



BÍ KÍP KINH DOANH ONLINE TỪ A-Z

1 CUỐN SÁCH TÂM HUYẾT CỦA
GIANG ĐÌNH

Vài dòng về tác giả

Kinh doanh nó nằm sẵn trong máu Giang rồi, mà Giang cũng thấy rất vui và hạnh phúc khi được giúp đỡ và khi nhận thấy người mình giúp cũng đang sung sướng với điều đó.

Trầy da tróc vẩy với kinh doanh truyền thống một thời gian, Giang đã lấn sân qua kinh doanh online và xác nhận rõ ràng nó là xu thế rồi, không cưỡng lại được.

Giờ Giang vừa kết hợp máu kinh doanh và sở thích chia sẻ lại với nhau thành cuốn ebook này, tặng bạn FREE đây.

Nhưng thực tế cuốn sách này nói về chiến lược là chính. Nên bạn sẽ cần thêm một số công cụ Internet Marketing hỗ trợ.

Và, giúp thì giúp cho chót, vì vậy trên web của Giang cũng chia sẻ cách sử dụng các công cụ như thế nào luôn nhé.

Còn bí ý tưởng để Kinh doanh thì web của Giang cũng chia sẻ luôn. ^^

P/s: Dành riêng cho bạn nào chịu khó, chăm chỉ, cần cù thì cuối cuốn ebook này Giang có món quà nho nhỏ trị giá 1,5 triệu.

Tất nhiên quà số lượng có giới hạn, bạn nào nhanh chân và có duyên thì được nhé.

Giang Đình

Mod Cộng đồng iSocial

SĐT: **090 272 07 09**

Web: Giangdv.com

Email: Giangdv90@gmail.com

Facebook: [Fb.com/giangdv0910](https://fb.com/giangdv0910)

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Mục lục

Bài 1/22: Giá trị và Trị giá là cái mô và nó có ĂN ĐƯỢC KHÔNG ?.....	4
Bài 2/22: Bảng Tính mục tiêu + hành động Kinh doanh trên 1 TRANG EXCEL, đơn giản như đang giỡn ?.....	7
Bài 3/22: BÁN HÀNG là TỐT hay XẤU, rào cản lớn nhất của người Kinh doanh bạn đã vượt qua chưa ?.....	9
Bài 4/22: Ý tưởng là 0đ, chỉ là TRIỆU ĐÔ Khi hành động tạo KẾT QUẢ cơ !!!.....	12
Bài 5/22: Nhân viên / đồng đội / đối tác / chiến hữu SAU LƯNG BẠN đang làm gì ?.....	15
Bài 6/22: Tại sao Kinh Doanh ONLINE lại là xu thế KHÔNG CUỖNG LẠI được, bạn được gì và mất gì ?.....	17
Bài 7/22: Các loại Mô hình kinh doanh Online và MÔ HÌNH nào PHÙ HỢP với bạn ?.....	20
Bài 8/22: Các loại PHI PHÍ Khi Kinh doanh Online, bạn đã biết tới đâu rồi ?.....	23
Bài 9/22: CHÂN DUNG Khách hàng trong mơ của bạn RÕ NÉT CỠ NÀO ?.....	26
Bài 10/22: SẢN PHẨM PHÙ HỢP để Kinh doanh online biết chọn sao đây ?.....	29
Bài 11/22: CÁC KÊNH MARKETING ONLINE để bạn có thể vùng vẫy bơi lặn với Khách hàng !!!.....	32
Bài 12/22: Bạn đã tìm ra ĐỐI THỦ ĐÍCH THỰC và so sánh mình với họ như thế nào rồi?.....	34
Bài 13/22: Cơ chế điểm kích hoạt cho TƯƠNG TÁC ĐẦU TIÊN trên Online, Google + Youtube + Facebook ?.....	36
Bài 14/22: ÁI DA – Từ cái nhìn ĐỊNH MỆNH đầu tiên đến Khách hàng VỀ CÙNG ĐỘI ?.....	39
Bài 15/22: Các TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI trong hành động của Khách hàng khi Kinh doanh Online là gì ?.....	42
Bài 16/22: Bài viết bán hàng ĐỈNH CAO là từ TRÁI TIM đến TRÁI TIM?.....	45
Bài 17/22: SẢN PHẨM MŨI NHỌN của bạn là gì và làm gì với nó ?.....	47
Bài 18/22: PHỄU bán hàng - CÀNG vào SÂU Khách hàng CÀNG SUỐNG !!!.....	49
Bài 19/22: Bạn đang CHĂM hay TĂM Khách hàng, cách thức nào cho hiệu quả đây ?.....	53
Bài 20/22: Những cái CỐ “VÔ LÝ “ để KHUYẾN MÃI suốt ngày ?.....	57
Bài 21/22: THU NHẬP = DOANH THU – CHI PHÍ, ai chả biết vậy TỐI ƯU và BÙNG NỔ sao ?.....	59
Bài 22/22: KINH DOANH là KHÔNG GIỚI HẠN, ĐỈNH của bạn ở đâu ?.....	62

Bài 1/22: Giá trị và Trị giá là cái mô và nó có ĂN ĐƯỢC KHÔNG ?

Đáp nhanh: Ăn được, Ăn ngon là đấng khác...

Đáp chi tiết:

1. Giống

- Đều có 2 chữ Giá và Trị kết hợp lại
- Đều liên quan đến sản phẩm và Khách hàng



2. Khác

- Giá trị là những cái mà khách hàng nhận được khi sử dụng sản phẩm / dịch vụ của mình.

Ví dụ: hộp cơm có giá trị là no, ngon, đẹp mắt, ấm bụng, khỏe, ánh mắt trìu mến đáng yêu của bà bán hàng, ...

- Trị giá là cái mà khách hàng chi trả để có thể phải trả để có được sản phẩm / dịch vụ của mình.

Ví dụ: hộp cơm sườn 20.000 đồng, khăn lạnh 3000 đồng, trà đá 2000 đồng, chỗ ngồi 2000 đồng, máy lạnh 5000 đồng, canh rau 3000 đồng, tắm,

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

rau, gia vị linh tinh, nhạc nhẹ vài nghìn đồng, ánh mắt + nụ cười trêu mến của bà bán hàng = vô giá.

Như vậy để có một bữa ăn cơm Sườn ngon lành đầy đủ giá trị như ở trên thì khách hàng có thể phải trả ra một số tiền trị giá như ở trên. Nhưng không, số tiền thực tế phải trả vẫn chỉ 20.000 đồng.

Kinh doanh online và kinh doanh truyền thống cũng không khác gì nhau mấy khi nói đến giá trị đem đến cho khách hàng.

Hỏi: Vậy áp dụng vào Kinh doanh kiểu gì đây ?

Đáp: Hãy tăng giá trị càng nhiều, để khách hàng thấy trị giá của nó càng lớn càng tốt (mình có thể liệt kê cho Khách hàng thấy để tham khảo cũng được).

Rồi đưa ra một số tiền thực tế thấp hơn rất nhiều GÂY SỐC cho Khách hàng.

>>> Bạn thử nghĩ xem nếu giờ 1 ly nước mía bạn và mọi người đang mua 5k / ly mà mình bán 1k / ly và thái độ, chất lượng thậm chí còn cao hơn thì bạn có mua không?

Có mà cháy máy luôn chứ nhỉ.

Nhưng khi vào uống nước mía thì mình lại cung cấp nhiều món ăn vặt khác, nhiều món giá trị khác thì sẽ thế nào ?

(Lỡ hay lời là do mục tiêu và cách bạn làm, sẽ nói cụ thể hơn về chiến lược này = Phễu ở phần khác)

>>> Hoặc SP số chẳng hạn, mình có cuốn ebook hướng dẫn làm 99 loại bánh kem.

Nếu bạn đi học làm bánh sẽ mất 5.000.000 đồng/ khoá cho 10 loại bánh để học trong ba tháng. Trong khi đó cuốn ebook này nội dung tương tự 10 loại bánh đó chi tiết từng bước cam kết làm đúng hướng dẫn là ra kết quả

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

y hệt, tặng thêm 89 loại bánh nữa nhưng giá chỉ 200.000 đồng, bạn có thể học bất cứ ở đâu bất cứ lúc nào.

Và bạn vẫn được hướng dẫn, hỏi đáp khi gặp thắc mắc (từ xa) như đi học.

Vậy bạn sẽ chọn sản phẩm nào?

Giá trị lớn gấp 10 lần, trị giá lớn gấp hơn 10 lần. NHƯNG số tiền thực tế chỉ = 1/25 lần thì bạn sẽ chọn bên nào?

P/s: Đừng hỏi vì sao KH không mua hàng, mà hãy hỏi làm sao để GIA TĂNG GIÁ TRỊ cho khách hàng của bạn ?

Đạt đến level này rồi thì, bạn sẽ KHÔNG CẢN NỔI CẢNH KH LAO VÀO MUA HÀNG NHƯ CON THIÊU THÂN ĐƯỢC ĐẬU. Họ sẽ la làng lên, " TÔI ĐẬU CÓ ĐIÊN, CÓ ĐIÊN MỚI KHÔNG MUA THÔI" :))

Bài 2/22: Bảng Tính mục tiêu + hành động Kinh doanh trên 1 TRANG EXCEL, đơn giản như đang giỡn ?

Làm sao để bạn biết được công việc kinh doanh online của mình đang diễn biến đúng hướng, bạn cần tiếp cận bao nhiêu KH, liên hệ bao nhiêu KH và chốt bao nhiêu đơn để hòa vốn hay lời lỗ ?

Hỏi: Làm sao biết mình đang và sắp kinh doanh online hiệu quả hay đâm đầu ngổ cụt ?

Đáp: Bảng Tính mục tiêu + hành động kinh doanh trên 1 trang excel

Với file excel này thì bạn chỉ cần nhập vài thông số:

- Mục tiêu doanh thu mong muốn
- Chi phí biến đổi / sản phẩm
- Chi phí cố định
-
- Doanh thu trung bình / mỗi đơn hàng
- Tỷ lệ chốt đơn hàng trung bình

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

>>> Thì bạn sẽ có được những con số TỰ ĐỘNG về mục tiêu cho Hoạt động Kinh doanh online của bạn:

- Số lượng Khách Hàng tiềm năng cần tiếp cận để HÒA VỐN, để ĐẠT DOANH THU KỶ VỌNG

và ... trong file cũng kèm theo hướng dẫn chi tiết cho từng bước.

Link down bên dưới nhé.

Để được nhận chỉ cần click vào đây >>> [Tải về](#) <<<

Chúc công việc kinh doanh online của bạn thuận buồm xuôi gió. ^^

Bài 3/22: BÁN HÀNG là TỐT hay XẤU, rào cản lớn nhất của người Kinh doanh bạn đã vượt qua chưa ?

