

Thứ Tư, 28/10/2015 15:32

10 lưu ý khi vận hành website bán hàng [1]



Chọn đơn vị thiết kế web, xây dựng hệ thống thanh toán, hiển thị đánh giá của người mua... là những điều rất cần quan tâm với một website bán hàng trực tuyến.

Doanh nghiệp của bạn cần có một trang web để quảng bá sản phẩm, dịch vụ, tiếp cận với khách hàng. Giống như phần lớn các công ty nhỏ khác, bạn sẽ phải nhờ đến một công ty thiết kế web chuyên nghiệp do tài chính và nhân lực hạn hẹp. Dưới đây là 10 vấn đề quan trọng bạn cần chú ý khi tạo lập một website kinh doanh trực tuyến trong điều kiện như vậy:

Lựa chọn đơn vị thiết kế web

Có rất nhiều nhà cung cấp thương mại điện tử có thể giúp bạn thiết kế website bán hàng trực tuyến một cách nhanh chóng. Dịch vụ của những doanh nghiệp như vậy cho phép bạn thiết kế một trang web với giao diện đẹp mắt, hiện đại, thân thiện với khách hàng, dễ dàng cập nhật và quản lý nội dung.

Họ cho phép bạn tải lên danh mục sản phẩm, thiết lập các giỏ mua hàng của khách hàng, chấp nhận thanh toán và xử lý các giao dịch. Những công ty thiết kế web như vậy thường yêu cầu bạn đưa ra một số thiết lập ban đầu. Giá cho các dịch vụ như vậy khoảng từ 10 đến 700 USD một tháng, tùy thuộc vào số lượng sản phẩm bán ra và loại hình dịch vụ được cung cấp.

Xây dựng diện mạo tổng thể website

Nếu công ty của bạn đã có một trang thương mại điện tử, website bán hàng phải thể hiện diện mạo trực tuyến của doanh nghiệp, bao gồm logo và màu sắc chủ đạo của công ty. Hầu hết các mẫu thiết kế từ các nhà cung cấp thương mại điện tử với chủ đề cài đặt trước không đòi hỏi bạn phải có kiến thức về những ngôn ngữ như HTML và CSS để tùy chỉnh. Vì vậy, bạn có thể dễ dàng tải lên website logo của doanh nghiệp, hình ảnh sản phẩm hoặc thêm các biểu ngữ, đoạn phim và nhiều hơn nữa để tạo sự hấp dẫn cho trang web.

Hệ thống thanh toán

Dĩ nhiên điều không thể thiếu cho một cửa hàng trực tuyến là một phương thức thanh toán an toàn và bảo mật tốt thông tin khách hàng. Các chuyên gia trong lĩnh vực thương mại điện tử gợi ý sử dụng dịch vụ PayPal - một trong những công cụ thanh toán trực tuyến phổ biến và uy tín nhất thế giới. Tuy nhiên, ngoài các khoản phí cố định hàng tháng cho dịch vụ cơ bản của PayPal, doanh nghiệp của bạn phải trả một khoản phí giao dịch khoảng 2,9% trên tổng số doanh thu, cộng với khoản phí 30 cent cho mỗi giao dịch.

Nhiều khách hàng muốn thanh toán bằng thẻ tín dụng của riêng họ thay vì sử dụng PayPal hoặc bộ vi xử lý thanh toán của bên thứ ba khác. Với những trường hợp này, bạn có thể lập tài khoản thương gia tại các ngân hàng. Và chi phí cho mỗi giao dịch thường từ 0,2 đến 0,5 USD, cộng với tỷ lệ phần trăm trên tổng số tiền mua hàng. Hãy lưu ý một điều là các ngân hàng cũng tính phí cố định hàng tháng, quý và năm.

Thiết lập và duy trì chăm sóc khách hàng hiệu quả

Để doanh nghiệp tiếp cận và tương tác với khách hàng một cách có hệ thống và hiệu quả, bạn có thể chọn một công cụ quản trị quan hệ khách hàng (CRM).

Các thông tin của khách hàng sẽ được cập nhật và được lưu trữ trong hệ thống quản lý cơ sở dữ liệu bao gồm: thông tin liên lạc của khách hàng, mua sắm gần đây, khiếu nại, lệnh chờ... Nhờ một công cụ dò tìm dữ liệu đặc biệt, doanh nghiệp có thể phân tích, hình thành danh sách khách hàng tiềm năng và lâu năm để đề ra những chiến lược chăm sóc khách hàng hợp lý. Ngoài ra, doanh nghiệp còn có thể xử lý các vấn đề vướng mắc, khiếu nại của khách hàng, hay việc đổi trả sản phẩm một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Heather Peterson - người sáng lập của Girl Charlee, một nhà bán lẻ trực tuyến tại Signal Hill (California) gợi ý nên đăng ký một số điện thoại miễn phí dành riêng cho dịch vụ chăm sóc khách hàng, hoặc thiết lập một tài khoản trò chuyện trực tiếp như yahoo, skype,.... Điều đó cho phép khách liên hệ, phản hồi, tương tác với doanh nghiệp bất cứ khi nào có nhu cầu.

Cách xác định chi phí vận chuyển

Với một số chương trình quản lý, khi tính chi phí mà khách hàng phải bỏ ra thì tiền vận chuyển được cộng thêm một cách tự động. Điều này có thể được nêu rõ trên từng sản phẩm tại cửa hàng trực tuyến của bạn. Hãy thuê một công ty vận chuyển trung gian uy tín, hoặc thuê shipper. Chi phí đó hoàn toàn do khách hàng bỏ ra và việc của bạn chỉ là đảm bảo hàng hoá sẽ đưa tới tay họ một cách an toàn.

