

XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH THÔNG MINH

Thị trường kinh tế năm 2019 được dự đoán sẽ có nhiều biến động. Các doanh nghiệp trong nước không chỉ phải cạnh tranh với nhau mà còn phải cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài. Vậy làm thế nào để xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả nhất?

1. Đối thủ cạnh tranh phải luôn được “quan tâm”

Thị trường doanh nghiệp Việt Nam ngày càng “đông đúc”. Đối thủ cạnh tranh là những đối tượng có cùng phân khúc bán hàng, cùng sản phẩm, giá tương đồng và có sức mạnh trên phân khúc thị trường. Bất kể bạn đang kinh doanh trong lĩnh vực và ngành nghề gì bạn cũng sẽ phải có đối thủ cạnh tranh.

Người ta vẫn có câu: “Biết người biết ta trăm trận trăm thắng”. Đặc biệt nếu bạn chọn đi theo chiến lược kinh doanh bán lẻ thì việc tìm hiểu và nghiên cứu đối thủ cạnh tranh càng trở nên quan trọng. Biết được điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ bạn sẽ có những biện pháp đối phó lại.

2. Đầu tư cho Marketing và quảng bá thương hiệu

Marketing không thể thiếu trong lĩnh vực kinh doanh, nhờ có nó mà thương hiệu của doanh nghiệp bạn được khách hàng biết đến và trở nên phổ biến hơn trên thị trường. Marketing là cách bạn đưa những nội dung về sản phẩm đến gần hơn với khách hàng. 2 cách bạn có thể tiếp cận khách hàng qua Marketing là online và offline.

Trong thời đại công nghệ 4.0, doanh nghiệp nào biết tận dụng những mặt ưu điểm của nó để làm Marketing, doanh nghiệp ấy đã đặt được một chân đến vạch đích. Marketing giúp khách hàng nhận diện sản phẩm thông qua hình ảnh thương hiệu, nội dung sản phẩm. Marketing mang về cho đội ngũ kinh doanh những khách hàng mục tiêu giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và chi phí. Đầu tư cho Marketing và quảng bá thương hiệu là bí quyết xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả.

3. Diện mạo cửa hàng/website bán hàng đều quan trọng

Nhiều doanh nghiệp vẫn tư duy rằng chỉ cần chất lượng sản phẩm và dịch vụ tốt thì sẽ thu hút được khách hàng. Điều đó đúng nhưng chưa đủ. Nên nhớ rằng vẻ bề ngoài và ấn tượng đầu tiên bao giờ cũng rất quan trọng. Khách hàng đến với bạn trước tiên sẽ diện mạo bên ngoài của bạn thu hút và bắt mắt chứ chưa nói đến chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Về bề ngoài trong kinh doanh được nhắc đến ở đây là diện mạo cửa hàng và hình ảnh website. Một không gian cửa hàng vừa đủ rộng, thoáng, sạch sẽ và ngăn nắp khiến khách hàng cảm thấy bạn là một người kinh doanh chuyên nghiệp. Chẳng ai muốn bỏ ra số tiền lớn để mua một sản phẩm chất lượng tại cửa hàng bừa bộn, mất vệ sinh.

Bằng cách thay đổi liên tục cách sắp xếp các sản phẩm trong vị trí cửa hàng sẽ giúp khách hàng thích thú và gây kích thích để họ mua hàng. Đối với khách hàng lần đầu tiên sử dụng sản phẩm họ sẽ yêu bằng mắt trước. Làm tốt cả 3 điều: chất lượng, dịch vụ và vẻ bề ngoài bạn sẽ có trong tay vô số các khách hàng trung thành.

4. Các chương trình giảm giá sẽ thu hút lượng lớn khách hàng

Áp dụng các chương trình giảm giá, khuyến mại là một trong những chiến lược kinh doanh hiệu quả được các doanh nghiệp áp dụng nhiều nhất. Trong một thời gian giới hạn, giá các sản phẩm được giảm đi so với giá ban đầu nhằm thu hút một lượng khách hàng tìm đến với sản phẩm. Các chương trình giảm giá luôn mang lại những con số “đáng ngưỡng mộ” cho các cửa hàng.

