

BÁN HÀNG QUA MẠNG THỜI KHẮC ĐÃ ĐIỂM



CHUYỂN BIẾN NHẬN THỨC

Tính đến cuối năm 2007, 30/64 tỉnh/thành phố đã ban hành kế hoạch phát triển thương mại điện tử (TMĐT) tới 2010. Kết quả này cho thấy không chỉ các DN mà cả lãnh đạo các địa phương cũng đã nhìn nhận thấy vai trò của TMĐT. Bên cạnh đó, năm qua, các điều kiện cho TMĐT phát triển đã chín muồi. Một số bộ luật như Luật Giao dịch điện tử, Luật CNTT đã thực sự đi vào cuộc sống với hàng loạt các Nghị định (NĐ) hướng dẫn ban hành như: NĐ chữ ký số và chứng thực chữ ký số; NĐ Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng (8/3/2007)...

Thái độ đón nhận hoạt động mua/bán hàng trên mạng trong năm qua của khách hàng cũng đã thay đổi. Nếu như trước kia, người tiêu dùng thích "sờ tận tay, ngẫm tận mắt" khi mua sắm thì nay, nhiều người đã có thói quen tìm kiếm

Đã đến lúc, các doanh nghiệp Việt Nam (DNVN) bổ sung vào kế hoạch kinh doanh của mình hoạt động mua/bán, phân phối trên Internet, điện thoại di động.

hàng hóa, lựa chọn nhà cung cấp, so sánh giá... qua một số trang web như www.aha.vn; www.thegioididong.com.vn; ... Thậm chí, nhiều khách hàng đã quen thuộc với các chương trình đấu giá trực tuyến qua website tại: chodientu.com.vn, saigondaugia.com, vinabi.com ...

SẴN SÀNG NHẬP CUỘC

Nổi bật trong năm qua, là việc nhiều tập đoàn TMĐT toàn cầu đã bắt đầu có động thái thâm nhập sâu vào thị trường Internet VN như Yahoo, Google, Ebay... Các chuyên gia cho rằng, đây là các bước mở màn nhằm chuẩn bị cho các hoạt động kinh doanh lớn khác tiếp theo của các tập đoàn này tại VN.

Bên cạnh đó, các DNVN lựa chọn hình thức hợp tác với các quỹ đầu tư lớn như: Dream Việt (sở hữu website so sánh giá sản phẩm <http://www.aha.vn>) dưới sự đầu tư của IDG Venture; Công ty cổ phần Thế giới Di Động (sở hữu website phân phối ĐTDĐ qua web www.thegioididong.com) mới đây đã tiếp

nhận đầu tư từ Quỹ Mekong Capital. Còn công ty Vinagame, đơn vị sở hữu trang web mua bán qua mạng tại www.123mua.com.vn không dấu tham vọng trở thành trang web hàng đầu về TMĐT ở VN và cạnh tranh ngang bằng với eBay.

Có thể thấy, hoạt động của thị trường TMĐT VN năm qua đã đi vào chiều sâu và dần tháo bỏ những lo ngại bấy lâu vốn kìm hãm sự phát triển như: hành lang pháp lý, giải pháp thanh toán, nhận thức người dùng... Với một thị trường 17 triệu người dùng Internet (chiếm 16% dân số) được coi là miếng bánh hấp dẫn với bất cứ dự án kinh doanh nào về TMĐT. Vì thế không có gì khó hình dung khi dự báo 2008 là năm của TMĐT tại VN. ■



LÊN NET BÁN CƠM HỘP

Các dịch vụ cơm hộp thông thường chỉ tiếp nhận yêu cầu về số lượng hộp khi khách đặt cơm qua điện thoại. Trong khi đó, khách hàng ngày càng khó tính và rất muốn biết trước các món để gọi theo nhu cầu.

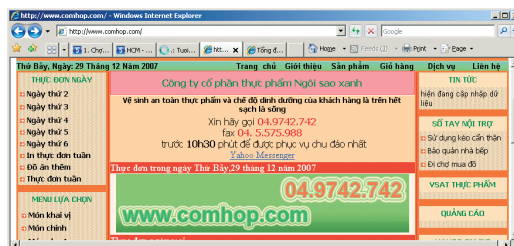
Với website www.comhop.com, dịch vụ cơm hộp của công ty thực phẩm Ngôi Sao Xanh đã đáp ứng được đòi hỏi đó. Khách hàng truy cập website này sẽ được biết không chỉ thực đơn của một, hai ngày mà còn của cả tuần, giúp dễ dàng lựa chọn những bữa ăn theo nhu cầu hoặc sở thích.

