Phân tích mô hình kinh doanh online to offline của Thế giới di động và FPT Shop

* Mô hình kinh doanh Online to Offline hay mô hình kinh doanh O2O là mô hình kinh doanh trong đó công ty sẽ kết hợp các kênh bán trực tuyến (online) với các cửa hàng truyền thống (offline) nhằm tăng khả năng tiếp cận khách hàng, tối ưu chuyển đổi lượng khách hàng tiềm năng từ các kênh thương mại điện tử trực tuyến sang hệ thống cửa hàng/kênh phân phối truyền thống trong đời thực.
* Ưu nhược điểm của mô hình kinh doanh Online to Offline so với mô hình Online 100%

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Mô hình Online to Offline | Mô hình Online 100% |
| Ưu điểm | - Tận dụng sự thuận tiện và linh hoạt  - Tạo trải nghiệm toàn diện và tương tác  - Mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường  - Thu thập dữ liệu và tùy chỉnh chiến lược  - Xây dựng lòng tin và lòng trung thành | - Linh hoạt về thời gian, không cần không gian lớn để trưng bày  - Tạo sự tiện lợi cho khách hàng khi không phải đến cửa hàng mua trực tiếp  - Giá sản phẩm rẻ hơn  - Chi phí quảng cáo rẻ hơn  - Dễ dàng so sánh giá sản phẩm các nơi với nhau |
| Nhược điểm | * Cạnh tranh gay gắt * Chi phí vận hành cao * Độ tin cậy và chất lượng * Thách thức về bảo mật và quyền riêng tư * Phụ thuộc vào công nghệ | * Độ tin tưởng thấp * Chờ đợi lâu khi mua hàng * Không được thử sản phẩm, nhìn tận mắt, sờ tận tay * Phụ thuộc vào các trang thương mại điện tử |

* **Mô hình kinh doanh O2O TGDD:**

Mô hình kinh doanh online to offline (O2O) là một mô hình kinh doanh kết hợp giữa các kênh bán hàng trực tuyến và cửa hàng truyền thống, nhằm tạo ra trải nghiệm mua sắm liền mạch cho khách hàng. Mô hình này tận dụng sự phổ biến của công nghệ kỹ thuật số và Internet để kết nối người tiêu dùng với các doanh nghiệp hoặc dịch vụ địa phương.

Mô hình O2O có ý nghĩa quan trọng đối với doanh nghiệp ngày nay, bởi vì nó giúp doanh nghiệp tiếp cận được nhiều khách hàng hơn những người chỉ mua sắm tại cửa hàng, tăng doanh thu từ cả kênh online và offline, tăng uy tín và niềm tin của khách hàng bằng cách cung cấp thông tin chính xác, minh bạch và chi tiết về sản phẩm và dịch vụ trên các kênh trực tuyến, tạo ra sự liên kết và gắn bó với khách hàng bằng cách tạo ra trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho họ tại cửa hàng, khai thác được dữ liệu khách hàng từ các kênh trực tuyến để phân tích, phân loại và tùy biến các chiến dịch marketing và bán hàng hiệu quả hơn.

Một số ví dụ phổ biến của mô hình O2O là đặt hàng trực tuyến và nhận hàng tại cửa hàng, đặt chỗ trực tuyến cho các dịch vụ như đặt bàn tại nhà hàng, đặt vé xem phim hoặc đặt lịch hẹn với các cơ sở y tế, giới thiệu và tìm kiếm dịch vụ như dịch vụ giao hàng, dịch vụ làm đẹp hoặc dịch vụ sửa chữa

* **Ứng dụng của mô hình O2O trong Thế giới đi động**

Một trong những ứng dụng của mô hình O2O trong Thế giới di động là dịch vụ đặt hàng trực tuyến và nhận hàng tại cửa hàng. Dịch vụ này cho phép khách hàng đặt mua các sản phẩm của Thế giới di động trên website, facebook, zalo, youtube, v.v. và chọn cửa hàng gần nhất để nhận hàng. Khách hàng có thể thanh toán trực tuyến hoặc khi nhận hàng, cũng như được hưởng các chính sách bảo hành và hỗ trợ của Thế giới di động.

