



VỮNG BƯỚC TĂNG TRƯỞNG



Báo cáo 2023
Trao quyền cho Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam

Xuất bản Tháng 01-2024

amazon
global selling

Mục lục

Thư ngỏ	03
Đối tác bán hàng đóng góp nhiều chọn lựa sản phẩm tuyệt vời với mức giá hấp dẫn cho khách hàng Amazon	04
TMĐT bán lẻ toàn cầu: Cơ hội & Xu hướng	05
Doanh nghiệp Việt Nam bán hàng toàn cầu qua Amazon: Tổng kết hoạt động	06
Bộ phận tuyệt vời để xây dựng và phát triển thương hiệu thành công	07
Khả năng đổi mới để hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa thành công	09
Đối tác đáng tin cậy trên mọi giai đoạn của hành trình khởi nghiệp	10
Thúc đẩy cộng đồng đối tác bán hàng lớn mạnh	12
Động lực tích cực cho cộng đồng địa phương	13
Câu chuyện thành công của các đối tác bán hàng Việt Nam	14

Thư ngỏ



Hiện nay, có khoảng 2 triệu đối tác bán hàng của Amazon trên khắp thế giới. Sản phẩm do các đối tác bán hàng bên thứ ba chiếm 60% tổng lượng sản phẩm bán ra trên Amazon. Rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã góp mặt trong cộng đồng đối tác bán hàng ngày càng lớn mạnh này. Việt Nam là một mắt xích cung ứng mới nổi của thương mại điện tử toàn cầu. Chúng tôi đề cao năng lực sản xuất, tinh thần khởi nghiệp và tốc độ chuyển đổi số nhanh chóng của Việt Nam. Đó là lý do chúng tôi cam kết nâng cao sự hiện diện của Amazon tại Việt Nam, tiếp tục đồng hành thúc đẩy doanh nghiệp Việt thành công cùng Amazon.

ERIC BROUSSARD

Phó Chủ tịch Tập đoàn Amazon
Khối Đối tác bán hàng quốc tế

"Thương mại điện tử là một trong các xu hướng lớn tiếp theo dành cho các doanh nghiệp muốn phát triển toàn cầu. Câu hỏi đặt ra là liệu các doanh nghiệp địa phương có thể tận dụng xu hướng này một cách nhanh chóng, nắm bắt nhu cầu tiêu dùng toàn cầu, và xây dựng kế hoạch tăng trưởng dài hạn.

Cho dù nhiều doanh nghiệp thuộc mọi quy mô đang phát triển trên Amazon, việc vận hành một doanh nghiệp chưa bao giờ là điều dễ dàng.



Bất chấp thách thức, các đối tác bán hàng trên Amazon liên tục mở rộng danh mục hàng hóa, mang đến các chọn lựa sản phẩm tuyệt vời, giá tốt, cùng với sự tiện dụng cho khách hàng. Amazon Global Selling tiếp tục nỗ lực giúp các đối tác bán hàng Việt Nam đổi mới, cải tiến sản phẩm để đáp ứng nhu cầu khách hàng mọi nơi, xây dựng thương hiệu toàn cầu và tăng cường hiện diện trên trường quốc tế.

Kết quả, trong vòng 12 tháng tính đến ngày 31/8/2023, **các đối tác bán hàng Việt Nam đã xuất khẩu và bán ra hơn 17 triệu sản phẩm** trên gian hàng của Amazon. **Giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp Việt qua Amazon tăng 50%**, đóng góp vào bức tranh xuất khẩu năng động của đất nước.

Kết quả này cho thấy sự hợp tác hiệu quả giữa Amazon và các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, đồng thời khẳng định sự linh hoạt và bền bỉ của các doanh nghiệp trong nước trong môi trường kinh tế nhiều thách thức.

Chúng tôi trân trọng giới thiệu Báo cáo Hoạt động trao quyền cho các doanh nghiệp Việt Nam năm 2023 của Amazon: tổng kết những thành công của doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu và bán hàng toàn cầu qua Amazon, điểm lại các đổi mới và chương trình hợp tác giúp doanh nghiệp tăng trưởng. 23 năm qua, Amazon tập trung đầu tư để đóng góp vào thành công của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, đây vẫn là "Ngày Đầu Tiên", tinh thần Day 1 này thách thức chúng tôi để không ngừng đổi mới, hỗ trợ tích cực hơn nữa, để thúc đẩy sự thành công của các doanh nghiệp trong tương lai."

Trân trọng cảm ơn,

GIJAE SEONG

Giám đốc điều hành Amazon Global Selling Việt Nam



Đối tác bán hàng đóng góp đa dạng chọn lựa sản phẩm tuyệt vời với mức giá hấp dẫn cho khách hàng Amazon

Hơn

60%*

tổng lượng sản phẩm bán ra trên Amazon

đến từ các đối tác bán hàng bên thứ ba,
trong đó phần lớn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ

*Nguồn: Amazon Q2 Earnings, 2023

Amazon là đối tác được chọn lựa của hàng triệu đối tác bán hàng trên toàn thế giới bởi chúng tôi cung cấp hệ thống dịch vụ hiệu quả nhất để mang lại sự thành công, phát triển cho nhiều doanh nghiệp, từ đó đóng góp và tạo động lực thúc đẩy cơ hội kinh tế cho các cộng đồng địa phương trên khắp thế giới. Cùng nhau, Amazon và các doanh nghiệp đang tạo ra một trong những mối quan hệ hợp tác thành công nhất trong lịch sử ngành bán lẻ - phục vụ và làm hài lòng hàng trăm triệu khách hàng với sự lựa chọn sản phẩm đa dạng, giá cả hợp lý và giao hàng tiện lợi.

AMAZON TẬP TRUNG VÀO 5 MỤC TIÊU CHÍNH:

- 1. Bộ phận tuyệt vời để xây dựng và phát triển thương hiệu thành công**
- 2. Khả năng đổi mới để thúc đẩy các doanh nghiệp thành công**
- 3. Đối tác tin cậy trên mọi giai đoạn của hành trình khởi nghiệp**
- 4. Thúc đẩy cộng đồng đối tác bán hàng lớn mạnh**
- 5. Tạo tác động tích cực cho cộng đồng địa phương**

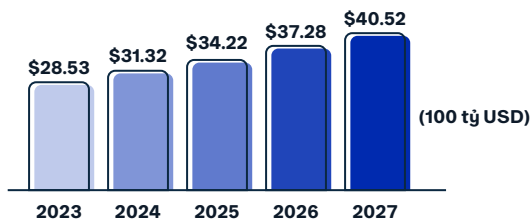


TMĐT bán lẻ toàn cầu: Cơ hội & Xu hướng

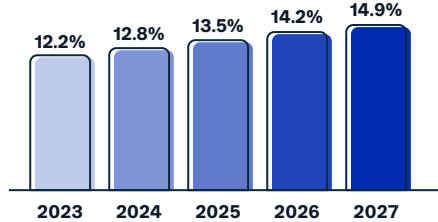
Toàn cầu: TMĐT cho thấy cơ hội tăng trưởng mạnh mẽ

Tiêu dùng toàn cầu tiếp tục chứng kiến sự dịch chuyển từ offline sang online với doanh thu TMĐT bán lẻ tăng trưởng qua từng năm. Chiếm tỷ trọng còn khiêm tốn trong tổng dung lượng bán lẻ toàn cầu, TMĐT bán lẻ đang cho thấy cơ hội phát triển lớn để mở rộng tiếp cận khách hàng mới trên toàn cầu.