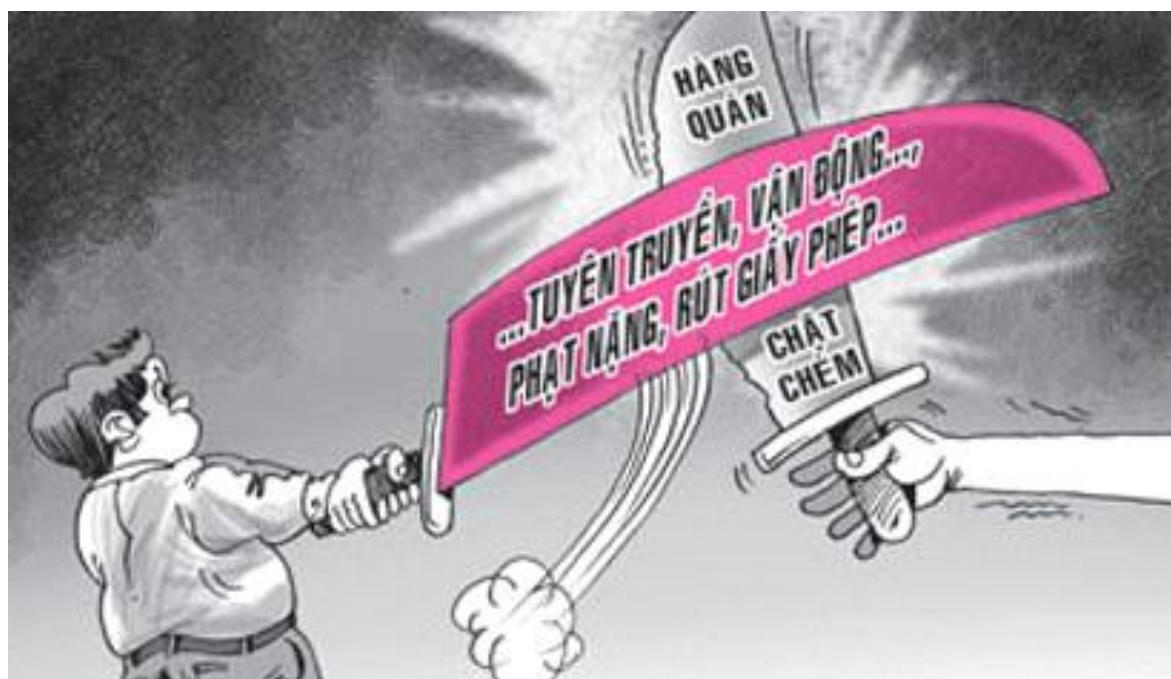
Bán hàng là 1 phần tất yếu của cuộc sống, hàng ngày không chỉ khi kinh doanh online mà chính bạn cũng đang bán hàng ngay tại nhà mình.

Mọi người thường cảm thấy sợ hãi khi nhắc đến bán hàng có vẻ như là đang nghĩ đến một điều gì đó lừa đảo lừa dối ở đâu đây nhỉ. ^^
Mình có bị gài hàng không ta?

Tâm lý phòng thủ mọi thứ, giúp con người tồn tại được tới bây giờ, nhưng không phải cái gì cũng gây hại cho bạn.

>> Vậy còn bạn thì sao??

Có vẻ như là một thói quen chắc hẳn bạn cũng có thể gặp phải, Khi đang ngồi ăn bỗng dưng có ai đó đưa tay từ phía sau bán đầu phụng chẳng hạn, bán vé số chẳng hạn thì ngay lập tức phản xạ tự nhiên của mỗi người sẽ là đưa tay lên và nói không. Nhưng nhiều khi chính họ còn không biết là mình đang được giới thiệu món hàng gì !!!
Ví dụ đi với người yêu mà quên đánh răng, con bé bán singum thơm miệng thì mình phải cần chú, thế mà cũng tự động giơ tay lên xua đi à.



Lịch sử ở Việt Nam nhất là khi KH đến nhiều nơi du lịch thì bị chém riết, lại càng làm nhiều người lo lắng, sợ hãi về bán hàng .

Nhưng mà bạn thử nghĩ chỉ có những nơi đó mới có bán hàng ư?

Sai lầm rồi nhé, bán hàng xuất hiện ở mọi nơi, mọi lúc. Đơn giản bán hàng giống như là trao đổi, không nhất thiết phải trao đổi hàng với tiền, mà hàng với cảm xúc cũng là một dạng trao đổi đấy.

Vd1: Đưa con đói bụng muốn ăn, bà mẹ cho ăn thì cũng là bán hàng rồi. (món hàng là một tô cháo ngon lành giá 0đ).

Vd2: Anh chồng hôn vợ một cái và không cần vợ hôn lại thì cũng là bán hàng rồi (món hàng là một cái hôn miễn phí)

Nói tóm lại, theo cách hiểu dân dã của mình càng thấy bán hàng là làm cho người khác đỡ khổ hoặc sung sướng hơn.

Khi làm KH đúng là đỡ khổ và sung sướng hơn rồi thì họ có sẵn sàng trả tiền lại cho bạn không ?

Thế bạn sẽ thấy quanh mình có rất là nhiều phi vụ bán hàng mỗi ngày, hay thậm chí chính chỗ bạn đang ngồi và đọc bài viết này là mình cũng đang bán hàng cho bạn đấy.

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Một bài chia sẻ Đầy tâm huyết mà giá 0 đồng.

Không những vậy sẽ còn cả một bộ hơn 20 nữa cũng giá 0 đồng (cho seri “ Bí kíp KD Online từ A-Z”)

Cái mình muốn nhận được không phải là tiền từ bạn, mà là cảm xúc từ bạn. Mình muốn bạn vượt qua nỗi sợ của hai từ “ bán hàng” đây là một hành động vô cùng thiêng liêng và cao quý. Bạn đang giúp cho những người xung quanh mình “ đỡ khổ và sung sướng “ hơn mà.

Vậy thì ngại gì vết bản mà không lao ra ngoài kia bán hàng đi !!!

Nhớ, đừng làm khách hàng của bạn đỡ sướng và khổ hơn là được thôi.

Bài 4/22: Ý tưởng là 0đ, chỉ là TRIỆU ĐÔ Khi hành động tạo KẾT QUẢ cơ !!!

Bạn có rất nhiều ý tưởng, rồi sao nữa ? Bạn muốn nó thành con ngỗng vàng hay quả trứng ung, và nếu kinh doanh online thì áp dụng sao đây !!!

Mình là một người rất mơ mộng vậy mà mình cũng bị vỡ mộng thường xuyên.

Nằm chơi cũng nghĩ ra được vài ý tưởng triệu đô, ôi nhiều đêm mất ngủ vì nghĩ đến số tiền có thể đạt được.

Đến một ngày nhờ có anh ấy mà mình ngủ ngon hơn, đỡ thao thức trằn trọc hơn.

Chỉ với 1 câu nói là: “ý tưởng chỉ là không đồng, còn triệu đô là kết quả”.

Đây là người đầu tiên làm cho mình vỡ mộng khi chẳng có giấc mộng nào giữa ban ngày.

Ngồi ngẫm cả tiếng đồng hồ, càng ngẫm càng thấy đúng.

Ý tưởng của mình nhiều có hay đến mấy, tuyệt vời đến mấy nhưng nếu nó vẫn chỉ nằm trong đầu của mình thì làm sao để đạt được triệu đô, dù là vài đô lẻ cũng không có.



Còn bạn, bạn có bao nhiêu ý tưởng triệu đô trong đầu rồi ?

Và bao nhiêu ý tưởng đã được cất giữ, dấu diếm, che đậy, thậm chí là chôn vùi chờ ngày Hoàng đạo để khai mở rồi ?

Để bây giờ, đôi khi đi ngoài đường thấy người ta đang áp dụng, đang kiếm tiền bằng ý tưởng đó, thì một ý nghĩ có thể xảy ra trong đầu: “thằng này dám ăn cắp ý tưởng của mình.

Mình chôn nó sâu lắm rồi mà, vậy sao mà nó vẫn biết ta, nó dám thực hiện mà không hỏi ý mình. “

Bạn có bao giờ nghĩ vậy chưa ???

Nói thật cho bạn biết, những gì bạn tưởng nó nằm trong đầu của bạn, chỉ có bạn nghĩ ra, thì trên thế giới có 7 tỷ người, tất nhiên cũng sẽ có nhiều người nghĩ ra giống như bạn.

Nhưng khác bạn ở chỗ, họ hành động và họ có triệu đô.

Còn bạn, tiếp tục đi tìm những ý tưởng triệu đô khác, rồi chôn vùi nó.

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Bây giờ thì mình dễ ăn dễ ngủ hơn nhiều, mình chọn lấy một ý tưởng và mình theo nó tới cùng. Nếu không được triệu đô, thì vài trăm ngàn đô, hay vài ngàn đô cũng là có kết quả và sung sướng rồi.

Cảm ơn bạn đã đọc tới đây, lời cuối: hành động đi và bắt nó đẻ tiền đi !!!

Không đủ nguồn lực, thì chiêu mộ nhân tài đi. Đừng đợi nữa!!!

Giang Đình

Bài 5/22: Nhân viên / đồng đội / đối tác / chiến hữu SAU LƯNG BẠN đang làm gì ?

Để mọi người đến với bạn đã khó, giữ họ lại để cùng phát triển lại càng khó hơn nhất là khi Kinh doanh online .

Khi bắt đầu kinh doanh, hay thậm chí khi đang bàn bạc về một ý tưởng kinh doanh hay ho nào đó, trong lúc bạn đang thao thao bất tuyệt để nói về ý tưởng đó thì mọi người đang làm gì.

Bạn có từng nghĩ đến hỏi câu đó chưa ?

Ý tưởng của bạn có tuyệt vời đến mấy, cơ hội kinh doanh tuyệt vời đến mấy thì cũng là với bạn thôi. Lấy gì đảm bảo với những người khác cũng là tuyệt vời ???



Hai trường phái những người đang ở cùng bạn:

1 - Những người ủng hộ bạn hết mình, bạn nói bất cứ cái gì cũng được cho là đúng và họ răm rắp nghe theo.

2 - Những người phản đối hết mình, bạn nói ra bất cứ cái gì cũng được cho là chưa đúng và họ luôn tìm ra kẽ hở để chống lại những gì bạn nói.

Vậy bạn nên đi cùng với nhóm nào. Thực ra, Tốt nhất là cả hai. Vì sao ?

- Đối với người nhóm 1, mọi thứ sẽ theo đúng tiến độ của bạn muốn, đúng hướng bạn muốn đi (nếu chỉ có nhóm 1 thì đôi khi sắp lao xuống vực rồi cũng chả biết).
- Đối với người nhóm 2, mọi thứ bạn muốn nhưng chưa chắc bạn đã có đủ góc nhìn về vấn đề đó, con đường bạn muốn đi cũng chưa chắc bạn đã biết hết tất cả ổ voi ổ gà trên đó, thì họ sẽ giúp cho bạn hoàn thiện. (Và phải đảm bảo khi đang hoàn thiện rồi thì người nhóm hay đó sẽ hành động như người nhóm 1)

Nhiều người khi họp nhóm thì rất là say sưa tranh luận, hoặc gật đầu lia lịa. Nhưng khi về nhà thì mèo lại hoàn mèo, chẳng có gì xảy ra cả, mọi thứ lại đình trệ, lại chờ và đợi.

Dự án lại treo lơ lửng, chẳng biết bao giờ mới đáp xuống đất.