Các chương trình giảm giá có thể đi kèm với các sự kiện kèm theo của doanh nghiệp. Sự kết hợp này là cơ hội tốt nhất để bạn tiếp cận với khách hàng của bạn. Đây là dịp bạn tri ân đối với những khách hàng trung thành và thu hút các khách hàng mới. Qua đây bạn cũng có thể tìm hiểu những nhu cầu thiết yếu của khách hàng về sản phẩm để có giải pháp cải thiện sản phẩm tốt hơn nữa.

5. Ứng dụng công nghệ vào việc kinh doanh

Làm việc trong thời đại công nghệ 4.0 mà bạn vẫn áp dụng các kinh doanh truyền thống và những phương pháp thủ công thì doanh nghiệp bạn chắc chắn sẽ “tụt hậu” so với đối thủ. Ứng dụng công nghệ vào việc kinh doanh là chiến lược hiệu quả, tiết kiệm thời gian, công sức và tiền của.

Khách hàng giờ đây đều là những người thông minh và biết cập nhật xu hướng. Họ sẽ lựa chọn những sản phẩm và dịch vụ tiện lợi cho họ nhất. Hãy thật khôn ngoan khi đầu tư vào công nghệ, nếu không có nó doanh nghiệp của bạn sẽ mãi chỉ là kẻ chạy sau thời đại mà thôi.

Xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả còn phải dựa vào tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu của doanh nghiệp để lựa chọn loại chiến lược cho phù hợp. Và bất kể có sử dụng chiến lược nào thì 5 bí quyết trên chính là kim chỉ nam để doanh nghiệp bạn bán hàng thành công.

6. 10 chiến lược kinh doanh không thể bỏ qua nếu muốn thành công

Chiến lược kinh doanh là sự kết hợp giữa phương thức và cách thức hoạt động kinh doanh của công ty, doanh nghiệp, tập đoàn nhằm mục tiêu cuối cùng là thu về lợi nhuận tối đa. Dưới đây là tổng hợp 10 chiến lược kinh doanh mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng đã và đang sử dụng để nâng doanh số bán hàng.

6.1 Chiến lược 1: Giảm giá “thanh lý”

Chiến lược kinh doanh giảm giá “thanh lý” không còn xa lạ đối với người bán hàng. Nó thường được diễn ra vào các dịp lễ, tết, cuối mùa hoặc thời điểm cạnh tranh cao điểm với các đối thủ. Khách hàng vẫn thường quen thuộc với những con số vào dịp này như: Sale up to 70%, đồng giá 99k, đồng giá 199k. Giảm giá và thanh lý chưa chắc đã là gây “lỗ vốn” cho doanh nghiệp bạn mà đây chính là chiêu thức giúp bạn vừa có thể bán được hàng cũ vừa có thể tiếp tục chào hàng các sản phẩm tiếp theo.

6.2 Chiến lược 2: Giờ vàng, ngày lễ vàng, tuần lễ vàng

Giờ vàng, ngày lễ vàng, tuần lễ vàng là chiến lược diễn ra trong một thời gian hữu hạn nhưng số lượng sản phẩm được bán ra lại nhiều gấp nhiều lần thời gian bình thường cộng lại. Tại các khung thời gian nhất định mà doanh nghiệp cảm thấy có lợi cho cả doanh nghiệp cả khách hàng, họ sẽ lựa chọn là khung giờ vàng. Tại khung giờ này, các cửa hàng sẽ tung ra những sản phẩm mới với giá thấp hơn mức bình thường và cho khách hàng trải nghiệm sản phẩm ngay tại cửa hàng. Điều này hấp dẫn khách hàng, kích thích sự tò mò dẫn đến mua hàng lập tức.

6.3 Chiến lược 3: Khuyến mại giá sốc

Tất cả các chiến lược được nhắc đến trong bài viết này đều nhằm một mục đích giúp khách hàng biết đến sản phẩm của họ nhiều hơn thông qua những biển hiệu quảng cáo hay những “slogan” họ nhìn thấy và nghe thấy hàng ngày. Từ không biết gì đến tò mò đến muốn tìm hiểu và đến quyết định mua sản phẩm, khách hàng lợi ít mà doanh nghiệp lợi nhiều.

6.4 Chiến lược 4: Đặt giá lẻ

Chiêu trò sử dụng các mức giá bán lẻ như 99k 199k 299k được các cửa hàng bán lẻ áp dụng phổ biến. Đánh trúng vào tâm lý người mua hàng, những số lẻ ấy chênh lệch so với con số tiếp theo như 100k 200k 300k rất ít nhưng khách hàng vẫn cảm thấy rẻ hơn và cảm thấy mình có lợi hơn.

