

12 CHIẾN LƯỢC KINH DOANH ONLINE HOT NHẤT 2020

Kinh doanh Online đang là một xu hướng của thời kỳ công nghệ 4.0 khi ai nấy đều bận rộn với công việc, không có thời gian đi mua sắm, chính vì vậy họ sẽ chỉ muốn ở nhà, lướt web, lựa chọn những món đồ muốn mua và được giao đến tận nơi. Thói quen mua sắm này được hình thành và trở thành nhu cầu rất cao ở hiện tại nên việc nắm bắt kinh doanh Online là điều tất nhiên. Vậy chúng ta cùng tìm hiểu về Kinh doanh Online và xây dựng chiến lược kinh doanh Online nhé!

1. Kinh doanh Online là gì?

1.1 Khái niệm kinh doanh Online

Kinh doanh Online cũng giống như các hình thức kinh doanh truyền thống, chỉ khác về hình thức hoạt động và các quy trình chuyển giao hàng hoá, giao dịch giữa người mua và người bán. Cụ thể, kinh doanh online diễn ra trên môi trường Internet, online thông qua các website bán hàng của các cá nhân, doanh nghiệp hoặc các kênh thương mại điện tử, sàn giao dịch điện tử, bán hàng trên facebook hoặc zalo.... Với hình thức bán hàng này bạn sẽ tiết kiệm được nhiều chi phí khi không phải thuê mặt bằng và nhân viên.

Trong các hoạt động này, người mua sẽ đăng tải các sản phẩm, dịch vụ của mình lên website hoặc gian hàng trên trang thương mại điện tử và tiến hành các hoạt động quảng bá, tiếp thị để thu hút người mua. Và song song đó, người mua sẽ tìm kiếm các dịch vụ, sản phẩm mình cần thông qua các công cụ tìm kiếm và tiến hành đặt hàng trực tuyến, nhận hàng vận chuyển về tận địa chỉ mình mong muốn. Quá trình mua bán này có thể diễn ra ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào vì bạn chỉ cần có chiếc điện thoại thông minh và kết nối với Internet.

1.2 Ưu nhược điểm của kinh doanh Online

a. Ưu điểm của kinh doanh online:

- Khả năng tiếp cận rộng
- Tiết kiệm chi phí đầu tư mặt bằng nhân công và thời gian
- Có thể kinh doanh và buôn bán nhiều lĩnh vực cùng một lúc
- Thu nhập cao, vốn ít, dễ thu lãi trong thời gian ngắn
- Có thể làm việc ở bất cứ đâu, bất cứ thời gian nào
- Năng suất hiệu quả

b. Nhược điểm

- Chưa có một chính sách quy định về sự bảo mật an ninh mạng, sự an toàn thông tin không được bảo đảm.
- Khách hàng lo ngại về rò rỉ thông tin cá nhân
- Khách hàng lo lắng về chất lượng sản phẩm hàng online
- Chính sách bán hàng online còn hạn chế, thiếu rõ ràng minh bạch.

2. Các bước xây dựng chiến lược kinh doanh online hiệu quả

2.1 Phân tích môi trường kinh doanh

Kinh doanh bất cứ sản phẩm nào hay hình thức nào thì cũng cần đến việc phân tích thị trường. Đây là bước đầu tiên trong quá trình xây dựng một chiến lược kinh doanh online. Với 45% dân số Việt Nam sử dụng internet thì đây quả là một môi trường kinh doanh online hiệu quả mà đa số các doanh nghiệp, thương hiệu hướng tới và những cơ hội kinh doanh lớn.

Các bước cần làm:

- Phân tích hành vi của khách hàng, nhóm khách hàng tiềm năng, khách hàng mục tiêu.
- Tìm hiểu, nghiên cứu đối thủ cạnh tranh
- Phân tích bản thân mình có những gì, có thể làm những gì...
- Chia khóa thành công trong chiến lược của bạn là gì?

2.2 Thiết lập mục tiêu kinh doanh cho doanh nghiệp

Mọi hoạt động của con người đều nhằm một mục tiêu nhất định. Để có một chiến lược kinh doanh online hiệu quả bạn cần xác định xem bạn muốn đạt được những gì?

