



THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



ThS. Nguyễn Thị Thanh Trúc



Giới thiệu môn học

- ❖ Công nghệ thông tin đã và đang thay đổi mạnh mẽ, nhanh chóng.
- ❖ Internet tác động mạnh mẽ đến mọi hoạt động của nền kinh tế, ngành nghề và doanh nghiệp; tạo nên môi trường kinh doanh mới, hình thành kênh thông tin, cung cấp, phân phối mới trên các thị trường điện tử.
- ❖ Xuất hiện các hoạt động thương mại điện tử.



Giới thiệu môn học

- ❖ **Thương mại điện tử (TMĐT)** thay đổi các mô hình kinh doanh truyền thống.
 - TMĐT đem lại phương thức tiến hành mới, hiệu quả hơn, nhanh hơn cho tất cả các hoạt động truyền thống.
 - Mở ra cơ hội tiếp cận thị trường quốc tế, nâng cao hiệu quả, tăng lợi nhuận, giảm chi phí, duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh dựa trên các ứng dụng công nghệ thông tin.
 - Mặc khác cũng đem lại những nguy cơ lớn.



Giới thiệu môn học

- ❖ Môn học **Thương mại điện tử** ngày càng trở nên cần thiết, do nhu cầu kinh doanh, giao dịch thông qua mạng ngày càng tăng lên.
- ❖ **Thương mại điện tử góp phần hoàn thiện thương mại truyền thống**, làm giảm rủi ro, chi phí, nâng cao hiệu quả thương mại nói chung và buôn bán quốc tế nói riêng.



Nội dung môn học

- ❖ Chương 1. Tổng quan về thương mại điện tử
- ❖ Chương 2. Cơ sở hạ tầng thương mại điện tử
- ❖ Chương 3. Ứng dụng CNTT & TMĐT trong DN
- ❖ Chương 4. Duy trì & phát triển website TMĐT
- ❖ Chương 5. Marketing qua mạng Internet
- ❖ Chương 6. Thanh toán trong TMĐT
- ❖ Chương 7. Bảo mật và an toàn trong TMĐT
- ❖ Chương 8. Chính sách pháp luật về TMĐT



Kiểm tra & đánh giá

❖ Thời lượng môn học:

- 30 tiết

❖ Hình thức kiểm tra đánh giá môn học:

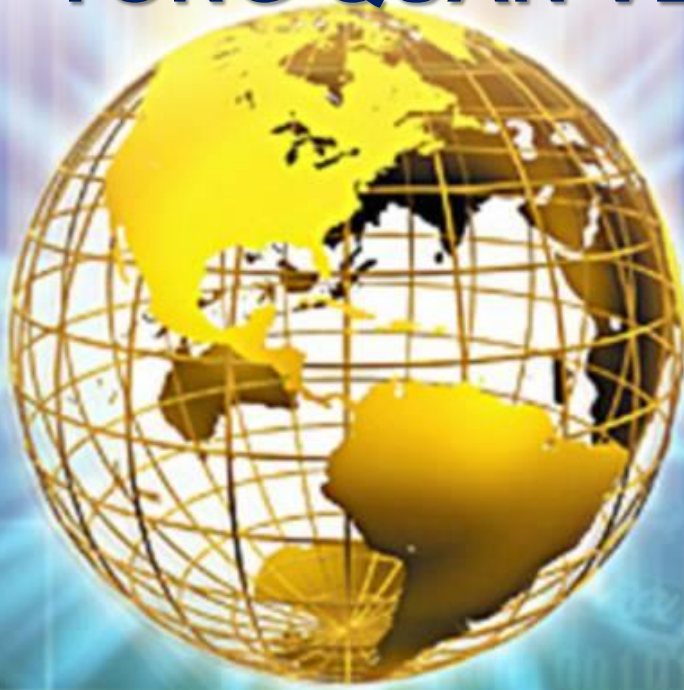
- Bài tập, chuyên cần 30%
- Kiểm tra cuối kỳ 70%

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



Chương 1.

TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



ThS. Nguyễn Thị Thanh Trúc



Nội dung

- ❖ Giới thiệu
- ❖ Định nghĩa thương mại điện tử
- ❖ Đặc trưng của thương mại điện tử
- ❖ Lợi ích của thương mại điện tử
- ❖ Hạn chế của thương mại điện tử
- ❖ Thương mại điện tử ở Việt Nam
- ❖ Tình hình phát triển internet
- ❖ Một số lưu ý



You are here:  USA



(DELL)^{RED} + (Windows)^{RED}

DELL AND WINDOWS ARE PROUD PARTNERS OF (PRODUCT)^{RED}™

**TECHNOLOGY THAT
MAKES AN IMPACT.**

► **Buy Dell. Join (RED). Save Lives.**



Laptops



Desktops &
All-in-One



Servers, Storage
& Networking



Printers, Ink &
Toner



TVs, Software &
Accessories



Support & Help

Solutions For:

- Home & Home Office
- Small & Medium Business
- Large Business
- Government, Education, Healthcare & Life Sciences
- Partners



Dell Community: Ideas, Blogs, Forums, Videos

Choose A Country/Region

United States



Giới thiệu

- ❖ DELL - Ứng dụng và thành công từ Thương mại điện tử.
- ❖ Được thành lập 1984 bởi Micheal Dell.
- ❖ Sử dụng hệ thống đặt hàng qua mail để cung cấp máy tính.
- ❖ Thiết kế hệ thống máy tính riêng và cho phép khách hàng định lại cấu hình (build-to-order).



Giới thiệu

❖ Khó khăn:

- Năm 1993, DELL là 1 trong 5 công ty máy tính hàng đầu thế giới.
- Đối thủ Compaq.
- Đơn đặt hàng qua mail và fax chậm dần → Thua lỗ
- Năm 1994, lỗ trên 100 triệu USD bởi hệ thống đặt hàng qua Fax và thư chậm chạp.



