

Năm 2022, ngành bán lẻ nhiều triển vọng phát triển

07:16 21/02/2022

Đó là nhận định của nhiều chuyên gia kinh tế, trong tương lai ngành bán lẻ sẽ thuộc về mô hình mua sắm kết hợp giữa mua sắm tại cửa hàng và mua sắm online thông qua thương mại điện tử.

Theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, trước đà tăng trưởng ngoạn mục của thương mại điện tử (TMĐT) và chuyển đổi số, nhiều lo ngại cho rằng, các cửa hàng bán lẻ truyền thống, các showroom,... có thể lụi về dĩ vãng trong 5 - 10 năm tới. Tuy nhiên, rất nhiều chuyên gia đã dự báo, tương lai ngành bán lẻ thuộc về mô hình mua sắm kết hợp giữa mua sắm tại cửa hàng và mua sắm online.



Năm 2022, ngành bán lẻ nhiều triển vọng phát triển. Ảnh minh họa internet.

Ông Rob Garf, Giám đốc Salesforce thông tin, trung bình 1 khách hàng lướt qua 9 điểm chạm với thương hiệu trước khi quyết định mua hàng thực sự.

Nhận định của đại diện Google thì, hành trình mua sắm của khách hàng tới đây sẽ rất “lộn xộn” và khó đoán trong thời đại bùng nổ công nghệ thông tin. Hơn thế nữa, mỗi cá nhân có hành trình mua hàng và điểm tiếp xúc vô cùng khác nhau. Hiểu biết của họ về thương hiệu, trải nghiệm, thời gian tìm hiểu cũng khác nhau.

Năm 2021, phễu tiếp thị 3 bước truyền thống (Nhận biết - Cân nhắc - Chuyển đổi) trở thành một tư duy không theo kịp thời đại. Do đó, khái niệm mua bán đa kênh đã bùng nổ. Đây là công cụ giúp tạo ra trải nghiệm khách hàng liền mạch trên tất cả các nền tảng và kênh mà doanh nghiệp sở hữu, đồng thời đáp ứng hoàn hảo với hành trình mua sắm luôn thay đổi của khách hàng.

Nhiều nhận định từ các chuyên gia cho rằng, mua sắm kết hợp là cách doanh nghiệp tận dụng tối đa ưu điểm của TMĐT và thương mại truyền thống. Giữa một thế giới mới nơi Covid đã thực sự xóa mờ ranh giới giữa online và offline, các doanh nghiệp cần ứng dụng nhiều hình thức phân phối, kinh doanh và tiếp thị khác nhau để thu hút khách hàng bằng cả điểm tiếp xúc kỹ thuật số và vật lý.

Q.N (t/h)