

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

-----o0o-----



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: NGUYỄN THỊ THU HUYỀN

ĐỀ TÀI:

**HOÀN THIỆN GIẢI PHÁP BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN QUA
CÁC NỀN TẢNG TIKTOK, FACEBOOK, SHOPEE CHO SHOP
THỜI TRANG HUYỀN THU - HÀ NỘI**

Thái nguyên, tháng 5 năm 2023



ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
THAI NGUYEN UNIVERSITY OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SINH VIÊN: NGUYỄN THỊ THU HUYỀN

ĐỀ TÀI:

**HOÀN THIỆN GIẢI PHÁP BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN QUA
CÁC NỀN TẢNG TIKTOK, FACEBOOK, SHOPEE CHO SHOP
THỜI TRANG HUYỀN THU - HÀ NỘI**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN : TH.S LÝ THU TRANG
SINH VIÊN THỰC HIỆN : NGUYỄN THỊ THU HUYỀN
LỚP : TMĐT K18 CĐT
MÃ SV : DTC19H340122DT0014

Thái Nguyên, tháng 5 năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành tốt đợt khóa luận tốt nghiệp, lời đầu tiên em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban Giám Hiệu Trường Đại học Công Nghệ Thông Tin và Truyền Thông Thái Nguyên, quý thầy cô Khoa Hệ Thống Thông Tin Kinh Tế, đã tận tình giảng dạy và cung cấp những kiến thức cần thiết, bổ ích để em có thể hoàn thành tốt quá trình học tập và thực tập của mình.

Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ths.Lý Thu Trang đã trực tiếp hướng dẫn, truyền đạt nhiều kiến thức, kinh nghiệm trong quá trình làm khóa luận cũng như trong việc hoàn thành bài báo cáo này.

Bài báo cáo được hoàn thành dựa trên trải nghiệm thực tế cá nhân nên em rất mong quý thầy cô và các bạn xem và nhận xét đóng góp ý kiến để bài báo cáo của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn.

Thái nguyên, ngày 15 tháng 5 năm 2023

SINH VIÊN

NGUYỄN THỊ THU HUYỀN

LỜI CAM ĐOAN

Trong quá trình học tập tại trường đại học công nghệ thông tin và truyền thông Thái Nguyên, cùng với sự kết hợp vận dụng lý thuyết được tiếp thu trong quá trình học và nghiên cứu thực tế tại nơi thực tập, em đã nghiên cứu và tập hợp các tài liệu để hoàn thành đề tài khoá luận tốt nghiệp của mình.

Em xin cam đoan toàn bộ nội dung trong khoá luận này là công trình nghiên cứu do chính bản thân em tự tìm hiểu, nghiên cứu và hoàn thành dưới sự hướng dẫn của Th.S Lý Thu Trang.

Em xin cam đoan khoá luận tốt nghiệp không sao chép từ bất kỳ một đề tài hay một sản phẩm nào khác. Em xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về kết quả thực hiện đề tài này.

Thái nguyên, ngày 15 tháng 5 năm 2023

SINH VIÊN

NGUYỄN THỊ THU HUYỀN

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. 1. Các loại hình TMĐT	7
Hình 1. 2. Top 10 công ty TMĐT theo mức độ phổ biến nhất hiện nay.....	16
Hình 1. 3. Top 10 website TMĐT có lượng truy cập lớn nhất.....	17
Hình 1. 4. Các đơn vị vận chuyển đang hợp tác với Shopee.....	18
Hình 1. 5. Các phương thức thanh toán của Shopee	18
Hình 1. 6. Giao diện mua hàng app Shopee	19
Hình 2. 1 Ảnh Shop thời trang Huyền Thu trực tiếp tại Hà Nội.....	29
Hình 2. 2. Sao chép Nhóm quảng cáo để test nội dung.....	34
Hình 2. 3. Sao chép Quảng cáo để test đối tượng	34
Hình 2. 4. Thay đổi ngân sách của chiến dịch.....	35
Hình 2. 5. Các chỉ số cần nắm được	36
Hình 2. 6. Kích thước chuẩn cho Facebook Marketing	36
Hình 2. 7. Sơ đồ các bước đăng bán hàng trên Shopee.....	40
Hình 3. 1. Cách tạo trang fanpage mới.....	45
Hình 3. 2. Quy trình triển khai chiến lược marketing facebook	48
Hình 3. 3. Fanpage hoàn Huyen Thu Store và Huyen Thu House ... hoàn chỉnh50	
Hình 3. 4. Chỉ số hoạt động của Page Huyen Thu Store.....	51
Hình 3. 5. Chỉ số hoạt động của Page Huyen Thu House – Order Quảng Châu	51
Hình 3. 6. Chỉ số đạt được của bài viết chạy quảng cáo trên page	52
Hình 3. 7. Các chiến dịch cũ và mới chạy quảng cáo trên fanpage	52
Hình 3. 8. Tin nhắn của khách hàng đổ về từ chiến dịch chạy quảng cáo Page...53	
Hình 3. 9. Cách tạo tài khoản bán hàng trên trang web Shopee.....	54
Hình 3. 10. Thiết lập thông tin cơ bản như tên shop, ảnh đại diện,... ..	54
Hình 3. 11. Thiết lập địa chỉ lấy hàng của Shop	55
Hình 3. 12. Thiết lập đơn vị vận chuyển cho Shop	55