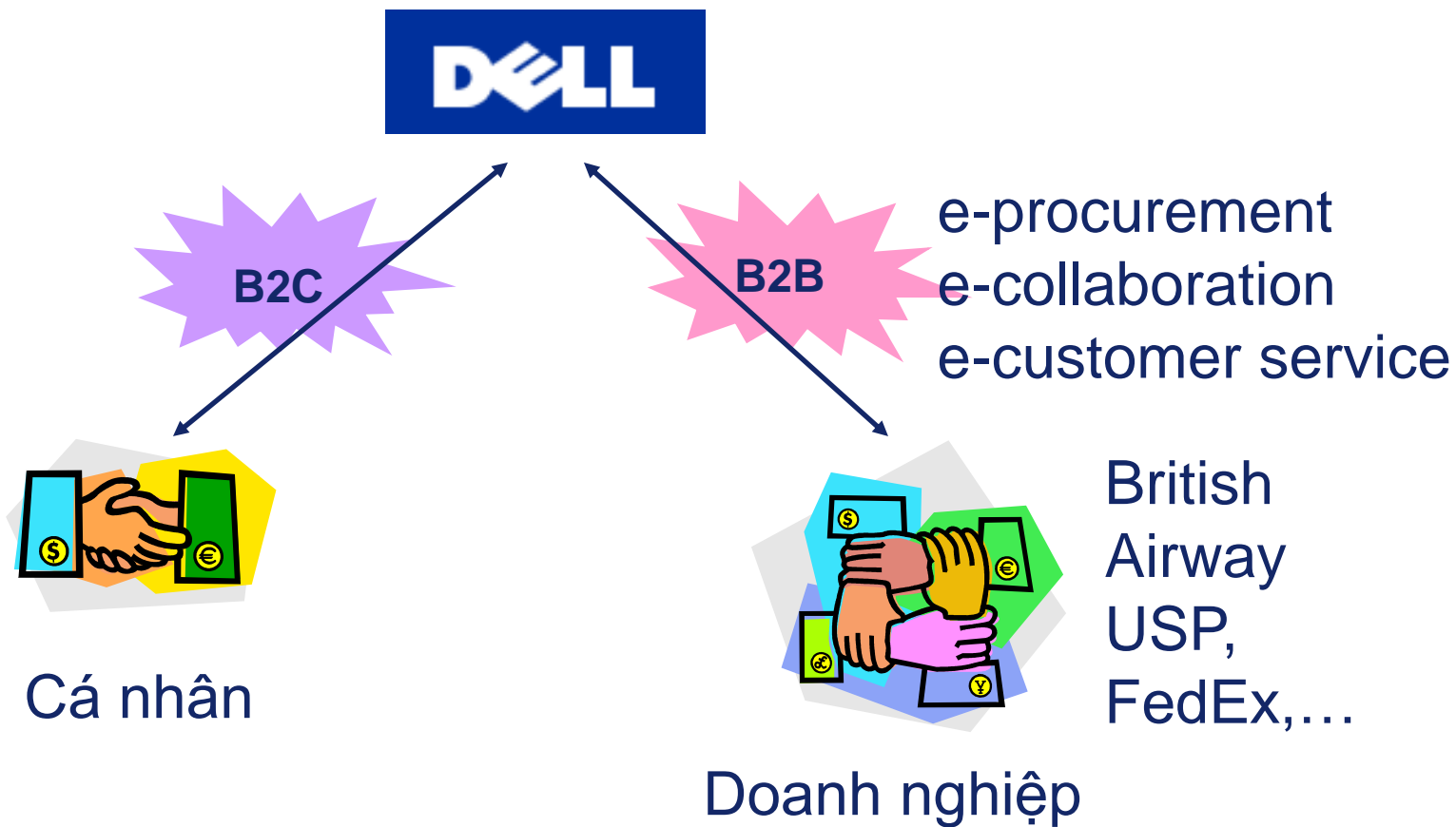
Giới thiệu

❖ Giải pháp:

- Mở nhiều công ty con tại châu Âu và châu Á
- Nhận đơn đặt hàng qua mạng
- Cung cấp thêm các sản phẩm phụ qua hệ thống website: Máy in, switch, camera...
- Tiếp thị trực tiếp qua mạng cho nhiều nhóm khách hàng.
- Tân trang máy tính và bán đấu giá trực tuyến



Giới thiệu

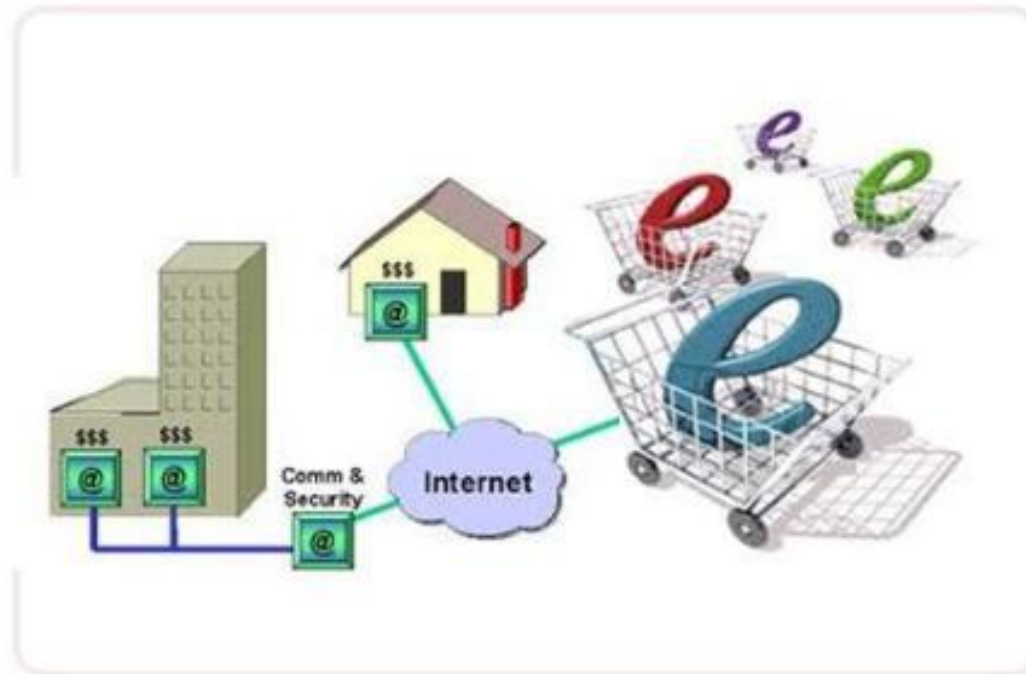




Giới thiệu

❖ Nhận xét:

- DELL ứng dụng TMĐT thành công
- Mô hình kinh doanh được các nhà sản xuất khác áp dụng





Câu hỏi 1

Như vậy, theo anh/chị: Thương mại điện tử là gì? Hình thức hoạt động như thế nào thì có thể được coi là TMĐT?



Định nghĩa TMĐT

❖ Có nhiều định nghĩa khác nhau về TMĐT

- Thương mại điện tử - **Electronic Commerce**, viết tắt là **E-Commerce**.
- EC là hình thức mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua mạng máy tính toàn cầu.
- EC là việc thực hiện các hoạt động thương mại dựa trên các công cụ **điện tử**, đặc biệt là **Internet** và **WWW**.
- EC theo nghĩa hẹp, là tất cả các website hoặc trang thông tin có ảnh hưởng và có tác dụng một cách trực tiếp hay gián tiếp đến hoạt động thương mại, mua bán, trao đổi... trong hiện tại hay tương lai.



Định nghĩa TMĐT

- ❖ Có nhiều định nghĩa khác nhau về TMĐT
 - EC là quy trình mua bán ảo thông qua việc truyền dữ liệu giữa các máy tính trong chính sách phân phối của tiếp thị. Tại đây một mối quan hệ thương mại hay dịch vụ trực tiếp giữa người cung cấp và khách hàng được tiến hành thông qua Internet (từ điển Wikipedia)
 - EC 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, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet (WTO).



Định nghĩa TMĐT

❖ E-Commerce:

- Quá trình mua, bán, hay trao đổi các sản phẩm, dịch vụ, thông tin qua mạng máy tính, đặc biệt mạng Internet.

❖ E-Business:



- Hoạt động thương mại sử dụng các phương tiện và công nghệ xử lý thông tin số hóa



Câu hỏi 2

Sự khác nhau giữa Thương mại điện tử
và Thương mại truyền thống?



Đặc trưng của TMĐT

- ❖ Các bên tiến hành giao dịch trong TMĐT không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không cần biết nhau từ trước.
- ❖ TMĐT được thực hiện trong một thị trường không biên giới (toàn cầu). TMĐT trực tiếp tác động tới môi trường cạnh tranh toàn cầu.
- ❖ Tăng chi phí đầu tư cho công nghệ, người sử dụng phải luôn luôn học hỏi để nâng cao kiến thức sử dụng công nghệ.



Đặc trưng của TMĐT

- ❖ **Tiến hành trên mạng**: không bị ảnh hưởng bởi khoảng cách địa lý, không phân biệt nhà cung cấp nhỏ hay lớn.
- ❖ Hoạt động giao dịch TMĐT đều **có sự tham gia ít nhất ba chủ thể**, trong đó không thể thiếu người cung cấp dịch vụ mạng, cơ quan chứng thực.
- ❖ Đối với thương mại truyền thống thì mạng lưới thông tin là phương tiện trao đổi dữ liệu; đối với TMĐT, mạng lưới thông tin chính là thị trường.