Thế giới di động là một trong những nhà bán lẻ hàng đầu Việt Nam về thiết bị di động, điện tử và công nghệ. Thế giới di động đã tận dụng mô hình kinh doanh online to offline (O2O) để tạo trải nghiệm mua sắm tốt hơn cho khách hàng bằng cách kết hợp các kênh bán hàng trực tuyến và cửa hàng truyền thống. Một số cách Thế giới di động áp dụng mô hình O2O là:

Dịch vụ đặt hàng trực tuyến và nhận hàng tại cửa hàng: Khách hàng có thể đặt mua các sản phẩm của Thế giới di động trên website, facebook, zalo, youtube, v.v. và chọn cửa hàng gần nhất để nhận hàng. Khách hàng có thể thanh toán trực tuyến hoặc khi nhận hàng, cũng như được hưởng các chính sách bảo hành và hỗ trợ của Thế giới di động.

Dịch vụ giao hàng trong ngày: Khách hàng có thể mua sắm trực tuyến và nhận hàng trong vòng 24 giờ, tiết kiệm thời gian và chi phí vận chuyển. Thế giới di động cũng áp dụng dịch vụ giao hàng miễn phí cho các đơn hàng từ 500.000 đồng trở lên.

Công nghệ QR code: Thế giới di động tích hợp công nghệ QR code để kết nối website và cửa hàng, giúp khách hàng có thể quét mã QR để xem thông tin chi tiết về sản phẩm và dịch vụ, cũng như đặt hàng nhanh chóng và tiện lợi.

Công nghệ RFID: Thế giới di động sử dụng công nghệ RFID để quản lý kho hàng, kiểm tra tồn kho, theo dõi lịch sử bán hàng và bảo hành của từng sản phẩm. Công nghệ này giúp Thế giới di động nâng cao hiệu quả quản lý và phục vụ khách hàng

* **Các yếu tố cấu thành của mô hình O2O của Thế giới di động là:**

Sự kết hợp giữa kênh trực tuyến và cửa hàng truyền thống:

* Kênh trực tuyến: Thế giới di động sử dụng các kênh bán hàng trực tuyến như website, facebook, zalo, youtube, v.v. để cung cấp thông tin về sản phẩm và dịch vụ, thu hút khách hàng tiềm năng, tạo ra các chiến dịch marketing và quảng cáo, cũng như cho phép khách hàng đặt hàng và thanh toán trực tuyến .
* Cửa hàng truyền thống: Thế giới di động có hơn 3.000 cửa hàng trên toàn quốc, phủ sóng 63 tỉnh thành. Các cửa hàng của Thế giới di động là nơi khách hàng có thể nhận hàng, trải nghiệm sản phẩm và dịch vụ, được tư vấn, hỗ trợ và bảo hành .
* Công nghệ kết nối: Thế giới di động sử dụng các công nghệ kết nối như QR code, RFID, GPS, v.v. để kết nối giữa kênh trực tuyến và cửa hàng truyền thống, giúp khách hàng có thể quét mã QR để xem thông tin chi tiết về sản phẩm và dịch vụ, kiểm tra tồn kho và lịch sử bán hàng và bảo hành của từng sản phẩm, theo dõi vị trí và thời gian giao hàng, v.v. .

Các công cụ marketing và quảng cáo trực tuyến được sử dụng để thu hút khách hàng.

