

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG  
KHOA KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ



## **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

**ĐỀ TÀI :**

**HOÀN THIỆN GIẢI PHÁP BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN  
QUA CÁC NỀN TẢNG FACEBOOK, TIKTOK VÀ SHOPEE  
CHO SHOP GIA DỤNG THIÊN HOÀI**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN : HOÀNG XUÂN VƯƠNG

SINH VIÊN THỰC HIỆN : ĐÀO THỊ HOÀI

LỚP : TMĐT K18CĐT

THÁI NGUYÊN, NĂM 2024

## MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU .....	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÁC NỀN TẢNG FACEBOOK, TIKTOK, SHOPEE ..3	
1.1. Tổng quan về Facebook .....	3
1.1.1. Mạng xã hội Facebook.....	3
1.1.2. Người dùng trên Facebook .....	6
1.1.3. Sử dụng Fanpage để khai thác khách hàng.....	10
1.1.4. Lựa chọn dùng Fanpage Facebook .....	12
1.2. Tổng quan về TikTok.....	14
1.2.1. Mạng xã hội TikTok .....	14
1.2.2. Phân loại người dùng trên TikTok.....	16
1.2.3. Giới thiệu chung về TikTok Shop .....	19
1.3. Tổng quan về Shopee .....	22
1.3.1. Sàn thương mại điện tử Shopee .....	23
1.3.2. Phân loại người dùng trên Shopee .....	24
1.3.3. Lựa chọn bán hàng trên Shopee.....	25
CHƯƠNG 2: KHẢO SÁT THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA SHOP GIA DỤNG THIÊN HOÀI.....	27
2.1. Tổng quan về thị trường Đồ Gia Dụng .....	27
2.2. Tổng quan về Shop Gia Dụng Thiên Hoài.....	29
2.2.1. Thông tin chung .....	29
2.2.2. Bộ máy tổ chức của Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	30
2.3. Thuận lợi và khó khăn của Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	34
2.3.1. Thuận lợi của Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	34
2.3.2. Khó khăn của Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	35
2.4. Cơ hội và thách thức của Shop Gia Dụng Thiên Hoài.....	36
2.4.1. Cơ hội của Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	36
2.4.2. Thách thức của Shop Gia Dụng Thiên Hoài.....	37
2.5. Xu hướng phát triển của ngành gia dụng khi kinh doanh online .....	38
2.6. Giải pháp kinh doanh online Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	39
2.6.1. Phương pháp triển khai Fanpage Facebook.....	39

2.6.2. Phương pháp triển khai kênh Shopee .....	43
2.6.3. Phương pháp triển khai kênh Tiktok Shop .....	44
<b>CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CÁC KÊNH TIKTOK, FANPAGE FACEBOOK, KÊNH BÁN HÀNG SHOPEE VÀ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC .....</b>	<b>45</b>
3.1. Xây dựng trang Shopee bán hàng cho Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	45
3.1.1. Các bước xây dựng trang Shopee .....	45
3.1.2. Cách đăng sản phẩm và SEO sản phẩm .....	46
3.1.3. Các công cụ Marketing của Shopee.....	47
3.1.4. Kết quả đạt được .....	52
3.2. Xây dựng trang Fanpage bán hàng cho Shop Gia Dụng Thiên Hoài.....	53
3.2.1. Các bước xây dựng trang Fanpage .....	53
3.2.2. Kết quả đạt được .....	57
3.3. Triển khai kênh bán hàng trên TikTok Shop cho Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	57
3.3.1. Điều kiện để mở tài khoản TikTok Shop.....	57
3.3.2. Cách mở tài khoản TikTokShop.....	58
3.3.3. Kết quả đạt được .....	61
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>62</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>65</b>