Biểu đồ 1: Quy mô TMĐT bán lẻ toàn cầu, 2023-2027



Biểu đồ 2: Tỷ trọng TMĐT bán lẻ toàn cầu so với bán lẻ toàn cầu, 2023-2027

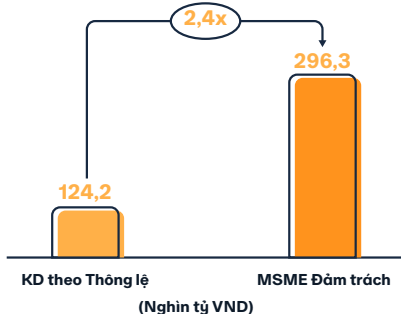


Nguồn: eMarketer, Grand View Research (Không bao gồm số liệu TMĐT Trung Quốc)

Việt Nam: Năm bắt cơ hội xuất khẩu với TMĐT

Nếu các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ Việt Nam được trang bị đầy đủ và tăng tốc xuất khẩu qua TMĐT, giá trị xuất khẩu TMĐT B2C tại Việt Nam có thể đạt 296,3 nghìn tỷ đồng vào năm 2027.

Kim ngạch xuất khẩu B2C qua TMĐT theo kịch bản “MSME Đảm trách” năm 2027



x

Mức tăng tương đối về giá trị trong kịch bản “MSME Đảm trách” so với kịch bản “Kinh doanh theo Thông lệ”



TMĐT B2C sẽ là ngành xuất khẩu lớn thứ 5 tại Việt Nam trong 5 năm tới.

Nguồn: Báo cáo Người bán hàng địa phương, Khách tiêu dùng toàn cầu: Xu hướng xuất khẩu qua TMĐT tại Việt Nam, AccessPartnership

TMĐT góp phần khắc phục các rào cản trong hoạt động thương mại quốc tế, giúp các doanh nghiệp dễ dàng hơn trong việc mở rộng thị trường kinh doanh, qua đó tạo động lực cho sự phát triển của hoạt động xuất khẩu nói riêng và nền kinh tế đất nước nói chung. Việc ứng dụng TMĐT nhận được sự quan tâm sâu sắc của Chính phủ và tạo nhiều điều kiện để phát triển. Những năm gần đây, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách, quy định để hỗ trợ các doanh nghiệp chuyển đổi số cũng như đồng hành cùng doanh nghiệp trong hành trình ứng dụng TMĐT và vươn ra thị trường quốc tế.

BÀ LẠI VIỆT ANH

Phó Cục trưởng
Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số Việt Nam (iDEA), Bộ Công Thương



Tổng kết hoạt động: Doanh nghiệp Việt Nam bán hàng toàn cầu qua Amazon

Dữ liệu tổng hợp trong vòng 12 tháng tính đến hết ngày 31/8/2023, so với cùng kỳ năm trước tính đến hết ngày 31/8/2022.

Các đối tác bán hàng Việt Nam bán ra

17 triệu sản phẩm

cho khách hàng Amazon trên toàn cầu



↑40%

Số lượng đối tác bán hàng Việt Nam trên Amazon tăng hơn 40%



↑50%

Giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam bán hàng trên Amazon tăng hơn 50%.



↑70%

Số lượng đối tác bán hàng Việt Nam sử dụng Dịch vụ hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon tăng

Top 5 danh mục sản phẩm bán chạy nhất của đối tác bán hàng Việt Nam trên Amazon

1



Nhà cửa

2



Nhà bếp

3



Sức khỏe & Chăm sóc cá nhân

4



May mặc

5



Làm đẹp

Bộ phóng tuyệt vời để xây dựng và phát triển thương hiệu thành công

Từ những doanh nhân khởi nghiệp đến các thương hiệu quốc gia tên tuổi, hay các nhà sản xuất lớn trên khắp thế giới, Amazon đang tạo ra một bộ phóng đáng tin cậy, hỗ trợ các doanh nghiệp thuộc mọi quy mô bắt đầu kinh doanh và xây dựng thương hiệu toàn cầu thành công. Hành trình này bắt đầu bằng việc xây dựng và giới thiệu câu chuyện thương hiệu độc đáo, thu hút khách hàng, đến tạo mối gắn kết với khách mua và xây dựng lòng trung thành thương hiệu. Amazon cung cấp một loạt các công cụ, chương trình và dịch vụ mới và được cải tiến, đồng hành cùng thương hiệu phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh.

Kể câu chuyện thương hiệu với Nội dung A+

Với việc xây dựng “nội dung A+”, doanh nghiệp có thể giới thiệu câu chuyện thương hiệu và các tính năng của sản phẩm một cách hiệu quả, bằng cách sử dụng văn bản, hình ảnh, video trên trang chi tiết sản phẩm trên Amazon. Đối tác bán hàng có thể thử nghiệm nhiều định dạng nội dung với công cụ Quản lý thử nghiệm (Manage Your Experiments). Các phân tích dữ liệu sẽ giúp đối tác bán hàng xác định định dạng nội dung thu hút khách hàng nhất và tăng tỷ lệ chuyển đổi. Theo ghi nhận, các đối tác bán hàng sử dụng các công cụ này đã tăng mức độ ưa thích của khách hàng và doanh số trung bình tăng 25%.

Tận dụng các công cụ phân tích thương hiệu hiệu quả

Trang Báo cáo và phân tích Thương hiệu (Brand Analytics) hiển thị tình hình sản phẩm đang bán, mức độ tìm kiếm của khách hàng về sản phẩm. Công cụ hiện được tích hợp thêm các thông tin chi tiết về hành vi tìm kiếm, từ đó cung cấp dữ liệu ẩn danh giúp các đối tác bán hàng đọc vị thị hiếu và hành vi mua sắm của khách hàng, đồng thời trực tiếp cung cấp các thông tin để đề ra các kế hoạch hành động.

Các kết quả này được hiển thị trực quan, các đối tác bán hàng có thể tải xuống để nghiên cứu và phân tích chuyên sâu.