Thế nên, dù là nhóm người nào, thì cũng phải là những **NGƯỜI HÀNH ĐỘNG**, là những người có **THÁI ĐỘ TÍCH CỰC**.

Khi mà đã là người hành động thì chỉ cần vẽ cho hướng đi đúng, cách làm đúng thì kiểu gì cũng sẽ tới đích dù bạn có đứng trước mặt hay không.

Bây giờ, hãy nhìn lại những người xung quanh bạn xem họ thuộc nhóm người nào, thuộc kiểu hành động nào (chỉ có trí não, hãy cả tay chân) rồi tính tiếp.

Yêu nhau không đến được với nhau, vì họ làm biếng. Chỉ có vậy thôi.

Bài 6/22: Tại sao Kinh Doanh ONLINE lại là xu thế KHÔNG CƯỜNG LẠI được, bạn được gì và mất gì ?

Bạn không thể chống lại cơn sóng thần, nhưng nếu biết cách cưỡi lên nó thì bạn sẽ được lên rất nhanh. Kinh doanh online là điều không cưỡng lại được đâu.

Bạn đã từng bán hàng online, ai mua hàng online, hay tìm hiểu thông tin hàng hóa online bao giờ chưa ?

Bạn cũng sẽ thấy, online nghĩa là không giới hạn về không gian, về thời gian.

Nếu kinh doanh theo kiểu truyền thống làm mặt đối mặt, thì bạn có thể mua hàng ở một tỉnh thành khác, một quốc gia khác, hay một thế giới khác không?

Nếu mua được, hãy bán được thì có dễ dàng hay không?

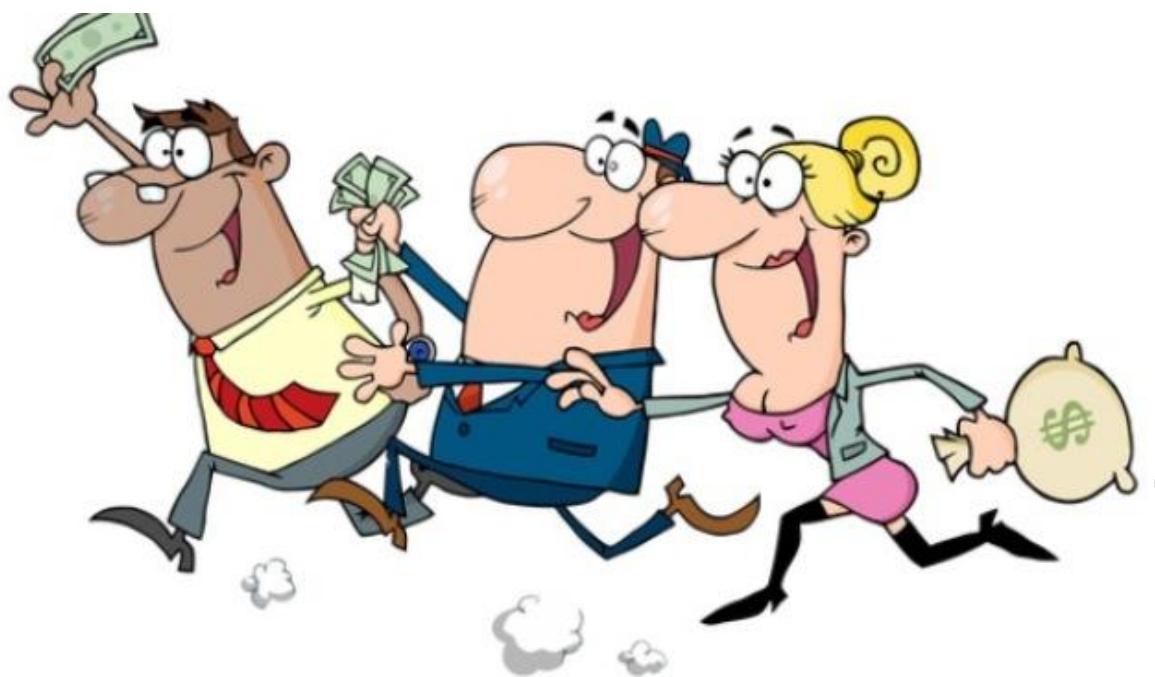
Rồi muốn tìm hiểu thông tin về chất lượng, về đánh giá, về cảm nhận, cảm xúc các kiểu với sản phẩm đó (sản phẩm bạn muốn mua đó) mà đi hỏi miệng kiểu truyền thống thì bạn hỏi được bao nhiêu người, mà chắc gì những người bạn hỏi đã biết và sử dụng sản phẩm đó.

Kinh doanh online làm được tất cả những điều đó.

Bạn thấy cho dù bạn có nói không với kinh doanh online, thì ngoài kia người ta vẫn đang mua bán, trao đổi trên Online âm ầm.

Theo kiểu “ Vắng mợ thì chợ vẫn đông”.

Bất cứ người nào cũng đều sẽ có một giá trị gì đó đặc biệt của riêng mình, một chuyên môn có thể bạn biết hoặc hiếm người biết trong đó có bạn.



Một chuyên gia đẳng cấp 5 sao đang ẩn chứa trong bạn đó.

Vậy bạn muốn khi nào mới khai thác nó?

Tiền chỉ là một hình dạng của giá trị và khi bạn đem được những giá trị đặc biệt đó của mình đến khách hàng thì bạn sẽ được trao lại một giá trị khác (tiền chẳng hạn, vật chất chẳng hạn, tình cảm dạt dào chẳng hạn).

Ví dụ:

- Một bà nội trợ thì có giá trị gì: Công thức nấu món bún bò Huế gia truyền 7 Đời.
- Một ông xe ôm thì có giá trị gì: danh sách 50 vị trí công an giao thông thường đứng.
- Một đứa bé bán vé số có giá trị gì: danh sách 100 căn nhà đang rao bán ở trong quận.

Bạn nghĩ có ai muốn mua, muốn nhận những giá trị ở trên không ?

- Quán ăn, những bà nội trợ khác có muốn công thức nấu bún bò Huế gia truyền 7 đời không ?
- Các tài xế lái xe ô tô, taxi, xe tải, hay chính bạn có muốn biết cảnh sát giao thông đang đứng ở đâu để đợi bạn không ?

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

- Bạn muốn mua nhà, bạn kinh doanh bất động sản thì bạn có muốn biết danh sách, thông tin nhà cần bán không ?

Đó, chỉ với 3 ví dụ đơn giản cho những người không có bằng cấp, không có chức vụ cao cấp nhưng họ vẫn có những giá trị đặc biệt mà ít người có được.

Nếu họ chỉ bán theo kiểu truyền thống, thì được mấy người biết, mấy người có nhu cầu gặp được họ.

Nhưng với kinh doanh online, thông tin cũng là một sản phẩm có thể giao dịch được.

Với Kinh doanh online bạn sẽ có cơ hội đến bán những GIÁ TRỊ mà chỉ bạn có tới KH ở khắp 5 châu 4 bể hoặc cũng có thể đủ kiểu hàng hóa từ đó.

Còn bạn, bạn có giá trị gì có thể trao đổi, mua bán được nào ???

Bài 7/22: Các loại Mô hình kinh doanh Online và MÔ HÌNH nào PHÙ HỢP với bạn ?

Khi kinh doanh online hay offline thì cũng đều sẽ dựa trên nguồn lực bạn có mà áp dụng mô hình nào cho tối ưu đây ?

Tùy theo sản phẩm / dịch vụ / giải pháp và đối tượng khách hàng của bạn mà bạn sẽ có mô hình kinh doanh phù hợp.

Bạn giỏi về cái gì, Bạn chuyên về cái gì, tài năng của bạn là cái gì ? Khách hàng của bạn là ai, khách hàng của bạn gặp vấn đề gì, khách hàng của bạn đang khao khát điều gì?

Những mô hình kinh doanh này là để kết nối SP/DV của bạn với khách hàng của bạn, đơn giản vậy thôi.

Mình chia sẻ cho bạn 7 mô hình để bạn có thể tham khảo.
1 - B2C = Bán lẻ

- Mini Shop (1SP)
- Shop (1 loại SP)
- Market place (nhiều loại SP)
- Super market (Cực nhiều SP)

Rất nhiều cửa hàng, công ty áp dụng kiểu này, họ có website phục vụ cho mục đích bán sản phẩm số lượng từ 1 cho đến nhiều như Amazon.

2 - B2B = Bán sỉ

Nếu bạn sản xuất ra hàng hóa nhiều hơn mức bạn có thể bán, hoặc bạn chỉ muốn sản xuất chứ không muốn bán lẻ. Hoặc bạn có một nguồn hàng giá tốt thì bạn cũng có thể bỏ sỉ lại.

3 - VENDOR = Lấy sỉ bán lẻ (có KH rồi lấy SP về tự bán + tự chăm sóc).

Mô hình này giống như là đại lý / chi nhánh vậy, một đầu mỗi trung tâm phân phối sản phẩm về đại lý ở các tỉnh thành và từ Đại lý họ sẽ tự lo cho mình.



4 - AFFILIATE / DROP SHIPING = Môi giới / Bán lấy Hoa hồng (có KH thì gửi thông tin, công ty tự chăm sóc, bán hàng rồi trích hoa hồng)
Mô hình này thì người hợp tác rất khỏe, họ gần như chẳng phải chăm sóc khách hàng để bán hàng, chỉ cần dẫn khách hàng tới tạo ra đơn hàng và phần còn lại thì công ty tự lo.

5 - COMMUNITY = Cộng đồng

- Visitors
- User
- Member
- Customer

Tạo ra những cộng đồng chuyên môn sâu, để đào tạo, để mua bán, để trao đổi, hoặc để nuôi rồi từ từ thớt các kiểu bằng những nguồn hàng ở trên.

6 - APPs = Ứng dụng

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Ứng dụng có nhiều dạng, ứng dụng để mua hàng, ứng dụng để chăm sóc khách hàng, ứng dụng để giải trí và kinh doanh bằng quảng cáo,

7 - Nhượng quyền

Đây cũng là một trong những cách để tạo ra dòng tiền, bạn có một mô hình chuẩn (hoạt động ổn định và thành công) thì thay vì chính bạn nhân rộng ra và quản lý, hãy để người khác nhân rộng rồi tự quản lý và cả hệ thống cùng đi lên.

Bonus: **8 - Đa cấp** (mình không nói đến Đa cấp truyền thống kiểu mặt đối mặt, mà cấp bậc trên online cũng là cách để phát triển hệ thống mà không giới hạn không gian, thời gian đâu đấy)

Bài 8/22: Các loại PHI PHÍ Khi Kinh doanh Online, bạn đã biết tới đâu rồi ?

Bạn là người giỏi tính toán, bạn cẩn thận hay bạn cứ thích là lao đi ? Dù là kiểu gì thì chuẩn bị cẩn thận vẫn sẽ tốt hơn là không. Khi bạn chuẩn bị tốt thì đã thành công 80% rồi, nhất là với Kinh doanh online.

Trước khi bắt đầu kinh doanh online, thì bạn đã nghĩ đến những cái loại chi phí nào rồi. Bạn đã chuẩn bị được bao nhiêu \$\$\$ rồi, hay bạn sẵn sàng phân nó ra làm những loại nào rồi.

