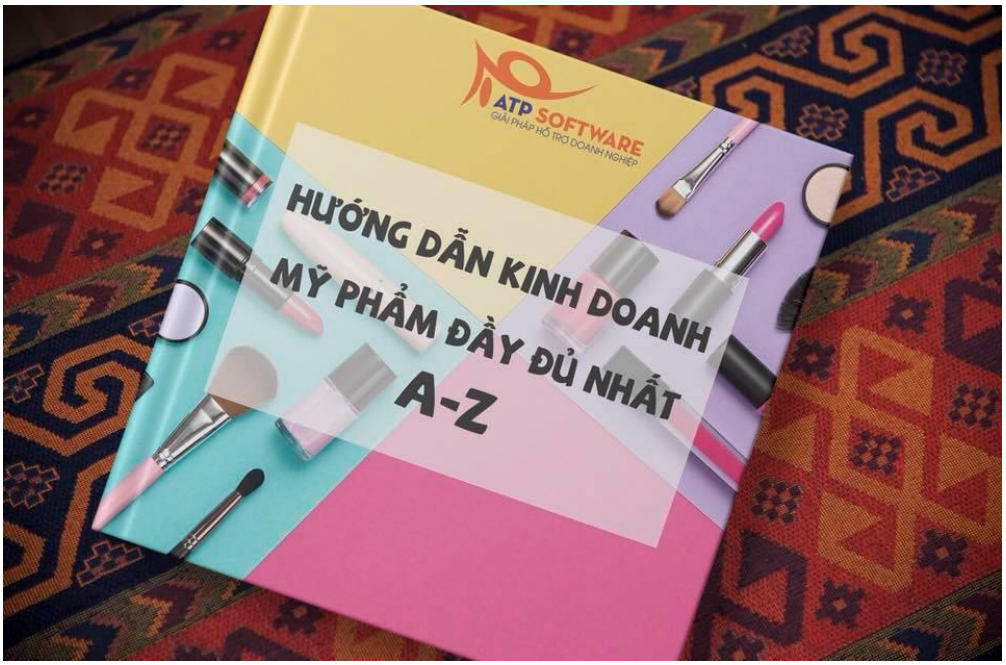
HƯỚNG DẪN KINH DOANH MỸ PHẨM THỰC CHIẾN – NỘI DUNG CHI TIẾT NHẤT TỪ A-Z

(thực hiện bởi Trần Thịnh Lâm)



Kinh doanh mỹ phẩm là một trong những lựa chọn ưu tiên hàng đầu của "hội chị em" khi nảy sinh ý tưởng, mong muốn khởi sự kinh doanh.

Đây cũng là lĩnh vực kinh doanh đa sắc màu rất rất tiềm năng vì nhu cầu sử dụng lớn của người tiêu dùng, tuy nhiên cũng tiềm ẩn những thách thức, khó khăn rất lớn cho bất kỳ ai mong muốn hay đang kinh doanh trong lĩnh vực giải quyết nhu cầu làm đẹp này…

Trong nội dung này, ATP Software sẽ nổ lực hướng dẫn chi tiết nhất có thể, từng bước 1, từ cơ bản đến nâng cao, giải quyết từng vấn đề nhỏ nhất để giúp những ai đang hoặc sẽ kinh doanh lĩnh vực này có kết quả tốt hơn…

CAM KẾT TỪ NỘI DUNG & NHỮNG LƯU Ý KHI ĐỌC:

- Bạn sẽ không thể tìm ở bất kỳ bài viết nào, nội dung nào phân tích chi tiết & đầy đủ hơn về chủ đề này
- Là những đúc kết & kiến thức THỰC CHIẾN, có tính ứng dụng cao do đội ngũ ATP thực hiện
- Không đi sâu vào lý thuyết & trình bày lang mang để không mất thời gian khi đọc, ATP sẽ trình bày nội dung cô đọng nhất có thể
- Trải qua nhiều năm hỗ trợ giải pháp cho hàng nghìn khách hàng kinh doanh mỹ phẩm, đội ngũ của ATP đúc kết lại để tạo ra nội dung này. Do đó bạn cần có NIỀM TIN trong quá trình đọc & ứng dụng nó thì mới có thể mang lại chuyển đổi thực sự
- Nội dung này SẼ RẤT DÀI, vì thế sẽ khiến bạn lười đọc, đọc lướt hoặc bỏ qua. Điều đó chẳng thể mang lại kết quả cho bạn được… Hoặc là bạn bỏ qua nội dung này ngay thời điểm này, hoặc là bạn nghiêm túc đọc kỹ nó một cách nghiêm túc. (Và đôi khi không chỉ đọc 1 lần mà cần đọc lại 3-5 lần để review lại toàn bộ hoạt động của mình đang làm để tối ưu, nếu

có thể hãy in ra giấy nội dung này hoặc lưu lại file note/lưu về tường để xem lại khi cần).

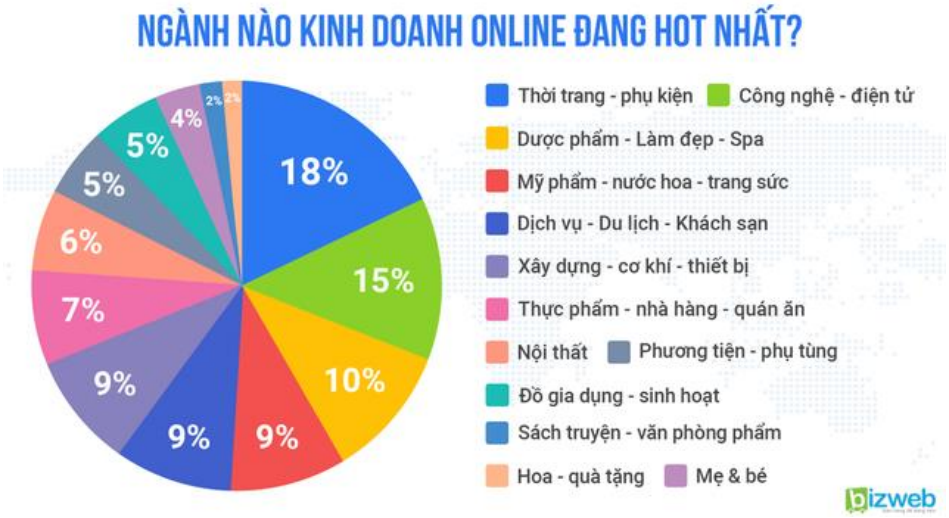
- Nội dung này là miễn phí, nhưng nó là tâm huyết của mình mất vài ngày để soạn ra được nó. Mình hi vọng ae sẽ trân trọng những gì chia sẻ trong đó… Sẽ có những quan điểm, số liệu mình đưa ra theo cảm nhận của bản thân, nó chỉ mang tính chất tham khảo chứ không phải là số liệu chính sác 100%
- Một nội dung hướng dẫn kinh doanh, nó rất khó để phù hợp với tất cả các ngành nghề, các trường hợp kinh doanh. Sẽ có những phần đúng hoặc phù hợp với một số trường hợp, và một số ngành nghề khác thì không như thế. Hi vọng ae sẽ chắt lọc để lượm nhặt những nội dung hữu ích nhất để ứng dụng!
- Chủ đề về kinh doanh mỹ phẩm này rất rộng với nhiều mô hình, quy mô kinh doanh khác nhau. Rất khó khăn khi đội ngũ của ATP đi vào phân tích & chia sẻ nó, tuy nhiên team sẽ cố gắng hết sức để mang lại nội dung hữu ích nhất…
- …

1.PHÂN TÍCH TỔNG QUAN VỀ LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM:

- Đây là lĩnh vực kinh doanh có thể nói là khá "hỗn loạn" & siêu siêu cạnh tranh tại Việt Nam hiện nay. Có hàng ngàn thương hiệu mỹ phẩm mọc ra, các thương hiệu mỹ phẩm lớn từ các quốc gia khác cũng nhảy vào, và đôi khi chúng ta có cảm giác người bán còn nhiều hơn cả người mua…
- Mỹ phẩm là lĩnh vực kinh doanh có biên độ lợi nhuận rất cao, có thể nói là ngành nghề kinh doanh "một vốn bốn lời" do đó thu hút rất nhiều người kinh doanh
- Đây là lĩnh vực không đòi hỏi tính chuyên môn quá cao & các rào cản thâm nhập thị trường không lớn.

Cộng thêm bất kỳ xuất phát điểm nào dù không vốn, vốn ít hay nhiều đều có thể kinh doanh lĩnh vực này…

- Là lĩnh vực có xu hướng tiếp tục HOT & nhu cầu sử dụng ngày càng lớn trong tương lai. Và bất kỳ kênh tiếp cận online hay offline cũng đều có thể bán hàng được với lĩnh vực này… (là lĩnh vực khá phù hợp để áp dụng mô hình kinh doanh O2O, online kết hợp offline)
- Nhu cầu sử dụng mỹ phẩm là rất lớn, bất kỳ ai cũng đều có nhu cầu sử dụng cũng như tầng suất sử dụng cao. Dù là nữ giới hay nam, dù là học sinh, sinh viên, dân văn phòng, người trung niên, lớn tuổi,… đều luôn có nhu cầu sử dụng mỹ phẩm.
- Theo khảo sát, có 24% phụ nữ Việt Nam trang điểm hằng ngày, 44% trang điểm ít nhất 1 tuần và 30% học sinh ở độ tuổi 15-16 đã bắt đầu làm quen với mỹ phẩm. Đây là tín hiệu đầy tiềm năng… (theo Kiotviet)



- Theo thống kê của Bizweb trên hình ta thấy ngành nghề liên quan đến Làm Đẹp – Mỹ Phẩm xếp thứ 2,3 và chiếm tỷ lệ rất cao trong các lĩnh vực kinh doanh online hiện nay.
- Theo nhận định của các chuyên gia tại advertisingvietnam, thị trường kinh doanh mỹ phẩm

hiện nay đang rất "LOẠN!". Xem thêm nội dung phân tích tại đây: http://bit.ly/2wOoFyT

- Volume của thị trường làm đẹp tại Việt Nam trị giá 2,35 tỷ USD (Thị trường mỹ phẩm toàn cầu đạt doanh thu 480 triệu EURO vào năm 2017)

- Lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm Việt Nam chúng ta đang ở đâu trong khu vực?

> ***"Chênh lệch về sản xuất và kinh doanh mỹ phẩm của Việt Nam so với khu vực*** *Hiện Việt Nam có khoảng 430 doanh nghiệp ngành hóa mỹ phẩm so với khoảng 700 doanh nghiệp tại Indonesia, 600 doanh nghiệp Thái Lan. Tuy tăng trưởng 12,9%/năm, nhưng thị trường mỹ phẩm Việt Nam chỉ chiếm 5,2% tổng doanh thu của ngành này tại khu vực Asean, trong khi Singapore chiếm 7,8%, Thái Lan 29,1%, Indonesia 24,4%."*

- …

QUA ĐÓ, TA CÓ THỂ THẤY RẰNG KINH DOANH MỸ PHẨM LÀ LĨNH VỰC ĐẦY TIỀM NĂNG NHƯNG CŨNG RẤT NHIỀU THÁCH THỨC!

