

HỢI LỢI NHẬN ĐÀ MẠNG



Dự án Công nhân KCN thời kỳ thuật số



CHỦ ĐỀ 6: BÁN HÀNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI

HỖ TRỢ KỸ THUẬT ĐOİ: VIETNET-ICT

HỖ TRỢ TÀI CHÍNH ĐOİ: Global Gateway, EU, AFD

Bài 1


Làm quen với bán hàng trên mạng xã hội

NỘI DUNG CHÍNH

- 1 Thế nào là bán hàng qua mạng xã hội?
- 2 Bán hàng qua mạng xã hội có những ưu điểm gì?
- 3 Lựa chọn mặt hàng bán qua mạng xã hội
- 4 Lựa chọn kênh bán hàng qua mạng xã hội



Thế nào là bán hàng qua mạng xã hội?



Chị An, 28 tuổi, làm công nhân và công tác xa nhà.

Gia đình chị An làm nghề nông, sinh sống ở huyện Nam Giang, trồng cây bòn bon, măng cụt, trồng rau, chăn nuôi gà đẻ trứng... Hàng ngày, gia đình chị An phải đi xa để mang đồ ra chợ hoặc ra đường quốc lộ bày bán...

Chị An muốn hỗ trợ gia đình bán được nhiều hàng hơn, chị An có thể làm gì?

Chợ hình thành tự nhiên trong hoạt động dân sinh.
Ở đâu có dân, ở đó có chợ.


Bán ở chợ Thạnh Mỹ

- Bạn mang hàng ra bán cho những người đi chợ
- Bạn bày biện sản phẩm và chào hỏi khách mua

Bán ở “chợ” mạng xã hội

- Bạn bán cho những người ở trên mạng xã hội
- Bạn chụp ảnh, quay phim về sản phẩm và đăng bài mời khách mua





THẢO LUẬN

Những phát biểu sau về bán hàng trên mạng xã hội, theo bạn, **Đúng** hay **Sai**?

1. Bán hàng trên MXH chỉ dành cho những người trẻ và thành thạo về công nghệ.
2. Cần các thiết bị như điện thoại xịn mới có thể chụp ảnh và quay video bán hàng.
3. Cần vốn lớn để bắt đầu.
4. Sản phẩm phải cao cấp mới bán được.
5. Cần phải có kiến thức chuyên sâu về tiếp thị bán hàng.
6. Cạnh tranh quá lớn, không thể thành công.
7. Nếu không thành công bước đầu thì mãi mãi không thành công.

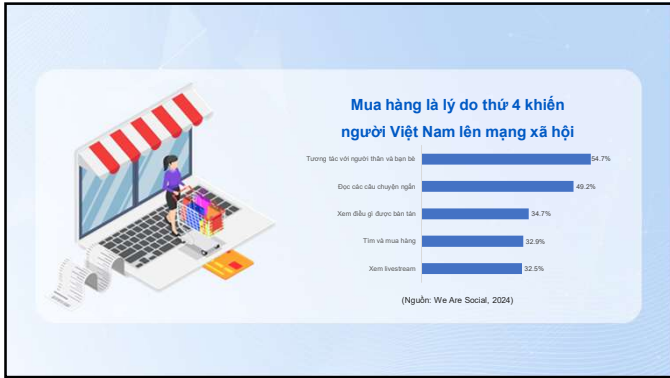


24

Hotline : 0899 24 24 24 vtv24hotline@gmail.com



Từng không mua nói chiếc kẹo khi ốm nghén, "bà trùm" miền đông Sùng Bấu 2k2 đổi đời bằng cách nào?

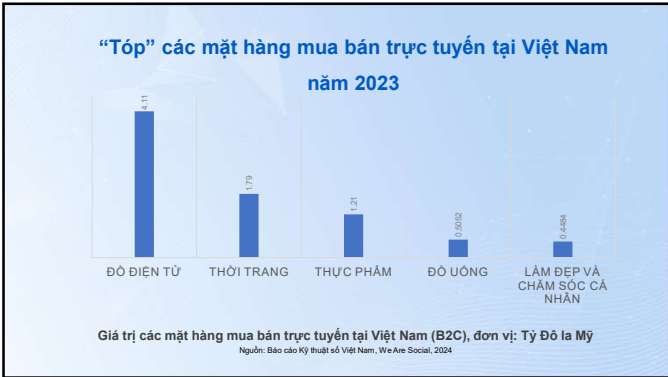


Lợi ích của bán hàng trên mạng xã hội là gì?

