

Khám phá quyền năng **Thương mại điện tử** trong **07** giờ

Tác giả:

Thạc sĩ **DƯƠNG TỔ DUNG**

Biên soạn: 09/2012

Tài liệu này dành cho:

Cá nhân, Doanh nghiệp muốn tìm hiểu về Thương mại điện tử, làm tiền để cho việc ứng dụng Thương mại điện tử có hiệu quả trong kinh doanh, kiếm tiền online.



(trang này được bỏ trống)

LỜI MỞ ĐẦU

Thương mại điện tử được ứng dụng ở Mỹ từ những năm 90 của thiên niên kỷ trước, và được biết đến ở Việt Nam từ những năm đầu của thiên niên kỷ này – đến nay đã hơn 10 năm. Song, không phải ai cũng hiểu rõ Thương mại điện tử là gì, ứng dụng Thương mại điện tử như thế nào để mang lại hiệu quả cao trong kinh doanh, hay để tận dụng cơ hội kiếm tiền online và làm giàu.

Trên thế giới đã có rất nhiều gương thành công vượt bậc nhờ ứng dụng Thương mại điện tử, kinh doanh online. Chúng ta đã biết đến những tên tuổi nổi tiếng toàn cầu như Google, Facebook, Youtube, Amazon, eBay, Alibaba... Đó là những bằng chứng thuyết phục nhất khi nói về những “điều kỳ diệu” mà Thương mại điện tử có thể mang lại cho doanh nghiệp và cá nhân!

Ở Việt Nam, một số tên tuổi như VNExpress, Thế Giới Di Động, Vinabook, Vietnamworks... làm ra rất nhiều lợi nhuận và lớn mạnh nhờ vào Thương mại điện tử.

Tuy nhiên, gương thành công vượt bậc như trên thì không nhiều. Có thể chúng ta không mơ ước được thành công như Google, như Vietnamworks... Song, việc ứng dụng đúng cách và hiệu quả Thương mại điện tử vào kinh doanh để tăng doanh thu, để xây dựng thương hiệu, để phục vụ khách hàng tốt hơn, để tăng lợi thế cạnh tranh... là trong tầm tay của những ai hiểu đúng và làm đúng Thương mại điện tử!

Thương mại điện tử không chỉ mang lại cơ hội lớn cho doanh nghiệp, mà Thương mại điện tử còn tạo cơ hội cho cá nhân kiếm tiền online và làm giàu. Ai cũng có thể tận dụng cơ hội này, chỉ cần người đó yêu thích Thương mại điện tử và chịu khó trang bị kiến thức và kỹ năng ứng dụng Thương mại điện tử cho mình, và kiên trì đi trên con đường mình đã chọn.

Để ứng dụng tốt và hiệu quả Thương mại điện tử, cách làm hiệu quả nhất là học từ đầu, từ tổng quát đến chi tiết. **Tài liệu này cần thiết cho những ai chưa hiểu biết nhiều về Thương mại điện tử, và muốn đặt những bước chân đầu tiên khám phá thế giới Thương mại điện tử và quyền năng kỳ diệu của Thương mại điện tử!**

Trong vài mươi trang sách, tác giả mong muốn mang đến cho độc giả những điều tổng quát nhất, thực tế nhất về quyền năng của Thương mại điện tử, về cơ hội rộng lớn mà Thương mại điện tử có thể mang lại cho từng doanh nghiệp, từng cá nhân, để sau khi đọc xong tài liệu này, **bạn sẽ có niềm tin vào Thương mại điện tử, có niềm tin vào việc kiếm tiền và làm giàu online.** Và bạn biết và tin rằng, nếu bạn chịu khó đầu tư kiến

thức, kỹ năng về ứng dụng Thương mại điện tử, bạn hoàn toàn có thể giành lấy lợi ích, cơ hội từ nhỏ, vừa, lớn đến rất lớn cho doanh nghiệp mình, cho cá nhân mình.

Trong phạm vi tài liệu này, bạn chưa thể trả lời được câu hỏi "cụ thể tôi cần làm gì?", "tôi phải làm từng bước như thế nào?"... Để trả lời những câu hỏi trên, bạn phải chịu khó đầu tư trang bị cho mình nhiều kiến thức chuyên sâu hơn, bạn phải đọc, học, thực hành nhiều hơn. Và www.chiakhaothanhcong.com là nơi bạn cần "gõ cửa" để trang bị kiến thức, kỹ năng về Thương mại điện tử một cách hiệu quả, nhanh chóng, và kinh tế nhất!

Tôi mong rằng sau khi bạn đọc xong tài liệu này, bạn sẽ cảm thấy yêu đời hơn, háo hức hơn, vì đã tìm ra một "chân trời" mới – đây những cơ hội đang chờ bạn!

Tài liệu này chưa thể hoàn hảo, tôi rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến và phản hồi từ tất cả các bạn. Bạn có thể email cho tôi theo địa chỉ duongtodung@gmail.com. Chân thành cảm ơn!

