

HỌC VIỆN HÀNG KHÔNG VIỆT NAM  
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

XÂY DỰNG ỨNG DỤNG  
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

# THÔNG TIN HỌC PHẦN

❖ GIẢNG VIÊN: HUỲNH THANH SƠN EMAIL: sonht@vaa.edu.vn

❖ ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT

❖ LỊCH TRÌNH GIẢNG DẠY CHI TIẾT

❖ ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN

- ĐIỂM CHUYÊN CẦN: ĐIỂM DANH, NỘI DUNG NHÓM CHUẨN BỊ CÁC BUỔI
- ĐIỂM BÀI TẬP, THUYẾT TRÌNH, KIỂM TRA
- ĐIỂM CUỐI KỲ: TIỂU LUẬN

❖ CHỌN NHÓM: TỐI ĐA 5 SV

# NỘI DUNG HỌC PHẦN

- ❖ CHƯƠNG 1: Tổng quan về TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 2: Các mô hình kinh doanh TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 8: Các vấn đề về đạo đức, xã hội và phát luật trong TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 3: Cơ sở hạ tầng TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 4: Xây dựng hiện diện cho TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 5: An ninh và hệ thống thanh toán trong TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 6: Tiếp thị và quảng cáo trong TMĐT
- ❖ CHƯƠNG 7: Tiếp thị xã hội và Tiếp thị trên Mobile



KIẾN THỨC  
NGÀNH TMĐT



LÀM CHỦ CÔNG NGHỆ  
PHÁT TRIỂN  
HỆ THỐNG ỨNG DỤNG



CÔNG NGHỆ SEO,  
MARKETING

# MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

Sinh viên học xong học phần này có kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm:

Mục tiêu [1]	Mô tả mục tiêu [2]	CĐR của CTĐT [3]	TĐNL [4]
G1	Tổng hợp kiến thức lập trình và thương mại điện tử xây dựng hoặc lựa chọn hệ thống thương mại điện tử phù hợp với thực tế doanh nghiệp.	K3	3
		K6	3
		K7	5
G2	Sử dụng thành thạo máy tính và phần mềm văn phòng hỗ trợ xây dựng bài báo cáo thuyết trình nhóm. Bảo vệ quan điểm cá nhân liên quan đến chuyên môn. Áp dụng thành thạo kiến thức thương mại điện tử xây dựng mô hình kinh doanh TMĐT và website TMĐT phù hợp với doanh nghiệp và môi trường kinh doanh.	S1	3
		S2	4
		S5	3
		S6	4
G5	Thảo luận nhóm giải quyết các vấn đề, dự án TMĐT từ đơn giản đến phức tạp.	A1	3

DỰA TRÊN KIẾN THỨC VỀ TMĐT, CÔNG NGHỆ LẬP TRÌNH, HẠ TẦNG => XÂY DỰNG HỆ THỐNG ỨNG DỤNG CHO MÔ HÌNH KINH DOANH TMĐT (WEBSITE, MOBILE)

# TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Tài liệu chính: Thương Mại Điện Tử Căn Bản, Trần Thị Thập, Nguyễn Trần Hưng, Nhà Xuất Bản Thông Tin Và Truyền Thông, 2020.
- [2] Giáo trình Thương mại điện tử, Nhà Xuất Bản Thông Tin Và Truyền Thông, TS Ao Thu Hoài, 2015
- [3] Learn Nodejs: <https://nodejs.org/en/learn/getting-started/introduction-to-nodejs>
- [4] React. “Quick start”. React.dev, from <https://react.dev/learn>
- [5] Flutter. “Flutter documentation”. Flutter.dev, from <https://docs.flutter.dev/>
- [6] MongoDB. “The developer data platform”. MongoDB, from <https://www.mongodb.com/>

# CHƯƠNG 1-TỔNG QUAN VỀ TMĐT

# MỤC TIÊU CHƯƠNG 1

❑ Sinh viên nắm bắt được các kiến thức:

- Nêu được khái niệm, chức năng, đặc trưng, phân loại về TMĐT
- Trình bày được lịch sử phát triển TMĐT
- Nêu được các mô hình TMĐT
- Nắm được các nền tảng phát triển TMĐT

# MỤC TIÊU CHƯƠNG 1

❑ Sinh viên có các kỹ năng:

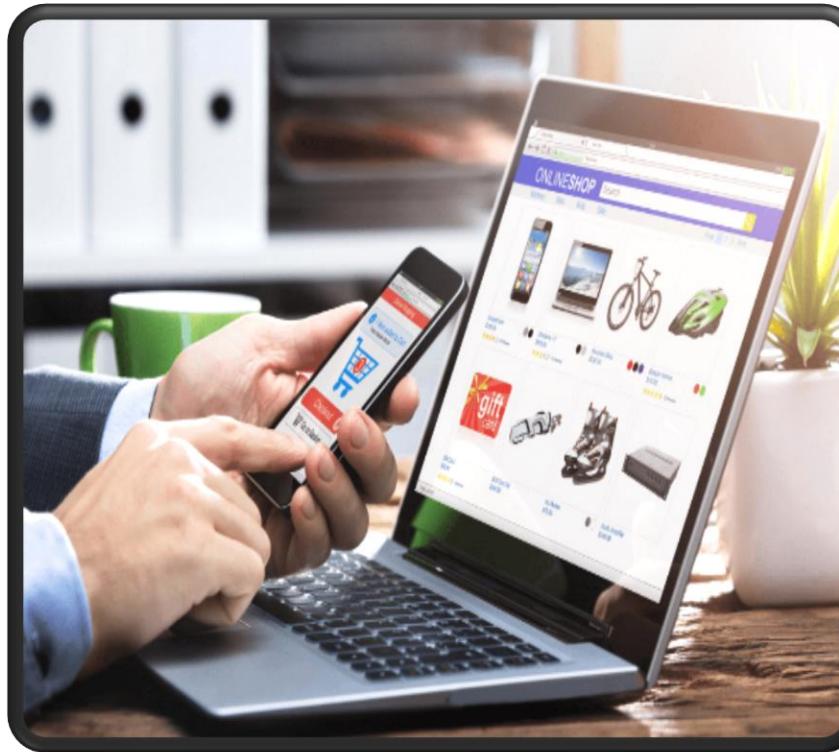
- Thuyết trình các chủ đề về TMĐT
- Tìm kiếm, phân tích các chức năng của các hệ thống ứng dụng TMĐT

# NỘI DUNG

- A. GIỚI THIỆU
- B. KHÁI NIỆM TMĐT, SÀN TMĐT, LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN
- C. ĐẶC TRƯNG, LOẠI HÌNH, CHỦ ĐỀ XOAY QUANH TMĐT
- D. CÔNG NGHỆ VỀ HẠ TẦNG
- E. KINH DOANH, XÃ HỘI

# GIỚI THIỆU

## ❖ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



# GIỚI THIỆU

## ❖ CÁC KÊNH CẬP NHẬT THÔNG TIN TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



BỘ CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM

MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE OF THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM

<https://moit.gov.vn/>



<https://valoma.vn/>



<https://vecom.vn/>

# GIỚI THIỆU

## ❖ XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG



**Ông Alan David Treadgold**  
**Viện Quản lý bán lẻ Oxford (Anh)**

“Tại các quốc gia ở châu Âu và Mỹ, cứ 10 siêu thị thì có một nơi phải đóng cửa do sự lên ngôi của xu hướng mua sắm online, thương mại điện tử”.

# GIỚI THIỆU

## ❖ XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

“Khi xã hội mạng đã dần trở thành hiện thực, các hoạt động thương mại trên Internet có thể dần theo sau. Việc triển khai các hoạt động thương mại trên Internet là điểm mấu chốt trong việc tạo ra của cải vật chất trong một xã hội mạng. Hoạt động đó còn được gọi là thương mại điện tử.”

*Wen Sayling, “Future of E-commerce” (2001)*

# BỨC TRANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- ❖ CUỘC CÁCH MẠNG SỐ HÓA (CÔNG NGHỆ SỐ)
- ❖ NỀN KINH TẾ SỐ
- ❖ DOANH NGHIỆP SỐ
- ❖ XÃ HỘI SỐ
- ❖ THƯƠNG MẠI SỐ

# GIỚI THIỆU

## ❖ TÌNH HUỐNG 1 TRONG TMĐT

Công ty TNHH Nhà nước Một thành viên Thương mại và Xuất nhập khẩu Viettel (Viettelimex). Viettelimex trực thuộc Tập đoàn Viettel từ tháng 1/2005, đến tháng 4/2006 chính thức tách ra thực hiện chế độ hạch toán độc lập. Hiện Công ty kinh doanh ở 4 lĩnh vực gồm: Kinh doanh bán lẻ (bán lẻ điện thoại di động, máy tính xách tay, máy tính để bàn và các loại phụ kiện của điện thoại và máy tính thông qua hệ thống bán lẻ với 102 siêu thị trên toàn quốc); Kinh doanh phân phối (bán buôn máy tính xách tay của các hãng Acer, Lenovo, HP..., máy tính để bàn và các loại phần mềm); Kinh doanh xuất nhập khẩu (chuyên xuất nhập khẩu ủy thác các thiết bị viễn thông cho Tập đoàn Viettel, kinh doanh vận tải quốc tế, kinh doanh dung môi và hóa chất), và Kinh doanh thương mại (chuyên kinh doanh vật tư và vật liệu, kinh doanh dự án). Định hướng phát triển của Viettelimex đến năm 2015 sẽ đạt mức doanh thu khoảng 8.000 - 10.000 tỉ đồng, trở thành nhà bán lẻ các sản phẩm điện tử viễn thông, công nghệ thông tin hàng đầu tại Việt Nam, cũng như nhà phân phối máy tính hàng đầu Việt Nam. Theo đại diện của Viettelimex, công ty này đã bắt đầu phát triển thêm lĩnh vực TMĐT, nên mong muốn được gia nhập làm thành viên chính thức và tăng cường hợp tác với Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM) trong thời gian tới. (Mai, 2014).

GT Thương mại điện tử, TS Ao Thu Hoài

# GIỚI THIỆU

## ❖ TÌNH HUỐNG 2 TRONG TMĐT

Tháng 2/2014, Tập đoàn Vingroup đã công bố việc thành lập Công ty TNHH VinE-Com để tham gia vào lĩnh vực TMĐT. Lĩnh vực TMĐT được xác định là hướng kinh doanh mũi nhọn trong tương lai của Vingroup. VinE-Com sẽ có vốn điều lệ 1.050 tỷ đồng, trong đó, Vingroup góp 70% vốn, tương đương 735 tỷ đồng. Theo báo cáo tài chính của Vingroup, đến 31/3 năm nay, tập đoàn này đã rót 15,9 tỷ đồng vào VinE-Com. Số vốn đã góp này khá khiêm tốn so với số vốn cần góp theo kế hoạch là 735 tỷ đồng. Quý 1 năm 2014, Vingroup đạt 6.175 tỷ đồng doanh thu và lãi sau thuế hơn 1.070 tỷ đồng. Nguồn thu chính đến từ việc bán bất động sản, chiếm xấp xỉ 80% tổng doanh thu; bên cạnh đó là các nguồn thu từ cho thuê bất động sản; du lịch khách sạn; bệnh viện. (Kha, 2014)

**GT Thương mại điện tử, TS Ao Thu Hoài**

# GIỚI THIỆU

Tại sao hai tập đoàn lớn đang thành công vang dội ở lĩnh vực khác nhau Viettelimex và Vingroup lại quyết định đầu tư vào lĩnh vực **THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ?**

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## ❖ KHÁI NIỆM

- **Theo nghĩa Rộng:** TMĐT có thể được hiểu là các giao dịch tài chính và thương mại bằng các phương tiện điện tử.
- **Theo nghĩa Hẹp:** TMĐT bao gồm các hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng internet.
- **Theo WTO:** TMĐT được hiểu bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình (WTO, 1998).