06 LỢI ÍCH CHÍNH CỦA BÁN HÀNG QUA MẠNG XÃ HỘI

| | | |
|--|---|---|
| <p>TIẾT KIỆM chi phí thuê địa điểm, mặt bằng</p> | <p>LINH HOẠT thời gian, địa điểm</p> | <p>CẬP NHẬT thông tin, hình ảnh, video thuận tiện và nhanh chóng</p> |
| <p>MỞ RỘNG khách hàng tiềm năng ngoài phạm vi sinh sống</p> | <p>TƯƠNG TÁC với khách hàng và nhà cung cấp dễ dàng và nhanh chóng</p> | <p>QUẢNG CÁO nhờ sử dụng dịch vụ do MXH cung cấp</p> |

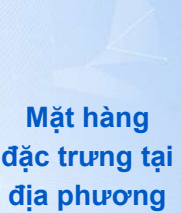




Mặt hàng gia đình và bạn đang trực tiếp sản xuất, bán hàng

- ✔ **Không cần vốn lớn:** Tận dụng sản phẩm gia đình đang sản xuất, ít yêu cầu vốn, dễ thử nghiệm.
- ✔ **Hiểu rõ sản phẩm:** Bạn biết rõ ưu nhược điểm, dễ dàng tư vấn khách hàng.
- ✔ **Tăng niềm tin:** Đối với người quen, sản phẩm từ gia đình tạo sự tin cậy về chất lượng.


📍 Ví dụ:
 Nếu gia đình bạn trồng quế, hãy thử bán bột quế hoặc nhánh quế khô.
 Nếu gia đình bạn trồng chuối, hãy thử bán chuối sấy khô.



Mặt hàng đặc trưng tại địa phương

- ✔ **Nguồn hàng uy tín và dễ tiếp cận:** Các mặt hàng đặc trưng tại địa phương thường có sẵn và dễ nhập. Hãy chọn các mặt hàng thiết yếu, dễ tiêu thụ, và có khả năng nhập được nguồn hàng tốt.
- ✔ **Dễ quảng bá:** Khách hàng có thể đã quen thuộc với sản phẩm đặc trưng nên dễ dàng tiếp nhận.
- ✔ **Tăng niềm tin:** Nếu bạn là người địa phương, khách hàng sẽ có độ tin cậy nhất định.


📌 Ví dụ:
Nếu khu vực có nông sản như bánh tráng Đại Lộc hoặc trà Tiên Phước, hãy quảng bá qua các nền tảng mạng xã hội.



Mặt hàng mà bạn am hiểu và yêu thích

- ✔ **Truyền cảm hứng:** Dễ dàng chia sẻ và lan tỏa niềm yêu thích sản phẩm của bạn, giúp khách hàng hiểu về giá trị sản phẩm và tâm huyết của bạn.
- ✔ **Dễ dàng tư vấn:** Bạn tư vấn cho khách hàng bằng chính sự hiểu biết chuyên sâu của mình.
- ✔ **Duy trì động lực:** Sản phẩm gắn với đam mê của bạn tạo động lực cho bạn trong dài hạn, giúp bạn vượt qua các khó khăn.

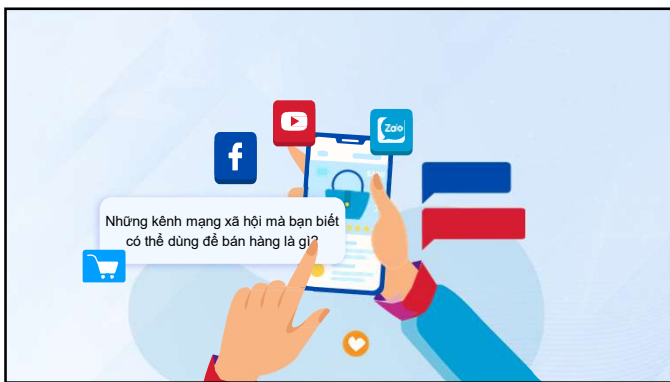
📌 Ví dụ:
Nếu am hiểu và yêu thích mỹ phẩm thiên nhiên, bạn có thể bắt đầu bán một vài sản phẩm như son dưỡng handmade, xà phòng thảo mộc...



THẢO LUẬN

1. Ba lợi ích lớn nhất của bán hàng trên mạng xã hội đối với bạn là gì?
2. Bạn có nghĩ đến mặt hàng nào mình có thể bán hàng trên MXH không?
 - Mặt hàng gia đình bạn đang bán/ sản xuất?
 - Mặt hàng nổi tiếng tại địa phương mà bạn có thể tiếp cận nguồn hàng uy tín và chất lượng?
 - Mặt hàng mà bạn yêu thích/có am hiểu?
 - Có điều gì khác không?





