

Thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử phòng chống dịch bệnh trong hệ thống bán lẻ

16:04 09/09/2021

Vĩnh Phúc đẩy mạnh việc đặt hàng qua các ứng dụng TMĐT, hỗ trợ việc mua hàng và vận chuyển, đảm bảo an toàn dịch bệnh cho khách hàng.

Vĩnh Phúc hiện có 27 siêu thị và cửa hàng tiện ích, 81 chợ truyền thống cùng 2 trung tâm thương mại và nhiều loại hình mua bán tự chọn khác. Sau 4 năm (2016-2020) triển khai đề án phát triển thương mại điện tử (TMĐT) trên địa bàn tỉnh đã có những bước chuyển biến rõ nét.

Đặc biệt, từ khi xảy ra dịch Covid-19 có sự chuyển dịch mạnh mẽ trong cách thức tiếp cận thị trường và mua sắm của người dân, nhất là trong các thời điểm thực hiện giãn cách xã hội, hạn chế đi lại, tiếp xúc, việc mua bán hàng qua mạng trở thành nhu cầu cấp thiết hơn và phát huy tác dụng rõ rệt.



Ảnh minh họa

Nắm bắt cơ hội này, hệ thống các siêu thị, cửa hàng kinh doanh, dịch vụ trên địa bàn đã chủ động khai thác, đẩy mạnh ứng dụng, khai thác TMĐT, mở rộng các hình thức bán hàng đa kênh, đa phương tiện với nhiều tiện ích, chương trình khuyến mãi dành cho khách hàng.

Là một trong những thương hiệu bán lẻ được người Việt yêu thích và tin tưởng, ngay từ những ngày đầu đi vào hoạt động, siêu thị GO/BigC đã triển khai song hành 2 hình thức kinh doanh truyền thống và qua mạng nhưng phải đến năm 2020 khi dịch Covid-19 bùng phát thì hình thức bán lẻ hiện đại này mới thực sự phát huy tác dụng.

Để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, mang lại nhiều tiện ích cho người tiêu dùng khi mua sắm trong môi trường hiện đại, GO/BigC đã ứng dụng TMĐT dưới nhiều hình thức như: Quảng cáo trên website, facebook, zalo, fanpage hay treo các banner, dán các thông tin về bán hàng online tại siêu thị, bán hàng qua tổng đài 19001880, ứng dụng Go!& Big C.

Ngoài ra, tăng cường truyền thông, áp dụng các hình thức khuyến mại, ưu đãi dành cho khách hàng mua sắm online như: Voucher giảm giá siêu hot, khuyến mại dành riêng cho app zalo khi tìm “GO Vĩnh Phúc” và đặt hàng qua zalo, mua hàng qua zalopay...

Nhờ đó, hoạt động kinh doanh của đơn vị luôn đạt tăng trưởng theo kế hoạch. Riêng tháng 7/2021, doanh số bán hàng tăng 30% so với tháng trước, trong đó doanh số từ bán hàng trực tuyến chiếm gần 7%.

Cũng như GO/Big C, để đảm bảo thực hiện “mục tiêu kép” vừa phòng chống dịch hiệu quả vừa không đứt gãy nguồn cung hàng hóa, siêu thị Co.op mart Vĩnh Phúc đã triển khai các gói hỗ trợ cho người tiêu dùng qua ứng dụng TMĐT như: Đặt hàng qua điện thoại, qua app "Saigon Co.op", fanpage “siêu thị Co.opmart” và qua zalo.

Đồng thời, miễn phí giao hàng trong bán kính 6 km, kể cả khu cách ly, khu phong tỏa với hóa đơn từ 100.000 đồng trở lên và triển khai nhiều phương thức thanh toán không dùng tiền mặt như: Chuyển khoản, ví điện tử Momo, quét thẻ qua POS của các ngân hàng... Nhờ đó, lượng khách hàng đặt hàng qua các kênh online của siêu thị tăng gần 400% so với trước đây.

Cùng với các siêu thị, cửa hàng tiện ích, các hộ kinh doanh nhỏ lẻ cũng đẩy mạnh hình thức quảng bá, giới thiệu và chào bán sản phẩm thông qua mạng xã hội: Zalo, facebook. Chị Nguyễn Thị Thu, chủ cửa hàng bán quần áo trên đường Nguyễn Viết Xuân, thành phố Vĩnh Yên chia sẻ: Bán hàng qua mạng không chỉ

hạn chế được dịch bệnh mà còn thu hút được nhiều khách hàng, giảm chi phí nhân công, chi phí thuê mặt bằng góp phần nâng cao sức cạnh tranh, tăng lợi nhuận.

Đến nay, trên địa bàn tỉnh có khoảng 30% người dân thường xuyên mua sắm trực tuyến thông qua các ứng dụng trên các thiết bị di động như: Lazada, shopee, Sendo và các trang TMĐT bán hàng tương tự.

Các trung tâm thương mại, siêu thị mua sắm và cơ sở phân phối hiện đại đều có thiết bị và cơ sở phân phối hiện đại có lắp đặt thiết bị chấp nhận thẻ thanh toán (POS) và cho phép người tiêu dùng thanh toán không dùng tiền mặt; 70% các đơn vị cung cấp dịch vụ điện, nước, viễn thông và truyền thông chấp nhận thanh toán hóa đơn của các cá nhân, hộ gia đình qua các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt.

Thúc đẩy phát triển TMĐT, đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng của người dân trong nền kinh tế số, UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch phát triển TMĐT trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2021-2025, hướng đến 4 mục tiêu chính là mở rộng quy mô thị trường TMĐT, phát triển hạ tầng các dịch vụ phụ trợ, ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp và phát triển nguồn nhân lực.

Phấn đấu đưa tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ giai đoạn 2021-2025 đạt hơn 41.000 tỷ đồng với tăng trưởng bình quân 10,8%/năm; đưa Vĩnh Phúc nằm trong top 15 cả nước về chỉ số TMĐT.

Hoan Nguyễn