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1: Tổng quan về mạng xã hội Facebook .....	4
Hình 1.2: Người Việt dùng 2,5 giờ mỗi ngày để lướt Facebook.....	5
Hình 1.3: Tỷ lệ người dùng Facebook.....	7
Hình 1.4: Fanpage Facebook để bán hàng.....	10
Hình 1.5: Công cụ quảng cáo linh hoạt trên Fanpage Facebook.....	13
Hình 1.6: Mạng xã hội TikTok.....	15
Hình 1.7: TikToker nổi tiếng trên TikTok.....	17
Hình 1.8: Sàn thương mại điện tử Shopee.....	26
Hình 1.9: Trang chủ kênh người bán trên Shopee.....	27
Hình 2.1: Mọi số sản phẩm nội chiên của Shop Gia Dụng Thiên Hoài – 1 .....	29
Hình 2.2: Mọi số sản phẩm nội chiên của Shop Gia Dụng Thiên Hoài – 2 .....	29
Hình 2.3: Mọi số sản phẩm nội chiên của Shop Gia Dụng Thiên Hoài – 3 .....	30
Hình 3.1: Cách tạo trang Fanpage mới.....	50
Hình 3.2: Cách thiết lập trang Fanpage mới.....	50
Hình 3.3: Hoàn thiện trang Fanpage mới .....	51
Hình 3.4: Cách tạo trang Fanpage trên máy tính.....	52
Hình 3.5: Chọn loại hình trang cho Shop .....	52
Hình 3.6: Thiết lập trang Fanpage mới trên máy tính .....	54
Hình 3.7: Đăng tải ảnh đại diện, ảnh bìa cho Fanpage.....	55
Hình 3.8: Thêm các thông tin cho Fanpage.....	58
Hình 3.9: Trang Fanpage của Shop Gia Dụng Thiên Hoài .....	59
Hình 3.10: Trang web Shopee .....	60
Hình 3.11: Đăng ký tài khoản Shopee.....	61
Hình 3.12: Thông báo đăng ký thành công tài khoản Shopee.....	61
Hình 3.13: Thiết lập gian hàng Shopee .....	62
Hình 3.14: Đăng sản phẩm mới trên điện thoại.....	62
Hình 3.15: Đăng sản phẩm hàng loại trên Shopee .....	63
Hình 3.16: Doanh số Shop tháng 9.....	63
Hình 3.17: Doanh số Shop tháng 10.....	64

Hình 3.18: Doanh số Shop tháng 11.....	64
Hình 3.19: Trang đăng ký tài khoản TikTok Shop.....	65
Hình 3.20: Đăng ký tài khoản TikTok Shop .....	65
Hình 3.21: Đăng ký tài khoản với tư cách một công ty hoặc tổ chức .....	66
Hình 3.22: Kết quả đạt được của trang TikTok Shop .....	66

# LỜI MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Thời gian 4 năm đại học dần trôi qua, khoảng thời gian 4 năm ở Trường Đại Học CNTT và Truyền thông Thái Nguyên là khoảng thời gian quý báu đã giúp bản thân em có thêm nhiều kiến thức thực tế, nâng cao kiến thức chuyên môn, hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của ngành Thương Mại Điện Tử mà em đang học tập và kinh nghiệm được tích lũy để xây dựng đề tài.

Đề tài là quá trình tìm hiểu, cảm nhận từ bản thân và nhận thấy các nền tảng thương mại điện tử đang dần thay thế cho hình thức bán hàng trực tiếp. Các nền tảng bán hàng đang nổi lên như Shopee, Tiktok Shop,... đang được người tiêu dùng đón nhận nhiệt tình.

Trong quá trình thực tập và làm việc, với mục đích tăng trưởng doanh số, trau dồi kiến thức và kinh nghiệm để hỗ trợ công việc của bản thân ở hiện tại và trong tương lai. Em nhận thấy việc phát triển kênh bán hàng online qua các nền tảng là rất tiềm năng và đang dần thay thế cho hình thức mua hàng trực tiếp.

Việc tạo ra một nền sinh thái kết hợp các nền tảng Facebook, Tiktok và Shopee giúp tối ưu được lượng khách hàng tiềm năng của shop

## 2. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

Người dùng, người có thói quen mua hàng online trên các nền tảng như Facebook, Tiktok, Shopee,... cộng đồng sử dụng các nền tảng trên để đánh vào đúng tệp khách hàng tiềm năng.

Phạm vi nghiên cứu tập trung vào người dùng quen mua hàng online, dùng sức ảnh hưởng của mạng xã hội để kết nối doanh nghiệp với khách hàng với những trải nghiệm mua hàng tốt.

## 3. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu

- Mục đích nghiên cứu:

+ Đưa ra nhiều giải pháp hơn để tăng doanh số, phủ sóng shop ở nhiều nền tảng, tạo hệ sinh thái và môi trường riêng cho doanh nghiệp

+ Nghiên cứu và phân tích hành vi của người tiêu dùng để nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng ngày càng gia tăng.

+ Đưa ra được các phương pháp để doanh nghiệp nâng cao hiệu quả cạnh tranh

+ Mục tiêu nghiên cứu: Xác định phương hướng, chiến lược sử dụng các nền tảng bán hàng để tăng độ hiển thị và tăng doanh số của shop.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp nghiên cứu chủ đạo: Phương pháp hệ thống, phương pháp phân tích và tổng hợp, tổng hợp từ phiếu khảo sát thực tế, thống kê trên thông qua những con số để đánh giá chất lượng của từng dự án.