1.1. NHỮNG THƯƠNG HIỆU MỸ PHẨM TỐT HIỆN NAY BẠN CÓ THỂ THAM KHẢO:

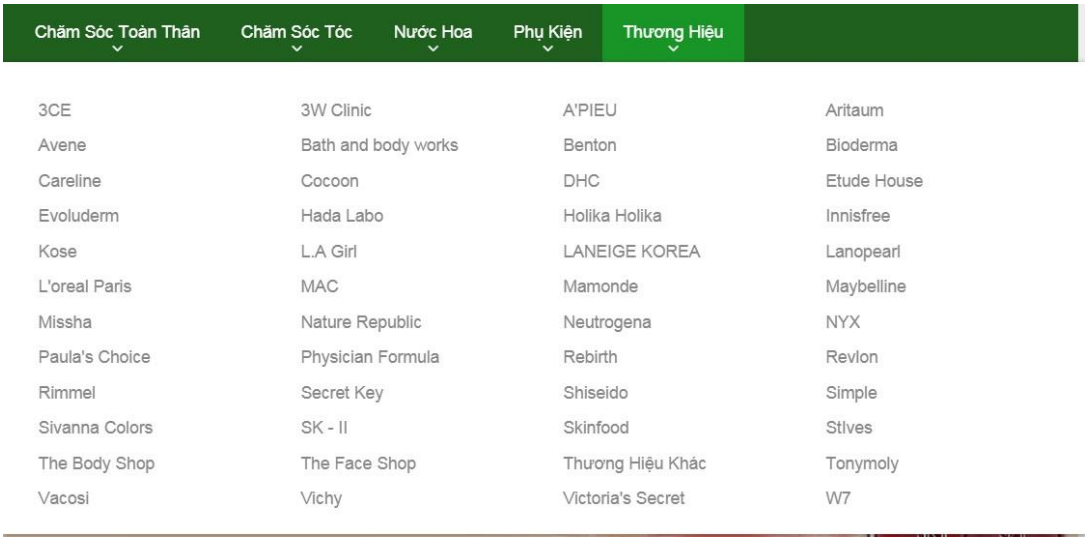
- *Mỹ phẩm Sum37*
- *Mỹ phẩm SK II*
- *Mỹ phẩm Chanel*
- *Mỹ phẩm Kiehl's*
- *Mỹ phẩm Missha*

- Mỹ phẩm Laneige
- Mỹ phẩm Vichy
- Mỹ phẩm Sulwhasoo
- Mỹ phẩm Innisfree
- Mỹ phẩm Ý Flormar
- Mỹ phẩm Biore
- Mỹ phẩm Lancome

- Mỹ phẩm Oriflame *(phân phối theo hình thức MLM)*
- Mỹ phẩm Olay

- Shiseido: *Nhật Bản (là dòng mỹ phẩm cao cấp nên giá thành cũng không hề rẻ.)*
– Ohui: sản phẩm cao cấp đến từ Hàn Quốc (giá khá chát, là dòng mỹ phẩm cao cấp)
- Estée Lauder: *Mỹ (giá thành khá là đắt đỏ, là dòng mỹ phẩm cao cấp)*
- Nivea: *sản phẩm bình dân nhưng mang chất lượng tốt*
- Neutrogena: *Mỹ (độ an toàn cao, không pha các hương liệu, giá thành khá là bình dân)*
- L'Oréal: *đa dạng các dòng từ bình dân đến cao cấp Lancôme: mức giá khá cao là dòng mỹ phẩm cao cấp được ưa chuộng*
- Pond's: *sản phẩm giá rẻ phù hợp với thu nhập bình dân*
- Innisfree: *"lính mới" trên thị trường Việt gây ấn tượng nhờ màu sắc thân thiện, bắt mắt, chiết xuất hoàn toàn từ thiên nhiên nên an toàn cho da, mức giá cũng không quá cao*
- The Face Shop: *Hàn Quốc (nổi tiếng với các dòng mỹ phẩm chăm sóc da chiết xuất từ thiên nhiên nhờ mẫu mã sang trọng, hiệu quả)*

– …

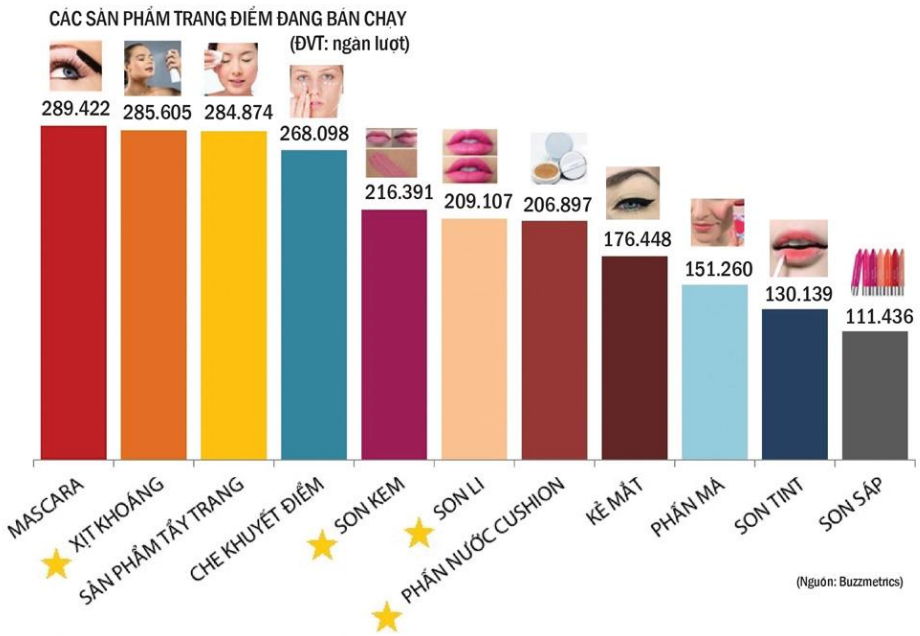


1.2. CÁC DÒNG MỸ PHẨM HOT HIỆN NAY ĐƯỢC THỊ TRƯỜNG QUAN TÂM:

- Mỹ phẩm Hàn Quốc
- Mỹ phẩm xách tay
- Mỹ phẩm Handmade
- Mỹ phẩm từ thiên nhiên (organic)
- Mỹ phẩm Thái Lan
- Mỹ phẩm Nhật
- Mỹ phẩm Cao Cấp

- Các dòng mỹ phẩm khác: trang điểm, chăm sóc da, làm trắng, dầu gội, sửa tắm, thuốt trị mụn, sữa rửa mặt, son, phấn, mặt nạ, miếng dán, tinh dầu dừa,…

- Các sản phẩm mở rộng liên quan đến mỹ phẩm, làm đẹp: giảm cân, tăng cân, thực phẩm chức năng, nước hoa, phụ kiện làm đẹp, dụng cụ trang điểm,khử mùi,…
- ...



(các dòng sản phẩm ngách trang điểm bán chạy theo thống kê của Buzzmetrics)

1.3. CÓ NHỮNG HÌNH THỨC NÀO ĐỂ BẮT ĐẦU KINH DOANH BÁN MỸ PHẨM?

- Bỏ vốn một thương hiệu mỹ phẩm về bán lẻ (hoặc có thể hình thức công nợ)
- Lựa chọn một thương hiệu mỹ phẩm tốt trên Thế Giới (Hàn Quốc, Nhật,…) chưa vào phát triển ở thị trường Việt Nam, ký hợp đồng độc quyền & phân phối lại tại VN
- Tự sản xuất một thương hiệu riêng, sau đó phân phối sản phẩm ra thị trường (hiện nay có nhiều đơn vị hỗ trợ hoạt động này, hoặc đặt các nhà máy ở nước ngoài)
- Đăng ký làm tổng đại lý, đại lý, NPP của các thương hiệu mỹ phẩm uy tín hiện nay (tuỳ nguồn lực & vốn của bạn)
- Đăng ký làm CTV bán mỹ phẩm online (ko cần vốn nhập hoặc vốn rất ít)
- Order mỹ phẩm nổi tiếng ở nước ngoài về bán lại (rẻ hơn 20% hàng chính hãng, mấy bạn hay đi nước ngoài hoặc tiếp viên hàng không hay làm)

- ...
- (Nhiều hình thức khác bạn có thể góp ý & bổ sung thêm)

1.4. NHÓM ĐỐI TƯỢNG CHỦ YẾU ĐANG KINH DOANH MỸ PHẨM:

- Mẹ bỉm sửa
- Sinh viên, học sinh
- Người làm kinh doanh lâu năm có nền tảng tốt
- Các cơ cở spa, thẩm mỹ viện bán mỹ phẩm kèm theo
- Các cơ sở trang điểm, làm đẹp, hair salon,…
- 80-90% đối tượng kinh doanh mỹ phẩm là nữ
- ...

1.5. NHỮNG KÊNH BÁN HÀNG PHÙ HỢP NHẤT ĐỂ BÁN MỸ PHẨM HIỆN NAY:

- Facebook Profile
- Livestream Facebook
- Fanpage (chạy ads)
- Group Facebook
- Các sàn TMĐT
- Youtube, làm video hướng dẫn & review
- Website
- KOL review
- Cửa hàng offline
- Zalo Profile & Zalo OA
- Instagram Profile & Ads (KOL)
- …

2.NHỮNG ĐIỀU CẦN CHUẨN BỊ KHI KINH DOANH MỸ PHẨM?

- Trang bị kiến thức nền tảng khi làm kinh doanh

- Xác định tâm thế có nguy cơ "sấp" & thua lỗ phải ôm hàng tồn là rất cao (50-70% gặp khó khăn hoặc kết quả không tốt)

- Sẵn sàng hi sinh, đánh đổi nhiều thứ khác trong cuộc sống để tập trung làm kinh doanh vượt qua giai đoạn đầu

- Quản lý thời gian, quản lý bản thân hiệu quả để có nhiều thời gian hơn cho công việc

- Nghiên cứu kỹ thị trường, dòng sản phẩm, ngách sẽ tập trung đẩy mạnh khi kinh doanh mỹ phẩm

- Xác định nguồn vốn, quy mô kinh doanh, các nguồn lực khác về con người & kinh nghiệm

- Chọn nguồn hàng cung cấp & xác định mô hình kinh doanh với ngành nghề này (tập trung bán online hay shop offline? Bán kênh sỉ hay lẻ hay sản xuất? Tự phát triển thương hiệu riêng hay không?)

- Lập kế hoạch sơ bộ để thực hiện

- …

-> Ưu tiên làm từ nhỏ đến lớn, thà lợi nhuận thấp còn hơn rủi ro lớn. Nên ưu tiên xây dựng nền tảng & đo thị hiếu của khách hàng trước để giảm thiểu rủi ro. Bạn có thể xem qua nội dung này của mình: *Khởi Nghiệp An Toàn - Phương Pháp Giúp Giảm Thiểu Rủi Ro Khi Thất Bại: http://bit.ly/2LADu0o*

2.1. NHỮNG LƯU Ý KHÁC ĐỂ KINH DOANH MỸ PHẨM THÀNH CÔNG?

- Phân tích & tìm ra những điểm khác biệt thực sự của mình. Hãy nổ lực list ra ít nhất 5-10 điểm khác biệt là ưu thế so với những người kinh doanh khác…
- ***Trong bất cứ hoạt động kinh doanh nào, yếu tố CON NGƯỜI là quan trọng bật nhất. Bạn phải khác biệt, bạn phải giỏi, bạn phải nổ lực mới là điều thực sự giúp cho hoạt động kinh doanh thành công***
- ***Yếu tố CON NGƯỜI nó đến từ KỸ NĂNG, THÓI QUEN CỦA BẠN. Xem bài viết sau của mình để nắm rõ: http://bit.ly/2N0ikKN***
- Hãy khai thác thị trường ngách, thị trường mà bạn có lợi thế nhắm đến. Tận dụng mối quan hệ ở giai đoạn đầu để giúp bạn có những đơn hàng đầu tiên…
- **Phân tích & xác định rõ chân dung khách hàng tiềm năng. Họ ở đâu? Là những ai?**

- **Xác định rõ sản phẩm/dịch vụ của bạn kinh doanh sẽ giải quyết vấn đề gì của khách hàng??? (điều này rất quan trọng)**
  + Mỹ phẩm là "vũ khí thượng hạng của mọi chị em"
  + Mỹ phẩm sẽ giúp chị em tự tin hơn, xinh đẹp hơn
  + Giúp tư vấn chọn dòng mỹ phẩm phù hợp
  + Giúp kinh nghiệm trang điểm đẹp
  + Giúp …

- Hãy phân tích kỹ các đối thủ, các đơn vị kinh doanh mỹ phẩm khác đang làm tốt để học hỏi từ họ. Xem bài viết của mình trên Brandsvietnam liên quan đến chủ đề này: http://bit.ly/2CP5biO

2.2 NHỮNG NGHIỆP VỤ CẦN TRANG BỊ ĐỂ KINH DOANH MỸ PHẨM:

- Kiến thức về da

ĐẶC ĐIỂM CÁC LOẠI DA

	DA THƯỜNG	DA NHỜN	DA HỖN HỢP	DA KHÔ
Đặc điểm & nhận biết	• Ít hoặc không có khuyết điểm trên da. • Da không dễ bị kích ứng. • Làn da không bị nhờn cũng không bong vảy. • Lỗ chân lông nhỏ, không thể nhìn thấy • Nước da sáng	• Lỗ chân lông lớn. • Làn da dày, nhờn bóng và xỉn màu. • Dễ bị các loại mụn, mụn đầu đen và có nhiều khuyết điểm khác.	• Thường gặp tình trạng nhờn nhiều ở vùng chữ T, vùng chữ U ít nhờn hoặc có thể khô. • Lỗ chân lông to ở 2 bên má. • Dễ phát sinh mụn mủ ở trán và mụn đầu đen ở mũi.	• Lỗ chân lông gần như không thể thấy. • Làn da thô và xỉn màu. • Xuất hiện những mảng đỏ. • Ít đàn hồi và bong vảy. • Dễ xuất hiện nếp nhăn và dễ kích ứng, ngứa.
Yếu tố tác động xấu		• Quá trình dậy thì và sự mất cân bằng hormone. • Stress. • Tiếp xúc nhiều với khí hậu nóng ẩm. • Chế độ ăn uống không hợp lý.	• Quá trình lão hóa hoặc biến đổi hormon • Sự thay đổi thời tiết. • Sử dụng không đúng loại sản phẩm với tình trạng da hiện tại.	• Quá trình lão hóa hoặc biến đổi hormone • Sự thay đổi thời tiết. • Sức nóng mặt trời. • Tắm hoặc ngâm mình trong nước quá lâu. • Các loại mỹ phẩm có chất tẩy.
Cách chăm sóc		• Không nên rửa mặt quá 2 lần/ngày và sau khi ra mồ hôi nhiều. • Nên sử dụng sữa rửa mặt không chứa nhiều chất tẩy và không chà xát da. • Không nặn mụn vì sẽ kéo dài thời gian hồi phục của da. • Không sờ tay lên mặt vì sẽ gây bít lỗ chân lông.	• Nên theo dõi thường xuyên tình trạng nhờn trên da để thay đổi cách chăm sóc phù hợp. • Nên sử dụng kết hợp những sản phẩm kiềm dầu và cung cấp độ ẩm. • Không rửa mặt bằng nước lạnh nhiều lần trong ngày. • Nên sử dụng những loại sữa rửa mặt không có tính tẩy.	• Mỗi ngày chỉ nên rửa mặt 1 lần và không tắm quá lâu. • Sử dụng các sản phẩm dịu nhẹ, tránh các loại xà phòng có hương thơm. • Sử dụng dưỡng ẩm ngay sau khi vừa tắm xong. • Nên dùng máy làm ẩm không khí và tránh để phòng quá nóng.