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## ❖ KHÁI NIỆM

➤ **TÓM LẠI:** TMĐT là quá trình trao đổi thông tin, hàng hoá hoặc dịch vụ hoặc thanh toán qua đường truyền điện thoại, các mạng máy tính hoặc các phương tiện điện tử khác. TMĐT là quá trình ứng dụng công nghệ thông tin vào các giao dịch kinh doanh và quá trình sản xuất. TMĐT là công cụ giúp giảm chi phí dịch vụ, nâng cao chất lượng hàng hoá và dịch vụ, tăng tốc độ cung cấp dịch vụ của các hãng, người tiêu dùng và quá trình quản lý. TMĐT cung cấp khả năng mua và bán các sản phẩm và thông tin trên Internet và các dịch vụ trực tuyến khác.

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## ❖ KHÁI NIỆM

- TMĐT thực tế phong phú và muôn màu, muôn vẻ hơn. Nó không chỉ bao gồm việc xử lý giao dịch mua bán và chuyển tiền qua mạng mà còn bao gồm cả các hoạt động trước (chào hàng, quảng cáo...) và sau (ý kiến khiếu nại, phàn nàn...) khi bán hàng. Đặc biệt, khi Internet phát triển nhanh, TMĐT còn phát triển việc mua bán một loại hàng hóa mới, đó là hàng hóa số.

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

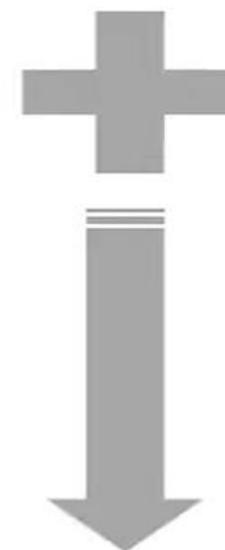
## ❖ KHÁI NIỆM



TMĐT là việc sử dụng các phương pháp điện tử để làm thương mại

## THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Mua bán, trao đổi hàng hóa của công ty với khách hàng, nhà cung cấp, nhà phân phối, đối tác bằng phương tiện điện tử.



Các hoạt động xảy ra bên trong công ty.

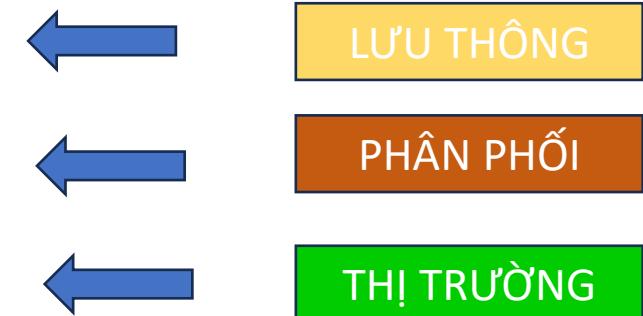
## KINH DOANH ĐIỆN TỬ

# CHỨC NĂNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



Các chức năng chính: Lưu thông, phân phối, thị trường

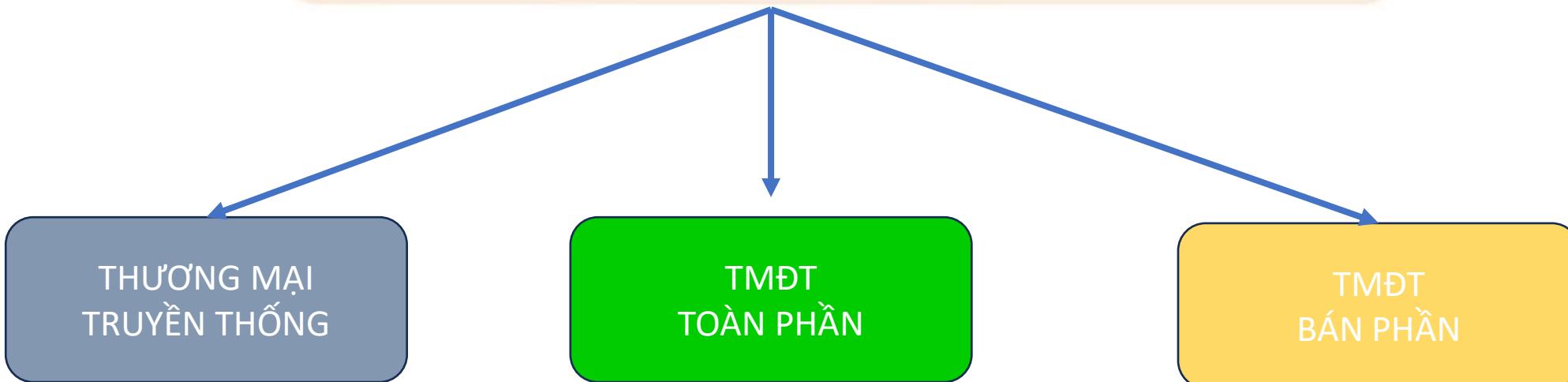
- ◆ Liên lạc/ Giao tiếp
- ◆ Trực tuyến
- ◆ Cộng đồng



# PHÂN LOẠI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Dựa vào **mức độ số hóa** của 3 yếu tố:

- (1) Hàng hóa/Dịch vụ được bán
- (2) Tiến trình giao dịch
- (3) Trung gian phân phối



# PHÂN LOẠI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

**THƯƠNG MẠI  
TRUYỀN THỐNG**  
**Tính vật chất**

**TMĐT  
TOÀN PHẦN**  
**Tính số hóa**

**TMĐT  
BÁN PHẦN**  
**Tính vật chất và**  
**Tính số hóa**

**Sản phẩm vật chất**

**Sản phẩm ảo**

**Sản phẩm vật chất**

**Tiến trình vật chất**

**Tiến trình số hóa**

**Tiến trình số hóa**

**Phân phối vật chất**

**Phân phối số hóa**

**Phân phối vật chất**

# ĐẶC TRƯNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- ❖ Mô hình kinh doanh
- ❖ Không gian
- ❖ Thời gian
- ❖ Chủ thể
- ❖ Mạng lưới thông tin



# CÁC HÌNH THỨC HOẠT ĐỘNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## ❖ Thư tín điện tử

## ❖ Thanh toán điện tử

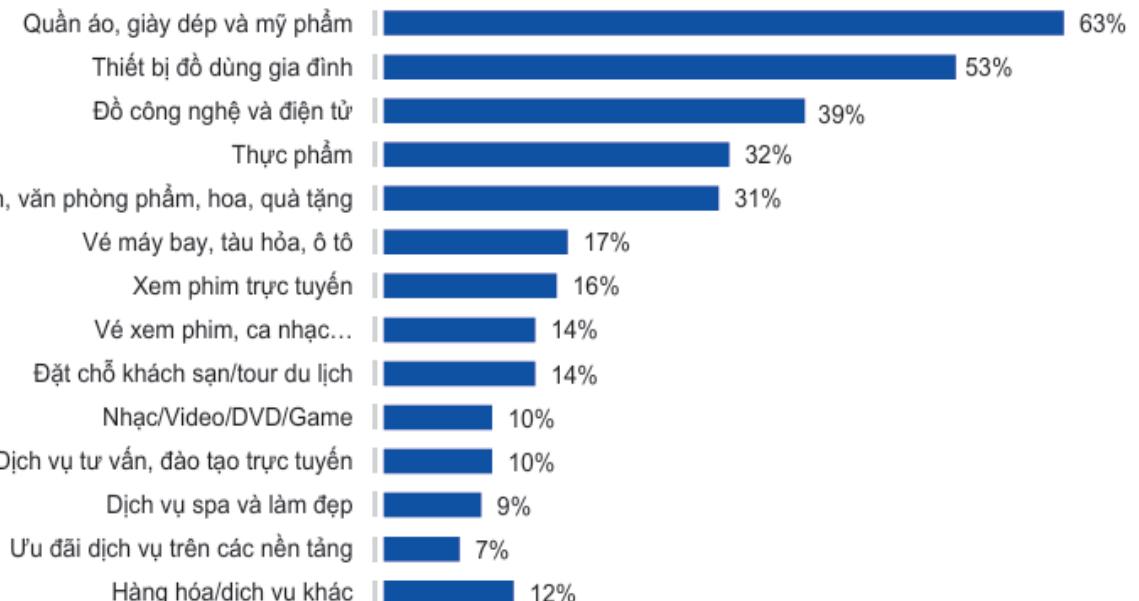
## ❖ Trao đổi dữ liệu điện tử

## ❖ Chuyển giao nội dung số

## ❖ Hợp đồng TMĐT

## ❖ Bán lẻ sản phẩm hữ hình và sản phẩm số

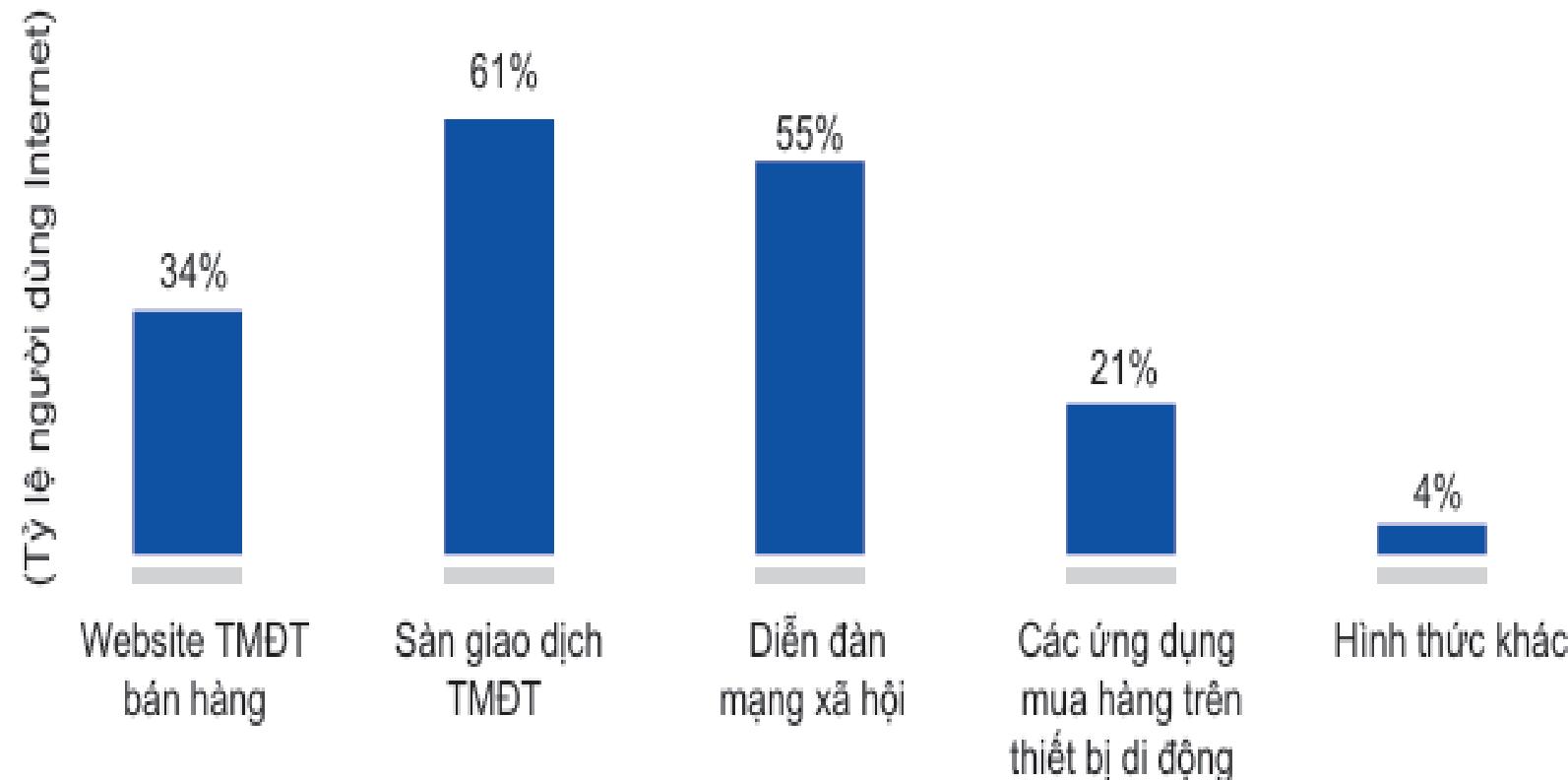
Loại hàng hóa, dịch vụ thường được mua trên mạng



