1. Với trường hợp doanh nghiệp startup sản phẩm quá mới, chưa có dữ liệu quá khứ, cũng như không có nhiều thông tin về nhu cầu thị trường thì có các cách sau để thực hiện:

* Thử nghiệm với hình thức Pre-order (đặt hàng trước): Xây dựng các trang thông tin landing page giới thiệu chi tiết về sản phẩm, tính năng và thông tin ngày dự kiến ra mắt, đặt trước sẽ được giảm ...%. Em có thể tham khảo website vaithuhay.com - Họ làm rất tốt việc triển khai Pre-order <https://vaithuhay.com/products/ke-tay-cong-thai-hoc-carpio-2>
* Thử nghiệm nhập 1 số lượng hàng rất nhỏ, hoặc không cần nhập hàng. Chạy thử các chiến dịch quảng cáo FB Ads, GG Ads thăm dò thị trường. Lấy khảo sát, bình luận của khách sau đó phân tích. Hoặc là tạo các link sản phẩm cho phép khách đặt hàng luôn sau 5 ngày hoặc 1 tuần đo lại để từ đó ước tính được số lượng kế hoạch cho sản phẩm mới.
* Với các khách đã đặt hàng có thể gọi điện xin lỗi khách vì quá nhiều đơn, hết hàng trong kho, hẹn ngày giao trong vài tuần tới, tặng khách quà tặng kèm hoặc mã giảm....

1. Về các cách giải quyết hàng tồn kho thì hiện nay các doanh nghiệp đang áp dụng khá nhiều cách khác nhau tùy thuộc vào hàng hóa của mình.

* Nếu hàng hóa vẫn có khả năng bán được trong chu kỳ tới. (vd: mùa đông năm sau) thì tìm cách bảo quản, kỳ tới bán.
* Nếu hàng hóa sau thời gian sẽ lỗi mốt, hư hỏng thì tìm cách xả hàng: Có thể áp dụng các chiến dịch sale off sập sàn để thu hồi vốn. Kết hợp với các sản phẩm bán chạy khác trên web mình, dùng sản phẩm tồn kho làm quà tặng kèm để kích thích mua sắm từ khách.
* Tồn kho 6 tháng, 9 tháng hay ngay cả 1 năm thì các cách áp dụng vẫn khác nhau, tùy thuộc mặt hàng của mình nha em.
* Tài liệu cụ thể hiện hầu như rất ít, đa phần các team MKT của công ty được giao nhiệm vụ thực hiện các chiến dịch đều tự nghiên cứu, học hỏi đối thủ và thị trường. Tùy thuộc vào hàng hóa và mục đích của việc xả hàng tồn kho thu hồi vốn gốc hay khuyến mãi sale off lớn của cty mình để lên chiến dịch phù hợp nhất với ngân sách và tình hình của công ty mình.