- Mục tiêu về thị trường (thị phần, thương hiệu, bán hàng...)
- Đa số các doanh nghiệp đều hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận. Lợi nhuận phản ánh kết quả của hoạt động sản xuất, kinh doanh
- Mục tiêu phục vụ khách hàng hay nói cách khác là tôn chỉ mục đích kinh doanh.

2.3 Cách thức để bạn có thể đạt được các mục tiêu trên

Khi đã thiết lập được mục tiêu cho doanh nghiệp thì bạn cần làm những gì để đạt được mục tiêu đó:

- Bạn cần quan tâm đến những câu hỏi: Khách hàng của bạn là ai? Họ mua hàng ở đâu và mua hàng như thế nào?
- Tạo được ấn tượng, vị trí của thương hiệu, sản phẩm trong con mắt, tâm trí của khách hàng (với những content marketing chất lượng, hình ảnh bắt mắt, những ưu đãi shock...)
- Chiến lược marketing mix trong kinh doanh
- Các chiến lược khách hỗ trợ cho công tác tiếp thị và bán hàng
- Cách phối hợp các chiến lược marketing online như thế nào?
- Cách phối hợp với đơn vị giao hàng như thế nào?

2.4 Nguồn lực và phương pháp kiểm soát hoạt động Marketing

Đây là bước cuối cùng để xây dựng chiến lược kinh doanh online:

- Cần phân bổ mọi nguồn lực một cách hợp lý (nhân lực, tài chính...)
- Theo dõi các hoạt động marketing online dưới dạng thống kê và biểu đồ cụ thể.
- Xây dựng chiến lược marketing online xuất sắc chiếm 50% thành công, 50% còn lại phụ thuộc vào cách bạn thực hiện chiến lược Marketing online đó ra sao, quá trình làm SEO web như thế nào? Cách bạn chốt sale ra sao? Chăm sóc khách hàng như thế nào?
- Và cả sự quyết đoán, cẩn thận, sáng tạo, biết chớp thời cơ, máu liều và cả sự may mắn... của bạn nữa!

3. Các bước kinh doanh Online hiệu quả

3.1 Các quy luật của cuộc chơi trên Internet

Bạn phải am hiểu các luật chơi trên môi trường kinh doanh online và internet cũng không ngoại lệ.

- Quy luật 3-7: nghĩa là bạn cho 7 phần và bạn nhận được 3 phần

- Quy luật 3C: Cộng đồng, Giá rẻ và Chuyên môn hóa.

- Quy luật 3B: đây là một quy luật hết sức có ý nghĩa trên môi trường internet, đặc biệt là mạng xã hội:

- Bạn: Đầu tiên là làm bạn cùng nhau.
- Bàn: Bàn về các vấn đề cuộc sống, công việc kinh doanh.
- Bán: Bán sản phẩm cho nhau, khi bạn đã xây dựng nền tảng tin tưởng.

3.2 Hiểu về các công cụ trên Internet

Bạn phải hiểu rõ và biết cách vận hành các công cụ internet như thế nào để hiệu quả nhất trên môi trường kinh doanh online, các công cụ đó là gì ?

- Website: Nền tảng cơ bản của thương mại điện tử là doanh nghiệp của bạn trên môi trường internet và là nguồn thu khổng lồ nếu bạn có chiến lược đúng đắn.
- SEM: Bằng SEO + PPC. SEO đưa website lên top 10 của các công cụ tìm kiếm bao gồm cả google. PPC là phương thức mua quảng cáo trên google bằng các click. Trong đó SEO là công cụ cực kỳ quan trọng giúp bạn tìm ra khách hàng hiệu quả với những chi phí thấp nhất.
- Email marketing: Linh hồn cho mọi chiến dịch là kênh bán hàng hiệu quả nhất trên thế giới hiện nay.
- Mạng xã hội: Kênh bán hàng tiêu dùng tốt nhất mà các nhà kinh doanh không thể bỏ qua. Hãy xây dựng chiến lược kinh doanh online Facebook, đó là kênh bán hàng đang được yêu chuộng nhất.