Hình 3. 13. Thiết lập tài khoản ngân hàng của Shop	56
Hình 3. 14. Cách đặt tên sản phẩm và chọn ngành hàng.....	57
Hình 3. 15. Cách điền thông tin chi tiết của sản phẩm.....	58
Hình 3. 16. Cách điền thông tin giá và phân loại sản phẩm.....	58
Hình 3. 17. Thiết lập cân nặng và thời gian chuẩn bị sản phẩm	59
Hình 3. 18. Hoàn tất đăng sản phẩm	59
Hình 3. 19. Gian hàng Shopee thứ nhất của Shop Huyền Thu	60
Hình 3. 20. Gian hàng thứ hai trên Shopee của Shop Huyền Thu	61
Hình 3. 21. Doanh số tháng 5 của gian hàng Shopee đầu tiên	61
Hình 3. 22. Doanh thu tháng 6 của gian hàng thứ hai (Huyen Thu House).....	62
Hình 3. 23. Giao diện chính thức của TikTok Shop Seller Center	63
Hình 3. 24. Đăng ký bằng tài khoản TikTok.....	64
Hình 3. 25. Đăng ký tạo shop trên Tiktok bằng email/số điện thoại.....	65
Hình 3. 26. Đặt tên và chọn ngành hàng sản phẩm Tiktokshop.....	67
Hình 3. 27. Đăng hình ảnh sản phẩm lên Tiktokshop	68
Hình 3. 28. Đăng mô tả sản phẩm bằng chữ trên tiktokshop	68
Hình 3. 29. Thiết lập giá và cân nặng sản phẩm trên tiktokshop	69
Hình 3. 30. Thiết lập biên thể phân loại sản phẩm trên tiktokshop.....	70
Hình 3. 31. Cách xem trạng thái sản phẩm trên tiktokshop	71
Hình 3. 32. . Hai kênh Tiktok Marketing của shop Huyền Thu hoàn chỉnh	72
Hình 3. 33. Gian hàng Tiktok Shop của Huyền Thu.....	73

DANH MỤC CHỮ CÁI VIẾT TẮT

VCCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp của Việt Nam
TMĐT	Thương Mại Điện Tử
B2C	Doanh nghiệp với người tiêu dùng
G2G	Chính phủ với chính phủ
B2G	Doanh nghiệp với chính phủ
C2G	Người tiêu dùng với chính phủ
G2B	Chính phủ với doanh nghiệp
B2B	Doanh nghiệp với doanh nghiệp
C2B	Người tiêu dùng với doanh nghiệp
G2C	Chính phủ với người tiêu dùng
C2C	Người tiêu dùng với người tiêu dùng
FDI	Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài
web	Website

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	3
LỜI CAM ĐOAN	4
DANH MỤC HÌNH ẢNH	5
DANH MỤC CHỮ CÁI VIẾT TẮT	7
LỜI NÓI ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	5
1.1. Tổng quan về Thương Mại Điện Tử.....	5
1.1.1. Thương mại điện tử là gì ?.....	5
1.1.2. Lịch sử phát triển của thương mại điện tử.	5
1.1.3. Phân biệt thương mại điện tử và kinh doanh điện tử.....	6
1.1.4. Các hình thức thương mại điện tử.	7
1.1.5. Lợi ích của thương mại điện tử.....	8
1.2. Tổng quan về Facebook Marketing	9
1.2.1. Marketing là gì?	9
1.2.3. Chiến lược Facebook Marketing là gì?.....	11
1.3. Tổng quan về sàn Thương Mại điện tử Shopee.....	14
1.3.1. Mô hình kinh doanh của Shopee.	14
1.3.2. Giá trị cốt lõi của Shopee.....	14
1.3.3. Sự phát triển của Shopee tại Việt Nam.....	15
1.3.4. Ưu điểm của Shopee	17
1.3.5. Ưu và nhược điểm của kinh doanh trên Shopee	20
1.4. Tổng quan về Tiktok Marketing và Tiktokshop.....	21
1.4.1. Tổng quan về Tiktok Marketing.	21
1.4.2. Tổng quan về Tiktok Shop	24
CHƯƠNG 2: KHẢO SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI SHOP THỜI TRANG HUYỀN THU - HÀ NỘI	29
2.1. Giới thiệu tổng quan về Shop thời trang Huyền Thu – Hà Nội	29