Hay bạn cứ ngồi đây đợi nó tới rồi tính tiếp ???

Điểm danh 4 nhóm chi phí mà hầu hết những người kinh doanh online đều phải gặp:

1 - Văn phòng (<10% doanh thu)

Ban đầu nhiều người chọn nhà của mình là văn phòng, chi phí bằng không. Như vậy rất nguy hiểm, vì nếu nhà của bạn có thể cho bạn sử dụng làm văn phòng thì có nghĩa là nó cũng có thể cho thuê và cũng có thể sẽ có thu nhập, tại sao lại thu nhập cho nó bằng không. Hoặc bạn cho chi phí văn phòng bằng không, thì sau này bạn muốn thuê một văn phòng mới ở ngoài căn nhà của mình thì bạn lấy ngân sách ở đâu ra.

2 - Nhân sự (<20% doanh thu)

ban đầu cũng rất nhiều người tự mình làm mọi việc, cũng trả lương bằng không luôn. Như vậy rất nguy hiểm, vì bạn nếu không làm công việc kinh doanh này mà đi làm thợ hồ, bán vé số, lao động phổ thông không cần tí chất xám nào cũng có lương mà. Vậy sao lại coi thường mình vậy.

Hoặc bạn cho chi phí nhân sự bằng không, thì sau này khi quy mô tăng lên, bạn tuyển thêm người thì bạn lấy quỹ lương ở đâu để trả cho họ.

Thường đoạn này mình hay trả lương theo % kết quả họ làm ra, thì đảm bảo ngân sách lương sẽ an toàn hơn là lương cố định.



3 - Marketing (<=20% doanh thu)

Với kinh doanh online, thì ngân sách trong marketing gần thì luôn phải có. điểm danh một số loại chi phí marketing:

- 80% ngân sách mar: Quảng cáo + Công cụ (80% ngân sách MAR)
- 20% còn lại:
- Sự kiện (phễu)
- Thuê nhân công ngoài (Copy writer, Designer, Tele Sale,...)
- Tài trợ / Miễn phí / Quà tặng / Từ thiện
- Báo chí, truyền thông, PR

P/S: Tùy mức lợi nhuận và mục đích từng thời điểm mà đôi khi chi phí cho Marketing không dừng lại ở 20% mà có thể lên đến 80% thậm chí hơn 100%.

4 - Sản xuất

Cho dù, bạn không trực tiếp sản xuất ra sản phẩm đó, thì bạn vẫn cần phải đóng gói, tiếp nhận, tồn kho, quản lý sản phẩm để vận chuyển mà.

Hoặc nếu bạn kinh doanh theo kiểu Affiliate / Môi giới / Drop Shiping thì có thể chi phí này sẽ gần như không có. ^^

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Khi đã chuẩn bị kỹ lưỡng thì cuộc sống sẽ ít bất ngờ, nhưng bạn thích bất ngờ kiểu nào ?

Giang Đình

Bài 9/22: CHÂN DUNG Khách hàng trong mơ của bạn RÕ NÉT CỠ NÀO ?

Một khi đã hiểu rõ, biết rõ Khách hàng của mình là ai thì bạn sẽ dễ dàng tiếp cận, dễ dàng dẫn dắt và chốt hạ dù là kinh doanh online hay offline.

Rất nhiều người đôi lúc còn chẳng biết sản phẩm của mình có công dụng gì, có tính năng đặc biệt gì.

Hoặc chỉ biết cách làm, biết công thức làm thì cứ sản xuất ra rồi để đó, chứ cũng chẳng biết khách hàng là ai, ai cần nó, ai sử dụng nó, ai sẽ mua nó ???

Sau khi mở ra được vài ngày trong hy vọng cuồng nhiệt, sau vài tuần trong hy vọng mong manh, và vài tháng là hi vọng muộn màng.

Thì họ chốt lại công việc kinh doanh không thành công, khách hàng QUÁ NGU, hàng tốt như vậy mà không chịu đến.

Hay do khách hàng ngồi đó đợi mãi mà không thấy bạn tới ???

Qua rồi thời “Hữu xạ tự nhiên hương”

Bất cứ sản phẩm hay dịch vụ nào của bạn cũng là một giải pháp phù hợp cho một vấn đề, một nhu cầu nào đó của khách hàng.

Như vậy thông tin khách hàng phải rõ ràng, nhu cầu và vấn đề của họ cũng phải rõ ràng. Thì bạn mới xây được lên cầu phù hợp đến đúng nơi khách hàng của bạn đang ở được chứ.

Bạn phải biết được Họ đang ở đâu, Họ là ai, làm cái gì, họ gặp vấn đề gì thì bạn sẽ tiếp cận cực kỳ đơn giản dễ dàng thuận tiện, và giao dịch xảy ra là đương nhiên.

Cả hai cùng sống hạnh phúc đến cuối đời.



Một yếu tố nhỏ nhỏ khác nữa để định hình khách hàng là phân biệt khách hàng chủ động và khách hàng bị động.

- **Khách hàng CHỦ ĐỘNG** là khách hàng đã biết rõ vấn đề của mình, nhu cầu của mình, thậm chí giải pháp mình muốn nhận được và họ bắt đầu tìm kiếm, họ bắt đầu đi so sánh và họ ra quyết định >> Bạn chỉ việc xuất hiện, cho họ thấy giải pháp và **CHỐT HẠ**.

- **Khách hàng BỊ ĐỘNG** là khách hàng chưa biết rằng những gì đang xảy ra với mình có gì đó chưa đúng, có gì đó sai sai, có rủi ro gì đó tiềm ẩn quanh đây. Thì lúc này họ vẫn sống bình thường cho đến khi nó xảy ra thành một vấn đề hiện hữu >> Chính bạn sẽ phải tìm cách khơi gợi ra được vấn đề ở trong họ và chuyển họ thành khách hàng Chủ động, đưa ra giải pháp và **CHỐT HẠ**.

Một số yếu tố để xác định KH khách quan hơn:

1 - Vấn đề / nhu cầu

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

2 - Xác định Người dùng # Người mua

3- Mô tả người dùng

- Tuổi tác
- Giới tính
- Thu nhập
- Trình độ học vấn
- Tình trạng quan hệ (hôn nhân, gia đình)
- Nghề nghiệp
- Địa điểm / vị trí
- Ngôn ngữ
- Thói quen tiêu dùng
- Ngân sách / Tài chính
- Sở thích
- Hành vi
- Kết nối (cá nhân, tổ chức, tương trình, sự kiện,..)
- Khác

P/S: Đôi khi để tiếp cận 1 KH thì cũng vẫn phải đi đường vòng chứ thẳng cũng không tới được đâu nhé.

Bạn đã vẽ đường từ nhà mình đến nhà KH tới đâu rồi ?

Bài 10/22: SẢN PHẨM PHÙ HỢP để Kinh doanh online biết chọn sao đây ?

Bạn tự tạo ra sản phẩm hay đi tìm sản phẩm thì cũng cần biết rõ giá trị của sản phẩm hay nhu cầu của khách hàng, kinh doanh online thì quá trình này sẽ dễ dàng hơn nhiều.

Lời khuyên của Giang khi chọn sản phẩm để kinh doanh online, hãy bắt đầu bằng một sản phẩm, một đối tượng khách hàng, một nhu cầu / vấn đề cụ thể, rõ ràng. Khi bạn đã làm cho công việc KD online đó vận hành trơn tru, hiệu quả thì bạn hoàn toàn có thể tăng số lượng sản phẩm cho đối tượng đó hoặc với nhu cầu đó ở cấp cao hơn, hay nhu cầu khác hoặc đối tượng khách hàng khác với sản phẩm khác.

Đừng vội làm một cái supermarket (siêu thị) ngay từ lần đầu. bạn sẽ bị quá tải đấy.

“Nóng máy thì sẽ cháy Bugi”

Bán một sản phẩm cho hàng ngàn người sẽ khác rất nhiều với việc bán và quản lý hàng tá sản phẩm cho vài người.

Những thể loại sản phẩm nào bạn có thể chọn:

1 - Sản phẩm tạo ra bằng chuyên môn / kỹ năng / tài năng của bạn thì bạn chỉ việc tìm những người có vấn đề mà SP của bạn có thể giải quyết được.

2- Bạn đang nhìn thấy ngoài kia Mọi người đang gặp phải một vấn đề gì đó mà không có đường thoát, không có một giải pháp nào hữu hiệu bạn cũng có thể kiếm tiền với sản phẩm bạn đem đến cho họ.



3 - Sản phẩm mà bạn yêu thích, bạn đã sử dụng mà bạn cảm thấy nó vô cùng hữu ích với bạn.

Lúc này bạn chỉ việc trao đổi với nhà cung cấp cho bạn, hoặc tìm một nhà cung cấp và tìm những người có vấn đề giống như bạn.

4 - Vấn đề mà bạn đang gặp phải, bạn đang đi tìm hướng giải quyết cho nó và bạn đã tìm ra được sản phẩm thì bạn cũng có thể thương lượng với nhà cung cấp và tìm những người có vấn đề giống như bạn.

5 - Bạn có một cộng đồng, bạn có một Data khách hàng và bạn muốn khai thác những nhu cầu của họ bằng những sản phẩm khác nhau.

6 - Hãy sáng tạo đi

Và một số tiêu chí khác cho sản phẩm của bạn:

1 - Sản phẩm có giá khoảng 1-500\$

2 - Bán sản phẩm có phụ kiện kèm theo >> UP SELL (Dù sản phẩm cao cấp cũng nên kèm thêm sản phẩm khác)

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

- 3 - Bán sản phẩm từ nhà sản xuất hoặc nguồn cung chất lượng
- 4 - Bán sản phẩm khó tìm tại địa phương (lấy ở Bắc bán ở Nam)
- 5 - Bán sản phẩm mà Khách hàng sẽ dùng nhiều lần

P/S: Khi bán một đơn hàng đừng quên COMBO (đóng gói nhiều SP lại = Gia tăng giá trị)

Giang Đình

Bài 11/22: CÁC KÊNH MARKETING ONLINE để bạn có thể vùng vẫy bơi lội với Khách hàng !!!

Khách hàng của bạn ở mọi nơi, vậy kênh marketing nào khi kinh doanh online sẽ hiệu quả với quy mô và đối tượng khách hàng của bạn ?

Khi bạn xác định rõ được khách hàng của mình là ai, đặc điểm như thế nào, thói quen sử dụng Internet ra sao, họ thích hành vi thế nào thì bạn hoàn toàn có thể để biết được rằng gặp họ ở đâu, tương tác với họ như thế nào để tiếp cận, để làm quen, để giao lưu, để thân thiết, để giao dịch, để yêu nhau trọn đời....

Có rất là nhiều cách để kết nối với khách hàng từ không đồng đến bao nhiêu cũng đót hết.