Mỗi ngày comhop.com đưa ra 5 thực đơn khác nhau, xếp tuần tự

từ 1 đến 5. Trong mỗi thực đơn đều liệt kê rõ từng món. Khách thích ăn theo thực đơn nào chỉ việc gọi điện nêu số thực đơn đó. Khách cũng có thể đặt cơm qua Yahoo! Messenger, nhưng công ty phải xác nhận lại qua điện thoại.

Các món của comhop.com thay đổi thường xuyên, gạo tương đối ngon, hộp đẹp và trông khá sạch, giá 12.000 đồng/hộp. Hồi mới có website, khách gọi cơm sau 11 giờ trưa vẫn được phục vụ. Đến nay, nếu gọi sau 10 giờ 30 phút, khả năng hết cơm là khá cao vì đông khách quá.

Websiet comhop.com thực ra chưa hoàn thiện. Trên website có mục "Menu lựa chọn" (để khách có thể gọi theo từng món chứ không phải gọi theo từng thực đơn), mục "Đồ uống" và một số mức khác, nhưng chưa có nội dung. Ngoài ra, ảnh của các món ăn chỉ mang tính đại diện chứ không hoàn toàn giống món thật. ■



CÔNG TY VÂN CHUNG TMĐT QUẢ LÀ ĐƠN GIẢN

Tại một buổi tọa đàm về đầu tư và ứng dụng CNTT do tạp chí Thế Giới Vi Tính tổ chức gần đây, ông Trần Hữu Linh, Phó Vụ trưởng Vụ TMĐT Bộ Công Thương nói rằng DN không nên quan niệm TMĐT là cả một quy trình phức tạp. DN chỉ cần thực hiện một phần quy trình, ví dụ dùng Internet để quảng bá sản phẩm, cốt sao bán được nhiều hàng, tăng hiệu quả kinh doanh, thì đã là làm TMĐT.

Nghe ông Linh nói, ông Hoàng Mai Chung, giám đốc công ty điện thoại Vân Chung mới nhận ra lâu nay công ty mình đến vẫn làm

TMĐT (một cách khá hiệu quả) mà không biết. Website của Vân Chung (vctel.com) nhìn khá dễ nắm bắt. Ngoài danh mục hàng hóa ở bên tay trái, ngay ở chính giữa phía trên website là các tab "Sản phẩm mới", "Sản phẩm bán chạy", "Sản phẩm đặc biệt" được trình bày khá nổi. Mỗi sản phẩm trên "mặt tiền" đều có hình ảnh, thời gian bảo hành, tình trạng còn/hết hàng, giá cả. Click vào mỗi sản phẩm, khách hàng có thể xem nhiều thông tin chi tiết hơn về sản phẩm đó, dò đến các sản phẩm cùng loại và xem các phương thức thanh toán

(gồm thanh toán trực tiếp, chuyển khoản vào tài khoản công ty hoặc cá nhân, chuyển qua bưu điện). Phía tay phải website là một dãy dài tới 13 nick Yahoo! Messenger để hỗ trợ trực tuyến, trong đó có 5 thuộc bộ phận kinh doanh, và 5 nick về kỹ thuật - bảo hành. Ngoài ra website còn hỗ trợ khách thông qua phần mềm gọi điện Skype và 2 đường dây nóng về kinh doanh và kỹ thuật. Tuy chưa có thanh toán trực tuyến, nhưng theo ông Chung, giá trị giao dịch xuất phát từ website của công ty đạt trung bình 5-6 tỷ đồng/năm. ■

Mr TopUp

Mr TopUp là giải pháp của công ty VinaPay hoạt động trên ĐTDD thông qua GPRS. Sau khi cài Mr TopUp (miễn phí) và nạp tiền vào tài khoản Vcash bạn đã trở thành một Mr TopUp trong mạng lưới phân phối của VinaPay cung cấp mã thẻ cào ĐTDD, game online, mã nội dung trực tuyến... ở bất cứ đâu, không cần thuê mặt bằng, không cần nơi lưu giữ hàng hóa, không cần vận chuyển, không cần nhiều vốn.