(Tỷ lệ người tiêu dùng trực tuyến)

# CÁC KÊNH MUA SẮM TRỰC TUYẾN

## Các kênh mua sắm trực tuyến người tiêu dùng ưa chuộng năm 2023



# LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- ❖ 1979: Michael Aldrich phát minh mua sắm trực tuyến.
- ❖ 1982: Minitel được giới thiệu tại Pháp thông qua France Telecom và sử dụng để đặt hàng trực tuyến.
- ❖ 1984: Gateshead SIS/Tesco là trang mua bán trực tuyến dạng B2C đầu tiên và bà Snowball, 72 tuổi, là khách hàng mua hàng trực tuyến đầu tiên.
- ❖ 1984: Tháng 4 năm 1984, CompuServe ra mắt Trung tâm Mua sắm Điện tử ở Mỹ và Canada. Đây là dịch vụ TMĐT đầu tiên toàn diện.
- ❖ 1990: Tim Berners Lee xây dựng trình duyệt đầu tiên, WorldWideWeb, sử máy NeXT.

# LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- ❖ 1995: Jeff Bezos ra mắt Amazon.com và thương mại miễn phí 24h, đài phát thanh trên Internet, Radio HK và chương trình phát sóng ngôi sao NetRadio. Dell và Cisco bắt đầu tích cực sử dụng Internet cho các giao dịch thương mại. eBay được thành lập bởi máy tính lập trình viên Pierre Omidyar như là dạng AuctionWeb.
- ❖ 1998: Alibaba Group được hình thành ở Trung Quốc.
- ❖ 2004: DHgate.com, công ty B2C giao dịch trực tuyến đầu tiên ở Trung Quốc được thành lập, buộc các trang web khác B2B bỏ mô hình "trang vàng".

# BÁO CÁO THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ NĂM 2023



# SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## ❖ KHÁI NIỆM

Sàn thương mại điện tử hay còn gọi là sàn giao dịch thương mại điện tử là một website thương mại điện tử, app ứng dụng TMĐT cho phép các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân có thể tiến hành bán hàng và cung cấp các dịch vụ khác nhau trên đó. Tại đây người tiêu dùng và người bán có thể hợp tác kinh doanh, diễn ra các hoạt động mua bán khác nhau.



# SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## ❖ HÃY KỂ TÊN CÁC SÀN TMĐT CÓ TẠI VN

- Shopee
- Lazada
- TikTok Shop
- Tiki
- Sendo
- Amazon, Alibaba,  
Taobao, eBay, ChoTot, ...



# Bảng xếp hạng Ngành Thương mại điện tử năm 2023



Reputa - Social  
Listening

Trung tâm Dịch vụ dữ liệu và  
Trí tuệ nhân tạo Viettel

## BẢN TIN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ NĂM 2023

**TOP 1**



TOTAL SCORE: 88,61

**TOP 2**



TOTAL SCORE: 30,06

**TOP 3**



TOTAL SCORE: 20,11

Reputa

# Bảng xếp hạng Ngành Thương mại điện tử năm 2023

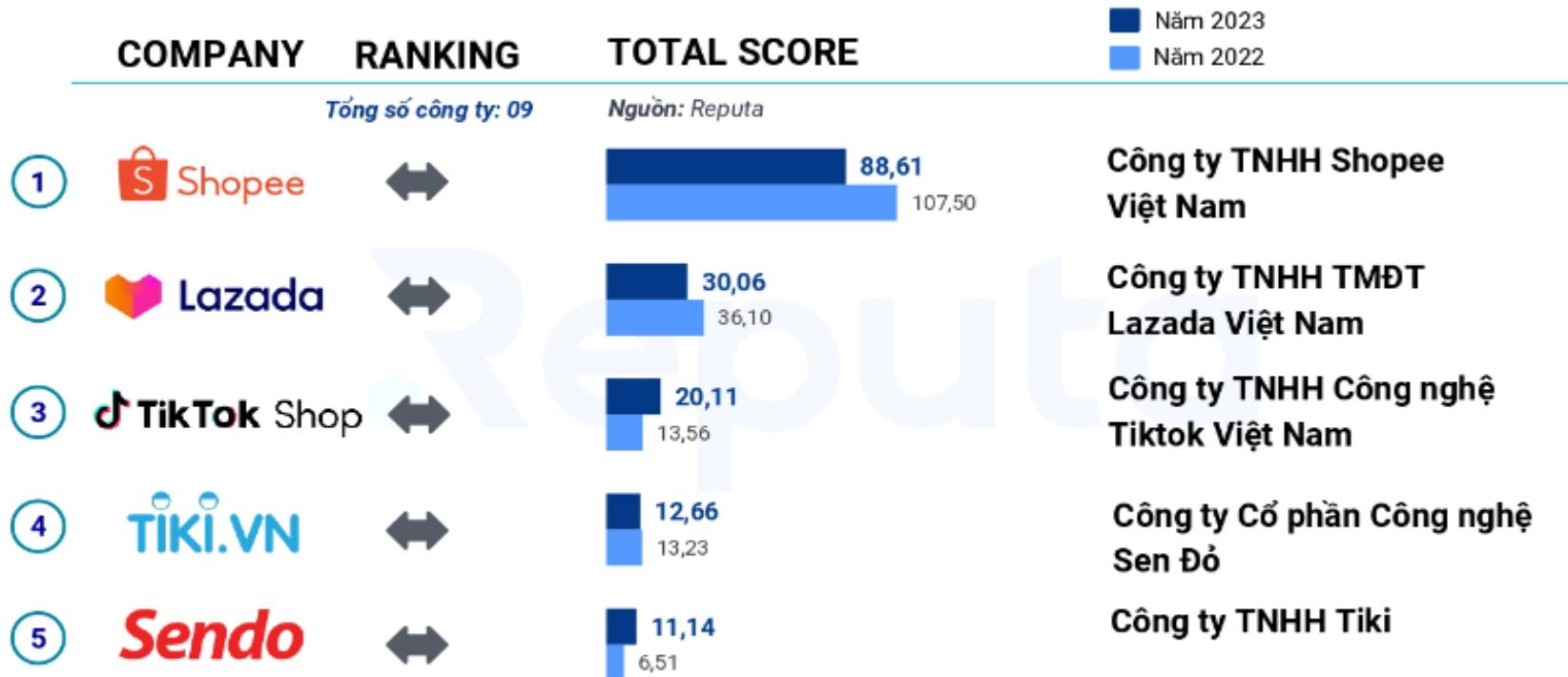


Reputa - Social  
Listening

Trung tâm Dịch vụ dữ liệu và  
Trí tuệ nhân tạo Viettel

## Top 05 Sàn TMĐT (đa ngành hàng) phổ biến trên Mạng xã hội

Reputa



Total Score = Điểm sắc thái + Điểm thị phần thảo luận +  
Điểm tương tác + Điểm độ lan tỏa

N = 5.083.588 | Thời gian: ngày 01/01/2023 – ngày 31/12/2023

Điểm sắc thái = Mức độ yêu thích về công ty / Tổng mức độ yêu thích về tất cả công ty (dựa trên hệ số thảo luận tích cực & tiêu cực)  
Điểm thị phần thảo luận = Thảo luận về công ty / Tổng thảo luận về tất cả công ty (dựa trên lượng thảo luận có nhắc đến tên công ty)  
Điểm tương tác = Tương tác với thảo luận của công ty / Tổng tương tác với thảo luận của tất cả công ty (dựa trên lượt like, share và comment)  
Điểm độ lan tỏa = Độ lan tỏa về thảo luận của công ty / Tổng độ lan tỏa về thảo luận của tất cả công ty (dựa trên lượng tiếp cận)



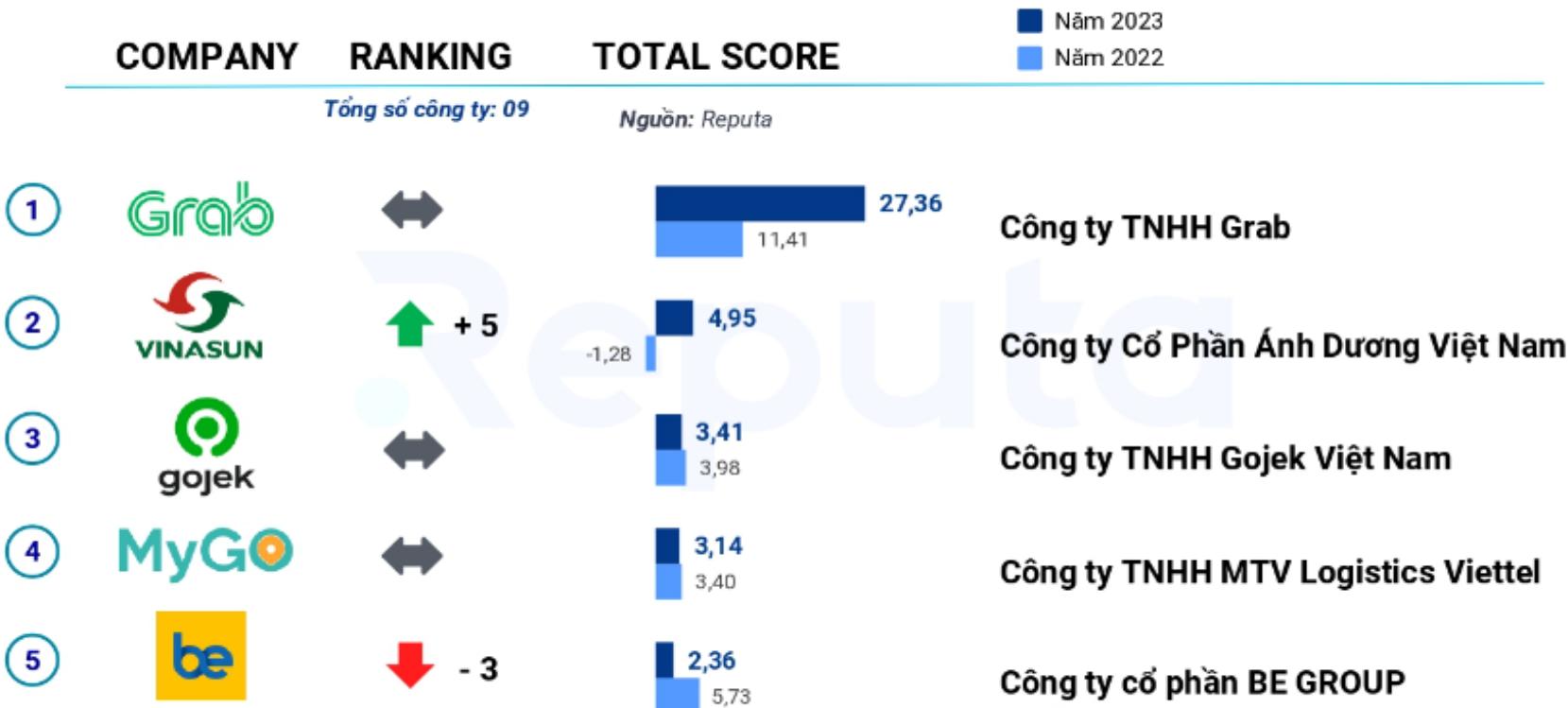
Reputa - Social  
Listening

Trung tâm Dịch vụ dữ liệu và  
Trí tuệ nhân tạo Viettel

# Bảng xếp hạng Ngành Thương mại điện tử năm 2023

## Top 05 Sàn TMĐT ngành Giao thông vận tải phổ biến trên Mạng xã hội

Reputa



Total Score = Điểm sắc thái + Điểm thị phần thảo luận +  
Điểm tương tác + Điểm độ lan tỏa