Dưới đây là một số kênh Marketing Online mà Giang biết để chia sẻ đến bạn :

1 - Web / Blog

2 - Facebook (Free & Ads)

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

3 - Google (Free & Ads)

4 – Email

5 – Video

6 - Forum / Mạng XH

7 - Ebook / Slide

8 - Wifi Mar

9 - Referral / Giới thiệu

10 - Truyền miệng

11 - Groupon (Mua chung, Hotdeal)

12 - Game Marketing

14 - App / Ứng dụng

15 - QR Code

16 – Affiliate

17 - SMS / điện thoại

Dựa trên ngân sách Marketing mà bạn có kết hợp với đặc điểm khách hàng thì hãy xây trong mình các kênh nền tảng và những kênh nâng cao nhé.

Bài 12/22: Bạn đã tìm ra ĐỐI THỦ ĐÍCH THỰC và so sánh mình với họ như thế nào rồi?

Có cầu thì ắt có cung, dù bạn đã vào lâu hay mới vào kinh doanh online thì cũng luôn có đối thủ và bạn so sánh mình với họ thế nào ?

Khó có trường hợp, một mình một chợ tức chỉ có bạn mới có sản phẩm / dịch vụ / giải pháp duy nhất cho khách hàng.

Quy luật “có cầu thì sẽ có cung” luôn tồn tại.

Nếu bạn là người đầu tiên và làm tốt thì sẽ có đối thủ nhảy vào chơi cùng bạn (có thể đối thủ là hàng xóm của bạn, là chính khách hàng của bạn, với người Việt thì đôi khi chính ace của mình luôn, ...).



Nếu bạn mới bước chân vào cái chợ đã tồn tại thì bạn phải biết được trong chợ đã có ai bán sản phẩm này chưa, họ mạnh cỡ nào, học giỏi cỡ nào để còn biết đường liệu cơm mà gắp mắm chứ.

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Vài thông số để bạn so sánh với những đối thủ đang có sẵn trên thị trường, hoặc có thể là các đối thủ sắp nhảy vào thị trường và đánh giá xem nguy cơ thế nào:

- 1 – Website
- 2 - Nhân sự
- 3 - Tài chính
- 4 – Marketing
- 5 - Sản phẩm / Dịch vụ
- 6 - Mô hình kinh doanh
- 7 - Kênh phân phối
- 8 - Đối tác
- 9 - Uy tín
- 10 - Hình ảnh
- 11 - Khác (tự nghĩ ra thêm)

Ông bà thường dạy: “Biết người biết ta trăm trận trăm thắng”.
Khi bạn đã hiểu rõ đối thủ của mình thì bạn có thể làm tốt hơn hoặc ít nhất cũng phải tốt bằng họ.

Hãy khai thác điểm mạnh của mình để tấn công vào điểm yếu của đối thủ.
Khách hàng sẽ chỉ còn bạn mà thôi.

Bài 13/22: Cơ chế điểm kích hoạt cho TƯƠNG TÁC ĐẦU TIÊN trên Online, Google + Youtube + Facebook ?

Các mạng xã hội hỗ trợ rất nhiều cho tương tác với khách hàng, khi kinh doanh online thì điều này lại càng cần thiết nếu hiểu nguyên lý vận hành của nó.

Mạng xã hội là một xã hội trên online, thế nên khi khách hàng tương tác càng nhiều, Khách hàng giao lưu chia sẻ càng nhiều thì những công ty có những mạng xã hội đó càng giàu.

Bạn sẽ thấy Google, Facebook và rất là nhiều công ty có mạng xã hội khác càng ngày càng giàu.

Còn chúng ta với vai trò là khách hàng thì sẽ thường càng nhiều cái hay. Không phải tự nhiên mà mình nói về cơ chế kiểm kích hoạt cho tương tác đầu tiên này, để bạn hiểu áp dụng cho công việc kinh doanh của mình.

Cụ thể nhé:

- **Với Google Search:** tương tác đầu tiên là khi bạn tìm kiếm một từ khóa nào đó và bạn bấm vào một kết quả nào đó thì ngay lập tức google sẽ ghi nhận lại hành động đó của bạn với cái trang web đó. Bạn đến với từ khóa là gì, nhu cầu của bạn là gì, bạn ở lại đó bao lâu, bạn làm những gì ở trong đó Google sẽ ghi lại tất cả. Sau này bất cứ khi nào bạn quay trở lại Google tìm kiếm để tìm một vấn đề gì đó liên quan Google sẽ nhắc bạn về cái trang mà bạn đã từng vào trước đây, nó có thể sẽ nằm trong top 10 kết quả mặc dù khi so sánh với đối thủ thì từ khóa đó điểm chất lượng không bằng.

>> Hãy tưởng tượng, bạn chỉ mất công đầu tư hết mức cho một từ khóa để cho nó lên top rồi những từ khóa còn lại xiu nổi đuôi nhau tiếp cận KH tiềm năng.



• **Với YouTube:** tương tác đầu tiên là khi bạn chọn một từ khóa và bấm vào xem 1 video, hoặc khi bạn xem một video nào đó và bấm vào video đề xuất. Ngay khi bạn bấm vào xem video đó thì YouTube cũng sẽ ghi nhận lại hành động đó của bạn, bạn xem nội dung gì, từ khóa là gì, xem trong bao lâu và bạn làm những gì với mình điều đó (tất cả). Sau này mỗi khi bạn vừa trở lại YouTube chưa kịp làm gì thì YouTube sẽ gửi về cho bạn những video khác của kênh đó, hay trong lúc bạn đang xem những video của các kênh khác thì ở cột bên phải cũng xuất hiện video đề xuất của những kênh trước đây bạn đã từng xem.

>> Hãy tưởng tượng, bạn chỉ mất công đầu tư hết mức cho một video để nó tiếp cận càng nhiều khách hàng càng tốt (trên web, trên YouTube, trang mạng xã hội , ...) rồi sau đó tất cả những video còn lại nối đuôi nhau tiếp cận khách hàng.

• **Với Facebook:** tương tác đầu tiên là khi khách hàng xem một bài viết trên Fanpage của bạn thì ngay lập tức Facebook sẽ ghi nhận là hành động đó của bạn với bài viết đó, tất cả hành vi, hành động của bạn làm với bài viết đó là gì (like, comment, chia sẻ, lưu liên kết, ...) thì sau này

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

khi cái Fanpage đó đăng nội dung gì đó lên thì Facebook đề gợi ý cho bạn về điều đó, và lại tiếp tục xem tương tác của bạn với điều đó nếu bằng tương tác thường xuyên thì hầu hết tất cả những bài bài viết trong trang đó mi đang lên bạn đều sẽ nhận được hết.

Cũng y hệt với các bài viết từ bạn bè, nếu một người nào đó post bài mà bạn thường không thèm tương tác thì sau này cũng lặn mất tăm trong new feed của bạn, họ đã đi vào dĩ vãng. ^^

>> Hãy tưởng tượng, bạn chỉ mất công đầu tư hết mức cho một bài viết để nó tiếp cận càng nhiều khách hàng càng tốt rồi sau đó những bài viết còn lại chia sẻ nhiều hơn, giá trị hơn thì nó cũng nối đuôi nhau để tiếp cận khách hàng tiềm năng của bạn.

P/S: Vì là mạng xã hội được xây dựng dựa trên người sử dụng, nên các công ty càng muốn mình tương tác càng nhiều càng tốt, nhưng vì lượng thông tin từ bạn bè + từ Page + từ Group + từ Ứng dụng ngày càng nhiều nên họ sẽ chọn lọc nội dung để tiếp tục tiếp cận khách hàng. Do đó thay vì quá đầu tư vào số lượng thì hãy đầu tư vào chất lượng và giá trị thì câu chuyện “Hữu xạ tự nhiên hương” sẽ lại lặp lại.

Bạn có tin là mình và KH sẽ đi cùng nhau đến cuối đời chứ ???

Bài 14/22: ÁI DA – Từ cái nhìn ĐỊNH MỆNH đầu tiên đến Khách hàng VỀ CÙNG ĐỘI ?

Đường nào cũng đến thành Rome, đường nào rồi cũng đến túi khách hàng, vậy đường nào trên kinh doanh online dẫn khách hàng đến với bàn tay của bạn ?

Bạn từng nghe đến từ “tiếng sét ái tình” rồi chứ?

Khi bạn bán hàng ngoài chợ, hàng trên online thì khách hàng họ có nhu cầu rõ ràng hay chưa rõ ràng thì bạn cũng chỉ có một khoảng thời gian ngắn để họ lướt qua và ra quyết định có tiếp tục ở lại với bạn thêm một chút nào nữa hay không.

B1: Attention = Gây chú ý như thế

Ở ngoài chợ, giữa 20 cửa hàng bán rau thì cửa hàng của bạn có gì hay trong ánh mắt đầu tiên để họ tiếp tục ở lại với bạn thêm một chút nữa:

- Bạn đang ngồi bắt sâu
- Bạn đang ngồi đóng gói rau
- Bạn đang ngồi nhặt rau
- Bạn đang mỉm cười với khách hàng
- Bạn đang chăm sóc nhiệt tình khách hàng
- Bạn đang rao thông tin khuyến mãi
- Bạn cùng với một cái bản chứng nhận sau lưng là cửa hàng rau sạch nhất chợ
- Hay gì nữa ?

Ở trên website / fanpage/ post / ... trên kết quả tìm kiếm, trên banner hiển thị, trên bài viết truyền đi giả sử khách hàng đúng đối tượng rồi thì bạn đang đưa ra những thông điệp gì, hình ảnh gì để họ bị gây chú ý ?



B2: Interest = Tạo thêm muốn như thế nào ?

Ở chợ, giữa 20 cửa hàng thì của bạn là đông nhất, rau nhìn tươi nhất, treo bảng giá Đại hạ giá to nhất thì khả năng khách hàng bước đến chỗ bạn có cao không ?

Trên online, sau khi đọc đọc tiêu đề thì sẽ tới vài dòng mô tả ngắn ngủi thì bạn sẽ tiếp tục cho khách hàng nhận được điều gì ? Vẫn là nhấn đờ khổ hơn, sung sướng hơn hay là gì khác để tạo ra một sự thêm muốn không cưỡng lại được ở khách hàng và KH lại tiếp tục nghiên ngẫm nội dung của bạn để thỏa mãn mong muốn nhận được nhiều hơn nữa.

B3: Desire = Tạo tin tưởng như thế nào ?

Hãy giải trình kỹ hơn rau của bạn sạch như thế nào, nguồn gốc đảm bảo như thế nào, đánh giá nhận xét khách hàng khác, thái độ phục vụ của bạn, cam kết mạnh tay từ bạn thì có làm cho khách hàng tin tưởng vào bó rau hay sản phẩm dịch vụ của bạn trên online không ??

B4: Action = Họ hành động như thế nào để ra Đơn hàng ?

Biết rồi, Hiểu rồi, Tin rồi vậy khách hàng đã sẵn sàng quẩy tới bến chưa là ở hành động này.

- số lượng có giới hạn
- Thời gian có giới hạn
- Quà khuyến mãi tặng kèm có giới hạn

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

- Sức chịu đựng với nỗi đau của họ cũng có giới hạn
- Khả năng kiềm chế sung sướng của họ cũng có giới hạn

Hãy nhấn mạnh vào những điều này thì việc chuyển đổi qua thành hành động dễ con liên hệ, có thông tin khách hàng dễ dàng hơn.