Tp.HCM, tháng 09 năm 2012
Tác giả: Thạc sĩ Dương Tố Dung

MỤC LỤC

Lời giới thiệu

Mục lục

- I. **Thương mại điện tử là gì? Lịch sử hình thành và phát triển Thương mại điện tử.** Trang 01
 - II. **Lợi ích và cơ hội Thương mại điện tử mang lại cho cá nhân, doanh nghiệp trên toàn thế giới** Trang 04
 - III. **Các mô hình ứng dụng Thương mại điện tử hiện có** Trang 06
 - IV. **Doanh nghiệp Việt Nam ứng dụng Thương mại điện tử như thế nào để khai thác tốt cơ hội kinh doanh** Trang 08
 - V. **Cơ hội kiếm tiền online và làm giàu do Thương mại điện tử mang lại cho cá nhân** Trang 17
 - VI. **Câu chuyện thành công và bí quyết thành công trong ứng dụng Thương mại điện tử** Trang 19
 - VII. **Nền tảng cần thiết để ứng dụng Thương mại điện tử thành công trong kinh doanh, kiếm tiền online và làm giàu** Trang 22
- Kết luận** Trang 24

Giới thiệu tác giả

Giới thiệu www.chiakhaothanhcong.com

Lưu ý: đây là tài liệu tóm tắt, giúp bạn đọc trong **07 giờ** nắm được những điểm chính về Thương mại điện tử như định nghĩa, lợi ích, cơ hội, cách ứng dụng hiệu quả, bí quyết thành công... Bạn không cần đến 01 giờ để đọc mỗi phần, mà bạn hãy dành 01 giờ cho mỗi phần để vừa đọc vừa suy nghĩ, liên kết với thực tế, với tình hình hiện tại ở doanh nghiệp mình để tự rút ra những nhận xét, những câu hỏi cho riêng mình. **Bạn đọc chậm thôi, chậm mà chắc!**

Để có thể thực hành ứng dụng Thương mại điện tử có hiệu quả, bạn cần đọc/học thêm nhiều chủ đề liên quan khác như Marketing online, Website hiệu quả... có tại www.chiakhaothanhcong.com.

(trang này được bỏ trống)

GIỜ THỨ 1:

Thương mại điện tử là gì?

Lịch sử hình thành và phát triển Thương mại điện tử

Thương mại điện tử là gì?

Thương mại điện tử có thể được hiểu đơn giản ngắn gọn như sau: "Thương mại điện tử là việc thực hiện các **giao dịch thương mại** dựa trên các **công cụ điện tử**, trong đó phổ biến nhất là Internet và WWW." Các giao dịch thương mại như: mua, bán, quảng bá, hỗ trợ/liên lạc khách hàng, thanh toán...

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, tùy ngành nghề mà doanh nghiệp có thể ứng dụng Thương mại điện tử ở các mức độ khác nhau, ví dụ doanh nghiệp xuất khẩu cần ứng dụng Thương mại điện tử mạnh trong khâu quảng bá, tìm kiếm khách hàng, hỗ trợ/liên lạc khách hàng; doanh nghiệp sản xuất hàng gia dụng trong nước cần ứng dụng Thương mại điện tử để quảng bá là chủ yếu...

Lịch sử hình thành Thương mại điện tử

Vào những năm 1960, các doanh nghiệp ở Mỹ, Châu Âu dùng mạng máy tính riêng (kết nối giữa hai hay nhiều doanh nghiệp) để thực hiện giao dịch điện tử, mạng này được gọi là EDI (Electronic Data Interchange: tạm dịch là Trao đổi dữ liệu điện tử). Đến năm 1969, Internet ra đời làm cho việc kết nối này dễ dàng, nhanh chóng, thuận tiện hơn trong phạm vi địa lý rộng lớn hơn.

Đến những năm đầu 1980, các máy tính cá nhân (chủ yếu ở các trường đại học) đã có thể gửi email, tham gia vào bản tin nhóm (newsgroup), chia sẻ file thông qua mạng BITNET và USENET. Đến giữa những năm 1980, việc sử dụng email đã trở nên phổ biến ở Mỹ. Sau đó, năm 1990, Tim Berners-Lee phát minh ra WWW (World Wide Web). Và đến năm 1994-1995, tổ chức xử lý thanh toán online bằng thẻ tín dụng đầu tiên ra đời, hoàn thiện sự ra đời của Thương mại điện tử ở Mỹ.

Ở Việt Nam, Internet xuất hiện năm 1997 nhưng chưa phổ biến. Đến năm 2000, việc kết nối Internet đã trở nên nhanh hơn, phổ biến hơn cho hộ gia đình và cá nhân, đã xuất hiện rất nhiều "cửa hàng Internet" với giá truy cập phải chăng. Trước năm 2004, việc doanh nghiệp làm website vẫn có, nhưng hiếm hoi. Có thể nói từ năm 2004, Thương mại điện tử

bắt đầu phát triển ở Việt Nam. Và một website nổi tiếng về bán điện thoại di động ở Việt Nam – www.thegioididong.com cũng được xây dựng và khai trương đầu năm 2004.

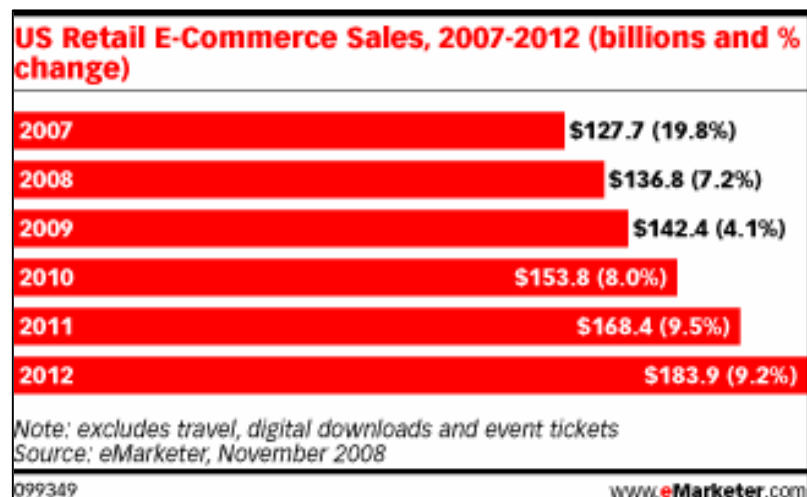
Tình hình phát triển Thương mại điện tử trên thế giới

Phần này cung cấp một số số liệu để bạn có cái nhìn chung về sự phát triển Thương mại điện tử trên thế giới.

