng bài trên các Chuyên mục liên quan đến sản phẩm. Bố cục các bài viết đăng sản phẩm như sau: Giới thiệu ngắn gọn về Shop, các mặt hàng Shop bán, Website, thông tin liên hệ. Cuối cùng là list các sản phẩm kèm giá và hình ảnh lên.

1. **Xây dựng hình ảnh cho sản phẩm là yếu tố quyết định**

Thường xuyên trả lời các ý kiến đóng góp, thắc mắc từ phía khách hàng, hoặc tạo ra những sự kiện, cuộc thi, trò chơi với các giải thưởng là sản phẩm của gian hàng mình để gắn kết với khách hàng… Có như vậy mới khuyến khích nhiều người ghé thăm gian hàng của mình.

Để làm những việc nói trên, chủ gian hàng cần có nhân sự chuyên lo việc cập nhật hình ảnh sản phẩm, thường xuyên vào mạng để chăm sóc khách hàng. Nhân viên đó cũng phải am hiểu về thương mại điện tử, truyền thông xã hội. Tuy nhiên, với tiềm lực và chi phí có hạn, các gian hàng đang gặp khó khăn về vấn đề này. Và gian hàng của chúng tôi cũng không ngoại lệ.

Khách hàng trên các trang mạng xã hội rất thích những hình ảnh thật khi xem hàng, ví dụ những hình ảnh mô tả các mặt hàng thời trang của gian hàng phải đi kèm với người mẫu thật, không nên sử dụng những hình ảnh tải từ Internet, hay các hình ảnh đã qua thủ thuật chỉnh sửa nhiều.

Tạo những hình ảnh thu nhỏ và kết nối chúng đến những hình ảnh đầy đủ về sản phẩm. Ngay cả khi bạn có thể đẩy được nhiều hình ảnh mô tả đầy đủ về sản phẩm lên một vài vị trí nào đó, thì cũng không nên để chúng ngay trên trang thông tin chính. Thay vào đó, hãy tạo những hình ảnh nhỏ và đặt đường link đến các bức ảnh lớn.

Bên cạnh đó, nội dung thông tin khi đưa lên mạng xã hội phải đơn giản, ngắn gọn. Hình ảnh phải bắt mắt, thu hút người xem, bên cạnh đó là nguồn sản phẩm độc đáo, tránh viết những bài quảng cáo quá dài, khô khan mà không có hình ảnh sản phẩm đi kèm.

* **Gíá cả**

1. **Giá cả các sản phẩm phải hợp lý, phù hợp với từng khách hàng cụ thể.**

Cần được niêm yết rõ ràng đối với từng sản phẩm. Nên tham khảo giá của sản phẩm tương tự trên thị trường đồng thời căn cứ vào số vốn bạn bỏ ra cho việc: vận chuyển, chi phí mua tên miền, hosting, phí mở shop online (nếu có), giá nhập sản phẩm để có thể đưa ra mức giá phù hợp cho mỗi loại sản phẩm, không được quá cao so với thị trường nhưng cũng phải đảm bảo đem lại lợi nhuận cao nhất có thể cho bạn. Bạn nên lưu ý tiết kiệm đến mức tối đa phí vận chuyển để tránh tình trạng giá bị đẩy lên cao.

Một số người thích thu thập các thông tin về sản phẩm trên mạng. Họ thường ghé thăm vài trang web để biết được các chủng loại hàng với giá cả tốt nhất Nhưng cuối cùng họ lại không mua trên mạng mà thay vào đó, họ tắt máy và ra trực tiếp cửa hàng gần nhất để mua.

Cần đưa ra một số ưu đãi cho người mua hàng qua mạng. Nên cung cấp những ưu đãi, khuyến mãi chỉ dành riêng cho khách hàng tại website mà các cửa hàng thực không thể có. Nhưng cũng cần nhớ rằng: phần lớn người dùng Internet đều có hiểu biết rộng về thị trường. Vì vậy rất khó qua mặt được họ.