Từ đó có đơn hàng thôi.

Đây được hiểu là một con đường từ tiếp cận đến ăn nằm với khách hàng, bạn đã vẽ ra được bao nhiêu con đường rồi ?

Bài 15/22: Các TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI trong hành động của Khách hàng khi Kinh doanh Online là gì ?

Muốn đánh giá được hiệu quả kinh doanh online thì bạn cần thống kê và tổng kết được vậy bạn đang làm như thế nào rồi ?

Làm sao để biết được rằng những đồng tiền bạn đang chi ra để làm marketing online hiệu quả, không thể nào nói tốt là nó tốt. Hãy dùng con số thực tế để nói chuyện:

1 - CPM = cost per 1000 impressions

Đây là chi phí để có được 1000 xem (có thể áp dụng khi bạn chạy quảng cáo hiển thị banner)

2 - CPC = Cost per Click

Đây là chi phí để có được click chuột bấm vào trong quảng cáo của bạn, hay bấm vào đường link của bạn (thường áp dụng cho chạy quảng cáo tìm kiếm)



3 - CPA = Cost per Action

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Đây là chi phí để có được một hành động của khách hàng như gọi điện thoại, để lại thông tin liên hệ. (Cái này thường mình dựa trên số tiền Marketing đã chi ra cho 2 anh trên / số hành động)

4 - CPS = Cost per Sale

Đây là chi phí để bạn có được một đơn hàng thành công, tất nhiên là có thanh toán xong xuôi. (Cái này thường mình dựa trên số tiền Marketing đã chi ra cho 3 anh trên / số đơn hàng)

5 - Số đơn hàng / số liên hệ để đánh giá hiệu quả của Tele Sale nữa nhé.

6 - Khiếu nại: tỷ lệ khiếu nại khi đã nhận được đơn hàng của bạn.

7 - Mua lại: tỷ lệ khách hàng mua lại sản phẩm Lần thứ hai, lần thứ ba, hay sản phẩm khác từ bạn

8 - ROI: Tỷ lệ lợi nhuận / tổng số tiền đầu tư. Thực tế để chạy 1 chiến dịch bạn sẽ cần đầu tư nhiều thứ từ nội dung, hình ảnh, nhân sự, thiết bị đến chạy marketing, tele, vận chuyển để ra được lợi nhuận cuối cùng. ROI là để bạn nhìn thấy tổng thể.

P/S: Thường chỉ cần tới CPS là biết được rằng là tỷ lệ lợi nhuận của bạn như thế nào so với mức đầu tư của bạn rồi (nếu kinh doanh quy mô nhỏ và chủ yếu online thì các chi phí khác ít và gần như không có).
Lợi nhuận = Doanh thu - Chi phí

Thì hẳn bạn đã có thể ra quyết định tiếp tục chơi hay ngưng. Quan điểm của mình thì doanh thu 10 đồng với chi phí 9 đồng thì cũng là có lời.

Và, hãy nhìn xa hơn khách hàng của bạn đâu chỉ có sống trong vòng một ngày, Họ đã có cả một cuộc đời thì hãy cân nhắc vào việc mua lại của khách hàng. những lần mua hàng tiếp theo bạn đâu có tốn nhiều tiền cho chi phí marketing nữa, có thể chỉ là gọi điện, email, sms là chốt Sale được rồi.

Không phải tự nhiên mà Facebook chi ra hơn 19 tỷ \$ để mua ứng dụng Whatapp với 450 triệu người dùng (giá 42\$ / thông tin 1 KH) nhưng quan trọng là họ đang sử dụng hàng ngày và họ đã sẵn sàng chi tiền.

Hay giống như việc lắp wifi miễn phí Moderm vậy, họ đâu có dại. Cái dòng tiền bạn đóng hàng tháng đến hết đời mới là cái nhà mạng quan tâm.

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Bạn đã vẽ ra cuộc đời KH của mình tới bao nhiêu năm rồi ?

Giang Đình

Bài 16/22: Bài viết bán hàng ĐỈNH CAO là từ TRÁI TIM đến TRÁI TIM?

Bất cứ ai cũng đều có não, và có phần logic với cảm xúc. Vậy phần nào sẽ lay động mạnh khách hàng để họ quây hết mình với bạn khi kinh doanh online đây ?

Để đỡ tốn thời gian chờ đợi, đây là công thức của bạn :

1 - Tiêu đề chính (thường 10-15 từ NHẤN MẠNH vào GIÁ TRỊ KHÁC BIỆT)

(Có tiêu đề phụ làm rõ ràng cho thông điệp chính - ĐÁNH MẠNH thêm 1 lần nữa vào NỘI ĐAU / VẤN ĐỀ hay đem đến CƠ HỘI LỚN)

2. Giải pháp (Rõ ràng, dễ hiểu >> Không chỉ nói tính năng mà TẬP TRUNG NÓI GIÁ TRỊ NHẬN ĐƯỢC)

3 - Tính năng / Lợi ích của Sản phẩm / Dịch vụ

(nhớ LỢI ÍCH khác THÔNG SỐ KỸ THUẬT nhé)

4 - Gói SP >> Các gói SP

5 - GIÁ đầy đủ

6 - ĐÁNH GIÁ của KH

(Nếu có điều kiện thì ưu tiên dùng Video >> không cần CHUYÊN NGHIỆP)



7 - LÝ DO mua hàng

8 - Ưu đãi ĐẶC BIỆT (Hôm nay, giờ này, số lượng KH này ,...)

9 - Quà tặng THÊM

10 - Call to Action = Kêu gọi HÀNH ĐỘNG MẠNH

11 - Câu hỏi thường gặp

12 - Tái bút

13 - Thông tin liên hệ nếu cần trao đổi thêm

14 - CAM KẾT MẠNH TAY

***** Và đây là ĐỈNH CAO:**

Hãy dùng CÂU CHUYỆN (Bằng bài viết, bằng Video) để tiếp cận Khách hàng, tất nhiên theo trình tự của công thức trên nhưng con người lạ lắm, khi kể chuyện thì ĐỘI HÌNH PHÒNG THỦ sẽ bị RU NGỦ và bạn sẽ dễ dàng đi thẳng vào KHUNG THÀNH hơn.

Tất nhiên, để ĐẠT ĐƯỢC ĐỈNH CAO thì phải RÈN LUYỆN. Hãy làm đi làm lại, viết đi viết lại nhiều lần rồi bạn cũng sẽ được LÊN ĐỈNH. ^^

Bài 17/22: SẢN PHẨM MŨI NHỌN của bạn là gì và làm gì với nó ?

Nếu không có tiền đạo thì đội bóng khó ghi bàn được, sản phẩm trong kinh doanh online cũng vậy, hãy tìm ra sản phẩm chủ đạo trước khi du đấu nhé.

Nếu chỉ có một sản phẩm duy nhất thì hãy cứ tập trung vào nó và phát triển nó lên.

Còn trường hợp bạn có từ 2 sản phẩm trở lên thì sao ?

Câu trả lời là hãy chọn ra và tập trung vào một sản phẩm mũi nhọn, sản phẩm đó là gì, Yếu tố nào để xác định nó là sản phẩm mũi nhọn:

1. Giá tốt nhất (Đôi khi chỉ cần hòa vốn là được, vì bạn sẽ kiếm lời bằng những sản phẩm khác)

2. Cho đi nhiều nhất (GIÁ TRỊ trong SP / DV này mà KH nhận được vô cùng nhiều)

3. Lợi thế nhất so với đối thủ (Gần như đối thủ không thể nào cạnh tranh lại được đối với sản phẩm này của bạn, Nó như một level cao hơn hẳn so với đối thủ)



Khi đã xác định được sản phẩm mũi nhọn thì cần làm gì ?

- Hãy tung QUẢNG CÁO và PR MẠNH HẾT CỠ vào.
- Hút càng nhiều khách hàng về với đội của bạn càng tốt, có như vậy thì bạn đã đưa được một tay trước để cho đi hoặc khách hàng đến đưa ra một tay của họ để bắt lấy bạn, lúc này tâm tình thủ thi với khách hàng như thế nào là quyền của bạn.

Đối thủ sẽ khó có thể nào chen chân vào được khi bạn đã tay trong tay với khách hàng.

Đừng có sợ là khi bạn làm như vậy thì bạn sẽ lợi nhuận ít, đồng ý là sẽ ít ở sản phẩm mũi nhọn đó, nhưng với những sản phẩm còn lại thì sao ? Bạn không phải tốn tiền marketing nữa, khách hàng đã có sẵn trong tay bạn rồi, họ đang sung sướng với các sản phẩm mũi nhọn đó của bạn rồi.

Và sản phẩm mũi nhọn đó là dấu ấn để khách hàng quyết định về đội của bạn chứ không phải đối thủ của bạn, lúc này bạn dẫn khách hàng đi đâu là quyền của bạn.

Bạn nhớ phần trước mình nói đến thu nhập từ vòng đời của khách hàng rồi chứ. Họ sẽ còn rất nhiều nhu cầu khác thì mình sẽ còn rất nhiều sản phẩm khác cho họ.

Bài 18/22: PHẪU bán hàng - CÀNG vào SÂU Khách hàng CÀNG SƯỚNG !!!

Nhu cầu của Khách hàng là không giới hạn vậy trước khi bắt đầu kinh doanh online thì bạn xác định sẽ làm khách hàng sướng đến đâu rồi ?

Bài này sẽ làm Rõ hơn về việc sử dụng sản phẩm mũi nhọn kết hợp với những sản phẩm nâng cao của mình với khách hàng như thế nào để càng tương tác sâu hơn thì khách hàng càng sướng hơn. Nếu bạn chưa được nghe đến bao giờ thì nó được gọi là Phễu bán hàng:

1 - Attract Traffic = Nguồn KH về từ FREE + PAID

FREE = Miễn phí: Nguồn khách hàng tự nhiên đến từ mọi nơi như web, blog, Facebook, Google tìm kiếm, youtube, truyền miệng, trực tiếp trên đường đời, ...

PAID = Tốn phí: Nguồn khách hàng này bạn có thể có được từ chạy Quảng cáo, mua bán, trao đổi, chiến dịch đi sự kiện thực tế, ...