* Quảng cáo trên mạng xã hội: Sử dụng các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, Twitter để đăng quảng cáo và tiếp cận khách hàng tiềm năng.
* Quảng cáo trực tuyến tìm kiếm: Sử dụng các công cụ tìm kiếm như Google Ads để hiển thị quảng cáo khi người dùng tìm kiếm các từ khóa liên quan đến sản phẩm và dịch vụ của Thế giới di động.
* Email marketing: Gửi email tiếp thị và thông tin khuyến mãiđến danh sách khách hàng đã đăng ký để thông báo về các chương trình khuyến mãi mới, sản phẩm mới và thông tin sự kiện.
* Content marketing: Tạo và chia sẻ nội dung có giá trị như bài viết blog, video hướng dẫn, bài đánh giá sản phẩm để thu hút và gắn kết khách hàng.
* Remarketing: Sử dụng các công cụ remarketing như Google AdWords để hiển thị quảng cáo cho những khách hàng đã truy cập trang web hoặc ứng dụng di động của Thế giới di động trước đó.
* Các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt: Tạo ra các ưu đãi độc quyền, mã giảm giá, quà tặng miễn phí hoặc chương trình thưởng để khuyến khích khách hàng mua sắm và trải nghiệm dịch vụ.

Tất cả những công cụ và chiến lược trên được sử dụng để thu hút khách hàng và tạo ra sự liên kết giữa trực tuyến và offline trong mô hình O2O của Thế giới di động.

* **Mô hình kinh doanh O2O của FPT Shop:**

FPT Shop, một trong những chuỗi cửa hàng bán lẻ hàng đầu về công nghệ tại Việt Nam, đã thành công trong việc triển khai mô hình kinh doanh Online to Offline (O2O). Dưới đây là sự phát triển và thăng tiến của FPT Shop trong việc áp dụng mô hình O2O:

Trải nghiệm mua sắm đa kênh: FPT Shop đã xây dựng một hệ thống trực tuyến với website và ứng dụng di động để khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm và mua sắm sản phẩm công nghệ. Đồng thời, họ cũng duy trì một mạng lưới cửa hàng vật lý rộng khắp trên toàn quốc. Khách hàng có thể lựa chọn mua hàng trực tuyến và nhận hàng tại cửa hàng gần nhất hoặc ngược lại, đảm bảo tính linh hoạt và tiện lợi cho khách hàng.

Tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả: FPT Shop đã tích hợp thông tin về sản phẩm và giá cả trên cả hai kênh trực tuyến và offline. Điều này mang lại sự đồng nhất và đảm bảo rằng khách hàng nhận được thông tin chính xác và cập nhật về sản phẩm, giúp họ đưa ra quyết định mua hàng tốt hơn.

Tận dụng dữ liệu khách hàng: FPT Shop đã sử dụng dữ liệu từ hoạt động mua sắm trực tuyến và offline để hiểu sâu hơn về nhu cầu và sở thích của khách hàng. Điều này giúp FPT Shop tạo ra các chiến dịch tiếp thị tùy chỉnh và đáp ứng nhu cầu cá nhân của từng khách hàng một cách tốt nhất.

Tạo niềm tin và chăm sóc khách hàng: FPT Shop đã đặt sự tin tưởng và chăm sóc khách hàng lên hàng đầu. Họ đảm bảo rằng thông tin cá nhân và tài khoản ngân hàng của khách hàng được bảo mật và tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Đồng thời, FPT Shop cũng tạo ra các chương trình khuyến mãi hấp dẫn và dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt để tăng cường sự hài lòng và lòng tin từ khách hàng.

Kết hợp công nghệ mới: FPT Shop đã áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo và ứng dụng di động để cung cấp trải nghiệm mua sắm đột phá cho khách hàng. Họ sử dụng chatbot để hỗ trợ khách hàng và cung cấp thông tin sản phẩm, giúp khách hàng có trải nghiệm mua sắm thuận tiện và nhanh chóng.