- Kiến thức về trang điểm

- Kiến thức về nhiều dòng sản phẩm khác nhau
- Kỹ năng tư vấn chuyên nghiệp
- Cách bán hàng, chốt sale, marketing, cskh (sẽ chia sẻ chi tiết hơn ở phía sau)
- …

3.TỐI ƯU SẢN PHẨM & DỊCH VỤ VỚI LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM

Mọi hoạt động làm kinh doanh chúng ta đều cần có một sản phẩm để bán. Và yếu tố quan trọng ở đây để có thể bán tốt dễ dàng đó là CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, hội tụ đủ các yếu tố:

+Đáp ứng được nhu cầu thị trường cần

+Chất lượng

+Giá tốt

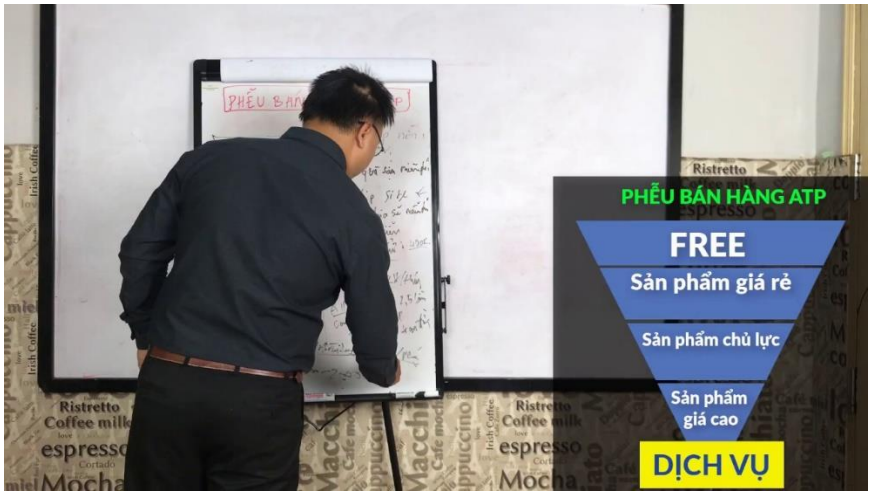
+Biên độ lợi nhuận tốt

+Những lợi thế khác với đối thủ

+...

- Bạn có thể chọn cách sản xuất/chế tạo ra sản phẩm, hay chọn hình thức phân phối độc quyền, hay đại lý cấp 1, hay đại lý bán lẻ,... thế nào cũng được. Nhưng càng ở trên ngọn thì ae dễ kiếm được tiền to, nhưng kèm theo đó là rủi ro & vốn ban đầu nữa nhé!!!...
- Trong kinh doanh có câu này mình thấy khá đúng, đó là **"Mua tận gốc, bán tận ngọn"**, hãy cố gắng làm được việc này để có lợi thế…
- Trong hoạt động kinh doanh, SẢN PHẨM là điều bạn cần phải tập trung TỐI ƯU SỐ 1. Bạn marketing có tốt đến thế nào nhưng nếu sản phẩm tồi thì mọi thứ sẽ sớm đổ vỡ…

- Hiện nay thị trường mỹ phẩm đang trôi nổi nhiều hàng giả, hàng kém chất lượng, "kem trộn kém chất lượng",…
- **Hiện nay thị trường nhiều người làm kinh doanh với tư duy "ăn sổi", làm việc không có tâm, "treo đầu dê bán thịt chó", nói quá sự thật về sản phẩm, bán hàng bất chấp,… Nó vừa là nguy cơ phá hoại NIỀM TIN của khách hàng. Nhưng nó cũng là cơ hội cho những ai làm CHUẨN & CHÂN CHÍNH… (trong một rừng người kinh doanh với tâm thế không tốt & bạn làm chuẩn thì đó là sự khác biệt)**
- Xây dựng chính sách bán hàng, giá bán sản phẩm thực sự thông minh. Xây dựng phễu sản phẩm, áp dụng chiến lược sản phẩm phễu vào hoạt động bán hàng. Xem nội dung sau của mình liên quan đến chủ đề này: http://bit.ly/2N4vO8t



- Tối ưu dịch vụ tư vấn, bán hàng & chăm sóc khách hàng để luôn giữ chân được khách hàng cũng như tạo lợi thế cạnh tranh
- Xây dựng NIỀM TIN mua hàng là yếu tố tối quan trọng. Khách hàng chọn mua sản phẩm là vì TIN BẠN. Vì thế đừng để họ phải thất vọng với sản phẩm kém
- Một sản phẩm chất lượng luôn giúp KH quay trở lại & viral miễn phí cho chúng ta. Họ sẵn sang GIỚI THIỆU với bạn bè xung quanh để cùng sử dụng…

- Nếu bạn có đội ngủ sale & tư vấn. Hãy tập trung đào tạo nhân sự mình những nghiệp vụ cơ bản để có thể tư vấn tốt nhất
- Ngoài hình, case study bản thân sẽ là NIỀM TIN, NIỀM ĐỘNG LỰC LỚN để bạn & nhân viên bán hàng. Hãy là người trải nghiệm sản phẩm… Chứng minh sản phẩm có kết quả & bán nó. (Thực trạng hiện nay nhiều người kinh doanh bán mỹ phẩm mà không dám sử dụng sản phẩm của mình. Nếu ai đó đang trong trường hợp này thì mình khuyên bạn nên thay đổi dòng sản phẩm chất lượng hơn, đừng quá hướng đến lợi nhuận)
- …

4.CÁCH THỨC ĐỂ MARKETING & BÁN HÀNG TỐT VỚI LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM???

- **Trong kinh doanh có 4 điều bạn cần tập trung theo thứ tự đó là:**
  - **PHÁT TRIỂN BẢN THÂN**
  - **CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM KINH DOANH**
  - **MARKETING & BÁN HÀNG**
  - **HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ**

- Trong nội dung này chúng ta sẽ đi sâu vào chủ đề MARKETING & BÁN HÀNG…

4.1.HOẠT ĐỘNG OFFLINE

- Thực tế thì hoạt động bán Mỹ Phẩm với kênh offline diễn ra khá sôi nổi. Nhưng nhiều người làm kinh doanh thuần online sẽ không nhận ra kênh này hiệu quả như thế nào?
- Hoạt động này thường tập trung ở các thị trường ngách ở tỉnh lẻ, huyện, xã. Tại các sạp chợ, shop bán đa sản phẩm,…
- Với kênh bán hàng này tốc độ ra hàng sẽ khá THỤ ĐỘNG. Vì thế lời khuyên của mình cho các chủ shop mới kinh doanh là nên ưu tiên hình thức nhập hàng theo hình thức CÔNG NỢ từ các thương hiệu để tránh rui ro (cho phép trả hàng & không bỏ vốn quá nhiều. Tuy nhiên hình thức này thường kèm theo biên độ lợi nhuận so với giá bán thấp)
- **Nên tạo ra các giỏ quà tặng, đẩy mạnh vào các đợt lễ 8/3, 20/10,… tập trung vào nhóm đối tượng nam giới tặng vợ/người yêu/mẹ hoặc phụ huynh mua vào dịp 20/11,…**

(một pic mình tự chụp trong Landmark 81)

- Liên quan đến hoạt động offline, bạn cần chú ý đến ĐỊA ĐIỂM đặt shop. Fail địa điểm thì kết quả sẽ rất tệ… (ưu tiên đặt trong các sạp chợ, các trung tâm thương mại,… nơi thu hút nhiều người đến)
- Kết hợp với nhiều sản phẩm khác để bán kèm trong shop không chỉ xoay quanh mỹ phẩm
- Các trưng bày, bố trí shop cũng là yếu tố rất quan trọng. Hãy cố gắng tối ưu nó để shop offline của bạn nhìn vào bắt mắt nhất

- Với mô hình này thì việc TỒN KHO, quản lý DATE SẢN PHẨM khá quan trọng. Đôi khi bạn bán hàng thấy tốt nhưng những rủi ro ngầm này khiến bạn thua lỗ… Khâu quản lý cũng cần chú trọng. Nếu bạn hoạt động với quy mô lớn & mô hình chuỗi có thể tham khảo giải pháp quản trị của WinERP.vn
- Khâu giao vận cũng cần tối ưu nhất, tránh tỷ lệ chuyển hoàn & thất thoát.
- Cách thức trưng bày bắt mắt, keys hút khách hàng ghé thăm như: dùng thử sản phẩm, trang điểm miễn phí, tư vấn miễn phí,… cũng rất quan trọng nếu như bạn hoạt động bán offline này.
- Yếu tố tư vấn chốt sale, chăm khách hàng quay trở lại bằng cách xin lại thông tin để chăm sóc (việc tạo ra 1 KH mới khá cực, tuy nhiên việc chăm sóc KH

quay lại rất quan trọng. Hãy luôn chú trọng vào hoạt động này để hoạt động kinh doanh ngày càng đi lên)

- Nếu bạn là người mới bắt đầu kinh doanh. Mình khuyên bạn nên bắt đầu với kênh online để giảm thiểu chi phí & rủi ro so với hoạt động động offline, theo thời gian khi có nền tảng & cần thiết thì mới bắt đầu mở rộng online.
- Tìm cách kéo khách hàng biết đến shop, địa điểm bán offline của chúng ta trên kênh online để kéo về hoạt động offline mua hàng. Chủ đề này chúng ta sẽ cùng bàn ở phía dưới…
- …

4.2.HOẠT ĐỘNG ONLINE (marketing & bán hàng)