Xây dựng gian hàng thương hiệu

Với Gian hàng Amazon (Amazon Stores), doanh nghiệp có thể giới thiệu thương hiệu và sản phẩm trên gian hàng của mình với nhiều trang, mang đến trải nghiệm phong phú xoay quanh sản phẩm. Khách hàng có thể dễ dàng khám phá và có trải nghiệm mua sắm tích hợp trên Amazon, vừa có thể truy cập những đường dẫn (URL) riêng của thương hiệu. Thay vì lập trình phức tạp, đối tác bán hàng có thể sử dụng các mẫu gian hàng được thiết kế sẵn, và thao tác với các công cụ kéo thả đơn giản để thiết lập gian hàng riêng của thương hiệu.

Đánh giá sản phẩm với Amazon Vine

Chương trình Amazon Vine giúp các đối tác bán hàng thu hút các đánh giá về sản phẩm từ cộng đồng các reviewer trung lập và dày dặn kiến thức, gọi là Vine Voices. Các đánh giá mang đến cho khách hàng nhiều thông tin về chất lượng sản phẩm trước khi mua hàng, và giúp đối tác bán hàng tăng nhận diện của các sản phẩm mới.



Gian hàng EQUO trên Amazon gặt hái những thành công tuyệt vời với những đánh giá, phản hồi trung thực, nhanh chóng từ người dùng, câu chuyện thương hiệu được xây dựng, chuyển tải và “chạm” đến khách hàng. Cái “bắt tay” với Amazon đã giúp doanh thu của EQUO năm 2022 tăng gấp 3 lần.

MARINA TRẦN VŨ
Nhà sáng lập EQUO





Bước ngoặt quan trọng của Chippi&Co là việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu nghiêm túc để phát triển bền vững trên thị trường quốc tế. Chúng tôi đăng ký chương trình Brand Registry của Amazon để bảo vệ thương hiệu và ngăn chặn việc sao chép sản phẩm. Ngoài ra, Chippi&Co sử dụng các công cụ xây dựng thương hiệu của Amazon để tạo sức hút cho gian hàng và quảng bá thương hiệu, như tạo nội dung quảng cáo, thiết kế trang sản phẩm đẹp mắt và chuyên nghiệp giúp thu hút nhiều khách hàng hơn.

CHU KIM DIỆU HƯƠNG

Giám đốc phát triển sản phẩm, Chippi&Co

Quảng cáo và quảng bá sản phẩm

Amazon cung cấp loạt công cụ quảng cáo và khuyến mãi mạnh mẽ, cung cấp cho thương hiệu nhiều lợi ích trong quá trình khách hàng khám phá sản phẩm.

Sản phẩm được tài trợ (Sponsored Products) là quảng cáo tính phí dựa trên chi phí cho mỗi lần nhấp chuột (CPC) quảng bá thông tin từng sản phẩm trên gian hàng trên Amazon và các apps của bên thứ ba để giúp khách hàng khám phá sản phẩm mà họ ưa thích. Nhà bán hàng chỉ mất vài phút để tạo chiến dịch phù hợp với mục tiêu của thương hiệu.

Thương hiệu được tài trợ (Sponsored Brands) thúc đẩy sự khám phá thương hiệu bằng các quảng cáo sáng tạo, đa sản phẩm xuất hiện trong kết quả tìm kiếm liên quan trên Amazon.

Amazon Live là trải nghiệm mua sắm khai thác tối đa sự tương tác thời gian thực với thương hiệu, cho phép đối tác bán hàng trưng bày các sản phẩm một cách sống động, giới thiệu đến khách hàng về tính năng, lợi ích của sản phẩm, từ đó cân nhắc mua hàng.

Deals & Coupons mang đến đa dạng lựa chọn ưu đãi, giúp đối tác bán hàng thu hút khách hàng mới và thúc đẩy chuyển đổi mua hàng.

Thúc đẩy sự trung thành và quay lại mua hàng

Thông qua công cụ tương tác với **Tập khách hàng tùy chỉnh** (Tailored Audiences) của Amazon, đối tác bán hàng có thể chạy các chiến dịch được cá nhân hóa thông qua email, hướng đến khách hàng mục tiêu dựa trên các thuộc tính như mức độ hứng thú với sản phẩm và trung thành với thương hiệu.

Thương hiệu cũng có thể tiếp tục hướng đến những khách hàng đã mua hàng trước đó, từ đó tăng tỷ lệ quay lại mua hàng. Đồng thời, tận dụng các ưu đãi về giá từ các chương trình như Subscribe and Save, khi khách hàng đăng ký gói giao hàng định kỳ, để giữ chân khách hàng.

Khả năng đổi mới để thúc đẩy các doanh nghiệp nhỏ và vừa thành công

Vận hành một doanh nghiệp chưa bao giờ dễ dàng. Hợp tác với Amazon cho phép các đối tác bán hàng khai thác và tận dụng các công cụ, dịch vụ hiệu quả, tiết kiệm từ các đổi mới công nghệ và quy mô của Amazon. Nhờ đó, đối tác bán hàng có thể tập trung phát triển, đổi mới sản phẩm đáp ứng nhu cầu khách hàng, và giảm thiểu thời gian cho các khâu còn lại như logistics, quản lý tồn kho, hoàn thiện đơn hàng, dịch vụ khách hàng và nhiều khía cạnh phức tạp, thử thách khác trong vận hành kinh doanh.

Dịch vụ hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)

Với Dịch vụ hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (Fulfillment by Amazon - FBA), Amazon sẽ thay đổi tác bán hàng đảm nhận toàn bộ quá trình hoàn thiện đơn hàng, từ khâu lưu kho, lấy hàng hóa, đóng gói, giao hàng, chăm sóc khách hàng. Amazon đã đầu tư hàng chục tỷ đô la vào hạ tầng và năng lực logistics, nhờ đó, khi sử dụng FBA, đối tác bán hàng có thể đưa sản phẩm đến tay khách hàng nhanh chóng, ưu việt. Ước tính, chi phí giao hàng khi sử dụng FBA tiết kiệm đến 70% so với các dịch vụ vận chuyển cao cấp tương tự của các đơn vị giao nhận khác,

FULFILLMENT BY AMAZON (FBA)

Số lượng nhà bán sử dụng FBA tăng hơn 70%



Doanh thu của đối tác bán hàng sử dụng FBA tăng hơn 80%

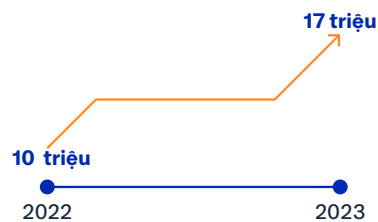


Số lượng đối tác bán hàng Việt Nam sử dụng dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) **tăng hơn 70%**, với mức **tăng trưởng doanh thu hơn 80%**.