Hình 1: Doanh số bán lẻ Thương mại điện tử ở Mỹ, năm 2007 – 2012 (tỷ đô và % tăng trưởng)

Ghi chú: không kể doanh số bán lẻ từ ngành du lịch, download file và vé sự kiện.

Nguồn: eMarketer

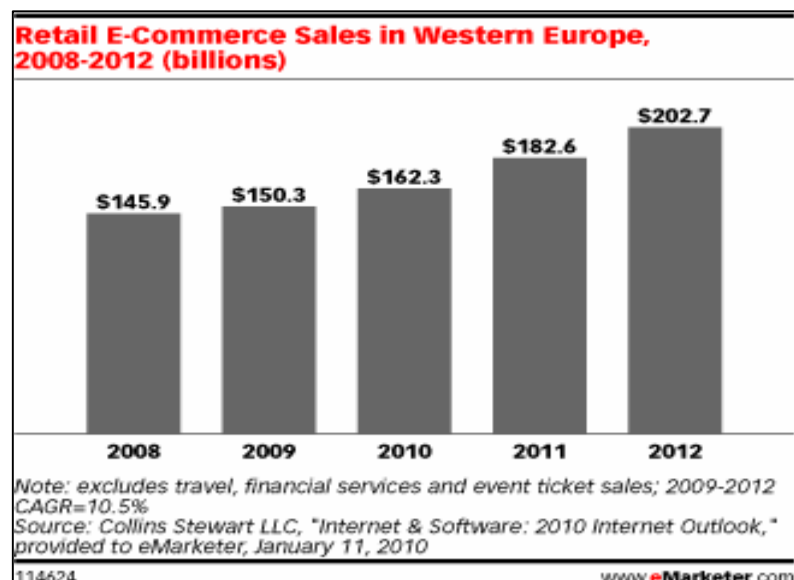


Xem hình trên, ta thấy doanh số bán lẻ Thương mại điện tử ở Mỹ vẫn tăng đều đặn bình quân gần 10% mỗi năm, trừ năm 2009 chỉ tăng chưa tới 5% so với năm 2008, do nền kinh tế khó khăn, người người thắt lưng buộc bụng.

Hình 2: Doanh số bán lẻ Thương mại điện tử ở Tây Âu, năm 2008 – 2012 (tỷ đô)

Ghi chú: không kể doanh số bán lẻ từ ngành du lịch, dịch vụ tài chính và vé sự kiện.

Nguồn: eMarketer



Nhìn hình trên, ta thấy doanh số bán lẻ Thương mại điện tử ở Tây Âu cũng tăng trên dưới 10%/năm. Tỷ lệ tăng này bé hơn 3% trong năm 2009 so với 2008, cũng vì kinh tế khủng hoảng.



Hình 3: Doanh số Thương mại điện tử B2C (bán lẻ) ở một số quốc gia khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, 2006 – 2011 (tỷ đô và % tăng trưởng)

Ghi chú: bao gồm cả doanh số bán lẻ từ ngành du lịch, vé sự kiện và download. Các quốc gia gồm: Úc, Trung Quốc (không bao gồm Hồng Kông), Ấn Độ, Nhật Bản, và Hàn Quốc.

Nguồn: eMarketer.

Nhìn hình trên, so với Mỹ và Tây Âu thì tỷ lệ phát triển doanh số bán lẻ Thương mại điện tử từng năm của Châu Á – Thái Bình Dương cao hơn bình quân 2 lần. Về giá trị thì cũng xấp xỉ so với Mỹ và Tây Âu.

Tình hình phát triển Thương mại điện tử ở Việt Nam

Theo báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam năm 2011 của Bộ Công Thương, ta có cái nhìn tổng quát như sau:

- Khung pháp lý về Thương mại điện tử đã hình thành
- Thương mại điện tử đã trở thành ứng dụng quan trọng trong hoạt động của các doanh nghiệp: kết quả khảo sát cho thấy khoảng **30% doanh nghiệp đã có website**, con số này vẫn còn khiêm tốn, và chắc chắn sẽ gia tăng trong những năm sau.
- **Đào tạo về Thương mại điện tử cũng bắt đầu phát triển**, xuất phát từ nhu cầu trang bị kiến thức về Thương mại điện tử của doanh nghiệp.
- Mua bán hàng hóa và dịch vụ online phát triển nhanh tại các đô thị lớn ở Việt Nam.

Bạn có thể download toàn bộ Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2011 tại website của Bộ Công Thương hay trong thư viện download của www.chiakhaothanhcong.com.

Hết giờ thứ 1!

