

Bán hàng qua Livestream

Ở Đông Nam Á



Mục lục

Bán hàng qua Livestream là gì?	06
Tầm quan trọng của bán hàng qua Livestream	09
Những khó khăn trong quá trình bán hàng qua Livestream	13
• Quản lý khách hàng mua qua Livestream • Lựa chọn (các) kênh Livestream • Chuẩn bị cho buổi bán hàng qua Livestream	
Giải pháp cho những thách thức	27
• Các kênh bán hàng qua Livestream với các giải pháp trọn gói từ đầu đến cuối • Các giải pháp có thể tích hợp với các kênh Livestream bán hàng	
Tổng kết	37
Phương pháp luận	39

Bán hàng qua Livestream ở Đông Nam Á

Bất kể những khó khăn hiện tại của nền kinh tế vĩ mô, thương mại điện tử ở Đông Nam Á vẫn tăng trưởng và phát triển vượt bậc (theo nghiên cứu của [Statista](#), [SYNC Southeast Asia by Bain & Company](#) và [Meta](#), và [e-economy SEA by Google, Temasek, Bain](#)).

Câu hỏi quan trọng được đặt ra đối với những nhà bán hàng trên các kênh thương mại điện tử là:

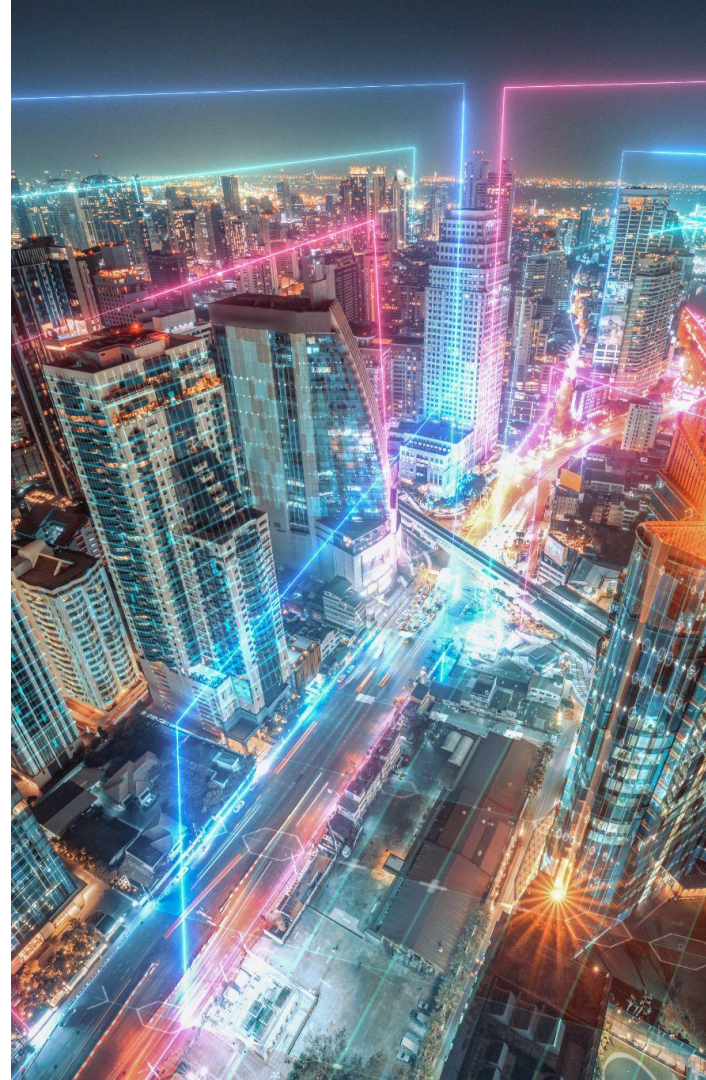
Làm cách nào để luôn bắt kịp làn sóng thương mại điện tử?



Sự ảnh hưởng nhanh chóng của Internet ở thị trường Đông Nam Á trong năm 2011 đã tạo nên làn sóng thương mại điện tử, thúc đẩy sự phát triển của các dịch vụ ngoại vi trong hệ sinh thái; trong đó có Ninja Van - Công ty Chuyển phát nhanh Ứng dụng công nghệ hàng đầu Đông Nam Á.

Có mặt sớm từ năm 2014, Ninja Van mang trong mình lợi thế lớn để phát triển trên thị trường thương mại điện tử của Đông Nam Á. Từ việc phục vụ hơn 2.000.000 nhà bán hàng trên sàn thương mại điện tử ở Đông Nam Á suốt 12 tháng qua, Ninja Van đã quan sát và đúc kết được các xu hướng thương mại điện tử (TMĐT) mới.

Và bán hàng qua Livestream là một trong các xu hướng đó.



Vào tháng 11/2022, hơn 1.000 phản hồi* từ các nhà bán hàng đã được thu thập trên sàn TMĐT của Ninja Van trên khắp Singapore, Malaysia, Indonesia, Philippines, Thái Lan, và Việt Nam, để hiểu rõ hơn về xu hướng nổi bật này.

*Nhấn vào [đây](#) để xem phương pháp luận của chúng tôi.



Bán hàng qua Livestream là gì?



Bạn còn nhớ những kênh truyền hình mua sắm tại nhà chứ?

Thông thường, hình thức bán hàng qua kênh này được vận hành như sau: một người dẫn chương trình giới thiệu và thuyết phục bạn tin vào công dụng tuyệt vời của một chiếc máy hút bụi, khuyến khích bạn GỌI NGAY để nhận được khuyến mãi 50%, giới hạn cho 50 khách hàng đầu tiên. Để chốt đơn nhanh hơn, anh ta sẽ tặng miễn phí một cây lau nhà cho mỗi đơn hàng đặt ngay trong quảng cáo.

CỨ 3 NGƯỜI LÀM KHẢO SÁT THÌ CÓ 1

người bán hàng trên sàn TMĐT ở Đông Nam Á có bán hàng qua Livestream.



Đó chính là bán hàng qua Livestream.

Giờ đây, phương thức này đã được nâng lên một tầm cao mới, với hai điểm khác biệt chính dành cho người mua hàng:

Sự tương tác

- Người mua hàng không chỉ bị giới hạn trong 1 hành động: "MUA".
- Người mua hàng có thể tương tác với người bán, thông qua phần "Bình luận" của Livestream, để trò chuyện nhanh, bày tỏ cảm xúc, chơi trò chơi, hỏi thêm về sản phẩm, và mua hàng.

Khả năng tiếp cận

- Người mua hàng không còn phải ngồi túc trực trước TV và dò tìm các kênh truyền hình mua sắm tại nhà vào những khung giờ cố định nữa.
- Giờ đây, những người mua hàng có thể dễ dàng xem Livestream với chiếc điện thoại luôn mang theo bên mình của họ, trên mọi kênh, ở mọi lúc.

Sự khác biệt này giúp người mua hàng chủ động hơn, dễ dàng chú ý hơn và tăng ý định mua hàng hơn.

Khảo sát tại Việt Nam cho thấy những buổi bán hàng qua Livestream thuận tiện cho việc xem và mua hàng.