3.3 Một chiến lược kinh doanh – kim chỉ nam cho mọi vấn đề

Bạn sẽ không thể kinh doanh online hiệu quả, nếu bạn thiếu một chiến lược kinh doanh online có định hướng rõ ràng, chiến lược phải được xác lập trên những mục tiêu cụ thể cho từng giai đoạn với một cách linh động thích ứng cho từng hoàn cảnh.

Chiến lược kinh doanh online như một kim chỉ nam giúp cho bạn định hướng bạn đang cần cái gì? Làm gì và muốn đạt mục tiêu nào? Do đó, việc thiếu một chiến lược kinh doanh chẳng khác nào đi trong bóng đêm mà bạn chẳng biết mình đi đâu và về đâu?

3.4 Nhân sự Marketing Online

Tất cả chỉ là vô nghĩa nếu bạn không có những đội ngũ nhân sự thực thi những kế hoạch hay những chiến lược kinh doanh online hiệu quả của bạn đã vạch ra. Đây là nhân tố then chốt quyết định việc kinh doanh online của bạn có hiệu quả hay là không. Vì vậy song song với các kế hoạch khác bạn phải có một chương trình hoạch định nhân sự marketing online cho một tổ chức hay một đội nhóm nếu bạn muốn vươn xa trên môi trường internet.

3.5 Kiểm soát toàn bộ hoạt động kinh doanh online

Tất cả sẽ là tiêu tan và bạn sẽ rơi vào mớ bong bóng hỗn độn khi thiếu những quy trình vận hành cho công việc kinh doanh online của bạn một cách bài bản và chặt chẽ. Bởi như vậy, việc thiếu các quy trình kinh doanh online là điều không thể. Do đó trước khi kinh doanh, bạn phải xây dựng cho bản thân mình hay tổ chức những quy trình, biểu mẫu có thể kiểm soát toàn bộ hoạt động một cách dễ hiểu, đầy tính khoa học mà bất cứ ai cũng có thể làm được.

4. 7 chiến lược tăng tốc bán hàng online

4.1 Tìm kiếm các đối tác chiến lược

Với kinh doanh Online việc địa điểm kinh doanh không còn quan trọng bằng đường link trang web của bạn. Đây có thể coi là bộ mặt của doanh nghiệp bạn đối với khách hàng. Việc một đường link tốt, dễ tìm kiếm, một trang chủ với giao diện đơn giản, dễ dùng, đẹp mắt sẽ kích thích người mua hơn rất nhiều.

Tiếp theo bạn muốn xây dựng một nhận thức sâu sắc về sản phẩm của bạn trong số các khách hàng thì bạn phải xác định rõ ràng các khách hàng mục tiêu. Bạn cần nghiên cứu kỹ lưỡng hồ sơ và những sở thích của khách hàng. Tiếp theo, hãy phát triển những chào mời, “ve vãn” khách hàng, giải quyết những thắc mắc cho họ, đẩy mạnh chiến dịch quảng cáo tương tác cùng các nội dung hấp dẫn cho trang web của bạn

Trong việc tìm kiếm các đối tác hay những liên kết trực tuyến khác, bạn đừng quên các tổ chức và hiệp hội chuyên nghiệp, đặc biệt là khi bạn tiếp thị dịch vụ. Giao dịch hoặc trả tiền để đặt đường link của bạn tại trang web của các doanh nghiệp tiếp thị thương mại điện tử nhỏ và vừa. Nhưng trước đó, bạn cần đảm bảo rằng đường link của bạn sẽ bổ sung giá trị cho các trang web đó. Ví dụ, các đường link tới cửa hàng trực tuyến chuyên bán quần áo của bạn có thể mang lại nhiều cơ hội kinh doanh cho trang web của những nhà hàng địa phương hay cửa hàng sửa xe,... thậm chí cả phòng thương mại và công nghiệp địa phương.

4.2 Đảm bảo một trang web đơn giản và tiện lợi

Các khách hàng sẽ không nán lại lâu với những trang web được thiết kế nặng nề, cầu kỳ hay có khiếm khuyết. Những đường link chết hay khả năng truy cập và tìm kiếm thông tin khó khăn sẽ huỷ hoại các cơ hội bán hàng của bạn. Do vậy, bạn cần hợp lý hoá một cách có tổ chức và tiện lợi nhất tất cả các đường dẫn trong trang web và không những kiểm tra từng đường link, từng cú click chuột. Dựa vào những đường link bằng chữ đơn giản, dễ dàng dẫn tới tất cả các sản phẩm, dịch vụ và mẫu đơn đăng ký.