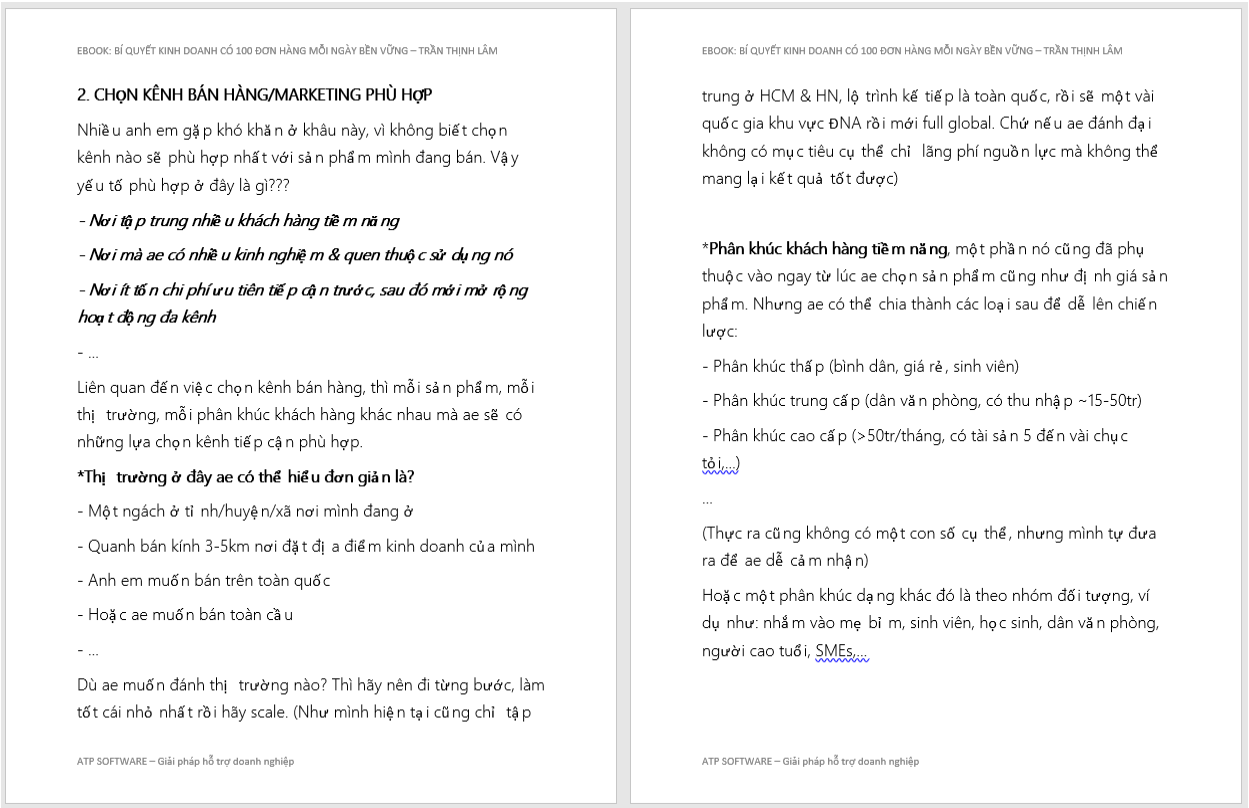
- Đây là hoạt động khá cạnh tranh hiện nay, có hàng chục nghìn người bán trên mỗi nền tảng dẫn đến cạnh tranh gay gặt
- Bạn cần dành thời gian tự nghiên cứu, quan sát người khác đang làm để học hỏi, hoặc bỏ ra vài triệu để đi học các khóa học hiện nay để trang bị kiến thức cần thiết cho hoạt động này (một người em đào tạo khá có tâm & giá hợp lý mà mình thấy đó là: Vũ Minh Hiếu. Hoặc các chuyên gia khác như: Thầy Hữu Lam, Nguyễn Tất Kiểm, Chuyên Gia Phạm Thành Long, Nguyễn Vĩnh Cường,…). Hay tham gia vào team Tadaup của anh Đạt Phan cũng là một lựa chọn không tồi nếu muốn trang bị kiến thức nền tảng để KINH DOANH ONLINE
- Bạn cần liên tục học hỏi kiến thức mới, update những công nghệ, nền tảng bán hàng phù hợp. Follow các profile của chuyên gia hay group phù hợp, tham gia một số sự kiện miễn phí để update… (group &

profile của đội ngũ ATP cũng là một lựa chọn không tồi)

- Lựa chọn kênh bán hàng phù hợp?
- Xây dựng bộ khung online?
- Xây dựng quy trình bán hàng, chăm sóc khách hàng tối ưu?
- …

4.2.1.CÁCH LỰA CHỌN KÊNH TIẾP CẬN PHÙ HỢP VỚI LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM?

Liên quan đến hoạt động này, mình từng có bài viết nói rất chi tiết cách thức để lựa chọn kênh bán hàng/marketing phù hợp. Được trích từ Ebook "Bí Quyết Kinh Doanh Tạo Ra 100 Đơn Hàng Mỗi Ngày Bền Vững", và mình sẽ trích đoạn này ở bên dưới đây…



EBOOK: BÍ QUYẾT KINH DOANH CÓ 100 ĐƠN HÀNG MỖI NGÀY BỀN VỮNG – TRẦN THỊNH LÂM

2. CHỌN KÊNH BÁN HÀNG/MARKETING PHÙ HỢP

Nhiều anh em gặp khó khăn ở khâu này, vì không biết chọn kênh nào sẽ phù hợp nhất với sản phẩm mình đang bán. Vậy yếu tố phù hợp ở đây là gì???

- Nơi tập trung nhiều khách hàng tiềm năng

- Nơi mà ae có nhiều kinh nghiệm & quen thuộc sử dụng nó

- Nơi ít tốn chi phí ưu tiên tiếp cận trước, sau đó mới mở rộng hoạt động đa kênh

- …

Liên quan đến việc chọn kênh bán hàng, thì mỗi sản phẩm, mỗi thị trường, mỗi phân khúc khách hàng khác nhau mà ae sẽ có những lựa chọn kênh tiếp cận phù hợp.

***Thị trường ở đây ae có thể hiểu đơn giản là?**

- Một ngách ở tỉnh/huyện/xã nơi mình đang ở
- Quanh bán kính 3-5km nơi đặt địa điểm kinh doanh của mình
- Anh em muốn bán trên toàn quốc
- Hoặc ae muốn bán toàn cầu
- …

Dù ae muốn đánh thị trường nào? Thì hãy nên đi từng bước, làm tốt cái nhỏ nhất rồi hãy scale. (Như mình hiện tại cũng chỉ tập

ATP SOFTWARE – Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp

EBOOK: BÍ QUYẾT KINH DOANH CÓ 100 ĐƠN HÀNG MỖI NGÀY BỀN VỮNG – TRẦN THỊNH LÂM

trung ở HCM & HN, lộ trình kế tiếp là toàn quốc, rồi sẽ một vài quốc gia khu vực ĐNA rồi mới full global. Chứ nếu ae đánh đại không có mục tiêu cụ thể chỉ lãng phí nguồn lực mà không thể mang lại kết quả tốt được)

***Phân khúc khách hàng tiềm năng**, một phần nó cũng đã phụ thuộc vào ngay từ lúc ae chọn sản phẩm cũng như định giá sản phẩm. Nhưng ae có thể chia thành các loại sau để dễ lên chiến lược:

- Phân khúc thấp (bình dân, giá rẻ, sinh viên)
- Phân khúc trung cấp (dân văn phòng, có thu nhập ~15-50tr)
- Phân khúc cao cấp (>50tr/tháng, có tài sản 5 đến vài chục tỏi,…)

…

(Thực ra cũng không có một con số cụ thể, nhưng mình tự đưa ra để ae dễ cảm nhận)

Hoặc một phân khúc dạng khác đó là theo nhóm đối tượng, ví dụ như: nhắm vào mẹ bỉm, sinh viên, học sinh, dân văn phòng, người cao tuổi, SMEs,…

ATP SOFTWARE – Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp

Vấn đề quan trọng ở đây là ae cần xác định rõ nhóm đối tượng khách hàng này, để tìm kênh phù hợp. Lời khuyên của mình là ae nên ưu tiên nhắm vào phân khúc trung cấp & cao cấp. @@

Để dễ lựa chọn kênh bán hàng phù hợp này, mình muốn kể một vài case study có thật của những người bạn, những ae mà mình đang tiếp xúc có kết quả tốt khá tốt. Từ đó ae sẽ dễ cảm nhận và lựa chọn kênh bán hàng phù hợp với hoạt động kinh doanh của mình hơn…

- Một chị kinh doanh trong lĩnh vực Mỹ Phẩm Cao Cấp, cũng là KH của ATP, kiếm được tiền tỷ hàng tháng, và kênh chủ yếu anh ấy tập trung là TUYỂN ĐẠI LÝ PHÂN PHỐI SỈ

- Một người bạn mình bán FlashCard kiếm hàng trăm triệu từ kênh bán hàng Tiki (kênh TMĐT), song song đó người bạn này vẫn làm những kênh khác để tăng thêm độ phủ & bớt phụ thuộc

- Cũng một người bạn khác, bán điện thoại cũ/mới, kênh tiếp cận chủ yếu là trên Chotot, 5Giay… và kiếm không dưới 100tr/tháng

- Một nhân sự cũ of ATPSoftware hiện nay bán quần áo second hand cho nhóm học sinh, sinh viên. 100% khách hàng đến từ Instagram, giai đoạn tết anh ấy bán được hàng trăm đơn mỗi ngày

- Tại ATP Software, trên 50% doanh số được tạo ra trên Website, tuy nhiên kênh kích cầu mua hàng lại là social.

- Một nhân viên sale bđs từng bán nhà cho mình 100% tiếp cận KH qua kênh rao vặt trên batdonhsan, muaban, chotott… và sau đó chăm qua Zalo.

- Một người em của mình bán sim số đẹp rất tốt trên Profile Facebook & Zalo, thu nhập không dưới 50tr/tháng.

- Một affiliate của ATP tạo ra doanh thu 50tr/tháng, mà chủ yếu đến từ channel Youtube (ko phải thầy Hữu Lam, vì thầy Hữu Lam doanh số khủng hơn). @@

- Một người bạn khác của mình bán T-shirts ở world wide, 100% tiếp cận qua Facebook Ads & số tiền anh bạn này kiếm trong 2 năm không dưới $5 triệu

- Một người em khác từng làm tại ATP, hiện đang bán sỉ & lẻ mỹ phẩm, giờ đây e ấy đã có nhà và oto, kênh bán hàng chủ yếu 1-3 năm trước là từ group Facebook.

- Một nhân sự cũ khác of ATP sinh năm 97 đang bán Sỉ & Lẻ quần áo chỉ thông qua 1profile có >40.000sub, mỗi livestream của e ấy có hàng trăm đến cả nghìn đơn hàng với chi phí ads 0đ

- …

Những điều mình kể là 100% thật theo những gì mình biết, tiếp xúc và quan sát được. Còn rất nhiều case study như thế…

Vậy vấn đề rút ra ở đây là gì??? Bất kể kênh bán hàng nào cũng đều hiệu quả, quan trọng là sự phù hợp với mặt hàng & hiểu biết của chúng ta. Nhưng điều quan trọng ở đây là HÃY TẬP TRUNG 1,2 KÊNH CHÍNH THẬT TỐT RỒI TỪ ĐÓ MỚI MỞ RỘNG ĐA KÊNH, KÊNH BÁN HÀNG CHÍNH MANG VỀ >50% DOANH SỐ.

Những kênh phổ biến mà anh em có thể lựa chọn để bán hàng hiện nay là:

- Website (hoạt động SEO, Adwords, ads #)

- Facebook (fanpage, profile, group)

- Telesale, sms marketing

- Những hoạt động tiếp thị offline (mở shop, event, hội chợ, tờ rơi, chợ đêm, vỉa hè…)

- Các sàn TMĐT (lazada, sendo, tiki, adayroi, shopee…)

- Các diễn đàn, trang rao vặt hiện nay như: chotot, muaban.net, 5giay, muare…)

- Phân phối sỉ, xây dựng kênh đại lý, ctv…

- Xây channel Youtube để quảng bá sp&dv

- Instagram, Zalo (rất hiệu quả & tiết kiệm nếu biết cách. Mình sẽ share chủ đề này chi tiết sau)

- Livestream trên Facebook, Bigo, Youtube…

- Xây dựng phễu email, chatbox…

- Banner ads, wifi marketing, TVC, Radio…

- …

Giờ thì hãy rà lại các tiêu chí, rà lại hoạt động của mình đang làm. Ae tự chọn ra 1-2 kênh chính cho chính mình để tập trung. Sau đó chọn những kênh vệ tinh mở rộng để phủ thị trường, nhận diện thương hiệu cao hơn & tạo lợi thế cạnh tranh với đối thủ…

4.2.2.CÁC TIPS KHÁC XOAY QUANH HOẠT ĐỘNG MARKETING – BÁN HÀNG VỚI LĨNH VỰC MỸ PHẨM

- Hầu hết các kênh tiếp cận đều có thể áp dụng với sản phẩm mỹ phẩm, vì KH tập trung ở hầu hết mọi nơi. Tuy nhiên hãy lựa chọn kênh tiếp cận mà mình có am hiểu nhất để áp dụng…
- Mọi người thường sai lầm khi chỉ tập trung bán hàng, hãy chia sẻ những kiến thức khác để duy trì tương tác và tăng thêm giá trị cho khách hàng như: tư vấn làm đẹp, tư vấn trang điểm, làm tóc, ăn mặc, sức khỏe, giữ gìn hạnh phúc gia đình, nuôi dạy con cái,…
- Áp dụng chiến lược bán combo, upsell thành thạo để tăng giá trị lợi nhuận
- Kết hợp mở rộng một số dòng sản phẩm khác ngoài việc chỉ tập trung vào Mỹ Phẩm nếu có thể (lưu ý vấn đề lệch định vị & lang mang)
- Áp dụng các chương trình khuyến mãi một cách khéo léo. Nếu không làm tốt đây là "con dao 2 lưỡi" khiến bạn rất khó bán nếu không có chương trình khuyến mãi gì đi kèm
- Với kênh bán hàng online, từ khóa FREESHIP sẽ khiến khách hàng thích thú & ra quyết định mua dễ dàng hơn.
- Đa số người kinh doanh mỹ phẩm không có nhiều kinh nghiệm chạy quảng cáo, và kênh tiếp cận này cũng rất khó chuyển đổi. Tuy nhiên vẫn có thể áp dụng được nó khi tối ưu được các yếu tố sau khi chạy ads:

  - Hình thức quảng cáo (ưu tiên theo video - ảnh - text)

  - Nội dung đánh vào "nỗi đau", sự quan tâm của khách hàng

- Nên có một chương trình khuyến mãi, quà tặng,... kèm theo phù hợp trong chiến dịch marketing

- Luôn có phần CALL ACTION (kêu gọi hành động) trong nội dung

- Dòng đầu tiên đập vào mắt khách hàng là quan trọng nhất, hoặc là hình ảnh. Vậy hãy cố gắng tối ưu nó tốt nhất có thể

- Sử dụng "hiệu ứng đám đông" vào chiến dịch ads để dễ dàng chuyển đổi. (Xin 30s quảng cáo: Sử dụng Simple Seeding miễn phí của ATP ae tăng được hàng trăm comment của mình theo ý thích)

- ...