Chương trình bán hàng toàn cầu

Amazon mang đến loạt công cụ, chương trình giúp đối tác bán hàng tinh giản cách thức bán hàng toàn cầu.

Với Chương trình bán hàng toàn cầu (Amazon Global Selling), đối tác bán hàng có thể sử dụng uy tín thương hiệu toàn cầu của Amazon để tiếp cận hàng trăm triệu tài khoản khách hàng trên toàn cầu của Amazon. Năng lực logistics quốc tế hiện đại giúp việc vận chuyển hàng hóa xuyên biên giới dễ dàng, tiết kiệm hơn. Các công cụ bán hàng giúp giảm lược khâu đăng bán sản phẩm tại nhiều thị trường khác nhau với công cụ dịch tự động và chuyển đổi tiền tệ, có thể quản lý việc định giá và dòng thu nhập. Tất cả nhằm hỗ trợ doanh nghiệp vươn ra thế giới dễ dàng, nhanh chóng.



Hơn **17 triệu sản phẩm** từ các đối tác bán hàng Việt Nam đã được bán ra cho khách hàng Amazon toàn cầu

European Expansion Accelerator

EEA là một giải pháp mở rộng thị trường tự động được tạo ra bởi các công cụ độc lập của Amazon tự liên kết với nhau. Người bán có thể truy cập Trung tâm Nhà bán hàng (Seller Central), tìm hiểu các gian hàng ở thị trường họ chưa từng hoạt động để mở rộng kinh doanh. Việc đăng ký tài khoản, thiết lập, dịch thuật nội dung, đăng tải sản phẩm, thiết lập giao hàng, kiểm định sản phẩm và tùy chỉnh danh mục sẽ được thực hiện tự động trong vòng 3 ngày làm việc. Đối tác bán hàng có thể lựa chọn mở rộng từng cửa hàng hoặc tất cả 9 cửa hàng tại EU và Vương quốc Anh cùng một lúc.

Đối tác đáng tin cậy trên mọi giai đoạn của hành trình khởi nghiệp

Amazon đầu tư hàng tỷ đô la hàng năm vào con người, nguồn lực và dịch vụ để hỗ trợ các doanh nghiệp trên mỗi giai đoạn của hành trình khởi nghiệp, từ lúc bắt đầu kinh doanh, mở rộng quy mô và vươn ra toàn cầu, tích cực hỗ trợ và đồng hành các đối tác bán hàng phát triển và thành công.

Ưu đãi phí duy trì tài khoản - Fee Waiver

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp tiếp cận xuất khẩu trực tuyến, Amazon triển khai chương trình Ưu đãi phí duy trì tài khoản 6 tháng chỉ 1 USD cho Tài khoản bán hàng chuyên nghiệp dành cho đối tác bán hàng lần đầu tiên đăng ký tài khoản với Amazon tại Việt Nam.

*Chương trình áp dụng từ ngày 4/10/2023 đến 3/4/2024



JITA

Amazon ra mắt JITA, công cụ trợ giúp theo ngữ cảnh nhằm hỗ trợ đối tác bán hàng trong quá trình đăng ký tài khoản trên Amazon. Cụ thể, JITA cung cấp các trợ giúp theo ngữ cảnh với những hướng dẫn chi tiết dưới nhiều hình thức, từ văn bản, hình ảnh, video và đường dẫn liên kết, hỗ trợ đa ngôn ngữ, trong đó có tiếng Việt.

Nhờ đó, đối tác bán hàng sẽ nhận được sự trợ giúp tức thời, chính xác theo các nhu cầu khác nhau, giúp quá trình đăng ký tài khoản diễn ra suôn sẻ. JITA sẽ giúp giảm sự phụ thuộc vào các kênh hỗ trợ truyền thống như email, điện thoại, đồng thời tối ưu hóa trải nghiệm đăng ký tài khoản của đối tác bán hàng, qua đó cải thiện tỷ lệ đăng ký, hiệu suất hoàn thành việc đăng ký và mở thành công tài khoản bán hàng trên Amazon.

Tư vấn và hỗ trợ thiết thực

Hàng chục ngàn nhân viên Amazon gồm các nhà phát triển phần mềm, nhà khoa học về công nghệ máy học, quản lý sản phẩm, quản lý tài khoản, nhân viên hỗ trợ, và rất nhiều nhân sự đang chuyên tâm giúp các đối tác bán hàng thành công. Đội ngũ chuyên gia làm việc để tìm các cơ hội mới, hiểu rõ đối tác bán hàng và giúp họ hạn chế các lỗi, túc trực đồng hành cùng đối tác bán hàng vận hành và phát triển kinh doanh. Mỗi ngày, đội ngũ Amazon trên toàn cầu mang đến cho các đối tác bán hàng chiến lược, giải đáp, hướng dẫn, chương trình, giải pháp cần thiết để thành công trên Amazon. Đội ngũ hỗ trợ sẵn sàng 24/7 để giúp đối tác bán hàng giải quyết các vấn đề phát sinh qua điện thoại, tin nhắn, email.



LAMER tận dụng các hỗ trợ từ Amazon, nhất là các công cụ phân tích dữ liệu để xác định cơ hội sản phẩm và tiềm năng bán hàng. Trình khám phá cơ hội sản phẩm (Product Opportunity Explorer) cho phép chúng tôi thử nghiệm và “bắt mạch” chính xác thị hiếu khách hàng toàn cầu.

Chúng tôi cũng khai thác tối đa các đánh giá, phản hồi của khách mua trên Amazon để cải tiến sản phẩm theo nhu cầu khách hàng, và tinh giản danh mục sản phẩm: tập trung vào các sản phẩm được yêu thích nhiều, có lợi nhuận cao, để đảm bảo màn “chào sân” suôn sẻ.

TRẦN TÚ VIÊN

Giám đốc phụ trách Thương mại điện tử, LAMER



Là một doanh nghiệp nhỏ mới bắt đầu bán hàng trên Amazon, tôi vô cùng ấn tượng với sự hỗ trợ thông tin, kiến thức cho đối tác bán hàng của Amazon. Khi truy cập Học viện nhà bán hàng (Seller University), tôi có thể hình dung về bức tranh kinh doanh tổng quan đến từng giải pháp cụ thể. Các bối rối của một người mới được giải quyết cặn kẽ, ngắn gọn, dễ hiểu. Chúng tôi thấy được sự đồng hành của Amazon đối với các đối tác bán hàng, tháo gỡ những lo lắng của doanh nghiệp khi bán hàng trên Amazon.