- Phương pháp nghiên cứu cụ thể: Phương pháp nghiên cứu tài liệu nhằm thu thập, phân tích lược thuật vấn đề, phương pháp tổng hợp tài liệu

#### **5. Kết cấu của khóa luận**

Chương 1: Tổng quan về các nền tảng Facebook, Tiktok, Shopee

Chương 2: Khảo sát thực trạng tình hình kinh doanh của shop Gia Dụng Thiên Hoài

Chương 3: Xây dựng các kênh Tiktok, Fanpage Facebook, kênh bán hàng Shopee và kết quả đạt được

# CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÁC NỀN TẢNG FACEBOOK, TIKTOK, SHOPEE

## 1.1. Tổng quan về Facebook

Facebook là một mạng xã hội trực tuyến được thành lập vào ngày 4 tháng 2 năm 2004 bởi Mark Zuckerberg và một số sinh viên đại học khác tại Đại học Harvard. Ban đầu, nó được giới hạn sử dụng cho cộng đồng sinh viên của trường Harvard, nhưng sau đó mở rộng để chấp nhận các người dùng từ các trường đại học khác và cuối cùng là toàn bộ cộng đồng trực tuyến.

Facebook cho phép người dùng tạo ra các hồ sơ cá nhân, chia sẻ nội dung với bạn bè và gia đình, tham gia các nhóm và sự kiện, cũng như tương tác thông qua việc bình luận, thích, và chia sẻ nội dung. Nó trở thành một trong những mạng xã hội lớn nhất và phổ biến nhất trên thế giới với hàng tỷ người dùng.

Ngoài ra, Facebook đã mua nhiều công ty và dịch vụ khác, bao gồm Instagram, WhatsApp, và Oculus VR, mở rộng hệ sinh thái của mình và đa dạng hóa dịch vụ cung cấp cho người dùng.

### 1.1.1. Mạng xã hội Facebook

Facebook là một mạng xã hội trực tuyến lớn và phổ biến trên toàn thế giới. Nó được thành lập vào năm 2004 bởi Mark Zuckerberg và các bạn đồng sáng lập Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz và Chris Hughes.

Sự phát triển của Facebook đã góp phần thay đổi cách chúng ta giao tiếp, tương tác và tiếp cận thông tin. Nó đã trở thành một nền tảng vô cùng quan trọng trong việc chia sẻ và lan truyền thông tin, đồng thời tạo ra một không gian kết nối xã hội trực tuyến đa dạng và đa chiều.

Facebook không chỉ là một mạng xã hội thông thường, mà còn là một công cụ mạnh mẽ để thúc đẩy các hoạt động kinh doanh, quảng cáo và tiếp thị trực tuyến. Công ty cung cấp các công cụ quảng cáo và phân tích chi tiết để doanh nghiệp có thể đưa ra các chiến lược tiếp thị chính xác và hiệu quả. Nó đã tạo ra một sân chơi mới cho doanh nghiệp từ nhỏ đến lớn để phát triển 1 cách mạnh mẽ.

Bên cạnh việc kết nối cá nhân và kinh doanh, Facebook cũng đã chơi một vai trò quan trọng trong các vụ việc xã hội và chính trị. Nó đã đóng vai trò là một công cụ quan trọng trong việc tuyên truyền, tổ chức và lan truyền thông điệp trong các sự kiện và phong



trào quan trọng. Ví dụ, nó đã được sử dụng rộng rãi trong các cuộc biểu tình và phong trào dân chủ trên toàn thế giới.

Tuy nhiên, Facebook cũng đã gặp phải nhiều vấn đề và tranh cãi. Một trong những tranh cãi lớn nhất là về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu. Facebook đã gặp phải chỉ trích về việc thu thập và sử dụng thông tin cá nhân của người dùng một cách không minh bạch và có thể lạm dụng. Nhiều người đã bày tỏ lo ngại về việc dữ liệu cá nhân của họ bị rò rỉ hoặc được sử dụng một cách không đúng đắn.



