

Hỗ trợ DNNVV trong việc gia tăng doanh số bán hàng qua hình thức trực tuyến

11:43 10/07/2020

Nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) khôi phục hoạt động sản xuất, kinh doanh sau đại dịch Covid-19, sáng nay, ngày 10/7/2020, Trung tâm hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa, Sở Kế hoạch và Đầu tư Hà Nội phối hợp tổ chức Hội thảo “Tăng doanh số bán hàng trên Amazon và Tiki”.

Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa

Ông Lê Văn Quân, Giám đốc Trung tâm hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa, Sở Kế hoạch và Đầu tư Hà Nội cho biết: “Sau giai đoạn giãn cách xã hội, hiện tại các doanh nghiệp đang bước vào thời kỳ tăng tốc, bứt phá sau thời gian bị ảnh hưởng Covid-19. Công tác quan hỗ trợ doanh nghiệp của TP luôn được đề cao, đặc biệt khi luật hỗ trợ DNNVV có hiệu lực, từ ngày 1/1/2018, tạo điều kiện, môi trường đầu tư kinh doanh, cải cách thủ tục hành chính, thúc đẩy phát triển các DNNVV trên địa bàn”.

Ông Quân chia sẻ: “Hiện TP có khoảng 290.000 DN, trong đó DNNVV chiếm 97%, đóng góp quan trọng vào sự phát triển của TP, đóng trên 30% vào ngân sách của TP, 40% GDP của TP, tạo ra 60% việc làm của TP. Tuy nhiên, chính quyền cần đặc biệt quan tâm hơn nữa. Từ khi Luật hỗ trợ DNNVV ra đời, Trung tâm hỗ trợ DNNVV đã tham mưu, ban hành nhiều đề án hỗ trợ khởi nghiệp, nhiều chính sách được đẩy mạnh. Hiện tại, DNNVV cần hỗ trợ những vấn đề liên quan đến cải cách hành chính, tạo thuận lợi, giảm thời gian đi lại. Bên cạnh đó, TP cần quyết liệt đẩy mạnh, tạo thuận lợi cho DN về mặt bằng đất đai....”



Ông Lê Văn Quân, Giám đốc Trung tâm hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa, Sở Kế hoạch và Đầu tư Hà Nội (Ảnh: Trúc Mai)

Bên cạnh đó, theo ông Quân, con người vẫn là yếu tố quyết định thành hay bại, người đứng đầu có tầm ảnh hưởng lớn đến hoạt động của DN. “Trong 1 năm, chúng tôi triển khai nhiều chương trình đào tạo con người cho DN như khởi sự kinh doanh, quản lý doanh nghiệp...với chi phí khoảng 20-25 tỷ. Đồng thời, thực hiện tốt mạng lưới tư vấn chuyên gia, các DN gặp tình huống khó khăn, có cộng đồng chuyên gia cao cấp hỗ trợ cải cách thay đổi, hỗ trợ DN phát triển”.

Ông Quân nhấn mạnh: “Qua dịch Covid-19, càng chứng tỏ hoạt động của DN, đặc biệt DNNVV trên môi trường mạng là xu hướng tất yếu. Thói quen, hành vi tiêu dùng của người dân đã thay đổi. Do đó, cần thiết phải hỗ trợ, đẩy mạnh cho DN trong việc phát triển trên môi trường thương mại điện tử(TMĐT) để gia tăng giá trị của sản phẩm và doanh nghiệp.

Xây dựng thương hiệu toàn cầu

Tại Hội thảo, ông Trần Xuân Thủy, Giám đốc kinh doanh Amaron Việt Nam cho rằng: “Thông qua nền tảng Amaron, có nhiều DNNVV có thông tin trên toàn cầu, tiếp cận được với khách hàng trên toàn cầu”.

Ông Thuỷ khẳng định: “Không thể phủ nhận, đại dịch Covid-19 đã thay đổi thói quen về xu thế tiêu dùng của người dân. Các nước trên thế giới hầu như tái khởi động nền kinh tế, mở cửa biên giới. Rõ ràng cơ hội phát triển trên TMĐT ngày càng mạnh mẽ, xu thế thay đổi nhanh, mình không làm thì sẽ có người khác làm ngay bây giờ”.