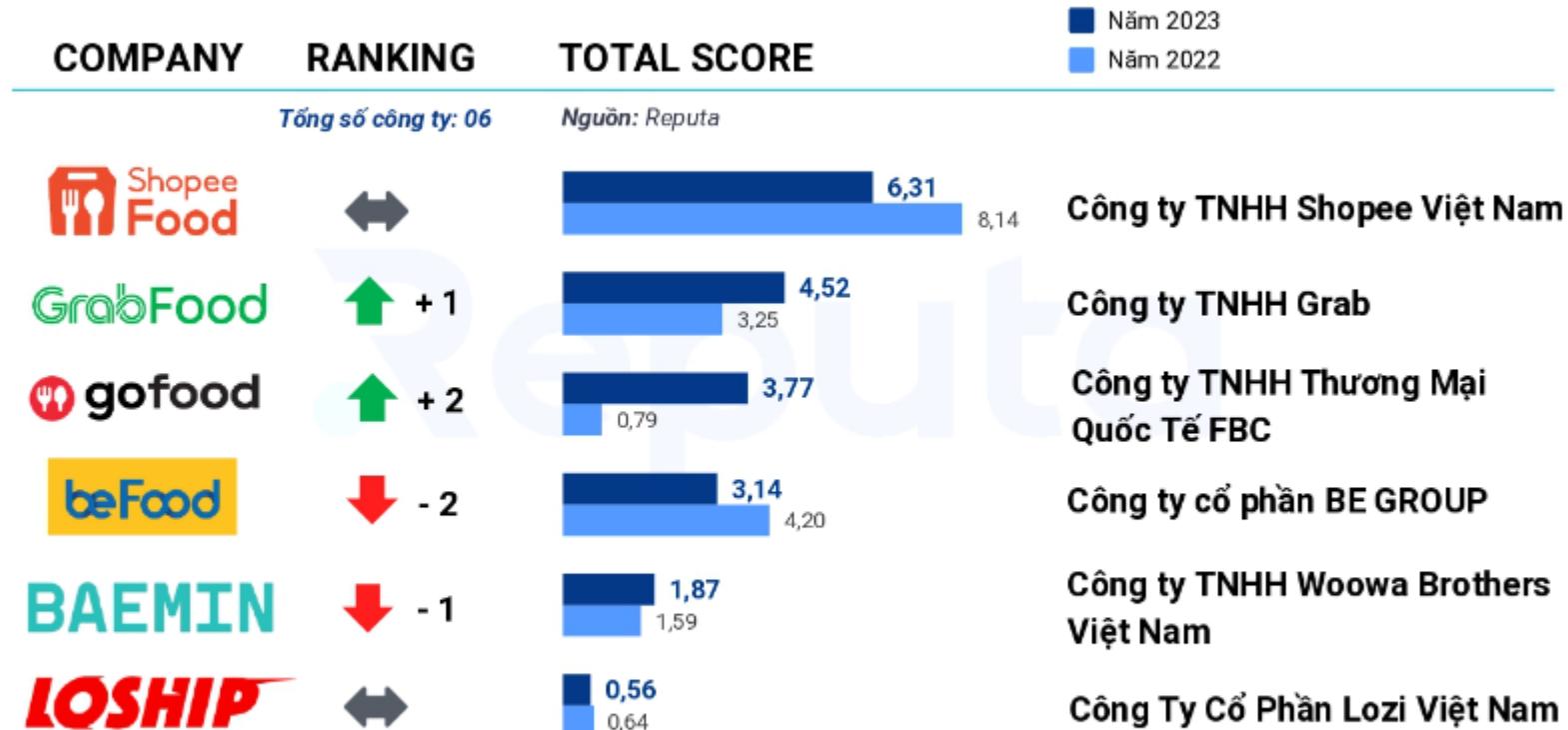
N = 5.083.588 | Thời gian: ngày 01/01/2023 – ngày 31/12/2023

Điểm sắc thái = Mức độ yêu thích về công ty / Tổng mức độ yêu thích về tất cả công ty (dựa trên % số thảo luận tích cực & tiêu cực)  
Điểm thị phần thảo luận = Thảo luận về công ty / Tổng thảo luận về tất cả công ty (dựa trên lượng thảo luận có nhắc đến tên công ty)  
Điểm tương tác = Tương tác về thảo luận của công ty / Tổng tương tác về thảo luận của tất cả công ty (dựa trên like, share và comment)  
Điểm độ lan tỏa = Độ lan tỏa về thảo luận của công ty / Tổng độ lan tỏa về thảo luận của tất cả công ty (dựa trên lượng tiếp cận)



# Bảng xếp hạng Ngành Thương mại điện tử năm 2023

## Xếp hạng 06 Sàn TMĐT ngành Giao nhận Thực phẩm & Đồ uống phổ biến trên MXH Reputa



Total Score = Điểm sắc thái + Điểm thị phần thảo luận +  
Điểm tương tác + Điểm độ lan tỏa

N = 5.083.588 | Thời gian: ngày 01/01/2023 – ngày 31/12/2023

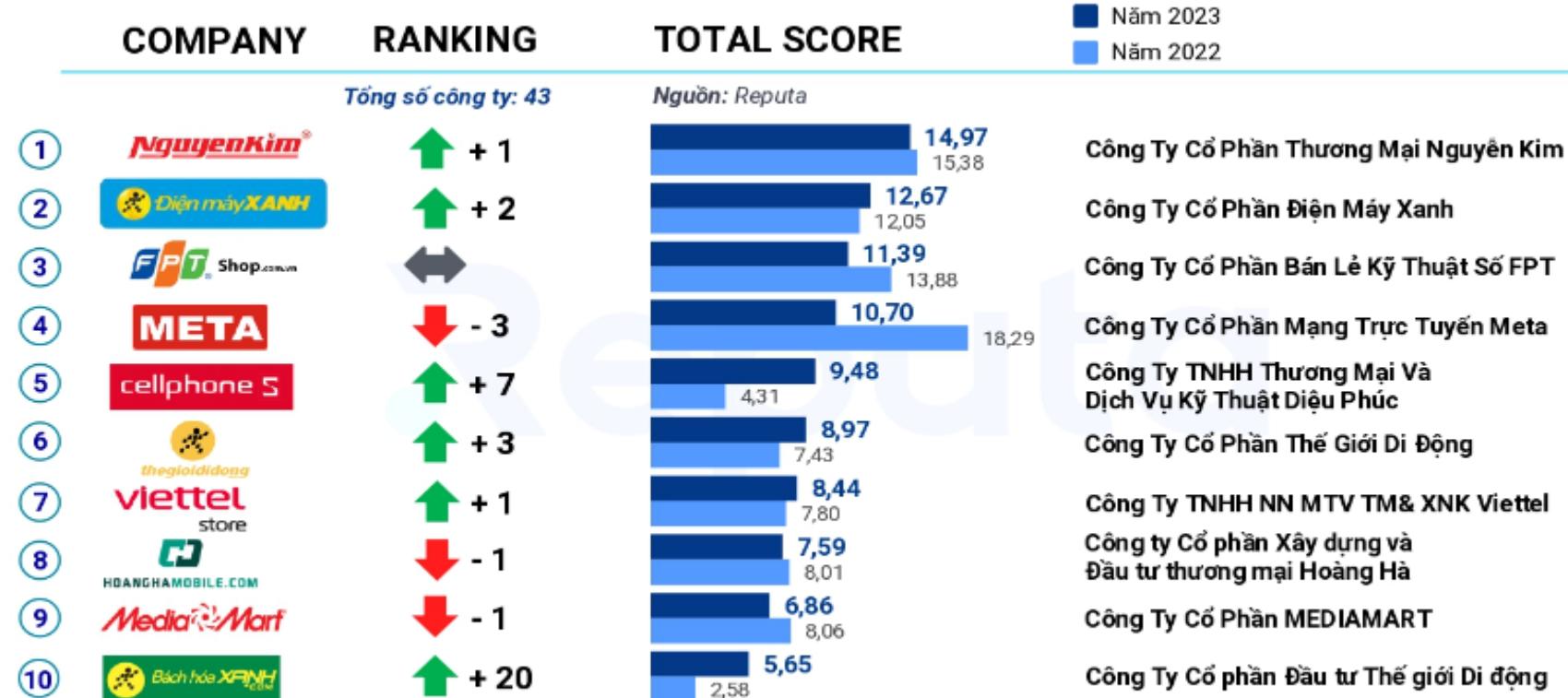
Điểm sắc thái = Mức độ yêu thích về công ty / Tổng mức độ yêu thích về tất cả công ty (dựa trên hệ số thảo luận tích cực & tiêu cực)  
 Điểm thị phần thảo luận = Thảo luận về công ty / Tổng thảo luận về tất cả công ty (dựa trên lượng thảo luận có nhắc đến tên công ty)  
 Điểm tương tác = Tương tác với thảo luận của công ty / Tổng tương tác với thảo luận của tất cả công ty (dựa trên like, share và comment)  
 Điểm độ lan tỏa = Độ lan tỏa về thảo luận của công ty / Tổng độ lan tỏa về thảo luận của tất cả công ty (dựa trên lượng tiếp cận)