2 - Capture Leads = Bắt lấy thông tin KH

Khi đã gặp rồi thì phải tìm cách có được thông tin của KH, tối thiểu phải là:

- Tên
- Email
- Giới tính (khó hơn chút)
- Số điện thoại (khó hơn nhiều)
- Địa chỉ nhà (cực khó)
- Thông tin về nghề nghiệp, tài chính, thu nhập, gia đình,

Cứ theo mức độ thông tin khách hàng ở trên mà thu thập, càng sâu thì bạn sẽ càng dễ nắm chắc KH đó ở trong tay



Nguồn KH tiếp cận và cách thu thập thông tin:

- Exit Customer: DS có sẵn như name card, sdt cũ >> lọc ra tên + sdt + email
- Facebook: Có sp Free đăng lên Tường , Group, Fanpage để KH đăng ký để lại thông tin
- Youtube: Tạo video chia sẻ + để link nhận sp FREE
- Slideshare: Tạo ebook, Slide chia sẻ + để link nhận SP FREE
- Blog: Tạo trang blog chia sẻ bài viết cá nhân + để link nhận SP FREE
- FREE Gift: Quà FREE đi kèm đơn hàng hoặc tặng cho bạn bè KH
- Web: Tạo web cho SP / Công ty bán hàng + để link nhận SP FREE
- APPs (ứng dụng)
- Exchange (trao đổi / mua bán)
- Hunter: Phần mềm săn email trên các web

3 - Nurture Prospect = Chăm sóc

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Tương tác thường xuyên sẽ giúp hâm nóng mối quan hệ của bạn với KH, càng nóng bao nhiêu thì càng dễ chuyển đổi thành mua hàng bấy nhiêu. Nội dung chăm sóc kiểu gì ? Vẫn là đỡ khổ và sướng hơn cho đối tượng KH của mình

Tìm những nội dung dạng:

- Cảnh báo / lưu ý: Thực phẩm, ung thư, hóa chất, thành phần, nguồn gốc,...
- Lợi ích cao / Mẹo hay / Kinh nghiệm cá nhân
- Xúc động: Hoàn cảnh đau thương, bố mẹ, con cái,...
- củng cố hình ảnh cá nhân: Ca ngợi đức tính, thói quen, tính cách tốt đẹp nào đó,...
- Nội dung liên tưởng: các vấn đề sự kiện HOT ngoài kia dưới góc nhìn cá nhân và chuyên môn của mình

Cách trình bày:

- Mẫu tin vài dòng
- Bài viết
- Ebook, Slide FREE

4 - Convert Sale = Chuyển đổi mua hàng

Sau khi tương tác, chăm sóc khoảng 10-20 ngày thì bạn có thể gợi ý cho đơn hàng đầu tiên (có PHÍ).

Vẫn tập trung vào vấn đề của KH để cung cấp SP / DV.

Chọn SP nào có giá tiền vừa phải, đừng cao quá ngay lần đầu (thường G thấy là 1-100\$)

Để bán được SP chuyển đổi ban đầu này, đôi khi bạn sẽ lên kịch bản chăm sóc ở trên là những đánh giá, cảnh báo, nguy cơ về vấn đề của KH và những hướng giải quyết khác nhau cho vấn đề của KH. Nhưng không phải KH nào cũng có thể giải quyết được triệt để vấn đề của họ, nên họ sẽ thấy mua là điều đương nhiên.

5 - Deliver & Satisfy = Đặt hàng + Hải lòng

Lần đầu tiên sẽ luôn được đặt nhiều kỳ vọng vào, nó có thể sẽ ảnh hưởng rất lớn đến những đơn hàng về sau. Nên, thay vì tập trung vào lợi nhuận thì hãy tập trung vào cách chăm sóc làm sao để đơn hàng đầu dù giá trị nhỏ đến mấy, nhưng sẽ là lần ghi điểm ấn tượng nhất có thể nhé.

6 - Upsell Customers = Bán thêm

Vấn đề của Kh luôn phát sinh hàng ngày, hãy tìm ra nó và chuẩn bị sẵn SP cho những vấn đề cấp cao hơn hoặc đa dạng hơn để lên kế hoạch bán thêm và làm cho Kh đi từ hết bất ngờ này đến bất ngờ khác.

Bạn vẫn nhớ là khi bán thêm này **KHÔNG TỐN TIỀN MARKETING** thu hút KH về nữa, hãy dùng nó để tặng cho KH.

7 - Get Referrals = Nguồn KH giới thiệu

Còn gì tuyệt vời hơn khi bạn đã xây được cho mình Fan hâm mộ, những KH đã đến từ xa lạ để thử thách rồi tin tưởng và giờ cứ có vấn đề là lại nghĩ đến bạn. Họ ngày càng đỡ khổ hơn và ngày càng sung sướng hơn.

Họ sẽ là những chiếc loa phóng thanh, chia sẻ và lan truyền thay cho bạn.

Để thuyết phục 1 KH hàng xa lạ không gì dễ hơn bằng chính người thân thiết với họ.

Bài 19/22: Bạn đang CHĂM hay TĂM Khách hàng, cách thức nào cho hiệu quả đây ?

Khách hàng cũng là con người thôi, mặc dù kinh doanh online họ không thấy mặt mũi nhưng vẫn có cảm xúc khi được bạn đối xử. Bạn sẽ là ai khi đến với khách hàng ?

Bài viết này một lần nữa mình muốn nhấn mạnh về mục đích bạn đến với KH và mục đích bạn muốn KH ở lại với bạn và họ sẽ ở lại với bạn bao lâu là hoàn toàn do bạn quyết định.

Để tìm được 1 khách hàng đúng mục tiêu đã khó.

Để làm cho 1 khách hàng đúng mục tiêu đưa tay ra lại khó hơn. Để làm cho 1 khách hàng đúng mục tiêu nắm lấy SP / DV của mình mà dùng lại càng khó hơn nữa.

Để làm cho 1 khách hàng đúng mục tiêu nắm chặt lấy tay mình là tung tăng trên đường đời lại vô cùng khó.

Đây là những điều thường gặp khi bạn muốn công việc KD của mình được sống và phát triển bền vững muôn đời.

Một khi họ đã đến và sẵn sàng ở lại với bạn thì khi đó bạn đang CHĂM KH rất tốt, lúc này việc tâm tình thủ thủ với nhau để phát sinh ra những vấn đề mới và bạn sẽ đi tìm người có GIẢI PHÁP đem về giới thiệu cho KH của bạn thì KHẢ NĂNG MUA RẤT RẤT CAO.

Cứ như vậy KH sẽ đẻ trứng vàng cho bạn CẢ ĐỜI.



Còn nếu, bạn chỉ tìm cách làm sao để bán được 1 SP với đủ mọi thủ đoạn, để rồi khi mua xong thì lặn mất tăm. Như vậy bạn chỉ SĂN rồi THỊT được 1 lần và KH đó rời xa bạn vĩnh viễn, đôi khi lại lòi đi mất biết bao KH tiềm năng khác nữa.

Cứ như vậy, bạn sẽ phải đi SĂN hết KH này rồi lại KH khác CẢ ĐỜI.

Câu chuyện ngắn về Chú NÔNG DÂN và Bác THỢ SĂN.

Chú nông dân là Người hiền lành chất phát, lương thiện. Ngày ngày đều chăm chỉ cho vịt ăn, vịt chơi rồi tắm cho vịt. Rảnh rảnh còn tâm tình với vịt, bật nhạc giao hưởng cho vịt nghe. Cứ vậy qua ngày qua tháng.

Bác thợ săn là Người nhanh nhẹn, hoạt bát, hào hoa. Ngày ngày với cây súng trên tay, bác băng băng vượt rừng vượt suối để săn tìm vịt trời. Cuộc sống của bác là những chuyến đi, đuổi bám theo những chú vịt trời. Mỗi khi đói, ĐOÀNG 1 phát là có 1 chú vịt quay ngon lành. Cứ vậy qua ngày qua tháng.

Vào 1 ngày nọ, khi bác thợ săn đi qua cánh đồng của chú nông dân, thấy chú đang tâm tình với lũ vịt nhà, bác cười to rồi nói:

“ Anh có bị gì không thế, vịt nó làm gì biết tiếng người mà nói chuyện. Vịt là chiến lợi phẩm để ngắm + bắn = thịt thôi”

Chú nông dân đáp:

“ Vịt nhà e khác vịt trời, không có em chúng nó không sống được đâu. Chúng nó sống liền với em suốt đời từ lúc mới nở, em đi đâu chúng đi đó. Bao nhiêu trứng chúng cho em hết, có khi còn giữ nhà cho em nữa.”
Bác thợ săn đáp:

“ Lo tâm tính với vịt nhiều quá hay sao mà ốm o thế ?”

Chú nông dân đáp:

“ Nào có gì ăn mấy đâu bác, trứng vừa đẻ ra là lo thu gom đem ấp liền để có thêm vịt. Đói thì kiếm rau quả ăn qua ngày thôi. Mà vịt cũng biết nghe giao hưởng lắm bác, cứ nghe là đẻ nhiều hơn.”

Bác thợ săn:

“ Vãi cả vịt, cứ như tôi tự nhiên tự tại, để chúng tự lo, thích thì thịt, không thì cứ kệ đấy. Rồi cười to và đi mất theo đàn chim trời đang bay đi.”
Chú nông dân ngơ ngác nhìn theo trong phút chốc rồi lại tiếp tục tâm tình với đàn vịt.

Mới đó mà 3 năm sau, Bác thợ săn đứng tuổi hơn chút có dịp đi ngang vùng nông thôn đó. Bác chẳng thấy chú nông dân đâu nữa, chỉ thấy căn biệt thự to dùng cạnh cánh đồng năm xưa kèm hồ nước rộng mênh mông.

Nằm nghỉ dưới gốc cây tí cho đỡ mệt. Khi tỉnh dậy thì thấy chú nông dân ngày nào đang đứng trước mặt mở nụ cười tươi tắn. Bác thợ săn lên tiếng:

“Chú nông dân tâm tình với vịt đây mà, sao giờ béo khỏe thế. Mà nhà giờ ở đâu rồi, sao để thằng nào cướp đất xây cái biệt thự to vật ra vậy” Chú nông dân đáp:

“À, đây là nhà của bố thằng con em, tức là nhà em đây ạ. Nhờ trời mưa thuận gió hòa, nhờ đàn vịt nhà mà giờ em có được nó. Đàn vịt giờ lớn quá nên em nuôi công nghiệp rồi, trứng đẻ suốt ngày. Bác nghĩ xem, từ vài chục giờ lên vài triệu con chứ ít gì. Có công nghệ có khác, nó tự ăn, tự sướng rồi tự đẻ. Em giờ chỉ có ăn với nằm chơi nên béo trắng mà thấy ngại.”

Nhìn bác thợ săn ồm o mặt ngơ ngác, chú hỏi tiếp:

“ Còn bác giờ vợ con thế nào, chăm vợ bầu hay sao mà ồm thế ?” Bác thợ săn đáp:

“Vợ con gì đâu, thân mình lo còn chưa xong, lấy về mà ôm nhau đói à” Vừa nói xong thì bác thợ săn lại vội vàng lên đường đuổi theo đàn vịt trời xa mút mù khơi.

Còn chú nông dân thì ung dung đi bộ dưới nắng chiều êm dịu của cánh đồng quê.

HẾT CHUYỆN. ^^

Bài 20/22: Những cái CÓ “VÔ LÝ “ để KHUYỄN MÃI suốt ngày ?

Làm gì cũng phải có lý do của nó, cho không ít ai chịu lắm. Giang chia sẻ bạn một số cơ để áp dụng khi kinh doanh online nhé.

Làm gì cũng cần lý do, nhất là khi muốn kích thích đơn hàng từ KH thì lý do càng phải “chính đáng” và ĐA DẠNG để có thể áp dụng quanh năm ngày tháng.