| Kênh mạng xã hội | Ưu điểm | Nhược điểm |
|------------------|---|---|
| Facebook | <ul style="list-style-type: none"> Dễ sử dụng Nhiều người dùng, phù hợp mọi lứa tuổi Có thể đăng bán trong các nhóm chợ, tiếp cận khách hàng mới | <ul style="list-style-type: none"> Đồng người bán, cạnh tranh cao Cần đăng bài thường xuyên |
| Zalo | <ul style="list-style-type: none"> Dễ sử dụng Phù hợp với khách hàng trung niên Thuận tiện cho việc nhắn tin và chăm sóc khách hàng | <ul style="list-style-type: none"> Chỉ ưu tiên người quen, người trong danh bạ Khả năng tiếp cận qua bài đăng thấp |
| TikTok | <ul style="list-style-type: none"> Cơ hội giới thiệu về sản phẩm theo cách trực quan và thú vị Phù hợp khách hàng trẻ tuổi | <ul style="list-style-type: none"> Cần học cách quay và dựng video ngắn nhưng có thể hấp dẫn người xem |
| YouTube | <ul style="list-style-type: none"> Cơ hội giới thiệu trực quan và chi tiết về sản phẩm thông qua video | <ul style="list-style-type: none"> Làm video dài cần thời gian và công sức Khách phải nhấn qua kênh khác để mua hàng, không cho phép liên lạc trực tiếp trên nền tảng |



| | Trang cá nhân <small>(tài khoản MXH cá nhân)</small> | Trang thương hiệu <small>(tài khoản tổ chức/ doanh nghiệp/ thương hiệu, VD: Facebook Page, Zalo OA,...)</small> |
|---------------------------|--|---|
| Phạm vi tiếp cận | <ul style="list-style-type: none"> Thường ưu tiên tiếp cận người quen, trong danh sách bạn bè; ít khả năng gia tăng lượng người theo dõi nhanh chóng. | <ul style="list-style-type: none"> Có thể tăng khả năng tiếp cận tới nhiều người, không giới hạn phạm vi. Có thể thu hút nhiều lượt theo dõi từ khách hàng tiềm năng |
| Tính chuyên nghiệp | <ul style="list-style-type: none"> Mức độ uy tín thấp hơn Dễ lẫn lộn bài đăng cá nhân và bài đăng bán hàng | <ul style="list-style-type: none"> Mức độ uy tín và chuyên nghiệp cao Khả năng nhận diện thương hiệu rõ ràng và tập trung hơn |
| Công cụ hỗ trợ | <ul style="list-style-type: none"> Không hỗ trợ tính năng quảng cáo có trả phí Không có các công cụ phân tích, đánh giá, báo cáo | <ul style="list-style-type: none"> Hỗ trợ các tính năng quảng cáo có trả phí Hỗ trợ các công cụ phân tích, đánh giá, báo cáo |

LỜI KHUYÊN CHO BẠN

Dùng trang cá nhân nếu:

- Bạn là người mới bắt đầu, có ngân sách hạn chế.
- Sản phẩm hoặc dịch vụ phù hợp với bạn bè, người quen, hoặc khách hàng địa phương.
- Chưa cần tập trung vào xây dựng thương hiệu dài hạn. Mặt hàng không mang tính nhận diện đặc biệt.

Dùng trang thương hiệu nếu:

- Bạn muốn mở rộng quy mô kinh doanh và tiếp cận khách hàng tiềm năng lớn hơn.
- Bạn cần một kênh bán hàng chuyên nghiệp với các công cụ hỗ trợ quảng cáo và phân tích.
- Hướng tới xây dựng một thương hiệu lâu dài và chuyên nghiệp. Mặt hàng có khả năng nhận diện và đặc điểm đặc biệt.



THẢO LUẬN

Với mặt hàng mà bạn đã lựa chọn ở hoạt động trước:

1. Bạn sẽ bắt đầu bán hàng trên kênh mạng xã hội nào? Tại sao?
2. Bạn sẽ bắt đầu bán hàng trên trang cá nhân hay trang thương hiệu? Tại sao?

Sử dụng mạng xã hội bạn đang dùng thường xuyên nhất

Bắt đầu với mặt hàng bạn dễ tiếp cận nhất

Bắt đầu với thiết bị bạn đang dùng

Cho phép bản thân thử và sai... Hãy kiên trì!

Không cần đặt mục tiêu quá cao

Sự đồng viên và trợ giúp của những người xung quanh rất quan trọng!

Hãy là chính mình và chân thực với những gì bạn có!

Bắt đầu từ những gì bạn có!

HỢI LỢI NHẬN VÀ NÂNG



Dự án Công nhân KCN thời kỳ thuật số



CHỦ ĐỀ 6: BÁN HÀNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI

HỖ TRỢ KỸ THUẬT BDI: VIETNET-ICT

HỖ TRỢ TÀI CHÍNH BDI: Global Gateway, European Union, AFD