- 72% những người được khảo sát trong [Báo cáo của Decision Lab](#) cho biết họ bắt đầu sử dụng TMĐT trên mạng xã hội vì nó "thuận tiện".
- Sự quen thuộc của mạng xã hội giúp người Việt Nam mua sắm dễ dàng hơn từ các nền tảng khác nhau.

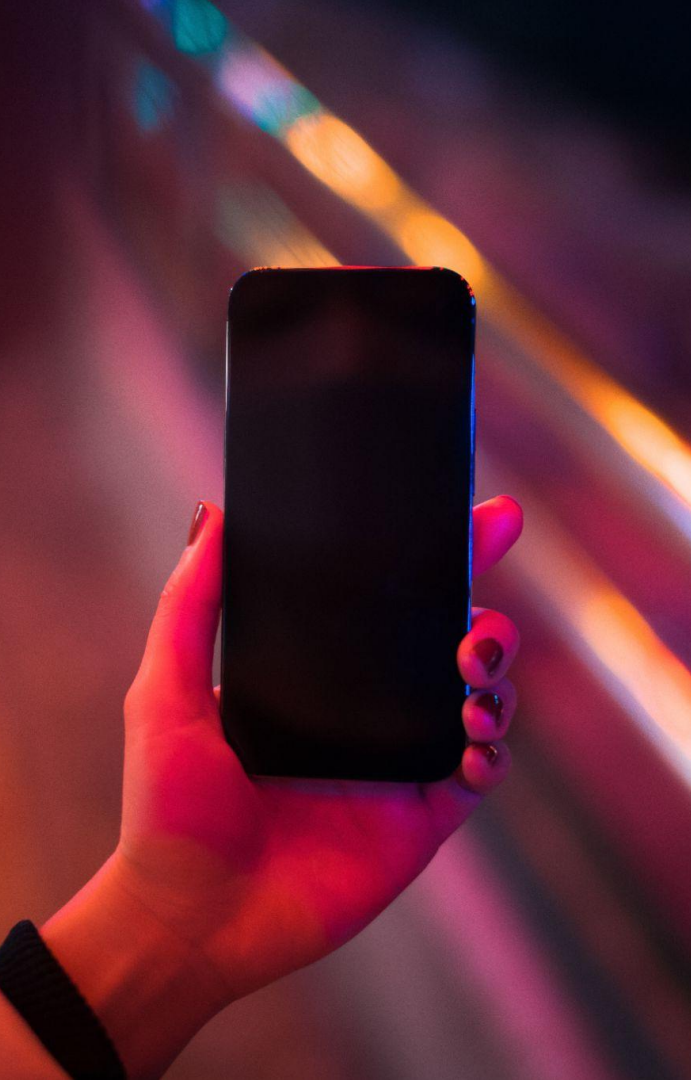
Phân tích trên 1.000 điểm dữ liệu thu thập từ các nhà bán hàng trên sàn TMĐT ở Đông Nam Á của Ninja Van cho thấy: Bán hàng qua Livestream được áp dụng nhiều nhất ở nhóm người bán các mặt hàng ít cân nhắc khi mua (low-involvement products) như Thời trang, Làm đẹp và Chăm sóc cá nhân, Thực phẩm và Đồ uống, cũng như Đồ gia dụng và Đời sống.

Điều này phù hợp với báo cáo **“Hiện trạng thương mại xã hội và phát trực tiếp tại Việt Nam”** của Decision Lab. Nội dung báo cáo cho thấy người mua hàng quan tâm đến các mặt hàng Thời trang, Mỹ phẩm và Đồ gia dụng thông qua thương mại xã hội.



Tầm quan trọng của Bán hàng qua Livestream





Đối với người bán hàng qua các kênh thương mại điện tử, chiến thuật tiếp thị này có thể **theo dõi nhanh hành trình mua hàng của khách hàng, từ nhận thức đến chuyển đổi.**

“

“Tôi có thể biết được bất kỳ thông tin nào về sản phẩm mà tôi cần ngay từ các Livestream bán hàng, điều này giúp tôi quyết định xem tôi có muốn mua sản phẩm đó ngay hay không”.

*Fariz Maswan, 43, Giám đốc bán hàng và quan hệ đối tác, Malaysia
Người mua hàng golf và LEGO trên Livestream*

“Khi mua hàng từ các kênh bán hàng qua Livestream, tôi thấy được cách họ [người bán hàng] sử dụng sản phẩm, tôi nghe cách họ giới thiệu sản phẩm, làm tôi muốn mua sản phẩm đó. Có một cảm giác thôi thúc mà tôi không thể có được khi xem các kênh [bán hàng] khác.”

*Ferisa Mega Putri, 26, Trợ Lý Giám đốc Dự án, Indonesia
Người mua hàng đồ ăn nhẹ và các món đồ độc lạ trên Livestream*

“Khi tôi mua quần áo, người bán hàng sẽ cho tôi xem và mặc thử, tôi có thể dễ dàng hình dung nó trông như thế nào và quyết định mua ngay trong phần bình luận.”

*Nalinthip Pornsomboonkit, 43, Giám đốc Kinh doanh, Thái Lan
Người mua hàng quần áo trên Livestream*

”

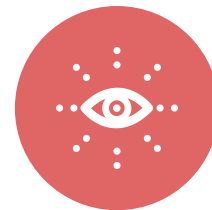
Sau khi khảo sát hơn 1.000 người bán hàng qua kênh TMĐT đang sử dụng dịch vụ của Ninja Van ở Đông Nam Á, chúng tôi nhận thấy có 3 động lực hàng đầu khi Livestream:



Có thêm nhiều khách hàng mới



Cách hiệu quả để tạo mối quan hệ sâu sắc hơn với khách hàng



Tạo thảo luận và tăng nhận thức về shop bán hàng online

“Cách hiệu quả để tạo mối quan hệ sâu sắc hơn với khách hàng”

là 1 trong những điểm mạnh của Bán hàng qua Livestream, giúp người bán có khả năng xây dựng mối quan hệ với người mua hàng trên quy mô lớn.

Bán hàng qua Livestream đặt yếu tố con người lên hàng đầu trong việc kinh doanh và xây dựng nên các mối quan hệ - trong thời gian thực - với tất cả các khách hàng mới và cũ.

Và cả đôi bên đều có lợi.

Đối với các khách hàng, tất cả các sản phẩm đều được bày sẵn ra. Thay vì phải tự tìm kiếm thứ họ cần, giờ đây họ đang **khám phá những sản phẩm mà họ chưa bao giờ nghĩ là mình muốn.**

“

“Mua hàng qua Livestream giống như đi mua sắm trực tiếp tại cửa hàng. Bạn bước vào cửa hàng, và nhìn thấy một món đồ dễ thương. Bạn không cần nó, nhưng bạn đã thấy nó và bạn muốn có nó.”