**Chiến lược tiếp thị và quảng cáo trực tuyến của FPT Shop:**

* FPT Shop đã sử dụng các công cụ tiếp thị trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads và email marketing để thu hút và tương tác với khách hàng. Dưới đây là chiến lược tiếp thị và quảng cáo trực tuyến của FPT Shop:
* Google Ads: FPT Shop đã sử dụng Google Ads để hiển thị quảng cáo tìm kiếm và quảng cáo hiển thị trên mạng Google. Điều này cho phép FPT Shop đưa ra những thông điệp quảng cáo chính xác và liên quan khi khách hàng tìm kiếm các sản phẩm công nghệ. Họ có thể đặt mục tiêu và tùy chỉnh quảng cáo dựa trên từ khóa, địa điểm và các yếu tố khác để đạt được hiệu quả cao hơn trong việc tiếp cận khách hàng tiềm năng.
* Facebook Ads: FPT Shop đã sử dụng Facebook Ads để quảng bá sản phẩm và tạo sự nhận diện thương hiệu trên mạng xã hội Facebook. Họ đã tạo ra các quảng cáo hấp dẫn và tương tác để thu hút sự chú ý của khách hàng. FPT Shop có thể định rõ đối tượng khách hàng mục tiêu dựa trên độ tuổi, quan tâm và hành vi trên Facebook, từ đó tăng cường khả năng tiếp cận và tương tác với khách hàng tiềm năng.
* Email marketing: FPT Shop đã sử dụng email marketing để gửi thông tin sản phẩm, khuyến mãi và tin tức liên quan đến công nghệ cho khách hàng. Họ xây dựng danh sách khách hàng và tận dụng dữ liệu khách hàng để tạo ra các chiến dịch email tùy chỉnh và cá nhân hóa. FPT Shop đã đảm bảo rằng nội dung email hấp dẫn và giá trị, đồng thời cung cấp cơ hội cho khách hàng tham gia các chương trình khuyến mãi và sự kiện đặc biệt.
* Tương tác và phản hồi: FPT Shop đã tạo ra một môi trường tương tác và phản hồi tích cực với khách hàng thông qua các kênh trực tuyến. Họ đáp ứng nhanh chóng và chuyên nghiệp đối với các câu hỏi, yêu cầu hỗ trợ và phản hồi từ khách hàng thông qua các nền tảng như trang web, ứng dụng di động, Facebook và email. Điều này giúp xây dựng lòng tin và tăng cường mối quan hệ với khách hàng.

Để tạo nội dung hấp dẫn và tương tác trên mạng xã hội và thu hút sự quan tâm của khách hàng, FPT Shop có thể áp dụng các chiến lược và phương pháp sau đây:

* Xác định đối tượng khách hàng: FPT Shop cần hiểu rõ đối tượng khách hàng mục tiêu và quan tâm của họ. Điều này giúp FPT Shop tạo nội dung phù hợp và chất lượng, đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng.
* Đa dạng hóa nội dung: FPT Shop nên tạo ra nội dung đa dạng, bao gồm hình ảnh, video, bài viết và các loại nội dung khác. Điều này giúp thu hút sự chú ý của khách hàng và tạo sự phong phú trong trải nghiệm của họ.
* Tạo nội dung giá trị: FPT Shop nên tạo ra nội dung mang giá trị thực cho khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc chia sẻ kiến thức, hướng dẫn sử dụng sản phẩm, cung cấp thông tin mới nhất về công nghệ và các bài viết liên quan đến lĩnh vực mà FPT Shop hoạt động.
* Sử dụng hình ảnh và video hấp dẫn: Hình ảnh và video có khả năng thu hút sự chú ý nhanh chóng. FPT Shop có thể sử dụng hình ảnh và video chất lượng cao để trình bày sản phẩm, chia sẻ trải nghiệm của khách hàng, tổ chức các cuộc thi hoặc sự kiện trực tuyến, và tạo ra nội dung gây tò mò và thú vị.
* Tương tác và phản hồi: FPT Shop nên tương tác tích cực với khách hàng trên mạng xã hội. Đáp lại bình luận, hỏi đáp câu hỏi, cung cấp hỗ trợ và giải đáp thắc mắc của khách hàng là cách tạo sự tương tác và xây dựng sự tin tưởng.
* Sử dụng influencer và đối tác: FPT Shop có thể hợp tác với các influencer và đối tác có uy tín trong ngành để tạo ra nội dung chất lượng và đạt được sự lan tỏa lớn hơn trên mạng xã hội. Đối tác có thể là các nhà sản xuất, nhà cung cấp dịch vụ hoặc các cá nhân nổi tiếng, người có khả năng tác động đến quyết định mua hàng của khách hàng.
* Tận dụng tính viral: FPT Shop có thể tạo ra nội dung có tính chia sẻ cao để thu hút sự quan tâm của khách hàng. Điều này có thể là các cuộc thi, thách thức, hoặc các nội dung hài hước, sáng tạo và gây tranh cãi. Việc tận dụng tính viral giúp nội dung của FPT Shop được lan truyền rộng rãi trên mạng xã hội.