Câu hỏi 3

Từ những đặc điểm đã nêu trên, hãy cho biết:

1. Lợi ích của Thương mại điện tử?
2. Hạn chế của Thương mại điện tử?



Lợi ích của TMĐT

❖ Lợi ích đối với các tổ chức:

- Mở rộng thị trường, tìm kiếm, tiếp cận người cung cấp, khách hàng và đối tác trên khắp thế giới.
- Giảm chi phí sản xuất: chi phí giấy tờ, chia sẻ thông tin, in ấn, gửi văn bản truyền thống,...
- Cải thiện hệ thống phân phối: giảm lượng hàng lưu kho và độ trễ trong phân phối hàng.
- Vượt giới hạn về thời gian: hoạt động kinh doanh được thực hiện 24/7.



Lợi ích của TMĐT

❖ Lợi ích đối với các tổ chức:

- Giảm chi phí thông tin liên lạc.
- củng cố quan hệ khách hàng thông qua việc giao tiếp thuận tiện qua mạng.
- Thông tin cập nhật thường xuyên trên web như sản phẩm, dịch vụ, giá cả.
- Chi phí đăng ký kinh doanh: giảm hoặc không thu phí đăng ký kinh doanh qua mạng.
- Các lợi ích khác: Nâng cao uy tín, hình ảnh doanh nghiệp; cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng,...



Lợi ích của TMĐT

❖ Lợi ích đối với người tiêu dùng:

- Vượt giới hạn về không gian và thời gian.
- Nhiều lựa chọn về sản phẩm và dịch vụ.
- Giá thấp hơn, giao hàng nhanh hơn.
- Thông tin phong phú, thuận tiện, chất lượng cao hơn.
- Có thể tham gia mua và bán trên các sàn đấu giá.
- Khả năng tự động hóa cho phép chấp nhận các đơn hàng khác nhau từ mọi khách hàng.
- Thuế: nhiều nước khuyến khích bằng cách miễn thuế đối với các giao dịch trên mạng.



Lợi ích của TMĐT

❖ Lợi ích đối với xã hội:

- Giảm việc đi lại, ô nhiễm,...
- Tăng tiêu chuẩn cuộc sống.
- Những nước nghèo có thể tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ từ các nước phát triển hơn thông qua Internet và TMĐT.
- Các dịch vụ công cộng như y tế, giáo dục, các dịch vụ công của chính phủ... được thực hiện qua mạng với chi phí thấp hơn, thuận tiện hơn.



Hạn chế của TMĐT

❖ Hạn chế về kỹ thuật (công nghệ):

- Chưa có tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng-an toàn-độ tin cậy.
- Tốc độ đường truyền Internet vẫn chưa đáp ứng người dùng tốt. Chi phí truy cập Internet vẫn còn cao.
- Các công cụ xây dựng phần mềm vẫn trong giai đoạn đang phát triển.
- Khó khăn khi kết hợp các phần mềm TMĐT với các phần mềm ứng dụng khác.
- Cần có những web server đặc thù (tốn nhiều tiền).



Hạn chế của TMĐT

❖ Hạn chế về thương mại:

- An ninh và riêng tư là hai cản trở về tâm lý đối với người tham gia TMĐT.
- Thiếu lòng tin vào TMĐT và người bán hàng trong TMĐT do không được gặp trực tiếp.
- Luật, chính sách, thuế chưa được hoàn thiện.
- Số lượng người tham gia chưa đủ lớn để đạt lợi thế về quy mô.
- Sự gian lận ngày càng tăng do đặc thù của TMĐT.



Phân loại

❖ Trong TMĐT có ba chủ thể tham gia:

- **Doanh nghiệp (B):** giữ vai trò động lực phát triển TMĐT
 - **Người tiêu dùng (C):** giữ vai trò quyết định sự thành công của TMĐT
 - **Chính phủ (G):** giữ vai trò định hướng, điều tiết và quản lý.
- ➔ **Hình thành mối quan hệ giữa các chủ thể trong TMĐT: B2B, B2C, B2G, C2G, C2C...**



Phân loại

❖ B2B (Business-to-Business):

- Thành phần tham gia hoạt động thương mại là các doanh nghiệp, tức người mua và người bán đều là doanh nghiệp. Chiếm 80% doanh số TMĐT toàn cầu. Các bên tham gia giao dịch B2B gồm: người trung gian trực tuyến, người mua và người bán.





Phân loại

❖ Các loại giao dịch B2B cơ bản:

- Bên bán: là mô hình một công ty bán cho nhiều người mua. Có 3 phương pháp bán trực tiếp trong mô hình này: bán từ catalog điện tử, bán qua quá trình đấu giá, bán theo hợp đồng cung ứng dài hạn đã thỏa thuận trước.
- Bên mua: một bên mua - nhiều bên bán
- Sàn Giao Dịch: nhiều bên bán - nhiều bên mua
- TMĐT phối hợp: các đối tác phối hợp nhau ngay trong quá trình thiết kế chế tạo sản phẩm



Phân loại

❖ B2C (Business-to-Consumer):

- Thành phần tham gia hoạt động thương mại gồm người bán là doanh nghiệp và người mua là người tiêu dùng → là mô hình bán lẻ trực tiếp đến người tiêu dùng.
- Mô hình kinh doanh bán lẻ (trực tiếp) có thể phân loại quy mô các loại hàng hóa, phạm vi địa lý, kênh bán.





Phân loại

❖ C2C (Consumer-to-Consumer):

- Thành phần tham gia hoạt động thương mại là các cá nhân, tức người mua và người bán đều là cá nhân.



CHỢ ĐIỆN TỬ.VN



Cơ sở để phát triển TMĐT

- ❖ Hạ tầng kỹ thuật internet phải đủ nhanh, mạnh.
- ❖ Hạ tầng pháp lý: phải có luật về thương mại điện tử, luật bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ người tiêu dùng.
- ❖ Phải có cơ sở thanh toán điện tử an toàn bảo mật.
- ❖ Phải có hệ thống cơ sở chuyển phát hàng nhanh chóng, kịp thời và tin cậy.



Cơ sở để phát triển TMĐT

- ❖ Phải có hệ thống an toàn bảo mật cho các giao dịch.
- ❖ Phải có nhân lực am hiểu kinh doanh, công nghệ thông tin, thương mại điện tử.





Đối tượng chính tham gia website TMĐT

- ❖ Người cung cấp dịch vụ Internet và công nghệ đáp ứng được nhu cầu hoạt động và kinh doanh trực tuyến.



- ❖ Người xây dựng website TMĐT:
 - Có đủ kiến thức về kỹ thuật.
 - Có đội ngũ chuyên nghiệp phục vụ cho việc xây dựng và thiết kế website.



Đối tượng chính tham gia website TMĐT

❖ Người trực tiếp kinh doanh TMĐT:

- Có đủ kiến thức về TMĐT
- Cập nhật thông tin, giao dịch mua bán,...
- Đảm bảo tính tin cậy trong TMĐT, đảm bảo quyền lợi của các bên khi tham gia trên website TMĐT...

❖ Người mua hàng trên website TMĐT.





Những quan niệm sai lầm trong TMĐT

- ❖ Tin rằng xây dựng website xong là sẽ có khách hàng một cách dễ dàng và nhanh chóng.
- ❖ Tin rằng doanh nghiệp có thể dùng website để quảng bá sản phẩm, thông tin đến với mọi người trên khắp thế giới một cách dễ dàng.
- ❖ Tin rằng website sẽ thay thế các công cụ, phương tiện marketing khác.