Trước mắt, các Mr TopUp có thể bán mã thẻ trả trước của 6 mạng điện thoại di động, Vcoin (đơn vị tiền ảo trong game) của VTC và thẻ game của FPT. Dự kiến, trong tương lai Mr TopUp có thể được dùng để thanh toán tiền điện, nước, Internet, gas, taxi, học trực tuyến, mua hàng tại siêu thị, mua nội dung trực tuyến, mua vé tàu, xe...

- Nếu muốn đăng ký trở thành Mr TopUp trên ĐTDD, người dùng cần:
 - Cài đặt GPRS
 - Vào Wap, chọn <http://wap.MrTopUptopup.com.vn> hoặc nhắn tin tới 8030 theo mẫu: MTU tên máy ĐTDD
 - Tải ứng dụng về ĐTDD và đăng ký trở thành Mr TopUp

- Đăng ký Mr TopUp trên website:

- Vào địa chỉ <http://www.MrTopUptopup.com.vn>

[MrTopUptopup.com.vn](http://www.MrTopUptopup.com.vn)

- Chọn đăng ký

Ngoài ra, có thể đăng ký qua điện thoại (số 1900545408), đăng ký tại văn phòng VinaPay hoặc qua đại diện bán hàng của VinaPay. ■



PAYNET

Mạng thanh toán PayNet với phương châm “đơn giản hóa dịch vụ thanh toán” đã kết nối với các nhà cung cấp dịch vụ điện thoại di động, điện thoại cố định, dịch vụ truyền hình, internet, game, điện, nước, bảo hiểm... để cung cấp dịch vụ thanh toán cước phí, hóa đơn trên điện thoại di động, máy tính kết nối Internet, trên ATM hoặc tại các đại lý của PayNet trên toàn quốc. Hiện công ty đã có cách dịch vụ bao gồm: iTICK (thanh toán qua mạng Internet); mPAY (thanh toán qua điện thoại di động); POS (thanh toán thẻ trả trước trên các máy POS); ePOS (thanh toán thẻ trả trước trên máy tính kết nối Internet) và thẻ đa năng SIVI dành cho sinh viên. ■

F@ST VIETPAY

Cổng thanh toán điện tử do Techcombank xây dựng nhằm cung cấp cho các website bán hàng trực tuyến giải pháp thanh toán qua thẻ của các khách hàng. Người mua chỉ cần có thẻ thanh toán quốc tế VISA, Master... là có thể thực hiện các giao dịch mua sắm trực tuyến trên các website bán hàng qua mạng trong nước và quốc tế giống như phương thức mua hàng qua các trang web TMĐT nổi tiếng thế giới như Amazon.com, Aliababa.com, Ebay.com... Siêu thị mua sắm trực tuyến 123mua mới đây đã ký thỏa thuận hợp tác với Techcombank để tạo thuận lợi cho khách hàng trong việc thanh toán khi mua hàng tại website 123mua.com.vn. ■

F@ST MOBIPAY

F@st MobiPay là một dịch vụ thanh toán của Techcombank cho phép khách hàng thanh toán các các đơn hàng mua trực tuyến qua mạng bằng cách nhắn tin qua điện thoại di động. Người dùng có tài khoản tại Techcombank khi mua hàng trên mạng và cần thanh toán chỉ cần gửi một tin nhắn tới một số tổng đài điện thoại mặc định. Sau đó, trung tâm xử lý sẽ xác thực nội dung tin nhắn và thực hiện chuyển tiền theo yêu cầu. Hiện chodientu.vn và vtc.com.vn đã hợp tác với Techcombank để cung cấp dịch vụ này cho khách hàng khi tham gia mua hàng trực tuyến tại các website này. ■

Hỏi-Đáp

XÂY DỰNG WEBSITE TMĐT

Hỏi: Cần chú ý gì khi xây dựng một website thương mại điện tử (TMĐT)?