**Sự kết hợp giữa trải nghiệm trực tuyến và truyền thống:**

Sự kết hợp giữa trải nghiệm trực tuyến và truyền thống trong việc hướng dẫn khách hàng trước khi đến cửa hàng thực tế mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng. Dưới đây là một số lợi ích mà khách hàng có thể nhận được khi được hướng dẫn qua trải nghiệm trực tuyến trước khi đến cửa hàng thực tế:

* Tiết kiệm thời gian và công sức: Bằng cách trải nghiệm trực tuyến trước khi đến cửa hàng, khách hàng có thể tìm hiểu về sản phẩm, tính năng và giá cả một cách thuận tiện từ nhà. Điều này giúp họ tiết kiệm thời gian và công sức so với việc đi đến cửa hàng trực tiếp mà không biết chính xác sản phẩm mình quan tâm.
* Hiểu rõ hơn về sản phẩm: Trải nghiệm trực tuyến cho phép khách hàng xem đánh giá, nhận xét và thông tin chi tiết về sản phẩm từ các nguồn đáng tin cậy. Họ có thể tìm hiểu về tính năng, hiệu suất, cách sử dụng và đánh giá từ người dùng khác. Điều này giúp khách hàng có cái nhìn toàn diện về sản phẩm trước khi quyết định mua hàng.
* Lựa chọn đúng sản phẩm: Trải nghiệm trực tuyến trước khi đến cửa hàng giúp khách hàng có thời gian xem xét và so sánh giữa các sản phẩm khác nhau. Họ có thể so sánh tính năng, giá cả và hiệu suất của các sản phẩm tương tự để đưa ra quyết định mua hàng thông minh và phù hợp với nhu cầu của mình.
* Hỗ trợ từ chuyên gia: Một số trang web và ứng dụng trực tuyến cung cấp chức năng tư vấn trực tuyến hoặc chatbot để hỗ trợ khách hàng trước khi đến cửa hàng. Khách hàng có thể đặt câu hỏi, yêu cầu tư vấn và nhận được thông tin từ chuyên gia để giải đáp mọi thắc mắc và đảm bảo rằng họ có sự lựa chọn đúng đắn khi mua hàng.
* Tận hưởng trải nghiệm trực tuyến và offline: Khi khách hàng đã có kiến thức và lựa chọn sản phẩm từ trải nghiệm trực tuyến, họ có thể tận hưởng trải nghiệm thực tế tại cửa hàng. Họ có thể kiểm tra sản phẩm, trò chuyện với nhân viên bán hàng, và có cơ hội trải nghiệm trực tiếp trước khi quyết định mua hàng. Điều này giúp khách hàng cảm thấy tự tin và hài lòng hơn với quyết định mua sản phẩm.