2.2.	Thực trạng và phương thức bán hàng tại cửa hàng	30
2.1.1.	Đối với việc bán hàng	30
2.1.2.	Đối với người mua.....	31
2.1.3.	Thực trạng marketing của Shop.....	31
2.3.	Đánh giá hiện trạng.....	32
2.4.	Giải pháp khắc phục	33
2.4.1.	Phương pháp triển khai Facebook Marketing	33
2.4.2.	Phương pháp triển khai lập gian hàng Shopee	40
2.4.3.	Phương pháp triển khai Tiktok Marketing và Tiktokshop	41
	CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CÁC KÊNH BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN QUA	
	FACEBOOK, SHOPEE VÀ TIKTOK CHO SHOP THỜI TRANG.....	44
	HUYỀN THU - HÀ NỘI.....	44
3.1.	Giới thiệu chương	44
3.1.	Xây dựng trang Fanpage Facebook bán hàng cho Shop thời trang Huyền Thu – Hà Nội	44
3.1.1.	Các bước triển khai lập Fanpage Facebook.....	44
3.1.2.	Kết quả đạt được	49
3.2.	Triển khai tạo kênh bán hàng trên Shopee cho Shop thời trang Huyền Thu – Hà Nội	53
3.2.1.	Các bước thực hiện lập gian hàng Shopee.....	53
3.2.2.	Kết quả đạt được	60
3.3.	Xây dựng kênh Tiktok Marketing và tạo gian hàng trên Tiktokshop cho Shop thời trang Huyền Thu – Hà Nội.....	62
3.3.1.	Cách xây dựng kênh Tiktok Marketing	62
3.3.2.	Cách mở gian hàng Tiktok Shop	63
3.3.3.	Kết quả đạt được.....	71
	KẾT LUẬN	74
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	75

LỜI NÓI ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, cùng với sự bùng nổ của dịch COVID-19 đã làm ảnh hưởng lớn đến kinh tế toàn cầu nói chung và các dịch vụ bán hàng truyền thống nói riêng. Mạng Internet là một công cụ không thể thiếu, là nền tảng chính cho sự truyền tải, trao đổi thông tin trên toàn cầu. Internet đã trở thành dịch vụ phổ biến, thiết yếu và có ảnh hưởng sâu rộng đến thói quen sinh hoạt, giải trí, mua sắm của mọi người.

Thương mại điện tử đến nay không còn là một khái niệm mới mẻ, nó đã trở nên phổ biến hơn bao giờ hết. Chỉ cần một chiếc máy tính hoặc một chiếc điện thoại thông minh có kết nối mạng và một cú “click chọn”, ta đã có thể mua được bất cứ thứ gì mà mình muốn. Theo số liệu của Cục TMĐT và CNTT (2015) có đến 62% người sử dụng Internet đã tham gia mua sắm trực tuyến. Điều này sẽ là cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp TMĐT hoặc có hoạt động kinh doanh trực tuyến như Shopee, Tiki, Lazada, Sendo,...

Trong hoạt động kinh doanh, thương mại điện tử đã khẳng định được vai trò xúc tiến và thúc đẩy sự phát triển doanh nghiệp. Đối với một cửa hàng việc quảng bá và giới thiệu các sản phẩm đến những khách hàng có nhu cầu là điều quan trọng. Song song với việc phổ biến và phát triển nhanh chóng của Internet thì các hình thức mua và bán hàng hóa của doanh nghiệp với người tiêu dùng càng trở nên đơn giản, đa dạng và phong phú. Việc ứng dụng bán hàng online trong thương mại điện tử ngày càng trở nên cần thiết.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các nhà bán lẻ cũng đã tham gia vào thị trường này, thương mại điện tử Việt Nam đã trở nên đông đúc hơn nhiều so với chỉ hai năm trước đây. Với rất nhiều đối thủ cạnh tranh trực tuyến, tờ Financial Times báo cáo rằng, hai đối thủ nặng ký trong thương mại điện tử tại châu Á là Alibaba và Shopee, dự kiến sẽ nổi lên như những người dẫn đầu trong cuộc cạnh tranh.

Tính đến thời điểm hiện nay, Facebook không khác gì một đế chế, một mảnh đất tuy đã không còn màu mỡ, nhưng vẫn còn cơ hội để các nhà Marketing Online chiến lược tung hoành. Và nếu việc Marketing trên Facebook hiệu quả, thì doanh nghiệp sẽ gặt hái được những thành công vô cùng lớn.

Facebook là mạng xã hội lớn nhất hiện nay trên thế giới. Theo số liệu thống kê