Chia sẻ của một đối tác bán hàng mới, theo khảo sát của Seller University



Amazon SEND

Chương trình vận chuyển SEND là giải pháp vận chuyển đầu vào xuyên biên giới tích hợp với bên thứ ba, cung cấp cho các đối tác bán hàng giải pháp logistics xuyên biên giới kết hợp với dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA). Từ tháng 11/2023, Amazon cung cấp thêm lựa chọn đơn vị vận chuyển cho các đối tác bán hàng đang sử dụng phương thức vận chuyển bằng đường hàng không cho các chuyến hàng FBA từ Việt Nam qua các trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon tại Hoa Kỳ. Từ tháng 12/2023, Amazon sẽ mở rộng thêm hình thức vận chuyển bằng đường biển, cung cấp giải pháp vận chuyển đa dạng cho đối tác bán hàng sử dụng dịch vụ FBA. Với cải tiến này, đối tác bán hàng có thể lựa chọn phương thức vận chuyển phù hợp nhất với nhu cầu, từ chuyển phát nhanh, vận tải hàng không đến vận tải đường biển.

- ✓ Dịch vụ đảm bảo
- ✓ Thuận tiện & tiết kiệm thời gian
- ✓ Gửi hàng trước, trả tiền sau
- ✓ Giá cạnh tranh

Trung tâm đào tạo Amazon Day-1 Việt Nam

Tọa lạc tại TP. Hồ Chí Minh, Trung tâm đào tạo Amazon Day-1 Việt Nam bao gồm một trung tâm đào tạo, kết nối tại chỗ cho các đối tác bán hàng, và một studio sản xuất và phát sóng các nội dung đào tạo, webinar trực tuyến nhằm trang bị và đáp ứng nhu cầu tăng cao về kiến thức thương mại điện tử xuyên biên giới.

Học viện nhà bán hàng (Seller University)

Học viện nhà bán hàng cung cấp các tài nguyên học tập chuyên sâu giúp đối tác bán hàng thành công trên Amazon. Amazon tiến hành các phân tích để tìm ra các yếu tố làm nên thành công của đối tác bán hàng, từ đó xây dựng nội dung học tập phù hợp, thiết thực nhất để các đối tác bán hàng có thể tìm hiểu trong suốt quá trình bán hàng.

Năm 2023, Học viện nhà bán hàng đã xuất bản 126 tài liệu bằng tiếng Việt, trong đó gồm 7 video talkshow “Hỏi đáp xuyên biên giới cùng Amazon”, thu hút gần 250.000 lượt hoàn thành khóa học.

Trong năm qua, Amazon Global Selling cũng triển khai chuỗi chương trình đào tạo trực tuyến về bán hàng TMĐT xuyên biên giới Amazon Live Webinar. Với khả năng tương tác trong thời gian thực với người học, 82 phiên Live Webinar với 12.175 người tham gia tìm hiểu về cách bán hàng trên Amazon và phát triển doanh nghiệp đã được tổ chức.

TÀI NGUYÊN HỌC TẬP MIỄN PHÍ



Livestream Broadcast & Học viện nhà bán hàng của Amazon cung cấp hàng trăm tài nguyên học tập miễn phí bằng tiếng Việt, đồng hành cùng các đối tác bán hàng địa phương trên suốt hành trình kinh doanh trên Amazon.

Thúc đẩy cộng đồng đối tác bán hàng lớn mạnh

Amazon hỗ trợ các đối tác bán hàng trên toàn cầu và xây dựng cộng đồng đối tác bán hàng lớn mạnh, với các tài nguyên học tập, chương trình, công cụ mang tính tương tác, các hội nghị Nhà bán hàng thường niên, giúp các đối tác bán hàng có thể kết nối với nhau và với Amazon.

Cộng đồng đối tác bán hàng Việt Nam

Các đối tác bán hàng luôn tìm kiếm một nơi để trao đổi thông tin, chia sẻ ý tưởng, tìm lời khuyên và câu trả lời để hỗ trợ nhau cùng kinh doanh thành công trên Amazon. Năm 2023, Amazon Global Selling Việt Nam đã làm việc với các cộng đồng đối tác bán hàng Việt Nam để triển khai loạt hoạt động như gặp gỡ theo quý, networking trực tiếp, cập nhật thông tin, kiến thức về xu hướng tiêu dùng toàn cầu, câu chuyện thành công, các công cụ, chương trình và chính sách mới và cải tiến đến cộng đồng nhà bán hàng.



Hội nghị TMĐT xuyên biên giới Amazon năm 2023

Là sự kiện thường niên dành cho các đối tác bán hàng, Hội nghị TMĐT xuyên biên giới Amazon năm 2023 đã diễn ra tại Hà Nội và TP.HCM vào tháng 10, thu hút 1,500 khách tham dự trên toàn quốc, từ cơ quan chính phủ, hiệp hội ngành nghề, khởi nghiệp, doanh nghiệp Việt Nam và cả các nhà bán hàng Amazon. Tập trung vào các chủ đề như kết nối chuỗi cung ứng, mở rộng danh mục sản phẩm và xây dựng thương hiệu toàn cầu, sự kiện tạo bộ phận tăng trưởng bền vững cho TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam. Tại Hội nghị, Amazon Global Selling Việt Nam đã công bố 3 trọng tâm chiến lược năm 2024, đồng thời giới thiệu loạt công cụ, chương trình mới và cải tiến để thúc đẩy doanh nghiệp Việt tăng tốc kinh doanh toàn cầu với TMĐT xuyên biên giới.

Hội nghị đã khuyến khích, lan tỏa cảm hứng, giúp các đối tác bán hàng có thể tương tác, học hỏi, kết nối lẫn nhau và với đội ngũ Amazon, hướng đến kinh doanh thành công, tăng trưởng bền vững trên Amazon.



Tạo tác động tích cực cho cộng đồng địa phương

Sự thành công của các đối tác bán hàng trên Amazon đồng thời tạo cơ hội việc làm và mang lại các tác động tích cực đối với cộng đồng và kinh tế địa phương. Như vậy, sự hợp tác tuyệt vời giữa các đối tác bán hàng và Amazon không chỉ mang lại lợi ích cho người tiêu dùng, các doanh nghiệp, Amazon - mà còn cho chính cộng đồng người dân địa phương.

Cơ hội việc làm

Bán hàng trên Amazon không chỉ mở khóa cơ hội xuất khẩu cho các doanh nghiệp mà còn tạo ra công ăn việc làm cho lao động địa phương, nâng cao năng lực, kiến thức, kỹ năng về TMĐT xuyên biên giới, thúc đẩy sự phát triển của cộng đồng kinh tế địa phương.



“Đánh thức” làng nghề truyền thống

Các làng nghề thủ công và xưởng sản xuất truyền thống của Việt Nam, với bề dày kinh nghiệm phong phú và lịch sử lâu đời, đã tạo ra vô số sản phẩm thủ công mỹ nghệ và đồ gỗ độc đáo. Nhiều năm liền, Nội thất & Trang trí nhà cửa liên tục nằm trong nhóm các danh mục ngành hàng bán chạy nhất từ các đối tác bán hàng Việt Nam trên Amazon.