Hình ảnh và đồ họa sẽ khiến trang web bán hàng online của bạn trông bắt mắt hơn, nhưng nếu không có các thông tin bằng chữ để phục vụ cho việc SEO thì khách hàng chắc chắn sẽ không cảm thấy thoải mái. Thêm vào đó việc sử dụng content tốt có thể giúp khách hàng hiểu hơn về doanh nghiệp bạn, sản phẩm bạn bán.

4.3 Xúc tiến kinh doanh chéo

Đừng để cửa hàng trực tuyến của bạn như là những đứa trẻ mồ côi đơn độc, hãy đảm bảo cho nó hoạt động cùng với các kênh bán hàng khác. Các nhà bán hàng thành công đã chỉ ra rằng trang web chỉ là một kênh bán hàng online, bên cạnh đó còn có các kênh bán hàng khác như bán hàng qua điện thoại, bán hàng trực tiếp... mọi thứ cần phải hoạt động cùng với nhau. Điều này có nghĩa rằng các khách hàng có thể nghiên cứu và lựa chọn một trong các kênh bán hàng của bạn mà họ cảm thấy phù hợp nhất.

Nếu chỉ bán hàng trực tuyến, bạn phải đảm bảo rằng hình ảnh trang web của bạn rất sâu và rộng. Điều này bao gồm việc đưa đường link trang web vào chữ ký email của tất cả các nhân viên, in đường link lên các tờ rơi, quảng cáo, các bao bì sản phẩm, hộp vận chuyển, xe giao nhận và danh thiếp kinh doanh... Nếu bạn tham dự một cuộc hội thảo hay một hội chợ thương mại, hãy chắc chắn rằng sạp trưng bày, chỗ ngồi và các tài liệu xúc tiến kinh doanh của bạn phải biểu lộ một đường link URL thật to và rõ.

4.4 Đảm bảo yếu tố cá nhân

Các khách hàng sẽ cảm thấy đáng giá và thoải mái hơn với việc mua sắm trực tuyến tại cửa hàng của bạn nếu bạn xây dựng một lời cam kết rõ ràng. Những tiếp xúc và biểu lộ của bạn càng mang tính cá nhân bao nhiêu, các khách hàng càng cảm thấy thoải mái bấy nhiêu. Dưới đây là một phương pháp kinh doanh online để bạn lựa chọn:

- Xây dựng trang chuyên mục “Về chúng tôi” hay “Giới thiệu chung” thật hấp dẫn và cụ thể để các khách hàng có thể biết được những thông tin cơ bản về công ty bạn, về đội ngũ nhân viên và về lịch sử hoạt động.
- Xây dựng một trang blog, một địa chỉ email hay một trang phản hồi khách hàng để mọi người có thể bày tỏ ý kiến, quan điểm. Song điều tệ hại nhất sẽ là khi bạn thiết lập các kênh giao tiếp nhưng rồi lãng quên chúng.
- Xây dựng một cách thức cho khách hàng truy cập vào trang web cá nhân của họ trên trang web chính của bạn để theo dõi các đơn đặt hàng, đóng gói và vận chuyển sản phẩm.
- Xây dựng một hệ thống thông điệp email trả lời tự động, xác nhận đã vận chuyển hàng, nói lời cảm ơn sự quan tâm của khách hàng, trả lời các thắc mắc hay gửi những phần thưởng mua sắm...