Tổng thể, sự kết hợp giữa trải nghiệm trực tuyến và truyền thống cho phép khách hàng tiết kiệm thời gian, hiểu rõ hơn về sản phẩm, lựa chọn đúng sản phẩm, nhận được hỗ trợ từ chuyên gia và tận hưởng trải nghiệm toàn diện trước khi mua hàng. Điều này tăng cường sự hài lòng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.Sự kết hợp giữa trải nghiệm trực tuyến và truyền thống trong việc hướng dẫn khách hàng trước khi đến cửa hàng thực tế mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng. Dưới đây là một số lợi ích mà khách hàng có thể nhận được khi được hướng dẫn qua trải nghiệm trực tuyến trước khi đến cửa hàng thực tế:

* **Tiết kiệm thời gian và công sức:** Bằng cách trải nghiệm trực tuyến trước khi đến cửa hàng, khách hàng có thể tìm hiểu về sản phẩm, tính năng và giá cả một cách thuận tiện từ nhà. Điều này giúp họ tiết kiệm thời gian và công sức so với việc đi đến cửa hàng trực tiếp mà không biết chính xác sản phẩm mình quan tâm.
* **Hiểu rõ hơn về sản phẩm:** Trải nghiệm trực tuyến cho phép khách hàng xem đánh giá, nhận xét và thông tin chi tiết về sản phẩm từ các nguồn đáng tin cậy. Họ có thể tìm hiểu về tính năng, hiệu suất, cách sử dụng và đánh giá từ người dùng khác. Điều này giúp khách hàng có cái nhìn toàn diện về sản phẩm trước khi quyết định mua hàng.
* **Lựa chọn đúng sản phẩm:** Trải nghiệm trực tuyến trước khi đến cửa hàng giúp khách hàng có thời gian xem xét và so sánh giữa các sản phẩm khác nhau. Họ có thể so sánh tính năng, giá cả và hiệu suất của các sản phẩm tương tự để đưa ra quyết định mua hàng thông minh và phù hợp với nhu cầu của mình.
* **Hỗ trợ từ chuyên gia:** Một số trang web và ứng dụng trực tuyến cung cấp chức năng tư vấn trực tuyến hoặc chatbot để hỗ trợ khách hàng trước khi đến cửa hàng. Khách hàng có thể đặt câu hỏi, yêu cầu tư vấn và nhận được thông tin từ chuyên gia để giải đáp mọi thắc mắc và đảm bảo rằng họ có sự lựa chọn đúng đắn khi mua hàng.
* **Tận hưởng trải nghiệm trực tuyến và offline**: Khi khách hàng đã có kiến thức và lựa chọn sản phẩm từ trải nghiệm trực tuyến, họ có thể tận hưởng trải nghiệm thực tế tại cửa hàng. Họ có thể kiểm tra sản phẩm, trò chuyện với nhân viên bán hàng, và có cơ hội trải nghiệm trực tiếp trước khi quyết định mua hàng. Điều này giúp khách hàng cảm thấy tự tin và hài lòng hơn với quyết định mua sản phẩm.

Để tạo sự tin tưởng và thuận tiện cho khách hàng, FPT Shop cần đảm bảo sự đồng bộ hóa giữa thông tin sản phẩm trực tuyến và hiển thị thực tế ở cửa hàng. Dưới đây là một số cách để thực hiện điều này:

* **Cập nhật thông tin sản phẩm:** FPT Shop cần đảm bảo thông tin sản phẩm trên trang web, ứng dụng di động và các kênh trực tuyến khác được cập nhật thường xuyên. Thông tin về giá cả, mô tả sản phẩm, thông số kỹ thuật, tình trạng hàng hóa và chính sách bảo hành cần được đồng bộ và chính xác.
* **Hiển thị sản phẩm thực tế:** Tại cửa hàng, FPT Shop nên trưng bày sản phẩm một cách rõ ràng và hợp lý. Đảm bảo rằng sản phẩm hiển thị tại cửa hàng đúng với thông tin và hình ảnh được cung cấp trên các kênh trực tuyến. Nếu có sự khác biệt, khách hàng có thể mất niềm tin và gặp khó khăn trong việc đưa ra quyết định mua hàng.
* **Đồng bộ hóa giá cả và khuyến mãi**: Giá cả và các chương trình khuyến mãi cần được đồng bộ hóa giữa kênh trực tuyến và cửa hàng. Điều này đảm bảo khách hàng không gặp bất kỳ sự nhầm lẫn nào và có thể mua sản phẩm với giá và ưu đãi chính xác.
* **Cung cấp thông tin bổ sung**: FPT Shop có thể cung cấp thông tin bổ sung về sản phẩm tại cửa hàng, chẳng hạn như tài liệu hướng dẫn sử dụng, bảo hành, hoặc tư vấn từ nhân viên bán hàng. Điều này giúp khách hàng có được thông tin đầy đủ và tạo sự tin tưởng trong quyết định mua hàng.
* **Tạo trải nghiệm liền mạch:** FPT Shop nên tạo trải nghiệm mua hàng liền mạch cho khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc cho phép khách hàng đặt hàng trực tuyến và nhận hàng tại cửa hàng, hoặc đặt hàng trực tuyến và đặt lịch hẹn để đến cửa hàng lấy hàng. Sự đồng bộ hóa thông tin và quy trình mua hàng giữa các kênh trực tuyến và cửa hàng giúp tạo ra sự thuận tiện và tin tưởng cho khách hàng.

**Tối ưu hóa quy trình mua sắm và dịch vụ khách hàng:**

Để tối ưu hóa quy trình mua sắm từ trực tuyến đến trực tiếp, FPT Shop đã áp dụng một số cách sau đây:

* **Trang web và ứng dụng di động tiện lợi:** FPT Shop đã phát triển trang web và ứng dụng di động để khách hàng có thể dễ dàng duyệt qua danh sách sản phẩm, tìm kiếm thông tin chi tiết và đặt hàng một cách thuận tiện. Giao diện thân thiện và trực quan giúp người dùng dễ dàng điều hướng và tìm kiếm sản phẩm theo nhu cầu của mình.
* **Hệ thống đặt hàng linh hoạt:** FPT Shop cung cấp nhiều phương thức đặt hàng để phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Khách hàng có thể đặt hàng trực tuyến thông qua trang web hoặc ứng dụng di động. Họ cũng có thể đặt hàng qua điện thoại hoặc trực tiếp tại cửa hàng FPT Shop gần nhất.
* **Thanh toán đa dạng và an toàn:** FPT Shop đã tích hợp nhiều phương thức thanh toán để khách hàng có nhiều lựa chọn. Ngoài việc thanh toán trực tiếp tại cửa hàng bằng tiền mặt hoặc thẻ tín dụng, khách hàng cũng có thể sử dụng các hình thức thanh toán trực tuyến như ví điện tử, chuyển khoản ngân hàng hoặc thanh toán sau khi nhận hàng (COD). FPT Shop đảm bảo an toàn thông tin thanh toán và bảo vệ quyền lợi của khách hàng.
* **Giao hàng nhanh chóng và tin cậy:** FPT Shop đã xây dựng một hệ thống giao hàng chuyên nghiệp để đảm bảo sản phẩm đến tay khách hàng một cách nhanh chóng và tin cậy. Họ cung cấp dịch vụ giao hàng tận nơi trong thời gian ngắn và theo địa chỉ yêu cầu của khách hàng. Thông tin về quá trình giao hàng cũng được cập nhật định kỳ để khách hàng có thể theo dõi.
* **Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp:** FPT Shop đặt khách hàng là trung tâm và cam kết cung cấp dịch vụ chất lượng cao. Họ có đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và tận tâm để hỗ trợ khách hàng trong quá trình mua sắm và giải đáp mọi thắc mắc. Khách hàng có thể liên hệ với FPT Shop thông qua điện thoại, email hoặc chat trực tuyến để nhận được sự hỗ trợ nhanh chóng và hiệu quả.