# Bảng xếp hạng Ngành Thương mại điện tử năm 2023

## Top 10 Công ty TMĐT theo mức độ phổ biến trên Mạng xã hội

Reputa



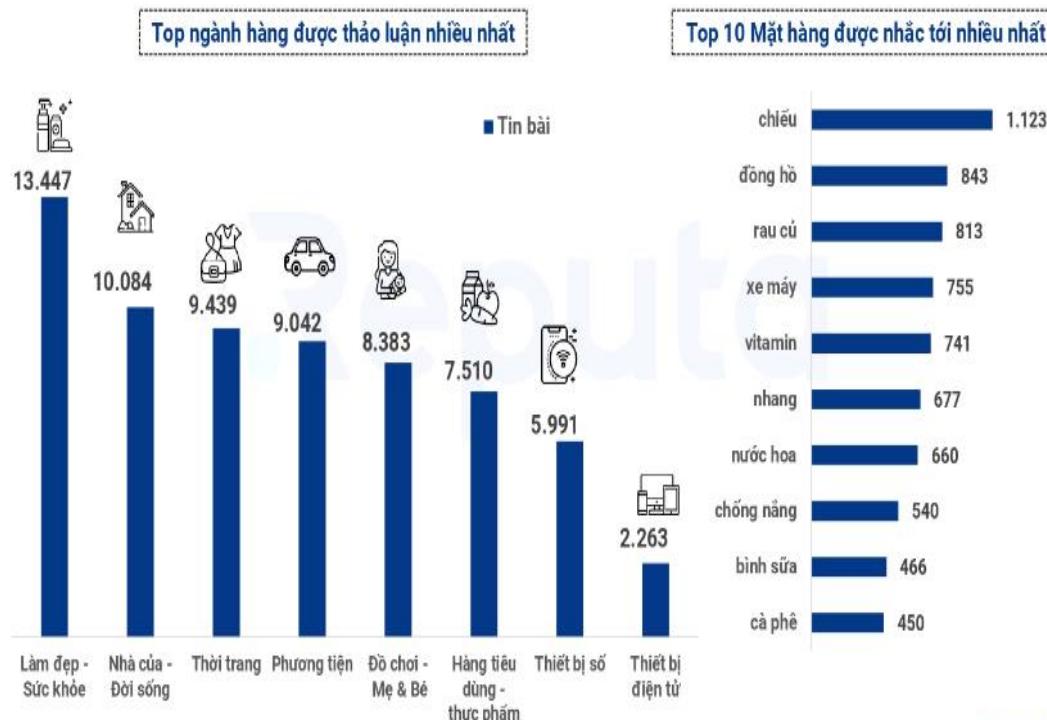
Total Score = Điểm sắc thái + Điểm thị phần thảo luận +  
Điểm tương tác + Điểm độ lan tỏa

N = 5.083.588 | Thời gian: ngày 01/01/2023 – ngày 31/12/2023

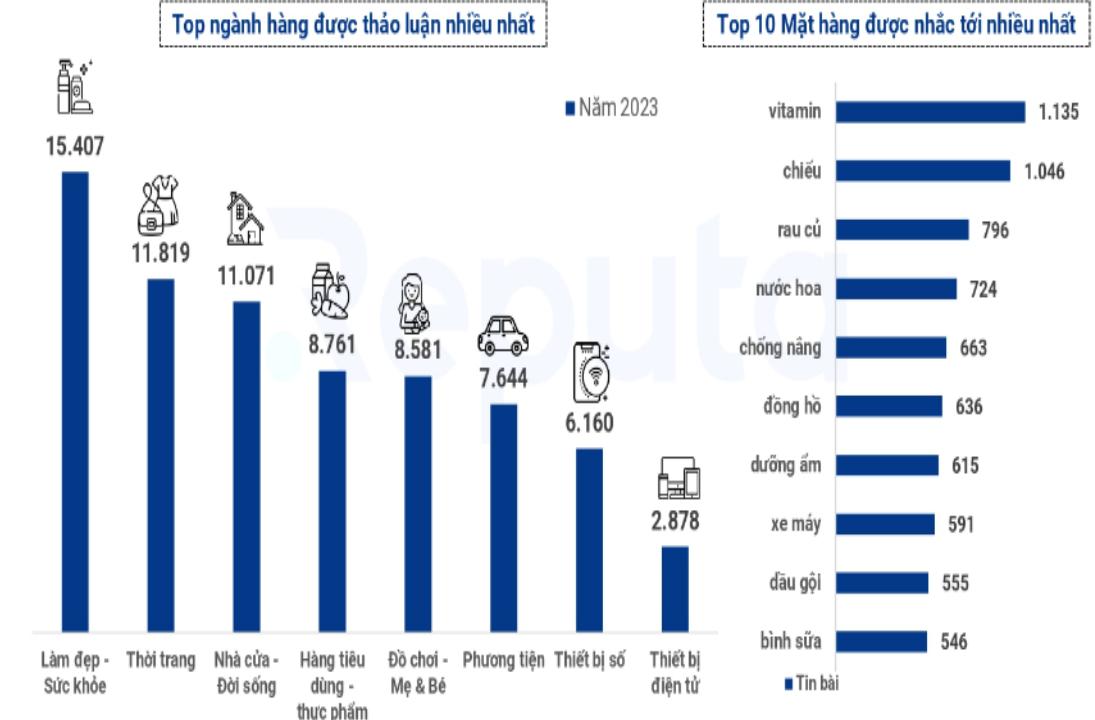
Điểm sắc thái = Mức độ yêu thích về công ty / Tổng mức độ yêu thích về tất cả công ty (dựa trên hệ số thảo luận tích cực & tiêu cực)  
Điểm thị phần thảo luận = Thảo luận về công ty / Tổng thảo luận về tất cả công ty (dựa trên lượng thảo luận có nhắc đến tên công ty)  
Điểm tương tác = Tương tác về thảo luận của công ty / Tổng tương tác về thảo luận của tất cả công ty (dựa trên lượt like, share và comment)  
Điểm độ lan tỏa = Độ lan tỏa về thảo luận của công ty / Tổng độ lan tỏa về thảo luận của tất cả công ty (dựa trên lượng reply)

# Bảng xếp hạng Ngành hàng Thương mại điện tử năm 2023

## Top Ngành hàng & Mặt hàng người mua quan tâm trên MXH – Hồ Chí Minh



## Top Ngành hàng & Mặt hàng người mua quan tâm trên MXH – Hà Nội



# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Công cụ tìm kiếm

Email

Trợ lý tự động

Tin nhắn nhanh

Ứng dụng trên  
thiết bị di động

# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Công cụ tìm kiếm  
(Search engine)

Dạng 1 – Tích hợp  
vào website

Giúp khách hàng tìm kiếm thông tin trên website

Gợi ý mua sắm, phân loại, tổng hợp

Căn cứ trên cơ sở dữ liệu của máy chủ

# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

**Công cụ tìm kiếm  
(Search engine)**

Dạng 2 – Bên thứ 3

Google, Bing, MNS v.v...

Đảm bảo khả năng xuất hiện

Tăng khả năng cạnh tranh

# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Thư điện tử  
(E-mail)

1933

Kênh tương tác phổ biến

Cung cấp thông tin

Xác nhận giao dịch

# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## M-Commerce

### Tin nhắn SMS

- Trao đổi thông tin, xác nhận giao dịch

### Giao diện website trên thiết bị di động

- Tích hợp, đồng bộ hóa thông tin

# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## Ngân hàng điện tử E-Banking

Thực hiện giao dịch trên website ngân hàng

Đảm bảo tiện ích và luôn sẵn sàng phục vụ

Giao dịch thuận tiện

# CÁC ỨNG DỤNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



QUẢN LÝ VÀ THEO DÕI  
ĐƠN HÀNG

# QUY TRÌNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

XÁC ĐỊNH Ý TƯỞNG

THIẾT KẾ HỆ THỐNG (WEBSITE, MOBILE)

QUẢNG BÁ (SEO, MARKETING)

# QUY TRÌNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## Xác định ý tưởng

1. Xác định mô hình kinh doanh
2. Lựa chọn khách hàng mục tiêu
3. Phân tích thị trường
4. Phân tích ma trận SWOT
5. Hoạch định thời gian
6. Xác định ngân sách

# QUY TRÌNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

THIẾT KẾ WEBSITE, MOBILE

Phù hợp với  
nguồn lực  
hiện có

Mục tiêu  
kinh doanh rõ  
ràng

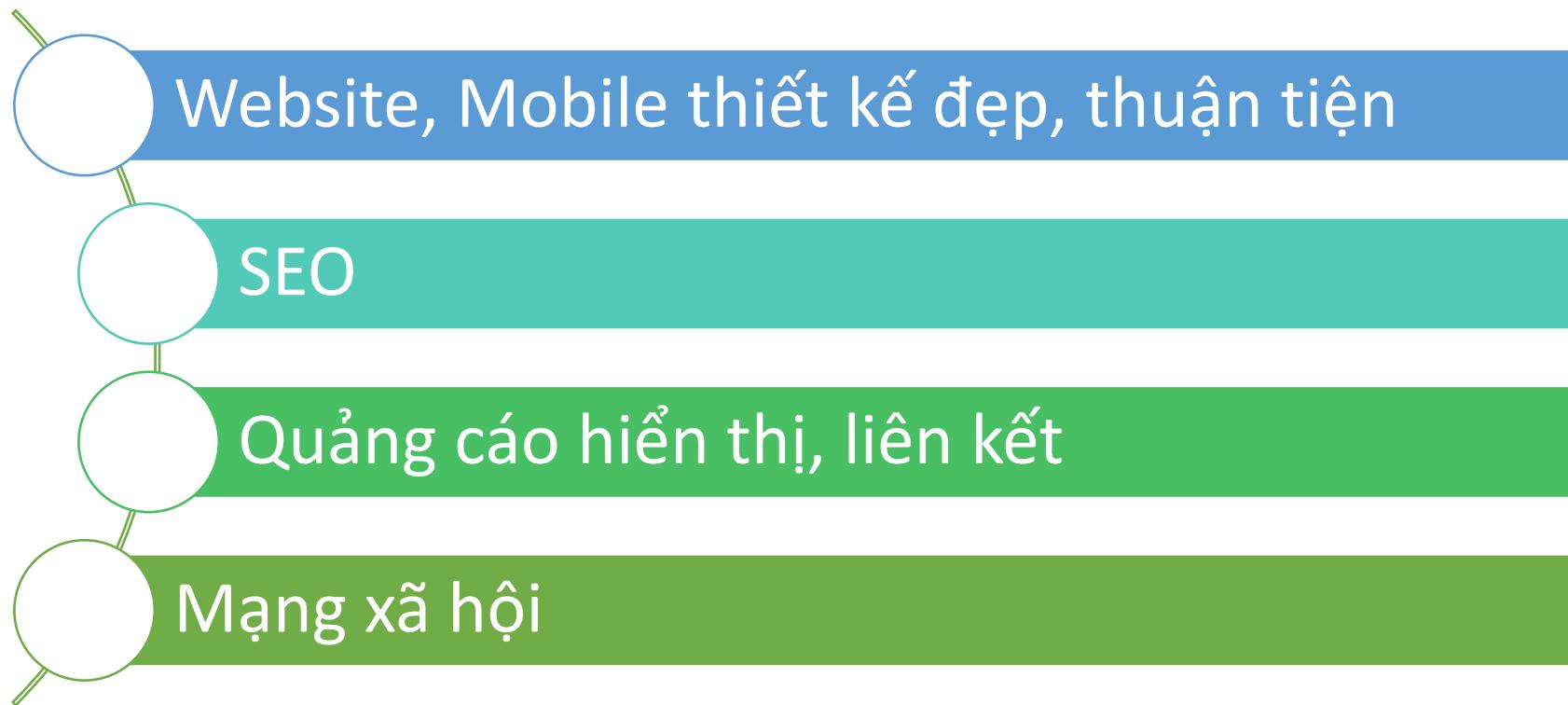
Công nghệ  
phù hợp

Kế hoạch  
kinh doanh  
chi tiết

Kiến thức cơ  
sở về hạ tầng  
kỹ thuật

# QUY TRÌNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

QUẢNG BÁ WEBSITE, MOBILE



# KINH DOANH – XÃ HỘI – CÔNG NGHỆ



THẢO LUẬN



# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

1. Hiển thị hình ảnh, video với độ phân giải cao
2. Chức năng lọc và tìm kiếm sản phẩm nâng cao
3. Danh sách yêu thích (Wishlist)
4. Chương trình khuyến mãi hấp dẫn
5. Up-selling và Cross-selling
6. Đặt hàng nhanh
7. One Step Checkout
8. Đa dạng phương thức thanh toán
9. Đánh giá sản phẩm
10. Tương thích trên đa thiết bị

# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 1. Hiển thị hình ảnh, video với độ phân giải cao

- ❖ Hình ảnh, video là chất liệu để khách hàng đánh giá chất lượng sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm high involvement (suy xét nhiều) như trang sức, đồng hồ, đá quý, etc.
- ❖ Ngoài ra, doanh nghiệp còn có thể chèn thêm các chức năng như View 360 độ, AR (Augmented Reality – Thực tế tăng cường) hoặc VR (Virtual Reality – Thực tế ảo) để hỗ trợ khách hàng xem toàn diện hình ảnh và có cái nhìn thực tế nhất về chất lượng sản phẩm trên website thương mại điện tử.
- ❖ Trong thời đại “tốt gỗ đi kèm với tốt nước sơn” như ngày nay, việc đầu tư vào chất lượng hình ảnh hay video sẽ giúp sản phẩm của doanh nghiệp để lại ấn tượng tốt trong mắt người tiêu dùng, cũng như thể hiện được sự chuyên nghiệp của thương hiệu. Từ đó, doanh nghiệp có thể giữ chân khách hàng trên website lâu hơn, giảm tỷ lệ thoát trang và thúc đẩy doanh số bán hàng trực tuyến.



# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 2. Chức năng lọc và tìm kiếm sản phẩm nâng cao

Chức năng này đóng vai trò điều hướng khách hàng đến ngay trang thông tin chi tiết sản phẩm đang có nhu cầu mua sắm

The screenshot shows the SECOMM website's product filtering interface. At the top, there is a header with the SECOMM logo and the tagline "DIGITALIZE YOUR MARKET". Below the header, a title says "Chọn theo tiêu chí" (Select by criteria). A red button labeled "Bộ lọc" (Filter) is highlighted. Below the button are several dropdown menus and input fields for filtering products:

- Giá:** Buttons for "Dưới 3 triệu", "30 - 33 triệu", "36 - 39 triệu", and "Trên 42 triệu".
- CPU:** Button for "Apple M1".
- Dung lượng RAM:** Buttons for "8GB", "16GB", and "32GB".
- Ổ cứng:** Buttons for "SSD: 256GB", "SSD: 512GB", and "SSD: 1TB".
- Card đồ họa:** Buttons for "Card Onboard".
- Màn hình:** Buttons for "Khoảng 13 inch", "Khoảng 14 inch", and "Trên 15 inch".
- Độ phân giải:** Buttons for "Full HD", "2K (Quad HD)", "4K (Ultra HD)", and "Retina".
- Tính năng đặc biệt:** Buttons for "Ổ cứng SSD", "Wi-Fi 6", "Viền màn hình siêu mỏng", "Bảo mật vân tay", and "Nhận diện khuôn mặt".

On the right side, there are two product cards displayed:

- Macbook Pro 14 inch 2021**  
16GB 8 CPU - 14 GPU 32GB  
512GB sạc 96W | Chính hãng...  
16GB SSD: 512GB  
14.2 inches 32GB SSD: 512GB  
Apple M1  
**65.990.000 ₫**  
Home & Student 2021
- Macbook Pro 14 inch 2021**  
32GB 8 CPU - 14 GPU 32GB  
512GB sạc 96W | Chính hãng...  
16GB SSD: 512GB  
14.2 inches 32GB SSD: 512GB  
Apple M1  
**65.990.000 ₫**  
Mua Office Home & Student 2021

# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 3. Danh sách yêu thích (Wishlist)

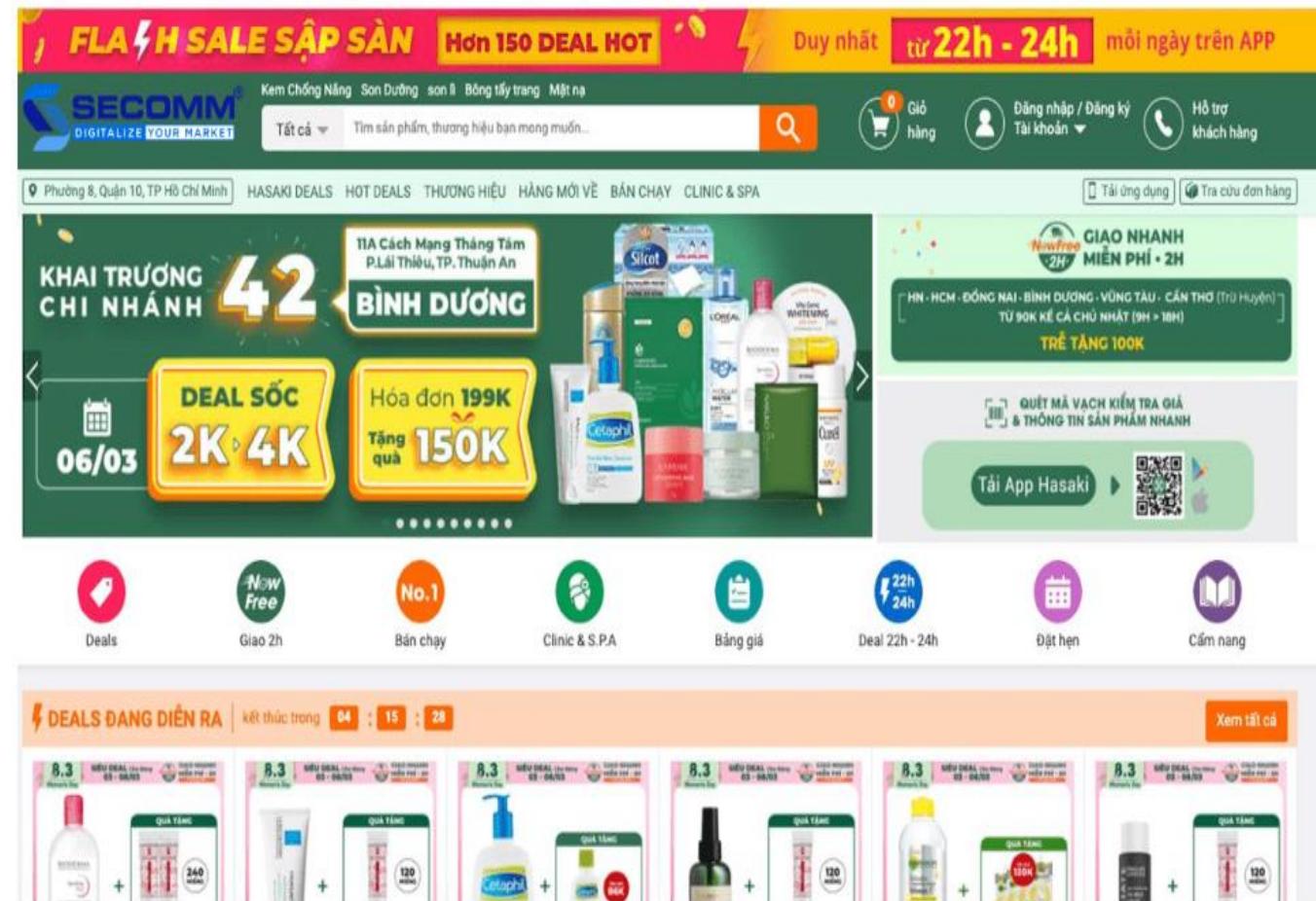
Đôi khi, khách hàng có thể quan tâm đến sản phẩm nào đó nhưng sẽ quyết định mua nó sau hoặc khách hàng có thể tìm thấy một sản phẩm thú vị và muốn kiểm tra thông tin chi tiết về sản phẩm trước khi ra quyết định mua. Lúc này, danh sách yêu thích sẽ cho phép khách hàng lưu trữ các sản phẩm này để họ có thể dễ dàng tìm thấy chúng sau khi đã đưa ra quyết định mua hàng.

The screenshot shows the homepage of Annam Gourmet. At the top right, there are links for account, wishlist (4 items), and logout. Below that is a search bar with placeholder text 'Nhập từ khóa để tìm kiếm...' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for a shopping cart (0 items) and delivery status ('ĐƯỜNG DÀY NÓNG 0777 747 263'). The main navigation menu includes 'TRANG CHỦ', 'SẢN PHẨM', 'DỊCH VỤ TIỆC', 'QUÀ TẶNG', 'CỬA HÀNG', and 'VỀ CHÚNG TÔI'. A banner at the top states 'BẠN ĐANG Ở CỬA HÀNG: HCM - SAIGON CENTER Q1'. On the left, a sidebar lists account-related links: 'TÀI KHOẢN CỦA TÔI', 'THÔNG TIN KHÁCH HÀNG', 'THÔNG TIN THÀNH VIÊN', 'PHIẾU MUA HÀNG ĐIỆN TỬ', 'SỐ ĐỊA CHỈ', 'ĐƠN HÀNG CỦA TÔI', 'DANH SÁCH YÊU THÍCH CỦA TÔI' (highlighted in blue), and 'ĐÁNH GIÁ CỦA TÔI'. The main content area is titled 'DANH SÁCH YÊU THÍCH CỦA TÔI' and displays three items: a bag of Haribo Tagada candies, a container of Philadelphia cream cheese, and a pack of Flake chocolate. Below each item is its name: 'Sôcôla & Kẹo Ngọt', 'Phô Mai', and 'Sôcôla & Kẹo Ngọt' respectively. The bottom right corner features the SECOMM logo with the tagline 'DIGITALIZE YOUR MARKET'.

# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 4. Chương trình khuyến mãi hấp dẫn

- ❖ Theo Google có tới 75% khách hàng xem quảng cáo trước khi đặt mua và 84% khách hàng sử dụng thông tin từ quảng cáo để nghiên cứu thông tin về sản phẩm.
- ❖ Việc thường xuyên hiển thị các chương trình khuyến mãi/ưu đãi như flash sale, D-Day, lễ tết, etc sẽ kích thích nhu cầu “săn sale” của khách hàng, tăng lượng truy cập lớn vào website và thúc đẩy doanh số bán hàng cho doanh nghiệp.



# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 5. Up-selling và Cross-selling

- ❖ Sau khi đã khai thác và phân tích dữ liệu thu thập được từ khách hàng, hệ thống website thương mại điện tử chuyên sâu có khả năng đưa ra một số gợi ý sản phẩm tương tự, sản phẩm liên quan nhằm tăng số lượng và giá trị đơn hàng, từ đó tăng trưởng doanh thu bán hàng trực tuyến cho doanh nghiệp.
- ❖ Up-selling (bán hàng gia tăng) là kỹ thuật nhằm bán được phiên bản đắt hơn của một sản phẩm mà khách hàng đã có hoặc đang có ý định mua bằng cách thêm các tính năng hoặc phụ kiện mới vào sản phẩm đó.
- ❖ Trong khi đó, Cross-selling (bán chéo) là kỹ thuật nhằm bán các sản phẩm đi kèm, những sản phẩm có thể có liên quan với sản phẩm mà khách hàng đã mua hoặc đang có ý định mua

The screenshot shows a mobile application interface for food delivery. At the top, there are navigation tabs: MÃ E-VOUCHER, KHUYẾN MÃI, THỰC ĐƠN, and THEO DÕI ĐƠN HÀNG. On the right side, there are icons for language (VN, EN), user profile, and cart (1 item).

The main content area displays a product: Pizza Bánh Xèo Nhật - Okonomiyaki, 189,000đ. Below the product image are details: Cỡ 9 inch, Đế dày xốp, Điều chỉnh Xóa. To the right of these details is a button labeled "Mua theo chương trình khuyến mãi" which is highlighted with a red box. This section is labeled "Up-selling".