GIỜ THỨ 2: **Lợi ích và cơ hội Thương mại điện tử mang lại cho cá nhân và doanh nghiệp.**

Lợi ích và cơ hội Thương mại điện tử mang lại cho cá nhân

Xét về phương diện cá nhân là người thụ hưởng hay người mua, thương mại điện tử mang lại những lợi ích sau cho cá nhân:

- Tiếp cận nguồn thông tin miễn phí cực lớn một cách tiện lợi, nhanh chóng
- Gia tăng quyền của người mua, được hưởng nhiều lợi ích hơn khi mua: giá rẻ hơn, thông tin nhiều hơn, mua từ khắp nơi trên thế giới, mua mọi lúc – mọi nơi, được phục vụ trước và sau khi mua chuyên nghiệp hơn...

Không chỉ đóng vai trò người mua – tức người tiêu tiền. Cá nhân còn có thể tận dụng Thương mại điện tử **để kiếm tiền online**. Cụ thể làm sao để cá nhân có thể kiếm tiền online, mời bạn tìm đọc thêm tài liệu về kiếm tiền online cho cá nhân tại www.chiakhhoathanhcong.com.

Tuy nhiên, luôn có hai mặt của một vấn đề. Thương mại điện tử nói riêng và Internet + WWW nói chung mang lại lắm lợi ích cho cá nhân, kèm theo đó cũng là những cạm bẫy – độc hại v.v... Ví dụ: bạo lực, sex, nghiện gam online, lừa đảo...

Lợi ích và cơ hội Thương mại điện tử mang lại cho doanh nghiệp

Thương mại điện tử mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp trong những hoạt động kinh doanh sau:

- **Quảng bá** trên phạm vi toàn cầu
- **Bán hàng**: chủ động tìm kiếm khách hàng và làm cho khách hàng chủ động tìm thấy mình, bán hàng 24/7 (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày mỗi tuần)
- **Phục vụ khách hàng**: hiệu quả hơn, nhanh chóng hơn, tiện lợi hơn, chi phí rẻ hơn
- **Nghiên cứu** thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh

- **Mua hàng:** tìm kiếm nhà cung cấp dễ dàng hơn, giao dịch tiện lợi hơn, tham gia đấu thầu hay tổ chức mời thầu một cách tiện lợi, kinh tế...
- **Tuyển dụng**
- **Truyền thông, giao dịch nội bộ:** với các nhà phân phối, với nhân viên... thông qua mạng nội bộ (intranet) hay mạng mở rộng (extranet) một cách tiện lợi, kinh tế.

Trong những mảng trên, tùy tình hình thực tế của từng ngành nghề, từng doanh nghiệp mà doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử nhiều hay ít vào từng hoạt động kinh doanh của mình. Trong đó mảng quảng bá, bán hàng, phục vụ khách hàng là những mảng được ứng dụng Thương mại điện tử nhiều nhất. **Vấn đề nằm ở chỗ ứng dụng Thương mại điện tử như thế nào vào những hoạt động kinh doanh nói trên để thực sự thu được hiệu quả? Đây cũng chính là câu hỏi mà đại đa số doanh nghiệp trăn trở.** Để giải đáp câu hỏi này, mời bạn chịu khó đọc thêm các tài liệu về website hiệu quả, Internet marketing, CRM, Thương mại điện tử... tại www.chiakhaothanhcong.com.

Thương mại điện tử mang lại cơ hội rất lớn cho doanh nghiệp để mở rộng thị trường, để tăng lợi thế cạnh tranh, để giảm chi phí, để tăng doanh thu... Kèm theo đó, Thương mại điện tử cũng mang lại những rủi ro cho doanh nghiệp tham gia ứng dụng Thương mại điện tử, ví dụ: bị ăn cắp thông tin từ website, bị phá website, bị lừa đảo (ví dụ: mua hàng rồi không thanh toán)... Để tránh những rủi ro này, doanh nghiệp khi tham gia ứng dụng Thương mại điện tử cần phải trang bị kiến thức về Thương mại điện tử cho đội ngũ nhân sự của mình để **biết cách phòng, chống, và khắc phục sự cố, rủi ro** nếu có. Mời bạn tìm xem tài liệu về vấn đề này tại www.chiakhaothanhcong.com.

Cốt lõi nhất của việc ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp là **website** của doanh nghiệp. Theo khảo sát của Cục Thương mại điện tử - Bộ Công Thương, cuối năm 2011 chỉ có **30% doanh nghiệp có website** – con số này vẫn rất khiêm tốn so với con số “nên có”. Trong một lớp học về Website hiệu quả do tác giả dạy tại VCCI Tp.HCM tháng 09/2011, tác giả làm một khảo sát nhỏ với hơn 30 học viên trong lớp với 01 câu hỏi “Anh/chị có hài lòng với hiệu quả do website của doanh nghiệp mình mang lại không?”, số người trả lời “Có” là zero! Vâng, đây chính là vấn đề chung của đại đa số các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam: **không khai thác được nhiều từ website** của doanh nghiệp! **Không phải vì Thương mại điện tử không đủ mạnh để mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp, không phải vì website không đủ khả năng mang lại**

khách hàng cho doanh nghiệp, mà chỉ vì doanh nghiệp chưa ứng dụng Thương mại điện tử một cách đúng đắn, đầy đủ, đến nơi đến chốn.

Bạn đừng lo nếu như doanh nghiệp bạn cũng đang gặp vấn đề trên. Chỉ cần bạn chịu khó và sẵn sàng học hỏi thêm về Thương mại điện tử thì bạn sẽ biết được các bước cần làm để xây dựng được một website tốt, và làm như thế nào để cải thiện và khai thác đáng kể hiệu quả kinh doanh do Thương mại điện tử nói chung và website nói riêng mang lại.

Chúc bạn thành công!

Hết giờ thứ 2!

