

BÍ QUYẾT TĂNG DOANH THU TRONG BÁN HÀNG ONLINE



Không có một bí quyết thực sự nào về việc đẩy mạnh doanh số **bán hàng** qua Internet. Bạn thu hút sự chú ý của đông đảo mọi người và gia tăng các khách hàng tiềm năng. Khi đó, bạn gắn kết với họ và chuyển những mối quan tâm của họ thành các giao dịch mua sắm.

Nhưng trên thực tế, nói bao giờ cũng dễ hơn làm. Sẽ có vô vàn khó khăn và thách thức xuất hiện trong việc chuyển các khách hàng tiềm năng thành những khách hàng chính thức.

Và dưới đây là 7 chiến lược cụ thể để xây dựng những xung lực bán hàng và tăng tốc mạnh mẽ cho cửa hàng trực tuyến của bạn:

1. Tìm kiếm các đối tác chiến lược

Câu hỏi đặt ra: Đối với các cửa hàng trực tuyến, điều gì tương đương với yếu tố “địa điểm, địa điểm, địa điểm” tại các cửa hàng thông thường? Câu trả lời là: Các đường link tới trang web của bạn trong tất cả các địa điểm thích hợp. Bạn muốn xây dựng một nhận thức sâu sắc về sản phẩm của bạn trong số các khách hàng? Vậy bước đi đầu tiên đó là xác định rõ ràng các khách hàng mục tiêu. Bạn cần nghiên cứu kỹ lưỡng hồ sơ và các sở thích của khách hàng. Tiếp theo, hãy phát triển những chào mời, “ve vãn” khách hàng, giải quyết những thắc mắc cho họ, đẩy mạnh chiến dịch quảng cáo tương tác cùng các nội dung hấp dẫn cho trang web của bạn.

“Các công ty nhỏ có thể xây dựng những nội dung tương thích với nhiều trang web khác để thu hút sự chú ý của mọi người với mức chi phí thấp nhất”, Andrew Restivo, sáng lập viên trang web GourmetFoodMall.com, một cửa hàng trực tuyến nổi tiếng với trên 150 công ty thực phẩm chuyên biệt, cho biết. Trong việc tìm kiếm các đối tác hay những liên kết trực tuyến khác, bạn đừng quên các tổ chức và hiệp hội chuyên nghiệp, đặc biệt là khi bạn tiếp thị dịch vụ. Hãy giao dịch hoặc trả tiền để đặt đường link của bạn tại trang web của các doanh nghiệp tiếp thị thương mại điện tử nhỏ và vừa.

Nhưng trước đó, bạn cần đảm bảo rằng đường link của bạn sẽ bổ sung giá trị cho các trang web đó. Ví dụ, các đường link tới cửa hàng trực tuyến chuyên bán quần áo của bạn có thể mang lại nhiều cơ hội kinh doanh cho trang web của những nhà

hàng địa phương hay cửa hàng sửa xe,... thậm chí cả phòng thương mại và công nghiệp địa phương.

2. Đảm bảo một trang web đơn giản và tiện lợi

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

“Hình ảnh và đồ họa sẽ khiến trang web của bạn trông bắt mắt hơn, nhưng nếu không có các thông tin bằng chữ để tối ưu hoá những kết quả tìm kiếm, các khách hàng chắc chắn sẽ không cảm thấy thoải mái”, Michelle Jackson, giám đốc hãng tiếp thị tìm kiếm Range Online Media, cho biết.

3. Xúc tiến kinh doanh chéo

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

Nếu chỉ bán hàng trực tuyến, bạn phải đảm bảo rằng hình ảnh trang web của bạn rất sâu và rộng. Điều này bao gồm việc đưa đường link trang web vào chữ ký email

của tất cả các nhân viên, in đường link lên các tờ rơi, quảng cáo, các bao bì sản phẩm, hộp vận chuyển, xe giao nhận và danh thiếp kinh doanh,... Nếu bạn tham dự một cuộc hội thảo hay một hội chợ thương mại, hãy chắc chắn rằng sạp trưng bày, chỗ ngồi và các tài liệu xúc tiến kinh doanh của bạn phải biểu lộ một đường link URL thật to và rõ. Đừng bỏ lỡ cơ hội này.

Cũng như vậy, bạn hãy đăng ký một vài tên miền tương tự nhau để những khách hàng nhầm lẫn vẫn có thể tìm thấy bạn. Chẳng hạn như một công ty tên là “Baskets R Us” cũng nên đăng ký thêm một tên “Baskets Are Us”. Hãy nghĩ về việc này: chỉ mất một vài trăm USD phí đăng ký nhưng bù lại bạn có thể có được hàng nghìn USD khác từ không ít các khách hàng còn đang lẫn lộn về bạn.