4.5 Chào hàng sản phẩm phải thật trung thực và cụ thể

“Càng chi tiết bao nhiêu, càng tốt bấy nhiêu. Mọi người muốn biết rõ về lịch sử của những gì bạn đang bán và bạn là ai”, đó là lời khuyên của Lynne Dralle, một thành viên nổi tiếng trên eBay – người đã bán được trên 20.000 mặt hàng khác nhau trong 6 năm qua. Theo Lynne Dralle, các cửa hàng trực tuyến cần miêu tả chính xác những gì người mua sẽ có được. Hãy thành thực. Khi bán các đồ sành sứ thủy tinh, Dralle đề cập đến mọi sứt mẻ hay rạn nứt, đồng thời bà còn kể những câu chuyện liên quan đến sản phẩm, chẳng hạn như việc làm thế nào mà bà cô Mary mua chiếc bình cổ từ Anh quốc xa xôi về đây

Hãy giới thiệu sản phẩm của mình một cách cụ thể và chân thực nhất như miêu tả chất liệu, giá thành, công dụng, các thức sử dụng, cách thức mua hàng, thanh toán, giao hàng ra sao? Những hình ảnh bạn đăng lên càng phải rõ nét, đẹp, chi tiết để khách hàng dễ hình dung về sản phẩm và thấy được sản phẩm thật nhất khi nhận hàng. Bạn càng chi tiết bao nhiêu thì khách hàng càng yên tâm đặt hàng bấy nhiêu mà không còn phải lăn tăn hay gọi điện, nhắn tin hỏi bạn nhiều.

4.6 Xây dựng những chính sách giao nhận thích hợp nhất với mô hình kinh doanh của bạn

Những tranh cãi lâu nay về việc vận chuyển miễn phí có thúc đẩy doanh số bán hàng trực tuyến hay không cuối cùng cũng tìm ra câu trả lời. Trong khi còn có nhiều ý kiến phản đối và tán thành đan xen lẫn nhau, vấn đề này được quy về việc định giá sản phẩm. “Các chi phí vận chuyển miễn phí có thể giết bạn nếu bạn không thể đưa chúng vào trong giá thành sản

phẩm”, Mark Restivo, chủ trang web chuyên điều tra trực tuyến GourmetFoodMall.com, cho biết.

Nhưng nếu bạn đẩy giá thành lên để bù đắp việc vận chuyển miễn phí cho những sản phẩm chỉ được bán với mức giá thấp nhất có thể bạn cũng thất bại. Trong các trường hợp đó, các khách hàng mong đợi sẽ được trả một khoản phí vận chuyển nhất định. Nói cách khác, chi phí vận chuyển cao sẽ là một trong những nguyên nhân khiến doanh số bán hàng tụt giảm, các khách hàng không còn cảm thấy thích thú nữa.

4.7 Trau chuốt trang web và chăm sóc khách hàng tốt

Mục tiêu kinh doanh online là để các khách hàng quay trở lại và giới thiệu với người thân, bạn bè rằng cửa hàng trực tuyến của bạn là rất đáng giá để ghé thăm. Vì vậy hãy làm tất cả mọi thứ có thể để đảm bảo những trải nghiệm khách hàng thú vị, vui vẻ và tuyệt vời trên trang web của bạn hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh.

Hãy giải thích rõ ràng và thẳng thắn tất cả các chính sách của bạn. Cam kết sẽ hoàn trả 100% tiền cho khách hàng nếu có gì trục trặc. Cung cấp những sản phẩm mẫu. Nhanh chóng phản hồi với các khúc mắc, bình luận của khách hàng. Đầu tư xây dựng chức năng live chat để các khách hàng có thể ngay lập tức có câu trả lời cho câu hỏi về sản phẩm. Tạo dựng những lý do quay trở lại thông qua câu lạc bộ khách hàng trung thành, những cuộc thi, giảm giá hay khuyến mại... Luôn giữ mối liên lạc với khách hàng.

Điểm cuối cùng: Bạn đừng quên rằng việc xây dựng những miêu tả sản phẩm cùng các nội dung thông tin được soạn thảo chính xác và hấp dẫn là rất quan trọng – bởi vì chắc hẳn bạn rất muốn các công cụ tìm kiếm trực tuyến sẽ tìm thấy bạn. Do vậy, hãy quan tâm tới việc tối ưu hoá trang web cho những công cụ tìm kiếm trực tuyến.

5. 5 chiến lược bán hàng thành công trên Facebook

5.1 Tập trung vào giá trị cốt lõi là sản phẩm và dịch vụ

Hãy luôn ghi nhớ rằng Facebook chỉ là một công cụ marketing, công cụ quảng cáo, công cụ tiếp cận khách hàng tiềm năng giúp bạn tìm kiếm và chia sẻ thông tin của người bán, hàng hóa... đến với người dùng ở trên Facebook. Nếu như sản phẩm, dịch vụ của bạn không phù hợp về chất lượng hoặc giá cả với người dùng thì rất khó có thể bán hàng thành công, dù ở bất cứ đâu chứ không phải chỉ ở trên Facebook.