Mặt khác, bạn có thể muốn xem xét việc cung cấp miễn phí phí vận chuyển, ít nhất là cho đơn hàng

trên một số tiền nhất định hoặc trong trường hợp đối thủ cạnh tranh trực tiếp của bạn cũng làm như vậy.

Hình ảnh tốt nhất về sản phẩm

Hiển nhiên, mua sắm online thông qua các cửa hàng trực tuyến không thể nhìn, sờ và cảm nhận trực tiếp, khách hàng tiếp cận sản phẩm thông qua các hình ảnh cũng như nội dung bạn cung cấp. Việc bạn cần có một chiếc máy ảnh tốt, đầy đủ ánh sáng và một hình ảnh hiện thực nhất về sản phẩm trên cửa hàng trực tuyến của mình. Nếu bạn chỉ mãi mê chỉnh sửa ảnh sao cho đẹp và mất đi tính thực tế của sản phẩm, bạn đang tự đánh mất uy tín của doanh nghiệp.

Hình ảnh chưa đủ, trên cửa hàng trực tuyến phải kèm nội dung giới thiệu sản phẩm một cách ngắn gọn, đầy đủ, chính xác và nhắm đúng nhu cầu. Đừng quên những thông số của sản phẩm kèm theo cũng như lời khuyên, tips sử dụng hữu ích nếu có.

Hiện thị đánh giá của khách hàng và chia sẻ lên mạng xã hội

Những đánh giá tích cực cũng như lượt chia sẻ trên mạng xã hội sẽ thúc đẩy hoạt động kinh doanh và tăng cơ hội quảng bá hình ảnh của doanh nghiệp trong mắt người tiêu dùng. Tuy nhiên không tránh khỏi những nhận xét tiêu cực về cửa hàng trực tuyến cũng như sản phẩm, dịch vụ bạn cung cấp. Bạn có thể để chế độ duyệt trước khi công khai nhận xét của khách hàng, điều đó sẽ hạn chế tối đa những nhận xét xấu về cửa hàng cũng như sản phẩm mà bạn cung cấp.

Cách để bắt đầu thu hút người mua sắm

Sau khi đã chuẩn bị đầy đủ theo những câu hỏi phía trên: Bạn đã sẵn sàng để cửa hàng trực tuyến của mình đi vào hoạt động chính thức? Hãy cố gắng để trang web của bạn đạt độ phủ sóng rộng nhất có thể. Đó có thể là tạo liên kết đến các cửa hàng trên chính website của công ty bạn, những bài chia sẻ hữu ích trên các forum, hay sử dụng các email bản tin, tất cả sẽ tạo nên một khởi đầu tốt. Lời khuyên ở đây là đừng bỏ qua công cụ mạng xã hội như Facebook, Twitter, Pinterest và Youtube. Tạo tài khoản và bắt đầu xây dựng sự uy tín, gắn đường link cửa hàng trực tuyến của bạn trên đó và bạn sẽ có được những lượt truy cập đáng kể với chi phí thấp nhất.

Hoặc bạn có thể sử dụng SEO, đây là công cụ giúp cửa hàng trực tuyến của bạn có một thứ hạng cao trong kết quả tìm kiếm của Google, Bing và Yahoo. Điều này phụ thuộc vào nội dung bạn đã xây dựng.

Cách xử lý hàng tồn kho

Khi bạn kinh doanh, dù đó là với các cửa hàng trực tuyến hay kinh doanh truyền thống, bạn sẽ phải đối mặt với những tình huống bị trả lại hàng, hàng tồn kho.

Phần mềm quản lý bán hàng như đã trình bày ở phần trước sẽ quản lý hiệu quả tồn kho cho bạn. Hệ thống tính toán sẽ nhanh chóng cho bạn con số doanh thu xác thực nhất cũng như thống kê số hàng tồn, báo cáo số lượng hàng bị trả lại... Hệ thống thông tin khách hàng, giỏ hàng, giao dịch gần đây... sẽ cung cấp cho bạn những thông tin phản hồi về tình hình sản phẩm, lý do đổi trả... để có chiến lược xử lý.

Theo dõi hoạt động kinh doanh của cửa hàng

Bạn có thể làm điều này thông qua các công cụ có sẵn như Google Analytics. Tiềm ích này sẽ giúp bạn thống kê lượt người truy cập, hiệu quả chạy quảng cáo, hay khách hàng quan tâm nhất sản phẩm nào trên website... Ngoài ra, bạn cũng có thể theo dõi tình trạng kinh doanh của bạn thông qua các báo cáo, thống kê từ phần mềm quản lý bán hàng. Từ những con số được cung cấp trên hệ thống, bạn sẽ có cái nhìn tổng quan về tình hình kinh doanh của cửa hàng mình.

Kim Thoa

Nguồn: VnExpress

Kiến Thức: [Kiến Thức Bán Hàng](#) [2]

Source URL: <http://www.thuongmai.vn/10-luu-y-khi-van-hanh-website-ban-hang.html>

Links:

[1] <http://www.thuongmai.vn/10-luu-y-khi-van-hanh-website-ban-hang.html>

[2] <http://www.thuongmai.vn/tin-tuc/kien-thuc/kien-thuc-ban-hang.html>