Những quan niệm sai lầm trong TMĐT

- ❖ Không chú trọng và hiểu đúng đắn về thiết kế, giao diện, chức năng,... của website.
- ❖ Không chú trọng những thông tin thuyết phục người xem ra quyết định mua hàng.
- ❖ Không cập nhật thông tin thường xuyên.
- ❖ Tin rằng website đẹp về mỹ thuật sẽ mang lại nhiều khách hàng.



Những quan niệm sai lầm trong TMĐT

- ❖ Không có thói quen trả lời ngay những email hỏi thông tin của người xem.
- ❖ Không quan tâm đến rủi ro trong thanh toán qua mạng.
- ❖ Áp dụng rập khuôn những mô hình TMĐT đã có.
- ❖ Không quan tâm đúng mức về cạnh tranh trong TMĐT.
- ❖ Không quan tâm đến công nghệ mới.



TMĐT ở Việt Nam

- ❖ Tiềm năng phát triển TMĐT ở Việt Nam là cao bởi?
 - VN là nước xuất khẩu nhiều loại mặt hàng
 - Một trong 20 nước có tiềm năng cao về gia công phần mềm
 - Nhân lực VN tiếp thu CNTT nhanh
 - Nhà nước có chủ trương thúc đẩy TMĐT phát triển
 - CNTT ở VN đang phát triển mạnh



TMĐT ở Việt Nam

❖ Hiện trạng:

- Người tiêu dùng và doanh nghiệp đã có nhận thức về TMĐT
- Các dịch vụ công liên quan đến TMĐT xuất hiện
- Thị trường thanh toán phát triển, nhất là thanh toán qua thẻ tín dụng
- Kinh doanh dịch vụ trực tuyến phát triển rầm rộ và mạnh mẽ



TMĐT ở Việt Nam

❖ Hiện trạng:

- Các sàn giao dịch kinh doanh tổng hợp B2B tăng khá nhanh, một số sàn đạt hiệu quả cao:
- www.ecvn.gov.vn
- www.vnemart.com
- www.gophatdat.com
- www.e-vietnamlife.com
- ...



TMĐT ở Việt Nam

❖ Hiện trạng:

- Các sàn TMĐT B2C cũng tăng, một số sàn thu về nhiều lợi nhuận:
 - www.megabuy.com.vn,
 - www.123mua.com.vn
 - www.duylinhmobile.com.vn,...
- Số lượng các sàn TMĐT C2C tăng chậm, các sàn tiêu biểu:
 - www.1001shoppings.com
 - www.chodientu.vn
 - www.123mua.vn ,...



TMĐT ở Việt Nam

❖ Hiện trạng:

- Các sàn TMĐT B2C cũng tăng, một số sàn thu về nhiều lợi nhuận:
 - www.megabuy.com.vn,
 - www.123mua.com.vn
 - www.duylinhmobile.com.vn,...
- Số lượng các sàn TMĐT C2C tăng chậm, các sàn tiêu biểu:
 - www.1001shoppings.com
 - www.chodientu.vn
 - www.123mua.vn ,...



TMĐT ở Việt Nam

❖ Hiện trạng:

- Doanh nghiệp chỉ mới dừng ở mức quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm, trao đổi thông tin.
- Giao dịch và ký hợp đồng bằng công cụ điện tử chưa nhiều:
 - Với đối tác nước ngoài: trao đổi bằng thư điện tử.
 - Với giao dịch trong nước: sử dụng giấy tờ truyền thống.
 - Với khách hàng là cá nhân: một số doanh nghiệp đã bán được hàng qua mạng.



TMĐT ở Việt Nam

❖ Trở ngại?

- Nguồn nhân lực
- Môi trường pháp lý
- Hệ thống thanh toán điện tử
- Dịch vụ vận chuyển và giao nhận
- An ninh mạng
- Nhận thức xã hội và môi trường kinh doanh



Tình hình phát triển Internet

❖ Thống kê số người sử dụng Internet ở khu vực Đông Nam Á:

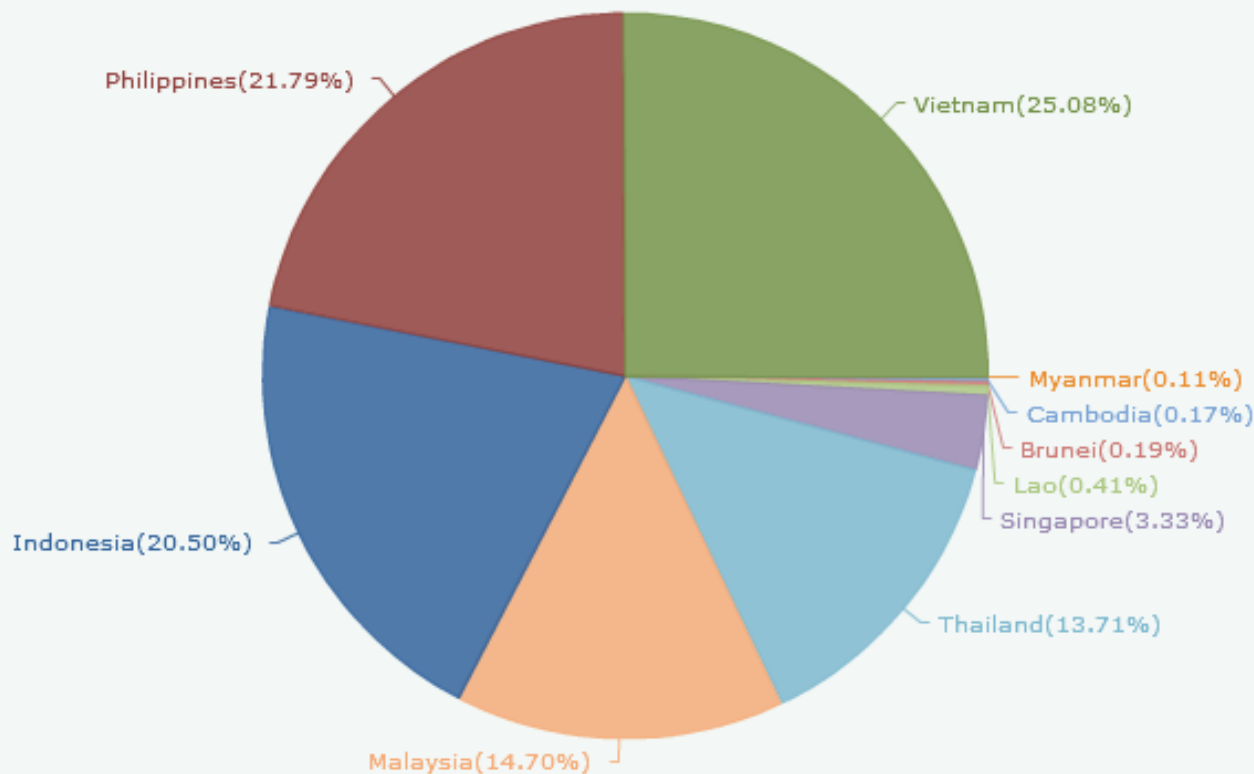
Tên quốc gia	Dân số (người)	Số người sử dụng	Tỷ lệ %
Myanmar	54666667	120267	0.22
Cambodia	14280000	179928	1.26
Brunei	398897	199449	50
Lào	6315789	442105	7
Singapore	5086570	3560599	70
Thái Lan	69059432	14640599	21.2
Malaysia	28394809	15702329	55.3
Indonesia	240544304	21889532	9.1
Philippines	93102703	23275676	25
Việt Nam	86243662	26784035	31.06
Khu vực Asean	598092832	106794518	17.86

Nguồn: Trung Tâm Internet Việt Nam (VNNIC) năm 2010



Tình hình phát triển Internet

Biểu đồ thị phần số người sử dụng Internet của khu vực Đông Nam Á.