Phát triển TMĐT xuyên biên giới bằng việc tận dụng thế mạnh địa phương từ năng lực sản xuất dồi dào, nguồn nguyên liệu tự nhiên đa dạng, kỹ năng tay nghề cao và sự chăm chỉ, cơ hội sẽ rộng mở, mang đến những thay đổi tích cực đối với các doanh nghiệp, kinh tế và cộng đồng địa phương.

Hỗ trợ phát triển 10.000 nhân lực TMĐT xuyên biên giới cho Việt Nam

“TMĐT xuyên biên giới: Kỷ nguyên bút phớ” là sáng kiến hợp tác kéo dài 5 năm giữa Amazon Global Selling Việt Nam và Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (IDEA) - Bộ Công Thương, với chuỗi chương trình đào tạo, tập huấn online lẫn offline về TMĐT xuyên biên giới trên khắp cả nước.

Được triển khai từ năm 2022, đến nay, hàng nghìn doanh nghiệp tại các tỉnh thành như Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng, Ninh Bình, Hải Phòng, Đồng Nai, Bến Tre, Cần Thơ đã được trang bị các kiến thức, kỹ năng thông qua các khóa học với nội dung từ tìm hiểu cơ hội kinh doanh, nghiên cứu thị trường, xây dựng danh mục sản phẩm và đăng tải sản phẩm hiệu quả, đăng ký và bảo vệ thương hiệu, giúp các doanh nghiệp sẵn sàng xuất khẩu sản phẩm và thương hiệu ra toàn cầu.



Hợp tác với Amazon Global Selling đánh dấu nhiều khởi sắc cho LAMER. Dù còn nhiều thách thức, song LAMER luôn tìm thấy niềm hạnh phúc, từ chính những công việc hằng ngày, từ sự hài lòng của khách hàng, từ những người lao động địa phương được tạo điều kiện công ăn việc làm, và dệt may Việt dần thoát khỏi cái bóng “sân sau” để tiếp cận trực diện thị trường toàn cầu.

VŨ THỊ THU THỦY

Nhà sáng lập LAMER

Câu chuyện thành công

Doanh số triệu đô, Mỹ phẩm Việt tìm lối đi riêng

ĐỒNG THANH SƠN HOÀNG QUỐC VINH

Đồng sáng lập thương hiệu Abera

Ngành làm đẹp đang chứng kiến nhu cầu tăng cao đối với các sản phẩm nguồn gốc tự nhiên. Đây là cơ hội để mỹ phẩm thiên nhiên Made-in-Vietnam tự hào khẳng định dấu ấn trên toàn cầu.

Câu chuyện đằng sau thành công của thương hiệu làm đẹp Abera từ Việt Nam?

Thành công của Abera xuất phát từ việc phân tích và thấu hiểu nhu cầu khách hàng, liên tục cải tiến sản phẩm, và phát triển thương hiệu chín chu. Làm đẹp vốn là lĩnh vực lợi thế của nữ giới, song Abera, được dẫn dắt bởi những lãnh đạo nam giới, vẫn có thể gặt hái thành công trên toàn cầu từ chiến lược phát triển sản phẩm chuyên biệt, tận dụng TMĐT để bán hàng trực tiếp đến khách hàng, và liên tục hoàn thiện sản phẩm dựa trên dữ liệu phân tích chuyên sâu. Chúng tôi sử dụng các hỗ trợ của Amazon như **Trình khám phá cơ hội sản phẩm (Product Opportunity Explorer)** để tìm ngách sản phẩm, hay **Nội dung A+** để nâng cấp gian hàng thương hiệu. Chúng tôi cũng tận dụng FBA để giải quyết bài toán logistics, thúc đẩy doanh thu thông qua các chiến dịch quảng cáo và tối ưu chi phí quảng cáo.

Sự khác biệt của sản phẩm Abera trên Amazon là gì?

Abera tập trung phát triển các sản phẩm mỹ phẩm và làm đẹp có công dụng đặc trị thay vì đa năng. Tận dụng các thành phần tự nhiên từ Việt Nam, chúng tôi phát triển các sản phẩm giải quyết các vấn đề về da, tóc, chăm sóc răng miệng theo thị hiếu khách hàng. Chiến lược của chúng tôi nhắm tới “khoảng trống” thị trường, khai thác nguồn lực thiên nhiên địa phương để phát triển các sản phẩm có nhu cầu sử dụng cao.



Abera chọn tập trung vào các sản phẩm phục vụ thị trường ngách. Lấy khách hàng làm trọng tâm, Abera phát triển những sản phẩm có nguồn gốc nguyên liệu thiên nhiên nhưng có những ứng dụng hoàn toàn mới. Song song đó, chúng tôi đầu tư xây dựng thương hiệu ngay từ giai đoạn đầu tiên. Sau một năm kinh doanh trên Amazon, Abera đã đạt được những kết quả vô cùng ấn tượng.

Với việc đổi mới sản phẩm để đáp ứng các nhu cầu riêng biệt, Abera đã thành công đón nhận sự chú ý và gắn bó của các khách hàng quốc tế đang tìm kiếm những sản phẩm tự nhiên, chuyên biệt.

Kết quả kinh doanh của Abera trên Amazon?

Chiến lược kinh doanh và liên tục đầu tư phát triển sản phẩm giúp Abera đạt được **doanh thu triệu đô** trong chưa đầy 1 năm lên Amazon, uy tín thương hiệu được nâng cao với chỉ số đánh giá tích cực đạt 95%. Đáng chú ý, tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng cao gấp 5-6 lần cho thấy tiềm năng của Abera trong việc chuyển đổi quyết định mua hàng của khách hàng toàn cầu.



Câu chuyện thành công

Thành công toàn cầu nhờ khai phá thị trường “ngách”

TRUNG BÙI

Nhà sáng lập TIDITA

Dù tham gia ngành hàng nhiều cạnh tranh, thương hiệu đồ gỗ nhà bếp và trang trí TIDITA đã thành công tạo dấu ấn riêng với ngách sản phẩm độc đáo, khác biệt, đáp ứng sở thích khách hàng, không ngừng hoàn thiện và tối ưu danh mục sản phẩm.

Doanh nghiệp đã xác định mô hình kinh doanh trên Amazon như thế nào?