Đó là vài lưu ý với nội dung chạy ads, nhưng còn nội dung trên profile, group hay lúc livestream sẽ khác. Hoặc với kênh instagram, zalo,... cũng sẽ rất khác. Mỗi nền tảng sẽ có một cách thức tạo ra nội dung khác nhau...

Mình sẽ rất khó lưu ý hết trong nội dung ebook này, nhưng gợi ý cách thức để ae có thể làm tốt được nó đó là:

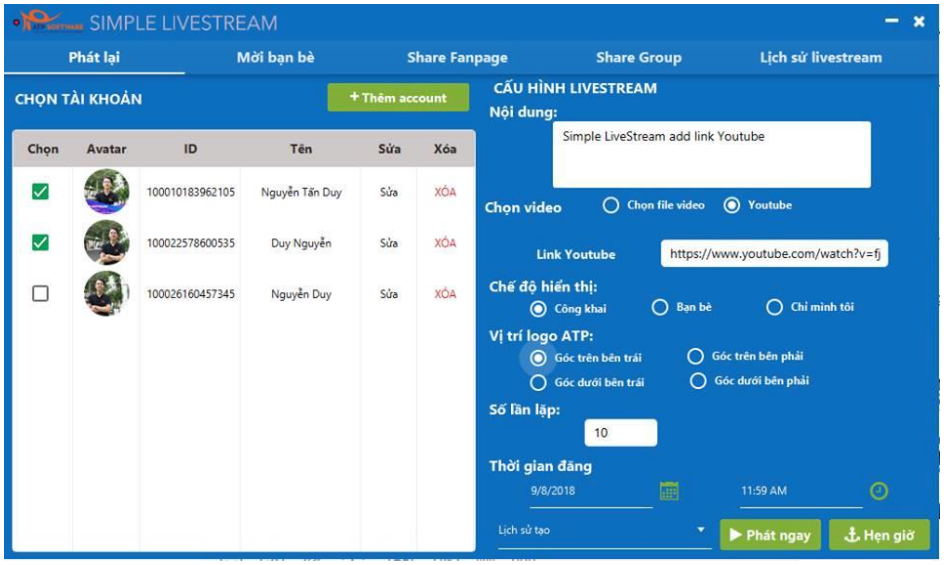
QUAN SÁT NHỮNG NGƯỜI ĐANG LÀM TỐT -> MÔ PHỎNG & LÀM TƯƠNG TỰ, LÀM TỐT HƠN HỌ -> GẶP KHÓ KHĂN, VẤN ĐỀ GÌ THÌ TỰ TỐI ƯU & THÍCH NGHI ĐỂ RÚT RA BÀI HỌC LÀM TỐT HƠN CHO NHỮNG LẦN SAU...

⇨ ***Chỉ có TRẢI NGHIỆM THỰC TẾ + RÈN LUYỆN + ĐO LƯỜNG mới giúp ae làm tốt được với hoạt động CONTENT.***

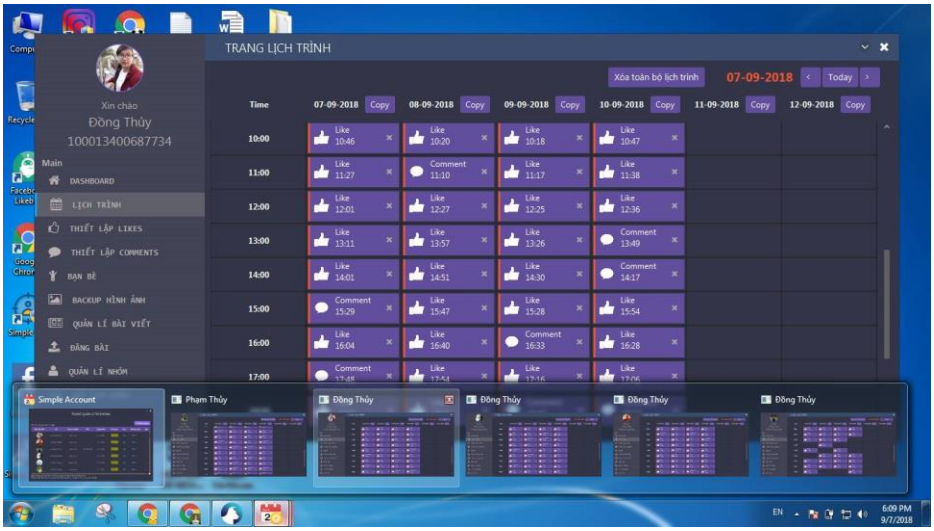
Có SẢN PHẨM TỐT + CONTENT TỐT + THƯƠNG HIỆU TỐT => Hoạt động QUẢNG CÁO của bạn sẽ dễ dàng có kết quả hơn...

- Chú trọng vào content, đầu tư hình ảnh bắt mắt & cũng đừng quên yếu tố trung thực khi quảng bá sản phẩm online dù là bất kỳ kênh tiếp cận nào.

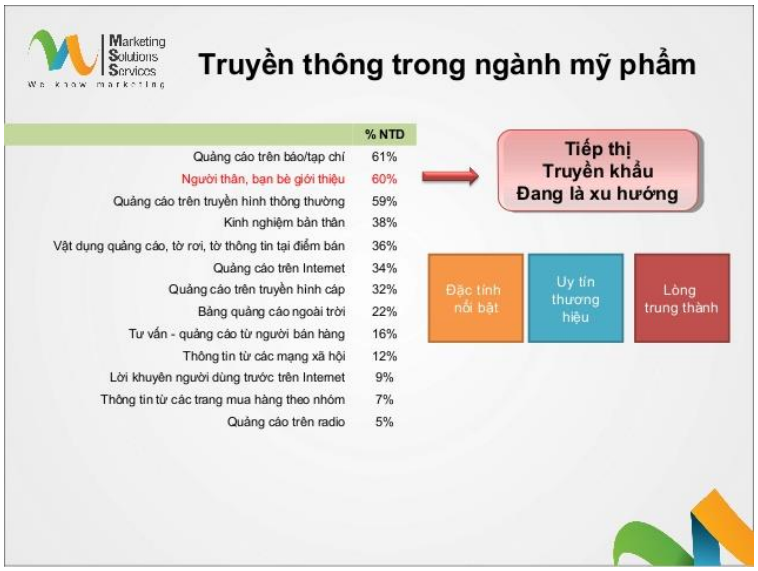
- Feedback khách hàng đã sử dụng hiệu quả rất quan trọng. Nhưng cũng đừng quá lạm dụng nó sẽ khiến bị phản cảm (các nội dung kiểu TRƯỚC – SAU quá trình sử dụng)
- Tận dụng các hình ảnh từ thương hiệu, từ KOL để tiếp tục quảng bá & viral nó…
- Livestream, video là xu hướng trong marketing hiện đại. Bạn cũng cần trang bị các kiến thức & kỹ năng này để làm tốt nó… (bạn có thể sử dụng công cụ Simple Livestream của ATP phát triển để ứng dụng việc phát livestream, tạo minigame hay mời bạn bè xem livestream trên Facebook. Truy cập http://livestream.vn để tham khảo công cụ MIỄN PHÍ này)



- Seeding & tăng tương tác trên Facebook là hoạt động bạn cần áp dụng mỗi ngày để tạo độ trust & hiệu ứng chuyển đổi. Đây là cả một nghệ thuật khéo léo áp dụng… Bạn có thể tham khảo các giải pháp seeding miễn phí của ATP tại http://seeding.vn (và các gợi ý áp dụng seeding như: tăng follow ảo, tăng like post/vip like, tăng view/mắt với livestream, tăng comment theo mong muốn, tăng lượt share bài viết vào nhóm,…)
- Đa kênh sẽ cộng hưởng sức mạnh, tạo ra kết quả gấp nhiều lần & lợi thế hơn nhiều so với các đối thủ khác. Nếu đủ nguồn lực bạn cũng nên áp dụng nó từng bước một…
- Áp dụng các minigame thuần thục để tăng tương tác & viral nội dung. Xem những gợi ý của ATP trong hoạt động minigame này: http://bit.ly/2Qlf76z
- Bán hàng trên trang cá nhân Facebook & livestream là một trong những kênh dễ dàng áp dụng và có kết quả chuyển đổi cao bật nhất hiện nay. (Bạn có thể áp dụng chương trình **Simple Facebook & Simple Account** để khai thác kênh bán hàng này tối ưu & hiệu quả hơn 2-5 lần so với thao tác thủ công)



- Instagram là mãnh đất màu mở tập hợp nhiều user trẻ, nữ hoạt động thường xuyên. Kênh tiếp cận này cũng ít cạnh tranh hơn Facebook & chuyển đổi tương tác cao hơn… Bạn có thể tham khảo công cụ Simple Instagram của ATP để khai thác kênh tiếp cận này (Xem case study bán thời trang tạo ra hàng trăm đơn hàng trên Instagram: http://bit.ly/2MiK7Rn)
- **Zalo Profile & Zalo Official Account cũng là kênh tiếp cận rất hiệu quả. Bạn có thể áp dụng nó để tạo ra kết quả tốt… Đây cũng là thị trường ngách để bạn quảng bá tốt với lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm… Bạn có thể tham khảo một bài viết của mình với kênh tiếp cận này: http://bit.ly/2CIvbw**
- Các mẫu quảng cáo chất với hoạt động kinh doanh mỹ phẩm bạn csó thể tham khảo tại đây: http://bit.ly/2M8nEXg
- Với sản phẩm là mỹ phẩm, kênh tiếp thị truyền miệng sẽ mang lại hiệu quả rất cao. Bài toán của người kinh doanh là làm sao đó để KH sử dụng hiệu quả?



- Đưa sản phẩm lên các sàn TMĐT như: Shopee, Lazada, Sendo, Adayroi,… cũng là một trong những kênh rất hiệu quả mà không phải tốn nhiều chi phí. Tuy nhiên với kênh áp dụng này cũng đang trở nên cạnh tranh gay gắt đòi hỏi chúng ta phải tối ưu giá bán & độ trust của shop trên các sàn để cạnh tranh
- Adwords, SEO cũng là một trong những kênh không thể bỏ qua với lĩnh vực này. Tuy nhiên đa số người làm kinh doanh mỹ phẩm không đủ thời gian & kiến thức để khai thác kênh tiếp cận này… Và sự cạnh tranh gay gắt trực tiếp với các thương hiệu cũng như sàn TMĐT cũng khiến các cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ khó cạnh tranh. Tuy nhiên vẫn luôn có thị trường ngách dành cho bạn… Hãy tạo ra các nội dung thực sự giá trị, xây dựng blog chia sẻ kiến thức hữu ích trên site để thu hút user truy cập. Từ đó khéo léo chèn các sản phẩm kinh doanh của mình trong nội dung… Hoặc lời khuyên khác là bạn có thể outsource thuê freelance hỗ trợ làm các hoạt động này.