GIỜ THỨ 3:

Các mô hình ứng dụng Thương mại điện tử hiện có

Có nhiều cách phân loại mô hình Thương mại điện tử: phân loại dựa trên đối tượng tham gia, phân loại dựa trên kênh giao dịch...

1. Phân loại dựa trên đối tượng tham gia:

- **B2B** (Business-to-Business): tức doanh nghiệp đến doanh nghiệp, là mô hình bán sỉ. Người bán và người mua đều là doanh nghiệp, người mua mua về để sử dụng phục vụ sản xuất – kinh doanh chứ không phải để tiêu dùng. Ví dụ như mối quan hệ mua bán giữa siêu thị với nhà sản xuất (siêu thị mua hàng về để kinh doanh chứ không phải để tiêu dùng), hay nhà sản xuất mua nguyên vật liệu để sản xuất.
- **B2C** (Business-to-Consumer): tức doanh nghiệp đến người tiêu dùng, là mô hình bán lẻ, người mua mua để phục vụ tiêu dùng cho mình hay cho người thân. Bản chất của việc mua bán này là giá trị đơn hàng không cao, việc mua hàng này không phải là việc lặp lại định kỳ thường xuyên (trừ nhu yếu phẩm như gạo, thức ăn, xà phòng...). Hiện nay có rất nhiều website thương mại điện tử dạng B2C này như: www.thegioididong.com, www.lazada.vn,...
- **C2C** (Consumer-to-Consumer): tức mô hình buôn bán giữa các cá nhân, phổ biến nhất là đấu giá bán những món hàng không dùng đến, hay buôn bán nhỏ giữa người bán là cá nhân và người mua mua để tiêu dùng cho mình hay cho người thân. Ở Việt Nam có một số website như www.enbac.com, www.vatgia.com,...

- **C2B** (Consumer-to-Business): là mô hình giao dịch giữa cá nhân và doanh nghiệp, cá nhân sẽ định giá bán của sản phẩm hay dịch vụ mà anh/chị ta bán cho doanh nghiệp. Ví dụ: lao động bán thời gian, thuê free-lancer (chuyên gia tự do), thuê cá nhân tư vấn, giảng dạy...
- **G2G** (Government-to-Government): đây là mô hình liên quan đến giao dịch giữa các chính phủ của các quốc gia.
- **G2C** (Government-to-Consumer): trong mô hình này, chính phủ tương tác với công dân qua mạng, ví dụ website cung cấp thông tin về luật, chính sách mới...
- **C2G** (Consumer-to-Government): trong mô hình này, công dân giao dịch với chính phủ qua mạng, ví dụ khai thuế thu nhập cá nhân qua mạng, đăng ký kinh doanh qua mạng...
- **G2B** (Government-to-Business): mô hình này liên quan đến giao dịch giữa chính phủ và doanh nghiệp, ví dụ như đấu thầu mua sắm công.
- **B2G** (Business-to-Government): mô hình này liên quan đến giao dịch giữa doanh nghiệp và chính phủ, ví dụ như doanh nghiệp phải báo cáo định kỳ cho chính phủ, hay khai thuế trên mạng...
- **P2P** (Peer-to-Peer): cũng giống như C2C, tức là giao dịch giữa các cá nhân với nhau, song, mô hình này thiên nhiều về kỹ thuật hơn. Nó chỉ việc các cá nhân chia sẻ tài nguyên máy tính với nhau một cách trực tiếp từ các máy tính cá nhân. Mô hình này hiếm thấy ở Việt Nam.

Trong Thương mại điện tử, phổ biến nhất là 03 mô hình: **B2B**, **B2C**, và **C2C**.

2. Phân loại dựa trên kênh giao dịch:

Thương mại điện tử (e-commerce, hay electronic commerce) chỉ những giao dịch thương mại trên Internet, WWW thông qua máy tính. Ngoài ra còn có M-commerce (Mobile commerce) chỉ những giao dịch thương mại trên Internet, WWW thông qua các thiết bị di động (điện thoại di động, Ipad...). Ở các nước phát triển, M-commerce khá phổ biến. Ở Việt Nam thì M-commerce chỉ mới "này mằm", chưa được phát triển nhiều, nhưng dự đoán M-commerce ở Việt Nam sẽ phát triển mạnh trong vài năm tới.

Hình 4: ví dụ về M-commerce: đặt mua thức ăn bằng ĐTDD.



Hết giờ thứ 3!

GIỜ THỨ 4:

Doanh nghiệp Việt Nam ứng dụng Thương mại điện tử như thế nào để khai thác tốt cơ hội kinh doanh

Trong giờ thứ 2, bạn đã biết được những lợi ích Thương mại điện tử có thể mang lại cho doanh nghiệp trong những hoạt động kinh doanh như:

- Quảng bá trên phạm vi toàn cầu
- Bán hàng: chủ động tìm kiếm khách hàng và làm cho khách hàng chủ động tìm thấy mình, bán hàng 24/7 (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày mỗi tuần)
- Phục vụ khách hàng: hiệu quả hơn, nhanh chóng hơn, tiện lợi hơn, chi phí rẻ hơn
- Nghiên cứu thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh
- Mua hàng: tìm kiếm nhà cung cấp dễ dàng hơn, giao dịch tiện lợi hơn, tham gia đấu thầu hay tổ chức mời thầu một cách tiện lợi, kinh tế...
- Tuyển dụng
- Truyền thông, giao dịch nội bộ: với các nhà phân phối, với nhân viên... thông qua mạng nội bộ (intranet) hay mạng mở rộng (extranet) một cách tiện lợi, kinh tế

Đó là lý thuyết. Thực tế ứng dụng Thương mại điện tử vào những hoạt động kinh doanh này trong doanh nghiệp có mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp không còn **tùy thuộc vào cách làm của từng doanh nghiệp**. Phần này tập trung trả lời "Doanh nghiệp

ứng dụng Thương mại điện tử như thế nào để khai thác tốt cơ hội kinh doanh trong 03 mảng chính: **quảng bá, bán hàng, phục vụ khách hàng**". Việc ứng dụng này có khác nhau đối với các ngành nghề khác nhau. Tôi lấy ví dụ cụ thể cho 02 ngành điển hình nên ứng dụng Thương mại điện tử.