Tập trung vào chất lượng sản phẩm và giá thành của sản phẩm: Hãy luôn bán các sản phẩm đúng chất lượng, đúng cam kết, đúng giá thành, đưa ra những thông tin rõ ràng, trung thực về sản phẩm, kể cả bạn bán hàng thùng thì khách hàng vẫn có nhu cầu mua hàng và vẫn tin tưởng vào lời nói của bạn – người bán hàng uy tín.

Dịch vụ bán hàng và chăm sóc khách hàng trước, trong và sau bán là sự khác biệt của bạn với những người bán hàng khác: hàng hóa thì khó có thể tránh được sự tương đồng, nhưng dịch vụ thì bạn có thể làm khác biệt.

Bạn có thể xây dựng Bộ chính sách bán hàng trực tuyến rõ ràng, đầy đủ và cam kết thực hiện những chính sách này tốt nhất, thậm chí còn đưa ra cam kết nếu vi phạm sẽ chấp nhận bị phạt hoặc bồi thường cho khách hàng.

Hỗ trợ trực tuyến, tư vấn trực tuyến, dịch vụ giao hàng đảm bảo và nhanh chóng, các chương trình khuyến mãi hấp dẫn, ưu đãi với khách hàng thân thiết...

Giao hàng, bảo hành, thanh toán thuận tiện, chuyên nghiệp: sử dụng dịch vụ phù hợp của các bên thứ ba.

5.2 Xây dựng cho mình một website, blog bán hàng chuyên nghiệp

Do đặc tính của Facebook là status (bài viết, ghi chú, hình ảnh, video, đường link) rất dễ bị “trôi đi” do tính năng cập nhật News Feed của Facebook, nên việc khách hàng truy cập vào Facebook của bạn cũng không phải dễ dàng thì tìm đến những thông tin cần thiết một cách dễ dàng. Website hoặc blog (miễn phí hoặc có phí) bán hàng sẽ giải quyết được điều này. Bạn có thể mua tên miền của các nhà cung cấp, tự tạo blog, website miễn phí hoặc có trả phí để đưa sản phẩm lên (nếu như số lượng sản phẩm của bạn không quá nhiều). Khi có website sẽ có “địa chỉ nhà riêng” cho bạn để khách hàng dễ truy cập và tìm kiếm hơn khi tương tác trên mạng xã hội Facebook.

Với mỗi hình ảnh, video, status được chia sẻ trên Facebook, bạn nên đưa ra những thông tin theo “công thức” bao gồm các thông tin cơ bản về sản phẩm, giá bán, liên hệ mua hàng và các đường link liên kết đến web, các cam kết, đảm bảo của người bán đối với khách hàng và đối với sản phẩm... Bạn nên đầu tư kỹ lưỡng về vấn đề hình ảnh, video, bài viết về sản phẩm, dịch vụ của mình trước khi đưa lên Facebook và website của bạn. Bởi vì trên mạng Internet khách hàng “mua bằng mắt”, “cảm nhận” và mua bằng “niềm tin” bằng cách nhìn vào ảnh sản phẩm, video sản phẩm, đọc bài viết và lời bình luận của khách hàng khác.

Bạn có thể tự chụp ảnh hoặc thuê dịch vụ, chụp bằng điện thoại, máy ảnh du lịch hoặc máy ảnh chuyên nghiệp với các thiết bị như lồng chụp ảnh sản phẩm, quay video, sử dụng phần mềm chỉnh sửa ảnh, chỉnh sửa video để biên tập sao cho đẹp và chuyên nghiệp. Nên có những nhãn hiệu chứng thực cho người bán hàng và website (nếu có), tỏ ra chuyên nghiệp, thân thiện và đặc biệt là đáng tin với khách hàng.

5.3 Sử dụng và khai thác các tính năng của Facebook một cách thành thạo và chuyên nghiệp

Giao diện Timeline rất quan trọng đối với khách hàng, vì vậy cần đầu tư ảnh Profile và ảnh Cover chuyên nghiệp một chút.