Below the product details is a summary table:

Nhập mã khuyến mãi	Áp dụng
Tổng	189,000đ
Giảm K.Mãi	0đ
Giảm Vouchers	0đ
Phi giao hàng	0đ
Thanh toán 189,000đ	

At the bottom of the screen, there is a "Có thể bạn sẽ thích" (You might like) section with three recommended items, each with a "Thêm vào giỏ hàng" (Add to cart) button:

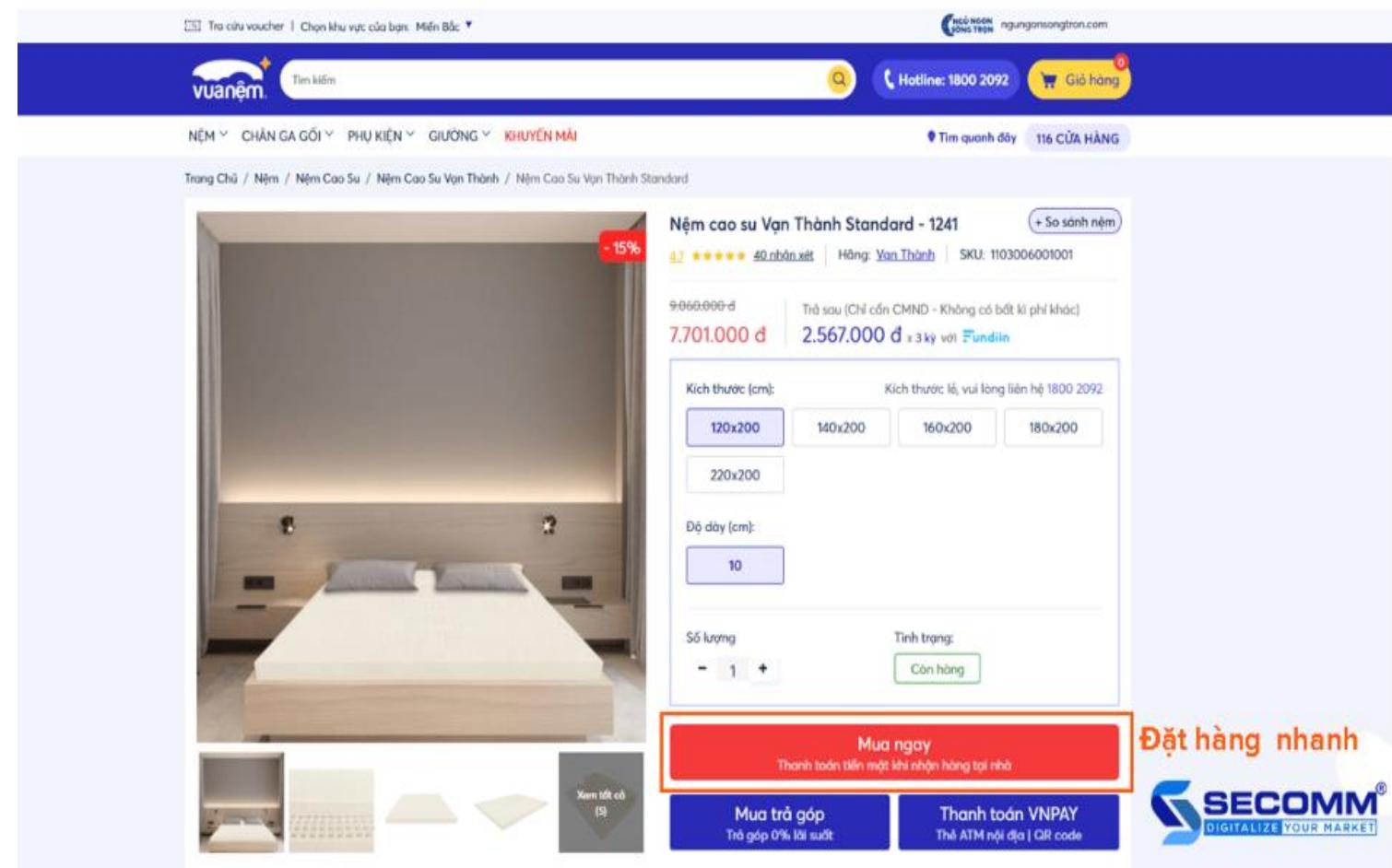
- Pizza Sô-Cô-La: 69,000đ
- Khoai Tây Phô Mai Dứt Lò: 49,000đ
- Mì Ý Hải Sản Dứt Lò: 89,000đ

A "Cross-selling" label is placed above this section. In the bottom right corner, there is a logo for SECOMM: **SECOMM** DIGITALIZE YOUR MARKET.

# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 6. Đặt hàng nhanh

Chức năng đặt hàng nhanh là một chức năng cần thiết của website thương mại điện tử. Để quá trình mua sắm ngày một diễn ra nhanh chóng thì việc đặt hàng từng bước thôii là chưa đủ. Doanh nghiệp cần thiết kế chức năng “đặt hàng nhanh”, giúp khách hàng đưa sản phẩm vào trang thanh toán – checkout ngay lập tức. Điều này sẽ là lợi thế rất lớn để doanh nghiệp đẩy nhanh tiến độ “chốt đơn” của khách hàng, từ đó tạo sự bùng nổ doanh số bán hàng online.



# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 7. One Step Checkout

- ❖ Thông thường, việc thanh toán – checkout mặc định trong website thương mại điện tử là một quy trình từng bước, nghĩa là chỉ khi khách hàng hoàn thành bước đầu tiên thì bước thứ hai sẽ được thực hiện tự động ngay sau đó cho tới khi kết thúc quá trình.
- ❖ Theo báo cáo từ Adobe, 88% khách hàng sẽ từ bỏ việc mua hàng chỉ vì bước thanh toán – checkout diễn ra quá mất thời gian và rối rắm. Và để hạn chế quy trình thanh toán rườm rà này, chức năng One Step Checkout đã được ra đời. Chức năng này giúp cung cấp các thông tin cần thiết cho khách hàng chỉ trong một bước, giúp bán hàng nhanh hơn và tạo ra chu trình thanh toán “mượt mà” hơn.

The screenshot shows the checkout process on the HASAKI.VN website. At the top right, it says "Bạn đã đăng nhập". The main area is divided into sections:

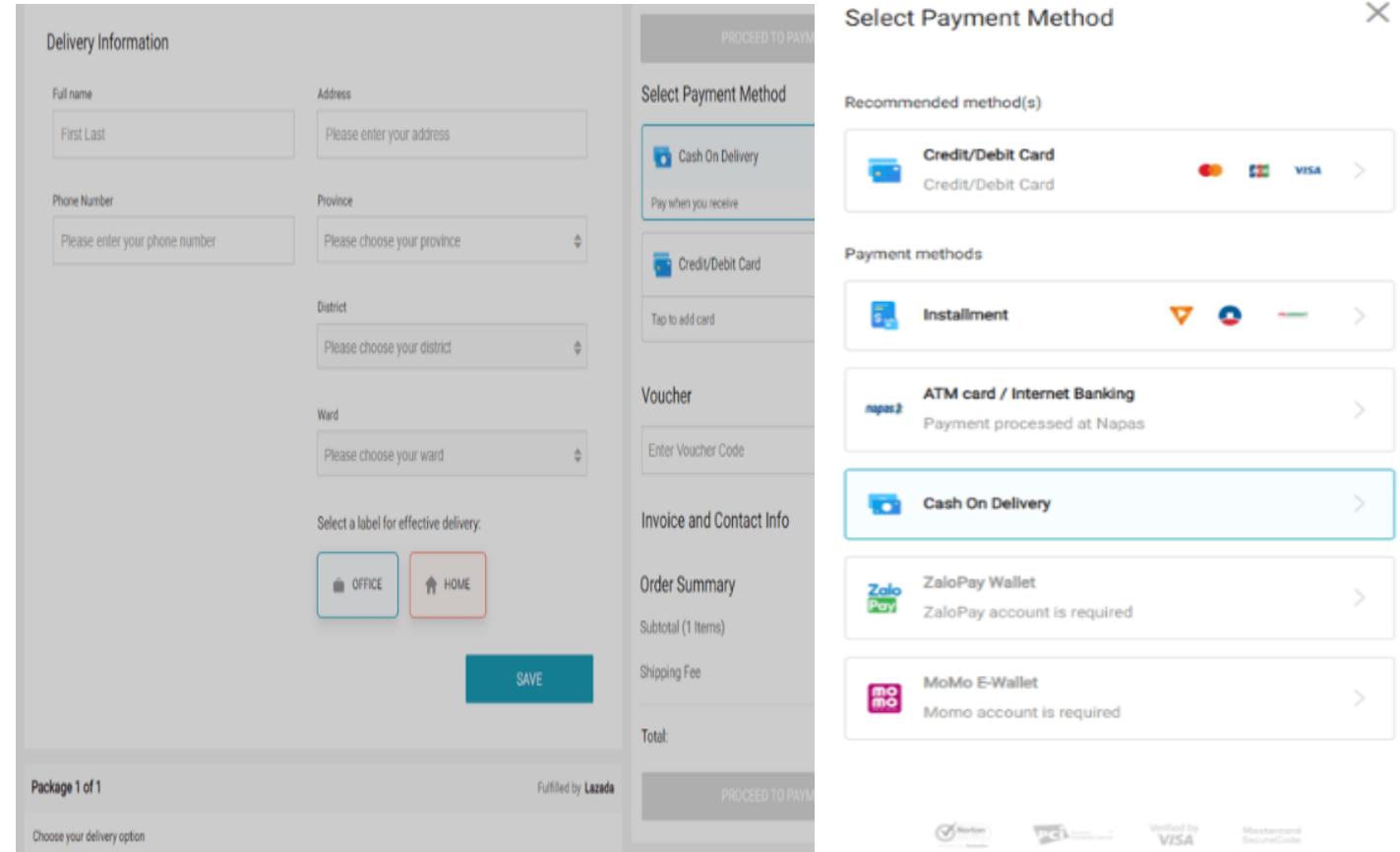
- Thông tin nhận hàng**: Shows delivery address: Lê Ngọc Diêm, 30/24 đường Tô Ký, Xã Thời Tâm Thành, Huyện Hóc Môn, Hồ Chí Minh, Phone: 0977456510. Buttons include "+ Thêm địa chỉ khác" and "Ghi chú" with a note input field.
- Vận chuyển & Thanh toán**:
  - Hình thức vận chuyển**: Radio buttons for "Giao hàng trong 48 giờ: 0đ" (selected) and "[NonFree] Giao hàng nhanh trong 2 giờ (Thẻ tặng 100k): 9,000đ". A note says "Đơn hàng không đủ điều kiện giao nhanh 2 giờ (Xem thêm)".
  - Phương thức thanh toán**: Radio buttons for "Thanh toán tiền khi nhận hàng (COD)" (selected) and "Thanh toán trực tuyến (Internet Banking, VNPay-QR, Ví điện tử VNPay, Visa - Miễn phí thanh toán)". A note says "(Xem thêm)".
  - Thông tin xuất hóa đơn**: A checkbox with the note "(Giúp Khách cần xuất hóa đơn mua hàng, vui lòng nhập thông tin tại đây)".
- Đơn hàng**: A table showing items:

Sản phẩm	Mô tả	Đơn vị	Tổng số lượng	Tổng giá
VASELINE	Sữa Dưỡng Thể Vaseline Dưỡng Ẩm Mát Sảng Da 200ml	SL: 1		60.000đ
Himalaya Herbals	Mặt Nạ Himalaya Herbals Bột Sét Limation Muối Nholved 100g	SL: 1		92.000đ
Himalaya Herbals	Tẩy Tế Bào Chết Himalaya Herbals Quà Mùi Làm Sáng Da 100ml	SL: 1		93.000đ
BIODERMA	Nước Tẩy Trang Bioderma Dành Cho Da Nhạy Cảm 500ml	SL: 1		375.000đ
Kem Dưỡng Bioderma Giúp Sắc Khỏe Lỗ Chân Lông Mini 5ml		SL: 1		0đ
- Tạm tính**:
  - Nhập mã giảm giá/dời quà:  Sử dụng
  - Bạn có phiếu mua hàng?
  - Nhập mã Voucher:  Sử dụng
  - Phi vận chuyển: 0đ
  - Thành tiền: (Đã bao gồm VAT) 590.000đ
- ĐẶT HÀNG**: An orange button at the bottom right.

# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 8. Đa dạng phương thức thanh toán

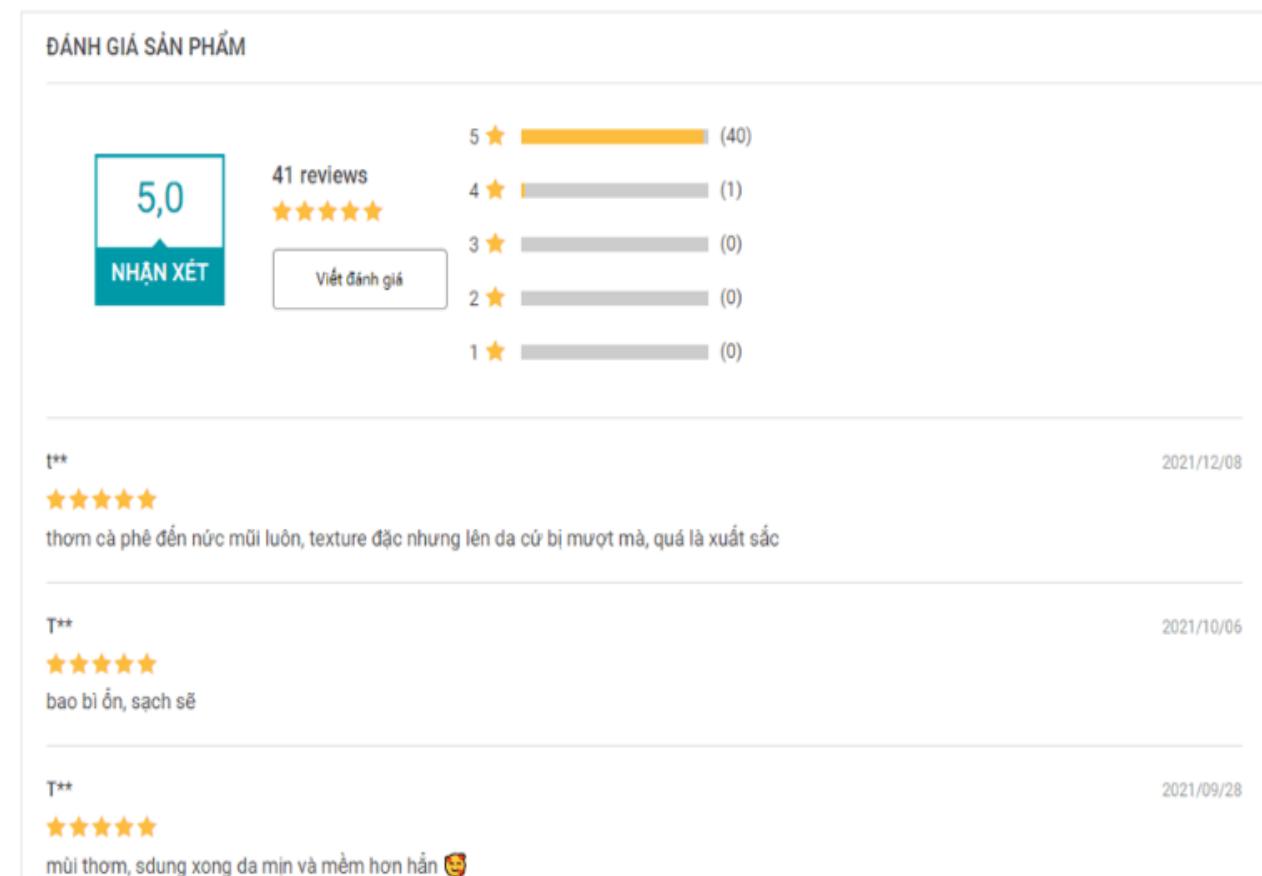
- ❖ Đa dạng phương thức thanh toán, từ thanh toán thẻ (thẻ nội địa, VISA, Mastercard), ví điện tử (MOMO, Zalopay), cổng thanh toán (OnePay, VNPay, PayPal, Stripe) cho đến COD (Cash on delivery) sẽ giúp tăng trải nghiệm mua sắm cho khách hàng.
- ❖ Ngoài ra, doanh nghiệp cũng nên cập nhật những xu hướng thanh toán mới trong thị trường thương mại điện tử như ví riêng của doanh nghiệp, mua trước trả sau (Buy Now – Pay Later), etc để vừa xây dựng Loyalty Program (chương trình khách hàng thân thiết) vừa tăng thêm sự lựa chọn khi thanh toán cho khách hàng.



# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 9. Đánh giá sản phẩm

- ❖ Theo báo cáo từ Customer Gauge, 92% khách hàng sẽ đọc các đánh giá sản phẩm từ người dùng khác trước khi đưa ra quyết định mua hàng. Chính vì thế nên chức năng đánh giá sản phẩm luôn được các doanh nghiệp ưu tiên đưa vào hệ thống chức năng ngay từ ban đầu để tăng độ uy tín của thương hiệu.
- ❖ Một website có nhiều bình luận tích cực từ những người dùng trước đó sẽ gây được sự chú ý và niềm tin ở những khách hàng tiềm năng mới, tạo tiền đề tăng trưởng doanh thu cho doanh nghiệp. Ngoài ra, những đánh giá chưa tốt sẽ giúp doanh nghiệp nhận biết được phần nhược điểm của sản phẩm, từ đó tạo động lực để cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ cho sau này.



# CÁC CHỨC NĂNG CƠ BẢN TRÊN WEBSITE, MOBILE CHO TMĐT

## 10. Tương thích trên đa thiết bị

Ngoài giao diện đẹp mắt, chuẩn UI/UX thì khả năng tương thích trên đa thiết bị như desktop, smartphone và tablet là chức năng bắt buộc cần phải có trên giao diện website thương mại điện tử. Đây không những là yếu tố gây ảnh hưởng đến trải nghiệm Omnichannel (đa kênh) của khách hàng mà còn là tiêu chí ảnh hưởng đến SEO và thứ hạng từ Google.



# THỰC HÀNH TÌNH HUỐNG

## ❖ Tình huống 1

- Đối với một doanh nghiệp thương mại điện tử, thuyết phục được ngay khách hàng tiềm năng mua hàng là điều tuyệt vời. Nhưng sẽ tuyệt hơn nữa nếu ta khiến được khách hàng mua kèm nhiều món vào sản phẩm chính. Công ty nội thất ABC hiểu rõ điều này và lấy đó làm mục tiêu. Với mỗi khách hàng mua sản phẩm nội thất làm từ da, họ bán kèm bộ dụng cụ vệ sinh da – Leather Conditioning Kit.
- Vốn dĩ doanh thu các sản phẩm chính của ABC khá tốt, nhưng những loại hàng bổ sung lại khó bán hơn; mà nguyên nhân chỉ bởi khách hàng không biết đến sự tồn tại của chúng. Vậy nên, muốn khách hàng biết thì ta phải chủ động rao lên. Các món bổ sung này chỉ chiếm trung bình khoảng 6% doanh thu một giờ hàng, nhưng chúng sẽ tăng rất nhiều giá trị cho sản phẩm chính, bởi một khi đã xài đồ da, tất nhiên phải vệ sinh để giữ cho lâu bền.

GIẢI PHÁP ?

# THỰC HÀNH TÌNH HUỐNG

## ❖ Tình huống 1

- **GẢI PHÁP:** ABC đã triển khai chiến thuật này một cách trực diện: tại giao diện trang giỏ hàng – Shopping Cart – ngay trước lúc khách hàng thanh toán, họ thêm 1 hàng chữ thúc đẩy hành động – Call to Action – ‘Mua thêm bộ dụng cụ vệ sinh da.’

# THỰC HÀNH TÌNH HUỐNG

## ❖ Tình huống 2

- Company Folders là một công ty đã ổn định, chuyên sản xuất các loại bìa kẹp, túi đựng hồ sơ, giấy tờ... cho các doanh nghiệp. Sản phẩm họ khá độc đáo, vậy nhưng, mảng kinh doanh Online chưa đạt kỳ vọng bởi trang Web của họ ‘cứ như đồ cổ’ – theo lời CEO họ thừa nhận.
- Vấn đề chính trên Website họ nằm ở chức năng tính giá. Vì sao? Vì họ không sản xuất sản phẩm theo một vài khuôn mẫu có sẵn mà tùy chỉnh theo nhu cầu mỗi khách hàng. Chẳng hạn: một bìa đựng hồ sơ có thể tùy chỉnh theo: kích thước, kiểu dáng, chất liệu, hoa văn... Kết quả là có đến hơn 15 triệu kiểu kết hợp tùy chỉnh như vậy. Với con số khổng lồ đó, khi muốn tính giá, khách hàng phải trải qua quy trình điền thông tin phức tạp trên trang Web của Company Folders và không ít người đã... bỏ dở vì cảm thấy mệt mỏi & tốn thời gian.

GIẢI PHÁP ?

# THỰC HÀNH TÌNH HUỐNG

## ❖ Tình huống 2

- **GẢI PHÁP:** Thoạt tiên, họ chỉ định chỉnh sửa lại đôi chút, nhưng nhanh chóng nhận ra phải tái thiết kế trang Web. Họ chia nhỏ quy trình tính giá công kềnh ban đầu thành nhiều quy trình nhỏ hơn, dễ hiểu hơn và theo một thứ tự Logic.

DESIGN WINNING  
ECOMMERCE CHANNEL

### COMPANY FOLDERS GIẢM ĐỘ KHÓ WEBSITE

**Tình huống:**  
Quy trình tính giá phức tạp khiến nhiều người bỏ dở vì mệt mỏi & tốn thời gian.

**Giải pháp:**  
Chia nhỏ quy trình tính giá công kẽnh theo 1 thứ tự logic và dễ hiểu.



**Kết quả:**  
Số lượt khách hàng tính giá tăng 67.68%.

**Bài học:**  
Nên chia nhỏ hệ thống, quy trình phức tạp theo trình tự logic giúp khách hàng thoải mái và dễ dàng tập trung, từ đó tăng tỷ lệ chuyển đổi

## E. THỰC HÀNH TÌNH HUỐNG

### ❖ Tình huống 3

- ❖ Quan sát khoảng 30 trang web, nhận dạng và phân loại hình thức hoạt động

# TỔNG KẾT CHƯƠNG 1

- ❑ TMĐT: Khái niệm, đặc trưng, phân loại, mô hình.
- ❑ Sàn TMĐT: Mô hình hoạt động, sản phẩm, giao dịch, thanh toán, ...
- ❑ Công nghệ ứng dụng TMĐT

# END