Thời gian, chi phí đóng gói và vận chuyển 5 món hàng cùng một đơn hàng không nhiều hơn so với 1 món hàng là mấy. Lợi nhuận từ một đơn hàng lớn sẽ cao hơn so với nhiều đơn hàng nhỏ nên tìm cách khuyến khích khách hàng mua nhiều thứ cùng một lúc

1. **Thử nghiệm các mức giá để tìm ra giá tối ưu**

Khi bán hàng qua mạng, mức giá các sản phẩm của bạn phải được đặt ở mức tối ưu để thu hút khách hàng. Chỉ khi bạn thử nghiệm mức giá thì bạn mới biết được đâu là giá tối ưu. Có lẽ nhân tố giá cả vẫn luôn là điều cuối cùng khiến cho khách hàng đắn đo khi họ đã ưng hàng và tin vào những lời hứa hẹn về dịch vụ của bạn. Bạn hãy khéo léo tạo ra những lời chào hàng đặc biệt để xác định được giá tối ưu.

1. Hệ thống giao dịch

Lựa hàng Shopping thực hiện phân phối sản phẩm qua kênh phân phối trực tiếp, không sử dụng trung gian phân phối mà sử dụng ngay chính các thành viên tư vấn, thành viên trong nhóm quản trị để vận chuyển sản phẩm đến tay khách hàng - kênh này chỉ sử dụng đối với khách hàng ở gần. Đối với các khách hàng ở xa thì vận chuyển hàng hóa qua đường bưu điện, và tính phí theo phí bưu điện.

* Trực tiếp các nhân viên của cửa hàng đưa sản phẩm đến tay khách hàng
* Giảm được chi phí thuê trung gian phân phối
* Tăng khả năng cạnh tranh về giá do bớt được chi phí phân phối
* Tiếp nhận trực tiếp sự phản hồi của khách hàng

1. Tiêu chuẩn để được xác định là giao dịch tiềm năng

Kinh doanh thành công là một trong những mục tiêu hàng đầu của hầu hết các doanh nghiệp. Khi thành công trong kinh doanh, doanh nghiệp sẽ thu được lợi nhuận cao, tạo được uy tín, vị thế trên thị trường. Và để đạt được điều đó, chúng ta cần phải xác định được phương hướng hoạt động trong hiện tại và cả tương lai. Trong thương mại điện tử, việc giao dịch là một yếu tố hết sức quan trọng. Vì vậy, để việc kinh doanh gặp thuận lợi và đạt hiệu quả cao trong tương lai, chúng ta cần phải xác định được như thế nào là giao dịch tiềm năng. Sau đây là một số tiêu chuẩn để xác định là giao dịch tiềm năng:

* *Giao dịch phải có tính khả thi cao, dễ thực hiện*

Bất kì việc kinh doanh nào cũng sẽ không thành công nếu như nó không có được tính khả thi. Đây là yếu tố hàng đầu để xác định giao dịch tiềm năng

* *Phải ứng dụng thông tin và công nghệ liên lạc hiện đại để quá trình giao dịch diễn ra thuận lợi, dễ dàng cho cả hai bên.*

Nhiều phương tiện truyền thông mới mẻ đang len lỏi khắp nơi và trong lúc đem lại cho con người những cơ hội để có một cuộc sống tốt hơn. Những khoảng cách về không gian và thời gian đang bị thu hẹp, các quan hệ xã hội thời hiện tại đều có nhiều gắn kết với các phương tiện truyền thông hiện đại, khiến chúng trở thành một loại kỹ thuật công nghệ có tầm ảnh hưởng lớn nhất từ khi loài người xuất hiện. Vì vậy ứng dụng nó vào trong giao dịch với khách hàng là một sự lựa chọn khôn ngoan.

* *Giao dịch phải mang lại lợi nhuận cao trong việc kinh doanh*

Bất kỳ một việc kinh doanh nào hoạt động trong cơ chế thị tr­ường, điều đầu tiên mà họ quan tâm đó là lợi nhuận. Đây là một chỉ tiêu kinh tế tổng hợp phản ánh hiệu quả của quá trình kinh doanh. Việc kinh doanh chỉ tồn tại và phát triển khi nó tạo ra lợi nhuận, nếu hoạt động không có hiệu quả, thu không đủ bù đắp chi phí đã bỏ ra thì sẽ bị đào thải, đi đến phá sản. Đặc biệt trong điều kiện kinh tế thị trường có sự cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt và khốc liệt vì vậy lợi nhuận là yếu tố cực kỳ quan trọng và quyết định đến sự thành công trong kinh doanh

* *Chi phí để giao dịch không được quá lớn*

Giao dịch không thể coi là tiềm năng nếu phải bỏ ra một lượng chi phí quá lớn để thực hiện. Bởi cũng giống như các hoạt động kinh doanh khác, lợi nhuận trong kinh doanh cũng được tính bằng công thức: doanh thu – chi phí.