Keyword		Volume	KD
mỹ phẩm cho nam	5	1,300	0
my pham cho nam	4	500	0
các hãng mỹ phẩm nổi tiếng	4	450	0
mỹ phẩm hàn quốc loại nào tốt	4	450	0
mỹ phẩm nhật nào tốt	3	250	0
thế giới hàng mỹ	4	250	0
mỹ phẩm nhật tốt	3	250	0
các thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng	5	200	0
các thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng	5	200	0
mỹ phẩm nhật bản loại nào tốt	3	200	0
mỹ phẩm dành cho nam	3	200	0
các hãng mỹ phẩm nổi tiếng tại việt nam	4	200	0
các hãng mỹ phẩm nổi tiếng tại việt nam	4	200	0
mỹ phẩm dưỡng da hàn quốc nào tốt	4	200	0
nên dùng mỹ phẩm hàn quốc hãng nào	3	200	0
mỹ phẩm dưỡng da hàn quốc loại nào tốt	4	200	0
mỹ phẩm dưỡng da	3	200	23
hãng mỹ phẩm nổi tiếng	4	200	0
thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng tại việt nam	4	200	0
thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng tại việt nam	4	200	0
mỹ phẩm cao cấp việt nam	3	200	0

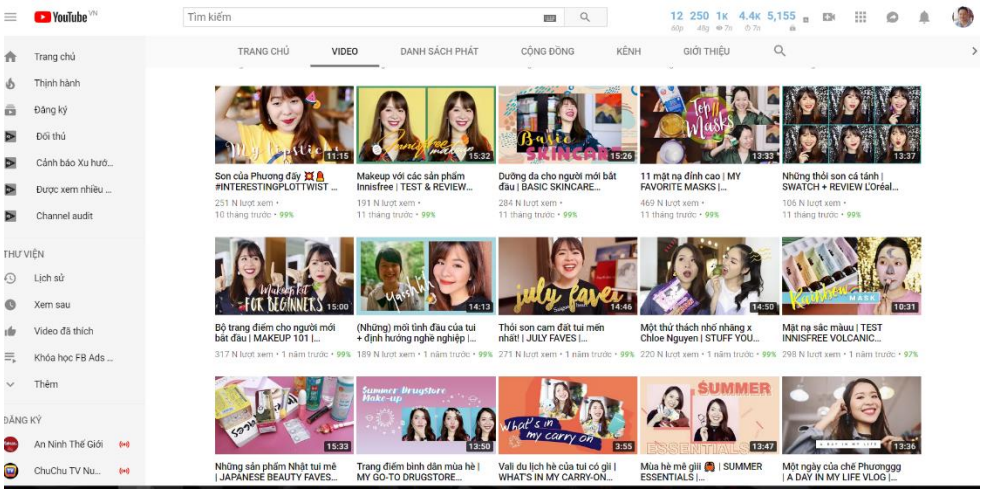
Keyword		Volume
kinh doanh mỹ phẩm	3	500
kinh doanh my pham	4	450
buôn bán mỹ phẩm	4	80
muốn kinh doanh mỹ phẩm	2	70
kinh nghiệm mở cửa hàng mỹ phẩm	3	70
bán mỹ phẩm	3	450
mở cửa hàng mỹ phẩm cần những gì	2	50
muốn mở đại lý mỹ phẩm	2	50
cách kinh doanh mỹ phẩm	3	150
mở shop mỹ phẩm	3	100
kinh nghiệm kinh doanh mỹ phẩm	3	100
mở cửa hàng mỹ phẩm	4	100
mở cửa hàng mỹ phẩm cần bao nhiêu vốn	3	100
có nên mở cửa hàng bán mỹ phẩm	4	80

- Tham khảo thêm: Báo Cáo Về Thị Trường Làm Đẹp Tại Châu Á Và Hướng Dẫn Làm Marketing Hiệu Quả: http://bit.ly/2QmpfMv

- Nếu muốn kiếm tiền lớn, bạn có 2 sự lựa chọn hoặc là marketing thật tốt & mở chuỗi thương hiệu mỹ phẩm bán offline hoặc xây hệ thống phân phối CTV, Đại Lý,… thật tốt.

- Keys lớn nhất đáng để làm đó là sản xuất thương hiệu riêng & phân phối (tuy nhiên phải đủ nguồn lực, vốn & năng lực triển khai)
- Kênh marketing KOL mang lại kết quả rất cao. Chắc bạn từng nhớ đến case về Phạm Băng Băng khi chia sẻ bí quyết làm đẹp từ mặt nạ "thần thánh" SK-II đúng không? -> Từ đó thu hút rất nhiều người kinh doanh dòng sản phẩm này cũng như mua nó.

- Youtube review, hướng dẫn làm đẹp cũng là kênh MIỄN PHÍ cực kỳ hiệu quả mà bạn không nên bỏ qua. Lợi thế của Youtube đó là video của bạn sẽ thu hút lượt view tăng trưởng theo thời gian, nếu đủ nguồn lực hãy bắt đầu đầu tư cho kênh tiếp thị này… Xem case study của: Letsplaymakeup với gần 300.000 lượt SUB & 18.352.780 lượt xem.



- Email Marketing, SMS Marketing liệu có áp dụng được hiệu quả cho lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm không??? -> Thực tế thì nó vẫn có kết quả nhưng không quá nhiều. Và việc triển khai nó cũng tốn thời gian + kỹ năng nên ít người áp dụng. Nhưng bạn cũng có thể thử nghiệm nó & theo mình nó vẫn mang kết quả tốt để CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG.
- Forum: một kênh tuy cũ nhưng vẫn mang lại kết quả với những trang tập hợp các mẹ bỉm như: lamchame, webtretho,… Tại đây bạn có thể chia sẻ bí quyết làm đẹp hoặc forum seeding.

DỪNG LẠI MỘT CHÚT… Có phải bạn đang bị choáng ngợp với khối lượng phải làm đúng không??? -> ĐỪNG LO!!! Hãy từng bước 1 tối ưu & áp dụng. Hoặc đôi khi bạn chỉ cần làm tốt 1-2 kênh cũng đã có kết quả rất tốt rồi. Bài viết này mang tính định hướng do đó mình phải list ra rất đầy đủ các hướng bạn có thể áp dụng. Tùy vào hiểu biết, lợi thế riêng mà bạn áp dụng từng bước

CÓ MỘT ĐIỀU QUAN TRỌNG MÌNH CẦN LƯU Ý: Ngày hôm nay bạn đang kinh doanh hiệu quả với một kênh tiếp cận (ví dụ như Livestream), nó không có nghĩa ngày mai

cũng thế… Ngày càng nhiều người áp dụng & cạnh tranh gay gắt. Bạn phải liên tục thay đổi để kinh doanh hiệu quả nếu không sẽ bị đào thải…

- Chúng ta sẽ tiếp tục với chủ đề marketing nhé! MARKETING/BÁN HÀNG TRÊN WEBSITE -> ngôi nhà của riêng bạn. Mình luôn khuyên bất kỳ ai muốn kinh doanh bền vững thì hãy tập trung phát triển website. Tuy nhiên mình nhận thấy >50% người kinh doanh không có website & hơn 70% còn lại đã có website nhưng hề có traffic truy cập (mặc dù đã tốn 5-10tr đồng để xây dựng nó). Đây là một kênh khá tốn nguồn lực & không hề dễ áp dụng,… Bạn hãy trang bị cho mình các kiến thức cần thiết để phát triển kênh này. Chủ đề này khá dài & rộng do đó mình sẽ tạo riêng 1 series chi tiết nhất để hướng dẫn bạn… HÃY FOLLOW CÁC KÊNH NỘI DUNG CỦA ATP SOFTWARE ĐỂ CẬP NHẬT NHÉ!

- Nếu bạn có thương hiệu riêng & đánh mạnh vào hoạt động branding, các kênh PR, Truyền thông trên các

kênh Báo Chí, TV, Billboard,… có thể mang lại kết quả tốt.

- Tổ chức sự kiện truyền thông, thu hút đại lý & hỗ trợ đại lý bán hàng. (tham khảo case của Maxcos do anh Đặng Văn Giang & Thầy Nguyễn Hữu Lam đang làm)
- XÂY DỰNG PHỄU GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG, REMARKETING KHI CẦN THIẾT: đây là hoạt động cần thiết của tất cả những ai đang áp dụng Digital Marketing Đa Kênh, việc tạo phễu, hay remarketing sẽ rất rẻ & hiệu quả mà bạn không nên bỏ qua. Các hình thức áp dụng như: phễu inbox fanpage, botchat, phễu email, SMS, Onesignal, Remarketing Youtube, Google & Facebook. (Các kỹ thuật này nếu bạn không biết áp dụng thì có thể áp dụng hình thức outsource để nhanh chóng & tiết kiệm nhé!). Chỉ nên triển khai khi đủ nguồn lực & làm đa kênh…
- Data khách hàng tiềm năng & khách hàng cũ có quan trọng??? -> Nhiều người kinh doanh không chú trọng việc này & cũng không biết cách khai thác từ nó. Theo mình đây là kênh không nên bỏ qua để giúp bạn target khách hàng mục tiêu chính xác hơn cũng như có dữ liệu để chăm sóc lại khách hàng cũ. (bạn có thể tham khảo các giải pháp Bigdata của ATP & tư duy khai thác với các công cụ như: **Simple Ads & Simple Fanpage** cho hoạt động này)
- **TỐI ƯU HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG.** ***Bán hàng là hoạt động quan trọng tạo ra doanh thu (tiền) cho bạn.*** **Những yếu tố sau sẽ ảnh hưởng đến kết quả bán hàng:**

  + Khách hàng tiềm năng thực sự (đến từ hoạt động marketing có target đúng đối tượng hay không)

  +Thương hiệu (niềm tin mua hàng)

  +Nghiệp vụ nắm bắt tâm lý và chốt sale

  +Quy trình bán hàng (chốt - thanh toán - giao vận - chăm sóc)

  +...

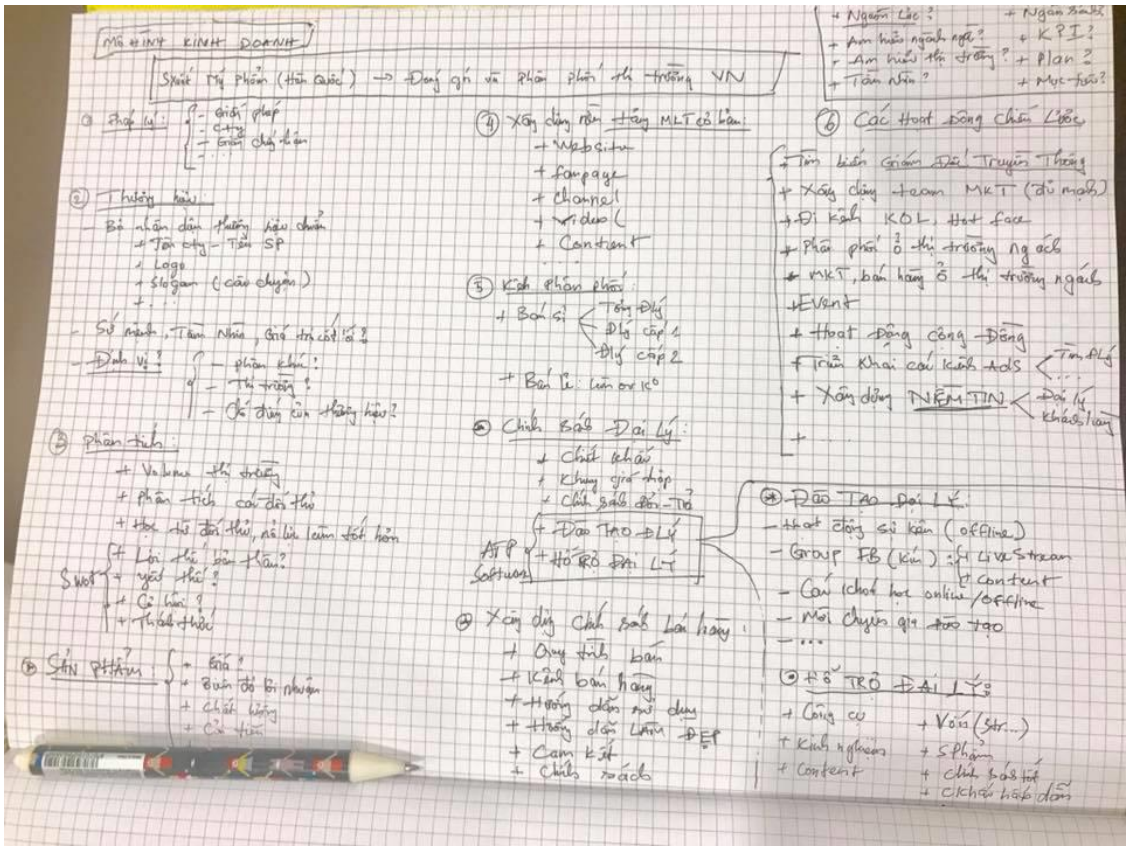
- TỐI ƯU NGHIỆP VỤ CHỐT SALE CỦA BẢN THÂN & NHÂN VIÊN
- TỐI ƯU NGHIỆP VỤ TELESALE
- TỐI ƯU QUY TRÌNH BÁN HÀNG
- TỐI ƯU HOẠT ĐỘNG OUTSOURCE
- KINH NGHIỆM BÁN COMBO, DOWNSALE, UPSELL, CROSSSELL,…
- **TỐI ƯU HOẠT ĐỘNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG & TRẢI NGHIỆM DỊCH VỤ MUA HÀNG:**