Guo Lu, 36, Portfolio Manager, Singapore
Người mua son qua Livestream

“Tôi không theo dõi bất kỳ nhãn hàng hoặc kênh nào. Việc mua sắm của tôi hoàn toàn phụ thuộc vào ai đang hoạt động và sản phẩm nào đang được bán khi tôi mở ứng dụng Shopee”

Vinnie Wong, 30, Chuyên viên tiếp thị kỹ thuật số cấp cao, Malaysia
Người mua đồ dùng nhà bếp, tạp hóa và quần áo qua Livestream

”

BẠN CÓ BIẾT

Bạn cũng có thể kiểm tra hiệu suất sản phẩm mới, từ đó biết được sản phẩm nào bán chạy và sản phẩm nào không, từ phản hồi trong thời gian thực của người mua hàng qua Livestream!



Khó khăn trong quá trình bán hàng qua Livestream

Chúng ta đã hiểu được tầm quan trọng của Bán hàng qua Livestream, bây giờ, hãy cùng tìm hiểu những “câu chuyện phía sau hậu trường”.



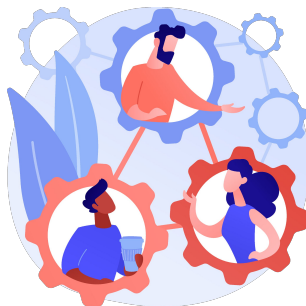
Những khó khăn trong quá trình bán hàng
qua Livestream

Quản lý khách hàng mua qua Livestream



Từ màn đấu giá sầu riêng ở Singapore cho đến việc buôn bán hoa lan ở Việt Nam, chúng tôi đã trò chuyện với những người đang mua hàng qua Livestream ở Đông Nam Á* và nhận ra 2 động lực chung thúc đẩy họ tham gia Livestream: **Trải nghiệm sản phẩm gián tiếp** và **Khả năng tương tác**.

- **Trải nghiệm sản phẩm gián tiếp cho phép người mua hàng qua Livestream tương tác với sản phẩm, thông qua người bán hàng.** Cách người bán giới thiệu sản phẩm thường sẽ theo yêu cầu của người mua hàng về góc quay và các cách sử dụng khác nhau, làm cho sản phẩm trở nên sống động và đáng tin hơn.
- **Tính tương tác cho phép người mua hàng qua Livestream được cả người bán và những người mua hàng khác nhìn thấy.** Người mua hàng chủ động hơn nhờ khả năng trở thành người tham gia tích cực với vai trò chỉ đạo người bán hàng qua Livestream.



*Nhấn vào [đây](#) để xem phương pháp luận của chúng tôi.





Trải nghiệm sản phẩm gián tiếp



“Tôi được xem sản phẩm thật, không phải ảnh đã qua chỉnh sửa. Tôi có thể yêu cầu người bán hàng Livestream cho tôi xem thông tin chi tiết hoặc hỏi họ thêm về sản phẩm.”

*Sasatorn Yahatta, 32, Nhân viên chăm sóc khách hàng, Thái Lan
Người mua quần áo qua Livestream*

“Mua hàng trên Livestream tạo cho tôi cảm giác như được xem sản phẩm thật.”

*Phạm Hoàng Oanh, 14, Học sinh, Vietnam
Người mua quần áo, mỹ phẩm qua Livestream*

“Nếu những người bán hàng qua Livestream bán các mặt hàng như khoai tây chiên, họ sẽ chứng minh độ giòn của sản phẩm, làm chúng tôi dễ tin họ hơn.”

*Ferisa Mega Putri, 26, Trợ Lý Giám đốc Dự án, Indonesia
Người mua đồ ăn nhẹ và các món đồ độc lạ trên Livestream*



Tính tương tác

“

“Tôi thật sự ngạc nhiên với sự căng thẳng trong trận đấu giá sâu riêng. Tôi đặt giá thầu với những người mua khác để xem ai sẽ thắng, giống như một cuộc đấu giá. Họ [người bán hàng qua Livestream] sẽ thông báo giá thầu của bạn và sau đó trò chuyện với bạn vài câu.”

Ting Guan Zhao, 34, Giám đốc sản xuất, Singapore
Người mua sâu riêng qua Livestream

“Người bán hàng rất vui vẻ và bán những chiếc đầm đẹp. Cô ấy cũng hiểu chúng tôi, như thể cô ấy biết chúng tôi vậy!”

Janna De Jesus, 27, Chuyên viên tiếp thị, Philippines
Người mua đầm váy qua Livestream

“Chỉ cần bạn bình luận “Tôi muốn mua”, thì người bán sẽ nhắn tin đồng loạt đến tất cả những người dùng đã bình luận “Tôi muốn mua”, và 2 người đầu tiên thanh toán sẽ mua được món đồ đó. Điều này làm cho tôi cảm thấy tự tin và hài lòng khi biết tôi là một trong những người mua được món đồ đó.”

Fariz Maswan, 43, Giám đốc bán hàng và quan hệ đối tác, Malaysia
Người mua golf và LEGO trên Livestream

”





Có 2 điểm chung thúc đẩy người xem tham gia mua hàng qua Livestream - **Trải nghiệm sản phẩm gián tiếp** và **Tính tương tác** - điều này cho thấy vì sao người bán hàng trên các kênh TMĐT cũng nên bán qua Livestream, bởi vì đây là “Một cách hiệu quả để tạo mối quan hệ tốt hơn với khách hàng”.

Tuy nhiên, kết quả khảo sát hơn 1.000 người bán hàng trên sàn TMĐT ở Đông Nam Á của Ninja Van cũng cho thấy cần nhiều thời gian và nỗ lực để xây dựng mối quan hệ trên Livestream. Và đây là những khó khăn phổ biến:

1 TRONG 4

người nói rằng bán hàng qua Livestream đòi hỏi nhiều công sức và nỗ lực.

1 TRONG 3

người nói rằng bán hàng qua Livestream rất tốn thời gian.