* *Giao dịch phải đem lại sự hài lòng cho cả hai bên để có được sự hợp tác lâu bền*

Khách hàng là yếu tố trực tiếp quyết định sự thành bại của kinh doanh vì vậy trong giao dịch chúng ta cần phải hết sức quan tâm tới sự hài lòng cho họ. có như vậy, việc kinh doanh mới tiến triển.

* *Giao dịch phải nâng uy tín, sự tin cậy, tín nhiệm cho khách hàng*
* *Giao dịch phải giúp quảng bá rộng rãi cho sản phẩm, thu hút thêm nhiều khách hàng mới…v.v.*

1. An toàn thông tin

Hiện nay vấn đề Bảo mật và an toàn thông tin trong TMĐT đã và đang được áp dụng phổ biến và rộng rãi ở Việt Nam và trên phạm vi toàn cầu. Vì thế vấn đề Bảo mật và an toàn đang được nhiều người tập trung nghiên cứu và tìm mọi giải pháp để đảm bảo Bảo mật và an toàn cho các hệ thống thông tin trên mạng. Tuy nhiên cũng cần phải hiểu rằng không có một hệ thống thông tin nào được bảo mật 100% bất kỳ một hệ thống thông tin nào cũng có những lỗ hổng về bảo mật và an toàn mà chưa được phát hiện ra. Vấn đề bảo mật và an toàn thông tin trong TMĐT phải đảm bảo bốn yêu cầu sau đây:

*Các tài khoản có quyền chỉnh sữa trang web sẽ được bảo mật bằng:*

* Các phần mềm diệt virus
* Luôn luôn Turn on tường lữa Firewall
* Không sử dụng mạng internet cộng đồng
* Xóa các cookies và lịch sử trên trình duyệt web sau khi thực hiện chỉnh sửa trang

1. Quảng bá trang web

Nghiên cứu thị trường qua mạng bằng cách kết hợp với các diễn đàn, chatroom để thăm dò ý kiến khách hàng, từ đó nắm bắt những phân khúc thị trường, thị hiếu khách hàng nhằm có những chiến lược sản phẩm và chiến lược giá phù hợp.

* Sử dụng các trang mạng xã hội, các diễn đàn trên internet để quảng bá website, tăng lượng người theo dõi, cập nhật tin tức
* Tạo fanpage trên facebook để cập nhật trực tiếp, update sản phẩm cho khách hàng nhanh chóng nhất.
* Dựa vào truyền miệng của những khách hàng đã mua bán với cửa hàng.
* Thực hiện các đợt giảm giá, khuyến mại cho khách hàng thân thiết, hoặc những khách hàng lần đầu giao dịch
* Giữ chân khách hàng cũ bằng cách tư vấn, chăm sóc tận tình, thực hiện việc giao dịch đúng ngày giờ để giữ uy tín và niềm tin từ khách hàng.
* Thực hiện marketing điện tử trực tiếp thông qua email, phản hồi từ khách hàng
* Thực hiện marketing lan truyền

Trong thời đại internet hiện nay, tốc độ lan truyền của thông tin nhanh hơn bao giờ hết. Và nếu biết cách lan truyền thì đây là một phương pháp marketing hiệu quả.