  + Bạn có thể tham khảo post này về trải nghiệm dịch vụ: **http://bit.ly/2x3vTy9**

  + Với lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm. Việc giữ chân & khiến khách hàng cũ quay lại mua hàng hoặc giới thiệu là tối quan trọng. Nếu không hoạt động kinh doanh sẽ rất khó tăng trưởng tốt được (vòng đời của tùy dòng sản phẩm sẽ ở mức 3-6 tháng mua lại)

  + Với Facebook bạn có rất nhiều lựa chọn để chăm sóc khách hàng như: tạo nhóm riêng hỗ trợ, inbox fanpage chăm lại khách hàng cũ, inbox profile chăm lại KH cũ, livestream hỗ trợ thường xuyên (đừng quên ứng dụng giải pháp của ATP để hỗ trợ cho các hoạt động này hiệu quả. Bạn có thể livechat tại website #atpsoftware để được tư vấn)

  +…
- NẾU BẠN XÂY KÊNH PHÂN PHỐI HOẶC ĐẠI LÝ. Việc phát triển hệ thống, chăm sóc & hỗ trợ rất quan trọng. ATP đã có bài viết rất chi tiết gợi ý bạn trong hoạt động này: http://bit.ly/2N29DQ6
- DƯỚI ĐÂY LÀ 1 CASE VỀ CHIẾN LƯỢC PHÂN PHỐI GỢI Ý VỚI MỘT THƯƠNG HIỆU MỚI VÀO THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM, bạn có thể tham khảo nó:



Xem video phân tích: http://bit.ly/2O7IQ1k

- Nên tập trung vào xây dựng nền tảng sở hữu tệp khách hàng cao cấp, bán dòng sản phẩm cao cấp sẽ giúp bạn có lợi nhuận tốt hơn. Một khách hàng của ATP kinh doanh mỹ phẩm cao cấp chỉ tập trung nhắm đến các đối tượng là cư dân Vinhomes, Masteri, SaiGon Pearl,… -> Và lợi nhuận hàng tháng của chị ấy đạt ~1 tỷ.
- …

(Quá dài & quá đuối rồi. NÊN mình chỉ note keys cho nhanh mặc dù còn nhiều ý tưởng để phân tích sâu hơn). ☹

5.HOẠT ĐỘNG THƯƠNG HIỆU, XÂY DỰNG NỀN TẢNG & CÁC CHIẾN LƯỢC KHÁC ĐỂ ÁP DỤNG TRONG KINH DOANH MỸ PHẨM

- Những nội dung trên đã gợi ý cho bạn việc xây dựng nền tảng & tối ưu các yếu tố về: sản phẩm, marketing, bán hàng,xây dựng kênh phân phối,…
- Chúng ta sẽ tiếp tục đi các chiến lược tối ưu khác trong hoạt động kinh doanh mỹ phẩm. Hoạt động thương hiệu cần được chú trọng & làm bài bản ngay từ đầu để tăng sức mạnh (không nhiều người làm kinh doanh mỹ phẩm cá nhân để ý đến hoạt động này)
- Xây dựng thương hiệu thức tế cũng khá đơn giản. bạn cần tập trung cho hoạt động thương hiệu cá nhân trước nếu hoạt động kinh doanh còn nhỏ lẻ & chưa có thương hiệu mỹ phẩm riêng,… Chính THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN là thương hiệu kinh doanh của riêng bạn lúc này. Là nền tảng tích lũy lâu dài & là niềm tin khách hàng mua, quay trở lại với bạn…
- Nếu như đập đi tất cả và xây lại, điều mình mong muốn giữ lại nhất đó không phải là sản phẩm, không phải là tệp khách hàng, cũng không phải là thương hiệu. Mà đó là đội ngủ & ae đối tác...
- Khi có đội ngủ đồng hành, mình có thể tự tin xây lại mọi thứ. Sẽ đi nhanh hơn nhờ kinh nghiệm, làm tốt hơn & sạch sẽ hơn...
- Nhưng để xây dựng đội ngủ tốt, thì nó không dễ dàng chút nào, nhất là với nhóm nhân lực trẻ "ưa bay nhảy" như hiện nay...
- Nền tảng vốn tích luỹ & hàng hoá
- Nền tảng kinh nghiệm, trải nghiệm
- Nền tảng khách hàng cũ, khách hàng trung thành
- Nền tảng tài nguyên trên mỗi kênh tiếp cận
- …

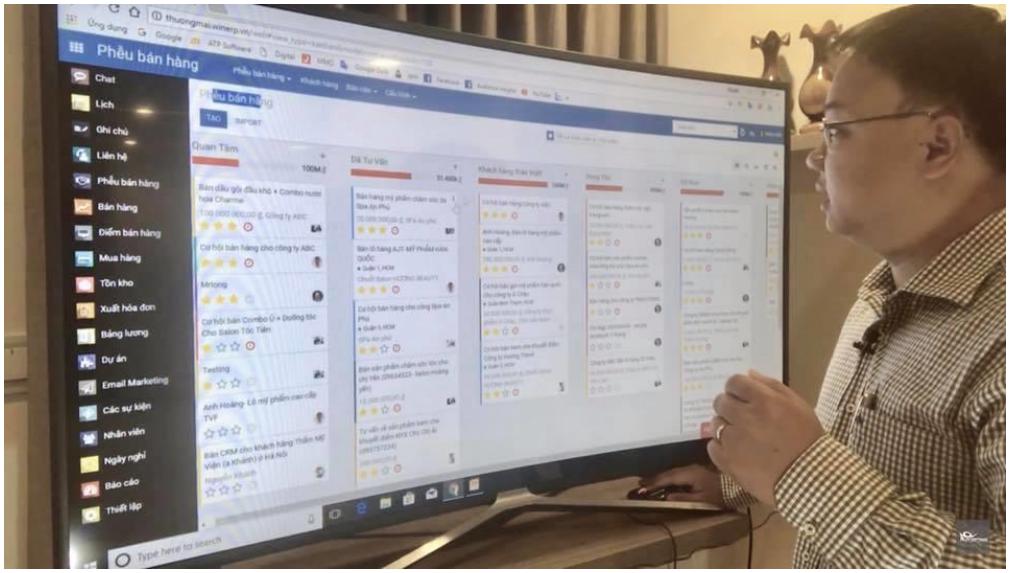
6. QUẢN TRỊ - KẾ TOÁN - PHÁP LÝ

6.1. QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH MỸ PHẨM

Thông thường hoạt động kinh doanh của chúng ta sẽ có kết quả khá tốt khi tự thân làm một mình, hoặc số lượng nhân sự & đơn hàng nhỏ. Tuy nhiên khi scale ra số lượng nhân sự và đơn hàng lớn hơn, thì biên độ lợi nhuận ngày càng giảm và thậm chí có thể âm khi chi phí quá lớn, dẫn đến hoạt động kinh doanh phá sản. Vấn đề ở đây nằm trong khâu QUẢN LÝ.

Không phải ai cũng có kiến thức và năng lực quản lý tốt, nhưng chúng ta cũng cần phải học nó. Phát triển kỹ năng này để hoạt động kinh doanh có kết quả tốt bền vững hơn...

- Luôn thống kê chi tiết các hoạt động thu – chi trong ngày. Thống kê lãi/lỗ theo ngày
- Thống kê dòng tiền, công nợ, dự trù các rủi ro & chi phí ngầm hợp lý
- Nhiều người kinh doanh có tâm lý hôm nay bán hàng lãi 1tr, là tự ảo tưởng mình kiếm được lợi nhuận 30tr/tháng. Dẫn đến chi tiêu & đầu tư không hợp lý rồi đến cuối tháng luôn đặt vấn đề: tiền ở đâu hết rồi?
- Tốt nhất nên có 1 kế toán riêng cho hoạt động này nếu quy mô lớn. Hoặc sử dụng các phần mềm để quản lý chi tiết hoạt động này
- Các phần mềm quản lý bán hàng tốt hiện nay bạn có thể tham khảo như: kiotviet, sapo, crm.nhanh, pancake, getfly,…
- Hay quy mô lớn hơn quản lý liên quan đến sản xuất, quản lý chuỗi & nhà phân phối có thể ứng dụng các phần mềm chuyên sâu hơn ERP. Bạn có thể tìm hiểu và ủng hộ giải pháp do ATP phát triển là WinERP.vn



- Không chỉ quản lý bán hàng. Hoạt động động kinh doanh bạn cần quản trị, đo lường & tối ưu rất nhiều hoạt động khác
- Quản trị đội ngũ nhân sự, giao việc & giám sát. Đào tạo & khích lệ để đạt hiệu suất cao nhất… (đây là chủ đề rất lớn & là cả một nghệ thuật. Nếu là chủ doanh nghiệp bạn nên đọc nhiều sách, tham gia các chương trình đào tạo chuyên sâu về kỹ năng này để được update)
- **QUẢN LÝ KẾ TOÁN:**

  +Riêng về khâu kế toán, thực tế đó cũng là bài toán nhức đầu của người chủ shop, chủ doanh nghiệp. Nếu như khâu này bạn không thoát ra được, thì lúc nào đầu óc bạn cũng sẽ rối ren và không thể làm được các hoạt động khác...

  + Và nếu không kiểm soát tốt, bạn sẽ không biết dòng tiền đang chạy như thế nào, lỗ lãi mỗi ngày, mỗi tháng. Hoặc sẽ bị "ăn chặn" khá nhiều khi quy trình quản lý lỏng lẽo...

6.2. PHÁP LÝ

- Nói về pháp lý, bản thân mình cũng không phải là người quá am hiểu về luật. Tuy nhiên chúng ta cũng nên tìm hiểu thật kỹ để biết những hoạt động kinh doanh hiện tại liệu có đang vi phạm pháp lý gì không?

- Tuy nhiên khi đọc luật, bạn cũng sẽ khá mơ hồ vì mọi thứ rất chung chung, không thực sự cụ thể và chi tiết. Nó tạo cảm giác lo lắng cho chúng ta khi làm kinh doanh...

- Đa số người làm kinh doanh hiện nay khá yếu về luật kinh doanh, nhưng chúng ta không thể chạy theo đám đông và cứ làm sai mãi được.

- Nếu như hoạt động kinh doanh có gì đó đang vi phạm, chúng ta nên lập tức sửa sai bằng cách stop nó lại hoặc nhờ luật sư tư vấn pháp lý thật kỹ. Bản thân mình cũng không có nhiều thời gian và kiến thức về nó, do đó mình lựa chọn phương pháp thuê luật sư tư vấn và giải đáp các thắc mắc của mình để có thể tự tin hơn khi làm kinh doanh. Và nhất là đêm về có thể "ngủ ngon" mà không phải lo lắng gì...

- Bạn nên đăng ký hộ kinh doanh hoặc doanh nghiệp để đảm bảo về mặt pháp lý. Chú ý đến các vấn đều thuế & giấy phép hoạt động…

- Hiện nay liên quan đến hoạt động này có rất nhiều option cho bạn lựa chọn. Không nhất thiết phải tuyển kế toán riêng lo về hoạt động thuế mà bạn có thể outsource cho một công ty dịch vụ uy tín để hỗ trợ bạn. Chi phí cũng rẻ thôi

- Nếu bạn làm lâu năm, doanh số bán hàng lớn & quy mô doanh nghiệp. Mình tin là bạn kiểu gì cũng sẽ gặp bật cập nhất định liên quan đến vấn đều thuế & pháp lý. Nhưng hãy bình tĩnh giải quyết & khéo léo gỡ rối, dù khó khăn cỡ nào vẫn luôn có giải pháp gỡ rối cho bạn tối ưu thôi…

7. NĂNG LỰC CẠNH TRANH?

Cuộc chiến kinh doanh ngày càng khốc liệt, càng khó khăn theo thời gian. Để duy trì được kết quả BỀN VỮNG, thì chúng ta cần phải nâng cao năng lực cạnh tranh của mình lên bằng cách:

- Nổ lực để dẫn đầu thị trường (top 3 thương hiệu trong thị trường ngách. Thực sự với lĩnh vực Mỹ Phẩm siêu cạnh tranh này sẽ khá khó khăn đạt được mục tiêu này)
- Liên tục cải tiến và update năng lực bản thân
- Không chủ quan, nổ lực tối ưu và thay đổi
- Chạy nhanh hơn, đón đầu xu thế để không đối thủ nào bắt kịp
- Follow đối thủ và nổ lực làm tốt hơn họ
- Trong kinh doanh cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, bạn chỉ cần đứng yên thì đối thủ sẽ nhanh chóng vượt mặt bạn
- Bạn đang kinh doanh tốt hôm nay không có nghĩa ngày mai cũng thế, hãy luôn sẵn sàng nghĩ phương án 2 cho mọi trường hợp để hoạt động kinh doanh bền vững nhất
- Nếu hoạt động kinh doanh bạn đang tốt & chuẩn hóa mô hình. Có thể nghĩ đến bài toán mở chuỗi & nhượng quyền…
- Luôn tìm kiếm ngách mới, chân trời mới để đi. Tránh đại dương đỏ & tìm đại dương xanh cho riêng mình… Xem một nội dung mình chia sẻ xoay quanh chủ đề này: http://bit.ly/2p0csmp
- Mình nhận thấy khá nhiều anh em làm kinh doanh với mong muốn CÓ KẾT QUẢ NHANH, KIẾM TIỀN NHANH,... Điều này cần thiết nhưng nó có thể dẫn đến động cơ kinh doanh "chộp giật", sản phẩm và dịch vụ kém chất lượng. Lúc này điều bạn làm chẳng khác gì một kẻ "lừa đảo"...