FPT Shop cung cấp sự hỗ trợ và tư vấn cho khách hàng trong quá trình mua sắm và sau khi mua hàng để đảm bảo trải nghiệm tốt nhất. Dưới đây là những dịch vụ và hoạt động mà FPT Shop thường cung cấp:

* **Tư vấn sản phẩm: FPT** Shop có đội ngũ nhân viên bán hàng được đào tạo chuyên nghiệp và có kiến thức về sản phẩm. Họ sẽ tư vấn, giải đáp các thắc mắc và giúp khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu và mong muốn của họ.
* **Hỗ trợ kỹ thuật:** FPT Shop cung cấp dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật để giúp khách hàng giải quyết các vấn đề liên quan đến sản phẩm sau khi mua hàng. Đội ngũ kỹ thuật viên của FPT Shop sẽ hỗ trợ khách hàng trong việc cài đặt, sử dụng, khắc phục sự cố và tối ưu hóa hiệu suất của sản phẩm.
* **Dịch vụ bảo hành:** FPT Shop cung cấp dịch vụ bảo hành cho các sản phẩm được bán tại cửa hàng. Khách hàng có thể yêu cầu sửa chữa, thay thế linh kiện hoặc bảo trì sản phẩm trong thời gian bảo hành. FPT Shop cam kết tuân thủ các chính sách bảo hành và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.
* **Trung tâm chăm sóc khách hàng:** FPT Shop có trung tâm chăm sóc khách hàng để giải đáp các câu hỏi, tiếp nhận phản hồi và xử lý các yêu cầu từ khách hàng. Khách hàng có thể liên hệ qua điện thoại, email hoặc các kênh liên lạc khác để nhận được hỗ trợ và giải quyết các vấn đề liên quan đến mua hàng và dịch vụ.
* **Hướng dẫn sử dụng và tài liệu hỗ trợ:** FPT Shop cung cấp tài liệu hướng dẫn sử dụng, hướng dẫn lắp đặt và các tài liệu hỗ trợ khác cho khách hàng. Điều này giúp khách hàng nắm bắt cách sử dụng sản phẩm một cách hiệu quả và giải quyết những vấn đề thông thường.
* **Giao hàng và dịch vụ đổi trả**: FPT Shop cung cấp dịch vụ giao hàng nhanh chóng và đáng tin cậy. Nếu khách hàng không hài lòng với sản phẩm, FPT Shop cũng cung cấp chính sách đổi trả linh hoạt để đảm bảo sự hài lòng và tin tưởng của khách hàng.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nội dung | Thế giới di động | FPT Shop |
| Triết lý kinh doanh | Không nhìn vào đối thủ cạnh tranh | Hài hòa – Nhất quán – Con người là giá trọ cốt lõi |
| Chiến lược kinh doanh | Sử dụng mô hình kinh doanh thương mại điện tử B2C(Business to Customer): Doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm đến khách hàng, người tiêu dùng cuối cùng thông qua website thương mại điện tử của mình.  Với chiến lược omni-channel | Mong muốn trở thành một tổ chức kiểu mới, giàu mạnh, bằng nỗ lực, sáng tạo trong khoa học, kỹ thuật và công nghệ, làm khách hàng hài lòng, góp phần hưng thịnh quốc gia, đem lại cho mỗi thành viên của mình điều kiện phát triển đầy đủ về tài năng và vật chất, phong phú về tinh thần. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Doanh nghiệp  Nội dung | Thế giới di động | FPT Shop |
| Khách hàng | Tập trung ở nhóm Thanh niên (18 – 24 tuổi); Trưởng thành (25 – 35 tuổi) | Học sinh, sinh viên |
| Mặt hàng | Chuỗi bán lẻ thiết bị di động (điện thoại di động, máy tính bảng, laptop và phụ kiện) | Chuỗi cửa hàng bán lẻ chuyên về các sản phẩm kỹ thuật số như Điện thoại di động, Máy tính bảng, Máy tính xách tay và phụ kiện điện tử ... |