*Các liên kết với web Lựa hàng Shopping:*

* **Facebook**

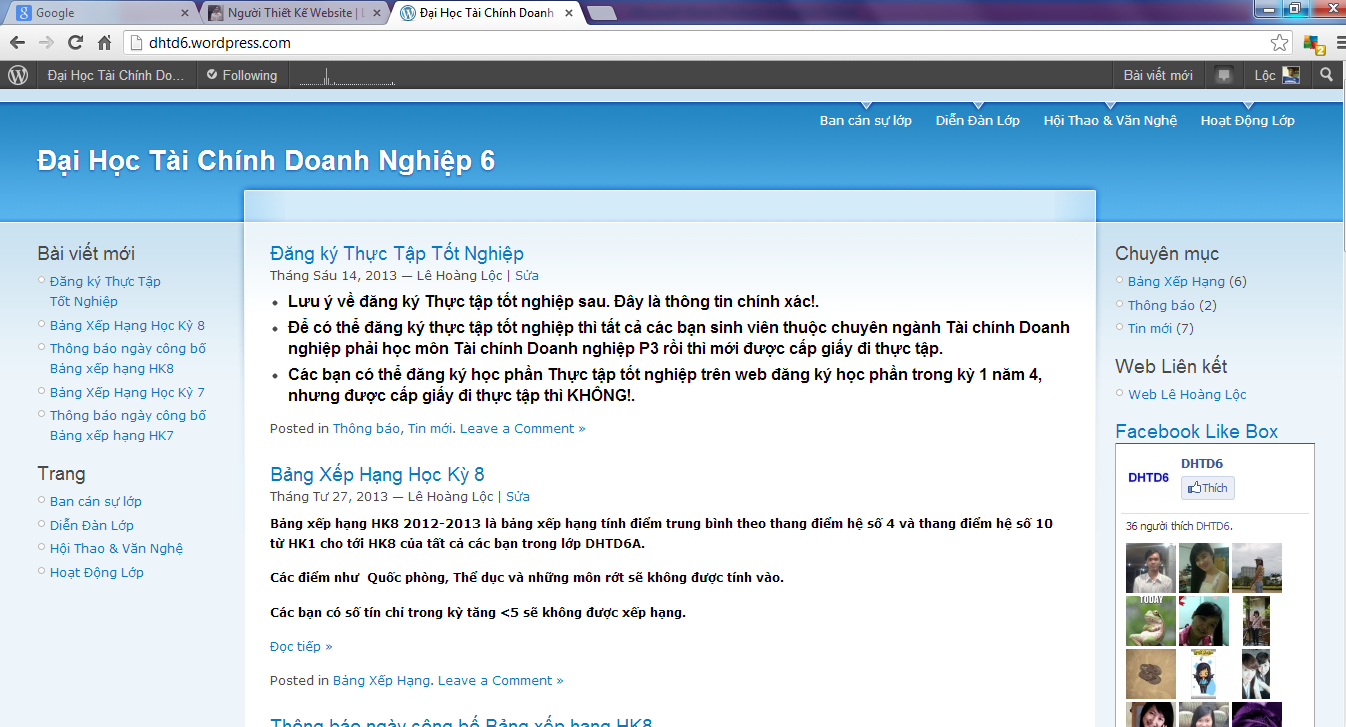


* **Web liên kết**

Liên kết đến Web: elhcol.wordpress.com với trung bình có 600 lượt truy cập mỗi tháng



Liên kết đến Web: dhtd6.wordpress.com với trung bình có 200 lượt truy cập mỗi tháng



Phần 2: Nhận xét và kiến nghị

1. Nhận xét

Để thực hiện hóa ý tưởng trong kinh doanh và thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử, mục đích hàng đầu là tạo ra một website hấp dẫn và dễ sử dụng, thu hút được người xem đồng thời giữ được sự quan tâm của họ. Căn cứ vào những quy tắc, có những đánh giá như sau về website:

* Đơn giản trong thiết kế: Website được xây dựng ở mức độ cực kỳ đơn giản, không màu mè, tránh được sự rối mắt, dễ sử dụng. Tuy nhiên quá đơn điệu nên dẫn đến sự nhàm chán đối với người xem.
* Tạo các đường link rõ rang: Sử dụng hình ảnh, biểu tượng trong đường link kèm với tiêu đề giải thích bằng chữ để giảm sự nhàm chán mà vẫn giúp khách hàng dễ dàng trong việc tham quan website. Thiết kế các đường link rõ ràng tạo điều kiện cho khách hàng dễ tìm kiếm.
* Đưa ra hướng dẫn cho người sử dụng: Tạo được hướng dẫn cụ thể, chính xác, rõ ràng cách thức đặt hàng, mua hàng, phản hồi ý kiến, liên hệ với nhà cung cấp và ban quản trị website.
* Cung cấp cho người sử dụng thứ mà họ cần: Thiết lập trang chủ gồm đầy đủ thông tin về website, tạo điều kiện cho người sử dụng dễ dàng tìm thấy những gì họ cần.
* Tránh được những mẫu đăng ký không cần thiết, sử dụng hình ảnh với số lượng vừa phải, màu sắc hài hòa.
* Font chữ cơ bản, dễ nhìn, thích hợp với mọi trình duyệt và giao diện máy tính của khách hàng.
* Tối ưu hóa các công cụ tìm kiếm bằng các công cụ tìm kiềm nâng cao.
* ***Marketing***

Có sự đa dạng trong các chiến lược marketing, tuy vậy, sự phổ biến của website đối với khách hàng còn rất hạn chế. Phần lớn khách hàng chỉ tập trung ở nữ giới, và sinh viên là chủ yếu. Vì vậy, cần có những biện pháp cải thiện để quảng bá hình ảnh website đến với các đối tương khác, và ở phạm vi rộng hơn.