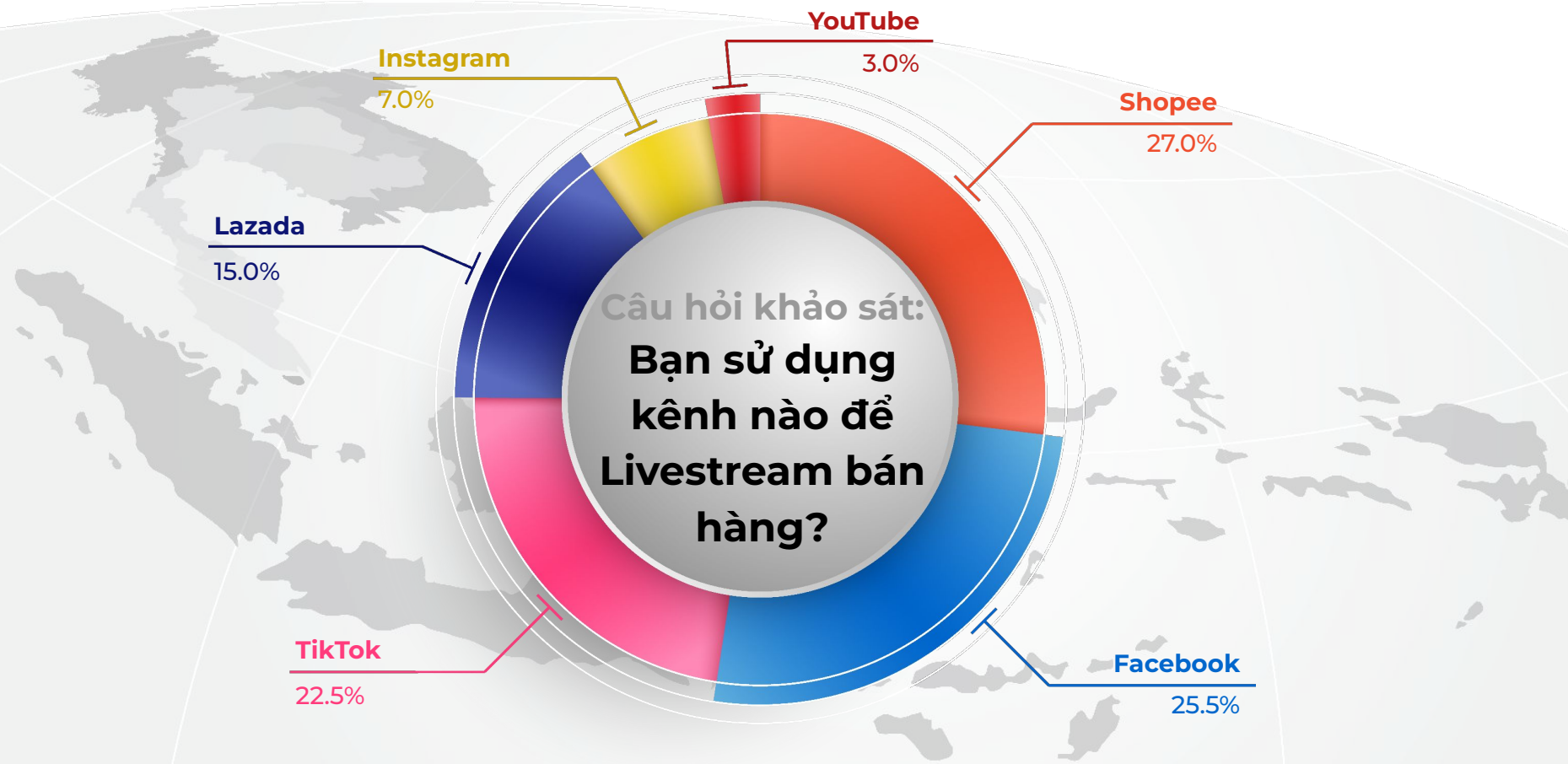
1 TRONG 3

người nói rằng rất khó để thu hút, giữ chân người xem và tương tác.



Những khó khăn trong quá trình bán hàng
qua Livestream:

Lựa chọn (các) kênh Livestream



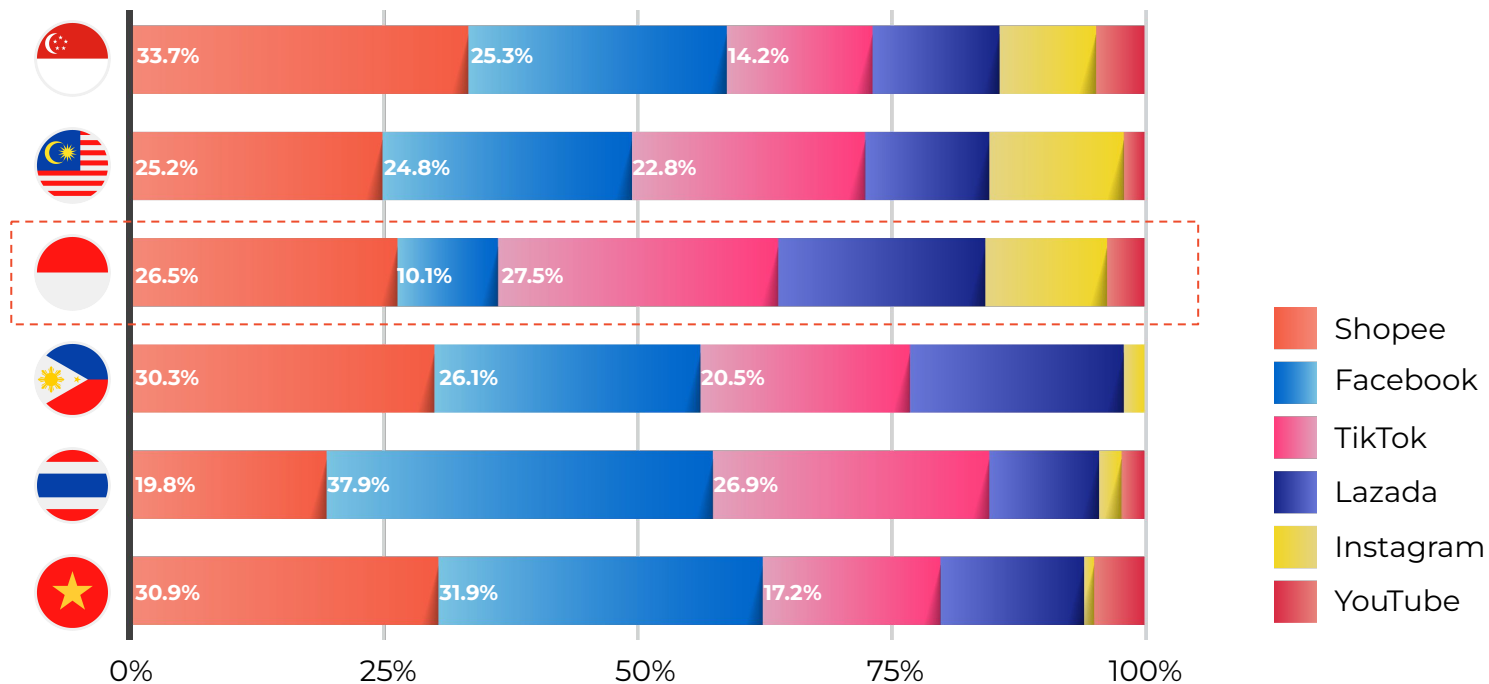
Ở Đông Nam Á, Shopee (27,0%) và Facebook (25,5%) đang dẫn đầu về mức độ phổ biến, theo sau đó là TikTok (22,5%).

Khi phân tích sâu hơn dữ liệu trong từng nước, ta sẽ nhận thấy có các điểm khác biệt.

Ví dụ như ở Indonesia.

TikTok đứng đầu bảng xếp hạng, thứ 2 là Shopee và theo sau đó là Facebook với tỷ lệ sử dụng cực kỳ thấp.

Mức độ phổ biến của các kênh Livestream bán hàng tại mỗi quốc gia



Trung bình, những người bán hàng trên các sàn TMĐT ở ĐNÁ được khảo sát nói rằng họ đang sử dụng 2 kênh để Bán hàng qua Livestream. Tùy vào đất nước bạn đang sống, bạn có thể thực hiện 1 hoặc 2 Livestream cho mỗi kênh, để tối đa hóa phạm vi tiếp cận của mình.