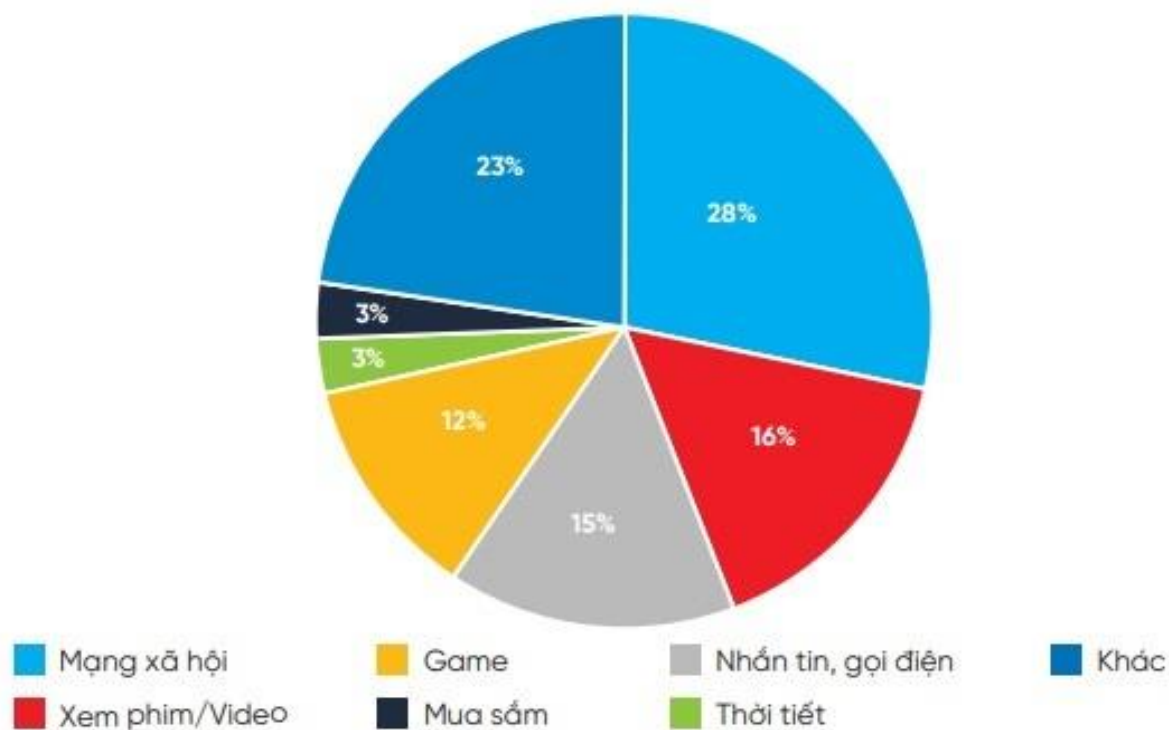
*Hình 1.1: Tổng quan về mạng xã hội Facebook*

Các vụ vi phạm dữ liệu và các vấn đề liên quan đến bảo mật đã khiến Facebook phải đối mặt với sự quan tâm của công chúng, sự điều tra từ phía chính phủ và các biện pháp kiểm soát mới.

Facebook đã triển khai nhiều biện pháp để cải thiện bảo vệ dữ liệu và đảm bảo tính riêng tư cho người dùng. Công ty đã thay đổi và cải thiện chính sách quyền riêng tư, tăng cường quản lý và kiểm soát truy cập dữ liệu, và cung cấp cho người dùng nhiều cài đặt riêng tư để kiểm soát thông tin cá nhân của mình.

Ngoài ra, Facebook cũng đã tăng cường hợp tác với các tổ chức bên ngoài và chính phủ để giám sát và kiểm soát hoạt động của mình. Công ty đã tăng cường đội ngũ chuyên gia bảo mật và đầu tư vào công nghệ bảo mật tiên tiến để ngăn chặn các cuộc tấn công và xâm nhập.

Trong quá trình phát triển, Facebook đã mua lại nhiều công ty công nghệ khác như Instagram và WhatsApp. Việc mua lại các công ty này đã mở rộng sự hiện diện và sức ảnh hưởng của Facebook trong lĩnh vực mạng xã hội và truyền thông xã hội. Instagram đã trở thành một nền tảng quan trọng cho chia sẻ hình ảnh và video, trong khi WhatsApp là một ứng dụng nhắn tin phổ biến.



Hình 1.2: Người Việt dùng 2,5 giờ mỗi ngày để lướt Facebook

Tuy nhiên, Facebook vẫn đối mặt với nhiều thách thức và trách nhiệm. Công ty đang phải đối phó với sự gia tăng của tin tức giả mạo và thông tin sai lệch trên nền tảng của mình. Nó đã đưa ra nỗ lực để ngăn chặn và giảm thiểu sự lan truyền của thông tin sai lệch, nhưng việc giải quyết vấn đề này vẫn đòi hỏi sự cộng tác và nỗ lực từ tất cả các bên liên quan.

Tóm lại, Facebook đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống hàng ngày của nhiều người trên toàn cầu. Nó đã thay đổi cách chúng ta kết nối, giao tiếp và chia sẻ thông tin. Tuy nhiên, Facebook cũng đối mặt với nhiều thách thức và trách nhiệm liên quan đến quyền riêng tư, bảo mật dữ liệu và quản lý thông tin. Công ty đang nỗ lực để cải thiện các chính sách và biện pháp bảo vệ người dùng và đảm bảo sự tin cậy của nền tảng mạng xã hội.