## Họ và tên: Lê Thanh Hùng

Thương mại điện tử

# **mô tả**

Thương mại điện tử (E-commerce) là hoạt động kinh doanh mua bán hàng hóa sản phẩm, dịch vụ được giao dịch thông qua internet. Các giao dịch kinh doanh này diễn ra giữa các chủ thể là doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B), doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C), người tiêu dùng với người tiêu dùng (C2C) hoặc người tiêu dùng với doanh nghiệp (C2B).

Mỗi khi cá nhân hoặc công ty thực hiện hành động mua hoặc bán sản phẩm, dịch vụ trực tuyến thông qua internet nghĩa là họ đang tham gia vào thương mại điện tử.

Thương mại điện tử được cung cấp bởi internet, nơi khách hàng có thể truy cập vào một cửa hàng trực tuyến để duyệt qua và đặt hàng cho các sản phẩm hoặc dịch vụ thông qua thiết bị của riêng họ.

Trong khi kinh doanh điện tử đề cập đến tất cả các khía cạnh của hoạt động kinh doanh trực tuyến, thì thương mại điện tử chỉ đề cập cụ thể đến giao dịch hàng hóa và dịch vụ.

Thuật ngữ thương mại điện tử cũng bao gồm các hoạt động khác bao gồm đấu giá trực tuyến, ngân hàng trực tuyến, cổng thanh toán online, bán hàng online, tra cứu vận đơn.

Trong thời gian gần đây, hoạt động mua bán trên các sàn thương mại điện tử rất sôi động đặc biệt là trong lúc đại dịch đang xảy ra thì nhu cầu sử dụng hình thức mua hàng online ngày càng gia tăng. Trong lúc số người mua gia tăng thì đương nhiên các shop bán hàng cũng mọc lên nhiều vô kể.

# Những vấn đề

* Đưa mặt hàng đến với người dùng, lựa chọn quảng cáo hiệu quả.
* Xu thế các mặt hàng, nhu cầu và thị hiếu của khách hàng trong tương lai.
* Vấn nạn hàng giả, hàng nhái, có nguồn gốc xuất xứ không rõ ràng với chất lượng kém tràn lan khiến người dùng không tin tưởng vào các sàn thương mại điện tử.
* Hệ thống hóa đơn, dịch vụ hỗ trợ gói hàng cho cả người dùng và người bán theo dõi gói hàng.
* Lựa chọn tuyến đường, phân chia các gói hàng theo tuyến cho hợp lý với số lượng khủng.

# **Nguồn dữ liệu**

Nguồn dữ liệu nằm chính ở những đơn đặt hàng của người dùng, trong đó có rất nhiều thông tin như:

* Số lượng và đơn hàng
* Thời gian và địa điểm có thể giao nhận
* Tần suất mua hàng, mua lại sản phẩm
* Nguyên nhân trả hàng, lý do hàng lỗi
* Đánh giá sản phẩm từ người tiêu dùng
* Các tuyến đường vận chuyển, đơn vị vận chuyển

# **đặc điểm của nguồn dữ liệu**

* Nguồn dữ liệu khủng
* Tốc độ ra dữ liệu nhanh chóng
* Dữ liệu thô, dưới dạng câu văn nói của khách hàng
* Ngoài ra cũng có dữ liệu số ( số lượng sản phẩm, số lần đổi trả…)
* Dữ liệu nhiều khi không nhất quán và có thể thay đổi

# **Chiến dịch Thu thập dữ liệu**

Thu thập dữ liệu thương mại điện tử khá đơn giản thông qua việc theo dõi doanh thu, tỉ lệ chuyển đổi và giá trị đặt hàng trung bình. Với những bước thu thập cơ bản kết hợp sử dụng báo cáo Thương mại điện tử để đánh giá thu thập một cách tổng hợp tất cả các dữ liệu thu thập được.

Bên cạnh đó, người bán hàng cũng có thể khuyến khích khách hàng đánh giá và ghi nhận lại những đánh giá đó. Thực hiện các khảo sát, yêu cầu đăng ký và tận dụng các biểu mẫu để gửi cho khách hàng thực hiện khảo sát qua email. Đối với những cửa hàng quy mô lớn thì có thể ứng dụng phương pháp tự động thông qua AI như quét website, theo dõi Cookie, phân tích phương tiện truyền thông xã hội và xử lý ngôn ngữ tự nhiên nhằm thu thông dữ liệu.