1 ĐẾN 3 GIỜ

Là thời gian trung bình của 1 buổi Livestream.

MỖI TUẦN

Là tần suất trung bình của 1 buổi Livestream.

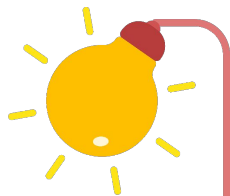
Một phép tính sơ bộ cho thấy những người bán hàng trên các kênh TMĐT ở Đông Nam Á được khảo sát thường dành đến 6 giờ mỗi tuần để bán hàng qua Livestream.

Và đó là không bao gồm thời gian chuẩn bị cho Livestream.

BẠN CÓ BIẾT?

Shopee xử phạt những người bán sử dụng video phát lại để phát thành video Livestream.

Đây là hành vi vi phạm ở mức độ trung bình thuộc danh mục “Spam”.



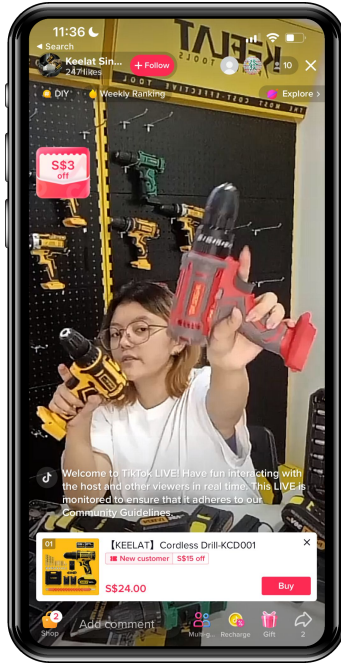
Những khó khăn trong quá trình bán hàng
qua Livestream:

Chuẩn bị cho buổi bán hàng qua Livestream

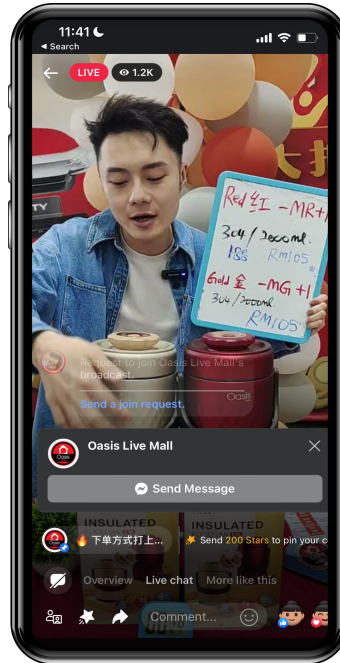


Bán hàng qua Livestream có thể trông có vẻ dễ dàng.

Xét cho cùng, người mua hàng qua Livestream chỉ được xem những gì xuất hiện ở trên màn hình: một hoặc hai người nói và giới thiệu sản phẩm cho họ từ một khung màn hình tiêu chuẩn của chiếc điện thoại thông minh.



[@sqkeelat](#) trên
TikTok



[Oasis Live Mall](#) trên
Facebook



[Lovito](#) trên Shopee

Một khung hình nhỏ với nội dung hầu như là tùy biến (các nội dung thay đổi tùy thuộc vào bình luận của người xem). Nhiều người sẽ cho rằng việc chuẩn bị cho buổi Livestream là đơn giản.

Cùng tìm hiểu những sự thật đằng sau hậu trường.

Tất nhiên, việc chuẩn bị có thể đơn giản như thế này:



2 người Livestream trên camera điện thoại, sử dụng một kịch bản có sẵn để tham khảo các điểm cần nói trong buổi Livestream. Người Livestream sẽ xem trên điện thoại của họ để tìm những bình luận và trả lời, tương tác với người mua.

Nhưng hậu trường phía sau cũng có thể phức tạp như thế này:



2 người Livestream bằng máy ảnh chuyên nghiệp, sử dụng máy nhắc chữ từ xa cho các thông tin cần nói trong Livestream, trong khi mắt vẫn nhìn vào máy ảnh (người mua hàng); một nhóm ở hậu trường sẽ theo dõi và đọc các bình luận trên Livestream, sau đó chọn ra một vài nhận xét để người đang Livestream trả lời hoặc tương tác.



Ngoài các yêu cầu hậu cần có sẵn, bạn cũng sẽ cần quan tâm đến việc bán hàng và chính sách hậu mãi – giống như bất kỳ kênh TMĐT nào.

Dưới đây là một số câu hỏi thường gặp:

- *Bạn sẽ nói gì trong Livestream bán hàng của mình?*
- *Làm thế nào để bạn có thể lên được kịch bản cho Livestream bán hàng của mình?*
- *Làm cách nào để bạn có thể theo dõi và chốt đơn từ các buổi Livestream?*

Giải pháp cho những thách thức



Bán hàng qua Livestream thực sự khó. Đó là lý do tại sao 63% người bán hàng trên kênh TMĐT được khảo sát nói rằng họ sẽ không có ý định thử Livestream bán hàng trong vòng 3 tháng tới.

Nhưng liệu đây có phải là quyết định lâu dài?

Khi nhìn vào sự gia tăng của các giải pháp bán hàng qua Livestream ở Đông Nam Á, bạn sẽ thấy rằng thị trường đang ưa chuộng việc bán hàng qua Livestream và xem đây như là tương lai của ngành bán lẻ.

Cũng giống như việc có bao nhiêu doanh nhân nhạy bén nhìn thấy được cơ hội cho dịch vụ gọi xe ở Đông Nam Á (người đồng sáng lập gã khổng lồ công nghệ Grab là một trong số họ), thì ngày càng có nhiều doanh nghiệp cũng luôn liên tục cập nhật xu hướng để đáp ứng nhu cầu về các giải pháp bán hàng qua Livestream.

Cùng với mức độ phổ biến của việc bán hàng qua Livestream trên thị trường TMĐT hiện nay và sẽ càng phát triển trong tương lai, có vẻ như xu hướng này sẽ ngày càng chiếm ưu thế.

Bây giờ, chúng ta hãy cùng tìm hiểu một số giải pháp để vượt qua những thách thức trong việc bán hàng qua Livestream của bạn.



Chọn các kênh Livestream bán hàng với các giải pháp bán hàng qua Livestream trọn gói

Có hai loại kênh bán hàng qua Livestream, đi kèm với các giải pháp Livestream bán hàng từ đầu đến cuối.



Các trang TMĐT

Các trang TMĐT phổ biến, như Shopee và Lazada*, sở hữu một bộ công cụ Livestream bán hàng được tích hợp sẵn – một cách dễ dàng để tham gia vào thị trường bán hàng qua Livestream.

Ưu điểm lớn nhất là người xem ở các kênh này đều là những người đang có ý định mua hàng.

Tuy nhiên, các sàn thương mại có thể áp dụng cách yêu cầu trả tiền nhiều hơn để được hiển thị trước. Các thuật toán của các sàn TMĐT giúp cho những người bán hàng có trả thêm phí được xuất hiện trong các khung giờ vàng, điều này tạo lợi thế cho họ hơn.