4. Đảm bảo yếu tố cá nhân

Các khách hàng sẽ cảm thấy đáng giá và thoải mái hơn với việc mua sắm trực tuyến tại cửa hàng của bạn nếu bạn xây dựng một lời cam kết rõ ràng. Những tiếp xúc và biểu lộ của bạn càng mang tính cá nhân bao nhiêu, các khách hàng càng cảm thấy thoải mái bấy nhiêu. Dưới đây là một phương pháp để bạn lựa chọn: Xây dựng trang chuyên mục “Về chúng tôi” hay “Giới thiệu chung” thật hấp dẫn và cụ thể để các khách hàng có thể biết được những thông tin cơ bản về công ty bạn, về đội ngũ nhân viên và về lịch sử hoạt động.

Thiết kế 1 trang web giá rẻ, một địa chỉ email hay một trang phản hồi khách hàng để mọi người có thể bày tỏ ý kiến, quan điểm. Song điều tệ hại nhất sẽ là khi bạn thiết lập các kênh giao tiếp nhưng rồi lãng quên chúng.

Xây dựng một cách thức cho khách hàng truy cập vào trang web cá nhân của họ trên trang web chính của bạn để theo dõi các đơn đặt hàng, đóng gói và vận chuyển sản phẩm.

Xây dựng một hệ thống thông điệp email marketing trả lời tự động, xác nhận đã vận chuyển hàng, nói lời cảm ơn sự quan tâm của khách hàng, trả lời các thắc mắc hay gửi những phần thưởng mua sắm....

5. Chào hàng sản phẩm phải thật trung thực và cụ thể

“Càng chi tiết bao nhiêu, càng tốt bấy nhiêu. Mọi người muốn biết rõ về lịch sử của những gì bạn đang bán và bạn là ai”, đó là lời khuyên của Lynne Dralle, một thành viên nổi tiếng trên eBay – người đã bán được trên 20.00 mặt hàng khác nhau trong 6 năm qua.

Theo Lynne Dralle, các cửa hàng trực tuyến cần miêu tả chính xác những gì người mua sẽ có được. Hãy thành thực. Khi bán các đồ sành sứ thủy tinh, Dralle đề cập đến mọi sứt mẻ hay rạn nứt, đồng thời bà còn kể những câu chuyện liên quan đến sản phẩm, chẳng hạn như việc làm thế nào mà bà cô Mary mua chiếc bình cổ từ Anh quốc xa xôi về đây.

Những hình ảnh chất lượng cao về sản phẩm cũng rất cần thiết. Nếu bạn không có máy ảnh kỹ thuật số, bạn nên quan tâm đầu tư mua một chiếc.

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

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

Nhưng nếu bạn đẩy giá thành lên để bù đắp việc vận chuyển miễn phí cho những sản phẩm chỉ được bán với mức giá thấp nhất có thể bạn cũng thất bại. Trong các trường hợp đó, các khách hàng mong đợi sẽ được trả một khoản phí vận chuyển nhất định.

Nói cách khác, chi phí vận chuyển cao sẽ là một trong những nguyên nhân khiến doanh số bán hàng tụt giảm, các khách hàng không còn cảm thấy thích thú nữa. Lời khuyên của Restivo: Bạn nên trông cậy vào việc vận chuyển hàng loạt theo thời gian của bạn chứ không phải thời gian của khách hàng hay thuê hẳn dịch vụ vận chuyển của một công ty với chi phí được trả định kỳ. Điều này sẽ giảm đáng kể chi phí trong khi khách hàng vẫn thoả mãn vì mua được sản phẩm giá thấp. Còn trường hợp khách hàng yêu cầu thời gian cụ thể, bạn có thể tính thêm một khoản chi phí nhỏ.

7. Trau chuốt trang web và chăm sóc khách hàng tốt

Mục tiêu là để các khách hàng quay trở lại và giới thiệu với người thân, bạn bè rằng cửa hàng trực tuyến của bạn là rất đáng giá để ghé thăm. Vì vậy hãy làm tất cả mọi thứ có thể để đảm bảo những trải nghiệm khách hàng thú vị, vui vẻ và tuyệt vời trên trang web của bạn hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh. Hãy giải thích rõ ràng và thẳng thắn tất cả các chính sách của bạn. Cam kết sẽ hoàn trả 100% tiền cho khách hàng nếu có gì trục trặc. Cung cấp những sản phẩm mẫu. Nhanh chóng phản hồi với các khúc mắc, bình luận của khách hàng. Đầu tư xây dựng chức năng live chat để các khách hàng có thể ngay lập tức có câu trả lời cho câu hỏi về sản phẩm. Tạo dựng những lý do quay trở lại thông qua câu lạc bộ khách hàng trung thành, những cuộc thi, giảm giá hay khuyến mại,....

“Luôn giữ mối liên lạc với khách hàng”

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

Và rồi điều tiếp theo bạn sẽ thấy: các đơn đặt hàng bắt đầu đổ dồn tới trang web.