Chúng tôi bắt đầu hành trình trên Amazon khi nhận ra tiềm năng khổng lồ của các sản phẩm gỗ. Sau khi tiến hành các nghiên cứu chiến lược, tìm hiểu kỹ lưỡng về nhu cầu ngách của thị trường, đặc hiệu là thị hiếu của người tiêu dùng Mỹ đối với sản phẩm trang trí nhà cửa và gia dụng bếp mang hơi hướng vintage, tối giản, chúng tôi quyết định kinh doanh trên Amazon. Chúng tôi đã thâm nhập thị trường ngách và tận dụng phạm vi tiếp cận toàn cầu của Amazon, đưa các sản phẩm gỗ Made-in-Vietnam đảm bảo yếu tố công năng lẫn thẩm mỹ “chào sân” các thị trường mà TIDITA chưa bao giờ nghĩ mình có thể đặt chân tới.

Bí quyết hay công cụ nào từ Amazon giúp TIDITA phát triển kinh doanh hiệu quả nhất?

Bộ công cụ và dịch vụ của Amazon đóng vai trò then chốt trong sự tăng trưởng của TIDITA. Chúng tôi đã khai thác triệt để các công cụ nghiên cứu của Amazon để nhận diện “khoảng trống” thị trường, tinh chỉnh sản phẩm theo phản hồi khách hàng, và chăm chút phát triển gian hàng trực tuyến trên Amazon.

Ngoài ra, chúng tôi tham gia chương trình **Đăng ký Thương hiệu (Brand Registry)** trên Amazon từ những ngày đầu, để bảo hộ thương hiệu, xây dựng lòng tin và sự trung thành của khách hàng đối với thương hiệu.



Công thức thành công của TIDITA gói gọn trong 3 yếu tố: đầu tư mạnh mẽ vào khâu nghiên cứu và phát triển sản phẩm, tư duy kinh doanh bền vững với việc sớm xây dựng thương hiệu trên Amazon, và tận dụng các công cụ sẵn có từ Amazon để tăng giá trị thương hiệu.

Lời khuyên của TIDITA dành cho các doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia TMĐT xuyên biên giới?

Đó là nghiên cứu thị trường và liên tục cải tiến sản phẩm. Một trong những yếu tố thành công của TIDITA là xác định chính xác thị trường ngách khi tiến hành hàng loạt các nghiên cứu về thị trường và khách hàng mục tiêu, từ đó hoàn thiện sản phẩm theo nhu cầu, thị hiếu khách hàng. Khi làm được điều này, một doanh nghiệp nhỏ vẫn có thể chinh phục toàn cầu, bằng cách tận dụng lợi thế địa phương và sự trợ lực từ các đơn vị hỗ trợ TMĐT xuyên biên giới như Amazon.



Câu chuyện thành công

Phát triển thương hiệu toàn cầu từ nguyên liệu địa phương

MARINA TRẦN VŨ

Nhà sáng lập thương hiệu EQUO

Thối "làn gió mới" vào vấn đề môi trường, EQUO tận dụng Amazon để chinh phục thị trường quốc tế thông qua TMĐT xuyên biên giới.

Vì sao EQUO quyết định kinh doanh trên Amazon?

Tôi muốn cho mọi người thấy rằng Việt Nam cũng có thể dẫn đầu xu hướng phát triển bền vững. Amazon cho phép EQUO tiếp cận và quảng bá thương hiệu đến hàng trăm triệu khách hàng, tăng cường nhận diện và cả doanh số của EQUO trên phạm vi toàn cầu. Hơn thế nữa, Amazon cũng hỗ trợ các thương hiệu sản phẩm bền vững, và điều này hoàn toàn phù hợp với định hướng của EQUO về việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến Trái đất với các sản phẩm tiêu dùng bền vững. Đó là lý do chúng tôi tham gia TMĐT xuyên biên giới và lên Amazon.

Thành công của EQUO tác động như thế nào đến cộng đồng địa phương?

Khởi đầu trên Amazon giúp doanh thu của EQUO tăng gấp ba vào năm 2022. Không chỉ vậy, đó là minh chứng cho nỗ lực của EQUO trong việc phát triển bền vững và thúc đẩy cộng đồng cùng tiến bộ. Các sản phẩm thân thiện môi trường của EQUO như ống hút được làm từ nguồn nguyên vật liệu thiên nhiên đa dạng của Việt Nam như cỏ bàng, dừa, gạo. Nhờ đó, EQUO đạt được sự công nhận của khách hàng quốc tế, mở ra cơ hội hiện diện toàn cầu cho các sản phẩm nguyên liệu tự nhiên đến từ Việt Nam.



Bán hàng xuyên biên giới cùng Amazon, EQUO nuôi khát khao được đại diện Việt Nam giới thiệu đến thế giới những sản phẩm thuần Việt tự nhiên, bền vững, thân thiện môi trường.

Ngoài ra, với việc đặt hàng sản xuất ở các xưởng sản xuất trong nước, người nông dân, lao động tại các khu vực nông thôn được tạo cơ hội việc làm, cải thiện đời sống. Đến nay, EQUO đã đạt được đà phát triển tại các thị trường quốc tế như Hoa Kỳ, Canada, Úc và tại chính quê hương Việt Nam, một lần nữa khẳng định tiềm năng của sản phẩm Việt trên sân chơi quốc tế.

Dự định tiếp theo của EQUO là gì?

Trong 5 năm tới, EQUO sẽ tiếp tục phát triển và giới thiệu các sản phẩm thân thiện môi trường đến khách hàng quốc tế, mở rộng phạm vi tiếp cận trên toàn cầu, và khẳng định dấu ấn của một thương hiệu gốc Việt cao cấp, khác biệt, hỗ trợ tích cực sự phát triển của cộng đồng địa phương, góp phần đưa Việt Nam trở thành trung tâm sáng tạo các sản phẩm xanh hàng đầu trong khu vực.



Câu chuyện thành công

Từ bàn may đến bàn tay Khách hàng toàn cầu

VŨ THỊ THU THỦY

Nhà sáng lập thương hiệu thời trang LAMER

Hành trình từ cô công nhân may đến nữ doanh nhân đánh thức tiềm năng dệt may quê nhà của chị Vũ Thị Thu Thủy, và câu chuyện thành công của LAMER, sẽ tiếp thêm động lực cho nhiều doanh nghiệp Việt chủ động tìm kiếm hướng đi mới phù hợp với xu thế phát triển toàn cầu, tận dụng TMĐT để đưa thương hiệu Việt vượt xuyên biên giới.

Vì sao LAMER quyết định kinh doanh trên Amazon?

Chúng kiến không ít thách thức của ngành dệt may, từ việc phụ thuộc nhiều vào đối tác xuất khẩu, thiếu chủ động trong kế hoạch sản xuất theo nhu cầu thị trường, tôi luôn tự hỏi - vì sao chúng ta có thể làm ra những sản phẩm thời trang chất lượng, nhưng lại không thể tự sản xuất và kinh doanh chính thương hiệu của mình. Điều này thôi thúc tôi bắt đầu hành trình tự sản xuất và xây dựng thương hiệu dệt may Việt, xuất khẩu trực tiếp đến tay khách hàng quốc tế, thông qua TMĐT xuyên biên giới với Amazon.

