

Hà Nội: Hòa Xá biến lượt xem trực tuyến thành đơn hàng nông sản

16:04 29/10/2026

Những phiên bán hàng trực tuyến tại xã Hòa Xá không chỉ thu hút hàng chục nghìn lượt xem mà còn tạo ra hàng trăm đơn hàng, cho thấy hiệu quả bước đầu của việc kết nối trực tiếp người sản xuất với người tiêu dùng.

Một phiên bán hàng thu hút đông đảo người theo dõi chưa hẳn đã mang lại hiệu quả kinh tế nếu không tạo được đơn hàng. Tại xã Hòa Xá, Hà Nội, việc tổ chức livestream quảng bá nông sản đã bước đầu ghi nhận kết quả cụ thể khi nhiều sản phẩm địa phương được người tiêu dùng quan tâm, tìm hiểu và đặt mua trực tiếp.

Theo thông tin từ UBND xã Hòa Xá, qua 3 phiên livestream giới thiệu, quảng bá và kết nối tiêu thụ nông sản, mỗi phiên ghi nhận trên 60.000 lượt xem và theo dõi. Đáng chú ý, hàng trăm đơn hàng đã được cung cấp tới người tiêu dùng, trong đó nhiều khách hàng chủ động liên hệ với các hộ kinh doanh qua Fanpage hoặc đặt mua trực tiếp.

Kết quả này cho thấy, khi được tổ chức phù hợp, hoạt động quảng bá trên nền tảng số có thể mang lại giá trị thực tế cho các cơ sở sản xuất, nhất là những hộ kinh doanh, hợp tác xã đang tìm kiếm thêm đầu ra cho sản phẩm.



Phiên Livestream giới thiệu, quảng bá sản phẩm nông nghiệp xã Hòa Xá.

Khác với hình thức giới thiệu hàng hóa tại các điểm bán truyền thống, livestream cho phép người sản xuất trực tiếp trao đổi với khách hàng về đặc điểm, nguồn gốc và chất lượng sản phẩm. Người mua có thể đặt câu hỏi, tìm hiểu thông tin và lựa chọn hàng hóa ngay trong quá trình theo dõi, qua đó rút ngắn khoảng cách giữa sản xuất và tiêu dùng.

Điều đáng chú ý là các mặt hàng được giới thiệu tại Hòa Xá không phải những sản phẩm xa lạ, mà chủ yếu là nông sản, thực phẩm gắn với hoạt động sản xuất, kinh doanh của người dân địa phương. Trong đó có giò lụa, chả nướng đập tay của hộ kinh doanh Vân Dương; bánh dày đạt chứng nhận OCOP của hộ ông Nguyễn Văn Ninh; hoa sen, trà sen của Hợp tác xã Trà Sen Tân An.

Bên cạnh đó, các sản phẩm ổi, nhãn đạt tiêu chuẩn VietGAP, OCOP của Hợp tác xã ăn quả Dư Xá, gạo nếp cái hoa vàng, gạo J02, dưa vàng cũng được đưa lên giới thiệu. Sự đa dạng về chủng loại giúp người tiêu dùng có thêm lựa chọn, đồng thời tạo điều kiện để nhiều cơ sở sản xuất cùng tham gia hoạt động kết nối thị trường.

Với những sản phẩm đã có chứng nhận chất lượng, việc giới thiệu trực tiếp trên môi trường số còn giúp người bán cung cấp thông tin rõ ràng hơn về hàng hóa. Đây là yếu tố quan trọng để người tiêu dùng nhận diện sản phẩm, đồng thời góp phần nâng cao uy tín của các cơ sở sản xuất, kinh doanh.

Một điểm đáng chú ý trong cách triển khai tại Hòa Xá là sự tham gia trực tiếp của lãnh đạo UBND xã tại các phiên livestream. Không chỉ hỗ trợ tổ chức, đại diện chính quyền địa phương còn đồng hành cùng các hộ sản xuất, hợp tác xã

trong hoạt động giới thiệu, quảng bá sản phẩm.

Cách làm này cho thấy vai trò hỗ trợ của chính quyền cơ sở trong việc tạo điều kiện để người dân tiếp cận phương thức kinh doanh mới. Thay vì chỉ tuyên truyền về chuyển đổi số, địa phương lựa chọn hoạt động gắn với nhu cầu thực tế của người sản xuất là tìm kiếm khách hàng và tiêu thụ hàng hóa.

Việc tổ chức các phiên bán hàng trực tuyến được xã Hòa Xá triển khai trên cơ sở Kế hoạch số 277/KH-UBND ngày 14/7/2026 của UBND thành phố Hà Nội về đợt cao điểm 100 ngày thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm về chuyển đổi số. Cụ thể hóa nhiệm vụ này, UBND xã ban hành Kế hoạch số 316/KH-UBND ngày 21/7/2026, trong đó xác định tổ chức livestream giới thiệu sản phẩm OCOP, VietGAP và nông sản tiêu biểu với tần suất một buổi mỗi tuần.

Tuy nhiên, từ một phiên livestream có đông người xem đến việc hình thành kênh bán hàng ổn định vẫn là quá trình đòi hỏi sự chủ động của từng cơ sở kinh doanh. Bên cạnh chất lượng sản phẩm, người bán cần chú trọng thông tin hàng hóa, khả năng tiếp nhận và xử lý đơn hàng, phương thức giao nhận cũng như dịch vụ sau bán hàng.

Đặc biệt, đối với nông sản và thực phẩm, việc duy trì chất lượng đồng đều, bảo đảm nguồn cung và tạo dựng niềm tin với khách hàng có ý nghĩa quyết định đến khả năng mua hàng thường xuyên. Lượng tương tác trên mạng xã hội có thể tạo sự chú ý ban đầu, nhưng uy tín của sản phẩm mới là yếu tố giữ chân người tiêu dùng.

Nhìn từ những kết quả đã ghi nhận tại Hòa Xá, giá trị của hoạt động bán hàng trực tuyến không chỉ nằm ở số lượt xem hay mức độ lan tỏa trên mạng xã hội. Quan trọng hơn, đây là cơ hội để các hộ sản xuất, hợp tác xã từng bước chủ động hơn trong tìm kiếm thị trường, tiếp nhận phản hồi và điều chỉnh hoạt động kinh doanh theo nhu cầu của khách hàng.

Khi những sản phẩm quen thuộc của địa phương có thể tiếp cận người mua thông qua một chiếc điện thoại và các nền tảng trực tuyến, vấn đề đặt ra không còn chỉ là làm thế nào để thu hút nhiều lượt xem, mà là duy trì chất lượng, xây dựng uy tín và biến sự quan tâm của khách hàng thành sức mua bền vững.

Minh Thắm