* ***Sales***

Giá cả vừa phải, hợp lí và cách thức đặt hàng đươch hướng dẫn cụ thể qua website giúp người dùng tiện dụng trong việc chọn lựa sản phẩm và thực hiệc giao dịch với cửa hàng. Tuy vậy, cửa hàng cũng cần có những chiến lược giá cụ thể hơn nhằm thu hút những khách hàng có thu nhập thấp. Triển khai thêm nhiều đợt giảm giá, khuyến mãi cho các khách hàng có đơn hàng lớn, thường xuyên.

* ***Distribution***

Sự hạn chế về quy mô của cửa hàng, dẫn đến sự hạn chế về trình độ vận chuyển, phân phối hàng hóa đến tay người tiêu dùng. Số lượng các đơn đặt hàng nhỏ lẻ cũng ảnh hưởng đến sự nhạy bén tỏng khả năng phân phối.

* ***Payment***

Dịch vụ thanh toán đa dạng, thỏa mãn những yêu cầu của khách hàng về mức độ tiện lợi, nhanh chóng.

1. Kiến nghị

* ***Chiến lược chào hàng***

1. Khác biệt hóa: Đào tạo đội ngũ tư vấn viên về phong cách, thái độ làm việc chuyên nghiệp, chuyên môn nghiệp vụ

2. Cải tiến sản phẩm, dịch vụ:

* Mở rộng các nhóm mặt hàng khác như : Sơ mi nữ, Váy dạ hội, …
* Cập nhật các mặt hàng mới bán chạy
* Cải thiện chất lượng dịch vụ bán hàng và áu bán hàng, như đổi trả hàng nếu sai sót do lỗi của cửa hàng, giúp thỏa mãn khách hàng.
* ***Chiến lược giá***

1. Định giá cố định

* Kiểm soát giá cả một cách hợp lý tránh hiện tượng định giá quá thấp làm ảnh hưởng đến doanh thu, hay định giá quá cao làm mất khả năng cạnh tranh.
* Định giá khuyến mãi cũng cần kiểm soát, tránh tình trạng quá tải khi có quá nhiều lương người truy cập.

2. Định giá linh hoạt

Kiểm soát giá cả mà khách hàng mặc cả để hoạch định chiến lược giá cho sản phẩm.

* ***Chiến lược xúc tiến***

1. Quảng cáo trức tuyến

Cần xem xét đến việc đặt banner trên các trang web nổi tiếng như vatgia.com, amazon.com,..

2. Marketing quan hệ công chúng điện tử

**- Nội dung website:**

* Cần chi tiết hơn về các thông tin của doanh nghiệp, đưa ra các chính sách về bảo mật, thanh toán, FAQs.
* Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm
* Xây dựng cộng đồng điện tử
* Xây dựng forum
* Tích cực quảng bá trên các mạng xã hội

3. Xúc tiến bấn hàng

Đẩy mạnh các chương tình khuyến mãi, giảm giá, nhưng giữ an tòn bí mật thông tin tránh hiện tượng kẻ xấu trục lợi.

* ***Chiến lược phân phối***

1. Kênh trực tiếp: Chỉnh đốn thái độ của nhân viên vận chuyển với khách hàng

2. Kênh gián tiếp

Mở rộng quy mô bán hàng, từ đó mở rộng kênh phân phối gián tiếp, tạo điều kiện tăng cường lợi nhuận và tăng mức độ phục vụ khách hàng.

Kết luận

Tài Liệu Tham Khảo

1.Giáo trình Thương mại điện tử Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh.

2.http://marketingchienluoc.com

3.<http://luanvan.net.vn/luan-van/de-tai-phan-tich-chien-luoc-e-marketing-cua-vimuacom-8408/>

4. <http://vietnambranding.com>

5. Một số tờ báo mạng và website khác.