Chia sẻ bạn vài cái cơ để có thể tạo chiến dịch khuyến mãi mà thu hút KH đến để up sell và ra quyết định mua hàng nhanh gọn lẹ hơn:

- 1- Ngày lễ (30/4, 1/5, 1/6, 15/8 AL, 2/9, 22/12,...)
- 2- Xu hướng của Thế giới (Black Friday, Online Friday, 11/11, 12/12,...)
- 3- Độc quyền, Khép kín (Sn công ty, Nhà máy, Thanh lý kho hàng, Hội thảo, Đào tạo riêng,...)
- 4- Chăm sóc KH (Tháng chăm sóc, Tháng tri ân, Sinh nhật KH, SN người thân KH,...)
- 5- Ngày đặc biệt / tuần hay / tháng (thứ 3 HAPPY, thứ 5 Tiết kiệm)
- 6- Trong ngày (chỉ 1 ngày duy nhất trong tuần,tháng, năm,..)



Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

6- Flash deal (Giảm theo giờ trong ngày)

7- OTO (One Time Offer - chỉ 1 lần trong đời)

8- Liên kết đối tác (nhân dịp hợp tác với cty ABC,...)

9 - Sự kiện tự tạo (Thôi nôi con, Sinh nhật mẹ Giám đốc, Ngày mất bố chú bảo vệ, ...)

10 - Sáng tạo thêm như Lazada : Mua càng to giá càng giảm, Giá hủy diệt, ...

>> Nhớ kèm theo THÔNG điệp ẤN TƯỢNG, câu SLOGAN thu hút như của LAZADA, ADAYROI vậy.

Bài 21/22: THU NHẬP = DOANH THU – CHI PHÍ, ai chả biết vậy TỐI ƯU và BỪNG NỔ sao ?

Tổng kết cuối cùng của công việc kinh doanh online của bạn âm hay dương, làm sao để gia tăng nó lên mà chính bạn cũng sẽ bất ngờ, có công thức cả rồi.

Công thức CĂN BẢN NHẤT của Kinh Doanh là

Thu nhập = Doanh thu - Chi phí

Và giờ chúng ta sẽ mổ sẻ nó:

***** DOANH THU được cấu thành bởi các yếu tố sau:**

$DOANH THU = \text{Khách hàng Tiềm năng} \times \text{Tỷ lệ chuyển đổi (CPS)} \times \text{Giá bán / đơn hàng} \times \text{Số giao dịch}$

Cách TỐI ƯU từng yếu tố của Doanh thu:

- KH Tiềm năng: Người có thể mua SP/DV của mình

>>> Tăng tiếp cận = Banner, QC, Bài viết, Loa đài, Forum, Group + 15 kênh Marketing

- Tỷ lệ chuyển đổi: Chuyển người tiếp cận thành Mua hàng

>>> Tăng chuyển đổi = Tăng tương tác, tăng giá trị, tăng cảm xúc với KH

- Giá bán / Đơn hàng: Tổng tiền Khách hàng trả mỗi lần mua

>>> Tăng giá trị đơn hàng: Đóng gói thêm giá trị, Up sell, Tăng giá trị + giải pháp trọn bộ

- Số giao dịch: Số lần mua hàng của Khách hàng / năm hoặc / đời Khách hàng.

>>> Tăng số giao dịch: Khai thác sâu nhu cầu / vấn đề liên quan giải pháp của mình hoặc Kết nối những nhu cầu khác với đối tác

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

- Duy trì / bảo quản / tồn kho : dùng kho hàng trung gian tự lưu trữ và vận chuyển hoặc dùng SP của người khác (affiliate, drop shipping, ..)
- Bảo hành / bảo trì / bảo dưỡng : chọn sản phẩm càng giảm được khâu này càng tốt hoặc có thể đẩy cho bên thứ 3 (nhà cung cấp hoặc 1 đơn vị chuyên môn trung gian, ...)

P/S: Thu nhập TĂNG = Doanh thu TĂNG - Chi phí GIẢM
Tối ưu từng chút một và bạn sẽ thấy KẾT QUẢ BẤT NGỜ. ^^

Bài 22/22: KINH DOANH là KHÔNG GIỚI HẠN, ĐỈNH của bạn ở đâu ?

Giới hạn là do mình đặt ra, kinh doanh online giới hạn còn xa hơn truyền thống. Nhưng xa tới mức nào thì bạn dám nghĩ tới chưa ?

Chẳng phải tự nhiên mà con người lại sống chung cùng 1 thành phố, chẳng phải tự nhiên mà hình thành các hiệp hội, câu lạc bộ kinh doanh. Mà đúng là tự nhiên nó phải vậy. ^^

Muốn đi nhanh thì hãy đi 1 mình.

Nhưng muốn đi xa thì hãy đi cùng đội hình.

Mỗi người có 1 điểm mạnh, 1 sở trường, 1 nguồn lực, 1 nguồn Sản phẩm, 1 nguồn giá trị khác nhau (thực sự chẳng ai giống ai cả, dù tu cùng lò)

Vậy tại sao lại không kết hợp lại với nhau ?

Đừng bao giờ nghĩ kiểu bạn thấy tôi KD tốt thì bạn nhảy vào cướp Khách hàng của tôi, đừng SỢ MẤT MẤT nếu trước mắt bạn là cả 1 BIÊN Khách hàng MÊNH MÔNG mà bạn khai thác chẳng bao giờ hết.

Bạn chỉ kinh doanh ở 1 xóm thì giới hạn.

Bạn chỉ kinh doanh ở 1 quận thì giới hạn.

Bạn chỉ kinh doanh ở 1 thành phố thì giới hạn.

Nhưng nếu bạn kinh doanh ở cả 1 quốc gia, 1 khu vực, 1 châu lục, 1 thế giới thì giới hạn đó bao giờ bạn đạt tới ?

Nếu bạn chỉ giải quyết cho Khách hàng ở 1 nhu cầu / vấn đề thì giới hạn.

Nhưng Khách hàng có phải chỉ có 1 vấn đề ?

KHÔNG, con người phức tạp lắm, vấn đề mới LUÔN PHÁT SINH hàng ngày, hàng giờ thì kèm theo đó là GIẢI PHÁP MỚI.

Nhưng bạn có chắc mình có chuyên môn sâu cho GIẢI PHÁP MỚI đó ?

HỢP TÁC = HỆ SINH THÁI là ĐÁP ÁN cho XU HƯỚNG CẠNH TRANH thế kỷ 21 này.



Việt Nam đấu tay đôi với Trung Quốc thì KHÓ THẮNG.

Nhưng cả ASEAN đấu tay đôi với Trung Quốc thì KHÁC À.

1 con ngựa dù có trẻ, khỏe mấy thì cũng khó mà thắng được 10 con ngựa già.

1 con ngựa có to khỏe mấy thì cũng khó mà thắng 10 con ngựa con.

Nhìn xung quanh mình, chọn người có thái độ tốt, người chính trực và có Sản phẩm / Dịch vụ có thể cùng dùng chung để cung cấp cho KH của mình.

Như vậy tự nhiên quy mô, chất lượng, giá trị, lượng KH được x2. Thì Doanh thu và Lợi nhuận sẽ thế nào ?

Hành động đi, chủ động lên tiếng đi. Bạn sẽ đứng trên ĐỈNH của ĐỈNH.

Và bạn nghĩ công việc Kinh doanh của mình sẽ thế nào nếu quy mô x10 hay x100 ???

Vài dòng tâm sự!!!

Dành cho người đang mò mẫm:

Nếu bạn chỉ đang có ý tưởng hoặc vẫn đang đi tìm ý tưởng thì hãy đi thật nhiều, trải nghiệm thật nhiều. Rất nhiều ý tưởng triệu đô được sinh ra trên xe bus, trong WC hay lúc đi du lịch.

Hoặc đơn giản, hãy tham khảo những ý tưởng người khác đang làm + áp dụng ở một nơi khác mà khách hàng cũng đang cần + cách làm mới của mình = 1 ý tưởng triệu đô cho riêng mình.

Hoặc đơn giản hơn, bạn có thể tham khảo các ý tưởng kinh doanh trong mục Trải nghiệm trên web Giangdv.com, Giang thường cập nhật các ý tưởng hay trên đây.

Dành cho người đang khập khiễng bước đi:

Nếu bạn đã và đang kinh doanh, nhưng chưa thực sự đạt được kết quả như mong muốn.

Vậy thì bạn hãy nỗ lực gấp đôi, hãy làm nhiều hơn những gì bạn đã làm, hãy yêu thương khách hàng của mình nhiều hơn và hãy tìm ra những cách làm mới thông minh hơn, hiệu quả hơn.

Hoặc đơn giản, bạn có thể đăng ký chương trình “Xây chiến lược = 1 ly cà phê” với Giang (chỉ áp dụng cho bạn nào ở HCM thôi nhé, vì Giang ở đây mà). Thường 1 giờ tư vấn chiến lược Kinh doanh online của Giang là 500k. Nhưng Giang muốn cho đi nhiều hơn bằng cách giúp bạn phát triển, nên giờ Giang sẽ dành cho bạn 3 giờ xây dựng chiến lược cho bạn chỉ với giá = 1 ly cà phê (là bạn trả tiền cà phê cho Giang là đủ).

Sau khi lên chiến lược xong, Giang sẽ hướng dẫn cách bạn sử dụng các công cụ Internet Marketing hỗ trợ chi tiết luôn.

Bạn truy cập vào link này để đăng ký:

www.giangdv.com/xay-chien-luoc-kinh-doanh-online-bang-1-ly-ca-phe/

Bộ 22 bài Bí kíp Kinh doanh online từ A - Z

Quan điểm của Giang là " Đã giúp thì phải giúp cho chót "

Chính vì vậy mà mỗi tuần Giang chỉ có thể giúp 2 người thôi, nên **ai đến trước Giang giúp trước nhé.** ^^

Dành cho người đang chạy và muốn lên ĐỈNH CAO HƠN:

Nếu bạn đang có một công việc kinh doanh suôn sẻ, nhưng bạn cảm thấy mình muốn lên đỉnh cao hơn. Hoặc bạn đang có 1 lượng data khách hàng lớn nhưng chưa biết khai thác sao cả.

Như Giang nói ở bài 22, hãy hợp tác với nhau cùng win – win – win (Bạn – Khách hàng – Đối tác). Nếu bạn hiểu tinh thần đó và muốn cho khách hàng của mình sướng hơn, muốn đem SP/DV đến với nhiều đối tác hơn, khách hàng khác hơn thì hãy lên tiếng và mình cùng nhau lên đỉnh cao hơn.

Bạn truy cập vào link này để đăng ký:

<http://giangdv.com/hop-tac-win-win-win/>

À, Giang đang tóm tắt ebook **kế hoạch Kinh doanh trên 1 trang giấy A4**, toàn bộ công việc Kinh doanh của bạn sẽ nằm ở đây hết, đơn giản, dễ hiểu, dễ cải tiến và phát triển.

Bạn bấm vào đây để nhận FREE nhé: >>> <http://goo.gl/z49Sn7> <<<

Thân!

Giang Đình

Mod Cộng đồng iSocial

SĐT: **090 272 07 09**

Web: Giangdv.com

Email: Giangdv90@gmail.com

Facebook: fb.com/giangdv0910

Giang Đình – Mod Cộng đồng iSocial