Ví dụ 1: ứng dụng Thương mại điện tử cho doanh nghiệp xuất khẩu thủy hải sản (DN A)

(những nội dung đã bị lược bỏ trong phiên bản miễn phí, nếu muốn đọc mời bạn mua quyền đọc online quyền sách này, tại www.chiakhaothanhcong.com)

Ví dụ 2: ứng dụng Thương mại điện tử cho doanh nghiệp du lịch Việt Nam – thị trường khách trong nước (DN B)

- Trước hết DN B cần có website tiếng Việt. Trên website này ngoài những thông tin phải có như thông tin liên hệ, giới thiệu, khách hàng, quan trọng nhất là giới thiệu các tour với chi tiết tour và hình ảnh hấp dẫn, có thể có thêm ý kiến khách đã đi các tour này, và chức năng đặt tour qua mạng. Website của DN B cũng nên phù hợp với trào lưu hiện tại, theo kiểu mẫu giao diện mới để đối tác có thiện cảm và ấn tượng tốt khi xem website của DN B.
- Sau đó, DN B cần làm một số việc như đăng ký website với Bộ tìm kiếm, với các danh bạ website của Việt Nam, đăng rao vặt thường xuyên, đăng bài PR trên các báo điện tử, thực hiện SEO (tối ưu hóa website với bộ tìm kiếm) cho website của mình... (xem thêm tài liệu về Internet Marketing tại www.chiakhaothanhcong.com)
- Cuối cùng, nhưng không kém phần quan trọng, là DN B phải có nhân sự trực email, điện thoại, chat trực tuyến... để trả lời những câu hỏi của khách hàng một cách nhanh chóng nhất. Và sẽ hiệu quả hơn nếu DN B biết cách khai thác thông tin khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện hữu mà DN B có được, để bán được nhiều hơn cho những khách hàng này (đó chính là **CRM**, viết tắt của Customer Relationship Management, tức Quản lý mối quan hệ khách hàng – bạn nên đọc thêm tài liệu về CRM tại www.chiakhaothanhcong.com)

Không một doanh nghiệp nào muốn bỏ tiền của, công sức, nhân lực, thời gian... đầu tư ứng dụng Thương mại điện tử để rồi không gặt hái được hiệu quả kinh doanh. Thế nhưng, việc đầu tư ứng dụng Thương mại điện tử của đại đa số doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt

Nam **đang không mang lại hiệu quả như mong muốn! Tất cả chỉ vì doanh nghiệp bỏ quên mảng đầu tư kiến thức cho nhân sự chủ chốt và nhân sự trực tiếp làm Thương mại điện tử của mình!** Giờ đây doanh nghiệp có thể sửa sai rất đơn giản: trang bị ngay kiến thức về Thương mại điện tử, Website hiệu quả, Internet Marketing, CRM... có tại www.chiakhhoathanhcong.com cho nhân viên của mình. Bạn nhớ nhé, trả tiền để được tiếp cận thông tin là chuyện nhỏ và dễ; **học nghiêm túc, và suy nghĩ, liên kết thực tế, quyết tâm ứng dụng, cải tiến để biến thông tin thành kiến thức mới là chìa khóa thành công!**

Chúc bạn thành công!

Hết giờ thứ 4!

GIỜ THỨ 5:

Cơ hội kiếm tiền online và làm giàu do Thương mại điện tử mang lại cho cá nhân

Như đã nêu ở giờ thứ 2, Thương mại điện tử mang lại rất nhiều cơ hội cho cá nhân kiếm tiền online và làm giàu. Thực tế đã chứng minh, rất nhiều triệu phú, tỷ phú đô-la trên thế giới ở tuổi từ 20-40, từ tay trắng trở thành triệu phú hay tỷ phú đô-la chỉ trong vài năm, đó là những gương mặt như:

(những nội dung đã bị lược bỏ trong phiên bản miễn phí, nếu muốn đọc mời bạn mua quyền đọc online quyển sách này, tại www.chiakhhoathanhcong.com)

Ngoài những thành công rực rỡ kể trên, còn rất nhiều thành công “vừa vừa” mà không được phổ biến rộng rãi, ví dụ Tim Carter – một người thợ già hơn 60 tuổi ở Mỹ, đã làm website hướng dẫn mọi người cách sửa chữa nhà cửa... và kiếm được hơn 30.000 đô-la Mỹ mỗi tháng bằng cách chạy quảng cáo từ Google (tham gia Google AdSense). Bạn có thể vào xem website của ông tại www.askthebuilder.com. Và biết bao bạn trẻ ở Việt Nam hiện đang kiếm tiền từ vừa đến nhiều mỗi ngày bằng cách bán hàng online như là nghề tay trái, hay đang kiếm vài trăm đô-la Mỹ đến vài nghìn đô-la Mỹ mỗi tháng cũng từ Google AdSense.