Đáp: Để tạo thành công, website TMĐT cần thu hút và duy trì sự quan tâm của người sử dụng. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào giao diện trang, các tính năng tích hợp và nội dung thông tin. Khách hàng thường tìm kiếm những thông tin mô tả về giá cả hàng hóa dịch vụ trên mạng, sau đó so sánh, đối chiếu với hàng hóa đó được cung cấp trên trang khác, hay hàng hóa tương tự có cùng tính năng. Tạo sự thuận tiện cho việc khảo sát giá cả hàng hóa là ưu thế nổi bật của TMĐT, không chỉ

giúp duy trì khách quen mà còn thu hút thêm khách hàng mới.

Việc đầu tiên cần thực hiện là phân tích thói quen và tâm lý tiêu dùng của thị trường mục tiêu (khách hàng tiềm năng của DN), làm cơ sở xây dựng mô hình kinh doanh của website. Tiếp theo là nghiên cứu danh mục hàng hóa, dịch vụ được cung cấp trên trang. Đây là nội dung cơ bản quyết định sự thành công của trang. Việc tạo thuận lợi tối đa cho người dùng khi tìm hiểu hàng hóa trên trang là hết sức cần thiết, tạo cảm giác thân thiện, thuận lợi với khách hàng và tăng khả năng khách

hàng quay lại với website.

Giao diện trang cũng rất quan trọng. Nó cung cấp thông tin, hình ảnh cho khách hàng theo một bố cục và họa tiết nhất định; là cách tạo ấn tượng khi khách lần đầu truy cập vào trang web, góp phần "lôi kéo" khách hàng sử dụng trang.

Hiện nay trên thế giới, các công ty sử dụng mô hình B2C (DN với khách hàng) thường hoạt động trên cả hai lĩnh vực là thương mại truyền thống và TMĐT, nhằm tận dụng lợi thế hệ thống phân phối, vận chuyển có sẵn kết hợp với những tiện ích của bán hàng trực tuyến. Đây là mô hình có thể áp dụng

cho các DN Việt Nam. Những DN đang bước đầu tiếp cận với TMĐT có thể áp dụng dần việc bán hàng trên mạng trên cơ sở hệ thống phân phối truyền thống sẵn có. ■

(Nguồn: sànn TMĐT
vnemart.com.vn)

TIN TỨC

□ Khai trương hệ thống cấp C/O điện tử

Hệ thống cấp chứng nhận xuất xứ (C/O) điện tử do bộ Công Thương xây dựng (eCosys) đã chính thức đi vào hoạt động từ



ngày 27/11/2007. eCoSys là một trong những dịch vụ công đầu tiên trong lĩnh vực thương mại được bộ Công Thương cung cấp trực tuyến qua mạng Internet. Bước đầu, hệ thống được triển khai với một nhóm các DN thỏa mãn một trong các điều kiện sau: là DN xuất khẩu uy tín; là thành viên vàng, bạc của Cổng TMĐT quốc gia ECVN; là DN có kim ngạch xuất khẩu hàng dệt

may, da giày lớn; hoặc được các hiệp hội, ngành hàng giới thiệu. Với quy trình cấp C/O trước đây, DN mất trung bình từ 3-5 ngày mới lấy được C/O. Còn với hệ thống eCoSys, DN chỉ mất tối thiểu 2 giờ. Mục tiêu tiếp theo của bộ Công Thương là mở rộng việc cấp C/O điện tử tới tất cả DN, kết nối với hải quan điện tử và tích hợp một số dịch vụ thương mại. ■



Bản tin Ứng dụng công nghệ thông tin trong doanh nghiệp được phát hành với sự hợp tác của Viện Tin Học Doanh Nghiệp, thuộc Phòng Thương Mại và Công Nghiệp Việt Nam (VCCI) cùng tập đoàn Intel Việt Nam.

Mục tiêu của bản tin nhằm cung cấp thông tin trợ giúp các doanh nghiệp tìm hiểu khả năng và lợi ích của ứng dụng CNTT trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý, kinh doanh, sản xuất. Bản tin được xuất bản thường kỳ hàng tháng với nội dung về các giải pháp CNTT giải quyết các vấn đề kinh doanh, đưa ra các kết quả nghiên cứu về CNTT, cung cấp các trường hợp thành công điển hình về ứng dụng CNTT, tạo một diễn đàn trao đổi giữa ngành CNTT với các ngành kinh tế khác.