Nhìn chung, sàn TMĐT là một nơi tuyệt vời để thực hành kỹ năng bán hàng qua Livestream.



Phương tiện truyền thông mạng xã hội

TikTok Shop*, kênh TMĐT của TikTok, cho phép bạn bán hàng ngay trên kênh mạng xã hội. **Chưa đầy một năm kể từ khi ra mắt tại Đông Nam Á, TikTok Shop đã trở thành một trong số các kênh bán hàng qua Livestream hàng đầu** của những người bán hàng trên sàn TMĐT có tham gia khảo sát của Ninja Van.

Ngoài bộ công cụ Livestream bán hàng được tích hợp sẵn, TikTok Shop còn có một tính năng độc đáo: dân chủ hóa lượt truy cập.

Bất kể số người theo dõi bạn là bao nhiêu, TikTok sẽ hướng lượt truy cập mới đến Livestream bán hàng của bạn. Miễn là bạn đang tạo ra những nội dung chất lượng và giữ chân được người xem, TikTok sẽ luôn mang lại nhiều lượt truy cập hơn cho bạn.

**Ninja Van là một trong những đối tác vận chuyển chính thức của Shopee, Lazada và TikTok Shop tại Đông Nam Á.*



Facebook – kênh Livestream bán hàng phổ biến thứ hai theo khảo sát những người bán hàng trên sàn TMĐT của Ninja Van ở Đông Nam Á – là một trong những trang mạng xã hội phổ biến nhất hiện nay.

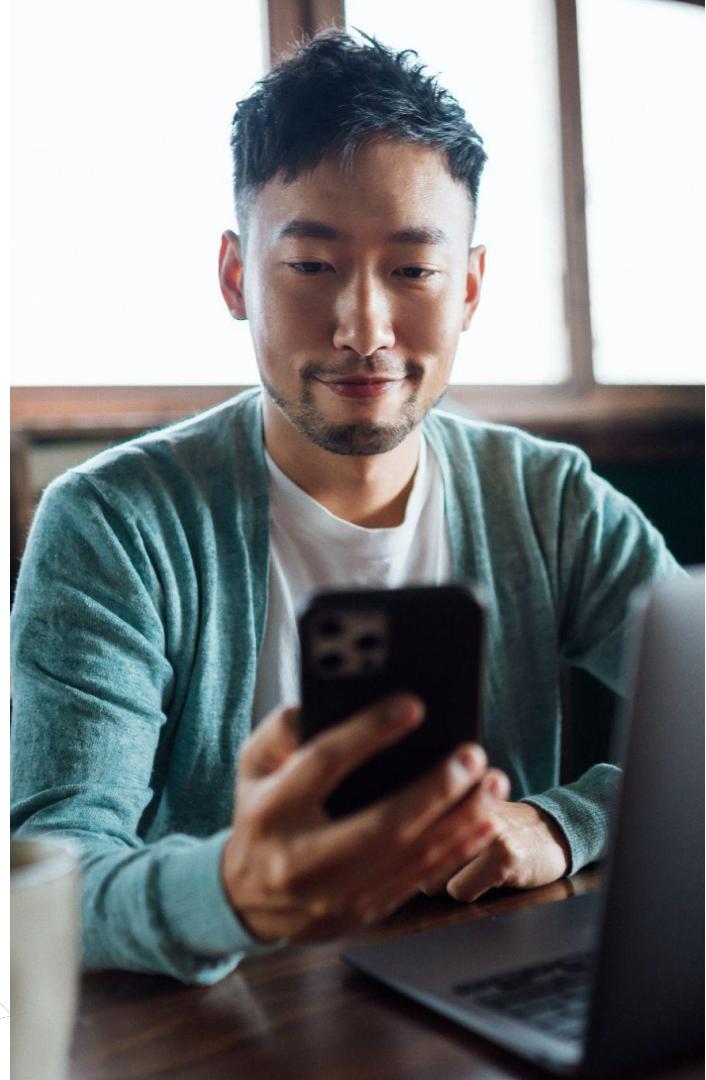
Mặc dù Facebook không có các giải pháp bán hàng qua Livestream trọn gói, nhưng mức độ phổ biến rộng rãi của kênh mạng này ở Đông Nam Á (tham khảo [Statista](#)) đã giúp cho Facebook trở thành một kênh quan trọng không thể phủ nhận để thực hiện bán hàng qua Livestream.



Chọn các giải pháp Livestream bán hàng có thể tích hợp được với kênh bán hàng qua Livestream.

Có nhiều công cụ – chatbot, hệ thống quản lý đơn hàng, quản lý quan hệ khách hàng và phân tích dự báo theo thời gian thực – mà người bán hàng qua Livestream có thể tận dụng để giảm bớt khối lượng công việc.

Dưới đây là danh sách các công cụ có thể giúp bạn tự động hóa ít nhất một phần các bước phụ trong quy trình bán hàng qua Livestream, để bạn có thể tập trung vào việc thu hút người mua hàng trong các buổi Livestream của mình.



Kaibo

[Kaibo](#) là một công cụ hỗ trợ phát Livestream, giúp chuyển lượt Livestream thành dữ liệu, giúp đưa ra quyết định để người bán có thể cải thiện hiệu suất trong các buổi Livestream tiếp theo.

Ra mắt ở Đông Nam Á với các tính năng đào tạo và nhắc nhở từ xa, Kaibo cũng cung cấp các đề xuất thông minh để giúp bạn thu hút và bán được nhiều hàng hơn trong các Livestream bán hàng.

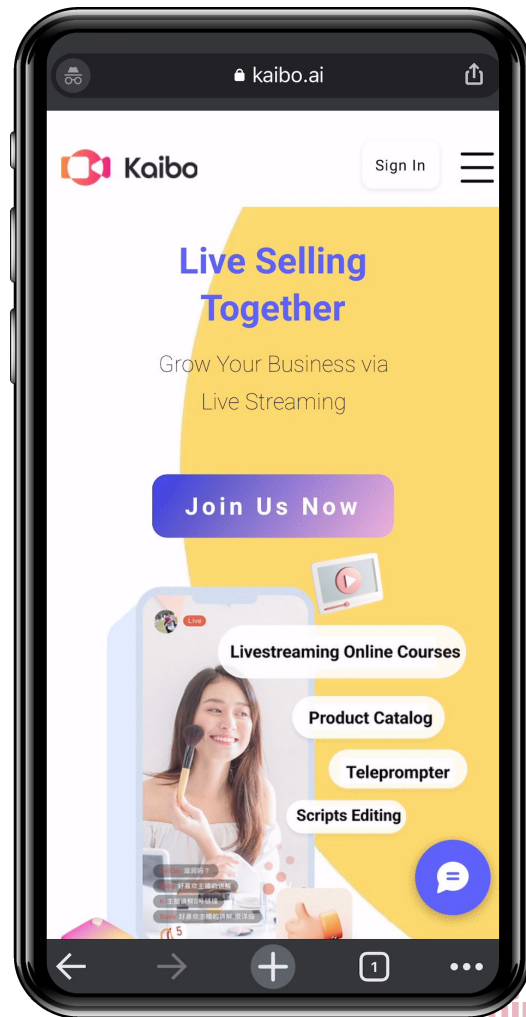
Hiện đã có mặt tại: Việt Nam, Thái Lan, Indonesia

TÍNH NĂNG NỔI BẬT

Một công cụ trình chiếu từ xa hiển thị kịch bản Livestream, giúp:

- 1) Bạn có thể Livestream mà không sợ quên kịch bản
- 2) Bạn có thể liên tục giao tiếp bằng mắt với người mua hàng trên Livestream!

