TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp Việt đẩy mạnh xuất khẩu thông qua trang thương mại điện tử xuyên biên giới

09:19 18/09/2018

Ngày nay nhờ vào thương mại điện tử, giúp người tiêu dùng mua sắm tại bất kỳ nơi đâu, bất kỳ lúc nào vì vậy làm tăng nhu cầu mua sắm xuyên biên giới gia tăng. Chính vì vậy đây cũng là cơ hội để cho các doanh nghiệp Việt tìm hướng bán hàng xuyên biên giới thông qua các trang thương mại điện tử quốc tế.



(Ảnh minh họa)

Theo đánh giá của các chuyên gia, Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có mức tăng trưởng thương mại điện tử (TMĐT) nhanh nhất thế giới với tốc độ 35% mỗi năm, gấp 2,5 lần so Nhật Bản. Đây chính là cơ hội cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam đang tìm đường vươn ra thị trường thế giới bằng cách bán hàng trên các sàn TMĐT.

Hiện tại việc bán hàng xuyên biên giới thông qua các trang TMĐT tạo ra nhiều lợi ích cho cả người mua và người bán. Bởi thông qua kênh này, nhà sản xuất có thể phân phối hàng hóa trực tiếp đến người tiêu dùng, không phải qua bất cứ khâu trung gian nào và tiết kiệm chi phí hơn trước.

Có thể thấy, hiện thương mại điện tử xuyên biên giới đóng góp 21% doanh thu tổng thương mại điện tử toàn cầu. Trung Quốc là quốc gia láng giềng có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử xuyên biên giới 30% với doanh số trên 1.000 tỷ USD/năm, trong đó phải kể đến Alibaba - trang thương mại điện tử đang ngày càng thu hút người Việt Nam tham gia.

Tại Amazon, trang TMĐT này cũng thu hút không kém doanh nghiệp Việt Nam tham gia. Ông Park Joonmo, Head của Amazon Global Selling Đông Nam Á và Hàn Quốc, cho biết: “Chúng tôi đang thấy càng thêm nhiều nhà bán hàng từ Việt Nam, bao gồm các nhà sản xuất, chủ thương hiệu, các công ty khởi nghiệp... Họ đã bắt đầu bán hàng toàn cầu thông qua các thị trường quốc tế của chúng tôi để tiếp cận tới 300 triệu khách hàng trên toàn thế giới của Amazon thông qua Internet”.

Bên cạnh những thuận lợi mà nó mang lại thì vẫn còn một số khó khăn lớn nhất trong hoạt động bán hàng xuyên biên giới thông qua các trang TMĐT là khâu logistics quốc tế và việc kiểm soát chất lượng, nguồn gốc sản phẩm. Bởi chỉ với một lời đánh giá tiêu cực có thể khiến cho sản phẩm mất uy tín, tuột dốc và mất giá, thậm chí không thể phục hồi.

Theo ông Đạt, chỉ cần 1% phản hồi tiêu cực của khách hàng trên Amazon, doanh nghiệp sẽ phải đóng cửa ngay lập tức. Doanh nghiệp muốn tham gia vào TMĐT xuyên biên giới thì đừng chỉ chăm chăm vào việc chạy quảng cáo để bán hàng mà phải quan tâm dịch vụ sau bán hàng. Với lĩnh vực này, thương hiệu được định vị bằng dịch vụ sau bán hàng chứ không chỉ trước bán hàng.

Chính vì vậy, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) phối hợp cùng với Amazon Global Selling tổ chức một sự kiện bài bản nhất về bán hàng trên Amazon, mang tên “Bán hàng toàn cầu trên Amazon”. Sự kiện sẽ được diễn ra tại hai thành phố TMĐT lớn nhất Việt Nam là Hà Nội vào ngày 25/9/2018 và TP Hồ Chí Minh vào ngày 27/9/2018.

Đây là lần đầu tiên VECOM tổ chức một sự kiện chuyên về bán hàng toàn cầu trên Amazon, cơ hội đặc biệt nhất đối với những ai đã và đang bán hàng xuyên biên giới, từ cá nhân cho đến doanh nghiệp, chủ thương hiệu, nhà bán lẻ hay nhà sản xuất...

Tất cả các chủ đề trong sự kiện xoay quanh làm rõ vấn đề bán hàng xuyên biên giới trên Amazon, được thiết kế đặc biệt để hỗ trợ người bán tại Việt Nam với 4 chủ đề: Tiềm năng và cơ hội phát triển thương hiệu trong kinh doanh TMĐT xuyên biên giới; giải quyết thách thức, khó khăn khi kinh doanh TMĐT xuyên biên giới; các bước ABCs khi bán hàng trên Amazon; cách phát triển và xây dựng thương hiệu kinh doanh lâu dài trên Amazon.

Cùng với các đại diện của Amazon, những người tham gia cũng sẽ được học hỏi từ những kinh nghiệm thực chiến của các cá nhân, chủ doanh nghiệp đã từng bán hàng thành công trên Amazon tại Việt Nam, như: Payoneer, DHL, Registrar Corp, HAWA, BSSC, BoxMe, Haravan, IM Group và cộng đồng người bán hàng online tại Việt Nam....

Hằng Vương (T/h)