Bạn có thể tạo một trang Fanpage đồng thời duy trì trang cá nhân (personal account) để tận dụng tối đa lượng bạn bè (friends), người theo dõi (followers) và người hâm mộ (fans) trong cùng một tài khoản. Hoặc có thể tạo nhiều Fanpage vệ tinh khác nhau để tìm kiếm khách hàng nhiều hơn.

Tạo ra các Nhóm (Group) là khách hàng hiện tại, khách hàng tiềm năng, khách hàng VIP để tiện chăm sóc từng nhóm khách hàng riêng biệt hoặc Nhóm cộng đồng để tạo ra sân chơi cho khách hàng tiềm năng hoặc xây dựng thương hiệu cá nhân của người bán/ doanh nghiệp.

Tích hợp tính năng Plugin Facebook vào website, blog bán hàng của bạn để tăng cường kết nối với khách hàng và tạo sự thuận tiện cho khách hàng. Ví dụ như tính năng comment bằng Facebook vào website. Với mỗi status bạn nên tận dụng các tính năng “with friend”, “location”

để quảng cáo tối đa, ví dụ như “add location” bạn có thể đưa địa chỉ cửa hàng của bạn, hoặc địa chỉ website của bạn lên trên đó, đừng bỏ phí tính năng rất hay này của Facebook.

5.4 Có chiến lược nội dung số phù hợp với khách hàng mục tiêu

Đã xác định làm thương hiệu và bán hàng trên Facebook bạn cần cực kỳ quan tâm tới nội dung số, bởi nội dung là một trong những yếu tố duy trì và phát triển số lượng friends/ fans cho tài khoản Facebook của bạn. Cũng là yếu tố gia tăng tình cảm, sự nhận biết và lòng trung thành của khách hàng với thương hiệu của bạn.

Lựa chọn thời điểm post bài: Khung thời gian “vàng trên Internet” dành cho đối tượng khách hàng mục tiêu; Nội dung hướng tới cộng đồng: vui vẻ, hài hước, sáng tạo, đơn giản, chân thành, cảm xúc, thông tin hữu ích... Đưa tin theo dạng “tin hot” đang diễn ra trên thực tế: “té nước theo mưa” hoặc “lợi ngược dòng – tạo “bão” (khủng hoảng truyền thông).

Đăng những bài viết (status, note) tập trung vào khách hàng mục tiêu (tuổi tác, giới tính, sự quan tâm... của khách hàng).

Đo lường các chỉ số thường xuyên để điều chỉnh chiến lược và nội dung phù hợp;

Sử dụng những câu hỏi mở trong trao đổi;

Gợi mở Fan chia sẻ nội dung tới bạn bè. Đối với những bình luận của khách hàng hoặc bạn bè, bạn nên trả lời ngay và trả lời theo một lối trả lời thông minh, hài hước, hóm hỉnh và luôn tôn trọng người dùng.

Đừng tiếc tay “Likes” những bình luận của khách hàng và bạn bè.

Với những bình luận có nội dung không tốt, bạn có thể xóa bình luận đó trên “tường” của mình, thậm chí là block/ ban/ unfriend đối với những người đó để đảm bảo nội dung luôn được “thuần khiết” và đúng hướng.

Khi bạn “Like comment” của khách hàng và trả lời comment của họ, họ sẽ rất vui và lại gia tăng sự quan tâm của họ đến nội dung của bạn.

5.5 Duy trì và phát triển marketing quan hệ với khách hàng

Facebook có tính năng báo sinh nhật bạn bè của mình, hãy tận dụng tính năng này để gửi lời chúc tốt đẹp của bạn tới những người bạn của mình trên Facebook một cách chân thành.

Hãy cho đi, chân thành và có chiến lược bạn sẽ nhận lại được thành công trong xây dựng thương hiệu và thúc đẩy doanh số bán hàng. Kết hợp với các tính năng chat, group, event, để duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng (đối với những nhà bán lẻ lớn hoặc kinh doanh lâu dài).

Có thể tổ chức sự kiện offline cho khách hàng, nhà cung cấp... để tăng cường mối quan hệ và thấu hiểu lẫn nhau.