Click vào [đây](#) để tìm hiểu thêm.



Sellercraft

[SellerWizard by Sellercraft](#) cho phép bạn đạt được nhiều hơn với ít bước hơn.

Bây giờ bạn đã có thể thực hiện tất cả các hoạt động này:

- Quản lý trạng thái đơn hàng,
- Tối ưu hóa hàng tồn kho,
- Phân tích hiệu suất bán hàng, và
- Tổng hợp báo cáo tài chính

Nay đã có mặt tại:

Singapore, Malaysia, Indonesia, The Philippines, Thái Lan và Việt Nam

TÍNH NĂNG NỔI BẬT

Tính năng báo cáo đơn hàng giúp đảm bảo rằng bạn sẽ không bao giờ bị mất đơn hàng hay khách hàng. Tính năng này cũng xác định các đơn hàng cũ, đơn hàng lỗ giá và các đơn đặt hàng ở các trạng thái khác cần bạn lưu ý.

Click vào [đây](#) để tìm hiểu thêm.



OtterLive

[OtterLive](#) là một công cụ hỗ trợ Phát trực tiếp giúp tự động hóa các yêu cầu hậu cần của Người bán hàng qua Livestream. Ứng dụng còn giúp loại bỏ những bước rắc rối trong việc rà soát bình luận, tạo đơn hàng, quản lý đơn hàng và xác minh thanh toán trong quá trình bán hàng trên Livestream.

Với khả năng tiết kiệm thời gian và tính thuận tiện từ OtterLive, giờ đây, bạn có thể tập trung hơn vào việc thu hút người xem Livestream để biến họ trở thành khách hàng.

Hiện đã có mặt tại: Singapore, Philippines

TÍNH NĂNG NỔI BẬT

Công cụ dịch vụ Facebook Live Streaming tự động chụp ảnh các đơn đặt hàng và tạo đơn từ các bình luận.

Tham gia ngay để nhận gói MIỄN PHÍ 1 năm,
hết hạn vào 23:59 ngày 31 tháng 3 năm 2023.

Click vào [đây](#) để tìm hiểu thêm.





Các Tài liệu miễn phí cho Livestream bán hàng

Chúng tôi đã soạn một danh sách các nguồn tài liệu miễn phí về bán hàng qua Livestream để bạn tham khảo:

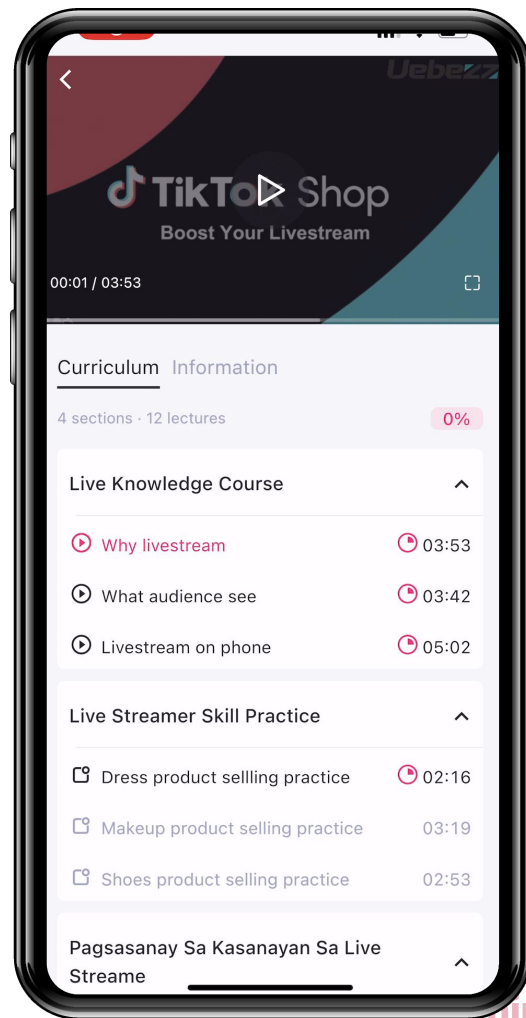
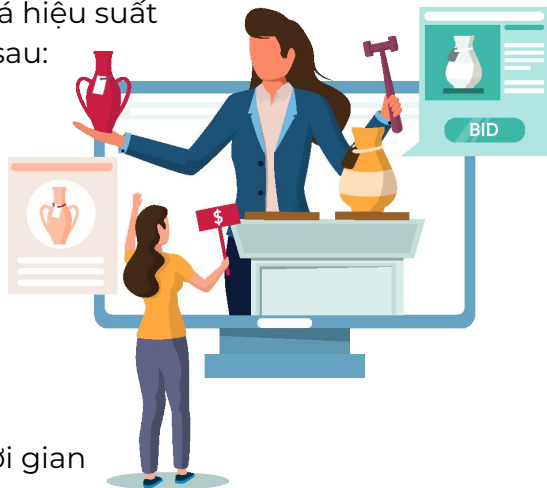
- [Social Selling 101: A Checklist for Success](#)
- [5 Tools for Live Selling Beginners](#)
- [How to win at Live Selling](#)
- Hướng dẫn cho người nhập môn:
 - Shopee: [Shopee Live Selling: Basics and How-to's \[Ultimate Guide\]](#)
 - Facebook: [How to use Facebook Live Video: A Step-by-Step Guide](#)
 - TikTok: [Everything You Need to Know About Live Shopping on TikTok](#)