Theo chia sẻ của một DNNVV chuyên sản xuất mặt hàng ví da của Việt Nam, ban đầu DN này hoạt động chỉ với 4 người, năm 2013 đã biết tới và tham gia vào Amaron. Amaron đang cung cấp nhiều công cụ kinh doanh thành công cho DN này. Điều đó thể hiện qua doanh thu từ Amaron đóng góp 50% bán hàng trực tuyến của DN này, hy vọng doanh số này sẽ tăng lên 70% và mở rộng sang Amaron Châu Úc, Nhật Bản...

Ông Thuỷ nói: “Theo dự báo trước khi có dịch Covid-19, quy mô TMĐT xuyên biên giới sẽ vượt quá 3.300 tỷ USD trong 2 năm tới 2021. Thương mại bán lẻ vẫn tăng trưởng, nhưng tốc độ TMĐT xuyên biên giới dự báo sẽ tăng gấp 6 lần.

Sau đại dịch, Amaron đã có sự tăng tốc phi mã trên toàn cầu, đặc biệt là Mỹ, đây là thị trường ảnh hưởng nặng nề nhất bởi Covid-19 và tại Mỹ, người dân đều chỉ sử dụng Amaron”.

“TMĐT đang chiếm 17% trong tổng giao thương bán lẻ, đến năm 2020 đã đạt 41%. Do đó các DN cần hành động ngay, nếu không sẽ trở thành người đi sau”, ông Thuỷ nhấn mạnh.

Theo chuyên gia, TMĐT là công cụ cực kỳ hiệu quả giúp xây dựng thương hiệu toàn cầu. Xuất khẩu của Việt Nam tăng trưởng liên tục, 2 con số mấy năm nay. Việt Nam đang trở thành điểm đến thu hút đầu tư nước ngoài cho sản xuất vì chất lượng sản phẩm tốt hơn, nhu cầu mua hàng “made in Việt Nam” ngày càng cao hơn.

Vị đại diện Amazon cho biết: “Sau hơn 20 năm thành lập, Amaron tự hào thành công xây dựng hệ sinh thái TMĐT toàn cầu, hơn 18 trang TMĐT, hỗ trợ 27 ngôn ngữ nhau, tiếp cận 185 quốc gia, đóng góp 75% GDP toàn cầu. Amaron có hơn 300 triệu người tiêu dùng tích cực trên nền tảng này, đây là số lượng tương đối lớn. Bên cạnh đó, Amaron còn xây dựng được hơn 100 triệu thành viên, mua hàng ngày hàng tuần, online suốt ngày. Đây là những khách hàng tiềm năng đang sử dụng Amaron để tìm kiếm sản phẩm từ Việt Nam”.

Chúng tôi cũng đã làm việc với cơ quan bộ ngành, để làm sao gia tăng giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam, chất lượng xuất khẩu của Việt Nam trên toàn cầu thông qua xây dựng thương hiệu trên toàn cầu qua nền tảng Amazon.

Nói về ứng dụng của công nghệ đối với việc phát triển DN, đặc biệt là DNNVV, ông Nguyễn Văn Chính, Phó TGD Công ty Cổ phần iCheck cho biết: “Chúng tôi cung cấp giải pháp truy xuất nguồn gốc, để sản phẩm có giá trị thì phải cho người tiêu dùng biết quá trình hình thành sản phẩm ấy. Do đó, công cụ của chúng tôi cho phép người tiêu dùng truy xuất nguồn gốc sản phẩm qua mã Qrcode hoặc Barcode. Bên cạnh đó, công cụ của chúng tôi còn giúp người tiêu dùng có thể quét mã Qrcode hoặc Barcode để mua sản phẩm mà không cần phải đi bất cứ đâu, điều này cũng giúp cho các DN tăng doanh số bán hàng trực tuyến”.

Trúc Mai