Nguồn: Trung Tâm Internet Việt Nam (VNNIC) năm 2010



Tình hình phát triển Internet

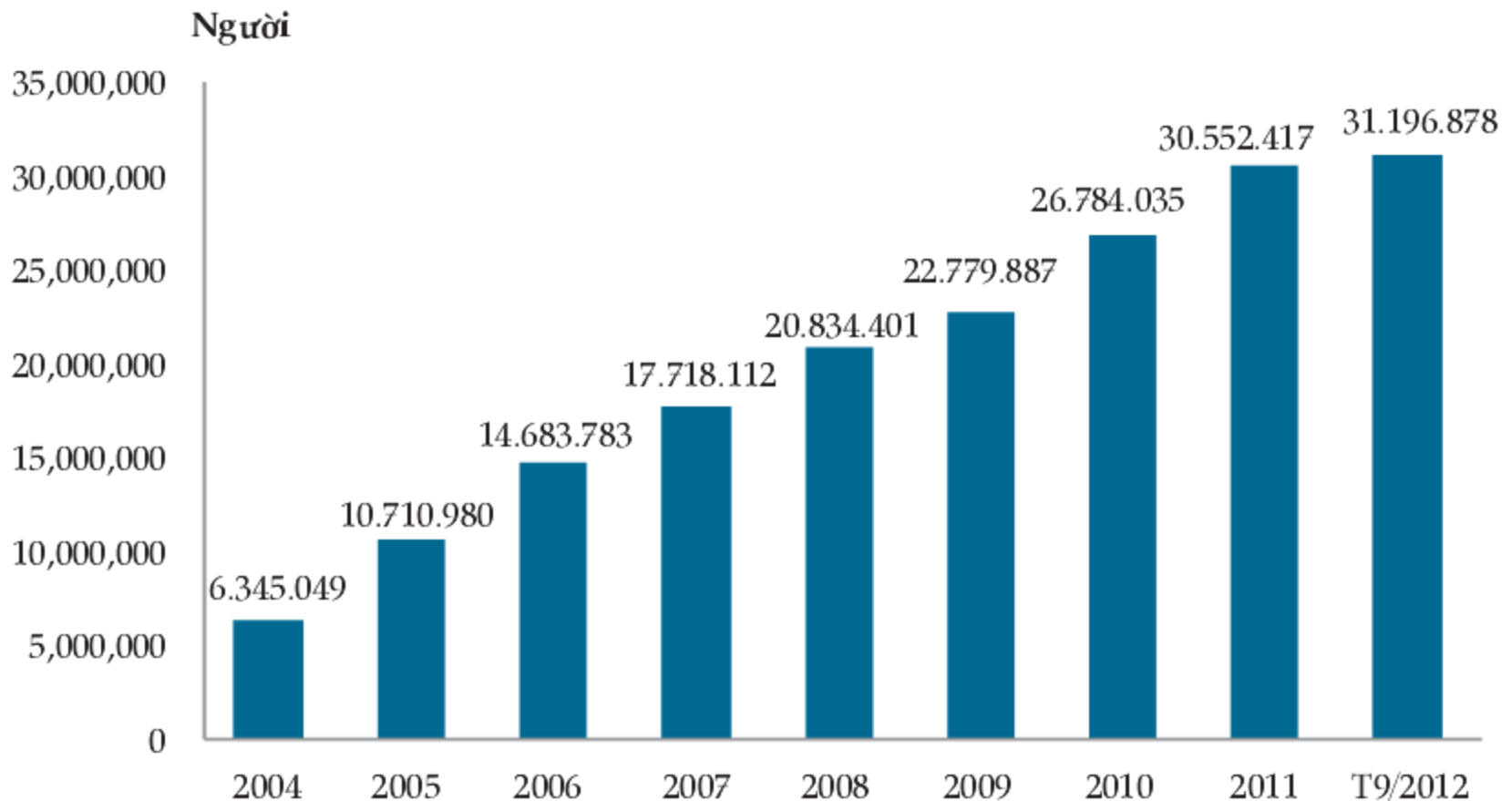
Số lượng người sử dụng Internet tại một số quốc gia trên thế giới.			
Tên quốc gia	Dân số	Số người sử dụng	Tỷ lệ (%)
Thụy Sĩ	7,665,094	6,431,014	83.9
Thụy Điển	9,379,550	8,441,595	90
Hà Lan	16,613,116	15,071,418	90.72
Úc	22,272,531	16,927,124	76
Hàn Quốc	48,183,183	40,329,324	83.7
Pháp	62,794,811	50,298,644	80.1
Anh	62,039,516	52,733,588	85
Braxin	194,836,791	79,201,156	40.65
Nhật Bản	126,552,583	101,242,066	80
Mỹ	310,341,686	245,169,932	79
Trung Quốc	1,341,157,113	460,016,890	34.3

Nguồn: Trung Tâm Internet Việt Nam (VNNIC) năm 2010



Tình hình phát triển Internet

❖ Biểu đồ tăng trưởng số người sử dụng internet ở VN:

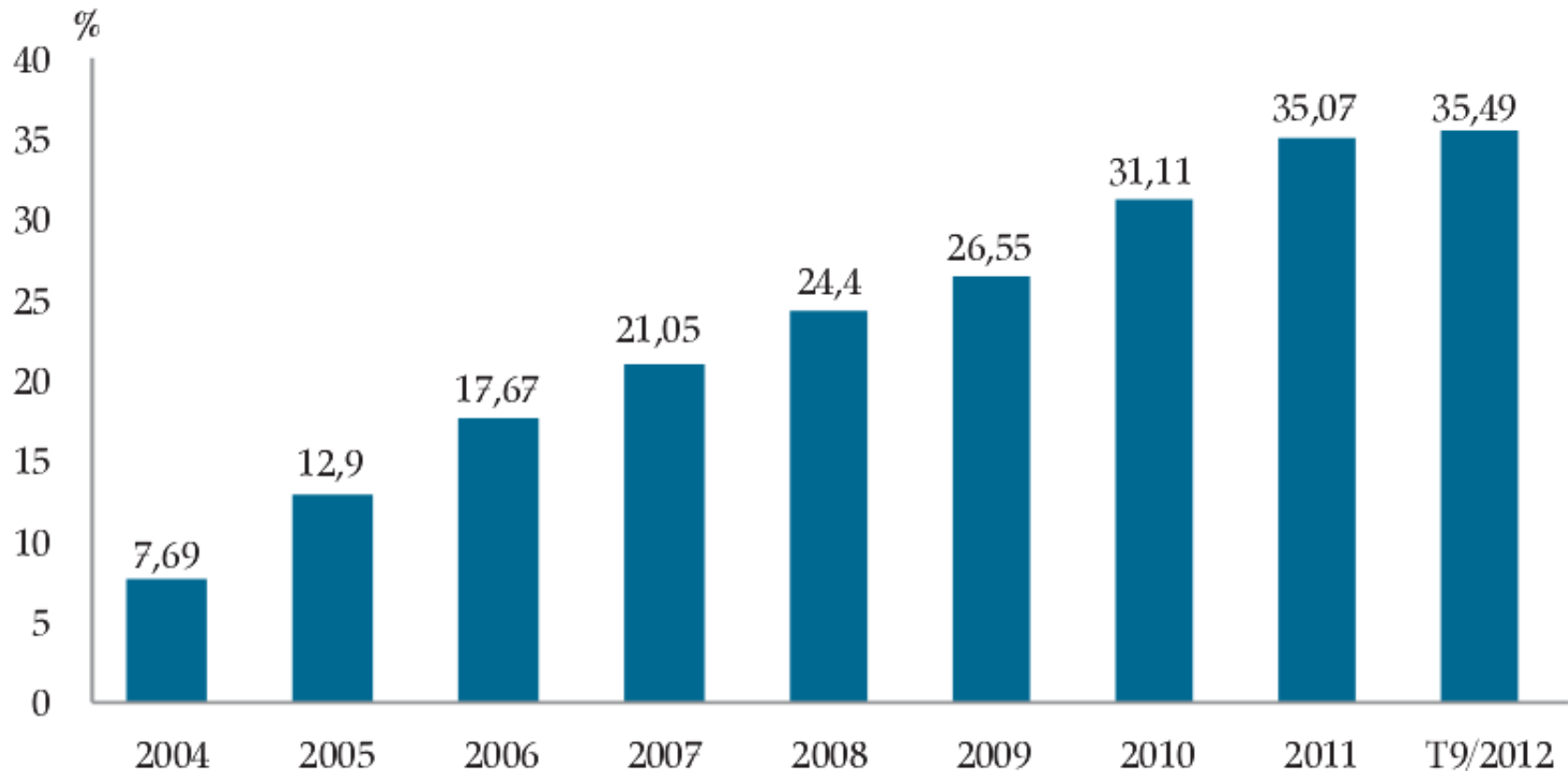


Nguồn: Trung Tâm Internet Việt Nam (VNNIC) năm 2010



Tình hình phát triển Internet

❖ Biểu đồ tỷ lệ số người sử dụng internet/100 hộ dân ở VN:



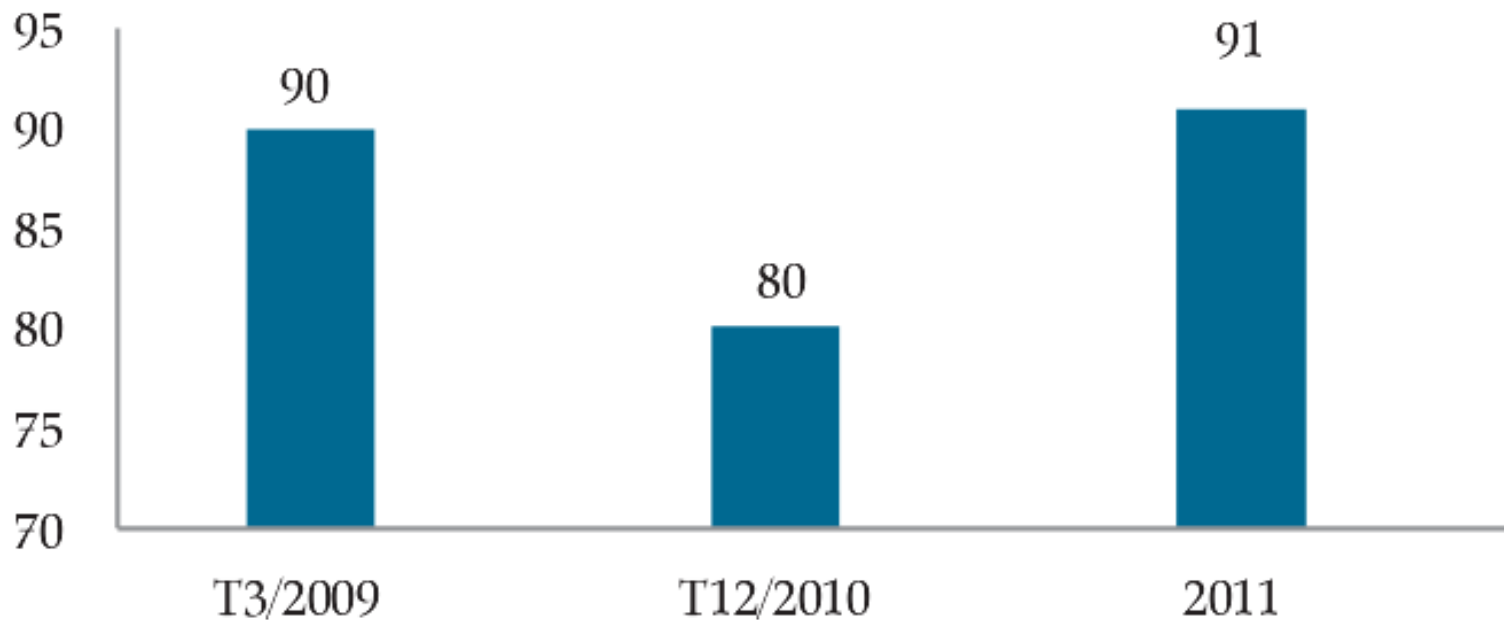
Nguồn: Trung Tâm Internet Việt Nam (VNNIC) năm 2010



Tình hình phát triển Internet

- ❖ Số lượng doanh nghiệp được cấp phép cung cấp dịch vụ internet:

Số lượng doanh nghiệp

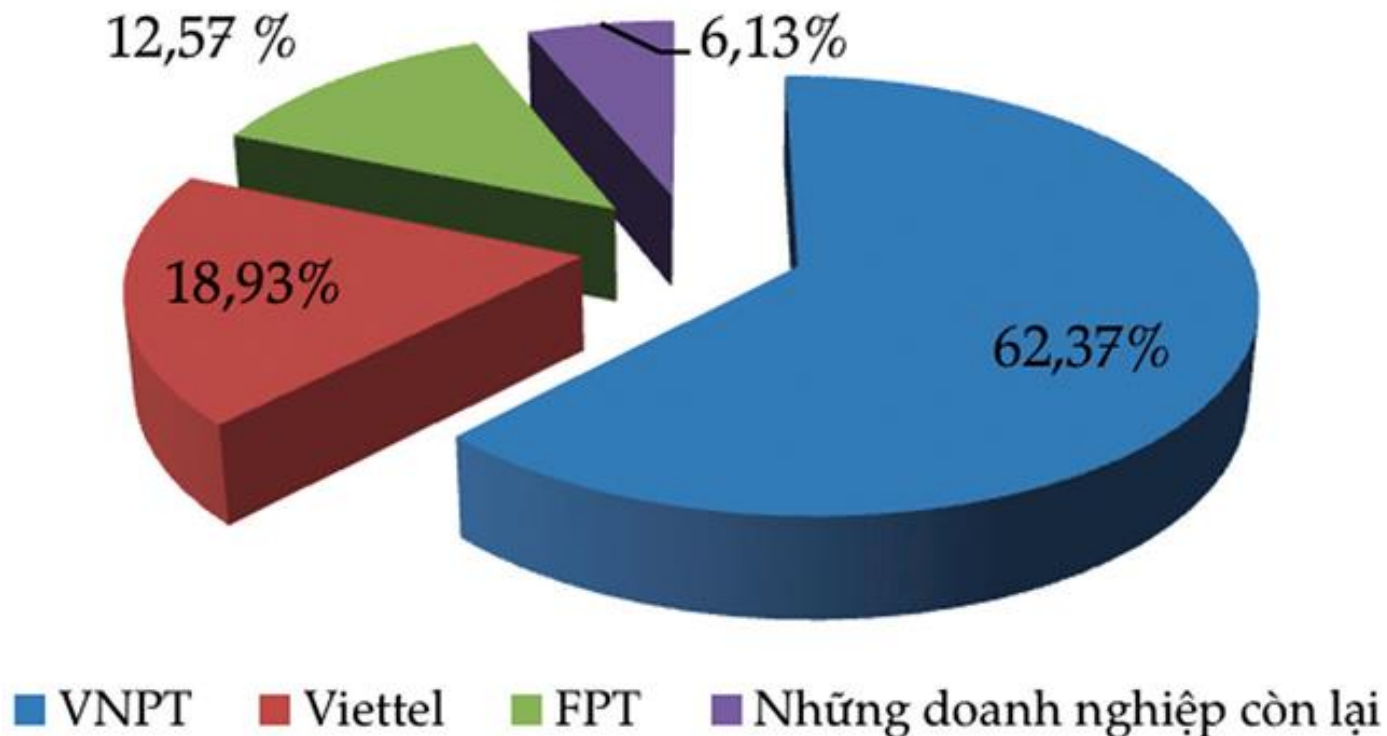


Nguồn: Sách trắng của Bộ Thông tin và Truyền thông 2011



Tình hình phát triển Internet

- ❖ Thị phần các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ internet năm 2012 tính theo số lượng thuê bao:

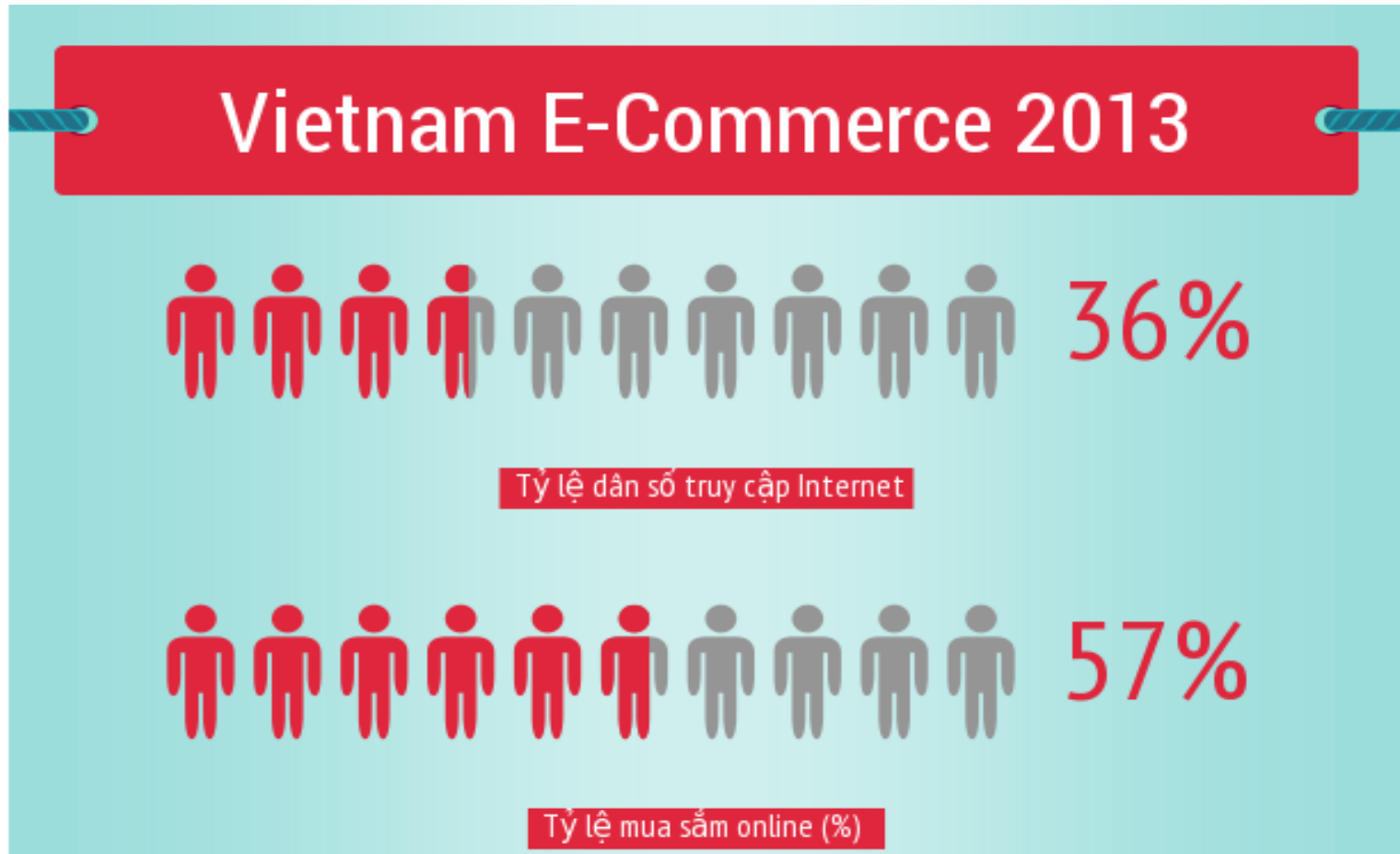


Nguồn: Trung Tâm Internet Việt Nam (VNNIC)



Một số số liệu cập nhật

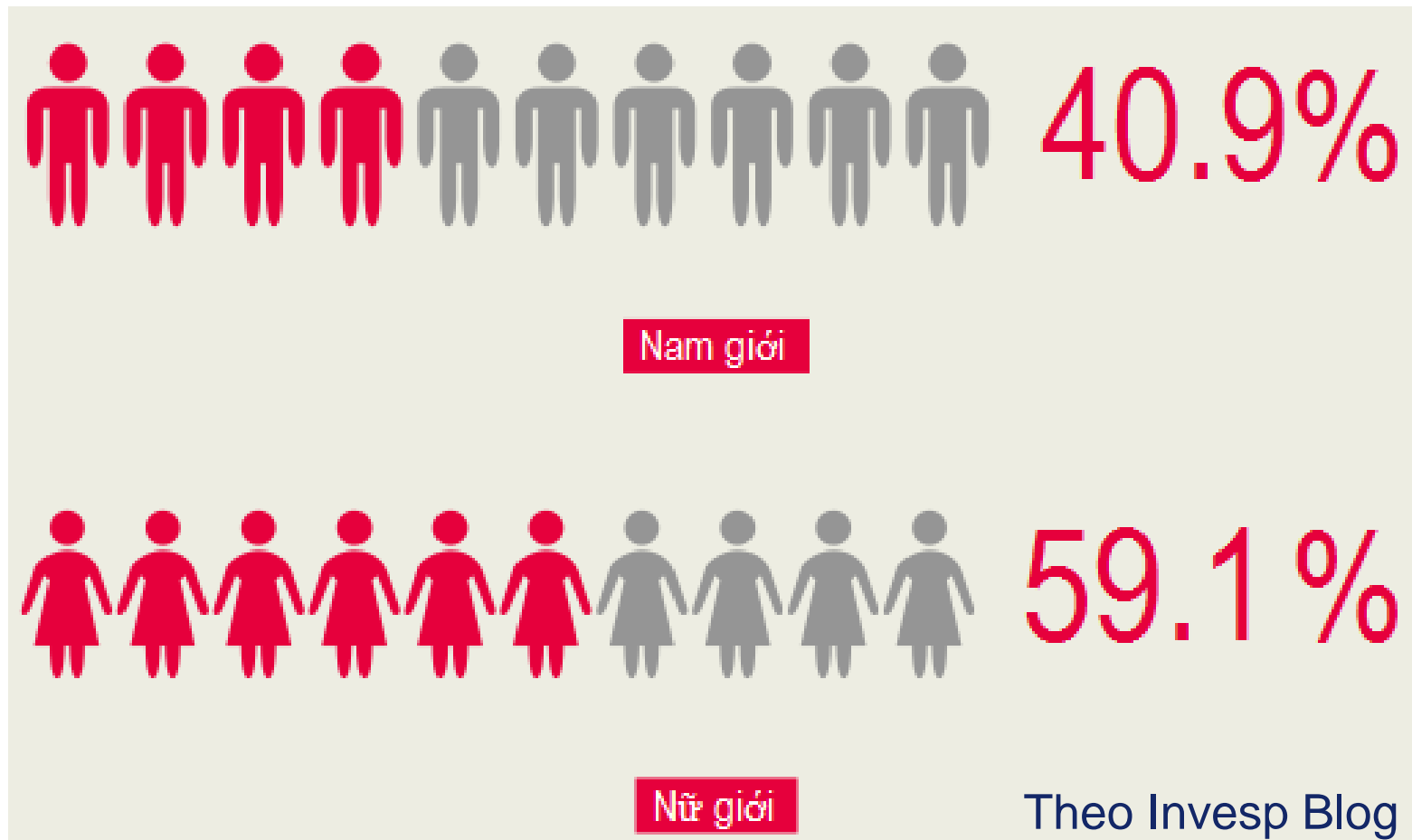
❖ Theo Invesp Blog:





Một số số liệu cập nhật

❖ Tỷ lệ khách hàng trực tuyến theo giới tính:

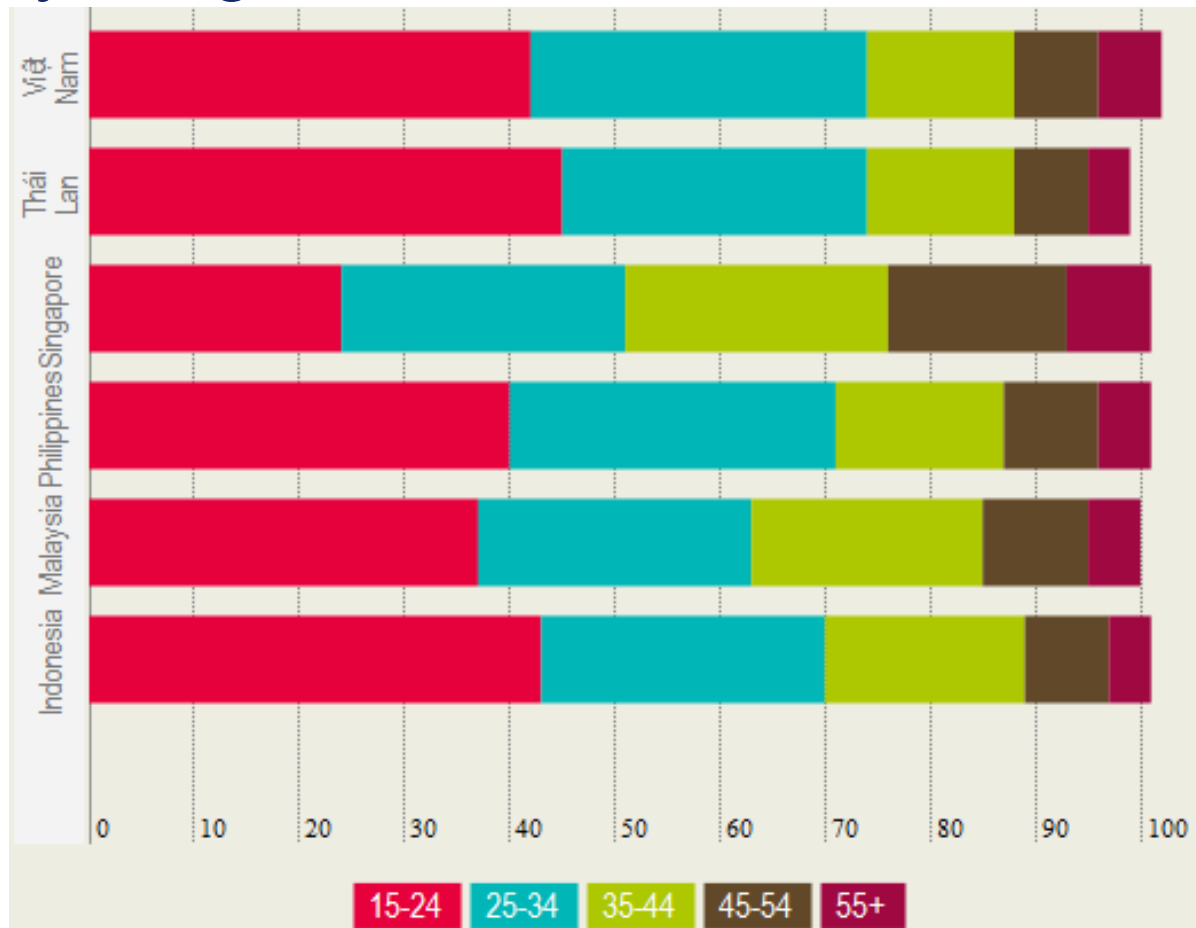


Theo Invesp Blog



Một số số liệu cập nhật

❖ Tỷ lệ người online theo độ tuổi:



Theo
Ecommerce Milo



Trở ngại đối với việc sử dụng Internet của doanh nghiệp

❖ Một số trở ngại chính:

- ❖ An toàn và bảo mật thông tin là trở ngại cao nhất
- ❖ Kết nối internet chậm và không ổn định
- ❖ Chi phí thiết bị
- ❖ Chưa đem lại hiệu quả rõ rệt
- ❖ ...



Chỉ tiêu phát triển Internet đến năm 2020

- ❖ Ngày 27/07/2012, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 32/2012/QĐ-TTg về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển viễn thông quốc gia đến năm 2020 với một số chỉ tiêu phát triển Internet:
- ❖ Đến năm 2015:
 - ❖ Tỷ lệ thuê bao Internet băng rộng cố định từ 6-8 thuê bao/100 dân; tỷ lệ thuê bao băng rộng di động 20-25 thuê bao/100 dân;
 - ❖ Tỷ lệ hộ gia đình có truy cập Internet 15-20%; tỷ lệ người sử dụng Internet 40-45% dân số;
 - ❖ Trên 90% các xã có điểm cung cấp dịch vụ viễn thông (DVVT) công cộng được kết nối Internet băng rộng;
- ❖ Đến năm 2020:
 - ❖ Tỷ lệ thuê bao Internet băng rộng cố định 15-20 thuê bao/100 dân; tỷ lệ thuê bao băng rộng di động 35 - 40 thuê bao/100 dân;
 - ❖ Tỷ lệ hộ gia đình có truy cập Internet 35-40%; tỷ lệ người sử dụng Internet 55-60%;
 - ❖ 100% các xã có điểm cung cấp DVVT công cộng được kết nối Internet băng rộng;



10 điều cần lưu ý khi tham gia TMĐT

- ❖ Nếu Thương mại điện tử dễ dàng thì ai cũng làm được.
- ❖ Marketing là điều rất quan trọng.
- ❖ Không bán những gì khách hàng không cần.
- ❖ Khách hàng không mua nếu không tìm thấy nơi bán.
- ❖ Tốc độ là yếu tố quan trọng trong Thương mại điện tử.



10 điều cần lưu ý khi tham gia TMĐT

- ❖ Website càng đơn giản càng tốt.
- ❖ Không hiểu khách hàng thì không thành công.
- ❖ Không phải ai cũng có khiếu thiết kế web.
- ❖ Khách hàng dừng chân càng lâu thì càng có cơ hội bán được hàng.
- ❖ Những chuyên gia không phải lúc nào cũng đúng.

Q/A?