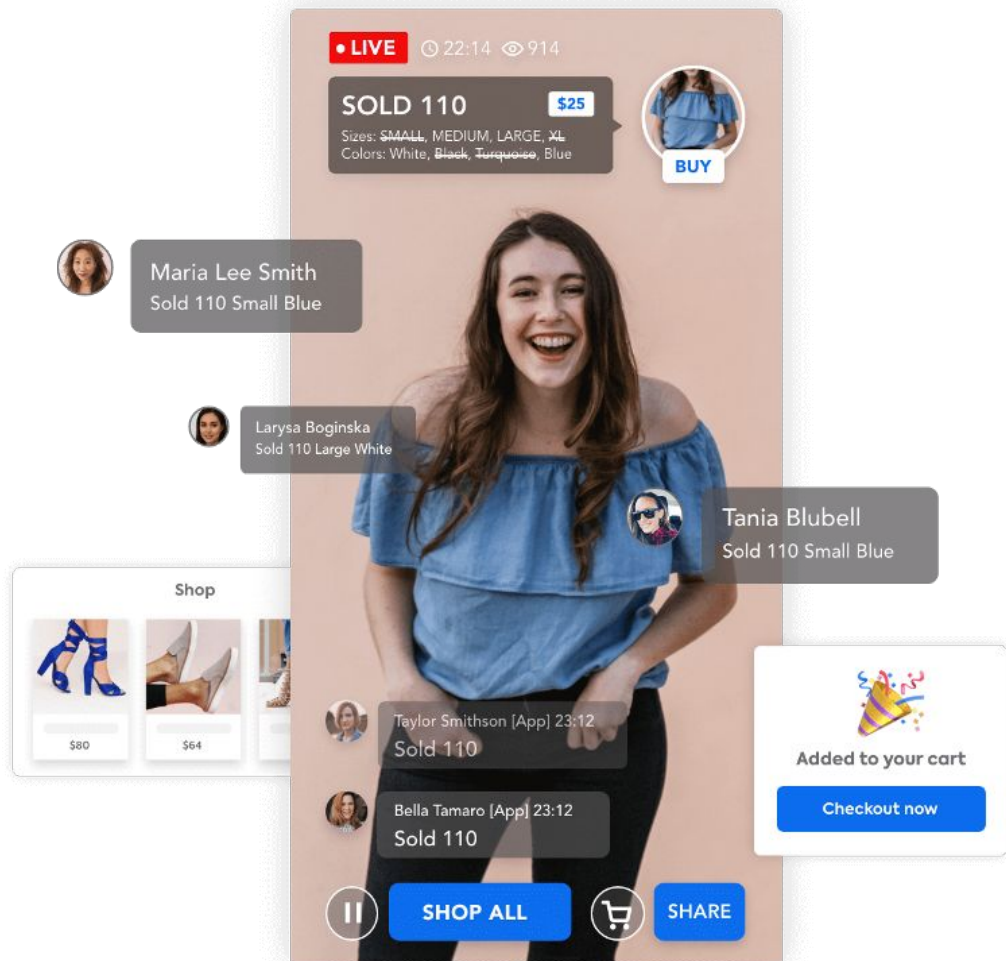
Các tài liệu miễn phí cho Livestream bán hàng

Kaibo đã ra mắt [khóa đào tạo bán hàng qua Livestream trên TikTok miễn phí](#) trên ứng dụng dành cho thiết bị di động để bạn có thể tự học và thực hành theo tốc độ của riêng mình.

Bài tập Thực hành Kỹ năng của người phát bán hàng trên Livestream cho phép bạn thực hành bán hàng trên Livestream, với một kịch bản có sẵn và gửi bản ghi tốt nhất của bạn để nhận điểm do AI tính toán, nhằm đánh giá hiệu suất của bạn dựa trên các tiêu chí sau:

1. Âm lượng
2. Tốc độ
3. Khuôn mặt
4. Trang điểm
5. Kỹ năng
6. Sự tương tác
7. Cử chỉ
8. Tông giọng
9. Khả năng kiểm soát thời gian





Mẹo cuối cùng cho người bán hàng để tăng tương tác của khách hàng trong suốt buổi livestream:

Hành động của khách hàng chịu ảnh hưởng bởi sự lôi cuốn, hài hước, thông tin hữu ích và sự chuyên nghiệp của người bán hàng khi họ livestream.

Nói cách khác: Hãy là chính bạn!

Kết luận

Mặc dù là một chiến thuật tiếp thị hữu ích có thể giúp theo dõi nhanh hành trình mua hàng của nhiều người mua sắm trực tuyến từ nhận thức đến chuyển đổi, nhưng bán hàng qua Livestream lại không hề dễ dàng.

Bài phân tích của chúng tôi về hơn 1.000 người được thu thập từ cuộc khảo sát những nhà bán hàng trên các kênh TMĐT ở Đông Nam Á của Ninja Van. Khảo sát cho thấy bán hàng qua Livestream được áp dụng nhiều nhất trong các ngành hàng có ít sự cân nhắc khi mua như Thời trang, Làm đẹp và Chăm sóc cá nhân, Thực phẩm và Đồ uống, Đồ gia dụng và Đời sống.

Tuy nhiên, bán hàng qua Livestream vẫn là một chiến thuật tiếp thị đáng để bạn thử, ngay cả khi sản phẩm bạn bán không nằm trong trong các danh mục kể trên.

Xét cho cùng, việc tìm hiểu về phương thức này tốn rất ít chi phí, thậm chí là bạn không phải bỏ tiền ra để học.





Và nếu bạn đang tìm kiếm một đơn vị vận chuyển, giúp đưa món hàng từ trên màn hình đến tận tay khách hàng, Ninja Van sẽ là một lựa chọn đúng đắn!

Hoạt động ở Đông Nam Á với mạng lưới vận chuyển phủ sóng 100% ở Singapore, Malaysia, Philippines, Indonesia, Thái Lan và Việt Nam, Ninja Van được trang bị đầy đủ kiến thức và tích lũy đủ kinh nghiệm thực chiến về TMĐT. Chúng tôi luôn ở đây và sẵn lòng chia sẻ với bạn - những người đang và sắp tổ chức bán hàng trên Livestream.



Phương pháp luận

Định lượng:

Ninja Van Group đã tiến hành nghiên cứu thị trường với 1.186 chủ shop vào tháng 11 năm 2022 để thu thập dữ liệu làm cơ sở cho bài viết này. Các thông tin được cân nhắc đưa vào từ các quốc gia đại diện cho Đông Nam Á.



204



224



316



153



134



155

Phản hồi

Định tính:

Ngoài khảo sát định lượng, Ninja Van Group đã phỏng vấn tổng cộng 40 người hiện đang mua hàng trên Livestream (được định nghĩa là người có tương tác với nội dung bán hàng qua Livestream trong vòng 3 tháng qua) tại Singapore, Malaysia, Indonesia, Philippines, Thái Lan và Việt Nam, để tìm hiểu thêm về hành vi mua sắm trên Livestream của họ.

Tất cả các trích dẫn trong báo cáo được thu thập vào tháng 11 năm 2022 và đã được biên tập lại cho ngắn gọn và rõ ràng.

Về Ninja Van

Ninja Van là công ty giao nhận hàng chuyển phát nhanh, ứng dụng công nghệ tiên tiến, cung cấp dịch vụ giao hàng vượt trội, dành cho các doanh nghiệp ở mọi quy mô trên toàn Đông Nam Á. Ra mắt vào năm 2014, Ninja Van bắt đầu hoạt động tại Singapore và trở thành công ty giao nhận hàng lớn nhất và phát triển nhanh nhất khu vực Đông Nam Á với mạng lưới rộng khắp sáu quốc gia: Singapore, Malaysia, Philippines, Indonesia, Thái Lan và Việt Nam. Truy cập www.ninjavan.co để biết thêm thông tin.

The image shows a red Ninja Van van. On the side of the van, there is a logo featuring a stylized ninja head inside a speech bubble, followed by the text "ninjavan" in a bold, lowercase font. Below this, the slogan "take the hassle out of your parcel" is written in a smaller, italicized font. The van is parked in front of a modern building with large windows.

ninjavan
take the hassle out of your parcel