Nếu bạn yêu thích Internet, WWW, Thương mại điện tử, bất kể tuổi tác, giới tính, bạn đều có cơ hội thử sức mình để kiếm tiền online, có thể bằng nhiều cách. Để bắt đầu kiếm tiền online, khôn ngoan nhất là trang bị kiến thức, kỹ năng đầy đủ cho mình,

học hỏi kinh nghiệm của những người đi trước. www.chiakhaothanhcong.com giúp bạn rút ngắn con đường đi đến thành công, giảm bớt rất nhiều sai lầm, phí phạm trong quá trình ứng dụng Thương mại điện tử vào kinh doanh, kiếm tiền online bằng cách cung cấp cho bạn kiến thức, kỹ năng, bài học thực tế về kiếm tiền online.

Và điển hình là chính tôi, tôi cũng đang kiếm tiền online bằng cách bán hàng online (sách điện tử, sách in, lớp học online...) và từ Google AdSense. Bằng cách trả tiền để được tiếp cận những thông tin, tài liệu có giá trị từ www.chiakhaothanhcong.com, bạn giúp tôi kiếm tiền, và **tôi sẽ giúp lại bạn tiết kiệm tiền (từ sai lầm) và có thêm tiền (từ cách tận dụng cơ hội)** bằng cách chia sẻ với bạn hết các kinh nghiệm tôi đã tích lũy được qua nhiều năm tháng, để bạn tránh được những sai lầm mà tôi và bao nhiêu người khác đã mắc phải, từ đó, bạn có thể thành công nhanh hơn tôi. Chúng ta cùng có lợi!

Chúc bạn có niềm tin ở chính mình và đủ dũng cảm để khởi đầu, và đủ quyết tâm, kiến thức, kiên trì để từng bước leo lên đỉnh thành công!

Hết giờ thứ 5!

GIỜ THỨ 6:

Câu chuyện thành công và bí quyết thành công trong Thương mại điện tử

(những nội dung đã bị lược bỏ trong phiên bản miễn phí, nếu muốn đọc mời bạn mua quyền đọc online quyển sách này, tại www.chiakhaothanhcong.com)

Hết giờ thứ 6!

GIỜ THỨ 7:

Nền tảng bạn cần để ứng dụng Thương mại điện tử thành công trong kinh doanh, kiếm tiền online và làm giàu

(những nội dung đã bị lược bỏ trong phiên bản miễn phí, nếu muốn đọc mời bạn mua quyền đọc online quyển sách này, tại www.chiakhaothanhcong.com)

Hết giờ thứ 7!

KẾT LUẬN

(những nội dung đã bị lược bỏ trong phiên bản miễn phí, nếu muốn đọc mời bạn mua quyền đọc online quyển sách này, tại www.chiakhhoathanhcong.com)

Trân trọng cảm ơn!

Dương Tố Dung

GIỚI THIỆU TÁC GIẢ DƯƠNG TỔ DUNG

Tôi, Dương Tố Dung, với nền tảng chuyên môn về kinh doanh và công nghệ thông tin, được đào tạo trong và ngoài nước, đã tình cờ “bén duyên” với Thương mại điện tử khi đang học cao học quản trị kinh doanh từ năm 1999, và đã gắn kết với Thương mại điện tử cho đến nay (13 năm). Xin được giới thiệu đôi nét về quá trình học và làm trong lĩnh vực Thương mại điện tử của tôi với Quý độc giả như sau:

Học vấn:

- Năm 2000: tốt nghiệp Kỹ sư Máy tính, trường Đại học Kỹ thuật Tp.HCM (trước là Bách Khoa Tp.HCM)
- Năm 2001: tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh, Học viện Kỹ thuật Châu Á (AIT: Asian Institute of Technology) – Thái Lan
- Năm 2002: tốt nghiệp Thạc sĩ Quản lý, Trường Kỹ thuật và Kinh doanh CERAM, Pháp

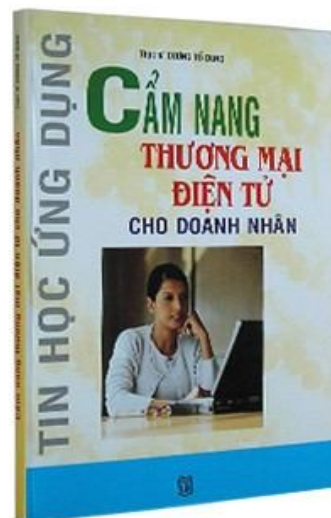
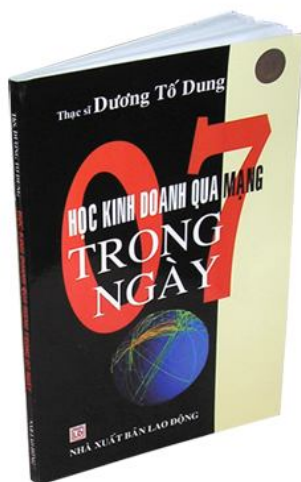
Quá trình làm việc:

- Năm 2001: Chuyên viên Bán hàng và Quảng bá online cho website www.audio4fun.com – website bán online các phần mềm về âm thanh, video cho thị trường toàn cầu
- Năm 2002 - 2003: Chuyên viên phụ trách mạng Thông tin nội bộ và Thương mại điện tử, Công ty liên doanh Coats Phong phú
- Năm 2004 – 2005: Giám đốc Kỹ thuật, Công ty TNHH Thương mại điện tử V.E.C
- Năm 2006 – 2012: Giám đốc điều hành, Công ty TNHH Thương mại điện tử Vĩ Tân, cung cấp giải pháp web, marketing online, đào tạo Thương mại điện tử
- Năm 2008 – 2009: Giám đốc Truyền thông (Senior Media Manager), Công ty đa quốc gia mạng quảng cáo Admax Network, phụ trách xây dựng mạng quảng cáo (ad network) tại Việt Nam với hơn 100 website Việt Nam tham gia
- Năm 2009: Giám đốc Bán hàng và Quảng bá online, www.audio4fun.com
- Năm 2010 – 2012: Phó giám đốc dự án Ngân hàng điện tử, Ngân hàng Á Châu (ACB)

Quá trình giảng dạy và viết sách về Thương mại điện tử:

• Sách đã xuất bản:

- Cẩm nang Thương mại điện tử cho Doanh nhân, NXB Lao Động, 2005
- Học Thương mại điện tử trong 07 ngày, NXB Lao Động, 2006



• Quá trình giảng dạy về Thương mại điện tử:

- Năm 2004 – 2007: Giảng viên thỉnh giảng, môn Thương mại điện tử, Trường Cao đẳng Hoa Sen (nay là Đại học Hoa Sen)
- Năm 2005 – 2011: Trợ giảng môn Thương mại điện tử và Hệ thống Thông tin Quản trị (bằng tiếng Anh) cho các lớp Cao học của trường Đại học Nam Columbia, Mỹ - liên kết tổ chức tại Việt Nam
- Năm 2004 – 2012: hợp tác với VCCI Tp.HCM, VCCI Cần Thơ, Cục Thương mại điện tử thuộc Bộ Công Thương, Hiệp hội Gổ Việt Nam, một số Trung tâm Đào tạo đã thực hiện các lớp đào tạo về Thương mại điện tử cho doanh nghiệp tại các tỉnh thành: Tp.HCM, Vũng Tàu, Long An, Trà Vinh, Cần Thơ, An Giang, Bình Thuận, Đồng Nai, Bình Dương, Hà Nội, Tiền Giang... và đã giảng dạy về Thương mại điện tử cho một số tổ chức lớn như Vietnam Airlines (2007), Saigon Copmart (2004), Khách sạn Đồng Khánh (2004)...

GIỚI THIỆU WWW.CHIAKHOATHANHCONG.COM

Con người có quyền mưu cầu hạnh phúc, thành công, giàu có. Dù mỗi người có hoàn cảnh sống, năng lực, ý chí... khác nhau, nhưng tất cả chúng ta có thể tự học hỏi, trao đổi và thay đổi bản thân để sống hạnh phúc hơn, thành công hơn, và giàu có hơn.

Có quá nhiều tài liệu dạy cách sống hạnh phúc hơn, thành công hơn, giàu có hơn. Vấn đề ta đối mặt là sự lựa chọn tài liệu và thời gian để đọc chúng. Đó là lý do ra đời và sứ mệnh của www.chiakhaoathanhcong.com: chọn lọc, tóm lược tinh hoa của nhân loại về chủ đề sống hạnh phúc – thành công – giàu có, bổ sung giá trị để đảm bảo “dễ học – dễ hiểu – dễ hành”, và “học nhanh – hành giỏi” cho người đọc/học.

Bổ sung cho “thành công hơn, giàu có hơn”, ở thế kỷ 21, online là xu hướng tất yếu: đại đa số việc kinh doanh ngày nay đều cần ứng dụng Internet, và rất nhiều cá nhân đã/đang kiếm tiền online và gầy dựng sự nghiệp bằng kinh doanh online. Với hơn 10 năm kinh nghiệm hoạt động và giảng dạy về lĩnh vực kinh doanh online (thương mại điện tử), tôi muốn thông qua www.chiakhaoathanhcong.com giúp mọi cá nhân và doanh nghiệp Việt Nam trang bị kiến thức, kỹ năng để kinh doanh online và kiếm tiền online một cách hiệu quả và thành công nhất. Tôi muốn người học sẽ ứng dụng được, thực hành được những gì đã học, do đó, các lớp học và sách trên www.chiakhaoathanhcong.com đều hướng đến mục tiêu “dễ học – dễ hiểu – dễ hành”, và “học nhanh – hành giỏi”.

Tóm lại, với www.chiakhaoathanhcong.com, bạn sẽ đầu tư ít nhất (thời gian, tiền bạc, công sức) mà lại gặt hái kết quả khả thi nhất để học cách sống sao cho hạnh phúc hơn, thành công hơn, giàu có hơn, đặc biệt là học cách ứng dụng Thương mại điện tử, Kinh doanh và Kiếm tiền online để làm cho mình giàu có hơn.

Có hai vấn đề lớn mà nhân loại hiện đang đối mặt: thừa thông tin, và thiếu thời gian. www.chiakhaoathanhcong.com giúp bạn đúc kết, cô đặc, và thêm giá trị cho thông tin để trao cho bạn những gì cụ thể nhất, khả thi nhất, rõ ràng nhất, dễ hiểu nhất, ngắn gọn nhất, để bạn trong thời gian ngắn nhất học được cái mình cần, và việc học và áp dụng những gì đã học này sẽ mang lại hiệu quả to lớn và đáng ngạc nhiên cho bạn!

Chúc bạn thành công, hạnh phúc, và giàu có!

Trân trọng cảm ơn bạn đã đọc và ủng hộ www.chiakhaoathanhcong.com!