6.5 Chiến lược 5: Giảm giá theo thời gian

Chiến lược “giảm giá theo thời gian” chưa được áp dụng nhiều trong thị trường kinh doanh tuy nhiên không phải là không có. Đối với chiến lược kinh doanh này, khách hàng sẽ không được biết bất kỳ thông tin nào về chương trình giảm giá cho đến khi nó được diễn ra. Do vậy, nó đến ứng mục tiêu của người bán là thu hút và kích thích khách mua hàng ngay lập tức còn khách hàng lại cảm thấy mình thật có lời vì “săn” được hàng giảm giá.

6.6 Chiến lược 6: Khuyến mại “kép”

Nếu bạn là một tín đồ của thời trang và thường xuyên đi mua quần áo chắc hẳn bạn chẳng xa lạ gì với “giảm giá kép”. Giảm giá kép có nghĩa là áp dụng hai chương trình khuyến mại song song. Khách hàng được giảm bao nhiêu % từ sản phẩm nhưng với hóa đơn trên bao nhiêu đó lại tiếp tục được giảm giá. Xét cho cùng, chiến lược này giúp các nhà kinh doanh bán được nhiều sản phẩm hơn bình thường và bán được nhiều sản phẩm đồng nghĩa với % tiền lãi chung sẽ tăng cao.

6.7 Chiến lược 7: Mua nhiều giảm nhiều

Hiệu quả đạt được sau mỗi lần chiến lược bán hàng được áp dụng đó là thu hút được lượng khách hàng thân thiết và cả lượng khách hàng mới tìm đến sản phẩm, cửa hàng bán được nhiều sản phẩm trong một thời gian ngắn, doanh số bán hàng tăng cao và nhanh hơn bình thường.

Mua 1 sản phẩm giảm 10% mua 2 sản phẩm giảm 20%,... mua 5 sản phẩm giảm 50%. Theo bạn khách hàng sẽ lựa chọn cái nào? Câu trả lời là họ sẽ lựa chọn số sản phẩm họ cho là họ được lợi nhiều nhất. Các cửa hàng online cũng phải sắp xếp các sản phẩm tương ứng với % sale để thu lợi cho mình nhiều nhất.

6.8 Chiến lược 8: Bốc thăm trúng thưởng

Các phần thưởng trong chương trình bốc thăm trúng thưởng thường là những sản phẩm mới của doanh nghiệp. Bằng cách này, doanh nghiệp vừa thúc đẩy khách hàng mua nhiều hàng để hóa đơn đủ số tiền có thể bốc thăm trúng thưởng vừa có thể tiếp thị quảng cáo sản phẩm mới của mình. Các phần thưởng này như một hình thức marketing của doanh nghiệp để test thử nhu cầu của khách hàng và test thử sản phẩm có phù hợp với khách hàng hay không, có phải cải tiến gì trong sản phẩm hay không.

6.9 Chiến lược 9: Ưu đãi dành cho hội viên

Khách hàng thân thiết luôn được các doanh nghiệp quan tâm hàng đầu. Những chương trình nhằm tri ân khách hàng không thể thiếu trong chiến lược kinh doanh cạnh tranh. Nó giúp các nhà kinh doanh “giữ chân” được những khách hàng mục tiêu và mong muốn họ sẽ là kênh PR miễn phí cho họ thông qua những dịch vụ chăm sóc khách hàng hay những sản phẩm tuyệt vời họ đã từng sử dụng.

Khi khách hàng cảm thấy sản phẩm và dịch vụ tốt họ chỉ muốn gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

6.10 Chiến lược 10: Sử dụng thẻ tích điểm

Sử dụng thẻ tích điểm sẽ không thể thiếu trong xây dựng chiến lược kinh doanh. Thẻ tích điểm đóng vai trò đưa khách hàng đến với khách hàng của mình lần nữa hoặc nếu họ không

sử dụng chiếc thẻ đó họ có thể cho người bạn của họ - đó là cách móc nối giữa khách mới và khách cũ. Thẻ tích điểm giúp cửa hàng ước tính được số lượng khách hàng trung thành hay còn gọi là khách hàng mục tiêu để từ đó cho ra đời những sản phẩm và dịch vụ phù hợp hơn.

www.eLib.vn