Công cụ, nguồn lực nào từ Amazon đóng góp vào sự phát triển toàn cầu của LAMER?

Sử dụng **Trình khám phá cơ hội sản phẩm** (Product Opportunity Explorer) của Amazon, LAMER quyết định tái quy hoạch và tinh chỉnh dải sản phẩm. Thay vì dàn trải, chúng tôi tập trung vào nhóm khách hàng ở độ tuổi 30, phát triển các thiết kế mang phong cách thanh lịch, bền vững, ít thay đổi theo thời gian, bổ sung thêm kích cỡ đến 4XL để phù hợp với khách hàng Hoa Kỳ.

Sản phẩm còn được trang bị dây thun co giãn, thiết kế dáng suông, thắt lưng cao hoặc xếp ly để vừa vặn với dáng vóc của người dùng sở tại.



Từ bàn may, LAMER đã thành công đưa các sản phẩm thời trang Việt Nam chất lượng cao, đáp ứng thị hiếu, đến tay khách hàng toàn cầu thông qua TMĐT xuyên biên giới. Sự thành công không chỉ đến từ kỹ năng tay nghề mà còn là tầm nhìn kinh doanh bền vững, toàn cầu.

Chúng tôi cũng tham gia chương trình **Đăng ký Thương hiệu** (Brand Registry) để bảo hộ thương hiệu và củng cố sự trung thành của khách hàng. Đồng thời, với việc tận dụng **Dịch vụ hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon** (FBA), chúng tôi tối ưu quá trình vận hành, tiết kiệm chi phí và tập trung vào các thế mạnh cốt lõi là phát triển và sản xuất sản phẩm.

Kinh doanh trên Amazon tác động như thế nào đến LAMER?

Chỉ trong 9 tháng đầu mở bán trên Amazon, LAMER đã nhận được hơn 2.000 đơn hàng mới từ khắp mọi nơi. Sau 1 năm, doanh thu các sản phẩm chủ đạo đã tăng trưởng 250%. Năng lực sản xuất của LAMER hiện có thể cung cấp hơn 300.000 sản phẩm mỗi năm.

Chặng đường dù thử thách song đội ngũ LAMER luôn tìm thấy niềm hạnh phúc, từ chính những công việc hằng ngày, từ sự hài lòng của khách hàng, từ những người lao động địa phương được tạo điều kiện công ăn việc làm, và dệt may Việt dần thoát khỏi cái bóng “sân sau” để tiếp cận trực diện thị trường toàn cầu.

Câu chuyện thành công

Trao quyền cho các nữ doanh nhân

HÀ THỰC DIỆU LINH

Giám đốc điều hành

CHU KIM DIỆU HƯƠNG

Giám đốc phát triển sản phẩm

NGUYỄN HỒNG NGỌC

Giám đốc vận hành Thương hiệu Chippi&Co

Chippi&Co ra đời ngay trong đại dịch COVID-19, được dẫn dắt bởi ba nữ doanh nhân có tầm nhìn. Với sự bản lĩnh, kiên trì, tâm huyết, Chippi&Co tham gia TMĐT xuyên biên giới, thông qua các sản phẩm đồ chơi an toàn, có tính giáo dục cao, mang đến cho trẻ em trên toàn cầu một tuổi thơ hạnh phúc, và hỗ trợ tích cực các xưởng, làng nghề truyền thống tại địa phương.

Câu chuyện khởi nghiệp của 3 nữ doanh nhân như thế nào?

Là những người mẹ, người yêu trẻ, chúng tôi luôn mong mỏi tìm kiếm, phát triển những món đồ chơi độc đáo, chất lượng, an toàn và có tính giáo dục cao cho trẻ con trong gia đình mình, và hơn thế nữa, mang đến cho trẻ em mọi nơi một tuổi thơ an toàn, hạnh phúc và đầy tiếng cười.

Chúng tôi đã khởi nghiệp, nếm trải giai đoạn tưởng chừng như phải bỏ cuộc vì khó khăn từ COVID-19 và thiếu kinh nghiệm vận hành. Tuy nhiên, với việc tận dụng hiệu quả các công cụ hỗ trợ của Amazon từ logistics, xây dựng thương hiệu, “chú thỏ” Chippi dần phát triển, bắt nhịp xu hướng TMĐT xuyên biên giới và tăng trưởng doanh thu.

Bên cạnh FBA, đâu là bí quyết hay công cụ trên Amazon giúp Chippi&Co phát triển kinh doanh hiệu quả nhất?

Tập trung vào chất lượng và tính tuân thủ sản phẩm. Đồ chơi trẻ em phải đảm bảo chất lượng cao và đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn, độ bền, không chứa kim loại nặng, chi tiết hay chất gây hại cho trẻ.



Chippi&Co mang tinh thần tiên phong của 3 người phụ nữ Việt kiên trì với mục tiêu của mình: lan tỏa một ý thức cao hơn để xây dựng tuổi thơ nhiều niềm vui & an lành cho trẻ nhỏ, tiên phong với xu hướng thương mại điện tử xuyên biên giới, và tiên phong kết nối sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt ra với thế giới.

Thứ hai, hãy để FBA giúp đảm nhiệm việc hoàn thiện đơn hàng; và tận dụng các công cụ khác của Amazon để hoạch định nhu cầu và quản lý tồn kho tốt hơn, nhất là dịp lễ cao điểm.

Thứ ba, xây dựng và phát triển thương hiệu bền vững, từ việc thiết kế trang sản phẩm và quảng cáo thu hút đến việc đăng ký bảo vệ thương hiệu. Điều này sẽ giúp thương hiệu nhận được sự trung thành của khách hàng, tăng tỷ lệ giữ chân khách hàng và quay lại mua hàng.

Kế hoạch sắp tới của Chippi&Co là gì?

Sau khi đã tạo dựng thành công tại thị trường Hoa Kỳ, chúng tôi quay lại xây dựng thương hiệu tại Việt Nam, mong muốn tạo ra tác động tích cực trong cộng đồng các bậc cha mẹ trẻ hiện đại để nhiều hơn các sản phẩm đồ dùng, đồ chơi chất lượng, an toàn, giáo dục cao được tiếp cận trẻ em Việt.

Đồng thời, Chippi&Co sẽ tiếp tục làm việc với các làng nghề, xưởng thủ công, hợp tác xã trong nước, để đưa các sản phẩm thủ công Made-in-Vietnam ra quốc tế thông qua TMĐT xuyên biên giới.



Made-in-Vietnam:
**VƯỢT XUYÊN
BIÊN GIỚI**





<https://sell.amazon.vn>

f



z



Quét mã truy cập và tìm hiểu thông tin

amazon
global selling