- Kết quả sẽ được hình thành theo thời gian, từng bước một. Chỉ cần chúng ta nỗ lực, cải tiến và tối ưu từng hoạt động một, thì kết quả sẽ tăng trưởng đều theo thời gian. Rồi cũng chẳng mấy chốc chúng ta sẽ đạt target 100 đơn mỗi ngày BỀN VỮNG và hơn thế nữa...
- Để gặt hái thành công thì chúng ta cần liên tục tiến về phía trước. Một trong những tố chất rất quan trọng của người làm kinh doanh để thành công đó là ĐÚC KẾT VẤN ĐỀ, TỐI ƯU HOÁ mọi hoạt động mà mình đang làm..

HÀNH ĐỘNG QUYẾT LIỆT ĐỂ TẠO RA KẾT QUẢ. KIẾN THỨC SẼ = 0 NẾU CHÚNG TA KHÔNG HÀNH ĐỘNG.

8 - TỔNG KẾT:

Sức khỏe - Làm đẹp đang là nhu cầu thiết yếu.

Hai từ "làm đẹp" đã không còn trở nên quá xa lạ đối với mỗi chúng ta, bởi cái đẹp đã trở thành một yếu tố hết sức quan trọng trong cuộc sống của mỗi con người. Vẻ đẹp không phải là thước đo dùng để đánh giá một con người nhưng ngày nay nó lại đóng một vị trí huyết mạch quyết định phần lớn cơ hội và thành công của chúng ta, không phân biệt độ tuổi, giới tính hay dân tộc. Bởi vẻ bề ngoài là điều đầu tiên chúng ta có thể dùng trực quan nhìn thấy khi tiếp xúc với ai đó. Do đó, việc dành một ít thời gian chăm chút cho bề ngoài không có gì là thừa cả.

Sức khỏe và làm đẹp

Đẹp thôi chưa đủ. Đẹp phải đi đôi với sức khỏe. Sức khỏe không có thì sắc đẹp sẽ chẳng còn quan trọng nữa. Vì vậy, phải vừa đẹp, vừa có sức khỏe mới là một cơ thể hoàn hảo.

Mỗi người có những cách làm đẹp khác nhau, có người chỉ thích chăm sóc (da nói riêng và cơ thể nói chung) bằng những sản phẩm handmade có nguồn gốc từ thiên nhiên, có người lại chỉ thích sử dụng mỹ phẩm của những hãng nổi tiếng, có độ tin cậy. Có người thích làm đẹp bằng các tác động bên ngoài qua da như dùng kem dưỡng, serum, tinh chất..., có người lại thích dùng những thực phẩm chức năng để tác động từ bên trong, và chưa kể những người thích kết hợp cả hai phương thức trên. Cách chăm sóc có khác nhau song, cách nào cũng có cái hay riêng. Điều quan trọng là bạn phải nắm rõ cơ thể mình cần gì để bổ sung và có chế độ chăm sóc phù hợp nhất.

Làm đẹp thông minh

Làm đẹp là một chuyện, làm sao vừa đẹp vừa khỏe lại là một chuyện khác. Tuy nhiên, vấn đề này không phải là quá khó khăn. Để mục tiêu làm đẹp có thể thành công mỹ mãn nhất nên kết hợp nhiều phương pháp chăm sóc cơ thể sao cho vừa có sự tác động bên ngoài, vừa có yếu tố tác động bên trong.

1. Làn da:

Nên chăm sóc da bằng những loại mỹ phẩm có đặc tính dịu nhẹ, phù hợp với loại da, tránh làm hại da. Hàng ngày nên dưỡng da bằng kem dưỡng da mặt, và dưỡng da toàn thân vào buổi sáng và tối (đặc biệt là buổi tối), ban ngày phải thoa kem chống nắng. Mỗi tuần nên tẩy tế bào chết cho da từ 1 - 2 lần để làm sạch sâu, kích thích các tế bào phát triển. Uống nhiều nước để giữ được độ ẩm ổn định cho da, hạn chế tình trạng da bị khô và xuất hiện nếp nhăn.

2. Cơ thể

Nên ăn đủ bữa. Trong bữa ăn nên ăn nhiều rau củ quả để bổ sung đủ các vitamin cần thiết cho cơ thể. Trong trường hợp cơ thể bị thiếu vitamin nghiêm trọng, có thể bổ sung các vitamin dạng viên để hỗ trợ. Nên cẩn trọng khi lựa chọn các thực phẩm chức năng, cần quan tâm về nguồn gốc xuất xứ, thương hiệu cũng như không nên lạm dụng chúng quá nhiều.

3. Sức khỏe

Nên thường xuyên khám sức khỏe để kiểm soát cơ thể trước những thay đổi dù là nhỏ nhất. Tập thể dục hàng ngày để duy trì độ dẻo dai và giữ tinh thần ở trạng thái cân bằng. Luôn suy nghĩ mọi thứ một cách tích cực. Cười nhiều hơn mỗi ngày

Cùng Hasaki.vn mua hàng chính hãng với giá ưu đãi hấp dẫn

HASAKI cam kết về chất lượng. Với tiêu chí mong muốn đem đến những sản phẩm tốt nhất về chất lượng cũng như về giá cả tới tay khách hàng, Hasaki.vn luôn cung cấp hàng nhập khẩu chính hãng, với giá tốt nhất thị trường và không quên những chương trình ưu đãi hấp dẫn dẳng tặng quý khách hàng đã yêu mến mình.

Tại Hasaki.vn hiện nay đang có các dòng chăm sóc da đến từ các thương hiệu nổi tiếng, được người tiêu dùng ưa thích ở trong và ngoài nước

1. Chăm sóc da mặt

Có các thương hiệu quen thuộc như: Bioderma, Guerisson, Ohui, Secret Key, Clinique, Dickinsons, Cetaphil, Evoluderm, Nature Republic, Yves Rocher, L'oreal, Shu Uemura, Vichy, Lancôme, La Roche - Posay, Laneige, Bourjois, Avène,

2. Chăm sóc vùng da mắt

Một số thương hiệu uy tín và chất lượng như: Bioderma, Nature Republic, Yves Rocher, Vichy, Laneige, Lancôme, Avène

3. Chăm sóc cơ thể

Dòng sản phẩm chăm sóc cơ thể đến từ các nhãn hàng nổi tiếng như: Secret Key, Cetaphil, Evoluderm, Yves Rocher, La Rocher - Posay, Vichy, Laneige, Avène

4. Chăm sóc tóc

Các sản phẩm đến từ các thương hiệu đang được ưa chuộng như: Evoluderm, Nature Republic, Yves Rocher, L'oreal, Vichy

(một nội dung mình thấy khá hay & copy tại hasaki.vn)

Bản chất của hoạt động kinh doanh là giải quyết một nhu cầu nào đó của khách hàng, tạo ra giá trị & từ đó kiếm lợi nhuận. Lĩnh vực kinh doanh sản phẩm mỹ phẩm giải quyết rất nhiều lợi ích đến cho KH. Vì thế bạn hãy luôn nỗ lực làm tốt hơn nữa và cung cấp các sản phẩm & dịch vụ chất lượng nhất đến với khách hàng. Luôn tâm thế cải tiến, update mới để đáp ứng nhu cầu mới…

Khi đọc xong các nội dung trên, bạn sẽ thấy rằng có quá nhiều thứ phải làm, và sao mình có thể giải quyết được nó?

Lời khuyên của mình là ae đừng thấy khó mà nản, cái gì càng khó thì càng đáng để ta chinh phục, và cái gì càng khó thì sẽ càng ít sự cạnh tranh. Bạn cứ từng bước một thực hiện, làm từng cái, từng vấn đề...

Điều cuối cùng, bạn chỉ cần **thời gian** để hoàn thiện tất cả những điều trên…

VÀ CÓ 2 ĐIỀU MÌNH MUỐN GỬI ĐẾN TẤT CẢ NHỮNG AI ĐANG KINH DOANH TRONG NỘI DUNG NÀY… Đó là vấn đề về **ĐẠO ĐỨC KINH DOANH & NÂNG TẦM THƯƠNG HIỆU VIỆT**?

- Chúng ta thường không dám mơ lớn & đưa thương hiệu Việt ra thế giới. Nhất là trong lĩnh vực mỹ phẩm cũng hiếm hoi có đơn vị nào triển khai thương mại tại các quốc gia khác. Trong khi các nước khác thì vào thị trường VN kinh doanh và mang lợi nhuận về nước họ…

- Tại sao người tiêu dùng Việt chuộng hàng ngoại??? Chắn chắn là có lý do gì đó. Việc người Việt không tin tưởng sản phẩm Việt cũng là một hồi chuông đáng báo động. Chúng ta mỗi người nổ lực thay đổi một chút xíu, kinh doanh với tâm thế chuẩn mực hơn & dần dần sẽ lấy lại được lòng tin của người tiêu dùng cũng như nâng cao thương hiệu Việt trong tâm trí của người tiêu dùng toàn thế giới…

- Nói ra những điều này thực sự cũng không hợp lý, và nhiều người nghĩ mình đạo đức giả. Nếu bạn nghĩ thế cũng không sao vì điều đó không quan trọng! Bản thân mình & ATP cũng có nhiều hạn chế chưa thực sự làm tốt. Tuy nhiên team sẽ luôn với tâm thế hoàn thiện & thay đổi để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Và chắc chắn trong thời gian tới khi làm tốt ở thị trường Việt Nam, đủ nguồn lực team sẽ Go Global…

P/S:

- Vì thời gian khá hạn chế, nội dung này được soạn chỉ trong khoảng thời gian hơn 1 ngày. Do đó sẽ có thể chưa thể diễn đạt quá chi tiết từng khía cạnh. Nhưng nó có thể là định hướng để bạn có thể nghiên cứu thêm…
- Càng về nội dung cuối mình chỉ list ý chính mà không đi vào phân tích quá sâu vì nội dung cũng đã khá dài rồi. Mình sẽ tiếp tục phân tích các chủ đề đó & các khía cạnh khác trong hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực khác… Mặc dù bạn đang kinh doanh mỹ phẩm nhưng cũng có thể tiếp tục follow các nội dung đó để update thêm!
- Năng lực, kiến thức của team cũng hạn chế, nếu có chỗ nào đó sai xót hay chưa tốt bạn có thể góp ý thêm để hoàn thiện hơn trong tương lai
- Thời gian tới ATP Team sẽ tiếp tục tạo ra các nội dung tương tự với CÁC NGÀNH NGHỀ KINH DOANH KHÁC. Nếu bạn không kinh doanh mỹ phẩm mà một lĩnh vực khác, có thể đề xuất với team để được ưu tiên tạo ra các nội dung tương tự chuyên sâu hơn với lĩnh vực của bạn…
- Nếu nội dung này hữu ích, hãy chia sẻ nó trên trang cá nhân hoặc blog của bạn để nhiều người cùng nhận nó nhé!
- Nếu bạn bè của bạn đang kinh doanh mỹ phẩm, hãy dành tặng món quà nhỏ này đến người bạn đó nhé!
- Cám ơn bạn đã theo dõi toàn bộ nội dung trên! Hẹn gặp bạn trong những nội dung tiếp theo của ATP!

(ATP Team luôn nổ lực tạo ra nhiều giải pháp, kiến thức hữu ích để giúp khách hàng kinh doanh hiệu quả hơn với chi phí & rủi ro thấp nhất!)

Chúc bạn kinh doanh gặp nhiều thuận lợi, ngày càng phát triển rực rỡ! Tạo ra nhiều giá trị cho khách hàng & xã hội!